

マーケティング機能、自主企画MD機能の一元化に伴い、

- ①松坂屋の「ディス・ワンズ・フォーユー」が「カスタマーズ・ビュー」に名称変更
- ②松坂屋にプライベートブランドが新登場

J. フロント リテイリング（JFR）グループは、機能統合の第一弾として、本年3月から大丸・松坂屋のマーケティング機能、自主企画MD機能をJFRに一元化しました。マーケットの変化をダイレクトに品揃えや商品・売場開発に反映させるため、プライベートブランドや自主編集売場など、自主企画MDを一元管理します。

①松坂屋の「ディス・ワンズ・フォーユー」が「カスタマーズ・ビュー」に生まれ変わります

「こんな商品があったらいいな…」というお客様の声を生かした自主企画商品として、大丸では99年から「カスタマーズ・ビュー」、松坂屋では04年から「ディス・ワンズ・フォーユー」を展開してきましたが、今春、名称を「カスタマーズ・ビュー」に統一。これに伴い、松坂屋の「ディス・ワンズ・フォーユー」は、本年3月から「カスタマーズ・ビュー」に名称変更します。

大丸は、「先義後利＝お客様第一主義」の企業理念に基づき、年間数万件に及ぶお客様の声にしっかり耳を傾けて、商品開発やサービス機能の向上、店舗環境の改善を進めていく全社的な「カスタマーズ・ビュー活動」を続けています。お客様の様々なご意見やご要望を積極的に収集するため、店頭で販売員がお客様の声を記録する「ホスピタリティ・メモ」、WEBなどを利用した「商品アンケート」、「モニター商品開発」などの仕組みを整備しています。

このノウハウを松坂屋にも導入し、今まで以上に、お客様の声に応えた商品を展開していきます。統合により拡大した仕入規模、情報収集力を生かし、顧客視点に立った「カスタマーズ・ビュー」の商品開発を拡大強化します。



カスタマーズ・ビュー
08春夏カタログ (上)
とロゴマーク (左)

お客さまの声を、美しいカタチに。
CUSTOMER'S VIEW

- 2007年度売上実績 64億円 (見込み)
(カスタマーズ・ビュー 38億円/ディス・ワンズ・フォーユー 26億円)
- 2010年度売上目標 93億円

松坂屋のカスタマーズ・ビュー

■商品企画数 450点

うち、大丸のカスタマーズ・ビューとの共通商品 115点（相互乗り入れ商品と共同企画商品）
今後、共通展開商品を順次増やし、品揃えを充実させます。

■商品内容 婦人服、紳士服、子供服、リビング用品、食品など

■取扱店舗 松坂屋全9店

（店舗により、一部商品のお取り扱いがない場合があります。）

■販売開始日 2008年3月5日（水）

<商品例>

着心地のよいジャージー素材のプリントワンピース



税込 13,650円
取扱店舗 名古屋店

上質さと価格にこだわったしわになりにくいスーツ



税込 68,250円ほか
取扱店舗 名古屋店

②従来大丸で展開していたプライベートブランドを松坂屋に導入します

婦人服の「ソフル」、紳士服の「トロージャン」など、従来大丸で展開していたPBを、自主企画MD機能の一元化を機に「JFRグループのPB」と位置づけ、松坂屋にも新規導入します。

第一弾として、名古屋店にソフル、トロージャンのショップがオープン（※）いたします。

※オープン日 ソフル 3月5日（水）、トロージャン3月2日（日）

ソフル ブランド名は「洗練された都会的な等身大のOL」という意味の英語の頭文字。クオリティ、デザイン、機能、サイズにこだわり、オフィスからカジュアルシーンまで着回しのきく、働く女性の通勤スタイルを提案します。

トロージャン 1959年、百貨店業界初の紳士既製服PBとしてデビュー以来、安心と信頼のモノづくりに時代のエッセンスをプラスしながら、独自のスタイルを築いてきました。高品質な素材や仕立ての良さ、都会的で上品なイメージが「着やすさと品質」を追求するビジネスマンに愛好されています。

お問い合わせ先

J.フロント リテイリング(株) 広報・IR部 (東京) TEL 03-6895-0178
(名古屋) TEL 052-264-7028
(大阪) TEL 06-6281-9002