

# Renewal

新百貨店モデルの  
具現化

## 「百貨店再生」へ、加速

### 新百貨店モデルの集大成— 大丸梅田店増床グランドオープン

J.フロントリテイリングは、マーケット対応力の強化とローコストオペレーションへの構造転換の実現に向け、新百貨店モデルの構築を進めています。

新百貨店モデルとは「お客様がわざわざ足を運びたいような、魅力的でかつ収益性の高い店舗を創造するための百貨店再生プログラム」です。その新百貨店モデルの現時点での集大成とも言える新生・大丸梅田店が2011年4月19日に増床グランドオープン（売場面積64,000㎡・従来の1.6倍）。これまでの婦人ファッション特化型の専門百貨店から、食品、リビング、ラグジュアリーブランドなどの品揃えの幅を広げ、ライフスタイルを総合的に提案する、ファッションブルでコンテンポラリーな都市型ライフスタイルストアに生まれ変わりました。

梅田店の店づくりのポイントは3つあります。ひとつは立地の良さを生かした来街者の徹底した取り込みによる「顧客層の拡大」、2つ目はスペシャリティゾーンの充実などによる「ファッション性の強化」、そして3つ目がショッピングの楽しさと日常使いできる利便さを兼ね備えた「高感度とデイリーの両立」です。



JR大阪駅

### 顧客層の拡大

これまで百貨店は大都市の一等地に大型店舗を持ちながら、高価格・中高年やオーセンティック・ドレスアップなどに過剰にシフトしたブランド構成や品揃えを行ってきたことにより、自ら対象とするマーケットと顧客層の幅を狭めるとともに、同質化が進んできました。新生・梅田店では、既存の固定客を維持しながら、これまで百貨店をあまり利用されなかった子育て世代や梅田周辺に來街されているヤング層などを新たな戦略ターゲットに設定。ファッションビルで人気のブランドやロードサイド型から発展した紳士服ショップの展開により低価格帯を強化し価格の幅を広げるとともに、東急ハンズやポケモンセンターなど百貨店に欠落していた商品・サービスの導入によりカテゴリーの幅を広げ、より多くのお客様のご要望にお応えすることにより飛躍的な集客力の向上をはかっています。

### ファッション性の強化

お客様のご来店動機を高めていただくために不可欠な要素のひとつは、その店舗に「スペシャリティ」があるかどうかということ。梅田店は開店以来コンテンポラリーテイストを培ってきましたが、新生・梅田店ではそれらをベースにファッション性をさらに強化しています。これまで取り扱いの少なかったラグジュアリーブランドの拡充により新たに超高級ゾーンを構築したほか、売場ゾーン名称がいまやブランド化したとも言えるヤング・アラウンド30の女性を対象とした売場「うふふガールズ」を当社最大の5,100㎡で導入、さらにシューズと合わせて雑貨・バッグなどアイテムミックスの編集コーナーを設置した「シンデレラアベニュー」、美と健康へのこだわりによりサプリメントショップと組み合わせた関西最大の婦人肌着売場「オーランジェリーゼ」など、数多くのスペシャリティのある売場を提供しています。

### 高感度とデイリーの両立

百貨店からお客様の足が遠退いたひとつの要因は、非日常、いわゆるハレ消費の品揃えに偏りすぎてしまっていたこと。新生・梅田店は、梅田周辺で働く人の身近でデイリーなニーズにも対応できる幅広い品揃えを実現し、ショッピングの楽しさと日常使いできる利便さを兼ね備えた「高感度かつリーズナブルプライス」の「デイリー」な店を目指しています。ファッションではカジュアルなブランドやアイテムを強化するとともに、食品売場は従来の1.5倍に拡大し、デパ地下ならではの名産品からデイリーの食品まで品揃えを格段に充実させました。また、婦人洋品売場は地区最大規模の豊富な品揃えでいち早くトレンドを提案し、毎日来て楽しめるフロアを実現しています。カフェは個性的な10店舗を地下2階から14階に配置、レストランもランチタイムでリーズナブルなメニューの充実によりお客様のご来店頻度向上に貢献しています。

### ローコストオペレーションへの構造転換

当社では、売場運営形態を「ショップ運営」と「自主運営」の2つに峻別し、それぞれの特性に合ったオペレーションシステムの確立と要員配置計画、人材の育成などの取り組みを進めています。

新生・梅田店ではさらに、これまで商品分野別に6部門あった組織をフロア別に3部門に集約し、スリム化をはかるとともに商品カテゴリーの枠を越えたマトリックス型の組織運営を実現、合わせて後方事務部門は心齋橋店との一体運営で集約・統合し、さらなる効率化をはかっています。

これら「売場オペレーションの変革」により、少数社員による業務運営が可能になり、生産性の向上によるローコストオペレーションが大きく進みます。こうした取り組みを進めていくことにより、梅田店を含めた百貨店トータルの人員は、昨年度当初の7,500名体制（2010年3月）から5,500名体制（2012年2月末）となる予定です。



OSAKA STATION BUILDING

UNIQLO

大阪駅  
OSAKA STATION

DAIMARU  
総合リゾーツ

DAIMARU

DAIMARU

