



マチュア・シニアのお客様の生活シーンを意識した、 そごう・西武の独自開発商品「OASS」がこの秋本格的に展開！

ミレニアムリテイリンググループであるそごうと西武百貨店は、マチュア・シニア世代の生活シーンをサポートする商品開発を04年上期よりスタートし、この秋冬より展開アイテムを拡大し、更に情報性と価値感にこだわり、本格的に取り組みを拡大いたします。SOGOとSEIBUにしか無い独自開発商品ということから、この商品群を両社の頭文字をとり「OASS(オーエーエスエス)」と命名、マチュア・シニア世代のお客様によりご支持いただける商品開発を行ってまいります。

■OASSの取り組みテーマとこだわり

マチュア顧客層を重点ターゲットとし、特に「旅行」「ウォーキング」「リラックスホーム」「タウンカジュアル」の4つの生活シーンを意識した商品開発を行いました。OASSは、婦人雑貨・婦人服・紳士服・子ども・インテリア・食品の6領域で開発をしております。

各シーンの具体的な取り組みポイントは、

- 旅行＝夫婦の二人旅をテーマに快適性・機能性を重視した商品開発
- ウォーキング＝タウンウォーク、エクササイズウォークに適した商品開発
- リラックスホーム＝マチュアの二人暮らしをテーマに「くつろぎ」を重視した商品開発
- タウンカジュアル＝夫婦のお出掛けをテーマに機能性・サイズを重視した商品開発
- 食源探訪＝“本物の素材と製法のこだわり”“安心安全と健康のこだわり”に加え、生産者・製造者や伝統を重んじて、妥協をせずにより上げたお中元・お歳暮ギフト。

等となります。又、お客様の要望に応えた素材（機能性を重視した新技術開発素材、自然素材のオーガニックコットン等）・製法を用いて、各領域共通で積極的に開発を行っております。

■OASSの上期概況と今下期の取り組み

①概況

上期は、6領域の13売場(アイテム数は67)展開し、第1四半期で売上高は約630百万円。

この半年の取り組みの中で、「健康」・「ウォーキングへの関心」・「デザイン性より機能性重視」・「見た目よりも中身」という商品群が好評を得ており、特に美脚パンツ・ウォーキングシューズなどはヒット商品に成長いたしました。

②今下期の取り組みについて

今下期は6領域14売場(+1)・96アイテム(+29)の商品を展開。9の売場では、生活提案型売場(右記表)を設置、下期約1,400百万円の売上を目標としております。〔今回の展示会では5領域で食源探訪(食品)の展開はございません。〕

部門	開発売場	展開店舗数
婦人雑貨	ウォーキングショップ*	27
婦人服	パンツショップ*	26
	カシヤショップ*	26
	旅ショップ*	3
	綺麗サロン	9
紳士服	ウォーキングショップ*	25
	トラベルショップ*	25
	パンツショップ*	24
インテリア	快眠ショップ*	10

<お問合せ先>

株式会社 ミレニアムリテイリング 広報室 中嶋・山口 03-6213-7135
 販促企画担当 上野・辻村 03-6213-7383