



さらにワンランク上の「上質さ」を追求 2011年の「リミテッド エディション」

そごう・西武発の「新・百貨店スタンダード」として、09年秋の“リミテッド エディション by アツロウタヤマ”からスタートしたプライベートブランド『リミテッド エディション』は、導入以来、多くのお客様のご支持を得てきました。

2011年の「リミテッド エディション」のテーマは「上質さの追求」。そごう・西武のPBに対する、さらなるお客さまご要望やご期待に応え、「上質」で「価値のある商品」を、お客様にご提供してまいります。

〔1〕上質素材を使用した「ハイスタンダード」ラインの拡大

～上質素材を日常使いに。日々の暮らしの手軽なぜいたくの実現～

上質素材への取り組み拡大

①10年春からスタートした「上質なクロコバッグ」のお客さまからの大好評を受け、アイテムを拡大

→「レディス・パターンオーダーバッグ」6型→9型に拡大 168千円～/【NEW】「財布」(2型・¥63千～)
/【NEW】「パンプス」(1型・¥78千～)

→【NEW】「メンズ・パターンオーダーバッグ」(3型・¥147千～)/【NEW】「パターンオーダーベルト」(8色・¥50千)

②スイスコットン・フランスリネン等の「上質さにこだわった素材」によるメンズアイテム拡大

→産地ザンクトガレンで買付けたスイスコットン(スイスで紡績した超長綿)使用の【NEW】「オーダーシャツ」
→北フランス産のリネンドビークロスを使った【NEW】「カジュアルシャツ」

カスタマイズメニューの増幅

①ボタン・ポケット・袖口のデザインを選べる【NEW】「軽量ジェットセッタースーツ」を新規展開

→アンコン仕様・スーパー100'S・110'Sの防シワ加工素材・多機能ポケット

②サイズだけではなく縫製仕様や裏地・ボタンなどのオプションパーツ充実の「パターンオーダースーツ」

又、インポート生地をベースにしたハイスタンダードラインの品揃え充実

→レディス・メンズともに80千円台～

インテリア領域への拡大

①日々の贅沢を演出する、ホテル仕様の素材を使った【NEW】「バスアイテム」の開発

→タオル用に栽培した海島綿とインド超長綿の交配種を使った「マイクロコットン」のタオル。

②レザーを使ったぜいたくな【NEW】「雑貨アイテム」を新規展開

→年間25,000足を売る人気のソフトフィットスリッパのレザーバージョン(4サイズ・¥5千)

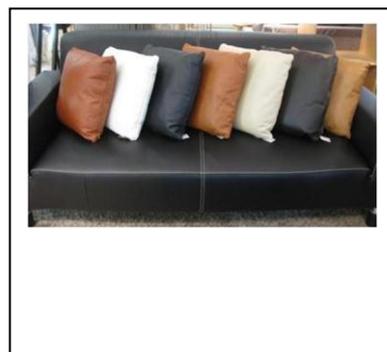
→4色展開のレザークッション(¥11千円～)



クロコ パターンオーダーバッグ



コットン・カシミアニット



レザークッション

〔2〕ブランド複合による「リミテッド エディション メガストア」化

～価格・機能だけでなく、百貨店らしくファッション性の高い商品シェアを拡大～

09年9月からスタートしたL.E. by アツロウタヤマ、10年に投入したL.E. by ジュンコシマダ、L.E. オンシーズンのL.E. 3ブランドを複合化。30～40代ミセスという共通ターゲットに向けた使い勝手の良い売場をめざします。by アツロウタヤマは、よりトレンドとモードに寄せ、by ジュンコシマダは、ワンマイルウェアを拡大。オンシーズンは、本来のシーズンアイテムに重点化することで、よりそれぞれの特徴を生かし、お客さまの様々なニーズにお応えしてまいります。

池袋本店
メガストア
取り組み

- 3つの個性で展開している婦人服「リミテッド エディション」をスケールアップ。
池袋本店4階、約260㎡の複合ショップ化-初年度3ブランド計で売上3億円目標。
- 「リミテッド エディション」間の買廻りが多い事に着目、ブランドとしての認知と買いやすさ向上によるリミテッド エディションファンの固定化をめざす。

リミテッド エディション by アツロウタヤマ 【ポイント】:トレンドラインを強化<11年度:シェア40%(+20)>

2年目に入り、当初の価格対応のベーシックアイテム志向からトレンド感・モード感がある田山淳朗らしさが反映した商品に人気が集。トレンドデザインのシェアを、当初の20%から11年は40%まで拡大してまいります。

リミテッド エディション by ジュンコシマダ 【ポイント】:ワンマイルウェア拡大<11年度:シェア75%(+25)>

イエナカスタイルをテーマに「ルーム」「ワンマイル」「ライフスタイル雑貨」3つの軸で品揃えを構成。島田順子らしいプリントや鮮やかな色づかいのワンマイルウェアへの支持が高く、着回しのきく、感度の高いリラックスウェアとしてワンマイルウェアの品揃えを拡大してまいります。(50%→75%)

リミテッド エディション オンシーズン 【ポイント】:池袋本店含めた店舗の拡大<11年度:店舗数17店(+13)>

従来のミセスファッションに不満の「35歳の感度」を持ち続けるミセスに向けたシーズンアイテムの集積に重点を置いた開発商品。4店舗でスタート(10年秋)し、11年には17店舗に拡大予定。



by アツロウタヤマ



by ジュンコシマダ

★ なお、本年2月1日より、「リミテッド エディション (L.E.)」ブランドの継続的な拡大を目指し、商品部に「L.E.部」を新設し、プライベートブランド(PB)の開発に、本格的に取り組めます。