

自主商品売上1,000億円に向けた挑戦 そごう・西武 自主商品展開 次のステップへ

従来の百貨店的手法から脱却し、新しい価値をご提供したい。横並びを脱し独自の魅力を表現したい。こうした思いから、そごう・西武は09年より、他社に先駆けて「百貨店のPB」を全領域横断で開発。「リミテッドエディション」ネームの商品を中心に、上質な定番商品から著名クリエイターと組んだブランド開発、さらには自主編集平場にまで広く取り組んでまいりました。おかげさまで、「リミテッドエディション」およびそごう・西武の自主商品はお客様に広く浸透、高いご支持をいただくまでになり、今年度自主商品売上400億円を見込んでおります。さらに2年後には、この自主商品売上を1,000億円にまで高めるという目標を掲げ、今春以降新たなステップを踏み出してまいります。

価値を重視した開発商品 リミテッドエディション

LIMITED
EDITION

新たな重点ターゲットとしてシニアを加え、全方位型PBとして進化

L.E. アツロウタヤマ、(新)L.E. マテリアーレ、(新)L.E. パンツショップ、(新)L.E. NYC ほか

そごう・西武 自主商品

そごう・西武でしか買えない独自商品

産地や工場に入りこんで素材選びから加工まで
自らおこなう単品開発アイテム

佐藤繊維コラボニット、(新)手捺染花柄ドレス・ボトムほか

ブランド横断の自主編集売場商品

買付商品もプラスして自ら編集
選びやすく買いやすい売場づくり

モードプラス、ジャスティンモード ほか

<シニアに照準をあわせた商品と売場の開発>

今春以降の自主化拡大にあたって、キーワードとなるのがシニア世代。百貨店の重要な顧客であり、マーケット全体を見渡しても消費のリーダー格とあって過言でないこの世代の方々。ところが、体形変化にフィットするパターン修正や、若々しいセンスを取り込んだデザインなど、ニーズにお応えできる商品が決して十分ではないという反省がありました。今回こうしたお客様のご不満やお悩みの声を参考にさせていただき、3つの新売場を立ち上げ、基幹店全店で展開。自主化推進の大きな原動力にしてまいります。

<日本のものづくりを継続してクローズアップ>

ここ数年、特定の産地やこだわりの素材を軸に商品開発を進めてきた「日本のものづくり」の取り組みについては、今期も継続して強化してまいります。今期はとりわけ「染め」技術へのこだわりを追求。手間のかかる「手捺染」の技法を用いた美しいフラワープリントなど、質にこだわったPBを多数展開いたします。

シニア女性の体型変化に合わせてパターン開発 リミテッドエディション パンツショップ誕生

旅行、ウォーキングなど、アクティブに過ごすシニアミセスにはパンツスタイリングが不可欠。ミセス売場でのアイテム別売上シェアをみても、パンツ派が圧倒的に優勢です。しかしながら、加齢による体型変化に合わせた商品選びにご不満を感じていらっしゃる方が多いのも事実。キャリア・ミッシー向けのナショナルブランドではパターンが合わず、かと言って既存のミセス用パンツでは感覚的に納得できない。こうしたお悩みにお応えしようと、このたびそごう・西武では、シニア女性向けにパターンから開発した新しいパンツショップをオープンいたします。年齢を重ねても美しいスタイリングとモード感にこだわる大人の女性に向けて、パンツに特化した初の自主開発ショップとして、基幹店を中心に8店舗で展開してまいります。

展開概要

- 展開開始: 2013年3月 ■展開商品: パンツ17型 260 SKU ■価格: 7,900円/9,900円(税抜き)
- 展開店舗: 西武池袋本店、所沢店、船橋店、そごう横浜店、千葉店、神戸店、広島店、大宮店
- バリエーション: ストレート、スリム/7分・アンクル丈・フルレングス
- サイズ: 5号~15号(シーズン商品は7号~13号)
- 標準展開面積: 30㎡

<シニア女性の体型にあわせた開発>

加齢による体型変化で、幅よりも厚みがでるシニア女性のシルエット。ヒップポイントも下降するため、幅だけを広げてもバランスが合わず、不自然なシワや食い込みが生じた履き心地の良くないパンツで我慢している方も多いようです。こうした問題点を改善するために、ミセスの寸法統計から生み出された新しい原型ボディを使用し、安心感ある股上と股ぐりの形状を調整することで、身体の厚みを包みこむパンツが出来上がりました。また、前面はベルト幅を広く・ジッパー部分を短くする、ひざ位置は高めに設定するなど、すっきりみせるディテールにもこだわりました。履きやすく動きやすい、それでいて美しく見えるパンツを実現させています。

<素材と縫製にこだわり>

ハイテンションストレッチや温度調節機能のある素材など、上質機能素材を使用し、定評あるパンツ専門工場で縫製、仕上げをおこなうなど、素材と「つくり」にも徹底してこだわりました。また、裏地の色柄、ベルトループの形状にもこだわり、おしゃれに見えるディテールをひと手間かけて加えています。

<通年プロパー展開で価値と価格のウェルバランスを実現>

今回の開発パンツの価格は7,900円/9,900円と代表的ナショナルブランドのパンツより2割~3割低い設定。価値ある商品をリーズナブルにご提供するために、商品の約半数を定番化し、年間を通じてプロパー価格で販売いたします。これによってコストを抑えるだけでなく、幅広いサイズを品切れなしで展開することが可能になります。



アクティブなシニア女性に向けた、新しい日常着ショップ 「リミテッドエディション マテリアーレ」誕生

そごう・西武からこの春、50代～60代の団塊世代女性をターゲットとする、自主開発カジュアルウェアショップが誕生します。高いファッション感度を維持しながら、素材の上質感や顔映り良く肌くすみしない色出しなど、シニア女性にフィットする商品作りを実現させました。めざすのは「センス良く」「若々しく」。そんな団塊世代を無理なく美しくみせるラインナップで、基幹店6店舗で展開してまいります。



展開概要

- 展開開始：2013年3月
- 型数：ニット25型、ドレス19型、カットソー15型、シャツ14型、ジャケット4型、パンツ3型、コート2型、雑貨20型 / 計91型 456SKU
- 価格：ニット8,800円～14,800円、ドレス12,000円～19,800円、シャツ7,800～11,800円、カットソー2,800～9,800円、パンツ9,800～12,800円（税抜き）
- 店舗：西武池袋本店、そごう横浜店、千葉店、神戸店、広島店、大宮店 ■ 標準展開面積：50㎡

<団塊世代に向けたハンセンスカジュアル>

消費を牽引する存在になりつつある団塊世代。若い頃から時代を先駆けしてきた彼女たちは、ファッションに対してもチャレンジ精神旺盛。なによりも「センスの良さ」を重視し、娘世代とのファッション共有にも積極的だと言われます。DCブランドブームのファッション経験を経て、ブランドにこだわらず自分の眼でアイテムを選べるセンスの持ち主である彼女たちが必要としているのは、上質でシンプルな飽きのこないカジュアル服。今回ヤングキャリアファッションで定評のあるフランドルとの協業により、既存のシニア女性向けブランドには展開していない、若いセンスを生かした商品開発が可能となりました。また、買い回りを楽しめる雑貨の展開にも力を入れ、セレクトショップのように使っていただける売場をめざしてまいります。

<素材と加工へのこだわり>

今回の商品開発に際して大事にしたのは上質感。

デザインがシンプルな分、大人女性に似合う素材やつくりこだわりました。「ギザ45」という極細糸を使った30ゲージの繊細なニットや、ホールガーメント（無縫製）や丸編みといった製法にこだわったニット、高質な綿素材に微起毛処理を加えたカットソーなど。また、カラー展開にもひと工夫を加え、同じ型を何枚もそろえたいくなるような豊富な色数に加え、シニア女性の肌色に映える微妙な色出しをおこない、カジュアルな中にも上品な美しさを大切にしています。

シニア男性に向けた、リラックスカジュアル リミテッドエディション 「N.Y.C GOODMAN STYLE」誕生

そごう・西武からこの春、大人のリラックスカジュアルスタイルを提案する紳士服の新ブランド「N.Y.C GOODMAN STYLE」が誕生します。デザイナー・コーディネーターとして活躍する鈴木良彦氏とコラボレーションで展開する旅をテーマに上質な素材を使ったリラックススタイルです。衣料品から雑貨までアメリカ東海岸のライフスタイルをイメージした、肩に力の入らないラインナップとなっています。自由な時間を多く持ち、オフスタイルの衣料品に高い関心を持つシニア男性に向けて、自身も大人世代である鈴木氏ディレクションによるファッション感度高いスタイルをご提供し、紳士衣料の売上伸長に結びつけたいと考えます。

展開概要

- 展開開始: 2013年3月
- 型数: カットソー30型、パンツ5型、ブルゾン4型、雑貨5型、計43型
- 価格: カットソー6,800円~16,000円、パンツ8,800~11,000円、ブルゾン12,000円~19,000円
- 店舗: 西武池袋本店、渋谷店、そごう横浜店、千葉店、神戸店
- 標準展開面積: 15㎡

<素材へのこだわり>

リラックス感を出すために、甘燃りの糸を使った落ち感のあるカットソーやジャージーを多用。加工が難しいこうした素材の縫製技術に長けている山形・三重・愛知といった国内有数の生産拠点を選定。布帛素材には洗いをかけて、大人らしくこなれた印象を与える素材作りにもこだわりました。素材、生産とも約80%が国内という、上質さへのこだわりがポイントとなっています。

<パターンへのこだわり>

ジャケットは一般的に展開の多いA体からシニアに多いAB体中心にシフト。年齢とともに動かしにくくなる肩回りを考慮してアームホールもゆったりめにつくりました。さらに、腰回り、パンツの渡りなども着心地を考慮してゆとりのあるスペックを採用。それでいてだらしなく見えない、洗練された印象のパターンにまとめあげました。

【鈴木良彦氏 プロフィール】

1980年にロンドン、パリに渡り活動。帰国後フレンチプレッピースタイル「アルバタックス」を発表。その後デザインスタジオ「STUDIO・S・YOSHIHIKO INC」を設立。多数のメーカーと契約し、ミラノを中心にヨーロッパでさまざまなモノ作をおこない、デザイン、ディレクション、と幅広く活躍している。



「日本のものづくり」産地・工場直接取引で商品開発 てなっせん 手捺染 花柄ドレス & ボトムス

この春そごう・西武では花柄プリントを大きく取り上げてまいります。日本では数少ない手捺染工場の朝日染色(株)と商品開発を実現。プリントのテーマは、モネの庭をイメージする「フラワーガーデン」・「フラワーシャワー」。1960年代にパリのオートクチュール界で流行し、世界的に広まった大胆な『水彩花柄』を現代風にアレンジし、手捺染(ハンドプリント)ならではの技術で繊細な水彩タッチの色の重なりを表現しました。工場直接取引により、ハンドプリントという上質な加工技術を用いながら、NB商品を下回る価格を実現。キャリア向けにプリントボトム、ミセス向けにプリントワンピースを展開いたします。

	プリントボトム(キャリア向け)	プリントワンピース(ミセス向け)
展開開始	2013年2月中旬～	
展開売場・ 展開商品	L.E.@オフィス:2型2柄(約200枚)	モードプラス 5型3柄(約350枚)
	チームMD(別注):8社13ブランド 15型各1柄(約2,000枚)	
価格	15,000～21,000円(税抜き・予定)	29,000～35,000円(税抜き・予定)
サイズ	7～11号	9号/11号
展開店舗	西武東戸塚店除く全店 チームMDはブランドの展開店舗に準ずる	西武池袋本店・渋谷店・そごう横浜店・千葉店・ 神戸店・広島店・大宮店

プリントボトム

リミテッドエディションとしての開発商品に加え、同じ花柄テーマでお取引先各社とのチームMDも拡大。凹凸のある素材やジャカード風のものなど変化のある生地を採用。表面変化のある生地にプリントを載せることで、プリントの魅力を一層ひきだしました。また、パターンにも工夫をこらし、タックの有無や足が細く見える微妙なラインにもこだわりました。

プリントワンピース

販売現場のメンバーの声から、通勤とお呼ばれの両用を想定して1枚でも着られる袖付きのデザインを選択。水彩画風の小花柄がポイントのエレガントな仕上がりで、体型をさりげなくカバーする美しいシルエットに。



<産地・工場へのこだわり>

プリントについては、オリジナル性の高い貴重なプリントアーカイブを保有し、日本では数少ない手捺染(ハンドプリント)で染色をおこなっている朝日染色(株)とコラボレーション。栃木県足利市の工場では、各工程の手作業にこだわり、主要工程をすべて社内でおこなうことで、ハイクオリティで定評のある製品を生み出しています。同社と取り組むことで、繊細で美しい水彩タッチの色の重なりを表現したプリントボトムとワンピースが実現しました。



そごう・西武のアート&モード第2弾 「デスティル ヴァン ヌ」2013年春夏新作

西武渋谷店が掲げる「Art meets Life(アートミーツライフ)」というテーマと連動するブランドとして、昨年の秋冬にA館4階「ジャスティンモード」にデビューした『デスティル ヴァン ヌ』。今春も個性に満ち溢れ、成熟した消費志向を持ったお客様に向けて新たなクリエイションを発信してまいります。

昨年の写真家「ロバート・メイプルソープ」作品とのコラボレーションに続く第2弾は、19世紀後半のパリで、街並みや人々の姿をリアルに切り取った秀逸な写真を多く残した「ジャン＝ウジェーヌ・アジェ」の作品をモチーフに、新進デザイナー江角泰俊(えずみ やすとし)がデザインしたオリジナルウェアを展開いたします。自分らしく個性的なスタイルを追求する30～40代のお客様には、日常のスタイルにアートを取り入れるニーズが高いと言われます。そごう・西武ではこの世代の方々に向けて「アートとともに暮らす」＝「アート&モードの融合」をめざしたアイテムを継続してご提供してまいります。

展開概要

- 展開期間: 2013年2月中旬～(予定)
- 展開店舗・売場: 西武渋谷店 A館4階 ジャスティンモード
- 展開商品: ・カットソー・ブラウス・ワンピース・雑貨など 12型
- 価格: 6,000円～48,000円(税抜き・予定)

<デスティル ヴァン ヌ by YASUTOSHI EZUMI>

台頭著しい実力派新進デザイナー・江角泰俊(えずみ やすとし)が、ジャン＝ウジェーヌ・アジェの作品とコラボ。2012年・秋冬企画に続く第2弾。12型全てが西武渋谷店・ジャスティンモードで展開される限定商品。

ジャン＝ウジェーヌ・アジェ

(1857年2月12日 - 1927年8月4日)

写真家。フランス南西部生まれ。近代写真の父と呼ばれ、19世紀後半～20世紀初頭のパリの建築物、室内、家具、路上の物売りなどを撮影。「芸術家の資料 (documents pour artistes)」と自宅に看板を掲げ、資料として作品を売ることが生活の糧とした。その作品は、第3共和政下の「ありのままのパリ」を多く残す貴重なものとして後世評価されている。



(スナッチによる商品イメージ)