

## そごう心齋橋本店の営業終了について

本日、株式会社そごうの取締役会にて、2009年8月31日をもって、心齋橋本店の営業を終了する事を決定いたしました。大阪府・市をはじめ、地域の皆さま、お取引先さまなど関係者の皆さま、そしてなにより、ご支援いただいたお客さまに支えられて営業を続けて参りましたが、結果としてご期待に添うことが出来ず、誠に申し訳なく、心よりお詫び申し上げます。

### 1) そごう心齋橋本店、再開店から現在まで

大阪・心齋橋は、古くは呉服街として栄えた大阪文化と商業の中心的エリアでありました。そして「そごう発祥の地」でもあるこの地に、2005年9月、昭和初期のモダニズム建築の美を外観に残すそごう心齋橋本店は、多くの地元の皆さまのご支援とご期待のもと新生そごうの象徴として再開店いたしました。2000年の経営破綻後、再生への挑戦として始まったそごうリバイバルプランの集大成ともなるこの心齋橋本店は、再生のシンボルとしてのみならず、地域のお客さまにとってなくてはならない店舗を目指し、再開店時から直近に至るまでお客さまのニーズに呼応すべく様々な取り組みを行ってまいりました。

#### ①街との一体感を重視した施設

心齋橋本店は、都市再生特別措置法の方針である街との共生を強く意識し、御堂筋と心齋橋筋をつなぐ公開通路の設置や、街の公共的機能としての役割を果たす「そごう劇場」「ギャラリー」といった文化交流施設を設置するなど、街と融合した複合商業施設として誕生し、地域の利便性とイメージ向上に貢献してまいりました。

#### ②エリア活性化のための様々な取り組み

一方、心齋橋エリアをこれまで以上に盛り上げるために、「そごう劇場」においては年間13週を地域の皆さまの企画で運営するといった新しい試みとともに、大阪市などによる「御堂筋パレード」や心齋橋筋商店街などの「宝恵駕行列」にも積極的に参加してまいりました。これらの地元の皆さまとの様々な取り組みを通じ、エリアへの来街促進活動を主体的かつ精力的に行い、2005年度には大阪商工会議所主催の「大阪活力グランプリ 2005」のグランプリを受賞するなど、心齋橋本店の再開店は心齋橋エリア活性の一助を担ってきたと自負しております。

### ③マーケット変化に対応した品揃えの変更と追加投資

さらに直近では、ますます激しさを増すマーケットの変化に対応すべく、店舗と商品部は総力をあげ、婦人雑貨・こども・テナントなど各領域の再編、婦人ヤングアダルトおよびプレタゾーンの強化、生鮮・惣菜ゾーンの改装、食品催事場の新設など、再開店以降、実に 40 案件を超える商品領域やフロアの改編・修正を行うとともに、約 4 億円の追加投資を実施してまいりました。

## 2) 経済環境・地域マーケットの激変が低迷を加速

しかしながら、再開店当時は話題性もあり、開店後 1 カ月で 200 万人を超えるお客さまにご来店いただくなど順調な滑り出しをみせましたが、5 年間の閉鎖によるお客さま離れは当初の予想を超え深刻化しておりました。その結果、様々な取り組みにも関わらず、再開店の年をピークに年々売上が減少すると同時に営業利益の黒字化もかなわず、08 年度では減益幅がさらに拡大する見込みとなっております。

また昨今では、全世界的規模での未曾有の経済環境の悪化と消費不況というマーケット変化が急激に百貨店業界に押し寄せ、09 年 1 月末時点の全国百貨店売上高は 11 ヶ月連続で前年を下回るなど、小売を巡る状況はさらに不透明感を増しております。またそれに加え、2011 年には大阪百貨店戦争ともよばれる、キタとミナミにおける百貨店各社の新設・増床計画を前に、心齋橋地区の商業集積地域としての相対的地位の低下は必至で、店舗をとりまくマーケット環境も今まで以上に厳しさを増すものと予想され、今後心齋橋本店の収益力はますます厳しくなることが考えられます。

このような想定を遥かに超えるマーケットの激変に対応すべく、社内外の多大なる協力をいただきながら、継続営業を前提にあらゆる努力を続けて参りました。しかし、現在の未曾有の経済不況下では営業が好転する兆しは一向に見えず、それを踏まえ、心齋橋本店の今後について慎重に慎重を重ねた議論を行なってまいりました。結果、店舗としての再生をはかりうる可能性を見出すことができないとの判断のもと、地域のお客さまには誠に申し訳なく、まさに断腸の思いではありますが、心齋橋本店の営業終了を決断するに至りました。

#### [営業終了の理由]

##### ①収益性悪化からの脱却

- ・マーケット変化等に伴う収益性の悪化を早期に解消し、損失を最小化する事が不可欠

##### ②戦略的資金の捻出

- ・売却により得た資金を、より収益力の高い案件への戦略的投資に転化し利益創出

##### ③社員再配置による企業収益力の向上

- ・再開店にあたり全国から優秀な社員を配置した経緯より、当該社員を成長性の高い他店舗へ再配置することでグループ全体の収益力向上に大きく寄与

その後、心齋橋本店について社内でも激論が交わされましたが、最終的には店舗に隣接し同一業態でもある大丸さまへ譲渡することがエリアの将来にとって最善であるとの判断をいたしました。それにより、キタとミナミに対抗しうる店舗規模を誇る巨艦百貨店が新たに心齋橋エリアに誕生するとともに、

地元商店街など多様な商業施設とも相まって、心齋橋の将来に繋がっていくものと考えております。

### 3) 3社合併による更なる成長戦略の構築

一方、ミレニアムリテイリンググループとしては、本年8月1日、株式会社ミレニアムリテイリング、株式会社そごうそして株式会社西武百貨店、以上3社の合併を予定しており、全国のそごう及び西武百貨店の店舗を一体運営することで、地域顧客の支持をいただき、なくてはならない店となるべく体制を整えます。国内2大商圏のひとつである関東地域については、グループ最大店舗かつ大改装を目前に控える池袋本店に経営資源を集中させるとともに、もう一方の関西地域では、地域最大収益店舗である神戸店を核に、エリア内の複数店舗をネットワークする「商勢圏戦略」により、文字通り「そごう・西武」が一体となり価値向上を図ってまいります。今後は、神戸店が関西エリアにおける基幹店としてリーダーシップを発揮しながら、エリア内店舗の経営インフラの共有と営業力の強化を行い、今まで以上に関西地域のお客さまのニーズやマーケット変化に柔軟かつ迅速に対応し、その地域になくてはならない店を目指します。

これまで、ご愛顧・ご支援を賜りましたお客さま、地域の皆さま、お取引さま及びその関係者の皆さまに改めて心からの感謝を申し上げますとともに、営業終了まで誠心誠意を尽くして取り組んでまいります。

以上