

西武有楽町店の営業終了について

本日、そごう・西武の取締役会にて、2010年12月25日をもって、西武有楽町店の営業を終了する事を決定いたしました。地域の皆さま、お取引先さまなど関係者の皆さま、そしてなによりご来店いただく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) 流通業の既成概念を超え、新しい時代をリードした西武有楽町店

従来型百貨店業からの転換を目指し、情報発信型百貨店としての先鞭をつける

- ・西武有楽町店は、1984年10月、従来型のモノ陳列のみの百貨店を脱し、全館が都市生活者の要求から生まれた創造性に富む商品とシステムで作上げられた新しい商業空間としてオープンいたしました。オープン後は、銀座地区までもの活性化にまでつながったことで「マリオン現象」という言葉が生まれるほどのブームを起し、情報発信型百貨店の先鞭をつける存在になりました。

百貨を離れ、ファッションに特化した専門大店の誕生

- ・オープンから10年以上が経過し、情報発信とショールーム基地としての役割が終了したことを踏まえ、1995年3月、働く女性のトータルなライフスタイルニーズに対応する「ファッション専門大店」としてリニューアルオープンいたしました。丸の内界隈のOL・キャリア層を重点ターゲットに据え、衣・雑・食の総領域を扱う従来までの“百貨”店ではなく、食品領域も扱わない、ファッション領域に特化した“ファッション専門”大店として、新しい百貨店の姿を提示いたしました。加えて、後に当社の最大の武器となるメンバーズカード「クラブ・オン」を他社に先駆けて導入し、OL・キャリアのためのファッションに特化したメンバーズストアとして、社内外において、新しい百貨店の姿を大きくアピールいたしました。

日本初のビューティー&ヘルスケア業態を軸とする“美”の総合専門業態完成

- ・国内で最も変化を極める銀座・有楽町エリアでの存在価値を高めるために、これまで有楽町店が培ってきた顧客ニーズに対応した業態開発への取り組みの集大成として、2006年9月、再度リニューアルを実施いたしました。このリニューアルでは、現代の働く女性のライフスタイルに呼応した“美”の総合専門業態を確立させ、本格的なコト発想での新たな業態として、多くの話題を獲得するに至りました。

2) 話題性の獲得は導くも、営業成果は薄く、安定的な黒字化体質には至らず

上記のように、有楽町店は、1984年の開店以来、新しい提案をし続ける店舗として、数回に及びリニューアルに取り組み、業界内外での話題を獲得し続けてまいりました。しかしながら、その話題性に比して、リニューアルに伴う営業成果は薄く、売上高は、07年度に若干回復はしたものの、安定的な利益創出に向けた構造変化には至りませんでした。直近における営業利益は、赤字が継続し、経費構造の課題もあり黒字化の見通しは極めて難易度の高いものとなっております。直近では、2008年秋以降の未曾有の経済環境の悪化も重なり、2009年度の売上高は、前年の約85%、ピーク時の約半分の見込みとなります。

3) 利益拡大へ向け、最大限の施策を講じる

一方、リニューアルや大型投資だけに頼ることなく、全社員が一丸となった仕事の仕方の改革に取り組み、課題である利益拡大へ向け、最大限の施策を講じてまいりました。丸井オープン後の翌月2007年11月には、来街者増を店内に吸引し固定客化を目指した取組を強化、又、ファッション感度の高いお客様には、プレ期の取組強化へ向けた先行予約会を増幅し、2009年秋には、開店25周年記念の節目を活用し、売上強化へ向

けた施策を行いました。加えて、商品課題の解決に向けても、様々な営業投資を実施し、商品課題の修正を行ってまいりました。

4) 施策を講じるも営業力は回復せず、万策尽き営業終了を決断

このように利益拡大にむけた様々な施策を講じるも、近年続く、厳しい消費環境は変わらず、依然として百貨店業態の不透明感は今後も予測されています。私どもは、このような状況下において、営業継続を大前提に、数度にわたり、店舗の経営構造を踏まえ慎重に議論を行ってまいりました。しかしながら、その結果今後安定的に黒字化をはかりうる可能性を見い出すことができないとの判断に至り、誠に断腸の思いではありますが、以下の視点を踏まえ営業終了の決断をいたしました。

更なる赤字拡大は必至

直近の営業利益は、赤字が継続し、営業を継続した場合、消費環境の悪化と併せて、確実に赤字の拡大が予測されます。全社がマイナス成長の中、有楽町店をこのまま継続すると企業価値の維持・向上は勿論のこと、会社の存続にも影響を及ぼす可能性があります。

四半世紀に渡る情報発信拠点としての役割は果たす

1984年のオープンから、いち早く業界をリードしてきた数々の取り組み（クラブ・オンの業界初導入、ザ・マーケットやU-251に代表されるPB商品開発等）は、当時の西武百貨店全店に、そしてそごう各店へ受け継がれてまいりました。そして、オープンから四半世紀にあたる25年が経過し、エリア特性・お客様のライフスタイルの変化等を鑑み、同時に2010年に池袋本店の構造改善が完成するこのタイミングをもって有楽町店の役割は果たしたと判断いたしました。

5) グループとしての今後の取組

今回の営業終了に至ったことは、痛恨の極みであり大変申し訳ない限りでございます。この有楽町店でチャレンジしてきたことを無駄にすることなく、当社の今後の将来を見据えた大きな転換として位置付けてまいりたいと考えております。加えて、本年は、西武百貨店創業の地であり、当社の最大の収益店舗である池袋本店の構造改善が完成いたします。池袋本店の構造改善では、ただ単に売場を改装するのではなく、これまでの仕事の仕方から脱却し、多様なお客様のライフスタイルに対応した新たな業態に転換するとともに、それを支える社員ひとり一人の専門度を高めてまいります。更に、新しい価値を創造する意味では、セブン&アイ HLDGS. という他の百貨店にはないグループ資産を活用できる大きな武器があります。とりわけ食品領域や商品調達・専門店業態の導入・人材面の連携等、グループシナジーの更なる連動強化を図ってまいります。加えて、この厳しい時を乗り越える為に、現場主義にもとづいたコストの抜本的改善とともに、専門人材の育成、若手・女性の登用、更なる教育の強化と充実をはかってまいりたいと思います。

今回の西武有楽町店の営業終了が、大きな痛みを背負って終わるのではなく、有楽町店で挑戦し培ってきたノウハウは、今後も各店舗で必ず活かされてまいります。西武池袋本店をはじめとする基幹店を軸に資源を集中的に投下し、セブン&アイグループの百貨店業態としての役割を果たし、企業価値の向上に向け、全員が一丸となって邁進してまいります。

お客さま・地域の皆さま・お取引さま及び関係者の皆さまにおかれましては、これまで賜りましたご愛顧・ご支援に対し、改めて心からの感謝を申し上げます。また営業終了まで最後のご奉仕として誠心誠意を尽くして取り組んでまいりたいと存じます。

以上

「西武有楽町店」店舗概要

所在地： 東京都千代田区有楽町 2 - 5 - 1

店 長： 野上 秀子

売場面積： 15,700 m²

ファッション館： 11,400 m² (地下 1 階～ 8 階)

ビューティー館： 4,300 m² (地下 2 階～ 4 階)

従業員数： 150 名 (社員 59 名、パートナー 91 名) *09 年 12 月末

売上高： 16,191 百万円 (前比 91.5%) *08 年度

沿 革： 84 年 10 月 開店

95 年 3 月 ファッション専門大店としてリニューアル

98 年 9 月 ファッション館 (旧 A 館) 2 階一部増床

06 年 9 月 ビューティーとヘルスケアの総合専門業態としてリニューアル