



Robinson's

株式会社  
そごう・西武

## サイズでお困りのシニアミセスに向けて そごう・西武「小さいサイズ婦人服」を大幅拡大

ヤングを中心にした体格の向上により、売れ筋を追及する業界全体では扱いが縮小傾向にあるSサイズの売場と商品。当社でも現状は、大きなサイズと比較して小さなサイズの展開は1/5程度と小規模にとどまっています。こうした影響で、シニアに多い身長150センチ前後のお客様にとっては、品揃えが不十分となり、多くのご不満の声を頂戴していました。体格に合ったきれいなコーディネートが欲しいのに、「サイズがないのでキッズサイズ売場で購入している」「ルーズフィットなカジュアルウェアで我慢している」こうしたお悩みに応えるべく、業界の流れに逆らって、そごう・西武ではこの秋小さいサイズの扱いを大幅に拡大し、13年度には小さいサイズ売上を11年度比で250%にまで伸ばしたいと考えます。

### <スケジュール>

- 2012年秋(8月 下旬以降)、西武池袋本店、渋谷店、そごう横浜店など11店舗で増床および売場新設
- 13年上期中にさらに11店舗の増床を実施
- 13年度中には基幹店6店舗の小さいサイズ売場を現状の約2倍の230㎡~300㎡に拡大

### <品揃え>

現状の10ブランドから32ブランドに拡大(大型店)。アイテム数も現状の約3倍に拡大いたします。従来より展開のあったミセスベーシックウェアに加えて、自主開発商品、取引先との共同開発商品、コンテンポラリーブランド、雑貨まで含めてバラエティ豊かになり、お客様の幅広いテイストに対応できる品揃えとなります。

### <ソリューションこそが存在意義>

現在百貨店業界で扱う婦人服ブランドのうち、大きいサイズを扱うブランドは100を超えるのに対し、小さいサイズブランドは20ほど。さらに、レギュラーサイズのお客様からも需要のある7号サイズは作っていても、5号以下は色数や生産数を絞る例も多くなっています。当社はこうした流れに反してお客様のお悩みに応えることが百貨店の存在意義であり、ご支持をいただける施策になり得るという観点から、今回の取り組みに至っています。



### <百貨店ならではのコンサルティングを強化>

今回小さいサイズを拡充するにあたって、対象の全店で専任の自社社員およびパート社員の配置を必須とし、サイズでお悩みのお客様にとって大切な、フィッティングを強化してまいります。また、売場には可能な限り小柄な体格の販売員を配置。販売員の試着販売を通してリアルな着用感を目にさせていただけるほか、実際に着用してみた際の着心地などお客様に近い目線での意見をご参考させていただくことを目指します。