

――社長を務める中核 だ売上高は上期の2・1
企業の大丸松坂屋百貨店 %増に対し、下期は0・
の営業利益は、2016 3%減と減速した。訪日
年2月期に前の期比30% 客消費の伸びの鈍化に加
増と好調でした。
「富裕層や訪日外国人 が落ち込んだ。中間所得
向けの販売が伸びた。た 層は増税の影響が尾を引

消費を読む

主要小売り大手は2017年2月期に増収増
益を見込むが、逆風も吹き始めている。賃金伸
び悩みで消費者の節約志向が強まり、訪日外国
人消費が円高で減速する懸念もある。経営環境
をどうみているのか聞いた。

――顧客の消費行動に の流れが弱まり、自由に
変化はありますか。
「昨年12月、2千店達 期待が薄れているのだろ
成セールで割安な商品を う。ただし安ければいい
並べたら例年にない来店 わけではなく、高めの商
品でも品質と比べて割安 品でも品質と比べて割安
になっていた。賃金上昇 感があれば売れる」

訪日客消費の伸び続く



Jフロント・好本達也取締役

きる。ファストファッションに反省すべき点だ。アパ
ヨンが台頭する中、同じ レル企業と一緒になっ
ような品ぞろえで対抗 して、短期の流行に左右さ

しまむら・野中正人社長

加速しています。
「価格が高めの高機能 今年は、16万本を販売し
商品の売れ行きがいい。 た昨年を大きく上回る87

高品質なら単価上げ可能



――3月の既存店売上 汗を吸収 蒸発しやすく、
高は前年同月比11・8% 紫外線も防止する『素肌
増と、2016年2月期 涼やかデニム&パンツ』
の4・7%増から伸びが は、当社で最高価格帯の

「前期から店頭在庫の 管理を月次から週次に変
え、2016年2月期 えたのも単価上昇につな

れない独自商品を増や
す。スピード感をもって
立て直したい」
――増収が見込みにく
い中、コスト削減をどう
進めますか。
「婦人服は百貨店の看
板ではあるが、売り場面
積はやや過剰だった。縮
小して専門店を誘致す
る。賃料収入を安定的に
稼げ、販売費・一般管理

がっている。毎週の売れ
行きをみて発注量を調整
し、季節商品売りきれ
ずに値引きする例が減っ
た。1品単価は前期で8
86円と3年前より約1
00円高い。900円台
半ばまでは上げられる」
――低価格という強み
が薄れませんか。
「しまむらの特徴であ
る衝撃的な安さの商品も
高益となる見通しです。

「訪日客向けの売上高
は2・2倍に膨らんだ前
期のような勢いはない
が、今期も10%近くは伸
びるとみている。購入対
象は時計や宝飾品など高
額商品に代わり、化粧品
が中心になっている。富
裕層の消費も逆資産効果
で冷え込んでいるとい
うほどではない」
（聞き手は湯浅兼輔）

「単価上昇が寄与し、
しまむら単独の売上高総
利益率は32・4%と前期
から0・9%高まる。最
高益だった13年2月期以
来の高さとなる。既存店
売上高は1・7%増の想
定だが、序盤は大きく上
回っている。売り場改革
はまだ途上で、販売を伸
ばす余地はある」
（聞き手は山本紗世）