



## 慶應義塾大学ビジネス・スクール

# 株式会社山田屋

## — ライフスタイル顧客分析 —

昭和61年4月のある日、慶應義塾大学ビジネス・スクールの日吉助教授は、株式会社山田屋の専務取締役小山田健一氏とともに、手元に届けられた「地方百貨店におけるリーダー戦略」という論文を前にして、同社天神本店の店舗戦略の展開について考えていた。この論文は、同社が慶應義塾大学大学院経営管理研究科に派遣している若手社員が作成したものであり、福岡天神地区の商圈競争の分析と地域消費者のライフスタイル分析に基づいて、同社天神本店の店舗戦略を提案したものであった。日吉助教授はこの論文を読みながら、改めて同社天神本店の店舗戦略がどうあるべきなのか、あるいは、都市型百貨店の今後がどうあるべきなのかという点について検討を加えなければならなかった。

また、現実的に見ても、山田屋の売上高がここ何年かの間横這い傾向にあるなかで（付表1参照）同じ都市型百貨店の博多大広が健調な売上伸長を示していたし、さらに、西日本鉄道大牟田線福岡駅を中心とした天神地区再開発計画が噂されるなど、山田屋を取り巻く商業環境は今後激動期に突入することは必至であった。小山田氏もまた、このような環境変化の背景もあって、なおさら店舗戦略を明確に設定することの重要性を感じており、この論文をもう一度詳しく読み直そうと思っていた。

### 山田屋の沿革

株式会社山田屋（以下山田屋）は、我が国有数の地方百貨店の一つであり、昭和60年度の売上高は約643億円、純利益は約4億2千万円（同年度連結決算では、売上高が約

このケースは慶應義塾大学大学院経営管理研究科8期生川添教生が作成した修士論文「地方百貨店におけるリーダー戦略」を基にして、株式会社山田屋専務取締役小山田健一氏他多くの方々の協力を得て同校助教授和田充夫が教材として作成したものであり経営管理上の巧拙を例示するものではない。なお、このケースに示された数字や事実は上記論文に基づいているが、一部教育目的に従って脚色されている。従って、このケースの記述に関する一切の責任はケース作成者にある。（昭和62年7月）