

# 宮崎山形屋再生2年

## 資産売却進展 売り場明暗

山形屋グループ(本社・鹿児島市の「事業再生ADR」が成立して28日で2年が経過した。宮崎山形屋(宮崎市、畑中英俊社長)の2026年2月期決算は売上高、営業利益いずれも前期比減。不動産売却は計画通り進んだが、売り場で明暗が分かれるなど課題が残った。同社は計画3期目を「正念場」と位置付け、テナント誘致に力を注ぐ。

計画2期目。不動産売却を販売していた前の売り場では、同市橋通東4丁場と比較して約2・2倍目の「インテリア館」をとなり、予想を上回った。2月に売却。ギフトショ本館5階の寝具売り場は2店舗(西都、大も好調。昨年11月、新館塚台)を閉鎖し、自社物件の西都は売却した。いる動線になるようレイアウトを変更。販売メーカーは4社から3社に減ら計画に近かった(畑中社長)という。コスト削減は人員整理を行わず組織をスリム化して人手を捻出、繁忙期の部署や売り場を支援する「応援部隊」で対応している。

明るい材料としては、地階に昨年2月にオープンした2店舗。菓子、パン作りの材料や器具を扱う「富澤商店」と個人的な食料品をそろえる「北野エース」が入る売り場の売上高は、食料品など

### 正念場の3期目 テナント誘致に力



宮崎山形屋本館5階の寝具売り場。来館者の動線に合うようにレイアウトを変更、売り上げは好調だ(加藤寛章撮影)

となつている。買い控えの影響はギフトにも及び、購入単価を下げた点数を減らしたりする傾向もあるという。物販だけでは収益向上に限界があるとし、5年間の事業計画(2024年3月〜29年2月期)の3年目はテナント料確保を旨指し大規模リノベーション(空きスペースへのテナント誘致)を年度内に進めたい考え。畑中社長は「宮崎のマーケットを踏まえると誘致は簡単ではないが、幅広く声をかけている」と明かす。また、3期目から外商組織を鹿児島本社と一体化。外商アプリの活用や顧客管理システムの導入によるコンサルティングセールスを強化し、本社

と一体化することでこれまで宮崎では提案できなかった商品を新たに提案していく方針だ。郊外への大型商業施設進出やネット販売などが逆風となり、百貨店は地方を中心に苦境。東京商工リサーチによると、百貨店が1店舗もないのは4県で、1店舗しかないのは本県を含む16県に上る。

同社宮崎支店の岩崎浩資朗氏は「地方百貨店はビジネスモデルの転換を迫られているが、老舗の強みである『信頼とブランド力』『上質な接客』『外商ネットワーク』は色あせない。宮崎山形屋は消費の受け皿にとどまらず回遊性や地域文化を支える核であり、市街地活性化のためには不可欠」と動向を注視する。

マーケティングに詳しい宮崎公立大の西村勇特任教授は「資産の売却が一巡した後は商品力や企画力が問われる。『山形屋で買いたい』と思うモノやコトの新しい発信を県民は期待している。商店街や宿泊施設等とも連携して、市街地に1年52週、彩りを与えてほしい」と話している。

(伊佐賢太郎)