

Loft

LOFT在日本有117家实体店铺（截至2019年3月底），是日本著名的生活杂货专卖店。LOFT1987年诞生于西武百货店涩谷店别馆。当时日本已开始发展独特、新型的生活杂货专卖店，为了超越以往陈列着书包和儿童文具的单调的杂货卖场，从早到晚穿梭在各大店铺之间进行观察，思考着要建立什么样的店铺理念。经过深思熟虑我们认为，它不能是一个以功能和用途为卖点、偏重于品种是否齐全的传统概念的卖场，而应该是传播时代潮流、注重商品推广的编辑型卖场。它不仅仅是顾客带着明确目的进行购买的普通卖场，还是一个即使是漫无目的也能发现惊喜，发现感动的体验式沉浸型卖场。而由此产生的企业理念就是“时间之器”。LOFT一直对时代的需求、氛围感和趋势等进行调整，不断为生活提出建议，让即使没有购买目的的顾客来到店里也会带着“肯定会有新发现”的期待，LOFT一直以来都致力于建立一个能满足这种期待，使顾客享受商品和服务的店铺。开业当时的LOFT真是令人兴奋！许多顾客光临店里并给予了好评。随后，继涩谷LOFT之后，在梅田、池袋开设了个性化的大型商店，树立了品牌形象，并于1996年成立了株式会社LOFT。

LOFT希望能成为不忘创业精神，通过引进新的杂货商品，不断提出新生活方式的公司。整理了迄今为止的经营成果和课题，目前正在制定“LoFtWAY”和“LoFtNEXT”战略计划。“LoFtWAY”是指“彻底贯彻LOFT风格的工作方法”。将提供为顾客的生活增添乐趣和解决烦恼的商品和服务，用商品的重组和展示来为新生活方式提案。增加只有在LOFT才能遇到的“物”和“事”，并通过LOFT的APP和SNS与顾客建立连结，为光临本店的顾客提供令人心情舒畅的服务，这样的流程自LOFT建立以来一直在全体员工中彻底贯彻执行。

而“LoFtNEXT”则是一项顺应时代变化和未来的新举措。在“利用LOFT品牌的公司业务”、“与纽约现代艺术博物馆（MoMA）合作开设路面店和在LOFT店铺内开店”以及电子商务业务领域，正在强化并积极发

展“ LOFT应用程序，它拥有重视LOFT式商品选择和编辑提案的网店和独特服务，是与顾客沟通的核心”。并且在业态开发中还积极致力于“开设新的小型专卖店（例如：Cosme LOFT）”和“开设海外分店”等。

本文链接：<https://dqcm.net/wenan/loft-373894.html>