

2013年3月1日(金) オープン

高島屋大阪店 春の改装について

高島屋大阪店は、2011年3月に3期にわたる増床リニューアルが完成し、全館グランドオープンいたしました。おかげさまで、増床第1期オープン(2010年3月)以降、売上・入店客数とも着実に伸長しております。

一方で、昨年の「阪急うめだ本店」のグランドオープンに続き、本年も「グランフロント大阪」「あべのハルカス」など新しい商業施設の誕生により、大阪地区全体が活気づく反面、更なる競争激化が予想されます。

さて、高島屋大阪店は、このたび隣接する南海会館ビル建替え計画に伴い、大阪店西ゾーンの一部賃借エリアを南海電鉄株式会社に返却することとなりました。この機会を好機と捉え、MD、フロア・ゾーン構成をお客様目線で再度見直し、改善・改良することで店舗の更なる魅力向上を図ってまいります。

これからも『より高島屋らしく、より百貨店らしく』常に時代に対応した新しい商品・サービス・環境を提案することで、地域で最も信頼され、愛され、親しみやすい百貨店を目指してまいります。



5階 「F's Closet」 イメージパース

目的

- 1:戦略ターゲット(25~44歳女性)の支持拡大に向けたMD強化と再構築
- 2:見やすく買いやすいフロア・ゾーンリレーションづくり

リニューアルフロア (地下1・3・5・7階)

[新設]

- ・F's Closet (エフズクローゼット)

5階中央ゾーン

[再構築]

- ・Kawaii Stage (カワイイステージ)
- ・スポーツ・ゴルフ・旅行用品売場
- ・文房具売場&書籍

5階東ゾーン → 3階中央ゾーン

地下1階西ゾーン → 5階東ゾーン

7階中央ゾーン → 地下1階西ゾーン

[その他]

- ・催会場 ※4/3(水)オープン
- ・インテリアステーション How's

7階西ゾーン → 7階中央ゾーン

7階中央ゾーン(移設なしで拡大展開)

売場面積 78,000㎡ → 73,700㎡ (▲4,300㎡) ※婦人服▲11%、紳士服▲5%、その他(事務所・倉庫等)▲27%

リニューアル面積 トータル:7,000㎡

フロア紹介

<婦人服>

I: 「F's Closet」 (心地いいおしゃれと暮らしを楽しむフロア)誕生 12ブランド (5階)

生活とおしゃれを楽しむ女性をターゲットとした新ゾーン「F's Closet(エフズクローゼット)」が、5階に誕生いたします。ナチュラルテイストのカジュアルウェアブランドの新規導入と再集積、心地よい暮らしを実現する生活雑貨ブランドを新規導入いたします。またイベントスペースでは、定期的なコトイベントを実施するなど、衣服+生活雑貨+コト+カフェまでをトータルに提案する新ゾーンです。

※F's = 「Fashion・ファッション」、「Free・フリー」、「Fun・ファン」、「Favorite・フェイバリット」の頭文字

[新規ブランド4]

- ① **マディファブリカ (生活雑貨) ☆関西初出店** 美しい食卓・本当に気持ちよい生活を求めている全ての人たちのために提案するハウスウェアショップ「Madu」が提案するファブリック専門店。
(商品例 エプロン:4,700円、テーブルクロス:6,900円)
- ② **エブリデイバイコレックス (生活雑貨)** 北欧デザイン雑貨、世界中のハンドメイド雑貨、ヴィンテージファブリックなどを扱う、「コレックス」の新感覚スタイル提案ショップ。(商品例 ポット 2,800円、マグカップ:1,600円)
- ③ **マリン フランセーズ (衣服) ☆百貨店初出店** フレンチ、トラッド、ワークをベースとしたマリンテイストの服。きちんと感、こなれ感のある洗練された上質なカジュアルを提案。
(商品例 ブラウス:12,000円、Tシャツ:5,900円)
- ④ **ネストローブ (衣服)** 自然素材、着心地にこだわったシンプルなデザインの服やデイリーユースな小物を心地よい空間で提案。(商品例 ブラウス:14,000円、ワンピース:20,000円)



<マディファブリカ>



<エブリデイバイコレックス>



<ネストローブ>

II: 「Kawaii Stage」 新生ヤングゾーン 誕生 12ブランド (3階)

ヤング・キャリアのリレーション強化と新規顧客獲得を図るため、5階の「ヤングマーケット gokai」でお客様支持の高いブランドの集約と、従来の百貨店において展開の少なかったセレクトショップを新規導入した新生ヤングゾーン「Kawaii Stage(カワイイステージ)」が、3階に誕生。隣接する「キャリアクローゼット」と併せて、20~30歳代女性のショッピングの利便性を高めます。

[新規ブランド4]

- ① **アーバンリサーチ ROSSO(セレクトショップ)** 大阪発の「アーバンリサーチ」から派生したハイファッションレベル。カジュアルな中に艶やかさとエレガントさを併せ持った感度の高いファッションスタイルを提案。
(商品例 ワンピース:14,000円、スカート:13,000円)
- ② **クレオパトラ アイ(セレクトショップ) ☆百貨店初出店** 変化し続ける流行の最先端へ、ネームバリューに流されない独自のセレクトと国境や時代を飛び越えた個性的なミックスコーディネート提案するショップ。
(商品例 ニット:12,000円、パンツ:11,000円)
- ③ **クーシオ** 近未来的なイメージを取り入れた neo mode style をトータルコーディネートで提案。デザイン性の高いアイテムで魅せる独自の世界観が魅力。(商品例 ワンピース:13,000円、パンツ:9,500円)
- ④ **カラー クルーン ア ソング(セレクトショップ)** 年齢を問わず自由な感性を持つ人々に向け「新しいモード&カジュアル」を提案するセレクトショップ。(商品例 ワンピース:13,000円、パンツ:11,000円)



<アーバンリサーチ ROSSO >



<クレオパトラ アイ>



<クーシオ>



<カラー クルーン ア ソング>

<スポーツ・ゴルフ・旅行用品>

I:スポーツ売場を拡大&充実 面積1.5倍

お客様の美や健康へのニーズが高まる中で、スポーツや趣味をおしゃれに楽しむライフスタイルを提案いたします。アウトドアゾーンの新規ブランドの導入、スポーツグッズ・スポーツギアの自主編集コーナーに加えて、「スポーツを始める楽しさ」を提案する情報発信スポットを新設いたします。また、隣接する婦人服とのリレーションを意識し、レディースの品揃えを拡充いたします。

[拡充ポイント]

① アウトドアゾーンを、2ブランド新規導入し計4ブランド

ファッション性の高い「AIGLE」、リーズナブルな品揃えも豊富な「Columbia」を新規ブランドとして導入。(商品例 〈レディス〉ジャケット:13,000円 パンツ:9,200円 〈メンズ〉ジャケット:12,000円 カットソー 3,500円 パンツ:9,500円)

② ウェア中心だった品揃えに加え、グッズの集積売場を新設

初心者が一からスタートできるよう、フィットネスグッズ、ノルディックウォーキングポールやスポーツウォッチなどウェア以外の周辺商品を強化。(商品例 ノルディックウォーキングポール:9,500円)

③ 情報発信スポット「スポーツステーション NAMBA」を新設

大阪地区のスポーツイベントや近隣のウォーキングコースのご案内など、スポーツ全般に関するご相談を承ります。また、健康づくりのサポートとして、コンミススポーツと連携したイベントの定期的な開催やコミュニティづくりのサポートとして、顧客参加型のトレッキング・ウォーキングツアーも開催いたします。



〈コロンビア〉

II:ゴルフ売場のコンサルティング機能強化&レディスゴルフウェアの強化

ゴルフ用品販売技術者など専門販売員が常駐し、試打室を使用した専門性の高いご相談にも対応いたします。また、30~40歳代女性のニーズの高いウェアブランド「ピッコネクラブ」「アルチビオ」を新規導入いたします。

III:旅行用品売場を2倍に拡大

コト消費の拡大やリタイア世代の旅行需要の高まりから、旅行用品に対するニーズは高まっています。面積を2倍に拡大展開し、商品バリエーションの拡大、幅広い価格帯の品揃えを実現いたしました。また、スポーツ、婦人服と同フロアにて展開することで、次世代顧客である25~44歳女性の取り込みも目指します。

<文具・書籍>

地下鉄・南海電車の難波駅への公共通路に面し、通勤通学のサラリーマン・OL・学生にとって利便性の高い場所である地下1階西ゾーンに、百貨店が扱う「大人の上質ステーションアリー」の売場を気軽なコンビニ感覚で設けます。

I:高級筆記具の品揃え強化 「シェーファー」日本初のインショップ展開

「シェーファー」の日本初のインショップ展開、「ウォーターマン」の拡大展開をはじめ、高級筆記具の品揃えを強化します。特に、「シェーファー」は、米歴代大統領も愛用する老舗ブランドでありながら、フェラーリとコラボレートしたデザインを取り入れるなど若者にも注目のブランドです。(商品例:「シェーファー」フェラーリボールペン 2,500円)

II:紙製品の強化 「モレスキンアトリエ」 ☆関西初登場

画家のゴッホやピカソ、小説家のヘミングウェイなどに愛された、伝説的な黒いノートブックを現代によみがえらせる「モレスキン」。関西初の「モレスキンアトリエ」では、定番のノートブックやダイアリーなどのペーパーコレクションはもちろん、モレスキンのアイデンティティを受け継いだライティングコレクション、バッグなどのトラベリングコレクションまで、ほぼ全てのコレクションが揃います。(商品例:クラシックノートブック ポケット 1,800円)

III:カジュアル和雑貨の拡充

木版こもの「竹笹堂」(京都)、和紙こもの「榛原」(東京日本橋)を新規導入し、伝統に裏打ちされた上質な和の魅力を気軽に楽しめるブックカバー、しおりなどの雑貨も充実いたします。(商品例:「竹笹堂」ブックカバー1,000円)

IV:ステーションアリーと親和性の高い書籍売場も移設

フロアリレーション強化のために、文房具と買い回り率の高い書籍売場を同様に地下1階西ゾーンに移設いたします。



〈シェーファー〉



〈モレスキンアトリエ〉



〈竹笹堂〉

<その他>

I:新たな住環境ビジネスへの取組み ☆新規ビジネスモデル

お客様からの快適な住まい環境ニーズが高まる中、7階中央ゾーン「インテリアステーション How's」コーナーを拡大リニューアルいたします。従来からのリフォームサービスの充実に加え、戸建て住宅メーカー3社と協業し、新築住宅にまつわるご相談コーナーを新設するなど、住まいに関するニーズにトータルにお応えできる体制を強化してまいります。



「インテリアステーション How's」イメージパース

II:催会場及びグランドホールの規模感を維持

物産展をはじめとした催事を週単位で年間約50本を開催する催会場は、百貨店の強みでもあり、全館の集客を高める役割を担っています。また、文化芸術の展覧会を年間通じて多数開催するグランドホールについても、催会場とともに生活文化を提案する百貨店の重要な役割を果たす機能です。

今回の改装では、催会場・グランドホールともに改装前と同じ規模感を保ち、ショッピングの楽しさに加えエンターテインメント性の提供や文化性の発信に継続して取り組んでまいります。

III:売場特性に応じた喫茶スペースの配置

各ゾーンのMDと合致したテイストの喫茶スペースをゾーン内に配置することで、お買い物だけでなく、休憩もお楽しみ頂ける様に配慮いたしました。



「カフェ トリエステーノ」イメージパース

カフェ トリエステーノ ☆百貨店初登場

5階スポーツ・ゴルフ売場に隣接し、かつスイスホテル南海大阪駐車場入口に面する場所に、本格的なエスプレッソがカジュアルに楽しめるイタリアンテイストのカフェが誕生します。出入口に面した場所なので短時間でメニューが提供できること、スポーツ・ゴルフ売場で買い物をする多くの男性に本格的なエスプレッソを楽しんで頂けるよう、配慮いたしました。

[メニュー]

ドリンク……エスプレッソを中心にソフトドリンクなど

軽食……パニーニ、パンケーキなど

※テイクアウトも予定

IV:屋上の有効活用

館内スペースの充実を図ることに加え、屋上スペースの活性化も図ってまいります。

昨年秋より始めた夕刻からのイルミネーション装飾「スカイイルミネーション」は、お客様にも好評を博しています。

今後も、夏季限定のビアガーデン開催など更なる屋上の有効活用を検討し、館全体でのアミューズメント性を高めていきたいと考えております。

<フロア概要>

現状

9	なんばダイニングメゾン				返却ライン
8	なんばダイニングメゾン				
7	なんばダイニングメゾン	サ營	文房具・書籍・CD	催場	0ホール
6	子供・ベビー・玩具	リビング		呉服	美術
5	5gokai (ヤング)	ユアサイズ	メガネ宝飾品	メンズプレタ・ビジネス	
4	肌着	プレタ	アダルト	ミセス	メンズカジュアル
3	Cデザイナーズ	キャリア		メンズキャラクター	
2	特選ブティック	ハンドバッグ・婦人靴		紳士靴・旅行用品	喫茶
1	LV・化粧品	アクセサリ			
BI	生鮮・和洋菓子	惣菜	スポーツ・ゴルフ		
	東	中央	西		

改装後

9	なんばダイニングメゾン				返却ライン
8	なんばダイニングメゾン				
7	なんばダイニングメゾン	サ營	催場	特別室	0ホール
6	子供・ベビー・玩具	リビング		呉服	美術
5	スポーツ・ゴルフ旅行用品	喫茶	ユアサイズ	メガネ宝飾品	メンズプレタ・ビジネス
4	肌着	プレタ	アダルト	ミセス	メンズカジュアル
3	Cデザイナーズ	キャリア		ヤング	メンズキャラクター
2	特選ブティック	ハンドバッグ・婦人靴		紳士靴・靴・雑貨	
1	LV・化粧品	アクセサリ			
BI	生鮮・和洋菓子	惣菜	文房具・書籍・CD		
	東	中央	西		