

# 高島屋大阪店 春の改装

## 2017年3月1日（水）オープン

※リュミカフェ 3月4日（土）オープン

高島屋大阪店は、2010年の増床改装オープン以降、変化し続けるお客様のニーズ・感性にお応えできる店を目指し、継続的な改装に取り組んでまいりました。その結果、競争が激化する中、7年連続で増収を見込んでおります。

今春はプレミアム世代に向けた婦人服ゾーン、こども用品売場、スポーツ売場を中心に、現在のお客様によりフィットする売場づくりやブランド導入を行い、店舗の一層の魅力アップを図ってまいります。

☆リニューアル面積・・・約 3,300 m<sup>2</sup>

### ◆主な改装売場

#### 1. プレミアエイジに向けた婦人服ゾーンの新設 〈マイコンフォート サロン〉

これまでアダルト・ミドル世代に向けて婦人服売場の特徴化を進めてまいりましたが、今回は高島屋大阪店の主力顧客層であるマチュア世代のプレミアエイジ(自分らしさを大切にする感性・感度の高い60歳以上のお客様)をターゲットに、新たな提案型の売場を立ちあげます。「美・食・コト」をテーマにカフェや癒しのサービスとファッションが融合したゾーンが誕生いたします。



#### 2. こども用品売場の再編集 〈ディアキッズスクエア〉

ママ・パパ世代の意識・感性が変わりつつある中、昨年9月にオープンした新生児衣料・育児用品・マタニティー用品ゾーンの再構築に引き続き、トドラー(3～6歳)・スクール(7～12歳)向けのこども用品売場を再編します。高島屋としての上質で感度ある品揃えで、トータルな「ライフスタイル提案」を展開いたします。



#### 3. ロードバイク売場の新設 〈シルベストサイクル〉

健康志向とコト消費への志向が高まる中、趣味としてツーリングを楽しむ方が増えていることから、ロードバイク売場を新設いたします。初心者向けのクロスバイクや、本格的なインポートのロードバイクをはじめ、パーツ、アクセサリーのほかカジュアルタイプから競技志向の方向けのサイクルウェアまで幅広く取り揃えております。



㈱高島屋 広報・IR室 Tel (06) 6631-5499 担当：稲川 080-2503-2359  
ご紹介の際は、高島屋大阪店 大阪府中央区難波 5-1-5 Tel (06) 6631-1101 (代)

## ◆主な改装の内容

### 1. プレミアエイジに向けた婦人服ゾーンの新設〈マイコンフォート サロン〉(約 342 m<sup>2</sup>) 5 階婦人服売場

高島屋大阪店の主力顧客層であるマチュア世代のプレミアエイジ(自分らしさを大切にする感性・感度の高い 60 歳以上のお客様)に向けた新たな提案型の売場を立ちあげます。お客様の関心事である「美・食・コト」をテーマにカフェや癒しのサービスとファッションが融合したゾーンが誕生いたします。



売場イメージ

#### ■ターゲット

- ・コアターゲットは 60 歳代
- ・子育てからも開放され、余暇時間は旅行や行楽に時間を費やしたり、同窓会やお集まりなどのプチハレのシーンには、おしゃれしてお出かけする。
- ・体型の変化を実感するも、ライフシーンに応じて自分らしいおしゃれを楽しみたい世代  
(「日常のランクアップ」「上質」「安心感」「若作りではない」「シーズンのトレンドを少し取り入れ」を意識)
- ・美や健康に対する意識が高く、外見だけでなく食事やスキンケアといった内的な部分から美を高めていく志向がある。

#### ■売場の構成・内容

美をテーマに、カフェでは「本物とヘルシーを追求したメニュー」、美容では「健康で美しい指先を追求したメニュー」をご用意し、「ファッション」だけでなく、「美容」、「食」、「コト」を 1 箇所ですべて自由にお楽しみいただけます。

##### ① ファッション

カジュアルテイストを中心に、「お出掛け」「通勤」「旅行」などのシーンで、お客様にとって自分らしいスタイルを提案することができる単品商材やブランドを取り揃えています。テーマや季節に応じ「ライフスタイル」や「ライフシーン」がイメージできる展開を行います。また売場フリースペースでは話題性の高い、または季節に応じた期間限定商品を取り扱います。

主要ブランド:パオデロ、ラ・エフ、トゥービーシック、クリスチャン・オジャール、エンスイート、シンプルライフ、ブラッパーズ

主要アイテム:ジャケット、コート、パンツ、スカート、Tシャツ、カットソー、ニット、デニム、雑貨

※お客様にストレスなく、自分にフィットするサイズを選んでいただくため、9 号～15 号までのフルサイズ展開を行います。



エンスイート

##### ② フード&デザート&ドリンク 「リュミカフェ」 ※3月4日(土)オープン

「ミシュランガイド」で 8 年連続星を獲得しているフレンチレストラン「リュミエール」の唐渡 泰シェフがプロデュースする新たなカフェがオープン、美と憩いのあるお買い物演出いたします。

野菜をケーキ状に焼きあげた温製サラダ ガトー仕立てや、野菜のピューレを使ったデザート、コーヒーも有機栽培珈琲豆をハンドドリップで淹れるなど「野菜の美食」のエスプリを盛りこんだメニューを取り揃えております。

また単品を一度にお楽しみいただけるワンプレートランチをご用意いたします。



カフェイメージ



“リュミカフェ”クリスタル遊園地(ワンプレートランチ)

1 日 20 食限定 1,890 円 (ドリンク付きはプラス 400 円)



唐渡 泰シェフ

### ③ ビューティー&ケア 「ハンドプラス バイ ネイルバー」

手は、年齢を重ねた女性が最も気にかける身体のパーツの一つです。そこでハンドケアを中心に行うサロンを新たに導入いたします。爪を整える、ささくれを取り除く、保湿をして手を包み込むなどお客様一人ひとりにあったお手入れをご提案し健康で美しい指先を追求したメニューを取り揃えております。



売場イメージ

#### 【メニュー 一例】

- ・カラーリング(トルエン・ホルムアルデヒドフリーの爪にやさしいマニキュア) <20分> 1,620円
- ・ハンドトリートメント(ゴマージュで汚れを取り除き、手首から指先までをトリートメント) <20分> 2,700円
- ・ネイルケア(爪の整えとお湯を使った甘皮のお手入れ) <30分> 3,240円
- ・シェラック(ジェルとマニキュアの良いところを合わせた新しいタイプのハイブリッドマニキュア) <20分> 4,320円

#### ■販売手法の特徴

- ・ファッションアイテムはテーマ性、シーズン性、オリジナリティ・ニュース性を軸に、ブランドの枠組みを越えた商品展開・販売手法にチャレンジしてまいります。
- ・「ファッション」を軸に「カフェ」「ハンドケア」を含めたクロスMDの販売を実施します。販売スタッフはハンドクリームを用いたサービスも行います。

## 2. こども用品売場の再編集〈ディアキッズスクエア〉(約111㎡) 6階

社会構造の変化を背景にママ・パパ世代の意識・感性が変わり、子育てでもよりおしゃれに、家族が一緒になって楽しむなど生活スタイルに変化が生まれています。こうした中、昨年9月にオープンした新生児衣料・育児用品・マタニティー用品ゾーンの再構築〈ハローベビーサロン〉に続き、トドラー(3~6歳)から小学校低学年向けの靴・雑貨・ランドセルなどこども用品売場を再編集、〈ディアキッズスクエア〉としてリニューアルオープンいたします。



売場イメージ

〈ハローベビーサロン〉からの顧客リレーションにより生涯のお客様づくりを目指します。

#### ■売場の特徴

これまではこども靴・雑貨・ランドセルといったアイテムを、商品群別、ブランド別に配置しておりましたが、入学準備、学校生活、放課後、休日などといった生活シーンや歳時記・オケージョンといった提案を意識してこども用品アイテムを再編集し、トータルな「ライフスタイル提案」をおこないます。百貨店ならではの品質なクオリティーと、子育ての「ファッション化」に対応する高感度な品揃えを強化いたします。

#### ■強化アイテム

3歳から小学校低学年までのおこさまの生活シーンを彩る雑貨アイテムを季節やオケージョンに合わせて拡縮し、ニーズに応える品揃えを実現いたします。

##### ・こども靴

カジュアルシューズ・サンダル・ブーツの品揃えを充実させ、フィッティングスペースも拡大いたします。

新規ブランド：レペット、トムス、メリッサなど

##### ・シーズンアイテム(レイングッズ、防寒雑貨など)

レイングッズの新規ブランド：ワンダーアパルトメントなど



レクリエイティブ

アグ

キーン



ワンダーアパルトメント



レディバグキッズ

- ・バッグ・身の回り雑貨(帽子や水着、マフラーなどシーズンアイテムやヘアアクセサリ)  
   バッグの新規ブランド: リバースプロダクツ、レディバッグキッズ、ジョリコムアンクルなど
- ・ランドセル

百貨店として顧客ニーズが高く、商戦が長期化していることから、一年を通し常設展開いたします。

※ 2017年3月1日時点の取り扱いブランドに変更がある場合がございます。

### 3. ロードバイク売場の新設〈シルベストサイクル〉(約100㎡) 5階スポーツウエア売場

ウェルビーイングという新しい価値観に基づいた購買行動の変化が見られる中、新しいスポーツカテゴリーとして「ロードバイク」ゾーンを新設し、ロードバイクの専門店「シルベストサイクル」ショップを導入いたします。

#### ■ターゲット

- ・自己投資を惜しまない40～50歳代(初心者～本格的なロード競技参加者)
- ・競技意識の高い20～30歳代



売場イメージ

#### ■品揃え

- ・ロードバイクを中心にカジュアルユースのクロスバイクまで展開(約35台)  
   主要ブランド: コルナゴ、スペシャライズド、ピナレロ  
   中心価格帯: 20万円～30万円
- ・ウエアは、サイクルウエアを中心に、カジュアル感のあるウエアまで幅広く展開。(約180点)  
   主要ブランド: カペルミュール、ステムデザイン、ピセイ、ビオレーサー  
   中心価格帯: 7千円～1万8千円
- ・ヘルメットやシューズ、ポンプ類などのアクセサリや、部品パーツ(ハンドル・ホイール・チューブ・サドルなど)もトータルの品揃えをいたします。



〈ピナレロ〉ドグマ F10  
127万4400円(税込)

#### ■サービス

##### ① フィットting

身長、手足の長さ、骨格などから最適なサイズのバイクを提案。関西ロードバイク業界において知名度の高い山崎 敏正氏(シルベストサイクル統括店長・元五輪代表)を招聘したフィッティングイベントや、〈スペシャライズド〉による有料フィッティングなど専門性の高いイベントも開催いたします。

##### ② カウンセリング

高級バイクは商談が長期に及ぶため、カウンターテーブル設置によりカウンセリング機能を充実させ、お客様が気軽に集え、ライド相談やツーリング報告ができる場所としても活用してまいります。お客様参加型のツーリングイベント開催によりコミュニティー強化を図ります。

#### ■シルベストサイクル(大阪市)とは

梅田・箕面・京都に3店舗を構え、ロードバイク実業団チームを保有している本格的なロードバイク専門店。販売スタッフは五輪選手や実業団経験者が多数在籍しており、お客様の骨格・体型などから最適なバイクを提案するフィッティングスキルを有し、専門的な修理を行うメカニックも充実。自転車をファッションの一部ではなく、スポーツと捉える競技志向のお客様を中心に、豊富なブランド数、ニーズにあった的確な商材提案力で、関西では絶大な信頼と評価を得ており、固定客も多い。