

## 松坂屋名古屋店 第3期改装

2016年4月21日(木)  
グランドオープン



マツザカヤ ジェンタ  
**Matsuzakaya GENTA** 誕生



大丸松坂屋百貨店

## 松坂屋名古屋店のめざす姿

# いつも新しさと笑顔にあふれ 上質な生活と文化を発信する進化型百貨店

2015年春から段階的に実施してきました第3期改装計画が、2016年4月21日（木）いよいよ完成し、グランドオープンを迎えます。

婦人ファッションやシニア向けコーナー「グッドエイジサロン」、ゴルフ&スポーツ、呉服・美術画廊、大型家電専門店導入に続き、最終段階として、北館1階から3階にメンズを中心とした大人のファッションフロア、本館6階にリビングフロアが誕生します。

北館は、従来のリビングを中心とした館から大幅に変革を遂げ、生まれ変わります。上質で高感度なものを求める大人に対応する館と位置づけ、新・北館「松坂屋 GENTA（マツザカヤ ジェンタ）」として、リスタートします。本館、南館についても今改装計画において設定した館それぞれのコンセプトに基づき、商品、サービスを展開してまいります。

この地、栄に開業し100余年。松坂屋名古屋店は長い歴史のなかで時代の変化に対応しながら、地域のお客様に多大な信用・信頼をいただき、今日まで成長してきました。現在もまた、栄でショッピングを楽しみたい幅広い世代に対し、時代にあった新しいライフスタイルを提案し、発見や驚き、感動を伴う買い物体験、本物のご満足を提供します。「いつも新しさと笑顔にあふれ、上質な生活と文化を発信する進化型百貨店」をめざしてまいります。

### 各館の コンセプト

本館：今日的で本格的百貨店のファッションと食、リビングを中心とする館  
南館：新たなマーケット・ターゲットに対応する館  
北館：上質、高感度なものを求める大人に対応する館

## 店づくりの方向性

### ①顧客層を拡大します

これまでご愛顧いただいているお客様を大切にしながら、「ライフスタイルのカジュアル化」「消費の二極化」に対応し、品揃え幅や価格帯の拡大に努めます。

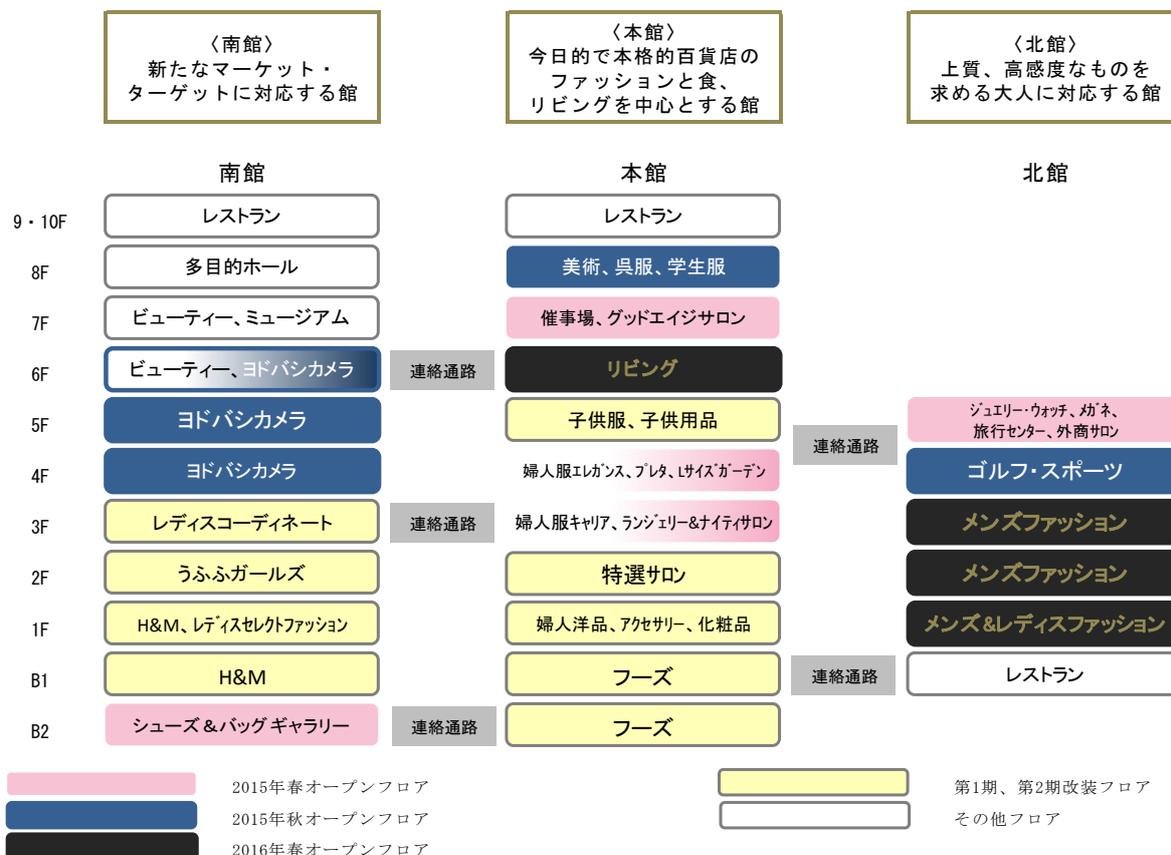
第3期改装においては、好奇心旺盛で消費に意欲的なこれからの時代のシニア「グッドエイジ」やこれまで百貨店をあまり利用することのなかった栄地区への来街者への対応に加え、本物にこだわり、人生を楽しんでいる大人、なかでも上質で洗練された消費を好むアラ40・アラ50に対し、よりプレステージ性が高く、スタイリッシュな品揃えを充実させることにより、顧客層の拡大を図ります。

### ②お買いものが楽しくなる売場へ。環境を改善します

3つの館（本館、南館、北館）それぞれのコンセプトに基づき、全売場面積86,758㎡の約29%に相当する約25,000㎡の売場を再編します。時代の流れとともに変化した消費者ニーズに対応し、各館に点在する売場の集約や、旬のスタイリングや新しいライフスタイルを提案するイベントスペースの設置など環境改善を進め、3館をフルに活用した店づくりを行います。お客様にとって買いものが楽しく、買いまわりしやすい空間に進化していきます。

<グランドオープン> 2016年4月21日(木)

<2016年4月 グランドオープン時のフロア構成>



<第3期改装計画 概要 (2015年3月~2016年春)>

改装面積	約 25,000 m <sup>2</sup> (全売場面積の約 29%)
投資額	約 33 億円
2015・2016 年度増収目標	約 88 億円

<第3期改装計画 (2016 年度春オープンフロア)>

改装面積	約 8,200 m <sup>2</sup>
投資額	約 17 億円
2016 年度増収目標	約 40 億円

## 2016 年春オープンのフロア（概要）

### 北館

メンズファッションを中心とした大人のための館に生まれ変わるこの機に、お客様に親しみを持って呼んでいただけるよう、北館を新名称「松坂屋 GENTA」（マツザカヤ ジェンタ）と名づけました。

#### ■松坂屋GENTA ロゴ



‘GENTA’は‘Gentleman（紳士）’と‘Adult（大人）’を掛け合わせた造語。1階から5階のフロア名称は、‘GENTA’の各文字でフロア毎のコンセプトを表現しました。

#### 松坂屋 GENTA フロア構成

新・北館「松坂屋 GENTA」では、本物を知る男性とそのパートナーのために、ライフスタイルをより一層、豊かに華やかに演出するメンズおよびレディースのファッションアイテムを、これまでにはないスケールで取り揃えます。北館コンセプト「上質で高感度なものを求める大人のための館」を体現していきます。

1階から3階にはご自身の着こなしを大切にする大人を、より一層魅力的に演出するメンズを中心とした「大人のファッション」、4階は国内トップクラスの品揃えのゴルフウェアを誇る「ゴルフ&スポーツ」、5階はハイクラスな着こなしにふさわしい「ジュエリー・ウォッチ」等を取り扱います。

3月2日（水）を皮切りに順次オープンし、4月21日（木）、全館グランドオープンを迎えます。

	フロア	名称	コンセプト/取扱品目
A T N E G	5階	floor A (Amazing)	胸を打つ名品に出合えるフロア 宝飾品、時計、メガネ、旅行センター、お得意様サロン
	4階	floor T (Thrill)	心躍るゴルフライフを実現するフロア ゴルフウェア・ギア、スポーツ
	3階	floor N (Necessary)	上質な定番が並ぶフロア 紳士服、紳士洋品・雑貨、紳士肌着、靴下、パジャマ
	2階	floor E (Entertainment)	人生を楽しむためのファッションが揃うフロア 紳士服、旅行用品
	1階	floor G (Global)	世界基準の逸品が揃うフロア 特選ブティック（メンズ・レディース）、紳士バッグ・革小物、紳士靴

## 1階 Floor G (Global) ～世界基準の逸品が揃うフロア～

NEW

世界基準の特選ブティックと紳士洋品雑貨から構成されます。

- **特選ブティック** 上質を求める大人に向け、**国内最大級**の<モンクレール メンズオンリーショップ>や**名古屋地区最大**の<セリヌ> (レディスのみ) のほか、**名古屋地区初登場**となるメンズ&レディスの複合ショップ<フェンディ>、<ヴァレンティノ> (メンズ&レディス) を展開します。また、雑貨だけのショップとしては初となる<ダンヒル><エルメネジルド・ゼニア>を導入します。



▲1F 紳士バッグ・革小物(イメージ)

紳士バッグ・革小物、紳士靴は、世界で認められた逸品ブランドや日本のものづくりの技術を生かした国内ファクトリーこだわりの逸品を導入し、中部地区最大級の規模で展開します。

- **紳士バッグ・革小物** 名古屋初4を含む新規19、全66ブランドと**中部地区最大級**の品揃えで展開します。本物品質の追求を目指して生まれたブランド<メゾンタクヤ>が百貨店インショップでは国内5店舗目として、**名古屋地区初登場**します。<GANZO> (ガンゾ) や<YUHAKU> (ユハク) など日本の職人によるものづくりの技が生きたブランドも幅広く展開します。多くのビジネスマンから絶大な支持がある<TUMI> (トゥミ) は百貨店インショップとしては**中部地区最大**となります。



▲名古屋地区初登場<メゾンタクヤ>

- **紳士靴** 名古屋初15を含む新規26、全88ブランドと**中部地区最大級**の品揃えで展開します。

<エドワードグリーン><コルテ><JMウエストン><ジョンロブ><サントーニ>など、世界で認められた名門のメンズシューズブランドが揃います。

また、明治5年(1872年)の創業以来、日本人の足に合った靴の追求に専心してきた大塚製靴と当社が手を組んでス

タートさせる新ブランド<オーツカ+A>やお客様の声や販売員の意見を反映し当社限定の別注7型を企画した<ペルフェット>など日本の製造技術の粋を集積します。

新規に設ける「デザイナーズカジュアルシューズ」ゾーンでは、<メゾンマルジェラ><マークジェイコブス><フィリップモデル>などデザイナーズ系スニーカーを中心に22ブランドを展開します。



▲(左) 1890年創業以来、エレガントな靴を作り続ける名門<エドワードグリーン>、(右) 日本の匠の技が生きた新ブランド<オーツカ+A>

## 2階 Floor E (Entertainment)

NEW

～人生を楽しむためのファッションが揃うフロア～  
メンズインターナショナルファッションなどラグジュアリーな紳士服と旅行用品から構成されます。

- **紳士服** 本物を知る大人を満足させるラグジュアリーウェアが集結します。名古屋地区初<トムフォード>をはじめ、バイカージャケットが多くのセレブリティに愛され、日本第1号店となる<ベルスタッフ>、紳士帽の代名詞とも言える<ボルサリーノ>など世界の一流を標榜するインターナショナルブランドのウェア・グッズを取り揃えます。<ZAKKA (ザッカ)>や<ゼフィーロ><ボリオリ>で構成されるセレクトゾーンでは、歴史や製法、職人の技などその背景にあるストーリーが伝わるアイテムが揃います。
- **旅行用品** 機能面だけでなくデザイン性にも優れた、世界で活躍するビジネスマンにふさわしいワンクラス上の旅行用品が揃います。<サムソナイト>ブラックレーベルや<ゼロハリバートン>を名古屋地区最大級で展開します。



▲(左)世界的ラグジュアリーブランド<トムフォード>、(右)バイカージャケットがブランドの象徴<ベルスタッフ>

## 3階 Floor N (Necessary) ～上質な定番が並ぶフロア～

NEW

国内外ブランドのビジネスウェアやカジュアルファッションでは、プレミアムラインが充実します。ベーシックに飽き足らない、他の人とは一味違う特別な一着を見つけることができます。

- **ビジネスウェア** <ダーバン><五大陸>に加え中部地区初となる<三陽山長>のプレミアムラインを導入し、上質で洗練されたビジネスウェアが充実するラインアップとなります。
- **カジュアルウェア** 素材、縫製など品質にこだわったメイドインジャパンの限定品を集積します。
- **紳士洋品雑貨** 紳士洋品雑貨ではシャツを特に充実させます。従来から扱ってきたドレスシャツだけでなく、ビジネスのカジュアル化にあわせ、カジュアルシャツも幅広く取り扱います。デザインに優れたインポートシャツから国内メーカーブランドまで、テイスト、機能、価格など幅広い品揃えで展開します。また、オーダーワイシャツでは従来よりも工程数を増やした職人仕立てのハイグレードラインをご用意します。
- **紳士肌着** 家の中でも気に入ったウェアでリラックスしたいというニーズの高まりを受け、リラクシングウェアを拡大展開します。アンダーウェアでは、素材や縫製にこだわった<セカンドスキン>の全国初常設コーナーを設けます。



▲メイド・イン・ジャパンの靴とオーセンティックなウェアを展開する三陽山長

(1～3階の主な新規ブランド)

1階：セリーヌ、ヴァレンティノ、エルメネジルド・ゼニア(雑貨) 2階：ベルスタッフ【日本第1号店】、トムフォード【中部地区初】、ボルサリーノ【中部地区初】、エルメネジルド・ゼニア、ボリオリ、アルチザン【中部地区初】、セオリー 3階：三陽山長【中部地区初】 ※地区内百貨店で初出店について、「〇〇地区初」と明記

## 4階 Floor T (Thrill) ～心踊るゴルフライフを実現するフロア～

- **ゴルフ&スポーツ** 2015年8月に南館から移設リニューアルオープンしたゴルフ&スポーツ。ファッション性を高め品揃えがさらに充実した国内トップクラスのゴルフウェアと、並木を横目にフィッティングできる試打室を完備し、コンサルティング機能を重視したゴルフギア、健康志向に対応したスポーツで構成されます。

## 5階 Floor A (Amazing) ～胸を打つ名品に出合えるフロア～

- **ジュエリー・ウォッチ** 輸入、国内ブランドとも国内有数の品揃えを誇る時計のほか宝飾品、めがね等、ハイクラスな大人の着こなしにふさわしいこだわりの装身具が揃うフロア。上質なツアーを企画販売する旅行センター、お得意様サロンも配置しています

外観・内装

テーマ：ラグジュアリー×リラックス

NEW



▲松坂屋 GENTA 外観 (イメージ)

ファッションを自在に楽しむ大人にふさわしい、スタイリッシュでラグジュアリーなデザインと、家族連れやカップルでのお買い物が多い松坂屋名古屋店ならではの和やかでリラックスできる居心地の良さを感じさせる空間へと生まれ変わります。

- 高感度セレクトショップや話題の商業施設の環境デザインで実績のあるデザイン事務所 SO, u (ソウユウ) が「こだわり」「高感度」「リラックス」「内から醸し出される魅力」「飽きのこない感性」「楽しい時間」をキーワードにデザインを担当しました。

- 建物が面する久屋大通公園との連続性・調和に配慮し、ファサードは木目調のルーバーを採用し、公園や並木と一体感を持たせたデザインです。2～4階部分は開口部を設けたことにより公園からの外光が建物内に差し込み、開放感が溢れ、温かみを感じさせます。
- 建物南側の入口は間口を広げ、大津通側からの視認性を高め、入店しやすくしました。
- 建物内部は、木目を基調とし、リラックスして買い物が楽しめるよう、グリーンを多く配置します。また、2～4階の建物中央には、並木を臨むことができるゆったりとしたレストスペースを設けます。



▲2階休憩スペース（イメージ）

## サービス

NEW

### ■ 「メンズファッションコンシェルジュ」（仮称）配置

1～3階にあるブランドや商品、トレンドの情報提供や、ショッピングの付き添いを行う「メンズファッションコンシェルジュ」（仮称）を5名、配置します。「いろいろなブランドを見てみたいが、なかなかショップに足を踏み入れにくい」「自分に合うサイズが揃っているブランドはどこだろう」などお客様の不安や疑問にメンズファッションを熟知した担当者が的確に応え、理想のコーディネートをきめ細かく提案していきます。

### ■ 専門知識を生かしたコンサルティング販売

シューズコーナーには「シューフィッター」「シューコーディネーター（社内資格）」を3名、ワイシャツコーナーには色彩検定2級資格保有者3名を配置します。専門的な知識を活用したコンサルティング販売を行い、お客様のお買い物や購入後のケアをサポートします。

### ■ リペア、リフォームが充実

1～3階ではプレミアムライン商品を多く取り揃えることから、いいものを長く一生ものとして愛用いただけるよう、修繕も充実させます。

1階には、靴、かばん、革小物のリペアコーナーを新設します。「革を愛でる」をキーワードに、高度な技術と革製品に精通したこだわりの修理を行います。直すだけでなく、お客様の好みの仕様にアレンジするなど自分だけの愛用品に育て上げていくお手伝いをします。

3階には紳士服リフォームショップ〈お直しラボ〉を当店で初めて設置します。当店でのお買上品だけでなく、お客様所有の紳士服についても、熟練技術、最新機器を用いてサイズ調整やデザイン変更を施します。

### ■ 営業時間 30分延長（予定）

今後、ビジネスマンの来店増加が予想されることから、北館2、3階の営業時間をこれまでの10：00～19：30から30分延長し、10：00～20：00に変更する予定です。

（松坂屋 GENTA 営業時間）1～3階 10：00～20：00、4～5階 10：00～19：30

## 本館6階 リビング

NEW

1972年にリビング関連商品を取り扱う館「リビングザ」として誕生以来、地元のお客様に愛されてきた北館の取扱商品（食器・調理用品、寝具・寝装品、リラクシング、タオル・バス・トイレタリー、家具・インテリア）が44年ぶりに本館6階に回帰します。

実店舗ならではの、コンサルティング機能の充実、体感コーナー新設により、発見や驚きとともに五感で確かめ納得してお買い物いただける環境を整えます。ワンフロアでリビング関連商品が展開されるため、買い回りしやすくなり、お客様には選ぶ楽しさ、コーディネートが広がります。

### ■ キッチン・ネットプラス



▲キッチン・ネットプラスに新設するキッチンステージ（イメージ）

調理用品売場がインターネットを利用した情報発信と実店舗ならではの体験コーナーを併設した「納得・安心」の便利な売場「キッチン・ネットプラス」に生まれ変わります。

- フロア中央に設けたキッチンステージ（新設）には、タブレット端末が4台、最新のキッチン用品とともに並びます。お客様は展示品を手に取りながらタブレット端末で類似品などその他の取扱商品を検索することができます。また、<トライイット>コーナー（新設）では、展示された最新のキッチン用品の使い心地を試すこともできます。「多くの選択肢の中から自分にあったものを選びたい」「買うときは専門家からアドバイスしてほしい」「実際に試して、使い心地を確認したい」といった消費者のニーズに応えます。
- 日本製の鋳物ホーロー鍋で人気の名古屋発ブランド<バーミキュラ>常設コーナーがオープンします。



最新キッチン用品を試せる<トライイット>コーナー



▲地元・名古屋発の人気鍋ブランド<バーミキュラ>

- 季節の話題や新しいライフスタイルを提案するイベントスペース<アンテナプラス リビング>（仮称）を新設します。デザイン性や機能美、使用感などが実感できるイベントを、実演販売を交えながら展開します。

### (スケジュール)

- ・「日本が誇るツール特集」3月2日(水)～29日(火)

メイドインジャパンならではの、美しく、使い勝手の良いキッチンツールの魅力を紹介  
します

- ・「ル・クルーゼ フェア」3月30日(水)～4月20日(水)

春の新作をはじめとする豊富なバリエーション、ル・クルーゼの世界観を紹介します

- ・「カフェスタイル」4月21日(木)～5月10日(火)

ドリップの実演や豆の販売など様々なコーヒーの楽しみ方を提案します



▲日本が誇る  
ツール特集

※日程、内容は変更になる可能性があります

### ■ 特選洋食器

世界の名門ブランドの美しいテーブルウェア 11ブランドが揃います。スペインが誇る  
ポーセリンアートの<リヤドロ>では、新たにシャンデリアやランプなどライティン  
グの品揃えが充実します。



▲ライティングが充実  
する<リヤドロ>

### ■ ぐっすりラボ



▲寝心地を試せる体感コーナー

ご自身の眠りに関心を持つ方が年々増加するなか、寝具・寝装品売場「ぐっすりラボ」には家具が備わ  
り自宅で使うのと同様に寝具を試すことのできる体感コーナー(新規)を設けます。体圧分散測定器により寝  
姿勢を計測できるほか、5台備えたベッドではメーカーに捉われずに布団やマット、枕などを試用いただけま  
す。寝具の専門スタッフ「スリープマスター」「スリープアドバイザー」がお一人おひとりにあった寝具を提  
案します。

また、最上の眠りを求める方に向け、<ロフター>ではプレミアムライン「9(ナイン)セルピロー」(名古  
屋地区限定)を開始します。

### ■ リラクシング

- 家の中でのくつろぎの空間を提案するリラクシングでは、健康的でナチュラルなラ  
イフスタイルを志向する方に向け、生搾りジュースバー<ベジピア>(新規)がオ  
ープンします。手搾りに近い低速ジュースで、無農薬・オーガニック(有機栽培)  
の野菜や果物を主な材料に生搾りしたジュースを販売します。

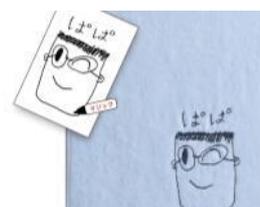


- 自然派化粧品を扱うナチュラルコスメゾーンでは、全ブランド共有のキャビンルームを設置し、より丁寧なカウンセリングとくつろぎの時間を提供します。また、テスターを充実させることにより、気軽に使用感を確かめ、納得して購入いただけます。

独自技術を搭載したドライヤーやヘアアイロンで美しくしなやかな髪を実現し、新しい美容文化を提供する<リュミエリーナ>の全国初のバイオプログラミングショップが、新たなラインナップと共に登場します。

### ■ タオル・バス・トイレタリー

タオルコーナーでは、ワンランク上の使い心地を求めて、素材、織り方、機能にこだわる消費者が増えるなか、上質なタオルやリラクシングウェアを充実させます。ご自身が納得・満足したものをプレゼントしたい、というギフトの傾向から、パーソナルギフトの提案コーナーや文字だけでなく写真や似顔絵からも制作可能な刺繍コーナーも新設します。



▲似顔絵からも制作可能な刺繍コーナー

### ■ 家具・インテリア

これまでも高品質の家具をフルカテゴリーで揃え、高い評価をいただいていた家具売場では、3名のインテリアコーディネーターを中心に、専用カウンターでお客様のご要望にお応えする提案、コンサルティング機能をさらに充実させます。

スピーカー<BOSE (ボーズ)>とストレスレスチェア<エコーネス>を配置した、贅沢なくつろぎの時間の体感コーナーを新設します。

### ■ オープンスケジュール

オープン日	売場名
3月2日(水)	キッチン・ネットプラス、特選洋食器
3月23日(水)	ぐっすりラボ
4月6日(水)	リラクシング
4月21日(木)	家具・インテリア、タオル・バス・トイレタリー

## その他の改装 オープンスケジュール

フロア	ショップ名・概要	オープン予定
本館2階	<ジミーチュウ> 21世紀を代表するラグジュアリー・ライフスタイル・アクセサリ・ブランド 	6月上～中旬
本館4階	<モラビト> 2016年、創業111周年を迎えたフランスの最高級老舗バッグ。宝飾の感性からつくられる繊細な美しさで、世界の王侯貴族やVIPを魅了する	2月24日(水)
	<アールクローゼット コンフォート> 時代に合わせ進化する女性に対し、リアルクローズを提案する<エンスウィート>と<シンプルライフ>のミックスストア	3月2日(水)
	<ビースリー> 360度ストレッチで動きやすく、肌触りやシルエットの美しさにこだわるストレッチパンツ専門店	3月2日(水)
本館5階	<ボンポワン>フランスの子供達の為のクチュールブランド。メゾンに受け継がれる技術・知識に富んでおり、毎シーズン子供達の全身を彩る魅力的で独創的なコレクションを発表 	3月9日(水)
	<blossom39 (ブロッサムティーン)> ママとベビーに「ハッピー」をお届け！をコンセプトに世界中から選りすぐったベビーグッズのセレクトショップ。	3月16日(水)
南館2階	<ベガ> 今春デビュー。白、黒、ブルーをブランドカラーに20～30代の次世代キャリア層に向け、エレガントでモードなスタイルを提案。	3月19日(土)
	<ローズティアラ> 大人女子に人気同ブランドのレギュラーサイズが今春デビュー。ほんのりスイートなやさしさが香る大人キレイめワードローブ	3月16日(水)
北館4階	<デザートゴルフ> 中田英寿氏がアンバサダーを務める。磨き上げた機能性と高いデザイン性を両立させた大人のためのプレミアムアスリートゴルフウェア	3月9日(水)

### (ご参考) これまでの改装経緯

**第1期改装 (2012年4月)** ファッション部門を中心にリモデルを実施。顧客層の拡大を図るため、メガファッションブランド“H&M”やスペシャリティゾーン“うふふガールズ”を導入しました。

**第2期改装 (2013年6月)** 2000年以来13年ぶりに食品フロアが全面改装。「食」を通じて毎日の生活の楽しさが広がる「ごちそうパラダイス」として一新しました。

**第3期改装 (2016年春)** 第1期、第2期改装を通じて進めてきた顧客層の拡大をより一層進展させるため、売場環境の改善やファッション性の高いブランド、集客力・話題性の高い専門店導入などに取り組んでいます。

### 取材に関するお問い合わせ先

株式会社大丸松坂屋百貨店 松坂屋名古屋店 広報担当(担当:伊藤・杉浦)  
TEL. (052) 264-7471 FAX. (052) 264-3197 E-mail 817411@jfr.co.jp