

平成21年9月10日  
J. フロント リテイリング株式会社

## 大丸大阪・心斎橋店「北館」11月14日（土）オープン フロア概要等について

当社は、そごう心斎橋本店跡に出店する大丸大阪・心斎橋店新館の開店日と施設名称を下記の通り決定しましたのでお知らせいたします。また、現在までに決定しているストアコンセプト・売場構成・出店ブランド等の概要についてあわせてお知らせいたします。

### ■ 開店日と施設名称

- ・開店日 平成21年11月14日（土）
- ・施設名称 大丸大阪・心斎橋店「北館」（だいまるおおさか・しんさいばしみせ きたかん）

### ■ はじめに

今回のそごう心斎橋本店の土地・建物の取得により、当社が一体運営を行うことで、今まで両店間で生じていた多くの商品やブランドの重複が解消され、その分、新たな顧客層も視野に入れたアイテム・ブランドの品揃え強化や新規ショップの導入をはかることが可能になりました。品揃えの幅やショップのラインアップを格段に広げ、充実させることにより、お客様のご満足度の向上、心斎橋店さらには地域の集客力の増大をはかってまいります。

なお、オープン時の「北館」は、現在当社が取り組んでいる「新百貨店モデル」の構築と具体化により、百貨店の革新と進化を目指したスタート台となる店舗と位置付けています。

まだ、営業活動、運営体制、人材育成などの面で強化すべき多くの課題がありますが、北館オープンを契機により一層スピードを上げ、お客様から支持される魅力的な店づくりと高質経営の実現に邁進してまいります。

## ■ 店舗戦略について

新たに「北館」を加えた心斎橋店は次の3つの店舗戦略を基本に、お客様のご満足度の向上とマーケットの拡大をはかり、心斎橋地区を代表する商業施設として店舗競争力と収益基盤を確立し、将来にわたる持続的な成長を目指します。

① 心斎橋に來街する「アラウンド30」及び「ヤング」の取り込みによる対象顧客拡大

② 既存の主要顧客「40代から60代（中心は50歳前後）」対応商品の拡充

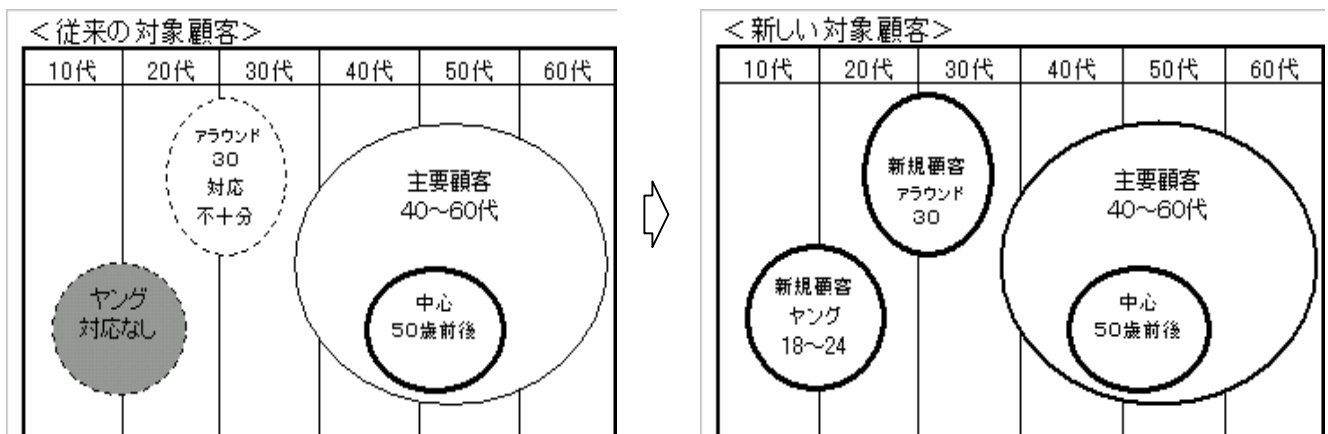
③ 「コト消費・ライフスタイル提案」対応の新規カテゴリー商品・サービスの導入

※注／「アラウンド30」＝25～34歳、「ヤング」＝18歳～24歳

### 【1】心斎橋に來街する「アラウンド30」及び「ヤング」の

#### 取り込みによる対象顧客拡大

店舗面積が狭隘なため対象顧客層を絞った店づくりを進めてきましたが、今回これまで対応が不十分だった心斎橋への來街率が高い「アラウンド30」と「ヤング」世代への対応を強化することで、新たなマーケットを開拓し成長をはかります。



### 【2】既存の主要顧客「40代から60代（中心は50歳前後）」対応商品の拡充

新たな「アラウンド30」と「ヤング」マーケットへの取組みと同時に、現状の心斎橋店の「50歳前後」を中心とした40代から60代の主要顧客対応の商品を、ファッション分野を中心に大幅に拡充します。売場面積の制約から欠落し、不十分だった品揃えの拡大と充実をはかることにより「お客様ご満足一番店」を目指します。

### 【3】「コト消費・ライフスタイル提案」対応の新規カテゴリー商品・サービスの導入

美と癒し、趣味雑貨、スポーツなど今まで対応しきれていなかったカテゴリーを新規に導入することで、商品構成の幅、コト消費への対応を広げ、同時に、激しく変化するお客様の価値観やライフスタイルに機敏に対応した売場づくりを行います。

また、北館の各階には、「日本初・関西初・百貨店初」などの初出店ショップ・ブランドを多数導入し（5頁参照）、ショッピングの選択肢と楽しさをさらに充実させます。

#### 今まで欠落していたカテゴリー

- ヤングファッション・雑貨
- スポーツウエア・用品
- リラクシング雑貨
- 書籍・CD・趣味雑貨



#### ＜北館での新規展開＞

B2/B1Fで、百貨店としては有数の規模(3,800㎡)で展開。予定ブランド数27。  
10Fで、スポーツ大型専門店を導入するなどフロア全体にスポーツワールドを展開。  
11Fで、「美と癒し」をテーマに新規売場を創出。リラクシング雑貨や生活雑貨を集積。  
12Fで、書籍・CD・文具等の趣味雑貨を一堂に集積。手芸教室も開設。

#### 対応が不十分だったカテゴリー

- 「アラ30」レディースファッション
- ハンドバッグ
- 婦人服Lサイズ
- ゴルフウエア・用品
- ベビー・子供服・用品
- ブライダルサロン



#### ＜北館での強化展開＞

1-3Fで、「アラ30」対応のセレクトショップを。4F・5Fでも婦人服・雑貨を幅広く展開。  
3Fで、ハンドバッグ売場を本館から移設・拡大。品揃えの幅を拡充。  
7Fで、婦人服Lサイズを面積を拡大して展開。より若いマインドの品揃えも強化。  
8Fで、百貨店では関西最大級の「ゴルフワールド」を構築。試打室・スクールも併設。  
9Fで、ベビー・子供服・用品を面積を大幅拡大して移設。品揃えを強化。  
11Fで、ブライダルサロンを移設・拡大。写真館・美容室・エステも隣接。関西最大級に。

#### ＜今回重点的に強化する売場＞

#### ＜本館での強化展開＞

以上に加え、本館 1F の化粧品売場を大幅に拡大し、面積約 1,000 ㎡・約 40 ブランド（今までに比べ面積・ブランド数とも約 3 割増）の関西有数の化粧品売場として生まれ変わります。また本館 6F 紳士カジュアルウエア、キング&トルサイズ、7F ハイミセスの婦人服・雑貨等もより一層品揃えの充実をはかります。

以上の店舗戦略を基本に、従来の「本館」「南館」「周辺店舗」とあわせ、心齋橋地区の最大商業施設として世代対応と品揃えの幅を一挙に広げ、「心齋橋への来街者」と近隣に暮らす「都市生活者」のニーズにお応えする都心型SC（ショッピングセンター）を目指します。

なお、11月の開店時には、3館をあわせた心齋橋店の営業面積は約7万7,500㎡で、関西で最大規模の百貨店になります。

## ■ 心斎橋店のストアコンセプトと北館フロア構成

<ストアコンセプト>  
 ～心斎橋らしいおしゃれさに、  
 若々しさ、新しさ、買い易さ、品揃えバリエーションが増した～  
**“エキサイティングな都心型ハイブリッドＳＣ”**

「ハイブリッドＳＣ」とは、百貨店 vs 専門店、prestige vs ボリューム、アダルト vs ヤングなど、これまでの百貨店の特徴と強みに異なる特性と魅力を加えることにより、都心型ＳＣとして、ショッピングの多様で新たな価値と楽しさを提供する新しい百貨店の姿を表現しています。

また、新規の顧客層やマーケット拡大への取組み、ショップ運営を中心とした新しいマネジメント体制・ローコスト運営の導入等は、当社が志向する「新百貨店モデル」への先行チャレンジでもあります。

### <北館フロア構成（１１月開店時）>

|            |                            |
|------------|----------------------------|
| <b>RF</b>  | 屋上庭園                       |
| <b>14F</b> | 劇場 多目的ホール                  |
| <b>13F</b> | レストラン                      |
| <b>12F</b> | 趣味雑貨 書籍・文具                 |
| <b>11F</b> | ビューティ&リラクシング ブライダルサロン      |
| <b>10F</b> | スポーツ 旅行用品                  |
| <b>9F</b>  | ベビー・子供服                    |
| <b>8F</b>  | ゴルフワールド                    |
| <b>7F</b>  | 婦人服・雑貨<大きなサイズとミセス> お得意様サロン |
| <b>6F</b>  | 婦人服・雑貨<キャリアとミセスと小さなサイズ>    |
| <b>5F</b>  | 婦人服・雑貨<ヤングアダルト>            |
| <b>4F</b>  | 婦人服・雑貨<ヤングアダルト>            |
| <b>3F</b>  | 婦人服・雑貨<ヤングアダルト>・ハンドバッグ     |
| <b>2F</b>  | 特設提案ショップ                   |
| <b>1F</b>  | 特選ブティック 特設提案ショップ           |
| <b>B1</b>  | 婦人服・雑貨<ヤング>                |
| <b>B2</b>  | 婦人服・雑貨<ヤング>                |

|       |                                                                                |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------|
| 売場面積  | 本館・南館 37,490 m <sup>2</sup> + 北館 40,000 m <sup>2</sup> 計 77,490 m <sup>2</sup> |
| 営業フロア | 地下２階 ～ 地上 14 階                                                                 |
| 投資予定額 | 420 億円(取得額 379 億 1 千万円含む)                                                      |
| 売上目標  | 250 億円（平成 22 年度）                                                               |

<「北館」と「本館・南館」の位置づけ（イメージ）>

|            | 北館                                                                    | 本館・南館                                              |
|------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 対象年齢層のイメージ | ヤングとアラウンド30を中心にニューミセスまで。「若いイメージ」                                      | アラウンド30後半からハイミセスまで。「アダルトのイメージ」                     |
| 商品グレード     | 低価格～中級（1Fの一部超高級）。リーズナブルなイメージ。                                         | 中級～超高級。高級イメージ。                                     |
| テイスト       | デイリーユースのカジュアル中心のイメージ。                                                 | ドレスアップ・オンタイム等エレガント中心のイメージ。                         |
| 展開ジャンル     | ヤングと若いマインドの婦人ファッションを中心に、子供服・スポーツ・ゴルフ・生活雑貨・趣味雑貨・レストラン・カフェ・劇場・多目的ホールなど。 | 婦人・紳士ファッションを中心に、デパ地下食料品・レストラン・カフェ・家庭用品・美術・呉服・宝石など。 |

<北館「初出店」リスト>

※日本初＝2、関西初＝8、大阪初＝2、百貨店初＝9、関西百貨店初＝1、ショップ展開百貨店初＝3、今秋デビュー＝2 計27ブランド

|                | フロア | 扱い商品          | 名称                        | 商品の特徴                              |
|----------------|-----|---------------|---------------------------|------------------------------------|
| 日本初            | B1  | カフェ           | カフェ(名称未定)                 | 海外有名ファッションデザイナーがプロデュースのスイーツ満載のカフェ。 |
|                | 7F  | Lサイズ婦人服       | ベルソナ                      | マリナリナルディのエレガントな着心地にカジュアル性を加えたブランド。 |
| 関西初            | B2  | ヤングファッション     | ティティアンドコー                 | トレンドカジュアルを低価格で展開(梅田店でも今秋導入)。       |
|                | B1  | ヤングファッション     | モロコバー                     | エコバッグから人気に火がついた芸能人愛用のショップ。         |
|                | 4F  | ヤングアダルトファッション | ロベ(セレクト新業態)               | ロベのセレクト新業態。インポートも含めた高感度MDを展開。      |
|                | 6F  | ニューミセスファッション  | and.and.                  | DW2R、dedierの2ブランドのショップ。            |
|                | 11F | 日本茶、紅茶等のショップ  | 伊藤園Tea Shop “T's Tea”(仮称) | ご要望に応じて、オリジナルのフレーバーティバッグをカスタムメイド。  |
|                | 13F | 中国料理          | ルーキスガーデン                  | <東天紅>プロデュースによるこだわり食材の中国料理。         |
|                | 13F | うなぎ料理         | 赤坂ふきぬき                    | 創業大正12年のうなぎ料理の老舗。                  |
|                | 13F | 洋食&カフェ        | ダイニングカフェ カーディナル(仮称)       | ヨーロッパ料理とカフェのカジュアルレストラン。            |
| 大阪初            | B2  | ヤングファッション     | トランテアンソンドゥモード             | ブランドディレクターにスタイリストの風間ゆみえを起用。お手ごろ価格。 |
|                | 8F  | ゴルフウェア        | マンシングウェア3世代ペンギンワールド       | 3世代へ向けてマンシングの3ブランドを展開するショップ。       |
| 百貨店初           | B2  | ヤングファッション     | フリーズマート                   | フリーズショップの低価格MD。雑貨も幅広く展開。           |
|                | 5F  | カフェ           | デリス デュ パレ                 | 旬のフルーツをふんだんに使った手作りタルトが人気のカフェ。      |
|                | 6F  | ニューミセスファッション  | LOTTA                     | ナチュラルテイストのファッションと雑貨のライフスタイル提案ショップ  |
|                | 6F  | Sサイズ婦人服       | S357                      | Sサイズのセレクトショップ。                     |
|                | 9F  | 子供服           | ジェネラル・スイッチ                | 「大人の遊び心あるアイテムを子供服にも」がコンセプト。        |
|                | 9F  | 子供服           | フォーティーワン                  | アップリケやレースなどを多用したワクワク感あふれるスタイル。     |
|                | 9F  | 子供服           | ジェモー                      | ハンドメイド感とディテールにこだわった子供服。            |
|                | 10F | スポーツウエア・用品    | スポーツミツハシ ブラウニー            | スポーツからウォーキングまでの品揃えで大規模展開。          |
|                | 11F | 生活雑貨          | Nordic Garden             | 北欧デザインのインテリア雑貨。                    |
| 関西百貨店初         | 10F | アウトドアウエア      | フェールラーベン                  | スウェーデン発、メンズ&レディースのウエア用品。           |
| ショップ展開<br>百貨店初 | B1  | 婦人靴           | エスベランサ Twenty             | ファッションビルで人気の低価格スイート系婦人靴ショップ。       |
|                | B2  | ファッション雑貨&婦人靴  | エスベランサ & f2zacc           | ヘアアクセサリ、サングラス等、低価格ファッション雑貨と婦人靴。    |
|                | 10F | アウトドアウエア      | クラウドベイル                   | アメリカン・インポートブランド。メンズ&レディースのウエア用品。   |
| 今秋デビュー         | 6F  | ニューミセスファッション  | ブチオンフルール                  | 着回しのきく単品コーデネイト。フレンチシックなカジュアルスタイル。  |
|                | 6F  | ニューミセスファッション  | イシエラ                      | フレンチトラッドテイストの着回しのきく単品コーデネイト。       |

## ■ 北館各フロアの主なショップ・ブランド

### B2/B1 婦人服・雑貨 <ヤング>

～ヤングのためのこなれた価格のグラマラス系、ナチュラル系ファッション、  
スイート系ファッションとコスメ&雑貨、カフェのフロア～

新規顧客創出のため、関西初・百貨店初などのヤングレディスファッションをB1・B2の2フロアで大規模に展開。10代後半から20代前半のヤングに照準をあわせた婦人服・雑貨を集積。ブランド数予定27、2フロア計3、800㎡の、百貨店では有数の規模のヤング売場となります。

きれい目で甘さのある「スイート系カジュアル」を中心に高感度でおしゃれを楽しむヤングのニーズに応えた旬のブランドを導入。また、シューズやアクセサリなど人気のファッション雑貨のショップも導入し、全てのカテゴリーに対応します。価格的にもこなれたフロアとして構成します。

またB1には、海外有名ファッションデザイナーがプロデュースするスイーツを中心としたカフェ（名称未定）も日本初出店します。

## ● B2

<主なショップ・ブランド>

- ティティアンドコー（婦人服／関西初） ■トランテアンソンドゥモード（婦人服／大阪初）
- フリーズマート（婦人服／百貨店初）

## ● B1

- モロコパー（婦人服／関西初） ■スナイデル（婦人服） ■プラザ（ファッション雑貨・生活雑貨）
- エスペランサ Twenty（婦人靴／百貨店ショップ初）

## 1F 特選ブティック 特設提案ショップ

～プレステージ・ブティックと特設提案ショップのフロア～

1Fは、特選ブティックと特設提案ショップを展開します。特設提案ショップは、来春に向けてア라운드30対応のセレクトショップに見直し、新たなブランドを導入します。

<主なショップ・ブランド>

- エルメス ■ティファニー ■カルティエ ■ブルガリ ■ヴァンクリーフ&アーペル
- 特設提案ショップ（2010年春までの予定）

※1Fの特選ブティックの一部は10月上旬に先行オープンを予定しています。

## 2F 特設提案ショップ

～特設提案ショップのフロア～

2Fは、1F同様特設提案ショップを展開します。来春に向けてア라운드30対応のセレクトショップに見直し、新たなブランドを導入します。

<主なショップ・ブランド>

- 特設提案ショップ（2010年春までの予定）

### 3 F 婦人服・雑貨＜ヤングアダルト＞・ハンドバッグ

～アラウンド30対応のショップとハンドバッグのフロア～

3 Fでもアラウンド30に対応したショップを展開します。また、本館からハンドバッグ売場を移設・拡充。より高感度でファッショナブルな品揃えで展開します。

＜主なショップ・ブランド＞

■アニヤハインドマーチ（バッグ） ■ハーブス（カフェ）

### 4 F 婦人服・雑貨＜ヤングアダルト＞

～アラウンド30のためのキャラクター性の高いレディス・ファッションのフロア～

4 Fは、同じくアラウンド30のためのキャラクター性の高い婦人服・雑貨を幅広く展開します。

＜主なショップ・ブランド＞

■ダブル スタンダード クロージング（婦人服） ■ユノートル（婦人服）

■アルフレッドバニスター（婦人靴）

### 5 F 婦人服・雑貨＜ヤングアダルト＞

～アラウンド30のための上質なタウンファッションとデザイナーズファッションのフロア～

5 Fは、アクティブなアラウンド30のための上質なタウンファッションの提案と、デザイナーズファッションを集積します。旬のフルーツを使ったタルトが人気のカフェも併設します。

＜主なショップ・ブランド＞

■メイソングレイ（婦人服） ■アフタヌーンティリビング（雑貨）

■デリス デュ パレ（カフェ／百貨店初）

### 6 F 婦人服・雑貨＜キャリアとミセスと小さなサイズ＞

～若々しい40～50代女性のためのカジュアルファッションとSサイズ、関連生活雑貨のフロア～

6 Fは40代から50代の女性のためのカジュアルファッションとSサイズのフロアです。いつまでも若々しいマインドのミセスのために、今秋デビューや関西初・百貨店初のブランドを多く取り揃え品揃えを強化します。関連の生活雑貨の提案も充実させます。

＜主なショップ・ブランド＞

■プチオンフルール（婦人服／今秋デビュー） ■イシエラ（婦人服／今秋デビュー）

■and.and.（婦人服／関西初） ■LOTTA（婦人服・生活雑貨／百貨店初）

### 7 F 婦人服・雑貨＜大きなサイズとミセス＞ お得意様サロン

～アラウンド30からミセスの大きなサイズのファッションと、ミセスのプレタポルテのフロア～

7 Fは同じく30代から50代の女性のための大きなサイズのファッションとミセスのプレタポルテのフロアです。日本初のブランドも含めてより品揃えを充実。お得意様サロンも設置

します。

＜主なショップ・ブランド＞

■ベルソナ（Ｌサイズ／日本初） ■２３区（Ｌサイズ） ■プラシス（Ｌサイズ）

## ８Ｆ ゴルフワールド

～レディス・メンズのウェアからギアまでトータルに展開する大ゴルフワールド～

８Ｆは、ゴルフウェア・用品を本館から移設・拡大し、シミュレーションゴルフ１室と人気のゴルフスクール９打席を併設したゴルフワールドをフロア全体に構築。面積約１，４００㎡の百貨店として関西最大級のゴルフウェア・用品専門フロアが誕生します。

＜主なショップ・ブランド＞

■２３区スポーツ（ゴルフウェア） ■マンシングウェア ３世代ペンギンワールド（ゴルフウェア／大阪初）  
■シミュレーションゴルフ１室、ゴルフスクール９打席

## ９Ｆ ベビー・子供服

～おしゃれで可愛いベビー&キッズファッションのフロア～

９Ｆは、本館から子供服・子供用品・ベビーサロンを移設・拡大し、おしゃれで可愛いベビー&キッズのためのファッションを展開します。また、ア라운드３０の母親に対応した価格のこなれた高感度カジュアルウェアも新規導入します。

＜主なショップ・ブランド＞

■ジェネラル・スイッチ（子供服／百貨店初） ■フォーティワン（子供服／百貨店初）  
■ジェモー（子供服／百貨店初）

## １０Ｆ スポーツ 旅行用品

～充実した品揃えで多彩なスポーツシーンに対応するスポーツウェア・グッズとトラベル用品のフロア～

１０Ｆはスポーツウェア・用品の大型専門店「スポーツミツハシ ブラウニー」を新規導入。これまでにない規模と内容のスポーツワールドを展開します。あわせて旅行用品も本館から移設・拡大しさらに充実します。

＜主なショップ・ブランド＞

■スポーツミツハシ ブラウニー（大型スポーツ専門店／百貨店初）  
■クラウドベイル（アウトドアウェア／百貨店ショップ初） ■フェールラーベン（アウトドア／関西百貨店初）

## １１Ｆ ビューティ&リラクシング ブライダルサロン

～アクティブな女性のための生活雑貨・ビューティ&リラクシングと、

美容室・写真館・エステのある関西最大級のブライダルサロンのフロア～

１１Ｆは、生活雑貨に加えてビューティ&リラクシングをテーマに新規売場を構築。仕事帰りのＯＬのためのリラクゼーションや、癒しと美の雑貨ショップを一堂に集積します。また本館からブライダルサロンを移設・拡大し、写真館・美容室・エステを隣接した関西最大級のブ

ライダルサロン（約320㎡）となります。

＜主なショップ・ブランド＞

- Nordic Garden（北欧生活雑貨／百貨店初）■ナチュラピュリファイ（国産ナチュラルコスメ）
- ポーテシューティカルズ（スキンケア）■グランラフィネ（リラクゼーション）
- 伊藤園 Tea Shop（仮称）（世界のお茶／関西初）

## 12F 趣味雑貨 書籍・文具

～生活に豊かな彩りをそえる書籍・CD、文具や趣味雑貨などカルチャーグッズのフロア～

12Fは、いままでの心斎橋店に欠落していた書籍・CD・文具・趣味雑貨などカルチャーグッズを一堂に展開します。またリゾートツアーに強い旅行代理店も展開します。

＜主なショップ・ブランド＞

- FUTABA PLUS（書籍・CD・雑貨）■PTS（旅行サロン）■飯田深雪アートフラワー教室

## 13F レストラン

～レストランとクッキングスタジオのフロア～

13Fはレストランフロアです。一部店舗を入れ替え、こだわりの中国料理「ルーキスガーデン」と老舗うなぎ料理「赤坂ふきぬき」などを導入。いずれも関西初登場です。また新たに料理教室「ABCクッキングスタジオ」を導入します。

＜主なショップ・ブランド＞

- ルーキスガーデン（中国料理／関西初）■赤坂ふきぬき（うなぎ料理／関西初）
- カーディナル（仮称）（洋食&カフェ／関西初）■ABCクッキングスタジオ（料理教室）

## 14F 劇場 多目的ホール

14Fでは、「大丸心斎橋劇場」と多目的ホールを運営します。現在本館にある大丸ミュージアムの機能も移設し、イベントや文化催事等、地域の活性化に繋がる多彩な情報発信を行います。また、「大丸心斎橋劇場」は、来年1月から運営を開始する予定です。

## 本館・南館について

本館1Fは、北館に移設したハンドバッグ売場跡に、メイクアップコスメを充実させるなど化粧品を大幅拡大し（面積約1000㎡・約40ブランド＝今までに比べ面積・ブランド数とも約3割増）、関西有数の化粧品売場に生まれ変わります。本館7Fの子供服売場跡には、カスタマーサロン・ギフトサロン・商品券売場を南館から移設し、これまで分散していたサービス施設を集積することでお客様の利便性の向上をはかります。また、ハイミセスのための婦人服・雑貨を集積した「マダムサロン」を新規に展開します。同時に紳士カジュアルウエア、キング&トールサイズなどについても大幅に品揃えを強化します。

南館については、サービス施設等の移設跡に各階の既存商品を拡充します。

※なお、駐車場「そごうパーキング館」跡は大丸の駐車場として運営します。

#### <大丸周辺マップ>



#### ■ お問い合わせ先

J. フロント リテイリング(株) 広報・IR部

(東京) TEL (03) 6895-0178

(大阪) TEL (06) 6281-9002

■参考資料／フロアの完成予想図（４点）

※ 現時点での完成予想イラストです。カラー画像データを準備していますのでご希望の方はお知らせください。

１）北館 心齋橋筋玄関



２）Ｂ１ヤングフロア（エントランス）



3) B1 ヤングフロア (導入部)



4) 3F 婦人服・雑貨<ヤングアダルト>・ハンドバッグ (エスカレーターサイド)



以上