報道関係資料

2015年1月8日

お買いものがますます楽しくなる空間へ

松坂屋名古屋店
第3期改装計画がスタートします

大丸松坂屋百貨店

松坂屋名古屋店は、2016 年春グランドオープンを目指し

第 3 期改装計画をスタートします

第 1 弾として、2015 年春、シューズ&バッグ ギャラリー、

ランジェリー&ナイティ サロン、L サイズガーデン、

グッドエイジ（シニア向け）サロン（仮称）がオープンします

松坂屋名古屋店の目指す姿

地域のお客様に愛される
上質な進化型百貨店

1910 年、栄の地に百貨店を開業し 105 年。松坂屋名古屋店は、長い歴史のなかで数々の苦難・危機に遭いながらも、時代の流れ、お客様の変化に柔軟に対応しつづけたことにより、地域のお客様に多大な信用・信頼をいただき、今日まで成長することができました。

現在もまた、昨今の「ライフスタイルのカジュアル化」「消費の 2 極化」というマーケットの大きな変化に対応するため、対象顧客層の拡大、品揃え幅・価格幅の拡大、スペシャリティゾーンの開発を進めています。

2012 年から順次実施しているリモデル（第 1 期、第 2 期改装）では、導入したファストファッション「H&M」や南館 1, 2F のファッション性の高い新規ブランド、全面改装した食品フロアが、従前からご愛顧いただいているお客様だけでなく、これまで名古屋店にお越しいただけなかった多くのお客様に来店いただき、高い支持を得ることができました。

その結果、第 1 期、第 2 期改装以降、ほぼ全ての世代でID顧客が増加し、特に、若い世代のお客様の存在感が上昇しています。ID顧客お買上高はアラ 50 (※1) 以下が対前 13%増 (※2) 、年齢別構成比では全体の 4 割を占めるまでになりました。

松坂屋名古屋店は、本年から始まる第 3 期改装計画を通じて次のステージへ、さらに進化しようとしています。栄地区の賑わい創出、発展に寄与できるよう、これまで以上に地域のお客様に愛される上質な百貨店を目指し、お客様の期待を超えるお買いもの空間を創造してまいります。

※1）50 歳前後のアダルト（アラウンド 50 の略）

※2）2014 年 11 月を基点とした年間買上高と前年同期との比較

お客様のご期待

松坂屋名古屋店では・・・

上質な空間で大切な人との買いものを楽しめそう

新しいものや話題のものと出合え、期待を超える満足を得られそう

JFR グループ主要店舗で定期的に実施している顧客調査から、松坂屋名古屋店をご利用になるお客様の「松坂屋名古屋店への期待」が見えてきました。(2014.9　ID 顧客 web 調査結果より)

■「休日におでかけ」

来店動機は“買い物目的”が 76%。(対グループ内平均+約 15p) JFR グループ主要店舗の中で最も高く、松坂屋には休日に出かけ、レジャーとしての買い物を楽しんでいます。

■「家族と行く」

親や子、夫婦など家族と一緒に来店するお客様が全体の 40%を占めます。(対グループ内平均+約 10p) また、友人・知人と来店する比率も高く、大切な人との時間を過ごす場所として松坂屋名古屋店を選んでいます。

■「ここだけの商品や新しいものと出合える」

第 1 期、第 2 期改装以降、松坂屋名古屋店にしかない商品やブランドなど、商品の品揃えに対する評価が高まっています。新しいものや話題性のあるものを求めて来店しています。

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 2 極化」に対応し、品揃え幅や価格帯の拡大に努めます。上質で洗練された消費を好むアラ 40(※3)・アラ 50 や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」(※4)に対する情報発信力を高め、顧客層の拡大に取り組みます。

※3) 40 歳前後を中心としたアダルト (アラウンド 40 の略)

※4) 健康、おしゃれ、趣味に積極的で、消費にも意欲的なシニア世代。魅力的に年齢を重ね、若々しいマインドを持って暮らしを楽しんでいる男女

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。

■各館コンセプト

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

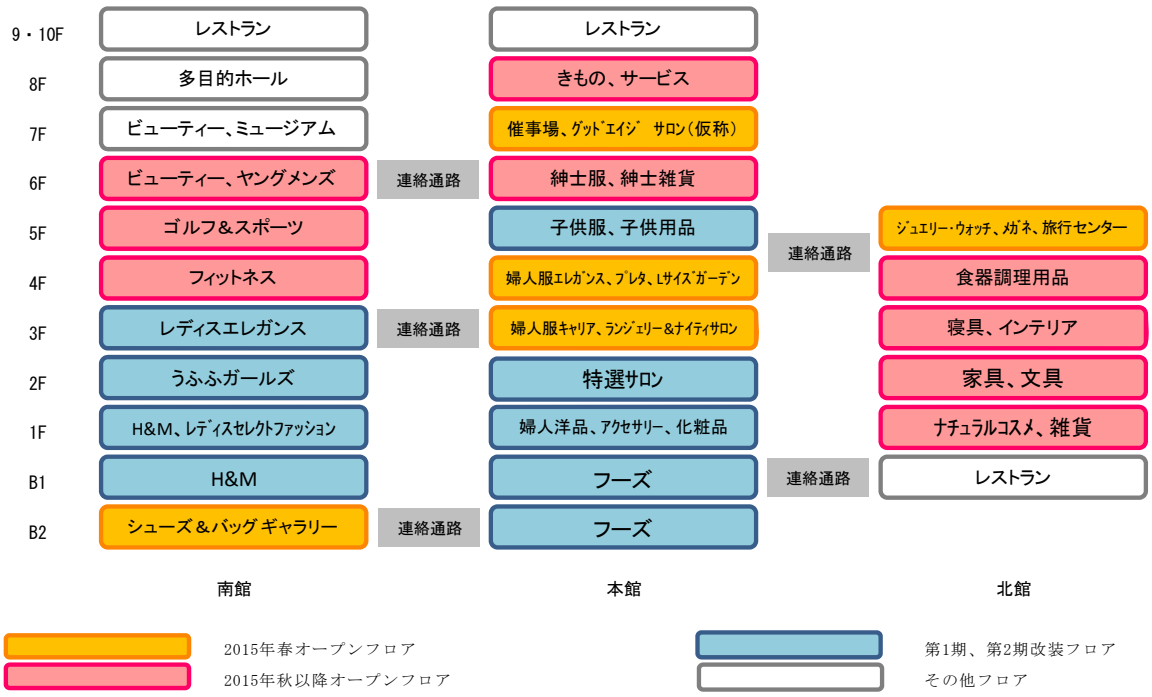
〈第 3 期改装計画　概要〉

改装面積	約 25,000 ㎡　（全売場面積の約 29%）
グランドオープン	2016 年春（予定）

〈２０１５年春オープンフロア　概要〉

改装面積	約 3,300 ㎡	
投資額	約 7 億円	
15 年度増収目標	約 19 億円	
オープンスケジュール（予定） 3/4（水）～順次オープン	3 月 25 日（水）	シューズ&バッグ ギャラリー
	4 月 1 日（水）	ランジェリー&ナイティ サロン
	4 月 29 日（水）	L サイズガーデン
	5 月 27 日（水）	グッドエイジ（シニア向け）サロン（仮称）

〈２０１５年春オープン時のフロア構成〉



2015 年春オープンフロア

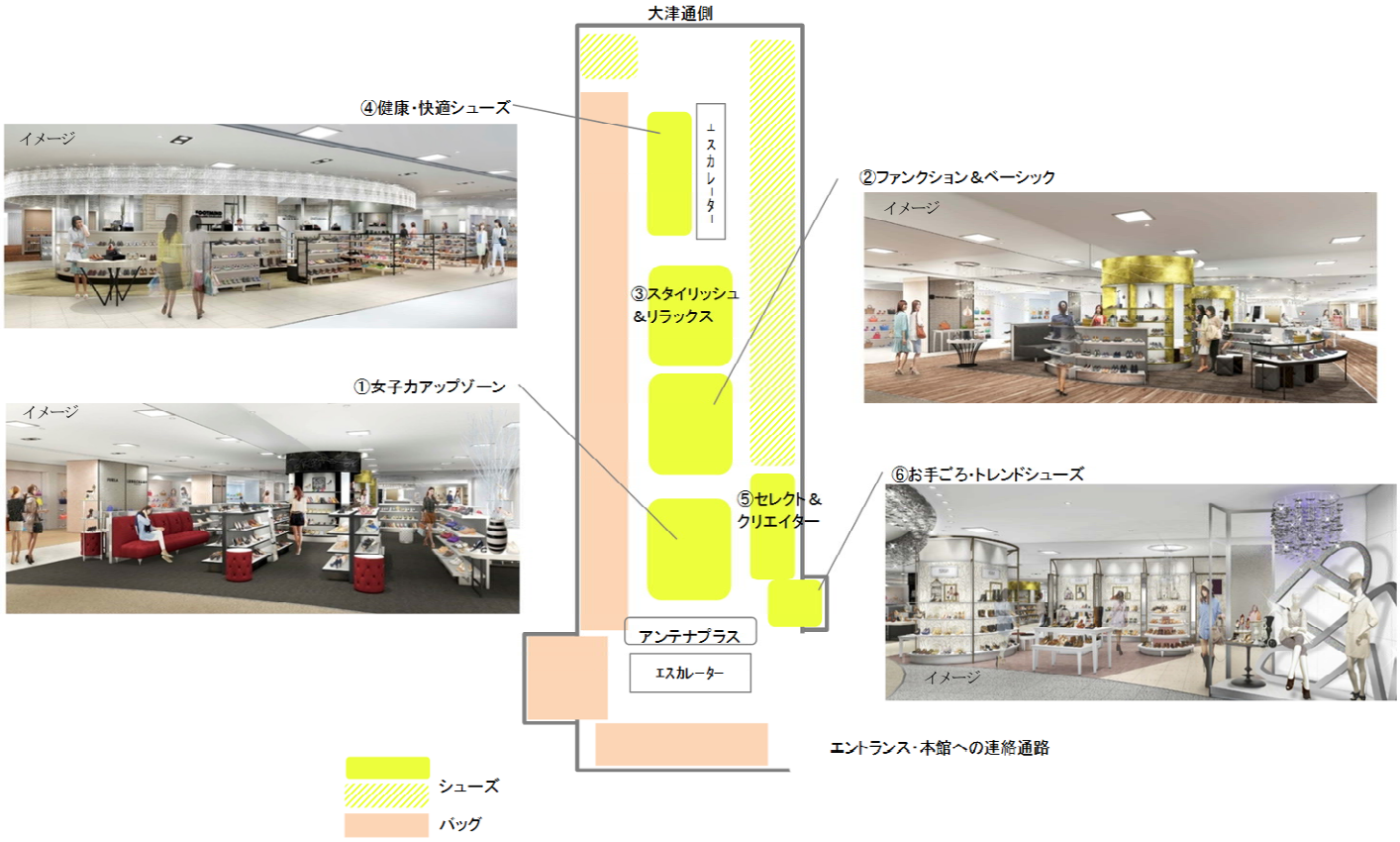
南館Ｂ２　シューズ＆バッグ ギャラリー

オープン
3/25（予定）

本館３Ｆのハンドバッグを、地下鉄駅と通路で直結し、お客様の往来が多い南館Ｂ２に移設します。
コーディネートのポイントとなる婦人靴とバッグが同一フロアで展開されます。
婦人靴は 2003 年以来 12 年ぶり、バッグは 2001 年以来 14 年ぶりの大改装となります。

シューズ

■グレード×マインド×テイストで商品を明確に分類した、見やすいゾーニングにします。各ゾーンで異なる環境デザインを採用することで、フロアのどこに好みの商品があるのか、直感的に感じ取ることができるようになります。ゆったりとしたフィッティングスペースも配置し、靴選びが楽しくスピーディーになります。



①女子力アップゾーン：トレンドに敏感な女性に対応するゾーン。カジュアル、エレガンスの２つのコーナーで展開し、各 VP スペースでは靴だけでなく服なども合わせてスタイリングを提案します

②ファンクション＆ベーシック：長い間履いていても疲れにくい、履き心地を重視した働く女性のためのシューズエリア。大丸松坂屋百貨店のプライベートブランド「ディセットディセット」をはじめパンプスを中心に展開し、クッション性、幅、ヒールなどのバリエーション豊富に取り揃えます

③スタイリッシュ＆リラックス：新規ブランド「エコー」「アルシュ」「メフィスト」を含むインポート７ブランドで構成した、ヨーロッパデザインと機能性を兼ね備えた、これからの時代のシニアのためのシューズゾーン

④**健康・快適シューズ**：各ブランドで足の計測を基本とした販売ノウハウが確立されたコンフォートシューズがメインのエリア
⑤**セレクト＆クリエイター**：ファビオ・ルスコーニ、カスタニエールなどのインポート商品と、素材、製法を吟味し、その両方が生きるデザインから生み出された「サヤ」、キャリアのためのモードシューズ「ワークス」を加えたシューズエリア
⑥**お手ごろ・トレンドシューズ**：トレンドを押さえたコストパフォーマンスの高いシューズが中心のエリア

＜主な新規ブランド＞
エコー、アルシュ、メフィスト、モモン、カリピージャ、パラディクルール、アプレ、ヨークテラス、ランバンコレクション

■足に悩みを抱える多くの女性に向け、コンサルティング機能も充実。ファッション面から靴選びのお手伝いをする「シューコーディネーター」(※5)が的確で丁寧なアドバイスとジャストフィッティングをサポートします。
※5）シューコーディネーター：2013 年 9 月から開始した社内資格。靴と足についての基本的な商品知識と業務知識、シューフィッターの初級レベルのフィッティング技術、お客様の TPO やファッションに合わせた提案をする販売技術を保有する販売員に対して与える。靴の販売経験 1 年以上の販売員が受講対象。2015 年 1 月時点、12 名在籍

バッグ

本館３F から地下鉄駅に最も近い南館 B2 に移動するハンドバッグ。スタイリングの関連性が高いシューズと同じフロアになります。

■新規ブランドには、栄地区に働く女性の ON/OFF 双方に対応するブランド「キタムラ」「ラシット」や上質感を求めるお客様に対応する「ゲラルディーニ」「アンリクイール」を導入します。より若々しく、現代的な売場に生まれ変わります。
＜主な新規ブランド＞キタムラ、ラシット、ゲラルディーニ、アンリクイール（名古屋初）

アンテナ プラス

多くのお客様が行き交うエスカレーターサイドに、アイテムやカテゴリーを問わず、旬なスタイリングや女性にとって魅力的な情報をいち早く発信する「アンテナ プラス」を新設します。

イメージ

軽食・喫茶

軽食・喫茶「シェ・コーベ」が大津通側に移動し、全面リニューアルオープンしました。親しみある洋食メニューを、フランス料理の著名シェフ須賀洋介氏がブラッシュアップしました。シンプルでナチュラルな北欧風の落ち着いた雰囲気の店内で、ゆっくりと楽しいひとときを過ごしていただけます。（オープン　2014 年 12 月 15 日）

本館３F　ランジェリー&ナイティ サロン

オープン
4/1（予定）

ミセス、シニアからの圧倒的支持を誇るランジェリー。前回から 18 年ぶりとなる今回の改装を機に、キャリアがメインの婦人服フロア本館３Ｆに移動し、顧客層の拡大を図ります。
ライフスタイルブランドやラグジュアリーブランドを導入し、美に関心があるすべての女性に満足いただける充実した品揃えとなります。

■各ブランドの展開を見直し、見やすくわかりやすいゾーニングに変更します。お客様の求めるブランドがどこにあるか、すぐにわかるようになります。

■日本人女性の体形を研究しつづけるワコールと組んで、市内最大、最高の品揃え・環境のワコールコーナーを設けます。温度調節や照明、荷物スペースなど充実した理想のフィッティングルームで気兼ねなく試着いただけます。

■フロアの移動に伴い、本館３F をご利用いただいている感度が高く、上質感を求めるアラ 30、アラ 40 を中心とした顧客層にふさわしいブランドとして、ライフスタイルブランド「キッドブルー」やラグジュアリーブランド「ワコールディア」（名古屋初）を導入します。
＜主な新規ブランド＞キッドブルー、ワコールディア（名古屋初）

イメージ

キッドブルー（イメージ）

本館４F　Ｌサイズガーデン

オープン
4/29（予定）

ライフスタイルのカジュアル化に対応し、本館４F と南館４F で別展開していたミセスとヤングの L サイズコーナーを本館４F に集結します。
市内最大級の面積・ブランド数（30）の圧倒的品揃えで展開します。

■壁面のショップは各ブランドの個性を重視した造り、マインド×テイストごとにゾーニングされた平場は、天井や床、壁を統一した空間の中で展開します。見やすく選びやすい環境のなかで、１ヵ所でお買い物を完結いただけるようになります。

■お客様の用途、ライフスタイルに合わせ、ヤング向けには「アズノゥアズ オオラカ」「グリーンノート」「フランシュリッペ」を導入し、カジュアルゾーンを新設します。キャリア向けには、ハイクオリティな品揃えで大人の女性に提案する新しいファッションブランドショップ「プレシャスミックス コンフォート」を、ミセス向けにはマックスマーラグループから誕生した「マリナリナルディ」を導入します。
＜主な新規ブランド＞マリナリナルディ（名古屋初）、プレシャスミックス コンフォート（名古屋初）、アズノゥアズ オオラカ、グリーンノート、フランシュリッペ

イメージ

本館 7F　グッドエイジ（シニア向け）サロン（仮称）

オープン
5/27（予定）

市内百貨店で初めて、魅力的に年齢を重ねた、おしゃれで活動的なこれからの時代のシニア「グッドエイジ」※のための売場を新設します。
これまで本館、北館の各フロアでそれぞれ展開していた商品・サービスを１ヵ所に集約するのに加え、多様なご要望にお応えする新サービスを導入します。

※）健康、おしゃれ、趣味に積極的で、消費にも意欲的なシニア世代。魅力的に年齢を重ね、若々しいマインドを持って暮らしを楽しんでいる男女

■おしゃれ、健康、趣味にスポットを当て、これからの時代のシニアのニーズを集約！
これからの時代のシニアの共通する関心事「おしゃれ」「健康」「趣味」ごとにコーナー展開します。回遊しやすく、欲しいものが買いやすいゾーニングになります。

■「ゆったり」「納得」して買い物できる場を提供します！
イベントスペースでは、体験・参加型イベントや関心事ごとのセミナーを開催します。専門性の高い情報に触れることで、納得・安心して商品・サービスを購入いただけます。

■新サービス「保険コンパス」「ファミリーコンシェルジェデスク（仮称）」設置
これからの時代のシニアの多様なご要望にお応えするための新サービスとして、「保険コンパス」「ファミリーコンシェルジェ」を設置します。「保険コンパス」では、多数の保険会社のさまざまな商品やプランの中から、お客様のメリットを最優先に金融のアドバイス、保険のご案内をします。「ファミリーコンシェルジェデスク（仮称）」では、ペットシッター、旅行同行、ホームパーティー手伝い、家事、庭掃除など暮らしのなかの様々な相談をお受けします。

＜主な取り扱い品目＞
化粧品、ウィッグ、婦人ファッション、自然食品・健康食品、補聴器、手芸用品、ステーショナリー、サービス（保険、相談窓口）

北館５F　松坂屋旅行センター

オープン
3/11（予定）

北館５F 外商サロン内に、上質なオリジナルツアーを企画・販売する松坂屋旅行センターを新設します。

■その他の改装

フロア	売場・ショップ名	オープン予定
本館２F	ボッテガ・ヴェネタ　拡大リニューアル	3／25（水）

カラー画像データのご提供・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：松田・杉浦）
TEL. (052) 264-7471　FAX. (052) 264-3197　E-mail 817411@jfr.co.jp