

大阪地区百貨店の競合が激化する中 高島屋大阪店が自主編集売場を拡充

2014年3月19日(水)フルオープン予定(3階婦人服以外は3月1日オープン予定)
高島屋大阪店各階

高島屋大阪店は2011年3月の増床グランドオープン以降もお客様のニーズ、感性にお応えできる店を目指し、売場の改良を進めております。他社に先駆けて増床オープンしたアドバンテージを活かしたMDの改善により、2013年3月には婦人服を中心にナチュラルテイストの衣料と生活雑貨を融合したライフスタイル提案型のゾーン「F's Closet」を誕生させ、店舗の面積は縮小したものの売上は堅調に推移しております。

一方で大阪地区では業態を超えた競合激化が進んでいます。その中で他社との差別化・高島屋の独自性を強化することがさらに重要になっています。そこで今回の改装では戦略ターゲットである「次世代の顧客」(25～44歳の男女)に向けた、ワンランク上の自主編集売場を拡大・強化します。高島屋大阪店の一番の強みである50代以上の富裕層に加え、次世代の顧客層を取り込んでいきます。また、震災以降の本物を求める志向、アベノミクス効果による景況の改善により上質なものを求める需要に対応した品揃えとなっています。

高島屋大阪店改装の流れ

2011年3月 増床グランドオープン 78,000㎡に

『より高島屋らしく、より百貨店らしく』フルラインターゲット・上質感を追求

2013年3月 婦人服を中心にした売場の改装 73,700㎡(西ゾーンの賃借エリアを返却)

世代を問わないナチュラル志向の顧客に向けた「F's Closet」などがオープン

2014年3月19日にフルオープン予定

自主編集売場を核とした改装により、「次世代の顧客」獲得を図るとともに、高島屋の独自性を追及

※高島屋大阪店 自主編集売場展開面積 2014年3月には前年比約6割増に(2013年下期対比)

新規オープン

「サロン ル シック」(5階紳士服)

ラグジュアリーで洗練された本物志向の男性に向けたスーツ、ジャケット、シャツなど。

「シューメゾン」・「シューメゾン プリュス」(2階婦人靴)

プレステージラインのインポートシューズに加え、「ブランド名にはこだわらないけど、いい靴をはきたい」というニーズに応えたベターライン(2～4万円程度)のインポートシューズ。

「サンドロ」(3階婦人服)

手の届くラグジュアリーファッションとして人気のフランス発ブランド。日本では高島屋限定販売。

リニューアル

「スタイル&エディット」(3階婦人服)

コンテンポラリー売場の核として再強化。オンとオフを意識したシーンに対応する編集や、インポートデニムの強化、ホームウエアやタオルといったライフスタイル雑貨も合わせて展開。環境面もグレードアップします。

「マージュ」(3階婦人服) 日本では高島屋限定販売のフレンチブランドがリニューアル。

「サロン ル シック」(2階特選) 本物を知る大人の女性ためのラグジュアリースタイルを発信するコーナーが拡大。

「CS ケースタディ」(3階紳士服) 旬なアイテムが揃うカジュアルファッションのショップがリニューアル。



新規オープン

●サロン ル シック／5 階紳士服に新登場（ラグジュアリーラインのメンズ向けセレクト売場）

1952年に世界の特選衣料雑貨を集積した売場「サロン・ル・シック」が大阪店に誕生して以来、グッチ、シャネル、ルイ・ヴィトンといったトップブランドのブティックを次々に開設し、高島屋のハイファッションの象徴とも言える売場として支持されてまいりました。2011年の増床リニューアルの際には、日常から特選ブランドに親しむ顧客の感性に合うセレクト型の自主編集売場としてリニューアルし、注目の海外ブランドの衣料や雑貨を中心に上質でデザイン性にも優れた商品をご紹介します。今まではレディス中心の品揃えでしたが、この度メンズの編集売場が登場。ラグジュアリーで洗練された本物志向の男性に向け、オーセンティックな中に「今」を感じるデザイン性を重視した商品を提案いたします。

既存のハイクラスメンズブランドとの買い回りを意識し、西ゾーン「TAKASHIMAYA MEN'S」5階に開設いたします。

（商品の一例）

<トンボリーニ><ベルヴェスト><イザイア>

世界のトップブランドを OEM で手がけるイタリアの老舗ファクトリーブランド。確かな技術力とデザイン性で世界的に注目を集めています。スーツ、ジャケットを中心に展開いたします。このほか、<ラルディーニ><ボリオリ>のジャケットや、<PT01><インコテックス>のパンツ、<フィナモレ>のシャツなど約20ブランドを編集いたします。（中心価格 ジャケット・スーツ 15万～20万円 シャツ 3万円）



●シューメゾン／2階婦人靴に新登場（インポート婦人靴のセレクト売場）

「ブランド名にはこだわらないけれど、いい靴をはきたい」という女性達の声にお応えしたインポートシューズの編集コーナー。履き心地はもちろん、上質な素材使いや程良いトレンド感など、靴好きな大人女性の心をくすぐるシューズをセレクトし、提案します。人気のデザイナーズブランドや、ビッグメゾンの靴を製造するファクトリーとのコラボレート、人気デザイナーとのWネーム商品など、充実したラインナップで紹介いたします。

（ブランド一例）<18KT><ブルーリア><ホームーズ>

（中心価格 パンプス・サンダル 各2万～4万円）



⑤初登場の<18KT>

⑥<ファビオルスコーニ>とのコラボアイテム

●シューメゾン プリュス／2階婦人靴に新登場（インポート婦人靴のセレクト売場）

インポートシューズの中でも、<マノロブラニク><ジャンヴィトロッシ><サルトル>

<スチュアートワイツマン>といったプレステージラインに特化した売場を併設し、品揃えの充実を図ります。

（中心価格 パンプス・サンダル 各4万～10万円）

●サンドロ／3階婦人服に新登場（日本では高島屋限定販売のフレンチブランド）

エレガントでフェミニン、ロックンロールシックなテイストなフランス発ブランドは、2011年に高島屋が日本市場初導入しました。上質素材を使いながらも手の届くラグジュアリーファッションとして、フランス本国に加え世界各地でも人気のブランドです。

（中心価格 ブラウス 3万円 ワンピース 3万～4万円）



<サンドロ>

リニューアル

●スタイル&エディット／3階婦人服で拡大リニューアル（グローバルファッションを提案するセレクト売場）

トレンドを取り入れながらも自分のスタイルを大切に、大人の女性に向けたセレクトショップ。

気鋭のクリエイターによる感度の高いラインアップがファッション好きな女性の支持を集めています。来春のリニューアルでは、オンとオフを意識したシーンによる編集や、インポートデニムを中心にしたカジュアルラインの強化、家でのリラックスタイムを演出する雑貨などを新たに加え、一層提案力を強化し、新たな顧客にもアピールしてまいります。またオリジナルのコラボレート商品なども随時展開いたします。

（スタイル&エディット ブランド一例）

<オッズ・セカンド（関西百貨店初）><プティローブノアー（ウエアは関西初）>

<ヨーコ チャン><エムエスジーエム>

（中心価格 ブラウス 3万～5万円 ワンピース 5万～9万円）



<エムエスジーエム>

「スタイル&エディット」を核に、3階東ゾーンはコンテンポラリーな婦人服のゾーンとして拡充します。ブランドを越えて買い回りしやすいよう一体感を出し、お買い物中にくつろげるスペースや植栽を配置するなど環境面でもグレードアップします。

（新ブランド一例）

<ヴァネッサ ブリュノー><ヘルムートラング>

*3月1日より随時オープンし、3月19日にフルオープン予定



スタイル&エディット イメージパース

●マージュ／3階婦人服でリニューアル（日本では高島屋限定販売のフレンチブランド）

フランス国内をはじめアジア各国やアメリカでも人気のブランドは、グラマラスでロックなテイストが特徴。高島屋が日本では初導入し、昨年秋に大阪店にデビュー。

●サロン ル シック ／2階特選フロアで拡大リニューアル（ラグジュアリーラインのセレクト売場）

世界中のハイエンドなブランドの中から、上質かつこだわりのアイテムを選びすぐった編集コーナーが拡大します。リラックス感あふれるナチュラルなデザインから、上質な華やかさで日常を豊かにしてくれる装いまで、エレガントな大人の女性に向けたウエアや雑貨が揃います。

（新ブランド一例）

<バンフォード><オデー><コロンボ><オユーナ><チェイン ギャング>

<ローレン ガンディーニ>

（中心価格 シャツ・パンツ各 5万～10万円）

●CS ケーススタディ ／3階紳士服でリニューアル（「最旬」がそろそろ個性派セレクト売場）

国内外から集めた「今を代表する旬なアイテム・ブランド」を発信する、ファッション好きの男性に向けたカジュアルショップ。デニムスタイルを中心に、個性的で遊び心が感じられる衣料や雑貨をトータルコーディネートで表現いたします。

（中心価格 シャツ 2万円 パンツ 2万～3万円）



ご参考

●CS ケーススタディキッズ ／6階ベビー・子ども服（子ども服のセレクト売場・2013年9月に誕生）