



注目

新宿店各階 売場改装..... 2



トピックス

「Capis」展開スタート..... 4

■新宿店各階 売場改装オープン ⇒ P2



段階的な改装を進めている新宿店で、各階の一部売場が改装オープン。店内の買い回り促進と新客獲得、顧客利便性の向上を目指します。

■「Capis (カピス) 」展開スタート ⇒ P4



2014年から新たな収益事業として推進してきた婦人アパレル事業。その第2弾として、9月6日(木)より「Capis (カピス) 」の展開をスタートします。





集客力強化と客層の拡大、顧客利便性の向上を目指して

新宿店各階 売場改装オープン

◆新宿店各階

今年度の経営計画に掲げている「集客力強化と客層拡大」に向けた段階的な全館改装を進めている新宿店において、9月13日（木）※、各階の一部が改装オープンします。

※注：各階・各売場ともに順次改装工事を実施するため、9月13日が一斉オープン日ではございません。

■店内の買い回り促進と新客獲得の深耕、顧客利便性の向上へ

お客様の利用状況を踏まえ、関連購買されているアイテムやサービス機能を集約し、より買い回りがしやすいように売場を再編。また、お客様からの要望が多いブランドを新規に取り入れることにより、集客力強化を図ります。

2階 アクセサリー売場 ☆9月13日(木)オープン

1階と2階に分かれていたアクセサリー売場を2階に集約し、新たに4ブランドを導入。また、シンプルなものからデザイン性の高いものまで、ブランドにとらわれない商品構成により展開バリエーションを増やすことで、2階フロアを利用する30～40歳代の買い回りを促し、さらなる客層の拡大を目指します。移設に伴い売場環境も整備し、通路幅を広げ、統一什器と計算された照明でより見やすく、選びやすい売場となります。

●ジュエツテ New!

気になったアクセサリーを自由に手に取って気軽に試せる、カジュアルなスタイルのアクセサリーショップ。シンプルながらも洗練されたデザインが特徴で、中心価格2万円前後です。

●ツツミ New!

幅広い世代の顧客に支持されているジュエリーショップ。素材はプラチナ、K10からK18まで、ダイヤモンドをはじめさまざまな色石を取り扱い、洗練されたデザインを中心に購入しやすい価格帯で商品を展開します。

その他

アクセサリー売場の移設に伴い、1階の婦人靴・婦人洋品の両売場もゾーニングを再編。2016年8月の改装以降、客層が広がりつつある化粧品売場からの買い回り促進を目指し、「フロア全体としての客層の拡大」を進めます。

4階 ハンドバッグ売場 ☆9月13日(木)オープン

ターゲット層に応じて2階と4階に分けていたハンドバッグ売場を集約。既存顧客の利便性を高めるとともに、婦人衣料との買い回りを強化します。

●キプリング New!

ベルギー生まれのバッグブランドで、軽さと機能性が特長のオリジナル素材「クリンクルナイロン」を使ったバッグが代名詞です。4階フロアを利用される既存顧客の保有率が高く、以前から商品展開を求める要望も多かったため、今回の改装を機にフルラインアップで新規導入。京王先行販売商品などもそろえます。



その他

8月22日(水)、これまで8階に位置していた「京王パスポート総合カウンター」を、4階「京王友の会受付カウンター」隣りに移設。サービス機能を集約することで、日頃より当社をご利用いただいている組織顧客の利便性向上を図ります。



6階 宝石・時計・和装売場 ☆10月4日(木)オープン

日本人客、訪日外国人客の双方に人気の国産時計の取り扱いを強化・集積することにより、当社の強みとして他店との差別化を図ります。あわせて、宝石売場の再編を行います。

●セイコープレミアムウォッチサロン

セイコーのプレミアムブランドである「グランドセイコー」「クレドール」「ガランテ」を一堂にそろえるセイコープレミアムウォッチサロンを移設・拡大。新宿地区最大級の面積となります。2016年に導入した「シチズンコンセプトショップ」とあわせ、国産ブランドの時計を強化します。

●宝石売場のリフレッシュオープン

「ヤーネス」「モニッケンダム」を新規導入するほか、「フォーエバーマーク」「ラザールダイヤモンド」のリニューアル、1階からの「フェッリーニ」移設により、大人の女性に向けたジュエリーを拡充します。あわせて、1階よりジュエリーリフォームを時計の修理コーナー隣りへ移し、メンテナンスに関するゾーニングを新たに構築します。

8階 ハートフルプラザ ☆9月13日(木)オープン

従来より当社を利用されている高齢者層を中心に高まる健康志向に対応するため、都内百貨店最大級の面積と品ぞろえを誇る介護と健康のための売場へ。車いすでも利用しやすいように売場内は広めの通路を確保するなどハード面を整備しながら、電動ベッドの展示販売や機能性ウエア・シューズの拡充など展開商品も強化します。

●補聴器サロンの新設

耳の悩み相談、補聴器購入からアフターケアまでしっかりと対応するため、カウンセリングスペースを3カ所設置。通路と同様に聴力検査室も車いすのままご利用できるよう、売場前面に移設・改修します。また、お客様から寄せられる「補聴器の導入・使い心地に対する不安の声」に応えるため、レンタルサービスをスタートします。

●大型介護機器の展示販売

介護に携わるお客様より要望が多く、都内百貨店では実物を展示している店舗の少ない電動ベッドや車いすなど、大型の介護機器を新たに展示販売します。

●機能性ウエア・シューズの拡充

ワコールが手掛ける機能的かつデザイン性の高いブランド「らくらくパートナー」を拡大展開、婦人・紳士用のウエアからインナーウエアまで取りそろえます。このほか、外反母趾や足のむくみ・腫れなどの足の悩みや加齢による歩行の悩みなどをサポートする機能性シューズも、展開数を改装前のおよそ2倍に増やします。

●環境・サービスの整備

環境面では、車いすを利用していても通りやすい幅を確保した通路やフィッティングルームを設置。サービス面では、介護福祉士や福祉用具専門相談員などの有資格者の増員を段階的に進め、百貨店ならではのコンサルティングセールス強化を図ります。

8階 写真室 ☆9月13日(木)オープン *写真室の運営は当社関連会社の(株)京王コスチュームが行っています。

ヘアメイクや着付けに対応できるヘアメイクサロンを新設。七五三や成人式などのイベント時に、貸衣裳・ヘアメイク・着付け・撮影と必要なものを一括して受付することができ、顧客の利便性を高めます。

サロン新設にあわせ、「結婚式とは別の衣裳で撮影したい」「式は挙げないが写真だけ撮りたい」という方に向けた「ウェディングフォトプラン」、管理職のプロフィール写真や“終活”の一環としての遺影撮影、母の日や敬老の日などのギフト需要に対応する「ヘアメイク付きポートレートプラン」を新規展開。既存顧客のニーズの掘り起こし、および新客の獲得を目指します。





婦人アパレル事業の第2弾!

「Capis(カピス)」展開スタート

9月6日(木)～ ◆新宿店2階 ハーモニー売場

これまでの事業で培ってきた大人の女性に対する婦人服販売のノウハウを活かし、当社では2014年より新たな収益事業として婦人アパレル事業を推進してきました。40～50歳代の大人の女性をイメージターゲットに、当社店舗以外にも他の百貨店へ出店してきた「ミ・デュー」に続く第2弾のブランドとして、9月6日(木)より「Capis(カピス)」の展開をスタート。「ミ・デュー」同様に商品づくりから手掛けることで、さらなる収益拡大を目指します。

*運営主体は当社関連会社の(株)エリートが行います。



今年5月の展示会にて撮影

■「Capis」の特長、概要

- ・ノンエージ(=年齢を感じさせない)で脱ベーシックが基本。トレンドを取り入れた、モード感のあるスタイル。
- ・ターゲットは30～40歳代。
- ・多品種小ロットの生産体制、初年度は年間290型を展開予定。
- ・価格はコート32,000～42,000円、ワンピース28,000～32,000円、シャツ・ブラウス・ボトム16,000～24,000円、ニット16,000～28,000円、カットソー12,000～24,000円。 ※すべて税別
- ・中心となる販路は、セレクトショップや婦人服専門店のほか、百貨店自主編集売場。
- ・9月6日(木)から新宿店2階ハーモニー売場、同12日(水)からあべのハルカス近鉄本店タワー館4階「スタイルギャラリー」にて、それぞれ販売開始。新宿店では、正面入口を入ってすぐの「イベントテラス」でも9月6日(木)～12日(水)にポップアップショップを展開。

【参考】2014年からスタートしたアパレル事業「ミ・デュー」

2014年2月に新宿・聖蹟桜ヶ丘両店で展開を始めた「ミ・デュー」。現在では、全国の百貨店13店舗(7月末時点)に出店、着実に事業を拡大しています。

「ミ・デュー」は流行に流されすぎないトラッドをベースにしたニューベーシックスタイルで、イメージターゲットは40～50歳代。豊富なデザイン展開を可能にする年間で800型にも及ぶ「多品種小ロット生産」や、年齢に伴う体型変化にあわせた独自のパターンによる「大人の女性をきれいにさせるシルエット・サイズ」、インポート素材などを使った「着心地の良さ」が特長です。



2018年秋冬商品