



好調領域「食」「美」のさらなる充実へ
新宿店 春の改装情報[第2弾]

京王百貨店（本社：東京都新宿区、社長：駒田一郎）では、3月の各階改装に続き、4月には新宿店のMB階、1階に新規ショップを導入します。

当社は現在、2018年度～2020年度の中期3カ年経営計画において「集客力の強化と客層拡大」を営業方針の大きな柱に掲げ、各種施策を推進中です。とりわけ基幹店である新宿店は、世界有数の乗降客数を誇る新宿駅の上に位置するとともに、西口オフィス街と駅をつなぐ往来の要衝にあります。この立地をさらに活かす利便性の追求と、より多くのお客様に愛される店づくりを目指し、各フロアで段階的な改装を行っています。

3月には1階（婦人洋品）、3・4階（婦人服）、6階（生活雑貨ショップ）、7階（ベビー・こども服）、8階（リフレピア）の各売場に新たなショップを導入したほか、一部売場では既存店舗のリフレッシュ改装を実施しました。続く4月の改装では、中地階の菓子売場と1階の化粧品売場への新規ショップにより、「食」と「美」という新宿店の中でも好調カテゴリーをさらに充実させます。幅広い客層に対してアプローチできる魅力ある売場を構築することで、一層の集客と新客獲得を推進します。

■改装のポイントと各階の新規導入ショップ

中地階 菓子売場 ☆4月2日(火)オープン

中地階に位置する菓子売場は、昨年春に2007年以来11年ぶりの大規模改装を行って以降、売上高は前年比約9%増（2018年3月8日～2019年2月28日の常備階実績）と好調に推移し、連日多くのお客様にご利用いただいています。さらなる新客獲得を目指し、改装オープンから1年が経過した今春に話題性のあるショップを新たに導入、菓子売場をブラッシュアップします。

●イシャ 新宿 New! 百貨店初出店

「白い恋人」でおなじみの「ISHIYA」によるニューショップ。銀座の商業施設に続き都内2店舗目、百貨店への出店は当社が初となります。

看板商品は、小麦や乳製品、砂糖など北海道産の素材にこだわり、北海道の自社工場で焼き上げて東京へ運んでくる「Saqu(サク)」。キャラメルや北海道チーズといった6種の味わいのチョコレートの色とりどりのラング・ド・シャでサンドした、手土産にも最適な北海道スイーツです。



お客様のお問合せ先：京王百貨店 新宿店 TEL：03-3342-2111（大代表）

報道関係のお問合せ先：京王百貨店 広報担当 TEL：03-5354-2855（柴井、島田、竹田、福島）

1 階 化粧品売場 ☆4 月 18 日(木)オープン

2016 年 8 月から段階的に進めている化粧品売場の改装によって着実に進んでいる「客層の拡大」をさらに深耕するため、6 店舗の新ショップ（ブランド数としては 7、期間限定出店を含む）を導入します。3 月に先行してリニューアルした婦人洋品売場内のギフト雑貨コーナーとともにギフトニーズに対応するフレグランスブランドや、品ぞろえが不足していたヘアケアアイテムが中心の商品構成のブランドなどを新しく加えることで、百貨店のグランドフロアとして新宿店の集客力強化と客層拡大をけん引する役割を担います。

●ジョー マローン ロンドン **New !**

フレグランスブランドとして 1994 年にロンドンで誕生。ラッピングに使われる「クリーム色のボックスと黒いリボン」は、ブランドの象徴とも言われ、ふたを開けたときに現れるライムバジル & マンダリンの香り付けをされた黒い薄紙が特徴。フレグランスを中心にバス & ボディアイテムやキャンドルなど、ギフト需要も多い人気ブランド。

●AVEDA(アヴェダ) **New !**

自然界由来成分(成分由来の大半が植物、非石油系ミネラルまたは水などの天然資源)による製品づくりにこだわり、「ピュアな花と植物エッセンスから生まれた美と科学」を追求するブランド。今回の改装では 1 階正面入口を入ってすぐの階段下にショップを構え、比較的落ち着いた環境でヘアケア、スキンケアなどのカウンセリング販売を行う。

●アテニア **New !**

40 歳代をメインターゲットに、「おしみなく、うつくしく」なれる製品とサービスを通信販売主体に提供。品質へのこだわりと毎日惜しみなく使い続けられる価格であるべきという創業当初からの想いを受け継ぎ、「一流ブランドの品質を 1/3 価格で」をモットーに、高品質かつ手の届く価格で化粧品を提供しているブランド。

●ドゥ・ラ・メール **New !**

世界中で愛用されている代表アイテム「クレーム ドゥ・ラ・メール」をはじめとした、アメリカ生まれのラグジュアリースキンケアブランド。50 年以上前、物理学者の実験中に起きたアクシデントから開発が始まった「ミラクル プロス™」(海藻などからなる独自の美容保湿成分)は、ブランドの真髄としてドゥ・ラ・メールのほぼすべての製品に配合されている。

●MTG ショップ(MDNA SKIN/リファ) **New !**

複数の化粧品・美容機器ブランドを展開する MTG 社の 2 ブランドによるショップ。「MDNA SKIN」は、世界的な歌手・マドンナとの共同開発で誕生。すべてのアイテムを開発段階で自身がチェックするマドンナのこだわりと、MTG 社の最新テクノロジーが融合したスキンケアブランド。一方の「リファ」は、デザインが特徴的な美容ローラーをはじめ、美容機器と化粧品を組み合わせた新しい美容の形を生み出している。*「リファ」は 2018 年 2 月より新宿店 2 階「Beauty Square(For tourists)」で展開中

●ディオール バックステージ **New !** ※期間限定出店

昨年 7 月に日本上陸。ファッションショーのバックステージで活躍する、メーカーアーティストたちが使うアイテムから着想を得た、ディオールの新しいメーカーライン。誰でも素早く簡単にプロのような仕上がりのメイクができるアイテムをラインアップしている。*出店終了時期は未定です