

報道関係用資料

平成21年7月16日

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社

## 阪急うめだ本店 I 期棟オープンと 阪神梅田本店全館改装について

- ストアコンセプト・フロア構成
- MDについて
- フロア紹介



問い合わせ先:

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 経営管理室(広報担当) 高橋・森本・岩崎・北上

TEL(06)6367-3181

FAX(06)6373-7853

## はじめに

### ～新たなる百貨店像の実現を目指して～

当社グループが掲げる中長期計画「GP10計画ver. 2」の中核となる阪急うめだ本店の建て替え事業。2005年からスタートし、この秋いよいよ第Ⅰ期棟が9月初旬にオープンを迎えます。昨年2月には、「ナイスガイメイキング」をコンセプトにメンズ館をオープンさせ、先進性と高感度ファッションで圧倒的な地位を確立しました。オープンを迎える第Ⅰ期棟を“流行と洗練された暮らしを楽しむ”女性顧客をメインターゲットとした、高感度でハイファッションに磨きをかけた館として構築します。建て替え工事により売場面積は減少しますが、阪神梅田本店やインクス館の改装の実施により、メンズ館を含めた4館体制で業績の落ち込みを最小限に抑え、新たなる百貨店像の実現を目指して魅力ある店作りに取り組んでいきます。

### ～ハード面での改善～

今回の阪急うめだ本店の建て替え工事に伴い、アクセスの改善も図っています。阪神梅田本店、JR大阪駅などをつなぐ歩道橋から、直接店内(2階)に入る事ができるよう、新たに入口を設けるとともに車椅子の方もご利用いただけるエレベーターを設置。また、従来は、地下街と地下1階の売場の間には階段による段差がありましたが、フロアの床を下げることでこれを解消。これにより阪神梅田本店との往来が非常に便利になり、お客様の利便性の向上につながり、回遊性も高まりそうです。

## 開業日・投資額・売上目標・オープン後の売場面積

	阪急うめだ本店	阪神梅田本店
開業日	2009年9月3日(木)	2009年8月26日(水)
投資額	約600億円(建て替え工事に伴う投資)	約12億円
売上目標	1,330億円 (09年度通期・インクス館、メンズ館含む)	860億円 (09年度通期)

### ■阪急うめだ本店第Ⅰ期棟オープン後の売場面積

		2009年9月以降
阪急うめだ本店	第Ⅰ期棟	約 27,000㎡
	メンズ館	約 16,000㎡
	インクス館・他	約 7,000㎡
阪神梅田本店		約 53,000㎡
梅田事業合計		約 103,000㎡

# 《阪急うめだ本店》

## ストアコンセプト・フロア構成

阪急うめだ本店第 I 期棟は、「一歩先の流行を積極的に楽しむ30代」と「高い感性で洗練された暮らしを楽しむ50代マダム」のニーズにお応えする館へ、インクス館は、専門性の高い「子育て」と「スポーツライフ」の館へ生まれ変わります。

### 阪急うめだ本店第 I 期棟では・・・

オケージョン、テスト、グレード、アイテムなどを切り口とした編集型売場を新設し、お客様の好みや目的に応じて選びやすく、また少し面積は小さくなるものの、高感度ファッションの選択肢の幅の広さを最大限追求します。話題の商品や季節感を常に発信するイベントスペースを各階に設け、ファッションを中心に、来店されるお客様に対し常に新しい発見があり、高層階までご覧いただく楽しみを提供します。

### インクス館では・・・

地階は、こどもの百貨店を目指し、安心・安全かつ上質なファッションだけでなく、生活シーンに関わる感度の高い服飾雑貨や家庭用品にまで品揃えの幅を広げるとともに、こどもが楽しめる、そして学べる“コト”が満載です。地上階は、日本随一のスポーティ・ライフスタイル館として、年齢や性別に関係なく興味のあることから、心身ともに元気になれる「健康・スポーツ」をキーワードに編集された売場です。

### < フロア構成 >

第 I 期棟開業後の阪急うめだ本店営業面積  
約50,000㎡(メンズ館・コンフォートQ含む)

《 現 本館 》 営業面積約43,000㎡

9F	リビング用品/美術品/ホームクラフト/商品券/進物センター/他
8F	ベビー・こども服/おもちゃ/文具/時計/メガネ/食堂街
7F	催場/薬局/他
6F	S・Lサイズ婦人服/婦人フォーマル/他
5F	婦人服
4F	インターナショナルブティック/ジュエリーサロン/呉服
3F	婦人服/婦人肌着
2F	婦人服/化粧品/婦人靴
1F	アクセサリ/婦人バッグ/服飾雑貨/化粧品
B1F	食料品

《 現 インクス館 》 営業面積約5,700㎡

3F	フィットネス/トレーニング/水着/その他
2F	ウォーキング/ランニング/トレッキング/自転車
1F	トラベル用品/アウトドアファッション/ペット雑貨/イベントスペース
B1F	ゴルフ/テニス/野球/バレーボール/バスケットボール
B2F	スポーツブランドファッション

《 第 I 期棟 》 営業面積約27,000㎡

12F	リビング用品/文具/商品券/他
11F	催事/呉服/美術/他
10F	催事/ホームクラフト
9F	シニア婦人服/Lサイズ婦人服/婦人肌着/婦人フォーマル/メガネ
8F	婦人服
7F	婦人服
6F	インターナショナルブティック/インターナショナルデザイナーズ
5F	インターナショナルブティック/ジュエリー&ウォッチ
4F	婦人靴/婦人服
3F	化粧品/婦人服
2F	シーズン雑貨/アクセサリ/婦人バッグ
1F	食料品<和洋菓子/ギフト>
B1F	食料品<惣菜>
B2F	食料品<生鮮>

《 新 インクス館 》 営業面積約5,700㎡

3F	ゴルフ/テニス/フィットネス/水着
2F	ウォーキング/ランニング/トレッキング/エクササイズ/トレーニング/自転車
1F	シーズンスポーツ/シューズ/スポーツカジュアルファッション/ペット雑貨
B1F	子供服/雑貨/玩具/その他
B2F	マタニティー・ベビー用品

# MDについて

## 食料品

阪急うめだ本店にしかないオリジナル企画品の提案と、曜日や時間に合わせた「タイムリープレゼンテーション」を行い、3層のフロア構成にはなりますが、回遊することで新たな発見ができ、賑わい感のあるデパ地下を目指します。また、お客様の趣向性に合わせ、ワイン、チーズ、パンの3つの商材を一つの売場に集約した編集売場も展開します。

## 婦人服飾品

アクセサリー売場の、アニバーサリージュエリーでは、ブライダルニーズの変化に対応し、ファッション性の高いマリッジリングの集積コーナーを展開。また、アニバーサリーに強い既存ブランドでは、阪急・高島屋共同企画として、デイリーにコーディネートでき、結婚後も記念日に買い足していけるデザインの商品を開発するなど、ブライダルニーズの多様化に対応していきます。新しい「アクセソワール」では新たにモード発信のコレクションブランドのコスチュームアクセサリーを品揃え。ヘアアクセサリーは、人気ブランドの集積に加え、スタイリングに必要なプロ仕様のコウムやブラシも展開し、スタイリングレッスンを行うイベントスペースも設けました。

婦人バッグ売場は、生活シーンが多様化する40代に向けて、使うシーンから考えた編集売場を新設。キャリアアップしたOLのビジネスから出張対応のバッグや、子育てが一段落した感度の高いミセスが普段使いできるプチバッグを提案します。また、20代ヤングOLのバッグ周辺アイテムや、携帯電話を飾るアクセサリー雑貨も編集しました。

化粧品は、「なりたいキレイに出会う、知る、体験する」場として進化し続けるHANKYU BEAUTY WORLDを提案します。多様化、高度化する顧客ニーズに対応し、メイクアップアーティストによるトレンドメイク提案や、パーソナルメイクレッスンが受けられるように売場中央にメイクアップドレッサーを6台設置したビューティースタジオを新設。また、高機能・高効果へのニーズに対応した最新テクノロジーコスメを集積したゾーンや、植物由来のナチュラルコスメゾーン、アイメイクに特化したパーツメイクアップサロン、キャラクター系からメゾン系まで話題のフレグランスを一堂に集積したゾーンなどで構成します。

婦人靴は、顧客視点からオケージョン、テースト、グレードを切り口に、フラット&スニーカー、トレンド、用途、ハイファッション(クリエイター、先行トレンド)、エターナル、ハイエンドの6つのゾーンで構成された、フルエイジ対応の靴売場です。

## 婦人服

3階婦人服は、トレンドに敏感な女性の好みを捉えたブランドやショップを展開。常設のイベントスペースを設け、ウィークリーやマンスリーで展開する期間限定ショップの特設や、シーズン特性に応じたアイテムのクローズアップなど、OLのリアルライフに沿った魅力ある商品を提案します。

4階婦人服は、エイジレスに生きる現代女性のファッション感度を刺激するブランドやショップを配置。また、常設のイベントスペースを設け、一步先いくトレンドを提案します。

7階婦人服は、OLに定評のあるブランドを集積し、オンからオフ、ハレの日対応の商品までそろえたフロア。また、話題のブランドや、OLのリアルニーズを捉えたアイテムまでそろえました。

8階婦人服は、明確なファッションの好みがあり、かつ豊かなライフシーンを持つおしゃれに敏感な大人の女性のフロアと位置付け、コンテンポラリートラッドスタイル、ナチュラルスタイル、エレガンスクチュールスタイルの3つのテーストを軸に構成しました。

## インターナショナルブティック・ジュエリー&ウォッチ

5階は、日本初、西日本初といったエクスクルーシブにこだわった、バッグ&シューズのハイエンドブティック&サロン。「エルメス」、「ゴヤール」、「ロジェ ヴィヴィエ」を新たに展開。ジュエリー&ウォッチは、常に高感度、高グレードを求める顧客のニーズを満たすため、さらにラグジュアリー色を強めた品揃えで構成。本格的なリフォームやリペアにも対応。専門スタッフによるコンサルティング機能を備えたウォッチメンテナンスや、ジュエリーオーダー&リフォームも併設します。

6階は、世界標準のモードを集め、独自性と情報発信性の高いファッションを提案する売場。「ディーゼル ブラック ゴールド」や、「トリー バーチ」も新たにご紹介。また、自主編集コーナーの「D. エディット ラボ」では、先進トレンドや話題のブランドを新たに5ブランドご紹介。

## ホームクラフト

1993年のスタートから、手づくりの楽しさを提案してきた手芸ワールド「セッセ」。手芸材料としての素材を充実させました。人気のイベントも、作家のコラボレーション企画など、楽しさ満載です。

## 呉服・美術

日本の伝統的な美意識を、装うことと、室礼(飾ること)とで提案します。呉服は、着物にもっと親しんでいただきたくて、初心者向けのMDを新規導入。着付け講座も定期開催いたします。美術は、季節毎の室礼を、掛軸や香炉に加えて、新たに和文具の老舗を導入することで拡充。季節の変化を取り入れた暮らしを提案いたします。

## リビング用品

「上質な日常」をテーマに、“食べること”と“くつろぐこと”を中心とした、大きく2つのゾーンで、暮らしのアイテムを展開します。食器・調理道具は、デザインの美しさと使い勝手のよさで、寝具・バス用品はリラクシングとリフレッシュをキーワードに、MDを絞りました。コンパクトながら、心地よいおしゃれな暮らしを提案しています。

## こども服

こどもの百貨店をめざし、“安心・安全・上質”なファッションが揃う、生活シーンに関わる感度の高いアイテムが揃う、こどもが楽しめる、学べる“コト”が満載の売場です。B2階は、「ママとベビーのための子育てライフのフロア」をコンセプトに、子育て真っ最中のママのためのおしゃれと、子育てをサポートします。また、こどもにとって優しく、ぬくもりのある生活用品を本物、上質、エコ、優れたデザイン性にこだわって国内外から集めたセレクトショップ「こどものいえ」も新たに展開します。B1階は「こどものおしゃれと遊び・学びのフロア」がコンセプト。こどもの好奇心を刺激する、“コト”満載の親子で学んで楽しめる体験型玩具売場、「こどもランド」がオープンします。また、大人さながらの服飾雑貨売場には、西日本では初めてこどもメガネコーナーがオープンします。

## スポーツ

1階はシーズンスポーツと、タウンでも活躍するスポーツファッションを展開します。中でも注目は、新しいコンセプトの「アディダスショップ」。「アディダス」のハイエンドライン「アディダスプレミアムスタイル」や、「アディダス バイ ステラ・マッカートニー」のスポーツウェアを展開します。

2階は歩く、走る、を中心とした「ウェルネス」スポーツを核に、ビギナーからプロフェッショナルまで対応するスポーツウェア、ギアを集積したフロア。ランニング、ウォーキング、トレッキング、トレーニング、エクササイズ、サイクリングの6つのゾーンで構成。

3階は「ゴルフ」を中心に、「テニス」、「フィットネス」、「スイミング」の4つのゾーンで構成される「クラブスポーツ」のフロア。定番ブランドはもちろん、ファッション感度の高い女性も納得のウェアや小物を集積します。

## フロア紹介( 阪急本店 I 期棟 )

### B2階 阪急デリーマート

( 精肉、鮮魚、塩干物、野菜、果物、漬物、日配品、グロッサリー )

京野菜や和牛、地鶏、産地直送鮮魚など高品質な品揃えを重視した、より高いレベルの生鮮食料品ゾーンを展開します。さらに、『生鮮市』を定期的で開催し、今まで多くのお客様に支持されている阪急デリーマートのさらなるレベルアップを図っていきます。

### B1階 食料品 ( 和・洋・中華惣菜、寿司、お弁当、パン )

デリーニーズの高い惣菜、パンに加えて、日替わり、週替わりのイベント催事を展開し、いつ来ても楽しい売場づくりを行います。人気の名料亭「料亭 浅田屋」、「美濃吉」、「日本料理 だ万」の和惣菜はもとより、中華惣菜も強化。横浜中華街に本店を構える「聘珍樓」が初登場。

#### ■和・洋・中華惣菜

NEW

##### 「聘珍樓」

創業120余年の名店。日本で最も古い歴史を持つ中国料理店の老舗として名高い本格中華をご提供。食の安全を重視し、素材本来の持ち味を活かすため化学調味料・保存料を使用せずに仕上げています。作りたての惣菜をはじめ、人気の饅頭・点心などを販売します。



### 1階 食料品 ( 和・洋菓子、和洋酒、佃煮、保存食品、健康食品 )

“ファッション先導型百貨店の顔”として、人気パティシエの素材選びや、こだわりの作り方といった情報発信性の高い洋菓子をメインに展開します。また、和菓子、銘店、リカーといった目的性が高く、ギフト需要にも対応した商品もあわせて展開します。和、洋菓子合わせて14ブランドが新しく出店します。

#### ■洋菓子

NEW

「HAMON」(Hankyu & Makino & Nakata)

「アンデルセン」(ペストリー)、「グラモウディーズ」(マカロン)

「フロレスタ」(ドーナツ)、「ベノア」(スコーン)、「ベルアメール」(チョコレート)

「ミャムミャム」(フルーツタルト)、「モンシュシュ」(堂島ロール)

「チーズケーキ専門店byモロゾフ」(チーズケーキ)

## 注目ポイント!

### 「HAMON」

これまでも本店で話題の人気スイーツ『1cm』を展開している豊中の人気ショップ『ムッシュマキノ』の牧野眞一氏と、川西で素材と技にこだわり、季節ごとに変化する店作りが評判の『ファクトリーナカタ』の中田浩氏がまた新たに阪急百貨店とコラボレーションショップをつくりました。今回のショップのテーマは「波紋」。洋菓子界に一石を投じ波紋を広げる魅惑のスイーツが登場します。

H・・・HANKYU (阪急)  
A・・・ASSORT (アソート)  
M・・・MAKINO (マキノ/ムッシュマキノ)  
O・・・ORIGINAL (オリジナル)  
N・・・NAKATA (ナカタ/ファクトリーナカタ)



## ■和菓子

NEW

「足立音衛門」(おとなだけの【半熟】贅沢プリン)、「京かりんとう」(かりんとう)  
「京丹波口北尾」(豆しぼり)「高砂堂」(きんつば)、「村嶋」(和風ブッセ)

### 「足立音衛門」(おとなだけの【半熟】贅沢プリン)

京都、丹波の「足立音衛門」から、お取り寄せスイーツでも話題の「おとなだけの【半熟】贅沢プリン」が初登場。新鮮な赤卵の卵黄や無添加生クリーム、和三盆糖を使用し、オーブンでじっくりと手間隙かけて作った逸品。濃厚なコクと優しい甘さ、中は半熟でトロトロと、まさに大人だけの贅沢です。



「おとなだけの【半熟】贅沢プリン」

## ■和洋酒

### 自主編集コーナー「ワインのある暮らし」

ワイン・チーズ・パン。この3つの商材を一つの売場に集約した編集売場を展開します。フランスをはじめ、イタリア、スイスなどこだわりぬいたチーズを数多く取扱う関西初登場の「チーズ王国」や、チーズとの相性を考えバイヤーが厳選したおすすめワイン、さらにワインにもチーズにも良く合うパンを一同に集めました。今までであるようでなかった「ワインのある暮らし」コーナーは注目です。

## ■佃煮

### 自主編集コーナー「和の極み」

京都・大阪を中心に、老舗の逸品を集めた極みの逸品コーナー。「花錦戸」まつのほこんぶ、「永田屋昆布本店」の黒潮のほか「一保堂茶舗」の宇治茶、そして新たに加賀麩の老舗「不室屋(ふむろや)」を展開します。



## 2階 アクセサリー／婦人バッグ／財布／シーズン雑貨

### ■アクセサリー

全65ブランドをオケージョン、テストを切り口にゾーン編集。また、こだわりのクリエイターズ&デザイナーズのファッション雑貨を集めた自主編集コーナー「アクセソワール」は、移設を機にさらにモード性の高い品揃えに刷新します。さらに、新アニバーサリージュエリーを提案する自主編集コーナー「アクセソワール マリアージュ」を新設。近年増加傾向にある、個性的なマリッジリングや、デイリーに使えるエンゲージリングなどのニーズに対応します。ヘアアクセサリーコーナーは、ヘアアクセサリーをファッションコーディネートアイテムと位置付け、ハウツーレッスンができるスペースをプラス。イベント要素を加え、他店との差別化を図ります。

#### 自主編集コーナー「アクセソワール」

国内外から先進ファッションのアクセサリー雑貨を集めた自主編集コーナー「アクセソワール」に、モード発信のコレクションブランドのコスチュームアクセサリーや、クリエイターとスワロフスキー社がコラボした「アトリエスワロフスキー」、クチュールアクセサリーの「スーパーニードル」等に加え、さらにファッション感度を高めた品揃えにシフトします。



NEW

「マルニ」、「ランバン」、「ドリスヴァンノッテン」、「アトリエスワロフスキー」  
「スーパーニードル」、「ミュベール」、「リッツ ミリネリー」

「マルニ」

### 注目ポイント！

#### 自主編集コーナー「アクセソワール マリアージュ」

ファッションやモードに強い関心のある顧客にむけた、高感度マリッジリングの集積コーナーを新設。また、アニバーサリーに強い既存ブランドでは、阪急・高島屋共同企画としてデイリーにコーディネートでき、結婚後も記念日に買い足していける商品を開発するなど、ブライダルニーズの多様化に対応していきます。



「ミステイアラ」

NEW

「イノーヴェ」



「イノーヴェ」

### ■ヘアアクセサリー

ヘアアクセサリーの人気ブランドを集積。スタイリングに必要なプロ仕様のコームやブラシなどのツール類もあわせて展開。またスタイリングレッスンをおこなうイベントスペースを設け、コスメのメイクアップブランドとのコラボイベントも実施します。

NEW

「アナスイ」、「アレクサンドラ ズワリ」、「ジルスチュアート」

## ■ 婦人バッグ

お好みや目的に応じて選びやすい売場づくりをポイントに、約45ブランドを、アドバンス、トレンド、OLエスタブリッシュ、ビジネス、エターナル、クラシック&エレガンス、ビジュアの7つのゾーンで編集したバッグ売場。従来のカテゴリに加え、ビジネスウーマンへの対応を強化。さらに、今までになかったアクセサリ感覚のバッグを集めたコーナーも新設します。

NEW

「ディーゼル」、「コンテス」、「コンテブルー」、「モラビト」、「ランセル」

## ■ 財布(アクセサリ雑貨)

OL層を中心に最近人気の高い、バッグにつけるチャームや、ポーチ、DSのケースやデジカメのケースなど、日常使いの雑貨をトレンドのブランドも交えながら豊富な品揃えで集積します。

## 3階 婦人服／化粧品／婦人靴下

### ■ 婦人服(エキサイティングトレンドファッション「スパークリングX」)

3階婦人服は、トレンドに敏感な女性の好みを捉えたブランドやショップを展開。常設のイベントスペースを設け、ウィークリーやマンスリーで展開する期間限定ショップの特設や、シーズン特性に応じたアイテムのクローズアップなど、OLのリアルライフに沿った魅力ある商品を提案します。

NEW

「ブラッシュアンドラッシュ フリーズショップ」、「マーキュリーリユクス」

### ■ 化粧品

「なりたいキレイに出会う、知る、体験する」場として進化し続けるHANKYU BEAUTY WORLDを提案します。多様化、高度化する顧客ニーズに対応し、メイクアップアーティストによるトレンドメイク提案や、パーソナルメイクレッスンが受けられるように売場中央にメイクアップドレッサーを6台設置したビューティースタジオを新設。また、高機能&効果へのニーズに対応した最新テクノロジーコスメを集積したゾーンや、植物由来のナチュラルコスメゾーン、アイメイクに特化したパーツメイクアップサロン、キャラクター系からメゾン系まで話題のフレグランスを一堂に集積したゾーンなどで構成します。

NEW

メイクアップブランド…「アディクション」(大阪初)、「THREE」(西日本初)  
ナチュラルコスメ…「キールズ」(西日本初)  
フレグランス…「ボンド No.9」(西日本初)  
テクノロジーコスメ…「ドクターブランド」(関西初)

「THREE」

NATURAL・HONEST・CREATIVEの3つの要素をコアに、2人のクリエイターが作り出す、自分らしく、自然体に輝く女性に向けて新しい発想のブランドが誕生。メイクアップラインはNYを拠点とし、世界中で活躍するトップアーティスト、RIE OMOTO氏がクリエイト。スキンケアラインは精油の世界的エキスパート、あかつき陽子氏が五感に働きかけるオーガニック精油を配合、心身のバランスを整えるスキンケアをクリエイト。西日本初登場の話題のブランドです。



「THREE」

## 4階 婦人服( コンテンポラリーカジュアル ) / 婦人靴

### ■ 婦人服(コンテンポラリーカジュアル)

4階婦人服は、エイジレスに生きる現代女性のファッション感度を刺激するブランドやショップを配置。常設のイベントスペースを設け、一歩先いくトレンドを提案します。

NEW

「スリーハンドレッド サーターデイズ」

### ■ 婦人靴

顧客視点からオケージョン、テースト、グレードを切り口に、フラット&スニーカー、トレンド、用途、ハイファッション(クリエイター、先行トレンド)、エターナル、ハイエンドの6つのゾーンで構成された、フルエイジ対応の靴売場です。特に注目はフラット&スニーカー。機能性とファッション性を兼ね備えた、幅広い世代に人気の高いフラットシューズとスニーカーをクローズアップして集積。幅広いワイズサイズで展開します。

NEW

「フタバヤ」、「ジェフリーキャンベル」、「エース」、「フィオレンティーニベイカー」、「スタディ」

## 5階 インターナショナルブティック / ジュエリー & ウォッチ

### ■ インターナショナルブティック

日本初、大阪初といったエクスクルーシブにこだわった、バッグ & シューズのハイエンドブティック & サロン。

#### 注目ポイント!

#### 「ロジェ ヴィヴィエ」(日本初)

1930年代より「スティレット(ハイヒール)の芸術」と讃えられ、ディオールやサンローランとのコラボなど伝説に彩られたパリの老舗メゾン“ロジェ ヴィヴィエ”の日本初ブティック。現デザイナーのブルーノ・フリゾーニが手がける秋冬コレクションは、強く官能的な女性にふさわしいファンタジックな色彩と輝きに満ちています。



「ロジェ ヴィヴィエ」

「エルメス」、「ゴヤール」(大阪初)

### ■ ジュエリー & ウォッチ

常に高感度、高グレードを求める顧客のニーズを満たすため、さらに、ラグジュアリー色を強めた品揃えで構成。本格的なリフォームやリペアにも対応。専門スタッフによるコンサルティング機能を備えたウォッチメンテナンスや、ジュエリーオーダー & リフォームも併設します。

NEW

ジュエリー…「ブシュロン」、ウォッチ…「オーデマピゲ」

## 6階 インターナショナルブティック

### ■ インターナショナルブティック

世界標準のモードを集め、独自性と情報発信性の高いファッションを提案する売場。ディーゼルのDNAを核にラグジュアリーを提案する「ディーゼル ブラック ゴールド」や、大胆な色使い、柄が特徴的で「REVE(リーバ)」というフラットシューズが定番の「トリー バーチ」も新たにご紹介。

**NEW**

#### 「トリー バーチ」(関西初)

クリエイティブ・ディレクターであるTory Burch本人のスタイルとスピリットを反映し、古きよきアメリカンスタイルにミックス感覚を織り交ぜた「手の届くラグジュアリー」を提案するライフスタイル・ブランドです。



「トリー バーチ」

#### 「ディーゼル ブラック ゴールド」(西日本初)

#### 自主編集コーナー 「D. エディット ラボ」

先進トレンドや話題のブランドを国内外からいち早くご紹介。

**NEW**

#### 「ジェyson ウー」(日本初)

#### 「ドゥー リー アンダーライン」(日本初)

#### 「タクーン アディション」(日本初)

#### 「バルマン」(西日本初)

#### 「ローレン・ピアース」(日本初)



## 7階 婦人服( スタイリッシュキャリア ) / パーティー & ドレスアップ

### ■ 婦人服(スタイリッシュキャリア)

OLに定評のあるブランドを集積し、オンからオフ、ハレの日対応の商品までそろえたフロア。また、話題のブランドや、OLの“今欲しいモノ”を捉えた、アイテムの集積ショップなどを展開するイベントスペースも常設します。

## 8階 婦人服( コンテンポラリーエレガンス )

### ■ 婦人服(コンテンポラリーエレガンス)

明確なファッションの好みがあり、かつ豊かなライフシーンをもつおしゃれに敏感な大人の女性のフロアと位置付け、コンテンポラリートラッドスタイル、ナチュラルスタイル、エレガンスチュールスタイルの3つのテストを軸に構成した婦人服フロアです。イベントスペースを常設し、話題のブランドや最進のトレンドも提案します。

### 自主編集コーナー「スティルアッシュ」

「着心地」「上質感」がキーワードの、トラッドスタイルをベースに、フェミニンな感覚をプラスしたスタイルを提案。大人のドレスアップシーンから、日常着までを取り揃えた、自主編集売場。

NEW

「アバティ」、「カオン」、「マラニ」、「ガッシュ&ロー」、「キャサリン ミッシェル」、「マッキントッシュ」  
「ロベルトコリーナ」

### 自主編集コーナー「プル・ア・プープ」

フレンチナチュラルベースの、爽やかで洗練された上質なカジュアルスタイルを提案。着心地や機能性にこだわったオリジナル商品を品揃えするほか、人気ブランドとのダブルネーム商品も充実の自主編集売場です。

NEW

「アーメン」、「ヴラスプラム」、「エリベ」、「カナタ」、「ケラスス」、「ジャミーソنز ニットウエア」  
「ジョン モロイ」、「パラディテール」、「ソイル」、「ブントピグロ」

## 9階 婦人服（オーセンティックエレガンス）／大きいサイズの婦人服 オーダー&リフォーム婦人服／婦人肌着／婦人フォーマル 大きいサイズと小さいサイズの婦人靴／メガネ

### ■婦人肌着

世界的に有名なインポートブランドから、選りすぐりの国産ブランドまで豊富に取り揃えます。ファッション感度の高い商品はもちろん、サイズ対応にもこだわり、セミオーダーブランド「デュブルベ」を百貨店で初めて導入します。また、アンダー85cm以上に対応したLサイズコーナーも同じ売場になりましたので、これまでよりも買いやすくなりました。

NEW

「マイラ」(西日本初)

「デュブルベ」(百貨店初)

デュブルベの最大の特徴は、従来の既製品と違い、バストの底面の周径(バージスサイズ)を測定してワイヤーサイズを決定すること。そこに、バストボリューム(カップ)のサイズを組合せ、さらに従来の既製品では5cm単位しかないアンダーバストを1cm単位で組み合わせることで、2,555通りのサイズ展開の中からジャストフィットするサイズが選べます。



## 10階 催場／ホームクラフト「セッセ」( 手芸用品 )／化粧品／洋かつら

### ■ホームクラフト「セッセ」

手づくりのためのパーツが充実しました。コットン生地はリバティを中心に2倍の品揃え、毛糸・リボンも約2倍のバリエーションを展開します。話題の人気作家のイベントやワンデイレッスンも週替わりで開催。クリエイションのワクワク感を感じていただける、手づくりがしたくなる、楽しい売場です。

## 11階 呉服／美術／催事／介護用品／補聴器／調剤 クリスタルサロン

### ■呉服

日本の伝統衣装である着物の美しさを、しきたりにのっとった礼装着物、ファッションとして日常的に着こなすカジュアル着物、夏の浴衣・秋の七五三・成人式の振袖などの季節毎のシーズン着物の3つのゾーンで提案します。着物スタイルを完成させる、帯揚げ・帯締め・履物といった小物も厳選して展開。また、文化を継承するためのしきたりやマナー講座、着付け講座も定期開催。

### ■美術

美術画廊では、人気作家の工芸品や絵画作品の展示会を週替わりで開催。アートのある心豊かな暮らしを提案します。茶道具・床飾りでは、新たに和文具の老舗を導入。自然の変化と共に季節を暮らしに取り入れる日本の生活スタイル「室礼」を、季節毎に提案します。

## 12階 リビング用品( 食器・バストイレタリー・寝具 )／文具 /ご進物センター 結納用品 /仏具 /商品券

### ■リビング用品(食器・バストイレタリー・寝具)

デザインの美しさと使い勝手のよさをポイントに提案する食器のゾーンと、リラクシング&リフレッシュをポイントに提案する寝具・バス用品の、大きく2つのゾーンで心地いい上質な暮らしのアイテムを展開します。食器ゾーンは、和洋ブランドミックスの特選売場と、日常使いの和洋食器・調理道具売場で構成。特に調理道具は料理研究家セレクトのコーナーも。寝具は快眠のためのオリジナル寝具「快眠工房」を中心に、「テンピュール」の寝心地体験装置“キャビン”が復活、眠りアドバイザーによるコンサルティングも阪急ならではの。バス用品は、肌触りのいい素材にこだわった話題の今治タオルを拡充。タオル素材の心地よさを活かしたウェアのラインアップも充実します。バスタイムからアフターバスの自分磨きのためのヘアケアやスキンケアアイテムも充実。デモンストレーションやコンサルティングなどご紹介いたします。

## フロア紹介( ings館 )

**B2階** マタニティー／ベビー用品／ベビー・こども服  
生活雑貨／ベビー玩具／絵本

### ■ママとベビーのための子育てライフのフロア

“赤ちゃんと暮らしを楽しむ”をテーマに、ベビー用品やマタニティー用品を販売するフロア。親子で暮らす毎日をもっと豊かにしてくれる上質な生活用品や雑貨を集積したセレクトコーナーを新設するほか、出産や育児をテーマにしたイベントやセミナーを随時開催する「コトコトルーム」では、育児を楽しむためのさまざまなヒントも提案していきます。

**NEW**

#### 自主編集コーナー「こどものいえ」

「本物・上質・エコ・優れたデザイン性」にこだわり、キッズキッチン、キッズリラクシング、キッズガーデン、キッズコミュニケーション、キッズクリエイション、キッズインテリアの6つのゾーンで構成。知育玩具や文具、絵本といったグッズは、こどもの創造力を育みます。また、食器やファニチャーはデザイン性が高いだけでなく、機能面にも優れ、モノを大切にする気持ちを育むことのできるアイテムを国内外から集積しました。さらに、ギフト需要にも対応したバリエーションの広い品揃えと価格帯も魅力です。



#### 自主編集コーナー「ママ&ベビーセレクト」

出産準備用品をはじめ、妊婦になってもおしゃれを楽しみたいママのためのファッション、雑貨と無添加のベビーフードやマッサージオイルなどナチュラルなアイテム、赤ちゃんとのお出かけが楽しくなるスタイリッシュな育児アイテムが揃う売場です。安全でゆったりした快適な、マタニティ専用の大型フィッティングルームを設置しました。また、子育てママをサポートする多彩なプログラムを実施するイベントスペース「コトコトルーム」を新設します。



#### イベントルーム「コトコトルーム」

子育てママをサポートする多彩なプログラムを実施するイベントスペースを新設。さまざまなケア商品を対象に、専門家や先輩ママからアドバイスを聞くことのできるプログラム、育児セミナー、出産後のボディーケアの講習会、絵本のよみかかせイベントなどを随時開催します。

## B1階 こども服／こども靴／こども服飾雑貨／こどもメガネ こども肌着／フォーマル&バレエ／こどもランド

### ■こどものおしゃれと遊び・学びのフロア

こどものおしゃれとエデュテイメント(エンターテイメント+エデュケーション)をテーマに、こどもに特化した服飾雑貨売場と親子で楽しめる体験型玩具売場「こどもランド」を新設。ますますオシャレに進化したこどもファッションと、楽しく学べる「コト」が満載の、「モノ」と「コト」の複合型フロア。

**NEW**

「バービー」、「リンジー」

### 注目ポイント！

#### 「こどもランド」

Learn(学ぶ)Do(体験)をテーマに、サイエンストイやメイキングホビー、ボードゲームなどを集積。売場内には、多彩なこども参加型プログラムを実施する「わくわく広場」(約10坪)や、電車の模擬運転が体験できる「鉄道ジオラマ(有料)」を配置し、親子で体験を通して学ぶことのできる新しいスタイルの玩具売場です。

#### ※展開商品

サイエンストイ(天体望遠鏡、地球儀、手作り実験キットなど)、メイキングホビー(クッキングトイ、手芸トイなど)、ボードゲーム、マジックグッズ、キャラクターグッズ(サンリオ・レインボーパーク)、のりもの玩具(トミカ、プラレール、バス、乗用車、鉄道模型など)など。



#### 「わくわく広場」

科学実験、絵画造形クラフトワーク、人形劇・紙芝居、マジック教室、のりもの模擬運転、クッキング体験、なりきり撮影会など幼児から小学生までを対象とした様々なイベントを開催します。

#### ※「ワクワク広場」9月の開催予定メニュー

リトミック体操、紙芝居、なりきり撮影会、理科実験教室、クラフトワーク、マジック教室、クッキング体験など。





## 注目ポイント！

### 自主編集コーナー「こども服飾雑貨」

こども靴はシューアドバイザーとカルテ管理されたデータがこどもの足の健康と成長を赤ちゃんからサポートします。また、国内外から集積したスタイリッシュなカジュアルシューズは関西屈指の品揃え。おしゃれなこどもたちをよりいっそう彩るアクセサリー、帽子、バッグ、ウォッチは大人と同じスタイルで初集積。こどもメガネ専門店「ハッピーフェース」は、安心安全はもちろん、パーツを自由に組み合わせて使える機能的なフレーム、表情をひきたてる愛らしいフレーム、ファッションなインポートフレームなど300点を展開。

### NEW

#### こどもメガネ専門店「ハッピーフェース」

幼稚園児の4人に1人、小学生の3人に1人、中学生の2人に1人が視力1.0未満という現状をふまえ、西日本では初めて、こどもメガネ専門コーナーを新設します。安心・安全であることはもちろん、パーツを自由に組み合わせて使える機能的なフレーム、お子様の可愛い表情をひきたてる愛らしいフレーム、ファッションのポイントにもなるお洒落なインポートフレームなど、ファッション性と機能性を兼ね備えた約300点のこどもメガネを展開します。

#### ※展開商品

「コーキ」、「バゼル」、「フォーナインズ」、「ラフォン」、「ニグラ」など



「コーキ(KOOKI)」

眼科の先生や視能訓練士さんも推奨の「コーキ」こども用メガネフレーム。国内のこども用メガネフレームの代名詞的存在として絶大な信頼と人気を得ています。価格帯 15,225円～19,950円(レンズ別売)

### 自主編集コーナー「フォーマル&バレエ」

発表会、結婚式などハレの日の衣装、お出掛け着からお受験スタイルまで、フォーマルシーンで着用する洋服と雑貨、お稽古事として人気のバレエのレオタードやバッグなどを集積。特別な日に光る個性を演出できるフォーマルアイテムのパターンオーダーもお楽しみいただけます。バレエは元宝ジェンヌ「朋舞花」さんがプロデュースするコレクションを展開。バレエの体験レッスンも開催予定。モチベーションを高めてくれる天蓋仕様のプリンセスフィッティングルームも設置。

## 1階 シーズンスポーツ&ファッション

### ■「シーズンスポーツ」のフロア

リゾート水着、スキー・スノーボードなどのシーズンスポーツを核に、おしゃれにスポーツを楽しむ現代人にむけてトレンドを発信するフロア。タウンカジュアルとしても人気の5つのブランドショップと、人気のスニーカーやブーツなどを集積した「カジュアルシューズセレクト」コーナーを展開し、タウンでも活躍するスポーツファッションを提案します。

### 自主編集コーナー「カジュアルシューズセレクト」

タウンファッションでも活躍するファッション性の高い、カジュアルシューズの集積コーナー。「プーマドルフダスラー」、「オニツカタイガー」、「アグ」、「キーン」など約20ブランドのシューズを展開。

### アディダスショップ

「アディダス」のプレミアムラインを集積した新コンセプトショップ。ヨガ、スタジオ、ジム、ダンス、テニス、ランニング、ゴルフ、ウィンタースポーツの8カテゴリーを擁するウイメンズライン「アディダス バイ ステラ・マッカートニー」とメンズのハイエンドライン「アディダスプレミアムスタイル」を展開。スポーツシーンでもファッションを楽しむ現代人にむけてテクノロジーとファッション性が融合したスタイリッシュなスポーツウエアを提案します。



## 2階 ウェルネススポーツ

### ■「ウェルネススポーツ」のフロア

歩く、走る、を中心とした「ウェルネス」スポーツを核に、ビギナーからプロフェッショナルまで対応するスポーツウエア、ギアを集積したフロア。ランニング、ウォーキング、トレッキング、トレーニング、エクササイズ、サイクリングの6つのゾーンで構成。特に“走るスタイリングと楽しさを提案する”ランニングコーナーは日本最大級の品揃えです。

## 3階 クラブスポーツ

### ■「クラブスポーツ」のフロア

「ゴルフ」を中心に、「テニス」、「フィットネス」、「スイミング」の4つのゾーンで構成される「クラブスポーツ」のフロア。定番ブランドはもちろん、ファッション感度の高い女性も納得のウエア、小物を集積します。

### ゴルフセレクトショップ「クラブコート」

ゴルフを“気軽に楽しめるスポーツ”として捉える20代～30代の男性と女性に向けて、ファッション性が高く、練習場やリゾートなどさまざまなシーンで、幅広く着こなせるスタイルを提案するセレクトショップ。都会的で洗練されたブランドとして人気の「アンタイトル」、「クードチャンス」、「タケオキクチ」といったファッションと機能性を両立させた3ブランドと、「クラブコート」のオリジナルブランド「ティアスマイル」で構成。

### 自主編集コーナー「ユーロセレクションズプラス」

程よいトレンド感と、高いクオリティを合わせたインポートブランドを中心にゴルフウエア、雑貨を集積する自主編集売場。新たに「アルチビオ」を加え、グリーンの上でも“人とは違うスタイリング”を楽しむおしゃれに妥協しないゴルファーにむけて世界中からセレクトしたゴルフスタイリングを提案します。

**NEW**

「アルチビオ」

# 《阪神梅田本店》

## ストアコンセプト・フロア構成

阪神梅田本店は、『暮らしやおしゃれを気軽に楽しみたい、百貨店が大好きな50代と30代の女性』に向けて、日常性と生活感そして、親しみやすさと値ごろ感、賑わいのある”阪神らしさ”に磨きをかけ、幅広いお客様のニーズにお応えできる百貨店を目指します。

”阪神らしさ”とは、デパ地下に代表される日常性と賑わい、そして気取りのないカジュアル感やリラックス感であると考えます。長年、お客様からご支持をいただいていた個性にさらに磨きをかけ、梅田における阪神梅田本店のポジショニングを明確にするのが今回の改装の目的です。

阪神らしさと強みの代名詞ともいえる食料品売場は洋菓子売場を大幅に拡大し、関西初登場のブランドや一品が評判の洋菓子店などを導入し、圧倒的な品揃えを実現します。婦人ファッションにおいてもSサイズ、Lサイズの婦人服や、化粧品、婦人アクセサリーの面積を拡大して品揃えを充実させます。また、西日本一の売上を誇るジーンズハウスや、紳士のカジュアルウエアなど、阪神梅田本店のお客様にご好評をいただいているアイテム集積の自主編集平場は重点的に強化をはかります。

### ＜フロア構成＞

営業面積：約53,000㎡



# MDについて

## 食料品

洋菓子売場は顧客の支持の高い「クラブハリエ」、「マールブランシュ」を移設拡大するほか、新たにクラブハリエの焼きたてバームを導入。さらに関西初登場となる「ガトーフェスタハラダ」「グランフル」や、従来はなかったアイテムを強化すべく、フルーツタルトの専門店である「ハナフル」「アローツリー」などを導入し、圧倒的な品揃えを実現します。

## 婦人服飾品

アクセサリ売場を1階から2階に移設し、従来よりお客様の支持が高いコスチュームアクセサリから、手作り感、カジュアル感のある作家もののクラフトアクセサリまで集積。さらに感度の高いアクセサリのセレクトショップも導入し、品揃えを大幅に強化します。

化粧品売場はスキンケアアイテムに強い売場の特性を活かしつつ、お客様のご要望が高いボディケアコスメは、関西初登場を含め新たにブランドを導入し強化します。

婦人靴売場は阪神の強みであるコンフォートシューズのゾーンに、3D測定器の設置やフットケアの施術ショップを導入し、お客様の足によりフィットする靴をお選びできる売場となります。

## 婦人服

3階は西日本一の品揃えと売上を誇るジーンズハウスを2階から移設し、機能面を充実させたフィッティングを新たに設置するなど環境を一新。ナショナルブランドからインポート、トップスや雑貨まで、さらに品揃えを強化します。  
また、婦人服はカジュアルウェアのブランドを重点強化するほか、関西初登場のキャリア女性のための通勤スタイルを提案する、3ブランドの次世代型ブランド編集ショップもオープンします。

4階はSサイズの婦人服がヤング・キャリア向けブランドを導入し、西日本一の規模になります。また、ハナコ世代の女性に向けたカジュアルウェアのブランドを3階から4階に移設し、若い感性を持つミセスのお客様にも喜ばれる売場を目指します。  
さらに、Lサイズの婦人服が5階に移設し、ヤング・キャリア向けのブランドを重点的に強化することにより、幅広い年齢層のお客様のご要望にお応えします。

## 紳士服、子供服、リビング、美術・宝飾品

5階の紳士服は、ジャケットやスラックスなどを単品でコーディネートできる売場を移設拡大。紳士スーツなどで値ごろ感のあるブランドや商品を導入するほか、ミセスの代理購買の多い紳士肌着・靴下売場をLサイズの婦人服の隣に置き、買い回りの強化をはかります。

6階子供服は新生児、ベビー、マタニティーの売場を大幅に強化し、阪神梅田本店の強みであるトドラー向けのストリートカジュアルに百貨店初のブランドを導入します。

7階リビングでは快眠ニーズに応える商品の品揃えを強化するほか、料理研究家が愛用、提案する調理器具やキッチン用品を強化します。

9階美術・宝飾品では、和の趣味雑貨のショップを集積するほか、宝石と時計のリフォームを移設し、強化します。

## フロア紹介

### B1階 食料品のフロア 阪神食品館

阪神梅田本店で圧倒的な人気を誇る「クラブハリエ」、「マールブランシュ」の2店を移設拡大。また、関東で話題の「ガトーフェスタ ハラダ」、「グランフル」や、フルーツタルト専門店「ハナフル」「アローツリー」などを新たに導入し、圧倒的な品揃えを実現します。

#### ■洋菓子売場

##### 注目ポイント！

##### 「ガトーフェスタ ハラダ」(関西初)

約50年のパン作りの技術を活かして作られる、保存料を一切使用しないフランスパンを用いたラスク「グーテ・デ・ロワ」をはじめ、サブレなどの焼き菓子が揃うお店。群馬県高崎市に本店を構える人気洋菓子店が、満を持して関西に初登場します。



#### ●その他話題の新ブランド

NEW

##### 「ハナフル」(大阪初)

地元・岡山で人気フルーツショップ「ハナフル」。本年4月の期間限定イベントで大好評だった、新鮮なフルーツをたっぷり使ったタルトがおすすめです。



「ハナフル」

NEW

##### 「クラブハリエ」移設と“焼きたてバーム”の導入

阪神百貨店の洋菓子売場で常に行列ができる人気の洋菓子ブランド“クラブハリエ”。売場を移設拡大し、厨房を別場所に設けて”焼きたてバーム”を新たに販売します。



「クラブハリエ」

NEW

##### 「グランフル」(関西初)

東京中目黒で評判のショップが関西に初登場。「紅玉」「白桃」など、国内だけでなく、世界各国から厳選された素材を使用したマカロンが人気です。チョコレート、焼き菓子なども豊富に取り揃えます。

NEW

##### 「アローツリー」

西宮市の青果卸売市場に本店があり、フルーツをたっぷり使ったケーキが人気のお店。今回は阪神オリジナルで野菜を使ったスイーツが登場する予定です。



「ブラザーズ」

NEW

##### 「ブラザーズ」(梅田初)

本店は西宮戎神社の近くにあり、ふんわりとしたクリームをたっぷり使ったロールケーキで地元の方々に人気のお店。おしゃれな焼き菓子などギフト商品も豊富です。

## 1階 化粧品／婦人雑貨

化粧品売場は、スキンケアアイテムに強い特性はそのまま活かし、新たにボディケアの新規ブランドを導入することで拡大強化します。同じく拡大する婦人雑貨売場は、お客様にわかりやすいレイアウトへの変更と、イベントコーナーや実演スペースの増加により、より賑わいのある売場になります。

### 注目ポイント！

#### 「ボディケアコスメ」のゾーンを新設

お客様のご要望が高い「ボディケアコスメ」。関西初出店の「サボン」や、100%オーガニックのセレクトショップの「テラクオーレ コルツィウオーネ」、「ファンケル」「ヘルシーワン」を集積したゾーンが登場します。

**NEW**

##### 「サボン」(関西初・9月オープン)

イスラエル生まれのボディケアコスメ&バスプロダクト。高濃度の塩湖で世界的に有名な、死海から採取するミネラル豊富な塩や泥を配合した商品が登場します。

**NEW**

##### 「テラクオーレ コルツィウオーネ」

スローフード発祥の地、イタリア北西部のピエモンテ州で生まれたオーガニックコスメや様々なオーガニックアイテムをセレクトしたショップです。

**NEW**

##### 「クリスタルジェミー」(西日本初)

アンチエイジングに徹底的にこだわったスキンケア中心のブランド。社長の中島 香里さんご自身がメイクに頼らない素肌の美しさをPRしていることでも有名です。

## 2階 婦人アクセサリー／婦人靴／ハンドバッグ

### 注目ポイント！

#### 婦人アクセサリー売場 「コスチュームアクセサリー」のゾーン

阪神梅田本店の強みであるコスチュームアクセサリーに、手作り感、カジュアル感のある日常使いのアクセサリーを集積。市場のような賑わいの中で、自分らしく装うための一品を選べる売場が登場します。



**NEW**

##### 「カナル4°C」

オリジナルジュエリーと各国の新進デザイナーのジュエリー、アクセサリーのセレクトショップです。

**NEW**

##### 「drama H.P.FRANCE (ドラマ アッシュ・ペー・フランス)」

“日本のクリエイション”がテーマ。国内のデザイナーが作るアクセサリーのセレクトショップです。

### ■ 婦人靴売場

靴をファッションアイテムとしてお探しのお客様のための「ファッションシューズ」コーナーに、働く女性の通勤に最適な機能パンプスを品揃えしたコーナーを追加。さらに、おしゃれなカジュアルシューズを揃えた「スタイリッシュコンフォート」コーナーを新設し、「ビルケンシュトック」や「カンパール」などのリラックスシューズをラインナップ。阪神の強みである「コンフォートシューズ」のコーナーは、足型3D測定器を新たに3台設置し、従来の手計測と合わせてお客様の靴選びをさせていただくほか、足のケアを行なうショップ「フットバランス」を新たに導入します。

## 3階 ヤング・キャリアの婦人服

西日本一の売上と品揃えを誇るジーンズハウスを2階から移設。環境を一新し、新規ブランドも導入します。婦人服はカジュアルウェアのブランドを重点強化するほか、関西初登場のキャリア女性のための通勤スタイルを提案する、3ブランドの次世代型ブランド編集ショップもオープンします。

### 注目ポイント！

#### 「ジーンズハウス」(西日本最大級)

国内外約40ブランドを取り揃え、西日本一の売上と品揃えを誇るジーンズハウスを2階から移設。売上の約6割を占め、圧倒的な品揃えを誇るナショナルブランドに、独自の加工や色合いが人気の国産デニムブランド(レッドカード、マニュアルレイバー)を導入・強化します。

また、以前からご要望の強いミセス向けデニムは集約してゾーン化するほか、インポートデニムはイタリアの人気ブランド(リプレイ)を新たに導入、セブン、AGなど人気の高いブランドの品揃えはさらに強化します。売場内には「LAX」と共同でイベントスペースを設置し、国内外からセレクトした旬の商品を期間限定でご紹介します。



#### NEW

レッドカード(関西百貨店初)、マニュアルレイバー(百貨店初)、ディシャスジーンズリプレイ、オールドベティ

#### 充実したフィッティングルーム

フィッティングルームはベビーカーと一緒に入ることができる広いものを含め12室設置。フィッティング前の通路には太陽光に近い照明を設け、屋外で着用した時のジーンズの色合いの確認やシルエットのチェックができるようになります。



## ■ ヤング・キャリアの婦人服

#### NEW

##### フェアステ

東京コレクション出展ブランド「ビューティフルピープル」のデザイナー、熊切秀典氏を迎え、オリジナル婦人衣料にインポート雑貨を加えたフレンチトラッドテイストあふれる高感度のブランド。梅田地区では阪神限定で待望のデビューです。

#### NEW

##### フレーバードレッサー(関西初)

時代と共に生きようとする自立した女性たちの”自分流”をワードローブに表現した、”次世代型ブランド編集ショップ”が関西初登場。洗練されたキャリア女性に向けた「ボッシュ」、阪急うめだ本店から移設する「ノーベスパジオ」、「マテリア」の3ブランドを一同に取り揃え、お客様の個性を引き立てる着こなしを提案します。

#### NEW

##### イシ・エ・ラ

シンプルなお中にフェミニンな空気感をプラスした大人のフレンチトラッドを提案する、「イシ・エ・ラ」が今秋デビュー。大人が着る上品な「カジュアル感」、クールではない「シンプル感」、ルーズではない「ゆる感」を併せ持ち、自分だけのカジュアルスタイルをお楽しみいただけます。

## 4階 ミセスの婦人服／Sサイズの婦人服

Sサイズの婦人服はヤング・キャリア世代向けのブランドを導入し、西日本最大級の規模に拡大して幅広い年齢のお客様のご要望にお応えできる売場になります。また、3階から「ハナコ世代」に人気の4ブランド(アニエスベーなど)を移設し、若い感性を持つミセスにも喜ばれる売場を目指します。

### 注目ポイント！

#### Sサイズ婦人服(西日本最大級)

阪急うめだ本店でSサイズの婦人服の取り扱いを休止するのに伴い、インディヴィ、組曲、ミッシェル克蘭、コムサ デ モードの4ブランドを阪神梅田本店に移設。シニア、シルバー世代向けにシフトしていた従来の品揃えに、ヤング・キャリア向けのブランドが加わり、幅広い世代のお客様に対応した売場に生まれ変わります。



**NEW**

インディヴィ、ミッシェル克蘭  
組曲、コムサ デ モード

ブランド数・・・9ブランド→13ブランド  
面積・・・76坪(約2.2倍に拡大)

### ■プレタポルテ

4階東側のプレタポルテ売場の平場に、レストスペースを4カ所設置します。  
顧客の多いブランドの売場で、ゆったりとくつろいでいただきながらお買い物を楽しんでいただけるようになります。



## 5階 紳士服／紳士雑貨／Lサイズの婦人服

### ■Lサイズ婦人服

お客様のご支持の高いクイーンズショップを大幅に拡大して5階に移設。  
ヤング・キャリア向けのブランドを9ブランド、ミセス向けでは日本初登場となる「スマートピンク」を含め2ブランドを新たに導入します。ミセスをターゲットとするブランドは、隣接する紳士肌着売場との買い回りを考慮したロケーションになっています。



**NEW**

【ヤング・キャリアターゲット】

プラシス、組曲、インディヴィ、スウィヴィ、アズノウアズ、アンタイトル、コムサ デ モード、サブストリート、ローズティアラ

【ミセスターゲット】

スマートピンク(日本初登場)、ソニア



## 5階 紳士服／紳士雑貨／Lサイズの婦人服

### 注目ポイント！

#### 「単品カジュアル売場 アイテムパーツ」

紳士カジュアル売場では60代以上のご年配のお客様がよくお見えになりますが、ブランドよりも「ジャケット」や「パンツ」といったアイテムで商品をお探しとの声を多く承ります。そのご要望にお応えし、単品編集の売場を移設して大幅に拡大。セーター、 Poloシャツ、カジュアルシャツに加え、ジャケットやブルゾンなどのアイテムも一同に選ぶことができますようになります。また、リーズナブルな価格の商品から、百貨店らしいクオリティーの高い商品まで幅広い品揃えをご用意いたします。

#### ■紳士スーツ売場

NEW

##### トッドハウス

阪神梅田本店で扱うプロパーの紳士スーツとしては最もリーズナブルな、税込29,400円というエントリープライスの商品をご用意します。サイズはA体～BB体まで豊富に取り揃えます。サイズ調節やパーツの変更などができるパターンオーダーも、税込50,400円の商品より承りが可能です。

#### ■紳士肌着売場

紳士肌着売場では女性のお客様の購買比率が高く、平日は奥さまがご主人の代わりに、休日はご夫婦で来店されて靴下や肌着をお選びになる姿をよくお見かけします。今回の改装でLサイズの婦人服を5階に移設するのにもない、隣に紳士靴下と紳士肌着の売場を設置。肌着はエントリープライスの見直しにより、お求めやすい価格の商品が登場するほか、人気の高いベーシック肌着、シーズン肌着を強化します。ラウンジウェアのコーナーでは女性のお客様からご要望の強い、ルームソックスや腹巻きなどルームアイテムを強化します。

## 6階 子供服／玩具／美と健康・癒しの空間 リラクシア

6階子供服は阪神梅田本店の強みである、トドラー向けのストリートカジュアルを強化。百貨店初の2ブランドを導入します。また、「ファミリア」のショップオープンと自前売場の「ベビーメッセージ」の移設により、新生児・ベビー用品のゾーンを大幅に拡大します。

### 注目ポイント！

#### 子供服売場 ストリートカジュアルウェア

阪神梅田本店の子供服売場の中で、最もご支持をいただいているのが、トドラー向けのストリートカジュアルウェア。今回の改装では、和テイストのデザインで個性あふれる「御洒落本舗」、ボーイズ向けのストリートカジュアルウェアが充実している「ワムワム」の2ブランドを百貨店では初めて取扱います。



「ワムワム」



「御洒落本舗」

NEW

(カジュアルウェア)

御洒落本舗(百貨店初)、ワムワム(百貨店初)、ブーホームズ

NEW

(その他ゾーン)

パピヨナーージュ(関西初)、ファミリア、センスオブワンダーなど

## 7階 寝装品／食器キッチン／タオル・手芸用品／呉服

### 注目ポイント！

#### 寝装品売場 快眠ゾーン

昨秋6階から移設した枕の専門店「枕工房」、今春オープン  
の枕とマットレスで有名な「テンピュール」を含め、寝装品、  
ナイトウェア、リラクシングウェアなど、眠りにまつわる商品と  
ソリューションを西日本一の規模で展開。ピローフィッターなど  
専門家によるコンサルティングセールスも充実させています。



#### ■食器・キッチン用品売場

料理のレシピのみならずそのライフスタイルそのものが多くの女性から支持を集める栗原はるみ氏の  
ショップ「栗原はるみ」、料理研究家の松田美智子氏がプロデュースするキッチン&ダイニングの  
グッズを集める「JIZAI」など、ご自身が愛用されている調理道具やキッチン用品を集積したショップや  
コーナーが登場。さらに、和の調理道具にはお好み焼き、たこ焼きなど、大阪の名物である粉もんを  
作るための道具や大阪発祥の調理器具など、「大阪」にこだわった商品もセレクトして展開します。

NEW

栗原はるみ、JIZAIなど

## 9階 宝飾品／時計／眼鏡／文房具／和の趣味雑貨／阪神美術画廊

### 注目ポイント！

#### 和(なごみ)の趣味雑貨売場

外商サロン、阪神みどり会などお得意様がお見えになるゾ  
ーンを持つフロア特性を活かし、「30代～60代の毎日の生活  
を楽しむ女性」をターゲットとした趣味性の高い和雑貨や文具・  
万年筆を女性の視点でセレクトした新ゾーンが登場します。



NEW

コトノスタイル、くろちく、工房百、香ギャラリー楽庵など

#### ■眼鏡売場

眼鏡売場は面積を約1.5倍に拡大。検眼機も2台に増設します。また、加工場を新たに設置する  
ことにより、単焦点レンズ眼鏡の即日お渡しが可能になります。品揃えでは高額な18金フレームや、  
フレームの産地で有名な福井県・鯖江市のブランド「THE 291」、プロアスリートも愛用している  
アイメトリックス(オーダーフレーム)を導入します。

#### ■時計修理工房、ジュエリーオーダーリフォーム

日本ロレックス(株)の技術公認店である時計修理工房は、時計の磁気抜きや機械式時計の精度  
チェックなどに加え、時計バンドやワインディングマシンなど時計グッズを充実させます。  
ジュエリーオーダー&リフォームのコーナーは、リフォームの注文をお受けした物を、コンピューター  
グラフィックでリアルに描いたデザイン画でご提案ができるようになるほか、他店でお求めになった  
ジュエリーも修理可能なものはすべてお預かりができるようになります。

NEW

#### ■ルイゴレイ(百貨店初)

帝国ホテルに日本の旗艦店を持つジュエリーのセレクトブランド。クリエイターが創作するクラフト感  
あふれるジュエリーや、カラーストーンを豊富に使った華やかなで個性あふれるジュエリー、  
オーソドックスなブライダルジュエリーまで、幅広い品揃えが特徴です。