

2018年9月

9月5日（水）京都高島屋4階フロアに、  
ライフスタイルの充実を提案する新ゾーンが誕生！

## 京都高島屋 2018 年秋の改装

京都高島屋は、変化するお客様のニーズに応えるべく、この秋のリニューアルでは、新たな MD による売場づくりに取り組み、品揃えをさらに充実させて参ります。具体的には、4階フロアに、「ウエルネス」「リラックス」をテーマに複数の MD で構成する、ライフスタイル提案型の売場を新設いたします。また、2階フロアには、今後も増加が見込まれる“働く女性”のニーズに応え、高島屋が提案するスーツスタイルの編集ショップ「スーツクローゼット」を導入いたします。他にも、時代や社会と共に変化されるお客様のニーズに応える売場づくりに取り組んで参ります。



※「ウエルビー ラボ」店頭イメージ

### 【リニューアル概要】

#### 「ウエルビー ラボ」 9月5日（水） 4階

京都高島屋初出店 7ブランドを含む、10ブランドを揃える“ヨガスタイルゾーン”と、ウエルネスをテーマに多彩な商品を期間限定で展開する“POPUP スペース”から成る、「ウエルビー ラボ」を新設いたします。また、「ウエルビー ラボ」がターゲットとするナチュラル志向のお客様に親和性の高い、リゾートカジュアルウエア「トミーバハマ」と、憩いの場となる「タリーズコーヒー&TEA」を併設し、様々なカテゴリでトータルに、充実したライフスタイルを提案いたします。

#### 「スーツクローゼット」 9月7日（金） 2階

“働く女性”をターゲットに、様々な職種や場面に幅広く対応する、スーツスタイルの自主編集ショップ「スーツクローゼット」を立ち上げます。

## ■ ウェルビー ラボ (約 260 m<sup>2</sup>)

9月5日 (水) 4階

■面積：約 260 m<sup>2</sup> ■構成：(①ヨガスタイルゾーン：約 170 m<sup>2</sup>/②POPUP ゾーン：約 90 m<sup>2</sup>)

### ① ヨガスタイルゾーン

美容・健康への意識の高まりから、ヨガ人口が増加傾向にあることを受け、本格的なレッスンからデイリーにも使えるウェアや雑貨、計 10 ブランドを取り揃え、初心者から上級者までの幅広いニーズに応えます。店頭は、「DO YOGA」「FUN YOGA」「FOR DAILY」の 3 つのシーン別にブランドを編集して、統一環境で垣根をなくし、選びやすさと買い回りを重視した売場づくりを行いました。また、ブランド毎に点在しがちなヨガマットも、バリエーションを増やし、一箇所に集約したコーナーを設けました。

#### <コンセプト> 京都地区のヨガ愛好者のニーズに幅広く応える売場

京都地区で最も充実した品揃えを目指すと共に、ワークショップなどの学びの場 (コト) を設けることで、地域のヨガ愛好者のニーズに幅広く応える売場づくりを行います。

#### <顧客ターゲット> ナチュラル志向の 30 代~40 代女性

トレーニング志向ではなく、心身の健康を求め、ヨガ・フィットネスをライフスタイルに取り入れる女性



#### <展開ブランド> ウェア 8 ブランド、雑貨 2 ブランドの計 10 ブランド

京都高島屋初出店 7 ブランドを含む、10 ブランド (ウェア 8 ブランド、雑貨 2 ブランド) を展開

DANSKIN 丈

〈ダンスキン〉

LILY LOTUS  
Clothing for inspired living.

〈リリーロータス〉

urbanretreat  
Los Angeles

〈アーバンリトリート〉

[sn]  
super.natural

〈スーパーナチュラル〉



〈ナーガヨガ〉



〈アンリ&ベベ〉

manduka

〈マンドウカ〉



〈ラニカイ〉



〈テジャス〉

GLAZ  
respirer

〈グラス レスピレ〉

#### <3 つのシーン>

○DO YOGA ゾーン：ベテランヨギーのためのラインアップ

○FUN YOGA ゾーン：ウェアのファッション性にもこだわるヨギーのためのラインアップ

○FOR DAILY ゾーン：デイリーウェアとの汎用性を重視するラインアップ

#### <ワークショップへの取り組み>

商品 (モノ) だけでなく、実際にヨガを体験するなど、コトの側面からもお客様のライフスタイルの充実を提案します。また体験によりヨガの裾野を広げることで、ウェアニーズの拡大にもつなげたいと考えます。体験ヨガレッスンなどのイベントは、毎月開催する予定です。

※取り組みの一例 (9 月度)

○ 〈アンリ&ベベ〉 椅子に座ってできる簡単チェアヨガ ~はじめてのヨガに~ (9 日開催予定、要予約) ほか

## ② POPUPゾーン

スポーツとファッションの融合「アスレジャー」ニーズに応える旬のブランドや、「ウエルネス」をテーマとする多彩なアイテムなどを期間限定で展開し、新鮮さや話題性と共に、品揃えの拡充を図ります。

### 9月5日からは、〈チャンピオン〉と〈ヒュンメル〉を展開

〈チャンピオン〉：1919年に誕生した、機能的なデザインや高い品質にこだわるスポーツテイストが息づくアメリカンカジュアルブランド。昨今の「アスレジャー」ブームから、国内外問わず人気が再燃しています。メンズウエア、レディースウエア共に取り揃えます。

〈ヒュンメル〉：1923年に誕生した、デンマークのスポーツブランド。9月5日からのPOPUPでは、ヨガウエアを期間限定で取り揃えます。



## ■トミーバハマ【関西初出店】9月5日（水） 4階

リラックスした気分で毎日を送るリゾートライフの発想から生まれた、アメリカのカジュアルブランド。フロリダやハワイなどのビーチ浴衣を中心に、世界で160店舗を展開。当店では、40代をコアターゲットに、メンズ・レディースのコンバインショップとして展開いたします。



## ■タリーズコーヒー&TEA（約120㎡）【関西初出店】

9月5日（水） 4階



※店頭イメージ

紅茶メニューが充実したコンセプトショップ、「タリーズコーヒー&TEA」が、関西地区に初出店します。

お買い物の途中に気軽に立ち寄れる、壁のないオープン型の店舗で、「憩い」「集い」の場を提供します。フローズン果実や、はちみつなどを使用した「ティー スムージー」など、「&TEA」限定のメニューもご用意いたします。



■ **スーツクローゼット (約 51 m<sup>2</sup>)**

**9月7日 (金) 2階キャリアワールド**



## SUIT CLOSET

女性の就業人口の増加に伴い、女性がスーツを求める機会が増えると共に、ニーズも多様化しています。こうした中、ブランドショップごとにスーツを見てまわる従来の不便さを解消し、多彩なバリエーションから選べる楽しさも提供すべく、一箇所で比較購入ができる女性用スーツの自主編集ショップを京都店にも導入します。今回の京都店への導入をもって、「スーツクローゼット」は、大型店 5 店舗すべてでの展開となります。

### ＜コンセプト＞ 働く女性のための、スーツスタイル編集ショップ

「スーツクローゼット」では、女性の幅広い職種やニーズに応えるべく、ナショナルブランドのスーツをセレクトして集積展開します。また、「スーツクローゼット」オリジナルのスーツとして、高島屋とデザイナーとのコラボレーションや、お取引先との協業によるオリジナルスーツも展開し、既存の婦人服ショップと合わせた品揃えの拡充を図ります。

### ＜ターゲット層＞

30代～40代を中心とした、働く女性

### ＜中心価格帯 (本体価格) ＞

ジャケット 19,000 円～45,000 円、パンツ 19,000 円～29,000 円、スカート 18,000 円～27,000 円

### ＜商品の特徴＞

① ナショナルブランドの集積展開：京都高島屋にショップ展開のないブランドのスーツも取り揃えます。

展開ブランド一例：〈ニューヨーカー〉〈トーナル〉〈ピールスローリー〉など。

② 「スーツクローゼット」オリジナルスーツ：デザイナーズコラボレーションスーツから、「リクルート」「フレッシュャーズ」などのオケージョンニーズに通年対応するベーシックスーツまで、オリジナルで取り揃えます。

展開ブランド一例：〈エルザウィンクラー〉〈タロウ ホリウチ〉

※いずれもデザイナーズコラボレーション



以上