

あべのハルカス近鉄本店 春の大型改装

婦人くつ売場リニューアル・「美sion Terrace」オープンについて

あべのハルカス近鉄本店では、**新たな価値を創造する「都心型総合百貨店」への進化**を目指し、ハルカス開業以来最大規模となる大型改装を段階的に実施します。**婦人くつ売場をウイング館2階からウイング館3階へと移設し、4月12日(水)にリフレッシュオープンします。また、4月27日(木)に新売場「美sion Terrace」をタワー館5階にオープンします。**

まず4月12日(水)に婦人くつ売場はウイング館3階へと移設し、同フロアがターゲットとするファッション感度の高いお客様を意識した人気のインポートシューズブランドを導入します。今後、タワー館1階・ウイング館2・3階のMD構成の一新に取り組んでまいります。

また、婦人服売場では昨年度からアパレルだけではなく雑貨やフードを含めた「スクランブルMD」の売場を展開しており、このたび第三弾の編集売場として「美sion Terrace」をオープンします。美容や健康、消費に対する意識が高い50代を中心とした「オトナ女子」をメインターゲットとし、「悩みに寄り添い理想的な自分への未来投資」や「日常生活をアップデート」といった付加価値を提案します。『美』と『健康』をテーマとしたアイテムや現役医師が監修するジュースバーを展開します。(第一弾:「Salon de GATE(サロンドゲート)」2022年3月16日(水)オープン。第二弾:「いもどりマルシェ」2022年9月3日(土)オープン。)

今後も国内外の超広域から人が集まる売場づくりを進め、中期経営計画に掲げている『あべの・天王寺エリア「ハルカスタウン」の魅力最大化』に取り組んでまいります。

■あべのハルカス近鉄本店大型改装における総投資額と増収目標(2023年度)	
・総投資額: 約7億円	・増収目標: 約22億円

■売場の概要

売場名	婦人くつ売場	美sion Terrace
オープン日	2023年4月12日(水)	2023年4月27日(木)
場所	ウイング館3階	タワー館5階
面積	約1,150㎡	約245㎡
ブランド数	約50ブランド	約25ブランド



■ 婦人くつ売場

リフレッシュオープンのポイント

- ① ウイング館2階からウイング館3階へ売場を移設し、新規ブランドを3ブランド導入
- ② 同フロアのタワー館3階婦人服・洋品雑貨売場「トレンドコート」のファッション感度の高いターゲット層を意識し、高感度なインポートシューズのブランドを強化
- ③ 人気の高まっているアウトドアを意識したインポートカジュアルを強化



売場イメージパース

・新規ブランド例



<ペリーコ>

アートピースのような美しさに、リアルなコーデカと履きやすさを備えたイタリアのブランド。



<ハンター>

品格ある佇まいと質実さを兼ね備えたものづくりでタイムレスに愛される英国の老舗ブランド。



<KEEN>

オリジナリティの高い機能美を追求した、アウトドアを楽しむためのシューズブランド。

・リフレッシュオープンを記念して近鉄本店限定カラーが登場



<ヴィタノーヴァ>

今年のマストアイテム「ゲルカサンダル」
淡いイエローが最旬コーデを演出。
サンダル 19,800 円



<ブリジットパーキン>

艶くすみピンクが大人な春カラー。
キラキラとしたヒールにも注目。

ローファー 11,000 円

■新規ショップ「美sion Terrace」

「美sion Terrace」のポイント

- ① メインターゲットは美容や健康、消費に対する意欲の高い50代を中心とした「オトナ女子」
- ② 『美容』と『健康』をコンセプトに、＜飲食・健康食品＞、＜アパレル・服飾雑貨＞、＜美容・ライフスタイル＞、＜コンサルティングブース＞のゾーンを展開
- ③ 『日々の癒し』や『未来への投資』という付加価値を提供する商品がコンセプト。



飲食・健康食品

HARU JUICE イメージパース



※写真はイメージです。
パッケージは変更になります。



<HARU JUICE>

アクアメディカルクリニック院長 石黒 伸 医師 総監修 <HARU JUICE>が百貨店初登場。新鮮な野菜や果物を低温圧搾。栄養素を壊さない無加熱・無殺菌でつくる栄養価の高いジュースがそのまま飲めるジュースパースタイルです。他にも、グラノーラやフェイスマスクなどインナービューティーに着目したアイテムも登場します。

<霧の朝>



「丹波黒大豆」や「丹波大納言 小豆」などを使用。土地の風土が醸成した味をできるだけ素直に、現代の生活にも合うように提案。

<AMACO by Nishiri>



甘麴をラブレ乳酸菌で発酵させた「乳酸発酵甘麴」。その自然の甘みと発酵の力を活かしたパンやスイーツをお届けします。

女性誌ライター八尾美奈子氏セレクトエリア

光文社「美ST」などのライターを15年以上務める女性誌ライター 八尾美奈子氏が売場を編集。食品や雑貨にもまたがる豊富な知識から厳選したアイテムを展開。



■展開ブランド例

<赤いなつめ> なつめ

<高濃度水素ゼリー>水素シリーズ



八尾美奈子氏 プロフィール

女性誌ライター
光文社「STORY」「美ST」「HERS」などのライターを15年以上務める。守備範囲はアパレル・美容のみならず食品や雑貨に拡大中。

美容・ライフスタイル

マスクを外した時の顔が気になる・・・そんな声にお応えして今までになかった婦人服売場にて「美顔器」をはじめとする美容機器の取り扱いを開始し、人気の3ブランドを導入！店頭または「コンサルティングブース」で実際に商品をお試しできます。

<ELECTRON>

頭皮ケアからボディケアまで、“実感をともなう美容体験”を追求したプロダクトを展開する「エレクトロン」



<CELL CURE>

4つのモードでフェイシャルからボディまで使える美顔器。



<MYTREX>

「LIFE にプラスする」をコンセプトに、日常にフィットする健康器具、美容機器を販売するブランド。

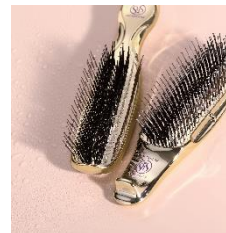


ヘアケア・コスメ・フェムテック



<ORGANIC MOTHER LIFE>

植物調合士®坂田まこと氏による健康で美しい素肌に導くためのオーガニック化粧品。



<S・HEART・S>

年齢特有の頭皮や髪の毛の悩みに寄り添う頭皮密着設計のスカルプブラシ。

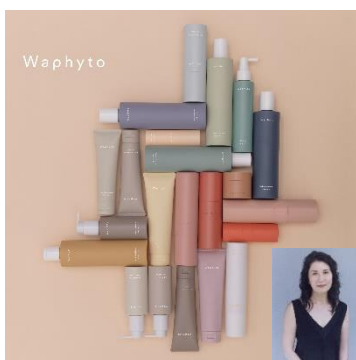
シーズンスペース

期間限定でPOP UP SHOP が続々と登場！

<&MEDICAL>

「おうちで健康」をテーマにホームエクササイズや姿勢サポートなどフィットネスに精通した専門家の科学的メソッドを活かしたアイテムを展開。常設展開を拡大してシーズンスペースに登場。

●4月27日(木)→5月9日(火)



<Waphyto>

植物療法士 森田敦子氏によるスキンケア、ヘアケア、ボディケア、デリケートゾーンケアを展開するトータルライフケアブランド。

<FEMRY>

【女性に寄り添い、女性とともに、女性の悩みを解決する】を理念に活動する一般社団法人フェミーメソッド協会理事長松下優美氏によるトータルビューティーブランド。

