

2015年10月23日(金)

株式会社三越伊勢丹ホールディングス

三越伊勢丹グループの中小型店の新業態 メンズファッションセレクトストア<イセタンサローネ メンズ> 東京・丸の内に2015年12月中旬オープン

三越伊勢丹ホールディングスは現在、当社グループの強みである編集力を活かした新たなチャネル開発とエリア展開で、顧客接点を拡大していく中小型店舗の出店戦略を進めています。

今回、すでに出店を発表している中小型店事業における新業態であるメンズファッションセレクトストアのストア名称やストアコンセプト、および概要についてお知らせいたします。

1. 中小型店事業の出店戦略について

三越伊勢丹グループにおける中小型店事業は、当社グループが強みとする「MD」「感度」「顧客」を生かし、高収益かつ機動性の高いフォーマットとして展開しています。

これまで羽田空港内の「イセタン羽田ストア」(3店舗)や、駅ビルを中心に出店するラグジュアリーコスメ編集ショップ「イセタン ミラー メイク&コスメティクス」(11店舗)などの業態の小型店を展開しています。また、既存のサテライト型店舗に加え、編集型小型店「エムアイプラザ」の出店を進め(現在22店舗)、チェーンオペレーション体制の構築をめざしています。

そして、ファッションの独自性・編集力という、当社の強みを凝縮したスペシャリティストアの開発を行っており、本年4月には、新規顧客との接点拡大という目的と伊勢丹新宿本店のサロンの役割をあわせ持つ、レディースファッションの高感度な独自編集セレクトストア「イセタンサローネ」を六本木に出店しています。当社グループでは、今回お知らせするメンズファッションセレクトストアの新業態を「スペシャリティストア事業」として位置づけ、あらたな顧客接点の場として開発しています。

このように、三越伊勢丹グループでは、お客さまの生活行動圏の近くで、さまざまなライフスタイルやニーズにあった業態の中小型店舗を多店舗展開し、今後の成長事業の柱のひとつとして、更なる収益性向上とオペレーション体制の確立を図っていきます。

2. メンズファッションセレクトストア<イセタンサローネ メンズ>

2015年5月11日(月)に発表している東京・丸の内へのメンズファッションセレクトストアを、2015年12月中旬に開店いたします。

このメンズファッションセレクトストアの出店により、当社としてあたらしいお客さまとの接点を拡大するとともに、伊勢丹新宿本店メンズ館のサロン(分店)機能を持つメンズファッションのセレクトストアとして、既存のメンズ館顧客への利便性を提供していきます。

ストア名称

イセタンサローネ メンズ



伊勢丹にとってあたらしいエリアである東京・六本木の東京ミッドタウンに、レディースを主体としたファッションセレクトストア<イセタンサローネ>を、本年4月3日(金)に出店しております。

<イセタンサローネ>というネーミングは、店舗としての「のれん(伊勢丹)」+「店の機能/役割」を表現し、伊勢丹によるあたらしいセレクトストアであり、かつ新宿本店と連携するサロンとしての役割をも有する、高感度セレクトストアであることをわかりやすく表現することを目的としており、今後においても<イセタンサローネ>のブランディングは、首都圏エリア内限定の出店モデルと位置付けてまいります。

この考え方にに基づき、今回のメンズファッションを主体としたセレクトストアのネーミングは、百貨店ではできない品揃えや編集を実現させる高感度なセレクトストアであることと、伊勢丹新宿本店メンズ館の強みの凝縮であることの両面を分かりやすく表現するために、<イセタンサローネ メンズ>に決定いたしました。

コンセプト

【ストアコンセプト】

“おもあい”

“おもあい”とは茶道用語で「思いあう」ことを意味しています。

お互いに「思いあう」日本人の和の精神気質を大切に、丸の内エリアのみなさまにご愛顧いただき、親しみを感じていただける店づくりをめざしてまいりる心意気をストアコンセプトにいたします。

【MDコンセプト】

“粋”

江戸時代における美意識として確立された「粋」をテーマとし、品揃えにおいて「正統さ」(素材、つくり等)、「洗練さ」(感度、時代性等)、「遊び心」(コラボレーション、カスタマイズ等)を追求します。

【販売サービスコンセプト】

“一期一会”

日本人が大切にしてきた「目配り」「気配り」「心配り」を大切に、対面販売からはじまるパーソナルな関係性を構築していきます。

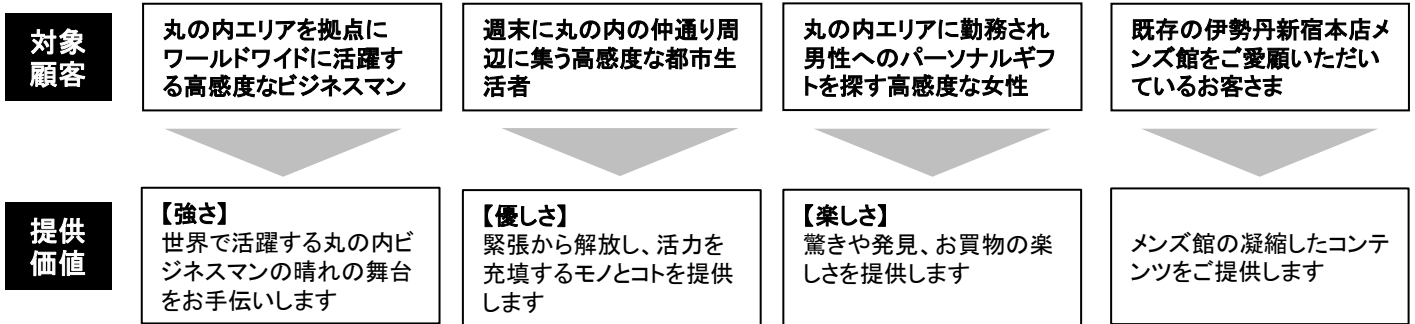
【デザインコンセプト】

“上質なもてなしを体現”

家族と接するがごとく見返りを求めない対応で、自分も相手も楽しみながら裏表ない心でお客さまをお迎えする環境を創ります。

顧客ターゲットと提供価値

下記のそれぞれの顧客をターゲットに設定し、それぞれの方々に向けて、品揃え、接客サービス、店舗環境などにより、ニーズにお応えしてまいります。



店舗環境

店舗環境についても「和魂洋才」をテーマとして「日本古来の自然素材の現代的転用」や「日本家屋を連想させる空間構成」により、ストアコンセプト＝「おもあい」を具現化させてまいります。

<インテリアデザイナー＝辻村久信氏>

辻村久信デザイン事務所+株式会社ムーンバランス/京都造形芸術大学教授

【略歴】

1961年京都府生まれ。1983年「株式会社リブアート」入社。

1995年「辻村久信デザイン事務所」設立。

2002年「有限会社ムーンバランス」設立。

「WA-Qu 和空」「SOU・SOU」をはじめ、さまざまなデザインユニットによるコラボレーションを通して、日本の伝統、その軸線上にあるモダンデザインを発信する。

2006年「株式会社ムーンバランス」に社名変更

【主な受賞】

2002年JCDデザイン賞2002奨励賞、2005年Nashop Lighting Awards `04-`05最優秀賞、

2006年Residential Lighting Award 2005最優秀賞

他受賞多数

【店舗外観イメージ】



【店内イメージ】



ゾーニング・MD(商品)

前述の、顧客ターゲットに対する3つの提供価値である「強さ」「優しさ」「楽しさ」ごとにゾーニングし、これまで丸の内仲通り周辺にないアイテムやブランド、百貨店の強みを生かした品揃えで、丸の内働く方々のお手伝いをいたします。



“強さ” <ビジネスアイテムゾーン> ~世界で活躍するビジネスマンの晴れの舞台のお手伝い

丸の内を拠点に働くビジネスマンの方々のビジネスシーンをサポートするアイテムのゾーン。オーダーを含めたスーツ、シューズ、シャツ、ネクタイ、バッグ、革小物、筆記具に加え、シガーやウィスキーなどの男のこだわりアイテムも品揃えています。

主なブランドラインアップ:<ベルベスト><トリッカーズ><チャーチ><レイジ・ボレリ><カミーユフォルネ><ドルモア>他

“優しさ” <カジュアルアイテムゾーン> ~驚きや発見、お買物の楽しさを提供~

ビジネスマンのオフでの着こなしの為に品揃えしたアイテムのゾーン。デザイナーやクリエイターによるファッションの集積で伊勢丹の感度を表現するコーナーや、スニーカーを集積したコーナー「キック・ザ・シティ」も設置します。

主なブランドラインアップ:<メゾン マルジェラ><トム ブラウン ニューヨーク><ディースクエアード><マークジェイコブス><ビズビム>他

“楽しさ” <雑貨アイテムゾーン> ~緊張から解放し、活力を充填するモノとコトを提供~

多彩な雑貨アイテムで楽しさを提供するゾーン。丸の内最大レベルとなる品揃えとなるメガネと帽子のコーナーをはじめとして、ジュエリーやコスメ、その他シーズン雑貨に加え、フラワーショップも取り揃え、多彩なギフトニーズにお応えします。

主なブランドラインアップ:<フォーナインズ(メガネ)><ニコライ・バーグマン(フラワー)><オーガニックファーマシー(メンズコスメ)><ボルサリーノ(帽子)>他

サービス

ビジネスシューズやバッグなどの革製品の修理・メンテナンスを承るリペア工房を設置します。

また、ジャン=ポール・エヴァンによる日本初となるカジュアルタイプのカフェでは、香り豊かなホットチョコレートをテイクアウトでも提供します。また、お持ち帰りやギフトの為に箱入りショコラも取り揃えます。

【店舗概要】

- ・ 店舗名称 イセタンサローネ メンズ
- ・ 所在地 千代田区丸の内3-3-1 新東京ビル1階
- ・ 営業面積 約900㎡(予定)
- ・ 開店日 2015年12月中旬(予定)
- ・ 営業時間 11:00~20:00(予定)
- ・ 建物所有者 三菱地所株式会社

このプレスリリースに関する報道関係の皆様のお問い合わせは、下記までご連絡ください。
株式会社三越伊勢丹ホールディングス 業務本部総務部 コーポレートコミュニケーション担当
TEL:03-6205-6003 FAX:03-6205-6009