2019 年 12 月 26 日

報道関係各位

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
株 式 会 社 阪 急 阪 神 百 貨 店

「憧れアッパーマーケット」の更なる取り込みに向け品揃え、サービスを強化
阪急うめだ本店のリニューアルについて

エイチ・ツー・オー リテイリンググループの㈱阪急阪神百貨店は、今期、阪急うめだ本店の 5 階から 7 階の改装を実施。2020 年 1 月より段階的にリニューアルオープンします。

今回の改装では、「憧れアッパーマーケット」の取り込みを強化。富裕層をターゲットに“希少性”や“限定性”、“こだわり”の品揃えやサービスを拡大します。デスティネーションストアの魅力を際立たせ、より広域からの集客を図ります。

■リニューアルの概要

期間:2019 年 10 月～2020 年 4 月（予定）
対象フロア:阪急うめだ本店　5 階～7 階
総投資額　:約 25 億円

売場		フロアと面積		ポイント	オープン予定
		改装前	改装後		
インターナショナルブティックス	ジュエリーギャラリー	5 階 303 坪	5 階+6 階 440 坪	●1,000 万円以上の品揃え拡充 ●「カルティエ」を 2 フロア展開に拡大。品揃え、サービスを強化	2020 年 4 月
	ウォッチギャラリー	7 階 85 坪	6 階 212 坪	●300 万円以上の品揃え拡充 ●レディースウォッチの品揃え拡充 ●メンテナンス工房新設	2020 年春
婦人服（プレミアム）		6 階 630 坪	6 階 655 坪	●審美眼を持つ大人の女性のファッションワールドに再編 ・「オーセンティックワールド」をリニューアル ・「コンテンポラリーワールド」拡大	2020 年 3 月
HANKYU　BEAUTY MAISON		6 階 55 坪	7 階 223 坪	●フルカウンセリングニーズに対応した、プレミアムスキンケア売場を構築 ・有資格者による専門カウンセリングを新たに導入 ・AI によるデジタルカウンセリングを新たに導入	2020 年 1 月 21 日 （最終は 3 月）

○インターナショナルブティックス（5階+6階）

富裕層顧客のニーズの高い 5 階インターナショナルブティックスを今回の改装で 6 階まで拡大。特にジュエリーとウォッチの品揃えやサービスを強化し、広域からの集客を図ります。品揃えについては高価格帯を拡充。希少品を豊富に取り揃えます。また、「メンテナンス」、「リフォーム」、「オーダー」などお客様の様々なご要望にお応えするサービス（※）を新たに導入していきます。

※サービスについてはオープン後順次導入予定

・「ジュエリーギャラリー」（5階＋6階）

5 階に加え 6 階にも売場を新設し、売場面積を約 1.5 倍に拡大。1,000 万円を超えるハイジュエリーの品揃えを拡充します。また、「カルティエ」のショップも2フロア展開に拡大。希少品、限定品などを豊富に取り揃えるほか、アフターサービスカウンターも拡大します。

〈主なブランド〉 5 階：ヴァン クリーフ＆アーペル、カルティエ、グラフ、ダミアーニ、ティファニー、ハリー・ウィンストン、ピアジェ、ブルガリ、フレッド、ポメラート(NEW)、ミキモト、レポシ(NEW)

6 階：シャネルファインジュエリー、ショパール、ショーメ、TASAKI、ブシュロンなど

・「ウォッチギャラリー」（6階）

7階から6階へ移設。売場面積を約 2.5 倍に拡大します。300 万円以上のハイウォッチを拡充させるほか、レディースウォッチの品揃えを 3 倍に。複雑機械式時計を西日本最大級の品揃えにします。

その他、職人が常駐するメンテナンス工房を新設しクイックにお客様のご相談に対応します。お客様にとって、より気軽にご相談できる環境を整えることでサービスの向上を目指します。

〈主なブランド〉IWC、ヴァシュロン・コンスタンタン、オメガ、ジャガールクルト、タグホイヤー、パネライ、フランクミュラー、ブレゲ、ランゲ＆ゾーネ(NEW)、ロレックスなど

○「HANKYU BEAUTY MAISON」（7階）



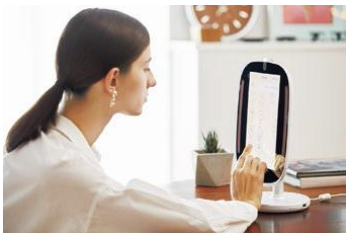
「ゆっくり、フルカウンセリングのサービスを受けたい」というニーズに対応し、プレミアムスキンケアの売場を 6 階から移設、面積を 4 倍に拡大し新設します。新たな売場には新規 6 ブランドを含む約 30 ブランドをラインナップ。ラグジュアリーかつリラックスできる売場環境の中、新たなコンテンツを取り入れたフルカウンセリングサービスを提供します。さらに 2 階“きれいきれいステーション”が進化し「BEAUTY STATION」としてオープン。医師や薬剤師といった有資格者による専門カウンセリング、肌測定やトリートメントの最新機器など、ここでしか体験できないサービスを導入します。

〈主なブランド〉 イトリン(NEW)、ヴァルモン(NEW)、クレ・ド・ポー ボーテ、サンタ・マリア・ノヴェッラ(NEW)、シャネル、スック、ディオール、パンピューリ(NEW)、ポーラ、マテリアプリマ(NEW)、モルトンブラウン(NEW)など

「BEAUTY　STATION」

化粧品選びをサポートするサービスステーション。スペシャリストのマンツーマンアドバイスのほか、デジタルカウンセリングも導入します。

●AI によるデジタルカウンセリング
「ハイミラー」
専用ミラーに顔を映すだけで、一人ひとりに合ったお手入れアイテムを見つけてくれる、新世代デジタルカウンセリングツール



●今、不足している栄養素がわかる
「ヘルスサーバー」
医学博士と栄養管理士が監修。親指をセンサーにあてるだけで、必要な栄養素を自動的に抽出



○「プレミアムファッション」（6階）

プレミアムファッションは「コンテンポラリーワールド」「オーセンティックワールド」をリニューアル。「上質カジュアル」「クリエイター」（2016年にリニューアル）と合わせ、自分のスタイルを確立している、審美眼をもつ大人の女性にむけた上質スタイルを提案する売場に大きく再編します。

コンテンポラリー

「社会」とのつながりを重んじ、現代的でクラス感のあるファッションを好むお客様に向けた、美しいスタイルを提案。また、多様化するニーズに対応するためのサービスを強化します。

自分を美しく表現するコンテンポラリーなパターンオーダーサービスや、パーソナルカラー診断、ショッピングアテンドを行うパーソナルスタイリングサービス、プロによるイメージコンサルタントやスタイリストによるショッピングアドバイス(予約制・有料)などを新たに導入します。



オーセンティック

正統派なクラス感あるファッションを好むお客様に向けた、品格ある美しいスタイルを提案。品位が感じられる正統派な装いを取り揃えます。



＜この件に関するお問合せ先＞
エイチ･ツー･オー リテイリング株式会社　広報室　TEL　06(6367)3181
株式会社阪急阪神百貨店　宣伝広報部　TEL　06(6313)9227