

新たなビジネスモデル「融合型リテラー」の実現に向けて

株式会社東急百貨店(以下、当社)は、当社の強みである食料品の最重点店舗として「渋谷 東急フードショー」の全面改装に順次着手しており、本年9月に渋谷マークシティ 地下1階に生鮮・グローサリー売場を、来年2021年初夏に渋谷地下街エリアをリニューアルオープンする予定です。

これにより、昨年11月に渋谷スクランブルスクエアへ出店した新業態「東急フードショーエッジ」、本年5月に渋谷ヒカリエ ShinQs にオープンした新たな「東横のれん街」、そして本店の食品フロアと合わせ、渋谷駅の東西に跨る「食の一大マーケット」が完成します。これまでの規模を上回る豊かなバリエーションで充実した食のエンターテイメント体験を提供してまいります。



※渋谷 東急フードショーのイメージ

さて、当社は2020年度を最終年度とする中期経営3カ年計画を推進しており、そのなかで、新たなビジネスモデル「融合型リテラー」への進化を掲げております。「融合型リテラー」とは、百貨店事業で培ってきたノウハウを生かし、百貨店とショッピングセンターの融合に加え、新規事業を創出し事業構成の多様化を図る東急百貨店独自のビジネスモデルです。専門店事業やEC・通販事業、アウトセールズ事業、人材サービス事業などを推進しております。



※ShinQs ビューティー パレット 町田店

特に専門店事業の取り組みを強化しており、去年は渋谷スクランブルスクエアへの新規出店をはじめ、セミセルフ形式の小型化粧品専門店や食品専門店の出店、本年は食・ビューティー・服飾雑貨のトータル提案型専門店や初の食品専門店路面店など、東急線沿線に複数の店舗を出店してまいりました。今回の「渋谷 東急フードショー」の改装もその一環となります。

またEC・通販事業ではオンラインのお買い物をより便利にするライブコマースやデリバリーサービス、BOPIS(Buy Online Pick-up In Store ネットで購入し店頭で受け取る買い物方法)などの新規取り組み、アウトセールズ事業ではデジタルツールを活用した顧客対応の推進、人材サービス事業では関連会社と連携した企業受付など請負業務を拡大しております。

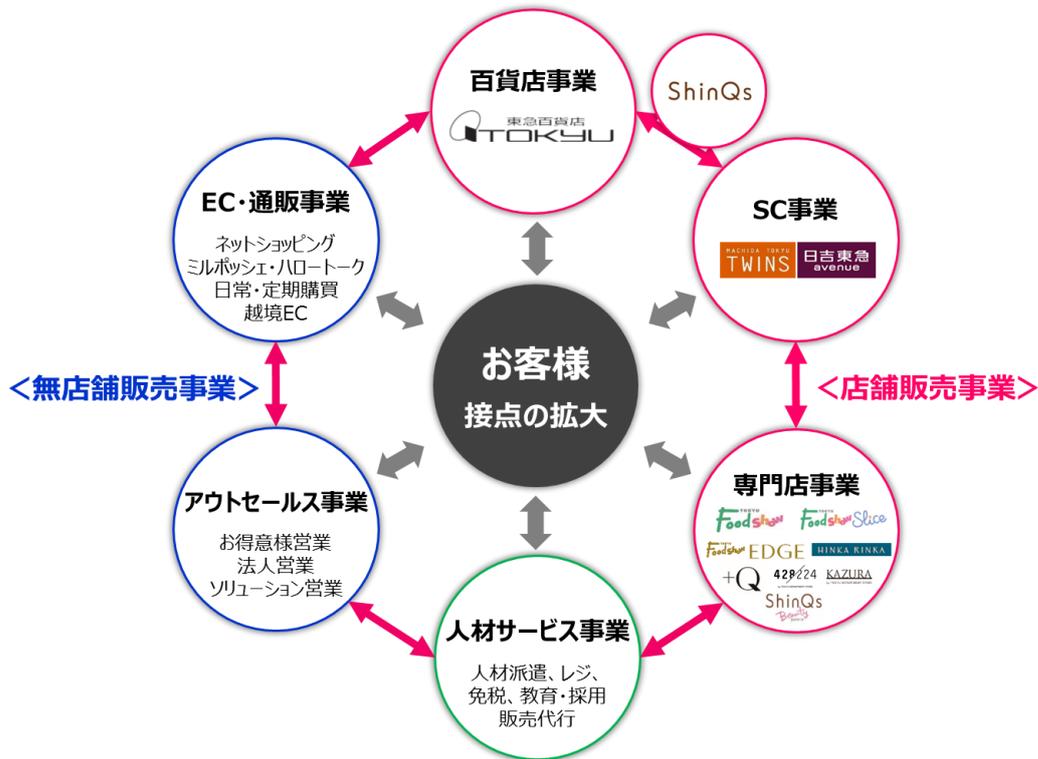
新型コロナウイルス感染の猛威はお客様の生活に大きな影響を与えています。一刻も早い事態の収束を願うとともに、この未曾有の社会環境の変化にも迅速に対応すべく「融合型リテラー」を確立し、あらゆる場面でお客さまとの接点の拡大を図ることで、新しい生活様式のさまざまなシーンにおいて「生活サービス提案企業」としてお客さまのより豊かな生活の実現に貢献してまいります。

※詳しくは別紙参照ください。

(参考) 本日、この資料は東商記者クラブにお届けしています。

＜本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先＞
株式会社 東急百貨店 業務推進室 秘書広報部
電話:03-3477-3103

＜融合型リテラー＞ お客さま接点の拡大・従業員の活躍の場の拡大



「融合型リテラー」とは、百貨店とショッピングセンターの融合に加え、新規事業を創出し、事業構成の多様化を図る当社独自の新たなビジネスモデルです。これにより、お客さまとの接点を拡大し、従業員の活躍の場の拡大にもつなげてまいります。

具体的には、以下のとおりです。

■店舗販売事業

- 百貨店店舗とショッピングセンター店舗のハイブリッド化により、顧客層の拡大を図り、利用価値の向上につなげていきます。加えて、運営形態や業務フロー、コンテンツなどを融合し、収益性・効率性の向上にもつなげてまいります。
- 専門店事業の開発としては、2019年度は新規に開発したセミセルフ形式の小型化粧品専門店「ShinQs ビューティー パレット」を3店舗、食品専門店を2店舗出店いたしました。また渋谷エリアでは、渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランに、4つの新業態を、東急プラザ渋谷には2店舗を出店いたしました。2020年度はSHIBUYA109渋谷に小型化粧品専門店、五反田スクエアに食・ビューティー・服飾雑貨のトータル提案型専門店「+Q(プラスク)スタイル」、自由ヶ丘に初の路面店となる食品専門店を出店いたしました。(次ページを参照ください)

■無店舗販売事業/運営サポート事業

- EC・通販事業、アウトセールス事業(外商)、そして、運営サポート事業として人材サービス事業の分野でも新規事業を強化いたします。

今後、目利き力・編集力・販売力といった百貨店ならではの強みを活用してマーケットを開拓するとともに、「生活サービス提案企業」として、より一層お客さまのさまざまな生活シーンに貢献することを目指します。

□店舗出店の実績と今後の予定

※エリアや立地特性に応じて、MDやショップラインナップをカスタマイズ

年	出店月	店舗名、施策内容	ポイント
2019年	3月	・ShinQsビューティーパレット町田店 (セルフコスメストア)	○セルフコスメストア1号店 (町田東急ツインズ WEST3階) 当社が運営する「渋谷ヒカリエ ShinQs」のB1・1F「ShinQs Beauty (シンクス ビューティー)」で培ったコスメと雑貨の組み合わせによるライフスタイル型MDを、顧客が自由に買い廻りできるセルフ販売形式で展開する新しい店舗。
		・あざみ野 東急フードショースライス (フード)	○東急フードショースライス4号店 (エトモあざみ野) ライブ感の演出と出来立て、作り立てを提供する東急フードショーのノウハウを生かした小型業態。当社が運営する新業態「東急フードショーカフェ」を併設。カフェメニューのほか、ドリンクの注文で東急フードショースライス内の店舗で購入した商品をイートインできるスタイルをとり、利便性と時間・空間を楽しむくつろぎを兼ね備えたフードスタイルを提案。
	11月	・+Q(プラスク)ビューティー (ビューティー)	○渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランに出店 渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランのビジョン「世界最旬宣言」を踏まえ「最旬」「NEW」に徹底的にこだわったショップ・MDラインナップ。ショップ&レストラン内213店舗のうち、当社出店区画内には、目利き力・編集力を生かし、ポップアップショップも含め約120の売り場・ショップを編集。日本初上陸4ショップ、ONLY・新業態30ショップがラインナップ。
		・+Q(プラスク)グッズ (バッグ、シューズ、ファッション雑貨)	・+Q(プラスク)ビューティー (6階) 約600坪の中にコスメ40ブランドとカフェ、期間限定ショップを高密度編集した、渋谷エリア最大級の規模を誇る全く新しいビューティーフロア。 ・+Q(プラスク)グッズ (5階(一部区画を除く)) 圧倒的かつ幅広いテイスト・グレードのアイテム編集で、お気に入りが見つかる、「渋谷エリア随一のファッション雑貨のデスティネーション」。
		・428-224(シブヤ224) (ファッションセレクトストア)	・428-224(シブヤ224) (4階の一部) 旬なデザイナーやクリエイターのアイテムを取り扱う、個性豊かなブランドショップや編集ショップを一つの空間に融合。全体を当社がプロデュースする新しいセレクトストア。
		・東急フードショーエッジ (スイーツ、デリ、ベーカリー、イートイン)	・東急フードショーエッジ (1階(一部区画を除く)、地下2階) 「流行・話題性」「本物・本質」「機能性・利便性」にフォーカスした最先端新業態。1階(一部区画を除く):最先端のスイーツが集合する“スイーツパレリオン” 地下2階:オフィスワーカーや来街者のニーズを捉えた“食のエンターテインメント空間”
		・ShinQsビューティーパレット南町田店 (セルフコスメストア)	○セルフコスメストア2号店 (グランベリーパーク ステーションコート1階) 「グランベリーパーク」のコンセプト「生活遊園地〜くらしの『楽しい』があふれるエンターテインメントパーク〜」を踏まえ、ギフトやファッション雑貨の拡充、期間限定ショップ展開やビューティーイベントを実施。
	12月	・KAZURA(カズラ) (ファッションセレクトストア)	○東急プラザ渋谷に出店 「東急プラザ渋谷」のコンセプト「大人をたのしめる渋谷へ」を踏まえ、成熟した大人の女性のライフスタイル目線で、自分が本当に必要なものと出会うために百貨店事業で培った目利き力・編集力を生かした品揃えとともに、上質なホスピタリティでお応えする2つの新業態。 ・KAZURA(カズラ) (3階) 上質な空間が広がる大人の女性の“頼れるマイストア”として、レディースウェアや化粧品、ファッション雑貨など幅広い品揃えで、カテゴリーを超えたコーディネート提案するファッションセレクトストア。
		・ワコール+Q(プラスク) (レディースインナーウェア、雑貨)	・ワコール+Q(プラスク) (4階) 女性共感企業”を目指す株式会社ワコールと当社がコラボレーションしたトータルビューティーショップ。
		・ShinQsビューティーパレット自由が丘店 (セルフコスメストア)	○セルフコスメストア3号店 (エトモ自由が丘1階) エキナカという立地をふまえ、価格帯と利便性をより意識したラインナップに。既存店舗に比べ低価格帯のメイクアップ、スキンケアを中心に展開するとともに、価格と感度のバランスを意識したナチュラル・オーガニック、韓国コスメを展開。また、高感度でありながらお求めやすい価格帯の雑貨を展開し、利用者のデイリーニーズを踏まえた駅構内での利便性を追求。
		・東急フードショースライス溝の口駅店 (スイーツのセレクトショップ)	○東急フードショースライス5号店 (エトモ溝の口) 店内に当社がプロデュースするスイーツのセレクトショップ「曆 -KOYOMI-」を出店。「曆」に合わせたおすすめスイーツを和洋のジャンルを超えて展開。東急フードショーで培った編集力を生かし、季節やモチベーションごとに変わる展開で、乗降客数が多く改札の目の前という好立地のもと、新しさ・楽しさ・利便性を提供

2020年	3月	・Dress Table by ShinQs ビューティー パレット (ラグジュアリーメイクアップブランドに絞ったセルフコスメストア)	○セルフコスメストア3号店 (SHIBUYA109 1階) (株)SHIBUYA109エンタテイメントが運営する15～24歳に特化したマーケティング研究機関「SHIBUYA109lab.」と協業し、ショップ店装やネーミングを新しく開発。「SHIBUYA109 lab.」がコスメを好きな女性を対象に行ったインタビューに基づき、メイクアップブランドのみを集積。さらに、ブランドの垣根を超えてテスターを試せるスペース「MAKE DRESSER」やメイクのHow Toのレビュー動画がモニターで自由に見られるiPadを設置し、新しいビューティー体験を提案。
	6月	・+Q(プラスク)スタイル (東急フードショースライス、ShinQs ビューティーパレット、ファッション)	○初めてのトータル提案型専門店 (五反田東急スクエア 2階) 女性の関心が高いコスメティック(ShinQs ビューティーパレット)、ファッション、フード(東急フードショースライス)という3つのカテゴリーを展開。また、同施設のコンセプト“気が利く毎日、気がつく毎日”を踏まえ、「美」「旬」「優」をMDテーマとし、百貨店らしい感性・質の高い品揃えとシーズンアイテムや期間限定のPOP UPショップを展開。五反田駅を利用する方の利便性を高め、日々の暮らしの質をワンランク上げるセレクトストア。
		・自由が丘 東急フードショースライス (フード)	○東急フードショースライス7号店 (自由が丘) 当社初の路面店。駅のすぐ近くに惣菜のテイクアウト店舗が少ないことを踏まえ、惣菜6店舗とワンドリンクオーダーでイートインとしても利用できるカフェを導入し、近隣生活者の利便性を向上。

・渋谷の食の取り組み

年	出店月	店舗名、施策内容	ポイント
2020年	3月	・東横店営業終了 (地下1階食品売り場は営業継続)	渋谷駅周辺の再開発事業の進捗に伴い、1934年(昭和9年)開業の85年の歴史に幕を閉じた。
		・渋谷マークシティ地下1階での東横のれん街営業終了	渋谷再開発の進捗に伴う商業エリアや商環境変化を念頭に、渋谷駅を中心とした各エリア内における「食品マーケット」の魅力向上と、利用顧客の利便性向上に向け、渋谷ヒカリエShinQsにおいて新たな東横のれん街をオープン。
	5月	・東横のれん街、ShinQsフード再編→新たな東横のれん街誕生	<渋谷ヒカリエ ShinQs(地下2階・地下3階)> 「東横のれん街」が、日本で初めての食品名店街として東横店にオープンし、長年培ってきた「伝統・格式・信頼」と、「渋谷ヒカリエ ShinQs」が、2012年のオープン以来、新たな渋谷の食品マーケットとして生み出してきた個性である「高感性・話題性」というそれぞれの強みを掛け合わせ、さらに今のマーケットに適した付加価値を加えることで新たなフードフロアを実現。
	9月	・渋谷 東急フードショー(渋谷マークシティ地下1階部分)リニューアルオープン	<渋谷マークシティ地下1階> 「Daily Arcade～賑わいと美味しさが溢れる”SHIBUYA 商店街”～」をコンセプトに、グロサリーの4つの専門店と専門性と種類が揃う生鮮品(青果・精肉・鮮魚)や単品食材特化型専門店を導入。「新しい生活様式」でのイェナカ食生活の幅を広げ、様々なお客様のニーズを満たす。
2021年	初夏	・渋谷 東急フードショー グランドオープン	<渋谷地下街エリア> 渋谷エリアの規模感とエンターテイメント性を併せ持つ複合フードエリアとして、顧客に「新たな発見」と「街歩き楽しさ」を提供。

以上