



報道関係各位

京阪百貨店 守口店 2F フロア改装

上質なベーシックを追求する女性のための直営セレクトショップ「ナナイロフルール」

3/1(木)オープン

nanaIrofleur

ナナイロフルール

京阪百貨店(本社：守口市 代表取締役：辻 良介) 守口店は、平成30年3月1日(木)、
2Fフロアにファッション雑貨の直営セレクトショップをオープンします。

「上質なベーシックを追求する女性のためのセレクトゾーン」をコンセプトに6つのゾーン(※平面図参照)から構成します。

「永く愛せる名品」や「大切な人へのパーソナルギフト」にも注目し、いつものスタイルに遊び心を利かせ、普段とは少し違った「モノ」に出会える場所として、大人の女性の日常を華やかに彩るアイテムを提案します。



nanaIrofleur

〈ナナイロフルール〉

【fleur=フランス語で「花」】

七色に咲き誇る花々のような魅力的な女性へとランクアップする、そんな心ときめくような女性の憧れの気持ちをイメージし「ナナイロフルール」と名づけました。



リニューアルオープンする6つのゾーンの展開内容

Style up zone スタイルアップゾーン

ウエアから靴・バッグのファッション雑貨まで、トータルコーディネートが叶います。海外ブランドのセレクトを中心に大人でも取り入れやすいトレンド感を備えた多彩なアイテムを展開します。



Season zone シーズンゾーン

その時々旬なものや季節性のあるグッズをラインナップしました。日傘や帽子、サングラス、ネックウエアなど、シーズンに合わせて選びたいアイテムをロープライスから幅広く取り揃えます。



Standard zone スタンダードゾーン

素材のよさや丁寧なもののづくりが一目でわかる品々。長く愛用していただける質のいい商品を集めました。



Gift & Museum zone ギフト&ミュージアムゾーン

思わず誰かに贈りたくなる楽しいアイテムや眺めるだけでもワクワクするPOPで可愛いアイテムを揃えました。ワークショップコーナーも設けました。



Basic Shoes zone ベーシックシューズゾーン

デイリーに使いまわせるパンプスやローファーなど、定番の靴を多く取り扱います。ハレの日にぴったりのきれいめシューズも多数あるので、あらゆるシーンやイベントごとにも対応します。



Comfort shoes zone コンフォートシューズゾーン

従来のコンフォート靴をベースにスタイリッシュなデザインも数多く取り入れました。歩きやすさと見た目のよさを両立したバリエーション豊かなシューズに加え、インソールなどの靴小物も充実しています。





京阪百貨店NEWS

各ゾーンから「永く愛せる10の名品」の提案をします

日常をともに過ごすものだからこそ、歴史やストーリーのある確かな品を選びたい。長いときを経ても変わらず愛し続けられる10の名品を各ゾーンからピックアップしました。

1. ジャック・ル・コーのリスボン
2. フォックス・アンブレラのフリル長傘
3. ベグ・コーのカシミアストール
4. イオッセリアーニの7連リング
5. グランドセイコーの腕時計
6. フェリージのレザーウォレット
7. アンボワーズの細ベルト
8. スワトウのレース刺繍ハンカチ
9. DEICAのアロマディフューザー
10. G.H.Bassのローファー



ジャック・ル・コーのリスボン



フォックス・アンブレラのフリル長傘



グランドセイコーの腕時計



ベグ・コーのカシミアストール

カスタマイズサービスも充実

■コンフォートクリニック(コンフォートシューズゾーン)

婦人靴のカスタマイズができる「コンフォートクリニック Shoes Factory」を設置します。19.0～25.5 cmのサイズ展開や片足サイズ違いの要望にも対応するなど、今までになかったサービスが受けられます。

■ハンカチ工房(スタンダードゾーン)

ミニタオルやハンカチに好みの図柄やアルファベットが刺繍できます。自分用にもギフトにも、オンリーワンのデザインを手に入れられます

アクセサリゾーンも

3/1(木) リニューアル

■2Fのリニューアルに伴ってアクセサリ売場も移転オープン。パールやダイヤモンドを使ったジュエリーを強化し、ブランドラインナップも充実しました。オーダーや修理が依頼できる便利なサービスも始まります。

4つのブランドが一体化した新感覚のゾーンと、ショコラの名門「ゴディバ」が2Fにオープン。お土産にもぴったりの和洋菓子を取り揃えます。

3/21(水・祝) 4つのブランドが登場。

■食品フロアで人気の「宗家 源吉兆庵」「鹿鳴館」に、新ブランド「満果惣」と「宇和島フルーツファクトリー」が加わり2Fフロアにオープンします。「宇和島フルーツファクトリー」は百貨店初の展開となり、季節に応じた工芸菓子の展示も行います。

3/22(木)には

老舗ショコラティエ ゴディバも新たにオープン。

■1926年ベルギーで創業以来、世界中のショコラ好きを魅了し続ける名門ショコラトリ「ゴディバ」がオープンします。



←上から 宇和島・フルーツファクトリー、源吉兆庵、鹿鳴館、満果惣



ゴディバ



京阪百貨店 守口店 2階フロア リニューアルの概要

- (1) オープン日 平成30年3月1日(木)(フードゾーン除く)
 - ・3月21日(水・祝)オープン(宗家 源 吉兆庵、鹿鳴館、満果惣・宇和島フルーツファクトリー)
 - ・3月22日(木)オープン(ゴディバ)
- (2) 対象ゾーン 2階フロア中央エスカレーターを中心とした平場を新規自主編集売場として構成する
(旧：シーズン雑貨、靴、バッグゾーン)
- (3) 全体コンセプト 「上質なベーシックを追求する女性のためのセレクトゾーン」
- (4) 改装内容
 - ① 中央エスカレーターを中心に物量集積型(平場)の売場構成の廃止。
スタイリング提案を軸にシーンで分けけたゾーニングで構成する(売場面積：約750㎡)
 - ② 食物販を2階に立ち上げる。
源吉兆庵、鹿鳴館、満果惣、宇和島・フルーツファクトリーとゴディバの導入。
(地階：源吉兆庵跡には清閑院、鹿鳴館跡にはウィークリースイーツ売場を導入)
 - ③ ①、②に伴う売場移設を行う。(フォンテーヌは3階へ、ハウス オブ ローゼは5階に移設)
- (5) 狙いと取組み
 - ① 仕入れから販売を、メーカー任せから百貨店自主で行うことによる新たなMDの構築
 - ② ライフスタイルの変化に対応した賑わいのあるフロア構築による新規顧客獲得
 - ③ 自主売場を拡張することで競合店にはない、お客様に寄り添う接客サービスの実現



京阪百貨店NEWS

(6) 取扱いブランド一例

ゾーン	ブランド名				
スタイルアップ (雑貨)	ジャッカルコー	フェリージ	ファリエロサルティ	マニプリ	イオッセリアーニ
シーズン	オーバーライド	トプカピ	前原光榮商店	フォックスアンブレラ	
スタンダード	アンデプリマ/ミスト	17℃	かまわぬ	ヒポポタマス	
ギフト &ミュージアム	DEICA (フレグランス)	D-BROSS (デザインプロダクト)	かみの工作所 (デザインプロダクト)	MARLMARL (ベビー)	DONKEY PRODUCTS (紅茶)
スタイルアップ (靴)	ファビオルスコーニ	コルソローマ	ルカグロッシ	インターショジュアル	カラーノ
ベーシック	ピシエ	アンタイトル	マミアン	GHBASS	オンムスタ
コンフォート	ロックポート	ウォーターマッサージ	銀座ヨシノヤ	H P S	コンフォートクリニック

赤字は新規ブランド

お問合せは 株式会社京阪百貨店 MD 統括 営業政策部 (宣伝・広報担当) 田中貞之

TEL : 06-6994-1319 直通 / fax : 06-6994-1304 / mail : kouhou@keihan-dept.co.jp