



2012年9月12日

各 位

会 社 名 エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社
代 表 者 取締役社長 若 林 純
(コード番号：8242 東証・大証第1部)
問い合わせ先 広報部長 佐 藤 恵 子
(TEL 06-6367-3181)

阪急うめだ本店 グランドオープン日等の決定について

現在建て替え工事中の「阪急うめだ本店」のグランドオープン日並びに店舗概要の詳細について決定いたしましたので、別紙のとおり、お知らせします。

1. 「阪急うめだ本店」の概要

店舗名称 (※) 阪急うめだ本店
所在地 (※) 大阪市北区角田町8-7
営業フロア (※) 地下2階、地上13階
グランドオープン日 2012年11月21日 (水)
なお、グランドオープンに先立ち、10月25日 (木) に2期棟部分を
先行オープンいたします。
売上目標 (開業初年度) (※) 2,130億円 (阪急メンズ大阪含む)

※印は既発表

2. 業績に与える影響

2012年3月期の業績予想に変更はございません。

阪急うめだ本店
10月25日(木) 2期棟先行オープン
11月21日(水) グランドオープン



■ストアコンセプト

素敵な時間^{トキ}の過ごし方 暮らしの劇場、阪急うめだ本店

成熟化する時代の競争の中で百貨店が勝ち残るためには百貨店が原点に戻り、かつての百貨店を取り戻すことだと考えます。“業態価値”再構築に向けて、以下2つのことを目指します。

① わくわくする、行きたくなる「劇場型百貨店」の実現を目指します
かつての百貨店には驚き、発見、学び、感動、憧れが、文化的雰囲気に取りながらぶらぶらする楽しみが、そしてエキサイティングな買物体験がありました。それを取り戻します。

② 「情報」リテラーとしての百貨店を目指します

モノを十分に所有した今の生活者の興味はモノから暮らし方へ、生き方へと移り、自分なりの生活をどうスタイル化するかへと移ってきています。
そこで、阪急うめだ本店では「モノ」リテラーから、暮らし方や新しいライフスタイル情報を提供する「情報」リテラーへの転換を図ってまいります。

阪急うめだ本店は、この2つのことを実現するための空間施設を従来にないスケールで用意した“暮らしの劇場”へと生まれ変わります。



■店舗概要

店舗名称	阪急うめだ本店
所在地	大阪市北区角田町8-7
営業フロア	地下2階 地上13階
売場面積	80,000 m ²
オープン予定	10月25日(木) 2期棟先行オープン 11月21日(水) グランドオープン
売上目標(開業初年度)	2,130億円(阪急メンズ大阪含む)

■ 店づくりの考え方

「ワールド」と「生活文化情報発信の空間施設」

阪急うめだ本店は、西宮阪急、博多阪急と続く店舗開発の集大成として、「ワールド」という考え方をベースに店づくりを行っています。ワールドとは、ターゲットの関心事を売場化した店舗の構成単位です。

22のワールドが専門性の高い品揃えと、それぞれのワールドのコンセプトに

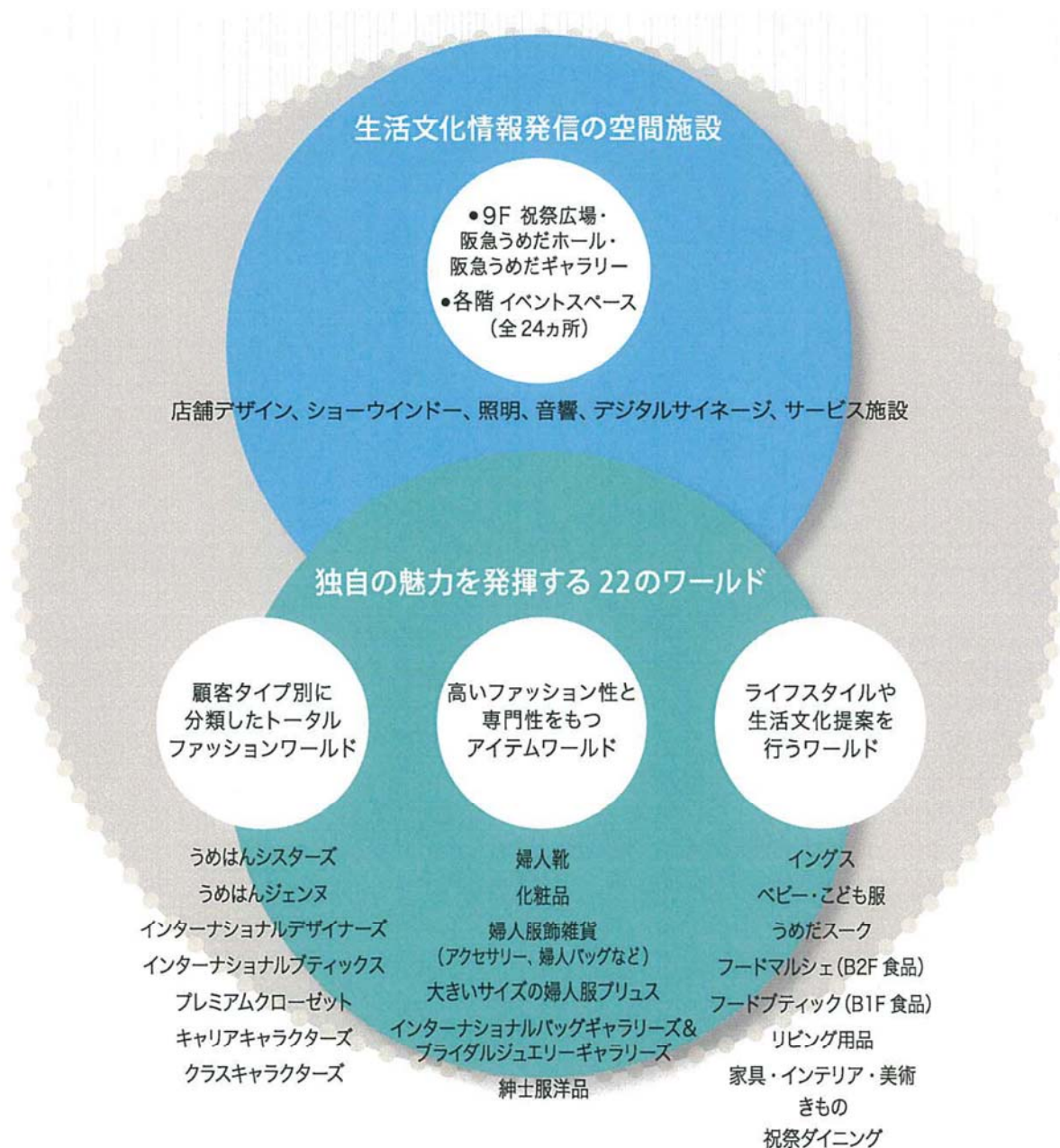
合わせた売場デザインを通じて個性を発揮することで、お客様の買物利便性が増し、

80,000㎡もの広さの店舗を飽きずに回遊することができます。

また、ストアコンセプト“暮らしの劇場”を具現化する、生活文化情報発信のための空間施設や仕掛け、劇場空間を思わせる店舗環境が22のワールド全体を包み込み、他のどこにもない

阪急うめだ本店独自の魅力を発信します。

暮らしの劇場、阪急うめだ本店



■フロア構成①（B2F～6F）

7F～13F（→5ページ）	
6F	婦人服・雑貨 プレミアムクローゼット ★ 大きいサイズの 婦人服プリュス ブラックフォーマル 婦人服 オーダー婦人服 クリスタル サロン
5F	★ インターナショナルブティック インターナショナル デザイナーブティック ジュエリー ギャラリーズ カラー フォーマル 婦人服
4F	婦人服 クラス キャラクターズ 婦人服 キャリア キャラクターズ ★ 婦人服・雑貨 うめはんジェヌ 婦人肌着・ 婦人靴下 ブライダル サロン
3F	★ インターナショナル デザイナーズ ★ 婦人靴 ★ 婦人服・雑貨 うめはんシスターズ
2F	★ インターナショナル バッグ ギャラリーズ ブライダル ジュエリー ギャラリーズ 化粧品
1F	婦人服飾雑貨 婦人バッグ アクセサリ ネックウェア、 ハンカチ、 さいふ など
B1F	★ 食品 (和・洋菓子、パン、惣菜、弁当など)
B2F	★ 食品 (生鮮食品、和・洋酒、惣菜、グロッサリーなど)

【★注目のワールド】

お客様のニーズに合わせて
3フロアに分けて展開する
世界最大級のインターナショナル
ブティック&ギャラリーズ（2・3・5F）

★ **インターナショナルブティック 5F**
ここでしか揃わない充実のラインアップを誇る
インターナショナルブティック。
幅広い品揃えでブランドの世界観をゆったりと
楽しみたい方のためのワールド。

★ **インターナショナルデザイナーズ 3F**
世界のモードをリードする、感度の高い
ファッションistaのためのワールド。
世界的な人気を誇る22のデザイナーブティックや
独自の視点で国内外のクリエイターを発掘する
自主編集売場「D.EDIT」などで構成。

★ **インターナショナルバッグギャラリーズ&
ブライダルジュエリーギャラリーズ 2F**
世界トップクラスのラグジュアリーブランドの
バッグや雑貨だけを集積し、比較購買しやすい環境で
提供するインターナショナルバッグギャラリーズと
一か所でさまざまなラグジュアリーブランドの
ブライダルジュエリーが選べる世界初の売場、
ブライダルジュエリーギャラリーズが2Fに誕生。

若い世代をターゲットにした トータルファッションワールド

★ **うめはんシスターズ 3F**
キャンパスやオフィスのおしゃれ上級者のために
国内外のグレードと感度の高いブランドを集積。
トレンドシューズ、メイクアップコスメなどの雑貨も
充実したトータルコーディネートが楽しめるワールド。

★ **うめはんジェヌ 4F**
自分らしさにこだわる、働く女性のための
ファッション&ビューティーワールド。衣料だけでなく、
コスメやアクセサリ、ルームウェアなどを揃え、
最新のコスメが試せたり、おしゃれのヒントを
詰め込んだセミナーやワークショップも開催する
会員制のパウダールームも設置。

高いファッション性と 専門性をもつアイテムワールド

★ **大きいサイズの婦人服 プリュス 6F**
ファッション性の高いL・LLサイズの婦人服が充実。
約50ブランドを揃え、Lサイズ専門の肌着売場も設けた
日本最大級のワールド。40室の大型フィッティング
ルームや、より専門的な接客サービスを提供する
パーソナルフィッティングルームなどの施設も充実。

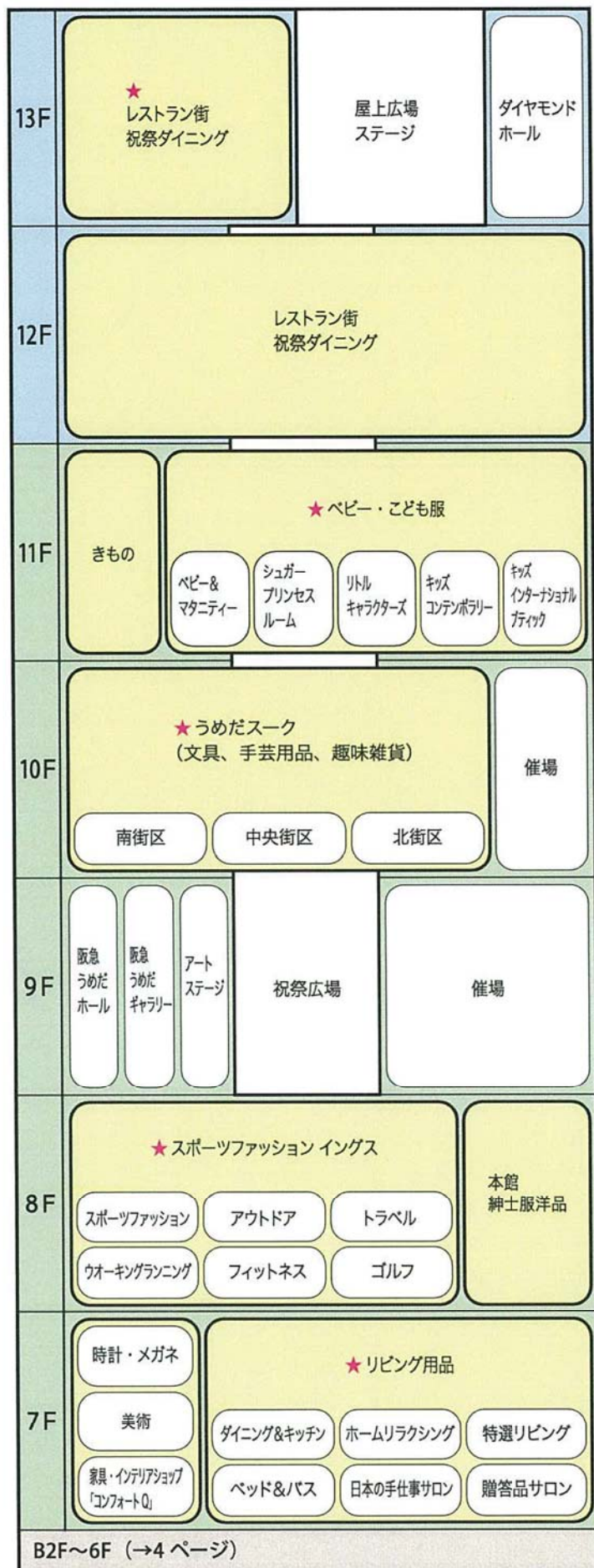
★ **婦人靴 3F**
テストや価値観を切り口にした9つのゾーンで展開する
ワールド。インポートシューズの品揃えは日本最大級。

異なるコンセプトで展開する 2フロアの食品ワールド

★ **B1F 食品 フードブティック**
B1Fは、それぞれのブランドが持つ物語を通して
食文化を伝えるフードブティックワールド。
ブランドとのコラボレーションを通じての新しい提案も
多数登場。

★ **B2F 食品 フードマルシェ**
賑わい感、ライブ感あふれるヨーロッパのマルシェを
イメージし、世界の食文化が体験できるワールド。
“ワインのある暮らし”をテーマに、国内外の
専門性の高い食材や惣菜を取り揃えた
ワールドフードマーケットなどを展開。

■フロア構成②(7F～13F)



【★ 注目のワールド】

★ 祝祭ダイニング 12F・13F

総席数 1,700 席、26 店舗の大レストラン街が誕生。
13F は、屋上の庭園に面した落ち着いた雰囲気のある
個店感覚のレストランが 7 店舗。

12F は、バラエティー豊かな本物の味を
カジュアルに提供する 19 店舗が揃います。
夜間は 8 基の直通エレベーターでアクセスでき、
ゆっくりとお酒や食事を楽しめるほか、
夜限定のメニューやイベントも多数開催します。

★ ベビー・こども服 11F

世界の一流ブランドや国内外からセレクトした
感度の高いキッズファッションが勢揃いするワールド。
定評のある育児雑貨やこどもの健やかな成長を
サポートする服飾雑貨なども豊富に揃えます。
パティシエ体験ができるカフェや日替わりでの様々な
コトコトステージなどの“コト”要素も充実しています。

★ うめだスーク 10F

訪れるごとに新しい発見があり、
暮らしのヒントが見つかるライフスタイル雑貨の
ワールドが新登場。
今までになかった雑貨の“街”を構築し、
ワールドを「北街区」「南街区」「中央街区」の
3つの街区で構成。また、それぞれの街に設けられた
“広場”からは新しいコトをいつも発信します。
「北街区」国内外から厳選した文具の逸品や
暮らしを彩るデザイン雑貨が揃う街。
「南街区」素材にこだわった手づくり雑貨や、
専門性の高い手芸用品などが揃う街。
「中央街区」ウィークリーで登場する
期間限定ショップや、クリエイターの
手がけるショップなど常に驚きと
発見のある街。

★ スポーツファッション イングス 8F

テーマは“スポーツ×ファッション”。
阪急イングスを移設し、ファッション性を強化した
スポーツファッションワールドを新たに構築。
「タウンで着こなすスポーツファッション」という視点で
ウェア、雑貨、ギアを集めます。

★ リビング用品 7F

クオリティーの高いアイテムをベースに
上質なライフスタイルを提案するワールド。
実用的で美しい、日々の暮らしを彩る専門的な品揃えの
「ダイニング&キッチン」や、プライベートな時間を
快適に過ごす暮らしを提案する
「ホームリラクシング」などで構成。

■生活文化情報発信の空間施設

●生活文化情報の発信拠点 9F (祝祭広場、阪急うめだホール、阪急うめだギャラリー)

フロア中央の吹き抜け大空間「祝祭広場」を中心に阪急うめだホール、阪急うめだギャラリーなどが広がる9Fでは、今までにない発信性の高い企画や、体験型イベントが年間を通じて次々に開催されます。また、これらの施設と売場を連携させて立体的に展開することにより、新しい価値の創造と発信を行います。

【開業時の注目企画(予定)】

- 「拡張現実オーケストラ! 企画開発: AR 三兄弟」10/25 ~ 11/20 祝祭広場
- 「名和晃平展」11/21 ~ 12/9 阪急うめだギャラリー
- 「ホキ美術館名品展」12/12 ~ 12/30 阪急うめだギャラリー
- 「VOGUE ファッションズ・ナイト・アウト 2012 in うめだ阪急」
12/15 祝祭広場・阪急うめだホール・ダイヤモンドホール(13F)・各売場



祝祭広場とアートビジョン



阪急うめだギャラリー



屋上広場、屋上ステージ、ダイヤモンドホール



阪急うめだホール

●各フロア24ヵ所のイベントスペースでの コトコトステージの実施

各フロアには、モノの使用価値、物語を話題化して伝える「コトコトステージ」を実施するイベントスペースを合計24ヵ所配置。生活にまつわるノウハウ・ヒントの提供や、アート・エンターテインメントの発信など様々なコトコトステージを繰り広げます。

■ “劇場型” 空間を創出する店舗環境

阪急うめだ本店のストアデザインコンセプトは“新・阪急エレガンス”。

西宮阪急、博多阪急で表現してきたストアデザインの集大成です。

9Fのドラマチックな空間だけでなく、外壁のアイアンワークや、グランドフロアである

1Fをはじめとして店内随所に劇場空間を思わせるデザインを施し、照明や音響にもこだわりました。



【7面の大型ショーウィンドーが復活】

阪急うめだ本店の象徴として、長く親しまれてきたコンコースのショーウィンドーが、スケールアップして復活します。

横幅8m、1、2F部分を合わせて高さ9mのショーウィンドーがコンコースに連なる様は圧巻。

1F部分の奥行きは1.5mとなり、単なるディスプレイスペースにとどまらない多彩な演出が可能となります。また2F部分には、

新しい阪急うめだ本店の幕開けを予感させるカーテンと照明による演出を行い、中央2面の大型LEDビジョンに映し出されるアート映像でお客様をお迎えします。



【お肌がきれいに見える照明】

1Fから6Fの婦人ファッションフロアおよびパウダールームなどには、お肌がきれいに見える照明を装備し、ドラマチックな雰囲気演出します。

【全館1,100台の特注スピーカー】

全館1,100台のスピーカーは広い店内でも、最適な音響効果が得られるように特別に設計、配置されたものです。1つ1つ独立した音量調整が可能となっており、各ワールドのコンセプトに合わせたBGMを専任の担当者が選曲し、心地よい買物体験を提供します。

■ サービス（施設）

●「親切」が行き届いたサービスで日本一を目指します

【1Fインフォメーションセンターとニュースビジョン】

1Fのメインエントランスを入ると最初に目に飛び込んでくるのが、LED照明による光の演出が印象的な直径5.5mの「インフォメーションセンター」と、幅6m、高さ2mの大型モニター「ニュースビジョン」。

インフォメーションセンターでは、阪急うめだ本店に関わるあらゆる問い合わせに対応。

外国語（英・中・韓）に堪能なスタッフを配置し、外国人のお客様のニーズにも応えます。「ニュースビジョン」では、ダイナミックな映像で店内の最新情報を届けます。



【動くインフォメーション「エスコートスタッフ」を70名配置】

各階には熟練社員を中心に組織された70名の「エスコートスタッフ」を配置します。

商品知識も豊富な、まさに“動くインフォメーション”としてショッピングをサポートします。

●館内でのWi-Fi利用サービススタート



阪急うめだ本店でのWi-Fi（無線高速インターネット）サービスをスタートします。

- サービスご利用には登録が必要
- 阪急阪神お得意様カード、ペルソナカード、エメラルドスタシアカード会員は無料
- 上記会員以外は有料

●外国人のお客様の利便性が向上

【Foreign Customer Service（海外お客様カウンター）】

増加の一途をたどる海外からのお客様に対応するため、専用のスペースをB1Fに設けます。

待ち時間を大幅に短縮した消費税免税手続きや外貨両替、英・中・韓国語による店内案内などの買物サービスだけでなく、宿泊ホテルへのお買上げ品デリバリーサービスや日本みやげの販売コーナーも併設。また、店内での買物ご優待クーポンの発行やWi-Fi利用一日無料サービスをスタートします。

※インバウンドへの取組み

（株）阪急阪神百貨店では、近年急増している外国人観光客の誘致活動を行っています。旅行・ホテルなど多彩な事業を展開している阪急阪神ホールディングス（株）と連携しながら、中国や韓国、台湾でのPR活動を活発化させています。

●広い店内でも安心。お子様をお預かりするサービスをスタート！

お子様一時預かり「キッズルーム」

11Fには、1歳から6歳までのお子様を預かる「キッズルーム」を新たに設けました。

大切なお子様を専任の保育スタッフと当社のサービススタッフが2時間まで預かります（有料）。大きな窓のある明るい室内では、一度に約30名（※1）のお子様の預かりが可能。阪急阪神お得意様カード、ペルソナカード、エメラルドスタシアカード会員のお客様は特別料金でご利用いただけます（※2）。



※1…定員はお子様の年齢により異なります。

※2…通常 2,000 円 / 1 時間、カード会員 600 円 / 1 時間

●全館で14店舗・800席のカフェを配置

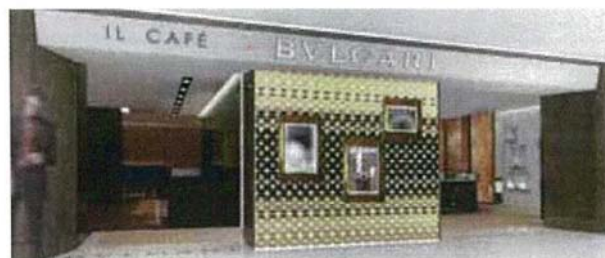
B1Fから11Fまでの12フロアに、14店舗のカフェを用意しました。

席数は合計約800席となり、建て替え前の1.5倍の規模となります。なかでも、祝祭広場のある9Fには4店舗のカフェを配置。開放的な空間でゆったりとお茶をお楽しみいただけます。

【注目のカフェ】

〔ブルガリ イルカフェ (5F)〕

西日本では初の出店。ラグジュアリーな雰囲気の中で、イタリアンスイーツやハンドメイドチョコレートをお楽しみいただけます。



〔ダマン リュミエール (6F)〕

ルイ14世の時代から続くフランスの老舗紅茶ブランド「ダマン」と、ミシュランの星を獲得した「リュミエール レスプリカ」の唐渡 泰シェフとのコラボレーションによるティーサロン。週替わりの旬の食材を使ったワンプレートランチとシーズンティーを提供します。



〔クラブハリエ キッズ (11F)〕

行列のできるバームクーヘンでおなじみのクラブハリエが手がけるキッズスイーツショップ&カフェがこども服のフロアに登場。お子様向けのお菓子教室も開催します。

●店内のレストスペースは300席を用意

各フロアのエスカレーター付近やお客様用トイレ付近に休憩用の椅子を用意するなど、全館でおよそ300席のレストスペースを確保。さらに屋上広場には随所にベンチを配置しています。

【食品売場の憩いスポット キッチンバンドの樹とツリーテラス (B1F)】

B2FとB1Fフロア中央の吹き抜けスペースには、一定の時間ごとに“コックさんバンド”が陽気な音楽を奏でる高さ約8mの大型ツリーがそびえています。そのツリーの吹き抜けを取り囲むスペースは、大型のレストスペース。ドリンクバーや、軽食のワゴンショップも併設し、買物の合間のちょっとした休憩にご利用いただけます。



●会員専用サロン「クリスタルサロン」

会員専用サロン「クリスタルサロン」も建て替えに伴いスケールアップ。6Fに総面積700㎡、約200席に拡大し、特別なサービスを提供します。



●お客様用トイレが、より快適な空間に生まれ変わります

【女性用トイレのブース数は旧本店比1.4倍に】

建て替え前の課題であった化粧室の混雑を緩和するために、店舗プランニングのスタート段階で、トイレの配置計画を行いました。大きな面積を確保することで、総ブース数を増やし快適にご利用いただけます。B2Fから13Fまでの15フロアに23ヵ所のトイレを配置。女性用トイレのブース数は建て替え前の1.4倍、174ブースを設置しました。

【きめ細やかな設計による快適さの追求】

各フロアのトイレでは、手荷物が増えるショッピング時の利用に配慮した、様々な対策を行っています。

(対策の一例)

- 手洗いスペースや便器のそばに棚やフックを設置。
- 洗面台とは独立したパウダーコーナーをすべての女性用トイレに設置。
- ジェットタオルを洗面台の手元に設置。
- ベビーカーと一緒に入れる大型ブースを店内23ヵ所すべてのトイレに設置。
- ベビーキープをすべての個室ブースに完備。
- お子様用便器をすべての女性用トイレに設置。
- プライバシーに配慮し女性用ブース間の間仕切り壁を天井まで設置。
- お並びいただく際に、お客様同士が交錯することのない動線を計画。

【店舗環境にマッチした空間デザイン】

各フロアのトイレ空間は、店舗環境に合わせたモダンでエレガントなデザインとなっており、売場と変わらないホスピタリティーを提供します。

また、4Fと9Fには、他のフロアとは異なる印象的なデザインのトイレを設けました。



フロアのターゲット層である若い女性客をイメージしたデザインのトイレ（4F）



約9mの高い天井が印象的な吹き抜けトイレ（9F）

●よりゆったりとしたお化粧直しができる店内3ヵ所のパウダールーム

【照明にもこだわったパウダールーム】

5Fと11Fには、お客様用トイレとは別に、独立した化粧直し専用の「パウダールーム」を用意しました。照明は売場でも使用している「お肌がきれいに見える照明」を採用。室内には、ウェルカムフラワーなどを飾り、特別なひとときを演出します。



【さらにこだわりの内装と仕掛けがいっぱいの カード会員専用有料パウダールーム】

4Fは、パウダールーム機能に加えて、メイク用品の貸出しや、ドリンクサービスなども備えた自社カード会員専用の有料パウダールーム。フロアのターゲットである女性の関心事のワンダーレッスンなどを行うセミナールームも設けています。



●手ぶらでお買物できるサービスを充実

日本最大級の売場面積を快適にショッピングできるよう、手ぶらでショッピングできるサービスを充実します。

【クロークサービス】(B1F)

コートや傘、トランクなどお客様の手荷物を預かるサービスが登場(有料)。阪急阪神お得意様カード、ペルソナカード、エメラルドスタシアカード会員のお客様は、3時間まで無料でご利用いただけます。さらに当日の買上げ額に応じた無料サービスを実施します。

【お買上げ品一括お渡し】(B1F)

お買物された売場の係員に申し付けていただくと、お客様のお買上げ品を専用カウンターまで無料で届けます。手ぶらでショッピングをお楽しみいただいた後、お買上げ品をまとめてお持ち帰りいただけます。もちろんその場で配送も承ります。

【冷蔵コインロッカー】(B2F)

お客様からのご要望が多かった冷蔵ロッカーを用意しました(1回200円)。ロッカーの台数は国内でも最大級の72台を設置。要冷蔵の食品をお買上げいただいた後でも、時間を気にせずゆつくりとショッピングをお楽しみいただけます。



■店舗運営革新のための後方施設計画

建物総面積 14 万㎡、従業員数が1万人にも及ぶ阪急うめだ本店において、従業員がいかにストレスなく働けるかということが、売場でのサービスレベルに直結しています。建て替え前の建物は増床に次ぐ増床で、効率的な店舗運営が困難でしたが、建て替えに伴い、最適な後方施設配置を計画することで、従業員にも快適な店となっています。

【全長4,500mに及ぶバック動線】

バックヤードには、合計4,500mに及ぶ幅2mの通路が確保されています。この通路により、売場への品出し作業や従業員の移動が、売場内を通らずにできるようになります。また、非常時にはお客様の避難経路となり、最寄の避難階段への移動がより安全に速やかにできるようになります。



【業界初の試み、従業員用エスカレーター】

後方施設部分に、B2Fから13Fまで従業員専用のエスカレーターを設置しました。15フロアにおよぶ店舗の上下移動の負担をできるだけ軽減しようという試みで、業界では初となる施設です。



【従業員用トイレ】

各フロアに設置している従業員用トイレも充実させています。女性用トイレは、お客様用トイレとほぼ同じブース数を確保。全ての女性トイレにパウダーコーナーを設置するなど、快適な環境づくりに取り組んでいます。

〈本件に関するお問い合わせ先〉

エイチ・ツー・オー リテイリング株式会社 総務室 広報担当
TEL. 06-6367-3181