

本店営業終了後の新しい取り組み

東急百貨店は渋谷を拠点に新たなお買い物体験を提供します

～「アップグレード」をテーマとした渋谷ヒカリエ ShinQs の改装スタートや デリバリーサービス「menu」との提携など～

東急百貨店(以下、当社)は、2023年1月31日(火)の本店の営業終了にあたり、本店をご愛顧いただいているお客さまに引き続きご利用いただくことはもとより、新しいお客さまや次世代のお客さまなど、より多くの方にもご利用いただくことを目指し、渋谷を拠点に新たなお買い物体験を提供してまいります。

■取り組みの2つの柱について

渋谷を拠点とした新たなお買い物体験を提供するために2つの柱で取り組みをいたします。

- ① 渋谷におけるリアル店舗の価値向上
- ② オンラインを中心とした新しいお買い物方法の構築

■各取り組みの詳細

① 渋谷におけるリアル店舗の価値向上

当社が渋谷地区で展開する店舗で MD(品揃え)の強化、リニューアルを実施します。「渋谷ヒカリエ ShinQs」における取り扱いカテゴリ及び価格帯の拡大と、強みとしているビューティー(化粧品)の拡充を行い、リアル店舗における品揃えを多様化し、渋谷を訪れるお客さまの変化するニーズに応えます。

【参考】当社が運営する主な渋谷地区の店舗

- ・ 渋谷ヒカリエ ShinQs(渋谷ヒカリエ 地下3階～5階)
- ・ +Q(プラスク)グッズ・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 5階・6階)
- ・ 東急フードショーエッジ(渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストラン 地下2階・1階<一部>)
- ・ 渋谷東急フードショー(渋谷マークシティ1階・地下1階、しぶちか)



●2023 年春、渋谷ヒカリエ ShinQs は「アップグレード」をテーマとする改装に着手

渋谷ヒカリエ ShinQs(渋谷ヒカリエ地下 3 階～5 階)は、自らの価値観で自分らしさを重視し、高い自己編集力を持つ「セルフエディター」をターゲットとし、すべてを雑貨ととらえる“ZAKKA 視点”の品揃えのコンセプトで 2012 年にオープンしました。

渋谷駅前の新しい商業施設の開業やお客さまの消費行動の変化などを踏まえ、2023 年春、「アップグレード」をテーマとする改装に着手します。当社でご支持いただいている時計・宝飾やラグジュアリーコスメティックの一部を導入し、品揃えの 카테고리 及び価格帯を拡大し、多様なニーズに応えることを目指します。既存ショップにおいても一部リニューアルを実施し、「パーソナルギフト」や「自分へのご褒美」として従来よりニーズの高いギフトMDを全館で強化してまいります。

また、当社本店を長らくご愛顧いただいている外商のお客さま専用の「東急百貨店 お得意様サロン」を新設し、お買い物の合間の休憩場所としてご利用いただくだけでなく、担当営業員によるお買い物のお手伝いや、外商のお客さま向けのイベントやサービスを通じてご要望にきめ細かくお応えします。

さらに、お客さまへ「トキメキ」「ワクワク」するお買い物体験と、「買ってよかった」「もらって嬉しい」など、購入後までのご満足の提供をする新たな店内サービスも開始し、リアル店舗の価値をアップグレードいたします。



©Shibuya Hikarie
渋谷ヒカリエの外観
(ShinQs は地下 3 階～5 階)

●都内最大級のビューティーエリアの拡充

ビューティー(コスメティック)は当社にとって重要な商品カテゴリーです。渋谷駅周辺において、化粧品ブランドを集積したビューティーのフロアを渋谷スクランブルスクエアの 6 階(+Q(プラスク) ビューティー、42 ブランド)と、渋谷ヒカリエ ShinQs に(地下 1 階(28 ブランド)・1階(13 ブランド)・2 階(4 ブランド))に構えており、圧倒的なブランド数を展開しています。

本年 9 月には「+Q(プラスク) グッズ」(渋谷スクランブルスクエア 5 階、ファッション雑貨フロア)に、コスメゾーンを拡大し若年層に支持される韓国コスメ、フレグランス、ビューティーツールなど美にまつわる 3 ショップを導入しました。

2023 年春に向け、渋谷駅周辺のビューティーエリアにおいて、さらに 4 ブランド導入し、一層の充実を図ります。

<参考> : [「コスメティックゾーンが 9 月 15 日\(木\)オープン」](#)

https://www.tokyu-dept.co.jp/corporate/press/whats_new/2022_0914.pdf



渋谷スクランブルスクエア 6 階
+Q (プラスク) グッズ内
コスメティックゾーン

●本店ワイン売り場<THE WINE>を路面店として 2023 年春に移設オープン【発表済み】

本店のワイン売り場はお手頃なデイリーワインから、希少価値のあるプレミアムワインまで常時約 2,000 種類の品揃えと、幅広い知識と長年にわたり当売り場で経験を積んだ有資格者(ソムリエなど)の接客により、ワイン初心者の方からワイン愛好家までご支持をいただいています。希少なワインの有料試飲会やワイン生産者によるセミナーなど、当売り場ならではのワインを楽しむ場の提供により、都内でも有数なワイン愛好家が集うサロンとしての役割を果たしています。

当売り場をこれまでと同様のコンセプトで本店の近隣に 2023 年春、路面店として移設オープンします。本店の近隣に位置することで従来のお客さまにこれまでと同様にご利用いただくとともに、路面店として新しいお客さまにも気軽にご来店いただけることを目指します。

<参考> : [「東急百貨店本店のワイン売り場<THE WINE>が 路面店として 2023 年春に移設オープン」](#)

URL: https://www.tokyu-dept.co.jp/corporate/press/whats_new/2022_0818.pdf

② オンラインを中心とした新しいお買い物方法の構築

テレワークの普及やデジタル化の進展、プライベート時間増などライフスタイルの変化により、お買い物方法に対するニーズが多様化しています。タイムレス、シームレスにご利用いただくことを目指し、デジタル技術や新しいスキームの構築によるデパ地下グルメのデリバリーや、ネットショッピングの強化に取り組んでいます。

●強みである食の3拠点※1をより便利に。来春よりデリバリーサービス「menu」と提携

当社は渋谷に食の3拠点を運営しており、渋谷に集う方々の多様な食の需要に応じております。

この3拠点のお買い物をより便利にするために、昨年9月からスタートさせた「テイクアウト&デリバリー by 東急フードショー」アプリに加え、2023年春よりデリバリーサービス「menu」と新たに提携し、渋谷東急フードショーより導入します。これにより配達圏の拡大、ブラウザでの注文対応などのさらに充実したサービスの提供が可能になります。

ご注文いただいた商品は渋谷東急フードショーのスタッフがショップからピックアップし、まとめて「menu」の配達員がお届けします。

日常的に利用する肉、魚、野菜などの生鮮品、グロサリーと一緒にデパ地下ならではの即食メニュー(惣菜、スイーツ)をご注文いただける、利便性の高いお買い物方法を提供します。

※1 食の3拠点

- ・ 渋谷 東急フードショー(渋谷マークシティ1階・地下1階・しぶちか内)
- ・ 東横のれん街(渋谷ヒカリエ ShinQs 地下2階・3階)
- ・ 東急フードショーエッジ(渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストラン 1階〈一部〉、地下2階)



しぶちか内
渋谷 東急フードショー デリゾーン

●ネットショッピング(EC サイト)を拡充

新たなお買い物体験をリアルとオンラインの両面で創出する取り組みでネットショッピング(EC サイト)を拡充しています。

◆ 決済方法

今年の10月に楽天グループ株式会社が運営する共通ポイントサービス「楽天ポイント(オンライン)」を、百貨店ECサイトとして初めて導入しました。当社のリアル店頭での楽天ポイントサービスと融合することで、より利便性の高いサイトに進化しています。

◆ 品揃え

利便性向上を目的に、取扱い商品数の拡大をすすめております。下記の取り組みを推進し、商品数をさらに拡充するとともに、品揃えの多様化を図ります。

- ・ 取引先と商品情報・在庫情報等を連携するプラットフォームとの連携を開始し、すでに一部のレディースファッションの取扱いをスタートしました。今後も様々な取引先と連携を予定しており、取扱い商品を拡大します。
- ・ 取引先から直接発送でお届けする商品数を拡大し、フードやファッションなどのカテゴリーの選択肢を広げていきます。
- ・ 本店営業終了の来春に向けて、老舗の菓子ブランドや高機能な家庭用品などの商品を集積した「特選商品」ページを新設し、品揃えの幅を拡大します。

<参考>[「東急百貨店は10月5日\(水\)より「東急百貨店ネットショッピング」に百貨店ECサイト初の「楽天ポイント\(オンライン\)」を導入」](#)

https://www.tokyu-dept.co.jp/corporate/press/whats_new/2022_1005.pdf

以上

※各取り組みの詳細は決まり次第、お知らせいたします。