

# 性別ではなく、コーディネートや体型に合わせて自由に選べる環境へ メンズとレディースが一体となったコンバインゾーンを新設 松屋銀座5階紳士フロア大型リニューアル

今秋から順次改装、来春3月完成 11月11日(水)「ポロ ラルフ ローレン」OPEN

松屋銀座は、今秋から紳士フロアの大型リニューアルを実施し、来春に完成します。コロナ禍を経たビジネスウェア需要の変化を踏まえ、MDの見直しによるテコ入れを図ります。衣料品にとどまらないライフスタイル提案やカジュアルウェアを強化し、ジェンダーの垣根を超えたメンズ・レディースのウェアと雑貨を総合的に備えたコンバインゾーンをフロアの45%の面積で設けます。

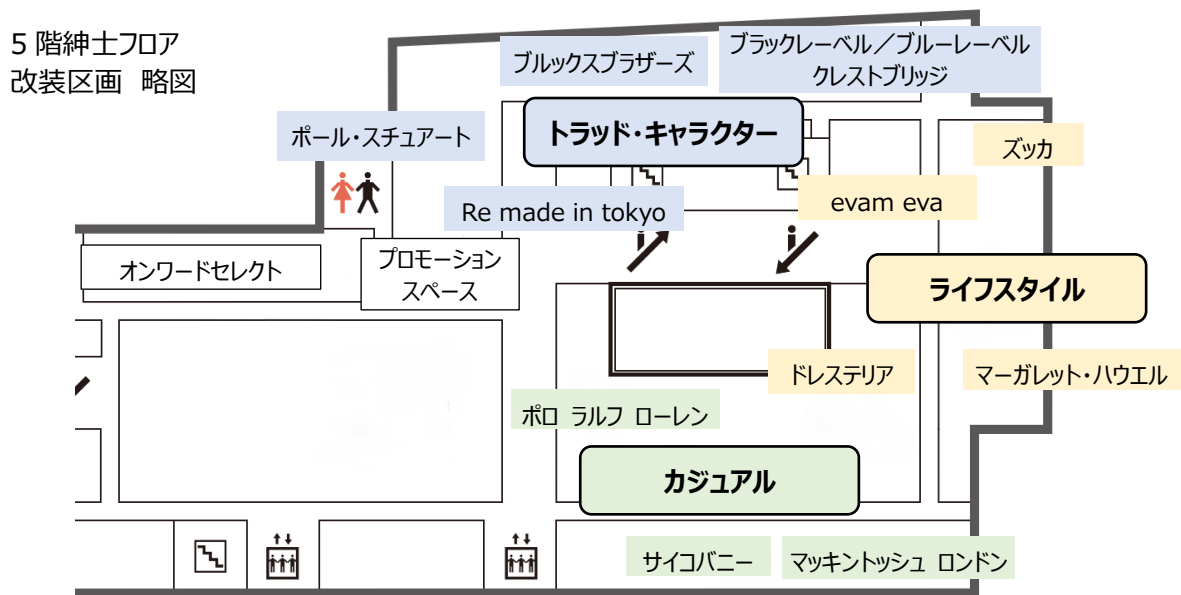
## ■「コンバインショップ」とは

メンズ・レディース両方のコレクションを同一店舗で展開するショップ。

カップルやご家族でご来店いただいても見やすくゆっくりくつろいでいただけるよう、一つ一つのショップ面積を広めに設定するなど環境もブラッシュアップします。

## ■展開ブランド

全11ブランド（新規×2/レディース導入×4/メンズ導入×1/他フロアより移設×3/既設×1）



## ■改装の狙い

### 1) 購買行動の変化に対応

「平日に男性一人で自分用」から「休日にカップル（夫婦）やファミリーで一緒に」へ。紳士フロアのお買い上げの35%は女性\*ということもあり、男女一緒に買い回りしやすい売場へ進化します。\*自社カード保有者の購買実績

### 2) ジェンダーレス需要への対応

性別で分けるのではなく、ライフスタイルやカジュアルなどテイストで分けるゾーニングへ。メンズ・レディースという分類で区切らず、コーディネートや体型に合わせて、お客様が自由に商品を選べるショップづくりへ進化します。

### 3) ライフスタイルに寄り添ったゾーンの新設

アパレルだけでなく雑貨やインテリアなども展開。ブランドの世界観を感じながら買物体験を楽しめるフロアへ。

### 4) メンズ向けのビジネスウェアは「オーダー」を強化

スーツは「ユニフォーム」から「勝負服」へと進化しています。より特別なスーツを提案できる、オーダーを核とした新しいメンズゾーンが誕生します。

## ■今後の改装スケジュール

9月30日 〈ブラックレーベル／ブルーレーベル クレストブリッジ〉 レディース導入

10月11日 〈Re made in tokyo japan〉 レディース導入 百貨店初

11月11日 〈ポロ ラルフ ローレン〉 レディース移設

12月上旬 〈マッキントッシュ ロンドン〉 レディース導入

〈ブルックス ブラザーズ〉 レディース導入

2023年2月予定 〈ポール・スチュアート〉 レディース移設 関東初

〈ズッカ〉 メンズ導入 百貨店初

〈マーガレット・ハウエル〉 レディース移設

〈オンワードセレクト〉 (メンズ)

3月予定 〈evam eva (エヴァム エヴァ)〉 NEW OPEN

〈ドレステリア〉 NEW OPEN

導入済み 〈サイコバニー〉