

---

報道関係者各位

**上本町店、奈良店の売場改装について**

平成19年8月29日  
株式会社近鉄百貨店

## ■ 上本町店の売場改装について

### 1. 改装の主旨

上本町店は、屋上スカイガーデンのリフレッシュ、「近鉄文化サロン上本町」の新設やレストランフロアの全面改装を実施してきました。今回の改装は、商品力の強化と一層の集客力の強化を図るために、1階の売場を拡張し、婦人洋品売場を中心とした1階・中2階の商品構成を見直し、都心百貨店にふさわしい売場の構築を目指します。

### 2. オープン日

平成20年3月20日（木・祝）

3. 投資額 約7億円

4. 改装効果 約5億7千万円（初年間増収目標）

### 5. 改装の概要

#### ① 1階売場の拡張

■化粧品とアクセサリーを中心とする1階の売場を約290㎡拡張し、都心百貨店にふさわしいグランドフロアの売場を構築します。

#### ② 売場編集の考え方

##### ■ 1階

ハイグレードな外資系化粧品、インポートアクセサリーの拡充により増収を図るとともに、収益性の高いシーズン商材を現状の中2階より1階壁面に移設し、収益力の向上を図ります。

《新規導入》

インポートアクセサリー…〈イマック〉〈エヴィータペローニ〉他

##### ■ 中2階

財布、ハンカチ、靴下、化粧雑貨とデイリー性の強い商材の面積・内容を見直し再集積、相乗効果による増収を図ります。フロア中央にはフリースペースを配し、「クリスマス」「母の日」などのカレンダー商戦時には、全館の核となる会場とします。

《新規導入》化粧品…〈ベキュア〉、婦人靴下…〈ショセット〉

##### ■ 2階

婦人靴、ハンドバッグの構成比を見直し、ハンドバッグを拡大します。ハンドバッグではヤングアダルト・マチュア対応商材の拡大を、婦人靴ではキャリアからヤングアダルト対応商材の充実を図ります。

##### ■ 地1階

薬品・健康食品を1階へ移設し、酒売場「酒肴」を中心とした高質の自主編集売場とシーズン催事スペースを拡大します。

---

## ■ 奈良店の売場改装について

### 1. 改装の主旨

奈良店では、大型ショッピングセンターの相次ぐ開業など商圏内の競合状況が激化するなか、1階婦人洋品売場への特選ブランドの導入等を中心とする売場改装を行い、他業態との差別化および一層の集客力および収益力の向上を図ります。

### 2. オープン日

平成19年9月21日(金) ※〈グッチ〉のみ9月22日(土)オープン

3. 投資額 約4億8千7百万円

4. 改装効果 約9億9千140万円(初年間増収目標)

### 5. 改装の概要

#### ① 1階特選ブランドの導入 ※9月22日(土)オープン

■ 婦人洋品売場に特選ブランドを導入し、商圏内での差別化を図ります。  
《新規導入》〈グッチ〉

#### ② 1階化粧品売場の再構築

■ 化粧品既存ショップの移設拡大や新規ブランドの導入などの売場再構築により、収益性の向上を図ります。  
《売場の移設拡大》  
〈シャネル〉〈イヴ・サンローラン〉〈ゲラン〉〈ジバンシイ〉  
《新規導入》〈インナーシグナル〉

#### ③ 3階婦人服売場の新規ブランドの導入

■ 新規ブランドを導入し、ニュープレタポルテゾーンの拡充を図ります。  
《新規導入》〈ワイズ〉

#### ④ 6階子供服売場の再構築

■ 新規キャラクターショップおよび子供服新規ブランドの導入などの売場再構築により、収益性の向上を図ります。  
《新規導入》〈サンリオ〉〈マックレガー〉〈チャコット〉

(以 上)