

## あたらしい編集型小型店ビジネスの展開について

### ～「MI PLAZA」2013年秋よりオープン～

三越伊勢丹グループは、常に上質であたらしいライフスタイルを創造することを目指し、成長事業と位置づけた新規のビジネスモデルの開発の一環として、編集型小型店のビジネスを展開してまいりますのでお知らせ致します。

#### 1. 「あたらしい編集型小型店のビジネスモデル」について

2012年2月以降、従来からある一部のサテライト店をモデル店として、店舗の魅力度アップと収益力向上の実現を目的としたトライアルを実施してきました。その検証結果を踏まえ、このたびあたらしい小型店ビジネスモデルを設計してまいりました。

##### (1) ターゲット顧客

小型店から半径2km圏内にお住まいの、生活感度の高い (※) お客さま

※ 何気ない日常生活の場面、場面にこだわりを持ち、新しい生活提案を常に求め続けている女性達。「三越伊勢丹」が持つのれんへの「安心感」「信頼感」を求める、百貨店利用のお客さまが顧客対象のイメージです。

##### (2) コンセプト

毎日の日常生活に潤いと豊かさを提供し続け、頻繁に気軽にご利用いただける小型店

##### (3) ショップ名称

MI PLAZA

MITSUKOSHI ISETAN

MI PLAZA MITSUKOSHI ISETAN (エムアイプラザ ミツコシセタン)

※ “MITSUKOSHI ISETAN” 部分は、出店地域の百貨店ののれんに応じて表記を変えていきます。

##### (4) ストアプラン

4つのキーワードに基づき、生活感度の高いお客さまが気軽に立ち寄れる店づくりを目指します。

###### 安心・信頼感

「三越」「伊勢丹」2つの百貨店が提案するクオリティの高いモノとコトで、お客さまの認知度と満足度を高める店を目指します。

###### 潤いと豊かさ

シーズン、歳時記、オケージョンにあわせた年間52週の日常提案で、お客さまの暮らしに魅力と彩りを添える店を目指します。

###### 頻繁に気軽に

デイリー性の高い品揃えや関心事に合わせた情報提案で、お客さまがいつも気になり、立ち寄りたくなる店を目指します。

###### 百貨店よりカジュアルに

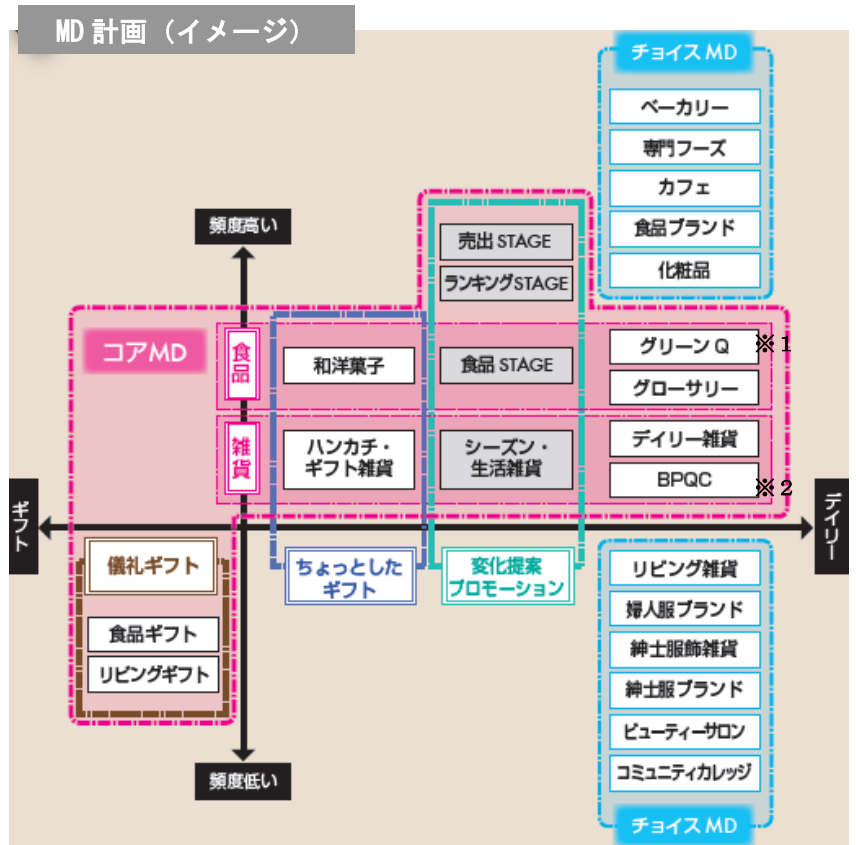
グループ力を活用したサービスや地域コミュニティのサポートサービスで、お客さまが身近で居心地の良さを感じる店を目指します。

この考え方にに基づき、新型小型店全店に共通して品揃えしていく「コアMD」と、立地、顧客特性に

応じて店ごとにカスタマイズする「チョイス MD」で構成します。

### コア MD

- **高頻度のアイテムである「雑貨」と「食品」を強化します。**  
 デイリー性が高く、来店頻度の高い「雑貨」と「食品」主体の品揃えにします。
- **「ちょっとしたギフト」を提案します。**  
 日常の中の「ちょっとしたギフト」を、「和洋菓子」や「ハンカチ・ギフト雑貨」などで提案します。
- **「変化提案」ステージ**  
 「シーズン」「歳時記」「オケーション」に合わせて、いつ来てもあたらしい提案があるステージを展開します。
- **儀礼ギフト**  
 お中元、お歳暮を中心に、百貨店として期待されるギフトにおいても三越伊勢丹ののれんを活かした品揃えを行い、地域での差別化を図ります。



※1 (グリーンQ) : クイーンズ伊勢丹のPB商品  
 (当初は首都圏店舗にのみ展開予定)

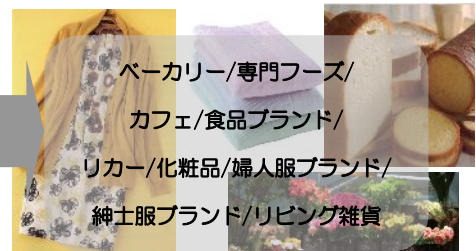
※2 (BPQC) : 上質な日常生活を提案する三越伊勢丹の戦略PB



※写真はすべてイメージです

### チョイス MD

- **各店ごとにカスタマイズできるメニューを提案します。**  
 各店におけるニーズに応じて専門カテゴリー (食/美/衣料など) を強化したり、ブランドラインナップを充実させます。



## (5) サービス

従来までの百貨店として期待されるサービスに加え、地域コミュニティ拠点となる「集いの場」の提供をはじめとした、地域に密着したさまざまなサービスを提供することにより、小型店らしい独自のサービスを実現させます。

- ・地域のイベントや情報の発信
- ・コミュニティスペースでのドリンク提供 (有料/無料) 等

## (6) 店舗環境

環境コンセプトを“CAFÉ のような NATURAL HOUSE”とし、心地よい空間をご提供するとともに、ワクワクするようなボリューム感のある商品陳列や、わかりやすく温かみのある POP などの小型店らしい提案により、地域のお客さまに気軽に立ち寄っていただける環境づくりを行っていきます。

イメージ図 (下：外観 右：店内)



## (7) オペレーション

販売員の制服はカジュアルウェアとするなど、親しみをもっていただけるような工夫を行います。また、商品・展開計画などの管理・運営機能は本部にてセントラルコントロールとし、店舗要員が接客サービスに集中できるローコストオペレーション体制を確立し、生産性の向上を図ります。

## 2. MI PLAZAの出店概要について

### (1) MI PLAZA MITSUKOSHI ISETAN 河辺店

所在地 : 東京都青梅市河辺町 10-1-5 ライオンズプラザ河辺駅前 1 階  
(JR 青梅線河辺駅から徒歩 2 分)

出店日 : 2013 年 9 月 4 日 (水)

営業時間 : 10:00~18:00 ※毎週火曜日定休

営業面積 : 約 300 m<sup>2</sup>

### (2) MI PLAZA MITSUKOSHI タピオ店

所在地 : 宮城県仙台市泉区寺岡 6-5-1 泉パークタウン タピオ内

出店日 : 2013 年 10 月 10 日 (木)

営業時間 : 10:00~20:00 (施設営業時間に準ずる)

営業面積 : 約 550 m<sup>2</sup>

### 泉パークタウン タピオ施設概要

施設運営者 : 三菱地所リートールマネジメント株式会社

店舗面積 : 16,000 m<sup>2</sup> 営業時間 : 10:00~20:00

三越伊勢丹グループでは、お客さまの消費スタイルが変化する中、従来型の百貨店を主軸にした店舗展開手法だけではなく、「イセタン ミラー」や「イセタン羽田ストア」など現在展開中のフォーマットとともに、今回お知らせしたあたらしい編集型小型店舗を含めて、都市部・郊外部・地方における多様な店舗チャンネルを構築することにより、お客さまの消費スタイルやニーズに応じた顧客接点を開発・展開していきます。

本件に関する報道関係のお問い合わせは、

株式会社三越伊勢丹ホールディングス業務本部総務部 コーポレートコミュニケーション担当まで

TEL 03-5843-6041 FAX 03-5843-6040