

News Release

2007年2月8日



都市生活者の輝きある暮らしを彩る百貨店 「シブヤ西武」

3月2日(金) 全館リニューアルオープン



新生 シブヤ西武

ストアコンセプト

新しいライフスタイル提案がいつもあり、輝きある暮らしを彩る百貨店

ターゲット

洗練された都市生活者

重点マーチャダイジング

自主編集売場、フード&レストラン、ビューティー&ケア、ラグジュアリー

サービスと環境

専門人材225名による最上級のおもてなしと渋谷で希少な「大人」空間

ストアコンセプト ～都市生活者の「輝き」をさらに高める百貨店～

バブル崩壊以降、快楽的消費からより本質的価値の追求へと消費傾向が変化し、近年、洗練された都市生活者においては、日々の生活をより充実させるモノやコトに対する消費＝ライフスタイル型消費へとさらにシフトしています。新しいシブヤ西武はそのような生活者の新たなニーズに対応し、**輝きある暮らしを支え高める百貨店**として生まれ変わります。

重点ターゲット ～高感度かつ高い審美眼を持つ城南山の手地区在住者～

日本を代表する豊穡なマーケットである「城南山の手地区」を後背地とするシブヤ西武。自分自身を磨くモノやコトに対しては積極的な投資を厭わず、深い知識や情報に裏付けられた高い審美眼を併せ持つとともに自身の感性に富んだライフスタイルで生活を楽しむ、そんな世代を超えた**“洗練された都市生活者”**をメインターゲットと考えます。

重点マーチャндаイジング ～高い独自性と旬な品揃えを拡大～

新しいシブヤ西武は、ラグジュアリーブランドを日本最大規模で集積するということだけにとどまらず、シブヤ西武だけでしか手に入らない独自性の高い商品や、最も旬な商品など、以下の4つの柱を商品政策の重点ポイントとして展開し、洗練され輝きに溢れたライフスタイルを提案していきます。

1) 自主編集売場

・上質なライフスタイルをサポートするシブヤ西武ならではのこだわりとセンスで集積したファッションゾーン。
シブヤ西武のファッションクリエイティビティのコアとして、日本初上陸ブランドや世界でもシブヤ西武だけの限定商品などが数多く登場します。

2) フード&レストラン

・世界及び日本各地から選りすぐったこだわりの食材満載のフードグルメとレストランゾーン
・イタリアの有名なお惣菜ブランドやNYで話題のパティスリーが初上陸する他、プロもうなるこだわり鮮魚市場が登場。
また、お取り寄せマニアの間でも評判の全国各地の名品を集積したブティックも誕生します。

3) ビューティー&ケア

・A館は、「メイクアップ」、「インターナショナルコスメティック」そしてゆったりカウンセリングが受けられるサロンのような「スペシャルケア」の3ゾーン構成。評判の韓国コスメや無添加・高機能がテーマのコスメを集積するほか、噂のハワイオーガニックコスメが登場。B館は既存の酸素バー等に加え、高質エステ、百貨店初のメンズビューティーサロン、アロマ・漢方薬局を新規導入。A館より移設してくる美容室とあわせ、総合的な美のゾーンが誕生します。

4) ラグジュアリー

・圧倒的存在感と人気の高さを誇る本格本物ラグジュアリーブランド。25のブランドが新登場し、総ブランド数は計54と日本最大規模の品揃えに。既存の重点ブランド3つも拡大します。また既存ブランドのメンズ分離と新規2ブランドを加えたメンズラグジュアリーゾーンの展開や、6つの新ブランド導入によるハイジュエリー強化もします。

上記に加え、洗練された都市生活者の多数の要望に応え、更に高質な「インテリア」への見直しや、ファッション感度の高い「こども服」の復活など、従来以上に品揃えの幅を拡大し、多様なニーズに対応していきます。

サービスと環境 ～高度な専門性と上質な空間が最上級のお買物体験を提供～

成熟した消費者の満足は、商品だけで得られるものではなく、サービスや売場環境による下支えがあって初めて完成するものだと思います。そこで新生シブヤ西武では、サービスと環境を全面的に見直しました。

まずサービスについては、シブヤ西武の売場に立つ全員に、それぞれの領域のスペシャリストとして多種多様で専門的な研修と訓練を実施し、その結果、**225名の専門資格保有者**による**最上級のサービス**を提供します。

また環境についても、都会の知的生活者が求める先進的で新鮮な情報を常に発信し続けるとともに、子供の街とよばれる渋谷の街の中では**成熟した大人たちの為の希少な場所**として、A館は「女性的なエレガントさ」、B館は「男性的なシャープさ」をテーマに、**全館が贅沢で快適、そして何よりも心地よい空間**を提供します。

【新生 シブヤ西武】：主なりニューアルポイント

「洗練された都市生活者」の輝きある暮らしを彩る「ライフスタイル提案」館として全館を改装

こだわりと高感度ファッションを世界中から選りすぐったシブヤセレクトの「自主編集売場」誕生

日本初登場を含む105店の洗練された都市生活者の舌をうならせる「フード&レストラン」ゾーン

高質エステ、メンズサロンやアロマ・漢方を新規導入。総合的な「ビューティー&ケア」ゾーン誕生

日本最大級54のブランド数を誇り、最上級の買物空間を提供する「ラグジュアリー」ゾーン

多数の顧客要望に対応した「インテリア」ゾーンの高質化とハイセンスな「子ども服」の復活

専門人材225名による「専門的かつ最上級のおもてなし」提供

ラグジュアリー感に溢れ、渋谷で唯一「大人」がくつろぎ楽しめる空間を提供

【ストア構成】：A・B館の性格を明確化

A 館			B 館			パーキング 館		
R	屋上	連絡通路	R	ペットショップ		6~8	お客さま駐車場	
8	レストラン街「ダイニングプラザ」		8	宝飾・時計・美術・メガネ プラチナサロン				
7	子ども服/催事場 クラブ・オンデスク/セゾンカウンター/ 商品券/旅行サロン		7	インテリア				
6	婦人服 デザイナーズプレタ フォーマルウェア インナーウェア	自主 編集売場	6	紳士服 オーダーサロン プレタ フォーマルウェア カジュアル	自主 編集売場			
5	婦人服 クラスカジュアル	連絡通路	5	紳士服 既製服 洋品 雑貨	連絡通路			5
4	婦人服 デザイナーズセクション	自 編 集 売 場	4	紳士服 インターナショナルデザイナーズ キャラクター				2~4
3	婦人服 アクセサリ インターナショナルカジュアル	連絡通路	3	婦人服 インターナショナルデザイナーズ				
2	婦人靴 洋品小物 M2 コスメティック サロン		2	婦人服 特選衣料 雑貨				1
1	化粧品		1	特選ブティック	連絡通路	B1	無印良品	
B1	食品「グルメマルシェ」		B1	スタイリッシュスポーツ 衣料 雑貨 ビューティー 美容室 エステサロン	連絡通路	B2	エステティック	
B2	カジュアル レストラン街「セタンジュ」							

シブヤ西武 基本概要

リニューアルオープン日	2007年3月2日(金)
売場面積 営業時間	営業面積 【A館】<地下2階～地上8階> 16,484 m ² 【B館】<地下1階～地上8階> 14,537 m ² 営業時間 【月・火・水・日】 午前10時00分～午後8時00分 【木・金・土】 午前10時00分～午後9時00分 レストラン街（A館8階・A館地下2階） 【月～日】 午前11時00分～午後11時00分
年度売上目標	600億円（前年比115%）
投資額	約80億円
主要なターゲット	洗練された都市生活者
主要ブランド数	総数720、新規266（内、日本初16、百貨店初19、渋谷地区初84）
専門販売員数	専門販売員 225名
駐車台数・駐輪台数	駐車台数 * 契約含む1,129台

オープニングビジュアルについて

新生シブヤ西武がターゲットとする「洗練された都市生活者」。彼女たちや彼たちは、はっとするほどの魅力を放っています。そしてその魅力の源泉を、私たちは「輝度（かがやきど）」と名づけました。

知的な輝き。好奇心という名のきらめき。「輝度」が高ければ高いほどより大きな魅力を放つ。そのようなきらりと光る存在感こそが、言葉よりも何よりもその人自身を雄弁に物語ると私たちは考えています。

ポスターや各種媒体等に使用するメインビジュアルは、二つの世代の女性たちを軸に、力強さと優しさ、そしてシンプルで美しく洗練された姿を通して、「輝度」という新たな考え方を表現しています。



【A館テーマ】: 「レディースライフスタイル」

【A館2～6階】: 婦人服・婦人雑貨 自主編集売場

ファッションから雑貨まで、大人の女性の上質なライフスタイルをサポートするハイクオリティーなブランドを集積すると同時に、自主編集売場では独自のセレクトアイで世界中から選りすぐったシブヤ西武ファッションクリエイティブのコアとでもいべき、輝きに溢れたファッションを提案します。

総ブランド数: 334 (新規導入61)

日本初登場4、渋谷地区初登場24

< A館3階 **自主編集売場** 「キートゥースタイル」 > : プレミアムデニムや旬のドレスをキーアイテムに大人のカジュアルを提案。「タバニティーソーゼーンズ」のスポーツラインや「ブラウンレーベル」「プロポーションオブブルー」等日本初上陸のプレミアムデニムをはじめ、「AG」「セブン」などでシブヤ西武限定商品も登場

< A館4階 **自主編集売場** 「ジャスティンモード」 > : 社会的なライフスタイルを持つ女性のために国内外の注目デザイナーをセレクト。「ドゥリー」「ガーデン」「ベラルディ」といった、次の時代をリードするクリエイターブランドを集積

< A館6階 **自主編集売場** 「モードプラス」 > : 雑貨も含めたシブヤ西武セレクトのドレスアップコーディネート。「ナオタケコシ」「イントゥーカ」「サポートサーフェイス」「リビアナコンティ」「アンテプリマ」「アスペシ」「ブルーフ」

< A館2階 **シューズメゾン** > : 根強い人気を誇りシブヤSHOES+の象徴でもあったインポートショップを更に拡充。「マノロブランク」「ジュシークチュール」を新規導入しサロン環境も構築。より快適で奥行きのある品揃えとサービスを実現。また平場については「ジルスチュアート」など人気国産ブランドも新規導入し、さらに品揃えを拡充

< A館2階 **洋品小物** > : ストール、スカーフ、帽子など独自買付けのインポートセレクト商材や、インポートを中心とするレッグウェアなどを展開しハイセンスな洋品小物売場を構築

< A館3階 **アクセサリー** > : 「スタージュエリー」など感度が高くワンランク上のファッションジュエリーに加え「ニューズ・フロム・フレックス・ファーム」等を導入。目の肥えた大人が楽しめる、上質・洗練されたアクセサリーを提案

< A館5階 **クラスカジュアル** > : 「魅力の定番」をキーワードに、いつ来てもハイセンスで高質な必須アイテムが揃う、高質単品のコーディネート提案売場。「キャシャレル」「アドーア」「シンファ」「トゥービーシック」「ナラカミーチェ」「モガ」「DKNY」など

【A館1階～中2階、B館地下1階、パーキング館地下2階】: ビューティー&ケア

メイクアップゾーン、インターナショナルコスメティックゾーン、そしてゆったりカウンセリングが受けられるサロンのような環境のスペシャルケアゾーンの3つを軸に、高質エステティックサロンや百貨店初のメンズビューティーサロン、アロマ・漢方薬局なども合わせ、**総合的なビューティー&ケアゾーン**が登場します。

総ブランド・コーナー数: 50 (新規導入28)

渋谷地区初登場18

< A館1階 **メイクアップゾーン** > < A館1階 **インターナショナルコスメティックゾーン** > : シブヤ西武化粧品売場の強みであるメイクアップ&コスメブランドを更に強化。「ナーズ」「ポール&ジョー」「ジルスチュアート」「ワトゥーサ」「シスレー」「スック」など9つの人気ブランドを新規導入し全30ブランド・コーナーで展開

< A館中2階 **スペシャルケアゾーン** > : カウンセリング機能やキャビンを新規設置するとともに、ニーズの高い「まゆげ」「まつげ」等部分ケアの新規導入や専任スペシャリストの配置など、顧客課題へのソリューションを徹底追求。また有楽町西武に導入し話題を呼んだ「ビューティーステーション」と専任スタッフ「ビューティーアテンダント」も登場

< B館地下1階、パーキング館地下2階 **トータルビューティー&ケアゾーン** > : 百貨店初のメンズビューティーサロン「ザ・リヴォーン」や漢方とアロマが融合した「若草自然薬局」の新規導入、美容室「エルロード」の新店舗、高質エステティックサロン「トータルビューティ&スパ ネクストソシエ」の登場など、総合的なビューティー&ケアゾーン誕生



メイクアップ



コスメティック



メンズビューティー
サロン



若草漢方薬局

【A館地下1階】: グルメ マルシェ(食品売場)

1つの市と2つの座、3つの街4つの通りが集う、国内と海外のこだわり食材を集めた**高質顧客のためのグルメ専門館**。シブヤ西武だけでしか手に入らないこだわりの逸品を多数取り揃えています。

**総店数: 90 (惣菜・米飯25、洋菓子・ベーカリー13、和菓子13、鮮魚・塩干3、野菜・果物2、精肉1 他)
新規導入90、日本初登場3、百貨店初登場10、渋谷地区初登場27**

- <旬鮮市場>: 築地中央卸売市場の老舗仲卸による鮮魚の直売。創業明治元年、近海高級魚に強い「尾辰商店」やマグロ専門仲卸「堺峰」といった、料亭や割烹などのプロをも満足させるこだわりの鮮魚を提供
 - <茶席座>: 京都福寿園のお茶、老舗花園万頭のシブヤ西武オリジナル和菓子、福槌の茶巾寿司が楽しめる売場
 - <食楽座>: シェ松尾、割烹宮下の、グルメもうなる高質イートイン
 - <特選ギフト街>: 東西館の名店「久兵衛」「すし萬」や下関料亭旅館「みもすそ川別館」のイートインと料亭ギフト
 - <ヨーロピアン グルメ ブティック>: フランス国内の食に関する最高の荣誉といわれる仏国家最優秀職人賞のダブル受賞という史上初の快挙を成し遂げた「イヴチュリエス」のチョコレート&菓子や、日本初上陸のイタリア・ポーニャの名店「タンブリーニ」の高級食材などヨーロッパ選りすぐりのグルメショップ
 - <蔵の街>: 岡山・倉敷にあるお取寄せの店「平翠軒」がセレクト販売する酒肴や有名料亭御用達の高級昆布専門店「奥井海生堂」、つきたて米の「菊太屋」など、高質かつ専門度の高い各種食材専門店を集積
 - <パティシエ ショコラティエ ストリート>: 日本初登場のニューヨーク・アッパーイーストに店を構える「パイヤール」や、パリの「ピエール・エルメ・パリ」など、垂涎のパティスリー
- その他、<おやつ菓子>、<おかず横丁>、<ごはんごよみ>のストリートも登場

【A館8階】: ダイニング プラザ(レストラン街) 【A館地下2階】: セタンジュ(カジュアルレストラン街)

渋谷の街に無い「**大人のレストラン空間**」を提供します。A館8階はハレの空間として老舗・名店をセレクトし、地下2階はよりカジュアルに楽しめる店を集積しています。いずれも大人が安心して快適な時間を過ごせる空間です。

**総店数: 15 (和食5、伊料理2、中華、焼肉、オイスターバー 他)
新規導入8、百貨店初登場4、渋谷地区初登場1**

- <ダイニング プラザ>: 大人のための名店を和洋中の全領域でセクション。東京初登場する創業350年の「すし萬」をはじめ、伊料理「ヴィヴィ ラ・ベルデ」、新中国料理「代官山花壇 笑龍」、しゃぶしゃぶ・日本料理「吉祥」、オイスターバー「フィッシュ&オイスターバー」などが百貨店初登場
- <セタンジュ>: より気取らず楽しい空間を提供するカジュアルレストラン街。ベトナム料理「セラドン」、韓国料理「ノルブネ」、地中海パスタ「ポルトフィーノ」など

【A館7階】: こども

全てにおいて本物を好むシブヤ西武顧客のための、ベビー・トドラーに絞り込んだ「こどもフロア」です。キッズインポートセレクトショップから、幼児期より高質・本物を提供する生活雑貨までを揃えました。

総ブランド数: 6 新規導入6、日本初登場1、百貨店初登場2、渋谷地区初登場3

- <コンテンポラリースタイル>: 国内外約100以上のブランドからセレクトされたカジュアルスタイルブランド「ストンプスタンプ」と、ヨーロッパ系26デザイナーズブランドからのセレクトでこどものドレスアップを提案する「イオソノマオ」、コムサデモードの技やこだわりの粋を集めたマタニティ・ベビー・トドラーの複合ショップ「アルチザン・ウフ」の展開
- <オーセンティックスタイル>: 上質な子供ファッションを提案する「ラルフローレン インファント&トドラー」「ラルフローレン レイエット」と、フランスではベビー・こどもの3大ブランドに数えられる高質な「タルティーヌ・エ・ショコラ」が渋谷地区に初登場。ギフトにも対応
- <インテリア雑貨&ギフト>: 北欧を中心に、インテリア小物&雑貨から木製・布製玩具まで、高質&高いデザイン性をポイントにセレクトした、おしゃれなギフトショップ「イルムスキッズ」

【A館7階】: クラブ・オンデスク、セゾンカウンター、商品券・旅行サロン

「クラブ・オン」や「(セゾン)カード」、さらに旅行サロンなど各種手続きをワンフロアに集約し、より便利になりました。シブヤ西武の顧客に相応しく、グレード感と心地よさを兼ね備えた空間を提供します。

- <クラブ・オンデスク>: クラブ・オンメンバーのための専用デスク。カード発行・交換からお買物券の発行まで
- <セゾンカウンター>: セゾンカードの総合カウンター
- <ラッピングカウンター>: 包装紙45種とリボン60種を用意しギフトラッピングを有料にて承る専用カウンター
- <商品券・旅行サロン>: 各種商品券の販売と国内・海外旅行の相談窓口

〔B館テーマ〕:「メンズ&ラグジュアリーライフスタイル」

〔B館1～4階〕:プレステージ&デザイナーズ

世界に名だたる25ブランドを新規導入するとともに既存ブランドも内外装や品揃えを一新。日本最大規模のラグジュアリーブランド揃えを誇る最上級の買物空間が登場します。シブヤ西武のみの限定商品も。

総ブランド数:54 (新規導入25) * A・B館合計数
日本初登場1、百貨店初登場2、渋谷地区初登場4

- <B館1階 プレステージ>:雑貨とハイジュエリーで構成された東京の新名所誕生。既存の「エルメス」に加え「カルティエ」「ティファニー」「ヴァン クリーフ&アーペル」「ハンティング・ワールド」「モンブラン」を導入
- <B館2階 ラグジュアリーコレクション>:バッグ&シューズの雑貨を中心としたラグジュアリーブランドの集積。「ボッテガ・ヴェネタ」「セリーヌ」「ディオール」「ロロ・ピアーナ」「スティーブン ウェブスター」「ホーガン」等8ブランド導入
- <B館3階 デザイナーズコレクション>:雑貨&プレタのトータルブランド展開。「ジルサンダー」が新登場
- <B館4階 メンズラグジュアリーデザイナーズ>:既存の「アルマーニ」「グッチ」「プラダ」をレディースとセパレートし展開。また「ジルサンダー(メンズ)」「ボッテガ・ヴェネタ(メンズ)」を新規導入し紳士のラグジュアリーゾーンを構築



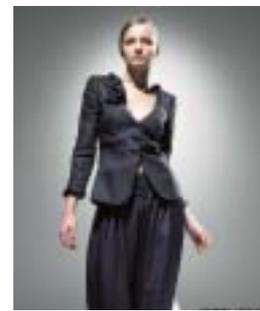
ティファニー



ディオール



ジルサンダー



ジョルジオアルマーニ

〔B館地下1階〕:自主編集売場スタイリッシュスポーツ「エスフォー」

世界的に注目されるファッションとスポーツウエアが融合した新しい装いを都内最大規模で提供する売場が誕生します。モード系スポーツウエアからヨガ&ジム、そして新感覚のアウトドアウエアまで、メンズ&レディスで登場。

総ブランド数:32 (新規導入28)

日本初登場5

- <インター ナショナルスポーツセレクト>:ヨウジヤマモトがアディダスとコラボレーションしたブランド「Y-3」、プーマが手がける、デザイナーニールバレットによる「96アワーズ」や「ヌアラ」などのプロジェクト商品を展開する「プーマブラック ステーション ショップ」、日本初デビューの「セオリースポーツ」など、都内でもここだけでしか手に入らないモード系スポーツブランドを多数導入。また、百貨店初登場のシューズ「クライフ」や、オランダインポート「クィック」などモードファッションからスポーツカジュアルまでをカバーする常に新しい提案があるシューズセレクト売場が登場
- <ヨガ&フィットネス>:「アディダス バイ ステラマッカートニー」や「フレディ」といった都市型のスロウライフスタイルを提唱するヨガ&ジムナスティックの編集売場
- <アウトサイドスタイル>:「ラルフローレン RLX」など従来百貨店とは一線を画すスタイリッシュなアウトドアカジュアルウエアゾーン
- <スイムウエア>:インポート水着「ロザ・チャ」など、大人の女性のハイクラススイムウエア



Y-3



プーマ ブラック
ステーション ショップ



クライフ



セオリースポーツ

【B館4～6階】：紳士服 自主編集売場

世界クオリティのメンズウエアをシブヤ西武のセレクトアイで集積・編集・提案するとともに、「オーダー」「リペア」「カスタマイズ」など、フロア全体が個客の「プライベートコンシェルジュ」として高度かつ専門度の高い要望に対応。

総ブランド数：43（新規導入11）

渋谷地区初登場3

< B館6階 自主編集売場「メンズサロン」 >：高質インポートのセクション&ブランドで構成し上質なOFFスタイルを提案するカジュアルファッションの自主編集売場。「グローブロッター」「オロビアンコ」「ギ・ローバー」「バランタイン」など世界の逸品も初登場

< B館5階 紳士既製服・洋品・雑貨 >：シブヤ西武が厳選した男のこだわりアイテムをインポート商材を軸に集積して提案。スーツ、ジャケット、パンツからシューズ、バッグ、シャツ&タイ、レザーグッズ等の単品ビジネスアイテム、メンズコスメ、時計、ペン、喫煙具といったファニシング～大人の趣味雑貨までオールアイテム展開。シューズのパターンオーダーや修理工房も新規登場

< B館4階 メンズキャラクター >：キャラクターブランドとメンズラグジュアリーブランドをフロア内で融合し、スタイリッシュかつファッション感度の高いスタイリングを提案



コンプリオ/
オスカーウデシ



ビタミン



ヒッキー・フリーマン



バランタイン

【B館7階】：インテリア

日々の生活をさらに上質なものと導いてくれる、ハイクオリティ&ハイセンスな生活雑貨を厳選してご提案。さらに専任コーディネーターによるコーディネート提案や本格的部屋の模様替え＝「リルーム」まで承ります。

総ブランド数：54（新規導入9）

日本初登場2、百貨店初登場1、渋谷地区初登場4

< インテリアコーディネート >：イタリアモダンを中心とした家具・ファブ等のコーディネートと、顧客要望を踏まえながら専任のコーディネートアドバイザーが提案。内容に応じダイワハウスによるリフォームも承る

< ライフスタイル >：「ジャクソン」のバスタブ、「クルティ」の雑貨、「サンタマリアノベッラ」のフレグランスなど、トータルバスライフを提案する「スタイリッシュ・バス」が選び抜いたハイクオリティなバスグッズを集積
また「ラルフローレンホームコレクション」では「ニューヨークコレクション」をいち早く国内展開

【B館8階】：高級雑貨

城南山の手地区に相応しいprestige性と都市生活者にフィットする先進性・時代性を同時に併せ持つ、シブヤ西武ならではの新しい高級雑貨フロアを提案します。

総ブランド数：42

< 宝飾 >：「ショーメ」「デビアス」「モーブッサン」といったハイクラスブランドと「ダミアーニ」「スカヴィア」「レボシ」「スタウリーノ」といった旬なブランドで構成するファインジュエリーサロン

< 時計 >：趣味性とこだわりの強い機械式複雑時計を徹底集積・強化し日本有数の品揃えを実現。また「ピアジェ」「ロジェ・デュブイ」等、時計ブランドジュエリーの更なる強化と「フランク・ミュラー」ショップを新規導入

< メガネ >：「オーダーメイドフレーム」「インポートブランド」強化し顧客のカスタマイズ要望に対応

【サービス】: 専門人材による最上級のおもてなし

高度な知識と技術を併せ持った225名の専門資格保有者

高質でハイセンスな商品を揃えるだけで、最上級の買物体験を提供する事はできません。専門的な知識と技術を有する販売員が、顧客の声ならぬ声に耳を傾けながらお買い物をサポートすることで、初めて実現できるものです。シブヤ西武では働く全員が、各領域ごとに行われる訓練や研修により高度な技術と専門的知識を身に付け、顧客満足のさらなる向上を目指し続けています。

<パーソナルコーディネーター> : ファッションに関する広い知識と接客に関する高いホスピタリティを併せ持つ、シブヤ西武を代表する専門人材。要望を的確に見極め満足度の高い買物体験を約束する、シブヤ西武販売員のトップオブトップ16名

<フィッティングアドバイザー> : ブランドの枠を越え、顧客のライフスタイルや高い要望に応え、最適なフィッティングとコーディネートを提案する49名のファッション専門家

<ギフトアドバイザー> : 冠婚葬祭、慣例ギフトはもちろんの事、顧客のライフスタイルに対応したパーソナルな贈り物のご相談、ご提案まで様々な顧客課題を解決する62名のスペシャリスト

<インテリアコーディネーター> : 暮らしのトータルプラン設計を西武インテリアショールームネットワークを駆使し、部屋の改装からインテリアまで、ご要望に対応する6名のアドバイザー

資格種別専門人材人数

(単位:人)

区分	07年度
婦人領域	2
紳士・スポーツ領域	2
インテリア領域(食器/ギフト)	2
インテリアコーディネート領域	6
高級雑貨領域(美術/工芸/宝飾)	4
パーソナルコーディネーター	16
フィッティングアドバイザー(レディース)	31
フィッティングアドバイザー(メンズ)	18
フォーマルアドバイザー	7
ボディフィッター	2
シューアドバイザー	8
シューフィッター(バチュラー オブ シューフィッター含)	12
ギフトアドバイザー	62
ベビー用品アドバイザー	1
重点8資格	141
ビューティーアテンダント	3
フィッターカッター(紳士オーダー)	2
ソムリエ・ワイン・焼酎アドバイザー	4
美容師・理容師	27
薬剤師・セラピスト・栄養士	10
エステティシャン	22
その他専門販売員	68
合計	225

07年3月見込み人数

〔開店プロモーション〕

シブヤ西武リニューアル記念として“花の建築家”の異名を持つベルギーのフラワーアーティスト、ダニエル・オスト氏による展覧会を開催します。
また、同時開催としてA館、B館のエントランスでは、日本画家・千住博氏とダニエル・オスト氏の競演による「おもてなし空間演出」をあわせて開催します。



ダニエル・オスト氏

展覧会

花の建築家ダニエル・オスト 『華やかなる花の小宇宙』展

会 期： 3月2日(金)～7日(水)、期間中無休 <*最終日午後6時まで>
会 場： A館7階 = 特設会場
開場時間： 午前10時～午後8時 *2日・3日は午後9時閉場。各日とも入場は閉場の1時間前まで
入 場 料： 一般 1,500 円、大学・高校生 1,200 円、中学生以下無料
主 催： (株)西武百貨店 後 援： ベルギー王国大使館

マスクミ向け特別内覧会： 3月1日(木)午前9時30分～午前11時 開催予定

ダニエル・オスト氏サイン会： 3月2日(金)(時間未定)、A館7階 = 特設会場前 開催予定

詳細についてはお問合せください。

<内 容>

ダニエル・オスト氏の日本における「百貨店施設」で初めての展覧会を開催いたします。

「EAST meet WEST」東洋と西洋の融合をテーマに、華麗で上質な作風と空間に調和する<美>を花により創りあげてきたダニエル・オスト氏。本展では「モダン・シンプル」をテーマにコンテンポラリーな「花の小宇宙空間」を創りあげます。東洋と西洋を越えた感動と驚きをご堪能ください。

同時開催 おもてなし演出

「千住 博 & ダニエル・オスト 日本と西洋・美の競演」

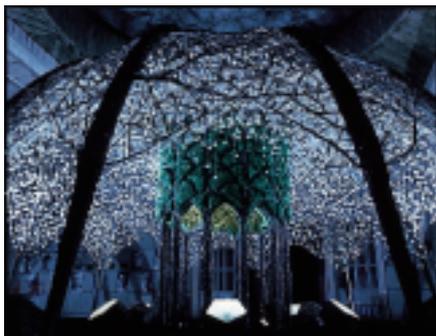
会 期： 2007年3月2日(金)～7日(水) 期間中無休
会 場： A・B館1階 = 正面入口<特設ステージ>

<内 容>

普遍の美は、国境や人種、時代を超えて共通の感動を与えてくれます。そしてそれは新しい世界への導き。

3月、春、ここシブヤで日本画家の千住博氏とベルギーのフラワーアーティスト、ダニエル・オスト氏により「美の扉」を開きます。千住の「フォーリングカラー」とオストの「花の宇宙」が最高の出会いとして招かれたものすべてをおもてなしいたします。

参考作品<本展の出品作品とは異なります。>



ダニエル・オスト「ベルギー王宮内 胡蝶蘭ドーム」



千住 博「フォーリングカラー」参考作品

シブヤ西武 基本概要

数値目標

〔初年度売上目標〕： 600億円(前比115%)

〔総投資額〕： 80億円

〔開店日〕 1968年 4月 19日
〔住所〕 〒150 8330 東京都渋谷区宇田川町21-1
電話 03(3462)0111 <大代表>
〔店長〕 石井良 (いしいまこと)
〔営業面積〕 【A館】<地下2階～地上8階> 16,484㎡
【B館】<地下1階～地上8階> 14,537㎡
〔営業時間〕 【月・火・水・日】 午前10時00分 ～ 午後8時00分
【木・金・土】 午前10時00分 ～ 午後9時00分
レストラン街 (A館8階・A館地下2階)
【月～日】 午前11時00分 ～ 午後11時00分

株式会社 西武百貨店

住所： 〒171 8569 東京都豊島区南池袋1-28-1

代表取締役社長： 大崎 文明 (おおさき ふみあき)

資本金： 60億円

05年度売上高： 4,761億円

シブヤ西武の成り立ち

時代の先駆者、「シブヤ西武」

シブヤ西武は1968年の開店当初から常に時代を先取りしてきました。物販面では、まだ珍しかった海外ブランドを多数集積展開するとともに、山本寛齋、菊池武夫、花井幸子など、後に超一流となる国内の先鋭的デザイナーにいち早く注目して取り扱いをはじめ、世に出るきっかけとなりました。店内デザインもショーウィンドウを無くすなど先駆的試みに取り組んだほか、開店の祝辞には、画家のサルバドル・ダリやエルメス、デザイナーのマリークワント等が名を連ねるなど、他に例をみないほどの先進性と高質さを併せ持った百貨店として誕生しました。

かつてない分野への挑戦と創造

オープン以降、シブヤ西武は西武百貨店グループの情報発信基地として発展し、多彩な海外ブランドの紹介、文化催事への積極的な取り組み等、その斬新な試みは今日の百貨店のあり方に大きな影響を与えると同時に、渋谷の街そのものの発展にも寄与し新時代を切り開く大きな役割を果たしました。86年には複数のデザイナーズブランドとコラボレートしオリジナル商品の開発を行った「SEED」(シード)をデビューさせ、87年には生活をクリエイイトする生活雑貨の館「LOFT」(ロフト)をオープンするなど、多棟館百貨店としての運営を行い、かつてない分野への挑戦と創造を続け、生活者の立場から様々な提案を行ってきました。

お問い合わせ

(株)西武百貨店

シブヤ西武 広報担当：水田・佐野 TEL = 03-3462-3155

(株)ミレニアムリテイリング

広報室：山口・佐藤 TEL = 03-6213-7135