



進化するリミテッド エディション 付加価値消費に対応する新 PB デビュー

■消費の低迷ではなく、より厳選された付加価値消費の時代に

経済状況の悪化が連日報道され、「暮らし」は厳しくなっていると思われませんが、実は「暮らし」に対する意識は反対に豊かになっているのでは、と考えられます。それは決して節約一辺倒ではなく、暮らしに対する費用のかけ方、消費の仕方が巧みになり、自分のライフスタイルにあわせてメリハリをつけた「賢い」消費になっているのではないのでしょうか。不景気だから外出を控え家の中に閉じこもるのではなく、家の中にいる時間をうまく活かし、積極的に楽しむ。それはまさに普段の暮らしを楽しむライフスタイルに通じるものです。そこで今回はパリを拠点に活躍し、豊かで上質な「暮らしの達人」でもあるファッションデザイナー島田順子氏とのコラボレーションを行い消費者のニーズに対するひとつの回答である「イエナカ楽園」をご提案します。

■リミテッド エディションが提案する 3 つの付加価値

従来までの百貨店的手法から脱却し、時代とともに変化するお客様のニーズに対応するべく、百貨店ならではの「価値」にこだわり誕生したそごう・西武の PB「リミテッドエディション」。昨年秋のデビュー以来、同価格帯の NB を超える＜上質さ＞＜自分らしさ実現＞＜時代性＞などの価値により、高い評価を得ています。今シーズンは「上質な日常」というプライベートブランドのコンセプトのもと、商品開発を強化しました。

百貨店らしい、より質の高いものの日常使いを提案する「ハイスタンダード」、通常 NB の選択幅を超えた色やサイズ・オプションのバリエーションを提供する「カスタマイズ」、生活を変化させる雑貨や、時代をとらえた、心を動かす、暮らしのスパイスになる「ムービング」カテゴリーではデザイナーラインの第 2 弾「リミテッドエディション by ジュンコ シマダ」と、思わず手に取りたくなるような楽しさにあふれた編集雑貨「トランスマーケット」、そしてエッジの利いたメンズでのライフスタイル編集「プロウケッジ」がデビューします。

★は新登場

■ハイスタダード

「上質の日常」をキーワードに、素材・製法にこだわった品質重視の商品。

NBの価格でより上質なシリーズ。

【展開商品】3月上旬よりスタート/新規5アイテム

<婦人・紳士>

★クロコオーダーバッグ【3月上旬スタート、池袋のみ】

<紳士>

★オーダーワイシャツ【3月上旬スタート、池袋他】

★オーダーシューズ【3月上旬スタート、池袋のみ】

<インテリア>

★マイクロコットンカラータオル【2月下旬スタート、池袋他】

<こども>

★オーガニックコットンベビーウエア&タオル（赤ちゃん本舗コラボレーション）

【3月13日デビュー、池袋のみ】

■カスタマイズ

通常のNBの選択幅を超えた色・サイズやオプションのバリエーションを提供。「自分らしさ」「わがまま」への対応。

NBの品質でよりお求めやすい価格のシリーズ。

【展開商品】3月上旬よりスタート/新規3アイテム

<婦人>

★パターンオーダー（ジャケット、パンツ、スカート
ブラウス、ワンピース）【3月中旬スタート、池袋のみ】

<紳士>

・パターンオーダースーツ、ジャケット

★パターンオーダーベルト【3月上旬スタート、池袋他】

★パターンオーダー革小物【同上】



■ムービング

暮らしを変化させる、心が躍るような品々をご提案するムービング。デザイナーズシリーズからは「リミテッドエディション by ジュンコシマダ」と「リミテッドエディション by アツロウタヤマ」、メンズのセレクトショップ「ブrouケッジ」、そして新ジャンルの雑貨セレクトショップ「トランスマーケット」をご紹介します。

①・デザイナーズ第2弾★「リミテッドエディション by ジュンコシマダ」(※別紙参照)

有力デザイナー、クリエイターとのコラボレーションでリリースするbyデザイナーズ。09年の「byアツロウタヤマ」に続き、10年は「byジュンコシマダ」がスタートします。最近のライフスタイルのトレンドは、「自宅で快適な時間を過ごす。」というもの。家という心地いい空間で、自分らしく豊かな時間を過ごす・・・そんな「イエナカ楽園」にふさわしいファッションとは。新しいライフスタイルにフィットするファッションを、今回はパリを拠点に活躍するファッション・デザイナー島田順子氏とコラボレーション。「自宅で過ごす一日」をコンセプトに、快適でしなやか、優しく普遍的でコーディネートしやすいリラックスウエアを提案します。

【展開概要】

- ・展開領域：婦人服
- ・展開時期：10年5月中旬
- ・展開店舗：西武池袋本店 ※今後基幹店を中心に拡大予定
- ・展開坪数：約15坪

②「リミテッド エディション by アツロウ タヤマ」2010SS コレクション

2010年SS ATSURO TAYAMA コレクションのテーマは「2010年代のニューアヴァンギャルド」。リミテッド エディションでは、それを「デイリーウェア」として柔らかく落とし込んで表現。お客様の要望に応え、よりデザイン性の高い商品を拡大しました。ノーカラージャケットを中心に、フリル・ギャザー・ドレープなどを施した立体感のあるデザインで、「オンとオフをミックス」させたコーディネートをご提案します。

【展開概要】

- ・展開領域：婦人服
- ・展開店舗：西武池袋本店、渋谷店、そごう横浜店、広島店、神戸店
※3月2日より西武筑波店、所沢店、船橋店、高槻店でも順次展開スタート
- ・展開坪数：約15坪



③BLOKEDGE(ブロウケッジ)

「BLOKEDGE/ブロウケッジ」とは、池袋本店が新たに提案する、メンズのセレクトショップです。「Block Edge=エッジな区画」と「Bloke=尖ったオトコ」をMixした造語であり、現代のライフスタイルにおいて《エッジ（鋭い）なオトコ達のエリア》を意味します。ショップディレクターに高倉一浩氏（IZREEL デザイナー）を迎え、国内外のエッジなブランド、商品をセレクト・編集していきます。また、デニムのオーダーカスタムやスニーカーのハンドペイントなど、一点ものの付加価値提案も織り交ぜるなど、従来の百貨店の発想にない提案も魅力です。ブロウケッジの顧客像は、ファッションのみならず、自身のライフスタイルにおいてエッジ（鋭い）な感覚をもつ25～35歳の男性です。

【展開概要】

- ・展開領域：紳士服
- ・展開時期：10年3月5日デビュー
- ・展開店舗：西武池袋本店 5階

④トランスマーケット

身につけることで生活をより面白く、より楽しくする新ジャンルの雑貨セレクトショップです。編集テーマを「ムービング」に設定し、ファッションのフィルターを通しながらも婦人雑貨領域を超え、インテリアから趣味、カルチャー、アートなど新しいカテゴリーを編集し、見ているだけでワクワクする、心が動かされる売場を作ります。時代の瞬間を楽しむ遊び心、百貨店クオリティとお求めやすいプライス設定により従来の百貨店にはない魅力を提案します。

【展開商品】

- ・バッグ
- ・アクセサリ
- ・携帯チャーム
- ・ポーチ
- ・インテリア雑貨（ブックスタンド・ヘッドフォン・ノート他）

【展開概要】

- ・展開領域：婦人雑貨
- ・展開時期：10年3月3日デビュー
- ・展開店舗：西武池袋本店 2階
- ・展開坪数：約24坪

