

<報道関係各位>

2015年11月17日
株式会社東急百貨店

東急百貨店の新業態となるファッションのセレクトストアの概要が決定
「品格」を持ち「凜」とした大人の女性の気持ちにフォーカス

「HINKA RINKA」(ヒンカ リンカ)

2016年春開業予定の大型商業施設「(仮称)銀座5丁目プロジェクト」内にオープン



株式会社東急百貨店は、2016年春開業予定の大型商業施設「(仮称)銀座5丁目プロジェクト」内に、新業態となるファッションのセレクトストア「HINKA RINKA」(ヒンカ リンカ)をオープンします。

ストア名称の「HINKA RINKA」には、「品格」を持ち「凜」として生きる女性や、そういった生き方に憧れる女性のためのストアでありたいという想いが込められています。

コンセプトは「キモチストア」。従来のアイテム編集ではなく、気持ちを軸にした新しい売場編集で、バイヤーの目利きにより国内外からセレクトした旬&高感度なアイテムをクロスMDで展開します。思いがけないモノとの出会いや発見による高揚感や憧れ、共感など、さまざまな気持ちを創出します。

「HINKA RINKA」は日本の商業や文化をリードし、世界が注目する銀座からこれまでにない新しい大人のファッションを提案するとともに、約600坪の売場面積(3階から5階の一部)で施設内のアンカースタアの役割を担います。

「HINKA RINKA」の概要は別紙のとおりです。

以上

※本日、この資料は東商記者クラブ、都庁記者クラブにお届けしています。

<別紙>

【概要】

ストア名称

『HINKA RINKA』(ヒンカ リンカ)

「品格」を持ち「凜」として生きる女性や、そういった生き方に憧れる女性のためのストアでありたいという想いを込めました。

コンセプト

『キモチストア』

大人の女性の気持ちやシーンにフォーカスした独自の編集で、高揚感や憧れ、共感などの気持ちを創出する今までにない新しいストアです。生活シーンのすべてをファッションととらえ、従来のアイテム編集ではなく、気持ちを軸にしたクロスMDを展開し、バイヤーの目利きによりセレクトした旬&高感度なアイテムで編集する自主編集売場と、銀座初や新業態などの注目ショップ・ブランドで構成します。

イメージターゲット

『セルフイスタ』

「品格」と「凜」とした心を持ち、年齢やこれまでの価値観にとらわれずファッションを楽しみながら、なりたい自分にアップデートしていく大人の女性です。

フロア構成

<3階> 高揚感、刺激、発見 ～ファッション雑貨&アパレル～

女性の感性を刺激し、気持ちに圧倒的な高揚感を巻き起こす、発見や興奮に満ちたフロアです。多彩な雑貨アイテムを中心に、バイヤーセレクトによる買い付け商品と旬のイベントやワークスペースで構成する全く新しい自主編集売場をはじめ、有名ブランドのヴィンテージアイテムやアートプロダクト、モバイルアクセサリなどの雑貨コーナーが並びます。また、大人目線で世界を股にかけてスタイルを発信する福岡発のアパレルセレクトショップが関東初出店するなど、賑わいのあるフロアです。



＜4階＞ 憧れ、ときめき、特別感 ～レディースシューズ&アパレル～

憧れのアイテムと優雅な空間での心ときめく買い物体験で、特別感が体感できるフロアです。レディースシューズを中心にしたファッションを展開し、憧れのラグジュアリーからデイリーに使えるスタイリッシュなブランドまで、さまざまなマインドやシーンに応えるシューズを、国内外から選び抜いた約60ブランド、1,000足を超える充実の品揃えで編集します。シューズを起点に洋服や雑貨、アクセサリなどとのコーディネートも提案し、自分だけのスタイルが見つかる充実のラインアップです。また銀座初出店となるアパレルセレクトショップも出店します。



＜5階＞ 共感、自然体、くつろぎ ～アパレル、雑貨&ライフスタイル～

上質感を求めながらも、自然体&自分らしくいられる、心地よさやくつろぎのあるフロアです。

アパレルや雑貨、フードのミックス編集によるライフスタイルを提案し、「東京から発信するスタンダード」をキーワードに、世界中から集めた名品、今なお色あせないクラシックなスニーカー、話題のデザイナーの手によるニューベーシックなど、東京初出店のセレクトショップを核にした編集ブロックで展開します。また、毎日の生活をより楽しみたい人が共感できる、こだわりのライフスタイル雑貨を提案します。関東初のチョコレートブティックのカフェも出店するなど、お気に入りの場所を創出します。



環境

『オムニバス シアター』

ストア全体を「劇場」ととらえ、フロアを回遊することで、ショートストーリーのように多様な空間が連続する、魅力的で変化に富んだ独自の環境を作ります。各フロアのテーマに合わせた個性的なデザインがストアの魅力を高め、またMDテーマごとにデザインされたゾーンやブロックは、売場を壁と通路で分けせず、お客さまを360度「HINKA RINKA」の空気感で包み込み、居心地の良い空間の広がりを提供します。

以上