

「食品」「化粧品」「ラグジュアリーブランド」を中心に、私のお気に入りがある店に！
10月4日、小田急百貨店新宿店が改装オープン
～新宿西口ハルクの6フロアで、ECなどを活用した“Smart（スマート）”な百貨店へ～

小田急百貨店新宿店は、新宿駅西口地区開発計画の進捗による本館営業終了に伴い、新宿西口ハルクにおける売場再編工事を実施してきましたが、いよいよ10月4日（火）にリニューアルオープンします。

今回「Smart（スマート）」をテーマに掲げ、新宿駅利用者や来街者はもちろん、特に新宿周辺で働く女性に向けて、「私のお気に入りがある店、行きたくなる場所」となることを目指します。地下2階～地上2階、7階の計6フロアでのコンパクトな展開で、百貨店の提案力を活かしながら、デジタルコミュニケーションを強化することで、「新たな発見や感動」「充実した心豊かな生活」「自分時間を充実させる利便性」を提供し、お客さまのご要望にスマートに応えます。



<地下1階 化粧品売場イメージ>



<地下1階 和洋菓子売場イメージ>

中心カテゴリーとなる「食品」「化粧品」「ラグジュアリーブランド」においては、「デパコス」と「スイーツ」をワンフロア展開とした買い回りしやすい地下1階の化粧品&和洋菓子売場や、好調な高級時計を強化した1階のインターナショナルブティックなど、個性豊かなフロアとなります。加えて、ハルクスポーツで好評のゴルフウェアやゴルフ用品も継続展開します。情報発信基地としての役割を担うべく、リアル店舗の提供価値として支持の高いイベントスペースやポップアップスペースも開設。コンパクトでありながら選ぶ楽しさを保ち、見やすく買いやすい新生新宿店を実現します。

また、お得意様サロン、レディスクラブカウンターなど百貨店ならではのサービス施設も継続するほか、カジュアルギフトアイテムの品揃えを増やしECと連携した新しいコンセプトのギフトサロンを開設します。

さらに、新宿店での取り扱いを終了するアイテムについては、ECサイト「小田急百貨店オンラインショッピング」での取り扱いを強化するほか、町田店や小田急百貨店ふじさわで展開するアイテムを電話注文しオンラインで決済できる「リモート注文サービス」を拡充するとともに、外商顧客を各ブランドの直営店にアテンドしてお買い上げいただく取り組みなども進めてまいります。

加えて、12月には、小田急グループが運営する「小田急エース北西館」への食品売場の出店により、菓子や弁当・パンなど当店の強みである「デパ地下」のさらなる強化を図ります。

この秋スタートする新しい小田急百貨店新宿店にご期待ください。

◆リニューアルのポイント

- 「食品」「化粧品」「ラグジュアリーブランド」を中心に、店頭での展開内容を集約
- 情報発信基地となる「イベントスペース」や「ポップアップスペース」の開設

◆テーマは『Smart（スマート）』

- 店頭で取り扱う商品カテゴリーを絞り込み、各売場はコンパクトでスマートに！
- お客さまとのデジタルなコミュニケーションもより一層スマートに！
- 百貨店の提案力で、お買い物をもより一層スマートに！

◆各フロアの概要について

地下2階

●食料品（生鮮・惣菜・弁当・パン・グロサリー・酒）

これまでの生鮮食品を中心とした展開に加え、本館から惣菜・弁当・パン等のショップを移設し、あわせて45ショップを展開。「食」へのこだわりや感度の高い方へ、いつもと少しだけ違う日常を提供していきます。

New Shop 『西洋銀座』<新宿地区初出店>、『キンタン イン ザ ハウス』<新宿地区初出店>、『叙々苑 キッチン』

※12月には、小田急グループが運営する「小田急エース北西館」への出店により食品売場を拡大。小田急百貨店による「デバ地下」の展開を拡充してまいります。詳細については、あらためてお知らせします。

地下1階

●化粧品、ネイルサロン ●食料品（和洋菓子） ●免税・サービスカウンター

コスメとスイーツをワンフロアで展開する、毎日忙しく過ごす方々にとって利便性の高い「美」と「食」のフロア。SDGsの観点から、化粧品売場では環境に配慮した素材を使用した店装のショップを展開するほか、和洋菓子売場ではフードロス削減につながる商品の販売を行います。

【化粧品売場】

フレグランスやネイルサロンを含めたビューティーゾーンとして46ショップ（51ブランド）を展開します。女性だけでなく男性の美容もお手伝いすべく、フレグランスやヘアケアなどジェンダーレスブランドを拡充するほか、非接触型肌診断などコロナ禍にあわせたサービスを提供します。また、卵の殻から生まれた壁紙や、リサイクル材の化粧板など、一部のショップでは店装に、環境に配慮した素材を使用します。

New Shop 『ジョー マローン ロンドン』、『アヴェダ』、『belif』、『フレグランス』（リニューアル）



<卵の殻から生まれた壁紙とタイルを使用した『メイクアップソリューション』イメージ>

【和洋菓子売場】

化粧品売場を訪れる自身のこだわりを持つ感度の高い女性の関心を引く展開を目指し、「普通の毎日をちょっと彩る“プチハレ”」をテーマに、大切な誰かへのちょっとしたギフトはもちろん、自身のご褒美として単品で購入できる商品の提案も強化します。団子の一本売りスタイルが愛される和菓子店などを導入し、あわせて25ショップを集積。定期的な内容を入れ替えながらおすすめスイーツを紹介する「おかし日和」コーナーなども設置します。

「おかし日和」では、ここでしか手に入らない「限定商品」の販売に留まらず、「ブランドの垣根を超えた商品アソート」の展開なども目指します。オープン特別企画として、人気ブランドのクッキー缶を EC で事前に注文・決済いただき、店頭で商品をお渡しする連携企画などを行うほか、こわれおかきやロールケーキの切れ端、カヌレのクリーム注入の際くり抜く部分を活用したティラミスなど、フードロス削減につながる商品が登場します。

New Shop 『銀座甘楽 (かんら)』<百貨店は当店のみ>、『深川伊勢屋』<百貨店は当店のみ>、『Made in ピエール・エルメ』



『銀座甘楽』



『深川伊勢屋』



『Made in ピエール・エルメ』

・フードロス削減につながる商品 (販売期間：10月4日(火)～18日(火) ※状況により延長)



『ラ・スール』カヌレの穴ティラミス



『パティスリー モンシエール』
堂島ロール端っこ



『赤坂柿山』こわれおかき

1階	<p>● インターナショナルブティック ● アクセサリ・雑貨</p> <p>< 外周路面店舗 ● ゴルフ用品 ● ベーカリー ></p>
-----------	--

世界から価値ある「本物」をご紹介する「インターナショナルブティック」を中心に、アクセサリ売場を併設するほか、外周の路面店区画の一部にも当社による展開を広げ、ゴルフ用品店とベーカリーを出店します。

【インターナショナルブティック】

コロナ禍においても好調だった時計ブランドを、従来の時計売場での展開からグランドフロアに移設しショッピ化することで、ブランドとしてのステータスを確立しました。また、『銀座・和光』の新業態を導入し、バッグやハンカチを展開。銀座の代名詞ともいえる時計塔の外壁をイメージした仕器を3Dプリンターで再現したショッピ内観にも注目です。

また、時計だけでなくショッピ内のインテリアや調度品も販売する『フランク ミュラー』、数百万円の万年筆など高級筆記具はもちろん、レザーグッズを展開する『モンブラン』、ブランド初となるレザーグッズオンリーショッピ『ジョルジオ アルマーニ』といった個性豊かな新ブランドを含め、あわせて14ショッピを集積します。

New Shop 『和光サイト』<百貨店初出店>、『フランク ミュラー』、『ジョルジオ アルマーニ』、『モンブラン』



<『和光サイト』イメージ>



<『フランク ミュラー』イメージ>

【外周路面店舗】

「パリで最もおいしいクロワッサン」といわれるベーカリー『ゴントラン シェリエ』。新宿西口エリアで働く方々をターゲットに、クロワッサンを中心に販売するほか、コーヒーも提供します。

また、新しいコンセプトの『有賀園ゴルフ eStand+』を開設します。オンラインショップとのオムニチャネルにより在庫を共有し、ネットで選んでその場で購入できるサービスを導入します。



『ゴントラン シェリエ』

New Shop 『ゴントラン シェリエ』<日本国内 2 号店>

M 2 階	●ゴルフウェア ●カフェ
--------------	--------------

これまでのハルクの強みであったスポーツアイテムの中から、ゴルフウェア 9 ブランドを展開。AR サイネージでバーチャル試着が体験できるショップなども登場します。1 階の外周路面店舗で展開するゴルフ用品との買い廻りに便利です。

2 階	●ハンドバッグ ●婦人靴 ●婦人服飾雑貨 ●POP-UP スペース
------------	-----------------------------------

「自分の目と手で選ぶ楽しさ」「フィッティングによる安心感」を提供するフロアとして、ハンドバッグ、婦人靴、婦人服飾雑貨を展開。13 ブランドが揃うハンドバッグ売場では、レザーマイスターが常駐してレザーケアのサービスを行うブティックなどが登場します。婦人靴売場の一部のコーナーでは、3D 計測器による足型測定でお客さまの足に合う靴を提案。店頭にはないデザインも購入することができます。また、エスカレーター正面にはポップアップスペースを設置します。

New Shop 『アンテプリマ/ワイヤーバッグ』

【POP-UP スペース】

情報発信基地、また、新たな発見を提供する場としての役割を担い、定期的に内容を入れ替えながら展開します。2 階の取り扱いアイテムに留まらず、ブランドプロモーションやシーズンモチベーションにあわせた提案、テーマ性を持たせたイベントなどを行うほか、物販以外のプロモーションにも取り組んでいく予定です。

7 階	●イベントスペース ●宝飾・メガネ ●ギフトサロン・商品券 ●学生服・ランドセル 他 ●インテリアコンサルティングカウンター ●ゴルフスクール受付 ●お得意様サロン ●OP カードカウンター ●小田急レディスクラブカウンター
------------	--

「百貨店」に信頼を寄せる顧客に向けたフロアとして、外商顧客やカード顧客に向けたサービス機能のほか、各種催事を行うイベントスペース、進物のご相談を承るギフトサロン、宝飾やメガネの売場等を展開します。

【ギフトサロン】

EC と連携した新しいギフトサロンに生まれ変わります。冠婚葬祭などフォーマルギフトだけでなく、誕生日や母の日・父の日などカジュアルギフトアイテムの品揃えを拡充し、「e ギフト」商材も提案。便利で自由な購買プロセスの実現を目指して OMO 化を進め、商品ごとに QR コードを設置して EC への誘導を図り、商品の詳細やストーリーを EC 上で紹介するなどの取り組みを行います。

また、百貨店らしさを活かし、ギフトサロンで展開する商品を対象に、包装紙やメッセージカードを自由に選んで「カスタマイズラッピング」を行うサービス（有料）も実施し、EC でも承る体制を整えます。

【イベントスペース】

館全体の集客機能としての役割はもちろん、「発見」「出会い」「体験」といったリアルコミュニケーションの場として活用します。「食品」「美容」「健康」を強化カテゴリーとし、近年トレンドの“特化型”のグルメ催事や、女性の美と健康をテーマにした企画などを実施。また、中元・歳暮ギフト受注最盛期はギフトセンターとなるほか、バレンタイン時期はショコライベントを開催します。

◆新生新宿店の店舗概要

名 称：小田急百貨店新宿店
 所 在 地：新宿区西新宿 1 丁目 5 - 1
 店 長：取締役 林 幸一
 営業フロア：新宿西口ハルク 地下 2 階～地上 2 階、7 階



※フロアガイドについては、以下の URL をご参照ください。

<https://www.odakyu-dept.co.jp/shinjuku/renewal-open/index.html>

<リニューアルオープンに関する販促施策について>

9月7日（水）～10月2日（日）の期間、カード会員・SNS フォロワーや食料品売場・化粧品売場でお買い上げいただいた方などを対象に、10月4日（火）以降、あたらしい新宿店をご利用いただける「INVITATION クーポン」を差し上げます。

また、10月4日（火）から、リニューアルオープン企画として、各ショップにて「特別企画品」の提供や、「お買い上げプレゼント」などを行います。詳細は、9月28日（水）から小田急百貨店ホームページで紹介するほか、公式 SNS にてご案内します。

【ご参考】

・小田急リモートサービス（「リモート注文サービス」「リモート接客サービス」）について

新宿店、町田店、小田急百貨店ふじさわの対象ショップで取り扱いのある商品を電話で注文し、オンラインで決済できる「リモート注文サービス」と、ビデオ通話を通じて自宅などからも店頭同様に販売員の接客を受けられる「リモート接客サービス」を展開します。

https://www.odakyu-dept.co.jp/remote-service/index.html?iref=HP_topics_s

・ブランド直営店お買い物アattendサービスについて

外商顧客を対象にしたサービスで、当社外に直営店などを構える対象ブランドの商品について、外商担当者のアattendのもと直営店で購入いただくと、当社の通常のサービスが受けられます。

以上

このニュースリリースに関するお問合せは、
 小田急百貨店総務部広報担当 [丹野・野村] まで、お願いいたします。
 TEL：03-5325-2327 Mail：ml-kouhou@odakyu-dept.co.jp