

東急百貨店による新業態のセルフコスメストア
「ShinQs ビューティー パレット」
取り扱いブランド決定！

町田東急ツインズ ウェスト3階 3月14日(木)オープン

株式会社 東急百貨店

ShinQs
Beauty
palette



※画像はイメージです

株式会社東急百貨店(以下、当社)は、3月14日(木)、町田東急ツインズにオープンするコスメストア「ShinQs ビューティー パレット(以下、当コスメストア)」の取り扱いブランドを決定しました。

当コスメストアでは、当社が運営する「渋谷ヒカリエ ShinQs」のB1・1F「ShinQs Beauty」で培ったコスメと雑貨の組み合わせによるライフスタイル型MDを、顧客が自由に買い廻りできるセルフ販売形式で展開します。

コンセプトは「ライフスタイル型セルフコスメストア ～“Positive”& “Relax”～」。

気持ちを高揚させ、美意識をアップさせるラグジュアリーなコスメに加え、リラックスしながら心の満足を生み出すナチュラル系コスメを編集して展開します。またPOPUPステージでは体の中から美しくするオーガニックフードや、美しさを演出するアクセサリなど、多面的なビューティー雑貨を期間限定で紹介します。

自由な組み合わせで自分らしく楽しみながらビューティーマインドを満たせる新しいコスメストアです。

【概要】

- ストア名 : ShinQs ビューティー パレット
- オープン日 : 2019年3月14日(木)
- 場所 : 東京都町田市原町田6-4-1 町田東急ツインズ ウェスト3階

※詳しくは別紙参照ください

(参考) 本日、この資料は東商記者クラブにお届けしています。

本リリースに関するお問い合わせ先
株式会社東急百貨店 経営統括室 秘書広報部 電話:03-3477-3103

【別紙】

■ショップ名称について

百貨店コスメとナチュラル系コスメの融合に、更に雑貨をミックスしたカテゴリーに捉われない提案で高いご支持をいただき「ShinQs Beauty」のMDを取り入れます。ブラッシュアップしたカラフルな品揃えの中から、お客様自身で自由に選んでいただけるパレットのような存在となり、ビューティーマインドに楽しく向き合っていくお客様のサポートができるショップになること、という意味を込めています。

■ターゲット

等身大でありながらも、「トレンド・遊び心・憧れ」などの都会的意識を持つ女性。

■ポイント

①ラグジュアリー×ナチュラルコスメ

自由な組み合わせで自分らしいアイテムの組み合わせを楽しむ提案。

例えば… ラグジュアリーコスメ: <Dior> <NARS> <ローラ メルシエ> など

×

ナチュラルコスメ: <エトヴォス> <RMS Beauty> <ナチュラグラッセ> など

②シェア・カスタマイズがキーワード

男女兼用やカスタマイズできるスキンケアアイテムなど次世代型スキンケアアイテムも充実。

<クリニック>… 感触も仕上がりも機能も自分仕様にカスタマイズする新感覚モイスチャライザーも取り扱う。

<oltana(オルタナ)>… オーガニックとサイエンスによる次世代型スキンケア。

③ナチュラルスキンケアブランドの充実

こだわりぬいた原料を使ったオーガニックや低刺激のナチュラルスキンケアも充実。

<amritara(アマリターラ)>… 10周年を迎えた国産オーガニックコスメのパイオニア。独自の厳しい基準で製品を開発。

<コンダンセ パリ>… 58種の自然由来美容成分を駆使して作られ全製品に抗酸化成分と抗炎症成分を高濃度配合。

④注目のデリケートゾーンコスメも充実

専用ソープや保湿アイテムなど気軽に選べます。

<ビオトゥルム>… 天然の乳酸・ホエイを使用したデリケートゾーンケアアイテム。

<DEODEC(デオドック)>… スウェーデン発、医師により開発されたデリケートゾーンケアアイテム。

⑤ギフトにもおすすめのブランドも充実

<SWATi(スワティー)>… 「誰かに贈りたくなる」ボディケアブランド、かわいらしく個性的なデザインが特徴。

<100BON(ソボン)>… フランス・リヨン発のライフスタイルブランド、100%天然香料のフレグランスを中心に展開。

⑥話題の韓国コスメも展開

シートマスクブランド<メディヒール>を中心としたマスクバーの展開や、パッケージも可愛い<MILCOTT(ミルコット)>などギフトにも最適なアイテムを新たな切り口として提案。

■接客・販売サービス

セルフ販売のショップ形式でありながらも、パーソナルな接客スタイルをベースにし、接客・販売サービス戦略で掲げる3つのキーワードを具現化し、お客さまの内面にアプローチしていきます。

①「ジョイフル」・・・お客さま自らが自分に合う商品を探し、見つける楽しさを提案。

・ブランドごとに区切る壁は作らず、自由に比較購買していただける環境づくり。

②「コミュニケーション」・・・お客さまの気持ちをより開放的にし、スタッフとの距離を縮めるサービスを提案。

・フレンドリーな接客で、対面販売では実現しにくい、多くのお客さまが入店しやすい雰囲気づくり。

③「サポート」・・・販売スタッフがレベルの高い専門知識を持ち、お客さまの悩みを解決。

・お客さまのご要望に応じて、ブランド横断型の接客や丁寧なカウンセリングの実施。



ショップスタッフの制服もこだわりました。

ボタニカル(フェイクグリーン)あふれる店内に合わせて、リネンなどの天然素材を使ったショップスタッフの制服は、ライフスタイルプロデューサー吉田怜香さんによるデザインです。

ディテールやデザインをほんの少しマニッシュにすることで、洗練された女性をイメージしています。

吉田怜香さんプロフィール

オリジナルブランド「TODAYFUL」デザイナー、ライフスタイルショップ「LIFE's」ディレクター。自身によるヘルシーで洗練されたセンスのいい着こなしにファンも多く、スタイリングブックも話題に。



■取り扱いブランド(五十音順)

○コスメティックス:44ブランド

- < amritara(アムリターラ)>
- < alima PURE(アリマピュア)>
- < ARGITAL(アルジタル)>
- < INTIME ORGANIQUE(アンティーム オーガニック)>
- < RMS beauty(アールエムエス ビューティー)>
- < イッツスキン> (韓国コスメ)
- < LCbio(エルシービオ)>
- < エコストア>
- < エスティ ローダー>
- < エトヴォス>
- < oltana(オルタナ)>
- < オルビス>
- < キュアバザー>
- < goodal(グーダル)> (韓国コスメ)
- < クリニック>
- < コンダンセ パリ>
- < ジオソープ>
- < SHISEIDO>
- < ジルスチュアート ビューティー>
- < シンプルシテ>
- < チャントアチャーム>
- < シュミッツ>
- < SWATi(スワティー)> (ボディケア)
- < 100BON(ソンボン)>
- < ダヴィネス>
- < Dior>
- < Dior backstage>
- < DEODEC(デオドック)>
- < トリロジー>
- < ナチュラグラッセ>
- < NARS(ナーズ)>
- < ニールズヤード レメディーズ>
- < ネイチャーズゲート>
- < ハーバンエッセンシャルズ>
- < ビオトゥルム>
- < product>
- < ベアミネラル>
- < ボビイ ブラウン>
- < M・A・C(マック)>
- < マイホワイトシークレット> (オーラルケア)
- < MILCOTT(ミルコット)> (韓国コスメ)
- < メディヒール> (韓国コスメ・シートマスク)
- < LaFare1789(ラファ1789)>
- < ローラ メルシエ>

○ビューティーツール:3ブランド

<KOBAKO(コバコ)>(ビューティーツール)

<ナトラケア>(生理用品)

<ReFa(リファ)>(ビューティーツール)

○ライフスタイル雑貨:1ブランド

<いなざうるす屋>(フェイクグリーン)

○フード:5ブランド

<サンフード>(スーパーフード)

<ジェイルハウス コーヒー>(オーガニックコーヒー)

<デスティネーション>(オーガニックコーヒー)

<ランドガルテン>(オーガニックチョコレート)

<レーベンスバウム>(オーガニックハーブティー・紅茶)

以上