

より多様な提供価値を創出する「融合型リテラー」への挑戦  
**2019年11月1日(金)開業 渋谷スクランブルスクエアに  
 東急百貨店が運営する新業態を出店**

～渋谷駅直結の新施設に、日本初上陸含む約120の売り場・ショップを編集～

株式会社東急百貨店



Carat TOKYU Foodshow EDGE フロアイメージ  
(1階の一部)



+Q GOODS フロアイメージ(5階・一部区画を除く)



428-224 ショップイメージ(4階の一部)

株式会社東急百貨店(以下、当社)は、2019年11月1日(金)に開業予定の大規模複合施設「渋谷スクランブルスクエア」ショップ&レストランに、当社の新業態となる「+Q(プラスク)」「428-224(シブヤニーニーヨン)」「TOKYU Foodshow EDGE(トウキユウ フードショー エッジ)」を出店します。

今回の出店では、渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランのビジョン「世界最旬宣言」を踏まえ「最旬」「NEW」に徹底的にこだわりました。当社出店区画内には、目利き力・編集力を生かし、ポップアップショップも含め約120の売り場・ショップを編集しました。日本初上陸4ショップ、ONLY・新業態30ショップがラインナップします。

当社は中期経営計画にて、「融合型リテラー」への挑戦を掲げており、新規事業を創出し、多様な事業展開を推進しています。今回の出店はその取り組みの一環でもあり、今後、「生活サービス提案企業」として、より一層お客さまのさまざまな生活シーンに貢献することを目指します。

各フロアのテナントやブランド詳細につきましては別添資料をご参照ください。

**【渋谷スクランブルスクエア第I期(東棟) 出店概要】**

事業主体	東京急行電鉄株式会社、東日本旅客鉄道株式会社、東京地下鉄株式会社
運営会社	渋谷スクランブルスクエア株式会社
所在地	東京都渋谷区渋谷2丁目24番12号
開店	2019年11月1日(金)
営業時間	当社出店区画:10時～21時
売場面積	当社出店区画 合計 : 約5,250㎡ 6階「+Q BEAUTY」/ビューティー : 約1,970㎡ 5階「+Q GOODS」/バッグ・シューズ・ファッション雑貨 : 約1,380㎡ 4階「428-224」/ファッション : 約260㎡ 1階「TOKYU Foodshow EDGE」/スイーツ : 約400㎡ B2階「TOKYU Foodshow EDGE」/デリ・ベーカリー・イートイン : 約1,240㎡

(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。

**<本件に関する報道関係のお問い合わせ先>**

東急百貨店PR事務局(ピーポイントプロモーション内) 担当:藤丸、佐瀬  
 TEL:03-3584-7353 FAX:03-3584-1310 E-mail: [pr-tds@ppoint.co.jp](mailto:pr-tds@ppoint.co.jp)

<別紙>

## ■「+Q(プラスク)」

目利き力・編集力を生かし、エリア特性やマーケットにあわせて編集する新たなファッション・ライフスタイル専門店業態です。  
今後、多店舗展開を想定しています。



名称の由来：

東急百貨店の「Q」の文字に、日々の暮らしにクオリティ(Quality)・探求心(Quest)・神髄(Quintessence)・飛躍(Quantum)、4つの意味をプラス。  
あなたの毎日をさまざまな面から少しプラスしていきたい、という意味を込めました。

### <渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランへの出店>

#### ・「+Q BEAUTY(プラスク ビューティー)」

コスメときれいにまつわるアイテムを集めた全く新しいビューティーフロアで6階に出店します。

#### ・「+Q GOODS(プラスク グッズ)」

雑貨に特化した編集MDのゾーンで、5階(一部区画を除く)に出店します。

## 6階 「+Q BEAUTY(プラスク ビューティー)」/ビューティー

約600坪の中にコスメ40ブランドとカフェ、  
期間限定ショップを高密度編集した、  
渋谷エリア最大級の規模を誇る全く新しいビューティーフロア

最新・最旬のメイクアップブランドに加え、総合カウンセリングブランドや、オーガニックコスメ、フレグランスなどコスメやキレイにまつわるブランドをラインナップ。ブランドごとの垣根を低くし、幅広いアイテムを約600坪のなかに展開。5カ所の「Event Stage(イベントステージ)」では、話題の雑貨から食の特集、メイクアップイベントまで、美にまつわる最先端のテーマを体感できます。美のさまざまな要素をカバーする全く新しいビューティーフロアです。



+Q BEAUTY フロアイメージ(6階)

目玉のメイクアップゾーンには、渋谷エリア最大級、17のメイクアップブランドが勢ぞろい。NY発のメイクアップコスメブランド<Too Faced(トゥー フェイスド)>をはじめ、3ブランドが渋谷エリア初出店。内装にもデジタルサイネージを多用し、高揚感とライブ感溢れるスクランブルビューティーを実現します。

## 5階(一部区画を除く)「+Q GOODS(プラスク グッズ)」/バッグ・シューズ・ファッション雑貨

圧倒的かつ幅広いテイスト・グレードのアイテム編集で、  
お気に入りが必ず見つかる、  
“渋谷エリア随一のファッション雑貨のデスティネーション”

バッグブランドを中心に幅広いグレードのアイテムがそろったティックゾーン<アベニュー>、スニーカーからパンプスまで「今欲しい」がそろった約1,800足のシューズ編集ゾーン<パーク>、新しい発見があり、ファッション好きの好奇心をくすぐる雑貨編集ゾーン<ストリート>。これらの3つのゾーンと新鮮な提案をし続ける2カ所の「Event Stage(イベントステージ)」で構成された、雑貨を買いまわる楽しさを体験できるフロアです。

+Q GOODS  
by TOKYU DEPARTMENT STORE



+Q GOODS フロアイメージ(5階・一部区画を除く)

日本初の直営店となるドイツのユニセックスバッグブランド<VeeCollective(ヴィーコレクティブ)>とベルギーのレザーバッグブランド<NEUVILLE(ヌービル)>をはじめ、大人の女性に向けたスニーカーセレクト<ZYX(ジックス)>や、プロデューサーのディレクションによるアクセサリ・ファッション雑貨セレクト<REAL DESIGN SITE(リアル デザイン サイト)>など、ここから発信する新業態もそろいます。

## 4階の一部「428-224」/ファッション

旬なデザイナーやクリエイターのアイテムを取り扱う、  
個性豊かなブランドショップや編集ショップを一つの空間に融合。  
全体を当社がプロデュースする新しいセレクトストア

“SHIBUYA FASHION PARK”をコンセプトにした、高感度な女性に向けたファッションセレクトストアです。国内外50以上の最旬ブランドをとりそろえ、意外なアイテムの組み合わせや斬新なスタイリングが新しい発見となるような提案をいたします。

インターナショナルデザイナーズを中心に世界中から旬のブランドをセレクトする<マギークープ(渋谷エリア初)>や、国内外の高感度ファッションを、雑誌と連動しながら提案する<集英社フラッグショップ(渋谷エリア初)>、コンテンポラリージュエリー・アクセサリを国内外からセレクトした新業態<ディアリウム>、新進気鋭の女性ディレクターが手掛けるアパレルブランド<リムアーク>など、独自のスタイルと個性をもつショップとともに、アパレルから雑貨までを可変的に提案する「Event Stage(イベントステージ)」を加え、全体を構成します。

428/224  
by TOKYU DEPARTMENT STORE



428-224 ショップイメージ(4階の一部)

ストア名称は、当社の原点である「渋谷(428)」、所在地である「渋谷2丁目24番(224)」からネーミングしました。

## ■「TOKYU Foodshow EDGE(トウキユウ フードショー エッジ)」

「流行・話題性」「本物・本質」「機能性・利便性」にフォーカスした最先端な新業態。

TOKYU  
Foodshow EDGE

〈渋谷スクランブルスクエア ショップ&レストランへの出店〉  
スイーツとデリ、ベーカリーに特化した食品専門店として、地下2階および1階(一部区画を除く)に出店します。

### 1階(一部区画を除く)「TOKYU Foodshow EDGE」/スイーツ

#### 最先端のスイーツが集合する“スイーツパビリオン”

1階は、“スイーツパビリオン”をコンセプトに日本初・渋谷エリア初が集う、最先端のスイーツが集合するフロアです。世界的な巨匠や新進気鋭のパティシエ・クリエイターが集合する「ワールドブティック」ゾーンと、個性あふれるギフトにも適した国内外の注目スイーツを取りそろえた「Carat TOKYU Foodshow EDGE(カラット トウキユウ フードショー エッジ)」で、ここだけのスペシャリティスイーツをお楽しみいただけます。



TOKYU Foodshow EDGE フロアイメージ(1階・一部区画を除く)

パリを魅了した圧倒的な美味しさ、フランス菓子の王道で勝負する〈MORI YOSHIDA〉がついに日本初上陸。その他にも、フランス料理界の巨匠によるデザート・サロン併設のショコラ専門店〈ル・ショコラ・アラン・デュカス〉や、AOP認定フランス産発酵バター「エシレ」の専門店〈エシレ・パティスリー オ ブール〉、チョコレートマニアが集まるオンラインチョコレートセレクトショップ〈c7h8n4o2(チョコガカリ)〉初のリアルショップが出店します。

Carat  
TOKYU FOOD SHOW EDGE

### 地下2階「TOKYU Foodshow EDGE」/デリ・ベーカリー・イートイン

#### オフィスワーカーや来街者のニーズを捉えた“食のエンターテインメント空間”

地下2階は、日本初上陸となる3ショップをはじめ数々の新ブランドが登場。また“食のエンターテインメント空間”に相応しい、ライブキッチン、イベントスペース、イートインコーナーなどを備える多機能で新しいフードフロアです。世界各国の食文化が楽しめるワールドフードや思わず試してみたいヘルシーフード、注目ショップを紹介するイベントスペースなどで構成される「Just Recommend」ゾーン、一流の食を手軽に楽しめるイートインやセルフコーナーを備え、忙しい毎日を送る渋谷に集う人々の食生活をサポートする「Smart dining & DELI」ゾーン、古き良き日本の食文化をリメイクし、新しい価値を提供する「NEW Basic」ゾーンなど、さまざまなアプローチで世界最旬を発信します。



TOKYU Foodshow EDGE フロアイメージ(地下2階部分)

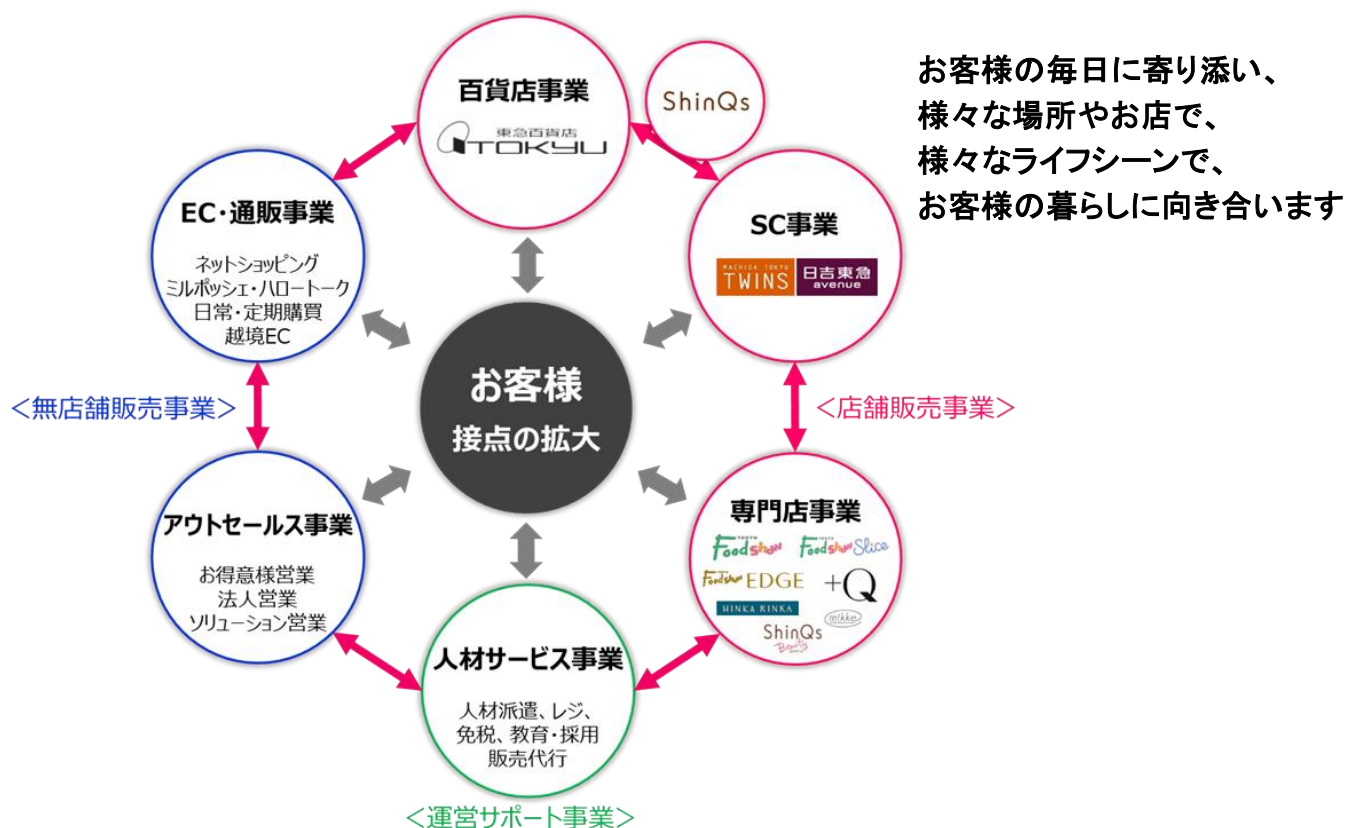
ハワイで人気のヴィーガンカフェ〈Peace Cafe Hawaii(ピースカフェ ハワイ)〉や、かわいいオリジナル包子が注目の台湾料理〈参和院〉、ミシュランで5度星を獲得したレストランのベーカリー〈ティエリー マルクス ラ ブーランジェリー〉が日本初上陸で登場します。連日行列ができる天井専門店がテイクアウト形式の新業態〈日本橋 天井 天むす 金子半之助〉として出店するほか、創業150年を迎えた木村屋はあんぱんと牧場直送の牛乳が楽しめるミルクスタンド〈キムラミルク〉を展開します。

\*「TOKYU Foodshow EDGE」全体では、50%を超えるショップが限定ブランドで、70%を超えるショップが新しいカテゴリーや商品を開発して登場します。



【成長戦略】新ビジネスモデル「融合型リテーラー」について

目指すべき姿



＜融合型リテーラー＞ お客様接点の拡大・従業員の活躍の場の拡大

「融合型リテーラー」とは、百貨店とショッピングセンターの融合に加え、新規事業を創出し、事業構成の多様化を図る当社独自の新たなビジネスモデルです。これにより、お客さまとの接点を拡大し、従業員の活躍の場の拡大にもつなげていきます。

具体的には、以下のとおりです。

■店舗販売事業

- ・百貨店店舗とショッピングセンター店舗のハイブリッド化により、顧客層の拡大を図り、利用価値の向上につなげていきます。加えて、運営形態や業務フロー、コンテンツなどを融合し、収益性・効率性の向上にもつなげていきます。
- ・専門店事業の開発としては、すでに本年3月には、ShinQsビューティーパレット町田やあざみ野東急フードショースライスを出店しています。今秋には、南町田にShinQsビューティーパレットを出店する予定で、今後も百貨店で培ったノウハウを生かし、専門店を出店していきます。

■無店舗販売事業/運営サポート事業

- ・EC・通販事業、アウトセールス事業(外商)、そして、運営サポート事業として人材サービス事業の分野でも新規事業を強化します。

今後、目利き力・編集力・販売力といった百貨店ならではの強みを活用してマーケットを開拓するとともに、「生活サービス提案企業」として、より一層お客さまのさまざまな生活シーンに貢献することを目指します。