

News Release

新しい顧客と、新しい接点を作る、新しい体験スペース

大丸松坂屋百貨店初のショールーミングスペース「明日見世(asumise)」

大丸東京店 4 階、10月6日(水) オープン

大丸松坂屋百貨店では、人と人との距離が求められ生活様式が変化している昨今の状況のなか、リアル店舗を持つ百貨店の強みを活かし、大丸東京店 4 階イベントスペースに、初めての取り組みである D2C ブランドのショールーミングスペース「明日見世(asumise)」 を 10 月 6 日(水) オープンいたします。既存顧客への新たな価値提供、新規顧客の獲得につながるコンテンツとしての可能性を見出し、お客様と出店ブランドにとって魅力あるコンテンツに作り上げていくとともに、D2C ブランドとのネットワークを強化してまいります。

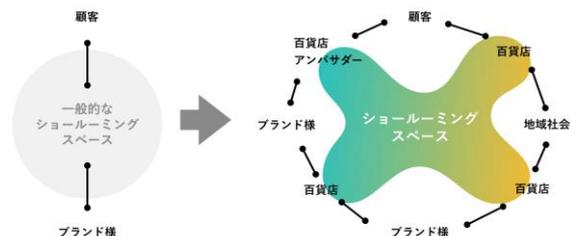
※D2C ブランドとは、ブランド自社 EC サイトを通じて商品を消費者に直接販売する形態のブランドです。

明日見世 asumise

<明日見世> WEB サイト <https://dmdepart.jp/asumise/>

■コンセプトは「出会いの循環」から新しい可能性を生み出す場

明日見世では EC サイト経由で直接販売する D2C ブランドの商品を手にとって見ることができ、商品背景を熟知したスタッフ(=アンバサダー)を通じて、商品の説明を聞いたり、ブランドストーリーを知ることができます。商品は、店頭を設置された QR コードを読み込むことによって、出品ブランドの EC サイトからご購入いただけます。



■作り手の思いをつなぐ語り部=アンバサダー

明日見世は単なるショールームの場所を提供するのではなく、人の温もりを大切にしながら思いを伝える役割の【アンバサダー】がメディア機能を担います。作り手の思いを深く伝え、また店頭で得た顧客の声を作り手に伝えることにより、出品ブランドの認知度を高めるサポートだけではなく、マーケティングに活かせる情報をつなぐ役割を務めます。



百貨店で接客の経験を積んだ
【アンバサダー】が常駐



アンバサダーが着用する制服は、衣類やプラスチックなどのリサイクルを手掛ける日本環境設計のリサイクルプロジェクト<BRING>が製作。古着を様々な用途に分類し、再生素材から服を作るアウトドアブランドです。<BRING>は当社のエコリサイクルキャンペーンとも長年コラボし、今回も出品しています。

■ 「出会いの循環」を生み出す売場環境・商品

売場環境



サーキュラーエコノミーに配慮した「出会いの循環」を体現する面積約 100 m²の売場環境を構築。リサイクルできる素材とユーズド家具を組み合わせた什器・装飾物を使用、使用期間終了後も什器・装飾物を極力廃棄しない等の実践を目指します。

商品

百貨店初出店



<citrea>

オーストラリア原産のスーパーハーブ「レモンマートル」を使用したスキンケアブランド

本州初出店



<KOGANE BY SACRAN>

福岡県朝倉市の黄金川で採れる藻の天然保湿成分を配合した化粧品



<neemee>

地球環境に負担をかけず、作り手の環境や技術が守られた高いクオリティのリラックスウェアブランド

「社会を良くするめぐりと出会う」を初回テーマに、コスメ・ライフスタイル雑貨・アパレル・インナーウェアなど、19ブランドを品揃え。

<Social good/サステナブル、地域貢献など> <Essential beauty/プロダクトのストーリーや美しさ・機能美など> <Breaking stereotypes/固定観念から脱却できるような商品背景など> の3つの選定ポイントを満たすブランドを集めました。ミレニアル世代や Z 世代が関心のあるサステナブルな商品群を提案していくことにより、次世代顧客の獲得を目指します。

■ 今後の展開について

今回の取り組みは、中期経営計画の成長戦略の重点ポイントである「リアル店舗とコンテンツの魅力化」としてのトリアルです。明日見世の展開を通じて、検証を重ねる事により勝ち筋を見つけ、将来的には多店舗展開やアライアンスのあり方を模索してまいります。

お問い合わせ先

大丸松坂屋百貨店 広報担当 長野・南 TEL:(03)6895-0816 [E-mail : kouhou@jfr.co.jp](mailto:kouhou@jfr.co.jp)

