

「電話のユニバーサルサービス」の維持に必要な負担額(番号単価)は
平成24年1月から
月額5円に変更になりました。



全国どこでも公平に利用できる
 「加入電話」「公衆電話」
 「緊急通報(110番、118番、119番)」を
 みんなで支える仕組みです。

社団法人電気通信事業者協会



[地域のニュース] 愛知 岐阜 三重 静岡 長野 福井 滋賀 石川 富山 ドラゴンズ、グランパス情報はこちらで 

ホーム | 社会 | 政治 | 経済 | 国際 | スポーツ | 特集・連載 | 社説・コラム
 天気 | ウーマン | 環境 | 住まい | 就職・転職 | グルメ | 進学・教育 | クルマ | 旅行 | 囲碁・将棋 | 暮らし | 医療 | イベント

トップ > 愛知 > なごやデパート情報 > ニュース一覧 > 記事

【なごやデパート情報】

松坂屋名古屋店に「H&M」 国内最大級、4月オープン

ツイート 2 |  1 |  | おすすめ 3 | 0

2012年1月18日

松坂屋名古屋店(名古屋市中区栄)は17日、今春の改装で低価格衣料(ファストファッション)の人気ブランド「ヘネス・アンド・マウリッツ(H&M)」を導入すると発表した。H&Mが中部地方に進出するのは初めて。売り場面積約3200平方メートルは「国内最大級」といい、4月21日にオープンする。

H&Mは若年層の取り込みを図る松坂屋名古屋店の改装計画の目玉で、国内の百貨店への出店も初めてとなる。南館地下1階と地上1階の一部に入る。

熊木敏店長は「H&Mはファッション性が高い。高級品と値ごろ感のある品を組み合わせる現代の消費傾向に合う」と期待した。

改装は今春から来夏にかけ、2段階で実施する。1期ではH&Mのほか、20代女性向けに特化した売り場「うふふガールズ」などを4月28日までに順次オープンする。




2期は食品売り場の改装を予定。総投資額は46億円で、現在の年間売上高1100億円に対し、約60億円の増収(2012年度)を見込む。

この記事印刷する

PR情報

愛知の観光ブログ「レッツゴー! あいち」は、冬のおでかけ特集を掲載中♪
 住友林業【住まい博】、家づくりをまるごと体感できるイベントいよいよ開催。

【関連記事】

- 【なごやデパート情報】「故宮博物院展」来場10万人突破 松坂屋美術館(1月16日) 
- 【なごやデパート情報】松坂屋に若年向け売り場 南館B1~2F、来春の改装で(12月20日) 
- 【なごやデパート情報】百貨店売上高0.2%減 11年、名古屋(1月5日) 

新聞購読のご案内

中国人民元も。海外口座開設も。
 世界が動く今、HSBCプレミアを。
 個人のためのグローバルな銀行サービス

口座開設キャンペーンも実施中▶▶

HSBC Premier



アクセスランキング(直近1時間)

中日新聞 地方版記事

- 1【社会】被災地で実情見ぬ聴取
- 2【社会】福島第1装置、非常電源つながら...
- 3【社会】矢崎総業に課徴金96億円 過...
- 4【話題のニュース】関東甲信で積雪の恐...
- 5【経済】米コダックが破産法適用を申請

お知らせ

第56回新入学を祝うよい子のつどい

ニュース・企画特集

- | | |
|----------|-----------|
| 電力・節電 | 自動車産業ニュース |
| 夜回り先生 | ハートナビ |
| 経済部コラム | 流儀あり |
| 北朝鮮問題 | なごやデパート情報 |
| 「発言」への投稿 | 「ハイ編集局です」 |

写真特集



絵画、ガラス工芸などが一堂に
 「ヴェネツィア展」

イベント情報

前へ 次へ

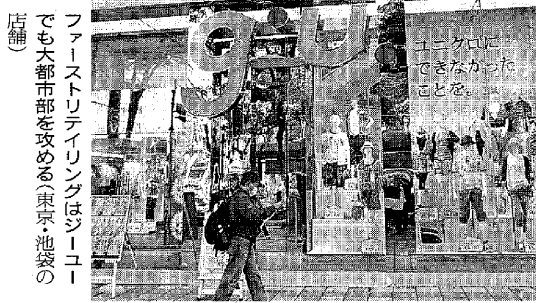


ドームうまいもんワールド

全国のご当地グルメがナゴヤドームに大集合
 2月3日(金)~6日(月)

【PR】イチオシ情報

低価格小売り、都心へ攻勢



ファーストリテイリングはジーユーでも大都市部を攻める(東京、池袋の店舗)

しまむら 新規店の8割集中

ファストリ 銀座に「ジーユー」

低価格を強みとする専門店が大都市の駅前や繁華街などへ集中出店する。しまむらは2013年2月期の新規出店を6期ぶりに100店台に乗せ、7〜8割を大都市部とする。ファーストリテイリングも低価格衣料品店「ジーユー」の出店を大都市部中心に加速し、12年8月期は国内でのユニクロの純増数を上回る。成長の足場だった郊外は飽和し、人口増が続く大都市部に投資の軸足を移す。

しまむらの13年2月期の新規出店数は、今期見通し(80店)に比べ2割強増える。かつては地方の幹線道路沿いに大量出店したが、ここ数年はこうした立地への出店が一

ドラッグ店なども出店

主なファッション関連専門店の2012年度の出店計画

企業名	新出店数	主な動き
ファーストリテイリング	ユニクロ 48	3月に銀座店を移転増床
	ジーユー 43	3月に銀座店を開業
しまむら	約100	都市部への出店を7〜8割に
青山商事	10前後	駅前の総合スーパー内への出店開始
AOKIホールディングス	約40	駅前立地を開拓
ジェイアイエヌ	33	17年度をめぐりに国内の店舗数を4倍の500店に

(注)ユニクロは国内のみ。AOKIホールディングスは紳士服事業のみ、ジェイアイエヌはメガネ専門店のみ

「デフレ企業」一等地支える

東京の銀座、新宿など超一等地にある商業施設の1階はなかなか空室が出てこないという。高級ブランドが占めているのではない。ファーストリテイリングの「ユニクロ」や外資系衣料専門店など、デフレを追い風に成長してきた小売業が押さえているためだ。事業用不動産の仲介大手、シービーアールイー

（東京・港）によると、「商業施設の上階や繁華街の中心部から離れた地区の賃料は下がっているが、超一等地の1階だけはほとんど下がっていない」という。事実、こうした低価格小売業の投資意欲は旺盛だ。ユニクロは3月に銀座で移転・増床し5000平方メートルの大型店を出す。スウェーデンのカジ

スウェーデンのH&M（ヘネス・アンド・モリッツ）や米フォーエバリー21が銀座や渋谷などに大型店を出し集客していることから、国内勢も相乗効果を狙う。衣料品以外にも大都市部への出店が目立つ。100円ショップ最大手の大創産業（広島県東広島市）は11年に売り場面積が100平方メートル程度のオフィス街向け小型店「ピズ」を東京・霞が関など

東京23区内に3店出店。同業態を武器に人口密集地への出店を加速する。中堅ドラッグストアのクリエイトSDホールディングスは、売り場面積約300平方メートルと通常の半分以下にした小型店で都心のオフィス街などを開拓する。12年度は新規出店する40店のうち10店程度を小型店とする。菓子やストックキングなどを置き、コンビニエンスストア需要も狙う。

スはまれ。ユニクロを含め出店スピードと低価格を武器に世界市場で成長する「デフレ企業」が繁華街の高額賃料を支えている。

都心の繁華街でなくてもイオングループなど郊外型で成長してきた大手小売業も東京や大阪の都市部での成長を目指す。人口動態に合わせて商業の都心集積が一段と加速し、国内の地価動向にも影響を与えてきた。（編集委員 中村直文）

巡し、年間の新店は100店を下回っていた。このため都心の小型物件でも店が出せるように、ほぼ婦人衣料に特化した「しまむらレディー」の出店を始めるなど準備を進めてきた。神奈川県秦野市の物流センターを増設し、店数を増やせる基盤も整備した。出店先は未定だが、東京・銀座や新宿などへの進出も計画する。

ファストリは12年8月にユニクロより価格が3〜5割安いジーユー事業で、新店43店、退店ゼロを計画する。新店から退店を引いた純増数は国内ユニクロ事業（26店）を上回る。3月末に銀座に旗艦店を開くなど、大都市部への出店を増やし、期末店舗数は200弱まで広がる。売上高も12年8月期に前期比約6割増の500億円まで引き上げる。

ファッション業界では「デ」を東京・霞が関など