

■ 開発コンセプト

西館を東館(ルクア)と一体となった新しい商業モールとして運営

- これにより
- ・ルクアと一体となったブランディングと運営による商業施設としての規模のパワーを発揮
 - ・マーケットの変化に柔軟に対応できる店舗配置・商品構成を実現
 - ・大阪駅周辺を訪れる幅広いお客様にワンストップショッピングの場を提供

百貨店の強みと専門店の強みの融合

双方の強みを活かし、相乗効果を発揮できるよう、お客様の視点から売場間の繋がりを意識しフロア構成や各フロアの売場配置等を検討

百貨店の強み

- ・ブランドの垣根を越えたアイテム編集力
- ・シーズンごとに季節感のある売場づくり・品揃え
- ・上質でグローバルな価値提供

+

専門店の強み

- ・話題性のあるブランドによる集客
- ・ブランドごとの多様な世界観
- ・バラエティに富み、手に取りやすい価値提供

■ イメージパース



■ 売場づくりのコンセプト

