



「モワナ」など新ブランドを導入（写真はイメージ）

西武池袋本店を改装

訪日客に的 高級ブランド拡充

そごう・西武は旗艦店の西武池袋本店（東京・豊島）を改装する。3月2日に池袋駅通路に面する本館1階で「グッチ」など高級ブランド品の売り場を560平方メートル7

割増床する。

4月以降も高価格帯の商品を増やす。百貨店が強みを持つインバウンド（訪日外国人）や富裕層の顧客を開拓し、収益力を高める。

高級ブランド売り場は

現在の「ルイ・ヴィトン」に加え、グッチのバッグなどを扱う「グッチレザークラフトショップ」、常設で国内初出店の仏老舗バッグブランド「モワ

ナ」、スペインの高級ブランド「ロエベ」を導入する。

モワナは1849年設立で世界で7店を展開する。既存商品の中心価格帯は40万～250万円だが、西武限定モデル「フルール」（20万～30万円）も置いて集客の目玉にする。

西武池袋本店の2015年2月期の売上高は1873億円とそごう・西武の店舗の中で最も多く、年間7千万人が来店する。