

<イベントレポート>

2019年6月11日
J. フロント リテイリンググループ
株式会社大丸松坂屋百貨店

“大阪の新たなランドマーク”となる「大丸心齋橋店 本館」 2019年9月20日グランドオープンにむけて記者発表を実施 ～革新的な“新百貨店モデル”の具現化によって、大丸300年の歴史を未来につなぐ～

大丸松坂屋百貨店は、「大丸心齋橋店 本館」のグランドオープンに先駆け、6月11日（火）13時より、大丸心齋橋劇場にて記者発表を実施しました。



記者発表では、J.フロント リテイリング 取締役兼代表執行役社長の山本良一より次の世代と世界に通用する「百貨店の進化形」、「百貨店改革の集大成」としての大丸心齋橋店の役割について説明しました。さらに、大丸松坂屋百貨店 代表取締役社長の好本達也が、館のコンセプト「Delight the World ～世界が憧れる、心齋橋へ～」とそれを具現化する5つのフィロソフィなどを発表。これを受ける形で、大丸大阪・心齋橋店長の西阪義晴からは再現されるヴォーリーズの名建築を活用した圧倒的な美の空間、最新テクノロジーを活用したこれまでにない体験などの館の特徴に加え、世界的なデザインの祭典「ミラノ フォーリサローネ」とのコラボレーションプロジェクトを発表しています。ゲストとしてNPO 法人御堂筋・長堀 21世紀の会理事長の成松孝様に登壇いただき、国際都市として進化する大阪の市街活性化の観点からの本プロジェクトへの期待などを語っていただきました。

*各発表サマリーは次頁以降をご参照ください。

また、会場内にはこの日にあわせて特別に企画された「DAIMARU HISTORY MUSEUM」を開設。100名以上の来場者に、大丸300年の歴史とその歴史を未来につなぐ新たな百貨店のビジョンを体感いただきました。

2019年9月20日のグランドオープンまで約100日。“世界と未来にむけて進化する百貨店”、新たな大丸心齋橋店 本館の誕生にご期待ください。

発表① J.フロント リテイリング株式会社 取締役 兼 代表執行役社長 山本 良一

時代は大きく、急速に変化しています。私は、こうした時代の中では、従来の延長線上ではなく、「非連続な成長」に挑まなければならないと考え、取り組んでまいりました。その一つの例が、GINZA SIX です。GINZA SIXは、ネット時代のアンチテーゼとして、「わざわざここに来る価値」を、世界に向けて発信しています。

我々は、この成功モデルのエッセンスを、心齋橋店に導入することにしました。銀座では、「百貨店をやらない」と宣言してラグジュアリーモールを作ったのですが、心齋橋の新しい本館は、次世代と世界に通用する「百貨店の進化形」を示したいと考えています。

また、心齋橋店は、環境対応においてもモデル店と位置付けています。新本館で使用する電力は、再生可能エネルギーで全て賄う計画です。館内の照明も全てLEDにいたします。70台の社用車も順次電気自動車に切り替える予定です。これらの取り組み成果は、今後、他店にも広げてまいります。

私は、心齋橋の新本館で「百貨店改革の集大成」を示したいと考えていますが、それだけではありません。2021年春に開業する心齋橋店北館に、渋谷パルコの成果を踏まえ、「心齋橋パルコ」を導入する予定です。本館と北館がそろった暁にはJフロントが手掛ける商業施設の到達点を示すものとなる、と考えています。

しかし、それも1つの通過点に過ぎません。私は、心齋橋を、世界が憧れる街にしたいと考えています。心齋橋エリアは、様々な魅力が混ざり合い、高いポテンシャルを持っています。GINZA SIXのエッセンスを加えた新しい百貨店と、最新のパルコが、その起爆剤となることを願っています。

我々は、今後も心齋橋への投資を続ける決意です。

この秋には、当社が運営する「ホテル日航大阪」の商業施設＝ホワイトアベニューを改装いたします。その他にも、私どもが保有する物件の開発を検討しておりますし、周辺の開発にも積極的に取り組みます。地域の皆様と協力しながら継続的に取り組み、「世界が憧れる、心齋橋」に向け、責任を果たす覚悟です。

新しい心齋橋店と、今後の街づくりに、ぜひご期待ください。

発表② 株式会社大丸松坂屋百貨店 代表取締役社長 好本 達也

このたびの本館建て替えに際し、コンセプトは「Delight the World ～世界が憧れる、心齋橋へ～」にいたしました。心齋橋の魅力をさらに高めていく…それこそが、新しい心齋橋店が目指す姿です。

それを具現化するために、5つのフィロソフィを掲げました。このフィロソフィを抛り所に、日本の魅力、エンターテインメントを発信するフロアや、食を通じて大阪のこだわり、文化を伝える食品・レストランフロア、モノをセレクトして伝えるだけでなく「モノづくり」のプロセスやストーリーを伝える仕掛けのあるフロアなどを構築します。

私たちには、GINZA SIXの成功という大きな財産があります。これを心齋橋店にも最大限に活用し、これまでの百貨店とは違う景色をお見せしたいと考えております。たとえば、新しい本館は、従来の百貨店のように婦人服、紳士服といったカテゴリーにとらわれないフロア構成。館の6割以上が定期賃貸借契約で、ブランドの世界観を制約なく発揮していただいた特別感のある空間づくり。さらに、新しい象徴となるアート作品の設置やイベントの開催。一方、百貨店のカテゴリーとして有望な化粧品、ラグジュアリーブランド、宝飾品、時計などは、従来の契約形態で、更なる収益拡大を狙います。

新しい本館は、契約形態では“ハイブリッド”となりますが、外商サービスや自社カードのポイントサービスなど、百貨店として期待されるサービスを提供できる仕組みづくりを進めています。世界に、次世代にも通用する「百貨店の新しい理想形」を、生まれ変わる心齋橋店本館で示したいと考えています。

その日は9月20日です。心齋橋店本館がグランドオープンいたします。

オープン後も、10月には、世界最大のデザインイベント「ミラノフォーリサローネ」とパートナーシップを結んだ「OSAKA×MILANO DESIGN LINK（大阪ミラノデザインリンク）」、11月にはお客様の思い出の商品を後世に引き継ぐ「300年クローゼット」のお披露目など、一過性では終わらない、魅力ある企画を連打してまいります。

発表③ 株式会社大丸松坂屋百貨店 執行役員 心齋橋店長 西阪 義晴

私たちは5つのフィロソフィを定め、店づくりを始めました。

- ・「ローカリティを極め、グローバルに発信する」
- ・「顧客がメディアとなるような、ドラマチックな世界観を演出する」
- ・「目利き力で、有名無名に関わらず、正当性の高い商品を提供する」
- ・「生活の中に美を見出し、モノと人の調和を図る『次世代のアーツ&クラフツ』を育む」
- ・「地域と共に、シビックプライドの向上・復権を目指す」

このフィロソフィを体現する具体例をいくつかご紹介します。館外では御堂筋のランドマークである心齋橋店の外観は、最新技術により保存。さらに、地下鉄からの動線通路を拡幅し、バリアフリー化を推進します。地上では大宝寺通りの壁面緑化やカフェの導入により東西の賑わい創出に取り組みます。

館内では、地下2Fに、人が集うことの楽しさを体感し思わず情報を拡散したくなるような心齋橋フードホールを設置。また1Fには、復元したクラシカルなヴォーリズ天井に加えて、ウルトラモダンな鏡面天井を設置し、圧倒的な美の空間を演出します。さらに7Fテラスには、緑あふれる心齋橋のオアシスとして、ワイド60mのストロークを持つ憩いの空間を創出します。

9Fは日本のポップカルチャーを世界に発信するフロアです。世界的に人気が高いキャラクターショップをカフェ併設で展開するほか、海外のお客様に、日本での滞在・お買い物を快適にさせていただくためのサービスを強化します。そのほか、全館を通して「おもてなし」機能を強化しており、ラグジュアリーショップにおいては、店内キッチンを併設し、特別感あふれる空間を生み出します。

さらにデジタルと人を結ぶ新たな環境やサービスにも取り組みます。

具体例の1つ目としては、「デジタルアート」。エスカレーター空間に設置した、縦50m、横4mの幾何学模様の格子とLEDパネルが一体となった装置を取り付けます。高度な技術でプログラミングされた映像演出などで、ここにしかない世界を生み出します。

2つ目は、「デジタルインフォメーション」です。1階に55インチサイネージを5台連結で設置。フロアのご案内だけでなく、ショップや免税カウンターなど混雑状況などをリアルタイムでお知らせいたします。また、エスカレーターサイドに設置された22台のサイネージでも、各ショップからの情報発信をHPと連動して行える仕組みを導入します。

また、5つのフィロソフィを館の外にも広げ、街とともに育てていく新たなプロジェクトとして「OSAKA×MILANO DESIGN LINK」を発足します。世界一のデザインの祭典「ミラノフォーリサローネ」とコラボレーション。地域の各団体、自治体と連携し、国際都市への成長をとげる大阪の中心から新し

いムーブメントを生み出し、アートとデザインを軸に「大阪を世界の OSAKA にする」試みとして長期にわたり実施します。

ゲストご挨拶 NPO 法人 御堂筋・長堀 21 世紀の会 理事長 成松 孝様

私どもの団体は長堀心斎橋エリアの活性化と、大阪の世界への飛躍を目指し、1982 年に発足し、今年で 37 年に成る、日本で初めての街づくり企業町会です。地元商店や企業 33 社で発足し、長堀通への地下鉄誘致や地域活性化を目的とした都市整備への提言などに尽力してきました。1997 年、今の長堀通の地中、地上の約 1500 億円に登るインフラ整備完成を皮切りに世界のスーパーブランド誘致を進め、その結果約 3 年間で全く新しい約 600 億円の商圈の誕生につながりました。この事は国内および世界からの注目を受け国内富裕層の掘り起こしや富裕層のインバウンドに繋がっております。

そして現在、当会では大阪のステータスエリア構想をかかげ、“人間中心道路御堂筋でシャンゼリゼを凌ぐ”御堂筋パークストリートを大阪市共々目指しています。大丸さんの目指すアーバンドミナント戦略はこの構想と合い通じる部分が多く、地元としては $1 + 1 = 3$ にする方向で手を携え、エリア活性化、大阪の盛り上がりの起爆剤にしてゆきたいと思っております。

このために当会では、スタイリッシュエリア・イン・御堂筋「おしゃれな大人の散歩街」を掲げ、エリアの南北を貫く御堂筋のブラッシュアップに全力を注いでいます。シャンゼリゼ以上の価値を持つ御堂筋を 2037 年までに創造し、日本のシンボルストリートとして世界に発信して行きたいと思えます。そこに居る事が「楽しく幸せな気持ちになれる御堂筋」、そして心斎橋長堀エリア、その中核となるのが歴史と風格のある大丸心斎橋店です。

本日発表された大丸心斎橋店の未来像はまさにこの構想に合致し、大きな役割を果たしてくれるでしょう。地元のランドマーク企業と街づくり団体がスクラムを組んで大阪を盛り上げたいと思えます。

「OSAKA×MILANO DESIGN LINK」は、これまでに無い新たな街の魅力の創造に繋がる有意義な取り組みであると考えており、我々としても一緒に大きく育ててゆきたいと考えています。

「大阪が世界に誇るシンボルストリートの創造」をメッセージに、大丸心斎橋店の益々の繁栄とともにまちづくりに励んで行きたいと思えます。