

# それは、地域とともに、成長すること。

J.フロント リテイリングは、店舗を核にエリア全体の魅力化に積極的に取り組み、地域とともに成長するビジネスモデル構築を目指し、アーバンドミナント戦略の推進に取り組んでいます。

当社は、大丸、松坂屋の百貨店を中心にパルコやゼロゲートなどを含め、日本全国の大都市都心に店舗資産をバランス良く保有するとともに、優良な顧客資産を有していることが大きな強みとなっています。今後、都市部への人口集中が続くと予想される

中、これらの資産を相互に有効活用することで、グループとして、都市部におけるドミナントを形成することを目指します。この取り組みにより、地域に新たな賑わいを創出するとともに、中期的な資産価値向上と不動産の収益化をはかります。

現在、中期的な成長に向け、4つのビッグプロジェクトを銀座、上野、心斎橋、渋谷でそれぞれのエリアで進めており、2017年から2019年にかけて、順次具体化していく予定です。

## PROJECT 1 銀座プロジェクト（銀座六丁目10地区第一種市街地再開発事業）

J.フロント リテイリングは、銀座の街とともに歩み、常に常識を越える新しさに挑戦し続けてきた松坂屋銀座店のDNAを受け継ぎながら、これまでにない全く新しい商業施設の創造に向け、グループのあらゆる力を結集し、事業パートナーである森ビル株式会社、L Real Estate、住友商事株式会社と一体となってこの計画を推進しています。

当事業は、東京都中央区銀座にある「松坂屋銀座店」跡地を含む街区（銀座六丁目10番）ならびに隣接する街区（銀座六丁目11番）の2つの街区で構成された約1.4haを一体的に整備する再開発事業です。

新たに誕生する商業施設のコンセプトは、「Life At Its Best～最高に満たされた暮らし～」。世界有数のファッションストリートで

ある銀座の価値を一層高める中央通りに面した幅約115mにもおよぶファサードを有するこの商業施設に、ラグジュアリーブランドをはじめ、ファッション、ライフスタイルはもとより、レストラン、カフェに至るまで、ハイクオリティ・ハイクラスを中心とした約240のテナントの誘致を計画しています。

優雅で快適、そして心地良いショッピングを、日本国内のみならず世界中のお客様に楽しんでいただける環境・サービスソリューションを持ち合せたワールドクラスクオリティの商業施設を目指します。

なお、本プロジェクトは、第一種市街地再開発事業として進められています。そのため、当社の投資額は、下記のようなスキームにより内装等の約70億円となる見込みです。竣工は来年1月、開業は来年4月を予定しています。



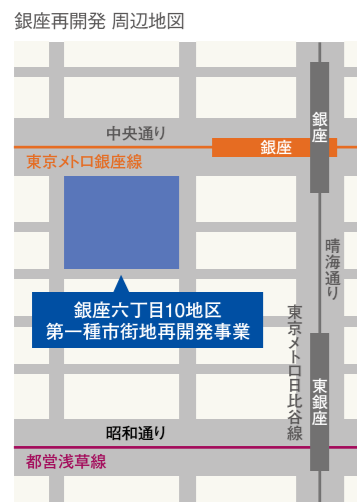
銀座地区再開発 施設外観イメージ

### 施設の全体概要

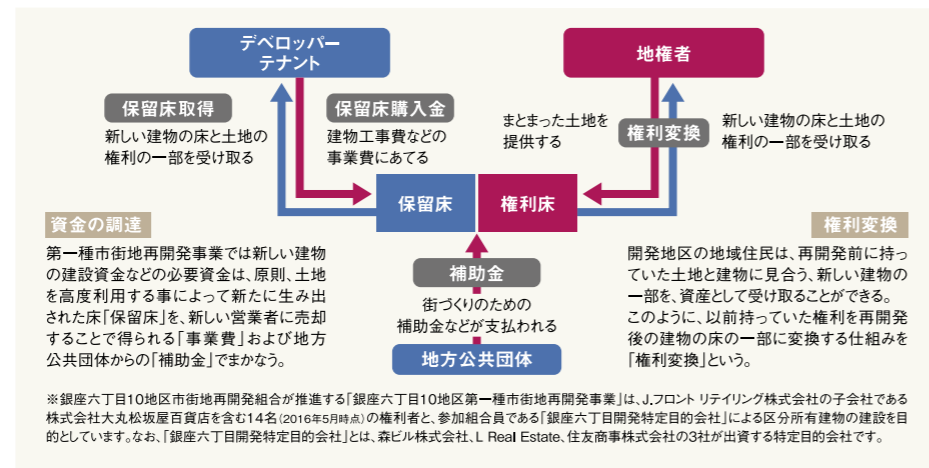
商業施設、業務施設など、様々な用途で構成される銀座エリア最大級の大規模複合施設

当プロジェクトは、約46,000㎡（約13,900坪）の商業施設や、基準階1フロア貸室面積が約6,100㎡（約1,850坪）の大規模なオフィス、文化・交流施設「観世能楽堂」などから構成される、地上

13階、地下6階の銀座エリア最大級となる大規模複合施設です。また、エリア最大級の広さを確保した屋上庭園や観光バス等の乗降スペース等による来街者を迎え入れる施設も導入します。



### 本プロジェクトのスキーム



### 施設の地下1階から屋上までを示した断面図

※今後変更になる場合があります

- 商業施設**  
地下2階～6階 / 13階（一部）  
約46,000㎡（約13,900坪）の売場面積（売場内通路含む）となる商業空間の創出。周辺商業施設との連続性をもち、地域の拠点となる商業施設を整備
- 屋上**  
銀座エリア最大級となる、地域に開かれた約3,900㎡の屋上庭園「（仮称）銀座ガーデン」を整備
- 観光拠点（1階）**  
「（仮称）銀座観光ステーション」として、「銀座初」となる観光バス等の乗降スペースや、観光案内所などを整備
- 文化施設（地下3階）**  
能楽最大流派、観世会の能楽堂「観世能楽堂」を配置  
※江戸時代、銀座には舞台や住居などを備えた観世流の屋敷が立ち並んでいた
- オフィス**  
7階～12階 / 13階（一部）  
銀座エリアに、都内最大級の1フロア貸室面積約6,100㎡（約1,850坪）、事務所床面積38,000㎡（約11,500坪）の大プレオフィス空間を創出

PROJECT 2

上野店南館建替えプロジェクト



松坂屋上野店南館 完成予想図

再開発が進行中の上野・御徒町地区に新たな賑わいを創出し、地域の活性化に貢献するため、松坂屋上野店南館の建替えを進めています。建替え後の南館は、2017年秋、商業、シネマコンプレックス、オフィス機能を備えた地上23階、地下2階の高層複合ビルとして生まれ変わります。

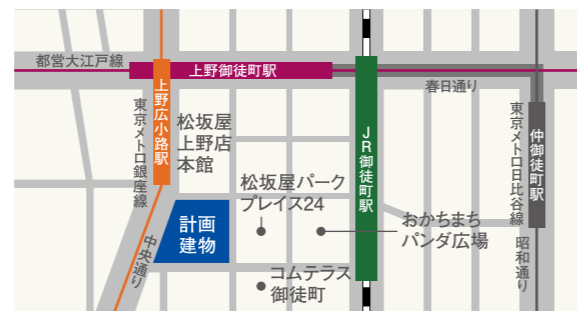
「新南館」は、地下1階から地上10階までの低層部を商業施設とし、地下1階は本館と一体化するとともに、地上3階と6階に設置するブリッジで本館と接続します。地下1階は大丸松坂屋百貨店が本館と一体運営し、1階から6階には当社グループの「パルコ」が、7階から10階には「TOHOシネマズ」が入居します。一方、高層部の12階から22階は高機能オフィスとして賃貸し、不動産収入の獲得による収益の安定化をはかります。上野店が立地する御徒町地区は、JR山手線、京浜東北線のほか、東京メトロ銀座線・日比谷線、都営地下鉄大江戸線など5路線が乗り入れる交通至便な地区であり、オフィス導入による昼間人口の増加も期待できます。

南館の建替えに先立ち、当社は上野店周辺の開発として、2009年6月、南館東側の隣接区画に商業スペースを併設する駐車場ビル、「松坂屋パークプレイス24」を開業し、その後も同ビル東側のJR御徒町駅南口改札前の区画を「おかちまち パンダ広場」として整備するなど、行政・地域と連携した開発を進めてきま

した。さらに駐車場ビル南側に保有する不動産を活用し、4階建て商業ビルを建設。2015年9月、アウトドア・ショップを誘致し、「コムテラス御徒町」としてオープンしました。「おかちまち パンダ広場」では、「御徒町駅南口商店会」と上野店の呼びかけで結成した「上野地区東北復興支援実行委員会」が主催する『東北復興支援イベント：東北応援キャンペーン』が開催されるなど、行政、商店会と連携し、地域の賑わい創出に貢献しています。

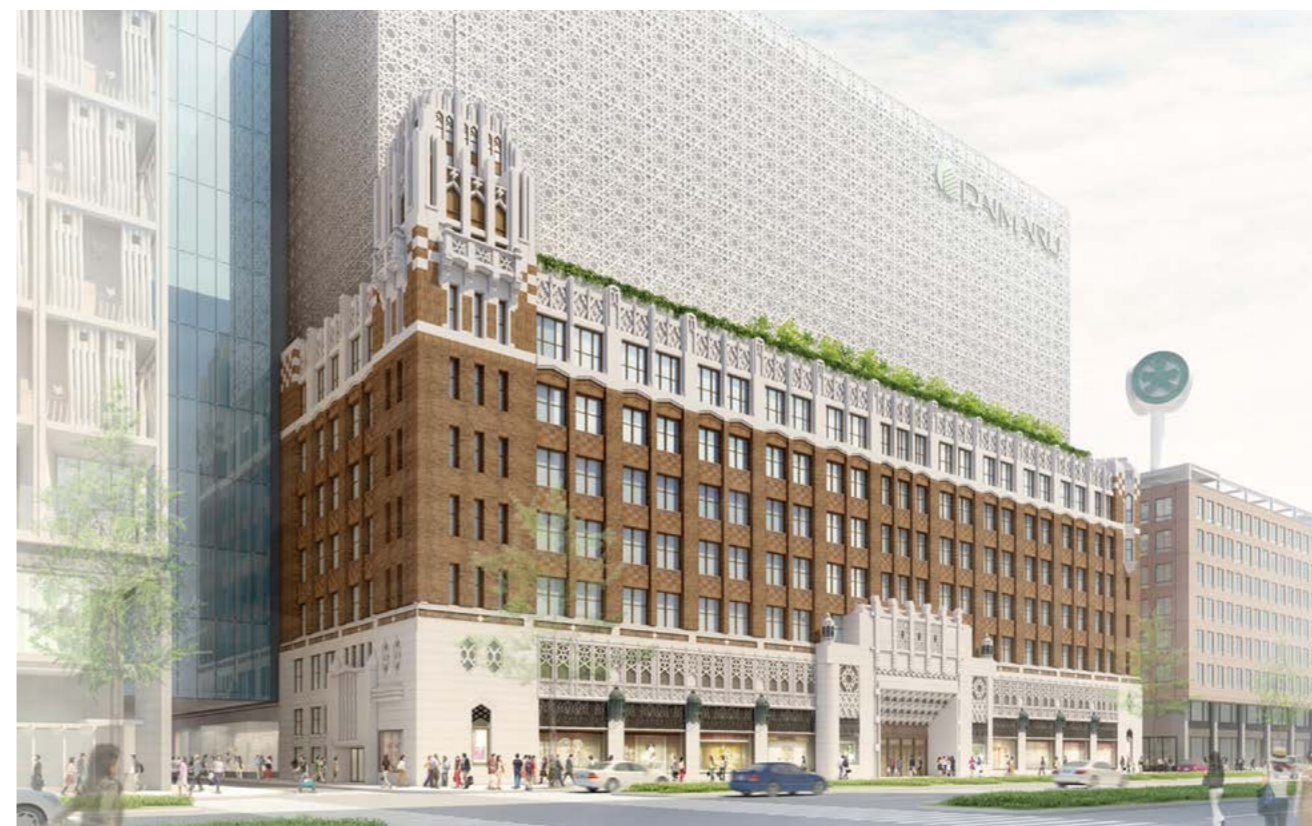
このように、百貨店を核にパルコなどのグループ事業、さらには地域の皆様と一体となった街づくりへの取り組みを通じ、地域の活性化に貢献し、地域とともに成長を目指していきます。

松坂屋上野店 周辺地図



PROJECT 3

心齋橋店本館建替えプロジェクト



大丸心齋橋店 本館 完成予想図

新たに生まれ変わる大丸心齋橋店本館では、心齋橋地区が持つ可能性と潜在力を最大限に引き出す、グローバル対応を強化した本格的な百貨店を展開します。新たな本館は、高さは約60m、地下3階から地上11階までの建物となる見込みであり、従来よりも約30%増床となる40,000㎡の売場を新たに構築します。また、御堂筋側の外壁を保存するとともに、新築される高層部はセットバックさせ、保存外壁と景観の調和をはかります。内装については、今後、既存内装の調査を行い、再活用できる部材を抽出し、当社としての店づくりの考え方をベースに、1階を中心として店舗内装環境において活用していきます。さらに、心齋橋筋商店街へのアクセス向上をはかるため、地下鉄駅改札からの地下通路を改修し、通路拡幅、エレベーター、上下エスカレーター設置などバリアフリー化を行うほか、地下駐輪場(約390台)の整備や屋上緑化の整備など地域の課題に取り組みます。併せて、インバウンドセンター(仮称)など国際競争力の強化に資する施設を館内に設けるなど、地域の活性化にも取り組みます。新たな本館の開業は2019年秋を予定しています。

また、本館の建替えと併せ、北館は、当社が取り組みを進めている新百貨店モデルの成果を踏まえ、大型専門店や有力ブランドなどを積極的に導入し、新たな顧客を地域に呼び込むとともに、

賃料収入形態を採用するなど安定的な収益確保の取り組みも強化します。

そして、本館は建替え完了後に北館と道路上空で接続・一体化させ、回遊性の格段の向上をはかります。接続工事の完了は2021年春を予定しています。

こうした新しい心齋橋店の創造により、地域の競争力向上や新たな賑わい創出をはかるとともに、建物の安全性の向上やヴォーリス建築の価値の継承を通じて、地域の発展に貢献していきます。

大丸心齋橋店 周辺地図



●は心齋橋店の周辺店舗

PROJECT 4

渋谷パルコ建替えプロジェクト

(宇田川町15地区開発計画)



都市計画イメージ

パルコは昨年6月に、将来に向けた開発として、現在の渋谷パルコを含む「宇田川町15地区開発計画」の開発施行予定者として、東京都に対し、都市再生特別措置法に基づく「都市再生特別地区の都市計画」の提案を行い、12月に本計画が決定されました。新たに建設を予定する建物の詳細については、今後検討を進めていきますが、延べ床面積は約65,000㎡、地上20階、地下3階、高さ約110mを想定しております。工期は2017年3月から2019年9月を予定しております。

そのため、現渋谷パルコを2016年8月7日に一時休業することを決定しました。渋谷パルコは1973年の渋谷パルコパート1の開業からスタートしました。以来、都市生活者に向けたライフスタイルの提案やエンタテインメントを通じた文化的な情報を発信し、旗艦店舗としてパルコブランドのイメージを牽引してきました。

近年の国内および海外のマーケット構造や環境、消費者マインドの大きな変化を確実に捉え、事業機会につなげていくため、パルコは2020年に向けた長期ビジョンを策定し、その実現を目指した事業戦略を推進しています。本計画は、長期ビジョン達成に向けたパルコブランドの強化を担うものであると認識しています。

さらに、渋谷エリアは変化に富み、さまざまな価値観や文化の融合が進む個性豊かなエリアであり、最近はそのような独特な文化の発信拠点として海外からの来訪者も多く、ますます発展が期待される、世界的にも注目度の高い都市の一つです。

今後、本計画を通じて、次世代グローバルショッピングセンターとして新生渋谷パルコを創造することにより、さらに街の活性化に貢献していきます。

アーバンドミナント戦略のルーツ

「点」から「面」へ

神戸店で始まった周辺店舗開発

J.フロント リテイリングが進めるアーバンドミナント戦略。そのルーツは、大丸神戸店が店舗単独ではなく地域トータルとしての活性化に取り組んだ、神戸・旧居留地における周辺店舗開発にあります。

この取り組みが始まったのは、1987年当時、神戸地区の交通やビジネスの中心は三宮にシフトが進んでいました。そのため大丸神戸店のある元町は相対的に活力を失いつつあり、ご来店いただくための魅力づくりが急務となっていました。同店の周辺店舗開発は、まず自社ビルからスタートしましたが、それだけでは地域の活性化には限界があります。そのため、旧居留地内の他のビルにも大丸が窓口となってブランドショップの誘致を積極的に進め、地域全体としての集客力の強化をはかってきました。「旧居留地38番館」"ブロック30"など、歴史ある近代洋風建築が醸し出す、懐かしい、けれど新しい表情を生かしながら多彩な個性を持つ店舗展開は、今では61ブランド&ショップに至り、街の歴史に新たな時代の息吹を吹き込んでいます。

そして、こうしたノウハウは他の大丸店舗への応用が進みました。大丸心斎橋店では店舗東側を南北に貫く心斎橋筋商店街を中心に「アニエス・ベー」「シャネルプティック」など12のブランド&ショップを、また大丸京都店では四条烏丸周辺に「ルイヴィトンストア」「東急ハンズ」など8つのブランド&ショップを展開し、地域の賑わい創出に貢献しています。今後は、神戸・心斎橋・京都での周辺店舗開発を通じて培ってきた取り組みやノウハウをグループレベルに発展させ、「地域とともに成長するビジネスモデル構築」につなげていきたいと考えています。

※各店の「ブランド&ショップ数」は2016年2月末日現在

