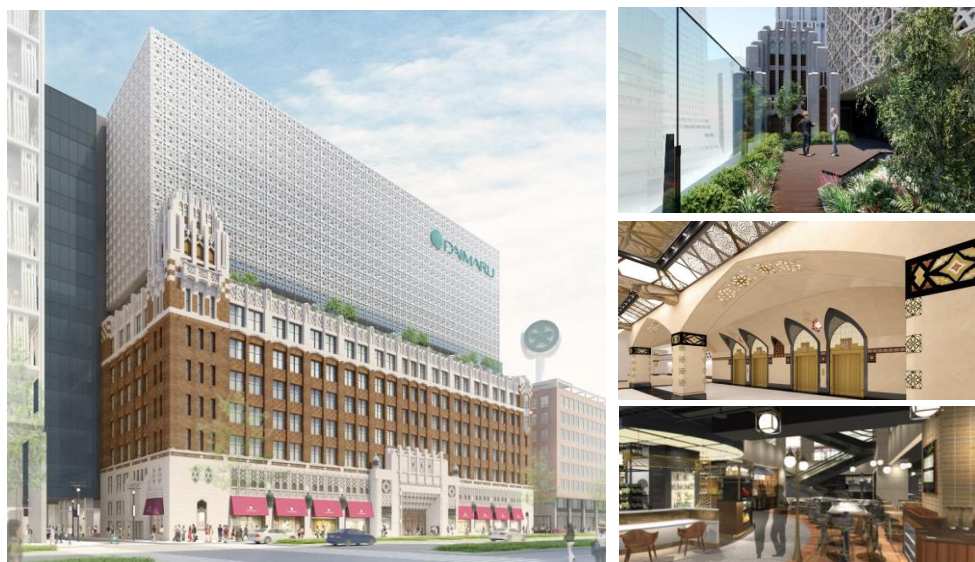


## News Release

約 300 年の歴史を持つ大丸心齋橋店、86 年ぶりの本館建て替え  
“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  
～Delight the World「世界が憧れる、心齋橋へ。」～

大丸松坂屋百貨店は、2019年9月20日（金）に、大阪・心齋橋に「大丸心齋橋店 本館」をグランドオープンします。

個性溢れる専門店計 370 店舗※が出店し、関西初、新業態の店舗がひしめきあう最前線スポットが集結した心齋橋エリアのランドマークとして生まれ変わります。※2019年6月11日現在



### 「心齋橋」で約 300 年の歴史を持つ「大丸心齋橋店」が世界と未来に向けて進化

#### 86 年ぶりとなる本館建て替えにより、この秋グランドオープン

幅員 44m の御堂筋と週末の歩行者数約 15 万人の賑やかな心齋橋筋商店街をはじめ、周辺にはアメリカ村や南船場・堀江などの特徴的街区を持つ世界有数の商業集積地「心齋橋」。この街で開業してから約 300 年の歴史を持つ大丸心齋橋店では、“世界と未来にむけて進化する百貨店”として、現在建て替え中の「大丸心齋橋店 本館」を、2019年9月20日（金）にグランドオープンすることを決定しました。

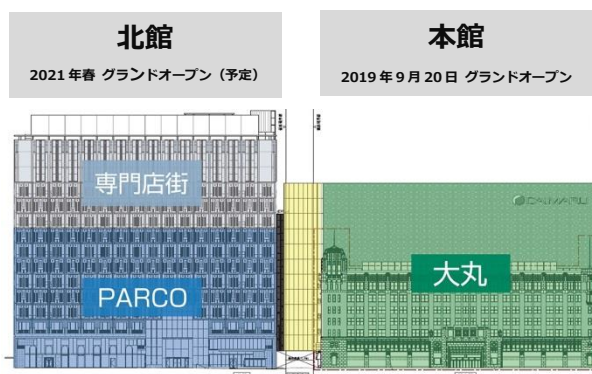
本プロジェクトでは、品揃え、デザイン、環境などすべてにおいて、百貨店の未来の方向を示す革新的な“新百貨店モデル”を具現化いたしました。多くの富裕層顧客、日本有数のインバウンド顧客の吸引力といたった心齋橋店の強みをさらに増幅させる店づくりを目指すとともに、新たなサービスや体験など“リアル店舗でしか味わえない付加価値創造”に取り組んでまいりました。

〈本件取材・掲載に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先〉  
大丸心齋橋店 PR 事務局（ベクトル内）担当：竹生・中野・山中・松本・鹿毛・三浦  
（関東）TEL：03-5572-6316 （関西）TEL：06-6225-7781  
MAIL:daimaru\_pr@vectorinc.co.jp

## プロジェクト概要

本プロジェクトは、本館（地下2階～10階）・北館

（パルコ：地下2階～7階、専門店街：8階～14階）・南館の3館体制で2021年まで続く複合開発のさきがけとなるものです。本館と北館をつなぐ大宝寺通りの上空部に増築を行い、両館の2階～10階のフロアが接続され、一体化いたします。



## 5つの提供価値「フィロソフィ」

大丸心齋橋店が提供すべき価値は何かという根源に立ち返り、各界を代表する方々とのトークセッションを行い、百貨店の意義や目指すべき方向性について議論を重ねました。その成果を「フィロソフィ」として、心齋橋店に関わる全ての人々の拠り所となる原点といたしました。

5つの提供価値「フィロソフィ」	
1	ローカリティを極め、グローバルに発信する
2	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
3	目利き力で、有名無名に関わらず正統性の高い商品を提供する
4	生活の中に美を見出し、モノと人との調和をはかる 「次世代のアーツ・アンド・クラフツ」を育む
5	地域と共に、シビックプライドの向上・復権を目指す

### 「大丸心齋橋店 本館」ストアコンセプト

#### Delight the World「世界が憧れる、心齋橋へ。」

私たちが目指すのは、訪れる人すべてが輝く「物語の舞台」。ここでしか出会うことのできない、驚き。発見。高揚。予感。物語のような毎日を、心齋橋から、世界へ。

## 次の世代と世界に通用する「百貨店の進化形」

「買取」「消化仕入」「定期賃貸借」という3つの取引形態の展開ミックスを抜本的に見直し、バランスの最適化を実現いたしました。これにより、ブランドの世界観を色濃く反映した売場デザインや、特徴的なサービス・体験などをご提供する特別な店舗形態のショップが多数出店いたします。こうした手法を使いつつ、お客様には百貨店として期待されるサービスを、取引形態の違いにかかわらずご提供できる仕組みづくりに取り組みました。

## フロア・ショップ構成の特徴

「5つのフィロソフィ」を具現化した各フロアには、**関西初出店 37 店舗、新業態 50 店舗※を含む計 370 店舗が出店**します。B2・B1・10F は、食物販・レストランフロア、1F～6F のメインは物販フロアとなります。9F には、今後北館と一体化し、海外顧客に対応する“インバウンドセンター”を構築。また、訪れる人に憩いの場を提供するべく、7F にはテラスを設け、緑溢れる都会のオアシス空間を提供します。

	フロアのゾーニング	フロアコンセプト
10F	レストラン	<b>日本の食文化を世界に向けて発信するフロア</b> 伝統的な日本食をはじめ、日本人の味覚を通して進化した様々なジャンルの料理を提供。
9F	エンターテインメント	<b>モノ・コトを通して“本物の日本”を世界に向けて発信していくフロア</b> フロアでの体験や学びを通して、ファミリーで過ごす場を創造。
8F	ライフスタイル	<b>これからの日本のくらしのヒントが見つかるフロア</b> 日本の伝統やものづくりの良さを現代の感性で表現した空間。デザイナー発掘のインキュベート機能も備えたフロア。
7F	心斎橋テラス（仮）	<b>心斎橋テラス（仮）</b> テラスの環境をフロアに引き込んだココチイを叶える心斎橋エリア全体のオアシス。多忙な女性がストレスから解放され、美しさに磨きをかける為の空間。
6F	ファッション	<b>Art &amp; Craftsmanship が体感できるフロア</b> “クリエイティブ”な感性に憧れ、本物にこだわる大人に、ものづくりのプロセスやストーリーを伝えるフロア。
5F	ファッション	<b>自分らしさ・自然体を大切に上質なライフスタイルを提案するフロア</b> 雑貨やワークショップのおもてなしを通してデザイナーの価値観を伝える空間。
4F	ファッション	<b>世界最新のファッションカルチャーを提案するフロア</b> クリエイティブなブランドの世界観やカルチャーの表現を通じて、ファッションの楽しさを表現するフロア。
3F	ラグジュアリーファッション・シューズ	<b>世界最旬のコンテンポラリーデザイナーズの魅力を体感できるフロア</b> ランウェイの雰囲気そのままに、旬のアイテムが揃う世界最旬のコンテンポラリーデザイナーズの世界観を体験できる空間。
2F	ラグジュアリーファッション・ジュエリー	<b>世界最高水準のラグジュアリーブランドの伝統と今が体感できるフロア</b> 店舗環境にこだわりぬいた世界水準のラグジュアリーブランドの伝統と今が体験できる空間。
1F	コスメティック／アクセサリー	<b>圧倒的な美の空間</b> ヴォーリス意匠の復元とウルトラモダンな鏡面天井が新しい感動を生み出す環境空間を創出。自分が主役になれる圧倒的な美の空間。
B1	フーズ／婦人洋品雑貨	<b>ここにしかない NEW が凝縮されたデパチカ</b> 新業態や新商品等ここでしか買えない話題となるショップが勢ぞろい。また、日本食文化の伝統やカルチャーを今に伝えるライブ感ある魅力的なデパチカ。
B2	心斎橋フードホール	<b>五感が刺激されるライブキッチン</b> NYの最新環境を取り入れ、ソムリエや調酒師がオススメのドリンクを提供し、オペレーションや料理にこだわりぬいた百貨店クオリティのフードホール。

※2019年6月11日現在



1F：鏡面天井



1F：大宝寺通り側



B2：フードホール



7F：テラス

## 歴史的価値のある建築と最新のデザイン・アートが融合した特別な空間

### ヴォーリスの名建築を最新の技術で再現

日本の近代建築に大きな足跡を残したウィリアム・メレル・ヴォーリス。今回の本館建て替えプロジェクトでは、街の象徴でもあり歴史的価値のある旧本館の採取可能な部材は現物による再利用を行い、困難な部材は原型の型取りの上、最新技術により再現。継承すべき空間の再構築に挑みました。



旧心齋橋筋玄関 孔雀のレリーフ



EV ホール



7F：水晶塔



### ウィリアム・メレル・ヴォーリス (1880-1964)

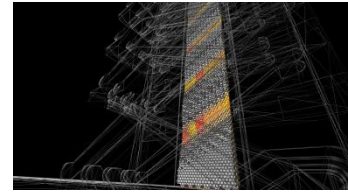
#### William Merrell Vories

米国カンザス州生まれ。明治 38 年に派遣教師として来日。近江八幡の商業高校英語教師として赴任する。1908 (明治 41) 年にヴォーリス建築設計監督事務所を、のちに「近江兄弟社」を設立。全国に 1,500 以上の名建築を残す。



### 伝統と最新技術を融合した、最先端の百貨店誕生

「D-WALL (仮)」は、館の1F~10Fのエスカレーターサイドに設置する高さ約50m、幅約4mの大型LEDモニター装置です。ヴォーリズ建築とデジタル技術の融合によって生まれた、新しい本館を表現するシンボルです。また、全フロアに合計42台のデジタルサイネージを設置し、様々な案内表示などスムーズなお買い物体験を提供します。



「D-WALL (仮)」全体像イメージ



「D-WALL (仮)」イメージ

### ESG 推進のフラッグシップ店舗としての取り組み

大丸松坂屋百貨店を核とするJ. フロント リテイリンググループでは、「持続可能な社会」の実現に向けて、当社が今後優先して取り組むべき「5つのマテリアリティ」を策定しています。大丸心齋橋店では、ESG 推進のフラッグシップ店舗として、「低炭素社会への貢献」に向けて様々な取り組みを展開していきます。

「大丸心齋橋店 本館」は、旧本館 (2015年度) と比較※し、2020年度CO2排出量を約7,000t-CO2削減。

※建て替えのため、建物構造は同一ではありません。

#### <5つのマテリアリティ>

- |                    |
|--------------------|
| ○低炭素社会への貢献         |
| ○サプライチェーン全体のマネジメント |
| ○地域社会との共生          |
| ○ダイバーシティの推進        |
| ○ワーク・ライフ・バランスの実現   |

### 全館100%再生可能エネルギーを活用した百貨店

大丸心齋橋店 本館は、館内で利用するすべての電力に再生可能エネルギーを利用します。

### 新たに設けられる屋上スペースを活用した緑化&養蜂活動

7Fテラスと屋上で、積極的な緑化を実施。屋上では緑化スペースを利用してミツバチの養蜂活動の展開を予定しています。

### 低炭素・循環型社会への貢献

ショップの協力を得て館内物流の一括管理を行い、納品作業時間を削減、搬出入の混雑を解消。また、環境配慮型包装資材の利用推進やエコフ活動による衣料品回収BOXの常設化や、関連イベントの推進など、お客様のご協力を得ながら低炭素・循環型社会への取り組みも積極的に展開してまいります。

## デザインをテーマにしたイベント「OSAKA×MILANO DESIGN LINK」開始

プロジェクトの推進にあたって大阪市と姉妹都市であるミラノ市で展開される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び、心齋橋の街を舞台に新たなデザインの祭典を立ち上げ、長期的な成長を目指します。初年度となる今年は、本館を中心とした心齋橋の複数エリアに「ミラノ・フォーリサローネ」が本国で行うスペシャルコンテンツを誘致。さらにファッションとデザインを融合した大丸心齋橋店独自の内容をプラスし館内とエリアを盛り上げます。

### ■ミラノ・フォーリサローネとは

毎年4月に開催される「ミラノデザインウィーク」期間中、ミラノ市内各所で行われる展示・イベント・インスタレーションのことである。世界最大規模の家具見本市「ミラノサローネ※」と合わせると世界から100万人以上が訪れる。

※正式名称：ミラノサローネ国際家具見本市

### ●大丸心齋橋 本館概要

施設名称	大丸心齋橋店 本館
所在地	大阪市中央区心齋橋筋1-7-1
延床面積	約66,000㎡（旧本館：49,000㎡）
売場面積	約40,000㎡（旧本館：31,000㎡）
階数	地上11階、地下3階（高さ約60m）
売場	地上10階、地下2階
開店日	2019年9月20日（金）
営業時間	ショップ＝10：00～20：30 フードホール、テラスカフェ、レストラン＝11：00～23：00 ※店舗により異なります
休業日	元旦・不定休
アクセス	Osaka Metro 御堂筋線・心齋橋駅4番出口・地下道直結