



経営戦略 アーバンドミナント戦略

地域とともに、“生態系”を構築。



店舗を核とした街づくり

当社が全国主要都市部に展開する百貨店、パルコという資産を活用、あるいは基点としながら、もっと地域に新たな賑わいをもたらすことはできるのではないか、その結果、もっと資産価値の向上、資産効率の向上が一層はかれるのではないかと。アーバンドミナント戦略は、都心に店舗を持つ当社の強みを最大限に活かした街づくり、街との共生への取り組みです。

アーバンドミナント戦略のルーツは大丸神戸店での取り組みに遡ります。それは、大丸神戸店が「点」ではなく地域トータルとしての「面」での活性化を目指した、神戸・旧居留地における周辺店舗開発です。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み、大丸神戸店が位置する元町は相対的に活力が低下しつつあったことから、ご来店いただくための魅力づくり、吸引力の醸成が急務となっていたわけです。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神戸店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60を超えるブランド&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。

その後、こうしたノウハウは、大丸心斎橋店や大丸京都店にも応用が進み、これらをさらに拡張・発展させる取り組みとして「アーバンドミナント戦略」が構築されるに至りました。

今後のアーバンドミナント戦略の推進においては、心斎橋、京都、神戸、名古屋、上野の5つを重点地区として位置づけ、周辺開発の推進プランや地元と連携した来街動機の創出など、それぞれの「エリア戦略」の明確化にも取り組み、当社の店舗をエリアの核とした魅力的な街づくりに取り組んでいきます。

名古屋地区で大きな進展

重点エリアの名古屋地区では2つの開発計画がいよいよ始動しました。

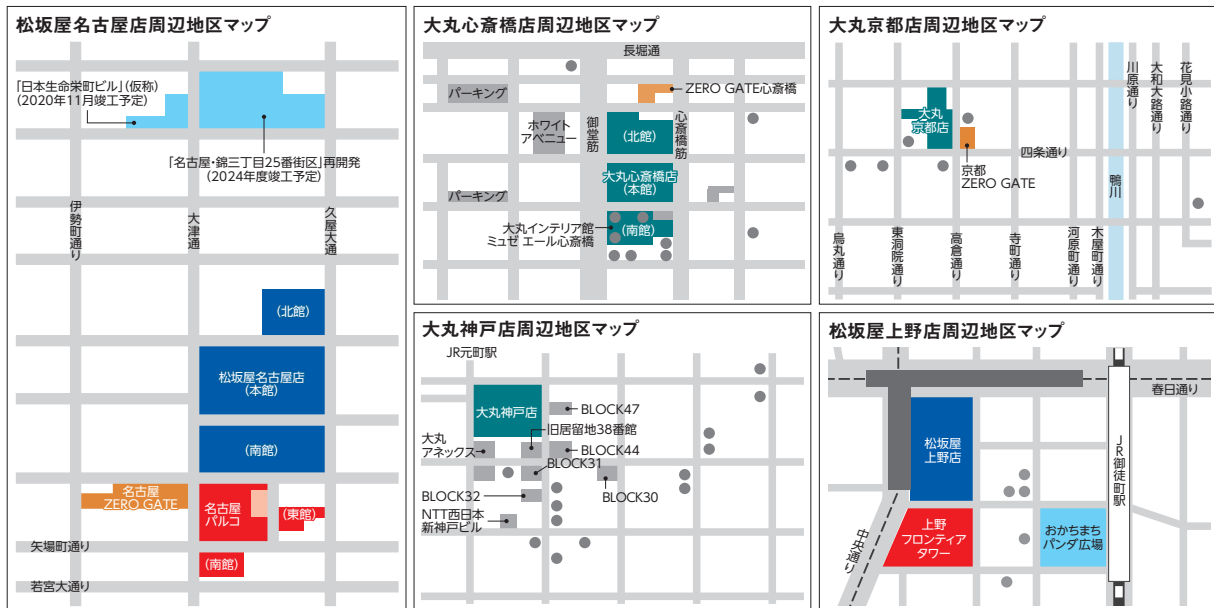
ひとつは、「日本生命栄町ビル」(仮称)への商業施設の出店です。日本生命保険相互会社が所有する当物件を大



神戸周辺店舗写真



BINO 東洞院



丸松坂屋百貨店がマスターリースし、テナントを募集して商業施設開発を行うこととしました。栄地区の中心に位置する建物は、地下2階、地上6階、延床面積は6,343㎡となる見込みですが、新しい商業施設は、栄地区の中心地に位置することを踏まえ、松坂屋名古屋店、名古屋パルコ等とともに当社グループとしての相乗効果をはかりながら、栄地区の賑わいと集客力の向上に資する商業施設として開発していきます。竣工は2020年11月を予定しています。

もうひとつは、「名古屋・錦三丁目25番街区」の再開発です。大丸松坂屋百貨店と名古屋市は、本年1月、両者が所有する敷地において、相互に協力して開発を推進していくための基本合意を締結いたしました。全体の敷地面積は4862.96㎡、うち3040.82㎡を当社が所有しています。主な開発条件は①大丸松坂屋百貨店は、地下2階から上層階に向けた低層部で商業専門店事業を展開する②事業候補者の主な導入機能は、滞在・文化・学び・アミューズメント等とする③地下鉄施設および地下街施設と接続し、スロープ、エレベーターの設置等によるバリアフリー導線を確保する、ということです。竣工は2024年度を目指しています。

これらは一例ですが、重点各エリアに位置する百貨店、パルコなどとともに、こうした不動産管理面積の拡大を通じて、グループとして相乗効果をはかりながら、街の賑わいに貢献し、地域と共に成長するアーバンドミナント戦略を推進していきます。

地域のランドマークとして新たな顧客を吸引

百貨店から不動産賃貸にビジネスモデルを転換した2つの再開発は、地域に新たな賑わいをもたらすとともに、収益にも

着実に貢献しています。

ワールドクラスオリティでブランドを集結した銀座地区最大のラグジュアリーモール「GINZA SIX」。旧松坂屋銀座店跡地を含む2街区一体開発により誕生した同施設は、2017年4月にオープン以来、東京だけではなく、日本全国さらには世界からお越しのお客様を魅了しています。海外からのお客様はおよそ3割、年齢層で見ると20代、30代が過半数を占めており、これまでにない新たなお客様を呼び込むことができています。このGINZA SIXの成功要因のひとつとも言える商品分類の枠を超えたフロアづくりの概念は本年9月20日に開業する大丸心斎橋店新本館に活かされています。

また、同年11月に松坂屋上野店南館を建替え、高層化することにより複合商業ビルとしてリモデルした「上野フロンティアタワー」は、パルコの新業態 PARCO_ys を核テナントとしながらシネマコンプレックスや高機能オフィスも併設することにより、幅広いお客様を吸引するランドマークとなっています。この取り組みはパルコとの初めての大型開発案件でもあり、ここで得られた経験・ノウハウが2021年に開業予定の大丸心斎橋店新北館で発揮されるものと考えています。

地域に新たな価値を創造し、新たな顧客を創造する。当社が進めるアーバンドミナント戦略の本格化はこれからです。



GINZA SIX



上野フロンティアタワー