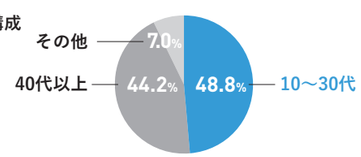
## 新たなリテールモデルを確立

唯一無二の存在感を示すラグジュアリーモール「GINZA SIX」は、旧松坂屋銀座店跡地を含む二街区一体開発により2017年４月に誕生しました。世界に誇る銀座エリアにおいて、あえて「百貨店をやらない」という道を選び、４社（開業当時）の多様な知恵を結集して誕生した“リテールのイノベーション”のひとつとして位置づけられています。メゾネット形式でファサードを展開するラグジュアリーブランドは、世界基準を意識したGINZA SIXの圧倒的なイメージを形成しています。

開業から４年を経た2021年、まさにコロナ禍の最中に、大幅リニューアルを実施しました。時代の変化に適合しながら鮮度をさらにアップさせ、新たな顧客層の開拓にも成功しています。国内富裕層のみならず、海外顧客への認知度が高いのも特徴です。

エバー・リニューアルが絶妙なサイクルで実施されることは、持続的な価値創造に欠かせないキーファクターです。開業から間もなく10年の節目となるGINZA SIXはさらなる飛躍に向けた新たなフェーズに差し掛かろうとしています。

**GINZA SIX**
**年齢別顧客構成**




※2024年度実績

## 若年層の高い支持

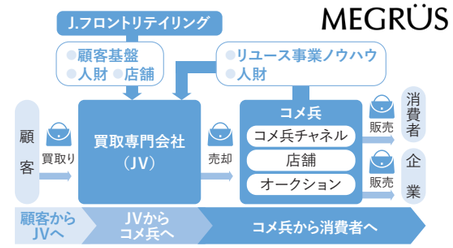
GINZA SIXの大きな特徴は、若年層からの支持が極めて高いことにあります。特に、取扱高全体に占める20〜30代のシェアがおよそ半分に近いシェアになっています。百貨店でも近年は若年富裕層が台頭してきていますが、GINZA SIXは突出した存在であると言えます。まさに、これがイノベーションの具現化であり、リテールの未来の可能性を示したものと考えています。

中央吹き抜けアート ヤノベケンジ《BIG CAT BANG》（撮影：Yasuyuki Takaki）

当社は、“くらしの「あたらしい幸せ」を発明する。”をグループビジョンに掲げ、事業活動を通じて社会価値と経済価値を両立させるサステナビリティ経営を推進しており、サーキュラーエコノミーへの貢献は重要なテーマと認識しています。その具体的な取り組みのひとつとして、当社は株式会社コメ兵とJVを設立することにより、2024年度からリユース事業（買取）に参入することとしました。

両社は、価値あるものが人から人へ受け継がれ、それが「文化」として定着することが、豊かなくらしづくりと持続可能な社会の実現に貢献するものと考え、リユース事業（買取）への参画を通じて、顧客と新たな接点を持ち、新たな価値を提供します。当社とコメ兵は、今後拡大が予測されるリユース市場に対して、これまで両社が培ってきた信頼を糧に、業界の安心・信頼性、親しみやすさなどを通じて成長に貢献していきます。

お客様との接点となる店舗名は「MEGRÜS（めぐらす）」。「明日を巡らせる（ずっと続くサーキュラーエコノミー）」、「人生のステージとモノの価値をつなぐ（巡り合い）」という意を込めてネーミングしました。松坂屋名古屋店内に本年８月に出店した１号店を皮切りとして、大丸東京店内など年内に７店舗をオープンする予定です。



ファッション・サブスクリプション事業「AnotherADdress」は、“服は使い捨てではない”という理念を基盤に、ファッションの本質的価値とサステナブルな取り組みを重視し、社会・環境に配慮した持続可能なビジネスモデルの確立を目指しています。

2021年の開始以来、個人向けに多様なデザイナーズブランドを選べるサービスを展開してきました。2025年からは法人向けサービス「AnotherADdress.biz」を導入し、業種を問わず装いに関する課題解決を支援するソリューションとして事業領域を拡大しています。

ターゲットは従来の性別や年齢ではなく、「生活様式」や「嗜好」を基軸とする市場セグメントとし、新たな顧客層の開拓を推進しています。法人事業は成長の中核のひとつに位置づけ、2026年２月期には全体売上の約10%程度を想定しており、最終的には売上全体の30%を目指していきます。

今後は、個人向けの事業拡大はもちろん、法人ニーズの拡大を両輪に、様々なオケージョン需要へ対応することでサービスの拡充を進めていきます。中長期的には、AnotherADdressを当社グループにおけるサーキュラーな次世代の成長領域、ビジネスモデルと位置づけ、持続的な事業基盤の強化に取り組んでいきます。