

COLUMN

高質・高揚消費層に触れる

価値観に響く体験が、 関係を進化させる

J.フロント リテイリンググループが掲げる「高質・高揚消費層」は、自身の価値観やこだわりを大切に、高質で心が高揚するような体験やストーリーを伴う消費を好む生活者です。こうした消費層との関係構築を通じて企業価値創出につなげる取り組みを紐解きます。

2025年秋の拡張リニューアルで生まれたVIPラウンジの「路地」。空間の移り変わりを演出。(GINZA SIX)



02「本質」をひらく

GINZA SIXが生み出す、唯一無二の体験

銀座エリア最大級の複合商業施設GINZA SIXでは、ワールドクラスのラインアップと、ここにしかない体験を通じて、来館者の知的好奇心や感性を満たしています。

その一つが、VIPラウンジで実施する会員限定プログラムです。アートや伝統文化、食、クラフトなど多彩なテーマで、第一線のクリエイターとの特別な体験を提供し、上質な学びと交流を通じて新たな感性や美意識との出会いを創出。VIPラウンジは2025年9月に拡張リニューアルし、より上質でインタラクティブな体験価値を追求しています。

館内では、象徴的な吹き抜けでのスケールあるアート展示をはじめ、トップクリエイターと協業するアートプロジェクトも展開しています。「A Tree」では、完成された作品を展示するだけでなく、その原点である素材から形を変え、空間に展開されていく過程そのものもコンテンツとして届けています。来館者が期せずしてアートや高質なプロダクトと出会うことで、新たな気づきや感性の広がりが生まれます。

GINZA SIXは、「Life At Its Best 最高に満たされたくらし」を体現し、世界中から訪れたくなる商業施設として進化し続けています。



ゲストとの交流や会話を楽しみ、インタラクティブを誘発するVIPラウンジ内の一角。



2025年春より約3年をかけて展開中のアートプロジェクト「A Tree」。吉野の森や林業の現地で得た着想をもとにデザインした椅子が館内を彩る。

01「関係」を深める

外商が創り出す、あなただけの場と時間

かねてより事業の根幹を支え、百貨店事業の総売上高の約3割を占める外商は、今後の成長戦略においても重要な役割を担っています。外商は、お客様との深い信頼関係を基盤に、お客様の価値観や嗜好に寄り添った提案を重ねてきました。そして現在、お客様との関係構築は新たなステージへと移行しています。

外商顧客限定の催事では、洗練された非日常の空間に厳選された商品を取り揃え、ラグジュアリーブランドやアーティスト等、各分野のトップランナーとの協業による体験を織り込み、心が高揚する時間そのものを創出しています。ブランドや商品の背景にある思想に触れる機会や、ここでしか味わえないおもてなしを通じて、お客様はご自身の感性に響く価値を見いだされます。こうした取り組みにより、この催事では最高売上高を更新し続けており、既存のお客様との関係の深化にくわえ、新たなお客様とのつながりも生まれています。外商とお客様との関係は、ショッピングを超えた場と時間のなかで、「選ばれる存在」から「ともに価値を感じる・創る存在」へと変化しています。

上質なデザインの専用サイトで商品のストーリーを紹介するなど、コミュニケーションの設計にもこだわります。



選りすぐりの逸品だけを集めた特別ルーム。他とは一線を画す空間を演出。



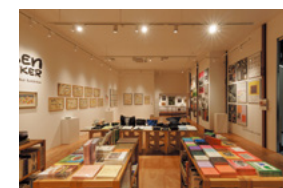
ウェルカムドリンクやアーティストによるフラワー演出も好評。



高級ウイスキーの試飲販売会等、商品カテゴリーを超えた出会いを提供。



©荒木飛呂彦&LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社
©荒木飛呂彦&LUCKY LAND COMMUNICATIONS/集英社・ジョジョの奇妙な冒険THE ANIMATION PROJECT



03「共鳴」を広げる

渋谷PARCOが体現する、グローバルニッチ

渋谷PARCOでは、2025年秋にかけて約80区画に及ぶ大型改装を行いました。創業者・増田通二の言葉「解体を主張する」を再解釈し、時代の変化を捉えながら次なる価値の創出に取り組んでいます。

ラグジュアリーブランドや気鋭のブランドファッションを、連続性をもって繋がるストーリーとしてフロアを編集し、来館者の感性に深く刺さる世界観を創り出しています。さらに、日本発のゲームやアニメなどのIPコンテンツを集積したフロアの展開など、ここでしか味わえない体験が「感動を持ち帰れる場所」として、国内外のファンを引き寄せ、強い目的性を生み出しています。

「グローバルニッチ」を体現する渋谷PARCOでは、来館者は単に商品を購入するだけでなく、自らの価値観や志向と響き合うカルチャーに出会い、共感し、その体験を共有していきます。渋谷PARCOが持つストーリーや体験価値を求めて人が集う場として存在感を高めています。

渋谷PARCOを「街全体の一部」と捉え、多様なものが響き合う世界観に。写真上から、THE★JOJO WORLD、COMME des GARÇONS、BRAIN DEAD STUDIOS SHIBUYA、NONLECTURE books/arts