

2005年5月31日

新生「そごう心斎橋本店」は、2005年9月7日(水)オープンいたします。

そごうの本店・本社は、大阪に帰ります。 創業の地で新しい時代の百貨店をつくります。

この度当社は、新生そごう復活のシンボルストアである旧大阪店の再開店を見据え、創業の地である大阪に帰ります。そごうの本店所在地を2005年6月13日(移転日)より、大阪市中央区に変更し、併せて本社を移転いたします。そして9月7日(水)、新しい時代の百貨店づくりを目指し、「そごう心斎橋本店」を開店致します。

心斎橋本店の戦略的位置付け -

(1) 創業から今日まで～そごう復活のシンボルストア

昭和初期に、三代目十合伊兵衛の先取の精神を引き継ぎ、百貨店の近代化を果たした「旧大阪店」。その後、世紀を超え、2000年12月、民事再生手続きの中で一時閉鎖となりました。それから5年、復活にかけた全社の求心力と再生へのエネルギーを貯め、満を持して再開店いたします。

【00年8月の決意表明】・「大阪店(*心斎橋本店)は、(株)そごう再生のシンボルストアとして位置付け、また大阪ミナミ地区活性化の起爆剤になるよう新開業に向け精力的に取り組んでいく。」(当時:和田特別顧問)

【03年2月都市再生地区に指定】・日本初となる都市再生特別措置法に基づく都市再生地区に大阪市より指定を受ける。



新生「そごう心斎橋本店」正面玄関イメージ図

(2) 心齋橋を起点にミレニアムリテイリンググループにおける関西戦略取り組み強化

そごう・ミレニアムリテイリンググループは、近畿圏をドミナントエリアとして最重要視してまいりましたが、(株)そごうの本社を大阪に置くとともに心齋橋本店の開店を大きなビジネスチャンスと捉え、今後、関西以西(近畿圏・中四国・一部北陸)のそごうと西武百貨店計10店舗の事業強化に拍車をかけてまいります。

*なお、10店舗は、心齋橋本店、神戸店、西神店、広島店、呉店、徳島店(以上、そごう)、高槻店、八尾店、大津店、だるまや(以上、西武百貨店)です。



- (株)そごう本社内に(株)ミレニアムリテイリング商品本部関西担当を新設します。 -

・**商品戦略面**では、商品供給におけるお取引先との関係強化に加え、MD計画、店舗運営、売場開発等の課題解決を図ります。とりわけ、商品開発においては、地元の銘品、個性的素材、優れた技術などを丁寧に掘り起こすとともに、エリアマーケティングを継続的に実施し、成果に結実させていきます。併せてテナントリーシング業務を現地にて推進します。



・**顧客戦略面**では、一人ひとりのお客様のご要望に応えられるように、パーソナルなマーケティングを推し進めていきます。(ミレニアムカードとクラブオンカードの相互乗り入れ)又、心齋橋本店全体を、西武百貨店も含めた関西エリア各店舗の「ショールーム」として、顧客の皆様が、ご来阪の折には大いに、ご活用していただくことを考えております。

・一方、**店舗戦略面**では、共同企画の充実拡大をはかり、高質ご招待販売会「関西高輪会」の拡大をはじめ、上得意顧客様に向けた催事やイベントの共同開発拠点としても、心齋橋本店のMD・サービスの魅力を活かしていきます。又、6月より、関西地区そごう・西武百貨店合同店長会を定例で開催します。

- 関西地区の法人外商活動を、そごうに一本化することで「法人外商部」を新設します。 -

西武百貨店の関西法人外商部をそごうに事業移管し、関西地区の法人外商活動をそごうに一本化することで「法人外商部」を新設します。関西エリアの(株)そごうの伝統と歴史に裏付けされたブランドの強みと西武百貨店のノウハウが相乗され、お得意先様・お取引先様との関係をより強固にいたします。

又、関西有数の企業に対する交渉力を高め、新規取引分野の領域を広げていきたいと考えます。より地元に着目し、真摯にお客さまの視点に立ち、丁寧に問題解決をはかっていく、法人外商部門の組織風土をつくりあげていきたいと考えています。

心齋橋本店の基本概要 -

そごう心齋橋本店は、昭和初期の進取の精神を引き継ぎ、新しい伝統をつくります。

昭和9年当時のそごうの営業方針に、「繁栄の基礎は商品とサービスにある。『楽しみながら買い物する』場所を提供する店であることを忘れず、商品販売に限らず、サービス施設の充実にも万全を期す」とあります。そして、昭和10年モダニズムの建築美と共に近代的な設備・仕組み・MDサービスを揃えた新装そごうのメッセージは「お遊びに、お買物に」でありました。

そして、これは現在のそごうが標榜する「楽しくなければ、百貨店じゃない。」につながります。

「そごう心齋橋本店」の計画におきましても、昭和10年当時の「生活文化向上」を志向した精神を受け継ぎ、建築デザインにおいても、現代にいかにか蘇らせるかを考え、さらに新しい時代の百貨店を目指してまいります。

【基本的な考え方(ストアコンセプト)】

お遊びに、お買物に “なにわ遊覧百貨店”

「心齋橋本店」各階フロア構成

		フロア構成	
R		大人の エンターテイメント館	屋上庭園
14階	吹抜		ホール&ギャラリー
13階			レストラン
12階		大人の趣味の街	
11階			
10階		ファッション & ライフスタイル 館 (百貨店)	インテリア
9階			子供
8階			紳士服飾
7階			婦人ミセスファッション
6階			婦人ミセスファッション
5階		婦人キャリアファッション	
4階		婦人雑貨(化粧品・婦人靴・ハンドバッグ・アクセサリー)	
3階			
2階	吹抜	パサージュ	
1階		インターナショナルアーケード	
B1階	吹抜		
B2階		食品館	

4つの専門大店と百貨店による
複合商業施設

4つの専門大店

インターナショナルアーケード 大人の趣味の街
大人のエンターテイメント館 食品館

- 店舗基本概要 -

所在地:大阪市中央区心齋橋1丁目8番3号

建物概要:地下2階~地上14階

敷地面積:4800㎡ 建築面積:4260㎡

容積率:1281%

*都市再生特別措置法に基づき当該の敷地は、容積緩和の認可を受けました。

延床面積:58400㎡ 営業面積:40000㎡

投資額:250億円 年商目標:500億円

設計・監理:(株)竹中工務店

設計監修:MURANO design、

施工:(株)竹中工務店、大成建設共同企業体

建築デザイン、内装インテリア

:米国キャリソン・アーキテクチャー社

(株)竹中工務店・乃村工務社他

地域と共に歩む店舗の主なポイント

・心齋橋のランドマークとして、モダニズム精神を伝承する建築を実現した店

デザイン体制は、和魂洋才の国際的チーム編成

・再生特別区指定を踏まえ、心齋橋復権と新しい大阪を担う建築物を創ることを基本とし、歴史性を踏まえ風格ある街並みの形成、御堂筋沿道における歩道と一体となった敷地内の歩行者空間の確保などに配慮してまいりました。全体の設計施工監理は、(株)竹中工務店が担当いたしました。又、建築～内装までの一貫したデザインコンセプトを実現する上で、米国の商業施設デザインに評価が高い米国キャリソン・アーキテクチャー社をトータルディレクターに据え、竹中工務店、乃村工藝社をはじめ個人で評価されているデザイナーを含めた約30名によって構成してきました。



正面「エントランス」イメージ図

外観は、優雅な女性の美しさを表しています



12階「アトリウム」イメージ図

・デザインコンセプトは「フェミニン(優雅な女性美)」、様式は「アールヌーボー」。
・環境のポイントは、エントリーファサード(正面入口)とパサージュ(公開通路)。昼と夕方併せガラスの銀杏(大阪の木)のモチーフが表情を変える正面エントランス。御堂筋から心齋橋筋に抜ける7メートル幅のパサージュは、贅沢な時間を満喫できます。上層階吹抜けは、伝統と新しいそごうの誕生を、堀木エリ子氏の和紙による巨大モニュメントが表現していきます。
・屋上には「寛ぎの場を象徴する屋上庭園」、大大阪に心齋橋そごう誕生のスピリットを伝承すべく、昭和10年当時の彫像「飛躍(藤川勇造作)」が掲げられます。

ハートビル法認定を受け「ヒトにやさしい百貨店づくり」を目指しています

・地下鉄連絡路の地下1階入口横には、営業時間外でも、御堂筋沿いに昇ることが出来るエレベーターとお体の不自由な方々もご利用いただけるトイレが設置されています。又、各フロアには、オストメイト対応の多機能型トイレが設置されています。そして、高齢のお客様や車椅子、杖をご使用の方、お体の不自由なお客さまが来店された際に、最適なお手伝いができる販売員「ハートフルアドバイザー」の専門資格者が応対させていただきます。

・市民が参加し、集う「ホール&ギャラリー」

昔も今も市民文化の向上に奉仕したいと考えています

昭和10年当時は、7階に700名収容の劇場が設けられ、文化の殿堂といった様相を呈していました。地域文化の向上に奉仕していく方針の一つの表れです。

その思想を現代に引き継ぎ、再度実現しようと考えた拠点が、最上階(14階)に開設するホール(275席)とギャラリーです。地域の皆様に「本物との出会い」、「交流と参加する場」のご提供を目指し、催しのプログラムづくりに励んでおります。



14階「ホール」イメージ図

地域の方々にホールのご利用を働きかけています

・大阪の伝統文化を踏まえ、コンサートから演劇、落語、講演まで多様な演目によるエンターテインメントはもとより、大阪文化団体連合会、心斎橋筋商店街等と連動し、地元の祭りなども取り込んだ地域参加型のプログラムを、年13週、91日開催(予定)します。

「ホール」のコンセプトは、「新(心)・才(祭)・橋・座」。できるだけ多くの方々に参加していただき、気軽にエンタメを楽しんでいただく「場」として活用していただくこと、すなわち祭り(楽しさ)を通じて人々や文化の交流、さらには新しい才能の発掘の架け橋になることです。会場は、本格的なクラシック演奏(室内楽)、各種コンサート(高校・大学のブラスバンド等含む)、ファッションショー、講演会やセミナー、映画上映など幅広い催しに対応することができます。

「堀木エリ子」

・「建築空間に生きる和紙造形の創造」をテーマに、2700×2100mmを基本サイズとしたオリジナル和紙を制作。和紙インテリアアートの企画・制作から施工までを手掛ける。

近年の作品は、「成田空港第一旅客ターミナル到着ロビー」・「万博公園迎賓館」・「米子コンベンションセンター」・「上海ウエスティンホテル」のアートワークの他、N.Y.カーネギーホールでの「YO-YO MA チェロコンサート」での舞台美術等。著書に「和紙の光景 - 堀木エリ子と SHIMUS のインテリアワークス」(日経BP社)がある。

略歴

1962 京都生まれ

1987 SHIMUS 設立

2000 株式会社堀木エリ子 & アソシエイツ設立

受賞

2001 日本建築美術工芸協会賞(社団法人日本建築美術工芸協会)

2002 インテリアプランニング国土大臣賞(財団法人建築技術教育普及センター)

2003 日本現代芸術奨励賞(財団法人日本文化芸術財団)

女性起業家大賞(全国商工会議所女性会連合会)



和紙デザイナー「堀木エリ子」氏

「藤川勇造」

・香川県高松市生まれで、1903年、東京美術学校に入り、1908年に卒業後、渡仏。翌年津田青楓や安井曾太郎を知り、アカデミー・ジュリアンでデッサンを学ぶ一方、<スザンヌ><マリーアントワネット>などの彫刻を制作。後、晩年のロダンにその才能を認められ、ロダンに師事するとともに、その助手を務めた。ロダンに直接師事した日本人は、ただ彼一人であろう。帰国後、1919年二科会の会員として迎えられ、1922年から二科会に出品し活躍した。代表作、1932年<海鳥を射る><Mr. ポース>、1933年<裸>等がある。



「飛躍」の彫像

「キャリソン・アーキテクチャ - 社」

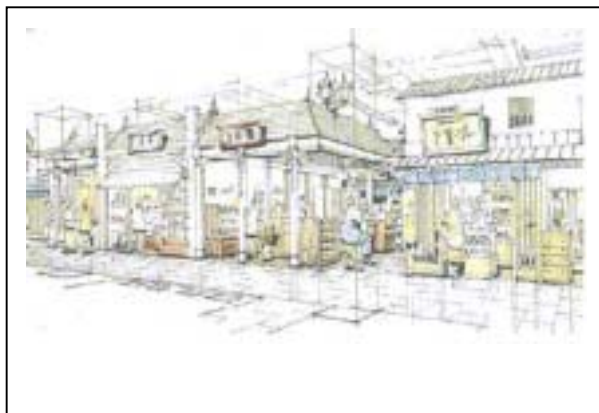
・キャリソン社は、米国シアトルに本拠を置き、500名以上の建築・内装デザイナーを擁するデザイン会社である。商業施設、病院、住宅、等の領域でプランニングからデザインまでのフルサービスを世界中の企業に提供している。具体的には、ノードストロームの建築設計から、ニューヨーク・サクスフィフス、ロンドン・ハロッズのリニューアル、また、ナイキ、ギャップなどの店舗企画を受託している。

4つの専門大店の主なポイント

「大人の趣味の街」(1・1・12階)……………こだわりの趣味やライフスタイルを楽しむ場

【11階:大人のホビー】 「ライフスタイルを楽しむための本格ホビーフロア」

・11階は、「素材を楽しむ」がフロアのテーマ。和紙・簾・家具・竹垣など和の暮らしを楽しむ店揃えから「飾る・プロの手作り・プロの技・きもの・骨董」などを楽しむための素材の専門店を揃え、大阪の作家や職人さんたちが直接手ほどきしてくれるような教室機能を併設しています。またそれぞれの店揃えの編集や開発、サービスソフトの準備については、和紙デザイナーの堀木エリ子氏をはじめ、谷松屋戸田商店の戸田博氏など地域にゆかりのある専門家の監修、アドバイスをいただいております。



【12階:大人のカルチャー・書籍】 「コレクター&こだわり派も納得の品揃え」



・12階は、セレクトされた文具・雑貨から、昔懐かしいおもちゃまでどこを探してもなかったというようなこだわりの品々が並び、少年時代に回帰できるような空間で、お客さまをお迎えいたします。ガラスペン、アンティーク万年筆、原稿用紙といった書齋廻りの品々から地球儀、カレドスコープといった夢を膨らませる商品に加え、音楽CDやDVD、楽器、書籍等が奥行きをもって品揃えされます。

「インターナショナルアーケード」(1・2階)……………御堂筋の洗練されたブランド街と連結するストリート

【1階:プレステージ】 「ブランドの伝統が紡ぎ出す美」

・選りすぐったインターナショナルアーケードゾーンは、「エルメス」をはじめ、ラグジュアリーブランドの数々で構成されています。中でも233年の歴史と伝統をもつ英国王室ご用達「Asprey(アスプレイ)」は、そごうの老舗としての伝統性を象徴するような高質感をかもし出します。昨年 新デザイン、新マーチャンダイジングでリニューアルした NY店、ロンドン店に次ぐ旗艦店として日本初展開です。



【2階:プレステージ&宝飾・時計】 「セレブご用達、話題の新作コレクション」

・2階ゾーンは、嗜好性の高いブランドを揃えております。

又、ステーションナリーやバッグといった身の廻りを揃えたり、ギフトを選ぶ上で、最適な編集ショップもございます。

*【関連資料】 - 本店本社移転の経緯(いきさつ) -

そごうが歴史を刻んだ街は大阪・心齋橋にそのルーツがあります。

・古くから呉服街として繁栄し、大阪の商業と文化の中心だった心齋橋。この地を拠点にはじまったのが「そごう」の歴史でした。天保元年(1830年)初代十合伊兵衛が、大阪坐摩神社の隣に大和屋(やまとや)の屋号で古着屋を開業しました。その後、幕末の動乱、明治維新を経て、明治10年(1877年)二代目十合伊兵衛は、心齋橋筋に新しい呉服店を開業し、大和屋は、十合呉服店となりました。



初代 十合伊兵衛画像



明治27年当時のそごう(心齋橋筋)

そして、明治27年(1894年)、三代目十合伊兵衛の時に、大阪本店を現在地に移転しました。

その後、明治41年に、三代目伊兵衛の手による新装した大阪本店は、入口の両脇にショーウィンドーが並び、中庭を見下ろす食堂や貴賓室などは、百貨店の出発点を示すものでした。

天保元年 1830年	初代十合伊兵衛、大阪の坐摩神社隣に古手屋開業。
明治10年 1877年	二代伊兵衛心齋橋筋に進出、商号を大和屋から十合呉服店へ
明治41年 1908年	三代十合伊兵衛、大阪本店を新装し、百貨店営業を目指す
大正8年 1919年	株式会社十合呉服店を設立
昭和10年 1935年	先進性と進取の精神に満ちた大阪本店新築2期工事竣工



「昭和の名建築」そごう大阪本店第二期工事完成
昭和10年(1935年)

昭和初期、そごうは「近代的な百貨店」をつくるという快挙をなとげました。



・時は移り、昭和初期に活況を呈した大阪大衆文化の中で、三代目伊兵衛の遺志を継いだ「そごう大阪本店」の二期に渡る工事が、昭和10年(1935年)10月1日完成しました。新しいそごうがその優れた建築美と最新の設備、数々の新企画を盛り込んで、華やかに近代的百貨店としての一步を踏み出したのです。この時を契機として、「十合呉服店」という表示を廃し、平仮名の「そごう」を用いるようになりました。当時キタを凌ぐ商業集積を形成するミナミにあった“心齋橋”は、古くから大阪の商業拠点として繁栄し、ちょっと「心ブラ」といった言葉も生まれた、粋でおしゃれな大阪人の大人の街でした。

・新築開店時の広告キャッチフレーズが「お遊びに お買い物に」であり、そごうが「生活文化の向上」を標榜する中で、企業姿勢を端的に示すものでありました。そして、当時そごうが実現した百貨店近代化の実例を上げると、シースルーのエスカレーターを始めとした最新の設備、ロビーを持った本格的なレストランの様相を呈した「特別食堂」、700名収容が可能な劇場、優美な「貴賓室」といったハードに止まらず、東京の有名専門店の誘致、初のパートタイマー採用(半日勤務店員)など仕組みの面でも革新性を発揮しておりました。

日本初の都市再生特別措置法の認可を踏まえ、大阪の新しい街づくりを目指してきました。

～“心齋橋を中心に大阪活性化の役割と使命を持った公共的な複合商業施設を構築してきました。”

・それから70年余。2000年7月、(株)そごうは民事再生手続開始申立てをするに至りますが、債権者様をはじめとする多くの方々のご理解とお客さまのご声援に後押しされ、当初計画より2年前倒し、2003年1月に、民事再生手続終結の決定を受けました。

・旧そごう大阪店は、2000年12月に一時閉鎖されましたが、民事再生手続開始申立て時に決意表明した、「大阪店は、(株)そごう再生のシンボルストアとして位置付け、また大阪ミナミ地区(心齋橋)活性化の起爆剤として新開業に向けて精力的に取り組んでいく。」という強い意思にもとづき、この5年の間「復活」のエネルギーを蓄えてきました。

・そして近年、次代の大阪をつくるための新しい動きがはじまり、心齋橋地区が、都市再生特別地区に指定されました。それを契機にそごうでは、大阪(心齋橋)活性のシンボルとなる商業施設の誕生を目指し、容積率向上の許可申請を行い、03年2月、都市再生特別措置法による都市再生地区の日本初の認可を受けました。特別措置法に基づく当該地域の整備方針である「商業機能の高度化」・「風格ある町並み形成」・「御堂筋との連携」というテーマを踏まえ、大阪のメインストリートにふさわしい建物づくりを目指してきました。

・時代の快拳といえる近代的な百貨店に生まれ変わった大阪本店新築完成時(昭和10年)のコンセプト「お遊びに、お買い物に(当時の宣伝コピー)」を現代に蘇らせるべく感動体験に出会える店づくりを行ってきました。

・街との一体感を意識し、表玄関の“御堂筋”と“心齋橋筋”を繋ぎ、公共的な機能を果たす幅7メートルの**パサージュ(公開通路)の開設**や**ホール&ギャラリーなどの文化交流施設**を組み入れ、心齋橋の街に融けあい、地元の皆様と、大阪(心齋橋)活性の起点となるべく、これまでにない新しい公共的な環境空間を備えた「複合商業施設」作りに取り組んでいます。

平成 12 年 2000 年	民事再生手続開始申立(7月) そごう大阪店一時閉店(12月)
平成 13 年 2001 年	再生計画案認可決定(1月) そごう、西武百貨店業務提携(2月)
平成 15 年 2003 年	民事再生手続終結決定(1月) ミレニアムテイリンググループ発足(6月)
平成 17 年 2005 年	そごう心齋橋本店開店(9月)



「パサージュ」(公開通路)イメージ図



14階「ギャラリー」イメージ図

そごう心齋橋本店は、昭和初期の進取の精神を引き継ぎ、新しい伝統をつくれます。

昭和10年に2期に渡る工事を経て新築開店したそごう(旧大阪店)は、当時としては斬新なエスカレーターの導入や劇場、特別食堂やパーラー、貴賓室など画期的な近代百貨店の装置をつくりました。特にエレベーターの扉は、当時漆工芸界では、大阪随一の島野三秋が、螺鈿装飾を駆使して描きあげたもので、現代にも文化的遺産として引き継がれています。(現在建築中の造作の一部に上野リチ製作の天井ガラスや島野三秋製作の漆螺鈿装飾扉を使い、後世に語り継いでいきます。)



漆螺鈿装飾が見事なエレベーターの扉

株式会社 そごうの概要

会社名：株式会社 そごう
本店所在地：大阪市中央区心齋橋筋1丁目8番3号(*6月13日が移転日)
代表者名：内村 俊一郎(うちむら しゅんいちろう)
創 業：1830年(天保元年)
資本金：10億円
売上高：4,438億円(2005年2月期)
店舗数：11店舗
ホームページアドレス：<http://www.sogo-gogo.com/>

【お問い合わせ先】

そごう心齋橋準備室

広報担当：新居・塚本

TEL：06-6281-3100

株式会社 ミレニアムリテイリング

広報室：阿部・山口

TEL：03-6213-7135