

2019年2月18日
株式会社高島屋
東神開発株式会社

2019年3月5日(火) GRAND OPEN 日本橋高島屋S.C.



4館が揃って、グランドオープン。新しいまちが始まる合図。

2018年9月25日(火)、新館のオープンに合わせ、グループ総合戦略「まちづくり戦略」の新たな象徴となる「日本橋高島屋S.C.」が、百貨店と専門店が融合した4館体制で誕生しました。

そして2019年3月5日(火)、百貨店としてはじめて国の重要文化財に指定され、創建から86年目となる本館に「屋上庭園」「車寄せ」「ヴァレーパーキング」「高島屋史料館TOKYO」といった憩いのスペースや生活文化を発信する施設などが加わります。その他、百貨店が得意とするアイテム編集売場「ドレスアップクローゼット」、「ギャラリー ル シック」などがオープンし、日本橋高島屋S.C.がグランドオープンを迎えます。個性あふれる4館が集まる日本橋高島屋S.C.は、憩う・香る・学ぶ・出会う・装う・食す・飲むなど、日常の全てを満たす「まち」へと進化します。

日本橋高島屋S.C.の概要

2018年9月、日本橋高島屋(百貨店)は、隣接する新館(専門店)、東館(専門店)、タカシマヤ ウオッチメゾン(百貨店)の4館が一体となった約66,000㎡の新・都市型ショッピングセンター「日本橋高島屋S.C.」として生まれ変わりました。2019年3月に本館(百貨店)部分の改装が終了し、4館がそれぞれの役割を果たして三世代が一日中楽しめる商業施設を目指します。



～全体コンセプト「美しい暮らしスタイルを発信する店」～

本館(百貨店)

1933年に建設され、2009年に百貨店建築として初めて国の重要文化財に指定されました。2018年9月25日に第一弾リニューアルが完成。百貨店が得意とする「編集力やサービスを生かした売場づくり」を実現しています。



新館(専門店)

2018年9月25日、日本初上陸を含めた115の専門店がオープン。出勤前に立ち寄れる平日朝7時30分から営業する店舗、23時まで利用できる飲食店、気軽に安心して使える「コト体験」を提供する店舗など、日本橋エリアを生活拠点とし暮らしを慈しみ楽しむ人々＝「日本橋生活者」のニーズにお応えします。



日本橋ガレリア

本館と新館の間にある区道を歩行者専用道路とし、道路上空に「大屋根」を設置することで、地域の象徴となるガレリア空間を形成しています。また、区道周辺を路面店舗化することで、境界性を高めています。

東館(専門店)

5階に「ポケモンセンタートウキョーDX & ポケモンカフェ」が2018年3月にオープン。ポケモン初となるカフェを常設した、ポケモンセンター史上最大(物販・カフェスペース含む)の店舗です。

タカシマヤ ウオッチメゾン(百貨店)

2015年にオープンした、世界最大級の品揃えを誇る「時計の館」。世界トップブランドから稀少品、カジュアルウオッチまで、80以上のブランドを豊富に取り揃えています。コンサルティングやアフターケアなど、時計に関するニーズにもお応えします。

■日本橋の空に生まれた都内最大級の「屋上庭園」

【2019年3月5日(火)オープン】(本館屋上他)

本館8階を中心に新館・東館を含め、約6,000㎡の広大な屋上庭園が誕生します。屋上庭園は、「日本庭園」「ローズガーデン」「イベントスペース」「屋上カフェ(※2019年4月オープン予定)」の各所にベンチやチェアが備え付けられ、緑や花々に囲まれながら寛ぎの時間をお過ごしいただけます。



日本庭園

1933年の創建時から配される日本庭園は、従来からある植栽を生かしています。このゾーンには、「福德円満」「商売繁盛」を願い、高島屋発祥の地、京都から七福神をお迎えしてお祀りしています。七福殿は法隆寺夢殿を模した貫禄堂々とした様式です。また、1954年の増床時に地面にあった社を屋上に移設した「笠森稲荷」をこの度新設し、お客様が参拝できるようになります。



ローズガーデン

1933年の創建時から配されている噴水池や基壇、従来からある植栽を生かしながら、視線に近い低木などを補植し、四季折々に散策できる庭園になります。

イベントスペース

夏季のビアガーデンをはじめ、年間を通して様々なイベントができるゾーンを新設します。また、通常はお弁当を食べたり、屋外の環境で憩いの一時を過ごせる場所としてもご利用できます。

屋上カフェ

※2019年4月オープン予定

屋上にカフェを新設します。屋外席も常設し、緑に囲まれた寛ぎの空間でティータイムやランチスタイルを楽しむ「都市の中のオアシス」を提供します。



■本館に「車寄せ」を新設、お買物が快適でスムーズに

【2019年3月1日(金)オープン】(本館1階)

本館1階の南東(本館と東館の間)に車寄せを新設。お客様のお車はもちろんタクシーも屋根のあるスペースで乗降できるようになり、晴れの日も雨の日もより快適なショッピングをお楽しみいただけるようになります。車寄せ玄関には、インフォメーションとクロークを設置。館内のご案内をはじめ、ショッピングやお食事の間にお客様の手荷物をお預かりします。また、カウンターの正面に設けたレストスペースは、お待ち合わせなどにご利用いただけます。



■南駐車場を「ヴァレーパーキング」へリニューアル、お待たせしない駐車場へ

【2019年4月3日(水)オープン】(本館1階南側)

本館さくら通り沿いにある南駐車場をヴァレーパーキング(有料予約制)へリニューアル。ご予約いただいたお客様のお車を専用のレーンでお預かりし、駐車を代行します。日本橋高島屋S.C.内でお買上げの際、店舗スタッフに「お廻しサービス」とお伝え頂ければ、商品をお車までお届けします。

[サービス概要(予定)]

- ご利用時間 10:00～20:00
- サービス料金 1回2,000円(税込)
 - ※駐車料金が別途かかります。
 - ※機械式駐車場へ格納するため、車両制限があります。



■新たな生活文化を発信する「高島屋史料館TOKYO」

【2019年3月5日(火)オープン】(本館4階・5階)

高島屋史料館は1970年、株式会社設立50周年を記念した事業の一環として大阪に開館しました。所蔵品は日本を代表する美術家の名品や18世紀の能装束と、歴史的価値の高い戦前のポスター、その他社史、専門書などの資料を収蔵しています。



その高島屋史料館の分館として、国の重要文化財である日本橋高島屋S.C.本館4階・5階に2019年3月5日(火)、高島屋史料館TOKYOがオープンします。

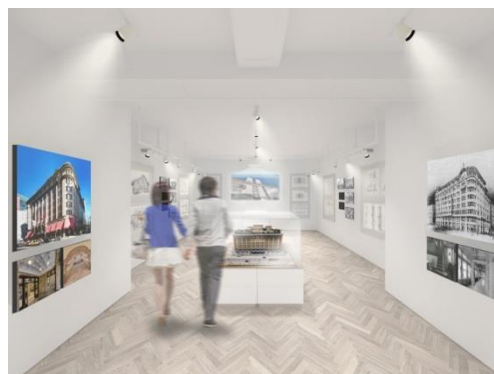
高島屋史料館TOKYOのテーマは「美しい暮らしスタイル」を発信。大阪の史料館の所蔵品をただ展示するのではなく、近現代の生活文化へ百貨店が与えた影響を紐解き、これからの暮らし

しを心豊かにする情報・体験をご提供していくとともに、まちづくり戦略における日本橋の文化発信拠点として、地域と連携し、日本橋エリアの魅力向上に貢献していきます。また、年4～5回のテーマ別企画展を開催するとともに、そのテーマに関連したセミナーなど交流型のイベントを行い、深い理解とここでしかできないコト体験を創出し、知的好奇心を刺激する施設を目指します。

4階 展示室(約50㎡)

テーマごとに外部の有識者に監修を依頼し、2019年度は5回の企画展を開催します。

第1回はオープンを記念して、日本橋高島屋の建築と、4度にわたる増築設計(1952～1965年)を担当した建築家・村野藤吾に焦点を当てた企画展を、京都工芸繊維大学教授で村野藤吾に詳しい松隈洋氏監修のもと開催します。



5階 交流・体験のセミナールーム(約50㎡)

創建当時の床や天井が残っており、重要文化財の重厚な空間を体験していただけます。企画展と連動した講演会やシンポジウムをはじめ、現代アート、演劇など個別テーマを掲げたセミナーも開催します。ご参加いただくには全て事前予約が必要で、高島屋ホームページからご予約いただけます。

<https://www.takashimaya.co.jp/shiryokan/tokyo>



■国内外からドレスをセレクト「ドレスアップクローゼット」

【2019年3月1日(金)オープン】(本館3階)

華やかなパーティーシーンを彩るドレスを、国内外から幅広くセレクト。お気に入りの一着が見つかるアイテム編集売場「ドレスアップクローゼット」が本館3階に誕生します。トレンドからラグジュアリーまで、特別な時間を演出するスタイルを、シーズンやシーンに合わせてご紹介する高島屋オリジナルショップです。



「ドレスアップクローゼット概要」

ターゲット層:ブライダルゲスト、レセプションパーティー、クルージング旅行、女子会、ディナーなど、ドレスアップする機会のある女性。

価格帯:3万円台～20万円台の商品を取り揃え、7万円台～8万円台が中心価格帯。

商品構成(シェア):インポートブランド 約40%、国内ブランド 約60%(高島屋オリジナルを含む)

＜主な取扱いブランド＞

- ・＜高島屋限定＞PETER PILOTTO(ピーターピロット/イギリス)
ピーター・ピロットとクリストファー・ドゥ・ヴォスの男性デュオが2007年イギリスに設立。オリジナルブランドが華やか。
- ・＜百貨店初＞ROKSANDA(ロクサンダ/イギリス)
ロンドンを拠点とするブランド。大胆な色使い、上質な素材を使ったエレガントなスタイルが人気。
- ・SELF-PORTRAIT(セルフポートレート/イギリス)
2013年にロンドンで設立したブランド。レースや刺しゅうなど、技巧を凝らしたデザインを特徴としながら、コストパフォーマンスの良さでも知られる。
- ・＜百貨店初＞THREE FLOOR(スリーフロア/イギリス)
2011年に設立されたロンドンブランド。女性らしいシルエットやドラマチックなスタイルを得意とする。
- ・＜高島屋限定＞MUVEIL(ミュベール/日本)
チュールやビジュールなど「ミュベール」が得意とするディテールを盛り込んだ軽やかなドレスコレクション。
- ・＜高島屋限定＞AKIRANAKA(アキラナカ/日本)
コンテンポラリー&モードな大人が着たいドレスを表現。コンビネゾンなど新しいドレスアップスタイルを提案。



セルフ ポートレイト



スリーフロア



コパース

■好奇心を抱く大人の男性へ「ギャラリー ル シック」

【2019年3月5日(火)オープン】(本館2階)

訪れるたびに発見する楽しみがある、プレステージ雑貨編集ショップ「ギャラリー ル シック」が本館2階に誕生します。「ライフスタイルデザインショップ」をコンセプトとし、ファッションや暮らしにこだわる本物志向の男性に、自身のスタイルを作りあげる喜びをご提案します。



「ギャラリー ル シック概要」

ターゲット層:ファッションやライフスタイルにこだわる美意識の高い男性。

商品構成:メンズ雑貨(レザーアイテム、ネクタイ、ストール、帽子、アクセサリなど)、メンズビューティー(コスメ、フレグランス、グルーミングなど)、ライフスタイルアイテム(ガジェット、インテリアグッズ、デンタルケアアイテム、盆栽など)など、多様なアイテムをご提案。

<主な取り扱いブランド>

・SERGE AMORUSO(セルジュ アモルゾ/フランス)

「メートル・ダール」の称号を持ち、パリにアトリエを構えるビスポークレザーブランド。美意識の高いバッグの数々はまるで芸術品。

・SMYTHSON(スマイソン/イギリス)

英国王室御用達の証「ロイヤルワラント」を授かる、イギリスを代表するラグジュアリーなステーションナリーブランド。

・E.MARINELLA(マリネッラ/イタリア)

1914年、ナポリで創業した世界最高峰のネクタイブランド。代名詞である”セッテピエゲ”のネクタイは世界中の紳士達に愛されている。

・SANTA MARIA NOVELLA(サンタ・マリア・ノヴェッラ/イタリア)

天然のハーブを使い、自然治癒や予防医学の思想をもとにした、フィレンツェで400年の歴史を誇る世界最古のハーブ薬局。伝統的な手法、哲学を守りながらオーデコロンや石鹸、ハーブウォーターなどを展開。



スマイソン



サンタ・マリア・ノヴェッラ



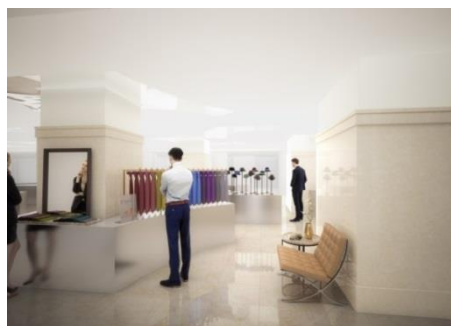
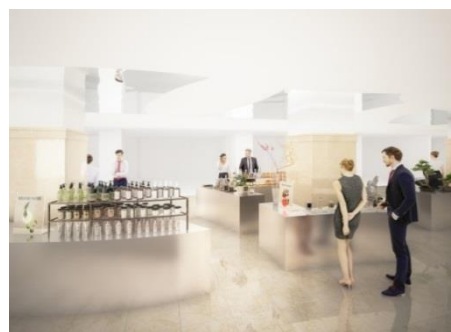
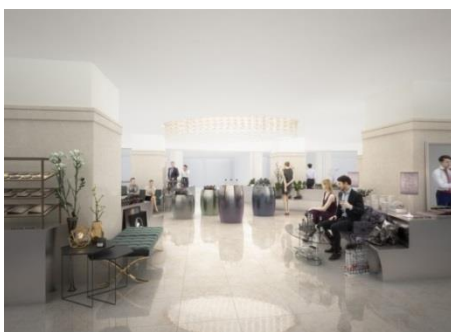
ネオグリーン

<空間コンセプト>

INTERIOR LANDSCAPE/モノによる風景

水平方向に多様なモノが広がる風景、流れの中で、ヒトとモノとの出会いを生み出すランドスケープ空間をコンセプトに、従来の方法論である商品の垂直展開、対面での接客ではなく、商品の水平展開、側面での接客を軸とした、百貨店にしかなし得ない新しいラグジュアリー体験の提供。

- ・平場ならではのオープンスペースで質と量を提案。
- ・見晴らしを良くして、様々な要素が目に入ることによる、開放感、散策感、休息感、発見する楽しみの提供。
- ・移動に伴ってシーンの変化を感じさせることによる、一連のストーリー性のある体験の提供。



■「復刻」がキーワードのサロン空間が出現「オーダーサロン」

【2019年2月23日(土)オープン】(本館6階)

1933年施工当時の壁、柱、天井を「復刻」した応接スペースは、天井高3メートルを超える広がりを感じさせる空間。曲線を描いた窓からは柔らかな外光が差し込み、白を基調とした空間はクラシックで重厚感がある売場とは対照的にリラックスした雰囲気です。「復刻」をキーワードに再構築されたゆとりやくつろぎを感じさせるサロン空間は、自分らしいこだわりの1着を誂えるオーダースーツならでは。生地選びから採寸、仮縫い、そしてフィッティングへと至るオーダースーツを作り上げる過程をこのサロン空間とともにご堪能いただけます。



「オーダーサロン概要」

ターゲット層:カスタマイズやオーダーメイドに関心の高いオフィスワーカー。

中心価格帯:約30万円～約50万円(お仕立て代込み)

商品構成:店頭には選りすぐった世界の名門ブランドの服地を約400点以上取り揃え。スーツのみならず、ジャケット、パンツ、コート、フォーマルなどのアイテムを専属の技術者と相談しながらオーダーが可能。



<コンセプト>

生地選びに適した自然光に近い照明を新設

生地をお選びいただくコンサルティングカウンターとフィッティングスペースには自然光に近い照明を新設。蛍光灯の下では分かりにくかった色や柄の出方などを実際に屋外で着用しているかのようにご確認いただけます。

■<グランドオープン記念>世界初のコラボレート「デンHAM×森伊蔵」

【2019年3月15日(金)～19日(火)】(本館1階)

お互いの職人魂に共鳴し、世界的なデニムブランド「デンHAM」と、人気焼酎の「森伊蔵」がジャンルを超えて世界初のコラボレートをします。本館1階イベントスペースにて、日本橋高島屋限定セットをグランドオープン記念として抽選販売します。

抽選販売

<DENHAM×森伊蔵>デニム&極上 森伊蔵セット

税込 74,790 円(200 点限り)

※デニムサイズ(28、29、30、31、32、34、36)すべてシリアルナンバー入り、芋焼酎 720ml×1



その他、コラボコーチジャケット税込 36,720 円(100 点限り、4 サイズ)、コラボ前掛け税込 15,120 円(100 点限り)、コラボ T シャツ税込 11,880 円(黒・白 各 100 点限り、4 サイズ)も販売します。

※ご購入は、各アイテム、お一人さま1点までとさせていただきます。

<DENHAM>

2008年にオランダ・アムステルダムで誕生。国際的にも名高いイギリス人のデニム職人ジェイソン・デンHAMによって設立。「細部に見出される真実」「伝統技術を重んじ、しきたりを壊す」という誠実なクラフトマンシップ精神のもとテーラーメイドのようなフィット感のある着心地と高いデザイン性を両立し世界中のファンを虜にするブランド。

<森伊蔵酒造>

1885年創業。鹿児島県垂水市の焼酎蔵。

鹿児島県の契約栽培サツマイモを原料とし、木造蔵で手間のかかる伝統的な「かめ壺仕込み」により生産。少量ながら高品質の焼酎造りにこだわり、味わいと品質を守り抜く入手が難しい焼酎。



■東館 3 階では田村能里子氏の「新作壁画」を展示

【2019 年 2 月 21 日(木)オープン】(東館 3 階)

国内外で数々の壁画を描く田村能里子氏の 63 作目にあたる「オアシスの丘に風を聴く」が、東館 3 階エレベーターホールに登場します。本館 8 階特別食堂で展示している「実りの谷の風を聴く」に続く、高島屋では 2 点目の展示です。



「オアシスの丘に風を聴く」(東館 3 階)



「実りの谷の風を聴く」(本館 8 階)

<田村能里子氏プロフィール>



1944 年、愛知県生まれ。愛知県立旭丘高校美術課程を経て、1966 年武蔵野美術大学油絵実技専修科卒業。1969 年から 4 年間、インドに滞在し、大地に生きる人々を描く。1986 年、文化庁芸術家在外研修員として北京中央美術学院に留学。1988 年、中国・西安のホテル「唐華賓館」を第一作目として、中山競馬場、客船「飛鳥」、横浜コンサートホール、名古屋セントラルタワー、天龍寺塔頭「宝厳院」襖絵、ホテル椿山荘東京など、これまで壁画・障壁画など 63 作を制作。昭和会展優秀賞、現代の裸婦展グランプリ、前田寛治大賞佳作などを受賞。1989 年中国政府より壁画作品に対し軒轅杯国際特別賞受賞。1995 年から 3 年間タイ・バンコクに滞在、アジアの風土をモチーフとした制作を続ける。

以上