

# NMO OfficeLetter

## 京都の百貨店が独自コンセプトで改装続く

京都市内にはいくつ百貨店があるかご存じだろうか。正解は5つ。新風館を入れて6つという説もあるが、5つが正解だろう。JR京都伊勢丹、大丸京都店、高島屋京都店、藤井大丸とこの4つはすぐに出てくるのではなかろうか。最後のひとつは、洛西高島屋。おおよそ人口30万人に1軒の百貨店があるとされている。県庁所在地の都市に百貨店がない県もある。昨今百貨店が廃業、閉店する傾向が続き、存続価値を問われている。しかし、ここに来て京都市内の百貨店は投資を拡大し、改装を繰り返している。

## 京都高島屋T8



<解説>大規模投資に踏み切ったのは高島屋京都店。ながらく西側の建物の改装工事をしてきたが、このほど完成し10月中旬営業を開始した。51の新しいテナントが入るゾーンを「T8」と称し、コンセプトを専門店ゾーンとした。西側のビルをまるごと改装し、完全に専門店を集積することで、従来のゾーンと切り分けた。テナントの特化することとは、場所貸業になることで不動産賃貸業

## 京都大丸8階



とも言える。百貨店という新しい業態かもしれないが、それくらい百貨店のコンセプト、存在価値が大きく変わってきたとうのが実態だろう。大丸京都店は8階の飲食ゾーンを大きくにニューあるした。全面的な改装は約50年ぶり。今回は新しく8店が入居し、3000冊の漫画が自由に読めるゾーンや屋上テラスもリニューアルした。憩う、遊ぶ、飲む、食べる、語らう、などをテーマに、屋上には廃材を利用したスペースを設けた。飲食店だけを考えれば、もっと多くのお店を集約出来たが、敢えてその戦略を取らずに、余裕の空間づくりを演出している。今回の京都大丸の改装は、京都ではあまり見かけない他府県のブ



ランド飲食店も多く入っている。京都伊勢丹では、「カルチャーフーディー」という食と文化を融合した新しいコンセプトを掲げる。京都、日本に限らず、世界的な視点から多くの新しい食品を提供し、グローバルなストアーを目指す。京都駅隣接というアクセスの良さを売りに、地下の食品、食材売り場の充実にも力を入れる。藤井大丸は以前からの若者をターゲットにしたアパレル中心の商品展開を継続している。以前から「アパレルの藤井大丸」というブランドは崩さない。

