

<NEWS RELEASE>

報道関係各位

2018年4月3日

GINZA SIX リテールマネジメント株式会社

銀座に新たな価値と歴史を創り出す**「GINZA SIX」開業1周年****「世界のGINZA」の文化発信拠点として話題を牽引、来館者数約2,000万人見込**

銀座エリア最大級の複合商業施設として誕生した「GINZA SIX」は、2018年4月20日(金)に開業1周年を迎えます。お客様の年齢層は20～60代、男女比もほぼ同割合で、幅広いお客様に支持をいただいています。売上を牽引したのは都内を中心に全国各地、海外からの富裕層で、銀座という好立地から、海外も含めた広域圏からのリピート客が増えています。年間来館者数約2,000万人、売上約600億円を見込んでいます。

「世界のGINZA」の文化発信拠点として話題を牽引

GINZA SIX リテールマネジメント株式会社 代表取締役社長 桑島壮一郎のコメント：

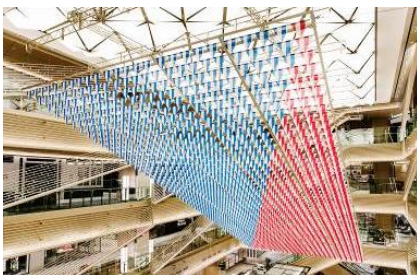
「開業初年度、売上も順調であり、大変よいスタートを切ることができました。旗艦店の集積による商品力やサービスの充実に加え、アート展示、屋上庭園や、観世能楽堂での文化イベントなど、『ここにしかないもの、ここでしか味わえない体験』というGINZA SIXからの提案が、お客様に評価されたものだと思います。これからも『銀座に新たな価値と歴史を創り出す』という信念のもと、チャレンジを続けてまいります。」

GINZA SIXでは、特に開業時の草間彌生をはじめとした館内のアートが注目を集め、日本国内はもちろん、世界各国のメディア取材、SNSでの発信が続いています。また、クリエイティブ広告やインテリアデザイン等、様々な分野でアワードも受賞し、「世界のGINZA」の文化発信拠点として話題を牽引しました。

商業施設のみならず、大規模オフィス、屋上庭園、観世能楽堂、観光バス乗降所やツーリストサービスセンターなど、多様な都市機能を備えているGINZA SIXは、銀座の街に新たなお客様層と利用シーンを創出しています。開業後は銀座の街への来街者も増え、東京メトロ「銀座」駅から定期外での乗車人数が1日あたり約7,400人増加*、2018年3月28日発表の公示地価は、銀座6丁目が地価上昇率16.9%で、昨年に続き都内の商業地で最も高い上昇率となりました。 ※出典：東京地下鉄株式会社 平成30年3月期第2四半期 決算説明資料(補足資料)

今後は、GINZA SIXならではのエクスクルーシブな体験を提供するため、海外のラグジュアリーモール(LANDMARK:香港、TAIPEI 101:台湾)と提携した上顧客の相互送客施策を開始します。また、1周年に際し、建物中央の吹き抜け空間には、フランス人アーティスト「ダニエル・ビュレン(Daniel Buren)」の新作アートを展示。アートは銀座の街へも飛び出し、GINZA SIX建物外観や、全長約1,100mの目抜き通り・銀座中央通りのフラッグをアートジャックします。GINZA SIXは今後も、銀座および東京の新たな文化発信拠点として、国内外のアーティストや観世能楽堂、各店舗、街と連携した文化情報発信に取り組んでまいります。

2020年に向け、銀座の街とともに新たなステージへと向かうGINZA SIXにぜひご注目ください。



ダニエル・ビュレン
《ムクドリのように —GINZA SIXにて》2018年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226



ダニエル・ビュレン
《GINZA SIXのエントランスのための三角形》2018年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226



ダニエル・ビュレン
《三角形を追いかけて —東京・銀座中央通りにて》2018年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

<本件に関する報道関係者からのお問合せ先>

GINZA SIX PR 事務局 (株式会社サニーサイドアップ内) 担当: 石原、關、鈴木

TEL: 03-6894-3200 FAX: 03-5413-3050 E-MAIL: ginzasix_pr@ssu.co.jp HP: <http://ginza6.tokyo/>

INDEX

<開業初年度の取り組み実績>

①「銀座から世界へ」文化発信拠点としての取り組み	P3-4
ーアーティストやクリエイターとのコラボレーション	
ー観世能楽堂	
ーシーズナルイベントや街との連携	
ー特別な体験を届けるVIPサービスの拡充	
ーES活動 ～GINZA SIX プレゼンターマインドの醸成～	

②地域貢献の取り組み	P4-5
ー地域に開かれた屋上として、憩いの場を創出 (GINZA SIX ガーデン)	
ー観光拠点(ツーリストサービスセンター/観光バス乗降所)	
ー災害時の地域全体の防災支援機能	
ー来街者の利便性・回遊性を向上 (地下通路開通)	

③GINZA SIX 誕生による経済効果 ー「世界のGINZA」をさらなる高みへー	P5
--	-----------

④受賞歴	P5
-------------------	-----------

⑤各所からのコメント	P5-7
ー岡本圭祐様 (銀座通連合会副理事長、全銀座会街づくり委員長)	
ー店舗コメント(ファッション/ライフスタイル、フード、レストラン/カフェ、ビューティ)	

<別紙>

GINZA SIX 1周年プロモーション	別紙 P8-9
ーダニエル・ビュレンによる新作アートの展示	
ーGINZA SIX 薪能特別公演/親子能体験教室	
ー各店舗による1周年限定商品・メニューの展開、アートイベントの実施	

＜開業初年度の取り組み実績＞

①「銀座から世界へ」文化発信拠点としての取り組み

▼アーティストやクリエイターとのコラボレーション

東京の新たな文化発信拠点として、感性を刺激するアートプログラムを展開しています。館内中央の吹き抜け空間では、開業時より前衛芸術家・草間彌生のアート作品《南瓜》を展示し、話題を集めました。また、チームラボとパトリック・ブランが手掛ける高さ約12mのリビングウォールアートや、国内外で活躍する注目のアーティストによるパブリックアート常設展示など、館内の様々な場所に身近にアートと触れ合える機会を創出しています。同時に、フォトジェニックな空間や体験が話題を呼び、Instagram など SNS 上では GINZA SIX に関する投稿が 28 万件を突破しました。2018 年 4 月 2 日 (月)からは吹き抜けアートの第 2 弾として、フランス人アーティスト「ダニエル・ビュレン」による新作アートの展示が始まり、銀座の新たな顔としてそのバトンを引き継ぎます。同時に、銀座・中央通りのフラッグ、GINZA SIX 外観のアートジャックなど、銀座の街と一体となった文化発信の取り組みが拡大しています。(⇒詳細は P8 へ) 開業時には、椎名林檎さんとトータス松本さんが銀座の街に込めた想いを楽曲披露した GINZA SIX スペシャルムービーが大きな注目を集め、椎名林檎さんが書き下ろした『目抜き通り』は、進化する銀座の新たなテーマソングとなりました。



草間彌生 《南瓜》 ©YAYOI KUSAMA



GINZA SIX スペシャルムービー
「メインストリート篇」より

▼観世能楽堂

地下 3 階にある文化・交流施設「観世能楽堂」では、開業以来延べ約 300 日におよぶ能公演やイベントが実施されました。観世会主催で、謡のお稽古に参加できる「朝イチ能楽サロン」や、夏休みに実施した「親子講座」、公演の合間に解説が入る「はじめて能」など、気軽に能に親しんでもらうための参加型のプログラムも積極的に行っています。また、お正月には GINZA SIX 主催により、無料でご覧いただける「新春能 特別公演」や能楽堂の特別開放を行い、2 日間で延べ約 2,500 人のお客様にお越しいただきました。1周年のイベントとして、屋上庭園にて新能特別公演や、親子能体験教室を実施予定です。今後も日本の伝統文化を世界に向けて発信する活動に取り組んでいきます。(⇒詳細は P9 へ)



お正月に実施した特別開放の様子

▼シーズナルイベントや街との連携

夏には屋上庭園にて、世界的なファッション誌『VOGUE』とのコラボレーションイベント「VOGUE LOUNGE」を展開。クリスマスには、本物の雪を使いホワイトクリスマスを叶えるイベント「Snow Dome City」を実施しました。また、銀座の街路樹にイルミネーションを展開する「ヒカリミチ～未来を照らす花～」に協賛、銀座を代表する商業施設・百貨店が一丸となって展開する「GINZA FASHION WEEK」に参加するなど、銀座の街と連動した取り組みもスタートしています。



▼特別な体験を届ける VIP サービスの拡充

VIP のお客様を対象に、バレーパーキングやポーターサービス、パーソナルスタイリングやフォトサービスなど、特別なサービスをご用意しています。GINZA SIX ならではのエクスクルーシブな体験をさらに充実させるため、海外のラグジュアリーモールと提携した施策も開始しました。プレミアムラウンジ「LOUNGE SIX」のご利用資格をお持ちの方は、LANDMARK (香港)、TAIPEI 101 (台湾) の VIP ラウンジでもお寛ぎいただけます。また、LANDMARK、TAIPEI 101 両施設の VIP のお客様がいらした際は LOUNGE SIX でおもてないたします。今後も LOUNGE SIX を拠点にプレミアムなサービスを提供してまいります。

▼ES 活動 ～GINZA SIX プレゼンターマインドの醸成～

GINZA SIX の魅力、各店舗の魅力、銀座の街の魅力をお客様の心に響くよう伝え、新たな体験価値を積極的に発信できるプレゼンターを育てることを目標に、ES (Employee Satisfaction) 活動を行っています。店舗スタッフの方にGINZA SIX で働くモチベーションを上げていただくために、懇親会やねぎらいを行うのはもちろんのこと、観世能楽堂で能鑑賞の機会を設けるなど、GINZA SIX をより深く理解し、様々な知識・教養を身につけていただく機会も提供しています。ES 活動は今後も継続、発展させていきます。

②地域貢献の取り組み

▼地域に開かれた屋上として、憩いの場を創出 (GINZA SIX ガーデン)

銀座エリア最大となる約 4,000 m²の屋上庭園「GINZA SIX ガーデン」は、高さ約 56m に位置し、約 2,200 m²の緑地空間が広がっています。サクラやカエデ、マツなどの四季の移ろいを感じられる樹種に加え、芝生や水盤などが整備された緑豊かな空間は、GINZA SIX に訪れたお客様や近隣のオフィスワーカーの憩いや交流の場となっており、ヨガのコミュニティクラスを開催する等、様々なイベントにも活用されてきました。

2017 年 10 月には、屋上の利用のあり方を示すものとして、都心の一等地における大規模な緑化に取り組む姿勢が高く評価され、「SEGES (社会・環境貢献緑地評価システム)」（運営：公益財団法人都市緑化機構）において、快適で魅力ある都市の緑地を評価する「都市のオアシス」の認定を取得しました。



▼観光拠点 (ツーリストサービスセンター／観光バス乗降所)

GINZA SIX は、銀座の玄関口となることを目標に、観光バス乗降所や、ツーリストサービスセンターを備えています。ツーリストサービスセンターは、多言語対応 (日・英・中) の観光案内所と外貨両替、免税カウンター、手荷物一時預かり・宅配、コンビニエンスストア・スーベニア販売等、多様な機能を備え、ツーリストの要望に応えます。観光案内所の利用者数はのべ 3 万人を超え、外国人はもちろんのこと、日本人の観光客にもご活用いただいています。また無料の日本語教室や風呂敷ワークショップ、日本茶イベントなども開催し、銀座のみならず全国各地の魅力を発信しています。



▼災害時の地域全体の防災支援機能

GINZA SIX は、災害発生時に帰宅困難者 3,000 人の受け入れに対応できるよう、食料や水、毛布など災害時に必要な物品を保管する備蓄倉庫を整備しているほか、オフィスロビーや地下 3 階の「観世能楽堂」等を一時滞在スペースとして活用できるよう備えています。

2017 年 8 月には銀座エリア一帯で行われる「銀座震災訓練」に合わせて、災害時帰宅困難者の受け入れ訓練を実施。実際の災害を想定し、一時滞在スペースである観世能楽堂に帰宅困難者を誘導する訓練を行いました。



▼来街者の利便性・回遊性を向上（地下通路開通）

2017年12月、地下鉄「銀座駅」から晴海通りの既設地下通路を経由して、GINZA SIXにつながる地下通路が開通しました。地下鉄「銀座駅」のバリアフリー動線の強化、安全・快適な歩行者ネットワークの拡充を図るべく整備されたものであり、施設内のエレベーターを利用して地上のあづま通り・三原通りにもアクセスできます。地下通路の開通により、来街者の利便性・回遊性が向上し、GINZA SIXはさらに地域に開かれた場となりました。



③GINZA SIX 誕生による経済効果 —「世界のGINZA」をさらなる高みへ—

GINZA SIX開業後は銀座の街への来街者が増えています。銀座駅から定期外での乗車人数が平日・休日ともに増加し、昨年同期と比較して1日あたり約7,400人増加しています*。GINZA SIX開業前後の銀座6丁目の地価も大きく上昇を続けています。2017年9月発表の基準地価は中央区・銀座6丁目が地価上昇率21.8%で、都内の商業地で最も高い上昇率となりました。また、2018年3月28日発表の公示地価においても、銀座6丁目の上昇率は16.9%で、昨年に続き都内商業地の上昇率首位をキープしています。

GINZA SIX開業の話題は、世界23カ国以上(出典:Factiva)で報道されています。また、日本政府や東京都の観光プロモーション映像等でも、日本・東京を代表する施設として紹介され、広く世界に発信されています。海外からのお客様は増加傾向で、免税売上上の割合は平均して30%前後であり、観光目的だけでなく海外からのリピーターのお客様も増えています。

※出典:東京地下鉄株式会社 平成30年3月期第2四半期 決算説明資料(補足資料)

④受賞歴

- ◇「第35回毎日ファッション大賞」話題賞(主催:毎日新聞社 後援:経済産業省)
- ◇「2017 57th ACC TOKYO CREATIVITY AWARDS」フィルム部門 Aカテゴリー(TVCM) ACCゴールド
- ◇2017年 日経MJ 日経ヒット商品番付 東の関脇
- ◇2017年 第34回 ユーキャン新語・流行語大賞ノミネート
- ◇2017年 日経優秀製品・サービス賞 優秀賞 日経MJ賞
- ◇2017年度 ディベロッパー&テナント大賞 テナントが選んだディベロッパー大賞 新人賞
- ◇2017年 第51回 日本サインデザイン賞 商業サイン部門 入選
- ◇「社会・環境貢献緑地 評価システム(SEGES)」において、
『緑の創出により社会・環境に貢献する開発事業(都市開発版 SEGES)』および『都市のオアシス』として認定
- ◇銀座ディスプレイコンテスト2017 日本空間デザイン協会賞/銀座通連合会優秀賞
- ◇Interior Design's Best of Year Large Retail部門(アメリカ有力誌)

⑤各所からのコメント

銀座通連合会副理事長、全銀座会街づくり委員長 岡本圭祐様コメント

GINZA SIX 開業により、銀座の来街者が増え、街の活気を実感しています。

GINZA SIX が開業する際、銀座の街と融和した建物であってほしいという願いを持っていましたが、銀座通り側に各テナントの入口を設けたり、あづま通りや銀座パサージュを敷地内に整備していただいたことで、来街者の新たな流れを作りつつも、街の賑わいを途切れさせることなくまさに街との「共存・共栄」を果たし、今後の再開発のお手本とも言える施設になっていると感じています。ハレの日を楽しむお客様が増えただけでなく、大規模オフィスによってオフィスワーカーが銀座の商業を支え、新しい文化を発信していく仕組みができたことも銀座にとって良い影響が出ています。さらに、屋上庭園や様々な都市機能、観世能楽堂があることで、銀座が目指す“滞在型”の街の拠点としてGINZA SIX が機能していることも大変嬉しく感じています。

また、銀座はもともとショーウィンドウの街であり、モノとアートが渾然一体になることを理想としています。銀座にとってアートは大切な要素であるため、空間を使ったアートなどGINZA SIX の様々な取り組みを歓迎しており、今後もその場でしか見られないものを提供する施設であると共に、銀座の百貨店や他施設、店舗とも連動し、銀座での滞在の軸となる施設になっていただくことを期待しています。

店舗コメント

▼ファッション／ライフスタイル

SAINT LAURENT(サンローラン)[B1~2F]

20~30代を中心とした年齢層のお客様が多く、売上は予算に対して概ね好調に推移。都内近郊に限らず、地方から観光を目的として東京にいらっしゃっているお客様や、インバウンドを中心に稼働している。

VALENTINO(ヴァレンティノ)[B1~4F]

圧倒的な品揃えや特別なサービス等による国内他店舗との差別化により、既存顧客が集中し、来店数の増加につながっている。富裕層のインバウンドや地方からの新規顧客が増加傾向にある。

ROLEX BOUTIQUE LEXIA(ロレックス ブティック レキシア)[1F]

顧客層は30~40代の男性が中心であるものの、国内他店舗に比べて女性比率が高い傾向。購買意欲が高く、「せっかく買うなら銀座で」と考えていることに加え、全国的な注目度の高さからGINZA SIX全体を回ることを楽しみにされているお客様が多い印象である。

FRANCK MULLER GENEVE(フランク ミュラー ジュネーブ)[2F]

フランク ミュラーブランドの世界観を十分に体感できる国内最大規模の直営ブティックという点で他店との差別化ができており、コンスタントに新規顧客の開拓を進められている。オープン時に用意したGINZA SIX限定モデルは早々に完売となり、季節に合わせての限定スーツや酒類関連商品も評判が高く、予想を上回る反響が出ている。

玉川堂[4F]

外国人旅行客の買い上げシェアが高く、目的を持って来店されるお客様が多い印象。銅板で製作した個性的な内装が目を引き、これまでブランドや産地(燕三条)を御存知でなかったお客様へのアプローチが出来ている。

ebure(エブール)[4F]

ブランドデビューがGINZA SIXの開業とほぼ同時期であったが、秋冬以降はブランドの強みであるコートの発売で認知度が急激にアップしたとともに、丁寧な接客や入荷予定などのご案内により現在はリピーターの確保にも成功。40~50代の女性を中心であり、良質な素材、作りを重視して選ぶお客様が多い印象。

Leica(ライカ)[5F]

オープン記念の限定モデル「Leica Q GINZA SIX」が話題となり、僅か2ヶ月で完売。ジュリアン・レノン氏のトークショーや京都祇園の芸舞妓による舞の披露など話題作りも欠かさず、他店舗と比較して20~30代や女性のお客様も多い傾向にある。スタッフ全員が英語対応可能なため、外国人顧客へのスムーズな対応も売上に繋がっている。

銀座 蔦屋書店[6F]

アートと日本文化を軸にしたMDで他店との差別化を図り、ギャラリーを併設することで、アート好きのお客様が多く来店され、高単価な大型本や古書、アート作品等他店には見られない特色ある商品がよく購入されている。当店の特色でもあるコンシェルジュサービスを通して1人ひとりのお客様と関係値を築き、コンシェルジュに会いに来られるお客様も増えている。

▼フード

ISHIYA GINZA(イシヤ ギンザ)[B2F]

売上は計画の3倍ほどで推移しており、GINZA SIX 限定で販売している商品「Saqu」がオープン以降連日完売し、現在も行列ができるほどの好調ぶり。30代後半の女性のお客が多く、近隣企業のワーカー利用も多い。

刷毛じょうゆ 海苔弁 山登り[B2F]

「家庭料理の最上級」というコンセプトを守り続け、あえて奇をてらった策は取らず、まじめに手作り感を訴求することで、30～50代の女性を中心に支持をいただいている。インスタ映えとして多くのお客様に SNS 等にアップしていただいております、その影響も大きく出ている。

▼レストラン／カフェ

中村藤吉本店[4F]

カフェ・物販ともに京都では味わえない銀座店限定商品を用意。京都感を残しつつも銀座という土地にマッチするようオーダーメイド品を使用した店内の設えや、京都では使用しない高級な食器を用いるなど、既存店舗とは異なる店づくりに努め、その「モノの違い」を理解し価値を感じるお客が多い印象である。

THE GRAND GINZA(ザ・グランギンザ)[13F]

LOUNGE ではアフタヌーンティーセットが平日・休日を問わず好調に推移。短期スパンでの新商品やイベント性の高いフェアの実施などにより好調に推移し、客単価・入客数とも上昇。上質なものと本物志向で、銀座の街を知り尽くしたお客が多く集っている印象である。ファッションに興味・関心の高い男性顧客も多い。

▼ビューティ

YVES SAINT LAURENT BEAUTÉ(イヴ・サンローラン・ボーテ)[B1F]

VIP 顧客向けの Recording Studio(VIP ルーム)が好調。イヴ・サンローランらしいエッジの効いた環境が好感触である。定期的にメイクショーを開催し、初めて GINZA SIX に来られたお客だけでなく、リピーター顧客を飽きさせない工夫も奏功している。他店に比べて男性客が多い傾向。

<GINZA SIX 基本情報>

【TEL】03-6891-3390 (GINZA SIX 総合インフォメーション 受付時間 10:30～20:30)

【ADDRESS】〒104-0061 東京都中央区銀座6丁目10-1

【HP】<http://ginza6.tokyo/>

□営業時間 ショップ・カフェ(B2F～5F) 10:30～20:30 レストラン(6F、13F) 11:00～23:30

※一部営業時間が異なる店舗もございます。

□休館日 不定休

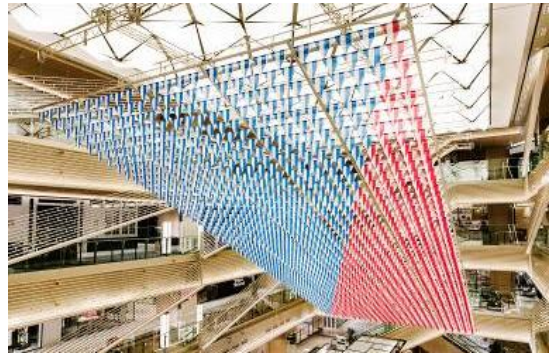
□アクセス 東京メトロ 銀座線・丸の内線・日比谷線「銀座」駅から地下通路にて直結

<別紙>

GINZA SIX 1周年プロモーション

■ダニエル・ビュレンによる新作アートの展示

GINZA SIX 建物中央の象徴的な吹き抜け空間には、50年以上にわたり世界各地で多くの作品を展開してきたフランス人アーティスト ダニエル・ビュレンのトレードマークである、8.7cmのストライプ模様を旗に用いた新作アートを展示しています。赤と青の計 1,675 枚の旗を使った作品がアトリウムを彩ります。



ダニエル・ビュレン
《ムクドリのように —GINZA SIX にて》 2018 年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

【作品名】 《ムクドリのように —GINZA SIX にて》

【サイズ】 約 9 メートル×約 19 メートル

【展示場所】GINZA SIX 2F 中央吹き抜け

【展示期間】4 月 2 日(月)～10 月 31 日(水) 予定

※ダニエル・ビュレンの作品を銀座の街にも展開

ダニエル・ビュレンが手掛ける GINZA SIX 中央吹き抜けの新作アートと連動した作品を、1～8 丁目におよぶ全長約 1,100mの銀座の目抜き通り・中央通りに、90 枚(180 面)のフラッグで展開します。GINZA SIX 外観(のれん部分)にも連動したアート作品を展示します。



ダニエル・ビュレン
《三角形を追いかけて—東京・銀座中央通りにて》 2018 年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

銀座・中央通りの作品

【期間】4 月 2 日(月)～5 月 6 日(日)

【作品名】《三角形を追いかけて —東京・銀座中央通りにて》



ダニエル・ビュレン
《GINZA SIX のエントランスのための三角形》 2018 年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

GINZA SIX 外観の作品

【期間】4 月 2 日(月)～5 月 6 日(日)

【作品名】《GINZA SIX のエントランスのための三角形》

ダニエル・ビュレン(Daniel Buren) プロフィール

1938 年、パリ・フランス生まれ。美術家。

1965 年から自身の論理に基づいた 8.7cm 幅のストライプ模様の作品を数多く制作。その作品は絵画、彫刻、壁面、建物など幅広いメディアに展開され、いままでに数千点以上の作品を制作してきた。1986 年にはフランス代表としてベネチア・ビエンナーレに参加し「金獅子賞」を受賞。また、2007 年高松宮殿下記念世界文化賞受賞(絵画部門)。近年では、2016 年にフランク・ゲーリー設計のフォンダシオンルイ・ヴィトン(パリ)の美術館建築をジャックし、話題となった。日本でも横浜トリエンナーレ 2005、茨城県北芸術祭(2016 年)など数多くの芸術祭や恒久設置を行っている。



《Observatory of Light (光の観測所)》
Fondation Louis Vuitton, パリ, 2016 年
© Iwan Baan / Fondation Louis Vuitton



《四角と円》 恒久設置、トッテンハム・コート・ロード駅、ロンドン、イギリス、2008-2017 年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226



《歩く》 展示風景、恒久設置、ヴェルディ・広場、ラ・スペツツィア、イタリア、2016 年
© DB - ADAGP, Paris & JASPAR, Tokyo, 2018 G1226

■GINZA SIX薪能特別公演／親子能体験教室

<GINZA SIX薪能特別公演>

能楽最大流派である観世流の能の世界を堪能できる場として、GINZA SIX初の試みとなる薪能特別公演をGINZA SIXガーデン(屋上)にて開催します。5月4日の公演では、観世清和(二十六世観世宗家)が出演します。

【開催場所】GINZA SIXガーデン(屋上)

【開催日時】5月4日(金・祝)18:00開演 ※招待制

5月5日(土・祝)18:00開演

【公演内容】狂言 柿山伏

能 土蜘蛛

【申込方法】5月5日(土・祝)公演分は、4月2日(月)よりチケットぴあにて一般販売開始しております。

電話:0570-02-9999(Pコード:485-540)

※毎週火・水 2:30~5:30 はシステムメンテナンスのため受付休止

予約WEBサイト: <http://w.pia.jp/t/ginza6n/>

店頭販売:セブン-イレブン、サークルK・サンクス、チケットぴあの店舗



※上記は薪能のイメージ写真であり、実際の公演内容とは異なります。

※主催 GINZA SIXリテールマネジメント株式会社

共催 一般社団法人観世会

<親子能体験教室>

日本の伝統芸能である能を身近に感じていただける「親子能体験教室」を開催します。能面などに実際に触れ、親子で謡や舞いの稽古が受けられる参加型のワークショップです。

【開催場所】観世能楽堂

【開催日時】5月4日(金・祝)、5日(土・祝)

各日 13:00~14:00 / 15:00~16:00

【講師】山階彌右衛門 他(5月4日) / 観世芳伸 他(5月5日)

【申込方法】4月2日(月)より一般販売開始しております。

チケットシステム(Peatix) 予約WEBサイト: <http://g6noutaiken2018.peatix.com>

電話: 0120-777-581



※イメージ

※薪能、親子能体験教室共通 お問い合わせ先

GINZA SIX 薪能運営事務局 電話:070-6461-6139 アドレス: takiginou@showyoudo.com

(チケットに関するお問い合わせは各申込方法に記載の電話番号にお願いいたします。)

■各店舗による1周年限定商品・メニューの展開、アートイベントの実施

<1周年限定商品、メニュー>

ワールドクラスオリティの店舗から、ここでしか手に入らない、特別な存在感と高揚感に満ちたエクスクルーシブなアイテムやメニューが多数揃いました。

※一例



FENDI [B1F-3F]

「セレリア ミニピーカプー」リミテッドエディション

<店舗アートイベント、アートディスプレイ>

1周年を記念して多彩なイベントや特別なディスプレイを展開し、個性豊かなブランドの世界観をアートとともに表現します。

※一例



OKANO [4F] 小松美羽 GINZA SIX 1周年 祈念 ライブペイント
4月21日(土) 屋上 GINZA SIX ガーデンにて開催