

東京・日本を代表する最先端ファッションと文化の発信拠点

10月28日「ラフォーレ原宿」開業40周年

～ ファッションを核とした街づくりでエリアの発展を牽引 ～

ファッション・文化の中心“原宿”のランドマークとして誕生した「ラフォーレ原宿」(東京都渋谷区)が、2018年10月28日に開業40周年を迎えます。

1978年に森ビルグループの第一号商業施設として誕生したラフォーレ原宿。虎ノ門・新橋エリアでオフィスビルを核に街づくりを推進してきた森ビルが、ファッションを核とした街づくりに取り組むべく開発した第1号物件です。

開業以来40年にわたり、数多くの新たな挑戦を繰り返して、原宿から世界に向けて最先端の「ファッション」と「文化」を発信し続けてきました。また、ラフォーレ原宿を通じて蓄積したノウハウやネットワークは、後に森ビルが手掛けることになる大規模複合再開発のアークヒルズ、六本木ヒルズ、表参道ヒルズなどでも活かされており、ラフォーレ原宿から始まった商業事業は、現在では森ビルグループの中核事業のひとつに成長しています。

当社は、引き続きラフォーレ原宿から世界に向けてファッションと文化を発信し続けることで、原宿エリアのさらなる発展に寄与するとともに、東京の磁力向上に努めてまいります。



<TOPICS>

1. ラフォーレ原宿 40年の歩み

①ラフォーレ原宿から始まったファッションを核とした街づくり

- ・ラフォーレ原宿の誕生により、ファッションの街、原宿のイメージが定着
- ・1980年代のDC(デザイナーズ&キャラクターズ)ブランドブームなど、数々のファッションブームを先導

②街全体を巻き込んだインキュベーション事業

- ・ファッションを核にした街づくりの一環として若い才能を育成し、第一線で活躍するファッションメーカーを多数輩出

③街づくりと文化活動:文化発信地としての原宿

- ・「街の活性化のために文化情報を複合的に結び付ける場」として、「ラフォーレミュージアム原宿」をスタート
- ・変わり続けるラフォーレ原宿を象徴する斬新な広告展開の実施

④地元密着で街とともに成長

- ・街のクリーンアップや地域の子どもたちの教育の場を提供するなど、地域に貢献

2. ラフォーレ原宿開業40周年期間の展開<一部抜粋>

- ・限定企画 Laforet HARAJUKU 40th Anniversary Week 「with LAFORET」
- ・Vivienne Westwood による展覧会 「GET A LIFE!」
- ・限定商品企画 「WIZARDING WORLD COLLECTION in Laforet HARAJUKU」
- ・顧客パーティー 「LAFORET PRIVATE PARTY -40th Anniversary-」

1. ラフォーレ原宿 40年の歩み

① ラフォーレ原宿から始まったファッションを核とした街づくり

40年前の原宿は“明治神宮の街”というイメージが強く、原宿駅の乗降客は平日でわずか2000人、土日でも8000人でした。そこに誕生したのが「ラフォーレ原宿」です。ラフォーレ原宿の誕生をきっかけとして原宿の街で商業施設の集積がはじまり、日本を代表するファッションの街・原宿のイメージが定着していきました。

ラフォーレ原宿は、渋谷や新宿といったメガターミナルに挟まれた、営業面積わずか2,000坪の商業施設。当初から、オリジナリティの高い商業施設でなければと考え、当時原宿周辺のマンションの1室で服を作っていた「マンションメーカー」と呼ばれる個人ファッションデザイナーたちに声をかけました。国内の独立系ブランドとして頭角を現し始めていたこれらのブランドは、卸中心で、直営ショップを持っておらず、いわば産地直売という形での出店。この「ラフォーレ原宿本店主義」を貫いた独自性のあるテナントラインナップが、1980年代のDC(デザイナーズ&キャラクターズ)ブランドブームを先導することとなったのです。若い才能を育てようと取り組んだインキュベーション事業からも、数々の人気ブランドが世に誕生。その後も当初の精神は引き継がれ、1990年代の平成ブランド、セレクトショップ、インディーズなど、マーケットに大きな影響を及ぼしてきました。

また、「ラフォーレ原宿」は、街全体をファッションの街に変貌させ、街全体の集客力を強化すべく、地元商店街にはたらきかけて、各商店が発行するカレンダーや名刺に「ファッションのまち、原宿」という共通フレーズを入れることを提案。「ファッションのまち、原宿」のブランディングがエリア全体で進められました。現在では、原宿駅の1日の乗降客が約15万人にのぼり、ラフォーレ原宿のグランバザールや元旦(福袋販売時)における数千人もの行列は、原宿の風物詩となっています。



グランバザールの賑わい

常にチャレンジ精神を持って新しいものを提供し、時代に合わせて変化を続けてきたラフォーレ原宿は、誕生から40年が経った今も、年齢・性別・国籍を問わず、ファッションや文化に敏感なお客様に向けて最先端の情報を発信し、新たなライフスタイルを提案し続けています。



② 街全体を巻き込んだインキュベーション事業

ラフォーレ原宿では、ファッションを核にした街づくりの一環として若い才能の育成に力を入れてきました。「ファッションのまち、原宿」となるためには、原宿の街全体をインキュベーション（孵化）機能を持った街へと変貌させる必要がありました。ラフォーレ原宿は、オープン以来、名の知られていないマイナーなメーカーやブランドであっても、感度の高いデザイナーブランドを積極的に誘致し、挑戦の場を提供してきました。また、1987年には新人デザイナーやマイナーなメーカーの商品を自主編集して作ったラフォーレ原宿直営ショップ「ハイパーオンハイパー」を開設。さらにその10年後にあたる1997年には、個人レベルの新進デザイナーを発掘・育成する仕組み「エルファクトリー」を設立しました。

ターゲットの年齢を定めずに、どんな年齢であれファッション感度の高い人たちの感性に刺激を与えられるショップ構成を行い、短期的な人気やビジネス感覚を優先せずに、次世代に必要なもの、より良いものを提案してきたのは、最先端のファッションを発信する原宿のランドマークとしてのこだわりです。ファッションビルとして、単に売場を提供するのではなく、一緒につくり上げていこうというスタンスで、新たなメーカーやデザイナーを育てることも早くから目を向けてきた結果、現在、一線で活躍するファッションメーカーの多くが、ラフォーレ原宿とともに成長してきたと言われるようになりました。このような「ラフォーレらしさ」の象徴として、館内には1号店やオンリーショップが現在でも多く見られます。

単なるファッションビルではなく、テナントや若い才能と一緒に、「ファッションのまち、原宿」を牽引してきたラフォーレ原宿は、現在も様々なインキュベーション事業に取り組んでいます。2015年にはPOP UPスペース「CONTAINER」を2Fに拡張移転。1FのPOP UPスペース「ENTRANCE SPACE」と合わせて年間150以上のファッション企画を発信し、その中から常設店舗化するほどの人気店舗も誕生しています。同じく2015年、フードエリア「GOOD MEAL MARKET」を2Fにオープン。「ファッション」という概念が洋服だけではなく、食べ物、インテリア、コスメなどを含むより広い領域に拡張している昨今の風潮に鑑みて、「ワンハンドスタイルグルメ」という新たなフードカルチャーを原宿の街から提案してきました。また2017年秋には、欧州最大のファッション国際見本市「Who's Next」への出展や、フランスのセレクトショップ「L'EXCEPTION」内でのPOP UP SHOP展開によって、ファッションの都・パリにおいて、ラフォーレ原宿と、原宿のファッション・文化を世界に発信しました。



POP UP スペース「CONTAINER」



フードエリア
「GOOD MEAL MARKET」



「Who's Next」への出展（2017年）

<ラフォーレ原宿の1号店（抜粋）>

- | | | |
|--------------------------|------------------|-------------------------|
| • JEANASIS | • BANK | • ヴィヴィアン・ウエストウッド |
| • BATTY GARAGE BY AYMMYS | • GR8 | • アングロマニア |
| • DOUBLE NAME | • LHP WOMEN | • Honey Salon |
| • jouetie | • Guzman y Gomez | • セーラームーンストア |
| • M.Y.O.B NYC | • Jane Marple | • ALICE and the PIRATES |
| • X-girl HARAJUKU | • NONARA PEARL | • Angelic Pretty |
| • l'atelier du savon | • STORE by NIGO® | • ATELIER PIERROT |
| • JOYRICH | • WALL | • LAVI SHOP |
| • Nudie Jeans Co | | など、約50店舗 |

③ 街づくりと文化活動：文化発信の地としての原宿

街づくりには文化活動が不可欠であるとして、オープン 3 年目の 1982 年、「街の活性化のために文化情報を複合的に結びつける場」として、筒井康隆氏作・演出・主演の演劇作品「ジーザス・クライスト・トリックスター」の上演を皮切りに「ラフォーレミュージアム原宿」の活動がスタートしました。その後、横尾忠則、シンディ・シャーマン、TOMATO、ブライアン・イーノ、加茂克也、吉田ユニ、瀧本幹也など、本格アートを身近に親しめる展覧会をはじめ、時代を先取りした国内外の質の高いステージ・イベント、サブカルチャーをテーマとした企画、ファッション・イベント、日本の伝統芸能に新しい光をあて社会的な話題となった「原宿文楽」など、ジャンルを越えて幅広い文化情報の発信を継続しています。また、「ラフォーレミュージアム原宿」は、才能ある若いアーティストの支援の場としても活用しており、ここから、アート、音楽、演劇など様々な企画が生まれ、新しい文化の風が吹き込まれています。



吉田ユニ展（2014年）

ラフォーレ原宿は広告グラフィックと CM でも独自のイメージを牽引し、コンセプトや姿勢、高い感性を表現してきました。アントニオ・ロペス、フィオルッチ、大貫卓也、長嶋りかこ、ステイブ・ナカムラなど、時代を先取りするクリエイターたちが生み出す最先端の表現を「変わり続ける」ラフォーレ原宿のコンセプトを象徴するものとして採用。広告・CM の変遷からも、ラフォーレ原宿が各時代において発信してきたメッセージと世の中の流れを見て取ることができます。



40周年広告（上）春夏（下）秋冬

2018 年春の広告「LA40RET “PUBLIC SHOW”」は、JR 東日本交通広告グランプリ 2018 の駅サインボード部門にて最優秀部門賞を受賞。「老若男女問わずファッションを愛する様々な人々が、ラフォーレというステージでアクションを起こしている様」を描いた当広告の最優秀部門賞受賞は、広告のイメージ通り、未来に向けての躍動感を感じさせる出来事でした。

④ 地元密着で街とともに成長

「ラフォーレ原宿」を語る上で欠かせないのは、地元密着した活動です。街と密接にかかわり、街とともに育ってきたラフォーレ原宿。館長をはじめ、スタッフが原宿の商店街の活動に積極的に参加し、地道に街づくりを支えてきました。

■ CLEAN KEEPERS

2001 年から継続的に取り組んでいるラフォーレ原宿による街の美化活動チーム。2015 年からは、日本全国から世界にかけて活動するお掃除ボランティア NPO 法人「GREEN BIRD」との共同プロジェクトになり、ラフォーレ原宿のスタッフとボランティア参加者が毎週土曜日の 10 時半から 2 時間程度をかけて、明治通り～表参道のお掃除をしています。街の美化だけでなく、スタッフとボランティアのコミュニティの場としても確立しています。スタッフのユニフォームは「おしゃれでキレイな原宿はみんなで作ろう」というコンセプトのもと、毎年、館内のテナントにご協力いただき制作しています。



CLEAN KEEPERS 清掃活動

http://www.greenbird.jp/team/laforet_harajuku/

■ Social Kids Action Project

子どもたちが地域の大人との対話を通して、街の課題を見つけ、解決策を提案する活動。ラフォーレ原宿では、テナントスタッフへのインタビューの場やフィールドワーク中の休憩場所の用意のほか、「CLEAN KEEPERS」のキッズ用清掃グッズの製作及び地元小学校の清掃イベントへのグッズ提供などを通して、地域の子どもたちとの交流の場を創出しています。

<http://social-kids-action.jp/>

2. ラフォーレ原宿開業 40 周年期間の展開＜一部抜粋＞

40 周年を迎えるラフォーレ原宿では、アニバーサリーイヤーを盛り上げる特別なイベントを多数開催します。

Laforet HARAJUKU 40th Anniversary Week 「with LAFORET」

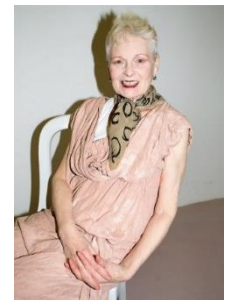
ラフォーレ原宿40周年を記念し、「今までも、そして、これからも、ラフォーレはお客様やショップ、クリエイターの皆様とともに……」という気持ちを込めた限定企画。開業日である10月28日(日)を含む期間中に、館内約120店舗の店頭やラフォーレミュージアム原宿において、お客様に喜んでいただけるコンテンツを提供。ラフォーレ原宿40周年を記念したロゴをモチーフにした限定アイテムやノベルティなど、ここでしか手に入らない特別な商品の販売をはじめ、6F ラフォーレミュージアム原宿にて人気店舗によるイベントや展覧会も実施。1F ENTRANCE SPACEにもスペシャルなPOP UP SHOPが登場するほか、ラフォーレカード会員様に向けての「フード・ドリンクの無料プレゼント」やポイントアップフェア、Instagramキャンペーンなど、40周年にふさわしい企画を多数展開します。



■期間:10/20(土)～11/11(日)

Vivienne Westwood 「GET A LIFE!」

英国を代表するファッションデザイナーでありながら、著名なアクティビストでもあるヴィヴィアン・ウエストウッドが、ラフォーレ原宿 40 周年記念イベントとしてファッションとアートの融合を表現した展覧会「GET A LIFE!」を開催。長年に渡り、現代社会への問題提起を続ける彼女の活動をさまざまなコンテンツで表現する貴重な展覧会です。開催期間中にのみ手に入れることができる限定アイテムの販売も予定。



Courtesy of Juergen Teller and
©Vivienne Westwood ©Juergen Teller

■期間:11/2(金)～11/18(日)

■場所:6F ラフォーレミュージアム原宿

■時間:11:00～21:00

■料金:無料

WIZARDING WORLD COLLECTION in Laforet HARAJUKU

① ～ハリー・ポッター魔法ワールド最新作「ファンタスティック・ビーストと黒い魔法使いの誕生」公開記念
WIZARDING WORLD COLLECTION in Laforet HARAJUKU

2018年11月23日(金・祝)公開の映画「ファンタスティック・ビーストと黒い魔法使いの誕生」公開記念 魔法ワールドとの大型ファッションコラボレーション企画。ファンタスティック・ビーストとハリー・ポッターのファッションアイテムを館内約 30 店舗で展開するほか、ラフォーレミュージアム原宿でイベントも開催。



© 2018 Warner Bros. Ent. All Rights Reserved.
Harry Potter and Fantastic Beasts
Publishing Rights © J.K.R.

■期間:11/17(土)～12/9(日)

② 魔法ワールド in ラフォーレミュージアム

「ファンタスティック・ビースト」主要キャラクターの衣装展示やフォトスポット、ハリー・ポッター1 作目からファンタスティック・ビースト最新作までのパネルなどを展示。多数のファンタビ&ハリポタ関連グッズにくわえ、会場限定&先行グッズも販売します。

■期間:11/22(木)～12/5(水) 会期中無休

■会場:6F ラフォーレミュージアム原宿

■時間:11:00～21:00(最終入場 20:30)

※最終日は 17:00 まで(最終入場 16:30)

■入場料無料

※小学生以下の単独入場はご遠慮ください。

※混雑状況によってはご入場いただけない場合もございます。

LAFORET PRIVATE PARTY -40th Anniversary-

例年 6、12 月に開催している恒例の顧客様招待制パーティー「LAFORET PRIVATE PARTY」を 40 周年特別版として開催。テーマを「FIND BLACK」とし、VIP SERVICE の展開、共用部の装飾、パフォーマンス、ケータリング等を予定。

■12/7(金)19:00～22:00 開催



LAFORET PRIVATE PARTY
(2018 年 6 月の様子)

Disney MICKEY MOUSE 90th ANNIVERSARY COLLECTION | Laforet HARAJUKU

8/23(木)～9/24(月・祝)

ミッキーマウススクリーンデビュー90周年を記念し、館内約 50 店舗にてミッキーやミニーマウスのファッションアイテムを制作、上記期間中に限定販売を実施。ラフォーレ原宿とゆかりのあるクリエイター 6 組による作品展示やオリジナル商品の販売、ミッキー90周年アイテムの先行販売を行う POP UP SHOP も開催し、連日多くの人で賑わいました。



©Disney



<施設概要>

- 名称 ラフォーレ原宿
- 住所 東京都渋谷区神宮前 1-11-6
- アクセス JR 山手線 原宿駅表参道口 徒歩 5 分
東京メトロ千代田線・副都心線 明治神宮前<原宿>駅 5 番出口 徒歩 1 分
- 電話番号 03-3475-0411(代表)
- 開業年 1978 年
- 営業時間 11:00～21:00(年中無休)

【本件に関するお問合せ先】

森ビル株式会社 広報室 プロー

TEL : 03-6406-6606 FAX : 03-6406-9306 E-mail : koho@mori.co.jp

株式会社ラフォーレ原宿 広報・PR 担当 水野

TEL : 03-3457-3123 FAX : 03-5411-8221 E-mail : s-mizuno@mori.co.jp