



ニュースレター「OMOTESANDO HILLS PRESS」は、『文化』『環境』『人』『商業』の4つの視点から、表参道ヒルズの“今”をお届けします。

表参道ヒルズ 伝統と改革が織り成す、新しい日本のカタチ

最先端の流行を発信する表参道ヒルズ。ここで、新しい日本のカタチを創り出そうとしている日本の老舗ブランドがいる。「粋更 kisara」の中川淳氏、「R style by 両口屋是清」の大島千世子氏、そして「はせがわ酒店」の長谷川浩一氏。伝統を守りつつ、新業態へ挑戦した彼ら。彼らの今、そして未来を探る。

伝統と改革の融合の舞台

「新しい日本のカタチ」とは何か、それをひたすら訴え続けた」。1716年創業、約300年の歴史を持つ奈良晒の老舗「中川政七商店」の13代目中川淳氏は、表参道ヒルズへの出店プレゼンを振り返って、こう語る。2003年に新ブランド「粋更 kisara」を発表した後、小売の重要性に気づいた中川氏は、表参道ヒルズのテナント募集に応募した。約80のテナント枠に対して500近い応募。厳しい書類選考を通過するために、お茶道具から発想を得て、桐箱入りの提案書を用意した。その熱意が通じ、出店が決まった。

1634年創業の名古屋の老舗和菓子店「両口屋是清」の13代目大島千世子氏も、新業態「R style (アールスタイル)」を立ち上げた際に、表参道ヒルズが“和”をキーワードにした“大人のためのスペース”であるという紹介記事を見つけた。「自分たちが提供したいと思っているお客様のターゲットと重なっている」。そう確信し、出店の申込を決めた。

彼らが表参道ヒルズを選んだ理由の一つは、場所の特性である。「表参道という東京の一等地で、かつデザイン感度の高い場所。旧同潤会青山アパートの跡地という歴史性のある建物で、和の老舗として新しい挑戦をしたかった」と、中川氏は話す。もう一つの狙いは、若い世代の取り込みである。日本酒を販売する「はせがわ酒店」は出店を決めた理由を、「若い女性に日本酒を認識して欲しかった」からという。

「他の商業施設と差別化をするために、“和”の文化を積極的に取り入れることを重要なテーマにして、海外への発信性が高いショップを誘致しました」(表参道ヒルズ 荒川信雄館長)。こうして、最新の日本を発信しようとする表参道ヒルズに、新しいカタチの店が集まった。



粋更 kisara 中川氏

日進月歩の2年間

あれから2年。老舗ブランドの挑戦は、新たな発見を生み出している。

はせがわ酒店の長谷川氏は、出店するまで、人気の日本酒は一般的にも認知されていると思っていた。だが、実際は人気の“十四代”※1や“磯自慢”※2も全く認知されていないどころか、日本酒自体についてよく理解がされていないのが実状であることに気付く。しかし、「逆に、もっと本物の日本酒の販路はまだまだあるということに確信が持てた」と話す。R styleの大島氏も、「和菓子には日本茶、という固定概念がありましたが、お茶と飲み物の組み合わせに関しては、お客様の方が柔軟性が高いということは発見でした」という。新ブランドであり、表参道ヒルズにしかない店だからこそ、お客様の意見を取り入れたり、お客様の要望に合わせてこまめに変更していける強みを持ち合わせている。



R style by 両口屋是清 大島氏
写真提供 HQ



はせがわ酒店 長谷川氏

「お店」という形態の重要性を、中川氏はこう話す。「お店を持つことでしか伝えられないことは多い。いくらコンセプトを説明しても、商品を見てもらっても、店や売場という形で世界観、価値観を見せない限りは、ブランドコントロールはできない。伝統工芸メーカーに足りないところはそこだと思います」。

両口屋是清も、はせがわ酒店も、単なる販売店としてではなく、お客様にその場で味わっていただける空間を表参道ヒルズに創ったことは、ブランディングにも一役買っている。会社の認知度向上やメディアへの露出、そして、何よりもこれまでの“和”のイメージを変える、新しいイメージを発信できているという。「和菓子というものに“カッコいい”という印象を付加できているような気がします」(大島氏)という声や、「昔ながらの日本酒の酒販店のイメージから、これまでなかった明るいイメージのショップとして、新しい形を発信できているのではないと思う。ブランディングにも、思った以上の効果をもたらしました」(長谷川氏)と話す。はせがわ酒店は、2007年にミラノサローネへSAKE BARを出展。海外への進出も果たした。NPO法人デザイン・アソシエーションから、日本酒を紹介しませんかと声がかかったのは、表参道ヒルズ店で知ったからという。

店舗では、販売にとどまらず、お客様へ伝統文化を広める活動も行っている。はせがわ酒店では、蔵元を囲む会や日本酒セミナーを開催。R styleでは、切り絵の作家の個展や和菓子教室を、粋更では、恒例となってきた季節ごとの贈り物展を開催している。

表参道ヒルズ内でのテナント同士の交流も広まりつつある。はせがわ酒店では、スパイスショップの「ポワブリエ」と協力して、日本酒に合うスパイシーなおつまみを考案している。商業施設に出店することで、テナント同士のコラボレーションも生まれ、さらなる“新しい日本のカタチ”が生まれつつある。

表参道ヒルズから世界へ ～日本を発信する場所～

来年で3周年を迎える表参道ヒルズ。6月14日の副都心線開通後、埼玉エリアからの人の流れが多くなり、来館数が着実に増加している。既存の顧客の方へはもちろん、新たなお客様に対しても、魅力あるサービスやアイテムを提供していくことは、必要不可欠である。「日本酒ビギナーのお客様をもっと集客できるよう、見直しも必要だとは思う」(長谷川氏)と、日々、進化をとめることはない。

表参道ヒルズには、外国人のお客様も多い。「東京で一番好きなお店！と言って下さる方も多いです」(中川氏)と、嬉しい声もあるようだ。そういった声を受け、はせがわ酒店では「現在は、海外に向けての商品開発をしています。持ち運びに便利な180mlのレトロ缶や、通年商品の桜シリーズなどです」。彼らの目は、日本にとどまらず、海外への発信を視野に入れている。

表参道ヒルズとしても、“和”のみならず、メイドインジャパンにこだわったブランドを積極的に誘致している。今年8月には、デザイナー・小松さおり氏のニットブランド「iliann loeb (イリアンローヴ)」を期間限定でオープン。ホールガーメントという無縫製技術で創り出される新しいシルエットのアイテムが特徴で、海外で既に評価、人気ともに高い。これもまた、高い技術力から生まれた“新しい日本のカタチ”だ。



8月オープンの iliann loeb

伝統工芸、和菓子、日本酒。それぞれの老舗ブランドが、“新しい日本のカタチ”を模索し、そして表参道ヒルズという場所を足掛かりに、世界への発信の糸口をつかみ始めている。表参道ヒルズもまた、“新しい日本のカタチ”を、ファッション、ライフスタイル、グルメなど、様々な面で発信し続けている。

- 内容に関してのお問合せや写真をご入用の際には、下記までご連絡頂けますようお願いいたします。
- この記事は、本文をご自由にご利用下さい。
- ご取材を頂ける際には、下記までお問合せ下さい。

＜お問合せ先＞

森ビル株式会社 表参道ヒルズ運営室 プロモーショングループ: 吉田・北川
TEL 03-3497-0292 FAX 03-3497-0318
表参道ヒルズPR事務局: 高橋・高田
TEL 03-5775-1560 FAX 03-3403-0508

<参考資料>

粹更 kisara (本館B2F)

1716年(享保元年)に創業した奈良晒の老舗・中川政七商店が2003年に東京デザイナーズウィークで発表した新ブランド。古都・奈良の豊かな自然と歴史性の中で生み出される、気品ある麻素材に込められた日本の精神文化を、新しい時代に結実させ今に伝えている。「贈る」という行為に注目し、包みとして日本の伝統的な贈り物の礼法である・折形を取り入れている。また作家や伝統工芸に携わるメーカーとのコラボレーションにより、ここでしか手に入らない商品も多数登場予定。現在は、2010年の奈良平城遷都1300年に向けて、奈良県内のメーカーや作家とコラボレーションした企画「プラス なら プロジェクト」を進めている。



R style by 両口屋是清 (本館3F)

創業370余年の名古屋の和菓子の老舗がプロデュースする初の和カフェ。こだわり抜いた材料と卓越した技をもって作り上げる和菓子はもちろんのこと、スタイリッシュで新しい和菓子の形を流行に敏感な大人に向けて発信する。お店は、落ち着いた佇まいでスパイラルスロープの頂上に位置する。



はせがわ酒店 (本館3F)

日本酒通の間で有名な江東区大島の名店「長谷川酒店」が、日本酒ブランドの再生と復権をかけプロデュースする「日本酒のブティック」。全国各地の蔵元から集めた選りすぐりの日本酒を販売。気軽に買って頂けるようすべて720ml以下のボトルで用意。BARスペースでは、蔵元おすすめのおつまみとともに様々な日本酒を提供している。



※1 十四代:山形県村山市にある高木酒造株式会社がつくる日本酒。「十四代」には、「純米大吟醸 龍泉」「純米大吟醸 龍月」「大吟醸 双虹」「純米大吟醸 特吟 播州愛山」「大吟醸 播州山田錦」等他にも多数ある。

※2 磯自慢:静岡にある磯自慢酒造株式会社がつくる、日本を代表する人気銘酒のひとつ。年間生産量約1400石(1升瓶15万本)、販売を地元志太地区の特約店、それ以外の県中部・東部・県外で30店舗に限定した小さな蔵。

iliann loeb (2008年8月28日オープン/本館B1F)

ニットというアイテムの可能性を追求し、ファッションを楽しむ大人の女性に向けてリアルなデイリーウェアを発信するショップ。ホールガーメントという無縫製編み機から作られるアイテムは、新しいシルエットを持ち、素材の機能性と特徴を生かした着心地を提案する。

表参道ヒルズとは

表参道ヒルズは、日本のファッション、文化の中心としてトレンドを発信し続けてきたストリート・表参道の新たな核として2006年2月に誕生した、世界に類をみない文化商業施設です。

本館中央の6層(地下3階～地上3階)の吹き抜け空間や、それを螺旋状に囲むように表参道の坂とほぼ同じ勾配を持つ長さ700mの“スパイラルスロープ”(第二の表参道)、吹き抜け空間中央の大階段(地下1階から地下3階)、そして大階段につながる地下3階には約500㎡の広さを持つスペースオーが配置されています。約270mのファサードを構え、延床面積34,061㎡、約100の専門店が集う商業施設、38戸の住宅(ゼルコバテラス)、全216台の駐車場で構成された複合施設です。

所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前 4-12-10		
代表電話番号	03-3467-0310 (総合インフォメーション／受付時間 11:00～21:00)		
URL	www.omotesandohills.com		
営業時間	ショッピング・サービス	11:00～21:00	日曜～20:00
	レストラン	11:00～24:00 (L.O.23:00)	日曜～23:00 (L.O.22:00)
	カフェ	11:00～23:00 (L.O.22:00)	日曜～22:00 (L.O.21:00)
	※一部営業時間が異なる店舗もあります。		
休館日	※日曜日が祝日、休日の前日の場合、営業時間は通常と同じになります。		
	2008年8月18日(月)		
	アクセス		
アクセス	東京メトロ銀座線、千代田線、半蔵門線「表参道駅」A2出口より徒歩2分		
	東京メトロ千代田線、副都心線「明治神宮前駅」5出口より徒歩3分		