

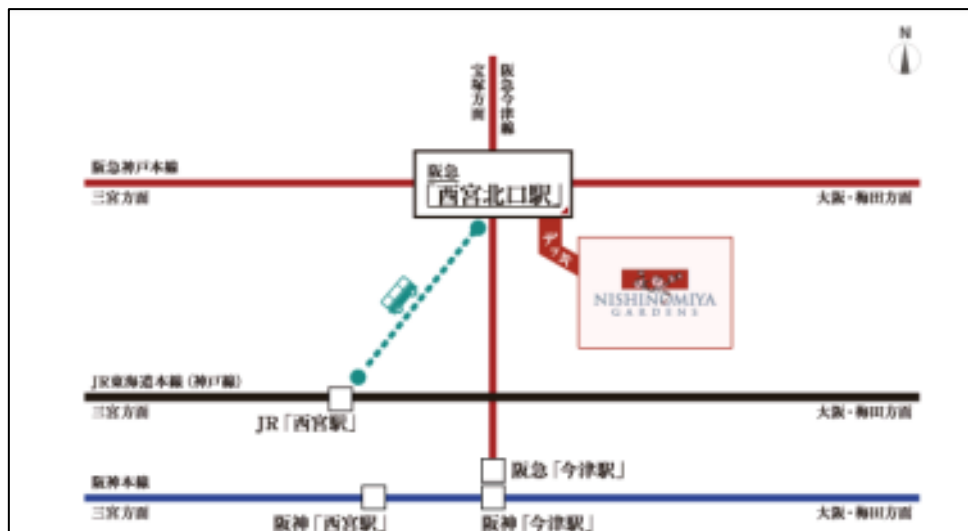
## 阪急西宮ガーデンズ

— “普段着とよそいき” の複合店舗 —

西日本では最大クラスとなるショッピングセンター「阪急西宮ガーデンズ」が2008年11月26日にオープンした。場所は西宮市（兵庫県）。大阪市と神戸市のほぼ中間にあつて電車でいずれへも約14分と非常に近く、阪急の特急停車駅「西宮北口」駅に直結している。

### 阪急西宮ガーデンズ

- ◆オープン：2008.11.26
- ◆敷地：西宮市高松町 100  
阪急西宮球場跡地 70,000 m<sup>2</sup>
- ◆店舗面積：約 107,000 m<sup>2</sup>
- ◆建物：4階（一部5階）建（地階なし）  
延床面積 247,000 m<sup>2</sup>
- ◆核店舗：西宮阪急百貨店（25,000 m<sup>2</sup>）  
総合スーパーイズミヤ（11,500 m<sup>2</sup>）  
TOHO シネマコンプレックス（12スクリーン 2,200席）
- ◆専門店：計 268 店  
（「ジョーシン電機」、「ロフト」、「インザルーム」、「ユニクロ」「成城石井」ほか）
- ◆駐車場：3,000 台 駐輪場：4,300 台
- ◆売上げ目標：年間 600 億円（内百貨店 200 億円）

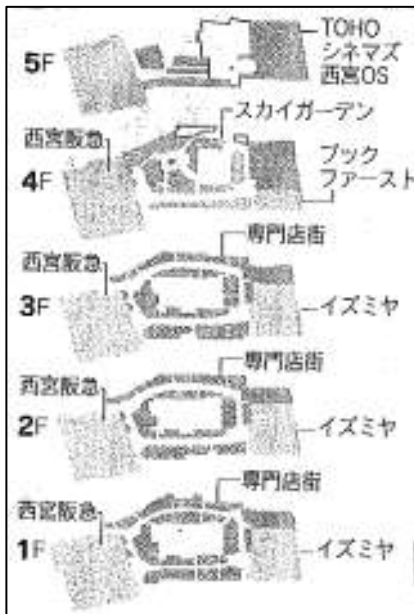


—阪急西宮ガーデンズ—

(1) 店舗

最寄りの「西宮北口」駅と2階レベルで歩行者デッキ（ムービングウォーク付き）によって直結されており、それが客の主動線となっている。

SCの西端に「西宮阪急百貨店」、東端に総合スーパー、「イズミヤ」がある。その間にサーキット状にモールがあり、専門店（計268店）が4層になって並んでいる。1階～3階は物販店舗、4階部分は広い庭園（ガーデン）と飲食街、5階はシネマ館となっている。



駐車場は屋内に約3,000台、駐輪場は屋外に管理装置付き約4,000台があり、各々必要十分だと思われる。店舗全体のコンセプトは「西宮上質生活」、具体的には百貨店のターゲットは都会的な感性を持つ50代の母親とその娘たち、若いファミリー層だという。このためか、専門店の内、60店くらい、約1/4が関西初出店の店舗となっている。

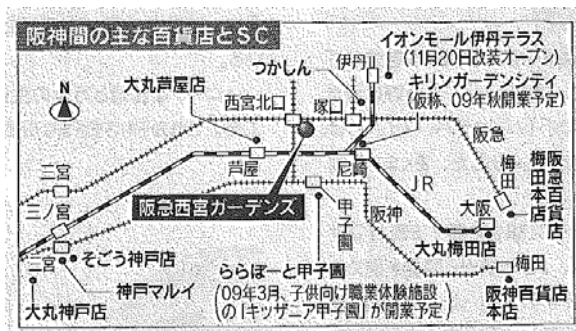
先のコンセプトをかみくだいていえば、自分の家の台所とかモノ入れのように普段の生活と一体となった買物施設であるとともに、ちょっと上質感が味わえる店舗というものであろう。

「上質感」に関していえば、イズミヤの化粧品売場（3階）には上質感がある。少々驚きであった。カラフルで、普通のスーパーにはない。



(2) 感想

全く個人的なことになるが、西宮での中学時代、クラスの大半はプロ野球チーム「阪急ブレーブス」のファンだった。当時、梶本、米田とか足の速いバルボンなどの人気選手がいた。そして阪急西宮球場はブレーブスのホームグラウンドだった。思い出深いその球場が今日、SCに変わったのだ。



西宮市は大阪、神戸という強大な商業核に挟まれているため、市の人口40万人をこえてはいるものの、市内には今まで百貨店はなかった。総合スーパーや神

戸生協、ホームセンターなどの大型店や食品スーパーで日用品をまかない、日用品以外の主な買物は三宮（神戸）や梅田（大阪）の百貨店へ、ちょっとした楽しみ、気晴らしもしながら出かけている。

「阪急西宮ガーデンズ」の商圈は、量、質とも恵まれている。

足下商圈の1km圏に35,000人、5km圏に745,000人、10km圏では、「西宮市」「尼崎市」のほか、「宝塚市」や「芦屋市」など計約170万人にも達するという。しかも所得水準全国1位の芦屋市、同じく11位の西宮市、12位の宝塚市もこの商圈内に含まれている。

関西圏での「住んでみたい街」アンケートでは西宮、芦屋、夙川、宝塚などはいつもベスト10の常連で人気が高い。このように厚い顧客層を背景にしながら、充実した店舗を備えた「阪急西宮ガーデンズ」にさらに工夫や要望をいうとすれば、次のような点だと思われる。

- 買物には「驚き」と「楽しさ」、買い廻りして選んだという「自己満足感」が必要という。これらは郊外店に比べ、都心の店舗が優位とされる点であるのだが、カルチャー要素も含め、本件店舗でどのように仕掛けられるのか。
- 屋上部にガーデン（緑）という構造は今日ではパンチ力に乏しい。首都圏での新しいSCではもっと自然（緑、光、水）そのものを建物内部に取り込んで設計し、環境を訴求しているが、これに比べてかなり違和感がある。しかし、ガーデン（9,000㎡）は広く余裕があり、これをどの

ように活用していくかが注目される。

### (3) おわりに

“普段着”と“よそいき”の双方を備えた本件店舗は全体コンセプトの「上質な西宮生活」に向けて居・食・住・文化・趣味などの多くの領域で新しいライフスタイルの提案ができる筈である。それが期待されている。

そして、「阪急西宮ガーデンズ」のロゴ入りのショッピングバッグが、路上でも、阪急車内でもあちこちで見られることを期待したい。かつてブレイブス球団の野球帽がそこあそこで見られたように。