

京阪沿線 3つのモールで「DREAMY CHRISTMAS 2022」がスタート！

サステナブル装飾を使用したエシカルなクリスマス

株式会社京阪流通システムズ（本社：大阪府中央区、代表取締役社長：松下靖）が運営する京阪沿線の3つのショッピングセンター、京阪シティモール、京阪モール、KUZUHA MALLにおいて、11月1日（火）よりクリスマスプロモーション「DREAMY CHRISTMAS 2022」をスタートいたします。

本年はエコ先進国と称される北欧文化をお手本に、リサイクル素材のオーナメントの使用や1度きりで使い捨てになりがちな館内装飾のリユース、リメイクを意識しました。昨年に引き続き、株式会社松屋とのコラボレーションにより、循環型の社会を見据えた装飾の在り方を提案いたします。是非この機会にご覧ください。

なお、この取り組みは、京阪グループが推進する、「SDGsを実現するライフスタイル」を企画・提案する「BIOSTYLE PROJECT」の一環です。

【期間】 11月1日（火）～12月25日（日）

【場所】 京阪シティモール、京阪モール、KUZUHA MALL

ビジュアルテーマ

ルディッククリスマス～エコ先進国からの idea～

2年以上続いた自粛生活から徐々に新しい普通を謳歌できるようになってきた今日この頃。コロナ禍で気づかされた自由の尊さや、多様性やサステナブル社会の実現に向けたアクションの重要性は、私たちの新たな価値観のコアであることは間違いないと思われます。そこで昨年に続き、サンタクロースの本場、北欧のクリスマスをお手本に、「エコ」「サステナブル」「ダイバーシティ」といった未来へのキーワードを盛り込みながら、地球にも人にも、心にも体にもやさしい、ハートフルなクリスマスを展開します。



STORY

2か月ほど続く極夜のなか、空に広がる幻想的なオーロラ的美しさは白銀の世界と人々の心にカラフルな雪を映します。そんな心躍るカラフルな森では、クリスマス・トントウ（ヨウル・トントウ）をリーダーに、子供たちを明るい未来へいざなう妖精たちが奮闘中。北欧フィンランドに古くから伝わる妖精のトントウ（tonntu）は、非常に明確な役割分担で分業体制が確立されているといいます。「DREAMY CHRISTMAS 2022」ではSDGsカラーのトントウたちが山の事、海の事、健康の事、教育の事と、みんな真剣に課題解決のために頑張っているみたい。北欧で脈々と受け継がれるエコロジカルな思想と、自然への敬愛に学び、できれば世界中が平和に、穏やかに過ごせるクリスマスホリデーとなるようにと願います。

ビジュアル制作アーティスト

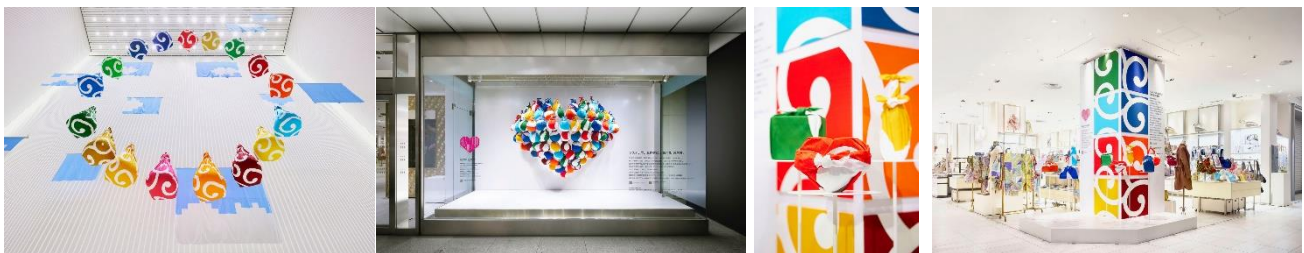
Nao Oyama | 大山 奈歩（イラストレーター） profile

柔らかくファッショナブルなタッチを得意とし、雑誌や書籍から広告媒体、百貨店やアパレル企業のプロダクツの絵などを手がける。大学卒業後、創刊当初の日本版VOGUEに勤務。世界中から集まる素晴らしいアートワークに触れ、なかでもイラストレーションに惹かれる。セツ・モードセミナーに通ったのち、2005年よりイラストレーターとして仕事を始める。

装飾コラボレーション：松屋銀座×馬場染工場×京阪流通システムズ

昨年に続き、株式会社松屋（東京都中央区）の「デザインで繋ぐ、地域共創装飾プロジェクト」に賛同し、サステナブル装飾を使用したコラボレーションが実現します。商業施設の館内装飾はその時々テーマに合わせて制作、設置されるため撤去後には廃棄してしまう事も少なくありません。処分するものをゼロにすることは難しくても、再利用できるようあらかじめ綿密にデザインし、アイデア次第で新しいデザインに見せていく、出来る限り使い捨てを減らしていくことは私たちにもできるかもしれません。そこで今回使用する装飾の一部は、松屋銀座が2022年ゴールデンウィークのインスタレーションで使用した京都伏見 馬場染工場の風呂敷をリユースします。縁起の良い伝統紋様の唐草を大柄に用いた風呂敷は、脈々と続く繁栄を意味し、全17色のカラーは、SDGs（持続可能な開発目標）の17項目を表しています。

今年も松屋銀座の取り組む地域創生、地域貢献のバトンをお預かりし、価値ある資源をリユースする新たな挑戦を是非ご覧ください。良い物を大切に使うという、これからの時代のもっとも大切な価値観を装飾というさりげなく、それでいて華やかな表現の場で提案します。



▲松屋銀座で使用されていた時の様子

●松屋銀座の取り組みについて

創業150年余「デザインの松屋」という独自性を武器に常に時代を切り開いてきた百貨店。近年、地域産業のイノベーションに着目し地方視察を重ね、商品を通して地方の魅力を発信するなど、日本各地のものづくりを育む一端を担ってきたなか、2020年に館内装飾を通じた新しいプロジェクトが始動。館内を華やかに飾るばかりではなく、社会的課題への取り組みの視点、SDGsの観点を館内装飾に盛り込みつつ、日本の物作りを銀座から発信し、地方へ世界へとつながりを持たせていく「デザインで繋ぐ、地域共創装飾プロジェクト」を展開しています。

参考 URL：<https://www.matsuya.com/ginza/news/2022/0427/furoshiki/>

●風呂敷について

物を包む布としての起源は奈良時代まで遡るとされ、諸説ありますが風呂に入る際に広げその上で脱衣などして服を包んだことからいつの間にか風呂敷と呼ばれるようになったと言われています。現代の慶弔の際や和服を着用の際に使うイメージよりも、幅広い用途で使われてきた歴史があり、鞆替わりはもちろんの事、火災が多かった江戸時代には布団の下に敷き、災害発生時に身の回りの物を風呂敷にあれこれ包んで逃げるために使われていたそう。

鞆に比べ、極めてシンプルで変幻自在な私たちのため、近年の環境問題意識の高まりからその実用性について見直されつつあります。慶弔の際の作法については学んでおいた方がスマートではありますが、普段使いという意味ではバッグインバッグとして、エコバッグとして、時には敷物や雨除けなど1枚鞆に入れておけばその時々で様々な活用法があるかもしれません。

●馬場染工場（ばんばせんこうじょう）について

大正2年創業、京都伏見の静かな土地に佇む型染め工場。大正時代から変わらない、木造の合掌作りの建物で、職人が今も昔と変わらない製法でこだわりのものづくりを丁寧に続けられています。4代目の馬場憲生社長は伝統ある風呂敷の制作はもちろん、その技法や工程を継承しながら、時代の潮流を掴む力で新たな発想で今日の風呂敷文化を守っていらっしゃいます。伝統の柄はもちろん、誰もが知るファッションブランドからも仕事の依頼が絶えない、モダンな表現をたくさん手掛けておられます。

参考 URL : <http://furoshiki-style.com/>

主なコラボレーション装飾箇所



▲メイン装飾：KUZUHA MALL 本館ハナノモール 2F 外からも見えるパتونにカラフルな雪が降る森を表現します。



▲KUZUHA MALL 本館ハナノモール 1F



▲京阪モール 1F



▲京阪シティモール 1F

新型コロナウイルス感染症拡大防止のための取り組みについて

京阪シティモール、京阪モール、KUZUHA MALL では新型コロナウイルス感染症拡大防止を行っております。
各施設の営業時間や、具体的な対応につきましては各ホームページをご覧ください。

■会社概要

商号：株式会社 京阪流通システムズ

代表者：代表取締役社長 松下 靖

本社：〒540-0032 大阪市中央区天満橋京町 1-1 KEIHAN CITY MALL 3F

TEL：06-6944-3087 FAX:06-6944-3047

設立：2002年8月8日

事業内容：ショッピングセンター等の商業施設の経営、プロパティマネジメント事業

資本金：100百万円

U R L：<https://www.mall-keihan.co.jp/>

■各店舗情報

・京阪シティモール TEL:06-6944-5088(代表) 〒540-0032 大阪市中央区天満橋京町 1-1

アクセス：京阪電車・Osaka Metro「天満橋」駅・大阪シティバス「天満橋」下車すぐ

駐車場 約490台／提携駐車場含（有料、お買い物での優待あり）

営業面積：約32,000㎡ 店舗数：約100店舗

U R L：<https://www.citymall.jp>

・京阪モール TEL: 06-6353-2525 (代表) 〒534-0024 大阪市都島区東野田町 2-1-38

アクセス：京阪電車・JR・Osaka Metro「京橋」駅下車すぐ

駐車場 約200台（有料、お買い物での優待あり）

営業面積：約28,300㎡（京阪百貨店、Kぶらっと、KiKi京橋含む） 店舗数：約170店舗

U R L：<https://www.keihan-mall.jp>

・KUZUHA MALL TEL: 072-866-3300 (代表) 〒573-1121 大阪府枚方市楠葉花園町 15-1

アクセス：京阪電車「樟葉」駅下車すぐ

駐車場 約3,000台（有料、お買い物での優待あり）

営業面積：約72,000㎡ 店舗数：約240店舗

U R L：<https://kuzuha-mall.com>

SDGsを実現するライフスタイルを提案する

京阪グループの「BIOSTYLE PROJECT」について

健康的で美しく、クオリティの高い生活を実現しながら、SDGsの達成にも貢献していく。京阪グループでは、そんな循環型社会に寄与するライフスタイルを「BIOSTYLE(ビオスタイル)」として展開し、お客さまにご提案しています。

規制や我慢だけから生まれる活動ではなく、“人にも地球にもいいものごとを、毎日の生活の中に、楽しく、無理なく、取り入れていくことができる明るい循環型社会の実現”に貢献するため、京阪グループにできる様々な活動を推進していきます。

▶ 「BIOSTYLE PROJECT」について詳しくはこちら <https://www.keihan-holdings.co.jp/business/biostyle/>

BIOSTYLE PROJECT

以上