

～^{ビオスタイル}BIOSTYLEプロジェクトのフラッグシップ・複合型商業施設～

グッド ネイチャー ステーション
京都・四条河原町「GOOD NATURE STATION」、2019年12月に開業予定

ホテルとしては世界初となる WELL 認証取得を目指し、SDGs 達成に貢献します

京阪ホールディングス株式会社(本社：大阪市中央区、社長：加藤好文)は、長期経営戦略において主軸戦略の一つに、お客さまに共感いただける商品・サービス・事業を創造する「共感コンテンツ創造」を掲げています。その中心的な取り組みとして、健康的で美しくクオリティの高い生活を実現し、循環型社会に寄与するライフスタイル「BIOSTYLE」の提案を目指しています。

そのコンセプトを具現化する複合型商業施設「GOOD NATURE STATION」について、開業時期が2019年12月に決定し、一部施設内容も決定しましたのでお知らせします。

当施設では、新しい生活スタイル「GOOD NATURE」を発信し、国際的なグリーンビルディングであることを示すLEED認証、ウェルネスに関する「WELL Building Standard®」認証(WELL認証)の取得を進めています。取得した場合、WELL認証はホテルとして世界初となります。これらの活動を通じてSDGsの達成に貢献し、社会と調和した持続的な成長を目指します。

また、独自のブランド及び商品を開発する製造小売業(SPA事業)への参入や、3階部分で隣接する高島屋 京都店との接続を行うなど、周辺の商業施設との連携を図りつつ、次世代に残る柱となる事業を育成する新たなチャレンジにも取り組みます。

本事業により、京都から世界に新たな価値観を発信し、経営ビジョン「美しい京阪沿線、世界とつながる京阪グループへ」の実現を図ってまいります。

詳細は別紙のとおりです。



▲GOOD NATURE STATION 全景

(別紙)

1. コンセプト、デザインテーマ

■コンセプト「GOOD NATURE」

従来の「BIOSTYLE」の考え方を踏まえつつ、十人十色に、気軽に楽しめる「GOOD NATURE」という新たな考え方へと発展させたものです。健康志向層の女性はもとより、子育て世代やより良い暮らしを願う情報感度の高いすべての方へとターゲットを広げ、より多くの方に共感いただけるライフスタイルの提案を目指しています。創業から100年以上の歴史を積み重ねた京阪グループが、次の100年に向けて新たな発想で、ヒト・モノ・情報が交差し、新しい体験へとつながる場を提供します。

■デザインテーマ

自然を感じ、自然に感謝し、ワクワクするデザイン “WONDER OF NATURE”

食べる、泊まる、癒される、アート、音楽。それぞれの体験で自然にあふれる歓びと、京都が持つ自然への憧憬や営みなどのエッセンスを加えたデザインです。コンセプトを各フロアで表現し、従来にはない、新たな食、宿泊、美容、体験を京都の地から発信します。

2. ロゴマーク

「信じられるものだけを、美味しく、楽しく。」日頃の生活のなかで、心地よく、健康的なライフスタイルを気軽に生活の中に取り入れてほしいというコンセプトを表現しつつ、千年の都・京都が育ててきた職人の手しごと感、工芸感を意識しています。また、「O(オー)」を躍動させることで、「GOOD」の象徴である丸を強調するとともに、前向き感、ワクワク感を表現しています。

GOOD
NATURE
STATION

▲ロゴマーク

3. ESGに向けた取り組み

ESG(環境・社会・ガバナンス)に配慮した経営が企業の長期的な成長に重要という考えが世界的に広まる中、心身の健康や豊かな生活などを積極的に実現・発展させる活動概念である「ウェルネス」は、健康経営の観点から持続可能な社会の実現に向けた企業の取り組みのひとつとして注目を集めています。

当施設では、国際的なグリーンビルディングであることを示すLEED認証(※1)、ウェルネスに関する「WELL Building Standard®」認証(※2)の取得を進めており、取得した場合、WELL認証に関してはホテルとして世界初となります。

また、郊外の小規模生産者とのコミュニケーションや収穫体験のアクティビティなど「アンダーツーリズム」型の企画を提案。京都市内に集中する観光客の分散化も図るとともに、小規模ながら無農薬や減農薬などこだわりを持って野菜等の生産を行う生産者の農産物、京都ならではの工芸品などを販売。地元の小規模生産者、作家や職人にスポットライトをあてるとともに、安定的な販路を提供することで、小規模農業の支援、地域社会への貢献に取り組みます。

これらの取り組みを通じてESGに配慮した事業活動を強化することにより、SDGs達成に貢献し、社会と調和した持続的な成長を目指します。

※1 LEED(Leadership in Energy and Environmental Design)

省エネで環境負荷が少ないなど総合的に環境性能の高い建築物「グリーンビルディング(環境配慮建築)」の普及をめざすUSGBC(非営利団体・米国グリーンビルディング協会)が開発した建物環境性能認証制度。同制度は、グリーンビルディングの持つ環境性能を第三者として格付けし認証するもので、167ヵ国で41,000件以上が認証を受けている(2018年12月31日現在)。

※2 WELL Building Standard(WELL認証)

米国のDELOS社により創設された認証制度。建物内で暮らし、働く居住者の健康・快適性に焦点を当てた世界初の建物・室内環境評価システムであり、特に居住者の身体に関わる評価ポイントについては、環境工学の観点のみならず医学の見地からも検証が加えられている。空気、水、食物、光、フィットネス、快適性、こころの7領域で建物・室内環境を評価し、必須項目、オプション項目で獲得したポイント数のレベルに応じてプラチナ、ゴールド、シルバーの認証が付与される。2014年の認証開始以降、米国を中心に世界50ヵ国で認証登録件数が拡大している。

4. 製造小売業への参入

独自のブランド及び商品を開発すべく、製造小売業(SPA事業)に参入します。「美容」分野において、自社の里山で育てた植物の根や葉を用い、水を使わずにエキスを抽出するなどの独自性と競争力を併せ持つ、スキンケアを中心としたコスメを主力商品とします。また、シェフがプロデュースしたカレーなどの食に関する製品についても計画。当施設に加えて、自ら構築するWEBサイト(EC)を中心に展開し、将来的にはポップアップストアを兼ねた小型店舗での展開も予定しています。

5. フロア構成

京阪ならではの様々な人やモノが行き交う「STATION」という発想のもと、コンセプトである「GOOD NATURE」が集まり、クロスし、新しい体験へと連鎖する。これまで提供し続けてきた「トレインステーション」から「ライフステーション」まで、改めて幅広い価値観を提供していこうという思いを反映しています。

1F GOOD NATURE MARKET

マーケット、レストランの2つのゾーンにて構成します。

マーケットゾーンでは、京阪グループの「ビオ・マルシェ」のオーガニック商品や、地元京都で育まれた健康にも地球にも優しい食品などを販売します。また中央のマルシェキッチンでは、素材の力を最大限に引き出す調理法の提案やテイクアウトメニューの提供をいたします。レストランゾーンは、世界潮流の独創的なエッセンスと、日本や京都の文化からの影響を融合したスタイルのカジュアルダイニングを展開し、シェフズキッチン、テーブル席、個室など(約90席)で、幅広い利用シーンに対応します。

マーケットゾーンとレストランゾーンの中央には、テイスティングバーやテイクアウトメニュー、自然派ワインを楽しんでいただけるイートインコーナーを設けます。

<ゾーンのポイント>

- ・話題の店舗を手掛けるトランジットジェネラルオフィスがレストランをプロデュース
- ・シェフのアイデアをベースに、素材の旨味を引き出した独自開発の食料品を販売
- ・天然素材の色彩と香りを大切にしたオリジナルスイーツを開発



▲マーケットイメージ



▲レストランイメージ



▲テイスティングバーイメージ

2F GOOD NATURE GASTRONOMY

徹底的に素材を追求し、四季を五感で味わう特別な食体験を得られる「プレミアム・ガストロノミーフロア」。賑わいあふれる 1 階のレストランと異なり、特別な食体験を徹底して提供するフロアです。懐石に通じる「走り、旬、名残」を表現するとともに、上質な空間を演出。和や洋、中華などをベースに従来のジャンルの枠にしばられない、独創的なラインナップを予定しています。

<出店店舗(一例)>

▼CAINOYA

海外や日本の美食家が、その噂を聞いて足を運ぶイタリアンの名店「cainoya」が鹿児島から進出。日本を代表するシェフの一人である塩澤隆由氏は、料理人であった祖父の和食や父の洋食に加え、現在のかたちをさらに追求し、ジャンルを超えた新たな料理を開発。驚きと感動の体験をお約束します。

3F GOOD NATURE STUDIO

活力、若返りを意味する「リジュビネーション」をテーマに、毎日にパワーをチャージしてくれるフロア。原料や製造方法にこだわり、独自に開発・製造したオリジナルコスメや雑貨類を販売するエリアと、カット、ボディーケア、ヘッドスパ、ネイルケアなどを行うサロン、ほっと一息のつけるカフェを設け、地元のみなさまが集える場所を提供します。

<出店店舗(一例)>

▼眠れる森の美女

独自の技術に支えられた”手”による集中全身美容「Ai method」による、全身に効果をもたらすヘッドスパで程よい刺激を与え、細胞を活性化。身体、心、気を整え、自己免疫力と自己治癒力を高めることで、現代人が抱える数々の不調を改善します。



▲フロアイメージ

4～9F GOOD NATURE HOTEL

天然木を基調とした自然に優しい内装で、面積 28～90 m²の広々とした客室は、複数人の滞在に快適な空間を演出。こだわりのバスアメニティやウェルカムスイーツ、オリジナルのローカル体験ツアーなど、心と体に楽しい時間を提供します。

<施設構成>

客室面積：28 m²～90 m²

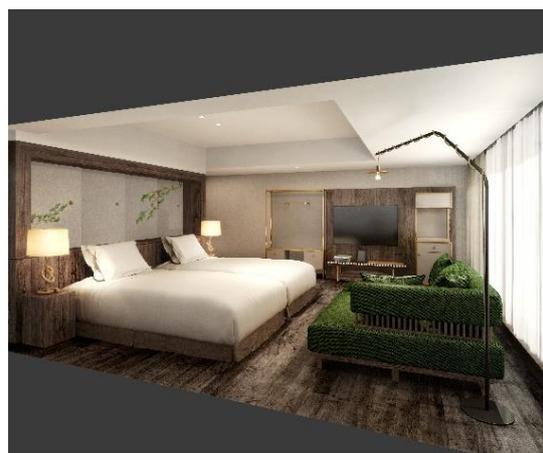
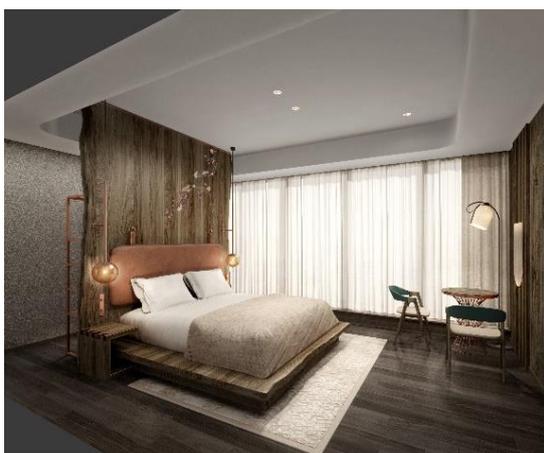
客室構成：ツイン 120 室(3名利用対応 30 室、4名利用対応 15 室)、ダブル 21 室

<4F カフェラウンジ>

4 階の中庭を望むエリアで「ボタニカル」をテーマにした特徴あるレストランを展開。フードからカクテルまで、ビーガンやベジタリアンの方でも安心してお召し上がりいただけるメニューを提供します。



▲ロビーイメージ



▲客室イメージ

6. 施設概要

名 称：GOOD NATURE STATION(グッド ネイチャー ステーション)

所 在 地：〒600-8022 京都市下京区河原町通四条下ル稲荷町

アクセス：京阪電車・祇園四条駅より徒歩5分、阪急電鉄・河原町駅より徒歩2分

階 数：1F／GOOD NATURE MARKET

2F／GOOD NATURE GASTRONOMY

3F／GOOD NATURE STUDIO

4F～9F／GOOD NATURE HOTEL

延床面積：27,628 m²

客 室：4階～9階 141室

備 考：3階部分で高島屋 京都店と接続



5月18日(土)・19日(日)に本施設の開業に先立ち、施設コンセプト「GOOD NATURE」を提案するイベント「こころとからだに美味しいマルシェ『GOOD NATURE market』」を京阪電車・三条駅前で開催いたします。

以 上