

～スペインの街角空間で、オペラとお買物のコラボを楽しむ地域密着型SC～

## ポップタウン住道オペラパーク 10月5日竣工オープン

ポップタウン住道は、昭和47年11月開業以来38年間、地域のお客様のご愛顧のもと、地域密着型ショッピングセンターとして営業してまいりました。

今回、近年の街の目覚ましい発展や環境変化に対応すべきものを目指し、地域文化の一翼を担うべく、全館建て替えリニューアルを実施し、関西学研都市線の拠点都市として、市のランドマークにふさわしい、ポップタウン住道「オペラパーク」として生まれ変わります。地域社会、生活者に新しい豊さとサービス提供を目指し、「新生オペラパーク」としてスタートいたします。



ポップタウン住道東西外観イメージ

### オペラパークの概要

#### 基本コンセプト

第一のキーワード・[スペイン]—ヨーロッパの街角・パティオ文化

異色のモール創り

第二のキーワード・[オペラ]—音を通じての音楽文化

多様な“場”創り

第三のキーワード・[住道スタイル]—JR学研都市線生活者の生活文化の向上

地域固有のニーズに対応する“街”

- ・ 京阪百貨店を核店舗とし、メガストア4店（食のメガストア、キッズのメガストア、書籍のメガストア、スポーツクラブ）と専門店約100店舗で構成され、周辺市街地とも融合した地域密着型のショッピングセンターです。

- ・ スペインの街角文化とオペラの音楽文化、地域の生活文化の向上を目指した世界初の異質型ショッピングセンターです。
- ・ アメリカ型のアトリウムモールでなく、ヨーロッパの真髄である街角・パティオ文化を活かしたストリートモールのショッピングセンターです。

#### MDコンセプト―“日常の中の新”（日常生活の中で新しさを感じるライフスタイルの提案）

- ・ 生活者の日常の生活をしっかりと支え、日常生活の中に新しさを取り入れたMD
- ・ 全国的なトレンドのある生活を味わえるMD
- ・ あらゆる生活者のライフスタイルに対応したショッピングセンターづくり
- ・ SCと中心市街地が融合した相乗効果のあるまちなか型のショッピングセンターづくり
- ・ 強力な業態とテナントミックスのショッピングセンターづくり

#### 施設構成について

##### 「明るく快適で魅力ある施設創り」

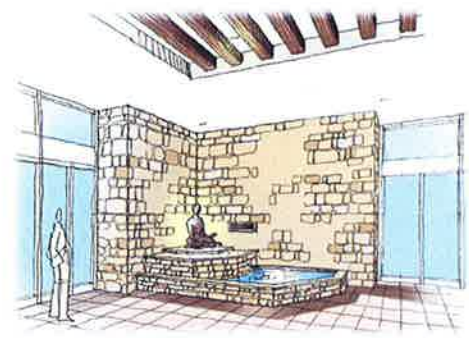
- ・ スペインの色彩をベースに、明るさと闊達さを表現
- ・ オペラパーク八景
  1. 回廊とアイアンワークの「模様の謎」  
(オペラパーク)
  2. 赤門と銘文  
「入る者には平和を、去る者には安泰を」
  3. 花の小径
  4. 噴水と母子像（川合敏久）の出会いの広場
  5. プラザフェスタとパイプオルガンと  
富永直樹作「対話」の銅像  
(モデル フランシスコ会 カミシモ神父)
  6. 噴水とシュロのスペイン広場
  7. 女性石像のある糸杉・シュロ並木
  8. アートギャラリー



西側外観とスペイン広場イメージ

##### 「安心・安全・やさしい施設創り」

- ・ 館内照度のアップ
- ・ 駐車場の充実（約1,000台）  
(上層階駐車場、別棟立体駐車場—24時間営業)
- ・ お客様トイレの多機能化  
(身障者対応、キッズトイレ、授乳室、パウダールーム)
- ・ 喫煙室の充実
- ・ 個性あるサイン誘導案内
- ・ エスカレーター、エレベーターの充実



出会いの広場・噴水と母子像イメージ

## フロア構成について

### ・ 1階の構成について

1階は、京阪百貨店の食品売り場とダイエーグルメシティーが核として両翼にあり、それらの導線上に輸入食品「ジュピターコーヒー」、ベーカリーカフェ「ブレッズコート」、ファミリートータル「エニファム+ビューティフェイス」ミセスファッション「アベニュー」、ファッション雑貨「キューティプロンド」バッグ・鞆「ラ・パックス・ワールド」やなごみ雑貨「マザーガーデン&ペットパラダイス」など29店舗の専門店で構成しています。

エントランスは、駅前大通商店街に面した京阪百貨店の入り口にあたる東出入口、花の小径の突き当たりにある中央出入口と西側からはスペイン広場に面した西出入口やとプラザフェスタへの出入するプラザ出入口の各二箇所を設けお客様をお迎えする態勢を整えています。



1Fフロアイメージ



東出入口 エントランスイメージ



中央出入口外観イメージ

### ・ 2階の構成について



2Fフロアイメージ

2階は、専門店、京阪百貨店ともファッションを軸にファッション雑貨、服飾小物を中心としたフロアであり専門店と京阪百貨店は自然な回遊モールになっています。

22年に開業した（南館）にはユニクロ、マックハウスやハッシュアッシュ、シネマクラブがあり、新たに「ナウヒア」「クレドソル」のレディースファッションやレディースシューズの「フェミニンカフェ」などを加えて31店舗の専門店で構成しています。

お客様の利便性を図る為に、専門店には西側にカフェ・雑貨の「シンジカトウカフェ・チェルシ」を配置し、京阪百貨店の東端にもカフェを配置いたしました。

- ・ 3階の構成について

京阪百貨店では大型カテゴリーキラーのシューズ、書籍及びメンズファッションで構成しており、専門店はこちらに隣接してカジュアルファッションの「ライトオン」「蔵の助」「ビースト」ホビー雑貨の「ホビーゾーン」や文具等の雑貨を構成し、中央部に飲食街としてイタリアン「グラッツエミッシ」中華「飲茶楼」、うどん・そばの「采なり うどん」とんかつ「かつ喜」回転寿司「海宝」等10店舗ゾーンを形成。



3Fフロアイメージ

また相乗効果としてアミューズメントや幼児教室、旅行会社等のサービス店舗も構成しています。また、

3階にはアカチャンホンポが入店しており、子供ベビーの関連ゾーンとして構成しクリニックモールもあり生活者への利便性を考慮したフロアになっており、40店舗で構成しております。

- ・ 4階の構成について

4階フロアの半分にフィットネスクラブ「コ・ス・パ」が入店、地域生活者の健康とコミュニケーションを図ります、

また、地域の催しやイベント、会合にも利用いただける貸しホールを設置し通路にはアートギャラリーを設け、作品の発表や展示にご利用いただけるスペースを設けました。

以上