

**インドネシア ジャカルタの商業施設「ネオソーホーモール」は
11月22日より「セントラルパークモール 2」に施設名称を変更します
～ 隣接する大規模商業施設「セントラルパークモール」とブランドを統一することにより、
西ジャカルタ No.1 の地位をさらに向上させてまいります ～**

阪急阪神不動産株式会社は、現地子会社である PT NSM ASSETS INDONESIA を通じてメジャーで保有しているインドネシア・西ジャカルタ市にある商業施設「ネオソーホーモール」について、本年11月22日より、同施設の名称を「セントラルパークモール 2」に変更することになりましたので、お知らせします。

当社は、2022年9月に大規模商業施設「セントラルパークモール」を、2023年9月に同施設に隣接する商業施設「ネオソーホーモール」をそれぞれ取得しました。これらの施設は連絡デッキや地下通路で接続しており、両施設をあわせた延床面積は約25万㎡におよびます。

これまで、両施設はイベントやプロモーションを共同で実施するなど、ソフト面で一体的に運営してきましたが、両施設の一体感をより強くアピールすることで相乗効果を最大限に引き出すため、ネオソーホーモールの名称を「セントラルパークモール 2」に変更します。

この名称変更により、両施設はセントラルパークブランドに統一された2館体制となり、店舗リーシングやイベント、プロモーション等での一体的な運営を強化し、ブランド力と集客力を高めることで、西ジャカルタ No.1 の商業施設の地位をさらに向上させてまいります。

加えて、「セントラルパークモール 2」では、施設のコンセプトである「Urban Family Experience^(※1)」のもと多彩なイベントを展開し、「遊ぶ・育む・過ごす」といった体験を通じて、誰もが心地よく滞在できる新たな空間価値が創出できるよう、引き続き取り組んでいきます。

当社は、これらの取組を通じて、インドネシアでの賃貸事業の基盤強化を進めるとともに、海外における不動産事業の拡大を推し進めてまいります。

(※1)「Urban Family Experience」とは、都市生活を送るファミリー層（特に子育て世代）を主なターゲットとし、日常の消費行動を超えて心に残る時間を創造する施設コンセプトです。新たな発見と活気に満ちた「遊ぶ」機会を提供し、次世代の知的的好奇心や感性を刺激する「育む」場を創出し、安心して快適に「過ごす」心地よい空間を提供することで、特別な思い出を育む場となることを目指します。

【旧】ネオソーホーモールの施設ロゴ



【新】セントラルパークモール2の施設ロゴ



名称変更に伴い施設ロゴを刷新いたします。



ジャカルタ近郊 位置図（黄色のラインは高速道路）



建物の外観

■ネオソーホーモール施設概要（本年１１月２２日より施設の名称を「セントラルパークモール２」に変更します）

【敷地面積】 21,719 m²

【延床面積】 63,479 m²

【フロア数】 地下２階、地上７階ほか

【竣工年】 2016年

【テナント数】 約70テナント

■セントラルパークモール施設概要

【敷地面積】 85,697 m²

【延床面積】 188,047 m²

【フロア数】 地下２階、地上10階ほか

【竣工年】 2009年

【テナント数】 約300テナント

以 上

【別添資料】（ご参考）「セントラルパークモール」のこれまでの主な取組とその成果について

「セントラルパークモール」のこれまでの主な取組とその成果について

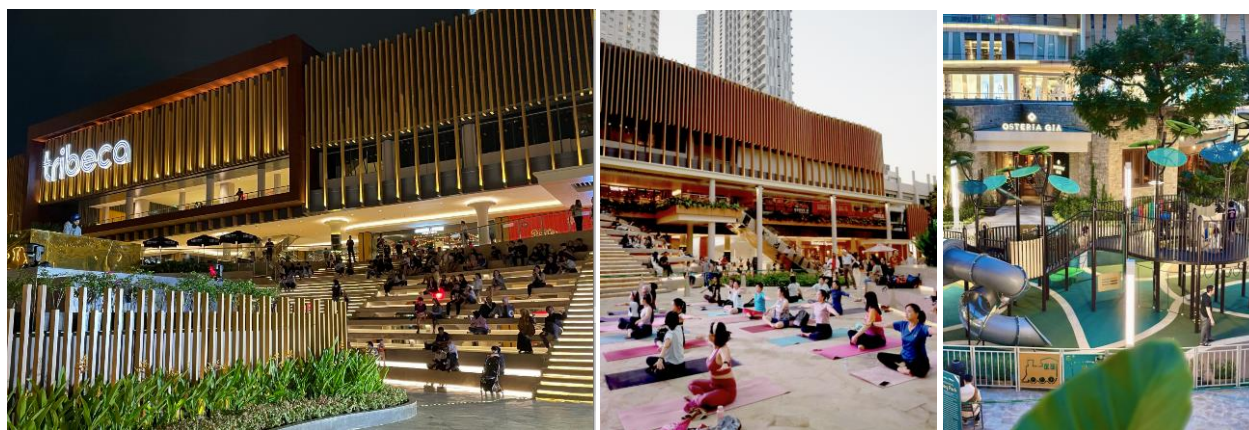
阪急阪神不動産は、2022年9月にセントラルパークモールを、2023年9月にネオソーホーモールを取得以降、両施設を一体的に運営し、施設価値の更なる向上に向けた様々な取組を推進してきました。

これは、当社グループが、グランフロント大阪ショップ&レストランや阪急西宮ガーデンズなど国内における主要な商業施設の運営で培ってきた豊富なノウハウを、インドネシアの運営会社と密接に連携し、現地のニーズや文化を踏まえて展開することで実現してきたものであり、以下に、その具体的な取組とその成果についてご紹介します。

■セントラルパークモール「トリベカパーク・トリベカダイニング」の大規模なバリューアップを実施

セントラルパークの象徴であり、ジャカルタでも類をみない約1haの広大な中庭「トリベカパーク」に面していながら、その視認性や回遊性に課題を抱えていたダイニングエリア（以下、「トリベカダイニング」）について、大規模なバリューアップを実施しました。

バリューアップにあたっては、トリベカダイニングにつながる大階段の新設などハード面での改装に加え、テナントミックスを刷新することで、本年9月のグランドオープン時には、合計15テナントが本格稼働しました。また、新設した大階段は、早くもフォトスポットとして多くの人で賑わいを見せており、新たな交流の場としてお客様に心地よい空間を提供しています。さらに、トリベカパーク内にお子さま向け遊具も新設したことで、ファミリー層にも、これまで以上に楽しんでいただける環境が整い、施設全体の魅力を高めています。



昼夜を問わず賑わうトリベカパークの様子(左・中央)、新設した遊具(右)



トリベカパーク・トリベカダイニング 位置図

■戦略的なテナント誘致と日系企業との連携強化・プロモーション

日本国内における当社の強固なリレーションを活かした NITORI のインドネシア第 1 号店の誘致（2024 年 7 月オープン）は、現地の多くのお客様に支持され、施設の魅力向上に貢献しています。その他、日本発祥の飲食店やエンタテインメント施設など、様々な業種の日系テナントとの対話を継続させながら、日系企業と連携したプロモーション活動も強化しており、海外でも高い人気を誇る「ポケモン」との大規模クリスマスイベント（2024 年 12 月）や、東宝の映画怪獣「ゴジラ」との連携イベント（本年 6 月）は大きな話題となりました。



NITORI インドネシア第 1 号店(左)、「ポケモン」とのクリスマスイベント(中央)、「ゴジラ」との連携イベント(右)

■阪急阪神ホールディングスグループとのシナジーを発揮

阪急阪神ホールディングスグループと株式会社阪急阪神百貨店のインドネシアにおける協業機会の発掘を目的に営業の強化を図っております。具体的には、大阪・梅田エリアに保有する商業施設へのインバウンドの誘致を目的に、セントラルパークモールで開催された「HSBC/ANA トラベルフェア（★1）」に合同ブースの出展を行いました。



セントラルパークモールで実施したトラベルフェアの様子

（★1）HSBC 銀行と全日空（ANA）の共催による旅行関連のプロモーションイベントで、日本行きの航空券の販売等を行う。

■社会貢献とサステナビリティへの取組（SOLAR CHAPTER との連携）

両施設の運営を通じたサステナビリティへの取組として、NPO 法人 SOLAR CHAPTER が推進する水ストレス（水需給がひっ迫している状態）が深刻な地域への支援プロジェクトに参加しています。

この活動は、2023年より、気候変動の影響を受けやすく、経済的にも困難な地域であるインドネシアの東ヌサ・トゥンガラ州で、太陽光発電を用いた水供給システムを整備し、住民生活の質の向上を目指す取組であり、セントラルパークモールやネオソーホーモール（★2）内で開催される様々なイベントを通じて、お客様や関係者に募金への協力をお願いし、2024年は、約2億8,000万ルピア（日本円で260万円相当／当時）を寄付し、同州トゥナベシに新たな水供給システム設備が設置されました。また、本年より、第2弾として同州オエネヌの支援がスタートしており、今後もこうした活動を通じて、社会貢献とサステナビリティへの取組を続けてまいります。

（★2）本年11月22日より施設の名称を「セントラルパークモール2」に変更します。



館内各所に2次元バーコードを設置し寄付を募った



トゥナベシの子どもたち



オエネヌ、トゥナベシ 位置図

以上