

時期

トピックス

12月
下旬

■JR西日本 大阪環状線新型車両323系 運行スタート

12月24日、大阪環状線・JRゆめ咲線(桜島線)専用新型車両323系は京橋駅を16時9分に発車する大阪環状線内回り普通列車から営業運転を開始した。

2013年度からスタートした「大阪環状線改造プロジェクト」の中心となる新型車両323系は、大阪環状線55年の歴史で初の専用設計車両。2016~2018年度にかけて計168両(8両編成×21編成)を投入し、通勤形電車103系・201系を置き換える計画。新型車両323系は片側3ドアで、車体はステンレス製。大阪環状線伝統のオレンジ色を採用し、「大阪環状線改造プロジェクト」のシンボルマークを配した外観となる。

車内はオールロングシートで、混雑車両の8号車(大阪駅停車時の天満方先頭車)は出入口スペースが拡大された。快適性・安全性を備えた通勤形電車をめざし、斜めに配置した袖仕切り、立ち上がりやすい肘掛けのある優先座席、小さな力で開くアシスト機能付きドア取っ手など、随所に工夫が施されている。女性専用車は客室内灯具の色調や車体ドア横カラーを他の車両と区別することで識別性を高めた。



▲外観 ▼車内のようす



1月
中旬

■大阪あべのハルカスで「大人の階段」のぼる、成人の日



1月9日成人の日、日本一高いビル「あべのハルカス」(大阪市阿倍野区)で、新成人が歩いて登るウォーキングイベント「ハルカスウォーク 地上300メートルの成人式」が行われた。主催は近鉄不動産。

2014年から続く恒例イベントで、今回で4回目となる。公募で集まった今年の新成人が参加し、同ビル地下1階から最上階となる60階(展望台)まで1,637段の階段を歩いて登り、展望台では参加者全員で記念撮影も行った。

当日は新成人98人が参加。それぞれ、「大人の抱負」を書いたたすきを掛け階段を歩いて展望台を目指した。中には振り袖、はかま姿で参加した人もおり参加者は40分~1時間程度でゴールした。

参加者特典としては、参加費無料(展望台入場料無料)、あわせて振袖もしくは袴で参加の方にはオリジナル台紙付き写真をプレゼント。



▲最寄は近鉄大阪阿部野橋駅

■なんば道頓堀に「巨大龍彦像」登場！グリコサインの真正面

1月11日道頓堀のグリコサインの真正面に、高さ約8メートルの「巨大龍彦像」が登場した。「巨大龍彦像」は、1月21日に公開される映画「新宿スワンII」の主人公・白鳥龍彦を模したものである。「道頓堀グリコサイン」や「かに道楽本店」「つぼらや」などの巨大看板聖地の道頓堀に合わせて作製したという。「巨大龍彦像」の展示は1月17日終了予定が、好評のため22日まで延長し終了。

シリーズ一作目となる『新宿スワン』(2015年5月公開)の公開時には東京のJR新宿駅前に登場した「巨大龍彦像」。今回は大阪ミナミの観光スポットに登場。

イベントの開催告知は、開始のわずか1時間前だったにも関わらず、約6,000人のファンが集結。粉雪が舞う寒空の中、ロックバンド・MAN WITH A MISSIONが手掛けた主題歌「Dead End in Tokyo」が爆音で鳴り響くと、道頓堀川を船にのって綾野剛が登場。イベントの最後には10羽の希望の白いハットが大ヒットを祈願して放たれた。



1月
中旬

■JR西日本 先着18万人対象 駅ナカ店舗で「ICOCA」利用促進キャンペーン



▲オリジナルデザインは2種類

1月16日、JR西日本は 駅ナカ店舗における「ICOCA電子マネー」の利用促進を目的とした「駅ナカはやっぱりICOCA！」キャンペーンを実施すると発表した。「ICOCA」をはじめ、「Kitaca」「Suica」「PASMO」「TOICA」「manaca(マナカ)」「SUGOCA」「nimoca」「はやかけん」で300円(税込)以上利用すると、先着18万人(全店舗合計)に「カモノハシのイコちゃん」オリジナルクリアファイルをプレゼント。期間は1月18日(水)からクリアファイルがなくなるまで。対象店舗はJR西日本の駅構内にある「セブン-イレブン ハートイン」「セブン-イレブン キヨスク」「アントレ・マルシェ」「おみやげ街道」「おみやげ処」「おみやげ市場」「おみやげ楽市」(一部店舗を除く)。

一方、PITAPAは会員300万人達成を記念して1/4~1/31までキャンペーン実施中。

■梅田に「MIZUNO OSAKA」がオープン

1月19日、阪急電鉄は大阪市北区茶屋町に新たな商業ビル「(仮称)茶屋町17番地計画ビル」を建設、2018年4月の開業予定を発表。同ビルでは、主要テナントとして総合スポーツ用品メーカーであるミズノ株式会社(以下、ミズノ)がグローバルフラッグシップストア「MIZUNO OSAKA」を出店することにしており、同店は日常にスポーツを取り入れたライフスタイルを提案していく予定。

ミズノは今年で111周年を迎える。「MIZUNO OSAKA」は「BE STRONG」をコンセプトとしたグローバルフラッグシップストアで、「強くなりたい、強くありたい」人々と共に挑戦を続けるミズノの世界観を発信する。海外では「MIZUNO OSAKA」をベースとしてカテゴリーに特化した直営店の展開を予定。

阪急阪神ホールディングスグループでは、「梅田地区をはじめとする沿線の価値向上」を事業戦略の一つと位置付けている。

