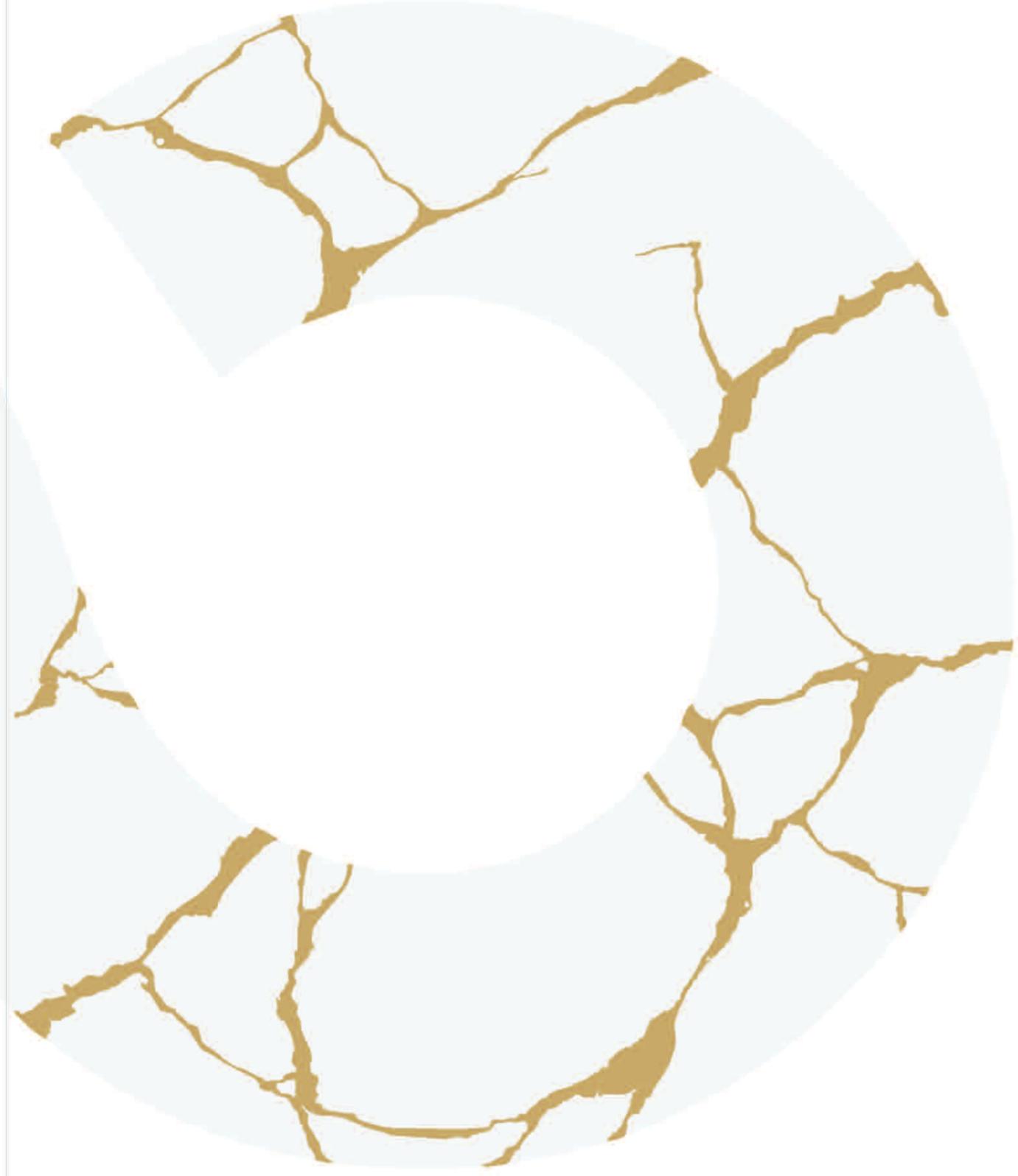


100<sup>th</sup>

ACCÈS

100<sup>th</sup> ANNIVERSARY



ACCÈS



# 100TH

DNAに刻まれた進取の精神を胸に、  
次の100年を拓く。

1925年、広島・尾道の地に創業して以来、  
100年の時が私たちの挑戦の歴史を刻み込んだ。  
目指すのは、訪れること自体が目的となる  
「ワールドクラスのデスティネーションストア」。  
それは、お客様一人ひとりの物語に寄り添い、  
期待を超えて、忘れられない体験を創造する空間である。

私たちの強みは、決して平坦ではなかった歴史の中で、  
常に変革を追い求めてきた挑戦の意志そのものである。  
創業者から受け継ぐ「店は客のためにあり」という理念を礎に、  
時代の変化を読み解き、世界に活路を見出す戦略を掛け合わせる。  
そして、その価値を最終的にお客様へ届けるのは、  
現場に立つ社員一人ひとりだ。  
この「社員全員によるマーチャンダイジング」の思想こそ、  
私たちの競争力の源泉にはかならない。

この理念と挑戦の意志を胸に、地方から日本の第一線で  
世界の人々にその輝きを放ち、その輝きが地域社会への希望と  
誇りとなる企業でありたいと、心から願う。

## Stepping Boldly into the Next Century with a Spirit of Innovation Etched into Our DNA

The century since our establishment in Onomichi, Hiroshima, in 1925 has etched the history of our challenges. Our vision is to be a world-class destination store that is the destination itself. We aim to create a space that embraces the story of each customer, exceeds their expectations, and delivers unforgettable experiences.

Throughout a history that hasn't always been easy, our strength has been the very will to take on the challenge of always pursuing innovation. Based on our founder's belief that "a store exists for its customers," we use a combination of strategies to decipher the changes in the times and open up new possibilities around the world. Ultimately, it's each and every employee on the front lines who delivers that value to customers. This philosophy of "merchandising by all staff" is the very source of our competitive strength.

With this philosophy and will to take on challenges in our hearts, we sincerely hope to be a company that emits such a shine from our local area to the forefront of Japan and to people around the world and brings hope and pride to our community.

HYKE



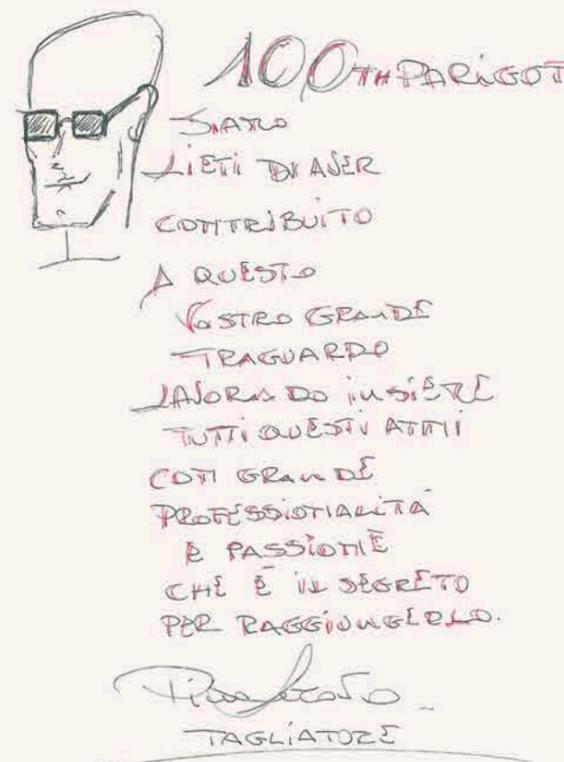
Belvest

*Belvest*

*Belvest desidera esprimere le più sincere congratulazioni per questo straordinario traguardo. La vostra dedizione, professionalità e passione hanno reso possibile il raggiungimento di questo importante risultato, siamo onorati di poter collaborare con una realtà così prestigiosa. Auguriamo a voi e al vostro team un futuro ancora più luminoso e ricco di successi!*



TAGLIATORE



MASAMICHI KATAYAMA  
WONDERWALL®



Le GRAND CLOSET de PARIGOT (2023)  
@Azabudai Hills



Le GRAND CLOSET de PARIGOT / MAN (2024)  
@Ginza Six

100周年おめでとうございます。

そんなに長いお付き合いではないにもかかわらず、私やWONDERWALLのスタッフをまるで家族のように迎え入れてくださいました。そして、2つのプロジェクトを手掛けさせていただいたことは、私たちにとって大変有意義で、かけがえのない体験です。

ご家族である、高垣圭一朗さん/孝久さん/佳代子さん/道夫さんによる、完璧な凸凹のフォーマットは漫画のように痛快で、「どんなショップを作るべきか?」というコンセプトワークの段階で、どれだけ皆さんの顔が浮かんだことか...

ファッションは、常に変わり続ける時代と共にあります。PARIGOTという空間の概念がこれからの100年でどう発展していくのか、楽しみでなりません。またユニークなプロジェクトで一緒にできることを、楽しみにしています。

追伸

海鮮バーベキューをご一緒したり、お風呂をご一緒したり、サカナクションのライブをご一緒したり、おのみち住吉花火まつりをご自宅の屋上から見せて頂いたり...

楽しい思い出がいっぱいです。

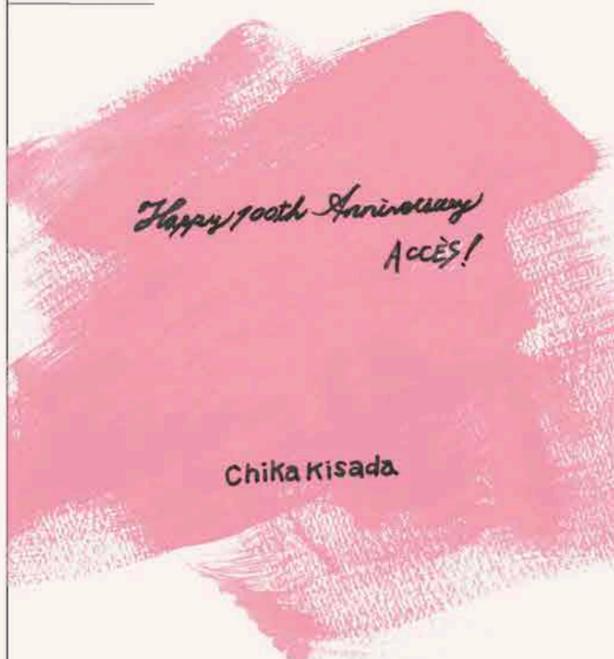
Chloé

*Congratulations on your 100<sup>th</sup> anniversary Parigot! Wishing you continued success in the years to come. Looking forward to many more years of collaboration. Laurent Labarre, CEO, President*

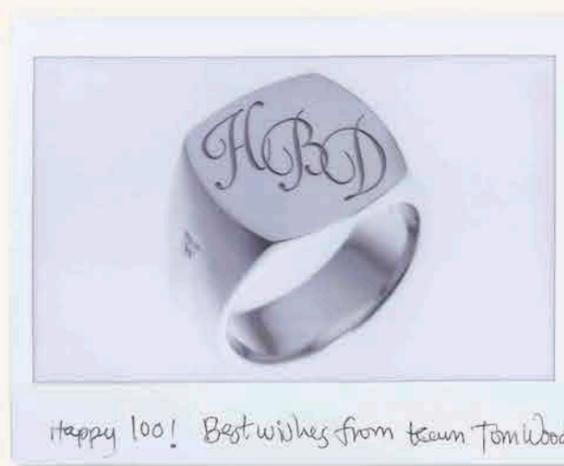
Chloé SAS  
SIRET 56207628990004H  
57 avenue Perrotin  
75008 Paris  
APE 1413Z  
Tél. 01 44 94 33 35

ACCÈS 100<sup>TH</sup>

Chika Kisada



TOM WOOD



M E S S A G E

th/kolor

100th  
100th  
100th

Kolor th products  
take xxx

OAO

Congratulations on your 100th anniversary!  
Wishing you continued success and prosperity for  
many more years to come.

OAO

KAON

♡Happy 100th♡

ANNIVERSARY!!

With LOVE ♡♡♡

xxx Kaon.

KAORU YONEYAMA

DESIGN STUDIO SPIN



“Think a new century ahead...”

100周年、おめでとうございます!  
私どもが独立して間もない19年前に、  
尾道オフィスのデザインをさせていただく  
ご縁を繋いでくれたのは、私の亡き父でした。  
そのおかげで、素晴らしい100年の歴史の一部に  
携わることができ、  
皆様の日々の歩みの傍に私どものデザインがあったことは、  
大変嬉しく、光栄に思います。  
今までがそうであったように、これからの100年も、  
皆様の素晴らしいファッションの世界が、  
ますます、多くの人の人生を鮮やかに彩り、  
喜びを与え続けてくださることを願っています。  
本当に100周年、おめでとうございます!

株式会社デザインスタジオ・スピン

代表取締役社長

小市 泰弘

foot the coacher



Dedicated to the glorious 100th anniversary.

foot the coacher  
TOSHINOSUKE TAKEGAHARA

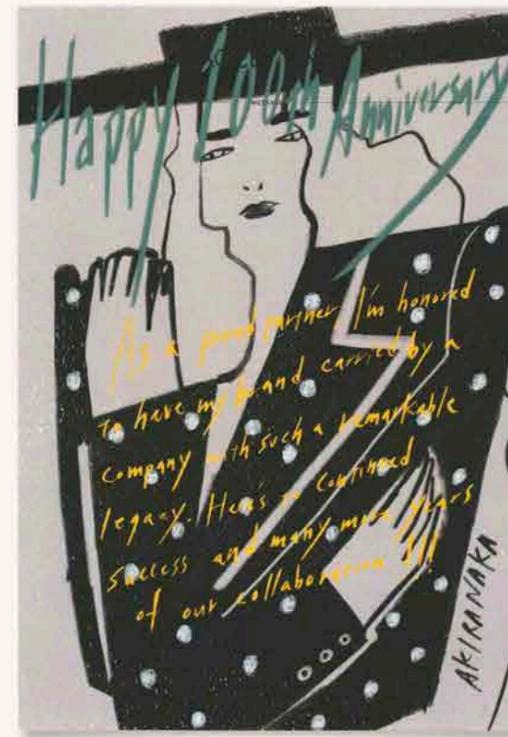
Philippe Audibert

100 ans d'élégance  
meilleures pensées de Paris

Carille



AKIRANAKA



TOGA



VOILE BLANCHE

VOILE BLANCHE

Best wishes for this wonderful milestone!  
100 years is truly an exceptional anniversary!  
We are proud to celebrate this moment together and  
are grateful for everything you have done for our  
growth in your organisation.  
We sincerely wish that you will maintain the  
energy and ability that have sustained you to date  
and will be the basis for a successful future!



OVERCOAT

創業100周年、誠にありがとうございます。  
長きにわたり時代とともに歩みながら、常に  
新しい価値を生み出し続けてこられたことに  
心より敬意を表します。

OVERCOATも今年10周年を迎えられますが、  
PARIGOT様のようにこれからも長く愛される  
ブランドを目指して励んで参ります。  
これからもご一緒できる事を楽しみにしております。  
貴社のご発展をお祈り申し上げます。

OVERCOAT 大丸 隆平

Tamotsu Yagi

100周年、おめでとうございます。  
 ロゴデザインを担当させていただいた企業が、  
 100年という節目を迎えられたと聞き、とても誇らしい気持ちです。  
 これまでいろいろな企業とお仕事をしてきましたが、  
 100年も続いている企業はありません。  
 そんな大事なタイミングに関わることができて、光栄です。

Tamotsu Yagi Design  
 八木 保

Masataka Tokuo



MOUJIC



CRIME LONDON



CINOH

100年という時間を  
 私には語る事ができません。

けれどそれはきっと  
 信念の積み重ねによって軽やかだったのではないかと感じています。

心からの敬意を込めて。

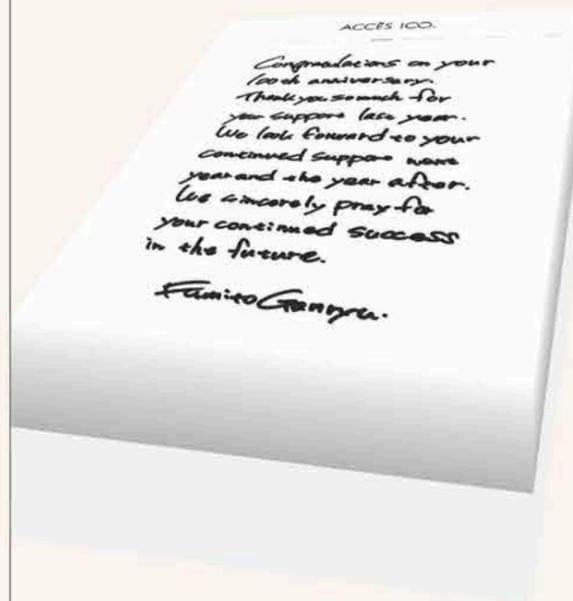
I cannot speak of what a hundred years truly means.

But I believe that such time,  
 when built upon quiet conviction,  
 may appear unexpectedly light.

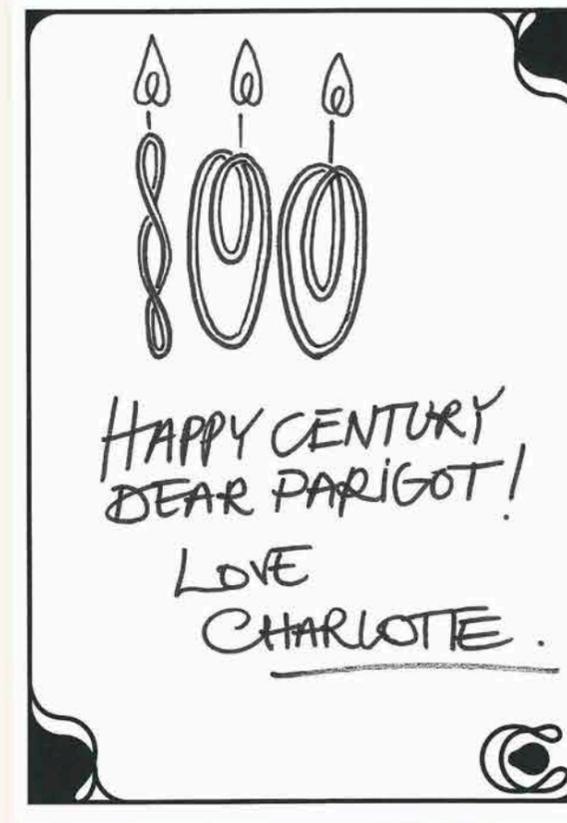
With my deepest respect,

CINOH  
 Chino Takayuki

FUMITO GANRYU



Charlotte Chesnais



ADER.bijoux



KIJIMA TAKAYUKI



XACUS

*A century of elegance, passion and dedication to style. What an extraordinary achievement! Xacus is proud to celebrate this milestone with you. Your legacy in fashion is truly inspiring, and we wish you continued success for many more years to come. Con ammirazione ed i migliori auguri, The Xacus Team.*

TELMA

*Happy 100th Anniversary Telma*

MESSAGE

FABIO RUSCONI

PARIGOT  
1925 - 2025  
100th ANNIVERSARY

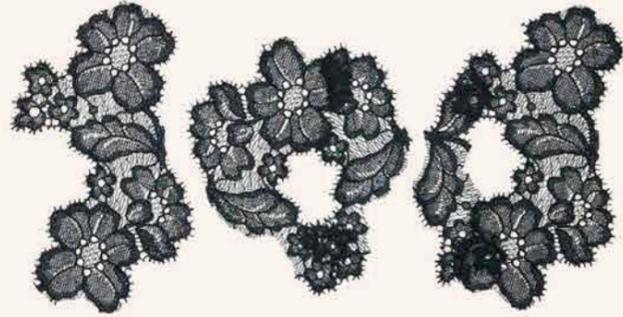


All my best for you  
Fabio Rusconi

EZUMI



KANAKO SAKAI



Warmest congratulations on your 100th anniversary!  
KANAKO SAKAI

PHOTOCOPIEU



FÉLICITATION POUR VOTRE CENTENAIRE!  
BEAUCOUP D'AMOUR DANS VOTRE BOUTIQUE  
PHOTOCOPIEU

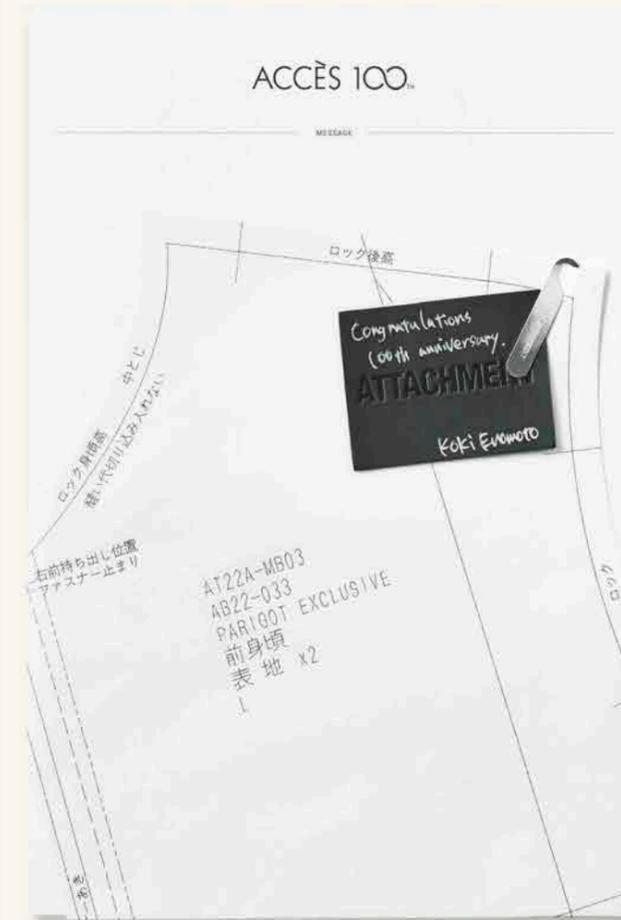
PT TORINO

MILANO 2025

un grande piacere e vero onore che lo PT Torino ha lavorato per anni con Parigot sviluppando un business eccezionale con serietà e successo.

Global Sales Director

ATTACHMENT



Maison MIHARA YASUHIRO



FETICO



FETICO Emi Funayama

PHEENY

CONGRATULATIONS!  
100th  
ANNIVERSARY  
PARIGOT/ACCÈS

PHEENY

côte&ciel



Mame Kurogouchi

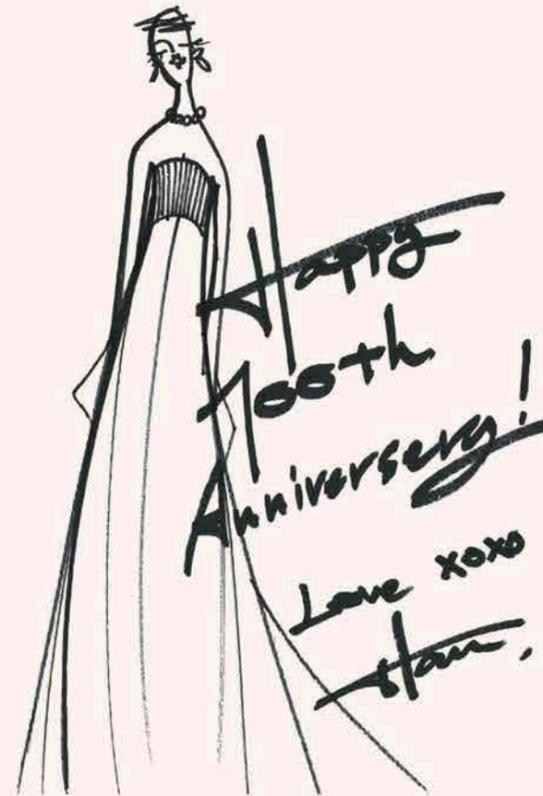


TATRAS

Un traguardo che rappresenta non solo la  
 forza della vostra storia, ma anche  
 un'ispirazione per tutti noi.  
 Siamo grati per il rapporto che ci  
 unisce e auguriamo che questo  
 importante traguardo sia l'inizio  
 di nuovi capitoli ricchi di successi.

Con stima e affetto,  
 lo staff di TATRAS  
*[Signature]*

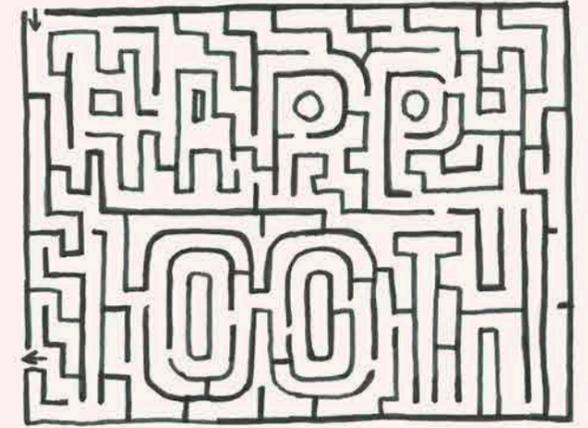
HARUNOBU MURATA



N.HOOLYWOOD

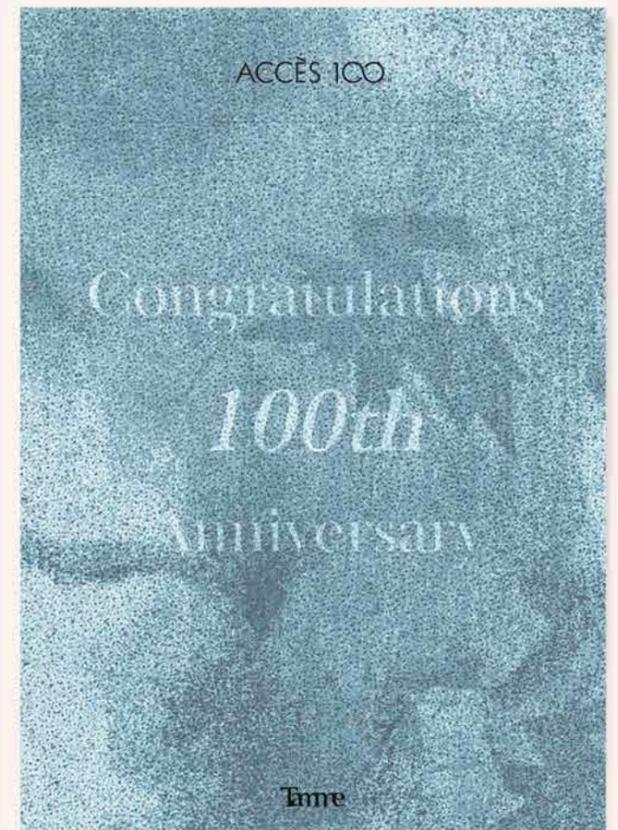


yoshio kubo

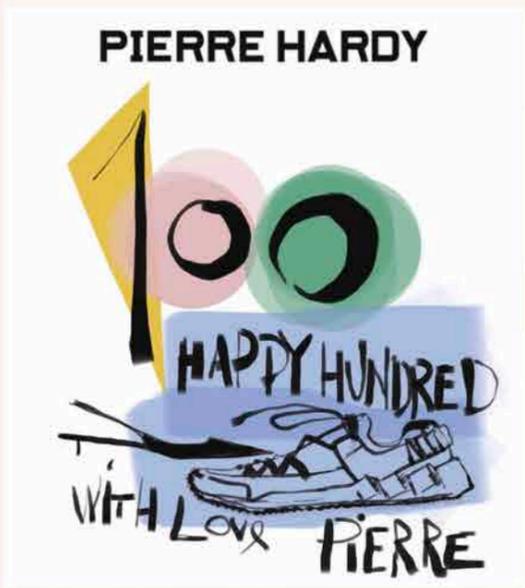


Congratulations!!  
*Yoshi Kubo*  
 Grand Floor  
 mullen of yoshi kubu  
*Yoshi Kubo*

Tamme



PIERRE HARDY



GRAN SASSO

Dear customer,  
 On the occasion of your extraordinary 100th anniversary, all of us at Gran Sasso  
 extend our heartfelt congratulations.  
 It is an honor to share such a significant milestone with you, celebrating a  
 century of passion, commitment, and innovation in the fashion world.  
 Your success is a testament to dedication and the continuous pursuit of quality,  
 values that Gran Sasso have always shared.  
 On this special anniversary, we wish you continued growth and the achievement of  
 new milestones, while maintaining your authenticity.  
 Warmest wishes for an even brighter future.

With affection,  
 Gran Sasso Team  
*[Signature]*  
 Gentle & D. Hobbs  
 Make the Line

1952  
 GRAN SASSO  
 ITALY

DECADE



DECADE

AKANE UTSUNOMIYA

ACCÈSさま  
100周年本当におめでとうございます。

fashion & creative への思い  
溢れだしていき



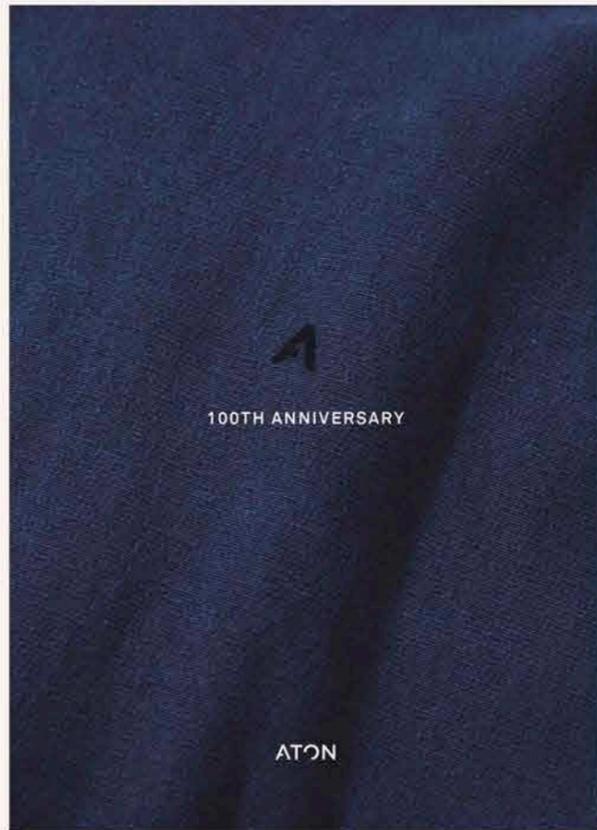
AKANE UTSUNOMIYA

UJOH

このたびは、創業100周年を迎えられましたこと  
心よりお祝い申し上げます。  
地域に根ざしながらも常に時代を見据え進化され  
てきた歴史に、あらためて深い敬意を抱いています。  
100年という大きな節目を迎えられる今も、時代と共に  
進化し続けるアクセ さんの歩みを 私たちも楽しみ  
たしています。  
ますますのご発展を 心よりお祈り申し上げます。



ATON



LARDINI

LARDINI



COOHEM

PARIGOT  
100周年  
おめでとうございます  
交編  
COOHEM

PIPPICHIC



VASIC

Wishing Parigo a wonderful 100th Anniversary! May your  
[number of success continues for many more years to come]  
VASIC Kametani

CULLNI

# Congratulations!



CULLNI

*Amolo*

MURRAL



RAINMAKER



LOKITHO

アワセの皆様  
 100周年、おめでとうございます。  
 LOKITHO設立間もない頃から  
 お取り扱い頂き、本当は家族のような  
 暖かさをもいつも感じております。  
 これからも精進致しますので、  
 どうぞよろしくお願ひ致します。  
 ロキトデザイナー 木村晶彦

Miki MIALY

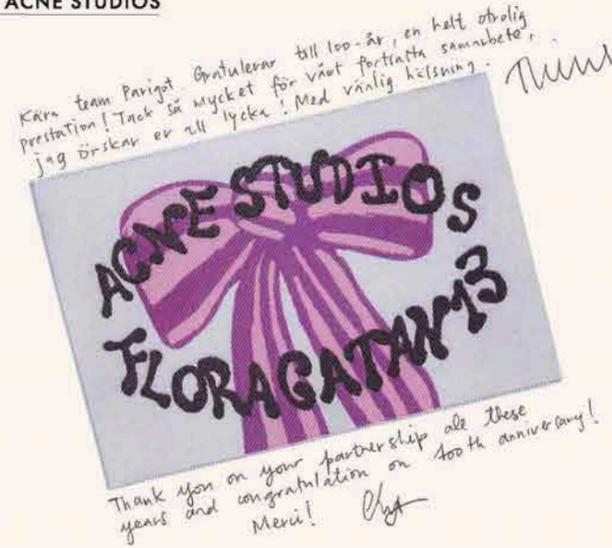
ACCÉS社様 100周年、おめでとうございます。

100年の歴史は平坦な道のみではなく、幾度となく歴史の大転換に遭遇する中、常に時代の変化を見極め敏速に道を切り拓き、また未来を見渡し設計図を描いて着実に築き上げ、挑み初め出る創出力と事業の変革日々の惜しみない努力は、愛を形に、そして表現する為の尽力。  
 その絶え間ない挑戦と創造の積み重ねにおいて、信頼における名誉を授けられ幸甚の極みです。  
 ACCÉS社様が皆様可愛され、由緒正しい本物だけに与えられるブランディングとして確立されましたことを心より敬意を表しお慶び申し上げます。

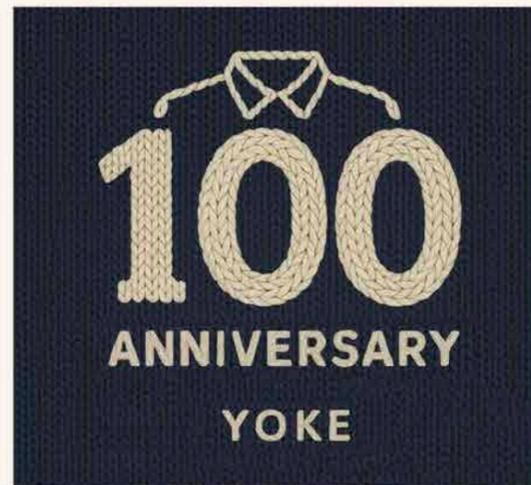
Miki MIALY

*Miki MIALY*

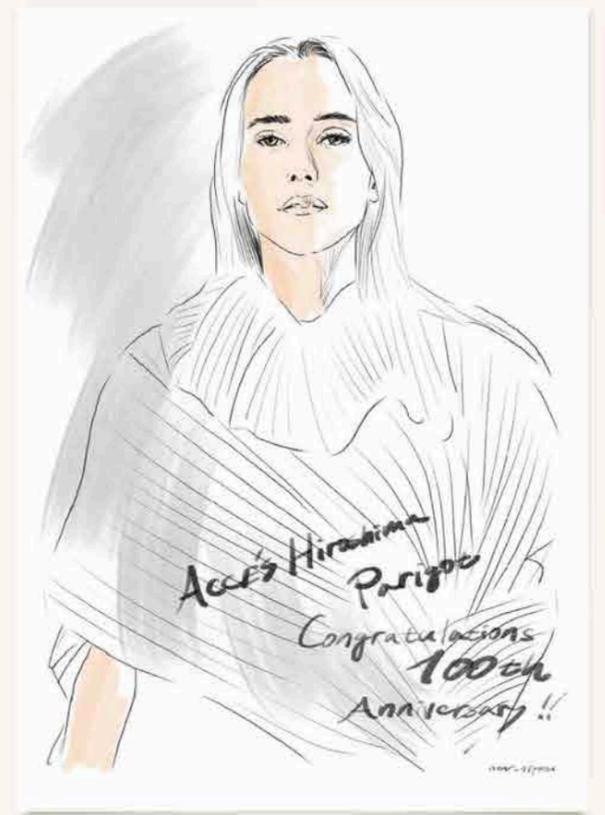
ACNE STUDIOS



YOKE



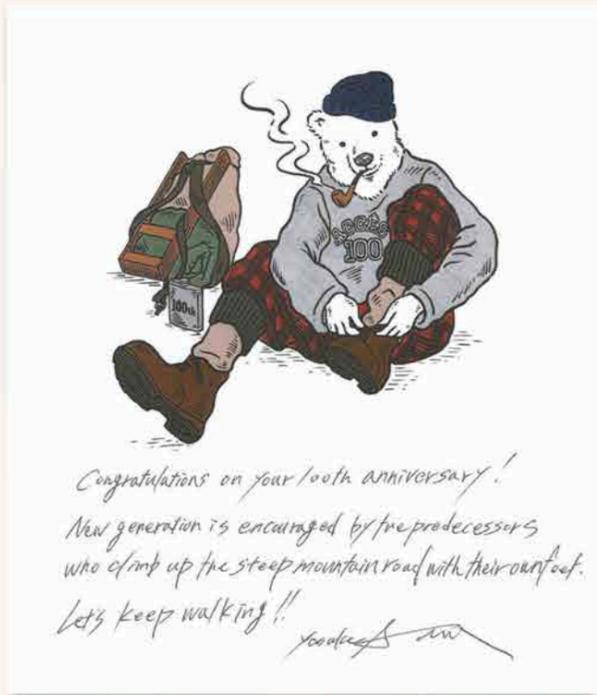
near.nippon



roberto collina

27/1/2025  
 Dear Parisot  
 Happy Anniversary  
 (Roberto Collina)  
 Merci Beaucoup  
 pour tout  
 Roberto Collina

White Mountaineering



CECILIE BAHNSEN

*Congratulation on the  
100<sup>th</sup> anniversary*

*Cecilie Bahnsen*

MoorER

*Collaborating with such a storied and esteemed partner is truly an honor. Your commitment to quality and elegance resonates  
deeply with our values, and we are proud to stand beside you in celebrating this monumental achievement.*

*Congratulations on reaching the incredible milestone of your 100th anniversary.*

*Jacques Pas*

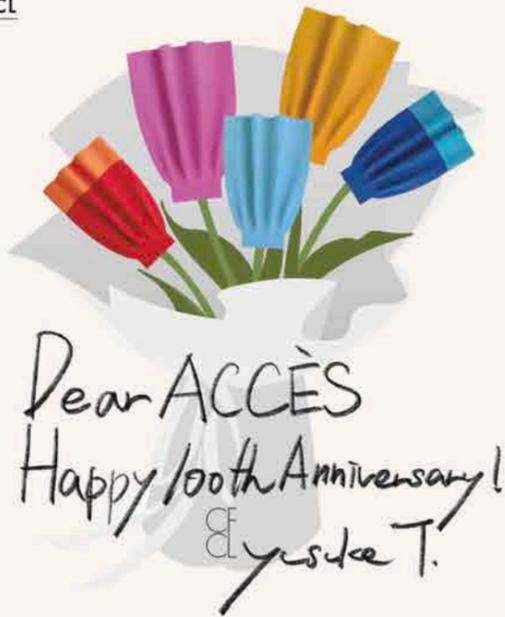
MoorER

08 circus

100周年  
おめでとうございませう。  
右島の誇りと  
さらなる飛躍を応援  
します。

Kiminori morishita

CFCL



giabsarchivio



zattu

100th  
Congratulations!!

100周年 おめでとうございませう。  
心からお祝いを申し上げます。

zattu  
布袋真紀子

HERNO

Congratulation.....

I wish you 100 more days  
like This

herno

*Blatt Jakob*

JACOB COHEN

100<sup>th</sup>

Congratulations

*on reaching this incredible milestone.  
We're excited to continue this journey with you for the  
years to come.*

*Jacob Cohen*

Toshio Matsuura

瀬戸内の海は光を呑み込みながら呼吸している。

朝は灰色の幕を垂らし、

昼には研ぎ澄まされた硝子のようにきらめき、

夕方には蜜のような色で街を包む。

坂道を上れば、石段の隙間から猫が細い目でこちらを見つめる。

その瞳にはこの街を流れ続けてきた潮風の記憶が宿っている。

渡船は音もなく海を切り、向こう岸の鳥影が

まるで一枚の絵のように少しずつ位置を変えていく。

この尾道で「高垣大安店」という暖簾が揚がったのは  
今から百年前のこと。

木造の店先には日々の暮らしを支える品々が並び、

売り手と買い手のやり取りは港の波のように

絶え間なく続いていた。

時を経て名を「株式会社アクセ」と改め、

テイラーから総合衣料店、セレクトショップ、

そしてファッションビルへとその挑戦と努力を形にしてきた。

今では東京・銀座をはじめ各地に店を構え

尾道で芽吹いた志を遠くの街へも届けている。

港の匂いと醤油の香りがこの街の時間をゆっくりと醸すように

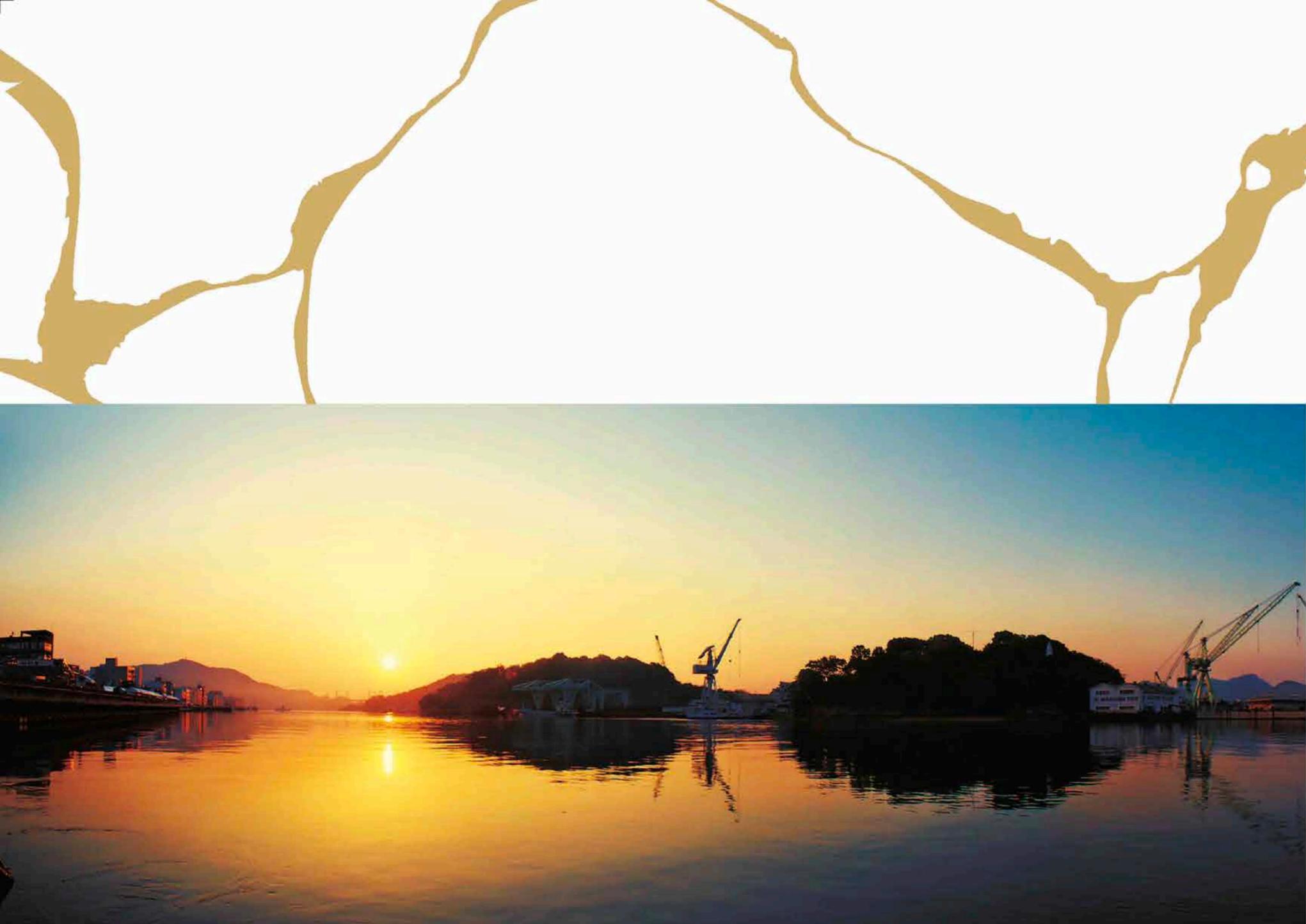
その百年の歩みは確かに息づき

これからの百年へと静かに受け渡されていく。

百年を祝し、そしてこれからの百年にも

変わらぬ情熱と新たな挑戦の風が吹き続けることを心から願って。

松浦俊夫



## 尾道から世界へ、世界から尾道へ。

1925年より歩み始めた私たちの原点は、瀬戸内の要衝・尾道にある。そこには創業当初から、常に外に目を向け、新しい価値を追い求める「進取の精神」があった。そのDNAは、100年の時を超えて、今も脈々と受け継がれている。長い歩みの中で、存続の危機に直面したこともあった。しかし、私たちは絶望の中から変革への活路を見出し、その挑戦の経験を活かし、より強固な企業へと生まれ変わった。

その強さの根幹には、私たちの経営に宿る「二つの魂」がある。一つは、創業者から受け継ぐ「店は客のためにあり、店員とともに栄える」という、人を想う心。そしてもう一つは、四代目が外の世界から持ち帰った、徹底した論理とデータに基づく戦略だ。この両輪を回し続けることこそ、私たちの揺るぎないアイデンティティなのである。

そして今、私たちは「ワールドクラスのデスティネーションストア」の創造を掲げる。それは訪れること自体が目的となる、特別な体験価値を持つ空間。尾道という地に育てられた感謝を、未来への誇りへ。地方から日本の第一線で世界に向けて輝くことが、地域の希望と誇りとなり、それこそが私たちの恩返しであり、存在価値であると信じている。過去への敬意を礎に、人々の心を動かす価値を創造し、次の100年を歩んでいく。

### From Onomichi to the World and the World to Onomichi

Our journey began in 1925 in Onomichi, a vital hub in the Seto Inland Sea. From the very beginning, we have embraced a spirit of innovation, always looking outward and seeking new value. That DNA has endured for more than a century, passing down through the generations. Along the way, we faced moments of existential crisis. Yet in the depths of despair, we found a path to innovation, and the challenges we faced led to our rebirth as a stronger company.

The foundation for this strength is the two spirits at the core of our management. One is the founder's philosophy of thinking about others: "A store exists for its customers and flourishes alongside its staff." The other is a strategy grounded in logic and data brought from the outside world by our fourth president. It is the continuous interplay of these two spirits that defines our true identity.

Today, our vision is to create a world-class destination store. The space is the destination itself, and it offers unique experiential value. We are grateful for being nurtured in Onomichi, and this is reflected in the pride we feel for the future we are shaping. We believe that by shining from our local area to the forefront of Japan and out into the world, we bring hope and pride to our community. This is our way of giving back and the essence of why we exist. Grounded in respect for our past, we will continue to create value that moves people's hearts and walk our path into the next century.

# IDENTITY

## FOUNDER



創業者 高垣 繁太郎

Shigetaro Takagaki  
(1896-1988)

高垣 チノ

Chino Takagaki  
(1902-2004)

創業期～成長期

From Establishment to Expansion

## 尾道に灯った、進取の精神。

株式会社アクセの物語は、1896年(明治29年)、7人兄弟の末っ子として尾道で生まれた初代・高垣繁太郎という一人の男から始まる。国鉄職員であった彼は、1925年、29歳のときに独立し「高垣大安店」を創業する。まだ既製服というものが一般的でなかった時代、肌着を中心とした小さな店は、地域の暮らしに寄り添う確かな存在だった。

創業者の精神は、常に外に開かれていた。「進取の精神」として受け継がれるこのDNAは、当時では画期的な行動に表れている。新幹線も無く、東京や大阪へ出向くことさえ困難だった時代に、地域の間屋を通さずに岐阜や関西の生産者から直接商品を仕入れるという行動を実践

## A Spirit of Innovation Born in Onomichi

The story of ACCÈS Co., Ltd. begins in 1896 with the birth of a boy named Shigetaro Takagaki, the youngest of seven, in the coastal town of Onomichi. In 1925, at just 29 years old, he left his job at the national railway and opened a small store called Takagaki Ohyasuten. In an era when ready-made clothing was still rare, his store, which focused on undergarments, supported everyday life in the community.

The founder always embraced an outward-looking spirit. This DNA, passed down as our spirit of innovation, was reflected in actions that were considered groundbreaking at the time. At a time when even traveling to Tokyo or Osaka was a challenge, long before the advent of the Shinkansen, he took the bold step of sourcing products directly from manufacturers in Gifu and the Kansai region, bypassing local wholesalers. His heartfelt wish was to offer better

していたのだ。より良い品を、適正な価格でお客様に届けたい。その純粋な想いは、やがて二代目となる息子の剛士へと受け継がれていく。日本舞踊や茶道・華道を嗜むなど、日本の侘び寂び文化に造詣が深かった剛士の代、事業は新たなステージへと進む。戦後の復興期であった1947年、服地の販売と仕立てを行う「有限会社高垣洋装店」を設立。さらに1957年には、総合衣料品店「尾道まるべに」を開業し、婦人服から紳士服、呉服や寝具までを扱う地域一番店へと飛躍的な成長を遂げた。

当時の「まるべに」は、まだ橋の架かっていなかった因島や瀬戸田といった島しょ部の人々にとって、わざわざ船で海を渡って買い物に訪れる、まさしく「デスティネーションストア」であった。1000坪にもなる店舗は常に活気に満ち溢れ、最盛期には年商3億円、現在の貨幣価値にして20億円を超えるほどの売上を記録する。創業者の掲げた「店は客のためにあり、店員とともに栄え、店主とともに滅びる」という理念は、まさにこの時代に結実していたのである。1973年、二代目・剛士は、ドルが変動相場制へ移行したことを機にいち早く欧米を視察。8ミリカメラで撮影したパリの街並みを6人の子供達に見せ、次の時代の姿を模索していた。この時、アクセの未来は洋々と開けているかに思われた。

products at fair prices. This genuine desire was eventually passed on to his son, Tsuyoshi, who became the company's second president. Under the leadership of Tsuyoshi, who had a deep appreciation for traditional Japanese arts such as Nihon Buyo (Japanese classical dance), sado (Japanese tea ceremony), and kado (Japanese flower arrangement), the business entered a new stage of development. In 1947, during Japan's postwar reconstruction period, Takagaki Yousouten Limited was established to sell fabrics and provide tailoring services. In 1957, the company opened Onomichi Marubeni, a general apparel store that quickly grew into the region's leading retailer, offering everything from women's and men's clothing to traditional Japanese garments and bedding.

At the time, Marubeni became a true destination store, attracting customers from island communities such as Innoshima and Setoda, who would cross the sea by boat to shop there, as no bridges had yet been built. The store, spanning over 3,300 square meters, was constantly bustling with activity. At its peak, it recorded annual sales of 300 million yen, equivalent to over 2 billion yen in today's currency. The founder's philosophy, "A store exists for its customers, flourishes alongside its staff, and perishes with its owner," found its true expression during this era. In 1973, following the shift to a floating exchange rate for the U.S. dollar, Tsuyoshi (second president) was quick to travel to Europe and the United States. He filmed the streets of Paris with an 8 mm camera and shared the footage with his six children, seeking to envision how the next era would look. At that moment, the future of ACCÈS appeared full of promise.

1925



## 高垣大安店

衣料品雑貨小売商「高垣大安店」  
として、高垣繁太郎により創業。

## Takagaki Ohyasuten

Clothing retailer under the "Takagaki Ohyasuten" name founded by Takagaki Shigetaro.

1947



## 高垣洋装店会社設立

この頃から、服地販売とお仕立てを中心としたアパレル事業に特化。

## Takagaki Yousouten established.

At around this time, the company began to specialize in the apparel business, with a focus on fine materials and best tailoring.

## 2nd GENERATION



二代目 高垣 剛士

Tsuyoshi Takagaki  
(1929-1977)

変革への渴望

## 世界に活路を見出した挑戦。

順風満帆だった航路は、1977年、あまりにも突然に断たれる。二代目・剛士が、47歳という若さで病に倒れたのだ。当時、6人の子供達は2歳から16歳。祖父である初代・繁太郎が80歳を超えて再び経営の舵を取るも、時を同じくして郊外に大規模ショッピングセンターが出現すると、尾道の商店街は急速にその活気を失っていく。

ここから、20年にわたる売上低迷と18年間の赤字という、長く暗いトンネルの時代が始まった。会社の財務は悪化し、取引先から契約を打ち切られ、品揃えも劣化の一途を辿る。台風の日には、雨漏りする店舗の商品が濡れないよう、子供達も総出でバケツを置く作業に駆り出された。母・美智子は、6人の子供を育てるため、朝6時に起き深夜2時に寝るという生活を一日も休まず続けた。葬儀の場で実母から「あんたがしっかりしないと」と一切の甘えを許されなかった彼女は、一度たりとも弱音を吐かず、時に同級生の家にまで御用聞きに回った。その姿を見た幼い兄弟たちは、いつし



二代目 高垣 美智子

Michiko Takagaki  
(1934-)

Drive for Innovation

The Challenge  
That Opened Doors to the World

The period of smooth sailing was abruptly interrupted in 1977 when Tsuyoshi (second president) fell ill at the young age of 47. At that time, his six children were between two and sixteen years old. Despite being over eighty, Shigetaro, the company's founder, resumed his leadership of the company. However, the emergence of a large suburban shopping center led to a rapid decline in foot traffic and vitality in Onomichi's traditional shopping district.

This marked the beginning of a prolonged downturn—twenty years of sluggish sales and eighteen years of operating losses. The company's finances deteriorated, contracts with suppliers were terminated, and the product lineup steadily worsened. At night during typhoons, the children would rush to place buckets around the store to keep the leaking rainwater from soaking the merchandise. Their mother, Michiko, maintained a tireless routine, waking at 6 a.m. and going to bed at 2 a.m., to raise their six children, without a single day of rest. At her husband's funeral, her own mother told her, "You must stay strong," allowing her no room for self-pity. She never once complained, and at times, she even went door to door to visit her classmates' homes to take orders. Seeing this, the young

か母を助けて会社を手伝いたいと思うようになった。

父の死から4年後の1981年に次女の知代子の入社に始まり、翌年長女的美吉子が入社。1987年に長男の圭一郎（三代目）が入社すると、翌年には三女の佳代子（常務）が入社した。その年、1988年11月3日に、創業者である繁太郎が享年93歳で逝去。二代目の社長は美智子が引き継ぐこととなった。

一方、日に日に傾いていく家業を前に、次男の孝久は自分も商売の道で未来を切り拓くことを決意する。早稲田大学へ進学後、兄から送られてきた一枚のFAXが、彼の運命を決定づける。それは、同じように地方の商店街から身を起こしたユニクロ・柳井正氏のインタビュー記事だった。競合の出現に苦しんだ柳井氏が、その競合である「洋服の青山」の創業者の本を読み込み、「騙されたと思ってアメリカに行ってみよう」と活路を見出した逸話に、孝久は強く心を揺さぶられた。それは、現状を嘆くのではなく、自ら行動し、世界に答えを求めるといふ「進取の精神」そのものだった。そして自身もまた、アルバイトで貯めた30万円を手に、2ヶ月間の欧米視察へと旅立ったのである。

帰国後、この強烈な体験を兄弟に共有すると、停滞していた空気が明らかに動き出す。翌年には兄であり、後に三代目となる圭一郎を誘い、共にアメリカへも渡った。この一連の行動が、どん底にあった会社に新たな挑戦への扉を開くことになる。

siblings gradually came to feel that they wanted to help their mother and support the family business.

In 1981, five years after their father's death, the second eldest daughter, Chiyoko, joined the company. The following year, the eldest daughter, Miyoko, came aboard. In 1987, the eldest son, Keiichiro (the company's third president), joined the business, followed by the youngest daughter, Kayoko (Managing Director), who joined the company in the following year.

As the family business continued to decline day by day, Takahisa, the second eldest son, resolved to carve out his own future in the world of commerce. While studying at Waseda University, a single fax from his brother would change his destiny. It was an interview article with Tadashi Yanai of UNIQLO, whose business also started in a local shopping district. Takahisa was deeply moved by an anecdote from Tadashi Yanai, who had struggled against the emergence of a fierce competitor. After reading a book by the founder of that competitor, Aoyama Trading Co., Ltd., Yanai decided—half in doubt—to go to America, and there he found a new path forward. That story stirred something powerful in Takahisa's heart. It was a spirit of innovation, one that sought answers not by lamenting the present but by venturing into the world and taking action. Moved by that same spirit, Takahisa set off on a two-month journey across Europe and the United State armed with 300,000 yen he had saved from part-time jobs.

Upon returning home, he shared the intensity of his experience with his brothers and sisters, and something shifted. The stagnant air began to stir. The following year, he invited his older brother, Keiichiro, who would later become the company's third president, and they travelled to the United State together. This series of actions opened the door to new challenges for a company that had hit rock bottom.



1957

## 尾道まるべに

“良質なものを、求めやすい価格で”  
がスローガン。高い集客力を誇った。

ONOMICHI MARUBENI  
With our slogan, "High quality, suitable  
prices," we win over customers!

1967

本社・まるべに新館開業  
Junior Department MARUBENI

1977

二代目・高垣 剛士  
逝去

suyoshi Takagaki, the  
company's second  
president, passed away.

## 3rd / 4th GENERATION



三代目 高垣 圭一郎  
Keiichiro Takagaki  
(1964-)



四代目 高垣 孝久  
Takahisa Takagaki  
(1969-)

V字回復～未来へ

### 再生と、世界への挑戦。

弟・孝久が持ち帰った新たな可能性に触れた三代目・圭一郎は、その後自らもパリを訪問する。そこで目の当たりにした、年齢を重ねてもなおファッションを心から楽しむマダムたちの姿に、来るべき時代の姿を確信した。この鮮烈な原体験こそが、1992年のセレクトショップ「PARIGOT」のオープンへと繋がったのである。しかし、既存店を改装しての船出は、売上が9分の1に減少するという厳しいスタートだった。圭一郎と佳代子の2人で、週1度の定休日に夜行列車で日帰りバイキングをするという過酷な状態が続き、1995年に圭一郎の妻加代子が加わったが、売上はゆるやかな上昇にとどまった。そこへ1996年、次男の孝久が入社。兄弟による再生が本格化し、会社のV字回復が軌道に乗り始めた2004年4月1日、母からバトンを受け継ぎ、三代目・圭一郎が社長に就任した。

前職で培ったのは、単なる経験ではなく、「やってみなはれ」の精神のもとで完璧を求められる環境で身につけた、徹底したデータ分析とそれを結果に繋げる「やり抜く力」だった。瀕死の状態だった会社に何より必要だと考えたのは、未来への投資、すなわち「人」であった。そして、その育成方針の核となったのが、現場の販売員一人ひとりが主役となり価値を創造する「社員全員によるマーチャンダイジング」という思想で

From V-shaped Recovery to the Future

### Rebirth and Global Challenge

Inspired by the new possibilities his younger brother Takahisa brought back, the company's third president, Keiichiro, later visited Paris himself. There, he witnessed elegant older women who embraced fashion with genuine joy, and in their presence, he saw a vision of the era to come. That vivid encounter became the seed that would blossom into PARIGOT, the select shop he opened in 1992. However, the launch of the renovated store faced a rough start, with sales plunging to one-ninth their previous levels. Keiichiro and Kayoko endured exhausting routines, taking overnight trains for day-trip buying excursions on their only weekly day off, and even after Keiichiro's wife Kayoko joined the business in 1995, sales only rose gradually.

Takahisa, who would later become the company's fourth president, joined the company in 1996. In his previous role, Takahisa developed more than just experience. He was shaped by an environment that demanded perfection based on the spirit of "giving all things a try." Through this, he mastered in-depth data analysis and built the perseverance to deliver results. What Takahisa believed the company needed most in its near-death state was an investment in its future, namely, in people. At the heart of his development philosophy was the idea of "merchandising by all staff," in which each sales associate on the floor took a leading role in

ある。顧客データを徹底的に分析し、広域から感度の高い顧客が訪れている事実を突き止めると、地域No.1の信用力を確立するための「ドミナント戦略」を実行。あえて競合のひしめく福山に出店し、2002年に三男の道夫（専務）が入社すると、その翌年に広島に大型店を出店することで、会社の成長を確固たるものにした。広島出店時の10億円の投資は、つい数年前まで債務超過だった会社にとって無謀とも言える挑戦だったが、それを成功に導いた。一方で、2014年の東京・丸の内移転では、商業地とビジネス街の「来街目的」の違いを痛感し、苦戦を強いられる。だがこの経験こそが、会社をさらに強くした。全社を挙げたプロジェクトで「顧客が望み、自社が提供でき、競合が真似できない価値」というバリュープロポジションを全社員で再定義し、わずか1年で見事なV字回復を成し遂げたのである。

そして今、私たちは新たな挑戦の只中にある。GINZA SIXでの成功を足掛かりに、専務が中心となり立ち上げた「JAPAN DENIM」は、地方の技術と世界のデザインを繋ぐ第2の柱として力強く成長し、欧米の顧客からも高い評価を得ている。こうした挑戦が新たなステージへと向かう中、創業100周年を目前にした2022年8月1日、孝久が四代目社長に就任。新たな体制の下、麻布台ヒルズをはじめとする日本の商業の最前線で、世界に通用する店づくりを追求している。

創業100周年を機に制定されたロゴは、無限(∞)の可能性の象徴だ。地方に本社を置く企業が東京のと真ん中で輝くことが、地域への希望と誇りになると信じて。私たちが目指すのは、わざわざ訪れる価値のある「ワールドクラスのデスティネーションストア」。その道のりは、100年前と同じく、尾道の地から、世界へと続いている。

creating value. After conducting a thorough analysis of customer data, Takahisa identified a key insight: highly responsive customers were visiting from a wide area. To establish unmatched regional credibility, he implemented a "dominant strategy." The company daringly chose to open a store in Fukuyama, a city crowded with competitors, and when the youngest son, Michio (Senior Managing Director), joined the company in 2002, the company opened a large-scale store in Hiroshima the following year, securing its growth. The one billion yen investment required to open the Hiroshima store was a bold undertaking for a company that had been insolvent until just a few years previously, but it ultimately led to success. On the other hand, when relocating to the Marunouchi district in Tokyo in 2014, the company became painfully aware of the differences in the "purposes of visiting" commercial and business areas and faced unforeseen challenges. Yet it was this very failure that ultimately made the company even stronger. In a company-wide project, every employee took part in redefining the value proposition for "value that customers desire, that the company can provide, and that competitors cannot replicate." Within just one year, this collective effort led to a remarkable V-shaped recovery.

Now, we find ourselves in the midst of a new challenge. At the forefront of Japanese retail, in places like GINZA SIX and Azabudai Hills, we pursue the creation of world-class stores. Led by our Senior Managing Director, the JAPAN DENIM project has emerged as a powerful second pillar, bridging local craftsmanship with international design and earning high praise from customers in Europe and the United States.

The logo, introduced on our centennial anniversary, symbolizes infinite (∞) possibilities. We believe that a company headquartered in a local area and shining into the heart of Tokyo can bring pride and hope to its hometown. Our vision is to create a world-class destination store that is worth the effort to visit. As it did a hundred years ago, our journey begins in Onomichi and reaches out to the world.

1992

PARIGOT 開業  
PARIGOT onomichi



2003

アクセ広島 オープン  
ACCÈS HIROSHIMA



2023

Le GRAND CLOSET  
de PARIGOT オープン  
Le GRAND CLOSET de PARIGOT



2025

100<sup>TH</sup>  
ACCÈS



1925  
Founded  
"Takagaki Ohyasuten"



1957  
Opened  
"Onomichi Marubeni"



1992.11  
Opened  
"PARIGOT Onomichi"



1999.3  
Opened  
"PARIGOT cœur"



2001.3  
Opened  
"PARIGOT Défi"



2003.4  
Opened  
"ACCÈS Hiroshima"



2005.3  
Renewed  
"PARIGOT Hiroshima  
3F"

1925

1990

2000

1947  
Established  
"Takagaki Yousouten  
Co.,Ltd."



1967  
Opened  
"Junior Department Marubeni"



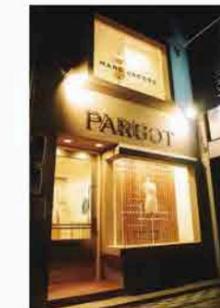
1997.10  
Opened  
"PARIGOT Fukuyama"



2000.3  
Opened  
"HANARE"



2002.3  
Moved  
"PARIGOT Fukuyama"

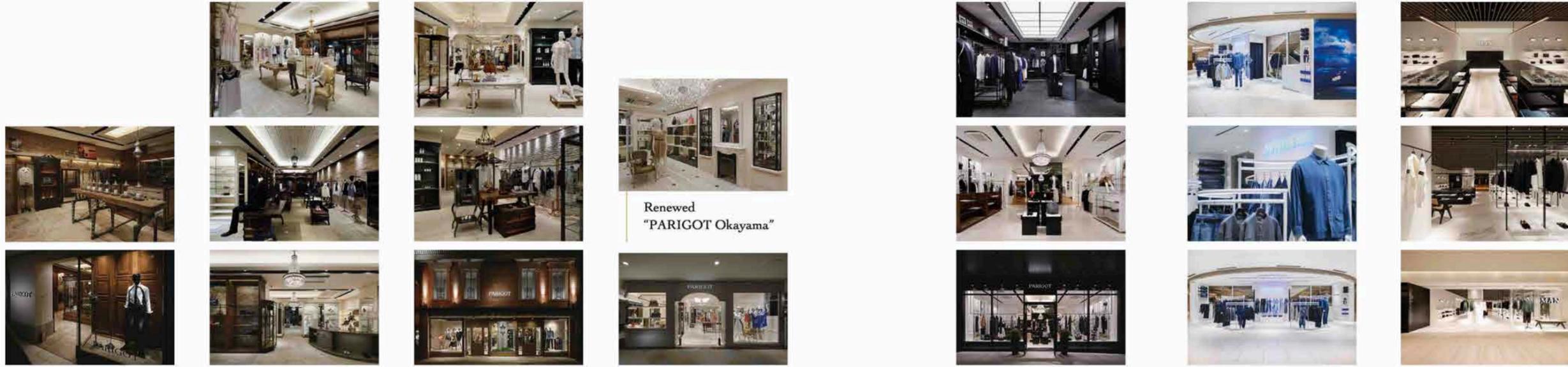


2003.4  
Opened  
"PARIGOT Hiroshima"

2006.2  
Renewed  
"HEAD OFFICE"



HISTORY OF  
1925-2006



100<sup>TH</sup>  
ACCÈS

2009.2

Opened  
"PARIGOT Hiroshima  
Men's"

2011.4

Moved  
"PARIGOT Fukuyama"

2012.3

Renewed  
"PARIGOT Onomichi"

2013.3

Opened  
"PARIGOT Yokohama"

2015.8

Opened  
"PARIGOT Matsuyama"

2023.3

Opened  
"JAPAN DENIM  
GINZA SIX"

2024.4

Opened  
"Le GRAND CLOSET  
de PARIGOT/MAN  
GINZA SIX"

2025

2010

2020

2009.3

Opened  
"PARIGOT Okayama"

2011.10

Opened  
"PARIGOT Yurakucho"

2012.9

Renewed  
"PARIGOT Hiroshima"

2015.3

Opened  
"PARIGOT Marunouchi"

2017.4

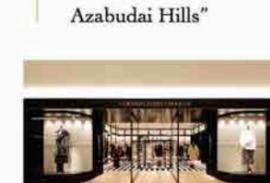
Opened  
"PARIGOT GINZA SIX"

2023.11

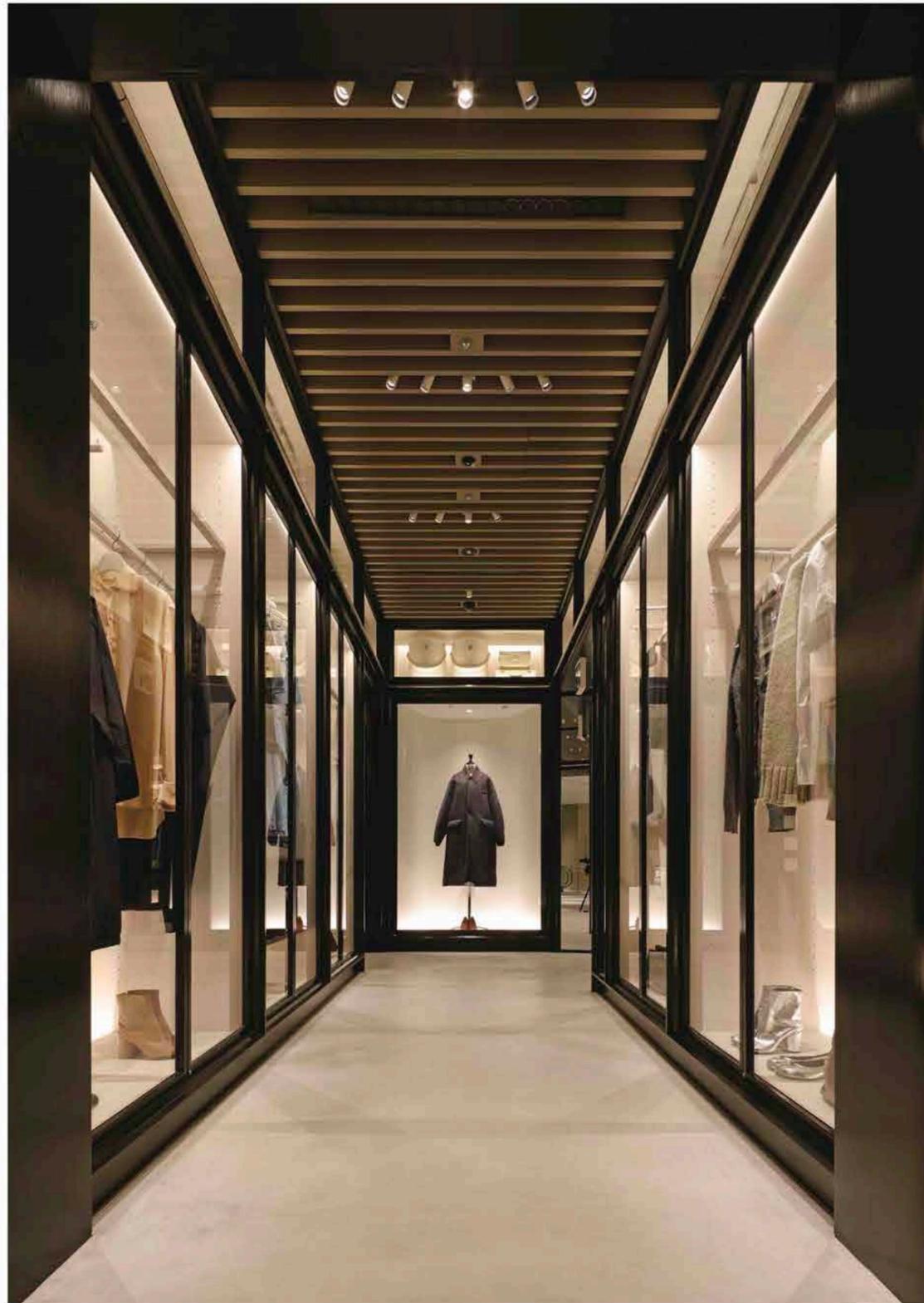
Opened  
"Le GRAND CLOSET  
de PARIGOT  
Azabudai Hills"

2024.8

Moved  
"PARIGOT Okayama"



HISTORY OF  
2009-2025



# SHOP CONCEPT



## Le GRAND CLOSET de PARIGOT

AZABUDAI HILLS

2023年11月に、パリゴの未来形となる新業態ル グランド クローゼット ドゥ パリゴが麻布台ヒルズに開業。インテリアデザインを Wonderwall®の片山正通氏が手がけた。

「世界で一番大きなウォークイン クローゼット」

世界中から厳選したファッションブランドを取り揃えるショップの情報量の多さを、シズル感とアイデンティティに変換すべく片山氏が導き出したのは“世界で一番大きなウォークインクローゼット”というコンセプト。空間を洋服好きなパリっ子の溢れかえるクローゼットに見立て、キュレーションされたコレクションを覗き見るようなアイデアを空間に落とし込むことで、新鮮なショッピング体験を構築した。併設されたガラス扉のあるクローゼットエリアは、ブランドやテーマにフォーカスしてポップアップなどのイベントにも対応。このエリアは閉店後もウインドウショッピングが楽しめる。

### Wonderwall® 片山 正通

インテリアデザイナー、Wonderwall® 代表、武蔵野美術大学 空間演出デザイン学科 教授

Wonderwall® Masamichi Katayama \_ Interior Designer, CEO of Wonderwall®, Professor of the Department of Scenography, Display and Fashion Design at Musashino Art University

1966年生まれ。ファッション等のブティックからブランディング・スペースや住宅、大型商業施設の全体計画まで、世界各国で多彩なプロジェクトを手がける。片山正通氏率いるWonderwall®は、コンセプトを具現化する際の自由な発想、また伝統や様式に敬意を払いつつ現代的要素を取り入れるバランス感覚が国際的に高く評価されている。近作に、外務省主導によるJAPAN HOUSE LONDON、THE TOKYO TOILET 恵比寿公園トイレ、NOT A HOTEL KITAKARUIZAWA MASU、LOUIS VUITTON MEN'S FALL-WINTER 2025 SHOWなどがある。

Masamichi Katayama was born in 1966. He has undertaken a wide range of projects worldwide, from fashion and other boutiques to branding spaces, residential projects, and overall planning of large-scale commercial facilities. Under the direction of Masamichi Katayama, Wonderwall® has earned global recognition for its creative freedom in concept execution and its refined ability to integrate contemporary elements while honoring tradition and stylistic heritage. Recent works include the Japan House London, which was led by the Japanese Ministry of Foreign Affairs, THE TOKYO TOILET Ebisu Park public toilet, NOT A HOTEL KITAKARUIZAWA MASU, and the Louis Vuitton Men's Fall-Winter 2025 Show.

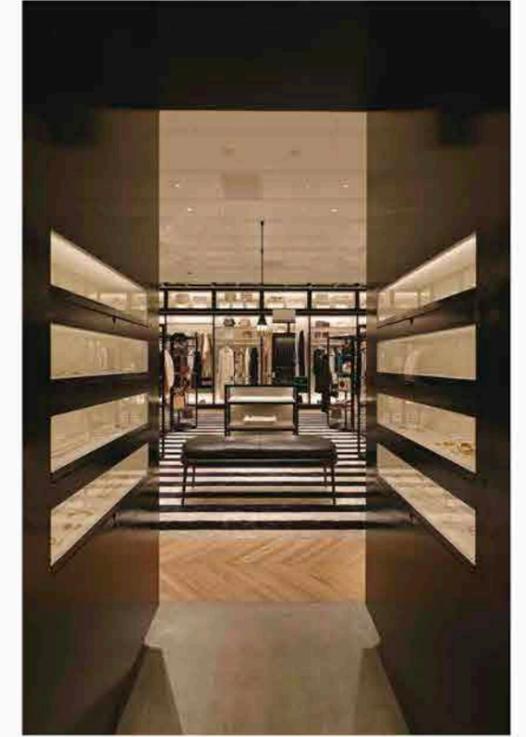
In November 2023, Le Grand Closet de PARIGOT, a new business format representing the future of PARIGOT, opened at Azabudai Hills in Tokyo. The interior was designed by Masamichi Katayama of Wonderwall®.

"The World's Largest Walk-in Closet"

To effectively translate the extensive and diverse selection of globally curated fashion brands into a selection that's both captivating and unique, Masamichi Katayama of Wonderwall® proposed the concept of "the world's largest walk-in closet." The space was designed to evoke a Parisian fashion enthusiast's overflowing closet, offering customers a curated glimpse into collections and creating a truly fresh shopping experience. The integrated closet areas with glass doors support brand-specific activations such as pop-up events and thematic presentations. This area remains accessible for window shopping even after closing time.



Photo : Kazumi Kurigami





# Le GRAND CLOSET de PARIGOT MAN

GINZA SIX

ファッションを愛する架空のアートコレクターが、  
洋服を愛でるためにつくったプライベートクローゼット

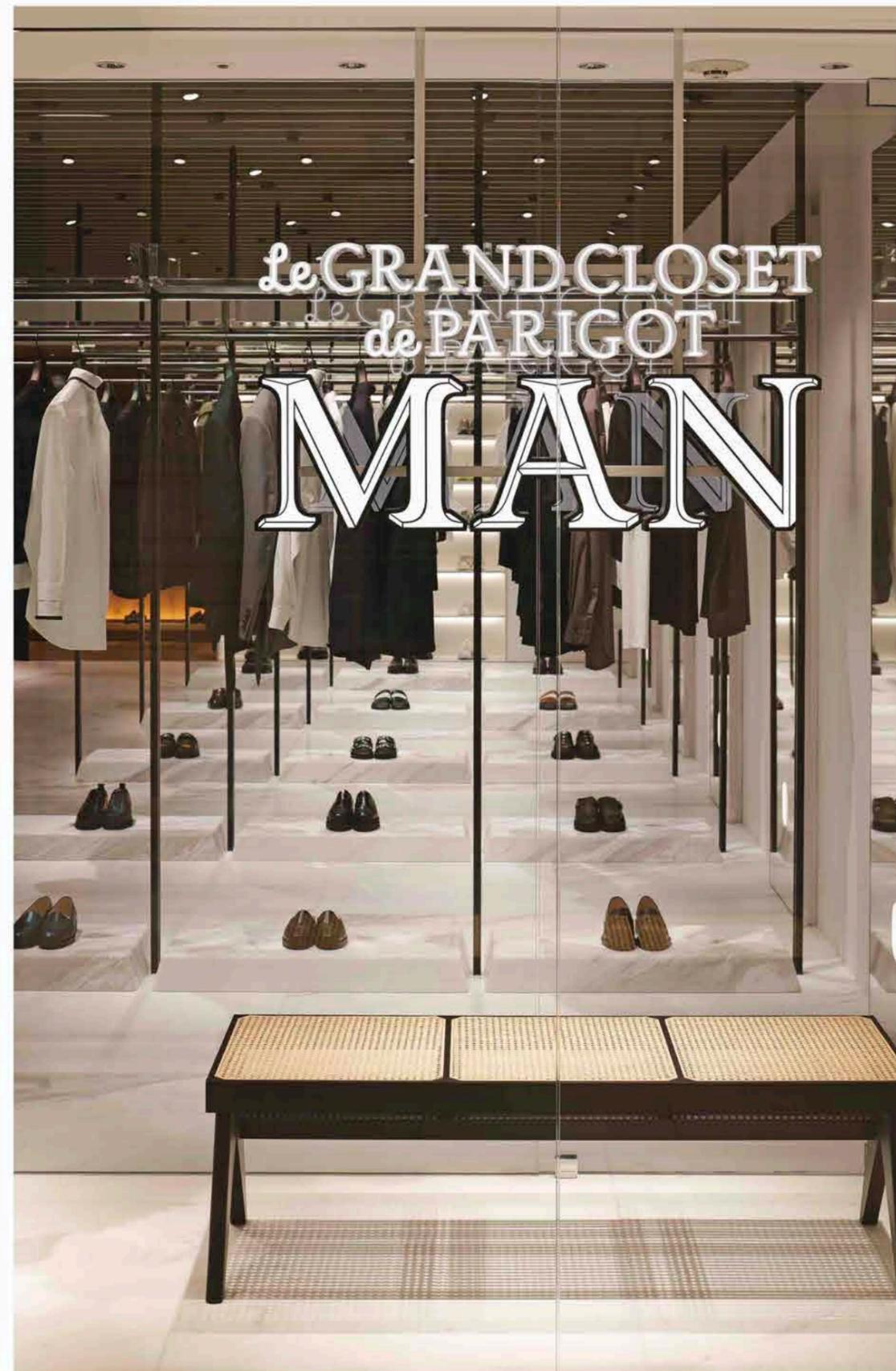
パリの東京初のメンズ、且つ新業態の旗艦店となる「ル グランド クローゼット ドゥ パリゴ / マン」。世界的なハイブランドやデザイナーズブランド、クラシコイタリアからラグジュアリースポーツまで、大人の男性のための逸品を取り揃える。

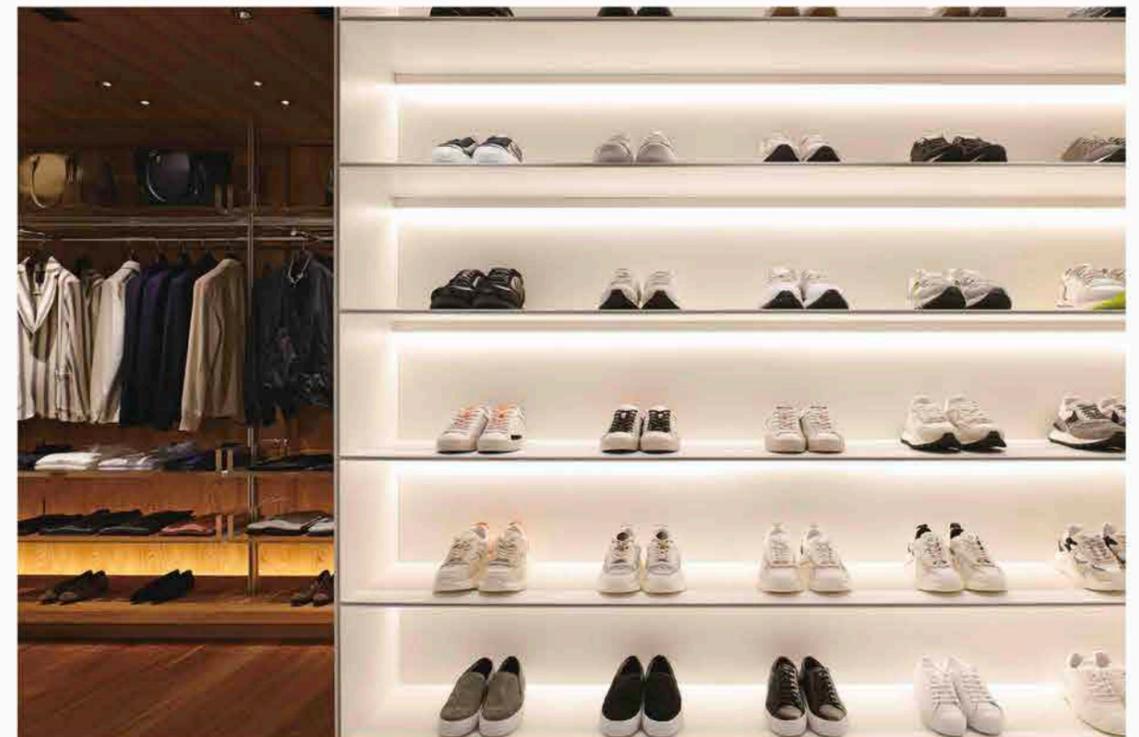
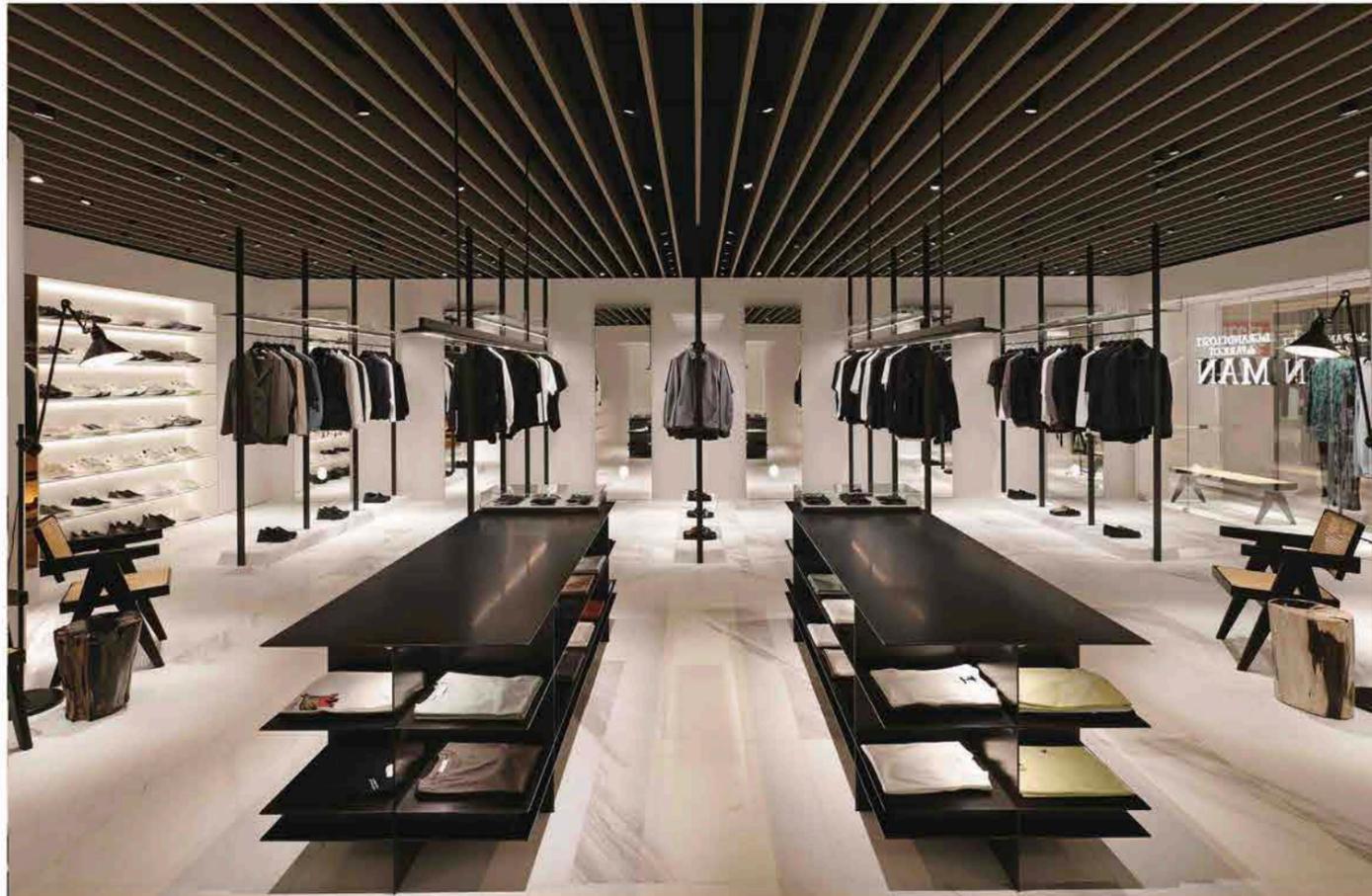
インテリアデザインを手がけたWonderwall® 片山正通氏のインスピレーションソースは、ベッヒャー派を代表するドイツ出身の写真家カンディダ・ヘーファーの、無味乾燥なように見えて見る者の感情を揺さぶるイメージ、そしてもう一つクリスチャン・ベールが主演を務め、80年代NYを舞台にヤッピーのエグゼクティブライフを描いた映画『アメリカン・サイコ』の、リアリティが希薄で白昼夢のような世界観。モードやラグジュアリースポーツと、クラシコという振れ幅のある商品群に合わせ、コンテンポラリーとオーセンティックの2方向のエリアを用意している。

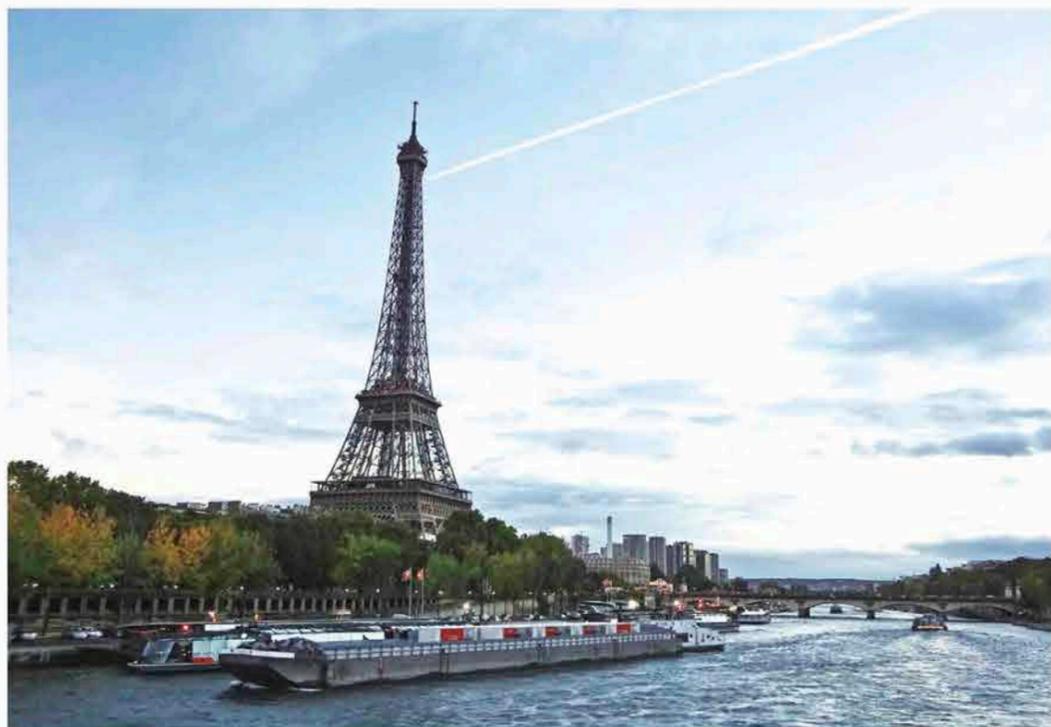
A private closet created by a fictional art collector who adores fashion—  
a space for the appreciation of menswear

Le Grand Closet de PARIGOT / MAN—PARIGOT's first men's store in Tokyo and the flagship store for a new retail concept. The store offers a curated selection of premium menswear, from globally renowned luxury brands, designer labels, and classic Italian menswear to upscale sportswear.

Wonderwall®'s Masamichi Katayama, the interior designer, drew inspiration from the stark and emotionally stirring imagery of German photographer Candida Höfer, known for her association with the Becher school, and the surreal, daydreamlike world of "American Psycho," a film starring Christian Bale that depicts the life of a yuppie executive in 1980s New York. In order to accommodate a wide-ranging assortment that includes high fashion, luxury sportswear, and classic Italian styles, the space is divided into two thematic zones: one reflecting a contemporary sensibility and another rooted in authenticity.







# PARIGOT

流れる風まで、美意識の中にあるパリの街。最新鋭のモードと個性の表現を軽やかに愉しむパリの洗練された感性をイメージしてPARIGOTは生まれた。

スタイルに余裕を感じさせる深みは、ただ新しいだけでなく、美しいストーリーから感じるもの。PARIGOTのルーツは、1925年。広島尾道で生まれ、100年の時間をかけて磨かれたホスピタリティと、世界中から集められた最先端のファッションの醍醐味を体感していただけるのがPARIGOT。

時の動きを敏感に感じ、エイジレスに自分らしい魅力を望む、あなたの人生にPARIGOTという感動のメゾンを。

Paris is a state of mind, an aesthetic sense, a wind that blows where it will ... PARIGOT'S birth was inspired by Paris' sophisticated sensibility. Eager to show the latest fashions and the most individual presentations.

Fashion is most deeply enjoyed not on the surface of newness, but when one connects with its beautiful history. PARIGOT is rooted in the year 1925. PARIGOT hospitality is felt both through its 100-year history in Onomichi, and equally through its dealings among the latest fashions around the world.

A true feeling of time's passing has a magnetism all its own. It affords one's own self a certain agelessness ... PARIGOT strives for your attention, to lead you to your most beautiful life.



ONOMICHI | WOMEN + MEN



HIROSHIMA | WOMEN + MEN

FUKUYAMA | WOMEN + MEN



# MATSUYAMA | WOMEN + MEN



# GINZA SIX | WOMEN |



# OKAYAMA | WOMEN |

# CREATION

## ACCÈS

アクセのロゴデザインは、世界的なグラフィックデザイナー、八木保氏によるものである。社運を賭けて取り組んだ「アクセ広島」のそれは、単なるビル名ではなく、企業としての思想を体現する最も重要なデザインであった。以前より最も尊敬していた八木氏に人脈を辿りアプローチし、広島を訪れた氏との面談が実現した。当初30分であった時間は、ジャン・ブルージェの話に意気投合し、実に3時間にも及んだという。同時期に故スティーブ・ジョブズ氏からアップルストアのデザインを託されていた事実は、氏の存在の大きさを物語っている。

The logo for ACCÈS was designed by world-renowned graphic designer Tamotsu Yagi. That for ACCÈS Hiroshima, an undertaking with the fate of the company at stake, was not just for a building name but was a key design embodying our company's philosophy. We approached Mr. Yagi, whom we had long held in high esteem, through a mutual contact and successfully arranged a meeting when he visited Hiroshima. The originally scheduled 30-minute meeting stretched to three hours due to a mutual interest in Jean Prouvé. The fact that he was entrusted with the design of the Apple Store by the late Steve Jobs around the same time speaks to his greatness.

### 八木保 デザイナー

Yagi Tamotsu \_ Designer

1984年よりサンフランシスコのアパレルメーカー、エスプリ社勤務。1990年にはAGIメンバーとなる。翌1991年に独立し、サンフランシスコにTamotsu Yagi Designを設立。1995年には八木のデザインワークがサンフランシスコ近代美術館の永久コレクションに選ばれ、同美術館の開館を記念して展示が行われた。2009年、スタジオをロサンゼルスへのベニスに移す。近年の仕事としては2022年に監修した東京都現代美術館で開催されたジャン・ブルージェ展、現在進行中のプロジェクトとしては清水寺、清水寺境内サイン計画、一連のグラフィックデザインがある。

He began his career in 1984 at the San Francisco apparel company Esprit. He became a member of the AGI in 1990 and established Tamotsu Yagi Design in San Francisco the following year. In 1995, his design work was selected for the permanent collection of the San Francisco Museum of Modern Art and was featured in an exhibition to commemorate the opening of the museum's current location. In 2009, he relocated his studio to Venice, Los Angeles. His recent work includes curating the Jean Prouvé exhibition at the Museum of Contemporary Art Tokyo in 2022, as well as ongoing projects such as the Kiyomizu-dera Temple, the Kiyomizu-dera Temple signage plan, and a series of graphic designs.



# PARIGOT

## Le GRAND CLOSET de PARIGOT



Le GRAND CLOSET  
de PARIGOT  
**MAN**

奇しくも、もう一人の重要なクリエイターとの永続的な関係もまた、ジャン・ブルージェへの共感がきっかけであった。徳尾隆昌氏である。2002年のパリゴのロゴに始まり、最新業態「Le GRAND CLOSET de PARIGOT」に至るまで、氏のデザインは常に私たちの挑戦と共にある。氏との出会いは2001年。ロゴ制作に留まらず、紙袋のデザイン、イベント「a Day by ACCÈS」のプロデュースまで、25年にわたり伴走者として、その発展に多大なる貢献を果たしてきた。その活動は自社に留まらず、尾道の商店街ロゴを手掛けるなど、地域への貢献も計り知れない。

Our long-standing relationship with another important creator, Takamasa Tokuo, was also sparked by shared admiration for Jean Prouvé. From the 2002 PARIGOT logo to our latest retail concept, Le GRAND CLOSET de PARIGOT, his designs have consistently been in step with our challenges. We first met Mr. Tokuo in 2001. For 25 years, he has been a creative partner, making significant contributions to our growth. His work has extended beyond logo creation to include the design of paper bags and production of our "a Day by ACCÈS" event. His work is not limited to the work he does for our company. He has also made invaluable contributions to the community, including designing the logo for the Onomichi shopping district.

### 徳尾隆昌 デザイナー

Tokuo Takamasa \_ Designer

代官山UNITのオーナー。イベントプロデューサー。過去には海外有名ブランドのアートディレクションを担当。CDジャケットや企業のロゴデザイン、イベント関連のグラフィックデザインなども手掛けてきた。

Owner of Daikanyama UNIT. Event producer. Previously, he was responsible for art direction for famous international brands. Also, he worked on CD jacket designs, corporate logo designs, and event-related graphic designs.





# 90TH ANNIVERSARY PHOTO SESSION IN TOKYO

上田 義彦 写真家 / 多摩美術大学グラフィックデザイン学科 教授

Yoshihiko Ueda / Photographer / Professor of Department of Graphic Design, Tama Art University.

1957年兵庫県生まれ。主な受賞に日本写真協会作家賞、東京ADC賞最高賞、ニューヨークADC賞など。2011年に Gallery 916を主宰。近著にQuinault・屋久島・奈良春日大社の3つの原生林を撮り下ろした『FOREST 印象と記憶 1989-2017』、一枚の白い紙に落ちる光と影の記憶『68TH STREET』、『林檎の木』などがある。2022年には『Mâter』、2023年に『いつでも夢を』を刊行。2021年には、初めて脚本・監督・撮影を手がけた映画作品『椿の庭』を公開。日本映画批評家大賞にて撮影賞受賞。KINOTAYO現代日本映画祭 PARISにてグランプリ、トロント日本映画祭にて審査員賞を受賞。2025年7月19日より神奈川県立近代美術館葉山館で、40年の軌跡を辿る展覧会『いつも世界は遠く、』を開催、同時に写真集『いつも世界は遠く、』を刊行。

Yoshihiko Ueda was born in Hyogo Prefecture in 1957. Major awards he has received include the Lifetime Achievement Award of the Photographic Society of Japan, the Grand Prix of the Tokyo ADC Awards, and a New York ADC Award. In 2011, he established Gallery 916. His recent publications include Forest: Impressions and Memories, 1989-2017, a collection of photographs taken in the three primeval forests of Quinault, Yakushima, and Kasugataisha Shrine in Nara Prefecture. He also published 68th Street, which captures memories of light and shadows on a white sheet of paper, and the Apple Tree. In 2022, he published Mâter, followed by Always Dream in 2023. In 2021, he released his first film, A Garden of Camellias, which he wrote, directed, and filmed. It received the award for Best Cinematography at the Japan Movie Critics Awards, the Grand Prix at the KINOTAYO Contemporary Japanese Film Festival in Paris, and the Grand Jury Prize of the Toronto Japanese Film Festival. An exhibition titled "From the Hip" which chronicles the past 40 years of his career, opened at the Museum of Modern Art, Hayama, Kanagawa, on July 19, 2025. A photo book was simultaneously released under the same name: From the Hip.



©Yoshiko Kojima



## PREMIUM PHOTOBOOK

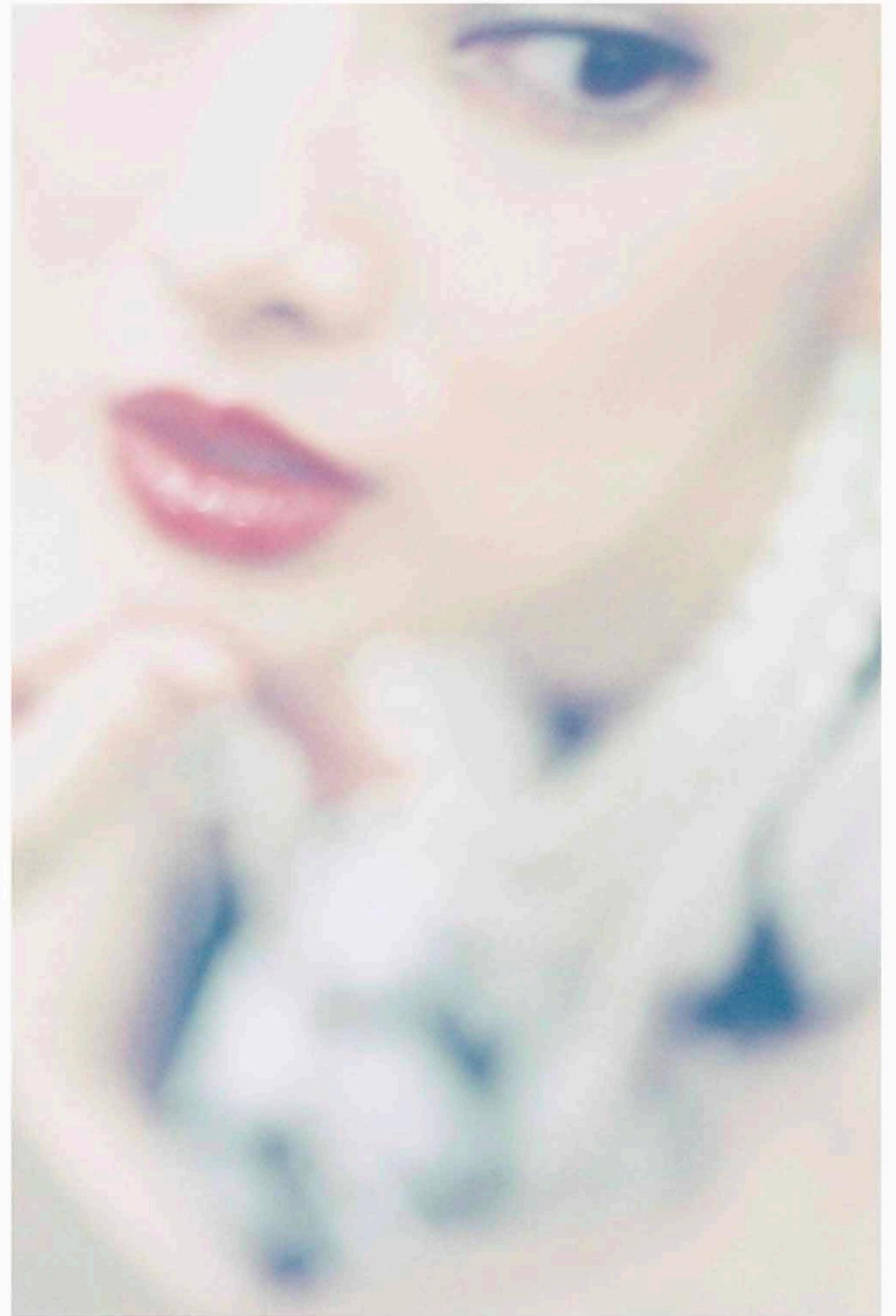
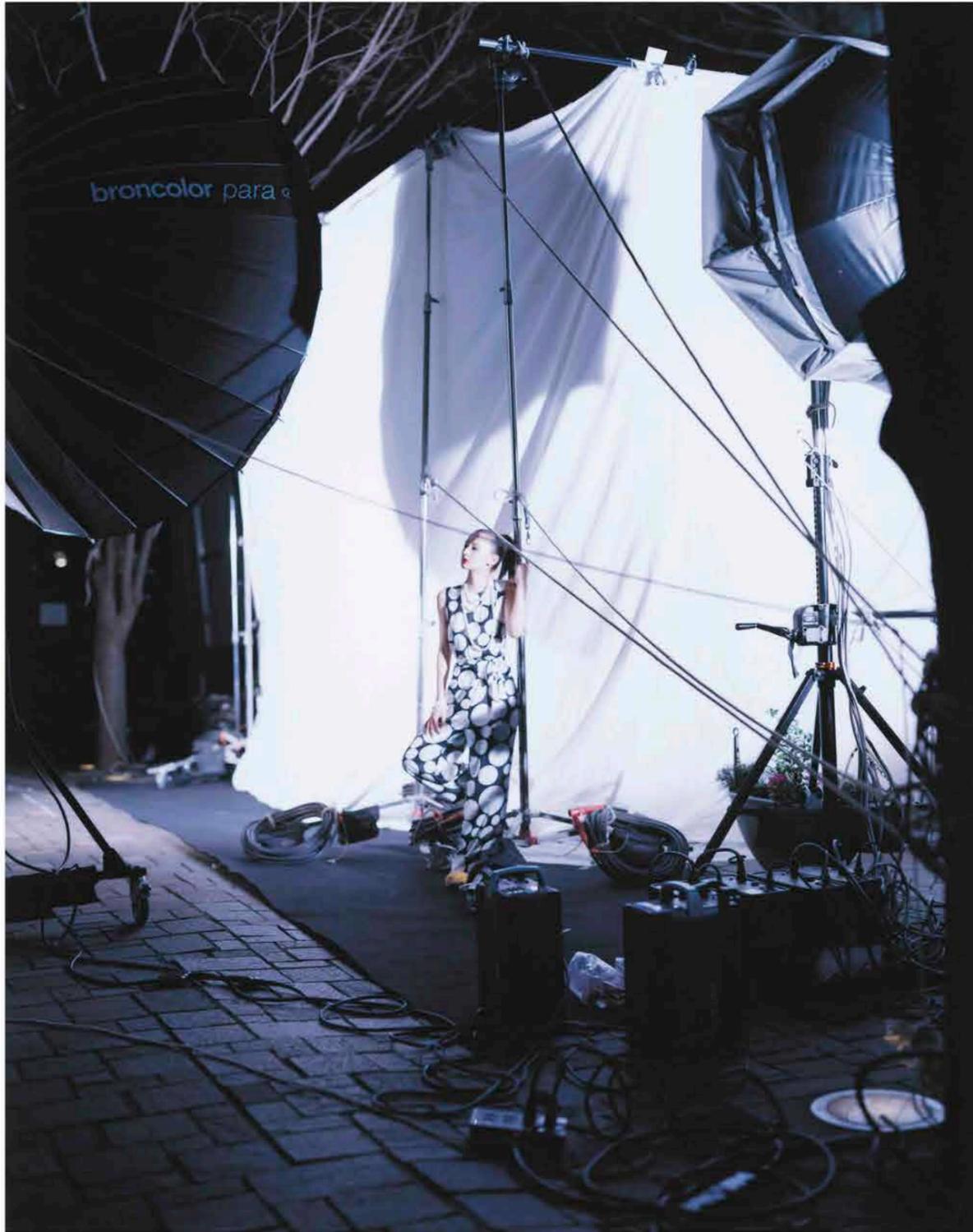
PARIGOTの顧客でもある人気女優北川景子さんと、第一線で活躍し続ける写真家上田義彦氏による熱いフォトセッション。  
株式会社アクセ 90周年を記念してプレミアム写真集を限定数にて発行。

Popular Japanese actress and current client of PARIGOT, Ms. KEIKO KITAGAWA, has kindly collaborated with leading photographer YASUHIKO UEDA. This premium limited-edition photo book was published to commemorate the 90th anniversary of ACCÈS. Co., Ltd.



「PARIGOT : Light in the Night in Marunouchi」

Photographs by Yoshihiko Ueda  
Limited 5,000 Copies. 4 Cover Versions.





## ACCÈS HIROSHIMA

建築&ファッションのコラボレーションをキーワードに、ACCÈSが発想する21世紀のファッション建築がACCÈS HIROSHIMA。

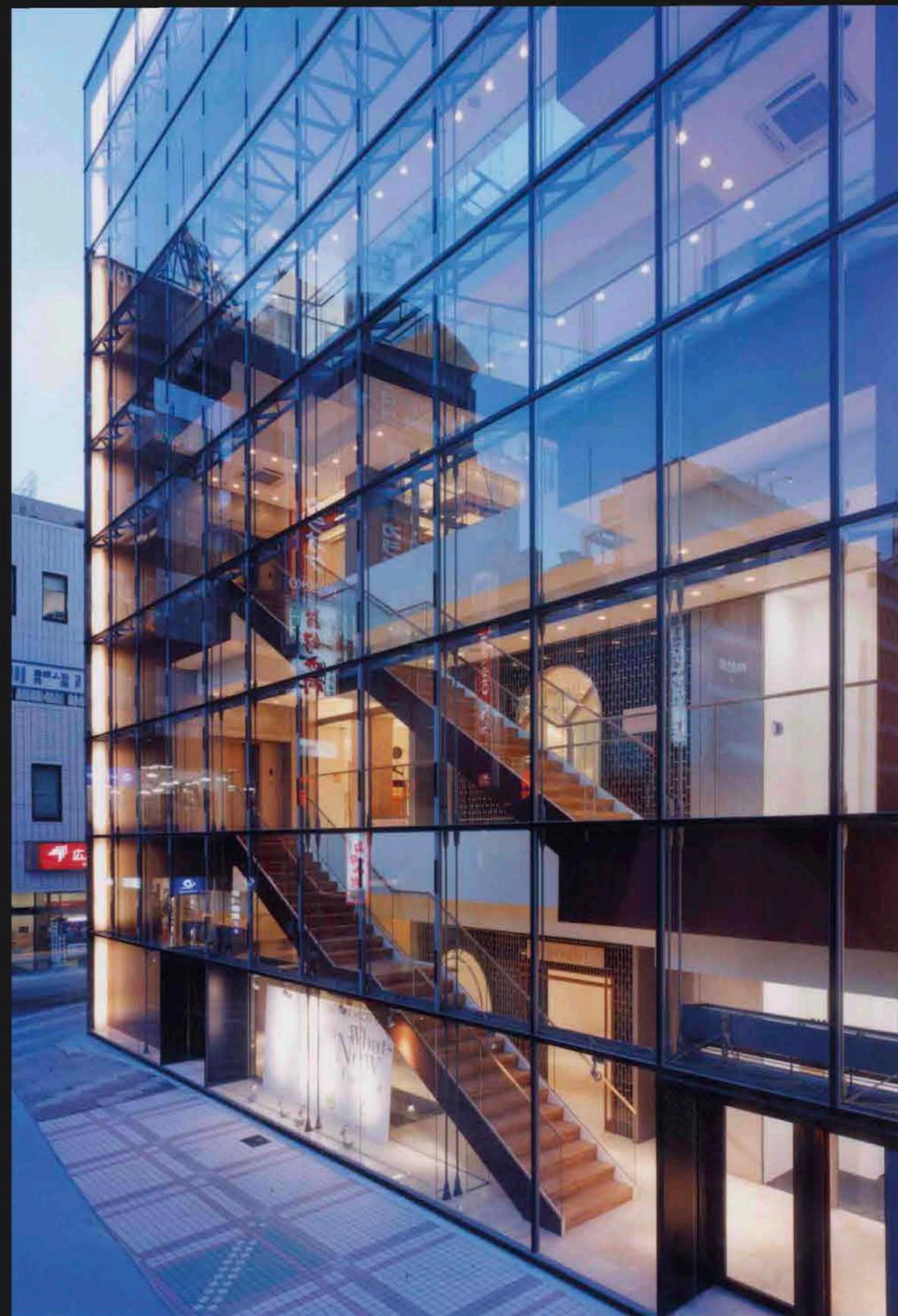
直営店PARIGOTをはじめとして、多様な業態をインショップに持つ。各フロアの階高は4.5m、3階フロアには光の庭を配置し、訪れる人に爽やかな風と自然光の恵みが降り注ぐ。

通常のファッションビルを遥かに上回る洗練された空間を演出した斬新でポスト・モダンな建築は、未来と自然が溶け合うランドマークとして独特の存在感を放っている。

普遍性、合理性、快適性を追求し、ビルでありながらガーデンであり、商業スペースでありながら憩いの場でありたいという、私たちの理想の空間を提供している。

Perhaps unsurprisingly, as our keywords are ARCHITECTURE and FASHION, ACCÈS HIROSHIMA is a model of 21st-century fashion architecture. The building houses its own PARIGOT shop, and various other shops too. Each floor is 4.5 meters, to the light of the garden on our third floor. Visitors are greeted by refreshing breezes and natural light. Modern architecture, making full utilization of spatial sophistication, results in a unique landmark presence. Future and nature melt together. Although it is a commercial space, the building is also a garden. The ideal place to relax.

# FASHION BLDG.





広島尾道にある本社オフィスは、フォーシーズンズ・リッツカールトンなど、ハイクラスホテルのインテリアデザインを手がける「DESIGN STUDIO SPIN」により設計された。シャープな中にもエレガントさが香る、クリエイティビティを刺激される空間に仕上がっている。最上階のラウンジは、尾道の景色を一望できる開放感のあるスペースで、打ち合わせやランチなどにも利用され、スタッフ同士の交流の場になっている。

Our Onomichi headquarters were designed by DESIGN STUDIO SPIN, creators of luxury hotels for THE FOUR SEASONS, THE RITZ CARLTON, and more. Elegance is scented, at least in sharp notes. The conclusion is a space that stimulates creativity. The top floor is a lounge with airy views of Onomichi. May also be used for meetings and luncheons. A terrific place for staff to exchange ideas.

小市 泰弘 株式会社デザインスタジオ・スピン 代表取締役社長  
Yasuhiro Koichi \_ DESIGN STUDIO SPIN President

1999年 株式会社デザインスタジオ・スピンを設立。以降、世界の5つ星・6つ星ホテルをメインにデザインを手掛け、主なクライアントはフォーシーズンズ ホテルアンドリゾート、ザ・リッツ・カールトンホテル、ハイアット ホテルアンドリゾート、マンダリン オリエンタル ホテルグループなど、数多くのラグジュアリーホテルのインテリアデザインを手掛けている。国内では「ザ・リッツ・カールトン東京」や「ザ・リッツ・カールトン京都」、「フォーシーズンズホテル東京 大手町」のレストラン等を手掛けており、ラグジュアリーホテルのスペシャリストとして、現在も日本のみならず世界で活躍している。

In 1999, Yasuhiro Koichi founded Design Studio Spin Inc. Since then, he has devoted his career to designing interiors for the world's most prestigious five- and six-star hotels. His clientele includes numerous luxury hotels, such as Four Seasons Hotels and Resorts, The Ritz-Carlton, Hyatt Hotels and Resorts, and the Mandarin Oriental Hotel Group. In Japan, his work includes signature spaces such as The Ritz-Carlton, Tokyo, The Ritz-Carlton, Kyoto, and restaurants at the Four Seasons Hotel Tokyo at Otemachi. Renowned as a specialist in design for luxury hotels, he is extremely accomplished both in Japan and worldwide.



# HEAD OFFICE



かつて本社屋として使っていた江戸時代の豪商の建物は、リノベーションされ、思い出の詰まった新しい空間へと生まれ変わった。華道や茶道を嗜んでいた創業者の思い出の品々を調度品として飾り、館を支える大きな梁や、装飾を施した建具を生かした、風情ある佇まいが特徴だ。現在は、スタッフの交流のためのサロンとして、また国内外からのゲストをもてなす空間として活用されている。

The former headquarters, originally a merchant's residence from the Edo period, has been renovated into a refined space that honors its heritage. The space is characterized by a charming atmosphere that showcases items cherished by the founder, who enjoyed Japanese flower arrangement and tea ceremony, as furnishings and makes the most of the large structural beams and decorative fittings that support the building. It now serves as a salon for staff interaction and as a place to entertain guests from within Japan and overseas.

# HANARE

HANARE, OUR FORMER HEADQUARTERS





PARIGOT

末永く愛用できる上質な素材と洗練されたシルエットに、トレンドのエッセンスをさりげなく取り入れて。PARIGOTのアイテムは、どれもシンプルな中にこだわりのディテールやテクニックが光る。

ACCÈSが自社開発するオリジナルブランドは、ファッションを通じて「自分らしさ」を表現し、洗練されたワンランク上のファッションを楽しむ大人のためのもの。ボーダーレス・エイジレス・タイムレスをコンセプトに、着る人の個性と秘めた魅力を引き出すアイテムを、具体的なクリエイションとして追求し続けている。

PARIGOT original brands are brought up from this filter:detailed resources and techniques shown in simple designs, high quality materials, and refine silhouettes that can be worn forever.

Offered in classic and latest styles. Concepts such as "Borderless," "Ageless," and "Timeless" have matured into original brands that tease out personality with hidden charms.



AubeL

「パリジェンヌのように、年齢にとらわれず自分らしいアレンジを加えてファッションを楽しむ」「トレンドに左右されず、上質なものを身に着けたい、上質なものを知っている」「年を重ねる中で審美眼を培い、普遍的かつ上質なものに価値を見出すようになった」そんな、自己を確立し、普遍的な本物を愛し求める、大人の女性へ向けたワードローブをAubeLは提案する。

ブランドネームの由来はフランス語で「夜明け、黎明」を意味するaube（オーブ）を女性名詞にしたもの。「新しいスタート」を意味し、身にまとった時の特別感や高揚感、心地良さが日常を彩っていくように。こだわった上質素材を、技術力の高い縫製工場で作って最高の一着が完成する。

Like Parisiennes, who embrace fashion with age-defying individuality, choose refined quality over passing trends and possess an informed appreciation of excellence, and have developed a discerning eye over time and now value timelessness and authenticity—AubeL proposes wardrobes for mature women who define themselves and seek out timeless authenticity.

The brand name derives from the French feminine noun aube, meaning dawn. It represents "a new beginning" and conveys the feeling of specialness, elation, and comfort that clothing brings to daily life. Premium materials are tailored in sewing workshops with high technical capabilities to produce garments of exceptional quality.

PRODUCT

# JAPAN DENIM

## 産地とデザイナーを繋ぐ「JAPAN DENIM」プロジェクト

広島県福山市、岡山県井原市を中心とする備中備後地域。この地域は国産デニムの8割が生産され、インディゴ染色から織布、縫製、加工など70社を超えるデニム関連事業社が集結する一大生産地。また児島地区のある岡山県東南部の備前地域には製品加工の事業者も多く、これらの地域の熟練工の手仕事のレベルの高さは世界からも注目され、海外ハイブランドのデニム製品も多岐に渡り手掛けている。

「JAPAN DENIM」は、CO<sub>2</sub>排出削減可能なインディゴ染色や、再生繊維・オーガニックコットンの採用、化学薬品や水使用が低減できるレーザー加工・オゾン加工等、地域環境を守りながらサステナブルな事業活動を通して社会に貢献する事をメインテーマに掲げ、世界に発信するデニムプロジェクト。世界が認めるクオリティを生み出す三備地域（備後地域・備中地域・備前地域）の技術力と、国内外で活躍するデザイナーが織りなすこれまでになかった最新のデニムコレクションを展開している。

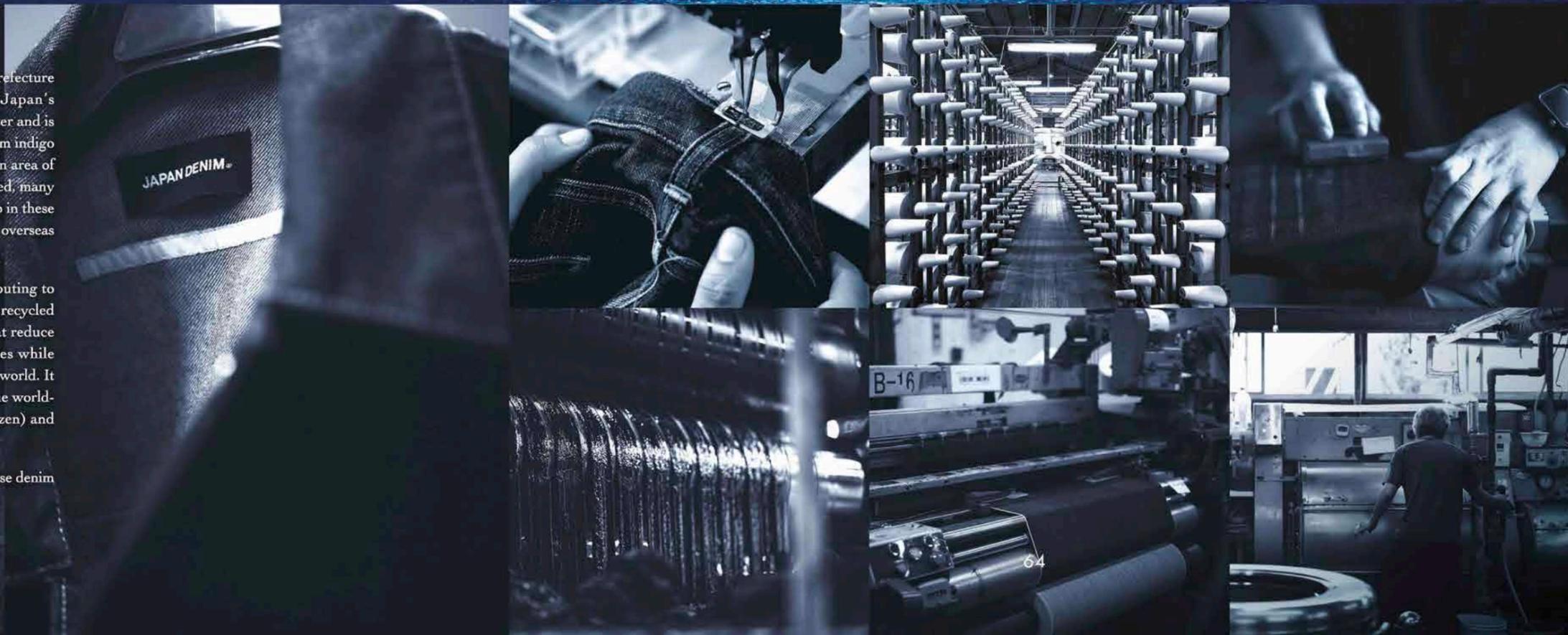
この新たな試みが国内、そして世界に向け、サステナブルな日本のデニムの可能性を広げていく。

### JAPAN DENIM Project: Bridging Japanese Textile Regions and Designers

The Sanbi region is centered around Fukuyama City in Hiroshima Prefecture and Ibara City in Okayama Prefecture. Accounting for 80% of Japan's domestic denim production, this region serves as a key industrial center and is home to more than 70 specialized companies engaged in processes from indigo dyeing to weaving, sewing, finishing, and other processes. In the Bizen area of southeastern Okayama Prefecture, where the Kojima district is located, many companies specialize in denim finishing. The high level of craftsmanship in these regions has attracted global attention, and many high-end brands from overseas entrust them with a wide range of denim products.

JAPAN DENIM is a denim project with the main theme of contributing to society through indigo dyeing that reduces CO<sub>2</sub> emissions, the use of recycled fibers and organic cotton, laser and ozone processing techniques that reduce chemical and water usage, and other sustainable business activities while protecting local communities and aims to spread these activities to the world. It is developing groundbreaking denim collections that bring together the world-renowned craftsmanship of the Sanbi region (Bingo, Bitchu, and Bizen) and the creative visions of designers active both in Japan and abroad.

This new endeavor aims to broaden the potential of sustainable Japanese denim on both national and global stages.



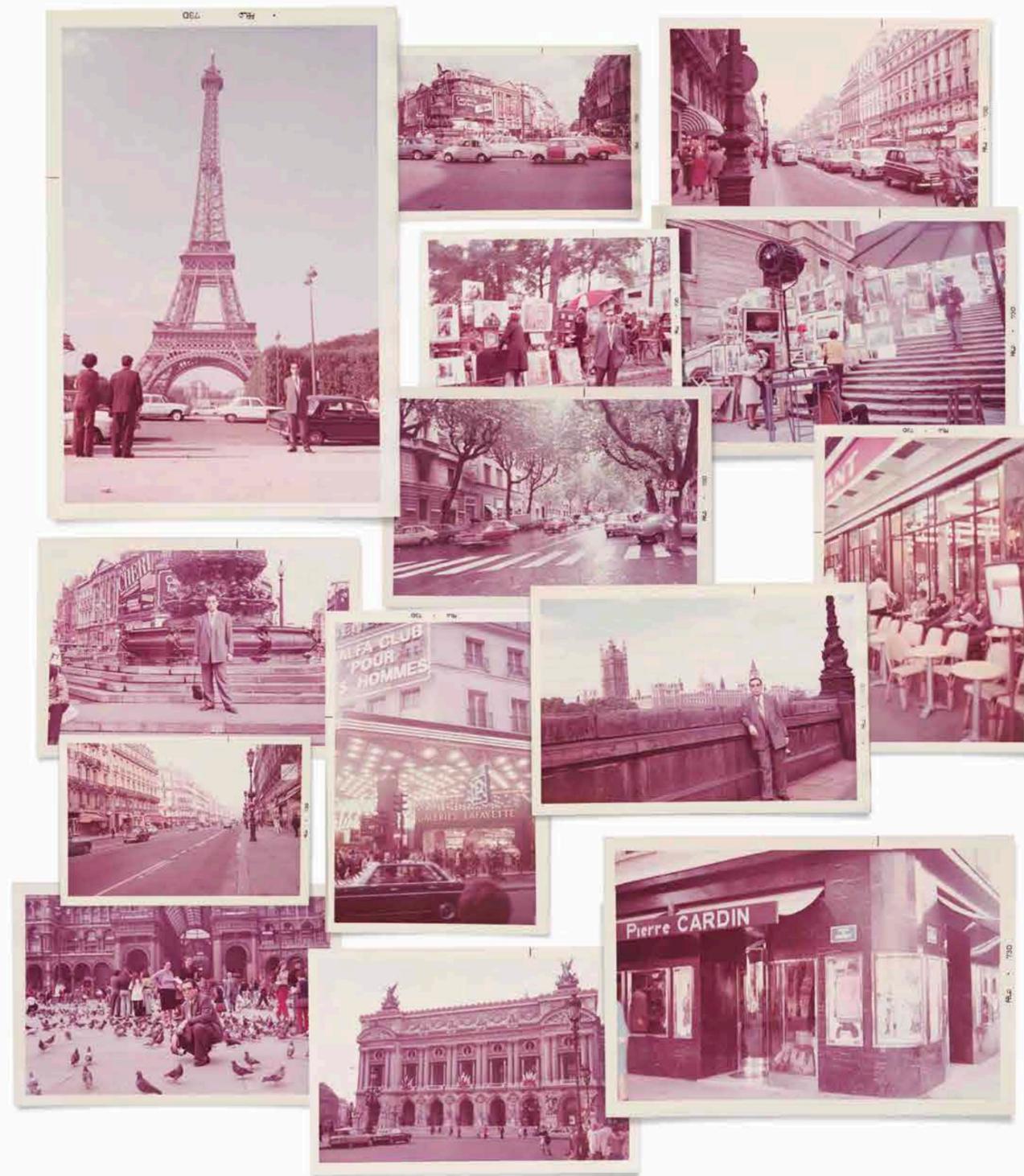


# BUYING

1970年から現在まで、ACCÈSは世界から最先端のトレンドを探し求めてきた。国内外から良質なファッションアイテムを求め、洗練された売り場を提案するために世界中からいち早くトレンドをキャッチし、店頭へと届けている。本物をバイヤー自身の目で確かめること、これは、創業時から現在も変わらぬACCÈSのアイデンティティのひとつ。

ACCÈSは、フランス語で“発祥の地”“入り口”を意味するが、店名の由来の地でもあるパリのコレクションをはじめ、ミラノやNYなど、世界中から選りすぐりのアイテムを集め、日本国内にいながら世界のトレンドを一気に体感できる空間や洗練されたスタイルの提案を発信し続けている。

Around 1970, three generations overlapped, briefly. Three generations, searching the newest trends, both domestic and international. We visit shops around the world, in order to create our own sophisticated sales arena. "To verify the genuine with buyers' own eyes" has been one of our watchwords since 1925. ACCÈS, from the French, meaning, "birthplace," or, "entrance." Our spaces and sophisticated stylings show the world's fashion pulse to Japan, whether our signals come from Paris, New York, or Tokyo.







# EVENT

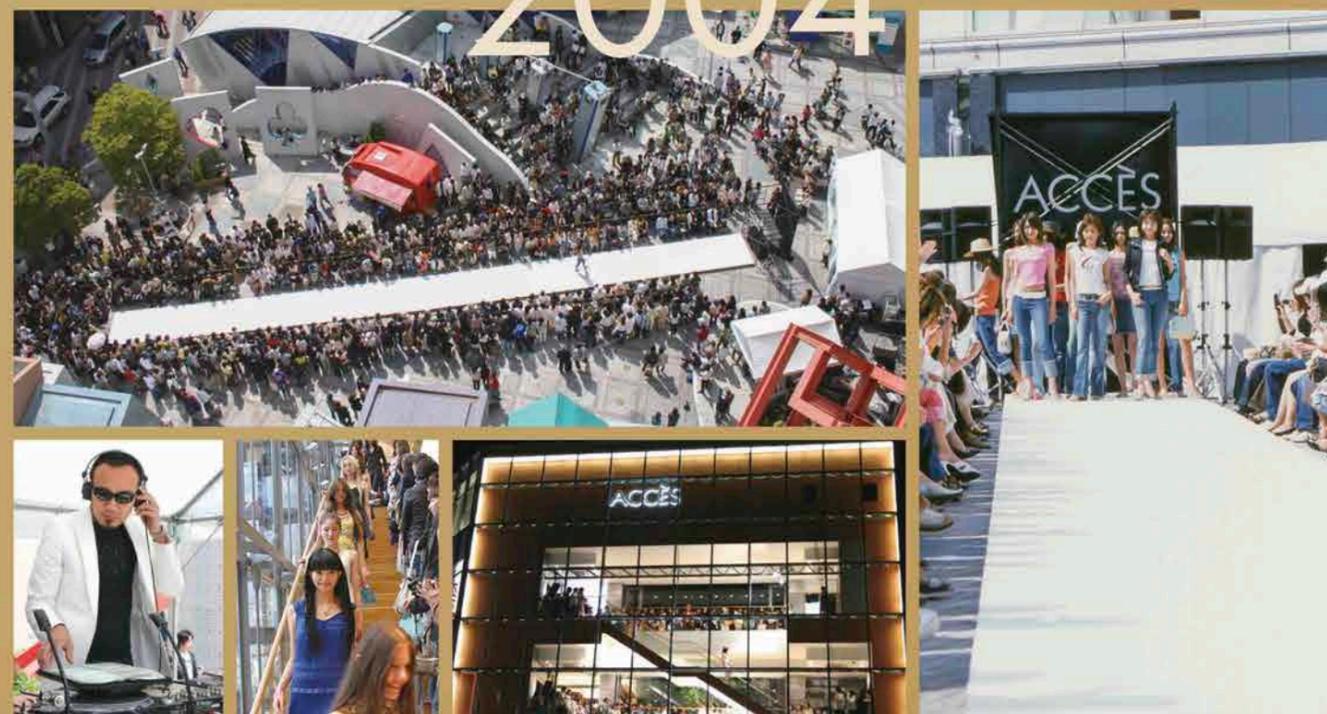
## a DAY by ACCÈS

あらゆる情報をリアルタイムで入手することが出来る今、情報はさらに煩雑化し、それらのリアリティは希薄になりつつある。そんな情報のるつぼの中で、人々はより情報を選択する力をつけ、自分自身のライフスタイルを構築している。人々から求められることは「コト」であり、「モノ」といったリアルだ。

多様化が進み、日々のライフスタイルはそれぞれの価値観により異なるが、ACCÈSとしてのライフスタイル・価値観をリアルな1日として提案したい。そんな思いから、ファッションイベント a DAY by ACCÈS は生まれた。ファッション誌の表紙を飾るモデルや、世界規模で活躍するDJ、人気ファッション誌の編集長や文化人、パフォーマーを招き、ACCÈS HIROSHIMAを舞台に開催。2004年から実施し、毎回4,000人近い動員を実現している。音楽・アートなどと融合したライフスタイルコンテンツとして、ファッション文化を提案することで、ACCÈS HIROSHIMAのある広島を中心とした中四国エリアで、着実にファンを育み、他にはない独自のポジションを確立していった。

It is now possible to obtain almost all information in real time. As information becomes more complicated, reality seems to become more sparse. In the crucible of information, we are empowered to become more selective, and to build our own lifestyles. People require concrete things, i.e., products. Albeit each human's lifestyle is unique, according to ideas and values, we would like to suggest an experience of a day in ACCÈS' lifestyle. Our fashion event "a DAY by ACCÈS" arose from such feeling. Models, and those who decorate the covers of fashion magazines. DJs, globally active ... Editors-in-chief of popular fashion magazines, cultural figures, and invited performers on the stage of ACCÈS HIROSHIMA. A new tradition, starting 2004. A cast of 4000 ... We propose a whole-lifestyle culture of fashion, embracing music and the arts. Thanks to our strong fan base in Chugoku and Shikoku regions, we have been able to establish a unique commanding position in ACCÈS HIROSHIMA.

2004



2005

DAY:1



DAY:2

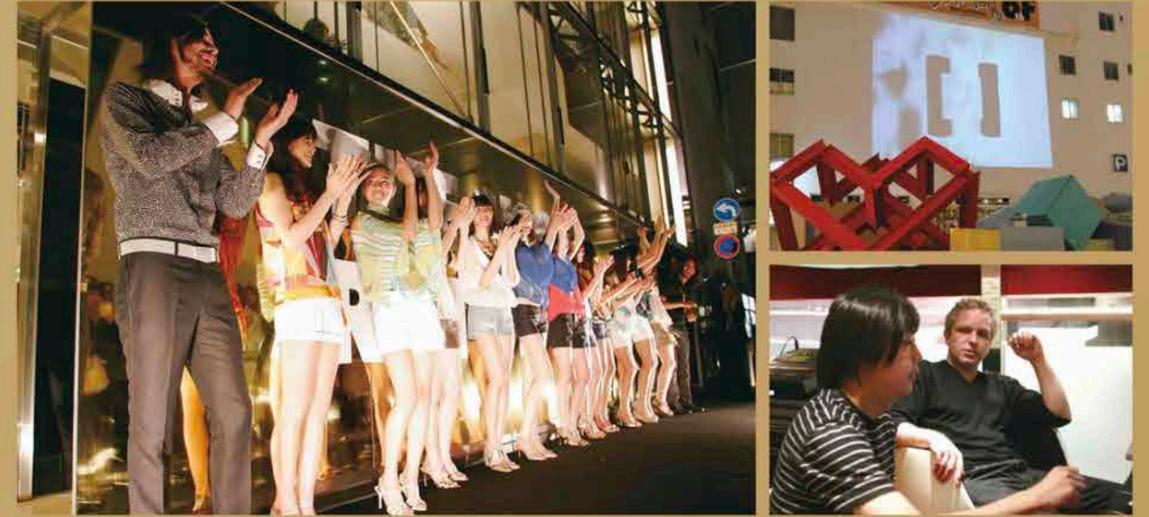


DAY:3

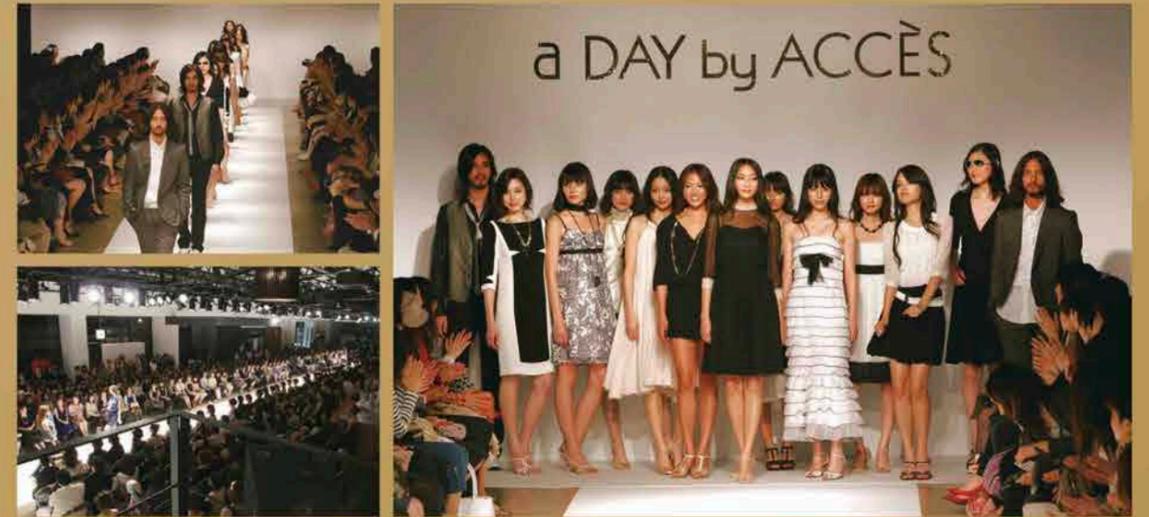


2006

DAY:1



DAY:2



DAY:3



2007

2010



2015



MATSUYAMA OPENING



2012



2018





# To 200<sup>TH</sup>

一人ひとりの先行く一歩が、200年企業への道を拓く。

A single step forward by each person opens  
the path to a company that lasts 200 years.



