



▼ entrance ด้านริมถนน Midosuji



▲ สถาปัตยกรรมนีโอ-เรอเนซองส์พวงวน Willam Merrell Vories

ไดมารุ ซินไซบาชิ

ฉลองเปิดกิจการ 300 ปี

กนิษฐา มัตสุโอะ

ห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่นมักเริ่มต้นจากร้านกิโมโน (โกะฟุกุยะ)

มัตสุซากะยะ, มิตสึโกะชิ, ทากาชิมายะ, โชะโงะ, ไดมารุ ฯลฯ ห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ของญี่ปุ่นล้วนแล้วแต่เริ่มต้นมาจากร้านขายผ้าสำหรับตัดเย็บทำกิโมโน (โกะฟุกุยะ) กิโมโนสำเร็จรูปและเครื่องประดับต่าง ๆ ตั้งแต่สมัยเอโดะ แต่ละร้านจะมีพนักงานประจำ (โฮโคเน็ง) ที่เริ่มงานตั้งแต่อายุราว 13-14 ปี กินอยู่ที่ร้าน ก่อนที่จะค่อย ๆ ใต้เต้าไปเป็นพนักงานขายผู้จัดการร้าน และท้ายสุดก็แยกไปเปิดกิจการในเครือ กลายเป็นเครือข่ายของร้านไปทั่วภูมิภาค

ทั่วประเทศตามลำดับ นอกจากเครือข่ายพนักงานแล้ว ยังมีเครือข่ายวัตถุดิบตั้งแต่ไหม ฝ้าย ดีไซน์เนอร์ ช่างเย็บ ช่างตัดเย็บ หลายแห่งกระจุกกันที่เกียวโต เมื่อวัฒนธรรมตะวันตกหลังไหลเข้ามาหลังญี่ปุ่นเปิดประเทศในสมัยเมจิ โกะฟุกุยะ ซึ่งพร้อมไปด้วยเงินทุนเน็ตเวิร์ก บุคลากรจึงพัฒนาไปเป็นห้างสรรพสินค้าได้ไม่ยากนัก เมื่อญี่ปุ่นเข้าสู่ช่วงเศรษฐกิจเติบโตสูงสุดราวปี 1955-1973 ก็ขยายใหญ่โตมีสาขาตามเมืองใหญ่ ๆ ทั้งใน และนอกประเทศ

โตมารุ ชินไซบาชิครบรอบเปิดทำการ 300 ปีในปี 2026

โตมารุก็เป็นห้างสรรพสินค้าเก่าแก่แห่งหนึ่ง เริ่มต้นจากโกะฟุกุยะแถวฟุชิมิในเกียวโตเมื่อปี 1717 เปิดทำการโดยชิโมะมูระ ฮิโกะเอะมง ในขณะที่เขามีอายุ 29 ปี แรกเริ่มเป็นร้านขายกิโมโนมือสอง ใช้ชื่อว่า “โตมงจิชะ” ก่อนที่จะย้ายไป ตั้งสำนักงานใหญ่ที่ชินไซบาชิโอซากาในปี 1726 ใช้ชื่อว่า “มัทสุยะ” และเปลี่ยนวิธีขายมาเป็นเงินสด ไม่ใช้การเรียกเก็บเงินที่หลังดังที่ร้านค้าในเวลานั้นนิยมทำกัน เพียงไม่กี่ปีต่อมา กิจขายกิจการไปยังนาโงย่าและเอโดะ พร้อมเปลี่ยนมาใช้ชื่อ “โตมารุยะ”



▲ ห้างโตมารุเมื่อสร้างเสร็จใหม่ ๆ



▲ ภาพวาดร้าน Daimonji-ya สมัยเอโดะ

ว่ากันว่า การเจริญเติบโตของกิจการสืบเนื่องมาจากความฉลาดเฉลียวของชิโมะมูระ ฮิโกะเอะมง มีเรื่องเล่ากันว่าตั้งแต่เด็กแล้วไม่ว่าจะทำอะไร ชิโมะมูระก็เก่งกว่าคนอื่นเสมอ แต่มิใช่เรื่องง่าย

ในหลักการบริหารภายใต้วลีสั้น ๆ ว่า “เสนจิโคริ” หรือ “คุณธรรมต้องมาก่อนผลกำไร” トラバโดที่ห้างให้ความสำคัญกับลูกค้า ห้างก็จะยั่งยืนได้ คงด้วยเหตุนี้เองที่เมื่อโอซากาเผชิญความวุ่นวาย ผู้คนอดอยากล้มตายในเหตุการณ์โอโอะกะเฮย์ทิจิโรเมื่อปี 1837 โตมารุจึงเป็นห้างร้านจำนวนน้อยที่เฮย์ทิจิโรสั่งไม่ให้เผาทำลาย ด้วยเหตุผลว่า “โตมารุยะเป็นร้านที่มีคุณธรรม”

ในปี 1908 โตมารุเริ่มมีสินค้าหลากหลายขึ้น จึงยกเลิกวิธีขายแบบดั้งเดิมที่พนักงานต้อนรับลูกค้าที่ละราย ๆ บนเสื่อทาตามิในห้อง สอบถามความต้องการ วงเงินจึงค่อยนำสินค้าจากคลังด้านหลังร้านมาเสนอ (เซะจิริ) เปลี่ยนมาเป็นการจัดเรียงสินค้าในรถเข็น หรือตะกร้าสินค้าที่มีพนักงานขายยืนประจำอยู่ (จินเรทสุซิกิ) ในปี 1914 ก็มีการจัดแสดงสินค้าผ่านโชว์วินโดวเช่นห้างสรรพสินค้าในประเทศตะวันตก พร้อม ๆ กับนั้นก็ได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นวงกลมหนา ด้านในวงกลมเป็นตัวอักษร “โต” (大) และยังคงใช้มาจนทุกวันนี้



▲ จากระเบียงชั้นบนมองเห็นเครื่องหมายการค้าโตมารุชัดเจน



▲ ภาพเส็นทักลาสบริเวณ entrance เป็นเรื่องราวของนกยูงกับหมาป่าจากนิทานอิตาลี

ความหมายอันลึกซึ้งของเครื่องหมายการค้าของโตมารุ

“โต” (大) เป็นตัวหนังสือจีน หมายถึง “คน” ส่วนวงกลมหรือ “มารุ” นั้นสื่อถึง “จักรวาล และการเป็นพ่อค้าอันดับหนึ่งที่ลูกหลานได้รับการพร่ำอบรมมารุ่นต่อรุ่น ตั้งแต่ฮิโกะเอะมง หากสังเกตดูจะเห็นตัว “โต” (大) มีแฉกสามที่ ด้านบน 3 ด้าน ล่าง 5 และ 7 ตามลำดับ มีที่มาจากวัน Shichigosan ที่เด็ก ๆ อายุ 3,5 และ 7 จะไปนมัสการขอพรจากเทพเจ้าถือเป็นวันมงคลสำหรับการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าครั้งแรกของห้าง



▲ ไลน์



▲ ไปสการ์ดและสติ๊กเกอร์ระลึกเปิดกิจการ 300 ปี

เอกลักษณ์ที่โดดเด่น : สถาปัตยกรรมนีโอ-เรอเนซองส์

ใครก็ตามที่ผ่านไปแถวถนนมิโดสุจีย่านชินไซบาชิ แหล่งช้อปปิ้งชื่อดังของโอซากาย่อมจะสะดุดตาไปกับอาคารสำนักงานใหญ่ของโตมารุ และยิ่งตื่นตาตื่นใจเมื่อเข้าไปชมด้านใน อาคารแห่งนี้ ออกแบบโดยวิลเลียม เมอเรล วอร์ริส (William Merrell Vories) สถาปนิกชาวอเมริกันที่เข้ามาญี่ปุ่นในฐานะหมอสอนศาสนาในปี

1905 ก่อนที่จะแต่งงานกับสตรีญี่ปุ่น สร้างผลงานด้านสถาปัตยกรรมที่ไว้หลายสิบแห่งหนึ่งในอาคารดังกล่าวคือ อาคารของโตมารุชินไซบาชิที่เปิดทำการในปี 1918 แต่มาเสียชีวิตที่อาคารนี้ถูกเพลิงไหม้เสียหายสองปีหลังจากนั้น มาได้รับการบูรณะสร้างใหม่ในแบบเดิมจนแล้วเสร็จในปี 1933 เปิดทำการเต็มตัวพร้อมกับการขยายถนน



▲ ลายโค้งงดงามหน้าลิฟท์



▲ เพดานห้องโถงบริเวณ entrance

มิโดสุจิ และในปีรุ่งขึ้นก็ติดเครื่องปรับอากาศทั่วอาคารกลายเป็นแลนมาร์ทของโอซากามาจนทุกวันนี้แม้จะมีการปรับปรุงเพิ่มเติมในปี 2019 ก็ยังคงรูปลักษณ์เดิมไว้

อาคารของโตมารุนี้โดยรวมเป็นสไตล์นีโอ-กอธิก แต่ด้านในรูปลักษณ์ รายละเอียดแทบทุกจุดใช้เครื่องประดับสไตล์อาร์ต-เดโคซึ่งเป็นขบวนการออกแบบที่โด่งดังช่วงทศวรรษ 1920-1930 โดยเฉพาะประตูทางเข้าด้านถนนมิโดสุจิที่โค้งสูงงดงามตั้งประตูทางเข้ามัสยิด สองข้างประดับด้วยนกฟีนิกซ์เงิน และทอง โถงหน้า



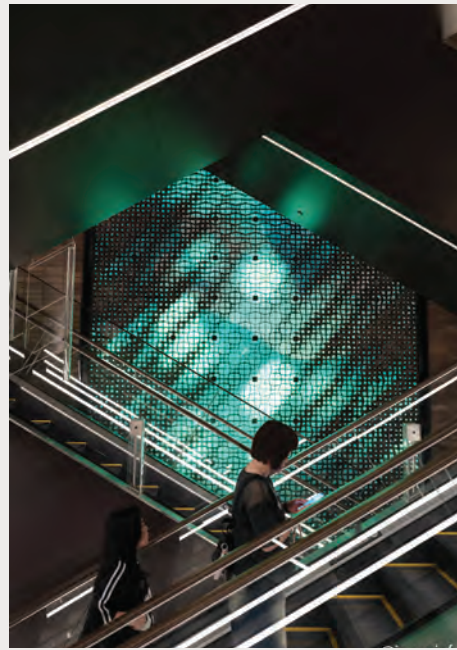
▲ หนึ่งในงานศิลปะจัดแสดง



▲ นกฟีนิกซ์กับโลโก้ 300 ปี



▲ โต๊ะทานอาหารชั้น B.2 ก็เป็นลายฟีนิกซ์



▲ Digital Art ข้างบันไดเลื่อน

ทางเข้า และหน้าลิฟท์ ตัวบันไดเพดาน ฯลฯ เน้นเส้นสายลวดลายงดงาม ส่วนทางเข้าด้านถนนชาโกสุจินั้นมีประตูโค้งแบบตะวันตก ด้านบนมีงานแกะสลักรายนูนรูปนกยูง (คุจิกกุ) ตระหง่านอยู่เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร

กิจกรรมฉลองครบ 300 ปี

วันที่ 1 พฤศจิกายนปี 2026 นี้จะเป็นวันที่โตมารูเปิดกิจการที่ชินไซบาชิครบ 300 ปีเต็มโดยไม่ได้ย้ายไปที่อื่นเลย ก่อนอื่นห้างได้จัดทำผ้าโนะเงะสีน้ำเงินมีเครื่องหมายการค้า “โต” (大) ตั้งเดิมย៉ำถึงจุดเริ่มต้นในฐานะโกะฟุกุยะ คู่กับ “ฮิโนะโทะริ” นกฟีนิกซ์นกในตำนานที่ไม่มีวันเสื่อมถอยหรือตาย ผลงานทะเทสุก้า โอสามู นักสร้างอะนิเมะชื่อดัง ฟินิกซ์สื่อถึงอดีต ปัจจุบันและอนาคตที่โตมารูจะยืนหยัดตลอดไป

พร้อม ๆ กับผ้าโนะเงะด้านประตูทางเข้าฝั่งถนนชาโกสุจินั้นแต่ละชั้นของห้างยังจัดแสดงผลงานศิลปะของศิลปินทั้งจากในและนอกประเทศ ทั้งยังมีโครงการเปิดประมูลผลงานเหล่านั้นเพื่อหารายได้อุปถัมภ์องค์กรสวัสดิการสังคมในแต่ละท้องถิ่น สำหรับลูกค้าทั่วไปยังมีการจัดทำโปสการ์ดที่ระลึกพร้อมสติ๊กเกอร์หลากหลายที่เปิดให้หยิบแปะบนโปสการ์ดสร้างงานศิลปะเล็ก ๆ ได้ฟรีตามด้วยอีเวนต์ลดราคาสินค้าพิเศษ ฯลฯ

300 ปีอย่างต่อเนื่องบนพื้นที่เดิมกลางกรุงโอซากาของโตมารูเป็นเสมือนประวัติศาสตร์การค้าของญี่ปุ่นที่ไม่ได้มองผลกำไรช่วงสั้น ๆ แต่มุ่งรักษากิจการร่วมกับสังคมได้ยาวนานอีกด้วย น่าประทับใจและร่วมยินดีไปกับโตมารูด้วยในฐานะลูกค้าที่นาน ๆ จะหาซื้ออะไรกับเขาสักอย่าง

