

デフレ下における商

巨大外資小売業の日本本格進出が秒読みとなり、出口の見えないデフレと相待ち受けている。本記念号では、このような厳しい環境下でも、その数を増やし、「ター」にスポットを当てる。デベロッパーの取り組みなどを紹介するとともに、もレポートする。

ショッピングセンター（以下「SC」）は、もともと1930年代に米国で誕生した商業施設で、1950年代以降急速に全米に広まった。日本にSCが登場したのは昭和40年代で、代表的なものは東京都世田谷区の「玉川高島屋・C」（後掲）である。

日本でいうSCとは、デベロッパーと呼ばれる開発業者が、計画的に建設し運用する、小売業、飲食業、サービス業等が集積した商業施設のこと。キーテナントと呼ばれる大型小売店（通常は総合スーパーや百貨店など）と、専門店、飲食店、遊戯施設などで構成される。なかには、キーテナントが入らず、専門店だけで構成されるSC——例えば駅ビル、ファッションビル、地下街などもある。近年注目される、カテゴリキラーを集めた『パワーセンター』や『アウトレットモール』も同じくSCの一業態といわれている。

2002年12月現在、日本のSC総数は2,615カ所。2000年までは、毎年100以上のSCがオープンし、郊外地域への展開が半数以上を占めていた。大店立地法施行後の2001年以降は、デフレや環境アセスメントの影響もあり、以前よりスローペースなオープン総数となっている。

今、流通業界では、「外資の本格進出」という大きな波が押し寄せている。世界最大の小売業・米ウォルマートの進出がその最たるものだが、すでに国内に進出しているカルフル（仏）、コストコ（米）、メトロ（独）、さらには、テスコ（英）、アホールド（蘭）も海外展開を柱の一つとしてメ

ゝおり、日本進出は秒読みといわれる。これらに共通するのは「低価格販売」である。大店法が廃止され、景気後退による地価の下落も手伝って、世界的なディスカウントが大挙して日本の小売市場に進出できる状況が整っているのである。

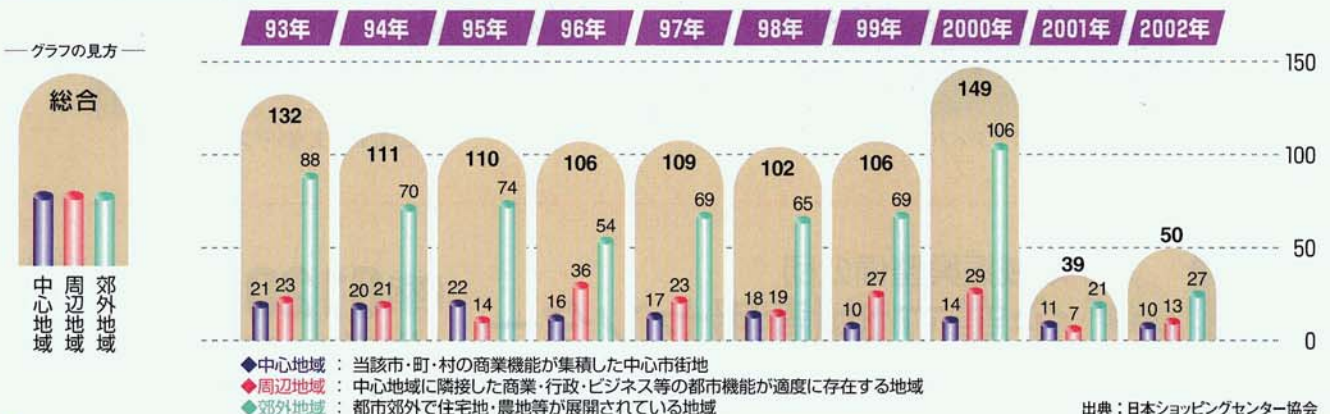
ただし、日本の消費者は、安いから買うというわけではない。今はデフレ下で節約志向が強いが、自分にとって価値あるもの、満足できるものに対する願望は強く、要求水準も高い。このような二極化傾向は一段と強まっているのではないだろうか。

こうした消費者ニーズに応えることができなければ、今後の流通業界では生き残れない。また、商業施設である以上、「集客」は重要なテーマである。消費者によるSCや小売店舗への評価は、テナント揃えの充実、品揃えの豊富さ、商品品質の高さ、立地の利便性、駐車施設の充実、館内の清潔感、そしてリーズナブルな価格などから構成されるトータル・ミックスの水準によって決まってくる。全ての要素を一定水準以上に維持しながら、自己の得意な分野を一層精鋭化していくSCや小売店舗が生き残っていくのではないだろうか。

次ページ以降に、デフレ下においても自らのスタイルを貫き、着実な歩みを続ける大型SCデベロッパー4社と、オフィスビルへの店舗出店をきっかけに、新たな取り組みにチャレンジする企業の事例を紹介する。

取材協力：三菱地所株、東神開発株、東京圏駅ビル開発株、株電通恒産サービス、オフィス・デポ ジャパン株、昭和産業株（順不同）

年次別・立地別SC数



業施設事情

俟って、流通業界には厳しい生き残り競争が
着実に展開する商業施設「ショッピングセン
オフィス街への商業店舗出店事例について

◆表の略語

Dpt デパートメントストア
GMS セネラルマーチャンダイズストア
多種類品目、大量販売形態の総合量販店
SM スーパーマーケット 食料品中心の大型小売店
HC ホームセンター
DS ディスカウントストア
専門店 単品種、同一用途品を扱う大型小売店

2002年にオープンしたSC一覧

オープン日	SC名	所在地	デベロッパー (DV)	DV業態	SC面積 (㎡)	テナント	テナント数
2月22日	アトレ上野	東京都台東区	東京圏駅ビル開発(株)	SC専業	5,890		54
3月13日	THE MALL みずほ16	東京都西多摩郡	(株)西友	小売業	24,282	GMS	72
3月14日	アスタくにつか一番館南棟	兵庫県神戸市	神戸市都市計画局	公共団体	2,760		24
3月20日	アビタ浜北	静岡県浜北市	ユニー(株)	小売業	21,312	GMS	43
3月28日	ジャストリーム長島	三重県桑名郡	三井不動産(株)	SC専業	14,000		85
3月29日	生活バリューモール アルカキット錦糸町	東京都墨田区	三井不動産(株)	SC専業	33,957	SM	57
3月29日	ラスタ・トクシマ	徳島県徳島市	(株)ラスタ	専門店	4,791		10
4月6日	イオン新中野ショッピングセンター	長野県中野市	イオン(株)	小売業	16,797	GMS	27
4月12日	横浜赤レンガ倉庫2号館	神奈川県横浜市	(株)横浜赤レンガ	不動産業	6,380		31
4月12日	ユニチカオークタウン貝塚	大阪府貝塚市	(株)ユニチカオークタウン	SC専業	14,900	SM+専門店	25
4月18日	パロー今渡店・ミドリ電化可見店	岐阜県可児市	(株)パロー、(株)ミドリ電化	小売業	9,500	SM+専門店	20
4月19日	VINA WALK	神奈川県海老名市	小田急電鉄(株)	運輸業	48,960	Dpt	130
4月23日	高見ショッピングセンター (リバーサイド荒生田)	福岡県北九州市	北九州住宅供給公社	公共団体	2,661	SM	27
4月24日	イーマ	大阪府大阪市	(株)ザイマックス	不・管理業	7,566		47
4月25日	パークプレイス大分	大分県大分市	(株)エフ・ジェイ・リアルエステート	SC専業	85,746	GMS	120
4月25日	品川プリンスホテル エグゼクティブタワー	東京都品川区	(株)プリンスホテル	サービス業	2,885		29
5月16日	ラグーナフェスティバルマーケット	愛知県蒲郡市	蒲郡海洋開発(株)	その他	12,000		68
6月11日	OSCデオシティ新座	埼玉県新座市	(株)オリソニック	小売業	18,132	SM	63
6月14日	フジグラン十川ショッピングセンター	香川県高松市	(株)フジ	小売業	9,924	GMS+SM	27
6月22日	イオン札幌元町ショッピングセンター	北海道札幌市	イオン(株)	小売業	25,700	GMS	69
6月27日	アルプラザ津幡	石川県河北郡	(株)平和堂	小売業	21,020	GMS	45
6月29日	フジグラン野市ショッピングセンター	高知県香美郡	(株)フジ	小売業	13,505	GMS+SM	31
7月5日	アビタ岡崎北	愛知県岡崎市	ユニー(株)	小売業	24,750	GMS	53
7月13日	イオン浜松西ショッピングセンター	静岡県浜松市	イオン(株)	小売業	24,511	GMS	50
7月18日	セリエ南草津	滋賀県草津市	UFJ銀行 他	その他	6,700		50
7月20日	109町田	東京都町田市	(株)ティー・エム・ディー	SC専業	7,010		53
8月9日	仙台ヒルサイドアウトレット	宮城県仙台市	(株)ハケ岳モールマネジメント	不・管理業	6,511		34
9月6日	丸ビル	東京都千代田区	三菱地所(株)	不動産業	22,200		134
9月19日	イオン高岡ショッピングセンター	富山県高岡市	イオンモール(株)	SC専業	64,534	GMS+HC	124
9月28日	新潟アルタ	新潟県新潟市	(株)名古屋三越	小売業	2,245		20
10月1日	サンエー那覇メインプレイス	沖縄県那覇市	(株)サンエー	小売業	38,774	SM	89
10月4日	アーバンサイトミュンヘン大橋	北海道札幌市	(株)ラルズ	小売業	11,880	DS	24
10月8日	札幌アルタ	北海道札幌市	(株)三越	小売業	8,956		104
10月10日	ダイヤモンドシティ テラス	兵庫県伊丹市	(株)ダイヤモンドシティ	SC専業	52,023	GMS	153
10月11日	オアシス21	愛知県名古屋市	栄公園振興(株)	不・管理業	4,500		31
10月16日	カルフル狭山	埼玉県狭山市	カルフル・ジャパン(株)	小売業	18,316	GMS	55
10月17日	イオン品川シーサイドショッピングセンター	東京都品川区	イオン(株)	小売業	37,942	GMS	60
10月22日	イオン天理ショッピングセンター	奈良県天理市	イオン(株)	小売業	17,217	GMS	32
10月24日	アビタ東海荒尾	愛知県東海市	ユニー(株)	小売業	21,801	GMS	49
10月25日	イオン札幌桑園ショッピングセンター	北海道札幌市	イオン(株)	小売業	21,582	GMS	60
10月26日	イオン若松ショッピングセンター	福岡県北九州市	九州ジャスコ(株)	小売業	24,990	GMS	78
10月29日	フルルガーデン八千代	千葉県八千代市	国際興業(株)、(株)イトーヨーカ堂	運輸業、小売業	40,800	GMS	54
11月1日	グラス・スクエア	東京都渋谷区	(株)三越 他	小売業	4,200		20
11月1日	イオン焼津ショッピングセンター	静岡県焼津市	イオン(株)	小売業	12,379	GMS	35
11月1日	フレスタSASEBO	長崎県佐世保市	九州旅客鉄道(株)	運輸業	6,200		38
11月16日	ライフエクストラ大泉学園前店	東京都練馬区	(株)ライフコーポレーション	小売業	9,635	SM	49
11月21日	イトーヨーカドー 湘南台	神奈川県藤沢市	(株)イトーヨーカ堂	小売業	18,595	GMS	31
11月23日	ラ チッタデッラ	神奈川県川崎市	(株)チッタ エンタテイメント	その他	19,140		51
12月1日	カレッタ汐留	東京都港区	(株)電通興産サービス	不・管理業	15,022		58
12月14日	沖縄アウトレットモールあしびなー	沖縄県豊見城市	大和情報サービス(株)	サービス業	16,867		69

デフレ下における商業施設事情

丸の内ビルディング

三菱地所(株)

100年の街の歴史を感じながら、新たな“丸の内スタイル”の確立を目指す



▲丸ビル外観



◀MARUCUBE

▼丸の内仲通り

■商業ゾーン概要

店舗面積：約18,500㎡
(物販・サービス約10,500㎡、飲食約8,000㎡)
店舗数：138店舗(物販・サービス97店舗、飲食41店舗)
店舗階数：地下1～4階：物販・サービス、5・6・35・36階：飲食
オープン日：2002年9月6日

■建物概要

ビル名称：丸の内ビルディング
所在地：東京都千代田区丸の内2-4-1
建築主：三菱地所株式会社
敷地面積：10,029.45㎡
主要用途：事務所・店舗・ホール・駐車場
階数：地下4階、地上37階、棟屋2階
駐車台数：409台
竣工：2002年8月20日

▼丸ビル地下1階



2003年1月12日、丸の内ビルディング(通称:丸ビル)は、来場者数1,000万人を突破した。昨年9月6日のグランドオープンから、わずか4か月の出来事である。

当初、オーナーである三菱地所株は、年間来場者数を1,300～1,500万人、商業ゾーンの年間売上を約140店舗で180億円と想定。だが、いざ蓋を開けてみると、開館後1か月の来場者数は280万人に上り、ちょうど4か月経った今年1月5日の時点では、来場者数960万人、売上122億円という驚異的な数字を記録した。

同ビルの商業ゾーンは、地下1～4階がショッピングゾーン、5・6階がレストランゾーン、35・36階が展望レストランゾーンで構成されている。これらのゾーン形成に当たっては、「Originality」「Authentic」「Sophistication」の3つの言葉がキーワードとして考えられた。

「なかでも、最も“Originality”にこだわりました。ショッピングゾーンの店舗には、『売上だけにこだわらず、中期的な視野を持って一緒に街づくりをやりましょう。そのための新しいチャレンジをしてください』とお願いました。また、レストランゾーンには、これまでSCとは縁のなかった店舗を誘致し、メニューの開発段階から情報交換をしていきました。もともとパワーを持った店舗が集まった時、そこに様々な交流が生まれてインタラクションを引き起こし、さらに大きなパワーとして発揮できればと考えていたからです」(SC事業部副専事 佐野洋志氏)。

丸の内では、ビル単体の機能性はもとより、エリア全体から見たそのメ

ールの役割が重視される。かつての旧丸ビルがそうであったように、同ビルは東京駅から丸の内エリアへのエントランスとして、ブランドショップが軒を連ねる「丸の内仲通り」への通り抜け機能を持つ。同ビルの賑わいが仲通りに流れることで、新たな人の流れを作り、仲通りが軸として機能することで、エリア全体に回遊性が出てくるというわけだ。

「丸の内は昔から、オフィスビルが建ち並ぶビジネス街として発展してきたため、オフィスワーカーに必要な最小限の商業機能しか持っていませんでした。しかし、1998年から丸の内再構築のプロジェクトが進められ、街全体の魅力を高める手段の一つとしてその役割が大きくクローズアップされるようになり、『仲通り』『丸ビル』へとつながってきました」(広報部 阿部裕介氏)。

「仲通り」「丸ビル」と、確実に丸の内の商業施設を成功させてきた同社にとって、今後の運営オペレーションは大きな鍵となる。また、これから順次建ち上がる再開発プロジェクトにも、新しい商業施設が計画されており、同社の運営力と開発力が、さらに新しい丸の内のパワーを生み出すことになるだろう。

「丸の内では、歴史というものが特別な重みを持っています。ここでは、100年かけて作ってきた街のにおいを残しつつ、次の100年を作っていくことが求められています。これからも、魅力ある街づくりを目指し、“丸ビルファン”そして“丸の内ファン”を増やしていきたいと思います」(佐野氏)。



▲概要(2002年12月現在 S・C概要より)

所在地：東京都世田谷区
 運営・管理：東神開発株式会社
 敷地面積：45,120㎡
 延床面積：146,960㎡

【内訳】	本館	55,650㎡	(地下2階、地上6階、塔屋3階)	東館アネックスビル	240㎡
	南館	22,990㎡	(地下2階、地上6階、塔屋2階)	ケヤキコート	930㎡
	東館	5,170㎡	(地下1階、地上6階、塔屋2階)	マロニエコート	2,360㎡
	西館・駐車場	30,820㎡	(地下1階、地上5階、塔屋2階)	北館	370㎡
	西館別館	1,060㎡	(地下1階、地上3階)	新駐車場	7,060㎡
	ガーデンアイランド	11,800㎡	(地下3階、地上2階)	タワーパーキング	4,050㎡
				東館駐車場	4,460㎡

駐車台数：2,000台
 店舗数：280店舗
 開業：1969年11月

▲玉川高島屋S・C外観



▶本館グランパティオ



▲南館完成予想図

1969年11月、日本初の本格的郊外型SCとして、世田谷区玉川にオープンしたのが玉川高島屋S・Cである。当時としては珍しい約1,000台を収容する大規模駐車場を完備し、世間の注目を集めた。

同SCの開発を手がけた東神開発は、奥に集客力のある高島屋、手前に専門店を配置することで、人の流れを専門店にも呼びこむように設計するなど、オープン時から高島屋と専門店の割合を50:50(フィフティ・フィフティ)にするという考え方を貫いてきた。34年経った現在でもその考えは変わらず、今年秋に増築リニューアルする南館でも、高島屋と専門店の売場面積がほぼ半分ずつになるという。

オープン時は、高島屋と125の専門店で構成されていた同SCも、リニューアルや増築を行い、現在の専門店数は280まで増えた。しかし、館内の広い通路と、あちこちに飾られた本物の緑は、当時から変わらず、常にゆったりとした空間が広がっている。

「ある意味、“やせ我慢”ですね。スペースを貸す側としては、本来テナント部分を広く取れば、その分賃料が入ります。しかし、あえて通路を広く取ることで、お客さまに『ゆとり』とか『余裕』といったものを感じていただければと考えています。管理が難しい本物の緑を飾っているのも同じ理由からです」(常務取締役 石津秀樹氏)。

同SCを訪れる顧客に対し、どんなサービスや環境がベストなのかを常にSC運営の考えのベースとしている同社。売上至上のオペレーションに走らず、各テナントに対しては、いろいろな働きかけを行ってきた。例えば、バーゲンでは、普段店頭と並べている(プロパー)商品のみをマークダウンすることを徹底している。過去に、バーゲン用の目玉商品として、普段店頭には置いていない商品を並べたテナントに対し、即時にその商品を撤去させたこともあったという。また、通路を狭く、汚くするという観点から、ワゴンセールも一切行っていない。

「テナントの方々には、『売上さえよければ何をやってもいい』ではダメだ、ということ強く訴え続けました。バーゲンでは、普段店頭には置いていない商品をいくら安く売っても、お客さまをがっかりさせるだけです。玉川は『裏切らない』が基本です。プロパー商品を売り切ったら、バーゲンセールをその時点で終えてもいいとさ話しています」(石津氏)。

売上至上主義とは一線を画し、顧客に対するSCのコンセプトの維持を第一に心がけてきたことが、同SCへの強い信頼感を生み出し、結果的に売上向上につながったといえるだろう。

今年秋には南館が増築リニューアルされ、店舗面積が約10,000㎡増える。レストランの強化と、食料品や生活雑貨の充実を図り、店舗数は340になるという。地域とSCが一体となって創り上げてきた「二子玉川」の持つブランドイメージを踏襲しつつ、新しいチャレンジを続ける姿勢こそが、日本のSCのトップであり続ける所以だろう。

玉川高島屋S・C

東神開発(株)

地域とSCの共存共栄を目指し、新たなチャレンジは続く



デフレ下における商業施設事情

デフレ下における商業施設事情

アトレ

東京圏駅ビル開発(株)

テナントとパートナーシップを取りながら、エリアの特徴を生かしたSCづくりを行う

フランス語で「魅力」を意味する“attrait”を語源とし、駅ビルを中心に展開するアトレ。なかでも、1997年10月にオープンした「アトレ恵比寿」は、昨年夏まで27ヵ月間、売上金額の昨年対比を連続クリアした。

渋谷の隣りという難しい商圈で、SCとしては中規模、かつアミューズメントや外資系ショップの初進出などといった華やかさも少なかったアトレ恵比寿が、ここまで成功した要因の一つに、その運営手法がある。アトレを運営する東京圏駅ビル開発(株)は、アトレ恵比寿全体を一つのブランドとして魅力あるものにするため、テナントに積極的に働きかけ、それまでの駅ビルには見られないプロデュース型運営を行った。これがいわゆる「恵比寿スタンダード」、後の「アレストانダード」である。

「大家と店子という関係ではなく、全員が同じ目線でパートナーシップを持てるよう心がけました。アトレ恵比寿を一艘の大きな船に例え、そこで働く一人一人がその船を動かす乗組員だという意識を持ってもらえるようになるまで、非常に苦労しました」(SC事業部開発グループ課長 岡村実氏)。

アトレ恵比寿には独特の教育体系があり、その最高峰にあたる「ショップマスターキャンプ」では年に一度全テナントの店長を集め、運営側の来年の方針を説明する。寝食を共にすることによって一体感が生まれたり、お互いの悩みを打ち明けたりといった二次的な効果もあるようだ。

「大事なことは、店長に直接、運営側の考えを伝えることです。私たちは普段から、各店の店長に様々な情報をぶつけていきました。その結果、アパレル店の店長が飲食店の売上を気にしたり、近隣に話題のショップができると、自ら見に行ったりするようになりました。私たち自身も社内教育の充実を図るなど、全員がいい方向に変わっていったんです」。

同社では、昨年オープンした上野と目黒にも、「アレストانダード」を取り入れている。今後は、他の既存店舗にも浸透させていく方針だ。

また、運営面だけでなく、環境面にも力を入れてきた。特に恵比寿では“ガーデニング”にこだわり、花と緑を全館に取り入れて、温かみのある空間づくりをしている。これもアトレの基本姿勢として、他の店舗に普及しつつあるという。

2004年4月には、JR品川イーストビルの低層部に「アトレ品川」がオープンする。その運営コンセプトは「NY(ニューヨーク)STYLE」。ニューヨークの持つ「STYLISH」「CELEB」「BASIC」というイメージをSC全体に貫き、ビジネスセンターや高級スーパー、ラウンジカフェ、バーなどの入居が予定されている。

「接客サービスにこだわり、空港ラウンジのざわめきと、ホテルロビーの落ち着きをミックスした雰囲気を作りたと思っています。今までの駅ビルにはない、新たなチャレンジの場となるでしょう」。



▲アトレ恵比寿レストランフロア



▲アトレ恵比寿外観

■アトレ恵比寿 概要
所在地：東京都渋谷区恵比寿南1-5-5
階数：地上14階(SC部分 地上7階)
延床面積：28,000㎡
店舗面積：12,300㎡
開業：1997年10月

■アトレ上野 概要
所在地：東京都台東区上野7-1-1
階数：地上2階
店舗面積：5,900㎡
開業：2002年2月

■アトレ目黒 概要
所在地：東京都品川区上大崎3-1-1
階数：地下4階、地上17階(SC部分 地上2階)
延床面積：52,000㎡
店舗面積：1,600㎡
開業：2002年4月

■アトレ品川 概要(予定)
所在地：東京都港区港南2-10-28他
階数：地下3階、地上20階(SC部分 地上2~4階)
延床面積：約62,000㎡
店舗面積：約5,900㎡
開業：2004年4月

※他店舗/四谷、大井町、信濃町、新浦安



▲アトレ上野レトロ館



▲キャニオンテラス

■カレッタ汐留 概要

所在地：東京都港区東新橋1-8-2
 規模構造：地上14階（SC部分 地上7階）
 【オフィス棟】 電通本社ビル（地下5階、地上48階）
 【文化商業棟】 キャニオンテラス1~3階、カレッタ
 モールB1、B2階
 施設規模：店舗面積 12,518㎡
 【内訳】 スカイレストラン 3,302㎡
 キャニオンテラス 991㎡
 カレッタモール 8,225㎡
 施設内容：スカイレストラン、キャニオンテラス、
 カレッタモール、電通四季劇場「海」、
 アド・ミュージアム東京
 店舗数：58店舗（物販・サービス25店舗、
 飲食33店舗）
 開業日：2002年12月1日



▲電通四季劇場「海」



▲カレッタプラザ

旧国鉄汐留貨物駅跡地を中心とした、約31haの敷地で進められている大規模再開発「汐留シオサイト」。2006年の完成時には、就業人口61,000人、居住人口6,000人の街となる見通しだ。その北側地区の一角に建つ電通本社ビル内に、2002年12月1日、都会型複合施設「カレッタ汐留」がオープンした。シオサイトで最初にオープンした商業施設である。

同SCは、3つの商業ゾーンで構成される。オフィス棟の46・47階に位置するスカイレストラン、1~3階の滝が流れる渓谷をイメージしたキャニオンテラス、食とファッションによる“スローライフ”を提案する地下のカレッタモールである。また、全国で6番目となる劇団四季の常設劇場「海」や国内初の広告資料館「アド・ミュージアム東京」といった文化施設を併設。オープン後約2ヵ月間の集客数、売上高は、予想をはるかに上回ったという。

「リーシングに当たっては、“食”の部分にウエイトを置き、58店舗中33店舗を飲食店としています。お店自体に魅力がある、つまりブランド力を持ったテナントをと考えました。バランスよく、一味違ったテナントが揃ったと思います」（カレッタ汐留管理運営室部長 越川茂氏）。

同SCでは、“デザイン”が一つのキーワードになっている。ハード部

分は、世界の建築界を代表するジョン・ジャーディ（米）とジャン・ヌーベル（仏）がそれぞれ、商業・文化棟とオフィス棟をデザイン。また、館内に52脚のデザイナーズ・チェアを配置したり、ネオンアートを展示したりしている。

「カレッタ汐留自体が、新しい提案の場であらばいいと考えています。それが、文化提案だったり、社会に対する何らかの提案だったり。そういったものが人を呼び、結局テナントさんの売上にもつながるのではないのでしょうか。私たち電通グループは、販促的な仕事を本業としています。『ソフトのノウハウを出せる自分たちの場』を持ちながら、集客ビジネスを展開していけるわけです」（越川氏）。

汐留シティセンター、松下電工東京本社、日本テレビタワー、鹿島棟など、同SCの周囲には続々と超高層ビルが建つ。それに伴い、新橋駅からの地下通路が整備され、これらのビルが地下でつながる。また、地上2階部分に設けられるペDESTリアンデッキも、シオサイト全体を回廊的につなぐ予定だ。

「汐留は全くゼロからのエリアですから、駅や周囲のビルとつながることで、人の流れができ、街に賑わいが生まれます。まだまだこれからの可能性を秘めており、このエリアの価値を高めることも、私たちの仕事だと思っています」（越川氏）。

カレッタ汐留

(株)電通恒産サービス

“自分たちの場”を持つことで、新しい街の価値を高める

デフレ下における商業施設事情

オフィス街への店舗出

Office DEPOT 京橋店

オフィス需要が停滞し、オフィスビルの空室増加が懸念される昨今、新たに商業テナントのな関係を築いたビルオーナーと、商業テナントの事例を紹介する。

京橋店



●アクセス
 営団銀座線京橋駅(6番出口)
 徒歩1分 中央通
 明治屋向かい側

■Office DEPOT 京橋店 概要

所在地：東京都中央区京橋2-8-18 昭和ビル
 営業時間：月～金曜日 9:00～20:00
 土・日曜・祝日 10:00～18:00

■昭和ビル 概要

所在地：東京都中央区京橋2-8-18
 敷地面積：625.19㎡(189.12坪)
 建築面積：565.18㎡(170.96坪)
 延床面積：7,376.57㎡(2,231.40坪)
 構造：鉄骨造(一部鉄骨鉄筋コンクリート造)
 規模：地下4階・地上10階・塔屋3階建
 建築主：昭和産業株式会社
 竣工：1962年12月11日



【CASE 1 京橋店移転】

1986年、米国フロリダ州で、オフィス用品専門リテイラーとして誕生した「オフィス・デポ」。倉庫型の広い店舗に、筆記用具からオフィス家具までを豊富に揃え、メーカーからの直接大量仕入れによる低価格設定で、一躍北米最大のオフィス用品スーパーストアに成長した企業である。現在、北米とカナダで約850店、全世界で約1,000店を展開している同社が、日本に進出したのは1996年。国内では、現在12店舗を展開中だ。

1998年にオープンしたオフィス・デポの旧京橋店は、銀座1丁目の高速道路高架下で約600坪の広さがあった。しかし、2001年にはコスト削減に伴う移転計画が持ち上がり、京橋エリアで候補物件を選定。2002年初頭にはほぼ移転先が決まっていたが、中央通りに面した「昭和ビル」1階の空室を知り、そちらへの移転を希望するようになる。

京橋2丁目に建つ昭和ビルは、地下4階・地上10階建てのオフィスビル。1962年に竣工し、京橋の街が変わりゆくさまを見続けてきた。現在は、官庁の外郭団体、特許事務所、人材派遣会社、ホテル事務所などが入居している。以前は、地下1～1階に地方銀行が入居していたが、同行の移転により、2001年10月からはそのフロアが空室となっていた。中央通りに面した立地のよさから、ドラッグストア、カフェ、外車のショールームなど商業系テナントの引き合いも多く、銀行という重装備の原状回復ノ

ゝに時間を要したこともあって、その間をビルのクオリティを保つテナント斡旋に当てていた。

そのような状況の中、2002年4月に、オフィス・デポから移転先としての打診が持ち込まれる。

「出店にあたりいくつかの難題もありましたが、昭和産業の旗智オーナーには、出店開発上の当社案を、昭和ビルの将来的有効活用と共に考えていただけるようお願いしました(オフィス・デポ ジャパン株式会社プランニング課長 糸原慎一氏)。

昭和ビルのオーナー、昭和産業株は、社長の旗智氏が北米滞在中からオフィス・デポを知っていたことや、従業員が旧京橋店を利用していたことから、地域への貢献も視野に入れ、入居を快諾。5月には、新しい京橋店がオープンした。オフィスに必要な物が近場で何でも安く揃うと、同ビルの入居テナントにも喜ばれているという。

「当社の出店の基本はオフィス街ですが、オフィス街ならどこでもいいという訳ではありません。理想的なのは、就業人口が多く、かつ中小規模のオフィスが集まっているエリアです。中小規模の会社では利便性が優先されるため、当店を利用してくださいのケースが多いんです。また、集客の観点から、商業的な要素も必要です。京橋店の場合は銀座に近いですから、非常に理想的ですね(オフィス・デポ ジャパン株式会社社長 植竹明彦氏)。



オフィス・デポ ジャパン株式会社

■会社概要
 所在地：東京都品川区西五反田7-22-17 TOCビル
 代表者：代表取締役社長 リック・レプリー
 代表取締役副社長 堀江 忍
 設立：1996年5月1日
 資本金：6億5,650万円
 業務内容：文具、OAサプライ、オフィス家具、ビジネス機器、オフィス生活用品、オリジナル商品などのオフィス用品全般の小売および通信販売

昭和産業株式会社

■会社概要
 本店：東京都港区虎ノ門1-1-12 虎ノ門ビル
 京橋支店：東京都中央区京橋2-8-18 昭和ビル
 東京都中央区京橋2-8-21 昭和ビル別館
 代表者：代表取締役社長 旗智良久
 設立：1946年6月21日
 資本金：1億円
 営業種目：不動産賃貸業（貸ビル）他
 関係会社：株式会社山王ショウワ

山王書房&四ツ谷店

オフィス・デポ ジャパン(株) 昭和産業(株)

需要が顕在化しつつあるという。ここでは、オフィスビルへの店舗出店をきっかけに、新た

山王書房&四ツ谷店



■山王書房&Office DEPOT 四ツ谷店 概要
 所在地：東京都千代田区麹町5-3-1 ヤマトビル
 営業時間：月～金曜日 9:00～22:00
 土曜 10:00～18:00
 日曜・祝日 休業
 ●アクセス
 JR総武線・中央線四ツ谷駅(麹町口) 徒歩5分
 営団有楽町線麹町駅(2番出口) 徒歩5分



【CASE 2 書店とのコラボレーション】

京橋店の出店で縁が生まれた両社は、その後さらに結びつきを強めることになる。「オフィス・デポ四ツ谷店」の出店である。

昭和産業(株)は、新宿通りに面した千代田区麹町で書店「山王書房」を経営している。同書店隣の約80坪のスペースは、2年ほど前から空室となっており、オーナーからは何度か借り増しの要請があったという。同社ではその当時、他社と組んで店内の一角で文具販売を行っていたが、不良在庫を抱える可能性が高い(高リスクである)ことから、リスクを軽減しながら、うまくパートナーシップを図れる企業とコラボレートできないかと考えていた。そして、パイロット店としての出店を、オフィス・デポ ジャパン(株)に持ちかけたのである。

オフィス・デポ ジャパン(株)では、同書店から1kmほど離れたところに、既に市ヶ谷店を出店していた。しかし、上智大学や中小規模のオフィスビルが並ぶこのエリアに魅力を感じ、市ヶ谷店のサテライトという形で出店を決めたのである。

2002年12月にオープンしたこのコラボレート店舗は、山王書房が約100坪、オフィス・デポが約80坪を使用し、事務所は共用。従業員は、オフィス・デポからマネージャーを1名、山王書房の従業員3名がオフィス・デポのト

レーニングを受け、両店を兼務する形を取っている。四ツ谷店オープン後の来客数は増加し、コンビニ感覚のついで買い(文具を買いに来たついでに雑誌を買う、本を見に来たついでに文具を買う)も見られるという。また、オフィス・デポにとっても、大学生というパーソナルユーザーを新たに取り込むことができたという。

「当社は、各国の事情に合わせた店舗展開や事業展開が必要だと考えています。日本での認知度を高めるためにも、今回のような他業態とのコラボレーションは、今後も大いに可能性があるでしょう。最近、大型ビルからの引き合いも増えてきました。そのビルに入居しているテナントに役立つ企業(店舗)を入れることで、ビルの付加価値を高めたり、ビルの活性化を図ろうという動きがあるようです」(植竹氏)。

「オフィス街への店舗出店は、そこで働く人々の生活環境を整えるためには、非常にいいことだと思います。理想をいえば、オフィスの近くで、飲食物やオフィスサプライ等も含め、オフィスに必要なものを全て揃えられる環境が整うといいですね。私たちビルオーナーも、テナントさんや周辺で働く方々のニーズに応えられるような店舗を誘致することが必要でしょう」(昭和産業(株)代表取締役社長 旗智良久氏)。