

当社と関係の深い外部の方々から見た鉄道会館とは？東京駅の魅力も含めて語っていただきました。



Profile

金融、流通、総合ディスプレイ業に携わった後、SCマーケティング研究所所長を経て、2007年に株式会社商い創造研究所を設立。街づくり、駅ビルや商業施設のプロデュース、業態開発などを幅広く手がける。

株式会社 商い創造研究所
代表取締役 マーケティングプロデューサー

松本 大地

訪れるたびに新たな魅力を発見できる
そんな素敵な空間をともに創っていききたい

鉄

道会館さんのお取引が始めたのは2005年のこと。グランスタの開発に向けて、マーケティングを担当しました。心から求められる商品、そして東京駅に期待されていることとは何なのか。ヒントを探し求め、丸の内働く方々にグループインタビューを行いました。また、地域のランドマークとして駅を大切にす文化を取り入れるべく、ドイツやフランスを訪れて現地を視察。集まった材料をもとに、「未来の東京駅はどうあるべきか」という大きな視点に立ってグランスタの未来図を描いていきました。

私が目指したのは、商品を買ったり食べたりするだけでなく、お客さまが愛着を持ち、何度も通いたくなるような場所。そこで、東京駅の歴史的な空間と商業施設というリソースを最大限に活かし、全国に先駆けて「エキナカ業態」を生み出しました。その目新しさだけでなく、グランスタには格段に進化した空間、商品、そしてサービスが揃っています。期待以上のものを提供し、お客さまに「すごい！」と思っていただく。鉄道会館さんが進めてきたのは、「顧客感動」をつくり出す取り組みだと思います。

グランスタ開発後も、アドバイザーとし

て東京駅を見続けてきました。最近考えているのは、グランルーフをパブリックスペースとしていかに活用するかということ。オフィスワーカーも観光客も、訪れるだけで心地良さを感じられる。そんな空間づくりが実現できれば、東京駅の新たなブランド価値の創出につながるでしょう。鉄道会館さんには常に時代の波を読み、お客さまのニーズを「半步先」の目線でとらえ、感動を生み続ける存在であってほしい。そして、足を運ぶたびに「また素敵になったな」と思っていたら、魅力あふれる空間をともに創っていききたいと思います。