

# インタビュ

（株）創研研究所  
代表取締役社長

## 松本 大地氏



（株）創研研究所 代表取締役社長

工夫を凝らしている。

表取締役社長の松本大地氏は、SCや小売店の戦略に関するコンサルティンク、街づくりの調査から計画策定まで幅広く活動している。松本氏に今後のSCづくりのあるべき姿などについて伺った。

——駅とSCが融合した事例が目立ちます。

松本 イオンレイクタウン、阪急西宮ガーデンズ、ランナーナ川崎が代表例だ。いずれも駅連動型であり、広場を設けるなど駅利用者をつまみ引き込み、運営面でも様々な

工夫を凝らしている。駅との融合という点では、私も開発に参画した東京駅のグランスタは、立地ポテンシャルからインターゲットを丸の内・八重洲エリアのO&Lとし、お弁当、スイーツなどO&Lが楽しめる商品を揃えたことで、成功を収めている。

——郊外型SCや地方都市で最近成功した施設は。

松本 三井アウトレットの札幌北広島を挙げたい。エンクローズ型で冬期は風や雪の心配がないし、モールもフードコー

トも上質感に溢れている。日本初出店、道内初出店のテナント導入、北海道産物産品を扱う北海道ロコファームビレッジなど充実した施設となっている。

ほかに福岡パルコを推したい。近年はパルコ独自のエッジが薄れていったが、福岡パルコは店自体に人格ならぬパルコらしい「店格」があり、「パルコ復活」を感じた。「SCづくり」に迷ったら福岡パルコを参考に」と

## テナント・デベロップ・一体の業態開発がカギ

気付き始めた。例えば三井不動産は、経年劣化ならぬ「経年優化」と呼んでおり、量から質の時代に入っていることを実感させる。

米国ではライフスタイルセンターが増えている。良質な生活者が住むところに、良質な生活を表現するために機能している。日本のライフスタイルセンターは単純に、RSCを小さくしているものが多。

ナショナルは、世界中のスポーツサイクルやオリジナルパーツを揃え、専門知識や技術を究めたスタッフ、スクールや大会の開催などによるファン作りを行っている。初心者も自転車の奥深さに触れることで、自分流にアレンジしたり、さらに上級な機種を購入するようになる。購入した後の楽しみを共有することで、まさに「顧客満足」から「顧客感動」にシフトしている。

SCに出店してどう育ててくれるのか、成長できるのか。テナントはそこを期待している。——環境配慮も見逃せません。松本 私はレイクタウンの立ち上げに参加したが、日本最大のショッピングセンターといふことで、当初のコンセプトは「モールオアシサン」。米国の先端SC事情を視察するためにオレゴン州ポートランドに開発担当者らと訪れた。そこでは

言っている。——その一方で、SCは優勝劣敗が目立っています。松本 潮目が変わってきた。現在、国内急速に3000カ所を超えるSCが整備されているが、同質化した施設も多く、オーバーストア状態といえるだろう。

良質なワインは時間の経過とともに熟成されていく。SCも街とのリンクをしっかりと深めていくべきで、デベロッパも質の高いSCとは違うものづくりを

松本 時代創造型業態開発だ。これまで日本の主たる小売り形態は、百貨店、スーパー、SC、コンビニ、アウトレットなど、ほとんどが米国籍であり、これらの業態を日本流にアレンジしてきたが、今こそ日本独自の業態開発が必要だ。

——具体的に。松本 イオンレイクタウンに高級自転車販売店「ワイズロード」を出店しているワイ・インター

顧客感動の店づくりはテナントとデベロッパが一体となってマーケティング、コンセプトメイキングを重点に業態開発することが不可欠。ここを深耕していけばまだ伸びしろはある。——逆に低迷するSCの問題はどこに。松本 ファンド系デベロッパは利回りのみを追求する傾向があり、運営者と開発者が別々などこのように問題がある。この

環境共生型社会づくりである、サステナビリティを目標していた。しかもテナントの賑やかさは失われてはいない。SCは街との融合であり、さらに環境にも配慮する。これをきっかけにレイクタウンは、エコを全面に打ち出し、それが年間4500万人も訪れる今日の原動力となった。

——百貨店が疲弊しています。今後の姿としてどのような見識をお持ち

松本 高齡化社会に対応した業態が必要だ。ポートランドにあるヘーゼルウッドリタイアメントコミュニティは、高齡者住宅とSCが一体となった複合施設であり、社会とアクティブシニアが融合している。高齡化社会を迎える日本でも大いに参考になるはずだ。

（聞き手・編集長 松本 顕介）

【（株）創研研究所】▽所在地：東京都千代田区神田佐久間町2-13-3 Y, s tower 6 01, TEL&FAX 03-3866-4337