

視点(612)

エキの中にS Cがあるがエンターテインメントの 「エキュート品川」(その4)!!

- 商業とエンターテインメントシリーズ³⁵ -

(流通とS C・私の視点(611)より続く)

このようにエキュート品川は、1階はデイリー性の高い食物販を中心に、2階は本格的なレストランやこだわりの雑貨・サービスの品川ワーカーのライフスタイルを提案し、従来の駅の利便性ニーズだけでなく、日常生活の中で“新”を求めるニーズに対応している。すなわち、駅は日常生活の一環であるが、日常生活の範囲内で、ちょっとぜいたく、ちょっといつもとは違う行動を取りたいニーズを駅の構内で実現させている。いわばエキナカの第三の空間(職場でもない、家庭でもない、自分の日常生活の中での異次元の場)の創造である。この第三の空間を、テナントミックス及び環境デザイン及び環境デザイン面で確立されている。

すなわち、エキュート品川は、駅利用者に対して究極の利便立地である駅構内(ラチ内)に、ワンランク上のプライベートニーズに対応したS Cづくりを行っている。

2.エキュート品川のエンターテインメント性の要素

エキュート品川はエキナカでワンランク上のプライベートニーズに対応したS Cである。エキュート品川のエンターテインメント性は次の通りである。

品川駅全体が食文化館となっていることがエンターテインメント

J R品川駅の駅中には、利便性の食を提供する「デイラ品川」と、やや上質感のある「エキュート品川」、さらには駅舎内に、「アトレ品川」と「成城石井」食関連商業施設が立地している。アトレ品川は、J R品川イーストビル内の2～4階を使用し、ニューヨークを意識した洗練された環境デザインと店舗構成は、国際都市東京の新玄関にふさわしい高品質な空間を演出している。2階はニューヨークの街並みをイメージし、カフェやビジネスサポートの店舗、さらにはニューヨークで人気のあるグルメ惣菜の店である「ディーン&デルーカ」を導入している。3階は質感の高い高級スーパーの「クイーンズ伊勢丹」が店出している。4階は、空港ラウンジやホテルのロビーのような落ち着きとくつろぎのある空間に、個性あるレストラン&カフェを展開している。このように、エキュート品川が立地するJ R品川駅には、利便型から個性派・こだわり派の食関連施設が多様に導入され、あたかも食文化館のイメージを持っている。J R品川駅利用者にとって、うれしくてたまらない食の場であることは間違いない。

エキナカの第三の空間がエンターテインメント

駅舎内のコンコースや駅中の商業施設は基本的には利便性かつ敏速性ニーズに対応したS Cである。エキュート品川はM D i n g 的には上質感と大人感のあるニーズに対応していると同時に、環境イメージの演出で、第三の空間をエキナカで形成している。エキュートの環境コンセプトは「J - スタイルテラス」と設定している。すなわち、“J”は「Japan」(洗練された日本固有のスタイル)、「J o l l y」(楽しさ、気持ち良さを追求するスタイル)、「J u n c t i o n」(交通の結節点、並びに文化と時代の交差するスタイル)を意味し、駅にいることを忘れてしまう、朝から夜まで楽しめるテラス空間を創造している。

正に、職場でもない家庭でもない、日常生活の異次元空間が、エキュート品川である。多くの人が行き交う駅構内に、自然や時間の移り変わりを感じる事が出来る場所を、駅のテラス空間として捉え、品川宿に由来する日本古来の感性を現代風にアレンジしたのが、J - スタイルテラスと表現している。具体的には、エキュート品川は、開放感のある吹き抜け空間「水の音(みずのね)広場」には、水が流れる水盆を設置し、心をいやす憩いの環境を演出している。エキュート品川のしつらえ感と売場の臨場感は見事である。

わが国において駅中及び駅周辺の商業ニーズは著しく多い。エキュート品川は、巨大マーケットの中で、利便性ニーズのみでなく、日常の中の“新”に挑戦したS Cである。今後、駅を取り巻く商業施設の位置づけも大きく変化し、新しいニーズが続々と出現することとなる。その意味において、駅はビジネスモデル(ビジネスチャンス)の宝庫といえる。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之