

視点(679)

都心の中で路面感覚がエンターテインメントの  
「エスト(EST)」  
(その1)

(レジャー産業の2006年10月号に六車秀之が出筆したものです。)

1、エストの概要と特徴

大阪・梅田商業街区で1981年にオープンして以来、ヤングをターゲットとして君臨してきたエスト1番街が25年目にして増床を伴う全館リニューアルを実施し、2006年3月31日にリニューアルオープンした。SCの名称もエスト1番街(エストワン)からエスト(EST)と変更し、新たな出発をした。開発当時、JR(当時国鉄)の高架下立地でありかつ梅田地区の中では二番地立地であったが、トレンド性の高いヤングファッションのMDingにより大繁盛した画期的な都市型スペシャリティセンターであった。1990年のピーク時は売上高165億円、3.3㎡当たり年間1,000万円を超える大繁盛型SCとなった。その後、バブル経済の崩壊によるマクロ経済の停滞化や梅田中心街内での多くの競合SCの出現、特に、1998年に大幅増床・全館建て替えて再出発したHEPファイブ(営業面積1万6,543㎡・売上高334億円・3.3㎡当たり年間売上高667万円)との隣接・直接競合の激化により2004年には99億円まで落ち込んでいた(ピーク時より4割減)。過去何回かMDingの見直しやハード面の改修のミニリニューアルを行って来たが、これ以上の売上を伸ばすためには抜本的な改革が必要とし、ハード面の老朽化を手直しする今がチャンスとして大幅なソフト面及びハード面のリニューアルを実施した。

エストは梅田中心街の中で唯一の路面感覚のストリート型SCであり、またヤングに特化し、感性の一番高い専門街としての位置づけをリニューアルにより確立したため今回事例として取り上げた。

エストの施設概要と特徴は次の通りである。

< EST(エスト)の概要 >

リニューアルオープン	2006年3月31日(開業1981年11月20日)	
所在地	大阪市北区角田町3番25号	
開発運営	大阪ステーション開発株 (JR西日本グループ)	
施設概要	敷地面積	8,700㎡
	延床面積	13,000㎡
	店舗面積	6,500㎡(リニューアルにより15%増床)
	店舗数	104店舗(衣料品72店舗、身回り品21店舗、文化・雑貨2店舗、飲食9店舗)
SCの業態	都市型スペシャリティセンター	
SCコンセプト	夢とトキメキのある街	
ターゲット	10代後半から20代前半の女性を主力ターゲットとしつつ、リニューアル後は20代後半から30代前半の女性にも客層を広げた	
売上目標	120億円(リニューアル前の100億円の1.2倍)	
リニューアル投下資本額	30億円	
エストの位置する梅田のマーケット	商圏人口	678万人
	ターミナル人口	240万人(梅田地区の乗降客数・1日当)
	ワーカー人口	27万人(1km圏内の従業者数)

(流通とSC・私の視点(680)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六車 秀之