

織 研 教

台場にみる都市観光型商業施設考

松本大地 / 商い創造研究所代表取締役

17年の歳月を経た台場に大きな転機が訪れている。平日は閑散とし、東京のトレンド発信を担っていた役割を終え、祭りの後の淋しさのような雰囲気漂う。また、この17年で生活者の価値観と都市商業施設に求めるモノやコトに大きな変化が起き、日進月歩でインターネットや携帯、スマートフォンが普及が進んだ。台場を例にとり、タウンマネジメントを考えてみたい。



東京臨海副都心の今

スカイツリー東京ソラマチ、ダイバーシティ東京プラザ、J Pタワー・キッテと、東京では都市観光型商業施設の開業が目立つ。都市観光とは都市のライフスタイルを体感する都市ライフスタイルの疑似体験と言えよう。丸の内と東京駅周辺は、街区全体が先端の都市観光スポットに昇華してきた一方、懸念されるのが台場地区の危うさの実態である。

台場は東京臨海副都心として、多くの商業施設から文化施設、オフィス、ホテル、展示場、住居が複合開発され、特に商業施設には大手商社や大手不動産ディベロッパーがこぞって進出。1996年に先陣を切り開業したデックス東京ビーチは、セガの屋内型テーマパーク「東京ジョイポリス」と若者層



平日と休日の繁閑差が大きいお台場地区

る景観演出、そしてファッション、化粧品、生活雑貨、飲食店などがウィーナズフオートのコンセプトに同調した新業態を展開し、最先端の都市ライフスタイルの象徴となった。昨年には大きなガンダムをシンボルにしたダイバーシテ

にターゲットを絞ったファッション性の高い150店舗のテナントで構成、海を眺めるウッドデッキのオープンカフェは映画のシーンにも登場した。隣接する「アクアシティお台場」は、2000年に開業。ショッピングモールとシネマコンプレックスのメディアージュは台場を代表する商業スポットとなり、1997年に完成したフジテレビと合わせ、三つの施設は台場の中心エリアを形成している。そして1999年に青海地区にできたのが、ウィーナズフオートである。女性のためのテーマパークをコンセプトにした劇場型ショッピングモールは、ラズベガスのフォーラムショップを連想させるダイナミックな空間が登場した。中世紀のヨーロッパの街並み再現、時間により青空から夕闇、夜へと変化する景観演出、そしてファッション、化粧品、生活雑貨、飲食店などがウィーナズフオートのコンセプトに同調した新業態を展開し、最先端の都市ライフスタイルの象徴となった。昨年には大きなガンダムをシンボルにしたダイバーシテ

タウンマネジメント組織の必要性

イ東京プラザが開業し、多くの人が押し寄せた。しかし、平日は閑散としている。経年劣化した商業施設では、都市ライフスタイル提案をしてきたショップが次々と退店し、当初の施設コンセプトから逸脱した日常型、観光型MDに変化した。安売りをうたうホームファッションの大型店、同様のカジュアルファッション店、肌着・子供服店、100円ショップという地元ロードサイドと同じ顔ぶれは、台場に都会の夢を求めてきた来街者にはどう映るのか。周りを見渡せば、そこには都市生活者が回避する風景が見当たらず、アジアからの旅行者や修学旅行生の姿が目立つ。すると何となく、各施設はさらに一過性の品揃えに走っていく傾向が止まらない。この悪循環が台場の街のパリユーを喪失させ、「訪問客はいらぬが、何度も行きたくなる顧客はいない」のが現実だろう。この大きな時代潮流にどう台場は立ち向かっていくのだろうか。

街区全体最適の考え方

台場と対照的なのが代官山であり、時代を感じる都市空間が集約された街区は、何度でも訪れたくなるエリアになった。そのけん引役となったのが、代官山TISEITE・代官山麓谷書店。都市生活者から地方の来街者、子供から若者、高齢者までが時代の風と共に感ずる。その居心地の良さは周辺の街区に染み、街全体の魅力を高める。来街者は心引かれる都市カルチャーをツイッターやフェイスブックでリアルタイムに伝え、好感度な共感コミュニティとリンクさせる。この代官山スタイル

ルでの体感こそが大きな魅力になってきた。都市を単なる人工物と見てはならず、生活者一人ひとりが発するワクワクドキドキするライフスタイル、ライフステージの集積こそが息づく都市を形成する証しだろう。

今、台場には全体最適を作るタウンマネジメント形成が必要だ。日本を代表するディベロッパーが揃い踏みしているが、各々の部分最適に傾注し、街のパリユーを作る全体最適の考え方は希薄のようだ。再度台場がどのように愛され、顧客にどのようなストーリーをもちたかというストーリーを描きつつ、街区全体の魅力をブラッシュアップし、地域力を強めることが肝要である。それには商業不動産所有者が地区の共通の問題を解決する費用を分担するBID(Business Improvement District)制度の導入により、様々な利害関係が属する各施設を一体的な「まち」として考えたタウンマネジメント組織を形成し、全体最適の運営・管理をしていくことも考えられよう。一過性ではない、時の経過と共に都市文化が積み重なった魅力を醸し出し、台場スタイルが育つ街であって欲しい。

まつもと・だいじ SC
マーケティング、プランニングから業態開発、プロデュース業務を推進。専門誌や業界紙での連載やFM番組のパーソナリティーの他、大学でのマーケティング講義やIFEビジネススクールでは次世代商業施設戦略講座を担当する。近著に「最高の商いをデザインする方法」(エクスナレッジ社)。