



AKIBA カルチャーズ ZONE

いちごアニメーション

いちごがアニメ制作会社を設立 作品力を商業ビルの魅力に転換

新作アニメに独占出資 ビルにファン呼び込む

不動産投資・運用のいちごは2019年4月、アニメ制作の子会社として、いちごアニメーションを設立した。アニメ作品のコンテンツ力で商業施設の価値・集客力を高めようという意欲的な取組みだ。

商業施設の現況を、いちごアニメーション代表取締役社長の中西穰氏はこう分析する。「テナント企業の入居理由は、施設全体の集客力と売上アップに期待しているため。来店客の目的は、探して・比べて・選んで・買うまでの一連のプロセスを楽しむこと。“ここでしか買えない”という優越感を求めている。

一方、オーナー側の関心は、テナントや来店客よりも“賃料収入”ばかりに向いている。その結果、施設の同質化が進んできた」。今回のプロジェクトは、アニメというコンテンツでテナントの入居メリット、来店客の満足度を具体的に打ち出すもの。「相応の投資が必要で、オーナー側のリスクも大きいですが、確実な差別化が期待でき成長余地は大きいと考えた」と中西氏は取組みの狙いを話す。

拠点となる施設は、JR秋葉原駅から徒歩4分の商業ビル「AKIBAカルチャーズZONE」である。いちごは2018年9月に同ビルを個人投資家から取得した。

建物は1990年に竣工。地下2階・地上6階建て、延床面積5,418㎡。アイドルや声優のライブイベントを開催す



中西 穰 氏
いちごアニメーション
代表取締役社長

る「AKIBAカルチャーズ劇場」（地下1階）と「AKIHABARAバックステージPASS」（6階）の常設2ステージを擁するほか、フィギュアやアニメグッズを扱う複数店舗が入居し満室稼働している。

プロジェクトの第一弾は、世界的な人気を誇る押井守氏とタッグを組む。「うる星やつら」「攻殻機動隊」などの人気作を生み出した同氏の新作アニメ「ぶらどらぶ」を製作、2020年春からの放送を予定する。

特筆すべきは、いちごアニメーションが同作品へ独占出資している点。アニメの著作権から、商品化権など、アニメに付随する権利を基本的にすべて保有する。

「ぶらどらぶ」製作記者発表会の様子



世界的な知名度を誇る押井守監督（左から3人め）とタッグを組む。人気声優の高槻かなこ氏（右から3人め）率いるポカール&パフォーマンスユニット「BloodDye（ブラッディー）」がプロジェクトのスターティングソングと主題歌を担当。既にファンからの関心を多く集めている。



アイドル、アニメグッズなどサブカルチャーに関するテナントを一堂に集める

「通常のアニメ製作は、テレビ局や広告代理店、ゲーム会社などの共同出資による制作委員会方式が採用されるが、各社の思惑やビジネスが交錯することで、当社が実現したいテナント企業との連携、取組みには制限が生まれてしまう。入居テナントとの連携をスムーズに構築することが大前提と考え単独出資に踏み切った」(中西氏)。

店舗限定商品で集客 ホテル・住宅への横展開も

アニメ作品の魅力による、テナント・オーナー双方のメリットを具体的にみていきたい。テナント側のメリットは施設の認知度向上で、集客力向上、売上向上に期待できる。施設を活用した関連イベントの開催はもちろん、施設を訪れなければ購入できないグッズの販売も仕掛けるようだ。

オーナー側のメリットは賃料収入のアップだ。「不動産の賃貸事業から一歩踏み込んだ事業としたい。売り場をアニメ作品の広告宣伝機能として活用し、テナントの売上アップに伴う賃料収入増と、コンテンツ事業の収益化で、オーナー・テナント双方の事業性を高めたい」(中西氏)という。

コンテンツ力で集客ターゲットはより広範囲に広がる。「日本のサブカルチャー

は世界的にも人気。コンテンツの魅力で、単なる都市型商業ビルを、海外を含む幅広い商圈から人を集める集客装置に変えることができる」と中西氏はプロジェクトの魅力を語る。

今後は、開発したコンテンツを横展開していく方針だ。まずは「AKIBAカルチャーズZONE」での取組みを成功させたのち、グループが保有するほかの商業ビルにも、相性を考えながらコンテンツを提供していく。商業施設以外にも、ホテルや賃貸住宅でもイベントが展開可能だという。「グループ外の不動産関連企業からも問い合わせが相次いでいる。条件面を整えたくうえでタイアップの可能性を探っていきたい」(中西氏)。

なお、「AKIBAカルチャーズZONE」は長期保有を前提としており、売却予定はないという。これまでいちごグループは、取得した物件の価値を高めた後、売却するフロー型のビジネスを得意としてきたが「今後は、アニメーション事業などを通じ、テナント企業とも密接に関わりビルの収益性を高めるストック型の収益モデルの比率を高めていきたい」と中西氏は意気込みを話した。

国内の人口減少やイーコマースとの競合で、商業施設投資にはネガティブな声も聞こえてくる。しかしコンテンツ力をバックにした、いちごグループの新しい運用戦略からは、実店舗に残された大きな可能性を感じさせる。