

鮮度と継続性の両立

いちご地所

ポップアップ有効活用で
短期化するトレンドに対応

及川流依氏 (左)

心築運用部 兼 心築ホテル運用部
シニアヴァイスプレジデント

淡路麻衣氏 (右)

心築運用部 シニアアソシエイト

「分かりやすく伸びるエリア」
に投資を集中

いちご地所は自社ブランド「dot.」を軸に、商業施設を積極的に展開。現在は原宿の5物件を中心に、代官山、自由が丘で、計7物件を取得・運用している。

投資拡大の背景には底堅いインバウンド需要がある。なかでも原宿・キャットストリート周辺は、海外からの来街者が急増しており、来店客の8~9割がインバウンドで占めるものもある。中国人観光客の減少が話題となった局面でも、欧米や韓国、台湾、東南アジアなど多様な国からの来街が続き、エリア全体への影響は限定的だった。

また賃料の伸びも同エリアの好調さを示す。キャットストリート沿いでは、2年前と比べて賃料水準が「倍以上」になったケースもある。同社でも、想定を上回る賃料形成が進んでいる。「2025年から26年にかけて、海外からの原宿エリアへの評価が一段と高まった印象がある。ここ1年で賃料水準も大きく伸びた」（心築運用部 シニアヴァイスプレジデントの及川流依氏）。

賃料底上げに大きく寄与するテナントの業態は、古着や韓国ブランドといったアパレルに加え、包丁・刃物・平成レトロといった“和カルチャー”系、動物カフェなど体験型コンテンツ。従来のファッション中心の街から、カルチャー・体験消費を含めた多層的な商業エリア

へと変化している。

回遊性とコミュニティを創出
“面的運営”でブランドごと価値向上

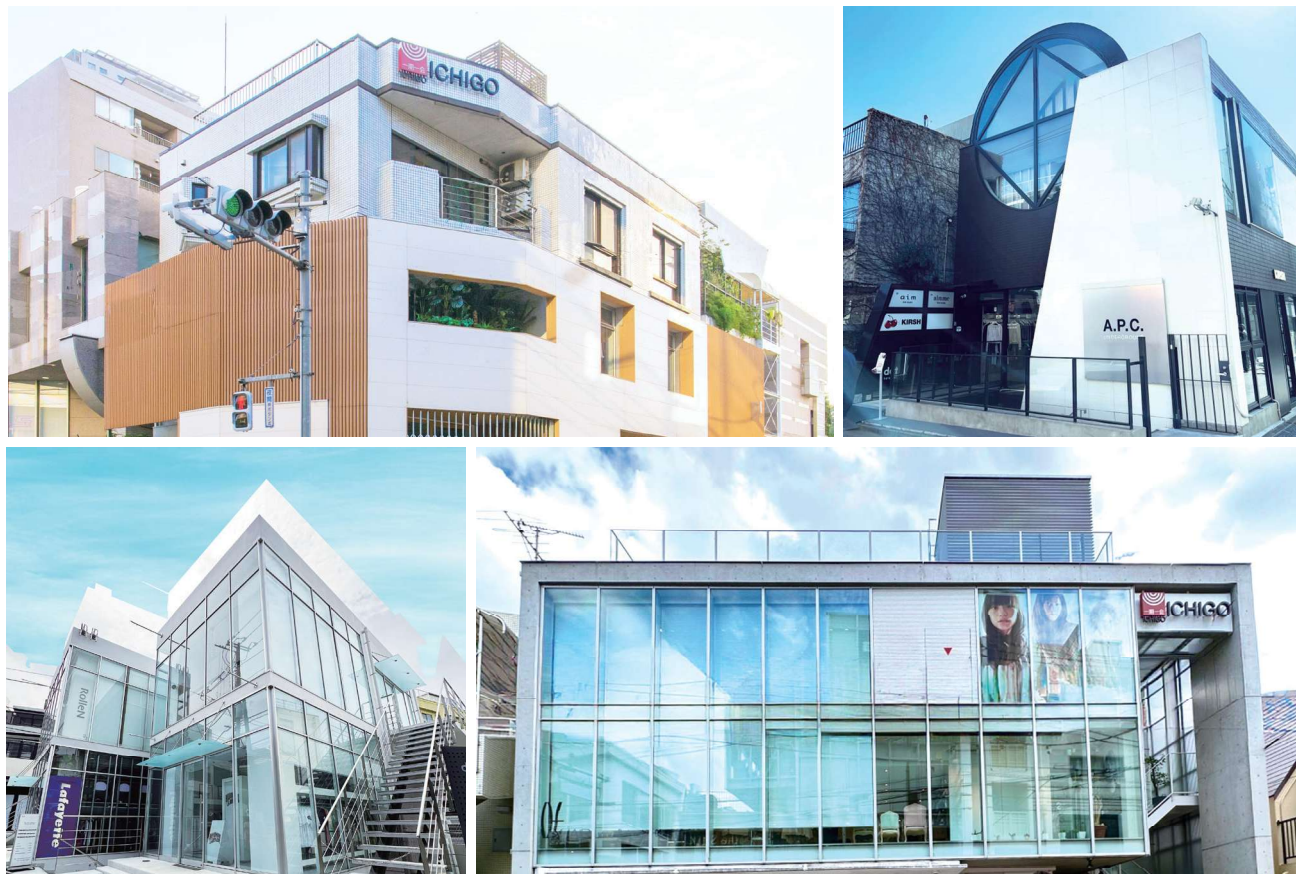
「dot.」ブランドのコンセプトは「店舗とまちの発展をつなぐ1つの建物」。各物件を個性のある「点」として捉え、それらを連携させることで「線」を生み出し、回遊性を高める。さらに複数物件の往来を通じて、最終的にはエリア全体、すなわち「面」としての価値向上を目指している。

また、それぞれの「線」をより強固なものにするため、テナント同士の交流も促進する。同社はテナント対象交流イベント「Meet The Neighbors!」を定期開催。もともとはオフィスビルの入居テナントへの防災を目的に始まった取り組みだった。商業施設向けには、従業員モチベーション向上施策、フォトスポット設置、季節装飾、メディア露出、共通コンテンツの提供等により、来店動機の創出と購買促進を図りつつ、テナント同士のコミュニケーションやコラボレーション創出の場への発展を目指している。

“鮮度”と“継続性”を両立
短期化するトレンドへの対応

同ブランドの強みは、“鮮度”と“継続性”を両立させるテナントリーシングに

dot.主要物件



ある。

テナントはアパレルや美容系が中心。これらのテナントは原宿内でも特にトレンドの移り変わりが激しく、入居テナントの目利きが施設の勝敗を分ける。

そのなかで同社は、ポップアップを有効活用。ポップアップ企画事業「dot. LAB」を開催し、既存テナントに加え、日本初出店ブランドやEC中心のブランドなどに対して、短期出店や新業態への挑戦機会を提供。ポップアップを単なる集客装置ではなく、「トレンドを把握する場」としても活用し、新規リーシング時の判断材料にもしている。

また、原宿では賃料高騰やラグジュアリーブランド進出で、個性的なカルチャー業態が退出を迫られるケースがあった。同社はポップアップ区画を活用することで、新興ブランドやチャレンジ

業態にも出店機会を提供し、街のカルチャー維持にもつなげたい考えだ。「街のカルチャーがなくなれば、結果的に街の魅力も落ちてしまう。不動産会社として、出店機会を提供しながら街のカルチャーを支えていきたい」（心築運用部シニアアソシエイトの淡路麻衣氏）

さらに同社では、売上報告を受ける契約形態を導入。売上データを通じて業態別の収益性やトレンドを分析し、リーシングや運営に生かしている。

ただし、リーシングは話題性だけを志向しているわけではなく、継続性とのバランスも重視する。新規出店時には直接面談を行い、出店計画や売上計画、将来的な展開までヒアリング。その上で、賃料負担力だけでなく、エリアとの親和性や成長可能性も含めて総合的に判断している。

なお、契約期間については、新規契約時を基本5年としつつ、再契約時は2年更新をベースに設定。内装投資の償却期間を考慮しながらも、トレンド変化に対応できる柔軟な運営体制を整えている。

福岡・天神でも展開を検討

同社は今後の「dot.」ブランドの拡大にも意欲的で、引き続き原宿や代官山エリア近くで面的な展開が可能なエリアを狙う。加えて福岡・天神でも、商業だけでなく、ホテルやオフィスなども含めた複合的なエリア戦略を進める方針。

「単なる床貸しではなく『面的に街の熱量を運営する存在』として都市型商業施設の価値向上を目指していく」と及川氏は意気込む。