

# 株式会社アトレ 「アトレストایل」を海外へ

2019年1月10日、台湾の台北市信義区でアトレ海外初出店となるBreeze南山「アトレ」がオープンした。三井物産とともにアトレインターナショナル（AICO）を設立し、台湾の商業大手Breezeと組んでのプロジェクトとなる。同社ショッピングセンター（SC）の初の海外展開について、一般財団法人海外投融資情報財団 日塔貴昭専務理事が株式会社アトレ 梅原佳世乃 成長戦略室長にうかがいました（文責：JOI）。

## アトレの事業について

### ■日塔貴昭（海外投融資情報財団専務理事）

本日は、お時間を頂きありがとうございます。まずは、アトレのこれまでの駅ビルSC事業の展開について教えてください。

### ■梅原佳世乃（株式会社アトレ成長戦略室長）

JR東日本グループでは、鉄道、鉄道車輛製造、IT・Suicaそして生活サービスの4つに事業を分類していますが、当社は生活サービスのうち首都圏の駅ビル事業を担う会社として1990年に発足しました（当初は東京駅ビル開発株、2009年に株アトレに社名変更）。

同年に初店舗のアトレ四谷店を開業し、店舗を展開してきましたが、現在のアトレのスタイルが確立したのは1997年に恵比寿店を開業したときです。当店開業に際して、駅を通過する「流動客」（必ずしも来店を目的としない客）の行動範囲や求めるモノを徹底的に調査しました。SCの商圈を同心円状でとらえるのではな

く、恵比寿駅を通る山手線や日比谷線を乗降・乗換えをするOLの皆さんなどの導線や消費行動に着目して店作りを行い、その後のアトレ各店のモデルになっていきました。その後、JRグループ内で駅ビル事業の統合が進み、非ターミナル駅を中心に既存駅ビル店舗の「アトレ化」を進めて、現在では首都圏に41店舗を展開しています。

■日塔 「アトレ化」というのは具体的にどういったことでしょうか。

■梅原 アトレは「駅・街・アトレ」をビジョンにかかげ、「駅」と「街」と「人」をネットワークすることにあります。たとえば吉祥寺店にしても目黒店にしても、駅毎に地域性や利用者の流れが異なりますからその立地に合わせた店舗作りをしています。駅を使いその街に暮らす人への上質な日常の提供をコンセプトに、毎日の暮らしをちょっと豊かに楽しくする提案がアトレの得意とするところなのではないか、と考えています。アトレはターミナル駅というよりも、駅の周辺に居住者が多い立地にあります。たまに行く百貨店ではなく、毎日そこを通っている都市生活者の日常に寄り添うということがポイントです。



アトレ南山店：トレンド発信エリア「信義」。ランドマーク台北101に隣接したロケーション。そこに、グローバル・台湾・日本のブランドを組み合わせた「高感度×デイリー」の商業施設を展開。

## 台湾進出のきっかけ

■日塔 それでは次に台湾進出のきっかけについて教えてください。

■梅原 当社はJR東日本グループの一員としてSC事業の海外展開の可能性についてもかねてから模索していました。2015年に台湾、2016年にマレーシア、ハワイにおいて期間限定でプロモーションイベントを行いました。そのなかでも台湾は、日本文化に関心が高く、日本に何度も行ったことがある若い世代層が多く、アトレを知っている人も結構いることがわかってきました。またカフェでくつろぐ、とか自然を感じられる「アトレストایل」に共感を得られ、台湾が初の海外進出先として親和性が高いという感触を得ました。

■日塔 その後、三井物産、Breezeとのご縁があつて今回の店舗展開に至ったのですね。

■梅原 そうです。2016年11月に三井物産の仲立ちでBreezeとコンタクトをする機会がありました。当社は駅SCを得意としていますので、Breezeが台北駅にSC展開を行っていることに興味がありましたが、その後、Breeze側から南山の新規SCにアトレが入ってほしいとのオファーを受けました。その後、3者で検討を急いで煮詰め、2017年8月には3社での合弁契約に至りました。

■日塔 すごい突貫スケジュールですね。Breezeはアトレに何を求めていたのでしょうか。

■梅原 SCのうち地下にはスーパーマーケットと高層階にはレストラン、1階にはBreezeが得意とするラグジュアリーブランドというところは大体決まっていました。他方で、近隣には台北101をはじめ競合先となる大型SCや百貨店が多数あり、2～4階の中層階について、Breezeとしても周囲と差別化できるような新しいコンセプトを取り入れたいと考えていたようです。台湾にはまだほとんどない、ライフスタイルを表現する商業空間の提案です。ブリーズが得意とする「華やか」なシーンとは対照的に、アトレが得意とする上質な日常をベースにした「穏やか」なシーンを演出する環境づくりを意識しました。Breezeが硬質な高級なホテルだとすると、アトレはその中庭をイメージして緑や外光など自然を感じさせる空間作りで一体感を演出していくようにしています。

■日塔 現地で合弁ということで難しかったところはありますか。

■梅原 「アトレの世界観」を具現化していく過程でどんなショップを入れるのかや、独自の環境作りなどBreezeとの間では相当頻繁に打ち合わせを行いました。もちろん合弁契約において「アトレの世界観を作る」という部分については、アトレ側にすべての権限をもつということにしていました。しかし工事工程などのスケジュール感の違いや、台湾のやり方に合わせなければならなかったことも多々あります。

■日塔 その辺はモノづくり企業の合弁とは違うところですね。モノづくりの場合、生産に関してはほぼ100%日本のやり方どおりということが多いですが、SCの合弁となると、購買客は現地の人であるわけで、現地パートナーとの擦り合わせも非常に慎重に進めていく必要があるのでしょうか。

■梅原 これまで台湾ではフロアごとにファッション、雑貨、コスメなど同業種の構成が一般的だったところ、アトレはライフスタイルを切り口として、同じフ



インタビューにお答えいただいた  
株式会社アトレの梅原 成長戦略室長

ロアに雑貨や食料品、カフェ、サービスなどを配置することにより自然とお客様が館内を回遊し、時間消費をしていただくことを狙っています。開店から1カ月強が経ちますが、その辺のところはおお客様の反応をみても評価してもらっていると感じています。

## アトレの今後の海外展開について

■日塔 今後の台湾、そして他国や新規の事業展開の方向性についてはいかがですか。

■梅原 まずはBreezeとのビジネスをしっかりと立ち上げるということが重要ですが、台湾において当社の得意とする交通の結節点となる場所での流動客を取り込む可能性には注目していきたいと思っています。

他国では、ASEAN地域は注目しています。JR東日本グループの中期経営計画でも「アジア各国の都市生活者」に対する生活サービス等を含めたサービス展開を標榜していますので鉄道事業のこれら地域の動きにも協調を考えています。いずれにしても今回の台湾での合弁を磨いていくことで海外事業の展開の実力をつけていくことが重要なステップになると思います。

また新たなサービスの展開として、2018年3月に土浦駅にサイクリング拠点となる施設として「プレイアトレ」を開業しました。生活者の求めるサービスや街との共生の可能性についてSC以外にも多様なかたちを模索していきたいと考えています。

■日塔 とても興味深いですね。これからも店舗展開だけでなくサービスの広がりにも注目していきたいと思っています。本日はありがとうございました。

