

# 未来の可能性を軸に国内外に視野を広げ さまざまな出店地を検討

ホテル・ゲストハウス・専門式場やレストランを全国に32店舗展開する㈱エスクリ。2018年9月には渋谷一等地のビル内に「ラグナヴェール ATELIER（以下アトリエ）」を出店。同社の近未来店舗モデルとしてその方向性を示した。また近年は既存店のリニューアルにも注力している。

取材では同社の店舗開発に9年間携わってきた石原良三氏に、出店戦略や開発コンセプトのポイントなどを語ってもらった。

〈お話を伺った方〉

㈱エスクリ  
執行役員 事業開発本部長  
石原 良三 氏



## ビルインタイプでは 設計段階から参画し希望を伝える

2003年の創業から16年目を迎えた㈱エスクリは、「第2の成長期を迎えるため原点に立ち返る」をスローガンに掲げる。婚礼では既存店のリニューアルに注力するほか、建築不動産事業、一般宴会予約サービスなど多角的な取り組みを行っている。

最近の新規ゲストハウス出店では、17年に埼玉県さいたま新都心駅の駅近に出店した「ラグナヴェール Sky Terrace（以下スカイテラス）」、中国エリアへの初進出となった同年「ラグナヴェール 広島」、そして先述した東京・渋谷「ラグナヴェール アトリエ」が直近の出店事例だ。「当社はウェディング以外の事業も行

なっていますが、基本的にはユーザーの利便性も考えて駅から近い場所に出店することを得意としております。社内でもそれが「王道」という認識で、『スカイテラス』も『広島』も最寄り駅から徒歩1分です。

ただ、地方でも積極的に既存店舗のM&Aを検討しているので、そこは駅近にこだわらず、立地や人口などで条件が合えば出店します。沖縄やハワイなど国内・海外リゾートも同様です。

もう一つの特徴としては「アトリエ」「スカイテラス」など、いずれもビル自体が再開発で新たに建ったもの。2パンケットをフロアごとに分ける店舗デザインが多いので、ビル設計の段階からこちらの希望も聞いていただいています。もちろんオーナーの意向もあるので、必ずしもかなえられるわけではありません。

例えば『スカイテラス』は東日本旅客鉄道㈱（JR 東日本）グループの不動産部門とのコラボ案件です。11年に大阪駅直結で出店した『ラグナヴェール プレミア』のJR 西日本とのお付き合いから始まり、今回はご縁がありJR 東日本さんとの出店がかないました。上層階にはJR ホテルグループの『ホテルメトロポリタンさいたま新都心』が入っており、パンケットフロアを運営する当社と相互送客などの取り組みをしています。

『広島』もNTTグループのNTT都市開発㈱とカンデオホテルとのコラボ事業となっています。施設自体は宿泊特化型なので、パンケットビジネスに特化している当社とうまく相乗効果を出しているという関係性です」

大手企業とのコラボが新規出店の一つの選択肢となっているようだ。

## 現在の状況だけにとらわれると 出店チャンスを逃す

「ラグナヴェール アトリエ」も、JR 渋谷駅から徒歩5分と駅近だ。コンセプトを含め、従来にない方向性で出店した店舗としても注目を集めた。

「二人の人生を彩る、創作に溢れた結婚式を。」をコンセプトに、次世代ウェディングの新たなフォーマットを目指した店舗です。「アトリエ（工房）」の名の通り、おふたりが新居やライフスタイルなどからイメージした空間を、DIY 感覚で創っていただく点が特色となっています。ほかにも平日は遊休施設となるゲストの待合室を、コワーキングスペースとして開放するのも当社初の試みです。

デザイン面ではこれまでモダンスタイリッシュ系が多かったのですが、今回は木の温もりを生かしたナチュラル系となっています。インテリアサービス事業を行なうグループ企業㈱渋谷の『ワールドデコズ』の商材を取り入れながら、壁のフックにチュールを取り付ける、あるいはスライドすれば空間イメージがガラリと変わるなど、可変性に優れた内装を整えました。お客さまニーズの多様性に応えようという取り組みです。

若者文化・流行の発信地の渋谷、そして『PARCO パート2』の跡地という立地ですし、渋谷自体も駅をはじめ27年まで再開発が続き、新しいものも生み出されてくる。その中で当社としても変化に富んだユニークな店舗を造ってみようという精神で臨みました。最初に岩本（博氏。代表取締役会長）に出店計画を説明した際には『そんなに先端をいって大丈夫か?』と聞かれましたが（笑）、お客さまの声を聞きながら、随時、修正とア



「ラグナヴェール アトリエ」のチャペルとルーフトップテラス。「ナチュラル」のほか、多様なニーズに応じて変わる空間が強みだ



ジャストを加え、現在では当初想定した以上に好稼働する店舗となっています」

出店計画時点から7～8年先のマーケット状況を予測するのは当然だが、その際、「未来に大きな可能性があるならば、現在の状況にあまりとらわれ過ぎるとチャンスを逸してしまう」と考えた石原氏。長年店舗開発に携わってきただけに、渋谷という土地、その可能性の多い未来が見通せていたからこそ、トップの決断も導き出せたのだろう。

## 国内外のリゾート地の開発にも 本気で取り組んでいく

今年には新規出店を控え、既存店のソフトも含めたさらなるブラッシュアップに注力した同社。昨年8店舗の改装を開始し、今年には18店舗をリニューアルしている。

「当初のコンセプトを大きく変更することなく、少人数やナチュラル志向など現在のユーザーが好む方向性を取り入れながら、遊休スペースも含めてより競争力がアップで

きるよう改装しています。SNS 時代ですから集客に寄与できるハード、ビジュアルという点には神経を使いつつ、マーケティングなど他部門からも今のようなものが受け入れられているかのリサーチ情報を分析した上で、改装計画を立案しています」

象徴的な事例としては、同社の直営1号店「ア・ラ・モードパレ&ザ・リゾート」（神戸市東灘区）内に少人数向けの新たなパーティールーム「LA MAISON DE ANGES（ラ・メゾン・デ・アンジュ）」を20年春にオープンすることが挙げられる。同店舗は17年にチャペル改装を行なったばかりだが、昨今の少人数制や親族のみでの婚礼ニーズに応えるため、稼働率の低かった予備の待合スペースをリニューアルし、30名まで利用できる空間を新設した。

また、東京・表参道で1チャペル3パンケットの「シャルマンシーナ TOKYO」では、表参道の他の2店舗との差別化・棲み分けも考えながらリニューアル。パンケット「ドルチェクリスタル」を、木目調のナチュラル感

を生かしながら、高砂席をソファ席へと変更するなど、より自由度の高いコーディネートが可能なデザイン空間にしている。

また、今後の展開としては、ハワイや沖縄などリゾート地の開発にも力を入れていくと石原氏。

「『ハワイカイ・マリーナチャペル』を海外での初の直営施設として、今年4月から運営を開始しました。他社から譲り受けたものですが、ワイキキから車で30分の立地で、従来のハワイウェディングとはちょっと違った雰囲気を望む層に訴求していきたいと思います。

沖縄是那覇空港から車で45分の地に『セントレジェンダ OKINAWA』がありますが、他にも魅力あふれるエリアも多数ですから、声がかかれば本気で検討しますよ」

グループ企業の㈱エスクリマネジメントパートナーズを通じて、多くの施設をM&Aにより再生させてきた同社は、営業権の譲渡などの相談も検討していく構えのようだ。



「シャルマンシーナ TOKYO」の1階パンケット「ドルチェクリスタル」（最大128名着席使用可）は、木目の温かなアイテムでナチュラル感をプラスしたほか、高砂席をソファ席へ変更するなど自由度の高いコーディネートにリニューアル



神戸市内の「ア・ラ・モードパレ&ザ・リゾート」内に、2020年春にオープン予定の少人数向けのパーティールーム「ラ・メゾン・デ・アンジュ」

石原 良三 Ryohei ISHIIHARA | 大学卒業後、飲食店・フィットネスクラブ・宿泊施設などの運営会社の店舗開発部に入社。2011年に㈱エスクリに入社。事業開発部の店舗開発チームから、同社が東証一部に上場した翌12年には店舗開発部マネージャー、16年店舗開発部部長を経て、17年より現職。海外事業部・店舗企画部のマネジメントも兼務している。  
https://www.escri.jp