

識者に聞く「悪立地」の物件選び

周辺情報を分析すれば「借り得」物件が見えてくる

「悪立地」とひとくりにされている場所の中にも、実は成功する可能性が大きいのに見過ごされている、「借り得」な場所がある。例えば、ターミナル駅近くの路地裏だ。

飲食店の開業支援会社で、これまでに100店以上を手がけてきた上昇気流（東京・渋谷）の笹田隆社長は、「ターミナル駅近くの路地裏ならば、多くの人が行き交う表通りに近いので集客しやすい」と指摘する。

東京・渋谷の「牛たん鉄板焼 おおきに」は、JR渋谷駅から大きな通りを挟んだブロックの路地裏にある物件を上昇気流が紹介した例だ。

店の場所はJR渋谷駅から3分ほど歩いた宮益坂の東側。牛たんなどを使ったボリュームのある肉料理をリーズナブルな価格で提供するのが特徴で、客単価は3400円。8坪で月商350万円を売り上げる。

表通りに並ぶ高いビル陰になるため、この店の周辺は昼でも薄暗い。

近隣のビルに用事がある人などを除けば、表通りからの人の流れはほぼない。しかも「おおきに」の前に借りていたのは30年近く営業したスナックで、老朽化した建物が周囲の雰囲気を一層薄暗く感じさせていた。

笹田社長は「こうした暗い雰囲気に戻込みする経営者は多いが、実はデザインで店の印象は容易に変えられる」と指摘する。

ターミナル駅近くの路地裏は店主の魅力が問われる




「おおきに」の場合は店の正面をガラス張りにしたので、店内の様子がよく見える。夜は店の明かりが外に漏れて、遠くからでもよく目立つ。これによって、特に宣伝をしなくても、個性的なメニューを提供する店として評判になった。周辺にあるオフィスの会社員などが少しずつ立ち寄り、常連客として定着するようになったというわけだ。

ただ、こうしたターミナル駅近くの路地裏で成功するためには、表通りに並ぶチェーン店からお客を奪うだけの業態の独自性や店主の人間的な魅力などが求められる。

自分の実力にそこまでの自信がない場合には「自宅近くや、以前働いていた場所のそばなどのほうが、悪立地でも光る場所を見つけやすい」と開業支援を手がけるパシオ（東京・新宿）の土屋光正社長は語る。土地勘や人脈があり、周辺から集まる客層の特徴なども理解しやすいので、集客のリスクを減らせるからだ。

ただ土地勘のある場所でも、立地の将来性はチェックしておきたい。基本は最寄り駅の乗降客の推移を調べる。鉄道会社のウェブサイトなどに公表されているので容易に確認できる。官公庁で地域の世帯数や人口の推移を確認するとより細かく集客の可能性をチェックできる。「人口が横ばいで他店が見逃す立地で

プロが語る物件選びのポイント

<p>居抜き物件専門の飲食店支援会社 上昇気流 笹田隆社長</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1 ターミナル駅近くの人通りがほとんどない路地は有望 2 古い物件でも店のデザインなどで印象は改善できる 3 席数を増やせるフロア形状かチェックする
<p>ベテラン飲食コンサルタント パシオ 土屋光正社長</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1 乗降客数などの基本データは必ず確認する 2 客層が把握しやすい土地勘のある場所を探す 3 不動産業者と頻繁に会い、要望を伝える
<p>立地に詳しい出店支援会社 アークフィール 崎元則也社長</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1 「信号機近く」など人の目に留まる場所を選ぶ 2 路地裏の店なら通りに面した看板を設置して集客できる 3 大きな看板を設置できる間口の広い物件は有利

も、若年層が増えているなら居酒屋などは見込みがある」（土屋社長）。

良い物件情報を得るには不動産会社にまめに足を運ぶ

エリアを決めたら、次は物件探しだ。有望な物件情報を得たければ、不動産会社の担当者との密な関係を構築することが大切だ。「内見会などに

こまめに顔を出すなどして経営者としての熱意や希望する条件を伝えておくと、優先的に紹介してもらえる場合がある」（同）。

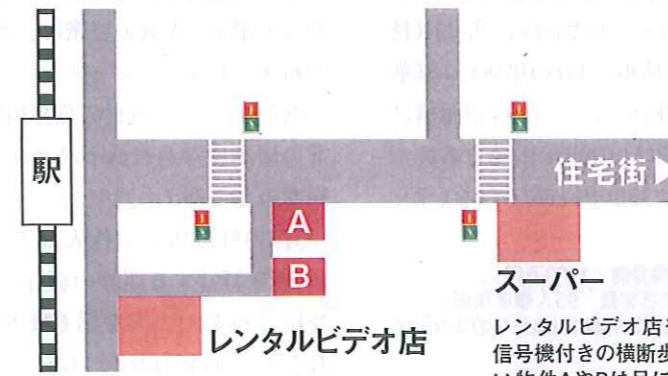
立地の候補がいくつか見えてきたら、周辺の建物などを条件に絞り込んでいく。出店支援や店舗設計を手がけるアークフィール（東京・千代田）の崎元則也社長は「信号機付きの

横断歩道やレンタルビデオ店、スーパーといった、人が集まりやすい「集客ポイント」の位置を確認するとよい」と指摘する。こうした場所の近くや、そこに向かう導線上に出店すれば、表通りでなくても目に留まりやすくなるからだ。

左の地図ならば、複数の集客ポイントが近くにあるBの立地がそれだ。Bは表通りから1軒奥にあるので、表通りに面したAよりも安い家賃で借りられる可能性が高い。看板の出し方などを工夫すれば、表通りの通行人からAと同程度に認知してもらえる。

崎元社長は「奥まった場所でも、通りに面したビルの管理会社などと交渉して空きスペースなどに看板を設置できれば路地裏のハンデは軽減できる」と話す。

「ビデオ店」などの人が集まる場所のそばが狙い目



レンタルビデオ店やスーパー、信号機付きの横断歩道などに近い物件AやBは目に留まりやすい。さらにBは通りから1軒奥で家賃が安い可能性がある

「牛たん鉄板焼 おおきに」はJR渋谷駅に近い宮益坂東側の路地裏にある。古いスナックの跡を明るく改築して8坪に35席を確保。坪月商44万円という効率経営を実現している

