

流通とSC・私の視点

2009年11月1日

視点(1168)

I Saw All America (その159) !!

—アウトレットセンターの4つのタイプ—

アメリカの**アウトレットセンター**と類似業態である**メガバリューモール**の合計は、262センター、総営業面積855万㎡、総売上高は257億ドル(2兆5,700億円)です。

| | | 指 数 | 備 考 欄 |
|--------------------|------------|---------|--------------------|
| アウトレット業態の センター数 | アウトレットセンター | 217センター | |
| | メガバリューモール | 45センター | |
| | 合 計 | 262センター | |
| アウトレット業態の 総営業面積 | アウトレットセンター | 526万㎡ | 1センター当たり19,410㎡ |
| | メガバリューモール | 329万㎡ | 1センター当たり73,111㎡ |
| | 合 計 | 855万㎡ | |
| アウトレット業態の 総売上高 | アウトレットセンター | 171億ドル | 1兆7,100億円(1ドル100円) |
| | メガバリューモール | 86億ドル | 8,600億円(推定) |
| | 合 計 | 257億ドル | 2兆5,700億円 |

このアウトレットビジネス(アウトレットセンターとメガバリューモール)は、アメリカでは主要4社で形成されています。

| | 企 業 名 | 備 考 欄 |
|------------|---------------|----------------------------|
| アウトレットセンター | 1位 チェルシー社 | ラグジュアリー志向のハイエンドなアウトレットセンター |
| | 2位 タンジャー社 | ポピュラー志向のアウトレットセンター |
| | 3位 プライム・リテイル社 | アップスケール志向のアウトレットセンター |
| メガバリューモール | ミルズ社 | モール型のメガモールのバリューセンター |

アメリカのアウトレットセンターは、チェルシー社とタンジャー社とプライム・リテイル社の2.5体制であり、別にバリューセンター業態としてミルズ社から成り立っています。

日本のアウトレットセンターもチェルシー型、三井アウトレットパーク型、西武プロパティーズ型と特色を持っていますが、アメリカのアウトレットセンター(バリューセンター含む)は、競争レベルの違い(実質4~5倍の売上高)から多様化しています。

テキサス州のサンマーコス市に、アウトレット業界2位のタンジャー社と3位のプライム・リテイル社がほぼ同一敷地に併設して出店しています。

合同アウトレットセンターの名称は「**サンマーコス・アウトレットモールズ**」であり、その概要は次の通りです。

| | |
|---------|-------------------|
| 名 称 | サンマーコス・アウトレットモールズ |
| 開 発 者 | プライム・リテイル社、タンジャー社 |
| 敷 地 面 積 | 50万㎡(15万坪) |
| 総リース面積 | 9.3万㎡(28,000坪) |
| テナント数 | 350店 |
| 駐 車 台 数 | 3,334台 |

ここで特徴的なのは、アップスケール志向のアウトレットセンターである**プライム・リテイル社**と**ポピュラー志向のタンジャー社**の2社の同一敷地での棲み分けが可能となっていることです。日本ではラグジュアリー志向のアウトレットセンターでないと消費者は見向いてくれませんが、アメリカの消費者は、必ずしもラグジュアリー志向でなくても、バリュー志向のアウトレットセンター(タンジャー社のポピュラー志向のアウトレットセンターやミルズ社のメガバリューモール)もアウトレットニーズの範囲内と認めてくれます。

さらに、真正アウトレットセンターのチェルシー社が加わり、4企業が互いに得意分野を発揮して成立しています。

今、多核・モール型RSCとアウトレットセンターのSCへの出向動機(SCを選ぶ動機)と商品の購入動機(商品を選ぶ動機)が類似化し、RSCとアウトレットセンターの同質化が起っています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之