

視点(1462)

I Saw All America (その207) !!

ー 今、アメリカで進行中のハイブリッドモール型SCの概念 ー

ハイブリッド型SCとは「性格の異なる2つの要素を融合し相乗効果を発揮するSC」のことです。ハイブリッド型SCは2つのタイプが存在します。1つは「ハイブリッドモール型SC」で、2つの性格の異なるモールを構築するSCです。もう1つは「ハイブリッドMDing型SC」で、2つの性格の異なるMDingを構築するSCです。ここでは、ハイブリッドモール型SCの概念と事例を解説します。

従来型のRSCはエンクローズドモールがオープンエアモールの2つのタイプが存在していました。しかしSCの飽和期（ほぼSCが量的に開発され、これ以上は同じタイプのSCは必要ない。もっと性格の異なるSCがほしいと消費者が思う段階）になると、本来ならばオープンエアモールであった「エンターテインメントセンター」や「ライフスタイルセンター」を、多核モール型RSC（エンクローズドモールが中心）に、もう1つの性格の異なるSCとしてアウトモール（オープンエアモール）に併設するタイプです。これをSC内でのもう1つのSCづくりと言い、概念的には「インモール70%」「アウトモール30%」の黄金比で形成されます。このようなハイブリッドモール型SCが多く開発されるようになった理由は次の通りです。

その1は、アメリカでは、成熟した立地・マーケットでのリニューアル（リ・ポジショニング）が積極的に行われ、増床の形態が既存の多核・モール型RSCにアウトモールを付加することが多くなったことです。

その2は、多核・モール型RSCが定番化（必要ではあるが、もうこれ以上必要ない）し、競争相手との差異化が必要となったからです。

このような理由により、ハイブリッドモール型SCが積極的に開発されていますが、次の2つのタイプがあります。

①既存のSCにアウトモールを増床するタイプ

このタイプはエンクローズドモールのSCに、新たな性格の異なるアウトモールを増床することです。（従来型SC+アウトモール）

②核店の1つを退店させ、その跡地にアウトモールを構築するタイプ

モダン消費時代の核店揃え中心からポストモダン消費になると核店の持つMDing力より、アウトモールの持つ居心地感と独自集客力のあるテナントが一体化したゾーンの方が消費者の魅力づけになります。それゆえに、あえて核店を退店させてでもアウトモールを付加するタイプのことです。（従来型SCに核店を退店させ、跡地にアウトモール）

このハイブリッドモール型SCは、エンクローズドモールの既存インモールSC（あるいは新規開発SC）に、オープンエアモールのアウトモールのSCを付加することですが、これを成功させるためには次の3つのポイントが必要です（六車流：流通理論）。

①アウトモールがアネックス化しないように「居心地感のある異次元空間を演出」すること

本館のエンクローズドモール（モールメイキング）とは異なるオープンエアモールの良さを創出（プレイスメイキング）して、このSCへ行けば必ず行ってみたいと感じる居心地感があり、かつ名物志向の“場”づくりが必要です。

②アウトモールがアネックス化しないように「独自集客力のあるテナントミックスを構築」すること

本館は核店揃えとエンターテインメント性のあるモールが一体化してSCの成立のメカニズムが確立していますが、アウトモールは本館のミニ版ではMDingに囲い込まれ（包み込まれ）て、成立性は低くなります。そこでアウトモールには独自集客力のあるテナントミックスが必要となり、独自集客力のあるアンカーテナントと、居心地感のある“場”が借景関係となる必要があります。

③アウトモールがアネックス化しないように「インモールとアウトモールの回遊性を確保」すること

アウトモールに独自集客力のあるアンカーテナントと居心地感のある異質型の“場”との一体が前提となり、インモールとアウトモールを結ぶ回遊導線の美装とサーキュレーション化が必要です

(株)ダイナミックマーケティング社⁵

代表 六車 秀之