

流通とSC・私の視点

2011年10月30日

視点(1464)

I Saw All America (その209) !!

— ハイブリッドモールのザ・オークス —

ロサンゼルス都市圏の北部にハイブリッドモール型SCの「ザ・オークス」が立地しています。そのザ・オークスの概要は次の通りです。

SCの業態	ハイブリッドモール型RSC (多核モール型RSC)
開業日	1978年、その後2009年にリニューアル(アウトモール増床)
総売場面積	120,900 m ²
核店	① ノードストローム (中上の百貨店) 12,834 m ² ② メイシーズウィメン (中中の百貨店) 11,849 m ² ③ メイシーズメン・ホーム・チルドレン(中中の百貨店) 13,392 m ² ④ JCペニー(中下の百貨店) 13,779 m ² 合計 51,854 m ² (核店比率 42.9%)
専門店数	180店 (1店当り 384 m ²)
駐車台数	5,000台
付帯施設	シネマコンプレックス (14スクリーン)

「ザ・オークス」は、2009年にアウトモールを増床し、エンクローズドモール型RSCからオープンエアモールのアウトモールを持ったハイブリッドモール型RSC (多核モール型RSC) へ、リ・ポジショニングのリニューアルを行いました。

ザ・オークスは典型的な標準型RSC (中の中のメイシーズ2店を、中の上のノードストロームと中の下シアーズが上下からサンドイッチ化する中の中を基軸グレードとするSC) です。

ザ・オークスは推定ではありますが、多くの課題を持つSCと思われます。その課題の内容は次の通りです (六車流：流通理論)。

- ①標準型SCですが、同一広域エリア内の基軸SCである「トパンガ」にMD i n g的に囲い込まれています。1つの共有商圈を有する基軸SCを客はアンカリングSC (基準と考えるSC) として見て、買い物の選択行動を行います。ザ・オークスの位置するロサンゼルス都市圏の北・西部エリアの基軸SCはトパンガであり、売場面積的にも専門店数においても、MD i n gのグレードの幅においてもザ・オークスをトパンガが上回っており、ザ・オークスはいわゆるMD i n g上の囲い込み(包み込み)をされています。
- ②ハイブリッドモールを形成するアウトモールの**独自集客力が今一步**であり、トパンガとの異質力が希薄です。ザ・モールはエンクローズドモールのRSCに、オープンエアモールのアウトモールを2009年に増設しましたが、テナントミックスに独自集客力がなく、アウトモールが「アネックス化」しています。アウトモールのアネックス化を防ぐためには「アウトモールを居心地の良い異次元空間とすること」と「モールのテナントミックスとは異なる独自集客力のあるアンカーテナントを導入すること」と「インモールの本館とアウトモールを結ぶ連結機能と回遊機能を強化すること」の3つの条件が必要です。ザ・オークスは居心地の良い異次元空間は、ICSCからデザイン賞をもらうぐらいですから完成度は比較的高いレベルでできています。しかし、アウトモールの独自集客機能は弱く、本館のインモールの延長線上のテナントミックスであり、アンカーテナントは存在せずインモールからアウトモールへの吸引力、インモールから言うと、アウトモールへの押し出し力が不足です。アウトモールからさらにアネックス立地にシネコンとカジュアルレストランがありますが、このゾーンの独自集客力はありませんが、アウトモール全体のマグネット力はありません。
- ③インモールの本館とアウトモールのアネックスの連結機能と回遊機能は、あまりよくありません。インモールとアウトモールのはインモールのハード上の延長線上に作られていますが、いわゆる「行って帰って来い型」のモールであり、回遊性に欠けます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之