

視点(1662)

I Saw All America (その233) !!

(場とデザイン編) — ハイブリッド型SCの出現の背景と効果のあるつくり方 —

アメリカでは既存のエンクロズドモール型SCに新たにオープンエアモールを付加したり、核店の退店の跡地にオープンエアモールを付加したりする「ハイブリッドモール型SC」が出現しています。

(1) ハイブリッドモール型SCの出現の背景

- ①エンクロズドモール型SC(多核モール型RSC)が定番化(必要だけど成長ベクトルにはならないノウハウ化)し、異質型SCづくりの必然性が高まることにより登場しました。
- ②エンクロズドモール型SCを増床(より強く、より収益性を高めるための増床)しても、母館SCとの同質化したのでは成立困難であるため、「もう1つの性格の異なるSCづくり」として登場しました。それが、結果的には競争SCとの棲み分けにもなりました。
- ③モノを売ることが中心であったモダン消費時代が終焉したため、多核モール型SCの多様な核店揃えによる集客が弱体化してきたため、モノ以外の集客の核として登場しました。
- ④SCのテナントの中に「独自集客力のテナント」が出現して、SC内立地(SCのモール内立地)では売上に限界が出るため、SCの集客と独自の集客の両面作戦の“場”を望むテナントの要望から登場しました。また、アウトモールの方が適している業種のテナントに対応することも登場の原因です。
- ⑤ネット通販時代やモノ離れ時代に、“場”という新たな「購買の誘引」と「購買の誘発」の必然性から登場しました。

(2) ハイブリッド型SCの前提条件

ハイブリッドモール型SCを効果のあるものとするためには「前提条件」が必要となります。

- ①もう1つのモールが成功するためには「母館SC」が繁盛していることが前提条件となります。母館SCが競争SCに負けているともう1つのオープンエアモールは負けパターンとなります。
- ②もう1つのモールが成功するためには「母館SCにMDing的に囲い込まれない」ことが前提条件となります。いわゆる母館SCの単なるアネックスとはなってはならないことです。
- ③もう1つのモールが成功するためには「雨にも負けず寒さにも暑さにも負けないプレイスマールづくり」であることが前提条件となります。すなわち、季節や気候とは関係ない開発次元でのオープンエアモールづくりがポイントです。

(3) 効果のあるもう1つのモールづくりの7つの原則

- ①独自集客力のあるテナント構成を基軸とする「もう1つの性格の異なるSC」であることが必要です。
- ②マーケット(商圈)とSCの接点である“場”に位置しているため「ダイレクトパーキング」や「長時間営業」や「テナントのファサードの存在感の表現」が可能であることが必要です。
- ③一方通行の行って来い型の長い単調なモールではなく、広場と円形プレイスやサーキットモール(異なる景色で一周するモール)であることが必要です。
- ④居場所づくりのおにぎり理論の「人」と「景色」と「居心地感(彼氏・彼女)」の存在が形として表現できることが必要です。
- ⑤常にイベントあるいは集客装置により「賑わいが演出」されていることが必要です。
- ⑥継続的な運営により「持続可能なもう1つのSC」を磨きをかけて完成度を高めることが必要です。
- ⑦商店街やバザール型の非人工的なまちづくり志向の街区であることが必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代表 六車 秀之