

流通とSC・私の視点

2013年6月29日

視点(1731)

I Saw All America (その245) !!

(SC理論編)

ー ベルビュースクエアの1企業1SCのディベロッパーの実力 ー

ベルビュースクエア (シアトル都市圏のベルビュー市) とサウスコーストプラザ (ロサンゼルス都市圏のコスタメサ市) は「1企業1SC」のディベロッパーが開発・運営しているSCです。

この2つの1企業1SCのSCの実態と業績は次の通りです。

	売場面積	売上高	年間集客数	客単価	坪単価	売場1万㎡ 当たりの客数
ベルビュースクエア	119,600 ㎡ (36,179 坪)	1,000 億円	2,100 万人	4,762 円	276 万円	176 万人
サウスコーストプラザ	260,400 ㎡ (78,771 坪)	1,500 億円	2,400 万人	6,250 円	190 万円	92 万人

参 考	トカンガプラザ	149,000 ㎡ (45,073 坪)	608 億円	1,400 万人	4,343 円	135 万円	94 万人
	日本のSCの基準事例	60,000 ㎡ (18,150 坪)	300 億円	1,500 万人	2,000 円	165 万円	250 万人

実は、世界一強力なSCとされている「サウスコーストプラザ」は、1企業1SCのディベロッパー (C. J. Segerstrom & Sons) のSCです。奇しくも、日本一強力なSCとされている「玉川高島屋SC」 (東神開発がディベロッパー) も1企業1SCのディベロッパーです (玉川高島屋SCは、今は複数SCのディベロッパーであるが、30年間は1企業1SCで今もその性格を強く持っている)。

ベルビュースクエアも1企業1SCのディベロッパー (Kemper Development Company) で、高業績を上げています。

ベルビュースクエアは、複合開発の「ベルビュー・コレクション」の一角を形成するSCゾーンです。

ベルビュー・コレクションの概要は次の通りです。

	内 容	
敷 地 面 積	137,592 ㎡	
開 業 日	1946年、その後増床リニューアルを繰り返し、まちづくり型SCとして発展	
駐 車 台 数	6,000 台	
ベルビュースクエア (RSC)	総店舗面積	119,600 ㎡ (1980年代はCSC、1981年よりRSC)
	売 上 高	1,000 億円
	商 圏 人 口	846,876 人 (平均世帯所得 7.9 万ドル)
	核 店	①JCペニー 18,674 ㎡ ②メイシーズ 16,740 ㎡ ③メイシーズホームストア 4,743 ㎡ ④ノードストローム 25,110 ㎡
	専 門 店 数	180 店
ベルビュープレイス	1989年にハイアット リージェンシー (ホテル)、オフィス、ショッピング、レストランなどシアトル郊外で初めてミクストユースとして開発される	
リンカーンスクエア	<ul style="list-style-type: none"> <li style="width: 50%;">・2005年に開発 <li style="width: 50%;">・総リース面積 130,200 ㎡ <li style="width: 50%;">・商業 37,200 ㎡ (シネコン 16 スクリーン) <li style="width: 50%;">・ウェスティンホテル (303 室) <li style="width: 50%;">・高級レジデンス (148 戸) <li style="width: 50%;">・オフィススペース (27 層) 	

このミクストユースとして開発されたベルビュー・コレクションとその中核となるベルビュースクエアは、ベルビュー市の地主(オーナー)であり、ディベロッパーであり、運営者である「Kemper Development Company」が独自に開発 (一部ファンドの支援) し、自主独立でまちづくりを大切に育て、SCを大切に独自手法で運営しています。まさに「1企業1SCのディベロッパー」にとって模範となるSCです。

私は、このような1企業1SCのディベロッパーの運営スタンスを「親身商法」(船井理論のSCバージョン) と位置づけ、この親身商法とは肉親に対するように親密に世話をしながら地道に育てていく経営手法のSCが「ベルビュースクエア」と考えています。このベルビュースクエアもサウスコーストプラザも1企業1SCの親身商法を取り入れたディベロッパーであり、時間をかけつつ着実に本物志向でチェーン型SCには真似のできない固有のノウハウを確立して超高業績を上げています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之