

## 視点(1765)

(SC理論編)

### I Saw All America (その254) !!

ー バリュースーパーとジャージーガーデンズ ー

今、アメリカでバリュー志向のSCが続々と開発されて繁盛SCになっています。本来、価格志向の業態は単独出店あるいはパワーセンター（パワータウンも含む）への出店でしたが、「エンクローズドモール」「バリュー業態のテナントミックス」「遊び性の付加」という3本柱のSCスタイルの業態として登場しています。

その例として、「オンタリオミルズ」や「グレープバインミルズ」のミルズ型SC、「ベルゲンタウンセンター」、さらには「ジャージーガーデンズ」があり、これらは一般的には「バリューモール」と呼ばれています。バリューモールは、「廉価性のテナントミックス」に「エンターテインメント性」を付加してショッピングと遊びが一体化し「相反する購買動機が融合」したSCです（六車流：流通・マーケティング理論）。すなわち、本来ならばショッピング機能と遊び機能は相反しており、通常ならば「もてあそばれ型SC」（人は集まるがモノが今一步のSC、飲食は良いが物販が今一步のSC、日祝日は良いが平日が今一步のSCで、客は喜ぶがディベロッパーやテナントは泣いているSC）ですが、もてあそばれ型SCの集客力を武器としてモノを売る（当然、客単価は低くなる）ノウハウを確立したのがバリューモールです。

そして、このバリューモールの中で断トツの業績を上げているのが「ジャージーガーデンズ」で、その概要は次の通りです。

S	C	業	態	バリューモール（サーキット型の2層のエンクローズドモール）					
場		所		ニューヨークから20～30km離れたニュージャージー州					
オ		プ	ン	1999年					
敷		地	面	積	505,875 m <sup>2</sup> (153,027坪)				
総		売	場	面	積	121,091 m <sup>2</sup> (36,630坪)			
駐		車	台	数	5,700台				
売		上	高		1,000億円				
店		舗	数		230店				
核		店	舗		ニーマンマーカスの「ラストコール」、サックスフィフスアベニューの「オフフィフス」等				
付		帯	施	設	シネマコンプレックス（22スクリーン）				
商		圏	人	口	179万人（67.1万世帯）、商圈範囲は48km				
年		間	集	客	人	口	1,800万人（顧客の25%は観光客）		
1		人	当	た	り	客	単	価	5,555円
坪		効	率						2,730千円（1坪当り）

ミルズ型のバリューモールとベルゲンタウンセンターの売上高は推定300～400億円であるのに対して「ジャージーガーデンズは1,000億円の売上高」で断トツの売上を示しています。世界的に有名なアウトレットセンターであるウッドベリー commons は1,300億円ですが、ジャージーガーデンズはテナントのブランド力や知名度においてウッドベリー commons を下回っていながら、売上高は1,000億円と著しく高くなっています。まさに、バリューモールとして君臨している例外の原則のノウハウを持っています。その要因は次の通りです。

- ① ニューヨークという巨大都市の郊外で、商圈規模が大きい（商圈人口は179万人だが影響商圈は相当大きいことが想定される）。
- ② ニューヨーク都市圏の中で、付加価値税がニューヨーク州は8.25%に対してニュージャージー州は3.5%と低いため、ニューヨーク都市圏の客を集めている。
- ③ エンクローズドモールの2層であり、かつサーキットモールタイプであり、ランプリングショッピングができる多核モール型RSCの廉価版である。
- ④ アウトレットテナントや廉価テナント、さらにカテゴリーキラーのバリュー業態とシネコンやアミューズメントが一体化して、ショッピングと遊びが見事に融合したSCである。
- ⑤ ニューヨーク中心街と比較的至近距離でありながら、有力アウトレットテナントが導入され、都心立地のアウトレットセンターのポジショニングとなっている。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>6</sub>  
代 表 六 車 秀 之