

視点(1995)

I Saw All America (その293) !!

(SC理論編) — サウスコーストプラザを取り巻くRSCのサバイバル競争(その1) —

### (1) サウスコーストプラザの特徴

サウスコーストプラザはリース面積260,400㎡、売上高1,500億円の全米No.1の繁盛型SCです。サウスコーストプラザは1つの固有のマーケット(200万人)であるオレンジ郡エリアの中で圧倒的強さを持つモノを売ることに徹したスーパーRSCです。その概要は次の通りです。

所在地	333 Bristol Street Coast Mesa, CA 92626
開業日	1967年
敷地面積	821,541㎡
総リース面積	260,400㎡
核店揃え	①サックスフィフスアベニュー(上クラス百貨店) ②ブルーミングデールズ(中上クラス百貨店) ③ノードストローム(中上クラス百貨店) ④メイシーズ(中中クラス百貨店) ⑤メイシーズメン(中中クラス百貨店) ⑥メイシーズホーム(中中クラス百貨店) ⑦シアーズ(中下クラスPDS)
専門店数	250店舗(ピンキリのテナントミックス)
商圈人口	200万人
売上高	1,500億円(15億ドル) マーケットシェア10.4%
集客数	年間2,400万人
1人当たり客単価	6,250円(グループ客単価15,625円)
売場効率	3.3㎡当たり1,964千円

サウスコーストプラザの特徴は次の通りです。

#### ① 圧勝型RSC

サウスコーストプラザは圧倒的売场面積による周辺SCを完全に囲い込むMDingで、周辺の競争SCを圧倒するSCです。基本的には敵の参入を許さない独り勝ちのSCです。周辺の競争SCであるファッションアイランドやアーバインスペクトラムに売场面積で圧倒し、長い間圧倒的な競争優位性を持った超繁盛型SCでした。

#### ② 理想的な核店揃えのRSC

サウスコーストプラザの核店は実に7店舗と多く、しかも上クラスのサックスフィフスアベニューから中下クラスのシアーズまでのピンキリ型の核店揃えで、かつその中間業態として中上クラスのノードストロームとブルーミングデールズの2核と、中中クラスのメイシーズが性格を変えて3店舗導入し、完璧な核店揃えができています。それゆえに、モール専門店もポピュラークラスからラグジュアリークラスまでのピンキリMDingで、敵の参入を許さないSCづくりができています。

#### ③ 3つのSCが融合した複合MDing型のRSC

サウスコーストプラザはピンキリ型の菱形MDingを取っています。それゆえに、3つのグレードの異なるSCの複合した完璧なSCです。すなわち、中下のシアーズとメイシーズが一体化したスタンダード型SC、中中のメイシーズ(3店)とノードストロームやブルーミングデールズが一体化したワンランク上のSC、さらにサックスフィフスアベニューとラグジュアリーブランドの専門店が一体化したツーランク上のSCの3重構造のSCから成り立っており、完成度の高いSCです。

#### ④ 物売ることに徹したRSC

モノ離れた後のSCは、集客力の強化のためエンターテインメント施設を導入していますが、サウスコーストプラザにはエンターテインメント施設はほとんどなく、客がモノを買うことがエンターテインメントであるとの位置づけを取っています。それゆえにフードコートはなく、レストランも必ずしも十分ではなく、アミューズメント施設もほとんどありません。かつ、モールの形状もランプリングモールではなく、どちらかと言えばストリート型モールです。さらに、プレイスメイキング(居場所づくり)も力を入れておらず、とにかくモノを売ることに徹したSCづくりを取り、高業績のSCです。日本の例で言うと、玉川高島屋SCと類似性があります。

(流通とSC・私の視点 1996へ続く)

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