

視点(2088)

(SC理論編)

「もう1つあって欲しい」、「もう1つ成立する」SC(その5)!!

(「ストアーズレポート」2017年5月号の六車秀之原稿より加筆・強筆)

(流通とSC・私の視点 2087 より続く)

#### 4. メガストアの集合体のパワーセンターにスモールテナントのモールを付加して地域密着ニーズに対応した「ニトリモール枚方」

GMSを核店とし生活必需ニーズをフルラインで生活者に提供するSCであったCSC(コミュニティ型SC)はアメリカでは1960年代に、日本では1990年代から長期低落化の道を歩む負けパターンのSCとなりました。しかし、CSCニーズがなくなったのではなく、CSCニーズをフルラインで提供する業態はアメリカのウォルマートのようにディスカウント業態でなければ対応できなくなりました。今、アメリカではGMSを核店とするCSCは解体され、CSC機能を複数のカテゴリーキラー型のメガストアで強化・拡大分担し、それにスモールテナントあるいはエンターテインメント施設のモールを付加した「パワータウン」が主力になりつつあります。パワーセンターはカテゴリーキラーの集合体でスモールテナントは存在しませんが、パワータウンはGMS機能を複数のカテゴリーキラーで分担し、かつCSCの専門店機能をモール形態のスモールテナントで形成する地域密着型SCです。その意味で、パワータウンはパワーセンターのワンランク上のSCとすることができます。アメリカでは競争優位性を発揮できないRSCやパワーセンターの地域密着版として存在しています。

ニトリモール枚方は、まさに地域密着ニーズをパワフルに展開するパワータウンです。

<ニトリモール枚方の概要>

所在地	大阪府枚方市北山1-2-1
開業日	2016年(平成28年)4月20日
開発者・運営会社	株式会社ニトリホールディングス
SC業態	パワータウン(オープンエアモール+エンクローズドモール)
敷地面積	58,558 m <sup>2</sup>
延床面積	73,500 m <sup>2</sup>
営業面積	40,000 m <sup>2</sup>
店舗数	55 店舗
駐車台数	1,800 台(駐輪場 500 台)
核要素	①ホームセンターコーナン ②ヤマダ電機テックランド ③スーパースポーツゼビオ ④ニトリ ⑤フレンドマート(平和堂系のSSM) ⑥アカチャンホンポ ⑦ジュー
商圏人口	5km圏 50万人、10km圏 140万人
売上高	推定 120 億円

ニトリモール枚方はRSC並みの規模の営業面積40,000m<sup>2</sup>で展開し、オープンエアモールのノースコート、エンクローズドモールのサウスコート、中央にセンターコートを配置しています。ノースコートはコーナン、ヤマダ電機、ゼビオ、ニトリの店舗面積3,000m<sup>2</sup>クラスのカテゴリーキラーを配置するパワーセンター志向のゾーンで、サウスコートは食品スーパーやドラッグストア、ベビー・キッズの生活密着ゾーン、そしてセンターコートにはフードコート(1,000席)とカフェ及びファッションや雑貨のスモールテナントを配置しています。スモールテナントゾーンには課題もありますが、全体的には勝ちパターンのSCです。

パワータウンはカテゴリーキラーのメガストアの集客力とスモールテナントを中心とするモールの相乗効果という両面の機能を持つSCで、長期低落化するCSCの勝ちパターン版の地域密着型SCとしてアメリカで登場し、日本でも普及しているSC業態です。

以上の3つのタイプのSCは、2021年以降のSCの成熟時代に「消費者サイドがもう1つあって欲しいSCづくり」「ディベロッパーサイドがもう1つ成立するSCづくり」のタイプであり、現状においては完成度が今一步の面はありますが、SC成立のメカニズムのノウハウを加味し、精度を高めると今後期待できるSCの代表となります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>7</sup>

代 表 六 車 秀 之