

流通とSC・私の視点

2007年6月20日

視点(781)

I Saw All America(その95)!!

サンノゼ・エリアの2.5体制のSCづくり

1つのエリア(商圈)に、性格の異なる正規のSCが2ヶ所と(2.0)と、独特の個性のあるSCが複数(0.5)成立するという理論を、「2.5の成立理論」(六車:流通理論)と言います。

2.5の成立理論のモデルとなるエリアとして「サンノゼ・エリア」が挙げられます(今回はサンノゼ・エリアをモデルとして取り上げますがこの2.5の成立理論は、あらゆるエリアで通用します)。

サンノゼ・エリアには、2.0の正規なSCとして「スタンフォードSC」と「ヴァレーフェア・モール」が立地し、互いに競争しつつ繁栄しています。さらに、0.5の個性のあるSCとして「サンタナ・ロー」が立地し、サンノゼ・エリアでの2.5SC体制ができあがっています。

スタンフォードSC(1.0のSC)

SCの業態	営業面積	店舗数	核店	駐車台数
多核・モール型RSC	12.6万㎡	140店	ニーマンマーカス、ノードストロム、メイシーズ、ブルーミングデールズ、メイシーズ・メン	5,763台
スタンフォード大学の一環に位置し、オープンエアモールの多核・モール型RSC				

ヴァレーフェア・モール(1.0のSC)

SCの業態	営業面積	店舗数	核店	駐車台数
多核・モール型RSC	14.0万㎡	241店	ノードストロム、メイシーズ、メイシーズ・メン&ホーム	7,600台
レーストラック型(リニューアルによりモールの付加)のエンクローズドモールの多核・モール型RSC				

サンタナ・ロー(0.5のSC)

SCの業態	営業面積	店舗数	核店	駐車台数
ライフスタイルセンター	6.3万㎡	125店	クレート&バレル、ボーダーズ	-
街並みのオープンエアモールのライフスタイルセンター				

タウンリゾート志向のSC(遊びと買物が一体化したSC)の王道は日米ともにRSCです。しかし、客は自らのマーケットの中で選択肢のあるショッピング行動をとりたいため、2つの正規なSCと、1つの異質型SCを望みます。サンノゼ・エリアにはスタンフォードSCとヴァレーフェア・モールとサンタナ・ローがあり、理論通り客の選択肢に基づく2.5SC体制が確立しています。

スタンフォードSC(1.0のSC)

スタンフォード大学と一体化したエリアのキャンパス風SCであり、13の建物群からなるオープンエアモールのSCです。小さな小道を点在させ、界隈性を出す異質なSCであり、カリフォルニアの気候を活かした自然志向の快適性の高い環境づくりを行っています。核店は4核、しかも中中~中上、上レベルのグレードの高い百貨店を導入し、140店のテナントを有してアップスケールなSCです。

ヴァレーフェア・モール(1.0のSC)

3核(ノードストロム、メイシーズ、メイシーズ・メン&ホームズ)の多核・モール型SCであり、レーストラック型のエンクローズドモールです。一見どこにでもあるRSCのようですが、高級ブランドテナントからカジュアルテナントまで導入した地域密着型の繁盛店です。

サンタナ・ロー(0.5のSC)

街並み型のオープンエアモールのライフスタイルセンターで、商業と住宅とホテルとオフィスとエンターテインメント施設が一体化した中心市街地の役割を持ったSCです。サンタナ・ローには大型の核店は出店しておらず、マグネットストアとして、クレート&バレルやボーダーズやカテゴリーキラーが導入されている程度であり、サンタナ・ローの核要素は「450mのメインストリート」と言われています。

このように、まず、スタンフォードSCとヴァレーフェア・モールの多核・モール型SC相互間に3割差異化・特化、7割総合化の棲み分け(2つともあって欲しいSC)ができており、次いで、異質性のあるサンタナ・ローが2つのRSCとは棲み分けたライフスタイルセンターとして立地し、サンノゼ・エリアの客のエリア満足度を最高に高めています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之