

アネックス化とは、本館のSCに隣接あるいは館内ではあるが隔離された館で、本館のSCとの回遊性が悪く、波及効果の及ばない劣位館のことを言います。

ここでは、アメリカでアネックス化して別館が劣位館となり苦戦しているSCを2つ紹介します。

①第1は「サウスコーストプラザ」です。

サウスコーストプラザは、世界最強で世界一の売上高(1,500億円、2,300万人の集客、客単価6,522円)を誇るSCですが、課題が1つあります。

それは、別館が苦戦していることです。本館が最高の業績を上げているため別館を開発しましたが、大苦戦し、その後、デッキで結び、今まで本館のミニ版であった別館をホーム関連(メイシーズホームファニチャーストア、クレート&バレルや書籍のメガストア、スポーツメガストア)で再編集しましたが、今でも苦戦しています。

②第2は「ホートンプラザ」です。

ホートンプラザはジョン・ジャーディ氏の代表作のSCであり、リゾート型SCとして繁栄しています。ところが1ヶ所、アネックスの部分(本館とブリッジ状で結ばれたゾーン)があり、最初はJCペニーが核店として導入されましたが、アネックス化していたため大苦戦して退店し、その後、アミューズメント施設が導入されましたが、これも退店して今は空店舗となっています。今後は、取り壊して、ホートンプラザで現在不足しているイベント広場にする予定です。

このように、**繁盛しているSCでも、アネックス化したSCは成立性が困難**です。

その理由は、中心市街地の立地は「面」でできていますが、郊外のSCの立地は「点」でできていることです。すなわち、立地が面(街)でできていると、本館も別館も独自に成立することが可能ですが、立地が点でできていると、本館と別館の関係は希薄化し、アネックス化して別館は大苦戦することになります。

この別館のアネックス化を防ぐためには、「アネックス化したSCをつくらないこと」が絶対条件です。アネックス化したSCをつくらないということは、別館をつくる時に「フュージョン化したSC」(2つの性格の異なるSCを相乗効果が出るように融合させ、客から見て2つともあって欲しいSC)づくりを行うことです(六車流：流通理論)。

例えば、グローブアットファーマーズマーケットは性格の異なる2つのゾーン(エンターテインメント志向のSCとファーマーズマーケット)がありますが、双方の性格が異なり、かつ両者が独自集客力を持ち対等のパワーを発揮してフュージョン化したSCとなり相乗効果を発揮しています。また、サンタモニカプレイスとサードストリートプロムナードは性格の異なる2つのゾーン(多核モール型RSCとプロムナード化した商店街)がありますが、双方の性格が異なり、かつ両者が独自集客力を持ち対等のパワーを発揮してフュージョン化したSCとなり相乗効果を発揮しています。また、ヴィクトリアガーデンズ(タウンセンター)は、性格の異なる2つのゾーン(ノスタルジックなストリートとコンテンポラリーなストリート)がありますが、双方の性格が異なり、かつ両者が独自集客力を持ち対等のパワーを発揮してフュージョン化したSCとなり相乗効果を発揮しています。このように、グローブアットファーマーズマーケットは「面と面が一体化」、サンタモニカプレイスとサードストリートプロムナードは「面と線が一体化」、ヴィクトリアガーデンズは「線と線が一体化」して、「まちづくり型SC」によりアネックス化を防いでいます。

アネックス化してしまっている場合は、「MDingによる一体化」「回遊性による一体化」「視覚による一体化」「快適性による一体化」「ネーミングによる一体化」により、本館と別館に「連続性」を持たせ、そして性格の異なる2つともあって欲しいSCづくりをすることが必要です。