

視点(1469)

I Saw All America (その214) !!

— 縦型パワータウンとしてのレゴセンター —

ニューヨークの郊外から中心市街地への関所型立地に、縦型パワータウン（パワーセンターの進化版）の「レゴセンター」が2010年3月にオープンしました。

私はレゴセンターのような業態を「プレミアムバリュー型SC」と呼んでいます。そのレゴセンターは次の4つの視点から注目すべきです。

- ①立地条件として、都心と郊外の境目に位置するロードサイドの優位立地に位置している
 - ②業態的には、バリュー業態が総揃えしたテナントミックスになっている
 - ③また、食品の廉価業態も導入され、地域密着型SCとなっている
 - ④建物の携帯は、地下1階から地上3階の高層階になっている
- 以上の内容を具体的に説明すると次の通りです（六車流：流通理論）。

- ①レゴセンターは「**ロードサイドステーション立地**」で立地上の競争優位性を発揮しています。アメリカにはステーション立地は特定の場所にしか存在しません。しかし、日本の3大都市圏の大量交通手段が発達したエリアでは、ステーション立地（駅立地）が都心と郊外の結節する買い場（駅ビル）として利便性を発揮しています。まさに、レゴセンターの位置する立地はロードサイドステーション立地であり、駅は存在しませんが駅機能を持ったロードサイド立地の中でも優位性のある立地です。
- ②レゴセンターは「**バリュー業態が勢ぞろいしたテナントミックス**」で、次のようなバリュー業態が導入されています。

カテゴリー	店名	売場面積	備考欄
プロモーションal デパートメントストア(PDS)	シアーズ	18,168 m ²	
	コールズ	12,462 m ²	
オフプライスストア (OPS)	センチュリー21	12,555 m ²	
	マーシャルズ	3,357 m ²	
	TJマックス	3,434 m ²	
食品廉価業態	コストコ	12,706 m ²	ホールセールクラブ
	アルディ	1,619 m ²	リミテッドアソートメントストア
カテゴリーキラー	ベッドバス&ビヨンド	4,278 m ²	リネン用品のカテゴリーキラー
	ステーブルズ	1,389 m ²	オフィス用品のカテゴリーキラー
	トイザラス	4,363 m ²	玩具・ホビーのカテゴリーキラー
	オールドネイビー	1,441 m ²	ファッションのカテゴリーキラー
	バーリントンコートファクトリー	4,662 m ²	ファッションのカテゴリーキラー
合計	12店	80,434 m ²	核店比率 91.0%

SC全体の総店舗面積	88,350 m ²	小型の専門店及びレストランが20~30店
------------	-----------------------	----------------------

- ③レゴセンターは「**食品の廉価業態（コストコとアルディ）を導入し地域密着性を強化**」しています。アメリカのSCは食品の導入例が少ないですが、ロードサイドステーション立地の立地上の利便性を考慮した業態ミックスとしています。
- ④レゴセンターは「**縦型モール**」のパワータウン（あるいはプレミアムバリュー型SC）を形成しています。地価の高い中心市街地の近く（周辺市街地）に位置している関係上、高層階の建物となっています。

以上のようなレゴセンターですが、日本において過渡期業態であった「ロードサイド立地のCSCあるいはGMS業態」の退店の跡地跡床は立地条件は良いが仕組み（規模が小さい、高層階、モールがない）が悪いためにヘタ地物件である過渡期業態の再生に適した事例です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之