

視点 (944)

I Saw All Canada (その3) !!

エドモントン物語

(流通とS C・私の視点 943 より続く)

## 2. モール・オブ・アメリカとの比較

ウエスト・エドモントン・モールと同じタイプのエンターテインメント型S Cとして、アメリカのミネアポリスに「モール・オブ・アメリカ」があります。

<モール・オブ・アメリカの概要>

オ ー プ ン	1992年		
S C の 業 態	エンターテインメント型ショッピングセンター		
規 模	延 床 面 積	39万㎡	
	総リース面積	23万㎡	
店 舗 数	520店(物販+飲食+サービス+アミューズメント) (うちレストラン・フードコート 86店)		
パーキング台数	12,550台		
主 な 施 設	・核店舗(ブルーミングデールズ、ノードストローム、メーシーズ、シアーズ) ・レジャー施設(巨大遊園地、水族館、14スクリーンのシネマコンプレックス)		
将 来 計 画	3年後に現在の2倍になり、世界最大のエンクロードモール型のエンターテインメント&ショッピングセンターを予定している。		

モール・オブ・アメリカとウエスト・エドモントン・モールは同じエンターテインメント型ショッピングセンターです。モール・オブ・アメリカとウエスト・エドモントン・モールの物販の規模は、核店揃え(ウエスト・エドモントン・モールは3核+3サブ核に対し、モール・オブ・アメリカは4核体制)、物販テナント揃え(ウエスト・エドモントン・モールの620店に対し、モール・オブ・アメリカは435店)、レストラン揃え(ウエスト・エドモントン・モールは100店、モール・オブ・アメリカは86店)と、ウエスト・エドモントン・モールが上回るものの、極端な差はありません。しかしレジャー&エンターテインメントの規模及び施設の多様性・リゾート性の強さにおいて、ウエスト・エドモントン・モールが圧倒的に上回っています。それゆえに、モール・オブ・アメリカの「日常のレジャー型S C」に対し、ウエスト・エドモントン・モールは「非日常のリゾート型S C」と呼ぶことができます。ミネアポリス市の人口は38万人と少ないですが、ミネアポリス市・セントポール市(双子の都市)の都市圏人口は350万人であり、モール・オブ・アメリカの成立基礎マーケットは十分存在し、かつ、超広域の影響圏(年に1~2回の来街マーケット)も多く持っています。

ウエスト・エドモントン・モールは、都市圏人口103万人では現状のウエスト・エドモントン・モールを成立させる基礎マーケット(本来ならば400万人が必要)が不足しており、必然的に超広域圏及び観光客に依存せざるを得なく、それが、非日常のリゾート性の強い性格のエンターテインメント型S Cとならざるを得ない結果となっています。

モール・オブ・アメリカは、物販パワーとエンターテインメントパワーのバランスが比較的取れており、買物と遊びが一体化しています。モール・オブ・アメリカは、遊びも日常のレジャー性が強く、核店も中の上のノードストロームとブルーミングデールズ、中の中のメーシーズ、中の下シアーズとバランスの取れた核店揃えであり、かつ、レイアウト的にも「遊園地を中央に、周辺をサーキットモール(800mの長さ)」として、遊びと買物がハード的にもソフト的にも一体化して、もてあそばれ型S Cの持つ課題が比較的希薄化しています。

遊びと買物が一体化したS C業態は「アウトレットモール(センター)」であり、チェルシー型アウトレットセンターとミルズ型アウトレットモールが、もてあそばれ型S Cとならず、逆に、遊びと買物が相乗効果を発揮した業態となっています。

ウエスト・エドモントン・モールは生い立ちからの課題であるもてあそばれ型S Cを引きずりながら、エドモントン都市圏の圧倒的一番店型S Cとして存続していることになるでしょう。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代 表 六 車 秀 之