

## 視点(987)

### 商業副都心と双子のSCとは!!

都心と郊外の結節点に「商業副都心」という商業立地があります。商圏人口を100万人有し、鉄道の交差点で乗降客が10万人(最低5万人)のマーケットを持ち、郊外でありながら商業が異常に発達し、百貨店を商業核とする街区が商業副都心です。1970～1980年代に郊外の拠点立地として駅前再開発として生まれました。しかし、1991年に旧大店法時代の商業規制が緩和・廃止され、郊外に営業面積50,000～80,000㎡、売上高250億～350億円、駐車台数2,000～4,000台の多核・モール型RSCができると、駅前立地の商業副都心と同質レベルの競争が起こっています。今までの商業副都心の商業の競争相手はCSC(GMSを核店とする営業面積15,000～20,000㎡)でしたが、多核・モール型RSCは、営業面積20,000～25,000㎡のモール専門店だけで有し、疑似百貨店を形成しているため、商業副都心の商業核である百貨店の営業面積10,000～15,000㎡では対抗できていません。

商業副都心は、そもそもは鉄道の交差点に百貨店を商業核とする駅前再開発事業でしたが、閑所型立地(郊外の奥深くから都心へ向かって行く交通の要の立地)でしたので、100万商圏を有するマーケットを持っていました。この郊外での拠点性を有する立地の「**レールサイド立地が駅前型商業副都心**」であり、「**ロードサイド立地が多核・モール型RSC**」なのです。

それゆえに、現在、レールサイドの商業副都心立地の商業とロードサイドの多核・モール型RSCが、同じ商圏で同じ客を対象にする現象があり、この現象を「**双子のSC**」と呼びます(六車流：流通理論)。大阪都市圏の事例で示すと次の通りです。

商業副都心エリア	レールサイドの商業副都心商業	ロードサイドの多核・モール型RSC
川西エリア	川西街区(阪急百貨店)	イオン伊丹テラス
宝塚エリア	宝塚街区(阪急百貨店)	イオン伊丹西SC
千里エリア	千里中央街区(阪急百貨店)	ヴィソラ
高槻エリア	高槻街区(西武百貨店・松坂屋百貨店)	マイカル茨木
枚方エリア	枚方街区(近鉄百貨店)	くずはモール
守口エリア	守口街区(京阪百貨店)	イオン大日SC(あるいはイオンモール鶴見リーファ)
西大寺エリア	西大寺街区(近鉄百貨店=奈良ファミリー)	イオン高の原SC(あるいはイオン大和郡山SC)
橿原エリア	橿原街区(近鉄百貨店)	イオン橿原アルル
堺市エリア	堺東街区(高島屋百貨店)	イオン堺プラウ
泉北エリア	泉北街区(高島屋百貨店)	アリオ鳳
西宮エリア	西宮街区(阪急百貨店=阪急西宮ガーデンズ)	ららぽーと甲子園

上記のレールサイドの商業副都心の商業は、1970～1980年代は、郊外型百貨店として10,000～15,000㎡で役割を果たしていましたが、周辺にロードサイドの多核・モール型RSCが立地したため、商業副都心のレールサイド立地は、**準都市型百貨店として営業面積30,000㎡の適正立地に変化しつつあります**。レールサイドの商業副都心の百貨店が苦戦しているのは、マーケットがなくなったのではなく、競争対応力がなくなったためなので、商業副都心の百貨店は、駅前の優位性を基軸に、本格的百貨店に進化することが勝ち残り戦略です。

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