

視点(1306)

スポーツのスペシャリティ百貨店・ゼビオドームとは!!

一般的に、1つの業界の中でメガストアのタイプには「カテゴリーキラー型メガストア」（圧倒的品揃えと価格破壊を基軸とするローコスト・ウェアハウス・山積み型の大型店舗）と、「ライフスタイル型メガストア」（特定の分野のライフスタイルを何でもありの品揃えでスタイリッシュに展開する大型店舗）があります。

アメリカのスポーツ業界では、カテゴリーキラー型メガストアは「スポーツオーソリティ」「スポーツマート」「オッシュマンズ」が御三家で、ライフスタイル型メガストアは「ナイキタウン」「バスプロショップ」「カベラス」「デックス・スポーティング・グッズ」（旧名ガルヤンズの買収先）「REI」の御五家があります。今、アメリカではライフスタイル型のメガストアが非常に元気です。

スポーツアパレルに強い「ナイキタウン」、マリン系アウトドアに強い「バスプロショップ」、マウンテン系アウトドアに強い「REI」、アウトドアの総合系の「カベラス」、スポーツ全般の「デックス・スポーティング・グッズ」は、カテゴリーキラーではなくライフスタイル提案型のおしゃれかつ感動的な店づくりのメガストアです。その中で、私は売場面積が 8,000~20,000 m²（一般的なメガストアは売場面積 3,000 m²）の巨艦店を「スペシャリティ百貨店」と呼んでいます。

スペシャリティ百貨店とは「特定の分野の“百貨”を提供する総合店」で、ライフスタイル型スペシャリティ百貨店（特定のターゲットに対して“百貨”を提供する総合店）とカテゴリー特化型スペシャリティ百貨店（特定の商品群の“百貨”を提供する総合店）があります（六車流：流通理論）。

今、アメリカのスポーツ業界で、スペシャリティ百貨店が続々と開発されスポーツ業界のポストモダン消費の基軸となっています。

日本にスポーツ業界にカテゴリーキラー型のメガストア（スポーツオーソリティやスポーツデポ）とライフスタイル型のメガストア（スーパースポーツゼビオ）の中から、やっと「スポーツのスペシャリティ百貨店」が出現しました。それは、「スーパースポーツゼビオドームつくば学園東大通り店」です。正式には1999年に札幌月寒店（店舗面積 8,405 m²・初年度売上高 36 億円）に次ぐゼビオドームとしては2号店です。

<ゼビオドームつくば学園東大通り店の概要>

場 所	茨城県土浦市中村南6丁目 12-18
オ ー プ ン	2010年（平成22年）5月27日
業 態	スポーツのスペシャリティ百貨店
店 舗 面 積	9,500 m ² （ドーム本館のみ）
売 上 高	推定 30~40 億円
ア イ テ ム 数	30 万アイテム
駐 車 台 数	355 台
形 態	スポーツのショッピングモール（体験型スポーツモール）
特 徴	<ul style="list-style-type: none"> ①日本最大級の売場に国内最多のスポーツブランドや商品数を揃えている ②ランニングコースやバスケットコートを常設し、競技へのあこがれを喚起するスポーツミュージアムも設置している（体験型フィールド） ③スーパースポーツゼビオを中心にヴィクトリアゴルフやゴルフパートナーなどの業態を複合化し、ファミリー層をはじめ幅広い消費者が長期間潜在できるスポーツショッピングモール ④従来のスポーツの枠を超えたショップインショップの顔ぶれとして、ナイキジャパン、ナイキゴルフ、アズールバイマウジー、ジアシス（直営ドラッグストア 170 m²）を導入（ナイキアウトレットやアディダスアウトレットも導入されている） ⑤自然光を利用した環境配慮型の店舗設計や、飲食、有力ブランドのアウトレットを取り込み、スポーツを核にしたグループシナジーと相乗効果の拡大に挑む店

日本にも、スポーツのスペシャリティ百貨店（スポーツのライフスタイル提案の店舗面積 10,000 m²クラス）が登場しました。まだ、多くの課題を持っていますが期待したいものです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁴
代 表 六 車 秀 之