

視点(1408)

I Saw All America (その196) !!

ー サンフランシスコセンターの成功と課題 ー

サンフランシスコ市は、都市圏人口427万人（ロサンゼルス市は1,287万人）を有するアメリカで13番目の地方拠点都市です。サンフランシスコの中心市街地に、高業績の都市型RSC「サンフランシスコセンター」が立地しています。

アメリカでは、ほとんどの中心市街地が崩壊し、中心市街地で商業街区が充実していませんが、サンフランシスコでは中心市街地に郊外商業とは異なる都心街区が形成されています。サンフランシスコのような残りものには福がある商業街区は、ニューヨーク、シカゴ程度で、これに準ずる都市としてワシントン、ボストンがあります。事実、サンフランシスコの中心市街地はサンフランシスコセンターの都市型RSC（地下鉄のターミナルと一体化したSC）やユニオンスクエアには複数の百貨店、高級ブランド街、歓楽街…等が立地し、いわゆる中心市街地の商業が形成されています。

このサンフランシスコの中心市街地に「サンフランシスコセンター」が立地しています。

＜サンフランシスコセンターの概要＞

所在地	カリフォルニア州サンフランシスコ市
SC業態	都市型RSC（都市型パーティカルモールRSC）
開業日	1988年（リニューアル2006年）
総店舗面積	116,250㎡（ノードストローム館とブルーミングデールズ館の2館体制）
専門店数	180店舗
商圏人口	デンバー都市圏224万人（88万世帯）
核店舗	①ノードストローム（32,550㎡） ②ブルーミングデールズ（31,434㎡） ③ブリストルファームス ④シネコン 9スクリーン

サンフランシスコセンターの第1期（1988年）は、ノードストロームと専門店テナントで出発したが、第2期（2006年）に隣接の歴史的建物と一体化し、ブルーミングデールズを核店として導入し、同時にブリストルファームス（高級グルメSM）や専門店テナントを増強しました。

サンフランシスコセンターは、ノードストローム館（ノードストロームと専門店テナントで形成）とブルーミングデールズ館（ブルーミングデールズとブリストルファームスと専門店テナントとシネコンで形成）の2館体制で、地下は地下鉄、地上はバスやケーブルカーの駅と一体化しています。

ノードストローム館は、B1～3Fまでが専門店テナント、ノードストロームは、4～7F（4層）の空中店舗となっています。典型的なパーティカルモールであり、大吹き抜け（1～7F）とらせん状のエスカレーターの導線により、空中店舗のノードストロームによるシャワー効果が活用され、数少ないパーティカルモールの成功事例です。

ノードストロームとブルーミングデールズは、共に中上グレードの百貨店であり、グレード的にはバッティングの可能性があります。ノードストロームのキャリア（トラッドとエレガンス志向）のヴィジュアルプレゼンテーション志向の平場中心の売場に対し、ブルーミングデールズは、ヤング&アダルトの客層をハコ型売場（ポロラルフローレン、マックスマラ、セオリー等のブランドショップ）を積極的に導入し、ファッション性とトレンド性の高さで、ノードストロームと差別化して棲み分けています。ノードストロームはブルーミングデールズが導入されても、逆に集客力が高まり、売上が向上しているそうです（ヒアリングより）。

このサンフランシスコセンターにも1つ課題がありました。それは、新館（ブルーミングデールズ館）の4Fの歴史的建物を利用した大空間の活性化です。4Fのフロアは、ノードストローム（4～7F）とブルーミングデールズ（1～4F）のクロスポイントであり、大空間（居心地感の良いスペース）が集客核であると最初は言っていましたが、大空間を取り巻く物販専門店の成立性は低く、そのためテーマレストラン（中国のカリスマシェフのレストラン）を導入し、大空間とレストランの相乗効果を期待するリニューアルを行う予定です。レストランと歴史的建物は、「借景関係」となるため、このリニューアルは正しい判断です。しかも7Fにはシネコンが立地しています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之