

流通とSC・私の視点

2011年8月15日

視点(1437)

大阪ステーションシティの現状と評価(その2)!!

— オープン5ヶ月目の実績と評価 —
(流通とSC・私の視点1436より続く)

大阪ステーションシティ(大丸梅田店、JR大阪三越伊勢丹、ルクア)が2011年春にオープンし、現在(8月15日)、5ヶ月目を迎え、「**短期的業績**」が見えてきました。ここで短期的業績とはオープンから1~2年目までの売上高を言い、短期的業績と対比する言葉として「**長期的業績**」(オープン後3年目~5年目の、本来意図した戦略が軌道に乗った時の業績)があります。

大阪ステーションシティの計画概要は次の通りです。(公表数値より)

館名	売場面積	売上高(目標)	坪効率(目標)	摘要欄
大丸梅田店	64,000 m ²	670 億円	3,461 千円	都市型百貨店
三越伊勢丹	50,000 m ²	550 億円	3,636 千円	都市型百貨店
ルクア	20,000 m ²	250 億円	4,132 千円	スペシャリティセンター
合計	134,000 m ²	1,470 億円	3,626 千円	

大阪ステーションシティの過去4~6ヶ月間の実績から見た短期的業績(1年目ないしは2年目までの売上高)は、次の通りと想定されます。(公表数値を基に、判断した数値)

館名	売場面積	売上高(推定)	坪効率(推定)	達成率	評価
大丸梅田店	64,000 m ²	600 億円	3,099 千円	89.6%	やや厳しい
三越伊勢丹	50,000 m ²	350 億円	2,314 千円	63.6%	厳しい状況
ルクア	20,000 m ²	350 億円	5,785 千円	140.0%	大成功
合計	134,000 m ²	1,300 億円	3,207 千円	88.4%	ほぼ予定通り? (やや厳しい)

都市型RSCとしての大阪ステーションシティの業績は、ほぼ予定通りであり若干の課題(三越伊勢丹の売上高)があるにしろ、1,300億円の売上高は見事です。

特に、専門店街であるルクアの売上高は高い評価を与えることが出来ます。

この大丸梅田店の「やや厳しい」と、三越伊勢丹の「厳しい状況」と、ルクアの「大成功」の3つの短期業績は、**現状の流通業界の業態の勢いを表しています**(六車流：流通理論)。

すなわち、現状の流通業界においては、次の現象が起こっています。

- ①総合業態(百貨店やGMS)は、「何でもあるが買う物が無い」との評価を受け、スペシャリティ業態(スペシャリティ百貨店やスペシャリティセンター)に切り崩されています。
- ②百貨店は、「品質は良いが5割から2倍高く、価値(品質/価格)が低く、かつリスクMDing&自主企画MDingを行っていないためにMDingノウハウが希薄」であり競争優位性のあるMDingが出来ていません。
- ③スペシャリティセンターやスペシャリティ百貨店は、リスクMDingやトレンド性・ファッション性の高いMDing、精度が高く、奥行きが深いMDing、価値創造MDing…等を行い、総合業態から商品・サービス・情報を切り崩しています。同時に、ポストモダン消費やニューモダン消費への挑戦により新たなニーズの創造も行っています。

大阪ステーションシティを構成する各業態を「商品カテゴリー&マーケットのマトリックス表」にあてはめると次の通りです。

		商品カテゴリー	
		絞り込まない	絞り込む
マ ー ケ ッ ト	絞り込まない	総合百貨店 (大丸梅田店)	スペシャリティ百貨店② (カテゴリー特化百貨店) (東急ハンズ)
	絞り込む	スペシャリティ百貨店① (ライフスタイル百貨店) (三越伊勢丹)	スペシャリティセンター (専門店の集合体) (ルクア)

(流通とSC・私の視点1438へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之