

流通とSC・私の視点

2012年5月1日

視点(1573)

商業副都心立地のSCづくり(その7)!!

(SC理論編) — 準都市型SCの成功のメカニズムと阪急西宮ガーデンズの事例研究 —

(流通とSC・私の視点 1572 より続く)

3. 阪急西宮ガーデンズの成功のメカニズム

(1) 阪急西宮ガーデンズの概要

所在地	兵庫県西宮市高松町 14-1-2-3			
オープン	2008年11月26日			
事業主体	阪急電鉄(株)			
SCの規模	敷地面積	71,000 m ²		
	延床面積	247,000 m ² (地上4階建て、一部5階建て、立駐除く)		
	貸付面積	107,000 m ²		
	店舗数	268店		
	駐車数	3,000台		
	駐輪場	4,300台		
商圈規模	基本商圈は10km圏 169万人 (5km圏 75万人)			
売上目標	713億円 (1人当たり客単価3,789円) 年間坪効率2,203千円			
マーケットシェア	5.3% [713億円 / (169万人 ÷ 2.5人 × 200万円)]			
集客目標	年間来場者数 1,882万人			
業態別売上推計		売上高	売場面積	年間坪効率
	西宮阪急	23,000百万円(推)	25,000 m ²	3,041千円(推)
	イズミヤ	7,000百万円(推)	12,000 m ²	1,928千円(推)
	専門店	41,300百万円(推)	70,000 m ²	1,950千円(推)
	合計	71,300百万円(推)	107,000 m ²	2,203千円(推)
核店及び大型専門店	①阪急百貨店 (25,000 m ²) ②イズミヤ (12,000 m ²) ③ジョーシン (1,800 m ²) ④ロフト (1,690 m ²) ⑤ケユカ (1,920 m ²) ⑥ユニクロ (1,820 m ²) ⑦ブックファースト (1,550 m ²) ⑧フードコート (1,540 m ² → クリエイト・レストランズ)			

(2) 阪急西宮ガーデンズの強さのメカニズム

1) 阪急西宮ガーデンズはスーパーRSC

多核・モール型		営業面積	売上高	商圈人口	摘要欄
スーパーRSC		100,000 m ² (80,000~120,000 m ²)	600億円 (500~600~800億円)	100~200万人	複数の核+ モール専門店+ エンターテインメント性
RSC		60,000 m ² (50,000~70,000 m ²)	300億円 (250~300~350億円)	60~80万人	複数の核+ モール専門店+ エンターテインメント性
アップ スケール CSC	コンパクトRSC (ミニRSC)	35,000 m ² (30,000~40,000 m ²)	180億円 (150~180~200億円)	30~40万人	規模はコンパクトだが、 機能・魅力はRSC
	スーパー CSC	25,000 m ² (20,000~28,000 m ²)	150億円 (120~150~180億円)	25~40万人	CSC+メガストア
CSC (アップスケールNSC)		12,000 m ² (10,000~15,000 m ²)	100億円 (80~100~120億円)	15~20万人	GMS+専門店

阪急西宮ガーデンズは1.7倍以上、周辺のSCであるららぽーと甲子園、イオンモール伊丹昆陽、ココエ、イオンモール伊丹、つかしん…等を上回っており、文字通り規模の優位性を発揮しています。

(流通とSC・私の視点 1574 へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六車秀之