

視点(1764)

(SC理論編)

I Saw All America (その253) !!

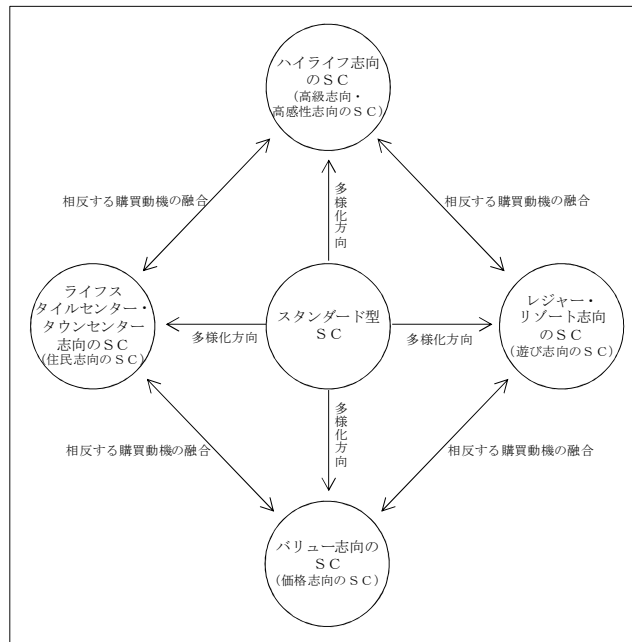
— アメリカンドリームとトリプルファイブ社 —

今、アメリカのニューヨーク郊外で「トリプルファイブ社」がレジャー志向SCである「メガモール」を開発中です(2014年に第1次オープン)。トリプルファイブ社は、過去にレジャー志向のSCであるメガモールとして「ウエストエドモントンモール」(カナダのエドモントン市)と「モールオブアメリカ」(ミネアポリス市)を開発し、現在それらは大繁盛したSCとなっています。

メガモールとは次の通りです。

- ①通常のRSCが10万~15万㎡の賃貸面積(レンタル面積)であるのに対して、メガモールは2倍以上の30万㎡の巨大RSC
- ②通常のRSCがシネコン、フードコート、アミューズメント等のエンターテインメント(生活者の身近な遊び)であるのに対し、メガモールはもっと本格的なレジャー施設を導入した超広域のレジャー・リゾート型SC
- ③それゆえに、通常のRSCが商圏人口60万~100万人の大商圏であるのに対して、メガモールは来街頻度は低いが超広域の300万~400万人の超大商圏、さらに、年間性の頻度の客を含めると300~500kmの商圏範囲のSC

トリプルファイブ社が既に開発して成功しているウエストエドモントンモールやモールオブアメリカは、まさにメガモールであり、今後5~10年間にトリプルファイブ社は10ヶ所程度のメガモールを計画しています。このメガモールが登場した背景には、アメリカにおけるSCの多様化現象があります。アメリカでは従来のRSCは「必要だが当たり前化」して、十分な満足を生活者に与えていません。SCは一般的に、スタンダード型SCから消費の成熟化及びSCの成熟化により多様化します。多様化の方向性は次の通りです。



上記のうち「レジャー・リゾート志向のSC」(遊び志向のSC)がメガモールであり、「買物の場」と「レジャー・リゾートの場」がほぼ50%ずつの割合で構成されています。

ニューヨーク郊外で開発されている「アメリカンドリーム」は大型のRSCに「ウォーターパーク」「アミューズメントパーク」「スノーパーク」といったレジャー・リゾート施設を加えた賃貸面積31万㎡(駐車台数32,000台、投資は1,500億円)で計画されています。商圏人口は2,000万人で、地下鉄駅ならびにハイウェイ3本と隣接しています。メガモールは、周辺居住者のみならず、レジャー客や観光客も対象になります。メガモールは、エンターテインメントからレジャー・リゾート志向への道の超大型SCです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之