

流通とSC・私の視点

2016年8月23日

視点(2035)

中央駅理論と駅型RSC!!

(流通理論編)

商業地は次の10のレベルに分類されます。

レベル		商圏人口	都心の成立	都心の二眼レフ化	百貨店の成立	郊外との差異化
T1	超広域圏	超広域型商業地(I型)	1,000万人	成立する	成立する	できる
T2		超広域型商業地(II型)	400万人			
T3	広域圏	広域型商業地(I型)	200万人			
T4		広域型商業地(II型)	100万人			
T5	地域圏	地域型商業地(I型)	40万人	成立しない	成立しない	できない
T6		地域型商業地(II型)	20万人			
T7	地区圏	地区型商業地(I型)	10万人			
T8		地区型商業地(II型)	5万人			
T9	近隣圏	近隣型商業地(I型)	1.5万人			
T10		近隣型商業地(II型)	3,000人			

ここでの中央駅理論の対象となる商業地は「**広域型商業地(II型)**」(100万商圏を有する県庁所在地の中央駅)に立地する**駅型RSC**のことです。多くの駅型SCはスペシャリティセンター(小型SC、専門店志向のSC、ファッション&トレンド志向のSC)が主流です。しかし、鹿児島市や大分市に「アミュプラザ」(JR九州が展開する大型の駅型RSC)が開発され、好業績を挙げています。原則的には、駅型SCは駅の乗降客であるステーションマーケットの規模によって成立性ならびに成立規模が決まりますが、県都の中核となる中央駅は駅の乗降客とは別の潜在的集客力を持っています。それは県民誰もが県都の中央駅が県の中心的役割を持つ潜在的なパワースポットであると意識しているため、商業的には基本原則ではない**例外の原則**(特別の存在として成立する商業ノウハウ)で成り立っているのです。

それゆえに、県庁所在地の100万商圏を有する広域型商業地(II型)の商業構造は次の通りとなります。

都心商業			郊外商業	
都心(中心市街地)の百貨店と一体化したゾーン	トレンドSC	中央駅に立地する駅型RSC	郊外のRSC	郊外のRSC
都心は二眼レフ化すると一方は苦戦	2番型は苦戦	中央駅ではない駅型RSCは成立困難	2つのRSC(1番型・2番型のSC)は成立(3番型のSCは苦戦)	

- ①100万商圏の広域型商業地(II型)で都心商業は成立するが、郊外商業との異質性を確保しないと切り崩される(都心商業に対する郊外商業基軸の原則が適用される都心商業)
- ②郊外エリアにはRSCが2ヶ所原則的に成立し、3番型SCは例外の原則としては成立するが、原則として苦戦する。
- ③都心商業は1ヶ所のみ成立し、二眼レフ化した場合は一方の都心ゾーンは崩壊する。その基準として、100万商圏に唯一存在する百貨店が立地しているゾーンが勝ち残る。
- ④中央駅に立地する駅型RSCは都心立地のRSCであり、「都心立地の優位性」と「RSCの優位性」の2つの面を活用した商業である。そのため、「ワンランク上のRSC(上質志向のSC、トレンド志向のSC)」「規模としてはRSCの規模である30,000㎡以上」「商業と商業以外の複合型SC」「十分な駐車場」を有することが成立条件となる。

このように、100万商圏の広域型商業地(II型)に立地する駅型RSCは地域の中心としての存在(県都に位置する中央駅立地)であり、アメリカには存在しない日本型のRSCです。鹿児島県の県都・中央駅の「アミュプラザ鹿児島」(店舗面積38,000㎡+複合施設)や「アミュプラザおおいた」(店舗面積36,000㎡+複合施設)は中央駅理論を見事に適用した駅型RSCです。**全国的に中央駅理論に基づく駅型RSCの成立する立地が潜在的に数多く存在します。**

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之