

日本のSC  
見聞記  
第5回

大健闘する注目の大型ショッピングセンター

## 開業 5 年目の試練 地元密着「イーアスつくば」

2013 年 9 月 25 日

- 執筆:マーケット・プレイス・オフィス代表 立澤芳男(たつざわよしお)
- 流通系企業の出店リサーチ・店舗コンセプトの企画立案/都市・消費  
・世代に関するマーケティング情報収集と分析
- 現ハイライフ研究所主任研究員・クレディセゾンアドバイザースタッフ
- 元「アクロス」編集長(パルコ)/著書「百万人の時代」(高木書房)ほか

三井アウトレットパーク木更津/イオンレイクタウン(越谷市)/ニ子玉川 SC(世田谷区)/アースつくば(つくば市)

今年の夏、埼玉・茨城・千葉に竜巻旋風が起り地域住民の生活不安は計り知れないものがあったが、春には、すでに自然現象でなく社会現象においてであるが大旋風が巻き起こっている。その現場は、関東平野のど真ん中を走る「TX(つくばエクスプレス)線(秋葉原駅~つくば駅)」の中核都市的な存在である「つくば研究学園都市」エリアである。大旋風の発生元は、かつてない巨大な面積と建物を有する「インモールつくば」(3月オープン)である。ご存知ない方もあろうが、茨城県は電車交通網が未発達だが車の世帯当たり保有台数はトップ10にはいるなど(車移動社会)であり、車での通勤、ショッピングは日常である。より大きな駐車場と大きな売場にむかって消費行動を起こす傾向が強い。

もともとエクスプレス沿線やその周辺市町村で商店街自体が少なく、家族総動員の買物には不便していただけに、5、6年前に開業した「流山おおたかの森 S・C」、「ららぽーと柏の葉」、「iias つくば」は、それなりの顧客のすみわけができていた。その地に巨大な「イオンモールつくば」が登場したのだから地域住民は、車に乗ってモールへ殺到し、既存のSC群は右往左往し頭を悩ませている。つくばにとっての春の大旋風は今でも止まらない。

今回注目するショッピングセンターを「イーアスつくば」つくばにしたわけは、首都圏にあるショッピングセンターの中で最も土地柄に根ざしたショッピングセンターだったことだ。例えば、東京へは遠すぎる(つくば→秋葉原片道1100円)、居住地近辺には小さな商店街しかない、家族(三世代)みんなで楽しめる場が欲しい、都会生活ではなく地元よりちょっぴり上の生活を楽しむ商品が欲しい、買物だけでなく郵便局や銀行などサービスがそろそろなど茨城県という地域住民のニーズを真摯に受け止めとめた企画・運営がなされている。立地と商圏人口、競争状況からみて年商300億円という売上高は見上げたものだと思う。しかし、その(イーアスつくば)が、大きな竜巻に飲み込まれる事態に落ちている。

今回は、「イーアスつくば」の現状と課題についてレポートした。

### 目次

1. イーアスつくばの概要 ..... p.3  
つくばエクスプレス(TX)沿線最大の大型複合商業施設
2. 「iias(イーアス)つくば」の特徴・ポイント ..... p.4  
フルターゲット対象のゆったり楽しい売場・施設
3. イーアスつくばの課題と今後 ..... p.9  
つくばTX線・学園都市構想と相乗り。つくば市商業に楔を打ち込んだが……

## つくばエクスプレス沿線最大規模 イーアスつくば (ias TSUKUBA)

2008 年(平成 20 年)10 月 31 日、首都圏新都市鉄道つくばエクスプレス「研究学園駅」から徒歩 5 分のところに、沿線では最大の大型複合商業施設『イーアスつくば』(敷地面積は 43,978 坪)が開業した。

つくばエクスプレス線開通(2005 年)後、沿線各駅前にマンション建設が続き、一日平均乗客数は 4 年後には目標の 27 万人を上回った。人口が増え、その人口増に合わせたように沿線には大型のショッピングセンターが開業した。しかし、リーマンショックの影響もあり、首都圏の新ニュータウン構想【筑波学園都市構想】計画は遅れに遅れ、先行して開業した多くのショッピングセンターの売上は芳しいものではない。その中で、一人、売上を伸ばしてきたのが『イーアスつくば』である。

年商 300 億円以上という好成績を上げ続けた『イーアスつくば』の特徴は、一つは、他の多くの SC が大手小売業(百貨店・GMS)や大手不動産主導の開発であったのに対し住宅会社(大和ハウス工業)の企画・建設・運営であり、環境にこだわり施設づくりなども个性的であること。もう一つは、他の SC の営業面積が 5 万㎡以下であるのに対し、約 7 万㎡という営業面積を有し、220 のテナン、約 5 千台という駐車場と、何から何まで沿線最大規模の SC となっていることである。三つ目は、鉄道沿線住民を中心の顧客をターゲットとするのではなく、1 世帯あたりの乗用車の保有台数が 1.625 台という茨城県の地域特徴を最大限に生かした広域商圈を設定して企画運営されていることだ。実際に駐車状況を見ると、土浦、水戸ナンバーの車が多く確認できる。『イーアスつくば』によると、商圈は近隣の市町村である常総市・土浦市・牛久市・つくばみらい市・下妻市・かすみがうら市・取手市・石岡市・坂東市と広域な商圈(人口約百万人)を有しているという。他の SC には見られない『気取らずにゆったりとして家族全員が楽しめる』施設になっている。

『イーアスつくば』の年間売上高は、現在(2012 年度)は 313 億円となっている。ちなみに、この数字は、茨城県下では現在ナンバーワンである。しかし、最大規模の SC が売り物でもあった『イーアスつくば』は、開業 5 年を前にして、さらに巨大なショッピングモールがつくば市に開業したため、苦戦を強いられることになった。

広域顧客を吸引し続けてきた『イーアスつくば』の現状と課題を見るが、『イーアスつくば』の今後の成り行きは、日本の各地にある大型ショッピングセンター・モールの在り方を示唆するものとして注目したい。



茨城県つくばエクスプレス沿線の主な SC	開業年	12 年度売上高 : 百万円	前年比 %	営業面積 : ㎡	テナント数	駐車台数
イーアスつくば	2008	31,320	3.9	69,283	221	3,700
ららぽーと新三郷	2009	29,100	2.5	59,000	180	3,300
流山おおたかの森 SC(高島屋除く)	2007	21,284	4.8	41,200	133	1,900
あみプレミアムアウトレット	2009	20,000	12.2	31,000	151	3,000
ららぽーと柏の葉	2006	17,300	-1.1	42,000	190	2,400
つくばクレオスクエア(西武・イオン除く)	2005	8,600	-4.4	16,170	110	約,000

## 1. イーアスつくばの概要

### つくばエクスプレス(TX)沿線最大の大型複合商業施設

「イーアスつくば」は、大和ハウス工業株式会社が運営する郊外型の複合型ショッピングセンターで、首都圏新都市鉄道つくばエクスプレス線「研究学園駅」北側に立地。

コンセプトは「家族想いのショッピングセンター」、キャッチコピーは『すべてのあなたに、いい明日を』。

イーアスつくば(iias TSUKUBA)	
	
店舗概要	
所在地	茨城県つくば市研究学園五丁目 C50 街区 1
開業日	2008年(平成20年)10月31日
商業施設面積	SC 面積: 84,765.88 (25,641 坪) m <sup>2</sup>
店舗数	221 店舗
駐車台数	3,700 台
最寄駅	研究学園駅
最寄 IC	つくば中央 IC



#### 交通アクセス]

**鉄道** ; 首都圏新都市鉄道つくばエクスプレス研究学園駅下車、徒歩 4 分。

**バス** ; つくばセンター(首都圏新都市鉄道つくばエクスプレスつくば駅前)バスターミナル 4 番のりば

**自動車** ; 首都圏中央連絡自動車道つくば中央 IC より、サイエンス大通りを研究学園方面に 3km。

; 常磐自動車道谷田部 IC より研究学園方面 7km、桜土浦 IC より研究学園方面 11km。

● 駐車場台数 約 4,700 台※従業員用を含む

● 駐輪場台数 約 1,150 台

## ◆「ias(イーアス)つくば」のネーミングコンセプト

### 「良い明日」(イーアス)に向けて

「ias(イーアス)つくば」のシンボルマークは、「知的に、美しく、あなたらしい毎日を。」をイメージして構成。昨日よりも、より良い今日を送るための「知性＝intelligence」、自分らしく、豊かな毎日を楽しむための「独自性＝identity」、心から、気持ちよく暮らしていくための「快適性＝amenity」。これらの3つのネーミングコンセプトが、豊かに「共存＝symbiosis」し合うこ

とで、地域社会  
ならびに、当施  
設を訪れる人の  
「良い明日」を築  
く。

i	intelligence(知性)
i	identity(独自の)
a	amenity(快適性)
s	symbiosis(共存)



## ◆「ias(イーアス)つくば」開業までのプロセス

### つくば研究学園都市に「つくばスタイル」を提案する商業施設づくり

・2005年8月、茨城県の「つくば市葛城地区一体型特定土地 区画整理事業」土地分譲コンペの審査において大和ハウス工業が最優秀提案者に選ばれ、当施設を開発することになった。

・建設地は、2006年に開通した首都圏新都市鉄道株式会社につくばエクスプレス「研究学園駅」から徒歩4分、都心まで約50分と交通至便なエリア

・豊かな自然、都市的快適さ、知的な環境をともに享受しながら、自分の希望に合わせて住み・働き・学び・遊ぶ「つくばスタイル」の実現を目指して街づくりを進めている茨城県側の意向と、大和ハウス工業の独自性を打ち出した提案内容が合致したことによるもの。



・2005年10月に茨城県所有の土地 145,385 m<sup>2</sup>(約44,000坪)を購入し、2007年11月より工事に着手

・当施設周辺地域は、つくばエクスプレスの開通により、人口・世帯数ともに伸び率が高い。また、茨城県は、1世帯あたりの乗用車の保有台数が1.625台(注)と多いため、近隣の市町村広域から集客をはかる

(注)：財団法人自動車検査登録情報協会「平成20年3月末現在の都道府県別の自家用車の普及状況」。

・当施設は、茨城県県南地域に密着した大型商業施設で、加えてさまざまな環境配慮設備、取り組みを導入しており、環境に配慮したショッピングセンターとした。

## 2. 「ias(イーアス)つくば」の特徴・ポイント フルターゲット対象のゆったり楽しい売場・施設

### ▼イーアスつくばの三大特徴

1. 単なる物販店舗の集合体としての大型商業施設ではなく、一つの街としての機能を兼ね備え、親子三世代で楽しめる
2. インモールとアウトモールを併設する「ハイブリッドモール」
3. 環境に配慮したショッピングセンター



### 1. 親子三世代で楽しめるショッピングセンター

スーパーマーケットやドラッグストアなどデイリー性と、シネマコンプレックスやサイバーダイナスタジオなどエンターテインメント性を兼ね備え、平日は近隣から、週末は広域から集客できる施設となっており、子どもから老人まで毎日楽しめる施設。

また、医療機関、銀行、カルチャー教室、結婚式場などを誘致し、単なる物販店舗の集合体としての大型商業施設ではなく、一つの街としての機能を兼ね備えている。

開発コンセプトは「家族想いのショッピングセンター」。家族の絆と時間を大切にするために、その「想い」「ニーズ」に応えた、親子3世代で楽しめるショッピングセンターである。

### 2. インモールとアウトモールを併設する「ハイブリッドモール」

#### インモール

インモール内の核テナントは10店舗で構成され、地域の日常のニーズに応えることができるスーパーマーケットやエンターテインメント施設を設けている。

モール専門店内には、茨城県初の店舗が約80店舗、ショッピングセンター初出店の店舗が約30店舗、新業態の店舗も約10店舗と魅力的な施設がそろっており、広域の顧客の多様なニーズに応えることができる。インモール内では、13店舗のレストランと気軽に食事ができるフードコートには13店舗が出店している。

さらに、当施設屋上の眺望の良い場所には、つくば市民のためのギャラリーとなる「ias(イーアス)テラス」を設けている。そこからは日本百名山に数えられる筑波山を眺めることができる。



あわせて、茨城の AM 局「茨城放送」やコミュニティーFM 局「Radio Tsukuba(ラヂオつくば)」の特設スタジオでは、「iias(イーアス)つくば」の最新情報や地元情報も発信してる。

### アウトモール

アウトモールには水と緑をふんだんに取り入れ、日常生活の中でもくつろぎを感じられるような空間を演出している。また、地元のテナントも誘致し、地域密着型の施設が多い。

出店するテナントは、医療機関、銀行、ペットショップのほか、地元のテナントとして、農業協同組合(JA)が経営する産地直送店舗や、ガーデンウエディングの「麗風つくばシーズンズテラス」などがある。また、アウトモール内の食事処として、首都圏の名店 5 店舗からなる飲食ゾーン「Vimi Collection(ビミ コレクション)」を設けている。

### 3. 環境に配慮したショッピングセンター

「iias(イーアス)つくば」は、地球環境に配慮して、太陽光発電システムやエコハイブリッド・ウェルカムタワー(太陽光発電システムと風力発電システムを兼ね備えたハイブリッド型発電システム)を設置し、電力の一部に充当している。また、深夜電力を利用した「氷蓄熱システム」を採用。当ショッピングセンター内の空調に利用することで熱源負荷の低減を実現している。

また、屋外では、屋上緑化、壁面緑化などをふんだんに取り入れ、水や緑をアウトモール内に配することで、散歩をしたくなるような憩いの場を提供している。



### ▼研究学園都市「つくば市」らしさに兆戦

#### サイバニクス技術を体感できる

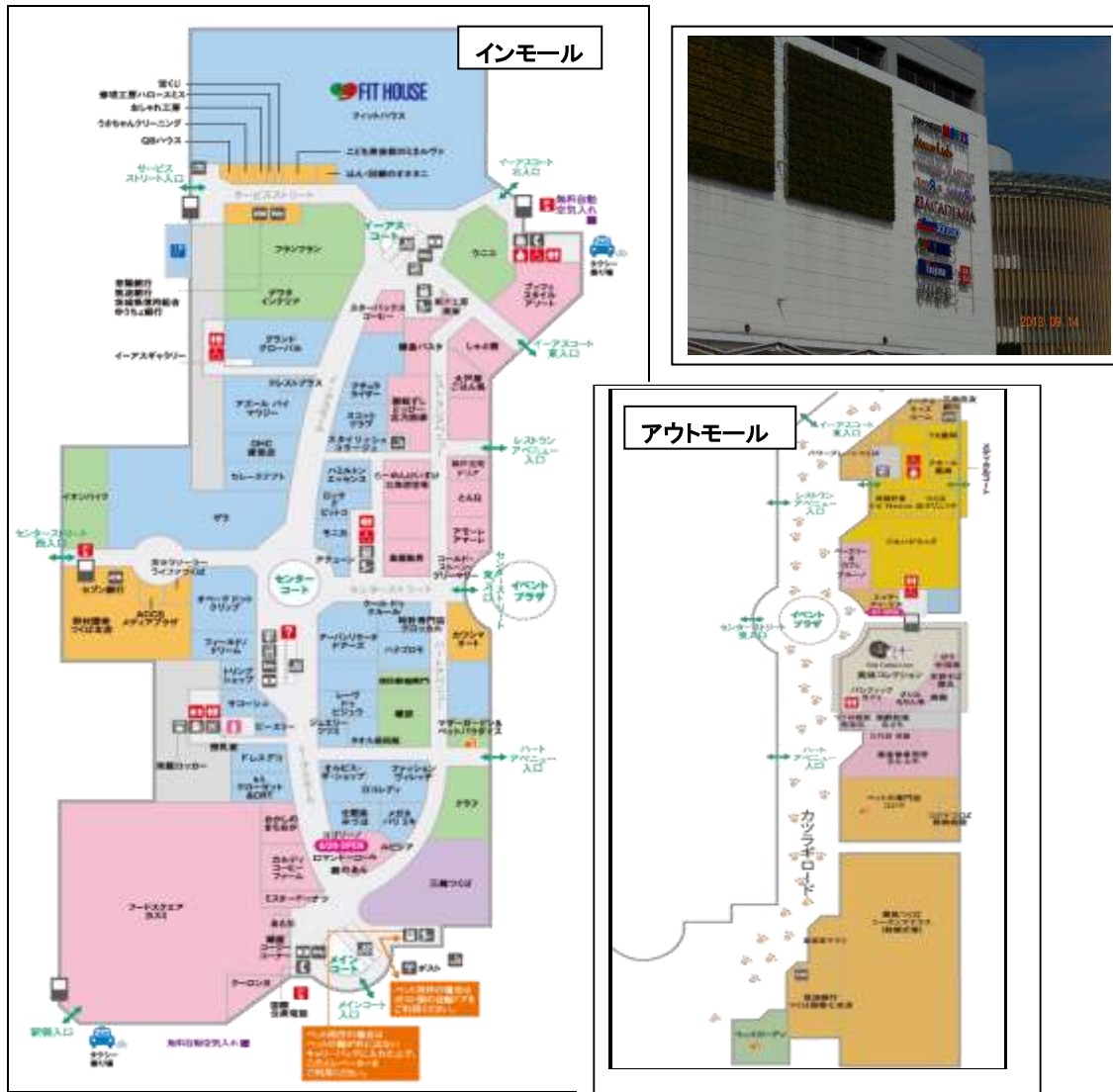
#### “CYBERDYNE STUDIO(サイバーダインスタジオ)”

介護・福祉用自立支援ロボットスーツ「HAL」の研究・開発を手がけている地元 筑波大学発のベンチャー企業 CYBERDYNE 株式会社(本社:茨城県つくば市、CEO:山海嘉之、以下:サイバーダイン株式会社)の技術と英知を結集した「CYBERDYNE STUDIO(サイバーダインスタジオ)」がオープン。

当施設では、サイバーダイン社が開発する各種テクノロジーを実際に体験することができ、次代を担う子どもたちに向けて、日本の先端技術である「ロボット技術」や「サイバニクス技術」を理解してもらう。「サイバニクスクロニクル」のコーナーでは、「サイバニクス技術」の進化発展やロボットの歴史的発展、さらに未来技術、次世代住環境等をご紹介します。また、当施設において、「サイバニクス技術」を広く社会に公開。

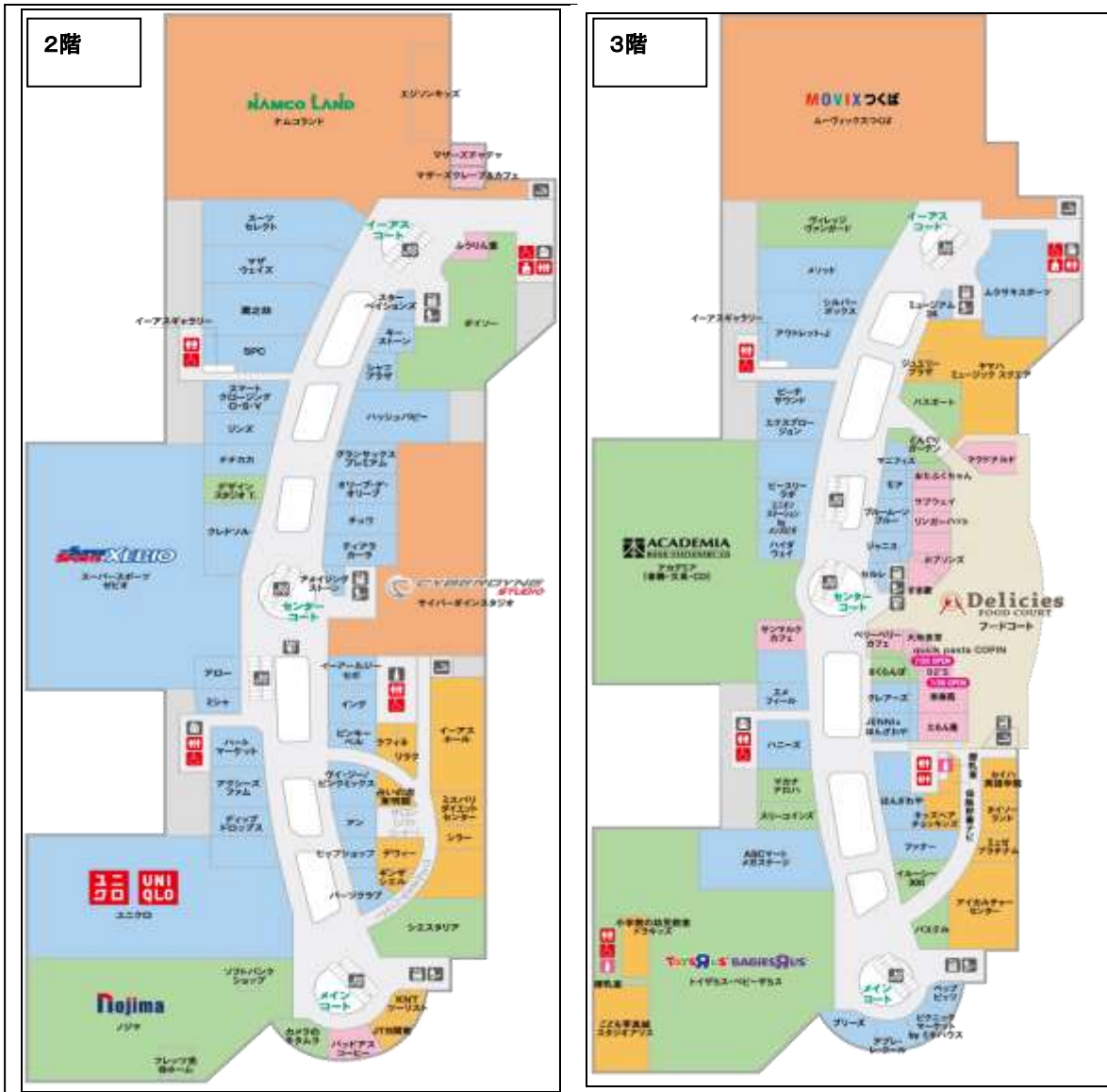
## イーラスつくば(1階~3階)の平面レイアウト&主要テナント

### ▼1階「インモール」(屋内)と「アウトモール」(屋外)



1階 インモール	<p>Food SQUARE KASUMI つくばスタイル店(食品スーパー)、三越(小型売店)、Francfranc、FIT HOUSE、ZARA、カルディコーヒーファーム、おかしのみちおか、Triumph、field dream、OPAQUE.CLIP(オペークドットクリップ)、イオンバイク、DHC 直営店、AZUL by moussy、UNITED COLORS OF BENETTON.、JEWELRY TSUTSUMI、ORBIS THE SHOP、Paris Miki、Dewata interior (アジア家具・雑貨 デワタインテリア)</p> <p>レストランアベニュー(14店舗)、野村證券 つくば支店、</p>
1階 アウトモール	<p>ツルハドラッグ、JA 土浦 ファーマーズマーケットさんふれ、ペットの専門店 コジマ</p> <p>メディカルコート - 内科・眼科・歯科・調剤薬局</p> <p>美味コレクション(6店舗)、筑波銀行 つくば副都心支店、麗風つくば シーズンズテラス(結婚式場)</p>

▼2階・3階平面レイアウト&主要テナント



<p><b>2階</b></p>	<p>サイバーダイナスタジオ、DAISO、ノジマ、UNIQLO、THE SUPER SPORTS XEBIO、カメラのキタムラ、Dip Drops、JINS、SPC、SUIT SELECT iias TSUKUBA、ふうりん堂(駄菓子)、STARVATIONS、KEY STONE(ヴァンチャケットなどの専門店)、シエスタリア(西川産業直営店)</p>
	<p>NAMCO LAND、</p>
<p><b>3階</b></p>	<p>ACADEMIA(くまざわ書店)、トイザラス・ベビーザラス、こども写真城、スタジオアリス、ABC-MAR、メガステージ、Honeys、眼鏡専科、HIDEAWAYS NICOLE(ハイダウェイ ニコル)、OUTLET-J、ヴィレッジヴァンガード、ムラサキスポーツ、YAMAHA MUSIC SQUARE、どんぐりガーデン FANNER / ILLusie300、PICNiC MARKET by mikihouse</p>
	<p>『フードコート(13店舗)』、『MOVIX つくば』(映画館)、</p>



### 3. イーアスつくばの課題と今後

## TX(つくばエクスプレス)線と学園都市構想に相乗り。つくば市商業に楔を打ち込んだが・・

「イーアスつくば」の開業5周年(10月)を前にして、今年の3月に、車で10分くらいのところにイーアスつくばの規模を大きく上回る『イオンモールつくば』がオープンした。そのオープン以降、「イーアスつくば」も「つくばクレオスクエア」もだが、つくば市と周辺エリアにある殆どどのショッピングセンターの売上高が激減したという情報が飛び交っている。日本最大の小売企業でありショッピングセンターを最も多く運営しているイオングループが総力を挙げての登場であっただけに、各SCの売上高は2、3割減となるのは確実だろう。

実際に各SCを見回してみると容易ではないことがわかる。何れのSCでもテナントの閉店セールや改装が実施されていた。09年に開業した「イーアスつくば」が好成績をあげ、つくば市商業に風穴を開けたわけだが、それ以上の衝撃が現在のつくば市に起こっている。つくば市商業に再び大変動が起こっている。

高評価を受けていたショッピングセンター「イーアスつくば」が最も大きな打撃を受けているようだが、その「イーアスつくば」の将来はどうなるのか。それを考えるためにも、つくば市及び沿線地区の商業が何故このような状況に至ったのか、ここ約10年間の茨城県とつくば市の小売商業について振り返り、その要因を探ってみる。

#### 1. 国際科学技術博覧会「つくばエキスポ」開催でスタートした「つくば研究学園都市」

この10年間の茨城県とつくば市の小売商業環境の変化について整理しておく。

茨城県は、約25年前のつくばエキスポ開催後から『筑波研究学園都市』の建設が始まっているが、商業視点から見ると「つくばエクスプレス線」が開通した平成17年前後を注目しておく必要がある。茨城県やつくば市の小売販売額に大きな変化が出ているからだ。

平成14年から平成19年の5年間で小売販売額の増減率推移を見ると、茨城県全体が7.5%増えたのに対し、つくば市が18%増と倍近く伸びた。その理由は、つくば市で開催されたつくばエキスポ(1985年/昭和60年)以降に、筑波学園都市構想のもと、つくば市に多くの研究所が建設され、住宅居住地が開発され人口が着実に増加したからだ。つくばエキスポに合わせ、つくば学園都市中心部に複合大型のショッピングセンター(西武百貨店とジャスコ(現イオン)とがジョイント)が開業(1985年(昭和60年))し、茨城県南部を含む広域から顧客を吸引した。平成19年には、つくば市は、商業においても水戸市に次ぐ茨城県第二の都市として発展していった。

しかし、つくば市の唯一の大型ショッピングセンターは、大幅な改装増床及び専門店を強化して『クレオスクエア』(新開業:2005年(平成17年))

	平成14年	平成19年	伸率(%)
茨城県県計	9,312	10,007	7.5
水戸市	1,479	1,614	9.1
ひたちなか市	579	668	15.5
<b>つくば市</b>	<b>731</b>	<b>867</b>	<b>18.6</b>
日立市	555	592	6.6
土浦市	652	551	-15.5

商業統計:経済産業省

市町村名	平成15年	平成25年	伸び率(%)
水戸市	247,051	271,612	9.9
<b>つくば市</b>	<b>184,876</b>	<b>216,064</b>	<b>16.9</b>
つくばみらい市	41,315	47,196	14.2
牛久市	75,417	83,460	10.7
土浦市	134,240	145,843	8.6

茨城県:住民基本台帳

と名前を変更してみたが、業績は伸び悩んだ。原因は、以前から流通業界では指摘されていたことだが、茨城県が全体として面積が広域であること、鉄道交通網が未発達であること、加えて東京中心部から約50キロ圏外ということにある。つくば研究学園は、期待したほど人口が増えず、小売販売額も伸び悩んだ。地方にできた新しい業務中核都市的な存在となり、大型小売企業の進出もなく無風状態が続いた。

再びつくば市が注目されるには、つくばエクスプレス線の開通(2005年(平成17年))まで時を必要としたのである。

## 2. TX(つくばエクスプレス)線開通で、つくば市周辺が大きく様変わり。ショッピングセンターが林立

つくば市に商業的変動が起こったのは、2005年(平成17年)につくばエクスプレス線が乗り入れてからだ。

茨城県は、東京の郊外居住地である千葉・埼玉・神奈川各県と比較すると、長い間郊外型大型ショッピングセンターの出店無風地帯であったが、05年のつくばエクスプレス線の開業後、

つくば周辺の大型SC	開業年	12年年商 (除く核店舗)	前年比	営業面積	テナント
つくばクレオスクエア	2005	8,600	-4.4	16,170	-
流山おおたかの森SC(	2007	21,284	4.8	41,200	133
ららぽーと柏の葉	2006	17,300	-1.1	42,000	190
イーアスつくば	2008	31,320	3.9	69,283	221
ららぽーと新三郷	2009	29,100	2.5	59,000	180
あみプレミアムアウトレット	2009	20,000	12.2	31,000	151

08・09年にかけて、大型ショッピングセンターの出店ラッシュを見たのである。

つくばエクスプレス線開業で、秋葉原とつくばが鉄道で結ばれ、エクスプレス沿線の人口は再び増え始めている。それに伴い、つくばエクスプレス線「柏の葉キャンパス駅」前には『ららぽーと柏の葉』(開発;三井不動産)、同「流山おおたかの森駅」前には『流山おおたかの森SC』(同;東神開発)、同「研究学園駅」には『イーアスつくば』(同;大和ハウス工業)とが、ほぼ期を同じくして大型のショッピングセンターが開業している。

つくば沿線エリアで顧客の大争奪戦が始まったのである。

## 3. 気取らず、何でもありの地元志向の強いショッピングセンター「イーアスつくば」が高評価を受けた

同時期にオープンした三つのSCを見ると、開業5年間の売上高競争で、勝利を収めたのは、エリア最大の売り場とテナント数と駐車台数を設けた「イーアスつくば」だった。

つくば市にある「イーアスつくば」の年間売上高は約300億円(2012年度)であるが、つくば市の平成19年の小売販売額約800億円の35%近くの規模に当たる。年商300億円という売上高は、つくば市のみならず茨城県にとっても大きなインパクトを与えた。

「イーアスつくば」は、完全に車商圈(約100万人)を狙い、家族がみんなで楽しめるといったフルターゲットを対象に、茨木南部エリアの顧客を完全に味方にした。他のコンセプト至上主義と都会志向が強い大型SCとの差別化は『気楽に楽しむ町場の商店街』という一点に絞ったことが功を奏したのである。

また、つくば市では老舗的存在であった「つくばクレオスクエア」(つくばエクスプレスの最終駅である「つくば駅」周辺にある西武百貨店・イオン(旧ジャスコ)・専門店街)は、水戸市に次いで賑わいを見せ

ていたが、エクスプレス沿線のショッピングセンターやエクスプレス始発駅である秋葉原駅商業地に顧客が流出し、つくば駅前の中心商業地は弱体化しはじめている。

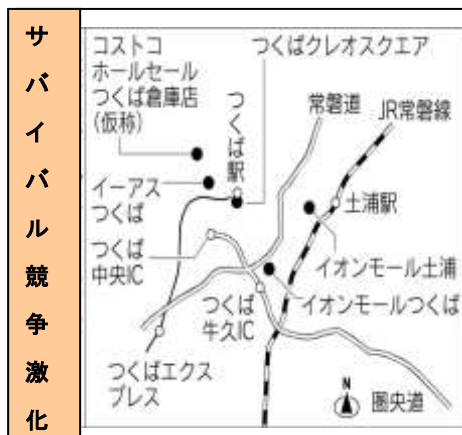
#### 4. 開業 5 年目の試練を迎えた「イーアスつくば」

しかし、例え好調を続けた大型ショッピングセンターであっても、5 年もたてば客層にも変化が生まれ、加えて激戦地ならではの競争相手との戦いが熾烈化する。

茨城県下で年商 300 億円という大きな数字をつくった「イーアスつくば」は賞賛に値するが、巨大な小売企業やディベロッパーがそのつくばエリアをほっておくわけがない。

イーアスつくばが開業 5 年を終えた今年 2013 年に、足元のつくば市に3月に「イオンモールつくば」、7 月に会員制ディスカウントストア「コストコホールセール」が相次ぎ開業した。その「イオンモールつくば」は、牛久インターチェンジ(IC)近くに開業。延べ床面積は約 10 万 5 千㎡で、営業面積は「イーアスつくば」を大きく上回る 6.4 万㎡であり、最大の規模となるショッピングセンターだ。

少子高齢化が進む北関東にあって、つくば市などつくばエクスプレス(TX)沿線は数少ない人口増加地域でもあり、消費意欲が比較的高いとされる若い子育て世代なども多く、小売・流通各社の関心は高い。流通各社の関心が高い。新旧小売企業によるつくばエクスプレス沿線地区での顧客争奪戦はサバイバルゲーム化した。



#### 5. 過剰な大型 SC 出店でサバイバル競争激化。100 万人商圏の争奪戦で消耗戦も

つくばエクスプレス沿線で最大の規模と少子高齢に合わせ、フルターゲットのテナント・サービス、カーショッピング対応ということで広域の地域住民に支持を受けていた「イーアスつくば」にとって、「イオンモールつくば」は、すべての点に勝っているといつてよい。

すでにイオン開業後は売上も 1 割以上減となっており、入居テナントの閉店セールや改装の店舗が各フロアーに散在しているのが現況である。

つくばエクスプレス沿線に開業した他のいくつかのショッピングセンターも生き残りをかけて、また、TX のつくば駅に直結する「つくばクレオスクエア」は再生をテーマに戦いがスタートしている。地域の商業変動は新しい商業施設によって引き起こされるという典型的な例だが、このつくば市の競争の中身は、あまりにも稚拙な感がぬぐえない。

イーアスつくばの最寄り駅である TX つくばエクスプレス研究学園駅の 1 日平均乗車人員は 2012

年度は 5,322 人となった。ここ数年毎年 500 人前後の増加が続いているが、この乗車人員増加ベクトルが、新しい街づくりにつながる動きなのか今後の「イーアスつくば」がどう受け止めるのかが課題だ。同じような立地条件にあり、約四半世紀を生き延び相変わらず消費者の指示を受ける「船橋ららぽーと TOKYO-BAY」(年商560億円)のように徹底して地元のカーショッピング客とヤングを狙うなど、個性的なショッピングセンターにすることも可能性としてはある。

大量輸送機関の電車に頼らずして「イーアスつくば」は好成績をあげている。商業立地として顧客動員という点ではマイナスには働くが、交通手段に頼るのではなく、テナントを含む店舗全体の中身の魅力で動員してゆかなくてはなら

▼乗車人員と年間売上高の関係				
つくばエクスプレス 駅名	乗車人員 1 日 平均(12 年度)	SC 名 (開業年)	2012 年度売上高(億円)	営業面積 (㎡)
研究学園 茨城県つくば市	5,322 人	イーアスつくば (08)	31,320	69,283
柏の葉キャンパス 千葉県柏市(	12,744 人	ららぽーと柏の葉 (06)	17,300	42,000
流山おおたかの森 千葉県流山市	30,448 人	流山おおたかの森 SC(07)	21,284	41,200

ない。「イーアスつくば」においては、「イオンモールつくば」開店前までは地元密着の地元の楽しいショッピングセンターとして評価されてきた。これからがさらに地元密着度(食品など地産ものなど)を強め、茨城県の豊富な自然資源(山と海)とともに生活を楽しむアウトドアライフの拠点性(商品供給/情報発信)の強化で、他の SC との差別化を強める必要がある。

どの都市よりも「車社会」化が進むつくば市及び茨城県だが、顧客争奪戦においては大型売場と大駐車場は必要不可欠であることは間違いない。しかし、今後のつくばエクスプレス沿線エリアは、都会志向の強い多くの転入者(茨城都民)と消費の楽しみ方をやっと覚えた旧茨城県民というように二つに分かれた生活スタイルが並存することになる。

2013年に大規模で強力な小売企業であるイオングループの「イオンモールつくば」が開業したが、先行したショッピングセンターが「誰(顧客ターゲット)」を見方につけるのか。間もなく勝負が明らかになるだろう。

日本各地にあるショッピングセンターの今後は、「イーアスつくば」が現在置かれたサバイバル状況と同じことが起こるのは目に見えている。今の「イーアスつくば」をケーススタディにして新しいショッピングセンターのあり方を学んでおくチャンスだ。

「イーアスつくば」は、どう変わるのか、業界関係者にとって定点観測には最も相応しいショッピングセンターでもある。

以上

25 年度データファイル第 5 回:了