

ダイヤモンドシティ・ミュー - 百貨店とGMSの同居 - (東京都武蔵村山市)

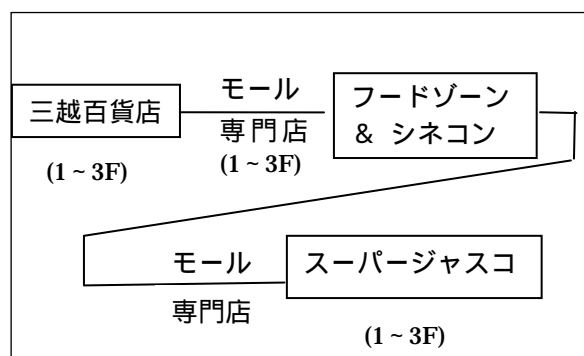
東京の郊外、立川市と武蔵村山市にまたがる旧日産自動車の工場跡地に、広大なショッピングセンターが生まれた。百貨店と総合スーパーマーケット（GMS）が核となった IDIS のショッピングセンターで、百貨店は郊外へ初進出の「三越百貨店」、GMS は「ジャスコ」である。



ダイヤモンドシティ・ミューの概要

位置 / JR 中央線「立川」駅約 6 km (路線バスあり)、西武拝島線「東大和市」駅約 6 km (同上)、新青梅街道「本町 1 丁目」交差点から 2 分。
 オープン / 2006 年 11 月 18 日
 規模 / 敷地約 137,000 m²、店舗(3 階建)84,000 m²、駐車場 4,000 台、駐輪場 2,000 台
 核店舗 / 「三越百貨店武蔵村山店」「ジャスコむさし村山店」
 専門店 / FLAXUS、GAP、ZARA など計 180 店
 その他 / シネマコンプレックス 12 スクリーン(ワーナーマイカルシネマ)
 施設運営 / ダイヤモンドシティ

□ 店舗配置



上図のように、両端に核店を置く 1 列配置でかなり長い。1 階から 3 階部分のモールはクローズド式で計 180 店が並んでいる。

モール内の通路は適当に広く、ベンチなどで休憩できるため、モールの長さをそんなに感ずることなく歩き廻ることができる。

□ 郊外路線依存型の百貨店の登場

ここには、わが国の小売商業を代表する「三越百貨店」と「ジャスコ」が同居している。「ダイヤモンド・ミュー」の開店日には、4,000人程の客が開店前から並んだという。それほど話題性があり、また地元の期待が大きいものであった。開店して4ヶ月余りが経ち、当初は運転していた買物バス(モノレール「玉川上水」駅からの無料バス)はこの2月末日で打ち切られた。だからこのSCは鉄道、バスなどの公共交通手段がほとんど無いといってもよい。自動車依存型で、アメリカのハイウェイ沿いに見られる大型SCとほぼ同じようになった。

一般に、百貨店の全体としてもそうであるが、老舗の三越百貨店の場合、客層は中高年が多い、年齢層が高く、したがって客の消費単価も高いというのが通説である。そして、顧客の中心となる中高年の女性客は、概して自動車の運転を好まないというのもよく知られている。これらの通説に抗して、自動車(マイカー)依存型の郊外の立地へ老舗百貨店が出店することは、かなりの検討と勇断を要したことであろう。

□ 百貨店と量販店の同居

現場を歩きながら、「ショッピングセンター」「モール」や「百貨店」、また、「総合スーパーマーケット」などの違いは何だろうかを考えざるを得ない。

元々、「百貨店」は1930年代の早い時期から都市部のワンストップショッピング施設として、「総合スーパーマーケット」は30年程前から同じく、ワンストップショッピング施設として登場した。百貨店とか総合スーパー自体がワンストップのショッピングセンターなのだ。だから、「百貨店」も「総合スーパー」も、ダイヤモンドシティというコンパクトな仮想買物都市(シティ)を構成する2つのショッピングセンターということになる。シネコンも都市の面白さを体感する要素である。これらが全体として、共通のシティのコンセプトをもちながら、競合また補完し来客数を増やし、各々の商店街(百貨店、GMS)が共存し繁栄していく仕掛けが必要だ。

端的に言って、量販店と百貨店を支持する顧客層は共に女性が中心であるとしても、来店手段も年齢層も売れ筋商品も、本来異なっているものだ。この差異はありながら、買い廻りの楽しさを味わうことができるのが、1D+1Sとか、1D+2Sなどと言われる複数の核を持つショッピングセンターの良さである。

この点について、ダイヤモンドシティ・ミューの答えを出すのは、もう少し時間が要るだろう。郊外のSCに入店した百貨店が結局のところ「人寄せパンダ」の役割で終わるのか、あるいは百貨店らしさを打ち出して勝負できるか、これからが正念場である。(0)