

足元をしっかりと見つめつつ、 変化をし続けて競争に生き残る！ ～地方の単館商業施設が歩んできた道～

荒井 利光

(八戸ショッピングセンター開発株式会社)
取締役営業本部長



弊社が籍を置く青森県八戸市は、青森県の南東部に位置し、全国有数の水産都市であると同時に、北東北随一の工業都市でもあります。山や海から取れる豊富で新鮮な食材は、「朝市」や「横丁文化」といった地域独自の特徴となっており、市民や観光客の皆様も楽しんでます。

●東北最大級のショッピングセンター誕生！

「八戸ショッピングセンターラピア」を運営する弊社は、この八戸市において1980年に地元企業26社が共同出資して設立したショッピングセンター運営を専業とする会社です。

当時は全国で大手小売業者によるショッピングセンターが建ち始める一方、各地で地元主導型ショッピングセンター設立の動きも始まっていました。

八戸市では中心市街地が活況を呈していましたが、地元経済界として大手資本が流入する前に先手を打つ対応でした。弊社においても、先進地視察や顧客ニーズの分析など、約10年の準備期間を経て満を持してオープンいたしました。

当施設は「快適な暮らしと遊びのための場所 (Living And Playing In Amenity)」という基本コンセプトの頭文字を取ってラピア (LAPIA) と命名。約150億円を投じて建設した建物は、地下1階、地上3階建て鉄骨鉄筋コンクリート造に大型立体駐車場とドーム型屋内遊園地を備え、大規模商業施設としては当時東北最大級と謳われ、県内外から注目されました。1990年11月のオープン当初1か月で100万人を超える来客があり、地域住民のみならず、宮城県からの来客もあるなど、多くの方の耳目を集めました。

●大手との競争と吹き寄せる逆風

八戸地域の郊外型ショッピングセンターとしては先駆けで、業績は好調に滑り出した弊社ではありますが、その後まもなく大きな荒波にさらされることになりました。

1995年には隣町のおいらせ町にイオンモール下田がオープンし、1998年には隣接地区にイトーヨーカドーを核テナントとする大規模なショッピングセンターがオープンし、懸念していた「大手資本との競争激化」が顕在化し、テナントの売上高は開店当初から大きく減少します。

これに加えて開店当初からの核テナントであり、ラピアの売り場面積の約60%を占めていた(株)長崎屋が、2000年2月に業績不振により会社更生法の適用を申請する事態となりました。長崎屋側から店舗面積の大幅縮小を打診されるとともに、高額な保証金の返還にも頭を悩まされました。

しかし、弊社はこの一件は総合スーパー業態 (GMS) の今後を占うものと予測し、逆にこのピンチを奇禍として後継テナント誘致を強化しました。当時勢いのあった100円ショップやド

ラッグストア、大手ファッションブランドのテナントを誘致することに成功しました。しかし、ファッションテナントについては、別の大規模ショッピングセンター開業に伴って退店。再び苦しい運営を強いられましたが、2010年に転機が訪れます。

(株)ドン・キホーテが長崎屋を買収しその傘下に収め、減少後に残った長崎屋部分の多くをドン・キホーテに業態転換させる契約を締結することに成功しました。

ドン・キホーテの出店は、若い客層が大幅に増加するという効果を生み、テナント構成もそれに合わせる形で若者をターゲットにした誘致を行いました。

●地方都市ならではの苦労

現在は、ドン・キホーテを核テナントとして約70の専門店で構成されています。当初はファッション業態の店舗が中心を占めておりましたが、ファストファッションの台頭とインターネット通販の普及によりファッション系テナントは苦境に立たされることになりました。一方で、飲食食品業態やフィットネスジムなどのサービス業態が出店するなど、テナント構成も変化が起こっています。

一言にテナント誘致といっても弊社は大手資本とは違い、運営施設が1つしかない「単館施設」と呼ばれています。特に大手テナント企業にアプローチをかける際には、門前払いは当たり前で、アクションすら起こしてもらえない場合も多くあります。だからと言って節操なくどんなテナントを入れてもよいという訳にもいきません。

弊社が考えるターゲット層に見合った業種についてリストアップし、その中からなんとか当社を認知してもらうべく粘り強くアプローチをする。この手法を現在まで繰り返しています。

地方都市の単館施設は「いかに認知してもらい現地調査に来てもらえるか」が鍵であり、誘致活動にはそこを重点的に意識して活動しています。

●ショッピングセンターは「変化する生き物」

ショッピングセンターは生き物であり、常に中身を入れ替えて行くことでお客様の期待に応え続ける必要があります。

この一連の核テナントの変化の動きは、結果的にはショッピングセンターの生命線であるリニューアルの機会となったわけで、この核テナントのリニューアルを通して、ラピアは時代の変化に合わせたショッピングセンターとして活性化に繋がったものと考えています。

また、これで全てが終わったわけではなく、今現在もお客様のニーズは日々様変わりしていきます。これらのニーズを的確に捉え、一歩先ではなく半歩先の提案を地域の皆様に提示し続けることが、地域の皆様に必要とされるラピアの価値だと考えています。

地域の皆様にとってのラピアは、ドン・キホーテなどの物販だけでなく、フードコートやバスターミナルとしても整備されています。また、選挙の期日前投票所としての機能や、確定申告書作成会場、津波避難ビルとしての役割など、多様な機能を有しています。

また、学校の発表会や作品展示などの地域密着イベントを充実させており、変化をしていきながらも地域の皆様に長きにわたりご愛顧頂けるような取り組みをし続けて参りたいと考えています。

最後に、ラピアは本年度で開業35年を迎えます。青森県八戸市に出張や旅行でお立ち寄りの際には、是非当館にお立ち寄りください。

心よりおもてなし致します。