

次世代の

デベロッパーに聞く

商業・街づくり

第1回～第80回

デベロッパーに聞く
次世代の
商業・街づくり
アーカイブ

商業施設新聞 アーカイブ

キーパーソンが語る
「商業」、「まち」、そして「にぎわい」

発行 産業タイムズ社

(株)トヨタオートモールクリエイト

代表取締役社長 駒月 純 氏

100%リピーターのSCへ 岐阜で医療・サービス系導入

プリウスやクラウンなどの自動車商品として並ぶショッピングセンター、いわゆるオートモール併設SCを展開しているのが、トヨタグループの一員でもある(株)トヨタオートモールクリエイト(名古屋市中村区名駅3-24-14、Tel.052-541-5360)だ。「100%リピーターのSCを目指す」と熱く語る、同社代表取締役社長の駒月純氏に話を聞いた。

— 貴社の沿革について。

駒月 当社は1999年9月に設立され、2000年11月にオートモール(自動車販売施設)を併設したSC「カラフルタウン岐阜」を開業。自動車のオールインワンショップを構築するため、トヨタやダイハツの販売店に加え、カー用品およびカーメンテナンスの「ジェームス」や、中古車販売の「カーロツ」をテナントとして導入した。

07年11月には、トヨタメトロジッ

ク(株)の新車点検場、ならびにトヨタテクノクラフト(株)の工場の跡地を利用して、オートモール併設SC「トレッサ横浜」の北棟を先行開業し、08年3月にグランドオープンしている。そのほか、オートモール単独店として、アリオ八尾内に「大阪オートモール」を、イオンレイクタウンMORI内に「埼玉オートモール」を展開するなど、4つの施設を運営している。

— SC内で自動車を販売する。

駒月 確かに稀有な施設と言えるが、専門店との相性は良い。例えば、トレッサ横浜の場合、自動車に加えて、ファッション、アミューズメント、文化などをテナントとして導入しているが、顧客の反応は良好で、同SCは4年連続で来場者数を伸ばしている。

私は、自動車は物販の要素だけでなく、サービスの要素もあると考える。実

際、販売後は点検設備で収入を得ており、6~7年は顧客とメンテナンスのお付き合いを続ける、リピーター商売が中心となる。トヨタは国内に5000店の新車販売店を持ち、5割近いシェアを有するが、いまだに最終消費者との接点に課題

を残している。当社のSCは、最終消費者との接点を感じられる場として、またトヨタの“販売実験場”として、トヨタグループ内でも注目を集めている。

— では、SCの近況を。

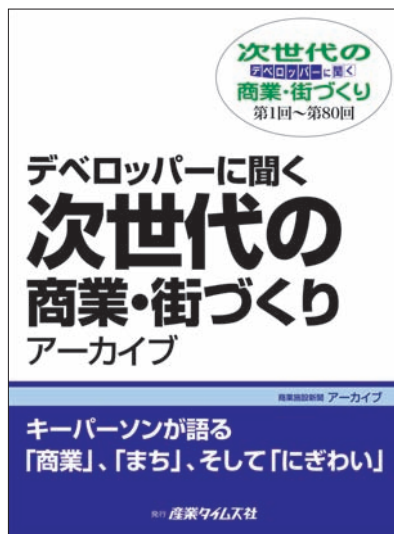
駒月 カラフルタウン岐阜は賃貸面積9万3000㎡で、「イトーヨーカドー」や「TOHOシネマズ」などを核テナントとし、約70店が入居。11年に改装を実施しており、70店のうち、30店を新規に導入した。その結果、改装後の1年間(11年11月~12年10月)で売上高は前年比130%、来場者数は同110%を記録。現在は売上高が190億円(12年実績、オートモールを含む)、来場者数は780万人(同)の規模を誇る。13年内には、医療系やサービス系のテナントを新規に導入する予定だ。

— トレッサ横浜は。

駒月 同SCは賃貸面積6万㎡で、「サンワ」や「ノジマ」を核テナントとする。毎年、リニューアルを実施しており、店舗数は220店を数える。13年は5周年で、50店の新店・改装を実施する予定だ。近くに「ららぽーと横浜」や「ラゾーナ川崎」と強力な施設があり、競争は激しいが、幸いなことに開業以来、毎年売り上げ・来場は伸長しており、11年度は売上高が340億円を記録し、来場者数は1327万人を達成した。



賃貸面積6万㎡の「トレッサ横浜」



書名 デベロッパーに聞く 次世代の商業・街づくり アーカイブ 第1回～第80回
体裁・頁数 .. A4 変形判 オフセット刷り 130 頁
定 価 5,000 円 + 税