

IEWS

長期安定型の施設運営を志向し、 着実にPM事業を拡大

プライムプレイス

2008年11月、東京建物が群馬県伊勢崎市で開発を進めていた商業施設「SMARK(スマーク)」がオープンした。本プロジェクトは東京建物グループ初の郊外型SCとなるが、その開発の背景には商業施設に特化したPMを展開するプライムプレイスの戦略が存在する。特に郊外型SCにおいて安定的に集客を実現するためには、テナントや消費者等の動向を的確に捉えながら業態開発や需要の発掘を行わなければならないとされる。そこで本稿では、「長期安定型」の商業施設運営に注力するプライムプレイスの取り組みを紹介する。

“地域密着”を追求した 大型商業施設として順調に集客

SMARKは、地上3階建て(一部5階:延床面積約11万㎡)で「ゴキゲンなくらし」(発見がある。満足がある。オトク感がある)をMDコンセプトに、北関東を中心に展開するスーパーマーケット「ベルク」や群馬県最大規模の「ユニクロ」、アミューズメント&シネマコンプレックス「CINEMA & GAMES プレビ劇場」など、10の大型テナントを核として計185店舗が集積している。

本施設が立地する伊勢崎市は、2005年1月の市町村合併(隣接する赤堀町・東村・境町を伊勢崎市が吸収合併)により、人口が20万人を超え、群馬県内でも著しく人口が伸びているエリアである。

施設づくりにおいては、地域性を重視した企画が随所に施されている。施設の北側に広がる赤城山をはじめ緑豊かな周辺の景観美を展望回廊やフードコートから眺望できるほか、トップライトによる自然採光など立地環境をふんだんに活かした設計で、夏の大沼をイメージした「あかぎプラザ」、春の大地をイメージした「はるなプラザ」、秋の紅葉をイメージした「みょうぎプラザ」など、上毛三山を模した内装デザインやフロアネーミングを施すことで、来場者に親近感を湧かせる工夫も随所に見られる。

国道17号線や県道68号線などの

広域幹線沿いに立地するアクセス環境の良さも相まって、県内各地や隣接県からの来場者も多く、11月末までの来場者数(プレオープン日含む)は、約52万1,400人と順調な滑り出しを見せている。なお、年間来場者目標は1,100万人としている。

綿密な販売促進戦略により 長期安定的な集客を図る

SMARKのPMを受託するのは、開発段階から参画している東京建物グループの商業専門PM会社プライムプレイスである。同社は、もともと東京建物の商業施設事業部として、商業施設の企画、開発やコンサルティングおよびPM等を包括的に手がけてきたが、事業拡大を目的に運営管理に特化した組織として05年10月に同事業

部から独立するかたちで設立。それ以来、グループの総合力を背景に、京急川崎駅前の都市型SC「DICE(ダイス)」や錦糸町の大規模複合施設の商業部分「olinas(オリナス)モール」および「olinasコア」の運営・管理を手掛けるなど、首都圏の大型SCのPM受託をはじめ関西や九州エリアにおいても実績を有している。

東京建物グループが郊外の大型SCを手がけるのは今回が初めてのケースとなるが、「郊外型SCはこれまで、GMSを核とした施設が一般的でしたが、市場の変化とともに商業施設も多様化が進み、さまざまな形態の施設が増えています。今回の立地は、県内の人口増加地区であり、インフラ環境も充実しておりましたので、当社が培ってきたノウハウを結集することで出店可能であると判断しました」(代表取



乾武生
代表取締役社長

不動産市況の悪化により、長期安定的にキャッシュフローを得られるPMが存在感を強めております。PM企業の真価が問われる時代が到来したといえるでしょう。当社は、かねてから短期で出口戦略を描くのではなく、一貫してSCのクオリティを高め、安定的なキャッシュフローを得ることに重きをおいた運営に注力してきたこともあり、最近では既存施設のバリューアップや破綻PM企業からの引継ぎ等のオファーが増加傾向にあります。したがって、市況の悪化は決して歓迎すべき事態ではありませんが、PM企業の真の実力が問われるという意味では当社にとって“追い風”と捉えております。

当社ではこれまで、都市型の大規模SCからファッションビル、さらには今回の郊外型施設と、あらゆる業態を手がけてきました。それら実績から培ったノウハウを基に、物件タイプや業務領域を選ばない対応力を強みに、今後も実績を積み上げていきたいと考えております。

プライムプレイスの運営実績 (2008年12月末現在)

エリア	施設名	所在地
関東	DICE (ダイス)	川崎市川崎区
	olinas (オリナス)	東京都墨田区
	CROSS GATE (クロスゲート)	横浜市中区
	SMARK (スマーク)	群馬県伊勢崎市
	霞が関コモンゲート	東京都千代田区
	SPAZIO (スパジオ)	東京都千代田区
	リンコス高輪店	東京都港区
	マルエツ 清澄白河店	東京都江東区
	マルエツ 港南ワールドシティ店	東京都港区
	ショッパーズプラザ 新浦安店	千葉県浦安市
	セイフー 成瀬台店	東京都町田市
	セイフー 鎌倉店	神奈川県鎌倉市
	吉祥寺パレスビル	東京都武蔵野市
	Filmee (フィルミー)	横浜市西区
	近畿	ダイエー 名谷店
ダイエー 金剛店		大阪府大阪狭山市
ダイエー 西宮店		兵庫県西宮市
グルメシティ御坊店		和歌山県御坊市
グルメシティ灘店		神戸市灘区
九州・沖縄	西新エルモールPRALIVA (プラリバ)	福岡市早良区
	VIORO (ヴィオロ)	福岡市中央区
	ダイエー プラザ大島店	鹿児島県奄美市
	グルメシティ湯布院店	大分県由布市
	那覇OPA	沖縄県那覇市



1. SMARK外観
 2. 赤城山を一望できるフードコート「SMARK Kitchen」のテラス
 3. 地域密着型のスーパーマーケット「ベルク」をはじめ、デイリーニーズを満たす大型ショップを誘致
 4. 施設各所に植栽やソファを設け、ゆったりと滞在できる上質な空間を演出
 5. フロアは伊勢崎市の伝統工芸品「伊勢崎かすり」がモチーフ

締役社長 乾武生氏)と行うように、同社の綿密なプロデュースワークがSMARK開発の重役を担っている。

なかでも特筆すべきは、徹底的に“地域密着型”を志向し、地域住民とのコミュニケーションを通じた販売促進戦略やテナントリーシングを行った点である。施設名称を住民の人気投票によって決定したほか、ネーミングの由来となった市民の“笑顔”の写真展など、開業前から住民をプロジェクトに巻き込んだ販促を行うことで認知度や親近感を高めている。また、事前にアンケート調査を行い、県内初出店の店舗を約60テナント誘致する一方で、群馬県の地元企業を2割以上入店させることで親しみやすさを演出し、長期的な集客を図る。

市場の変化に対応し PM受託を積極的に拡大する

プライムプレイスのPM事業の特徴と

して、①新規・リニューアル案件は、企画・開発の段階から携わることで、PMの立場でMDやマーケティング戦略を構築、開発経緯を熟知したうえでスムーズにPM受託ができること、②これまでの実績を基に、業態やエリアを問わず既存物件についても柔軟に対応できること、③ASPの仕組みを用いたマネジメント手法により、本社機能に組み込める業務と、各現場での対応が求められる業務を明確に分業化することで、迅速に効率的な運営ができることが挙げられる。

特に昨今、消費者の購買意欲の低下から、商業施設の収益性を維持・向上するためには、より一層、PM会社とテナントのリレーションが重要となるほか、不動産投資の側面でも、流動性が著しく低下しているため、今後はさらに安定収益を確保できるPM会社の存在価値が高まる。実際、PM会社変更に伴うPM委託のニーズは増加しており、「これまでは利回り重視のビジ

ネスモデルが好まれていたため、短期でNOIを高めることができるPM会社が評価される傾向にありました。しかし、今後は適切なフィーで安定収益を確保できる“真”のマネジメント能力を備えたPM会社が生き残るのではないのでしょうか」と乾氏は言う。

会社設立から約3年が経過し、順調にPM受託を拡大してきた同社では、今後、スケールメリットを活かすことでさまざまな案件に対して柔軟に対応していくとともに、テナントリーションおよびネットワークの構築に注力し、さらなる事業拡大を図っていく方針である。

PM

株式会社プライムプレイス

〒103-0028
 東京都中央区八重洲1-8-12
 八重洲一丁目ビル2階
 TEL.03-3242-2266
<http://www.prime-place.jp>