

ショッピングプラザの行方

好立地の軽井沢は 集客力が群を抜く

軽井沢・プリンスショッピングプラザ総支配人 柳沢和良さんに聞く



柳沢 和良さん
1972年輕井沢プリンスホテル入社。「軽井沢ショッピングプラザ」「軽井沢72ゴルフ」「軽井沢プリンスホテルスキー場」「軽井沢千ヶ滝温泉ホテル」を統括する。

「日本一」を 合言葉に

軽井沢町に於ける観光客数を減らしてはいかない、プリンスホテルの年間稼働率を上げるにはなにをしたらいいか、がショッピングプラザの出発点。
プラザがあるお陰でお客様が増えてホテルもスキー場もゴルフ場も潤う。グループ全体のシナジー効果をあげるための一つの施策としてプラザをつくった。「リゾート地で安売りになんて」と当初、反対意見が多いなか、アメリカの成功例を示して「間違いなく成功します」と。97年にスポーツ・アウトドア、99年にはヨーロッパ高級

客単価2.5万円以上の 高級ブランド店伸びる

ブランドの出店に成功、00年にはさらにハイクラスなブランドへと広がった。以来、「国内で一番になるう」が
プラザは2回目、3回目の増床の際、ある疑問に直面した。軽井沢の観光客数は伸びていない。観光客の財布の中身は決まっているんだから増床・増売と拡大していつても売上は伸びないんじゃないの？と。
ところが結果は伸びている。ここにヒントがあった。それはショッピング目的のお客様が増えたということ。リピーターは50%を超えるようになった。お客様の消費単価も増えている。800万人の観光客も落ちていない。過去のこのモールの

功、00年にはさらにハイクラスなブランドへと広がった。以来、「国内で一番になるう」が

50%超えた
リピーター



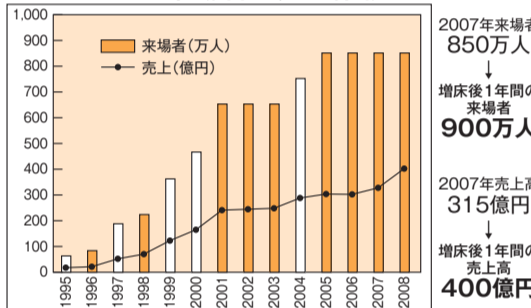
動植物との触れ合い体験

軽井沢プリンスホテルには「ネイチャーキッズ森の家」という子供向け自然体験プログラムがあり、(株)ピッキオというグループが山登りや森林の遊び、カブトムシ・クワガタを捕まえる体験を運営している。今年の夏は自然体験に小学生ら4500人が参加、昨年の3倍を記録した。家族を含むと参加は1万5000人になるという。その6割がプリンスホテルに宿泊している。



ネイチャーキッズ森の家

軽井沢・プリンスショッピングプラザの 来場者・売上推移



2007年来場者 850万人
増床後1年間の来場者 900万人
2007年売上高 315億円
増床後1年間の売上高 400億円
来客数・売上は04年の5期目増床(41店舗)時の750万人、285億円。07年は100万人増えて850万人、売上も30億円増え315億円。今回の増床後1年間でこれを900万人、400億円に伸ばすことを目標にしている。

ショッピングプラザと軽井沢の落ち込みはひどかっただろう。ここにウエストがオプンした95年当時のこと。その点、同じ観光客が増えている。夏だけの営業だったのが、今は1年中営業する店が増えた。西武の一人勝ちだといわれているなかで町自体も変わってきている。これも巻き込んで観光立地もやっぱりこのショッピングプラザの魅力が後押ししていると考えられる。

町をひとつの機械と例えるなら、今は各部品、部品がそれぞれ動いている状態。うちも部品のひとつ。当社はひとつの企業。利益を上げるためにこのエリアをどうしていくかを考える。当社の考えだけでは町全体の発展につながるには限らない。今までの歴史をみると、駅前だけとか一極集中の町というのはダメになってしまう。分散していくものがないければならない。行政

なぜ軽井沢に800万人の観光客が来ていくかを考えると「自然」端的に言うと軽井沢の売りは「涼・冷気」。この原点を忘れてはならない。いろんな施設を建設するため、仮に木を伐ったとしても伐った本数以上植えなければならぬ。今回、「芝生のひろば」の一部にプラザを増床するけれど、現在残っている芝生のひろばは今後も残したい。なくなってしまうと軽井沢の魅力がなくなってしまう。軽井沢には鳥だけで80種類くらいいる。自然や木花を大切にしている。と鳥の声が聞こえ、動物との触れ合いも生まれる。そこが一番の豊町全体で考えようといったけどその部品、部品がそういうことを考えてやることが今問われている。(青柳敏夫)

一極集中型から分散型まちづくり

アメリカのアウトレットモール市場は4兆円。日本の市場は現在4000億円。10分の1。日本の市場はまだまだ伸びる可能性を残している。軽井沢は非

常立地条件がよくて年間800万人の観光客が訪れる日本でも有数の場所。都心の中途中。日本の市場はまだまだ伸びる可能性を残している。軽井沢は非

常立地条件がよくて年間800万人の観光客が訪れる日本でも有数の場所。都心の中途中。日本の市場はまだまだ伸びる可能性を残している。軽井沢は非

常立地条件がよくて年間800万人の観光客が訪れる日本でも有数の場所。都心の中途中。日本の市場はまだまだ伸びる可能性を残している。軽井沢は非

常立地条件がよくて年間800万人の観光客が訪れる日本でも有数の場所。都心の中途中。日本の市場はまだまだ伸びる可能性を残している。軽井沢は非

売上をみると、消費単価2万5000円以上の高級店の割合が伸びている。やはり軽井沢のもっている独特の高級リゾートとしてのブランド力が大きい。ま

幅が伸びる可能性がある。今回は高級ブランドの店舗で構成、ラグジュアリーブランドと

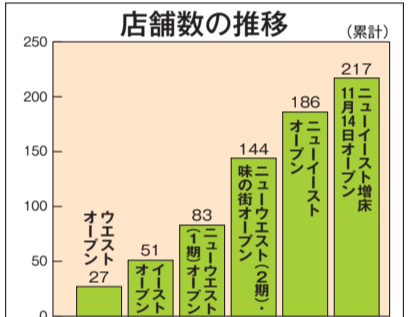
アウトレット市場
日本ではまだ伸びる

アウトレット市場
日本ではまだ伸びる

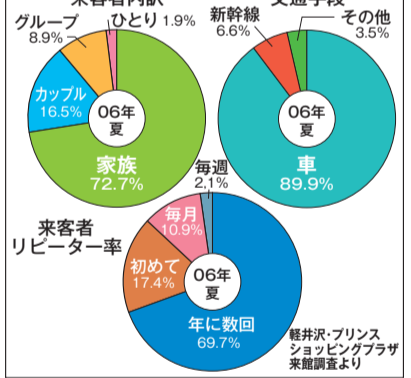
アウトレット市場
日本ではまだ伸びる

アウトレット市場
日本ではまだ伸びる

アウトレット市場
日本ではまだ伸びる



店舗数の推移 (累計)
注)04年度までの店舗数には飲食店11店を含まない



アウトレット市場

この秋、2つのアウトレット店が仙台に登場。三井不動産の「三井アウトレットパーク仙台港」は9月12日オープン。全120店で店舗面積約2万㎡。このうちアウトレット店は98店。チエルシージャパンの「仙台泉プレミアム・アウトレット」

は10月16日オープンする。全83店で店舗面積1万5300㎡。アウトレットは全国に約30店舗を数え、売上は4000億円といわれる。プロパー店(百貨店・ファッションビルなど)の売上が9兆円といわれるなか、その1割、9000億円がアウトレット店全体の目安ともいわれる。(編集部)