

VOICE

私流! 視察と情報収集

SC専門家



（株）ピーエーシー・アーバンプロジェクト
代表取締役
矢木 達也
（SC経営士）

プロフィール 投資家やAM向けの商業施設マーケットレポートに多数携わる。（一社）日本ショッピングセンター協会のSCアカデミー指導教授として経営実践論を担当。著書に「タウンセンター」「アメリカで復活するメインストリート・ダウンタウン」など。

私流のポイント

- 1 立地特性に対し、規模・導線・テナントミックスが最も有効活用となっているか
- 2 競合比較で来店理由となる強みが明確かつ、持続性が確保されているか
- 3 機能価値に加え、滞在性や体験価値など情緒的魅力を実装できているか

視察頻度と対象物件は。

不動産としての継続性やバリエーションの可能性がある物件を、頻度が高いと見なしています。特定物件の調査を目的とした、特定物件の調査依頼によるケースが多く、頻度は月に4〜5回程度です。対象は大規模SCから商店街の小規模ビルまで幅広く、個別物件の深掘りに加えて、対象物件のポジショニング把握に注力しています。そのため、同種の競合施設だけでなく、エリア全体の商業構造について理解することを重視しています。海外視察は頻度こそ限られますが、米国を中心にSCやダウンタウンの最新動向を継続的に研究しています。勝ち組だけでなく苦戦している施設にも意図的に足を運

び、成否の要因を比較しながら、商業施設の構造、街区の複合性、集客パワーの有無などを検証します。さらに、活力を取り戻したメインストリートや、再生が進むダウンタウンを併せて視察すること、商業マーケットの変化を把握するようにしています。

視察前の準備と目標設定は。

視察前には、公式ホームページや公開資料で施設規模、テナント構成、導線や駐車場などを把握し、GISやGPSを用いた競合との人流差や商圏の広がりや比較してマーケットポテンシャルを整理します。対象施設の特徴や課題については、事前に必ず仮説を持つようにはしています。可能であれば売上情報や口コミなどのSNS評判も確認し、顧客がどこに価値を感じているのかを把握します。海外視察は「一期一会」の意識で臨むため、ユーチューブやグーグルマップを使って街区構造や周辺の空気感を事前にイメージします。SCによってはリーシングや販促目的で商圏データや居住者特性、来訪者数などの定量情報を公開している場合もあり、取得可能

な範囲で確認し、海外視察でも成否の仮説を持つようにしています。

視察当日の重視ポイントは。

視察当日は、事前に立てた仮説を現地を検証する意識で臨み、おもに次の点を重視します。まず、来館者数や動き方を観察し、人流の強弱、滞留の発生箇所から施設の活力や利用実態を把握します。車来店比率が高い場合は駐車場の利便性や出入庫のスムーズさなど、アクセシビリティのチェックも重要です。併せて、顧客の年齢層・滞在行動などから、想定ターゲットとの一致度を検証します。さらに、中核店舗の集客力、競合との差別化ポイント、空室の有無やその理由、清掃・警備などの管理水準から、施設全体のマネジメント力を判断します。また、イベントの有無や商空間のクオリティ、人々の表情や滞在風景といった「情緒的価値」にも注目し、機能面だけではとらえきれない魅力や弱点を総合的に評価します。視察後に行っていることは。視察で得た情報を仮説と照らしつつ再整理し、施設や主要テナン

トの継続性、ダウンサイドリスク、アップサイドの可能性を多角的に分析します。またマーケット環境の変化を踏まえ、テナントミックスの見直し余地、駐車場など余剰スペースの活用、短期リースによる補強、CS向上策、さらには建て替え時の最有効活用まで、短期〜長期のシナリオを検討します。とくに賃料収入の安定性と伸長性を重視し、収益構造が長期的に持続可能かを検証します。

おすすめの視察物件は。

私のなかで、米国の2トップと呼べるSCがあります。1つ目は「イーストダウンセンター」。2000年初頭にライフスタイルセンターとして開発され、現在はホテル・オフィス・住宅を包含す



復活したダウンタウンのタウンマネージャーと（ジョージア州）

いずれも、空間の質・ブランド構成・コミュニティの振る舞いが一体となり、SCが街のように成

立している点が極めて示唆的です。よく利用している情報源は。グーグルマップは現地調査の多

くを事前にカバーしてくれます。道路の混雑度、対象施設の口コミ、投稿写真など関連情報が豊富で、訪問前の感触をつかむには欠かせません。加えて、GISやGPSデータを活用し、他事例との比較を通じてポジショニングも把握します。最近ではAIも不可欠で、断片的なWEBの情報を短時間で整理してくれるため、仮説立案や検証を助けてもらっています。

おすすめの情報源は「メインストリートアメリカ」のプラットフォームです。

まだ馴染みが薄いものの、人口規模が小さく専門人材や情報が不足しがちな地方都市でも、同団体のフレームワークやデータ、ガイドラインを活用することで現場の力を最大限に発揮できる点が大きな特徴です。成功事例の共有、運営ノウハウ、評価指標の整備などが体系化されており、地域差や情報格差を補いながら、各地の商業エリアの底上げにつながっています。こうした「プラットフォーム型」の支援は、SCと地域をともに持続させる仕組みづくりとしても示唆に富む存在だと考えます。

社員の情報収集に対して課題を挙げる声も聞かれます。

そうした傾向があるとすれば、SCが均質化し、視察から得られる「発見」や「ワクワク感」が薄れていることも背景にあるのではないかと。ただ、現在のように新規開発が減り、既存施設の価値向上が主流となる時代こそ、施設に多様な役割を重ねて場の価値を高めていく発想が重要です。米国の再生した街をみても、大きな一手より日々の小さな取り組みの積み上げが空間の質を変えています。私からのアドバイスとしては、「目に飛び込む派手な一策」を探すのではなく、10の小さな改善点や可能性を丁寧に拾いに行く視点を持つこと。視察とは、その「10」をみつける行為です。視点をわずかに変えるだけで、思いがけない場所に多くのヒントが潜んでいます。小さな改善は応用が早く、現場での実効性も高い。こうした「積み上げのおもしろさ」に気づくと、視察そのものがより豊かな学びの場になり、現場力を磨きたい若手の視察への関心も自然と深まっていくはずですよ。