

増床で地域密着をさらに

変わる競合関係に対応

2割増270億円目指す

サントムーン柿田川

サントムーン柿田川(静岡県清水町、運営はダイトウボウ)は、20年3月にオープンする新館「オアシス」の全31テナントが決まった。新館開業によりテナント面積は7000平方メートル増の6万6000平方メートルとなり、テナント数は31店舗増の158店になる。商圏とする三島市や沼津市なども含めた静岡県東部での地域密着型の機能を高め、変わる競合関係に対応し、増床前の2割増にあたる年商270億円を目指す。

(田村光龍)

オアシスは3層。1階はソファブックストアと食物販、2階はレストランゾーンと軸にするものは固まっていたが、1階の

ペットショップ、2階のABCマート、ソファマルシェなど、組み合わせるものが明らかに変わった。3階は西松屋が入り、若い

層が多い地域で、ベビー・子供向けの機能を高める。

同SCは97年の開業。順次施設を増強して現在の規模になっており、大型ホームセンターのホームアシストを核店舗に、家電専門店、ユニクロやアウトドアのスウェンなどを揃える。映画館やボウリング場などアミューズメント機能も充実している。自治体の子育て支援センターが入ることも含め、20年余り運営を続ける中で、生活密着SCとして定着している。今回

の増床は、求められていた飲食の増強や付近に多い若いファミリー層に向けたテナントを導入することで地域での支持を高める狙いだ。

また、オアシスの開設に伴って、本館、オアシス、アネックスの3館をつなぐ連絡通路も設けられる。課題としていた回遊性を高めることとなるが、2階で映画館からレストランゾーンにつながる動線が確保されることから、夕方以降の来店頻度向上も見込んでいる。

商圏内に10月オープンしたららぽーと沼津は、休日山梨県からも集客するなど広域型として立ち上がっているが、サントムーン柿田川では地域密着を強めることで「すみ分けは可能」(山内一裕社長)とみるとともに、エリアへの流入が増えることから「パイが大きくなる」と期待も示している。

ららぽーと開業に際しての影響は生鮮食品中心にとどまっているという。オアシスを加えることでエリアで培ってきた地歩を固める構えだ。