

商圈を読み解く

コストコが日本市場で成長を続ける理由

外資系スーパーの苦戦が続く

七月、ウォルマートが西友を売却するとの報が業界を駆け巡った。すでに複数の流通大手、商社、投資ファンドに向けて打診を始めているという。

外資系スーパーの日本市場開拓は思うように進んでいない。二〇〇〇年以降では仏カルフルが〇五年、英テスコが一三年にそれぞれ撤退を余儀なくされている。そんな中、一九九九年の進出以来、今もお成長を続けているのが米国のコストコだ。

会員制ホールセールであるコストコは、利用にあたって年間四四〇〇円の会費を支払う必要がある。なかなか高いハードルだが、熱心なコストコファンはこれをいとわない。車で片道一〜二時間は当たり前。それでもコストコで買い物があったりと、休日ともなれば駐車場に車が溢れる



17年9月オープン of 浜松倉庫店

という。

果たして、コストコは実際に広域からお客を呼べているのか。もし呼べているとすれば、コストコのどん

などところにお客は魅力

を感じているのか。今回はこうしたテーマについて、最新店のコストコ浜松倉庫店（静岡県浜松市）にフォーカスすることで検証したい。

新店に見るコストコの集客力

浜松倉庫店は一七年九月にオープン。JR浜松駅から車で五分のロードサイドに立地している。元はイトーヨーカドー浜松宮竹店があった場所だ。

まずはコストコに来店したお客がどこから来ているのかを割り出してみる。スマートフォンのGPS位置情報を基にして、来訪者の分布を地図上にドットで示した。比較対象として、コストコの北一・五^{キロ}に位置するイオンモール浜松市野のデータも算出し

データ協力: 技研商事インターナショナル
 商圈分析ツール「GIS (地図情報システム)」の提供、エリア戦略の支援を行うマーケティング企業

ている(図1、2)。

イオンモールも一般には広域型といわれるが、コストコの方がドットが広く濃く分布しており、特に東側からの集客でイオンに差をつけているのがわかる。コストコは県中部の静岡市、さらに東部の富士市や沼津市のあたりにもドットが密集。沼津から浜松までは高速道路を使って約二時間かかるので、コストコが実際にかなり広域からお客を集めていることを示している。

続いて、オープン後の来訪者数の推移をグラフに表してみた(図3)。比較対象は同じくイオンモール浜松市野だ。コストコのオープンによって、イオンのお客は瞬間的にコストコに流れたようだ。が、開店効果が落ち着くと、イオンのお客は戻り、この数カ月は右肩上がりでお客を増やしている。対してコストコは目に見えて伸びているわけではないが、お客を減らすことなく安定した集客を続けている。直近のGWではイオンの伸びに押されることなく、コストコも普段より多くのお客を呼び込んでいる。

こうしたことから、コストコはす

図1 コストコ浜松の来訪者分布 (2017年9月~2018年6月末)

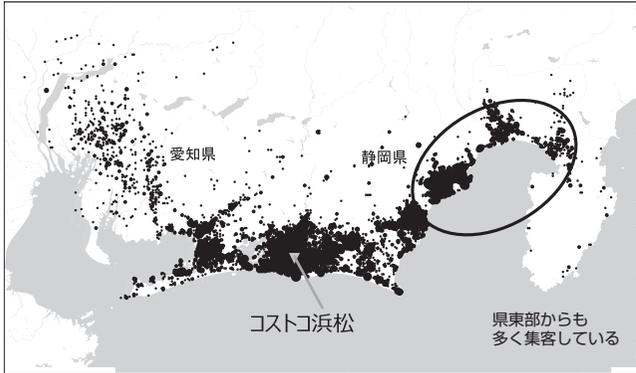


図2 イオンモール浜松市野の来訪者分布 (2017年9月~2018年6月末)

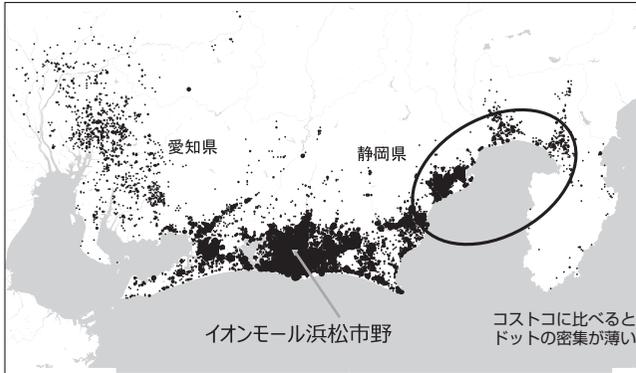
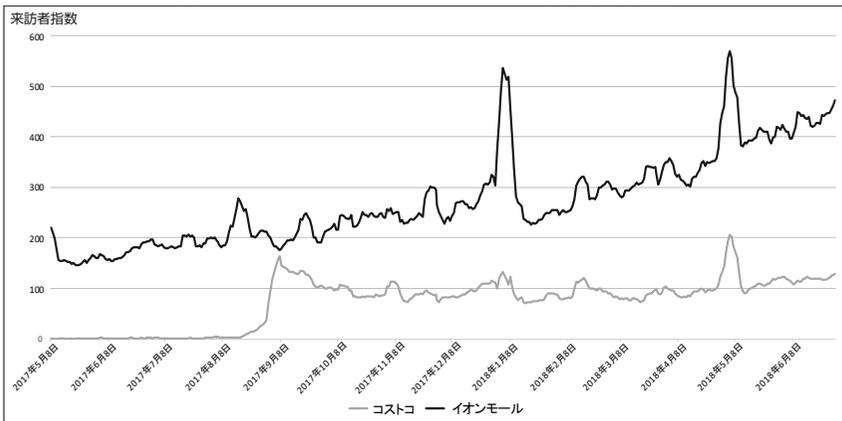


図3 コストコとイオンモールの来訪者数比較



技研商事インターナショナルの商圏分析 GIS (地図情報システム)「MarketAnalyzer™」で作成

こうした「コストコらしさ」がお客の目には新鮮で洗練されたものに映るのだろう。ひとたびネットで「コストコ」と検索すれば、新商品やお買い得情報を紹介するブログが山のように出てくる。またコストコを特集したムック本も売られており、その世界観はますます大きな広がりを持ち始めている。独自の強みをさらに磨き、それをより多くのお客に伝えることで、コストコは日本市場で一層の成長を遂げていきそうだ。

一匹を焼き上げたロティサリーチキンなどの気はなくてもつい手を伸ばしたくなる。その他、あちこちに展開される試食も盛況だった。焼きたてのピザや牛乳に差して飲むと味がつくストロー「シッパ」のお試しなど至る所で行列ができるほど。さらに直営のフードコートでは本場アメリカサイズのホットドッグを一八〇円で提供。これがホイールに巻いた上でドリンクカップに差して渡され、ドリンクも飲み放題。こうしたわくわく感のある体験も集客に一役買っているようだ。

コストコの大きな魅力といえる。また売り場には、他の店にはない珍しい商品が多く並ぶ。海外からの輸入品やホールセールならではの大容量パックがその代表例だ。抱えるほど大きなハーシーズのケーキ、鶏

でこのエリアで一定の支持層を獲得しているといえそうだ。かつてここにあったヨーカドーは、イオンの出店により、目に見えてお客を奪われていたという。しかし、コストコは差別化された独自の魅力によって、イオンとの棲み分けに成功している。

他の店にない「らしさ」が魅力

では、お客がコストコに感じている

の魅力とは一体何なのか。実際に現地へ赴き、店の使われ方を視察してみることにした。コストコのお客はファミリー層が多いが、それ以外にも友人同士、ご近所同士なのか、とにかく連れだつてレジャー感覚でわいわいと買い物を楽しむ様子が目立つ。アメリカ式の大きなカートを押し、うずたかく積まれた商品の間を行き交う。そうした「非日常」な雰囲気自体が