

報道関係者各位

2009年12月10日

森ビル株式会社

12月11日(金) 都心初のアウトレット誕生 お台場「ヴィーナスフォート」リニューアルオープン

森ビル株式会社ならびに株式会社ヴィーナスフォート(森ビル100%子会社 / 代表取締役社長 栗原 弘一)は、12月11日(金) お台場の商業施設「ヴィーナスフォート」をリニューアルオープンいたします。これにより、「ヴィーナスフォート」は、都心初の大型アウトレット施設(3階部分 / 49店舗)を中心に、異なる性質・個性を持った3層で構成されるハイブリッド型ショッピングモールとして、幅広いお客様のニーズに対応した施設へと生まれ変わります。なお、当施設は、これまで「六本木ヒルズ」、「表参道ヒルズ」、「ラフォーレ原宿」など、商業施設運営の実績を重ねてきた森ビルが、初めて手がけるアウトレット施設です。

株式会社ヴィーナスフォートが森ビルの100%子会社(平成20年12月17日付)となって以来、初めての本格的リニューアルとなります。

お台場は都心屈指のアウトレット適正地

当社は、そのエリアの特性、ポテンシャルを最大限に生かしながら、賑わいの創出や付加価値の向上など、街づくりの一環として商業施設の開発・運営を進めています。

年間約4,700万人もの人々が来訪するお台場エリアは、そのアーバンリゾート性や一都三県を中心とする集客エリア(商圈)など、都心屈指ともいえるアウトレット適正地です。また、現在の消費者ニーズや、さらに、日本国内だけでなくアジアも視野に入れながら、アウトレットを新たな顧客開拓やブランディングに活用する出店店舗側の意図も重なり、今回の都心初のアウトレット誕生に至りました。

「都心初アウトレット誕生の背景」について、詳細は別紙参考資料ご参照

弊社代表取締役社長 森稔コメント

このたび、都心初の大型アウトレット導入により、地域の継続的な活性化にも寄与する新たな魅力をもった施設として、ヴィーナスフォートが生まれ変わりました。

今後、羽田の国際空港化等により、お台場エリアはアジアのゲートウェイとしての重要な役割を担うことが期待されています。また、東京の新たなメインストリートとなる環状2号線の臨海エリアへの延伸も待たれるなか、当社といたしましては、世界に類を見ない、国際都市・東京ならではのアーバンリゾート創出を目指し、東京の磁力を高めるとともに、お台場エリアのさらなる発展に貢献してまいりたいと思います。

施設概要

名称	ヴィーナスフォート
所在地	〒135-0064 東京都江東区青海一丁目3番15号
敷地面積	約 31,170 m ² (約 9,428 坪)
延床面積	約 69,800 m ² (約 21,114 坪)
店舗面積	約 29,600 m ² (約 8,954 坪)
店舗数	192 店舗 (12月11日時点) 3階 Venus OUTLET : 61 店舗 2階 Venus GRAND : 84 店舗 1階 Venus FAMILY : 47 店舗
駐車場	ヴィーナスフォートパーキング 約 470 台



多目的広場「パレットプラザ」を囲む外周。ヴィーナスフォート・トリコロールを配色し、各フロアを明確化。(水色の3階部分が新設するアウトレット施設)

OUTLET!!!

VenusFort 12.11 Reborn!



ヴィーナスフォートリニューアル キービジュアル

【本件に関してのお問合せ先】

森ビル株式会社 広報室 野村・一木

TEL : 03-6406-6606

FAX : 03-6406-9306

E-mail : koho@mori.co.jp

お台場ヴィーナスフォート

「Venus OUTLET」OPEN!!!

都心初のアウトレットが誕生できた理由とは？

12月11日(金)、六本木ヒルズ、表参道ヒルズ、ラフォーレ原宿といった商業施設開発・運営の実績を重ねてきた森ビル株式会社が初めて手がけるアウトレット施設が、お台場ヴィーナスフォート3階にオープン。ヴィーナスフォートは、三層の異なる性質・個性を持ったハイブリッド型ショッピングモールに生まれ変わる。全国各地に点在し、消費者の中でもその存在感は大きなものに成長しているアウトレットモール。ただ、いわゆるアウトレットモールとよばれる大型施設は、これまで都心部には存在しなかった。今回、お台場という立地で都心初のアウトレットが誕生できた背景には、消費者ニーズと店舗側の意識の変化、そしてお台場ならではの立地特性が挙げられる。

● 消費者ニーズ

御殿場アウトレットが開業してから10年が経過。今では日本全国で40数箇所のアウトレットがあり、その商業施設としての存在は定着してきたといえる。また、消費者はアウトレットを単なる「キャリア品を安く買える場所」から「いいものが安く買える場所」として捉えるようになってきた。アウトレットでのショッピングが、レジャーの一つとして支持されている一方で、そこにはアウトレットに対するポジティブイメージとネガティブイメージの両面が存在している。

「Venus OUTLET」は、こうしたアウトレットのポジティブイメージを保持しながら、ネガティブイメージを払拭し、現在の消費者ニーズに応えるアウトレットを目指した。

— ポジティブイメージ —

- ・いいものが安い
- ・誰と行っても楽しめる
- ・車で行ってまとめ買いできる
- ・今の流行り
- ・非日常感で気分が盛り上がる

— ネガティブイメージ —

- ・遠い・郊外にある
- ・広くて疲れる
- ・周辺に立ち寄れるところがない
- ・混雑する(渋滞や駐車場)

● 店舗側の意識の変化

● 都心プロパー店舗の至近にアウトレットを出すことに抵抗を感じないチャレンジ精神のある経営者が増えた。従来の「在庫処分の場所」というアウトレットの捉え方が変化し、アウトレット店舗は、プロパー店舗の顧客を増やすためのエントリーラインと捉え、ブランド認知や衝動買い客をプロパー店舗へ誘引するための装置としてアウトレットを活用しようとする動きが進行している。「プロパー店舗から遠く離れた立地での出店」では、近くにプロパー店舗がない分、アウトレットで新たにエントリーしたお客様をプロパー店舗に誘引していくのは難しい。

● また、初めてアウトレット出店しようとする際、新たな顧客づくりを考えると「ブランディング」にも力を入れる必要があり、それには目の行き届く場所への出店が必須、と考える経営者が増えている。それがすなわち都心に至近な立地へのアウトレット出店に繋がっている。

● 国外のお客様に目を向けている経営者は非常に多い。日本を訪れる海外(特にアジア)からの観光客の需要開拓や、将来アジア地域での店舗展開を鑑みたマーケティングやブランド認知を、まず(アジアのお客様にとってお手頃価格な)アウトレットで図っていくといった視点での出店が動機付けられている。

※何れもアウトレットを新たな顧客開拓に活用しようとする動きで、その立地は従来型に拘わったものではない。



OUTLET!!!
Venus Fort
12.11 Reborn!
お台場に、都心初のアウトレット誕生!
<http://55vf.jp>

● お台場エリアの立地特性

お台場エリアの現況

「お台場」が街開きして10年が経過。商業立地としての発展はやや踊り場にあると言える一方で、臨海副都心への来訪者は、近年も微増だが増え続けている。2008年の「お台場エリア」への年間来訪者は約4700万人あり、通勤客分(推計1000万人)を差し引いてもディズニーリゾートの入場者(約2500万人)をはるかに超えるお客様が来訪している。

● お台場エリアが「アウトレット」適正地である4つの理由

① アーバンリゾート性

お台場は、都心部から至近(銀座から約5km、渋谷から8km)にありながら、周りを海で囲まれているなどリゾート性があり、都心部やターミナル駅周辺の商業エリアとは異なった特性がある。また、フジテレビ、商業施設、ホテル、ビッグサイト、文化施設などバラエティ豊かな施設が多数立地しており、アウトレットに求められるリゾート感や非日常性を有しながら、都心部に至近という利便性や、周辺にも立寄れる施設が多数あるという利便性も併せ持った場所である。

② 集客エリア

お台場は東京23区の南端に位置しながら、23区からの来訪者は全体の4割弱、一都三県からの来訪者は全体の3/4程度となっている。アウトレット出店者からみれば、プロパー店舗とのカニバリゼーションを起こさずに、新たな顧客開拓に繋げることができるバランスの取れた集客エリアを持った立地である。

③ アジア観光客の取り込み

現状、お台場ヴィーナスフォートのお客様のうち、10~15%はアジア(韓国、中国、台湾、香港、シンガポールなど)からの観光客である。限られた時間内に日本で流行っているファッションを購入し、家族や知人へのお土産まで購入していく彼らは、優良なおお客様である。2010年の羽田空港の国際空港化により、羽田から車で15分にあるお台場は、今後一層、アジア観光客の増加が見込まれ、観光ツアーにおける(ファイナル)ショッピングの場所となり得る。アウトレットはアジア観光客にも人気があり、アジアのお客様を取り込めるアウトレット(それも東京ブランドが多く詰まったアウトレット)の立地としてお台場は適地と言える。これはアジア戦略を考える出店者側の意向にも合致する。

④ 居住者、就業者の増加

お台場および周辺エリア(有明、東雲、豊洲、辰巳、芝浦等)では高層マンション建設が進行し、現状居住している「DINKS」・「ニューファミリー」を中心に、今後も人口増加が見込まれる。また、域内の就業者も増加傾向にあり、今後も事業所やオフィス開設等に伴って増加が見込まれる。広域集客型と言われるアウトレットだが、近隣マーケット人口の増加が見込まれるエリアへの立地はプラス要因となる。