

弊社が保有するアミコビルのテナント戦略の方向性

テナント戦略 基本方針

徳島駅前の顔として、駅前に幅広い世代の人の流れを生み、地域の賑わい創出に貢献し続ける。
そのために、百貨店と同等の魅力度を有する商業施設であり続けるための、テナント選定を最優先事項として取り組んでいる。

当ビルを取り巻く環境

周辺需要

- 人口はわずかに減少しているが世帯数は増加しており、周辺市町村は若い世代からシニア層まで幅広い世代で構成されている
- 車社会が加速しているものの、徳島駅の乗降客数はJR四国内で2番目であり、平日から週末まで人が集まるエリアである

周辺供給

- 駅前立地の大型商業店は少なく、ロードサイド立地の大型商業店が多い
- ロードサイド大型商業店は自動車利用者にとって利便性が高く、時間消費型の大型商業空間が提供されている

当ビルの特徴

- JR徳島駅から1階または2階デッキでアクセス可能であり、駅前を代表する大型商業施設である
- 併設駐車場のアミコラインパークや、指定管理の地下駐車場から雨に濡れずにアクセス可能である

当ビルの存在意義

- 若い世代からシニア層までの幅広いニーズに応え続ける商業施設でなければならない
- 徳島の顔、駅前の象徴、県を代表する商業施設として、今までの百貨店と同等の魅力も維持しながら、駅前の賑わい創出に貢献し続けるなければならない

当ビルのテナント戦略の方向性

| 現そごう徳島店 フロア構成 | | → | 弊社の新テナント戦略の方向性 | 現在条件交渉を行っている 候補先テナントの業種 |
|------------------|-------------------|---|---|--|
| 9F | レストラン 等 | | 7~9F レストラン サービス店舗 オフィス 等 【7~9F】 オフィス・サービス店 舗・レストランを誘致 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 事務所・店舗 ➢ シェアオフィス ➢ クリニック・公共施設 ➢ レストラン・カフェ・書店 等 |
| 8F | ロフト 紀伊国屋書店 | | | |
| 7F | キッズ・ベビー 無印良品 等 | | | |
| 6F | 催事場 生活雑貨 等 | | 4~6F 生活雑貨 スポーツ アウトドア 家電 等 【4~6F】 集客力がありビルの 来店動機に繋がる物 販店舗を誘致 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 雑貨・インテリア ➢ スポーツ・アウトドア用品店 ➢ 家電量販店 等 |
| 5F | 紳士服 等 | | | |
| 4F | 婦人服 スポーツウェア | | | |
| 3F | 婦人服 | | B1~3F アパレル 化粧品 雑貨 飲食 等 【B1~3F】 百貨店と同等の魅力 度を維持するための テナントを誘致 | <ul style="list-style-type: none"> ➢ 百貨店サテライト ➢ アパレル・化粧品 ➢ 雑貨・ギフト ➢ フードコート・カフェ ➢ スーパー・食品 ➢ ドラッグストア 等 |
| 2F | 婦人雑貨 化粧品 | | | |
| 1F | キャラクター ファッション | | | |
| B1F | 地階食品館 | | B1F スーパー 食品 等 | |