

モルエ 地域密着で盛況

西胆振最大のショッピングセンター



客の要望応え人気店誘致



続々とチェーン店が開店するモルエ中島。来年、開業20年目に入る

【室蘭】室蘭市に立地する胆振西部最大のショッピングセンター（SC）で年間延べ約500万人が利用する「モルエ中島」市内に製鉄所を構える日本製鉄（東京）の土地をグループ会社が再開発し、人気チェーン店を次々誘致してにぎわっている。2024年度の売上高は約120億円で、およそ900億円とされる室蘭市内の小売販売額の1割以上を占めた。一方、市内を含む商圏人口は減り続けている。来年で開業から20年目となるモルエが今後も勢いを維持できるか注目される。

モルエの一角に先月5日、生活雑貨を販売する「無印良品」の店がオープンした。胆振西部初出店で、詰めかけた約300人が開店前から行列をつけた。登別市の主婦今井舞さん（23）は「無印の化粧品を使っているが、子どもが小さくて札幌まで行くのが大変だった。地元で店舗ができてうれしい」と喜ぶ。

モルエは日鉄興和不動産が07年に開業し、現在は計12棟、延べ床面積4万2千平方メートルに42のテナントが入居する。売り上げは開業から右肩上がり。従業員総数は約1千人で、市内最大の日本製鉄北日本製鉄所室蘭地区（本体のみ、協力会社含まず）の雇用規模に相当する。

地域に選ばれる背景には、日鉄興和不動産の独自の取り組みがある。同社は年1回、利用客300人に出店してほしいテナントを対面で調査し、モルエ中島に生じた無印良品の新店舗、開店と同時にたくさんのお客様が入店した。9月2日



ことで地域に愛着を持ち、市民も店に好意を持つ」と話す。SC運営に詳しい阪南大の池沢威郎教授（経営学）は、利用客の声をテナント誘致に反映している点を評価。主な商圏である胆振西部6市町の人々が合計約16万人で、同じ胆振管内で全道4位の苫小牧市に匹敵することなどを踏まえ「商圏の需要を取り込み、他の地域への客の流出が抑えられている」と分析する。

モルエ誕生前の2000年代前半、大丸札幌店は「スターバックス」、衣料品の「ユニクロ」などは過去の調査で人気上位だった。地域密着の催しも積極的に展開する。モルエのエンタランススペースで月2回、動画投稿サイト「モ中」を公開生放送。店長が商圏下、土地を有効活用し、品を売り込んだり、市民たい新日鉄都市開発（現団体がイベントの告知を日鉄興和不動産）の意向したりする。同社の担当と、集客力低下に悩む中島地区の商業関係者の思は市民に直接語りかけるのが一致し、開発につながっていった。

今後は地域の消費をけん引するモルエだが、最大の課題はさらなる人口減少。開業当時9万4千人だった室蘭市の人口は、今年8月末時点で7万3千人まで減り、45年には4万9千人になるとの推計もある。

そんな中、日鉄興和不動産はモルエに隣接する6万6千平方メートルの再開発を検討する。マンションや医療福祉施設、温浴施設などを視野に、今まで以上にエリアの魅力を向上させていく考えだ。

同社の横田知之室蘭事業所長は「近くに病院もある。住宅や公共施設なども含めてエリア全体に人を定着させることを考えていきたい」と力を込める。地域経済が縮小する中、生き残れるか。鉄のまちが生んだSCの挑戦は続く。（三浦高志）

デジタルに
詳細

