

# 流通とSC・私の視点

2012年8月9日

視点(1615)

2012年のアウトレットモールの番付!!

(SC理論編)

日経トレンディが毎年行っている「全国アウトレットモール番付 2012年」は次の通りです(日経トレンディ 2012年9月号より)。

東	番付	西
御殿場プレミアム・アウトレット	横 綱	三井アウトレットパークジャズドリーム長島
軽井沢・プリンスショッピングプラザ	大 関	神戸三田プレミアム・アウトレット
佐野プレミアム・アウトレット	関 脇	りんくうプレミアム・アウトレット
三井アウトレットパーク木更津	小 結	三井アウトレットパーク入間
三井アウトレットパーク滋賀竜王	前 頭 一	沖縄アウトレットモールあしびなー
三井アウトレットパーク札幌北広場	前 頭 二	鳥栖プレミアム・アウトレット
三井アウトレットパークマリンピア神戸	前 頭 三	あみプレミアム・アウトレット
土岐プレミアム・アウトレット	前 頭 四	三井アウトレットパーク幕張
千歳アウトレットモール・レラ	前 頭 五	マリノアシティ福岡
那須ガーデンアウトレット	前 頭 六	三井アウトレットパーク仙台港
三井アウトレットパーク倉敷	前 頭 七	三井アウトレットパーク多摩南大沢

今回の調査は「得して楽しい。おいしいモール」というテーマで行なわれており、その評価の基準は次の通りです。

買物充足度	高級ブランドからセレクト店、旬のブランドまで幅広い層に応えるテナント構成になっているか。アウトレットモールの主目的は当然買物。評価の7割をこの部分で判断した。
快適性・付帯施設	広大なアウトレットモールで買い回りしやすい工夫が施されているか。買物の途中で休める施設はあるか。非物販サービスやエンターテインメントの魅力が高い場合は加点した。
飲食の充実度	最近、各モールが力を入れている分野が食の楽しみ。そこにしかない飲食店やご当地グルメを集めたフードコートなど、独自性の高い飲食施設を有する場合は評価を高くした。
交通手段の充実度	高速道路や幹線道路からスムーズに入れるか。繁忙期の渋滞状況はどうか。駐車場は使いやすいか…。鉄道やバスなどマイカー以外のアクセス手段が多い施設は評価している。

アウトレットモールは、本来のアウトレットモールである「在庫処分型」から「スリーランク下のSC」へと進化(?)しつつあります。すなわち、アウトレットモールはゲリラ型の業態ではなく正規型のSCの1つのポジショニングを確立しています。それゆえに、単なる安さだけではなく、本来SCが持っている付加価値機能も備えています。SCにはグレード別に分類すると次の6タイプに別れます(六車流：マーケティング)。

	SCのランク	SCの業態
タイプ①	ツーランク上のSC	ハイエンドSC
タイプ②	ワンランク上のSC	アップスケールSC
タイプ③	スタンダード型SC	スタンダード型SC
タイプ④	ワンランク下のSC	リーズナブルSC
タイプ⑤	ツーランク下のSC	バリューセンター・パワーセンター
タイプ⑥	スリーランク下のSC	アウトレットモール

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>

代表 六車秀之