

流通とSC・私の視点

2021年11月6日
(視点 2374 の改訂版)

視点 (2429)

流通の業態・業格・業彩(その2)!!

(流通理論編)

(流通とSC・私の視点 2428 より続く)

流通業のビジネスモデルの“かたち”である「業態」は勝ちパターン化の「業格化」、さらにマーケット特性にカスタマイズ化する「業彩化」へと精度を高めつつ進化します。

ここでは「SCの業態化」である「利便型SC」「廉価型SC(バリュー型SC)」「モール型SC」「テーマ型SC」「デジタル型SC」を、業格レベル(業態をより精度化して完成度を高めるレベル)まで詳細化すると次の通りです。

SCの業態	SCの業格	内 容		
リアルSC	利便型SC	1 CVC	店舗面積 1,500~3,000 m ² 未満の利便型SC	
		2 NSC	店舗面積 3,000~12,000 m ² 未満の利便型SC	
		3 CSC	店舗面積 12,000~30,000 m ² 未満の利便型SC	
		4 ライフサポートセンター	店舗面積 1,500~6,000 m ² 未満の利便型SC (生活サービス+交流の場+利便物販のSC)	
	廉価型SC	1 パワーセンター	ディスカウント志向メガストアがオープンエアのヴァレージ型で集積したSC	
		2 アウトレットセンター	有名・有力ブランドの廉価版(アウトレットやオフプライス)が集積したSC	
	モール型SC	1 バリューセンター	廉価性と遊びが一体化したモール型SC	<モール型SCの要素> ①メガストアとスモールテナントの複合型SC ②各テナントの相乗効果発揮システム型SC ③物販からサービス、エンターテインメントまで含めた出向動機誘発型SC ④ワンストップ&コンパージョンショッピング型SC
		2 ライフスタイル・パワータウン	メガストアとスモールテナントとエンターテインメントが一体化したハイブリッドSC	
		3 多核モール型RSC	複数のメガストアとスモールテナントとエンターテインメントが一体化したランプリングモールのSC	
		4 地域密着タウンセンター	地域密着志向の特性を持ったインディーズ志向のワンランク下のSC	
		5 マルチユース型RSC	多目的な複合(商業・住宅・オフィス・ホテル・公共施設・文化&スポーツ施設)化したSC	
	テーマ型SC	1 スペシャルティセンター	メガストアのないスモールテナントの複合体SC	
		2 エンターテインメントセンター	物販3分の1、飲食3分の1、エンターテインメント3分の1の遊び志向のSC	
		3 テーマ型&レジャー型 ライフスタイルセンター	1つのテーマを明確化したSCあるいはレジャー&エンターテインメント志向の集客強化型SC	
		4 アンチモール&ノスタルジー型SC	アンチモールや古き良き時代のノスタルジーを志向とするSC	
デジタル型SC	1 スマート・コミュニティ・センター (SC2との名称)	リアルSCであるが、ネット時代とモノ離れ時代に対応したわざわざ出掛けるSCのための機能を強化したギャザリング&デジタルネイティブな新世代型SC		
	2 ECモール	ECテナントの集合したSC(従来型のECモール)		
バーチャルSC	3 仮想・メタバースモール	リアルティ感やエモーショナル感や五感のメタバース志向のバーチャルSC		

上記のSC(業格レベルのSC)の共通の切り口は次の通りです。

切り口①
モールのハード的形態
①オープンエアモール
②エンクロードモール
③ハイブリッドモール
④館型モール

切り口②
ライフスタイルセンターの概念
①オープンエアモール(アウトドア志向モール)
②サードプレイス(交流の場)
③ライフスタイル志向のテナントミックス
④上質の商品と上質の時間の概念

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
会長・六車流研所長 ^む ^{ぐるま} 六 車 秀 之