

流通とS C・私の視点

2006年2月25日

視点(608)

S Cの選択動機とは!!

生活者がS Cを選択する場合の動機を「S Cの選択動機」と言いますが、次のように分類されます(六車流:流通理論)

(以下の内容は流通とS C・私の視点(547)をバージョンアップした内容です)

S Cの選択動機		業 態	行動頻度
非日常性の生活シーン(オフ)	レジャー・リゾートニーズの選択動機	レジャー・ライフニーズ	アウトレットセンター テーマパーク フェスティバルセンター
		超アーバン・リゾートニーズ	東京及びミニ東京街区 (疑似東京)
	タウン・リゾートニーズの選択動機	アーバン・リゾートニーズ	都心の中心街
		サバーバン・リゾートニーズ	郊外のR S C ニュータウンセンター
アーバン・コンビニエンスニーズの選択動機	ワーカー・コンビニエンスニーズ	都心の中心街	
	ビジネス・コンビニエンスニーズ	(繁華街、地下街、デパート、ターミナル型S C)	
日常性の生活シーン(オン)	コミュニティ・ライフニーズの選択動機	コミュニティ・オアシスニーズ	ライフスタイルセンター
		コミュニティ・コンビニエンスニーズ	コミュニティ型S C パワーセンター
	ネイバー・コンビニエンスニーズの選択動機	ネイバー・ライフニーズ	ネイバーフードセンター スーパーセンター スーパーマーケット
		ネイバー・超コンビニエンスニーズ	コンビニエンスセンター コンビニエンスストア ミニスーパー

以上のように、S Cの選択動機は大分類で5パターン、小分類で10パターンに分けることができます。

レジャー・リゾートニーズの選択動機は、レジャー感覚のショッピング行動であり、アウトレットやテーマセンターへ行くレジャー・ライフニーズと東京あるいはミニ東京街区へ遊びに行く超アーバン・リゾートニーズに分けることができます。

タウン・リゾートニーズのS Cの選択動機は、まち遊びのショッピング行動であり、都心の中心市街地(繁華街+地下街+ターミナルS C)と、郊外のR S Cに分けることができます。前者がアーバン・リゾートニーズ、後者がサバーバン・リゾートニーズであり、両者は同質性が強いため、都心と郊外の立地間の同質競争が起こります。

アーバン・コンビニエンスニーズのS Cの選択動機は、ワーカー(オフィスワーカー+サービスワーカー)とビジネス関係者の利便性ニーズであり、中心市街地やターミナル立地でありながら、コンビニエンスニーズの性格を持ちます。

コミュニティ・ライフニーズのS Cの選択動機は、日常生活を全面的に支援するニーズであり、利便性のワンストップショッピングであるコミュニティ・コンビニエンスニーズと、地域のコミュニティ&コミュニケーションニーズ(井戸端会議)のコミュニティ・オアシスニーズに分けられます。

ネイバー・コンビニエンスニーズの選択動機は、日常生活の食品や最寄品を中心とした頻度の高いニーズを中心にし、ネイバー・ライフニーズとネイバー・超コンビニエンスニーズに分けられます。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車^{むくま} 秀 之