

視点(927)

日本型ライフスタイルセンターのタイプ(その1)!!

日本型ライフスタイルセンターのタイプと特性は次の通りです(六車流：流通理論)。

タイプ		考え方	コンセプト	ターゲット	アメリカでの事例
第1のタイプ	駅前型 ライフスタイルセンター	駅前にはコミュニティのプラットフォーム(地域の交流の場)であり、人の集まり散らばる場におけるライフスタイルセンターづくり	地域のプラットフォームとしてのSC!!	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">駅勢圏内居住者</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">駅利用者乗降客</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">駅勢圏内の学生・ワーカー</div>	
第2のタイプ	ロードサイド型 ライフスタイルセンター	周辺生活者とロードサイドマーケットの二つの性格の異なるマーケットを対象としたライフスタイルセンターづくり	前面道路の車利用者をも対象とするライフスタイルセンター!!	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">商圏内(5～10km圏)の生活者</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">車の通行者(ロードサイドマーケット)</div>	●コモンズ・アット・カラバサスパーク
第3のタイプ	新興住宅地型 ライフスタイルセンター	人口増の大きい新興住宅の中で地域の中心となるライフスタイルセンターづくり	井戸端会議の場としてのSC!!	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">周辺の居住者(2km圏)</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">中商圏(5～10km圏)内の生活者</div>	●プロムナード・アット・ウェストレイク
第4のタイプ	ニュー中心市街地型 ライフスタイルセンター	郊外立地で地域の中心となる場を新たに開発するライフスタイルセンターづくり(平成の町村合併の中心地づくりに最適)	地域の顔としてのSC!!	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">中商圏(場合によっては大商圏)内の生活者</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">市民</div>	<ul style="list-style-type: none"> ●ヴィクトリア・ガーデンズ ●サウスレイク・タウンスクエア ●イーストン・タウンセンター
第5のタイプ	商店街型 ライフスタイルセンター	現状の商店街の再生として新たな商業機能を付加するライフスタイルセンター	商店街の良さを取り入れたSC!!	<div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">周辺の居住者(2km圏)</div> + <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; display: inline-block;">中商圏(5～10km圏)内の生活者</div>	<ul style="list-style-type: none"> ●ブロードウェイ・プラザ ●サンタモニカ・サードストリート・プロムナード

(流通とSC・私の視点(928)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 む六 くるま車 秀 之