

流通とSC・私の視点

2014年2月28日

視点(1790)

(SC理論編)

SCのアンカーテナントとは何か(その4)!!

(「SC JAPAN TODAY」2013年12月号の六車秀之の掲載原稿を加筆して作成)

(流通とSC・私の視点1789より続く)

<図表4> SCの多様化と相反する購買動機の融合のタイプ

	SCの形態	内 容
基本となるSC	スタンダード型SC (例:イオンタイプのRSC、ららぽーとタイプのSC)	GMSとメガストアをアンカーテナントとし、ポピュラープライスの専門店テナントによるランブリングショッピング化し、さらにレストラン街、フードコート、シネマコンプレックス、アミューズメントのエンターテインメント施設とサービス・コミュニティ等のSC
	ハイライフ志向のSC	スタンダード型SCよりワンランク上あるいはツーランク上のSCでありハイエンドSCや高級志向・高感性志向のSC(米国の事例:サウスコーストプラザ、ファッションショーモール)
4つの方向性	レジャー・リゾート志向のSC	スタンダード型SCよりワンランクリゾート・エンターテインメント志向のSCであり、テーマ・フェスティバルセンター、エンターテインメントセンター、メガモールのSC(米国の事例:モールオブアメリカ、アメリカンドリーム)
	バリュー志向のSC	ツーランク下のSCであり、価格志向の核店と廉価版の専門店テナントが一体化したSC(米国の事例:ベルゲンタウンセンター、ザ・マーケットプレイス)
	ライフスタイルセンター・タウンセンター志向のSC	ワンランク下のSCであり、住民を主力ターゲットとする生活密着・地域密着志向のSC(米国の事例:ユニバーシティヴィレッジ、ザ・コモンズアットカラバサスパーク)
6つの相反する購買動機の融合	ハイライフ志向のSCとレジャー・リゾート志向のSCの融合	高級志向・高感性志向のハイライフ志向のSCに、強力なリゾート性やレジャー性を付加したSC(米国の事例:フォーラムショッप्ス、シティセンター)
	レジャー・リゾート志向のSCとバリュー志向のSCの融合	価格志向のSC(バリューモール)にレジャー・リゾート機能を付加する「安さと楽しさ」を一体化したSC(米国の事例:オンタリオミルズ、ジャージーガーデン)
	バリュー志向のSCとライフスタイルセンター・タウンセンター志向のSCの融合	地域の交流の場やプラットフォームの役割を持つSCに価格志向の機能を付加したSC(米国の事例:パリセイズセンター)
	ハイライフ志向のSCとライフスタイルセンター・タウンセンター志向のSC	地域のプラットフォーム地域の中心市街地の役割を持ちつつ、高級志向や高感性志向のSC(米国の事例:ヴィクトリアガーデン、ファッションアイランド)
	ライフスタイルセンター志向のSCとレジャー・リゾート志向のSC	ライフスタイルセンターの自然志向、オープンモール志向、街並み志向にエンターテインメント志向を強力に加え居心地感と遊びを付加したSC(米国の事例:ザ・グローブアットファーマーズマーケット、ジ・アメリカーナアットブランド)
	ハイライフ志向のSCとバリュー志向のSC	ハイライフ志向のSC(高級志向及び高感度志向のSC)にバリュー志向を付加したハイセンスなのに廉価性があるSC(米国の事例:ウッドベリー・コモンズ、ファッションアウトレット・ラスベガス)

(流通とSC・私の視点1791へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代 表 六 車 秀 之