

流通とSC・私の視点

2014年4月27日

視点(1815)

レジャー・リゾート型SCのポジショニングと方向性(その7)!!

(SC理論編)

(流通とSC・私の視点 1814 より続く)

	S C 名	タイプ	内 容
9	ワシントンアン センター (ワシントン郊外)	エンターテ インメント 型ライフ スタイルセン ター	①人工湖とメガストアとプロムナードが一体化したSC ②業態的にはレジャー志向のタウンセンターで「ショッピング」と「レジャー」と「エンターテインメント」の一体化 ③核要素は、ターゲット、コールズ、デックススポーツینگグッズ、バーンズ&ノープル、シネマコンプレックス (AMC)、ホテル (マリオット)、レジデンシャル (アパートメント)、レイク (ワシントンアンレイク) と「遊歩道」である ④各核要素をストリートと遊歩道で結び、オープンエアモールのランプリングショッピングができる ⑤専門店はRSCのナショナルチェーンが数多く出店しているが、百貨店やGMSは出店していない ⑥ただし、ターゲットやコールズのバリュー志向のメガストアとスポーツメガストアが出店している

6. 日本のレジャー・リゾート型SCの事例

日本では、まだエンターテインメント型SCからレジャー・リゾート型SCへの移行期であり、その事例は次の通りです。

	S C 名	テーマ	内 容	
1	イオンモール 幕張新都心	夢中が生まれる場所	①グランドモール、ファミリーモール、アクティブモール、ペットモールの4つのゾーン ②お仕事体験テーマパーク「カンドゥー」 ③東映ヒーローワールド ④シネコンとコラボアミューズメント(よしもと劇場) ⑤スカイパーク(屋上志向)とグランドスクエア(ライブステージ)	
2	マークイズ みなとみらい	ライフエンターテインメントモール	①新都心立地であるみなと「みらい21」(横浜) に立地するRSC ②新都心の立地条件を活かしたリゾート志向のエンターテインメント型SC ③周辺のRSC商圏、レジャーマーケット、周辺のワーカーマーケットを対象としている ④新都心立地としてのリゾート性を活用して「セガのオービィ横浜」(大自然を体験できる娯楽施設)をエンターテインメント核として導入 ⑤新お上り客(ローカル立地や修学旅行のお上り客でなく、横浜市の広域圏内のお上り客=もの見・見物のショッピングの客)のレジャーマーケット	
3	ウミエ	海とともに笑顔になれる街	①ウォーターフロントのモザイク ②アンパンマンこどもミュージアム ③モザイク観覧車 ④神戸のマリーン(海を借景とするすばらしい風景) ⑤赤レンガ倉庫のレストラン街	} とSCの一体化
4	ダイバーシティ 東京プラザ	劇場型都市空間	①スケートパーク ②ガンダムフロント(フェスティバル広場) ③ラウンドワン ④フェスティバル広場 ⑤東京シティグルメ	} とSCの一体化
5	ららぽーと エキスポランド	(計画中)	①ネーチャーシミュレーター(大自然を五感で体感) ②アクアミュージアム ③キッズプレイワールド&キッズエデュケーションビレッジ ④フィルムエンターテインメント ⑤スポーツエンターテインメント	} とSCの一体化

(株)ダイナミックマーケティング社⁴⁶

代表 六 車 秀 之