

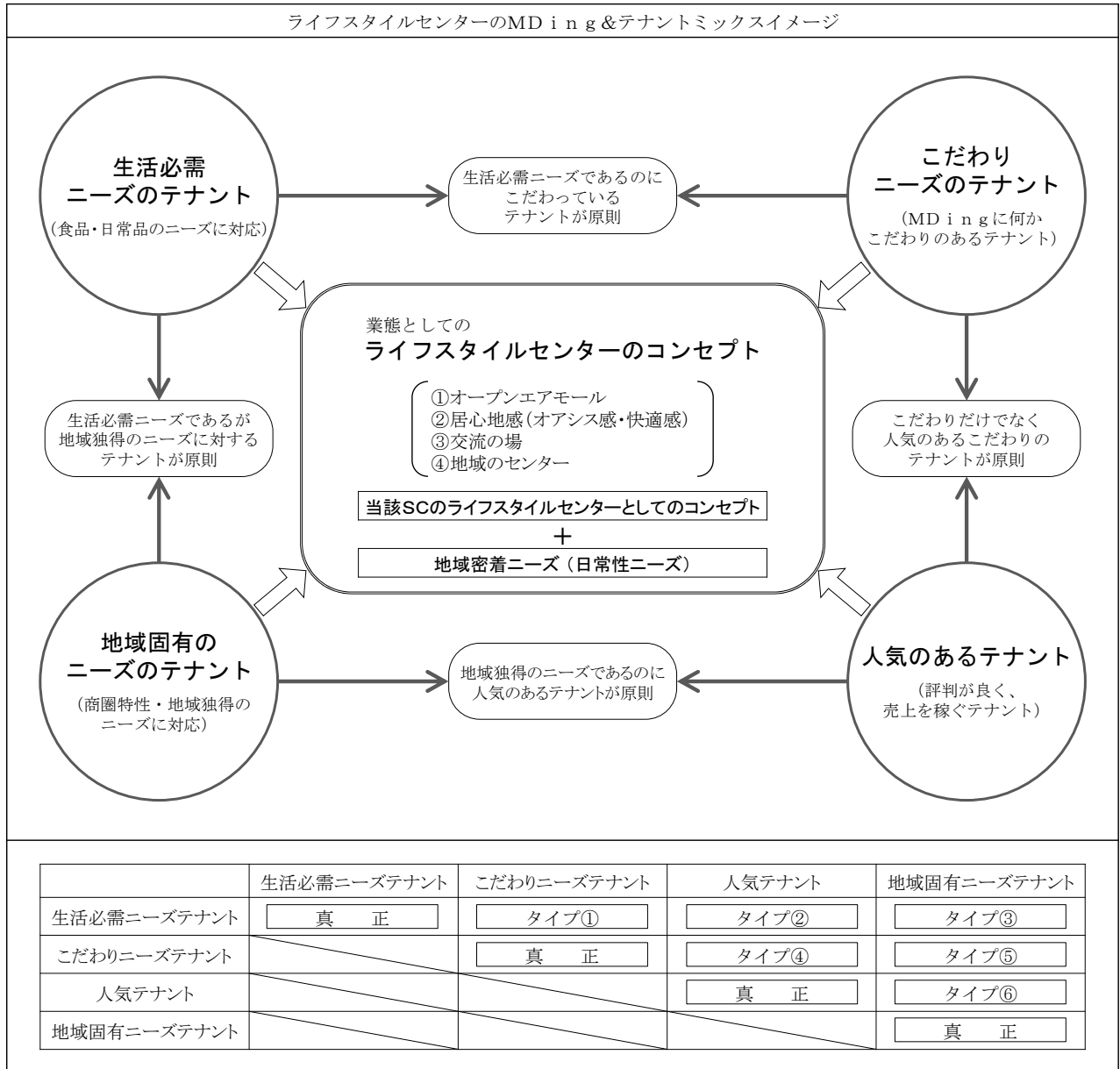
視点(2072)

新・ライフスタイルセンターのニーズ構造!!

(SC理論編)

ライフスタイルセンターは「マイノリティ型SC」です。すなわち、SCの成熟期に1つの固有マーケットの中でニッチではあるが個性あるMD i n g &テナントミックスの競争優位性で成立するSCです。その関係上、ライフスタイルセンターのニーズ構造には固有の特性を持つことが成立条件となります。

ライフスタイルセンターのMD i n g &テナントミックスのイメージは次のようになります。



ライフスタイルセンターの核要素（集客のための要素）は次の通りです。

- ①有力・有名・人気のある上質志向のSM
- ②日常ニーズの有力・有名・人気のあるマグネットストア
- ③独自集客力のあるメガストア&マグネットストア
- ④グルメ・こだわり・人気レストランやイートカフェ
- ⑤地域の生活に必要なコミュニティ&サービス

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之