

視点(2075)

地域密着型SCの成立要因とタイプ!!

(SC理論編)

SCの成熟期にはマーケットの多層化に基づくSCの多様化が進展します。SCの多様化は、理論的には「9つの方向性」と「28の相反するSCの融合」という37のパターンが想定されます。この「9つの方向性」のうち、「地域密着型SC」の概念を以下に説明します(詳細は流通とSC・私の視点「2066」参照)。

①地域密着型SCの3つの主力ニーズ

「生活必需ニーズ」「地域固有ニーズ」「割安感ニーズ」です。

②地域密着型SCの3つの対応スタンス

「地域密着ニーズのワンパッケージ対応スタンス」「日常の中の“新”のニーズ対応スタンス」「使い慣れた安心・安全ニーズ対応スタンス」です。

地域密着型SCには、次の5つの業態があります。

	業態	営業面積	核要素	形態	内容
第1のタイプ	ニューCSC	12,000㎡以上 ～30,000㎡未満	・GMS ・SSM ・メガストア ・スモールテナント	・ビル(ハコ)型 ・モール型	旧CSCをパワーアップさせ、生活のワンパッケージ化したフルラインのSC
第2のタイプ	パワータウン	12,000㎡以上 ～30,000㎡未満	・GMS ・SSM ・スモールテナント	・ビル(ハコ)型 ・ヴィレッジ型 ・モール型	GMSを解体してメガストアで構成する核店にスモールテナントを集積させたSC
第3のタイプ	ライフスタイルセンター	12,000㎡以上 ～30,000㎡未満	・SSM ・ライフスタイルメガストア ・スモールテナント ・飲食ヴィレッジ	・ヴィレッジ型 ・ハイブリッドモール型	郊外の伝統的SCのコモディティ化に伴う“上乗せ”ニーズ(プレミアムニーズ)で構成されたプレイスメイキングのSC
第4のタイプ	地域密着志向のスペシャリティセンター	12,000㎡以上 ～30,000㎡未満	・SSM ・スモールテナント ・飲食ヴィレッジ	・ビル(ハコ)型 ・ヴィレッジ型 ・モール型	集客機能のある立地(例えば駅)に専門店を中心としたテナントミックスのSC
第5のタイプ	地域密着RSC	30,000㎡以上	・GMS ・メガストア ・スモールテナント ・エンターテインメント	・ビル(ハコ)型 ・モール型 ・ヴィレッジ型	CSCニーズをRSCの規模で対応したマーケット深耕方型のカジュアルRSC

以上の地域密着型SCのキャッチフレーズ(集客の基軸となる概念)は次の通りです。

ニューCSC	RSCの中～中下のレベルのMDing&テナントミックスで総合性を売りとするSC
パワータウン	複数のメガストアを核店とし、スモールテナントと一体化したCSCのパワーアップ型SC
ライフスタイルセンター	伝統的SCのあふれニーズの受け皿となる、居心地感と井戸端会議の役割を持つSC
地域密着志向のスペシャリティセンター	集客立地に専門店、飲食店、サービステナントで形成された利便性とオリジナル性を融合したSC
地域密着RSC	CSCニーズをRSCの規模で対応し、地域密着ニーズを深掘りした完全ワンパッケージ型のSC

地域密着ニーズは、「利便性」「割安感」「ワンパッケージ性」「安心・安全」といった、ごくごく当たり前のニーズを基に、日常の中の“新”のMDingを完成度高く提供するSCです。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之