

流通とSC・私の視点

2017年5月29日

視点(2095)

SC業態間の同質性と異質性!!

(SC理論編)

SC間の競争には「多段階競争(縦断競争)」と「異質競争(横断競争)」があります。ここでは、SC相互間の同質性と異質性が明確な「多段階競争」のSC間競争を取り上げます。

このSC相互間の多段階競争において、SCのタイプは「生活行動圏の距離」と「SCの規模」という2つの主要因によって決定されます。すなわち、「生活行動圏の距離」はSCの選択における時間・距離の抵抗要因がある中で各SCの業態を選択する際の時間・距離の抵抗要因が希薄なエリアを意味します(SCの出向動機によるSCの選択)。また、「SCの規模」は各SCの業態が取り扱う物・飲食・サービス・情報・エンターテインメント・レジャー等の広義の商品の選択肢の違いです(SCの購買動機によるSCの選択)。

(1) SCの行動圏による距離のモデル化

SCのタイプ別の生活行動圏は次の通りです。

生活圏エリア (広域・SC生活圏)		SCのタイプ別圏域				最寄圏	備考欄	
		大商圏 (RSC)	中商圏 (CSC)	小商圏 (NSC)	超小商圏 (CVC)			
三大都市圏	中心市街地エリア	5km圏	2km圏	1km圏	500m圏	1km圏	※地方拠点都市エリアは札幌・仙台・広島・北九州・福岡の5大都市	
	周辺市街地エリア	5km圏	2km圏	1km圏	500m圏	2km圏		
	第1次郊外エリア	5km圏	2km圏	1km圏	500m圏	2km圏		
	第2次郊外エリア	タイプ①	5km圏	2km圏	1km圏	500m圏		2km圏
		タイプ②	10km圏	5km圏	2km圏	1km圏		2km圏
近郊カントリーエリア	20km圏	10km圏	5km圏	2km圏	5km圏			
三大都市圏以外	地方拠点都市エリア(5大都市)	10km圏	5km圏	2km圏	1km圏	2km圏		
	地方都市エリア(県庁所在地)	20km圏	10km圏	5km圏	2km圏	5km圏		
	地方ローカルエリア	40km圏	20km圏	10km圏	5km圏	10km圏		

以上の各SC業態別の行動圏内の競争であれば同質競争が起こりますが、この各SC業態別の生活行動圏以外であれば同質競争は起こりません。

(2) SCの規模(広義の商品によるSCの選択肢)における同質性のモデル

	特化S C	RSC		CSC		NSC		CVC	
		S・RSC	RSC	S・CSC	CSC	NSC	コンパクトNSC		
特化SC (規模は関係ない)	◎								
RSC	S・RSC (70,000㎡以上)	20%	◎						
	RSC (30,000~70,000㎡未満)	10%	70%	◎					
CSC	S・CSC (20,000~30,000㎡未満)	0%	50%	40%	◎				
	CSC (12,000~20,000㎡未満)	0%	30%	40%	30%	80%	◎		
NSC	NSC (6,000~12,000㎡未満)	0%	0%	0%	50%	40%	50%	◎	
	コンパクトNSC (3,000~6,000㎡未満)	0%	0%	0%	30%	70%	60%	80%	◎
CVC (1,500~3,000㎡未満)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	20%	30%	◎

※1: 表の数値は同質性の指数

※2: 特化SCとはアウトレットモール、レジャー型SC、アーバンツーリズム対応SC、中心市街地

(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六車秀之