

流通とSC・私の視点

2017年6月12日

視点(2100)

マーケットデザインと流通業態!!

(流通理論編)

1つの固有エリア及びマーケットの中で互いの業態が“競存共栄”体制で棲み分けする「マーケットデザイン」の基となる流通業態のモデルを以下に示します。

タイプ	店舗面積	リアル流通業態				バーチャル流通業態
		S C		メガストア(非SC)		
		SC業態①	SC業態②	総合メガストア	ライフスタイルメガストア(スペシャリティ百貨店)	
超大型商業施設	70,000㎡以上 (超広域商圈業態)	スーパーRSC	<ul style="list-style-type: none"> ・エンクローズドモール ・モールタイプ ・ストリートタイプ ・ビルタイプ ・オープンエアモール ・ヴィレッジタイプ ・ストリップタイプ 	<p>〈概念〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ①フルライン ②非特化カテゴリー 	<p>〈概念〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ①特定の客層に百貨を提供 ②特定カテゴリーで百貨を提供 	<ul style="list-style-type: none"> ①シングルチャネル ②マルチチャネル ③クロスチャネル(O2O) ④オムニチャネル
大型商業施設	30,000㎡以上 ～70,000㎡未満 (広域商圈業態)	RSC	<ul style="list-style-type: none"> ハイブリッドモール ・スリーランク上のSC ・ツーランク上のSC ・ワンランク上のSC ・スタンダードのSC ・ワンランク下のSC ・ツーランク下のSC 	<p>〈事例〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・総合百貨店 ・総合GMS ・スーパーセンター ・総合ディスカウントセンター ・SSM ・スーパーストア 	<p>〈事例〉</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ライフスタイル百貨店 ・ライフスタイルGMS ・ホームセンター ・生活・情報家電 ・玩具&ホビー ・スポーツ&アウトドア ・キッズ&ホビー ・クラブ&ホビー ・手芸&ホビー ・旗艦店型ブランドショップ ⋮ 	<p>無店舗販売</p>
中型商業施設	12,000㎡以上 ～30,000㎡未満 (中域商圈業態)	CSC	<ul style="list-style-type: none"> ・比較購買タイプ ・パワータウンタイプ ・パワーセンタータイプ ・スペシャリティセンタータイプ ・スタンダード志向SC ・ハイライフ志向SC ・レジャー志向SC ・地域密着志向SC ・バリュー志向SC ・スマート志向SC ・ノスタルジー志向SC ・パワフル志向SC ・サステナブル志向SC 			<p>大型メガストア</p>
小型商業施設	3,000㎡以上 ～12,000㎡未満 (狭域商圈業態)	NSC	<ul style="list-style-type: none"> 相反する出向動機・購買動機の融合SC(28タイプ) 	<p>標準メガストア</p>	<p>標準メガストア</p>	
超小型商業施設	1,500㎡以上 ～3,000㎡未満 (超狭域商圈業態)	CVC	<ul style="list-style-type: none"> コンビニエンスセンター ・ビルタイプ ・ヴィレッジタイプ ・ストリップタイプ 			—
専門店	—	客層・ライフスタイルを絞り込み、商品カテゴリーも絞り込む業態				専門店のネット通販

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之