

視点(2199)

極地強大化現象とSC(その1)!!

(SC理論編)

自然界において、特定の要素を持ったエリア(地域)でその要素により生物が巨大化・強力化する現象を「極地強大化現象」と言います。

私は、年間売上高500億円以上のSCを「超繁盛型SC」と呼んでいますが、南極海の魚や動物が巨大・超大量のプランクトンによって強大化している現象と同じように、特定の限られた立地に超繁盛型SCは存在しています。超繁盛型SCの数は下表の通りです。

タイプ	内 容	SC数
タイプ①	中心街(A)立地のスペシャリティセンター(百貨店、メガストアは除く)	3SC
タイプ②	三大都市圏の郊外立地や三大都市圏外の一般立地のSC(中心街(A)を除くエリア)	10SC
タイプ③	特化SC(空港型SC、アウトレットセンター) ※成田空港を含む	5SC
合 計		18SC

日本の全SC(3,217SC)の0.6%でしかありません。

このように、年商500億円以上のSCは希薄な存在です。まさに、特定の立地のみに超繁盛型SC(巨大・強力化した生物)が存在していると仮定すると、この超繁盛型SCの立地エリアは極地強大化現象が起こる要素を持っていると言えます。

この極地強大化現象が起こる要素をSCの超繁盛型SCの事例で検証すると次のようになります。

1. 超繁盛型SCの超成果を立地で検証

- ① 1つの固有マーケット内に所得の高い層が多い「ハイクオリティマーケット」の立地
- ② 1つの固有マーケット内に人口密度が高い「高人口密集マーケット」の立地
- ③ 高次元商業地や交通の拠点等の「高集客力マーケット」の立地

このように、超繁盛型SCを買い手の特性(マーケットや立地特性)から見ると「高クオリティマーケットの立地」「高人口密集マーケットの立地」「高集客力マーケットの立地」の3つに明確化されます。これを数値化するとモデル化が可能です。立地と超繁盛型SCの関連性は上記の3極地立地で完成度の高い仕組み・MDing・運営を行っていることです。

2. 勝ちパターンのSC仕組みとMDing&テナントミックスで検証

勝ちパターンのSCは仕組みを完成度高く仕上げていることです。仕組みとは以下の通りです。

① 規模の優位性を活用しているSC

SCの規模戦略とは、次の3つのことです。

- イ. 全体1番SC(1つの固有マーケットの中で圧倒的1番と比較1番があり、ナンバーワン戦略と呼ぶ)
- ロ. 棲み分け2番・3番SC(1つの固有マーケットの中で、2番SCと3番SCは1番SCとの差異化を30~50%することにより成立する。オリジナルワン戦略と呼ぶ)
- ハ. 特定分野1番SC(1つの固有マーケットの中で特定の分野=マーケットセグメンテーションのニッチなマーケットで1番になること。オンリーワン戦略と呼ぶ)

超繁盛型SCは、基本的には1つの固有マーケットの中で「圧倒的1番型SC」か、超広域型商業地の「特定分野1番型SC」です。いずれにしても、1番という優位性を全体マーケットあるいは特定分野で1番になり、完成度の高いMDing&テナントミックス化することが勝ちパターンづくりの原則です。

② 強力で特別な独自集客力のあるSC

SCの業態の中には、SC自体が特別に強力な業態があります。この独自集客力に交通の利便性が付加すると立地創造が起こります。アウトレットセンターはこの事例です。いわば、流通業界における“例外の原則”や“奇跡の原則”のビジネスモデルです。

(流通とSC・私の視点 2200へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代 表 六 軍 秀 之