

流通とSC・私の視点

2019年3月8日

視点(2277)

マーケットデザインによる業態選定の第2ステップ!!

(SC理論編)

SCのマーケットデザイン理論に基づく勝ちパターンづくりの「SCの業態選定戦略」は、

第1ステップ	業態の第1次選定=基本タイプ
第2ステップ	業態の第2次選定=ブレイクダウンタイプ
第3ステップ	業態の第3次選定=MDingのタイプ

ここでは、SCの業態選定の第1ステップである「基本タイプの選定後」の「SC業態の第2ステップのブレイクダウンタイプ」を説明します。

基本型		内 容
大商圏業態	R S C スーパーRSC (30,000㎡以上)	①標準型RSC ②ワンランク上のRSC ③ツーランク上のRSC ④ワンランク下のRSC
中商圏業態	C S C (12,000~30,000㎡未満)	①エンクロード型SC ②ライフスタイルセンター ③パワータウン ライフスタイル センター ④地域密着ライフスタイルセンター ⑤タウンセンター型ライフスタイルセンター ⑥テーマ型ライフスタイルセンター ⑦レジャー型ライフスタイルセンター ⑧アンチモール型ライフスタイルセンター(LOHAS&ノスタルジー型)
超大商圏業態 or 大商圏業態	スペシャリティセンター	アーバン・ コンビニエンス ニーズ対応 ①地下街型スペシャリティセンター ②駅型スペシャリティセンター ③ビル型スペシャリティセンター ④ストリート型スペシャリティセンター ⑤アップトゥデイト型スペシャリティセンター(アップスケール型) →スタンダード型 アーバン・ リゾート ニーズ対応 ①アーバン・コンテンポラリー型スペシャリティセンター ②アーバン・トレンド型スペシャリティセンター ③アーバン・アッパー型スペシャリティセンター ④アーバン・ハイエンド型スペシャリティセンター アーバン・ ツーリズム対応 ①アーバン・ツーリズム型スペシャリティセンター(※) ②アーバン・ストリート or アーバン街区型スペシャリティセンター ③アーバン歓楽街型スペシャリティセンター
超大商圏業態 or 大商圏業態	バリューセンター(広義) =ツーランク下のSC	①アウトレットセンター ②バリューセンター(狭義) ③パワーセンター ④アーバン・プレミアムバリューセンター
大商圏業態	百貨店	①ポピュラー・トータル型百貨店 ②ベター・トータル百貨店 ③プレステージ・トータル型百貨店 ④ターゲット特化・トータル百貨店
小商圏業態	N S C (3,000~12,000㎡未満)	①中心街立地NSC ②ステーション立地NSC ③ロードサイド立地NSC ④住宅地立地NSC ⑤ワーカー立地NSC
超小商圏業態	C V C (1,500~3,000㎡未満)	①中心街立地CVC ②ステーション立地CVC ③ロードサイド立地CVC ④住宅地立地CVC ⑤ワーカー立地CVC
超大商圏業態 or 大商圏業態	エンター テイメントセンター	①テーマパーク併設型エンターテイメントセンター ②観光地&レジャー地型エンターテイメントセンター ③ウォーターフロント型エンターテイメントセンター ④エンターテイメントセンター(狭義)
大商圏業態 or 中商圏業態	メガストア	①都市型メガストア ②ライフスタイル型メガストア →商品特化・トータルターゲット百貨店 ③カテゴリーキラー型メガストア

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之