

# 流通とSC・私の視点

2019年5月18日

視点(2294)

SCの成立・成功のメカニズムとプロセス!!

(SC理論編)

SCを成立・成功させるメカニズムとプロセスの適切性によって「**成果**」(売上高レベルと賃料収入レベル)が異なります。つまり、SCの売上高(売場効率)や賃料高(収益効率)も成果に差が出ます。このメカニズムを客観化やアルゴリズム化すると「AI」(人工知能)によるSCの開発・リニューアルのノウハウの確立が可能となります。

この**SCの成立・成功のメカニズムとプロセス**は次の通りです。

<b>1つの固有マーケット</b>
自SCと競争SCを多元的に見るエリア
1つの固有マーケットの中で競争優位性を確立することが勝ちパターンSCづくり



段階	メカニズムの要素	適正概念	業務内容	手法	根源
第1ステップ	どのような <b>立地</b> (場所)で	適正立地	調査 (Research)	MRI <small>(マーケット・リポジショニング・インデックス)</small>	インフラストラクチャー(基盤) SC成立・成功の
第2ステップ	どのような <b>市場</b> で	適正市場			
第3ステップ	どのような <b>競争状況</b> で	適正競争			
第4ステップ	どのような <b>業態</b> で	適正業態	戦略 (Strategy) [成立創出行動]	コンセプトワーク	
第5ステップ	どのような <b>規模</b> で	適正規模			
第6ステップ	どのような <b>客層設定</b> で	適正客層設定			
第7ステップ	どのような <b>集客要素</b> で	適正集客要素			
第8ステップ	どのような <b>施設形態</b> で	適正施設形態			
第9ステップ	どのような <b>収益構造</b> で	適正収益構造			
第10ステップ	どのような <b>MDing</b> で	適正MDing	計画 (Plan) [成果具体化行動]	プラクティス	
第11ステップ	どのような <b>ゾーニング</b> で	適正ゾーニング			
第12ステップ	どのような <b>空間演出</b> で	適正空間演出			
第13ステップ	どのような <b>リーシング</b> で	適正リーシング			

- ①適正とは「1つの固有マーケット」の中で、競争優位性のあるポジショニングを確立した状態
- ②順不同の原則により、第1ステップから第13ステップまでを順次行うことにより精度が高まる

これらを成果の判断のマトリックスは次の通りです。

(○基準 ◎成果著しく高い ⊙成果高い △成果低い ×成果なし)

賃料収入		経費	経費(投資×費用)レベル		
			高経費	中経費	少経費
賃料レベル	高収益	○	◎	⊙	
	中収益	△	○	○	
	少収益	×	△	○	

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