

流通とSC・私の視点

2021年10月31日

視点(2426)

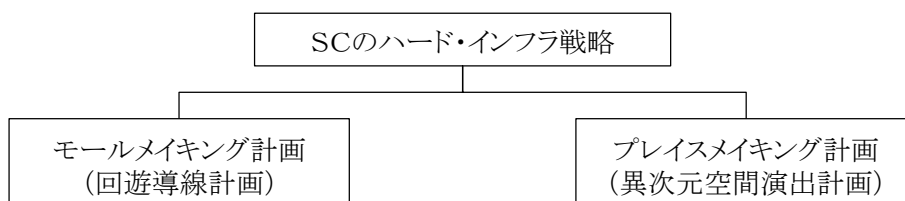
SCのハード・インフラ理論!!

(SC理論編)

SCの成立・成功のメカニズムは「ソフト・インフラ」と「ハード・インフラ」の2つの面があります。ソフト・インフラの理論に比べてハード・インフラの理論は少ないように感じます。そこで、SCのハード・インフラのメカニズムを解明しました。「SCのハード・インフラのコンテンツ」は次の通りです。

	内 容
目 的	SCの相乗効果と波及効果
回遊5原則	①導入 ②回遊 ③滞留 ④マグネット ⑤導出
3大スペース	①売場スペース イ. 物 (着まわり、食まわり、住まわり、趣まわり) ロ. 生活サービス (利便サービス+コミュニティサービス) ハ. 情報&コンテンツ (オンライン+モバイル+配信関係) ニ. エンターテインメント&レジャー ホ. スポーツ&ヘルス ヘ. 文化&教育関連 ②トラフィックスペース イ. 駐車場スペース ロ. 駐輪場スペース ハ. 交通機関からのアプローチスペース ③パブリックスペース イ. 広場、公園、大空間等の環境演出スペース ロ. モール&プロムナード (小径) スペース ハ. ランドスケープ (景観) 関係スペース
モールのタイプ	①ランブリングモール (インドア志向モール) のスペース ②まち並モール (アウトドア志向) のスペース ③格子型モール (ハコ型モール) のスペース
回遊効果のタイプ	①シャワー効果 ②噴水効果 ③散水効果 ④トランス効果 ⑤宝石の散らばせ型レイアウト ⑥ファースト買いタイプ ⑦ラスト買いタイプ ⑧衝動買いタイプ
ショッピングのタイプ	①ダイレクトパーキングショッピング ②ピックアップショッピング (ドライブスルー方式、ピックアップデポ方式) ③ラスト買いショッピング (※) ④回遊ショッピング
モールのタイプ	①エンクローズドモール (インドア志向モール) ②オープンエアモール (アウトドア志向モール) ③ハイブリッドモール (インドアとアウトドアの混合モール)

以上の内容を実施する場合の戦略・計画プロセスは次の通りです。



(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
 会長・六車流研所長 六 車 秀 之