

流通とSC・私の視点

2007年4月30日

視点(755)

ロハスとSCの関係とは!!

ロハスの概念をSCに取り入れた業態が「ライフスタイルセンター」や「タウンセンター」です。ゆえに、ライフスタイルセンターを21世紀の最適業態（SCは20世紀の最強業態）と呼んでいます。

ロハスの概念とSCの関連は次の通りです（六車流：流通理論）

ロハス (L O H A S) の 概 念					
	第 1	第 2	第 3	第 4	第 5
内 容	サステナブル・ エコノミー (持続可能な経済)	ヘルシー・ ライフスタイル (健康的な生活様式)	オルタナティブ・ ヘルスケア (代替医療、自然医療)	パーソナル・ デベロップメント (自己開発)	エコロジカル・ ライフスタイル (環境に配慮した生活様式)
詳細は、流通とSC・私の視点(684)参照（ビジネスロハス、講談社・大和田順子著書より）					

ロハス型SC（別名：SCロハス）

ロハスの概念をSC（ショッピング+エンターテインメントの融合体）の中に取り入れ、次世代型SCをつくるためのコンセプトをロハス型SC（SCロハス）と呼ぶ

自然にやさしいSC

地球の限りある資源を持
続可能性を持って有効に
使うことをSCレベルで
実現

人間の行動が自然との調
和を保てるように、自然
との共存共栄をSCレ
ベルで実現

人間にやさしいSC

治療型医療ではなく、病
気にならない医療や健康
になる運動をSCレ
ベルで実現

人間の持つストレスの解
放や向上意欲の啓発など
の精神面での育成をSC
レベルで実現

自然にやさしいSC

省エネルギー、代替エネ
ルギーに対応したSC

環境に配慮した生活様式
に対応したSC

人間にやさしいSC

肉体的健康に
対応したSC

精神的健康に
対応したSC

内 容
当該SCが、他のSCよ
り「従来型手法ではある
が飛躍的な効果のある」
あるいは「全く新しい発
想で未来への希望のある」
省エネ・代替エネシ
テムを多く導入したSC

当該SCが他のSCよ
り「建材やインテリア」
さらには「販売する商
品」（新しい生活様式を
創造する商品）が環境に
配慮したものを飛躍的
に導入したSC

当該SCが他のSCよ
り商空間や商品面にお
いて、病気にならないや
健康にいい、あるいは元
気になることに積極的
かつ飛躍的に配慮した
SC

当該SCが他のSCよ
り精神面の2大要因で
ある「いやし」（スト
レスからの開放）や「自
己啓発」（やる気を起こす）
ことに積極的かつ飛躍
的に配慮したSC

ロハス型SCと認めるレベル

第1のタイプ

他のSCあるいは通常のSCより、
最低1.5倍以上、基準的には2.0
倍以上の飛躍的にロハス志向が高
いレベル

第2のタイプ

他のSCあるいは通常のSCより
飛躍的に効果はないが、全く異なる
未来志向の新しい発想で画期的に
ロハス志向が高まることが期待出
来るレベル

第3のタイプ

当該SCが出来ることにより、地球
環境や自然への配慮、人間の健康や
精神面の開発の大切さを情報発信
し、地域の人々への感動を通じてロ
ハス志向へ人々の心を動かし、波及
効果による成果が出ることを期待
出来るレベル

このロハス型SCの概念を取り入れたSCが、ライフスタイルセンターであり、さらに、ユビキタス型SC（SCの中で、ハイテク技術を駆使した情報ネットワーク化）を付加すると「次世代型SC」となります。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之