

流通とSC・私の視点

2013年5月20日

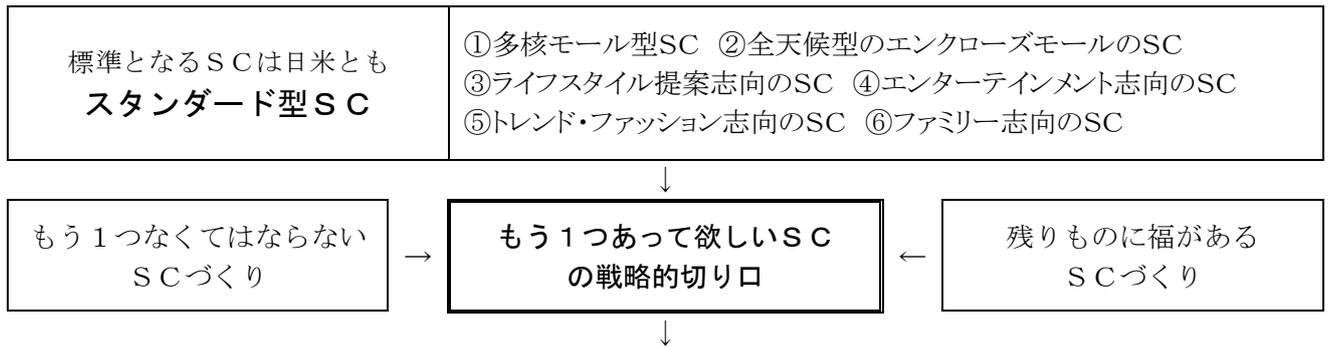
視点(1727)

もう1つあって欲しいSCづくりの戦略的切り口!!

(SC理論編)

SCの成立性(1つのマーケットの中で適正に成立するSC数)はモダン消費時代及びポストモダン消費時代は「2.5の成立理論」ですが、ニューモダン消費時代ではもう1つ異なるSCの成立が創出され「3.5のSC成立理論」となります。これが「もう1つあって欲しいSCづくり」です。

そのもう1つあって欲しいSCづくりの戦略上の切り口は、次の通りです(六車流:流通・マーケティング理論)。



①	上質志向のSC	スタンダード型SCよりもMDingにおいてワンランクあるいはツーランク高いテナントミックスのSC
②	地域密着志向のSC	生活密着志向のSC
③		地域ニーズ探索志向のSC
④		地域馴染み商法志向のSC
⑤		単独固有ディベロッパーのSC
⑥		レジャー志向のSC
⑦	バリュー志向のSC	スタンダード型SCが対応しない廉価性の業態やテナントを導入したバリューを武器とするSC
⑧	プレイスメイキング志向のSC	スタンダード型SCのエンクローズドモールに対して、オープンエアモール(アウトモール)や居心地感のあるプレイスメイキングを武器としたSC
⑨	タウンセンター&ライフスタイルセンター志向のSC	スタンダード型SCの生活者(ライフスタイルの提案と生活向上志向のニーズに対応した消費者)ではなく、地域の住民や地域の交流の場づくりを武器とするSC
⑩	まちづくり・ストリート志向のSC	スタンダード型SCのエンクローズドモールのランブリングショッピングに対し、まちづくりやストリートづくりの商店街志向のSC
⑪	シニア志向のSC	スタンダード型SCのニューファミリー(親と子供)に対して、シニア志向かつスロー志向のSC
⑫	アンチモール志向のSC	スタンダード型SCがSCの強力な武器であるモール志向に対して、モールそのものを否定したソフト・ハード両面からアンチモール志向のSC

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之