

視点(1810)

レジャー・リゾート型SCのポジショニングと方向性(その2)!!

(SC理論編)

(流通とSC・私の視点 1809 より続く)

2. レジャー・リゾート型SCのポジショニング

レジャー・リゾート型SCは、エンターテインメント志向のRSCの当たり前化に伴う客の斬新さが希薄した結果の、よりワンレベル高い異質性及び遊びニーズへの対応で出現しました。

このレジャー・リゾート型SCの出現の背景は2つのルートがあります。この2つのルートは出現の背景が全く異なり、目的や対象とする客及び対象とするニーズが違います。

①時代の流れを踏んで出現したレジャー・リゾート型SC

②時代の流れを踏まずに特別のニーズにより出現したレジャー・リゾート型SC

第1の「時代の流れを踏んで出現したレジャー・リゾート型SC」は、今まで述べてきたように、モノ離れ現象から起こったポストモダン消費から起こったエンターテインメント志向のSC、さらにニューモダン消費から起こったレジャー・リゾート型SCのように、経済や消費の成熟や流通・SCの成熟によって、プロセスを歩んで出現したレジャー・リゾート型SCのことです。一方の第2の「時代の流れを踏まずに特別のニーズにより出現したレジャー・リゾート型SC」とは、そもそもレジャー・リゾート型SCが消費のレベルアップから出現するのではなく、観光地で発生するインバウンドニーズを対象とするSCあるいは商業施設です。

例えば、ヨーロッパの都市に立地するSC（商業施設）、ラスベガスやドバイやシンガポール、マカオ、香港のような観光を資源とする都市に立地するSC（商業施設）、ウォーターフロント立地のSC（商業施設）、さらにはアメリカ（カナダ）の超ルーラル（ど田舎）に立地するレジャーマーケット対応のSC（商業施設）があります（ウエストエドモントンモールやモールオブアメリカ）。これらのレジャー・リゾート型SCは、時代の流れを踏んで出現したSCとは異なる次元で開発され、出現時期や出現背景が全く異なります。

ここでのレジャー・リゾート型SCは、時代の流れを踏んで出現したSCで、次の4つのタイプがあります。

レジャー・リゾート型SCのタイプ		特 性	
第1の タイプ	真正レジャー・リゾート 志向のメガSC	スタンダード型SCよりワンランクリゾート・エンターテインメント 志向のSCであり、テーマ・フェスティバルセンター、エンターテイン メントセンター、メガモールのSC	
		事例	モールオブアメリカ、エドモントンモール、アメリカンドリーム
第2の タイプ	ハイレブ志向のSCと レジャー・リゾート志向 のSCの融合したSC	高級志向・高感性志向のハイレブ志向のSCに、強力なリゾート性 やレジャー性を付加したSC	
		事例	フォーラムショッप्ス、ファッションショーモール
第3の タイプ	バリュー志向のSCとレ ジャー・リゾート志向の SCの融合したSC	価格志向のSC(バリューモール)にレジャー・リゾート機能を付加す る「安さと楽しさ」を一体化したSC	
		事例	ジャージーガーデン(アウトレットコレクション)、 グレープバインミルズ
第4の タイプ	ライフスタイルセンター 志向のSCとレジャー・ リゾート志向のSCの融 合したSC	ライフスタイルセンターの自然志向、オープンモール志向、街並み志向に エンターテインメント志向を強力に加え居心地感と遊びを付加したSC	
		事例	ザ・グローブ・アット・ファーマーズマーケット、ワシントン アンセンター、ジ・アメリカーナ・アット・ブランド

(流通とSC・私の視点 1811 続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺₆

代 表 者 むぐるま 六 車 秀 之