

視点(2132)

ネット時代に強いハイブリッド型SCとは!!

(SC理論編)

ハイブリッド型SCとは、2つの性格の異なるSCが融合したSCのことです。このハイブリッド型SCはネット販売（オンラインショッピング）時代に対応した次世代型SCでもありますが、「2つのタイプ」があります。1つは「ハイブリッドモール型SC」で、もう1つは「ハイブリッドチャネル型SC」です。

(1) ハイブリッドモール型SC

ハイブリッドモール型SCは、エンクローズドモールとオープンエアモールという性格の異なる2つのモールが融合したSCです。概念的にはエンクローズドモール7割にオープンエアモール3割の、まさにハイブリッドなモールのSCです。ネットショッピング時代には、ネットショッピングが対応できない「体感」（快適性・感動性・体験性・居心地性・しつらえ性）のリアル店舗の集合体であるSCにしかできない“場”を持つことが必要です。

私は多核モール型SC（エンクローズドモール）を20世紀最強の流通業態と呼んでいます。それに対してハイブリッドモール型SCは21世紀最強の流通業態と呼んでいます。多核モール型SCは従来のモダン消費時代（20世紀志向の消費）に適したSCですが、ネットショッピング時代には最強の流通業態ではなくなります。そこで、“体感の場”としてのオープンエアモールを多核モール型SCに付加したのがハイブリッドモール型SCです。オープンエアモールゾーンにスペシャリティセンター、テーマセンター、パワーセンター、パワータウン、ライフスタイルセンター、エンターテインメントセンター、アウトレットセンター、NSC、バリューセンター、アンチモール等を付加して多核モール型SCを強化あるいは異質化することで異次元空間をつくり、それによってネットショッピングに対応したSCになることが可能です。

(2) ハイブリッドチャネル型SC

ハイブリッドチャネル型SCは、リアル店舗の集合体である多核モール型SCとネットショッピングが融合したSCです。形態的にはリアル店舗の多核モール型SCですが、ネットとの戦略的同質化としてネットシステムを部分的あるいは全面的に取り入れたSCのことです。SCのディベロッパーがネットシステムを導入して戦略的同質化をするには、次の3つのタイプがあります。

①リアルモールとネットモールの並行型SC（ネットショッピングとのダブルモール）

ディベロッパーが多核モール型SCのリアルSCと同様に、並行的に同じテナントミックスのネットショッピングモールを構築することです。ディベロッパーが主体となって、各テナントをネットショッピング化して客に対する利便性（コンビニエンス性）の提供と囲い込みを行います。

②リアル基軸でネットサポート型SC（ネットショッピングのサポートモール）

ディベロッパーが多核モール型SCのリアルモールを基軸としつつ、テナントのネットショッピングを積極的かつ体系的にサポートする「O2O」（オンライン to オフライン、オフライン to オンラインの送客システム）、「デジタル販促」（テナントのネットショッピング支援販促）、「店舗に代わり24時間対応テナント支援」（SCのオープン時間外もSCとして各テナントの営業を支援）といったシステムを構築することです。

③リアルモール基軸でネイティブネット型SC（ネイティブネットモール）

多核モール型SCがテナントのネットショッピングの営業活動を間接的に応援することです。各テナントがネットショッピングを各々、シングルチャネル、マルチチャネル、クロスチャネル、オムニチャネルによって行っているのをディベロッパーとして支援することです。

以上のように、次世代のSCづくりはネットショッピング対応として、ネット上ではできない戦略的異質性を確立することと、ネットショッピングの持つ優位性を自らのSC内に取り込む戦略的同質性を確立することが重要です。車の保有率が30~45%の車社会ではSCが成長しましたが、スマホの保有率が30~50%のネット社会になるとオンラインショッピングが急速に発展します。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之