

流通とSC・私の視点

2018年5月6日

視点(2167)

SCの売上ランクとメカニズム (その1) !!

(SC理論編)

SCを売上という視点からランク付けすると「7ランク」に分類され、そのランクは次の通りです。

	ランク	基準売上高数値	クラス	備考欄
①	超1級ランクのSC	1,000億円以上	上クラス	ここでのランクは上下のランクではなく、売上の多い少ないを表現する名称
②	1級ランクのSC	500億円台ランク		
③	2級ランクのSC	400億円台ランク	中上クラス	
④	3級ランクのSC	300億円台ランク	中中クラス	
⑤	4級ランクのSC	200億円台ランク	中下クラス	
⑥	5級ランクのSC	100億円台ランク	下クラス	
⑦	6級ランクのSC	100億円未満ランク		

ここで、日本国内の超1級ランクと1級ランクである500億円以上の売上のSCは、下表の通りです(表記順は北から南)。

	SC名	店舗面積	売場効率 (1㎡・年間)	備考欄
1	イオンレイクタウン	160,000㎡	560千円	※売場効率は推定 ※郊外立地のSCのみ(中心市街地のSCは除く) ※郊外立地で売上500億円以上のSCのうち、「成田国際空港」(19,800㎡)と御殿場プレミアム・アウトレット(44,000㎡)、神戸三田プレミアム・アウトレット(42,000㎡)、軽井沢・プリンスショッピングプラザ(42,682㎡)、三井アウトレットパーク ジャズドリーム長島(39,300㎡)は除く
2	ららぽーとTOKYO-BAY	102,000㎡	770千円	
3	玉川高島屋SC	72,640㎡	1,270千円	
4	ららぽーと横浜	93,000㎡	620千円	
5	ラゾーナ川崎プラザ	79,000㎡	1,197千円	
6	テラスモール湘南	63,000㎡	840千円	
7	たまプラーザテラス	60,796㎡	900千円	
8	モゾワンダーシティ	85,000㎡	620千円	
9	ららぽーとEXPOCITY	91,000㎡	580千円	
10	阪急西宮ガーデンズ	107,000㎡	790千円	
11	あべのキューズモール	68,640㎡	760千円	

超1級ランク及び1級ランクの売上高のSCは「店舗面積が大きい」と「売場効率が高い」という、相反する要素を兼ね合わせています。そこで、1級(超1級及び1級)のSCで売上が高い要素はメカニズム的には次のようになります。

<売上メカニズムの算式>

①売上高=客数×客単価

②売上高=商圈規模×店舗向支出×マーケットシェア

<売上メカニズムの要因>

		売上高①		売上高②		
		客数	客単価	商圈規模	店舗向支出	マーケットシェア
SC規模(店舗面積)が大きい	業態としての適正規模以上	◎	○	◎	—	◎
	2位を1.4倍以上引き離している					
立地の集客要素が高い	ターミナル立地	◎	—	○	—	◎
	最寄圏の密集立地					
	ロードサイド適合(好条件)立地					
マーケットレベルが高い (富裕層マーケット)		—	◎	—	◎	—
マーケットが大きい	1つの固有マーケットが大きい	◎	—	◎	—	—
	越境商圈が形成されている					

また、売上のメカニズムにウエイトづけすると、次の通りです。

	SC規模が大きい	立地の集客要素が高い	マーケットレベルが高い	マーケットが大きい
構成比	35%	25%	20%	20%

(流通とSC・私の視点 2168へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之