

流通とSC・私の視点

2020年10月24日

視点(2374)

現世代と次世代のSC業態のタイプ!!

(SC理論編)

流通の行動空間は、リアル空間(フィジカル空間)からデジタル空間(サイバー空間)へと拡大し、SCは定義的にも概念的にも異なる次元へと進化しています。

現世代のSCと次世代のSCの垣根を越え、かつ流通業態の垣根を越えたシームレス化の観点からSC業態をタイプ分類すると次の通りです。

SCの概念		SC業態		内 容		
現世代型SC	利便型SC	1	CVC	店舗面積 1,500~3,000 m ² 未満の利便SC		
		2	NSC	店舗面積 3,000~12,000 m ² 未満の利便SC		
		3	CSC	店舗面積 12,000~30,000 m ² 未満の利便SC		
	廉価型	4	パワーセンター	ディスカウント型のメガストアがオープンエアで集積したSC		
		5	アウトレットセンター	有名ブランドの廉価版が集積したオープンエアのSC		
	モール型SC	6	多核モール型RSC	複数のメガストアとスモールテナントの融合SC	店舗面積 30,000 m ² 以上の大型SC	<モール型SCの要素> ①メガストアとスモールテナントの複合型SC ②各テナントの相乗効果発揮システム型SC ③物販からサービス、エンターテインメントまで含めた出向動機誘発型SC ④ワンストップ&コンパゾンショッピング型SC
		7	バリューセンター	廉価性と遊びが一体化したSC		
		8	パワータウン	メガストアとスモールテナントが複合したパワフルSC		
		9	スペシャリティセンター	メガストアのないスモールテナントの複合体		
		10	エンターテインメントセンター	遊びを基軸としたSC		
		11	館型SC	総合百貨店やスペシャリティ百貨店のテナントミックス型SC(販促SC)		
	12	マルチユース型SC	多目的な複合(商業・住宅・オフィス・ホテル・公共施設・文化&スポーツ施設)化したSC(⑥からと兼用)			
次世代型SC	サステナブル志向	ライフスタイルセンター型SC	13	地域密着ライフスタイルセンター	生活必需品中心の小商圈対応	<ライフスタイルセンターの要素> ①地域の居心地のある地域に溶け込んだサードプレイス ②地域の交流の場となるコミュニケーション&コミュニティの場 ③自然環境や健康志向のSC ④まちづくり&ストリート型のまち並SC ⑤おしゃれなデザインで演出されたSC
			14	タウンセンター	まちづくり型あるいはストリート型のSC	
			15	レジャー型ライフスタイルセンター	レジャーやエンターテインメント志向の集客強化型SC	
			16	テーマ型ライフスタイルセンター	テーマを明確としたコンセプト型SC	
			17	アンチモール&ノスタルジー志向のライフスタイルセンター	アンチモールや古き良き時代のノスタルジーを志向とするSC	
		18	ハイブリッド型ライフスタイルセンター	RSCの隣接江エリアに付随するSC		
		19	マルチユース型ライフスタイルセンター	多目的な目的を持つ複合SC(⑬~⑱と重複)	<マルチユースの中身> 商業・宿泊・オフィス・住宅・公共施設・文化&スポーツ施設	
SC2型SC	20	スマート・コミュニティ・センター	スマート①賢明・堅実消費②しゃれたデザイン③サステナブル志向④デジタル志向とコミュニティ(ショッピングより生活シーン重視)の融合したリアルSC			
デジタル志向	EC型SC	21	ECモール	ECテナントの集合したSC		
		22	仮想SC	買物や滞在にリアルティ感やエモーショナル感のあるバーチャルSC		

(株)ダイナミックマーケティング社^{†8}

代表 六 車 秀 之