

視点(632)

住民が自慢するSCがエンターテインメントの
「グンゼタウンセンターつかしん」(その3)!!

- 商業とエンターテインメントシリーズ³⁴ -

(流通とSC・私の視点(631)より続く)

(3) 競争SCとの共存共栄による最高の満足な商圈の中に住んでいると客が感じるSC

1つのマーケット(商圈)に、2つの正規型のSCと複数のゲリラ型SCが成立する考え方を2.5のSC成立理論と言う。すなわち、客は生活に必要なフルライン対応のSCが2つと、特色のあるニッチニーズ対応のSCを複数持つことにより最高の顧客満足度を有することになる。再生つかしんの2km地点にダイヤモンドシティが開発し運営している「伊丹テラス(以下テラス)」(営業面積51,775㎡・売上高推定360億円)がある。再生つかしんとは商圈が重複しており、かつ、テラスはSC業界の中でも、最強の業績と内容を持つSCである。そのような中で再生つかしんは1つの商圈の中に客は異質性のある2つの選択肢を求めているとの2.5のSC成立理論に基づきコンセプトを策定している。

テラスはタウン・リゾート志向(ファミリーの遊び志向)の「モール型SC」(モールにエンターテインメント機能を持たせ、客がモールを散策しウインドウショッピングするSC)である。一方、再生つかしんはコミュニティ・オアシス志向(地域の人々の日常生活の中で交流の場とオアシス感を感じ、日常の中の新しいショッピングをするSC)の「場づくり型SC」(住民の井戸端会議や地域の顔となりショッピングや健康・いやし、さらには地域の絆、家族の絆、友達の絆を高める“場”)である。住民への各種マーケティング調査によると、テラスは素晴らしいSCではあるが、戦略的に捨てているニーズがたくさんあることがわかった。テラスが捨てたニーズを新しいコンセプトで再構築したSCが再生つかしんであると言える。

再生つかしんとテラスの共存共栄体制づくりの「棲み分け手法」は下記の表の通りである。

これにより、再生つかしんとテラスの重複商圈の中に住んでいる客のエリア満足度は最高になり、その結果ストッパザ大阪が可能となり尼崎市・伊丹市への地元消費滞留率が著しく高まることになる。

	“新生”つかしん	伊丹テラス	
コンセプトの違い	タイプ	非アメリカ型(日本・ヨーロッパ志向)のRSC	アメリカ型のRSC
	グレード	バリュー志向のRSC 中中～中下のグレードのSC	カジュアル志向のRSC(ただし、将来はグレードアップしなければ成立しないSCとなる) 中中～中上のグレードのSC
	ターゲット	平成ニューファミリーと昭和ニューファミリーのハイブリッドターゲットのSC	平成ニューファミリー中心+としてヤング・キャリア志向のSC
	形態	自然と人工景観の融合したSC	人工景観のSC
	MDing	食文化を基軸とするMDing	ファッションを基軸とするMDing
	商圈戦略	中域かつ多頻度の来店動機	広域かつ小頻度の来店動機
	来街動機	ふだん着のパーソナル(個人・家族ニーズ)のSC	よそゆきの(2世代・3世代のSC)のSC

	“新生”つかしん	伊丹テラス		
商環境の違い	全体	ハイブリッド型のエンクローズド&オープンエアモール	ギャラリー型のエンクローズドモール	
	内部環境	1.ヨーロッパ(ロマンチック街道)型の建物・空間デザイン 2.エンクローズドモール(7割)を基軸としオープンモール(3割)のハイブリッドモール 3.バザール・市場・街づくり型のにぎわい型の商空間	1.アメリカ型・人工型建物・空間デザイン 2.200m(延べ600m)・4層吹き抜け・自然光型のギャラリーモール 3.すべてのエンクローズドモールの閉鎖・内部アトニウム型商環境	
	外部環境	1 地域にとけ込む外向き外装強調型商環境 2 自然と人間の融合した庭園型商環境	1.ハコ型・内向き内部充実型商環境 2.イオンの森のジャングル・森林型自然環境	
	SCの商環境の要因	生活シーン軸	コミュニケーションオアシスゾーン的生活シーン(必然性の高い生活と地域のコミュニティの場が一体化した買物ゾーン)	タウン・リゾートの生活シーン(遊び気分のよそゆき買物生活シーン)
		デザイン軸	モダン志向のデザイン(近代・前現代・ノスタルジックなデザイン)	コンテンポラリー志向のデザイン(今日的・現代的なデザイン)
		商業空間軸	人工・自然融合志向の商空間(自然の活用と人工美を一体化した空間づくり)	人工志向の商空間(人工的建築志向の空間づくり)
		モールの回遊導線軸	ストリートモール志向の回遊導線(店と店との一体化と拡大通路による回遊導線)(一部西館及び新館の1Fが街並み志向の回遊導線)	ギャラリー志向の回遊導線(吹き抜けの大アトリウム空間による回遊導線)
モールの性格軸	ハイブリッドモール志向の性格(オープンエアとエンクローズドの両方を有するモールづくり)	エンクローズドモール志向の性格(閉鎖型のモールづくり)		

(流通とSC・私の視点(633)へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六 車 秀 之