

視点(929)

ライフスタイルセンターの適合するテナントの概念!!

ライフスタイルセンターに適合するテナントの概念は次の通りです(六車流：流通理論)。

<改訂版>

	タイプ	内 容
第1の業態	生活密着・ マグネットストア	スーパーマーケット(グルメスーパーや健康志向のスーパーが望ましいが、高級スーパーにこだわる必要はない) ドラッグストア(こだわり志向のドラッグストアが望ましい) 図書館型ブックストア(座り読みができるゆったり志向の本屋) (大型の総合業態は必要ない)
第2の業態	生活密着・ サービス施設	フィットネスジム(小型・簡易型・サークル型が望ましい) シネマコンプレックス(6スクリーン程度の小型シネコン) スーパー銭湯やリラクゼーション型健康施設 理美容やクリニックモール等の生活サービス施設 (大型のアミューズメント施設やゲームセンターは必要ない)
第3の業態	RSCに出店 している専門店	RSCに入居しているテナント(大商圏のRSCのテナントが中商圏のSCに導入されることに価値がある) RSCのテナントのうち、高級テナントや低価格テナントは除かれる RSCのテナントのうち熟年世代に対応したテナントが適切である
第4の業態	地域密着セレクト ショップの専門店	ローカルチェーンで有力かつ独自性のある専門店 リージョナルチェーンで有力かつ独自性のある専門店 ナショナルチェーン(全国展開)とは異なる独自性を持ったローカル性(地域固有のニーズ)のある専門店
第5の業態	熟年対象の専門店	熟年のアパレル専門店 熟年雑貨専門店 熟年のサービス専門店 (ただし、シニアシニアした売場づくりはしないこと)
第6の業態	生活密着・ レストラン	カジュアルなスローフード(時間をかけて手頃な値段の食事をするレストラン) コーヒーショップ及びイートカフェ セレモニー志向(お祝い、ファミリー志向)のカジュアルレストラン (ファーストフードや高級スローフードは必要ない)
第7の業態	独自の目的性 のあるストア	エンクローズドモール内よりもオープンエアモールの方が独自性とパワーが 発揮できるデスティネーション専門店 SCの集客と独自集客の両方の客を獲得することを目的とするレストラン (アメリカでは、チーズケーキファクトリーやPFチャン)
第8の業態	RSCから卒業した、 あるいは卒業すべき テナント	RSCのワンランク上志向に対し、SC内のバリューテナントはRSCから卒業させられようとしている 本来、RSCのテナントではない、独自集客力のあるテナントがRSCに導入されている。そこで、今後、卒業すべきテナントの導入
第9の業態	ロハス志向の専門店	ロハス(健康と持続可能なライフスタイル)志向の専門店 健康・安心安全のヘルス&ビューティ及びクリニック関連 ペットやグリーン関連の癒し系専門店