

# 流通とSC・私の視点

2009年2月15日

視点(1059)

SCの売上高の4つのメカニズムの解明(その2)!!

(流通とSC・私の視点 1058 より続く)

### (3) タイプ③ 売上高=売場面積×売場効率

- ①売場面積(営業面積)は、SCの中で売上を稼ぎ出す基になる面積で、業態別に見ると核店の売場面積、物販専門店の売場面積、飲食店の売場面積、アミューズメントの営業面積、サービスの営業面積があります。この業態別の売場面積の構成比により、各業種が持つ固有の売場効率が異なり、また、業態別の売場面積の構成比により相乗効果の成果が異なるため、売上高が異なります。
- ②売場効率(m<sup>2</sup>効率、坪効率)は、次の要因によって異なります。
  - ・SC内の業態(例：百貨店、GMS、物販専門店、飲食店、アミューズメント、サービス…等)が持つ固有の売場効率(それぞれの業態の標準的な売場効率)によって異なり、この売場効率を「業態構成比による固有の売場効率」と言います。
  - ・SC内の業態ミックスによる相乗効果の発揮システムにより売場効率が異なります。SCは相乗効果システムであり、1+1=3の売場効率を創出するのがディベロッパーのノウハウです。この売場効率を「SCの相乗効果による売場効率」と言います。
  - ・SCのテナントが持つ固有の売場効率であり、テナントの企業力やMDing力、店長や販売員による売場効率です。この売場効率を「企業力による売場効率」と言います。
  - ・売場効率をモデル化すると次の通りです。

	月坪売上高	年坪売上高	売場効率
レベル①	100 千円	1,200 千円	低売場効率
レベル②	120 千円	1,440 千円	
レベル③	150 千円	2,160 千円	中下売場効率
レベル④	180 千円	2,160 千円	中中売場効率(基準売場効率)
レベル⑤	200 千円	2,400 千円	
レベル⑥	220 千円	2,640 千円	中上売場効率
レベル⑦	250 千円	3,000 千円	
レベル⑧	280 千円	3,360 千円	上売場効率
レベル⑨	300 千円	3,600 千円	
レベル⑩	330 千円	3,960 千円	超上売場効率

### (4) タイプ④ 売上高=店舗数×店舗効率

- ①店舗数の増減によって売上高は大きく変動します。それゆえにSCの開発やリニューアルにおいて、テナント数(店舗数)は重要意思決定要因です。一般的に、SCのテナント数と専門店街のポジショニングは次の通りです。

	店舗数(テナント数)	SCの業態	専門店街の位置づけ
タイプ①	10~30 店	NSC	核店や核要素との比較購買することによりパワーを発揮する位置づけ
タイプ②	40~60 店	CSC	
タイプ③	60~80 店	スーパーCSC	
タイプ④	120~180 店	RSC	モール型専門店となり、独自集客力を持つ位置づけ(専門店街が1つの業態化)
タイプ⑤	200~300 店	スーパーRSC	

- ②店舗効率とは、1店舗当たり売上高のことを言い、店舗が持つパワーを意味します。1店舗(テナント)当たりの売上高をパターン化すると次の通りです。

	売上高			売上高	
タイプ①	年商 30,000 千円未満		タイプ⑦	200,000 千円~ 300,000 千円未満	
タイプ②	30,000 千円~ 50,000 千円未満		タイプ⑧	300,000 千円~ 500,000 千円未満	
タイプ③	50,000 千円~ 70,000 千円未満		タイプ⑨	500,000 千円~ 800,000 千円未満	
タイプ④	70,000 千円~100,000 千円未満		タイプ⑩	800,000 千円~1,000,000 千円未満	
タイプ⑤	100,000 千円~150,000 千円未満		タイプ⑪	1,000,000 千円~2,000,000 千円未満	
タイプ⑥	150,000 千円~200,000 千円未満		タイプ⑫	2,000,000 千円以上	

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>3</sup>  
代表 六 車 秀 之