

流通とSC・私の視点

2009年2月15日

視点(1060)

SCの集客と売上の仕組みとは!!

SCの集客と売上面積や売上高には重要な関係があります。概念数値(1つの理論や原則を確立する際に、仮説として設定する数字)に基づき、集客構成、売場面積構成、売上高構成をモデル化しました(六車流：流通理論)。

SCのモデル化のために3つのパターンを想定しました。

- ①第1のパターンとして、**アメリカの多核・モール型RSCのモデル化**を行いました。アメリカの多核・モール型RSCは、1990年代のエンターテインメントの時代を経て、今や物売りを基軸とした上で、エンターテインメント性を付加したSC業態に進化しています。
- ②第2のパターンとして、**日本の多核・モール型RSCのモデル化**を行いました。日本の多核・モール型RSCは、まさに現在は、エンターテインメントを基軸として集客であり、物売りはその波及効果で成り立っています。
- ③第3のパターンとして、**アメリカのサウスコーストプラザのモデル化**(類似モデルとして玉川高島屋SC)を行いました。サウスコーストプラザは、物売りに徹したSCであり、エンターテインメント性は非常に少なく、強いて言えば、物販力の魅力がエンターテインメント性になっています。

さらに、集客構成と売場面積構成と売上高構成をモデル化すると次の通りです。

<パターン①>アメリカの多核・モール型RSCのモデル化

	売場面積構成比	売上高構成比	集客構成比		集客指数	SC客単価
核店	50%	45%	40%	65%	80%	1人当たり 5,000円 ファミリー当たり(2.5人) 12,500円
物販専門店	40%	45%	50%		125%	
エンターテインメント施設	10%	10%	10%	35%	100%	

<パターン②>日本の多核・モール型RSCのモデル化

	売場面積構成比	売上高構成比	集客構成比		集客指数	SC客単価
核店	40%	45%	20%	40%	50%	1人当たり 2,500円 ファミリー当たり(2.5人) 6,250円
物販専門店	40%	35%	40%		100%	
エンターテインメント施設	20%	20%	40%	60%	200%	

<パターン③>サウスコーストプラザのモデル化(概念的には玉川高島屋SCも同じ)

	売場面積構成比	売上高構成比	集客構成比		集客指数	SC客単価
核店	50%	50%	50%	70%	100%	1人当たり 8,000円 ファミリー当たり(2.5人) 20,000円
物販専門店	40%	40%	40%		100%	
エンターテインメント施設	10%	10%	10%	30%	100%	

$$\text{集客指数} = \frac{\text{集客構成比}}{\text{売場面積}} \times 100$$

日本の多核・モール型RSCは、エンターテインメント施設による来街動機が大きいために、集客は多いが売上高が今一步の「**もてあそばれ型SC**」(人は集まるが売上は今一步、日祝日は良いが平日は今一步、飲食は良いが物販は今一步)のSCとなっています。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代表 六車 秀之