

流通とSC・私の視点

2009年2月25日

視点(1061)

リーシング対応レベルとは!!

リーシングを行う場合、対象となるSCに対するテナント候補の評価レベルがあります。

弊社は、リーシングを受託して実施する場合、テナント候補から見た当該SCの評価レベルを次の4段階に分けています(六車流：流通理論)。

<テナント候補から見たSCのリーシング評価>

	テナント候補の評価	内 容	
第1評価レベル	出店無意識レベル	テナント候補が全く当該SCへの出店を意識していないレベル	認知されていないレベル
	出店困難レベル	意識はしているが課題が多く出店を控えているレベル	
第2評価レベル	出店に値するレベル	テナント候補が出店に値すると評価しているレベル(認知レベル)	
第3評価レベル	出店したいレベル	このSCなら出店したいと評価するレベル	
第4評価レベル	出店決定レベル	最終的に出店を意思決定する評価レベル	

(1) 第1評価レベル・出店無意識レベル

テナント候補が全く知らない、あるいは良さを理解できずに出店への検討に値しないと最初から判断しているSCのリーシングです。該当SCとしては知名度向上や優位点の公表、特徴や成立性の提案…等のテナント候補から見て出店に値するレベルまで高めるリーシング手法が必要となります。

(2) 第1評価レベル・出店困難レベル

知名度があり意識はしているが、SCに多くの課題(例えば、立地に課題、競争に課題、市場に課題、仕組みに課題、ディベロッパーに課題)があり、知名度はあるが怖くて出店できない場合です。よくあるパターンが、オープンして売上が予定通りとならず負けパターンのSCとなった場合のリーシングがそれに該当します。

負けパターンのSCは、負ける要因があったから失敗したのであって、失敗の要因の解明と成功させるためのプロセスをテナント候補に示さないと成果のあるリーシングはできません。失敗の要因の解明なく、かつ再生のプロセスをテナント候補に示さず負けパターンのままでリーシングしてもテナント候補の理解は得られません。一度、戦いに負けた後は再挑戦する陣型をつくり、その新しい陣型は前回の負け戦の原因を解明し、次は必ず成功させるとの勝ちパターン化した陣型でないと、新規のテナント候補のリーシングはできません。仮にできたとしても、より質的に低下したテナント候補、あるいはより経済条件の悪いテナント候補のリーシングとなります。

(3) 第2評価レベル・出店に値するレベル

出店に値するレベルとは、テナント候補から見て一定の条件(経済条件、場所、売場面積…等)さえ合意すれば出店しても良いと判断するSCのことです。出店に値するSCは、1つ目は立地条件が良く出店しても成功するだろうと判断するSC、2つ目はSCの規模や仕組みが競争SCに対して優位性や棲み分けを持っており出店しても成功するだろうと判断するSC、3つ目は有力ディベロッパーが開発するSCで出店しても成功するだろうと判断されるSCです。さらに4つ目は、第1の評価レベルの負けパターンのSCが問題解決して、テナント候補から出店に値するレベルと評価されたSCのことです。

いずれにしても、このテナント候補から出店に“値する”と評価されなければ負けパターンのリーシングとなります。テナント候補に出店意図を抱いてもらうリーシングが必要です。

(4) 第3評価レベル・出店したいレベル

1等立地で、有力ディベロッパーで、規模や仕組みのノウハウも完璧でテナント候補から見て経済条件に関係なく是非出店したいと思ってもらえるSCのことです。

(5) 第4評価レベル・出店決定レベル

テナント候補が出店する際に、立地条件とかSCの仕組みとか売場面積とか場所とか色々ありますが、それらの経済条件は最終意思決定にとって重要な要因です。消費者にとっての価格(値段)とテナント候補にとっての経済条件(敷金、賃料、共益費、各種負担金…等)は、商品が欲しいとか出店したいという意思決定(第1次意思決定)をする時はあまり大きなウエイトは占めず、最終的に購入するか出店することを決定する意思決定(第2次意思決定)をする時は重要な要因となります。順番を間違えずにリーシング行動を行うことが大切です。

(株)ダイナミックマーケティング社³
代 表 六 車 秀 之