

流通とSC・私の視点

2011年2月18日

視点(1378)

ディベロッパーの生き立ちと棲み分け!!

2011年度はSCの開発競争からポジショニング競争への移行元年になります。今後は、1つのマーケット(商圈)の中で複数のSC(2~5SC)が互いに得意分野を発揮・創出して、競争SC相互間の棲み分けの競存共栄のブルーオーシャンの時代となります。

棲み分け型SCは、もう1つあって欲しいと客が思うSCであり、競争相手のSCとは異質性があることが成立の前提となります。

互いのSCが棲み分けの異質性を発揮するためには、「SCコンセプト」と「SC戦略」が異なることが重要となります。このSCコンセプトとSC戦略を異質化するためには、2つの要素が必要です。

①SCのMDingとテナントミックスによる異質化

②ディベロッパーの生き立ちの性格による異質化

SCのMDingとテナントミックスについての異質化は理解できると思いますが、このディベロッパーの生き立ちの性格による異質化とは、それぞれのディベロッパーの出身別タイプによる異質化です。

このディベロッパーの出身別タイプとその性格は次の通りです(六車流：流通理論)。

タイプ	SCの性格付けのポイント	事例
第1のタイプ GMS系ディベロッパー	小売業の強みを活かしたSCづくり	イオンモール アリオ、ゆめタウン
第2のタイプ 不動産系ディベロッパー	不動産(マンションやオフィス)を活かしたSCづくり	三井不動産 森ビル
第3のタイプ 第3セクター系ディベロッパー	公共性の強みを活かしたSCづくり	神戸ニュータウン開発
第4のタイプ UR系ディベロッパー	住民・まちづくりを活かしたSCづくり	関西都市居住サービス 関西学術研究都市センター
第5のタイプ 鉄道系ディベロッパー	ステーションマーケットを活かしたSCづくり	ルミネ、大阪ターミナルビル 京阪流通システムズ
第6のタイプ 共同店舗系ディベロッパー	ローカルエリアのニーズを活かしたSCづくり	全国の共同店舗の協同組合
第7のタイプ 百貨店系ディベロッパー	百貨店の強みを活かしたSCづくり	東神開発 阪急SC開発
第8のタイプ 独立系ディベロッパー	地域特性と企業文化を活かしたSCづくり	大川創業、グンゼ開発 綾羽
第9のタイプ DS系ディベロッパー	安さを活かしたSCづくり	ディスカウント系ディベロッパー
第10のタイプ メガストア系ディベロッパー	メガストアの持つMDingを活かしたSCづくり	ジョイフル本田 ヨドバシカメラ
第11のタイプ 専門店系ディベロッパー	専門店の強みを活かしたSCづくり	東急SCモール パルコ
第12のタイプ 商社系ディベロッパー	商社機能を活かしたSCづくり	三菱商事都市開発 住商アーバン開発
第13のタイプ 建築業系ディベロッパー	建築業の強みを活かしたSCづくり	大和ハウス、鹿島建設
第14のタイプ 金融業系ディベロッパー	金融業の強みを活かしたSCづくり	オリックス系
第15のタイプ 外資系ディベロッパー	外国企業の優位性を活かしたSCづくり	チェルシージャパン ラサールインベストメント

上記のように、SCの性格付けのポイント(他の出身・生き立ちよりも優位に展開できるディベロッパー機能)を付加することにより、棲み分け時代において競争SCとの異質性を確保することができます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車 秀之