

流通とSC「私の視点(1445)」で、「血のつながらない姉妹SC理論」を述べました。「血のつながらない姉妹SC」とは、1つの共通マーケットの中で本来ならば敵対関係にある2つのSCが、性格の異なるSCとして互いに得意分野で棲み分け、競存共栄のコンセプトで2人勝ちする状態のことを言います(1つのマーケットの中で2つのSCがレッドオーシャンではなくブルーオーシャン競争を行うこと)。つまり、別々の企業のSC(姉妹ではない)が互いに情報を共有化し棲み分け同盟することにより、客にエリアでの選択肢という満足を与え、実質的に姉妹の関係にあることです。

今回のテーマは「**血のつながっている姉妹SC**」です。血のつながっていない姉妹SCは客の立場から見ると、1つのマーケット(エリア)の中に「共存する2つのSCづくり」あるいは「もう1つの性格の異なるSCづくり」ですが、血のつながっている姉妹SCは、**1つのSC(1つの企業)の中に「もう1つの性格の異なるSCづくり」のことを意味します**(六車流：流通理論)。

実はSC先進国(模範国ではない)のアメリカでは、「**ハイブリッドモール型SC**」というエンクローズドモール型SCとオープンエアモール型SCが同一SC内に配置されたSCが開発あるいは増床リニューアルされています。今、アメリカでは従来型の多核・モール型RSCはほとんど開発されていません。2000年代に積極的に開発されたライフスタイルセンターやタウンセンターは不動産バブルと一体化して今は一服状態です。ライフスタイルセンターは21世紀の最適業態としての位置づけは不変ですが、2001年から始まったアメリカの不動産基軸経済成長の中で「**オープンエアモールであればライフスタイル**」という形態のSCが開発され、そのようなSCは苦戦しています。

一方、ライフスタイルセンターの根源的成立コンセプトに基づくライフスタイルセンターは健全です。

21世紀の最適SC業態としてのライフスタイルセンターのコンセプトは正しく、今後、大いに期待されています。日本でも多核・モール型RSCの飽和状態や定番化により、スマートSCとしてライフスタイルセンターは発展していきます。

今、アメリカではハイブリッドモール化が、既存SCのリニューアルとして進んでいます。新たにアウトモール(オープンエアモール)を付加するため、多核・モール型RSCは核店の1つを退店させ建物を解体し、その跡地をオープンエアモールのアウトモールとしてハイブリッドモール型RSCへと転換させます。

アメリカでは多核・モール型RSCが定番化(当たり前化し、成長ベクトルとはならない状態)し、成長ベクトルは希薄化しています。それゆえに、次の成長ベクトルとしての**スマートSC(ライフスタイルセンター及びそれに類する21世紀型SC)**の要素を取り入れたSCとしてハイブリッドモール型SCが開発されているのです。

ハイブリッドモール型SCは、インモールの「そぞろ歩きのできるSC=ランブリングショッピング(エンクローズドモール)」、アウトモールの「散策のできるSC」(プロムナード型のオープンエアモール)が「**7:3**」の割合で成り立っています。

アウトモール(オープンエアモール)には、「外部店舗に適したテナント及び独自集客力のあるテナントを配置」し、かつ「居心地感のあるプレイス(場)」と一体化させ、「場」と物売りシステムを融合させています。

このハイブリッドモール型SCは、「**1つの中に、もう1つのSCづくり**」であり、20世紀の最強業態としてのSCであるエンクローズドモールの多核・モール型RSCに、21世紀の最適業態であるライフスタイルセンター機能を付加した業態です。

1つのSCに2つの性格の異なる機能が同居して互いに親密な関係にあるため「**血のつながっている姉妹SC**」と呼び、**美人姉妹が流通飽和期の勝ちパターン**となります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之