

流通とSC・私の視点

2012年4月11日

視点(1555)

中心市街地のSCづくり(その5)!!

— 都市型SCの成功のメカニズムと事例研究 —

(流通とSC・私の視点 1554 より続く)

2. 都市型SCのタイプと成立のポイント

都市型商業のマーケットは「超広域の大商圈マーケット」「ステーションマーケット」「ワーカーマーケット」「観光マーケット」(国内観光客及び外国観光客のインバウンドマーケット)の多様なマーケットから成り立っているため、業態としての成立性が高く、そのため多様な業態の事業性も高くなります。

100万人以上の商圈を有する中心市街地の商業は郊外商業には切り崩されず、郊外商業と都心商業が互いに棲み分けることができます。また、中心市街地の商業は「成立性が高く」「変化への対応力も高い」ことが言えます。

多様化した中心市街地の商業のタイプと事例は次の通りです。

			内 容	事 例	
				東京中心街	大阪中心街
スペシャリティタイプ	アーバン・コンビニエンスニーズ	アーバン・コンビニエンス型“館”	中心街の利便性に対応した地下街や駅ビルの商業施設	<ul style="list-style-type: none"> 八重洲地下街 サブナード アトレ 	<ul style="list-style-type: none"> ホワイトいうめだ 阪急三番街 ディアモール大阪 大阪駅前ビル(第1~4ビル)
		アーバン・アップトゥデート・コンビニエンス型“館”	中心街のワーカーやビジターを中心とするが、ハイセンスな利便型商業施設	<ul style="list-style-type: none"> 新丸ビル(丸ビルも) 丸の内ブルックスクエア コレド日本橋 	<ul style="list-style-type: none"> イーマ ブリーゼブリーゼ 淀屋橋オトナ ルクア(一部)
	アーバン・リゾートニーズ	アーバン・コンテンポラリー型“館”	中心街の最も標準的なヤングマインドのファッション志向の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ルミネ パルコ 	<ul style="list-style-type: none"> へっぽファイブ 天王寺ミオ ルクア 心斎橋オーバ
		アーバン・トレンド型“館”	中心街のヤング特化のファッション志向の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ラフォーレ原宿 小田急新宿ミロード 	<ul style="list-style-type: none"> エスト(一部) ビッグステップ 大丸心斎橋店(北館)
		アーバン・ハイエンド型“館”	中心街の高級ファッション志向の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> 東京ミッドタウン 表参道ヒルズ 六本木ヒルズ 	<ul style="list-style-type: none"> ヒルトンプラザ大阪 ハービスプラザエント
		アバンギャルド型“館”	中心街のセクシー&ワイルドなファッション志向の商業施設	<ul style="list-style-type: none"> 渋谷109 ルミネエスト(一部) 	<ul style="list-style-type: none"> エスト あべのマーケットパーク キューズモール(一部) フェイスミー
トータルタイプ	アーバン・トータルニーズ	ポピュラー・トータル型“館”	中心街のカジュアルなトータル志向の商業施設(総合百貨店)	<ul style="list-style-type: none"> マルイ 京王百貨店 プラザタン銀座 	<ul style="list-style-type: none"> 阪神百貨店 なんばマルイ 京阪百貨店
		ベター・トータル型“館”	中心街の中中~中上のトータル志向の商業施設(総合百貨店)	<ul style="list-style-type: none"> 三越・伊勢丹 大丸百貨店 そごう・西武百貨店 	<ul style="list-style-type: none"> 大丸百貨店 阪急百貨店 JR大阪三越伊勢丹 大丸心斎橋店(本館)
		プレステージ・トータル型“館”	中心街の中上~上のトータル志向の商業施設(総合百貨店)	<ul style="list-style-type: none"> 三越日本橋店 高島屋日本橋店 	<ul style="list-style-type: none"> 難波高島屋 三越・伊勢丹(一部) 阪急百貨店(一部)
特化タイプ	アーバン・スペシャリティ特化型“館”	中心街の特定分野の“百貨”の商業施設(スペシャリティ百貨店)	<ul style="list-style-type: none"> 伊勢丹メンズ館 ヨドバシカメラ ビックカメラ 東急ハンズ ユザワヤ 	<ul style="list-style-type: none"> 阪急百貨店メンズ館 チャスカ茶屋町 ヨドバシカメラ ラビ(ヤマダ電機) 梅田ロフト 東急ハンズ 阪急百貨店インクス館 	
SCタイプ	アーバン・SC型“館”(都市型RSC)	中心街のショッピングセンター(複合商業施設)	<ul style="list-style-type: none"> 高島屋タイムズスクエア ラゾーナ川崎プラザ ルミネ+阪急メンズ館 	<ul style="list-style-type: none"> 大阪ステーションシティ なんばパークス あべのマーケットパーク キューズモール 	
バリエーションタイプ	アーバン・プレミアムバリュー“館”	中心市街地の割安感を売りとする商業施設	<ul style="list-style-type: none"> ピーナスアウトレット 	<ul style="list-style-type: none"> マーレ 	
非館タイプ	特化街区・特化ストリート	館ではなく、ゾーンやストリートの形で街区を形成している商業エリア	<ul style="list-style-type: none"> 秋葉原 表参道 菓崎商店街 代官山 中目黒 原宿 六本木 	<ul style="list-style-type: none"> 中崎町周辺(ノスタルジックな街) 茶屋町(ヤングの街) かつば横丁、長堀通り、道頓堀 	

(流通とSC・私の視点 1556へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁵
代表 六車 秀之