

# 流通とSC・私の視点

2012年8月9日

視点(1615)

2012年のアウトレットモールの番付!!

(SC理論編)

日経トレンディが毎年行っている「全国アウトレットモール番付 2012年」は次の通りです(日経トレンディ 2012年9月号より)。

東	番付	西
御殿場プレミアム・アウトレット	横綱	三井アウトレットパークジャズドリーム長島
軽井沢・プリンスショッピングプラザ	大関	神戸三田プレミアム・アウトレット
佐野プレミアム・アウトレット	関脇	りんくうプレミアム・アウトレット
三井アウトレットパーク木更津	小结	三井アウトレットパーク入間
三井アウトレットパーク滋賀竜王	前頭一	沖縄アウトレットモールあしびなー
三井アウトレットパーク札幌北広場	前頭二	鳥栖プレミアム・アウトレット
三井アウトレットパークマリンピア神戸	前頭三	あみプレミアム・アウトレット
土岐プレミアム・アウトレット	前頭四	三井アウトレットパーク幕張
千歳アウトレットモール・レラ	前頭五	マリノアシティ福岡
那須ガーデンアウトレット	前頭六	三井アウトレットパーク仙台港
三井アウトレットパーク倉敷	前頭七	三井アウトレットパーク多摩南大沢

今回の調査は「得して楽しい。おいしいモール」というテーマで行なわれており、その評価の基準は次の通りです。

買物充足度	高級ブランドからセレクト店、旬のブランドまで幅広い層に応えるテナント構成になっているか。アウトレットモールの主目的は当然買物。評価の7割をこの部分で判断した。
快適性・付帯施設	広大なアウトレットモールで買い回りしやすい工夫が施されているか。買物の途中で休める施設はあるか。非物販サービスやエンターテインメントの魅力が高い場合は加点した。
飲食の充実度	最近、各モールが力を入れている分野が食の楽しみ。そこにしかない飲食店やご当地グルメを集めたフードコートなど、独自性の高い飲食施設を有する場合は評価を高くした。
交通手段の充実度	高速道路や幹線道路からスムーズに入れるか。繁忙期の渋滞状況はどうか。駐車場は使いやすいか…。鉄道やバスなどマイカー以外のアクセス手段が多い施設は評価している。

アウトレットモールは、本来のアウトレットモールである「在庫処分型」から「スリーランク下のSC」へと進化(?)しつつあります。すなわち、アウトレットモールはゲリラ型の業態ではなく正規型のSCの1つのポジショニングを確立しています。それゆえに、単なる安さだけではなく、本来SCが持っている付加価値機能も備えています。SCにはグレード別に分類すると次の6タイプに別れます(六車流：マーケティング)。

	SCのランク	SCの業態
タイプ①	ツーランク上のSC	ハイエンドSC
タイプ②	ワンランク上のSC	アップスケールSC
タイプ③	<b>スタンダード型SC</b>	<b>スタンダード型SC</b>
タイプ④	ワンランク下のSC	リーズナブルSC
タイプ⑤	ツーランク下のSC	バリューセンター・パワーセンター
タイプ⑥	スリーランク下のSC	アウトレットモール

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>

代表 六車 秀之