

視点(1850)

SCの勝ちパターンを完成度高く仕上げるとは!!

(SC理論編)

SCの成熟時代における勝ちパターンづくりは、次の内容(プロセス)から成り立っています。

「1つのマーケットの中の全部あるいは特定の分野で最適なるポジショニングを確保し、成長ベクトルを付加してコンセプトを完成度高く仕上げること」

1つの事業を成功させるためには、立地の優位性やマーケットニーズの適切な導入だけでなく仕組み・MD i n g・運営面の「コンセプトを完成度高く」仕上げる必要があります。

SCの成果が低い原因は次の3つが存在します。

- ①過渡期業態のSC→課題はあるものの一定の条件下では成功しているが、その条件がなくなり、長期低落化の道を歩んでいる業態
- ②不適合SC→立地上、マーケット上、仕組み上、成立することが困難もしくは不可能なSC
- ③完成度が低いSC→立地上は適切で、かつコンセプトも適合性があるのに仕組み・MD i n g・運営に課題があり業績が悪いSC

立地不適合でもなく過渡期業態でもない場合、SCの成果が低い場合は「SCの完成度」に課題があるからです。SCの完成度を成果という指数から見ると、次の3つの完成度で表すことができます。

- ①SCのマーケットシェア(SCの売上高÷商圏内販売力)が10.9%(SCの基準マーケットシェア)以上であること
- ②SCの売場効率(売場面積3.3㎡当り)が2,400千円(SCの基準売場効率)以上であること
- ③SCの1人当り客単価(来館者1人当り)が3,500円(SCの基準1人当り売上高)以上であること

以上の3つの指数が高いことは、「SCの相乗効果が高い」ことを意味します。これらの指数を実現させるための完成度を評価する内容は次の通りです(六車流：流通・マーケティング理論)。

(1) MD i n g & テナントミックスにおける完成度

立地・マーケット・仕組み・MD i n g & テナントミックスが適合しているかという視点からの完成度の評価です。MD i n gの適合度及びテナントミックスのレベル等が評価となります。

(2) ベクトルモールによる回遊性&波及効果の完成度

SC全体への波及効果を高めるため、強力なエンジンを持ったモールによる回遊性の確保と他のゾーン及びテナントへの波及効果という視点からの完成度の評価です。

(3) プレイスメイキングによる利便性・快適性・居心地感の場の完成度

SCにはまず「便利な場」、次いで「快適な場」、さらに「居心地感のある場」の3つの“場”が必要です。プレイスメイキングにより来館者の“場”に関する3つのニーズを満足させているかという評価の完成度となります。

(4) 運営システムによる販促システムと顧客満足度システムの完成度

SCの成熟期において、1つのマーケットの中で複数のSCが互いに棲み分けにより競存共栄することが重要です。1つのマーケット(商圏)の中で、「来ていない客・来ている客分析」「流動客・固定客・愛顧客分析」「ハウスカードや各種調査によるビッグデータ分析」「販促によるマーケットの深耕戦略」「テナントコントロール及びテナントオペレーションシステム」等の完成度が必要となります。

以上のように、SCの完成度の高い低いはSCの成果に大きな格差をもたらします。そこで、SCの完成度を評価するため「SCの完成度評価チェックリスト表」が必要です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁶
代表 六車秀之