

流通とSC・私の視点

2017年3月30日

視点(2076)

スペシャリティセンターの成立要因とタイプ!!

(SC理論編)

スペシャリティセンターは基本的にはスモールストア(スモールテナント)の集積による相乗効果型のSCです(ただし、一部メガストアも含まれるが、マグネットストアが集積要素となるSC)。

スペシャリティセンターの規模は、営業面積12,000㎡以上~30,000㎡未満を基準とし、12,000㎡以下の1,500㎡以上~3,000㎡はコンビニエンスセンター、3,000㎡以上~12,000㎡未満はNSC(ネイバーフッド型SC)とします。

スペシャリティセンターの成立とタイプは次の通りです。

		対応するニーズ構造						営業面積
		サバーバンニーズ			アーバンニーズ			
		サバーバン コンビニエ ンスニーズ	サバーバン リゾート ニーズ	サバーバン コミュニティ ニーズ	アーバン コンビニエ ンスニーズ	アーバン リゾート ニーズ	アーバン ツーリズム ニーズ	
コンビニエンス型	コンビニエンスセンター	◎		△				1,500~ 3,000㎡ 未満
	NSC (ネイバーフッド型SC)	◎		△				3,000~ 12,000㎡ 未満
地域密着志向の	ワンランク下のスペシャリティセンター	◎	△					12,000~ 30,000㎡ 未満
	スタンダード志向の スペシャリティセンター	○	◎					
アップスケール志向の	ワンランク上の スペシャリティセンター	△	◎					
	ツーランク上の スペシャリティセンター		◎			○		
都市型志向の	スリーランク上の スペシャリティセンター (ラグジュアリー志向の スペシャリティセンター)					◎	△	
	カジュアル志向の スペシャリティセンター (アーバンコンビニエンス志向の スペシャリティセンター)				◎			
スペシャリティセンター志向の 都市型RSC						◎	◎	30,000㎡ 以上

スペシャリティセンターは、基本的にSC自体の独自集客力が希薄であるために「集客装置」と一体化しないと成立は厳しくなります。スペシャリティセンターは街自体に集客力のある立地に成立する「都市型スペシャリティセンター」や駅前・観光地・ニュータウン・ロードサイド・SC隣接等のマーケットが既に存在している立地に成立する「郊外スペシャリティセンター」があります。

高次元商業地は、1,000万人圏の「超広域型商業地(I型)」と400万人圏の「超広域型商業地(II型)」と200万人圏の「広域型商業地(I型)」と100万人圏の「広域型商業地(II型)」であり、これらの商業地では本格的なスペシャリティセンターが可能です。同時に、高次元商業地はアーバンコンビニエンスニーズ(都心のワーカーマーケットやステーションマーケット及びビジターマーケットから派生するニーズ)があるため、カジュアル志向のスペシャリティセンターの成立性も高くなります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六 車 秀 之