

流通とSC・私の視点

2018年5月6日

視点(2168)

SCの売上ランクとメカニズム(その2)!!

(SC理論編)

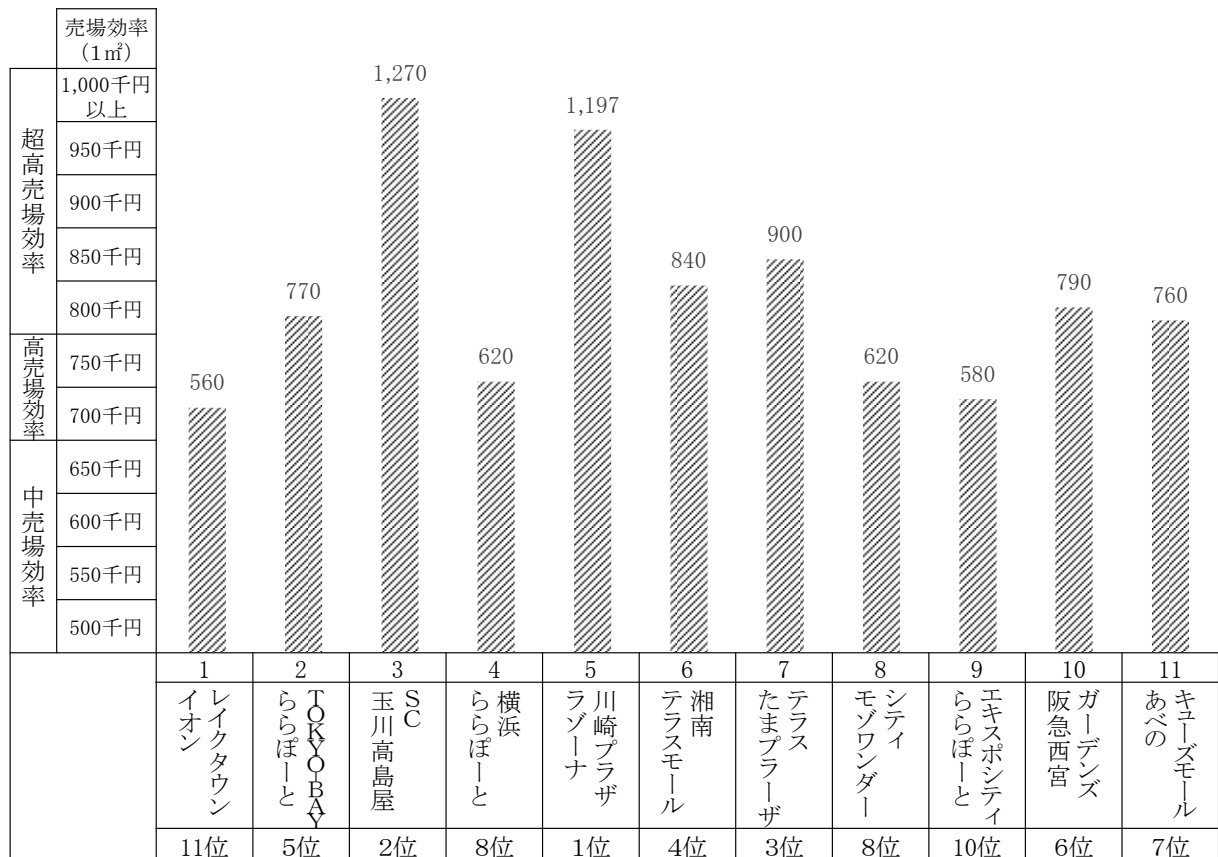
(流通とSC・私の視点2167より続く)

500億円以上の売上高(超優良SC)とその売上のメカニズムをマトリクス化すると次の通りです。

	SC名	実態		SCのメカニズム				評価点
		店舗面積 (㎡)	売場効率 (千円)	SC規模 が大きい	立地の集客 要素が高い	マーケットレ ベルが高い	マーケット が大きい	
1	イオンレイクタウン	160,000	560	◎	○	-(中の中)	◎	8点
2	ららぽーとTOKYO-BAY	102,000	770	◎	○	□	◎	9点
3	玉川高島屋SC	72,640	1,270	○	◎	◎	○	10点
4	ららぽーと横浜	93,000	620	○	□	○	○	7点
5	ラゾーナ川崎プラザ	79,000	1,197	○	◎	-(中の下)	○	7点
6	テラスモール湘南	63,000	840	□	○	◎	○	8点
7	たまプラーザテラス	60,796	900	□	○	◎	○	8点
8	モゾワンダーシティ	85,000	620	○	○	-(中の下)	◎	7点
9	ららぽーとEXPOCITY	91,000	580	○	□	○	○	7点
10	阪急西宮ガーデンズ	107,000	790	◎	◎	◎	○	11点
11	あべのキューズモール	68,640	760	□	◎	-(中の下)	◎	7点
1SC平均		89,280	810	-	-	-	-	8.1点

評価点	◎	3点	○	2点	□	1点	-	0点
-----	---	----	---	----	---	----	---	----

ここでの評価は、売上実績が高い低いという評価ではなく、超優良SCとなるための基準値です。上記の評価では「7点以上」(満点12点)で、平均8.2点となっています。



(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六 車 秀 之