

流通とSC・私の視点

2020年11月29日

視点(2390)

5つの基軸となる次世代型SC!!

(SC理論編)

流通のビジネス空間は「フィジカル(リアル)ビジネス空間」と「サイバービジネス空間」と両者の中間である「フュージョン(融合)ビジネス空間」の3つがあり、それぞれの分野で垣根を越えてシームレスな状況の中で競存共栄の競争状況になります。今回は、5つのタイプの次世代型SCを説明します。

	タイプ	ポイント	内容
第1のタイプ	SC2 (スマート・コミュニティ・センター)	RSCの改革版としての次世代型SC	多核モール型RSCにデジタル化とサステナブル化を行い、ECやECモールとの戦略的同質化と戦略的異質化したRSC ①タウンセンター機能(コミュニティ&ライフソリューション機能) ②ギャザリング機能(サードプレイス&滞在空間強化機能) ③デジタルネイティブ機能(ICTやAIの駆使及びネット通販・RaaS等の導入機能) ④サステナブルセンター(SDGs・ESGの導入及び自然環境と一体化機能)
第2のタイプ	ライフスタイル・パワータウン	RSCのオープンエア化&パワータウンのアップスケール化の改革版としての次世代型SC	強力な集客力を持つメガストアと個性のあるスモールテナントを一体化させ、RSCとパワーセンターを融合させた概念で、オープンエアゾーンはサードプレイス化したパワフルなSC ①強力なスペシャリティメガストア(店舗面積1,500㎡以上のストア)を70%とするパワフル機能 ②個性あるスモールテナントを30%とする比較購買機能 ③基本的にはオープンエアモールであり、オープンエアゾーンはサードプレイス(第3の空間)機能 ④メガストアの低い経済条件をスモールテナントの高経済条件で補うロー開発・ローオペレーション機能 ⑤オープンエアの建物形態であるため、ローコスト建物及び有効率の高い売場形成による低投資型SC
第3のタイプ	新ライフスタイルセンター	CSCや地域密着型SCの改革版としての次世代型SC	地域の交流の“場”づくりのSCとして開発され、自然環境や健康志向や快適性や居心地感のあるサードプレイス(住居の第1の場、職場の第2の場、中間地の第3の場)として、また、まちづくり型のSCとして新しいライフスタイルを提案するSC ①地域の居心地のある地域に溶け込んだサードプレイス機能 ②地域の交流の場となるコミュニケーション&コミュニティの場の機能 ③自然環境や健康志向のSC機能 ④まちづくり&ストリート型のまち並SC機能 ⑤おしゃれなデザインで演出されたSCを形成
第4のタイプ	ライフサポートセンター	超小商圏型やコンビニエンスセンターのアップスケール化の改革版としての次世代型SC	狭域エリア・超地域密着ニーズに対応した居住者の身近に密着するオアシス志向の生活総合支援センターで、生活サービスを基軸とした地域密着のワンパッケージセンター ①アメリカのコンビニエンスセンター(CVC)の日本版で売場面積1,500~3,000㎡の小型SC機能 ②15分圏の超便利ニーズと交流の場に対応機能 ③生活密着ニーズが1ヶ所で完結するワンパッケージニーズ対応機能 ④高齢者・単身者・パーソナル化ニーズや近場ニーズに対応機能 ⑤生活の時間の節約と時間の有効利用ニーズに対応機能
第5のタイプ	仮想SC	ECモールのアップスケールの改革版としての次世代型SC	ECモールの課題をリアル店舗の視点から改革したSCで、ECモールにリアリティ(現実的体験)とエモーショナル性(感情体験)を付加して、リアルSCより良い体験・体感ができるSC ①ECモールの良さを堅持しつつ、リアルSCの持つ買物機能や買物体験や買物体感ができる機能 ②ECモールにリアリティ(現実的な体験と体感)のデジタル化とエモーショナル性(感情体験と体感)のデジタル化を付加した機能 ③人間の五感(視覚・聴覚・嗅覚・味覚・触覚)をAIやコンピューターグラフィックで反映する機能 ④デジタル志向のアナログ回帰が仮想SC

(株)ダイナミックマーケティング社⁺

代表 六 車 秀 之