

流通とSC・私の視点

2020年12月5日

視点(2392)

SCの業態を決める要素とSC業態(その2)!!

(SC理論編)

(流通とSC・私の視点 2391 より続く)

(2) SCの業態とSCの業態を決める要素

SCの業態(現SCと次世代SC)と業態を決める要素のマトリックスは次の通りです。

SCの概念		SC業態		第1の要素				第2の要素				第3の要素				第4の要素					
				SCの提供生活機能				SCへのモビリティ(移動ツール)				SCの対象ユーザー				SCからの満足度					
				ショッピング(買物)機能	生活サポート(支援)機能	エンターテインメント(遊び)機能	交流(コミュニティ&コミュニケーション)機能	サードプレイス(第3の場)機能	地域のセンター(拠点性)機能	徒歩・自転車モビリティ	自動車(車)モビリティ	公共交通機関モビリティ	インターネット(オンライン)モビリティ	消費者としてのユーザー	生活者としてのユーザー	住民としてのユーザー	市民としてのユーザー	経験としての満足度	体験としての満足度	体感としての満足度	
現世代型SC	リアル空間基軸のSC	利便型SC	1	CVC(超小型SC)	◎	○	×	×	×	×	◎	○	×	×	◎	×	×	◎	×	×	
			2	NSC(小型SC)	◎	△	×	×	×	×	○	○	△	×	◎	×	×	×	◎	×	×
			3	CSC(中型SC)	◎	△	×	×	×	×	△	○	△	×	◎	△	×	×	◎	×	×
			4	ライフサポートセンター	○	◎	×	◎	○	○	◎	○	△	×	○	○	◎	×	○	◎	×
	廉価型	5	パワーセンター	◎	△	×	×	×	×	×	◎	×	×	◎	△	×	×	◎	×	×	
		6	アウトレットセンター	◎	×	○	△	×	×	×	◎	△	×	○	○	×	×	○	○	×	
	モール型SC	7	多核モール型RSC	◎	○	○	○	○	○	◎	○	×	◎	◎	△	×	◎	○	×	×	
		8	バリューセンター	◎	△	◎	△	△	×	△	◎	○	×	◎	○	×	×	◎	◎	×	
		9	パワータウン	◎	○	○	○	○	○	△	◎	○	×	◎	◎	△	×	◎	○	×	
		10	スペシャリティセンター	◎	△	△	△	△	×	△	○	◎	×	○	◎	×	×	○	◎	○	
		11	エンターテインメントセンター	○	×	◎	△	○	×	△	◎	○	×	△	◎	×	×	○	◎	◎	
		12	館型SC(百貨型SC)	◎	△	×	△	△	×	×	○	◎	×	○	◎	×	×	○	○	△	
		13	マルチユース型SC	○	○	△	○	○	△	△	○	○	×	○	○	○	○	○	○	△	
サステナブル志向	ライフスタイルセンター型SC	14	地域密着ライフスタイルセンター	◎	○	×	◎	◎	○	◎	△	○	×	○	◎	◎	△	○	◎	○	
		15	タウンセンター	◎	◎	○	◎	◎	◎	○	◎	○	×	○	◎	◎	△	◎	◎	○	
		16	レジャー型ライフスタイルセンター	○	△	◎	○	◎	△	×	◎	○	×	△	◎	△	×	○	◎	◎	
		17	テーマ型ライフスタイルセンター	○	△	○	○	◎	△	△	◎	○	×	△	◎	×	×	△	◎	○	
		18	アンチモール&ノスタルジー志向のライフスタイルセンター	○	△	○	△	◎	△	△	◎	△	×	△	◎	×	×	△	○	◎	
		19	ハイブリッド型ライフスタイルセンター	○	△	○	△	◎	△	△	◎	○	×	○	◎	○	×	△	◎	○	
		20	マルチユース型ライフスタイルセンター	○	○	△	○	◎	○	△	◎	○	×	○	○	○	×	○	○	○	
次世代型SC	デジタル志向	SC2型SC	21	スマート・コミュニティ・センター(SCC)	◎	◎	◎	◎	◎	◎	○	◎	○	×	◎	◎	◎	◎	◎	◎	
		EC型SC	22	ECモール	◎	×	×	×	×	×	×	×	×	◎	◎	○	×	×	◎	×	×
		23	仮想SC(体験型ECモール)	◎	○	○	○	○	×	×	×	×	×	◎	◎	○	×	×	◎	○	○

(株)ダイナミックマーケティング社^{※8}

代表 六 車 秀 之