

Q 現在は路面店で営業していますが、将来的にショッピングセンターといった商業施設への出店を検討したいと思っています。路面店との違いや、検討に際して留意すべきことがあれば教えてください。

A ショッピングセンターを核にした最寄品や買回品(以下SC)は全国で3千施を扱ったコミュニケーション型SC、設以上ありますが、その形態総合スーパーや百貨店を核には多種多彩です。代表的な形態としては、食品スーパーを核とした最寄品中心のネイバル型SCがありますが、そのほかにも駅ビル、地下街、オフィスビルなどの形態もあります。



埼玉経済

埼玉新聞 経済欄

するのによいでしょう。

SCに出店することのメリットとしては、施設の規模や商圏に応じて一定の集客が見込めること、路面店に比べお客様が心理的に入店しやすいこと、広告宣伝や催事において大掛かりな共同販促ができること、駐車場やトイレや従業員休憩室などの共用施設が完備されており出店者は営業に専念できること、などがあ

ることも、駐車場やトイレや従業員休憩室などの共用施設が完備されており出店者は営業に専念できること、などがあ

また、同じ施設に入店する場合、月商200万円であつて功事例ができること、それを他有名チェーンや話題テナントから刺激を受けたたり、テナン

商業施設への出店

ト同土切磋商(せつさたくま)でできるのにも目に見えない

またSCは半年~数年単位でリニューアルをしますの

自社の店舗の顧客や営業時間

分でコントロールしたい場合は、SC以外の出店形態が適しているでしょう。ただ、その場合は、店舗の立地が将来的にもにぎわい続けるか、周辺に自社と同じようにやる気のある店舗があるか、など見極めておくことが大切です。

(中小企業診断士・小宮綾 連絡先・一般社団法人埼玉 県中小企業診断協会(204 8・762・3350)

が入店しているSCを自安と

また、同じ施設に入店する場合、月商200万円であつて功事例ができること、それを他有名チェーンや話題テナントから刺激を受けたたり、テナン

また、同じ施設に入店する場合、月商200万円であつて功事例ができること、それを他有名チェーンや話題テナントから刺激を受けたたり、テナン

また、同じ施設に入店する場合、月商200万円であつて功事例ができること、それを他有名チェーンや話題テナントから刺激を受けたたり、テナン