

流通とSC・私の視点

2011年9月29日

視点(1452)

経済と不動産と金融とライフスタイルセンターの関係(その2)!!

(流通とSC・私の視点 1451 より続く)

アメリカではライフスタイルセンターが、不動産業及び金融業と一体化することにより疑似ライフスタイルセンターが続出しました。今、アメリカでは疑似ライフスタイルセンターは苦戦していますが、真正ライフスタイルセンターは健全です。

このようなアメリカにおいてライフスタイルセンターを疑似化した不動産・金融業、さらには経済の流れをアメリカの大統領との関係で説明します (六車流：流通理論)。

	大統領	年次	経済状況	流通業	経済現象
第1段階	ニクソンほか	1970年代	買物の学習経験の連続性の終焉 (モノ離れ)	モダン消費からポストモダン消費へ	日本のモノづくり経済によりアメリカ経済が衰退化
第2段階	レーガン ブッシュ・シニア	1980年～ 1992年 (12年間)	大不況	経済不況によるバリュー業態の大発展	レーガンの競争力委員会による日本経済の封じ込めが始まる (プラザ合意と知的所有権の制限)
第3段階	クリントン	1992年～ 2000年 (8年間)	ITによる経済発展(第1次ソフト経済による成長)	経済発展によるエンターテインメント志向SCの大発展	IT等のソフト産業によりアメリカ経済が奇跡的に回復
第4段階	ブッシュ・ジュニア	2000年～ 2008年 (8年間)	不動産・金融による経済発展(第2次ソフト経済による成長)	ライフスタイルセンターやタウンセンターの大発展	国内産業・非モノ産業によるバブル経済の意図的創出による大発展
第5段階	オバマ	2008年～ 2012年 (4年間)	大不況	バリュー業態とポストモダン消費の混合 (ただし、経済発展がないため力不足)	バブル経済崩壊によるバブル分の経済の縮小

アメリカの小売販売額は1991年から2006年までの15年間に2.2倍の成長がありました。日本はその間に15%減で、1991年の85%の小売販売額になってしまいました。

アメリカの小売販売額が15年間で2.2倍になったのは、不動産や株高による「資産効果による消費」(余力の金の発生による消費)と「先買い消費」(クレジットやローンによる先買い消費)でした。これはまさに、バブル的消費であり、国策としてのバブル経済が続いている時には機能しますが、バブル経済が崩壊すると、資産効果と先買い消費はなくなります。アメリカの小売業に占めるバブル消費は2割程度と言われています。

ライフスタイルセンター(タウンセンター含む)は、この国策としての住宅開発とそれに便乗する金融によって、疑似ライフスタイルセンター化されました。しかし、真正ライフスタイルセンターは、基本コンセプトが21世紀型SCであり、次のスマートSCとしての有力業態です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車^{むぐるま}秀之