

1. SCの業態の多様化と地域密着型SC

(1) SCのライフスタイルと日本のSCのポジショニング

SCは「導入期」→「成長期」→「飽和期」→「成熟期」へとライフサイクルは進みます。導入期・成長期は「SC需要>SC供給」の段階ですので、類似したSCが大発展します。日本で言えば1960年代～2010年の50年間（前半はCSC、後半はRSCの発展の時代）です。しかし、やがて「SC需要≤SC供給」の段階となり、ほぼ全国的にSCがマーケット（客）から見て行き渡ったと感じる飽和期となります。日本で言えば2010年代の10年間が相当します。SCの飽和期はSCの理論成立数（国の人口と国土の広さと所得水準から算定されるSCの成立数）のほぼ70%のSCの数が立地した段階でもあります。SCの飽和期になっても、SCはまだ増え続けます。すなわち、勝ち組のディベロッパーの過去の延長線上の勢いによるSC開発や、まだ空白エリアの存在や、さらにはSCのエアポケット（都市立地のSCや10,000㎡以下のSC）が継続的に開発されているからです。本来、流通業界にオーバーストアという真の概念はありませんが、SCの飽和期（日本では2011～2020年の10年間）に需要と供給のミスマッチ（ある分野で需要をオーバーストアする供給とある分野で需要に見合う供給ができていない状態）という形で、オーバーストア現象が発生します。

しかし、やがてSCの新陳代謝（需要の高いSCが優位になり、需要の低いSCが淘汰される現象）が起こり、オーバーストアは解消されます。いつの時代でもオーバーストアは負け側の言葉であって、勝ち組は決して言いません。

このSCの飽和期を10年間経験（アメリカでもSCの飽和期は1980年代の10年間）した後、今までの類似したSCの大量出店現象から、SC業態の多様化の段階に進みます。SCの飽和期は、基本的にSCニーズの従来型マーケットの成長のない時代であり、競争が激しくなり従来型の余分なマーケットは存在しない時代です。

このSCの成熟期はSCの成立数は基本的には増大しません（増大する場合もある）が、SCの業態が多様化し、異質型SC数が続々と出現し、いわゆる「もう一つあって欲しいSC」「もう1つ同じマーケットで成立するSCづくり」が、SCの開発・リニューアルの基本コンセプトとなります。

アメリカでは人口30,914万人でSC数が40,160SC（CVC含めると10万SC）、これに対して、日本は人口12,751万人でSC数は3,013SCでしかありません。これは、アメリカは国土の広さ（日本の25倍）とマーケットの多重構造（所得の二極化、世代の2層構造、多人種、消費趣向の多様化）と流通業態の多様化（SCの核店の多様化、専門店のMDingの多様化）による要因もありますが、SCの成熟期を経てSCの業態の多様化が進んでいるからです。

SCの成熟期は理論SCの成立数を限度に、SCの業態としての多様化が進みます。参考までに米国、日本、中国のSCの理論成立数は次の通りです(弊社予測)。

	SCの理論成立数	1SC当たり支持人口	備考欄
米 国	51,372SC	6,027人	コンビニエンスセンターを除く
日 本	4,191SC	21,156人	
中 国	20,344SC	65,932人	

(流通とSC・私の視点 1510へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之