

視点(1510)

地域密着ニーズを取り込んだSCづくり(その2)!!

(流通とSC・私の視点 1509 より続く)

(2) マダガスカル島の猿の多様化とSC理論

アフリカ大陸から分離した島に「マダガスカル島」があります。アフリカ大陸から分離する時には、まだ動物は存在していなかったのですが、その後、遺伝子的に一種類の猿がマダガスカル島へ流れ着き、新大陸で競争のない状態の中で大繁栄しました。他の動物が少なく、猿は一種類のみでしたので、本来の猿の食べ物(SCで言うとマーケット)と住む場(SCで言うと立地)は独占状態でした。やがて、猿の食物と猿の数が同じレベル(SCの供給=SCの需要)となりました。その後、マダガスカル島は自然の変化が起こり、マダガスカル島の半分が砂漠化して森林が大幅になくなり(マーケットが縮小)ました(SCのライフサイクルで言うと飽和期)。本来ならば森林が減少すると猿の食べ物や住み家がなくなるために、猿(SC)は減少することが自然ですが、ここで新たな食べ物の創出(マーケットの創出)と住み家の創出(立地の創出)が起こり、1種類であった猿が80種に多様化しました。これを自然界では「動物の“種”の多様化」と言い、食べ物で言えば、今まで果物を食べていた段階から、木の葉、草、昆虫、海草、毒のある植物(実や葉)を食べるようになり、これらの食べ物や住み家の変化(SCのマーケットや立地や競争状況の変化)に対応し、猿の進化が起こり、互いに異なる食べ物というマーケットを棲み分けて食べるようになり、猿の80種(1つのSCの業態から80の性格の異なる業態)に多様化させました。この現象は遺伝子(DNA)によって元々は1つの“種”だったことが解明されています。SCの飽和期はまさにマダガスカル島の食べ物が砂漠化して少なくなったのと同じであり、マーケットが停滞あるいは減少している段階です。ここでSCの成熟化は、マダガスカル島のようにSCの需要創造(新たな食べ物の発見)や立地創造(新たな住み家の発見)が起こり、SC業態の多様化が起こります。

自然界においても流通業界においても、成熟化でマーケット自体は拡大しないが“種”や“業態”は多様化します。世界ではマダガスカル島と同じ特性を持つ「ニュージーランド」「ガラパゴス」「日本列島」のような閉鎖・隔離されたエリアでは動物の進化による“種”の多様化が起こっています。

まさに、自然界と流通業界のみならず、あらゆる現象は形で見ると類似していませんが、メカニズムで見ると同一現象が起こっていることとなります。

2. 地域密着型SCの概念

(1) 地域密着型SCはハードルの高いSC業態

地域密着型SCは流通業界でよく使われる言葉ですが、明確な定義はありません。実は、地域密着型SCは、ハードルの高いSC業態で、マダガスカル島の喩えで言えば「毒を盛った食べ物」(どの猿も手を出さない特異な食べ物を自分の体の中に毒消し機能を持つことにより、おいしい食べ物に変える)で、高い毒消しノウハウを持たないと死んでしまうSC業態です。本来SCは、大商圏型商法のRSCと小商圏型商法のNSCと価格破壊型商法のパワーセンターの3つの基本業態から成り立っています。その中で、小商圏で近隣のマーケットを対象とするSCがNSCであり、本来、日常生活ニーズを「利便性という武器」で客のニーズに応えています。しかし、NSCは食料品を中心とするコモデティニーズ(最寄りニーズ)が中心で、地域の人々の生活を満足させることはできません。この大商圏でもない小商圏でもなく、地域のニーズをそれなりにワンパッケージで対応していたのがCSC(コミュニティ型SC)でしたが、RSCの比較購買性とエンターテインメント性、NSCの日常性と利便性、パワーセンターのカテゴリー特化性と廉価性の中で「中道業態」(何でもあるが、何もないと客が感じる中途半端な業態)になってしまい、アメリカでは1960~1970年代に淘汰、日本でも1991年の旧大店法の緩和以来、長期低落化の道を歩んでいます。地域密着型SCは、このCSCが本来持っていて、RSCやNSCやパワーセンターに切り取られたニーズを、新しいコンセプトとノウハウで奪い返すことができる業態でなければなりません。それゆえに、地域密着型SCはRSCとNSCとパワーセンターのニーズの「残り物に福がある商法」であり、マダガスカル島の猿が毒のある食べ物を、毒消し機能を体の中に創り出したノウハウに匹敵するノウハウが、地域密着型SCづくりに必要となり、その意味においてハードルの高いSCづくりでもあります。

(流通とSC・私の視点 1511へ続く)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺⁵

代表 六車秀之