

視点(2163)

次世代型SCの3つの視点!!

(SC理論編)

アメリカも日本も新興国も現在、過去の延長線上ではない大変革(イノベーション型変革)がSCに起こりつつあります。SC業界において、アメリカではデッドモール化現象(ポストモール)、日本でもSC飽和期、新興国ではパスモール化が進展しています。

私は、ポストSC時代(厳密には新SC時代)のSCである「次世代型SC」を次の3つの視点から概念づけています。

①	社会や地域の持続可能性(sustainability)に貢献するSC
②	ネット販売30%時代に対応可能なSC
③	マーケットデザイン理論に基づくブルーオーシャン型棲み分け競争のSC

いずれも、大量生産・大量販売・大量消費といった産業革命の延長戦で誕生したSCとは根本的に異なります。

(1) 社会や地域の持続可能性(sustainability)に貢献するSC

21世紀(政治・経済・社会的には2021年から始まる)は20世紀に対するアンチテーゼ(反省)の時代であり、地域環境に優しい社会、人間相互間の絆社会、社会正義追求社会です。この持続可能社会を達成するためのツール理論は次の2つです。

① ESG(環境・社会・企業統治)基準に対応したSC

経済において大きなウェイトを占めている金融経済は、「投資(投資家)」を通じてまさに経済の血液としての役割を果たし、21世紀型の投資は環境・社会・企業統治の一定基準を満たした投資に基づくのが次世代型SCとなります。

② LOHAS(健康と持続可能なライフスタイル)に対応したSC

サステナブル社会を消費や生活の面から見ると、ロハスになります。地域環境・社会環境・人間関係を重視したSCづくりは、まさに次世代型SCとなります。

(2) ネット販売30%時代に対応したSC

2025~2045年頃にはニューリテラー(リアル店舗とバーチャル店舗が融合した小売業)が中心となり、ネット販売とリアル販売の垣根がなくなります。そのプロセスにおいて、リアル店舗はネット販売との「**戦略的異質性**」(ネット販売には真似ができない、あるいは真似をされても優位に展開できる)と「**戦略的同質性**」(ネット販売の得意分野や優位分野をリアル店舗もできるだけ取り込む)の2面作戦が必要となります。このリアル店舗とネット販売の融合がネット販売30%時代であり、リアル店舗とネット販売の融合したニューリテラーがSCのテナントとなります。

次世代型SCは、地域住民のプラットフォームとなる「**タウンセンター**」やSCへ出向することに魅力を感じる「**ギャザリングプレイスセンター**」への道が必要となり、かつテナントの出店戦略は「**ハブ&スポーク型出店戦略**」(スーパー旗艦型店舗、旗艦型店舗、標準型店舗をミックスする出店戦略)となります。

(3) マーケットデザイン理論に基づくブルーオーシャン型競争のSC

マーケットデザイン理論とは、1つの固有マーケット(あるいは1つの固有エリア)内で「**適正戦略**」「**適正立地**」「**適正市場**」「**適正規模**」「**適正業態**」「**適正MDing &テナントミックス**」という6つの適正理論に基づく棲み分け型SCづくりにより1つの固有マーケットをブルーオーシャン化したエリアにする理論であり、次世代型SCづくりの根源です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 軍 秀 之