

流通とSC・私の視点

2019年9月16日

視点(2309)

次世代型SCづくりの切り口!!

(SC理論編)

次世代に通じるSCづくりは異次元(従来とは異なる)の切り口が必要となります。次世代型SCづくりの切り口は次の通りです。

	切り口	波及内容
①	流通空間はフィジカル空間とサイバー空間に二層化	①フィジカル空間(現実の空間)は、中心街立地と郊外・地方立地の2つに区分化 ②サイバー空間(インターネット上の空間)は、場所(立地)・商圏範囲・時間・販売経路の概念が崩壊
②	技術革新は情報化とAI化	①消費行動は情報化により経済圏ビジネス化 ②AIとRPA(ロボティック・プロセス・オートメーション)により経済システム(工場・事務所・店舗)が自動化
③	人口動態の変化のイレギュラー化	①少子化、高齢化、単身化の進展により家族の希薄化 ②マーケットのダウンサイジング化とゼロサム(プラスマイナス=ゼロ)経済化
④	ネット及びネットネイティブ販売の旺盛化	①ネット通販の統計上の割合30%時代が到来 ②リアル販売とネット販売の融合によるネットネイティブ時代
⑤	モノ離れの深化	①第1次モノ離れ(1988年)によるモノ(財)を買って消費することの希薄化(モダン消費の終焉) ②第2次モノ離れ(2010年)によるモノを所有する概念の希薄化によるレンタル・シェア・フリー&定額料金のサブスクリプション化
⑥	流通の覇権業態のSCの飽和と多様化	①SCの当たり前化と1つの固有マーケットの中にもう1つあって欲しいSCづくり ②SCの多様化によるSCマーケットの深耕化
⑦	持続可能(サステナブル)社会の到来	①地球・社会・地域・人間の相互間で起こる課題解決(持続可能社会化) ②SDGsやESGやエシカル消費やフェアトレードへの展開
⑧	働き方の変化と時間消費の多様化	①労働意識の変化に伴うライフスタイルの変化 ②時間消費の多様化及び時間の多消費化(労働束縛時間の減少)

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之