

視点(2356)

## 日米のSCの飽和化とコロナショックによる大変化の加速化!!

(SC理論編)

今、コロナショック（コロナ禍、ウィズコロナ、アフターコロナの総称）によりSCの成熟化が加速しています。アメリカでは、RSCは2000年頃から前期飽和期である1つの固有マーケットの中に2～3のRSCが立地し、生活者はRSCに対してRSCの不足感のない満足度の高い状態となり「SCの新規開発＝SCからのリタイヤ」の**ゼロサム状態**でした。ここでのSCからのリタイヤとは、SCの廃業（廃モール）及びSCの業態転換を意味します。2010年頃から後期飽和期となり、SCが当たり前化し、斬新さが希薄化して「**SCの新規開発<SCからのリタイヤ**」となり、長期低落化の道を歩み始めています。

日本でも2010年頃からSCの飽和・前期となり、2020年頃からSCの飽和・後期となっています。日米ともにコロナショックにより、SCの飽和化は加速化しており、次の現象が起こっています。

- ① SCの新規開発よりもSCからのリタイヤが多くなる
- ② SCの空き店舗が増加して、経済条件の低下が進む
- ③ SCへ出向頻度が毎年着実に低下している

流通の大変革25年周期理論（流通は25年単位で過去の延長線上ではない大変革が起こる。そのため、大変革に対応できない業態や企業は淘汰あるいは長期低落化の道を歩みますが、大変革に対応できると大躍進することが可能となる）によると、流通の覇権業態や覇権企業は25年単位で変遷しています。

アメリカと日本の流通の覇権業態の変遷は次の通りです。

	大変革の年度	年代	業態の変遷	
			アメリカ	日本
戦前	—	1945年以前	郵便通販と商店街	商店街・市場
戦後	新流通体制スタート (1945年)	1945～1970年の 25年間	GMS・CSC	商店街・百貨店
	第1次流通大変革 (1970年)	1970～1995年の 25年間	多核モール型RSC	GMS・CSC
	第2次流通大変革 (1995年)	1995～2020年の 25年間	SCの多様化	多核モール型RSC
	第3次流通大変革 (2020年)	2020～2045年の 25年間	SCの多様化の深化& デジタルネイティブSC	SCの多様化& デジタルネイティブSC

アメリカでは、戦前は「郵便型通信販売とロードサイド商店街」が流通の覇権業態でした。1945～1970年までの25年間は、シアーズ・J Cペニー・モンゴメリーワードのGMS御三家とGMSを核店とするCSC（中型の2核1モール型のSC）が流通の覇権業態でした。前の流通の覇権業態である郵便型通信販売とロードサイド商店街は長期低落化の道を歩みました。1970～1995年までの25年間の覇権業態は、百貨店とPDS（GMSがPB化とライフスタイルの提案型に進化した業態）を複数導入し、専門店を100～300店舗揃えた多核モール型RSCでした。この多核モール型RSCは、一時は1,500SCも立地しましたが、今や1,100SC程度に減少し、飽和状態にあり、オーバーストア状態になって斬新さを失っています。その結果、デッドモール化（廃モール化）や経済条件の低下及びSCの出向頻度の低下を招いています。

日本はアメリカの25年遅れで、流通大変革による流通業態の変遷が起こっています。

1995年から2020年までの**経済の大変革のキープポイントは「グローバル化」と「技術革新」と「金融経済化」**でした。アメリカや中国は、見事このグローバル化と技術革新と金融経済化で大飛躍しましたが、日本は世界の横並び程度の変革で、本格的な変革の波に乗れず、世界経済に占める日本のGDPの比率は1991年の15%から6%まで低下し、GDPは500～540兆円のまま失われた30年間を経過しました。

今、SCも飽和期であり、対応を間違えると長期低落化の道を歩みます。間違いなく流通の覇権業態は変遷します。コロナショックが加速した戦後3回目の流通大変革は確実に進み、次世代志向のSCに脱皮しないと淘汰及び長期低落化の道を歩むことになります。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代表 六 軍 秀 之