

中国の寧波市（ニンポー）に杉井アウトレットモール（杉杉集団と三井不動産と伊藤忠商事の合弁会社が経営）を視察に行き、ついでに周辺の商業視察を行いました。

中国には「現代的商業施設が絶対的に不足状態」であることと「過渡期業態が数多く存在」しており、流通上のエアポケットがあり、まさに「真正商業施設」の萌芽期です。

過渡期業態とは、真正業態（適正なる立地に適正なる規模で、適正なるMD i n g、適正なる運営を行っている業態）が開発されると、淘汰あるいは長期低落化の道を進む業態のことです。典型的な例が商店街や市場で、現代的商業施設の中でもC S C（コミュニティ型S C）も過渡期業態です。

寧波市で、中国にとっては外資系の「Eマート」（韓国）と「テスコ」（イギリス）の2つのハイパーマーケットを見て、日本の40年前のGMSを見たような感じがしました。

Eマートは「館・ハコ型建物」「単独立地」「Eマートと専門店の複合型（いわゆるC S C）」「一方通行回遊型（ワンウェイコントロール）」「倉庫型（ウエハウス型）建物」「吊り下げ・非ヴィジュアルプレゼンテーション型陳列」です。Eマートのハイパーマーケット型商業施設は、韓国の百貨店志向かつリーズナブル志向のEマートとは異なりますが、ハイパーマーケットとしての業態としては、“まあ、こんなものか!!”と感じました。しかし、問題は、一方通行回遊型から見える「消費者に対する満足レベルの格差」です。Eマートの建物は3層で、3階に核となる食品売場を配置しています。1階から2階、さらに3階の食品売場まで一方通行回遊型の通路であり、これでもか、これでもかと店舗が配列する通路を延々と歩かされます。やっと食品売場に到着して、レジを済ませると、また別の通路からも来た店舗が配列する通路を延々と歩かされます。売り手は、強制的に歩かせる長い通路とすることが販売機会に結びつくと考えていますが、買い手にとって非常に買いづらい店です。この商法が通用するのは、まだ真正業態としての商業施設が充実していないため、仕方なく買っているのが現状です。

一方、**テスコ**はS Cの核店（2核で、もう1つは百貨店）の1つですが、S Cとの相乗効果は全く考慮しないレイアウトで、S Cの中で独立した独自のゾーンを形成し、専門店を含めてS Cの中のS Cをつくっています。テスコはEマートと同様にハイパーマーケットで倉庫型・吊り下げ陳列、ロット・ボリューム販売であり、また、一方通行回遊型（ワンウェイコントロール）です。ここでも、細長い店舗が配列する通路をこれでもかこれでもかと延々歩かされ、一番奥に食品売場があり、帰りはまた別の店舗が配列する通路を延々と歩かされる全く利便性のない消費者から見て満足度の低い商業施設です。Eマートと同様に、この商法が通用するのは、まだ真正業態としての商業施設が充実していないため、仕方なく買っているのです。

**一方通行回遊型通路**は、確かに売り手にとっては販売機会を消費者に与えるためには有効ですが、大きな課題があります。それは、買い手にとって非常に不便な売場であることです。日本でも、アメリカの一方通行回遊型通路を真似て失敗した事例がたくさんあります。また、アメリカでも一時一方通行回遊型通路のハイパーマーケットブームが起きましたが、今は全滅しています。

アメリカでも日本でも客にとって不便な一方通行回遊型通路が失敗したのは、利便型回遊通路の食品業態が随所に開発されると、今まで嫌々利用（潜在的な嫌々含む）していた一方通行回遊型通路の店は淘汰されます。

しかし、アメリカで大成功している一方通行回遊通路説があります。それは「**スチューレオナルド**」で、食品でありながら大商圏商法かつエンターテインメント性のあるモールを形成し、これなら一方通行回遊型通路でも満足する楽しい売場・驚きの売場を形成しています。このスチューレオナルズは流通理論においては**奇跡の原則**に値します。