

# 流通とSC・私の視点

2015年1月8日  
(2015年4月17日修正)

視点(1900)

RSCの成立基礎マーケットの日米の比較!!

(SC理論編)

アメリカと日本のSCの実態は次の通りです(アメリカは2012年末、日本は2014年末の実績)。

		アメリカ		日本		比較(アメリカ/日本)	
		SC数	店舗面積(万㎡)	SC数	店舗面積(万㎡)	SC数	店舗面積
大型SC	スーパーRSC	685	7,810	46	403	14.9倍	19.4倍
	RSC	830	4,492	271	1,180	3.1倍	3.8倍
	小計	1,515	12,302	317	1,583	4.8倍	7.8倍
中・小型SC・その他SC		110,739	56,809	2,855	3,249	34.1倍	17.5倍
合計		112,254	69,111	3,172	4,832	35.4倍	14.3倍

※RSCは、アメリカは37,200㎡以上、日本は30,000㎡以上の総合SCとする。

ここで、RSCの日米の数値的比較をすると次の通りとなります。

	アメリカ	日本	比較(アメリカ/日本)
人口	30,914万人	12,751万人	2.4倍
RSCの数	1,515SC	317SC	4.8倍
RSC成立基礎マーケット(1SC当たり人口)	20.4万人	40.2万人	0.51倍
1つのマーケット(100万人)当たりRSCの成立数	4.9SC	2.5SC	2.0倍

アメリカと日本のSCの数は、アメリカの112,254SCに対し、日本は3,172SCとアメリカは日本の35.4倍となっています。これは、アメリカではほとんどの商業が自然発生的な商店街ではなく、計画的なSCであるためです。日本も商店街が1.6万ヶ所(衰退してシャッター通りとなっている商店街含む)ですので、SCと商店街を合わせると、1.9万ヶ所となり、6.3倍(SCのみは35.4倍)となります。しかも、アメリカはコンビニエンスセンター(NSCより小型の超小商圏型のSC)が6.6万ヶ所が含まれており、日本のコンビニエンスストア(CVS)5万ヶ所を含めると、超大商圏業態・大商圏業態・中商圏業態・小商圏業態・超小商圏業態の日米の比較は、ほぼ日米の人口に比例する指数になります。日本において小型や超小型の小商圏型SCが少ないのは、まだ零細小売業や前近代的な旧型商店街が残っているからです。零細小売業や前近代的な旧型商店街が近代化すればコンビニエンスセンター(超小商圏のSC)やコンビニエンスストア(超小商圏の小売業態)に脱皮することになります。その意味においても、アメリカと比較して日本の流通の成熟度が低いこととなります。

今回のテーマである「SCのRSCの成立の基礎マーケットの日米の比較」は次の通りです。

	アメリカ	日本	備考欄
RSC数(30,000㎡以上の総合SC)	1,515SC	317SC	アメリカは37,200㎡以上の総合SC
成立基礎マーケット	20万人	40万人	1SC当たりの成立人口
1つのマーケット(100万人)の中での成立SC	5ヶ所	2.5ヶ所	100万人の人口で成立するSC数
日米間のRSCの競争度	2.0倍(アメリカ/日本)		

以上の結果、アメリカは日本の2.0倍の競争度とすることができます。しかし、日本は1つのマーケットの中に「3.0」(アメリカは5.0)と想定するならば、日本のRSC(スーパーRSCを含む)の理論的成立数は384SC(現在317SCより67SC増)となります。日本には1つのマーケット(時間距離で共通マーケットのエリア=ほぼ100万人のマーケット)は「128エリア」(12,751万人÷100万人)存在します。この128エリアに3つのRSC(RSCの近未来の成立基礎マーケットは33万人)と仮定すると、正規に成立するRSCは3ヶ所となり、その個々のRSCの概念的戦略は次の通りになります(六車流：流通・マーケティング理論)。

- ①基軸となるRSCづくり(地域ニーズを一番優位に取り込んだMDingのRSC)
- ②基軸となるRSCに対して「3割差異化・特化、7割総合化」のRSC(全体2番店型SC・棲み分け分野の1番型SC)
- ③基軸となるRSCに対して「7割差異化・特化、3割総合化」のRSC(全体3番店型SC・棲み分け分野の1番型SC)

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>

代表 六車秀之