

視点(2144)

## SCとネット通販と新陳代謝(その2)!!

(ICT&ネット市場編)

(流通とSC・私の視点 2143 より続く)

### (2) SCの経年劣化のタイプと原因

SCは流通業の覇権業態としてのポジショニングは下り坂ですが、では何故SCの新陳代謝が起きているのでしょうか。時間の「経過」と時代の「変化」によってSCのパワーが低下することを「経年劣化」と言いますが、SCの経年劣化には3つのタイプがあります。

第1のタイプ	SCの ハードからの経年劣化	SCのハード上の耐久性や機能性が低下することによる経年劣化(パワーダウン)(いわゆる時間の経過による経年劣化)
第2のタイプ	SCの ソフトからの経年劣化	SCのビジネスモデルが変わることにより、従来の経営手法では効果が出なくなる経年劣化(パワーダウン)(いわゆる時代の変化による経年劣化)
第3のタイプ	SCの ソフト&ハードの 両面からの経年劣化	上記のハード(耐久性や機能性)とソフト(ビジネスモデル)のパワーダウンによる経年劣化(いわゆる時代の経過と変化の両方による経年劣化)

アメリカではSCが1950~2000年までの間に大量にSCが開発されましたが、ハード形態や規模や陳腐性に課題が生じてもリニューアルで時間対応しなかったハードの経年劣化したSCが数多く存在しています。また、日本もCSC時代からRSC時代へ変化した1990年以降の初期のSCはハード形態や規模や陳腐化したSCが今後続出します。

また、ソフトの経年劣化は、まさにネット通販に対応できていないSCのことで、今後、日米ともに続出します。ソフト&ハードの両面からの経年劣化は、マーケットデザイン理論に基づく、1つの固有マーケットの中で「適正立地」「適正規模」「適正業態」「適正MDing」に課題を持つSCはネット通販により、ソフトとハードの経年劣化の大きい順にSCが淘汰されます。アメリカでは「不適正立地・不適正規模・不適正業態・不適正MDing」のSCが淘汰され、日本でもSCの成長期には存在できたSCが「不適正」のキーワードで淘汰の道を過去・現在から近未来にかけて無数に歩みます。

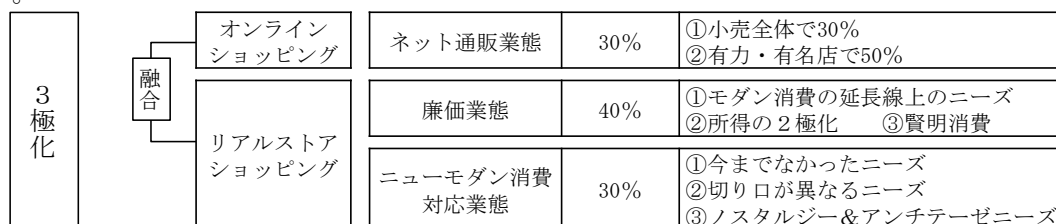
### (3) 近未来の元気のある流通業態

ネット通販が大成長し、2030年代には「ネット通販売上30%時代」(発注場所基点)が到来することが想定されます。今後のネット通販時代の中で既存のSCや業態の“元気度”から見たタイプは次の通りです。

タイプ①	ネット通販 旺盛時代に	売上が伸びる、あるいは高業績のSCや業態	勝ち残れるSC・業態(10%以上の成長)
タイプ②		現状維持のSCや業態	生き残れるSC・業態(0~3%程度の成長)
タイプ③		売上が減少、あるいは業績が悪化するSCや業態	長期低落化あるいは淘汰されるSC・業態(マイナス成長)

ネット通販旺盛時代でも従来のSCや業態の中で、各SCや各業態や各企業レベルで流通の“元気度”は異なります。これらの流通の“元気度”のもの尺はソフトとハードの経年劣化に対応できているか否かによって差が生じています。

近未来のアメリカの流通及び日本の流通の「元気の良い流通分野」は次の通りで、これを「流通の3極化」と呼びます。



近未来はネット売上30%(発注場所ベース)の中で、「廉価業態」と「ニューモダン消費対応業態」が元気の良い業態を形成します。

(流通とSC・私の視点 2145へ続く)

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