

視点(2424)

流通・SCのイノベーションの概念!!

(SC理論編)

現在(2021年)は、第3次流通大変革(2020年を基点とする2045年までの25年間)の出発時点です。流通は過去25年サイクルで過去の延長線上ではない大変革が起こります。この25年間に覇権業態や覇権企業は入れ替わり、一世代前の覇権業態や覇権企業は長期低落化あるいは淘汰の道を歩みます。いわゆる流通業態や流通企業の「遷都」(覇権者の入れ替わり)です。

コロナショックによる平常化(ニューノーマル化)はコロナショック固有の変化を生じさせますが、多くは流通大変革25年説を加速させるものです。

今後25年間に亘って起こる流通大変革の内容は次の通りです。

- ①戦後3回目の世代交代であるミレニアル世代やZ世代やアルファ世代の社会進出と現役化による「ライフステージ革命」
- ②デジタルシフト(DX)を背景とするオンラインショッピング(広義のネット通販)による「買い場革命」
- ③地球環境・自然環境・社会環境・地域環境・人間環境での課題解決を重視した「社会革命」
- ④モノの所有概念が希薄化した新ライフスタイルや新技術対応によるクリエイティブ「消費革命」
- ⑤ヒト・モノ・カネ・情報の移動手段がリアル空間からオンラインのサイバー空間へ移行することによる「モビリティ革命」

このような大変革の中でSCの開発・リニューアル・運営においては、過去の延長線上ではない変革である「流通・SCイノベーション」(大変革)は、流通企業がマーケット(市場あるいは生活者)に対して全く新しい概念のビジネスモデルを提供することです。

(1) 流通・SCのイノベーションの推進パワー

- ①創出力 → 今まで存在していなかった全く新しい流通・SCのビジネスモデルを全く新たに創り出すこと
- ②転換力 → 今まで存在していたが、新たな切り口で斬新性のあるビジネスモデルに変えること
- ③結合力 → 今まで存在していたが、異業種の異なる機能を加えて斬新性のあるビジネスモデルに変えること

(2) 流通・SCのイノベーションの成果のレベル

- ①「0から1の成果」 → 今まで存在していなかった流通・SCのビジネスモデルを創り出すことにより、無限大の成果
- ②「1から10の成果」 → 完成度の低い、あるいは部分的な発想を具体的に完成度高く仕上げる10倍の成果
- ③「10から100の成果」 → 業界で完成度の高いものであるが、新たな発想や技術を付加して飛躍的に成長させる10倍の成果

以上の流通・SCのイノベーションのレベルは戦略構築と言われ、過去の延長線上ではない改革・改新的なものです。多くの流通やSC上の開発・リニューアル・運営は戦術策定レベルであり、成果レベルで言うと「10から15の成果」であり、成果はあまり期待できません。

私は、流通・SCの進化のスピードは

「毎年10%進化、5年間で1.6倍、10年間で2.6倍、25年間で10.8倍の進化」

と考えています。

もし、流通企業や1つの固有マーケット内のSCが、進化が毎年「ゼロ」であったならば、5年間で売上は79%に、10年間で62%に、25年間で30.4%にまで低下することが想定されます。逆に、進化が毎年「10%」であれば、5年間で売上は1.3倍に、10年間で1.6倍に、25年間で3.2倍になります。ここでの流通企業やSCの進化は、源泉は「開発(再開発)、リニューアル(開発・増築改革)、運営(MDing&マーケットの掘り起こし)」です。

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
会長・六車流研所長 六車秀之