

視点(1910)

I Saw All America (その276) !!

(SC理論編) — SCモールが今後10年間に15%減少することは本当ですか? —

アメリカでは2024年の10年後にSCモールは15%減少するというショッキングな話がアメリカの有力な流通人が話しています。この「**2024年のSCモール15%減少説**」は本当に理論的に正しいのでしょうか。

確かに、現在のアメリカのSC事情は次のように15%減少説が現実味を持っています。

- ①SCの小売業に占める売上比率は61%、売場面積比率は44.9%と異常に高い指数となっています(ちなみに、日本は小売業に占める売上比率21%、売場面積比率は31%です)。
- ②現在、SCの王道SCであるRSCは、この10年、ほとんど(年に1~2ヶ所)開発されていません。
- ③アメリカも郊外化が始まって65~70年が経過して、新規にSCを開発する立地が少なくなっています。
- ④アメリカでもSCモール(多核モール型RSC)は、当たり前化して、消費者にとって魅力ある流通業態の位置づけが希薄しています。
- ⑤今後の流通業界はバーチャル化が進みネット販売(バーチャル店舗)のウエイトがリアル店舗の売上を切り崩しつつあります。

以上のように、SCに対する近未来に向かっての流通現象はマイナスの面が多くありますが、逆にプラスの面も多くあります。

- ①アメリカの人口は現在3億1,000万人が2050年の35年後は4億人(年間単純平均で283万人の増加)が見込まれ、その増加人口はヒスパニック系アメリカ人、アフリカ系アメリカ人、アジア系アメリカ人等の移民定着人口増であり、「これから豊かになろうとする生活向上型ニーズ=モダン消費志向ニーズ」であり、SCの成長・発展にとっては有利に働くこと
- ②アメリカの経済は世界的には新興国・後進国の経済発展により、相対的には低下しますが、シェールガス・オイルによる世界一の産油国化、地産地消志向の生産拠点化、3Dプリンター等のハイテク産業の先端技術の優位性により、今後も成長が期待されていること
- …等により、SCの潜在的成長力は存在しています。

しかし、SC業態が開発され始めてから100年となり、車社会、大量消費、人口の郊外化への大移動等のSCを支える背景も業態劣化していることも事実です。

アメリカでのSC減少説はSCモールが2024年(2014年時点から10年後)に減少するという説は、SCモール=RSCと仮定して私なりに説明すると次の通りです(六車流：流通・マーケティング理論)。

- ①現在のアメリカでは1つのマーケット(特定の個人あるいは家族が買物のために不自由なく行動できる範囲)の中に5ヶ所(1つのマーケットを100万人と仮定すると商圈人口20万人に1ヶ所RSCが成立している=アメリカのRSC数は1,515ヶ所)です。(ちなみに、日本の場合は2.2ヶ所です)。理論的には「**3.5説**」(基軸のSC1.0ヶ所、3割差異化・特化、7割総合化のSC1.0ヶ所、7割総合化・特化、3割総合化のSCが1.0ヶ所)、その他ニッチなマーケットを対象とする特化SCが0.5ヶ所適正に立地するという理論)から見ると最大アメリカのRSCは当たり前化が進展すると3割減少する可能性を潜在的に持っています。
- ②現在、アメリカのネット販売は、Eコマースで15%程度、Eリテイルで6%(日本3%)程度ですが、今後、急速にネット販売のウエイトは高まることが想定されます。すなわち、リアル店舗(SC)とバーチャル店舗(ネット販売)は互いにO2Oによるクロスチャネル化やオムニチャネル化により競存共栄体制の関係になりますが、必然的にネット販売のウエイトが高まります。今、アメリカで「**ミレニアル世代**」(1980年代・1990年代に生まれた人々)の生まれた時からユビキタス社会(いつでも、どこでも、何でも情報が手に入る時代)の消費者が15歳から35歳となり、コンテキスト化(モバイル、ビッグデータ、SNS、GPS、センサーを駆使した未来行動予測システム)が進展し、相対的にSCへの優先度の低下が考えられます。同時にミレニアル世代は前世代とは消費の中味が全く異なります。ミレニアル世代は10年後は25~45歳のテクノロジー習熟消費の主力世代となります(ミレニアル世代=別名：デジタルネイティブ世代)。

以上のように、アメリカのSCはオーバーストア状態であり、性格的に20世紀の最強の流通業態であり、それゆえにSCの存在感が希薄化することは事実です。近未来は「ネットとSCが融合したSC」として、また「体験・体感のライブ志向の21世紀型のSC」の出現が必ず起こりますし、現在も進行中です。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六車秀之