

# 流通とSC・私の視点

2011年10月16日

視点(1461)

## I Saw All China (その8) !!

－中国の流通業態の今と近未来－

今、中国は為替ベースのGDPで日本を抜き、世界第2位の経済国家になりました（購買力平価ベースのGDPは10年前に中国が日本を抜いています）。

総合力としての経済は一流国家となりましたが、消費レベルや流通の発展レベルでは三流国家です。今、中国では**巨大なマクロ力**（経済力や軍事力）と**弱体なミクロ力**（1人当たりの消費力や流通の業態の多様力）の格差を埋めるために急速に流通の近代化が進んでいます。

中国の流通の近代化は次のように過去・現在・未来へと進んでいます。

ステップ	消費のタイプ	内 容		
1980年代以前	プレモダン消費時代	伝統的市場・商店街中心		
1980～1990年代		西欧系のスーパーセンターの進出 ヨーロッパのカルフル、テスコロータス等のヨーロッパ系スーパーセンターの進出		
2000年代	モダン消費時代	日本系の百貨店やSCやCVSの進出 ・日本の百貨店やSCディベロッパー、CVS、専門店、飲食業の進出 ・アメリカ系専門店、ヨーロッパ系ブランドショップの進出		
2010年代		流通の大発展期	ヨーロッパ系 + アメリカ系 + 日本系 + アジア系 流通業者の積極的進出	
2020年代				中国の国内流通企業の近代化と大発展 ・世界の流通企業の進出 ・流通の多様化とSC時代の到来
2030年代				
	ポストモダン消費時代			

中国は、伝統的流通業態が次の3つ根付いています。

- ①伝統的市場・商店街（近代化と共に淘汰される業態）
- ②伝統的百貨店（衰退化する高級総合店）
- ③伝統的最寄り総合店（GMSの過渡期業態版）

しかし、流通の近代化が進み、現在は次の流通3業態で、消費者は買い場を使い分けています。

- ①高級品やあこがれ商品の買い場は「百貨店」
- ②家族揃ってのレジャーショッピングの買い場は「SC」
- ③生活必需品のワンストップショッピング&低価格商品の買い場は「スーパーセンター」

いずれも、外資系の流通企業（資本提携や業務提携）による流通業態で、今後ますます流通の近代化に伴い、上記の3つの業態は中国の国内資本と外国資本によって発展することが想定されます。

5次元社会と4次元社会のアメリカと日本の流通から見ると中国の近未来に大発展する業態が見えてきます。

(1) SCの重層商圈化からの業態

- ①スーパーRSC ②RSC ③CSC ④NSC ⑤CUC（コンビニエンスセンター）

(2) SCの特化からの業態

- ①パワーセンター ②アウトレットモール ③ライフスタイルセンター ④タウンセンター ⑤テーマ&フェスティバルセンター

(3) スペシャルティ百貨店（ライフスタイル志向のメガストア・特定分野の百貨を提供するメガストア）

- ①ホーム&DIYメガストア ②クラフト&ホビーメガストア ③メディア&情報メガストア ④ホームエンターテインメントメガストア ⑤トイ&ホビーメガストア

(4) 生活密着型業態

- ①スーパーSM ②コンビニエンスストア ③ハイグレードSSM ④自然食SSM ⑤ドラッグストア

(5) スペシャルティセンター

アメリカには少ないが、日本には多い専門店ビル（スペシャルティセンター）がターミナルや中心街に有力日本やアメリカで展開している業態で、中国で存在しない業態及び存在していても過渡期業態が無尽蔵にあります。

今後、中国は13億人のマーケットと所得レベルが6～10%アップする中で、流通の近代化を進めなくてはなりません。まさに、中国の流通業界は「宝の山」です。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>5</sub>

代 表 六 車 秀 之