

## 視点(1924)

## 2020年の第3次流通大変革の覇者とは!!

(流通理論編)

私は2020年の第3次流通大変革と2045年の第4次流通大変革のキーワードは次の通りと推定されます(六車流：流通マーケティング理論)。

	年 度	変化のキーポイント
第3次 流通大変革	2020年 (1995年から25年目)	①戦後3回目の世代交代によるライフスタイル革命 ②ネット販売・Eコマースによる買場革命 ③地域環境と人間関係を重視した社会革命 ④ニューモダン消費(モノ離れた後の消費)の本格化の消費革命
第4次 流通大変革	2045年 (2020年から25年目)	①ネクストフューチャー世代によるライフスタイル革命 ②超効率化時代による買場革命 ③生産・消費の融合(川上と川下の融合)による流通革命 ④エイジフリーによる消費革命(若者と熟年世代の肉体的・精神的同一化)

1995年からの流通大変革の出口(成果を出した業態と企業)がほぼ見えてきており、SC業界ではリード業態が「RSC」と「モール専門店街」で、リード企業が「イオンモール」と「三井不動産」です。

2020年からは第3次流通大変革によって1995年からの延長線上ではない大変革が起こり、リード業態やリード企業は実質的に間違いなく入れ替わります。

今後の日本は脱・デフレ化(?)により、名目成長は毎年3.5%と仮定するならば、2035年(現在より20年後)は1,000兆円のGDP(現在は500兆円)が推定されます。経済の寡占時代はGDPの2%程度が流通の覇権企業の売上高と推定すると約20兆円が2035~2040年頃の覇権企業の売上高となります(現在の覇権企業であるイオングループとセブン&アイグループは5兆~6兆円です)。では、2035~2040年頃に2020年の流通大変革のキーポイントを自らのノウハウとして20兆円企業に成長し、その原動力となる成長ベクトルは何なのでしょう。私は次の覇権業態の研究は始めたばかりですので、完成度は低い推定ですが、今後2~3年後までに研究して完成度高く推定できるようになります。

### (1) SCの分野でのリード業態

#### ①ハイブリッド型RSC

現在アメリカでRSCはほんの僅かしか開発されていませんが、RSCのリニューアルという形で多様化したSCが多数開発されています。それはRSC機能(モール専門店街とエンターテインメント機能が一体化したエンクロズドモール7割)に、オープンエアモール(ライフスタイルセンター、エンターテインメントセンター、レジャー・リゾートセンターを3割付加)した「ハイブリッド型RSC」です。ハイブリッドモールは21世紀の最強のSC業態として有力です。

#### ②コンビニエンスセンター

店舗面積3,000㎡以下のNSCより小商圏の「コンビニエンスセンター」(コンパクトSM、ドラッグストア、ガソリンスタンド、クリニックモール、ファーストフード、カジュアルレストラン、生活サービス等)が商店街が崩壊した後の超小商圏・地域密着型SCとしてまた最先端の生活のプラットフォームとして有望です。

### (2) 流通のリード企業

#### ①ネットモール

楽天市場やアマゾン(日本)やヤフーやライン等のネットモールやデジタル機能を駆使した企業の中からリード業態とリード企業の出現の可能性があります。

#### ②セブン&アイグループとイオングループ

セブン&アイグループは多様な業態を串刺しにし、かつコンビニエンスストアをプラットフォームとする「オムニチャネル」によりリード企業になる可能性があります。イオングループはアジア戦略のモダン消費を成長ベクトルとして取り込み、また、豊富なシニアマーケット(GG戦略)にカスタマイズ化してシニアマーケットを成長ベクトルとして成長する可能性があります。

#### ③ユニクロとウォルマート(日本)

ダークホースとして「ユニクロ」の30兆円構想は発展途上国のアジアのみで35億人のマーケットを取り込み、同時にM&Aで覇権企業に成長する可能性を持っています。また、ウォルマートが日本の流通大企業をM&Aして近未来のリード企業になる可能性があります。

ただ、売上高も**支配売上(直接売上と間接売上)**の両方の次元から見るのがフランチャイズチェーンやSCチェーンの時代には必要です。

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