

## 視点(2107)

(流通理論編)

### I Saw All America (その308) !!

— 今、アメリカで元気のある流通分野 —

今、アメリカでは不景気による流通変動ではなく時代の変化による流通大変革(イノベーションを伴う流通変革)が起っています。すなわち、アメリカでは「**第3世代の商業=デジタルマート化**」と「**ニューモダン消費対応化**」という2つの根源的要因により過去の延長線上ではない変革が起っているのです。見た目には新陳代謝(新旧の入れ替わり)ですが、“新”の分野はイノベーション(革新ノウハウ)が伴わなければ通用しないレベルの新陳代謝です。その中で、現在のアメリカで元気な流通分野は次の4分野です。

#### (1) バリュー(節約及び割安価格)業態

- ①要因: 21世紀型経済は所得の二極化(下流層のウエイトの高い二極化)と同時に、資産の二極化(超上流層に一極集中した二極化)により下流層の増大及び節約志向の消費が増大します。さらに、モノ離れた後の小売業ではモダン消費時代の商品の当たり前化=コモディティ化が進み、低価格化(デフレ化)が起こります。
- ②結果: アメリカでは百貨店のサブ業態化(ノードストロームラック、オフフィフス、ラストコール、バックステージ等)、オフプライスストア(TJX、ロス、バーリントン、センチュリー21等)、シングルプライスストア(ダラージェネラル、ダラーツリー等)、ディスカウント総合業態(ウォルマート、ターゲット等)といった従来型ニーズを安価に提供する業態が伸びています。

#### (2) ネット通販とリアル店舗の融合業態

- ①要因: プレゼンテーションシステム、音声認識・対話AIシステム、物流システム、通信システム(スマホ等)、VR(バーチャルリアリティ)によりオンラインショッピングが発展し、それと同時にクロスチャネル化及びオムニチャネル化によりネット通販とリアル店舗の融合業態に出現しています。
- ②結果: アマゾンを中心とするネット販売の急速な発展と、ネット通販とリアル店舗を融合させた店(ノードストローム、ウォルマート、アマゾン等)が伸びています。

#### (3) ニューモダン消費対応業態

- ①要因: モノ離れた後のポストモダン消費(モダン消費がニューモダン消費になるまでの過渡期消費)を経て、いよいよニューモダン消費の時代になります。ニューモダン消費(3つの切り口と13の新消費行動から成り立っている)は、今までなかったニーズや存在していたが切り口が異なるニーズ、今までマイノリティ(少数派ニーズ)であったのがマジョリティ化(多数派ニーズ)したニーズのことです。これらは21世紀に適合した消費です。
- ②結果: 健康やオーガニックといった自然志向の食品(ホールフーズやスプラウツのような自然食業態)、アパレル分野でもアスレジャー、エコロジー、健康・スポーツ分野が伸びています。

#### (4) 地域密着志向の業態

- ①要因: 地域密着とは「生活密着ニーズ」(食品や購入頻度の多い商品・サービス)と「住民密着ニーズ」(人とのコミュニケーションやカスタマイズ=密着化)であり、オンラインショッピングとは異質性を持った自然志向・住民志向・人間志向のニーズが高まり、それに対応した業態が伸びています。
- ②結果: 食品の内食・中食・外食の一体化(イーター、クローガー、ホールフーズ等)や小商圏業態(ドラッグストア、コンビニエンスセンター等)、ならびにライフスタイルセンターが伸びています。

以上の4つの分野をさらにマトリックス化すると次の通りです。

	バリュー業態	ネットとリアルの融合業態	ニューモダン消費対応業態	地域密着業態
バリュー業態	—	○	○	○
ネットとリアルの融合業態	—	—	○	○
ニューモダン消費対応業態	—	—	—	○
地域密着業態	—	—	—	—

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