

視点(2137)

SCの成熟化と多様化のメカニズム!!

(流通理論編)

日本のSCは2011年から飽和期、2016年から成熟期になっています。アメリカでは、日本の20年前の1990年に飽和期を迎え、2006年から成熟期に向かいました。SCのライフサイクルにおける成熟期とは、どのような段階と意味を持つのでしょうか。そこで、比喩論としてマダガスカル kitsunezaru の“種”の多様化とSCの多様化について説明します。マダガスカルにおいて kitsunezaru の“種”が多様化するためには、次の2つの要素がありました。

- ① kitsunezaru (SC) はマダガスカル島(1つの固有エリア)において競争優位性を持つ動物であった(ライオンやゴリラはいなかった)
- ② マダガスカル島は地形(マーケット)が多層化(山岳、渓谷、平原、密林、森林、砂漠、雨季・乾季)しており、食べ物や住みかに変化に富んでいた

このようなマダガスカルにおける kitsunezaru の多様化と、流通業界において同様のポジショニングにあるSCの多様化との共通点及び共通現象は次の通りです。

	成長期	飽和期	成熟期(I)	成熟期(II)
マダガスカル	kitsunezaru が量的に拡大	kitsunezaru の量的拡大が納まり、質的に多様化が始まる	kitsunezaru の多様化が急ピッチで進む。量的拡大はほんの少し	kitsunezaru の量的減少が始まる。多様化は進む
SC業界	SCが量的に拡大	SCの量的拡大が納まり、質的に多様化が始まる	SCの多様化が急ピッチで進む。量的拡大はほんの少し	SCの量的減少が始まる。多様化は進む

アメリカのSC	1951~1990年(50年間)	1991~2005年(15年間)	2006~2015年(10年間)	2016年以降
日本のSC	1971~2010年(40年間)	2011~2015年(5年間)	2016~2020年(5年間)	2021年以降

成熟期(II)ではSCの多様化は進展しますが、SC全体(あるいは部分的)では減少傾向となる時代です。すなわち、SCが流通業界の覇権業態(一番優位性を持った業態)ではなくなって、その時に出現したのがネットショッピングです。マダガスカルではまだライオンやゴリラが出現していませんので kitsunezaru は動物の中で覇権を握っていますが、SC業界ではネットショッピングがSCを脅かす段階になって、アメリカではRSCが急激に淘汰され、開発されるSCよりも淘汰されるSCが増大して数を減らしています。日本も2016~2017年はSC全体の数が増大していますが、開発されるSCと淘汰されるSCの差が急激に縮まりつつあり、2021年を待たずに減少する可能性があります。

私見では、覇権型の業態は理論上3分の1=33% [$\sqrt{(26.1 \times 41.7)}$] のシェアが基準ですが、対小売業に占めるSCの売場面積比率はアメリカでは44.8%、日本で36.7%と基準ラインを超えています。また、マーケットデザイン理論から1つの固有マーケットの中にRSCが3ヶ所成立するという基準で見ると、アメリカはRSCが2割以上過多で存在していますが、日本ではまだ若干の開発余裕があります。すなわち、今後5年から最大10年間に起こるSC現象は、SCが覇権業態として勝ち過ぎた過剰部分の淘汰です。

SCとネットショッピングとの覇権業態の変遷は、SCが出現した背景の変化によって説明できます。
<SCの出現背景>

- ① 国民の所得が1人当たり5千ドルから1万ドルの大量消費時代になった
- ② 車の世帯保有率が30~50%の車社会になった
- ③ 団塊世代(昭和ニューファミリー)の現役ファミリー世代が増えた
- ④ 地方から都会、さらに郊外へと人口大移動が起こった

しかし、現在は次のように変化しています。

- ① 経済の成熟によるモノ離れが起こり、消費意欲が低下した
- ② 車に対する所有意識は希薄化して、ライフスタイル上の車依存度は低下しつつある(所有からシェアへ)
- ③ 現役世代であるミレニアル世代は年間出生数100万人以下と著しく少なく、同時にモノ離れ及びネイティブ・デジタル世代である
- ④ 人口移動はこれまでとは逆に、郊外から都心(中心市街地や周辺市街地)に逆移動している

この大きな社会変動の中でリアル店舗からネット店舗へと、流通の覇権移動が起こっている大きな要因は、「スマートフォン(タブレット含む)の所有率が50%を超えたこと」です。あたかも、車の世帯保有率が50%を越えた段階と同じことが、スマートフォンによって起こっています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車^む 秀^{ぐるま} 之