

流通とSC・私の視点

2021年10月8日

視点(2416)

新世代のSCづくりの要素とは!!

(SC理論編)

次世代型SCという語彙は2005年頃から使われ始め今や15年以上が経過しました。アメリカでSCが飽和状態になり新しいタイプのSCを模索する中で次世代型SCづくりがテーマになりました。しかしもう次世代型SCと言うより「**新世代型SC**」と言う方が適切な呼び方の時代となりました。今、世の中は、ポストコロナ(2021年以降)、流通大変革25年説の出発年度(2021年度)、更に国策としてのDXの取り組み(2020年)が同時並行的に進行し、大きなうねりを持って流通・SC業界を席卷しています。

そこで、新世代型SCを取り巻く流通経済上の要因を「概念的にフォーマット」すると次の通りです。

ファクター	内 容
2つの 「ベーシック (基盤)・ ファクター」	<p>①DX(デジタルシフト)化したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンラインショップによる「行かなくて良い買物」の旺盛化 ・CGに基づく「VR(仮想現実)・AR(拡張現実)・MR(複合現実)」による五感のあるサイバー空間でのSC環境演出の旺盛化 ・RPA(ロボティクス・プロセス・オートメーション)による自動・省力化・デジタル化・リモート化した流通システムを導入したSCの旺盛化 <p>②SX(サステナブルシフト)化したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地球・自然環境に配慮したSDGsやESGやグリーンテクノロジー志向のSCが旺盛化 ・社会の問題解決・エシカル(倫理性)・ガバナンス(企業統治)のある商取引を配慮したSCの旺盛化 ・人間の精神的かつ情緒的な豊かさを提供する商空間演出に対応したSCが旺盛化
6つの 「オリエンテッド (志向)・ ファクター」	<p>①ネイバー・ネイティブ(近場)なライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・近場ライフスタイルが完結できるSCへ行きたい ・イージー(容易)かつシンプル(簡単)に用事を済ませることが出来るSCへ行きたい ・遠くに行かなくてもこだわり商品や斬新な商品を買うことの出来るSCへ行きたい <p>②クリエイティブ・バリュー(賢実消費)なライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・リーズナブルな価格(普及品が割安のお得感のある価格)のSCへ行きたい ・アクセプタブルな価格(こだわり商品が割安納得感のある価格)のSCへ行きたい ・アホーダブルな価格(高級品が割安の手の届く価格)のSCへ行きたい <p>③タイム・パフォーマンス(時間効率)なライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・短時間(時間節約)で買物や用事が出来るSCへ行きたい ・逆に、楽しさを求めて時間が長く消費出来るSCへ行きたい ・一石二鳥あるいは一石三鳥の同時並行的に時間を有効に使えるSCに行きたい <p>④エンターテインメント(遊楽)なライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・遊びが出来る楽しいSCへ行きたい ・地域の人々と交流できる新・井戸端会議の出来るSCへ行きたい ・和むことが出来る居心地感のあるSCへ行きたい <p>⑤ロングテール(越境行動)なライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・1つの固有マーケットを超えても行きたくなるSCへ行きたい ・日本全体を対象とする希少性の商品や施設のあるSCへ行きたい ・国内だけでなく世界のマーケット(インバウンドや越境Eコマース)を対象とするSCへ行きたい <p>⑥エッセンシャルニーズ(必要不可欠なニーズ)のライフスタイルに対応したSC</p> <ul style="list-style-type: none"> ・日常生活にとって欠くことが出来ないニーズ豊富に対応しているSCへ行きたい ・クリエイティブニーズを需要創造して欠くことの出来ないニーズに変えたSCへ行きたい ・1つの固有マーケットの中に、こしかなない希少価値のあるSCへ行きたい

(株)ダイナミックマーケティング・パートナーズ
会長・六車流研所長 六車^{むぐるま}秀之