

視点(2340)

標準型(従来型)RSCの長期低落化の要因!!

(SC理論編)

アメリカで2000年頃、日本で2020年頃からRSC(標準型RSC=多核モール型RSC=多核・ランブリングモール・リーズナブル志向・ファミリー志向・エンターテインメント志向のRSC)が飽和期となり、その後、長期低落化の道を歩んでいます。

通常、1つの業態が長期低落化を歩む要因は次の3つに要約されます。

- ① 1つの業態が対象とするマーケットが「**ダウンサイジング**」(縮小化)することによる長期低落化
- ② 1つの業態の「**収益性が低下**」することによる長期低落化
- ③ 1つの業態に脅威を与える「**代替競争の登場**」による長期低落化

この要因を標準型RSCの長期低落化に当てはめると次の通りです。

(1) 標準型RSCのマーケットのダウンサイジングによる長期低落化要因

- ① 日本の少子化・高齢化・単身化の人口動態の変化に伴う標準型RSCの対象マーケットの**ダウンサイジング**
- ② 標準型RSCの飽和期による斬新さの希薄さが招くSCへの出向頻度の低下によるマーケットの**ダウンサイジング**
- ③ 標準型RSCの対象とするモノ離れによる、サービス化社会の到来による、SCの物ニーズの低下によるマーケットの**ダウンサイジング**

(2) 標準型RSCの収益性の低下による長期低落化要因

- ① 標準型RSCの賃料水準の低下及び賃料の**上方硬直性**(賃料が上がらない)による**収益性の低下**
- ② 標準型RSCの開発・リニューアルへの投下資本の**下方硬直性**(開発・リニューアル投資が下がらない)による**収益性の低下**
- ③ 標準型RSCの運営費用の**下方硬直性**(運営コストが下がらない)による**収益性の低下**

(3) 標準型RSCの代替競争の登場による長期低落化要因

- ① 標準型RSC中心ニーズ対応のEコマース(ネットモールやDtoC等)による**代替競争の登場**
- ② 標準型RSCは、NSCやCVC(3,000㎡以下のサービス基軸の超小商圏業態)の小商圏業態の深化による**代替競争の登場**。すなわち、流通業の理論の中に「大商圏業態に対する小商圏業態基軸の原則=大商圏業態と小商圏業態が同じレベルで競争すると小商圏業態が勝つ。それゆえに大商圏業態は小商圏業態が真似できないレベルでビジネスモデルを確立しないと対応できない」ことによる標準型RSCの劣化。

さらに、CSC(GMSを核店とする中型SC)は、RSCやNSCが未完成であった時代は強力な業態でしたが、RSCとNSCの代替業態が登場すると中道業態(中途半端な業態)となり、長期低落化しました。それゆえに、RSCが立地していない時にRSCやNSCが未成熟な時には成立しますが、基本的には負けパターン業態です。

また、Eコマースは究極の小商圏業態(サイバー空間の距離とは関係ない業態)であり、商圏の大きさと距離(大商圏・中商圏・小商圏・超小商圏)とは関係ない業態です。

- ③ 標準型RSCのDS(ディスカウント業態)による**代替競争の登場**

流通理論の中に、DS業態の標準型業態に対する基軸の原則があります。すなわち、DS業態と標準型業態が同一レベルで競争するとDS業態が勝つ。それゆえに、標準型業態はDS業態が真似できないレベルでビジネスモデルを確立しなければ負けパターンとなります。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之