

## 視点(2357)

### RSCの飽和化とSCの経済条件の低迷化!!

(SC理論編)

日本のRSCは、2010年に前期飽和期(1つの固有マーケットの中に2~3のRSCが立地し、生活者はRSCに対してRSCの不足感のない状態)、2020年に後期飽和期(SCが当たり前化して斬新さが希薄化して、もうこれ以上同じRSCは必要ないと感じる状態)になりました。

その結果、コロナショックも影響して「RSCのオーバーストア化」「RSCのテナントの空店舗の増加」「RSCの経済条件の低下」が起こっています。そして、さらに「RSCへの出向頻度の低下」が起こります。

また、好業績のRSCでも、現状の経済条件を維持しようとする空店舗が発生し、結果的には(長期的には)総合賃料の低下に結びつきます。

この中で、総合賃料を過去と現在で比較すると次の通りになっています(賃料と共益費を合算した額)。

	2006年	2018年	2006/2018年比
物販	30,528円	17,971円	58.9%
飲食	27,000円	23,892円	88.5%
サービス	19,528円	12,802円	65.6%
単純平均	25,685円	18,222円	70.9%

※SC協会調べ(平均値)

(3.3㎡当たり月額賃料)

日本の総合賃料は、2006~2007年が最高で、2008年から低下が始まり、2010年までは急激に低下し、その後は長期低落化しています。単純平均ですが、2006年から12年間で**30%の総合賃料が低下**しています。

今後は、RSCを取り巻く環境は、次のことが確実に起こります。

- ① SCの収入の面から見ると経済条件である総合賃料が確実に低下する。
- ② SCの投資の面から見ると建築費の下方硬直性や間接ゾーン(売場でないゾーン)の拡大により売場面積当たりの建築費は確実に増大する。

RSCの総合賃料と建築コスト(投資コスト)の過去から現在までを検証すると次の通りです。

- ① 1995~2010年頃までの建築コスト30万円(3.3㎡当たり)、総合賃料4万円以上(3.3㎡当たり月間総合賃料)の時代のディベロッパーとしては超優良業績の時代
- ② 2010~2020年までの建築コスト60~70万円(3.3㎡当たり)、総合賃料3~4万円(3.3㎡当たり月間総合賃料)の適正業績の時代(開発コストを賃料に転嫁することができた)
- ③ 2020年以降の建築コスト60~70万円(3.3㎡当たり)の現状維持あるいは若干の軟化、総合賃料は1.5~3万円(3.3㎡当たり月間総合賃料)の非適正業績の時代

この非適正業績の時代は、次のSCのみがSCの事業性を確保することができます。

- ① 1つの固有マーケットの中で、持続的な競争優位性を持つことにより、高コスト投資を吸収することができるRSC
- ② 追加投資をSC全体で随い、事業性を確保することのできるリニューアル(増床含む)するRSC
- ③ 長時間経過したSCで、投資回収が終わっているローコスト対応ができるRSC

SCのみならず、商業施設は成熟化や飽和化が進み、高コスト・高収入のビジネスモデルは不可能になっています。過去(1970~1990年)において、百貨店は建築コスト70~100万円の豪華な建物を建築し、それを随うために、出店者に転嫁して消化仕入れ方式で売上の30%の賃料を取っていました。この高コスト・高総合賃料のビジネスモデルは、百貨店のパワーが低下すると出店者の負担が重くなり、百貨店には特定の出店者のみしか成立せず、同じインフラを持ち、総合賃料が50%以上低い(売上の10~15%)のRSCへの出店へ移りました。

今、百貨店の受け皿となったRSC(多核モール型RSC)が、高コスト・高経済条件のビジネスモデルが特定の場合を除いて通用しなくなりつつあります。SCや百貨店のようなインフラ(ビジネスの基盤)を充実させて出店者を囲い込むプラットフォームビジネスは、希少性・斬新性が希薄化して、出店者側の事業性は好業績3分の1、収支トントン3分の1、赤字3分の1の状態となり、退店予備軍が30%となり、今までのビジネスモデルが陳腐化しつつあります。まさに、次世代型SCへの挑戦が必要となっています。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup><sub>8</sub>

代表 六 軍 秀 之