

流通とSC・私の視点

2014年7月31日

視点(1854)

流通成熟時代のSCの事業性の考え方!!

(流通理論編)

経済の成熟化は流通の成熟化を招き、SCは成熟期に突入します。SCの成熟期は、SCの飽和期(ほぼ全国的にSCが一通り行き渡った段階)を経て、再度「市場細分化とターゲットのカスタマイズ化」によりSCが増加するようになる時期です。

その結果、近未来のSCの方向性は次の3つとなります。

第 1	第 2	第 3
多 様 化	金 融 資 本 化	脱・デフレ化
1つのマーケットの中で多様なSC(性格の異なるSC)が互いに棲み分けをして数多く成立するようになる	マーケットが成熟して勝ち抜くことが生き残りの戦略となるため、投下資本も勝ち抜くSCづくりを可能とすることが前提となる	成熟経済は上質感が1つのテーマとなるため、客単価アップと賃料アップがSCの成立の前提となる

このような3つの方向性の中で、SCの事業性(ここでは投下資本の考え方)は次の通りとなります(六車流:流通・マーケティング理論)。

	第1ステップ	第2ステップ	第3ステップ
SCのタイプ	小売業型SC	不動産型SC	金融資本型SC
SCの業態	CSC	RSC	RSC+異質SC
年 代	1960年代~1980年代 (30年間)	1990年代~2000年代 (20年間)	2010年代~2020年代 (20年間?)
成果の内容	売上高 (+α賃料収入)	賃料収入	不動産としてのSC価値 (売却可能価値)
採算基準	①投下資本回転率2.0回転 ②投下資本の回収期間10年間	①投下資本回転率1.5回転 ②投下資本の回収期間15~20年間	①投下資本回転率1.0回転 ②投下資本の回収期間なし (売却資産化・利回り資産化)

日本は最初の金融経済の時代が1985~1991年までのバブル期(プラザ合意に基づく金融緩和とその後の金融・不動産バブル)、第2回目の金融経済が2013年4月からのアベノミクスによる異次元の金融緩和(プライマリーベースの資金供給量を135兆円から270兆円に倍増)により、日本経済が「金融という枠組の中の経済や企業及び事業活動」となります。SCの事業性の概念や手法も、金融経済の枠組の中に組み込まれます。

SCの成長プロセスも、「小売業型SC」から「不動産型SC」へ、さらに「金融資本型SC」へと進みます。アメリカでは1960年代以前は小売業型SCでしたが、1970年代~1980年代には不動産型SCへ、さらに1990年代からは金融資本型SCへと変化しています。日本も1980年代以前は小売業型SC、1990年代~2000年代は不動産型SC、さらに2010年代(正式には2000年代半ば)から金融資本型SCへと進んでいます。ファンドによるSC所有、リート方式によるSC所有により、所有と経営(プロパティマネジメント=PM)の分離が起こり、所有者における金融資本家(企業)のウエイトが高まりつつあります。

金融資本型SCになると、小売業型SCや不動産型SCとは異なる概念で事業性及び投下資本を考えることが必要となります。金融経済の時代においては、「金利が低いこと」「資金量が豊富であること」「投下資本の回収という概念が希薄化すること」などが事業性や投下資本性の概念となり、「SC価値の最大化」が事業性の大きな目的となります。すなわち、投資家から見た事業性・投下資本性は「SCの資産価値=売却価値」と「利回り」となり、投下資本の回収や銀行への元金返済の概念が希薄化します。

そうしますと、金融資本型SCは投下資本の回収概念は希薄化し、投下資本回転率も1回転と小売業型SCの2倍、不動産型SCの1.5倍の投資が可能となります。

すなわち、SCの成熟期においては単に投下資本の回収ではなく、勝ち抜くための投資でないとSC自体が生き残れません。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代 表 六 車 秀 之