

視点(2105)

(SC理論編)

I Saw All America (その307) !!

— アメリカのSCのデッドモール化のメカニズム —

今、アメリカでデッドモール化(廃モール化)が起っています。デッドモール化の原因として「ネットの進出」(Eリテール=Eコマースの小売版)が述べられていますが、ネットによるSCの浸食は事実でアメリカのEリテール比率は8.1%の43兆円(日本は5.4%で8.4兆円)で近未来は、Eリテールは最低20%~最大35%まで拡大することが想定されます。ただ、リアル販売とネット販売はクロスチャネル(O2O)やオムニチャネル等により融合化が進むため、リアル販売とネット販売の区別は困難で無意味になります。

アメリカにはRSCが1,360ヶ所(国際SC協会・2015年末)存在し、私の「1つの固有エリアに適正なるRSCは3ヶ所」との理論に基づく最大30%のRSC(400ヶ所のRSC)がオーバーストアのRSCとなります。このオーバーストアのRSCは、今後10~20年間で新陳代謝をくり返しながらか、一部はネット販売が代替し、一部は新規の時代対応したSCの開発・リニューアルによって取って代わられます。

今回取り上げるデッドモール化(廃モール化)のもう1つの、かつ最大の要因は「時代対応していないRSCのうち経年変化への対応がされていないRSC」の廃モール化です。その原因は「経年変化への対応がされていない旧型RSCの過剰なる存在」です。

アメリカはT型フォードにより車社会となつて、SCの開発が100年前から進み、特に戦後のアメリカのRSC(モール型RSC)の開発は凄まじいものがあり、1980年代にはアメリカのモール型RSCは飽和状態になりました。それゆえに現在は、RSCは全体的にオーバーストア状態の中で「新旧の入れ替え」(新陳代謝)が2000年頃から起っていましたが、この3~5年に急増しています。アメリカは1970年頃からRSCが活発に開発され、RSCの歴史は日本より20年古く、その結果、旧型RSCが多く残っています。旧型RSCも時代とともに「規模拡張」「核店の入れ替え」「テナントミックスの変更」「新しい機能の付加」をして勝ち残っているRSCは多くあります(オレンジカウンティのマーケットデザイン化したエリアのRSC)が、デッドモール化しているRSCは旧態依然の変化のためのリニューアル投資が大胆にできなかったRSCが中心です。

それゆえに、アメリカには25年前に開発された一世代前のRSC(1992年以前に開発されたSC)が数多く存在しています。日本は1990年の大店法緩和や1988年のモダン消費の崩壊(モノ離れ現象)後のポストモダン消費時代の1995年頃からモール型RSCが開発され、まだモール型RSCの歴史は22年(2017年現在)程度です。

アメリカでは1990年以前の時代対応されていないRSCが山のように存在し、オーバーストア状態の中で時代対応できないRSCが淘汰(廃モール化)しているのが現実です。

今、アメリカではRSCの新規開発は著しく少ないですが、サイモンやウエストフィールド等の有力ディベロッパーがM&Aとリニューアルにより斬新なSCの開発により「もう1つあって欲しいSC」(1つの固有マーケット内に複数のRSCが存在する中で、今までとは異なる異質型のRSCが欲しいという住民の概念)が続々と開発されています。

アメリカでは、

①第1次SCの淘汰時代(過去)

戦前から1960年代まで開発されたGMSを核としたコンパクトモールのCSCが1970~1990年代に淘汰された。

②第2次SCの淘汰時代(現在)

1970~1990年代に開発され、25年を経過した初期のモール型RSCが廃モール化あるいは業態転換されている。

③第3次SCの淘汰時代(近未来)

1990~2000年代に開発され25年を経過し、2020年以降にネット対応化したRSCに脱皮していないモール型RSCの廃モール化、あるいは業態転換される。

日本も1960~1990年代まで全盛期のGMSを核としたCSCが1990年代後半から長期低落化の道を歩み、1995年以降に開発され25年を経過したRSCが2020年以降に廃モール化、あるいは業態転換が起こることが想定されます。

(株)ダイナミックマーケティング社⁷

代表 六 車 秀 之