

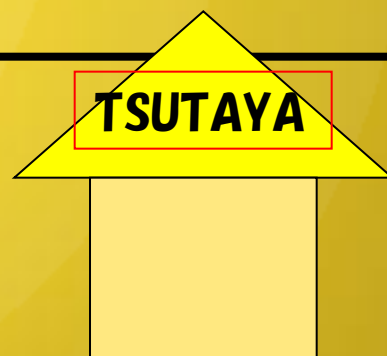
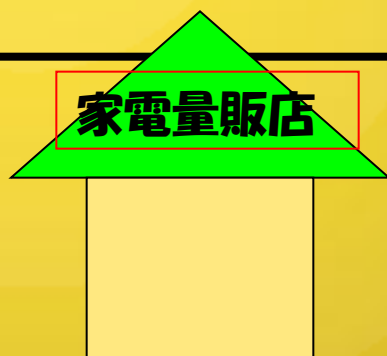
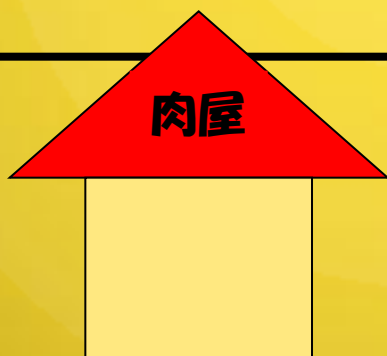
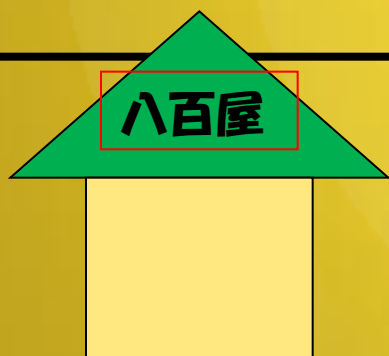
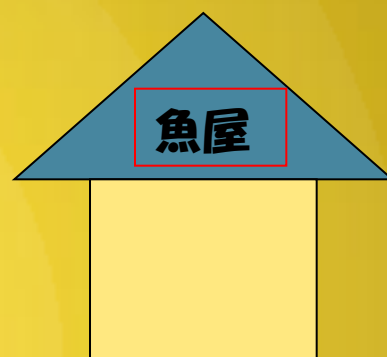
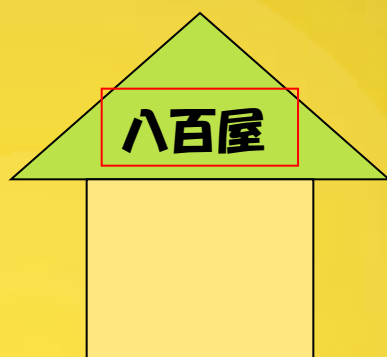
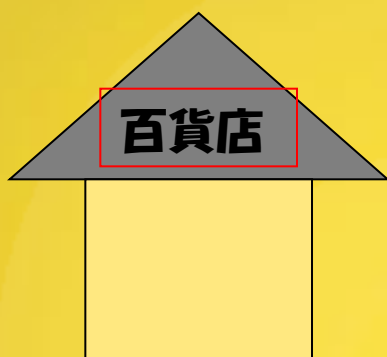
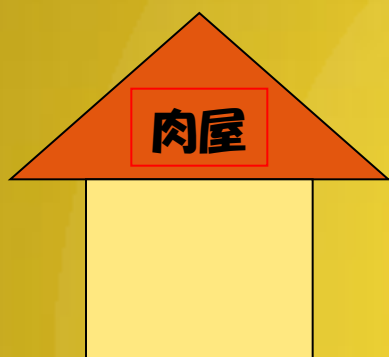
～第12章～

# 商業の外部性と商業集積

—— *Gekidan Sessatakuma* ——

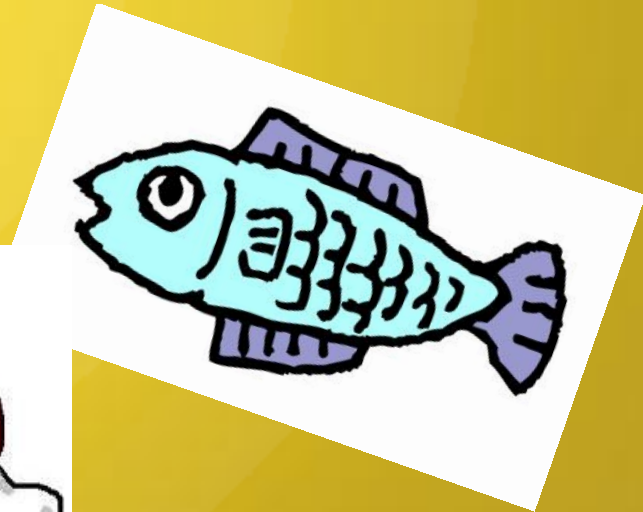
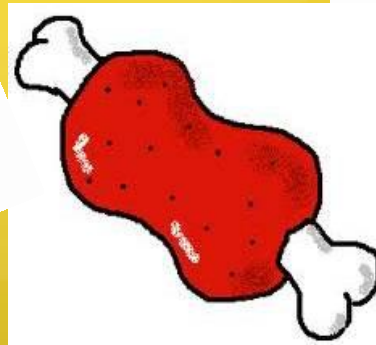
消費者担当.....	崎山	菜津樹
魚屋兼八百屋担当.....	新垣	啓
肉屋B担当高江洲.....	信之祐	
肉屋A担当.....	田口	秀一

商業集積とは・・・消費者にとって移動があまり面倒でない範囲に多くの店が集まっている場所を指す☆



# 商品の外部性

- 魚屋や肉屋などの品揃えの狭い業種店や、品揃えがある程度広いスーパーマーケットですら、周辺の店舗に品揃えをカバーしてもらっている。



# 商業集積のメリット

## ☆ 商業者

- ・品揃えをカバーしてもらえる。
- ・全体として広く深い品揃えを実現できる。

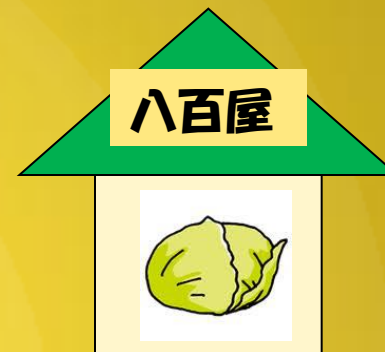
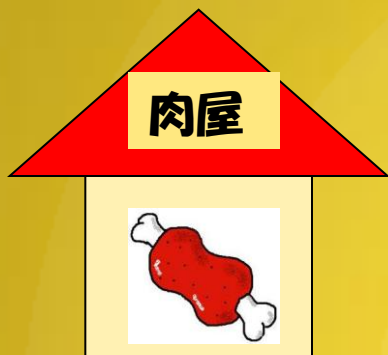
## ★ 消費者

- ・商品と比較できる
- ・関連する商品をすぐに購入できる。
- ・買い物が楽しい

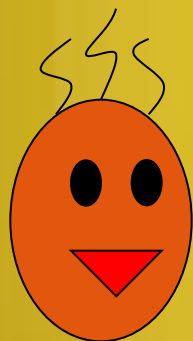


商業集積が成立するためには...??

# 持ちつ持たれつの関係



自社が持っていない商品を補ってくれる、  
また自社が持っていて他店が持っていない商品は補ってあげようという、「持ちつ持たれつ」の関係が大事!!!



肉屋のおじさん

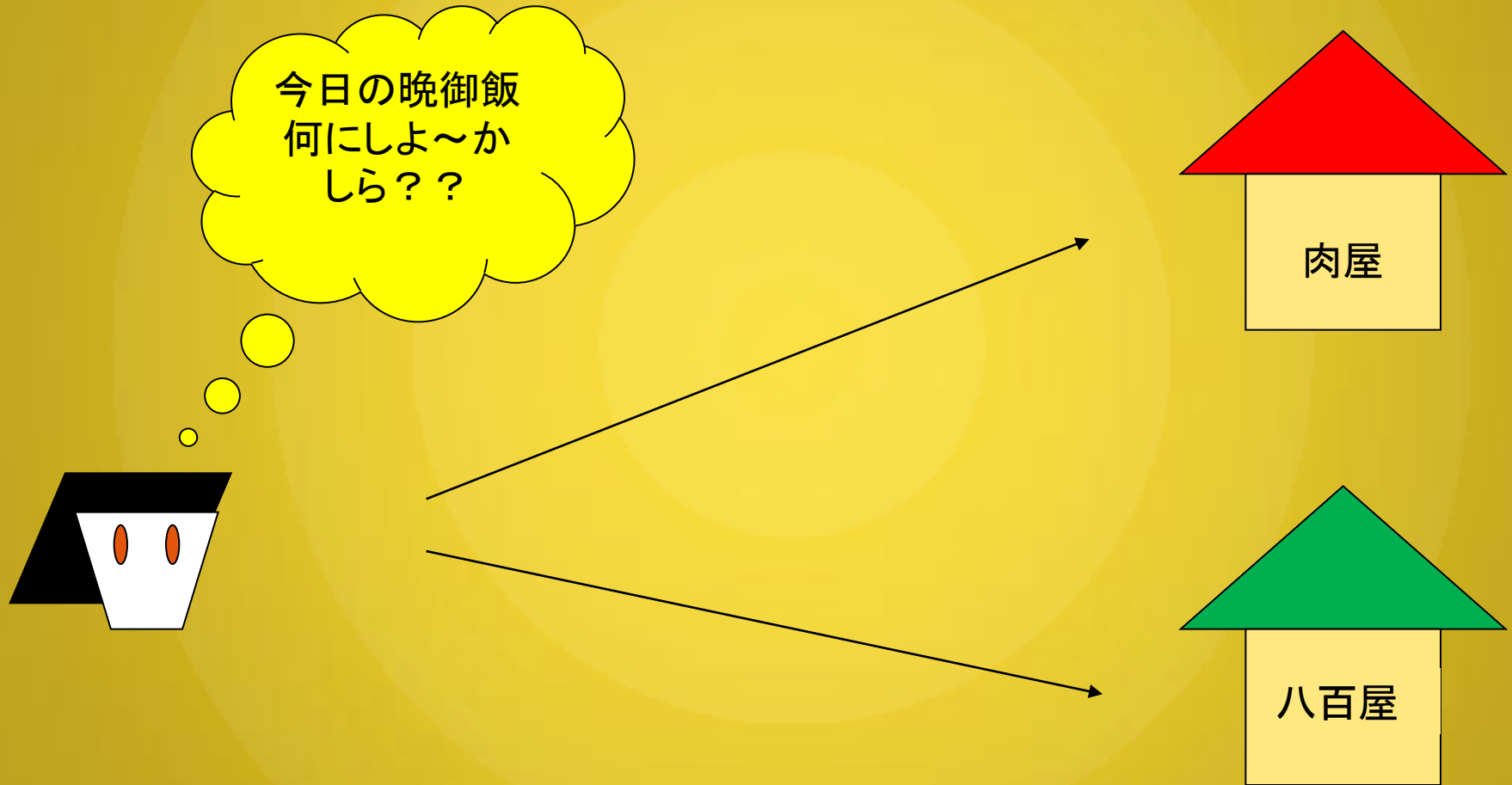
肉はうちで買ってね~★  
野菜は隣で買ってね~♪



八百屋のおばさん

野菜はうちで買ってね~☆  
肉は隣がいいよ~♪

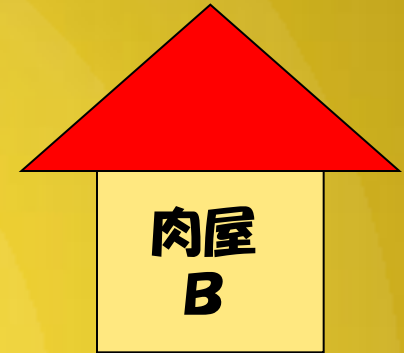
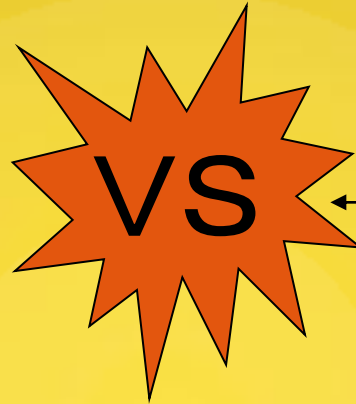
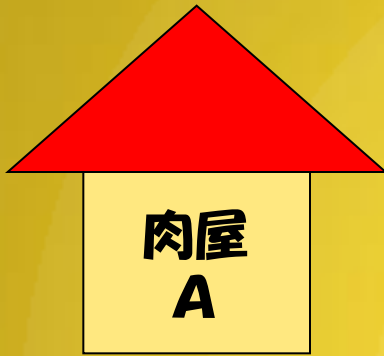
# 【 例 】



※肉屋にも八百屋にも行かなければならない。

店舗が近ければどちらの店舗でも買い物をする。

# 切磋琢磨の関係

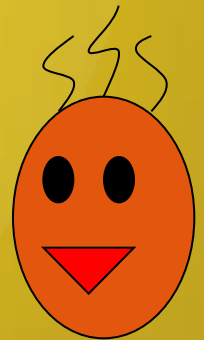


隣より安いよ〜♪

肉屋Bのおばさん

肉屋Aのおじさん

安いよ、安いよ〜☆





# 切磋琢磨

肉屋A

豚肉100g 300円

鶏肉100g 200円

肉屋B

豚肉100g 250円

鶏肉100g 150円

売れないな～・・・

フッフ～♪

# ★値下げ競争★

私たち消費者にとっては嬉しい事♪

**肉屋A**

豚肉100g 230円

鶏肉100g 130円

**肉屋B**

豚肉100g 250円

鶏肉100g 150円

フッフ~♪

値下げしや  
がった...

## 肉屋A

豚肉100g 230円

鶏肉100g 130円

フフフ~♪  
これで大丈夫

## 肉屋B

豚肉100g 230円

鶏肉100g 130円

牛肉100g 250円

これは  
ヤバい!

★品揃えで勝負★

品揃えが多ければ多いほど、

私たち消費者は嬉しい。

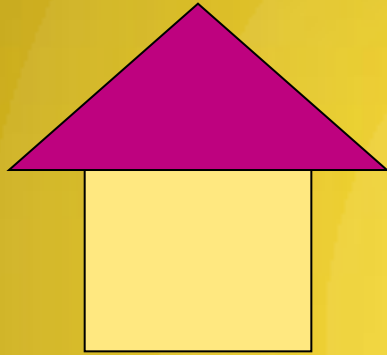
# 商業集積が成り立つためには…

- 商業集積が成り立つためには、「持ちつ持たれつ」の関係でお互いに協力し合い、「切磋琢磨」の関係によって、より魅力的な商業集積であり続ける事が必要である。
- 商業集積はこの二つの関係をバランスよく保たなければならない。お互いに味方同士であり、ライバルという微妙な関係を保つ事が必要となってくる。

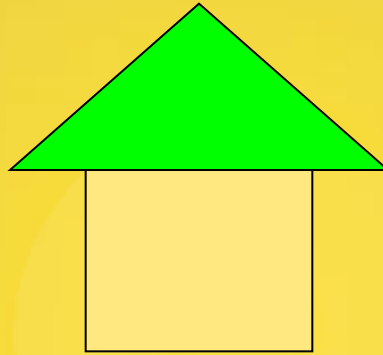
# 商業集積の管理の難しさ

- ① 商業者の経営理念の問題
- ② ただ乗りの問題
- ③ 商業集積の空間的制約の問題
- ④ 商業集積内の業種構成の問題
- ⑤ 品揃えの齟齬の問題

# ① 商業者の経営理念の問題



うちが一番  
だ~☆



負けないぞ  
~!!

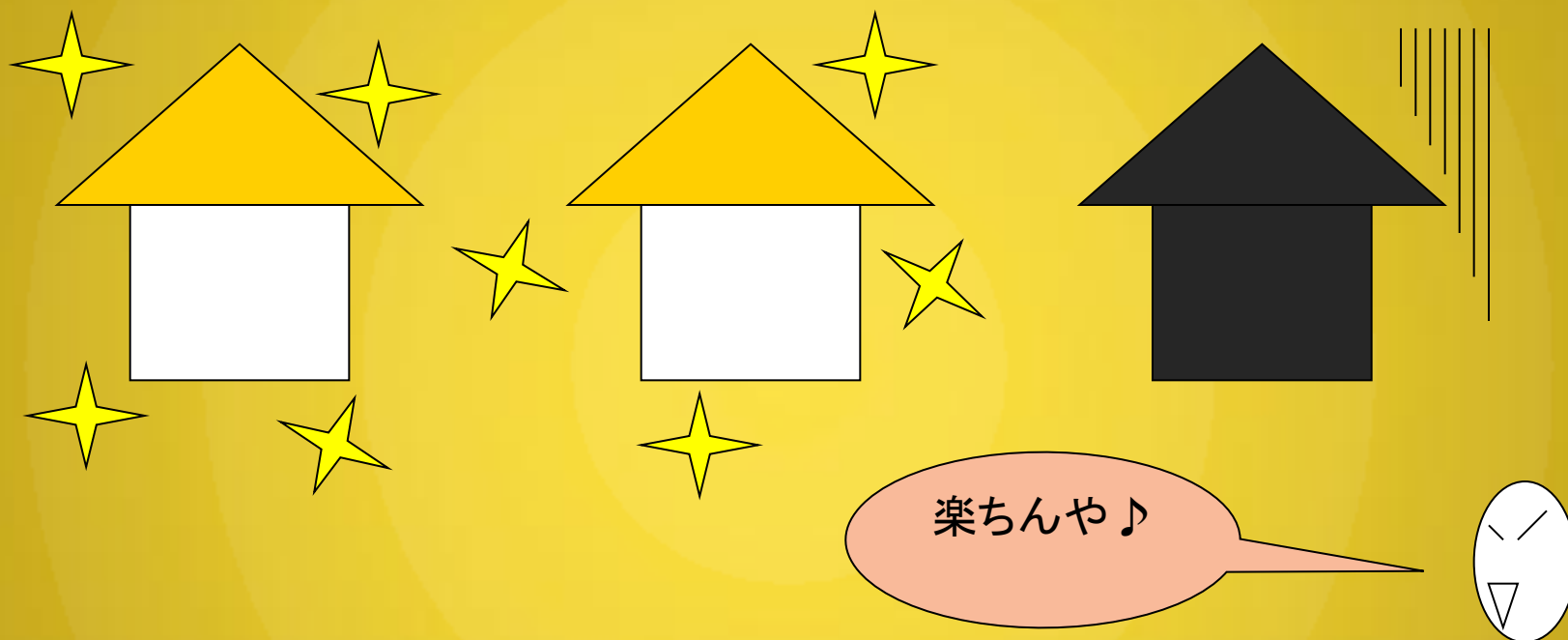


いつ引退し  
よ~かな。



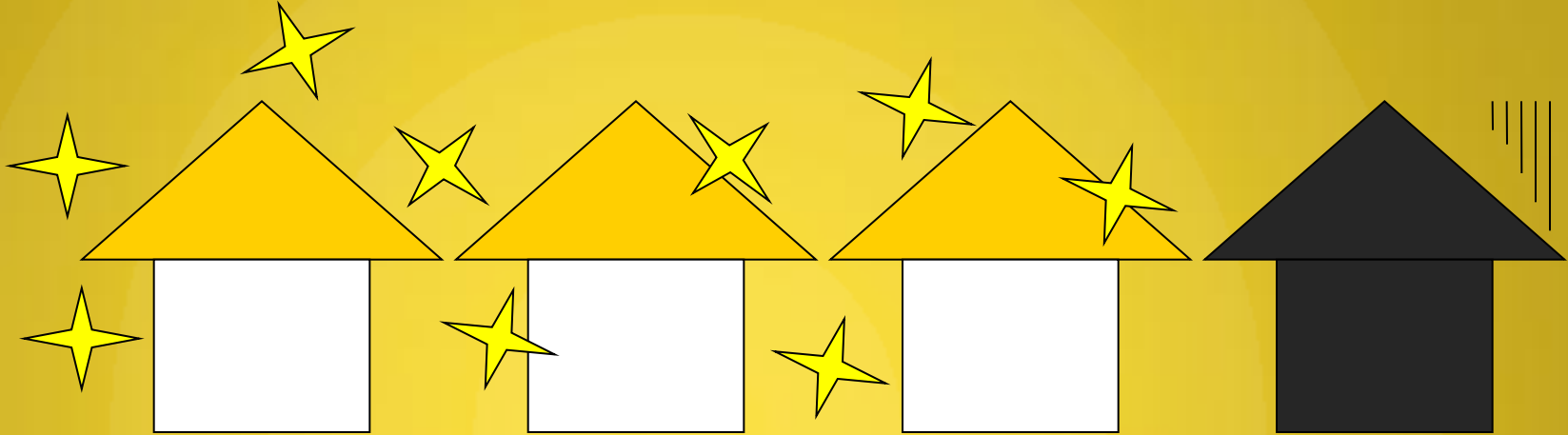
商業者は個別で成り立っているため、経営理念が違う場合は当然でてくる。その時に強制力がないので、出て行ってほしいということが出来ない！

## ②ただ乗りの問題



店舗自体にあまり魅力はなく、単独では消費者を取り込む事ができないにも関わらず、商業集積で引き付けた消費者を取り込む事が出来る。しかし、この場合、持ちつ持たれつの関係ではなく、他店に依存している状態(=ただ乗り)となってしまう。

### ③商業集積の空間的制約の問題

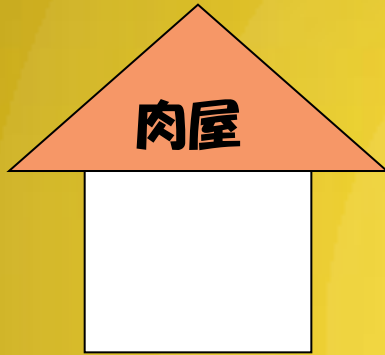


早くあの店舗出て行かないかな～・・・

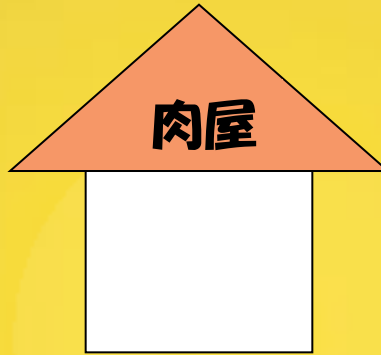
とても魅力的な商業集積には誰もが出店したいと思うだろう。しかし、どの商業集積にも空間的に限界がある。そんな時にただ乗り商業者や引退を考えた人がいたとしても、強制的に排除することができない。



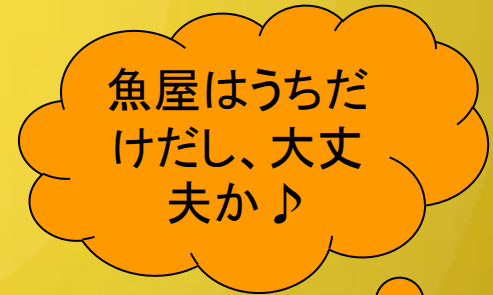
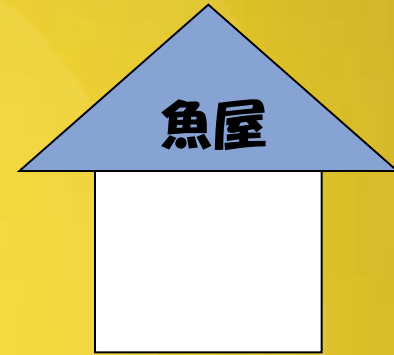
## ④商業集積内の業種構成の問題



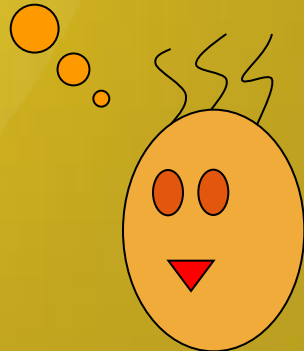
うちの店は  
ちょ～安い  
よ～☆



うちの店は  
隣より安い  
よ～☆

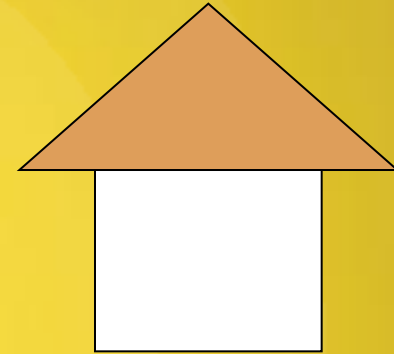
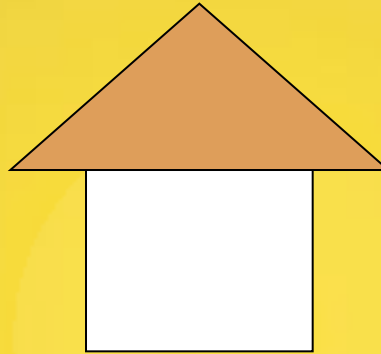
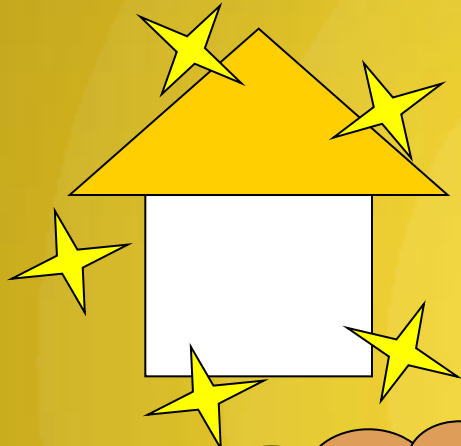


魚屋はうちだ  
けだし、大丈  
夫か♪



同業種がない場合、店長は悠長に構える事が出来る。競争が怒らないため、発展していく事は難しい。

# ⑤品揃えの齟齬の問題



もっとキラキラ  
にしてくれない  
かな～。

俺は関係な  
いし…



ものすごくおしゃれでハイグレードな品ぞろえをしたとしよう。そうすると当然、周辺のお店にもハイグレードな品ぞろえを期待する。しかし、現実的に品揃えの方針を強制する事ができない。周りの商業者が好き勝手品揃えを進めていった結果、統一感のない商業集積になってしまう。



# これらの問題を解決するために☆

これらの問題の原因は、それぞれの経営母体が独立していること、またそれらを統一する権限を持つ主体が存在しない、ということである。

となれば、経営主体を持つ事でこれらの問題が解決するという事である。

身近な例を挙げると、**那覇メインプレイス**だ。経営主体がいて、様々なテナントが入っており、コンセプトが統一されている。経営主体がいることで、成績によっては、排除される恐れがあるため、それぞれの商業者が自ずと経営努力をし、店舗全体(商業集積)が魅力的なものとなっていく。

# 商業集積のタイプの長所と短所

	自然発生型	管理型
依存関係	成り行きに期待	自ら設計
競争	成り行きに期待	自ら設計
統一性	低い	高い
多様性	高い	低い
環境変化への対応	多元的 ダイナミック	一元的 計画的

♥おしまい♥