

最近の SC 動向

株立地評価研究所調査部

はじめに

近年、わが国の小売業は店舗数、売上高とも減少が続き、1997年（平成9年）から2007年（平成19年）までのこの10年間に店舗数は142万店から114万店へと、実に28万店もがなくなっている。年間に約3万店が閉店した感情になる、また、売上高もこの間に13兆円（9%）のマイナスとなっている。減少傾向は一般店舗の他、百貨店や総合スーパー（GMS）、ショッピングセンター、コンビニエンスストア、ホームセンター、ドラッグストアなど業態を問わない。

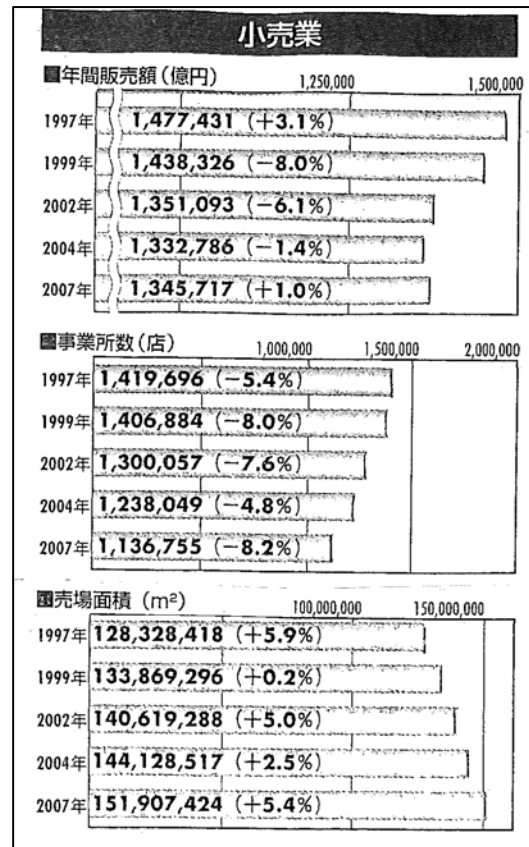
次に店舗面積に関してはどうか。同じ期間に逆に約128,300千㎡から、約152,000千㎡へと増加している。比率にすれば18%もの増加、面積では23,600千㎡の増加となる、例えていえば年間に丁度、岡山県の全店舗面積くらいが増加していることになる。

このことは、店舗数は大きく減少しているものの、一方で店舗更新（大型化）や大規模店舗の開店が進んでいることを示している。そして、大規模店とは、核店舗に百貨店や、スーパーマーケットなどを抱えるショッピングセンター（SC）が殆どを占めるといってよいだろう。

景気後退、食品などの消費物価の上昇、消費者に拡がる雇用不安などを受け、近い将来に小売消費が上向きに転じる見通しは明るくないが、このような傾向はごく最近になって生まれたものではなく、少なくとも数年以前から見通されていたと考えられる。

小稿は近年（2006～2008年）、このような見通し下でありながらも大規模なショッピングセンター（SC）がいかに増加してきたか、あるいはどこに開設されてきたか、その動向を眺めたものである。

なお、近年のSC増加理由の一つに「改正まちづくり三法」の施行（2007年11月）前の駆け込みSCの増加があったことも事実であるが、一過性であり、小稿ではとりあげていない。



(1) SC の増加理由（その1）

売上げ不振や採算悪化があっても、売り場面積が 30,000 ㎡を上まわるような大型 SC は後掲の表のように、年間 70～80 店、店舗面積にして年間に 2,000 千㎡～2,400 千㎡も増えている。このような SC が増加した理由の一つは、もともと小売業とは縁遠かった不動産ビジネスとの融合という点が掲げられる。

低金利が 15 年以上も永く続くわが国では、行き場を失った余剰資金（マネー）の一部は従来からも不動産投資へとむかっていたが、2000 年からの資産流動化法（SPC 法）の施行以降、不動産の証券化が本格的にはじまったことから、投資信託（J-リート）や私募ファンドを通じて本格的に巨額な資金が不動産部門へと流れ込むことになった。参入してきた外資もその資金を日本の不動産市場へ投入した。オフィスビル、マンション、ホテルなどが格好の投資対象となり、ショッピングセンターなど商業店舗も例外ではなかった、店舗名は従来通りだが、オーナーはチェンジされ「〇〇投資法人」とか、その運用不動産法人というような SC が増え、一方予め投資対象として利回り 8～10% などとして開発建設されるショッピングセンターもあった。

一口でいえばショッピングセンターの将来性や採算は難しくても、建設供給資金は十分すぎる程あった、このことが近年のショッピングセンター増加理由の一つである。特に関東地区に近年新設ショッピングセンターが多いのにはこのような事情による所が大きい。



(2) SC の増加理由（その2）

SC 経営は、

- ①本業の物販収入（小売売上）
- ②賃貸収入（専門店などへの賃貸収入など）
- ③保険事業やカード事業などの金融・保険収入、

を見込むことができる。②のテナント賃貸収入は売上げ比では 3～5% と僅かであるが、粗利益は大きく③の金融・保険収入も関連グループ全体として無視できないものとなっている。このため、店舗数の増加、それに伴ない期待されるカード会員数などの拡大は単にバイイングパワー（商品仕込み力）の増大というメリット以外にプラスαのスケールメリットを生むことになる。ここにも SC が増加した理由がある。

(3) 大規模化の理由 —立地と規模

小売店舗の顧客吸引力が「店舗規模の大小と消費者との関係位置や距離による」ことは今日でも需要調査の基本となっている。このため、消費者との位置関係、距離などの「立地条件」と「店舗規模」は SC 商業者の大きな関心事である。スケールメリットで店舗競争力がみこまれるような大規模店舗が建設できるような広い土地は、市街地ではかなり限られたものとなり、勢い大型店

舗はより、郊外へ、地価の安い遠隔地へと向わざるを得ない。それでも初期投資を抑えるため、建物賃貸型や定期借地型が多い。

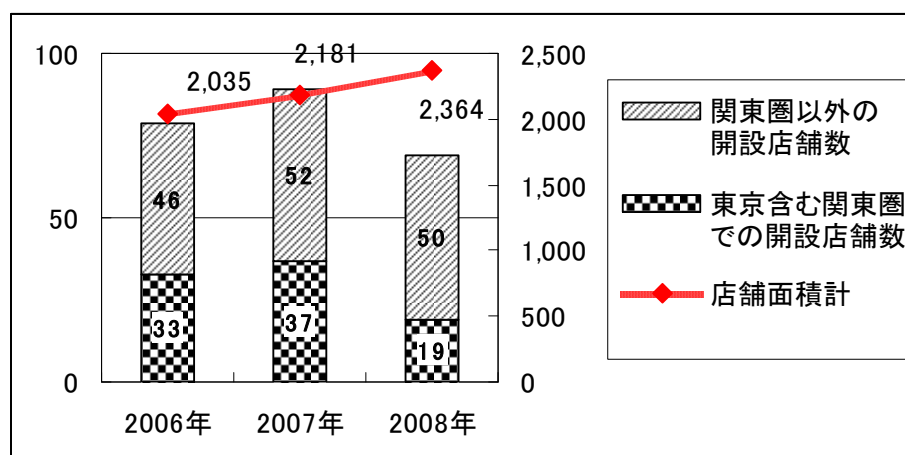
中心地域での SC は、従来の店舗の建替えや、地域商店街の再生などの相乗り型の複合開発が主となろう。規模は、例外があるとしても 5,000 m²から 10,000 m²となるだろう。

周辺地域ではそれより大きく 15,000 m²から 30,000 m²くらい、郊外部では数は減るものの、50,000 m²超の大型店舗が今後とも登場するだろう。立地の不利さを商圈の広域化、つまり店舗規模の優位性で補完する関係は続くと考えられる。

(4) 2006～2008 年の SC 開設の実態

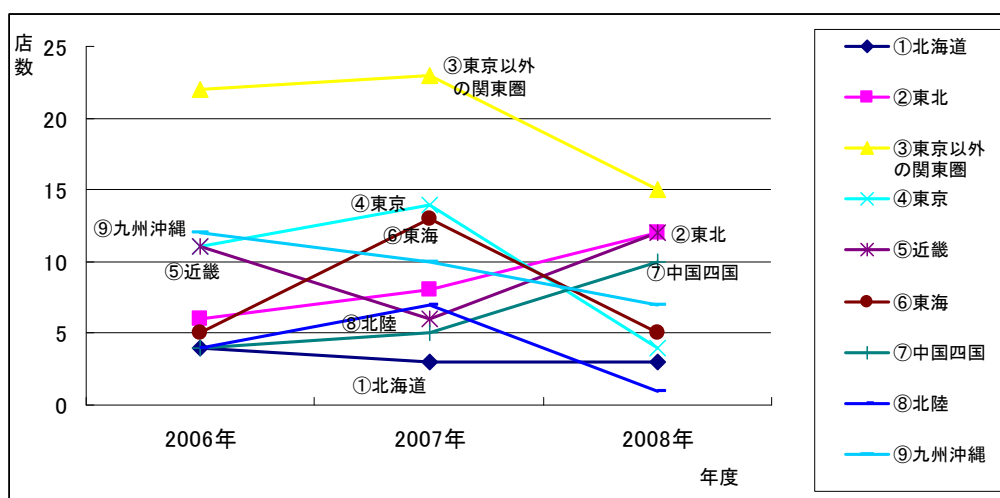
①店舗数と店舗面積

下図の通り開店数は 2007 年が最も多い。2008 年には減少するが、店舗面積計では一貫して増加している。



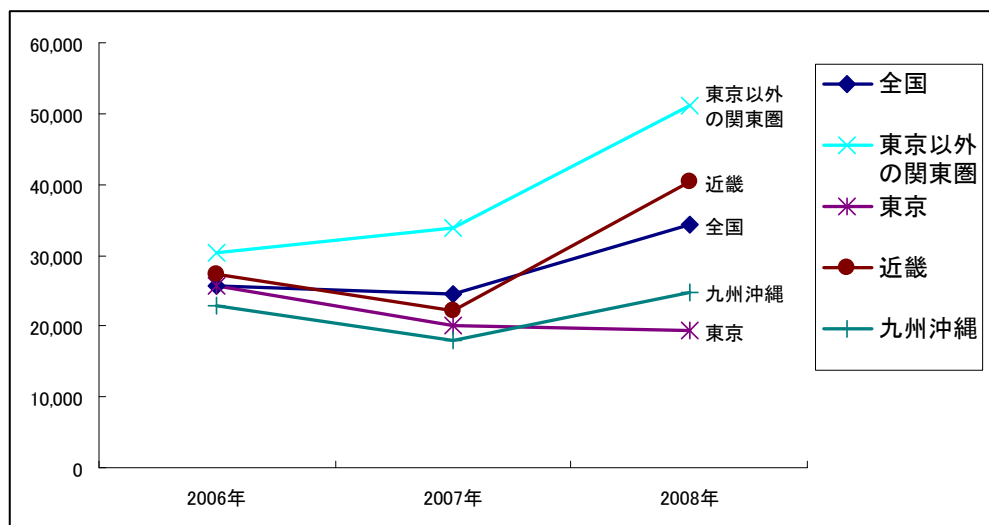
②ブロック別の店舗数

ブロック別では東京を除く関東圏が群を抜いて多く、全体の 1/4 を占める。東京を含めると全国の 38%となる。次に近畿、九州、東北の順で北海道や北陸地方は少ない。



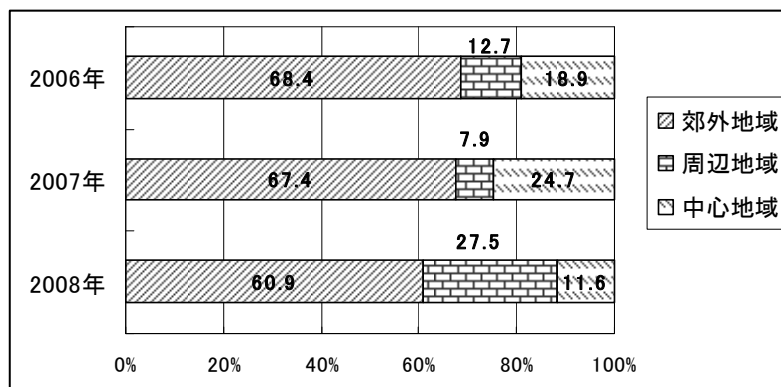
③ブロック別平均店舗規模

平均では 2007 年を底に規模は増大。東京のみは規模縮小。関東圏では「イオンレイクタウン」(214,000 m²)、「モラージュ菖蒲」(94,000 m²)、近畿では「阪急西宮ガーデンズ」(107,000 m²)、「イオンモール草津」(86,000 m²) の超大型店舗の影響があり、大きく増加した、



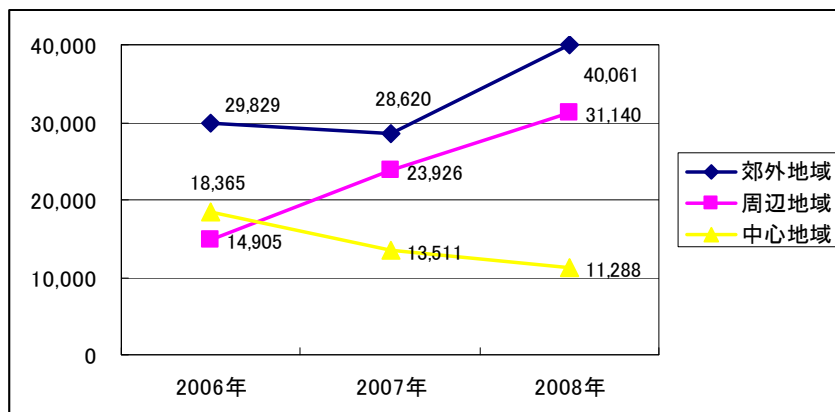
④立地別店舗数

開設 SC を店舗別に見る。「郊外地域」が店舗数で 156 店、全体の 66% を占める。ただし、減少傾向にある。今後は「中心地域」へシフトしていくものと思われる。



⑤立地別平均店舗規模

「郊外」、「周辺」、「中心」の立地別に新規 SC の規模を見る。「郊外」、「周辺」の 2 地域では 2007 年から 2008 年にかけて規模の拡大がみられ、「中心地域」では 2006 年以降一貫して規模は減少している。



SC開設の動向(2006年～2008年)

時期 ブロック	2006			2007			2008			
	店数	総面積(㎡)	1店あたり平均(㎡)	店数	総面積(㎡)	1店あたり平均(㎡)	店数	総面積(㎡)	1店あたり平均(㎡)	
郊 外 地 域	北海道	3	72,850	24,283	3	45,926	15,309	2	45,000	22,500
	東北	5	113,391	22,678	6	156,682	26,114	9	185,100	20,567
	東京以外の 関東圏	16	497,878	31,117	16	624,665	39,042	10	621,100	62,110
	東京	5	195,162	39,032	5	162,225	32,445	1	24,200	24,200
	近畿	9	245,279	27,253	5	119,214	23,843	5	279,300	55,860
	東海	5	185,789	37,158	8	228,973	28,622	3	95,500	31,833
	中国四国	1	20,309	20,309	3	77,887	25,962	7	244,700	34,957
	北陸	2	38,783	19,392	4	121,370	30,343	1	67,000	67,000
	九州沖縄	8	241,342	30,168	10	180,250	18,025	4	120,700	30,175
	小計	54	1,610,783	29,829	60	1,717,192	28,620	42	1,682,600	40,062
周 辺 地 域	北海道	0	0		0	0		1	29,000	29,000
	東北	1	9,246	9,246	0	0		1	20,000	20,000
	東京以外の 関東圏	1	19,371	19,371	2	65,232	32,616	5	145,600	29,120
	東京	6	87,619	14,603	1	22,000	22,000	2	46,600	23,300
	近畿	0	0		1	14,342	14,342	4	181,500	45,375
	東海	0	0		2	45,850	22,925	1	61,000	61,000
	中国四国	0	0		0	0		3	87,800	29,267
	北陸	1	26,019	26,019	1	20,061	20,061	0	0	
	九州沖縄	1	6,796	6,796	0	0		2	19,600	9,800
	小計	10	149,051	14,905	7	167,485	23,926	19	591,100	31,111
中 心 地 域	北海道	1	15,400	15,400	0	0		0	0	
	東北	0	0		2	15,864	7,932	2	20,800	10,400
	東京以外の 関東圏	5	150,927	30,185	5	87,627	17,525	0	0	
	東京	0	0		8	96,125	12,016	1	6,700	6,700
	近畿	2	56,000	28,000	0	0		3	23,700	7,900
	東海	0	0		3	50,824	16,941	1	6,100	6,100
	中国四国	3	23,296	7,765	2	12,500	6,250	0	0	
	北陸	1	4,558	4,558	2	34,310	17,155	0	0	
	九州沖縄	3	25,298	8,433	0	0		1	33,000	33,000
	小計	15	275,479	18,365	22	297,250	13,511	8	90,300	11,288
合 計	79	2,035,313	25,763	89	2,181,927	24,516	69	2,364,000	34,261	

※日本ショッピングセンター協会資料から作成した