

トピックス

最近の店舗着工の動向について

1. はじめに

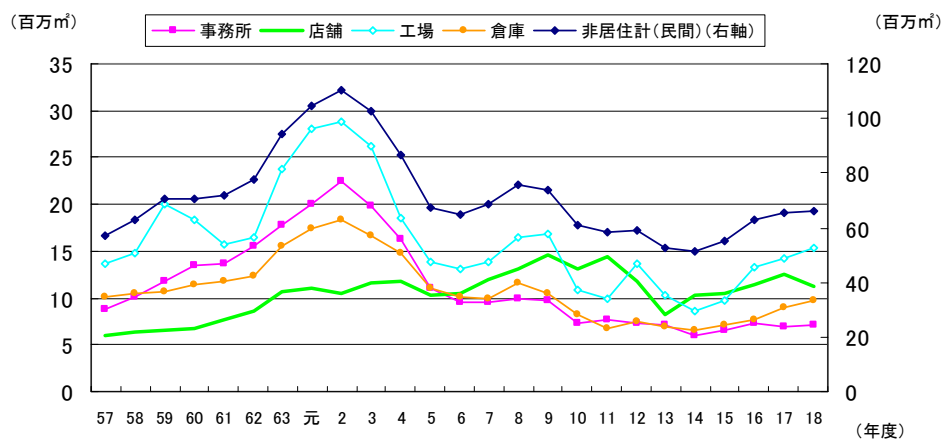
人口減少・高齢化が進行する中で、まちづくりの取組に変化が現れている。これまでに大型店の郊外出店が進み、特に、中心市街地においては、居住人口や商業販売額が減少するなど、厳しい現状がみられるが、こうした拡散型都市構造からの転換を図る中で、いわゆる「まちづくり三法」が見直され、昨年8月に中心市街地の活性化に関する法律が施行されたところであり、本年11月には、大規模集客施設の立地に係る規制等を見直した改正都市計画法等が全面施行される予定である。これにより、それぞれの地域において、多様な都市機能が集積したコンパクトなまちづくりを目指した取組が進んでいくことが期待される。

大規模商業施設は、まちのにぎわいの中心的な役割を担うことが多く、その立地動向が注目される。最近の店舗着工の動向について、消費者側、企業側それぞれの要因を考慮しながら、その推移を追ってみたい。

2. 最近の店舗着工動向の概観

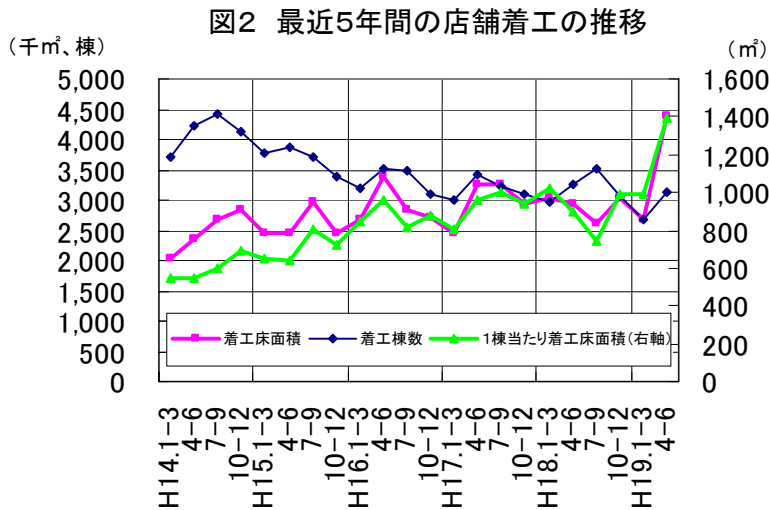
民間建築主による非居住用建築物の着工床面積を用途別にみると、事務所、工場、倉庫とは異なり、店舗は、いわゆるバブル景気による大幅な伸びやバブル崩壊後の大幅な落込みを経ることなく、平成11年度まで増加基調にあったことが分かる。その後、大規模小売店舗立地法が平成12年6月に施行されたことに伴う同法施行前の駆け込み着工とその反動減の影響もあり、平成13年度までの間に大きく減少したが、それ以降は再び増加基調に転じている。(図1)

図1 民間建築主による用途別着工床面積の推移



資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

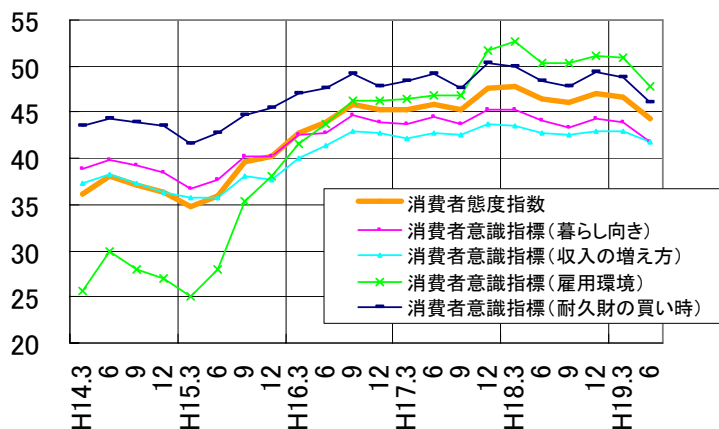
最近5年間の店舗着工の推移をみると、着工床面積は、振れを伴いつつ、緩やかな増加傾向を維持している。他方で、着工棟数は、平成14年第3四半期まで増加した後、平成16年第1四半期まで大幅に減少し、それ以降も弱含みで推移している。このことから、最近の店舗の着工床面積の増加は、一棟当たりの着工床面積の増加に起因していることが分かる。(図2)



資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

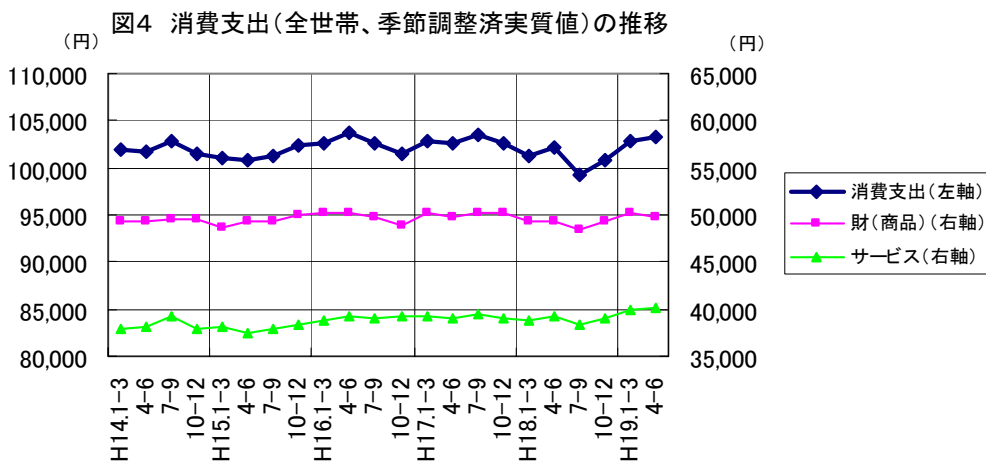
店舗着工の動向は、個人消費や消費者マインドと、これに左右される傾向にある各企業の出店計画による影響が大きいと思われるため、このような最近の動向について、景気動向指数の先行系列の指標である消費者態度指数の動向との関連をみると、消費者態度指数は、平成15年から16年にかけて上昇したものの、その後は、おおむね横ばいとなっていることから、店舗の着工床面積との相関性はそれ程強くないと考えられる。(図3)

図3 消費者態度指数、消費者意識指標の推移

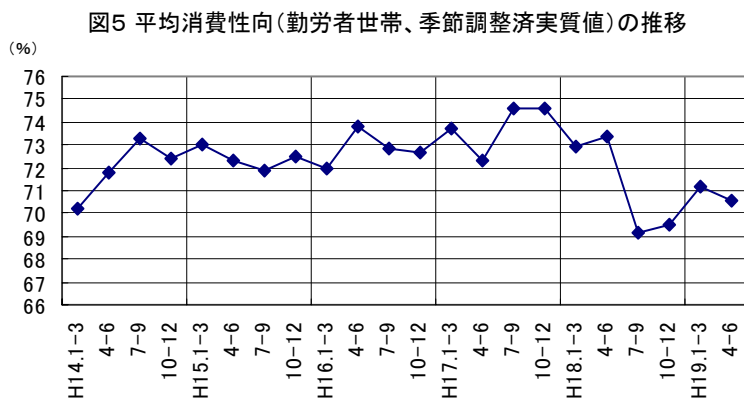


資料：内閣府「消費動向調査」より作成

また、消費支出（図4）及び平均消費性向（図5）との関連をみても、相関性は弱く、これらのことから、最近の店舗着工の動向が、消費者側の強いニーズにより牽引されているとは言い難いことがうかがわれる。



資料：総務省「家計調査」より作成



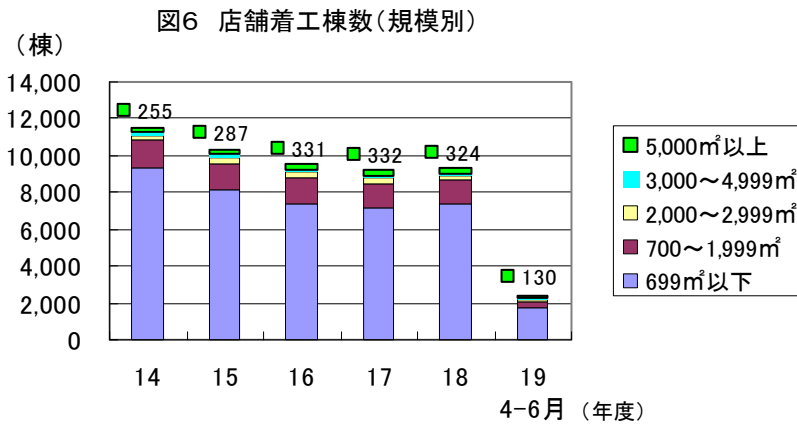
資料：総務省「家計調査」より作成

3. 規模別の店舗着工の動向

着工棟数を規模別にみると、平成14年度から18年度にかけて、5,000㎡以上の大規模店舗が増加する一方、699㎡以下の小規模店舗は2割も減少しており、全体の着工棟数を減少させる原因となっている。(図6)

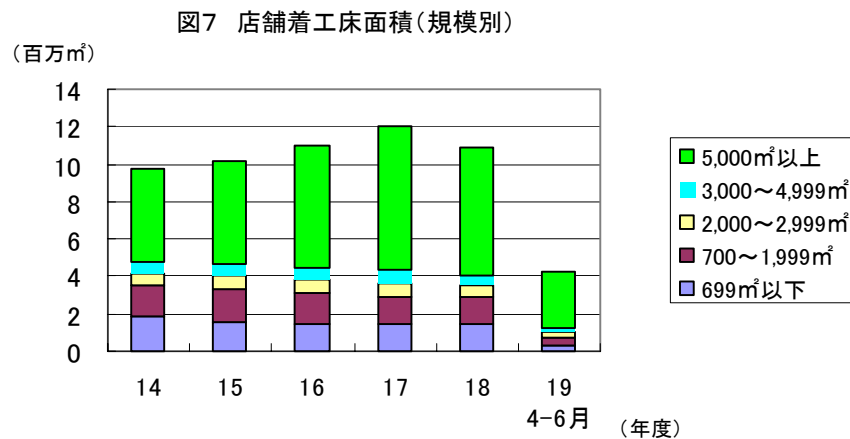
着工床面積を規模別にみると、5,000㎡以上の大規模店舗の割合は、棟数では全体の3.5%程度に過ぎないにもかかわらず、着工床面積では、平成14年度に既に全体の5割を占め、平成18年度には更に6割まで増加している。最近では、5,000㎡以上の大規模店舗の増減が、全体の着工床面積の動向を左右し、平成17年度までの増加と平成18年度の減少の原因となっている。

(図6、7)



資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

注) 鉄筋コンクリート、鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の3種の総計

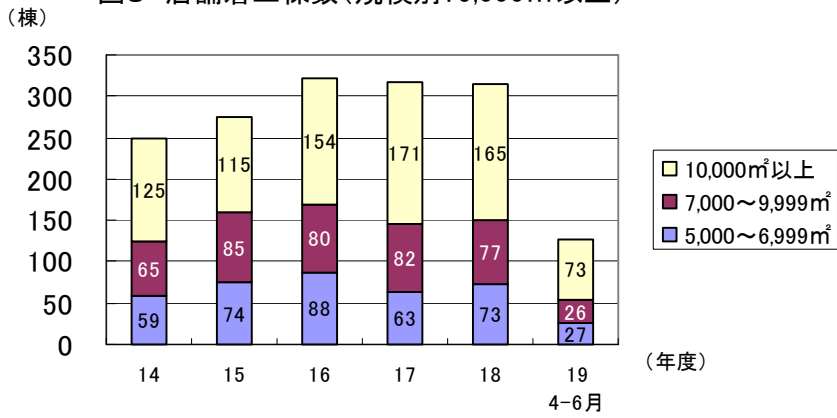


資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

注) 鉄筋コンクリート、鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の3種の総計

更に詳細にみると、平成16年度以降、5,000㎡以上の大規模店舗の中でも、10,000㎡以上の店舗の棟数が150棟を超えるなど、その増加が目立っており(図8)、その着工床面積は、5,000㎡以上の店舗の着工床面積の8割以上、全体の着工床面積の半分を占めるまでに至っている。(図9)

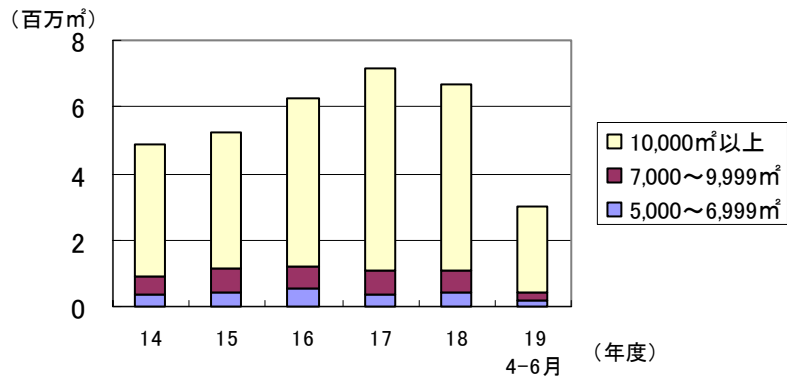
図8 店舗着工棟数(規模別:5,000㎡以上)



資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

注) 鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の2種の総計

図9 店舗着工床面積(規模別:5,000㎡以上)



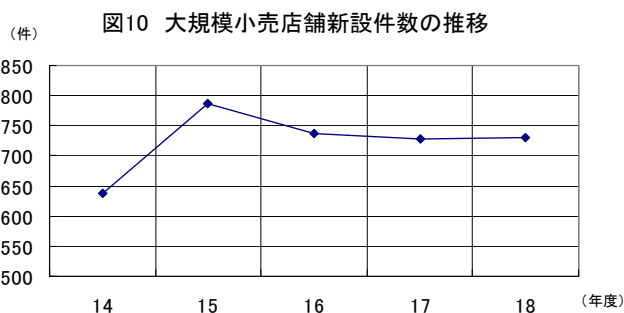
資料：国土交通省「建築着工統計」より作成

注) 鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の2種の総計

(注) 図6、図7は、鉄筋コンクリート、鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の3種の総計であり、図8、図9は、鉄骨鉄筋コンクリート、鉄骨造の2種の総計のため、数値は一致しない。

4. 大規模小売店舗の床面積の動向

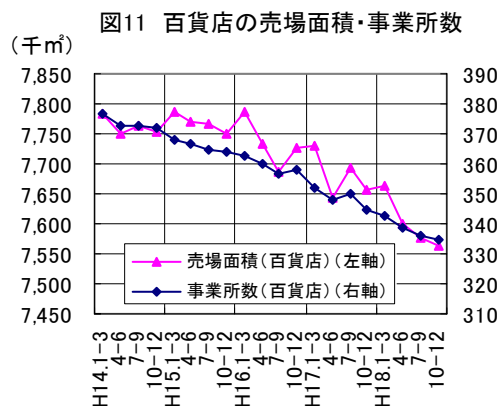
最近、小売業者を始め、店舗の経営者は、集客力拡大のため、店舗の大型化の傾向を強めていると言われているが、大規模小売店舗の新規出店について、大規模小売店舗立地法の規定に基づいて届出のあった面積1,000㎡を超える店舗の新設件数をみると、実際、店舗着工棟数の減少傾向にもかかわらず、引き続き、年700件以上の件数を維持している。(図10)



資料：経済産業省「大店立地法の届出状況について」より作成

また、大規模小売店舗の床面積の増減を、百貨店及びスーパーについてみる。

百貨店は、売場面積、事業所数ともに減少しており、最近の店舗全体の着工床面積の増加に反して、その規模を縮小させている。(図11)

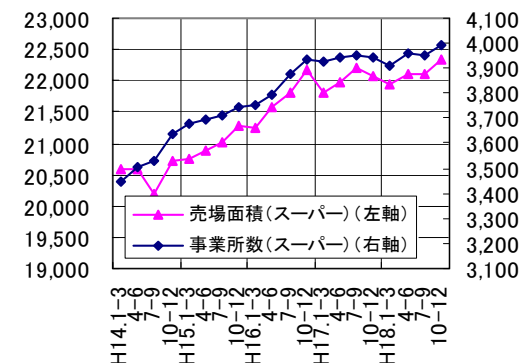


資料：経済産業省「商業販売統計年報」より作成

注) 売場面積が、東京特別区及び政令指定都市で 3,000 ㎡以上、その他の地域で 1,500 ㎡以上の事業所が対象

スーパーについては、売場面積、事業所数ともに増加しているが、平成 17 年度以降、伸びが鈍化しており(図 12)、こうした動きには、消費者態度指数(図 3)との間に強い相関性がみられる。最近のスーパーの売場面積の増加は、店舗全体の着工床面積の増加にある程度寄与していると考えられるが、スーパーの売場面積の増分は、最も増加した平成 16 年でも 90 万㎡程度、平成 17 年以降は年間 40 万㎡未満に止まっていることから、そこから推測されるスーパーの着工床面積は、年間 1,000 万㎡以上で推移している店舗全体の着工床面積に対して、それ程大きな割合を占めていることはないと思われる。

図12 スーパーの売場面積・事業所数
(千㎡)



資料：経済産業省「商業販売統計年報」より作成

注) 売場面積が、1,500㎡以上の事業所が対象

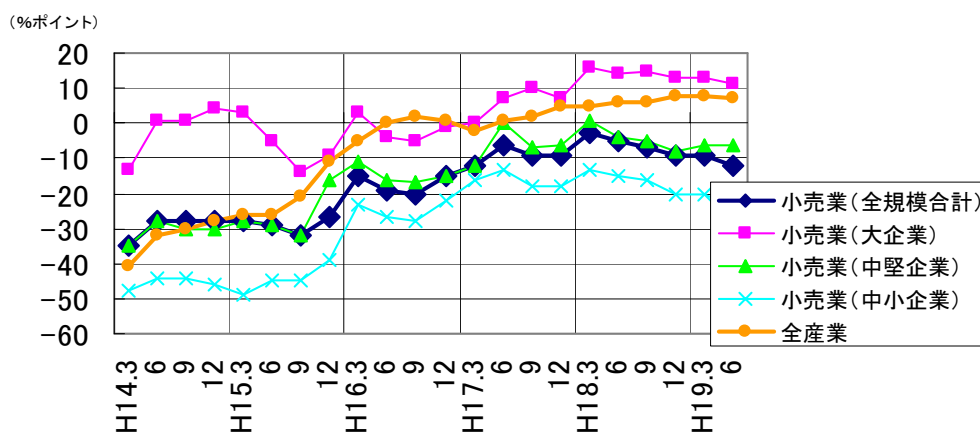
(注) 経済産業省「商業販売統計年報」によると、平成18年の小売業全体の販売額に占める割合は、百貨店は6%、スーパーは9%となっている。

ここで、小売業全体の中での大企業の動向をみておこう。

最近、全産業の業況判断が改善していく中、小売業の業況判断も、総じて改善傾向にあったが、平成18年に入り、悪化に転じている(図13)。こうした動きには、消費者態度指数(図3)との間に強い相関性がみられる。

企業規模別にみると、中堅・中小企業が、消費者マインドの伸び悩みに敏感に反応しながら、業況が悪化している一方で、大企業(資本金10億円以上)のみは、引き続き、業況が「良い」と判断してきている。

図13 小売業における業況判断(実績)の推移

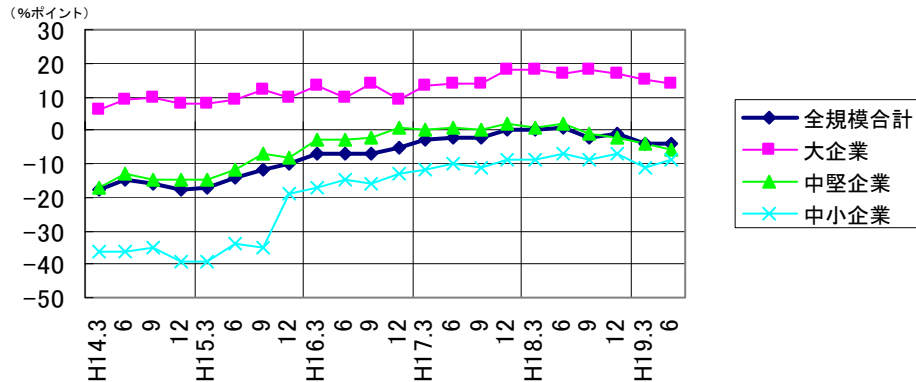


資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

注) 判断基準は、「良い」-「悪い」

大企業は、資金繰りもプラスの領域で堅調に推移していることから（図 14）、豊富な資金力を有する大企業を中心に、やや不足気味に推移している生産・営業用設備（図 15）に対して、店舗の改築・改装等を含めて、積極的な投資を行ってきている可能性がある。

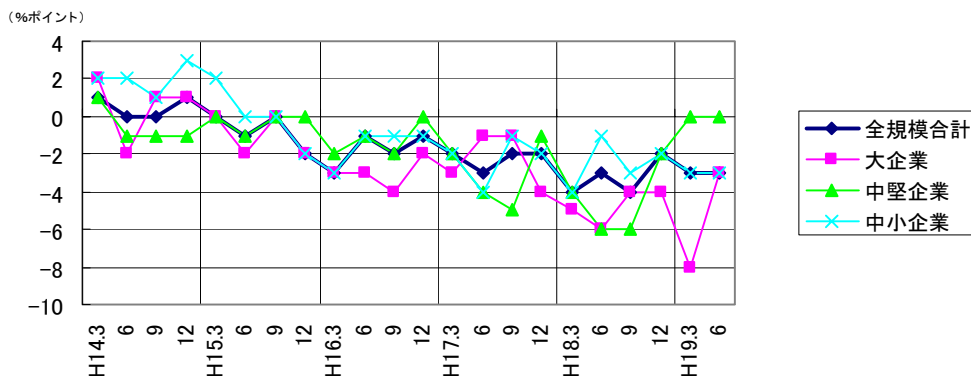
図14 小売業における資金繰り判断(実績)の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

注) 判断基準は、「「楽である」－「苦しい」」

図15 小売業における生産・営業用設備判断(実績)の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

注) 判断基準は、「「過剰」－「不足」」

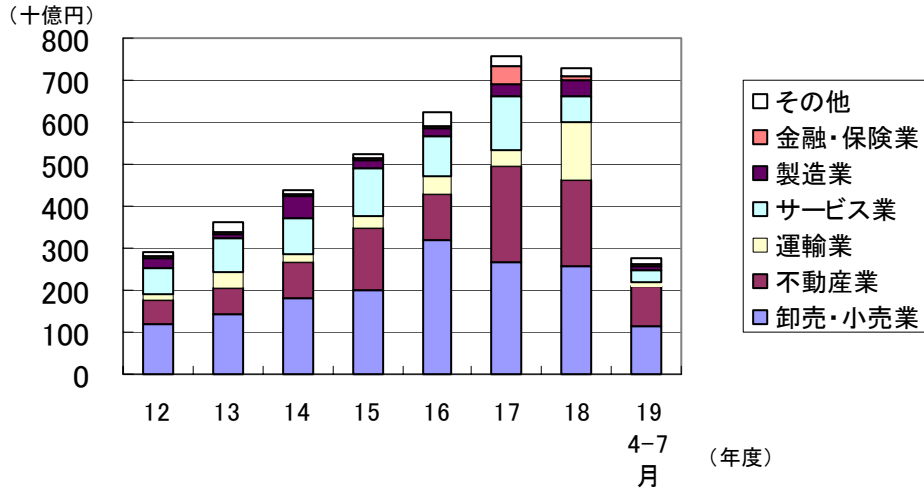
5. 発注者別の店舗受注の動向

建設工事の受注動態について、発注者別に店舗の受注工事額をみると、卸売・小売業からの受注工事額は、平成16年度までは増加しているものの、その後は減少している。これは、消費者マインドの伸び悩みに呼応した動きとなっている。

逆に、不動産業や運輸業からの受注工事額は、振れを伴いつつも、総じて増加傾向にあり、平成17年度以降も大幅に伸びて高い水準に達し、現在、発注者全体の中で一定の割合を占める

に至っている。(図 16)

図16 店舗の発注者別受注工事額の推移(1件5億円以上)

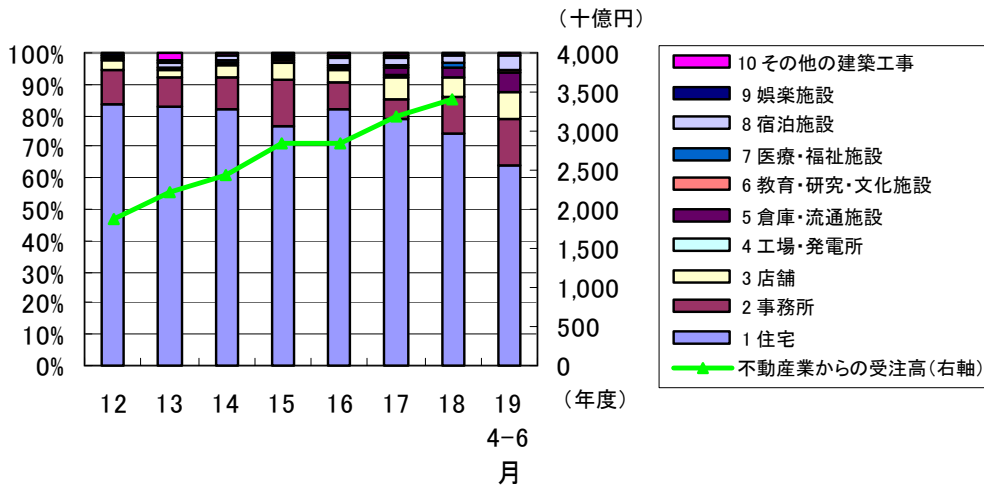


資料：国土交通省「建設工事受注動態統計」より作成

そこで、不動産業や運輸業といった業種について、店舗の受注工事額の増加の背景を、それぞれの業種からの建築工事受注額全体に占める店舗の割合に注目して検証する。

不動産業では、最近、全体に占める店舗の割合が5%を超える年も増えており、受注額全体が大幅に増加している中で、店舗の受注工事額も増加している。(図 17)

図17 不動産業からの工事種類別受注高(構成割合)

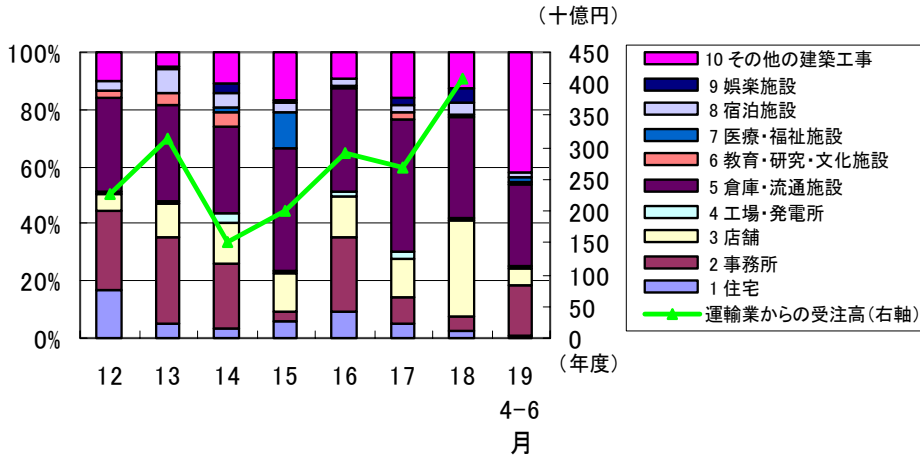


資料：国土交通省「建設工事受注動態統計」より作成

運輸業では、全体に占める店舗の割合が、平成 12 年度以降、平成 14 年度まで増加し、その後は横ばいで推移した後、平成 18 年度には 34%まで急伸しており、平成 15 年度以降の受注額

全体の増加傾向とあいまって、店舗の受注工事額も増加している。(図 18)

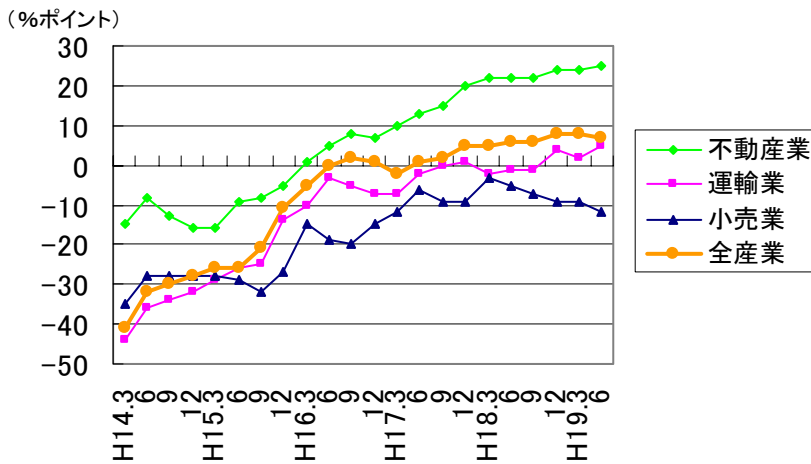
図18 運輸業からの工事種類別受注高(構成割合)



資料：国土交通省「建設工事受注動態統計」より作成

なお、日銀短観によると、不動産業、運輸業の業況判断は改善が続いており、不動産業は平成 16 年に、運輸業は平成 17、18 年にプラスに転じ、その後も好調を維持している。こうした順調な業況も、積極的な建設工事発注の背景にあるものと思われる。(図 19)

図19 業種別業況判断(実績)の推移



資料：日本銀行「全国企業短期経済観測調査」より作成

注) 判断基準は、「良い」－「悪い」

以上のことから、最近の店舗着工増加の背景には、卸売・小売業者による店舗建設に加えて、不動産業者や運輸業者等による建設の増加が大きな原因として存在感を増していることが分かる。新たなまちづくりの取組が進む中で、不動産業者や運輸業者等による大規模な複合型施設

や駅商業施設等の建設が行われ、こうした動きを反映して、店舗の着工床面積が増加してきていることが考えられる。

6. まとめ

近年、店舗の着工床面積は増加基調で推移しているが、着工棟数は減少傾向にあり、1棟当たりの着工床面積の増加傾向が、総着工床面積増加の要因となっている。消費者マインドとの関係を見ると、平成17年度以降、上昇から横ばい傾向に転じており、最近の着工床面積の増加は、消費者側のニーズに牽引されているものとは言い難い。規模別に着工動向をみると、5,000㎡以上の大規模店舗の動向が全体の動向を牽引しており、特に、1万㎡以上の店舗が年間150棟を超え、着工床面積全体の半分近くを占めるに至っている。

大型小売店である百貨店、スーパーの棟数・売場面積の動向をみると、百貨店はともに減少し、スーパーはともに増加しているが、その増分はそれ程大きくなく、店舗全体の着工床面積の増加と相互に強い関連性があるとは言えない。ただし、スーパーの売場面積や小売業の中堅・中小企業の業況が、消費者マインドの動向に呼応して、平成17年度以降、伸び悩んでいるのに対し、大企業の業況は好調を維持し、引き続き、設備投資を積極的に続けている可能性がある。

建設工事の発注者別に店舗の受注工事額をみると、平成17年度以降、卸売・小売業が伸び悩む中、不動産業や運輸業が大きく増加している。不動産業においては、店舗も含めた地域の総合開発、運輸業においては、「エキナカ」が注目を集めたように、駅商業施設や沿線開発等、企業側がより積極的な経営戦略や経営の多角化を進めている結果が現れているものと思われる。また、これらは、都市再生プロジェクトや駅前再開発等のまちづくりと一体となって行われる場合も少なくない。

このように、最近の店舗着工の動向は、消費者側のニーズが伸び悩む中でも、小売業に代わって、不動産業、運輸業等を中心とした企業側の経営判断により、大規模店舗の建築が増加していることが主な要因となって、増加基調が継続しているものと考えられる。

今後の店舗着工の動向については、今年11月に改正都市計画法等が全面施行となり、1万㎡を超える大規模集客施設の立地制限が導入されることによる影響にも留意しつつ、各地で進む新たなまちづくりの取組を追いながら、従来から注目してきた卸売・小売業の動向に加えて、不動産業や運輸業等の動向も注視していく必要がある。