

店舗建設の動向について～大型店舗の動向を中心に～

今回のトピックスでは、バブル期以降の店舗建設の動向及び店舗建設に影響を与えると考えられる関連経済指標の推移を回顧し、その背景要因を探るとともに、最後に今後の店舗建設動向について展望を行った。

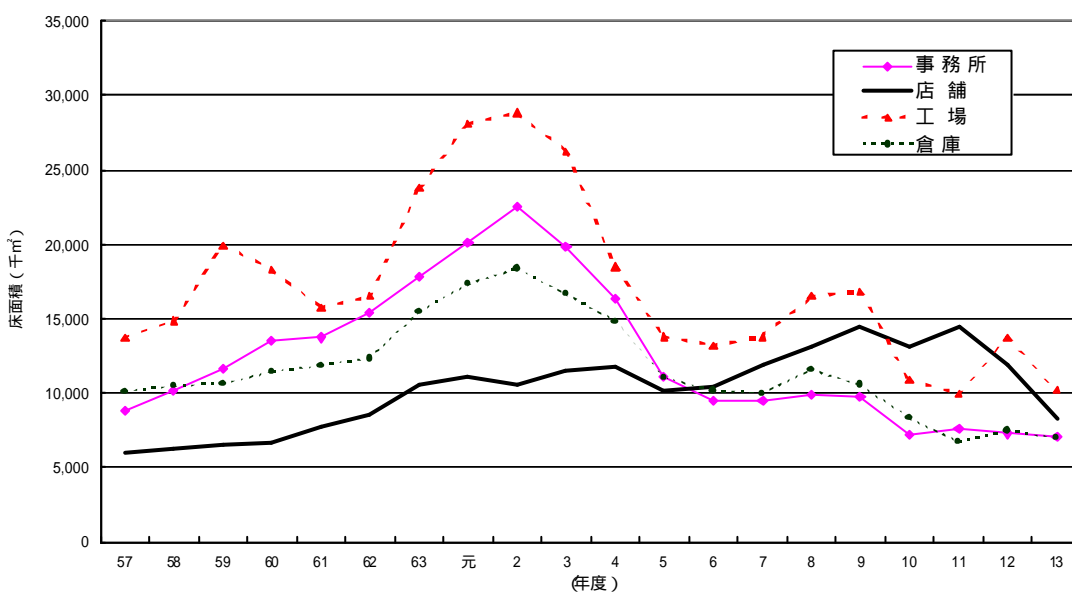
1. 店舗建設及び関連経済指標の動向

(1) 店舗建設の動向

民間非居住用建築物着工床面積の推移を主要用途別にみると、事務所、工場、倉庫はバブル期に大きく増加し、その後ストック調整が本格化したとみられ、平成6年度まで大幅な減少が続き、その後は概ねバブル前の水準を下回って推移している。

一方、店舗はバブル期を挟んでそれ程大きな変動はなく、平成11年度まで概ね増加基調で推移しており、ピークを迎えた平成11年度の着工床面積は昭和60年度の2倍を超える水準に達している。その後、平成12年度以降は一転して大きく減少した。(図1参照)

図1 民間非居住建築物の主要用途別着工床面積の推移



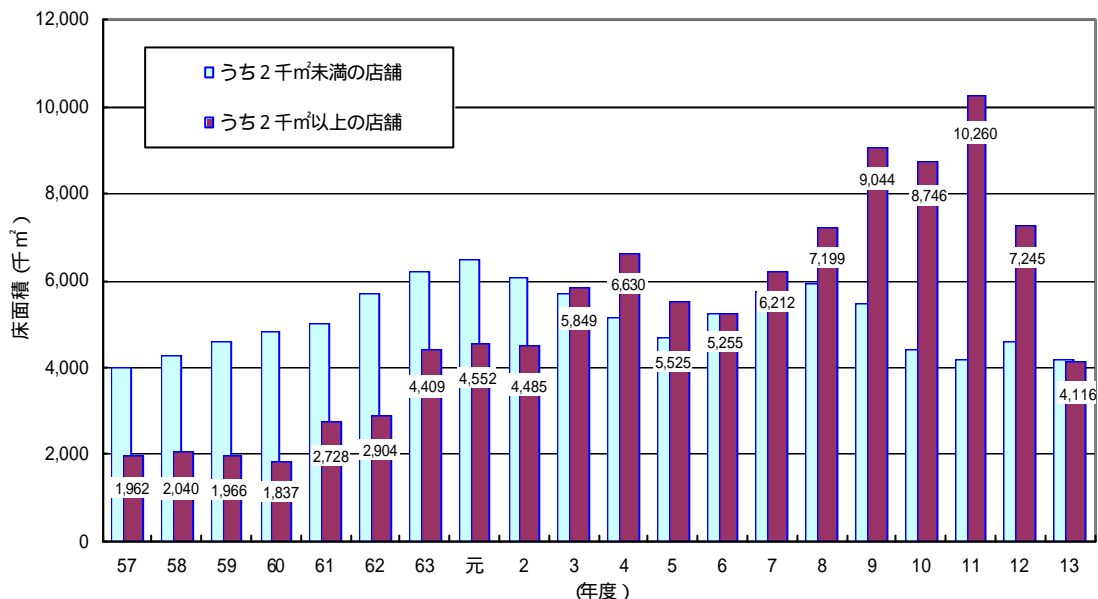
資料出所；国土交通省「建築着工統計」

店舗の着工床面積の推移を店舗規模別にみると、2千㎡以上の大型店舗(注1)が昭和61年度から平成11年度までは概ね増加基調で推移し、平成11年度の着工床面積は昭和60年度の約5.6倍にまで達した後、平成12年度以降は一転して大きく減少しており、店舗全体の着工床面積の増減は、2千㎡以上の大型店舗着工床面積の増減に大きく左右されていることがわかる。(図2参照)

(注1)「建築着工統計」における店舗着工床面積とは、建物全体の延床面積をいう。

図 2

規模別 店舗着工床面積の推移 (年度別)



資料出所；国土交通省「建築物着工統計」

(2)店舗建設に影響を与えられとされる個人消費の動向と小売業の財務指標の推移について

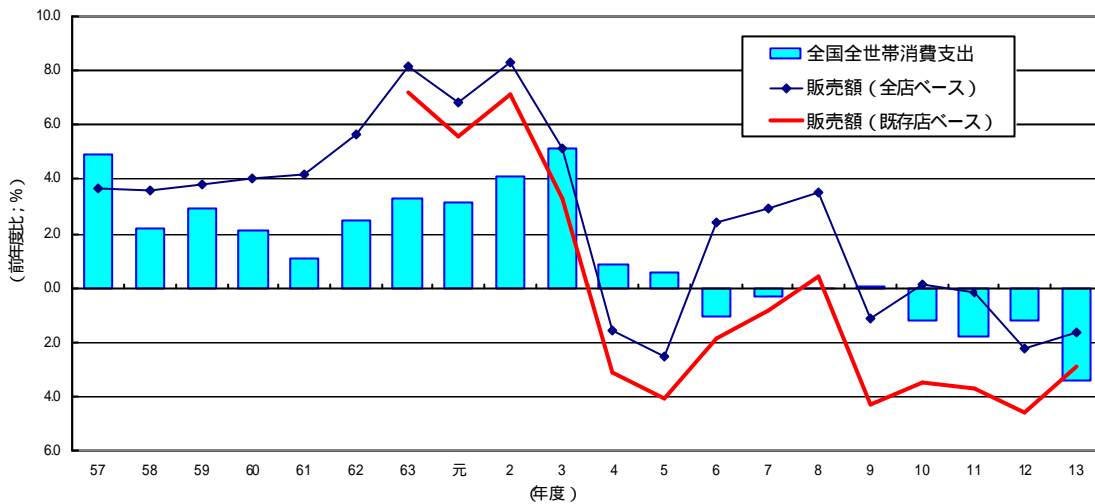
まず、個人消費の動向を総務省「家計調査」の全世帯消費支出でみると、昭和57年度から平成3年度にかけての名目値の平均増加率は+3.1%であったが、バブル崩壊後の平成4年度に伸び率が急落してからは低迷が続き、平成13年度までの平均増加率は0.8%となっている。特に平成10年度以降はマイナス幅が拡大傾向にあり平成13年度まで4年連続の減少となっている。

また、大型小売店販売額(百貨店+スーパー 注2)の動向を経済産業省「商業販売統計」でみると、昭和57年度から平成3年度にかけては全店ベースで平均+5.3%の増加率を示していたが、平成4年度以降個人消費の不振を受けて急落し、平成6年度から平成8年度にかけて一時持ち直したものの、平成9年度以降は概ね前年水準を下回る状態が続いている。ちなみに、既存店ベースでは平成4年度以降で前年度比プラスとなったのは平成8年度だけである。(図3参照)

(注2) 「商業販売統計」における大型小売店とは、従業員50人以上の小売商店のうち、百貨店についてはスーパーに該当しない商店であって、かつ、売場面積が特別区、政令指定都市で3千㎡以上、その他の地域で1,500㎡以上のものをいい、スーパーについては売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用し、かつ、売場面積が1,500㎡以上のものをいう。なお、売場面積とは商品を販売するために実際に使用する売場の延べ床面積をいい、階段、エスカレーター、連絡通路等は含まない。

図 3

消費支出と大型小売店販売額の推移 (名目前年度比)



資料出所 経済産業省「商業販売統計」、総務省「家計調査」

(注) 既存店とは、当月及び前年同月とも調査の対象となっている商店をいい、前年同月比の算出はその商店のみで行っている。

さらに、財務省「法人企業統計年報」で小売業(資本金10億円以上)における設備投資を評価する指標の動向をみると、有形固定資産の稼働状況を示す『有形固定資産回転率』及び生産性を示す『設備投資効率』(注3)は、いずれもバブル期に入ってから大きくその水準を低下させており、平成12年度の有形固定資産回転率は昭和58年度当時の5割強程度、また、設備投資効率も6割強程度の水準にまで低下している。(図4参照)

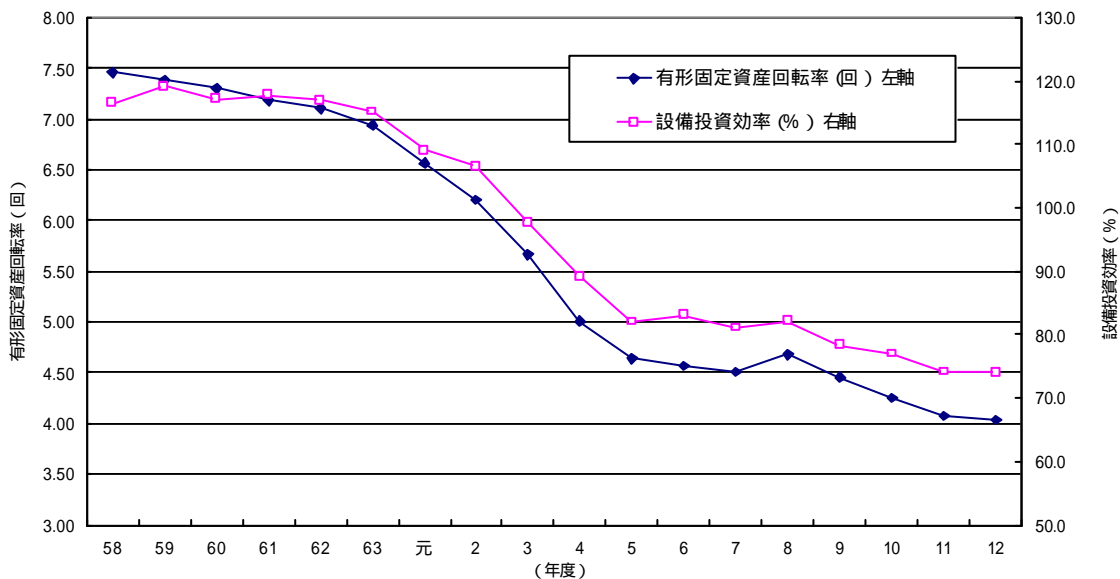
(注3) 『有形固定資産回転率』=【売上高】/【建設仮勘定を除く(期首期末平均の有形固定資産額)】

『設備投資効率』=【付加価値額】/【建設仮勘定を除く(期首期末平均の有形固定資産額)】

付加価値とは「売上高」より仕入れ原価および外注費用などの「外部購入費用」を控除したものであり、法人企業統計では次の算式により算出している。(付加価値) = 営業純益(営業利益 - 支払利息・割引料) + 役員賞与 + 従業員給与 + 福利厚生費 + 支払利息・割引料 + 動産・不動産賃借料 + 租税公課

図 4

小売業(資本金10億円以上)の有形固定資産回転率と設備投資効率の推移



資料出所 財務省「法人企業統計年報」

2. 店舗着工床面積の増減要因

これまでみてきたとおり、バブル崩壊後の個人消費支出の低迷に伴う大型小売店販売額の減少及び小売業（資本金 10 億円以上）における設備投資関連財務指標の悪化にも関わらず、大型店舗着工は本格的なストック調整局面を迎えることもなく、平成 11 年まで増加を続けてきた。

ここでは、平成 12 年度以降大型店舗着工が減少に転じた局面も併せて、その増減要因の考察を行うこととした。

(1) バブル期から平成 11 年度までの店舗着工床面積の増加要因

まず、バブル期に入り個人消費が増加を続けていた平成元年に、産業構造審議会流通部会と中小企業政策審議会流通小委員会が取りまとめた「90 年代における流通の基本方向について - 90 年代流通ビジョン」によって方向づけられた大規模小売店舗出店に対する規制緩和への方向転換と、その後の規制緩和の実施が挙げられよう。

すなわち、平成 2 年 5 月末にはそれまで事実上無制限であった大規模小売店舗法（以下「大店法」という）に基づく出店調整期間を 1 年半以内とする運用緩和措置が実施され、また、平成 4 年 1 月には同法改正により地元に対する届出前の事前説明及び商業活動調整協議会が廃止されるとともに、出店調整期間も最長 1 年以内に短縮された。

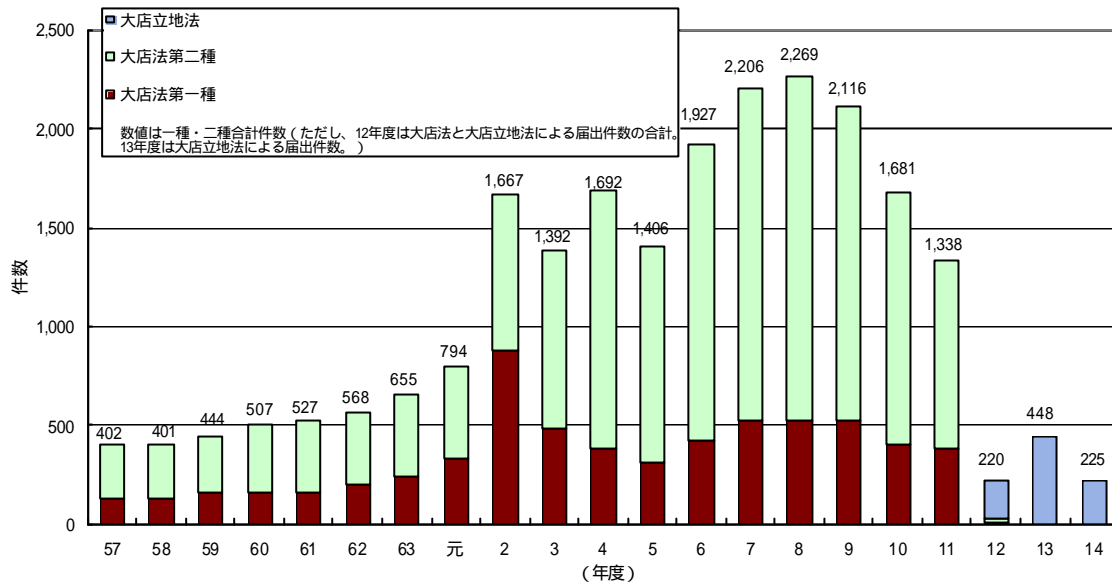
さらに、平成 6 年 5 月には大店法の審査対象となる店舗面積の基準緩和措置が実施され、店舗面積 1 千㎡以下の出店が原則自由化された（従前は 500 ㎡以下であった。）。

このような出店規制緩和の動きにより、平成 2 年以降大店法による出店届出件数は急増し、バブル期を過ぎた後も届出件数は高水準で推移し、平成 7 年から平成 9 年にかけては年間 2 千件を超える出店届出が続いた。その後、平成 10、11 年度と減少が続いたものの、平成 10 年度 1,681 件、平成 11 年度 1,338 件と平成 2 年度から平成 5 年度にかけてと同程度の水準を維持していた。（図 5 参照）

出店届出件数の増加に伴って大型店舗着工床面積も平成 11 年度まで増加しており、これら一連の規制緩和施策の実施による出店届出件数の増加が大型店舗着工床面積の増加に寄与したといえる。

図 5

大店法および大店立地法の届出件数の推移



資料出所 経済産業省

(注) 平成14年度は、4月から8月までの届出件数合計。

特に、平成 11 年度に大型店舗着工床面積がバブル期以降最高水準に達した (図 2参照) のは、大店法が廃止され、大規模小売店舗立地法 (以下「大店立地法」といふ。) が施行されることとなったことが大きく影響している。

つまり、平成 12 年 5 月末までは周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保することを目的とした大店法を根拠法としてきたが、この法律が廃止され、新たに同年 6 月周辺地域の生活環境の保持のために大規模小売店舗の設置者に施設の配置、運営方法について適正な配慮を求めることを目的とする大店立地法が施行された。同法では経過措置が設けられ、それによれば大店法による出店審査の対象となるケースが平成 13 年 1 月末までに開店するものとされたことから、出店届出者はこの出店期限をにらみつつ、大店法下で出店可能なものは前倒しして手続きを進めたことから、駆け込み的な店舗着工 (平成 12 年 8 月まで) がみられたものである。

次に、女性の社会進出によって生じた週末のまとめ買い習慣の定着化や購買のレジャー化・エンターテインメント化など消費行動の多様化によって、映画館やフードコート等を併設するショッピングセンター (複合商業施設 注 4) 等が増加したことも要因として考えられる。

図 6 は立地別のショッピングセンター開設数の推移を示したものであるが、特に、郊外型のショッピングセンターの開設数は昭和 56 年から平成 2 年の 10 年間で合計 320 であったが、その後平成 3 年から平成 13 年の 11 年間の間に合計 741 と大幅に増加している。この要因として、モータリゼーションの普及及び地方中核都市や大都市圏のベッドタウンを中心に高速道路やバイパス等道路インフラの整備が進展したことにより、ロードサイド型店舗等郊外型ショッピングセンターへのアクセスの利便性が向上し、消費者の購入のための行動範囲が拡大したことが考えられる。

(注4) (社)日本ショッピングセンター協会の定義による「ショッピングセンター」とは、一つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるものをいう。その立地、規模、構成に応じて、選択の多様性、利便性、快適性、娯楽性等を提供する等、生活者ニーズに応えるコミュニティー施設として都市機能の一翼を担うものである。

<取扱基準> デベロッパーにより計画、開発されるものであり、次の条件を備えることを必要とする。

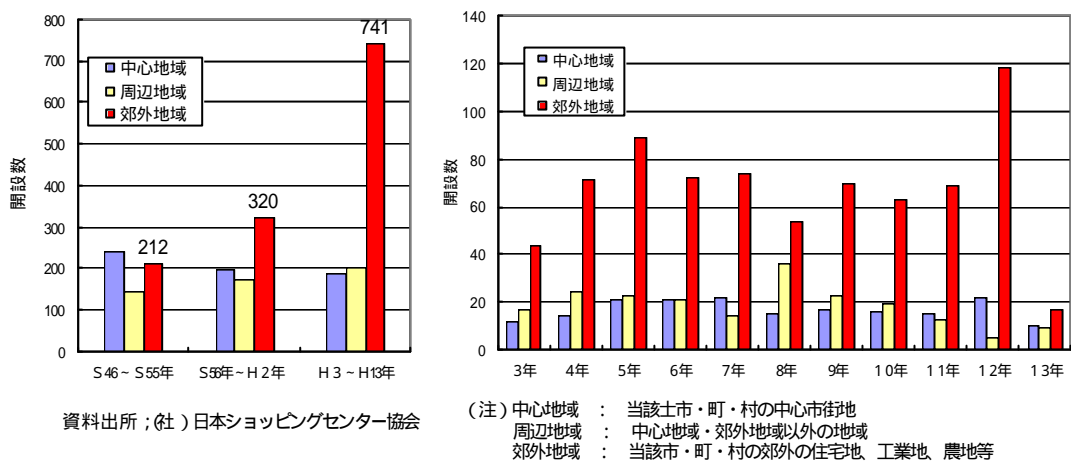
小売業の店舗面積は、1,500 m²以上であること。

キーテナントを除くテナントのうち、小売店舗が10店舗以上含まれていること。

キーテナントがある場合は、その面積がショッピングセンター面積の80%を超えないこと。ただし、その他のテナントのうち小売業の店舗面積が、1,500 m²以上である場合はこの限りではない。

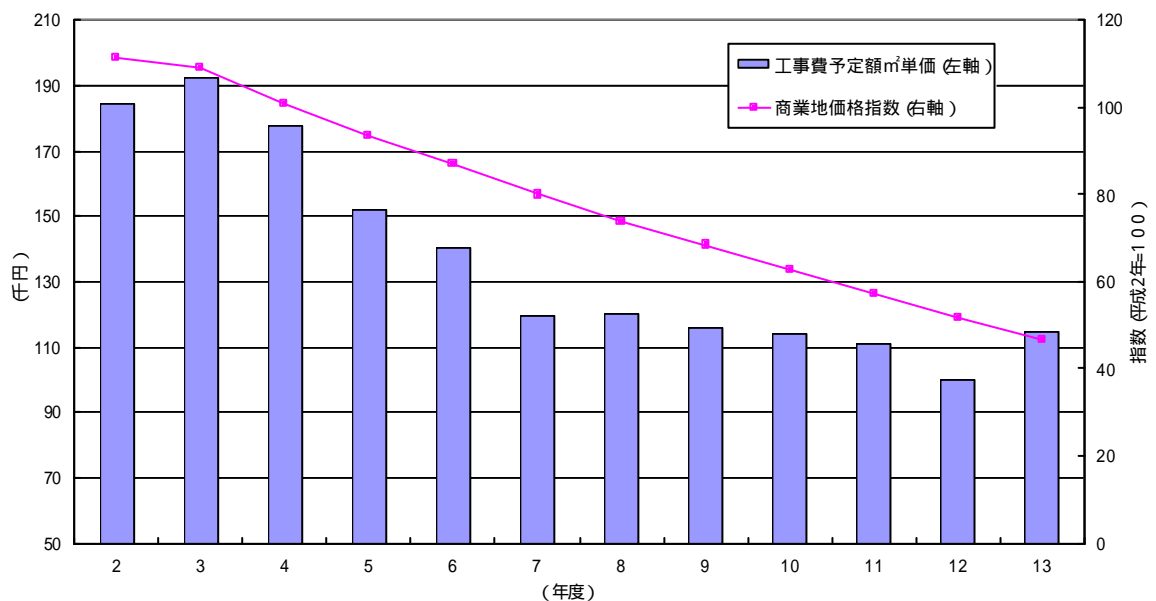
テナント会(商店会)があり、広告宣伝、共同催事等の共同活動を行っていること。

図 6 立地別ショッピングセンター開設数の推移



さらに、バブル崩壊後建築費や商業地地価の下落等出店コストが低下したことも、大型店舗の建設を下支えした要因の一つとなったものと考えられる。(図7参照)

図 7 店舗工事費予定額m²単価と商業地価格指数の推移



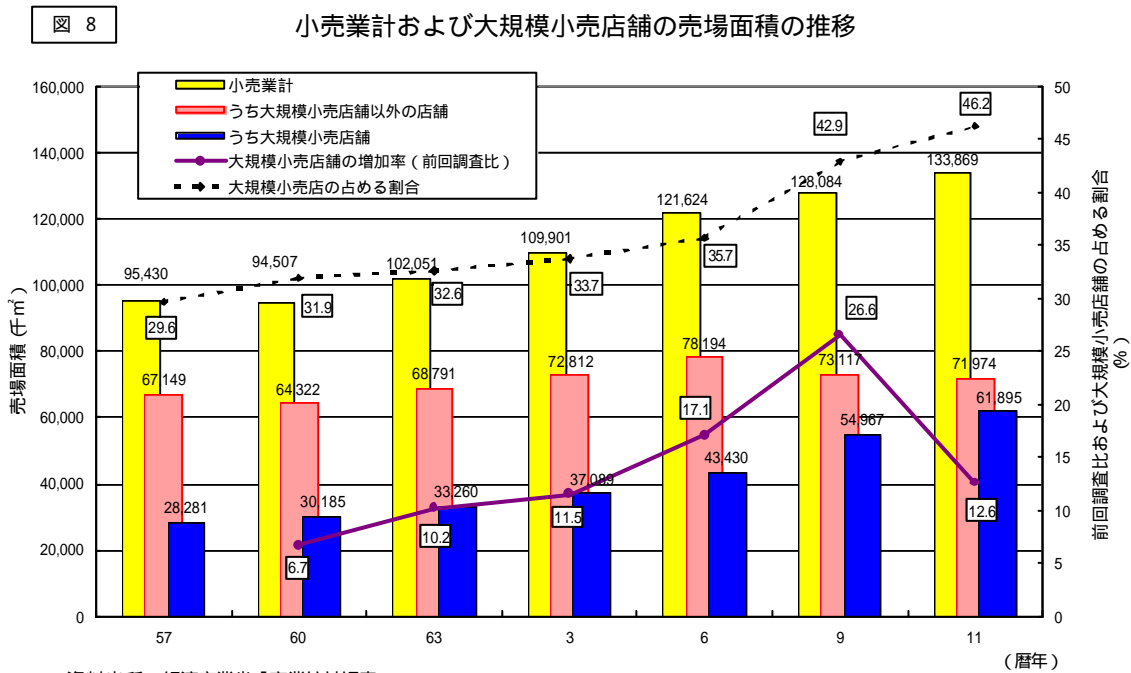
(2)平成 12,13 年度における店舗着工床面積の減少要因

平成 11 年度まで増加基調で推移した大型店舗着工床面積は、平成 12 年度以降一転して減少基調に変わった。この要因としては、大店法下での駆け込み着工の反動減もあったと考えられるが、平成 12 年度後半からの景気後退によって個人消費支出が低迷し、大型小売店販売額がさらに減少したことが大きな要因と考えられる。

また、このことは大店立地法施行以降大規模小売店舗の出店届出件数 (図 5 参照) が低調に推移したことの表れでもある。つまり、大店立地法への変更により出店届出者に周辺地域の生活環境への影響について十分な事前の調査や予測が義務付けられたことから、出店届出者がこれらに要するコスト負担増加を懸念したことや、都道府県や政令指定都市における同法の運用状況を見極めるため、出店検討中の者側での模様眺めが続いたことも一因と考えられる。

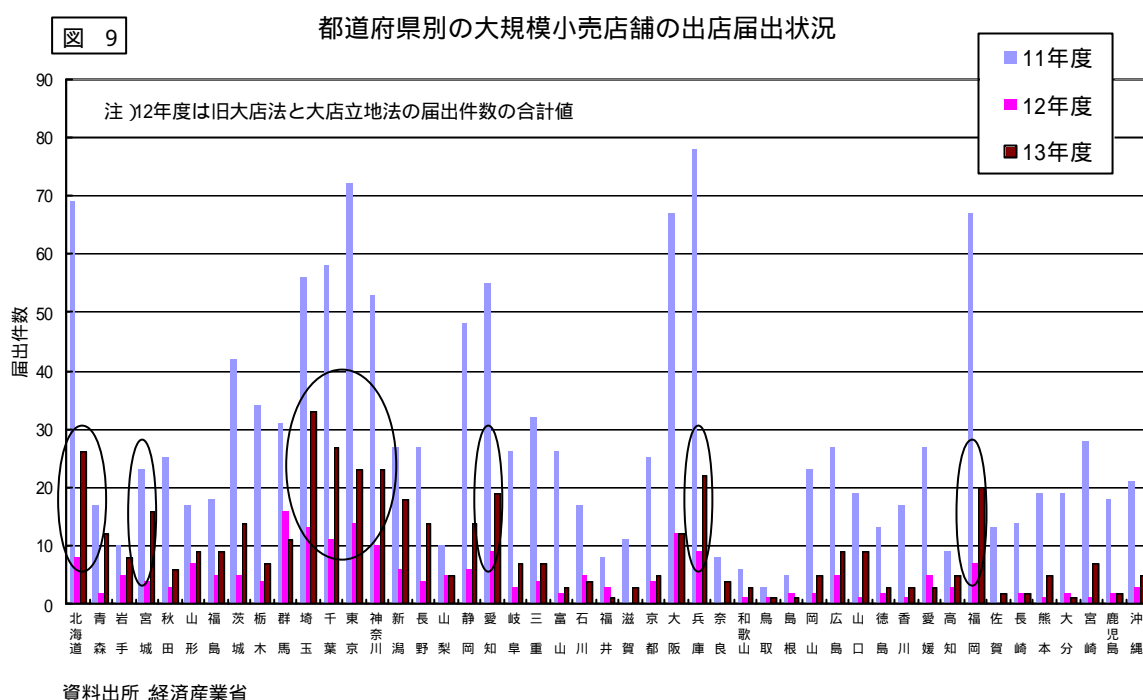
さらに、小売業はバブル期以降大型小売店販売額が減少基調で推移するなか、大型店舗を中心に積極的に店舗建設を続けてきたことから、国内小売市場が一部の中心市街地などでオーバーストア状態となってきたことも店舗建設を抑制する要因として働いたと考えられる。図 8 に示すとおり、大規模小売店舗 (注 6) の売場面積ストックは昭和 57 年以来一貫して増加を続けており、平成 11 年には大規模小売店舗の売場面積ストックは昭和 57 年の 2 倍を超える水準に達している。大規模小売店舗の売場面積が小売業全体に占める割合も昭和 57 年には 29.6%であったものが、平成 11 年には 46.2%にまで増加している。

(注 6) 「商業統計調査」における大規模小売店舗とは、大店法における大規模小売店舗と同義であり、店舗面積が 5 百㎡を超過するものをいう。なお、店舗面積には階段、エスカレーター、連絡通路等は含まない。



3.今後の動向について

平成13年度の大規模小売店舗の出店届出件数をみると、首都圏や政令指定都市所在地の一部では前年度に比べて大幅に増加している。今後は、時間の経過とともに大店立地法に基づく各地方自治体の審査実態が明らかになり、各地での出店実績、出店に伴うノウハウが蓄積されてくるなかで徐々に届出件数は回復に向かうものと期待する見方もある。(図9参照)

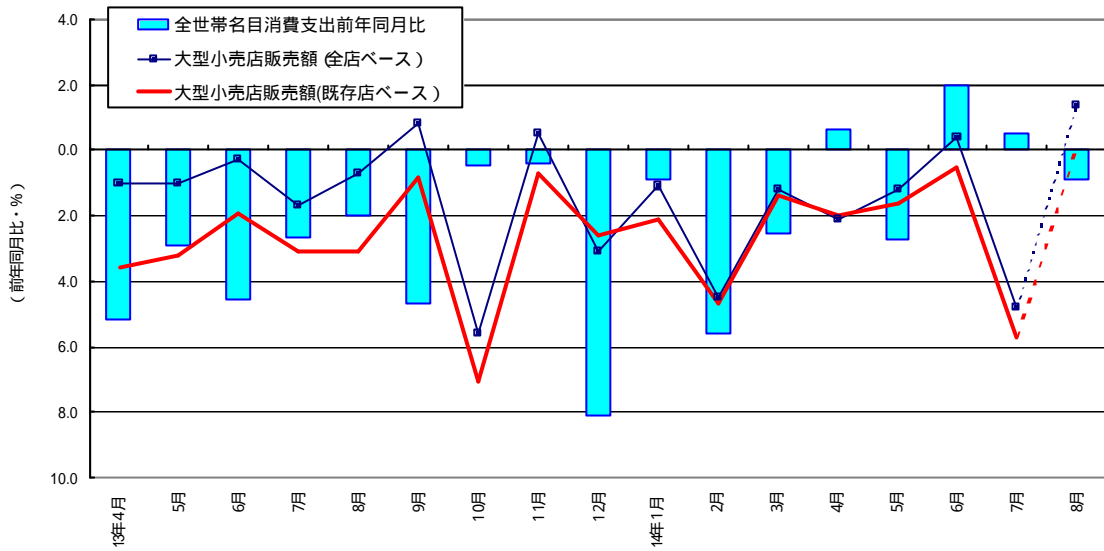


しかしながら、最近の店舗出店の動向として、経営破綻やリストラによって企業が手放した店舗網を低コストで買収することによって新規出店を行うケースが増加していることや、外資が参入するケースについても、主として国内小売業との資本提携、もしくは企業買収という形態で店舗網の構築がなされるケースが多いものと想定されることから、今後新規に店舗を建設して出店するというケースが急に増加するとは考えにくい。

また、最近の個人消費支出及び大型小売店販売額の推移をみると、個人消費は横ばいで推移しているものの、経済のデフレ化と厳しい雇用情勢が続いており、先行きは楽観を許されない状況にある。このような下で、大型小売店販売額は概ね前年割れしている。(図10参照)

図 10

消費支出と大型小売店販売額の推移



資料出所 経済産業省「商業販売統計」、総務省「家計調査」

(注) 既存店とは、当月及び前年同月とも調査の対象となっている商店をいい、前年同月比の算出はその商店のみで行っている。
平成14年8月の大型小売店販売額は速報値。

以上のことから、短期的には大型店舗着工床面積の水準が急回復する可能性は低いと思われる。

参考資料 1

大店立地法 (現行法) と大店法 (旧法) の主な相違点

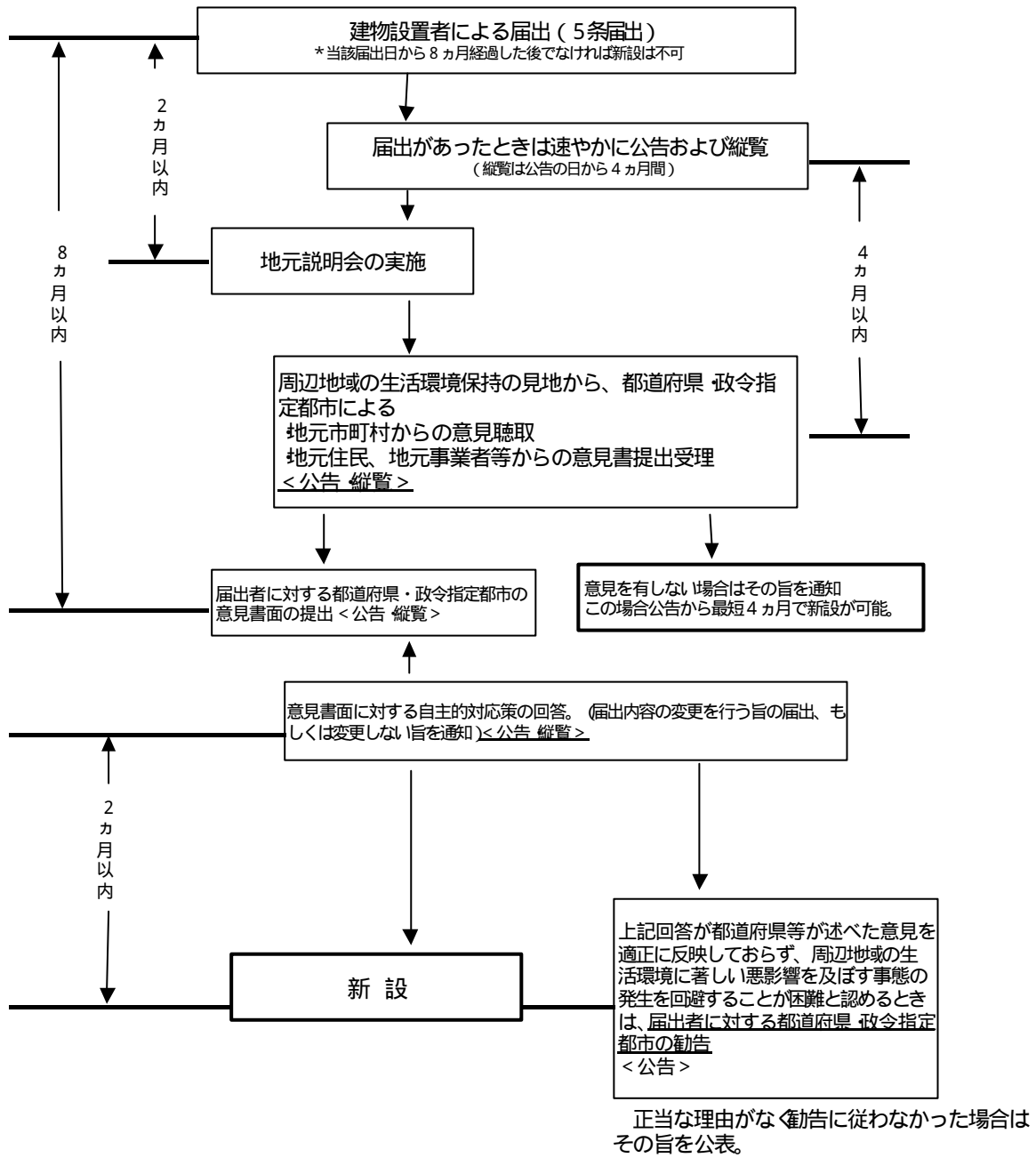
	大店立地法 (現行法)	大店法 (旧法)
立法趣旨	周辺地域の生活環境の保持のため、大規模小売店舗の配置、運営方法について適切な配慮がなされることを確保すること。	消費者利益の保護に配慮しつつ、大規模小売店舗における小売業の事業活動を調整することにより、 <u>周辺の中小小売業の事業活動の機会を適正に確保すること。</u>
届出者	建物設置者 (所有者)	建物設置者 (所有者) < 3条届出 > 小売業者 < 5条届出 >
大規模小売店舗の定義	一つの建物内で小売業 (飲食業を除くものとし、物品加工修理業を含む。) を行う店舗の用に供される床面積 (店舗面積) の合計が基準面積を超えるもの。	同左
基準面積	店舗面積 1,000 m ²	店舗面積 500 m ² 注) H6年 5月以降、1,000 m ² 未満原則自由化
種別区分	なし	(第 1種) 店舗面積が 3,000 m ² 以上 (都の特別区および政令指定都市にあっては 6,000 m ² 以上) (第 2種) 店舗面積が 500 m ² を超え、3,000 m ² 未満 (都の特別区および政令指定都市にあっては 6,000 m ² 未満)
運用主体 (届出先)	都道府県知事または政令指定都市の長	(第 1種) 通商産業大臣 (第 2種) 都道府県知事
出店調整期間	10 ヶ月以内 (届出者の自主的対応期間を除く。)	1年以内

	大店立地法 (現行法)	大店法 (旧法)
審査対象・手法	<p>(配慮すべき基本的事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 周辺地域の生活環境への影響についての十分な調査や予測 ・ 地域住民への適切な説明 ・ 都道府県からの意見に対する適切な対応 ・ 小売業者の履行確保、責任体制の明確化 ・ 大規模小売店舗の開店後による適切な対応 <p>(施設の配置および運営方法に関する事項)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 駐車場の充足その他の周辺地域住民の利便及び商業その他の業務の利便の確保のために配慮すべき事項 ・ 騒音その他の発生による周辺地域の生活環境の悪化の防止のために配慮すべき事項 	<p>開店日、店舗面積、閉店時刻、休業日数の4項目を数量調整。</p>
諮問機関	運用主体による個々の判断で設置。	大規模小売店舗審議会
届出者による地元説明	届出から2ヵ月以内に出店予定地の市町村内で居住者等を対象に届出内容に関する説明会を実施することを義務づけている。	建物設置者の届出<3条届出>から4ヵ月以内に出店予定地の市町村、商工会議所または商工会および中小小売業者ならびに消費者に対し、出店計画の内容の説明を行うように指導。
市町村からの意見	届出の公布の日から4ヵ月以内に必ず聴取。	都道府県知事に対し意見を申し出ることが可能。
地元住民、小売業者、商工会議所等からの意見聴取	意見を有する者は届出の公布の日から4ヵ月以内に都道府県に意見書を提出することができる。	変更勧告・命令を出す場合は、事前に必ず聴取。

	大店立地法 (現行法)	大店法 (旧法)
届出内容に対する変更の求め方	都道府県による勧告。 <u>正当な理由がな</u> く勧告に従わなかった場合には、その旨を公表。	通商産業大臣もしくは都道府県知事による勧告。勧告に従わない場合には命令。
罰則規定	(無届出・虚偽届出を除いて)なし。	<u>1年以内の営業停止、もしくは300万円以下の罰金。</u>

参考資料 2

大店立地法 (現行法) による出店調整処理の手続フロー



大店法 (旧法) による出店調整処理の手続フロー

