

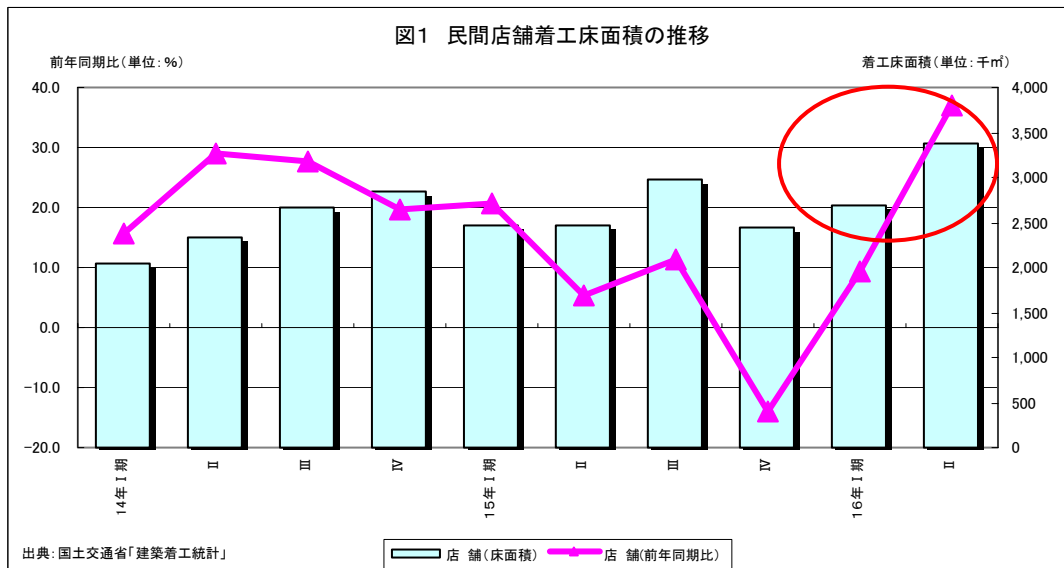
## 今月のトピックス

### 最近の店舗着工の動向について

#### 1. はじめに

民間非居住建築物の店舗着工床面積及びその伸び率の推移を平成14年Ⅰ期（注1）から平成16年Ⅱ期までみると、平成15年Ⅲ期まで伸び率の幅の増減はあるが、一貫してプラスで推移している。平成15年Ⅳ期にはマイナスに転じたが、その後平成16年Ⅰ期、Ⅱ期には再びプラスで推移している。特に平成16年Ⅱ期には平成14年Ⅰ期以降、着工面積及び伸び率が最も高くなっている。（図1）

今回のトピックスは平成16年以降の店舗着工の動向について、それまでの経緯を踏まえて経済関連指標を用いて考察を行った。



（注1）本稿では、毎期の表記は以下のとおりとする。

1－3月期：Ⅰ期

4－6月期：Ⅱ期

7－9月期：Ⅲ期

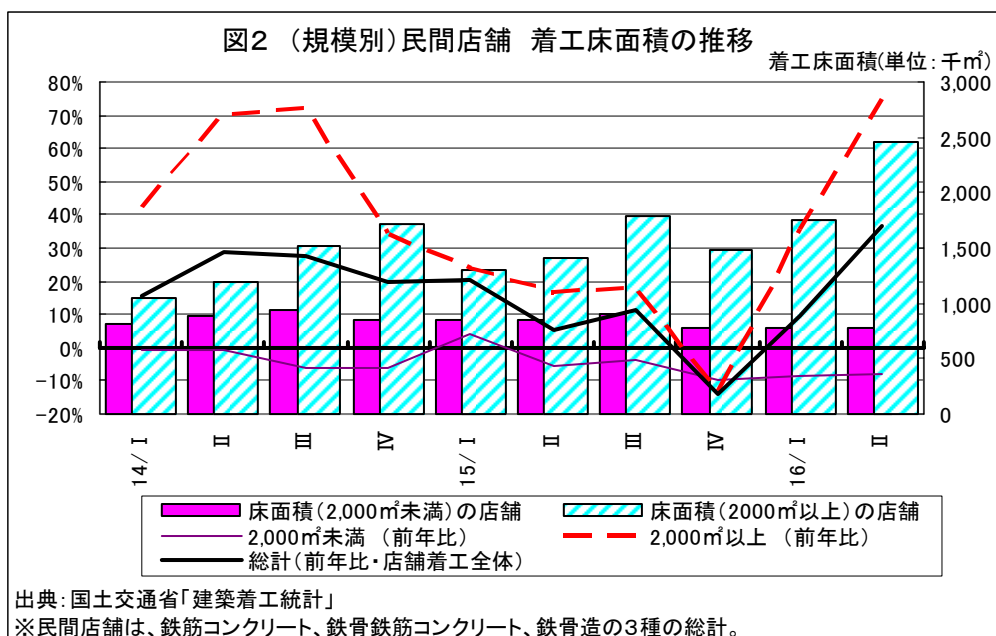
10－12月期：Ⅳ期

## 2 規模別店舗着工の推移

規模別店舗着工面積の伸び率の推移をみると、平成15年Ⅲ期まで2000㎡未満の店舗が0～-10%のマイナスで推移しているのに対して、2000㎡以上の大型店舗は一貫して10%以上のプラスで推移し、特に平成14年Ⅲ期は72.1%のプラスとなっている。

平成15年Ⅳ期にはすべての規模の店舗が一時的にマイナスとなっていたが、店舗全体の伸び率がプラスで推移している平成16年以降は、2000㎡未満の店舗が2期連続マイナスで推移しているのに対して、2000㎡以上の店舗はプラスで推移し、特に平成16年Ⅱ期は平成14年Ⅰ期以降で最も伸び率及び面積が大きくなっている。

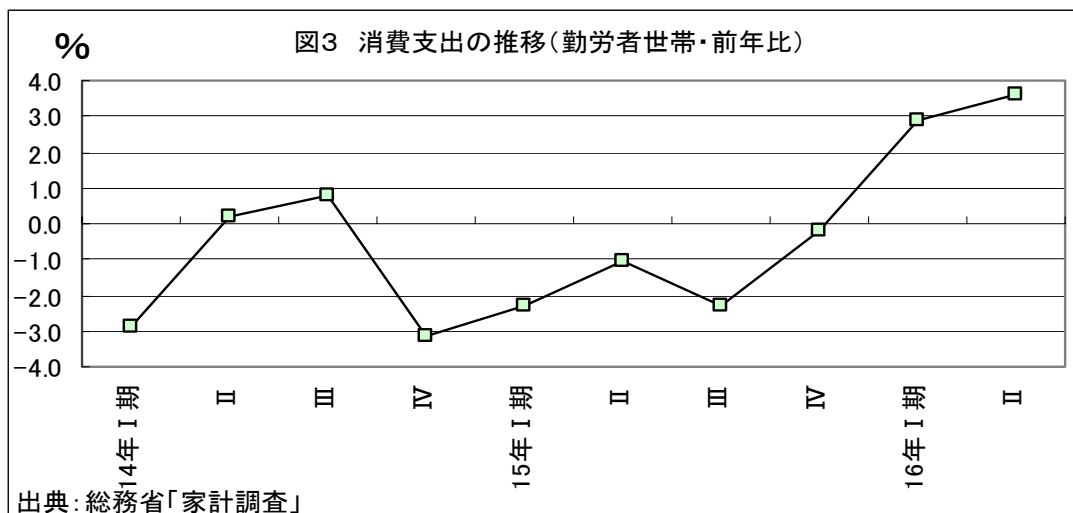
以上より、平成16年以降の店舗着工面積は、大型店舗の変動の影響が大きいことがわかる。(図2)



### 3 店舗着工の増加の要因

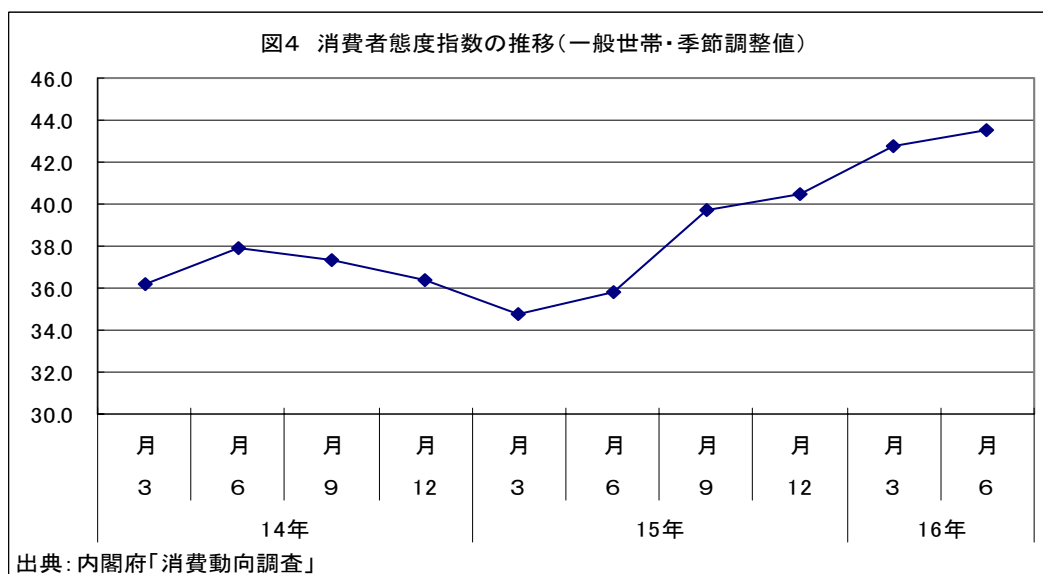
次に需要側と供給側の両面から、経済関連指標を用いて店舗着工面積の増加要因について考察していく。

#### (1) 需要側の動向



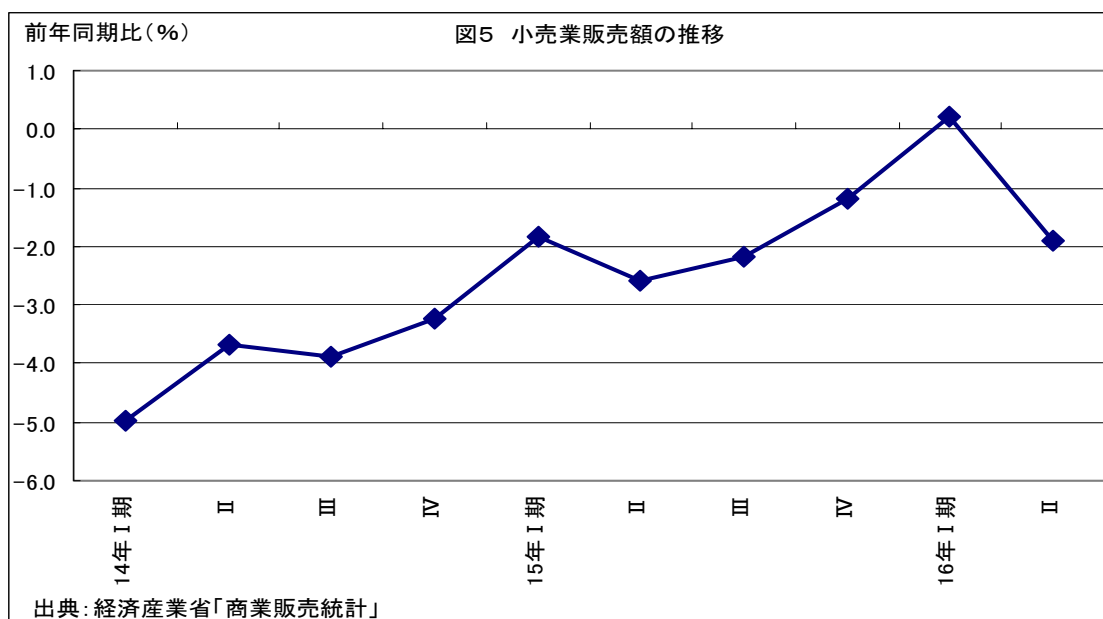
消費支出をみると、平成14年IV期までは前年比でマイナス若しくは微増となっていたが、その後、徐々に減少幅は縮小し、平成16年I, II期にはプラスで推移している。(図3)

次に消費者態度指数で消費者の意識をみると、平成14年6月をピークに、平成15年3月まで減少したが、その後一貫して上昇しており、消費者マインドが改善していることがわかる。(図4)



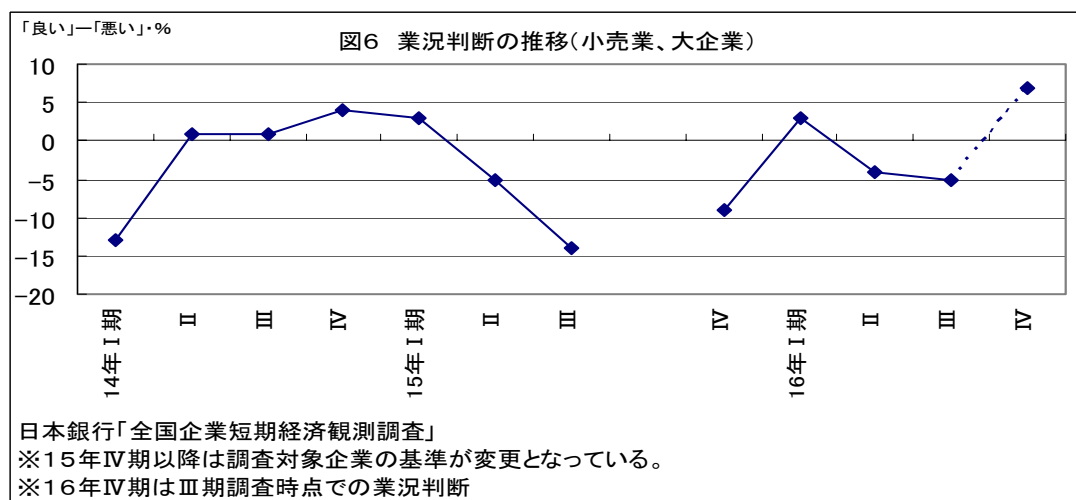
商業販売統計で小売業の販売動向をみると、前年同期比は平成14年I期からマイナスで推移しているが、徐々に減少幅が縮小していき、平成16年I期にはプラスに転じ、平成16年II期には再びマイナスとなっている。(図5)

店舗着工面積が増加する平成16年I期直前には、消費支出、消費者態度指数、小売業販売額も改善傾向を示していたことがわかる。



## (2) 供給側の動向

経営者側の動向をみてる。日本銀行「全国企業短期経済観測調査」によると、全国企業の業況判断は、平成14年II期から0~5%弱のプラスで安定していたが、平成15年II期からマイナスに転じた。しかし、平成16年I期には再びプラスになり、IV期の先行き判断は5%強のプラスとなっている。(図6)



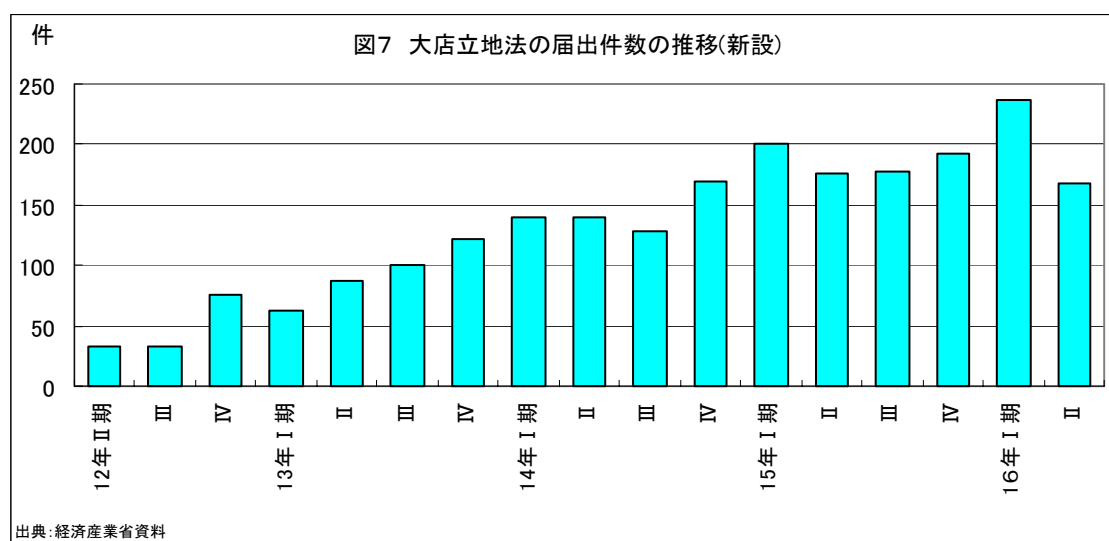
また、日経流通新聞「第37回 日本の小売業調査」によると、平成16年度の小売業（百貨店、スーパー、専門店、コンビニ）全体の設備投資計画は前年度比4.0%とプラスとなっている。

以上のように、経営者側の先行きの見通しが前向きになりつつあることが店舗着工の増加につながっていくことが考えられる。

また、「単独では顧客を引きつけきれない時代に入った。多様な店舗やサービスを用意して顧客を集め、長時間楽しんでもらう仕掛けが必要になった」（注2）という声に代表されるように、集客力拡大のための店舗の大型化が進んでいることも店舗着工増加の要因として考えられる。

更に、大規模店舗立地法施行後、一定期間を経て、各地方自治体の審査実態がより明らかになり、同法が定着しつつあることも着工増加の要因として挙げることができよう。

平成12年6月施行の大店立地法による届出件数の推移をみると、大店法の出店審査の対象となるよう、駆け込み的な店舗着工が増加した反動として平成12年Ⅲ期までは届出件数が低迷していた。しかし、その後平成12年Ⅳ期以降は徐々に増加していき、件数の増減はあるものの、全体的に微増傾向にあり、店舗着工面積の増加につながっていると考えられる。（図7）



以上より、店舗着工の主な増加要因としては、①消費者マインドの改善に見られるように景気が回復していることにより、経営者が着工に前向きになっていること、②集客力拡大のための店舗大型化の動きがみられる、ということが考えられる。

（注2）「日経ビジネス」2004年9月20日号

#### 4. 今後の店舗着工動向について

上述のように、平成16年以降の店舗着工増加の要因としては、景気の回復傾向を背景に、個人消費や消費者マインドが上昇し、経営者が着工に前向きになっていることと、集客力拡大のために店舗の大型化が必要になっているということが考えられる。

よって今後は、需要サイドでは、消費支出の動向、消費者態度指数等、供給サイドでは、景気の先行きに対する経営者の見通しと、集客力の拡大を図る店舗の大型化の進展等により着工面積は大きく影響を受けるものと考えられる。

以上の点に注意しつつ、今後の動向を注視していく必要がある。