

商業施設は法規制や消費行動の影響強い

特徴的なストックの形成経緯 バブル崩壊後も売場面積増が続く

商業施設は、オフィスと並ぶ重要なアセットであり、不動産投資・融資における正しい判断を行うためには、①過去からのストック形成の経緯、②主力業態・出店立地の変化、③商業施設を取り巻く環境の変化について、理解しておく必要がある。

今回は、①の日本固有とも言える商業施設ストックの形成経緯とその背景を紹介する。今後、②及び③のテーマについて、順次取り上げていくつもりである。

結論から言えば、商業施設ストックの形成経緯とその様相はオフィスのそれとは大きく異なっており、出店規模や主力業態、出店立地の変化は、景気動向よりも法規制や消費者の購買行動の影響

を強く受けている。

まず、商業において代表的な産業である小売業界の売上高と売場面積の推移を見てみる。図表1は商業統計（経済産業省）の調査結果を時系列で表したもので、以下の2つの傾向が確認できる。

小売業界は、バブル崩壊前までは右肩上がり売上高を伸ばしてきたが、バブル崩壊後は伸び悩んでいる（図表1-①折れ線グラフ）。一方で、売場面積は一貫して拡大傾向にあり（図表1-②棒グラフ）、売上高を売場面積で除した単位面積あたりの売上高はバブル崩壊後、継続的に低下が続いている。

このように、バブル崩壊後も売場面積の増加が続いていることが、日本の商業不動産マーケットの大きな特徴のひとつである。

図表1 小売業 年間商品売上高・売場面積の推移



〔出所〕 経済産業省「商業統計」データよりゾイマックス不動産総合研究所作成

売場面積拡大の背景に大店法 立地法施行で郊外型SCの出店加速

なぜ日本の小売業界は、バブル崩壊後も売場面積の拡大が続いてきたのであろうか。最も大きな要因としては、「大規模小売店舗法（以下、大店法）」による法規制があげられる。大店法は、消費者利益の保護、中小小売業の適正な事業機会の確保、小売業の正常な発達を主目的として1974年から2000年まで施行された法律であり、調整項目は、開店日・店舗面積・閉店時刻・休業日数の4つである。大店法の施行期間は、規制強化期（1974年～1989年）と規制緩和期（1990年～2000年）に大別することができる。規制強化期には、出店者にとって最も重要な店舗面積が、地元との調整過程で30%以上の大幅な削減を求められ、出店断念に至ることも珍しくなかった。

こうした厳格な出店規制に対して、規制緩和の契機となったのは米国からの外圧であった。1989年～1990年の日米構造協定で、米国の「大店法は非関税障壁である」との批判から規制緩和を強く求められた。そのため、1990年代は大店法の運用が段階的に緩和され、以降、大型小売店舗の出店面積・施設数ともに大幅に増加していくことと

なる。

2000年の大店法廃止と同時に施行された新たな法規制が「大規模小売店舗立地法（以下、立地法）」である。立地法は、施設計画が地域の環境保護に配慮しているかどうか主に主眼がおかれた。立地法の下では、事業者は環境基準をみたせば、地元からの意見や勧告を受けることなく出店が可能となり、特に郊外型ショッピングセンターの出店加速につながった。

さらに大型小売店舗の出店に影響を与えた法規制として、2007年に施行された改正都市計画法がある。この改正では、延床面積1万㎡超の大型小売店舗の出店が近隣商業・商業・準工業地域に限定され、これまで出店可能だった工業・第二種住居・準住居地域への出店が原則として禁止された。事実上、郊外立地への進出規制であった。

大店法規制緩和期以降に店舗面積急増 改正都市計法の影響で出店面積減

図表2は、大店法が施行された

1974年以降に開業し、2015年7月時点に国内で営業している大型小売店舗（本稿においては、現行の立地法の対象となる物販店舗面積1000㎡以上の商業施設を指す）について、開業年毎の出店面積を表している。年次別出店面積の特徴は以下のとおりである。

大店法の規制緩和期（1990年）以降、出店が加速し、店舗面積が急増している（図表2-①）。オフィスビルはバブル期の大量供給がストックの大きな割合を占めるが、商業施設はバブル崩壊後のストックが多くなっている。バブル崩壊時点で、日本の小売業界は全くオーバーストアの状況にはなく、むしろ出店意欲は旺盛であった。当時の小売業者は、景気の悪化で既存店売上高が伸び悩むなかで、新規出店による事業規模の拡大を主流としていたのである（なお、現在では、M&Aなどによる企業規模拡大の手法も活発化している）。

大店法が廃止され、立地法が施行された2000年が出店面積のピー

クとなっており（図表2-②）、一般に「駆け込み出店」と呼ばれている。その背景として、立地法の基準で大店法時代と同じ店舗面積で出店するには、最大で約1.5倍の駐車台数の確保が求められたことが挙げられる。事業者はコスト削減のため大店法対象での出店を急いだのである。

2009年以降の出店面積が大きく減少している（図表2-③）。これは前章に記載した2007年の改正都市計画法の影響が大きい。

本稿では、これまでの小売業界の売上高と売場面積の推移と商業施設ストックについて紹介し、大店法・立地法といった法規制の概要と、その改正のタイミングにより年次ごとの出店面積に大きな差異があることを確認した。

今回は、商業施設ストックの形成経緯を、より具体的に主力業態・出店立地の観点から変遷を振り返るとともに、その特徴を紹介し、現状の動向を整理したい。（ゾイマックス不動産総合研究所 中山善夫、山田賢一）

図表2 大型小売店舗 既存施設の年次別出店面積の推移



〔出所〕 東洋経済新報社「2016 全国大型小売店舗総覧」データよりゾイマックス不動産総合研究所にて作成