

# 「潜在店舗賃料負担力」データの概要について

---

株式会社ゼン・ランド  
2023年10月17日



## (1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

### 東京23区の【潜在店舗賃料負担力】

#### ○商業施設の賃料水準

賃料水準は、その源泉となる販売額水準の影響を強く受ける(賃料/販売額=賃料負担率)

これは販売額から計算する歩合賃料のみならず、固定賃料の契約であっても同様である

→賃料自体は各施設・各テナントの契約方式の違い等により平均的水準の把握が難しいため、その背景にある販売額水準、具体的には売場面積当りの「販売効率」を潜在的な賃料負担力ととらえ、その時系列推移を推計して「潜在店舗賃料負担力」として指標化した

#### ○潜在店舗賃料負担力の各要素

##### 【販売額】

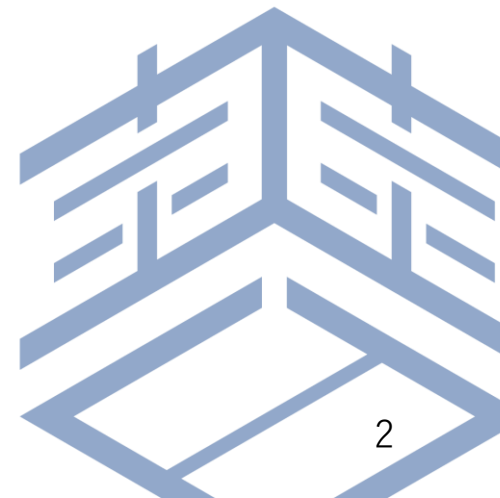
- ・経済センサスにおいて詳細な地域区分で把握できる小売業の販売額を分析(飲食サービス除く)
  - ・経済センサス(令和3年調査)の最新公表結果である市区町村別データを採用
- ※今後の各種集計結果公表の進捗に応じてエリア区分、業種業態等についても拡充予定

##### 【売場面積】

- ・小売業の本店立地法の届出対象の施設について、新設廃止大規模変更などの状況を追跡

##### 【推計項目】

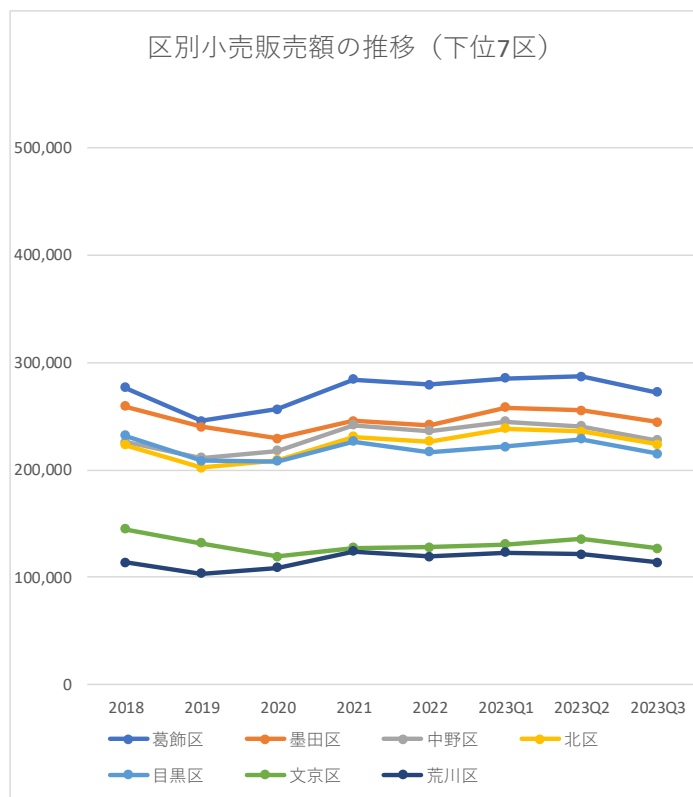
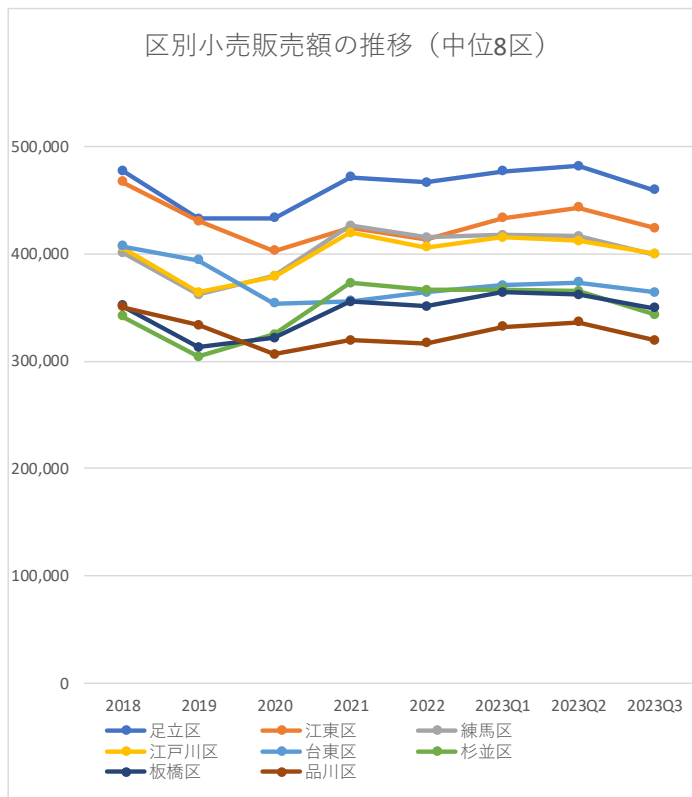
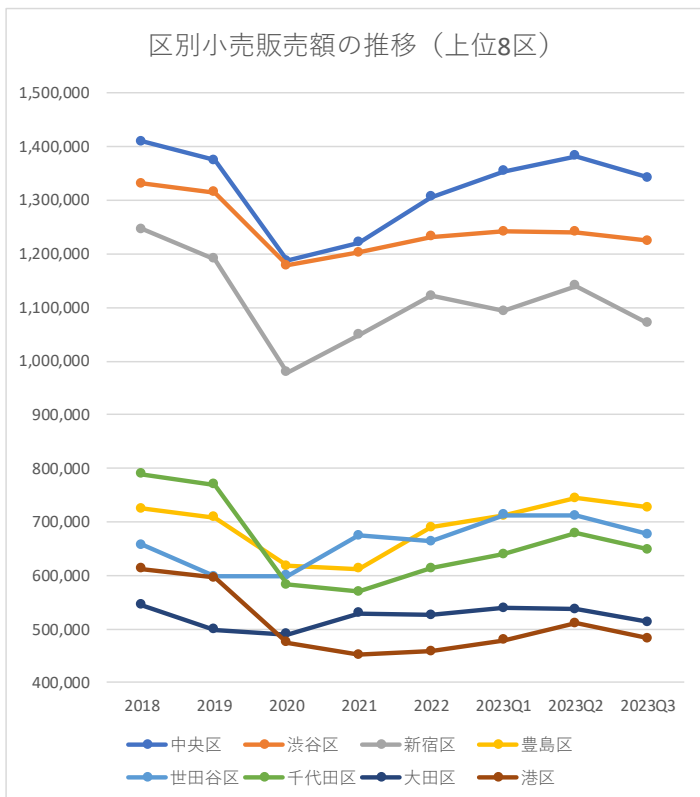
- ・販売額及び販売効率(販売額 / 売場面積; 月坪当り)
- ※推計方法の概要については末尾の「【潜在店舗賃料負担力】の推計方法について」を参照



# (1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

## 推計結果①【小売販売額】の推移(弊社独自推計; 単位 百万円)

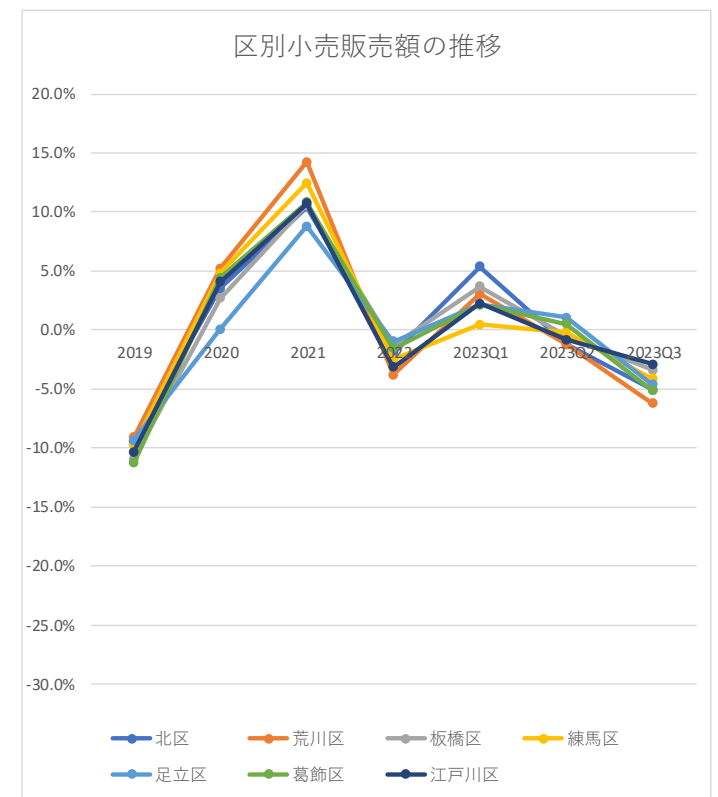
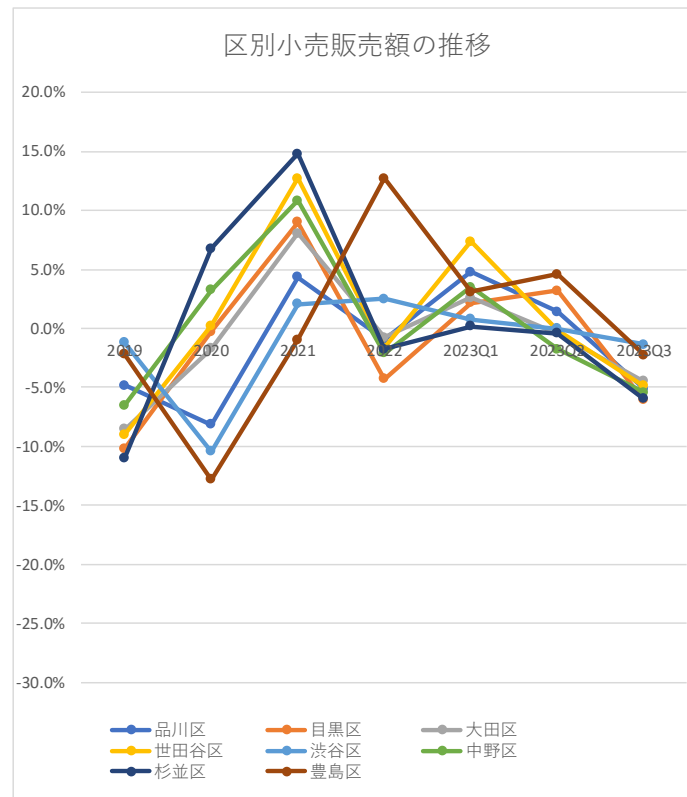
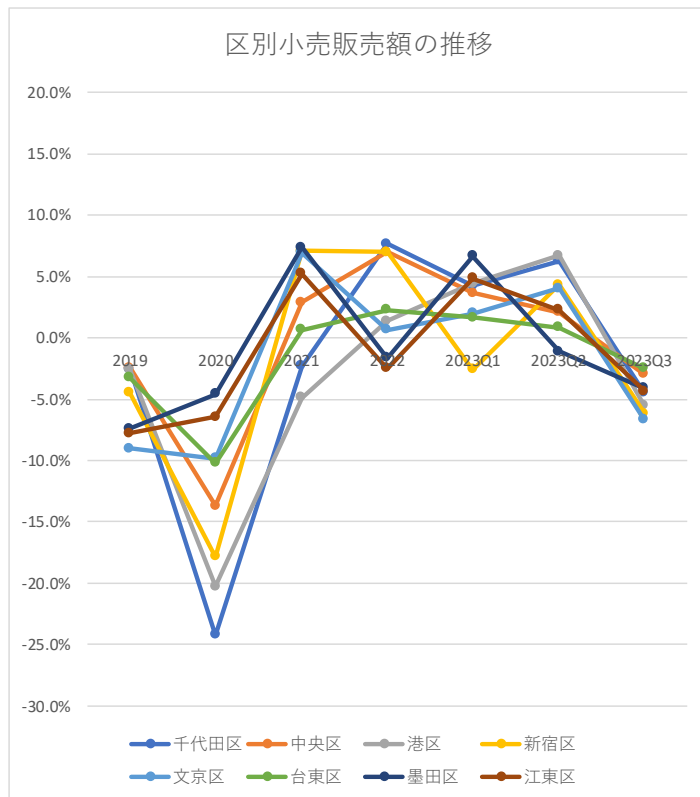
- ・上位の区はコロナ禍で大きく落ち込み、2022年時点では2019年より低い区が多い(中央区、渋谷区、新宿区)  
→その後中央区は2023年Q2にコロナ前の水準に回復したとみられる
- ・中位から下位に行くほど、コロナ禍発生後にむしろ販売額が増加している区が多くなる  
→移動制限による百貨店などの落ち込みが大きかった一方、中下位の区は逆に巣籠り需要で日用品が販売増



# (1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

推計結果②【小売販売額(変動率)】の推移(弊社独自推計; 単位 %)

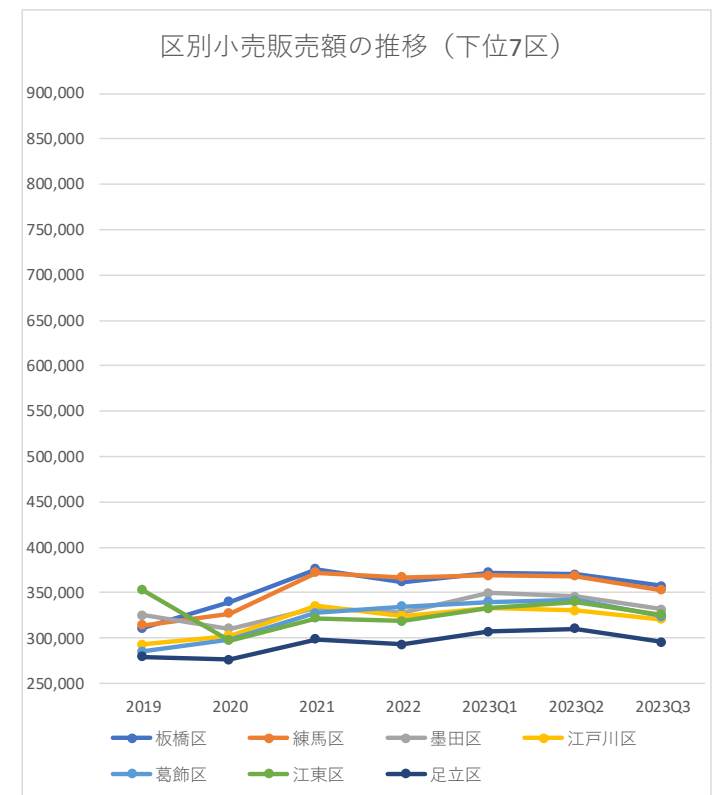
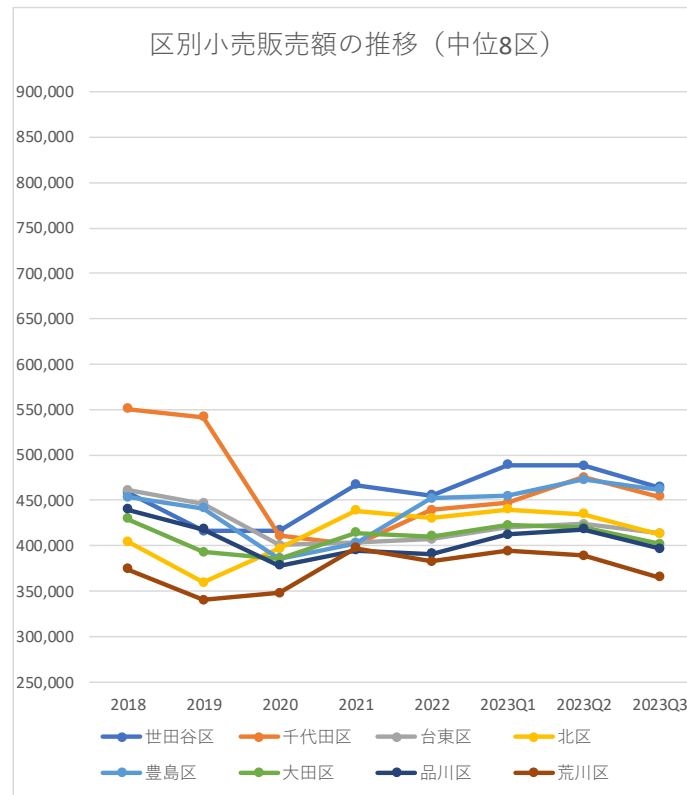
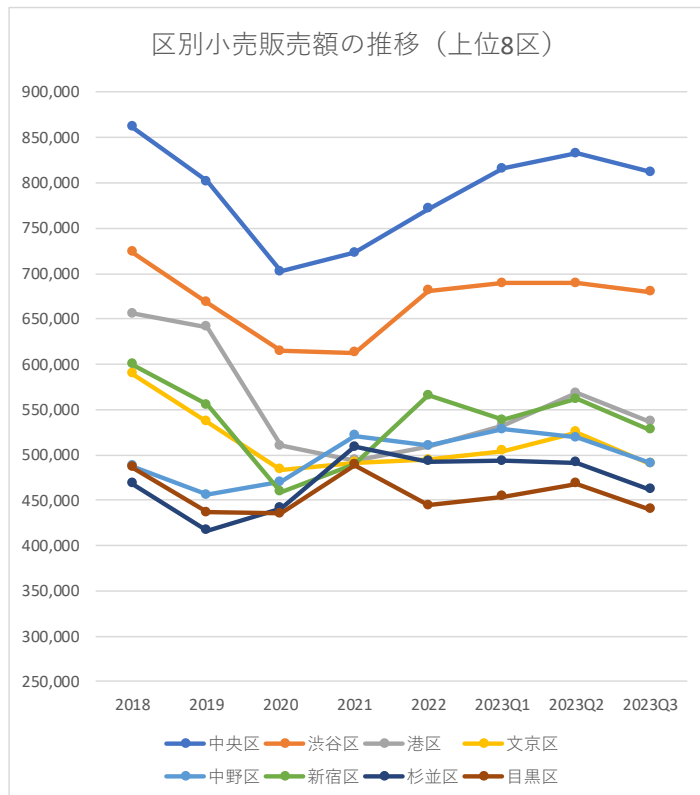
- ・変動率で見ると、コロナ禍発生(2020年)で最も大きく落ち込んだのは千代田区(-24.2%)、港区(-20.3%)  
次いで新宿区(-17.8%)、豊島区(-12.8%)、渋谷区(-10.4%)、台東区(-10.2%)など
- ・一方、翌2021年に大きく増加したのは杉並区(+14.8%)、荒川区(+14.3%)、次いで世田谷区(+12.7%)、  
練馬区(+12.5%)など住宅地が主体の各区となっている



# (1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

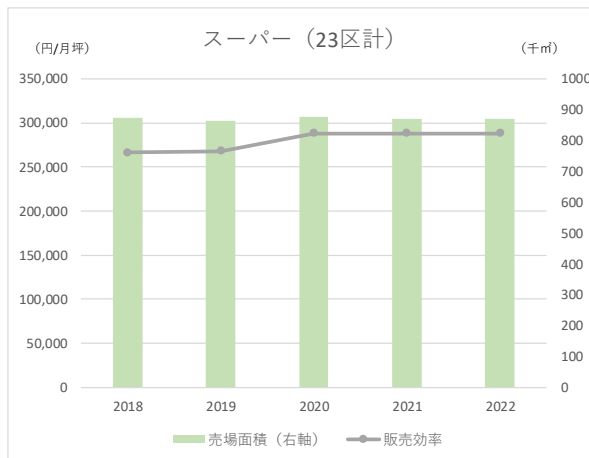
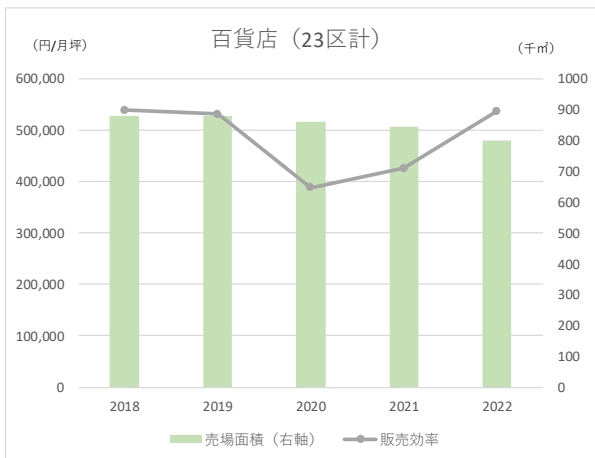
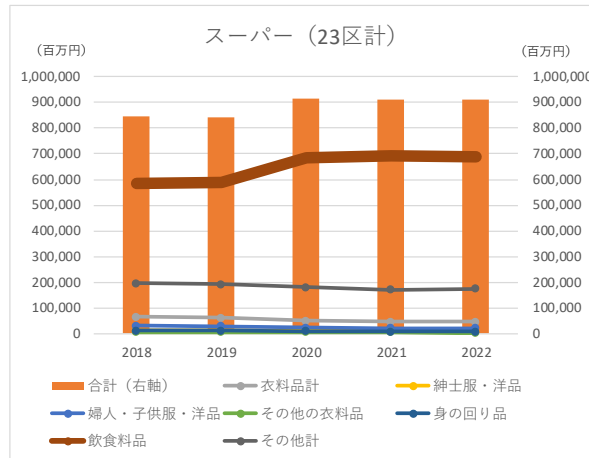
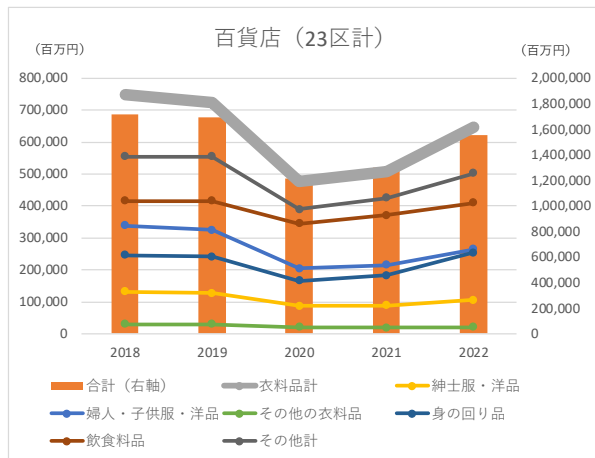
推計結果③【潜在賃料負担力】(小売販売効率)の推移(弊社独自推計; 単位 円/月坪)

- ・最上位の中央区や渋谷区、新宿区は2022年以降、大きく回復してコロナ禍前を上回る水準に達している
- ・コロナ禍発生前は上位3位だった港区も回復傾向にはあるが、従来の水準には達していない
- ・中位の杉並区や世田谷区は2021年に5~6万円/月坪程度の大きな上昇を見せている
- ・中位から下位の区はいずれも2021年に上昇し、2022年はほとんどの区でやや下落し以降は概ね横ばい

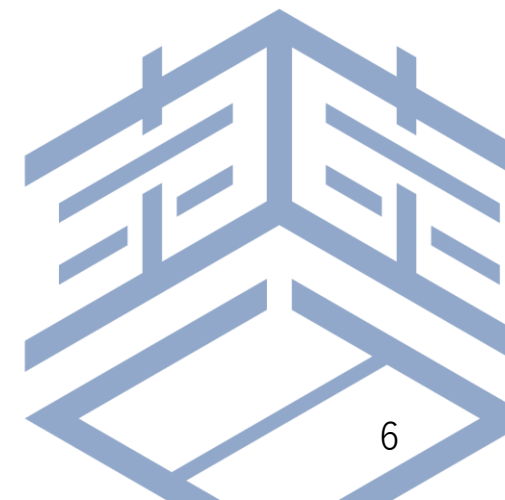


# (1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

- <参考> 商業動態統計調査による小売販売額動向(サンプル調査、東京23区合計のみ)
- ・百貨店はコロナ禍発生(2020年)で大きく落ち込んだが、2022年は従前の水準に近づく
  - ・スーパー(従業員50人以上)は逆にコロナ禍によって販売額が増加(特に飲食料品)



出典 経済産業省「商業動態統計調査」



## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

主要5区のコロナ禍発生による小売販売額の落ち込みとその後の回復状況について、需要側の動きである人流と対比させて検証

### ※主要5区

市場規模(年間販売額)が5,000億円以上(2020年時点)でJR山手線にターミナル駅がある以下の5区  
千代田区、中央区、新宿区、渋谷区、豊島区

### ○各要素のポイント

#### 【小売販売額】

- ・インバウンド需要がピークだった2018年からコロナ禍発生によりどれほど大きく落ち込んだか
- ・コロナ禍後、2022年までにどの程度の回復を見せたか、その後2023年はどのように推移しているか

#### 【人流指数】

- ・販売額の推移に対し、人流(各区滞在者数及び各店来店者数)はどのような推移をたどったか  
※人流は指数化しており、各区全体の人流指数aと百貨店の人流指数bは基準値(100)の水準が異なる

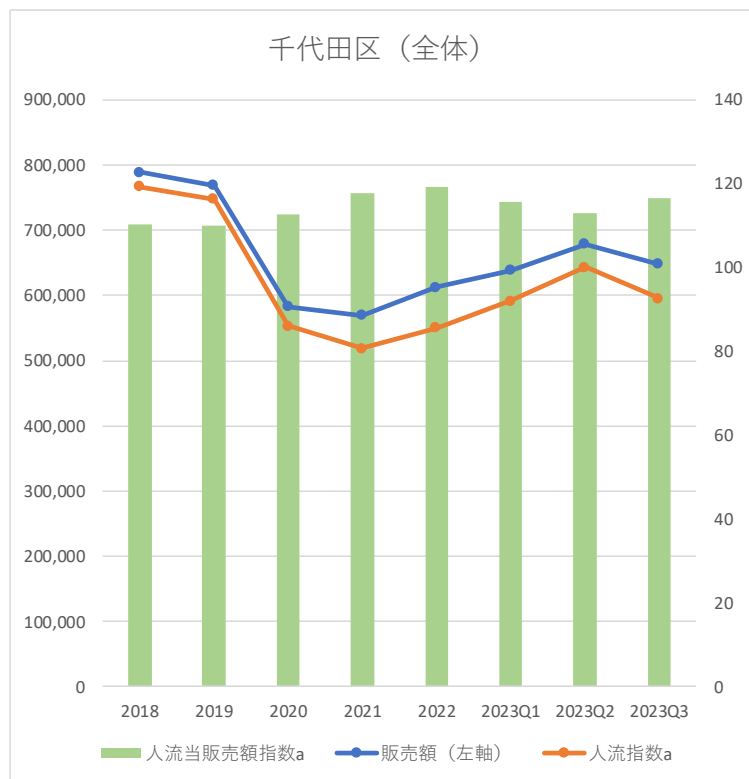
#### 【人流当販売額指数】(小売販売額 / 人流指数)

- ・小売販売額と人流の推移の乖離は、人流1人当りの販売額の変化として把握される
- ・変化の要因としては、来店者(人流で捕捉)の客単価の変化のみならず、人流で捕捉できない売上(顧客宅へ往訪する百貨店の外商など)や、国内携帯キャリアを使用していない外国人(インバウンド需要)の増減が含まれるので、この変化の観察も有用である

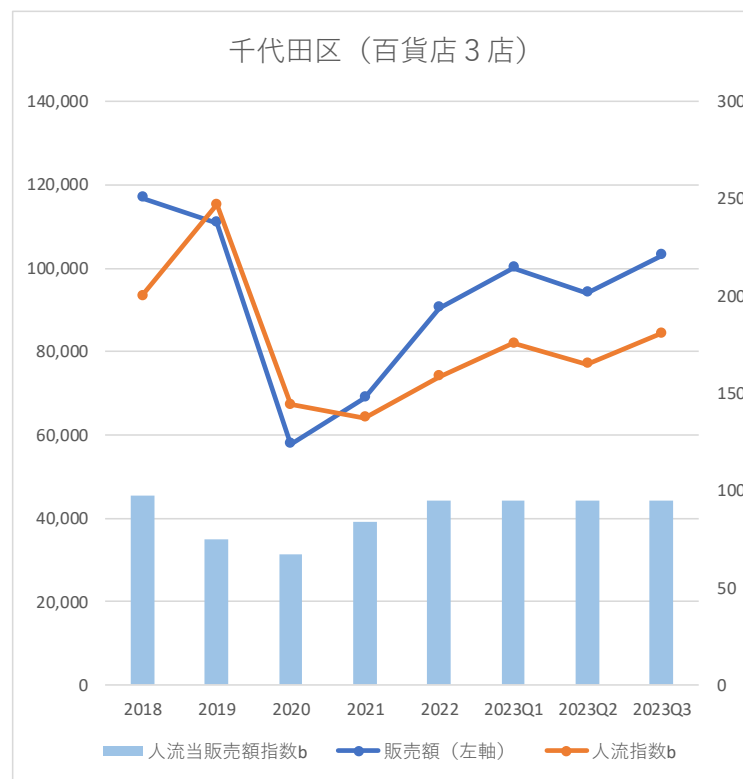
## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### ① 千代田区(東京駅・有楽町)

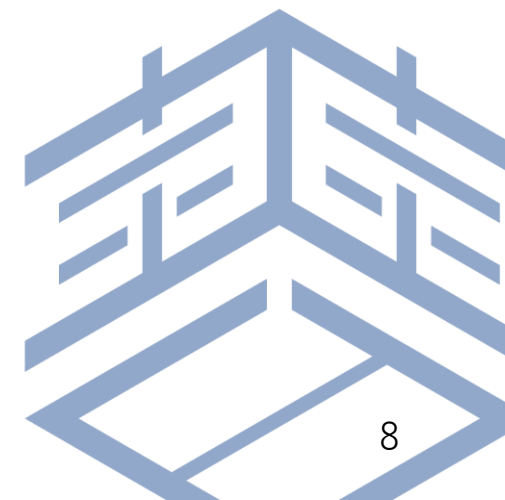
- ・区全体で見ると販売額と人流の動きがほぼ一致しており、人流当販売額の変化は小さい
- ・百貨店3店はコロナ禍後、人流があまり伸びない中で2022年に大きく回復している
- ・背景として百貨店の人流当販売額(客単価等)がコロナ禍前の水準に戻っている  
 ※百貨店;各区とも2023年Q1以降は人流当販売額が2022年と同水準で推移していると仮定し、販売額を推計



単位 (左軸;百万円) (右軸;指数a)



単位 (左軸;百万円) (右軸;指数b※指数aとは水準が異なる)

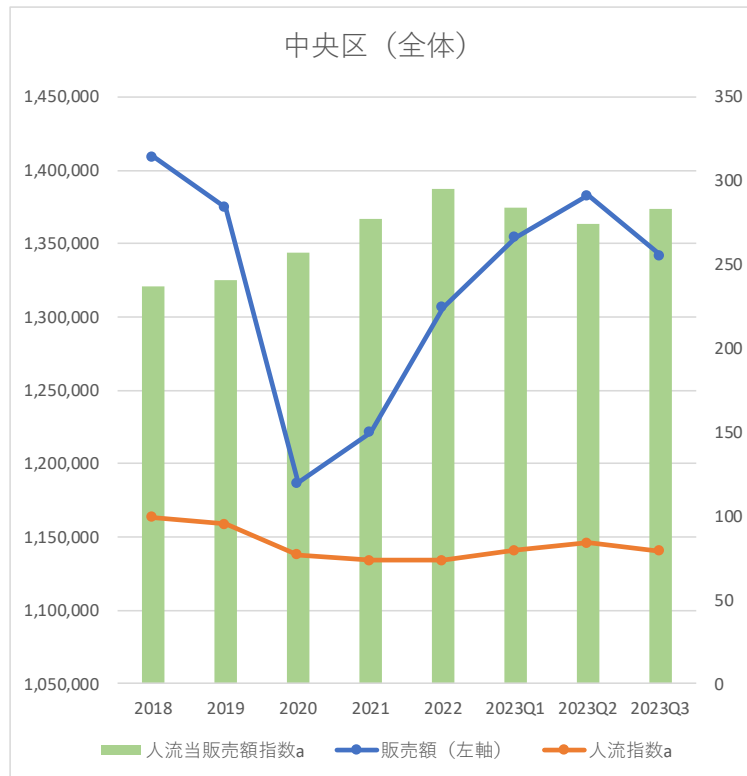




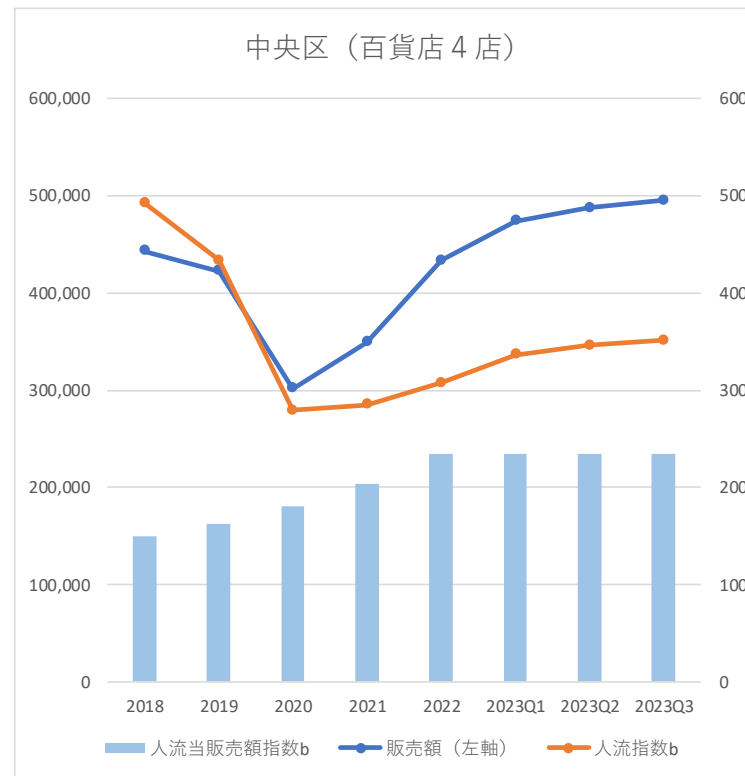
## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### ② 中央区(日本橋・銀座)

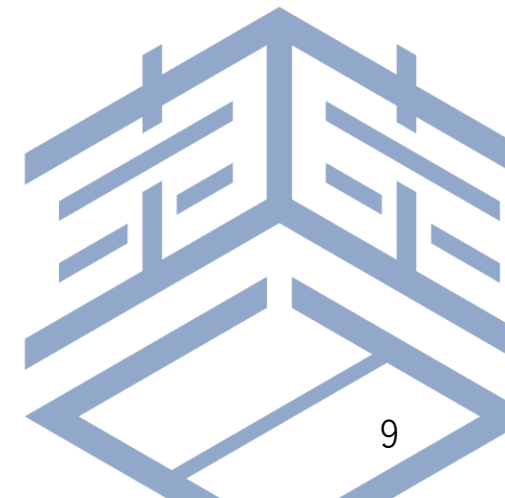
- ・区全体では大きく回復した販売額と人流の動きが乖離しており、人流当販売額が概ね増加傾向にある
- ・百貨店4店はコロナ禍発生後、人流の回復の動きが緩やかな中で販売額はV字回復となっている  
→人流当販売額がコロナ禍発生前から2022年まで一貫して上昇を継続中(外商需要の増加等が寄与)



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数a)



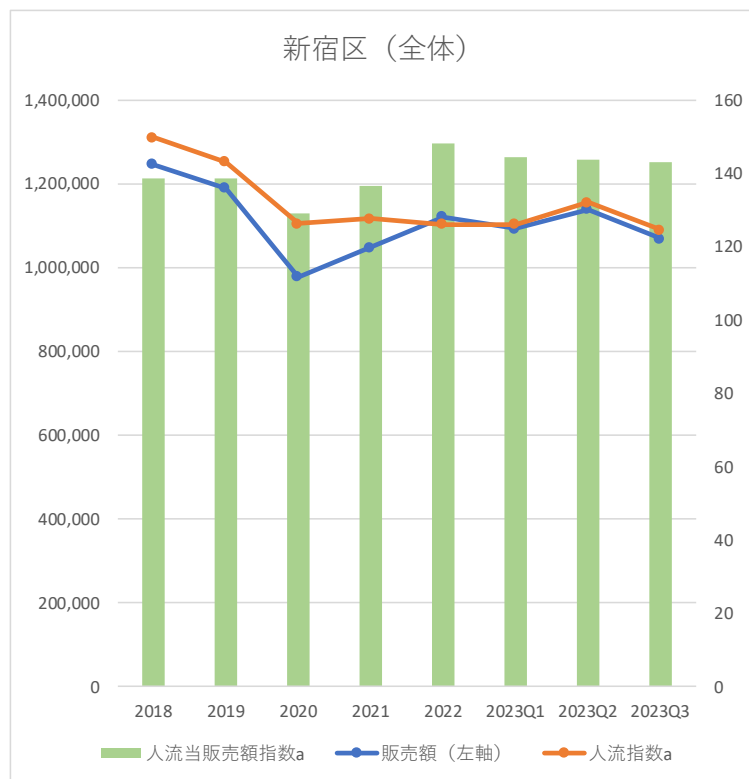
単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数b※指数aとは水準が異なる)



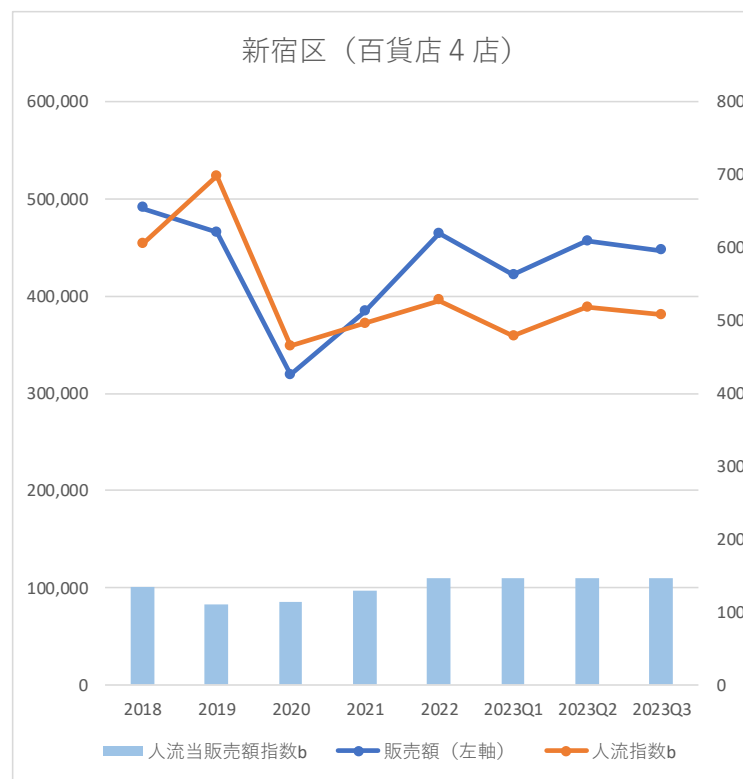
## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### ③新宿区(新宿駅構内・新宿駅東口エリア)

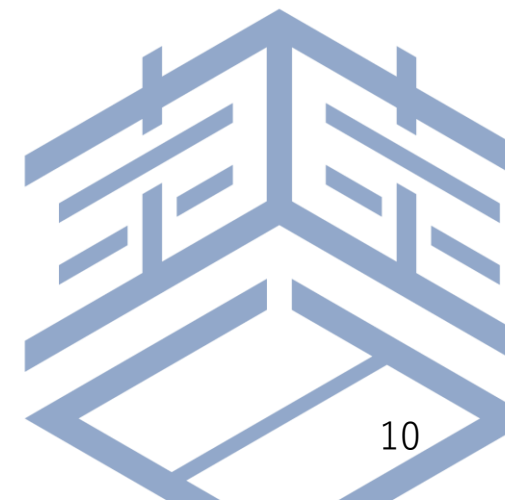
- ・区全体では人流よりも販売額の回復が強く、人流当販売額がコロナ前より増加
  - ・特に百貨店4店はコロナ禍後、人流がほぼ横ばいの中で大幅増のV字回復となった  
(百貨店の中には2022年において販売額がコロナ禍前を超えて過去最高になった店もある)
- ※百貨店4店のうち、1店は建替えのため2022年Q4に閉店しており、2023Q1以降は3店の数値



単位 (左軸;百万円) (右軸;指数a)



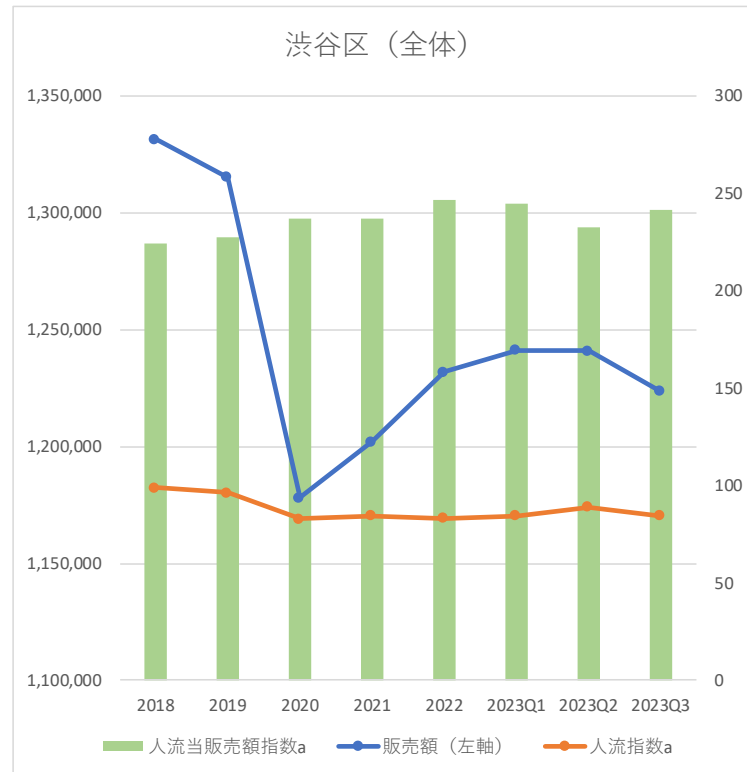
単位 (左軸;百万円) (右軸;指数b※指数aとは水準が異なる)



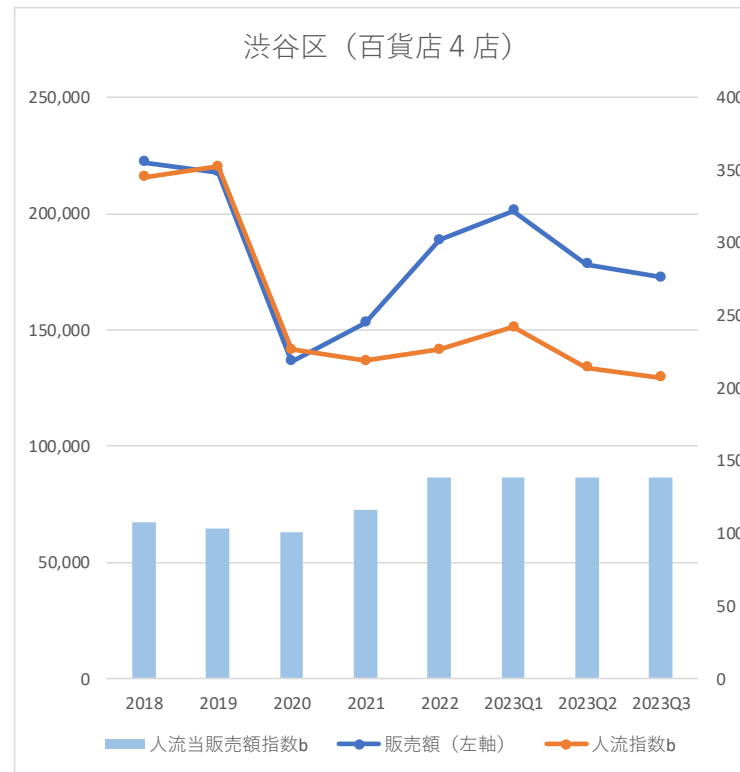
## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### ④ 渋谷区(渋谷駅周辺・新宿駅南口)

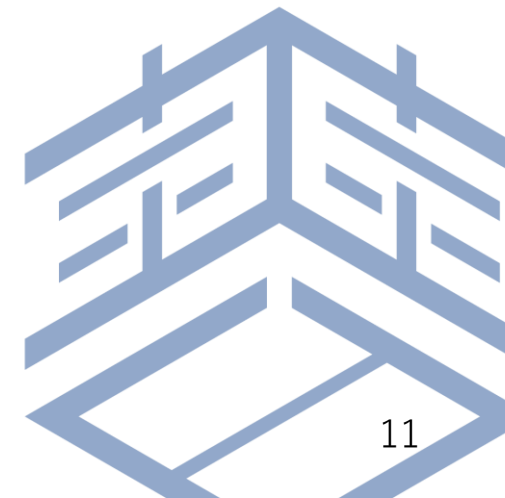
- ・区全体で見るとコロナ禍発生後の回復途上で、販売額と人流の動きの乖離が大きくなってきている
- ・百貨店4店はコロナ禍発生後、人流が横ばいの一方で2022年の販売額は大幅増となった  
しかしその後2店が2022年Q4から2023年Q1に建替え等で閉店したため、2023Q2以降は大幅に減少



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数a)



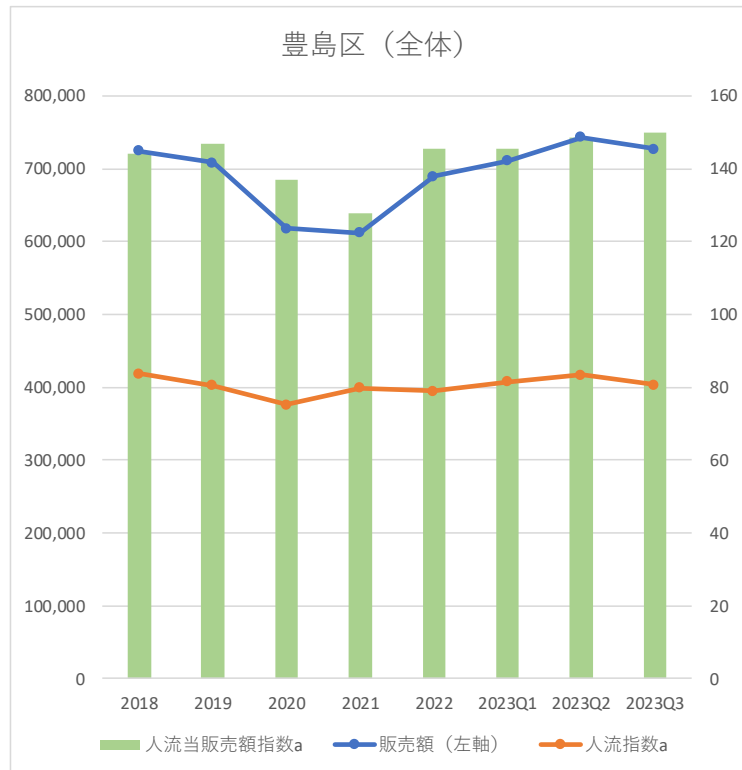
単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数b※指数aとは水準が異なる)



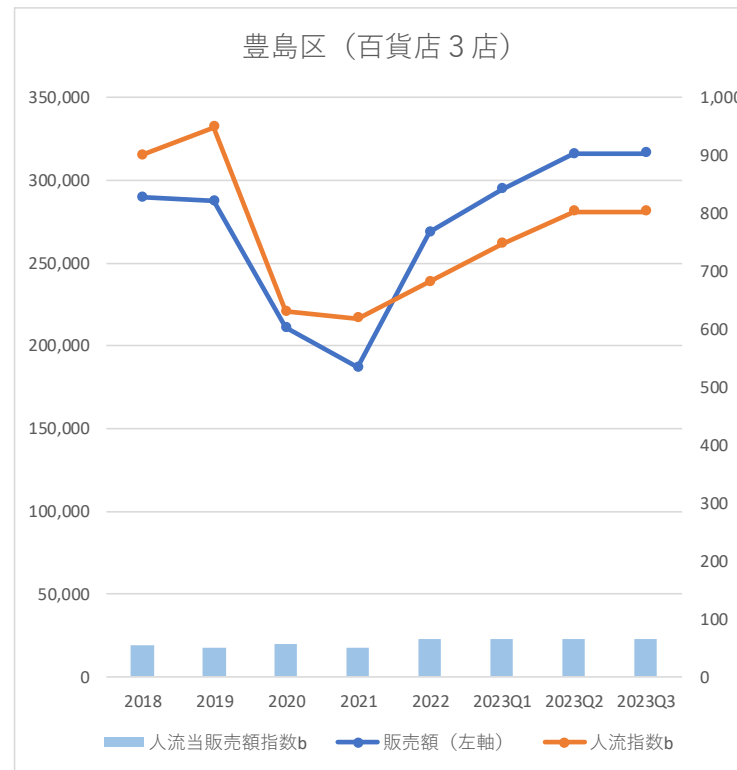
## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### ⑤ 豊島区(池袋駅構内及び周辺)

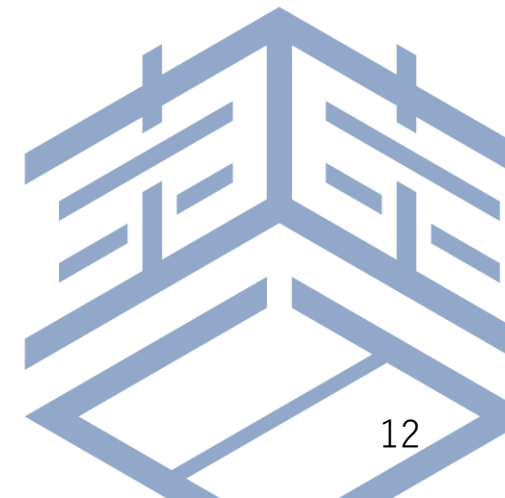
- ・区全体で見ると人流の動きがコロナ禍発生後すぐに回復し、販売額も2022年にはコロナ前の水準に戻っている
  - ・百貨店3店は人流の回復が緩やかだが、それに比して販売額は大きく増加している
- ※百貨店のうち1店は2021年に閉店しており、2022年以降は2店の数値



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数a)



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数b※指数aとは水準が異なる)



## (2) 主要5区の動向(販売額と人流)

### 【主要5区の動向のまとめ】

#### ○百貨店が絶好調の中央区、新宿区

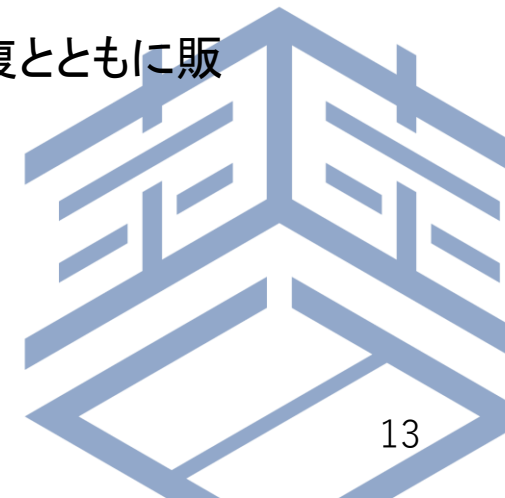
- ・区全体に占める百貨店のシェアが高い中央区(25%超)、新宿区(30%超)は、いずれも百貨店の好調を受けて区全体の販売額もコロナ禍発生前の水準にかなり近づいている  
この背景には、百貨店の人流1人当り販売額の上昇があり、これは店舗内の人流(来店者)として計測されない外商顧客の積極的な獲得が一因とみられる

#### ○百貨店の回復がやや低調な渋谷区

- ・中央区と並んで市場規模が突出して大きい渋谷区(年間販売額で1兆円超)は、人流が回復せず百貨店の上昇トレンドも中央区や新宿区に劣るため、販売額の推移がやや低調となった

#### ○人流に沿って緩やかな回復を見せる千代田区と人流がV字回復の豊島区

- ・千代田区は人流の緩やかな回復に沿う形で販売額も増加しており、豊島区は人流の回復とともに販売額もコロナ禍の水準に大きく戻している



## 【潜在店舗賃料負担力】の推計方法について

### 東京23区の各区分別販売額・販売効率の時系列推計モデル(重回帰分析モデル)

#### (1)百貨店販売額

- ①各店の公表実績値を採用(2018~2022年)
- ②①に各店の人流データ(来店者数)を対比させ、人流1人当り販売額(販売額/人流)の推移を算出
- ③実績値のない2023年Q1以降の四半期推移(年額換算)については、人流\*人流1人当り販売額で推計  
(人流1人当り販売額については各店の2022年の実績値が横ばいで推移すると想定)

#### (2)百貨店以外の小売販売額

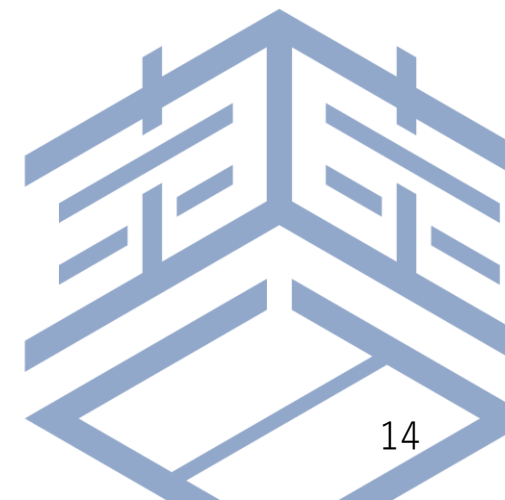
- ①各区全体の販売額実績(2020年)から百貨店の販売額実績(2020年)を差し引き、これを説明変数とする  
※各区全体の販売額実績は、エリア間比較において分析が難しい業種(自動車販売等)並びに無店舗販売を除いて集計
- ②各区全体の人流データ(2020年)及び各百貨店来店者数の人流データを独立変数とする
- ③②の他、各区の地域特性に相当する独立変数を加え、重回帰分析にて各年の販売額(百貨店以外)を推計

#### (3)「潜在店舗賃料負担力」※小売販売効率(売場面積当り販売額水準)

- ①(1)と(2)を合算して各区の小売販売額の時系列値とする
- ②売場面積の時系列値を、各年の大型小売店舗の開設・閉鎖・大規模変更等の情報を加味して作成
- ③小売販売効率 = ① / ②(単位;円/月坪)

#### <採用変数の出典等>

- ・各区小売販売額及び売場面積(推計基準値);経済産業省「令和3年経済センサス」(データ集計時点 2020年)
- ・人流データ ;技研商事インターナショナル「KDDI ロケーションアナライザー」
- ・その他 ;小売業関係各社の公表届出情報等



## 【ゼン・ランド会社概要】

### 【株式会社ゼン・ランドとは】

株式会社ゼン・ランドは、事業領域を「商業用不動産仲介事業」に特化した、総合不動産サービスを手掛ける企業です。2012年の創業以来、約10年間で取引した床面積は、東京ドーム約1.4個分、テニスコート約246個分(64,000㎡)にのびります。今後も透明で公正な取引の下、活気ある社会や新たな街文化を創出するため「場所」を通じた「新たな価値」の創造を目指します。

### 【株式会社ゼン・ランドの概要】

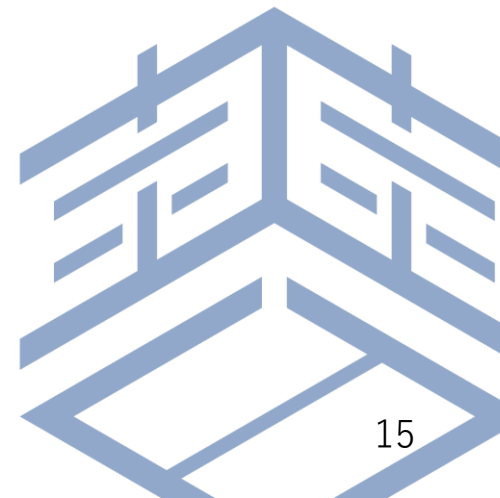
社名 : 株式会社ゼン・ランド

本社所在地 : 〒150-0043東京都渋谷区道玄坂1-17-11ミナミビル9階

代表者 : 藤井 善英

設立年月日 : 2012年10月1日

URL : <https://zenland.jp/>



## 【ご注意いただきたい事項】

### ○著作権

本資料の著作権等は株式会社ゼン・ランド(以下、「当社」という。)に帰属しております。当社の事前の承諾なく、本資料の全部または一部を複製・転載・改変することはできません。  
本資料の内容について転載・複製を行う場合は、出所([https://zenland.jp/market\\_report/](https://zenland.jp/market_report/))を明記してください。

### ○免責事項

本資料は、信頼できると判断した情報等を基に作成しておりますが、その正確性、推計手法等の完全性を保証するものではありません。また、本資料に掲載されている内容は、その作成時点における当社の判断を示したものであり、将来の推計等を保証するものではありません。  
当社は、利用者が本資料に掲載されている情報の使用に起因して生じる結果に対して一切の責任を負わないものとします。利用者ご自身のご判断と責任においてご利用いただくようお願いいたします。

### ○その他

本資料の内容は、予告なしに変更または削除する場合があります。あらかじめご了承ください。

