

「潜在店舗賃料負担力」データの更新について (最新値；2023年第4四半期)

株式会社ゼン・ランド
2024年2月20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】

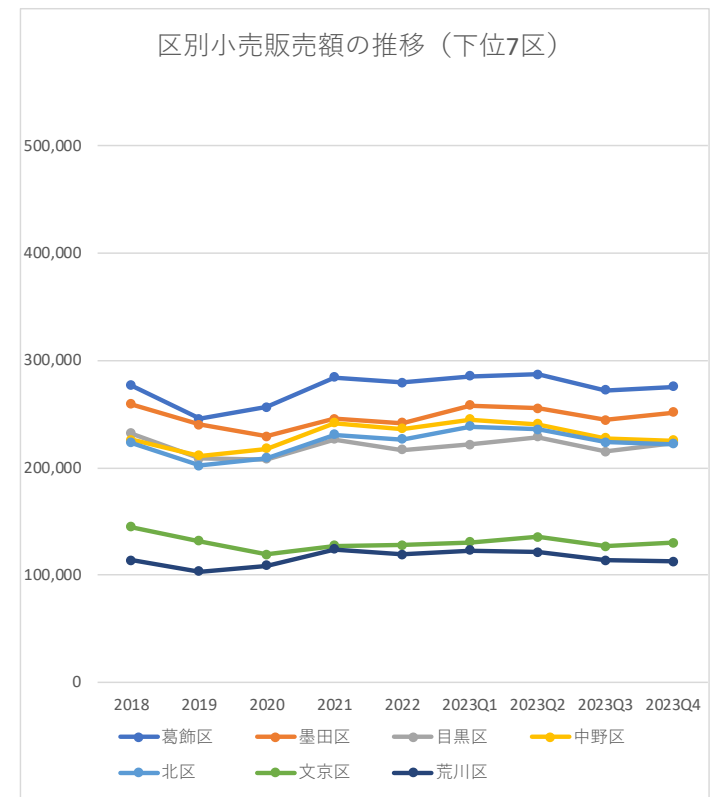
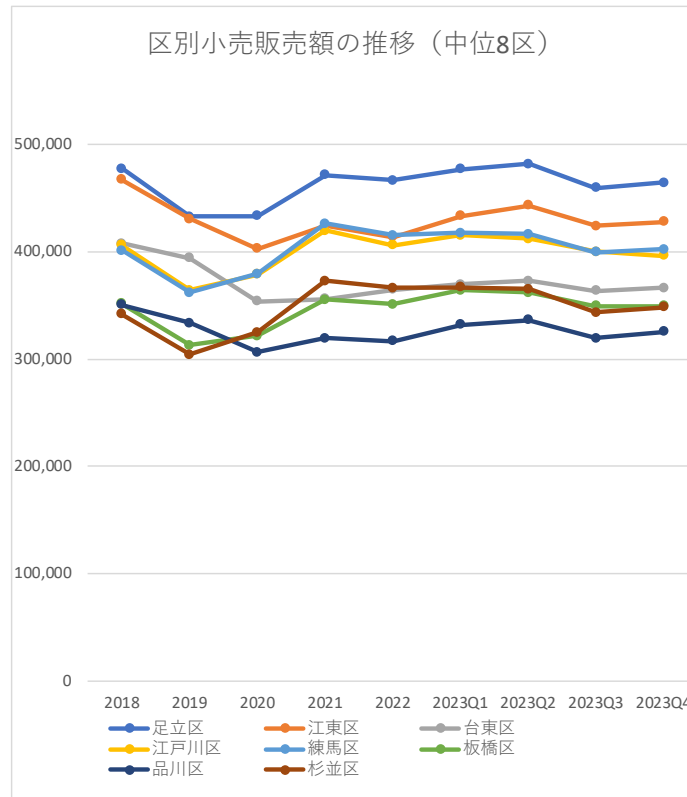
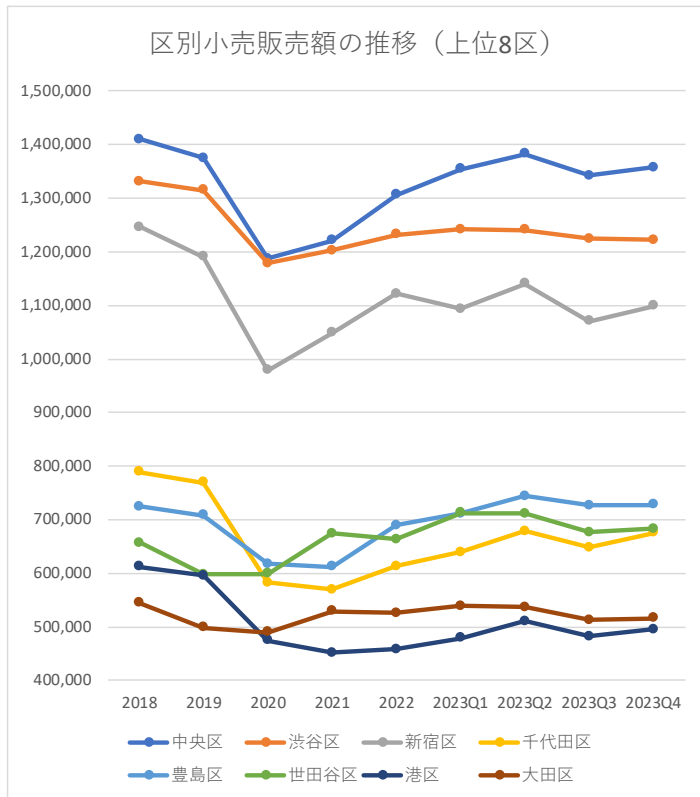
- ・販売額及び販売効率(販売額 / 売場面積; 月坪当り)
- ※推計方法の概要については末尾の「【潜在店舗賃料負担力】の推計方法について」を参照



(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)

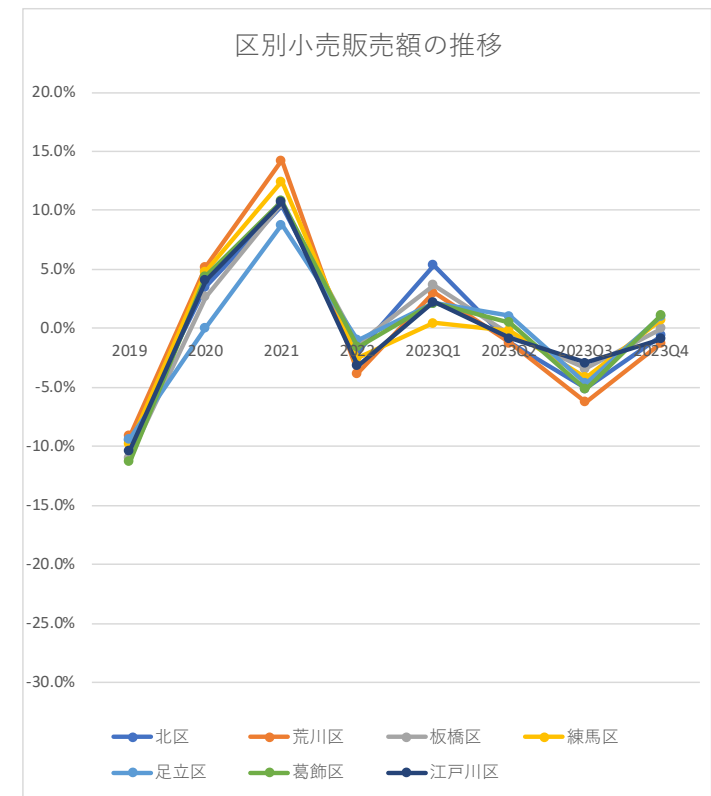
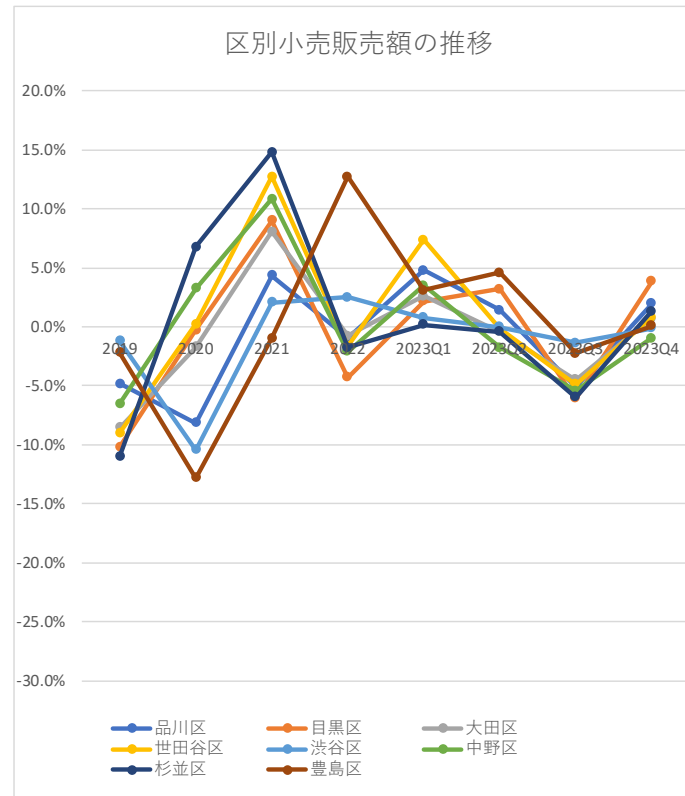
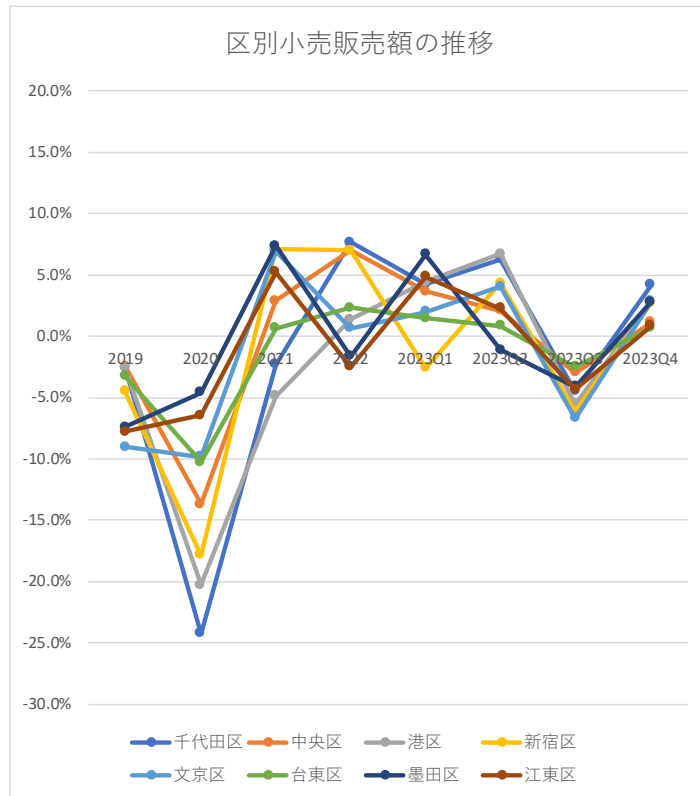
- ・上位の区はコロナ禍からの回復が2023年の前半(Q1、Q2)まで進んでいたが、後半はやや勢いが鈍っている
 →2023年の年間平均値で見ると千代田区、港区で対前年比+7%超、豊島区、中央区、世田谷区で+4%以上の高い増加率を示している
- ・中位から下位ではコロナ禍の巣籠り需要で好調だったため、2023年の年間平均値ではほぼ横ばいか減少に転じた区が多いものの、江東区、品川区、墨田区では対前年比+4%前後と大きく増加している



(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 %)

- ・四半期の変動率で見ると、2023年Q3では全区で対前期比マイナスとなっていたが、今期Q4で1.0%前後のマイナスとなったのは中野、荒川、江戸川の3区のみで、千代田区(+4.2%)、目黒区(+3.8%)や港、新宿、文京、墨田の各区(+2.7~2.9%)など、持ち直した区も多くなっている
- ・2023年の推移としては、Q3(7~9月期)のみ人流が大きく減少して小売販売額がマイナスとなったが、これは東京都で猛暑日が連続41日で過去最長を記録したことなどの影響があったものとみられる

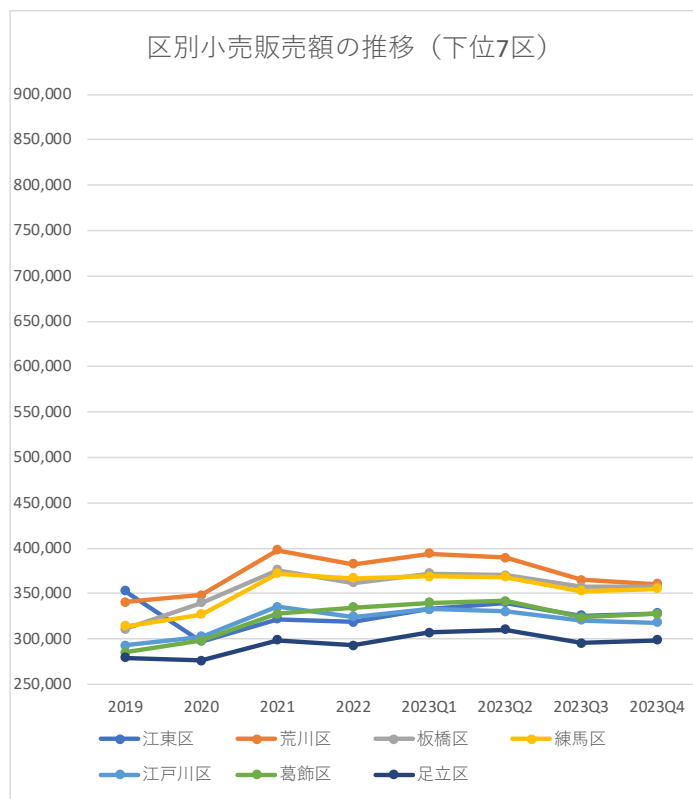
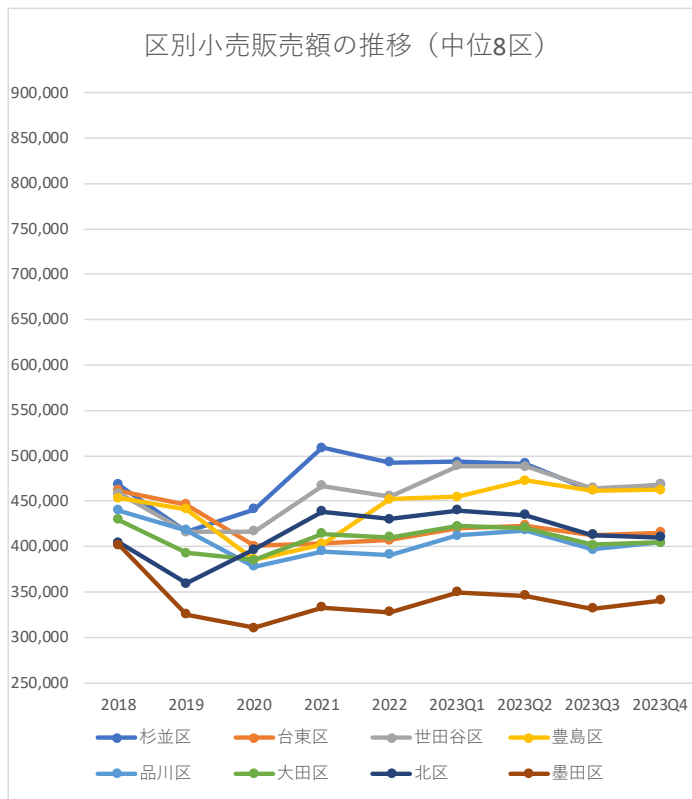
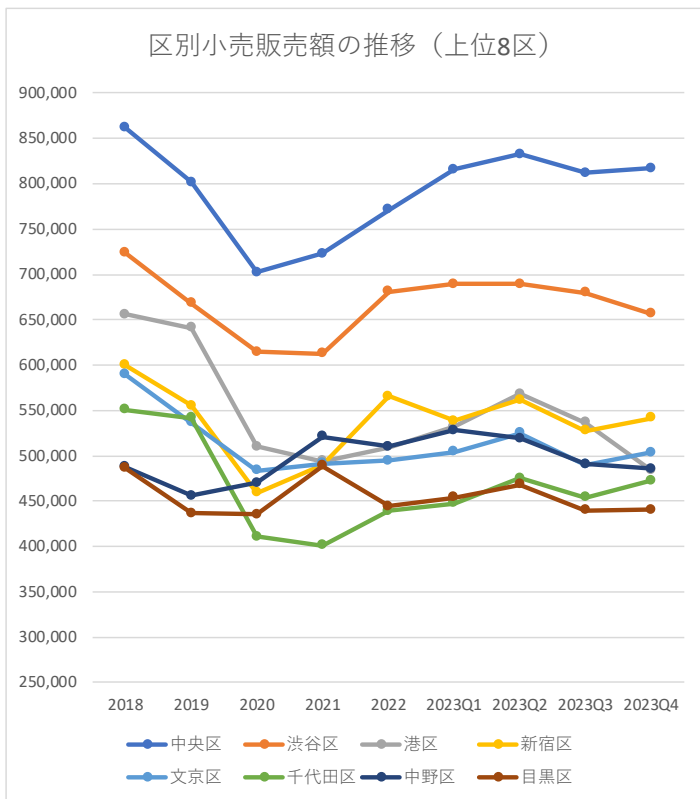


(1) 東京23区の潜在店舗賃料負担力

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)

・最上位の中央区は今期もコロナ禍前を上回る水準を維持したが、渋谷区や新宿区は2023年前半に比べて後半はやや水準が低下しており、他の区も今期Q4は上昇したがQ2の水準までは回復していない区が多い

※渋谷区については、新規施設「サクラステージ」の開業時期が今期の後半以降だったため、今期内の人流増加が売場面積の増加にやや遅行していることも一因であり、この点は次期(2024年Q1)の人流にて検証(港区も今期の「麻布台ヒルズ」の開業で同様の影響があり、次期に検証)



(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)

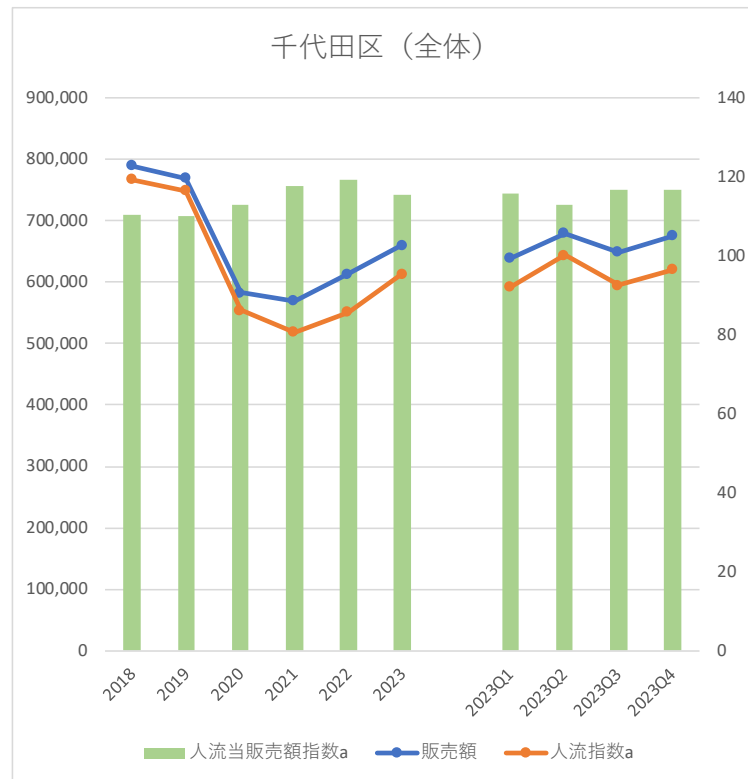
- ・小売販売額と人流の乖離は、人流1人当りの販売額の変化として把握される
- ・変化の要因としては、来店者(人流で捕捉)の客単価の変化のみならず、人流で捕捉できない売上(顧客宅へ往訪する百貨店の外商など)や、国内携帯キャリアを使用していない外国人(インバウンド需要)の増減が含まれるので、この変化の観察も有用である



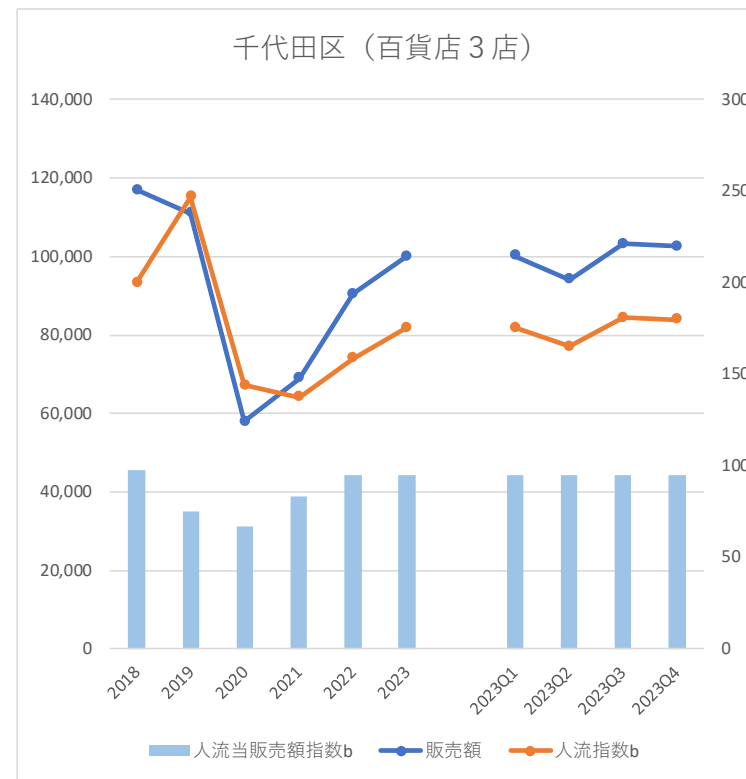
(2) 主要5区の動向(販売額と人流)

①千代田区(東京駅・有楽町)

- ・今期Q4は千代田区全体の人流は回復に転じたが、百貨店3店の人流は前期から横ばいとなっている
- ・その影響により千代田区全体の販売額は前々期Q2の水準まで回復したが、百貨店3店は販売額も横ばいとなった
 ※百貨店;各区分とも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
 (2023年Q1以降の外商顧客やインバウンド客の増減による影響は考慮していない)
- ・2023年の年間値で見ると、千代田区全体と百貨店3店ともに人流が2022年を上回っており、販売額も増加してコロナ禍からの回復が順調に進んだものと思われる



単位 (左軸;百万円) (右軸;指数a)



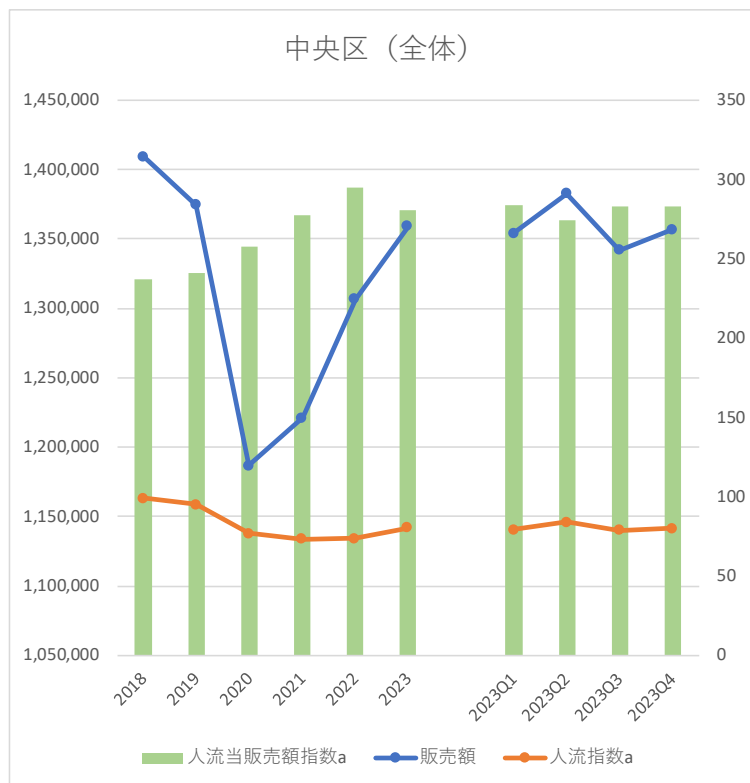
単位 (左軸;百万円) (右軸;指数b※指数aとは水準が異なる)



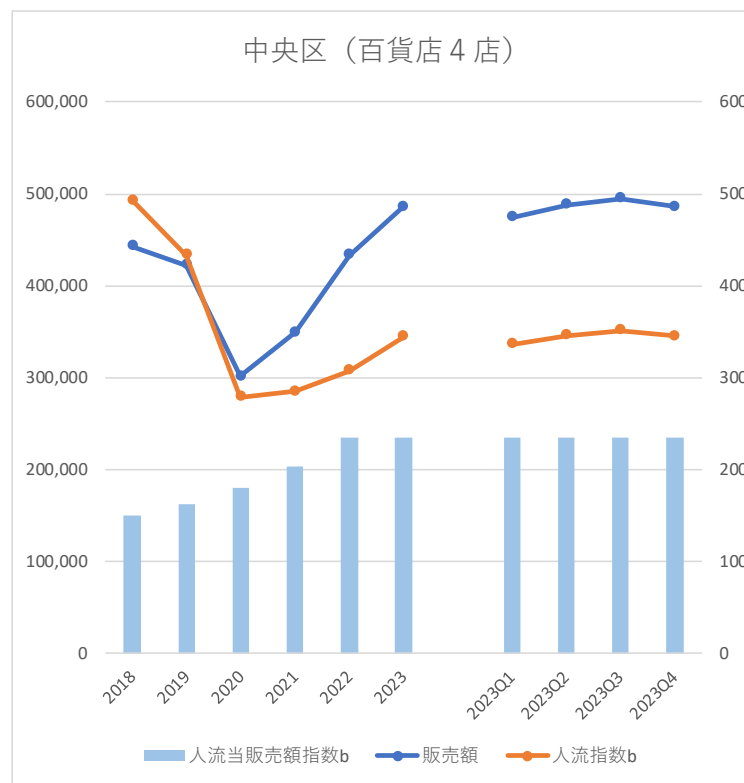
(2) 主要5区の動向(販売額と人流)

②中央区(日本橋・銀座)

- ・今期Q4はQ3と比べて中央区全体の人流はやや回復したが、百貨店4店の人流はほぼ横ばいで推移した
- ・2023年の年間値で見ると、中央区全体、百貨店4店ともに人流が2022年から増加しており、特に百貨店4店は販売額が大きく伸びている
- ・百貨店については、中央区は他の区に比べて人流当販売額の上昇傾向が特に顕著に出ており、客単価に加えて人流当販売額を上積みする外商需要やインバウンド需要が2023年Q1以降も引き続き伸び続けていれば、この推計値よりも販売額がより大きい可能性もある
- ・一方、中央区全体としては2023年の年間平均値で見ると、人流当販売額は前年よりもやや低い水準にとどまったとみられる



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数a)



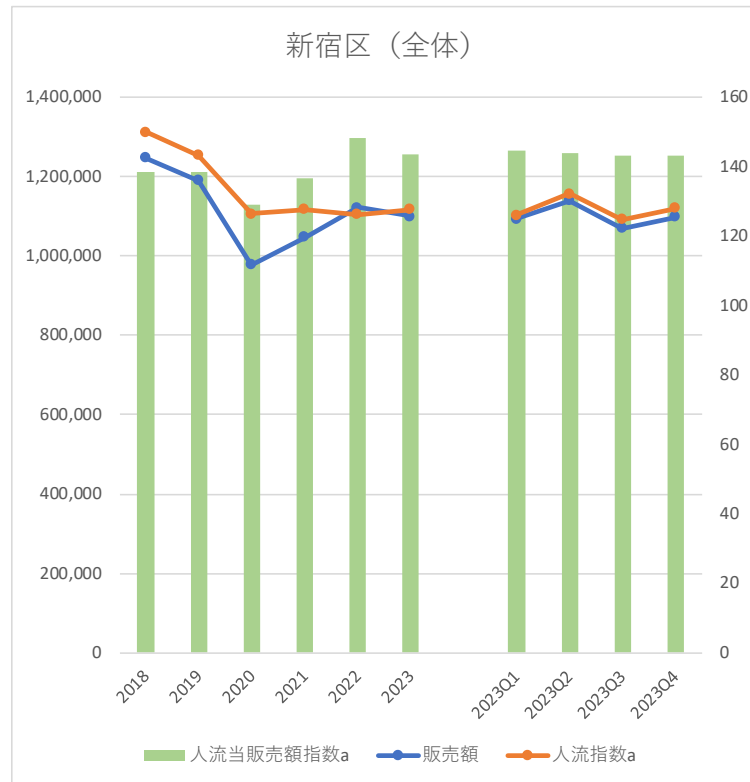
単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数b※指数aとは水準が異なる)



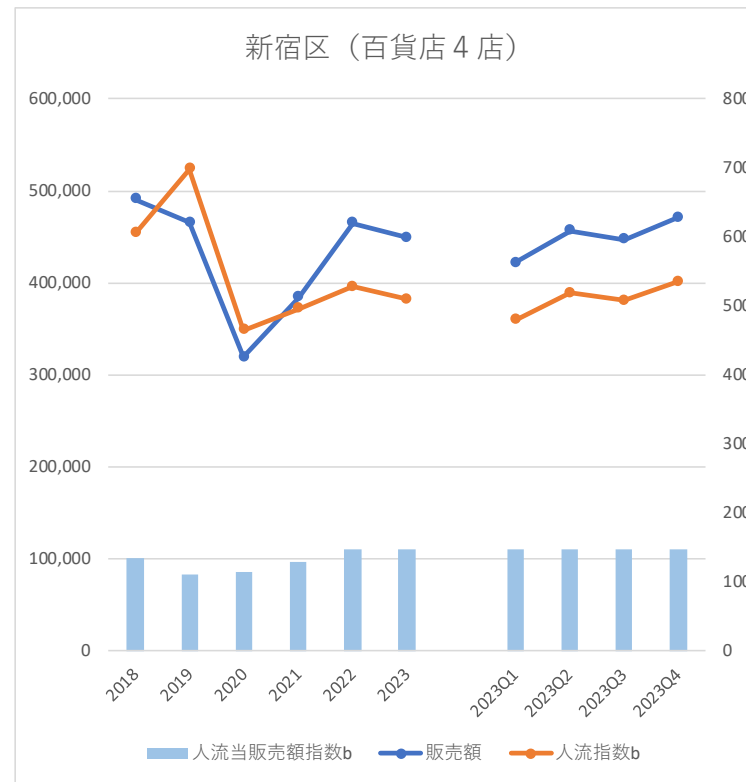
(2) 主要5区の動向(販売額と人流)

③新宿区(新宿駅構内・新宿駅東口エリア)

- ・今期Q4は新宿区全体の人流がやや回復し、百貨店3店の人流も前々期Q2を上回っている
- ・新宿区全体の販売額はやや回復したが前々期Q2の水準には至らず、百貨店3店は今期、2023年の最高値となった
※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
- ・しかしながら2023年の年間値で見ると、販売額は新宿区全体、百貨店3店ともに2022年を下回っており、中央区と比べると2023年前半の回復の動きが弱かったといえる



単位 (左軸;百万円) (右軸;指数a)



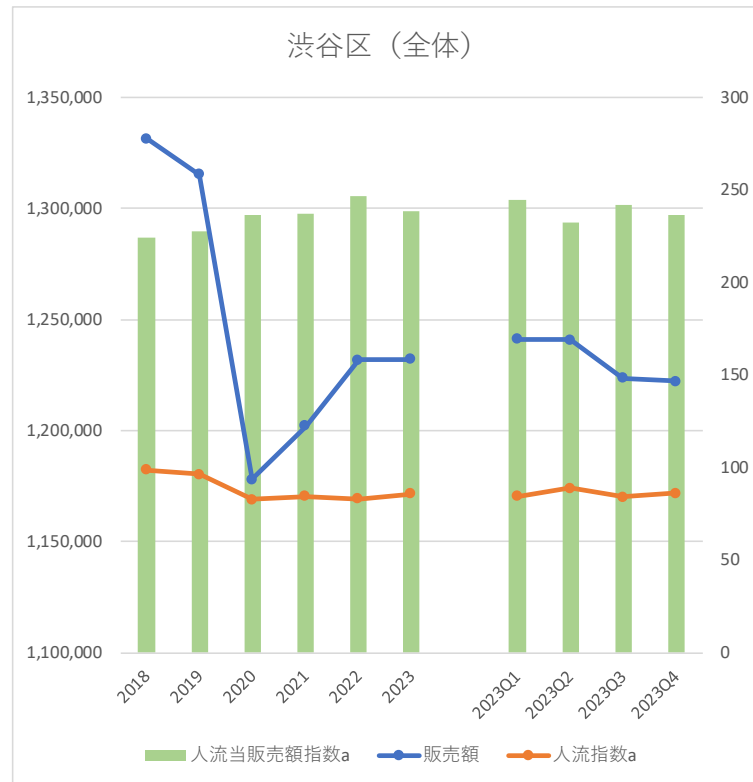
単位 (左軸;百万円) (右軸;指数b※指数aとは水準が異なる)



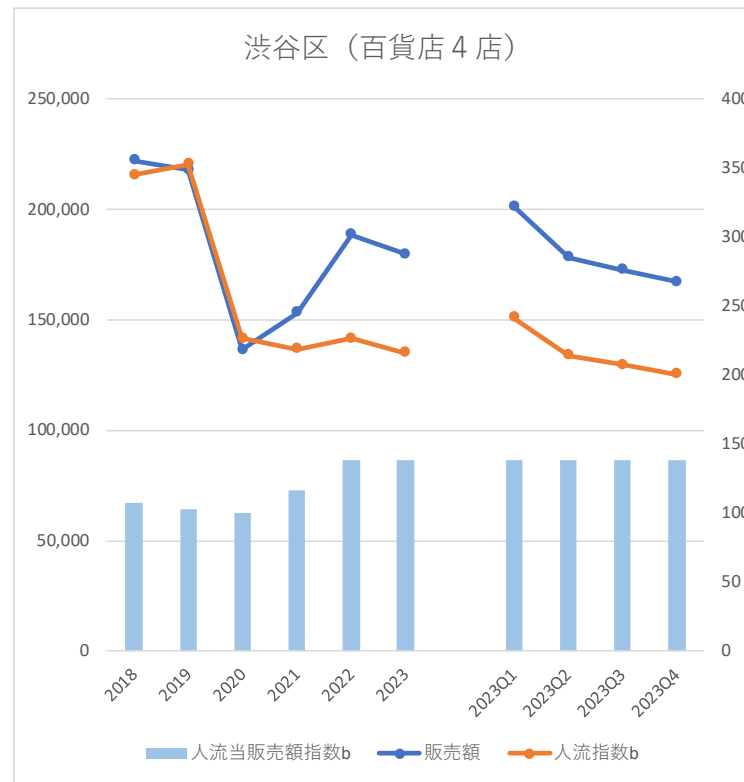
(2) 主要5区の動向(販売額と人流)

④ 渋谷区(渋谷駅周辺・新宿駅南口)

- ・ 今期Q4は渋谷区全体の人流が回復に転じた一方、百貨店2店の人流は前期Q3をさらに下回っている
- ・ 渋谷区全体の販売額は前期Q3からほぼ横ばい、百貨店2店はQ2以降、販売額の減少傾向が続いている
 ※百貨店4店のうち2店が2022年Q4から2023年Q1に建替え等で閉じたため、2023Q2以降は販売額の水準が大きく異なる
- ・ 2023年の年間平均値で見ても、渋谷区全体は販売額が2022年から横ばい、百貨店2店は減少傾向となっている



単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数a)



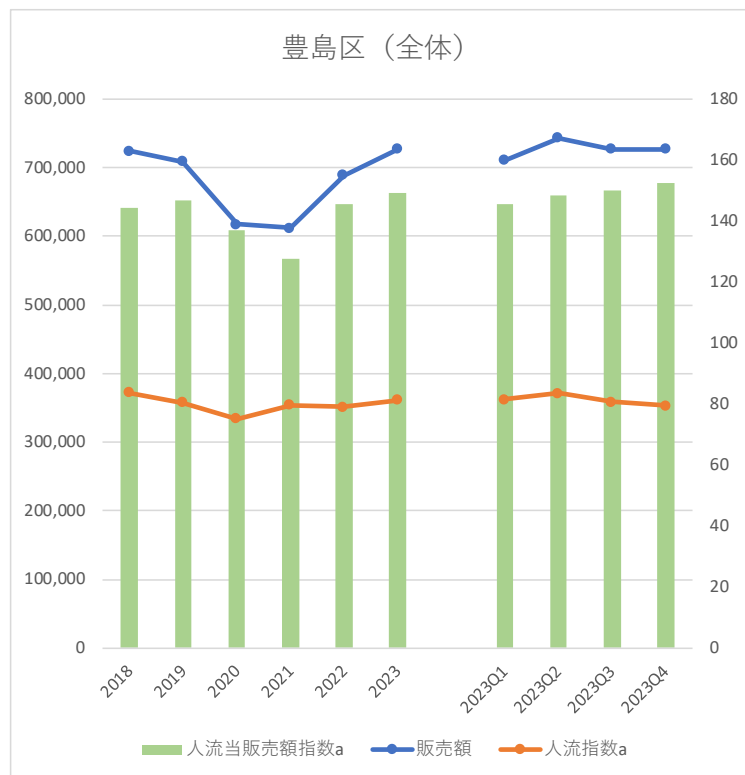
単位 (左軸; 百万円) (右軸; 指数b※指数aとは水準が異なる)



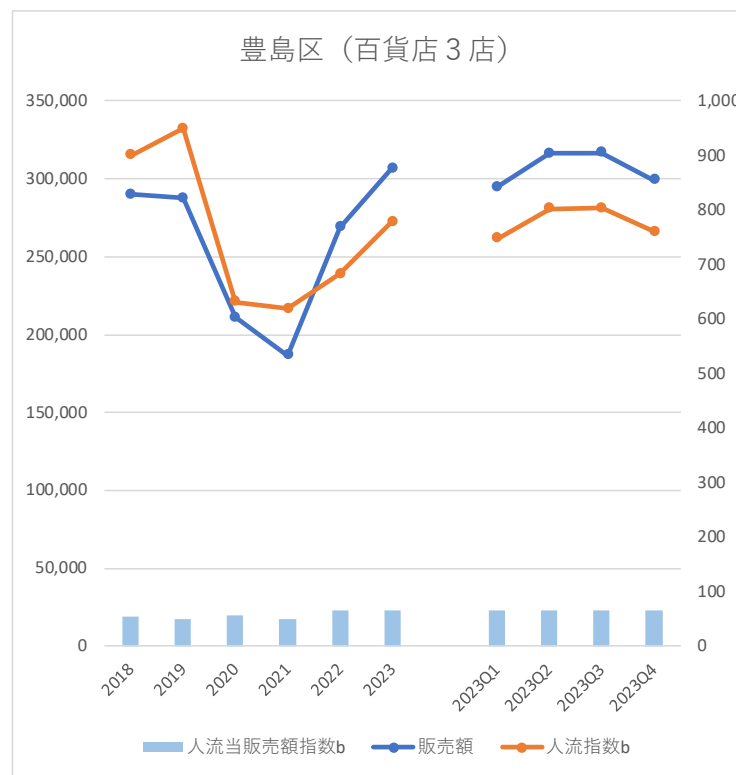
(2) 主要5区の動向(販売額と人流)

⑤ 豊島区(池袋駅構内及び周辺)

- ・ 今期Q4は豊島区全体の人流が前期Q3からさらに減少し、百貨店2店の人流も同様に減少となっている
- ・ 区全体の販売額は前期Q3からほぼ横ばいを維持したが、百貨店2店は販売額も減少となった
→ 今期Q4は、猛暑で集客が落ち込んだQ3からさらに人流が大きく減少している点が他の4区と大きく異なる
※ 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
- ・ 2023年の年間平均値で見ると、豊島区全体、百貨店2店ともに2022年から増加となっているが、2023年後半の人流の落ち込みが顕著である点が注目される



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】

○引き続き順調な回復が続く千代田区、中央区

- ・2023年の千代田区と中央区は、区全体と百貨店の人流のいずれも2022年からさらに増加しており、コロナ禍からの回復傾向が順調に継続している
- ・特に中央区はコロナ禍発生前の2019年の水準に達しており、「完全復活」したと言える状況となっている

○2023年は足踏み状態となった新宿区、渋谷区

- ・2023年の前半は好調だった新宿区だが、区全体では夏場のQ3の人流減少の影響が大きく、Q4も大きく回復しないまま、人流の年間平均値としては2022年からほぼ横ばいとなった
- ・新宿区の百貨店は2023年の後半に回復傾向が強まったものの、年間平均値では販売額が2022年を下回り、その影響で新宿全体の販売額も足踏み状態となった
- ・渋谷区も新宿区と同様の状況にあるが、百貨店が4店から2店に減少した後、その2店の人流が減少傾向にある点が新宿区と異なっている

○年間平均では前年比増ながら年後半の落ち込みが顕著な豊島区

- ・豊島区は2023年の前半(特にQ2)の人流が大きく伸び、年間平均では区全体、百貨店ともに2022年を上回ったものの、年後半のQ3、Q4の人流の落ち込みが他の区と比べても大きい点が特徴的である



【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/)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。

