

数字でみる、

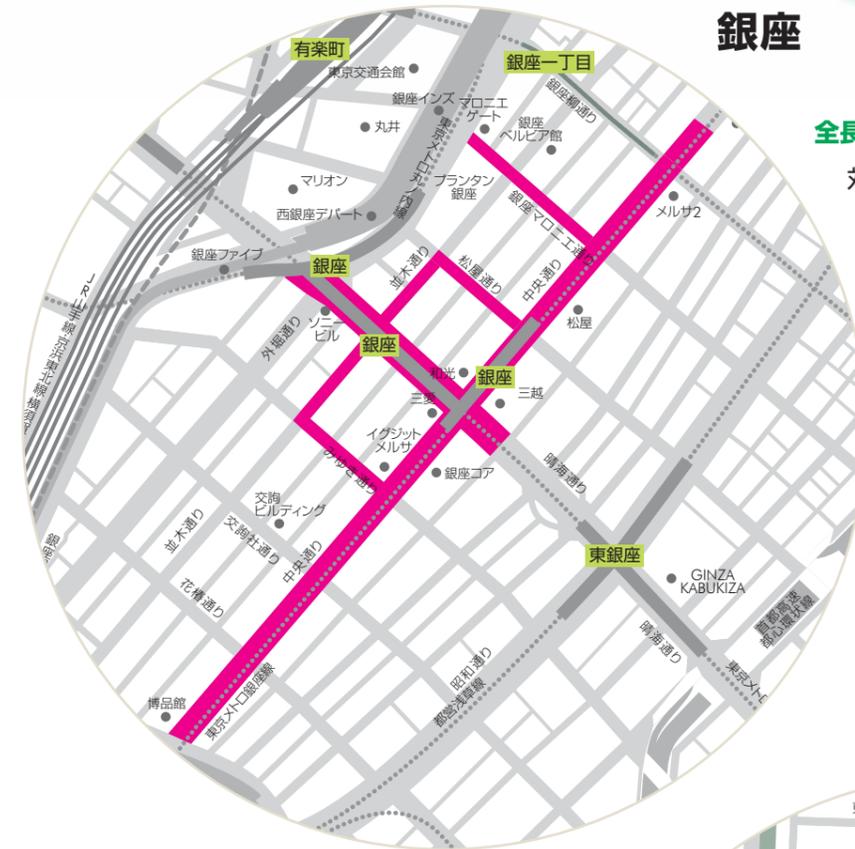
「銀座」「心斎橋」 リテールマーケット

シービーアールイー株式会社 | リサーチ
シニアアナリスト
栗栖 郁 (くりす かおる)
Tel.03-5288-9267
kaoru.kurusu@cbre.co.jp

はじめに

新規供給、新規需要、空室率など、マーケットの指標が四半期毎に公表されるオフィスやインダストリアルセクターに比べ、データが乏しくマーケットの動向が数値で測りづらいのがリテールセクターだ。このような現状を打開するため、これまであまり知られていなかったリテールマーケットのデータを収集・分析することで、ほぼ

営業マンの経験値のみで語られてきたマーケットの「見える化」を一部実現した。本号では、CBREがカバーする主なリテールエリアのうち、東京では銀座、大阪では心斎橋、それぞれのハイストリートに範囲を絞って特集する。



銀座

全長 約3.80km

対象エリアのハイストリートを1本に
繋ぎ合わせた距離

3.80kmとは

東京メトロ銀座駅から末広町駅間の
営業距離(3.80km)と同等

徒歩48分

不動産の表示基準1分=80mで
計算した所要時間

176 kcal

体重60キロの人が、対象エリアの
ハイストリートを48分かけて歩いた際の
消費カロリー

心斎橋

全長 約3.45km

対象エリアのハイストリートを1本に
繋ぎ合わせた距離

3.45kmとは

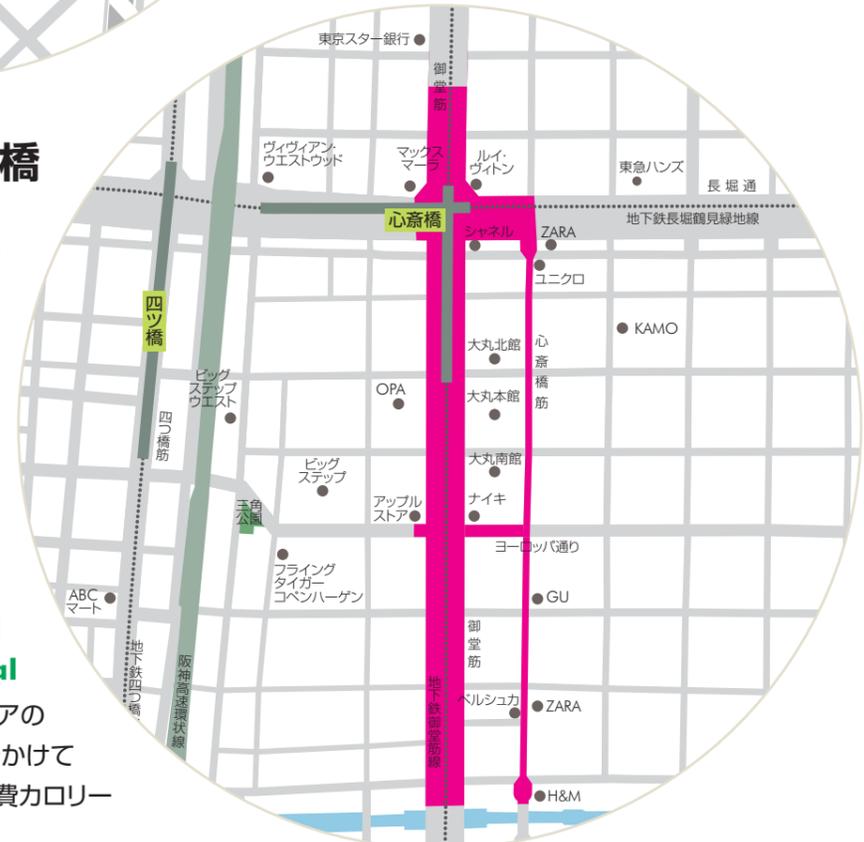
大阪市営地下鉄梅田駅から
心斎橋駅間の距離
(3.20km)よりも250m長い

徒歩44分

不動産の表示基準
1分=80mで計算した所要時間

162 kcal

体重60キロの人が、対象エリアの
ハイストリートを44分かけて
歩いた際の消費カロリー



定義

対象エリア

「BZ空間」2015年秋号なら
びに冬号の店舗賃料相場マッ
プにおける、銀座と心斎橋の
「赤色」のエリア

路面店舗

対象エリアのハイストリートに面し
ている店舗のこと。百貨店や商業施
設の1階店舗のうち、前面道路から直
接入店できる店舗は路面店舗とみ
なす

ファサード

対象エリアのハイストリートに
面する建物の正面部分をファ
サードとして集計。百貨店
や商業施設も含む

店舗総面積

既存路面テナントの売場と
しての賃貸面積を、
CBREが独自に推計

マーケット規模の見える化

店舗の総面積

まず、銀座・心齋橋それぞれのエリアにおいて、特に繁华性が高いとCBREが選定したハイストリートにある路面店舗の店舗総面積を推計した。銀座では約29,000坪(対象212店舗)となり、これは2010年9月に増床した「銀座三越(売場面積:約9,400坪)」の約3.1倍に相当する。丸の内/大手町エリアのグレードAオフィスの貸室総面積と比べると、10分の1程度の規模だ。

一方の心齋橋は約23,000坪(対象199店舗)と、ハイストリートのマーケットサイズは銀座の80%程度ということが分かった。2015年12月に営業を終了し、建て替え工事に入った「大丸心齋橋本店館(売場面積:約9,380坪)」の約2.5倍だ。梅田エリアのグレードAオフィスの貸室総面積と比べると、4分の1程度の規模である。

グレードAオフィスの貸室総面積は、集計をはじめた2005年から右肩上がり増加している。再開発が進むことで、1棟あたりのオフィスビルが大型化するためだ。2002年に施行された都市再生特別措置法をはじめとして、都市の国際競争力の強化という観点から大型開発を促進する制度が設けられてきた。その結果、2016年のグレードAオフィスの貸室総面積は、2005年と比較して90%増となっている。2020年には、東京のグレードAオフィスだけでも貸室面積が約70万坪増える予定だ。しかし、リテールの路面店舗では、主要マーケットのハイストリートが限定的であるため、オフィスのように飛躍的に面積が増えることがない。そのため、希少性の高さがうかがえる。

店舗の面積帯

対象のハイストリートに路面店舗を出店する1テナントあたりの店舗面積を推計した。銀座で一番多い面積帯(件数ベース)は「50坪未満」で、全体の37%を占めた。中央通りの路面店舗に「50坪未満」の区画が最も多く、そのうち約6割は5丁目から8丁目の間であった。また、「100坪未満」の路面店舗が全体の約6割、「200坪未満」の店舗面積が全体の約8割を占めることが分かった。大規模小売店舗立地法を届け出ていると推測する店舗面積1,000平方メートル(約300坪)を超える店舗面積は、15%以下だった。

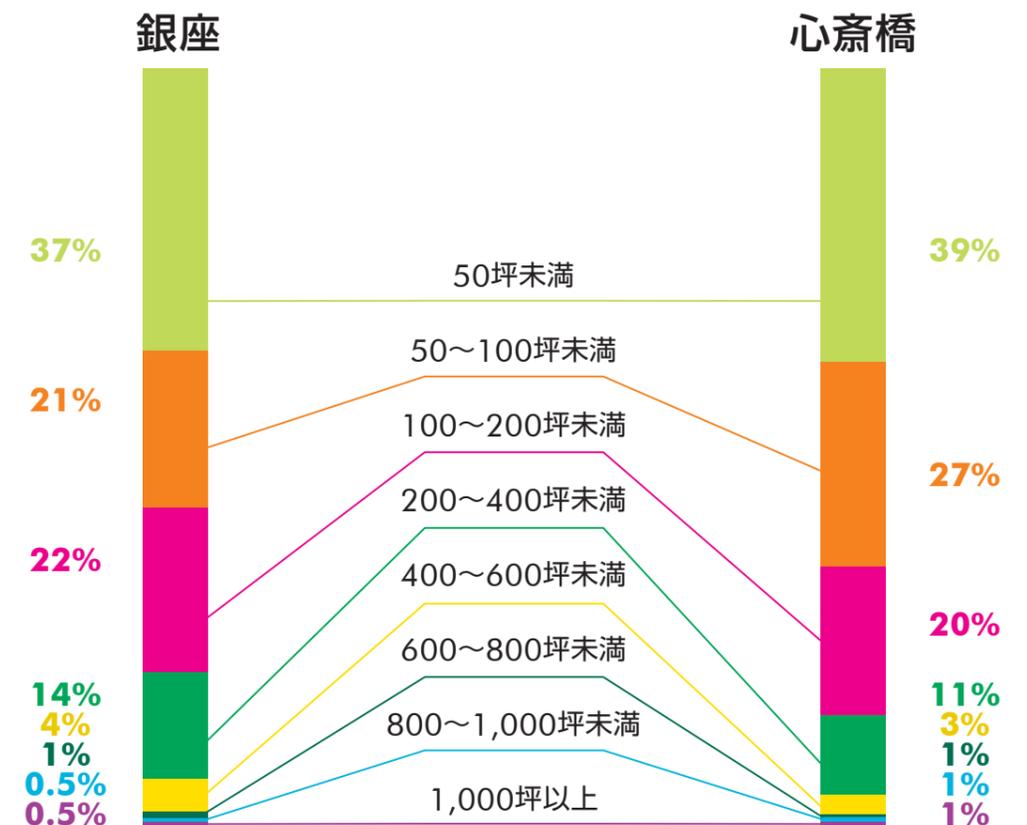
心齋橋で一番多い面積帯も、やはり「50坪未満」の39%で銀座よりも2ポイント高かった。特に心齋橋筋商店街に「50坪未満」の店舗面積が集中しており、全体の

7割を超えていた。「100坪未満」の路面店舗が全体の約7割、「200坪未満」の店舗面積が全体の8割を超えることが分かった。大規模小売店舗立地法を届け出ていると推測する店舗面積は、5%以下にとどまっている。

両エリアに共通するのは、昔から商売をしている老舗店舗が散見されることだ。個人事業主やそれに近い小規模企業が経営する店舗としては、「50坪未満」の大きさが相応しいことが推察される。近年は老舗店舗の数が減少し、海外ブランドが銀座や心齋橋に大型店を出店するケースも散見されているが、エリア全体でとらえるとその割合はまだ低い。



店舗の面積帯



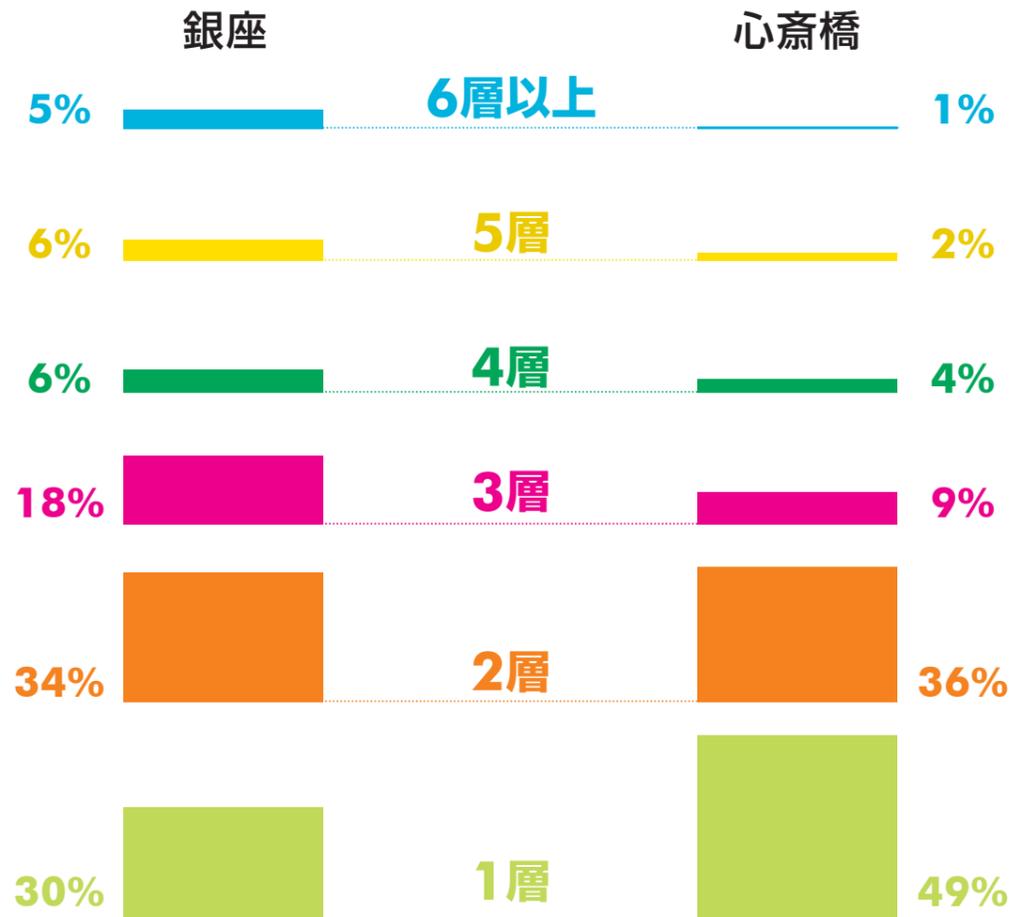
マーケット規模の見える化

店舗の階層

対象のハイストリートに路面店舗を出店するテナントが、1階路面店舗とセットで何層を店舗として使っているかをまとめた。銀座では「2層」が34%と最も多く、「1階のみ」の30%が続いた。また、「1階のみ」、「2層」ならびに「3層」が全体の8割超を占めていることが分かった。心斎橋では「1階のみ」が49%と最も多く、「2層」の36%が続いた。「1階のみ」と「2層」の割合が全体の8割を超えている。

賃料の高い路面店舗とセットにして上・下層階を一括貸しすることで、賃料収入の最大化を図る物件が増えている。目安として、銀座では「3層」、心斎橋では「2層」までのケースが主流と言えそうだ。ただし銀座では、国内外のブランドが日本における旗艦店を出店するケースがあることなどを背景に、「4層」以上の路面店舗も2割弱あった。

店舗の階層：フロア層数



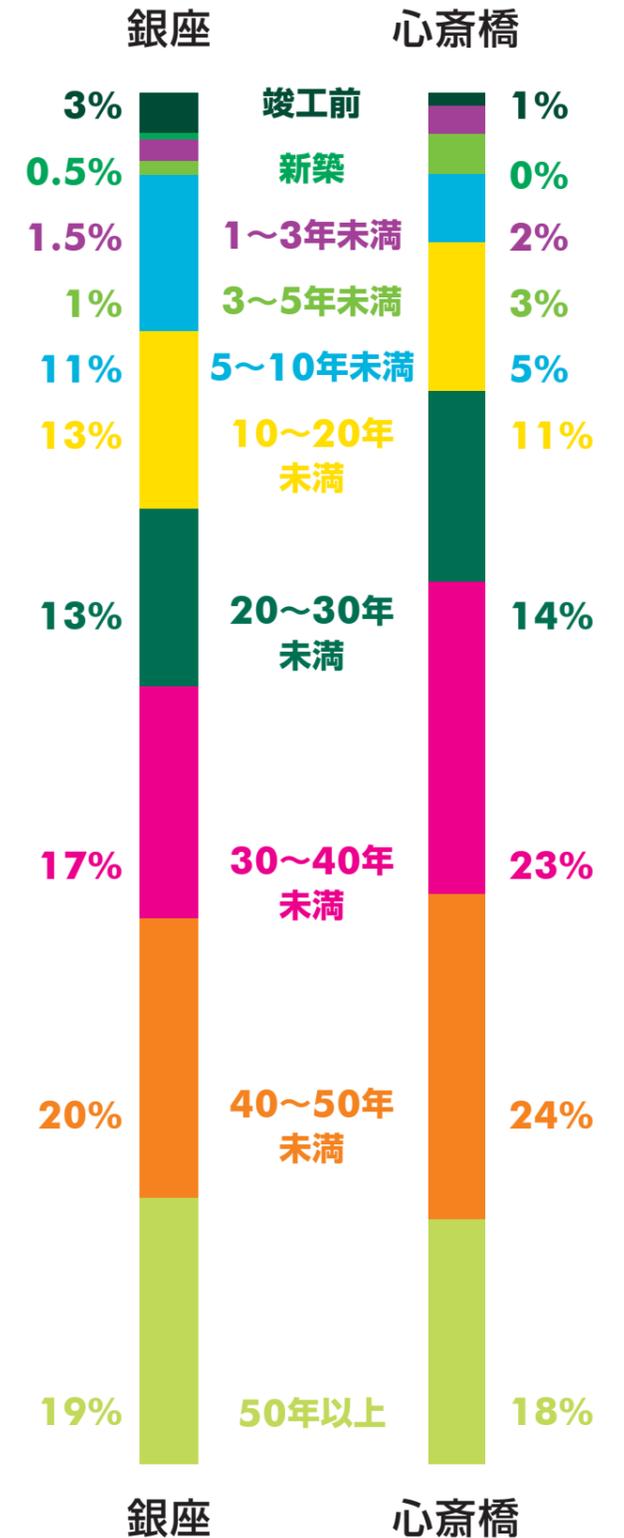
建物の見える化

築年数

対象のハイストリートに所在する建物の築年数をみると、銀座では「40～50年未満」の建物が20%と最も多く、平均築年数は33年だった。また、1982年以降に竣工した建物を「新耐震」、そうではないものを「旧耐震」の建物として集計したところ、「新耐震」が5割超とやや多い結果となった（※耐震補強の実施は考慮していない）。心斎橋でも「40～50年未満」の建物が24%と最も多く、平均築年数は35年だった。「新耐震」よりも「旧耐震」が多く、5割を超えている。

銀座では借地上の建物が多く、建て替えの意思決定が容易に進まないことが考えられる。明治時代の大地主たちや、戦後の復興時に自力再建を断念し、土地を貸しはじめた人々の子孫が、今もなお地権者として残っている。心斎橋では、心斎橋筋商店街を中心に隣接建物との距離が至近であったり、一部壁面などを共有しているために、建て替えのハードルが高いと推察される。ただし現在は、銀座の「銀座六丁目10地区第一種市街地再開発事業」や「大丸心斎橋店本館建替計画」などの注目度の高い開発計画が散見されている。現在進行している開発計画の旧建物は、すべて1920年代から70年代の間に建てられた「旧耐震」ビルだ。

築年数



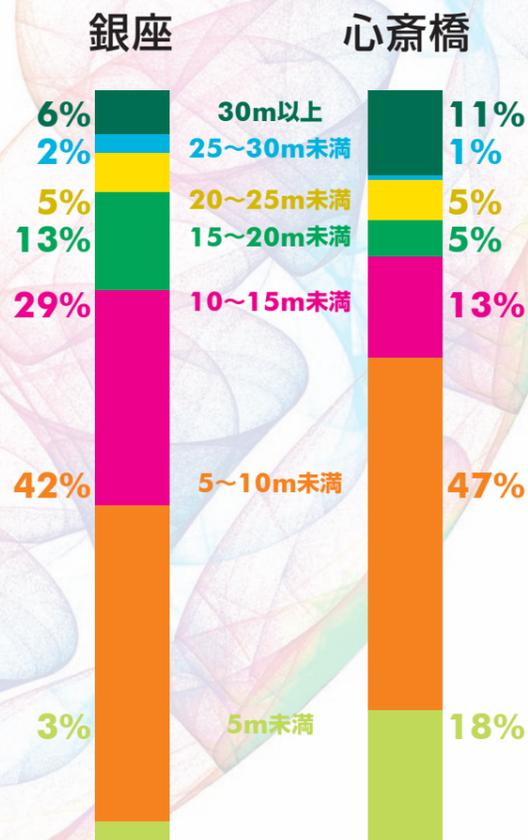
建物の見える化

ファサードの幅

対象のハイストリートに所在する建物の正面部分をファサードとして集計したところ、銀座では「5～10m未満」の幅が42%と最も多く、「10～15m未満」の29%が続いた。「5～10m未満」と「10～15m未満」が全体の約7割を占めている。

心齋橋でも「5～10m未満」が47%と最も多かったが、次いで多かったのは「5m未満」の18%だった。敷地形状が短冊形に切られている心齋橋筋商店街沿いに、「5m未満」の9割超が集中した。

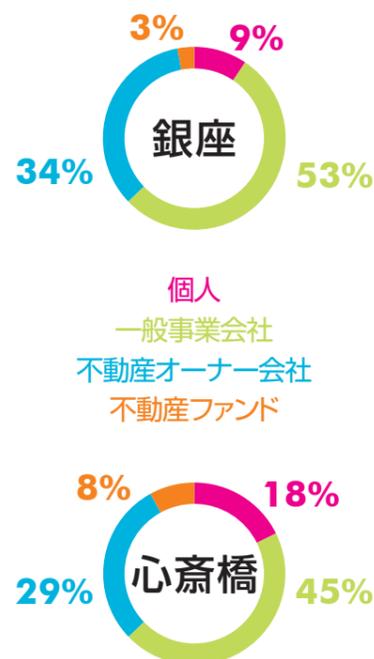
両エリアともに、建て替えが進む通りではファサード幅が広い。銀座のマロニエ通りでは「15～20m未満」と「20～25m未満」が全体の約8割を占めるほか、心齋橋の御堂筋では「15～20m未満」、「20～25m未満」そして「25～30m未満」が全体の5割を超えている。



所有者の属性

対象のハイストリートに所在する建物の所有者属性を「個人」「一般事業会社」「不動産オーナー会社」、そして「不動産ファンド」の4つに分けて考察した。銀座では「一般事業会社」の所有が53%と過半数を占めており、そのうち自社使用（一部賃貸を含む）は4割弱だった。自社使用の中には、海外リテラーが自社ブランドの出店のために建物を購入しているケースを複数含んでいる。心齋橋でも「一般事業会社」の所有が45%と最も多いが、そのうち自社使用（一部賃貸を含む）をしている割合は2割強と銀座に比べて低かった。一方、「個人」の割合は銀座よりも9ポイント高く、その9割超が心齋橋筋商店街の建物所有者だった。

また、心齋橋は「不動産ファンド」の割合も銀座を5ポイント上回った。既述のように、銀座には借地上の建物が多い。そのため「不動産ファンド」が、借地料の支払いによる利回りの低下や、地権者の合意が得られないことを理由に建て替えや売却が戦略通りに進まないなどを懸念している可能性が考えられる。もちろん、心齋橋は銀座に比べて地価が安いいため、「不動産ファンド」が取得しやすいということも言えそうだ。



出店ブランドの見える化

発祥国

対象のハイストリートに路面店舗を出店するブランドの発祥国を集計したところ、銀座では6割超のブランドが「国内」発祥のブランドだった。「海外」発祥ブランドの内訳をみると、「イタリア」が24%と最も多く、「フランス」(22%)、「アメリカ」(21%)が続く結果となった。心齋橋でも7割弱のブランドが「国内」発祥のブランドだった。ただし「海外」発祥ブランドの内訳をみると「アメリ

カ」が23%と最も多く、次いで「フランス」(18%)、「イタリア」(16%)という結果だった。

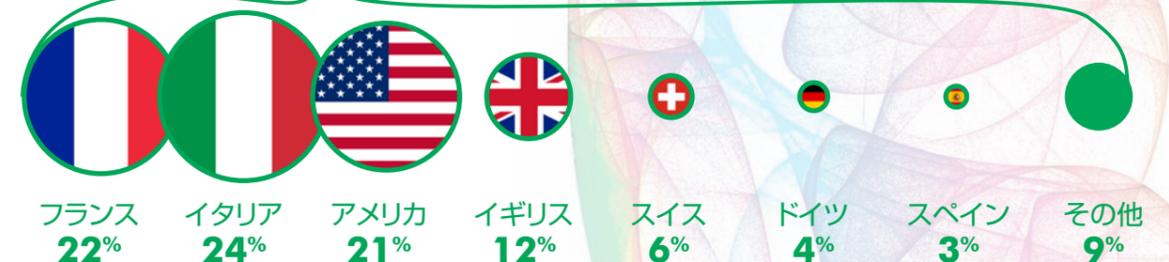
両エリアともに「フランス」と「イタリア」発祥ブランドの6割超はラグジュアリーブランドだが、「アメリカ」発祥ブランドの業種はアパレルなどのファッションや食物販・飲食店と多岐にわたっている。

銀座

国内発祥ブランド 海外発祥ブランド



海外発祥ブランド内の国別割合

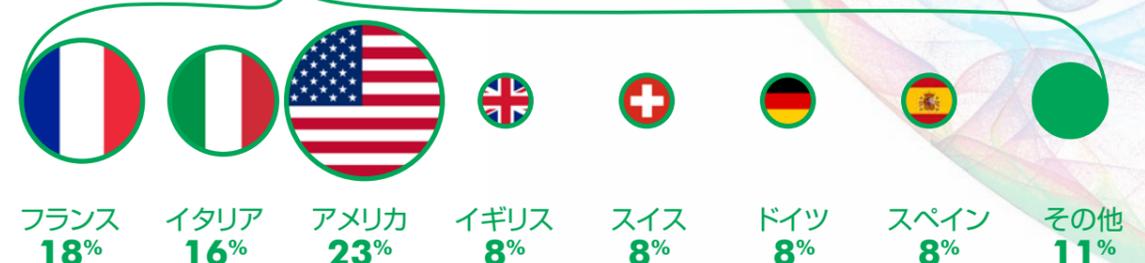


心齋橋

国内発祥ブランド 海外発祥ブランド



海外発祥ブランド内の国別割合



出店ブランドの見える化

業種

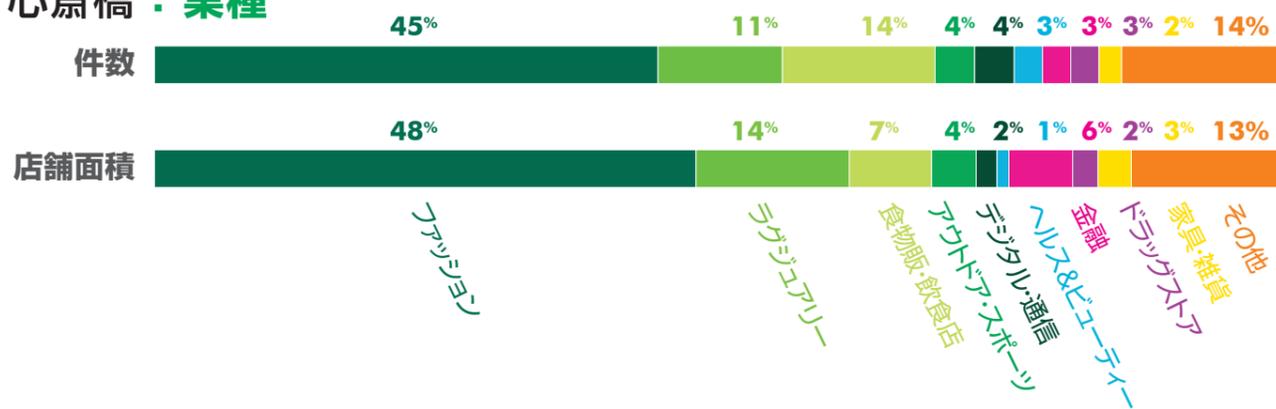
対象のハイストリートに路面店舗を出店するブランドの業種を、件数ならびに店舗面積でそれぞれ割合を集計した。銀座の件数では「ファッション」が46%と最も多く、「ラグジュアリー」の17%が続いた。店舗面積でも「ファッション」が39%と最も多く、「ラグジュアリー」の27%が続いた。ただし、件数では29ポイントあった差が、店舗面積では12ポイントに縮まっている。「ラグジュアリー」の1店舗あたりの面積が「ファッション」に比べて大きいことが分かる。

心斎橋の件数でも「ファッション」が45%と最も多かったが、次いで多かったのは「食物販・飲食店」(14%)で、「ラグジュアリー」は11%だった。店舗面積でも「ファッション」が48%と最も多かったが、「ラグジュアリー」が14%と「食物販・飲食店」の7%を上回った。心斎橋でも、「ラグジュアリー」の1店舗あたりの面積が他の業種に比べて大きいことが分かった。ただし、多くのラグジュアリーブランドが日本における旗艦店を銀座に設けており、銀座の「ラグジュアリー」店舗の平均面積が約220坪だったのに対し、心斎橋では約140坪と80坪の差があった。

銀座：業種



心斎橋：業種

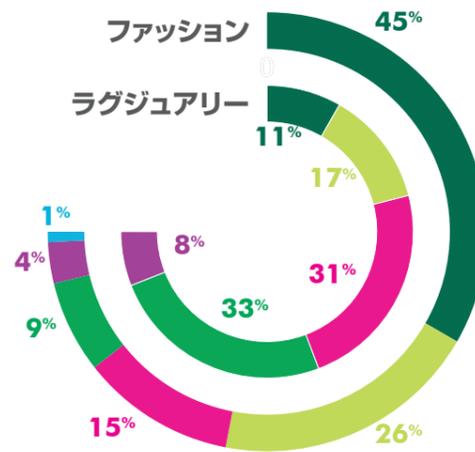


業種別の賃貸面積

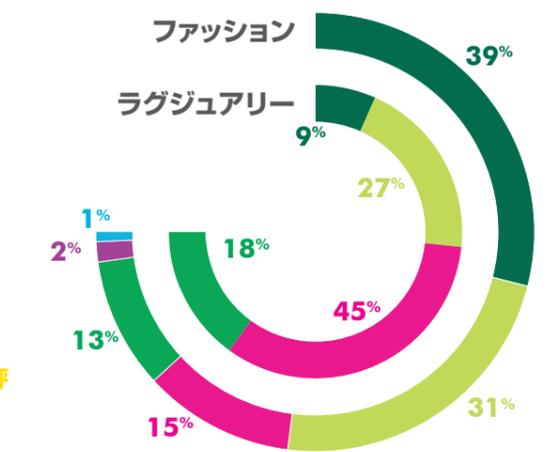
対象のハイストリートに路面店舗を出店する業種のうち、銀座・心斎橋の両エリアで出店数の多かった「ファッション」と「ラグジュアリー」の店舗面積を件数ベースで集計した。銀座の「ファッション」は「50坪未満」が45%を占め、「50~100坪未満」の26%が続いた。銀座の「ラグジュアリー」は「200~400坪未満」が33%と最も多く、「100~200坪未満」の31%が続いた。件数ベースでは、「ラグジュアリー」の面積帯が「ファッション」に比べて大きいことが分かる。「ファッション」には、リーマンショック後に本格的に進出してきたファストファッションも含まれる。そのようなファストファッションの面積帯は「200~400坪未満」に多く含まれるものの、「ファッション」全体では「50坪未満」の店舗数が圧倒的に多い。そのため、「200~400坪未満」は全体の9%にとどまっている。

心斎橋の「ファッション」も「50坪未満」が39%と最も多く、「50~100坪未満」の31%が続いた。一方、心斎橋の「ラグジュアリー」は「100~200坪未満」が45%と最も多く、「50~100坪未満」の27%がこれに続いた。銀座の「ラグジュアリー」に比べて規模が小さいことが改めて分かる。また、「ファッション」では、ファストファッションを中心に「400~600坪未満」が2%あったが、「ラグジュアリー」では「400~600坪未満」は0%だった。ファストファッションの店舗面積は、エリアによる差があまりみられない一方、ラグジュアリーでは、旗艦店が否かによって店舗面積が大きく異なることを反映している。

銀座：店舗の面積帯



心斎橋：店舗の面積帯



さいごに

今回の特集では、これまであまり知られていなかったリテールマーケットの「見える化」を一部実現し、銀座・心斎橋それぞれのマーケットの共通点や異なる特徴を数値でみる事ができた。

現在、インバウンド需要の拡大を背景に、両マーケットともにリテラーによる出店需要が高まりをみせてい

る。もとより好立地の空室は希少であり、タイトな需給バランスの中で賃料水準も上昇傾向だ。旺盛な出店需要を背景に、2016年3月に発表された公示地価では銀座中央通りの一角が過去最高額を更新したほか、心斎橋筋商店街の一角は前年比45.1%上昇し、日本の価格上昇率となった。

直近の売買取引でも、海外投資家やJ-REITによる高額取引や低利回りでの取得事例があった。2016年も訪日外国人数は対前年比で増加を続けており、今後もニュース性の高いリテラーの出店や売買取引が行われると予測する。引き続き、両エリアの動向に注目したい。