

日本橋地域の店舗出店動向調査（2009年）

大阪・日本橋（でんでんタウン／日本橋電気街）の店舗情報を定点観測するニュースサイト「NIPPON-BASHI SHOP HEADLINE」では、日本橋地域の現況を定量的に把握するため、2005年より同サイトにて掲載した記事をベースに、同地域における店舗の出退店状況や業種別動向等の調査集計結果を毎年取りまとめている。今回は2009年のデータを発表する。

■調査概要

①調査対象範囲の定義

来街者の流れや店舗の集積状況を鑑み、北限をなんさん通り、南限を阪神高速道路1号環状線とし、その中に囲まれる「難波中2丁目」「日本橋3・4・5丁目」の4エリアを調査範囲とする（右図参照。なお、以降「日本橋」と表記する場合、特に注記なき限りこの範囲内を指す）。

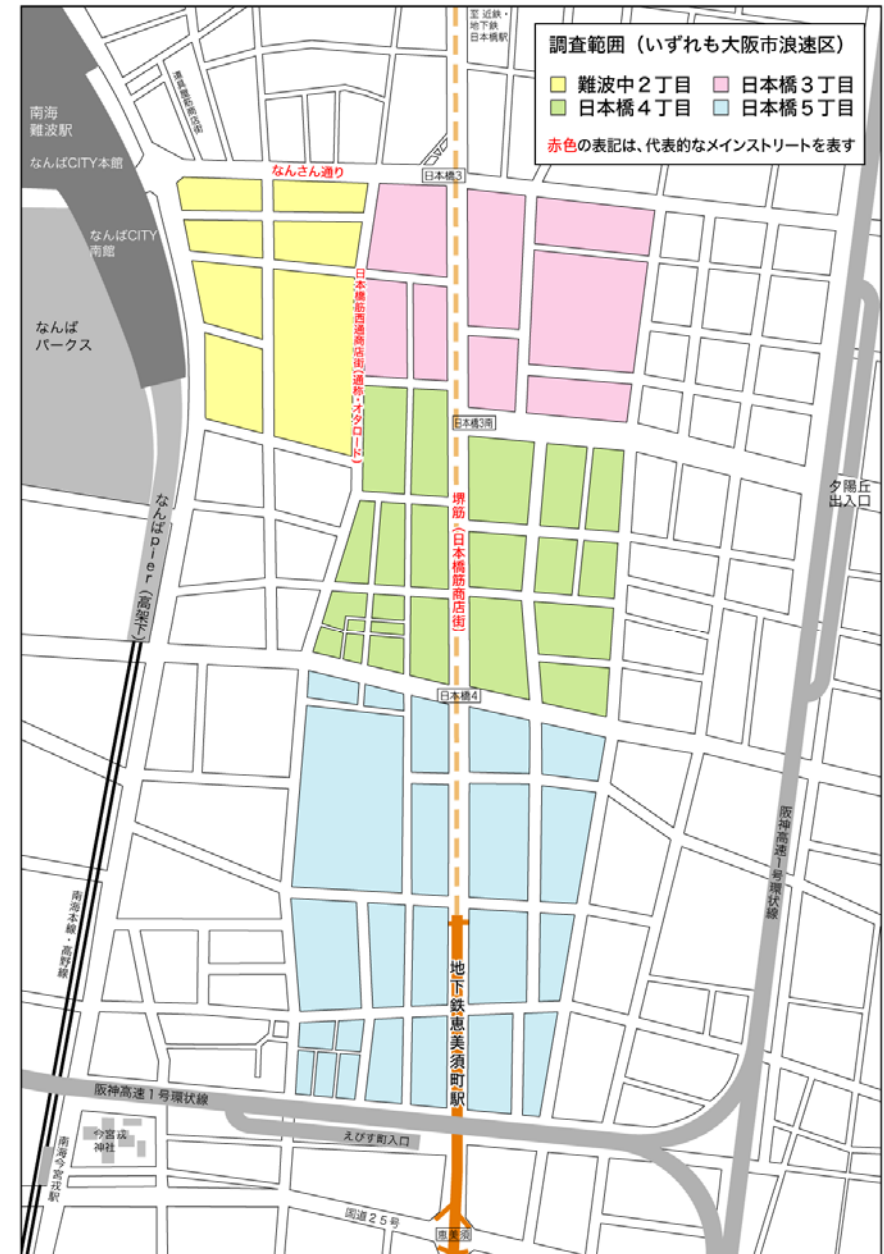
②調査期間

2009年1月～2009年12月（1年間）

③調査集計時の特記事項

- ・以下の条件に該当する場合、出店・退店の集計対象とはしない。
 - ＊独立した出入口や店舗ファサードのないインショップ形式の店舗
 - ＊予め出店期間が限定された店舗や、会員制の店舗
 - ＊違法、もしくは違法の疑いが強い商品を主に扱う店舗
 - ＊営業権譲渡等で運営主体もしくは店舗名称のみが変更となったなど、その営業実態に従前と大幅な変化がない場合
 - ＊市営住宅内の店舗
- ・店舗の運営主体が同一であっても、大幅な業態変更や店舗名称の変更を伴うリニューアルが行われた場合は、同一地点での退店・出店がそれぞれ1店舗発生したと見なす。
- ・調査範囲外の他地域にて営業していた店舗が日本橋に移転した場合は「（新規の）出店」、またその逆は「退店」と見なす。

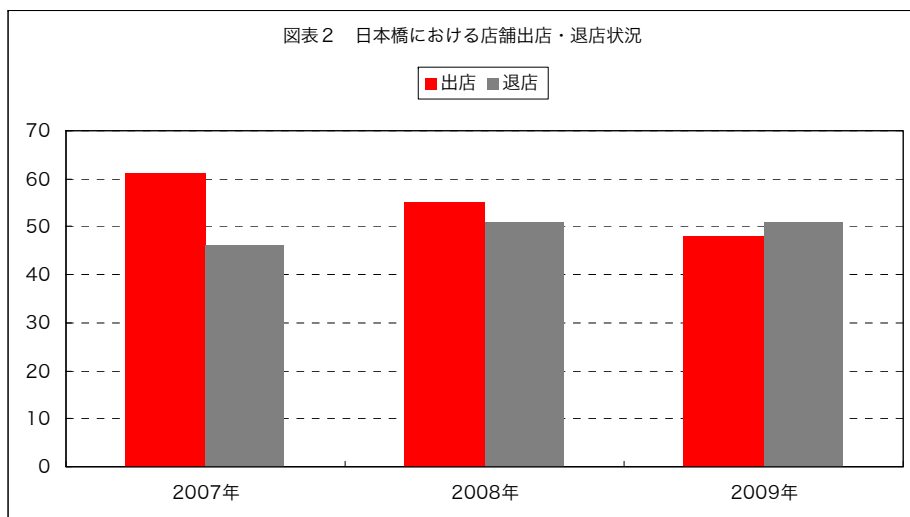
図表1 調査対象範囲



1. 出店・退店の概況

～退店が新規出店を若干上回る～

2009年における日本橋での新規出店は48店、退店は51店であった。
2005年以降、曲がりなりにも店舗数の増加が続いてきた日本橋であるが、昨今の景気後退の波には抗えなかったのか、2009年は残念ながら新規出店よりも退店が上回る結果となった。

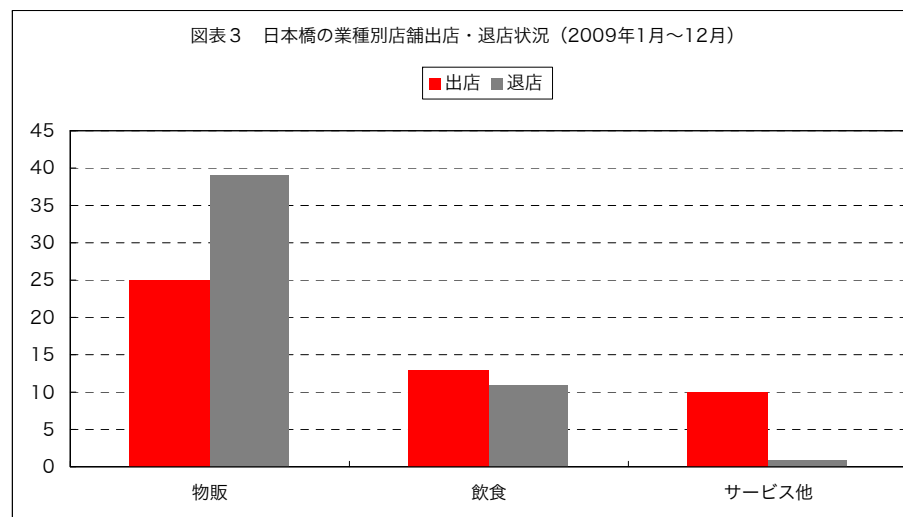


	出店	退店	増減
2007年	61	46	+15
2008年	55	51	+4
2009年	48	51	▲3

2. 業種別出店状況

～物販店舗の落ち込みをサービス業で補えず～

ここ数年の傾向である「物販から非物販（飲食・サービス業）へのシフト」が今年も更に進んだ結果となった。飲食店舗は前年を若干上回り堅調に推移するも、物販店舗の大幅な落ち込みをサービス業（その殆どはいわゆる「メイド・コスプレ系」＝後述）店舗の増加で補いきれなかった。



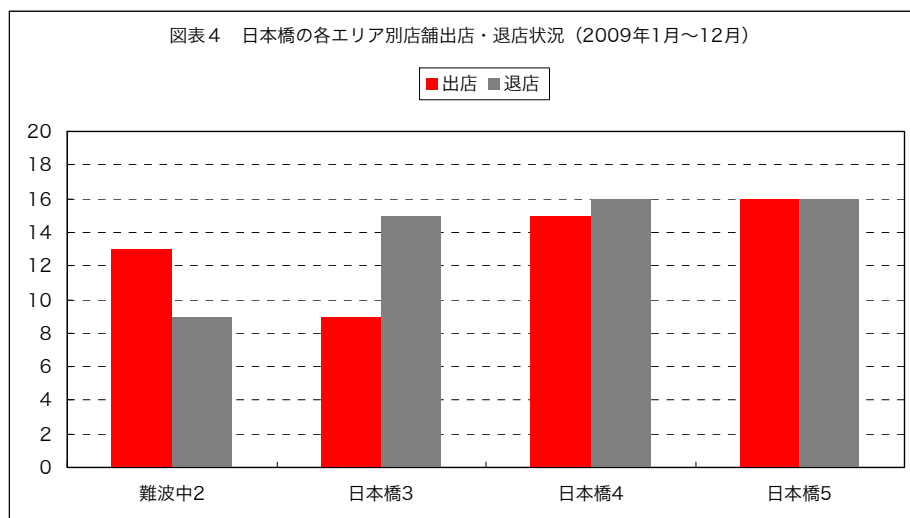
	出店	退店	増減
物販	25	39	▲14
飲食	13	11	+2
サービス他	10	1	+9

なお、出店・退店ともに各店舗ごとの面積は考慮していないが、1店舗当たりの面積は物販より非物販店舗の方が概して狭小となる傾向にある。よって、非物販店舗の相対的増加は、街全体としての営業店舗面積の増加に必ずしもつながらない可能性があることを予め留意されたい。

3. 各エリア別出店状況

～「南北格差」には歯止め？ 但し難波方面へのシフトは依然続く～

最も難波寄りとなる難波中2丁目のみ店舗数が増加、その他はいずれも横ばいまたは減少となった。なお、昨年まで減少傾向に歯止めがかからなかった日本橋5丁目（地下鉄恵美須町駅が最寄駅となる）については辛うじて現状維持となり、下げ止まりの兆候も現れている。



	難波中2	日本橋3	日本橋4	日本橋5
出店	13(0)	9(3)	15(1)	16(1)
退店	9(0)	15(0)	16(3)	16(2)
増減	+4	▲6	▲1	0

※出店数の（）は出店総数のうち日本橋他エリアからの移転による出店、退店数の（）は退店総数のうち日本橋他エリアへの移転による退店を表す

4. 新規出店の立地および運営組織形態

■立地形態

路面店舗と比べて条件面で出店が容易な、空中・地下店舗での出店割合が高まっている。

図表5 店舗立地形態別出店状況 ※路面店舗=建物一棟を全て使用、もしくは道路に面したビル1階部分への出店

	出店		退店		増減	
	路面店舗	空中・地下店舗	路面店舗	空中・地下店舗	路面店舗	空中・地下店舗
2007年	45	16	42	4	+3	+12
2008年	40	15	34	17	+6	▲2
2009年	31	17	39	12	▲8	+5

■運営組織形態

総数で見れば、日本橋のみで店舗展開を行う企業（或いは個人事業主）が全体の3分の2を占め、新規創業者の受け皿としても街が一定の役割を果たしていることが伺える。ただし、メインストリートで賃料水準も高い堺筋沿いの路面店舗に限ればチェーン店の出店割合が半数近くを占め、この部分では街の独自性が希薄化する傾向は年々高まっている。

図表6 運営組織形態別出店状況

	日本橋地域全体			堺筋沿いの路面店		
	独立店	チェーン店A	チェーン店B	独立店	チェーン店A	チェーン店B
2007年	41	5	15	4	1	8
2008年	34	4	16	5	0	7
2009年	32	6	10	7	2	4

※独立店=日本橋地域のみで店舗展開を行っているもの

(日本橋地域での複数店舗展開、または店舗の過半数が日本橋に立地しているものも含む)

※チェーン店A=既に複数店舗を展開、又は大阪府以外で店舗展開を行っている企業による出店のうち、大阪府下には初出店となるもの

※チェーン店B=複数店舗を展開する企業による出店で、大阪府下にも既に出店済のもの

5. 新規出店店舗の継続性

調査を開始した2005年以降、新規出店店舗がその後どれだけ存続できているのか追跡調査を行ったところ、以下のような結果となった。

図表7 新規出店店舗の継続状況

	2005年 出店	2006年 出店	2007年 出店	2008年 出店	2009年 出店
(出店総数)	(64)	(60)	(61)	(55)	(48)
2005年退店	4	—	—	—	—
2006年退店	15	8	—	—	—
2007年退店	3	9	6	—	—
2008年退店	5	4	13	5	—
2009年退店	3	5	8	7	4
2009年末現在の残存率	53%	57%	56%	78%	92%

直近5年間の傾向を見る限り、開店後3～5年の間に半数近くが撤退に追い込まれていることになり、その寿命は決して長くないことがわかる。

6. 注目すべき業種等の動向、その他考察

①メイド・コスプレ系店舗の出店動向

- ・これら店舗への評価は地元でも分かれるものの、日本橋の街を特徴付けるコンテンツのひとつとして、その集積は年々着実に進みつつある。
- ・新規出店と淘汰がめまぐるしく繰り返される状況の中、2009年も店舗数は若干の増加となっている。

図表8 メイド・コスプレ系店舗の出店状況

	出店			退店		
	飲食	サービス	物販	飲食	サービス	物販
2007年	5	6	2	3	0	0
2008年	9	4	0	6	1	1
2009年	3	7	0	2	1	0

※集計対象には含まれていないが、この他に本調査範囲の周縁部（日本橋西1丁目など）でも若干の出店事例がある。

※「メイドカフェ&リフレ」などのように、1店舗で飲食・サービスの両方を提供するところもあるが、ここではオープン時の主業態でいずれか一つに分類している。

- ・この分野でも、サービス業（この場合は、主にリフレクソロジー）店舗の割合が徐々に高まりつつある。なお、それら店舗はその嗜好性の高さからか、メインストリートよりも裏通り、あるいは街の周縁部に立地する傾向が強い。また営業も1階部分ではなく、ビルの上層部の一室などで行われるケースも多い。
- ・上記以外の業態で目立つのは、コスプレ店員が接客するゲームセンター（クレーンゲームが中心）であろうか。現在、日本橋には3店舗の出店が見られる（うち2店舗が2009年の出店）。

②徐々に南進する「オタロード」

- ・従来のメインストリートであった堺筋から一筋西（難波方面）寄りとなる「日本橋筋西通商店街」は、難波エリアと隣接^{*}した立地上のメリットから店舗の集積が進み、ここ数年で「オタロード」の通称がすっかり定着するとともに、最近では堺筋に比肩するほどの賑わいを見せている。
- ・「オタロード」の範囲について明確な定義はないものの、来街者の流れおよび店舗集積から見た南限は、日本橋4丁目の「パソコン工房」前まで（右図、赤い矢印線の南端）と見られていた。しかし、2009年はそこから更に南下した沿道沿い（矢印点線方向）での出店が幾つか見られ、徐々にその範囲が広がる傾向にある。
- ・その流れか、本レポートでは集計対象にしていないものの、これまで店舗の集積が殆ど無かった「日本橋西1丁目」のエリアにも新規出店の動きが若干見られることを付記する。

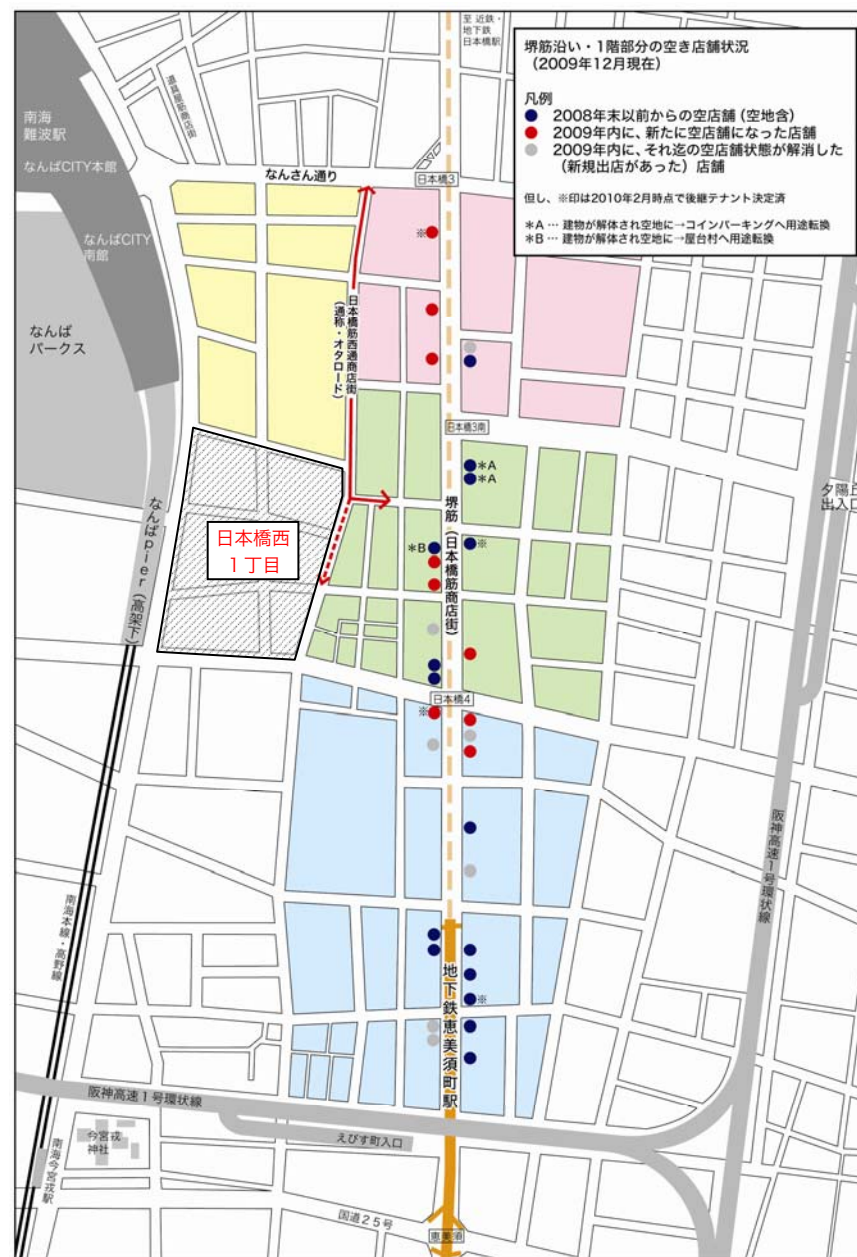
※このエリアに出店する関東資本のチェーン店の多くは、その店舗（支店）名称を「日本橋店」とせず「なんば店」としていることから、出店者側の立地に対する意識が読み取れる。

③堺筋沿いの空き店舗は一進一退

- ・かたや、堺筋に於いては出店と退店がほぼ拮抗した状態となっている。個別物件ごとに出店条件や物件所有者の意向が大きく異なるため明確には示しにくいですが、概して小規模な物件ほど退店後の後継テナントが短期間で決定し、数十坪～百坪以上、又は一棟貸しの比較的大規模な物件（写真は一例）ほど、後継テナントの誘致が困難を極める傾向にある。



図表9 オタロードの南進 / 堺筋沿い・1階部分の空き店舗状況（2009年12月現在）

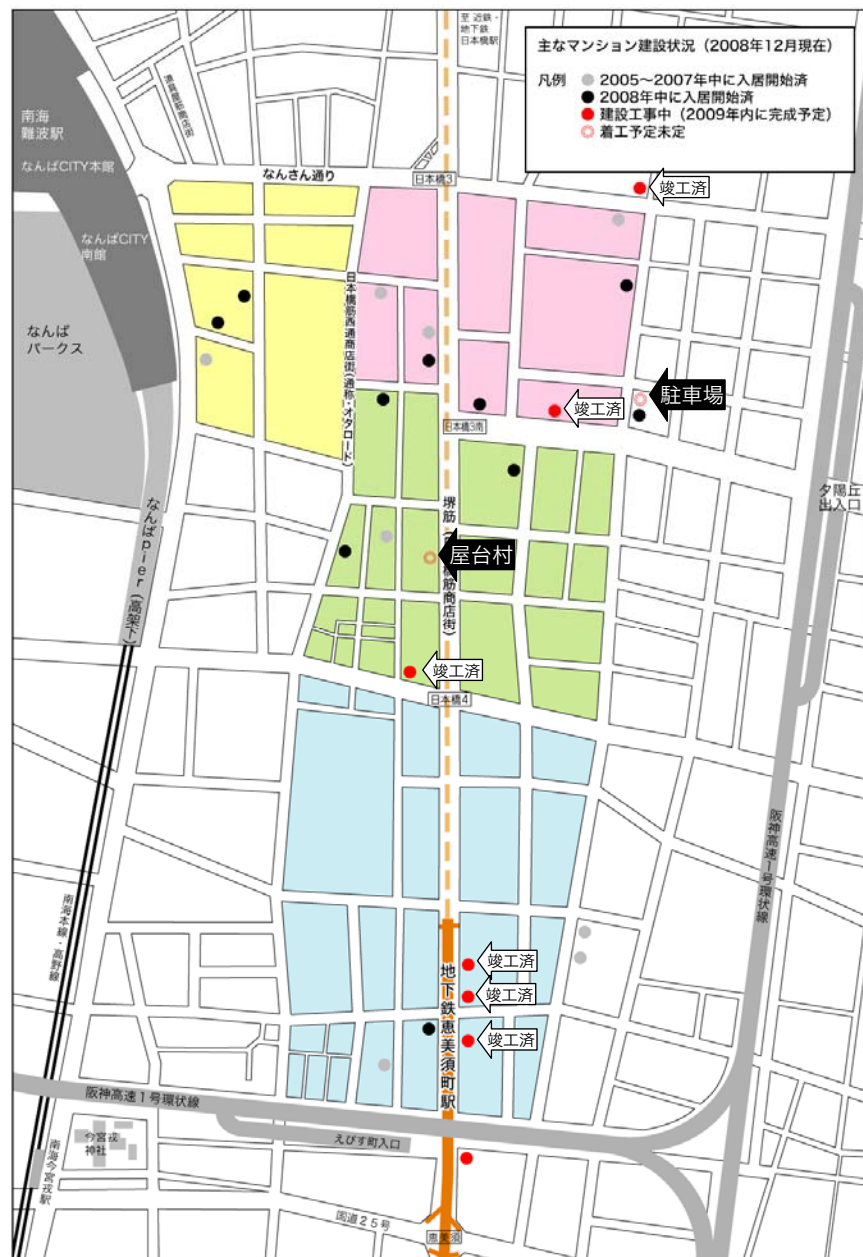


④日本橋におけるマンション建設ラッシュの終息

- ・堺筋沿いに立地するかつての大型家電量販店跡地が格好の「草刈り場」となったこともあり、周辺の小規模物件も含めて日本橋でのマンション建設がここ数年活況を呈していたことは周知の通りである。
- ・しかし、その状況も米国発の金融危機に起因するいわゆる「リーマン・ショック」を契機に一変。当地での事業展開意欲が旺盛だった中小・新興マンションデベロッパーの経営環境が厳しいものとなったこともあり、それ以降の新規建設案件はほぼ皆無となった。
- ・2008年末の時点で工事が開始されていた物件については、現在までに全て竣工済となっている（但し一部物件で、事業主の事情からか一時工事が中断したと思われるものも有った模様）。
- ・かたや、2008年末の時点でも着工の目処が立っていなかった2件の用地については、いずれも開発が事実上頓挫した形となり、現在1カ所はコインパーキング、もう1カ所は屋台村として暫定的な利用にとどまる結果となった（写真）。



図表 10 2008 年末の主なマンション建設状況と、その後（2009 年末）の現況



7. まとめ

- 依然明るい兆しを感じにくい昨今の景況であるが、趣味性・嗜好性の高い店舗が集まるとされる日本橋も不況と無縁ではなく、出退店の差で見た店舗数で見ると、残念ながら2009年は若干の減少に転じる結果となった。
- 特に、店舗数の純減のみならず、出退店の総数そのものが例年と比べても低水準にとどまっていることから、(良くも悪くも)常に変化を続けるダイナミズムこそが日本橋の魅力であるとすれば、その魅力そのものが低下しているのではないかと懸念するところである。
- 調査を開始した2005年から2009年までの5年間をまとめて総括すると、やはり本文および過去のレポートでも繰り返し指摘してきた「(日本橋地域での)エリア間南北格差」「物販から飲食・サービス業へのシフト」「(メインストリートたる)堺筋の没個性化」という3つの大きな流れは動かぬものとなった感がある。
- もちろん、これらの結果はあくまでもデータから導き出された事実の一片であり、それ自体を云々する性格のものではない。問題は、街を構成する商業者がこの流れをどう受け止め、自らが関わるまちづくりにどのように(プラスに作用するように)活かしていくか、であろう。

当サイトでは微力ながら日本橋の益々の発展を願い、今後も継続して調査レポートの発表や情報発信を行っていきたい。

NIPPON-BASHI SHOP HEADLINE について

NIPPON-BASHI SHOP HEADLINE [にっぽんばし しょっぷ へっどら いん] は、大阪・日本橋電気街(でんでんタウン)エリアの店舗オープン情報を定点観測するニュースサイトとして、2005年に開設されました。現在、月間平均で約100,000回のページビューと、約20,000ユニークユーザーによるサイトの訪問があります。

また、地元商業者によって設立された街づくり会社・日本橋まちづくり振興株式会社が発行する商店街の公式ガイド「でんでんタウンMAP」(毎年7月・12月の年2回発行)の編集業務を受託するほか、「でんでんタウン」公式サイト(<http://www.denden-town.or.jp/>)に対しても店舗情報データの提供を行っています。

また、記事になる前の速報やその他のいわゆる「小ネタ」については、「Twitter」での情報発信も併せて行っております。

<http://shop.nippon-bashi.biz/>

 <http://twitter.com/dendentown/>

【本調査に関するお問い合わせ先】

〒542-0073 大阪市中央区日本橋 1-25-18 新浪花ビル 505
有限会社デシリットル・ファクトリー内
NIPPON-BASHI SHOP HEADLINE 編集部
TEL+FAX 06-6636-6419
※WEBからのお問合せは、以下のメール送信フォームからどうぞ
http://shop.nippon-bashi.biz/contact_form/mail.html