

地 域 経 済 動 向

平成 19 年 5 月 29 日



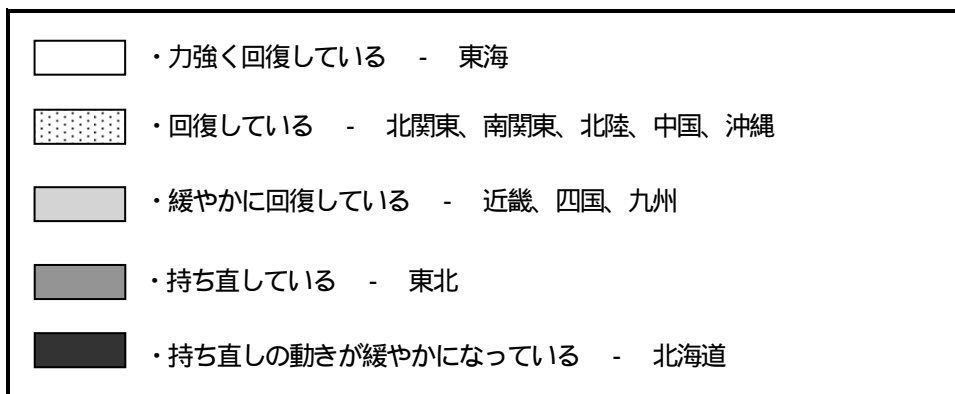
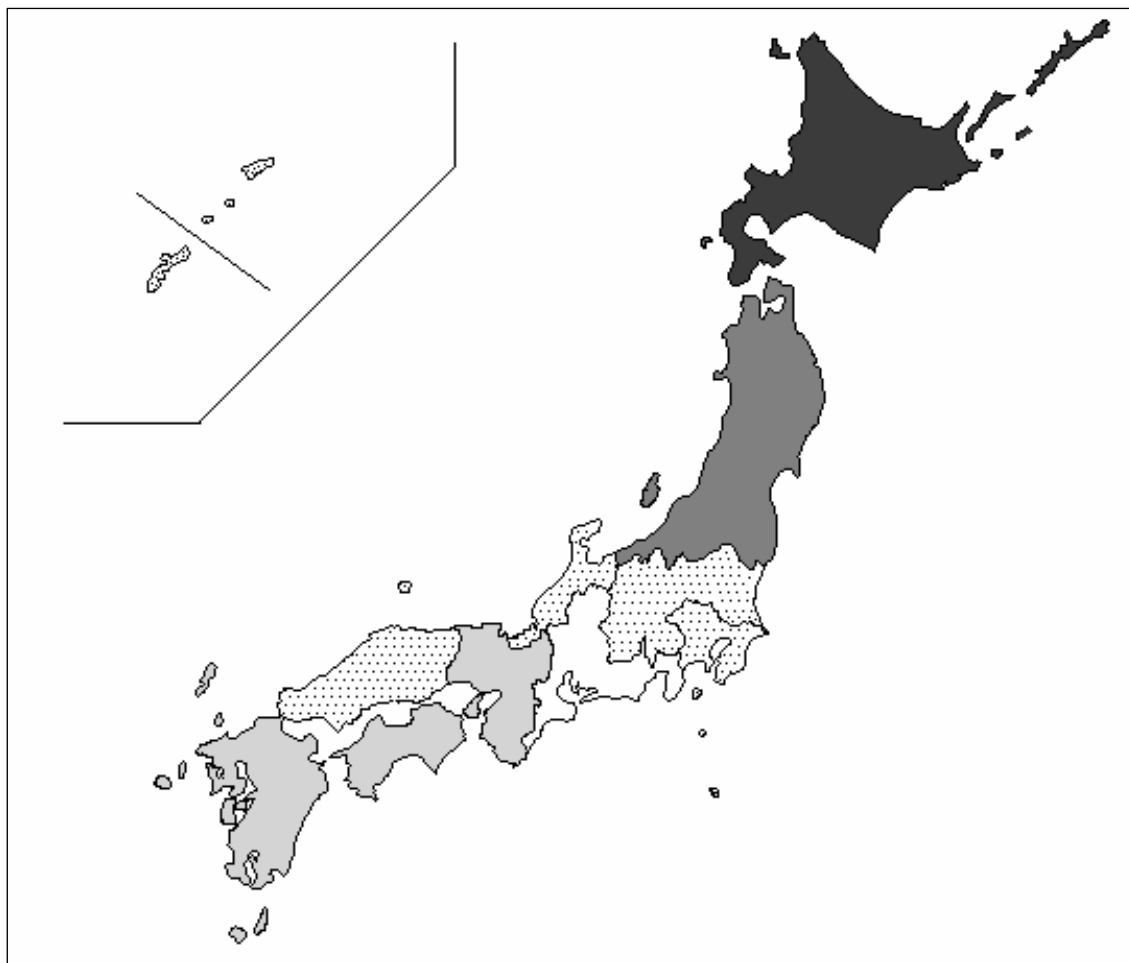
内閣府政策統括官室
(経済財政分析担当)

目 次

- 1 概況
- 2 トピック
- 3 地域別の動向
 - (1) 北海道
 - (2) 東北
 - (3) 北関東
 - (4) 南関東
 - (5) 東海
 - (6) 北陸
 - (7) 近畿
 - (8) 中国
 - (9) 四国
 - (10) 九州
 - (11) 沖縄
- 4 主要指標
- 5 参考資料

1 概況

(1) 各地域の景況判断



各地域の景況判断	北海道	東北	北関東	南関東	東海	北陸	近畿	中国	四国	九州	沖縄
力強く回復している											
回復している											
緩やかに回復している											
持ち直している											
持ち直しの動きが緩やかになっている											

(備考) は、今回調査の判断。 は、前回調査の判断。

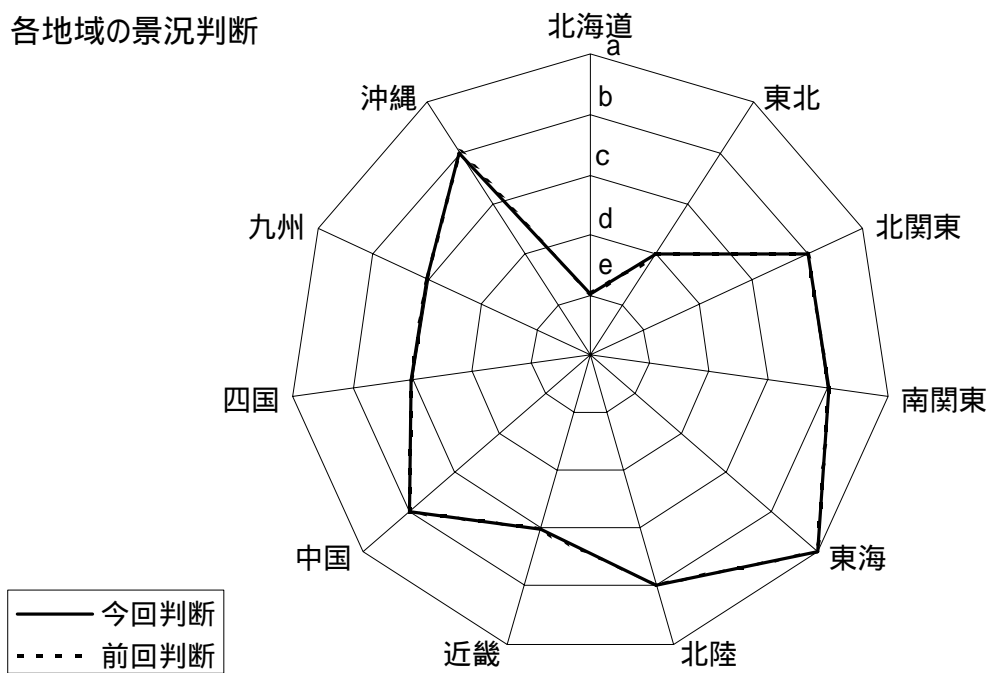
今回調査（平成19年5月）の前回調査（平成19年2月）との比較

上方修正・・・なし

下方修正・・・なし

各地域（北海道、東北、北関東、南関東、東海、北陸、近畿、中国、四国、九州、沖縄）の景況判断については前回調査と同じである。

各地域の景況判断



- a: 力強く回復している
- b: 回復している
- c: 緩やかに回復している
- d: 持ち直している
- e: 持ち直しの動きが緩やかになっている

(2) 各地域の景況判断と主要変更点

		北海道	東北	北関東	南関東	東海
景況判断	2月 (前回)	持ち直しの動きが緩やかになっている	持ち直している	回復している	回復している	力強く回復している
	5月 (今回)	持ち直しの動きが緩やかになっている	持ち直している	回復している	回復している	力強く回復している
鉱工業生産 (沖縄は観光)	2月	緩やかに増加	緩やかに増加	緩やかに増加	緩やかに増加	堅調に増加
	5月	緩やかに増加	緩やかに増加	このところ横ばい	このところ横ばい	高水準で推移
個人消費	2月	おおむね横ばい	おおむね横ばい	緩やかに回復している	緩やかに回復している	緩やかに回復している
	5月	おおむね横ばい	おおむね横ばい	緩やかに回復している	緩やかに回復している	緩やかに回復している
雇用情勢	2月	依然として厳しい状況であり、持ち直しの動きが緩やかになっている	依然として厳しい状況だが、緩やかな改善傾向にある	着実に改善している	着実に改善している	着実に改善している
	5月	依然として厳しい状況であり、持ち直しの動きが緩やかになっている	依然として厳しい状況だが、緩やかな改善傾向にある	着実に改善している	着実に改善している	着実に改善している

(注) は上方修正、 は変更なし、 は下方修正を表す。

北 陸	近 畿	中 国	四 国	九 州	沖 縄
回復している	緩やかに回復している	回復している	緩やかに回復している	緩やかに回復している	回復している
回復している	緩やかに回復している	回復している	緩やかに回復している	緩やかに回復している	回復している
緩やかに増加	緩やかに増加	増加	緩やかに増加	増加	堅調に増加
緩やかに増加	このところ横ばい	堅調に推移	緩やかに増加	堅調に推移	堅調に増加
緩やかに回復している	おおむね横ばい	緩やかに回復している	おおむね横ばい	おおむね横ばい	緩やかに回復している
このところおおむね横ばい	持ち直しの動きがみられる	緩やかに回復している	おおむね横ばい	おおむね横ばい	緩やかに回復している
着実に改善している	依然として厳しい状況だが、改善が続いている	着実に改善している	改善傾向にある	依然として厳しい状況だが、緩やかな改善傾向にある	依然として厳しい状況だが、持ち直しの動きが続いている
着実に改善している	依然として厳しい状況だが、改善が続いている	着実に改善している	改善傾向にある	依然として厳しい状況だが、緩やかな改善傾向にある	依然として厳しい状況だが、持ち直しの動きが続いている

2 トピック

「地域の個人消費とショッピングセンター」

ショッピングセンター（以下SC）の出店が全国的に相次いでいる。SCとはデベロッパーと呼ばれる経営主体が開発し、小売店、飲食店、サービス業などが入り、様々な商品やサービスを提供する商業施設のことである（図1）。広い駐車場を完備し一カ所で買物を済ませられる利便性や、映画館などの娯楽施設を併設し、家族連れで楽しむことができる快適性を武器に、集客を拡大している。

SCの規模をみるために、例えば全小売業の売上と比較してみる。約10年前と比べると、百貨店のシェアは減少しているがSCとスーパーは増加している（図2）。共に近年の著しい出店が要因となっている。

また、SCと大型小売店それぞれの既存店販売額を比較してみると、両者の動きはほぼ一致しているものの、SCは大型小売店よりも高く、前年をほぼ上回っている（図3）。百貨店の既存店売上高を地域別で比較してみても、ほとんどの地域でSCが上回っている（図4）。百貨店やスーパーが苦戦する中、SCの好調さがうかがえる。

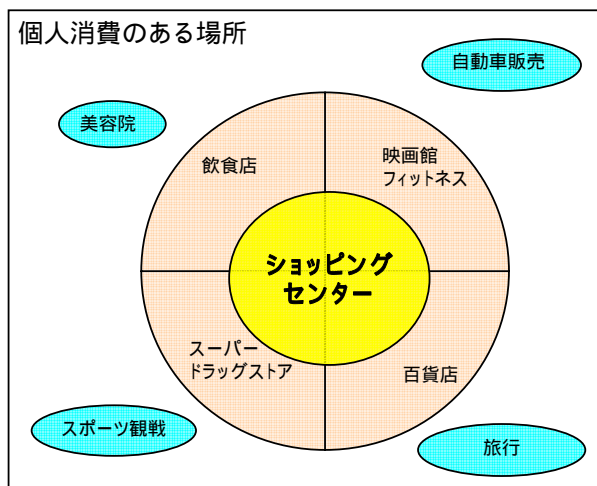
SCの立地状況を都道府県別にみると、ばらつきはあるものの、全体では中心・周辺地域への出店と郊外地域への出店の割合は、ほぼ等しい（図5）。80年代までは、中心・周辺地域への出店が大半であったが、90年代に入りインフラ整備が進むと同時に郊外への出店が加速し、ここ数年の出店地域は郊外地域が7割を占めている。

一方で最近中心市街地に、商工業施設跡地を利用したり、再開発による集客を見込んでSCが出店するケースも増えている（表6）。07年2月には改正中心市街地活性化法に基づき、富山・青森両市の基本計画が第1号に認定されたが、富山市では賑わい拠点の創出を柱とし、多彩な商業施設を中心市街地に集積させることを、計画に盛り込んでいる。また、07年11月には「改正都市計画法」（延べ床面積1万㎡超の大規模集客施設の郊外立地を規制）が全面施行される予定であることから、中心地へ回帰する動きがさらに進む可能性も考えられる。

社会情勢の変化とともにその形態を順応させ、個人の消費動向に大きな影響を与えるSCの、今後の動きに注目していきたい。

【図1】SCの定義

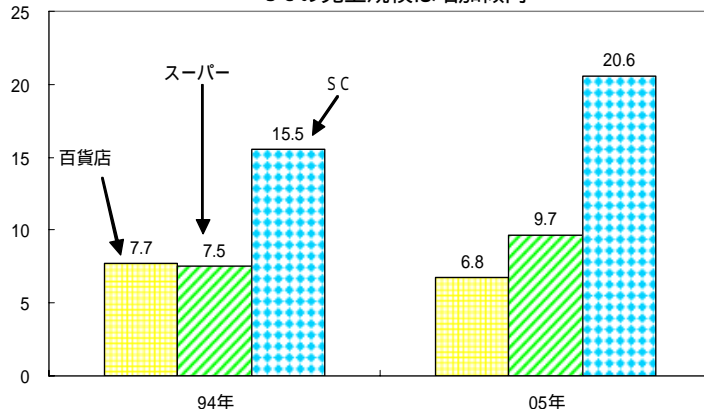
～小売、飲食、サービス業などのテナントの集合体～



【図2】SCの規模(全小売業との比較)

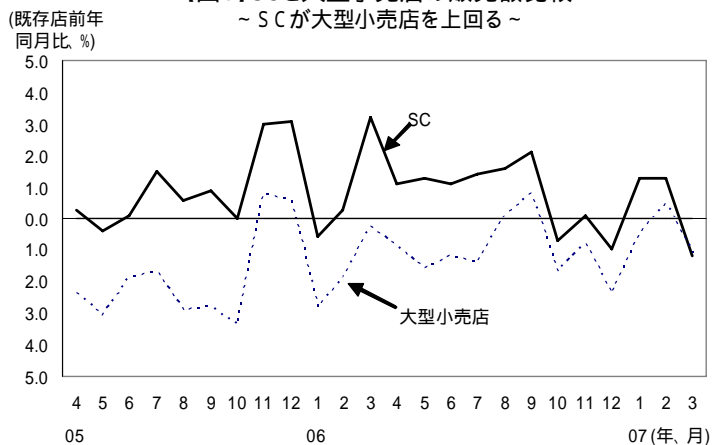
(シェア、%)

～SCの売上規模は増加傾向～

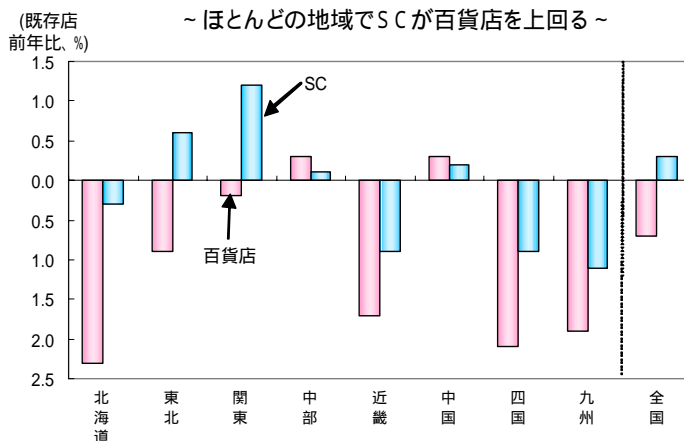


SCには様々なサービス業（シネコンやフィットネス、飲食店などの娯楽施設）も含まれるため、一概に小売業とは言えない。ここでは百貨店、スーパーは全小売業の内数だが、SCは内数でないことに注意。

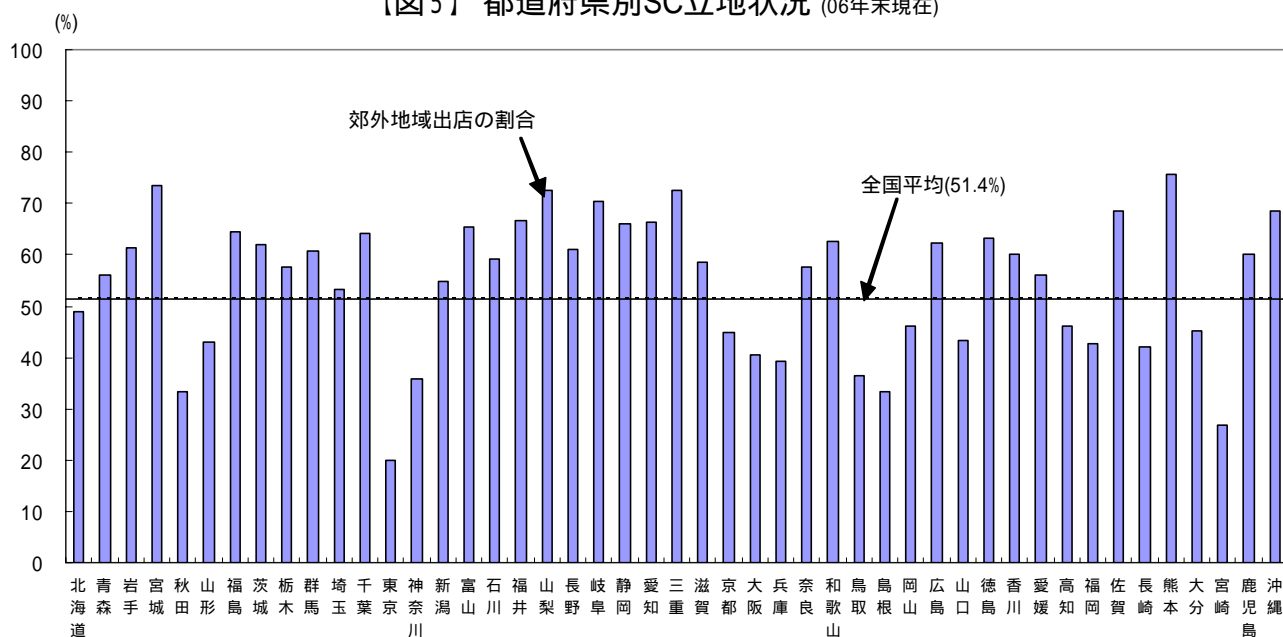
【図3】SCと大型小売店の販売額比較
～SCが大型小売店を上回る～



【図4】地域別にみたSCと百貨店の売上高比較(06年)
～ほとんどの地域でSCが百貨店を上回る～



【図5】都道府県別SC立地状況 (06年末現在)



【表6】06～07年に中心地域に出店した主なSC

地域	立地場所	形態	テナント数	店舗面積(m ²)	中核施設
北海道苫小牧市	駅前	旧商業ビル	80	15,400	-
茨城県日立市	中心市街地	旧商業ビル	約60	約41,000	スーパー
東京都千代田区	駅前	再開発	153	約16,000	-
神奈川県川崎市	駅前	工場跡地	287	79,294	スーパー、家電量販店、ホームセンター
長野県長野市	中心市街地	再開発	21	4,558	-
愛知県名古屋市	駅前	再開発	66	17,000	-
大阪府八尾市	駅前	工場跡地	168	41,000	スーパー
岡山県岡山市	駅ナカ	駅のリニューアル	50	3,690	-
香川県高松市	商店街	再開発	19	4,823	百貨店
福岡県福岡市	中心市街地	再開発	58	7,400	-
沖縄県糸満市	中心市街地	埋立地	20	14,000	スーパー

(備考)・図1～4：日本ショッピングセンター協会「SC販売統計」、経済産業省「商業販売統計」により作成。
 ・図5：日本ショッピングセンター協会HP「我が国SCの現況」より作成。
 ・表6：「SC販売統計」及び新聞情報により作成。
 ・表記中でてくる「中心・周辺地域」とは商業機能が集積した中心市街地及びそれに隣接し、商業・行政ビジネス等の都市機能が適度に存在する地域、「郊外地域」とは都市郊外で住宅地・農地等が展開されている地域を示す。