

御堂筋の会

Midosuji no kai

私たちは、ミナミ御堂筋の沿道企業体です。

定例会 ニュース

(2023年2月)

「ミナミ御堂筋の会」は、ミナミの御堂筋沿道の不動産オーナーが連携し、「世界の御堂筋」をめざして、まちのあり方を提案し、実現に向けて働きかける団体です。

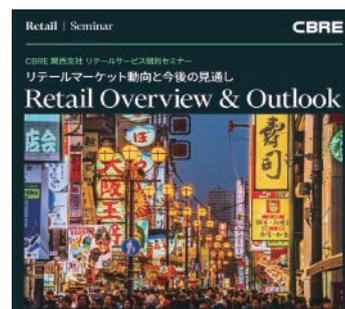
vol. 80

1. リテールマーケット動向と今後の見通しについて CBRE様より

シービーアールイー株式会社 栗栖様・中嶋様によるセミナー「リテールマーケット動向と今後の見通し」を開催しました。

セミナーの冒頭でマクロ経済の分析結果をご説明いただいた後、心齋橋・難波のリテールマーケットを中心に、表参道や銀座についてもご紹介いただきました。

また、コロナ禍を経た最近の賃貸契約の傾向や、リテラーのニーズ等についても、具体的な事例を交えながらご紹介いただきました。 ※当紙面では内容の一部をご紹介します



マクロ経済の分析

▶ 消費者の購買意欲（全国、都市部 / 地方別）

- 消費者態度指数は、2022年は右肩下りだったが、11月を底に12月～2023年1月頃には上昇に転じた。現在、リーマンショック後の2009年と同程度にあり、購買意欲はまだ低い。傾向としては、ラグジュアリーブランド等の高価格帯は好調な一方、中価格帯では苦戦。消費者が選別して購入していることが考えられる。
- 全国百貨店売上高は、都市部（大阪・東京・名古屋等）、地方（広島・札幌・仙台等）で回復の傾向が異なる。2021年比は、都市部がプラスで推移、地方部はまだマイナスもみられる。2019年比では、いずれもマイナス基調だったが、都市部で、2022年9月以降は同程度からプラスまで回復。

2022年の新規出店、空室率、賃料の動向

▶ 心齋橋エリア

- 新規出店26件。内訳は、ファッションが10件、リユース3件など。リユースが増加してきている。ラグジュアリーブランドは2021年は6件だが、2022年はゼロ。ニーズは多いが、出店可能な区画がなかったことが背景にある。エリア全体では、出店意欲が高まり、賃料も上昇する傾向にある。
- 心齋橋の賃料は、2020年の第2四半期以降、大きく上昇。算出エリアの中で最も上昇したエリアのひとつ。2022年からは空室率は下がっている。
- プライム賃料が最も高いのは御堂筋沿いで、2019年の最高水準まで回復。2019年の賃料はドラッグストアが牽引していた。ハイストリート賃料も上昇しているが、2019年の水準までには回復してない。現在、御堂筋の賃料の上昇は著しいが、商店街や長堀等はまだまだ上昇には至っておらず、格差が拡大している。

▶ 難波エリア

- 新規出店7件。やや少ない1年であった。内訳はファッション、食物販、アウトドア等。マーケット賃料がリーズナブルになっている。
- プライム賃料は、下落傾向にあったが2021年の第4四半期に下げ止まり。今年になってからは、インバウンドも戻り、マーケットでも今後の回復が見込まれる。以前にマーケットを牽引していたドラッグストアの出店も戻りそうな雰囲気。

その他、最近の傾向

- フリーレントを付けるオーナーの増加。フリーレントを数か月設けることで、リテラーが入りやすくなる。
- 募集区分分割の増加。区分を分割することで出店しやすくなる。また、単価が上がることから、オーナーが希望する賃料に近づけることも可能に。
- コロナ禍を経て、より柔軟性を高める契約内容への変化の傾向。

○ドラッグストアの出店ニーズが戻りつつあり、再びエリア賃料をけん引する可能性もあるが、他業種も賃料の上昇についてこれるか。今後、インバウンドが対象の店が増えるのか。

→ドラッグストアの賃料は突出して高いが、人が増えれば他業種も回復する。例えば戎橋筋では、オニツカタイガーはインバウンドも国内も両方の層を取り込むことが可能。現在、回復しているのはインバウンド対応をしている業種だが、街には若者が戻ってきているので、国内の若者をターゲットにしているもの、ショールームニーズのものも回復してくると思われる。インバウンドが戻っても、以前のようにはなりにくい。免税商品に対して監視の目が厳しくなっている他、パンデミック等の想定もあり、リスクが意識されるようになっている。

○ラグジュアリーブランドの2階以上の店舗へのニーズは。

→心齋橋では2階以上への出店意欲もある。ファサードとして2・3階までの高さを確保したり、上階にVIP向けのサロンを設けたりされる。一方、1階に別のテナントが入っている物件へのニーズは少ない。上層階への出店意欲がある業種では、美容クリニックや美容室等がある。

○御堂筋の沿道の店舗の価値は、ファサードまで使える広告価値的なことか。

→広告価値に加え、ショッピング体験（ブランドの世界観を味わっていただく体験）を提供できることにある。富裕層の増加によって、より世界観を表現できる路面店舗への出店意欲につながっていると考えられる。

○旧東急ハンズの跡のように規模の大きな店舗への出店は難しいか。

→リテールの大型店舗は昔より少なくなっている。以前はファストファッション等が出店していたが、最近は全国的に見ても決まりにくい。

○PCR検査場の契約形態は一般的にどのようなものか。

→ケースによる。社会的な必要性から短期の契約としていることもあるが、業態変更を可にして、短期ではない契約を締結するケースもある。

3. 今後の事業について

大阪アートフェスティバル【2023年3月10日(金)～3月12日(日)】 ※御堂筋エリアはサブ会場

「アートの魅力発信」や「将来の担い手育成」を目的とした「大阪アートフェスティバル事業」を実施。その会場の1つとして御堂筋道路空間再編整備完成区間を活用し、アートの活性化とともに、整備区域の啓発、歩行者の周遊性の向上・利用の活性化を道路協力団体と連携して実施することで、道路空間の適正化や啓発等を図る

- 会 期 2023年3月10日(金)～3月12日(日)3日間
- 実施場所 御堂筋・道頓堀以南の沿道(モデル整備区域)
- 実施主体 大阪府府民文化部/経済産業省ほか ※協力:(一社)ミナミ御堂筋の会(大阪市指定・道路協力団体)

春のイベント【2023年4月～5月】 ※今後の検討により内容を変更する場合があります

- 目的 御堂筋道路空間再編整備完成区間において、維持管理の高質化・アップデートと、歩行者 利便増進道路の本格的な利活用を官民連携で実施し、万博開催時をターゲットにした御堂筋の将来像の具現化を図る
- 会期 2023年4月～5月頃(万博開催700日前、設営撤去含めて1ヶ月以内)
- 場所 御堂筋・道頓堀以南の沿道(モデル整備区間・2期整備区間)
- 内容
 - ① ほこみち利活用・賑わい: 情報発信等スポットの設置、歩行者利便増進へ沿道地権者と活用試行
 - ② 賑わい+回遊: 東西商店街でのモデル事業試行
 - ③ 道路の維持管理の高質化: ベンチ・花壇等による沿道高質化、モビリティハブの設置、地域課題解決へ産官民連携試行

4. 今後の予定

- ▶ 理事会 (3/6)
- ▶ オオサカアートフェスティバル (3/10～3/12)
- ▶ 道頓堀以南 沿道協議会 (3/15)
- ▶ 御堂筋協議会 (3/20)
- ▶ 回遊創出シンポジウムについて (3/29)

街路の歩行者空間化による小売店・飲食店への経済効果等、データを駆使したまちづくりの研究者である、東京大学先端科学技術研究センター 吉村有司先生をお招きしたシンポジウムが、3/29(水)になんばパークスにて開催されます。主催は、御堂筋沿道・道頓堀以南区間整備協議会、御堂筋協議会。当会は共催として参画します。



5. その他協議・報告事項

- ▶ 御堂筋協議会作業部会・万博ワーキング (2/6)
- ▶ 関西道路研・3都市民間大連携会議の報告 (2/10)
- ▶ その他会員から

- ・三津寺 加賀様から、現在進行中のプロジェクトについて、進捗状況をご紹介いただきました。
- ・白ハト食品工業 田中様から、昨年12/20にオープンしたたこ家道頓堀くる道頓堀ミナミ店の状況について、ご紹介いただきました。
- ・東京建物 安田様からは、八重洲のプロジェクトをご紹介いただきました。

定例会 参加者	【正会員】	加賀(七宝山大福院三津寺)、奥村((株)泉屋商店)、奥内((株)オクウチサービス)、高橋((株)スポーツタカハシ)、清原・藤本((株)播重)、都((株)どうとんぼり神座)、真鍋(平川商事(株)/(株)Recoordination)、川人(近畿産業信用組合)、高山(東)
	【賛助会員】	亜商事(株)、三浦・山中((株)ベルコ) 栗栖・中嶋(シービーアールイー(株))、横山((株)ジオ)、津田(松竹(株))、田中(白ハト食品工業(株))、島田(東京建物不動産販売(株))、安田(東京建物(株))、合志(野村証券(株))、細田・森脇((株)Luup)
	【オブザーバー】	川原・村山(近鉄不動産(株))、田中(なんばマルイ)
	【事務局】	中塚・絹原・竹林((株)地域計画建築研究所(アルパック))

次回定例会 2023年3月27日(月) 16:00～ (会場: 難波御堂筋ホール)