

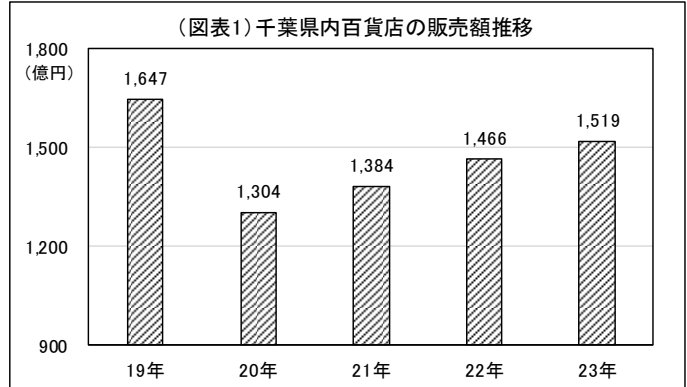
県内の百貨店やSCでは、地域密着や他店との差別化などを図る取り組みが相次いでいる。アフターコロナの下で、各店舗は独自の魅力を発揮できる工夫を改めて凝らし、集客力を高めるとともに、まち全体に賑わいをもたらす拠点としての存在感を一層強めていくことに期待したい。

経済産業省が公表する商業動態統計によると、23年中の千葉県百貨店の販売額¹は前年を3.6%上回り、19年比でも92%の水準まで持ち直した(図表1)。もっとも、東京都(前年比+8.1%、19年比▲2.2%)では、インバウンド回復に伴う免税品売上の伸長や、富裕層による高額消費の好調を背景に、コロナ前を上回る売上を達成する店舗もみられ、それらと比べるとやや勢いに欠ける。

県内百貨店では、都内店と比較した際のような弱さを補うべく、地域密着や消費者ニーズの変化を意識した取り組みを強化している。昨年中は、千葉県の食に特化したOMOストア²の新設や、トレンド感ある商品を期間限定で展開する自主編集型売り場のオープン、好調な食料品売り場の更なる充実化など、施設の改装が相次いだ(図表2)。また、地元の中小企業や学校、スポーツチームなどと連携したイベントなども積極的に開催した。

他方、近年開業したショッピングセンター(SC)(図表3)の動向にも目を向けると、独自の強みを発揮し、他のSCとの差別化を図る動きがみられる。22年4月、旭市がイオンタウンらと官民連携で進める「生涯活躍のまち・みらいあさひ」事業の中核施設としてオープンした「イオンタウン旭」(旭市)には、コワーキングスペースやキッチンスタジオなどを擁する多世代交流施設「おひさまテラス」が設置された。昨年11月に開業した「三井ショッピングパークららテラスTOKYO-BAY」(船橋市)には、関東初上陸の海外チェーンカフェやSC初出店の焼き肉店といった希少性の高いテナントが複数入居したほか、ドッグランや遊具広場などを備えた約5千㎡もの芝生広場も併設された。

百貨店やSCは、単なる買い物場ではなく、人流を活発化させ、まち全体を盛り上げる拠点としての役割も大きい。アフターコロナの下で、各店舗は、独自の魅力を最大限発揮できる工夫を改めて凝らし、集客力を高めるとともに、賑わい創出の場としての存在感を一層強めていくことに期待したい。(横倉)



(出所) 経済産業省「商業動態統計調査」

(図表2) 千葉県内百貨店の改装などの動き(23年中)

店舗名	月	内容
そごう千葉店	4月	「千葉の魅力を再発見できる百貨店」をコンセプトに、約10年ぶりの全館改装を公表。本館は営業を継続しながら段階的に、別館ジュンヌ館は8月末に一時閉館して改装を進めており、24年中のグランドオープンを予定。
	9月	千葉県の食に特化したOMOストア「food edit Chiba」をオープン。実店舗への出店経験が少ない生産者も気軽に活用できるよう、商品展示作業や販売員の手配、在庫管理などはそごう側が担う。
高島屋柏店	7月	駅ビル商業施設とあわせて約15年ぶりの大規模改装を公表。9月以降、短期間でラインナップを変える自主編集型のシーズン雑貨売り場や、試打スペース付きのゴルフ用品売り場などを順次オープン。
東武百貨店船橋店	3月	屋上にバーベキュー施設をオープン。全席にグランピングテントを設置し、女子会プラン、キッズプランなど多彩なプランを用意。
	10月	段階的に実施してきた地下1階食料品売り場のリニューアルが完了。デイリー食材からこだわりの嗜好品まで幅広いニーズに対応。

(出所) 各種資料をもとに株式会社ちばぎん総合研究所が作成

(図表3) 近年開業した千葉県内の主なショッピングセンター(SC)

年	月	所在地	店舗名
19年	4月	松戸市	キテミテマツド
	7月	袖ヶ浦市	ゆりまち袖ヶ浦駅前モール
	10月	松戸市	テラスモール松戸
	10月	市原市	アクロスプラザ市原更級
20年	11月	船橋市	フォルテ船橋
21年	3月	流山市	流山おおたかの森S・C FLAPS
22年	4月	旭市	イオンタウン旭
	4月	流山市	COTOE流山おおたかの森
	6月	流山市	流山おおたかの森S・C ANNEX2
23年	3月	船橋市	Vuit(ビート)
	11月	船橋市	三井ショッピングパークららテラスTOKYO-BAY

(出所) (一社)日本ショッピングセンター協会の資料などをもとに株式会社ちばぎん総合研究所が作成

¹ 全店ベース。

² 「Online Merges with Offline」の略称。実店舗とECサイトで顧客・商品・在庫情報が統一されたストア。