

HC市場、4兆円目前にして足踏み

800～1,200坪の差異化モデルに注目を

株式会社 日本ホームセンター研究所(HC I) 代表取締役所長 高橋直樹

1. HC市場の現況

4兆円突破はならず

2015年の日本のホームセンター(HC)市場は、売上高3兆9,489億円、企業数210社、店舗数4,241店舗となった。売上高は前年比0.8%減少(336億円減少)、企業数は5.0%減少(11社減少)、店舗数は1.2%増加(51店舗増加)だった。

HC市場は、前年までの4年連続プラス成長——前年(2014年)は2.1%増加(814億円増加)、前々年(2013年)は1.1%増加(430億円増加)——から、4兆円突破を目前にしてマイナス成長に落ち込んだ。減少額は僅かなので、それまでの増加額も含めて考えると、この3年間ほどは「横這い」を続けていると言える。2014年の消費増税に伴う駆け込み需要の反動と買い控えの傾向から、十分に回復できなかったと見ることもできる。

企業数は、前年(6.0%減少=14社減少)に続いて2桁の減少となった。減少した11社の内訳を見ると、9社は1店舗経営だった企業の閉店によるHC事業からの撤退。残りの2社は、(株)サンデーに吸収合併された(株)ジョイト、DCMカーマ(株)に吸収合併された(株)ホームエキスポだった。

新店数は15年間で最少

HCの売上高が減少した理由の一つは、店舗数と売場面積の増加の傾向にある。この数年のHCの店舗数の増加数は、2011年70店舗、2012年73店舗、2013年79店舗、2014年67店舗となっていた。2015年(今回)は51店舗だったので、この5年間の中では最も増加数が少なかった。

ちなみにここで言っている増加とは「純増」のことで、1年間の新店の数から閉店の数を引いた数字。2015年は新店104店舗、閉店53店舗と、前年(新店112店舗、閉店45店舗)に比べて新店が少なく、閉店が多かった。純粋な新店の数で見ても、過去15年間の中で最少だった。

また、店舗数の増加率が2013年2.0%、2014年1.6%、2015年1.2%と減少傾向にあることに伴って、屋内売場面積の増加率も2013年4.5%、2014年3.2%、2015年2.7%と低減しつつある。

坪効率は80万円台前半に

HCの売上高が減少したもう一つの理由は、坪効率の減少にある。2015年のHCの坪効率は83.7万円と、前年の86.5万円から3.2%減少、80万円台前半に突入した。5年前と比べて7.3%減少、10年前と比べて21.3%減少している。

日本のHCの坪効率が最高を記録したのは、1990年の344.7万円だった。その後は低下の一途を辿っていて、1991年に300万円を割り、1995年に200万円を割り、2007年に100万円を割った。2011年には東日本大震災の影響を受けて92.2万円と21年ぶりに増加(2.1%増加)したが、翌年から再び減り続け、2013年に90万円を割った。このままでは70万円台突入も時間の問題と言える。

83.7万円という数字は、ピークだった1990年(344.7万円)の24.3%で、4分の1以下ということになる。15年前の2000年(127.8万円)と比べても65.5%と、3分の2以下になる。日本のHCは、販売力の低下という問題を解決できないまま、時間を重ねてきていることになる。

3兆円突破から19年……

日本のHC市場は、1985年に1兆円を突破したあと、92年に2兆円を、96年に3兆円を突破。1兆円から2兆円までに7年間、2兆円から3兆円までに4年間しか要していなかった。だが、3兆円を突破してからすでに19年が経過しているのに、未だに4兆円に到達することができないでいる。

この10年間の平均成長率は1.2%で、2010年と2015年(今回)に前年割れを記録。日本のHCは、初めてマイナス成長となった1998年を境として、それまでの成長産業から成熟産業に転じたと見ることができる。

店舗数が増加して、坪効率が低下して、成長の手段は出店に頼らざるを得ない、しかしながら出店しても爆発的な効果は期待できないので、出店そのものも慎重に構えざるを得ない——。HCを巡る状況を一言で言うと、そういう図式になる。

寡占化は少しずつ進行

売場面積別に見ると、売場面積2,000坪以上の店舗は、店舗数では14.0%に当たるが(前年は13.5%だっ