

賃料設定、テナント契約

近年の商業施設におけるテナントとの契約、賃料設定にあたっては、かつてのような保証金の設定は難しく、さらに有力テナントを誘致する場合には、内装工事費を施設側が負担するなど、テナント側が有利な条件で、交渉が行われることが多くなってきている。

ここでは、このような現状を踏まえて、大型閉鎖店舗再生にあたって、どのような賃料設定、テナント契約を行っていけば良いのかについて、解説する。

賃料設定、テナント契約

1. SCにおける賃料の徴収形態

SCにおける賃料の徴収形態には以下のような方式がある。

一般的にSCにおいては、固定あるいは最低保証付歩合賃料の徴収形態が主流となっている。

ただし、近年の“買い手市場”下においては、テナント側の立場が強く、テナントのリスクを軽減する方向で交渉が進むことが多い。そのため、“最低保証付逓減歩合型”では最低保証の水準が低くなりがちであり、また“単純歩合型”を求められる場面も増えている。

固定家賃型

売上額と関係なく一定額の賃料を徴収するスタイルである。オフィス等に複合される店舗はこの形態が多い。

賃料は、売上との関連性がなく決定されるため、SCには不向きである。

固定家賃＋売上歩合型

固定家賃に加え、売上に歩率を掛けて徴収するスタイルである。

このスタイルは、固定家賃の設定により売上変動のリスクを出店者が負い、売上歩合は余り高くないという特徴がある。

単純歩合型

一定の歩率を設定し、売上に対する歩合賃料のみとするスタイルである。

テナントにとっては固定家賃的リスクが無いかわりに、高い坪当たり売上を実現した場合、高い賃料を支払う結果になる。交渉のしやすさの観点からは最もシンプルなスタイルであるが、事業運営主体にとって、固定家賃に相当するものがないので、事業計画が立てづらく、リスクヘッジができない難点がある。

新規のエリア開発におけるSC等、テナントが売上の予想を立てにくい時に要求してくることが多いスタイルである。

最低保証付逓減歩合型（固定＋売上逓減）

基本的には売上歩合型のスタイルであるが、テナントの売上に最低保証の意味での基準売上高を設定し、その歩合が固定家賃部分に相当するので事業運営主体にとっては売上変動のリスクヘッジとなる。

売上歩合は基本歩率（4～10%程度）を設定し、最低保証のリスクを出店者が負う

かわりに、一定の売上高を超えた額に対しては、歩率を軽減する逓減措置をとることが多い。

最低保証の基準売上高、歩率、逓減にかかる売上高等、交渉のポイントが多いために柔軟性の高いスタイルであり、交渉のしやすさの観点からは現状の経済情勢の中では最も適したスタイルといえる。

2．賃料設定の方法

(1)賃料設定の方法

具体的に賃料を算定し、設定する方法としては以下の3つの方式がある。

原価法…………… 原価計算による床コストの把握の必要性
事例比較法…………… 周辺SC、あるいは類似事例との比較
収益還元法…………… テナントの賃料負担能力

なお、賃料は、支払い賃料だけでなく、敷金・保証金なども含めた実質賃料をベースとして考えることが必要である。

また、テナントサイドとしては共益費等を含む形で賃料支払い水準が検討されることにも注意が必要である。

原価法…原価計算による床コストの把握の必要性

売上歩合制を含んだSCの賃料を考えるにあたっては、まず、事業運営主体としてそのSCを運営していくためには、いくら賃料が必要かを把握しなければならない。

こうして計算された賃料を固定家賃型で徴収するか、売上歩合型で徴収するかは、次の検討課題となる。

まず、SCの投下資金に対する利回りに必要諸経費を加算して求める原価法によって、あるべき賃料を算定する必要がある。この場合、SC固有の必要経費として、共同販促の負担金、リニューアル費用、テナント入替に伴う誘致費、内装営繕費等を見込む必要がある。

事例比較法…周辺SC、または類似事例との比較

周辺事例と立地条件、アクセスビリティ、事業運営主体の運営力、キーテナントの有無等について比較しながら賃料設定を試みる。

ただし、現実には公表されたパンフレット値と実現値（契約値）との間には格差が生じているケースが多いため、実際に契約した値を把握しないと正確な比較はできない。

なお、最近とみに有名無実化しつつあるパンフレット値であるが、以下の存在価値がある。

- ・ 出店条件の最高値というガイドライン
- ・ 対外的に施設のステイタスをアピールする尺度
- ・ 断り（不要）テナントへの防波堤

収益還元法...テナントの賃料負担能力

当然のことであるが、賃料の決定にあたってはテナントの賃料負担能力を考慮しなければならない。

現在買い手市場のため、テナント側の立場が相対的に強く、出店時のリスクを回避できるような条件の要望が強い。

例えば、以下のようなものである。

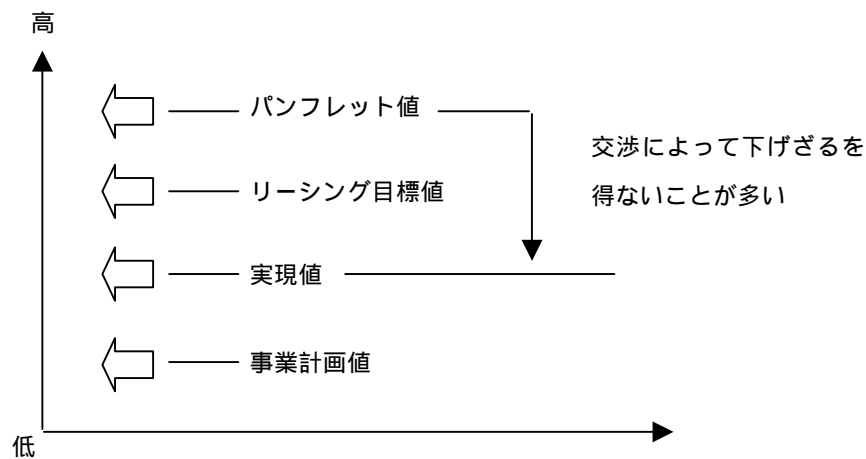
- ・保証金、敷金の軽減
- ・固定家賃分の軽減
- ・共益費や販促を含んだ賃料設定の要求
- ・歩合のみの賃料設定の要求
- ・内装工事費の事業運営主体負担 等々

賃料には、図表 - 1 のようにいくつかの値があり、実際の賃料交渉はパンフレット値と事業計画値との間でのやりとりとなる。

なお、この考え方は全店舗での賃貸条件の合算値に対して適用することを原則としている。

即ち、個別のケースでは“実現値”が“事業計画値”を下回ることも有り得る。

図表 - 1 賃料の設定水準イメージ



(2)効用比の考え方

特定の賃料に関する効用比とは、特定の区画が、基準となる店舗ロケーションに比べて、どの程度の不動産価値があるということであり、大きく分けてフロア指数（垂直係数）と平面指数（水平係数）が考えられる。

フロア指数とは、外部からのアプローチとなる基準階（通常は1F）の賃貸水準を

100 としたとき、他のフロアはどの程度になるかということであり、商業の場合基準階から離れるほど水準は低くなる。因みに、日本ショッピングセンター協会の実態調査によると、B 1 F : 75、1 F : 100、2 F : 80、3 F : 65、4 F : 57、5 F : 43 という平均実態もある。

しかしながら、この平均数値についても絶対ではなく、例えば、2 階に鉄道駅からのアプローチがある場合などは 100 となるであろうし、アメリカ型の二層モールなどの場合、2 階モール部の水準は 80 ~ 90 といったことが通常であろう。

平面指数については、基準をどのロケーションにとるかといった問題や導線との関連で、より複雑になるため、一般的な指数を決めることは困難であり、ケースバイケースである。

3. 業種業態別の賃料設定の留意点

事業運営主体からすれば、基本的には最低保証売上付歩合家賃、あるいは固定家賃プラス売上歩合といった体系が、SC のなかでの良き競合関係の維持や店舗モラル向上といった面で、望ましいと考えられる。

ただし、「買い手市場」の現在では、最低保証売上を低く抑えたり、固定家賃のない単純売上歩合が増加する傾向がある。また、業種・業態により歩合家賃に適わないケースもある。

一般に、物販に比べ飲食の場合、粗利益率が高く歩合率も高く設定されている場合が多い（物販 7～10％に比べ、飲食 8～12％等）。ただし、飲食の場合売上効率が低く、売上の上限もあるうえ人件費の占める割合が高いため、賃料負担能力で言えば、結果的に低くなることが多い。

以下に日本ショッピングセンター協会のアンケートによる調査を掲載する。

図表 - 2 SC 規模別ビル形態別テナントの平均賃料（物販店舗）

（単位：円/月坪）

	総合	商業ビル	オフィスビル	住宅ビル	駅ビル	地下街	高架下	複合ビル
総合	21,262	15,299	25,902	14,964	32,426	36,528	24,534	24,948
3,000 m ² 未満	14,564	13,966	-	10,700	9,214	38,640	20,200	14,749
3,000 m ² ～ 5,000 m ² 未満	14,613	11,787	24,862	18,550	19,301	19,363	21,384	14,009
5,000 m ² ～ 7,500 m ² 未満	21,045	14,301	26,250	13,871	23,385	35,059	32,674	9,310
7,500 m ² ～ 11,000 m ² 未満	21,676	13,146	-	10,944	35,320	46,448	17,329	19,774
11,000 m ² ～ 20,000 m ² 未満	22,571	16,064	24,100	15,020	30,501	37,054	-	33,606
20,000 m ² ～ 30,000 m ² 未満	35,292	21,181	29,692	13,796	42,292	-	-	49,860
30,000 m ² ～ 50,000 m ² 未満	15,034	11,837	-	-	-	-	-	29,036
50,000 m ² 以上	34,893	36,250	-	-	-	-	-	21,695
テナント数	14,674	6,985	346	366	3,240	1,151	889	1,697

出典：SC 賃料・共益費 2002、日本 SC 協会、2002 年

図表 - 3 SC 規模別ビル形態別テナントの平均賃料（飲食店舗）

（単位：円/月坪）

	総合	商業ビル	オフィスビル	住宅ビル	駅ビル	地下街	高架下	複合ビル
総合	21,473	13,921	36,533	14,022	29,309	36,474	20,164	17,451
3,000 m ² 未満	12,644	10,594	-	8,607	10,729	29,273	23,217	11,086
3,000 m ² ～ 5,000 m ² 未満	17,221	10,929	68,209	18,068	17,319	12,383	15,554	10,828
5,000 m ² ～ 7,500 m ² 未満	20,633	13,961	23,460	21,766	20,433	30,817	21,598	3,477
7,500 m ² ～ 11,000 m ² 未満	21,969	14,135	-	9,567	32,106	34,157	16,975	13,619
11,000 m ² ～ 20,000 m ² 未満	22,943	14,404	22,010	10,805	26,953	41,404	-	17,893
20,000 m ² ～ 30,000 m ² 未満	29,314	14,336	19,400	11,756	36,693	-	-	26,130
30,000 m ² ～ 50,000 m ² 未満	20,117	15,535	-	-	-	-	-	28,552
50,000 m ² 以上	18,385	18,320	-	-	-	-	-	19,128
テナント数	3,583	1,461	92	97	832	420	206	475

出典：SC 賃料・共益費 2002、日本 SC 協会、2002 年

図表 - 4 SC規模別ビル形態別テナントの平均賃料(サービス店舗)

(単位: 円/月坪)

	総合	商業ビル	オフィスビル	住宅ビル	駅ビル	地下街	高架下	複合ビル
総合	12,577	11,142	20,376	15,672	16,028	37,813	15,377	12,714
3,000 m ² 未満	13,458	13,850	-	7,815	9,063	24,450	10,435	11,802
3,000 m ² ~ 5,000 m ² 未満	11,936	10,953	26,042	18,049	12,022	18,984	9,477	10,927
5,000 m ² ~ 7,500 m ² 未満	11,933	10,132	12,514	10,051	18,472	36,699	16,293	6,924
7,500 m ² ~ 11,000 m ² 未満	14,673	11,474	-	12,000	20,753	46,318	16,296	15,437
11,000 m ² ~ 20,000 m ² 未満	12,757	11,107	27,900	15,964	12,642	40,038	-	12,389
20,000 m ² ~ 30,000 m ² 未満	17,075	11,623	26,708	18,277	31,212	-	-	-
30,000 m ² ~ 50,000 m ² 未満	8,306	8,081	-	-	-	-	-	22,025
50,000 m ² 以上	14,058	13,995	-	-	-	-	-	19,443
テナント数	1,970	1,332	16	66	273	64	58	161

出典: SC 賃料・共益費 2002、日本 SC 協会、2002 年

キーテナント、大型物販店

基本的には固定家賃のみといった契約がほとんどである。SC のなかでも単独での完結性が強く、売上金を SC が預からないことが多いほか、商品ごとに粗利益率が大きく違うことも多いためと考えられる。

大型店の場合、キーテナントとして優遇されるのはもちろんであるが、賃貸区画内部に独自の共用面積が大きく発生するため、売上効率が低くなり、単位面積当たりの賃料負担能力も低いと考えるべきである。

サービス

サービス業態といっても範囲が広いので、一概には言えないが、ほとんどの場合、固定家賃のみか歩合家賃のみといった体系となる。

一般的に言えば、金融、旅行、ショールーム、宝くじ、リペアなどの SC におけるサービス施設的な意味合いの強い業態の場合、オフィスと同じような考えで固定家賃のみといったパターンが多い。

また、ゲームやカラオケといったアミューズメント施設の場合、出店者のリスク回避という点で歩合のみといったパターンもよく見られる。

食品

食品の場合、比較的中小・零細な出店者が多いこと、粗利益率は高いが、現金仕入れが多く、特に生鮮や惣菜などに関してはロスがつきまとうという特性がある。

一般的には売上に応じた逓減制といった複雑な賃料体系を嫌う傾向があり、固定家賃と売上歩合の併用(歩合率は低く 1 ~ 3 % 程度)あるいはケース貸しのような業態の場合歩合のみといった場合が多いようである。

歩合制を導入するといったことにおいて、最も問題があるのがこの食品である。生鮮や惣菜など、対面販売が基本での、現場ディスカウントや「溜め銭」といった販売手法を採る場合、正確な売上把握は非常に難しい。突き詰めれば、デベロッパーとテナント双方の信頼関係しかない。

中・大規模趣味雑貨系店舗（書籍、CDショップ等）

書店やCDショップ、ライフ・スタイル訴求型生活雑貨店の場合、100坪以上といった集客的な意味合いのある店舗が増えており、ゾーンにおけるキーテナント的な位置付けでリーシングするケースが多い。

書籍やCDの場合、仕入値が他の物販に比べて高いこと、また雑貨系中大型店の場合はロスの危険性が高いため、ファッションやファッション雑貨に比べて賃料の負担率が低くなる。粗利益率が15%程度の業態も多く、この場合、歩合方式では高くても5～7%程度が限界となる。

また、賃料、共益費込みでの交渉が多くなる傾向もある。

ファーストフード、テイクアウト飲食業態

飲食でありながら、物販的な要素もあり、一般的なレストランと違って売上に上限があまりないことが特徴である。例えば、フードコート型の展開の場合、面積（坪）あたりの月額売上100万円ということも可能であり、歩合で賃料を稼ぎたい業態である。

フードコート型展開とした場合、客席部分のコストをテナントにどう転嫁するかといった問題があるが、日本においては共益費として回収しているケースはまだ少なく、歩合や固定家賃部分の一部として考えていることが多いようである。

ただし、ファーストフードの場合、チェーン・オペレーションが確立しているケースが多く、賃料についても店舗標準の考え方がしっかりしているため、条件交渉の余地はそう多くない。

4．大型閉鎖店舗の再生における賃料設定の考え方

中心市街地の大型閉鎖店舗の再生においては、賃料設定は以下のような考え方で行われる。

(1)再生形態 1：大型店に一括賃貸できた場合

- ・賃料設定...固定賃料。但し賃料水準は下がる。立地にもよるが、従前の半分以上となることも有り得る。
- ・賃貸面積...延床のまま。(変わらない)
- ・共益費 ...共用部が発生しないので共益費も発生しない。(変わらない)
- ・運営管理...運営管理の手間とコストはほとんどかからない。(変わらない)

(2)再生形態 2：複数の店舗に分割して賃貸する場合

- ・賃料設定...大型店は固定賃料。中小型店や飲食店は固定 + 歩合か歩合賃料。賃料収入は下がる。
 - ・賃貸面積...通路やバックヤード等を除く、いわゆるネット面積が対象となる。
 - ・共益費 ...通路やバックヤード等の共用部が発生するため、共益費が発生する。
 - ・運営管理...共用部の維持管理やテナント管理など運営管理の手間とコストがかかる。
- また、共用部の内装工事は事業運営主体の負担となる。

(3)有力テナントを誘致する場合の条件

大型店閉鎖の再生においては、どうしてもテナント側有利で条件交渉が行われる。賃料水準の低減の他に、次のような条件となることもある。

歩合賃料のみ（共益費、販促費等込み）の賃料条件

テナント側の事業リスクを下げる条件として、歩合賃料のみとなることがある。さらに、共益費、販促費も歩合賃料に含むとすることもある。

内装工事費オーナー負担

テナントの内装工事をオーナー側で負担することがある。

この場合、内装工事負担分を賃料に乘せる形で賃料水準を高くすることが多い。

（歩合 7 % のところを歩合 15 % とするなど）

(4)老朽化した建物の場合に問題となる点

大型閉鎖店舗の建物が老朽化している場合、次のような点が問題となり、オーナー

側に大きな負担となることが多い。

設備容量の不足、設備対応力の不足

電気・ガスなどの容量不足、給排水設備の対応不能、OA・AV 対応設備の不足など

設備の老朽化

建物本体は大丈夫でも、エレベーター、エスカレーターや空調設備等の償却が終わっているなど。

駐車場台数の不足

郊外型 SC との競合などで駐車場台数が実質的に不足していることがある。

大店立地法対応

駐車場台数、荷捌き施設、ゴミ置場、空調室外機など、大店立地法の基準に満たない場合がある。

5．敷金と保証金

敷金も保証金も、賃貸借契約締結時に、借主（テナント）から貸主（オーナー）に差入れられる一時金的一种であるが、性格は全く異なるものである。

敷金は、賃貸借契約の一部として、賃料の未払いや物件の損傷等を担保する性格であるのに対し、保証金は、賃貸借契約とは別の金銭消費貸借である。

(1)敷金

敷金は、法律用語として既に確定しており、賃貸借により生じる貸主側の損害を担保するためのものと解釈も一貫している。

従って、賃貸借契約書のなかで「契約期間途中の滞納賃料に充当する」といった特約をおこなうことは意味のないことであるし、逆に、その特約があるという理由で、テナントに対し賃料滞納の正当性を与えてしまう。

敷金の額は賃料月額の6ヶ月から24ヶ月分程度が適当

敷金が貸主側の損害を担保するものである限り、賃料月額の60ヶ月や100ヶ月といった一時金は、敷金ではなく保証金あるいは建設協力金と見なされるおそれがある。

従来の解釈では、賃料月額の6ヶ月から2年分程度というのが適正と考えられる。

賃貸借契約解約時に全額を一括返済するのが基本

契約上の特約として、短期間でテナント側の都合で退店した場合に敷金を返還しない、あるいは建物償却分として一部を償却するといった特約が盛り込まれていることもある。

特約については、返還しない敷金の額や償却額が不適正でない限り、法律上有効とされるが、この種の特約については裁判で争われるケースも多く、契約時に十分認識しておくことも必要である。

敷金の返還請求権は継承されると考えるのが一般的

例えば、事業運営主体の倒産や物件自体の売却によりオーナーが変わったとしても、賃貸借契約を継続させる限り、借主であるテナントは、新たなオーナーに対して敷金の返還請求権を有する。

(2)保証金

保証金については法的に確定された用語ではない。一般には、オーナーが自己資金がない場合、賃貸借契約とは別個の金銭消費貸借契約を交わして調達する一時金と解釈されており、建設協力金などもこれに含まれる。

ただし、金銭消費貸借契約を交わさない敷金の場合でも、賃料月額の60ヶ月や100

ヶ月という額の場合は、「適正」な額を超えた部分については、保証金と見なされることもあるため、注意が必要である。

一定期間据え置きその後決められた期間での割賦返済が一般的

例えば、契約締結後 10 年間据え置き、無利子で 10 年間均等返還ということが一般的になっている。

別の面でいえば、賃貸借契約と金銭消費貸借契約は全く別であり、賃貸借契約の解約や解除に伴ってテナントが退店したとしても、返還時期が来るまで返還する義務はない。

事業収支上は、一斉に返還が始まるため、資金的な手立てが計画段階に必要

敷金のように、契約終了に伴って返還義務が発生するものではなく、減価償却メリットが小さくなった時期に一斉に返還が始まることが多く、収支上、計画段階から返還の資金を考慮しておく必要がある。

保証金返還請求権は継承されないのが原則

敷金とは異なり、賃貸借契約上の貸主が変わった場合でも、保証金の返還義務は当初の貸主に残るとというのが、今までの法的な解釈である。

例えば、事業運営主体が倒産し貸主が変わった場合、新しい貸主は保証金の返還義務はない。事業運営主体の倒産の場合などは、テナントが保証金を回収できなくなる（破産の場合、通常テナントが回収できる 1 割程度）。

最近では、テナントから賃料月額の数ヶ月を預かるという条件は少なくなっており、敷金一本という契約も増えている。

6．共益費

(1)共益費の定義

賃料が、「建物の賃貸借において、建物（及びその敷地）の使用の対価として、賃借人から賃貸人に支払われる金銭その他の物」と規定があるのに比べ、共益費は厳密に定まっているわけではない。一般的には「ビル管理に要する諸費用、共用部分に関する付加使用料、テナント、または区分所有者ごとに分別することの難しい付加使用料等を年間で積上計算し、専有面積当たりの月割でテナントまたは区分所有者に賦課される費用」（再開発のための基礎用語）また、貸ビルを部分貸しする場合においては、共有部分にかかる諸費用、と解釈するのが妥当である。

特に SC の場合は、共用部分は顧客を導入するための重要な空間であり、単なる店舗の集合を、統一されたコンセプト、デザインのもとに SC たらしめる重要な機能とも考えられる。

家賃が、事業運営主体の不動産コストと、サブ・リースするにあたっての手数料的な費用、事業運営主体のオペレーションにおける付加価値的なサービスの費用、および利益も含む概念であるのに対し、共益費とは、共用部分と全体共用設備の維持管理に関わる維持管理費用と理解するのが妥当と思われる。

共益費に含まれる項目は以下のように整理できる。

- ・共用部分の水道光熱費（集合サインなどの費用を含む）
- ・共用部分の冷暖房空調費
- ・エレベーター、エスカレーターなどの動力費
- ・共用部分の清掃費、衛生費
- ・共用設備の点検費、営繕費（空調設備や基本照明など）
- ・建物全体に関する保安・警備費
- ・インフォメーションの運営費
- ・外溝・植栽・環境演出等
- ・上記に関する人件費、業務委託費、事務費
- ・従業員サービスに関わる施設・設備の運営費、人件費

SC によっては、共益費のなかに、インフォメーションの運営費や人件費といった顧客サービスの費用の他、植栽などの環境演出費的なコストを含めるケースも多いが、SC それぞれであり、共益費の算出や比較等にあたっては、前提を事前に確認することが重要である。一般に SC では、テナントから共同販売促進費や宣伝費を徴収しているケースもあり、上記のような費用を宣伝費として計上している例も多い。

- ・インフォメーションや店内放送等については、それをエレベーターと同じような共用設備と見なすか、顧客カードのような販売促進的な費用として見なすかで、共益費、宣伝費のどちらの対象コストとなるかが決定される。
- ・共益費の額を大きく左右するものとしては、顧客用駐車場の運営費・人件費が上げられる。最近では、駐車場費あるいは駐車場維持費として、共益費とは別に徴収する例が増えている。
- ・また、空調や基本照明の方式も重要である。例えば、モール形態の店舗では店舗内の空調費や基本照明の費用は一般に個別費として扱われるが、ファッション・ビルのような集合型店舗の場合は、フロア全体で空調と基本照明をおこなうのが通常であるため、その部分が共益費の対象コストとしてオンされる。共益費に占める水道光熱コストが 20～50%であることを考えると、方式が異なれば本来は「相場」といった横比較は不可能である。また空調の場合、SC を一括してセントラル方式の設備をもつのか、店舗は個別室外機をもつのかで、点検・整備費用は大きく異なり、共益費にも影響を与える。
- ・他の要素としては、POS システムや売上金管理などに関わる費用の扱いもある。POS のターミナルについてはリースなどにより個別費、システム費や売上金管理に関わる人件費、設備費などは、本来事業運営主体の業務の根幹に関わるものであるため、賃料相当コスト項目に算入するのが適当と考えられるが、SC によっては共益費相当コストに含めている場合もある。

共益費相当コストに算入するのには明らかに無理があると思われるのは、一年以上のスパンで発生、それも事業運営主体の判断でおこなう維持費等である。例えば、外壁修繕といったような作業は通常 3 年から 5 年でおこなうものであり、共益費が通常半年あるいは一年で実費精算するのが一般的であることを考えると、共益費としてテナントから徴収するのは無理がある。オーナーの資産である躯体自体の営繕費や保険料、大規模な修繕のための積立金的な費用も、本来は賃料に相当する項目として考えるべきと思われる。

また、会計上の処理の仕方にもよるが、通常、投資項目は共益費には算入しない。投資は本来、発生させた期間のみに「効果」が現われるものではないからである。

(2) 共益費の相場

共益費の相場について、日本ショッピングセンター協会のアンケートによる調査を掲載する。なお、前述したように、対象コストや管理方式により異なる。

図表 - 5 都市規模別ビル形態別テナントの平均共益費

(単位：円/月坪)

	テナント 数	総合	商業ビル	オフィス ビル	住宅ビル	駅ビル	地下街	高架下	複合ビル
全国	21,162	7,534	5,689	9,039	6,091	9,720	12,429	8,332	9,099
13大都市計	8,974	9,362	7,385	8,906	6,344	10,808	12,504	7,977	9,517
札幌	555	7,562	6,034	-	-	-	10,100	-	-
仙台	285	5,451	4,091	-	-	-	-	-	9,600
千葉	260	11,976	-	-	-	1,342	-	8,618	-
東京	2,804	10,186	8,411	7,196	8,586	10,331	12,814	10,053	12,330
横浜	1,135	10,084	7,760	8,560	1,415	11,236	13,845	-	-
川崎	101	10,014	11,000	-	-	-	-	-	3,000
名古屋	910	11,524	10,073	5,434	-	-	13,113	-	11,942
京都	248	8,972	4,768	-	2,456	-	12,000	-	-
大坂	867	9,712	8,617	14,088	3,104	12,000	17,490	4,654	6,571
神戸	532	7,052	6,880	-	4,775	6,059	11,623	5,132	8,373
広島	351	7,711	5,901	-	-	9,678	-	-	8,469
北九州	159	6,479	6,479	-	-	-	-	-	-
福岡	767	8,802	9,950	-	-	10,157	9,544	7,687	8,469
中都市 A	773	7,374	5,550	-	15,653	8,229	11,674	-	9,210
中都市 B	3,683	6,739	5,951	10,500	7,344	7,814	8,335	7,522	7,284
中都市 C	2,931	7,766	5,971	-	2,517	9,555	17,071	9,152	9,371
小都市 A	3,445	5,308	4,495	7,590	5,789	9,085	-	9,080	7,372
小都市 B	421	4,230	4,230	-	-	-	-	-	-
町 村	935	4,129	4,129	-	-	-	-	-	-

出典：SC 賃料・共益費 2002、日本 SC 協会、2002 年

7. テナント契約の形態

商業テナントの出店契約の形態には以下のようなものがある。

分譲契約

店舗用建物の賃貸借契約（普通借家契約）

定期建物賃貸借契約（定期借家契約）

営業委託契約

ケース貸し契約

消化仕入れ契約

分譲契約

店舗の建物あるいは区画の所有権を分譲する契約で、駅前や旧市街地の商店街再開発などで、各商店の経営者に施設を分譲するケースがみられる。

各出店者は、それぞれ所有権に基づいて店舗の経営に当たるため、全体としての統一は困難である。各商店経営者間の協定についても強い統制は不可能で、全体としての統一運営は期待できない。

店舗用建物の賃貸借契約（普通借家契約）

店舗用建物またはその一部について、テナントに賃借権を与え、その対価として賃料の支払いを義務づける契約。

一般のテナント契約としては最も多くみられる形態であり、借地借家法の適用対象となるものである。

SCにおける賃貸借契約の大きな特徴としては、SC全体の統一オペレーションとテナント間の利害調整を目的として、店舗の使用目的の制限やテナントの営業活動への介入・制約が盛り込まれることである。

定期建物賃貸借契約（定期借家契約）

定期借家契約は平成12年3月から施行された新しい契約形態であり、SCにおけるテナント契約の新たな形態として大きな注目を集めている。

定期借家契約は以下のような特徴を有する。

- ・定期借家制度は賃貸人と賃借人との合意で契約期間、賃料などを自由に取り決めることができ、契約期間が満了すれば契約は終了し、建物は返還される。更新はない。
- ・契約期間は普通借家契約と異なり、1年未満から20年以上まで自由に取り決めることができる。期間満了の際は、更新がないことから当然契約は終了することになる。
- ・賃料についても、賃貸期間や使用目的に応じて、当事者が自由に取り決めること

ができる。

- ・借地借家法の更新拒絶の要件の規定、法定更新の規定は適用が無く、更新拒絶に正当事由は必要ない。

また、定期借家契約は以下の様な手続きを必要とする。

- ・定期借家契約であることを、賃貸人は契約に先だって賃借人に対し「文書」で説明しておかなければならない。
- ・定期借家契約は必ず書面でしなければならない。契約書を作成する必要がある。
- ・表題は「定期建物賃貸借契約書」と記載し、本文中に「賃貸人と賃借人は本件建物について、借地借家法 38 条に規定する定期建物賃貸借契約を締結する」旨を記載しておくことが必要である。
- ・契約期間を確定した期間で明確に記載し、期間満了によって契約は終了し、更新がないことを記載しておく必要がある。
- ・契約期間満了の 1 年前から 6 ヶ月前までの期間（通知期間）に、賃貸人は賃借人に対して、契約期間が満了することを書面で通知しなければならない。賃貸人がこの通知期間内に通知を怠り、通知期間を経過した後にこの通知をしたときは、その通知をしたときから 6 ヶ月を経過したときに賃貸借は終了することになる。
- ・建物使用目的（居住用か事業用か）を明確に記載しておく必要がある。
- ・賃料の定めは普通借家契約と同じでよい。しかし、定期借家契約においては「賃貸借期間内は賃料の改定は行わない」等の特約をすることができる。

SC においては、業績不振テナントの入替や、一定期間毎のリニューアルなどが必要となってくる。これらの際に、普通借家契約では、借家人保護の色が強く、テナントの退店交渉は非常に困難であった。この点、定期借地契約では、契約期間終了時には契約は終了するため、SC にとっては望ましい契約形態といえる。

営業委託契約

店舗区画において、所有権・経営権は所有者が有し、実際の販売活動を他者に委託する契約であり、オフィスビルにおける社員食堂や公共施設における売店・レストランなどでよくみられる。この契約は建物の賃貸借に当たらずに、借地借家法の適用はない。

ただし、SC において営業委託契約の表題で締結した場合でも、実質的に出店者が経営主体とみなされるケースでは借地借家法の適用を免れることはできない。

ケース貸し契約

ケース貸しは売場の特定の場所において、出店許諾者の商号を用い、出店許諾者の

一営業部門として、商品の販売についても出店許諾者の指示監督に服する趣旨の契約である。主として百貨店の特定部門で行われている。

この契約は「建物の賃貸借」に当たらず、借地借家法の適用はない。

消化仕入れ契約

これは主として百貨店について行われている契約方式である。

納入業者から提供された商品を売場に陳列し、顧客に販売し、その販売代金は百貨店に入金し、納入業者から販売分の仕入れ勘定をおこし、仕入れ代金を支払うものである。

通常、納入業者の従業員が販売業務を行うが、売場での監督権は百貨店にあり、百貨店の都合で一方的に解除できる。

このような契約形態の場合には、「建物の賃貸借」には当たらず、したがって借地借家法の適用もないものとされている。