

2013年夏期セールの販売動向

2013年夏期セールの販売動向について主に会員企業が管理・運営するSCを対象に調査を行い、110scより回答を得た。

<セール開始時期>

- ・セール開始時期は、今年は6月28日(金)開始が41SCで最も多く、次いで29日(土)開始が15SC。昨年と同様に6月最終週の週末に集中した(昨年は6月29日(金)開始が29SC、次いで6月30日(土)開始が17SC)。
- ・開始時期は、昨年と同時期のSCが84SC(76%)であることから、6月最終週の金曜スタートが定着しつつあることが窺える。

<セール実施期間>

- ・セール実施期間は10日前後(9~11日)の回答が32SC、18日間が10SCであった。

<平均売上高・レジ客数・客単価>

- ・1日の平均売上高は、35,535千円、昨年対比2.0%と伸長した。
- ・1日の平均レジ客数は15,953人(昨年15,720人)、客単価2,279円(昨年2,250円)で、昨年より好調であった。

<販売状況>

- ・今年の販売状況について「好調」と答えたSCが約半数(49%)であった。昨年は「不調」と回答したSCが過半数(51%)を超えていたことや、今年の平均売上高、レジ客数、客単価が昨年より上昇していることから今年の夏期セール期間における販売状況は、好調であったことがわかる。
- ・好調要因は「天候要因」26件、次いで「販促・キャンペーンの強化」18件、「実需期に合わせて在庫を確保」16件、「リニューアル効果」14件であった。

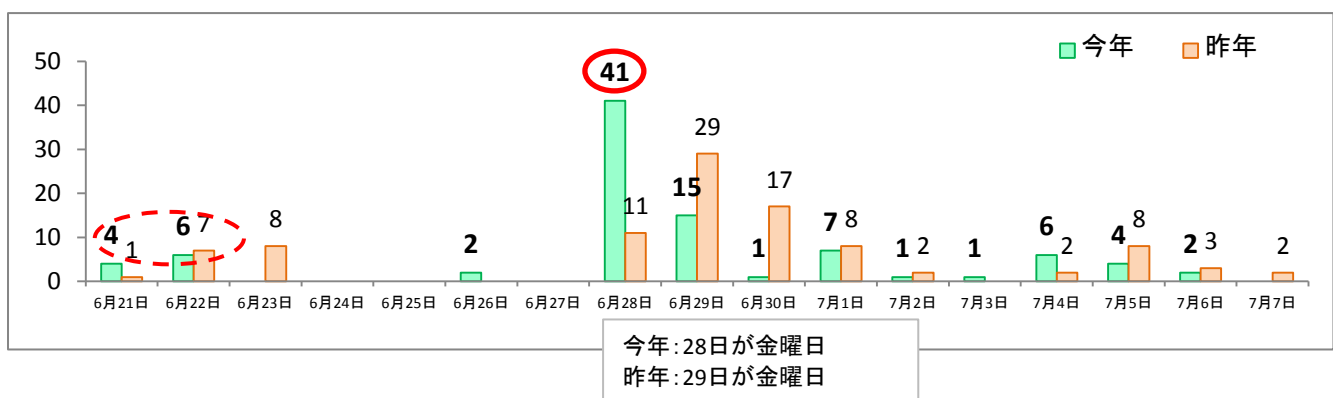
<本来好ましいと考えるセール開始時期>

- ・「7月第1週」が47件で最も多く、次いで「6月第4週」43件。

<セールに関する主な意見等>

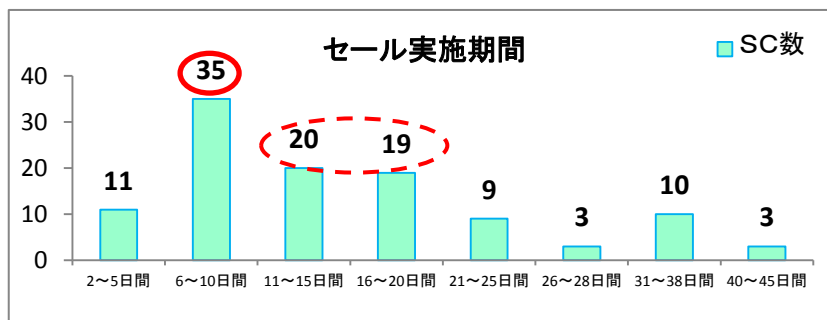
- ・セール開始前のテナント独自のプレセール実施や、セールに続くクリアランスセール、ラストクリアランスセールとなるので、セール初日の勢いが年々小さくなっている。
- ・テナントのセール期の対応により、店舗格差が目立った。
- ・施設としてセール開始時期を固定化することで、テナント側の対応もスムーズになり、結果としてお客様のメリットになる。
- ・今回の調査結果では、セール開始と気温上昇が重なり、衣料品を中心に伸長した。
- ・セール期間の販売状況は好調で売上高、集客、客単価ともに前年を上回ったが、7月は反動で売上が伸び悩んでいるとの報告もあった。

■セール開始日

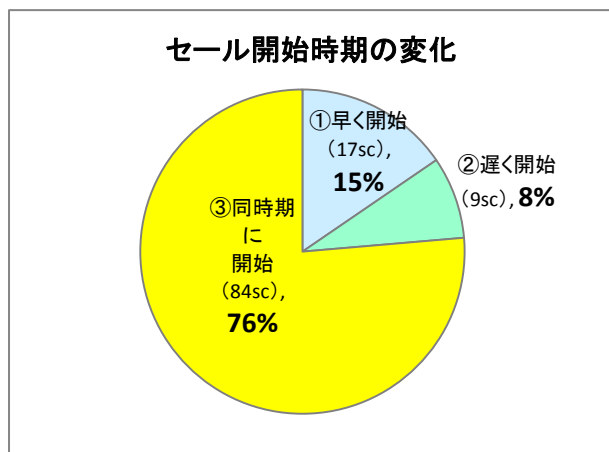


■今年のセール実施期間

①実施期間の分布



■セール開始時期の変化



セール開始について

- ①早く開始: 昨年よりも2日以上早く開始したSC
- ②遅く開始: 昨年よりも2日以上遅くして開始
- ③同時期に開始: 昨年と同日および前後1日で開始したSC

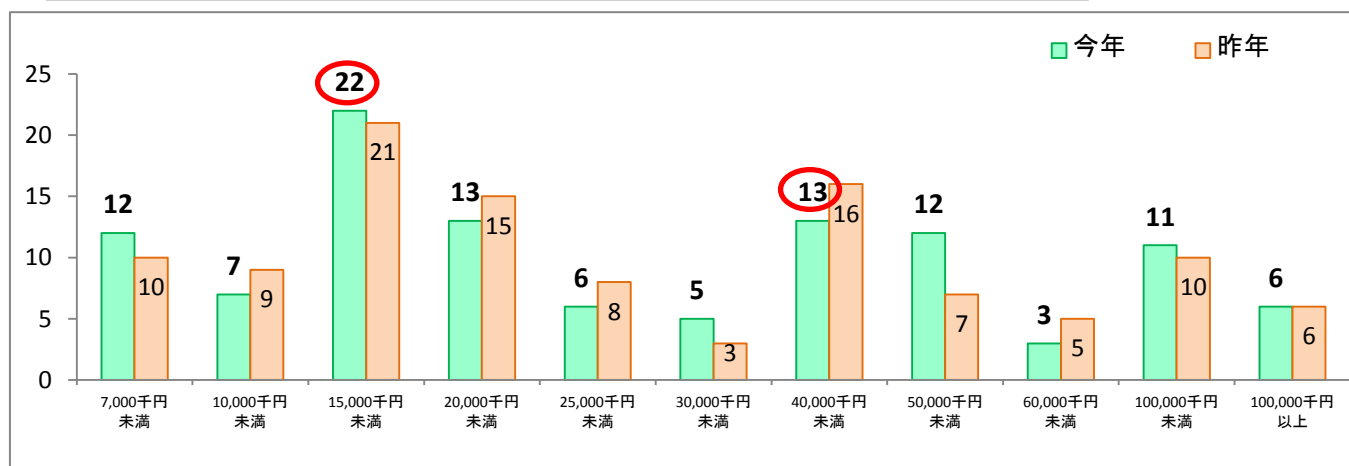
■昨年の差異

早期実施の日数	SC数
昨年より 2日早く実施	7
3日早く実施	4
8日早く実施	3
6日早く実施	1
7日早く実施	1
10日早く実施	1

遅くした日数	SC数
昨年より 6日遅く実施	5
5日遅く実施	3
4日遅く実施	1

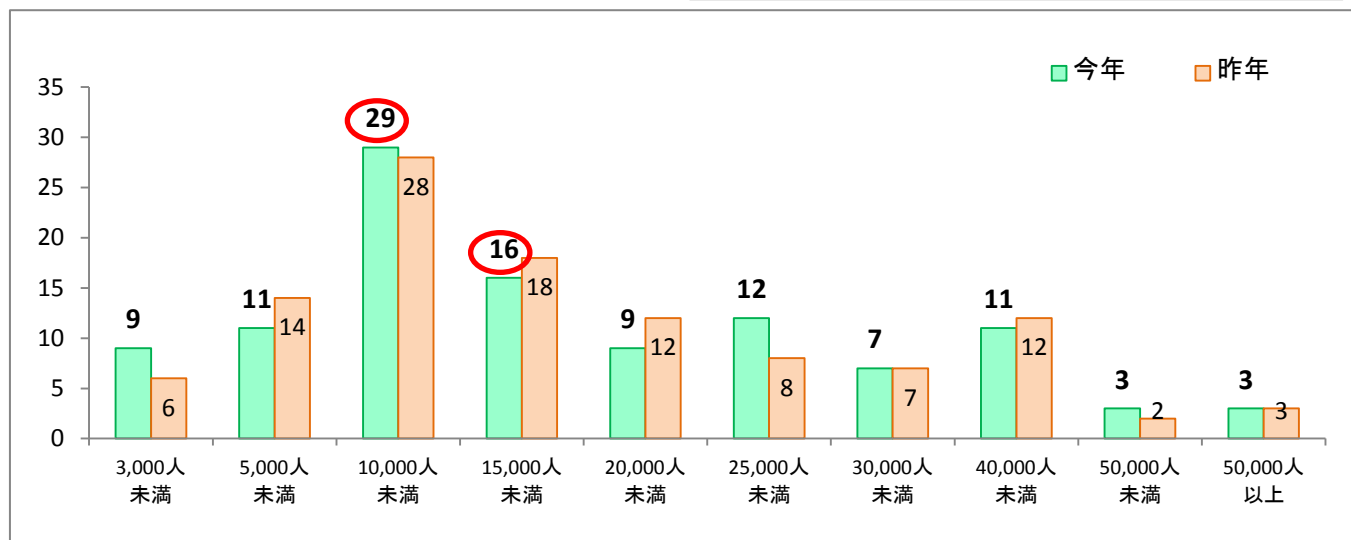
■1日平均売上高分布(SC数)

平均売上高 35,535千円 / 日 昨年対比 2.0%
(昨年 34,847千円 / 日)



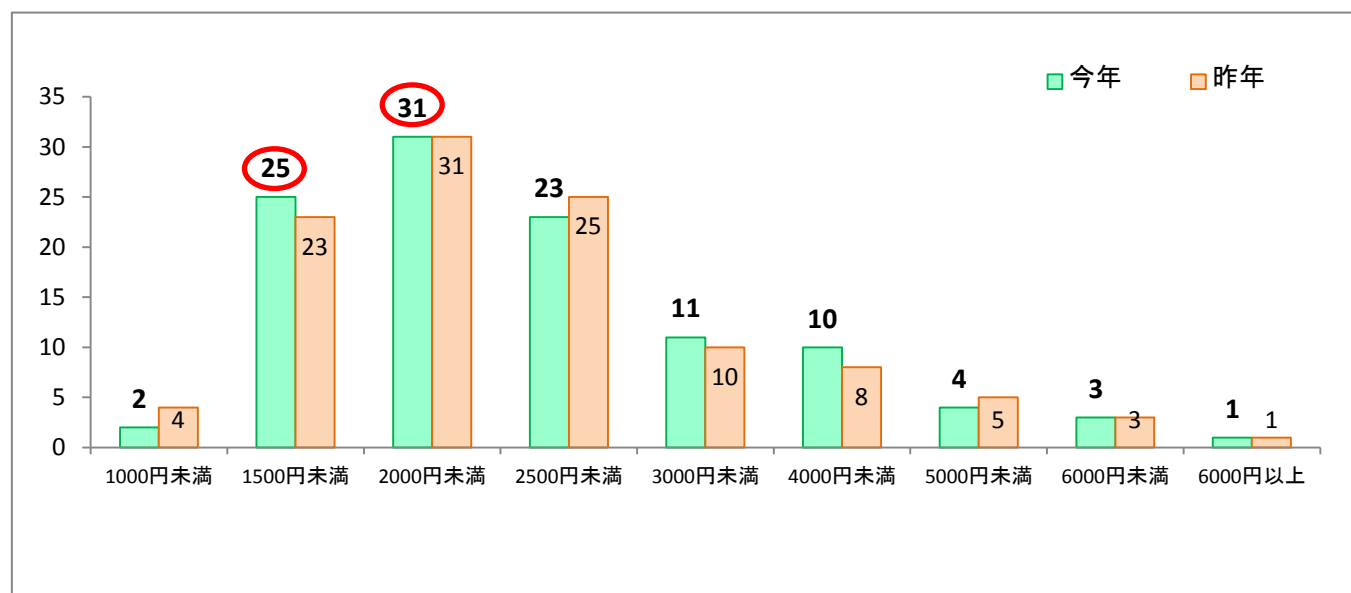
■1日当りの平均レジ客数分布(SC数)

1日平均レジ客数 15,953人 / 日
(昨年 15,720人 / 日)

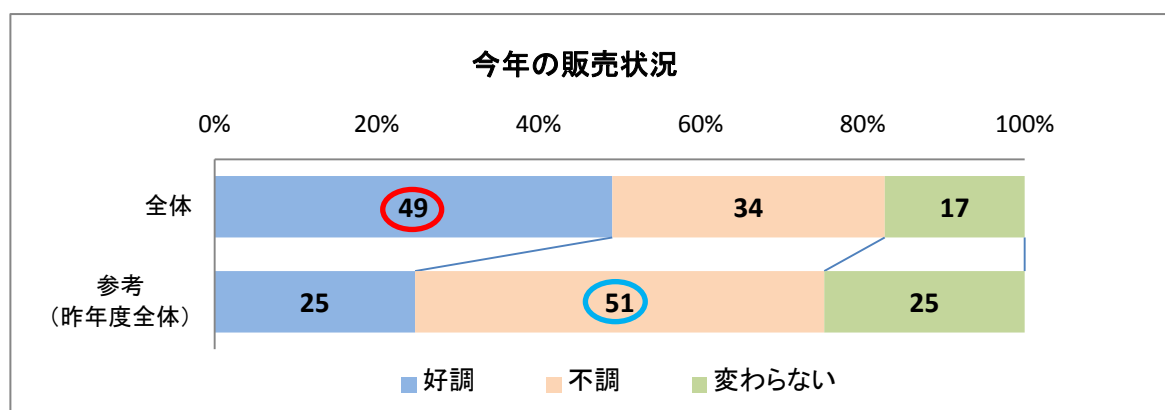


■客単価分布(SC数)

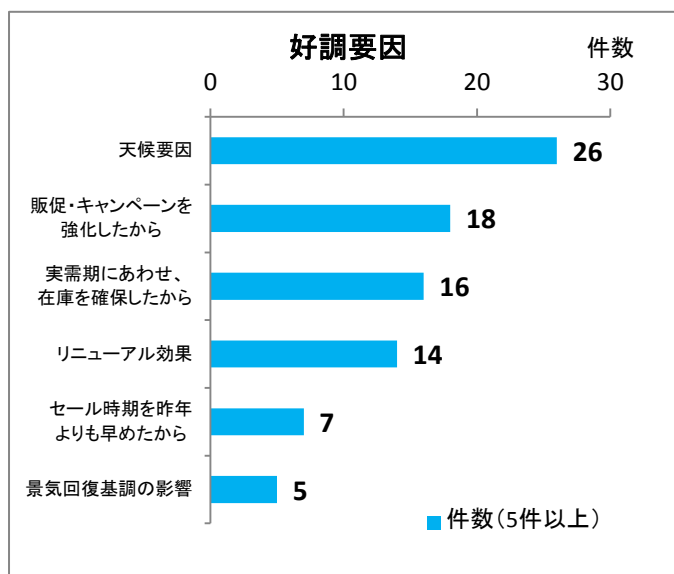
1回あたりの客単価 2,279円 / 回
(昨年 2,250円 / 回)



■今年の販売状況



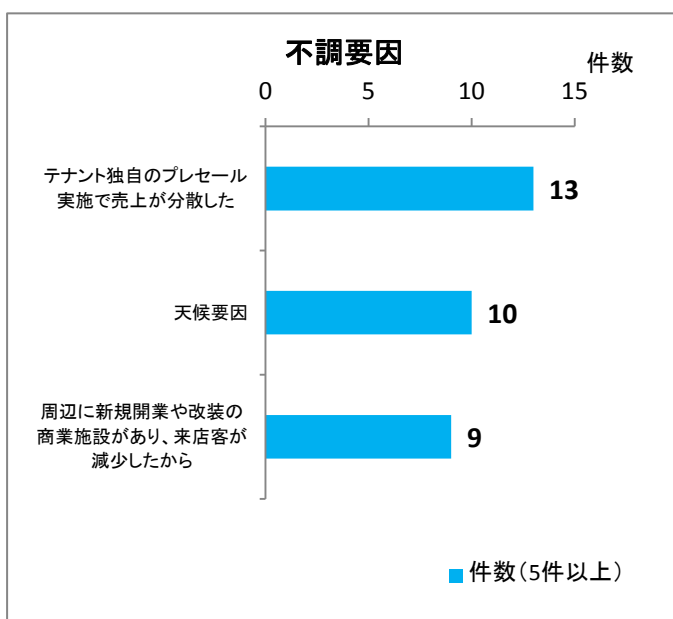
■好調要因(複数回答)



* 好調要因その他(自由記述)

- ・新規店舗効果 3 件
- ・各店舗のセール開始のタイミングが揃ったため 2 件

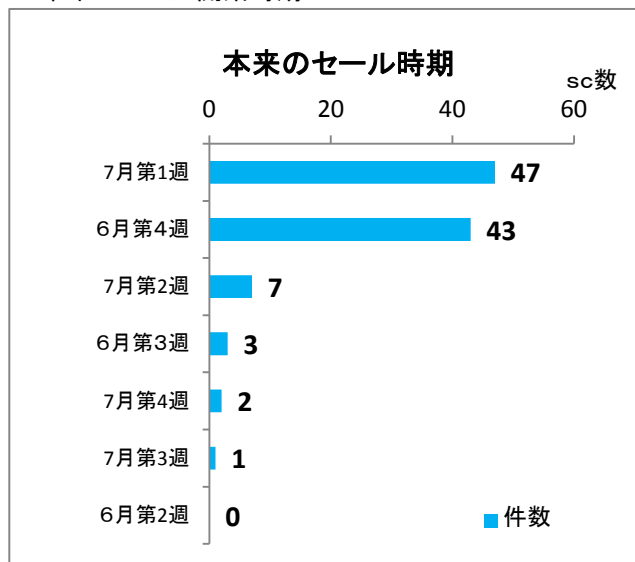
■不調要因(複数回答)



* 不調要因その他(自由記述)

- ・リニューアル工事中のため 4 件
- ・テナント退店 3 件
- ・昨年はリニューアル効果 3 件
- ・周辺競合SCとバーゲン時期のずれ 3 件

■本来のセール開始時期



- ・7月1日 3 件
- ・6月27日 1 件

(一社)日本ショッピングセンター協会 調べ
調査期間: 2013年7月25日～8月5日
調査対象数: 110sc

* 端数処理の関係で、合計と内訳が一致しない場合があります。