

SC販売統計調査報告 2015年8月

既存SC前年同月比 : +1.6%

夏休み、多機能型SCを中心に家族・友達でショッピングのみならず、
飲食・サービス(シネコン、アミューズメント等)を利用

<全体概況>

8月のSC販売額は前月に引き続きプラス(7月は+1.8%)となった。月の上半は猛暑日が続く夏物商材が順調に推移したが、月後半は台風や長雨で急激に気温が低下したことで、一部秋物需要の動きがあったものの前半ほどの勢いはなく、月全体で+1.6%となった。地域別では、中国地方がマイナス(-0.9%)となった以外はプラスとなった。とくに、**北海道(+4.2%)、九州・沖縄(+3.1%)、北陸(+2.9%)の3地域は高い伸びを示した。これは、訪日外国人の増加や夏休み国内旅行需要の増加に起因するもので、依然として北陸新幹線効果が続く金沢、富山の駅前**は高い伸び(+26.8%)となった。インバウンドや国内旅行需要以外の好調要因としては、夏休み期間中のイベント効果や地域プレミアム商品券、リニューアルによる新店の導入など消費意欲を喚起する要因があげられる。

テナント、キーテナント別販売動向では、テナントが+2.0%、キーテナントが+0.8%と、テナント伸長率が高くなっている。テナントの好調業種は、物販以外の飲食、サービスとの回答が多かったが、物販では雑貨や化粧品となっている。一方、不調業種では婦人衣料という声が多く聞かれた。婦人衣料については、キーテナントでも同様の回答が多くみられた。

<トピックス>

8月は夏休みやお盆休みで国内旅行・帰省など、多くの人々が車や電車などで移動する時期で、観光地ではインバウンドや国内旅行客によるお土産物など、ショッピングや飲食の場としてSCが利用されている。今回の調査でも食物販や飲食が好調で売上げに貢献しているという回答が多くみられた。また、お盆で帰省した際には、家族で近くのSCを訪れ、一日ショッピングやシネコン、そして食事を楽しむという光景が見られ、飲食やシネコンを好調業種にあげるSCが多くみられた。

サンプル数:508SC (回収率50.8%)

本調査は、2013年12月末現在の全SC3,134SCの中から立地別・SC規模別に1,000SCをサンプル抽出し、調査したものをまとめた。

当協会のSC販売統計調査報告は、政府統計に合わせて消費税を含めて算出しております。

SC総売上高(推計)は、年間総売上高として発表させていただきます。

表-1 立地別・構成別 売上高伸長率

立地	SC数	総合	テナント	キーテナント	
総合	508	1.6	2.0	0.8	
中心地域	大都市	75	2.8	3.1	-6.8
	中都市	66	1.3	1.4	1.3
	小都市	26	-0.9	0.6	-3.7
	小計	167	2.0	2.4	-0.6
周辺地域	130	3.2	3.7	1.9	
郊外地域	211	0.6	0.5	0.8	

(注)

都市規模

大都市:札幌・仙台・千葉・東京区部・川崎・横浜・名古屋・京都・大阪・神戸・広島・福岡・北九州の各市

中都市:上記都市を除く人口15万人以上の都市

小都市:人口15万人未満の都市

立地(市・町・村の行政区画単位で区分)

中心地域:当該市・町・村の商業機能が集積した中心市街地

周辺地域:中心地域に隣接した商業・行政・ビジネス等の都市機能が適度に存在する地域

郊外地域:都市郊外で住宅地・農地等が展開されている地域

表-2 立地別・地域別 売上高伸長率

立地(SC数)	地域										
	総合	北海道	東北	関東	中部	北陸	近畿	中国	四国	九州・沖縄	
総合	508	1.6	4.2	0.1	2.3	1.0	2.9	0.6	-0.9	2.2	3.1
中心地域	167	2.0	2.1	-1.1	2.5	1.8	-6.9	2.6	-1.1	0.1	4.1
周辺地域	130	3.2	7.1	0.1	1.9	-0.2	26.8	1.7	3.0	4.9	6.5
郊外地域	211	0.6	-2.9	0.5	2.3	0.8	-1.4	-1.0	-1.5	2.7	-0.6
(SC数)	508	16	28	194	46	33	112	29	13	37	

(注) 地域

北海道:北海道

東北:青森県・岩手県・宮城県・秋田県・山形県・福島県

関東:茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・山梨県

北陸:新潟県・富山県・石川県・福井県

中部:長野県・岐阜県・静岡県・愛知県・三重県

近畿:滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県

中国:鳥取県・島根県・岡山県・広島県・山口県

四国:徳島県・香川県・愛媛県・高知県

九州・沖縄:福岡県・佐賀県・長崎県・熊本県・大分県・宮崎県・鹿児島県・沖縄県

表-3 都市規模別・地域別
売上高伸長率

都 市	SC数	総 合	テナント	キーテナント	
総 合	508	1.6	2.0	0.8	
政 令 指 定 都 市	札 幌 市	10	5.1	5.1	-
	仙 台 市	2	-3.7	-3.7	-
	千 葉 市	6	-4.3	-4.3	-
	東 京 区 部	55	3.1	2.5	5.3
	横 浜 市	18	2.3	2.8	0.2
	川 崎 市	8	4.9	5.4	2.0
	名 古 屋 市	10	-2.4	-2.9	-1.0
	京 都 市	9	-7.2	-6.9	-7.6
	大 阪 市	26	2.8	3.2	0.2
	神 戸 市	17	3.1	3.7	1.7
	広 島 市	8	-2.1	-2.2	0.2
	北 九 州 市	2	-1.3	-1.3	-1.0
	福 岡 市	10	3.4	3.3	4.4
	小 計	181	1.8	1.9	1.5
そ の 他 の 地 域	北 海 道	6	-6.5	-0.5	-10.5
	東 北	26	0.7	1.4	-0.6
	関 東	107	1.8	1.8	1.8
	中 部	36	2.6	3.1	1.6
	北 陸	33	2.9	6.0	-0.7
	近 畿	60	0.3	1.6	-1.0
	中 国	21	-0.6	-1.9	1.7
	四 国	13	2.2	1.7	2.9
	九 州・沖 縄	25	3.4	5.2	-0.4
小 計	327	1.5	2.0	0.6	

「その他の地域」には、政令指定都市は含まない。
2003年以降、さいたま市、静岡市、浜松市、新潟市、堺市、岡山市が、2010年4月は相模原市が、2012年4月は熊本市が政令指定都市となったが、さいたま市、相模原市は関東地域、静岡市・浜松市は中部地域、新潟市は北陸地域、堺市は近畿地域、岡山市は中国地域、熊本市は九州・沖縄地域に含めた。

表-4 キーテナント業態別
売上高伸長率

キー業態	SC数	%	
総 合	508	1.6	
核なし	241	3.1	
1 核	Dpt	18	1.2
	GMS	142	-0.2
	SM	45	1.9
	SS	2	5.1
	HC	1	2.6
	専門店	6	6.0
	生協	4	2.4
	農協	1	-5.7
	Dgs	2	3.5
	小 計	221	0.6
2 核	Dpt+GMS	2	4.2
	Dpt+SM	4	1.5
	GMS+SM	4	0.8
	GMS+HC	1	-1.2
	GMS+専門店	4	-1.4
	SM+SS	3	-1.9
	SM+DS	2	0.1
	SM+専門店	8	5.7
	生協+HC	1	6.7
	その他	5	-3.3
小 計	34	1.1	
3 以上核	Dpt+GMS+HC	2	-2.0
	その他	10	1.2
小 計	12	0.5	

表-5 立地別SC・テナント・キーテナント効率

立地(SC数)	売上高・店舗面積		売上高		店舗面積		1SC当り売上高 (千円)	坪効率 (千円)	1SC当り 平均面積 (㎡)
	総合	店舗面積	(千円)	前年比	(実効㎡)	前年比			
SC総合	総合	508	462,469,051	1.6	9,235,649	0.0	910,372	165	18,180
	中心地域	167	142,190,495	2.0	2,023,145	-0.3	851,440	232	12,115
	大都市	75	78,534,635	2.8	897,385	-0.2	1,047,128	289	11,965
	中都市	66	52,836,863	1.3	901,042	0.0	800,559	194	13,652
	小都市	26	10,818,997	-0.9	224,719	-2.5	416,115	159	8,643
	周辺地域	130	107,942,170	3.2	1,824,526	0.8	830,324	195	14,035
	郊外地域	211	212,336,386	0.6	5,387,978	-0.1	1,006,334	130	25,535
テナント	総合	508	331,592,956	2.0	6,031,285	0.4	652,742	181	11,873
	中心地域	167	120,975,823	2.4	1,659,911	-0.4	724,406	241	9,940
	大都市	75	76,126,768	3.1	882,978	-0.2	1,015,024	285	11,773
	中都市	66	37,651,206	1.4	639,968	0.1	570,473	194	9,697
	小都市	26	7,197,849	0.6	136,966	-4.1	276,840	173	5,268
	周辺地域	130	80,979,439	3.7	1,295,401	2.1	622,919	206	9,965
	郊外地域	211	129,637,694	0.5	3,075,973	0.1	614,397	139	14,578
キーテナント	総合	267	130,876,095	0.8	3,204,364	-0.6	490,173	135	12,001
	中心地域	39	21,214,672	-0.6	363,234	0.0	543,966	193	9,314
	大都市	7	2,407,867	-6.8	14,407	0.0	343,981	552	2,058
	中都市	18	15,185,657	1.3	261,074	0.0	843,648	192	14,504
	小都市	14	3,621,148	-3.7	87,753	0.0	258,653	136	6,268
	周辺地域	60	26,962,731	1.9	529,125	-2.2	449,379	168	8,819
	郊外地域	168	82,698,692	0.8	2,312,005	-0.3	492,254	118	13,762

注:売上高(総合)は、調査対象508SCの合計値です。

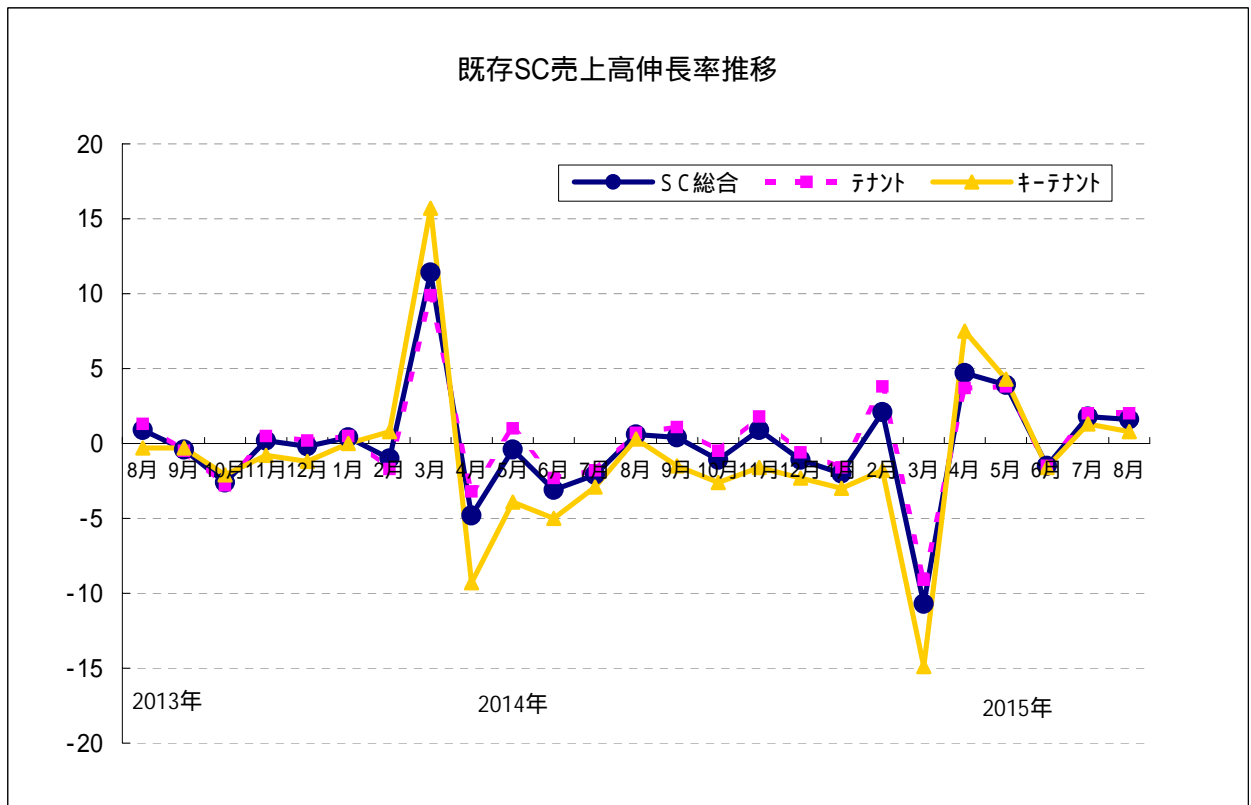


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		S C			百貨店	チェーン ストア
		既存SC				
		SC総合	テナント	キ-テナント		
年別	00年	-3.4	-3.1	-3.7	-2.2	-5.1
	01年	-2.2	-1.4	-3.3	-0.4	-5.2
	02年	-2.1	-2.1	-2.1	-2.3	-2.1
	03年	-1.6	-0.8	-2.4	-2.8	-3.2
	04年	-1.7	-0.9	-2.9	-2.8	-3.5
	05年	0.3	1.5	-1.9	-0.2	-2.6
	06年	0.3	0.9	-0.7	-0.7	-2.7
	07年	-0.0	0.3	-0.6	-0.5	-1.4
	08年	-1.5	-1.1	-2.3	-4.3	-0.7
	09年	-6.8	-6.5	-7.4	-10.1	-4.3
	10年	-2.0	-1.7	-2.8	-3.1	-2.6
	11年	-1.3	-1.1	-1.5	-2.0	-0.8
	12年	0.5	1.5	-1.6	0.3	-1.9
	13年	-0.5	-0.1	-1.3	1.6	-0.7
	14年	0.1	0.5	-0.9	0.3	-0.6
2014四半期別	(1～3月)	4.1	3.4	5.9	11.0	3.6
	(4～6月)	-2.8	-1.6	-5.9	-6.9	-3.4
	(7～9月)	-0.4	0.0	-1.4	-1.3	-1.0
	(10～12月)	-0.4	0.3	-2.3	-1.6	-1.5
2014上半期	(1～6月)	0.7	0.9	0.0	2.2	0.0
2014下半期	(7～12月)	-0.4	0.2	-1.9	-1.5	-1.3
2014 月別	1月	0.4	0.5	0.0	2.9	-0.2
	2月	-1.0	-1.7	0.8	3.0	1.5
	3月	11.4	9.9	15.7	25.4	9.4
	4月	-4.8	-3.2	-9.3	-12.0	-5.4
	5月	-0.4	1.0	-3.9	-4.2	-2.2
	6月	-3.1	-2.3	-5.0	-4.6	-2.8
	7月	-2.1	-1.8	-2.9	-2.5	-2.1
	8月	0.6	0.7	0.3	-0.3	-0.1
	9月	0.4	1.1	-1.5	-0.7	-1.0
	10月	-1.1	-0.5	-2.6	-2.2	-1.9
	11月	0.9	1.8	-1.6	-1.0	-0.7
	12月	-1.1	-0.6	-2.3	-1.7	-1.8
2015 月別	1月	-2.0	-1.6	-3.0	-2.8	-1.7
	2月	2.1	3.8	-1.8	1.1	-0.8
	3月	-10.7	-9.1	-14.9	-19.7	-8.6
	4月	4.7	3.7	7.5	13.7	6.4
	5月	3.9	3.8	4.3	6.3	5.7
	6月	-1.5	-1.5	-1.6	0.4	0.3
	7月	1.8	2.0	1.3	3.4	1.9
	8月	1.6	2.0	0.8	2.7	
出典	日本ショッピングセンター協会			百貨店 協会	チェーン ストア協会	

調査分析 一般社団法人日本ショッピングセンター協会 情報企画部
TEL 03 - 3536 - 8121 <http://www.jcsc.or.jp>