

2015年夏期セールの販売動向

2015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、139SCより回答を得た。

・2015年夏のセール結果は、1日当り平均売上高で昨年よりも+1.7%、1日当りレジ客数で+1.0%、客単価+1.9%といずれも昨年を上回った(2014年は昨年対比マイナス)。

<販売状況>

- ・昨今、夏冬にかかわらず、バーゲンセールに以前ほどの勢いがなく、お客さまの支持が低下したといわれているが、今夏は昨年の不調から一転プラス基調となった。
- ・バーゲンセールの中心は婦人アパレルなどの衣料品だが、今年の傾向としてはファッション雑貨や生活雑貨さらには食料品を好調業種にあげるSCが多くみられた。また、SCの特徴としてセールで来館されたお客様が飲食をされるため、好調業種にあげるSCも多くみられた。

<セール開始時期>

- ・セール開始時期は、回答SCの50%が6月第4週の週末に集中した(6月26日(金)中心)。7月第1週(7月1日(水)中心)が35%のSCで、この2週で全体の85%を占めた。
ただ、昨年と比較すると7月1週に遅らせたSCが増え、昨年の15%から今年は35%と20ポイント増となった。

<セール実施期間>

- ・セール実施期間は11日～15日間と、16日～20日間の回答がそれぞれ全体22%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、40,399千円(昨年対比+1.7%)、1日の平均レジ客数は17,889人(昨年対比+1.0%)、客単価は2,531円(昨年対比+1.9%)となり、客単価の伸びがセール販売に貢献した。

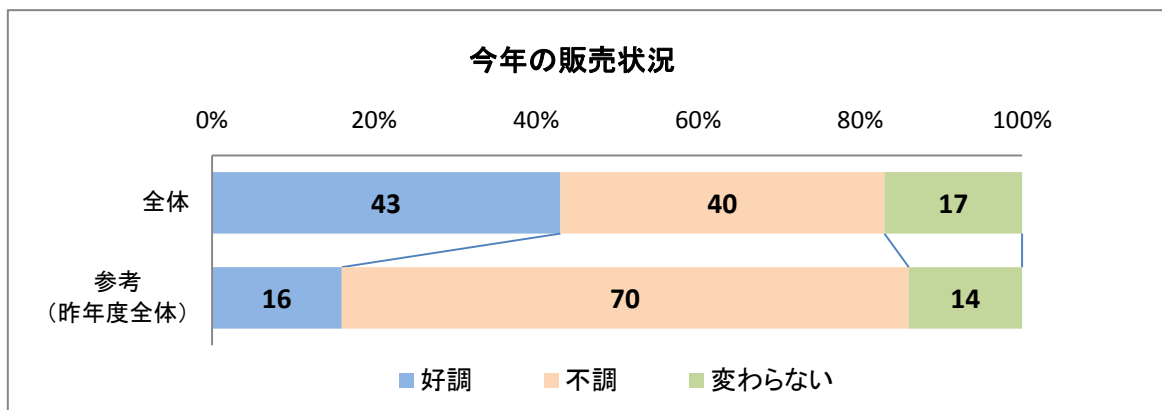
<本来好ましいと考えるセール開始時期>

- ・「7月第1週」が全体の47%で最も多く、次いで「6月第4週」が23%となっている。前述した本来好ましいと考えている開始時期に近づいている。

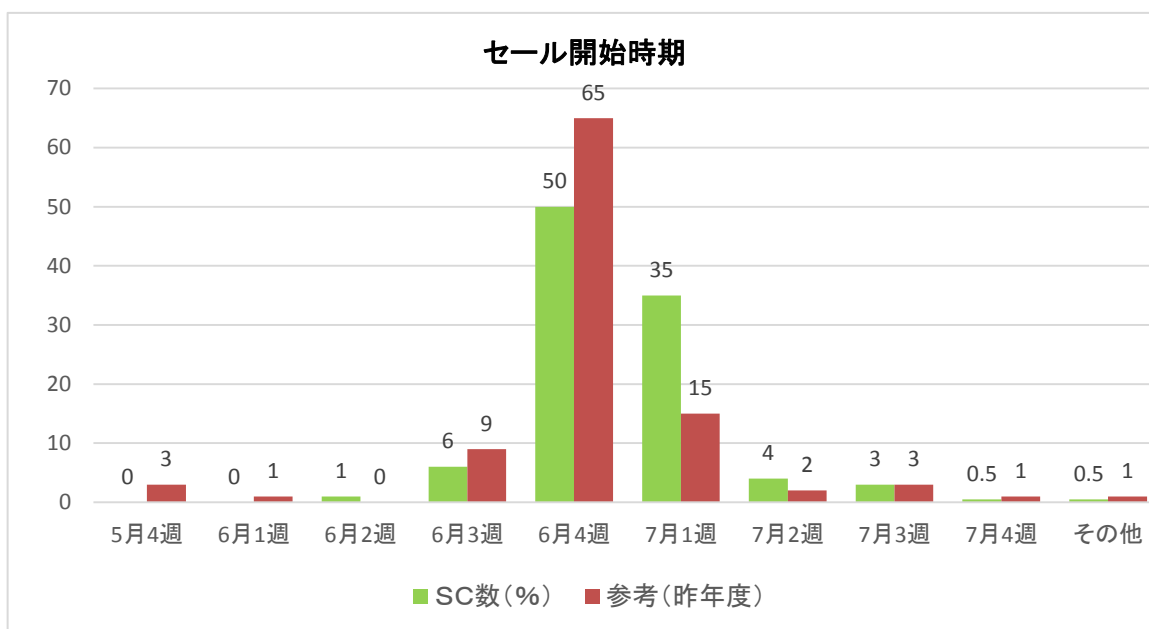
<セールに関する主な意見等>

- ・セール開始前のテナント独自のプレセール実施などによって、館全体のセールのインパクトが弱くなっている。
- ・セールにこだわらず、必要なものだけを必要な時にプロパー価格で買う傾向が続いている。
- ・セールだけのことではないが、出店者(テナント)との協力関係、信頼関係をより強化することが大切と考えている。
- ・夏期セールの実施時期は分散化傾向が続いており、消費動向等を分析、判断するのが難しく、店舗や運営現場も同様に感じている。

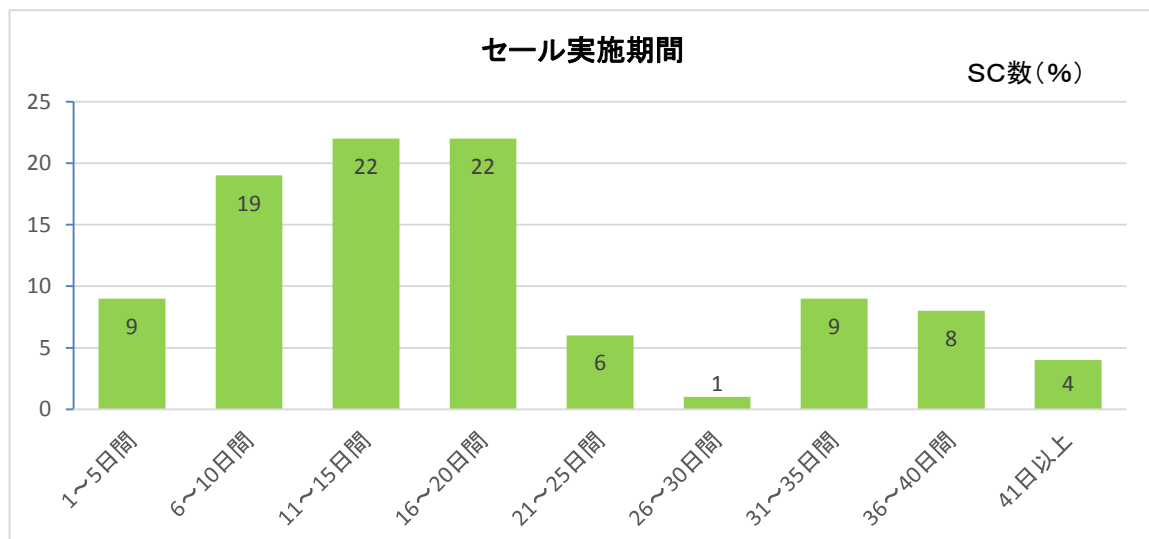
■今年の販売状況



■今年のセール開始時期

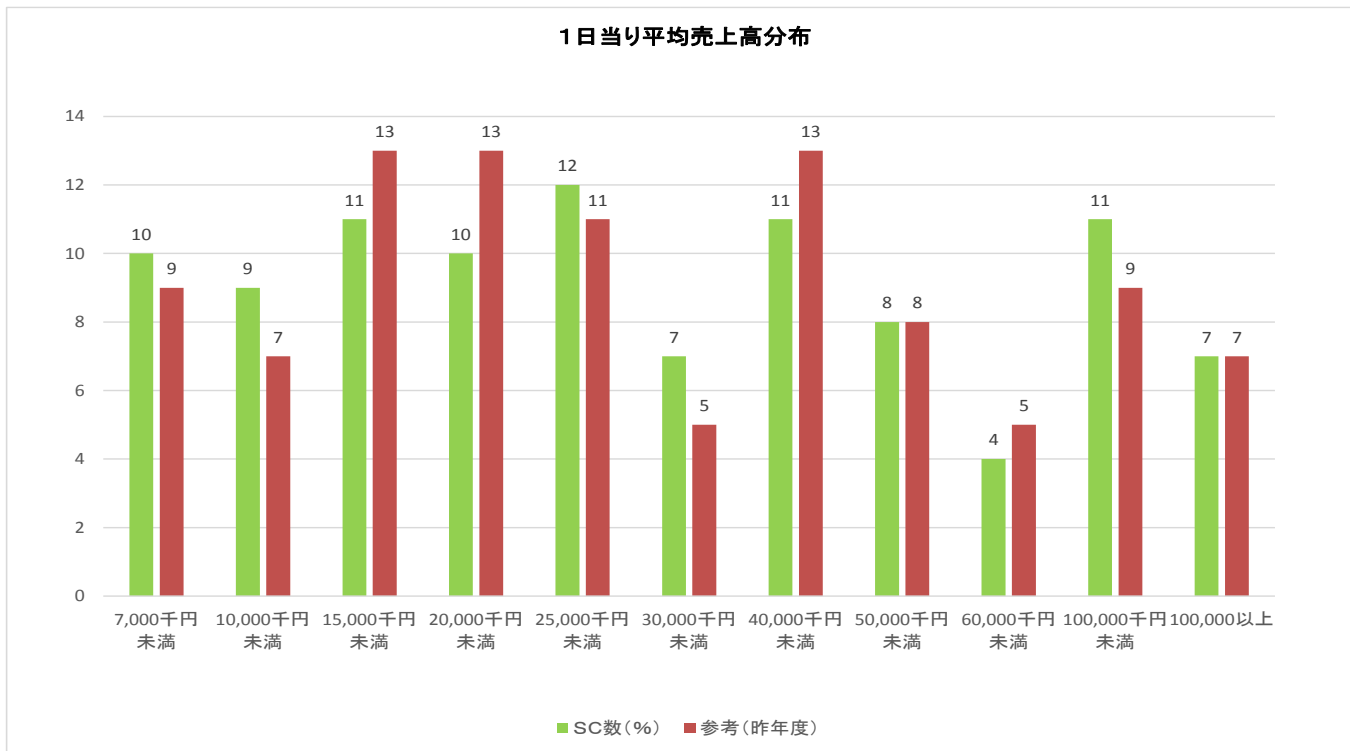


■今年のセール実施期間



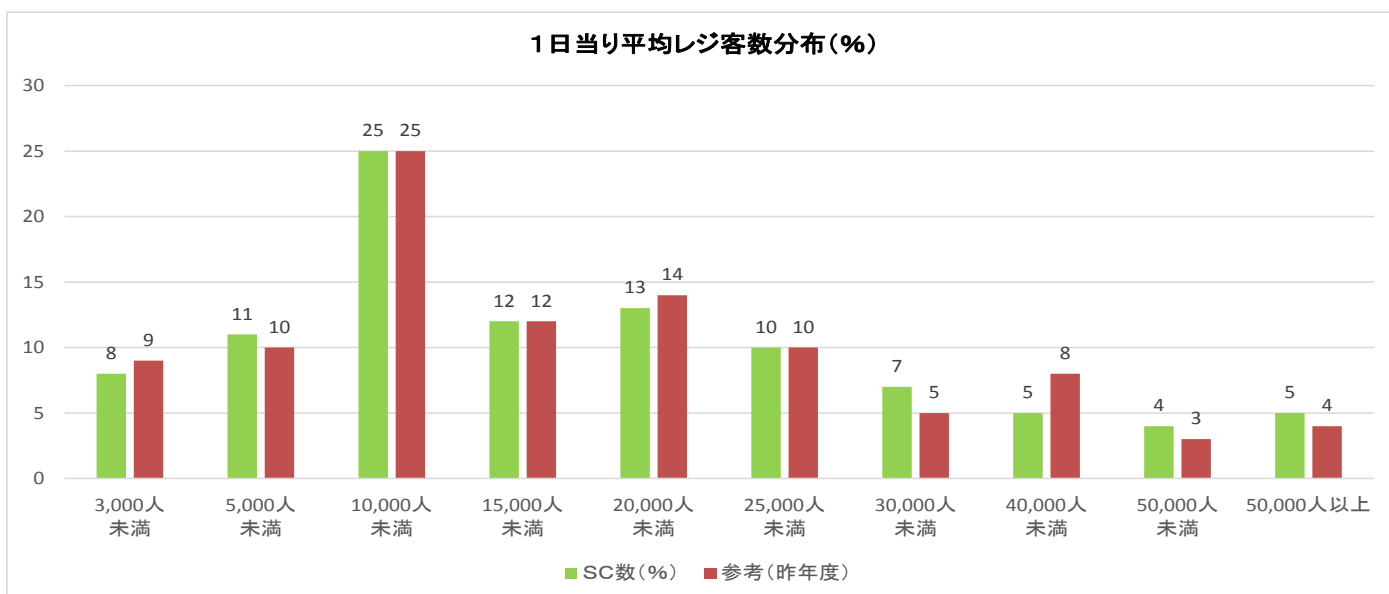
■ 1日当り平均売上高分布(%)

1日当り平均売上高 **40,399千円 / 日** **昨年対比 +1.7%**
 (昨年 39,700千円 / 日)



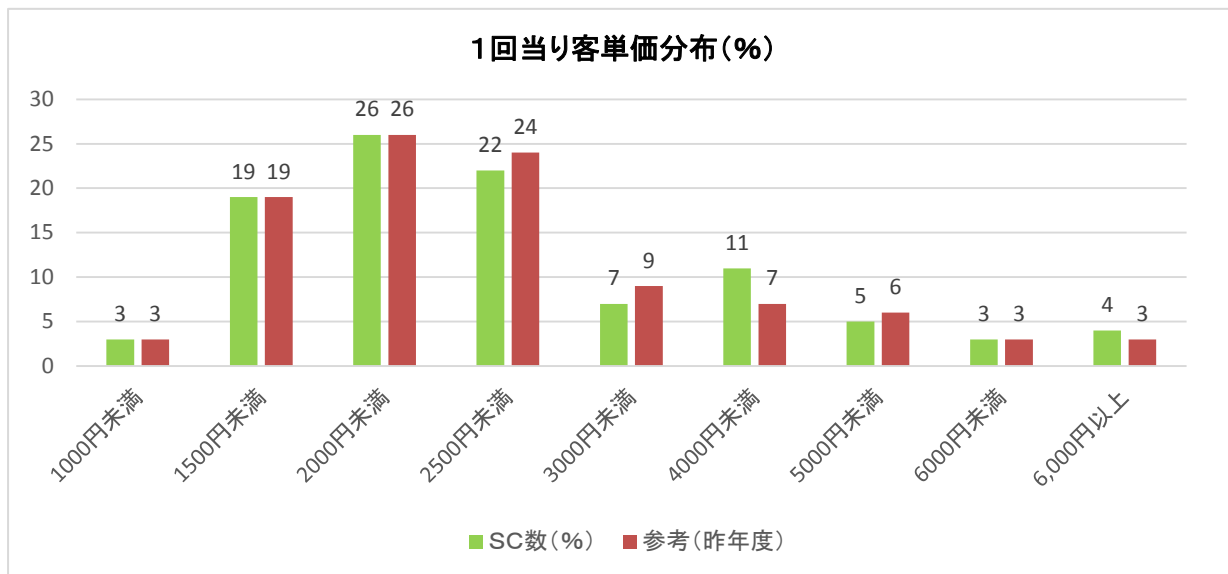
■ 1日当り平均レジ客数分布(%)

1日当り平均レジ客数 **17,889人 / 日** **昨年対比 +1.0%**
 (昨年 17,510人 / 日)

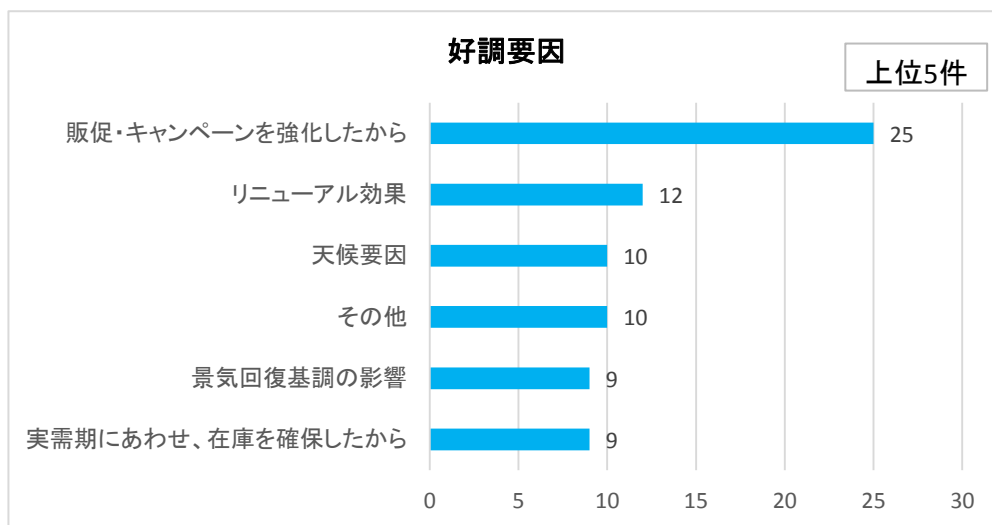


■客単価分布(%)

1回当り客単価 2,531円 / 回 昨年対比 +1.9%
(昨年 2,485円 / 回)

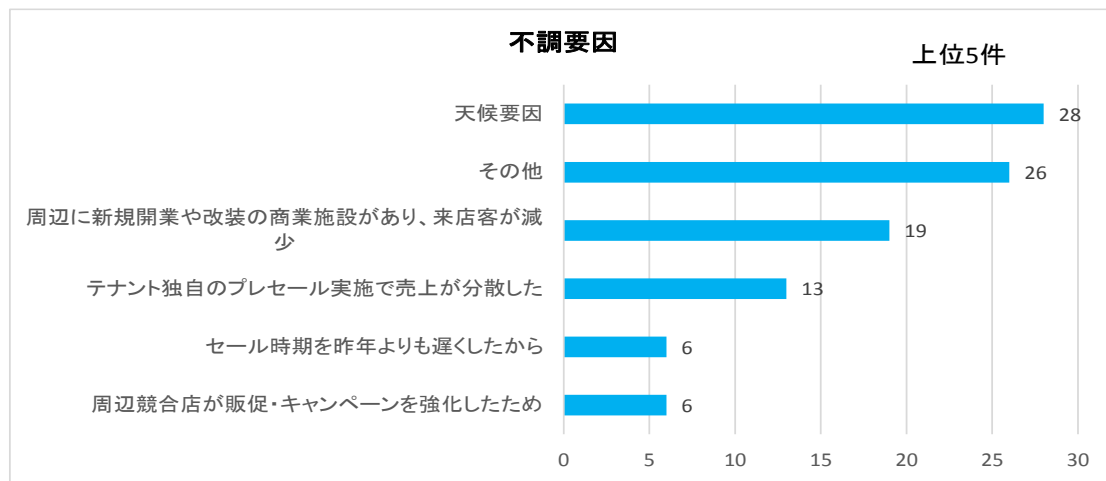


■好調要因(複数回答)



※その他好調要因の主な理由
 ・地域振興券(プレミアム券)の発行
 ・セールにあわせた個店施策の強化

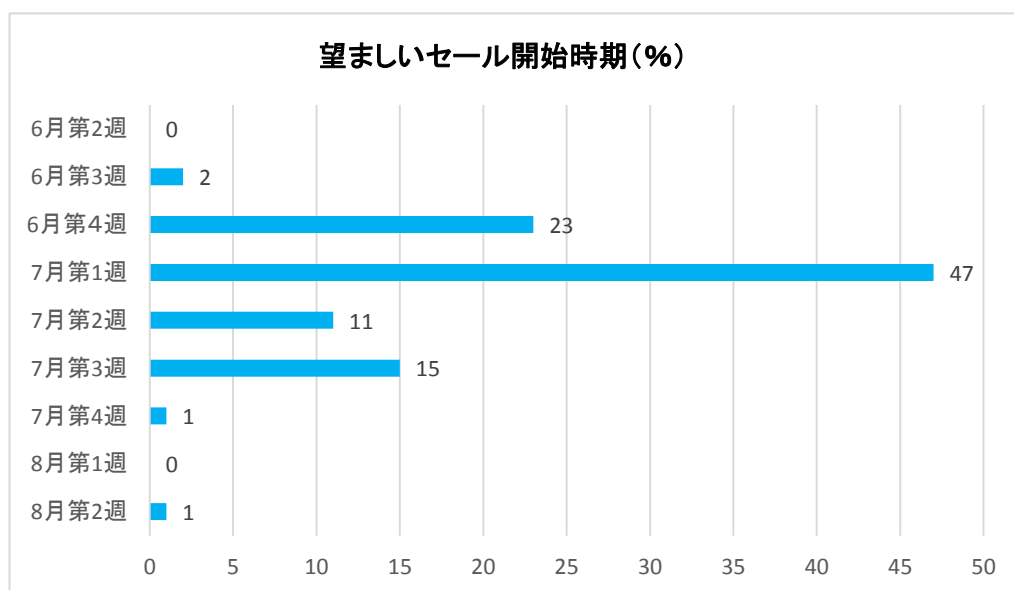
■不調要因(複数回答)



※その他不調要因の主な理由

- ・セール期間が分散し山がなくなった
- ・衣料品の不振

■本来のセール開始時期



■プレセール

本セール前にSCカード会員限定などのSC全体で実施したプレセール(テナント独自のプレセールは含まれません)は、139SCの内、実施したとの回答は28SC(去年は31SC)であった。

1日平均売上高 38,486千円 / 日 昨年対比 +3.9%
(昨年 37,023千円 / 日)

1日平均レジ客数 15,917人 / 日 昨年対比 -3.4%
(昨年 16,482人 / 日)

1回あたりの客単価 2,759円 / 回 昨年対比 +13.1%
(昨年 2,440円 / 回)

(一社)日本ショッピングセンター協会 調べ
調査期間:2015年7月25日~8月5日
調査回答数:139sc

* 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。