

## SC販売統計調査報告 2016年2月

### 既存SC前年同月比：+0.3%

#### 春節によるインバウンド効果、リニューアルによるテナント新店効果によって売上増

##### <全体概況>

2月の既存SC売上高は前年同月比+0.3%で2ヶ月連続プラスとなった。テナントは-0.1%と前年を下回ったがキーテナントが+1.4%と健闘した。

立地別では、中心地域は全体では+0.3%となり1月(-1.2%)から1.5ポイント改善したが、周辺地域は+0.3%となり1月(+1.9%)からマイナス1.6ポイントとなった。

地域別では、インバウンド効果が高い北海道(+0.8%)、関東(+0.4%)、中部(+1.5%)、九州・沖縄(+1.6%)がプラスとなったが、それ以外の地域はマイナスとなった。

都市規模別では、政令指定都市が全体で+0.9%と好調で、特にキーテナントが+2.3%、名古屋市を除いて12都市すべてがプラスと好調さが際立った。一方、その他の地域は-0.1%となり政令指定都市とそれ以外の地域とで好不調が分かれた。

全体の好調要因としては、うるう年による営業日数増に加えて、春節によるインバウンド効果やリニューアルなどによる新規テナント導入の効果も挙げられた。一方で2月は全国的に降水量が多かった影響で、不調要因として天候をあげるSCが多く見られた。

好調業種としてテナントは飲食やサービス、キーテナントは生鮮食品や加工食品を挙げたSCが多くみられた。一方、不調業種としてテナント、キーテナント共に婦人衣料を挙げたSCが多く見られた。

##### <トピックス>

2月は降水量が全国的に多かったものの、前述の通り、うるう年による営業日数増や春節によるインバウンド効果に加えて、リニューアルによるテナントの入れ替えや新規テナントの導入が売上を押し上げた。

※サンプル数：519SC（回収率51.9%）

※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別途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	519	0.3	-0.1	1.4	
地域中心	大都市	69	0.4	0.3	1.9
	中都市	71	0.0	0.6	-1.9
	小計	140	0.3	0.4	-0.4
周辺地域	379	0.3	-0.3	1.8	

(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

##### ■立地

※平成28年1月1日、立地区分を改定しました。  
改定後の立地区分についてはこちらをご覧ください。

中心地域：人口15万人以上の都市(東京23区を含む162都市)で、商業機能が集積した中心市街地

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	519	0.3	0.8	-1.9	0.4	1.5	-0.2	-0.6	-0.4	-0.1	1.6
中心地域	140	0.3	-0.1	-3.6	1.3	-1.8	0.1	-2.1	-1.0	-0.2	2.5
周辺地域	379	0.3	2.4	-1.2	0.0	2.3	-0.2	-0.2	-0.1	0.0	1.1
(SC数)	519	17	30	203	61	30	97	31	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	519	0.3	-0.1	1.4	
政 令 指 定 都 市	札幌市	10	0.7	0.7	—
	仙台市	5	-6.2	-6.2	—
	千葉市	6	-2.4	-2.4	—
	東京区部	60	1.7	1.3	3.5
	横浜市	16	1.9	2.0	1.2
	川崎市	9	2.4	2.2	3.8
	名古屋市	13	2.5	3.9	-1.5
	京都市	7	0.5	0.4	0.6
	大阪市	22	-1.9	-2.5	3.0
	神戸市	17	-1.2	-1.7	1.2
	広島市	8	-0.9	-1.2	6.7
	北九州市	2	5.5	6.2	2.2
	福岡市	9	1.5	1.0	7.2
	小 計	184	0.9	0.6	2.3
そ の 他 の 地 域	北海道	7	1.2	1.7	-1.2
	東北	25	-0.4	-2.1	2.8
	関東	112	-0.8	-1.1	0.1
	中部	48	1.2	0.3	4.1
	北陸	30	-0.2	-1.1	0.6
	近畿	51	-0.1	-0.7	0.9
	中国	23	-0.2	-1.8	2.3
	四国	13	-0.1	-2.3	2.1
	九州・沖縄	26	1.3	2.1	-0.6
小 計	335	-0.1	-0.7	1.1	

※「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	519	0.3	
核なし	279	0.0	
1 核	Dpt	15	0.8
	GMS	124	0.6
	SM	43	2.6
	SS	3	8.2
	HC	1	-1.0
	専門店	4	3.3
	生協	5	1.6
	Dgs	2	0.6
	小 計	197	1.0
	2 核	Dpt+GMS	2
Dpt+SM		2	-7.5
GMS+SM		2	0.6
GMS+HC		1	1.1
GMS+専門店		5	-2.7
SM+SS		3	1.7
SM+HC		1	-15.6
SM+DS		2	-2.6
SM+専門店		10	2.4
生協+HC		1	-0.5
その他		5	-0.1
小 計	34	-0.7	
3核以上	Dpt+GMS+HC	2	-3.3
	その他	7	-0.9
小 計	9	-1.4	

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 (㎡)
			(千円)	前年比	(実効㎡)	前年比			
SC総合	総合	519	430,693,904	0.3	10,386,879	4.7	829,853	137	20,013
	中心地域	140	130,498,738	0.3	2,466,967	23.9	932,134	175	17,621
	大都市	69	83,830,549	0.4	1,066,222	-0.9	1,214,935	259	15,453
	中都市	71	46,668,189	0.0	1,400,746	53.1	657,298	110	19,729
	周辺地域	379	300,195,166	0.3	7,919,912	-0.2	792,072	125	20,897
テナント	総合	519	325,620,973	-0.1	7,518,673	6.6	627,401	143	14,487
	中心地域	140	114,277,338	0.4	2,202,934	27.8	816,267	171	15,735
	大都市	69	77,462,590	0.3	1,005,395	-0.6	1,122,646	254	14,571
	中都市	71	36,814,748	0.6	1,197,540	68.4	518,518	101	16,867
	周辺地域	379	211,343,635	-0.3	5,315,739	-0.2	557,635	131	14,026
キーテナント	総合	240	105,072,931	1.4	2,868,206	-0.1	437,804	121	11,951
	中心地域	24	16,221,400	-0.4	264,033	-1.1	675,892	203	11,001
	大都市	4	6,367,959	1.9	60,827	-4.1	1,591,990	345	15,207
	中都市	20	9,853,441	-1.9	203,206	-0.2	492,672	160	10,160
	周辺地域	216	88,851,531	1.8	2,604,173	0.0	411,350	113	12,056

注: 売上高(総合)は、調査対象519SCの合計値です。

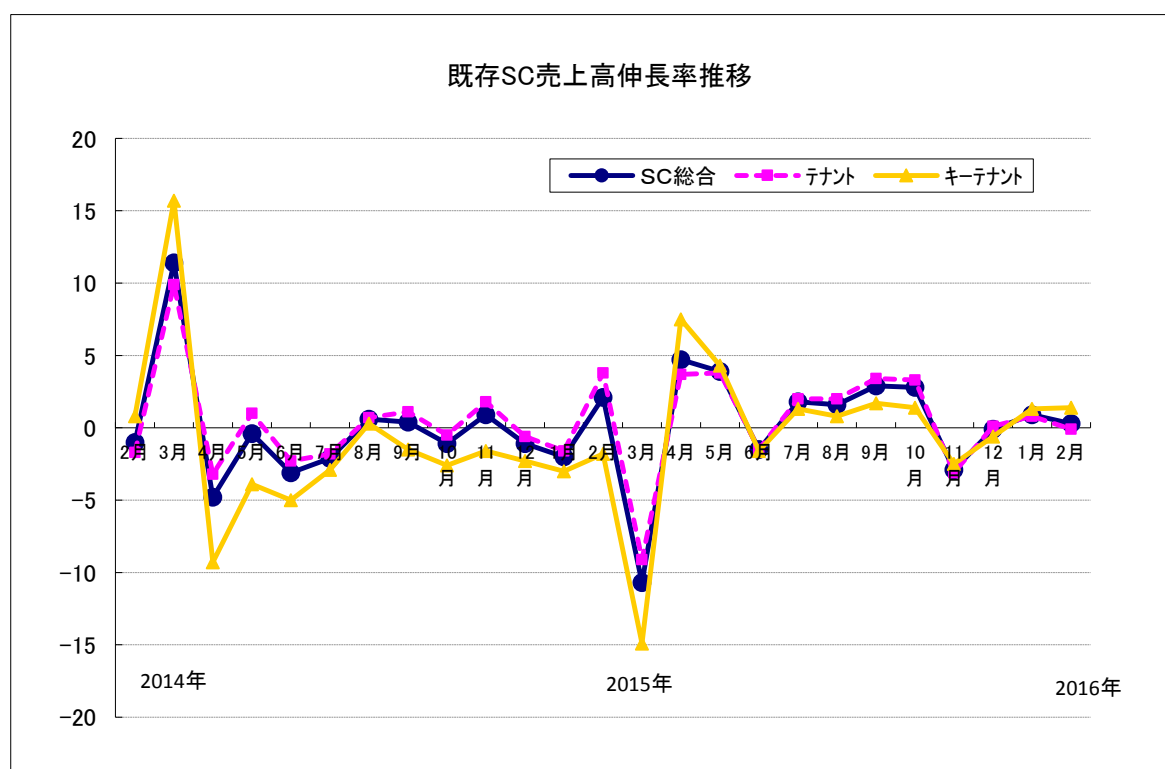


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		S C			百貨店	チェーン ストア
		既存SC				
		SC総合	テナント	キーテナント		
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
15年	0.0	0.3	-0.6	-0.2	0.7	
2015四半期別	(1～3月)	-4.3	-3.2	-7.1	-8.6	-4.0
	(4～6月)	2.2	1.8	3.3	6.4	4.1
	(7～9月)	2.0	2.1	1.5	2.7	2.3
	(10～12月)	-0.1	0.0	-0.5	0.3	0.5
2015上半期	(1～6月)	-1.2	-0.8	-2.2	-1.9	0.0
2015下半期	(7～12月)	0.9	1.1	0.4	1.4	
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	2.0
	9月	2.9	3.4	1.7	1.8	2.9
	10月	2.8	3.3	1.4	4.2	2.8
	11月	-2.9	-3.1	-2.5	-2.7	-1.0
	12月	-0.1	0.1	-0.6	0.1	0.0
2016月別	1月	0.9	0.8	1.3	-1.9	2.3
	2月	0.3	-0.1	1.4	0.2	
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>