

SC販売統計調査報告 2017年9月

既存SC前年同月比 : +1.4%

秋物商品の好調により7ヶ月連続プラス

<全体概況>

- ・9月度の既存SCの売上高は、総合で前年同月比+1.4%となり7ヶ月連続で前年を上回った。テナントは同+1.5%(7ヶ月連続プラス)。キーテナントは+0.9%となり10ヶ月ぶりに前年を上回った。
- ・立地別(表1)の総合では、中心地域が同+0.9%、周辺地域が同+1.6%となった。大都市中心地域のキーテナントに次いで好調だった周辺地域のテナントは、3月以降7ヶ月連続で前年を上回り底堅く推移している。
- ・地域別(表2)では、全9地域のうち、前年を上回ったのが5地域、下回ったのが4地域と好不調が分かれた。西日本では台風による臨時休館の影響もみられた。
- ・都市規模別(表3)では、政令指定都市の総合が同+1.7%、その他の地域も同+1.2%となり両者ともに前年を上回った。
- ・業種毎の販売動向をみると、これまで不振が続いていた婦人衣料について好調と回答したSCの増加がみられた。一方で、前年は人気作品に恵まれて好調だったシネマがその反動で前年を下回ったとの回答もみられた。

<トピックス>

全体に占める割合が最も高い周辺地域のテナントが堅調に推移している影響もあり、7ヶ月連続で前年を上回る結果となった。9月は全国的に気温が平年を下回ったことで秋物関連の商品が好調だったこともあるが、加えて不振が続いていた店舗の入替えなどで活性化を進めた結果が現れてきたことも前年比プラスが続く要因の一つとみられる。

※サンプル数:504SC (回収率50.4%)

※本調査は、2015年12月末現在の全SC3,195SC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。

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	504	1.4	1.5	0.9	
地中 域心	大都市	68	1.6	1.2	8.3
	中都市	73	▲0.7	▲0.9	1.0
	小計	141	0.9	0.6	4.7
周辺地域	363	1.6	2.1	0.3	

(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

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

周辺地域:上記中心地域以外の全ての地域

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	504	1.4	▲0.1	2.3	1.7	1.4	▲2.7	2.4	0.5	▲2.5	▲0.6
中心地域	141	0.9	0.2	6.5	1.2	▲3.0	▲1.2	2.2	▲2.6	1.9	▲0.1
周辺地域	363	1.6	▲0.7	0.4	2.0	2.6	▲3.2	2.5	2.0	▲3.5	▲1.0
(SC数)	504	16	29	196	61	33	89	30	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	504	1.4	1.5	0.9	
政 令 指 定 都 市	札幌市	10	▲ 1.1	▲ 1.1	-
	仙台市	5	6.5	6.5	-
	千葉市	5	▲ 2.9	▲ 2.9	-
	東京区部	54	2.6	2.1	5.1
	横浜市	16	3.2	2.4	8.1
	川崎市	8	▲ 1.2	▲ 1.6	2.8
	名古屋市	12	▲ 3.2	▲ 4.7	3.5
	京都市	7	0.1	▲ 0.4	1.0
	大阪市	21	3.5	3.5	3.3
	神戸市	17	2.6	2.9	▲ 0.8
	広島市	9	▲ 1.3	▲ 1.3	▲ 1.3
	北九州市	2	▲ 3.3	▲ 3.9	▲ 0.1
	福岡市	9	2.4	2.3	4.2
	小 計	175	1.7	1.4	4.4
そ の 他 の 地 域	北海道	6	4.1	4.9	▲ 0.5
	東北	24	0.4	1.5	▲ 1.8
	関東	113	1.4	1.4	1.4
	中部	49	2.9	3.8	▲ 0.4
	北陸	33	▲ 2.7	▲ 2.8	▲ 2.6
	近畿	44	2.1	3.7	▲ 2.1
	中国	21	1.2	2.2	▲ 0.9
	四国	13	▲ 2.5	▲ 6.5	1.9
	九州・沖縄	26	▲ 1.7	▲ 1.4	▲ 2.8
小 計	329	1.2	1.7	▲ 0.5	

※「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	504	1.4	
核なし	289	2.2	
1 核	Dpt	10	4.4
	GMS	117	▲ 1.1
	SM	39	0.5
	SS	2	5.9
	HC	1	▲ 3.9
	専門店	3	2.5
	生協	3	▲ 1.1
	Dgs	2	▲ 1.9
	小 計	177	0.0
	2 核	Dpt+GMS	-
Dpt+SM		2	▲ 2.4
GMS+SM		2	▲ 0.3
GMS+HC		1	4.6
GMS+専門店		3	▲ 4.7
SM+SS		3	▲ 3.7
SM+HC		1	3.7
SM+DS		1	▲ 7.4
SM+専門店		8	1.2
生協+HC		1	2.8
その他		9	7.0
小 計	31	2.4	
3核以上	Dpt+GMS+HC	2	▲ 0.6
	その他	5	▲ 2.3
小 計	7	▲ 1.8	

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	504	488,932,270	1.4	9,888,759	1.0	970,104	163	19,621
	中心地域	141	157,602,854	0.9	1,928,088	0.1	1,117,751	270	13,674
	大都市	68	107,018,711	1.6	1,089,555	0.3	1,573,805	324	16,023
	中都市	73	50,584,143	▲ 0.7	838,534	▲ 0.1	692,933	199	11,487
	周辺地域	363	331,329,416	1.6	7,960,671	1.2	912,753	137	21,930
テナント	総合	504	395,801,000	1.5	7,333,197	1.3	785,319	178	14,550
	中心地域	141	144,779,777	0.6	1,740,729	0.2	1,026,807	274	12,346
	大都市	68	100,227,039	1.2	1,028,712	0.4	1,473,927	322	15,128
	中都市	73	44,552,738	▲ 0.9	712,018	▲ 0.1	610,311	206	9,754
	周辺地域	363	251,021,223	2.1	5,592,468	1.6	691,519	148	15,406
キーテナント	総合	215	93,131,270	0.9	2,555,562	0.1	433,169	120	11,886
	中心地域	20	12,823,077	4.7	187,359	0.0	641,154	226	9,368
	大都市	4	6,791,672	8.3	60,843	0.0	1,697,918	368	15,211
	中都市	16	6,031,405	1.0	126,516	0.0	376,963	157	7,907
	周辺地域	195	80,308,193	0.3	2,368,203	0.1	411,837	112	12,145

注:売上高(総合)は、調査対象504SCの合計値です。

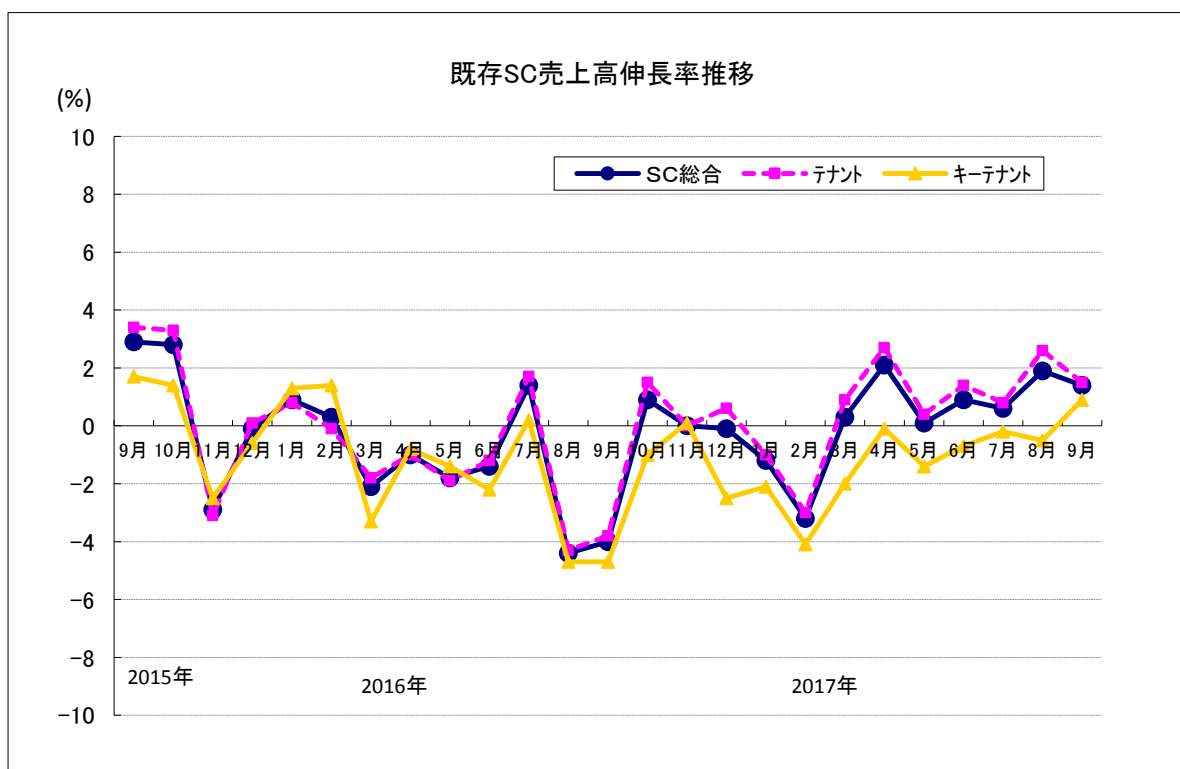


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
16年	▲ 1.1	▲ 0.9	▲ 1.4	▲ 2.9	▲ 0.4	
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	1.4
2016上半期	(1～6月)	▲ 0.9	▲ 0.9	▲ 0.9	▲ 2.8	0.4
2016下半期	(7～12月)	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 2.0	▲ 2.9	▲ 1.1
2017上半期	(1～6月)	▲ 0.2	0.2	▲ 1.7	▲ 0.3	▲ 1.5
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
2016四半期別	(1～3月)	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.2	▲ 1.6	1.7
	(4～6月)	▲ 1.6	▲ 1.6	▲ 1.4	▲ 4.1	▲ 0.8
	(7～9月)	▲ 2.4	▲ 2.3	▲ 2.9	▲ 3.4	▲ 2.0
	(10～12月)	0.3	0.6	▲ 1.1	▲ 2.5	▲ 0.3
2017四半期別	(1～3月)	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 2.7	▲ 1.2	▲ 2.2
	(4～6月)	1.0	1.4	▲ 0.6	0.7	▲ 0.8
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	3.4
	3月	▲ 2.1	▲ 1.8	▲ 3.3	▲ 2.9	▲ 0.3
	4月	▲ 1.0	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 3.8	▲ 0.7
	5月	▲ 1.8	▲ 1.9	▲ 1.4	▲ 5.1	▲ 1.3
	6月	▲ 1.4	▲ 1.2	▲ 2.2	▲ 3.5	▲ 0.5
	7月	1.4	1.7	0.2	▲ 0.1	0.2
	8月	▲ 4.4	▲ 4.3	▲ 4.7	▲ 6.0	▲ 2.9
	9月	▲ 4.0	▲ 3.8	▲ 4.7	▲ 5.0	▲ 3.2
	10月	0.9	1.5	▲ 1.0	▲ 3.9	0.6
	11月	0.0	0.0	0.1	▲ 2.4	0.8
	12月	▲ 0.1	0.6	▲ 2.5	▲ 1.7	▲ 2.0
2017 月別	1月	▲ 1.2	▲ 1.0	▲ 2.1	▲ 1.2	▲ 1.6
	2月	▲ 3.2	▲ 3.0	▲ 4.1	▲ 1.7	▲ 3.3
	3月	0.3	0.9	▲ 2.0	▲ 0.9	▲ 1.8
	4月	2.1	2.7	▲ 0.1	0.7	0.6
	5月	0.1	0.4	▲ 1.4	0.0	▲ 1.8
	6月	0.9	1.4	▲ 0.7	1.4	▲ 1.2
	7月	0.6	0.8	▲ 0.2	▲ 1.4	0.0
	8月	1.9	2.6	▲ 0.5	2.0	▲ 0.5
	9月	1.4	1.5	0.9		
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	