

SC販売統計調査報告 2018年2月

既存SC前年同月比 : +1.1%

寒さ厳しく春物は苦戦するも、休日増の影響もあり +1.1%

<全体概況>

- 一部地域では大雪の影響も見られたが、土日祝日の合計が前年比で1日多かったこともあり、2月度の既存SCの売上高は、前年同月比+1.1%となり前年を上回った。テナントは同+1.6%、キーテナントは同▲0.7%となった。テナントは前月(0.0%)から1.6ポイント改善した。
- 立地別・構成別(表1)の総合では、中心地域の総合は前年同月比+0.6%、周辺地域の総合は同+1.3%で、両者ともに前年を上回った。百貨店を核とする地方のSCで苦戦が見られた中心地域・中都市のキーテナントは同▲4.1%となった。
- 立地別・地域別(表2)では、全9地域のうち、前年を下回ったのが北陸(前年同月比▲6.4%)と四国(同▲2.1%)の2地域で、残りの7地域は前年を上回った。北陸は記録的な大雪の影響で営業時間を早めたり、物流が停滞したことによる品不足などにより売上が伸び悩んだ。また、東北・中心地域は一部SCで昨年リニューアルのため閉店等があった反動もあり当月は同13.2%となった。
- 都市規模別(表3)では、政令指定都市の総合が前年同月比+1.2%、その他の地域も同+1.0%となり両者ともに前年を上回った。前年を大きく上回った福岡市(同7.8%)は、昨年1月であった春節が今年は2月になったことによるインバウンドの影響もあった。
- 業種毎の販売動向をみると、好調との回答が多かった業種はテナントでは飲食、キーテナントでは生鮮食品となった。一方で、月前半気温が低かったこともありテナント、キーテナントともに、春物衣料品の売上が伸び悩んだとの回答がみられた。

※サンプル数:497SC (回収率49.7%)

※本調査は、2016年12月末現在の全SC3,211SC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	497	1.1	1.6	▲0.7	
地中 域心	大都市	68	1.1	1.0	2.2
	中都市	65	▲0.5	▲0.1	▲4.1
	小計	133	0.6	0.7	0.0
周辺地域	364	1.3	2.1	▲0.8	

(注)

■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

■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

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	497	1.1	1.3	1.1	1.2	3.0	▲6.4	1.1	0.3	▲2.1	1.5
中心地域	133	0.6	0.5	13.2	0.1	▲2.3	▲3.0	▲0.4	4.6	▲12.0	4.4
周辺地域	364	1.3	2.9	▲3.1	1.8	4.3	▲7.3	1.7	▲1.0	0.3	▲0.6
(SC数)	497	16	31	198	59	32	83	29	12	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	497	1.1	1.6	▲ 0.7	
政 令 指 定 都 市	札幌市	11	0.8	0.8	-
	仙台市	5	10.0	10.0	-
	千葉市	6	4.5	4.5	-
	東京区部	55	2.4	2.4	2.2
	横浜市	17	▲ 1.0	▲ 0.1	▲ 5.3
	川崎市	9	▲ 3.6	▲ 4.0	0.9
	名古屋市	12	▲ 4.2	▲ 5.2	▲ 0.1
	京都市	7	▲ 2.1	▲ 3.9	0.5
	大阪市	20	0.7	0.5	2.9
	神戸市	14	3.9	5.3	▲ 2.5
	広島市	9	3.4	3.4	2.8
	北九州市	2	0.6	0.1	3.1
	福岡市	8	7.8	8.2	0.4
	小 計	175	1.2	1.4	0.4
そ の 他 の 地 域	北海道	5	3.5	5.5	▲ 6.1
	東北	26	▲ 1.9	▲ 1.3	▲ 3.1
	関東	111	1.4	1.7	0.3
	中部	47	5.4	7.6	▲ 1.7
	北陸	32	▲ 6.4	▲ 8.5	▲ 3.3
	近畿	42	0.9	2.2	▲ 1.4
	中国	20	▲ 0.7	▲ 0.2	▲ 1.8
	四国	12	▲ 2.1	▲ 1.1	▲ 2.9
	九州・沖縄	27	▲ 1.2	▲ 1.8	0.2
小 計	322	1.0	1.7	▲ 1.2	

※「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	497	1.1	
核なし	277	1.9	
1 核	Dpt	12	1.6
	GMS	118	▲ 0.7
	SM	38	1.4
	SS	2	▲ 2.9
	HC	1	▲ 1.0
	専門店	3	1.5
	生協	5	▲ 1.7
	Dgs	2	8.4
	小 計	181	0.0
	2 核	Dpt+SM	3
GMS+SM		2	▲ 4.6
GMS+HC		2	▲ 8.8
GMS+専門店		5	▲ 0.5
SM+SS		2	▲ 5.5
SM+HC		1	6.8
SM+DS		1	▲ 0.8
SM+専門店		8	2.6
生協+HC		1	▲ 0.6
その他		7	2.2
小 計	32	▲ 0.4	
3核 以上	Dpt+GMS+HC	1	▲ 5.9
	その他	6	1.2
小 計	7	0.8	

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	497	424,189,332	1.1	9,894,937	2.8	853,500	141	19,909
	中心地域	133	131,364,773	0.6	1,964,251	9.8	987,705	221	14,769
	大都市	68	92,018,454	1.1	1,266,828	16.5	1,353,213	240	18,630
	中都市	65	39,346,319	▲ 0.5	697,424	▲ 0.4	605,328	186	10,730
	周辺地域	364	292,824,559	1.3	7,930,686	1.2	804,463	122	21,788
テナント	総合	497	332,870,649	1.6	7,329,786	3.9	669,760	150	14,748
	中心地域	133	120,389,754	0.7	1,808,226	10.8	905,186	220	13,596
	大都市	68	84,826,177	1.0	1,205,985	17.4	1,247,444	232	17,735
	中都市	65	35,563,577	▲ 0.1	602,242	▲ 0.5	547,132	195	9,265
	周辺地域	364	212,480,895	2.1	5,521,560	1.9	583,739	127	15,169
キーテナント	総合	220	91,318,683	▲ 0.7	2,565,151	▲ 0.3	415,085	117	11,660
	中心地域	17	10,975,019	0.0	156,025	0.0	645,589	232	9,178
	大都市	4	7,192,277	2.2	60,843	0.0	1,798,069	390	15,211
	中都市	13	3,782,742	▲ 4.1	95,182	0.0	290,980	131	7,322
	周辺地域	203	80,343,664	▲ 0.8	2,409,126	▲ 0.4	395,782	110	11,868

注:売上高(総合)は、調査対象497SCの合計値です。

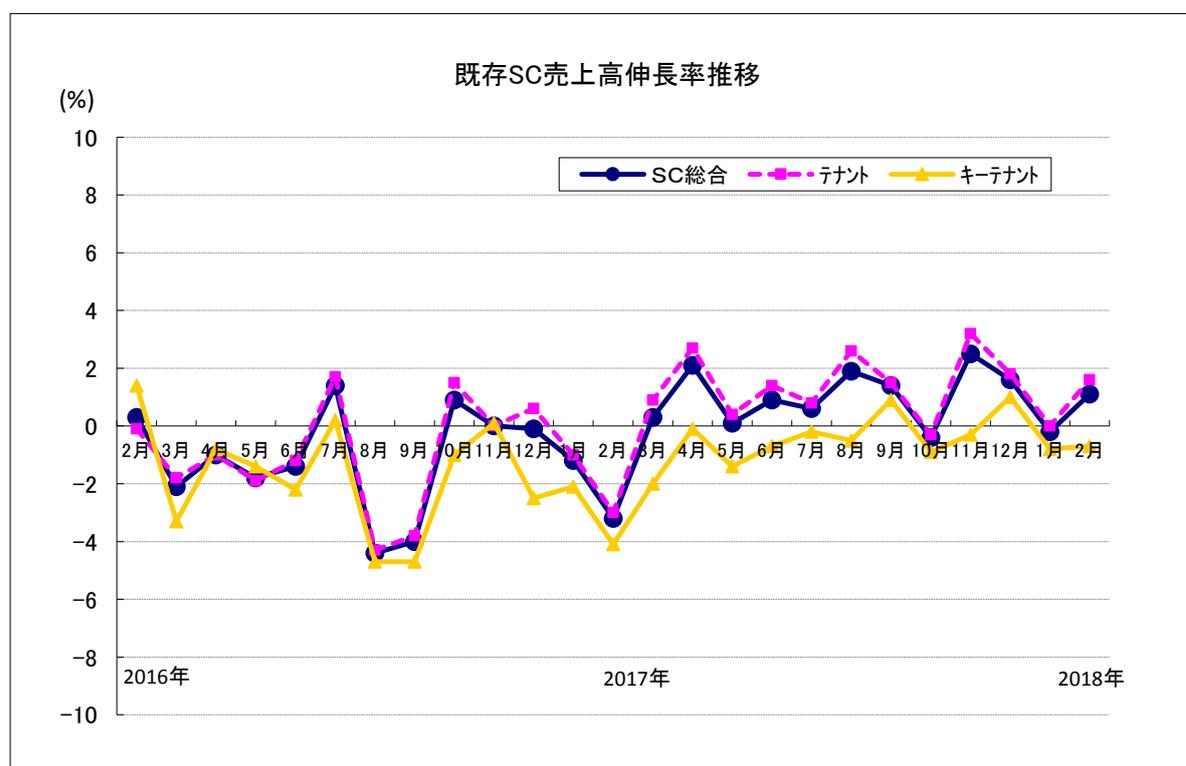


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
17年	0.6	1.0	▲ 0.9	0.1	▲ 0.9	
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
2017下半期	(7～12月)	1.2	1.6	▲ 0.2	0.5	▲ 1.7
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
	(7～9月)	1.3	1.6	0.1	1.2	▲ 0.3
	(10～12月)	1.2	1.6	▲ 0.4	▲ 0.1	▲ 0.4
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	4.4	▲ 0.3
	10月	▲ 0.4	▲ 0.3	▲ 0.9	▲ 1.8	▲ 1.9
	11月	2.5	3.2	▲ 0.3	2.2	▲ 0.6
	12月	1.6	1.8	1.0	▲ 0.6	0.9
2018 月別	1月	▲ 0.2	0.0	▲ 0.8	▲ 1.2	0.6
	2月	1.1	1.6	▲ 0.7		
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	