

SC販売統計調査報告 2018年8月

既存SC前年同月比 :+0.9%

夏休みのイベント効果や観光客増により堅調に推移

<全体概況>

・8月度の既存SC売上高は、総合で前年同月比0.9%と2ヶ月ぶりに前年を上回った。前年より休日が1日少なく、7月と同様に台風や猛暑の影響による客足減というマイナス要因はあったものの、夏休みのイベント効果や観光客増により売上を伸ばしたSCも多かった。シネコンを併設したSCでは映画興行の好調による集客増もプラス要因となった。

・立地別・構成別(表1)をみると、中心地域・大都市がテナント(前年同月比+3.9%)、キーテナント(同+4.1%)ともにプラスとなり、全体を牽引した。一方、中心地域・中都市のキーテナントは同▲4.9%と苦戦した。

・立地別・地域別(表2)では、北海道が中心地域(前年同月比+3.8%)、周辺地域(同+6.4%)と好調であった。インバウンド効果や夏休みの観光客で来街が増えたことに加え、月後半の気温の低下とともに秋物衣料が動き出した。近畿は台風20号のため閉店時間を繰上げたSCも見られたが、中心地域は同+8.5%と好調で、周辺地域が同▲0.9%となったものの、全体としては同+1.5%と前年を上回った。

・都市規模別(表3)では、政令指定都市の総合が前年同月比+2.5%、その他の地域が同▲0.1%となった。政令指定都市は総合でみると、大阪市(同+7.7%)と福岡市(同+7.1%)が前年を大きく上回った。一方で7月に豪雨被害が大きかった広島市が同▲5.3%となり、前月の同▲11.3%よりは復調したものの依然として厳しい状況が続いた。政令指定都市を除くその他の地域では北海道(同+6.3%)以外は、前年並みか前年を少し下回る結果となった。

・テナントの業種毎の好調をみると、飲食が好調との回答が最多となった。夏休み中の子どもをターゲットにしたイベント効果でファミリー客の来館が増えフードコートの好調に繋がったとの回答もみられた。また、猛暑により冷たい飲物やソフトクリームの需要が伸びたとの回答もみられた。

※サンプル数:500SC (回収率50.0%)

※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	500	0.9	1.6	▲1.6	
地域中心	大都市	66	3.9	3.9	4.1
	中都市	73	0.1	0.7	▲4.9
	小計	139	2.7	2.9	0.2
周辺地域	361	0.2	0.9	▲1.8	

(注)

■立地

中心地域:人口15万人以上の都市(東京23区を含む159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	500	0.9	4.8	▲0.9	1.0	1.0	0.4	1.5	▲1.4	▲2.1	0.9
中心地域	139	2.7	3.8	▲0.3	0.8	2.1	4.7	8.5	1.1	▲1.6	4.5
周辺地域	361	0.2	6.4	▲1.2	1.1	0.8	▲0.9	▲0.9	▲2.3	▲2.2	▲1.7
(SC数)	500	17	30	196	62	32	90	27	12	34	

(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	500	0.9	1.6	▲ 1.6	
政 令 指 定 都 市	札幌市	11	4.3	4.3	-
	仙台市	5	0.8	0.8	-
	千葉市	4	▲ 2.2	▲ 2.2	-
	東京区部	56	3.0	3.2	2.3
	横浜市	15	0.1	0.2	▲ 0.5
	川崎市	8	0.4	0.8	▲ 4.9
	名古屋市	12	0.1	▲ 0.1	0.7
	京都市	7	0.3	1.3	▲ 1.4
	大阪市	21	7.7	8.5	▲ 2.7
	神戸市	17	0.1	1.1	▲ 5.3
	広島市	7	▲ 5.3	▲ 4.9	*(注1)
	北九州市	2	▲ 1.2	▲ 1.0	▲ 2.3
	福岡市	8	7.1	7.1	7.6
	小 計	173	2.5	2.8	0.2
そ の 他 の 地 域	北海道	6	6.3	7.3	▲ 0.4
	東北	25	▲ 1.7	▲ 0.9	▲ 3.2
	関東	113	0.2	0.5	▲ 1.0
	中部	50	1.3	2.9	▲ 4.7
	北陸	32	0.4	1.7	▲ 1.7
	近畿	45	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 2.3
	中国	20	▲ 0.3	0.4	▲ 1.9
	四国	12	▲ 2.1	▲ 0.4	▲ 4.1
九州・沖縄	24	▲ 1.6	▲ 1.4	▲ 2.2	
小 計	327	▲ 0.1	0.6	▲ 2.3	

※「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。

注1 * : 個別の値は非開示。但し小計には含む。

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	500	0.9	
核なし	283	2.3	
核 1	Dpt	12	0.5
	GMS	116	▲ 1.3
	SM	41	▲ 0.1
	SS	2	▲ 1.6
	HC	1	2.1
	専門店	2	1.1
	生協	5	▲ 4.5
	Dgs	1	▲ 0.7
	小 計	180	▲ 0.8
	核 2	Dpt+SM	3
GMS+SM		3	3.6
GMS+HC		1	▲ 1.9
GMS+専門店		5	▲ 4.1
SM+SS		2	▲ 4.8
SM+HC		1	2.1
SM+DS		1	2.7
SM+専門店		7	▲ 3.5
生協+HC		1	1.6
その他		6	1.6
小 計	30	▲ 1.1	
3核以上	Dpt+GMS+HC	1	▲ 8.7
	その他	6	▲ 1.9
小 計	7	▲ 2.3	

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			
S C 総 合	総 合	500	518,503,397	0.9	9,790,021	0.1	1,037,007	175	19,580
	中心地域	139	157,680,299	2.7	1,875,266	0.3	1,134,391	277	13,491
	大都市	66	106,240,178	3.9	1,064,711	0.3	1,609,700	329	16,132
	中都市	73	51,440,121	0.1	810,556	0.2	704,659	209	11,104
	周辺地域	361	360,823,098	0.2	7,914,755	0.1	999,510	150	21,925
テ ナ ン ト	総 合	500	416,860,312	1.6	7,203,624	0.3	833,721	191	14,407
	中心地域	139	145,046,968	2.9	1,700,923	0.2	1,043,503	281	12,237
	大都市	66	98,740,060	3.9	1,003,197	0.3	1,496,062	325	15,200
	中都市	73	46,306,908	0.7	697,727	0.2	634,341	219	9,558
	周辺地域	361	271,813,344	0.9	5,502,701	0.3	752,946	163	15,243
キ ー テ ナ ン ト	総 合	217	101,643,086	▲ 1.6	2,586,397	▲ 0.2	468,401	130	11,919
	中心地域	18	12,633,331	0.2	174,343	0.5	701,852	239	9,686
	大都市	4	7,500,118	4.1	61,514	1.1	1,875,030	402	15,379
	中都市	14	5,133,213	▲ 4.9	112,829	0.2	366,658	150	8,059
	周辺地域	199	89,009,755	▲ 1.8	2,412,054	▲ 0.3	447,285	122	12,121

注:売上高(総合)は、調査対象500SCの合計値です。

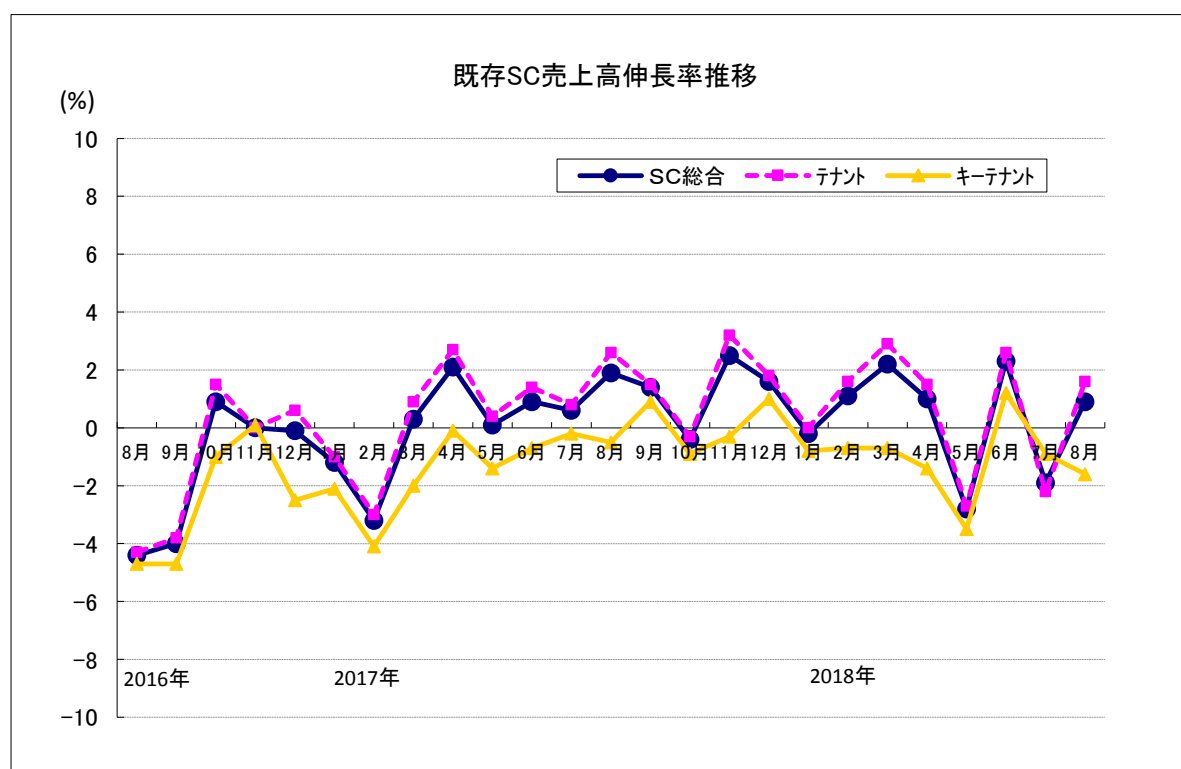


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
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	▲
2018上半期	(1～6月)	0.7	1.1	▲ 0.8	▲	▲ 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
2018四半期別	(1～3月)	1.2	1.7	▲ 0.6	▲ 0.7	0.6
	(4～6月)	0.2	0.5	▲ 1.1	0.6	▲ 1.2
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	4.0	▲ 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	▲ 0.9	1.3
	3月	2.2	2.9	▲ 0.7	0.1	▲ 0.1
	4月	1.0	1.5	▲ 1.4	0.7	▲ 1.2
	5月	▲ 2.8	▲ 2.7	▲ 3.5	▲ 2.0	▲ 2.3
	6月	2.3	2.6	1.2	3.1	0.1
	7月	▲ 1.9	▲ 2.2	▲ 0.9	▲ 6.1	1.5
	8月	0.9	1.6	▲ 1.6	▲ 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	