

2018-19年末年始販売統計調査報告

(一社) 日本ショッピングセンター協会

<全体概要>

2018-2019年末年始(12月28日～1月3日)のSC売上高は前年比で+0.2%と前年並みとなった。1日当たりレジ客数(以下、レジ客数)は同▲0.3%、客単価は同+0.5%となり概ね前年並みとなった。レジ客数、客単価ともに堅調だった年末(12/28～12/31)の売上高は同+2.5%と前年比プラスとなった。一方、年始はレジ客数が前年を下回り売上高は同▲2.1%となり、明暗が分かれた。

プレセールを12月から開始する店舗が前年よりも増加し、年末の売上増に繋がったものの、年始のバーゲン需要を先取りする形となったことで年始のバーゲンの苦戦に繋がった。また、福袋については近年需要が低下してきていることもあり、実施しない店舗や準備個数を減らしたとの回答もみられた。バーゲンが苦戦する中で代替の集客策が実施できず全体としては苦戦した様子が伺えた。

①年末(12/28～12/31) …前年比 売上高+2.5% | レジ客数+1.0% | 客単価+1.5%

年末商戦スタートの28日はレジ客数が同+3.2%、客単価同+3.3%で売上高は同+6.6%と好調な出だしとなった。29日、30日は売上高は共に同+2.3%で前年を上回り好調を持続した。年末最終日の31日の売上高は同+0.1%と前年並みとなったが、28日から31日を通じての売上高は同+2.5%と前年を上回った。

②年始(1/1～1/3) …前年比 売上高▲2.1% | レジ客数▲2.0% | 客単価▲0.1%

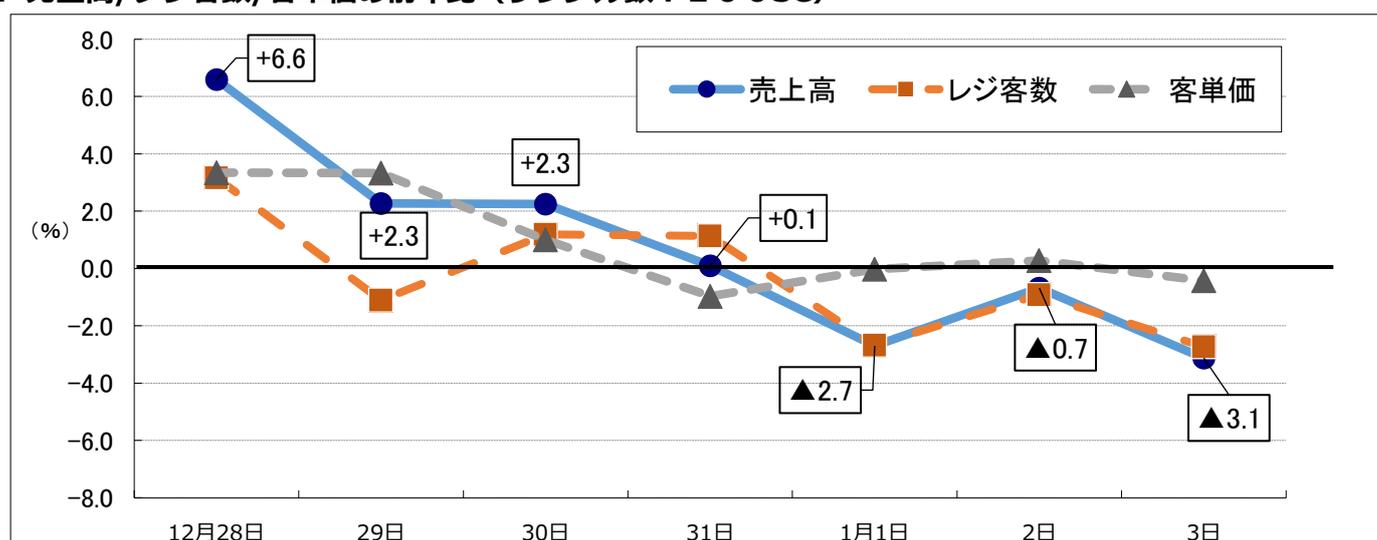
年始の販売動向をみると客単価は同▲0.1%と前年並みを維持したものの、レジ客数が同▲2.0%と前年を下回り集客に苦戦した。日別の売上高をみると、1日の売上高が同▲2.7%と前年を下回ってスタート、2日は今年から1日を休館とし、2日を初売りとしたSCもあったことから、同▲0.7%と改善したものの、3日は同▲3.1%と下落し、3日間連続で前年を下回る厳しい年始となった。

③業種ごとの好不調からみる販売動向

好調と回答があった業種のトップ3は飲食、サービス、雑貨。次いで年末に需要が高まる生鮮食品、加工食品が続き年末商戦を下支えたことが伺えた。不調業種で婦人衣料と回答したSCは92SCと次点の靴・鞆を大きく引き離れた。1日もしくは2日からバーゲンを開始するSCが全体の66%を占めるなかで、バーゲンの主力である婦人衣料の苦戦が年始の売上高を押し下げる要因となった。

※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。

1. 売上高/レジ客数/客単価の前年比(サンプル数: 206SC)



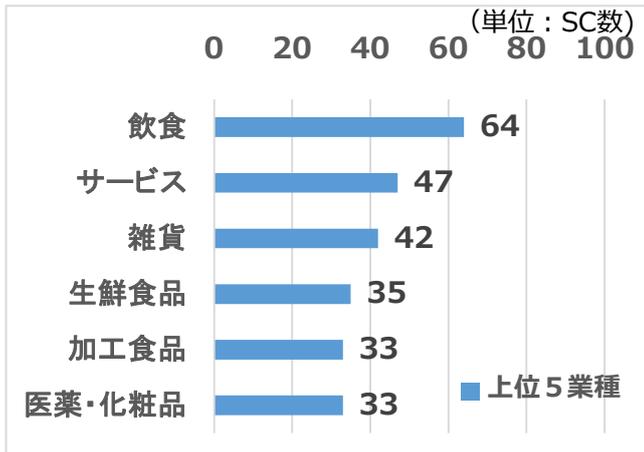
前年比(単位: %)

	全期間	年末	年始	28日	29日	30日	31日	1日	2日	3日
売上高	+0.2	+2.5	▲2.1	+6.6	+2.3	+2.3	+0.1	▲2.7	▲0.7	▲3.1
1日当たりレジ客数	▲0.3	+1.0	▲2.0	+3.2	▲1.1	+1.2	+1.1	▲2.7	▲0.9	▲2.7
客単価	+0.5	+1.5	▲0.1	+3.3	+3.3	+1.0	▲1.0	▲0.0	+0.3	▲0.4

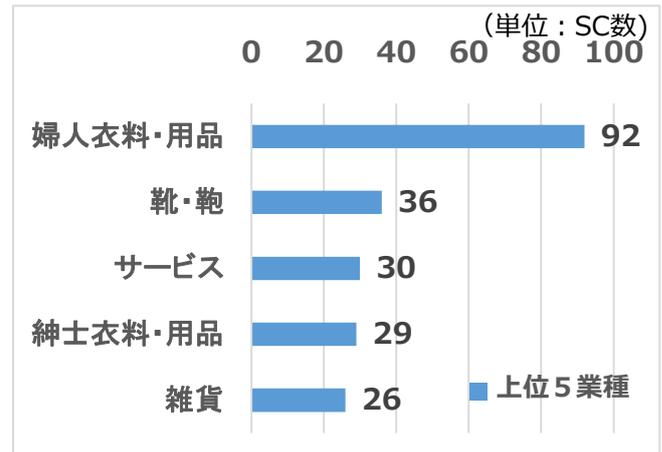
客単価(単位: 円)

	全期間	年末	年始	28日	29日	30日	31日	1日	2日	3日
本年(2018-2019)	2,910	2,537	3,259	2,224	2,513	2,617	2,771	3,888	3,242	2,825
前年(2017-2018)	2,895	2,500	3,261	2,152	2,432	2,591	2,798	3,889	3,233	2,837

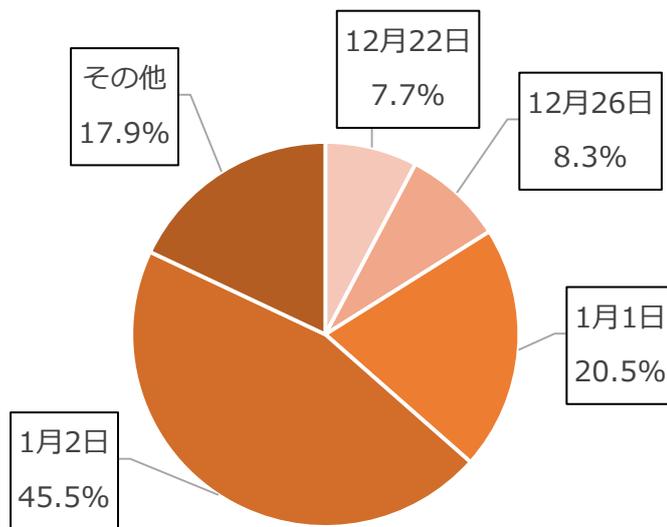
2. 好調業種（複数回答、サンプル数：216SC）



3. 不調業種（複数回答、サンプル数：216SC）

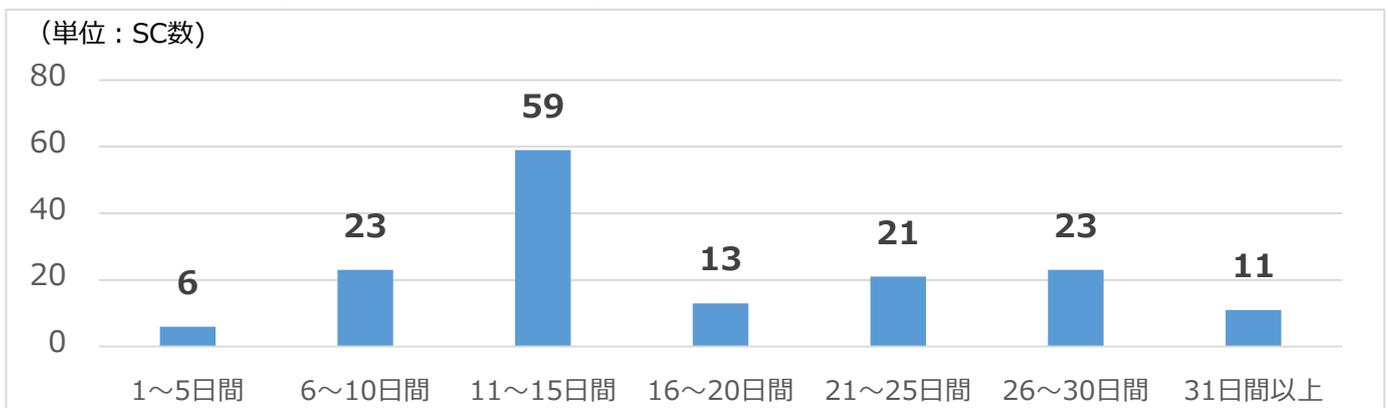


4. バーゲン開始日（サンプル数：156SC）



(注)構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない。

5. バーゲン実施期間（サンプル数：156SC）



(一社)日本ショッピングセンター協会調べ
 調査期間：2019年1月15日～1月31日
 回答SC数：216sc