

## SC販売統計調査報告 2019年1月

既存SC前年同月比 : ▲0.6%

年始セール之苦戦が響き前年割れ

### <全体概況>

・1月度の既存SC売上高は前年同月比▲0.6%となり、平成最後の新春は厳しいスタートとなった。12月のプレセールが好調だったSCが多く、その反動で年始セールの売上が伸び悩んだ。福袋販売の縮小や、暖冬による冬物衣料の苦戦も響いた。大都市のSCでは、インバウンド売上の低迷も不振の要因となった。また、今年から元日を休業としたことが売上減に繋がったというSCも見られた。

・立地別・構成別(表1)をみると、周辺地域のテナント以外は全て前年同月比マイナスとなった。堅調に推移してきた大都市のキーテナントも同▲1.8%と、2016年10月以来2年3ヶ月振りのマイナスとなった(豪雨や記録的猛暑に見舞われた昨年7月を除く)。これは、百貨店がキーテナントとなっているSCについては中国人購買額の減少などでこれまで増加傾向にあった百貨店のインバウンド売上が2年2カ月ぶりにマイナスとなったことも影響したと見られる。

・立地別・地域別(表2)では、全9地域のうち、関東と北陸を除く7地域で前年比マイナスとなる厳しい結果となった。北陸は昨年の記録的な大雪から一転し、今年は天候に恵まれ、北陸全体では+0.6%と前年を上回った。最もマイナス幅の大きかった中国の中心地域(▲8.2%)は広島市の一部のSCが不調で地域全体を押し下げた。また、北海道の中心地域(▲5.0%)は札幌市の一部のSCで今年から元日を休業としたことによる売上減が影響した。

・都市規模別・地域別(表3)では、大都市は広島市が前年同月比▲11.4%と前月(同▲8.2%)に引き続き不調であった。キーテナントについて見ると、川崎市(同▲11.6%)、北九州市(同▲7.3%)もマイナスが目立った。その他の地域に関しては、四国がテナント、キーテナントともに不調で、同▲5.2%となった。

・業種毎の販売動向をみると、新年会シーズンの需要を獲得できたなど、飲食が好調と回答したSCが最も多かった。次いで、シネコンや美容院などサービス業種が好調という回答が多かった。一方、セールの不振や福袋販売の縮小など様々な要因が組み合わさり、婦人衣料が不振という回答が非常に多かった。

※サンプル数: 497SC (回収率49.7%)

※本調査は、2017年12月末現在の全SC3,217SC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2019年1月から消費税抜の算出に変更しました。

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	▲0.6	▲0.3	▲2.1
地域中心	大都市	▲1.0	▲0.9	▲1.8
	中都市	▲1.2	▲1.3	▲0.7
	小計	▲1.1	▲1.0	▲1.3
周辺地域	363	▲0.5	0.1	▲2.2

(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

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
立地(SC数)										
総合	497	▲3.7	▲1.2	0.0	▲1.2	0.6	▲0.1	▲3.8	▲5.2	▲1.1
中心地域	134	▲5.0	▲0.6	▲1.0	▲1.2	▲0.7	1.8	▲8.2	▲2.7	0.0
周辺地域	363	▲1.0	▲1.4	0.5	▲1.2	1.0	▲0.7	▲2.3	▲5.7	▲1.8
(SC数)	497	17	31	193	61	32	89	28	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  
東 関: 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	▲ 0.6	▲ 0.3	▲ 2.1	
大 都 市	札 幌 市	11	▲ 4.1	▲ 4.1	-
	仙 台 市	5	0.3	0.3	-
	千 葉 市	5	▲ 3.9	▲ 3.9	-
	東 京 区 部	55	▲ 1.1	▲ 1.0	▲ 1.3
	横 浜 市	16	▲ 0.3	0.2	▲ 3.1
	川 崎 市	8	▲ 3.0	▲ 2.2	▲ 11.6
	名 古 屋 市	12	▲ 2.0	▲ 1.7	▲ 3.1
	京 都 市	7	▲ 0.4	1.2	▲ 3.0
	大 阪 市	20	1.7	2.0	▲ 2.5
	神 戸 市	17	1.3	1.9	▲ 3.4
	広 島 市	8	▲ 11.4	▲ 11.6	*(注1)
	北 九 州 市	2	▲ 0.8	0.2	▲ 7.3
	福 岡 市	8	0.3	0.2	*(注1)
	小 計	174	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 2.5
そ の 他 の 地 域	北 海 道	6	▲ 2.2	▲ 2.5	0.8
	東 北	26	▲ 1.8	▲ 1.4	▲ 2.7
	関 東	109	1.1	1.4	▲ 0.5
	中 部	49	▲ 1.0	▲ 0.5	▲ 3.2
	北 陸	32	0.6	1.9	▲ 1.4
	近 畿	45	▲ 1.4	▲ 1.2	▲ 2.1
	中 国	20	▲ 1.4	▲ 1.6	▲ 0.9
	四 国	12	▲ 5.2	▲ 4.7	▲ 5.7
	九 州・沖 縄	24	▲ 1.7	▲ 1.2	▲ 3.1
小 計	323	▲ 0.4	0.1	▲ 1.9	

※「その他の地域」には、大都市は含まない。

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	497	▲ 0.6
核なし	278	0.3
1 核	Dpt	13 ▲ 2.5
	GMS	115 ▲ 2.1
	SM	41 ▲ 0.7
	SS	2 ▲ 0.4
	HC	1 ▲ 3.9
	専門店	2 ▲ 0.7
	生協	5 ▲ 2.5
	Dgs	2 ▲ 3.3
	小 計	181 ▲ 2.0
	2 核	30 ▲ 1.6
3 核	8 ▲ 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	497	562,792,873	▲ 0.6	9,818,767	0.1	1,132,380	189	19,756
	中心地域	134	164,100,676	▲ 1.1	1,796,402	0.2	1,224,632	301	13,406
	大都市	65	111,897,605	▲ 1.0	1,035,542	0.5	1,721,502	357	15,931
	中都市	69	52,203,071	▲ 1.2	760,861	▲ 0.1	756,566	226	11,027
	周辺地域	363	398,692,197	▲ 0.5	8,022,365	0.1	1,098,326	164	22,100
テナント	総合	497	457,056,738	▲ 0.3	7,246,592	0.2	919,631	208	14,581
	中心地域	134	150,069,019	▲ 1.0	1,621,396	0.4	1,119,918	305	12,100
	大都市	65	104,106,957	▲ 0.9	974,028	0.5	1,601,645	353	14,985
	中都市	69	45,962,062	▲ 1.3	647,369	0.2	666,117	234	9,382
	周辺地域	363	306,987,719	0.1	5,625,196	0.2	845,696	180	15,496
キーテナント	総合	219	105,736,135	▲ 2.1	2,572,175	▲ 0.3	482,813	136	11,745
	中心地域	19	14,031,657	▲ 1.3	175,006	▲ 1.0	738,508	265	9,211
	大都市	4	7,790,648	▲ 1.8	61,514	0.0	1,947,662	418	15,379
	中都市	15	6,241,009	▲ 0.7	113,492	▲ 1.6	416,067	181	7,566
	周辺地域	200	91,704,478	▲ 2.2	2,397,169	▲ 0.3	458,522	126	11,986

注:売上高(総合)は、調査対象497SCの合計値です。

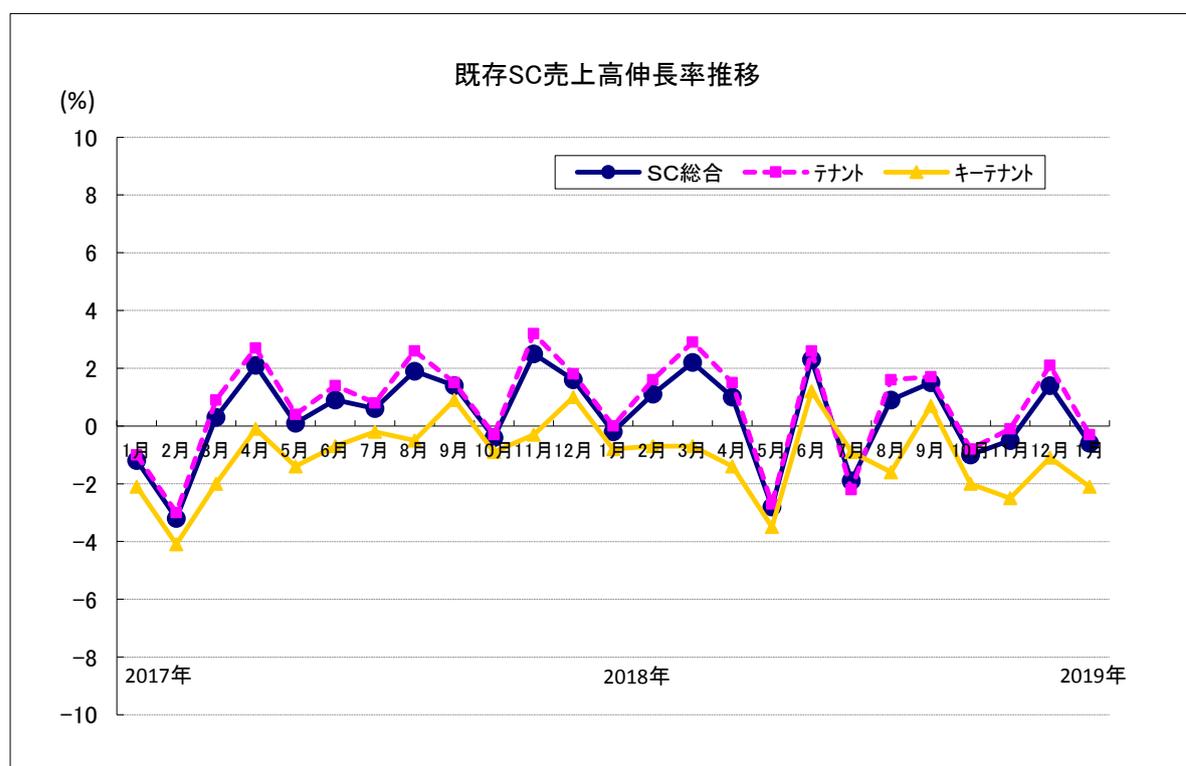


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
	18年	0.6	1.0	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 0.2
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	0.0	▲ 0.3
2018下半期	(7～12月)	0.4	0.8	▲ 1.0	▲ 1.5	
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
	(7～9月)	0.1	0.3	▲ 0.6	▲ 3.4	1.1
	(10～12月)	0.3	0.8	▲ 1.5	0.0	▲ 1.3
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	0.1
	9月	1.5	1.7	0.7	▲ 3.0	1.9
	10月	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 2.0	1.6	▲ 0.7
	11月	▲ 0.5	▲ 0.1	▲ 2.5	▲ 0.6	▲ 2.5
	12月	1.4	2.1	▲ 1.1	▲ 0.7	▲ 0.7
2019 月別	1月	▲ 0.6	▲ 0.3	▲ 2.1	▲ 2.9	▲ 3.4
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	