

SC販売統計調査報告 2019年6月

既存SC前年同月比 : +2.4%

休日増などにより全国的に好調に推移

<全体概況>

・6月度の既存SC売上高は前年同月比+2.4%と前月(+2.6%)に引き続き2%を上回り好調だった。曜日配列により休日が1日多かったことや、大手衣料品専門店で値引きセールの実施により売上を大きく伸ばしたことなどが、好調要因となった。気温が低めであったため夏物衣料の売れ行きが伸び悩んだSCも多かったが、飲食、食物販、サービス系テナントが全体の売上を押し上げて前年比プラスとなったSCもみられた。また、映画館を併設したSCでは話題作の公開等による集客増がSCの売上増に寄与した。

・立地別・構成別(表1)をみると、テナントは総合で+3.2%と前月(+3.0%)のプラス幅をさらに上回った。一方、キーテナント総合は▲0.5%と前年を下回り、明暗が分かれた。特に中心地域・大都市の百貨店をキーテナントとするSCの不調が目立ち、▲7.1%とマイナス幅が大きかった。

・立地別・地域別(表2)をみると、全9地域で前年を上回り全国的に好調だった。特に九州・沖縄は大都市の駅ビルなどが牽引し中心地域が+6.9%と高い伸びを示した。昨年、大阪府北部地震の影響により休館したSCもあった近畿は、特に周辺地域はその反動増もあり+5.0%となった。大阪はG20開催の影響によりセール開始を7月1日としたSCが多かったにも関わらず好調だった。一方、四国の中心地域は▲11.7%とマイナス幅が大きかった。

・都市規模別・地域別(表3)をみると総合で大都市は+1.6%、その他の地域は+3.1%で両者ともに前年を上回った。大都市で最も高い伸び率となった千葉市(+6.0%)は中心地域のSCが好調で全体を押し上げた。一方、広島市は中心地域のSCがすべて前年を割り、▲4.4%となった。

・業種毎の販売動向をみると、飲食を好調と回答したSCが非常に多かった。

※調査サンプル数:500SC (回収率50.0%)

※本調査は、2017年12月末現在の全3,217SCの中から立地別・SC規模別に1,000SCをサンプル抽出し、集計・算出しています。

※2019年1月以後、本調査の売上高は消費税抜で集計・算出しています。(2018年12月以前の調査は消費税込)

※2018年12月以前の調査(消費税込)には、一部消費税抜の調査サンプルが含まれます。

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	2.4	3.2	▲0.5	
地域中心	大都市	68	2.5	2.7	0.7
	中都市	70	0.4	2.0	▲7.1
	小計	138	1.9	2.5	▲3.2
周辺地域	362	2.7	3.6	0.1	

(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)	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	2.4	2.1	3.6	1.7	1.7	0.8	4.6	2.6	0.8	3.9	
中心地域	138	1.9	1.7	2.6	1.2	2.1	2.2	3.5	▲2.5	▲11.7	6.9	
周辺地域	362	2.7	3.0	4.1	1.9	1.6	0.3	5.0	4.3	3.7	1.8	
(SC数)	500		16	32	201	59	30	90	27	12	33	

(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	2.4	3.2	▲ 0.5	
大 都 市	札 幌 市	11	2.1	2.1	-
	仙 台 市	5	2.4	2.4	-
	千 葉 市	7	6.0	6.0	-
	東 京 区 部	53	0.2	0.2	0.4
	横 浜 市	19	▲ 0.4	▲ 0.1	▲ 1.7
	川 崎 市	8	1.9	2.2	*
	名 古 屋 市	11	1.4	1.9	▲ 0.4
	京 都 市	7	0.9	0.9	0.9
	大 阪 市	21	4.1	4.4	0.4
	神 戸 市	17	5.0	5.9	▲ 0.2
	広 島 市	8	▲ 4.4	▲ 4.7	*
	北 九 州 市	2	*	*	*
	福 岡 市	8	5.2	5.2	*
	小 計	177	1.6	1.9	▲ 0.1
	そ の 他 の 地 域	北 海 道	5	2.3	2.5
東 北		27	4.1	5.6	0.6
関 東		114	2.8	4.1	▲ 1.7
中 部		48	1.8	2.4	▲ 0.8
北 陸		30	0.8	1.0	0.3
近 畿		45	5.2	7.1	0.6
中 国		19	4.9	6.0	1.8
四 国		12	0.8	5.4	▲ 3.7
九 州・沖 縄		23	2.2	2.7	0.9
小 計	323	3.1	4.3	▲ 0.7	

※「その他の地域」には、大都市は含まない。

* : サンプルが少数のため個別の値は公開していない。

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	2.4
核なし	282	3.5
1 核	Dpt	15 ▲ 1.1
	GMS	114 2.2
	SM	39 1.3
	SS	1 *
	HC	1 *
	専門店	5 1.1
	生協	5 ▲ 0.3
	Dgs	2 *
	小 計	182 1.2
	2 核	27 ▲ 0.1
	3 核 以上	9 1.8

* : サンプルが少数のため個別の値は公開していない。

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	500	525,834,896	2.4	9,984,368	▲ 0.1	1,051,670	174	19,969
	中心地域	138	166,288,287	1.9	1,945,612	0.1	1,204,988	282	14,099
	大都市	68	112,867,221	2.5	1,135,688	0.5	1,659,812	328	16,701
	中都市	70	53,421,066	0.4	809,925	▲ 0.4	763,158	218	11,570
	周辺地域	362	359,546,609	2.7	8,038,756	▲ 0.2	993,223	148	22,207
テナント	総合	500	420,411,063	3.2	7,403,364	0.1	840,822	187	14,807
	中心地域	138	148,479,786	2.5	1,729,137	0.1	1,075,940	283	12,530
	大都市	68	103,778,125	2.7	1,058,388	0.5	1,526,149	324	15,565
	中都市	70	44,701,661	2.0	670,750	▲ 0.5	638,595	220	9,582
	周辺地域	362	271,931,277	3.6	5,674,227	0.1	751,191	158	15,675
キーテナント	総合	218	105,423,833	▲ 0.5	2,581,004	▲ 0.7	483,596	135	11,839
	中心地域	23	17,808,501	▲ 3.2	216,475	▲ 0.1	774,283	271	9,412
	大都市	6	9,089,096	0.7	77,300	0.0	1,514,849	388	12,883
	中都市	17	8,719,405	▲ 7.1	139,175	▲ 0.1	512,906	207	8,187
	周辺地域	195	87,615,332	0.1	2,364,529	▲ 0.7	449,309	122	12,126

注:売上高(総合)は、調査対象500SCの合計値です。

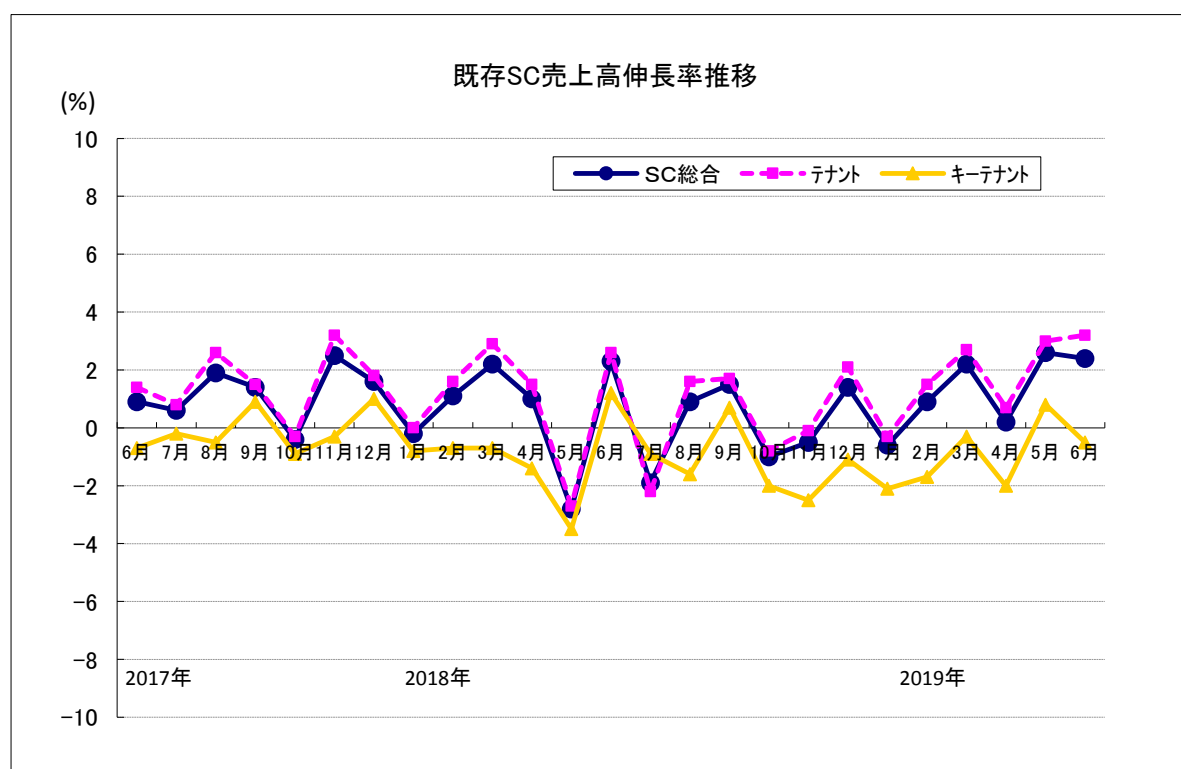


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
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
	2月	0.9	1.5	▲ 1.7	0.4	▲ 2.5
	3月	2.2	2.7	▲ 0.3	0.1	0.5
	4月	0.2	0.7	▲ 2.0	▲ 1.1	▲ 1.0
	5月	2.6	3.0	0.8	▲ 0.8	▲ 0.7
	6月	2.4	3.2	▲ 0.5	▲	▲
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	