

## SC販売統計調査報告 2015年7月

### SC販売統計調査報告2015年7月 既存SC前年同月比 : +1.8%

インバウンド効果で札幌市+4.7%、東京区部+3.8%、大阪市+2.4%、福岡市+5.4%と好調

#### <全体概況>

7月は月前半が天候不順であったが、中旬以降は好天の日が多く客足が盛り返した。また、昨年に比べ夏のバーゲンセールスタートを7月第1週に遅らせたSCが増えたこと、地方では地域プレミアム券が貢献したこともあり、2ヶ月振りに対前年同月比プラス(+1.8%)となった(5月は同+3.9%、6月は同-1.5%)。

地域別では、中国地方を除く8地域が前年同月比プラスとなった。都市別では札幌市+4.7%、東京区部+3.8%、大阪市+2.4%、福岡市+5.4%と好調で、この要因として訪日外国人の増加による売上げアップがあげられる。一方、クルーズ船の寄港回数の減少により売上げが減少したというSCもあり、SCの売上げにおいてもインバウンドが重要な要因となっている。

テナントの対前年同月比伸長率は+2.0%、キーテナントは+1.3%となった。テナントで好調業種は、飲食店、サービスなど物販以外をあげるSCが多くみられた。キーテナントは前月同様に生鮮食品、加工食品が好調な一方、婦人、紳士アパレルが不調であった。

#### <トピックス>

##### ◆夏のバーゲンセール

7月のSC販売統計調査報告と同時に発表した「2015年夏期セールの結果」では売上げで+1.7%、レジ客数、客単価ともに前年を上回った。とくに客数の伸び(+1.0%)よりも客単価の伸長率が高い(+1.9%)結果となった。

セール開始時期については、6月第4週が全体の50%と依然高い割合を示すものの、今夏の特徴としては7月第1週に設定したSCが増え、昨年の15%から35%に増加した。

※サンプル数:503SC (回収率50.3%)

※本調査は、2013年12月末現在の全SC3,134SC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。

※SC総売上高(推計)は、年間総売上高として発表させていただきます。

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	503	1.8	2.0	1.3	
中心地域	大都市	75	2.1	2.3	-4.5
	中都市	69	0.6	0.3	1.2
	小都市	26	-1.5	-0.5	-3.3
	小計	170	1.3	1.5	-0.1
周辺地域	127	3.8	4.3	2.3	
郊外地域	206	1.2	1.1	1.4	

(注)

##### ■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  
小都市:人口15万人未満の都市

##### ■立地(市・町・村の行政区画単位で区分)

中心地域:当該市・町・村の商業機能が集積した中心市街地  
周辺地域:中心地域に隣接した商業・行政・ビジネス等の都市機能が適度に存在する地域  
郊外地域:都市郊外で住宅地・農地等が展開されている地域

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	503	1.8	4.0	2.0	2.4	1.6	1.2	0.7	-3.3	0.8	4.3	
中心地域	170	1.3	2.9	4.5	0.7	3.5	-1.2	3.0	-3.6	-1.8	2.0	
周辺地域	127	3.8	6.1	2.5	3.6	-1.6	13.6	1.5	-1.0	2.7	9.0	
郊外地域	206	1.2	-1.1	0.8	3.5	1.0	-0.8	-1.0	-3.4	1.7	1.0	
(SC数)	503		15	29	194	46	36	109	25	11	38	

(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	503	1.8	2.0	1.3	
政令指定都市	札幌市	9	4.7	4.7	-
	仙台市	2	7.3	7.3	-
	千葉市	6	-0.5	-0.5	-
	東京区部	55	3.8	3.0	6.5
	横浜市	17	0.0	-0.3	1.2
	川崎市	7	3.0	3.4	1.2
	名古屋市	11	-1.1	-0.9	-2.0
	京都市	9	-4.4	-4.9	-3.9
	大阪市	24	2.4	3.2	-5.0
	神戸市	16	1.5	2.4	-1.1
	広島市	8	-5.5	-5.4	-7.4
	北九州市	2	-5.4	-6.5	-
	福岡市	12	5.4	6.1	0.6
	小計	178	2.0	2.0	2.0
その他の地域	北海道	6	-5.5	-2.7	-7.2
	東北	27	1.0	2.0	-0.9
	関東	109	2.2	2.4	1.8
	中部	35	2.9	2.9	2.9
	北陸	36	1.2	2.8	-0.6
	近畿	60	0.6	0.4	0.9
	中国	17	-2.5	-3.1	-1.3
	四国	11	0.8	0.6	1.0
	九州・沖縄	24	4.7	7.1	-0.1
	小計	325	1.7	2.0	1.0

※「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	503	1.8	
核なし	242	3.4	
1核	Dpt	15	2.1
	GMS	139	0.1
	SM	44	1.4
	SS	2	4.5
	HC	1	0.8
	専門店	3	3.6
	生協	3	-1.0
	農協	1	-4.1
	Dgs	2	4.3
	小計	210	0.8
2核	Dpt+GMS	2	1.4
	Dpt+SM	4	-8.5
	GMS+SM	4	-0.6
	GMS+HC	1	-0.4
	GMS+専門店	5	-0.2
	SM+SS	3	-3.0
	SM+HC	1	-23.7
	SM+DS	2	4.1
	SM+専門店	10	5.2
	生協+HC	1	-2.0
その他	7	-1.3	
小計	40	-0.6	
3以上核	Dpt+GMS+HC	2	2.1
	その他	9	2.8
小計	11	2.6	

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 (㎡)
		503	(千円)	前年比	(実効㎡)	前年比			
SC総合	総合	503	489,166,750	1.8	9,054,483	0.2	972,499	178	18,001
	中心地域	170	162,377,504	1.3	2,040,166	0.2	955,162	263	12,001
	大都市	75	90,358,763	2.1	889,142	0.1	1,204,784	335	11,855
	中都市	69	60,316,763	0.6	919,861	0.4	874,156	216	13,331
	小都市	26	11,701,978	-1.5	231,164	0.2	450,076	167	8,891
	周辺地域	127	112,919,848	3.8	1,729,944	0.7	889,133	215	13,622
	郊外地域	206	213,869,398	1.2	5,284,373	0.0	1,038,201	134	25,652
テナント	総合	503	353,022,594	2.0	5,926,023	0.5	701,834	197	11,781
	中心地域	170	137,422,009	1.5	1,675,475	0.3	808,365	271	9,856
	大都市	75	87,994,337	2.3	875,034	0.1	1,173,258	332	11,667
	中都市	69	41,688,726	0.3	657,031	0.6	604,184	209	9,522
	小都市	26	7,738,946	-0.5	143,411	0.4	297,652	178	5,516
	周辺地域	127	85,094,865	4.3	1,234,062	1.6	670,038	228	9,717
	郊外地域	206	130,505,720	1.1	3,016,486	0.2	633,523	143	14,643
キーテナント	総合	261	136,144,156	1.3	3,128,460	-0.5	521,625	144	11,986
	中心地域	40	24,955,495	-0.1	364,691	0.0	623,887	226	9,117
	大都市	7	2,364,426	-4.5	14,108	0.0	337,775	553	2,015
	中都市	19	18,628,037	1.2	262,830	0.0	980,423	234	13,833
	小都市	14	3,963,032	-3.3	87,753	0.0	283,074	149	6,268
	周辺地域	56	27,824,983	2.3	495,882	-1.7	496,875	185	8,855
	郊外地域	165	83,363,678	1.4	2,267,887	-0.3	505,234	121	13,745

注:売上高(総合)は、調査対象503SCの合計値です。

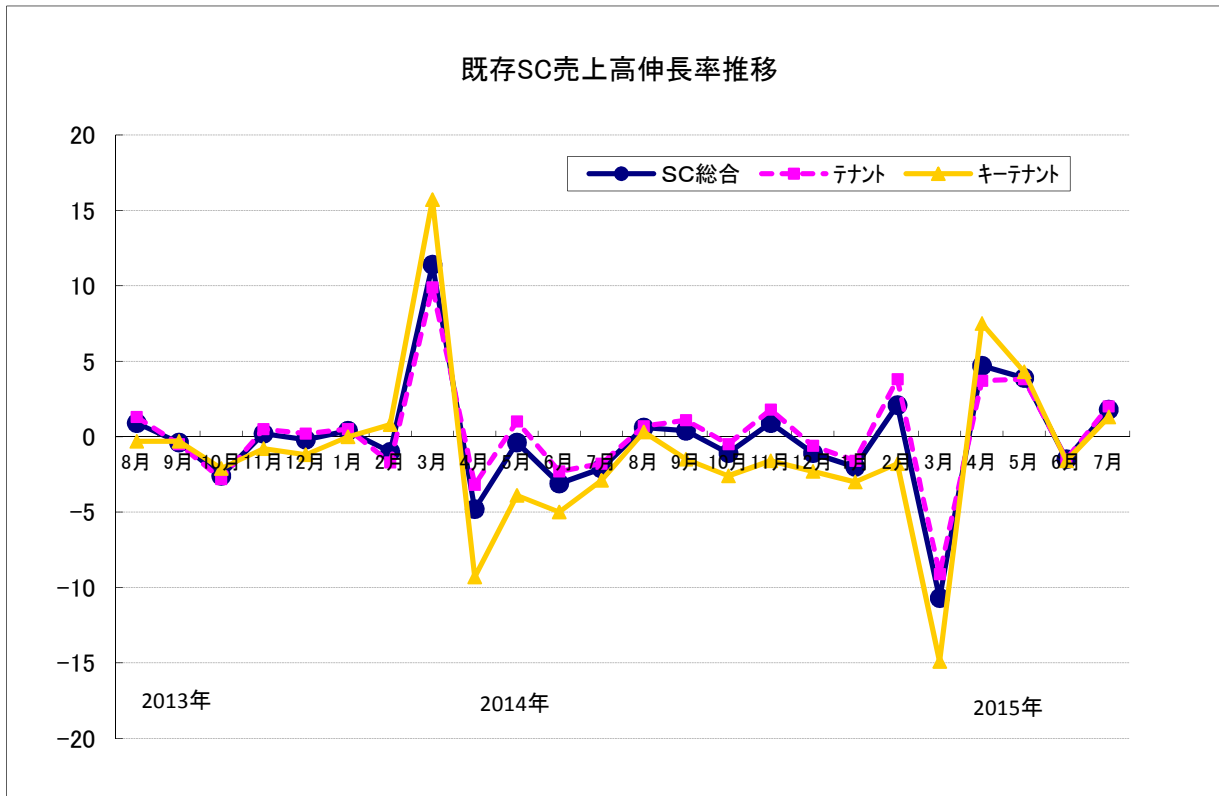


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		S C			百貨店	チェーン ストア
		既存S C				
		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	
2014四半期別	(1～3月)	4.1	3.4	5.9	11.0	3.6
	(4～6月)	-2.8	-1.6	-5.9	-6.9	-3.4
	(7～9月)	-0.4	0.0	-1.4	-1.3	-1.0
	(10～12月)	-0.4	0.3	-2.3	-1.6	-1.5
2014上半期	(1～6月)	0.7	0.9	0.0	2.2	0.0
2014下半期	(7～12月)	-0.4	0.2	-1.9	-1.5	-1.3
2015四半期	(1～3月)	-4.3	-3.2	-7.1	-8.6	-4.0
	(4～6月)	2.2	1.8	3.3	6.4	4.1
2015上半期	(1～6月)	-1.2	-0.8	-2.2	-1.9	0.0
2014月別	1月	0.4	0.5	0.0	2.9	-0.2
	2月	-1.0	-1.7	0.8	3.0	1.5
	3月	11.4	9.9	15.7	25.4	9.4
	4月	-4.8	-3.2	-9.3	-12.0	-5.4
	5月	-0.4	1.0	-3.9	-4.2	-2.2
	6月	-3.1	-2.3	-5.0	-4.6	-2.8
	7月	-2.1	-1.8	-2.9	-2.5	-2.1
	8月	0.6	0.7	0.3	-0.3	-0.1
	9月	0.4	1.1	-1.5	-0.7	-1.0
	10月	-1.1	-0.5	-2.6	-2.2	-1.9
	11月	0.9	1.8	-1.6	-1.0	-0.7
	12月	-1.1	-0.6	-2.3	-1.7	-1.8
2015月別	1月	-2.0	-1.6	-3.0	-2.8	-1.7
	2月	2.1	3.8	-1.8	1.1	-0.8
	3月	-10.7	-9.1	-14.9	-19.7	-8.6
	4月	4.7	3.7	7.5	13.7	6.4
	5月	3.9	3.8	4.3	6.3	5.7
	6月	-1.5	-1.5	-1.6	0.4	0.3
	7月	1.8	2.0	1.3	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	

調査分析 (一社)日本ショッピングセンター協会 情報企画部  
TEL 03-3536-8121 <http://www.jcsc.or.jp>