

## SC販売統計調査報告 2015年9月

**既存SC前年同月比 : +2.9%**

**大型連休ーシルバーウィークで観光地を中心に人が動く リニューアル効果によって売上好調**

### <全体概況>

9月のSC販売額は前年同月比+2.9%増と7月から3ヶ月連続のプラスとなった。サンプル数は486SC。月後半のシルバーウィークが売上に貢献した。

地域別では、全9地域がプラスとなったが、とくに九州・沖縄(+7.7%)、中部(+4.9%)、北海道(+4.5%)の3地域が、政令指定都市では福岡市(+12.0%)、北九州市(+9.0%)、札幌市(+5.2%)が高い伸びを示した。

好調要因としては、シルバーウィークを中心に国内外の観光客が増加したことや、地域イベントあるいはSC独自のイベントなど集客の仕掛けを積極的に行なった点があげられる。

また、先月同様リニューアルによる新店の導入などが消費意欲を喚起した。

テナント、キーテナント別販売動向では、テナントが+3.4%、キーテナントが+1.7%と、テナント伸長率が高くなっている。テナントの好調業種は飲食、雑貨、サービスとの回答が多かった一方、不調業種として婦人衣料や貴金属・時計という声が多く聞かれた。キーテナントでは生鮮食品、加工食品が好調だった。

### <トピックス>

今年9月のシルバーウィークは一般的に5日間と長く、各地の観光地を訪れる人の増加がみられた。とくにインバウンド客が多く訪れる九州・沖縄、9月11日からスタートし期間中約220万人を集めた「さっぽろオータムフェスト」が開催された北海道、北陸新幹線効果がまだ続く金沢、富山のSCが好調であった。

※サンプル数:486SC (回収率48.6%)

※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。

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	486	2.9	3.4	1.7	
中心地域	大都市	75	3.3	3.5	-3.7
	中都市	68	0.4	1.1	-1.5
	小都市	22	-1.3	0.0	-3.6
	小計	165	2.0	2.6	-2.2
周辺地域	122	4.9	5.5	3.0	
郊外地域	199	2.7	2.9	2.3	

(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	486	2.9	4.5	0.7	2.9	4.9	1.3	2.1	0.1	1.6	7.7
中心地域	165	2.0	4.6	-0.1	1.5	2.0	-4.5	4.4	-1.3	-0.6	6.5
周辺地域	122	4.9	6.0	-0.7	4.2	4.3	19.0	3.4	9.2	5.7	12.2
郊外地域	199	2.7	-1.5	1.3	3.5	6.4	-0.5	-0.1	-0.1	2.0	5.6
(SC数)	486	16	29	192	48	33	92	29	12	35	

(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	486	2.9	3.4	1.7	
政 令 指 定 都 市	札 幌 市	10	5.2	5.2	-
	仙 台 市	2	0.2	0.2	-
	千 葉 市	6	-1.4	-1.4	-
	東 京 区 部	55	4.1	3.9	4.9
	横 浜 市	18	1.8	1.8	1.9
	川 崎 市	8	1.1	1.2	0.9
	名 古 屋 市	12	5.7	6.5	2.7
	京 都 市	7	-4.8	-4.6	-5.0
	大 阪 市	21	5.1	5.5	-1.1
	神 戸 市	15	3.8	3.0	6.5
	広 島 市	7	-0.2	-0.1	-2.5
	北 九 州 市	2	9.0	10.1	3.8
	福 岡 市	9	12.0	14.8	-1.4
	小 計	172	3.6	3.8	2.7
そ の 他 の 地 域	北 海 道	6	-5.1	-2.1	-7.2
	東 北	27	0.8	0.4	1.9
	関 東	105	2.7	3.4	0.9
	中 部	36	4.5	4.6	4.2
	北 陸	33	1.3	3.8	-1.3
	近 畿	49	1.3	1.8	0.7
	中 国	22	0.2	-0.8	2.1
	四 国	12	1.6	-0.5	3.9
	九 州・沖 縄	24	5.9	8.5	0.3
小 計	314	2.4	3.0	1.3	

※「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。

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	486	2.9	
核なし	240	4.2	
1核	Dpt	16	0.7
	GMS	125	2.5
	SM	40	3.4
	SS	3	0.7
	HC	1	-0.4
	専門店	5	5.4
	生協	4	5.0
	農協	1	-3.0
	Dgs	2	0.9
	小 計	197	2.3
	2核	Dpt+GMS	2
Dpt+SM		3	-3.1
GMS+SM		4	-1.4
GMS+HC		1	0.5
GMS+専門店		5	3.5
SM+SS		3	-0.9
SM+HC		1	-22.5
SM+DS		2	2.0
SM+専門店		9	2.8
生協+HC		1	15.9
その他	7	-0.3	
小 計	38	0.8	
3核 以上	Dpt+GMS+HC	2	4.4
	その他	9	-0.7
	小 計	11	0.4

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	486	428,620,873	2.9	9,054,454	1.3	881,936	156	18,631
	中心地域	165	142,493,634	2.0	1,966,165	-0.2	863,598	239	11,916
	大都市	75	84,336,376	3.3	886,839	-0.4	1,124,485	314	11,825
	中都市	68	48,275,032	0.4	867,064	0.6	709,927	184	12,751
	小都市	22	9,882,226	-1.3	212,263	-2.9	449,192	154	9,648
	周辺地域	122	97,397,229	4.9	1,721,826	0.2	798,338	187	14,113
	郊外地域	199	188,730,010	2.7	5,366,463	2.2	948,392	116	26,967
テナント	総合	486	316,547,170	3.4	6,064,477	2.3	651,332	172	12,478
	中心地域	165	124,032,136	2.6	1,637,383	-0.1	751,710	250	9,924
	大都市	75	82,062,499	3.5	875,331	-0.1	1,094,167	309	11,671
	中都市	68	35,422,303	1.1	632,842	0.7	520,916	185	9,307
	小都市	22	6,547,334	0.0	129,211	-4.6	297,606	167	5,873
	周辺地域	122	74,203,619	5.5	1,232,575	0.4	608,226	199	10,103
	郊外地域	199	118,311,415	2.9	3,194,519	4.4	594,530	122	16,053
キーテナント	総合	246	112,073,703	1.7	2,989,977	-0.7	455,584	124	12,154
	中心地域	36	18,461,498	-2.2	328,782	-0.6	512,819	185	9,133
	大都市	7	2,273,877	-3.7	11,508	-18.6	324,840	652	1,644
	中都市	17	12,852,729	-1.5	234,222	0.4	756,043	181	13,778
	小都市	12	3,334,892	-3.6	83,052	0.0	277,908	133	6,921
	周辺地域	54	23,193,610	3	489,251	-0.1	429,511	156	9,060
	郊外地域	156	70,418,595	2.3	2,171,944	-0.9	451,401	107	13,923

注:売上高(総合)は、調査対象486SCの合計値です。

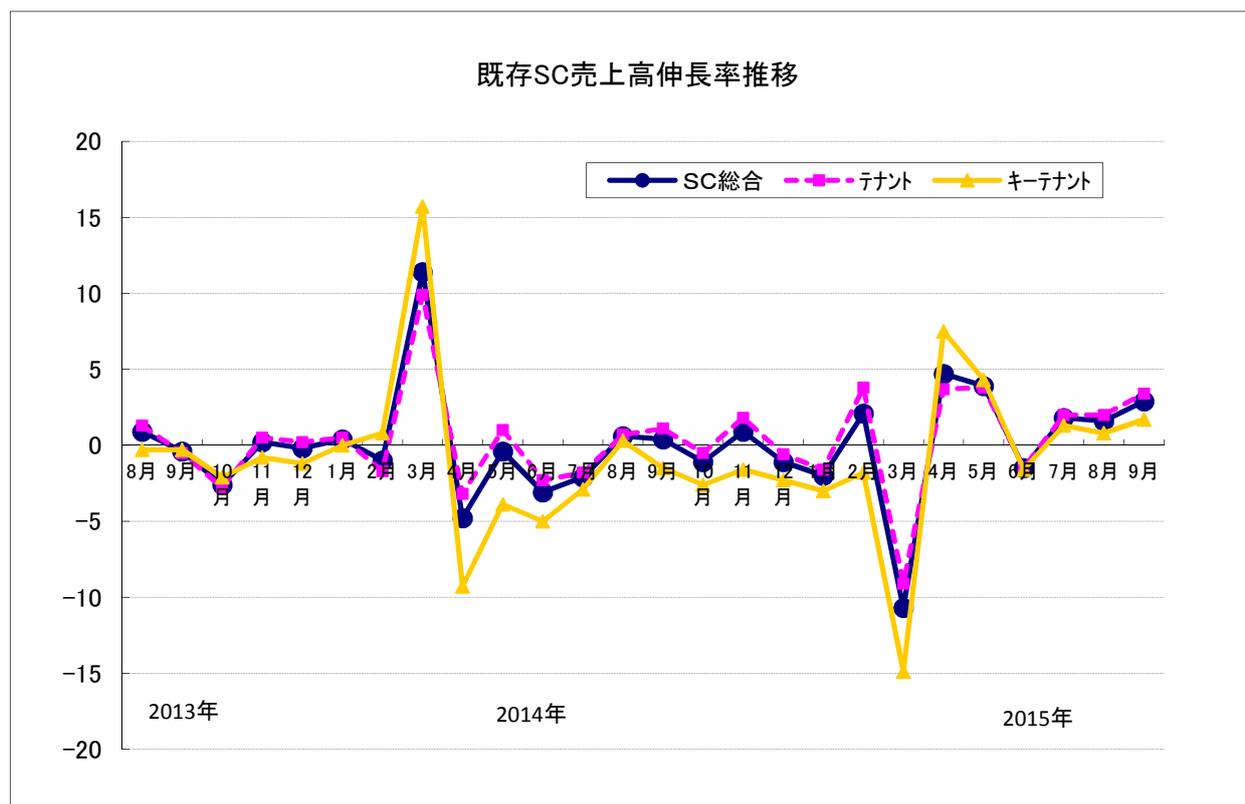


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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	
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
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	1.9
	8月	1.6	2.0	0.8	2.7	2.0
	9月	2.9	3.4	1.7	1.8	2.9
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 一般社団法人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>