

SC販売統計調査報告 2015年10月

既存SC前年同月比：+2.8%（4ヶ月連続プラス）

集客イベント（ハロウィーン他）やリニューアル効果、インバウンド増加が売上プラスに寄与

<全体概況>

10月のSC販売額は前年同月比+2.8%と4ヶ月連続でプラスとなった。サンプル数は500SC。昨年に比べ土曜日が1日多かったほか、比較的穏やかな気候も売上増につながった。

立地別では、周辺地域（+4.5%）、中心地域の大都市（+3.3%）が牽引した。

地域別では9地域のうち8地域がプラスとなり、なかでも中部（+6.5%）、北海道（+4.8%）、九州・沖縄（+3.0%）と、3地域が高い伸びを示した。

全体の好調要因としては集客イベント効果を挙げるSCが多かった。ライフスタイルイベントとして定着したハロウィーンがSCのイベントとしても集客効果を上げ、売上げプラスの理由に挙げた施設が目立った。また、リニューアル等により旬のテナントを導入した効果も挙げられた。このほか、大都市を中心にインバウンド（訪日外国人）売上げを伸ばしたSCも多い。

好調業種として、テナントは飲食、キーテナントは生鮮食品を挙げたSCが多かった。一方で、不振といわれている婦人ファッションだが、10月は秋物を中心に比較的順調であったという施設が増えた。

<トピックス>

北陸の周辺地域が+20.2%と二桁の伸びを示したように北陸新幹線効果が続いている。また、大都市のSCを中心として、中国の国慶節休暇（10月1日～7日）期間のインバウンド客増加も売上げ好調の要因となっており、福岡市（8.7%）ではインバウンドだけでなくプロ野球ホークスの日本シリーズ優勝セールの効果も売上プラスに寄与した。

※サンプル数：500SC（回収率50.0%）

※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	500	2.8	3.3	1.4	
中心地域	大都市	75	3.3	3.5	-1.8
	中都市	68	1.4	1.8	0.2
	小都市	24	1.3	1.2	1.6
	小計	167	2.5	2.8	0.2
周辺地域	126	4.5	4.8	3.4	
郊外地域	207	2.1	2.9	1.0	

(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	500	2.8	4.8	1.4	2.8	6.5	1.8	2.3	-1.6	1.0	3.0
中心地域	167	2.5	0.0	0.4	2.5	3.3	1.1	4.5	-2.9	3.0	2.8
周辺地域	126	4.5	8.4	-1.3	3.6	5.8	20.2	4.5	4.5	5.6	4.6
郊外地域	207	2.1	-0.5	2.3	2.5	8.1	-1.4	-0.5	-1.8	0.1	1.9
(SC数)	500	16	29	192	60	31	92	30	12	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	500	2.8	3.3	1.4	
政 令 指 定 都 市	札幌市	10	5.7	5.7	-
	仙台市	2	2.7	2.7	-
	千葉市	6	-3.4	-3.4	-
	東京区部	56	2.6	3.5	-0.7
	横浜市	18	3.5	3.6	3.1
	川崎市	7	7.9	9.2	2.1
	名古屋市	14	8.8	10.8	1.7
	京都市	7	-0.7	-0.5	-1.1
	大阪市	23	3.8	3.9	2.8
	神戸市	16	2.9	4.4	-1.7
	広島市	8	-3.5	-3.5	-1.7
	北九州市	2	6.6	7.9	0.1
	福岡市	9	8.7	9.0	4.5
	小 計	178	3.7	4.3	0.5
そ の 他 の 地 域	北海道	6	-8.7	-11.7	-6.7
	東北	27	1.1	0.8	1.9
	関東	105	2.6	3.2	0.8
	中部	46	5.4	5.8	4.6
	北陸	31	1.8	2.8	0.7
	近畿	46	1.9	1.8	2.0
	中国	22	-1.0	-2.6	1.7
	四国	12	1.0	-1.4	3.6
	九州・沖縄	27	0.2	0.4	-0.3
小 計	322	2.2	2.4	1.7	

※「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	500	2.8	
核なし	251	3.6	
1 核	Dpt	15	0.4
	GMS	125	2.0
	SM	44	3.5
	SS	3	3.1
	HC	1	1.0
	専門店	4	3.7
	生協	4	1.5
	農協	1	0.5
	Dgs	2	5.7
	小 計	199	1.9
	2 核	Dpt+GMS	2
Dpt+SM		4	1.8
GMS+SM		4	0.1
GMS+HC		1	1.6
GMS+専門店		4	4.4
SM+SS		3	0.8
SM+HC		1	-23.3
SM+DS		2	4.4
SM+専門店		9	4.3
生協+HC		1	-6.3
その他	7	0.7	
小 計	38	2.2	
3核 以上	Dpt+GMS+HC	2	1.6
	その他	10	5.9
	小 計	12	5.0

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	452,616,132	2.8	9,033,389	-0.1	905,232	165	18,067
	中心地域	167	145,314,999	2.5	1,959,830	0.1	870,150	245	11,736
	大都市	75	82,274,262	3.3	872,434	-0.3	1,096,990	311	11,633
	中都市	68	52,253,507	1.4	862,599	0.6	768,434	200	12,685
	小都市	24	10,787,230	1.3	224,798	-0.3	449,468	158	9,367
	周辺地域	126	109,189,382	4.5	1,805,140	0.5	866,582	200	14,327
	郊外地域	207	198,111,751	2.1	5,268,418	-0.4	957,062	124	25,451
テナント	総合	500	332,450,050	3.3	6,042,516	0.3	664,900	182	12,085
	中心地域	167	124,895,976	2.8	1,625,807	0.2	747,880	254	9,735
	大都市	75	79,967,418	3.5	859,956	0.0	1,066,232	307	11,466
	中都市	68	37,848,502	1.8	628,807	0.7	556,596	199	9,247
	小都市	24	7,080,056	1.2	137,045	-0.5	295,002	170	5,710
	周辺地域	126	82,189,072	4.8	1,298,053	1.1	652,294	209	10,302
	郊外地域	207	125,365,002	2.9	3,118,655	0.1	605,628	133	15,066
キーテナント	総合	249	120,166,082	1.4	2,990,873	-0.9	482,595	133	12,012
	中心地域	39	20,419,023	0.2	334,023	-0.5	523,565	202	8,565
	大都市	7	2,306,844	-1.8	12,478	-17.5	329,549	610	1,783
	中都市	18	14,405,005	0.2	233,792	0.4	800,278	203	12,988
	小都市	14	3,707,174	1.6	87,753	0.0	264,798	139	6,268
	周辺地域	56	27,000,310	3.4	507,087	-1.0	482,148	176	9,055
	郊外地域	154	72,746,749	1.0	2,149,763	-1.0	472,381	112	13,960

注:売上高(総合)は、調査対象500SCの合計値です。

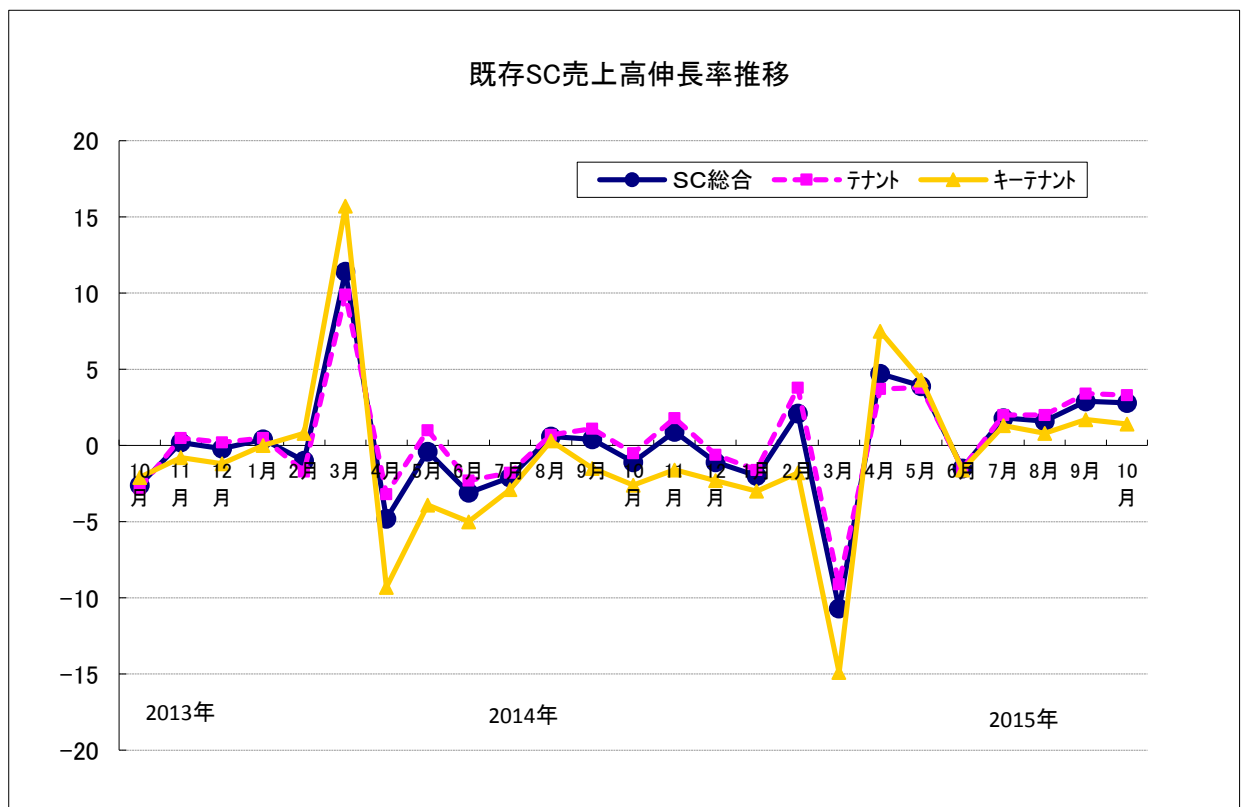


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
2015四半期別	(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
	(7～9月)	2.0	2.1	1.5	2.7	2.3
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	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
	10月	2.8	3.3	1.4	4.2	
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