

## 2016年夏期セールの販売動向

2016年夏期セールの販売動向について主に会員企業が管理・運営するSCを対象に調査を行い、154SCより回答を得た。

### ・2016年夏のセール結果は、昨年対比で

1日当り平均売上高	…	▲1.7%
1日当り平均レジ客数	…	▲0.7%
1回当り客単価	…	▲1.3%

となり、いずれも昨年を下回った。

### <販売状況>

- ・今年の夏季セールは売上高、レジ客数、客単価の全てで昨年比でマイナスとなった。販売状況の昨年比較でも、好調と回答したSCは全体の36%となり昨年から7ポイント低下した。
- ・好調業種と不調業種の両者ともに最も多かったのがアパレルだった。つまり、バーゲンセールの中心であるアパレルの好不調が各SC毎に分かれた。

### <セール開始時期>

- ・セール開始時期は、回答SCの44%が7月第1週の週末に集中した(7月1日(金)が全体の40%で最多)。
- 次いで、6月第4週が36%と続いた(6月24日(金)が同25%)。
- ・昨年と比較すると7月1週にセールを開始したSCが増え、昨年の33%から今年は44%と11ポイント増となり、7月セール開始が大きな流れになっている。

### <セール実施期間>

- ・セール実施期間は11日～15日間で25%と最多であった。平均日数は20日間、最多は10日間(約18%)であった。

### <平均売上高・レジ客数・客単価>

- ・1日の平均売上高は、38,305千円(昨年対比▲1.7%)、1日の平均レジ客数は16,772人(昨年対比▲0.7%)、客単価は2,470円(昨年対比▲1.3%)となり、レジ客数、客単価ともに昨年対比でマイナスであった。

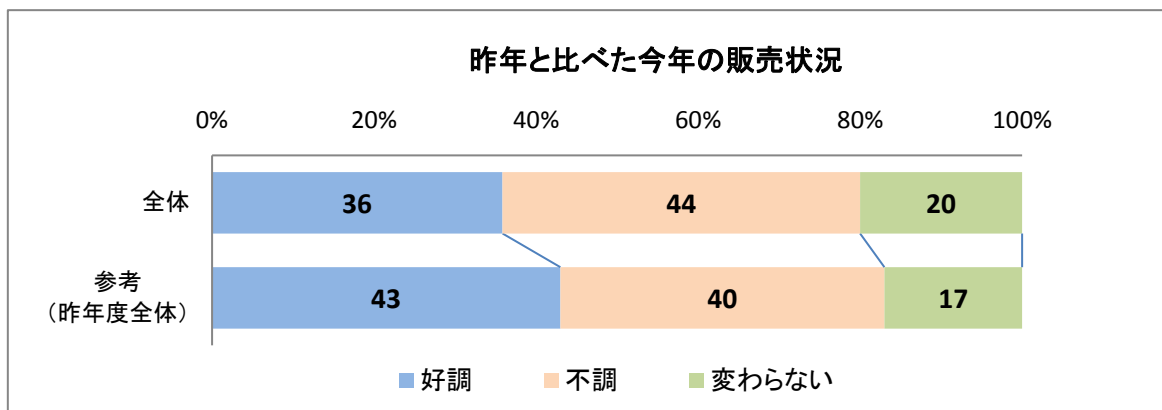
### <本来好ましいと考えるセール開始時期>

- ・「7月第1週」が全体の52%で最も多く、次いで「6月第4週」が24%と続いた。今年のセール開始時期と概ね近い回答となった。

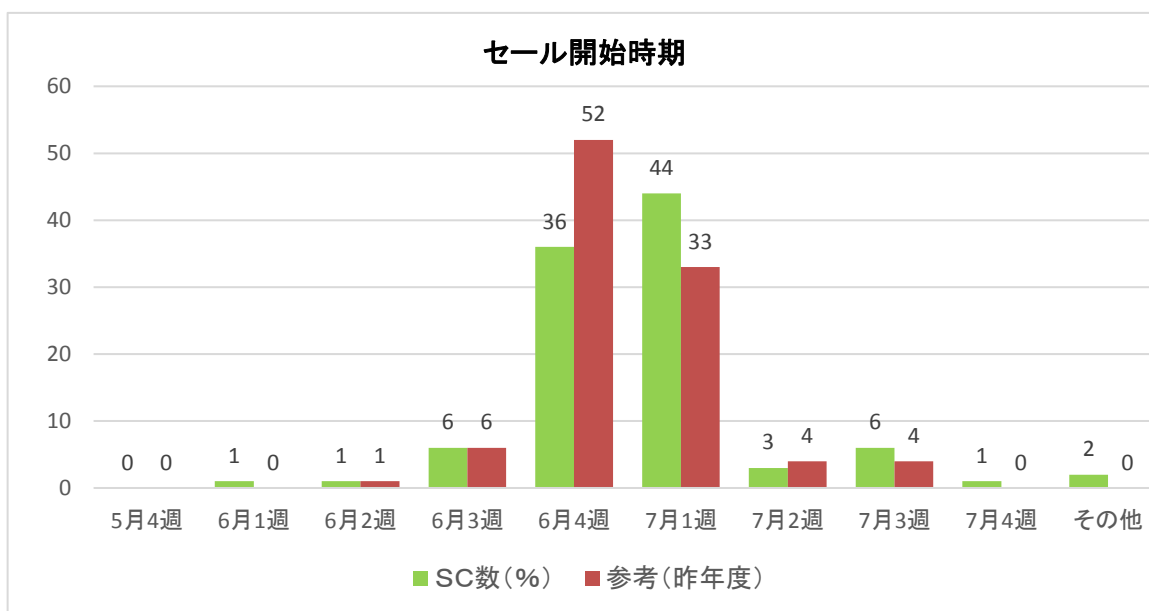
### <セールに関する主な意見等>

- ・近隣商業施設のセール開始が7月1日に集中したことによる買い周り効果からセール前半は好調だった。一方で、セール後半は天候不順にともないアパレルが不調であった。
- ・テナント独自のセールや値引きの常態化により、SCのバーゲンセールへの反応が弱くなった。テナント独自のセールとの差別化が必要だと感じた。

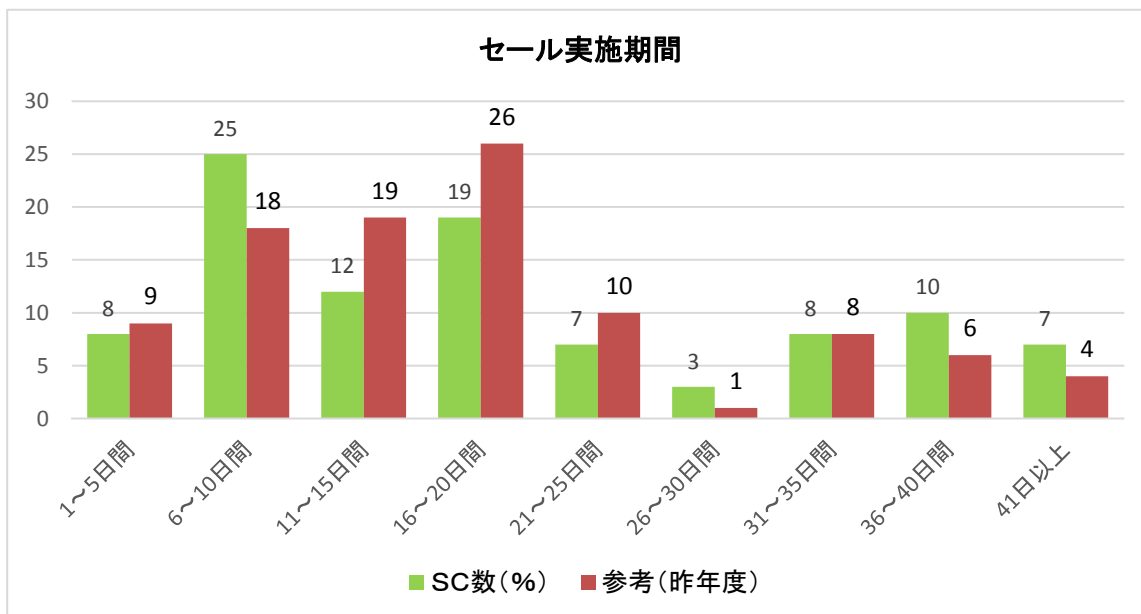
■今年の販売状況



■今年のセール開始時期



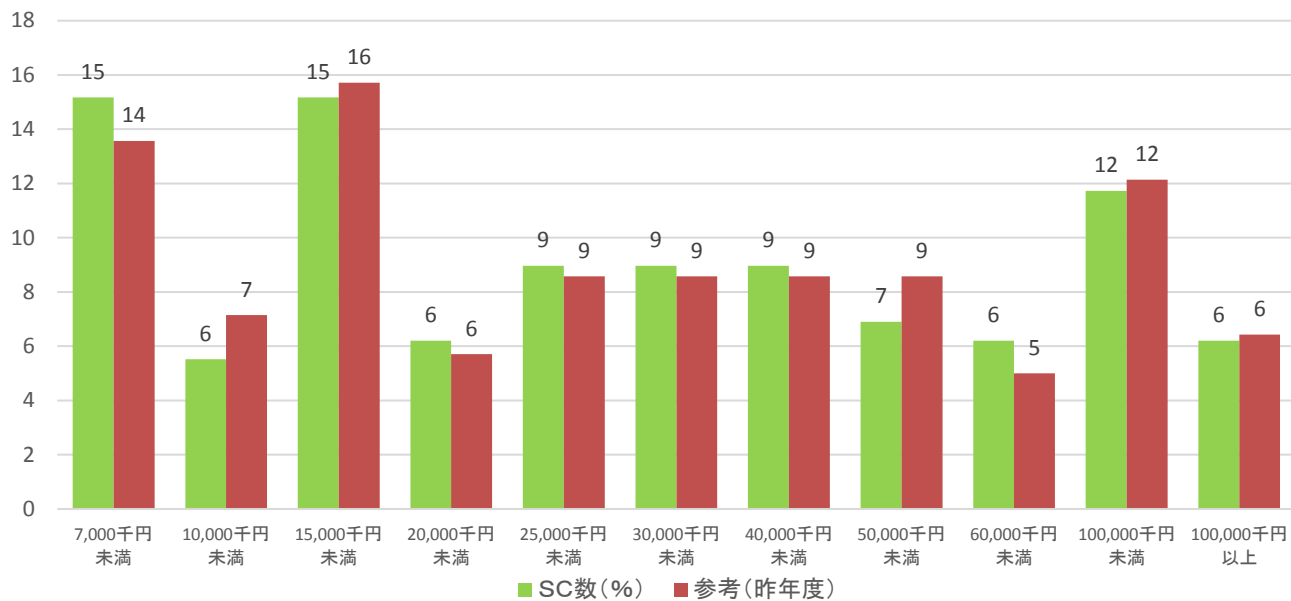
■今年のセール実施期間



■ 1日当り平均売上高分布(%)

1日当り平均売上高 38,305千円 / 日 昨年対比 ▲1.7%  
 (昨年 38,984千円 / 日)

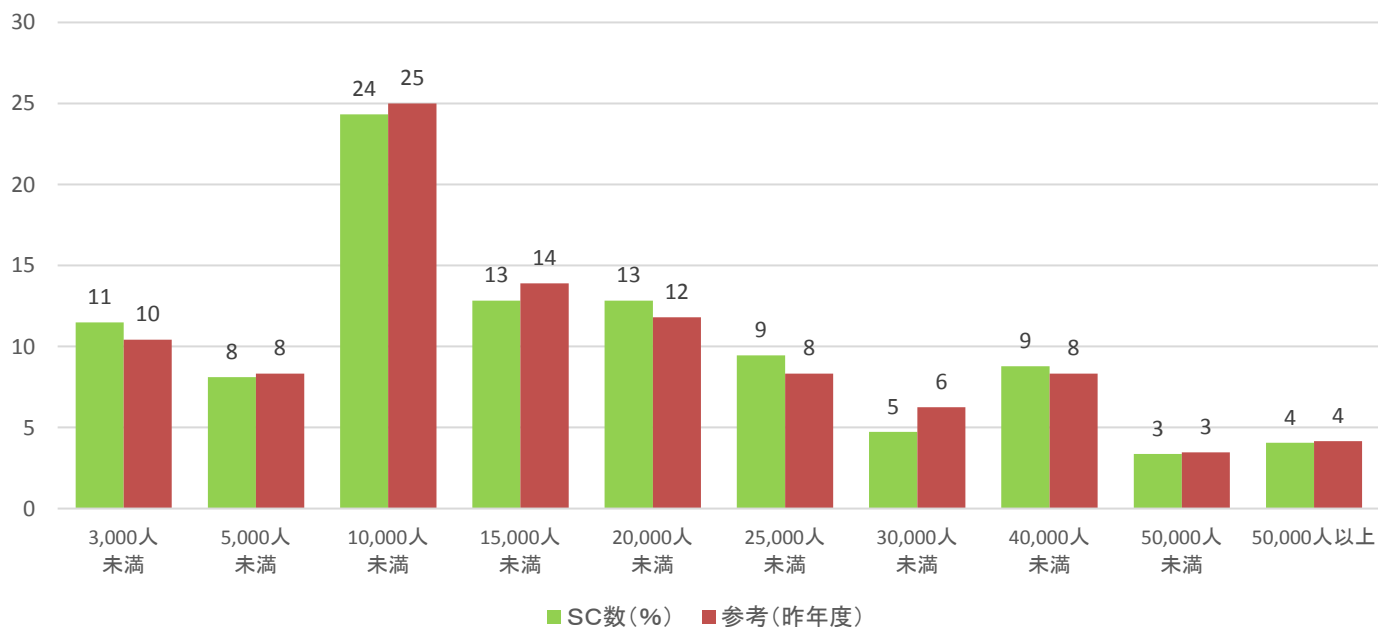
1日当り平均売上高分布



■ 1日当り平均レジ客数分布(%)

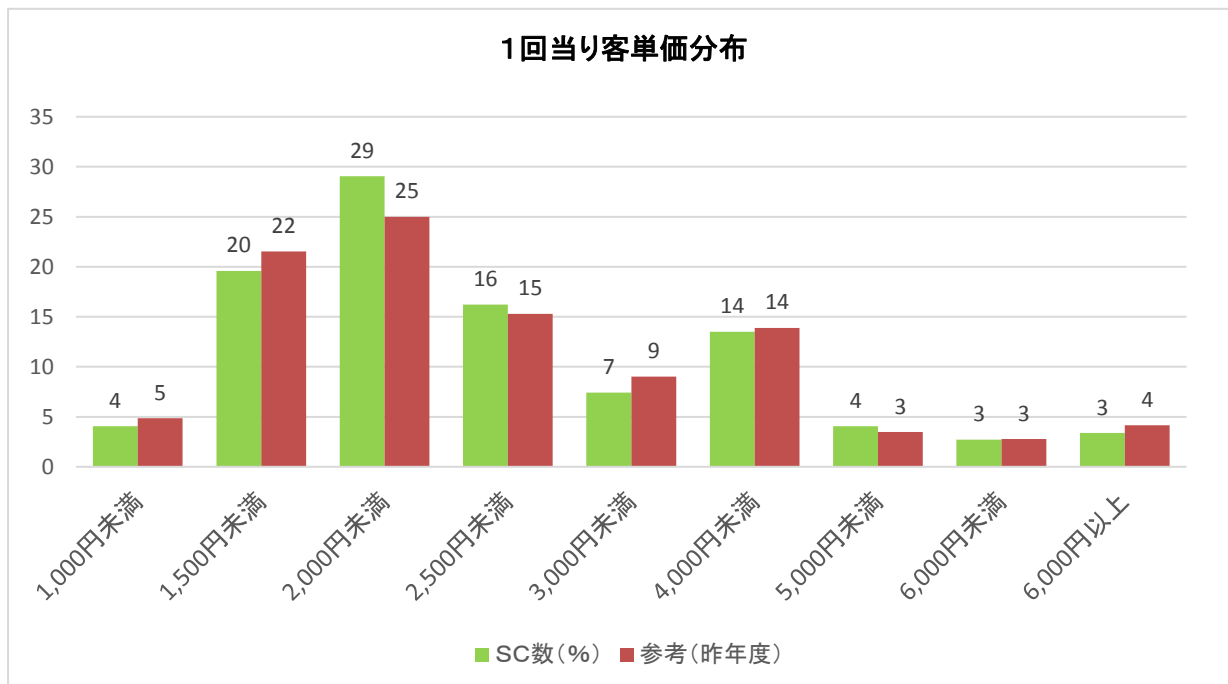
1日当り平均レジ客数 16,772人 / 日 昨年対比 ▲0.7%  
 (昨年 16,891人 / 日)

1日当り平均レジ客数分布

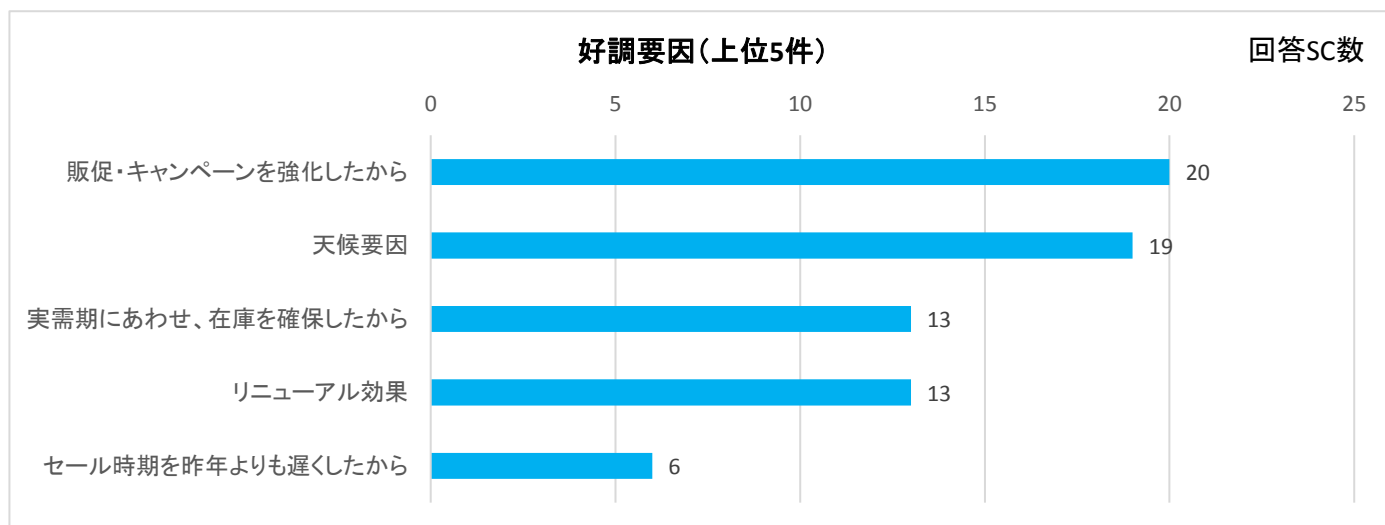


■客単価分布(%)

1回当り客単価 2,470円 / 回 昨年対比 ▲1.3%  
(昨年 2,503円 / 回)



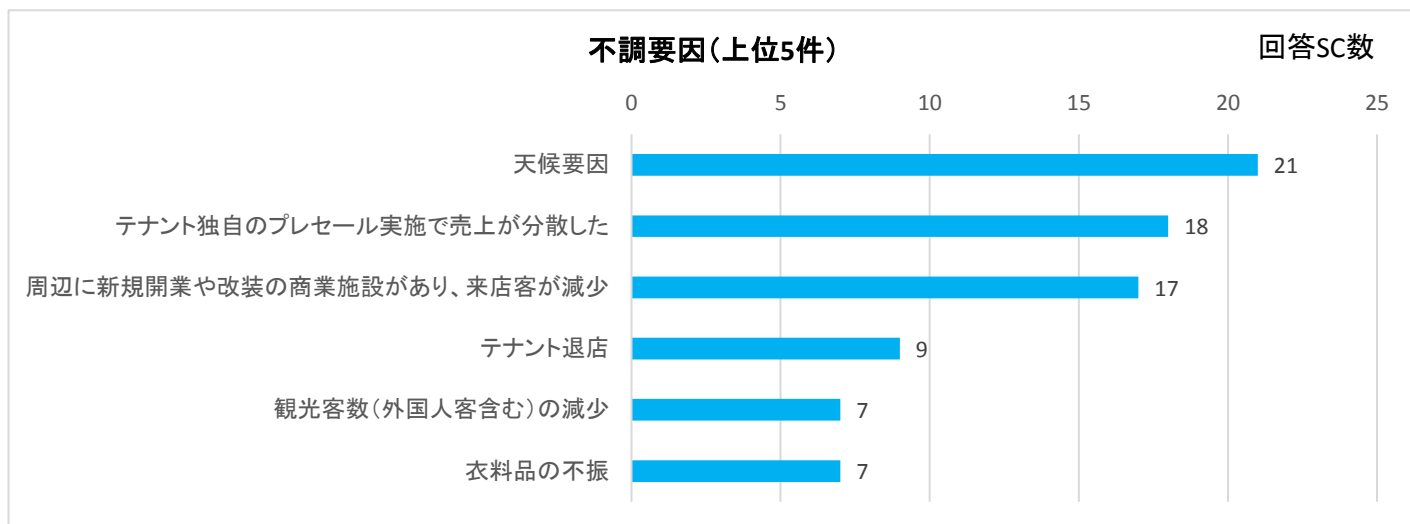
■好調要因(複数回答)



※その他好調要因の主な理由

- ・周辺商業施設のセール開始日が重複したことによる買いまわり効果

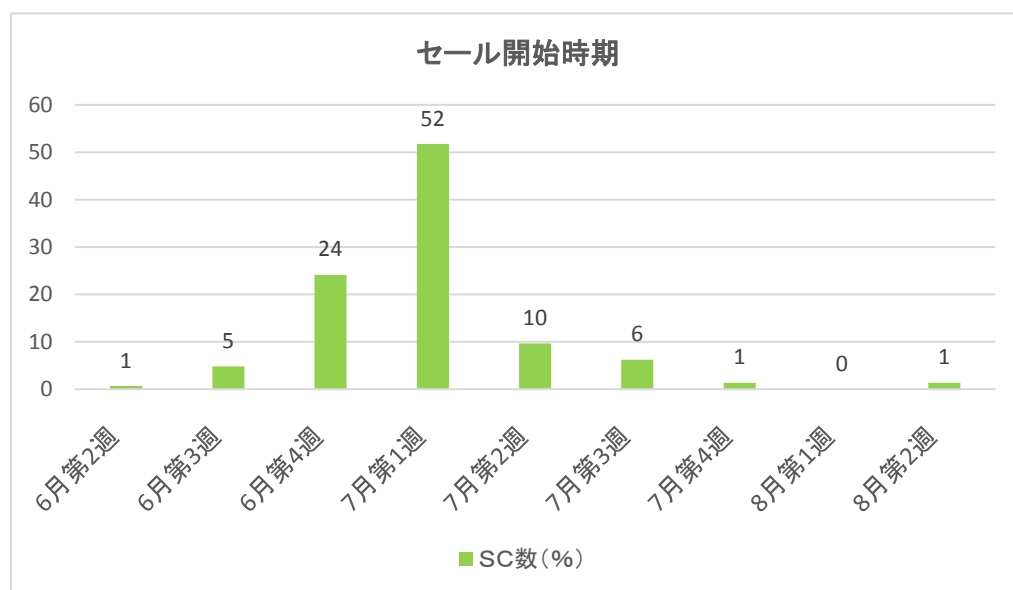
## ■不調要因(複数回答)



※その他不調要因の主な理由

- ・昨年のプレミアム商品券の反動

## ■好ましいと考えるセール開始時期



## ■プレセール

本セール前にSCカード会員限定などのSC全体で実施したプレセール(テナント独自のプレセールは含まれません)は、154SCの内、実施したとの回答24SC(昨年は28SC)はであった。

**1日平均売上高 43,470千円 / 日 昨年対比 ▲0.9%**  
(昨年 49,888千円 / 日)

**1日平均レジ客数 16,521人 / 日 昨年対比 ▲0.9%**  
(昨年 18,387人 / 日)

**1回当たり客単価 3,073円 / 回 昨年対比 ▲1.0%**  
(昨年 3,233円 / 回)

(一社)日本ショッピングセンター協会 調べ  
調査期間:2016年8月10日~8月31日  
調査回答数:154sc

\* 端数処理の関係で、合計と内訳が一致しない場合があります。