

## SC販売統計調査報告 2017年2月

既存SC前年同月比 : ▲3.2%

営業日数1日減の影響が大きく、前年同月比マイナス

### <全体概況>

- ・2月度は昨年がうるう年であったことによる営業日数の減少や、祝日が土曜日に重なったこともあり、既存SC売上高は前年同月比▲3.2%と前月(▲1.2%)から2.0ポイント後退し、3ヶ月連続で前年を下回った。テナントは同▲3.0%で前月(▲1.0%)から2.0ポイント減、キーテナントは同▲4.1%で前月(▲2.1%)から2.0ポイント減と前月から後退した。
- ・立地別(表1)の総合では、中心地域が同▲2.2%、周辺地域が同▲3.7%となった。駅近くの施設が比較的好調であった中心地域/大都市のキーテナントが同3.6%となり前年を上回ったが、それ以外は全て前年を下回る厳しい結果となった。
- ・地域別(表2)では、総合は全ての地域で前年を下回った。マイナス幅が大きかった四国(▲7.2%)は前月に引き続きGMSを核とするSCなどでの苦戦がみられた。
- ・都市規模別(表3)では、政令指定都市で同▲2.3%、その他の地域で同▲3.8%となった。仙台市を除いた都市、地域が全て前年を下回った。前年比で唯一プラスとなった仙台市は、周辺地域のSCなどでの好調がみられた。
- ・業種別毎の好調・不振をみると、テナントは飲食とサービスが好調、婦人衣料が不振との回答がみられた。キーテナントは食料品が好調、婦人衣料が不振との回答がみられた。

### <トピックス>

2月24日のプレミアムフライデーは、初めての実施だったこともあり、これに合わせて販促を実施したSCや売上が増えたというSCは限定的であった。しかしながら、販促を実施したSCの中には売上に効果があったと回答したSCがみられた。特に、会社員が仕事帰りに立寄りやすい都市部の駅周辺の施設では、飲食を中心に売上が増加したとの回答があった。

※サンプル数:509SC (回収率50.9%)

※本調査は、2015年12月末現在の全SC3,195SC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別途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	509	▲3.2	▲3.0	▲4.1	
地域中心	大都市	67	▲2.2	▲2.6	3.6
	中都市	74	▲2.3	▲2.0	▲4.4
	小計	141	▲2.2	▲2.4	0.0
周辺地域	368	▲3.7	▲3.2	▲4.7	

(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

#### ■立地

中心地域:人口15万人以上の都市(東京23区を含む162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

表-2 立地別・地域別 売上高伸長率

立地(SC数)	地域	総合	地域								
			北海道	東北	関東	中部	北陸	近畿	中国	四国	九州・沖縄
総合	509	▲3.2	▲1.1	▲3.2	▲2.2	▲5.4	▲2.9	▲4.5	▲5.5	▲7.2	▲1.2
中心地域	141	▲2.2	0.0	▲7.3	▲2.1	▲0.9	0.1	▲3.5	▲4.5	▲8.2	▲1.1
周辺地域	368	▲3.7	▲3.0	▲2.0	▲2.3	▲6.6	▲3.7	▲4.8	▲6.1	▲7.1	▲1.2
	(SC数)	509	17	28	199	66	34	87	28	13	37

(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	509	▲ 3.2	▲ 3.0	▲ 4.1	
政 令 指 定 都 市	札幌市	11	▲ 0.1	▲ 0.1	-
	仙台市	4	7.7	7.7	-
	千葉市	5	▲ 7.5	▲ 7.5	-
	東京区部	57	▲ 1.4	▲ 1.6	▲ 0.9
	横浜市	17	▲ 2.5	▲ 2.5	▲ 2.7
	川崎市	8	▲ 2.3	▲ 2.5	▲ 1.1
	名古屋市	13	▲ 3.4	▲ 3.2	▲ 4.0
	京都市	7	▲ 4.7	▲ 4.8	▲ 4.6
	大阪市	20	▲ 4.1	▲ 4.0	▲ 4.7
	神戸市	17	▲ 2.9	▲ 2.7	▲ 4.1
	広島市	7	▲ 5.6	▲ 5.7	▲ 2.5
	北九州市	2	▲ 6.4	▲ 6.3	▲ 6.6
	福岡市	9	▲ 0.3	▲ 0.4	0.6
	小 計	177	▲ 2.3	▲ 2.3	▲ 2.2
そ の 他 の 地 域	北海道	6	▲ 5.1	▲ 5.4	▲ 3.8
	東北	24	▲ 5.5	▲ 5.5	▲ 5.7
	関東	112	▲ 2.4	▲ 1.9	▲ 4.5
	中部	53	▲ 6.0	▲ 6.2	▲ 5.1
	北陸	34	▲ 2.9	▲ 3.4	▲ 2.3
	近畿	43	▲ 5.1	▲ 5.0	▲ 5.2
	中国	21	▲ 5.5	▲ 4.6	▲ 6.7
	四国	13	▲ 7.2	▲ 7.0	▲ 7.4
	九州・沖縄	26	▲ 1.0	0.0	▲ 3.4
小 計	332	▲ 3.8	▲ 3.5	▲ 4.8	

※「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	509	▲ 3.2	
核なし	281	▲ 3.2	
1 核	Dpt	12	0.2
	GMS	117	▲ 4.9
	SM	43	▲ 1.9
	SS	2	▲ 0.1
	HC	1	▲ 1.3
	専門店	3	2.3
	生協	5	▲ 1.6
	Dgs	2	▲ 1.8
	小 計	185	▲ 3.4
	2 核	Dpt+GMS	1
Dpt+SM		2	▲ 4.2
GMS+SM		2	▲ 4.4
GMS+HC		1	▲ 8.3
GMS+専門店		5	▲ 3.5
SM+SS		3	▲ 0.7
SM+HC		1	▲ 1.7
SM+DS		2	▲ 1.7
SM+専門店		7	▲ 2.3
生協+HC		1	▲ 8.2
その他		9	▲ 1.0
小 計	34	▲ 3.1	
3核以上	Dpt+GMS+HC	1	▲ 2.9
	その他	8	▲ 2.7
	小 計	9	▲ 2.8

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(m)
			(千円)	前年比	(実効 m <sup>2</sup> )	前年比			
S C 総 合	総 合	509	421,780,047	▲ 3.2	9,741,572	0.5	828,644	143	19,139
	中心地域	141	129,787,235	▲ 2.2	1,859,351	2.3	920,477	230	13,187
	大都市	67	84,826,894	▲ 2.2	1,021,699	3.4	1,266,073	274	15,249
	中都市	74	44,960,341	▲ 2.3	837,653	1.0	607,572	177	11,320
	周辺地域	368	291,992,812	▲ 3.7	7,882,220	0.0	793,459	122	21,419
テ ナ ン ト	総 合	509	327,151,093	▲ 3.0	7,124,281	0.6	642,733	152	13,997
	中心地域	141	117,319,584	▲ 2.4	1,685,257	2.5	832,054	230	11,952
	大都市	67	77,790,852	▲ 2.6	960,872	3.6	1,161,057	267	14,341
	中都市	74	39,528,732	▲ 2.0	724,386	1.1	534,172	180	9,789
	周辺地域	368	209,831,509	▲ 3.2	5,439,023	0.0	570,194	127	14,780
キ ー テ ナ ン ト	総 合	228	94,628,954	▲ 4.1	2,617,291	0.0	415,039	119	11,479
	中心地域	21	12,467,651	0.0	174,094	0.2	593,698	236	8,290
	大都市	4	7,036,042	3.6	60,827	0.0	1,759,011	382	15,207
	中都市	17	5,431,609	▲ 4.4	113,267	0.3	319,506	158	6,663
	周辺地域	207	82,161,303	▲ 4.7	2,443,197	0.0	396,915	111	11,803

注:売上高(総合)は、調査対象509SCの合計値です。

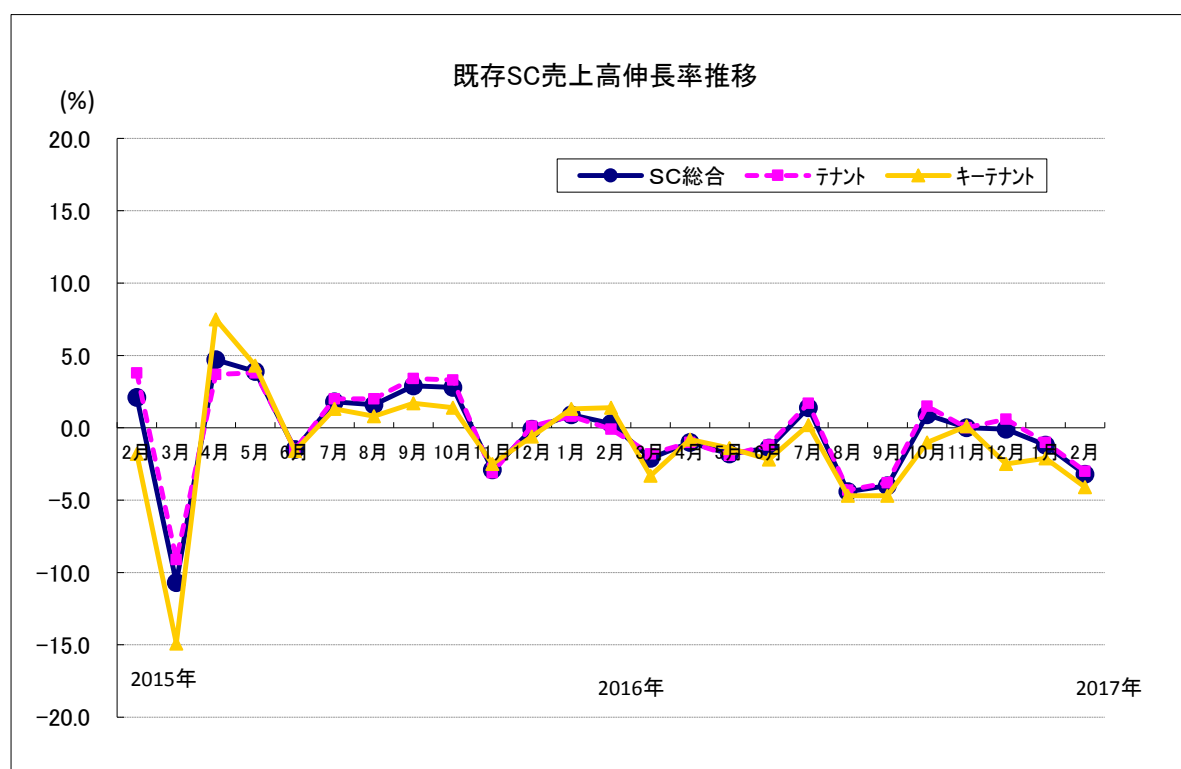


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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
2015上半期	(1～6月)	▲ 1.2	▲ 0.8	▲ 2.2	▲ 1.9	0.0
2015下半期	(7～12月)	0.9	1.1	0.4	1.4	1.4
2016上半期	(1～6月)	▲ 0.9	▲ 0.9	▲ 0.9	▲ 2.8	0.4
2016下半期	(7～12月)	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 2.0	▲ 2.9	
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
	(10～12月)	▲ 0.1	0.0	▲ 0.5	0.3	0.5
2016四半期別	(1～3月)	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.2	▲ 1.6	1.7
	(4～6月)	▲ 1.6	▲ 1.6	▲ 1.4	▲ 4.1	▲ 0.8
	(7～9月)	▲ 2.4	▲ 2.3	▲ 2.9	▲ 3.4	▲ 2.0
	(10～12月)	0.3	0.6	▲ 1.1	▲ 2.5	▲ 0.3
2016 月別	1月	0.9	0.8	1.3	▲ 1.9	2.3
	2月	0.3	▲ 0.1	1.4	0.2	3.4
	3月	▲ 2.1	▲ 1.8	▲ 3.3	▲ 2.9	▲ 0.3
	4月	▲ 1.0	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 3.8	▲ 0.7
	5月	▲ 1.8	▲ 1.9	▲ 1.4	▲ 5.1	▲ 1.3
	6月	▲ 1.4	▲ 1.2	▲ 2.2	▲ 3.5	▲ 0.5
	7月	1.4	1.7	0.2	▲ 0.1	0.2
	8月	▲ 4.4	▲ 4.3	▲ 4.7	▲ 6.0	▲ 2.9
	9月	▲ 4.0	▲ 3.8	▲ 4.7	▲ 5.0	▲ 3.2
	10月	0.9	1.5	▲ 1.0	▲ 3.9	0.6
	11月	0.0	0.0	0.1	▲ 2.4	0.8
	12月	▲ 0.1	0.6	▲ 2.5	▲ 1.7	▲ 2.0
2017 月別	1月	▲ 1.2	▲ 1.0	▲ 2.1	▲ 1.2	▲ 1.6
	2月	▲ 3.2	▲ 3.0	▲ 4.1		
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 03-5615-8524 <http://www.jcsc.or.jp>