

SC販売統計調査報告 2017年11月

既存SC前年同月比 :+2.5%

冬物衣料が健闘したテナントが好調で前年比+2.5%

<全体概況>

- ・11月度の既存SCの売上高は、前月のマイナスから一転、前年同月比+2.5%となり前年を上回った。冬物衣料が堅調だったテナントは同+3.2%。キーテナントは▲0.3%でテナント売上が全体を牽引した。
- ・立地別・構成別(表1)の総合では、中心地域が同+2.2%、周辺地域が同+2.6%となった。大都市中心地域のキーテナントは同+8.8%(前月は同+7.2%)、周辺地域のテナントは同+3.8%(前月は同+0.1%)と好調を維持した。
- ・立地別・地域別(表2)では、全9地域のうち、北陸(同▲0.9%)を除く8地域で前年を上回り全国的に売上は堅調であった。
- ・都市規模別(表3)では、政令指定都市の総合が同+2.6%、その他の地域も同+2.4%となり両者ともに前年を上回った。福岡市はインバウンドの好調に加えて、福岡ソフトバンクホークスの日本一記念セールスの効果や昨年発生したJR博多駅前の陥没事故による休業の反動もあり、同+9.0%と前年を大きく上回った。
- ・業種毎の販売動向をみると、テナントでは飲食・サービスが好調、婦人衣料は好調と回答したSCが多くみられた一方で、不振と回答したSCも多くみられ、施設間で差がみられた。キーテナントでは生鮮食品で好不調が分かれた。

<トピックス>

11月度は前年同月比+2.5%と好調であった。好調要因として、ハウスカード等の販促活動のタイミングと気温低下のタイミングが重複したことで、重衣料や冬物のインナーなど冬物の衣料品が伸長したことを挙げるSCが複数みられた。

※サンプル数:501SC (回収率50.1%)

※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。

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	501	2.5	3.2	▲0.3
地域中心	大都市	67	2.4	8.8
	中都市	71	1.8	▲2.4
	小計	138	2.2	2.9
周辺地域	363	2.6	3.8	▲0.9

(注)

■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

■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

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	501	2.5	3.4	2.0	2.1	2.5	▲0.9	3.8	0.8	0.7	5.5
中心地域	138	2.2	2.1	5.6	0.9	0.2	2.0	5.2	2.1	▲5.0	7.8
周辺地域	363	2.6	6.2	0.7	2.7	3.1	▲1.7	3.3	0.2	2.0	3.8
(SC数)	501	16	32	197	59	33	89	28	13	34	

(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	501	2.5	3.2	▲ 0.3	
政 令 指 定 都 市	札幌市	10	2.1	2.1	-
	仙台市	5	8.5	8.5	-
	千葉市	5	▲ 0.7	▲ 0.7	-
	東京区部	51	2.7	2.3	5.0
	横浜市	17	▲ 1.1	▲ 1.1	▲ 0.9
	川崎市	9	1.1	1.5	▲ 2.5
	名古屋市	12	▲ 2.3	▲ 3.1	1.6
	京都市	7	1.9	3.7	▲ 1.0
	大阪市	21	5.5	5.9	▲ 0.1
	神戸市	18	5.0	5.6	1.1
	広島市	8	5.5	5.6	2.9
	北九州市	2	4.5	4.5	4.3
	福岡市	8	9.0	8.3	27.4
	小 計	173	2.6	2.7	2.2
そ の 他 の 地 域	北海道	6	8.6	10.5	▲ 2.8
	東北	27	▲ 0.4	0.2	▲ 1.5
	関東	115	2.6	3.3	▲ 0.3
	中部	47	4.2	6.1	▲ 2.2
	北陸	33	▲ 0.9	0.7	▲ 3.3
	近畿	43	2.8	4.9	▲ 2.3
	中国	20	▲ 0.6	▲ 0.2	▲ 1.3
	四国	13	0.7	2.5	▲ 1.1
	九州・沖縄	24	4.0	4.1	3.5
小 計	328	2.4	3.6	▲ 1.1	

※「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	501	2.5	
核なし	284	3.6	
1 核	Dpt	11	2.9
	GMS	117	▲ 0.2
	SM	36	1.4
	SS	2	2.8
	HC	1	▲ 0.2
	専門店	3	5.2
	生協	5	1.7
	Dgs	2	7.1
	小 計	177	0.6
	2 核	Dpt+SM	3
GMS+SM		2	▲ 2.5
GMS+HC		1	2.2
GMS+専門店		5	0.4
SM+SS		3	1.4
SM+HC		1	3.6
SM+DS		1	▲ 0.2
SM+専門店		9	5.8
生協+HC		1	1.0
その他		6	3.2
小 計	32	1.9	
3核 以上	Dpt+GMS+HC	2	0.7
	その他	6	2.8
小 計	8	2.2	

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 ²)	前年比			
S C 総 合	総 合	501	547,877,408	2.5	9,810,025	0.8	1,093,568	184	19,581
	中心地域	138	175,229,450	2.2	1,902,620	▲ 0.6	1,269,779	304	13,787
	大都市	67	118,555,901	2.8	1,075,776	▲ 0.8	1,769,491	364	16,056
	中都市	71	56,673,549	1.2	826,845	▲ 0.4	798,219	226	11,646
	周辺地域	363	372,647,958	2.6	7,907,405	1.1	1,026,578	156	21,783
テ ナ ン ト	総 合	501	441,545,828	3.2	7,234,040	1.1	881,329	201	14,439
	中心地域	138	159,243,775	2.2	1,696,857	▲ 0.7	1,153,940	310	12,296
	大都市	67	110,484,774	2.4	1,014,933	▲ 0.8	1,649,026	359	15,148
	中都市	71	48,759,001	1.8	681,925	▲ 0.4	686,746	236	9,605
	周辺地域	363	282,302,053	3.8	5,537,183	1.6	777,692	168	15,254
キ ー テ ナ ン ト	総 合	217	106,331,580	▲ 0.3	2,575,985	0.0	490,007	136	11,871
	中心地域	20	15,985,675	2.9	205,763	0.0	799,284	256	10,288
	大都市	4	8,071,127	8.8	60,843	0.0	2,017,782	438	15,211
	中都市	16	7,914,548	▲ 2.4	144,920	0.0	494,659	180	9,058
	周辺地域	197	90,345,905	▲ 0.9	2,370,222	0.0	458,609	126	12,032

注:売上高(総合)は、調査対象501SCの合計値です。

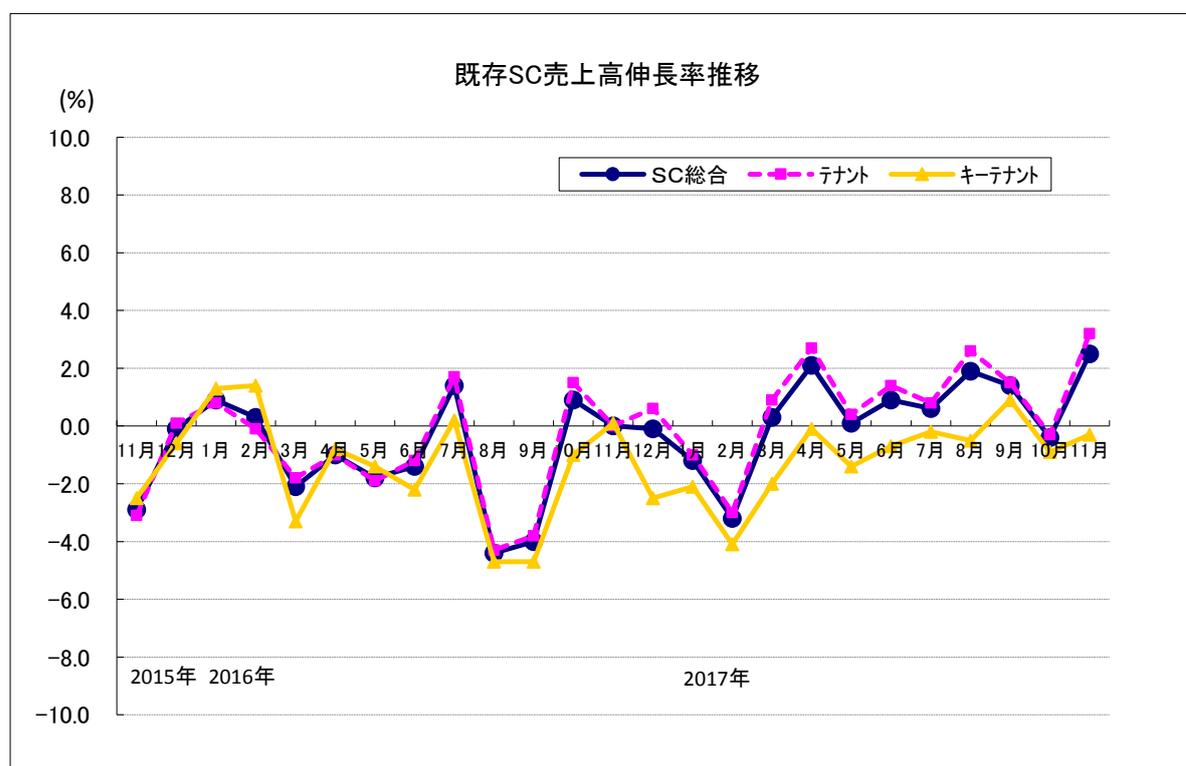


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高前年対比

		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	▲ 1.1
2017上半期	(1～6月)	▲ 0.2	0.2	▲ 1.7	▲ 0.3	▲ 1.5
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
2017四半期別	(1～3月)	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 2.7	▲ 1.2	▲ 2.2
	(4～6月)	1.0	1.4	▲ 0.6	0.7	▲ 0.8
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	▲ 1.7	▲ 3.3
	3月	0.3	0.9	▲ 2.0	▲ 0.9	▲ 1.8
	4月	2.1	2.7	▲ 0.1	0.7	0.6
	5月	0.1	0.4	▲ 1.4	0.0	▲ 1.8
	6月	0.9	1.4	▲ 0.7	1.4	▲ 1.2
	7月	0.6	0.8	▲ 0.2	▲ 1.4	0.0
	8月	1.9	2.6	▲ 0.5	2.0	▲ 0.5
	9月	1.4	1.5	0.9	4.4	▲ 0.3
	10月	▲ 0.4	▲ 0.3	▲ 0.9	▲ 1.8	▲ 1.9
	11月	2.5	3.2	▲ 0.3		
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	