

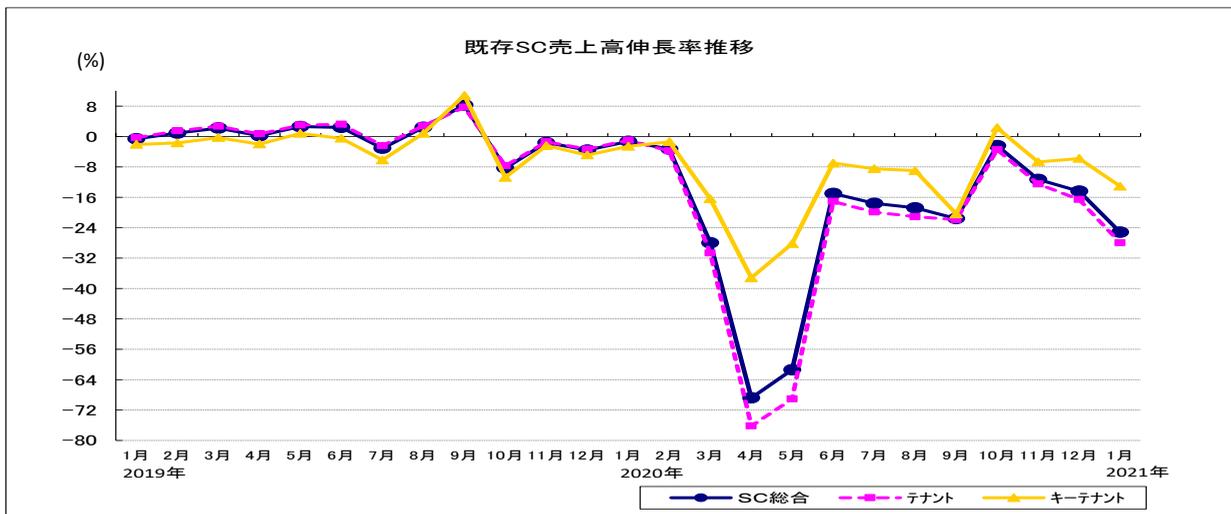
報道関係各位

SC販売統計調査報告2021年1月 既存SC前年同月比：▲25.2%

11都府県で緊急事態宣言が再発出され厳しい年始に

< 2021年1月度・全体概況 >

- 1月度の既存SC売上高(総合)は前年同月比▲25.2%となり、12月から10.8ポイント悪化した。1月7日に1都3県で緊急事態宣言が再発出され、13日には11都府県に対象区域が拡大されたことに伴い、中心地域・大都市のSCを中心に来客減が顕著となった。また、3密防止のために冬のバーゲンや福袋販売を12月から前倒しで開始したことなどから、初売りの盛り上がりには欠けたことも来客減に大きく影響した。なお、例年の元日営業から、2日の初売りに変更したSCも複数みられた。
- 立地別・構成別をみると、中心地域が前年同月比▲37.1%、周辺地域が同▲19.9%となった。特に中心地域・大都市は前年同月比▲41.6%であり、テナント、キーテナントともに大幅なマイナスとなった。「大都市」は、緊急事態宣言対象が大半を占めていること、来館手段として公共交通機関を主とするSCが多いことから、外出自粛による影響が顕著に表れた。一方、「周辺地域」ではテナント(前年同月比▲23.1%)、キーテナント(同▲8.0%)で明暗が分かれた。「周辺地域」はマイカー利用での来館客が多く、特にキーテナントであるSMやGMSは売上構成比の高い食料品や日用品が堅調で、落ち込みが小さかった。
- 立地別・地域別をみると、北海道(前年同月比▲36.4%)に次いで、九州・沖縄(同▲28.9%)の落ち込みが大きかった。九州・沖縄では福岡県が緊急事態宣言の対象となり、前月より15.6ポイント減となったことが影響した。関東(同▲25.7%)、中部(同▲24.1%)、近畿(同▲22.2%)も緊急事態宣言対象の都府県を含んでいることもあり、大幅なマイナスとなった。また、東北(▲28.4%)と北陸(▲26.4%)は7日からの日本海側を中心とした大雪の影響により休業したSCもあり、ダメージが大きかった。
- 都市規模別・地域別をみると、総合で大都市は前年同月比▲31.3%、その他の地域は同▲20.8%と、それぞれ大幅に悪化した。特に、緊急事態宣言対象となった都市を中心に落ち込みが大きく、前月と比べても、福岡市(同▲39.9%)は17.8ポイント減、千葉市(同▲32.5%)は17.7ポイント減、東京区部(同▲33.4%)は12.5ポイント減となった。一方、京都市と大阪市のキーテナントは前年同月比プラスとなった。これは、巣ごもり需要で好調な生活雑貨をキーテナントとして入れ替えたことが要因となっている。なお、コロナ下の特徴としてテナントの売上減が大きいために挙げられるが、今月は横浜市のみキーテナントの方が落ち込みが大きかった。これは、キーテナントとして、苦戦の続く百貨店の構成比が高いことが要因と見られる。
- 業種別動向をみると、緊急事態宣言に伴う時短営業により飲食はさらに苦戦を強いられているが、テイクアウトの導入により売上を回復した飲食もあり、コロナ下における売上確保策として有効であることが見受けられる。なお、食品や日用雑貨などの巣ごもり需要が堅調であること、衣料品、身の回り品が苦戦していることは、引き続きコロナ下の傾向を示している。



以上
この件に関するお問い合わせは 情報企画部:金田・菰田・高田
TEL:03-5615-8524

※お手数をおかけ致しますが、掲載紙・誌をお送りくださいますようお願い申し上げます。掲載部分をファクシミリにてお送りいただいても結構です。



一般社団法人 日本ショッピングセンター協会

広報担当：高田・村松・瀧澤・浅田
Tel. 03-5615-8524 / Fax 03-5615-8539
Mail. pr@jcsc.or.jp