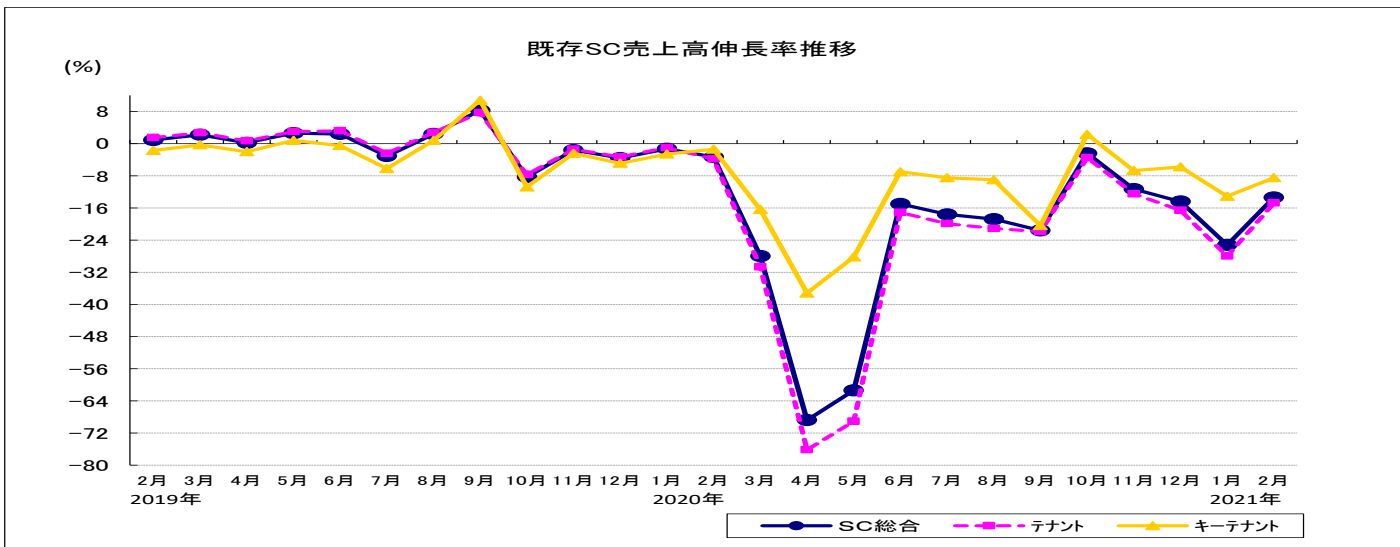


報道関係各位

**SC販売統計調査報告2021年2月 既存SC前年同月比：▲13.4%**  
**10都府県で緊急事態宣言続いても宣言前の水準まで回復**

< 2021年2月度・全体概況 >

- 2月度の既存SC売上高(総合)は前年同月比▲13.4%となった。10都府県は2月を通じて緊急事態宣言下での営業となり、前月から引き続き時短営業を実施したSCが大半だったが、新規のコロナ陽性者数減少に伴い来館者が増加するとともに、気温の上昇が春物商材の売上回復にも繋がり、緊急事態宣言発出前の12月(同▲14.4%)の水準まで回復した。
- 立地別・構成別をみると、中心地域が前年同月比▲24.5%、周辺地域は同▲8.2%となった。両地域ともに前月から10ポイント超の改善となった。周辺地域の改善はコロナ下で厳しい状況が続いていたテナントの回復(前月から13.9ポイント増)が寄与した。なかでも、3密の懸念が小さい広域商圏の大規模なオープンモールは回復が顕著で前年同月を上回るSCもみられた。
- 立地別・地域別をみると、北海道が前年同月比▲18.4%で最も落ち込みが大きかった。前年の2月も全国に先駆けてコロナ感染が拡大したことで、他地域と比較して大幅なマイナス(同▲14.3%)となっていたが、今年は雪まつりがオンライン開催されるなど海外・道外からの観光客も大幅に減少し2年連続で厳しい結果となった。東北は13日に福島県沖で発生した最大震度6強の地震の影響で宮城県や福島県の一部SCが臨時休業したことが響き同▲15.8%と北海道に次ぐ落ち込みだった。
- 都市規模別・地域別をみると、仙台市が前年同月比▲23.6%と地震の影響で落ち込んだ他、各地域のなかでもコロナ禍以前は県外からの来館者も多かった東京区部(同▲21.8%)、名古屋市(同▲25.0%)、大阪市(同▲28.3%)、福岡市(同▲28.9%)では中心地域のSCのマイナスが響き20%を超える落ち込みとなった。
- 業種別動向をみると、先述のとおり、春物商材に動きがみられたアパレルが堅調だった他、携帯ショップでは携帯電話の新料金プランの発表に伴い、既存プランの見直しを検討するユーザーの来店がみられSCへの集客に寄与した。一方で、医薬品は前年にマスク等の需要が急増した反動で前年を下回ったとの回答が複数見られた。なお、バレンタインは堅調だったと回答したSCもみられたが、当日が日曜日だったため、通勤客の購入が減った駅ビルでは苦戦したとの声がかかれるなど立地による差がみられた。



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・誌をお送りいたし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〕