

報道関係各位

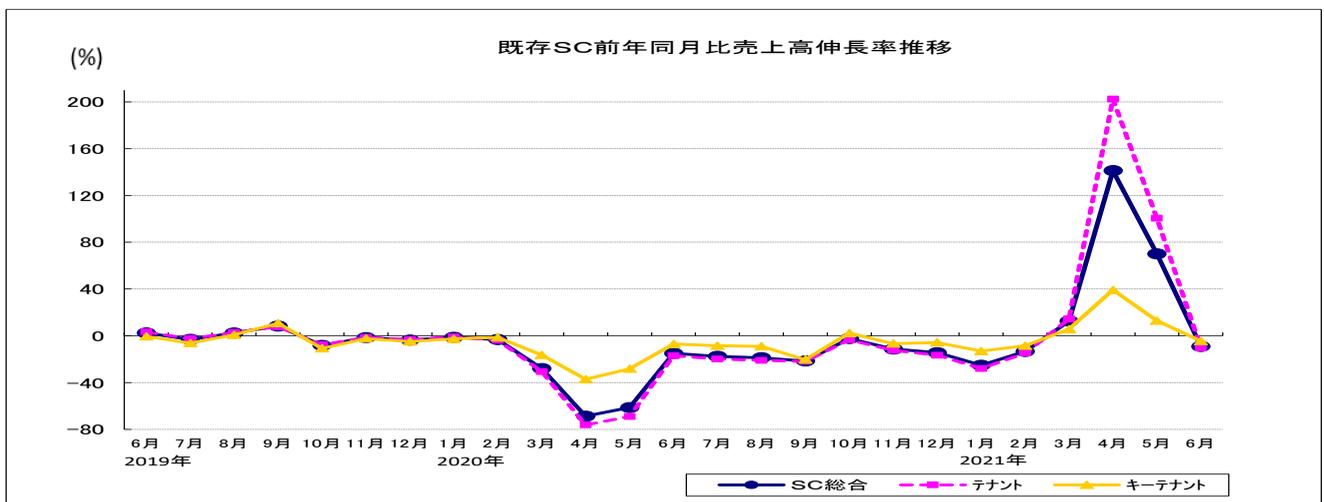
## SC販売統計調査報告2021年6月

既存SC前年同月比売上高伸長率 : ▲9.1% (参考:前々年同月比 : ▲23.5%)

緊急事態宣言等延長の影響を受け前年を下回る

### < 2021年6月度・全体概況 >

- 6月の既存SC売上高の前年同月比伸長率は▲9.1%となった。前年は、5月中旬から緊急事態宣言(第1回)が徐々に解除され、売上回復傾向が見られたが、本年は、緊急事態宣言(第3回)等による休業が続いたこともあり、前年を下回る結果となった。なお、2019年6月との比較では▲23.5%と、5月(▲33.2%)と比べマイナス幅は10ポイント近く改善した。
- 立地別の売上高伸長率は、中心地域・総合が前年同月比▲6.7%(前々年同月比▲31.4%)、周辺地域・総合が同▲10.1%(同▲19.8%)となった。前年と比べると中心地域の売上が回復しているように見えるが、前々年比では依然として、中心地域のマイナス幅が周辺地域より大きい。コロナ下においては、広域商圈をメインターゲットとする中心地域が苦戦する傾向に依るものであり、自治体を跨ぐ移動制限がかかる間は売上回復が難しいことが想定される。
- 構成別の売上高伸長率は、テナントが前年同月比で▲10.4%(前々年同月比▲26.4%)、キーテナントが同▲4.5%(同▲11.7%)となり、前々年と比べてもテナントの苦戦が続いている。キーテナントは、コロナ下でも日常生活に必須である食料品を取扱うGMSや食品スーパーが主である一方、テナントは、コロナ下において不要不急と見做される衣料品や身の回り品等が中心であることに加え、外出自粛傾向のなかで実施したバーゲン商材が苦戦していることも要因とみられる。
- 立地別・地域別の売上高伸長率は、北海道が総合で前年同月比▲26.6%(前々年同月比▲43.4%)と全国でもっとも大きい落ち込みとなった。緊急事態宣言等による土日祝日休業や営業時間短縮の実施による売上減のほか、コロナ前の2019年に約250万人に達していた海外からの観光客が、今年度に入りほぼ消滅している状況にあることも苦戦が続く要因のひとつとなっている。
- 都市規模別・地域別の売上高伸長率は、生活必需品の対象範囲が広い首都圏(東京区部、横浜市、千葉市)に比べ、大阪市、神戸市は、生活必需品としての休業要請対象外業種が食料品・医薬品等に厳しく制限されたことで、前月に引き続き苦戦した。
- 業種別では、理美容といった施術を行うサービス系テナントが好調という声がかかれた。感染対策を徹底していることが浸透し、その安心感から、コロナ前と同様の利用頻度に戻ってきたことが推察される。苦戦の続く飲食は、緊急事態宣言下の酒類提供禁止要請が21日に解除されたものの、19時までの提供という制限もあり売上増には繋がらず、ディナータイムに集客の多い重飲食の苦戦が続いている。



以上

この件に関するお問合わせは 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