

2021年SC年間売上高(確報)

2021年末SC数の確定にともない、2021年SC年間売上高の確報を以下の通り発表いたします。

2021年SC年間売上高(全SCベース・推計) 確報(2022年4月25日発表)
25兆8,392億円(前年比+3.8%)

※売上高は税抜

SC販売統計調査報告 2022年3月

中心地や観光地での来館者が回復し、前年を上回る

前年同月比伸長率 + 2.3%

<全体概況>

- 3月度の既存SC売上高の前年同月比伸長率は総合で+2.3%と、前月(前年同月比▲4.4%)から6.7ポイントのプラスとなった。前半は多くの都道府県でまん延防止等重点措置によるマイナス影響があったものの、22日から解除され、春休みに入るタイミングと重なったこともあり、来館者が回復した。休日が前年より1日多かったこともプラス要因となった。
- 前年は1都3県(東京、埼玉、千葉、神奈川)で緊急事態宣言が発出されていたが、本年はまん延防止等重点措置ということで、制限が前年よりは緩やかであり、1都3県のSCの多くが前年を上回ったことも数字を押し上げた。
- テナントは、前年同月比伸長率+2.4%となった。気温の上昇により、衣料や雑貨などの春物商材の動きが活発化したことや、時節柄、スーツなどオケーション需要も好調だった。まん延防止等重点措置解除後は、ディナータイムの売上の回復により、飲食も好調だった。
- キーテナントは、前年同月比伸長率+1.5%となった。ラグジュアリーブランド、宝飾品等が好調だった百貨店がけん引し、中心地域は同+11.7%と前年を大きく上回った一方、周辺地域では郊外立地のGMSやスーパーで、前年のような食料品の買いだめ傾向が落ち着いてきたことなどから、▲0.8%と前年をわずかに下回った。

[立地別]

- 中心地域・大都市は総合で前年同月比伸長率+6.2%となった。22日からまん延防止等重点措置が解除されたことにより、繁華街、オフィス街での人の増加がみられ、来館客数、売上額が前年を上回った。
- 中心地域・中都市は総合で前年同月比伸長率+2.8%となった。観光客の来館の多い地方都市では、まん延防止等重点措置の解除と春休みに入ったことから、土産物や飲食店が好調という声が聞かれた。
- 新型コロナウイルスの影響による落ち込みが中心地域と比較して緩やかだった周辺地域は、総合で前年同月比伸長率+1.1%と小幅な伸長率となった。テナントは+1.7%であったが、キーテナントは外出機会の増加により前年のような食料品の買いだめ傾向が落ち着いてきたことから、▲0.8%とわずかに前年を下回った。

[地域別]

- 北海道は、総合で前年同月比伸長率▲4.0%となった。これは、前年(2021年)同月に+30.7%と大幅なプラスであった反動によるものである。ただし、前年のプラス要因はさらに前年(2020年)同月に▲45.2%と突出した落ち込みであった反動であり、2022年3月の2019年同月比は▲30.6%と全地域中最も厳しい状況が続いていることには変わりはない。国内外の観光客の多い地域であるため、新型コロナウイルスの影響による観光客減によるSCの売上げへの影響が他地域よりも大きいということが考えられる。
- 関東は、総合で前年同月比伸長率+4.4%で、全地域中最も伸長率が高かった。中心地域+7.0%、周辺地域+3.0%と両地域ともに前年を上回った。前年は1都3県で緊急事態宣言が発出されていたが、本年はまん延防止等重点措置で、制限が前年よりは緩やかであったことが大きなプラス要因となった。特に東京区部(+8.5%)、さいたま市(+7.5%)、千葉市(+5.5%)の大都市で全体の数字を引き上げた。
- 北陸は、総合で前年同月比伸長率▲2.3%となったが、中心地域は+4.3%、周辺地域は▲4.3%と立地より明暗が分かれた。観光客比率が高いSCが土産物や飲食店で売上げを伸ばしたため、中心地域の数字を引き上げた。一方、郊外立地の地域密着型のSCでは、レジャー機会の増加により他地域へ人が流れたことにより苦戦したという声が聞かれた。
- 四国は、総合で前年同月比伸長率▲5.2%となった。テナントの退店の影響により苦戦したSCや、前年はリニューアル効果により大きく売上を伸ばしたが本年はひと段落したために前年を下回ったSCなどがあり、中心地域、周辺地域ともに前年を下回った。

[業種別]

- 「ファッション」は、多くの地域で上旬から気温が上昇したことや、自粛長期化の反動による購買意欲の高まりにより、春物商材が好調だった。前年は伸び悩んだ卒入学や入社式向けのオケーション需要の回復により、スーツや送別品ギフトなども好調だった。
- 「飲食」は、前年が緊急事態宣言下で20時閉店であった1都3県のSCでは、営業時間が前年よりも1時間長く、22日以降はまん延防止等重点措置の解除もあったことから、売上が伸びた。前年よりも人の動きが活発化していることから、観光客が多く訪れるSCでも飲食が好調という傾向がみられた。

[参考] ・2022年3月の土・日・祝日の合計9日(前年同月比+1日)
・調査サンプル数:480SC

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	480	2.3	2.4	1.5	
地中 域心	大都市	64	6.2	4.9	14.9
	中都市	73	2.8	2.4	5.6
	小計	137	4.8	3.9	11.7
周辺地域	343	1.1	1.7	▲ 0.8	

(注)

■立地

中心地域: 人口15万人以上の各都市(東京23区を含む都市)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地域

■都市規模

大都市: 札幌・仙台・さいたま・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	480	2.3	▲ 4.0	0.1	4.4	1.2	▲ 2.3	0.0	0.0	▲ 5.2	1.2
中心地域	137	4.8	▲ 0.9	3.4	7.0	1.0	4.3	1.4	▲ 1.9	▲ 4.4	3.7
周辺地域	343	1.1	▲ 6.7	▲ 1.4	3.0	1.2	▲ 4.3	▲ 0.5	0.6	▲ 5.2	▲ 0.2
(SC数)	480		13	26	202	54	29	86	27	11	32

(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	480	2.3	2.4	1.5	
大 都 市	札幌市	8	▲ 5.5	▲ 5.5	-
	仙台市	5	10.1	10.1	-
	さいたま市	7	7.5	7.5	*
	千葉市	7	5.5	5.5	-
	東京区部	54	8.5	8.0	9.7
	横浜市	19	1.7	2.2	▲ 5.3
	川崎市	8	3.3	3.5	*
	名古屋市	10	▲ 1.3	▲ 2.8	4.1
	京都市	6	▲ 0.8	0.2	▲ 2.8
	大阪市	19	0.1	0.1	0.4
	神戸市	18	3.8	4.7	▲ 2.0
	広島市	7	1.8	1.9	*
	北九州市	2	*	*	*
	福岡市	9	6.0	6.2	4.1
小計	179	4.5	4.1	6.2	
そ の 他 の 地 域	北海道	5	▲ 0.2	▲ 0.9	3.1
	東北	21	▲ 3.4	▲ 4.2	▲ 1.1
	関東	107	2.4	3.1	▲ 0.4
	中部	44	1.8	2.1	0.2
	北陸	29	▲ 2.3	▲ 2.7	▲ 1.6
	近畿	43	▲ 1.0	▲ 0.6	▲ 2.3
	中国	20	▲ 0.4	▲ 0.4	▲ 0.6
	四国	11	▲ 5.2	▲ 5.9	▲ 4.0
	九州・沖縄	21	▲ 0.6	▲ 0.7	▲ 0.5
小計	301	0.6	1.1	▲ 1.0	

※「その他の地域」には、大都市は含まない。

*: サンプルが少数のため個別の値は公開していない。

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	
総合	480	2.3	
核なし	277	3.7	
1 核	Dpt	13	7.8
	GMS	105	▲ 2.8
	SM	41	2.5
	SS	1	*
	HC	1	*
	専門店	5	7.8
	生協	5	▲ 0.7
	Dgs	2	*
	小計	173	0.5
	2核	22	2.2
3核以上	8	▲ 2.5	

*: サンプルが少数のため個別の値は公開していない。

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 (㎡)
			(千円)	前年比 伸長率	(実効㎡)	前年比 伸長率			
SC 総合	総合	480	494,517,466	2.3	9,946,554	0.1	1,030,245	164	20,722
	中心地域	137	156,832,691	4.8	2,114,998	0.5	1,144,764	245	15,438
	大都市	64	96,329,926	6.2	1,110,044	1.6	1,505,155	286	17,344
	中都市	73	60,502,765	2.8	1,004,954	▲ 0.7	828,805	199	13,766
	周辺地域	343	337,684,775	1.1	7,831,556	▲ 0.1	984,504	142	22,833
テナント	総合	480	397,234,865	2.4	7,550,723	0.0	827,573	174	15,731
	中心地域	137	136,862,777	3.9	1,899,479	0.5	998,998	238	13,865
	大都市	64	82,917,250	4.9	988,219	1.8	1,295,582	277	15,441
	中都市	73	53,945,527	2.4	911,260	▲ 0.9	738,980	195	12,483
	周辺地域	343	260,372,088	1.7	5,651,244	▲ 0.2	759,102	152	16,476
キー テナント	総合	203	97,282,601	1.5	2,395,831	0.2	479,225	134	11,802
	中心地域	23	19,969,914	11.7	215,519	0.3	868,257	306	9,370
	大都市	8	13,412,676	14.9	121,825	0.0	1,676,585	363	15,228
	中都市	15	6,557,238	5.6	93,694	0.7	437,149	231	6,246
	周辺地域	180	77,312,687	▲ 0.8	2,180,312	0.2	429,515	117	12,113

注:売上高(総合)は、調査対象480SCの合計値です。

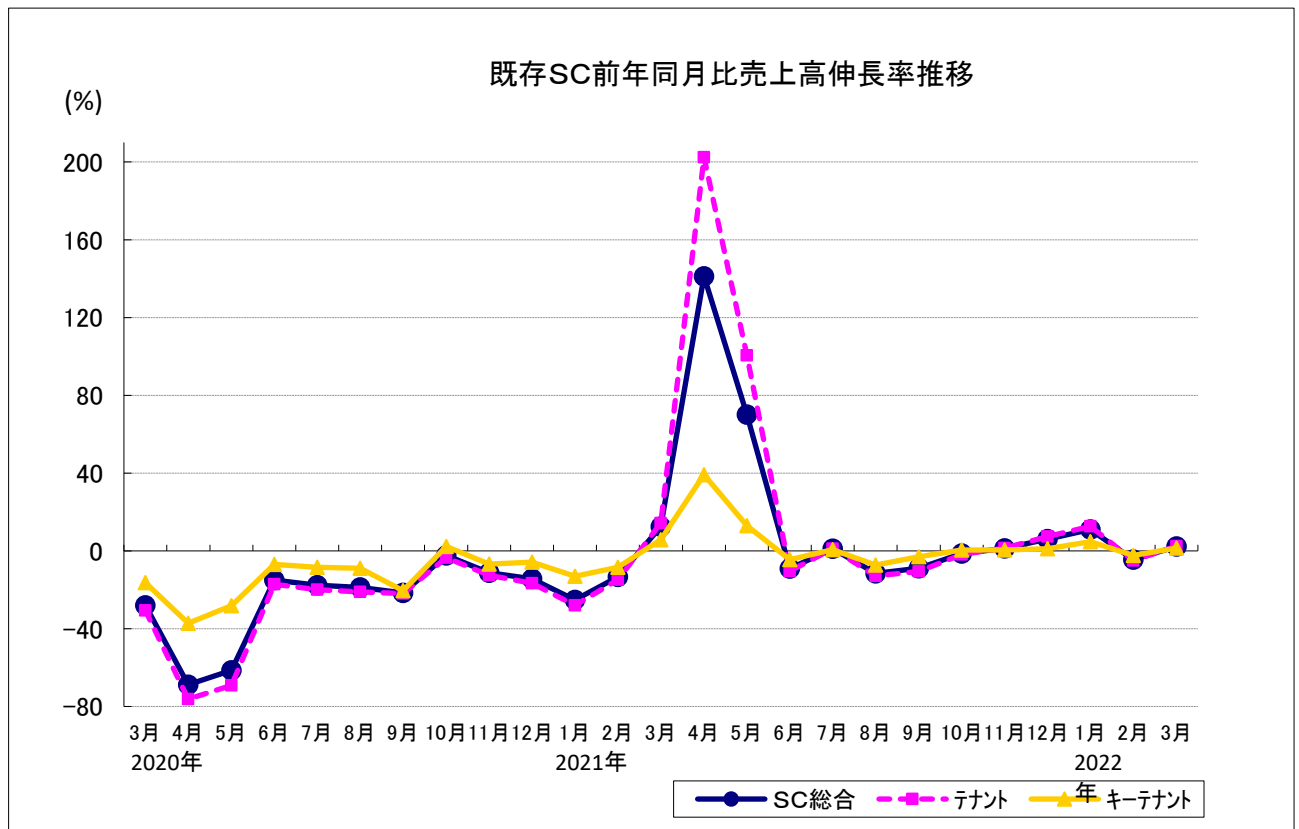


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高伸長率

		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
	17年	0.6	1.0	▲ 0.9	0.1	▲ 0.9
	18年	0.6	1.0	▲ 1.0	▲ 0.8	▲ 0.2
	19年	0.4	0.8	▲ 1.5	▲ 1.4	▲ 1.8
	20年	▲ 22.3	▲ 24.8	▲ 12.1	▲ 25.7	0.9
21年	3.1	3.7	1.1	5.8	2.3	
2019上半期	(1～6月)	1.3	1.7	▲ 0.8	▲ 0.9	▲ 1.3
2019下半期	(7～12月)	▲ 1.0	▲ 0.7	▲ 2.1	▲ 1.8	▲ 2.3
2020上半期	(1～6月)	▲ 30.3	▲ 33.8	▲ 16.0	▲ 33.9	0.4
2020下半期	(7～12月)	▲ 14.6	▲ 16.2	▲ 8.2	▲ 17.9	1.3
2021上半期	(1～6月)	9.1	10.7	3.6	10.3	1.9
2021下半期	(7～12月)	▲ 1.8	▲ 2.0	▲ 1.3	2.4	2.6
2020四半期別	(1～3月)	▲ 11.7	▲ 12.9	▲ 7.1	▲ 16.8	0.8
	(4～6月)	▲ 48.8	▲ 54.7	▲ 24.7	▲ 51.7	0.1
	(7～9月)	▲ 19.5	▲ 21.1	▲ 13.0	▲ 25.6	0.4
	(10～12月)	▲ 9.9	▲ 11.4	▲ 3.6	▲ 10.8	2.2
2021四半期別	(1～3月)	▲ 10.3	▲ 11.5	▲ 5.4	▲ 8.9	0.2
	(4～6月)	42.7	53.5	14.9	44.9	3.5
	(7～9月)	▲ 6.4	▲ 7.3	▲ 3.3	▲ 3.4	2.5
	(10～12月)	2.2	2.6	0.5	6.9	2.6
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	

		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		
2019 月別	1月	▲ 0.6	▲ 0.3	▲ 2.1	▲ 2.9	▲ 3.4
	2月	0.9	1.5	▲ 1.7	0.4	▲ 2.5
	3月	2.2	2.7	▲ 0.3	0.1	0.5
	4月	0.2	0.7	▲ 2.0	▲ 1.1	▲ 1.0
	5月	2.6	3.0	0.8	▲ 0.8	▲ 0.7
	6月	2.4	3.2	▲ 0.5	▲ 0.9	▲ 0.7
	7月	▲ 3.1	▲ 2.4	▲ 6.2	▲ 2.9	▲ 7.1
	8月	2.4	2.8	0.8	2.3	▲ 0.3
	9月	8.3	7.7	10.8	23.1	2.8
	10月	▲ 8.3	▲ 7.7	▲ 10.8	▲ 17.5	▲ 4.1
	11月	▲ 1.6	▲ 1.4	▲ 2.4	▲ 6.0	▲ 1.4
	12月	▲ 3.6	▲ 3.3	▲ 4.9	▲ 5.0	▲ 3.3
2020 月別	1月	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 2.6	▲ 3.1	▲ 2.0
	2月	▲ 3.3	▲ 3.8	▲ 1.4	▲ 12.2	4.1
	3月	▲ 28.0	▲ 30.7	▲ 16.3	▲ 33.4	0.8
	4月	▲ 68.8	▲ 76.2	▲ 37.2	▲ 72.8	▲ 4.5
	5月	▲ 61.4	▲ 69.1	▲ 28.2	▲ 65.6	1.3
	6月	▲ 15.0	▲ 17.1	▲ 7.0	▲ 19.1	3.4
	7月	▲ 17.6	▲ 19.9	▲ 8.5	▲ 20.3	2.6
	8月	▲ 18.8	▲ 21.1	▲ 9.0	▲ 22.0	3.3
	9月	▲ 21.6	▲ 21.9	▲ 20.4	▲ 33.6	▲ 4.6
	10月	▲ 2.4	▲ 3.5	2.3	▲ 1.7	2.8
	11月	▲ 11.3	▲ 12.5	▲ 6.7	▲ 14.3	1.2
	12月	▲ 14.4	▲ 16.6	▲ 5.8	▲ 13.7	2.7
2021 月別	1月	▲ 25.2	▲ 28.0	▲ 13.1	▲ 29.7	1.2
	2月	▲ 13.4	▲ 14.8	▲ 8.5	▲ 10.7	▲ 2.1
	3月	12.5	14.3	5.7	21.8	1.3
	4月	141.2	202.4	39.2	167.0	6.0
	5月	70.1	100.5	12.9	65.2	2.9
	6月	▲ 9.1	▲ 10.4	▲ 4.5	▲ 1.6	1.7
	7月	1.1	1.2	0.7	4.2	4.6
	8月	▲ 11.6	▲ 12.8	▲ 7.3	▲ 11.7	▲ 0.1
	9月	▲ 9.0	▲ 10.5	▲ 3.0	▲ 4.3	3.2
	10月	▲ 1.4	▲ 1.8	0.5	2.9	3.7
	11月	1.3	1.5	0.5	8.1	2.8
	12月	6.0	7.3	1.2	8.8	1.7
2022 月別	1月	11.0	12.7	4.7	15.6	4.0
	2月	▲ 4.4	▲ 4.9	▲ 2.4	▲ 0.7	6.1
	3月	2.3	2.4	1.5	▲	1.9
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	