

2023年SC年間売上高(確報)

2023年末SC数の確定にともない、2023年SC年間売上高の確報を以下の通り発表いたします。

2023年SC年間売上高(全SCベース・推計)

確報(2024年4月25日発表)

30兆8,260億円(前年比+9.7%)

※売上高は税抜

SC販売統計調査報告 2024年3月

気温低下で春物衣料が苦戦するも、雑貨や飲食でカバーし前年を上回る

前年同月比伸長率 +7.4%

<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+7.4%となった。
- 全国的に中旬まで気温が低く春物衣料の動きの鈍かったSCが多かったが、新生活需要による雑貨の高稼働や春休み、卒業式、送別会需要による飲食利用が売上げを牽引し、前年超えとなった。前年に比べて休日が2日多かったことや、館内イベント、カード施策などの販促活動が来館者数の増加に寄与した。
- 立地別にみると、中心地域は総合で+8.9%、周辺地域は+6.6%となった。なかでも中心地域・大都市はインバウンド客などの来館者数が増え、とくに好調だった。
- 業種別にみると、「ファッション」は中旬まで気温が低かったことで春物衣料が苦戦した。「雑貨」はキャラクター商材に加え、新生活需要で家具などが好調だった。「医薬・化粧品」は新生活需要に加え、カード施策の販促効果で好調だった。「飲食」は国内外旅行者や送別会などの団体利用、オフィスワーカーのランチ需要により館の売上げを牽引した。「サービス」は春休み興行のシネマやミュージメント、理美容が好調だった。

【立地別】

- 中心地域・大都市は総合で前年同月比伸長率+10.6%となった。インバウンド客や春休みの国内旅行者の来館が売上増につながった。旅行者やオフィスワーカーの来館が多いターミナル駅周辺のSCや地下街がとくに好調だった。
- 中心地域・大都市は総合で前年同月比伸長率+5.6%となった。館内イベントやカード施策などの販促により好調だったSCがみられた。
- 周辺地域は総合で前年同月比伸長率+6.6%となった。レジャー需要にも対応する広域商圏の大型SCや、リニューアルなどによってテナントの入れ替えがあったSCが好調だった。

【地域別】

- 関東は総合で前年同月比伸長率+7.5%だった。気温が低く雨天が多かったことで春物衣料が苦戦したが、雑貨や飲食、サービス業種などでカバーしたSCが多かった。食物販では、ホワイトデーの季節だったが盛り上がりに欠けたとの声が聞かれた。
- 中部は総合で前年同月比伸長率+7.8%だった。駅周辺や中心地域に位置するSCでは、インバウンド客が多くみられた。春休みの学生や若年層の来館が多かった影響でランチやカフェ利用が増え、飲食業種が好調だった。
- 近畿は総合で前年同月比伸長率+8.3%だった。駅ビルや地下街、中心地域に位置するSCでは、インバウンド客の来館が多くみられた。気温が低く春物衣料が苦戦したものの、オケージョン需要でスーツやセレモニー商材が稼働した。国内外旅行者や春休みの学生、宴会利用などで飲食業種が好調だった。
- 九州・沖縄は総合で前年同月比伸長率+10.4%となり、他地域と比較して最も伸長率が高かった。観光地のSCが好調だったことにより、周辺地域も+10.8%と2桁伸長となった。国内外旅行者や春休みの学生の来館が多く、飲食業種が好調だった。

【業種別】

- 「ファッション」は、中旬まで気温が低かったことで春物衣料が苦戦した。中旬以降に気温が上昇したことで徐々に稼働するようになったが、前年を下回ったSCが多かった。一方、卒入学などのオケージョンや新生活需要でスーツやセレモニー商材は稼働した。
- 「雑貨」は、キャラクター商材に加え、新生活需要で家具などが好調だった。
- 「医薬・化粧品」は、新生活需要でスキンケア商品や春物コスメが稼働した。カード施策の販促効果で好調だったSCがみられた。
- 「飲食」は、国内外旅行者や送別会などの団体利用、春休みの学生など若年層の利用、オフィスワーカーのランチ需要により、館の売上げを牽引した。

【参考】 ・2024年3月の土・日・祝日の合計11日(前年同月比+2日)

・調査サンプル数:502SC

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	502	7.4	7.6	6.5	
地中 域心	大都市	61	10.6	9.7	14.7
	中都市	69	5.6	5.5	6.6
	小計	130	8.9	8.2	12.7
周辺地域	372	6.6	7.3	4.6	

(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	502	7.4	5.3	3.5	7.5	7.8	5.2	8.3	4.9	4.7
中心地域		130	8.9	9.2	4.5	8.8	10.7	9.6	11.4	▲ 0.6	▲ 6.1	9.7
周辺地域		372	6.6	4.2	3.0	6.7	7.0	4.1	7.0	6.9	5.4	10.8
	(SC数)	502	46	26	208	56	27	83	22	11	23	

(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	502	7.4	7.6	6.5	
大 都 市	札幌市	19	7.6	8.6	5.5
	仙台市	5	4.0	4.0	-
	さいたま市	7	4.8	6.7	*
	千葉市	6	5.8	5.8	-
	東京区部	57	12.1	10.8	14.9
	横浜市	22	4.8	5.7	▲ 1.1
	川崎市	8	8.9	9.2	*
	名古屋市	12	9.7	11.7	2.7
	京都市	6	3.8	4.6	2.2
	大阪市	17	10.9	11.8	3.2
	神戸市	17	11.8	13.8	0.8
	広島市	4	5.3	5.6	*
	北九州市	2	*	*	*
	福岡市	8	11.0	12.3	*
小計	190	9.3	9.4	8.7	
そ の 他 の 地 域	北海道	27	2.5	2.1	3.0
	東北	21	3.3	4.1	1.2
	関東	108	5.0	4.9	5.8
	中部	44	7.2	7.8	3.7
	北陸	27	5.2	4.7	6.1
	近畿	43	6.6	6.9	5.6
	中国	18	4.9	4.9	4.7
	四国	11	4.7	4.4	5.1
九州・沖縄	13	11.2	13.3	3.2	
小計	312	5.7	6.0	4.8	

※「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	502	7.4	
核なし	262	7.8	
1 核	Dpt	13	9.7
	GMS	139	5.3
	SM	40	9.6
	SS	0	-
	HC	1	*
	専門店	7	7.0
	生協	5	0.2
	Dgs	1	*
	小計	206	6.9
	2核	24	5.9
3核以上	10	7.8	

*: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	502	649,738,563	7.4	11,039,052	0.1	1,294,300	194	21,990
	中心地域	130	216,252,667	8.9	2,249,628	0.3	1,663,482	317	17,305
	大都市	61	145,196,695	10.6	1,156,879	▲ 0.2	2,380,274	414	18,965
	中都市	69	71,055,972	5.6	1,092,749	0.9	1,029,797	215	15,837
	周辺地域	372	433,485,896	6.6	8,789,424	0.0	1,165,285	163	23,627
テナント	総合	502	510,462,646	7.6	8,096,528	0.1	1,016,858	208	16,129
	中心地域	130	180,808,716	8.2	1,941,579	0.4	1,390,836	307	14,935
	大都市	61	118,083,779	9.7	981,263	▲ 0.2	1,935,800	397	16,086
	中都市	69	62,724,937	5.5	960,316	1.0	909,057	216	13,918
	周辺地域	372	329,653,930	7.3	6,154,949	0.0	886,166	177	16,546
キーテナント	総合	240	139,275,917	6.5	2,942,524	▲ 0.1	580,316	156	12,261
	中心地域	23	35,443,951	12.7	308,049	▲ 0.1	1,541,041	380	13,393
	大都市	7	27,112,916	14.7	175,616	0.0	3,873,274	509	25,088
	中都市	16	8,331,035	6.6	132,433	▲ 0.2	520,690	208	8,277
	周辺地域	217	103,831,966	4.6	2,634,475	▲ 0.1	478,488	130	12,140

注:売上高(総合)は、調査対象502SCの合計値です。

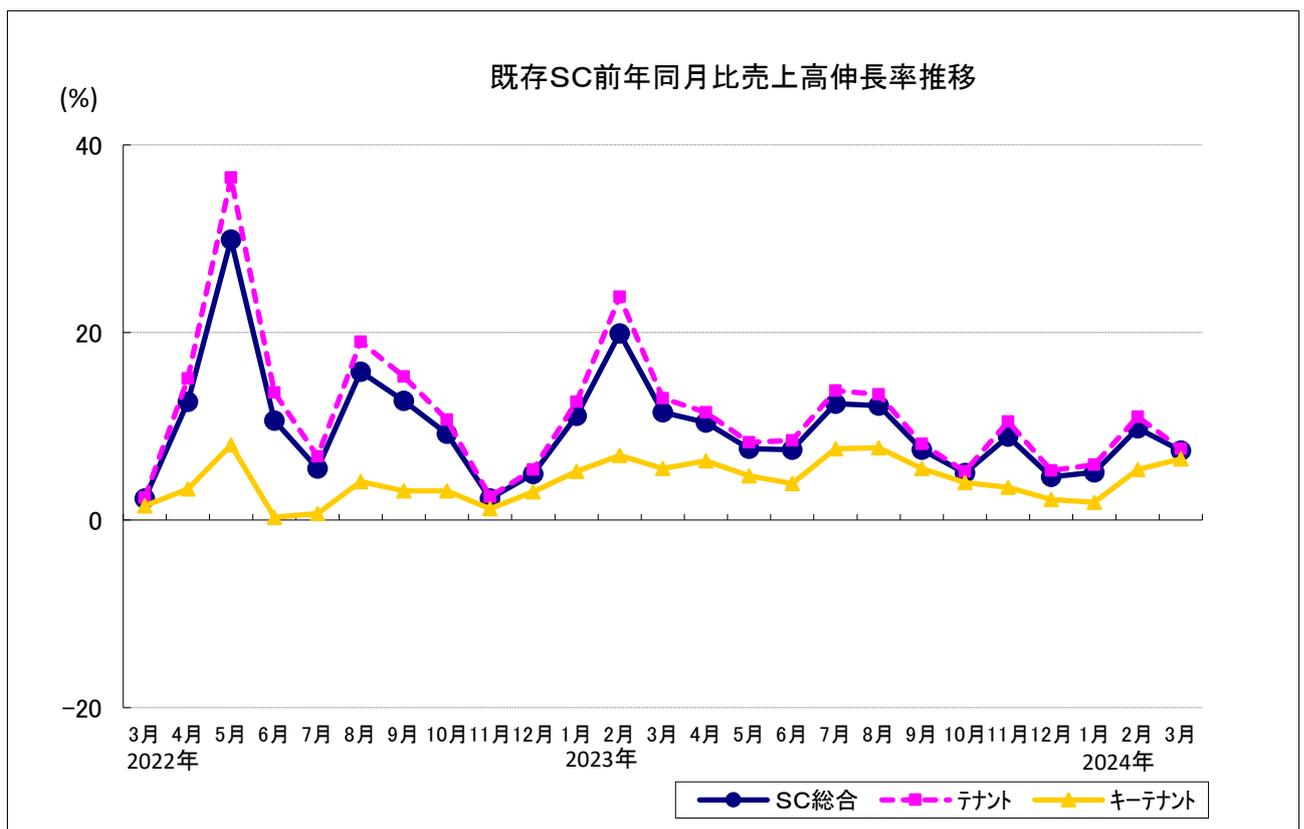


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高伸長率

		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
	22年	8.6	10.3	2.1	13.1	1.9
23年	9.6	10.7	5.5	9.2	2.4	
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
2022上半期	(1～6月)	9.6	11.6	2.4	15.8	2.3
2022下半期	(7～12月)	8.1	9.6	2.3	10.9	1.5
2023上半期	(1～6月)	11.1	12.4	6.0	10.8	1.4
2023下半期	(7～12月)	8.2	9.2	4.9	7.8	3.3
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
2022四半期別	(1～3月)	3.0	3.7	0.6	6.4	3.9
	(4～6月)	17.2	21.0	3.9	26.3	0.7
	(7～9月)	11.4	13.9	2.2	17.6	1.2
	(10～12月)	5.5	6.3	2.3	6.2	1.8
2023四半期別	(1～3月)	13.2	15.4	4.7	14.6	0.3
	(4～6月)	8.5	9.5	5.0	7.3	2.6
	(7～9月)	10.7	11.8	7.0	9.8	3.9
	(10～12月)	6.0	6.8	3.1	6.2	2.8
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	4.6	1.9
	4月	12.6	15.1	3.3	19.0	2.1
	5月	29.9	36.5	8.0	57.8	6.0
	6月	10.6	13.6	0.3	11.7	▲1.0
	7月	5.5	6.8	0.7	9.6	1.8
	8月	15.8	19.0	4.1	26.1	0.6
	9月	12.7	15.3	3.1	20.2	1.1
	10月	9.2	10.7	3.1	11.4	1.6
	11月	2.3	2.5	1.2	4.5	0.8
	12月	4.9	5.4	3.0	4.0	2.7
2023 月別	1月	11.1	12.6	5.2	15.1	1.3
	2月	19.9	23.8	6.9	20.4	▲2.0
	3月	11.5	13.0	5.5	9.8	1.5
	4月	10.4	11.5	6.3	8.6	3.4
	5月	7.6	8.3	4.7	6.3	2.2
	6月	7.5	8.5	3.9	7.0	2.1
	7月	12.4	13.8	7.6	8.6	4.9
	8月	12.2	13.4	7.7	11.8	3.4
	9月	7.5	8.1	5.5	9.2	2.8
	10月	5.0	5.2	4.0	6.1	3.3
	11月	8.9	10.5	3.5	7.4	3.7
	12月	4.6	5.3	2.2	5.4	1.7
2024 月別	1月	5.1	5.9	1.9	7.1	1.9
	2月	9.8	11.0	5.4	14.0	5.5
	3月	7.4	7.6	6.5		9.3
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	