

SC販売統計調査報告 2024年9月

休日日数の増加、館内外でのイベント開催により来館が増えたことで前年超え

前年同月比伸長率 +7.3%

<全体概況>

- 9月度の既存SC売上高の前年同月比伸長率は、総合で+7.3%となった。
- 前年に比べて休日日数が1日多く3連休が2回あったことや、館内外でのイベント開催、ポイントアップなどの販促施策による来館が売上げにつながり、前年を上回った。
- 立地別にみると、中心地域は総合で+7.5%、周辺地域は総合で+7.2%となった。インバウンド客に加え、3連休で国内旅行者の来館が増えたことで、立地を問わず売上げにつながったSCが多かった。
- 業種別にみると、「ファッション」は全国的に残暑が続いたことで月前半は夏物商材が稼働、月後半に気温が低下してから秋物商材が稼働し始めた。「雑貨」は暑さ対策商品のほか、鞆などの旅行用品も好調だった。「飲食」は国内外旅行者や館周辺でのイベント参加客の来館が売上げにつながった。「サービス」は旅行関係、リラクゼーション、エステなどの美容関係が好調だった。

[立地別]

- 中心地域・大都市は総合で前年同月比伸長率+8.8%となった。駅ビルや地下街、繁華街のSCなど、インバウンド客の来館が多かったSCが好調だった。
- 中心地域・中都市は総合で前年同月比伸長率+4.8%となった。国内外旅行者などの来館が多かった駅ビルなどのSCは好調だった。残暑が厳しく、秋物衣料の動きが鈍かったSCは苦戦した。
- 周辺地域は総合で前年同月比伸長率+7.2%となった。レジャー需要にも対応する広域商圏の大型SCや観光地周辺のSCがとくに好調だった。

[地域別]

- 東北は総合で前年同月比伸長率+7.6%となった。行楽シーズンで3連休が月に2回あったことで国内外旅行者の来館が多く、飲食や土産などの食物販が好調だった。
- 関東は総合で前年同月比伸長率+7.4%、中部は同+7.3%、近畿は同+6.4%となった。中心地域の駅ビルや地下街ではインバウンド客の来館が売上げにつながった。月前半は厳しい残暑により夏物需要が高く、月後半から気温が下がったことで秋物商材が稼働し始めたSCが多かった。
- 中国は総合で前年同月比伸長率+9.3%となった。周辺地域における広域商圏の大型SCがとくに好調だった。館周辺でのイベント参加客の来館が売上げにつながったSCもみられた。
- 九州・沖縄は総合で前年同月比伸長率+11.4%となり、他地域と比較してもっとも伸長率が高かった。広域商圏の大型SCや観光地周辺のSCがとくに好調だった。インバウンド客の来館により飲食が売上げを牽引したほか、館内イベントやポイントアップなどの販促施策の実施により地元客の来館も多かった。

[業種別]

- 「ファッション」は、全国的に残暑が厳しく、月前半は夏物セール品や晩夏商材が稼働した。月後半から気温が低下したことでニット類やカーディガンなどの秋物商材が稼働し始めた。
- 「雑貨」は、残暑により引き続き暑さ対策商品が稼働した。行楽シーズンに入ったことで鞆などの旅行用品も好調だった。
- 「飲食」は、国内外旅行者や館周辺でのイベント参加客の来館が売上げにつながったSCが多かった。
- 「サービス」は、エステなどの美容関係やリラクゼーション、旅行関係が好調だった。

【参考】 ・2024年9月の土・日・祝日の合計11日（前年同月比+1日）
・調査サンプル数：509SC

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	509	7.3	8.2	4.2	
地中 域心	大都市	61	8.8	8.7	9.4
	中都市	68	4.8	4.8	4.4
	小計	129	7.5	7.4	8.2
周辺地域	380	7.2	8.7	2.9	

(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・横浜・川崎・名古屋・
京都・大阪・神戸・広島・北九州・福岡の各市
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	509	7.3	5.5	7.6	7.4	7.3	4.1	6.4	9.3	5.7
中心地域		129	7.5	6.5	7.4	7.7	2.9	4.7	7.6	6.1	5.5	14.9
周辺地域		380	7.2	5.2	7.7	7.2	8.5	3.8	5.9	10.1	5.7	10.4
	(SC数)	509	46	29	206	57	26	82	24	10	29	

(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	509	7.3	8.2	4.2	
大 都 市	札幌市	19	6.0	7.4	3.3
	仙台市	7	9.2	9.4	-
	さいたま市	7	3.2	6.7	*
	千葉市	6	7.4	7.4	-
	東京区部	56	9.1	9.1	8.9
	横浜市	22	5.4	6.2	0.3
	川崎市	9	3.7	3.9	*
	名古屋市	12	2.7	2.9	1.9
	京都市	6	6.7	8.8	2.2
	大阪市	17	9.7	10.9	0.1
	神戸市	16	8.9	11.4	▲1.2
	広島市	5	7.4	7.4	*
	北九州市	1	*	*	*
福岡市	12	13.6	14.7	5.9	
小計	195	7.7	8.5	5.0	
そ の 他 の 地 域	北海道	27	4.9	7.2	2.9
	東北	22	6.9	8.5	2.7
	関東	106	7.5	8.3	3.8
	中部	45	8.7	9.5	4.0
	北陸	26	4.1	5.1	1.9
	近畿	43	4.1	5.1	1.2
	中国	19	9.7	10.5	7.4
	四国	10	5.7	6.2	4.9
九州・沖縄	16	9.4	10.7	6.4	
小計	314	7.0	8.0	3.5	

※「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。

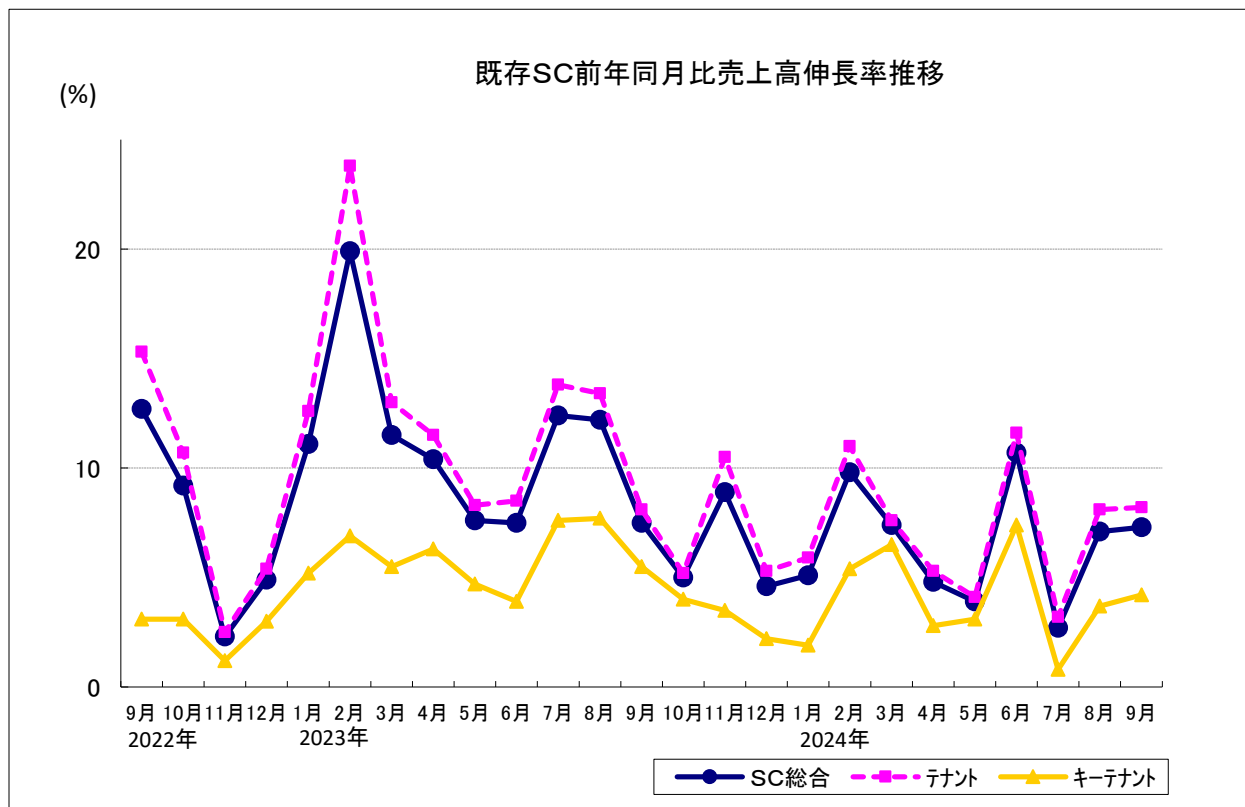
表-4 キーテナント業態別 売上高伸長率

キー業態	SC数	総合	
総合	509	7.3	
核なし	262	8.7	
核 1	Dpt	12	5.8
	GMS	135	6.1
	SM	40	5.9
	専門店	10	6.0
	生協	4	▲4.2
	小計	202	5.9
2 核	31	6.6	
3 核以上	14	4.2	

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	509	578,306,771	7.3	11,274,673	0.2	1,136,163	169	22,151
	中心地域	129	188,956,977	7.5	2,196,692	▲ 0.2	1,464,783	284	17,029
	大都市	61	129,878,173	8.8	1,144,389	0.1	2,129,150	375	18,760
	中都市	68	59,078,804	4.8	1,052,303	▲ 0.6	868,806	185	15,475
	周辺地域	380	389,349,794	7.2	9,077,981	0.3	1,024,605	142	23,889
テナント	総合	509	451,491,179	8.2	8,318,471	0.3	887,016	179	16,343
	中心地域	129	157,539,374	7.4	1,903,382	▲ 0.2	1,221,235	273	14,755
	大都市	61	105,371,808	8.7	966,320	0.2	1,727,407	360	15,841
	中都市	68	52,167,566	4.8	937,062	▲ 0.6	767,170	184	13,780
	周辺地域	380	293,951,805	8.7	6,415,089	0.5	773,557	151	16,882
キー テナント	総合	247	126,815,592	4.2	2,956,202	0.0	513,423	142	11,968
	中心地域	21	31,417,603	8.2	293,310	▲ 0.4	1,496,076	353	13,967
	大都市	7	24,506,365	9.4	178,069	0.0	3,500,909	454	25,438
	中都市	14	6,911,238	4.4	115,241	▲ 1.0	493,660	198	8,232
	周辺地域	226	95,397,989	2.9	2,662,892	0.1	422,115	118	11,783

注:売上高(総合)は、調査対象509SCの合計値です。



既存SC売上高前年同月比伸長率の時系列データ「統計データベース」を公開中
<https://www.jcsc.or.jp/membership/statistics.html>



表-6 SC・百貨店・チェーンストア 既存売上高伸長率

		S		C		百貨店	チェーンストア
		SC総合	テナント	キーテナント	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	
2022四半期別	(10～12月)	2.2	2.6	0.5	6.9	2.6	
	(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	
2023四半期別	(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	
	(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	
2024四半期別	(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	
	(1～3月)	7.0	7.7	4.9	10.2	5.2	
(4～6月)	6.3	6.9	4.5	12.4	1.7		
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
		SC総合	テナント	キーテナント	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	9.9	9.3	
	4月	4.8	5.3	2.8	8.9	0.4	
	5月	3.9	4.1	3.1	14.4	0.1	
	6月	10.7	11.6	7.4	14.0	4.7	
	7月	2.7	3.2	0.8	5.5	▲1.0	
	8月	7.1	8.1	3.7	3.9	3.8	
	9月	7.3	8.2	4.2		1.0	
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		