

SC販売統計調査報告 2022年1月

前年の反動でプラスとなるも、オミクロン株の感染急拡大に伴い客数減

前年同月比伸長率 +11.0%

<全体概況>

- 1月度の既存SC売上高の前年同月比伸長率は総合で+11.0%となった。
- 前年に緊急事態宣言下で売上が大きく落ち込んだこともあり、1月は前年比でプラスとなったものの、コロナ前の2019年比では▲18.0%と厳しい結果となった。年始は2年振りに新春イベントや福袋販売といった販促施策を実施し、来館者増となったSCが多かったものの、1月9日に広島県、山口県、沖縄県でまん延防止等重点措置が発出され、21日、27日と段階的に対象範囲が34都道府県まで拡大されたこともあり、全国的に外出自粛傾向が強まったことから来館者数に大きな影響を受け、中旬以降は売上も総じてマイナス基調となった。
- テナントは、前年同月比伸長率+12.7%となった。前年に緊急事態宣言の影響が顕著であった飲食、理美容、アミューズメント、シネマなどで前半は回復傾向が見られた。ただし、まん延防止等重点措置による営業時間短縮等もあり、後半は再び厳しい状況となった。
- キーテナントは、前年同月比伸長率+4.7%となった。中心地域は同+21.4%、周辺地域は同+1.8%となった。中心地域は前年の落ち込みが▲33.4%と大きかった分、プラス幅が周辺地域を大幅に上回った。中心地域では、ラグジュアリーブランド、時計、宝飾品等の高額品が引き続き好調な百貨店がけん引した。一方、周辺地域では、売上構成比の高い食料品や日用品が堅調なSMやGMSがコロナ下でも比較的安定した売上を保っていることから、前年からの変動が少なかった。

[立地別]

- 中心地域・大都市は総合で前年同月比伸長率+20.4%となった。前年に緊急事態宣言の影響で▲41.6%と大きく落ち込んだ反動に加え、百貨店をキーテナントとした東京区部のSCの売上伸長が見られた。
- 中心地域・中都市は総合で前年同月比伸長率+11.8%となった。東北、北陸、中部などの中核都市では、2年振りに帰省客で賑わったSCが多く見られた。また、前年は1月7日に1都3県で緊急事態宣言が発出され、「出勤者7割削減」の呼びかけもなされたことからテレワークが増え、平日の仕事帰り等の購買機会が減少したが、本年は前年秋の宣言解除以降、出勤者の増加傾向が見られ、関東のベッドタウンと呼ばれる都市では駅立地のSC等で前年を大きく上回った。
- 周辺地域は総合で前年同月比伸長率+8.9%となった。テナントは+11.3%と大きく伸びたが、これは、前年1月の緊急事態宣言に伴う時短営業による飲食の苦戦や、衣料品、身の回り品等の不振による大幅減(▲23.1%)の反動があったと推察される。一方、キーテナントはコロナ下でも食品や日用雑貨などの巣ごもり需要が堅調であり、前年も1桁台のマイナスに踏みとどまったことから、+1.8%と微増となった。

[地域別]

- 前年は緊急事態宣言が発出された地域が多かったことから、反動増もあり全ての地域で前年を上回ったが、コロナ前の2019年比では厳しい状況が続いている。
- 関東は、総合で前年同月比伸長率+13.2%となった。特に、東京区部が+16.9%と高い伸長率となったが、これは緊急事態宣言下であった前年よりもオフィスワーカーの出勤率が増加したことにより、オフィス街立地や繁華街立地のSCの多くが前年を大幅に上回った等の要因によるものである。
- 北陸は、総合で前年同月比伸長率+13.9%となった。特に、中心地域が+24.0%と伸長率が高かった。前年と比べると帰省客の賑わいが戻り、お土産や飲食を中心に売上を伸ばしたことが要因と言える。
- 近畿は、総合で前年同月比伸長率+6.1%となった。大阪市+12.3%、神戸市が+10.3%と牽引した。これは、前年の1月14日に関西3府県に緊急事態宣言が発出されたことなどにより売上が大きく落ち込んだ反動が主な要因と考えられる。大阪市は前年に▲38.2%と大幅にマイナスとなったが、本年は中心地域の繁華街立地や駅立地のSCを中心に前年を大きく上回った。神戸市はレジャー需要にも対応する広域大型SCが好調であった。

[業種別]

- 「ファッション」は、年始の外出機会の増加にともない、アクセサリ、靴、スーツなどの需要が増加した。年末からの気温低下により、冬物の売上を伸ばした。ラグジュアリーも年末に引き続き好調だった。ファッションは価格に関わらず、気に入れば購入する傾向があり、プロパー商品が売上を引き上げた。
- 「飲食」は、年始は年末からの好調が継続していたが、月後半にかけて感染者増により全国各地でまん延防止等重点措置がとられ、来客数減の傾向が見られた。特に宴会需要が減った居酒屋や喫茶の落ち込みが目立った。一方、テイクアウトを主としているテナントは好調であった。
- 「サービス」は、『劇場版 呪術廻戦0』などのお正月映画のヒットにより、「シネマ」が好調だった。

【参考】 ・2022年1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：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	11.0	12.7	4.7	
地中 域心	大都市	59	20.4	19.3	28.0
	中都市	77	11.8	11.9	11.4
	小計	136	16.7	16.1	21.4
周辺地域	344	8.9	11.3	1.8	

(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	11.0	4.1	10.7	13.2	12.5	13.9	6.1	5.6	1.9
中心地域		136	16.7	6.4	19.6	18.7	12.6	24.0	13.1	5.5	2.7	19.3
周辺地域		344	8.9	1.0	7.3	10.8	12.5	11.1	4.2	5.7	1.9	8.1
	(SC数)	480	13	27	206	54	32	81	27	11	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	480	11.0	12.7	4.7	
大 都 市	札幌市	9	4.5	4.5	-
	仙台市	6	14.7	14.7	-
	さいたま市	7	15.6	16.2	*
	千葉市	7	16.9	16.9	-
	東京区部	55	16.9	16.7	17.4
	横浜市	19	11.1	12.2	4.0
	川崎市	8	11.4	12.1	*
	名古屋市	9	4.1	5.1	0.4
	京都市	7	6.0	12.0	▲1.0
	大阪市	16	12.3	14.1	▲0.2
	神戸市	17	10.3	12.0	▲1.4
	広島市	6	12.5	13.6	*
	北九州市	2	*	*	*
福岡市	9	24.1	26.2	*	
小計	177	13.2	13.8	10.5	
そ の 他 の 地 域	北海道	4	3.0	3.7	▲0.8
	東北	21	9.0	12.0	0.9
	関東	110	11.7	13.4	4.2
	中部	45	14.2	16.6	2.1
	北陸	32	13.9	21.1	2.6
	近畿	41	2.8	5.0	▲2.8
	中国	21	4.8	5.9	2.0
	四国	11	1.9	1.8	2.0
	九州・沖縄	18	8.4	11.5	0.5
小計	303	9.5	11.9	1.6	

※「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	11.0	
核なし	279	14.5	
1 核	Dpt	13	17.8
	GMS	102	5.1
	SM	43	5.3
	SS	0	-
	HC	1	*
	専門店	4	5.2
	生協	5	0.2
	Dgs	2	*
	小計	170	7.6
	2核	23	1.7
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	484,670,033	11.0	10,073,879	▲ 0.2	1,009,729	159	20,987
	中心地域	136	134,754,375	16.7	2,098,246	0.6	990,841	212	15,428
	大都市	59	79,445,830	20.4	1,039,422	▲ 0.1	1,346,539	252	17,617
	中都市	77	55,308,545	11.8	1,058,824	1.2	718,293	172	13,751
	周辺地域	344	349,915,658	8.9	7,975,633	▲ 0.4	1,017,197	145	23,185
テナント	総合	480	386,787,010	12.7	7,604,025	▲ 0.3	805,806	168	15,842
	中心地域	136	118,089,909	16.1	1,897,194	0.6	868,308	205	13,950
	大都市	59	68,776,715	19.3	933,309	▲ 0.1	1,165,707	243	15,819
	中都市	77	49,313,194	11.9	963,885	1.3	640,431	169	12,518
	周辺地域	344	268,697,101	11.3	5,706,831	▲ 0.6	781,096	155	16,590
キーテナント	総合	201	97,883,023	4.7	2,469,854	▲ 0.1	486,980	131	12,288
	中心地域	20	16,664,466	21.4	201,052	0.3	833,223	274	10,053
	大都市	4	10,669,115	28.0	106,113	0.0	2,667,279	332	26,528
	中都市	16	5,995,351	11.4	94,939	0.7	374,709	208	5,934
	周辺地域	181	81,218,557	1.8	2,268,802	▲ 0.1	448,721	118	12,535

注:売上高(総合)は、調査対象480SCの合計値です。

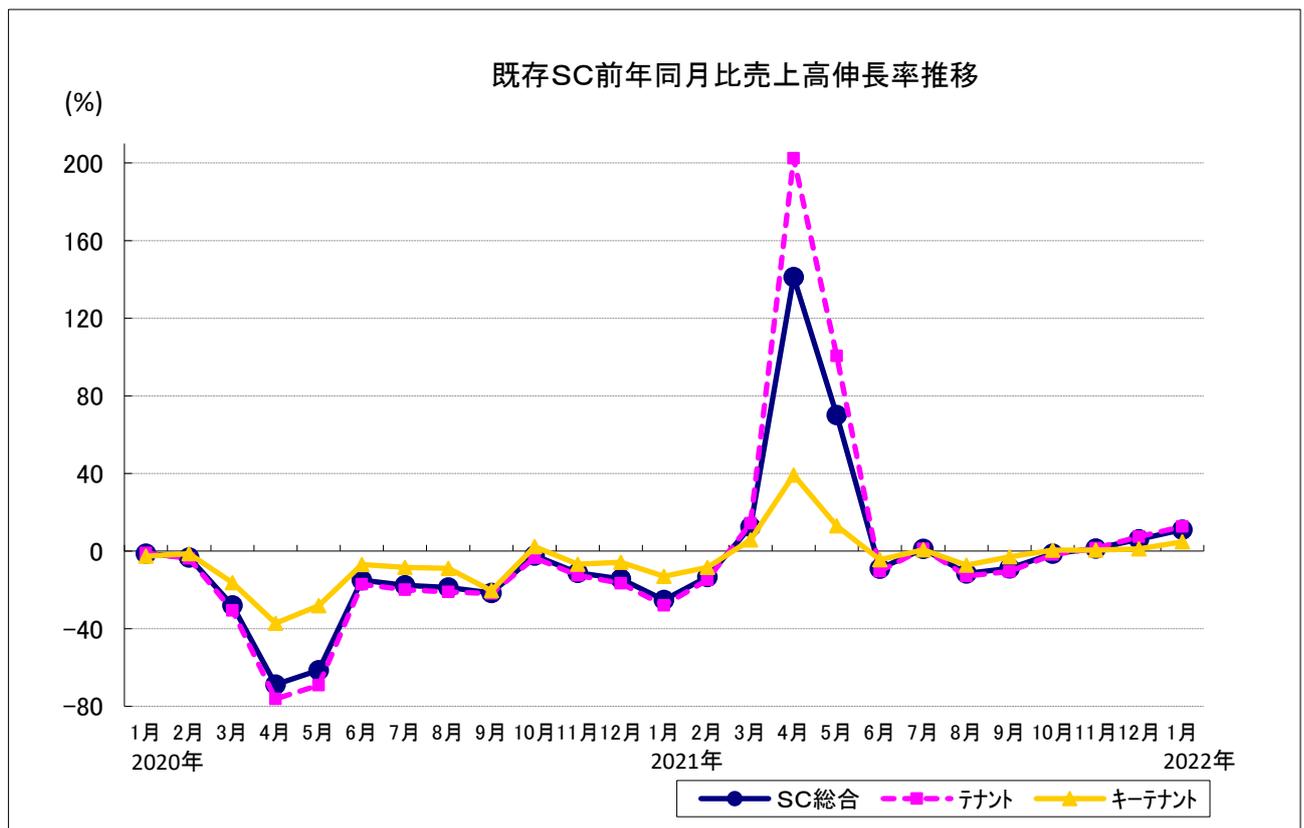


表-6 SC・百貨店・チェーンストア 売上高伸長率

		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
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	