

(株)リゾーム  
事業推進部 課長

山本 純一郎

事業推進部 データ分析チーム  
エキスパート

砂川 誠治

事業推進部 データ分析チーム  
富永 伊久

# SCにおける専門店のトレンド ～コロナ禍にオーブンした業種・業態の トレンドやキーワード～

2020年春以来続いてきたコロナ禍は、ショッピングセンター(以下、SC)業界にも大きな影響を及ぼした。消費の現場は時代環境のなかでつねに様相を変化させていくが、ここ数年のSCにおける専門店の業種・業態にどのようなトレンドが生じているのか。SC等商業施設に出店する全国16万ショッピングセンターの出退店データをB.I.(ビジネスインテリジェンス)で活用するクラウド分析サービス「SC FORCE」(以下、SCフォース)を提供している。

今回はこのSCフォースを通じた分析結果から、コロナ禍前とコロナ禍期間におけるSC内専門店の出退店動向やその特徴をまとめた。分析から見えてきた好調および不調業種、トレンドやキーワード、今後のニューノーマル時代に注目

SCや小売業に向け、パッケー

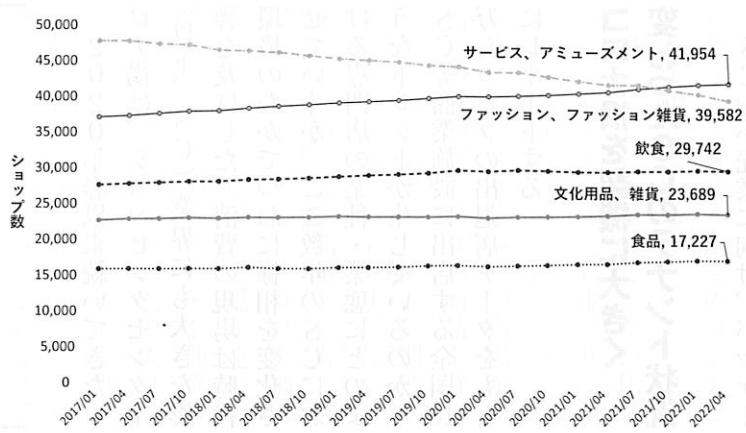
ジソフトウェアの企画・開発・販売を行う(株)リゾーム(以下、当社)は、全国約3500カ所のSC等商業施設に入店する約16万ショッピング(325業種別)の出退店データをB.I.(ビジネスインテリジェンス)で活用するクラウド分析サービス「SC FORCE」(以下、SCフォース)を提供している。

今回までは注目したのは、コロナ禍を挟んだ2017年1月から2022年4月にかけてのSCに展開する大分類5業種の動向だ。業種のカテゴリーは大きく「ファッショニ・ファッショニ・雑貨」「文化用品・雑貨」「食品」「飲食」「サービス・アミューズメント」の5つに分類している。5分類の下位には、たとえば「サービス・アミューズメント」の場合は「カルチャー

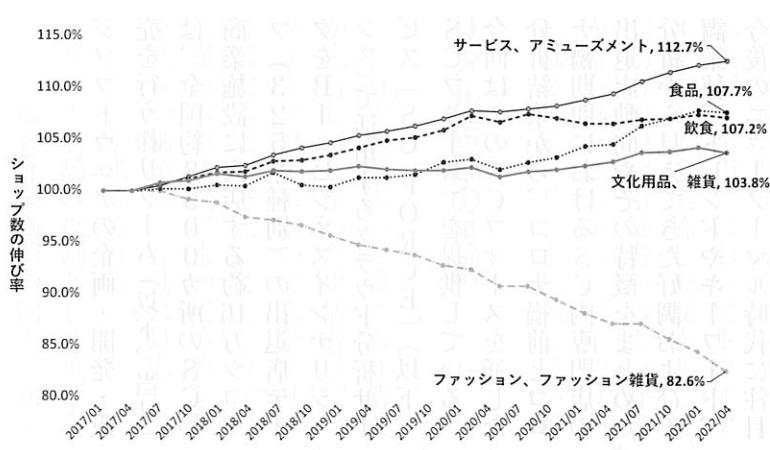
される専門店のあり方などについて紹介する。なお、使用した数値は、全国のSCのホームページから毎月当社が独自に調査したデータである。今回までは、コロナ禍を挟んだ2017年1月から2022年4月にかけてのSCに展開する大分類5業種の動向だ。業種のカテゴリーは大きく「ファッショニ・ファッショニ・雑貨」「文化用品・雑貨」「食品」「飲食」「サービス・アミューズメント」の5つに分類している。5分類の下位には、たとえば「サービス・アム

教室・学校」「リサイクル」「レンタル」「携帯電話」「ゲームセンター」「子供向け遊戯施設」などといった中業種が分類され、さらに「カルチャースクール・学校」の下位に「フィットネス・スポーツクラブ」や「英会話・英語教室」「学習塾・予備校」など小業種が細分化されている。

SCにおけるこれら5業種の推移をみると、2017年より店舗数の実数では「ファッショニ・ファンション・雑貨」がつねにトップを占めており、ついで「サービス・アミューズメント」「飲食」「文化用品・雑貨」「食品」という順位



図表1 大業種5分類のショップ数推移(実数)



図表2 大業種5分類のショップ数推移(伸び率:開始月を100%とした指数)

## サービス・アミューズメントが躍進

2020年3月の緊急事態宣言発出の影響で、路面店のみならずSCに出店するショップも一時休業を余儀なくされた。かねてより

「ファッショングループ・雑貨」は長期的なダウントレンドに陥っていたが、コロナ禍によつてその傾向がより強まつたといえる。このことは、各カテゴリーの「ショップ数の伸び率」に注目することでさらに顕著に把握できる。

ヨツブ数の伸び率」に注目することでさらに顕著に把握できる。調査分析の起点とした2017年1月の数値を100%とし、以降の伸び率をプロットした図表2を見ると、「ファッショングループ・雑貨」を除く4業種はすべて右肩上がりの成長を見せており、トップに躍り出た「サービス・アミューズメント」は2022年4月には112.7%となつてゐる。「ファッショングループ・雑貨」だけがほかと異なる波形を描き、同じく2022年4月の数値は82.6%と大きく減少した。

次に大業種を9業種<sup>※</sup>に細分化し動向を見ていく。

※9業種…ファッショングループ・雑貨、サービス・アミューズメント、生活雑貨、食品、飲食、スポーツ・ホビー、インテリア・寝具・家電

## ファッショングループにおける好調な業種・業態

ライフスタイルや消費動向の変化は、出店が減少したファッショングループの分野にも反映されている。そんななか、大きな伸びを見せている業態も存在する。2019年10月にスタートした株アダストリア初のアラフィー（40代半ばから50代）向けアパレルブランド「Elura」（以下、エルーラ）だ。SCフォースのデータを見ると、全体的に低迷している同カテゴリーにあってエルーラはコロナ禍の2020年4月から2022年4月の約2年間で、SC内に13店舗オープン（750%）と出店数を伸ばしている。同社発表のIR資料（第70期年次報告書）によれば、人口動態が変化するなかでアラフイー女性へのアプローチを意識し、移ろいゆく体形や肌質、髪のボリュームなど年齢を重ねるにつれて生じるニーズに応え、自己イメー

ントで推移してきた。ところが2021年秋に、「ファッショングループ・雑貨」と「サービス・アミューズメント・ファッショングループ」の順位を入れ替わる現象が生じている（図表1）。2017年1月の時点では4万7902店存在していた「ファッショングループ・雑貨」の店舗数だが、2022年4月の時点で3万9582店と大幅に減少した。一方「サービス・アミューズメント」は、同年比較で3万722

ト」に譲った形となつてゐる。そこで、「ファッショングループ・雑貨」だけがほかと異なる波形を描き、同じく2022年4月の数値は82.6%と大きく減少した。

次に大業種を9業種<sup>※</sup>に細分化し動向を見ていく。