

2. 小売業 Retail

(1) 店舗数と床面積 Number and Floor Space of Stores

① 小売商店 Retail Stores

(単位: 店、人、m² stores, psns, m²)

年 Year	小売商店数 Number of Retail Stores	従業者数 Number of Employees	売場面積 Sales Floor Area
1988	1,619,752 (-0.5)	6,851,335 (8.3)	102,050,766 (8.0)
91	1,605,583 -	7,000,226 -	109,901,497 -
94	1,499,948 (-6.6)	7,384,177 (5.5)	121,623,712 (10.7)
97	1,419,696 (-5.4)	7,350,712 (-0.5)	128,083,639 (5.3)
99	1,406,884 -	8,028,558 -	133,869,296 -
02	1,300,057 (-7.6)	7,972,805 (-0.7)	140,619,288 (5.0)
04	1,238,049 (-4.8)	7,762,301 (-2.6)	144,128,517 (2.5)
07	1,137,859 (-8.1)	7,579,363 (-2.4)	149,664,906 (3.8)
12	1,033,358 (-9.2)	7,403,616 (-2.3)	132,917,692 (-11.2)
14	1,024,881 -	7,685,778 -	134,854,063 -
16	990,246 (-3.4)	7,654,443 (-0.4)	135,343,693 (0.4)
2021	880,031 (-11.1)	7,540,345 (-1.5)	136,952,597 (1.2)

▶ 経済産業省「商業統計調査」、「経済センサス-活動調査」より作成。

注： (1) ()内は前回調査からの伸び率。(単位:%)

(2) 1991年分から産業分類が変更され、1999年には事業所の補足があり、また、2014年には産業分類の改定及び調査設計の大幅変更があった。それらの前回から不連続な調査については、変化率を計算していない。

Prepared based on “Census of Commerce” and “Economic Census for Business Activity” by the Ministry of Economy, Trade and Industry.

Notes:(1) (): percentage changes from the previous survey

(2) Change in industrial classification (1991 and 2014), additional establishments to be surveyed (1999) and investigation method change (2014) have taken place. Those changes are the cause of discontinuities in the data since the last survey for each, and as such the rate of change is not calculated.

② ショッピングセンター Shopping Center

年 Year	全SC All Shopping Centers			各年の新規開業 New Opening Stores in each year	
	SC数 Total Number of Shopping Centers	総面積 Total Area(m ²)	総店舗面積 Total Shop Area(m ²)	SC数 Number of Openings	店舗面積(m ²) Shop Area/SC
2001	2,603	37,739,000	-	43	17,266
02	2,615	38,619,573	-	66	15,772
03	2,611	39,788,436	-	63	21,199
04	2,660	41,434,655	-	74	23,607
05	2,704	43,137,488	-	71	22,036
06	2,759	44,919,370	36,538,400	83	25,717
07	2,804	46,751,572	38,028,753	97	23,705
08	2,980	-	42,083,792	88	27,791
09	3,013	-	42,678,418	57	16,283
10	3,050	-	44,179,274	54	16,408
11	3,090	-	45,697,455	54	19,029
12	3,096	-	46,399,010	35	14,802
13	3,134	-	47,869,188	65	18,763
14	3,169	-	49,760,294	55	20,198
15	3,195	-	50,770,809	60	19,942
16	3,211	-	51,724,612	54	17,212
17	3,217	-	52,531,060	48	19,475
18	3,220	-	53,193,597	37	20,392
19	3,209	-	53,651,811	46	15,839
20	3,195	-	53,991,842	41	17,102
21	3,169	-	54,302,789	24	21,424
2022	3,133	-	54,350,047	36	17,247

▶ (一社)日本ショッピングセンター協会「我が国SCの現況」より作成。

注： (1) 2007年までは、店舗面積だけでなく来客が利用可能な公共施設の面積も含む。

(2) 2008年からは、調査対象を「テナント数10店舗以上かつ総店舗面積が1500㎡以上のSC」に変更。

(3) 2022年12月末現在営業中のショッピングセンターを調査対象としている。

Prepared based on “Present Conditions of Japanese Shopping Centers” by the Japan Council of Shopping Centers.

Notes: (1) Not only shop areas but areas of public facilities that can be used by visitors are included by 2007.

(2) Those surveyed have been changed to “those with ten or more shops and the total shop area of 1,500㎡ or more” since 2008.

(3) Shopping centers, under operation as of December 2022 are surveyed.

③ 業態別の商店数 Number of Stores by Type of Business

(単位:店 stores)

業態 Store Type	2012年	2016年	2021年	
	全国 Nationwide	全国 Nationwide	全国 Nationwide	首都圏 Greater Tokyo Area
小売業計 Retail Total	1,033,358	809,124	755,015	164,650
1. 各種商品小売業 General merchandise	3,014	2,861	2,575	638
(1)百貨店、総合スーパー Department stores and Supermarkets	1,427	1,512	1,023	309
(2)その他の各種商品小売業 Others (relatively smaller)	1,587	1,349	1,552	329
2. 織物・衣服・身の回り品小売業 Dry goods (Fabric), Apparel and Apparel accessories	147,703	114,180	98,326	24,739
3. 飲食料品小売業 Food and Beverages	317,983	248,870	225,949	51,290
(1)各種食料品小売業 Grocery	29,504	25,117	22,378	5,073
(2)コンビニエンスストア Convenience stores	-	42,072	22,714	7,400
(3)その他の飲食料品小売業 Others	-	181,681	180,857	38,817
4. 機械器具小売業 Machinery and Equipment	137,170	110,499	110,157	19,248
(1)電気機械器具小売業 Electric Machinery, Home appliances	-	32,020	16,746	3,799
(2)その他の機械器具小売業 Others	-	78,479	93,411	15,449
5. その他の小売業 Miscellaneous retail trade	386,453	304,685	285,123	60,774
(1)家具・建具・畳小売業 Furniture, Fixture and "tatami" mats	22,342	16,498	14,595	2,924
(2)ドラッグストア Drug stores	-	14,977	18,605	5,658
(3)ホームセンター Home Center (DIY)	-	4,715	6,059	880
(4)その他の小売業 Others	-	268,495	245,864	51,312
6. 無店舗販売 Non-store retailers	-	28,029	32,885	7,961

▶ 経済産業省、総務省「令和3年経済センサス-活動調査 卸売業、小売業 産業編(総括表)」より結果を引用。

注：(1)首都圏・・・東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県

(2)セルフ方式店とは、売場面積の50%以上がセルフサービス方式である店舗をいう。

Prepared based on the summary tables for the Japanese wholesale and retail trade industry from "Economic Census for Business Activity 2021" by the Ministry of Economy, Trade and Industry (METI) and Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC).

Notes:(1) Greater Tokyo Area・・・Tokyo Metropolitan, Kanagawa, Saitama and Chiba Prefectures

(2) Self-service stores: In case of 50% or more of their sales area adopt the self-service system.

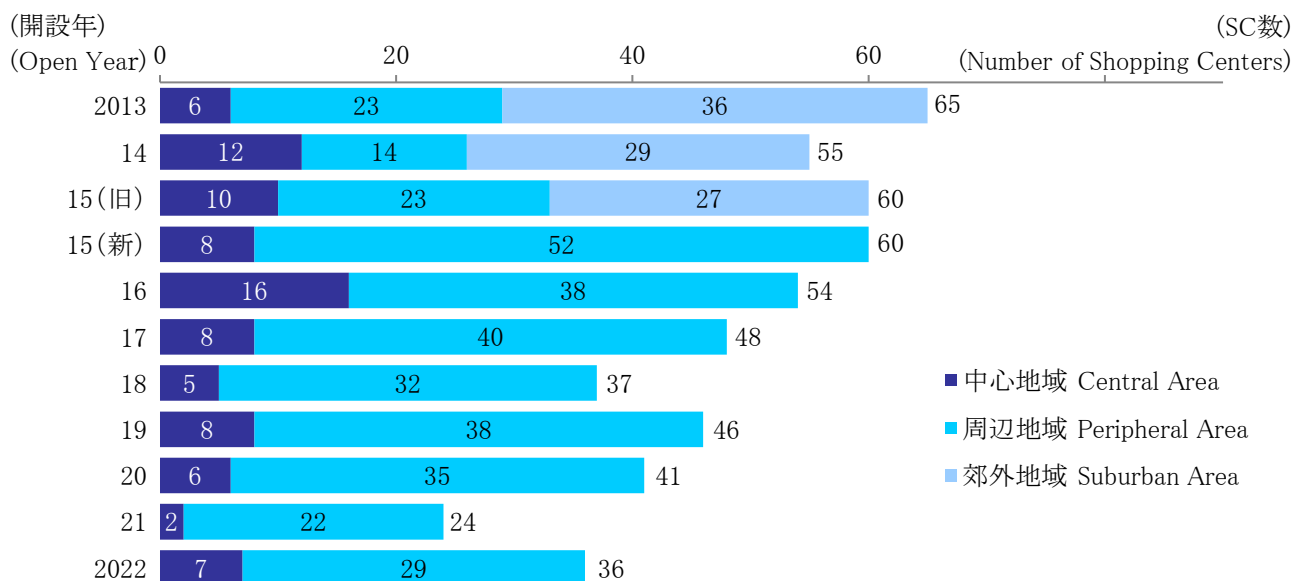
〈業態分類の定義 Definition of Store Types〉

区分 Store Types	セルフ方式	内容・要件 Descriptions / Requirements
1. 各種商品小売業 General merchandise (1)百貨店、総合スーパー Department stores and Supermarkets (2)その他の各種商品小売業 Others (relatively smaller)	× Non Self	衣、食、住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する事業所。 (1)従業者が常時 50 人以上のもの。 50 and more employees work in a store (2)従業者が常時 50 人未満のもの less than 50 employees work in a store
2. 織物・衣服・身の回り品小売業 Dry goods (Fabric), Apparel and Apparel accessories	× Non Self	呉服、服地、衣服、靴、帽子、洋品雑貨、小間物などの商品を小売する事業所。
3. 飲食料品小売業 Food and Beverages (1)各種食料品小売業 Grocery (2)コンビニエンスストア Convenience stores (3)その他の飲食料品小売業 Others	× Non Self ○ Self-service	主として飲食料品を小売する事業所。 (1)主として各種食料品を一括して一事業所で小売する事業所。 (2)主として飲食料品を中心とした各種最寄り品をセルフサービス方式で小売する事業所で、店舗規模が小さく、終日又は長時間営業を行う事業所。 (1) (2) 以外の主として飲食料品を小売する事業所。
4. 機械器具小売業 Machinery and Equipment (1)電気機械器具小売業 Electric Machinery, Home appliances (2)その他の機械器具小売業 Others	× Non Self	主として自動車、自転車、電気機械器具など(それぞれの中古品を含む)及びその部分品、附属品を小売する事業所。 主としてテレビジョン受信機、ラジオ受信機、電気冷蔵庫、電熱器、電気アイロン、電球など各種の家庭用電気機械器具(中古品を除く)及びその部分品を小売する事業所。 Mainly home appliances and those parts. Excluding secondhand goods. (1) 以外の自動車、自転車、電気機械器具など(それぞれの中古品を含む)及びその部分品、附属品を小売する事業所。 Vehicles, bicycles and electric equipments and those parts. Including secondhand goods.
5. その他の小売業 Miscellaneous retail trade (1)家具・建具・畳小売業 Furniture, Fixture and “tatami” mats (2)ドラッグストア Drug stores (3)ホームセンター Home Center (DIY) (4)その他の小売業 Others	× Non Self ○ Self-service ○ Self-service	主として家具、じゅう器、医療品、化粧品、農耕用品、燃料、書籍、文房具、時計、楽器、たばこ、中古品などの他に分類されない商品を小売する事業所。 主として各種の家庭用家具、建具、畳等を小売する事業所。 主として医薬品、化粧品を中心とした健康及び美容に関する各種の商品を中心として、家庭用品、加工食品などの最寄り品をセルフサービス方式によって小売する事業所。 主として住まいの手入れ改善にかかる商品を中心に、家庭用品、園芸用品、電気機械器具、家具・収納用品、建築材料などの住関連商品を総合的、系統的に品揃えし、セルフサービス方式により小売する事業所で、店舗規模が大きい事業所。 (1) (2) (3) 以外の家具、医療品等商品を小売する事業所。
6. 無店舗販売 Non-store retailers	× Non Self	店舗を持たず、通信手段、家庭等を訪問し個人への物品販売又は販売契約をする事業所、自動販売機によって物品を販売する事業所及びその他の店舗を持たない小売事業所。

④ 開設年別・立地別のショッピングセンター数

Number of Shopping Centers by Year of Launch and Location

開設年 Open Year	旧区分 Old Criteria			新区分 New Criteria								合計 Total
	2013	14	15	15	16	17	18	19	20	21	2022	
中心地域 Central Area	6	12	10	8	16	8	5	8	6	2	7	78
周辺地域 Peripheral Area	23	14	23	52	38	40	32	38	35	22	29	323
郊外地域 Suburban Area	36	29	27	-	-	-	-	-	-	-	-	65
計 Total	65	55	60	60	54	48	37	46	41	24	36	466



▶ (一社)日本ショッピングセンター協会「我が国SCの現況」より作成。

注：(1) 2016年1月1日に立地区分が改定された。2015年までの旧区分は以下のとおり。

- 中心地域: 当該市・町・村の商業機能が集積した中心市街地
- 周辺地域: 中心地域に隣接した商業・行政・ビジネス等の都市機能が適度に存在する地域
- 郊外地域: 都市郊外で住宅地・農地等が展開されている地域

(2) 2015年からの新区分は以下のとおり。

- 中心地域: 人口15万人以上の都市(東京23区を含む162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全ての地域

(3) 合計は、旧区分の2013～2014年と新区分の2015～2022年の合計である。

(4) 2022年12月末現在営業中のショッピングセンターを調査対象としている。

Prepared based on “Present Conditions of Japanese Shopping Centers” by the Japan Council of Shopping Centers.

Notes: (1) Area criteria was changed in January 2016. Old criteria are below.

- Central area: The city center of each municipality, where commercial facilities are concentrated.
- Peripheral area: Adjacent to the central area. An area where administration and business facilities are moderately accessible.
- Suburban area: An area mainly used for residential or agricultural purposes.

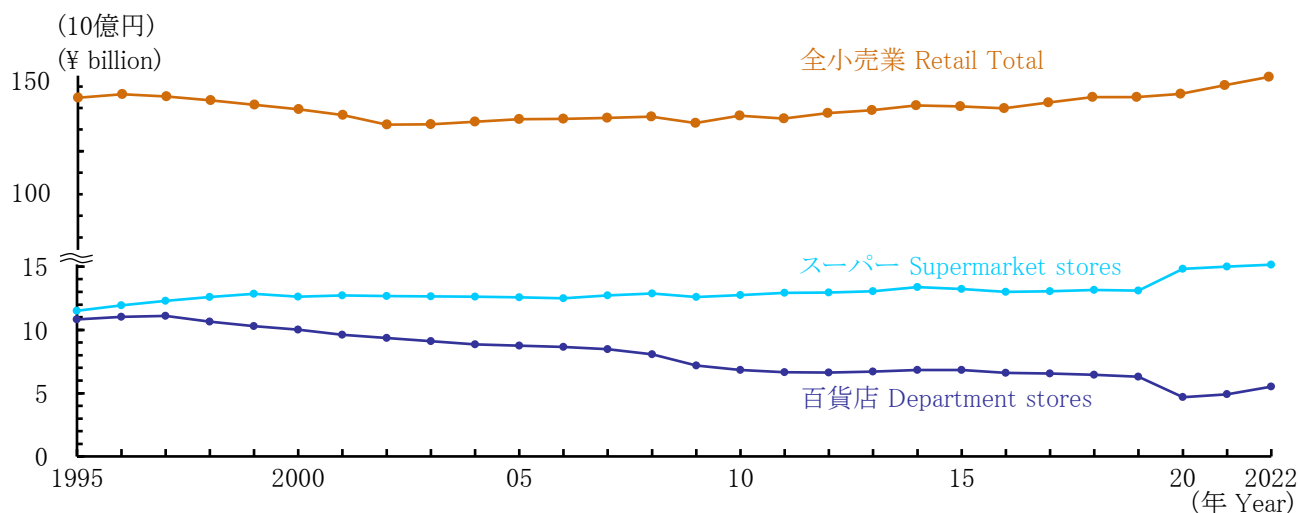
(2) New criteria are below.

- Central area: Cities with population over 150,000 (162 cities including Tokyo's 23 wards), where commercial facilities are concentrated.
- Peripheral area: All cities other than those above.

(3) The overall total number can be gained through the sum of individual years (2013～2014) old and (2015～2022) new.

(4) Shopping centers, under operation as of December 2022, are surveyed.

(2) 売上高 Sales



(単位:10億円、% ¥ billion,%)

年 Year	全小売業 A Retail Total	百貨店 B Department stores 全小売業売上に占めるシェア(B/A)	スーパー C Supermarket stores 全小売業売上に占めるシェア(C/A)
1995	144,810	10,825 (7.5)	11,515 (8.0)
96	146,305	11,039 (7.5)	11,937 (8.2)
97	145,300	11,109 (7.6)	12,304 (8.5)
98	143,494	10,657 (7.4)	12,591 (8.8)
99	141,528	10,285 (7.3)	12,839 (9.1)
2000	139,435	10,011 (7.2)	12,622 (9.1)
01	136,808	9,626 (7.0)	12,715 (9.3)
02	132,280	9,365 (7.1)	12,668 (9.6)
03	132,446	9,107 (6.9)	12,653 (9.6)
04	133,649	8,854 (6.6)	12,614 (9.4)
05	134,828	8,763 (6.5)	12,565 (9.3)
06	134,911	8,644 (6.4)	12,501 (9.3)
07	135,417	8,465 (6.3)	12,734 (9.4)
08	136,019	8,079 (5.9)	12,872 (9.5)
09	132,961	7,177 (5.4)	12,599 (9.5)
10	136,479	6,842 (5.0)	12,737 (9.3)
11	135,157	6,661 (4.9)	12,933 (9.6)
12	137,585	6,639 (4.8)	12,953 (9.4)
13	138,897	6,720 (4.8)	13,058 (9.4)
14	141,219	6,827 (4.8)	13,370 (9.5)
15	140,666	6,826 (4.9)	13,223 (9.4)
16	139,877	6,598 (4.7)	13,000 (9.3)
17	142,514	6,553 (4.6)	13,050 (9.2)
18	144,965	6,443 (4.4)	13,161 (9.1)
19	145,047	6,298 (4.3)	13,098 (9.0)
20	146,457	4,694 (3.2)	14,811 (10.1)
21	150,462	4,903 (3.3)	15,004 (10.0)
2022	154,402	5,507 (3.6)	15,153 (9.8)

▶ 経済産業省「商業動態統計調査」より作成。

- 注： (1) 百貨店：日本標準産業分類の百貨店のうち、下記のスーパーに該当しない商店であり、かつ売場面積が1,500㎡以上（東京特別区及び政令指定都市では3,000㎡以上）。
 (2) スーパー：売場面積の50%以上についてセルフサービス方式を採用している商店であり、かつ売場面積が1,500㎡以上。

Prepared based on “Yearbook of the Current Survey of Commerce” by the Ministry of Economy, Trade and Industry.

- Notes: (1) Department stores: Stores that do not fall under the following (2) among the department stores in accordance with the Japan Standard Industry Classification, and with a sales area of 1,500㎡ or more (3,000㎡ or more in Tokyo 23wards or the ordinance-designated cities)
 (2) Supermarket stores: 50% or more of the sales area is based on the self-service system. Stores with a sales area of 1,500㎡ or more.

(3) 大手小売会社の実績 Performance of Leading Retailers

① スーパー・専門店・百貨店・コンビニ

Supermarket, Specialty Store, Department Store, Convenience Store

(単位:10億円 ¥ billion)

業態 Store Type	企業名 Company	連結/単体 Consolidated/ Non- consolidated	2019	2020	2021	2022	前年度比 Changes from the previous
全国 スーパー Supermarket Store (Nationwide chain)	イオンリテール AEON Retail Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	2,192.5	1,967.2	1,817.3	1,751.5	-3.6%
	イトーヨーカ堂 Ito-Yokado Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	1,185.1	1,080.9	1,067.5	729.3	-
	パン・パシフィック・インターナシヨ ナルホールディングス Pan Pacific International Holdings Corporation (ユニー UNY Co.,Ltd.)	2018 単Non- consolidated 2019~ 連 Consolidated	1,328.9	1,681.9	1,708.6	1,831.3	-
	ライフコーポレーション LIFE CORPORATION	連 Consolidated	714.7	759.1	768.3	765.4	-
専門店 Specialty Store	ヤマダホールディングス YAMADA HOLDINGS CO., LTD.	連 Consolidated	1,611.5	1,752.5	1,619.4	1,600.6	-1.2%
	ビックカメラ BIC CAMERA INC.	連 Consolidated	894.0	847.9	834.1	792.4	-
	ユニクロ UNIQLO CO., LTD.	単 Non- consolidated	873.0	806.9	842.6	810.3	-
	エディオン EDION Corporation	連 Consolidated	733.6	768.1	713.8	720.6	1.0%
	ヨodobashiカメラ Yodobashi Camera Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	704.6	731.9	753.0	778.5	3.4%
	マツキヨココカラ&カンパニー MatsukiyoCocokara & Co.	連 Consolidated	590.6	556.9	730.0	951.2	30.3%
	ニトリホールディングス Nitori Holdings Co.,Ltd.	連 Consolidated	642.3	716.9	811.6	948.1	-
	セリア Seria Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	181.5	200.7	208.1	212.4	2.1%
都市型百貨店 Department Store	良品計画 RYOHIN KEIKAKU Co.,Ltd.	連 Consolidated	438.7	179.4	452.3	496.2	-
	高島屋 Takashimaya Co., Ltd.	連 Consolidated	919.1	680.9	761.1	443.4	-
	そごう・西武 Sogo & Seibu Co., Ltd.	単 Non- consolidated	600.1	440.5	456.8	185.4	-
	大丸松坂屋百貨店 Daimaru Matsuzakaya Department Stores Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	253.9	161.8	175.0	198.4	13.4%
	三越伊勢丹 Isetan Mitsukoshi Ltd.	単 Non- consolidated	583.2	408.7	208.5	244.2	17.1%
	阪急阪神百貨店 Hankyu Hanshin Department Stores, Inc.	単 Non- consolidated	452.4	348.2	131.7	157.9	19.9%
コンビニエンス ストア Convenience Store	セブン-イレブン・ジャパン Seven-Eleven Japan Co.,Ltd	単 Non- consolidated	887.6	850.3	863.0	872.7	-
	ローソン Lawson, Inc.	連 Consolidated	730.2	666.0	698.4	988.6	41.6%
	ファミリーマート FamilyMart Co.,Ltd.	連 Consolidated	517.1	473.4	451.5	461.5	2.2%

▶ 各社リリース資料により作成。

Prepared based on the annual securities reports and other released materials.

② 通信販売・Eコマース・生協 Non-Store Type, E-Commerce, Co-op

(単位:10億円 ¥ billion)

業態 Store Type	企業名 Company	連結/単体 Consolidated/ Non- consolidated	2019	2020	2021	2022	
							前年度比 Changes from the previous
通信販売 Eコマース Non-store Type (Mail-order/ Teleshopping/ E-commerce)	楽天グループ Rakuten Group, Inc.	連 Consolidated	3,713.8	4,539.6	5,029.0	5,656.0	12.5%
	Zホールディングス Z Holdings Corporation	連 Consolidated	2,593.6	3,226.8	3,830.0	4,114.3	7.4%
	アマゾンジャパン Amazon Japan G.K.	単 Non- consolidated	1,744.4	2,184.8	2,533.2	3,205.1	26.5%
	ジャパネットホールディングス Japanet Holdings Co.,Ltd.	連 Consolidated	207.6	240.5	250.6	248.7	-
	千趣会 SENSHUKAI CO., LTD.	連 Consolidated	61.3	67.5	65.6	52.6	-19.8%
	ジュピターショップチャンネル Jupiter Shop Channel Co.,Ltd.	単 Non- consolidated	163.4	161.1	157.4	155.5	-1.2%
	ベルーナ BELLUNA CO., LTD.	連 Consolidated	123.2	154.6	155.0	144.3	-6.9%
	DINOS CORPORATION DINOS CORPORATION	単 Non- consolidated	97.1	94.7	60.5	55.4	-
	株式会社ZOZO ZOZO, Inc.	連 Consolidated	125.5	147.4	166.2	183.4	10.4%
	生協 Consumer cooperative (Co-op)	コープみらい CO-OP Mirai	単 Non- consolidated	394.6	446.3	436.4	428.1
コープさっぽろ CO-OP Sapporo		単 Non- consolidated	280.7	304.3	309.8	307.3	-
コープこうべ The Consumer Co-operative Kobe		単 Non- consolidated	246.1	269.4	247.1	244.8	-0.9%

▶ 各社リリース資料、記事などにより作成。

- 注： (1) 楽天とZホールディングスは流通取扱高、他社は売上高。ヤフーは2019年10月に持ち株会社体制に移行し、社名を「Zホールディングス」に変更。
(2) アマゾンジャパンの売上高(直販のみ)は、米アマゾン社が公表した米ドル額を各年平均の為替レートで円換算。
(3) ユニー・ファミリーマートホールディングスは、ファミリーマートを2019年9月に吸収合併し、商号をファミリーマートに変更した。
(4) ユニーは2019年1月にパン・パシフィック・インターナショナルホールディングスの連結子会社となった。
(5) 良品計画は、決算期変更により2020年度は6ヶ月分(3月～8月まで)実績となるため、前年度と比較できない。
(6) マツモトキヨシホールディングスは2021年10月に株式会社ココカラファインとの経営統合により、株式会社マツキヨココカラ&カンパニーに商号変更したため、2021年は前年と連続性がない。
(7) 前年度比「-」は、各社における認識基準の変更や決算期の変更などで前年度との比較ができない場合を示す。

Prepared based on the annual securities reports and other released materials.

- Notes: (1) The figures for Rakuten and Z Holdings Corporation are the total handling volume, and those for other companies are the sales volume. Former Yahoo Japan Corporation changed its trade name to Z Holdings Corporation (transition to a holding company structure) in Oct. 2019.
(2) Amazon Japan: Sales figures in US dollar announced by US Amazon company are converted to yen at the average exchange rate each year.
(3) FamilyMart UNY Holdings Co., Ltd., implemented an absorption-type merger of wholly owned subsidiary FamilyMart Co., Ltd., and changed the Company's trade name to FamilyMart Co., Ltd. in Sep. 2019.
(4) Pan Pacific International Holdings Corporation acquired UNY Co., Ltd. as a consolidated subsidiary.
(5) Ryohin Keikaku changed its business year. Figure for FY2020 which covers only six months (from Mar. to Aug.) is not comparable with the previous year.
(6) Matsumotokiyoshi Holdings Co., Ltd. has merged operations with Cocokara Fine Inc., and changed its name to MatsukiyoCocokara & Co. in Oct. 2021, and thus there is no continuity between the data up to FY2020 and that of FY2021.
(7) A“-” indicates that a comparison with the previous year is not appropriate due to a change in the company's recognition criteria, a change in the fiscal year end, etc.

(参考)全国商業施設売上ランキング(2022年度上位50施設)

Shopping Center Sales Ranking (Top 50 in 2022)

(単位:10億円 ¥ billion)

順位 Ranking	売上 Store Sales	物件名(事業者) Property Name(Developer)	所在 Location	開業年 Open	順位の推移 Ranking History				
					2017	2018	2019	2020	2021
1	97.6	御殿場プレミアム・アウトレット(三菱地所・サイモン) GOTEMBA PREMIUM OUTLETS(MITSUBISHI ESTATE・SIMON)	御殿場市 Gotemba	2000	3	3	2	-	1
2	85.7	ラゾーナ川崎プラザ(三井不動産) LAZONA Kawasaki Plaza(Mitsui Fudosan)	川崎市 Kawasaki	2006	2	2	1	1	2
3	74.3	ルクア大阪(JR西日本SC開発) LUKUA Osaka(JR West Japan Shopping Center Development Company)	大阪市 Osaka	2011	5	4	3	3	5
4	68.2	ららぽーとTOKYO-BAY(三井不動産) LaLaport TOKYO-BAY(Mitsui Fudosan)	船橋市 Funabashi	1981	4	5	4	2	3
5	61.2	ジョイナス(高島屋除く)(相鉄ビルマネジメント) JOYNUS(Sotetsu Building Management)	横浜市 Yokohama	1973	6	6	5	4	4
6	59.2	三井アウトレットパーク木更津(三井不動産) MITSUI OUTLET PARK KISARAZU (Mitsui Fudosan)	木更津市 Kisarazu	2012	18	11	8	5	6
7	58.2	神戸三田プレミアム・アウトレット(三菱地所・サイモン) KOBE-SANDA PREMIUM OUTLETS (MITSUBISHI ESTATE・SIMON)	神戸市 Kobe	2007	7	8	6	-	8
8	54.4	三井アウトレットパーク ジャズドリーム長島(三井不動産) MITSUI OUTLET PARK JAZZ DREAM NAGASHIMA (Mitsui Fudosan)	桑名市 Kuwana	2002	9	7	7	6	7
9	54.2	軽井沢・プリンスショッピングプラザ(西武リアルティソリューションズ) KARUIZAWA PRINCE SHOPPING PLAZA (SEIBU REALTY SOLUTIONS)	長野県 Nagano	1995	10	12	10	12	11
10	50.6	テラスモール湘南(住商アーバン開発) Terrace Mall SHONAN (SUMISHO URBAN DEVELOPMENT)	藤沢市 Fujisawa	2011	14	9	11	7	9
11	49.9	JR博多シティ(JR博多シティ) JR HAKATA CITY(JR HAKATA CITY)	福岡市 Fukuoka	2011	26	24	9	14	14
12	49.7	ららぽーとEXPOCITY(三井不動産) LaLaport EXPOCITY(Mitsui Fudosan)	吹田市 Suita	2015	8	10	12	9	12
13	48.6	ららぽーと富士見(三井不動産) LaLaport FUJIMI(Mitsui Fudosan)	富士見市 Fujimi	2015	17	16	13	8	10
14	47.8	玉川高島屋S・C(高島屋除く)(東神開発) Tamagawa Takashimaya S・C (TOSHIN DEVELOPMENT)	世田谷区 Setagaya	1969	11	14	14	-	-
15	46.1	阪急西宮ガーデンズ(阪急百貨店、イズミヤ、シネマ除く) (阪急阪神ビルマネジメント) HANKYU NISHINOMIYA GARDENS (HankyuHanshin Building Management)	西宮市 Nishinomiya	2008	19	19	15	10	15
16	43.7	アーバンドックららぽーと豊洲(三井不動産) URBAN DOCK LaLaport TOYOSU(Mitsui Fudosan)	江東区 Koto	2006	28	26	33	24	18
17	43.2	ルミネ新宿(ルミネ) LUMINE Shinjuku(LUMINE)	新宿区 Shinjuku	1976	13	15	18	23	20
18	43.0	東京ソラマチ(東武タウンソラマチ) TOKYO Solamachi(TOBU TOWN SOLAMACHI)	墨田区 Sumida	2012	22	20	26	35	30
19	42.3	グランフロント大阪ショップ&レストラン(阪急阪神ビルマネジメント) GRAND FRONT OSAKA(HankyuHanshin Building Management)	大阪市 Osaka	2013	16	18	16	15	27
20	41.9	ららぽーと横浜(イトーヨーカ堂など除く)(三井不動産) LaLaport YOKOHAMA(Mitsui Fudosan)	横浜市 Yokohama	2007	15	17	19	11	13
21	41.6	ルミネエスト新宿(ルミネ) LUMINE EST Shinjuku(LUMINE)	新宿区 Shinjuku	2006	12	13	17	36	24
22	39.4	二子玉川ライズ・ショッピングセンター(東急モールのズベロップメント) FUTAKO TAMAGAWA rise S.C.(Tokyu Malls Development)	世田谷区 Setagaya	2011	23	25	23	44	19
23	39.3	りんくうプレミアム・アウトレット(三菱地所・サイモン) RINKU PREMIUM OUTLETS(MITSUBISHI ESTATE・SIMON)	泉佐野市 Izumisano	2000	20	22	22	-	25
24	38.2	ルミネ大宮(ルミネ) LUMINE Omiya(LUMINE)	さいたま市 Saitama	1967	24	27	25	18	21
25	38.2	トレッサ横浜(トヨタオートモールクリエイト) TRESSA YOKOHAMA(TOYOTA AUTOMALL CREATE)	横浜市 Yokohama	2007	60	34	35	13	17

(次ページへ続く)

(前ページからの続き)

(単位:10億円 ¥ billion)

順位 Ranking	売上 Store Sales	物件名(事業者) Property Name(Developer)	所在 Location	開業年 Open	順位の推移 Ranking History				
					2017	2018	2019	2020	2021
26	38.1	コクーンシティ(ヨドバシカメラなど除く)(片倉工業) COCOON CITY(KATAKURA INDUSTRIES)	さいたま市 Saitama	2004	30	31	27	-	-
27	37.8	ららぽーと海老名(三井不動産) LaLaport EBINA(Mitsui Fudosan)	海老名市 Ebina	2015	32	32	32	16	22
28	37.3	札幌ステラプレイス(札幌駅総合開発) SAPPORO STELLAR PLACE(Sapporo Station General Development)	札幌市 Sapporo	2003	27	28	30	31	39
29	37.0	エスパル仙台(仙台ターミナルビル) S-PAL SENDAI(SENDAI TERMINAL BUILDING)	仙台市 Sendai	1978	29	29	24	27	31
30	36.7	佐野プレミアム・アウトレット(三菱地所・サイモン) SANO PREMIUM OUTLETS (MITSUBISHI ESTATE・SIMON)	佐野市 Sano	2003	25	23	21	-	16
31	36.3	モゾ・ワンダーシティ(イオン除く)(KJRマネジメント) mozo WONDERCITY (KJR Management)	名古屋市 Nagoya	2009	-	36	28	20	26
32	35.1	グランベリーパーク(東急モールズデベロップメント) Grandberry Park(Tokyu Malls Development)	町田市 Machida	2019	-	-	-	30	34
33	34.8	天王寺ミオ(JR西日本SC開発) TENNOJI MIO (JR West Japan Shopping Center Development Company)	大阪市 Osaka	1995	34	35	31	25	40
34	34.0	イーアスつくば(大和ハウス工業) ias TSUKUBA(DAIWA HOUSE INDUSTRY)	つくば市 Tsukuba	2008	36	39	37	21	23
35	33.8	北千住マルイ(丸井) KITASENJU MARUI(MARUI)	足立区 Adachi	2004	-	30	29	19	29
36	33.6	ルミネ立川(ルミネ) LUMINE Tachikawa(LUMINE)	立川市 Tachikawa	1982	31	33	34	22	28
37	33.4	流山おおたかの森S・C(東神開発) Nagareyama otakanomori S/C(TOSHIN DEVELOPMENT)	流山市 Nagareyama	2007	64	65	55	39	36
38	33.2	ららぽーと立川立飛(三井不動産) LaLaport TACHIKAWA-TACHIHI(Mitsui Fudosan)	立川市 Tachikawa	2015	46	47	45	32	37
39	31.0	なんばシティ(南海電気鉄道) NAMBA CITY(Nankai Electric Railway)	大阪市 Osaka	1978	39	43	41	42	58
40	30.9	ららぽーと湘南平塚(三井不動産) LaLaport SHONAN-HIRATSUKA(Mitsui Fudosan)	平塚市 Hiratsuka	2016	44	48	44	28	32
41	30.8	三井アウトレットパーク入間(三井不動産) MITSUI OUTLET PARK IRUMA(Mitsui Fudosan)	入間市 Iruma	2008	35	37	36	26	32
42	30.0	ららぽーと沼津(三井不動産) LaLaport NUMAZU(Mitsui Fudosan)	沼津市 Numazu	2019	-	-	-	33	41
43	29.5	三井アウトレットパーク滋賀竜王(三井不動産) MITSUI OUTLET PARK SHIGA-RYUO(Mitsui Fudosan)	滋賀県 Shiga	2010	33	40	39	28	37
44	29.1	エミフルMASAKI(フジ除く)(フジ・リテイリング) emiful MASAKI(FUJI RETARING)	愛媛県 Ehime	2008	49	55	50	38	43
45	29.1	阪急三番街(阪急阪神ビルマネジメント) HANKYU SANBAN GAI(HankyuHanshin Building Management)	大阪市 Osaka	1969	38	38	38	45	69
46	29.0	ルミネ横浜(ルミネ) LUMINE Yokohama(LUMINE)	横浜市 Yokohama	1980	40	44	47	47	45
47	28.8	酒々井プレミアム・アウトレット(三菱地所・サイモン) SHISUI PREMIUM OUTLETS(MITSUBISHI ESTATE・SIMON)	千葉県 Chiba	2013	56	49	46	-	44
48	28.6	サンシャインシティ・アルパ(サンシャインシティ) Sunshine City alpa(Sunshine City)	豊島区 Toshima	1978	50	42	43	-	80
49	28.6	東京ミッドタウン(東京ミッドタウンマネジメント) TOKYO MIDTOWN(Tokyo Midtown Management)	港区 Minato	2007	46	51	52	55	53
50	27.8	ルミネ北千住(ルミネ) LUMINE Kitasenju(LUMINE)	足立区 Adachi	1985	42	45	48	41	48

▶ 織研新聞社「22年度SC売上高ランキング(織研新聞 2023年8月8日付)」より作成。

<https://senken.co.jp/>

注: 「-」は、開業前あるいはその年の調査結果がないためにランキングされていないことを示す。

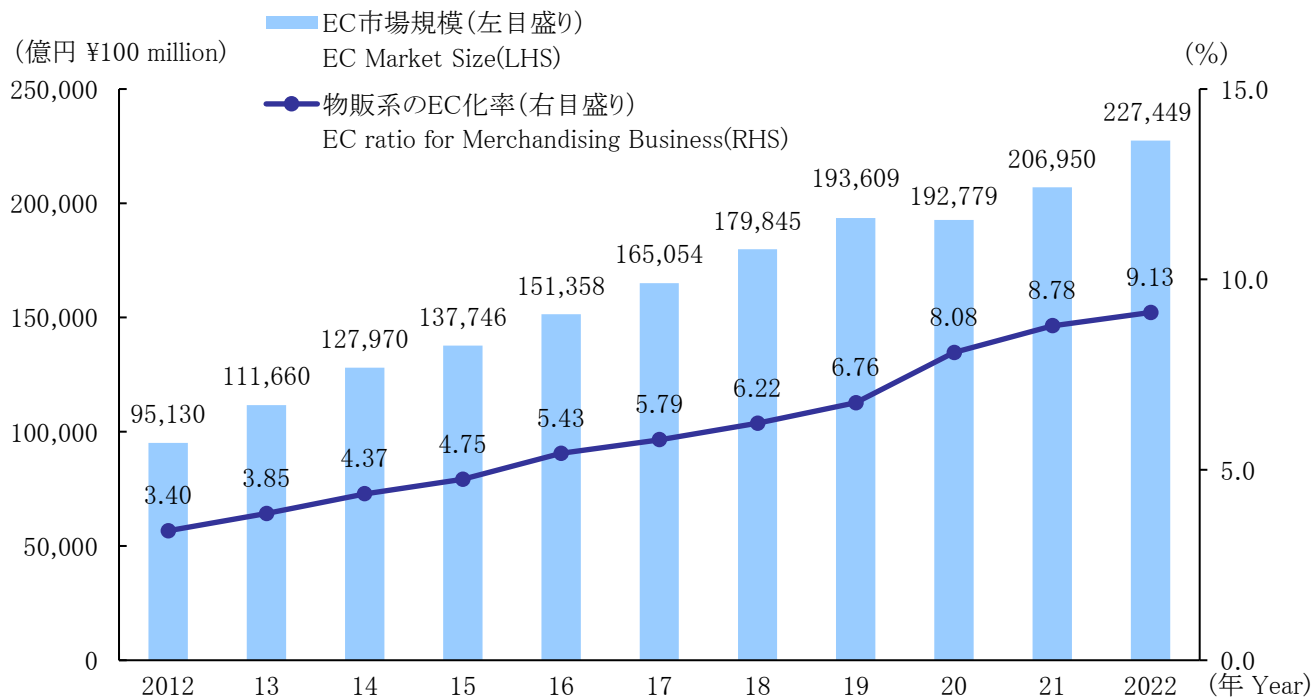
Prepared based on "Shopping Center Sales Ranking 2022(8 Aug, 2023)" by Senken Shinbun.

Note: "-" indicates that there are no ranking results, either because it was not open for business or because there are no survey results for that year.

(4) 電子商取引 Electronic Commerce

① 日本の B to C-EC 市場規模

B to C-EC Market Size in Japan



▶ 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」より作成。

注： (1) EC市場規模は、物販、サービス、デジタルの合計。

(2) EC化率は物販分野のみを対象としたもの。

Prepared based on “E-commerce Market Survey 2022” by Ministry of Economy, Trade and Industry.

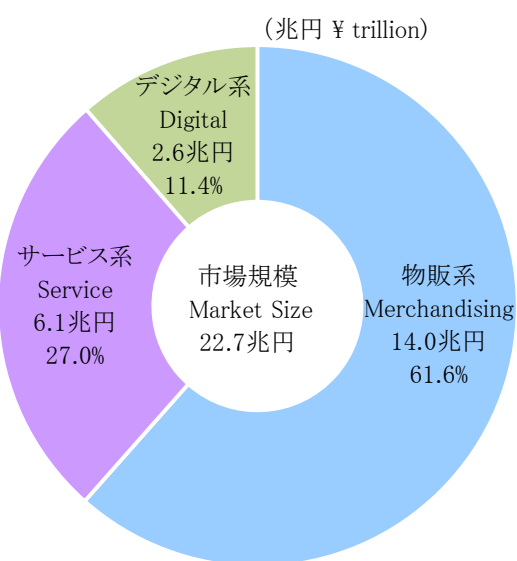
Notes: (1) EC market size is the amount of “merchandising”, “service”, “digital”.

(2) EC ratio refers only to merchandising business.

② B to C-EC 市場における各分野の構成比率

Share of Industry Type in B to C-EC Market

	2021年	2022年	伸び率 y-o-y change
物販系分野 Merchandising	13兆2,865億円 (EC化率 8.78%)	13兆9,997億円 (EC化率 9.13%)	5.37%
サービス系分野 Service	4兆6,424億円	6兆1,477億円	32.43%
デジタル系分野 Digital	2兆7,661億円	2兆5,974億円	-6.10%
合計 Total	20兆6,950億円	22兆7,449億円	9.91%

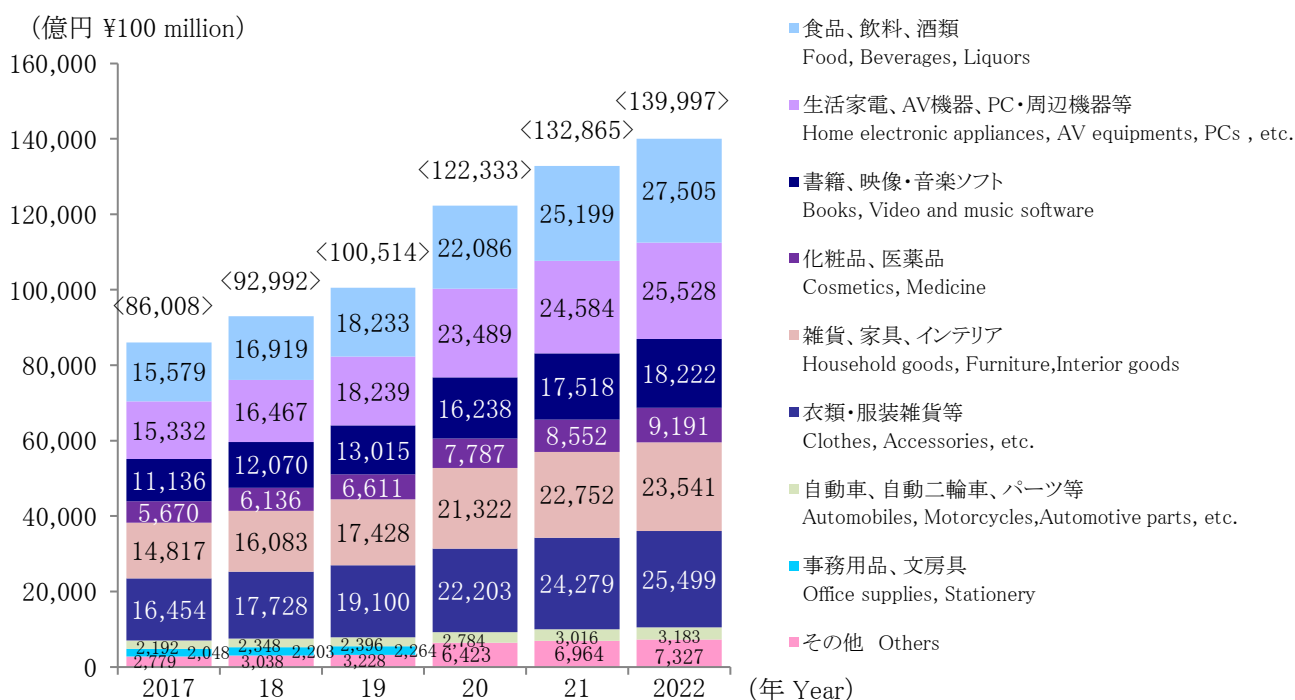


▶ 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」より作成。

Prepared based on “E-commerce Market Survey 2022” by Ministry of Economy, Trade and Industry.

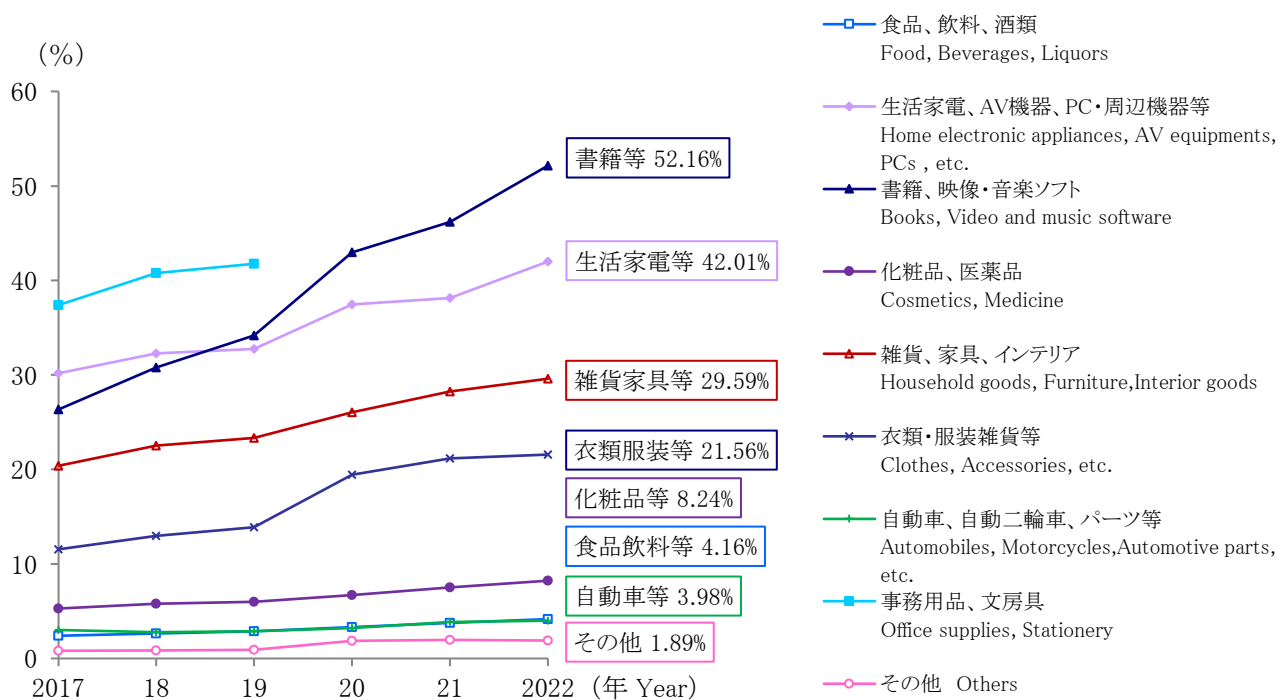
③ B to C-EC 市場における物販系分野の内訳

Breakdown of Merchandising Market by Item Category in B to C-EC Market



④ B to C-EC 市場における物販系分野の EC 化率

EC Ratio by Merchandising Item Category in B to C-EC Market



▶ 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」より作成。

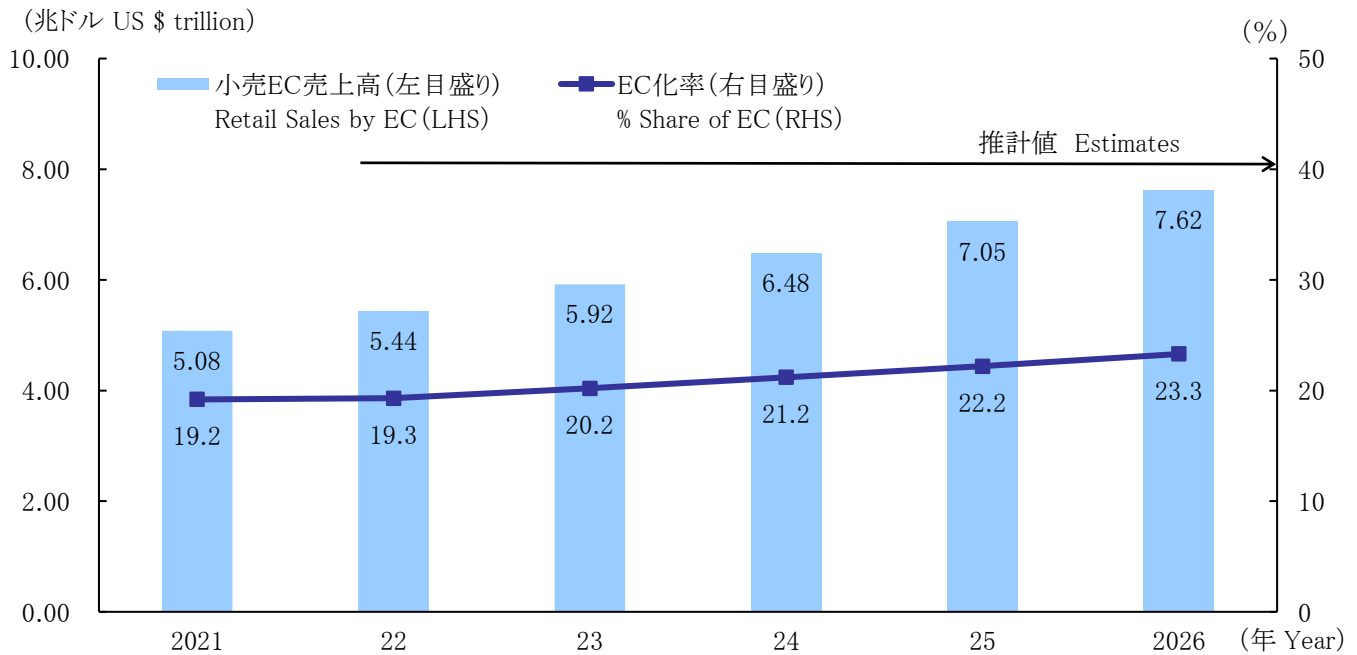
注：事務用品、文房具のデータは2020年から未公表。

Prepared based on “E-commerce Market Survey 2022” by Ministry of Economy, Trade and Industry.

Note: No data is available for Office Supplies and Stationery from 2020.

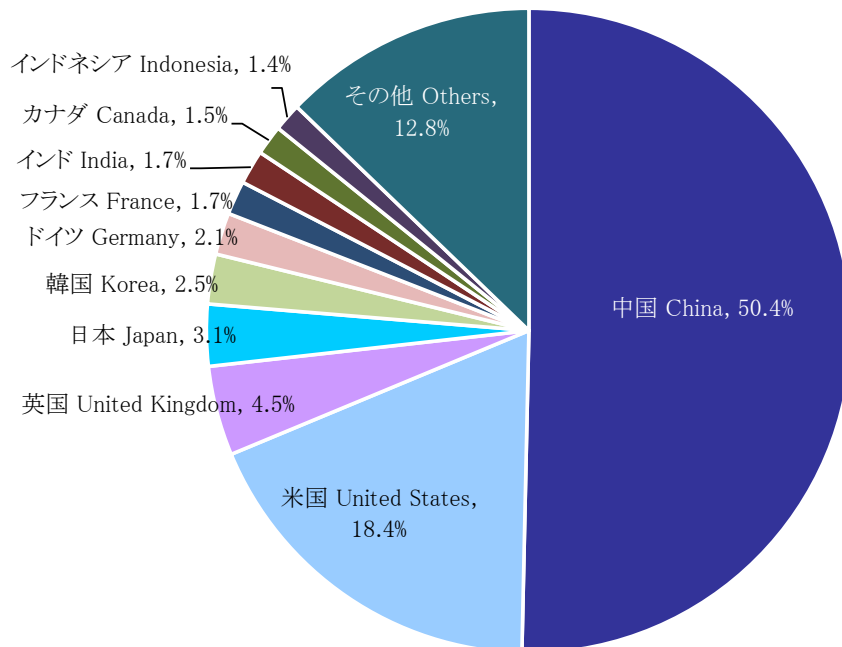
⑤ 世界の B to C 電子商取引市場規模

Global B to C-EC Market Size



⑥ 国別 EC 市場シェア

EC Market Share by Country



▶ 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」より作成。

Prepared based on “E-commerce Market Survey 2022” by Ministry of Economy, Trade and Industry.

⑦ 日本、米国、中国3カ国間の越境 EC 市場規模

Cross-Border Electronic Commerce Market Size among Japan, US and China

(単位: 億円 ¥100 million)
(対前年比 Changes from the previous year)

国 (消費国) Country(Consuming Countries)	日本からの購入額 Purchases from Japan	米国からの購入額 Purchases from US	中国からの購入額 Purchases from China	合計 Total
日本 Japan		3,561	392	3,954
		+5.9%	+7.3%	+6.1%
米国 United States	13,056		9,055	22,111
	+6.8%		+10.6%	+8.3%
中国 China	22,569	27,499		50,068
	+5.6%	+6.7%		+6.2%
合計 Total	35,625	31,060	9,447	76,133
	+6.0%	+6.6%	+10.5%	+6.8%

▶ 経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査」より作成。

Prepared based on “E-commerce Market Survey 2022” by Ministry of Economy, Trade and Industry.