



「100店調査
(東京23区大型施設の集客動向)」

～2024年の来館者数ランキング～

株式会社ゼン・ランド
2025年2月28日

Contents

- 01 | 100店調査の概要
- 02 | 2024年の集客動向（対前年の増減）
- 03 | 2025年の見通し

100店調査の概要

100店調査の概要

東京23区内大型施設の集客ランキング（2024年）

～大型施設100店（百貨店・都心大型・郊外型SC・駅ビル・GMS・家電店・HC）の国内来館者数
※人流データ対前年増減 データ提供元；技研商事インターナショナル

- 集客増加は65店、減少は35店
- トップ10は百貨店・都心大型・駅ビルがランクイン、ワースト10には郊外型SC・GMS・HCも
- 世代別では20代30代が落ち込んだ施設が多く、40代50代は郊外型SC・GMSの減少が多い
- 都心立地はインバウンドの上乗せもあって好調、住宅地立地はインフレでやや悪化か



100店調査の概要

全100店一覧(1～50)

番号	施設名	規模	業態
1	大丸東京店	A	百貨店
2	阪急メンズ東京	B	百貨店
3	有楽町マルイ	C	百貨店
4	日本橋三越	A	百貨店
5	日本橋高島屋	A	百貨店
6	銀座三越	B	百貨店
7	松屋銀座	C	百貨店
8	京王百貨店	A	百貨店
9	新宿マルイ本館	D	百貨店
10	伊勢丹新宿店	A	百貨店
11	松屋浅草・エキミセ	D	百貨店
12	上野マルイ	D	百貨店
13	上野松坂屋・バルコヤ上野	C	百貨店
14	錦糸町マルイ	C	百貨店
15	玉川高島屋・SC	A	百貨店
16	西武渋谷店	A	百貨店
17	新宿高島屋・タイムズスクエア	A	百貨店
18	中野マルイ	E	百貨店
19	西武池袋本店	A	百貨店
20	東武百貨店	A	百貨店
21	北千住マルイ	B	百貨店
22	ルミネ有楽町	D	都心大型
23	東京ミッドタウン日比谷	E	都心大型
24	丸の内オアゾ	E	都心大型
25	丸ビル	D	都心大型

番号	施設名	規模	業態
26	新丸ビル	D	都心大型
27	コレド室町123	D	都心大型
28	コレド日本橋	D	都心大型
29	GINZASIX	B	都心大型
30	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型
31	東急プラザ銀座	C	都心大型
32	六本木ヒルズ	C	都心大型
33	東京ミッドタウン	D	都心大型
34	小田急ハルク	C	都心大型
35	アルカキット錦糸町	B	都心大型
36	オリナス	B	都心大型
37	錦糸町パルコ	C	都心大型
38	二子玉川ライズ	A	都心大型
39	表参道ヒルズ	E	都心大型
40	渋谷パルコ	D	都心大型
41	渋谷スクランブルスクエア	C	都心大型
42	恵比寿ガーデンプレイス	D	都心大型
43	渋谷ヒカリエ	D	都心大型
44	池袋サンシャインシティ	A	都心大型
45	池袋パルコ本館	C	都心大型
46	アクアシティお台場&デックス東京ビーチ	B	郊外型SC
47	東京ソラマチ	B	郊外型SC
48	アリオ北砂	B	郊外型SC
49	スナモ	B	郊外型SC
50	ダイバーシティ東京プラザ	C	郊外型SC

※規模；小売面積 A；4万㎡超、B；3万㎡台、C；2万㎡台、D；1万㎡台、E；1万㎡未満

100店調査の概要

全100店一覧(51~100)

番号	施設名	規模	業態
51	トレピックプラザ	B	郊外型SC
52	ららぽーと豊洲	A	郊外型SC
53	有明ガーデン	B	郊外型SC
54	イオン品川シーサイド	B	郊外型SC
55	アリオ亀有	A	郊外型SC
56	イオン板橋SC	C	郊外型SC
57	光が丘IMA	B	郊外型SC
58	アリオ西新井	B	郊外型SC
59	アリオ葛西	C	郊外型SC
60	新宿ルミネ1	E	駅ビル
61	新宿ルミネ2・ルミネエスト新宿	C	駅ビル
62	錦糸町駅南口ビル(テルミナ)	D	駅ビル
63	アトレ大井町	E	駅ビル
64	グランデュオ蒲田	B	駅ビル
65	渋谷マークシティ	D	駅ビル
66	アトレ恵比寿(本館西館)	D	駅ビル
67	ルミネ荻窪店	B	駅ビル
68	ルミネ北千住	D	駅ビル
69	イトーヨーカドー曳舟店	D	GMS
70	オリンピック墨田文花店	E	GMS
71	イオン東雲店	D	GMS
72	イトーヨーカドー木場店	C	GMS
73	ダイエー東大島店	E	GMS
74	イトーヨーカドー大井町店	D	GMS
75	イオンスタイル碑文谷	D	GMS

番号	施設名	規模	業態
76	MEGAドン・キホーテ大森山王店	D	GMS
77	SEIYU大森店	D	GMS
78	イトーヨーカドー大森店	D	GMS
79	イトーヨーカドー亀有駅前店	D	GMS
80	イトーヨーカドー赤羽店	D	GMS
81	イオンスタイル板橋前野町	D	GMS
82	ダイエー西台店食品館	D	GMS
83	SEIYUリヴィンオズ大泉店	D	GMS
84	イオン西新井店	D	GMS
85	イトーヨーカドー綾瀬店	E	GMS
86	イトーヨーカドー四つ木店	D	GMS
87	イオン葛西店	D	GMS
88	ドン・キホーテラパーク瑞江店	E	GMS
89	ヨドバシ秋葉	B	家電
90	ビックカメラ有楽町店	D	家電
91	ビックカメラ新宿東口店(ビックロ)	C	家電
92	ヤマダデンキIDC大塚新宿ショールーム	D	家電
93	ヤマダデンキ品川大井町	D	家電
94	ヤマダデンキ池袋	D	家電
95	スーパービバホーム豊洲店	C	HC
96	ホームセンターコーナン本羽田荻中店	D	HC
97	ホームセンターコーナン王子船堀店	D	HC
98	島忠ホームズ北赤羽店	D	HC
99	ホームセンターコーナンドイト西新井店	D	HC
100	島忠ホームズ葛西店	C	HC

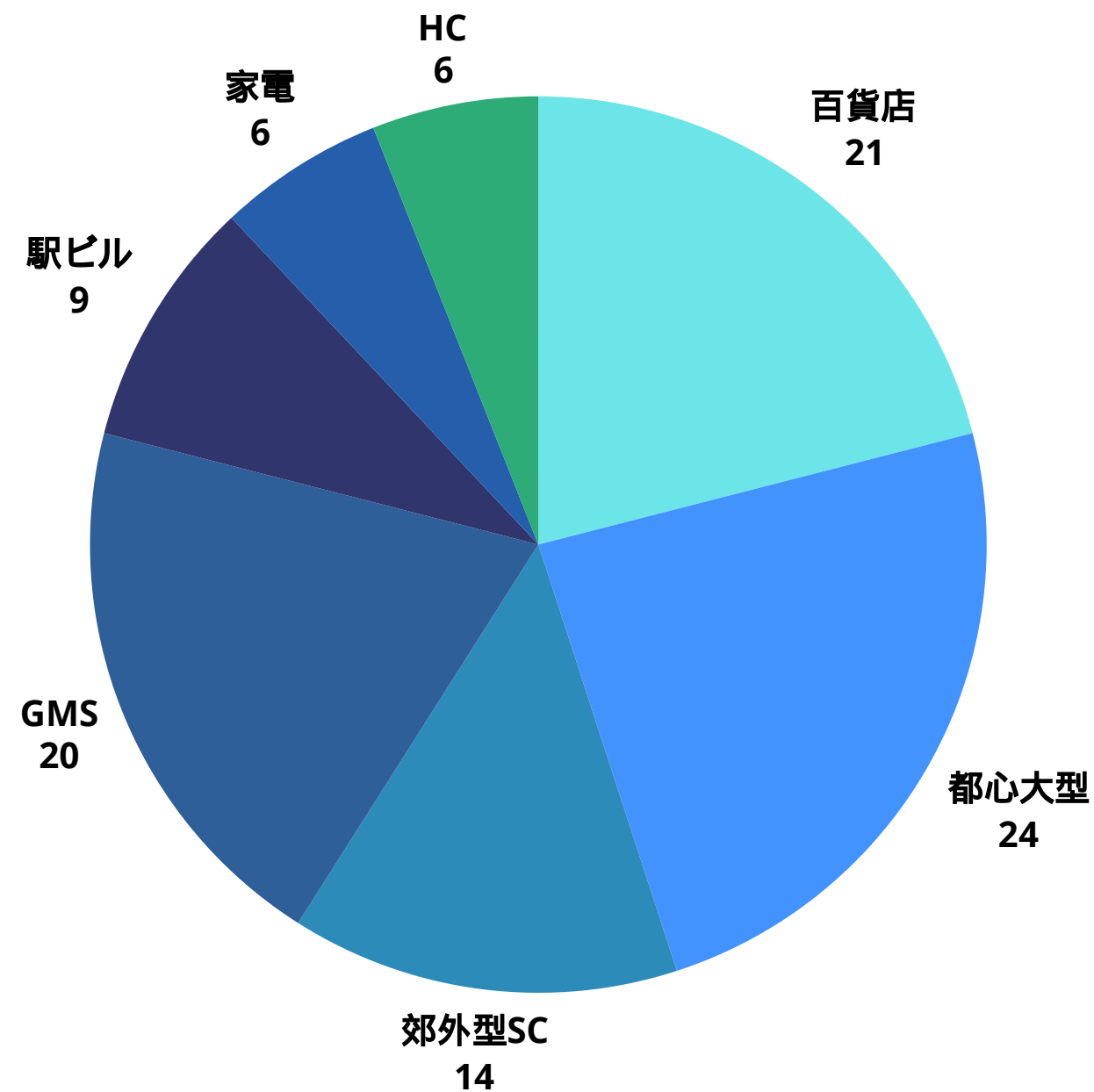
※規模；小売面積 A；4万㎡超、B；3万㎡台、C；2万㎡台、D；1万㎡台、E；1万㎡未満

100店調査の概要

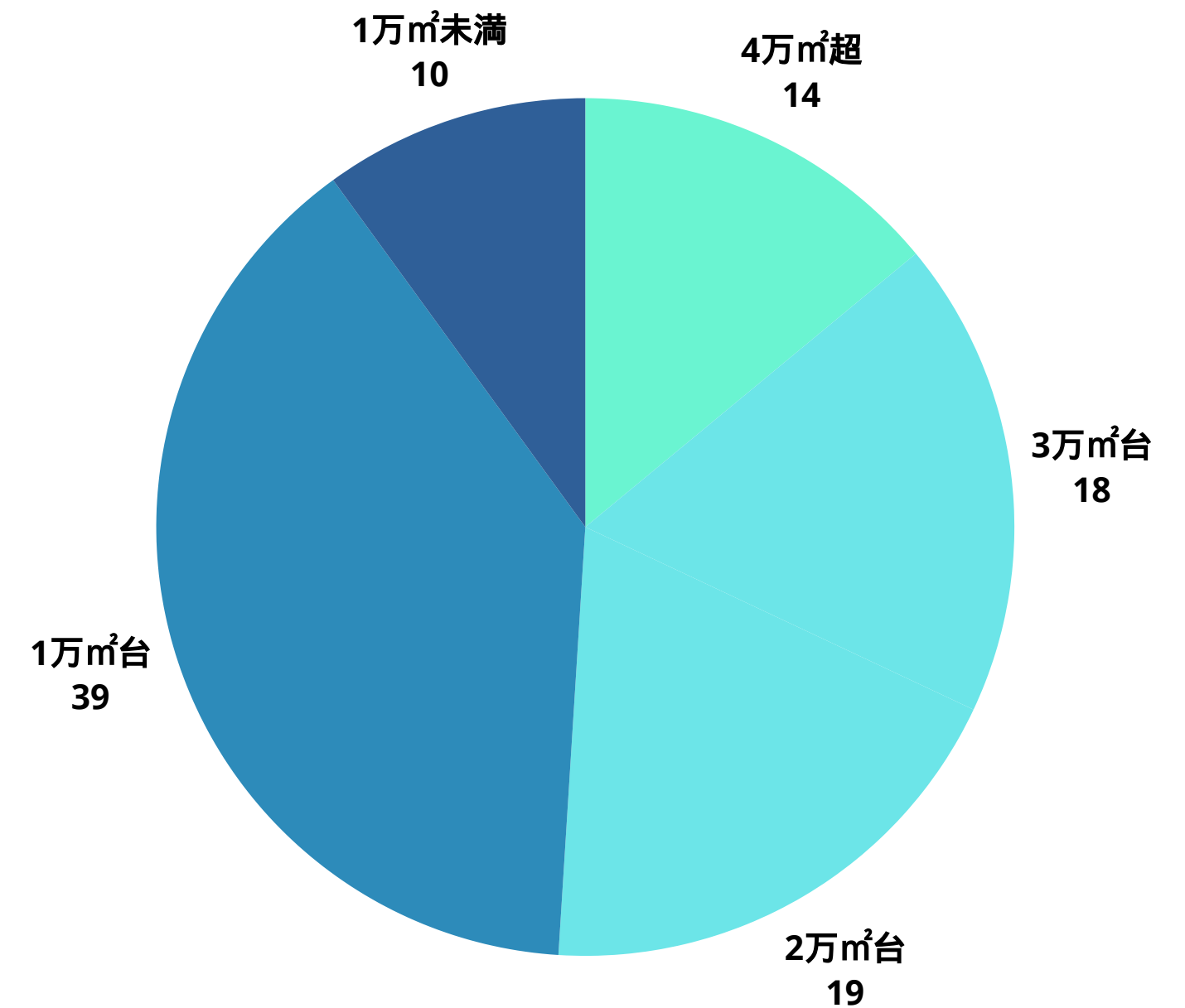
100店の構成

業態別では百貨店&それ以外の都心大型施設で45店、GMS（総合スーパー）が20店、その他が35店の構成。
規模別では小売面積2万㎡以上が過半の51店、1万㎡台が39店、1万㎡未満も10店を含む。

100店の構成(業態別)



100店の構成(小売面積規模別)



2024年の集客動向 (対前年の増減)

2024年の集客動向（対前年の増減）

（1）集客動向のランキング（来館者人流の対前年増減） トップ10&ワースト10

人流総数（近隣居住者・近隣勤務者・遠方の来街者の合計）で見ると、駅ビルの「新宿ルミネ2・ルミネエスト」がトップで、これを小売面積当りの密度で見ると百貨店の「中野マルイ」がトップとなった。次いで都心大型施設の「東京ミッドタウン」の増加が大きい。ワースト（100位）は2024年期中に大規模改装で営業フロアを縮小した「西武池袋本店」となった。

○人流増加ランキング（人流総数；居住者・勤務者・来街者合計）

単位；人/日

順位	施設名	規模	業態	増減（総数）
1	新宿ルミネ2・ルミネエスト新宿	C	駅ビル	11441
2	東京ミッドタウン	D	都心大型	10660
3	イオン品川シーサイド	B	郊外型SC	9499
4	恵比寿ガーデンプレイス	D	都心大型	9111
5	東武百貨店	A	百貨店	8520
6	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	8335
7	新宿高島屋・タイムズスクエア	A	百貨店	7454
8	池袋サンシャインシティ	A	都心大型	7175
9	錦糸町駅南口ビル（テルミナ）	D	駅ビル	6815
10	玉川高島屋・SC	A	百貨店	6251
～				
91	島忠ホームズ葛西店	C	HC	-2575
92	丸ビル	D	都心大型	-4144
93	ルミネ荻窪店	B	駅ビル	-4339
94	ダイエー東大島店	E	GMS	-5329
95	イトーヨーカドー赤羽店	D	GMS	-5334
96	日本橋三越	A	百貨店	-5428
97	アリオ亀有	A	郊外型SC	-5547
98	オリエント	B	都心大型	-5641
99	伊勢丹新宿店	A	百貨店	-6412
100	西武池袋本店	A	百貨店	-25848

順位	施設名	規模	業態	増減（10㎡当り）
1	中野マルイ	E	百貨店	6.8
2	錦糸町駅南口ビル（テルミナ）	D	駅ビル	6.0
3	東京ミッドタウン	D	都心大型	5.9
4	新宿ルミネ1	E	駅ビル	5.7
5	新丸ビル	D	都心大型	5.4
6	恵比寿ガーデンプレイス	D	都心大型	4.6
7	ビックカメラ有楽町店	D	家電	4.5
8	新宿ルミネ2・ルミネエスト新宿	C	駅ビル	4.4
9	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	3.8
10	新宿マルイ本館	D	百貨店	3.7
～				
91	伊勢丹新宿店	A	百貨店	-1.1
92	アリオ亀有	A	郊外型SC	-1.3
93	ルミネ荻窪店	B	駅ビル	-1.4
94	イオン東雲店	D	GMS	-1.5
95	オリエント	B	都心大型	-1.8
96	イオンスタイル碑文谷	D	GMS	-1.9
97	イトーヨーカドー赤羽店	D	GMS	-2.9
98	丸ビル	D	都心大型	-3.9
99	西武池袋本店	A	百貨店	-4.1
100	ダイエー東大島店	E	GMS	-5.5

2024年の集客動向（対前年の増減）

（1）集客動向のランキング（来館者人流の対前年増減） トップ10&ワースト10

人流のうち、大型施設の吸引力を示す来街者数のみで見ると、トップは同じく「新宿ルミネ2・ルミネエスト」で、池袋の「サンシャインシティ」や「東武百貨店」がこれに続いた。

面積当りの密度では「錦糸町駅テルミナ」、「中野マルイ」、「アトレ大井町」などJR山手線外側のエリアも上位にワースト10を見ると、郊外型SCのランクインが目立ち、広域の集客力がやや落ち込んでいる。

○人流増加ランキング（来街者のみ）

単位；人/日

順位	施設名	規模	業態	増減（総数）
1	新宿ルミネ2・ルミネエスト新宿	C	駅ビル	12668
2	池袋サンシャインシティ	A	都心大型	9270
3	東武百貨店	A	百貨店	9063
4	京王百貨店	A	百貨店	7387
5	新宿高島屋・タイムズスクエア	A	百貨店	6274
6	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	5209
7	渋谷ヒカリエ	D	都心大型	5173
8	錦糸町駅南口ビル（テルミナ）	D	駅ビル	4876
9	恵比寿ガーデンプレイス	D	都心大型	4536
10	コレド室町123	D	都心大型	3590
～				
91		D	GMS	-931
92	銀座三越	B	百貨店	-1165
93	ダイエー東大島店	E	GMS	-1220
94	トレピックプラザ	B	郊外型SC	-1309
95	ららぽーと豊洲	A	郊外型SC	-1457
96	オリナス	B	都心大型	-1789
97	アリオ亀有	A	郊外型SC	-1868
98	二子玉川ライズ	A	都心大型	-1953
99	アリオ西新井	B	郊外型SC	-2383
100	西武池袋本店	A	百貨店	-15560

順位	施設名	規模	業態	増減（10㎡当り）
1	新宿ルミネ2・ルミネエスト新宿	C	駅ビル	4.9
2	錦糸町駅南口ビル（テルミナ）	D	駅ビル	4.3
3	中野マルイ	E	百貨店	3.4
4	新宿ルミネ1	E	駅ビル	3.3
5	アトレ大井町	E	駅ビル	3.3
6	SEIYU大森店	D	GMS	3.0
7	渋谷ヒカリエ	D	都心大型	2.9
8	コレド室町123	D	都心大型	2.8
9	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	2.3
10	ビックカメラ有楽町店	D	家電	2.3
～				
91	二子玉川ライズ	A	都心大型	-0.4
92	アリオ亀有	A	郊外型SC	-0.4
93	イオンスタイル碑文谷	D	GMS	-0.5
94	ホームセンターコーナン本羽田荻中店	D	HC	-0.5
95	丸ビル	D	都心大型	-0.5
96	イオン東雲店	D	GMS	-0.6
97	オリナス	B	都心大型	-0.6
98	アリオ西新井	B	郊外型SC	-0.8
99	ダイエー東大島店	E	GMS	-1.3
100	西武池袋本店	A	百貨店	-2.5

2024年の集客動向（対前年の増減）

（2）世代別のランキング（来館者人流の年齢別対前年増減率） トップ10&ワースト10

人流動向を世代別に見ると、20代では「玉川高島屋・玉川高島屋SC」が前年比3倍増でトップ、これに「中野マルイ」、西友の「大森店」と「リヴィンオズ大泉店」、「スーパービバホーム豊洲店」が倍増以上で続いた。

30代ではイオンの「碑文谷」、イトーヨーカドーの「曳舟店」と「綾瀬店」のGMSがトップ3を占めたが、一方でワースト3のうち2店がGMSとなっており、同じ業態での明暗が対照的な結果となっている。

○20代

増加57店、減少43店

○30代

増加53店、減少47店

順位	施設G	面積	業態	増減率
1	玉川高島屋・SC	A	百貨店	202.8%
2	中野マルイ	E	百貨店	176.0%
3	SEIYU大森店	D	GMS	167.5%
4	スーパービバホーム豊洲店	C	HC	161.2%
5	SEIYUリヴィンオズ大泉店	D	GMS	129.1%
6	表参道ヒルズ	E	都心大型	94.1%
7	オリンピック墨田文花店	E	GMS	89.8%
8	新宿マルイ本館	D	百貨店	85.8%
9	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	80.2%
10	イオンスタイル板橋前野町	D	GMS	78.5%
～				
91	丸ビル	D	都心大型	-35.4%
92	島忠ホームズ葛西店	C	HC	-37.7%
93	トレピックプラザ	B	郊外型SC	-41.5%
94	阪急メンズ東京	B	百貨店	-44.1%
95	ダイエー東大島店	E	GMS	-47.3%
96	コレド日本橋	D	都心大型	-51.3%
97	イトーヨーカドー赤羽店	D	GMS	-52.8%
98	ホームセンターコーナンドイト西新井店	D	HC	-74.6%
99	イオンスタイル碑文谷	D	GMS	-80.1%
100	島忠ホームズ北赤羽店	D	HC	-88.6%

順位	施設G	面積	業態	増減率
1	イオンスタイル碑文谷	D	GMS	84.9%
2	イトーヨーカドー曳舟店	D	GMS	83.4%
3	イトーヨーカドー綾瀬店	E	GMS	72.8%
4	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	66.6%
5	コレド日本橋	D	都心大型	55.7%
6	新宿ルミネ1	E	駅ビル	48.3%
7	新宿マルイ本館	D	百貨店	44.7%
8	イオン葛西店	D	GMS	40.4%
9	イトーヨーカドー大森店	D	GMS	39.2%
10	東急プラザ銀座	C	都心大型	38.4%
～				
91	ホームセンターコーナン本羽田荻中店	D	HC	-23.7%
92	イトーヨーカドー赤羽店	D	GMS	-25.3%
93	ルミネ荻窪店	B	駅ビル	-29.9%
94	イトーヨーカドー四つ木店	D	GMS	-30.3%
95	ヤマダデンキ品川大井町	D	家電	-31.8%
96	西武池袋本店	A	百貨店	-31.8%
97	イオン東雲店	D	GMS	-40.3%
98	オリンピック墨田文花店	E	GMS	-40.8%
99	表参道ヒルズ	E	都心大型	-43.9%
100	ダイエー東大島店	E	GMS	-56.6%

2024年の集客動向（対前年の増減）

（2）世代別のランキング（来館者人流の年齢別対前年増減率） トップ10&ワースト10

ミドル世代の40代と50代は1位が「マロニエゲート銀座2 & 3」、3位が「ビックカメラ有楽町店」である点が共通しているが、40代ではHCの「コーナンドイト西新井店」と「コーナン王子船堀店」がトップ5にランクインしている。ワースト10を見ると20代30代の若い世代ほど大きく落ち込んだ施設はなく、多くても20%台の減少にとどまっており、業態別で40代はGMS、50代は郊外型SCが多い。

○40代

増加60店、減少40店

順位	施設G	面積	業態	増減率
1	マロニエゲート銀座2 & 3	C	都心大型	84.8%
2	阪急メンズ東京	B	百貨店	66.0%
3	ビックカメラ有楽町店	D	家電	55.4%
4	ホームセンターコーナンドイト西新井店	D	HC	48.9%
5	ホームセンターコーナン王子船堀店	D	HC	47.9%
6	表参道ヒルズ	E	都心大型	47.6%
7	ルミネ有楽町	D	都心大型	37.3%
8	中野マルイ	E	百貨店	33.8%
9	オリンピック墨田文花店	E	GMS	31.7%
10	イトーヨーカドー大井町店	D	GMS	31.1%
～				
91	ダイエー東大島店	E	GMS	-14.5%
92	MEGAドン・キホーテ大森山王店	D	GMS	-14.5%
93	イトーヨーカドー四つ木店	D	GMS	-15.2%
94	西武池袋本店	A	百貨店	-16.2%
95	イオン東雲店	D	GMS	-16.9%
96	錦糸町マルイ	C	百貨店	-17.7%
97	イトーヨーカドー亀有駅前店	D	GMS	-20.5%
98	ビックカメラ新宿東口店（ビック口）	C	家電	-21.2%
99	ホームセンターコーナン本羽田荻中店	D	HC	-21.4%
100	西武渋谷店	A	百貨店	-26.1%

○50代

増加60店、減少40店

順位	施設G	面積	業態	増減率
1	マロニエゲート銀座2 & 3	C	都心大型	74.7%
2	新丸ビル	D	都心大型	49.4%
3	ビックカメラ有楽町店	D	家電	40.0%
4	イオン西新井店	D	GMS	36.3%
5	丸の内オアゾ	E	都心大型	32.3%
6	オリンピック墨田文花店	E	GMS	31.9%
7	ダイエー東大島店	E	GMS	31.6%
8	ヤマダデンキ品川大井町	D	家電	30.9%
9	阪急メンズ東京	B	百貨店	25.4%
10	池袋パルコ本館	C	都心大型	24.6%
～				
91	トレビックプラザ	B	郊外型SC	-13.2%
92	スナモ	B	郊外型SC	-13.8%
93	玉川高島屋・SC	A	百貨店	-14.3%
94	アリオ西新井	B	郊外型SC	-14.6%
95	イトーヨーカドー木場店	C	GMS	-15.1%
96	東京ミッドタウン日比谷	E	都心大型	-16.4%
97	ドン・キホーテラパーク瑞江店	E	GMS	-16.8%
98	中野マルイ	E	百貨店	-17.1%
99	イオン葛西店	D	GMS	-18.7%
100	アクアシティお台場&デックス東京ビーチ	B	郊外型SC	-20.0%

2024年の集客動向（対前年の増減）

（2）世代別のランキング（来館者人流の年齢別対前年増減率） トップ10&ワースト10

シニア世代の60代と70代以上では、家具と家電の複合店である「ヤマダデンキIDC大塚新宿ショールーム」がトップ10にランクインしている点が特徴的である。

ワースト（100位）はともに「イトーヨーカドー亀有店」で共通しており、この他にも70代以上ではGMSがワースト10内に多数ランクインしている。

○60代

増加63店、減少37店

順位	施設G	面積	業態	増減率
1	ヤマダデンキIDC大塚新宿ショールーム	D	家電	80.2%
2	島忠ホームズ北赤羽店	D	HC	70.1%
3	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	69.2%
4	中野マルイ	E	百貨店	50.0%
5	イトーヨーカドー四つ木店	D	GMS	48.6%
6	コレド日本橋	D	都心大型	45.4%
7	丸の内オアゾ	E	都心大型	45.2%
8	新宿マルイ本館	D	百貨店	36.1%
9	有楽町マルイ	C	百貨店	27.5%
10	SEIYUリヴィンオズ大泉店	D	GMS	26.7%
～				
91	東急プラザ銀座	C	都心大型	-9.4%
92	二子玉川ライズ	A	都心大型	-10.2%
93	トレピックプラザ	B	郊外型SC	-11.1%
94	ららぽーと豊洲	A	郊外型SC	-13.0%
95	西武池袋本店	A	百貨店	-14.3%
96	西武渋谷店	A	百貨店	-14.3%
97	小田急ハルク	C	都心大型	-14.7%
98	ヨドバシ秋葉	B	家電	-18.0%
99	渋谷マークシティ	D	駅ビル	-18.4%
100	イトーヨーカドー亀有駅前店	D	GMS	-19.2%

○70代以上

増加56店、減少44店

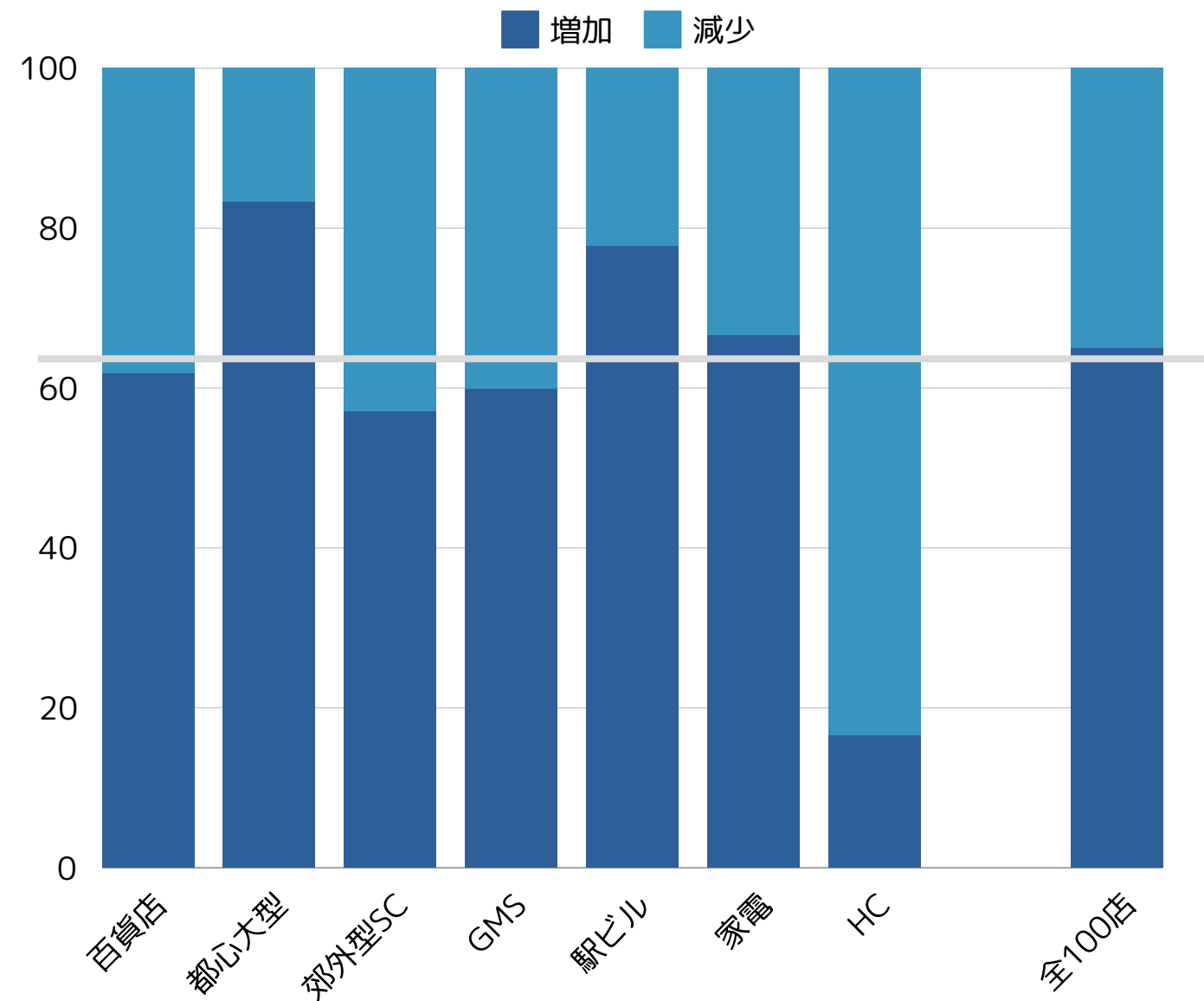
順位	施設G	面積	業態	増減率
1	マロニエゲート銀座2&3	C	都心大型	82.5%
2	コレド日本橋	D	都心大型	65.7%
3	ヤマダデンキ品川大井町	D	家電	41.6%
4	新宿マルイ本館	D	百貨店	40.3%
5	ホームセンターコーナンドイト西新井店	D	HC	36.7%
6	ビックカメラ新宿東口店（ビックロ）	C	家電	36.6%
7	ヤマダデンキIDC大塚新宿ショールーム	D	家電	32.1%
8	新宿高島屋・タイムズスクエア	A	百貨店	25.7%
9	ドン・キホーテラパーク瑞江店	E	GMS	21.0%
10	中野マルイ	E	百貨店	20.9%
～				
91	イトーヨーカドー四つ木店	D	GMS	-9.8%
92	イオン西新井店	D	GMS	-9.8%
93	イオン東雲店	D	GMS	-12.8%
94	池袋パルコ本館	C	都心大型	-14.0%
95	西武池袋本店	A	百貨店	-16.1%
96	オリナス	B	都心大型	-17.9%
97	表参道ヒルズ	E	都心大型	-19.2%
98	渋谷マークシティ	D	駅ビル	-21.0%
99	SEIYU大森店	D	GMS	-23.7%
100	イトーヨーカドー亀有駅前店	D	GMS	-38.6%

2024年の集客動向（対前年の増減）

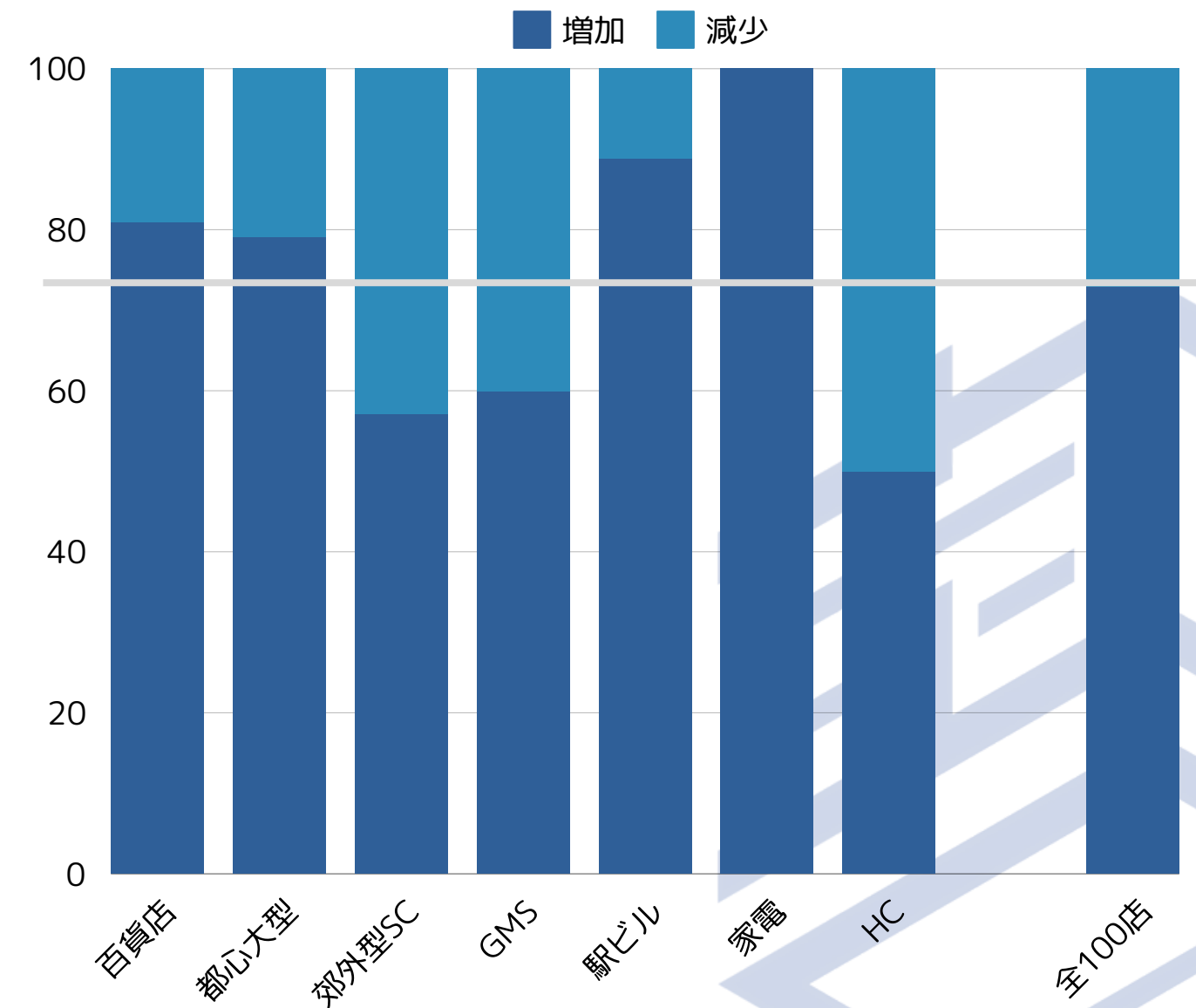
（3）集客動向の総括

- ①集客数は100店のうち65店が増加、35店が減少となっており、コロナ禍後の回復トレンドに明暗が生じている。
- ②来街者のみならず増加となった大型施設は73店であり、近隣客（居住者や勤務者）の集客力が落ちている。
- ③世代別では若年層（20代30代）が減少している施設が相対的に多い。
- ④業態別では郊外型SC、GMS、HCで減少となった施設が多い。

増減別施設数の内訳（人流総数）



増減別施設数の内訳（来街者のみ）



2025年の見通し

2025年の見通し

(1) インバウンド需要の急増と百貨店・都心大型店

本調査では国内客の来店動向を見てきたが、外国人客の流入は急増を続けており、2024年の訪日外国人数は全国で約3687万人（前年比53%増）となり、過去最高となった。

その消費額は約8.1兆円と巨額の推計値となっているが、東京都内では3兆円前後に相当するとみられる東京23区の大型施設のうち、特に百貨店や都心大型施設ではこれらのインバウンド需要が大きく上乗せされると想定される。

百貨店で国内客が減少した「伊勢丹新宿店」や「日本橋三越」「日本橋高島屋」などは、2023年に年間売上を大きく伸ばした店舗であり、2024年はその勢いがやや低下しただけで集客力は依然として高く、2025年もインバウンド需要の取り込みも含め、好業績が続くと思われる。

百貨店以外の都心大型施設も8割が国内客の増加となっており、百貨店と同じエリアに立地する主要6区内の施設では同様にインバウンド需要の上乗せも期待できる。

これらの業態は客単価が高水準のため、人流増加による販売額（小売市場規模）拡大への影響も大きいと想定される。

2025年の見通し

(2) インフレと住宅地背景型施設の集客力

業態別の傾向として、都心型施設（百貨店及び同立地の大型施設）に比して住宅地背景型（郊外型SC、GMS、HC）で来店者数が減少している施設が相対的に多かった。

これらは食品や日用品など比較的客単価が低い商品が多く、かつ来店の高頻度な業態である。

来店客の属性としては、主力層のミドル世代やシニア世代が落ち込んだ施設が多く、その一因として、ここ数年続く消費者物価の上昇が挙げられる。

生活防衛のため購入量や来店頻度が減少しているか、もしくは本調査の対象の大型施設（1万㎡超クラス）ではなく、もっと近隣の、あるいは商品価格が安い他の中小規模の店舗（食品スーパー、ディスカウントストア等）にシフトしている可能性がある。

来店者数が減少している施設が相対的に多かったとはいえ、まだ過半の施設では人流が増えているため景況感が悪化しているとは言えないが、立地的な競合の激しさなどの影響も含め、郊外型SCやGMSの中でも2極化傾向が見られる点は今後も注視する必要がある。



【ゼン・ランド会社概要】

【株式会社ゼン・ランドとは】

株式会社ゼン・ランドは、事業領域を「商業用不動産仲介事業」に特化した、総合不動産サービスを手掛ける企業です。首都圏進出以来大幅に業績を伸ばしてきており、2022年9月期においては年間25,700㎡越（テニスコート約100面分）となっています。今後も透明で公正な取引の下、活気ある社会や新たな街文化を創出するため「場所」を通じた「新たな価値」の創造を目指します。

【株式会社ゼン・ランドの概要】

社名：株式会社ゼン・ランド

本社所在地：〒150-0043東京都渋谷区道玄坂1-17-11 ミナミビル9階

代表者：藤井 善英

設立年月日：2012年10月1日

URL：<https://zenland.jp/>



【ご注意いただきたい事項】

○著作権

本資料の著作権等は株式会社ゼン・ランド（以下、「当社」という。）に帰属しております。当社の事前の承諾なく、本資料の全部または一部を複製・転載・改変することはできません。

本資料の内容について転載・複製を行う場合は、出所（https://zenland.jp/market_report/）を明記してください。

○免責事項

本資料は、信頼できると判断した情報等を基に作成しておりますが、その正確性、推計手法等の完全性を保証するものではありません。また、本資料に掲載されている内容は、その作成時点における当社の判断を示したものであり、将来の推計等を保証するものではありません。

当社は、利用者が本資料に掲載されている情報の使用に起因して生じる結果に対して一切の責任を負わないものとします。利用者ご自身のご判断と責任においてご利用いただくようお願いいたします。

○その他

本資料の内容は、予告なしに変更または削除する場合があります。あらかじめご了承ください。