

福島商工会議所 2011～2012年 年末年始商戦アンケート調査結果

調査期間：平成23年12月17日（土）～平成24年1月3日（火）

調査対象：市内大型店（8店）及び一般小売店（6店）

調査方法：アンケート調査

年末年始商戦概要

**新年を良い年にと縁起物・高額品を中心に買い意欲は旺盛だが、
客足は大型店へ向かう傾向がより顕著であった。**

昨年は「高額商品の動きが良かった」、「安物ではなく、良い物、納得できる物を購入される」といった消費者の購入意識に変化がみられたが、今年は更に、より多くの消費者が、実用品から高額商品まで幅広く購入される状況であり、消費者の購買意欲が高かった年末年始と言えるようだ。傾向としては客足が小売店から大型店へ向いていることが昨年より顕著に表れており、一般小売店の場合、風評被害の影響が大きく響いている様子もコメントされていることから、大規模店とは異なる傾向にある。

例えば、年末ギフトの状況は、大型店では昨年比「増加」が多く、小売店の一部店舗では「増加」も見られるものの、昨年比「減少」との意見が多く、厳しい状況にあったようだ。また、年始商戦に関しても、年末の動きをそのまま引き継ぎ、売上について大型店の前年比「増加」、小売店「減少」の回答が多く、動きが大きく分かれた。

今回の年末年始商戦では、大型店、小売店共通に子供関連商品（ゲーム、衣料品）が売れなかったことや、「福島県産の食料品が不調、大変厳しい状況」とする残念なコメントが数多く寄せられた。品揃えの豊富な大型店では、これら不調な商品の売上分を他の商品の大変好調な売れ行きでカバーしたようだ。その一例として、震災後、仮設住宅に住まわれた方々が初めての冬、年越しを迎えるにあたり、「寝具や収納用品、暖房関連商品などの実用品の需要が多かった」とのコメントが見受けられる。一方、一般小売店では、風評被害のある商品を取り扱う店舗では売上「減少」をカバーできていないが、風評被害に影響されない商品を取扱ったり、商品構成・傾向を替えて対応した一部店舗では売上「増加」と、取扱商品によって、売上の好不調の差が大きくなった結果となった。

以上を総括すると、今年の年末年始商戦は全般的に概ね好調であったものの、消費者の動向は大型店へ傾向しており、集客力・商品力が共になわかない小売店では非常に厳しい状況におかれるという、明暗が分かれたスタートであったと思われる。

大型店 年末年始商戦概況

【1. 年末商戦概況】

前回調査では「増加」が0店であった売上では、今回「増加」したとの回答が6店となり、売上は増加・回復傾向にあると言える。更に、「増加した」6店中、4店で対前年比二桁を超える伸びを示している。また、「減少」と回答した2店も、減少「率」は対前年比▲1.0%未満と回答しており、大型店での2011年年末商戦の売上は前年に比べると、大変好調だった事が伺える。

客数についても、前回は「増加」と回答した店が無かったのに対し、今回は4店が「増加」と、客足も好調だったようだ。

客単価に至っては、前々回の2009年年末(7店が「減少」、「増加」が0店)をボトムに2010年は若干の回復基調、今回は全8店が「増加した」と回答しており、購買者の更なる消費意識の高まりも伺える。

歳末ギフト商品の平均価格は約3,000円と前回とほぼ同じ金額であるが、売上は7店全店で増加、しかも、内4店で+10.0%以上の増加と回答している。

これら2011年年末商戦が好調だった理由として、「放射能からの県外避難者も、帰省している」「仮設住宅に居住の方々も多く来店され、暖房用品、冬物衣料が大好評だった。」「新年は良い年にしたいという思いで、縁起物が好調」「震災でお世話になった方へのギフトが好調」などがコメントされている。

一方、好調だった歳末ギフトの中で、「生鮮、果物、凍み豆腐、漬物など地元福島県産は敬遠された」「地場の物が非常に厳しい状況だった」「福島県産以外の商品購入者が多かった」との残念なコメントも多かった。

【その他コメント】

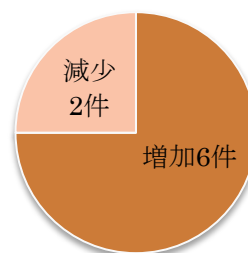
—年末商戦—

- ・寿司,オードブル,刺身のご馳走メニューが好調。
- ・普段使いよりも良いもの、高価な商品が売れた。
- ・衣料品が全般的に好調。

—ギフト—

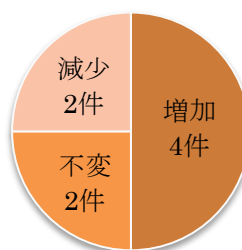
- ・「産地が明確」な商品が良く売れた。
- ・実用品を贈る傾向が強かった。
- ・アルコール類が好調だった。

大型店年末商戦 売上

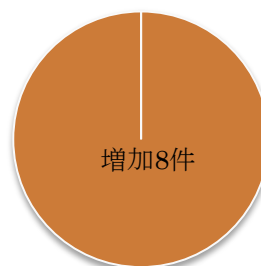


不変0件

大型店年末商戦 客数

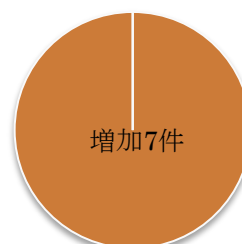


大型店年末商戦 客単価



不変0件
減少0件

大型店歳末ギフト 売上



不変0件
減少0件

【2. 年始商戦概況】

売上・客数・客単価の全てについて、「増加」の回答が多かった。売上の増加率は3.0%~14.0%で、平均では前年比+6.7%となった。また、「減少」とした店舗でも、減少率▲3.0%以内に留まっており、年始商戦としては好調だった事が伺える。

その好調な要因は、年末商戦の好調をそのまま引き継いだようだ。具体的には、「婦人・服飾雑貨中心に好調」「お土産が良く売れた。」「男性衣類も好調」「高額商品が売れた」など、売れ筋商品の幅も広がりを見せている。また、「開店前の並ばれたお客様が前年比+10.0%以上」「集客イベントについては例年以上の盛り上がり」「帰省客が例年以上に多かった」など、客数も増加しており、購買意欲の強さが表れているコメントも多く寄せられた。

一方、福袋に関しては売上を「増加」が2店、「不変」が3店、「減少」が2店となった。好調だった商品は「装飾雑貨、レディース衣料」で、「お酒」の福袋が前年比200.0%という店舗もあったが、「食品・生活用品は売れなかった。」「子供関連が不振」と全般的に福袋は「前年並み」の様子であった。

残念ながら、今年の年始商戦においても年末商戦と同様、「福島県産のお土産が不調だが、それ以外の食料品については好調」のコメントもみられ、県産商品の放射能汚染への不安が足を引っ張っている。

【その他コメント】

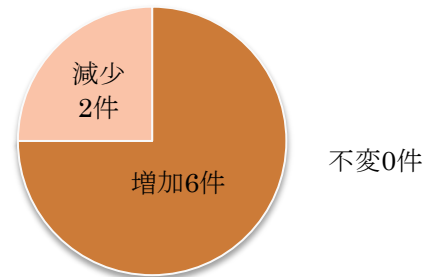
—年始商戦—

- ・ファッション店を中心に客数が伸びた。
- ・魚、肉、食料品が大変好調。
- ・寿司、刺身などのご馳走品も好調。
- ・寝具、ダイニング関連なども好調。
- ・企画で組んだ商品が良く売れた。

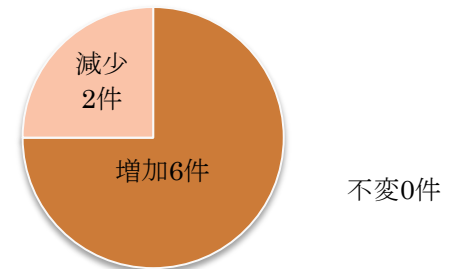
—福袋—

- ・人気ファッション店の福袋は10分で完売した。
- ・紳士・服飾関連が伸びた。
- ・年々福袋は売上下降。
- ・「選べる福袋」としたが、あまり売れなかった。
- ・エコバックを使った福袋を使用。

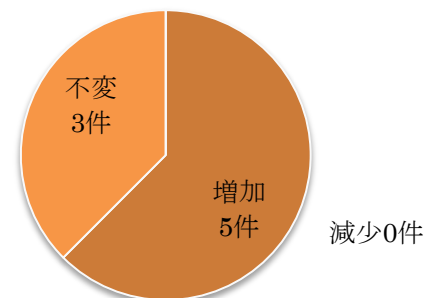
大型店年始商戦 売上



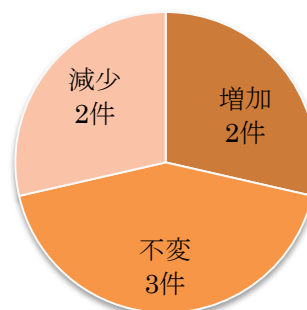
大型店年始商戦 客数



大型店年始商戦 客単価



大型店福袋売上



一般小売店 年末年始商戦概況

【1. 年末商戦概況】

前年調査では、売上・客数・客単価ともに「増加」との回答が1店のみで、「減少した」との回答は売上5店、客数6店であったが、今回の年末商戦については売上の「増加」店と「減少」店が同数回答で、厳しい年末商戦ではあるものの、全体的には前年までの下げ基調からゆるやかに回復基調となった様子である。

客単価においても前年は「増加」が1店、「不変」が4店であったのに対し、「増加」が2店、「不変」が2店と好転している。更に、それら増加「率」は6.0%~10.0%となっている。

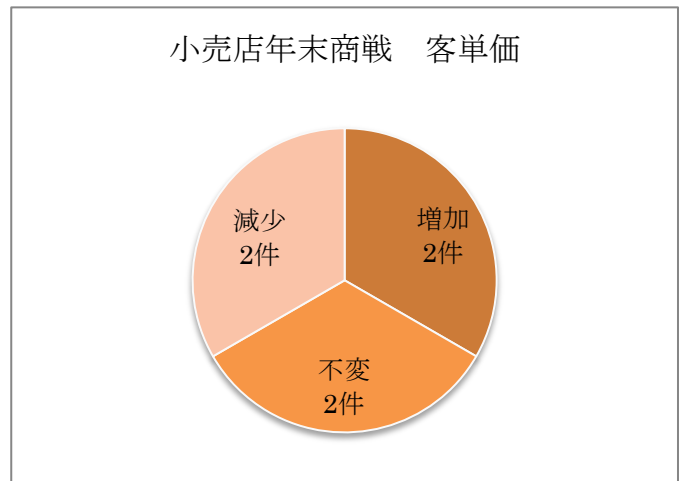
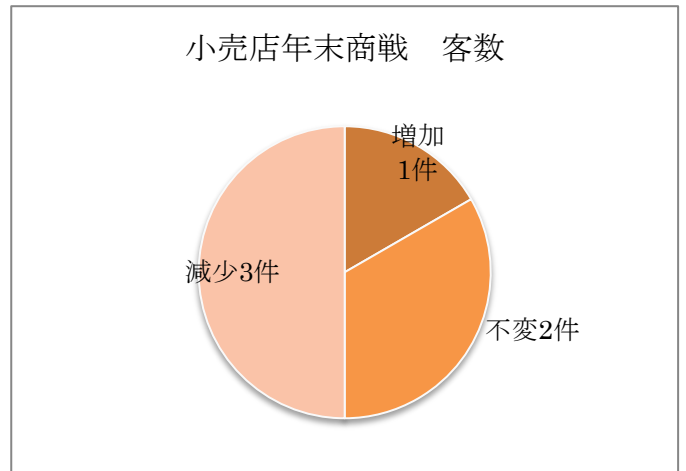
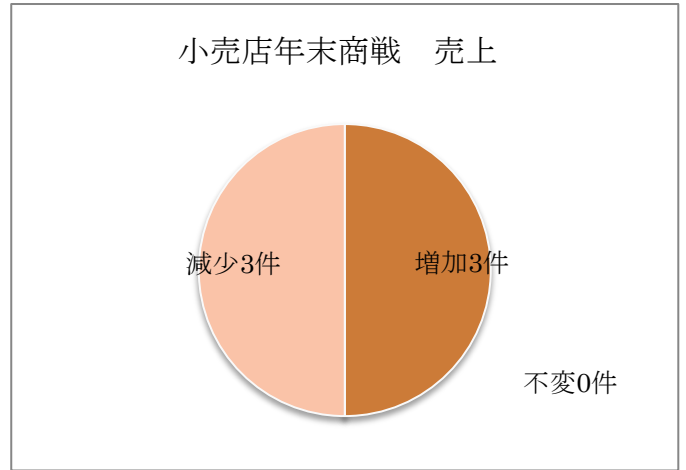
ただ、3項目(売上・客数・客単価)で「減少」と回答があった場合の減少「率」が平均▲21.0%と非常に厳しい内容となっており、好不調の差が激しい結果となっている。

歳末ギフトについては実施社数が3社と少ないが、需要の停滞や単価低下のコメントが寄せられている。

今回の一般小売店の年末商戦は2極化の様相を表している。

【主なコメント】

- ・クリスマスギフトとお歳暮を兼ねて買い物されている様子がある。
- ・原発事故の風評被害により、商品への不安がある様子。
- ・不安な生活の中で、自分自身を「大切にする気持ち」を強調されている方が多かった。
- ・商品構成、傾向を替えて対応した。
- ・毎年お歳暮が減り続ける傾向がある。



【2. 年始商戦概況】

前年調査では売上の「増加」と回答した事業所は1件も無かったが、今回は2件の回答があり、その増加「率」も10.0%～20.0%と大きく二桁の伸びをみせている。

また、客数の「増加」事業所は前年同様1件だが、「減少」が、前年5件から今回3件と減少。客単価においても、前年調査では「増加」が1件もなかったが、今回は1件の該当があった。

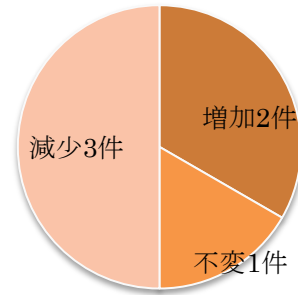
福袋に関しては、前回実施した4店のうち今年も実施したのは2店と減少。実施店でも売上が「増加」の回答は無かった。

以上を考慮すると、前回調査の全面的な消費の消費性に比べ、限定的ではあるが、お客様の購買・消費意欲は若干の回復基調にあると思われる。

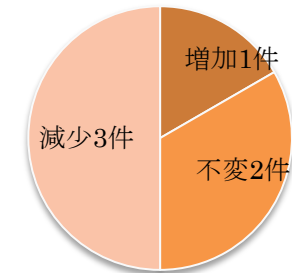
【主なコメント】

- ・震災、原発事故などで不安な日々を送った事が理由なのか、自分に投資、ご褒美として普段より高額品を購入される方が多かった。
- ・高い商品(1万円)と安い商品(1千円)が動き、3千～5千円の商品が全く動かなかった。
- ・福袋を用意したが、売上が大幅に減少した。
- ・お正月3日間の人出が少なく感じた。
- ・交通量が著しく減少し、街中を訪れる人がすくなかった。

年始商戦小売業 売上



年始商戦小売業 客数



年始商戦小売業 客単価

