

# 福島商工会議所 2017～2018年 年末年始商戦アンケート調査結果

1. 調査期間 平成 29 年 12 月 15 日（金）～平成 30 年 1 月 5 日（金）
2. 調査対象 市内大型店（7 店）及び一般小売店（27 店）
3. 回答件数 市内大型店（7 店）及び一般小売店（20 店）
4. 調査方法 アンケート調査

## 年末年始商戦概要

### 好不調の二極化の進行、天候の影響を受けた年末年始商戦

○今回の年末年始商戦調査では、前回と同様、売上が増加した店（好調）とそうでない店（不調）の二極化が見られた調査結果となった。また、1 月 3 日の降雪により売上に大きな影響を受けた店も多く、総じて厳しい年末年始商戦だったと考えられる。

○全体的に、年始に比べて年末商戦の方が好調だったと回答する方が多い結果となった。これについては、年始 3 日の大雪により年始商戦が振るわなかったのも要因の一つであると思われる。また、一般小売店では年末商戦の売上が増加した店が多く見られたが、一部の店からは天候不順等で仕入価格が上昇し、売上・客単価を押し上げただけで利益が出ていないとの声もあり、さらに厳しいコメントも数多く寄せられていることから、総じて厳しい年末年始商戦だったものと推察される。「年々、歳末らしさがなくなっている」「通常の時期と変わらない」などといったコメントがとりわけ印象的だった。

○今回の調査では、1 月 3 日の大雪により年始商戦に大きな影響を受けた小売店が多く見られた。「2 日の初売初日こそ前年売上をクリアしたが、3 日・4 日は降雪もあり大きく売上がダウン」「3 日に大雪が降った影響で売上が落ちた。大きな痛手だった」など、大雪の影響に関するコメントが多く寄せられた。

○歳末ギフトは、市場縮小傾向の慣習になってきており、さらに店頭購入は減り、ネット購入が増えてきていると言われており、今回の調査でも、売上は減少傾向にある。一方で、「贈る数は減少傾向だが商品単価は上がっている。より大切な人や身近な方への贈り物に変化している」「価格よりも価値にシフトしている」などといったコメントも寄せられており、消費者ニーズの変化への対応が重要な課題となっている。

○福袋については、「準備数は削減傾向。販売も伸び悩んだ」、「欲しいものが入っていても、いらぬものが入っていると敬遠される」などといった厳しいコメントが寄せられている。一方で、「中身の量や質が大事。お得感のあるものが売れた」「ブランドの福袋はほぼ完売」といったコメントを寄せた小売店もあった。

# 1. 大型店 年末年始商戦概況

## [概 況]

回答数が前年と異なるため単純な比較は出来ないが、各増減については下表の通りであり、主なポイントは以下の通り。

- ・年末商戦では、売上が増加した店と減少した店が同数であったが、年始商戦では、減少が増加をやや上回る結果となった。
- ・年末・年始商戦とも、客単価が上昇した店が増えているが、客数は減少が増加を上回る結果となった。
- ・歳末ギフトの売上は、減少傾向。
- ・福袋の売上は、減少傾向にあり、単価の低いものや中身の分かるものが売れる傾向にある。

年末商戦		
売上	客数	客単価
増加 3(2)	増加 3(2)	上昇 5(3)
不変 1(0)	不変 0(0)	不変 0(1)
減少 3(4)	減少 4(4)	低下 2(2)

歳末ギフト	
売上	
増加 1(1)	
不変 1(1)	
減少 3(2)	

年始商戦		
売上	客数	客単価
増加 3(5)	増加 3(3)	上昇 5(3)
不変 0(0)	不変 0(0)	不変 0(1)
減少 4(1)	減少 4(3)	低下 2(2)

福袋	
売上	
増加 0(0)	
不変 1(2)	
減少 4(2)	

※カッコ内は昨年の数値

※数値合計については、項目により未回答があるためアンケート回答数とは一致しない箇所がある。

## [主なコメント]

### —年末商戦—

- ・年末より新規で行ったイベントで集客し、売上を伸ばすことが出来た。
- ・クリスマス商品の予約が好調で売上を伸ばした。
- ・飲食店が好調だった。生鮮三品は苦戦。飲食店の好調は、宿泊施設が開業したことや JR の旅行キャンペーンによるお客様の増加も要因。
- ・昨年にはなかった降雪があり、除雪用品、防寒衣料の販売が好調。気温も低く暖房用品、灯油の販売も好調だった。
- ・価格を訴求した物は売れた。また相場の高い野菜は売れず、安価なキノコ類、カット野菜に流れた。酒類の公正な取引に関する基準が施工されたことでビール類の売上が大きくマイナス。全体的に短期間で年末商戦が終わった。

- ・歳末準備品、ごちそう関連商品をお買い得価格で早めに提案。気温低下でヨーグルト、ゼリー、飲料などが伸びなかった。
- ・年末に集中していた商品群で、食品ギフト、粉末洗剤、清掃用品など売れなくなっているものがある。
- ・普段使いのもの、ご馳走（良いもの）の両極端になる傾向が強くなった感じがする。

### —歳末ギフト—

- ・一人当たりが贈る数は減少傾向だが、商品単価は上がっている。より大切な方や身近な方への贈り物に変化している。
- ・特売品は年々落ち、単価は上がっている。価格よりも価値にシフトしている。また、2,000円ぐらいの物を贈りたいという方も多かった。
- ・缶詰、調味料は品揃えに変化が無く、上質商品の提案が出来なかった。
- ・原料の値上げにより海鮮関連の売価が値上がり、売数が落ちた。オリーブ関連の拡大により食用油ギフトの売上は好調。正月向けの昆布巻ギフトは新たな売上増となった。
- ・贈り先を減らしているお客様が多い。一方で、企業は大口含め好調。

### —年始商戦—

- ・天候にも恵まれ、新規で実施したイベントなどがおせちに飽きたお客様に好評。
- ・お土産品が良く売れた。年末同様に飲食店が好調だった。
- ・初売りの均一商品を中心に特売商品が販売好調だった。年末に続き除雪用品、灯油などの季節商品の販売が好調。
- ・詰め放題など体感型イベントが好調。
- ・3日は大雪の影響で客足が鈍り売上減少。
- ・酒は年末と同じくビール類が苦戦。競合店との価格差に左右された。年始も短期間で終わり 1月2日まで。3日以降は通常品が売れた。

### —福袋—

- ・ブランドショップの福袋はほぼ完売。
- ・食品の福袋は、欲しいものだけが入っているので好調。欲しいものが入っていても、いらぬ商品も入っている福袋は敬遠されてきている。
- ・加工食品、ベーカリー、プレミアム焼酎の福袋が好調。お菓子の福袋は苦戦した。
- ・売価に対して中身の量や質が大事。お得感があるものが売れた。
- ・今年は総数を減らして2日までに完売する目標で実施。3日にはほぼ売り切れに。
- ・福袋の準備数が削減傾向にあり販売も伸び悩んだ。毎年、福袋への反応が鈍くなっている。
- ・福袋ではないが、甘栗、ミニ缶詰、ミニカップ麺、入浴剤などの詰め放題が好調。

## 2. 一般小売店 年末年始商戦概況

### [概 況]

回答数が異なるため前年との単純な比較は出来ないが、各増減については下表の通りであり、主なポイントは以下の通り。

- ・年末商戦の売上は、昨年と同様に減少が増加を上回るものの、増加したと回答する店が増える結果となった。客数の減少が増える一方で客単価が上昇した店が増えており、売上を増加させる要因になっているものと思われる。  
しかし、一部の店からは天候不順等で仕入価格が上昇し、売上・客単価を押し上げたとの声もあり、また寄せられたコメントの多くも否定的なものが多いことから、総じて厳しい年末商戦だったものと推察される。
- ・年始商戦の売上は、昨年と同様、減少が増加を上回る結果となっており、年末商戦で見られた客単価の上昇も見られず、厳しい結果になっているものと思われる。
- ・歳末ギフトは、一部の店で売上が増加しているものの総じて減少傾向にある。

年末商戦		
売上	客数	客単価
増加 6(2)	増加 1(4)	上昇 7(1)
不変 7(8)	不変 8(6)	不変 9(11)
減少 7(11)	減少 11(10)	低下 4(8)

歳末ギフト
売上
増加 2(2)
不変 3(2)
減少 6(5)

年始商戦		
売上	客数	客単価
増加 3(3)	増加 3(3)	上昇 2(2)
不変 6(3)	不変 5(4)	不変 12(7)
減少 6(7)	減少 7(7)	低下 1(4)

福袋
売上
増加 1(0)
不変 2(2)
減少 1(1)

※カッコ内は昨年の数値

※数値合計については、項目により未回答があるためアンケート回答数とは一致しない箇所がある。

### [主なコメント]

#### — 年末商戦 —

- ・12月前半は来店客数が少なくお買上も少なかったが、中旬過ぎから来店数、買上率が上がり、買上単価もアップ。プレゼントよりも自分の欲しいものを奮発するお客様が多くみられた。12月28日以降は、来客数は減少。
- ・おせち料理の新しい客層が増えた。弁当も新しい客層が増えた。
- ・福島の地酒が動き出した。地域全体で地酒ブームになっている。飲んでも本当においしい。
- ・今年はとても寒かったため、防寒小物（マフラー、グローブ）がプレゼントなどでもよく売れた。

- ・年々、歳末らしさがなくなっている。
- ・通常の時期と変わらず。正月用品（餅米・切り餅）が多少動いた程度。
- ・おせち食材が売れない。最近では、完成品を買う傾向にある。
- ・以前は売れ筋商品があったが、現在は売れ筋がなくなっている。
- ・天候が不順なせいか客足が思うように伸びなかった。
- ・スーパーマーケットその他は元旦より営業しているため、必要なもの以外買わなくて良いため、年末といっても特別ではないのではないかと。
- ・話題の商品と従来の商品に格差がある。消費者ニーズについていけなかった。
- ・リピートのお客様のご来店に売上が左右されており、新規顧客へのアピールが不足している。単店としての集客力をもっと強めないと客数アップにつながらない。同時に地域（エリア）としての魅力度を高めていきたい。

#### 《仕入価格等の上昇に関するコメント》

- ・台風の影響により、野菜が高かったため、売上・客単価が増加した。
- ・相場により前年比で 10%以上単価が上がっており、売上が多少増えてはいるものの利益が減少している。
- ・人口減少及び景気悪化によるものがあり、また 3 年連続の値上になったことから客離れも多少あった。

#### —歳末ギフト—

- ・日持ちのする商品を中心に売れた。
- ・お店のレイアウトをギフトが購入しやすいよう変更したため、ギフトの売上が昨年に比べ増加した。
- ・仙台の百貨店にて新規のギフト（お歳暮）を開発・販売し売上が増加。
- ・お歳暮ギフトを早めに（11 月）準備する方が多いように感じた。依然としてまとまった数のギフトは減少しているが、個人のギフト先の減少（高齢化による）があるのかもしれない。
- ・ご挨拶はプチギフトが多くなっている。
- ・ギフト用果物が減少。
- ・大型店による極端な割引。20～30%は当たり前、半額もある。我々の仕入額よりはるかに安い。
- ・以前よりお歳暮ギフトを扱うお店が増えた。
- ・リンゴの発送が少なくなり、他の果物に変わりつつある。
- ・固定客がほとんどのため、個数が少なくなって、増えることがない。
- ・お歳暮を控える会社・公的機関・個人が増えている。
- ・3,000 円くらいの商品がほとんどで、5,000 円以上は売れなかった。特徴のある商品でないと手が伸びないのではないかとと思われる。
- ・全体的に街（商店街）に人がいないことや洋服に限らず物が動いていないと思う。

## —年始商戦—

- ・元旦、2日は天候に恵まれ客数増加。3日は天候が回復した午後からの来客が多かった。
- ・ご年始用の干支関連商品が売れる傾向にあった。
- ・景気が良くなり売上が伸びたというより、お得な時に買いためをしておこうという考えの方が多かったように感じる。
- ・2日の初売初日こそ前年をクリアしたが3・4日は降雪もあり大きく売上がダウン。その後平日になってゆっくりお買い物をするお客様が増え、6・7・8日の連休にはご夫婦でのご来店も多く滞在時間も長く、それぞれのお買上げがあったのが印象的。
- ・3日の雪の影響が大きかった。
- ・3日に大雪が降った影響で売上が落ちた。昨年の数字が大きかった分、大きな痛手となった。
- ・年末に初売案内DMをコア客に発送。DMをご覧になってのご来店も多くみられた。初売＝バーゲンの風潮に乗らずに正月の初売りらしさを演出したいと企画したが、思うように楽しんでもいただけず。企画の練り直しが必要。
- ・個々の店での努力では限界がきている。
- ・去年よりもさらに人が少なかったと思う。
- ・郊外に人が集まっていて駅前はとても静かだった。福島に限らず全体的に物が動いていない。

## —福袋—

- ・福袋内容が事前に分かっているものは好調。福袋内容が事前に分からないものは不調。
- ・特典内容の充実を図った。
- ・福袋以外の客が少なかった。
- ・必要のないモノの購入はしない傾向にあると思う。割増商品券は依然として好評。例年より福袋販売数を減らした。福引などのサービスを行った。
- ・3日の大雪で不調。
- ・利益がとれないので、今年は実施なし。
- ・もはや福袋は年初の縁起物ではなく売上をつくるためのバーゲンになっているので実施しなかった。

### 3. 商店街の概況

※本項目は、アンケート回答をいただいた一般小売店より年末年始における商店街全体としての肌で感じる通行量状況等をご回答いただいたもの。

#### [概 況]

商店街は、商圈人口の減少、経営者の高齢化、空き店舗の増加、顧客ニーズの変化など厳しい環境が続いており、一部の事例を除き歳末セールや売出などの共同販促事業ができていないのが現状である。地域の活力や賑わい、コミュニティを支える商店街の強化が今後も重要な課題である。

#### [主なコメント]

##### 一年末—

- ・中合二番館の閉店による人通りの減少。
- ・駅前通りのリニューアル工事、旧コルニエツタヤ跡の工事、わかさやの解体工事と、さながら工事現場の様相。さらに、歩道にカラスのフンが多く清掃もおいつかず、お客様をお迎えする環境を整えられない年末だった。パセオの信号機の社会実験の点滅で、車の渋滞もみられ、今後の課題も多かった。
- ・庭坂腰浜線の道路が開通してからは人も車も激減した。
- ・12月29日以降は特に歩行者、車とも交通量は減少した。また商店街も休みに入った店が多くなり、営業しているのは7店舗と寂しい感じだった。
- ・去年よりも通行量が少ない。
- ・閉店した店舗がいくつかあり、活気が無くなりつつある。
- ・購買人口の減少。若い世代が少ない。

##### 一年始—

- ・元旦、2日は天候に恵まれ福島稲荷神社への初詣での人々で通行量は例年より一日中賑やかであった。
- ・大原総合病院のオープンにより通行量も増加したように思う。
- ・商店、事業所も休みのためひっそりしている。
- ・初売りをしている店舗もあったが例年よりも人通りは少なかった。
- ・仕事始め、即連休と活気がなかった。
- ・まったくいないと言っていいくらいなかった。まるでゴーストタウン状態だった。
- ・元旦、2日は天候が良かったが3日に雪となり通行が激減した。
- ・中合二番館の閉店に加えて3日の雪の影響で人通りが減少。アーケードが無くなったため高齢の方にはとても歩きづらく、また我々商店街も除雪に慣れておらずご迷惑をおかけしたと思う。アーケード復活を望む声は非常に多い。
- ・3日の降雪時に休業事業所が多く除雪が追いつかず、お客様にご迷惑をお掛けした。大原病院の開院は、今のところ来街客に大きな影響は見られない。

以上