

# 福島商工会議所 2018～2019年 年末年始商戦アンケート調査結果

1. 調査期間 平成30年12月15日（土）～平成31年1月5日（土）
2. 回答件数 市内大型店（7店）及び一般小売店（19店） ※回答率（78.7%）
3. 調査方法 アンケート調査

## 年末年始商戦概要

### 大雪の影響を受けた年末商戦、好天に恵まれた年始商戦

- 今回の年末年始商戦調査では、年末に比べて年始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、年末の28日～30日の大雪により年末商戦が振るわなかったことが大きな要因の一つであると考えられる。
- 一方、年始商戦は、好天に恵まれたこともあり、売上が増加したと回答した店が多く見られた。
- しかしながら、大型店を中心に売上が増加した店（好調）とそうでない店（不調）の二極化が見られ、さらに「お正月らしさがなく、普段と変わらなかった」「開店にお並びいただくお客様が年々減少している」といったコメントも寄せられていることから、一概に好調な年始商戦といえないものと推察される。
- 今回の調査では、12月28日～30日の大雪により年末商戦に大きな影響を受けた小売店が多く見られた。「特に年末の天候の悪化が最大の要因であった。雪のため客足が鈍かった」など、大雪の影響に関するコメントが多く寄せられている。
- 一方、年始商戦においては、「年内の雪が落ち着き、天候に恵まれたのが良かった」「昨年に比べ天候に恵まれ来店客数が増えた。ご夫婦、ご家族連れが多かった」など好天による売上増加に関するコメントが多く寄せられている。
- 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、「本当に気に入ったものを、大切な人に贈るお客様がほとんど」「健康志向による売れ筋商品の変化が見られる」などといったコメントも寄せられており、引き続き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、総じて減少傾向にあるものと思われる。一方で、「特に不振な福袋はなく、1月3日まででほぼ完売。人気の福袋を増やし、不振だったものを減らした」といった前向きな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]

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、年末の大雪の影響もあり全店で売上が減少。客数の減少も見られた。
- ・年始商戦では、昨年同様、売上が増加した店とそうでない店の二極化が見られた。
- ・歳末ギフトの売上は、総じて減少。
- ・福袋の売上は、総じて伸び悩み・減少傾向。

年末商戦		
売上	客数	客単価
増加 0(3)	増加 1(3)	上昇 3(5)
不変 0(1)	不変 0(0)	不変 0(0)
減少 7(3)	減少 6(4)	低下 4(2)

歳末ギフト	
売上	
増加 1(1)	
不変 0(1)	
減少 4(3)	

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

福袋	
売上	
増加 1(0)	
不変 3(1)	
減少 1(4)	

※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—

- ・年末より行った催事が好調だったが、12/28、29の雪が客数減の要因となった。
- ・クリスマスケーキやオードブルは前年より好調。ファッション関係は気温が高かった影響もありアウトターが苦戦。単価の高い宝飾関係も動きが鈍かった。
- ・前半は、客数が取れず厳しい状況。クリスマスの3連休はフーズを中心に前年をクリアしたが、年末の大雪で失速。
- ・年末の福島市を中心とした降雪により、雪関連商品は好調であったが、消耗品が不調であった。
- ・12/28～12/30の大雪の影響で売上・客数の落ち込みが大きかった。
- ・特に年末の天候の悪化が最大の要因であった。雪のため客足が鈍かった。
- ・普段の主力品が堅調なことから、年末といえども日常の生活がベースで節約志向がうかがえる。
- ・クリスマスなど大型パックよりも個食のものの売れ行きが良い。価格に対して非常にシビアになっていると感じる。
- ・ベーシックな玩具の動きが鈍かった。ゲーム本体、ソフトは堅調。子供の要望も変化が出てきている。

## —歳末ギフト—

- ・お一人様当りの件数が減少傾向。
- ・需要の変化、健康志向による売れ筋商品の変化。
- ・需要の変化が大きいと感じる。
- ・送料無料サービス廃止により、点数や単価に影響が出ると思われていたが、大きな影響が出なかった。
- ・オリジナル商品が人気。ビールや乾麺が不振。
- ・全体的にギフト期間を通し酒ギフトが不振。酒離れもしくは価格の問題かどちらか。
- ・ビール類、洗剤、商品券が好調。果物は例年に比べると厳しい状況。
- ・精肉ギフト、加工食品ギフトが好調。洗剤ギフト、酒ギフトは不調。
- ・オリーブオイル関連が好調。キャノーラ油、コーン油関連は不調。

## —年始商戦—

- ・年未年始の催事が好調。福袋や商品券も完売。
- ・年内の雪が落ち着き、天候に恵まれたのが良かった。昨年より始めた催事が定着してきた。
- ・天候が良く、初売り商品を中心に暖房用品、灯油も好調に推移した。
- ・1万円均一で販売した商品が好調に推移した。
- ・お土産が良く売れた。
- ・即食のご馳走品は支持された。一方で和・国産牛のように単価がはる商品は、節約志向の高まりで伸び悩んだ。
- ・開店にお並びいただくお客様が年々減少。福袋の販売数減により苦戦。3日以降は、帰省のお客様やセール目的のお客様が多く好調。
- ・500本くじは昨年よりも30分早く終了する状況。1/1は客足も伸び食品中心にプラスになるが、1/3以降客足が鈍くなった。
- ・気温低下によりアイスは特に不振。

## —福袋—

- ・特に不振な福袋はなく、1/3まででほぼ完売している。人気の福袋を増やし、不振だったものを減らした。
- ・福袋の準備数が減少傾向にあり、販売も同様。食品の福袋は完売が目立つが、ファッション関係は残るものもあった。
- ・ブランドショップの福袋など予約の伸びが出ず例年並み。鍋やフライパンなど好調。寝具も好調だった。
- ・価格の高い福袋の動きが悪かった。
- ・福袋は伸び悩み。詰め放題企画はスナック菓子、甘栗、ミニ缶詰、カップみそ汁は好調。(入浴剤、ミニカップ麺は不調)

## 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、年末の大雪の影響により、減少が増加を大きく上回る結果となっており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、好天に恵まれたこともあり、増加したと回答する店が多く見られた。
- ・歳末ギフト・福袋は、総じて減少傾向。

年末商戦		
売上	客数	客単価
増加 2(6)	増加 3(1)	上昇 3(7)
不変 10(7)	不変 8(8)	不変 11(9)
減少 7(7)	減少 8(11)	低下 5(4)

歳末ギフト
売上
増加 1(2)
不変 4(3)
減少 5(6)

年始商戦		
売上	客数	客単価
増加 6(3)	増加 5(3)	上昇 2(2)
不変 7(6)	不変 9(5)	不変 11(12)
減少 3(6)	減少 2(7)	低下 3(1)

福袋
売上
増加 0(1)
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—

- ・年末の降雪で、12/27以降の来店客数、買上客数が前年を大きく下回ったが12/27までの数字が良かったので、トータルで前年をカバーできた。
- ・12月中旬に扱い商品の特徴と店舗の紹介を兼ねたカタログ（パンフレット）の新聞折り込みを実施。
- ・年末の大雪により客の出足が鈍った。
- ・年末の大雪で12/28～12/31迄は特に足が止まった。
- ・年末の大雪でお客様の動きが止まってしまった。
- ・年末の大雪の影響を受けた。客単価は昨年に比べ微減。幅広い客層に変化した。
- ・今まで宅配無料だったギフトが運賃の高騰で送料をとるようになったため、安さを求めているお客様が減少傾向にあった。
- ・11月頃から低迷。景気が悪い。景気悪化と最小ロットでの購入するお客様が増えた。

- ・お客様の低年齢化が進み、客単価の減少が主な原因と考えている。
- ・年末の果物の売れる商品と売れない商品に分かれた。秋野菜が好調に育ち価格が低迷して売上が低下した。
- ・果物は減少したが、野菜の増加で全体的には変わらず。
- ・風水や縁起物はよく売れたが、全体的に買い渋りがあるのでは？
- ・限定品の売上は良かったが価格競争には勝てない。(安売りはできない)  
季節感のある商品は好調。

### —歳末ギフト—

- ・昨年に比べギフトの単価は落ちたが、数は多かったと思う。
- ・パーソナルギフトのみ。本当に気に入ったものを、大切な人に贈るお客様がほとんど。
- ・「良い品を長く使っていただく」という品揃えのコンセプトがお客様に伝わり始めた。新規のお客様にもご来店いただけた。
- ・贈る先を減らしている方もいる。一方でありきたりなもので満足することなく、目新しいもの、こだわりのものを贈りたい傾向にもあると感じる。
- ・贈る人の減少。原発事故の影響。
- ・売れ筋がなくなり、選択の多様化が見られる。
- ・お客様の欲しい商品が偏るので、商品の品揃えがうまくいかなかった。
- ・お客様の年齢が高くなり、来店が難しくなっている。(若い世代は来ない)
- ・年々、減少傾向にあるがなんとか現状維持をしている。一人当たりの購入数の減少が顕著。
- ・ギフト単価の低下。ターゲットを狭めてしまったためギフト企画の練り直しが必要。

### —年始商戦—

- ・昨年に比べ天候に恵まれ来店客数が増えた。ご夫婦、ご家族連れが多かった。
- ・天候に恵まれ売上に結びついた。来客数も増えた。(商品が品切れ状態に)
- ・お得意様と帰省客の来店があったので良かったと思う。
- ・福袋の引き取りが順調だった。
- ・天然石や風水物は売れた。
- ・今年は福袋も特別やっていないので客数の伸びはなかった。カフェの方は常連が昨年より多く来たと思う。
- ・期末のセールを行わなかったこともあり、お買上げ品が比較的単価の低い商品に偏ったため、買上客数は増えたが買上単価が減少した。
- ・客層の変化により客単価が低下。山形などからの県外からのお客様は増えた。雪の影響がなく良かった。
- ・お正月らしさがなく、普段と変わらなかった。
- ・人口減少の影響？子供の姿が見えない。静かなお正月。
- ・街なかに来る人が減った。

## —福袋—

- ・福袋の引き取りが順調だった。
- ・福袋＝バーゲン。年始縁起物の役割はなくなったので、中止した。
- ・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。
- ・数を減らしたが割と早い段階で動いたのでその点は良かった。

## 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・老朽店舗の増加、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り出し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、コミュニティーを支える商店街の強化が今後も重要な課題である。

今回の調査結果では、年末の通行量においては、大雪の影響に関するコメントが多く寄せられた。また、年始の通行量においては、おだやかな天候により稲荷神社周辺で多くの通行量があったとのコメントが多く寄せられている。

### [主なコメント]

#### —年末—

- ・年末年始に関わらず、中合二番館の閉店による影響。駅の中だけ賑やかに感じる。街なかの回遊性を高めないといけない。
- ・近隣店舗の閉店が続く、商店街の体をなしていない。年末の降雪時に休業中の事業所が多く、雪かきが追い付かず、来街のお客様に不自由をおかけする結果になってしまった。
- ・金融機関の街区なので、例年通り通行量が多い様子。駐車場が満杯の状態。
- ・年末の大雪の影響。
- ・大雪の影響で少ないように感じた。また年末に限らず、通行量の減少が目立っているように感じる。
- ・例年、賑わいが少なくなってくる様子。
- ・買い物は年々早くなり、年末は休みも多く減少。
- ・通常はビジネスマンや大原病院へ行く方で通行量が多いが、年末の人通りはいつもより減少していた。
- ・付近の駐車場が閉鎖したため、車の通行・駐車がなくなり通行量も減ったと思う。
- ・クリスマスから年末にかけて行っていた商店街イルミネーションを今回は一部のみで実施。そのためか人通りが少なかった。
- ・日赤病院の移転の影響。

## 一年始

- ・前年の強風・降雪に対し、今年はおだやかな天候だったので、通行量は前年を上回っていたと思うが、決して増加した、賑わったとは言えない状況である。
- ・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多かった。正月を近場で過ごす人が多かったのではないか。
- ・稲荷神社への初詣客は例年より多かった様子。帰省と思われる方々の来店があったように感じる。除雪が行き届いていない道があり、歩きの方は大変だったと思う。
- ・稲荷神社の参道でもあり、三が日は例年よりも通行量、人出ともに多く賑わった。好天にも恵まれたかもしれない。
- ・稲荷神社周辺はお参りに行く方でいつもより人は多く感じられた。
- ・例年、賑わいが少なくなってくる様子。
- ・車での買い物が多くなり、人の流れも減少。

以上