

秋田市内小売店舗における 「年末・年始商戦」動向調査結果[中小小売店]

平成30年1月22日

〈調査方法〉

調査対象 秋田市内中小小売業者20店舗（店舗面積1,000㎡以下店舗）
回答数 19店舗（回答率95.0%）
調査方法 FAXによる依頼・回答
調査期間 平成29年12月25日（月）～平成30年1月10日（水）

〈調査結果〉

－概要－

業況は、「回復している」との回答はなく、「回復傾向」・「不変」・「悪化傾向」が共に31.6%となった。「回復傾向」が前年比で17.3ポイントと大幅に増加したほか、「悪化」・「悪化傾向」の合計が前年比10.8ポイント減少し、回復傾向が強まる結果となった。

売上額については、「減少した」が前年比25.5ポイント減少の31.6%、「不変」が前年比13.0ポイント増加の36.8%、「増加」が前年比12.5ポイント増加の31.6%となり、前年よりも増加傾向が強まる結果となった。

今後の消費者動向は、「現状のまま推移する」が最も多く、前年比で10.3ポイントの増加の57.9%となった。

一方、「悪化する」は前年比で15.5ポイント減少の36.8%となり、前年の悪化から現状維持への移行を見込む企業が多くなっている。

(1) 業況（景気）

「回復している」との回答はなく、「回復傾向」・「不変」・「悪化傾向」が共に31.6%となった。「回復傾向」が前年比で17.3ポイントと大幅に増加したほか、「悪化」・「悪化傾向」の合計が前年比10.8ポイント減少し、回復傾向が強まる結果となった。

【主なコメント】

回復・回復傾向：それほど力強くはないが、少しずつよくなってきた気がする。駅前周辺の回遊客が多くなったせいにぎわい感が出てきた（時計）

不変：客数、売上は増加したが客単価が上がっていない（事務用品）

悪化傾向・悪化：年末のギフトでビールが極端に売れなかった。代わりに料飲店の週末の盛り上がりで平年並の売上に落ち着いたが人通りの少なさを感じた（酒）

(2) 年末・年始の売上額

「減少した」が前年比25.5ポイント減少の31.6%、「不変」が前年比13.0ポイント増加の36.8%、「増加」が前年比12.5ポイント増加の31.6%となり、前年よりも増加傾向が強まる結果となった。

【主なコメント】

増加した：特売コーナーや福袋の販売をホームページ等でPRしたことが増加につながった（事務用品）

不変：安くなっている商品ではなく、通常価格で必要な個数を買われる方が多かった（陶磁器）

減少：年末年始の売り出しを行なっても品物があふれているので効果がない（時計）

●初売でのお客様の傾向

【主なコメント】

- ・人口減少なので客数の減少はやむを得ないが、良いものを少しずつ購入する傾向が見られる(菓子)
- ・インターネットで何でも買えるため、来店客は他で買えない珍しい商品を探していた(酒)
- ・特売品等が良く売れただけで、売上増は今の時期に限られていると思う。新しく扱った雑貨(ハンカチ、手ぬぐい)は好評だった(事務用品)
- ・ある程度天気にも恵まれ、1月3日までは人手も多く、去年よりもよかったというお店が多かった(時計)
- ・イベントなどの企画がなければ集客はむずかしい(スーパー)
- ・スタッフの確保ができず、休日を増やしたこともあり、売上減少。来年は正月三ヶ日を休みにすることも検討している(食料品)
- ・通販での購入が増加しており、店頭での売上は、今後とも減少傾向にある。額も低下している(カバン)

●特に売れたもの及びその価格帯

菓子 2,000 円台、正月飾花 1,000~1,500 円、3,000~5,000 円、日本酒 1,500~3,000 円、化粧水 5,000~10,000 円、薬・滋養強壮剤 6,000 円、事務用品福袋 1,000 円、筆記具 1,500 円、腕時計 100,000~250,000 円、メガネ 20,000~30,000 円、年越そば 580 円、タラバガニ 5,800 円、刺身盛り合わせ 550 円、カバン 5,000~10,000 円台など。

(3) 来店客数

「減少した」が前年比 9.8 ポイント増加の 52.6%、「不変」が前年比 6.1 ポイント減少の 36.8%、「増加した」が前年比 3.8 ポイント減少の 10.5%となり、減少傾向が強まる結果となった。

(4) 消費者の購買意欲

「改善していない」、「減退している」が共に 36.8%となったが、「向上している」が前年比 16.8 ポイント増加の 26.3%となり、購買意欲の向上が見られた。

(5) 今後の消費者動向

「現状のまま推移する」が最も多く、前年比で 10.3 ポイントの増加の 57.9%となった。一方「悪化する」は前年比で 15.5 ポイント減少の 36.8%となり、前年の悪化から現状維持への移行を見込む企業が多くなっている。

年末・年始商戦動向調査結果 【中小小売店舗】

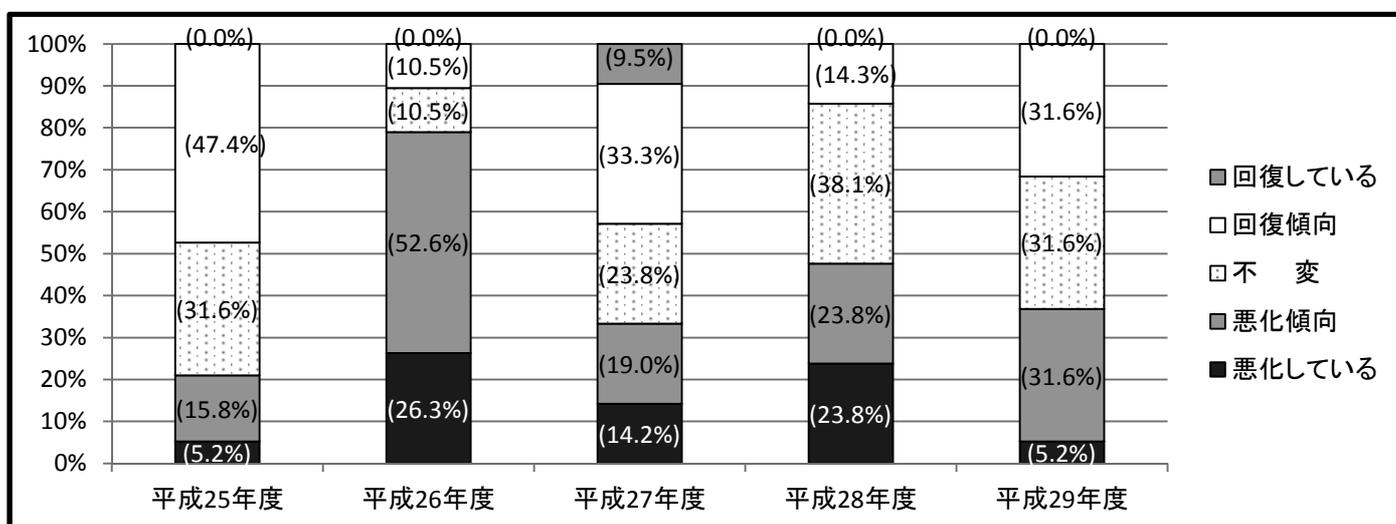
平成30年1月22日現在

調査対象店舗20店舗

回答数19店舗 (95.0%)

(1) 「業況(景気)」

調査期間	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年比
	H25. 12. 26 ~H26. 1. 10	H26. 12. 26 ~H27. 1. 10	H27. 12. 25 ~H28. 1. 10	H28. 12. 26 ~H29. 1. 10	H29. 12. 25 ~H30. 1. 10	
回復している	0 (0.0%)	0 (0.0%)	2 (9.5%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0.0
回復傾向	9 (47.4%)	2 (10.5%)	7 (33.3%)	3 (14.3%)	6 (31.6%)	17.3
不変	6 (31.6%)	2 (10.5%)	5 (23.8%)	8 (38.1%)	6 (31.6%)	-6.5
悪化傾向	3 (15.8%)	10 (52.6%)	4 (19.0%)	5 (23.8%)	6 (31.6%)	7.8
悪化している	1 (5.2%)	5 (26.3%)	3 (14.2%)	5 (23.8%)	1 (5.2%)	-18.6



業況(景気)に対するコメント

「回復・回復傾向」とした理由

- 昨年の売上で見ると前年比で119.4%だった。前年を割ったのは8月だけで全体では大幅にアップすることができ、大変良い1年だった(日々の売上の積み重ねである)(薬品)
- それほど力強くはないが、少しずつよくなってきた気がする。駅前周辺の回遊客が多くなったせいかにぎわい感が出てきた(時計)
- 建築関係の好況が当商売に影響しているのか?(メガネ)
- お客様数の増加(メガネ)
- 天候に恵まれたこともあるが一人当たりの単価購入がアップしているため(食料品)

「不変」とした理由

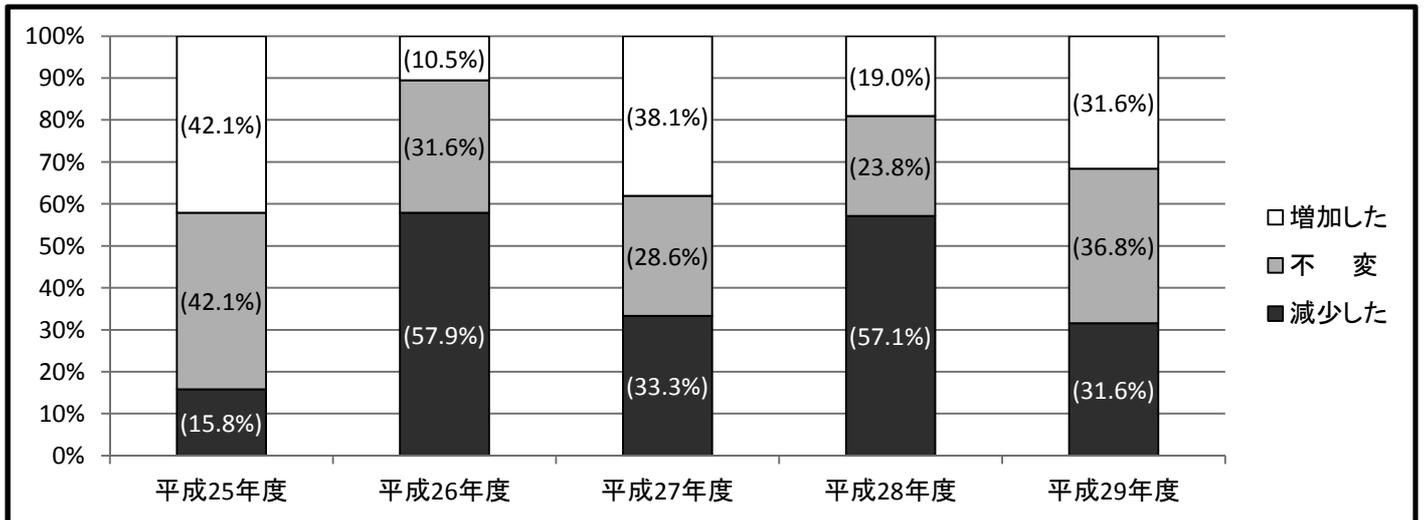
- 客数、売上は増加したが客単価が上がっていないので、今年前半を見ないと判断できない(事務用品)
- 直接実感できるような変化はない(食料品)
- 天気が落ち着いていたこともあり、人の入りは思ったよりあったようだ(陶磁器)

「悪化傾向・悪化している」とした理由

- スーパー、ホームセンターでも花を扱っているので、専門店の良い花でなくても間に合っている。(生花)
- 年末のギフトでビールが極端に売れなかった。代わりに料飲店の週末の盛り上がりで平年並の売上に落ち着いたが人通りの少なさを感じた(酒)
- 昨年の年末よりは盛り上がりがない(時計)
- 年末年始に限定すると来客人数が少なかった。天候が年末悪かったこともあるかも知れないが?(スーパー)
- 売上の低下(カバン)

(2) 「年末・年始の売上額」

調査期間	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年比
	H25. 12. 26 ～H26. 1. 10	H26. 12. 26 ～H27. 1. 10	H27. 12. 25 ～H28. 1. 10	H28. 12. 26 ～H29. 1. 10	H29. 12. 25 ～H30. 1. 10	
増加した	8 (42.1%)	2 (10.5%)	8 (38.1%)	4 (19.0%)	6 (31.6%)	12.5
不 変	8 (42.1%)	6 (31.6%)	6 (28.6%)	5 (23.8%)	7 (36.8%)	13.0
減少した	3 (15.8%)	11 (57.9%)	7 (33.3%)	12 (57.1%)	6 (31.6%)	-25.5



売上額に対するコメント

「増加」とした理由

- 特売コーナーや福袋の販売をホームページ等でPRしたことが増加につながった（事務用品）
- 高額の商品が売れるようになった（時計）
- 年末の客数増加（メガネ）
- 商品が高値傾向だったため（スーパー）
- 青果、鮮魚は仕入れの高騰により売価を上げたが、消費者の購買意欲が高かったことによる（スーパー）

「不変」とした理由

- 天候が関係したのか余り変化はなかった（薬品）
- 年末にかけて特別な企画を実施しなかったため（食料品）
- 安くなっている商品ではなく、通常価格で必要な個数を買われる方が多かった（陶磁器）

「減少」とした理由

- 年末年始の売り出しをしても品物があふれているので効果がない（時計）
- 人口減少による来店客の減少（カバン）

● 「特に売れた商品・その価格帯」

- 2,000円台（菓子）
- 正月飾花1,000～1,500円（生花）
- お正月用のお花3,000～5,000円（生花）
- 日本酒1,500～3,000円（酒）
- 清酒1,500～2,500円（酒）
- 化粧水 5,000～10,000円、薬・滋養強壮剤6,000円（薬品）
- 福袋1,000円、筆記具1,500円（事務用品）
- メガネ25,000円（時計）
- 腕時計100,000～250,000円（時計）
- メガネ20,000～30,000円（メガネ）
- 年末限定の商品。年越そば3人前入1パック580円、タラバガニ1kg入袋5,800円、さしみ盛り合わせ4、5人前550円（スーパー）
- ビール、チューハイ、日本酒（ディスカウント店の値上げによる）（食料品）
- 通常の時期に比べサイズの大きいトンカツ570円（食料品）
- 500～2,000円（例年より高額商品が少し動いた）（陶磁器）
- 5,000～10,000円台の商品（カバン）

(3) 「来店客数」

調査期間	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年比
	H25. 12. 26 ~H26. 1. 10	H26. 12. 26 ~H27. 1. 10	H27. 12. 25 ~H28. 1. 10	H28. 12. 26 ~H29. 1. 10	H29. 12. 25 ~H30. 1. 10	
増加した	7 (36.8%)	1 (5.3%)	9 (42.9%)	3 (14.3%)	2 (10.5%)	-3.8
不変	4 (21.1%)	5 (26.3%)	4 (19.0%)	9 (42.9%)	7 (36.8%)	-6.1
減少した	8 (42.1%)	13 (68.4%)	8 (38.1%)	9 (42.9%)	10 (52.6%)	9.8

(4) 「消費者の購買意欲」

調査期間	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年比
	H25. 12. 26 ~H26. 1. 10	H26. 12. 26 ~H27. 1. 10	H27. 12. 25 ~H28. 1. 10	H28. 12. 26 ~H29. 1. 10	H29. 12. 25 ~H30. 1. 10	
向上している	7 (36.8%)	0 (0.0%)	7 (33.3%)	2 (9.5%)	5 (26.3%)	16.8
改善していない	8 (42.1%)	6 (31.6%)	7 (33.3%)	8 (38.1%)	7 (36.8%)	-1.3
減退している	4 (21.1%)	13 (68.4%)	7 (33.3%)	11 (52.4%)	7 (36.8%)	-15.5

(5) 「今後の消費者動向」

調査期間	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	前年比
	H25. 12. 26 ~H26. 1. 10	H26. 12. 26 ~H27. 1. 10	H27. 12. 25 ~H28. 1. 10	H28. 12. 26 ~H29. 1. 10	H29. 12. 25 ~H30. 1. 10	
活発になる	0 (0.0%)	1 (5.3%)	1 (4.8%)	0 (0.0%)	1 (5.3%)	5.3
現状のまま推移	11 (64.7%)	6 (31.6%)	12 (57.1%)	10 (47.6%)	11 (57.9%)	10.3
悪化する	6 (35.3%)	12 (63.2%)	8 (38.1%)	11 (52.4%)	7 (36.8%)	-15.5

(6) 「初売でのお客様の動向、その他の意見」

- 人口減少なので客数の減少はやむを得ないが、良いものを少しずつ購入する傾向が見られる(菓子)
- 当店では初売などのイベントは行っていない(生花)
- インターネットで何でも買えるため、来店客は他で買えない珍しい商品を探していた(酒)
- 例年通り初売は平常通りだった。可もなく不可もなく、大型店や秋田駅前に行く人が多いと考えている(薬品)
- 特売品等が良く売れただけで、売上増は今の時期に限られていると思う。新しく扱った雑貨(ハンカチ、手ぬぐい)は好評だった(事務用品)
- 路面店で初売してもあまり効果がない(時計)
- ある程度天気にも恵まれ、1月3日までは人手も多く、去年よりもよかったというお店が多かった。今後もあまり荒れる日が多くならないようにまた、世界の政治が安定であるように願う。(時計)
- 例年並ではあるが、価格には年々シビアになっている印象(メガネ)
- イベントなどの企画がなければ集客はむずかしい(スーパー)
- 初売は低調だったが1月10日までの累計では前年並となった(スーパー)
- スタッフの確保ができず、休日を増やしたこともあり、売上減少。来年は正月三ヶ日を休みにすることも検討している(食料品)
- 年末より年始は、財布のひもが固かった気がした(陶磁器)
- 通販での購入が増加しており、店頭での売上は、今後とも減少傾向にある。額も低下している(カバン)