

# 秋田市内小売店舗における 「年末・年始商戦」動向調査結果【大型店舗】

## 〈調査方法〉

2021年1月27日

調査対象 秋田市内大型小売業者30店舗

(店舗面積1,000㎡以上の百貨店、スーパー、ホームセンター、家電量販店等)

回答数 30店舗(回答率100.0%)

調査方法 FAXによる依頼・回答

調査期間 2020年12月25日(金)～2021年1月3日(日)

## 〈調査結果〉

### －概要－

大型店のうち、スーパーや複合施設等の大半は例年通り営業した。一部の店舗では新型コロナウイルス感染拡大の対応に追われた従業員を慰労するために休みを増やした店舗や、初売り用の福袋の販売期間を前倒し・延長する店舗も見られた。

傾向として、「売上減少」と回答した店舗では、帰省客や旅行客の減少、悪天候による影響(複合、家電、スポーツ用品)を要因に挙げる店舗が見られた。

一方、「売上増加」と回答した店舗では、外食や会食を控える傾向から、巣ごもり需要(食料品・スーパー、家具)や、寒波による季節商品販売の増加(ホームセンター)を要因に挙げる店舗が見られた。

## (1) 業況（景気）

「悪化傾向」が 40.0%と最も高い数値となった。「悪化している」と「悪化傾向」との合計も 63.3%、前年比で 16.9 ポイントの増加となり、悪化傾向が強まる結果となった。

## (2) 年末・年始の売上額

「減少した」が 70.0%と前年比で 20 ポイントの大幅な増加となり、「不変」は 13.3%、前年比で 22.4 ポイントの減少となった。

## (3) 来店客数

「減少した」が 73.4%と最も高く、前年比で 30.5 ポイントの増加となり、来店客数の減少傾向が強まった。

## (4) 消費者の購買意欲

「減退している」が 66.7%と最も高く、前年比で 20.2 ポイントの増加となり、購買意欲の減退感が強まった。

## (5) 今後の消費者動向

「現状のまま推移」と「悪化する」がそれぞれ 50.0%となり、「現状のまま推移」が前年比で 3.6 ポイント増加し、消費者動向の現状推移を見込む回答がやや強まった。

# 秋田市内小売店舗における 「年末・年始商戦」動向調査結果【中小小売店舗】

## 〈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 m<sup>2</sup>以下店舗）

回 答 数 20 店舗（回答率 100.0%）

調査方法 F A X による依頼・回答

調査期間 2020 年 12 月 25 日（金）～2021 年 1 月 10 日（日）

## 〈調査結果〉

### －概要－

中小小売店舗の大半は例年どおり営業した。

全体を通じて、新型コロナウイルス感染拡大の影響による新たな生活スタイルへの対応を意識する店舗が多く見られた。

「売上減少」と回答した店舗では、帰省客の減少や悪天候による客足の減少に加え、飲食店への納品量の減少（お酒）、年末年始の風習の簡素化（生花）などを要因に挙げる店舗が見られた。一方、「売上増加・不変」と回答した店舗では、感染対策用の衛生品の増加（薬品）や、インターネットからの受注増加（菓子、時計）、店頭販売の対策を強化（メガネ）、巣ごもり需要の増加（食料品・スーパー、陶磁器）を要因に挙げる店舗が見られた。

### (1) 業況（景気）

「悪化傾向」と「悪化している」との合計が 55.0%と高い数値を示した。一方、僅かではあるが、「回復している」と「回復傾向」と回答したところも見られた。

### (2) 年末・年始の売上額

「減少した」が 60.0%と最も高い数値となった。一方で「増加した」が 20.0%、前年比で 7.5 ポイントの増加となった。

### (3) 来店客数

「減少した」が 70.0%と最も高く、前年比で 7.5 ポイントの増加となり、依然として来店客数は減少傾向が続いている。

### (4) 消費者の購買意欲

「減退している」との回答が 55.0%と最も高く、一方で「向上している」が 15.0%を占め、一部で改善傾向が見られた。

### (5) 今後の消費者動向

「悪化する」が 45.0%、前年比で 36.2 ポイントの減少となった一方、「現状のまま推移」が 50.0%と最も高い数値を示し、前年比で 31.3 ポイントの増加となった。