

ふくい経済トピックス（月別売上編）

〈経営計画づくりに役立てよう〉

新規開業に向けて事業計画を作成する場合、損益分岐点などを活用して年間の目標売上を立てることはありますが、月別の目標を立てるには、実際に既存のお店でどのような変動があるのかを知ることも重要です。

そこで、今回は大型店の月別売上高の数値から、売上計画の参考となる指数を紹介したいと思います。

経済産業省では、毎月全国の百貨店・スーパー等の大型店を対象に商業動向調査を実施しています（対象は売場面積 1,500 m²以上の店舗で、福井県内では 25 店が回答しています）。この調査結果から、福井県内の品目別にみた月別売上高の動きを見ていきましょう。

まず、平成 21 年から 24 年までの年間売上高の推移をみてみます。

（表 1）

年間売上高の推移

（百万円）

年間売上高	全体	衣服・身の回り品	食料品	家具・家電・家庭用品
平成 21 年	77,926	17,025	42,830	4,066
22 年	73,505	15,908	40,474	3,753
23 年	72,863	15,464	39,838	3,589
24 年	71,437	14,869	39,562	3,189

これを見ると、大型店と言えども売上では苦戦している様子がうかがえます。特に、地デジ化の買い替え需要がひと段落した「家具・家電・家庭用品」の分野では、24 年は前年に比べ 1 割以上減少しています。「食料品」は厳しい中でも横ばい、「衣服・身の回り品」も厳しい状況となっています。

これを月別の変動に着目し、平成 22 年、23 年、24 年の品目別月別売上高をグラフ化したのが、グラフ 1～4 です。

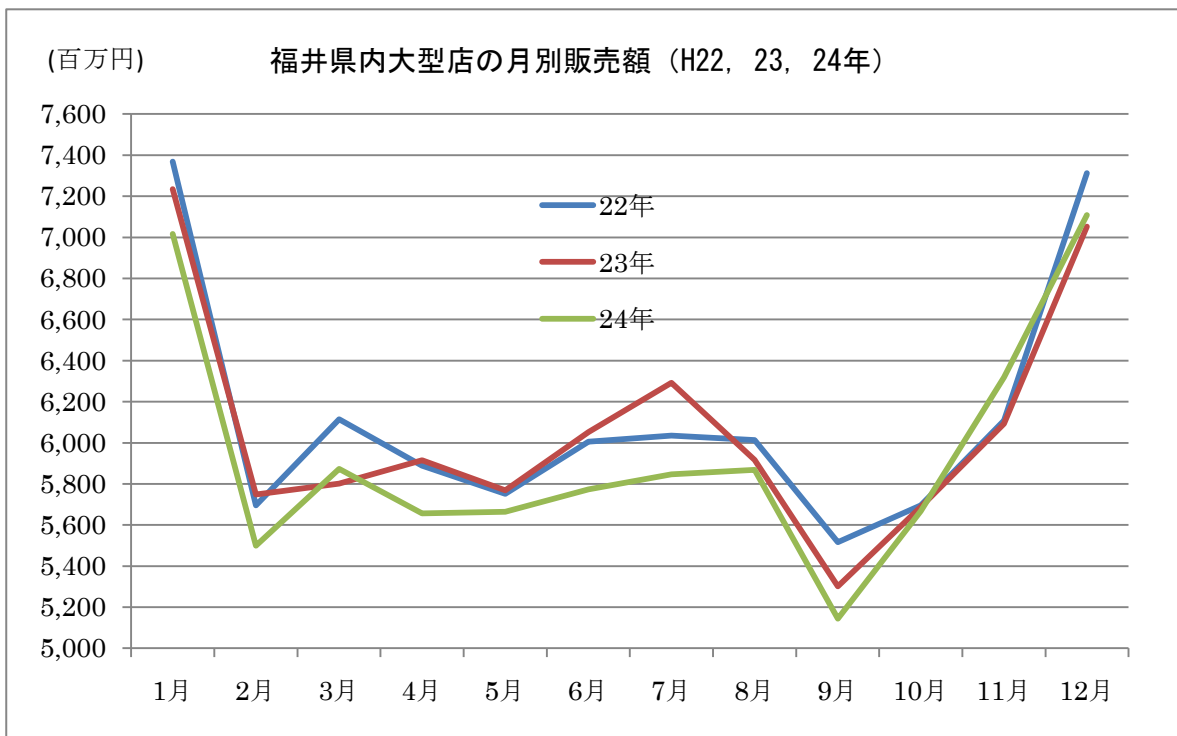
グラフ 1 は、全体の売上高の変動を示しています。よく、小売業で「2・8 月（ニッパチ）は暇だ」と言われてきましたが、現在は「2 月と 9 月」が大きく売上が下がる時期となっています。

一方で、ボーナスが入り年末年始のお休みで家にいることが多い 12 月と 1 月は、売上が平月を 10 億円以上、上回っています。

なお、平成 23 年 3 月が落ち込んでいるのは東日本大震災の影響で、逆に 7 月が伸びているのは地デジ対応の駆け込み需要が起こったためと考えられます。

これらの特殊な要因を除けば、ある程度月別の変動が予測できます。

(グラフ 1)

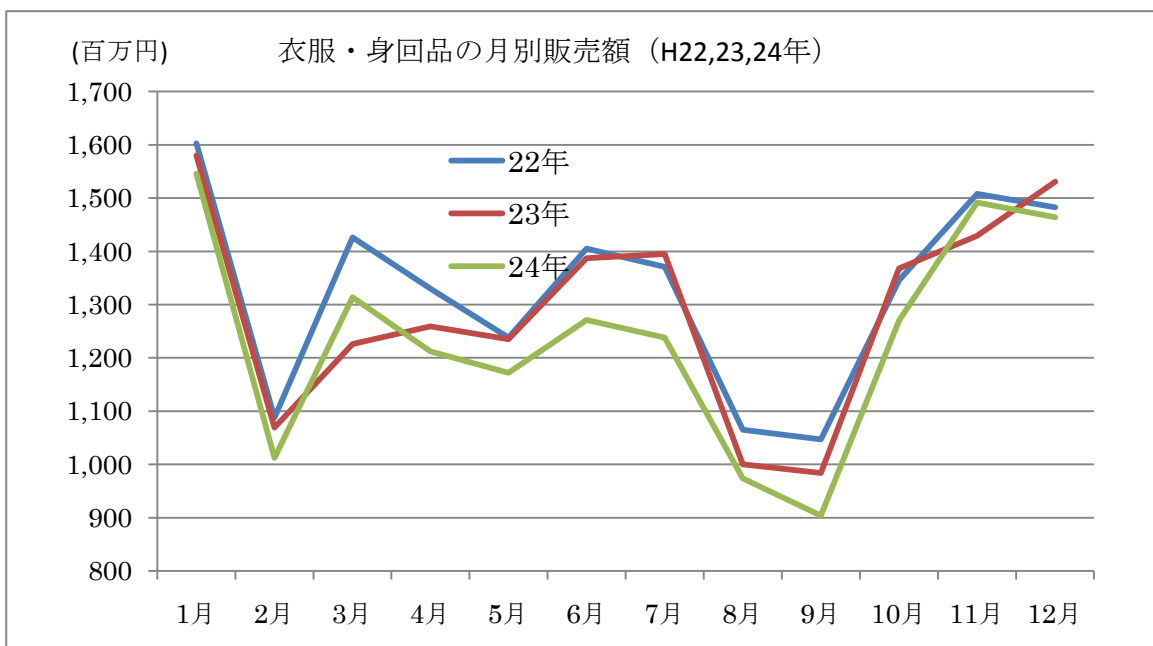


〈気温の変動が売上にも影響〉

「衣服・身の回り品」では、8・9月の落ち込みが大きく、春から夏物、秋物にかけての売上が厳しい状況になっていることが表れています。

温暖化の影響もあってか、最近は春や秋の季節が短くなり、春物や秋物の売り出し時期が難しくなっていると聞きますが、このような気温変動への対応も必要になっています。冬物については、10月の立ち上がりからバーゲンを行う1月までの売上はこの3年間ほとんど変わらず、堅調であることがわかります。

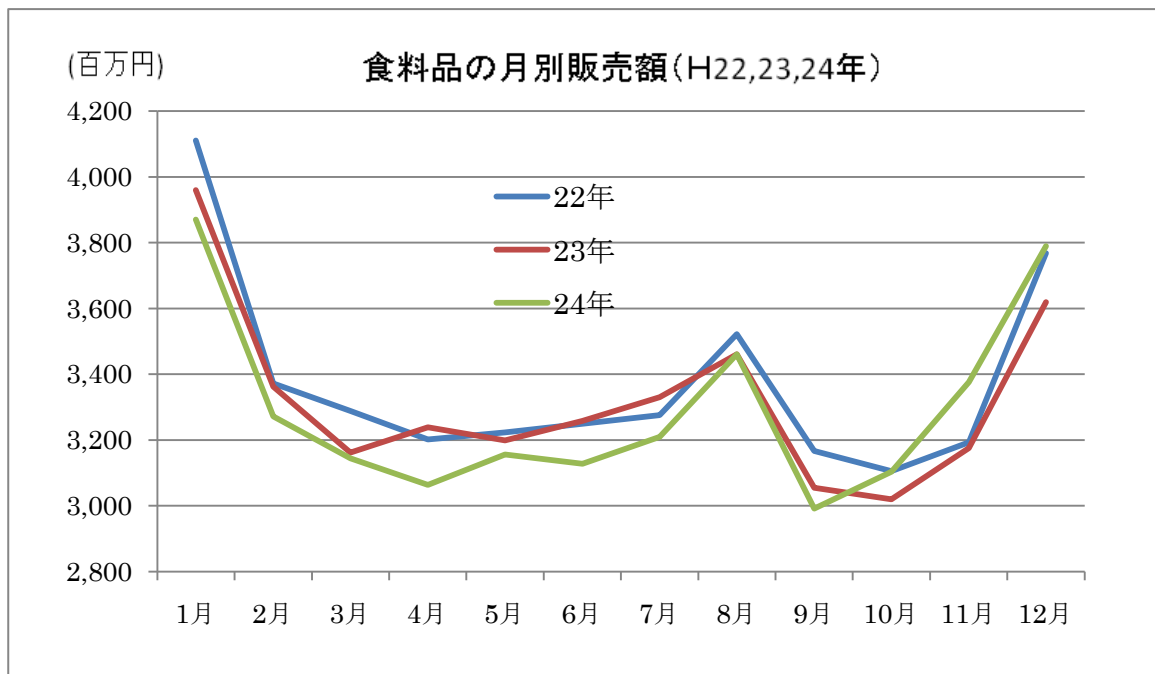
(グラフ 2)



季節変動の少ない「食料品」でも、“冬休みとお正月休み”のある年末年始と“夏休みとお盆休み”のある8月は、消費が盛り上がりを見せます。

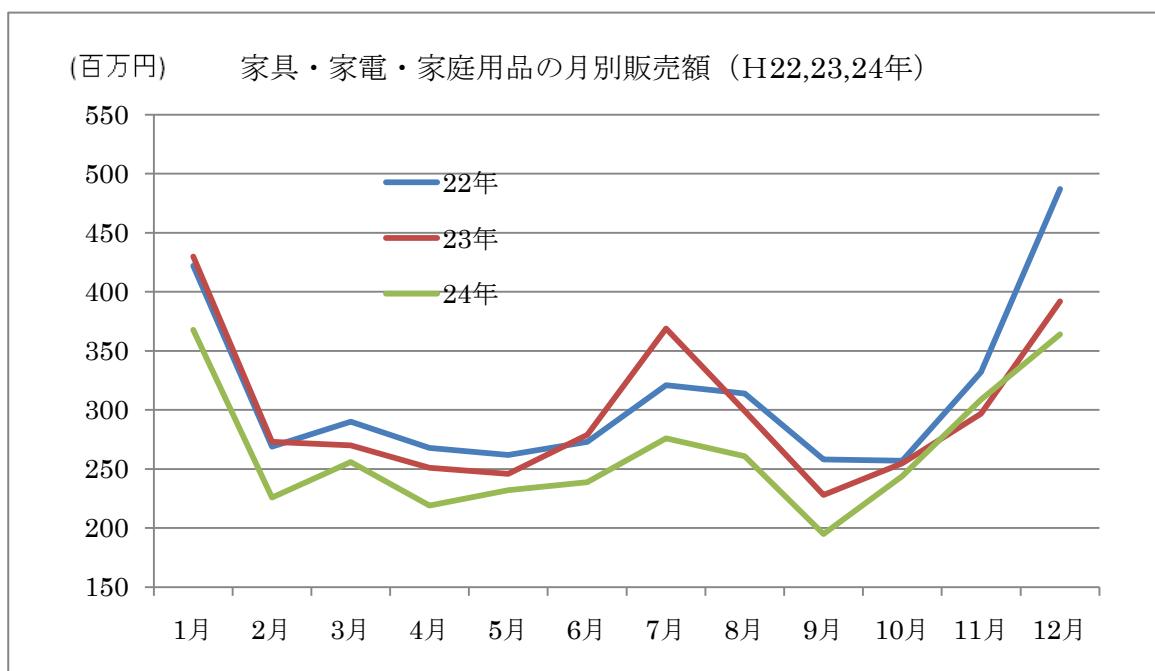
このような盛り上がる時期にしっかりとイベントや販促活動を行うことで、消費を取り込む仕掛けを作ることが必要です。

(グラフ3)



「家具、家電、家庭用品」では、地デジ対応終了後、前年比マイナスで推移していますが、それでも、冬の暖房、夏の冷房、引越し時期など毎年の需要期には、しっかりと動きがみられています。

(グラフ4)



〈消費の動きを捉えたイベントを〉

年間売上高を12で割ったものを100として、品目毎に月別売上高を指数化したものが、表2です。

これは、大型小売店の売上高に基づくものですが、消費の動きを表すもので、これから小売業を始めようという方には大いに参考にできるものではないでしょうか。

また、既にビジネスを行っているお店でも、自店の売上の変動と比較して、今後の対応を考える資料にできるのではないのでしょうか。

(表2)

月別指数	全体	衣服・身の 回り品	食料品	家具・家電・家 庭用品
1月	119	123	120	139
2月	93	82	100	87
3月	98	103	96	93
4月	96	99	95	84
5月	95	95	96	84
6月	98	105	96	90
7月	100	104	98	110
8月	98	79	105	100
9月	88	76	92	77
10月	94	103	92	86
11月	102	115	98	107
12月	118	116	112	141

売上が上がる時期は、ボーナスの支給や休日、季節の変わり目などいろいろなポイントがありますが、自店の売上につなげるためには、これらの時期と消費者の気持ちをしっかり捉えたイベントづくりが必要です。

4月からの新年度に向けて、事業計画や販売計画づくりに取り組むお店も多いと思いますが、売上の目標だけでなく、「どう達成するか」の具体的な取り組みを含めて検討し準備する必要があります。

福井商工会議所では、販促イベントの勉強会や経営計画づくりのアドバイスを行っていますので、是非ご活用ください。

〈福井商工会議所所報 平成25年3月号掲載〉