

## 物産協会 POS データにみる平成 24 年度の GW の動向について



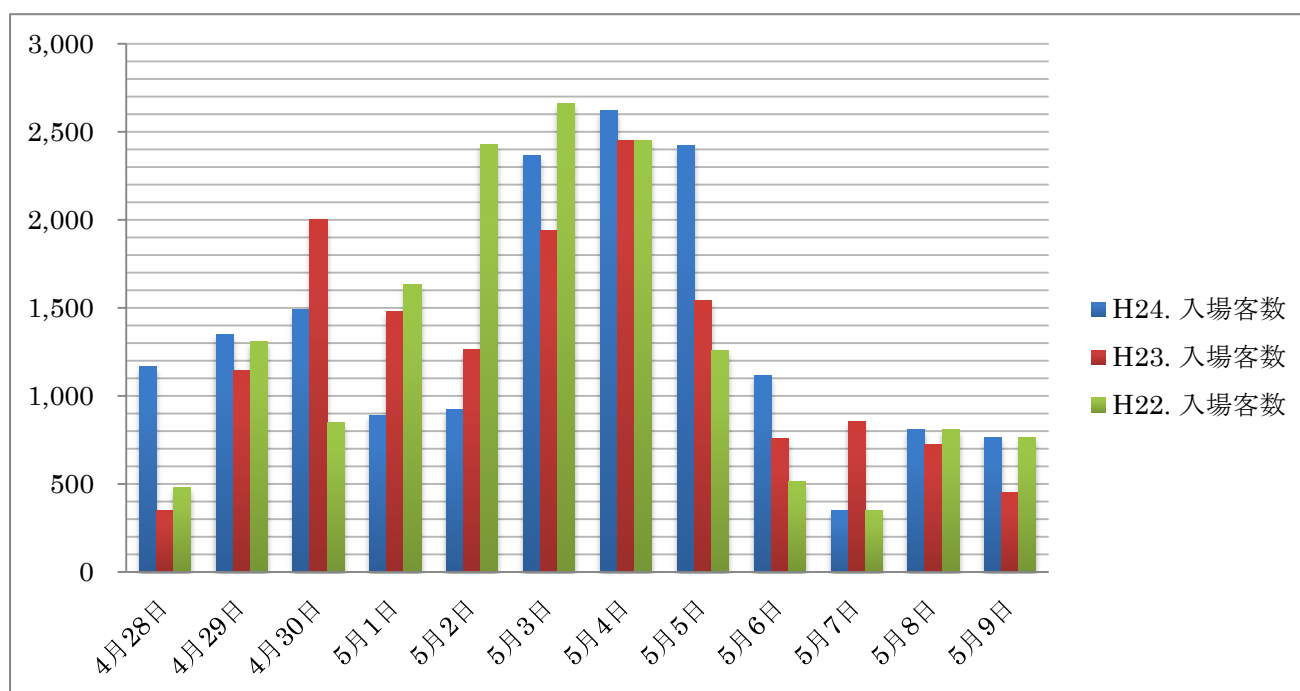
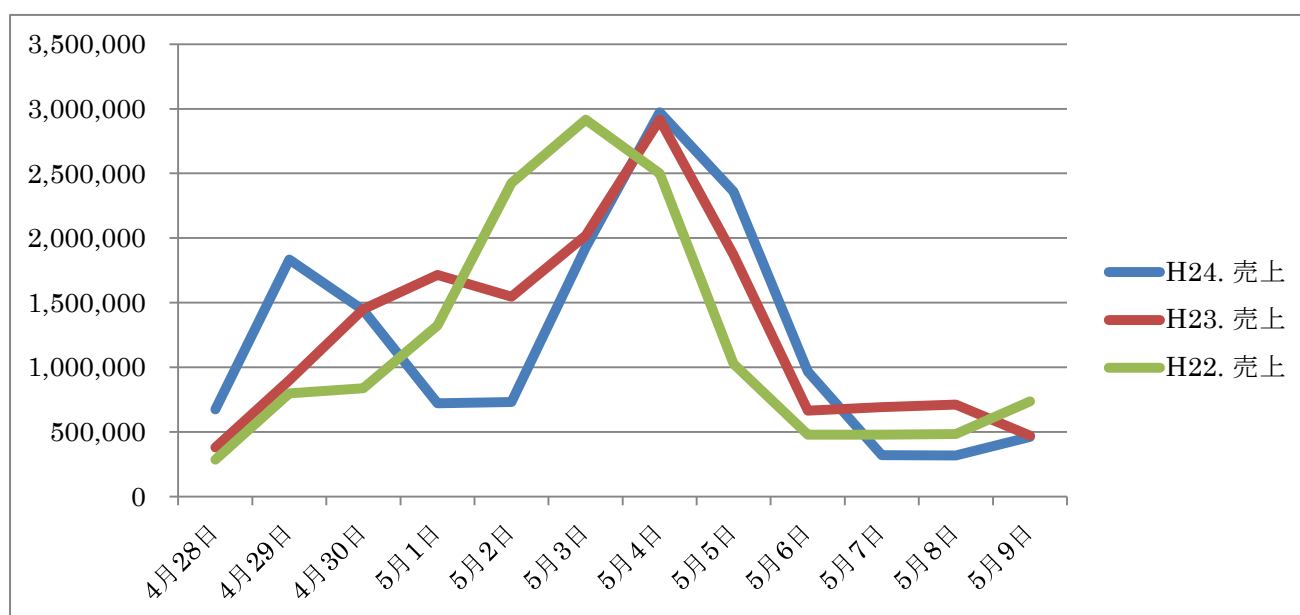
データ収集期間：平成 24 年 4 月 28 日～平成 24 年 5 月 9 日  
対比データ：平成 22 年度 同期間 及び 平成 23 年度 同期間

社団法人 徳島県物産協会

## 平成 24 年度 POS データ ゴールデンウィーク 集計レポート

### 概況

平成 24 年度の POS データに見るゴールデンウィーク中（4 月 28 日～5 月 9 日の 12 日間とする）の「あるでよ徳島」の売上等動向について、24 年度の売上は 14,722,521 円となり、23 年度（15,332,804 円）と比べ 4.0%の減少、22 年度（14,287,574 円）と比べ 3.0%の増加となった。



	H22. 売上金額	H23. 売上金額	H24. 売上金額	前年比	H22. 売上点数	H23. 売上点数	H24. 売上点数	前年比
4月28日	285,134	379,431	673,567	177.52%	481	3,060	1,322	43.20%
4月29日	797,502	900,520	1,832,391	203.48%	1,265	2,303	3,614	156.93%
4月30日	837,391	1,450,590	1,442,418	99.44%	1,354	2,426	2,335	96.25%
5月1日	1,323,210	1,714,246	721,398	42.08%	2,026	2,702	1,210	44.78%
5月2日	2,425,343	1,545,116	729,861	47.24%	3,740	2,477	1,113	44.93%
5月3日	2,916,802	2,019,081	1,928,107	95.49%	4,654	3,363	3,255	96.79%
5月4日	2,499,127	2,915,343	2,972,867	101.97%	4,334	4,827	4,726	97.91%
5月5日	1,026,534	1,868,691	2,358,459	126.21%	1,646	2,822	3,868	137.07%
5月6日	477,182	664,711	966,419	145.39%	553	1,021	1,567	153.48%
5月7日	478,411	692,164	319,358	46.14%	895	1,117	517	46.28%
5月8日	484,178	711,410	317,144	44.58%	797	1,124	459	40.84%
5月9日	736,760	471,501	460,532	97.67%	1,337	760	970	127.63%
計	14,287,574	15,332,804	14,722,521	96.02%	23,082	28,002	24,956	89.12%

	H22. 入場者数	H23. 入場者数	H24. 入場者数	前年比	H22. 購入客数	H23. 購入客数	H24. 購入客数	前年比
4月28日	480	347	1,166	336.02%	123	124	274	220.97%
4月29日	1,306	1,142	1,346	117.86%	328	391	547	139.90%
4月30日	851	2,000	1,492	74.60%	320	598	477	79.77%
5月1日	1,633	1,479	890	60.18%	552	682	275	40.32%
5月2日	2,427	1,264	923	73.02%	941	584	254	43.49%
5月3日	2,657	1,936	2,367	122.26%	1,176	851	871	102.35%
5月4日	2,451	2,451	2,621	106.94%	975	1,204	1,184	98.34%
5月5日	1,259	1,541	2,419	156.98%	439	688	927	134.74%
5月6日	511	755	1,115	147.68%	113	246	365	148.37%
5月7日	351	852	446	52.35%	168	289	121	41.87%
5月8日	807	722	464	64.27%	227	300	121	40.33%
5月9日	761	449	467	104.01%	288	195	151	77.44%
計	15,494	14,938	15,716	105.21%	5,650	6,152	5,567	90.49%

※ 用語について

売上金額：言葉どおり、各日に売り上げた値。

売上点数：お客様が購入した商品の数。ジュース1ケース（30個入り）を買った場合は「30点」とカウント。

入場者数：あるでよ徳島に入場した人の数。

購入客数：レジで買い物をした人の数。1人で2回レジに並んだ場合は「2人」とカウント。

## これまでの POS 集計との違い

23 年度 12 月より、「あるでよ徳島」店頭における購入者の性別及び年齢層の収集を開始した。これにより、どの月日にどの年齢層の購買率が多いかが分かるようになった。

## 期間設定の理由について

	4/28	4/29	4/30	5/1	5/2	5/3	5/4	5/5	5/6	5/7	5/8	5/9
H24	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水
H23	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	月
H22	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日

◇ 最大連休期間 （ 24 年度 9 連休 / 23 年度 10 連休 / 22 年度 11 連休 ）

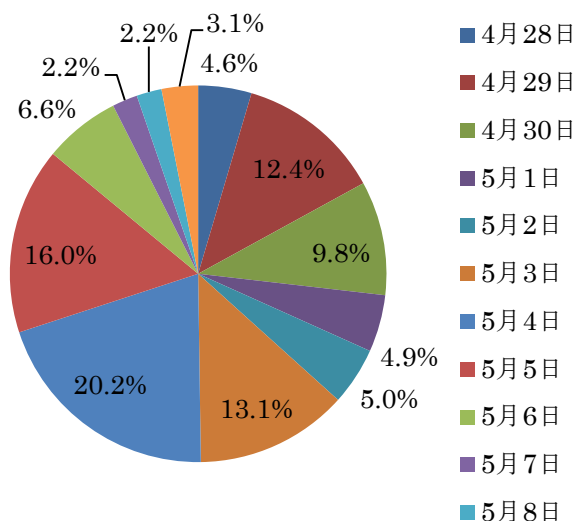
上表通り、24 年度は 4 月 28 日～5 月 6 日の 9 日間、23 年度は 4 月 29 日～5 月 8 日の 10 日間、22 年度は 4 月 29 日～5 月 9 日の 11 日間が連休となりえた。このことから、比較検討の範囲を 4 月 28 日～5 月 9 日の 12 日間と設定した。

## 売上推移の背景について

本年度の売上は、前年度比 4.0%減の 14,722,521 円、22 年度比では 3.0%の増加となった。本年度は 22、23 年度に比べ、連休となる日数が少なかったことに加え、高速道路料金も 1000 円から通常料金に値上がったことが、前年より売上が減少した原因になったと考えられる。

また、P.2 の折れ線グラフの通り、本年度と対前年度、対前々年度の 5 月 1・2 日の売上には顕著な違いが現れている。連休と連休の間に平日が 2 日間挟まることで連休が取りづらくなり、そのことで入場者数及び購入客数が伸びなかったものと思われ、現に 22 年度 5 月 6 日、7 日にも同様の傾向が見られた。

右図の売上構成を見ても、1・2 日の 2 日間の売上は 4 月 30 日単体と同程度となっており、前後の 3 連休/4 連休各日との差が、22・23 年度の傾向とはまったく違った様相を呈している。

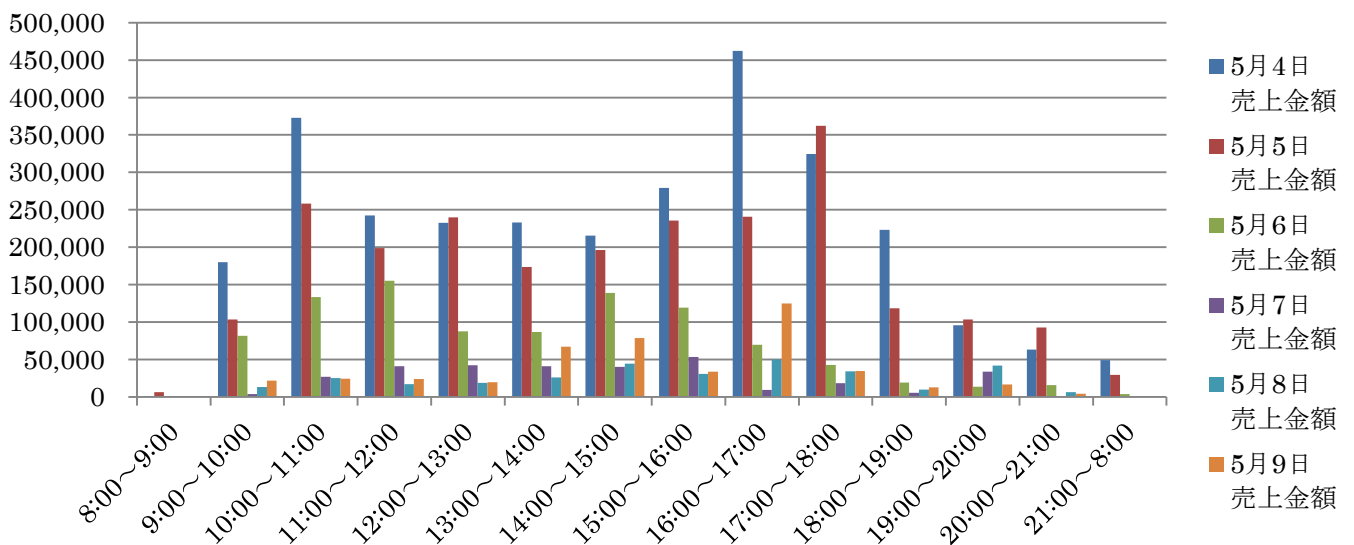
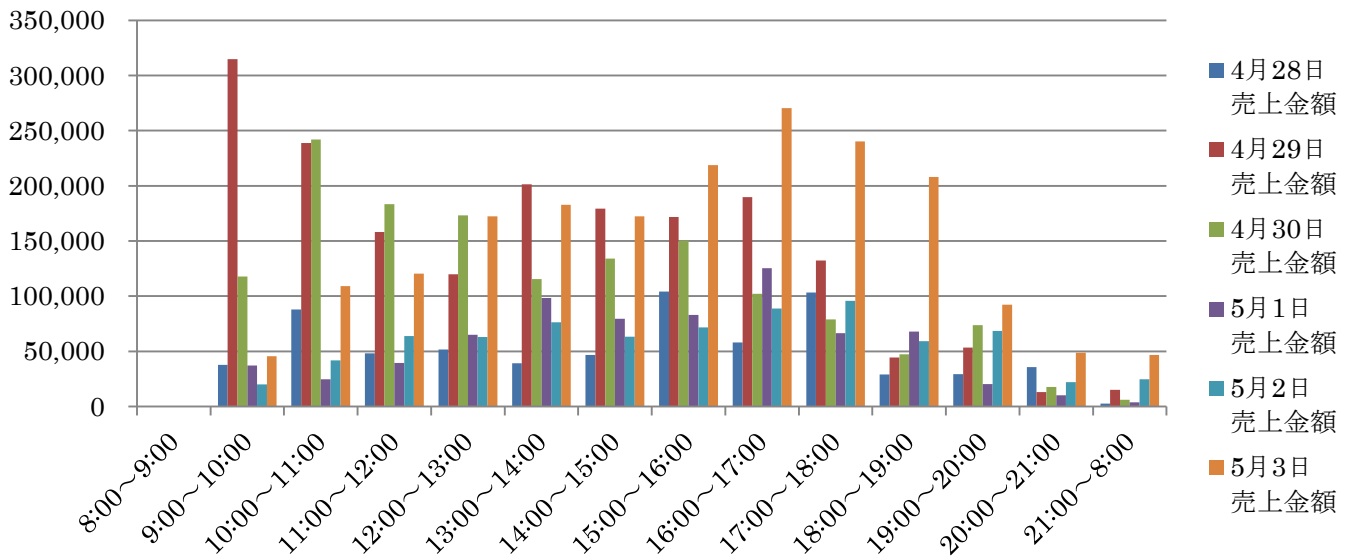


一方で、22・23・24年度の各連休期間中の売上の平均を出してみると次のようになった。

	連休日数	連休期間中の総売上	1日の平均売上額	前年度比
24年度	9日間	14,722,521円	1,635,835円	+6.7%
23年度	10日間	15,332,804円	1,533,280円	+18.4%
22年度	11日間	14,287,574円	1,298,870円	—

直近3年で見ると、一概に連休取得可能期間の長さそのものが、設定期間（4月28日～5月9日の12日間）の売上減少の根拠となっているとは言い難い。

### 時間帯別の売上について

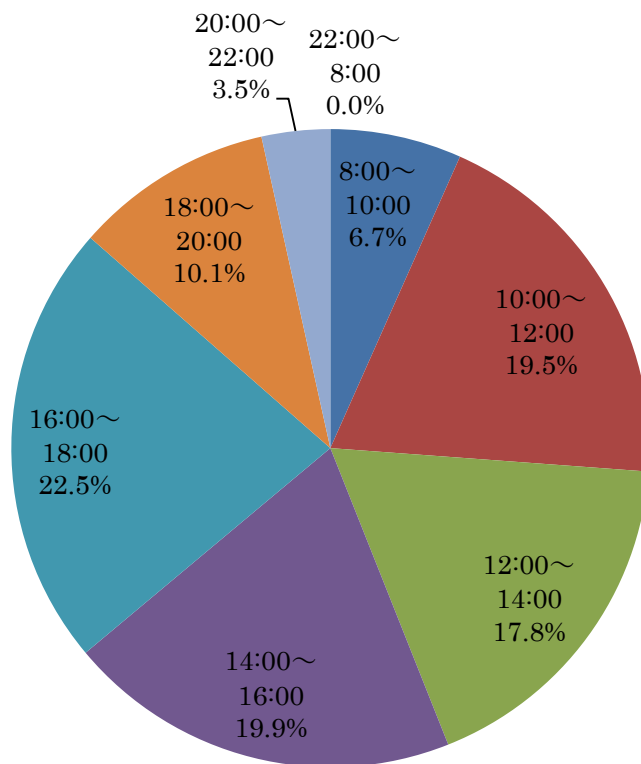


※ 12日間のグラフは表示しきれなかったため、2段にわけた。

右の円グラフは、各日の売上合計を時間帯ごとに分けて円グラフ化したものである。

これを見ると、お昼前後の時間帯（10:00～14:00）は比較的安定的に動いており、全体の37.3%を占める。

ピークとなっているのは16:00～18:00であり、以降は14:00～16:00、10:00～12:00、12:00～14:00の順に売上が多く、16:00前後の時間帯が最も忙しかったことが伺える。逆に夜間（18:00以降）は動きがなだらかとなっており、夜間の全体に占める割合は13.6%であった。



## 性別・年代ごとの動き

先の説明でも述べたとおり、昨年12月より性別・年代ごとのデータの収集を開始しており、今回の「物産協会 POS データにみる平成24年度のGWの動向について」が初めての集計、結果公表となっている。

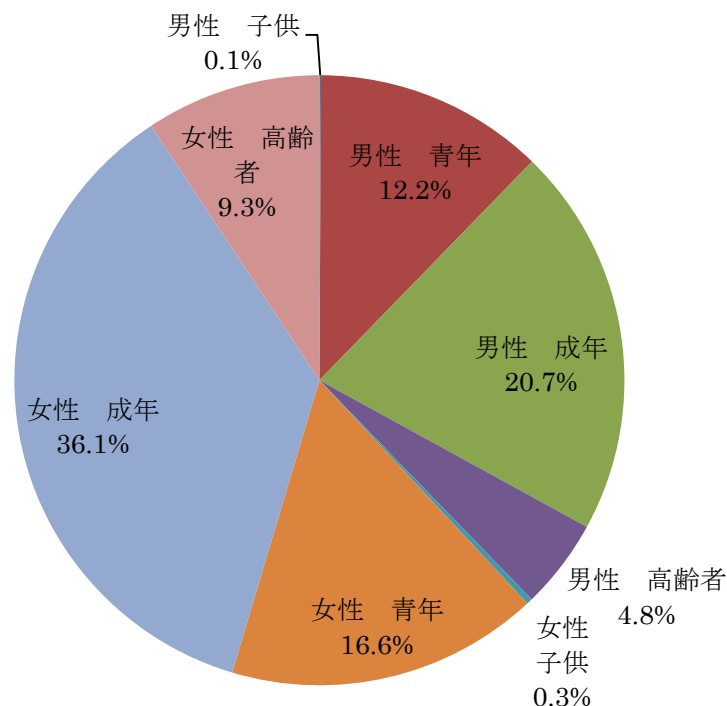
性別・年齢区分	売上客数	構成比	前年比	売上金額	構成比	前年比	売上点数	前年比
男性 子供	14	0.4%	—	8,655	0.1%	—	30	—
男性 青年	615	15.4%	—	1,241,153	12.2%	—	1,891	—
男性 成年	735	18.4%	—	2,108,184	20.7%	—	3,001	—
男性 高齢者	172	4.3%	—	485,921	4.8%	—	637	—
女性 子供	44	1.1%	—	30,872	0.3%	—	88	—
女性 青年	793	19.9%	—	1,685,814	16.6%	—	3,094	—
女性 成年	1,251	31.3%	—	3,673,449	36.1%	—	5,668	—
女性 高齢者	367	9.2%	—	946,894	9.3%	—	1,495	—
計	3,991		—	10,180,942		—	15,904	—

収集方法：レジ打ちの際、協会スタッフが購入客に当てはまると思われる「性別・年代」ボタンを押す。

男性	子供：高校生までの未成年 青年：18歳～29歳 成年：30歳～64歳 高齢者：65歳以上	女性	子供：高校生までの未成年 青年：18歳～29歳 成年：30歳～64歳 高齢者：65歳以上
----	---	----	---

右の円グラフは売上に占める各カテゴリーの構成を円グラフにしたものである。

図のとおり、「成年」カテゴリーの年齢幅が広いこともあって、男女とも、成年の占める割合が高く、半数超の 56.8%。特に女性・成年は全体の 36.1%であり、逆に最も少なかった男性・子供（0.1%）との差が目立つ。



## 単価から見える GW 期の販売動向

ゴールデンウィーク中の客単価と商品単価については、以下のような結果となった。

	H22. 客単価	H23. 客単価	H24. 客単価	前年比	H22. 商品単価	H23. 商品単価	H24. 商品単価	前年比
4月28日	2,318	3,060	2,458	80.34%	593	124	510	410.90%
4月29日	2,431	2,303	3,350	145.45%	630	391	507	129.67%
4月30日	2,617	2,426	3,024	124.66%	618	598	618	103.31%
5月1日	2,397	2,514	2,623	104.36%	653	634	596	93.97%
5月2日	2,577	2,646	2,873	108.61%	648	624	656	105.13%
5月3日	2,480	2,373	2,214	93.30%	627	600	592	98.66%
5月4日	2,563	2,421	2,511	103.70%	577	604	629	104.15%
5月5日	2,338	2,716	2,544	93.67%	624	662	610	92.08%
5月6日	4,223	2,702	2,648	97.99%	863	651	617	94.73%
5月7日	2,848	2,395	2,639	110.20%	535	620	618	99.69%
5月8日	2,133	2,371	2,621	110.53%	608	633	691	109.17%
5月9日	2,558	2,418	3,050	126.13%	551	620	475	76.53%
平均値	2,624	2,529	2,713	107.29%	627	563	593	105.26%

24年度の平均客単価は、22年度の値に比べ89円(+3.4%)の増加、対23年度については+184円で7.3%増加している。購入客数自体は10%程度少なくなっている(P.3の表参照)ものの、入場客数は増加していること、又、あるでよ徳島を訪れた購入客一人あたりが使う金額が多くなっていることから、県外から家族で訪れるケースに加え、徳島に帰省した子供や孫の代わりに親、祖父母等が多く購入していったようなケースも考えられる。特に大きな伸びを見せたのが4月29日で前年比45.5%の増加となっており、前日(4月28日)の20%減をカバーしている。

商品単価の平均については5.3%増の593円となっているが、22年度対比では6.4%減であったことから、やや傾向が読みづらい結果となっているものの、前年よりは高い商品を買う人たちが多く、上記客単価と合わせ、23年度に比べやや経済的負担のしやすい消費マインドの来店者が多かったようである。

## 販売の動向

23年度期間中の部門別売上順位は右の通りであるが、1位の「銘菓」部門の売上額は5,210,545円(8,918個/全売上点数の33.1%)で、売上全体の31.4%を占めており、次点の「海産物」の1,092,196円(全売上の6.6%)とは4,118,349円の差があった。

### 期間中の部門別売上数順位 (10位まで/23年度)

①	銘菓	⑥	ラーメン
②	海産物	⑦	流通菓子
③	藍・草木染製品	⑧	すだち・ゆず加工品
④	イベント	⑨	リキュール・焼酎
⑤	その他一般食品	⑩	雑貨製品

24年度については、1位～3位までの順位が23年度と同じ結果となっている。

24年度期間中の部門別売上順位は右の通りである。1位の「銘菓」部門の売上額は4,940,361円(8,944個/全売上点数の35.2%)で、全体の33.6%を占めており、前年度に比べ、270,184円の減少となっているが、販売点数は26点増えている。2位の「海産物」(1,058,950円/全売上の7.2%)とは、

### GW期間中の部門別売上数順位 (10位まで/24年度)

①	銘菓(ー)	⑥	ラーメン(ー)
②	海産物(ー)	⑦	その他一般食品(↓)
③	藍・草木染製品(ー)	⑧	リキュール・焼酎(↑))
④	流通菓子(↑)	⑨	雑貨製品(↑)
⑤	すだち・ゆず加工(↑))	⑩	地酒(↑)

3,881,411円(点数で6,985点)の差があったが、いずれも前年に比べ3～5%減少している。1位と2位の部門の金額差は3,881,411円で、前年度より236,938円分縮まっている。

GWの傾向としては、1位の銘菓は別として、2位に海産物、3位に藍・草木染製品が見られた。特筆すべきは、阿波踊り期間との販売傾向の違いである。

右表は23年度阿波踊り期間中の部門別売上の順位である。22年度同期間についても23年度とほぼ同じような動きだったが、2位と3位には季節的な特徴が表れていることがわかる。GWの場合、新物のワカメが出ていることから海産物の販売も伸びやすく、逆に阿波踊り関連商品は10位以下となった。

### 阿波踊り期間中の部門別売上数順位 (10位まで/23年度)

①	銘菓(ー)	⑥	藍・草木染製品(↑)
②	阿波踊り関連商品(ー)	⑦	ラーメン(↓)
③	流通菓子(ー)	⑧	海産物(ー)
④	すだち・ゆず加工(↑)	⑨	その他一般食品(↑)
⑤	雑貨(↓)	⑩	青果物(↑)

一方、「銘菓」や「すだち・ゆず加工品」は安定的に動く中で、流通菓子(前年比9%の売上上昇)の順位が上がっており、阿波踊り期間と似た動きが見られた。



## 部門別の売上等について

部門名称	売上 客数	売上 数量	一人当 購入数	商品 単価	前年売上	売上金額	前年比
焼き物	83	138	1.66	1,434	236,602	197,907	0.84
藍・草木染製品	273	477	1.75	2,051	1,051,702	978,343	0.93
しじら織製品	100	125	1.25	1,901	274,215	237,663	0.87
竹製品	22	37	1.68	1,770	49,455	65,475	1.32
木工製品	59	100	1.69	889	139,468	88,940	0.64
和紙製品	99	182	1.84	419	100,400	76,194	0.76
ガラス・石工芸品	33	47	1.42	1,369	27,510	64,365	2.34
阿波踊り関連商品	256	387	1.51	769	407,639	297,644	0.73
雑貨製品	538	986	1.83	532	520,415	524,468	1.01
その他民芸品	127	205	1.61	694	194,611	142,236	0.73
地酒	275	380	1.38	1,132	455,789	430,254	0.94
リキュール・焼酎	443	695	1.57	764	658,394	531,039	0.81
練り製品	190	534	2.81	366	167,707	195,193	1.16
漬物	48	130	2.71	305	33,958	39,690	1.17
海産物	613	1959	3.20	541	1,092,196	1,058,950	0.97
味噌製品	283	544	1.92	448	204,694	243,697	1.19
そば	157	241	1.54	635	215,902	152,992	0.71
そうめん	372	724	1.95	581	458,824	420,314	0.92
たらいうどん	153	250	1.63	815	237,054	203,804	0.86
すだち・ゆず加工	1079	3362	3.12	270	768,639	906,659	1.18
果汁飲料・蜂蜜製	99	168	1.70	355	80,568	59,622	0.74
青果物	72	94	1.31	693	356,454	65,161	0.18
銘菓	2899	8944	3.09	552	5,210,545	4,940,361	0.95
流通菓子	811	1605	1.98	590	871,889	946,710	1.09
アイスクリーム	30	67	2.23	250	30,347	16,750	0.55
その他一般食品	824	1686	2.05	473	893,861	29,497	0.89
阿波の畜産	24	53	2.21	557	35,800	818,009	0.82
ラーメン	601	1050	1.75	779	872,631	29,497	0.94

※一部の部門（その他・イベント）を省いて掲載

## まとめ

今回の POS データ集計は、今年度作成予定の集計レポートの第 1 号となる。

前 8 ページで掲載している通り、今 GW 期間の販売動向等については、年度を通じたデータや、阿波踊り期間のデータとやや違う傾向が見られた。「より季節感を感じられるもの」や「その時期に最も状態がよくなるもの」などの販売が目立ったことから、本県産品のブランディングを考える上で、季節感の一層の押し出しは PR の起点になるものと思われる。

今年の GW 期間中（5 月 3 日～5 日）は東新町～阿波おどり会館を中心に「マチ★アソビ」が行われ、その 3 日間に限れば、阿波おどり会館のロープウェイ利用者が前年比 65.0%増の 13,871 人（23 年度は 8,406 人）と大変多くの方が阿波おどり会館を訪れた。徳島市中心部では若い人たちをそこかしこで見かけ、東新町にも熱気と活気があった一方、「あるでよ徳島」の購入客数は、前年比で 10%弱減少した。

店頭では 2～3 商品を購入する人を多く見かけたことから、自分の家族や親しい知人・友人のために購入する人が主ではあるものの、総じて好奇心の対象から離れた商品についてはその購入機会が少なく、「マチ★アソビ」を目的に徳島市中心部を訪れる県内外の若者の需要と「あるでよ徳島」で展示販売している商品との間にかい離が見られた。

このことから、物産品の販売に係る「マチ★アソビ」の効果は限定的であったと言える。

今年度の POS データ集計の変更点としては、前年度 12 月より性別・年齢データを取得するようになったことで、本会が管理・運営する「あるでよ徳島」の来店客層の傾向を、グラフなどを通して可視化できるようになったことである。

このことにより、本会が運営する「あるでよ徳島」において展示販売している事業者にとっては、よりターゲットを絞った商品提案、もしくは、そうしたターゲットに対して商品がどう受け止められるのか、様々な“試しの場”として「あるでよ徳島」を利用する理由になるものと考えている。

また、本会に現在展示等していない県内生産者にとっても、お試しで商品を展示し、消費者の反応を見ながらさらなる商品の開発を進める場として、その機会をご提供できる環境が整えられていることを知っていただき、ぜひ「あるでよ徳島」を積極的にご活用いただきたい。