

コンビニの売上動向分析による東日本大震災の影響と仮設住宅立地の影響

東北工業大学 学生員 ○佐々木 嵩
東北工業大学 正会員 稲村 肇

1.はじめに

2011年3月11日に発生した東日本大震災で大きな被害を受けた市町村においては、スーパーマーケットなどの大規模小売店の復旧が遅れる一方、早期に回復したコンビニエンス・ストアが大きな活躍をしたといわれているが、その実態は明らかではない。本研究では沿岸被災地で早期に復旧したコンビニに焦点を当て、東日本大震災前後での売上高と来客数の変化を調査し、被災地におけるコンビニの需要の変化の分析を行った。さらにコンビニ近傍に立地した仮設住宅居住者による買い物動向の変化を分析し、コンビニの果たした役割と変化を明らかにする。

2.データと分析

データは津波の影響は免れたが海岸付近にある某コンビニにご協力いただき、2011年度および2012年度の売上、客数のデータを基に客単価を算出し、売上・客数・客単価での比較を行った。分析は2011年、12年の1月～7月の売上・客単価のデータを利用する。

項目は平常時としての1,2月、震災被害の混乱期の前後の3月、復興時の4月～7月末に分けて行う。

2.1 平常時における分析（2011年、12年1,2月）

2011年1,2月は震災前であり、2012年1,2月はすでに落ち着いているため、平常時であると考え。売上のデータ(図-a)から見ると、変動が少なく客足が安定していることがわかる。両年において売上の形は変わらないが、明らかに2012年には売上高が上がっている。これに対し客単価のデータ(図-b)を見てみる。平常時でありながら分散が大きい。特に大きいところは正月付近であり、これは積雪により客が少なく、また来店回数を減らし買いだめをする客がいたと推測される。特徴的なのは2011年に比べ2012年では分散の幅も小さいことである。売上高も上がっていることから、震災前に比べ安定的にコンビニを利用する人が増えたといえるだろう。

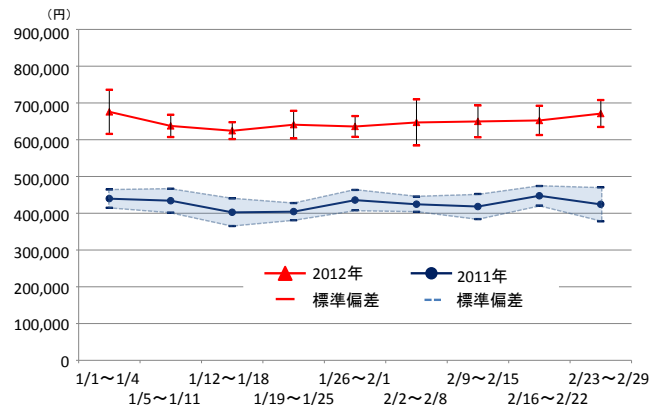


図-a 2011年と2012年の1月～2月末での売上比較

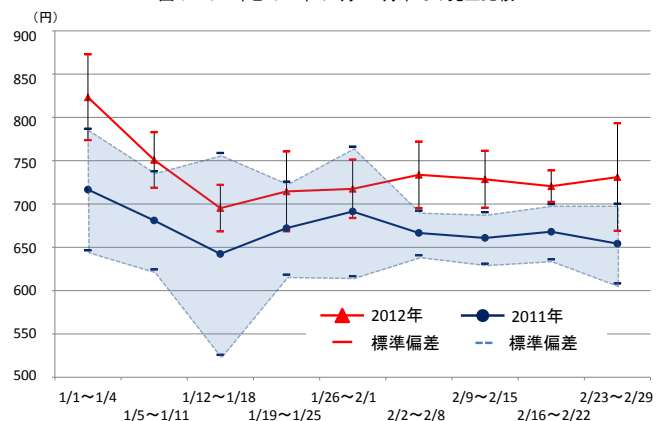


図-b 2011年と2012年の1月～2月末での客単価比較

2.2 震災被害時における分析（2011年3月）

次に震災の発生した3月11日を含む3月の1か月を考える。3月11日の震災発生日までは平常時で、安定したデータ(図-c、図-d)が示されている。3月11日の地震発生時から3月15日まで停電のため欠測となっている。16日の突出は、電気の復旧が15日の夕方であったのでお客が16日に固まったためである。停電中の売上を21日に一括入力したため21日も値が突出している。震災直後には商品が入ってこなくなってしまったが店の在庫を売り切ったためこのような売上となった。22日以降は、1日おきに食品（お弁当、おにぎり、フランク、焼き鳥）が入ってきたため1日おきの売上データとなり、0データが存在している。

キーワード：東日本大震災、コンビニ、震災復興

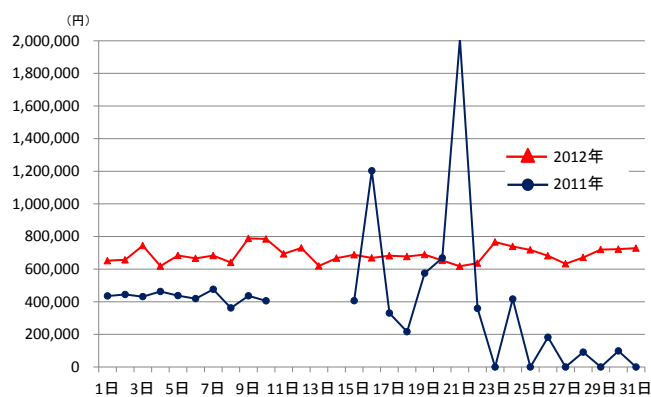


図-c 2011年と2012年の3月での売上比較

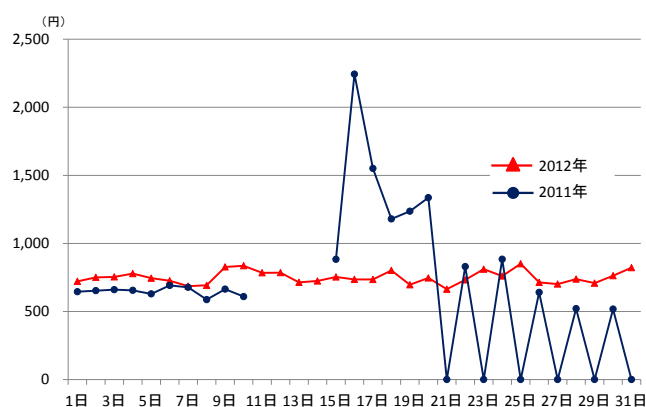


図-d 2011年と2012年の3月での客単価比較

2.3 震災復興時における分析（2011年4～7月）

最後に震災復興時を見る。まず売上のデータ(図-e)を見ると、店は4月からは毎日開店しているが、商品の充足には時間がかかり、入荷する商品も限られ、売上は伸びていない。4月の中旬以降は入荷する商品の種類も増え、売り上げも右肩上がりとなっている。震災前の売上が40～45万円/週であったことから、この時点で平常時を超えたことになる。

仮設住宅104戸が5月21日に近隣に設置され、次に198戸が5月28日に設置され、最後に256戸が6月10日に設置された(計558戸)。日時は契約日であり、引っ越し入居は徐々に行われた。その仮設住宅から1番近くにあった小売店が当コンビニだったこともあり、既住者+仮設住宅入居者が来るようになったと思われる。売上は震災前と比較して160%程度となっている。売上は仮設住宅設置完了の6月10日の週まで伸び、その後安定しており、7か月後の2012年1月と大きな差はない。客単価のデータ(図-f)を見ると、仮設住宅が安定した6月上旬までは上昇していることがわかる。その後は安定し、これもまた2012年1月と大きな差はない。売り上げの標準偏差も6月以降40円程度で長期的

に安定していることは興味深い。新住民の買い物傾向もこの時期に安定したと考えられる。

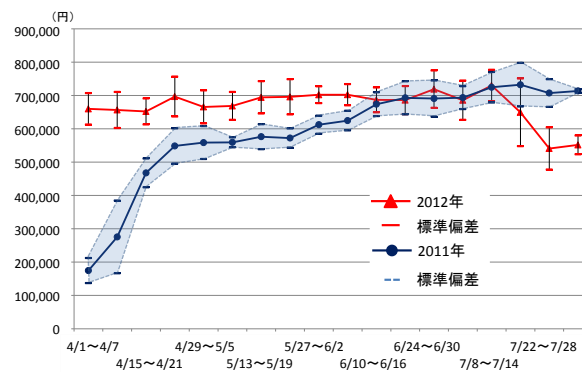


図-e 2011年と2012年の4月～7月末での売上比較

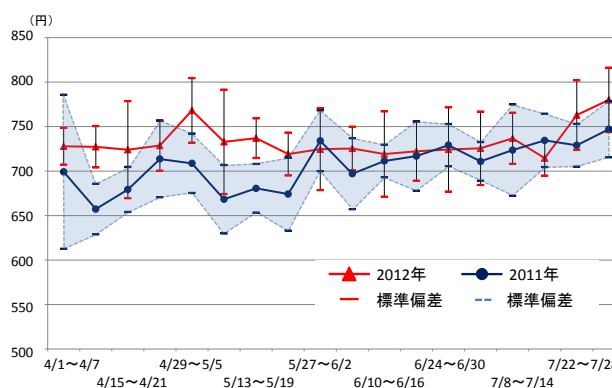


図-f 2011年と2012年の4月～7月末での客単価比較

3. おわりに

本研究では2011年3月11日に発生した東日本大震災において宮城県南部の海岸付近のコンビニにどのような影響をもたらしたのかを震災前後で売上、客単価のデータを基に比較し顧客層の変化の分析を行った。その結果、売上高、客単価ともに上昇し、仮設住宅住民の影響が大きいことがわかった。震災前に比べコンビニ利用者は増加し、住人のコンビニでの買い物への欲求があがったことも明らかになった。

最後に、今回の東日本大震災によりこのような状況でコンビニは活躍できるということと、コンビニの必要性は震災前に比べ確実に増したことがわかった。このことからコンビニはより人々により必要とされるようになり、これからの時代を担っていく存在になるのではないかと私は考えている。

参考文献

- 1) 亘理町 HP 被災者情報 住まい・再建 応急仮設住宅の情報