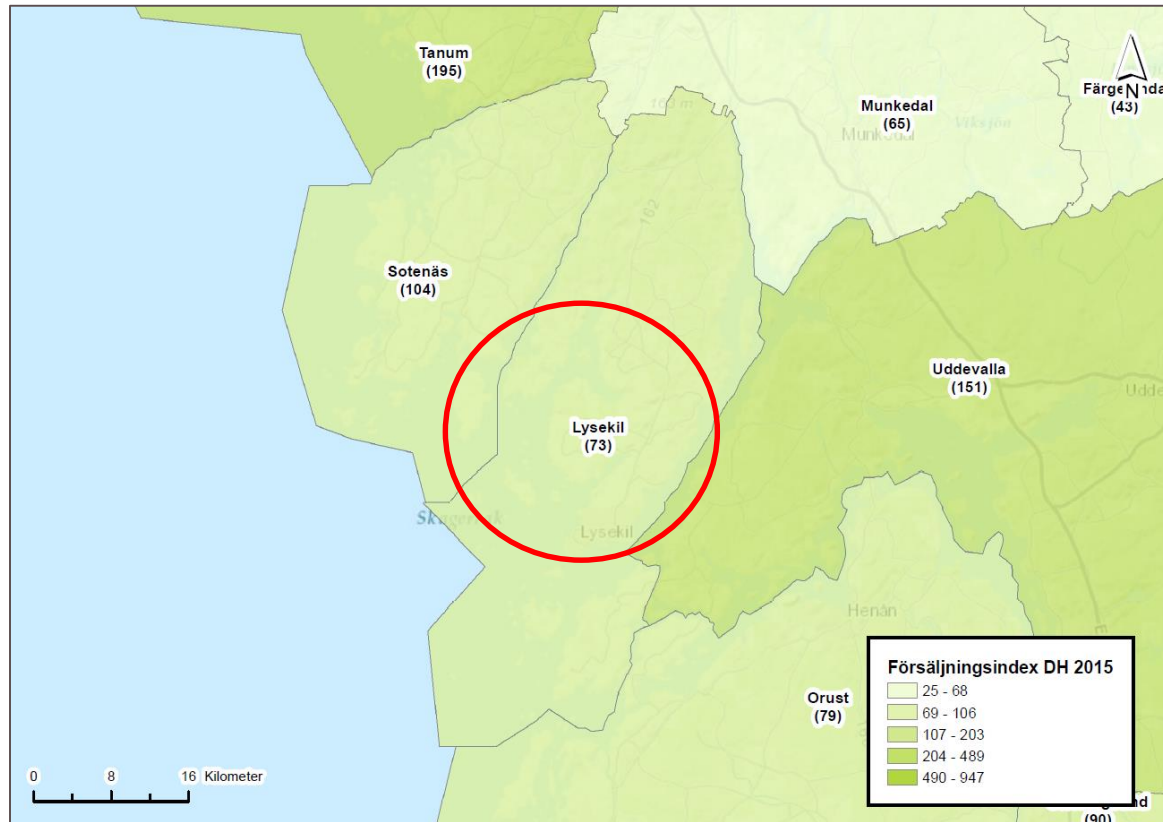

Tilläggsanalys handel Lysekils kommun 2015



HUI Research
På uppdrag av
Lysekils kommun

Oktober, 2016

Försäljningsindex



Ett försäljningsindex på 100 innebär att kommunens invånare konsumerar för motsvarande belopp som detaljhandeln omsätter. Om försäljningsindex understiger 100 innebär det att det finns ett utflöde av köpkraft från kommunen vilket innebär att konsumenterna handlar mer i andra kommuner. Ett försäljningsindex över 100 innebär att det finns ett inflöde av köpkraft och att närliggande kommuners invånare väljer att resa hit för att handla.

Lysekil har ett försäljningsindex på 73, vilket innebär att det sker ett utflöde av omsättning till närliggande kommuner. Av de närliggande kommunerna har Uddevalla ett index på 151 och har därmed ett inflöde av omsättning från närliggande kommuner.

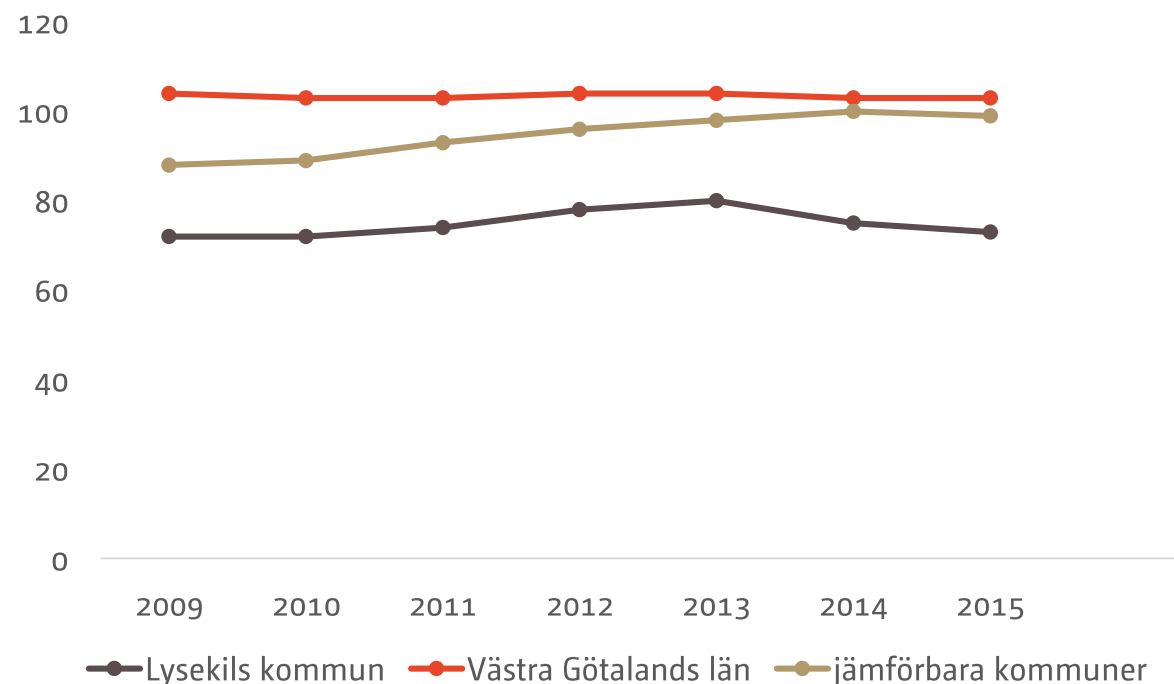
Försäljningsindex detaljhandeln 2009-2015

Lysekils försäljningsindex för den totala detaljhandel uppgick 2015 till 73. Länets index uppgick till 103 och kommungruppens (*jämförbara kommuner* *), som Lysekil tillhör enligt SCB:s klassificering, till 99 för 2015.

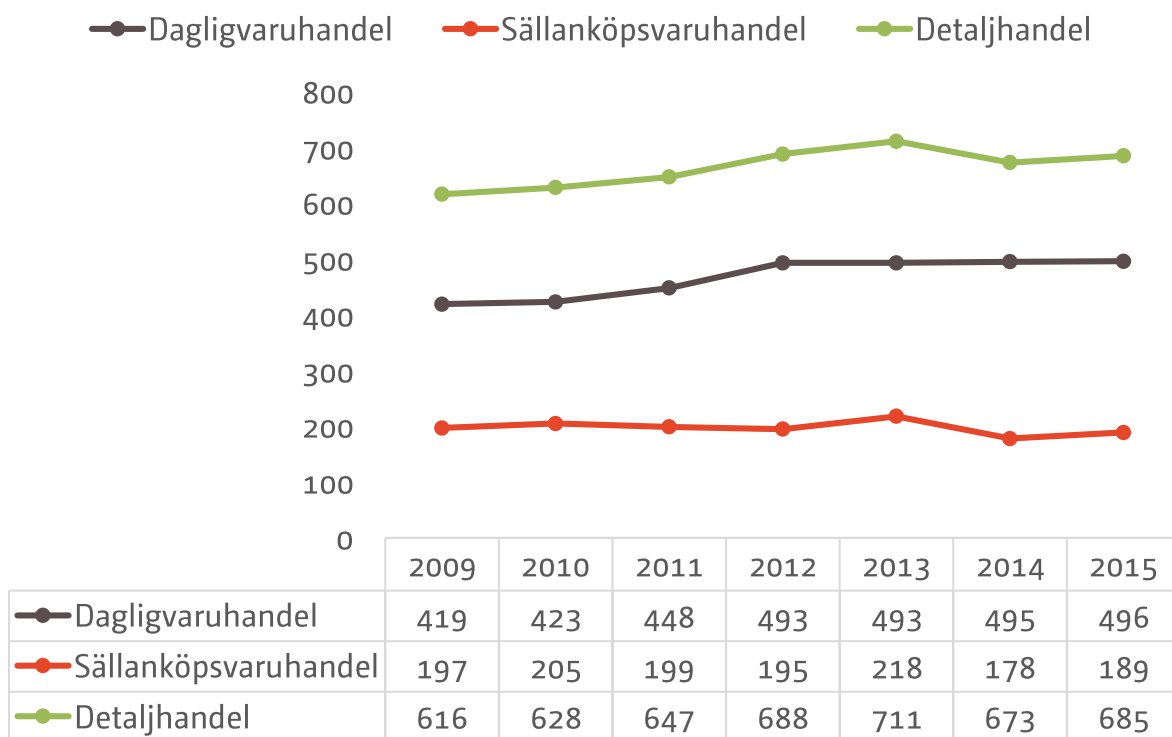
Efter 2013 har den totala detaljhandelns försäljningsindex gått ner i Lysekil. Detta beror med största sannolikhet på etableringen av Östra Torp med IKEA.

*Med *jämförbara kommuner* menas de kommuner som är klassificerade på samma sätt som Lysekils kommun, det vill säga *Turism- och besöksnäringkommuner; Kommuner där antalet gästnätter på hotell, vandrarhem och campingar överstiger 21 per invånare eller där antalet fritidshus överstiger 0,20 per invånare.*

Exempel på närliggande jämförbara kommuner är Tanum och Strömstad



Omsättning i detaljhandeln 2009-2015



Omsättningen i dagligvaruhandeln ökade 2012. Under 2011 öppnade Coop Extra i Lysekil vilket har ökat Lysekils dagligvaruomsättning. 2015 uppgick dagligvaruhandelns omsättning till cirka 496 miljoner kronor. Omsättningen i sällanköpsvaruhandeln gick ner under 2014 men ökade något under 2015 till en omsättning om cirka 190 miljoner kronor.

Lysekils kommuns andel av Västra Götalands län			
	Dagligvaruhandel	Sällanköpsvaruhandel	Total detaljhandel
2009	0,8%	0,4%	0,6%
2010	0,8%	0,4%	0,6%
2011	0,9%	0,4%	0,6%
2012	0,9%	0,4%	0,7%
2013	0,9%	0,5%	0,7%
2014	0,9%	0,4%	0,6%
2015	0,8%	0,4%	0,6%

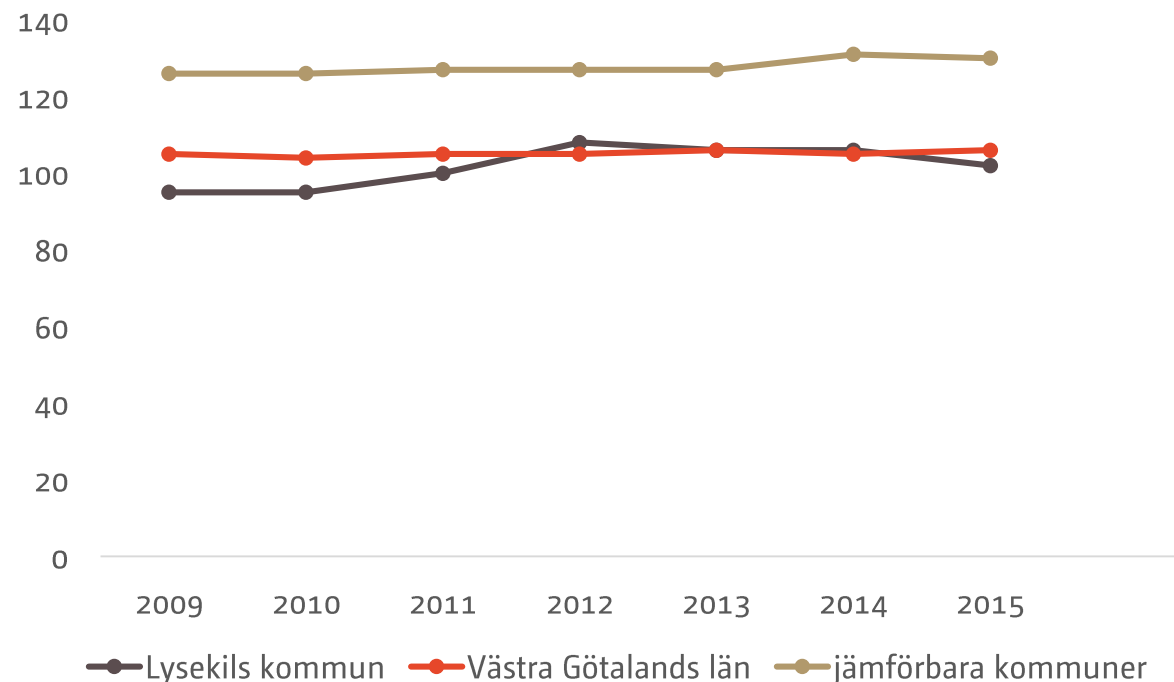
Källa: HUI Research, Handeln i Sverige.

Försäljningsindex dagligvaruhandeln 2009-2015

Diagrammet visar ett försäljningsindex inom dagligvaruhandeln för Lysekils kommun, Västra Götalands län samt jämförbara kommuner för Lysekil. År 2015 hade Lysekil ett index på 102, detta att jämföra med länets som uppgick till 106. Vid vidare jämförelse kan man konstatera att Lysekils kommuns dagligvaruindex ligger något lägre jämfört med kommungruppen (*jämförbara kommuner**) som Lysekil tillhör enligt SCB:s klassificering. Detta beror på att ett antal av dessa kommuner har ett större inflöde av tillexempel gränshandel, som Strömstad vilket drar upp denna siffra.

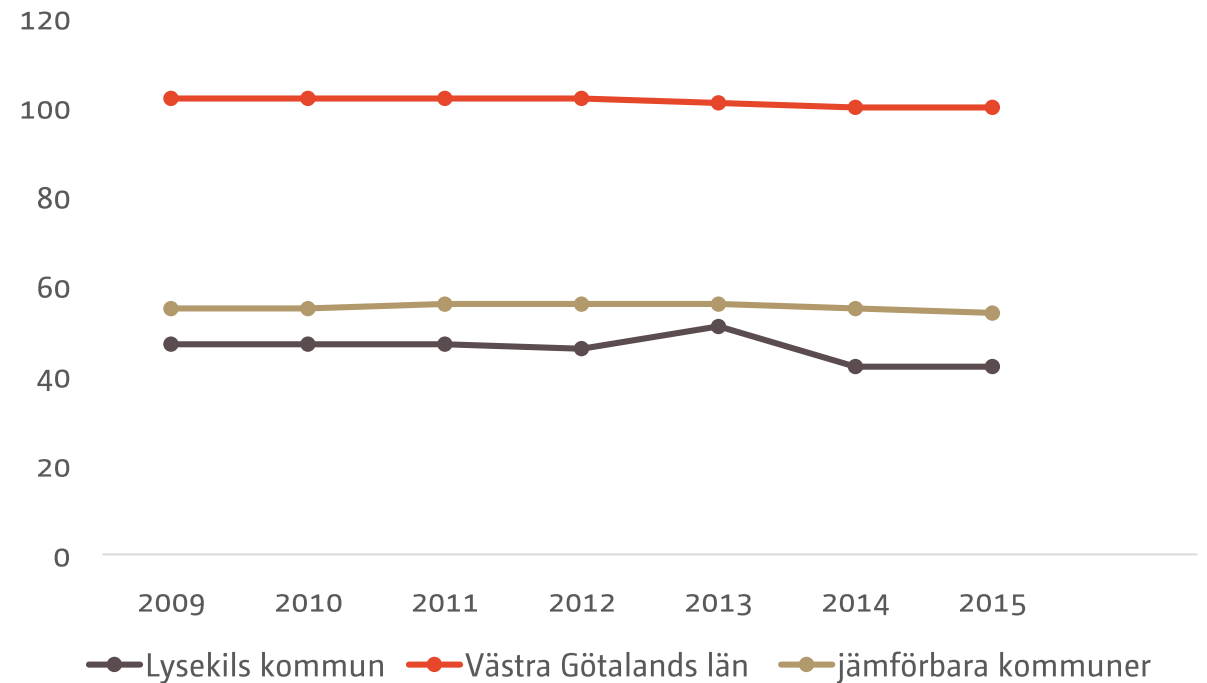
**Med jämförbara kommuner menas de kommuner som är klassificerade på samma sätt som Lysekils kommun, det vill säga
Turism- och besöksnäringkommuner;
 Kommuner där antalet gästnätter på hotell, vandrarhem och campingar överstiger 21 per invånare eller där antalet fritidshus överstiger 0,20 per invånare."*

Exempel på närliggande jämförbara kommuner är Tanum och Strömstad

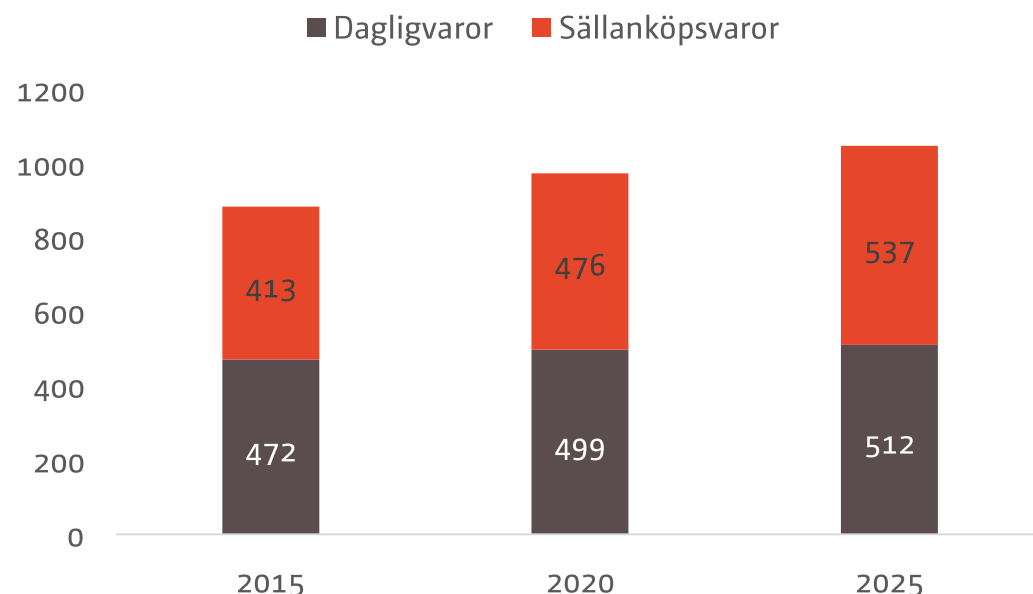


Försäljningsindex sällanköpsvaruhandeln 2009-2015

Lysekils försäljningsindex för sällanköpsvaruhandeln är betydligt lägre än det för dagligvaruhandeln. Indexet uppgick till 42 vid senaste mätåret 2015 och har förutom under 2013 tappat i försäljningsindex. Jämfört med Västra Götaland, och till skillnad från dagligvaror, är indexet betydligt lägre. Västra Götaland har ett högt index på sällanköp tack vare kommuner med större städer samt kommuner med gränshandel. Länets index uppgick till 100 och kommungruppens till 54 för 2015.



Köpkraft detaljhandeln 2015, 2020 och 2025



Köpkraft är det teoretiska belopp som invånare i ett specifikt område förväntas spendera på dagligvaror och sällanköpsvaror.

I dagsläget ger invånarna i Lysekils kommun upphov till 885 miljoner kronor inom detaljhandeln. Denna köpkraft väntas växa i takt med att befolkningen ökar samt att våra konsumtionsmönster ändras. År 2025 förväntas köpkraften i Lysekils kommun uppgå till cirka 1 miljard kronor, vilket innebär en ökning med ca 164 miljoner kronor. Största delen av denna ökning står sällanköpsvaruhandeln för, hela 30 procent.

Köpkraft Lysekils kommun				Utveckling 2015-2025	
	2015	2020	2025	Miljoner kr	%
Dagligvaruhandel	472	499	512	40	8%
Sällanköpsvaruhandel	413	476	537	124	30%
Detaljhandel	885	975	1 049	164	19%

Källa: HUI Research, Konsumtionsprognosgruppen (KPG).

Köpkraft sällanköpsvaruhandeln 2015, 2020 och 2025

I dagsläget är det Hem & Bygg som är det största delsegmentet för sällanköpsvaruhandeln, med en köpkraft på cirka 160 miljoner kronor. Fram till år 2025 förväntas köpkraften öka med cirka 43 miljoner inom detta segment. Dock ser vi att segmentet Fritid är det som är prognosticerat att växa mest under tidsperioden. År 2025 är det Fritid som står för störst andel av sällanköpsvaruhandeln, en utvecklingstakt med 45 procent.

Köpkraft Lysekils kommun	Utveckling 2015-2025				
	2015	2020	2025	Miljoner kr	%
Beklädnad	131	146	157	26	20%
Hem & bygg	160	183	203	43	27%
Fritid	121	148	176	55	45%
Totalt	412	477	536	124	30%

HUI Research

Postadress
HUI Research AB
103 29 Stockholm

Besöksadresser
Regeringsgatan 60, Stockholm
Drottninggatan 56, Göteborg

Tel: 08-762 72 80
Fax: 08-679 76 06
E-post: info@hui.se
www.hui.se

