

小千谷商工会議所 需要動向調査報告書(簡易版)

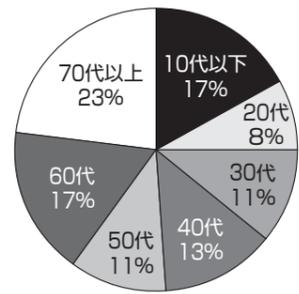
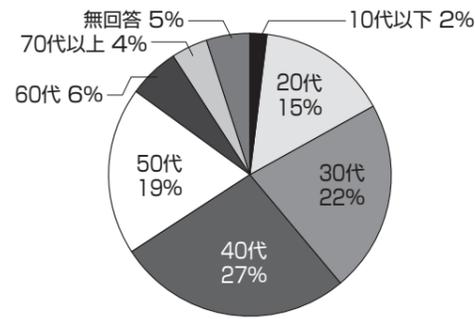
【調査目的】

本調査では、小千谷地域の消費ニーズに特化した消費傾向を調査することにより、現在の小千谷市地域のマーケットや市場ニーズ・潜在ニーズを明らかにするとともに、今後小千谷地域の事業者がどのような消費ニーズに着目し、自身のビジネスを展開していくか、方向性を見出すことを目的とした。

【調査方法】

- ①小千谷市内の下記施設にて、街頭調査を行った。
小千谷図書館、わんパーク、サンラック小千谷、総合体育館
- ②小千谷市内の企業にて、小千谷市在住の社員へアンケートを配布し、回収した。

- 調査票配布数 676件
- 回収数 613件
- 有効サンプル数 603件
- 回収期間 2016年7月下旬～8月上旬



【要約】

＜商店街の利用率＞

- どの商品についても商店街をメインで利用しているのは、60代以上のシニアが中心であった。
- 20・30代は「食料品」「日用品」で3割程度利用しているものの、それ以外では2割を下回った。

＜購入エリアの傾向＞

- 小千谷市内での購入率が高かった項目としては「食料品」「日用品」「化粧品」「医薬品」「書籍」「贈答品」となった。
- 小千谷市外での購入率が高かった項目としては「靴・雑貨・アクセサリー」「衣料品」「時計・メガネ」「スポーツ・レジャー用品」「家具・インテリア」「家電」となった。
- 「新潟市」まで出かける年代としては10～30代がメインであり、60・70代は「小千谷市内」もしくは「長岡市」までで、買い物を完結させている。(「60代の壁」がある)

＜外食について＞

- 8割以上の方が「月に1回以上」外食に行っている。ただし、70代以上では3割を下回っている。
- 外食に行くエリアについて、10～50代では「長岡市」が1番高いが、60・70代では「小千谷市の商店街」の利用率が高い。「小千谷市の商店街」の利用率について、30代以下では2割程度、40代以上では4～5割であった。また、10～30代では「長岡市以外の中越地域」や「新潟市」まで出かける人も1割を上回り、特に10代では4割程が「新潟市」に出かけている。
- 6割が支出を「変えない」と答えた。また、「やや減らす」「減らす」と回答した人は2割おり、支出を抑える動きが顕著である。

＜暮らし向きについて＞

- 「変わらない」と答えた人が約7割となった。「やや悪くなる、悪くなる」と答えた人が2割となり、特に70代以上では4割が「やや悪くなる」と回答した。
- 「変わらない」と答えた人は約6割となった。「やや小さくなる、小さくなる」と回答した人は3割を上回った。
- 全体的に「支出予定なし」「減らす」と回答した人の割合が「増やす」と回答した人の割合を上回り、儉約・節約傾向が見られた。

【集計結果】

＜商品の購入エリア一覧＞ ※本調査の構成比による集計結果であり、人口構成比とは異なります。

| | 割合 | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------|------------|------|-------------|------|------|-------------|---------|----------------|-----|-------|-----|
| | 1位 | 2位 | 3位 | 4位 | 5位 | 6位 | 7位 | 8位 | 9位 | 10位 | 11位 | 12位 |
| | 小千谷市の商店街 | 小千谷市以外の商店街 | 長岡市 | 長岡市域以外の中越地域 | 上越地域 | 新潟市 | 新潟市域以外の中越地域 | インターネット | インターネット以外の通ネット | その他 | 購入しない | 無回答 |
| 1 食料品(生鮮食品、加工品) | 52.2 | 67.2 | 24.4 | 5.3 | 0.2 | 1.0 | 0.0 | 2.3 | 1.2 | 1.5 | 1.0 | 0.7 |
| 2 食品以外の日用品(トイレペーパー、洗剤など) | 41.5 | 68.3 | 23.9 | 4.0 | 0.0 | 0.3 | 0.0 | 2.3 | 0.3 | 0.7 | 1.2 | 0.7 |
| 3 靴、雑貨、アクセサリー | 19.7 | 30.5 | 68.2 | 5.8 | 0.8 | 16.6 | 0.7 | 20.7 | 1.7 | 1.8 | 1.0 | 1.7 |
| 4 化粧品 | 24.2 | 42.8 | 25.7 | 2.3 | 0.0 | 2.8 | 0.0 | 11.4 | 4.0 | 1.0 | 13.8 | 4.0 |
| 5 医薬品 | 33.8 | 63.8 | 19.2 | 1.7 | 0.0 | 0.2 | 0.0 | 2.0 | 0.2 | 1.2 | 3.6 | 1.0 |
| 6 衣料品 | 22.2 | 39.0 | 69.8 | 6.1 | 1.2 | 20.9 | 0.3 | 18.4 | 2.8 | 2.3 | 0.2 | 1.2 |
| 7 書籍 | 26.7 | 56.7 | 38.0 | 3.2 | 0.2 | 3.0 | 0.3 | 16.1 | 0.5 | 0.7 | 3.8 | 3.0 |
| 8 時計・眼鏡 | 17.2 | 23.4 | 52.7 | 3.0 | 0.2 | 8.8 | 0.5 | 8.8 | 0.5 | 1.2 | 9.0 | 3.3 |
| 9 スポーツ・レジャー用品 | 12.8 | 23.5 | 69.8 | 3.5 | 0.8 | 8.1 | 0.2 | 16.4 | 0.8 | 0.7 | 8.3 | 2.7 |
| 10 家具・インテリア | 12.6 | 21.9 | 73.3 | 3.0 | 0.3 | 9.6 | 0.3 | 14.4 | 1.7 | 0.5 | 5.1 | 2.5 |
| 11 家電 | 23.2 | 48.6 | 56.9 | 2.8 | 0.8 | 3.2 | 0.0 | 16.3 | 0.8 | 0.7 | 2.0 | 1.3 |
| 12 贈答品 | 29.0 | 44.9 | 37.6 | 2.0 | 0.5 | 4.1 | 0.0 | 10.0 | 0.3 | 0.3 | 10.1 | 2.7 |
| 13 子ども用品(子ども服、おむつなど) | 13.4 | 31.0 | 27.7 | 1.0 | 0.0 | 3.3 | 0.2 | 6.1 | 0.7 | 0.3 | 43.3 | 5.8 |
| 14 介護用品(介護食品、杖、車イスなど) | 10.0 | 14.8 | 7.1 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.8 | 0.0 | 0.0 | 64.0 | 9.5 |

食料品や日用品等の最寄品は、小千谷市の商店街以外での購入者の割合が多く、靴、雑貨、アクセサリーや家具等の買回品は長岡市での購入者の割合が高かった。

＜今後半年間の世帯の暮らし向きについて＞

| | n | 1 良くなる | 2 やや良くなる | 3 変わらない | 4 やや悪くなる | 5 悪くなる | 6 無回答 |
|--------------|---|--------|----------|---------|----------|--------|-------|
| (603) | | 10.4 | 4.8 | 68.7 | 16.7 | 7.3 | 1.0 |
| 1 10代以下 (13) | | 7.7 | | 92.3 | | | |
| 2 20代 (88) | | 4.5 | 10.2 | 71.6 | 8.0 | 4.5 | 1.1 |
| 3 30代 (133) | | 0.8 | 7.5 | 68.4 | 17.3 | 6.0 | |
| 4 40代 (165) | | 3.0 | | 69.1 | 19.4 | 8.5 | |
| 5 50代 (112) | | 0.9 | 2.7 | 67.9 | 15.2 | 11.6 | 1.3 |
| 6 60代 (38) | | 2.6 | | 60.5 | 21.1 | 15.8 | |
| 7 70代以上 (22) | | | | 59.1 | | 40.9 | |
| 8 無回答 (32) | | | | 68.8 | 15.6 | 6.3 | 9.4 |

【全体】

「3 変わらない」が69%と最も高く、次いで「4 やや悪くなる」(17%)の順である。

【年代別】

20代だけが「良くなる」と回答した人の割合が「悪くなる」と回答した割合より多いが、そのほかの年代では「悪くなる」と回答した人の方が多い。特に年齢が上がるほど、その傾向が顕著になっており、70代では「良くなる」と回答した人は0%だった。

※本調査報告書の詳細版では商品毎の購入エリアと購入店舗、外食の頻度、外食のエリア、今後半年間の暮らし向きと収入、支出の増加・減少予定などの年代別集計結果を掲載しております。

【提言 小千谷市内での消費喚起の施策】

50代以下の世代

小千谷市内では買い物を完結せず、新潟市まで出かける。また、インターネット通販を活用する等、消費エリア・消費方法が多様

↓

競争が多く、差別化が難しい

60代以上の世代

小千谷市内もしくは、長岡市までのエリアで消費が完結している。インターネット通販等はほとんど利用せず、消費エリア・消費方法が限定的

↓

競争が少なく、差別化しやすい

高齢者にターゲットを絞り、高齢者ニーズを満たすことで小千谷市外への消費機会の流出を防ぐ

例) コンパクトニーズへの対応、デリバリーサービス、顧客アプローチ等

＜消費ニーズの深堀り＞

- ①事業所数社によるグループインタビュー
- ②商店街モニターツアー

※本報告書は簡易版となります。全ての設問の集計結果や調査概要、提言内容等を載せた詳細版をご覧いただきたい方は、お手数ですが小千谷商工会議所HPよりダウンロードしてご覧下さい。