

小千谷商工会議所 需要動向調査報告書(簡易版)

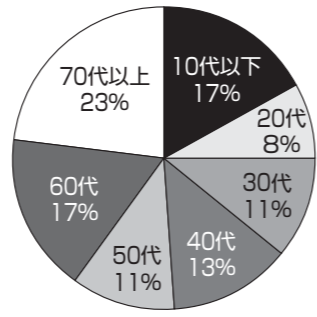
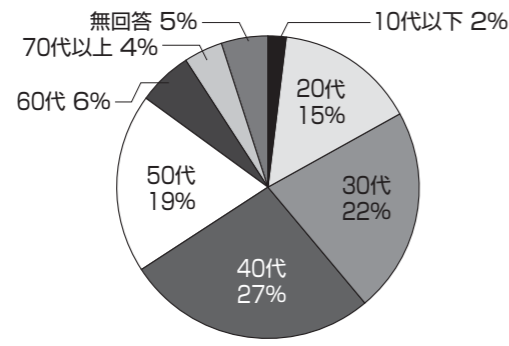
【調査目的】

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、支出を控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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
	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)		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。