

平成 29 年度伴走型小規模事業者支援推進事業

さくら市中心市街地における
経済動向調査報告書
(地域経済動向調査)

平成 29 年 12 月

氏家商工会

目次

1. 調査の概要.....	3
① 目的.....	3
② アンケート調査の実施概要.....	3
③ アンケート回収状況および有効回答票数.....	3
④ 無回答の取り扱いについて	3
2. 調査結果	4
本調査における回答者の属性	4
① 年齢(年代)	4
② 性別.....	5
中心市街地事業者への利用状況および要望について	6
① 中心市街地事業者(9業種)の利用状況.....	6
② 中心市街地事業者を選択する理由.....	13
③ さくら市以外の事業者を選ぶ理由.....	15
④ 中心市街地事業者(9業種)の1ヵ月の利用金額	17
⑤ 中心市街地事業者(4業種)への要望	21
中心市街地在住の消費者の飲食店利用について.....	29
① 外食における一人当たりの予算額	29
② 外食の頻度.....	30
③ 直近一年間における外食の回数と支出金額の増減	31
④ 外食時の人数	33
⑤ 外食時の同行者属性	34
⑥ 外食を利用する際の状況	35
⑦ 飲食店を選定する際に重視するポイント.....	36
⑧ よく利用する飲食店	37
⑨ 飲食店情報を収集する方法	38
e プラザ参番館について	40
① e プラザ参番館の状況	40
② e プラザ参番館に入館して欲しいお店.....	42
中心市街地(さくら市内)事業者への要望.....	44
まとめ(結果と総評)	46
① 結果まとめ	46
② 総評.....	52
※Appendix:中心市街地事業者へのご意見・要望	56

1. 調査の概要

① 目的

本調査は、経営発達支援計画における地域経済動向調査として実施し、「中心市街地で事業を営んでいる事業者の現状」や「中心市街地在住の消費者ニーズ」等の実態を調査分析することにより、当商工会地域の事業者に対し、今後の事業展開に有益となる情報を提供するための基礎資料作りを目的としている。

② アンケート調査の実施概要

実施主体:株式会社ネオクラシック

実施対象:中心市街地内に立地する「さくら市立氏家小学校」の保護者

実施日 :平成 29 年 9 月 1 日(金)～29 日(金)

実施方法:さくら市立氏家小学校の協力を仰ぎ、在校生の保護者に調査票を配布し、アンケートに記入してもらった

③ アンケート回収状況および有効回答票数

アンケート回収数 :524 票

有効回答票数 :524 票

④ 無回答の取り扱いについて

本調査の各設問における「無回答」については、回答者の意見が反映されていないことから構成比母数には含まずに分析を行っている。

直近一年間における 外食利用回数の増減	回答数	構成比
回数は増えた	64	12.2%
変わらない	333	63.5%
回数は減った	120	22.9%
無回答	7	1.3%
合計	524	100.0%

直近一年間における 外食利用回数の増減	回答数	構成比
回数は増えた	64	12.4%
変わらない	333	64.4%
回数は減った	120	23.2%
合計	517	100.0%
無回答	7	-

無回答は、構成比母数には含まない

2. 調査結果

本調査における回答者の属性

本調査は、目的でも前述したように、さくら市の中心市街地で事業を営んでいる事業者の現状および中心市街地在住の消費者ニーズ等を把握するために実施している。

そこで中心市街地の事業者を多く利用している、中心市街地に在住している消費者を本調査の対象者とした。以下本調査を分析するにあたり、まずは回答者の属性について言及する。

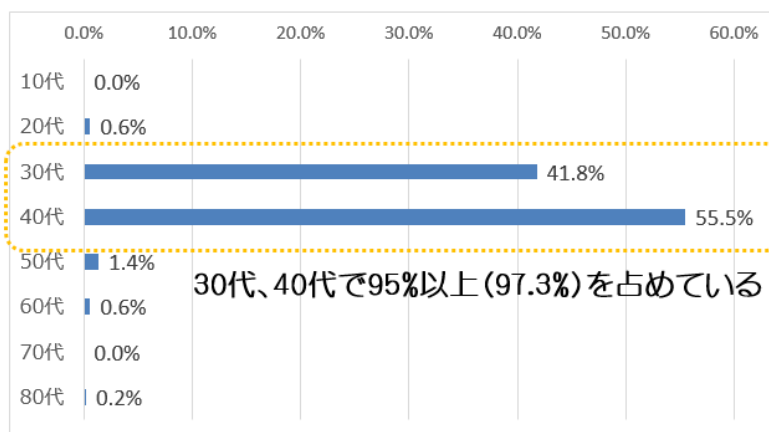
① 年齢(年代)

回答者の年齢においては、「40代」が 55.5%と最も多く、次いで「30代」が 41.8%と 30代と 40代とで全体の 95%以上を占めている。

このような結果となった理由として、本調査は中心市街地に在住している消費者を対象に調査を実施するため、さくら市立氏家小学校に協力を仰ぎ、在校生の保護者に対しアンケート調査を実施した。

そのため、小学生の保護者の多くは、30代、40代が多いため、このような結果となっている。

年齢(年代)	回答数	構成比
10代	0	0.0%
20代	3	0.6%
30代	216	41.8%
40代	287	55.5%
50代	7	1.4%
60代	3	0.6%
70代	0	0.0%
80代	1	0.2%
計	517	100.0%
無回答	7	-



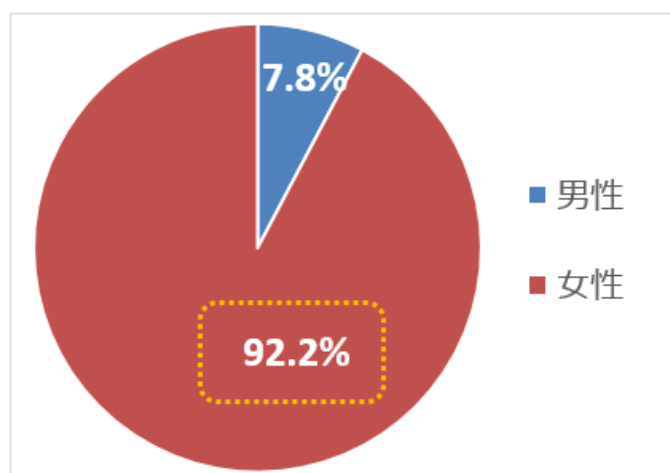
② 性別

回答者の性別では、「男性」が 7.8%で、「女性」が 92.2%となっており、女性の割合が 9 割以上を占めている。

こちらも前述した「年齢」と同様に、本調査は、さくら市立氏家小学校に協力を仰ぎ、在校生の保護者に対しアンケート調査を実施したため、母親の回答の方が多かったことによりこのような結果となっている。

性別	回答数	構成比
男性	40	7.8%
女性	476	92.2%
計	516	100.0%
無回答	8	-

**女性が9割以上(92.2%)
を占めている**



したがって回答者の属性のまとめとして、本調査の回答者の 9 割以上が「30 代の女性」と「40 代の女性」であるため、これ以降の年齢および性別に関する分析は、30 代、40 代の女性を中心に行っていく。

中心市街地事業者への利用状況および要望について

ここからは中心市街地事業者の9業種(「食料品」、「衣料品」、「電化製品」、「医薬品・化粧品」、「書籍・DVDなど娯楽品」、「飲食」、「自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)」、「理容・美容室」、「園芸・農業資材」)の利用状況や当該地域において事業者数が多い4業種(「食料品」、「衣料品」、「飲食」、「理容・美容室」)の要望等について見ていく。

① 中心市街地事業者(9業種)の利用状況

「商品のご購入・サービスをご利用させる際に、さくら市内にあるお店をどの程度、ご利用されていますか？また業種ごとの大型店の割合もおよその数字で結構ですので、お答えください。」という設問を行い、回答者524人で回答数と無回答数は下表のとおりであった。

9業種における消費者の市内店舗利用の割合

業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
全て市内で利用	196	38.1%	25	4.9%	65	12.7%	129	25.1%	113	22.3%
市内80%利用	289	56.2%	63	12.3%	126	24.7%	208	40.5%	222	43.9%
市内50%利用	22	4.3%	145	28.2%	136	26.7%	120	23.4%	127	25.1%
市内20%利用	7	1.4%	224	43.6%	114	22.4%	48	9.4%	31	6.1%
市内は利用しない	0	0.0%	57	11.1%	69	13.5%	8	1.6%	13	2.6%
計	514	100.0%	514	100.0%	510	100.0%	513	100.0%	506	100.0%
無回答	10	-	10	-	14	-	11	-	18	-
業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材			
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比		
全て市内で利用	21	4.1%	67	13.2%	284	55.0%	157	32.2%		
市内80%利用	108	21.3%	157	30.9%	66	12.8%	148	30.3%		
市内50%利用	275	54.1%	152	29.9%	59	11.4%	101	20.7%		
市内20%利用	95	18.7%	60	11.8%	31	6.0%	41	8.4%		
市内は利用しない	9	1.8%	72	14.2%	76	14.7%	41	8.4%		
計	508	100.0%	508	100.0%	516	100.0%	488	100.0%		
無回答	16	-	16	-	8	-	36	-		

9業種における消費者の市内大型店舗利用の割合

業種	大型店の利用割合(平均)
食料品	76.7%
衣料品	66.1%
電化製品	79.8%
医薬品・化粧品	76.8%
書籍・DVDなど娯楽品	80.5%
飲食利用	52.8%
自動車・オートバイ・自転車	63.0%
理容・美容(室)	28.6%
園芸・農業資材	72.8%

○ 食料品

食料品における市内店舗利用の状況は、「市内 80%利用」が 56.2%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が 38.1%となっており、9 割以上 (94.4%) の回答者が食料品の 8 割以上は市内で購入していることが分かった。

このような理由として食料品のような日常品の購入は、わざわざ遠方に行かなくてもさくら市内で済ませる消費者が多いと考えられるためである。また市内利用者のうち 76.6%が大型店を利用している。

○ 衣料品

衣料品では、「市内 20%利用」が 43.6%と最も高く、次いで「市内 50%利用」が 28.2%となっており、さくら市内で衣料品を購入している割合が50%以下の回答者が8 割以上 (82.9%) となっている。

このような結果になった理由として衣料品のような個人的な好みや価値観などが関係する商品においては、食料品のような日常品とは違い、自分にぴったりの商品をさくら市以外の遠方に行ってまでも商品を購入する消費者が多いと考えられるためである。また市内利用者のうち 66.1%が大型店を利用している。

○ 電化製品

電化製品では、「市内 50%利用」が 26.7%と最も高く、次いで「市内 80%利用」が 24.7%、「市内 20%利用」が 22.4%となっており、「市内 50%利用」を中心に上下対称の割合となっている。

このような結果となった理由として、まずさくら市内には大型家電量販店が 2 店舗あり、市内で購入すると回答している回答者のうち 79.8%が大型店を利用している。

つまり大型家電量販店が 2 店舗もあれば一般的な商品の購入は出来ると考えられるため、電化製品に何かしらのこだわりのメーカーや商品を好む回答者と特にこだわりのない回答者、商品によって使い方分ける回答者が、「市内 50%利用」を中心にそれぞれバランスよくいることが分かった。

○ 医薬品・化粧品

医薬品・化粧品では、「市内 80%利用」が 40.5%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が 25.1%となっており、6 割強以上 (65.7%) の回答者が医薬品・化粧品の 8 割以上は市内で購入している。

このような結果になった理由として医薬品・化粧品は食料品と同様に日常的商品であるため、さくら市内で済ませる消費者が多いと考えられるためである。また市内利用者のうち 76.8%が大型店を利用している。

○ 書籍・DVDなど娯楽品

書籍・DVDなど娯楽品では、「市内 80%利用」が 43.9%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が 22.3%となっており、6 割強以上 (66.2%) の回答者が書籍・DVDなど娯楽品の 8 割以上は市内で購入している。

このような結果になった理由として書籍・DVDなど娯楽品は、衣料品同様に個人的な好みや価値観などが関係する商品ではあるが、さくら市内にはこのような娯楽商品を取り扱っている大型量販店が複数店舗ある。そのため専門的な娯楽商品ではなく、一般的な娯楽商品ならばさくら市内で済ませることができると考えられるためである。なお市内利用者のうち 80.5%が大型店を利用しており、書籍・DVDなど娯楽品は他の業種と比べて大型店利用の割合が最も高い結果となっている。

○ 飲食

飲食では、「市内 50%利用」が 54.1%と最も高く、次いで「市内 80%利用」が 21.3%となっており、回答者のおよそ半数が「市内 50%利用」となっている。

このような結果になった理由として飲食は、一般的に他の業種と比べて、出先などでも多く利用することから、回答者も回答する際に「およそ半分」と思われた方が多いと考えられるため、このような結果になったといえる。また市内利用者のうち 52.8%が飲食チェーン店を利用している。

○ 自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)では、「市内 80%利用」が 30.9%と最も高く、次いで「市内 50%利用」が 29.9%となっており、「市内 80%利用」以上と回答した割合が 44.1%に対し、「市内 20%利用」以下と回答した割合が 26.0%と、市内で済ませる消費者が多いことが分かった。

このような結果になった理由として自動車・オートバイ・自転車は毎日利用するものであり、自動車・オートバイ・自転車の修理や給油は近場で済ませる消費者が比較多いと考えられるためこのような結果になったと思われる。また市内利用者のうち 63.0%が大型店を利用している。

○ 理容・美容室

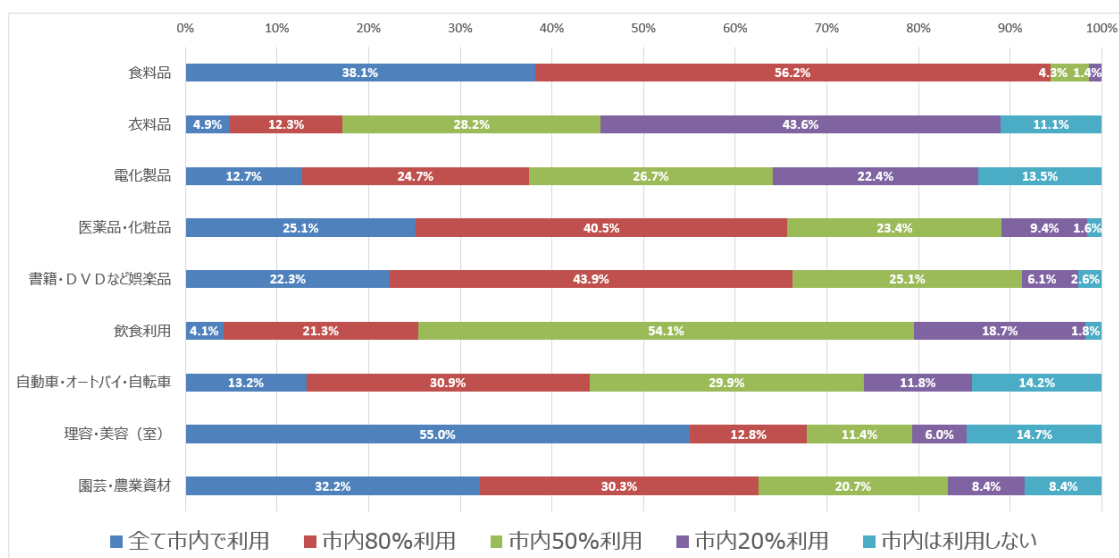
理容・美容室では、「全て市内で利用」が 55.0%と最も高く、次いで「市内は利用しない」が 14.7%となっており、全て市内か市内以外の二極化の回答となっている。

このような結果になった理由として理容・美容室は、一般的に毎回お店を変えるような業種ではないため、「市内」か「市外」のどちらかの回答に偏る結果になると考えられるためこのような結果になったと思われる。また市内利用者のうち 28.6%が大型店を利用しており、理容・美容室は他の業種と比べて大型店利用の割合が最も低い業種となっている。

○ 園芸・農業資材

園芸・農業資材では、「全て市内で利用」が 32.2%と最も高く、次いで「市内 80%利用」が 30.3%となっており、6 割強以上 (62.5%) の回答者が園芸・農業資材の 8 割以上は市内で購入している。

このような結果になった理由として園芸・農業資材は、他の業種の商品と比べて商品自体が大きかったり、重かったりと、近場での購入が求められることからこのような結果になったと考えられる。また市内利用者のうち 72.8%が大型店を利用している。



続いて「30 代女性」と「40 代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30 代女性」では電化製品の最も多い回答が「市内 80% 利用」となっており、市内利用 80%以上の割合が全体よりも若干高くなっている。

また「40 代女性」では自動車・オートバイ・自転車の最も多い回答が「市内 50%利用」となっており、全体よりも市内利用の割合が低くなっている。

● 30 代女性

業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
全て市内で利用	72	37.1%	9	4.6%	18	9.5%	45	23.3%	41	21.6%
市内80%利用	110	56.7%	22	11.2%	54	28.4%	79	40.9%	86	45.3%
市内50%利用	10	5.2%	51	26.0%	47	24.7%	51	26.4%	45	23.7%
市内20%利用	2	1.0%	89	45.4%	39	20.5%	15	7.8%	11	5.8%
市内は利用しない	0	0.0%	25	12.8%	32	16.8%	3	1.6%	7	3.7%
計	194	100.0%	196	100.0%	190	100.0%	193	100.0%	190	100.0%
無回答	6	-	4	-	10	-	7	-	10	-
業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材			
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
全て市内で利用	7	3.6%	32	16.7%	99	50.8%	54	28.9%		
市内80%利用	34	17.7%	65	33.9%	24	12.3%	53	28.3%		
市内50%利用	118	61.5%	44	22.9%	26	13.3%	42	22.5%		
市内20%利用	30	15.6%	19	9.9%	12	6.2%	16	8.6%		
市内は利用しない	3	1.6%	32	16.7%	34	17.4%	22	11.8%		
計	192	100.0%	192	100.0%	195	100.0%	187	100.0%		
無回答	8	-	8	-	5	-	13	-		

● 40 代女性

業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
全て市内で利用	102	38.8%	10	3.8%	37	14.1%	66	25.1%	55	21.2%
市内80%利用	144	54.8%	28	10.7%	60	22.8%	103	39.2%	116	44.8%
市内50%利用	12	4.6%	76	29.1%	68	25.9%	60	22.8%	67	25.9%
市内20%利用	5	1.9%	118	45.2%	68	25.9%	30	11.4%	16	6.2%
市内は利用しない	0	0.0%	29	11.1%	30	11.4%	4	1.5%	5	1.9%
計	263	100.0%	261	100.0%	263	100.0%	263	100.0%	259	100.0%
無回答	3	-	5	-	3	-	3	-	7	-
業種ごとにおける 市内店舗利用の割合	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材			
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
全て市内で利用	10	3.9%	28	10.8%	147	55.7%	82	33.6%		
市内80%利用	53	20.5%	73	28.1%	34	12.9%	77	31.6%		
市内50%利用	134	51.7%	88	33.8%	27	10.2%	48	19.7%		
市内20%利用	56	21.6%	37	14.2%	18	6.8%	23	9.4%		
市内は利用しない	6	2.3%	34	13.1%	38	14.4%	14	5.7%		
計	259	100.0%	260	100.0%	264	100.0%	244	100.0%		
無回答	7	-	6	-	2	-	22	-		

最後に「市内購買力」と「さくら市以外の購買力の」傾向を見るために景気動向指数 DI (ディフュージョン・インデックス) 値の計算手法を用いて考察を行う。

なお景気動向指数 DI 値の計算手法は、各業種について、市内購買力(全て市内で利用と市内 80%利用の回答)グループからさくら市以外の購買力(市内 20%利用と市内は利用しないの回答)グループを差し引いた値がDI値となる。この DI 値がプラスのときは市内購買力が強い業種、マイナスのときはさくら市以外の購買力が強い業種とする。

※DI 値が 100 の場合は 100%市内利用、△100 の場合は 100%さくら市以外利用、0 の場合は市内 50%利用(半分半分)となる。

● 全体

業種	市内購買力が強いグループ	市内50%利用	さくら市以外の購買力が強いグループ	DI
食料品	94.4%	4.3%	1.4%	93.0
衣料品	17.1%	28.2%	54.7%	△ 37.5
電化製品	37.5%	26.7%	35.9%	1.6
医薬品・化粧品	65.7%	23.4%	10.9%	54.8
書籍・DVDなど娯楽品	66.2%	25.1%	8.7%	57.5
飲食利用	25.4%	54.1%	20.5%	4.9
自動車・オートバイ・自転車	44.1%	29.9%	26.0%	18.1
理容・美容(室)	67.8%	11.4%	20.7%	47.1
園芸・農業資材	62.5%	20.7%	16.8%	45.7

● 30 代女性

業種	市内購買力が強いグループ	市内50%利用	さくら市以外の購買力が強いグループ	DI
食料品	93.8%	5.2%	1.0%	92.8
衣料品	15.8%	26.0%	58.2%	△ 42.3
電化製品	37.9%	24.7%	37.4%	0.5
医薬品・化粧品	64.2%	26.4%	9.3%	54.9
書籍・DVDなど娯楽品	66.8%	23.7%	9.5%	57.4
飲食利用	21.4%	61.5%	17.2%	4.2
自動車・オートバイ・自転車	50.5%	22.9%	26.6%	24.0
理容・美容(室)	63.1%	13.3%	23.6%	39.5
園芸・農業資材	57.2%	22.5%	20.3%	36.9

● 40 代女性

業種	市内購買力が強いグループ	市内50%利用	さくら市以外の購買力が強いグループ	DI
食料品	93.5%	4.6%	1.9%	91.6
衣料品	14.6%	29.1%	56.3%	△ 41.8
電化製品	36.9%	25.9%	37.3%	△ 0.4
医薬品・化粧品	64.3%	22.8%	12.9%	51.3
書籍・DVDなど娯楽品	66.0%	25.9%	8.1%	57.9
飲食利用	24.3%	51.7%	23.9%	0.4
自動車・オートバイ・自転車	38.8%	33.8%	27.3%	11.5
理容・美容(室)	68.6%	10.2%	21.2%	47.3
園芸・農業資材	65.2%	19.7%	15.2%	50.0

全体的な「市内購買力」と「さくら市以外の購買力」のを見てみると、「食料品」の DI 値が 93.0 となっており、食料品の市内購買力はかなり高いといえる。

一方で「衣料品」の DI 値が△37.5 と衣料品においては、さくら市以外の購買力の方が高いことが分かる。

よって DI 値による中心市街地在住の消費者におけるさくら市内の事業者利用状況は、「食料品」「医薬品・化粧品」「書籍・DVD など娯楽品」「理容・美容(室)」「園芸・農業資材」の市内購買力は高く、「電化製品」「飲食利用」「自動車・オートバイ・自転車」は、市内、市外の事業者を使い分けており、「衣料品」は、さくら市以外の購買力の方が高いことが分かった。

「30 代女性」と「40 代女性」について見てみると、「30 代女性」では、自動車・オートバイ・自転車は、全体よりも市内購買力が高くなっている。一方で「衣料品」「理容・美容(室)」においては、さくら市以外の購買力が高くなっており、身なりに関する業種では、市外に流れている傾向となっている。

「40 代女性」では、園芸・農業資材は、全体よりも市内購買力が高くなっている。一方で「飲食利用」「自動車・オートバイ・自転車」においては、さくら市以外の購買力が高くなっており、40 代は 30 代よりも子供が大きくなったことなどにより、行動範囲が広がったことによる影響で、これらの業種の購買が市外に流れていると考えられる。

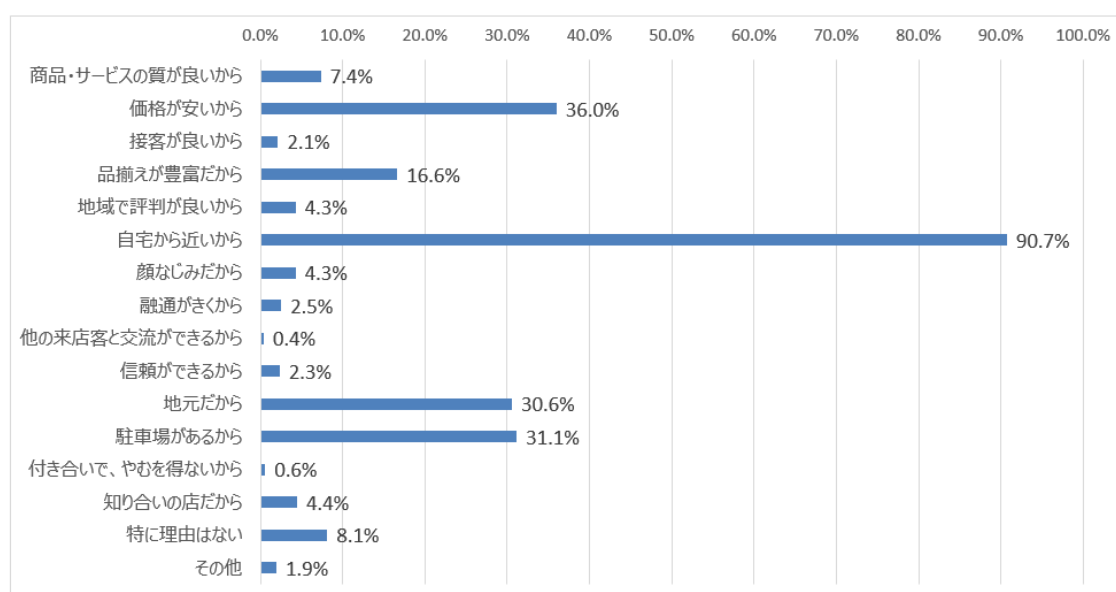
② 中心市街地事業者を選択する理由

「さくら市内のお店をご利用される上位3つまでの理由をお答えください。(〇は3つ以内)」という設問を行い、回答総数 1265 のうち回答数は 1258 (無回答は 7) であった。

中心市街地事業者を選択する理由として、回答者数の割合で最も高かったのが、「自宅から近いから」で 90.7%となっており、他の選択肢の回答よりも圧倒的な高さとなっている。2 番目に高かった回答は、「価格が安いから」で 36.0%、次いで「駐車場があるから」が 31.1%となっている。どちらにしても上位3つの回答が差別化要素となりうる理由となっていない点で、小規模事業者にとって厳しい回答結果となった。

したがって今後は、「商品・サービスの質が良いから」や「接客が良いから」といったそのお店や事業者にしかな提供できないような新商品の開発や新たな取組などを積極的に行っていき、差別化を図っていただきたい。

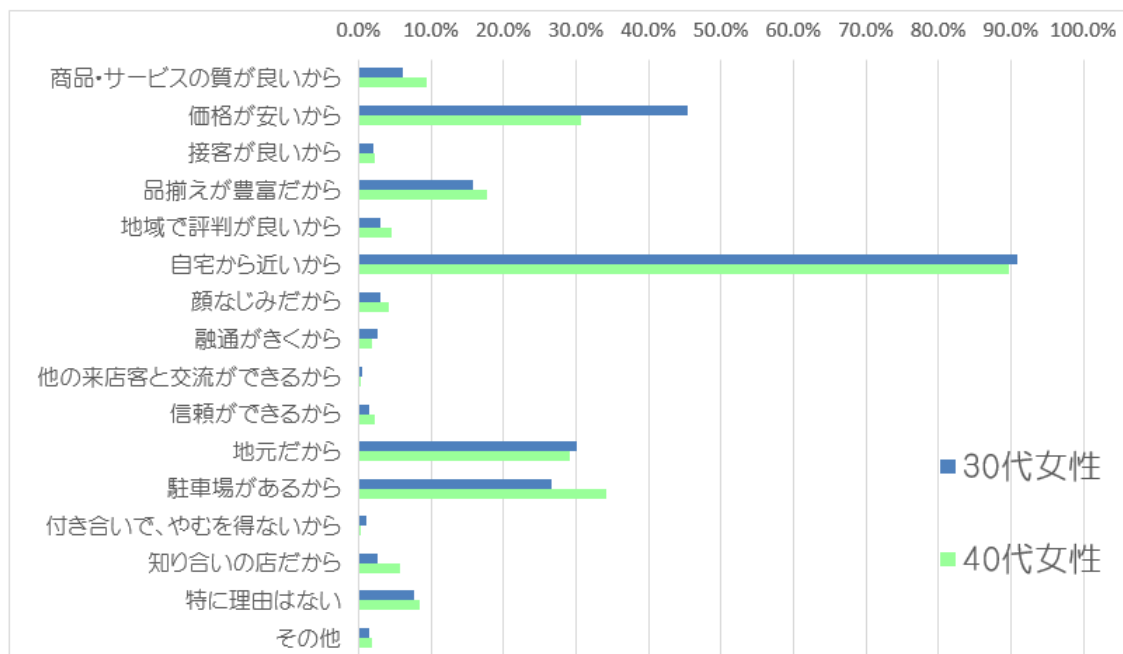
さくら市内のお店をご利用される理由	回答数	回答者数での割合
商品・サービスの質が良いから	38	7.4%
価格が安いから	186	36.0%
接客が良いから	11	2.1%
品揃えが豊富だから	86	16.6%
地域で評判が良いから	22	4.3%
自宅から近いから	469	90.7%
顔なじみだから	22	4.3%
融通がきくから	13	2.5%
他の来店客と交流ができるから	2	0.4%
信頼ができるから	12	2.3%
地元だから	158	30.6%
駐車場があるから	161	31.1%
付き合いで、やむを得ないから	3	0.6%
知り合いの店だから	23	4.4%
特に理由はない	42	8.1%
その他	10	1.9%
計	1258	-
無回答	7	-



次に「30代女性」と「40代女性」について見てみると、「30代女性」の方が「40代女性」よりも価格を気にする傾向があるといえる。

一方で、「40代女性」は「30代女性」よりも商品・サービスの質の高さや駐車場の有無を気にする傾向があることが分かった。

さくら市内のお店を ご利用される理由	30代女性		40代女性	
	回答数	回答者数 での割合	回答数	回答者数 での割合
商品・サービスの質が良いから	12	6.1%	25	9.5%
価格が安いから	89	45.4%	81	30.7%
接客が良いから	4	2.0%	6	2.3%
品揃えが豊富だから	31	15.8%	47	17.8%
地域で評判が良いから	6	3.1%	12	4.5%
自宅から近いから	178	90.8%	237	89.8%
顔なじみだから	6	3.1%	11	4.2%
融通がきくから	5	2.6%	5	1.9%
他の来店客と交流ができるから	1	0.5%	1	0.4%
信頼ができるから	3	1.5%	6	2.3%
地元だから	59	30.1%	77	29.2%
駐車場があるから	52	26.5%	90	34.1%
付き合いで、やむを得ないから	2	1.0%	1	0.4%
知り合いの店だから	5	2.6%	15	5.7%
特に理由はない	15	7.7%	22	8.3%
その他	3	1.5%	5	1.9%
合計	471	-	641	-
無回答	4	-	2	-



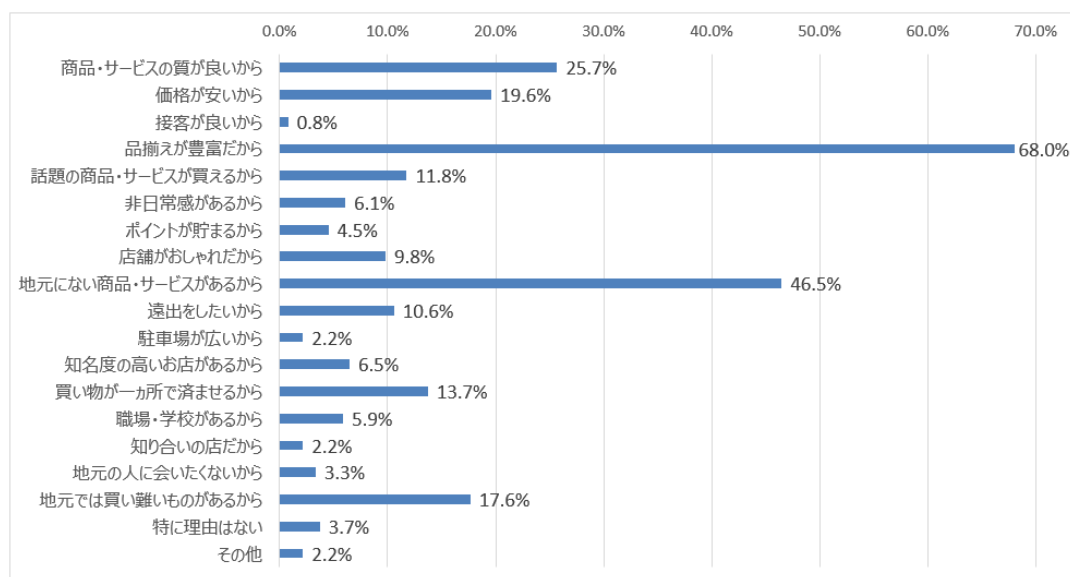
③ さくら市以外の事業者を選ぶ理由

「さくら市以外のお店をご利用される上位3つまでの理由をお答えください。(〇は3つ以内)」という設問を行い、回答総数 1343 のうち回答数は 1329(無回答は 14)であった。

さくら市以外の事業者を選択する理由として、回答者数の割合で最も高かったのが、「品揃えが豊富だから」で 68.0%となっており、次いで「地元にはない商品・サービスがあるから」が 46.5%、「商品・サービスの質が良いから」が 25.7%となっている。

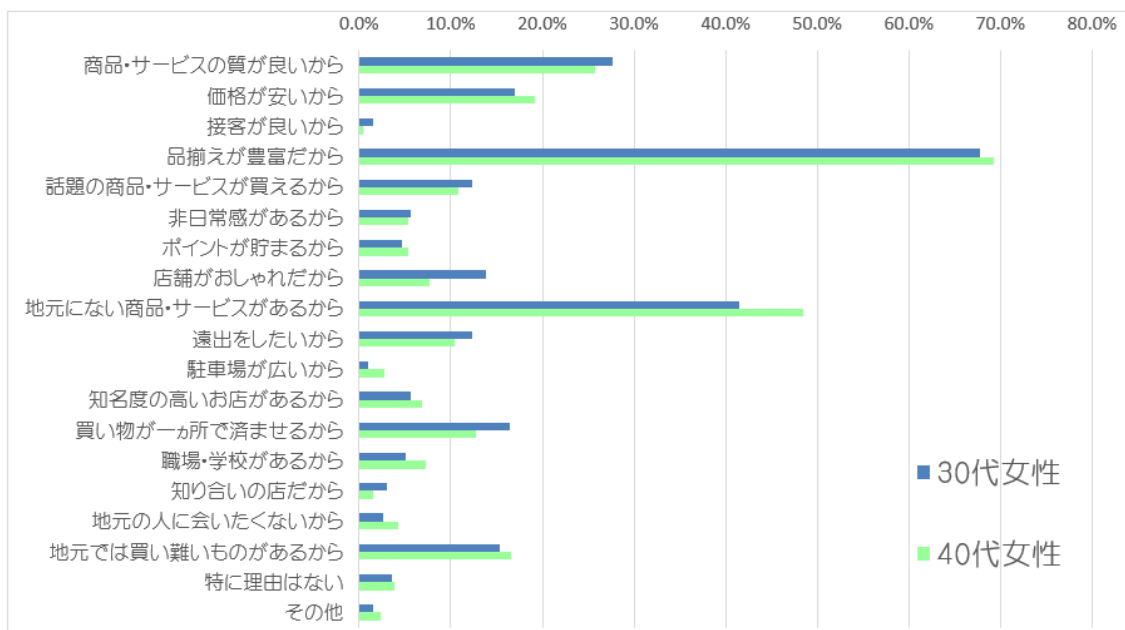
上位 2 つの回答は、近隣地域に宇都宮市があるため致し方がない結果であるが、3 番目の回答である「商品・サービスの質が良いから」については、「②中心市街地事業者を選択する理由」でも前述したように、そのお店や事業者にしかな提供できないような新商品の開発や新たな取組などを積極的に実施することで、市外に流出した当該地域の消費者だけでなく、市外の消費者の顧客獲得につながるため、是非とも行っていただきたい。

さくら市内以外のお店をご利用される理由	回答数	回答者数での割合
商品・サービスの質が良いから	131	25.7%
価格が安いから	100	19.6%
接客が良いから	4	0.8%
品揃えが豊富だから	347	68.0%
話題の商品・サービスが買えるから	60	11.8%
非日常感があるから	31	6.1%
ポイントが貯まるから	23	4.5%
店舗がおしゃれだから	50	9.8%
地元にはない商品・サービスがあるから	237	46.5%
遠出をしたいから	54	10.6%
駐車場が広いから	11	2.2%
知名度の高いお店があるから	33	6.5%
買い物が一か所で済ませるから	70	13.7%
職場・学校があるから	30	5.9%
知り合いの店だから	11	2.2%
地元の人に会いたくないから	17	3.3%
地元では買い難いものがあるから	90	17.6%
特に理由はない	19	3.7%
その他	11	2.2%
計	1329	-
無回答	14	-



次に「30代女性」と「40代女性」について見てみると、「40代女性」は「30代女性」よりも「地元でない商品・サービスがあるから」の回答の割合が高くなっている程度で、その他の傾向は、ほぼ同じような結果となっている。

さくら市内以外のお店を ご利用される理由	30代女性		40代女性	
	回答数	回答者数 での割合	回答数	回答者数 での割合
商品・サービスの質が良いから	54	27.7%	67	25.8%
価格が安いから	33	16.9%	50	19.2%
接客が良いから	3	1.5%	1	0.4%
品揃えが豊富だから	132	67.7%	180	69.2%
話題の商品・サービスが買えるから	24	12.3%	28	10.8%
非日常感があるから	11	5.6%	14	5.4%
ポイントが貯まるから	9	4.6%	14	5.4%
店舗がおしゃれだから	27	13.8%	20	7.7%
地元でない商品・サービスがあるから	81	41.5%	126	48.5%
遠出をしたいから	24	12.3%	27	10.4%
駐車場が広いから	2	1.0%	7	2.7%
知名度の高いお店があるから	11	5.6%	18	6.9%
買い物が一か所で済ませるから	32	16.4%	33	12.7%
職場・学校があるから	10	5.1%	19	7.3%
知り合いの店だから	6	3.1%	4	1.5%
地元の人に会いたくないから	5	2.6%	11	4.2%
地元では買いにくいものがあるから	30	15.4%	43	16.5%
特に理由はない	7	3.6%	10	3.8%
その他	3	1.5%	6	2.3%
合計	504	-	678	-
無回答	5	-	6	-



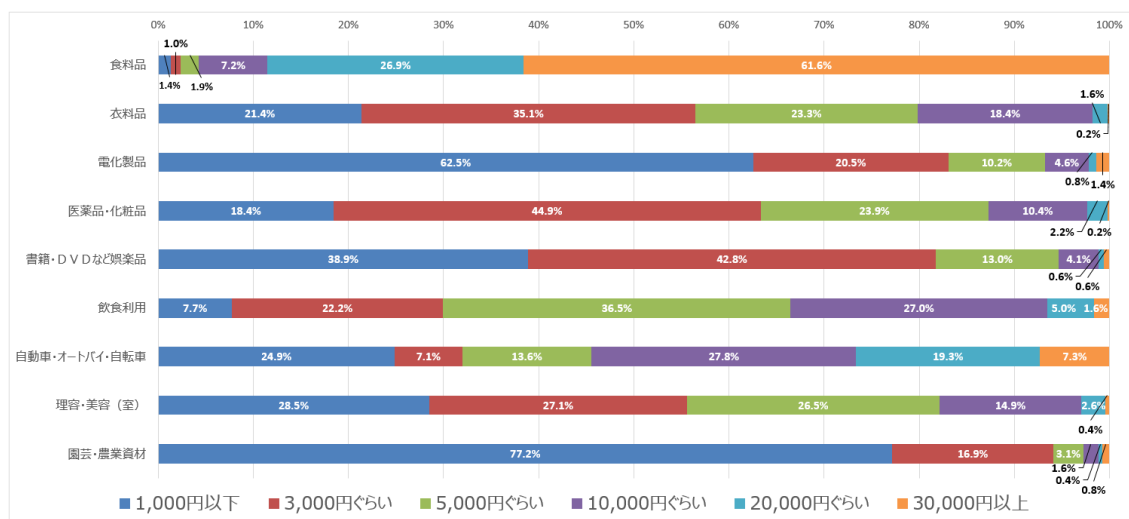
④ 中心市街地事業者(9 業種)のーヵ月の利用金額

「さくら市内にある各業種ごとのお店でご利用させる金額は、1ヵ月でおよそいくくらぐらいですか?」という設問を行い、回答者 524 人で回答数と無回答数は下表のとおりであった。

ーヵ月間における 9 業種の市内店舗利用金額

ーヵ月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	7	1.4%	109	21.4%	314	62.5%	94	18.4%	198	38.9%
3,000円ぐらい	5	1.0%	179	35.1%	103	20.5%	229	44.9%	218	42.8%
5,000円ぐらい	10	1.9%	119	23.3%	51	10.2%	122	23.9%	66	13.0%
10,000円ぐらい	37	7.2%	94	18.4%	23	4.6%	53	10.4%	21	4.1%
20,000円ぐらい	138	26.9%	8	1.6%	4	0.8%	11	2.2%	3	0.6%
30,000円以上	316	61.6%	1	0.2%	7	1.4%	1	0.2%	3	0.6%
計	513	100.0%	510	100.0%	502	100.0%	510	100.0%	509	100.0%
無回答	11	-	14	-	22	-	14	-	15	-

ーヵ月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	39	7.7%	126	24.9%	145	28.5%	392	77.2%
3,000円ぐらい	112	22.2%	36	7.1%	138	27.1%	86	16.9%
5,000円ぐらい	184	36.5%	69	13.6%	135	26.5%	16	3.1%
10,000円ぐらい	136	27.0%	141	27.8%	76	14.9%	8	1.6%
20,000円ぐらい	25	5.0%	98	19.3%	13	2.6%	2	0.4%
30,000円以上	8	1.6%	37	7.3%	2	0.4%	4	0.8%
計	504	100.0%	507	100.0%	509	100.0%	508	100.0%
無回答	20	-	17	-	15	-	16	-



○ 食料品

回答者の食料品におけるーヵ月間の市内店舗利用金額は、「30,000 円以上」の回答が 61.6%と最も高く、次いで「20,000 円ぐらい」が 26.9%となっており、上位 2 つの回答でおよそ 9 割(88.5%)を占めている。

○ 衣料品

衣料品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 35.1%と最も高く、次いで「5,000 円ぐらい」が 23.3%、「1,000 円以下」が 21.4%となっており、5,000 円以下の回答でおよそ 8 割(79.8%)を占めている。

○ 電化製品

電化製品では、「1,000 円以下」の回答が 62.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 20.5%、「5,000 円ぐらい」が 10.2%となっており、5,000 円以下の回答で 9 割強(93.2%)を超えているが、このような結果になった理由として、一般的に電化製品を毎月購入している消費者は少ないと考えられるため、年間の購入金額を 12 ヶ月で割った金額と思われる。

○ 医薬品・化粧品

医薬品・化粧品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 44.9%と最も高く、次いで「5,000 円ぐらい」が 23.9%、「1,000 円以下」が 18.4%となっており、5,000 円以下の回答でおよそ 9 割(87.3%)を占めている。

○ 書籍・DVDなど娯楽品

書籍・DVDなど娯楽品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 42.8%と最も高く、次いで「1,000 円以下」が 38.9%となっており、3,000 円以下の回答で 8 割強(81.7%)を超えている。

○ 飲食

飲食では、「5,000 円ぐらい」の回答が 36.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 22.2%となっており、上位 2 つの回答でおよそ 6 割(58.7%)を占めている。

○ 自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)では、「10,000 円ぐらい」の回答が 27.8%と最も高く、次いで「1,000 円以下」が 24.9%となっている。こちらも電化製品の回答と同様に、年間の支出金額を 12 ヶ月で割った金額と思われる。

○ 理容・美容室

理容・美容室では、「1,000 円以下」の回答が 28.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 27.1%、「5,000 円ぐらい」が 26.5%となっており、5,000 円以下の回答で 8 割強(82.1%)を超えている。

○ 園芸・農業資材

園芸・農業資材では、「1,000 円以下」の回答が 77.2%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 16.9%となっており、上位 2 つの回答で 9 割強(94.1%)を超えている。

続いて「30 代女性」と「40 代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30 代女性」では理容・美容室の最も多い回答が「5,000 円ぐらい」となっており、「40 代女性」では自動車・オートバイ・自転車の最も多い回答が「1,000 円以下」となっている。

● 30 代女性

一か月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	1	0.5%	40	20.7%	124	64.6%	30	15.5%	83	43.2%
3,000円ぐらい	2	1.0%	74	38.3%	42	21.9%	83	43.0%	76	39.6%
5,000円ぐらい	6	3.1%	41	21.2%	15	7.8%	51	26.4%	25	13.0%
10,000円ぐらい	14	7.2%	35	18.1%	9	4.7%	26	13.5%	6	3.1%
20,000円ぐらい	54	27.7%	3	1.6%	0	0.0%	2	1.0%	1	0.5%
30,000円以上	118	60.5%	0	0.0%	2	1.0%	1	0.5%	1	0.5%
計	195	100.0%	193	100.0%	192	100.0%	193	100.0%	192	100.0%
無回答	5	-	7	-	8	-	7	-	8	-
一か月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材			
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	7	3.7%	46	24.0%	54	27.8%	153	79.3%		
3,000円ぐらい	38	19.9%	16	8.3%	49	25.3%	29	15.0%		
5,000円ぐらい	78	40.8%	22	11.5%	51	26.3%	5	2.6%		
10,000円ぐらい	58	30.4%	59	30.7%	33	17.0%	3	1.6%		
20,000円ぐらい	8	4.2%	36	18.8%	7	3.6%	0	0.0%		
30,000円以上	2	1.0%	13	6.8%	0	0.0%	3	1.6%		
計	191	100.0%	192	100.0%	194	100.0%	193	100.0%		
無回答	9	-	8	-	6	-	7	-		

● 40 代女性

一か月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	食料品		衣料品		電化製品		医薬品・化粧品		書籍・DVDなど娯楽品	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	5	1.9%	61	23.4%	160	62.5%	57	21.8%	95	36.4%
3,000円ぐらい	3	1.1%	86	32.3%	48	18.8%	118	45.0%	115	43.2%
5,000円ぐらい	2	0.8%	66	24.8%	30	11.7%	57	21.8%	37	13.9%
10,000円ぐらい	18	6.9%	44	16.5%	11	4.3%	24	9.2%	11	4.1%
20,000円ぐらい	61	23.4%	4	1.5%	3	1.2%	6	2.3%	2	0.8%
30,000円以上	172	65.9%	0	0.0%	4	1.6%	0	0.0%	1	0.4%
計	261	100.0%	261	100.0%	256	100.0%	262	100.0%	261	100.0%
無回答	5	-	5	-	10	-	4	-	5	-
一か月間における業種ごとの 市内店舗利用金額	飲食利用		自動車・オートバイ・自転車		理容・美容(室)		園芸・農業資材			
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
1,000円以下	28	10.9%	66	25.4%	78	30.0%	196	75.7%		
3,000円ぐらい	64	24.9%	15	5.8%	71	27.3%	51	19.7%		
5,000円ぐらい	88	34.2%	43	16.5%	65	25.0%	7	2.7%		
10,000円ぐらい	63	24.5%	71	27.3%	41	15.8%	4	1.5%		
20,000円ぐらい	10	3.9%	46	17.7%	5	1.9%	1	0.4%		
30,000円以上	4	1.6%	19	7.3%	0	0.0%	0	0.0%		
計	257	100.0%	260	100.0%	260	100.0%	259	100.0%		
無回答	9	-	6	-	6	-	7	-		

⑤ 中心市街地事業者(4 業種)への要望

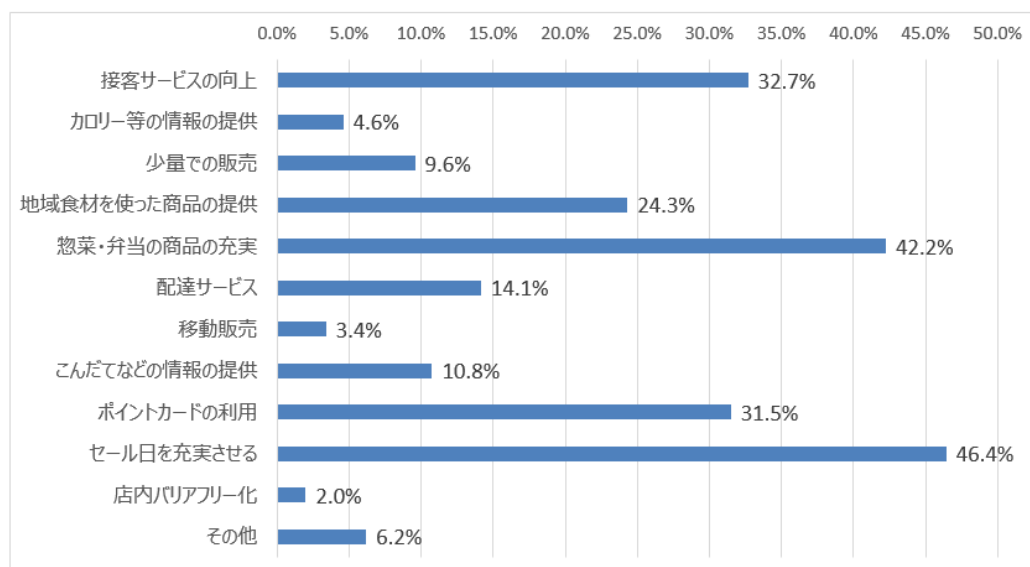
「今後、さくら市内にある次のお店で「商品の提供方法」や「サービス内容」についてご期待されるものはどれですか？上位3つまでお答えください。」という設問を行い、回答者524人で回答数と無回答数は下表のとおりであった。

○ 食料品

食料品店における今後の要望は、「セール日を充実させる」の回答が46.4%と最も高く、次いで「惣菜・弁当の商品の充実」が42.2%、「接客サービスの向上」が32.7%となっており、「②中心市街地事業者を選択する理由」の回答でも上位だった「価格が安いから」と同様に価格訴求によるアプローチが消費者に求められる結果となっている。

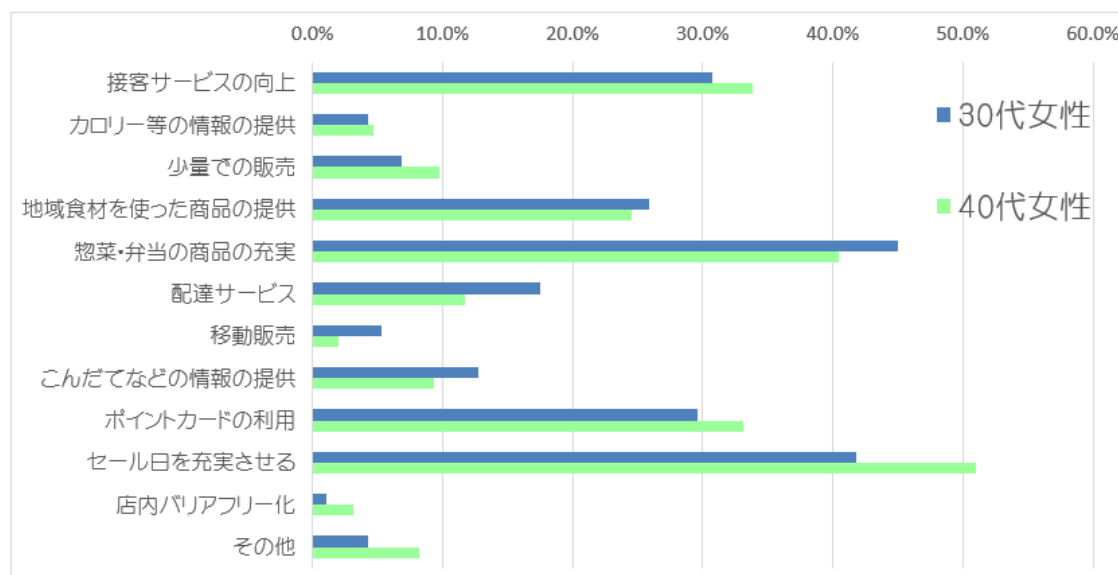
一方で、「惣菜・弁当の商品の充実」や「接客サービスの向上」といった商品の提供方法や付随サービスの部分も求められており、“子供向け”の栄養バランスのとれた惣菜弁当と言った新商品の開発や受け取り時間を事前に確認をしておき、出来立てのお弁当を提供するサービスなど大型店舗が提供していない方法で差別化が図れると考えられる。

市内食料品店に期待されるもの	回答数	回答者数での割合
接客サービスの向上	164	32.7%
カロリー等の情報の提供	23	4.6%
少量での販売	48	9.6%
地域食材を使った商品の提供	122	24.3%
惣菜・弁当の商品の充実	212	42.2%
配達サービス	71	14.1%
移動販売	17	3.4%
こんだてなどの情報の提供	54	10.8%
ポイントカードの利用	158	31.5%
セール日を充実させる	233	46.4%
店内バリアフリー化	10	2.0%
その他	31	6.2%
計	1143	-
無回答	22	-



続いて「30代女性」と「40代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30代女性」では「惣菜・弁当の商品の充実」の回答が最も高くなっており、「40代女性」では、「セール日を充実させる」の回答の割合が全体よりも高くなっている。

市内食料品店に期待されるもの	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数での割合	人数	回答者数での割合
接客サービスの向上	58	30.7%	87	33.9%
カロリー等の情報の提供	8	4.2%	12	4.7%
少量での販売	13	6.9%	25	9.7%
地域食材を使った商品の提供	49	25.9%	63	24.5%
惣菜・弁当の商品の充実	85	45.0%	104	40.5%
配達サービス	33	17.5%	30	11.7%
移動販売	10	5.3%	5	1.9%
こんだてなどの情報の提供	24	12.7%	24	9.3%
ポイントカードの利用	56	29.6%	85	33.1%
セール日を充実させる	79	41.8%	131	51.0%
店内バリアフリー化	2	1.1%	8	3.1%
その他	8	4.2%	21	8.2%
合計	425	-	595	-
無回答	11	-	9	-



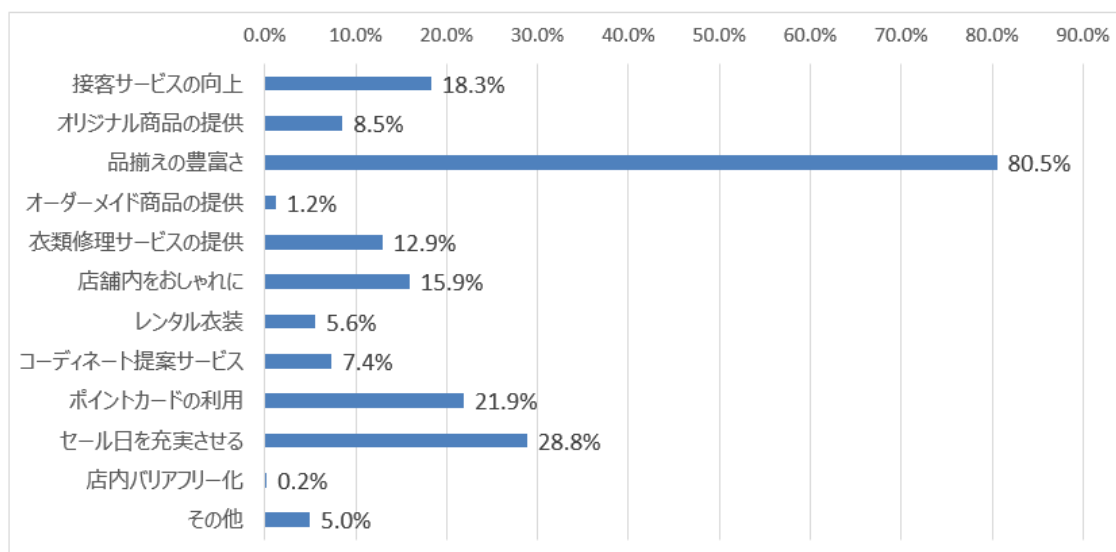
○ 衣類品

衣料品店では、「品揃えの豊富さ」の回答が 80.5%と最も高く、他の選択肢の回答よりも圧倒的な高さとなっている。2 番目に高かった回答は、「セール日を充実させる」が 28.8%で、3 番目に高かった回答は、「ポイントカードの利用」が 21.9%となっており、品揃えや価格に関することであるため、こちらも小規模事業者には厳しい要望となっている。

しかし「接客サービスの向上」や「店舗内をおしゃれに」といった付随サービスに関する部分に対する要望も 15%以上の回答者があるため、セレクトショップのようなお店のコンセプトを明確に打ち出すことで独自の世界観を構築し、固定ファンが付くようなお店作りを行っていただきたい。

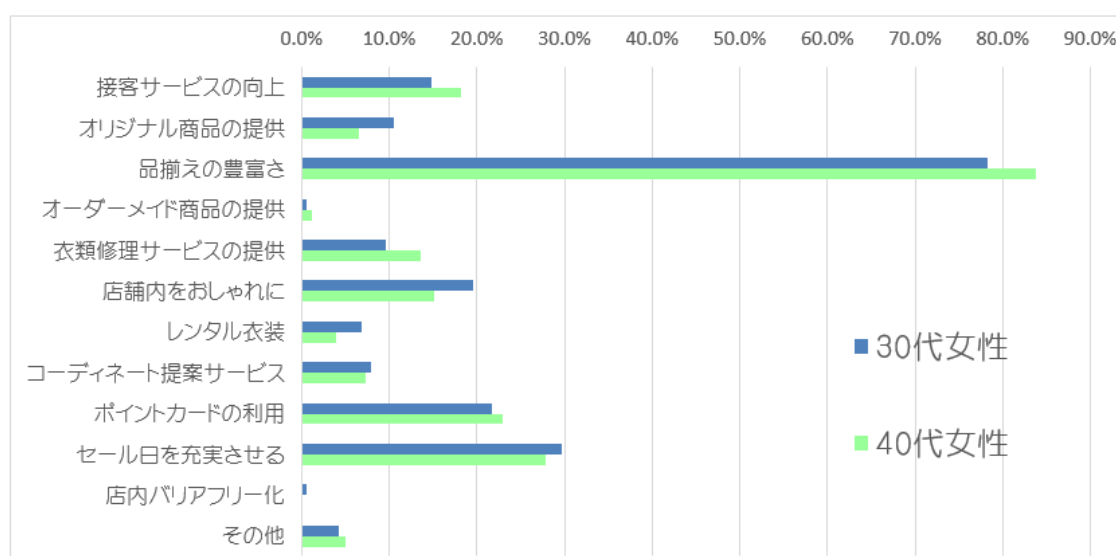
また品揃えの豊富さに対抗する策として、他の店舗には置いていない品揃えにしたり、カスタマイズのような大型店舗が出来ないサービスを提供したりすることで差別化が図れると考えられる。

市内衣料品店に期待されるもの	回答数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	92	18.3%
オリジナル商品の提供	43	8.5%
品揃えの豊富さ	405	80.5%
オーダーメイド商品の提供	6	1.2%
衣類修理サービスの提供	65	12.9%
店舗内をおしゃれに	80	15.9%
レンタル衣装	28	5.6%
コーディネート提案サービス	37	7.4%
ポイントカードの利用	110	21.9%
セール日を充実させる	145	28.8%
店内バリアフリー化	1	0.2%
その他	25	5.0%
計	1037	-
無回答	21	-



続いて「30代女性」と「40代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30代女性」では「店舗内をおしゃれに」の回答の割合が全体よりも高くなっており、「40代女性」では、「接客サービスの向上」の回答の割合が全体よりも高くなっている。

市内衣料品店に 期待されるもの	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数 での割合	人数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	28	14.8%	47	18.2%
オリジナル商品の提供	20	10.6%	17	6.6%
品揃えの豊富さ	148	78.3%	216	83.7%
オーダーメイド商品の提供	1	0.5%	3	1.2%
衣類修理サービスの提供	18	9.5%	35	13.6%
店舗内をおしゃれに	37	19.6%	39	15.1%
レンタル衣装	13	6.9%	10	3.9%
コーディネート提案サービス	15	7.9%	19	7.4%
ポイントカードの利用	41	21.7%	59	22.9%
セール日を充実させる	56	29.6%	72	27.9%
店内バリアフリー化	1	0.5%	0	0.0%
その他	8	4.2%	13	5.0%
合計	386	-	530	-
無回答	11	-	8	-



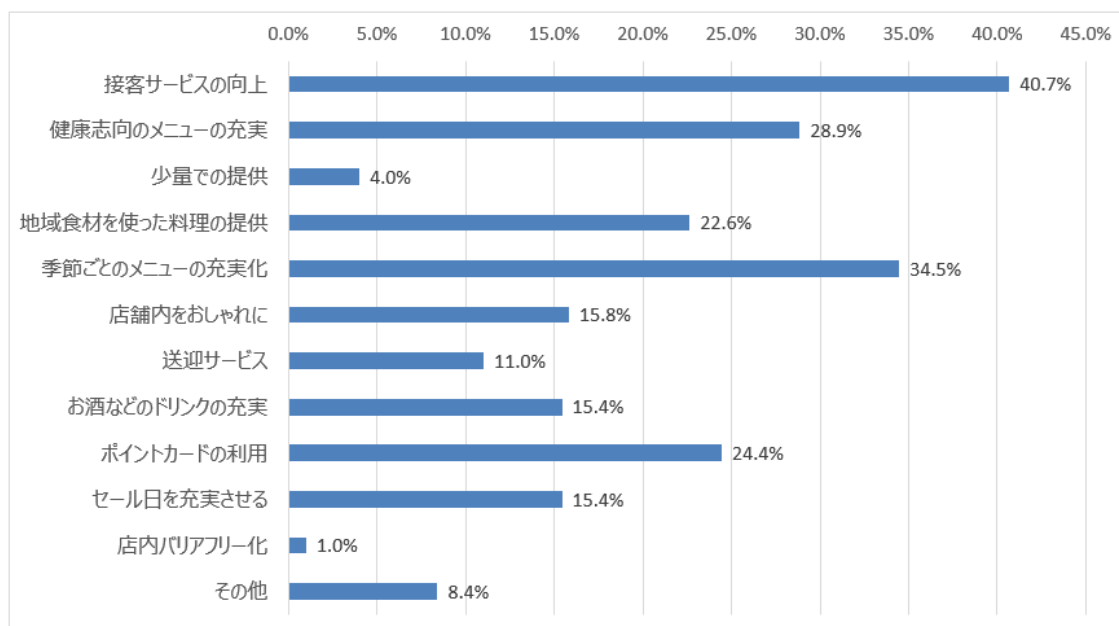
○ 飲食利用

飲食店では、「接客サービスの向上」の回答が 40.7%と最も高く、次いで「季節ごとのメニューの充実化」が 34.5%、「健康志向のメニューの充実」が 28.9%となっており、前述した 2 業種よりも商品の提供方法や付随サービスの部分が求められており、小規模事業者にとっては対応しやすい。

したがってこれらのニーズを汲み取った市新商品の開発や新サービスの提供によって、大型店舗との差別化が図れると考えられる。

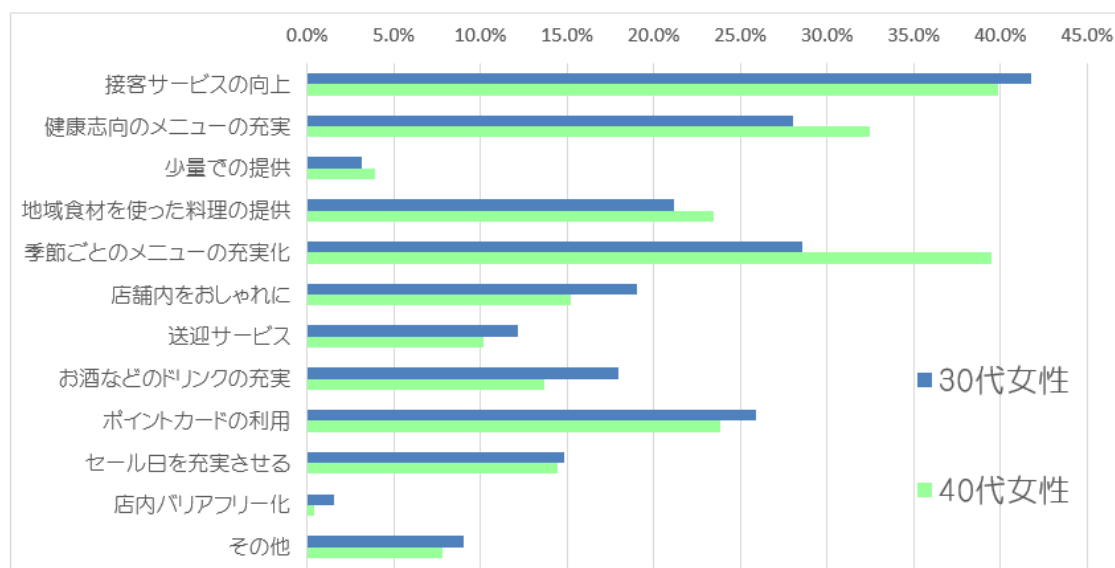
なお新商品や新サービスを考える視点として、①既存顧客の要望を直接聞く、②地元食材を使った料理を提供する、③料理を顧客に提供する際に、オリジナルな提供方法を考える、④SNS等を活用して、提供者の“個”の部分を発信する、などがあげられ、商品開発から周知活動までをはじめの段階から考えることがポイントである。

市内飲食店に期待されるもの	回答数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	203	40.7%
健康志向のメニューの充実	144	28.9%
少量での提供	20	4.0%
地域食材を使った料理の提供	113	22.6%
季節ごとのメニューの充実化	172	34.5%
店舗内をおしゃれに	79	15.8%
送迎サービス	55	11.0%
お酒などのドリンクの充実	77	15.4%
ポイントカードの利用	122	24.4%
セール日を充実させる	77	15.4%
店内バリアフリー化	5	1.0%
その他	42	8.4%
計	1109	-
無回答	25	-



続いて「30代女性」と「40代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30代女性」では「お酒などのドリンクの充実」の回答の割合が全体よりも高くなっており、「40代女性」では、「季節ごとのメニューの充実化」の回答の割合が全体よりも高くなっている。

市内飲食店に期待されるもの	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数 での割合	人数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	79	41.8%	102	39.8%
健康志向のメニューの充実	53	28.0%	83	32.4%
少量での提供	6	3.2%	10	3.9%
地域食材を使った料理の提供	40	21.2%	60	23.4%
季節ごとのメニューの充実化	54	28.6%	101	39.5%
店舗内をおしゃれに	36	19.0%	39	15.2%
送迎サービス	23	12.2%	26	10.2%
お酒などのドリンクの充実	34	18.0%	35	13.7%
ポイントカードの利用	49	25.9%	61	23.8%
セール日を充実させる	28	14.8%	37	14.5%
店内バリアフリー化	3	1.6%	1	0.4%
その他	17	9.0%	20	7.8%
合計	422	-	575	-
無回答	11	-	10	-

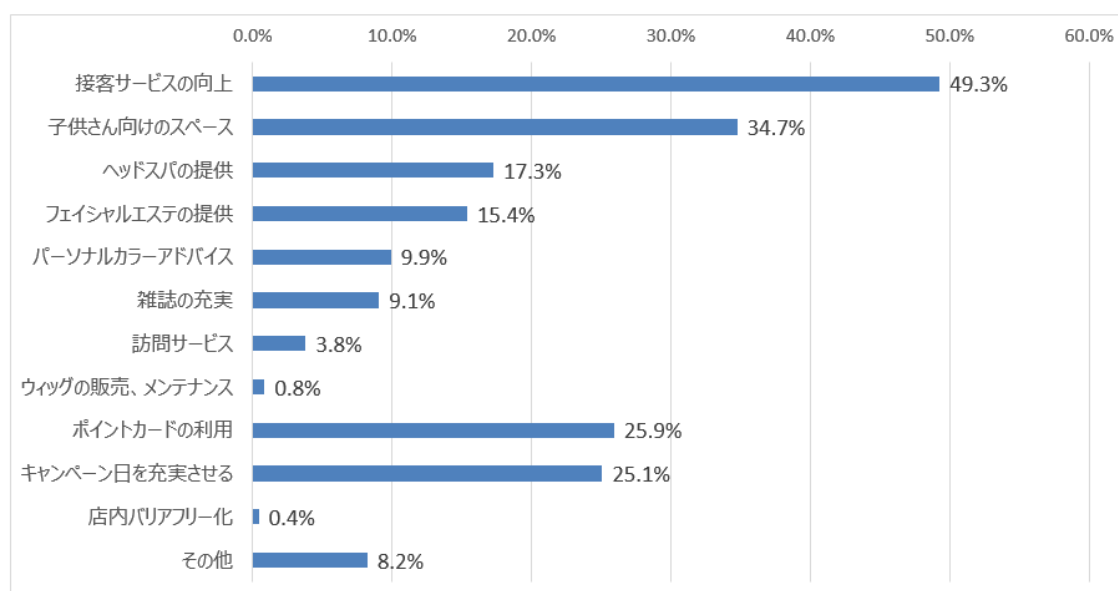


○ 理容・美容室

理容・美容室では、「接客サービスの向上」の回答が 49.3%と最も高く、次いで「子供さん向けのスペース」が 34.7%、「ポイントカードの利用」が 25.9%となっており、こちらも上位2つの要望が付随サービスであるため、小規模事業者にとっては対応しやすい。

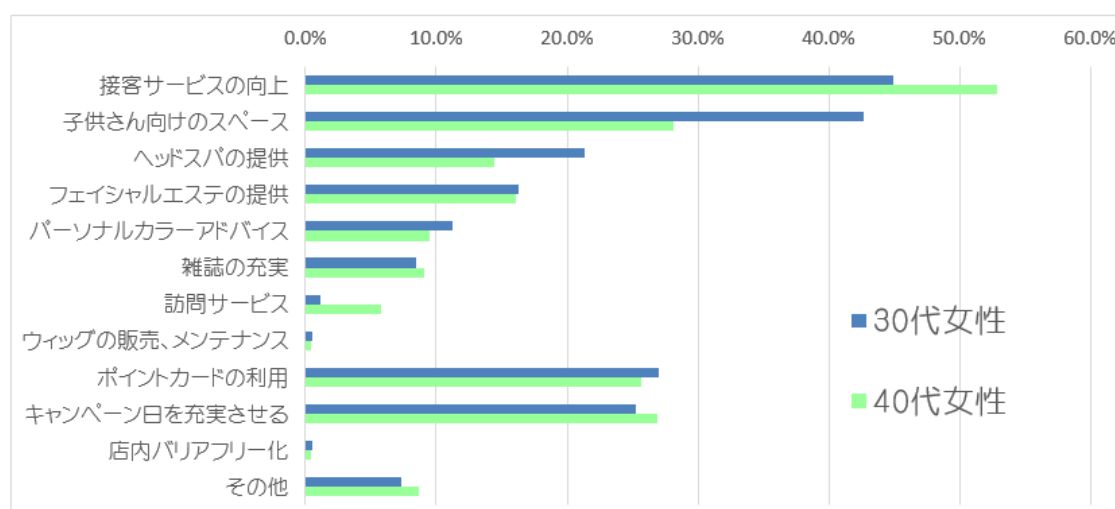
また「ヘッドスパの提供」や「フェイシャルエステの提供」といった商品の提供方法といった要望も比較的高いことから、髪を切るサービスから“トータルな美しさ”を提供するといった情緒的な価値の提供をすることで、チェーン店などとの差別化が図れると考えられる。

市内理容・美容室に 期待されるもの	回答数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	234	49.3%
子供さん向けのスペース	165	34.7%
ヘッドスパの提供	82	17.3%
フェイシャルエステの提供	73	15.4%
パーソナルカラーアドバイス	47	9.9%
雑誌の充実	43	9.1%
訪問サービス	18	3.8%
ウィッグの販売、メンテナンス	4	0.8%
ポイントカードの利用	123	25.9%
キャンペーン日を充実させる	119	25.1%
店内バリアフリー化	2	0.4%
その他	39	8.2%
計	949	-
無回答	49	-



続いて「30代女性」と「40代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかったが、「30代女性」では「子供さん向けのスペース」の回答や「ヘッドスパの提供」の回答の割合が全体よりも高くなっており、「40代女性」では、「接客サービスの向上」の回答の割合が全体よりも高くなっている。

市内理容・美容室に 期待されるもの	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数 での割合	人数	回答者数 での割合
接客サービスの向上	80	44.9%	128	52.9%
子供さん向けのスペース	76	42.7%	68	28.1%
ヘッドスパの提供	38	21.3%	35	14.5%
フェイシャルエステの提供	29	16.3%	39	16.1%
パーソナルカラーアドバイス	20	11.2%	23	9.5%
雑誌の充実	15	8.4%	22	9.1%
訪問サービス	2	1.1%	14	5.8%
ウィッグの販売、メンテナンス	1	0.6%	1	0.4%
ポイントカードの利用	48	27.0%	62	25.6%
キャンペーン日を充実させる	45	25.3%	65	26.9%
店内バリアフリー化	1	0.6%	1	0.4%
その他	13	7.3%	21	8.7%
合計	368	-	479	-
無回答	22	-	24	-



中心市街地在住の消費者の飲食店利用について

現在、さくら市内の中心市街地では、飲食店事業者が他の業種に比べて増えてきているため、中心市街地在住の消費者における飲食店利用の状況について見ていく。

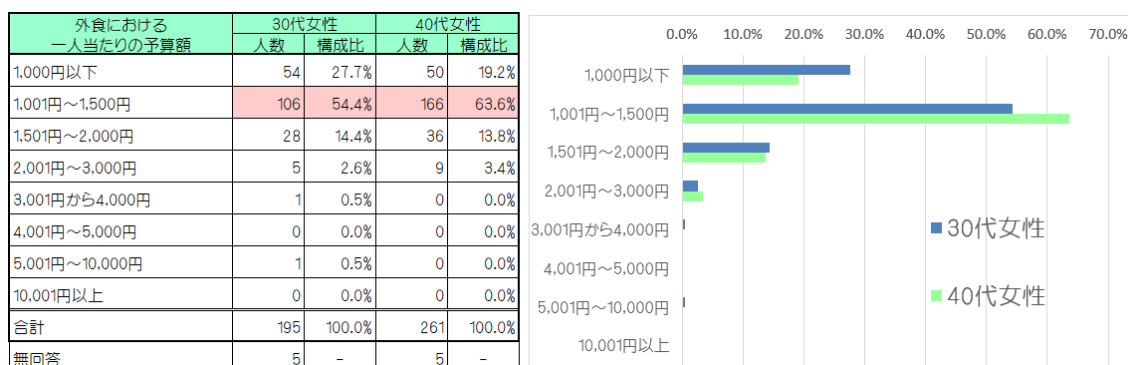
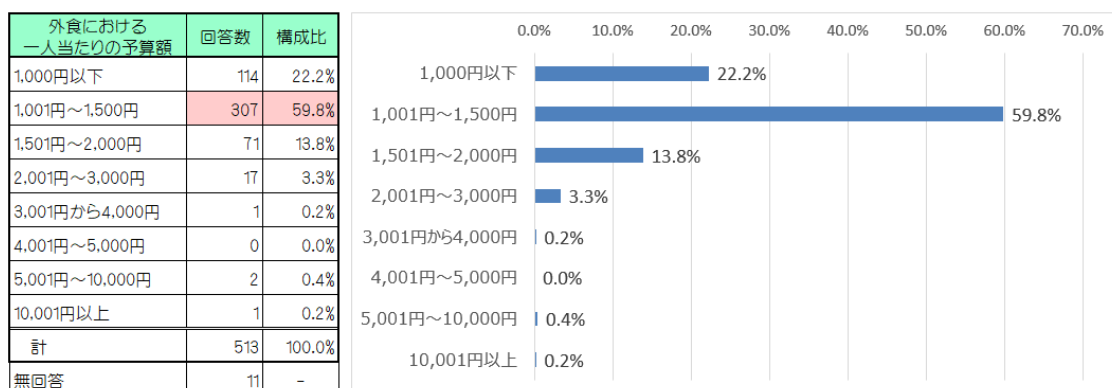
① 外食における一人当たりの予算額

「外食をされる際、お一人あたりの予算額はおよそいくらぐらいですか？」という設問を行い、回答者 524 人のうち回答数は 513 (無回答は 11) であった。

外食における一人当たりの予算額については、「1,001 円～1,500 円」の回答が 59.8%と最も高く、次いで、「1,000 円以下」が 22.2%となっている。

日本政策金融公庫発行の「外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査」(2013 年)」によると外食(昼食)における 1 回の支出金額は「平均 915 円」となっており、全国と比べて当該地域の消費者の予算額の方が高いことが分かった。

また「40 代女性」の「1,001 円～1,500 円」の回答の方が、全体と比べてもその割合は高くなっている。



② 外食の頻度

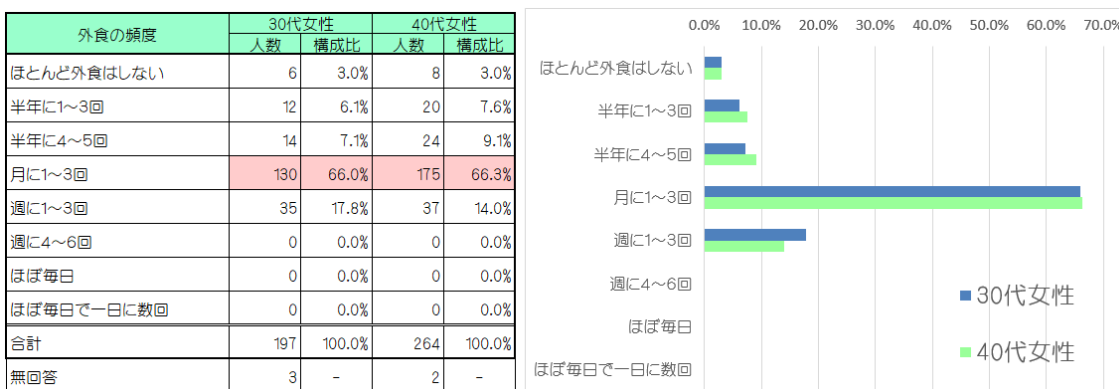
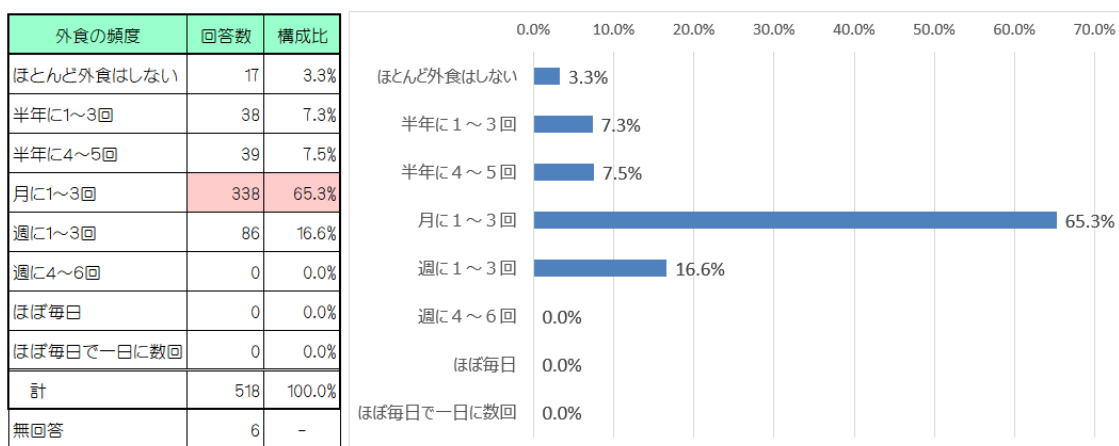
「外食はどれくらいの頻度で行かれますか？」という設問を行い、回答者 524 人のうち回答数は 518 (無回答は 6) であった。

外食の頻度については、「月に1～3回」の回答が 65.3%と最も高く、次いで、「週に1～3回」が 16.6%となっている。

日本政策金融公庫発行の「外食に関する消費者意識と飲食店の経営実態調査」(2013 年)」によると外食(昼食)の頻度は、「月1～3回(36.2%)」が最も高く、次いで「週1～3回(22.5%)」となっており、順位は本調査と同様の結果となっている。

しかし本調査の「月に1～3回」の回答割合は高く、「週に1～3回」以上の高頻度の回答割合が全国の消費者よりも当該地域の消費者の方が低いため、外食の頻度を高められるような広報活動を現在よりも行っていく必要があると思われる。

また「40 代女性」の「週に1～3回」の回答は、全体と比べてもその割合がさらに低くなっているため、40 代女性をターゲットにしている事業者は、積極的に広報活動を行っていただきたい。



③ 直近一年間における外食の回数と支出金額の増減

「この一年間で外食の回数と支出金額の増減動向をお聞きたいします。各問ごとに「○を1つ」お答えください。」という設問を行い、回答者 524 人のうち外食回数の設問の回答数は 517 (無回答は 7) で、支出金額の設問の回答者は 510 (無回答は 14) であった。

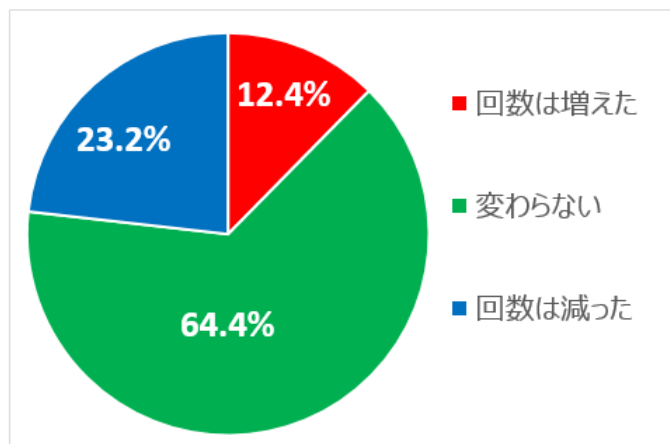
直近一年間における外食回数の増減については、「変わらない」の回答が 64.4%と最も高く、次いで、「回数は減った」が 23.2%、「回数は増えた」が 12.4%となっている。

現在、日本経済は景気回復基調と言われており、内閣府発行の月例経済報告では、景気の基調判断を7ヵ月連続(12月現在)で「緩やかな回復基調が続いている」と表現している。しかし消費者における景況感は、そこまで回復しているとの実感がないため、消費に結びついていないと考えられる。

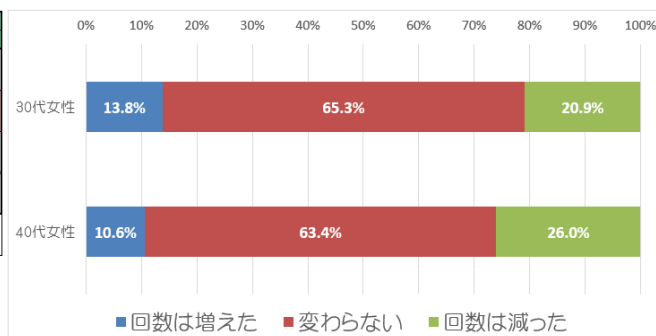
したがって「②外食の頻度」でも前述したように、消費者に積極的な広報活動を行っていただきたいが、その際には、外食によって満腹感を満たすといったモノでの発想ではなく、「明日への活力」や「家族の絆が深まる」といった情緒的な価値を提供しているお店と思ってもらえるようなお店作りをしていただき、消費につなげてほしい。

また「40代女性」の方が「回数は減った」の回答が、全体と比べてもその割合は高くなっており、前述した「②外食の頻度」の傾向と整合性が取れている結果となっている。

直近一年間における外食利用回数の増減	回答数	構成比
回数は増えた	64	12.4%
変わらない	333	64.4%
回数は減った	120	23.2%
計	517	100.0%
無回答	7	-



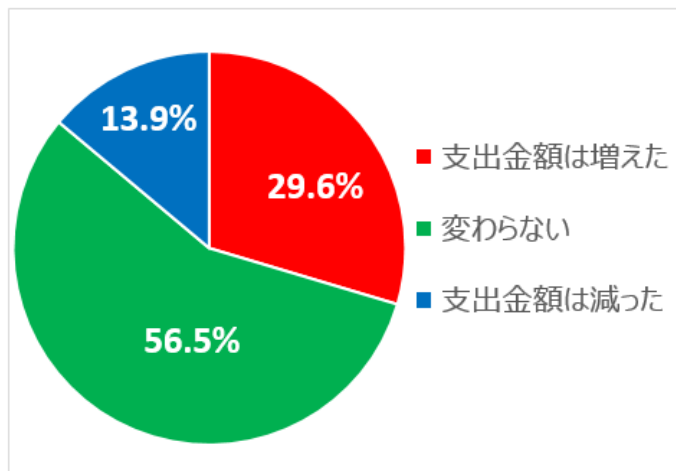
直近一年間における外食利用回数の増減	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
回数は増えた	27	13.8%	28	10.6%
変わらない	128	65.3%	168	63.4%
回数は減った	41	20.9%	69	26.0%
合計	196	100.0%	265	100.0%
無回答	4	-	1	-



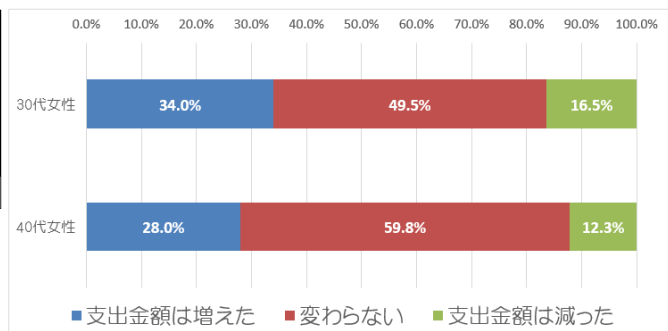
次に直近一年間における外食の支出金額の増減については、「変わらない」の回答が56.5%と最も高く、次いで、「支出金額は減った」が13.9%、「支出金額は増えた」が29.6%となっている。

また「30代女性」と「40代女性」では、「30代女性」の方が「支出金額は増えた」と回答している割合が全体よりも高いため、30代女性をターゲットにしている事業者は、単価アップにつながるようなセットメニューの開発や、サイドメニューの充実を図っていただきたい。

直近一年間における 外食支出金額の増減	回答数	構成比
支出金額は増えた	151	29.6%
変わらない	288	56.5%
支出金額は減った	71	13.9%
計	510	100.0%
無回答	14	-



直近一年間における 外食支出金額の増減	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
支出金額は増えた	66	34.0%	73	28.0%
変わらない	96	49.5%	156	59.8%
支出金額は減った	32	16.5%	32	12.3%
合計	194	100.0%	261	100.0%
無回答	6	-	5	-



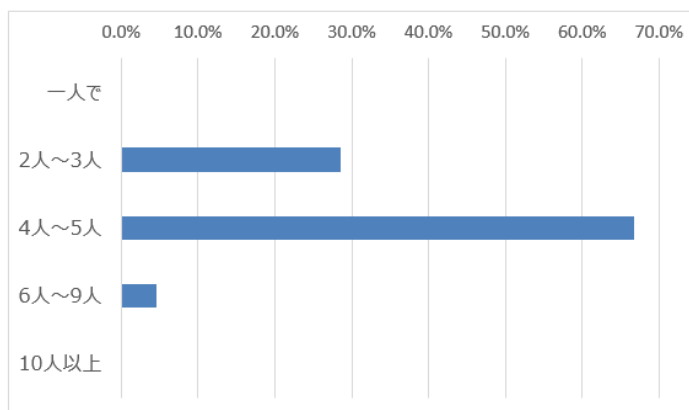
④ 外食時の人数

「外食をされる際、何人で外食をされることが多いですか？」という設問を行い、回答者524人のうち回答数は518(無回答は6)であった。

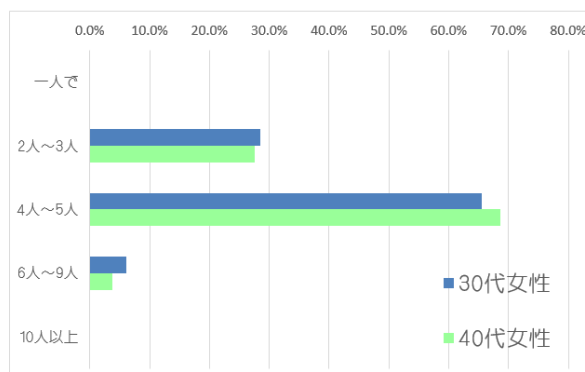
外食時の人数については、「4人～5人」の回答が66.8%と最も高く、次いで、「2人～3人」が28.6%となっており、上位の回答結果を見る限りでは、家族と一緒に外食をしているケースが高いと思われる。(⑥外食時の同行者属性で「家族」が最も高い割合となっている)

またさくら市は、全国の年齢別人口と比較した場合、20歳未満までの年齢層が多い地域でもあるため、事業者側としては、子供向けのメニューが提供出来るか？子供用のテーブルや椅子などの用意が出来るか？など、子供への対応が取れるかが重要な地域でもある。したがって「30代・40代女性」をターゲットにしている事業者は、このような対応が取れるよう準備をしていただきたい。

外食される時の人数	回答数	構成比
一人で	0	0.0%
2人～3人	148	28.6%
4人～5人	346	66.8%
6人～9人	24	4.6%
10人以上	0	0.0%
計	518	100.0%
無回答	6	-



外食される時の人数	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
一人で	0	0.0%	0	0.0%
2人～3人	56	28.4%	73	27.5%
4人～5人	129	65.5%	182	68.7%
6人～9人	12	6.1%	10	3.8%
10人以上	0	0.0%	0	0.0%
合計	197	100.0%	265	100.0%
無回答	3	-	1	-



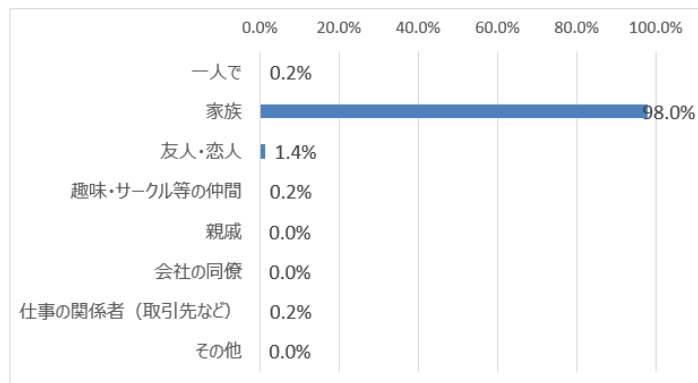
平成27年度					
年齢	さくら市	全国	年齢	さくら市	全国
0歳～4歳	4.6%	3.8%	50歳～54歳	5.8%	6.1%
5歳～9歳	4.9%	4.0%	55歳～59歳	5.8%	5.9%
10歳～14歳	5.1%	4.2%	60歳～64歳	6.5%	6.7%
15歳～19歳	4.9%	4.5%	65歳～69歳	8.0%	7.7%
20歳～24歳	4.6%	4.5%	70歳～74歳	5.1%	6.4%
25歳～29歳	5.1%	4.9%	75歳～79歳	4.5%	5.4%
30歳～34歳	6.0%	5.6%	80歳～84歳	3.4%	4.6%
35歳～39歳	7.1%	6.4%	85歳～89歳	2.6%	3.2%
40歳～44歳	7.8%	7.5%	90歳以上	1.6%	2.1%
45歳～49歳	6.8%	6.7%	合計	100.0%	100.0%

⑤ 外食時の同行者属性

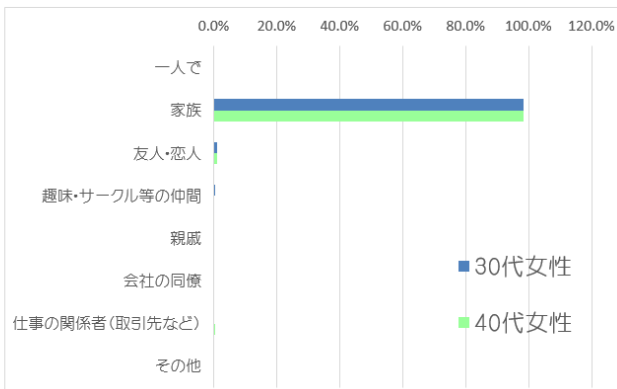
「外食をされる際、どなたと一緒にに行かれることが多いですか？」という設問を行い、回答者 524 人のうち回答数は 492 (無回答は 32) であった。

外食時の同行者属性については、「家族」の回答が 98.0%と最も高い結果となっており、「30 代女性」「40 代女性」についても同様な結果となっている。

外食される時の同行者属性	回答数	構成比
一人で	1	0.2%
家族	482	98.0%
友人・恋人	7	1.4%
趣味・サークル等の仲間	1	0.2%
親戚	0	0.0%
会社の同僚	0	0.0%
仕事の関係者(取引先など)	1	0.2%
その他	0	0.0%
計	492	100.0%
無回答	32	-



外食される時の同行者属性	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
一人で	0	0.0%	0	0.0%
家族	183	98.4%	247	98.4%
友人・恋人	2	1.1%	3	1.2%
趣味・サークル等の仲間	1	0.5%	0	0.0%
親戚	0	0.0%	0	0.0%
会社の同僚	0	0.0%	0	0.0%
仕事の関係者(取引先など)	0	0.0%	1	0.4%
その他	0	0.0%	0	0.0%
合計	186	100.0%	251	100.0%
無回答	14	-	15	-

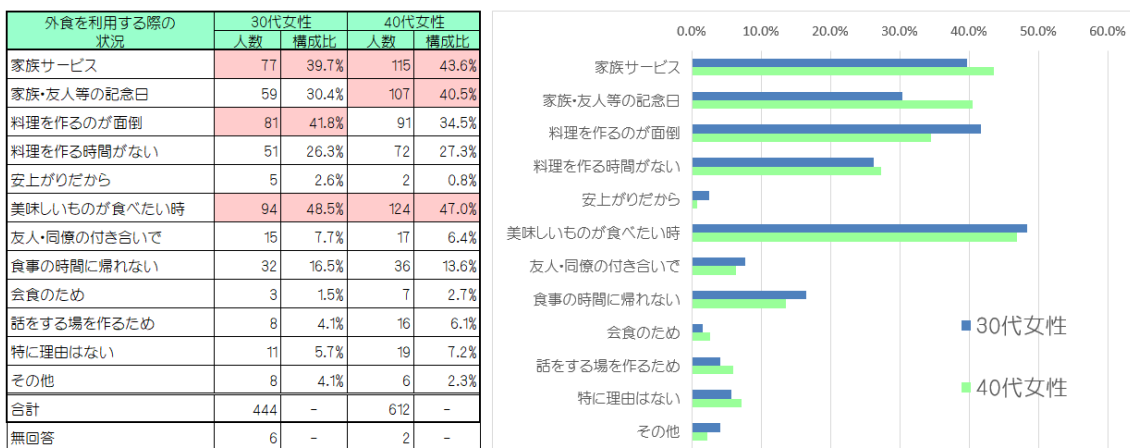
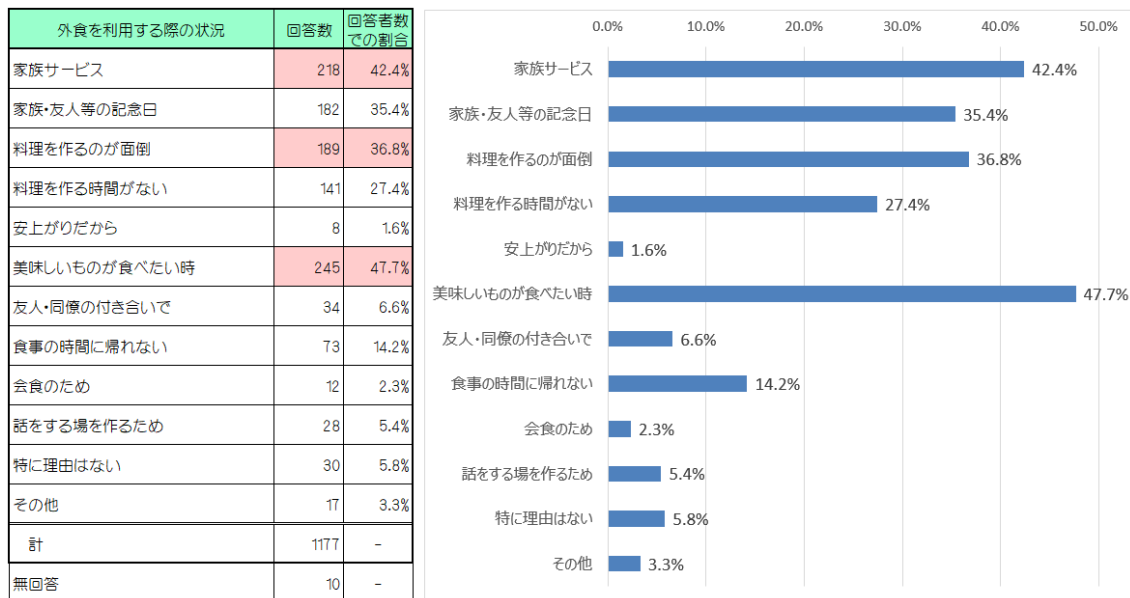


⑥ 外食を利用する際の状況

「外食はどのような時にされますか？「○は3つ以内で」お答えください。」という設問を行い、回答総数 1127 のうち回答数は 1117 (無回答は 10) であった。

外食を利用する際の状況については、「美味しいものが食べたい時」の回答が 47.7%と最も高く、次いで、「家族サービス」が 42.4%、「料理を作るのが面倒」が 36.8%となっている。

今後の展開に活用出来そうな視点としては、4 番目に高い「家族・友人等の記念日」で、記念日の対象者別の記念日用メニューを開発したり、サプライズのようなサービスを提供したり、大手チェーン店が出来ないような取組を実施していただき差別化を図ってもらいたい。



⑦ 飲食店を選定する際に重視するポイント

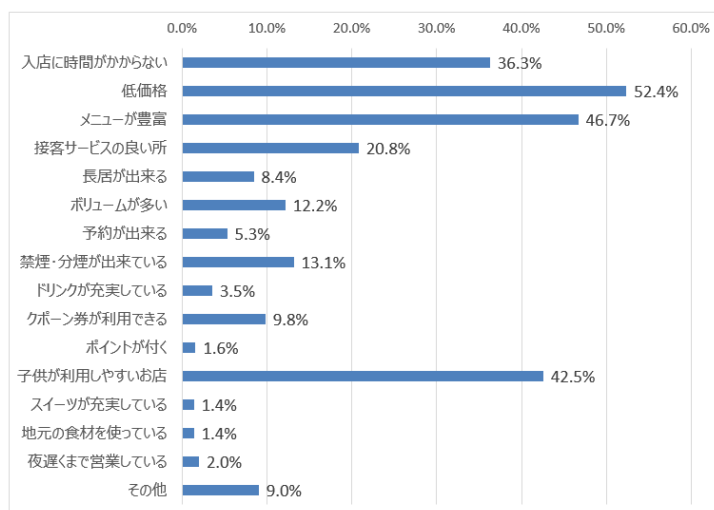
「飲食店を選ばれる際にどのような点を重視されますか？「○は3つ以内で」お答えください。」という設問を行い、回答総数 1372 のうち回答数は 1358 (無回答は 14) であった。

飲食店を選定する際に重視するポイントについては、「低価格」の回答が 52.4%と最も高く、次いで、「メニューが豊富」が 46.7%、「子供が利用しやすいお店」が 42.5%となっている。

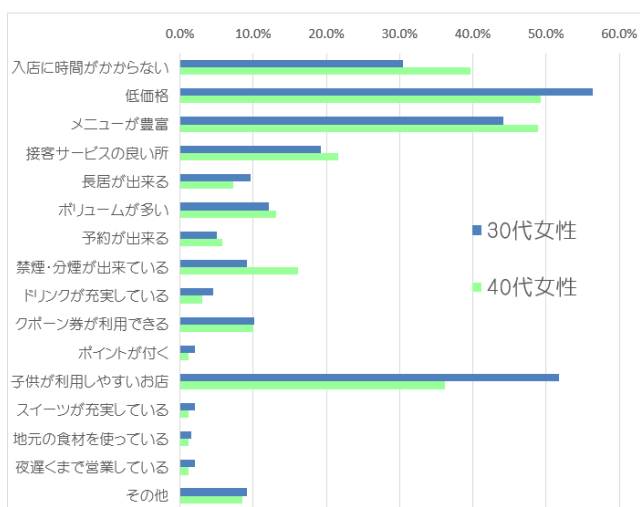
2 番目の「メニューが豊富」の対応であるが、メニューを増やせば、売上の向上が見込めるが、原価率が高まるため利益率が低下する可能性が高い、したがって上位 2 つの回答は、小規模事業者にとって対応が取り難いといえる。

よって「④外食時の人数」でも前述したようにさくら市は、全国と比べて 20 歳未満までの年齢層が多い地域でもあるため、3 番目の「子供が利用しやすいお店」という視点をお店作りに反映させて、集客を図っていただきたい。

飲食店を選定する際に重視するポイント	回答数	回答者数での割合
入店に時間がかからない	185	36.3%
低価格	267	52.4%
メニューが豊富	238	46.7%
接客サービスの良い所	106	20.8%
長居が出来る	43	8.4%
ボリュームが多い	62	12.2%
予約が出来る	27	5.3%
禁煙・分煙が出来ている	67	13.1%
ドリンクが充実している	18	3.5%
クーポン券が利用できる	50	9.8%
ポイントが付く	8	1.6%
子供が利用しやすいお店	217	42.5%
スイーツが充実している	7	1.4%
地元の食材を使っている	7	1.4%
夜遅くまで営業している	10	2.0%
その他	46	9.0%
計	1358	-
無回答	14	-



飲食店を選定する際に重視するポイント	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数での割合	人数	回答者数での割合
入店に時間がかからない	60	30.5%	103	39.6%
低価格	111	56.3%	128	49.2%
メニューが豊富	87	44.2%	127	48.8%
接客サービスの良い所	38	19.3%	56	21.5%
長居が出来る	19	9.6%	19	7.3%
ボリュームが多い	24	12.2%	34	13.1%
予約が出来る	10	5.1%	15	5.8%
禁煙・分煙が出来ている	18	9.1%	42	16.2%
ドリンクが充実している	9	4.6%	8	3.1%
クーポン券が利用できる	20	10.2%	26	10.0%
ポイントが付く	4	2.0%	3	1.2%
子供が利用しやすいお店	102	51.8%	94	36.2%
スイーツが充実している	4	2.0%	3	1.2%
地元の食材を使っている	3	1.5%	3	1.2%
夜遅くまで営業している	4	2.0%	3	1.2%
その他	18	9.1%	22	8.5%
合計	531	-	686	-
無回答	3	-	6	-



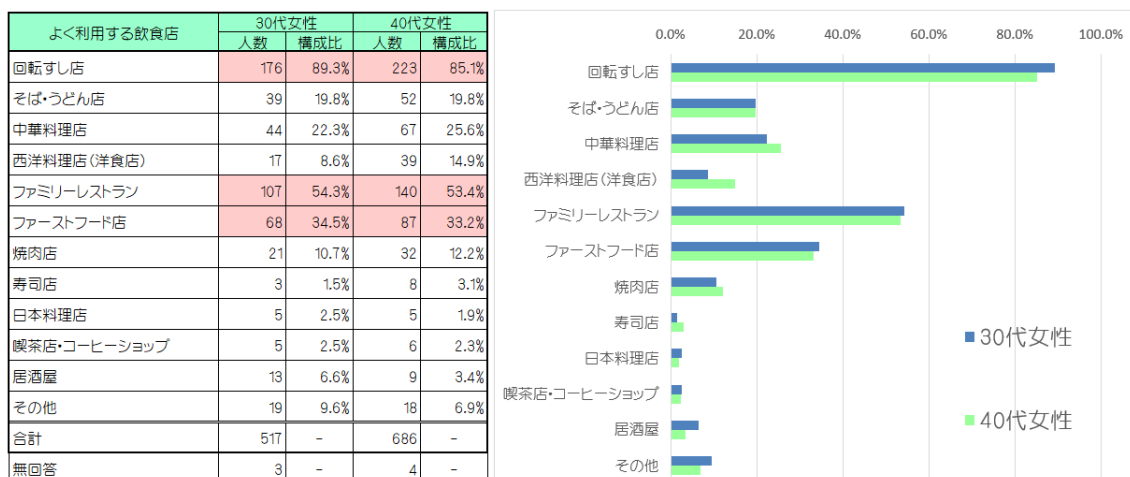
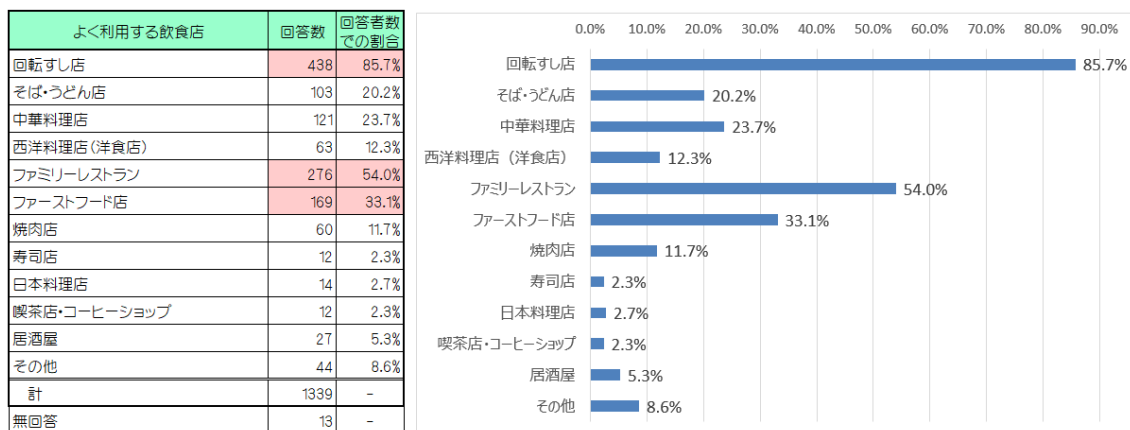
⑧ よく利用する飲食店

「外食をされる際、よくご利用される飲食店はどれですか？「○は3つ以内で」お答えください。」という設問を行い、回答総数 1352 のうち回答数は 1339 (無回答は 13) であった。

よく利用する飲食店については、「回転すし店」の回答が 85.7%と最も高く、次いで、「ファミリーレストラン」が 54.0%、「ファーストフード店」が 33.1%となっている。

上位3つ全てが、大手チェーン店となっているため、大手チェーン店では対応出来ない、料理やサービスを提供することで、差別化を図っていただきたい。

なお差別化に関する対応策は、このあと後述する「まとめ(総評)」の部分で提案をする。



⑨ 飲食店情報を収集する方法

「外食先の情報をどのように収集されていますか？「○は3つ以内で」お答えください。」という設問を行い、回答総数 1097 のうち回答数は 1083 (無回答は 14) であった。

飲食店情報を収集する方法については、「家族・友人等の口コミ」の回答が 57.3%と最も高く、次いで、「お店の前を通りがかって」が 36.9%、「インターネット検索」が 30.4%となっている。

着目すべき点として、情報発信ツールとして現在注目されているSNSであるが、その回答である「SNS からの情報」は 7.1%とかなり低い、また「お店のホームページ」に関しても 11.8%とあまり利用されていないことが分かった。

これらの結果から、SNS の活用やお店のホームページを整備しても意味がないという訳では無く、“発信している情報の内容の質”だと思われる。

実際に現在の事業者の発信している情報を見てみると、提供している料理やサービスの内容は発信しているが、その内容が不十分であったり、事業者目線の内容になっていたり、と消費者目線で内容になっておらず、それらの情報では「行きたい！」と思わせるほどの内容になっているものはあまり見受けられていない。

したがって、情報を発信する際には、まず消費者の状態に応じた内容(※)で、情報を発信する。

内容に関しては、料理やサービスを通して、利用顧客がどのようなメリットを享受できるのか？までを情報として提供する。

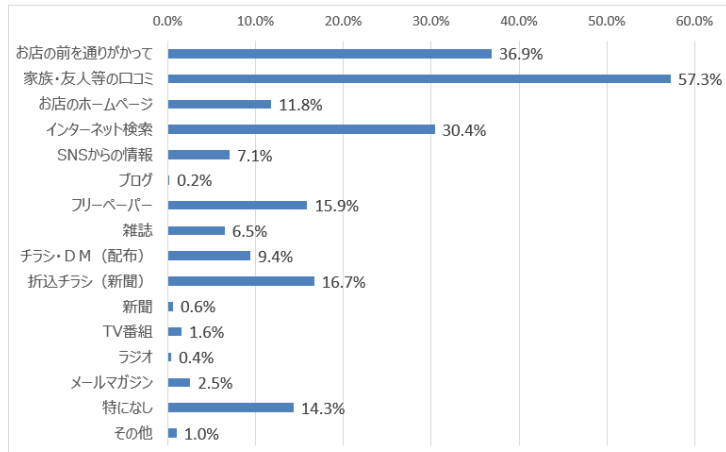
この辺の内容は、言うは易く行うは難しであるため、具体的には、商工会へ相談をしていただきたい。

また 2 番目の「お店の前を通りがかって」という視点も重要で、看板の設置の必要性やその書かれている内容の重要性が今回の調査で明らかになった。

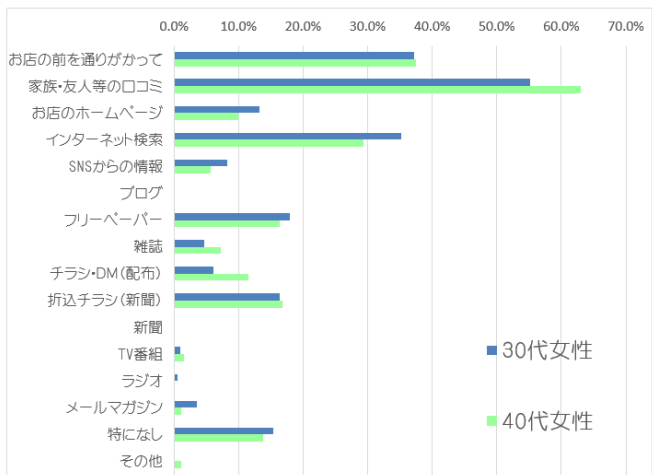
したがって、看板をリニューアルする場合には、使い勝手の良い補助金として、現在大変人気のある「小規模事業者持続化補助金」の公募が出た際には、活用をしていただきたいと思っている。

※AIDMA の法則のようなものを活用していただきたい

飲食店情報を収集する際の方法	回答数	回答者数 での割合
お店の前を通りがかって	188	36.9%
家族・友人等の口コミ	292	57.3%
お店のホームページ	60	11.8%
インターネット検索	155	30.4%
SNSからの情報	36	7.1%
ブログ	1	0.2%
フリーペーパー	81	15.9%
雑誌	33	6.5%
チラシ・DM (配布)	48	9.4%
折込チラシ (新聞)	85	16.7%
新聞	3	0.6%
TV番組	8	1.6%
ラジオ	2	0.4%
メールマガジン	13	2.5%
特になし	73	14.3%
その他	5	1.0%
計	1083	-
無回答	14	-



飲食店情報を収集する際の方法	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
お店の前を通りがかって	73	37.2%	98	37.4%
家族・友人等の口コミ	108	55.1%	165	63.0%
お店のホームページ	26	13.3%	26	9.9%
インターネット検索	69	35.2%	77	29.4%
SNSからの情報	16	8.2%	15	5.7%
ブログ	0	0.0%	0	0.0%
フリーペーパー	35	17.9%	43	16.4%
雑誌	9	4.6%	19	7.3%
チラシ・DM (配布)	12	6.1%	30	11.5%
折込チラシ (新聞)	32	16.3%	44	16.8%
新聞	0	0.0%	0	0.0%
TV番組	2	1.0%	4	1.5%
ラジオ	1	0.5%	0	0.0%
メールマガジン	7	3.6%	3	1.1%
特になし	30	15.3%	36	13.7%
その他	0	0.0%	3	1.1%
合計	420	-	563	-
無回答	4	-	4	-



e プラザ参番館について

さくら市には、創業者支援施設である「e プラザ参番館」があるが、今後さらにこの施設を有効活用して行くために現在の利用状況等について見ていく。

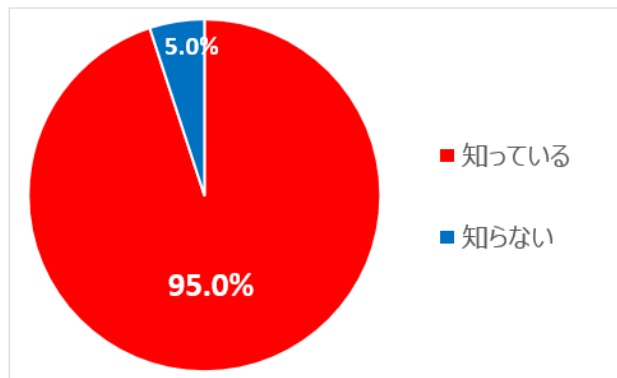
① e プラザ参番館の状況

「e プラザ参番館をご存知ですか？また入館されたことはありますか？各問ごとに「○を1つ」お答えください。」という設問を行い、回答者 524 人のうち認知度の設問の回答数は 517（無回答は 7）で、入館の有無の設問の回答者は 516（無回答は 8）であった。

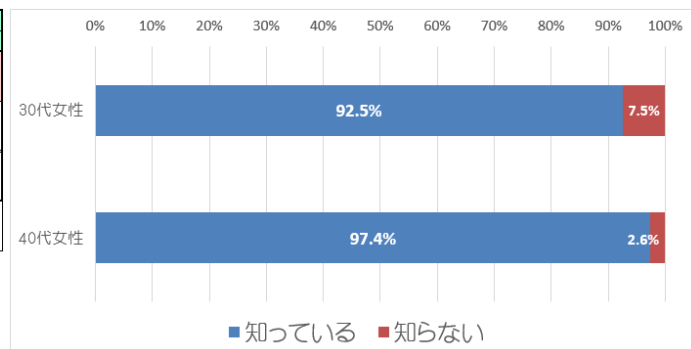
e プラザ参番館の認知度については、「知っている」の回答が 95.0%で、「知らない」の回答が 5.0%となっており、中心市街地在住の消費者の認知度はかなり高いといえる。

また「30 代女性」と「40 代女性」では、40 代女性の方がさらに認知度が高いことが分かった。

eプラザ参番館を知っているか	回答数	構成比
知っている	491	95.0%
知らない	26	5.0%
計	517	100.0%
無回答	7	-



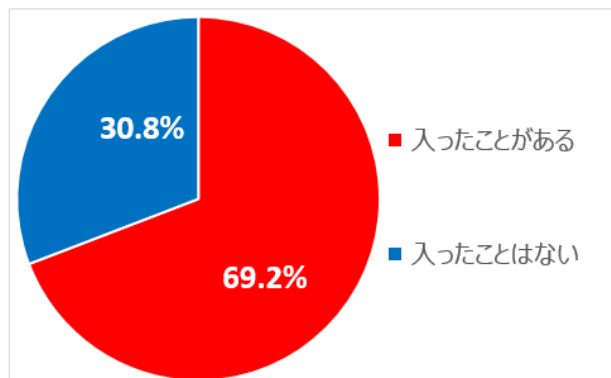
eプラザ参番館を知っているか	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
知っている	184	92.5%	259	97.4%
知らない	15	7.5%	7	2.6%
合計	199	100.0%	266	100.0%
無回答	1	-	0	-



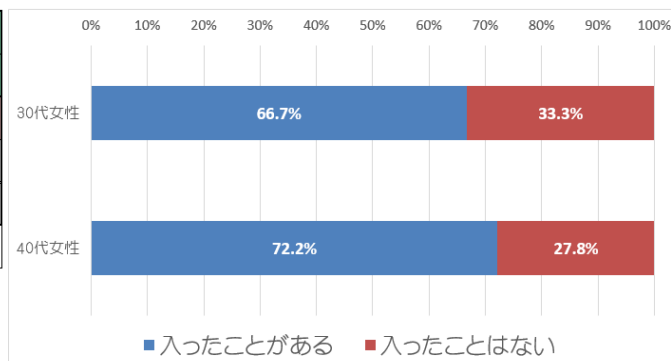
e プラザ参番館の入館の有無については、「入ったことがある」の回答が 69.2%で、「入ったことはない」の回答が 30.8%となっており、認知度の割合と比較すると、25%以上の回答者が認知はしているが、入館していないことが分かった。

また「30 代女性」と「40 代女性」では、こちらも 40 代女性の方が入館している割合が高い。

eプラザ参番館に入館したことがあるか	回答数	構成比
入ったことがある	357	69.2%
入ったことはない	159	30.8%
計	516	100.0%
無回答	8	-



eプラザ参番館に入館したことがあるか	30代女性		40代女性	
	人数	構成比	人数	構成比
入ったことがある	132	66.7%	192	72.2%
入ったことはない	66	33.3%	74	27.8%
合計	198	100.0%	266	100.0%
無回答	2	-	0	-



② e プラザ参番館に入館して欲しいお店

「e プラザ参番館に入店して欲しいお店がありましたらお答えください。『○は3つ以内で』お答えください。」という設問を行い、回答総数 1128 のうち回答数は 1099 (無回答は 29) であった。

今後 e プラザ参番館に入店して欲しいお店については、「オシャレなカフェ・喫茶店」の回答が 54.5%と最も高く、次いで、「スイーツの専門店」が 38.4%、「酒場・ビアホール」が 20.0%となっている。

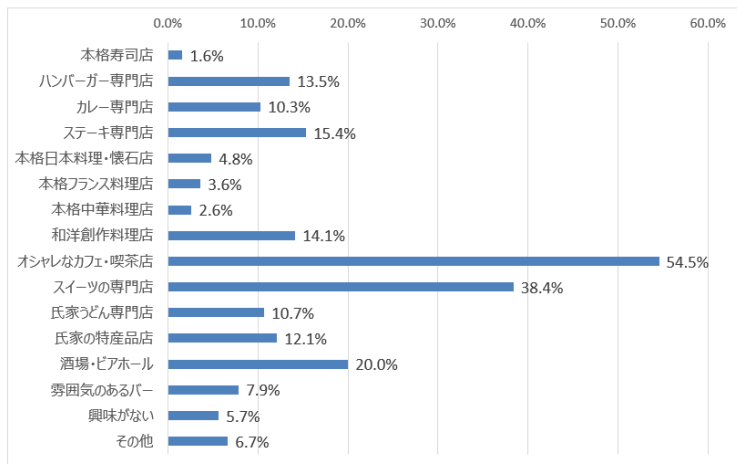
さくら市内には飲食チェーン店があちこちに散見されるが、一方で個人経営による喫茶店や洋菓子店、オシャレな雰囲気の良い店などは少ないと言える。

また本調査の回答者が 30 代女性と 40 代女性が 9 割以上を占めているような調査になってしまったため、このような結果となっているが、何度も前述したように、さくら市は全国と比べても少子高齢化が進んでいない地域となっており、その中でも小・中学生の割合がかなり高く、子育てへの悩みや情報交換が出来る場所が求められている可能性が高いと考えられる。

したがって小・中学生の母親世代も多いことから、“ママ友会”や“女子会”といった「ちょっとした話が出来る場所」や「ワイワイ楽しめる場所」といった若い女性をターゲットにしたお店がさくら市内に少ない現状を考えると、中心市街地にある e プラザ参番館に、回答の上位にあがっているようなお店が入店しても需要がある可能性が高いと思われる。

続いて「30 代女性」と「40 代女性」について見てみると、どちらの世代も「全体」と比べて大きな差は見られなかった。

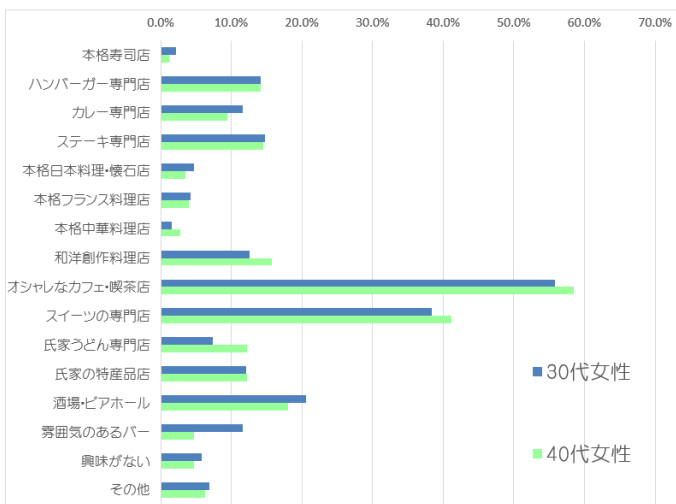
eプラザ参番館に入店して欲しいお店	回答数	回答者数での割合
本格寿司店	8	1.6%
ハンバーガー専門店	67	13.5%
カレー専門店	51	10.3%
ステーキ専門店	76	15.4%
本格日本料理・懐石店	24	4.8%
本格フランス料理店	18	3.6%
本格中華料理店	13	2.6%
和洋創作料理店	70	14.1%
オシャレなカフェ・喫茶店	270	54.5%
スイーツの専門店	190	38.4%
氏家うどん専門店	53	10.7%
氏家の特産品店	60	12.1%
酒場・ビアホール	99	20.0%
雰囲気のあるバー	39	7.9%
興味がない	28	5.7%
その他	33	6.7%
計	1099	-
無回答	29	-



平成27年度					
年齢	さくら市	全国	年齢	さくら市	全国
0歳～4歳	4.6%	3.8%	50歳～54歳	5.8%	6.1%
5歳～9歳	4.9%	4.0%	55歳～59歳	5.8%	5.9%
10歳～14歳	5.1%	4.2%	60歳～64歳	6.5%	6.7%
15歳～19歳	4.9%	4.5%	65歳～69歳	8.0%	7.7%
20歳～24歳	4.6%	4.5%	70歳～74歳	5.1%	6.4%
25歳～29歳	5.1%	4.9%	75歳～79歳	4.5%	5.4%
30歳～34歳	6.0%	5.6%	80歳～84歳	3.4%	4.6%
35歳～39歳	7.1%	6.4%	85歳～89歳	2.6%	3.2%
40歳～44歳	7.8%	7.5%	90歳以上	1.6%	2.1%
45歳～49歳	6.8%	6.7%	合計	100.0%	100.0%

さくら市は、50歳未満の年齢層が全国と比べて、人口の割合が高い

eプラザ参番館に入店して欲しいお店	30代女性		40代女性	
	人数	回答者数での割合	人数	回答者数での割合
本格寿司店	4	2.1%	3	1.2%
ハンバーガー専門店	27	14.2%	36	14.1%
カレー専門店	22	11.6%	24	9.4%
ステーキ専門店	28	14.7%	37	14.5%
本格日本料理・懐石店	9	4.7%	9	3.5%
本格フランス料理店	8	4.2%	10	3.9%
本格中華料理店	3	1.6%	7	2.7%
和洋創作料理店	24	12.6%	40	15.7%
オシャレなカフェ・喫茶店	106	55.8%	149	58.4%
スイーツの専門店	73	38.4%	105	41.2%
氏家うどん専門店	14	7.4%	31	12.2%
氏家の特産品店	23	12.1%	31	12.2%
酒場・ビアホール	39	20.5%	46	18.0%
雰囲気のあるバー	22	11.6%	12	4.7%
興味がない	11	5.8%	12	4.7%
その他	13	6.8%	16	6.3%
合計	426	-	568	-
無回答	10	-	11	-



中心市街地(さくら市内)事業者への要望

「今後、さくら市街地にこのようなお店が出来て欲しい！などご意見・ご要望がございましたらご回答ください。(自由回答)」という設問を行い、回答者は 257 人(無回答は 267)であった。

当設問は、自由回答形式で実施しているため、回答者の回答区分を以下のようにまとめた。

- 飲食店(チェーン店以外)
- カフェ(カフェチェーン店は含む)
- 飲食チェーン店(カフェチェーン店は含まない)
- 大型商業施設
- パン屋
- 映画館
- 居酒屋
- 大型ディスカウント
- 雑貨屋
- 服屋
- 洋菓子屋
- 子供施設
- 大型ホームセンター
- コンビニ
- スポーツ用品
- カー用品店
- 子供服屋
- 中心市街地への意見
- その他

また一人の回答者が複数の回答区分である回答要素を回答しているため、それらは分解して集計をしている。なお回答区分になっている各区分項目の根拠は、回答要素が5つを超えたものを区分項目としている。したがって5つまでの回答要素は「その他」として取り扱っている。

なお当設問の自由回答は、今後の参考のため「Appendix」に原文のまま全て収録させている。

中心市街地(さくら市内)事業者への要望については、「飲食店(チェーン店以外)」の回答が 26.8%と最も高く、次いで、「カフェ(カフェチェーン店は含む)」が 21.4%、「飲食チェーン店(カフェチェーン店は含まない)」が 17.9%となっており、飲食店の回答が上位3つを独占している。

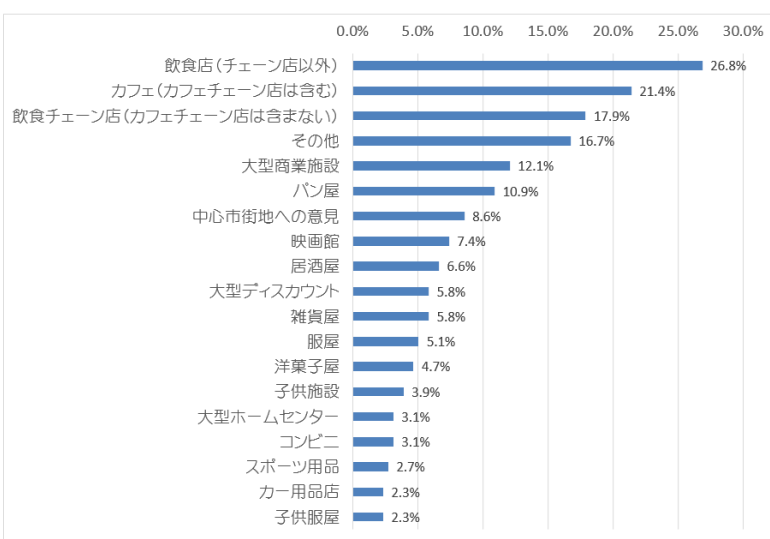
当設問の回答結果には、「大型商業施設」や「映画館」、「(若者向けの)服屋」といった「さくら市内にない施設」や「専門店」などが上位にランクインして来ると仮説を立てていたが、飲食店の回答が上位を占める結果となった。

その理由として、上位 2 つの回答である「飲食店(チェーン店以外)」や「カフェ(カフェチェーン店は含む)」の回答の中に、「ゆっくり落ち着いたお店」や「お話ができるお店」、「子供を安心して入れられるお店」といった「e プラザ参番館に入館して欲しいお店」でも前述したように子育てへの悩みや情報交換が出来る場所が求められている回答が多かった。

したがってさくら市内には個人経営による喫茶店や洋菓子店、オシャレな雰囲気の良い店などが少ないため、「ちょっとした話ができる場所」や「ワイワイ楽しめる場所」といった“話のできる場所”が提供出来るお店の要望が高いと思われる。

また「その他」の回答で多かったものとして、「書籍店(5 票)」「漫画喫茶(4 票)」があげられている。

要望の内容	人数	回答者数 での割合
飲食店(チェーン店以外)	69	26.8%
カフェ(カフェチェーン店は含む)	55	21.4%
飲食チェーン店(カフェチェーン店は含まない)	46	17.9%
その他	43	16.7%
大型商業施設	31	12.1%
パン屋	28	10.9%
中心市街地への意見	22	8.6%
映画館	19	7.4%
居酒屋	17	6.6%
大型ディスカウント	15	5.8%
雑貨屋	15	5.8%
服屋	13	5.1%
洋菓子屋	12	4.7%
子供施設	10	3.9%
大型ホームセンター	8	3.1%
コンビニ	8	3.1%
スポーツ用品	7	2.7%
カー用品店	6	2.3%
子供服屋	6	2.3%
合計	430	-



まとめ(結果と総評)

最後に本調査における結果と総評について言及する。

① 結果まとめ

本調査における回答者の属性

- 年齢(年代)
回答者の年齢においては、「40代」が55.5%と最も多く、次いで「30代」が41.8%と30代と40代とで全体の95%以上を占めている。
- 性別
回答者の性別では、「男性」が7.8%で、「女性」が92.2%となっており、女性の割合が9割以上を占めている。
- したがって回答者の属性のまとめとして、本調査の回答者の9割以上が「30代の女性」と「40代の女性」であるため、これ以降の分析は、30代、40代の女性を中心に行っていく。

中心市街地事業者への利用状況および要望について

- 中心市街地事業者(9業種)の利用状況
 - 食料品
食料品における市内店舗利用の状況は、「市内80%利用」が56.2%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が38.1%となっており、9割以上(94.4%)の回答者が食料品の8割以上は市内で購入していることが分かった。
 - 衣料品
衣料品では、「市内20%利用」が43.6%と最も高く、次いで「市内50%利用」が28.2%となっており、さくら市内で衣料品を購入している割合が50%以下の回答者が8割以上(82.9%)となっている。
 - 電化製品
電化製品では、「市内50%利用」が26.7%と最も高く、次いで「市内80%利用」が24.7%、「市内20%利用」が22.4%となっており、「市内50%利用」を中心に上下対称の割合となっている。

医薬品・化粧品

医薬品・化粧品では、「市内 80%利用」が 40.5%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が 25.1%となっており、6 割強以上 (65.7%) の回答者が医薬品・化粧品の 8 割以上は市内で購入している。

書籍・DVDなど娯楽品

書籍・DVDなど娯楽品では、「市内 80%利用」が 43.9%と最も高く、次いで「全て市内で利用」が 22.3%となっており、6 割強以上 (66.2%) の回答者が書籍・DVDなど娯楽品の 8 割以上は市内で購入している。

飲食

飲食では、「市内 50%利用」が 54.1%と最も高く、次いで「市内 80%利用」が 21.3%となっており、回答者のおよそ半数が「市内 50%利用」となっている。

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)では、「市内 80%利用」が 30.9%と最も高く、次いで「市内 50%利用」が 29.9%となっており、「市内 80%利用」以上と回答した割合が 44.1%に対し、「市内 20%利用」以下と回答した割合が 26.0%と、市内で済ませる消費者が多いことが分かった。

理容・美容室

理容・美容室では、「全て市内で利用」が 55.0%と最も高く、次いで「市内は利用しない」が 14.7%となっており、全て市内か市内以外の二極化の回答となっている。

園芸・農業資材

園芸・農業資材では、「全て市内で利用」が 32.2%と最も高く、次いで「市内 80%利用」が 30.3%となっており、6 割強以上 (62.5%) の回答者が園芸・農業資材の 8 割以上は市内で購入している。

○ 中心市街地事業者を選択する理由

中心市街地事業者を選択する理由として、回答者数の割合で最も高かったのが、「自宅から近いから」で 90.7%となっており、他の選択肢の回答よりも圧倒的な高さとなっている。2 番目に高かった回答は、「価格が安いから」で 36.0%、次いで「駐車場があるから」が 31.1%となっている。どちらにしても上位3つの回答が差別化要素となりうる理由となっていない点で、小規模事業者にとって厳しい回答結果となった。

○ さくら市以外の事業者を選択する理由

さくら市以外の事業者を選択する理由として、回答者数の割合で最も高かったのが、「品揃えが豊富だから」で 68.0%となっており、次いで「地元にはない商品・サービスがあるから」が 46.5%、「商品・サービスの質が良いから」が 25.7%となっている。

○ 中心市街地事業者(9 業種)の一月の利用金額

食料品

回答者の食料品における一月間の市内店舗利用金額は、「30,000 円以上」の回答が 61.6%と最も高く、次いで「20,000 円ぐらい」が 26.9%となっており、上位 2 つの回答でおよそ 9 割(88.5%)を占めている。

衣料品

衣料品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 35.1%と最も高く、次いで「5,000 円ぐらい」が 23.3%、「1,000 円以下」が 21.4%となっており、5,000 円以下の回答でおよそ 8 割(79.8%)を占めている。

電化製品

電化製品では、「1,000 円以下」の回答が 62.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 20.5%、「5,000 円ぐらい」が 10.2%となっており、5,000 円以下の回答で 9 割強(93.2%)を超えている。

医薬品・化粧品

医薬品・化粧品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 44.9%と最も高く、次いで「5,000 円ぐらい」が 23.9%、「1,000 円以下」が 18.4%となっており、5,000 円以下の回答でおよそ 9 割(87.3%)を占めている。

書籍・DVDなど娯楽品

書籍・DVDなど娯楽品では、「3,000 円ぐらい」の回答が 42.8%と最も高く、次いで「1,000 円以下」が 38.9%となっており、3,000 円以下の回答で 8 割強(81.7%)を超えている。

飲食

飲食では、「5,000 円ぐらい」の回答が 36.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 22.2%となっており、上位 2 つの回答でおよそ 6 割(58.7%)を占めている。

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)

自動車・オートバイ・自転車(点検・給油等含む)では、「10,000 円ぐらい」の回答が 27.8%と最も高く、次いで「1,000 円以下」が 24.9%となっている。こちらも電化製品の回答と同様に、年間の支出金額を 12 ヶ月で割った金額と思われる。

理容・美容室

理容・美容室では、「1,000 円以下」の回答が 28.5%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 27.1%、「5,000 円ぐらい」が 26.5%となっており、5,000 円以下の回答で 8 割強(82.1%)を超えている。

園芸・農業資材

園芸・農業資材では、「1,000 円以下」の回答が 77.2%と最も高く、次いで「3,000 円ぐらい」が 16.9%となっており、上位 2 つの回答で 9 割強(94.1%)を超えている。

○ 中心市街地事業者(4 業種)への要望

食料品

食料品店における今後の要望は、「セール日を充実させる」の回答が 46.4%と最も高く、次いで「惣菜・弁当の商品の充実」が 42.2%、「接客サービスの向上」が 32.7%となっており、「②中心市街地事業者を選択する理由」の回答でも上位だった「価格が安いから」と同様に価格訴求によるアプローチが消費者に求められる結果となっている。

衣類品

衣料品店では、「品揃えの豊富さ」の回答が 80.5%と最も高く、他の選択肢の回答よりも圧倒的な高さとなっている。2 番目に高かった回答は、「セール日を充実させる」が 28.8%で、3 番目に高かった回答は、「ポイントカードの利用」が 21.9%となっており、品揃えや価格に関することであるため、小規模事業者には厳しい要望となっている。

飲食利用

飲食店では、「接客サービスの向上」の回答が 40.7%と最も高く、次いで「季節ごとのメニューの充実化」が 34.5%、「健康志向のメニューの充実」が 28.9%となっており、前述した 2 業種よりも商品の提供方法や付随サービスの部分が求められており、小規模事業者にとっては対応しやすい。

理容・美容室

理容・美容室では、「接客サービスの向上」の回答が 49.3%と最も高く、次いで「子供さん向けのスペース」が 34.7%、「ポイントカードの利用」が 25.9%となっており、こちらも上位2つの要望が付随サービスであるため、小規模事業者にとっては対応しやすい。

中心市街地在住の消費者の飲食店利用について

- 外食における一人当たりの予算額
外食における一人当たりの予算額については、「1,001 円～1,500 円」の回答が 59.8%と最も高く、次いで、「1,000 円以下」が 22.2%となっている。
- 外食の頻度
外食の頻度については、「月に1～3回」の回答が 65.3%と最も高く、次いで、「週に1～3回」が 16.6%となっている。
- 直近一年間における外食の回数と支出金額の増減
直近一年間における外食回数の増減については、「変わらない」の回答が 64.4%と最も高く、次いで、「回数は減った」が 23.2%、「回数は増えた」が 12.4%となっている。
- 外食時の人数
外食時の人数については、「4 人～5 人」の回答が 66.8%と最も高く、次いで、「2 人～3 人」が 28.6%となっており、上位の回答結果を見る限りでは、家族と一緒に外食をしているケースが高いと思われる。(⑤外食時の同行者属性で「家族」が最も高い割合となっている)
- 外食時の同行者属性
外食時の同行者属性については、「家族」の回答が 98.0%と最も高い結果となっており、「30 代女性」「40 代女性」についても同様な結果となっている。
- 外食を利用する際の状況
外食を利用する際の状況については、「美味しいものが食べたい時」の回答が 47.7%と最も高く、次いで、「家族サービス」が 42.4%、「料理を作るのが面倒」が 36.8%となっている。

- 飲食店を選定する際に重視するポイント
飲食店を選定する際に重視するポイントについては、「低価格」の回答が 52.4%と最も高く、次いで、「メニューが豊富」が 46.7%、「子供が利用しやすいお店」が 42.5%となっている。
- よく利用する飲食店
よく利用する飲食店については、「回転すし店」の回答が 85.7%と最も高く、次いで、「ファミリーレストラン」が 54.0%、「ファーストフード店」が 33.1%となっており、上位3つ全てが大手チェーン店となっている。
- 飲食店情報を収集する方法
飲食店情報を収集する方法については、「家族・友人等の口コミ」の回答が 57.3%と最も高く、次いで、「お店の前を通りがかって」が 36.9%、「インターネット検索」が 30.4%となっている。

e プラザ参番館について

- e プラザ参番館の状況
e プラザ参番館の認知度については、「知っている」の回答が 95.0%で、「知らない」の回答が 5.0%となっており、中心市街地在住の消費者の認知度はかなり高いといえる。

e プラザ参番館の入館の有無については、「入ったことがある」の回答が 69.2%で、「入ったことはない」の回答が 30.8%となっており、認知度の割合と比較すると、25%以上の回答者が認知はしているが、入館していないことが分かった。
- e プラザ参番館に入館して欲しいお店
今後 e プラザ参番館に入店して欲しいお店については、「オシャレなカフェ・喫茶店」の回答が 54.5%と最も高く、次いで、「スイーツの専門店」が 38.4%、「酒場・ビアホール」が 20.0%となっている。

中心市街地(さくら市内)事業者への要望

- 中心市街地(さくら市内)事業者への要望については、「飲食店(チェーン店以外)」の回答が 26.8%と最も高く、次いで、「カフェ(カフェチェーン店は含む)」が 21.4%、「飲食チェーン店(カフェチェーン店は含まない)」が 17.9%となっており、飲食店の回答が上位3つを独占している。

② 総評

本調査は、さくら市の中心市街地で事業を営んでいる事業者の現状および中心市街地在住の消費者ニーズ等を把握するために実施している。

総評として、まず本調査における回答者について言及する。本調査における回答者となる対象者は、中心市街地の事業者を多く利用している中心市街地に在住している消費者としたため、さくら市立氏家小学校に協力を仰ぎ、在校生の保護者に対しアンケート調査を実施した。

それにより回答者の属性が「30代女性」と「40代女性」に集中してしまい、全体の9割以上を占めてしまっている。

しかしさくら市は全国と比べても少子高齢化が進んでいない地域となっており、その中でも小・中学生の割合がかなり高いため、他の地域に比べ小・中学生の母親世代も多い地域である。また小・中学生の母親世代である30代・40代は消費の多い年代でもあるため、結果的に消費の多い世代のサンプル数が多く集まった調査となっている。

続いて、中心市街地事業者への利用状況については、「市内購買力」と「さくら市以外の購買力」の傾向を見るために景気動向指数 DI 値の計算手法を用いて考察を行った。

その結果、「食料品」「医薬品・化粧品」「書籍・DVDなど娯楽品」「理容・美容(室)」「園芸・農業資材」の市内購買力は高く、「電化製品」「飲食利用」「自動車・オートバイ・自転車」は、市内、市外の事業者を使い分けており、「衣料品」は、さくら市以外の購買力の方が高いことが分かった。

業種	市内購買力が強いグループ	市内50%利用	さくら市以外の購買力が強いグループ	DI
食料品	94.4%	4.3%	1.4%	93.0
衣料品	17.1%	28.2%	54.7%	△ 37.5
電化製品	37.5%	26.7%	35.9%	1.6
医薬品・化粧品	65.7%	23.4%	10.9%	54.8
書籍・DVDなど娯楽品	66.2%	25.1%	8.7%	57.5
飲食利用	25.4%	54.1%	20.5%	4.9
自動車・オートバイ・自転車	44.1%	29.9%	26.0%	18.1
理容・美容(室)	67.8%	11.4%	20.7%	47.1
園芸・農業資材	62.5%	20.7%	16.8%	45.7

しかし「食料品」「医薬品・化粧品」「書籍・DVDなど娯楽品」「理容・美容(室)」「園芸・農業資材」の市内購買力が高いと言っても、大型店舗の利用割合をみると、「理容・美容(室)」以外は7割を大きく超えており、中心市街地事業者への消費はそれほど多くないことが分かった。

したがって、市内購買力の高い外部流出していない消費者を中心市街地事業者への消費に移行させるため、中心市街地事業者を選択する理由とさくら市以外の事業者を選択す

る理由の調査をした。

業種	大型店の利用割合(平均)
食料品	76.7%
衣料品	66.1%
電化製品	79.8%
医薬品・化粧品	76.8%
書籍・DVDなど娯楽品	80.5%
飲食利用	52.8%
自動車・オートバイ・自転車	63.0%
理容・美容(室)	28.6%
園芸・農業資材	72.8%

その結果、中心市街地事業者を選択する理由として、「自宅から近いから」、「価格が安いから」、「駐車場があるから」となっており、上位3つの回答が差別化要素となりうる理由となっておらず、小規模事業者にとって厳しい結果となっている。しかしさくら市以外の事業者を選択する理由の3番目に多い回答が「商品・サービスの質が良いから」となっており、4人に1人(25.7%)が回答している。

また当該地域において事業者数が多い4業種(「食料品」、「衣料品」、「飲食」、「理容・美容室」)の要望等についての結果を見てみると、食料品店の要望では、「惣菜・弁当の商品の充実」や「接客サービスの向上」が上位に入っており、飲食店では、「接客サービスの向上」や「季節ごとのメニューの充実化」、「健康志向のメニューの充実」が、理容・美容室では、「接客サービスの向上」や「子供さん向けのスペース」といった回答が上位になっている。

したがって消費者は、商品の提供方法や付随サービスの部分も求めており、そのお店や事業者にしかな提供できないような商品やサービス、加えて新たな取組などを積極的に行っていくことで、大型店舗との差別化や市外からの消費者の顧客獲得につながる可能性があると考えられる。

次に中心市街地在住の消費者の飲食店利用については、外食における一人当たりの予算額は、「1,001円～1,500円」の回答が最も高く、全国平均(平均915円)よりも客単価は高いが、利用頻度が全国よりも低い(月に1～3回の回答が65.3%、全国は36.2%)結果となっている。。

また外食時の人数については、「4人～5人」の回答が最も高く、外食時の同行者属性については、「家族」の回答が98.0%となっており、外食を利用する際の状況については、「家族サービス」の回答が2番目に多い回答で4割強(42.4%)の回答者が回答している。

さらに飲食店を選定する際に重視するポイントについては、「子供が利用しやすいお店」の回答が3番目に多い回答となっており、4割強(42.5%)の回答者が回答している。

続いて e プラザ参番館については、まず e プラザ参番館の認知度は、「知っている」の回答が 95.0%となっており、中心市街地在住の消費者の認知度はかなり高いといえる。

しかし e プラザ参番館の入館の有無については、「入ったことがある」の回答が 69.2%となっており、25%以上の回答者が認知はしているが、入館していないことが分かった。

また今後 e プラザ参番館に入店して欲しいお店については、「オシャレなカフェ・喫茶店」の回答が最も高く、次いで、「スイーツの専門店」、「酒場・ビアホール」となっている。

最後に中心市街地(さくら市内)事業者への要望については、「飲食店(チェーン店以外)」の回答が最も高く、次いで、「カフェ(カフェチェーン店は含む)」、「飲食チェーン店(カフェチェーン店は含まない)」となっており、飲食店の回答が上位3つを独占している。

これらを鑑みて、飲食店への提案として、2つの方向性が考えられる。まず 1 つ目の方向性として、「子供をお店に連れて行っても安心できる場所」があげられる。

この方向性の根拠として、①さくら市は、小・中学生の人口割合がかなり高く、小・中学生の母親世代も他の地域に比べ多く住んでいる地域である点、②外食時の同行者属性の 98.0%の回答が家族であり、外食を利用する際の状況については、「家族サービス」の回答が 2 番目に多い回答で 4 割強(42.4%)の回答者が回答している点、③飲食店を選定する際に重視するポイントで、「子供が利用しやすいお店」の回答が 3 番目に多い回答となっており、4 割強(42.5%)の回答者が回答している点、④中心市街地(さくら市内)事業者への要望で、「子供を安心して入れられるお店」といった意見が多かった点、があげられる。

以上により、1 つ目の方向性として、「子供をお店に連れて行っても安心できる場所」があげられ、具体的な取組として、①地域資源を利用した、安心安全でかつ健康と発育に良い子供向けのメニューやデザートやスイーツメニューがある程度のラインナップ数で提供出来ている、②子供用のテーブルや椅子などが標準で用意出来ている、③誕生日会や記念日などにサプライズといった付随サービスにも対応出来ている、以上のような取組をひとつでも多く実施することで「子供との忘れられない思い出(あの日)」が演出出来るような情緒的な価値を提供していただきたい。

2 つ目の方向性として、「気軽にちょっとした話が出来場所」があげられる。この方向性の根拠として、①さくら市内には飲食チェーン店があちこちに散見されるが、個人経営による喫茶店や洋菓子店、オシャレな雰囲気の良い店などは少ない点、②子育てへの悩みや情報交換が出来場所が求められている点、③中心市街地(さくら市内)事業者への要望で「飲食店(チェーン店以外)」と「カフェ(カフェチェーン店は含む)」が上位 2 つの回答結果である点、④「ゆっくり落ち着いたお店」や「お話ができるお店」といった意見が多かった点、があげられる。

以上により、2 つ目の方向性として、「気軽にちょっとした話が出来場所」があげられ、具体的な取組として、①お店の雰囲気を 30 代 40 代が好む落ち着いたテイストで作り、②座席なども少しゆったり出来るような配置を心掛け、③カフェセット(デザート付き)を 1,000 円以下で提供し、④敷居の低い、日常的な場所として入りやすいお店を作っていた

だきたい。

なお2つの方向性どちらも「場所の提供」がポイントとなっており、その理由として、これまでの美味しい料理の提供といった「モノ」での提供価値よりも、お店での体験や雰囲気といった場所を絡めた情緒的な価値が注入された「コト」での提供価値の方が、飲食チェーン店や競合店との差別化が図られ、加えて口コミの誘発にもつながると考えられるためである。

また居心地の良いお店づくりにより、利用顧客の滞在時間が長くなることから、客単価の向上も期待できる。

現在の消費者は、モノにありふれた社会の中で生活をしているため、モノでの刺激によって、購買行動へとつなげることは困難である。また現在の消費者ニーズの多くは、心の欠乏状態を解消することであると言われている。

これらのことは飲食業であっても例外ではないため、飲食を通して、消費者の最終的な心の満足へとつながるような「各事業者らしい場所」を絡めた情緒的な価値を提供していただきたいと考えている。

以上

※Appendix:中心市街地事業者へのご意見・要望

本調査では、「今後、さくら市街地にこのようなお店が出来て欲しい！などご意見・ご要望がございましたらご回答ください。(自由回答)」という質問を行った。

自由回答は、今後氏家地区で事業を行おうと考えている創業者や新たな事業を考えている現事業者へのアイデア作りのきっかけや参考のため以下、実際に寄せられた回答を原文で記す。

17 ご意見・ご要望
◎スタバ・Oタリーズ
・居酒屋チェーン店がないので2、3店舗くらいほしい・昔あったような「子供たちが集まるだ がしやさん」的なお店
・焼肉屋が少ないので焼肉屋が出来て欲しい・バイキング
100円ショップセリアが出来てほしいです。
40代の男性が集まる飲み屋さん・地元の食材を使った創作料理店・カフェのあるパン屋
DVDレンタル＆本のお店をもっと増やして欲しい
eプラザ参番館の駐車場が停め辛い？場所が良く分からない。砂利の駐車場は使用できるのか？出来たとしてもヒールだと歩きづらい。雛めぐりのときもう少し室内照明が明るくて もいいのでは。
eプラザは入りにくいイメージがあるので、気軽に入れるお店にして欲しい
FKD、ベルモールのような大型施設
GU(氏家のユニクロには子供服が無くて不便)・スターバックス、タリーズ(駅付近にあると 便利。座って待てる場所は欲しい)・映画館(良くこどもと行くので氏家にあるとうれしい)・冬 場の駅前のイルミネーション充実
GU・コストコ・入りやすい、メニュー豊富でおいしい居酒屋・安くてオシャレでサイズが大き い店・映画館・ROUND1・COCO壺番屋・丸亀製麺
IKEA・コストコ
MADE IN JAPANの服を多くして欲しい。中国製の服が多いですが。生地が傷むのが 早い。
アウトドアの店(サイクリング、ウォーキングなども含む)
味がよければどんなジャンルのお店でもいい
新しいお店が出来てきて飲食店化と楽しみにしていると、美容室でがっかりすることがよく ある。カフェやランチをするのに居心地の良いお店が出来てほしい。
いい雰囲気の居酒屋・個室がある洋食屋(団体も入れるような)
イオンモール・コストコ・ココス・サイゼリア

イオンモールのような沢山のお店が入っているショッピングモールが欲しい。洋風を買うところが無いので。
居酒屋(大型店)
居酒屋(チェーン店)・大型カー用品店
居酒屋チェーン店や低価格でお酒が飲めるお店
イタリアン・おしゃれなカフェ・宇都宮にあるチェーン店(スターバックス・ココス)・大きな商業施設(映画館・スケート場)・大きな図書館
イタリアン・マンガ喫茶
一汁三菜が好きに選べる定食屋・食材にこだわった定食屋(安心・安全)
衣料品(大人)店が少ないので増えて欲しい・カフェ、パン専門店があるとうれしい。
飲食店が少ないのもっと増えてほしいです。
飲食店がもっとあったらいい
飲食店がもっと増えて欲しい。(女子会などに使えるお店に限られるため)・おそうざい専門店や健康に気を遣ったスイーツなど、宇都宮のもみじ通りや鹿沼のねこやど商店のような場所があれば、ひなめぐりのときなど若者がもっとたくさん来てくれるのではないかな。あとはケーキ屋さんが減ってきて悲しいので手土産に出来る洋菓子屋さんも出来てほしい。(大田原のきんせいどうや、真岡のカワナみたいなお店)宇都宮県庁近くにある日本酒ちよい飲み体験が出来るところもあるとうれしい。せっかくせんきんもあるので。
飲食店をふやしてほしい
氏家駅周辺にしかお店が無いのもっと広い範囲で徒歩でもいけるように色々な業種のお店が点在していれば良いと思うのですが・・・
氏家タクシー両サイドの道が狭くて危険。ゆっくり歩いて店を見られない・出来ただけじゃ客は来ない。クーポンとかさくら市在住や勤務&通勤してる人は・・・など特別感をださなければ。・学生が寄りたくなる食堂が無い
氏家の特産を活かした地産地消出来るレストランが出来ると良い。私はこの町が大好きです！
氏家町中、カワチやサンキの通り、渋滞を何とかしてほしい
宇都宮の環状線にある「とよさと食堂」のようなお店があるとうれしいです。
うどん専門店・パン屋さん
映画館(月に1回でもいいので)
映画館・子供が遊ぶ施設
映画館があるといい
駅近くに居酒屋(個室があるところ)・本格焼肉店
駅出口近くにコンビニ、またはコーヒーショップ・通年営業する室内温水プール・早朝から営業するパン屋

駅西側に〈書店がほしい・ドラッグストア・丸亀製麺・インドカレー屋・サイゼリア・おいしいパン屋・ミニストップ・サブウェイ
駅付近に安価で女子会のできる店がいくつかあるとよい
駅前から高校までの間に高校生が立ち寄れる店がない。機会損失のように思われる。
駅前にコンビニやドトールコーヒーのような時間を過ごせる店
駅前にパン屋さんが出来てほしい。
駅前にパン屋さんがほしい。
駅前のロータリー周辺に入りやすい店がない。知人が尋ねてきたときにちょっと入れるコーヒーショップ、コンビニに等がほしい。都会から来た人が駅前に何もなさすぎて驚いていた。（参番館走っている人でないと¥いまいち分かりにくいらしい）
美味しいお店が出来てほしい。
美味しいお店は多いんですが、残念ながら接客させる方の質がよくない。若い方が愛想が良い気がします。おばさんが怖いです。・パン屋さん
おいしいケーキ屋さん・小学生サイズが充実している衣料品店
美味しいと思えるお店が少ないので、お茶の出来るようなカフェ、昼はランチの出来るような夜はオシャレなお酒が飲めるようなお店が出来てほしい。
美味しいパスタ店・有名店・ファミレス・カフェ
美味しいパン屋さん
おいしいパン屋さんが欲しい
おいしいパン屋さんが欲しいです。カフェとかも。
おいしい焼肉屋さん・ケーキ屋さん
おいしくて種類も沢山あるベーカリー・インドカレーのお店・大型ショッピングセンター
大型カインズホーム（カンセキしかなく規模も小さく、品数も少ないため）・整形外科が少ない（そのせいか整骨院が多い）宇都宮他周辺まで行っている方が多い
大型ショッピングモール
大型ショッピングモール
大型ショッピングモール・居酒屋などの深夜まで営業している飲食店
大型ショッピングモール・映画館
大型店には大型店のよさがありますが、対面で買い物できる店やアフターサービスなど考えると個人商店も好きでよく利用します。個人的にはかわいい雑貨屋さんや委託販売のお店などがあると嬉しいですが、商店街を優先的に利用したくなるようなお店が増えるといいと思います。徒歩や自転車利用の方への特典や子供連れ、高齢者の方へのサービスの充実、毎バック利用推進など図るとよいのでは。
大型店のスポーツショップ

大型のイオンや宇都宮のベルモールのような、服も食品も雑貨が買えて食事も出来、1ヶ所ですべてが済む施設を作って欲しいです
大型ホームセンター(ジョイフル本田・カインズホームなど)・コストコ・駅前商店街の再生
大型遊具のある公園
大きくなくてもいいから、質のよいショッピングモールができてほしい。上三川のようなインターパークびれっじのような、広い年代が利用できるショップがあれば、市内でも衣類の買い物が出来る。現在は子供服以外の衣類は、購入したい、ゆっくり見たいと思えるショップはない。
大きなショッピングモール(低価格で質の良いものが置いてある施設)
大人数で入れる飲食店(チームの打ち上げ)・映画館・オシャレで安い服&雑貨
屋内遊園地(体験スペース・ボールプール・ふわふわ遊具・滑り台など赤ちゃん、未就学児、低学年に分かれている施設)上記施設を含む地元食材が購入できる直売所、食べられるレストラン等が入った施設。トココ大田原みたいな・・。
お刺身と定食の店(まぐろ屋)・サイゼリア・ココス・トライウエル(矢板にある安いドラッグストア)
オシャレなカフェ・かわいい雑貨屋さん
オシャレなカフェ・パスタ専門店
おしゃれなカフェ・パン屋
オシャレなカフェや喫茶店が出来るとうれしい。雑貨屋などもうれしいです。
オシャレな雑貨屋やカフェ・BOOKカフェ・焼肉店・パン屋・映画館・駅近くにコンビニがあって欲しい
おそうざいの専門店(焼き鳥店や煮物が充実したお店)
お茶できるところがもう少し欲しい
お豆腐屋さんが出来てほしい。映画館が出来たらうれしい
お土産屋さん
親子で少しうるさくても大丈夫なところがあると助かります。座敷で。
温泉
カー用品店
カー用品店・パン屋
カー用品店が出来てほしい
外食できるお店をもっと作ってほしい
カインズホーム・GU・シャムブル・パースデー
学生が図書館で勉強できないようで、ファストフードやファミレスにたまってしまって困るので、中高生が利用できるスペースがあればよい
隠れ家的個室のある店・誕生日を祝ってくれる店・オシャレな雑貨屋さん・映画館

家族で気兼ねなく行けるところがいい・メニューも多いほうがいい
家族で気軽に入ることの出来る飲食店(地産地消(イチゴ・野菜)のものを使った特色のあるお店)小山にあるイチゴの里のようなイチゴ狩りも出来てイチゴのスイーツも食べられるお店・バイキング形式の飲食店(新鮮な野菜を使った)
カフェ、カメラ専門店があると良いです(＋大型書店)でも現在もお店はそれなりに豊富ですし、不便は感じていません。
カフェ、スイーツなど銃ひつしてのお店が出来たら嬉しい。テイクアウトも出来たり。
カフェ・大型ショッピングモール 商店街にも良いお店が沢山あると思うので、駐車場が充実していたりアクセスしやすければもっと利用したいと思うのですが……。もっと活気のある商店街を。
カフェが出来てほしい・おいしいケーキ屋が出来てほしい。パン屋も！
カフェは欲しいです。静かでオシャレでゆっくり出来るところがいいです。
かわいい雑貨屋さん
気軽に行けるおしゃれなカフェ
気軽に飲める居酒屋・ランチの出来るイタリアンレストラン・格安の整体医院
気軽に入れるカフェ、喫茶店・ファミレス系のイタリアン・洋菓子店(ケーキなど充実)
喫茶店やコーヒーショップ・ピザ・パスタがあるお店・雑貨屋
牛角チェーンに参入してもらいたい。あとパン屋さんがスーパーに入っているものしかないので個人経営のパン屋さんが出てきてほしい。
近所にコンビニばかり増えて(定価販売のコンビニは)支出が増えるのであまり歓迎しない。低価格のファストフード、丸亀うどんや吉野家に来てもらいたい。回転すしも2件あるが人気店のスシローやくら寿司にも是非出店してもらいたい
靴や衣料品で安価なものから高価なものまで買うことが出来る専門店
くらずし・ユニクロ(子供服スペース)・スタミナ太郎(バイキング)・しゃぶ葉(しゃぶしゃぶ)
車用品の専門店があるとうれしい。ビックなどにおいてありますが種類が少ないため矢板や宇都宮の店まで行くので。
ココス・イエローハット・ココイチ
ココス・丸亀製麺・焼肉キング・居酒屋・おしゃれなバー
個人商店はお客様を選んでいる傾向があります。お客様が知人かそうでないか、好きか嫌いかで対応があからさまに違っていると感じます。
個人の飲食店・スーパー銭湯・居酒屋チェーン
コストコ
コストコ
コストコ
コストコ・IKEA

コストコが欲しいです
コストコやイオンモールのような大型店・オシャレなカフェ、喫茶店・外食が出来るお店を増やしてほしい
コストコやイケアのような県内の人が集まる場所
個性のあるオシャレな店・料理がおいしく接客の良い店
こだわりのパン屋さん・テイクアウトができるカフェ
子連れでいけるイタリアンが出来てほしい(子供がいつもピザが食べたいという・ピザッツだと外食ではなくなってしまう・ピザだけだと物足りないので、パスタ屋肉料理なども楽しみたい
子供、女性向けの洋服店
子供が安心して遊べるスペースや共有空間があればいいと思います。
子供がお友達へプレゼントを購入できるような価格の雑貨店・スポーツバー(東京オリンピックをみんなで観たい)
子供が休日遊べる施設のある大型スーパーや室内テーマパーク・休日や天気の悪い日はみんなイオンに向かうから喜連川に向かう方角の 293 が毎週末混んで他のスーパーに行くにも混んでしまう。
子供が室内で遊べる所
子供たちが遊べる屋内施設
子供連れでも入りやすい飲食店(ファーストフード、ファミレスでない)が増えてほしい。特に問 6 で丸をつけたお店はさくら市にはないと思う
こどもの遊び場がある飲食店
子供の多い地域なので家族で行き易いお店(外食)ファミリーレストラン・ママと行けるようなおいしいオシャレなお店・カフェ
子供の服を売っているお店が少ないので増えてほしいです。・カフェが少ないので増えてほしい・雑貨屋が好きなので増えてほしい
子供服があるお店(GU)とか・大型のホームセンター・カー用品店
子供服専門店・子供(赤ちゃん)も利用しやすいお店(カフェ・レストラン)
子供服のお店
子供や若い人が気軽に入れるお店、カフェなど・駅のすぐ近くにコンビニがあると助かります。
コメダコーヒー
コメダコーヒー・パン屋
ゴルフショップ

最近行った美容室で洗い残しがあり、カラーが付くのにタオルで拭いて済まそうとした。さくら市に越してきて初めて行った美容室での出来事。シャンプーで洗い残しの無い美容室が出来てほしい。
サイゼリア
サイゼリア
サイゼリア、ココス、デニーズ等子供数人連れて行っても気兼ねなく食事ができる、安くておいしいファミリーレストランが増えるといい
サイゼリア・うどん屋(セルフ式のもの)・かつ屋
サイゼリア・釜揚げうどん
サイゼリア・ジョイフル・マンガ喫茶
サイゼリア・スタバ・スタミナ太郎
サイゼリア・食べ放題の店・スイーツパラダイスが出来てほしい
サイゼリア・タリーズ・スタバ・オシャレな雑貨屋・個室のある居酒屋
サイゼリア・バイキングの店・子供が集まってパーティーできる店(大人同伴)・子供が勉強できるスペースがある店
サイゼリア・ビュッフェのある洋食店
サイゼリア・焼肉、しゃぶしゃぶ、食べ放題
サイゼリア・ロッテリア・丸亀うどん・ユニクロに子供服を置いてほしい・駅前のロータリーが狭いので広くしてほしい
さくら市に住み始めて数年しか経っていないので、おいしい個人店など行きたいのですがどこが良いか分かりません。情報の発信が増えると嬉しい・品揃えは宇都宮にはかなわないので、逆に魅力的な個人店が増えるといいと思います。
雑貨店・子供用品が充実したお店
雑貨屋、インテリア系、ホームセンター
雑貨屋・スポーツ用品店・楽器店・衣類店・おもちゃ屋
サンキューマート・ビレッジバンガード・映画館・スポーツジム
市外の友人などにお勧めのレストランを聞かれてもチェーン店しか思いつかない。お勧めできる飲食店が増えるといいと思う。
自転車乗り(ロードバイク・サイクリスト)が集まれるカフェをぜひお願いします、情報交換できる場が欲しい。(宇都宮の松が峰にうわさのカフェが出来らしい。ご参考ください)
しゃぶしゃぶのお店
シャンプル・靴屋・GU
ジョイフル本田・カインズ・IKEA・GU

商店街には駐車場の関係もあり、あまりいいっていません。正直どんな商品があるのか分かりにくいお店も多く寄りにくいです。(市内すべての)お店アピールのパンフレット等があると覗いてみたいお店もあるかもしれない。MAP付きだと更にいいと思います。
商店街には駐車スペースがないので行きづらい。もっと駐車スペースがほしい。商店街の情報がないのでどんなお店があるのかわからない。
女子会、ママ会の出来るようなキッズスペースのある飲食店が欲しい・中高生が 30～50 名で利用できるような飲食店があると良い(スタミナ太郎やいづづやのような店、現在は道頓堀だけ)・メニューが豊富な居酒屋が欲しい。特に 20～40 代女性にも利用し易い店
女性仲間とのみに行く場所が少ない
ショッピングだけでなく映画も観られる大型ショッピングモール
ショッピングモール
ショッピングモール(ベルモール・インターパークのような)・讃岐うどん専門店(はなまる・丸亀)・駐車場のあるオシャレな喫茶店
ショッピングモール・アウトレット的なお店・もっといろいろなお店が出来てほしい
ショッピングモール・映画館
親戚が帰省したときなど子供と大人がゆっくり食べられる店が少ない。ケーキやなどスイーツも店も少ない。
スーパーは多いのでレストランが増えて欲しい
スターバックス・FKD・洋服(ブランド)
スターバックス・吉野家・丸亀うどん・犬カフェドックラン・映画館・カー用品店・温泉(日帰り)・民芸品店・FMラジオ局
スターバックスコーヒーやコメダコーヒーなどカフェ店をもっと増やしてほしい。一人でも立ち寄れる(落ち着ける)店が少ない
スターバックスやタリーズのようなコーヒー専門店があるとうれしいです！たまに美味しいコーヒーが飲みたいです。・デパ地下にあるようなお惣菜や品のあるお菓子(和・洋)のお店があるとオシャレな市になりそう(FKDやTOBUなど)・映画館やジムを造ってほしいです。
スタバ
スタバ・丸亀製麺・星乃コーヒー店、コメダコーヒー店・コストコ・コンビニエンスストアはもうこれ以上はいらないと思う。
スタバなど一人で行けるカフェが欲しい・ショッピングモール・化粧品を増やして欲しい
スタミナ太郎・ドンキホーテ・コイイチ・サイゼリア・かつぱ寿司・びっくりドンキー・はなまるうどん・トライアル
ステーキ宮・お惣菜専門店
スパ(あかすり・サウナ・整体など)・飲食店
スポーツ衣料店がもう少しあると嬉しいです

スポーツバー・特産品・野菜たっぷりのバイキング
ゼビオみたいなスポーツ店
専門店が少ないと思う。あっても中途半端な店が多い気がする
送迎付き焼き鳥屋が出来たら良いな。
高根沢のようなたんたん号(乗り合いバス)の運営・うどん店・少し値の張る料理を出すお店(ステーキ専門店とかパスタの店とか)
多国籍料理が家の近くで味わえたらうれしいです。
食べ放題
食べ放題(バイキング)
食べ放題のお店・スイーツの美味しい個人店
タリーズやスターバックス(Wifi 環境を充実して欲しい)・ビュッフェ形式の飲食店
チェーン店などが多いが、オシャレなカフェやご飯屋さんが少ないので増えてほしい。
チェーンの居酒屋
地産池沼を基本とした、ここでしか味わえない！という料理を出す店
釣具店(大型店)
低価格でボリュームが多いお店・バイキング(しゃぶしゃぶ、すき焼き、すし、刺身等)・ポイントが付く店・パン屋さん(パンジーのような)・丸亀製麺
テイクアウトできるお店 地域性があるので難しいですが。お好み焼き、たこ焼きなど。焼きそばのなかやまさんは仕事をしている世代にはとても助かります。
デニーズ(ファミレス)
テラスカフェのあるパン屋さん・IKEA
動物とふれあいでできるお店・パスタ専門店・ファミリー向け居酒屋・大型ショッピングモール・家族で遊べる施設
読書が出来るカフェ・子供スペースのある美容室
どの年代の人も気軽に入れるパン屋さんができてほしい。イートインコーナーもあるとさらに良い。那須のペニーレインや宇都宮のパン・デ・パルクのように広いゆったりとしたパン屋さんがあるとうれしい。市内にあれば遠い市外のパン屋に行かなくても良いし、そのお店に市外の人があればにぎわってよいと思う。
ドミノピザが出店してほしい・いろいろな料理が集まっていて選べるようなフードコート(但しそれぞれが味のいい店であること)
ニトリやカインズホームなどの大型ホームセンター
のんびりくつろげるような空間のある飲食店
バイキング式のレストラン・ショータイムがあるレストラン(バー)
バイキングや食べ放題の店がほしい

パスタ、ピザを扱う店が少ないのでできたら良いと思います。インド料理の店も無いので、カレーを何で食べるような店が出来てほしいです。
はま寿司、魚べいが出来ているのもう寿司店はいいと思う。チェーンの安くておいしいファミリーが嬉しい店「はなまるうどん」とか出来てほしい。食べ放題のすたみな太郎、デパートが出来てほしい
パン専門店
パン屋(複数)・大型スポーツ用品店・花屋(複数)
パン屋さん(カフェ併設)
パン屋さん・コーヒーショップ(気軽に入れる感じの)
パン屋さん・デパート・コストコ
パン屋さんが少ないので、出来てほしい
パンやさんやケーキ屋・あぜみちのような直売所
ビアガーデン・外で食事が出来るお店
びっくりドンキー・立ち飲み屋・ゲームセンター・雀荘
百貨店・ショッピングモール・映画館・大型ホームセンター・駅前商店街の充実・総合病院
ビュッフェ(さくら市の農産物を使ったものかつヘルシー)レストラン・パン屋さん(イートインできる店、出来れば大型スーパー併設はだめ)バル・ハンドメイドのお店・ひなめぐりの時期にさくらスイーツをおく・丸亀製麺の氏家うどんバージョンの店 + αの料理も
ファミリー向けの飲食店をもっと充実させてほしい
ファミリーレストラン系がないのであったらいいな。
ファミリーレストランをもう一店舗作って欲しい。オシャレなレストランを作って欲しい
ファミレスが少ない
複合商業施設
ベルモールのような大型ショッピングモール
ベルモールみたいな大型店・映画館
ベルモールみたいなショッピングモール・映画館・スタバ・GU・パースデイ・ZARA・ABCマート・こども未来館にたいなこどもが室内で遊べる空間
本格インドカレー店・スターバックス
本屋(ビデオ)がR293にあるがR4にもあるとよい・シーズンのような洋食屋さんがもっと増えるとよい・おいしいパン屋さん
ママ友と情報交換するのに集まるお店が少なすぎる。結局市内にお店が無いので宇都宮や大田原まで行くことが多くなります。もっとカフェ、イタリアンのお店(ランチが豊富な)を増やして欲しい。
丸亀製麺

丸亀製麺・以前のサンリオや添えた文具など子供が買い物するようなお店があっても良いと思う
丸亀製麺・コメダコーヒー・チェーン店全般(ファミレス、居酒屋等)・カー用品店・手芸用品店
丸亀製麺・スタバ
丸亀製麺のような低価格なうどん専門店
丸亀製麺やサイゼリアのような飲食店
丸亀やはなまるうどん
マンガ喫茶
ミニストップ・サイゼリア・丸亀製麺・フレッシュネスバーガー
もう少し飲食店が欲しい
焼肉チェーン店
焼肉チェーン店・大型スポーツ店(XEBIO等)
焼肉店が無い(数少ない)ので欲しい。しゃぶしゃぶ屋
焼肉の牛角が出来てほしい・オシャレなカフェやパン屋さん・ファミレス増やして欲しい
安い居酒屋
友人や知人とお茶を使用と思うとなかなかお店が無いので、ファミリーレストランになってしまいます。カフェや喫茶店(駐車場有)が出来ればうれしいです。
ゆっくり出来るカフェ
洋菓子店・オシャレな生花店・室内遊具施設
幼稚園の集まり等で子供が沢山集まるときに使用できるお店が無い。にぎやかにしても迷惑のかからないお店があったら良いなと思う。
ヨドバシのようないろいろお店が入ったビル(デパート)・スタバ・映画館的なもの
レジャー施設・マンガ喫茶・立ち飲み屋・体験施設・大型の手芸屋さん・カフェ・コストコ

【作成/監修】

〒324-0054

栃木県大田原市若松町 505-1 柴田若松コーポ 103 号
株式会社ネオクラシック 中小企業診断士 柴田 幸紀