

商店街に関するマーケティングデータ (簡易版)

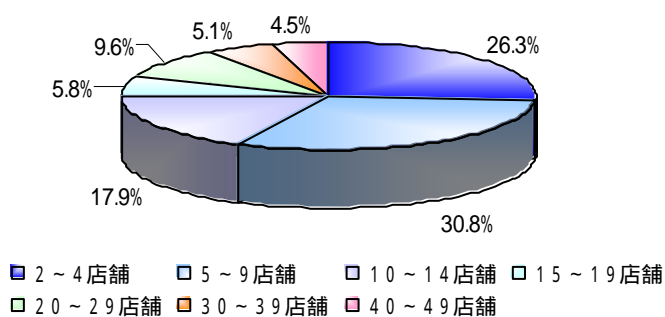
朝日大学マーケティング研究所

調査概要

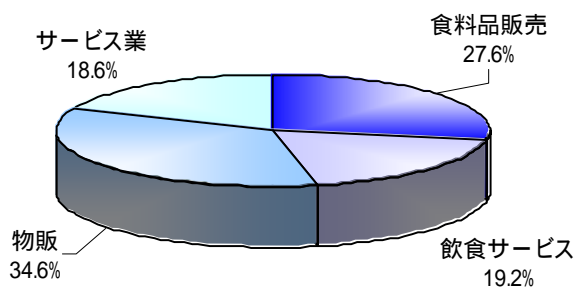
調査方法	Webアンケート
調査期間	2004年1月19日(月)～1月24日(土)
調査対象	自分、もしくは、家族が個人商店を営んでいる20～79歳までの経営者、 および、その家族(全国) ただし、コンビニ経営者(家族を含む)は除く
抽出条件	商店街の規模を50店舗未満に限定
有効回答	156名

サンプル属性

商店街店舗数



店舗業種分布

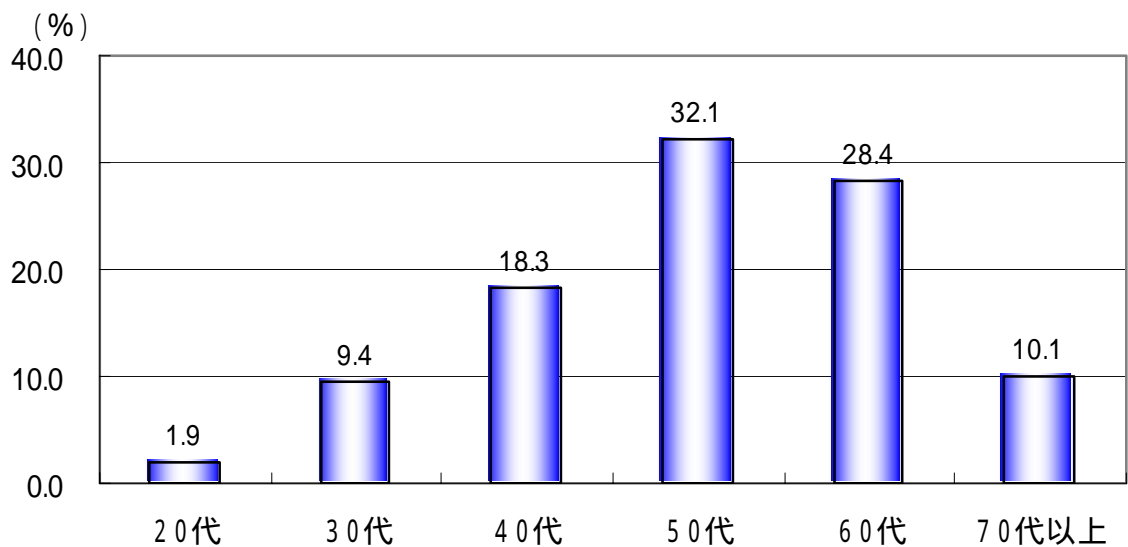


1. 地元商店街の営業状況

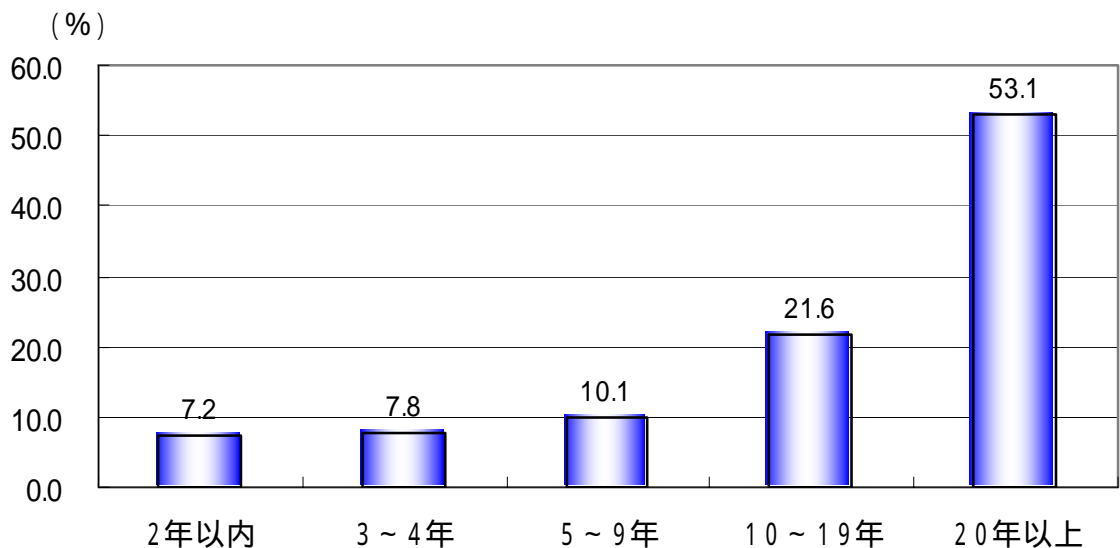
商店街における経営者の年代は、50代、60代が中心である。
また、60代以上の経営者が全体の4割弱を占めており、経営者の年代はかなり高めと言える。

20年以上現地で営業している店は、全体の過半数を超える（平均）。
経営者の年代も高いが、個人商店の営業年数も長く、商店街における店舗の入れ替えはあまり行われていない。

経営者の年代（平均割合）



営業年数（平均割合）

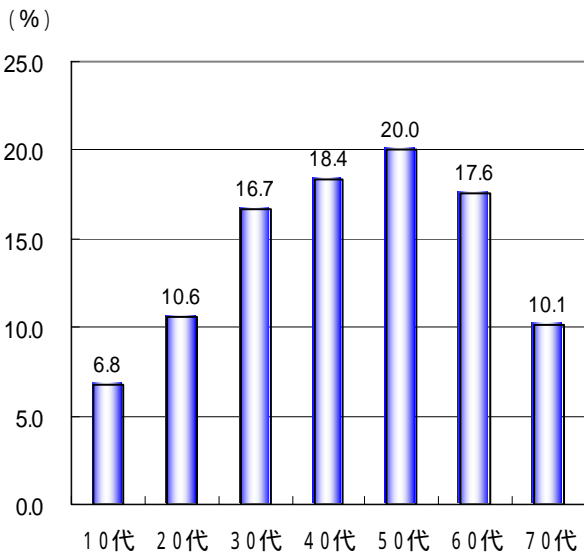


2. 地元商店街の来店客

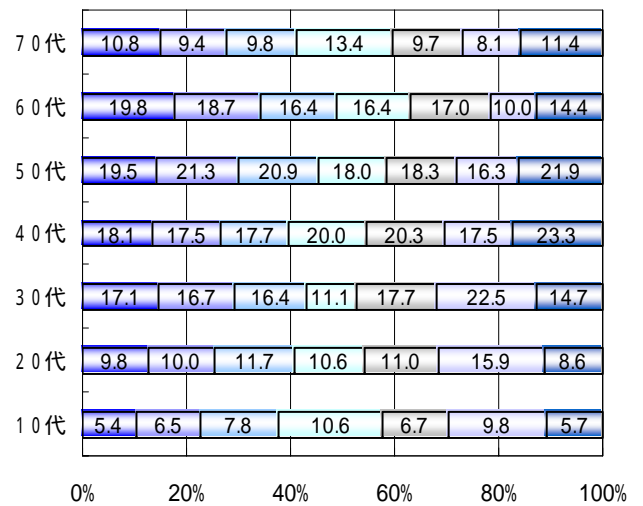
来店客は、10代、20代、70代は比較的少なく、30代～60代が、7割以上を占める。商店街の店舗数が15店舗以上になると、10代、20代などの若い層が訪れる率は、やや高くなる。逆に、5店舗未満などの小規模な商店街では、60代など高齢層が占める割合が高い。

ここ最近、来店客が「減っている」（「微減」+「減少」）と回答した商店街は75.0%に達している。逆に「増えた」（「微増」+「増加」）と回答した商店街は、1割に満たない。

来店客の年代層

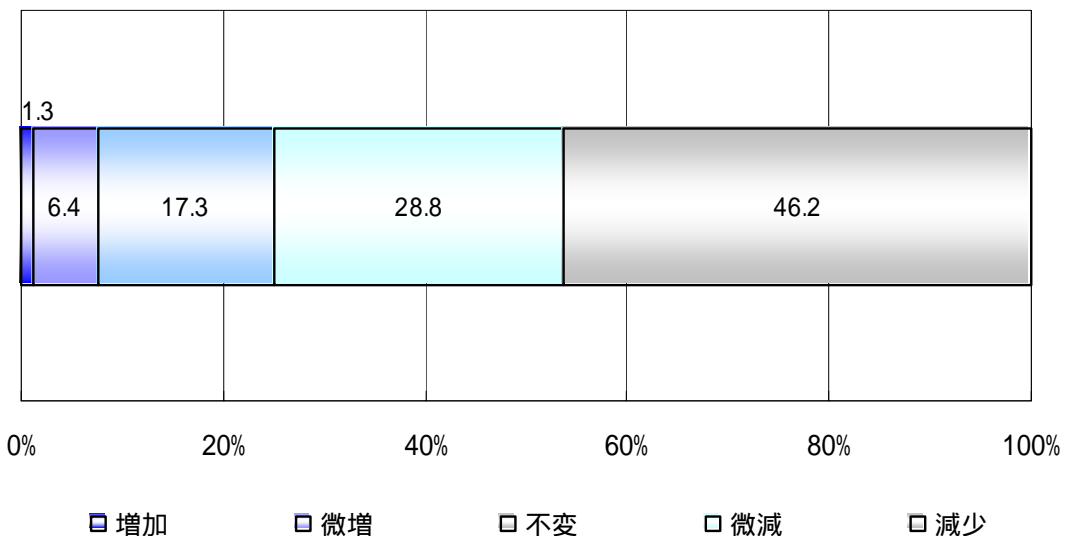


来店客の年代層（商店街規模別）



■ 2～4店舗 □ 5～9店舗 □ 10～14店舗 □ 15～19店舗
 □ 20～29店舗 □ 30～39店舗 □ 40～49店舗

来店客数の変動

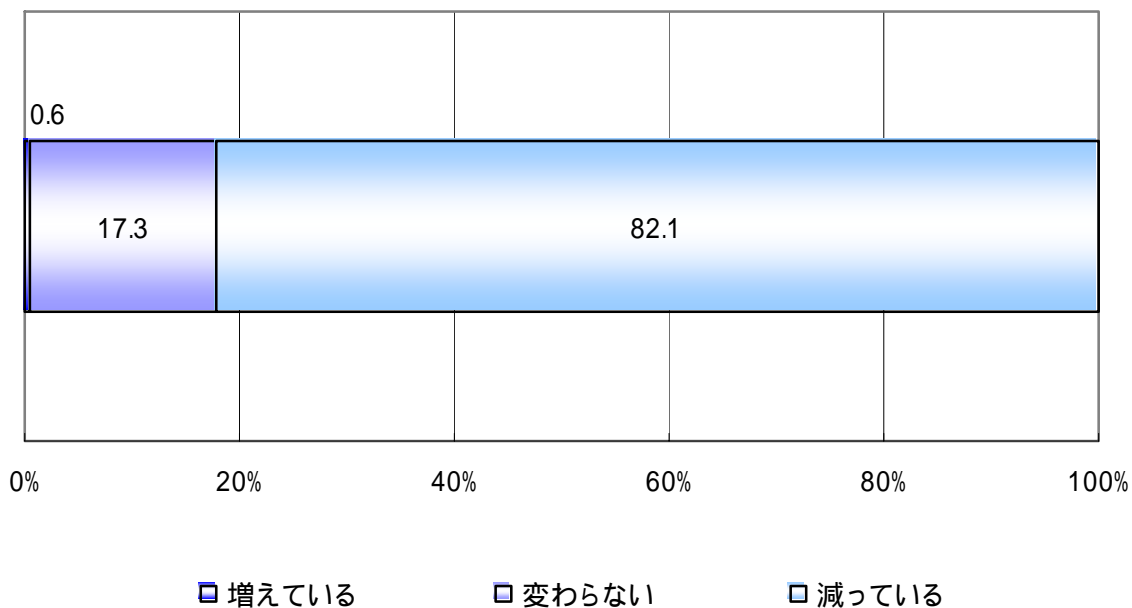


3. 地元商店街の売上状況

ここ最近の商店街の売上は、減少傾向（82.1%）。
売上が「増えている」と回答した商店街は1箇所のみであった。

商店街における空き店舗数は、平均3.4店舗程度、商店街に占める空き店舗の割合は、平均14.9%であった。空き店舗解消に向けての一層の努力が必要とされる。

商店街の売上の変動



地元商店街は、総じて、来店客数、売り上げともに減少傾向にあり、経営環境は極めて厳しい状況下にある。来店客数の減少は、商店街の活気を失わせ、個人商店の存続そのものを困難なものとしている。そして、ますます空き店舗を増やす結果となっている。

こうした状況においては、まず、来店客数の減少に歯止めをかけなければならない。すなわち、重要なのは、個々の商店が新規顧客の獲得に全力を注ぐということである。

個人商店においては、常連客へのサービスが全体の6、7割を占めているが、売上、あるいは、利益は全体の半分以下になっている例も多い。常連客は、安定した顧客で、接客しやすく、顧客サービスに対する満足感も得られる。しかしながら、新規顧客、すなわち、ふらっと店に入った来店客に対するサービスに気を配るべきである。新規顧客を一定比率で獲得し続けられなければ、店はジリ貧である。

商店街においては、経営者、すなわち、店主が、50代、60代であれば、顧客の年齢もまた、50代、60代が中心である。顧客の年齢は、売り子の年齢にまさに相関している。

このような状況では、若い層を顧客として取り込むことはなかなか難しい。若年層に商品売りたいと考えるのであれば、まずは、若い店員を置かなければならない。また、「若い人は何に、いくらぐらいかけているのか」、「普段、どんな生活をしているのか」など、若者についてよく知らなければ、若い人を相手にした商売はできない。

常に新しい刺激を与え続けなければならない若者層を対象として商売していくには、多大な資金力とたゆみない商品開発力が必要であり、それぞれの個人商店が、競合するコンビニと真正面から戦うことは不可能である。

若者マーケットで戦うことは避け、50代以上の顧客を着実に捉えていくことで個人商店に顧客を吸引すべきである。集客できる個人商店の集合体として、地元商店街も活性化される。

マンスリーリサーチ

商店街に関するマーケティングデータ

発行日 2004年1月30日

発行・調査分析 朝日大学 マーケティング研究所
〒460-0002
愛知県名古屋市中区丸の内3-21-20
朝日丸の内ビル2F
TEL : 052-961-4576

お問い合わせ enquete@titan.ocn.ne.jp