

三鷹市内の店舗・商店（小規模事業者）発展のための検討施策

① 下連雀地域の環境整備と、三鷹市隣接地域との回遊促進

利用場所（市内）：「上連雀・下連雀」61%、「井の頭・牟礼」21%、「北野・新川・中原」20%

利用場所（市外）：「吉祥寺」85%、「武蔵境」33%、「新宿」25%

▶三鷹商業の中心は下連雀商店街地域であり、今後もその役割が見込まれている。不足している駐輪場・駐車場は、商店街・店舗単独での解決は難しいものの、「三鷹駅前地区再開発基本計画2022」で駐輪場・駐車場の整備が重点事業の一つに掲げられており、今後の拡充が見込まれる。

▶三鷹市隣接地域（吉祥寺、武蔵境等）は三鷹市在住者の回遊・利用も多く、それら隣接商業地域との振興策が有用であると考えられる。

② 中・大規模店舗に対する小規模店舗・商店の差別化施策≒「専門店化」

商店・小規模店舗利用が多い項目：「飲食店」42%、「クリーニング店」39%、「理・美容室」37%

▶三鷹市内の小規模店舗・商店の利用状況としては、「飲食店」「理容室・美容室」「クリーニング店」という所謂「飲食・個人向けサービス業」が多い。これは細分化する消費者の要望・志向に対応可能な（＝「専門店化」）、小規模店舗・商店という形態が有利となっているものと考えられる。

▶一方、「食料品」「化粧品・医薬品」等の非耐久消費財は、スーパー等の中・大規模店舗での利用が圧倒的に多い。非耐久消費財は価格や品揃え面で小規模店舗・商店は中・大規模店舗と比べてやや不利となりがちであるため、こちらも店舗・品揃えの専門化による差別化施策の検討が必要となる。

③ 商業イベントによる誘客効果の積極的利用、「TAKA-1」ブランド認知・利用向上

商業イベント利用経験：38% → イベントで利用した店舗・商店の利用意向：74%

「TAKA-1」認知率：41% / 「TAKA-1」利用経験：19%

▶商業イベント実施による、店舗・商店への誘客効果は一定程度認められることが明らかになった。今後も商業イベントの開催を行い、それに対して商店・店舗が参加することは地域商業の振興のみならず、自店への誘客施策として重視すべきものと考えられる。

▶三鷹地域ブランド「TAKA-1」については認知度・利用経験が一部に留まる。そのため認知度向上のためのウェブサイトやその他媒体でのPR、あるいは「TAKA-1」の認知度・利用割合が相対的に低い高齢層や買い物・サービス利用頻度「中・低」位層へのブランド周知、利用促進施策が求められる。

④ 主要媒体「チラシ（新聞折込、ポスティング）」の非利用層への接触経路開拓

▶広告・店舗情報は「チラシ（新聞折込、ポスティング）」が主要媒体となっている。しかしながら新聞折込等の利用者は主に中高年層となっており、利用層が限定されている。今後はこれらチラシ等の「非利用層」への新たな接触方法の開拓が求められる。

⑤ より魅力的な商品・サービスの開発・品揃えにより、さらに魅力的な商店街へ

▶店舗・商店に対しては「低価格商品」「多様な商品」への要望が多い。言い換えれば、ポイントカードや決済手段、店舗情報等という「買い物の利便性」の改善よりも、「より魅力的な商品・サービスの開発・品揃え」、商品・サービス自体の魅力がより求められていると言える。

▶商店街や店舗・商店の魅力・競争力向上のための方策のうち、「駐輪場・駐車場の整備」等のハード面での改善策は単独での解決が難しいものの、再開発が計画されている。一方、各店舗・商店においては魅力的な商品・サービスの品揃えや接客、店の雰囲気、あるいは自店の顧客層を想定し、顧客に合わせた店づくりなどの「ソフト面」での施策が魅力的な商店街、店舗・商店の構築へつなげるものと思われる。

平成28年度 地域持続化支援事業



〒181-0013 東京都三鷹市下連雀 3-37-15
TEL: 0422-49-3111 FAX: 0422-49-3184

URL: <http://www.mitaka-s.jp/>

E-mail: mitaka@shokokai-tokyo.or.jp

三鷹商工会 三鷹市消費者アンケート結果

三鷹商工会では、小規模事業者（一般商店・店舗の皆様）の経営・事業活動の支援に役立つ資料作成を目的として、三鷹市消費者を対象としたアンケート調査を実施しました。この冊子では、調査結果の概要をお知らせします。

【三鷹市消費者アンケート：調査概要】

- 調査期間：平成28年11月
- 調査場所：三鷹市役所、三鷹駅南口付近、三鷹台駅付近
- 調査対象：調査場所を訪れた一般生活者（男女18歳以上）※三鷹市外在住者を含む
- 定量調査：有効回収834件
- 定性調査：有効回収112件

三鷹市内外での買い物・サービス利用の実態

(1) 三鷹市内の買い物・サービス利用状況は、市内利用を大半が占める

▶「ほとんど市内を利用」「よく利用」を合わせると全体の8割超

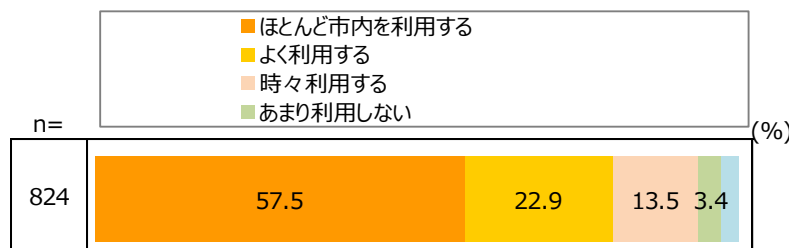
(2) 三鷹市内の買い物・サービス利用地域は「上連雀・下連雀地域」が中心

▶「上連雀・下連雀地域」には市街全域から来客するが、それ以外の地域は「地元利用」がほとんど

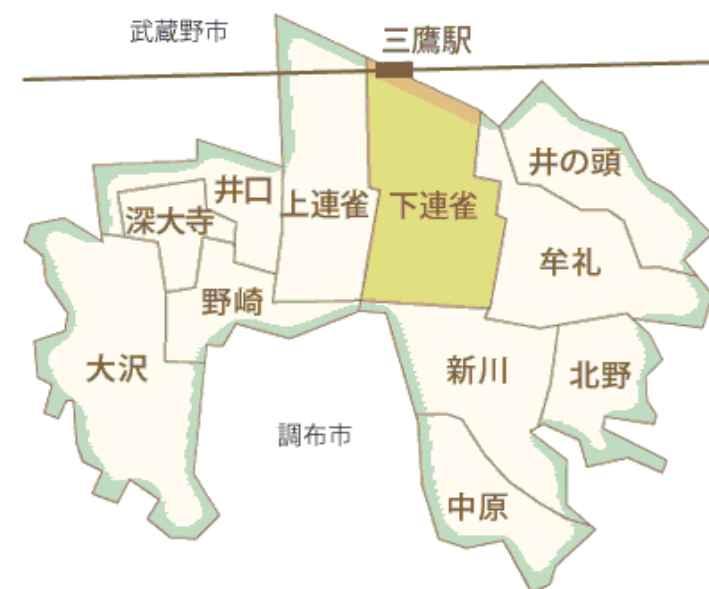
(3) 三鷹市外で買い物・サービスの場所は吉祥寺が圧倒的

▶吉祥寺利用が多い地域は「井の頭・牟礼」、武蔵境利用が多い地域は「井口・深大寺」であり、三鷹市外の隣接地域利用についても市内の「地元利用」の延長となっている

普段の買い物・サービス利用全体に占める三鷹市内の利用頻度（ベース：全員）

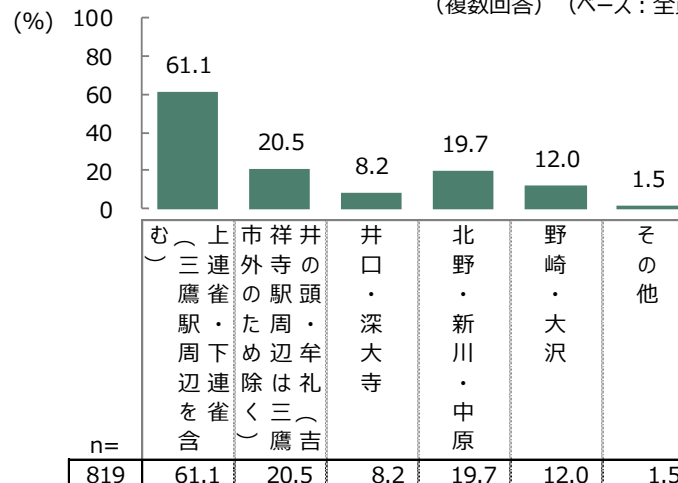


注：3%未満の値は非表示



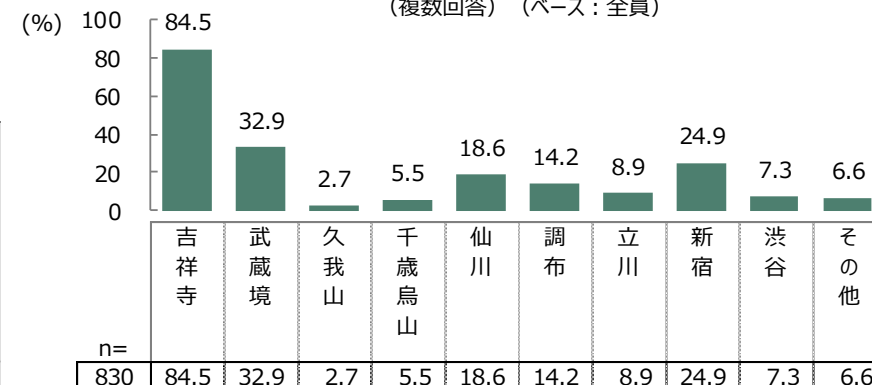
三鷹市内で普段の買い物・サービス利用をする場所

(複数回答) (ベース：全員)



三鷹市以外で普段買い物・サービス利用をする場所

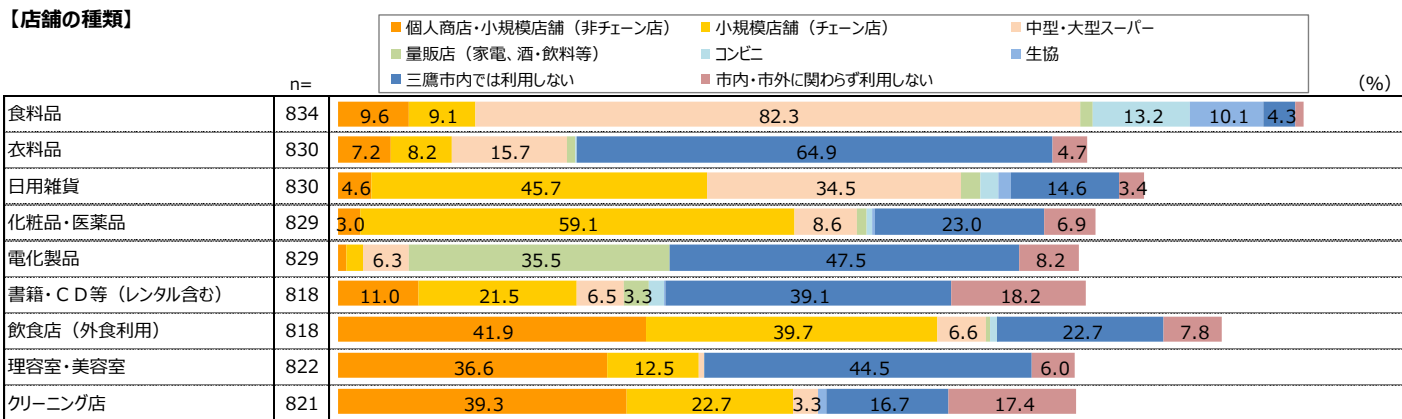
(複数回答) (ベース：全員)



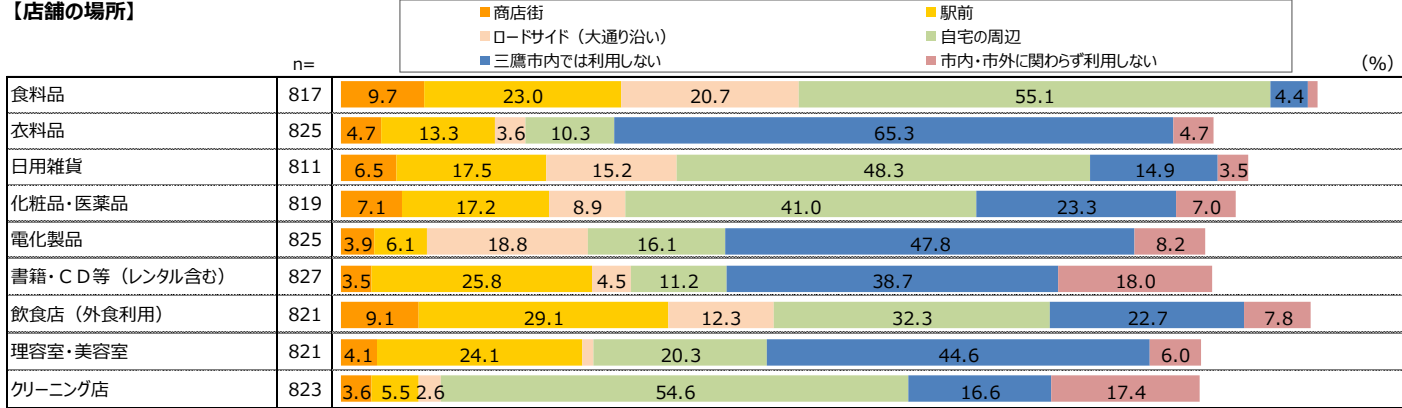
【店舗別】【場所別】買い物・サービス利用の内容、イベント・「TAKA-1」利用状況

- (1) 個人商店・店舗利用が多い種類は「飲食店」「理・美容室」「クリーニング店」
- ▶「化粧品・医薬品」「日用雑貨」は「小規模チェーン店」での利用が多い
- (2) 買い物・サービス利用の場所は「自宅の周辺」「駅前」「ロードサイド」が中心
- ▶商店街の利用が比較的多い買い物・サービスは「食料品」「飲食店」である
- ▶「衣料品」「電化製品」は三鷹市外での利用が多い
- (3) 商業イベント開催による誘客効果は高い。「TAKA-1」認知は要改善
- ▶商業イベント利用による店舗利用意向は高く、集客手段としてのイベント開催は有効
- ▶「TAKA-1」認知は2割弱と一部に留まる。今後、一層の認知向上が求められる

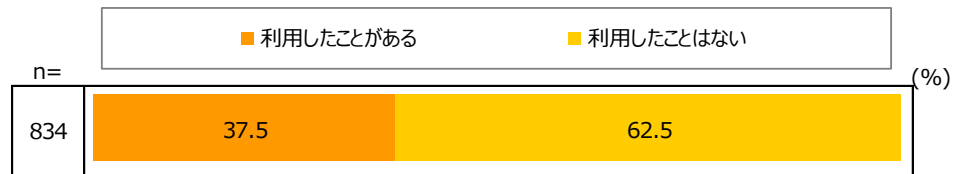
三鷹市内で利用する買い物・サービス（複数回答）（ベース：全員）



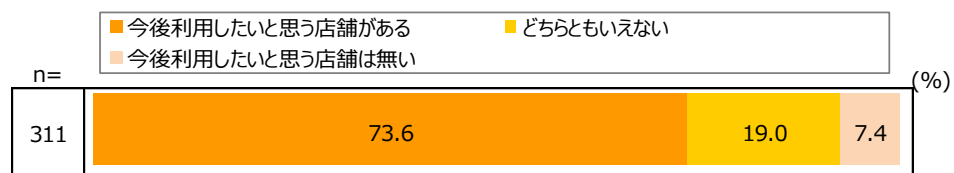
三鷹市内で利用する買い物・サービス（複数回答）（ベース：全員）



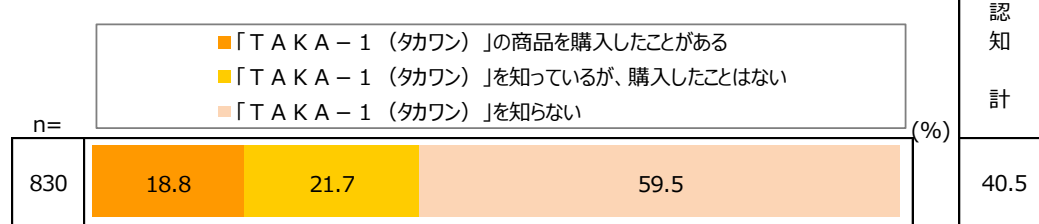
商店街が開催している商業イベントを利用したことがありますか。（ベース：全員）



商業イベントで利用した店舗・商店で今後利用したいと思う店舗・商店はありますか。（ベース：商業イベント利用者）



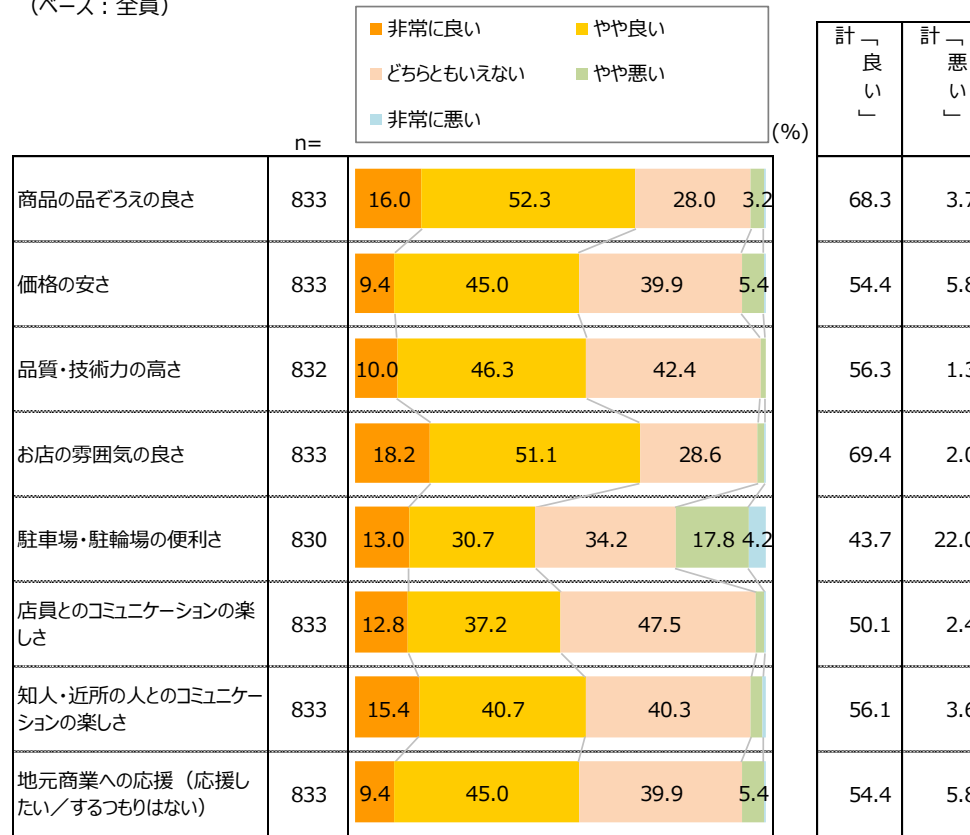
三鷹市地域ブランド「TAKA-1（タウン）」について、最も当てはまる番号に○をお付けください。（ベース：全員）



買い物・サービス利用の評価、今後改善を望むこと

- (1) 買い物・サービス利用は概ね満足も、「駐車場・駐輪場」がやや不満
- ▶三鷹市での買い物・サービス利用の満足度は概ね高く、特に「お店の雰囲気」「品ぞろえの良さ」が高評価。一方、「駐車場・駐輪場」はやや満足度が低く、特に「上連雀・下連雀」地域で顕著
- (2) 店舗・商店の利用状況は「場所が便利（家から近い）」「安い」「高品質」
- ▶利用理由は「立地条件」と「商品の魅力（高品質、安価）」の2つに集約される
- (3) 顧客が求める改善点は「駐車場・駐輪場」「低価格・商品」「多様な商品」
- ▶「駐車場・駐輪場」の設置は店舗単独での対応は難しく、行政による三鷹駅再開発計画が待たれる
- 店舗・商店に対しては「低価格・多様な」商品・サービスという「専門性」が求められている

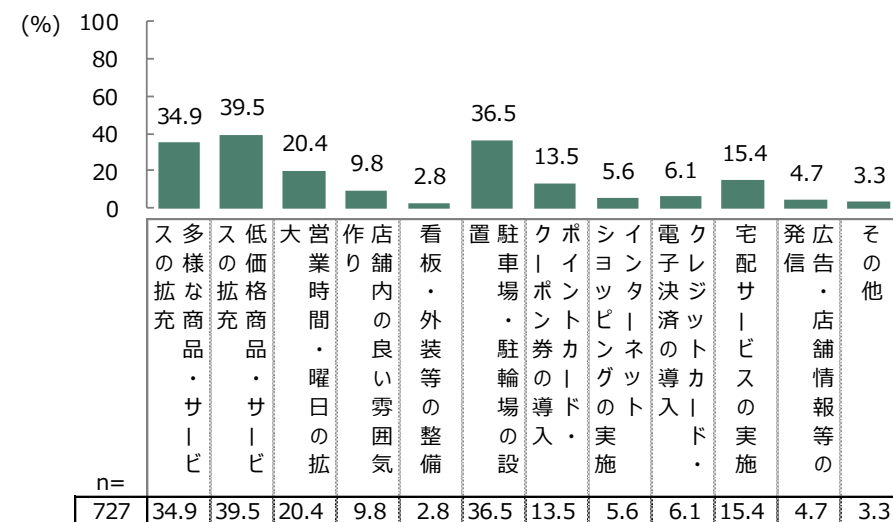
三鷹市内で買い物・サービス利用における評価・考え（ベース：全員）



「一般店舗・商店」の利用状況（定性調査結果）

- 購入店の利用理由：全体の傾向
- ・一般店舗・商店を利用する理由としては「立地条件が良い（家から近い、通勤途中等）」が最も多く、次いで「安い」「質が良い、おいしい」。
- ・年代別では「30代以下」で「質が良い」より「安い」が多いが、「40～50代」は「安い」より「質が良い」が多く、若年層と逆の傾向となっている。
- 利用理由（自由記入欄より抜粋）
- ・近いのでちょっとした物をすぐ買えるから（30代女性）
- ・思いやりのあるお店が多い。地域密着型。お年寄りも多く利用している（40代女性）
- ・安いから。店舗が広くなく買い物しやすい（50代女性）
- ・品物が豊富。昔からの付き合いで安心。商品についても安心（60代女性）

三鷹市内の店舗・商店に今後改善してほしいこと（複数回答）（ベース：全員）



店舗・商店の利用理由

- ① 場所が便利（家から近い）
- ② 魅力的な商品（高品質、安価）