

竹駒地区 マーケティング調査 報告書

平成26年1月
陸前高田未来商店街

<目次>

I	マーケティング調査の実施概要.....	1
II	来街者の個人属性.....	2
III	来街者の買い物行動.....	8
IV	竹駒地区への要望.....	18
V	未来商店街について.....	22
VI	マーケティング調査のまとめ.....	25

I マーケティング調査の実施概要

1. マーケティング調査の目的

陸前高田市の竹駒地区には、東日本大震災以降、仮設店舗が立ち始め、平成25年10月現在で47以上の店舗・金融機関等が集積している。

個別店舗の経営戦略、地区全体の連携・魅力づくり等に活用するため、マーケティング調査として、来街者に対するアンケート調査を実施した。

2. 実施方法

竹駒地区に立地する店舗にアンケート票と回収ボックスを設置し、来店した人に自由に記入してもらう方法とした。

なお、回答者のうち抽選で20人に、未来商店街から記念品を進呈することとし、アンケート票で告知した。

3. 実施期間

平成25年10月20日～平成25年11月19日。

4. 回収票数

配布店舗	回収票数
未来商店街	87
けせん朝市	14
マイヤ滝の里店	8
その他の店舗	139
合計	248

5. 質問内容

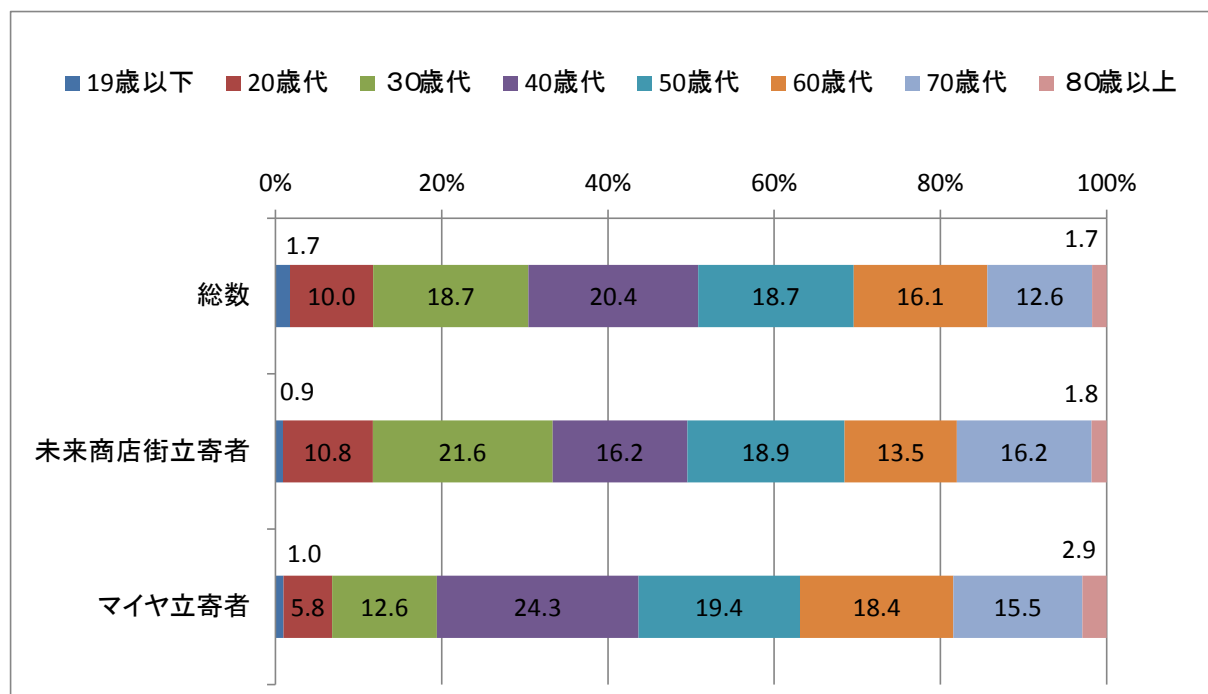
- (1) 来街者の個人属性
- (2) 買い物行動（立ち寄り店舗、金額等）
- (3) 竹駒地区への要望（店舗種類、サービス、イベント等のニーズ）
- (4) 未来商店街について（認知度、要望等）

Ⅱ 来街者の個人属性

1. 年齢層

20歳代から70歳代まで各年代の割合が10%以上となっており、幅広い年齢層の人が訪れていることがわかる。

マイヤ立寄者は、若干、年齢層が高い。



注：未回答を除いてグラフ化している。

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代
総数	3	23	43	47	43	37
未来商店街立寄者	1	12	24	18	21	15
マイヤ立寄者	1	6	13	25	20	19

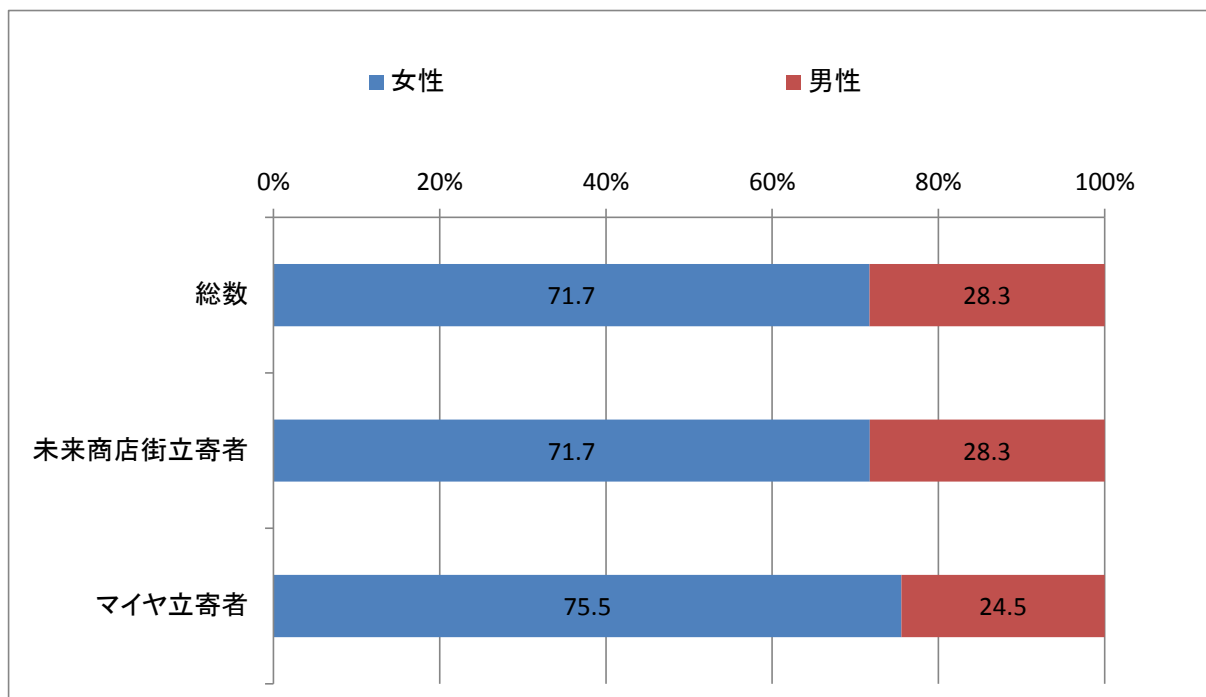
	70歳代	80歳以上	10歳未満	未回答	合計
総数	29	4	1	18	248
未来商店街立寄者	18	2	0	9	120
マイヤ立寄者	16	3	0	2	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

2. 性別

竹駒地区の来街者は女性が7割と多い。

女性をターゲットとした戦略を展開するとともに、男性にも魅力ある商業地づくりが求められる。



注：未回答を除いてグラフ化している。

	女性	男性	未回答	合計
総数	142	56	50	248
未来商店街立寄者	66	26	28	120
マイヤ立寄者	71	23	11	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

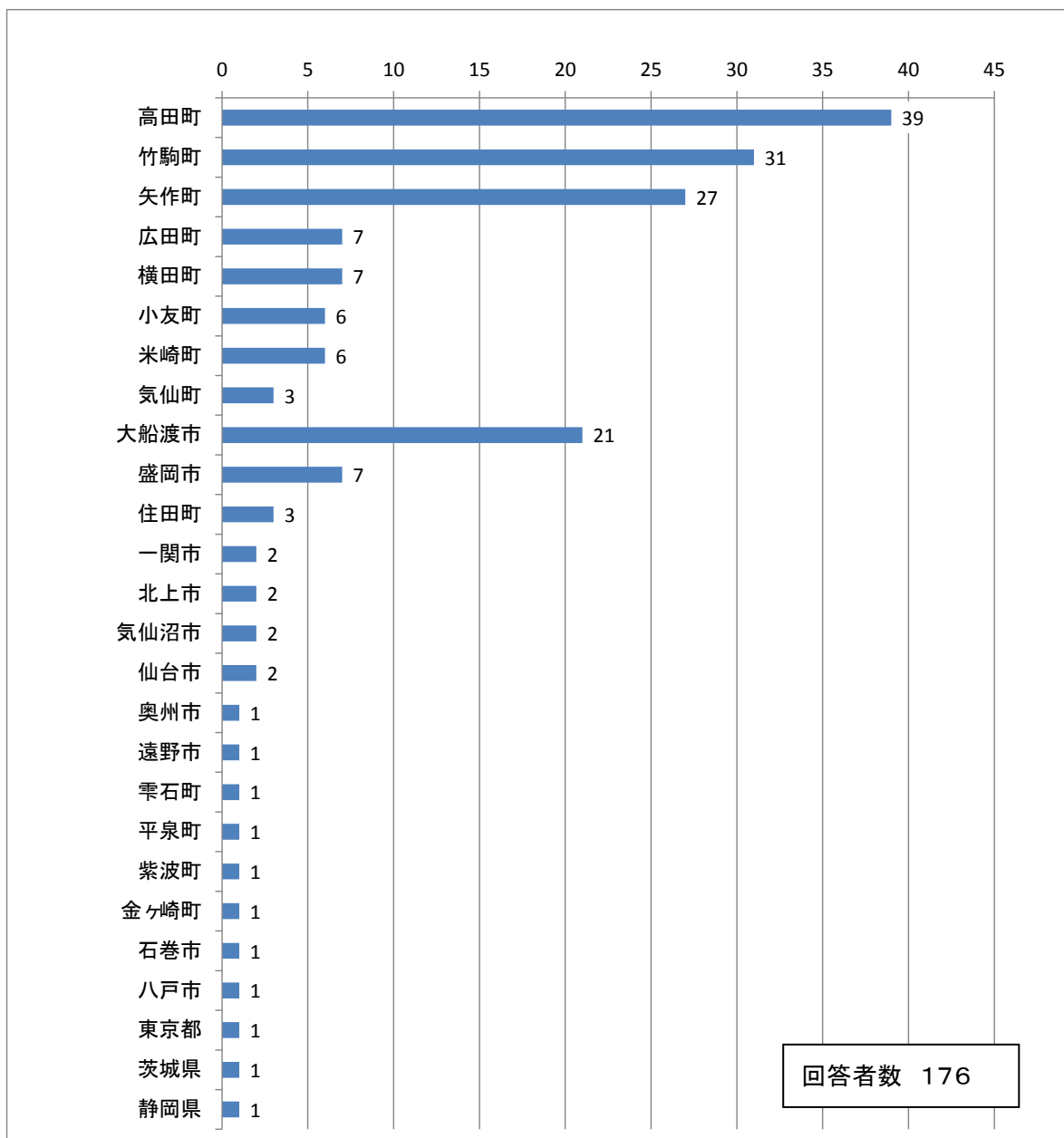
3. 居住地

竹駒地区へは、高田町、竹駒町、矢作町といった近隣地区からの来街が多い。
また、大船渡市から訪れる人も多い。

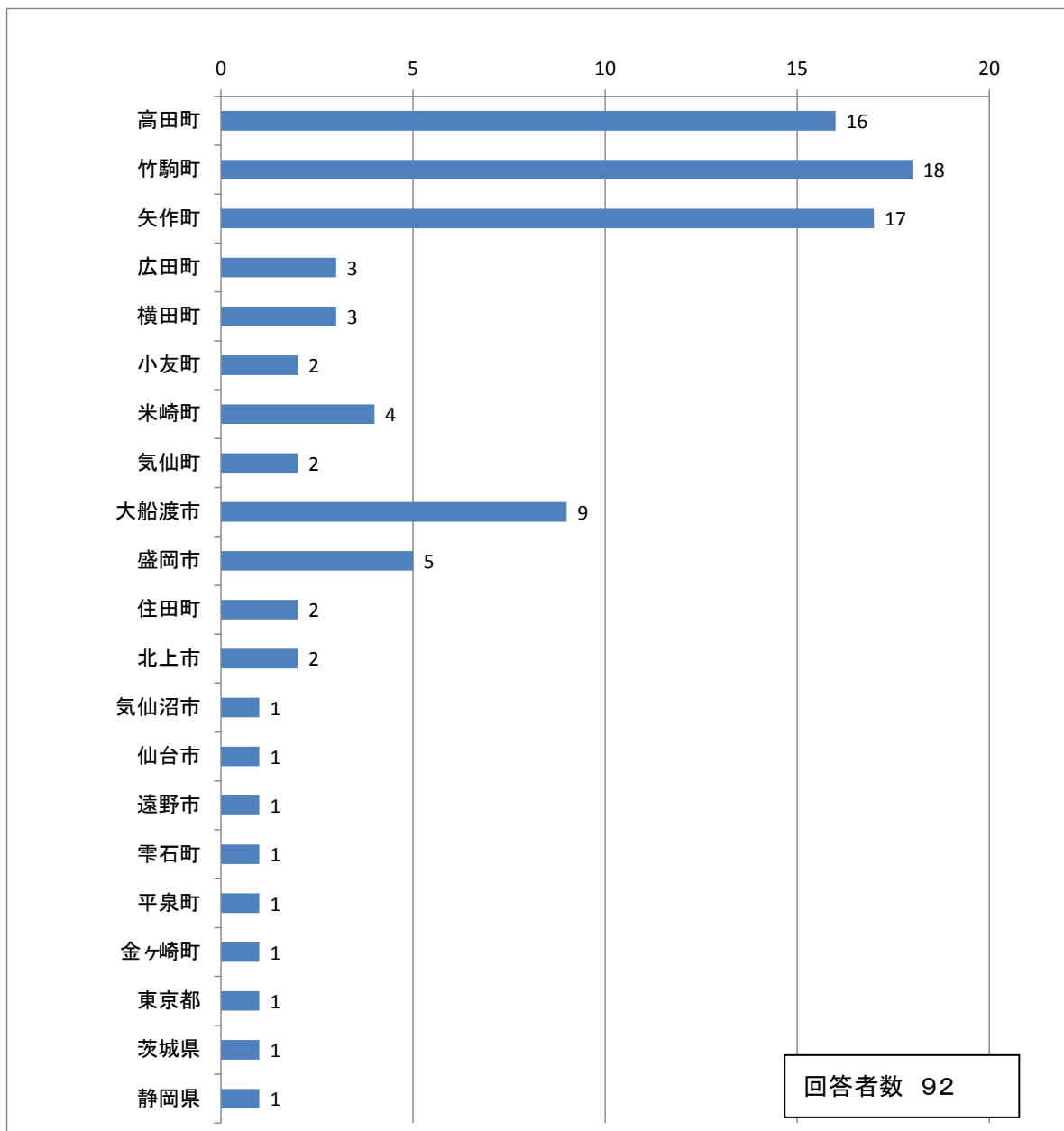
この傾向は、未来商店街へ立ち寄った人に限っても同様である。

一方で、マイヤへ立ち寄った人では、近隣地区からの来街は多いが、大船渡市からの来街は比較的少ない。これは大船渡市方面に別のマイヤの店舗があることからであると考えられる。

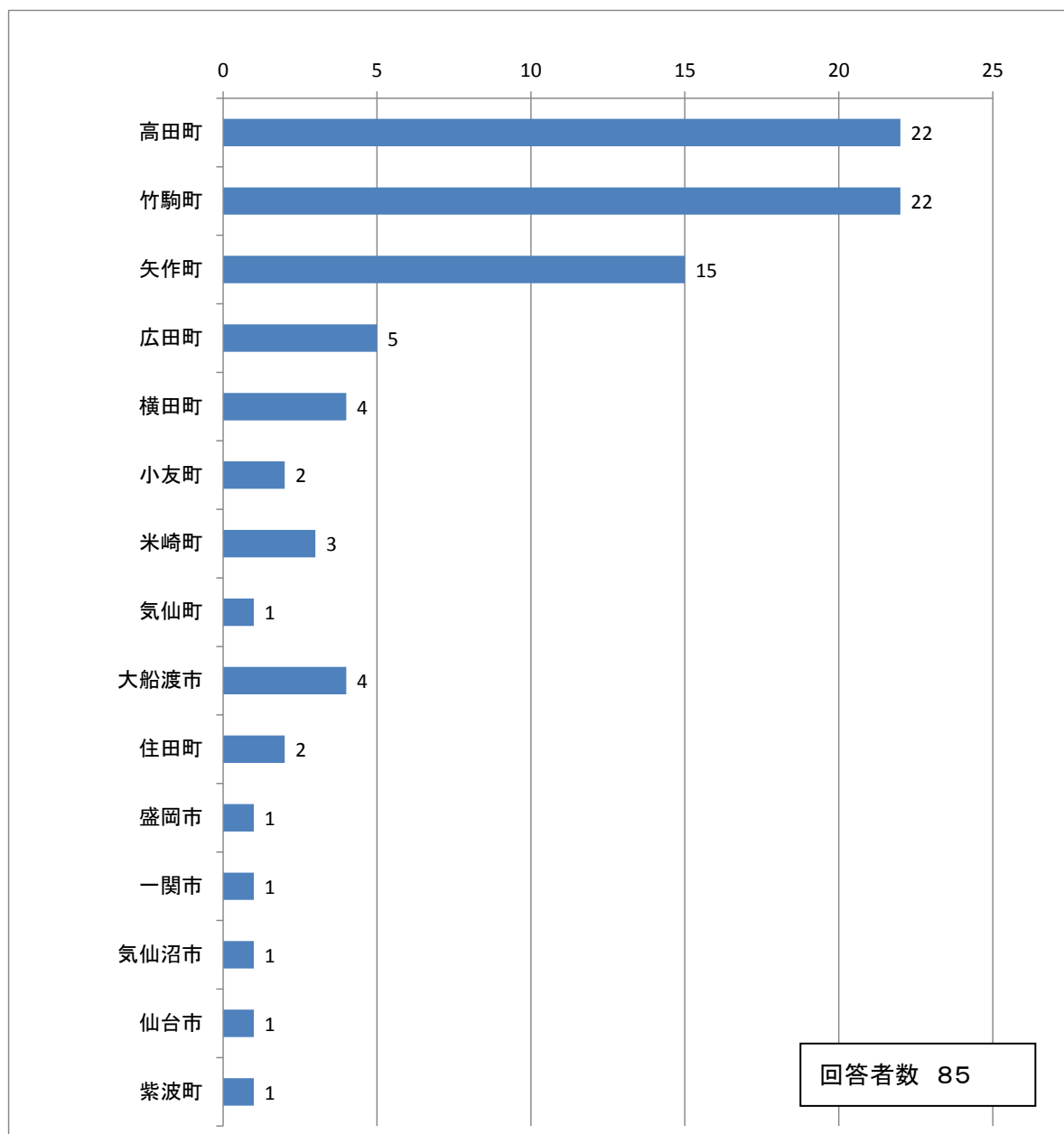
<総数（全回答者）の居住地>



<未来商店街立寄者の居住地>



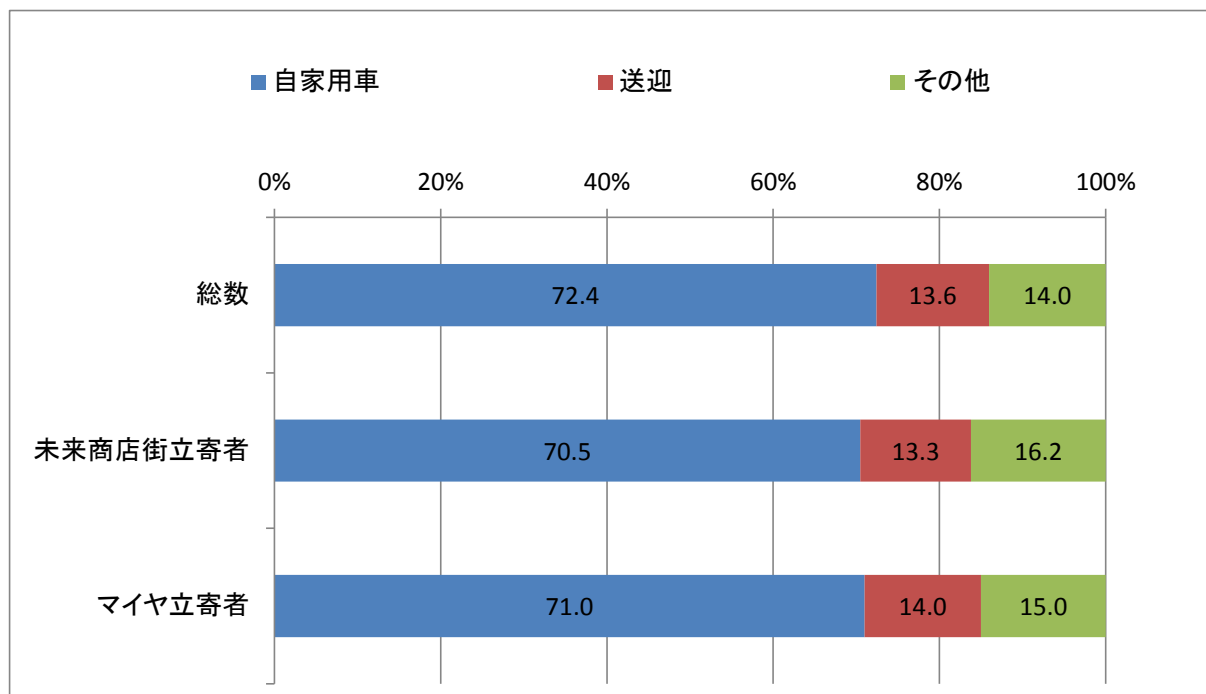
<マイヤ立寄者の居住地>



4. 竹駒地区までの交通手段

自家用車が約7割である。約9割が送迎（家族等による送迎）を含めた自家用車利用である。

この結果から、集客力を向上させるためには、駐車対策が重要になることと、路線バスなどの他の手段の充実が求められる。



注：未回答を除いてグラフ化している。

送迎は、家族による送迎である。

	自家用車	送迎	自転車	歩き	路線バス
総数	155	29	4	5	8
未来商店街立寄者	74	14	2	4	4
マイヤ立寄者	71	14	2	3	4

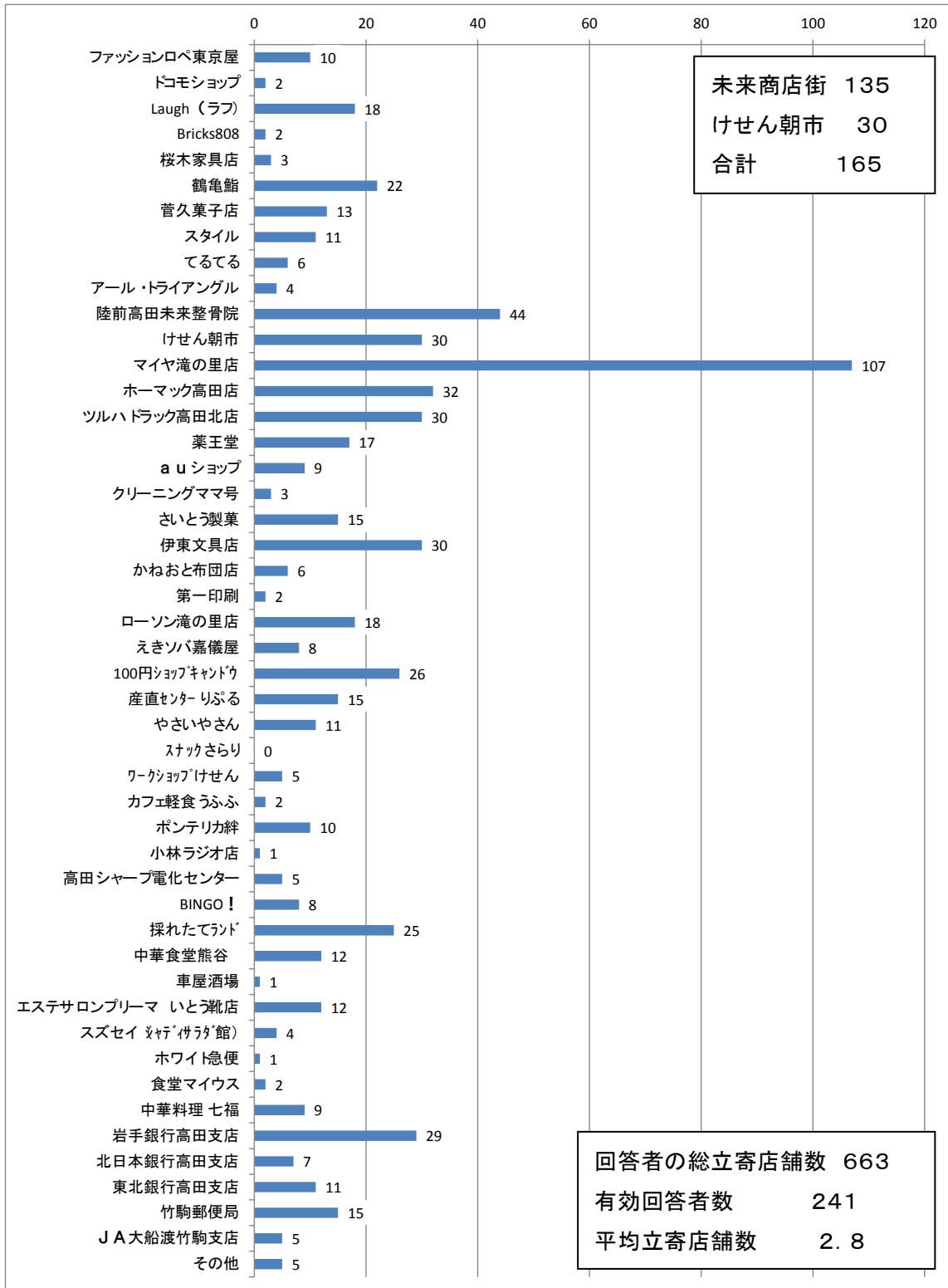
	マイヤの送迎バス	その他	未回答	合計
総数	6	7	34	248
未来商店街立寄者	2	5	15	120
マイヤ立寄者	5	1	5	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

Ⅲ 来街者の買い物行動

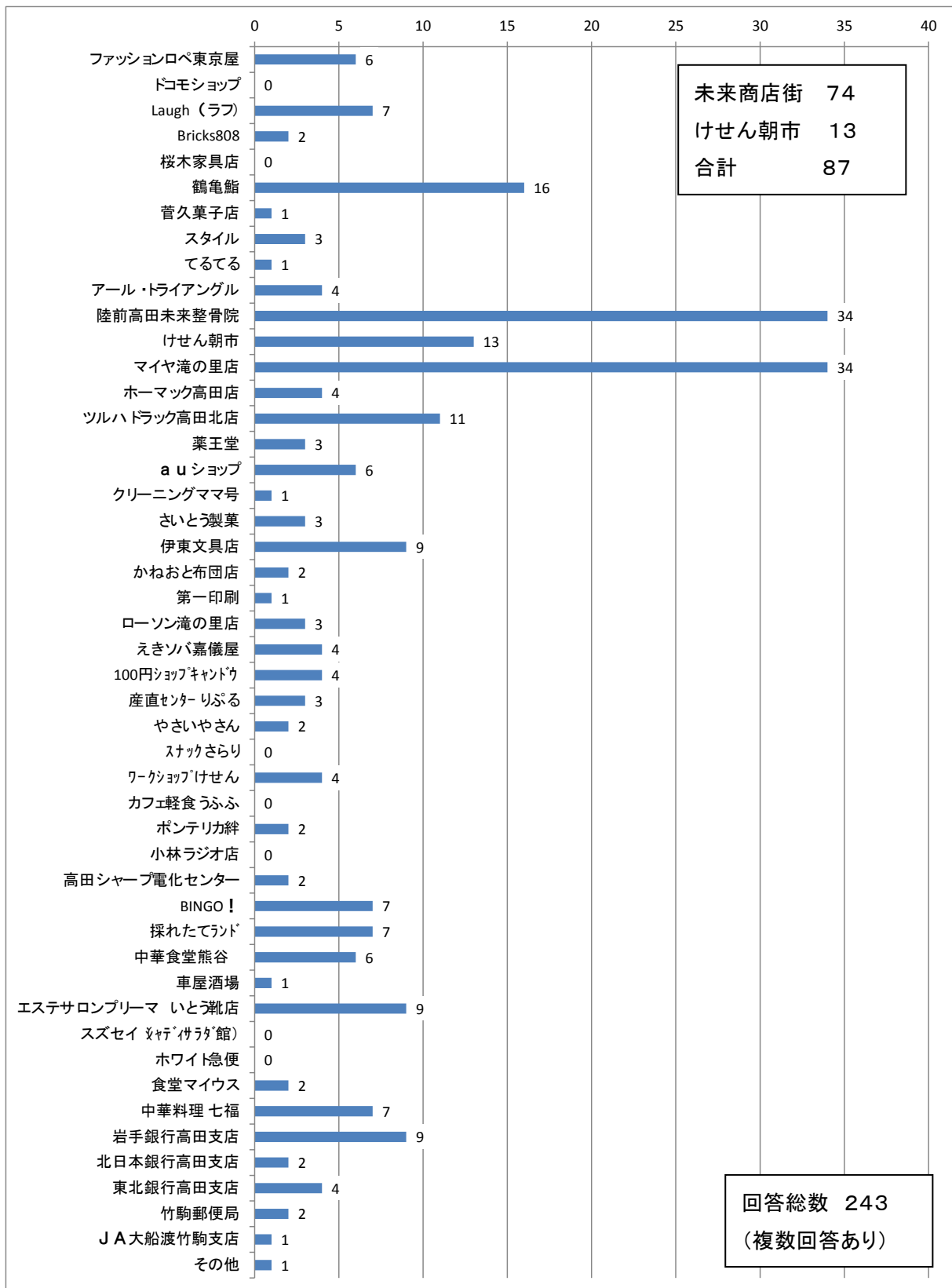
1. 立ち寄り店舗

マイヤへの立寄が多い。また、未来商店街の店舗を合計すると、マイヤよりも多くなる。1人あたりの平均立寄店舗数が2.8であり、竹駒地区へ来訪する際には複数の店舗を訪れていることがわかる。



2. 目的とする店舗

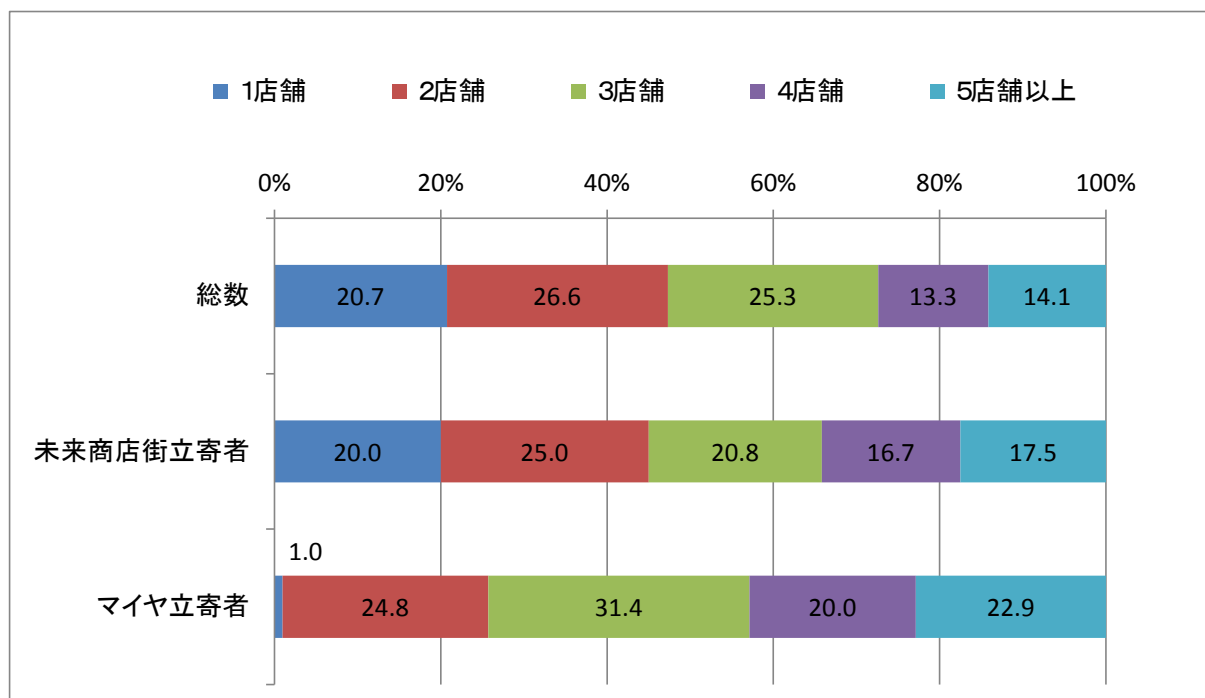
当日、竹駒地区へ訪れる目的となった店舗としては、マイヤと陸前高田未来整骨院が多い。目的とする店舗は、様々な店舗に分散している。



3. 立ち寄り店舗数

先に示したとおり 1 人あたりの平均立寄店舗数は 2.8 である。

立寄店舗数としては、2 店舗、3 店舗が多い。5 店舗以上も 1 割以上いる。



注：未回答を除いてグラフ化している。

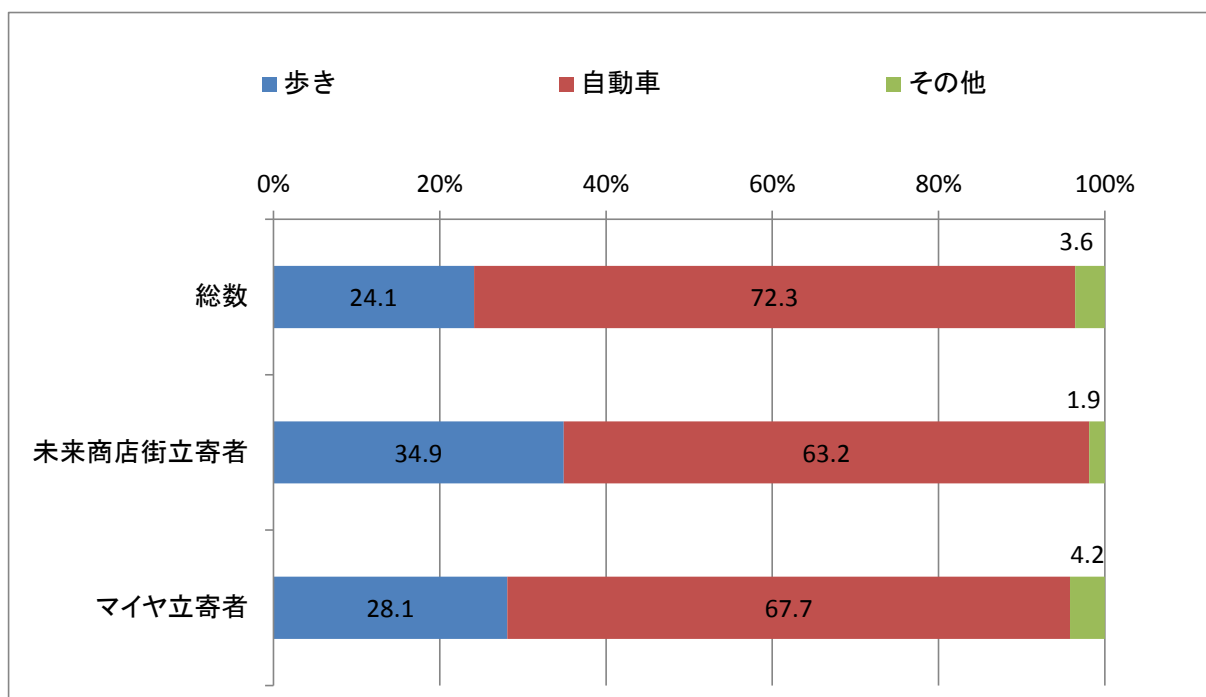
マイヤ立寄者は、マイヤでアンケート票を受け取った回答者が少なく、他店でアンケートを受け取り、マイヤにも立ち寄った人が多い。そのため、マイヤ立寄者の立寄店舗数は 1 店舗が少ない。

	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗	5店舗以上	未回答	合計
総数	50	64	61	32	34	7	248
未来商店街立寄者	24	30	25	20	21	0	120
マイヤ立寄者	1	26	33	21	24	0	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

4. 店舗間の移動手段

店舗間の移動は、約7割が自動車である。歩きは約2割であった。
 未来商店街立寄者は、比較的、歩きの割合が高い。



注：未回答を除いてグラフ化している。

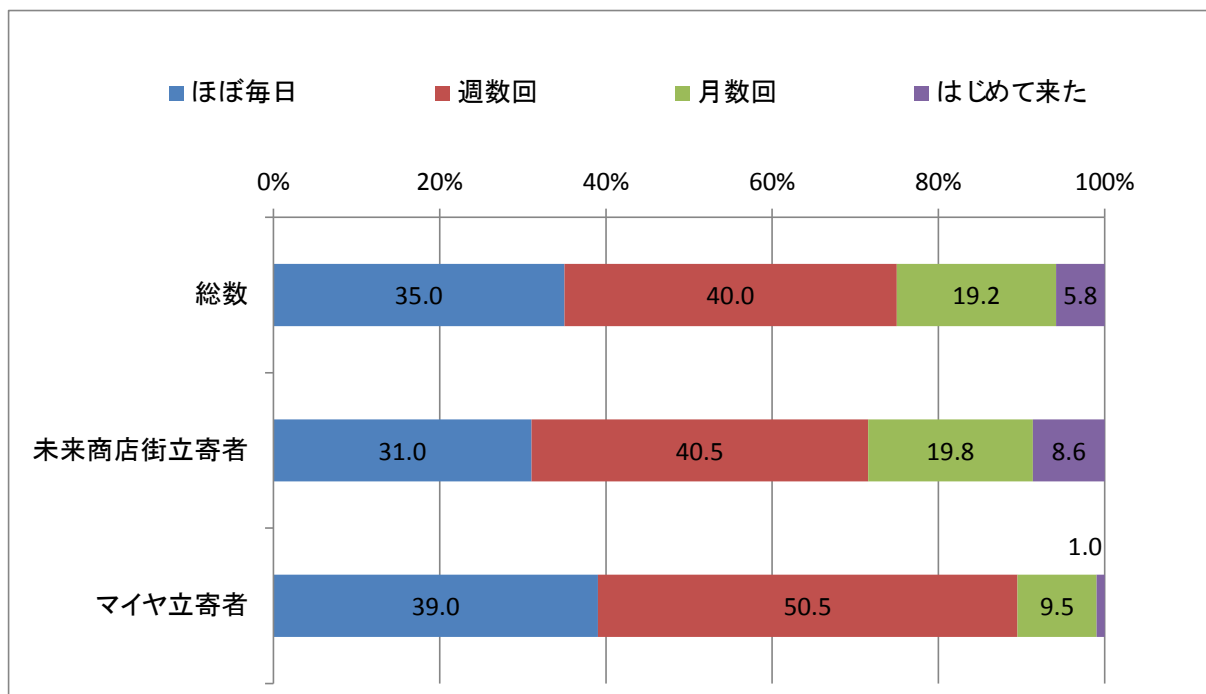
	歩き	自動車	その他	未回答	合計
総数	54	162	8	24	248
未来商店街立寄者	37	67	2	14	120
マイヤ立寄者	27	65	4	9	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

5. 竹駒地区への来街頻度

竹駒地区への来街者は、ほぼ毎日訪れている人は約4割、週数回訪れることは約4割である。つまり、約8割が週数回以上訪れているリピーターである。

この傾向は、未来商店街立寄者にも当てはまるが、約1割のはじめて訪れた人がいることも特徴である。



注：未回答を除いてグラフ化している。

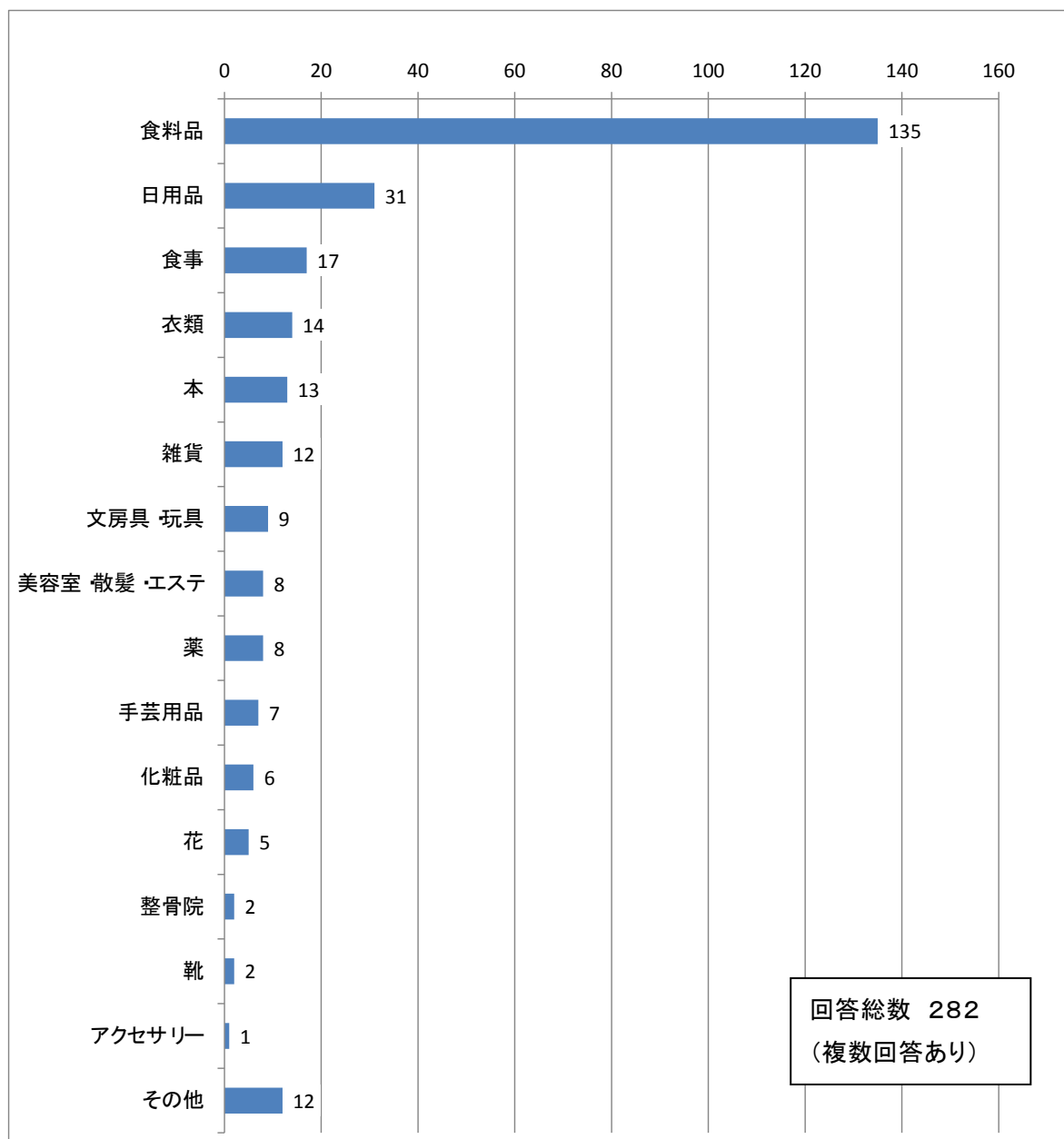
	ほぼ毎日	週数回	月数回	はじめて来た	未回答	合計
総数	84	96	46	14	8	248
未来商店街立寄者	36	47	23	10	4	120
マイヤ立寄者	41	53	10	1	0	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

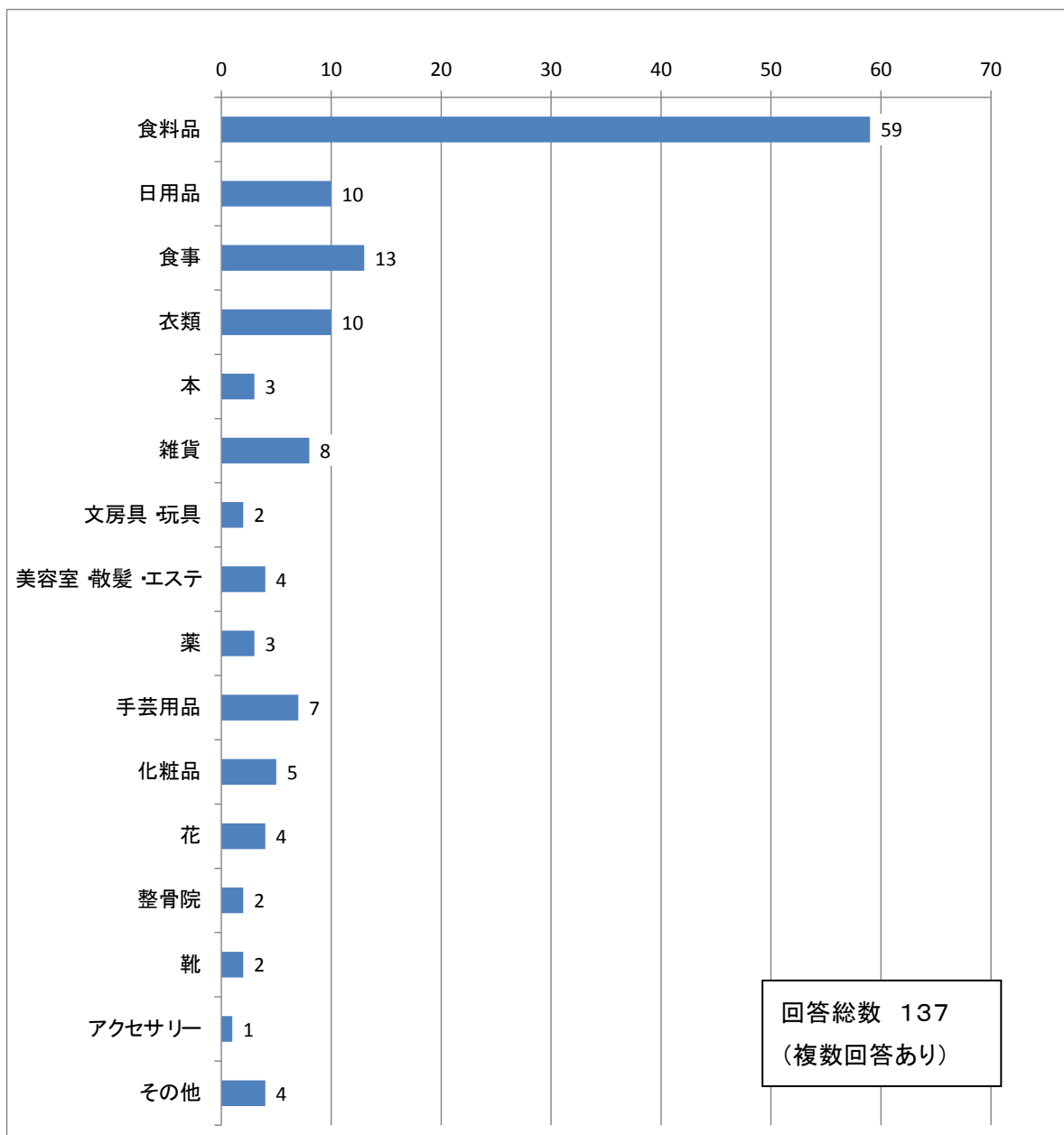
6. 買った物

竹駒地区へ来街者の多くは、幅広い商品を購入していることがわかる。
特に、マイヤを訪れる人が多いこともあり、食料品を買った人が多い。

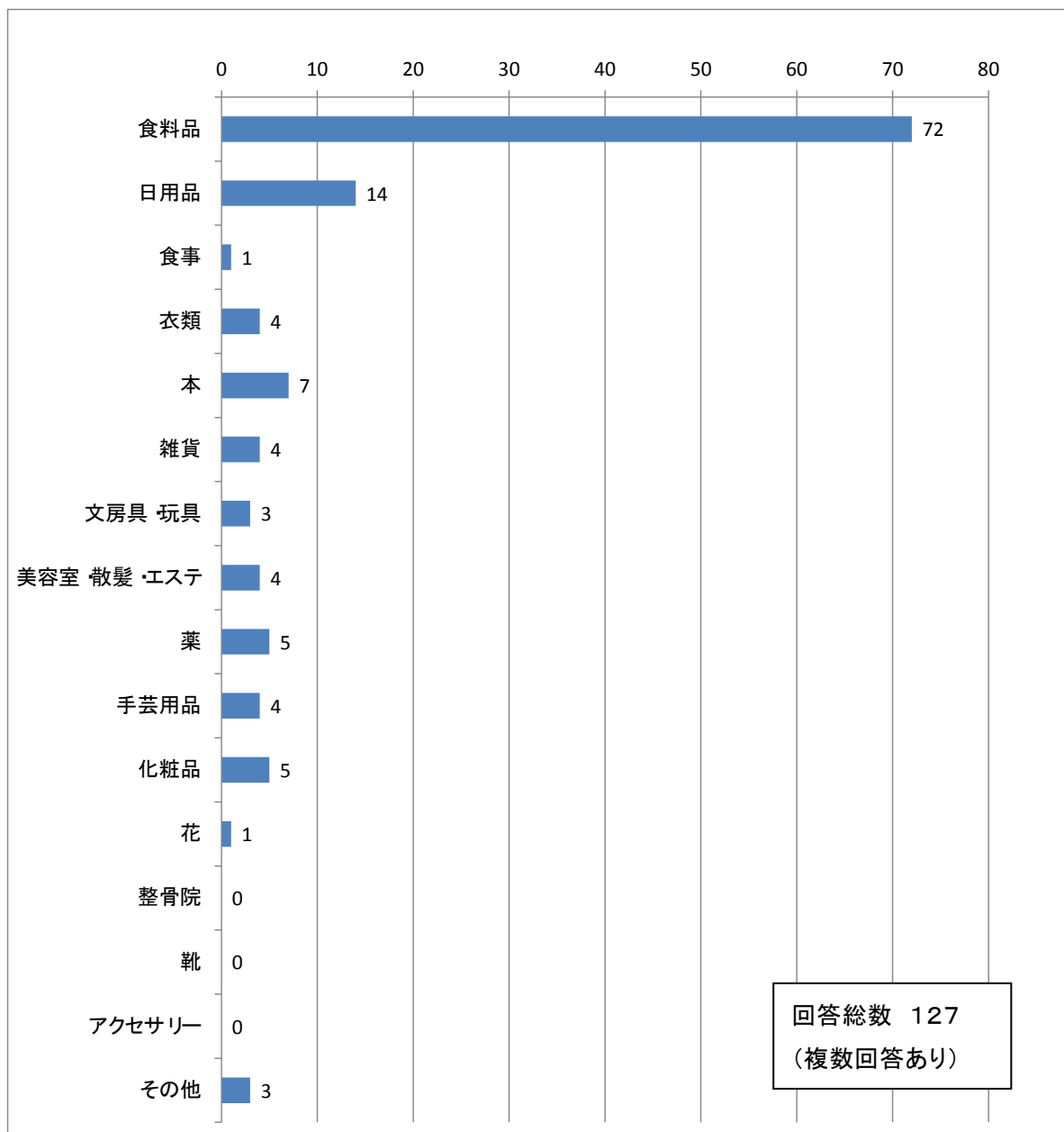
<総数（全回答者）の買った物>



<未来商店街立寄者の買った物>

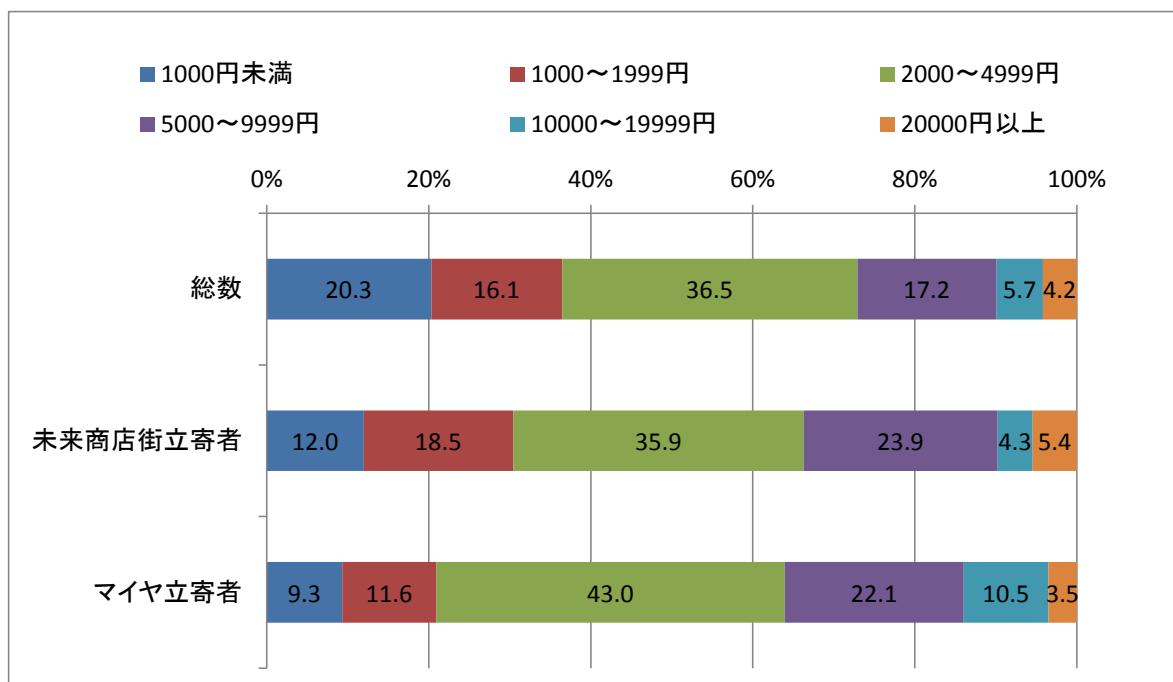


<マイヤ立寄者の買った物>



7. 買い物金額

買い物金額は2千円から5千円未満が多く約4割である。
 未来商店街立寄者は、比較的買い物金額が多い。



注：未回答を除いてグラフ化している。

	1000円未満	1000~1999円	2000~4999円	5000~9999円
総数	39	31	70	33
未来商店街立寄者	11	17	33	22
マイヤ立寄者	8	10	37	19

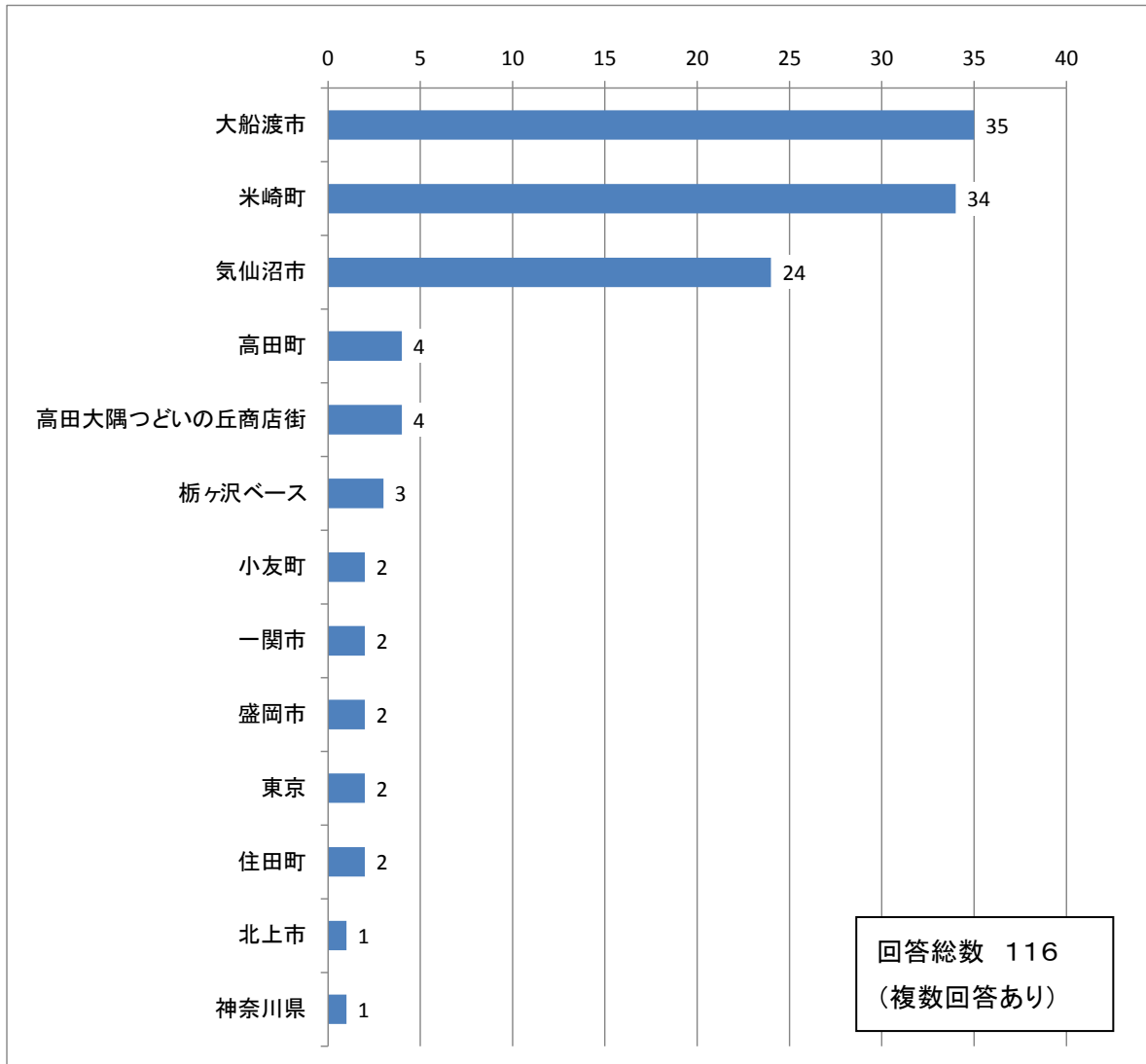
	10000~19999円	20000円以上	未回答	合計
総数	11	8	56	248
未来商店街立寄者	4	5	28	120
マイヤ立寄者	9	3	19	105

注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

8. 竹駒以外の買い物地区

竹駒地区以外で買い物に行く地区を質問したところ、大船渡市、米崎町、気仙沼市と回答する人が多かった。

竹駒地区は、これらの地区を競合地区として意識して、戦略を立てていくことが望まれる。

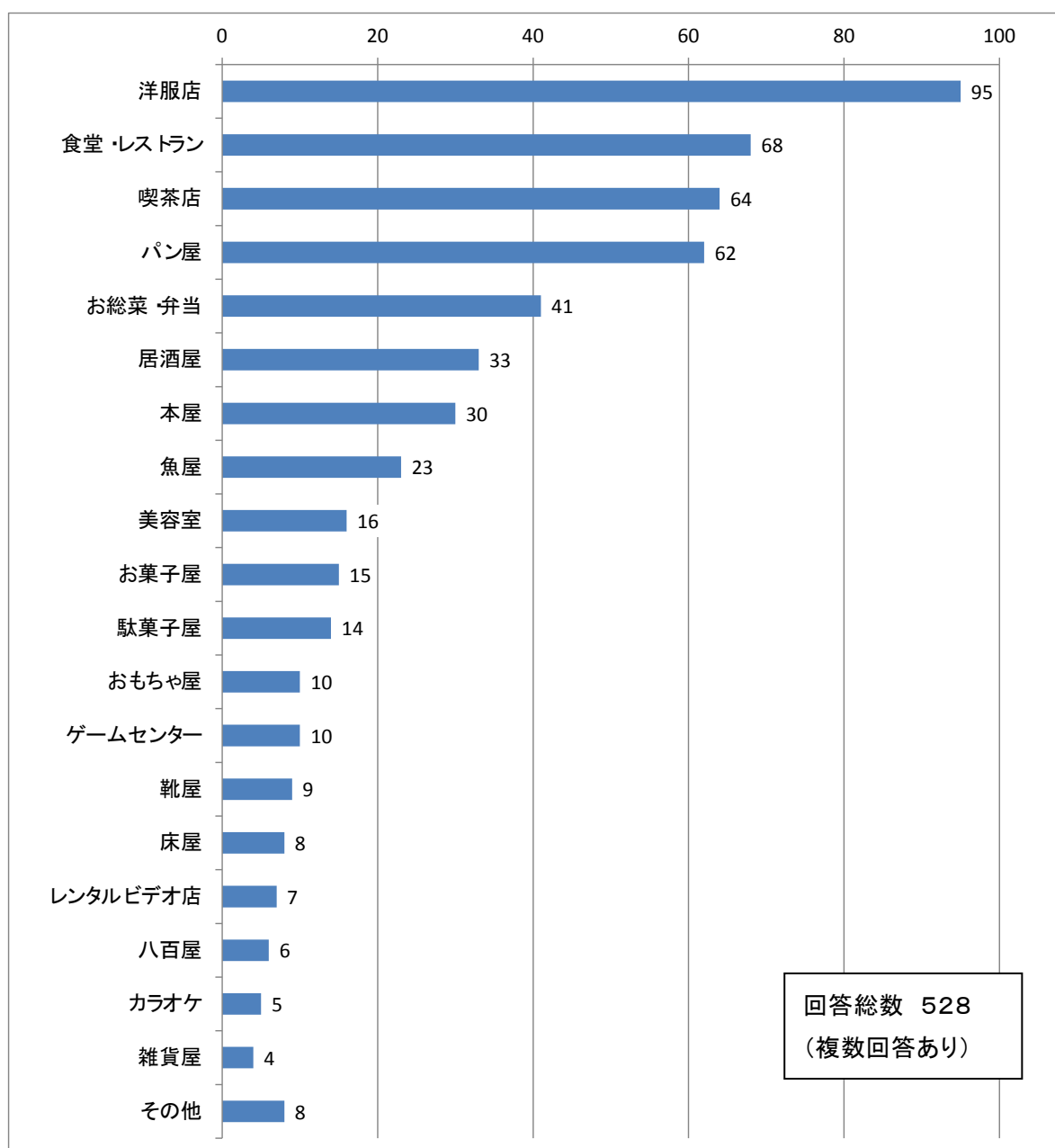


IV 竹駒地区への要望

1. 必要な店舗種類・増やしてほしい店舗種類

ほしい店舗、増やしてほしい店舗を質問したところ、洋服店、食堂・レストラン、喫茶店、パン屋、お惣菜・弁当などの回答が多かった。

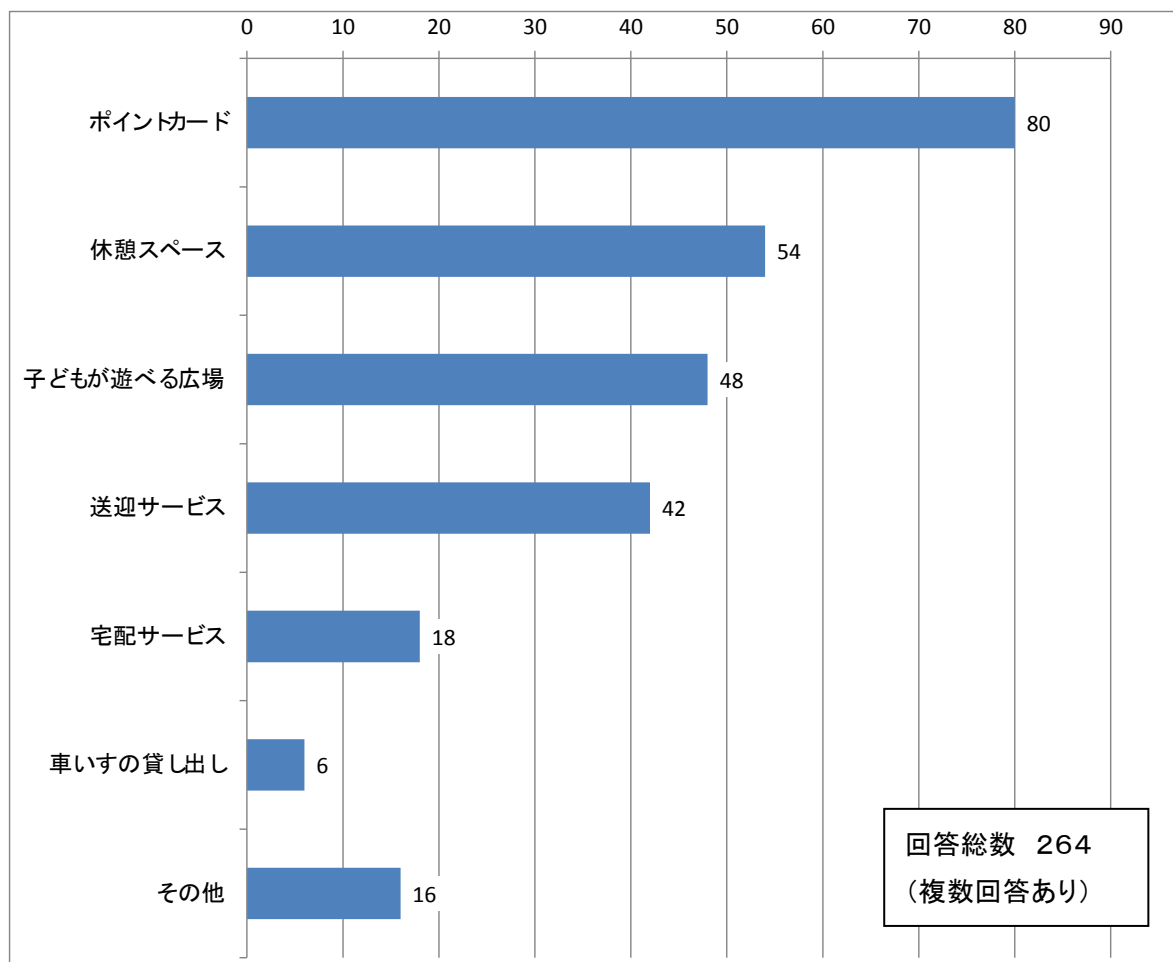
竹駒地区では、衣料品と飲食店・食料品店に関するニーズが多いことから、これらの店舗種類の充実が求められる。



2. 必要なサービス

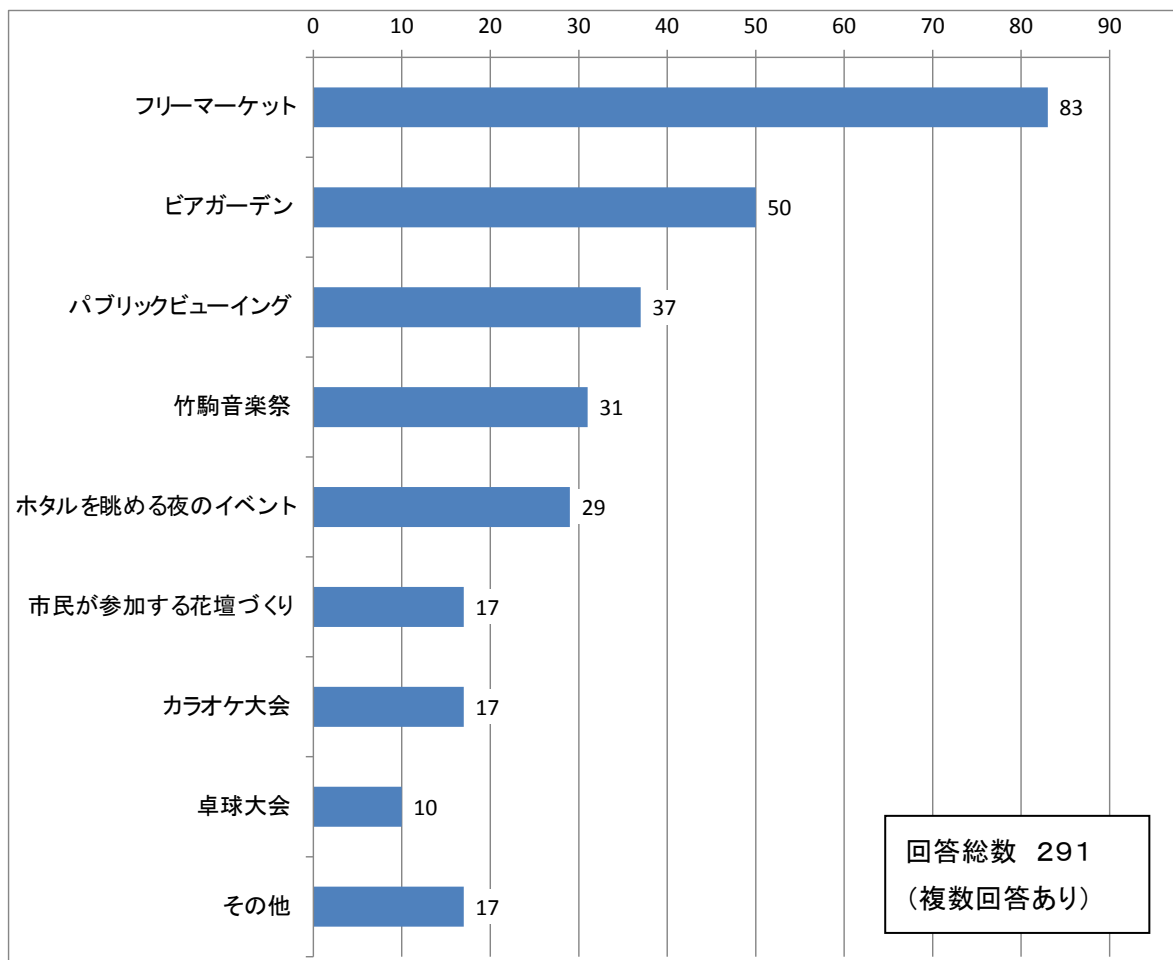
ポイントカードに対するニーズが多い。竹駒地区の店舗で連携して、ポイントカードをはじめとする割引・特典の制度を検討すべきである。

また、休憩スペースや子供が遊べる広場など、付加価値になる空間・場所づくりが求められている。



3. 必要なイベント

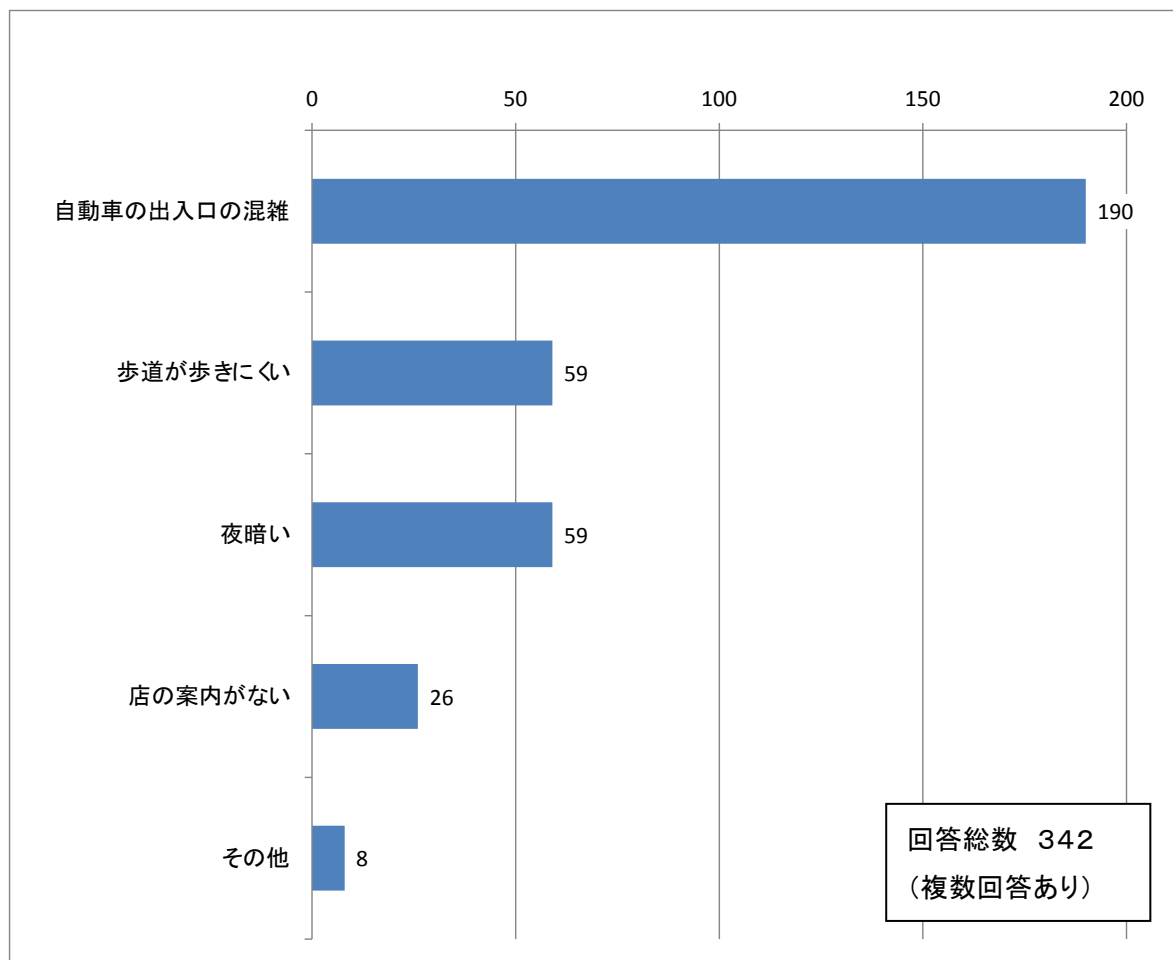
フリーマーケット、ビアガーデン、パブリックビューイングなど、非日常的な販売方法等が求められている。



4. 困っていること

自動車の出入口の混雑と回答する人が多い。竹駒地区全体での交通処理を円滑にする工夫が必要である。

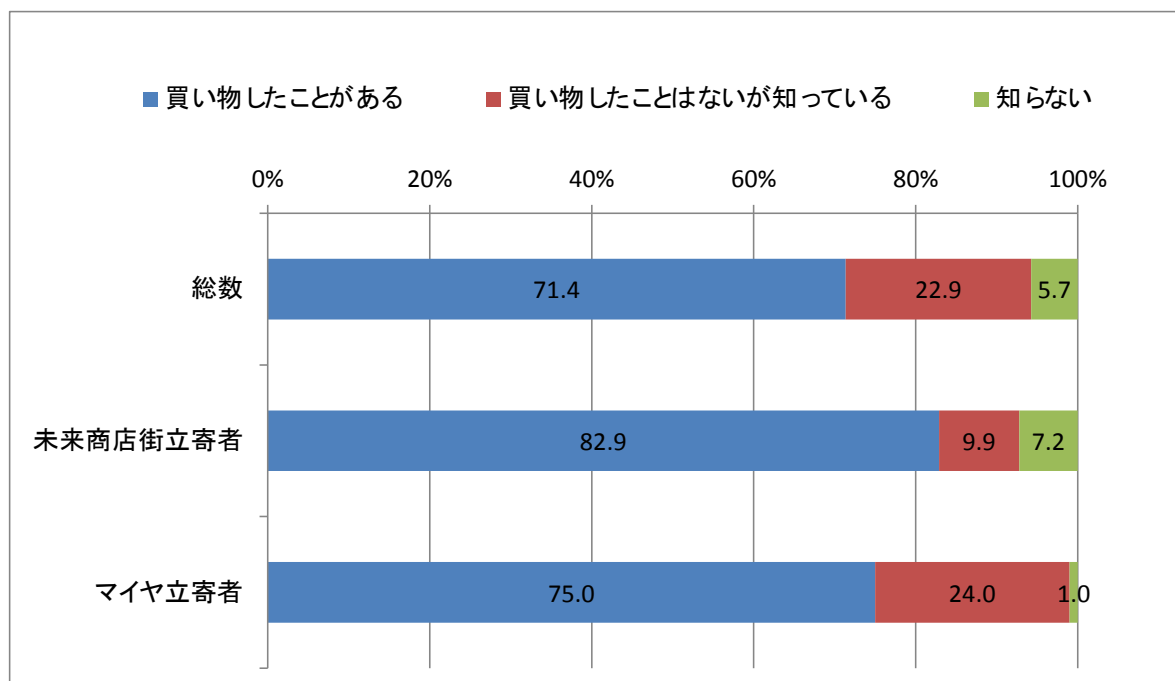
また、歩道が歩きにくいことや、夜の照明の問題があげられている。



V 未来商店街について

1. 未来商店街の認知度

未来商店街を知っている人は9割以上である。そのうち、買い物したことがある人は約7割である。



注：未回答を除いてグラフ化している。

	買い物したことがある	買い物したことはないが知っている	知らない	未回答	合計
総数	162	52	13	21	248
未来商店街立寄者	92	11	8	9	120
マイヤ立寄者	75	24	1	5	105

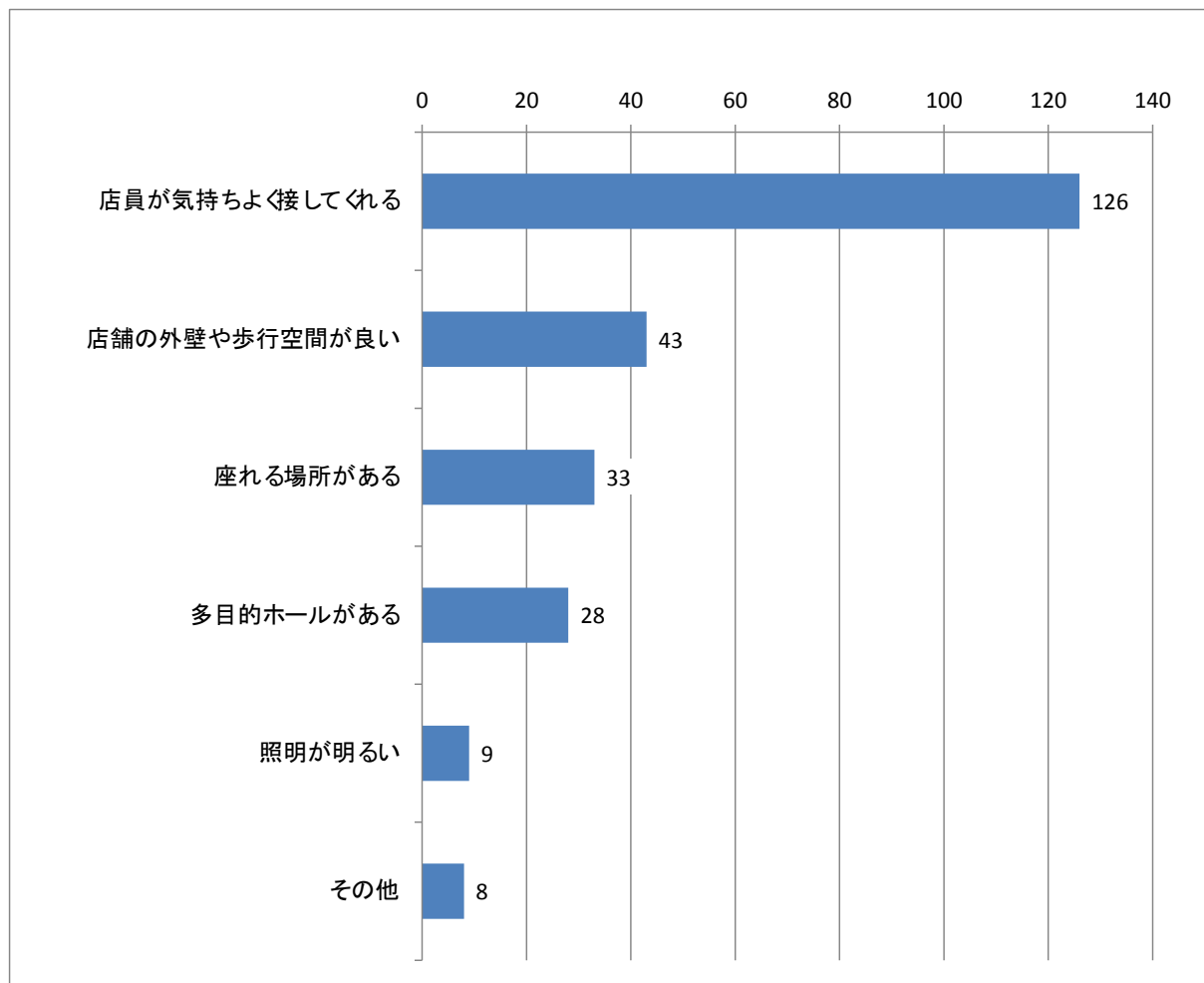
注：未来商店街立寄者（けせん朝市を含む）は、アンケート回答当日に未来商店街に立ち寄った人。マイヤ立寄者も同様。未来商店街とマイヤに立ち寄った人は双方にカウントされている。

2. 未来商店街の良いところ

「店員が気持ちよく接してくれる」と回答した人が多い。

この特性を今後も維持し、未来商店街のセールスポイントにしていく必要がある。

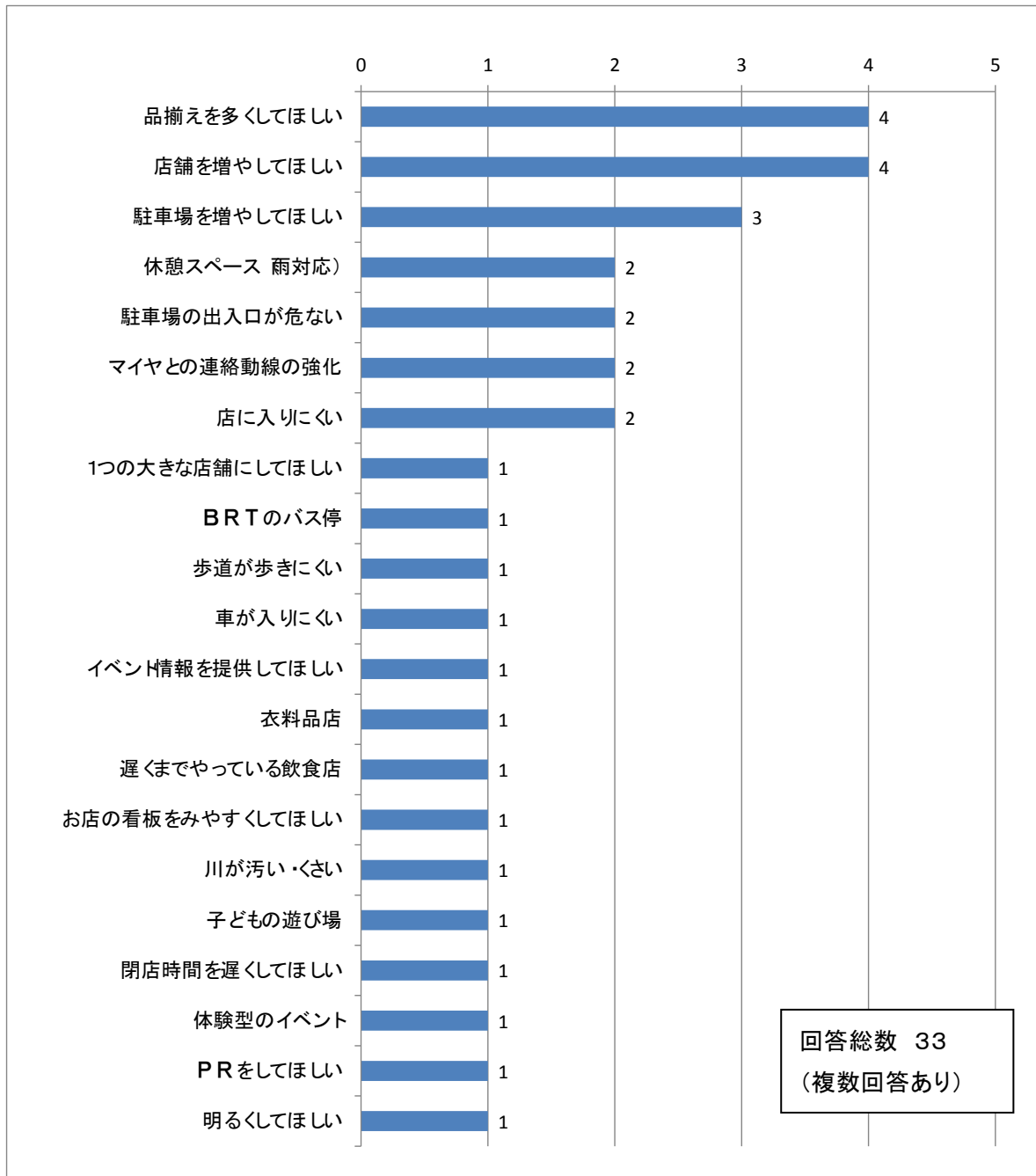
一方で、照明については努力してきたところではあるが、あまり意識されていないことから、グレードアップが求められる。



3. 未来商店街への要望

品揃えを多くしてほしい、店舗を増やしてほしいという要望が多い。

店舗を増やすことは難しいため、各店舗が品揃えを工夫するところにより、客のニーズに応じていくことが求められる。



VI マーケティング調査のまとめ

1. 竹駒地区の商圈

- ・竹駒地区では、陸前高田市の高田町、竹駒町、矢作町や、大船渡市から訪れている人が多い。この傾向は、未来商店街に立ち寄った人に限っても同様である。
- ・竹駒地区以外の買い物地区としては、大船渡市、米崎町、気仙沼市と回答した人が多い。
- ・近隣地区からの集客に力を入れるとともに、大船渡市、米崎町、気仙沼市等の競合地区より質の高い商店・商業地づくりとともに、差別化、あるいは連携を図りながら、竹駒地区の商圈を維持・拡大していく必要がある。

2. リピーター

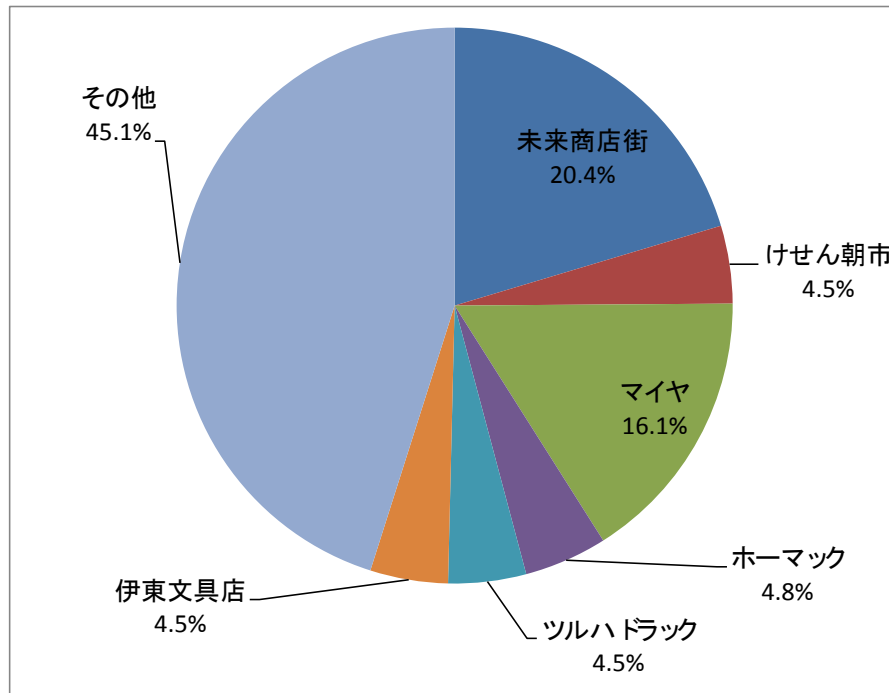
- ・竹駒地区の来街者の7割以上が週数回以上訪れている。この傾向は未来商店街に立ち寄った人に限っても同様である。
- ・この特性を踏まえて、リピーターに喜ばれるサービスを充実させることが求められる。

3. 店舗間の関係

- ・当該地区の来街者の多くがマイヤ滝の里店を訪れている。
- ・この地区を訪れる目的として、マイヤ滝の里店への来店を目的にしている人も多いが、未来整骨院への来院をはじめ、飲食など他の店舗の来店を目的にしている人も多い。また、未来商店街の各店舗への来店を目的にしている人も多かった。
- ・竹駒地区での平均立寄店舗数は約2.8店舗となっていることも踏まえると、他店を目的に竹駒地区を訪れ未来商店街やマイヤに立ち寄る、あるいは、未来商店街やマイヤを目的に訪れ他店に立ち寄るといったように、それぞれの店舗が呼び水になり、他の店舗へ立ち寄るといって、集積の相乗効果が見られる。
- ・このような相乗効果を活かすため、竹駒地区全体での連携策を実施していくことが有効である。

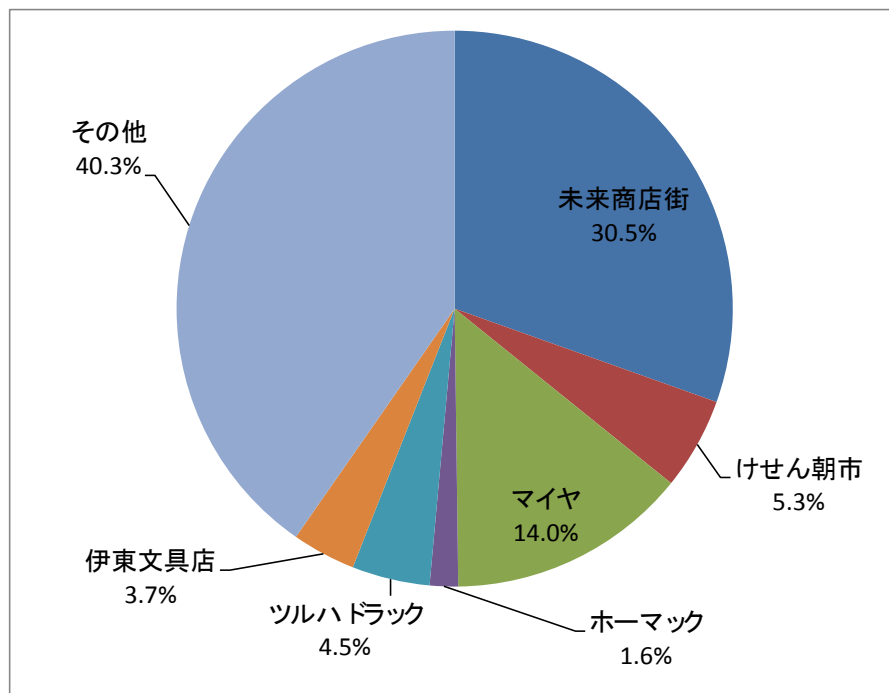
<総立寄店舗と目的店舗の比較>

○総立寄店舗数に対する主要店舗の立寄数の割合



注：立寄数が30以上の店舗等を表示

○目的店舗の回答数の割合



4. 回遊性の向上について

- ・竹駒地区内の店舗間の移動は、約7割が自動車で行われている。
- ・困っていることとして、1/4の回答者から「歩道が歩きにくい」という回答があることから、竹駒地区内の歩行等での回遊性を向上させることが望まれる。

5. 竹駒地区へのアクセス性

- ・約9割が自家用車もしくは送迎で、竹駒地区に訪れている。
- ・また、困っていることとして「自動車の出入口の混雑」と回答した人が全回答者の約8割と多いことから、改善が求められている。
- ・また、BRTの駅の設置や送迎サービスを望む声もあることから、交通アクセス性向上に関する工夫が求められている。

6. 連携施策の必要性

- ・洋服店や食堂・レストラン、喫茶店などを店舗種類の充実や、ポイントカード、休憩スペース、フリーマーケット等のイベントなどが求められている。
- ・地区全体で総合的な観点から、テナントコントロール、施設整備、イベント等について検討し、実施していくことが有効である。

7. 未来商店街の改善ポイント

- ・未来商店街の認知度は高い。また、「店員が気持ちよく接してくれる」というフェイス・トゥ・フェイスの商店街づくりが評価されている。
- ・先に示したとおり、リピーターが多いことから、品揃えを充実させたり、変化させたり、飽きさせない工夫が求められる。店舗を自由に増やすことが難しいことから、既存店舗での変化が望まれる。
- ・また、休憩スペースの設置や、周辺店舗と連携した駐車場対策等が求められている。
- ・竹駒地区への要望として、洋服店、食堂・レストラン、喫茶店などの店舗種類を増やしてほしいというニーズが多かった。未来商店街には、同様の店舗があることから、店舗のPR（何を売っているか等）を充実させることが有効である。