

洋品店及び洋品雑貨店  
実態調査及びアンケート結果

【中間報告】

— 中小小売業活性化対策検討 —

京都市小売商総連合会  
京都洋品協同組合

平成30年2月

# I 店舗調査結果

(1) 店舗状況

(2) 売上傾向

(3) 顧客の傾向

(4) 顧客獲得のための工夫

(5) 特化した商い

(6) 事業承継について

## (1) 店舗状況 (14店舗)

(1) 経営形態	件	14店
個人	9	64.3%
法人	5	35.7%

(2) 店舗形態	件	14店
独立店舗	12	85.7%
他所出店	2	14.3%

(3) 従業員	件	14店
1人～2人	9	64.3%
3人～4人	2	14.3%
5人以上	3	21.4%

(4) 立地条件	件	14店
中心市街地	7	50.0%
住宅地	7	50.0%

(5) 店主年齢	件	14店
40歳以下	1	7.1%
41歳～50歳	0	0.0%
51歳～60歳	1	7.1%
61歳～70歳	5	35.8%
71歳以上	7	50.0%

(6) 営業年数	件	14店
10年～20年	1	7.1%
21年～40年	2	14.3%
41年～60年	7	50.0%
61年～80年	3	21.4%
80年以上	1	7.1%

(7) 営業種別	件	14店
卸	1	7.1%
小売	12	85.7%
製造・卸	1	7.1%

## (2) 売上傾向 (14店舗)

(1) 年間売上高	件	14店
500万円未満	5	35.7%
500万円～1000万円未満	2	14.3%
1000万円～5000万円未満	5	35.7%
5000万円～1億円未満	2	14.3%
1億円以上	0	0.0%

(2) 売上傾向	件	14店
減少	11	78.6%
横ばい	3	21.4%
増加	0	0.0%

(3) 来店客数	件	14店
減少	13	92.9%
横ばい	1	7.1%
増加	0	0.0%

(4) 利益率	件	14店
10%未満	1	7.1%
10%～20%	4	28.6%
21%～30%	2	14.3%
31%以上	5	35.7%
無回答	2	14.3%

(5) 売上高傾向	件	14店
ピーク時の10%	4	28.6%
ピーク時の25%	2	14.3%
ピーク時の30%	3	21.4%
ピーク時の50%	3	21.4%
ピーク時の55%	1	7.1%
変わらず	1	7.1%

## 調査結果から見る傾向（14店舗）

### (3) 顧客の傾向

殆どの店では

- 固定客が殆どである。
- 近隣の昔からの顧客が殆ど
- 年配の顧客が年をとり店に来なくなったが後が続かない
- 年配の方はフォーマルな服を着て出かける機会が少なくなった
- 若い夫婦は共働きが多く、スマホを使いネットで買う
- 最近の年配者は若い格好をしている
- 商店街の店舗は商店街の来街者の減少の影響を受けている。

一方でホームページ開設やターゲットを若くした結果

- 遠方からのリピーターやメール、LINEでの顧客を得ている

### (4) 顧客の獲得のための工夫

- 年配客のために配達や迎えにも行く。
- 寝具、簡単な宝飾品も置いている。
- ホームページ、LINE、ネットで新たな顧客獲得の展開を行っている
- 店の一角に喫茶スペースを置き、顧客とのコミュニケーションを図っている
- 折に触れ、顧客の要望を聞き商品の仕入れを行う
- 顧客の誕生日にセールなどのお知らせはがきを送っている。

### (5) 特化した商い

- 業務用の作業服及び雑貨の販売、
- 小中高用の通学服、体操服、上靴などの販売
- 高級生地を使用したオリジナルデザインによる婦人服の製造及び卸

## (6) 事業承継について

(1) 継続意志	14店	
有る	5	35.7%
無い	6	42.9%
引継ぎ済み	1	7.1%
分からない	2	14.3%

### 引き継ぐ意志がない（高齢の方）

- 将来、子供が同じ場所で別の商売をやる。
- 今、店を閉めても経済的に困らない。
- 子供が会社勤めをしている

(2) 後継者（継続意志がある店）	5 店	
いない	3	
調整中	1	
いる	1	

### 引き継ぎたい

- 引き継ぎたいが、現状では難しい
- デザイン、縫製の技術をぜひ継承したい

※ 京都府事業承継センターに依頼中 1件

## Ⅱ 一般消費者アンケート調査結果

- (1) 洋服類の購入先
- (2) 洋品雑貨類の購入先
- (3) 洋服類店舗別 購入理由
- (4) 洋品雑貨類店舗別 購入理由
- (5) 洋服類店舗別 買わない理由
- (6) 洋品雑貨類店舗別買わない理由
- (7) まちの用品雑貨店の活性化方法について

回答者 37人

年齢	20～40	41～60	61～70	71～
	6	10	13	8
	16.2%	27.0%	35.1%	21.6%

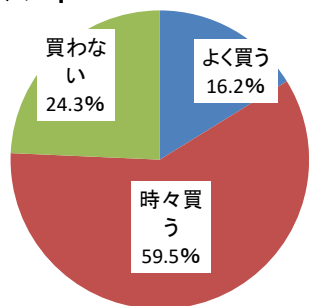
性別	男性	女性
	3	34
	8.1%	91.9%

職業	有り	無し
	16	21
	43.2%	56.8%

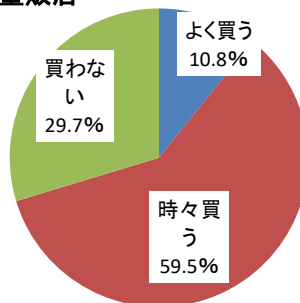
# (1)洋服類の購入先

	デパート		大手量販店		スーパー		有名ブランド店 ブティック等		近所の洋品店	
	件	%	件	%	件	%	件	%	件	%
よく買う	6	16.2%	4	10.8%	11	29.7%	3	8.1%	0	0.0%
時々買う	22	59.5%	22	59.5%	14	37.8%	8	21.6%	2	5.4%
買わない	9	24.3%	11	29.7%	12	32.4%	26	70.3%	35	94.6%

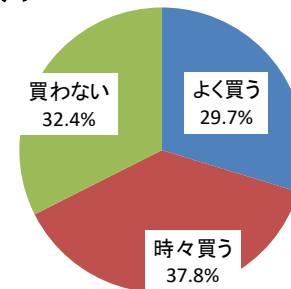
デパート



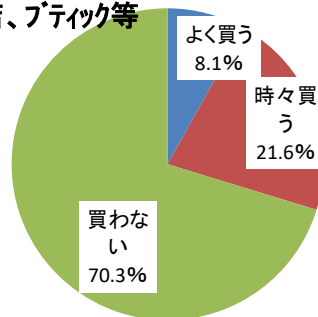
大手量販店



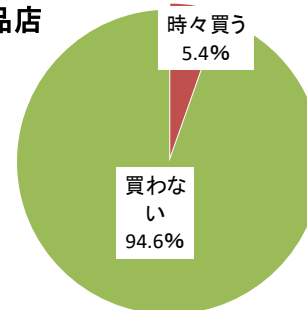
スーパー



有名ブランド店、ブティック等



近所の洋品店

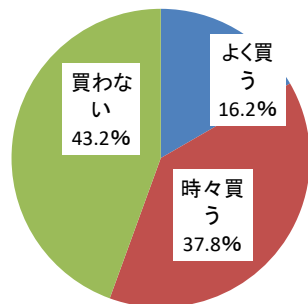




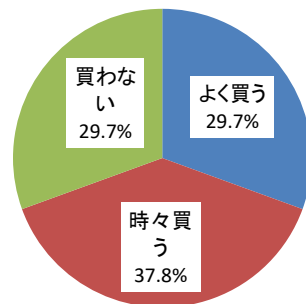
## (2) 洋品雑貨類の購入先

	デパート		大手量販店		スーパー		近所の洋品店	
	件	%	件	%	件	%	件	%
よく買う	6	16.2%	6	16.2%	11	29.7%	0	0.0%
時々買う	14	37.8%	14	37.8%	14	37.8%	3	8.1%
買わない	16	43.2%	16	43.2%	11	29.7%	33	89.2%

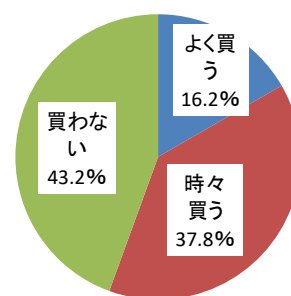
デパート



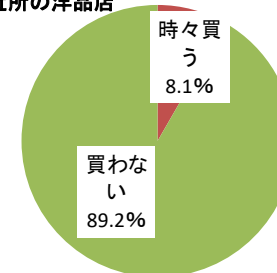
スーパー



大手量販店



近所の洋品店



### (3) 洋服類店舗別購入理由 (デパート、大手量販店)

#### <デパート>

理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	16	41.0%
高くても品質がよい	15	38.5%
店員の対応がよい (商品知識が豊富)	6	15.4%
その他	2	5.1%
計	39	

その他

おしゃれなものが多い
見るだけで楽しい

#### <大手量販店>

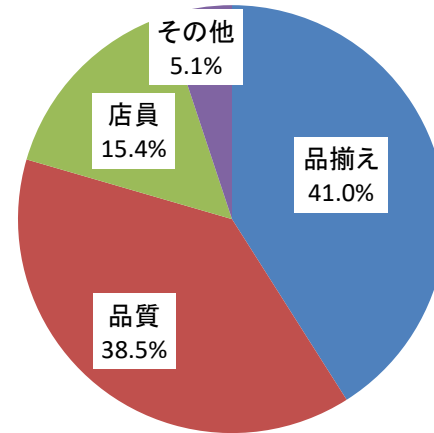
理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	11	24.4%
価格が安い	23	51.1%
立地条件がよい (近くにある)	9	20.0%
その他	2	4.4%
計	45	

その他

子供服が安い
H&Mがよい

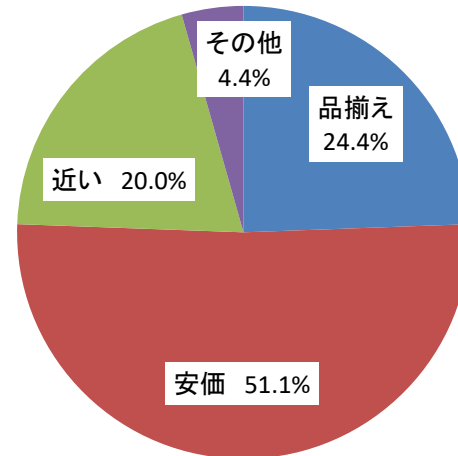
#### デパート

39件



#### 大手量販店

45件



### (3) 洋服類店舗別購入理由（スーパー、有名ブランド店ブティック等）

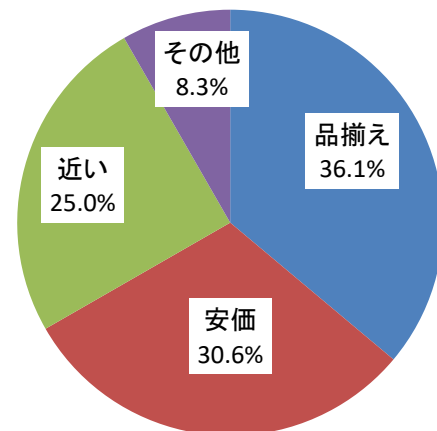
#### <スーパー>

理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	13	36.1%
価格が安い	11	30.6%
立地条件がよい (近くにある)	9	25.0%
その他	3	8.3%
計	36	

その他

買い物のついでに
----------

スーパー



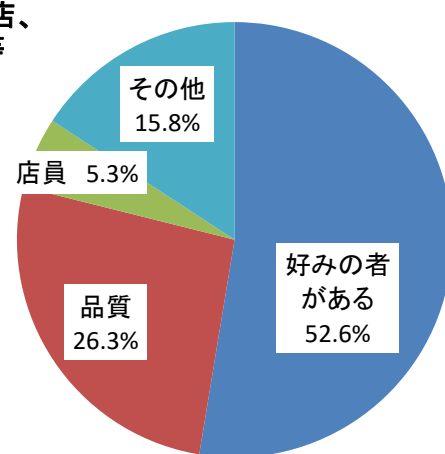
#### <有名ブランド店、ブティック等>

理由	件数	比率
好みのものがある (特定のブランド等)	10	52.6%
高くても品質がよい	5	26.3%
店員の対応がよい (商品知識が豊富)	1	5.3%
以前からの顧客である (店主となじみである)	0	0.0%
その他	3	15.8%
計	19	

その他

セールがある
バーゲンにゆく

ブランド店、  
ブティック等



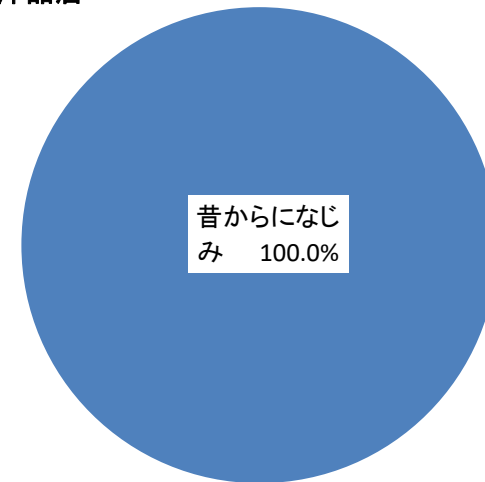
### (3) 洋服類店舗別購入理由（近所の洋品店）

#### <近所の洋品店>

理由	件数	比率
昔からのなじみである	2	100.0%
店の雰囲気が好きである (店主の人柄がよい)	0	0.0%
価格が適当である	0	0.0%
立地条件が良い (近くにある)	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	2	

#### 近所の洋品店

2件



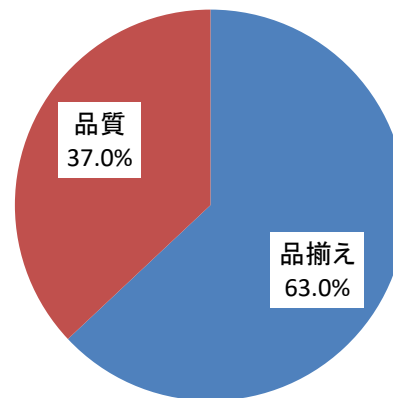
## (4) 洋品雑貨類店舗別購入理由 (デパート、大手量販店)

### <デパート>

理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	17	63.0%
高くても品質がよい	10	37.0%
店員の対応がよい (商品知識が豊富)	0	0.0%
その他	0	0.0%
計	27	

### デパート

27件

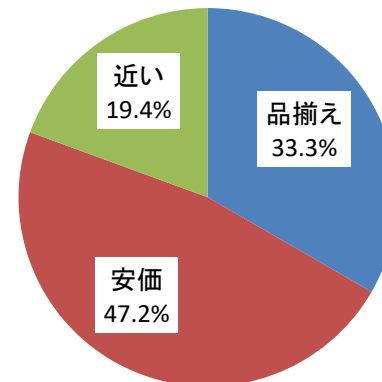


### <大手量販店>

理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	12	33.3%
価格が安い	17	47.2%
立地条件がよい (近くにある)	7	19.4%
その他	0	0.0%
計	36	

### 大手量販店

36件



## (4) 洋品雑貨類店舗別購入理由（スーパー、近所の洋品店）

### <スーパー>

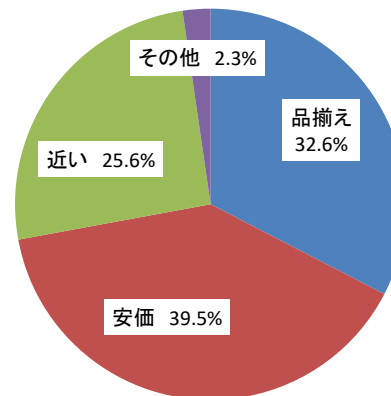
理由	件数	比率
品揃えが豊富 (好みのものがある)	14	32.6%
価格が安い	17	39.5%
立地条件がよい (近くにある)	11	25.6%
その他	1	2.3%
計	43	

その他

買い物のついでに	1
----------	---

### スーパー

43件

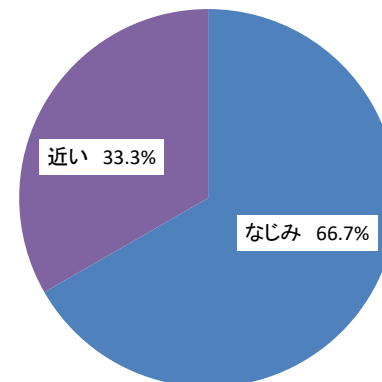


### <近所の洋品店>

理由	件数	比率
昔からのなじみである	2	66.7%
店の雰囲気が好きである (店主の人柄がよい)	0	0.0%
価格が適当である	0	0.0%
立地条件が良い (近くにある)	1	33.3%
その他	0	0.0%
計	3	

### 近所の洋品店

3件



## (5) 洋服類店舗別買わない理由（デパート、大手量販店）

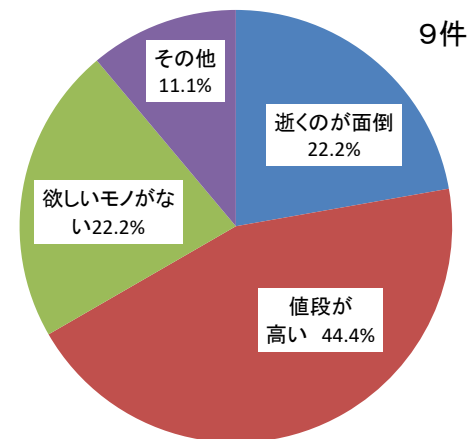
### <デパート>

理由	件数	比率
行くのが面倒(遠い)	2	22.2%
値段が高い	4	44.4%
欲しいものがない	2	22.2%
その他	1	11.1%
計	9	

その他

好みのものがない

### デパート



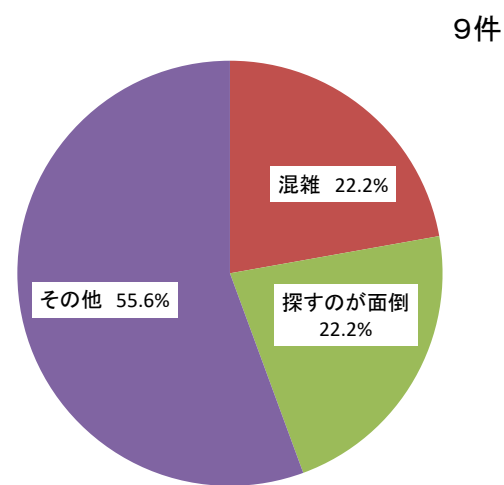
### <大手量販店>

理由	件数	比率
行くのが面倒(交通手段がない)	0	0.0%
人が多く混雑している	2	22.2%
商品を探すのが面倒	2	22.2%
その他	5	55.6%
計	9	

その他

ものが良くない	1
皆と同じものが多い	1
自分には合わない	1
若向きである	1

### 大手専門店



## (5) 洋服類店舗別買わない理由（スーパー、有名ブランド店、ブティック等）

### <スーパー>

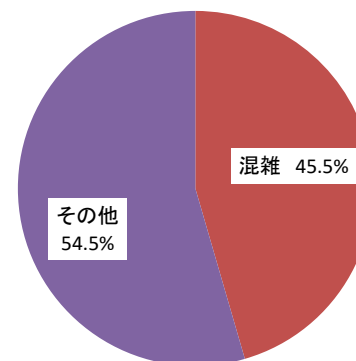
理由	件数	比率
行くのが面倒(交通手段がない)	0	0.0%
人が多く混雑している	5	45.5%
商品を探すのが面倒	0	0.0%
その他	6	54.5%
計	11	

#### その他

生地が良くない	1
購買意欲が沸かない	1
欲しいモノがない	1
好みのものがない	1
若向きである	1

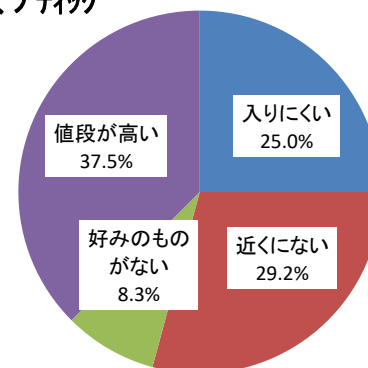
### スーパー

11件



### ブランド店、ブティック

24件



### <有名ブランド店、ブティック等>

理由	件数	比率
なんとなく高級そうで入りにくい	6	25.0%
店が近くにない	7	29.2%
好みのものがなさそう	2	8.3%
値段が高い	9	37.5%
その他	0	0.0%
計	24	



## (5) 洋服類店舗別買わない理由（近所の洋品店）

### <近所の洋品店>

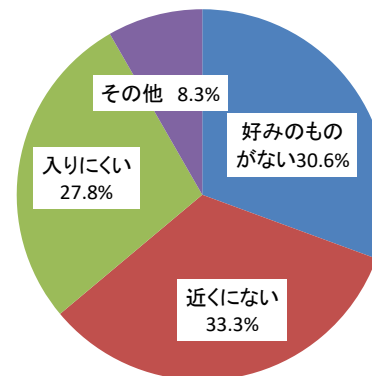
理由	件数	比率
好みのものがない	11	30.6%
店が近くにない	12	33.3%
店に入りにくい	10	27.8%
その他	3	8.3%
計	36	

### その他

商品が揃っていない	1
-----------	---

### 近所の洋品店

36件

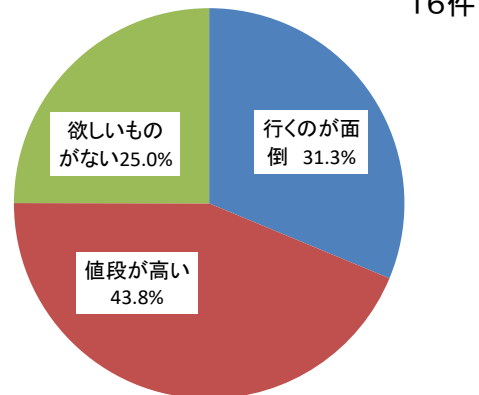


## (6) 洋品雑貨類店舗別買わない理由（デパート、大手量販店）

### <デパート>

理由	件数	比率
行くのが面倒(遠い)	5	31.3%
値段が高い	7	43.8%
欲しいものがない	4	25.0%
その他		
計	16	

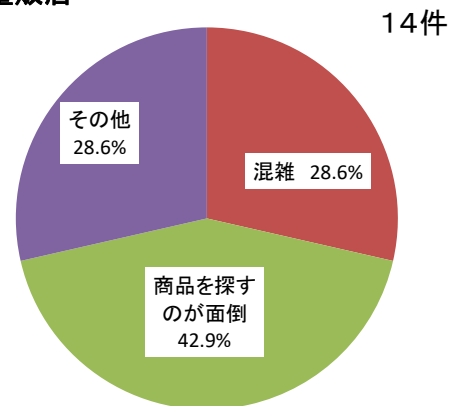
### デパート



### <大手量販店>

理由	件数	比率
行くのが面倒(交通手段がない)	0	0.0%
人が多く混雑している	4	28.6%
商品を探すのが面倒	6	42.9%
その他	4	28.6%
計	14	

### 大手量販店



### その他

よい商品がない	1
好みのものがない	1
若い人向き	1

## (6) 洋品雑貨類店舗別買わない理由 (スーパー、近所の洋品店)

### <スーパー>

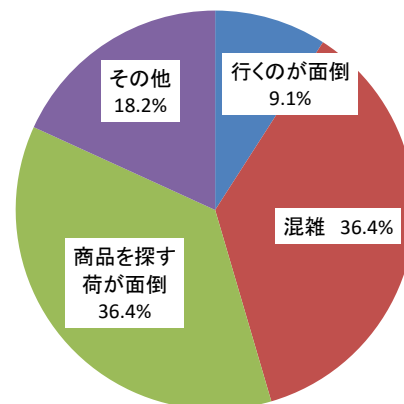
理由	件数	比率
行くのが面倒(交通手段がない)	1	9.1%
人が多く混雑している	4	36.4%
商品を探すのが面倒	4	36.4%
その他	2	18.2%
計	11	

その他

欲しいものがない	1
----------	---

スーパー

11件

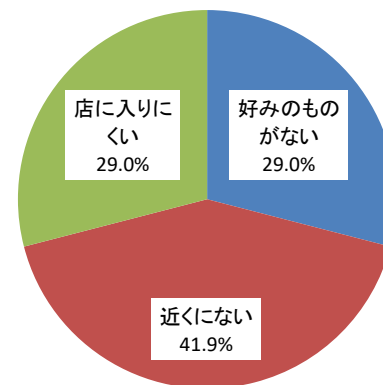


### <近所の洋品店>

理由	件数	比率
好みのものがない	9	29.0%
店が近くにない	13	41.9%
店に入りにくい	9	29.0%
その他	0	0.0%
計	31	

近所の洋品店

31件



## (7) まちの洋品店活性化のための意見

(1) 品質のいいものを置く	(2) 店の雰囲気を変える	(3) 経営方法を変える	(4) 独時の商品を扱う	(5) その他
・スーパーで3足千円の靴下より高くても丈夫なものがよい	・気楽に入れる雰囲気づくり	・消費者のニーズにあった経営	・年配者用の商品を置く(4件)	・年配者でもおしゃれなカバン、靴に目が行く
・安くても品質のよいものを置いてほしい	・目のつく場所におしゃれな物を置く	・顧客に欲しいもの聞きそれを置く	・年配者用の商品を多くしてほしい	・若い人は流行、安価、ネットで買うのでまちに洋品店にはゆかない
・肌触りのいいものが欲しい	・友達と気楽に足を運べるようにしてほしい	・デパートに行くのが面倒なので、駅中にもあれば時間待ちの時に行く	・中古品のリメイク品を扱い、買取も行う	
・色の種類を多くしてほしい	・今流行っている陳列方法を	・店に入ったときに見やすくなるようにしてほしい	・個人々に似合う服を勧めてほしい	
・少々も高くても品質のいいもの(3)	・駐車場がほしい(3件)	・おしゃれをしたい年配者用に流行語になるようなキャッチコピーをつくればどうか	・手持ちのものに合う洋服を勧めてほしい	
	・入りやすい雰囲気が必要(2件)	・ネットショップの開設	・綿100%の子供服を置いてほしい	
	・取り扱う商品を変える	・地域のコミュニティーの場とする(2)	・高齢者や介護用品をおいてほしい	
	・照明を明るくする	・ネットやカタログで注文できるシステム(2)		
	・店内が外からよく見えるようにする	・この店に行けが確実にあるという商品を置けばよい		
	・何か買わないと出られないような雰囲気を変える	・新しい商品を置いてほしい		
	・年配者用の商品を置く場所は通路を広くし、低い位置に陳列する(2件)	・品揃えを多くする		
		年配者用の店にする(2件)		