

婦人服、洋品雑貨についての消費者動向及び意識調査

【報告書】

令和3年1月

京都洋品協同組合
京都市小売商総連合会

婦人服、洋品雑貨についての消費者動向及び意識調査 報告書内容

1	はじめに	p 1
2	調査目的	p 2
3	調査方法及び調査内	p 3
	(1) 調査期間	
	(2) 調査対象	
	(3) 調査項目	
	(4) 調査方法	
4	調査結果	p 4～p 39
	4-1 調査基礎情報	
	4-2 婦人服・洋品雑貨の購入先	
	(1) 過去3年間の購入先	
	(2) 年代別婦人服・洋品雑貨購入先	
	(3) 今後の婦人服、洋品雑貨購入先	
	(4) 年代別今後の今後の婦人服、洋品雑貨購入先	
	4-3 婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由	
	4-4 婦人服・洋品雑貨店舗別の購入しない理由	
	4-5 まちの洋品店について	
	(1) まちの洋品店の集客方法	
	(2) まちの洋品店への意見・要望等	
	4-6 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う影響	
5	まとめ	p 40～p 41

1 はじめに

京都洋品協同組合は、昭和33年5月に京都市内の洋品店及び洋品・洋品雑貨店が集まって組織された協同組合である。

現在、加盟店数はその殆どが組合設立時から加盟しているまちの洋品及び洋品雑貨店で、現在49店舗が加盟しており、その数は組合設立時の約半分程度になっている。

近年、全国規模でアパレル関連の大型量販店の進出とネットショップの急激な進出等により、まちなかの零細な洋品・洋品雑貨店の経営状況は、一様に厳しい状況となっている。

京都洋品協同組合では、これまで組合員とともに新規顧客獲得、リピーターの確保など様々な集客方法をはじめとした各種の対策案を検討してきたが、目に見えた効果が現れていないのが現状である。

このような状況下において、まちの小さな洋品・洋品雑貨店がかつての賑わいを取りもどすにはどのような方策があるのかを探るために、まず、この業界における現在の消費動向、消費者意識を知ることが重要であるとの考えのもとに、このほど京都市小売商総連合会と共同で一般消費者の婦人服及び洋品雑貨における消費者動向及び意識調査を行ったものである。

組合では、この調査結果をもとに、今後、組合と組合員が一体となって、各個店の集客方法及び店舗経営改善方法等の検討を行ってゆく。

2 調査目的

今回の調査は、婦人服・洋品雑貨がどのような店で買われ、その理由は何かを把握し、低迷を続ける「まちなかの洋品店」の経営改善に役立つ情報を得ることを目的に行ったものである。

一般消費者が、

- (1) 過去、現在、今後どのような店で買い物をするか。
- (2) その理由は何か。
- (3) まちなかの洋品店をどのように見ているのか
- (4) まちなかの洋品店に対し、どのような要望、意見などを持っているか

などを把握し、今後の店づくりに反映させることを目的とした。

3 調査方法及び調査内容

- (1) 調査日 令和2年12月下旬
- (2) 調査対象
京都市内在住の20歳から79歳までの女性 210人
- (3) 調査項目
・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 ・まちの洋品店 ・通信販売、ネットショップ ・その他 について、婦人服、洋品雑貨の購入について、
- ①過去3年間における購入先
 - ②今後の購入先
 - ③店舗別の買う購入理由
 - ④店舗別の買わない理由
- (4) まちの洋品店の集客方法について
事前に選択項目を提示
- (5) まちの洋品店に対する意見等
自由に書き込み
- (6) 新型コロナウイルス感染症拡大に伴う影響
事前に選択項目を提示
- (7) 調査方法
事前に登録されているモニターから京都市在住の20歳から79歳までの女性210人を抽出し、インターネットによるアンケート形式により調査を行った。

4 調査結果目次

4-1	調査基礎情報	p 5
4-1-1	対象区分	
4-1-2	職業	
4-1-3	未婚・既婚	
4-1-4	子供の有無	
4-2	婦人服・洋品雑貨の購入先	p 6～p 10
4-2-1	過去3年間の婦人服・洋品雑貨購入先	
4-2-2	過去3年間の年代別婦人服・洋品雑貨購入先	
4-2-3	今後の婦人服・洋品雑貨購入先	
4-2-4	今後の年代別婦人服・洋品雑貨購入先	
4-2-5	過去3年間と今後の婦人服・洋品雑貨購入先比較	
4-3	婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由	p 11～p 18
4-3-1	店舗別集計	
4-3-2	デパート	
4-3-3	大型量販店	
4-3-4	スーパー	
4-3-5	有名ブランド店、ブティック	
4-3-6	まちの洋品店	
4-3-7	通信販売、ネットショップ	
4-3-8	その他	
4-4	婦人服・洋品雑貨店舗別の購入しない理由	p 19～p 25
4-4-1	店舗別集計	
4-4-2	デパート	
4-4-3	大型量販店	
4-4-4	スーパー	
4-4-5	有名ブランド店、ブティック	
4-4-6	まちの洋品店	
4-4-7	通信販売、ネットショップ	
4-5	まちの洋品店について	p 26～p 38
4-5-1	まちの洋品店の集客方法	
4-5-2	まちの洋品店への意見・要望等	
4-5-2①	集計	
4-5-2②	店の雰囲気について	
4-5-2③	商品・品揃え・価格について	
4-5-2④	店の宣伝について	
4-5-2⑤	接客方法について	
4-5-2⑥	商品の陳列方法などについて	
4-5-2⑦	セール、催しなどについて	
4-5-2⑧	店の経営方法について	
4-5-2⑨	インターネットの活用について	
4-5-2⑩	分からない、意見なし	
4-5-2⑪	その他	
4-6	新型コロナウイルス感染症拡大の影響について	p 39

4-1 調査対象基礎情報

1-1 対象区分

区分	年齢	人
1	20-29歳	30
2	30-39歳	30
3	40-49歳	30
4	50-59歳	40
5	60-69歳	40
6	70-79歳	40
計		210

1-3 未婚・既婚

区分	未婚・既婚	人
1	未婚	72
2	既婚	138
計		210

1-4 子供の有無

区分	子供の有無	人
1	有	111
2	無	99
計		210

1-2 職業

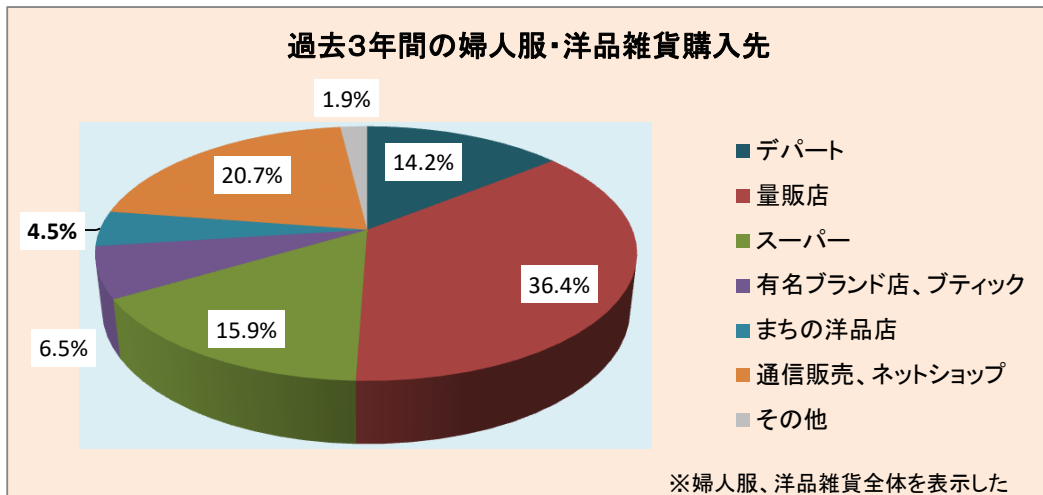
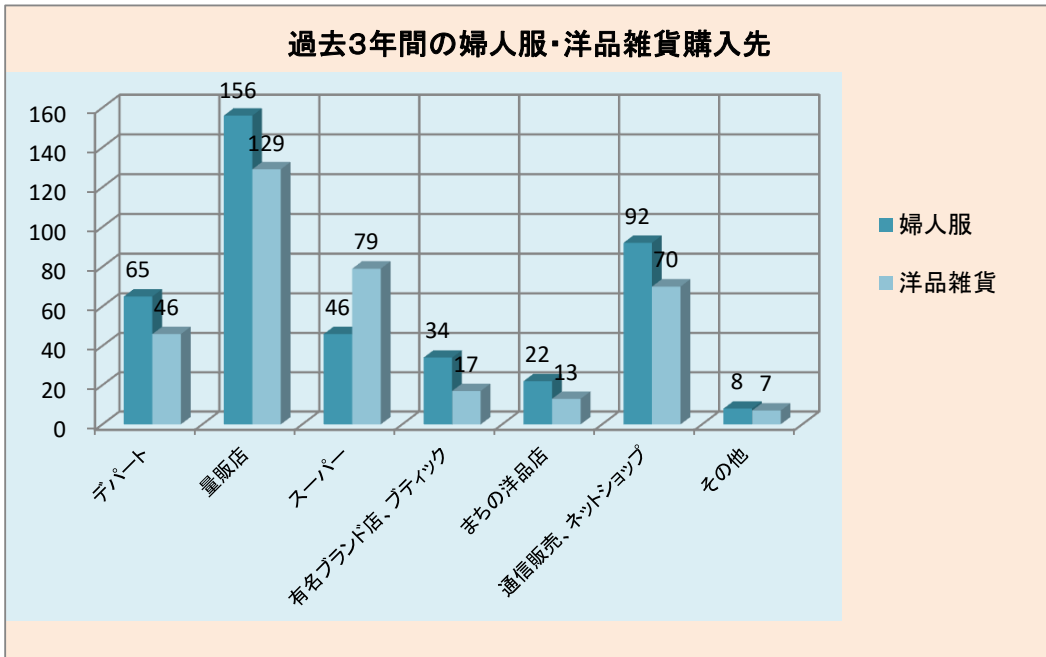
区分	職種	人
1	会社員	34
2	会社経営	3
3	公務員	7
4	自営業	6
5	専門職	8
6	パート、アルバイト	50
7	専業主婦	53
8	学生	12
9	無職	33
10	その他	4
計		210

過去3年間の婦人服・洋品雑貨購入先

回答者数 210人

NO	種別	婦人服			洋品雑貨		
		回答数	回答数 %	回答者 %	回答数	回答数 %	回答者 %
1	デパート	65	15.4%	31.0%	46	12.7%	21.9%
2	大型量販店	156	36.9%	74.3%	129	35.7%	61.4%
3	スーパー	46	10.9%	21.9%	79	21.9%	37.6%
4	有名ブランド店、ブティック	34	8.0%	16.2%	17	4.7%	8.1%
5	まちの洋品店	22	5.2%	10.5%	13	3.6%	6.2%
6	通信販売、ネットショップ	92	21.7%	43.8%	70	19.4%	33.3%
7	その他 (アウトレット、専門店、リサイクルショップ、ショッピングモール)	8	1.9%	3.8%	7	1.9%	3.3%
計		423	100%		361	100%	

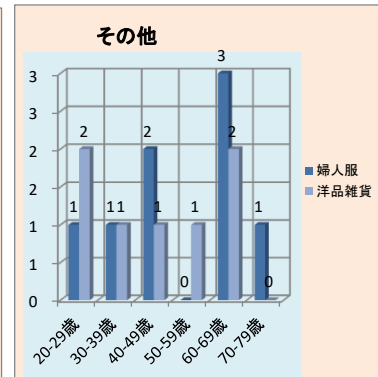
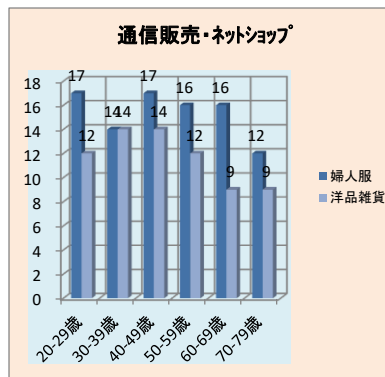
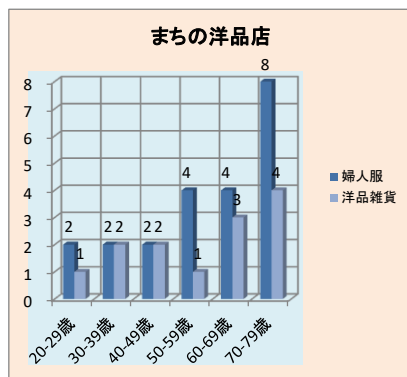
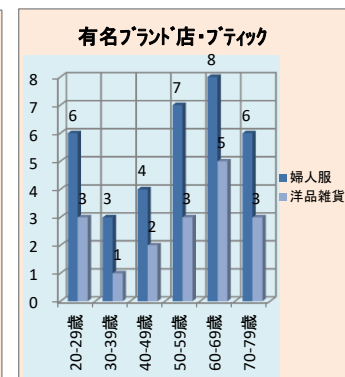
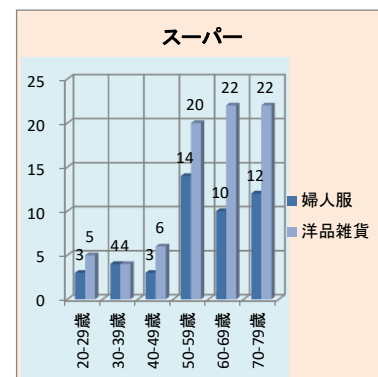
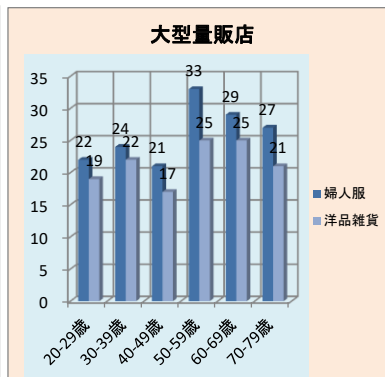
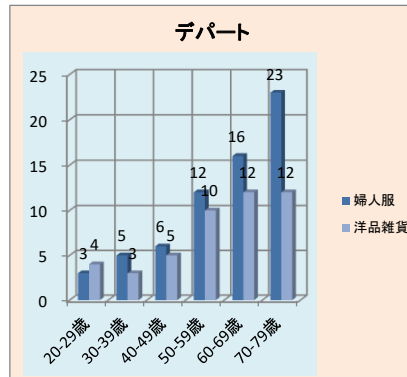
※回答数は1人当り複数の回答



※婦人服、洋品雑貨全体を表示した

過去3年間の年代別婦人服・洋品雑貨購入先

	年代	回答者数	回答数	デパート		大型量販店		スーパー		有名ブランド店・ブティック		まちの洋品店		通信・ネットショップ		その他		備考
				回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	
婦人服	20-29歳	30	54	3	5.6%	22	40.7%	3	5.6%	6	11.1%	2	3.7%	17	31.5%	1	1.9%	リサイクルショップ
	30-39歳	30	53	5	9.4%	24	45.3%	4	7.5%	3	5.7%	2	3.8%	14	26.4%	1	1.9%	リサイクルショップ
	40-49歳	30	55	6	10.9%	21	38.2%	3	5.5%	4	7.3%	2	3.6%	17	30.9%	2	3.6%	アウトレット、ショッピングモール
	50-59歳	40	86	12	14.0%	33	38.4%	14	16.3%	7	8.1%	4	4.7%	16	18.6%	0	0.0%	
	60-69歳	40	86	16	18.6%	29	33.7%	10	11.6%	8	9.3%	4	4.7%	16	18.6%	3	3.5%	アウトレット、問屋街
	70-79歳	40	89	23	25.8%	27	30.3%	12	13.5%	6	6.7%	8	9.0%	12	13.5%	1	1.1%	
	計	210	423	65	15.4%	156	36.9%	46	10.9%	34	8.0%	22	5.2%	92	21.7%	8	1.9%	
洋品雑貨	20-29歳	30	46	4	8.7%	19	41.3%	5	10.9%	3	6.5%	1	2.2%	12	26.1%	2	4.3%	リサイクルショップ
	30-39歳	30	47	3	6.4%	22	46.8%	4	8.5%	1	2.1%	2	4.3%	14	29.8%	1	2.1%	
	40-49歳	30	47	5	10.6%	17	36.2%	6	12.8%	2	4.3%	2	4.3%	14	29.8%	1	2.1%	ショッピングモール
	50-59歳	40	72	10	13.9%	25	34.7%	20	27.8%	3	4.2%	1	1.4%	12	16.7%	1	1.4%	
	60-69歳	40	78	12	15.4%	25	32.1%	22	28.2%	5	6.4%	3	3.8%	9	11.5%	2	2.6%	アウトレット、専門店
	70-79歳	40	71	12	16.9%	21	29.6%	22	31.0%	3	4.2%	4	5.6%	9	12.7%	0	0.0%	
	計	210	361	46	12.7%	129	35.7%	79	21.9%	17	4.7%	13	3.6%	70	19.4%	7	1.9%	

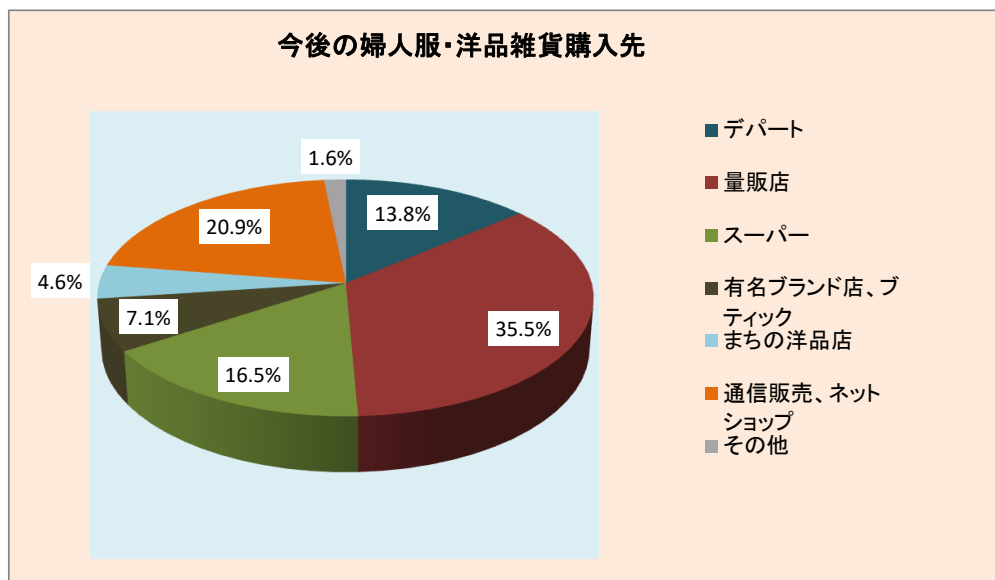
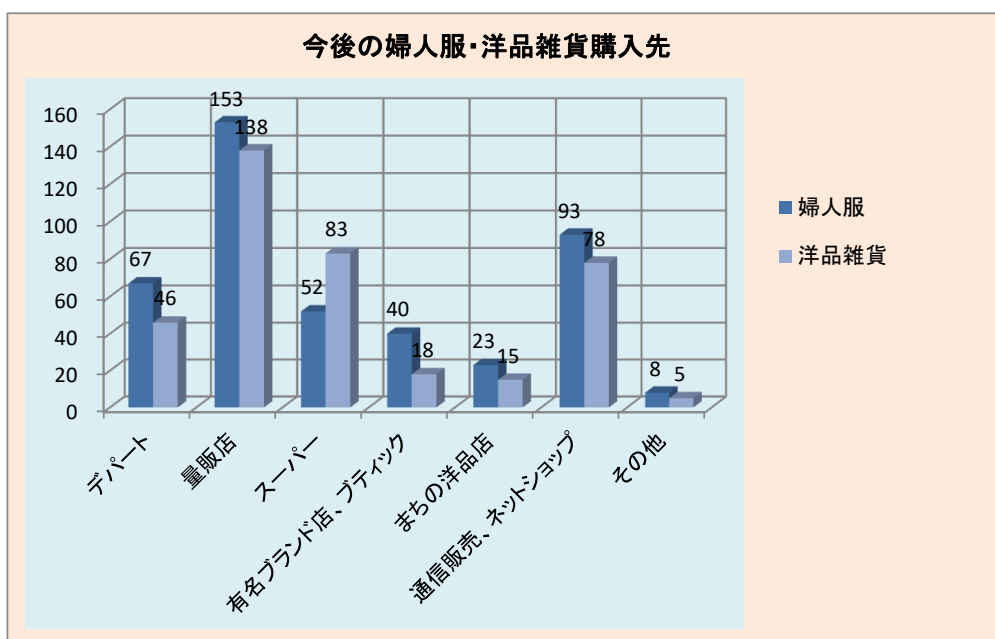


今後の婦人服・洋品雑貨購入先

回答者数 210 人

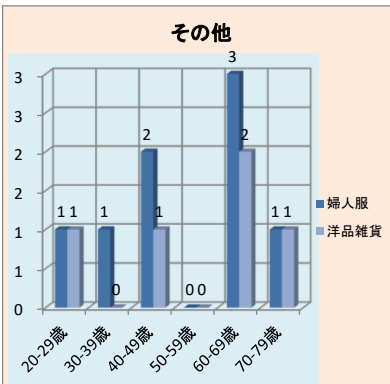
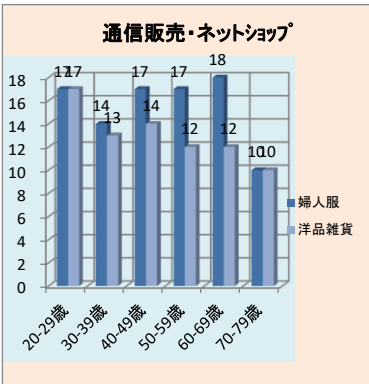
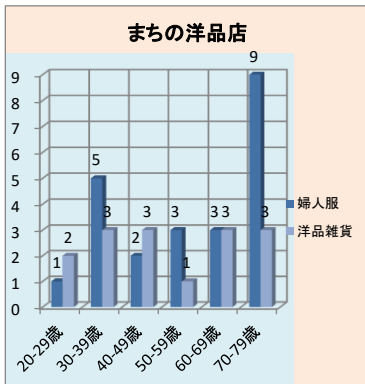
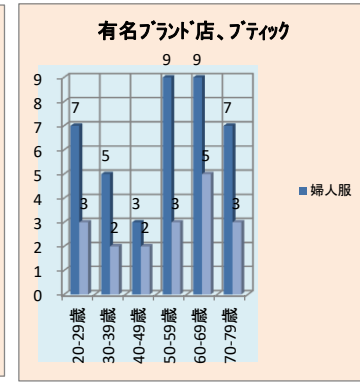
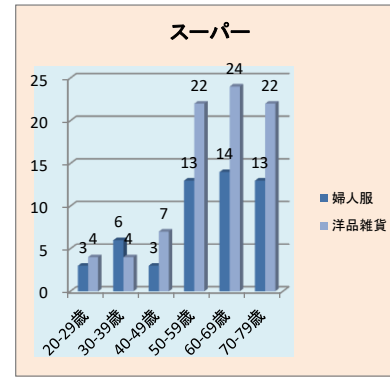
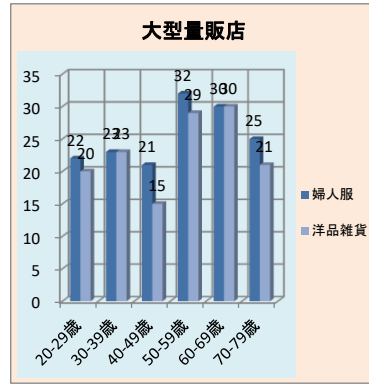
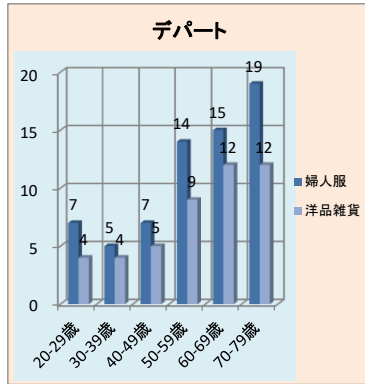
NO	種別	婦人服			洋品雑貨		
		回答数	回答数 %	回答者数 %	回答数	回答数 %	回答者数 %
1	デパート	67	15.4%	31.9%	46	12.0%	21.9%
2	量販店	153	35.1%	72.9%	138	36.0%	65.7%
3	スーパー	52	11.9%	24.8%	83	21.7%	39.5%
4	有名ブランド店、ブティック	40	9.2%	19.0%	18	4.7%	8.6%
5	まちの洋品店	23	5.3%	11.0%	15	3.9%	7.1%
6	通信販売、ネットショップ	93	21.3%	44.3%	78	20.4%	37.1%
7	その他 (アウトレット、専門店、リサイクルショップ、ショッピングモール)	8	1.8%	3.8%	5	1.3%	2.4%
計		436	100%		383	100%	

※回答数は1人当り複数の回答



今後の年代別婦人服・洋品雑貨購入先

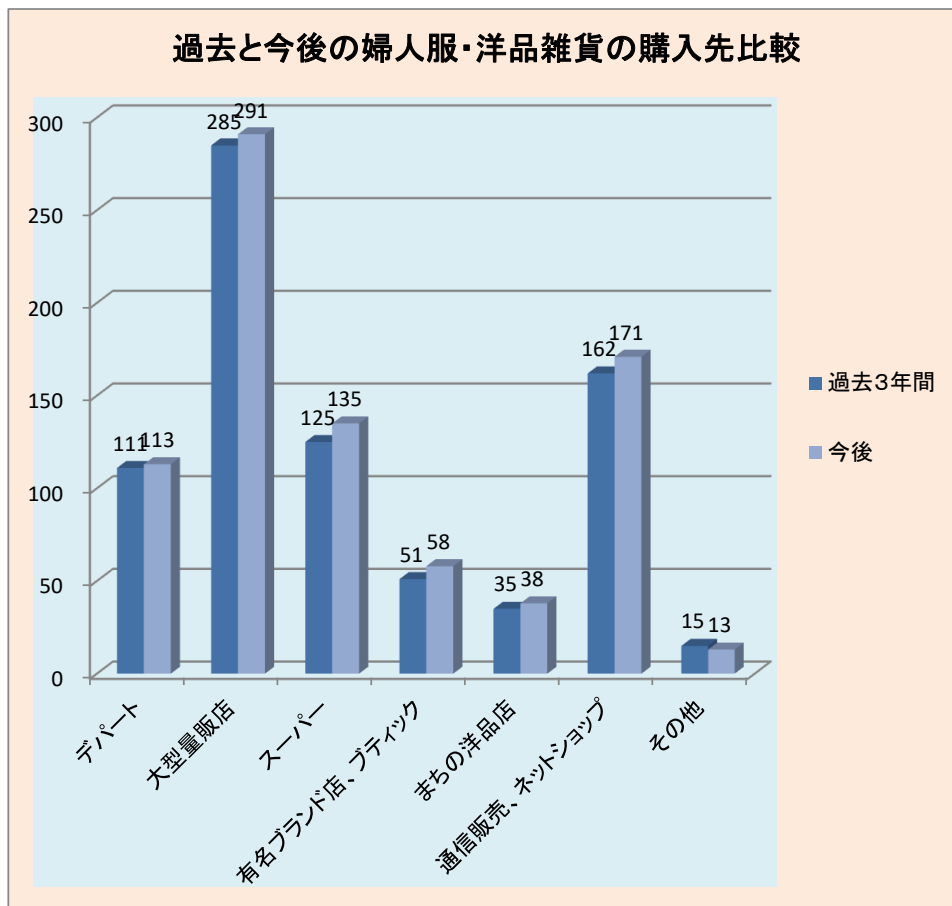
	年代	回答者数	回答数	デパート		大型量販店		スーパー		有名ブランド店・ブティック		まちの洋品店		通信・ネットショップ		その他		備考
				回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%	
婦人服	20-29歳	30	58	7	10.4%	22	14.4%	3	5.8%	7	17.5%	1	4.3%	17	18.3%	1	12.5%	リサイクルショップ
	30-39歳	30	59	5	7.5%	23	15.0%	6	11.5%	5	12.5%	5	21.7%	14	15.1%	1	12.5%	アウトレット、リサイクルショップ
	40-49歳	30	55	7	10.4%	21	13.7%	3	5.8%	3	7.5%	2	8.7%	17	18.3%	2	25.0%	アウトレット、ショッピングモール
	50-59歳	40	88	14	20.9%	32	20.9%	13	25.0%	9	22.5%	3	13.0%	17	18.3%	0	0.0%	
	60-69歳	40	92	15	22.4%	30	19.6%	14	26.9%	9	22.5%	3	13.0%	18	19.4%	3	37.5%	アウトレット、問屋街
	70-79歳	40	84	19	28.4%	25	16.3%	13	25.0%	7	17.5%	9	39.1%	10	10.8%	1	12.5%	アウトレット
	計	210	436	67	100%	153	100%	52	100%	40	100%	23	100%	93	100%	8	3.8%	
洋品雑貨	20-29歳	30	51	4	8.7%	20	14.5%	4	4.8%	3	16.7%	2	13.3%	17	21.8%	1	20.0%	リサイクルショップ
	30-39歳	30	49	4	8.7%	23	16.7%	4	4.8%	2	11.1%	3	20.0%	13	16.7%	0	0.0%	
	40-49歳	30	47	5	10.9%	15	10.9%	7	8.4%	2	11.1%	3	20.0%	14	17.9%	1	20.0%	ショッピングモール
	50-59歳	40	76	9	19.6%	29	21.0%	22	26.5%	3	16.7%	1	6.7%	12	15.4%	0	0.0%	
	60-69歳	40	88	12	26.1%	30	21.7%	24	28.9%	5	27.8%	3	20.0%	12	15.4%	2	40.0%	アウトレット、専門店
	70-79歳	40	72	12	26.1%	21	15.2%	22	26.5%	3	16.7%	3	20.0%	10	12.8%	1	20.0%	アウトレット
	計	210	383	46	100%	138	100%	83	100%	18	100%	15	100%	78	100%	5	100%	



過去3年間と今後の婦人服・洋品雑貨購入先比較

回答者数 210人

NO	種別	過去3年間				今後			
		洋服		洋品雑貨		婦人服		洋品雑貨	
		回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
1	デパート	65	15.4%	46	12.7%	67	15.4%	46	12.0%
2	量販店	156	36.9%	129	35.7%	153	35.1%	138	36.0%
3	スーパー	46	10.9%	79	21.9%	52	11.9%	83	21.7%
4	有名ブランド店、ブティック	34	8.0%	17	4.7%	40	9.2%	18	4.7%
5	まちの洋品店	22	5.2%	13	3.6%	23	5.3%	15	3.9%
6	通信販売、ネットショップ	92	21.7%	70	19.4%	93	21.3%	78	20.4%
7	その他(アウトレット、専門店、リサイクルショップ、ショッピングモール)	8	1.9%	7	1.9%	8	1.8%	5	1.3%
計		423	100%	361	100%	436	100%	383	100%

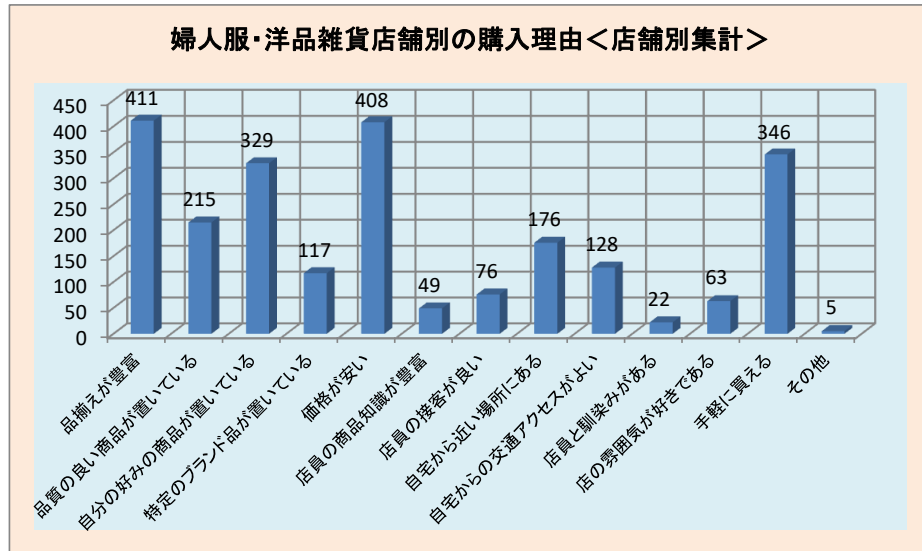


婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<店舗別集計>

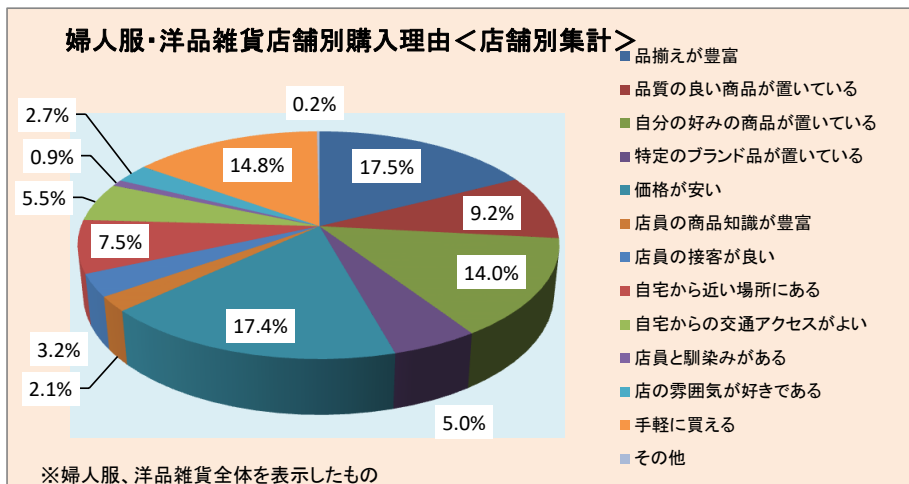
内容	件数		計	%
	婦人服	洋品雑貨		
品揃えが豊富	222	189	411	17.5%
品質の良い商品が置いている	124	91	215	9.2%
自分の好みの商品が置いている	175	154	329	14.0%
特定のブランド品が置いている	80	37	117	5.0%
価格が安い	211	197	408	17.4%
店員の商品知識が豊富	29	20	49	2.1%
店員の接客が良い	49	27	76	3.2%
自宅から近い場所にある	89	87	176	7.5%
自宅からの交通アクセスがよい	69	59	128	5.5%
店員と馴染みがある	14	8	22	0.9%
店の雰囲気が好きである	37	26	63	2.7%
手軽に買える	181	165	346	14.8%
その他	3	2	5	0.2%
計	1,283	1,062	2,345	

※次ページ以降に各店舗別を表示する

婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<店舗別集計>



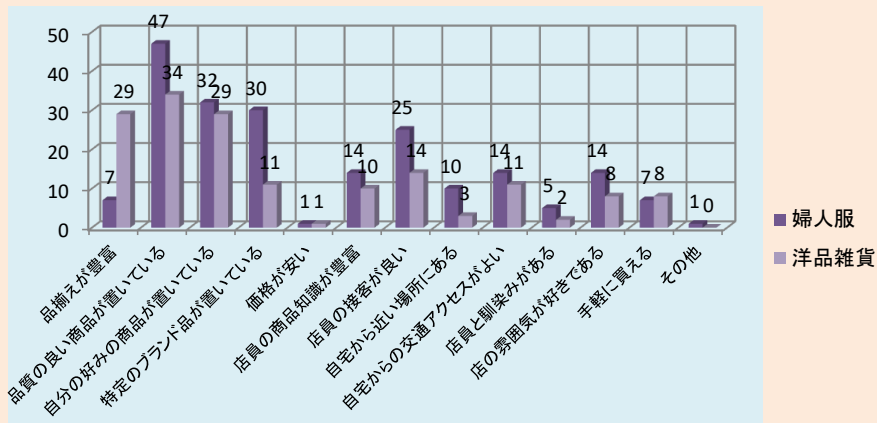
婦人服・洋品雑貨店舗別購入理由<店舗別集計>



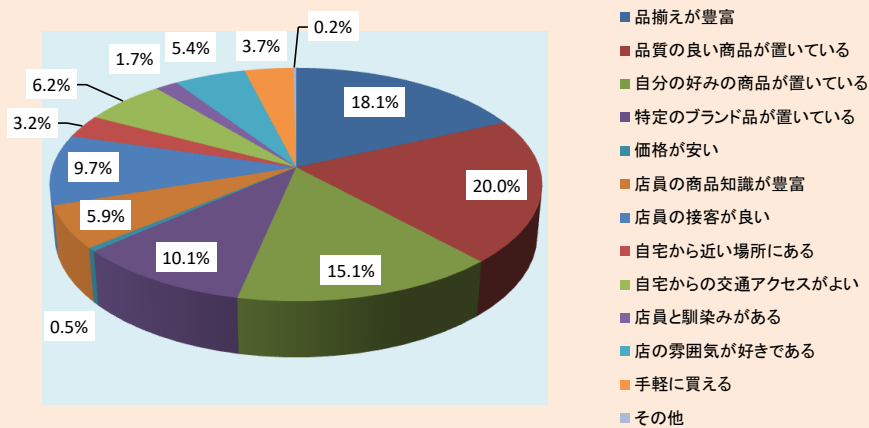
婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<デパート>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	44	18.0%	29	18.1%
品質の良い商品が置いている	47	19.3%	34	21.3%
自分の好みの商品が置いている	32	13.1%	29	18.1%
特定のブランド品が置いている	30	12.3%	11	6.9%
価格が安い	1	0.4%	1	0.6%
店員の商品知識が豊富	14	5.7%	10	6.3%
店員の接客が良い	25	10.2%	14	8.8%
自宅から近い場所にある	10	4.1%	3	1.9%
自宅からの交通アクセスがよい	14	5.7%	11	6.9%
店員と馴染みがある	5	2.0%	2	1.3%
店の雰囲気が好きである	14	5.7%	8	5.0%
手軽に買える	7	2.9%	8	5.0%
その他(やっぱりデパートはものが良い)	1	0.4%	0	0.0%
計	244	100%	160	100%

婦人服・洋品雑貨をデパートで買う理由



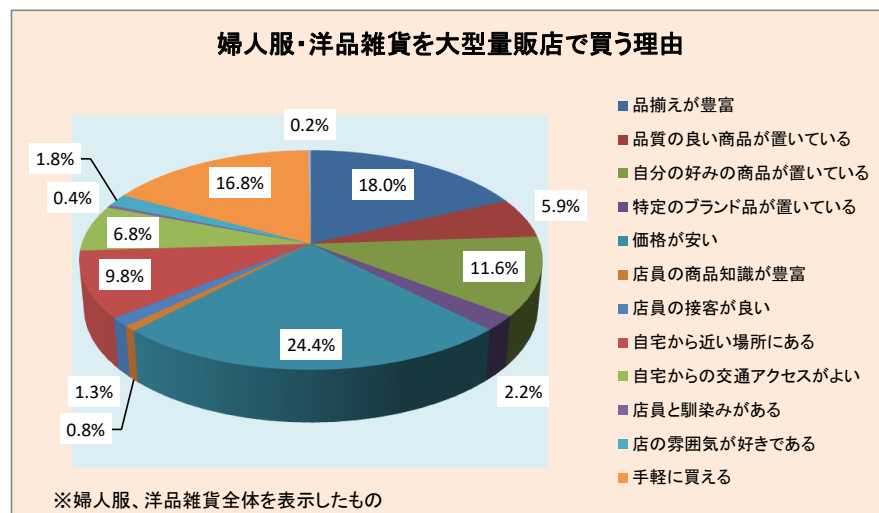
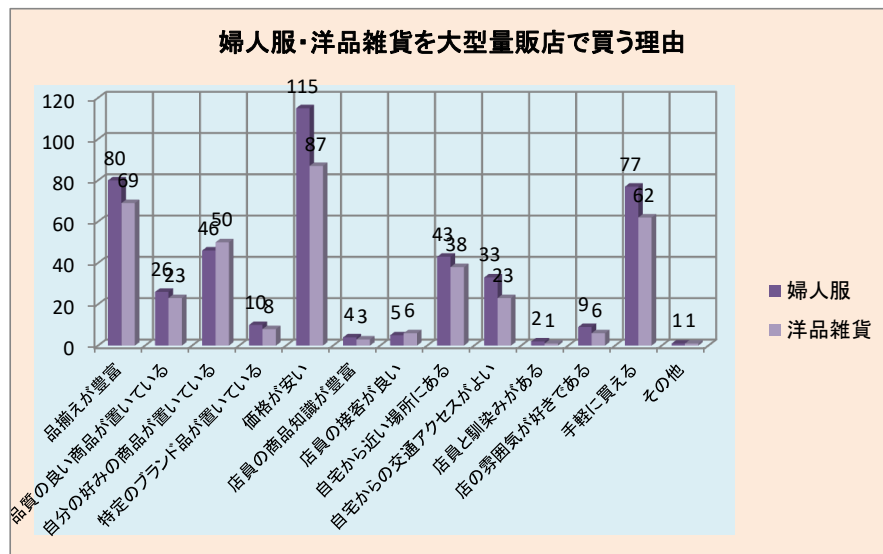
婦人服・洋品雑貨をデパートで買う理由



※婦人服、洋品雑貨全体を表示したもの

婦人服・用品雑貨店舗別の購入理由<大型量販店>

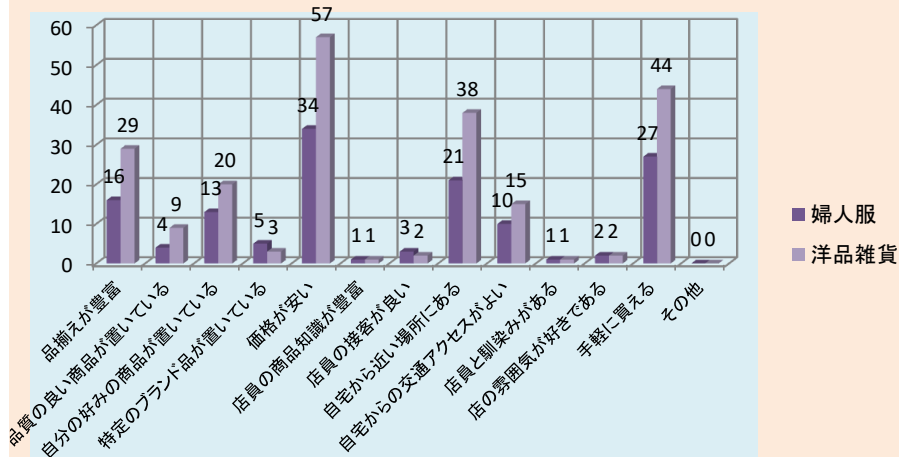
理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	80	17.7%	69	18.3%
品質の良い商品が置いている	26	5.8%	23	6.1%
自分の好みの商品が置いている	46	10.2%	50	13.3%
特定のブランド品が置いている	10	2.2%	8	2.1%
価格が安い	115	25.5%	87	23.1%
店員の商品知識が豊富	4	0.9%	3	0.8%
店員の接客が良い	5	1.1%	6	1.6%
自宅から近い場所にある	43	9.5%	38	10.1%
自宅からの交通アクセスがよい	33	7.3%	23	6.1%
店員と馴染みがある	2	0.4%	1	0.3%
店の雰囲気が好きである	9	2.0%	6	1.6%
手軽に買える	77	17.1%	62	16.4%
その他(機能的な服が買える、悩まず買えるから楽)	1	0.2%	1	0.3%
計	451	100%	377	100%



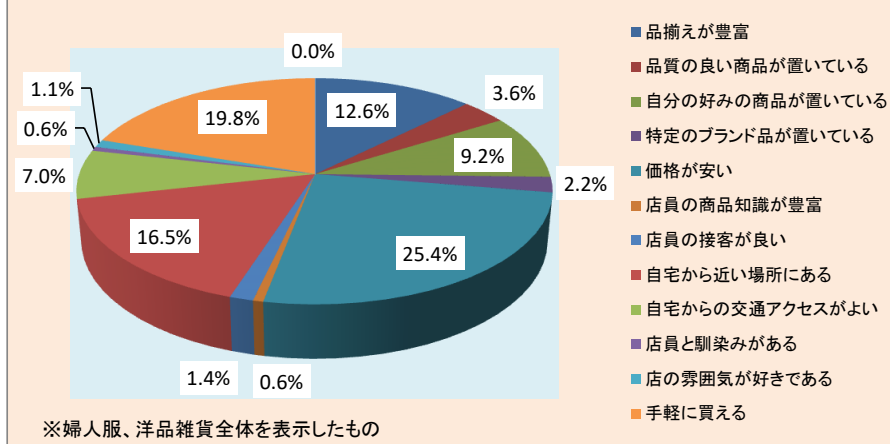
洋服・洋品雑貨店舗別の購入理由<スーパー>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	16	11.7%	29	13.1%
品質の良い商品が置いている	4	2.9%	9	4.1%
自分の好みの商品が置いている	13	9.5%	20	9.0%
特定のブランド品が置いている	5	3.6%	3	1.4%
価格が安い	34	24.8%	57	25.8%
店員の商品知識が豊富	1	0.7%	1	0.5%
店員の接客が良い	3	2.2%	2	0.9%
自宅から近い場所にある	21	15.3%	38	17.2%
自宅からの交通アクセスがよい	10	7.3%	15	6.8%
店員と馴染みがある	1	0.7%	1	0.5%
店の雰囲気が好きである	2	1.5%	2	0.9%
手軽に買える	27	19.7%	44	19.9%
その他(機能的な服が買える、悩まず買えるから楽)	0	0.0%	0	0.0%
計	137	100%	221	100%

婦人服・洋品雑貨をスーパーで買う理由



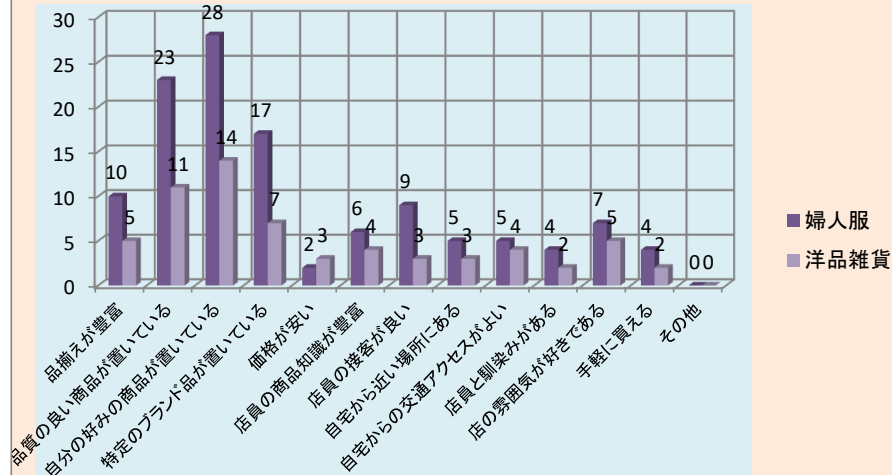
婦人服・洋品雑貨をスーパーで買う理由



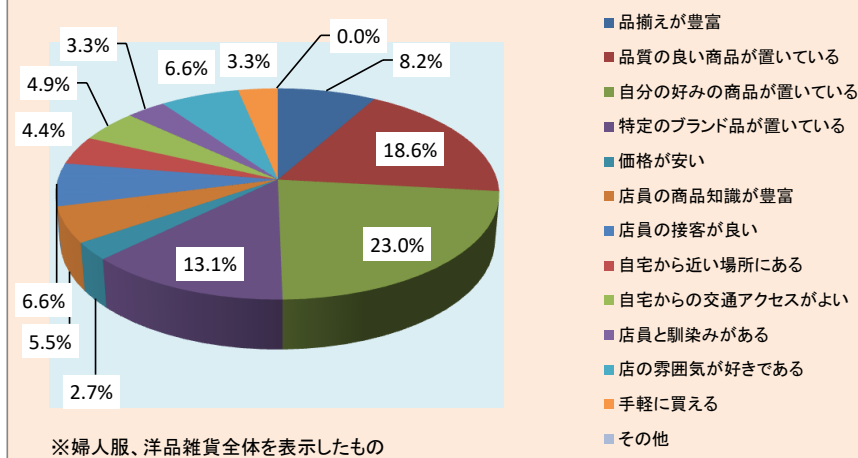
婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<有名ブランド店・ブティック>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	10	8.3%	5	7.9%
品質の良い商品が置いている	23	19.2%	11	17.5%
自分の好みの商品が置いている	28	23.3%	14	22.2%
特定のブランド品が置いている	17	14.2%	7	11.1%
価格が安い	2	1.7%	3	4.8%
店員の商品知識が豊富	6	5.0%	4	6.3%
店員の接客が良い	9	7.5%	3	4.8%
自宅から近い場所にある	5	4.2%	3	4.8%
自宅からの交通アクセスがよい	5	4.2%	4	6.3%
店員と馴染みがある	4	3.3%	2	3.2%
店の雰囲気が好きである	7	5.8%	5	7.9%
手軽に買える	4	3.3%	2	3.2%
その他	0	0.0%	0	0.0%
計	120	100%	63	100%

婦人服・洋品雑貨を有名ブランド店、ブティックで買う理由

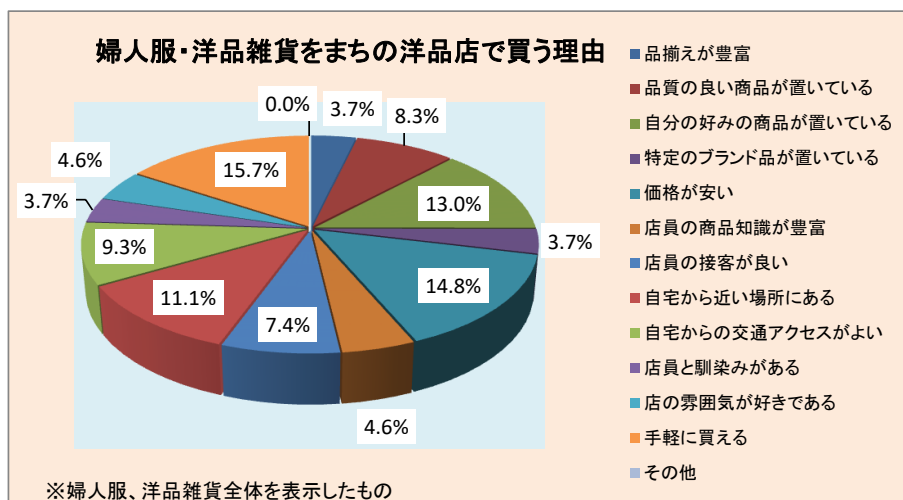
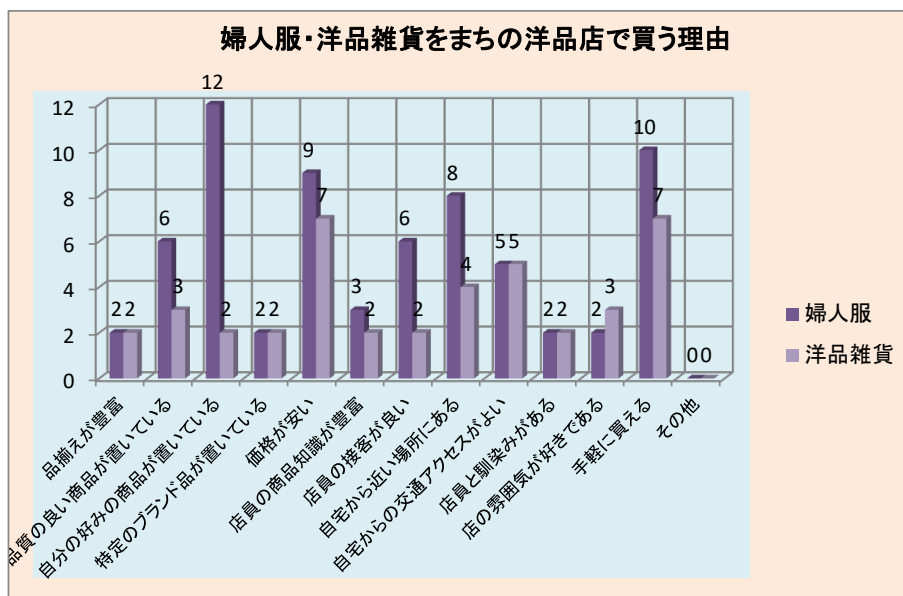


婦人服・洋品雑貨を有名ブランド店、ブティックで買う理由



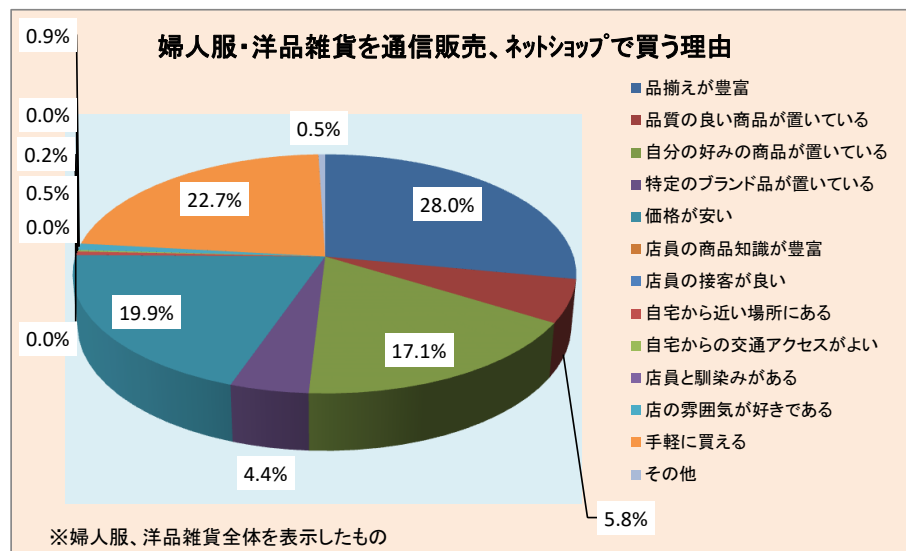
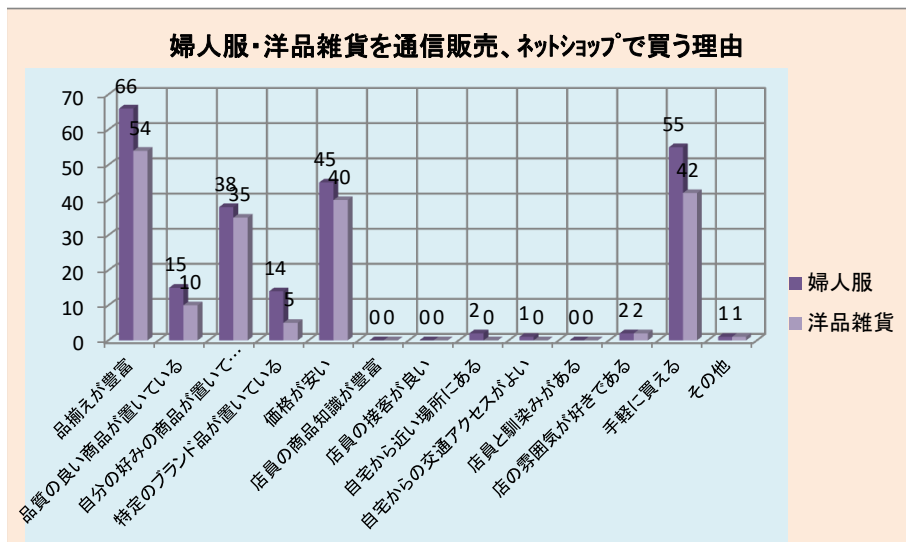
婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<まちの洋品店>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	2	3.0%	2	4.9%
品質の良い商品が置いている	6	9.0%	3	7.3%
自分の好みの商品が置いている	12	17.9%	2	4.9%
特定のブランド品が置いている	2	3.0%	2	4.9%
価格が安い	9	13.4%	7	17.1%
店員の商品知識が豊富	3	4.5%	2	4.9%
店員の接客が良い	6	9.0%	2	4.9%
自宅から近い場所にある	8	11.9%	4	9.8%
自宅からの交通アクセスがよい	5	7.5%	5	12.2%
店員と馴染みがある	2	3.0%	2	4.9%
店の雰囲気が好きである	2	3.0%	3	7.3%
手軽に買える	10	14.9%	7	17.1%
その他	0	0.0%	0	0.0%
計	67	100%	41	100%



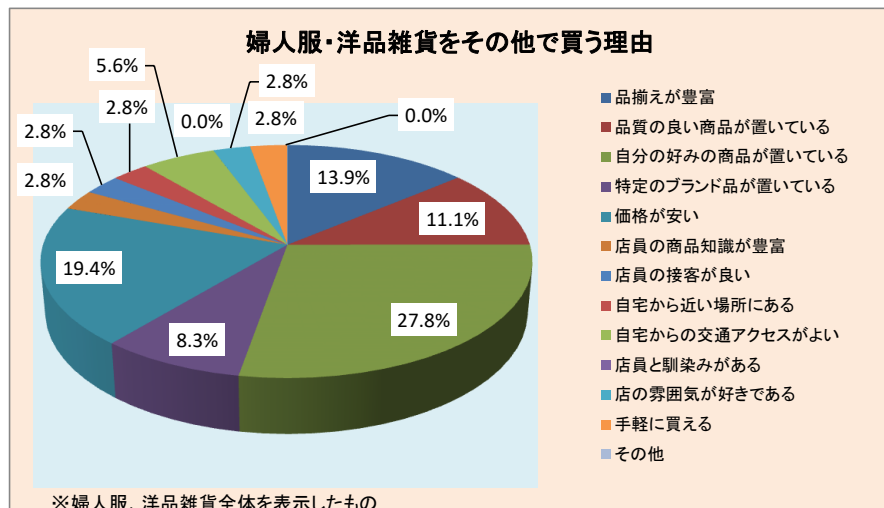
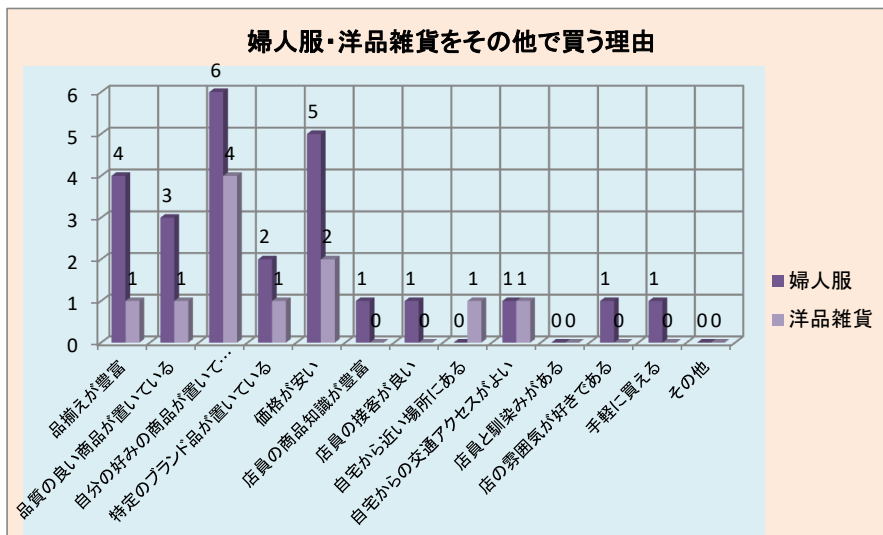
婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由<通信販売、ネットショップ>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	66	27.6%	54	28.6%
品質の良い商品が置いている	15	6.3%	10	5.3%
自分の好みの商品が置いている	38	15.9%	35	18.5%
特定のブランド品が置いている	14	5.9%	5	2.6%
価格が安い	45	18.8%	40	21.2%
店員の商品知識が豊富	0	0.0%	0	0.0%
店員の接客が良い	0	0.0%	0	0.0%
自宅から近い場所にある	2	0.8%	0	0.0%
自宅からの交通アクセスがよい	1	0.4%	0	0.0%
店員と馴染みがある	0	0.0%	0	0.0%
店の雰囲気が好きである	2	0.8%	2	1.1%
手軽に買える	55	23.0%	42	22.2%
その他(24時間買える)	1	0.4%	1	0.5%
計	239	100%	189	100%



婦人服・洋品雑貨店舗別の購入理由
 <<アウトレット、リサイクルショップ、問屋街、ショッピングモール>>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
品揃えが豊富	4	16.0%	1	9.1%
品質の良い商品が置いている	3	12.0%	1	9.1%
自分の好みの商品が置いている	6	24.0%	4	36.4%
特定のブランド品が置いている	2	8.0%	1	9.1%
価格が安い	5	20.0%	2	18.2%
店員の商品知識が豊富	1	4.0%	0	0.0%
店員の接客が良い	1	4.0%	0	0.0%
自宅から近い場所にある	0	0.0%	1	9.1%
自宅からの交通アクセスがよい	1	4.0%	1	9.1%
店員と馴染みがある	0	0.0%	0	0.0%
店の雰囲気が好きである	1	4.0%	0	0.0%
手軽に買える	1	4.0%	0	0.0%
その他(24時間買える)	0	0.0%	0	0.0%
計	25	100%	11	100%

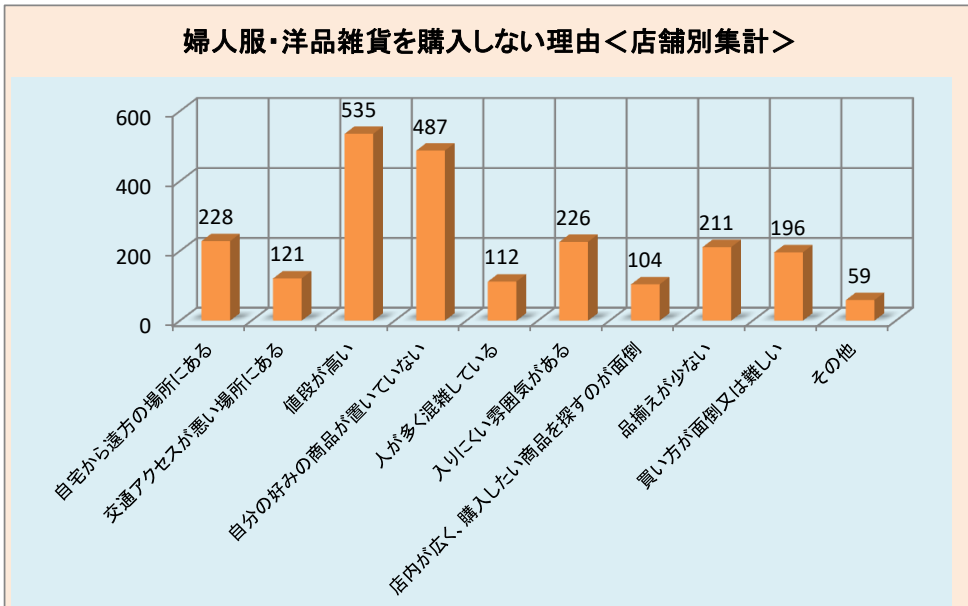


婦人服・洋品雑貨を購入しない理由<店舗別集計>

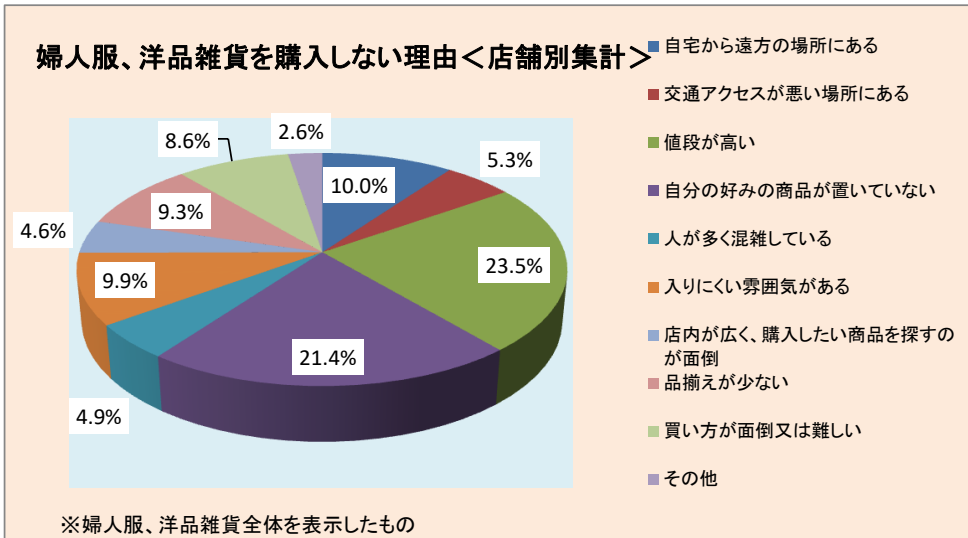
内容	件数		計	%
	婦人服	洋品雑貨		
自宅から遠方の場所にある	108	120	228	10.0%
交通アクセスが悪い場所にある	47	74	121	5.3%
値段が高い	248	287	535	23.5%
自分の好みの商品が置いていない	250	237	487	21.4%
人が多く混雑している	62	50	112	4.9%
入りにくい雰囲気がある	120	106	226	9.9%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	51	53	104	4.6%
品揃えが少ない	112	99	211	9.3%
買い方が面倒又は難しい	93	103	196	8.6%
その他	29	30	59	2.6%
計	1,120	1,159	2,279	100%

※次ページ以降に各店舗別を表示する

婦人服・洋品雑貨を購入しない理由<店舗別集計>



婦人服・洋品雑貨を購入しない理由<店舗別集計>

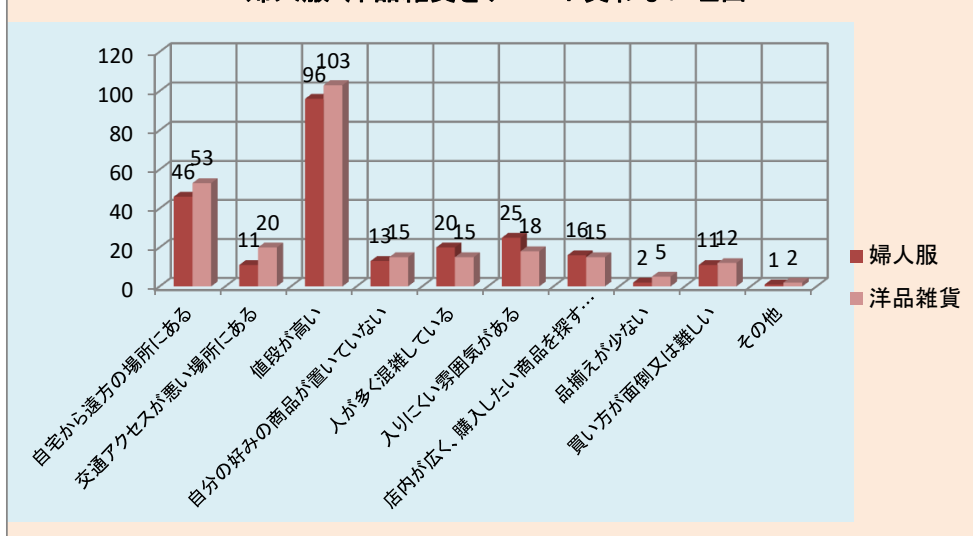


※婦人服、洋品雑貨全体を表示したもの

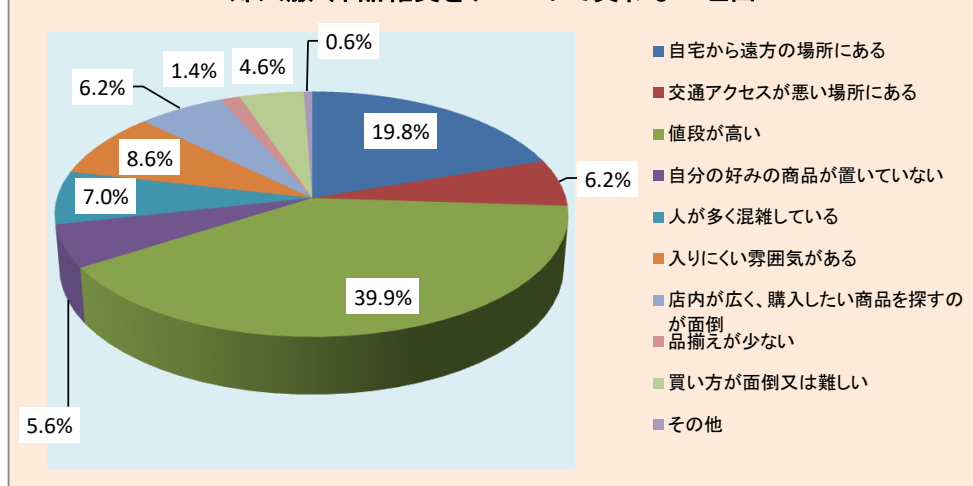
婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由<デパート>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	46	19.1%	53	20.5%
交通アクセスが悪い場所にある	11	4.6%	20	7.8%
値段が高い	96	39.8%	103	39.9%
自分の好みの商品が置いていない	13	5.4%	15	5.8%
人が多く混雑している	20	8.3%	15	5.8%
入りにくい雰囲気がある	25	10.4%	18	7.0%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	16	6.6%	15	5.8%
品揃えが少ない	2	0.8%	5	1.9%
買い方が面倒又は難しい	11	4.6%	12	4.7%
その他(接客がしつこい、わざわざデパートで買わない)	1	0.4%	2	0.8%
計	241	100%	258	100%

婦人服・洋品雑貨をデパート買わない理由



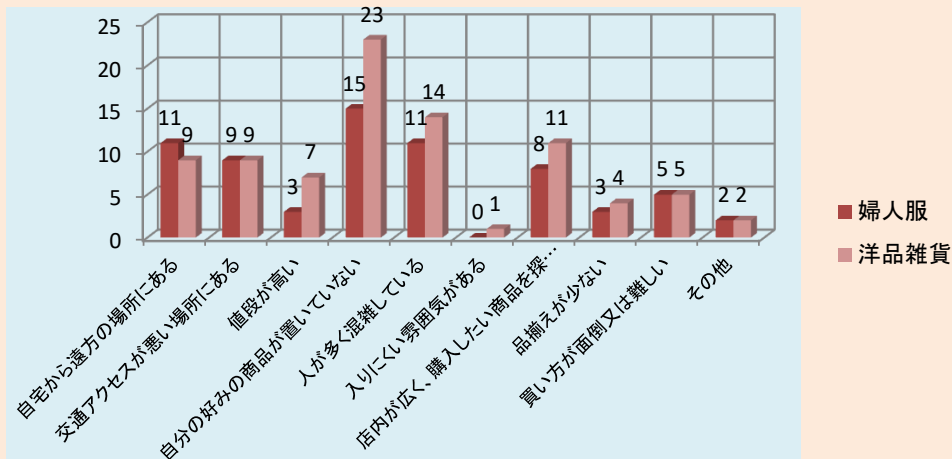
婦人服・洋品雑貨をデパートで買わない理由



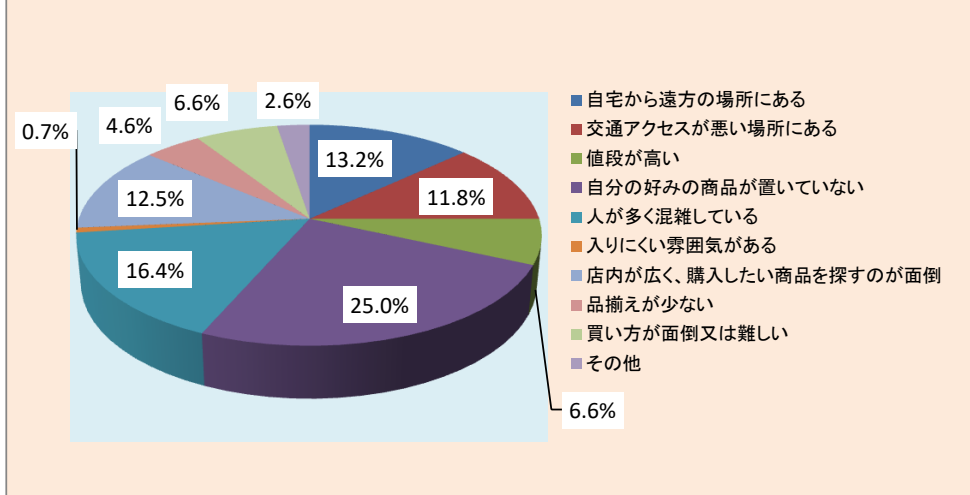
婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由<大型量販店>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	11	16.4%	9	10.6%
交通アクセスが悪い場所にある	9	13.4%	9	10.6%
値段が高い	3	4.5%	7	8.2%
自分の好みの商品が置いていない	15	22.4%	23	27.1%
人が多く混雑している	11	16.4%	14	16.5%
入りにくい雰囲気がある	0	0.0%	1	1.2%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	8	11.9%	11	12.9%
品揃えが少ない	3	4.5%	4	4.7%
買い方が面倒又は難しい	5	7.5%	5	5.9%
その他(安物でデザイン、品質が悪い 同じ服を着ている人が多そう)	2	3.0%	2	2.4%
計	67	100%	85	100%

婦人服・洋品雑貨を大型量販店で買わない理由

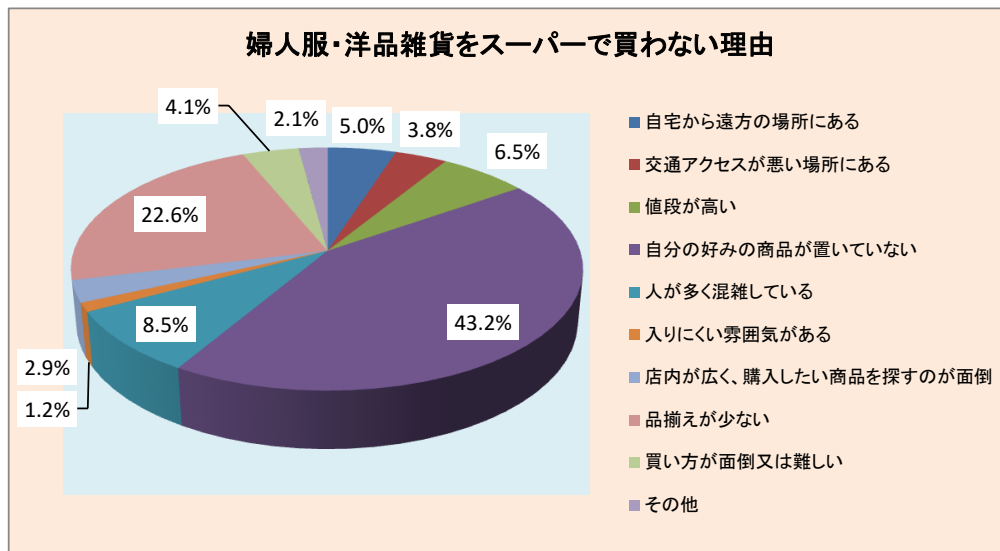
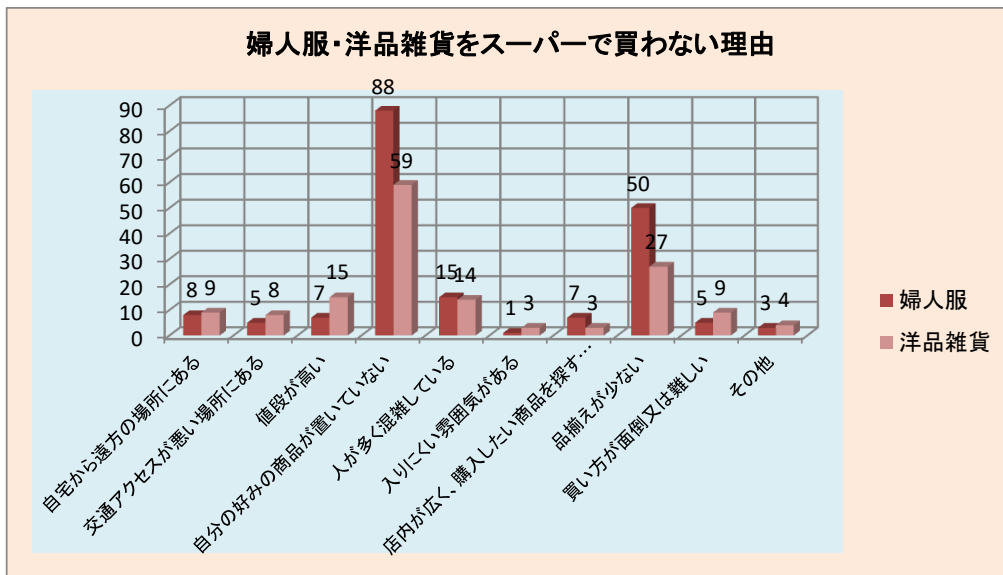


婦人服・洋品雑貨を大型量販店で買わない理由



婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由<スーパー>

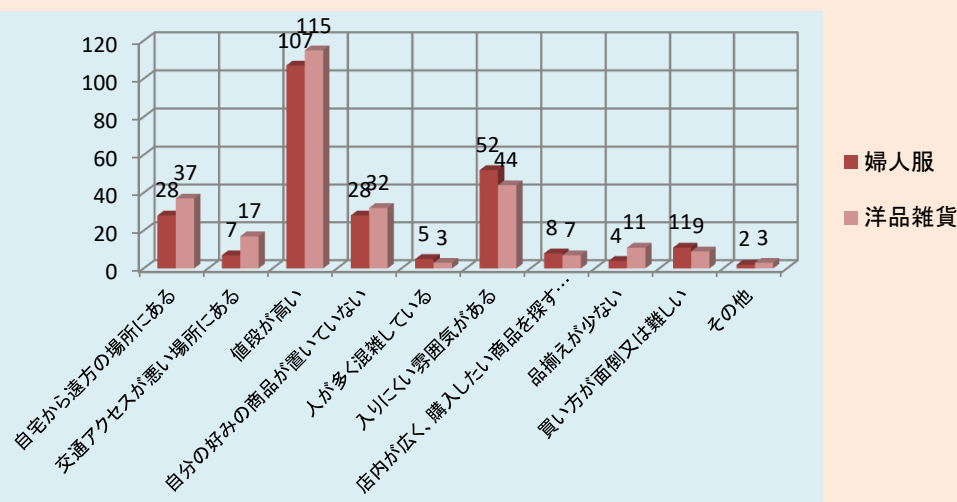
理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	8	4.2%	9	6.0%
交通アクセスが悪い場所にある	5	2.6%	8	5.3%
値段が高い	7	3.7%	15	9.9%
自分の好みの商品が置いていない	88	46.6%	59	39.1%
人が多く混雑している	15	7.9%	14	9.3%
入りにくい雰囲気がある	1	0.5%	3	2.0%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	7	3.7%	3	2.0%
品揃えが少ない	50	26.5%	27	17.9%
買い方が面倒又は難しい	5	2.6%	9	6.0%
その他(安物でデザイン、品質が悪い)	3	1.6%	4	2.6%
計	189	100%	151	100%



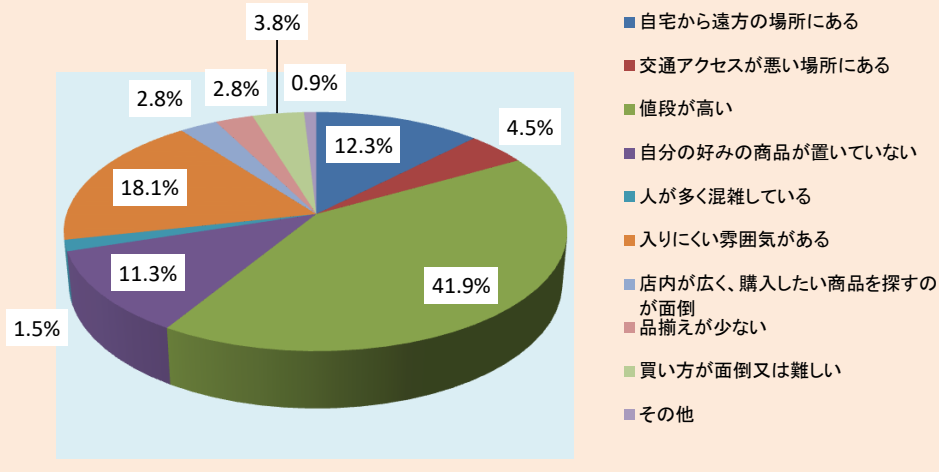
婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由<有名ブランド店、ブティック>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	28	11.1%	37	13.3%
交通アクセスが悪い場所にある	7	2.8%	17	6.1%
値段が高い	107	42.5%	115	41.4%
自分の好みの商品が置いていない	28	11.1%	32	11.5%
人が多く混雑している	5	2.0%	3	1.1%
入りにくい雰囲気がある	52	20.6%	44	15.8%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	8	3.2%	7	2.5%
品揃えが少ない	4	1.6%	11	4.0%
買い方が面倒又は難しい	11	4.4%	9	3.2%
その他(何となく)	2	0.8%	3	1.1%
計	252	100%	278	100%

婦人服・洋品雑貨を有名ブランド店、ブティックで買わない理由

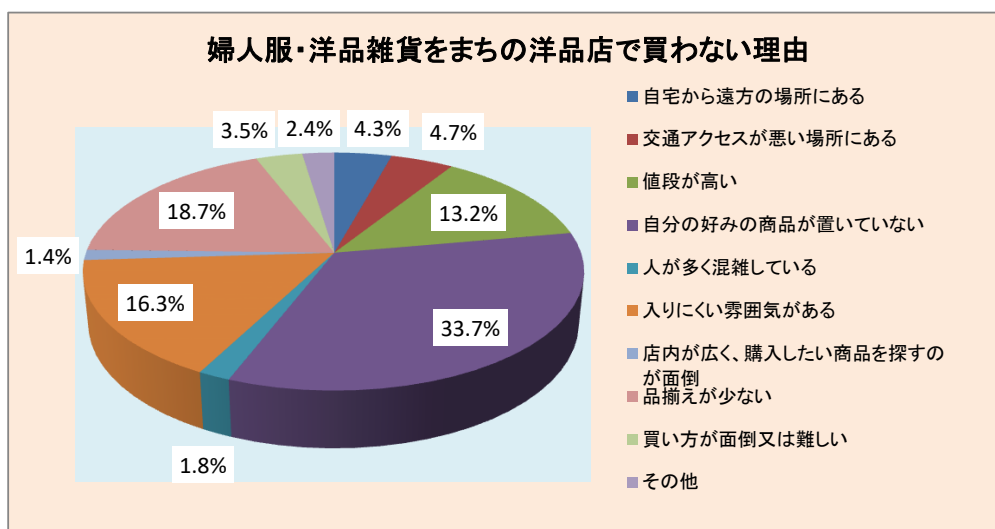
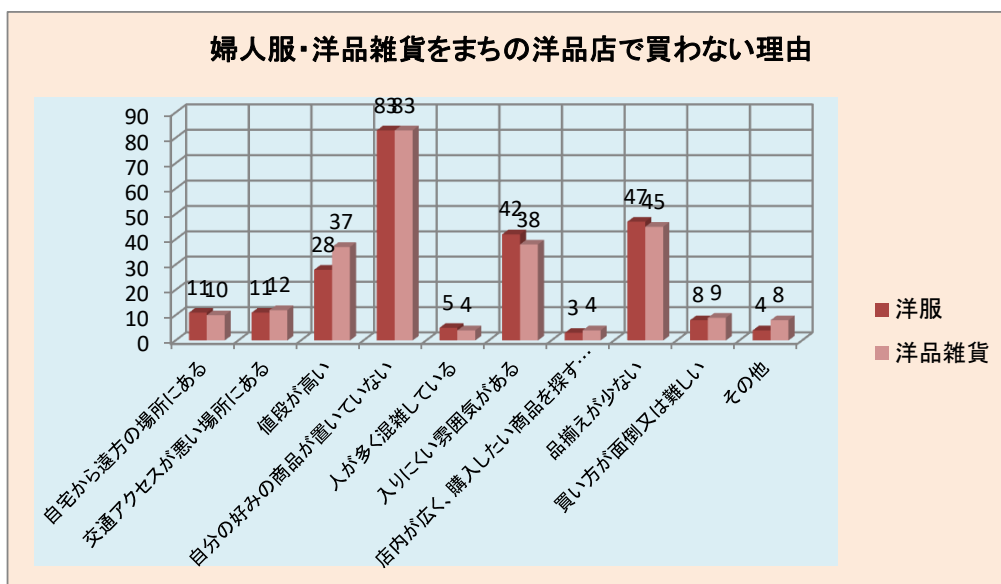


婦人服・洋品雑貨を有名ブランド店、ブティックで買わない理由



婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由〈まちの洋品店〉

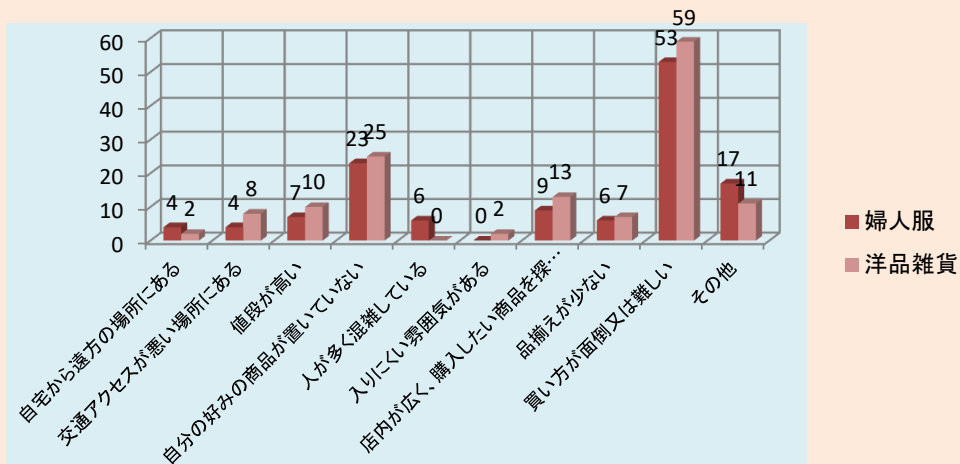
理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	11	4.5%	10	4.0%
交通アクセスが悪い場所にある	11	4.5%	12	4.8%
値段が高い	28	11.6%	37	14.8%
自分の好みの商品が置いていない	83	34.3%	83	33.2%
人が多く混雑している	5	2.1%	4	1.6%
入りにくい雰囲気がある	42	17.4%	38	15.2%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	3	1.2%	4	1.6%
品揃えが少ない	47	19.4%	45	18.0%
買い方が面倒又は難しい	8	3.3%	9	3.6%
その他(わざわざ洋品店で買わない、安物で品質が悪い、近くにない)	4	1.7%	8	3.2%
計	242	100%	250	100%



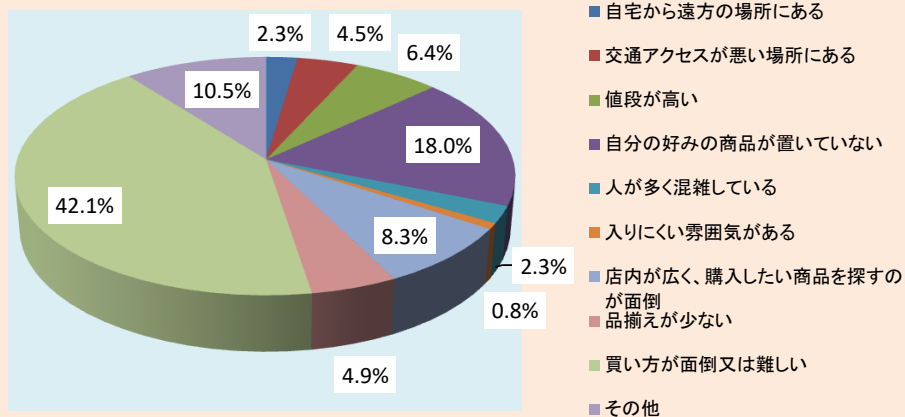
婦人服・洋品雑貨販売先別購入しない理由<通信販売、ネットショップ>

理由	婦人服		洋品雑貨	
	回答数	%	回答数	%
自宅から遠方の場所にある	4	3.1%	2	1.5%
交通アクセスが悪い場所にある	4	3.1%	8	5.8%
値段が高い	7	5.4%	10	7.3%
自分の好みの商品が置いていない	23	17.8%	25	18.2%
人が多く混雑している	6	4.7%	0	0.0%
入りにくい雰囲気がある	0	0.0%	2	1.5%
店内が広く、購入したい商品を探すのが面倒	9	7.0%	13	9.5%
品揃えが少ない	6	4.7%	7	5.1%
買い方が面倒又は難しい	53	41.1%	59	43.1%
その他(手に取れない、現物の確認ができない、イメージと合わないときがある)	17	13.2%	11	8.0%
計	129	100%	137	100%

婦人服・洋品雑貨を通信販売、ネットショップで買わない理由



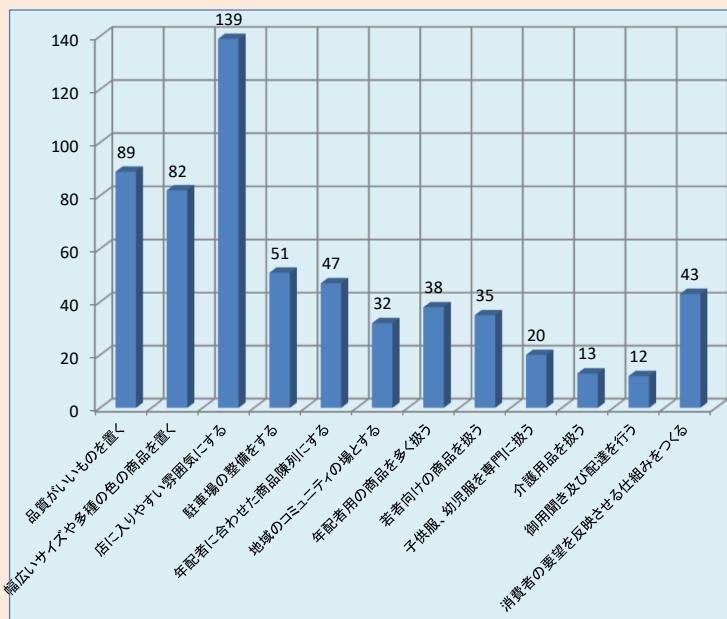
婦人服・洋品雑貨を通信販売、ネットショップで買わない理由



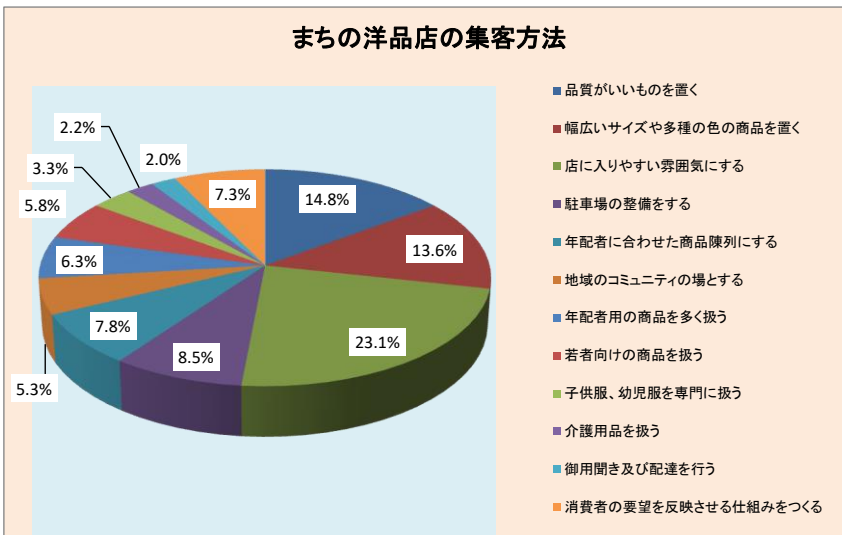
まちの洋品店の集客方法

NO	内容	回答数	%
1	品質がいいものを置く	89	14.8%
2	幅広いサイズや多種の色の商品を置く	82	13.6%
3	店に入りやすい雰囲気にする(看板を変えたり、照明を明るくする等)	139	23.1%
4	駐車場の整備をする	51	8.5%
5	年配者に合わせた商品陳列にする	47	7.8%
6	地域のコミュニティの場とする	32	5.3%
7	年配者用の商品を多く扱う	38	6.3%
8	若者向けの商品を扱う	35	5.8%
9	子供服、幼児服を専門に扱う	20	3.3%
10	介護用品を扱う	13	2.2%
11	御用聞き及び配達を行う	12	2.0%
12	消費者の要望を反映させる仕組みをつくる(アンケートなど)	43	7.3%
計		601	100%

まちの洋品店の集客方法



まちの洋品店の集客方法

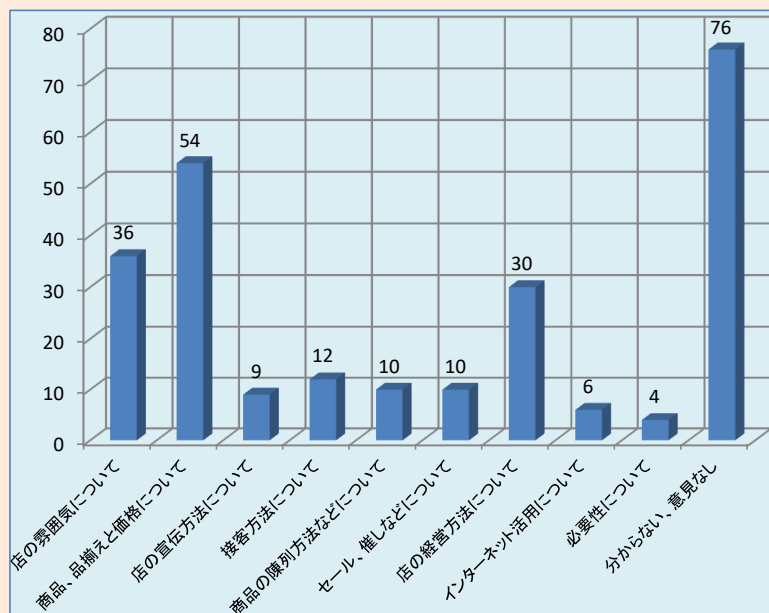


まちの洋品店への意見・要望等〈集計〉

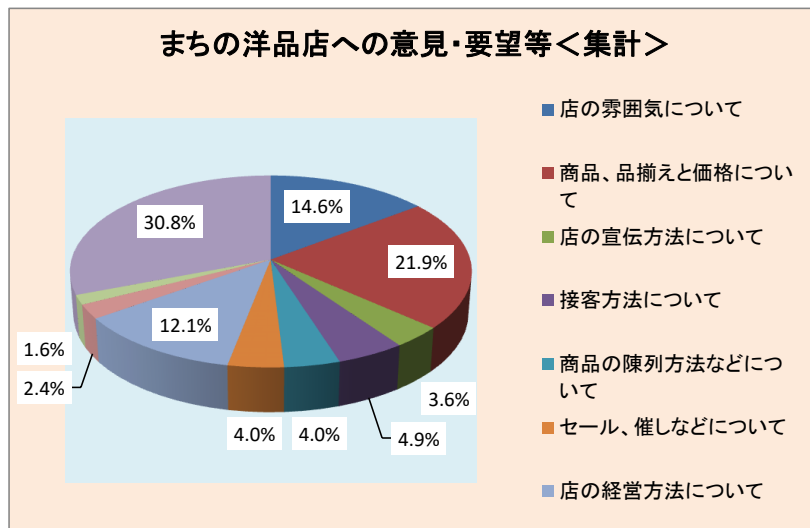
NO	区分	件数	%
1	店の雰囲気について	36	14.6%
2	商品、品揃えと価格について	54	21.9%
3	店の宣伝方法について	9	3.6%
4	接客方法について	12	4.9%
5	商品の陳列方法などについて	10	4.0%
6	セール、催しなどについて	10	4.0%
7	店の経営方法について	30	12.1%
8	インターネット活用について	6	2.4%
9	必要性について	4	1.6%
10	分からない、意見なし	76	30.8%
計		247	100%

※次ページ以降に個別ごとの集計

まちの洋品店への意見・要望等〈集計〉



まちの洋品店への意見・要望等〈集計〉



まちな洋品店への消費者の意見 <店の雰囲気について>

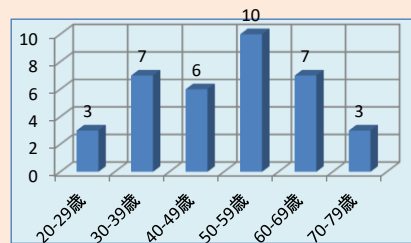
意見内容(原文のまま)

NO	年代	内容
11	1 20-29歳	気軽に入れる雰囲気が欲しい。外から中の雰囲気が分かる。買わなくても入りやすいとなると嬉しい。地域の付き合いをしておく。
14	2 30-39歳	お店の入り口に興味のある品が置いてあると、店内に入りやすい。
15	5 60-69歳	店をきれいにする。入りやすくする。
17	5 60-69歳	人が入りやすいように工夫する
23	4 50-59歳	見るだけでも入りやすい雰囲気を出すこと。
27	2 30-39歳	入りやすい雰囲気にしてほしい
38	2 30-39歳	入りづらい雰囲気がある。洋服もどのような物があるか分かりづらい。
50	1 20-29歳	おしゃれにする
73	3 40-49歳	入りやすい雰囲気を作る
82	5 60-69歳	入りやすい感じの店舗にする
83	6 70-79歳	おしゃれな雰囲気でお店に入りやすい。
84	2 30-39歳	外から店内を見えるようにする。ドアを開けておくなど。
85	5 60-69歳	開放的な雰囲気
88	4 50-59歳	入りやすい雰囲気と値段が入る前からわかるようにする
91	2 30-39歳	通りがかりの人でも入りやすい雰囲気を作る
92	4 50-59歳	入りやすい雰囲気づくりが必要だと思う
96	1 20-29歳	入りやすく
100	5 60-69歳	入りやすい雰囲気と、買わなくても気軽に見せてくれるという姿勢をあらわす。店の外にも商品を置いて手に取りやすくする。
104	4 50-59歳	気軽に商品が見れると行きたいです
107	3 40-49歳	センスをよくすればよいと思う。
108	4 50-59歳	センスが良くなると
109	3 40-49歳	店構えでセンスの良さを主張すること。
116	4 50-59歳	入りやすい
118	5 60-69歳	中小のお店は確実に購入するとき以外は行きにくいと私は思う。だから気軽に商品を見る雰囲気が出来たらと思う。
144	2 30-39歳	なかなか入りにくいし、気軽に入れるなら行ってみるかも…
147	2 30-39歳	入りやすい雰囲気
150	3 40-49歳	入りやすい雰囲気にする。
160	3 40-49歳	入りやすい雰囲気にしてほしい
173	4 50-59歳	気軽に入出できる店の雰囲気を工夫したらよいのではないのでしょうか。
174	5 60-69歳	明るい雰囲気、気軽に選べる様に
175	3 40-49歳	センスが合うかどうかだと思うので。
180	4 50-59歳	入りやすい雰囲気買わなくても出て行きやすいこと
181	4 50-59歳	おしゃれな店内にしたら、若年層が入るかも
186	4 50-59歳	入りやすい雰囲気
187	6 70-79歳	気軽に入れる雰囲気
201	6 70-79歳	入り易い
計		36

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	3
2	30-39歳	7
3	40-49歳	6
4	50-59歳	10
5	60-69歳	7
6	70-79歳	3
計		36

店の雰囲気について



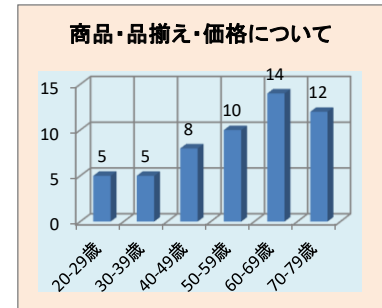
まちの洋品店への消費者の意見<商品・品揃え・価格について>

意見内容(原文のまま)

NO	年代	内容	
1113-1	5	60-69歳	値段が安い
1113-1	1	20-29歳	やすくする
1	2	30-39歳	安く、品揃えが良い。流行りのものがある。
5	2	30-39歳	おばあさん向けの商品しか置いていない
10	5	60-69歳	サイズが合わない
15	5	60-69歳	商品構成を考える。
16	3	40-49歳	年配者向けの服が多くてダサイから扱う商品を見直すべき
19	2	30-39歳	なかなか手に入らない商品をセレクトする
21	5	60-69歳	品質のいいものでデザインが良いものが置いてあること、値段が高すぎないこと
24	3	40-49歳	とにかく若い方々が興味をひくような洋服
25	6	70-79歳	価格を下げる
26	4	50-59歳	オシャレな商品をおく
28	1	20-29歳	有名ブランドの限定品を置く
29	5	60-69歳	品揃えを増やす。
37	2	30-39歳	安くてトレンドを取り入れた商品があれば嬉しい、または、値段が高くても品質のしっかりした小物類があれば嬉しい。
40	1	20-29歳	流行りのものを置く
41	4	50-59歳	目玉商品を出す
42	6	70-79歳	値段の幅を広くしてほしい
45	6	70-79歳	品揃え、センス、品質、価格が合えば買いたいと思う。行こうと言う気になる。
46	5	60-69歳	手頃な価格で品質がよく、評判のよい店
52	5	60-69歳	安い
62	5	60-69歳	買いやすい価格で表示してほしい
64	4	50-59歳	男性用品が少ない
65	1	20-29歳	もっとニーズに合ったものをおいた方がいい
66	2	30-39歳	若者向けの商品も置いてほしい
69	6	70-79歳	サイズの豊富さ。
78	5	60-69歳	適当な商品を並べるのではなく、何か専門的な商品に特化すればよいと思う。
89	4	50-59歳	安い服
93	3	40-49歳	品揃えを、豊富にして
97	4	50-59歳	商品のデザインが悪い
99	6	70-79歳	品揃えとあか抜けた洋服があること。
100	5	60-69歳	税込み価格で表示する。
103	1	20-29歳	やすくする
107	3	40-49歳	センスをよくすればよいと思う。
108	4	50-59歳	センスが良くなると
109	3	40-49歳	安くて良いものを揃えていることをアピールして、
112	6	70-79歳	オリジナル商品またはブランド品を置く
133	5	60-69歳	難しいと思うが、できるだけいろいろなサイズを取り揃えて欲しい。
135	5	60-69歳	時代にあった物を取り入れる
149	5	60-69歳	幅広い年齢層に向けた商品が必要
167	3	40-49歳	目玉商品などがあると良い
168	4	50-59歳	流行を取り入れる
175	3	40-49歳	センスが合うかどうかだと思うので。
180	4	50-59歳	50代以上が着る可愛い洋服の品ぞろえ
181	4	50-59歳	おしゃれな店内にしたら、若年層が入るかも
183	3	40-49歳	そのお店の客層に合わせたアイテムを置く
184	5	60-69歳	年配の人が多いのでそれ用の素敵な衣類を多く品揃えしてほしい
185	4	50-59歳	毎年流行の洋服を置く
187	6	70-79歳	目を引く品物が店頭から見える。
189	6	70-79歳	目玉商品を置く
196	6	70-79歳	センスが良くリーズナブルの価格なのをおいたらいいと思う 安すぎてもダメだと思う
203	6	70-79歳	品数がすくないように思う
204	6	70-79歳	製品の種類はもちろんですが
206	6	70-79歳	買うものがない
計			54

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	5
2	30-39歳	5
3	40-49歳	8
4	50-59歳	10
5	60-69歳	14
6	70-79歳	12
計		54



4-5-2④

まちの洋品店への消費者の意見<店の宣伝方法について>

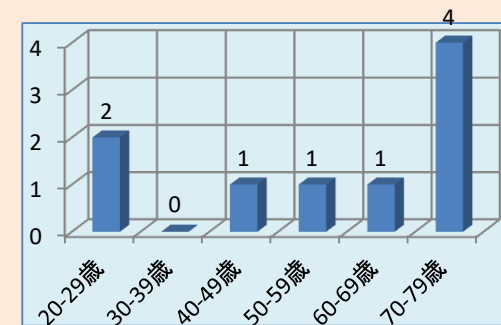
意見内容(原文のまま)

NO	年代		内容
70	4	50-59歳	チラシなどで宣伝
71	1	20-29歳	そこにしかないものをアピールする
86	1	20-29歳	宣伝をする
136	5	60-69歳	広告を頻繁に出す
163	6	70-79歳	チラシを配るなどもっと宣伝したらよいと思う
178	3	40-49歳	ちらし
199	6	70-79歳	チラシを配るのが、一番。
200	6	70-79歳	チラシを配る
210	6	70-79歳	折り込みチラシを出す。
計			9

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	2
2	30-39歳	0
3	40-49歳	1
4	50-59歳	1
5	60-69歳	1
6	70-79歳	4
計		9

店の宣伝方法



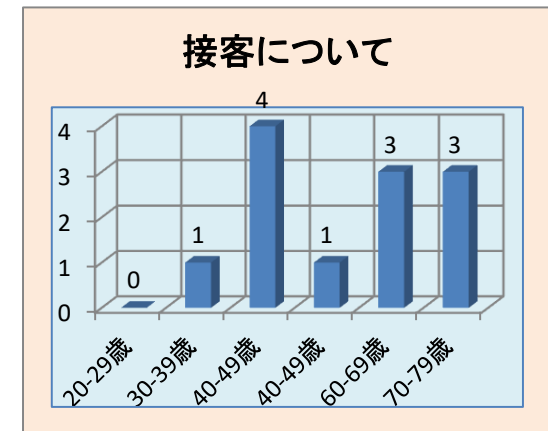
まちの洋品店への消費者の意見<接客方法について>

意見内容

NO	年代	内容
6	5 60-69歳	洋服を見ている間は 声をかけないでほしい。訪ねてから対応してほしい
13	3 40-49歳	過度な接客をしない
18	2 30-39歳	店員がじっと見つめてきたり、話しかけられるのが嫌だ。あと入りにくい感じがする。買わないといけない雰囲気。買わない日もあることを理解してほしい
45	6 70-79歳	店員さんは付いて回ら無い方がいいし、買わせようとお世辞を言ったり、見え見えの態度では無く、感じの良い笑顔で客の為のアドバイスをしたい。気持ちの良い買い物が出来たなら、何度でもその店に
68	5 60-69歳	試着を自由にさせてほしい。
85	5 60-69歳	声掛けをやめてほしい
115	6 70-79歳	誠実な対応すること
143	3 40-49歳	しつこい接客はしない。
150	3 40-49歳	むやみに話しかけて欲しくない
178	3 40-49歳	人情
186	4 40-49歳	好きに見させてほしい
206	6 70-79歳	店主の態度が悪い上から目線
計		12

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	0
2	30-39歳	1
3	40-49歳	4
4	40-49歳	1
5	60-69歳	3
6	70-79歳	3
計		12



4-5-2⑥

まちの洋品店への消費者の意見<商品の陳列方法などについて>

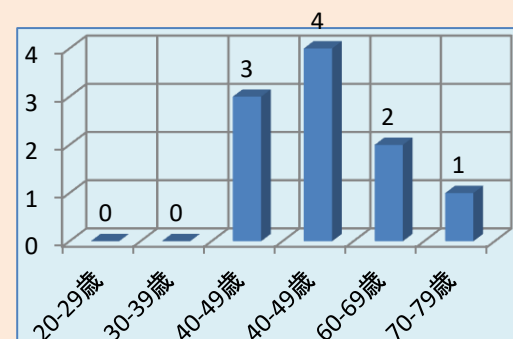
意見内容(原文のまま)

NO	年代		内容
15	5	60-69歳	ディスプレイを考える
61	5	60-69歳	ディスプレイおしゃれな感じ
107	3	40-49歳	センスをよくすればよいと思う。
108	4	40-49歳	センスが良くなると
109	3	40-49歳	センスの良さを主張すること。
151	4	40-49歳	色々な商品を置いている事を外から分かり易くディスプレイをしてあると良い
175	3	40-49歳	センスが合うかどうかだと思うので。
179	4	40-49歳	ディスプレイの良さがあれば、店内に入ってみてみようと思う。
181	4	40-49歳	おしゃれな店内にしたら、若年層が入るかも
205	6	70-79歳	棚ざらしの感じがないように商品の展示を工夫して欲しい。店内が広々としている方がよい。
計			10

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	0
2	30-39歳	0
3	40-49歳	3
4	40-49歳	4
5	60-69歳	2
6	70-79歳	1
計		10

商品の陳列方法など



4-5-2⑦

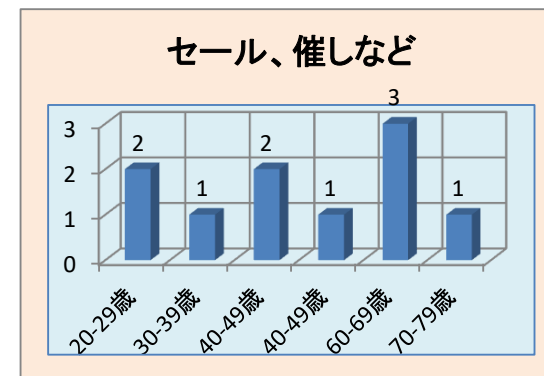
まちの洋品店への消費者の意見<セール、催しなどについて>

意見内容

NO	年代		内容
22	5	60-69歳	セールをすること
24	3	40-49歳	若い方々が興味をひくようなイベントを行う
32	3	40-49歳	世間と同じようにバーゲンやハッピーバックなどのイベントを開催するという風 に買う側のテンションが上がるような事をして欲しい。
44	1	20-29歳	割引セール
57	5	60-69歳	バーゲンセールをする
75	5	60-69歳	季節ごとにセールをして割引などすれば行くと思う。
124	4	40-49歳	・シーズン毎にフェアを催し、紙やWebのチラシを作って周知する。
128	2	30-39歳	SALE
145	1	20-29歳	セールなどをする
200	6	70-79歳	イベントをしている。
計			10

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	2
2	30-39歳	1
3	40-49歳	2
4	40-49歳	1
5	60-69歳	3
6	70-79歳	1
計		10



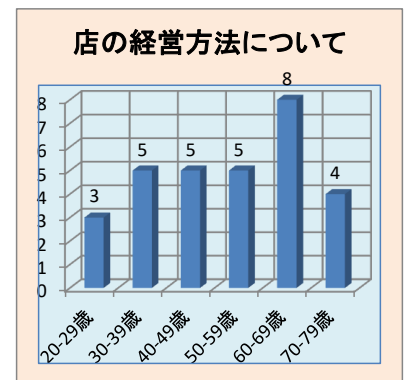
まちの洋品店への消費者の意見<店の経営方法について>

意見内容(原文のまま)

NO	年代	内容
1113-1	5 60-69歳	均一価格の日を作る
1113-1	5 60-69歳	独立店舗型ではなく、大型ショッピングモールに入る
1113-1	6 70-79歳	対象者を絞る
20	2 30-39歳	コロナ対策
32	3 40-49歳	取り寄せをする
33	5 60-69歳	購入しやすい価格の商品を店頭においておくと、一見さんでも入りやすいと思う
35	4 50-59歳	ターゲットを絞るか何か特色(値段とかデザインとか個性とか)を打ち出す。ニッチな客をつかんで離さない。
39	2 30-39歳	クーポン券をたくさん発行する
53	6 70-79歳	特徴のある店づくり。
56	1 20-29歳	交通面、流行り
67	5 60-69歳	近くに有れば、近所の人とか友達も行くと思う。イオングルメ二階作って用品雑貨店作って欲しい?
101	5 60-69歳	商店街の活性化
121	5 60-69歳	その町に多い客層をねらった店や、異常に客層から外れている高級志向の店と、両極端に分かれていて、難しいと思うが、もっと購買力のある客層を調べることが(=市場調査)第一義的に必要だと思う。二次的には、個人経営の『中小用品雑貨店』でも、大きなショッピングモールに入る等しないと、独立店舗で客を呼び寄せるのは難しいと思う(=デパートやショッピングモールのような目的の買い物ついでに立ち寄る・ウィンドーショッピングの際に、思わず足を止めて買ってしまおうという、パターン化)
124	4 50-59歳	・ポイントカードを作って貯めると値引きや粗品がもらえるようにする
126	4 50-59歳	個人的なサービス
127	1 20-29歳	まちのお店は年齢層の高い人たちをターゲットにしてそうなイメージがあるため、店内に入ろうと思わない。
131	2 30-39歳	dポイントやTポイントをためたり使えたりする対象にしてほしい。全ての衣料や雑貨全てをリサイクル回収できてポイントも付与に。
134	2 30-39歳	まちの中小洋品雑貨店は中年～高齢者層の商品がおいてあり、値段が極端に安いか高いかで、かつあまりオシャレではないイメージがあります。家族みんなで買いに行き、家族全員のものが揃っていて、かつオシャレなものであれば、たくさんの方が買いに行くとおもいます。
139	2 30-39歳	地域の名物をおく流行りもの??オリジナリティの商品
143	3 40-49歳	ほしい商品を取り寄せできる。
146	6 70-79歳	お店側がお客様の年齢や価格帯などを決めてられるお店があるので、自分好みの店を探すのが結構面倒です。友達を普通のブティックかなと思って入ったのですが、5万円以上の商品ばかりでした。薄利多売ではなくて、高い商品を扱う店と、極端に安い店舗とが両極化しているような気がします。
152	4	まちぐるみでイベントを行う
154	5 60-69歳	対象の年齢層を若くする
155	1 20-29歳	何かとコラボしていたり何かで紹介されていると興味を持つと思います。
156	5 60-69歳	元来 大型店には対抗できない
178	3 40-49歳	ポイントカード
182	4 50-59歳	てがる
188	3 40-49歳	ポイントカードを作る
190	3 40-49歳	ポイントサービス
204	6 70-79歳	お店に特徴があれば買いに行くとおもいます。
計		30

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	3
2	30-39歳	5
3	40-49歳	5
4	50-59歳	5
5	60-69歳	8
6	70-79歳	4
計		30



4-5-2⑨

まちの洋品店への消費者の意見<インターネットの活用について>

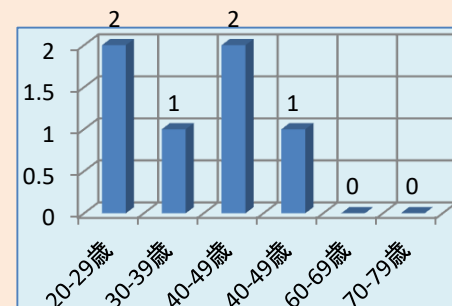
意見内容(原文のまま)

NO	年代		内容
4	1	20-29歳	ネット通販をする
38	2	30-39歳	入り口にQRコードを貼って、お店の服の特徴などが見られるホームページがあると私は見ると思う
47	3	40-49歳	仕入れているブランドの店舗予約や店舗受取りができる。売場面積が小さいなら、ネットと併用した使い方ができるといい。
48	3	40-49歳	ネット併用できるように
60	4	40-49歳	ネット通販もする
169	1	20-29歳	インターネットで宣伝してみる
計			6

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	2
2	30-39歳	1
3	40-49歳	2
4	40-49歳	1
5	60-69歳	0
6	70-79歳	0
計		6

インターネットの活用について



まちの洋品店への消費者の意見<わからない、意見なし>

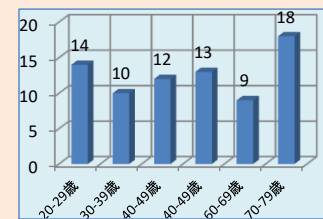
意見内容(原文のまま)

NO	年代	内容	
2	4	40-49歳	特になし
3	2	30-39歳	ありません。
7	3	40-49歳	ナシ
8	5	60-69歳	特にない
9	6	70-79歳	特になし
12	1	20-29歳	わからない
30	4	40-49歳	とくにない
31	3	40-49歳	わからない
34	6	70-79歳	特に思い当たりません
36	4	40-49歳	なし
43	5	60-69歳	特にありません
49	6	70-79歳	特にない
51	4	40-49歳	特に無し
54	4	40-49歳	特になし
55	2	30-39歳	特にナシ
58	2	30-39歳	分からない
59	6	70-79歳	解らない
63	6	70-79歳	その人の好みがあるので何とも言えない
72	6	70-79歳	特になし
74	2	30-39歳	特になし
76	3	40-49歳	分からない
77	1	20-29歳	あまり身近でないし、年齢層が違うのであまりわかりません。
79	2	30-39歳	わからない
80	3	40-49歳	特になし
81	5	60-69歳	特になし
87	4	40-49歳	思い付かない
90	2	30-39歳	特になし
94	5	60-69歳	分からない
95	1	20-29歳	なし
98	1	20-29歳	特になし
102	2	30-39歳	なし
105	4	40-49歳	わからない
106	1	20-29歳	わからない
110	1	20-29歳	なし
111	2	30-39歳	なし
113	1	20-29歳	特になし
114	1	20-29歳	特になし
117	6	70-79歳	ない
122	1	20-29歳	特になし
123	4	40-49歳	なし
125	2	30-39歳	わからない
129	4	40-49歳	特にない
130	4	40-49歳	なし
132	2	30-39歳	わかりません
137	1	20-29歳	なし
138	6	70-79歳	わからない
140	1	20-29歳	なし
141	5	60-69歳	特になし
142	1	20-29歳	特に
148	4	40-49歳	なし
153	5	60-69歳	特にありません。

年代別集計

NO	年代	件数
1	20-29歳	14
2	30-39歳	10
3	40-49歳	12
4	40-49歳	13
5	60-69歳	9
6	70-79歳	18
計		76

わからない、意見なし



NO	年代		内容
157	3	40-49歳	特になし
158	4	40-49歳	なし
159	3	40-49歳	なし
161	4	40-49歳	わからない
162	1	20-29歳	特になし
164	5	60-69歳	特になし
165	5	60-69歳	特にない
166	5	60-69歳	特になし。
170	3	40-49歳	特にない
171	1	20-29歳	とくになし
172	6	70-79歳	特にない
175	3	40-49歳	特にない。
176	3	40-49歳	分からない
177	6	70-79歳	なし
191	6	70-79歳	特に無い
192	3	40-49歳	ない
193	3	40-49歳	わからない
194	6	70-79歳	特になし
195	3	40-49歳	なし
197	6	70-79歳	特になし
198	6	70-79歳	なし
202	6	70-79歳	分かりません
207	6	70-79歳	分からない
208	6	70-79歳	難しい
209	6	70-79歳	店主の考えることです。
計			77

4-2-5⑪

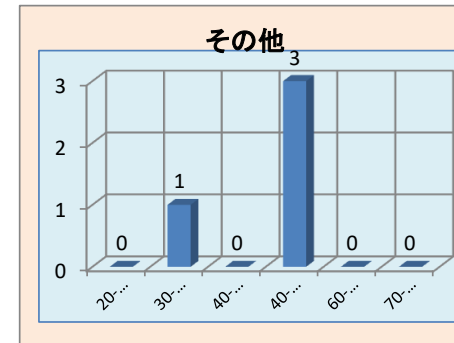
まちの洋品店への消費者の意見<その他>

意見内容(原文のまま)

NO	年代		内容
1113-1	4	40-49歳	この時期は、その必要は無いのでは無いでしょうか
1113-1	4	40-49歳	いない
119	2	30-39歳	今はコロナで無理
120	4	40-49歳	この時期、沢山の来店者が有るのはどうかと思う
計			4

年代別集計

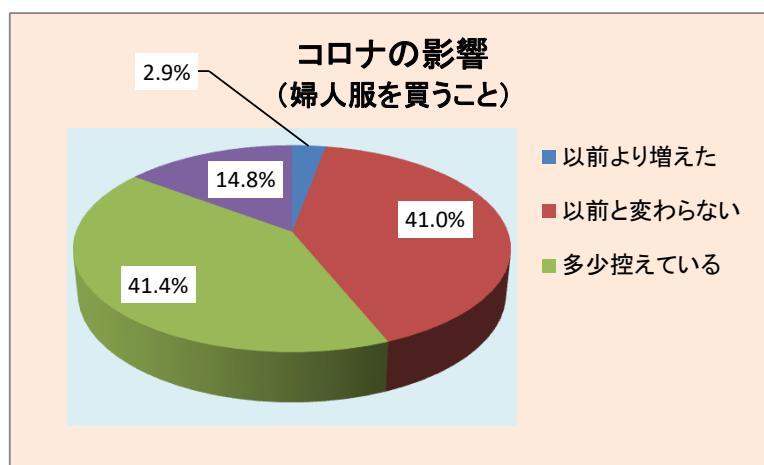
NO	年代	件数
1	20-29歳	0
2	30-39歳	1
3	40-49歳	0
4	40-49歳	3
5	60-69歳	0
6	70-79歳	0
計		4



新型コロナウイルス感染症拡大の影響

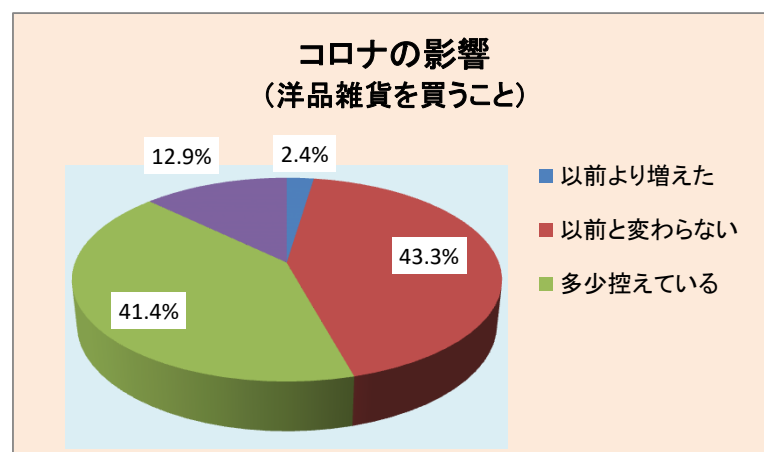
【洋服を買うことを控えていますか？】 回答者 210人

NO	区分	件数	%
1	以前より増えた	6	2.9%
2	以前と変わらない	86	41.0%
3	多少控えている	87	41.4%
4	まったく行っていない	31	14.8%
計		210	100.0%



【洋品雑貨を買うことを控えていますか？】 回答者 210人

NO	区分	件数	%
1	以前より増えた	5	2.4%
2	以前と変わらない	91	43.3%
3	多少控えている	87	41.4%
4	まったく行っていない	27	12.9%
計		210	100.0%



5 まとめ

(1) 購入先について (資料4-2)

女性の方々は普段、婦人服、洋品雑貨をどこで買っているのかを調査したもので、やはり大型量販店とネットショップが全体の60%近くを占め、スーパーとデパートがそれに続いており「まちの洋品店」は5%程度にとどまっている。

予想通りとはいえ、「まちの洋品店」はなかなか厳しい状況である。

しかし、この資料には載せていないが、調査対象数210人の内、今後「まちの洋品店」で買うと答えた人が23人(11%)いるということにわずかながら希望が持てる。

スーパー、デパート、まちの洋品店については、比較的高年齢層の方が多く、特に若い年齢層の方はデパート、スーパーを敬遠する傾向にある。

大型量販店は広い年齢層から受け入れられ、満遍なくお客さんを集めている。

最近大きな伸びを示しているネットショップ関連については、スマホの普及に合わせて意外にも高年齢層の方にも受け入れられ、他店の大きな脅威になりつつある。

その他にアウトレット、リサイクルショップ、ショッピングモールなどで購入されている方もいる。

過去3年間の購入先と今後の購入希望先についての比較についてもほぼ同じ傾向であるが、大型量販店とネットショップが今後も同じ伸びを示すものと考えられる。

(2) 購入先別購入理由について (資料4-3)

購入理由については、当然ながら自分の好みのものが安く手軽に手に入る店が選ばれる傾向にあり、品揃えが豊富で広い価格帯の設定ができている店が選ばれることになる。

購入先別購入理由では、「デパート」では品質が良く品揃えが豊富なこと、「大型量販店」、「スーパー」では価格が安く品揃えが豊富で手軽に買えること、「有名ブランド店・ブティック」は品質のよい自分の好みの商品が置いてあること、「まちの洋品店」は、価格が安く自分の好みの商品が手軽に買えること、「通信販売・ネットショップ」においては、数多い自分の好みのものを手軽に買えることなどが上位に上がっている。

(3) 購入先別購入しない理由について (資料4-4)

購入しない理由は当然ながら購入する理由の反対であり、値段が高く自分の好みの商品が置いてないという理由が上位を占めている。

購入先別購入しない理由では、「デパート」では品質はよいが値段が高い、自分の好みの商品を探すのが面倒、「大型量販店」は混雑しており、自分の好みの商品を探すのが面倒、「スーパー」では品揃えが少なく自分の好みの商品がない、「有名ブランド・ブティック」では値段が高く、入りにくい、「まちの洋品店」は入りにくく、品揃えが少なく自分の好みの商品がない、「通信販売・ネットショップ」は自分の商品を探すのが面倒で買い方が難しいなどが上がっている。

また、「大型量販店」や「まちの洋品店」は安物でデザイン、品質が気に入らない、同じ服を着ている人多そうとの理由もある。その他に「通信販売・ネットショップ」では現物の確認ができないなどが上がっている。

(4) まちの洋品店の集客方法について (資料4-5-1)

「まちの洋品店」への集客方法について12項目の方法を提示したが、その中で店に入りやすい雰囲気をつくることと、品質がよく、多くの人に受け入れられるよう品質が良くサイズ、色合いなど幅広い商品の品揃えを求めている人が多くなっている。その他に駐車場の完備、年配者用に特化した商品陳列を上げる人も多い。また、消費者の要望を反映させる仕組みを作ることに注目している人がいることは特筆すべきことである。

上記について、「まちの洋品店」がどれだけ対応できるかが課題である。

(5) まちの洋品店への意見・要望について (資料4-5-2)

本調査では、前記の「まちの洋品店」の集客方法以外に自由に「まちの洋品店」への意見・要望等を書き込んでいただくよう依頼をしている。

これによると、商品、品揃え、価格に関することと、店の雰囲気、店の経営方法について多くの意見が寄せられている。

さらに”分からない、意見なし”の方が30%もおられる。このことは一般消費者にとって最早「まちの洋品店」には関心がないことの現れと言えなくもなく、憂慮すべきことである。

寄せられた意見・要望を個別にみて行くと、まず、店の雰囲気については、気軽に入りやすい雰囲気をつくり、センスがありおしゃれな店にしたらどうかという意見が多い。

商品・品揃え・価格については、価格に関することと、センスがよくおしゃれな商品を置くなど品揃えを考えてほしいとの意見が目立つ。

宣伝方法については、チラシをもっと活用し、そこにしかないものをアピールすべきであるとの意見がある。

接客方法については、声掛けなど過度な接客を止めてほしいとのことである。

商品の陳列方法については、センスのあるディスプレイを望んでいる。

バーゲンセール・催しなどを積極的に行ったらどうかとの意見もある。

店の経営方法について、取り寄せ、ポイント、クーポンの発行、特徴のある店づくりなど多くの意見が寄せられている。

インターネットの活用について、ネットによる宣伝、ネット通販など時代に沿った経営を行うべきとの意見である。

いずれも、日ごろからお客様が「まちの洋品店」を見て感じておられるご意見であり、前記の集客方法に対するアンケートとともに、「まちの洋品店」がどれだけこれらに応えられるかが今後の経営のポイントになるであろう。

(6) 新型コロナウイルス感染症拡大による影響について (資料4-6)

コロナの影響は飲食店をはじめ多くの業種にわたって深刻な影響を与えているが、婦人服、洋品雑貨についても、外への出控えが響き、調査結果においても以前と比べて”全く買っていない”、”多少控えている”が半数を超え、多少なりとも影響があると考えられる。

今回の調査は、婦人服及び洋品雑貨購入について、一般消費者はどのような店をどのような理由で訪れているのかということと、小さな「まちの洋品店」をどのように見ているのかを知り、この中から「まちの洋品店」復活のヒントを見出すことを大きな目的とした。

元来、集客の基本は、自分の店がお客様に何を求められているのかを知り、できるだけそれに対応しながら、自分の店を求めているお客様がどこにいるのかを見極め、効率よくその人たちに自分の店を知ってもらうことだと言われている。

コロナ禍で多くの店が大きなダメージを受け、このままでは立ち直れないと悲嘆に暮れている方々が多く見られる中、収束の兆しがほのかに見えだした今、ポストコロナに向け、今回の調査結果から、ご自分の店に取り入れることができるものがあり、少しでも経営改善に役立てていただければ幸いである。

京都洋品協同組合
京都市小売商総連合会