

# 消費者及び事業者アンケート調査 報告書

平成29年2月

始良市商工会

# 目次

I アンケート調査結果 .....	1
1. 消費者アンケート調査 .....	1
2. 事業者アンケート調査 .....	7
II 集計表 .....	14
III 自由記入 .....	18

# I アンケート調査結果

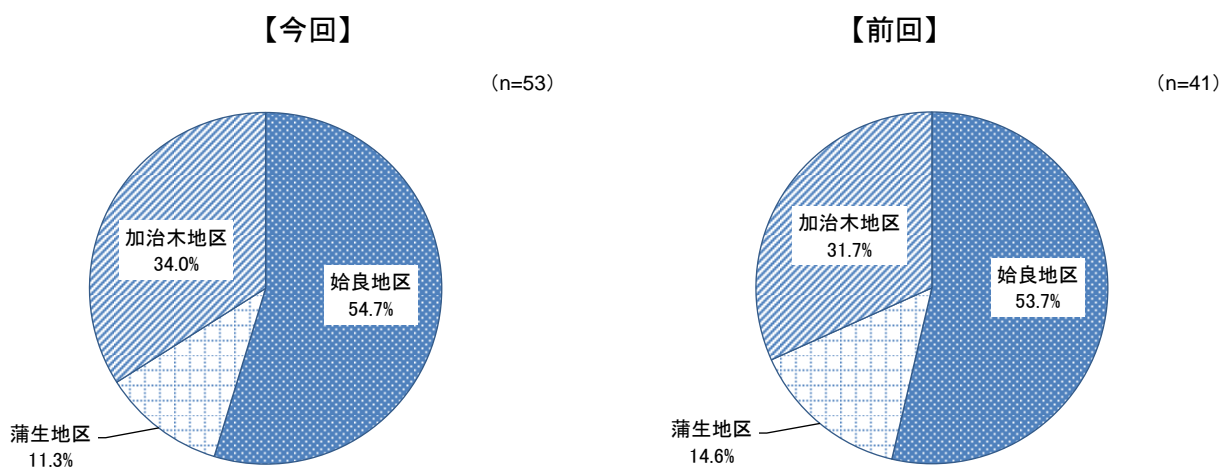
## 1. 消費者アンケート調査

(平成 28 年度 お買物アンケート調査)

### (1) 居住地

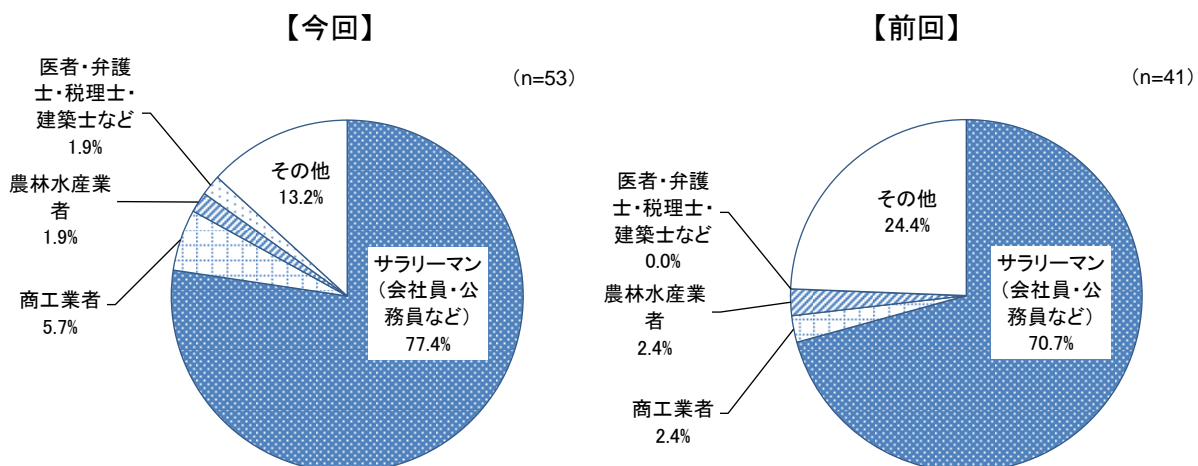
居住地の構成比は「始良地区」が54.7%で5割強を占め、次いで「加治木地区」が34.0%で3割強、「蒲生地区」が11.3%で1割強の構成比となっています。

前回調査との比較では、「蒲生地区」が前回より3.3ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (2) 世帯主の職業

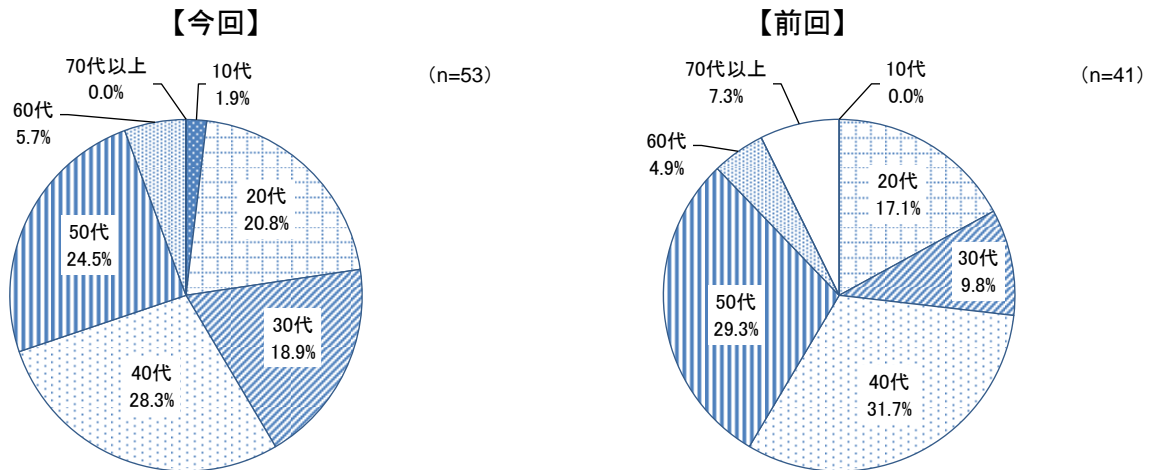
「サラリーマン（会社員・公務員など）」が77.4%と最も高い割合となっています。前回調査との比較では、「その他」が前回より11.2ポイント減少しています。



### (3) 年齢

「40代」が28.3%と最も高く、3割弱を占めています。次いで「50代」が24.5%で約2割半、「20代」が20.8%で2割強となっています。

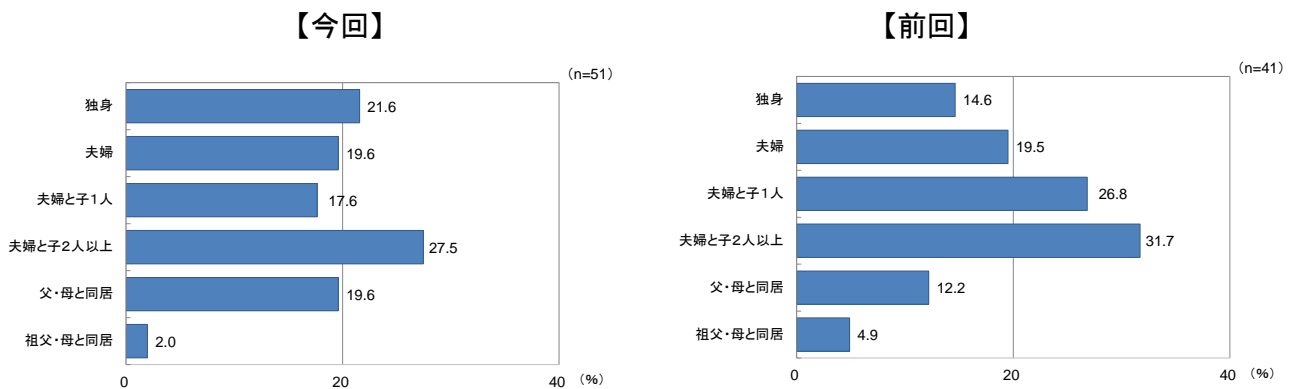
前回調査との比較では、「30代」が前回より9.1ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (4) 家族構成

「夫婦と子2人以上」が27.5%と最も高く、3割弱を占めています。次いで「独身」が21.6%で2割強、「夫婦」および「父・母と同居」がともに19.6%（同率）で約2割と続いています。

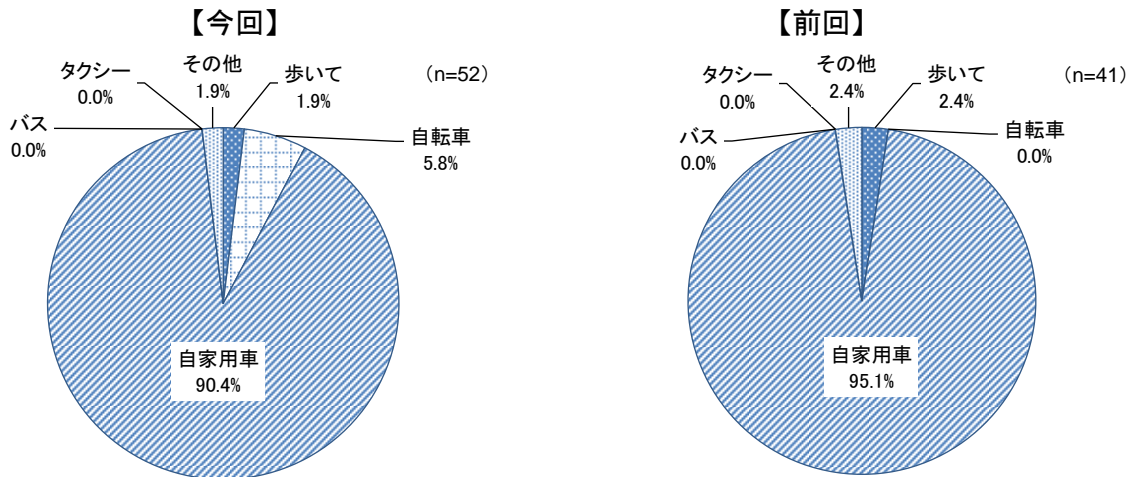
前回調査との比較では、「夫婦と子1人」が前回より9.2ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



## (5) 買物の交通手段

「自家用車」が90.4%と圧倒的多数を占めています。「歩いて」買物をする人はわずか1.9%にとどまりました。

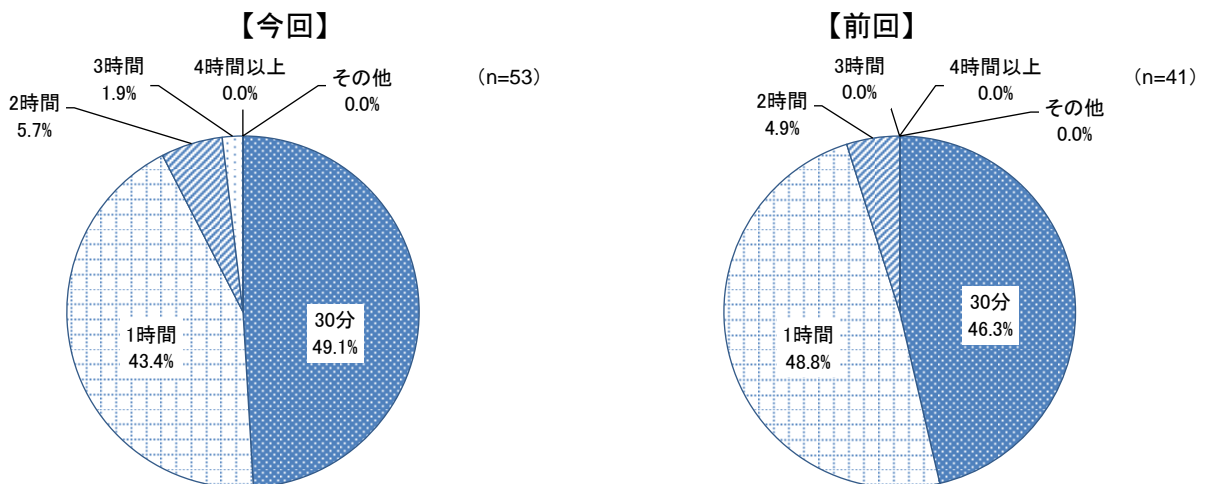
前回調査との比較では、「自転車」が前回より5.8ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



## (6) 買物の時間

「30分」が49.1%、「1時間」が43.4%となり、1時間以内が圧倒的多数を占めています。これ以外では「2時間」が5.7%、「3時間」が1.9%となり、「4時間以上」および「その他」の回答はありませんでした。

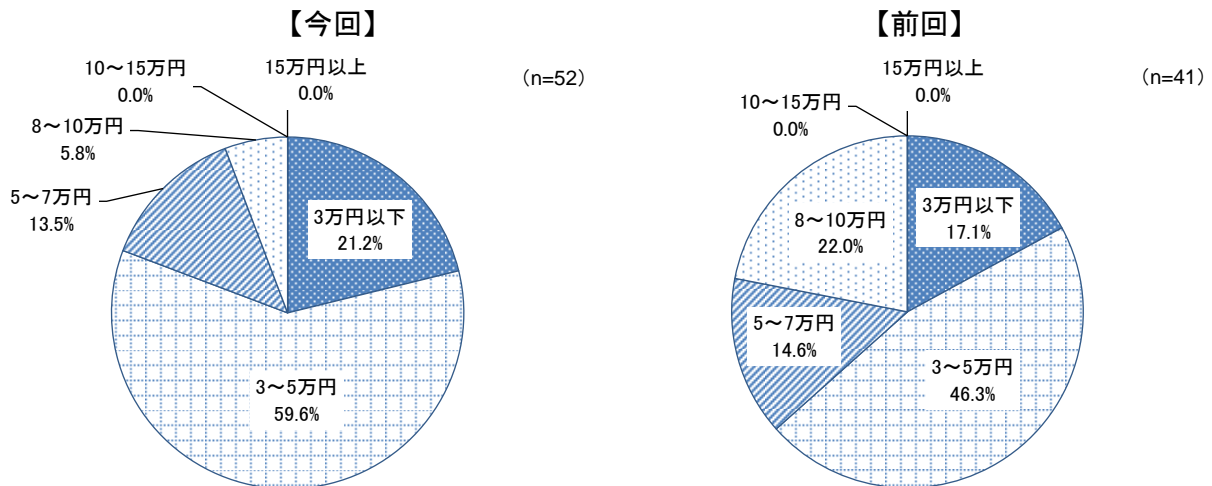
前回調査との比較では、「1時間」が前回より5.4ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



## (7) 毎月の買物の予算

「3～5万円」が59.6%で最も高く、約6割を占めています。次いで「3万円以下」が21.2%、「5～7万円」が13.5%となっています。なお、「10～15万円」および「15万円以上」の回答はありませんでした。

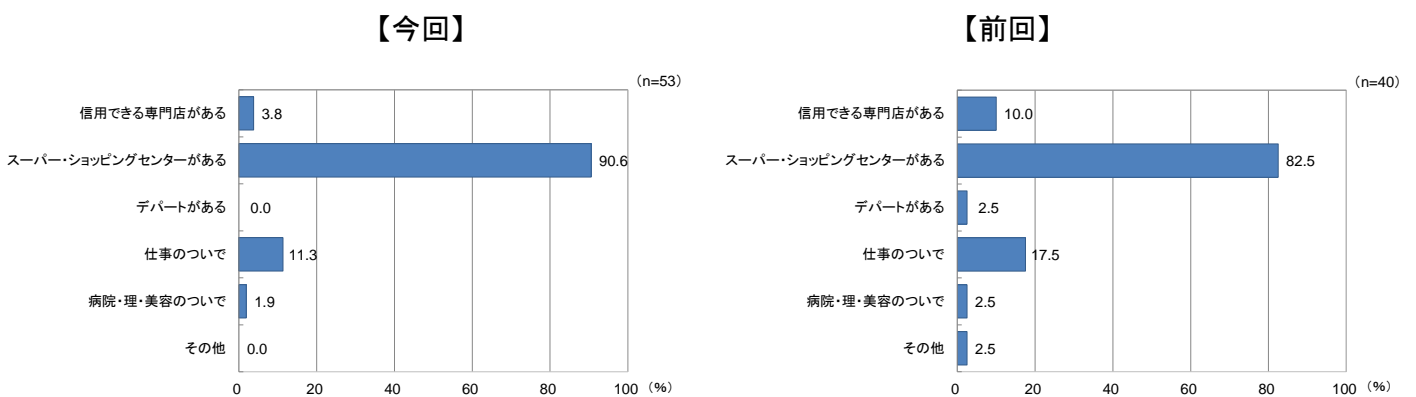
前回調査との比較では、「3～5万円」が前回より13.3ポイント増加しました。一方、「8～10万円」は16.2ポイント減少しており、毎月の買物予算は前回より減少傾向がうかがえました。



## (8) 買物の目的

「スーパー・ショッピングセンターがある」が90.6%で大多数を占めています。次いで、「仕事のついで」が11.3%、「信用できる専門店がある」が3.8%となっています。

前回調査との比較では、「スーパー・ショッピングセンターがある」が前回より8.1ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられません。



## (9) 商品別の買物場所

＜食料品＞は「タイヨーグランド」が41.7%と4割強、「イオンタウン始良店」が11.1%を占めています。前回調査との比較では、「Aコープ」が前回より7.8ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。

＜日用雑貨＞は「タイヨーグランド」が31.0%と3割強、「コスモス」が21.8%のシェアとなっています。前回調査との比較では、「タイヨーグランド」が前回より12.2ポイント増加し、「コスモス」が13.8ポイント減少しました。

＜実用衣料品＞は「イオンタウン始良店」が24.6%、僅差で「市外」が23.6%、「専門店」が22.2%と続いています。前回調査との比較では、「イオンタウン始良店」が前回より10.2ポイント増加し、「市外」が10.4ポイント減少しました。

＜高級衣料品＞は「専門店」が42.8%、「市外」が26.0%となっています。前回調査との比較では、「専門店」が前回より27.9ポイント増加し、「市外」が37.8ポイント減少しました。

＜身回品＞は「市外」が28.8%、「専門店」が25.8%となっています。前回調査との比較では、「イオンタウン始良店」が前回より11.2ポイント増加し、「市外」が12.5ポイント減少しました。

＜文化品＞は「専門店」が28.2%、「市外」が19.0%、「ヤマダ電機」が16.3%を占めています。前回調査との比較では、「専門店」が前回より11.2ポイント増加し、「市外」が13.5ポイント減少しました。

＜贈答用品＞は「市外」が32.0%で、「タイヨーグランド」が20.6%と続いています。前回調査との比較では、「タイヨーグランド」が前回より12.6ポイント増加し、「専門店」も11.2ポイント増加しました。一方、「市外」は18.3ポイント減少しました。

【今回】

買物場所		市内													市外	合計		
		専門店	一般商店	コンビニ	山形屋	タイヨーグランド	イオンタウン始良店	Aコープ	クッキー	ヤマダ電機	エディオン	ドラッグストアモリ	ミドリ薬品	コスモス			生協コープ鹿児島	その他スーパーなど
食料品	生鮮食品など		5.0	34.8	18.0	220.8	59.0	54.2	8.0			19.0	1.0	31.0	24.0	47.2	8.0	530.0
			0.9%	6.6%	3.4%	41.7%	11.1%	10.2%	1.5%			3.6%	0.2%	5.8%	4.5%	8.9%	1.5%	100.0%
日用雑貨	台所用品など	2.0	4.0	3.0	1.0	161.3	51.6	12.9	1.0			37.7	10.6	113.2	18.9	64.9	37.9	520.0
		0.4%	0.8%	0.6%	0.2%	31.0%	9.9%	2.5%	0.2%			7.3%	2.0%	21.8%	3.6%	12.5%	7.3%	100.0%
実用衣料品	下着・靴下など	111.1	1.0	4.0	2.0	88.0	122.9					4.0		2.0		47.0	118.0	500.0
		22.2%	0.2%	0.8%	0.4%	17.6%	24.8%					0.8%		0.4%		9.4%	23.6%	100.0%
高級衣料品	呉服・寝具など	214.0	5.0		9.0	26.0	82.0					2.0				32.0	130.0	500.0
		42.8%	1.0%		1.8%	5.2%	16.4%					0.4%				6.4%	26.0%	100.0%
身回品	靴・鞆・化粧品など	131.7			4.0	26.0	84.3	5.0				22.0	6.0	36.0	5.0	43.0	147.0	510.0
		26.8%			0.8%	5.1%	16.5%	1.0%				4.3%	1.2%	7.1%	1.0%	8.4%	28.8%	100.0%
文化品	時計・電化製品・薬・家具など	143.7	1.0			3.0	40.3			83.0	15.0	26.0	5.0	63.0		33.0	97.0	510.0
		28.2%	0.2%			0.6%	7.9%			16.3%	2.9%	5.1%	1.0%	12.4%		6.5%	19.0%	100.0%
贈答用品	中元・歳末・記念品など	100.0	5.0		44.0	103.0	60.0	4.0				2.0				22.0	160.0	500.0
		20.0%	1.0%		8.8%	20.6%	12.0%	0.8%				0.4%				4.4%	32.0%	100.0%

※ <食料品>から<贈答品>について、それぞれ店舗で購入した割合の合計が10になるよう回答してもらっています。店舗の利用割合(%)は、店舗の購入割合の合計÷商品全体の割合合計で算出しています。なお、店舗で購入した割合の合計が10にならない回答は、各店舗の回答内容に比例させつつ割合の合計が10になるよう、補正しています。

【前回】

買物場所		市内													市外	合計		
		専門店	一般商店	コンビニ	山形屋	タイヨーグランド	イオン始良店	Aコープ	クッキー	ヤマダ電機	エディオン	ドラッグストアモリ	ミドリ薬品	コスモス			生協コープ鹿児島	その他スーパーなど
食料品	生鮮食品など	7	10	8	19	159	23	72	12			7	2	15	28	26	12	400
		1.8%	2.5%	2.0%	4.8%	39.8%	5.8%	18.0%	3.0%			1.8%	0.5%	3.8%	7.0%	6.5%	3.0%	100.0%
日用雑貨	台所用品など	1	3	2	4	75	22	24	6			32	26	142	9	35	18	399
		0.3%	0.8%	0.5%	1.0%	18.8%	5.5%	6.0%	1.5%			8.0%	6.5%	35.6%	2.3%	8.8%	4.5%	100.0%
実用衣料品	下着・靴下など	72	9	2	9	59	57					1		6	3	44	135	397
		18.1%	2.3%	0.5%	2.3%	14.9%	14.4%					0.3%		1.5%	0.8%	11.1%	34.0%	100.0%
高級衣料品	呉服・寝具など	58	5	1	15	10	28					1		1		22	249	390
		14.9%	1.3%	0.3%	3.8%	2.6%	7.2%					0.3%		0.3%		5.6%	63.8%	100.0%
身回品	靴・鞆・化粧品など	107	12	1	11	21	21					9	2	30	5	16	165	400
		26.8%	3.0%	0.3%	2.8%	5.3%	5.3%					2.3%	0.5%	7.5%	1.3%	4.0%	41.3%	100.0%
文化品	時計・電化製品・薬・家具など	68	2	1	6	1	13			69	9	18	12	43		28	130	400
		17.0%	0.5%	0.3%	1.5%	0.3%	3.3%			17.3%	2.3%	4.5%	3.0%	10.8%		7.0%	32.5%	100.0%
贈答用品	中元・歳末・記念品など	35	3	1	51	32	36	5				1		6	5	24	201	400
		8.8%	0.8%	0.3%	12.8%	8.0%	9.0%	1.3%				0.3%		1.5%	1.3%	6.0%	50.3%	100.0%



## (10) 大型店の利用状況

<イオンタウン始良店>は、「毎日又は毎週」が28.0%と<その他>以外では唯一2割を超えており、「月1~2回程度」は58.0%で6割弱を占めています。「ほとんどなし」は2割弱を占めています。

前回調査との比較では、「毎日又は毎週」が前回より15.2ポイント増加し、「ほとんどなし」が17.9ポイント減少しており、利用頻度は増加していることが推測されます。

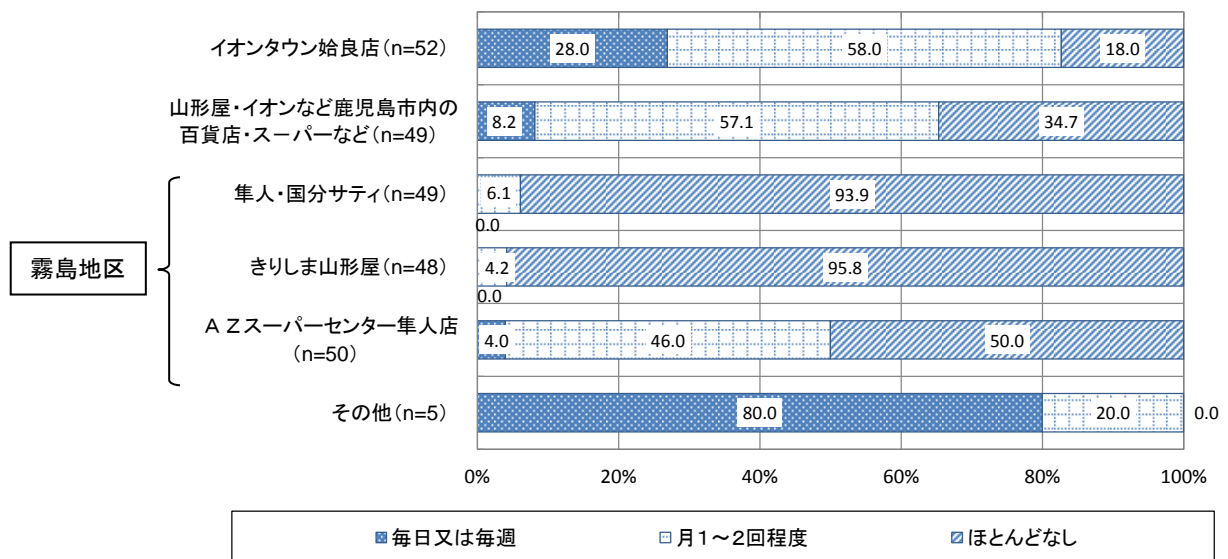
<山形屋・イオンなど鹿児島市内の百貨店・スーパーなど>は「月1~2回」が57.1%で6割弱を占めています。「ほとんどなし」は3割強を占めています。

前回調査との比較では、「毎日又は毎週」が前回より5.7ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。

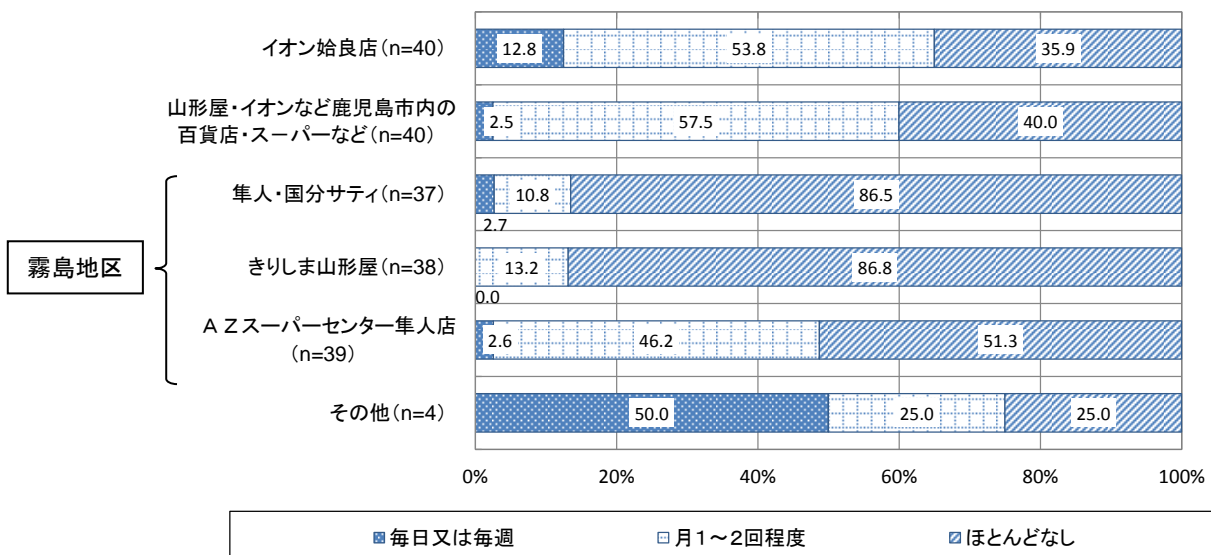
霧島地区の<隼人・国分サティ>は「ほとんどなし」が93.9%を占め、<きりしま山形屋>も「ほとんどなし」が95.8%を占めています。<AZスーパーセンター隼人店>は「ほとんどなし」が50.0%と半数ですが、「月1~2回程度」も46.0%を占めています。

前回調査との比較では、<隼人・国分サティ>、<きりしま山形屋>、<AZスーパーセンター隼人店>それぞれ全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。

### 【今回】



### 【前回】

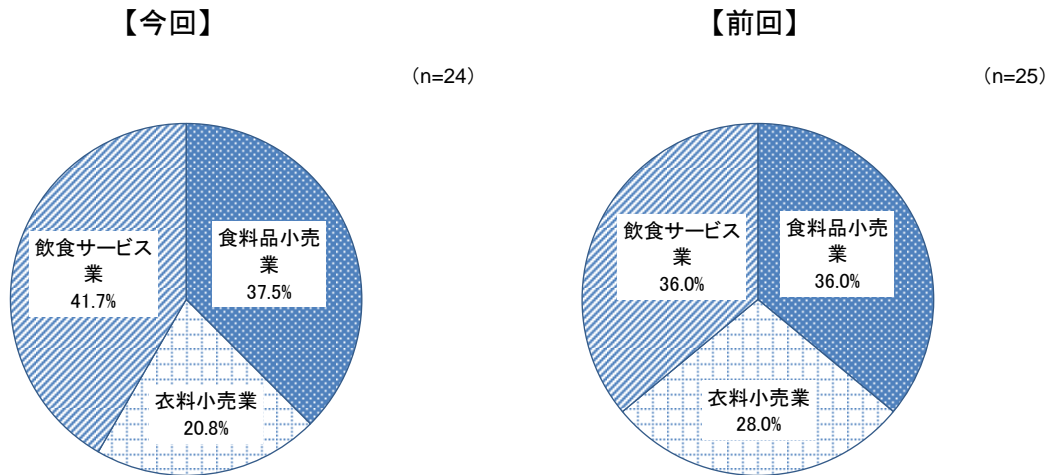


## 2. 事業者アンケート調査

### (1) 業種

「飲食サービス業」が41.7%と最も高く、次いで「食料品小売業」が37.5%、「衣料小売業」が20.8%となっています。

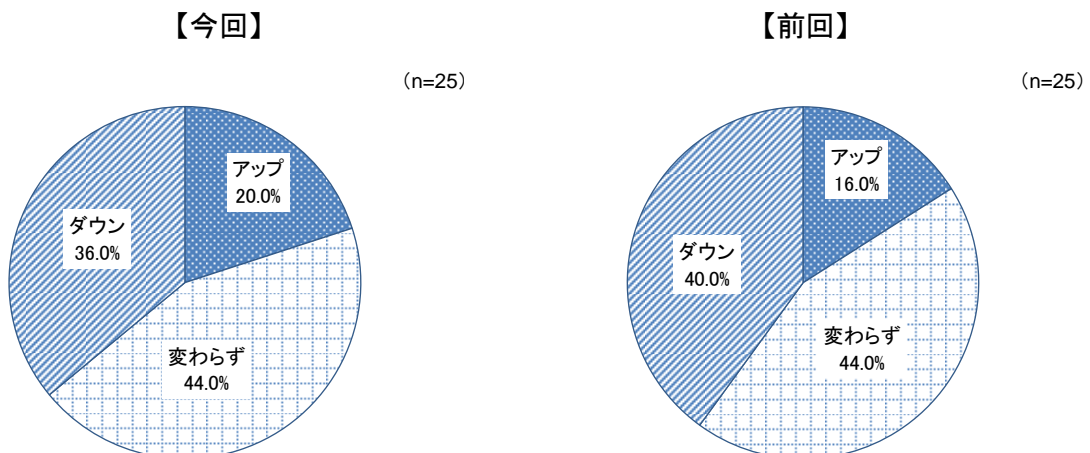
前回調査との比較では、「衣料小売業」が前回より7.2ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (2) 売上（前年比）

「変わらず」が44.0%で最も高く、次いで「ダウン」が36.0%を占め、「アップ」した事業者は20.0%となっています。

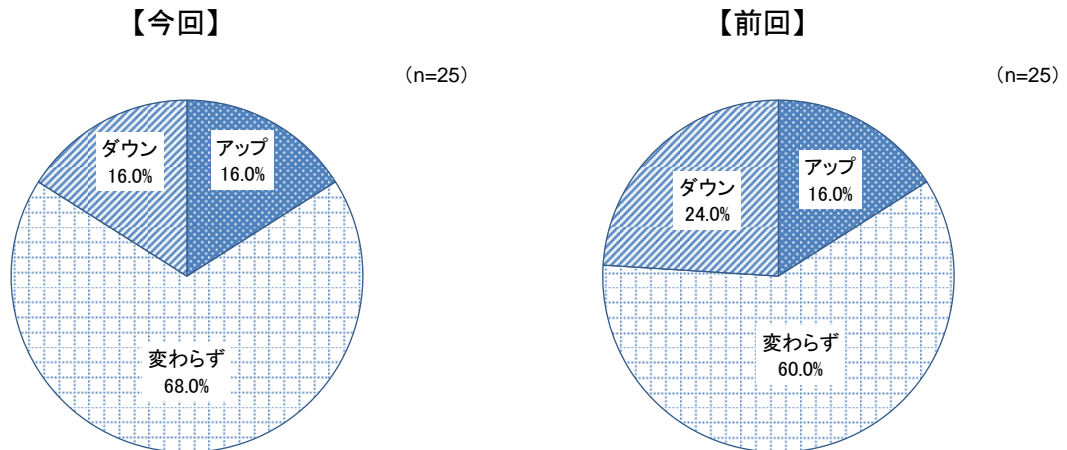
前回調査との比較では、「アップ」が前回より4.0ポイント増加し、「ダウン」は4.0ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (3) 客単価（前年比）

「変わらず」が68.0%で最も高く、次いで「アップ」と「ダウン」がともに16.0%（同率）となっています。

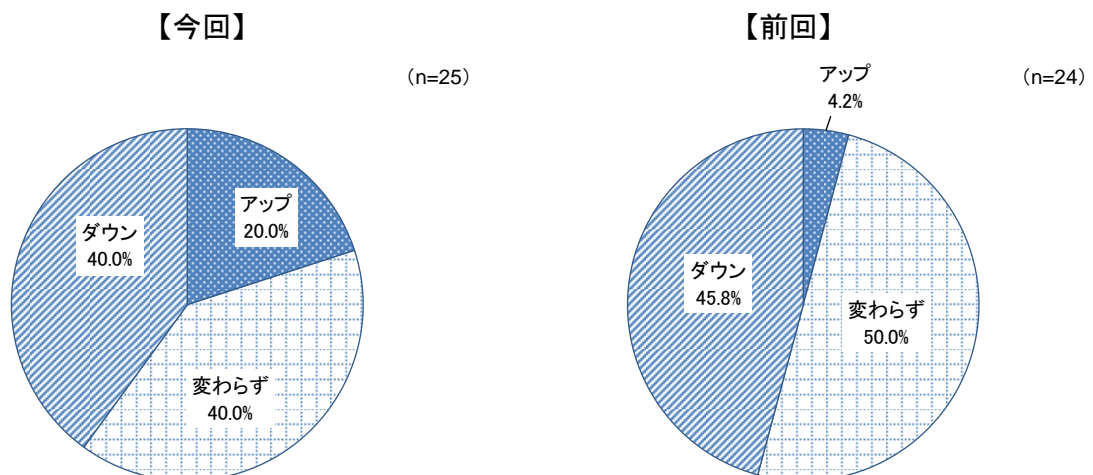
前回調査との比較では、「変わらず」が前回より8.0ポイント増加し、「ダウン」は8.0ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (4) 客数（前年比）

「変わらず」と「ダウン」がともに40.0%（同率）となり、「アップ」した事業者は20.0%となっています。

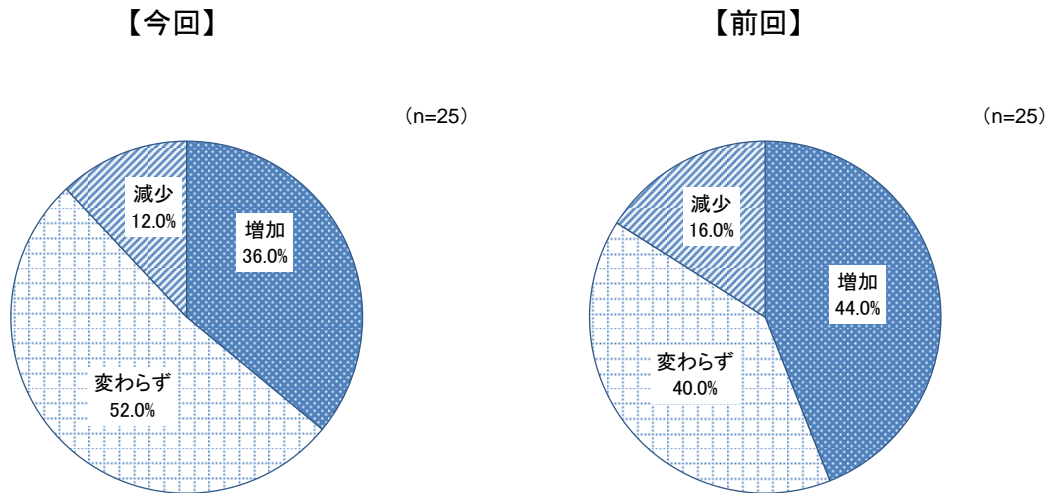
前回調査との比較では、「アップ」が前回より15.8ポイント増加し、「変わらず」は10.0ポイント減少しており、全体的な客数は増加傾向がみられました。



### (5) 商品仕入れ単価（前年比）

「変わらず」が52.0%と最も高く、次いで「増加」が36.0%を占め、「減少」した事業者は12.0%となっています。

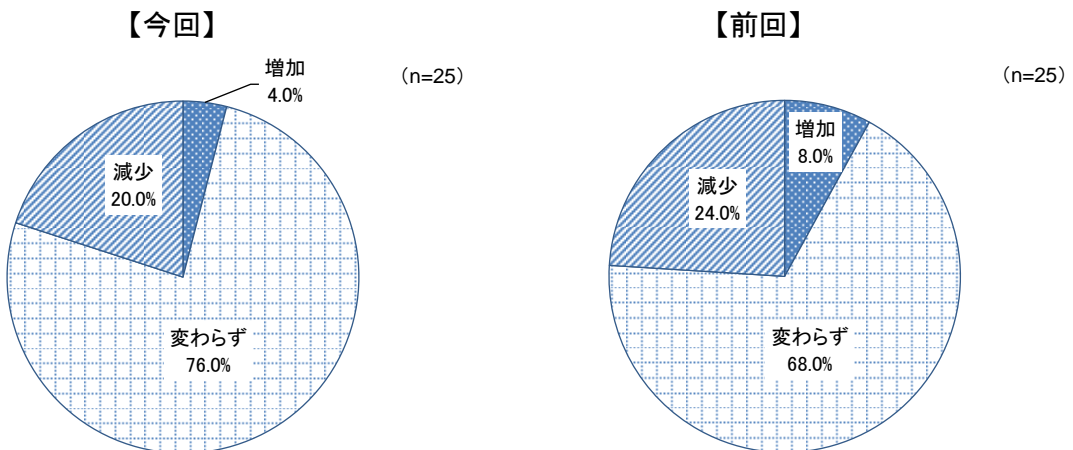
前回調査との比較では、「変わらず」が前回より12.0ポイント増加しており、商品仕入れ単価に変化がみられなかった事業所の割合が増えました。



### (6) 商品在庫数（前年比）

「変わらず」が76.0%で、「減少」が20.0%、「増加」した事業者は4.0%にとどまっています。

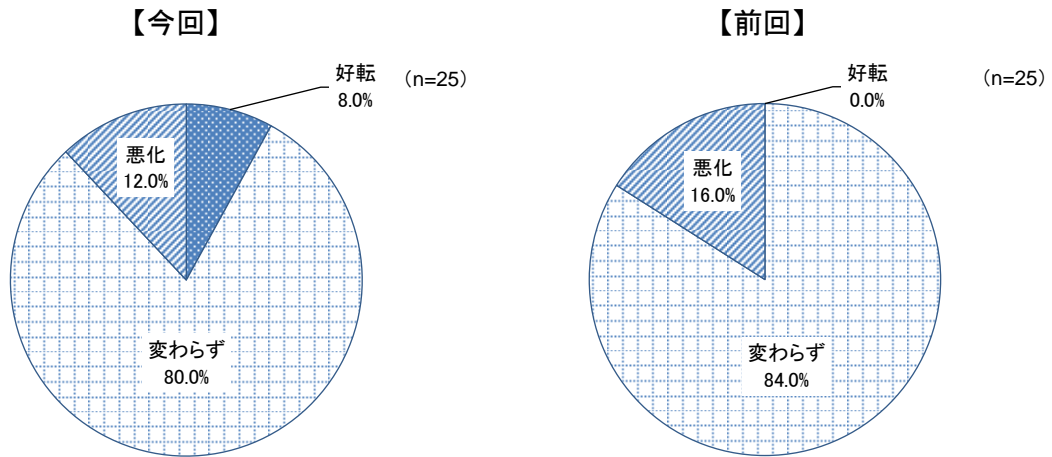
前回調査との比較では、「変わらず」が前回より8.0ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (7) 資金繰り（前年比）

「変わらず」が80.0%で最も高く、次いで「悪化」が12.0%、「好転」した事業所は8.0%にとどまっています。

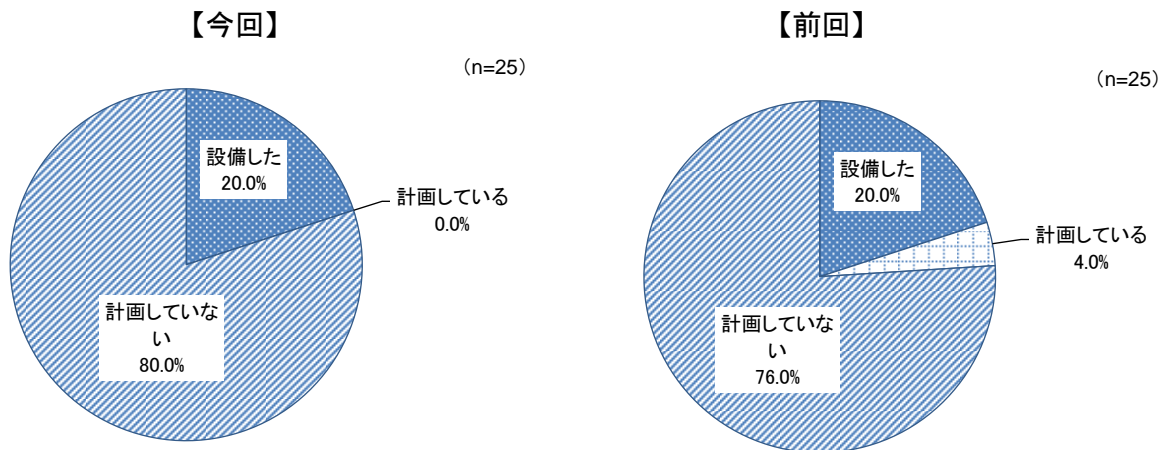
前回調査との比較では、「好転」が前回より8.0ポイント増加しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



### (8) 新規設備投資（平成28年4月以降）

「計画していない」が80.0%で最も高く、次いで「設備した」が20.0%で、「計画している」と回答した事業者はいませんでした。

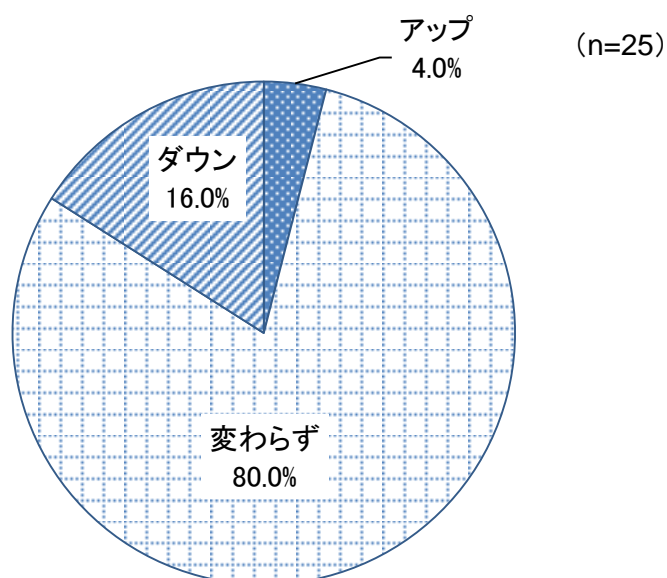
前回調査との比較では、「計画していない」が前回より4.0ポイント増加し、「計画している」が4.0ポイント減少しましたが、全ての選択肢で差が10ポイント未満となっており、大きな違いはみられませんでした。



(9) イオンタウン始良の影響

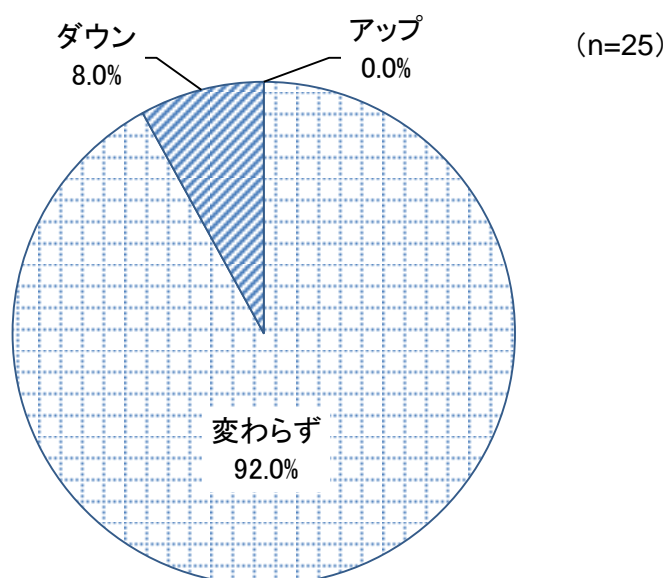
① イオンオープンによる自店の売上

「変わらず」が80.0%と最も高く、次いで「ダウン」が16.0%を占め、「アップ」した事業者は4.0%にとどまっています。



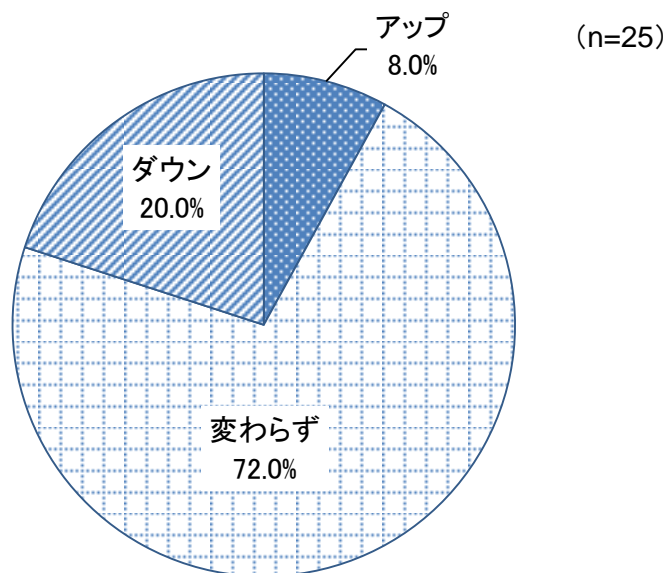
② イオンオープンによる自店の客単価

「変わらず」が92.0%と圧倒的多数を占め、次いで「ダウン」が8.0%となり、「アップ」した事業者はいませんでした。



### ③ イオンオープンによる自店の客数

「変わらず」が72.0%と最も高く、次いで「ダウン」が20.0%を占め、「アップ」した事業者は8.0%にとどまっています。



## Ⅱ 集計表

### 消費者アンケート

(平成28年度 お買物アンケート)

問1. お住まいの居住地をおしえてください。

	有効回答数	始良地区	蒲生地区	加治木地区
割合	100.0%	54.7%	11.3%	34.0%
件数	53	29	6	18

問2. 世帯主の職業について教えてください。

	有効回答数	サラリーマン (会社員・公務員など)	商工業者	農林水産業者	医者・弁護士・ 税理士・建築士など	その他
割合	100.0%	77.4%	5.7%	1.9%	1.9%	13.2%
件数	53	41	3	1	1	7

問3. 主に買物をされる年齢について

	有効回答数	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
割合	100.0%	1.9%	20.8%	18.9%	28.3%	24.5%	5.7%	
件数	53	1	11	10	15	13	3	0

問4. 家族構成について（複数回答可）

	有効回答数	独身	夫婦	夫婦と子1人	夫婦と子2人以上	父・母と同居	祖父・母と同居
割合	100.0%	21.6%	19.6%	17.6%	27.5%	19.6%	2.0%
件数	51	11	10	9	14	10	1

問5. お買物に行く、主な交通手段を教えてください。

	有効回答数	歩いて	自転車	自家用車	バス	タクシー	その他
割合	100.0%	1.9%	5.8%	90.4%			1.9%
件数	52	1	3	47	0	0	1

問6. 日常のお買物に要する、時間を教えてください。

	有効回答数	30分	1時間	2時間	3時間	4時間以上	その他
割合	100.0%	49.1%	43.4%	5.7%	1.9%		
件数	53	26	23	3	1	0	0



問7. 毎月のお買物予算（外食を除く、裏面食料品から贈答品まで）を教えてください。

	有効回答数	3万円以下	3～5万円	5～7万円	8～10万円	10～15万円	15万円以上
割合	100.0%	21.2%	59.6%	13.5%	5.8%		
件数	52	11	31	7	3	0	0

問8. お買物をする目的を教えてください。

	有効回答数	信用できる専門店がある	スーパー・ショッピングセンターがある	デパートがある	仕事のついで	病院・理・美容のついで	その他
割合	53.0%	3.8%	90.6%		11.3%	1.9%	
件数	53	2	48	0	6	1	0

問9. 買物をされる割合を商品別・場所別・地域別に教えてください。

商品	買物場所	市内														市外	合計
		専門店	一般商店	コンビニ	山形屋	タイヨーグランド	イオンタウン始良店	Aコープ	クッキー	ヤマダ電機	エディオン	ドラッグストアモリ	ミドリ薬品	コスモス	生協コープ鹿児島		
食料品	生鮮食品など	5.0	34.8	18.0	220.8	59.0	54.2	8.0			19.0	1.0	31.0	24.0	47.2	8.0	530.0
		0.9%	6.6%	3.4%	41.7%	11.1%	10.2%	1.5%			3.6%	0.2%	5.8%	4.5%	8.9%	1.5%	100.0%
日用雑貨	台所用品など	2.0	4.0	3.0	161.3	51.6	12.9	1.0			37.7	10.6	113.2	18.9	64.9	37.9	520.0
		0.4%	0.8%	0.6%	31.0%	9.9%	2.5%	0.2%			7.3%	2.0%	21.8%	3.6%	12.5%	7.3%	100.0%
実用衣料品	下着・靴下など	111.1	1.0	4.0	2.0	88.0	122.9				4.0		2.0		47.0	118.0	500.0
		22.2%	0.2%	0.8%	0.4%	17.6%	24.6%				0.8%		0.4%		9.4%	23.6%	100.0%
高級衣料品	呉服・寝具など	214.0	5.0	9.0	26.0	82.0					2.0				32.0	130.0	500.0
		42.8%	1.0%	1.8%	5.2%	16.4%					0.4%				6.4%	26.0%	100.0%
身用品	靴・鞆・化粧品など	131.7		4.0	26.0	84.3	5.0				22.0	6.0	36.0	5.0	43.0	147.0	510.0
		25.8%		0.8%	5.1%	16.5%	1.0%				4.3%	1.2%	7.1%	1.0%	8.4%	28.8%	100.0%
文化品	時計・電化製品・薬・家具など	143.7	1.0		3.0	40.3				83.0	15.0	26.0	5.0	63.0	33.0	97.0	510.0
		28.2%	0.2%		0.6%	7.9%				16.3%	2.9%	5.1%	1.0%	12.4%	6.5%	19.0%	100.0%
贈答用品	中元・歳末・記念品など	100.0	5.0	44.0	103.0	60.0	4.0				2.0				22.0	160.0	500.0
		20.0%	1.0%	8.8%	20.6%	12.0%	0.8%				0.4%				4.4%	32.0%	100.0%

問10. 大型店（店舗面積10,000㎡以上）の利用について教えてください。

地区名	店舗名	有効回答数	利用回数	回答数	構成比
始良	イオンタウン始良店	52	毎日又は毎週	14	28.0%
			月1～2回程度	29	58.0%
			ほとんどなし	9	18.0%
鹿児島	山形屋・イオンなど 鹿児島市内の百貨店・スーパーなど	49	毎日又は毎週	4	8.2%
			月1～2回程度	28	57.1%
			ほとんどなし	17	34.7%
霧島地区	隼人・国分サティ	49	毎日又は毎週	0	0.0%
			月1～2回程度	3	6.1%
			ほとんどなし	46	93.9%
	きりしま山形屋	48	毎日又は毎週	0	0.0%
			月1～2回程度	2	4.2%
			ほとんどなし	46	95.8%
A Zスーパーセンター隼人店	50	毎日又は毎週	2	4.0%	
		月1～2回程度	23	46.0%	
		ほとんどなし	25	50.0%	
その他 (グランド、タイヨー、ニシムタ、Aコープ、ユニクロ)	5	毎日又は毎週	4	80.0%	
		月1～2回程度	1	20.0%	
		ほとんどなし	0	0.0%	

## 事業者アンケート

### 1. 業種名を教えてください。

	有効回答数	食料品小売業	衣料小売業	飲食サービス業
割合	100.0%	37.5%	20.8%	41.7%
件数	24	9	5	10

### 2. 売上について（昨年度と比較して）

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%	20.0%	44.0%	36.0%
件数	25	5	11	9

### 3. 客単価について（昨年度と比較して）

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%	16.0%	68.0%	16.0%
件数	25	4	17	4

### 4. 客数について（昨年度と比較して）

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%	20.0%	40.0%	40.0%
件数	25	5	10	10

### 5. 商品仕入れ単価（昨年度と比較して）

	有効回答数	増加	変わらず	減少
割合	100.0%	36.0%	52.0%	12.0%
件数	25	9	13	3

### 6. 商品在庫数（昨年度と比較して）

	有効回答数	増加	変わらず	減少
割合	100.0%	4.0%	76.0%	20.0%
件数	25	1	19	5

7. 資金繰りについて（昨年度と比較して）

	有効回答数	好転	変わらず	悪化
割合	100.0%	8.0%	80.0%	12.0%
件数	25	2	20	3

8. 新規設備投資について（平成 28 年 4 月以降に）

	有効回答数	設備した	計画している	計画していない
割合	100.0%	20.0%		80.0%
件数	25	5	0	20

9. イオンタウン始良影響について

① イオンオープンによる自店の売上

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%	4.0%	80.0%	16.0%
件数	25	1	20	4

② イオンオープンによる自店の客単価

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%		92.0%	8.0%
件数	25	0	23	2

③ イオンオープンによる自店の客数

	有効回答数	アップ	変わらず	ダウン
割合	100.0%	8.0%	72.0%	20.0%
件数	25	2	18	5

## Ⅲ 自由記入

---

### 消費者アンケート

(平成28年度 お買物アンケート)

問 11. 地元商店、または始良市内の商業に関するご意見・ご要望をお聞かせください。

- 始良地区では市がふるさと祭りしかない。加治木、蒲生のように市を開催してみても、年に2~3回でも。
- 始良でしか手に入らない等、価値のある商品を沢山生んで下さい！！昔あったお菓子の「帖佐人形」や「がいせん門」などモチーフにした物が少ないと思います。イオンに負けないで、相乗効果以上のところを狙って頑張ってください。
- 始良は、人口は多いが、市外に働きに行くため昼間人口が少ないイメージです。もっと昼間活気の出るような魅力のある店が増えるといいです。
- 車などを使わないと移動できない場所が多く、車を持たない人は不便ではと思います。
- 商工会さんで地元のお店を検索できる、いろんなところからアクセスできるサイトがあれば。
- スポーツ店を増やして。
- 接客が良い店が段々と増えてきているように思います。ですが、古くから営業されているお店は馴れ合いになっていて、時折不愉快さを感じる場合があります。大型店にお客が流れる原因だと考えます。
- ユニクロがイオン始良に引っ越しをすると聞きました。跡地にスシローかくら寿司が来てほしいです。

## 事業者アンケート調査

### 10. イオンタウン始良出店についてどう思われるか？

- 始良に人が集まる為、県内外からのお客様が増えるに期待。
- イオン出店で売上が下がったのではなく、近くに同業者がオープンして売上が下がる、イオンの影響ではないと思われる。
- イオン出店前に新店舗を作った。イオン出店での影響はあまり受けていない。
- イオンタウンだけでなく、大型店、チェーン店、スーパーの影響が大きい。
- イオンでのイベントを増やして、お客さんの数を増やしていきたい。
- イオンを中心として地域全体に回遊できる仕組みが出来れば。例えばイオンに地域マップを置いてもらうとか。
- 上手く連携を図っていけたら。
- 売上の減少はイオン出店の影響ではなく、自然減少であり、イオン出店の影響は受けたとは思っていない。
- お互い相乗効果が出るようにしていければと思います。
- シニア向けのサービス・商品の出店があると、売上に影響があると思われる。
- 出店料などを考えると、出店できない。
- 徐々に影響が出て来ているように感じます。
- 人材確保（アルバイト）。
- 駐車場が満車のことが多いので入り辛いことはあります。
- 特に感じることはない。
- 取引先が廃業、代表死亡もあり減った。
- 弊社としては棲み分け出来ていると感じる。むしろ長期的には始良エリア（県央）活性化の為早期全面オープン、その後連携を図ることが必要だと思います。
- 前はイオンの中に入っていたが、今回新たに新店舗を構え事業を継続している。売上は大幅にダウンしたが、固定費が減少した為、資金繰りはあまり変わっていない。