

令和元年度
需要動向調査報告

令和2年3月

需要動向調査報告

・調査概要

- (1) 調査期間 令和2年2月1日から令和2年2月29日
 (2) 調査方法 訪問等によるアンケート調査
 (3) 調査対象 市内の59事業所（飲食・卸小売業30社、サービス業29社）
 (4) 調査項目 2019年（1月～12月）の来店客、消費単価の動向

・判断指数

(1) 来客数・単価の増減判断指数

来客数・単価	飲食・卸小売業	サービス業	計
全体	▲ 23.3	20.7	▲ 1.7
既存客	▲ 35.7	▲ 18.5	▲ 27.3
新規客	17.9	34.5	26.3
単価	10.0	3.6	6.9

(2) 属性別来店客の増減判断指数

属性別傾向		飲食・卸小売業		サービス業	
		平均割合	判断指数	平均割合	判断指数
単位	個人	67.0%	▲ 8.0	75.0%	7.1
	グループ	33.0%	▲ 18.2	25.0%	33.3
性別	男性	55.6%	▲ 3.7	59.2%	▲ 7.7
	女性	44.4%	▲ 11.5	40.8%	7.7
年代	～ 20代	19.6%	4.3	25.9%	8.3
	30～40代	27.1%	▲ 13.0	29.9%	21.4
	50～60代	32.0%	▲ 8.7	30.1%	7.7
	70代～	21.2%	▲ 17.4	14.1%	0.0
市内	市内	48.0%	▲ 12.0	62.6%	6.3
	市外	52.9%	4.0	37.4%	12.5

※判断指数は、2018年（1～12月）と比べた2019年の変化方向を示す。

※判断指数は、各項目についての状況の判断を示す。プラスであれば、「増えた」の回答割合が多いことを示し、マイナスであれば、「減った」の回答割合が多いことを示す。

(計算式) 判断指数 = 「増えた」回答割合 - 「減った」回答割合

・結果に対するコメント

来客数・単価について

- ・来客数は、飲食・卸小売業で▲23.3と「減少」超、サービス業で20.7と「増加」超となった。両業種とも既存客はマイナス、新規客はプラスとなった。
- ・単価は両業種ともプラスとなった。

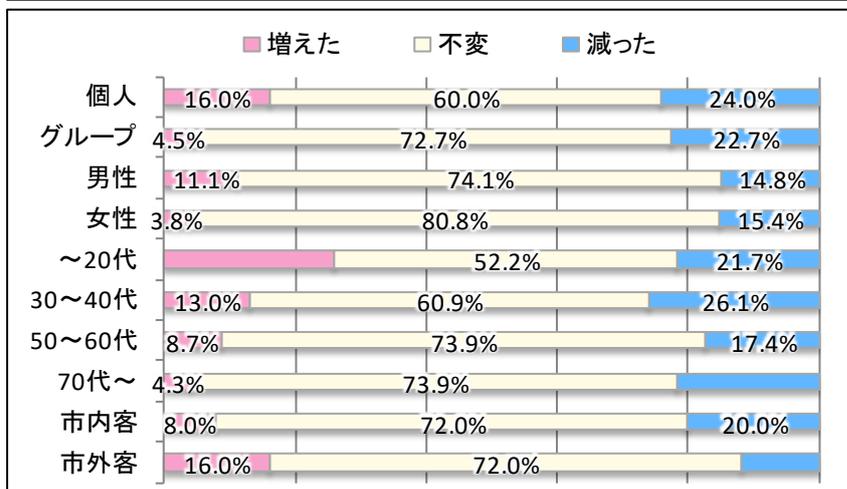
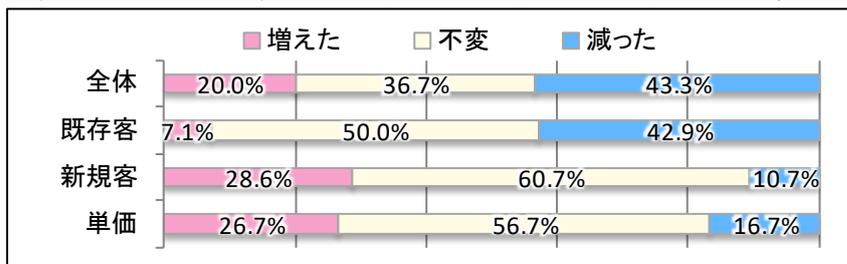
来店客の属性について

- ・客単位は個人、グループともに飲食・卸小売業で「減少」超、サービス業で「増加」超。
- ・性別では、男性が両業種とも「減少」超、サービス業では女性が「増加」超となった。
- ・年代別にみると、両業種とも～20代が「増加」超。飲食・卸小売業では、30代以降で「減少」超となった一方、サービス業では「増加」超となっている。
- ・飲食・卸小売業で市内客が「減少」超。サービス業では市内客・市外客が「増加」超。

○飲食・卸小売業

来客数・単価(回答数)	増えた	不変	減った	分からない取引がない	判断指数
全体 (30)	6	11	13	0	▲ 23.3
既 存 客 (29)	2	14	12	1	▲ 35.7
新 規 客 (30)	8	17	3	2	17.9
単 価 (30)	8	17	5	0	10.0

属性別来店傾向(回答数)	増えた	不変	減った	分からない取引がない	判断指数	利用割合(平均)
単 位						
個人 (26)	4	15	6	1	▲ 8.0	67.0%
グループ (23)	1	16	5	1	▲ 18.2	33.0%
性 別						
男 性 (27)	3	20	4	0	▲ 3.7	55.6%
女 性 (26)	1	21	4	0	▲ 11.5	44.4%
年 代						
～ 20 代 (23)	6	12	5	0	4.3	19.6%
30～40代 (23)	3	14	6	0	▲ 13.0	27.1%
50～60代 (24)	2	17	4	1	▲ 8.7	32.0%
70代～ (24)	1	17	5	1	▲ 17.4	21.2%
市 内						
市 内 客 (26)	2	18	5	1	▲ 12.0	48.0%
市 外 客 (26)	4	18	3	1	4.0	52.9%



来客数・単価について

- ・「来客数全体」は▲23.3と「減少」超。内訳は「新規客」が17.9、「既存客」が▲35.7と「減少」超となった。既存客の減少が来店客全体を押し下げている様子がうかがえる。一方、「単価」は10.0と「増加」超となった。

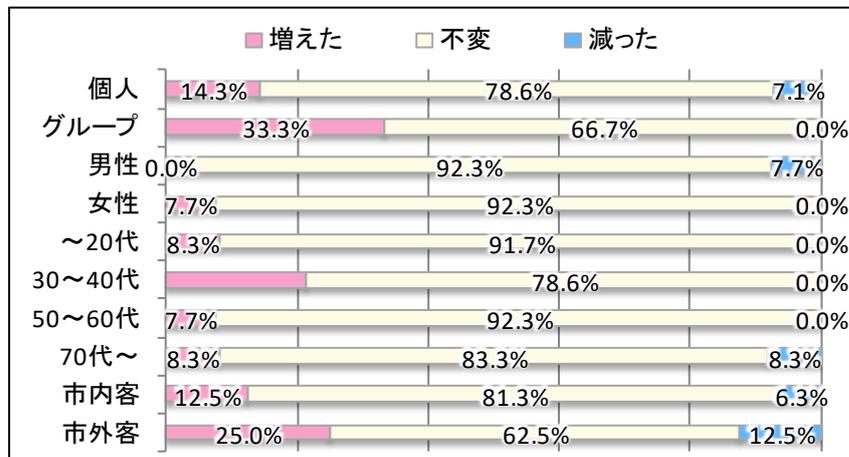
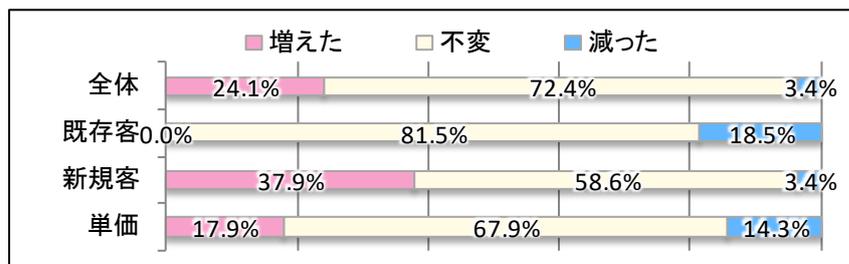
来店客の属性について

- ・客単位は個人、グループともに「減少」超となった。
- ・性別では、男性女性ともに「減少」超となった。
- ・年代別にみると、「～20代」で「増加」超となるも、来客数の多い30代以降で「減少」超となっている。
- ・市内客で「減少」超・市外客で「増加」超となっている。

○サービス業

来客数・単価(回答数)	増えた	不変	減った	分からない取引がない	判断指数
全体 (29)	7	21	1	0	20.7
既存客 (28)	0	22	5	1	▲ 18.5
新規客 (29)	11	17	1	0	34.5
単価 (29)	5	19	4	1	3.6

属性別来店傾向(回答数)	増えた	不変	減った	分からない取引がない	判断指数	利用割合(平均)
単位						
個人 (14)	2	11	1	0	7.1	75.0%
グループ (9)	3	6	0	0	33.3	25.0%
性別						
男性 (14)	0	12	1	1	▲ 7.7	59.2%
女性 (14)	1	12	0	1	7.7	40.8%
年代						
～ 20代 (12)	1	11	0	0	8.3	25.9%
30～40代 (14)	3	11	0	0	21.4	29.9%
50～60代 (13)	1	12	0	0	7.7	30.1%
70代～ (12)	1	10	1	0	0.0	14.1%
市内						
市内客 (17)	2	13	1	1	6.3	62.6%
市外客 (17)	4	10	2	1	12.5	37.4%



来客数・単価について

・「来客数全体」は20.7と「増加」超。「既存客」が▲18.5と「減少」超となるも、「新規客」が34.5と大きく「増加」超となった。既存客の減少を新規客の増加でカバーしている状況がうかがえる。「単価」は3.6と「増加」超となった。

来店客の属性について

- ・客単位は割合の高い「個人」が「増加」超、「グループ」は「増加」超となった。
- ・性別では、男性が「減少」超、女性は「増加」超となった。
- ・年代別にみると、70代以降で横ばい、その他の年代は「増加」超となった。
- ・市内客、市外客ともに「増加」超となった。

○売り上げのために工夫していること（複数回答）

飲食・卸小売業

N=30

内容	件数	(割合)
品質の良さ	14	(46.7%)
品揃え	11	(36.7%)
清掃	9	(30.0%)
接客態度	8	(26.7%)
広告・宣伝	8	(26.7%)
セールやイベント	8	(26.7%)
ポイントサービス	7	(23.3%)
御用聞きや配達サービス	5	(16.7%)
店舗のレイアウト・陳列	4	(13.3%)
情報発信	4	(13.3%)
IT化	4	(13.3%)
価格据え置き	4	(13.3%)
割引・値下げ	3	(10.0%)
専門家等によるアドバイス	2	(6.7%)
営業時間の工夫	1	(3.3%)

サービス業

N=21

内容	件数	(割合)
接客態度	10	(47.6%)
品質の良さ	9	(42.9%)
専門家等によるアドバイス	7	(33.3%)
情報発信	7	(33.3%)
広告・宣伝	5	(23.8%)
清掃	4	(19.0%)
ポイントサービス	4	(19.0%)
店舗のレイアウト・陳列	3	(14.3%)
品揃え	2	(9.5%)
セールやイベント	2	(9.5%)
営業時間の工夫	2	(9.5%)
御用聞きや配達サービス	2	(9.5%)
IT化	2	(9.5%)
価格据え置き	2	(9.5%)

- ・飲食・卸小売業では「品質の良さ」が46.7%で最も多く、「品揃え」(36.7%)、「清掃」(30.0%)と続いた。
- ・サービス業では「接客態度」が47.6%で最も多く、「品質の良さ」(42.9%)、「専門家等によるアドバイス」「情報発信」(33.3%)と続いた。