

当社では、名古屋市の二つの顔である『名駅』と『栄』が、どのように変貌を遂げていくかを定点でその実態を追跡をして行くことを進めております。3年目となる今回も4000のサンプル数を確保し代表性のある定点調査を実施しました。

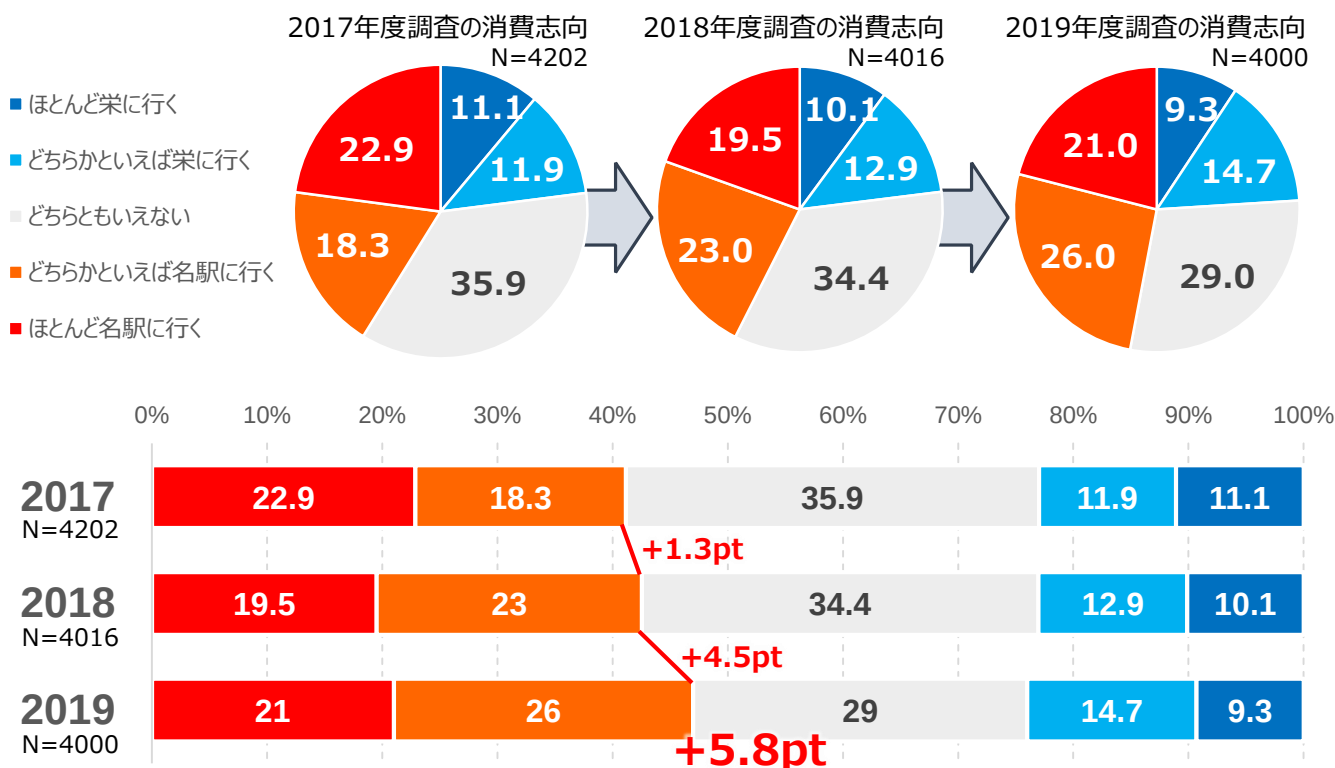
『名駅』派、『栄』派の買い物行き先志向比較（2017-2019）

東海3県は着実に名駅志向が上昇。

名古屋市内は時間・心理的距離による棲み分けが進む。

今年で3年目となった『名駅』派、『栄』派の買い物（消費）志向調査では、今年も『名駅』派が『栄』派を上回る結果となりました。名古屋市行政区別で見ると、昨年よりさらにそれぞれの志向性が高まっていることがわかります。

●現在、あなたは百貨店などで買物をする際の行き先として、栄と名駅のどちらに行くことが多いですか。（1つだけ）

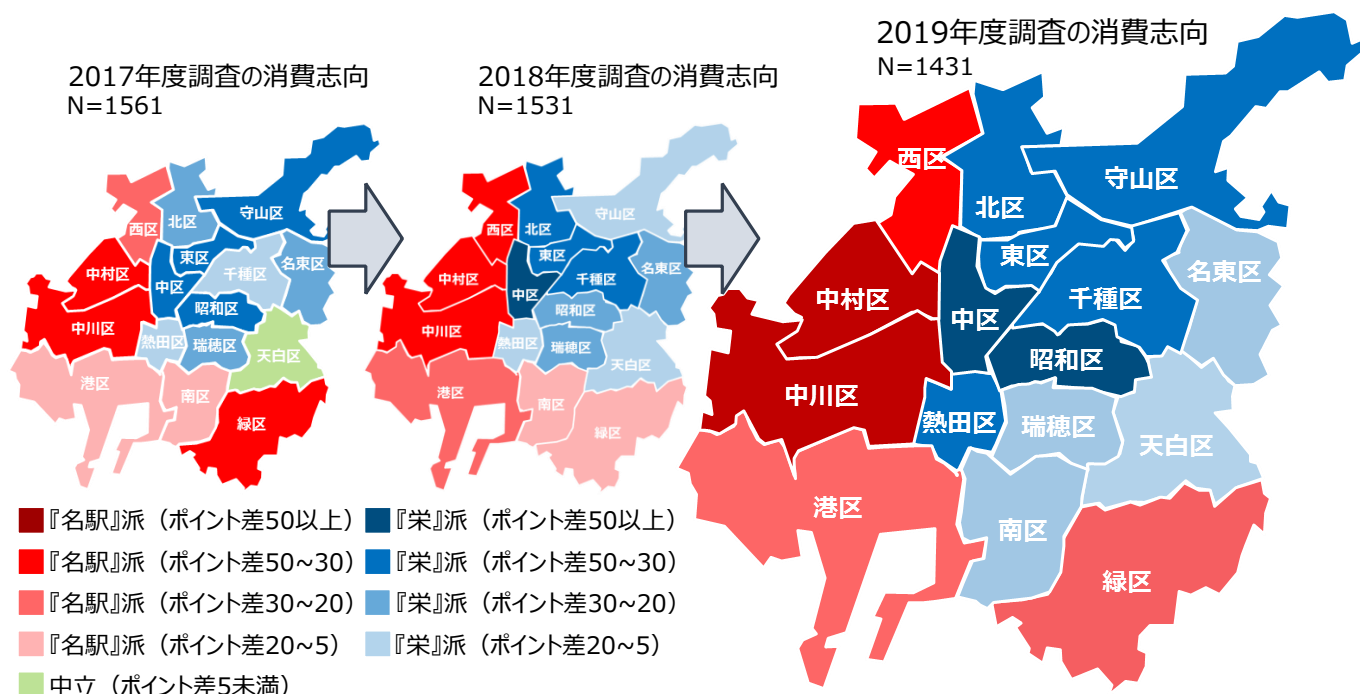
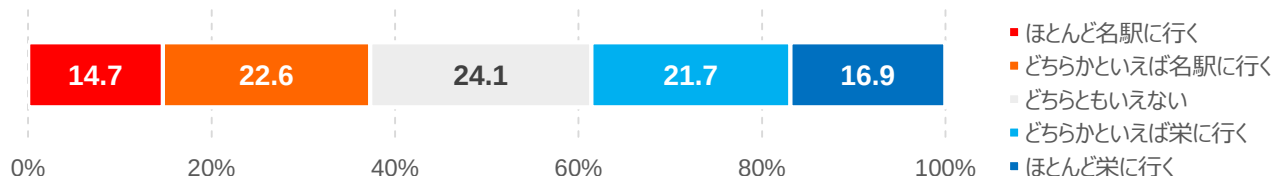


2017年から2019年にかけて『名駅』派は5.8ポイント増加

2017年から2018年にかけて『名駅』派の割合は1.3ポイントの増加でしたが、今回行った2019年調査では、昨年から4.5ポイント（2017年からは5.8ポイント）の増加が見られました。『名駅』派の増加には、JRゲートタワー開業から2年が経ち、新しい名古屋駅がこれまで名駅を利用していなかった人にも買い物の場所として認められてきたことが背景にあると考えられます。また、『栄』派も減少することはない、2017年から見ると1.0ポイントと僅かですが、増加していることがわかります。これらの調査結果から、「どちらともいえない」を選ぶ人の割合が年々減少し、『名駅』派、『栄』派の志向性がはっきりしてきた、それぞれの個性が現れ始めたと言えるのではないのでしょうか。

買い物行き先志向を名古屋市内各行政区単位で2017年から2019年を比較しました。その結果、引き続き名古屋市南西部が『名駅』派、名古屋市北東部が『栄』派という結果になりました。『名駅』派から『栄』派に志向が変わったという区は「南区」のみで、そのほかの区ではそれぞれの志向性がより強まるという結果になりました。『名駅』派が『栄』派よりも50%以上上回った区は、「中村区」と「中川区」でした。また『栄』派が『名駅』派よりも50%以上上回った区は「中区」と「昭和区」でした。名古屋駅から距離的に遠い「緑区」は、2018年では『名駅』派の傾向が弱まっていましたが、2019年調査ではまた『名駅』派の傾向が強まるという結果になりました。

2019年調査の消費志向（名古屋市内）N=1431



名古屋市内における『名駅』派、『栄』派の買い物志向調査ではどちらも38%前後となり、大きな違いは見られませんでした。また、名古屋市内の性年代別に買い物志向を比較しても、特に大きな差が出るような性年代はありませんでした。このことから名古屋市内における『名駅』と『栄』には、機能による大きな違いがなく、選ぶ基準は「距離」にあることがわかりました。また、物理的な距離ではなく鉄道などの交通の利便性を考慮した「時間距離や心理的距離」が『名駅』派、『栄』派を分ける要因であると考えられます。

	0%	50%	100%
名古屋市 (1431)	14.7	22.6	24.1
男性計 (728)	13.5	20.9	29.4
M1層 (174)	15.5	21.8	25.3
M2層 (280)	11.4	24.6	29.3
M3層 (274)	14.2	16.4	32.1
女性計 (703)	16.1	24.3	18.6
F1層 (194)	16.0	28.9	12.4
F2層 (239)	14.6	24.7	18.8
F3層 (270)	17.4	20.7	23.0

<調査概要>

東海圏プロフィール調査

- 調査方法：インターネットリサーチ
- 調査地域：名古屋市周辺の東海三県（愛知県・岐阜県・三重県）主要都市居住者
- 調査対象：20～69歳男女 4,000サンプル
※本レポートでは労働者（正社員・契約社員・自営業・派遣社員・パート・アルバイト）を対象としています。
- 割付方法：実際の人口構成に近似したサンプル数配分（例：名古屋市1,531サンプル）
- 調査時期：2019年2月
- 調査機関：株式会社ジェイアール東海エージェンシー
オルフェウスコンサルティング株式会社

<調査結果の引用・転載、取材などに関するお問い合わせ先>

株式会社ジェイアール東海エージェンシー
企画マーケティング部 担当：糟谷・鈴木・大久保
TEL: 052-566-3312 e-mail: yuya-ookubo@jrta.co.jp

