

令和元年度
太田市商店リフォーム支援事業補助金
活用者アンケート結果

<アンケート調査概要>

調査期間：令和2年2月18日～令和2年3月5日

対象：令和元年度太田市商店リフォーム支援事業補助金交付事業者

調査方法：職員1～2名で現地訪問し、補助事業者に直接ヒアリング

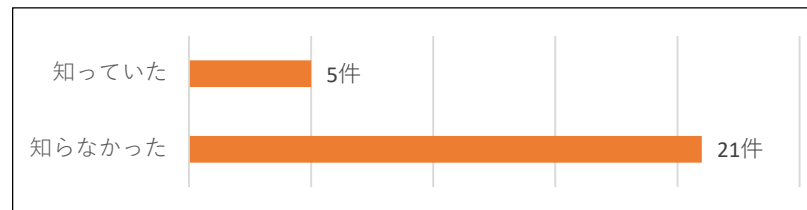
訪問件数：26件

回収数：26件

<アンケート設問>

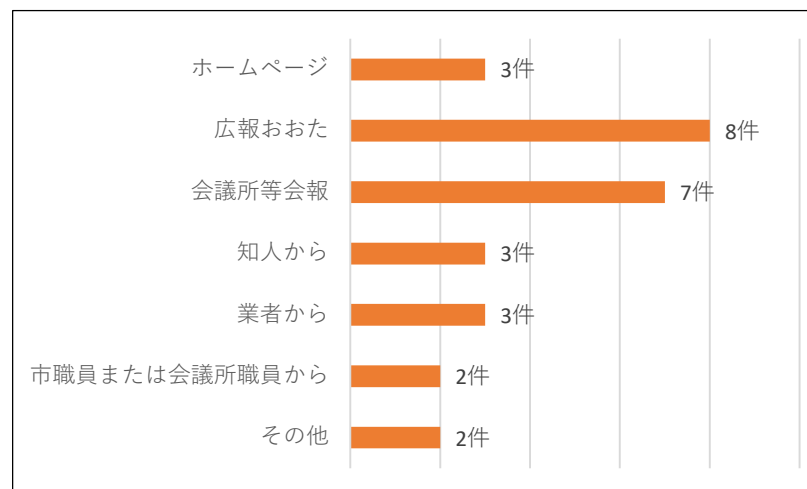
Q1 商店リフォーム補助金については平成29年度から制度実施しているが、知っていたか。

知っていた	5件	(19.23%)
知らなかった	21件	(80.77%)



Q2 本補助制度は何で知ったか。

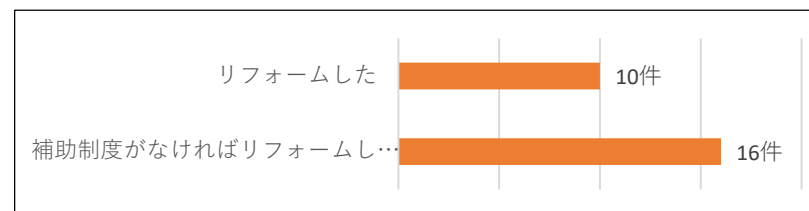
ホームページ	3件	(10.71%)
広報おおた	8件	(28.57%)
会議所等会報	7件	(25.00%)
知人から	3件	(10.71%)
業者から	3件	(10.71%)
市職員または会議所職員から	2件	(7.14%)
その他	2件	(7.14%)



- ・ 市役所エレベーターホール掲示チラシ
- ・ 市役所5階商業観光課窓口チラシ

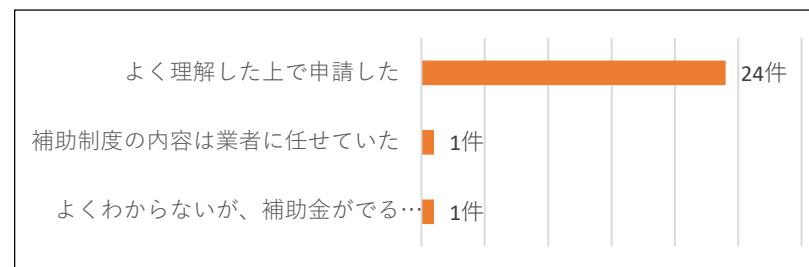
Q3 本補助制度がなくてもリフォームしたか。

リフォームした	10件	(38.46%)
補助制度がなければリフォームしていない	16件	(61.54%)



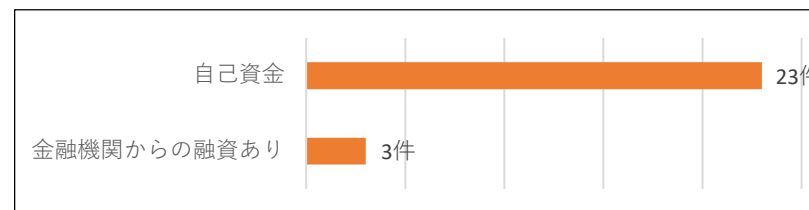
Q4 本補助制度の内容について

よく理解した上で申請した	24件	(92.31%)
補助制度の内容は業者に任せていた	1件	(3.85%)
よくわからないが、補助金がでるので申請した	1件	(3.85%)



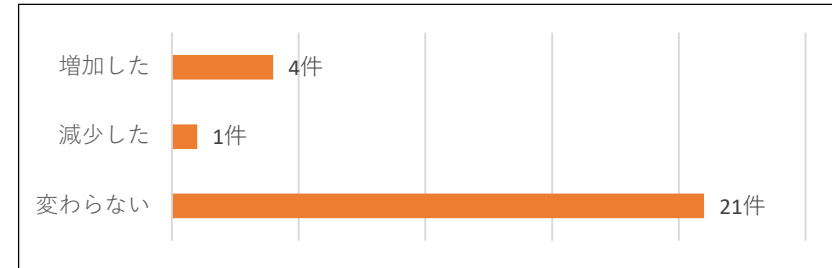
Q5 リフォームの資金繰りについて

自己資金	23件	(88.46%)
金融機関からの融資あり	3件	(11.54%)
・ 公庫		
・ 桐生信用金庫		



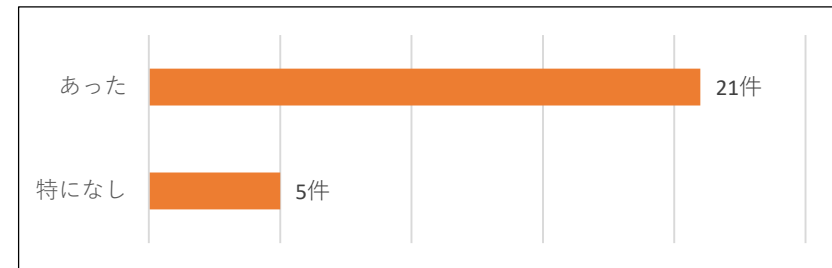
Q6 リフォーム後の売り上げまたは客足について

増加した	4件	(15.38%)
減少した	1件	(3.85%)
変わらない	21件	(80.77%)



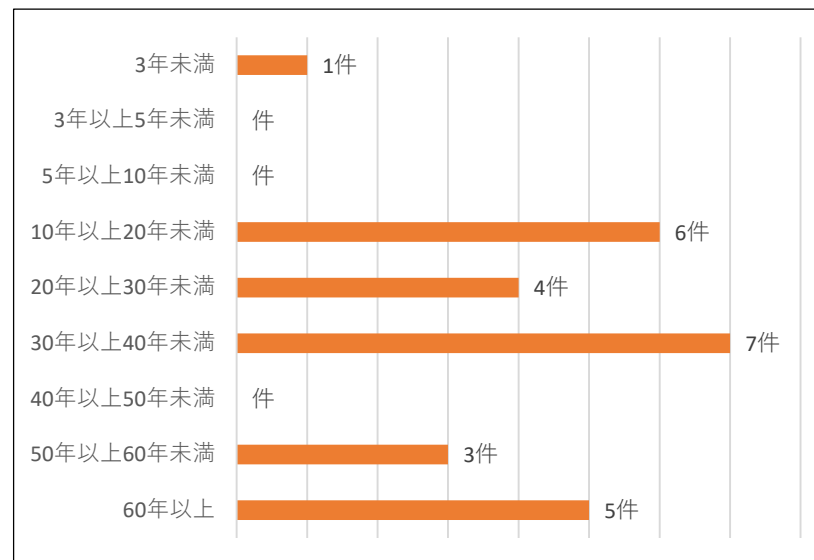
Q7 顧客からの反応について

あった (反応の内容)	21件	(80.77%)
綺麗になった。	11件	
広々とした。	2件	
空調が良くなった。	2件	
トイレが良くなった。	4件	
明るくなった。	4件	
利用しやすくなった。	1件	
働く環境が良くなった。	1件	
※複数回答あり		
特になし	5件	(19.23%)



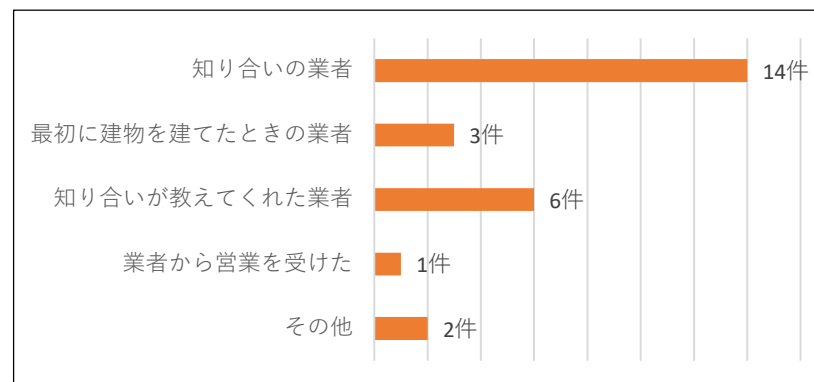
Q8 リフォームした店舗は開業してからどのくらい経っているか。

3年未満	1件	(3.85%)
3年以上5年未満	0件	(0.00%)
5年以上10年未満	0件	(0.00%)
10年以上20年未満	6件	(23.08%)
20年以上30年未満	4件	(15.38%)
30年以上40年未満	7件	(26.92%)
40年以上50年未満	0件	(0.00%)
50年以上60年未満	3件	(11.54%)
60年以上	5件	(19.23%)



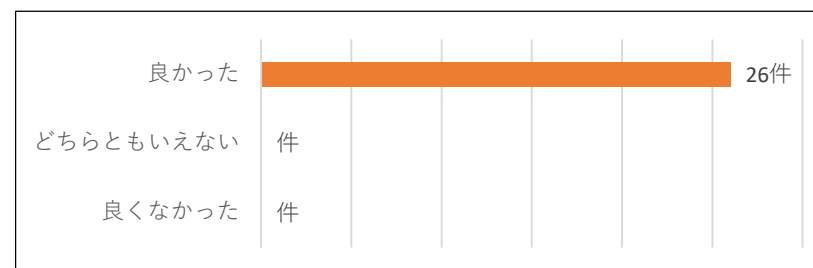
Q9 リフォーム業者の選定について

知り合いの業者	14件	(53.85%)
最初に建物を建てたときの業者	3件	(11.54%)
知り合いが教えてくれた業者	6件	(23.08%)
業者から営業を受けた	1件	(3.85%)
その他	2件	(7.69%)
・ ホームページから探した		



Q10 本補助制度を活用して良かったと思うか。

良かった	26件	(100.00%)
どちらともいえない	0件	(0.00%)
良くなかった	0件	(0.00%)



(その他自由意見)

- ・ 最新設備によりシャンプーが楽になり、利用者の利便性向上した。
- ・ 衛生的に良くなり労働環境が改善された。
- ・ また本制度を利用したい。
- ・ 地元の他の店舗にも本制度を活用してもらいたい。
- ・ 省エネエアコンにより節電になった。
- ・ 本補助制度はすばらしい。
- ・ 本制度によりリフォームできて助かりました。
- ・ また本制度を利用したい。

<アンケート結果について>

令和元年度における本補助事業に係るアンケート結果について、当初から制度を知っていたという割合は少ないが、今年度においては、広報おたなどにより一定の周知はされている。また、補助事業者のうち6割程度が本補助金がなければリフォームしていないと回答しており、本補助事業の意義を感じられる。リフォーム工事において、9割近くが自己資金による実施となっているが、比較的規模の小さいリフォーム工事が多かったのも要因のひとつであると思われる。また、リフォーム工事後の売り上げ等の状況については、8割が「変わらない」と回答しているのは、工事内容が売り上げに直結するものでなかったり、消費税増税の影響によるところが大きいと思われる。お客さんからの反応は全体的に良い印象であり、補助事業者の満足度も高い結果となっている。