

第 14 回  
消費購買動向調査結果報告書  
概 要 版

平成30年3月

福 島 市

## はじめに

近年、消費者の購買行動は、インターネットによる通信販売の急速な進展を始め、消費者のライフスタイルの変化やニーズの高度化・個性化などにより、広く多様に変化しており、大規模小売店舗の立地に係る規制緩和以降、中小小売業者を取り巻く環境はより一層厳しいものとなっています。

また、東日本大震災及び福島第一原子力発電所事故に伴う被害は甚大なものであり、特に放射能による風評被害が引き続きみられ、除染等の取り組みにより一定の回復傾向にあるものの、依然として復旧・復興に多くの時間を必要とされる状況にあります。

このような状況下での調査でありましたが、本市では、昭和53年より3年毎に消費者購買動向調査を実施してきており、商圈の形成動向や、消費者の購買動向を継続的に把握することが、商業振興策などを的確に導く有効的な資料になるものと考えております。

本報告書が、市内商業力の実態、消費者の購買行動の特性などをあらわすものとして、各種行政施策はもとより、商業者、商業団体並びに関係機関において、広くご活用いただけることを期待しております。

なお、この調査の実施にあたりまして、格別のご理解とご協力をいただきました関係者の皆様に厚くお礼を申し上げます。

平成 30 年 3 月

福島市長 木 幡 浩

## 目 次

1. 調査の概要と消費購買動向の概要 -----	1
(1) 回答者の属性 -----	1
(2) 消費購買動向の概要 -----	1
2. 中心市街地ならびに郊外の大型店等における買物形態 -----	4
(1) 主な買物交通手段 -----	4
(2) 買物の所要時間 -----	4
3. 買物場所と地元購買率 -----	5
(1) 買物場所とその利用率の推移 -----	5
(2) 地元購買率 -----	6
(3) 買物品目別利用店舗と店舗選択理由 -----	7
(4) 主な買物品目とその商圈の概要 -----	8
4. 商店街への要望 -----	12
(1) 中心市街地の商店街に対する要望 -----	12
(2) 居住地区の商店街に対する要望 -----	13

# 1 調査の概要と消費購買動向の概要

第14回「福島市消費購買動向調査」は、住民基本台帳データに基づき性別、年代別に片寄りが出ないように抽出した市民 3,044 名に郵送しアンケート調査を実施しました。アンケート調査票は、938 票が回収され、回収率は 30.8%でした。調査結果の概要を以下に記します。

## (1) 回答者の属性

### ①性別・年齢・職業構成

性別は「女性」61.9%、「男性」37.8%です。年齢構成は、「20代」6.7%、「30代」12.9%、「40代」15.7%、「50代」18.6%、「60代」27.8%、「70代」18.0%です。職業は、「勤め人（パート含む）」48.9%、「無職・その他」24.0%、「専業主婦」19.0%です。

図1 男女別構成比

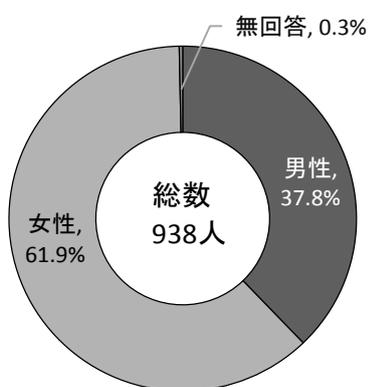


図2 年齢別構成比

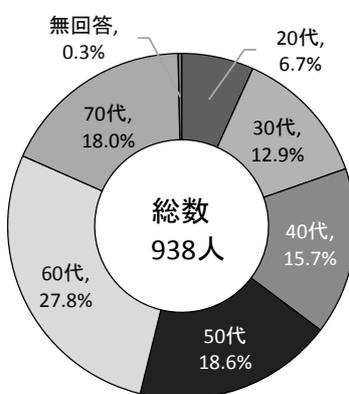
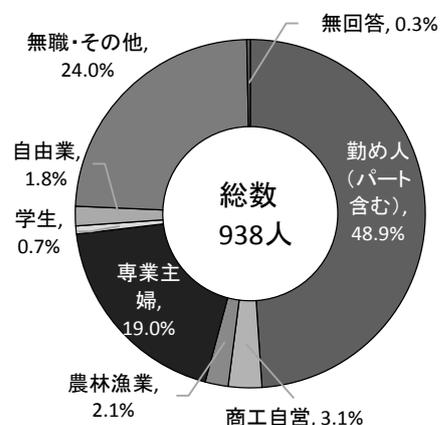


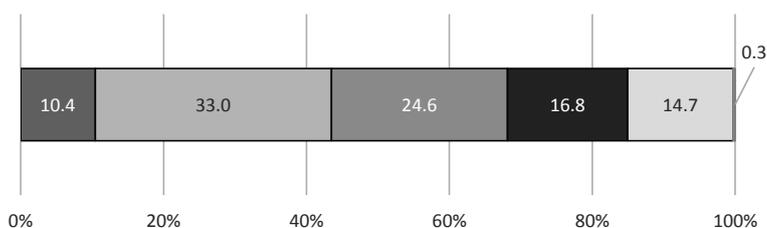
図3 職業別構成比



### ② 家族人数

最も多い家族人数は、「2人」33.0%で、以下「3人」24.6%、「4人」16.8%、「5人以上」14.7%、「1人」10.4%の順に続きます。

図4 家族人数

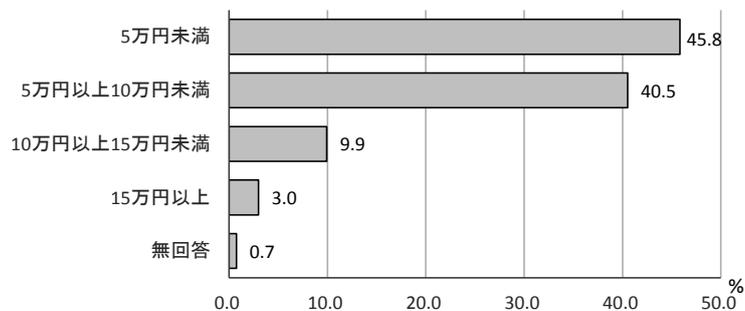


## (2) 消費購買動向の概要

### ① 月々の買物額

最も多いのが「5万円未満」45.8%で、以下「5万円以上10万円未満」40.5%、「10万円以上15万円未満」9.9%、「15万円以上」3.0%の順に続きます。

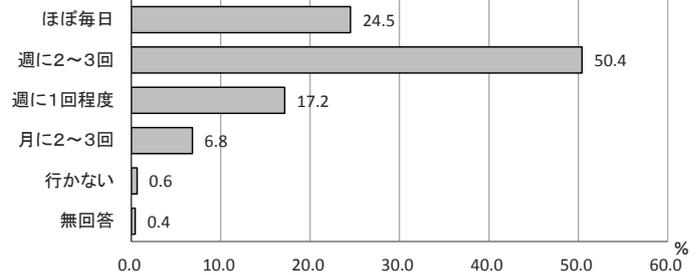
図5 月々の買物額



## ② 買物の頻度

最も多いのは「週に2~3回」で50.4%、以下「ほぼ毎日」24.5%、「週に1回程度」17.2%、「月に2~3回」6.8%の順に続きます。

図6 買物頻度分布



## ③ 買物の時間帯

買物をする時間帯で最も多のが「正午~16:00」39.0%で、以下「16:00~19:00」27.3%、「午前」25.4%、「19:00~」7.5%の順に続きます。

年代別にみると、30代と40代では「16:00~19:00」が最も多く、60~70代では「正午~16:00」です。20代と50代は「正午~16:00」と「16:00~19:00」が同率で最も多くなっています。

図7 買物の時間帯

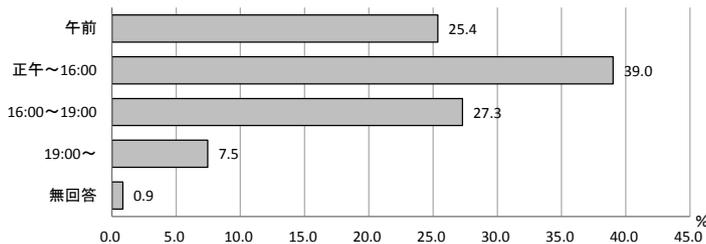


表1 年代別買物時間帯

	上段: サンプル数、下段: %					計
	午前	正午 ~ 16:00	16:00 ~ 19:00	19:00 ~	無 回 答	
20代	8	24	24	7		63
	12.7	38.1	38.1	11.1		100.0
30代	30	37	43	10	1	121
	24.8	30.6	35.5	8.3	0.8	100.0
40代	28	46	52	20	1	147
	19.0	31.3	35.4	13.6	0.7	100.0
50代	35	58	58	23		174
	20.1	33.3	33.3	13.2		100.0
60代	79	121	48	10	3	261
	30.3	46.4	18.4	3.8	1.1	100.0
70代	58	79	31		1	169
	34.3	46.7	18.3		0.6	100.0
無回答		1			2	3
		33.3			66.7	100.0
全体	238	366	256	70	8	938
	25.4	39.0	27.3	7.5	0.9	100.0

## ④ 通信販売・インターネット販売・宅配・移動販売(移動店舗)の利用

通信販売を利用したことが「ある」は42.9%、インターネット販売を利用したことが「ある」は49.3%です。利用し「ない」回答者が今後利用したいと「思う」は両販売が同率で15.1%です。

通信販売やインターネット販売の利用が「ない」回答者の今後の利用意向を年代別にみると、通信販売利用を考えるが最も多いのは40代21.1%で、他年代は8.5~16.4%です。またインターネット販売の利用を考えるが多いのは40代26.9%や50代26.3%、20代23.1%で、他年代は8.3~14.3%です。今後の通信販売利用の意向は40代に多く、インターネット販売の利用の意向は20代や40~50代に多くみられます。

表2 年齢別通信販売・インターネットの利用状況

	単位: %			
	通信販売の利用		インターネット販売の利用	
	ある	ない	ある	ない
20代	12.7	87.3	79.4	20.6
30代	23.1	76.9	81.8	17.4
40代	47.6	51.7	81.6	17.7
50代	50.6	49.4	56.3	43.7
60代	51.7	48.3	29.1	69.7
70代	43.2	55.6	11.2	85.8
全体	42.9	56.6	49.3	49.5

注)「無回答」を含むため、個々の合計が100.0にならない場合がある。

表3 年齢別今後の通信販売・インターネット利用意向

	単位: %			
	通信販売の利用意向		インターネット販売の利用意向	
	思う	思わない	思う	思わない
20代	16.4	83.6	23.1	76.9
30代	14.0	86.0	14.3	81.0
40代	21.1	76.3	26.9	73.1
50代	16.3	83.7	26.3	72.4
60代	15.9	84.1	13.7	85.7
70代	8.5	88.3	8.3	87.6
全体	15.1	84.0	15.1	83.0

注)「無回答」を含むため、個々の合計が100.0にならない場合がある。

⑤ 宅配・移動販売(移動店舗)の利用

宅配サービスの利用が「ある」は21.3%、移動販売サービスの利用が「ある」は3.4%です。利用し「ない」回答者が今後利用したと「思う」は宅配サービス25.9%、移動販売サービス19.2%です。

宅配や移動販売サービスを利用し「ない」回答者の今後の利用意向を年代別にみると、今後宅配サービスの利用を考えるのは40代32.7%、30代31.5%で3割を上回るが、他年代は19.5~25.7%です。また今後移動販売サービスの利用を考えるのは60代21.9%と70代21.4%で2割を上回るが、他年代は16.4~18.3%です。宅配サービスに対する今後の利用意向は比較的30~40代に多く、移動販売サービスに対する今後の利用意向は比較的60~70代に多くなっています。

表4 年齢別宅配・移動販売(移動店舗)利用状況

単位: %

	宅配サービスの利用		移動販売サービスの利用	
	ある	ない	ある	ない
20代	14.3	85.7	3.2	96.8
30代	23.1	76.0	5.0	95.0
40代	25.9	73.5	2.0	97.3
50代	19.5	80.5	2.9	96.6
60代	22.6	76.6	3.1	96.2
70代	18.9	78.7	4.7	94.1
全体	21.3	77.6	3.4	95.7

注)「無回答」を含むため、個々の合計が100.0にならない場合がある。

表5 年齢別今後の宅配・移動販売(移動店舗)利用意向

単位: %

	宅配の利用意向		移動販売サービスの利用意向	
	思う	思わない	思う	思わない
20代	24.1	72.2	16.4	80.3
30代	31.5	68.5	18.3	81.7
40代	32.7	63.6	16.8	79.0
50代	25.7	71.4	16.7	80.4
60代	24.5	75.0	21.9	77.3
70代	19.5	78.2	21.4	77.4
全体	25.9	72.2	19.2	79.0

注)「無回答」を含むため、個々の合計が100.0にならない場合がある。

⑥ 市外での買物等

市外への外出は「ある(概ね3ヶ月以内に1回以上)」が65.4%を占め、外出目的で最も多いのは「買い物」62.2%で、次いで「ビジネス」28.4%が続きます。行き先で最も多いのは「仙台方面」50.9%で、次いで「郡山方面」24.3%、「東京方面」11.9%が順に続きます。出かける頻度で最も多いのは「2~3ヶ月に1回程度」51.7%で、次いで「月に1回程度」34.1%が続きます。買い物目的で市外へ行く理由で最も多いのは、「市内に比べ新商品や種類が豊富である」65.6%です。次いで「買い物できる雰囲気が良い」11.7%が続きます。1回あたりの買物額で最も多いのは「1万円~3万円」42.4%で、次いで「5千円~1万円」35.6%が続きます。

図8 市外への外出

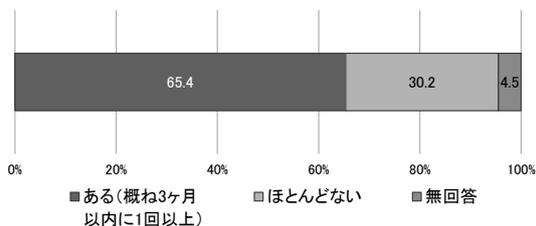


図9 市外へ出かける目的

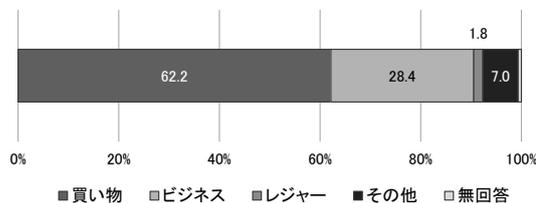


図10 市外の主な行き先

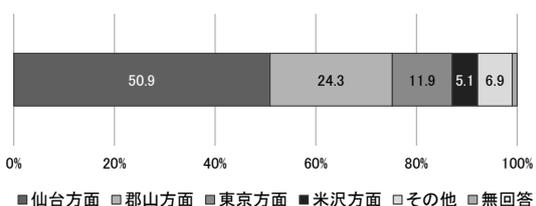


図11 市外へ出かける頻度

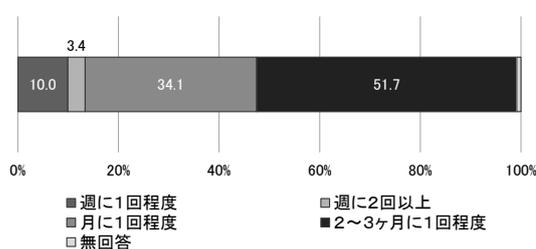


図12 市外へ買物に行く理由

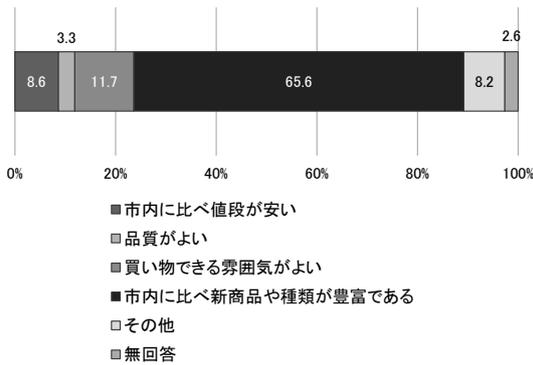
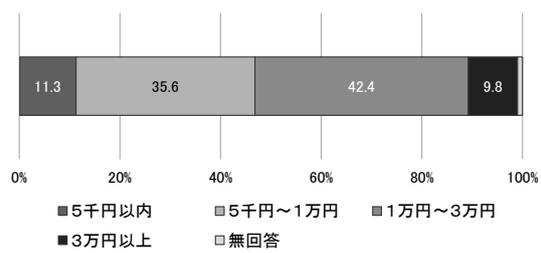


図13 市外での1回あたりの買物額



## 2 中心市街地ならびに郊外の大型店等における買物形態

中心市街地や郊外の大型店等を利用する場合の主な交通手段、買物の所要時間は以下のとおりです。

### (1) 主な買物交通手段

中心市街地の大型店を利用する場合の交通手段は、「自動車」79.5%、「自転車・バイク」5.3%、「バス」4.5%、「徒歩」3.3%、「電車」3.1%です。郊外の大型店等を利用する場合は、「自動車」86.8%、「自転車・バイク」3.7%、「バス」2.3%、「電車」1.6%です。このように中心市街地や郊外の大型店等への交通手段は自動車が圧倒的に多いですが、郊外は中心市街地に比べて自動車依存度はさらに高くなっています。

### (2) 買物の所要時間

買物の所要時間は、中心市街地も郊外も共に「1～2時間」が最も多く、次いで「30分～1時間」が続きます。「30分未満」は中心市街地が多く、「2時間以上」は郊外が多いなどの特徴が見られます。

図14 主な交通手段(中心市街地)

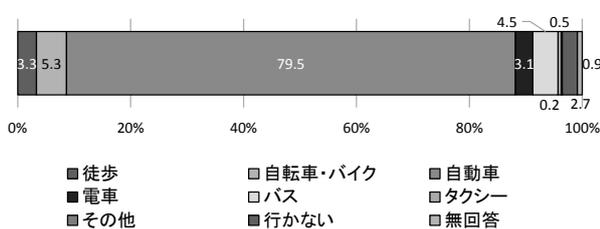


図15 主な交通手段(郊外)

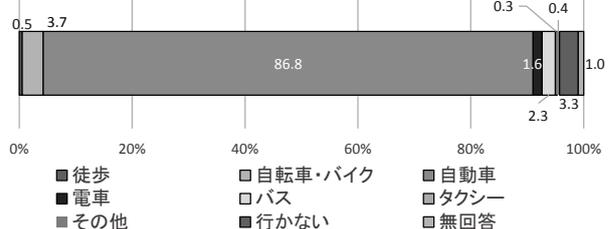


図16 買物の所要時間(中心市街地)

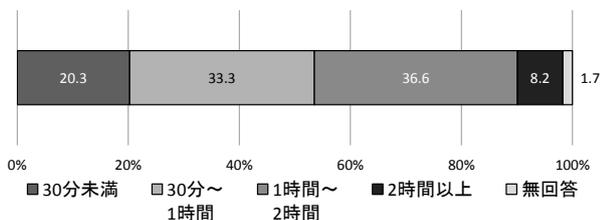
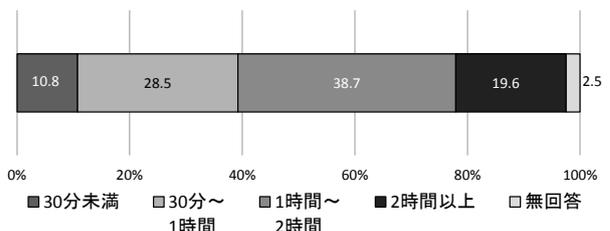


図17 買物の所要時間(郊外)



### 3 買物場所と地元購買率

中心市街地の空洞化や郊外における大型店等の展開、少子・高齢化の進展などを背景に、買物12品目(※1)の買物場所とその利用率に変動が見られ、市民の消費購買行動は変化しています。

#### (1) 買物場所とその利用率の推移

今回の調査で、全買物品目における買物場所で利用率が最も高いのは、「杉妻地区」です。以下「清水地区」、「余目・矢野目(北信)地区」、「中央地区(駅東口周辺)」、「中央地区(駅西口周辺)」の順で続きますが、地区の購買率は総じて減少傾向にあります。

図18 全買物品目における買物場所

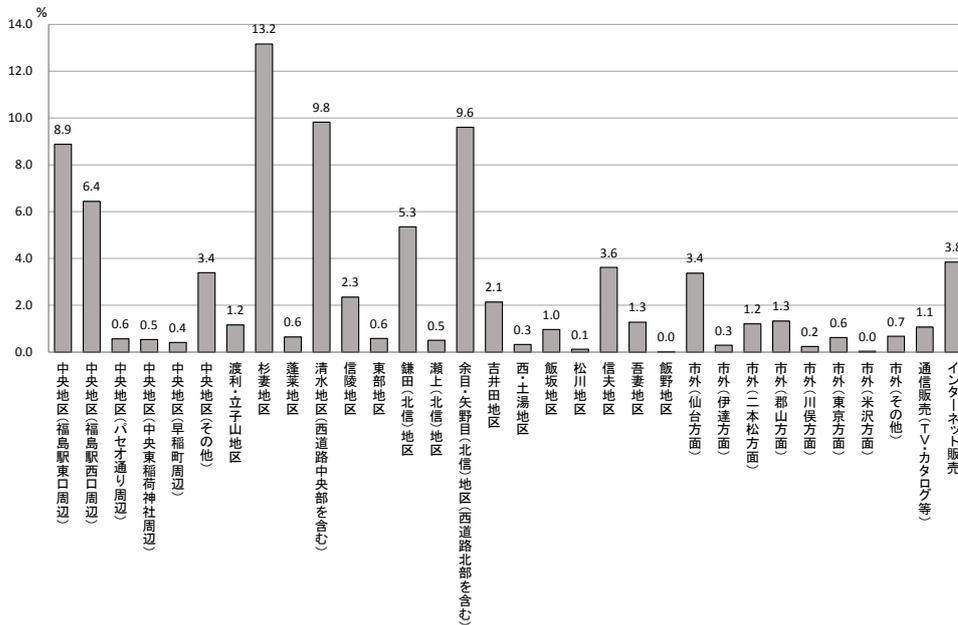


表6 調査年次別買物場所利用率の推移

単位: %

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
平成14年度	中央(駅東口周辺) 15.8	清水 13.0	杉妻、余目・矢野目(北信) 11.2		中央(駅西口周辺) 9.3
平成17年度	杉妻 14.5	余目・矢野目(北信) 12.6	清水 11.9	中央(駅東口周辺) 11.7	中央(駅西口周辺) 8.2
平成20年度	余目・矢野目(北信) 12.8	杉妻 11.6	清水 11.3	中央(駅東口周辺) 11.1	中央(駅西口周辺) 8.2
平成23年度	杉妻 12.2	余目・矢野目(北信) 12.0	中央(駅東口周辺)、清水 10.3		中央(駅西口周辺) 6.4
平成26年度	杉妻 13.2	余目・矢野目(北信) 11.5	中央(駅東口周辺) 10.5	清水 9.8	中央(駅西口周辺) 7.3
平成29年度	杉妻 13.2	清水 9.8	余目・矢野目(北信) 9.6	中央(駅東口周辺) 8.9	中央(駅西口周辺) 6.4

(※1) 買物12品目

外出着、ふだん着、下着、靴・鞆・ハンドバッグ、化粧品・医薬品、時計・カメラ・眼鏡・貴金属、スポーツ・レジャー用品、家具・室内装飾、家庭電化製品、書籍・CD・文具、食料・嗜好品、家庭・園芸・ペット用品

## (2) 地元購買率

地区別にみた買物品目別地元購買率は、表7に示すとおりです。

外出着の地元購買率が高いのは「中央地区」。ふだん着は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」。下着は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」、「鎌田（北信）地区」。靴・鞆・ハンドバッグは「中央地区」。化粧品・医薬品は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」、「信陵地区」、「鎌田（北信）地区」、「余目・矢野目（北信）地区」、「吉井田地区」、「信夫地区」。時計・カメラ・眼鏡・貴金属は「中央地区」、「余目・矢野目（北信）地区」。スポーツ・レジャー用品は「杉妻地区」、「余目・矢野目（北信）地区」。家具・室内装飾は「杉妻地区」。家庭電化製品は「杉妻地区」、「鎌田（北信）地区」。書籍・CD・文具は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」、「鎌田（北信）地区」、「余目・矢野目（北信）地区」。食料・嗜好品は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」、「鎌田（北信）地区」、「吉井田地区」、「信夫地区」。家庭・園芸・ペット用品は「杉妻地区」、「清水地区」、「鎌田（北信）地区」です。

中心市街地の「中央地区」はスポーツ・レジャー用品、家庭電化製品、家庭・園芸・ペット用品を除く品目の地元消費率が高く、郊外部の「杉妻地区」や「清水地区」、「余目・矢野目（北信）地区」は12品目の大方で地元消費率が高くなっています。

表7 地区別にみた買物品目別地元購買率

	上段: 今回調査、下段: 前回調査、単位: %											
	外出着	ふだん着	下着	靴・鞆・ハンド	化粧品・医薬品	眼鏡計・カメラ・貴金属	スポーツ用品・レ	家具・室内装飾	家庭電化製品	書籍・CD・文具	食料・嗜好	家庭・園芸・ペット用品
中央地区	49.1 (53.4)	54.5 (55.0)	63.4 (61.8)	44.6 (46.6)	65.2 (67.9)	48.2 (42.0)	28.6 (26.7)	32.1 (23.7)	28.6 (15.3)	58.9 (56.5)	69.6 (77.1)	34.8 (33.6)
渡利・立子山地区		1.3 (7.7)	1.3 (7.7)		16.7 (15.4)		1.3 (5.8)	6.4 (11.5)	5.1 (11.5)	2.6 (11.5)	28.2 (30.8)	7.7 (11.5)
杉妻地区	30.0 (23.1)	47.5 (66.7)	50.0 (59.0)	27.5 (23.1)	65.0 (66.7)	22.5 (41.0)	70.0 (82.1)	60.0 (74.4)	70.0 (74.4)	65.0 (79.5)	82.5 (89.7)	75.0 (87.2)
蓬萊地区		2.4 (5.9)	2.4		4.8 (2.9)	7.1 (2.9)	2.4			2.4	40.5 (35.3)	19.0 (20.6)
清水地区	27.3 (28.8)	53.5 (51.0)	61.6 (51.9)	26.3 (27.9)	59.6 (53.8)	26.3 (24.0)	35.4 (25.0)	16.2 (20.2)	31.3 (31.7)	48.5 (36.5)	67.7 (61.5)	60.6 (52.9)
信陵地区	16.1 (8.1)	16.1 (27.0)	19.4 (21.6)	11.3 (10.8)	50.0 (54.1)	17.7 (8.1)	14.5 (16.2)	17.7 (10.8)	16.1 (13.5)	12.9 (21.6)	50.0 (62.2)	27.4 (37.8)
東部地区	2.3 (2.3)				18.6 (27.9)	2.3 (2.3)		2.3			32.6 (41.9)	7.0 (7.0)
鎌田（北信）地区	10.8 (5.6)	37.8 (19.4)	51.4 (19.4)	16.2 (2.8)	62.2 (38.9)	24.3 (16.7)	18.9 (8.3)	21.6 (11.1)	59.5 (41.7)	59.5 (58.3)	67.6 (52.8)	75.7 (47.2)
瀬上（北信）地区	3.8 (4.0)	15.4 (4.0)	7.7	3.8	7.7		3.8	3.8	3.8	11.5	30.8 (24.0)	15.4 (12.0)
余目・矢野目（北信）地区	22.5 (36.8)	37.5 (57.9)	42.5 (71.1)	27.5 (42.1)	47.5 (60.5)	40.0 (44.7)	57.5 (65.8)	17.5 (15.8)	27.5 (52.6)	50.0 (55.3)	47.5 (57.9)	47.5 (44.7)
吉井田地区		6.9 (8.3)	13.8 (13.9)	13.8 (5.6)	48.3 (44.4)	17.2 (13.9)	3.4 (2.8)		34.5 (52.8)	34.5 (61.1)	58.6 (75.0)	27.6 (58.3)
西・土湯地区		4.2 (3.6)			25.0 (28.6)						16.7 (25.0)	29.2 (42.9)
飯坂地区	8.6 (6.8)	15.7 (13.6)	20.0 (15.3)	8.6 (5.1)	21.4 (30.5)	1.4 (3.4)	1.4 (3.4)	2.9 (3.4)	7.1 (6.8)	1.4 (6.8)	42.9 (55.9)	17.1 (23.7)
松川地区		4.2 (2.2)					2.1		2.1	2.1 (2.2)	16.7 (8.9)	
信夫地区	6.1 (6.7)	15.9 (12.2)	17.1 (15.6)	14.6 (10.0)	47.6 (44.4)	15.9 (17.8)	11.0 (12.2)	12.2 (11.1)	47.6 (48.9)	13.4 (15.6)	47.6 (48.9)	29.3 (33.3)
吾妻地区	7.1 (10.3)	13.1 (19.1)	9.5 (19.1)	2.4 (7.4)	28.6 (33.8)	7.1 (8.8)	2.4 (10.3)	3.6 (10.3)	2.4 (7.4)	13.1 (19.1)	27.4 (42.6)	20 (29.4)
飯野地区											11.1 (5.9)	

注) 該当がないものは、空欄にしている。

### (3) 買物品目別利用店舗と店舗選択理由

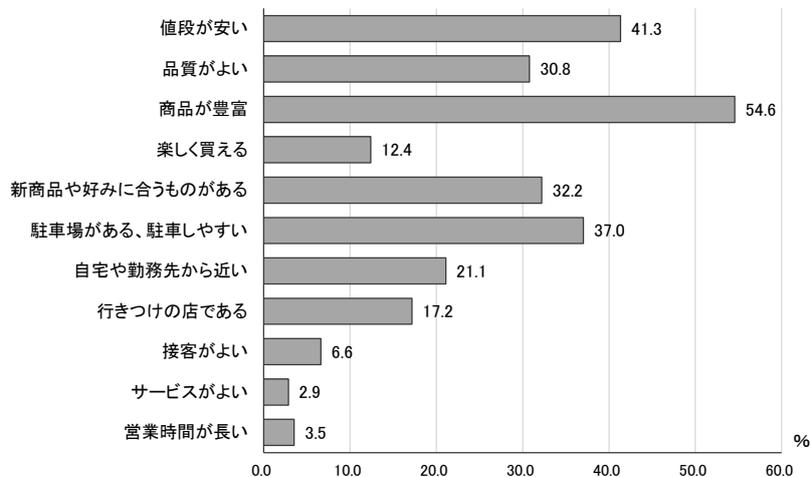
「デパート・大型スーパー」で購入する機会が多い品目は、外出着、靴・鞆・ハンドバッグ、下着、ふだん着です。「中小スーパー」では食料・嗜好品、「ホームセンター・ドラッグストア」では化粧品・医薬品ならびに家庭・園芸・ペット用品、「大型専門店（家電・レジャー等）」では家庭電化製品、「一般専門店」では時計・カメラ・眼鏡・貴金属ならびに書籍・CD・文具などです。

店舗選択の理由（全買物品目計）で多いのは、「商品が豊富」、「値段が安い」、「駐車場がある、駐車しやすい」などです。

表8 買物品目別利用店舗形態

	上段：サンプル数、下段：%										
	大デパート・スーパー	中小スーパー	コンビニ	ホームセンター・ドラッグストア	書籍等	大型専門店（家電、レジャー、衣料、等）	一般専門店	生協・農協	通販販売（TV・カタログ等）	インターネット販売	無回答
外出着	540 57.6	49 5.2		8 0.9	80 8.5	93 9.9	1 0.1	21 2.2	41 4.4	105 11.2	938 100.0
ふだん着	386 41.2	112 11.9		8 0.9	131 14.0	110 11.7	3 0.3	19 2.0	39 4.2	130 13.9	938 100.0
下着	389 41.5	115 12.3	1 0.1	10 1.1	125 13.3	98 10.4	2 0.2	28 3.0	35 3.7	135 14.4	938 100.0
靴・鞆・ハンドバッグ	483 51.5	52 5.5		6 0.6	69 7.4	111 11.8	1 0.1	14 1.5	58 6.2	144 15.4	938 100.0
化粧品・医薬品	119 12.7	60 6.4	3 0.3	512 54.6	23 2.5	36 3.8	5 0.5	18 1.9	22 2.3	140 14.9	938 100.0
時計・カメラ・眼鏡・貴金属	286 30.5	25 2.7	1 0.1	32 3.4	136 14.5	206 22.0	1 0.1	5 0.5	47 5.0	199 21.2	938 100.0
スポーツ・レジャー用品	148 15.8	30 3.2	1 0.1	72 7.7	312 33.3	121 12.9	1 0.1	6 0.6	43 4.6	204 21.7	938 100.0
家具・室内装飾	107 11.4	23 2.5		98 10.4	329 35.1	140 14.9	1 0.1	11 1.2	36 3.8	193 20.6	938 100.0
家庭電化製品	53 5.7	13 1.4		27 2.9	557 59.4	76 8.1	1 0.1	4 0.4	41 4.4	166 17.7	938 100.0
書籍・CD・文具	96 10.2	33 3.5	6 0.6	27 2.9	362 38.6	200 21.3	1 0.1	2 0.2	51 5.4	160 17.1	938 100.0
食料・嗜好品	313 33.4	381 40.6	21 2.2	19 2.0	6 0.6	10 1.1	43 4.6	2 0.2		143 15.2	938 100.0
家庭・園芸・ペット用品	82 8.7	50 5.3	1 0.1	497 53.0	56 6.0	50 5.3	6 0.6	2 0.2	13 1.4	181 19.3	938 100.0
全体	3,002 26.7	943 8.4	34 0.3	1,316 11.7	2,186 19.4	1,251 11.1	66 0.6	132 1.2	426 3.8	1,900 16.9	11,256 100.0

図19 店舗選択理由（全買物品目：複数回答）



(4) 主な買物品目とその商圏の概要

① 外出着

外出着の商圏特性は、以下の図表に示すとおりです。

表9 外出着の商圏特性

		単位：%											
		駅前口		市外 (仙台方面)		駅西口		清水		余目・矢野目		杉妻	
1次商圏 (40%超)													
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	松川	31.3			吉井田	20.7	清水	27.3	飯坂	22.9	杉妻	30.0	
	余・矢	30.0							余・矢	22.5			
	渡・立	28.2							鎌田	21.6			
	飯野	27.8											
	中央	27.7											
	杉妻	25.0											
	西・土	25.0											
	吉井田	24.1											
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	東部	23.3											
	信夫	22.0											
	瀬上	19.2	渡・立	16.7	信夫	17.1	信陵	19.4	信陵	16.1	蓬萊	19.0	
	清水	18.2	鎌田	16.2	西・土	16.7	吾妻	15.5			松川	14.6	
	飯坂	17.1	瀬上	15.4	吾妻	15.5	瀬上	11.5			飯野	11.1	
	蓬萊	16.7	杉妻	15.0	中央	15.2							
	鎌田	16.2	西・土	12.5	蓬萊	14.3							
	吾妻	15.5	清水	11.1	飯野	11.1							
信陵	14.5	信夫	11.0	松川	10.4								
		吉井田	10.3	清水	10.1								

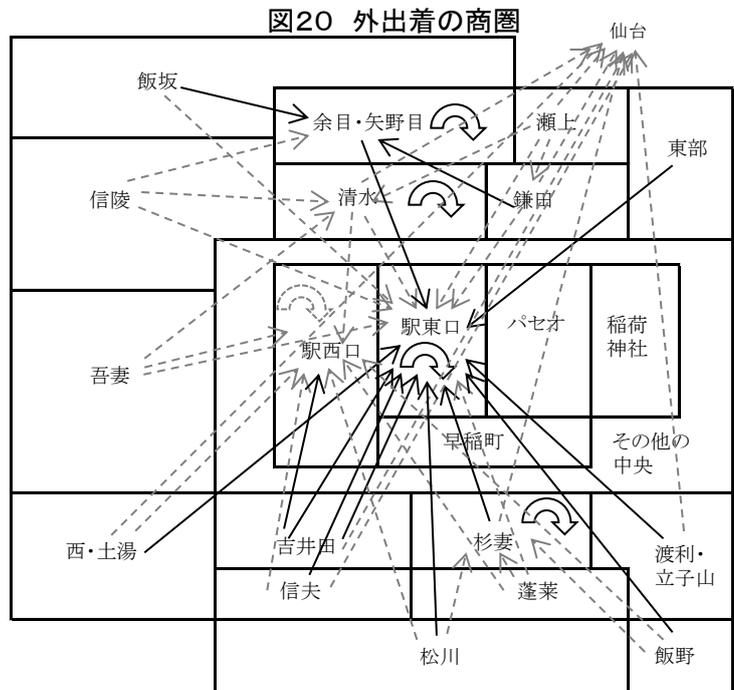
余・矢=余目・矢野目、渡・立=渡利・立子山、西・土=西・土湯

図20 外出着の商圏

外出着の最大商圏を有するのは、中央地区（駅前口周辺）です。市域全域を対象に2次・3次商圏を形成しています。2位の市外（仙台方面）は主に市域中部および南部を中心に3次商圏を形成しています。

前回調査と比べ余目・矢野目地区は商圏を縮小しましたが、他地区には大きな変化はみられません。

商圏規模の順位は、前回調査と比べ中央地区（駅西口周辺）は4位から3位に、清水地区は5位から4位に上がり、余目・矢野目地区は3位から5位に後退しました。杉妻地区の順位に変動はありません。



② ふだん着

ふだん着の商圈特性は、以下の図表に示すとおりです。

表10 ふだん着の商圈特性

単位：%

	清水	杉妻	駅西口	駅東口	余目・矢野目	鎌田
1次商圈 (40%超)	清水 53.5	杉妻 47.5				
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	吾妻 28.6	蓬萊 38.1 渡・立 30.8 松川 27.1 飯野 22.2	中央 25.9	吉井田 24.1	余・矢 37.5 瀬上 26.9 飯坂 24.3 信陵 22.6	鎌田 37.8 瀬上 23.1 東部 20.9
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	余・矢 17.5 信陵 14.5 飯坂 12.9 瀬上 11.5	信夫 18.3 西・土 16.7	西・土 16.7 吾妻 16.7 渡・立 14.1 吉井田 13.8 信夫 13.4 飯野 11.1	中央 17.0 渡・立 16.7 杉妻 15.0 信夫 14.6 東部 11.6 飯野 11.1	鎌田 13.5	

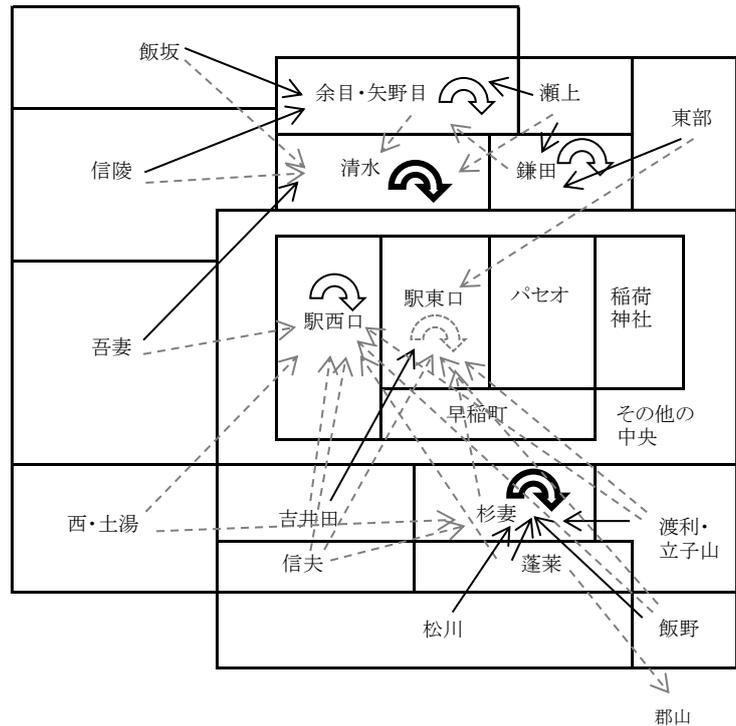
注) 渡・立＝渡利・立子山、余・矢＝余目・矢野目、西・土＝西・土湯

図21 ふだん着の商圈

最大の商圈を有するのは、前回調査の余目・矢野目地区から清水地区に変わりました。主に市城北西部を対象に商圈に1～3次商圈を形成しています。2位の杉妻地区は主に市城南部を中心に1～3次商圈を形成しています。

商圈規模は、前回調査に比べ清水地区が地元並びに市の北西部の2次商圈で多少拡大しました。他地区では全体的に1～3次商圈の規模が多少縮小しました。

商圈の順位は、前回調査と比べ清水地区は2位から1位に、杉妻地区は5位から2位に、中央地区（駅西口周辺）は4位から3位に上がりました。中央地区（駅東口周辺）は3位から4位に、余目・矢野目地区は1位から5位に後退しました。6位の鎌田地区に変動はありません。



### ③ 靴・鞆・ハンドバッグ

靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性は、以下の図表のとおりです。

表11 靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性

単位：%

	駅東口		余目・矢野目		市外 (仙台方面)		清水		駅西口		杉妻	
1次商圈 (40%超)												
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	東部	25.6	鎌田	29.7			清水	26.3			杉妻	27.5
	杉妻	25.0	余・矢	27.5								
	松川	25.0	信陵	27.4								
	渡・立	24.4										
	中央	23.2										
	飯野	22.2										
蓬萊	21.4											
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	余・矢	20.0	飯坂	17.1	余・矢	20.0	吾妻	13.1	吾妻	13.1	松川	18.8
	瀬上	19.2	清水	12.1	渡・立	15.4	信陵	11.3	西・土	12.5	蓬萊	16.7
	飯坂	18.6	瀬上	11.5	杉妻	15.0			飯野	11.1	飯野	11.1
	清水	17.2	吾妻	10.7	信夫	14.6			中央	10.7		
	信夫	17.1			吉井田	13.8						
	吉井田	13.8			瀬上	11.5						
	西・土	12.5			鎌田	10.8						

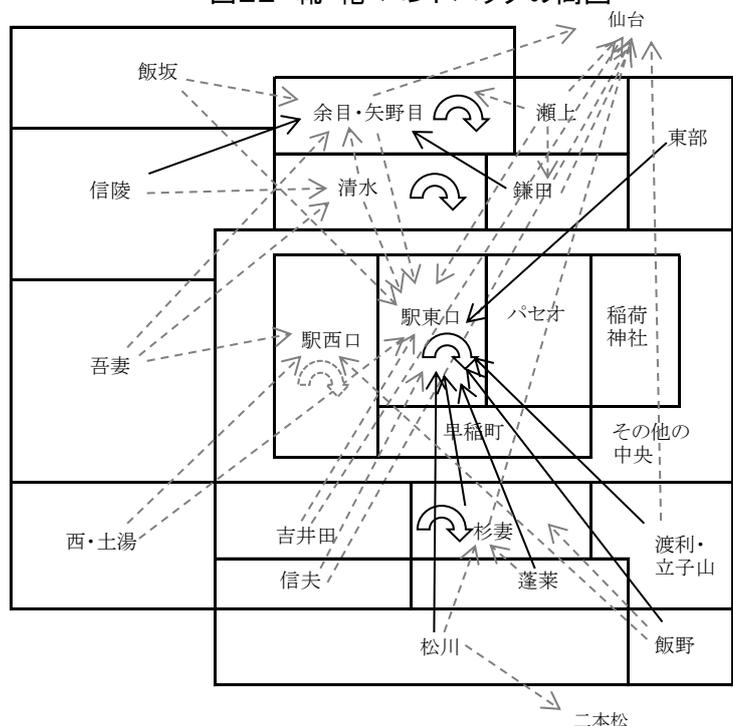
注) 渡・立=渡利・立子山、余・矢=余目・矢野目、西・土=西・土湯

図22 靴・鞆・ハンドバッグの商圈

最大の商圈を有するのは、前回調査と同じ中央地区（駅東口周辺）です。市域全体を対象に揺るぎなく 2～3 次商圈を形成しています。2位の余目・矢野目地区は、市域北部および西部を中心に 2～3 次商圈を形成しています。

商圈規模は、中央地区（駅東口周辺）が市域全域を対象に 3 次商圈を中心に拡大し、余目・矢野目地区は 1 次商圈で縮小しました。市外（仙台方面）は 1～2 次商圈で縮小しました。

商圈順位は、前回調査と比べ 1～4 位に変動はなく、中央地区（駅西口周辺）は 6 位以下から 5 位へ、杉妻地区は 6 位以下から 6 位に上がりました。5 位だった信陵地区と 6 位だった鎌田地区は共に 6 位以下に後退しました。



#### ④ 食料・嗜好品

食料・嗜好品の商圏特性は、以下の図表のとおりです。

表12 食料・嗜好品の商圏特性

単位：%

	清水	杉妻	駅西口	鎌田	余目・矢野目	信夫
1次商圏 (40%超)	清水 67.7	杉妻 82.5		鎌田 67.6	余・矢 47.5	信夫 47.6
2次商圏 (20%超～ 40%以下)		蓬萊 26.2 松川 25.0 渡・立 23.1	中央 27.7	瀬上 26.9 東部 20.9		
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	吾妻 19.0	信夫 15.9 飯野 11.1	吾妻 17.9 渡・立 10.3	余・矢 17.5	信陵 19.4 飯坂 17.1 瀬上 15.4	西・土 12.5

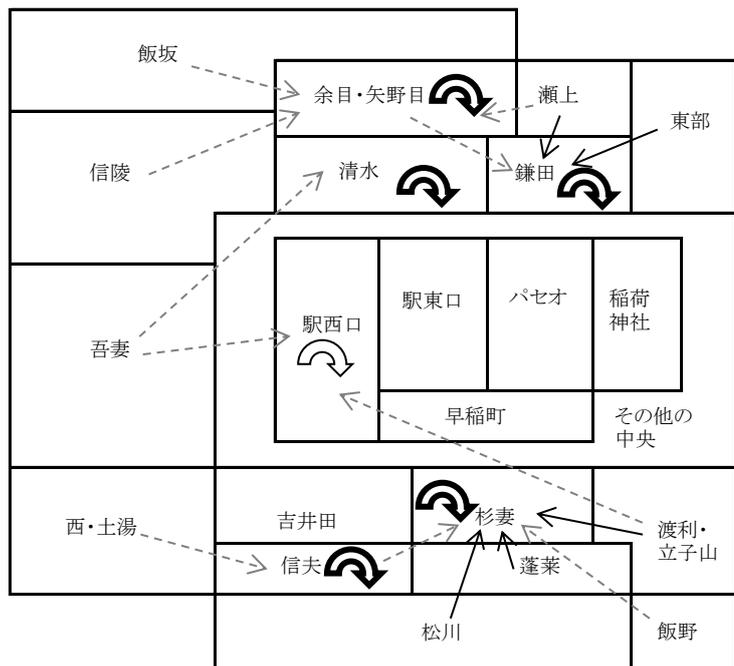
注) 渡・立=渡利・立子山、余・矢=余目・矢野目、西・土=西・土湯

図23 食料・嗜好品の商圏

最大の商圏を有するのは、前回調査と同じ清水地区です。市域北部を対象に1次ならびに3次商圏を形成しています。2位の杉妻地区は市域南部を対象に1～3次商圏を形成しています。

商圏規模は、前回調査に比べ清水地区は1次商圏がやや拡大しましたが2～3次は縮小しました。杉妻地区は、1～2次商圏が拡大したが3次でやや縮小しました。中央地区（駅西口周辺）は、2次商圏がやや縮小し、3次が拡大しました。

商圏の順位は、前回調査に比べ1位と2位に変動はありません。鎌田地区は枠外から4位に上がりました。余目・矢野目地区は4位から5位に、また5位だった吉井田地区は6位以下に下がりました。6位の信夫地区に変動はありません。



## 4 商店街への要望

### (1) 中心市街地の商店街に対する要望

中心市街地に対する要望は、「駐車場の設置」62.7%が最も多く、以下「新製品と多品種の品揃え」、「低価格品の品揃え」、「お店や商品、イベント、催しに関する情報発信や情報提供の強化・充実」などが続きます。また、中心市街地に希望する店舗は、「魅力的なレストラン、食堂」54.9%が最も多く、以下「衣料品店」、「カフェ・喫茶店」、「デパート・総合大型店」、「雑貨店」などが続きます。

図24 中心市街地の商店街に対する要望

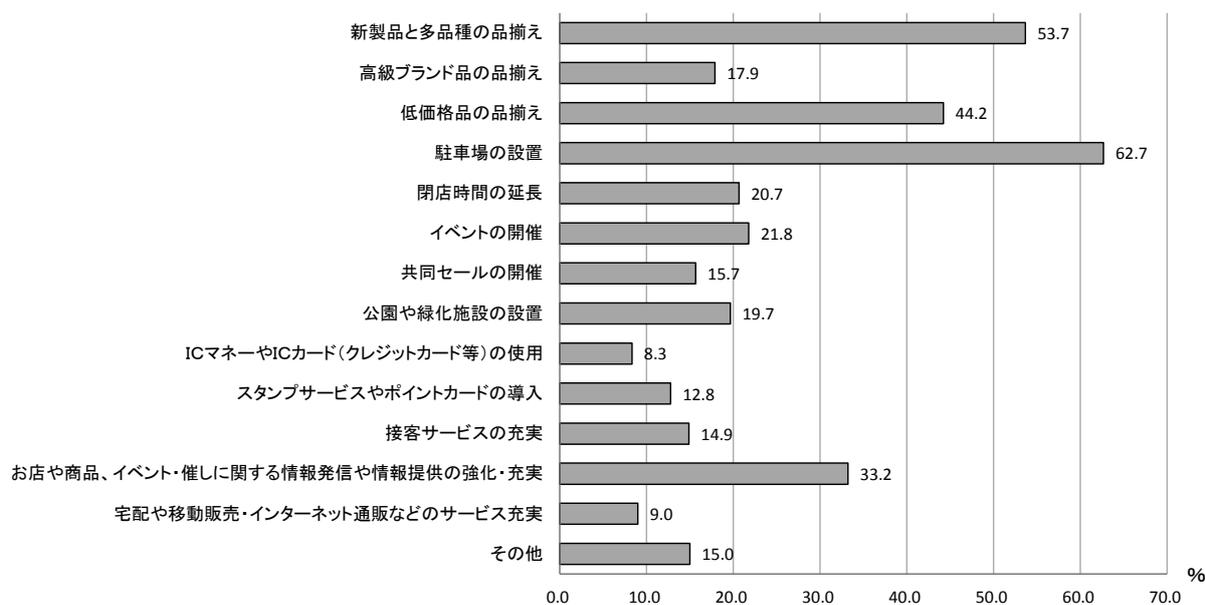
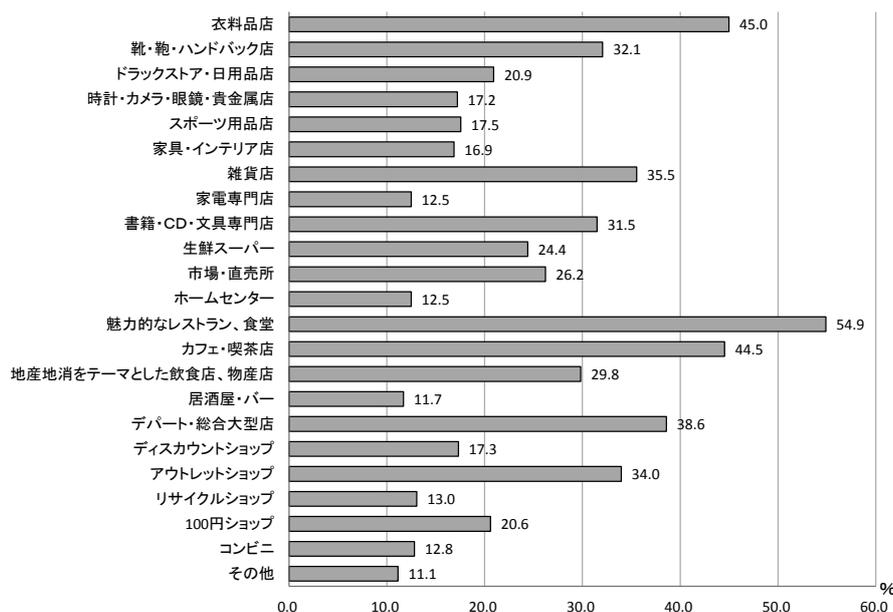


図25 中心市街地商店街への希望店舗(複数回答)



(2) 居住地区の商店街に対する要望

居住する地区の商店街に対する要望(全地区計)は、「新製品と多品種の品揃え」51.1%が最も多く、以下「低価格品の品揃え」、「お店や商品、イベント・催しに関する情報発信や情報提供の強化」、「イベントの開催」、「駐車場の設置」が続きます。また、地区別の居住地区商店街に対する要望は表13に示すとおりです。

図26 居住地区の商店街に対する要望(複数回答)

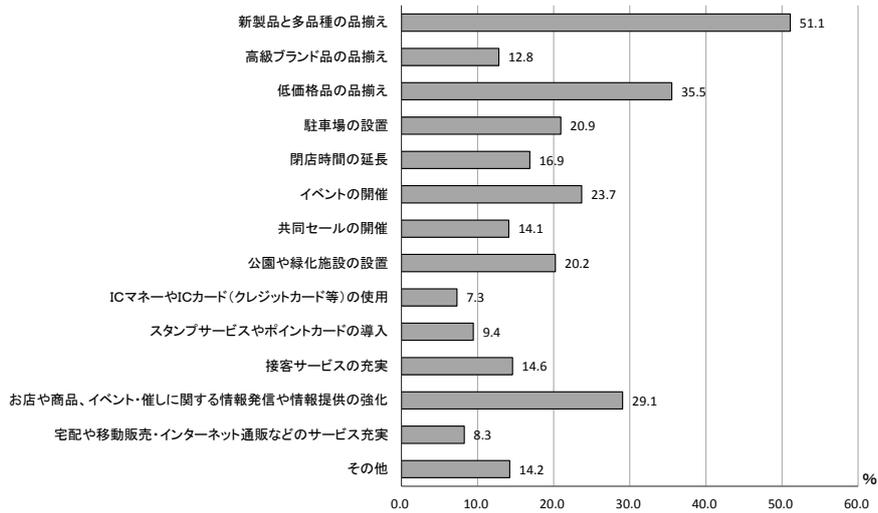


表13 地区別の居住地区商店街に対する要望(複数回答)

	新製品と多品種の品揃え	高級ブランド品の品揃え	低価格品の品揃え	駐車場の設置	閉店時間の延長	イベントの開催	共同セールの開催	公園や緑化施設の設置	ICマネーやICカード(クレジットカード等)の使用	スタンプサービスやポイントカードの導入	接客サービスの充実	お店や商品、イベント・催しに関する情報発信や情報提供の強化	宅配や移動販売・インターネット通販などのサービス充実	その他	上段: サンプル数、下段: %		
															回答者数	無回答	計
中央地区	53	15	38	27	16	20	18	17	5	2	12	27	7	13	103	9	112
	51.5	14.6	36.9	26.2	15.5	19.4	17.5	16.5	4.9	1.7	11.7	26.2	6.8	12.6	100.0	8.7	100.0
渡利・立子山地区	32	6	22	18	16	13	12	14	6	10	15	17	6	7	65	13	78
	49.2	9.2	33.8	27.7	24.6	20.0	18.5	21.5	9.2	15.4	23.1	26.2	9.2	10.8	100.0	20.0	100.0
杉妻地区	19	5	11	12	6	8	4	13	3	4	6	15	2	4	37	3	40
	51.4	13.5	29.7	32.4	16.2	21.6	10.8	35.1	8.1	10.8	16.2	40.5	5.4	10.8	100.0	8.1	100.0
蓬萊地区	24	4	17	2	6	6	4	1	1	3	6	9	4	6	37	5	42
	64.9	10.8	45.9	5.4	16.2	16.2	10.8	2.7	2.7	8.1	16.2	24.3	10.8	16.2	100.0	13.5	100.0
清水地区	34	10	20	12	13	26	15	17	5	9	11	26	2	14	87	12	99
	39.1	11.5	23.0	13.8	14.9	29.9	17.2	19.5	5.7	10.3	12.6	29.9	2.3	16.1	100.0	13.8	100.0
信陵地区	28	8	25	5	10	21	7	6	6	8	10	15	7	11	58	4	62
	48.3	13.8	43.1	8.6	17.2	36.2	12.1	10.3	10.3	13.8	17.2	25.9	12.1	19.0	100.0	6.9	100.0
東部地区	22	2	16	8	9	13	7	14	2	6	6	10	4	7	37	6	43
	59.5	5.4	43.2	21.6	24.3	35.1	18.9	37.8	5.4	16.2	16.2	27.0	10.8	18.9	100.0	16.2	100.0
鎌田(北信)地区	17	6	11	5	9	10	4	11		2	4	14	4	1	34	3	37
	50.0	17.6	32.4	14.7	26.5	29.4	11.8	32.4		5.9	11.8	41.2	11.8	2.9	100.0	8.8	100.0
瀬上(北信)地区	10	1	7	6	6	4	5	8	2	2	3	8	2	2	23	3	26
	43.5	4.3	30.4	26.1	26.1	17.4	21.7	34.8	8.7	8.7	13.0	34.8	8.7	8.7	100.0	13.0	100.0
余目・矢野目(北信)地区	18	9	13	7	6	11	5	8	3	3	7	11		5	39	1	40
	46.2	23.1	33.3	17.9	15.4	28.2	12.8	20.5	7.7	7.7	17.9	28.2		12.8	100.0	2.6	100.0
吉井田地区	11	3	11	4	3	5	3	5	2	2	4	4	1	3	26	3	29
	42.3	11.5	42.3	15.4	11.5	19.2	11.5	19.2	7.7	7.7	15.4	15.4	3.8	11.5	100.0	11.5	100.0
西・土湯地区	13	2	5	1	4	6	2	2	1	1	3	7	2	4	22	2	24
	59.1	9.1	22.7	4.5	18.2	27.3	9.1	9.1	4.5	4.5	13.6	31.8	9.1	18.2	100.0	9.1	100.0
飯坂地区	31	6	21	19	6	12	9	7	3	6	11	21	6	8	60	10	70
	51.7	10.0	35.0	31.7	10.0	20.0	15.0	11.7	5.0	10.0	18.3	35.0	10.0	13.3	100.0	16.7	100.0
松川地区	28	6	18	12	10	5	3	8	4	2	4	6	2	8	42	6	48
	66.7	14.3	42.9	28.6	23.8	11.9	7.1	19.0	9.5	4.8	9.5	14.3	4.8	19.0	100.0	14.3	100.0
信夫地区	32	8	26	18	12	15	12	17	7	10	9	20	9	12	70	12	82
	45.7	11.4	37.1	25.7	17.1	21.4	17.1	24.3	10.0	14.3	12.9	28.6	12.9	17.1	100.0	17.1	100.0
吾妻地区	43	12	28	12	5	16	4	15	8	6	9	28	8	11	77	7	84
	55.8	15.6	36.4	15.6	6.5	20.8	5.2	19.5	10.4	7.8	11.7	36.4	10.4	14.3	100.0	9.1	100.0
飯野地区	12	4	8	7	4	6	4	6	3	3	2	5	3	2	17	1	18
	70.6	23.5	47.1	41.2	23.5	35.3	23.5	35.3	17.6	17.6	11.8	29.4	17.6	11.8	100.0	5.9	100.0
無回答						1								1	2	2	4
						50.0								50.0	100.0	100.0	100.0
全地区	427	107	297	175	141	198	118	169	61	79	122	243	69	119	836	102	938
	51.1	12.8	35.5	20.9	16.9	23.7	14.1	20.2	7.3	9.4	14.6	29.1	8.3	14.2	100.0	12.2	100.0

注)回答者数は、無回答を除いている。