

第 13 回  
消費購買動向調査結果報告書  
概 要 版

平成27年3月

福 島 市



## はじめに

近年、消費者の購買行動は、インターネット販売の急速な進展をはじめ、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、中小事業者を取り巻く環境は大変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1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はあらゆる産業を巻き込み、被害からの復旧・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、事業者、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27年3月

福島市長 小林 香

## 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. 中心市街地並びに郊外大型店等における買物形態	3
(1) 主な買物交通手段	3
(2) 車の駐車時間	3
3. 買物場所と地元購買率	4
(1) 買物場所とその利用率の推移	4
(2) 地元購買率	5
(3) 買物品目別利用店舗と店舗選択理由	6
(4) 主な買物品目とその商圈の概要	7
4. 商店街への要望	11
(1) 中心市街地の商店街に対する要望	11
(2) 居住地区の商店街に対する要望	12



# 1 調査の概要と消費購買動向の概要

第13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3,017名に郵送しアンケート調査を実施しました。アンケート票は、883票が回収され、回収率は29.3%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

性別は女性が60.7%、男性が39.1%を占めています。年齢構成は60代が34.8%、50代が22.5%、40代が18.5%、30代が15.3%、20代が8.7%の順の構成です。職業は、勤め人（パート含む）が54.0%、専業主婦が21.1%、無職・その他が15.4%、商工自営が3.5%の構成となっています。

図1 男女別構成比

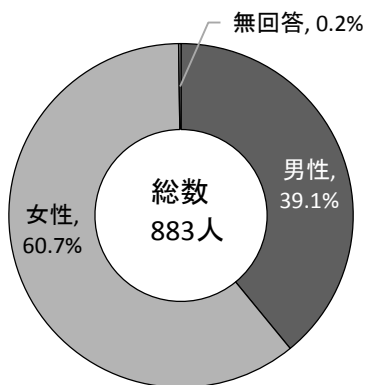


図2 年齢別構成比

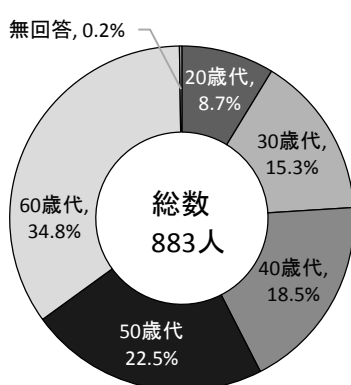
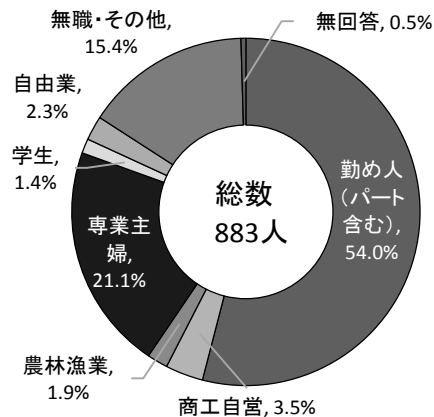


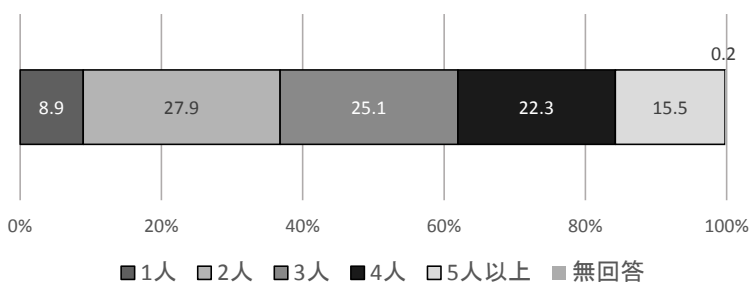
図3 職業別構成比



### ② 家族人数

最も多い家族人数は、「2人」の27.9%で、以下「3人」が25.1%、「4人」が22.3%、「5人以上」が15.5%、「1人」が8.9%の順に続きます。

図4 家族人数

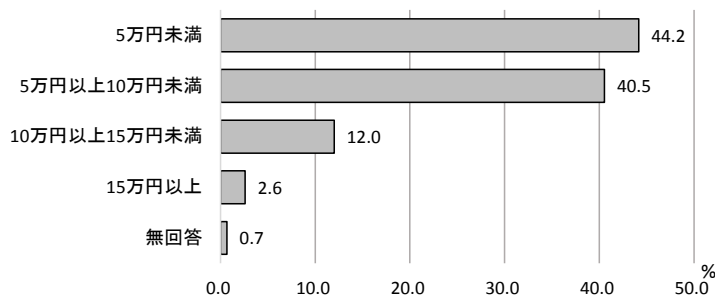


## (2) 消費購買動向の概要

### ① 月々の買物額

最も多いのが「5万円未満」の44.2%で、以下「5万円以上10万円未満」が40.5%、「10万円以上15万円未満」が12.0%、「15万円以上」が2.6%の順に続きます。

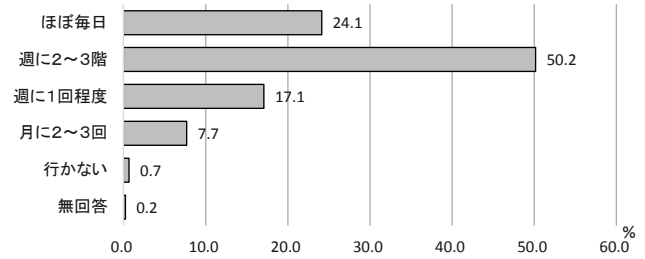
図5 月々の買物額



## ②買物の頻度

最も多いのは「週に2～3回」の50.2%で、以下「ほぼ毎日」が24.1%、「週に1回程度」が17.1%、「月に2～3回」の7.7%の順に続きます。

図6 買物頻度分布



## ③買物の時間帯

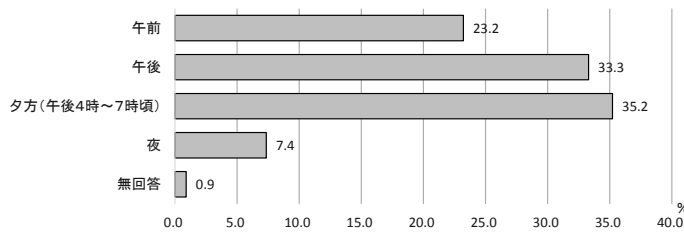
買物をする時間帯で最も多のが、「夕方（午後4時～7時頃）」の35.2%で、以下「午後」が33.3%、「午前」が23.2%、「夜」が7.4%の順に続きます。

年齢別にみると、60代は「午前」と「午後」に多く、30～50代は「夕方」が多い傾向にあります。「夜」の買物は40代に多いようです。

表1 年齢別の買物時間帯

	上段: サンプル数、下段: %					計
	午前	午後	夕方(午後4時～7時頃)	夜	無回答	
20歳代	12 15.6	31 40.3	29 37.7	5 6.5		77 100.0
30歳代	27 20.0	44 32.6	53 39.3	11 8.1		135 100.0
40歳代	28 17.2	47 28.8	69 42.3	17 10.4	2 1.2	163 100.0
50歳代	35 17.6	59 29.6	86 43.2	19 9.5		199 100.0
60歳代	102 33.2	113 36.8	74 24.1	13 4.2	5 1.6	307 100.0
無回答	1 50.0				1 50.0	2 100.0
全体	205 23.2	294 33.3	311 35.2	65 7.4	8 0.9	883 100.0

図7 買物時間帯



## ④通信販売・インターネット・移動販売（移動店舗）の利用

通信販売で買物をしたことが「ある」は71.3%、インターネット利用で購入したことが「ある」は52.0%です。今後のインターネット販売利用の購入意向は21.7%、移動販売利用による購入意向は31.5%です。年齢別に利用意向をみると、インターネット利用の意向は特に20代・30代の若い年代層に多く、移動販売利用の意向は各年代層に大きな差異はみられません。

表2 年齢別通信販売・インターネットの利用状況

	通信販売の利用		インターネット販売利用	
	ある	ない	ある	ない
20歳代	75.3	24.7	84.4	15.6
30歳代	74.8	25.2	79.3	20.0
40歳代	82.8	17.2	71.8	27.6
50歳代	69.3	30.7	47.2	51.8
60歳代	64.2	35.5	24.8	74.3
全体	71.3	28.4	52.0	47.1

表3 年齢別今後のネット販売・移動販売利用意向

	移動販売の利用意向		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歳代	37.7	61.0	58.3	41.7
30歳代	32.6	67.4	35.7	60.7
40歳代	29.4	70.6	28.9	71.1
50歳代	28.6	69.8	21.0	78.1
60歳代	32.2	67.4	17.0	82.1
全体	31.5	67.8	21.7	77.4

## 2 中心市街地並びに郊外大型店等における買物形態

中心市街地の大型店や郊外の大型店等の利用する場合の主な交通手段、車の駐車時間（滞在時間）について比較すると、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等を利用する場合の交通手段は、「自動車」が79.0%、「自転車・バイク」が7.6%、「電車」が3.1%、「バス」が2.0%です。郊外の大型店等を利用する場合は、「自動車」への依存がさらに高く90.6%となっています。

### (2) 車の駐車時間

中心市街地も郊外も「30分～1時間未満」と「1～2時間未満」が多くを占めています。また、「30分未満」は中心市街地の方が多めで、「2時間以上」は郊外が多いなど、駐車時間は郊外の方が長くなっています。

図8 主な交通手段(中心市街地)

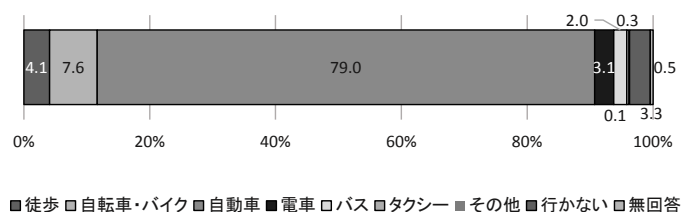


図9 主な交通手段(郊外)

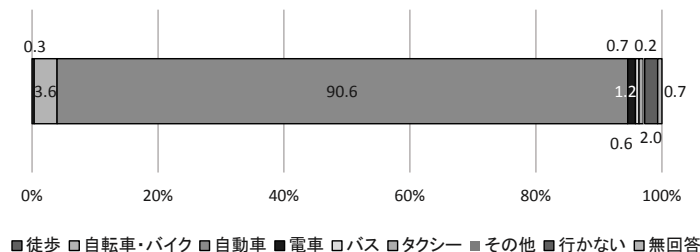


図10 車の駐車時間(中心市街地)

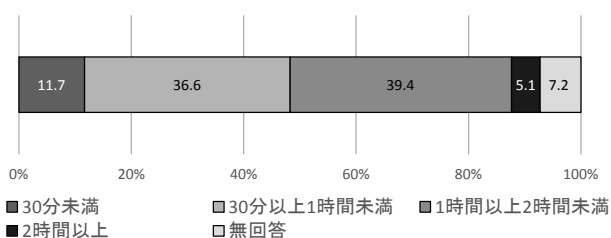
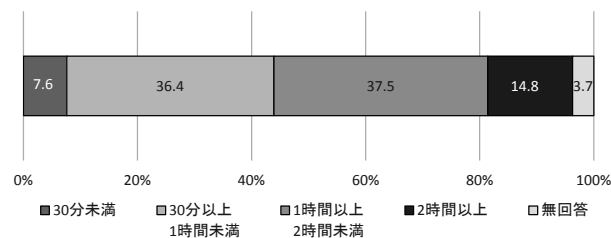


図11 車の駐車時間(郊外)



### 3 買物場所と地元購買率

買物12品目（※1）の買物場所とその利用率の推移は、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、市民の消費購買行動が変化しています。

#### （1）買物場所とその利用率の推移

今回の調査で、買物全品目における買物場所で最も利用率の高かったのは、「杉妻地区」です。以下「余目・矢野目（北信）地区」、「中央地区（駅東口周辺）」、「清水地区」、「中央地区（駅西口周辺）」の順で続きますが、総じて地区の購買率は減少傾向にあります。

図12 買物全品目における買物場所

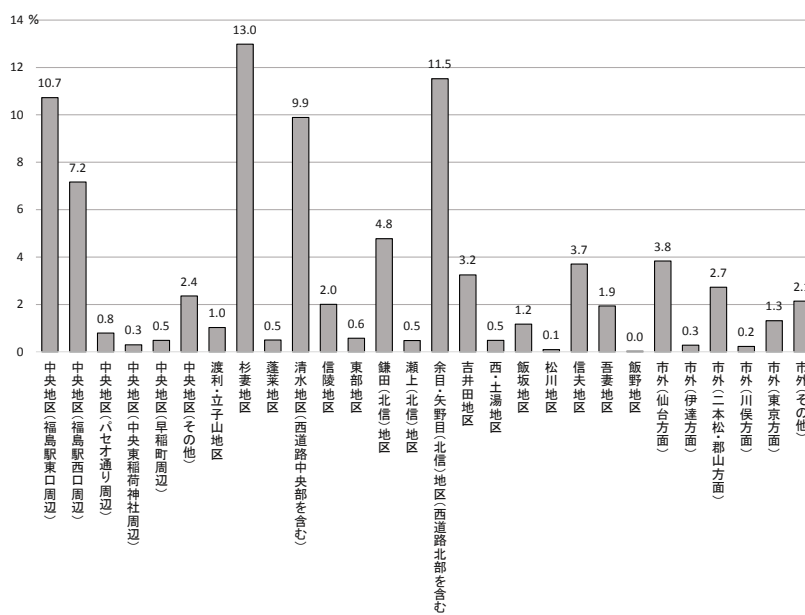


表4 調査年次別買物場所利用率の推移

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 13.0	余目・矢野目(北信) 11.5	中央(駅東口周辺) 10.7	清水 9.9	中央(駅西口周辺) 7.2

（※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

買物品目別にみた地元購買率は、表5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」。ふだん着と下着は「中央地区」、「杉妻地区」、「清水地区」、「余目・矢野目（北信）地区」。靴・鞆・ハンドバッグは「中央地区」、「余目・矢野目（北信）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」、「余目・矢野目（北信）地区」。時計・カメラ・眼鏡・貴金属は「中央地区」、「杉妻地区」、「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」、「余目・矢野目（北信）地区」、「吉井田地区」。書籍・CD・文具は「中央地区」、「杉妻地区」、「鎌田（北信）地区」、「余目・矢野目（北信）地区」、「吉井田地区」。食料・嗜好品は「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」、「飯坂地区」。家庭・園芸・ペット用品は「杉妻地区」、「清水地区」「吉井田地区」です。

中心部の「中央地区」はスポーツ・レジャー用品、家具・室内装飾、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は高く、郊外部の「杉妻地区」や「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5 地区別買物品目別にみた地元購買率

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	時計・カメラ・眼鏡・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・嗜好品	家庭・園芸・ペット用品
中央地区	53.4 (55.5)	55.0 (57.9)	61.8 (61.8)	46.6 (50.0)	67.9 (65.6)	42.0 (43.0)	26.7 (28.2)	23.7 (21.9)	15.3 (22.7)	56.5 (53.9)	77.1 (77.4)	33.6 (36.7)
渡利・立子山地区	7.7 (1.6)	7.7 (1.6)	7.7 (3.2)	1.9 (1.6)	15.4 (11.3)	3.8 (3.2)	5.8 (1.6)	11.5 (1.6)	11.5 (3.2)	11.5 (3.2)	30.8 (33.9)	11.5 (9.7)
杉妻地区	23.1 (27.5)	66.7 (50.0)	59.0 (57.5)	23.1 (20.0)	66.7 (47.5)	41.0 (30.0)	82.1 (62.5)	74.4 (57.5)	74.4 (52.5)	79.5 (50.0)	89.7 (62.5)	87.2 (70.0)
蓬萊地区	0.0 (1.9)	5.9 (3.8)	0.0 (3.8)	0.0 (1.9)	2.9 (3.8)	2.9 (3.8)	0.0 (5.7)	0.0 (4.8)	0.0 (5.7)	0.0 (3.8)	35.3 (60.0)	20.6 (26.4)
清水地区	28.8 (24.3)	51.0 (46.7)	51.9 (45.8)	27.9 (26.2)	53.8 (57.9)	24.0 (24.3)	25.0 (29.0)	20.2 (25.2)	31.7 (46.7)	36.5 (50.5)	61.5 (74.8)	52.9 (67.3)
信陵地区	8.1 (17.5)	27.0 (31.7)	21.6 (27.0)	10.8 (17.5)	54.1 (49.2)	8.1 (17.5)	16.2 (15.9)	10.8 (13.1)	13.5 (27.0)	21.6 (22.2)	62.2 (52.4)	37.8 (25.4)
東部地区	2.3 (4.3)	4.7 (2.2)	4.7 (2.2)	0.0 (0.0)	27.9 (21.7)	2.3 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (4.3)	2.3 (0.0)	41.9 (43.5)	7.0 (10.9)
鎌田（北信）地区	5.6 (9.7)	19.4 (16.1)	19.4 (29.0)	2.8 (6.5)	38.9 (38.7)	16.7 (9.7)	8.3 (6.5)	11.1 (5.9)	41.7 (41.9)	58.3 (41.9)	52.8 (61.3)	47.2 (45.2)
瀬上（北信）地区	4.0 (0.0)	4.0 (2.9)	0.0 (2.9)	0.0 (11.8)	0.0 (5.9)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (8.8)	24.0 (35.3)	12.0 (17.6)
余目・矢野目（北信）地区	36.8 (34.2)	57.9 (55.3)	71.1 (50.0)	42.1 (34.2)	60.5 (52.6)	44.7 (47.4)	65.8 (52.6)	15.8 (34.2)	52.6 (47.4)	55.3 (50.0)	57.9 (60.5)	44.7 (47.4)
吉井田地区	8.3 (0.0)	8.3 (6.5)	13.9 (8.7)	5.6 (10.9)	44.4 (52.2)	13.9 (0.0)	2.8 (0.0)	5.6 (15.2)	52.8 (45.7)	61.1 (47.8)	75.0 (60.9)	58.3 (43.5)
西・土湯地区	3.6 (0.0)	3.6 (10.0)	3.6 (6.7)	3.6 (0.0)	28.6 (23.3)	3.6 (3.3)	3.6 (3.3)	0.0 (3.3)	3.6 (0.0)	3.6 (6.7)	25.0 (13.3)	42.9 (40.0)
飯坂地区	6.8 (4.8)	13.6 (11.1)	15.3 (11.1)	5.1 (3.2)	30.5 (30.2)	3.4 (1.6)	3.4 (1.6)	3.4 (3.2)	6.8 (4.8)	6.8 (4.8)	55.9 (60.3)	23.7 (17.5)
松川地区	0.0 (1.8)	2.2 (1.8)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	4.4 (3.6)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (5.4)	2.2 (1.8)	8.9 (10.7)	2.2 (1.8)
信夫地区	6.7 (3.3)	12.2 (6.5)	15.6 (5.4)	10.0 (5.4)	44.4 (26.1)	17.8 (7.6)	12.2 (10.9)	11.1 (8.7)	48.9 (31.5)	15.6 (10.9)	48.9 (40.2)	33.3 (25.0)
吾妻地区	10.3 (6.3)	19.1 (18.8)	19.1 (16.3)	7.4 (3.8)	33.8 (17.5)	8.8 (0.0)	10.3 (6.3)	10.3 (7.5)	7.4 (2.5)	19.1 (16.3)	42.6 (41.3)	29.4 (31.3)
飯野地区	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (5.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	5.9 (10.0)	0.0 (0.0)	5.9 (5.0)	0.0 (0.0)

### (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。同様に「中小スーパー」は食料・嗜好品、「ホームセンター・ドラッグストア」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）」は家庭電化製品ならびに書籍・CD・文具、スポーツ・レジャー用品、「一般専門店」では時計・カメラ・眼鏡・貴金属ならびに書籍・CD・文具などとなっています。

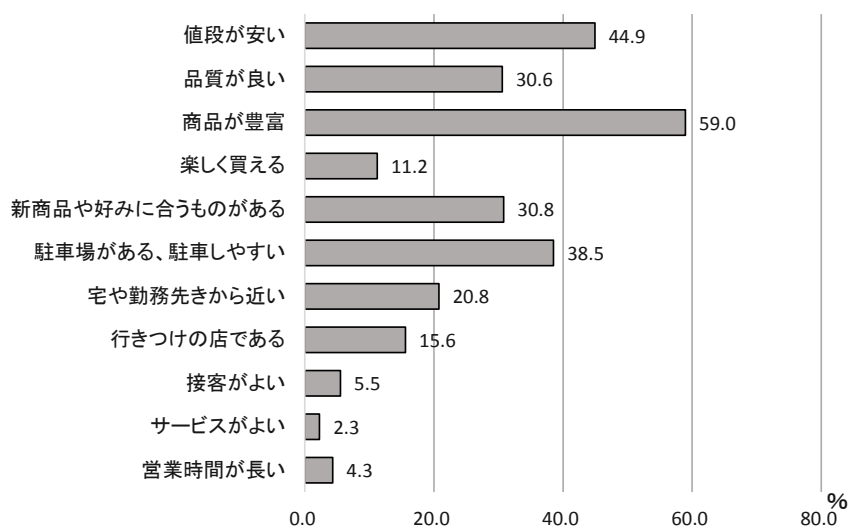
店舗選択の理由（全品目計）で多いのは、「商品が豊富」、「値段が安い」、「駐車場がある、駐車しやすい」などとなっています。

表6 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・ストパー	中小スーパー	コンビニ	ホームセンター・ドラッグストア	衣料、大型専門店（家電、レジャー、書籍等）	一般専門店	生協・農協	通信販売	無回答	全体
外出着	555 62.9	36 4.1	2 0.2	9 1.0	99 11.2	88 10.0		28 3.2	66 7.5	883 100.0
ふだん着	417 47.2	101 11.4		10 1.1	140 15.9	104 11.8	2 0.2	30 3.4	79 8.9	883 100.0
下着	435 49.3	111 12.6	1 0.1	6 0.7	123 13.9	80 9.1	2 0.2	40 4.5	85 9.6	883 100.0
靴・鞆・ハンドバッグ	497 56.3	35 4.0		11 1.2	85 9.6	119 13.5		44 5.0	92 10.4	883 100.0
化粧品・医薬品	116 13.1	31 3.5	2 0.2	548 62.1	21 2.4	51 5.8	1 0.1	23 2.6	90 10.2	883 100.0
時計・カメラ・眼鏡・貴金属	295 33.4	12 1.4		19 2.2	184 20.8	208 23.6		25 2.8	140 15.9	883 100.0
スポーツ・レジャー用品	131 14.8	18 2.0	1 0.1	69 7.8	366 41.4	118 13.4		28 3.2	152 17.2	883 100.0
家具・室内装飾	97 11.0	10 1.1	1 0.1	118 13.4	350 39.6	134 15.2		26 2.9	147 16.6	883 100.0
家庭電化製品	41 4.6	12 1.4		33 3.7	586 66.4	78 8.8		17 1.9	116 13.1	883 100.0
書籍・CD・文具	112 12.7	30 3.4	7 0.8	28 3.2	370 41.9	195 22.1	1 0.1	30 3.4	110 12.5	883 100.0
食料・嗜好	344 39.0	354 40.1	23 2.6	16 1.8	15 1.7	9 1.0	45 5.1		77 8.7	883 100.0
家庭・園芸・ペット用品	69 7.8	44 5.0		502 56.9	68 7.7	62 7.0	1 0.1	3 0.3	134 15.2	883 100.0
計	3,109 29.3	794 7.5	37 0.3	1369 12.9	2407 22.7	1246 11.8	52 0.5	294 2.8	1288 12.2	10,596 100.0

図13 店舗選択理由分布(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、次の図表に示すとおりです。

表7 外出着の商圏特性

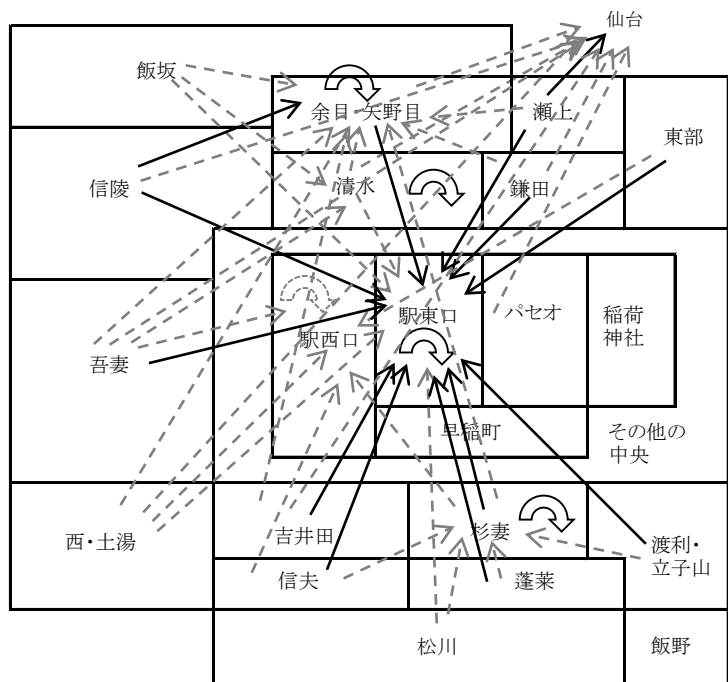
単位：％

	駅東口		市外 (仙台方面)		余目・矢野目		駅西口		清水		杉妻	
1次商圏 (40%超)												
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	渡・立	36.5	瀬上	24.0	余・矢	36.8			清水	28.8	杉妻	23.1
	杉妻	35.9			信陵	21.6						
	中央	32.8										
	信陵	29.7										
	蓬萊	29.4										
	余・矢	28.9										
	鎌田	27.8										
	東部	25.6										
	吉井田	25.0										
	瀬上	24.0										
信夫	22.2											
吾妻	22.1											
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	清水	18.3	中央	16.8	鎌田	19.4	中央	17.6	飯坂	18.6	松川	20.0
	飯坂	16.9	鎌田	16.7	飯坂	18.6	東部	16.3	吾妻	10.3	蓬萊	14.7
	松川	13.3	余・矢	15.8	西・土	14.3	西・土	14.3			渡・立	13.5
	西・土	10.7	西・土	14.3	清水	13.5	信夫	13.3			信夫	11.1
			吉井田	13.9	瀬上	12.0	吾妻	13.2				
			信陵	13.5	吾妻	11.8	杉妻	10.3				
			清水	12.5	吉井田	11.1						
			吾妻	10.3	杉妻	10.3						

注) 渡・立=渡利・立子山、余・矢=余目・矢野目、西・土=西・土湯

図14 外出着の商圏

外出着の最大の商圏を中央地区（駅東口周辺）がもっており、2次・3次商圏から形成されていて、市域全域を対象としている。その大半は2次商圏である。前回調査と比べて余目・矢野目地区は商圏を多少拡大したが、他地区に大きな変化はみられない。商圏規模の順位は、前回調査と比べて変化はない。地元購買率は杉妻地区が多少低下したが、他の地区は上昇している。



## ②ふだん着

ふだん着の商圈特性は、次の図表に示すとおりです。

表8 ふだん着の商圈特性

単位：%

	余目・矢野目	清水	駅東口	駅西口	杉妻	鎌田
1次商圈 (40%超)	余・矢 57.9	清水 51.0			杉妻 66.7	
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	鎌田 27.8 信陵 27.0 飯坂 25.4	吾妻 22.1	渡・立 26.9 吉井田 25.0 中央 24.4	中央 25.2	渡・立 30.8 蓬萊 29.4 松川 24.4	東部 27.9 瀬上 24.0
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	瀬上 20.0 清水 14.4 吾妻 13.2 吉井田 11.1 西・土 10.7 杉妻 10.3	飯坂 16.9 西・土 14.3 瀬上 12.0 飯野 11.8 信陵 10.8 信夫 5.6	東部 11.6 西・土 10.7 杉妻 10.3	吉井田 19.4 西・土 17.9 信夫 16.7 蓬萊 14.7 信陵 13.5 東部 11.6 松川 11.1 吾妻 10.3	西・土 10.7 信夫 20.0	鎌田 19.4

注) 渡・立=渡利・立子山、余・矢=余目・矢野目、西・土=西・土湯

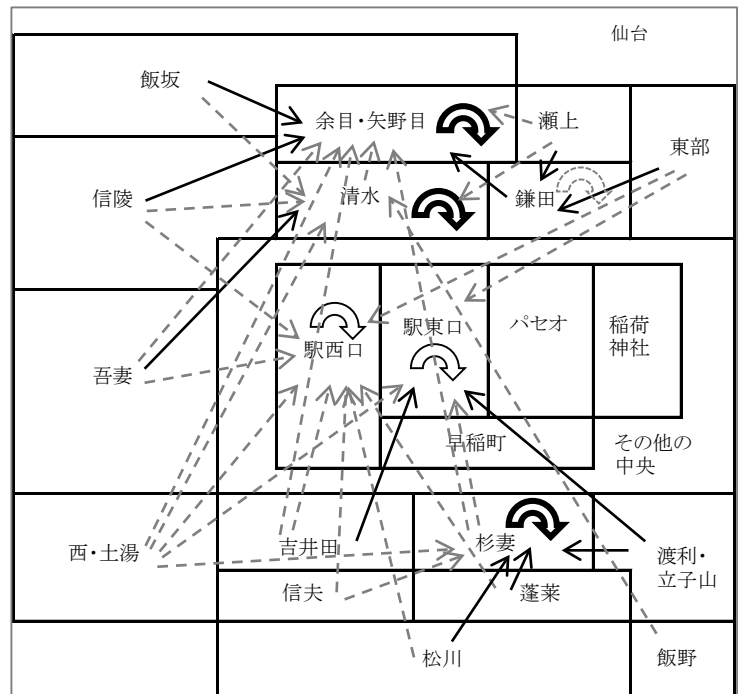
図15 ふだん着の商圈

ふだん着の最大の商圈を有するのは前回調査と同様、余目・矢野目地区で、1～3次商圈から形成されており、市域の北西部が主立った商圈である。前回調査に比べて3次商圈の規模が拡大している。

前回調査に比べ、商圈規模の順位は、清水地区が2位に躍進した反面、杉妻地区は5位に後退した。

清水地区は、地元並びに市の北西部の1次～3次商圈を形成し、3次商圈は前回調査に比べて拡大している。

また市外（仙台方面）は今回調査で7位以下となった。



### ③靴・鞆・ハンドバッグ

靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性は、次の図表のとおりです。

表9 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	信陵	鎌田
1次商圈 (40%超)		余・矢 42.1				
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	渡・立 36.5	信陵 24.3	中央 22.1	清水 27.9		
	蓬萊 32.4					
	吉井田 30.6					
	中央 26.7					
	余・矢 26.3					
	鎌田 25.0					
	信陵 24.3					
	瀬上 24.0					
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	信夫 23.3					
	杉妻 20.5					
	吾妻 19.1	鎌田 19.4	瀬上 20.0	飯坂 15.3	信陵 10.8	東部 11.6
	東部 16.3	飯坂 18.6	鎌田 16.7	吾妻 11.8		
	飯坂 15.3	清水 17.3	信陵 16.2	東部 11.6		
	清水 14.4	吾妻 16.2	余・矢 13.2			
	西・土 14.3	瀬上 12.0	杉妻 12.8			
	飯野 11.8		東部 11.6			
		吉井田 11.1				
		西・土 10.7				
		吾妻 10.3				

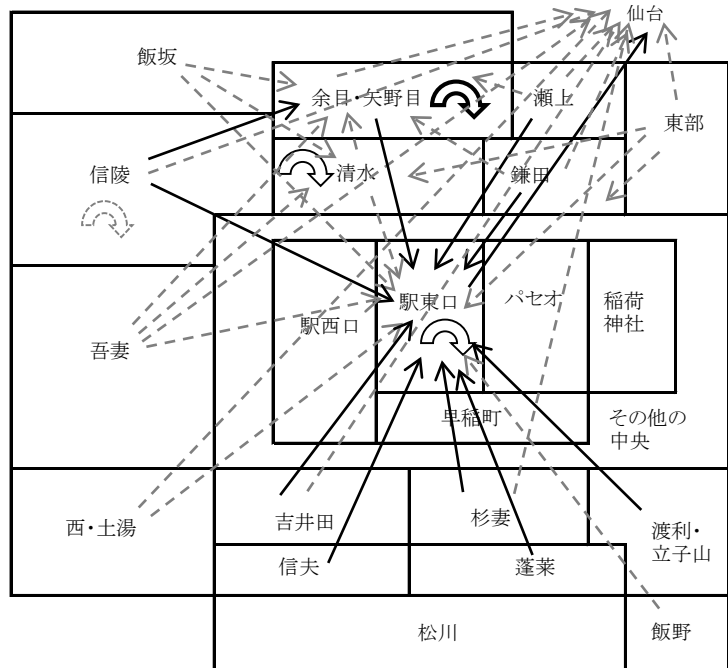
注) 渡・立=渡利・立子山、余・矢=余目・矢野目、西・土=西・土湯

図16 靴・鞆・ハンドバッグの商圈

最大の商圈規模は、前回調査と同じ中央地区（駅東口周辺）で、市域全体を対象とする揺るぎない2～3次商圈を形成している。余目・矢野目地区は、市の北西部を中心とする1～3次商圈を抱えている。商圈規模では、前回調査と比べて4～6位に変化があった。信陵、鎌田（北信）の両地区が新たに加わり、中央地区（駅東口周辺）と清水地区が姿を消した。

余目・矢野目地区は新たに1次商圈を形成したものの2次商圈が縮小した。

市外（仙台方面）は、新たに2次商圈を抱え、2～3次商圈で市の北西部を対象としている。



④食料・嗜好品

食料・嗜好品の商圈特性は、次の図表のとおりです。

表10 食料・嗜好品の商圈特性

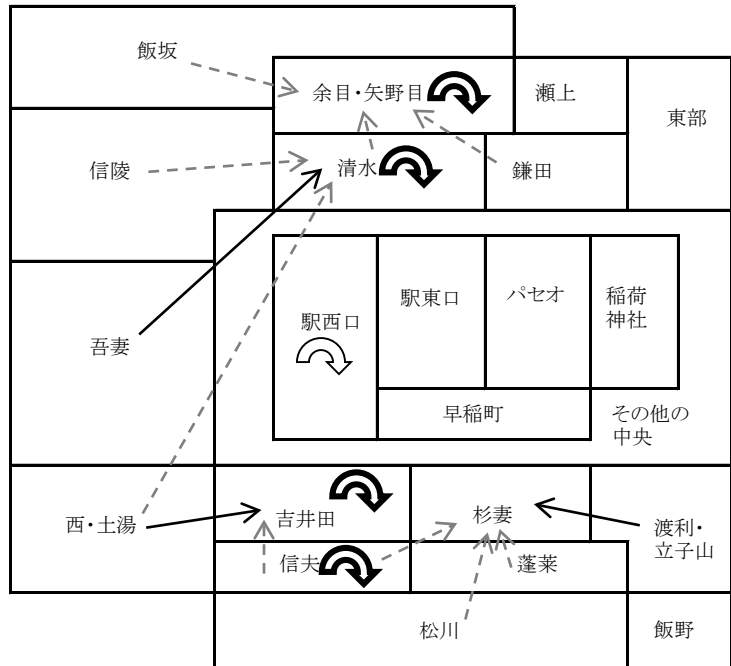
単位：％

	清水	杉妻	駅西口	余目・矢野目	吉井田	信夫
1次商圈 (40%超)	清水 61.5			余・矢 57.9	吉井田 75.0	信夫 48.9
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	吾妻 27.9	渡・立 34.6	中央(西) 31.3		西・土 25.0	
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	信陵 16.2 西・土 14.3	松川 20.0 蓬萊 14.7 信夫 13.3		鎌田 13.9 清水 13.5 飯坂 10.2	信夫 18.9	

注) 渡・立＝渡利・立子山、余・矢＝余目・矢野目、西・土＝西・土湯

図17 食料・嗜好品の商圈

商圈規模の順位は、前回調査から変動がない。後背に住宅街を抱える清水地区、杉妻地区、中央地区（駅西口周辺）、余目・矢野目地区、吉井田地区、信夫地区の各地区は、市域の北部と南部及び西部においてそれぞれが地元とその周辺地域を対象とする1次～3次商圈を形成している。



## 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」66.3%が最も多く、以下「新製品と多品種の品揃え」、「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」が圧倒的に多く、以下「アウトレットショップ」、「地産地消をテーマとした飲食店、物産店」、「オープンカフェ」、「個性的な喫茶店」、「デパート・大型店」などが上位にあがっています。

図18 中心市街地の商店街に対する要望

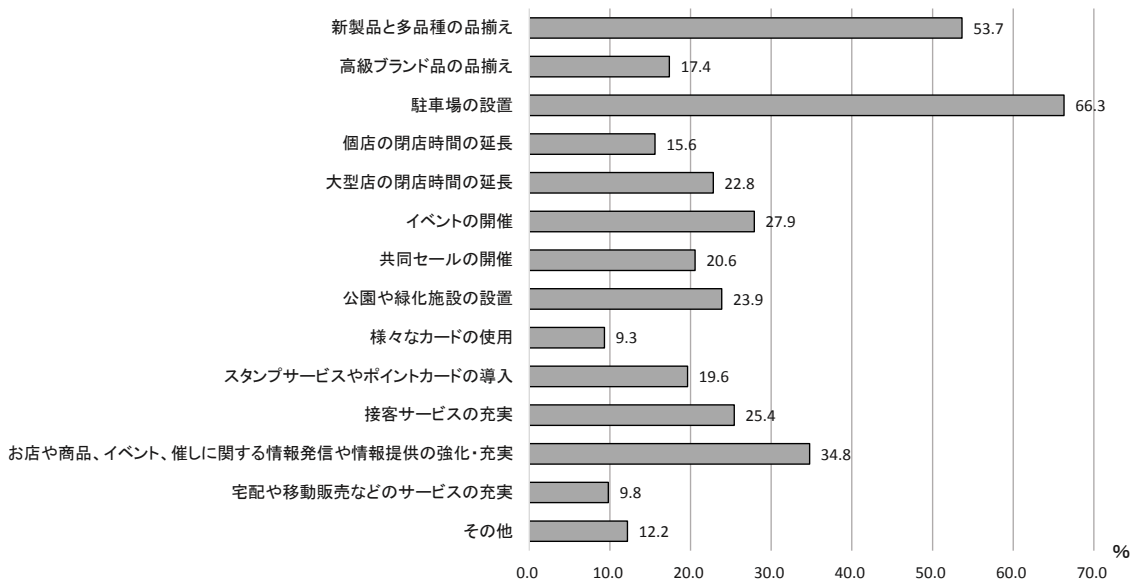
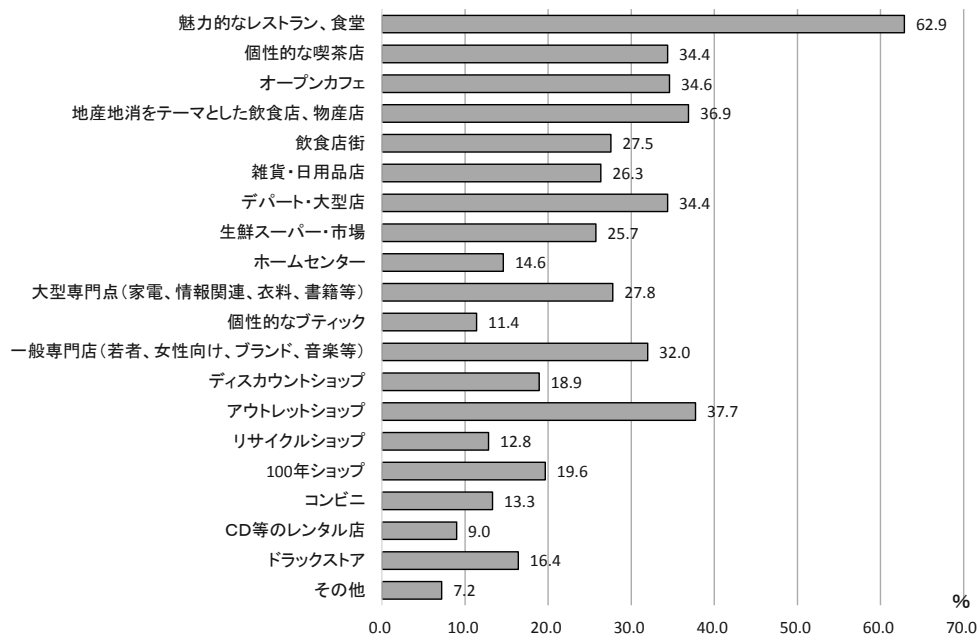


図19 中心市街地商店街への希望店舗(複数回答)



(2) 居住地区の商店街に対する要望

居住している地区の商店街に対する要望（全地区計）は、「新商品と多品種の品揃え」が47.2%と圧倒的に多く、以下「駐車場の設置」や「お店や商品、イベント・催しに関する情報提供の強化・充実」などが続きます。また、地区別の要望は表11に示すとおりです。

図20 居住地区の商店街に対する要望(複数回答)

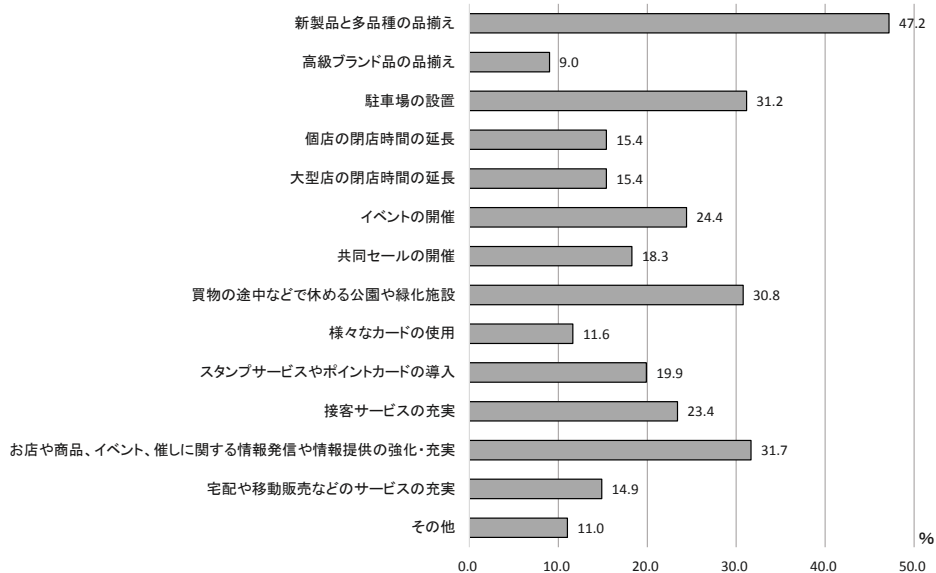


表11 地区別の居住地区商店街に対する要望(複数回答)

地区	上段：サンプル数、下段：%													回答者数	無回答	
	新製品と多品種の品揃え	高級ブランド品の品揃え	駐車場の設置	個店の閉店時間の延長	大型店の閉店時間の延長	イベントの開催	共同セールの開催	公園や緑化施設	買物の途中などで休める	様々なカードの使用	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	情報提供の強化・充実			お店や商品、イベント、催しに関する情報提供の強化・充実
中央地区	67 55.8	12 10.0	34 28.3	18 15.0	20 16.7	28 23.3	19 15.8	30 25.0	8 6.7	28 23.3	30 25.0	38 31.7	18 15.0	8 6.7	120 100.0	11
渡利・立子山地区	20 41.7	1 2.1	17 35.4	4 8.3	9 18.8	12 25.0	7 14.6	12 25.0	4 8.3	9 18.8	13 27.1	18 37.5	6 12.5	7 14.6	48 100.0	4
杉妻地区	15 38.5	2 5.1	13 33.3	6 15.4	6 15.4	9 23.1	12 30.8	15 38.5	8 20.5	5 12.8	9 23.1	11 28.2	4 10.3	6 15.4	39 100.0	
蓬菜地区	13 44.8	6 20.7	5 17.2	3 10.3	1 3.4	7 24.1	3 10.3	4 13.8	3 10.3	5 17.2	7 24.1	5 17.2	5 17.2	4 13.8	29 100.0	5
清水地区	45 46.9	9 9.4	37 38.5	29 30.2	29 30.2	31 32.3	25 26.0	36 37.5	13 13.5	22 22.9	24 25.0	24 25.0	12 12.5	10 10.4	96 100.0	8
信陵地区	15 45.5	4 12.1	10 30.3	6 18.2	6 18.2	6 18.2	4 12.1	11 33.3	4 12.1	9 27.3	6 18.2	5 15.2	3 9.1	2 6.1	33 100.0	4
東部地区	17 43.6	1 2.6	10 25.6	5 12.8	8 20.5	14 35.9	10 25.6	16 41.0	4 10.3	9 23.1	8 20.5	17 43.6	8 20.5	6 15.4	39 100.0	4
鎌田(北信)地区	14 42.4	2 6.1	10 30.3	4 12.1	4 12.1	6 18.2	6 18.2	12 36.4	3 9.1	3 27.3	7 21.2	14 42.4	3 9.1	3 10.0	33 100.0	3
瀬上(北信)地区	13 61.9	3 14.3	4 19.0	3 14.3	2 9.5	3 14.3	8 38.1	4 19.0	2 9.5	4 19.0	3 14.3	5 23.8	3 14.3	3 14.3	21 100.0	4
余目・矢野目(北信)地区	19 51.4	5 13.5	10 27.0	6 16.2	7 18.9	9 24.3	5 13.5	8 21.6	5 13.5	7 18.9	12 32.4	16 43.2	3 8.1	2 5.4	37 100.0	1
吉井田地区	14 41.2	4 11.8	11 32.4	2 5.9	6 17.6	4 11.8	4 11.8	5 29.4	8 14.7	8 23.5	7 20.6	12 35.3	5 14.7	3 8.8	34 100.0	2
西・土湯地区	13 50.0	2 7.7	3 11.5	1 3.8	1 3.8	3 11.5	1 3.8	6 23.1	1 3.8	1 3.8	4 15.4	6 23.1	4 15.4	4 15.4	26 100.0	2
飯坂地区	24 47.1	6 11.8	28 54.9	10 19.6	6 11.8	17 33.3	10 19.6	23 45.1	3 5.9	5 9.8	15 29.4	18 35.3	9 17.6	6 11.8	51 100.0	8
松川地区	21 55.3	2 5.3	11 28.9	5 13.2	3 7.9	7 18.4	7 18.4	12 31.6	6 15.8	7 18.4	8 21.1	12 31.6	6 15.8	8 21.1	38 100.0	7
信夫地区	34 44.2	7 9.1	21 27.3	8 10.4	7 9.1	21 27.3	9 11.7	24 31.2	14 18.2	17 22.1	15 19.5	28 36.4	15 19.5	11 14.3	77 100.0	13
吾妻地区	25 40.3	6 9.7	16 25.8	9 14.5	7 11.3	18 29.0	14 22.6	20 32.3	7 11.3	13 21.0	16 25.8	22 35.5	14 22.6	7 11.3	62 100.0	6
飯野地区	8 50.0		9 56.3	4 25.0	1 6.3		2 12.5	3 18.8	4 25.0	1 6.3	3 18.8	2 12.5	1 6.3	1 6.3	16 100.0	1
無回答																1
全体	377 47.2	72 9.0	249 31.2	123 15.4	123 15.4	195 24.4	146 18.3	246 30.8	93 11.6	159 19.9	187 23.4	253 31.7	119 14.9	88 11.0	799 100.0	84

(注) 回答者数は無回答者を除いた数値である。