

第 11 回
消費購買動向調査結果報告書
概 要 版

平成 21 年 3 月

福 島 市

はじめに

本概要版は、「消費購買の動向を市全域にわたり、多様化する消費パターンや中心市街地の空洞化、郊外商業地域の競合化などにより商業環境が厳しさを増す中での消費者の嗜好、購買動向の実態を把握することにより、地域商業の振興に寄与し、消費者ニーズや地域社会の要請に応えるための指針を得る」ために実施した第11回消費者購買動向調査結果の抜粋を概要版としてまとめたものです。

なお、紙面の都合上、ここに掲載してある内容は本編の一部を紹介するに止まることから、詳細については本編を参照されるとともに、商業者をはじめ多くの関係者の方々の利用に供され、地域商業の一層の振興に寄与することを願うものであります。

平成21年3月

福島市長 瀬戸孝則

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. 買物場所利用分布と地元購買率	4
(1) 買物場所の利用分布と推移	4
(2) 地元購買率	5
(3) 買物品目別の利用店舗と店舗選択理由	6
(4) 主な買物品目とその商圏の概要	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11回「福島市消費購買動向調査」は、平成20年10月31日現在の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3,000名に郵送で依頼したアンケート調査により行われ、1,137票が回収され、回収率は37.9%という結果になっています。

その概要は、以下に示すとおりです。

(1) 回答者の属性

① 性別・年齢・職業構成

回答者総数の1,137人の内訳は女性が61.1%、男性が38.8%であり、年齢構成は60代の26.3%、50代が25.9%、40代が18.9%、30代が19.9%、20代が8.8%の順となっています。また、職業別では、勤め人(パート含む)が54.7%、専業主婦が23.6%、無職・その他が13.5%、商工自営が3.8%で上位を占めています。

図1 男女別構成比

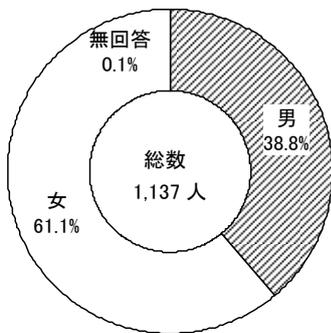


図2 年齢別構成比

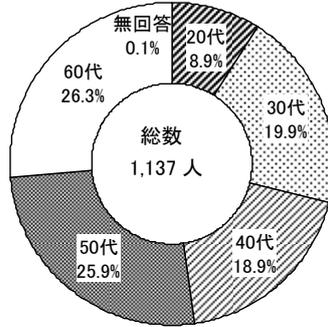
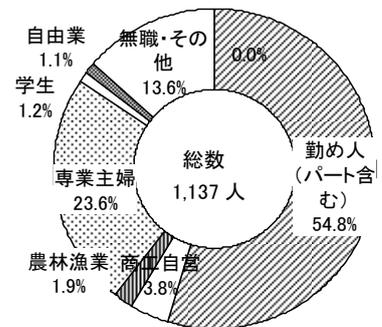


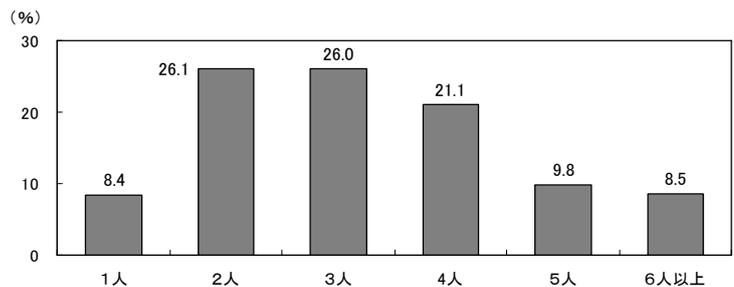
図3 職業別構成比



② 回答者の家族人数

回答者の家族人数は、「2人」の26.1%と「3人」の26.0%が中心であり、以下、「4人」が21.1%、「5人」が9.8%、「6人以上」が8.5%、「1人」が8.4%の順です。

図4 標本全体の家族人数分布

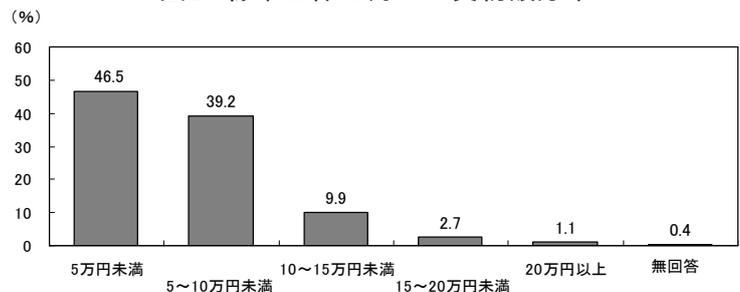


(2) 消費購買動向の概要

① 月々の買物額

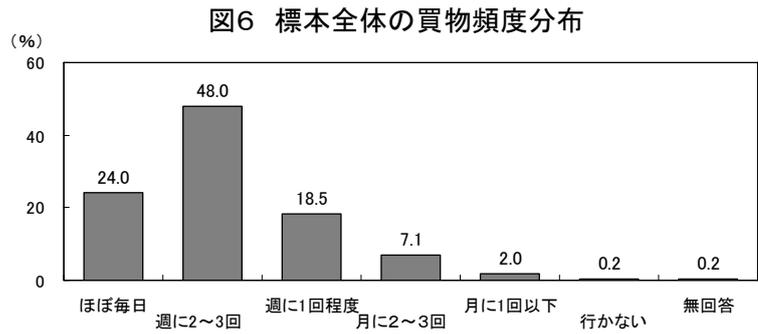
最も多いのが「5万円未満」の46.5%で、以下、「5万円以上10万円未満」の39.2%、「10万円以上15万円未満」の9.9%、「15万円以上20万円未満」の2.7%の順です。

図5 標本全体の月々の買物額分布



②買物の頻度

最も多いのが「週に2～3回」の47.6%で、以下、「ほぼ毎日」の25.9%、「週に1回程度」の16.9%、「月に2～3回」の6.9%、「月に1回以下」の2.2%という順です。



③買物の時間帯

買物をする時間帯としては、「午後」が36.3%で最も多く、以下、「夕方（午後4時～7時頃）」の35.9%、「午前」の19.9%、「夜」の7.3%という順です。年齢別では、「午前」は40代以降、「午後」は60代、「夕方」は40代、20代に多い。

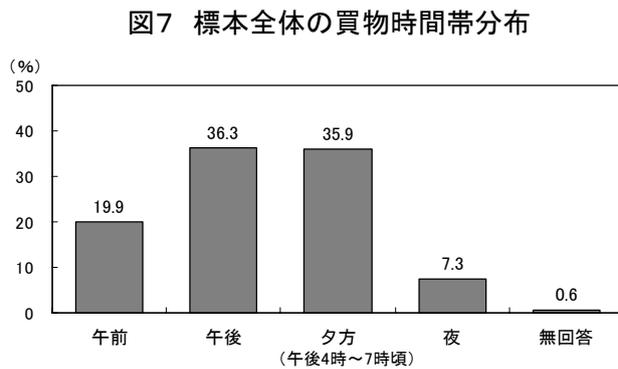


表1 年齢別にみた買物時間帯分布

(上段:実数、下段:%)

買物する時間帯	午前	午後	夕方 7時～ 午後4時	夜	無回答	計
職業						
20代	14 13.9	38 37.6	41 40.6	8 7.9		101 (8.9)
30代	41 18.1	67 29.6	85 37.6	30 13.3	3 1.3	226 (19.9)
40代	43 20.0	61 28.4	90 41.9	20 9.3	1 0.5	215 (18.9)
50代	64 21.7	101 34.2	106 35.9	23 7.8	1 0.3	295 (25.9)
60代	64 21.4	146 48.8	86 28.8	2 0.7	1 0.3	299 (26.3)
未記入					1 100.0	1 (0.1)
合計	226 19.9	413 36.3	408 35.9	83 7.3	7 0.6	1,137 100.0

④通信販売・インターネット・スタンプ等の利用状況

買物の際の通信販売・インターネット等の利用状況は次のとおりです。通信販売を利用したことが「ある」が62.4%、インターネット利用により購入したことが「ある」が36.3%、スタンプやポイントカードが買物や店舗選択のきっかけとなることが「ある」が67.5%という状況です。なお、年齢別の内訳は下表に示すとおりです。

表2 年齢別通信販売・インターネット・スタンプ等の利用状況 (%)

	通信販売		インターネット販売		スタンプ・ポイントカード	
	ある	ない	ある	ない	ある	ない
20代	75.2	24.8	62.4	37.6	67.3	32.7
30代	72.1	27.0	59.7	39.4	69.5	30.1
40代	67.4	32.1	45.6	54.0	70.7	28.8
50代	58.0	42.0	26.8	73.2	63.7	35.9
60代	51.8	48.2	12.7	87.3	67.6	32.4
計	62.4	37.2	36.3	63.3	67.5	32.2

(無回答は省略)

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としては、「自動車」が76.2%、「自転車・バイク」が10.1%、「電車」が3.3%、「バス」が3.1%であり、郊外の場合には「自動車」への依存が88.5%とさらに上回っています。

(2) 車の駐車時間

「1～2時間未満」と「30分～1時間未満」が中心で、ほぼ同じ割合になっています。また、「30分未満」は中心市街地の方がやや多くなっています。

図8 標本全体の中心市街地大型店への主な交通手段分布

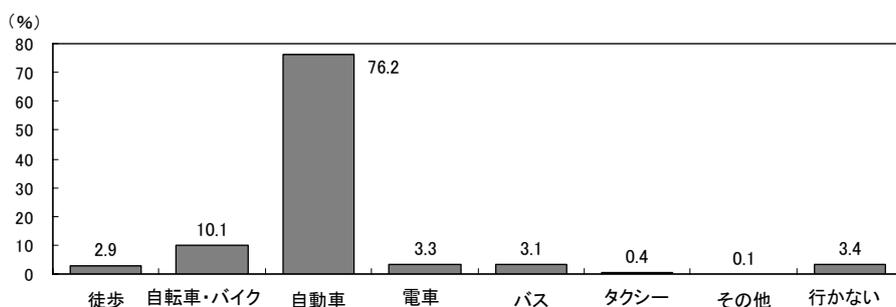


図9 標本全体の郊外大型店への主な交通手段分布

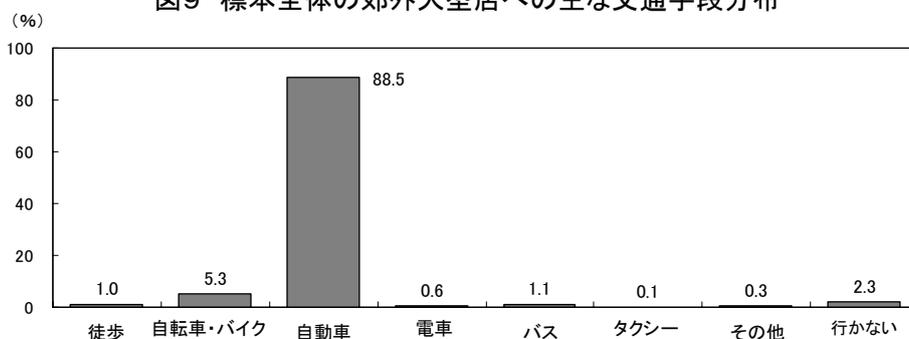


図10 車の駐車時間(中心市街地)

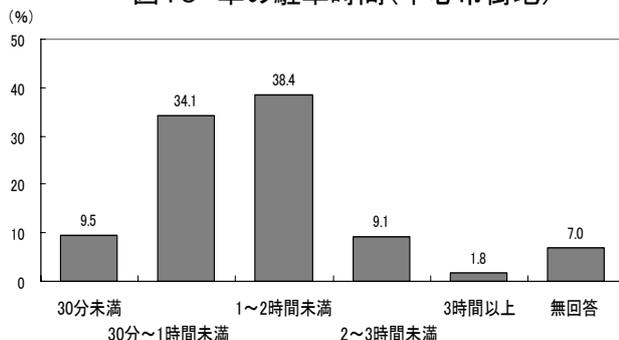
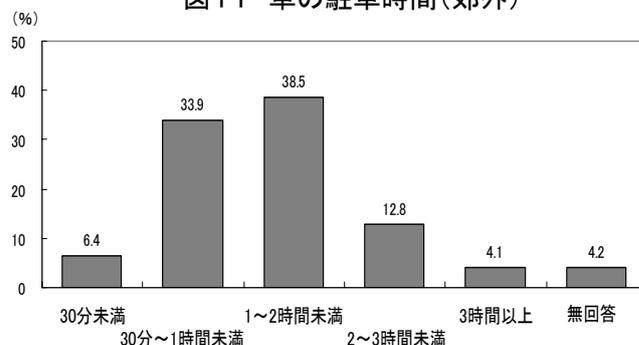


図11 車の駐車時間(郊外)



3 買物場所利用分布と地元購買率

買物12品目（※1）全体としての買物場所利用分布とその利用率の推移は以下に示すとおりで、中心市街地と郊外における大型店等の撤退・進出等の変化とともに、市民の消費購買の流れも大きく変化しています。

（1）買物場所の利用分布と推移

今回の調査で、全買物品目での買物場所として最も利用率の高かったのが「余目・矢野目地区」で、以下、「杉妻地区」、「清水地区」、「中央駅東口周辺」、「中央駅西口周辺」と続くが、中央駅東西周辺の利用率の低下傾向が続いています。

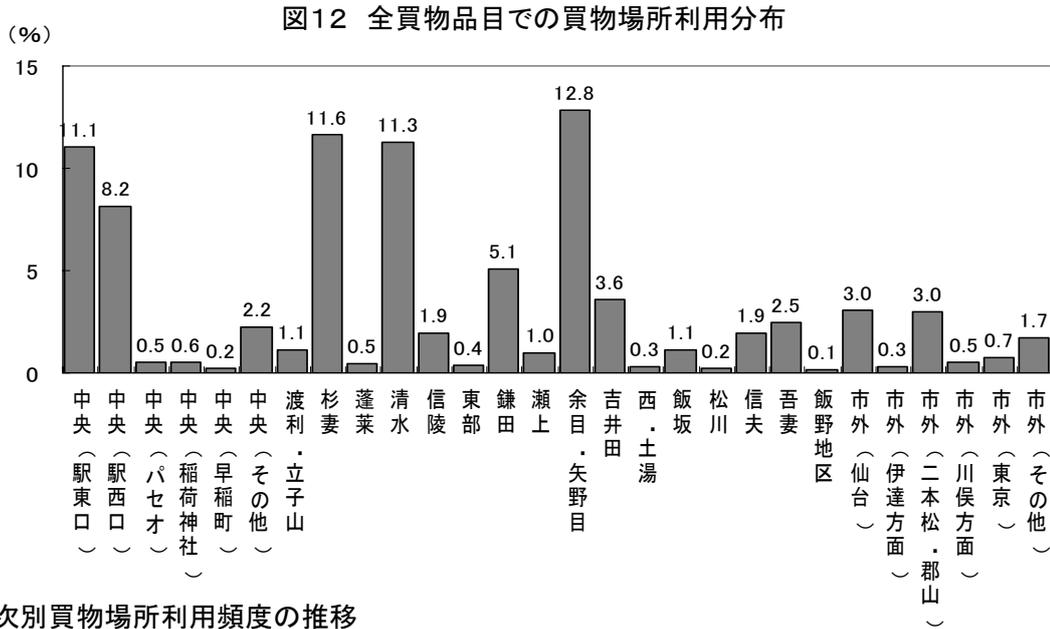


表3 調査年次別買物場所利用頻度の推移

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
平成11年度	中央駅東口周辺 16.7	中央駅西口周辺 10.8	杉妻 10.8	清水 10.0	余目・矢野目 7.8
平成14年度	中央駅東口周辺 15.8	清水 13.0	杉妻 11.2	余目・矢野目 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 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 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

（※1）買物12品目

外出着、ふだん着、下着、靴・靴・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

■参考：近年の主な大型店の動向

（中心市街地）

- ・H. 9年ピボット開店
- ・H. 10年中合2番館開店
- ・H. 10年曾根田S.C開店
- ・H. 11年長崎屋閉店
- ・H. 14年コルニエツタヤ閉店
- ・H. 16年ヨークタウン野田開店
- ・H. 17年さくら野閉店
- ・H. 20年A X C開店

（郊外）

- ・H. 10年福島サティ開店
- ・H. 11年ジャスト北店開店
- ・H. 12年ジャスト黒岩店開店
- ・H. 13年ケーヨーデイツー矢野目店開店
- ・H. 13年ヤマダ電機開店
- ・H. 17年マックスバリュ大森店
- ・H. 18年コジマ福島店改装
- ・H. 19年夢・タウン・飯坂開店
- ・H. 20年ヨークベニマル泉店改装
- ・H. 20年蓬萊ショッピングセンター改装
- ・H. 20年スーパースポーツゼビオ改装

(2) 地元購買率

買物品目別にみた地元購買率は、表4に示すとおりです。

地元購買率が高いのは、下着と外出着、靴・鞆・ハンドバッグでは「中央地区」、ふだん着や時計・カメラ・眼鏡・貴金属は「余目・矢野目地区」、化粧品・医薬品は「中央地区」と「杉妻地区」、「吉井田地区」、スポーツ・レジャー用品と家具・室内装飾は「杉妻地区」、家庭電化製品は「杉妻地区」と「清水地区」、「余目・矢野目地区」、書籍・CD・文具は「中央地区」と「吉井田地区」、「余目・矢野目地区」、食料・嗜好品は「吉井田地区」をはじめ「中央地区」、「余目・矢野目地区」、家庭・園芸・ペット用品は「杉妻地区」と「余目・矢野目地区」、「鎌田地区」などとなっています。

下着や外出着などの衣料品に、靴・鞆・ハンドバッグ等の買回り品では「中央地区」の地元購買率は高いが、その他の品目では、品目毎で異なるが「杉妻地区」や「余目・矢野目地区」、「清水地区」、「吉井田地区」といった郊外拠点地区で、それぞれ地元購買率を高めてきています。

表4 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

	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	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
中 央	56.3 (64.3)	56.9 (52.1)	63.9 (60.3)	52.1 (64.3)	60.4 (60.3)	45.1 (60.3)	32.6 (24.7)	21.5 (26.1)	21.5 (22.0)	61.8 (65.8)	73.6 (72.6)	34.7 (28.9)
渡利・立子山	2.5 (1.3)	5.1 (3.9)	5.1 (7.8)	1.3 (2.6)	15.2 (18.2)	3.8 (1.3)	5.1 (3.9)	7.6 (2.6)	7.6 (6.5)	5.1 (2.6)	31.6 (33.8)	16.5 (9.1)
杉 妻	24.4 (5.0)	48.9 (32.5)	48.9 (37.5)	17.8 (7.5)	57.8 (65.0)	26.7 (22.5)	64.4 (65.0)	55.6 (57.5)	53.3 (50.0)	22.2 (25.0)	68.9 (72.5)	80.0 (77.5)
蓬 菜	0.0 (0.0)	1.9 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	7.4 (8.5)	1.9 (0.0)	1.9 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (4.3)	0.0 (2.1)	50.0 (51.1)	3.7 (0.0)
清 水	23.5 (16.7)	39.7 (44.4)	44.1 (37.8)	19.9 (21.1)	51.5 (60.0)	23.5 (22.2)	25.0 (27.8)	22.8 (27.8)	50.0 (60.0)	45.6 (47.8)	63.2 (58.9)	55.1 (66.7)
信 陵	8.5 (12.7)	13.6 (27.0)	18.6 (27.0)	11.9 (15.9)	32.2 (28.6)	8.5 (19.0)	8.5 (12.7)	6.8 (17.5)	10.2 (23.8)	15.3 (20.6)	54.2 (61.9)	28.8 (27.0)
東 部	2.3 (0.0)	2.3 (3.4)	2.3 (6.9)	2.3 (3.4)	9.1 (13.8)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	2.3 (3.4)	4.5 (10.3)	2.3 (0.0)	52.3 (48.3)	11.4 (10.3)
鎌 田	20.9 (23.5)	41.9 (29.4)	32.6 (23.5)	14.0 (11.8)	48.8 (41.2)	16.3 (8.8)	20.9 (14.7)	18.6 (23.5)	37.2 (32.4)	51.2 (35.3)	62.8 (55.9)	65.1 (58.8)
瀬 上	12.8 (25.0)	10.3 (15.0)	15.4 (10.0)	12.8 (15.0)	10.3 (20.0)	7.7 (10.0)	5.1 (15.0)	5.1 (10.0)	7.7 (10.0)	15.4 (15.0)	41.0 (20.0)	25.6 (25.0)
余目・矢野目	40.0 (44.8)	71.1 (55.2)	62.2 (62.1)	37.8 (48.3)	51.1 (48.3)	53.3 (37.9)	46.7 (24.1)	44.4 (27.6)	48.9 (55.2)	55.6 (44.8)	71.1 (48.3)	66.7 (58.6)
吉 井 田	2.0 (8.8)	12.2 (11.8)	16.3 (20.6)	4.1 (14.7)	55.1 (55.9)	12.2 (14.7)	2.0 (11.8)	14.3 (11.8)	26.5 (50.0)	59.2 (58.8)	75.5 (79.4)	55.1 (58.8)
西・土湯	0.0 (3.4)	3.2 (0.0)	3.2 (0.0)	3.2 (0.0)	16.1 (3.4)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	0.0 (3.4)	3.2 (3.4)	0.0 (3.4)	29.0 (20.7)	38.7 (48.3)
飯 坂	8.0 (6.7)	13.8 (16.7)	17.2 (21.7)	3.4 (6.7)	19.5 (18.3)	1.1 (3.3)	3.4 (3.3)	3.4 (1.7)	4.6 (13.3)	3.4 (6.7)	57.5 (43.3)	12.6 (18.3)
松 川	0.0 (2.9)	0.0 (2.9)	1.7 (2.9)	0.0 (0.0)	6.8 (5.7)	0.0 (2.9)	0.0 (2.9)	0.0 (2.9)	5.1 (11.4)	0.0 (5.7)	16.9 (31.4)	1.7 (8.6)
信 夫	2.2 (4.3)	5.4 (8.6)	3.3 (10.0)	4.3 (7.1)	30.4 (24.3)	7.6 (5.7)	3.3 (8.6)	4.3 (5.7)	19.6 (18.6)	9.8 (12.9)	45.7 (34.3)	23.9 (25.7)
吾 妻	11.3 (8.5)	23.6 (18.3)	20.8 (17.1)	9.4 (6.1)	25.5 (20.7)	11.3 (11.0)	14.2 (15.9)	12.3 (7.3)	14.2 (23.2)	20.8 (15.9)	40.6 (29.3)	37.7 (28.0)
飯 野	4.8 —	19.0 —	19.0 —	0.0 —	4.8 —	0.0 —	0.0 —	0.0 —	9.5 —	4.8 —	19.0 —	0.0 —

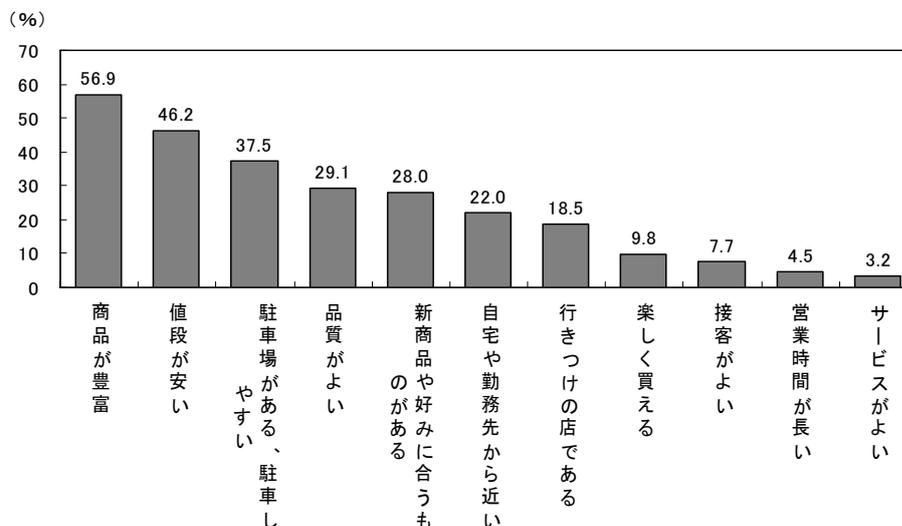
(3) 買物品目別の利用店舗と店舗選択理由

表5によれば、「デパート・大型スーパー」の利用割合が大きいのは、外出着や靴・鞆・ハンドバッグ、下着、ふだん着等であり、同様に「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」では家庭・園芸・ペット用品や化粧品・医薬品、「大型専門店（家電・レジャー・衣料・書籍等）」では家庭電化製品や書籍・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、「生協・農協」では食料・嗜好品、「通信販売」では下着や化粧品・医薬品がそれぞれ多くなっています。また、店舗選択の理由（全品目計）としては、「商品が豊富」、「値段が安い」、「駐車場がある、駐車しやすい」などが特に大きな要素になっています（図13）。

表5 買物品目別の買物店舗形態 (上段：実数、下段：%)

買物店舗形態	デパート・大型	中小スーパー	コンビニ	ドラッグストア	ホームセンター	家電・レジャー（大型専門店）	一般専門店	生協・農協	通信販売	無回答	計
外出着	763 67.1	42 3.7	1 0.1	6 0.5	96 8.4	93 8.2	2 0.2	29 2.6	105 9.2	1,137 100.0	
ふだん着	575 50.6	137 12.0		9 0.8	161 14.2	115 10.1	1 0.1	21 1.8	118 10.4	1,137 100.0	
下着	579 50.9	153 13.5	3 0.3	8 0.7	125 11.0	85 7.5	2 0.2	59 5.2	123 10.8	1,137 100.0	
靴・鞆・ハンドバッグ	651 57.3	54 4.7		7 0.6	104 9.1	155 13.6		36 3.2	130 11.4	1,137 100.0	
化粧品・医薬品	145 12.8	50 4.4	3 0.3	64 56.4	16 1.4	97 8.5	5 0.4	46 4.0	134 11.8	1,137 100.0	
時計・カメラ・眼鏡・貴金属	353 31.0	16 1.4		31 2.7	252 22.2	304 26.7		17 1.5	164 14.4	1,137 100.0	
スポーツ・レジャー用品	225 19.8	27 2.4	1 0.1	101 8.9	433 38.1	161 14.2		14 1.2	175 15.4	1,137 100.0	
家具・室内装飾	167 14.7	22 1.9		169 14.9	359 31.6	214 18.8		28 2.5	178 15.7	1,137 100.0	
家庭電化製品	67 5.9	9 0.8		28 2.5	781 68.7	99 8.7		10 0.9	143 12.6	1,137 100.0	
書籍・CD・文具	147 12.9	37 3.3	5 0.4	22 1.9	536 47.1	231 20.3	5 0.4	19 1.7	135 11.9	1,137 100.0	
食料・嗜好品	427 37.6	452 39.8	15 1.3	13 1.1	16 1.4	10 0.9	87 7.7	2 0.2	115 10.1	1,137 100.0	
家庭・園芸・ペット用品	98 8.6	61 5.4		65 57.3	79 6.9	81 7.1	13 1.1	5 0.4	149 13.1	1,137 100.0	
計	4,197 30.8	1,060 7.8	28 0.2	1,686 12.4	2,958 21.7	1,645 12.1	115 0.8	286 2.1	1,669 12.2	13,644 100.0	

図13 店舗選択の理由(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、次の図表に示すとおりです。

表6 外出着の商圏

(%)

	駅東口	余目・矢野目	駅西口	市外(仙台)	清水	杉妻
1次商圏 (40%超)		余・矢 40.0				
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	信夫 37.0 東部 36.4 杉妻 35.6 中央 35.4 渡・立 34.2 瀬上 28.2 信陵 27.1 清水 26.5 鎌田 25.6 松川 25.4 吾妻 23.6 西・土 22.6 吉井田 22.4 蓬萊 22.2	飯坂 29.9 信陵 27.1	吉井田 22.4		清水 23.5 西・土 22.6	杉妻 24.4 松川 20.3
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	飯坂 18.4 余・矢 17.8	鎌田 18.6 瀬上 17.9 清水 14.7 東部 13.6 西・土 12.9 吉井田 10.2	中央 19.4 吾妻 17.9 杉妻 17.8 蓬萊 16.7 信夫 16.3 渡・立 11.4	余・矢 15.6 鎌田 14.0 中央 13.9 信陵 11.9 吾妻 11.3 清水 11.0		飯野 19.0 蓬萊 11.1 吉井田 10.2

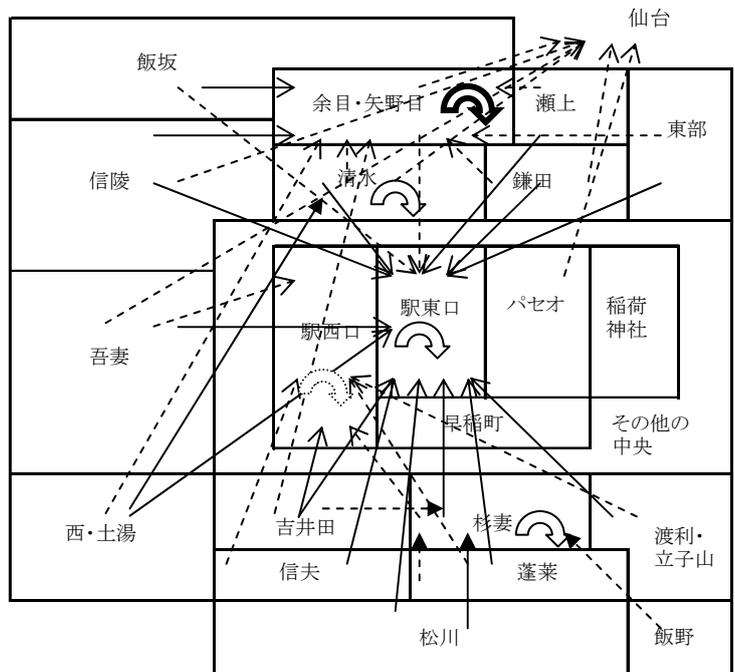
※渡・立(渡利・立子山) 余・矢(余目・矢野目) 西・土(西・土湯)

図14 外出着の商圏

最大の商圏を有するのは中央駅東口周辺であり、市域全域をカバーしているが、その大半が2次商圏であり、前回調査と比較してやや停滞しています。

一方、余目・矢野目地区が前回同様地元と市域の北部を中心とする2次・3次商圏と、中央駅西口周辺は市域の南西部を中心とする3次商圏を形成しています。

また、前回調査に比べて清水地区や杉妻地区は地元を中心とする商圏を有しやや吸引力を高めています。市外(仙台)への流出傾向も顕著となっています。



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7 ふだん着

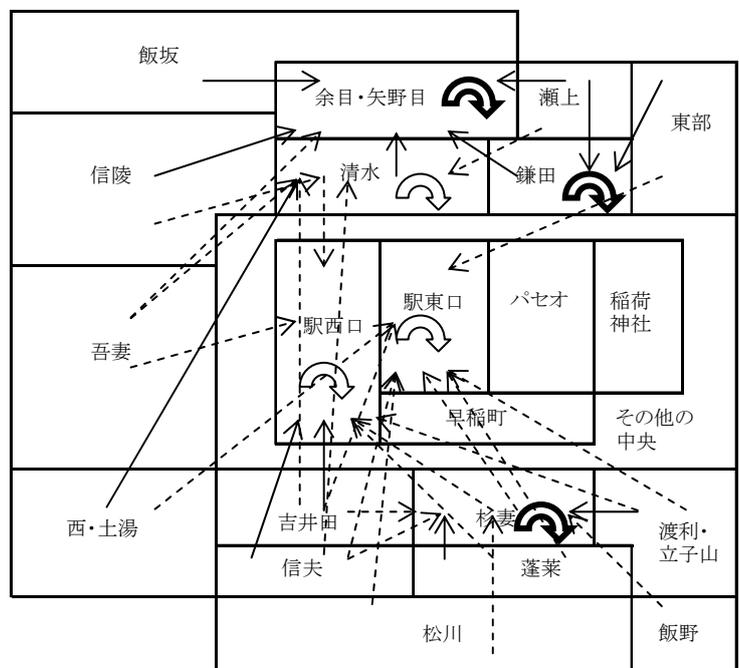
(%)

	余目・矢野目	駅西口	駅東口	清水	杉妻	鎌田
1次商圈 (40%超)	余・矢 71.1				杉妻 48.9	鎌田 41.9
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	飯坂 37.9 信陵 35.6 鎌田 32.6 瀬上 25.6 清水 21.3	中央 29.2 吉井田 22.4 信夫 20.7	中央 23.6	清水 39.7 西・土 32.3	蓬萊 29.6 渡・立 21.5	東部 31.8 瀬上 23.1
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	吾妻 13.2	蓬萊 18.5 渡・立 17.7 吾妻 13.2 杉妻 11.1 清水 11.0	信夫 19.6 渡・立 19.0 東部 15.9 杉妻 15.6 松川 15.3 西・土 12.9 吉井田 12.2 蓬萊 11.1	吾妻 17.9 吉井田 14.3 信陵 13.6 信夫 12.0 瀬上 10.3	松川 18.6 信夫 16.3 飯野 14.3 吉井田 10.2	

※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

前回調査と同様、最大の商圈を有するのは余目・矢野目地区で市域の北西部を中心とする1次・2次商圈を形成しています。これに対して中央駅西口辺と同東口周辺は市域の南西部を中心とする2～3次商圈を形成、同様に市域の西部を中心とする2次・3次商圈の清水地区は、前回第2位の商圈規模から4位に後退し、反対に南部の杉妻地区と北東部の鎌田地区はともに地元吸引力を高めています。



③靴・鞆・ハンドバッグ

靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性は、次の図表に示すとおりです。

表8 靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性

(%)

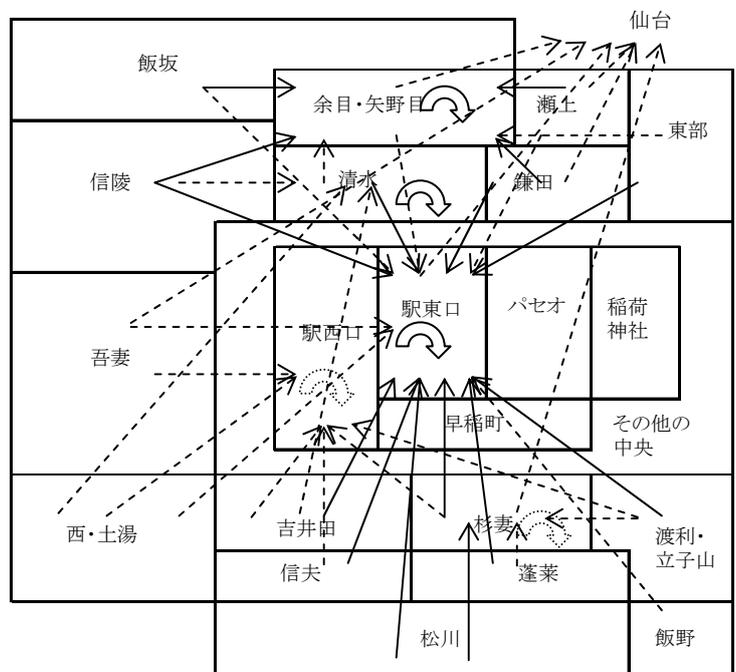
	駅東口	余目・矢野目	駅西口	市外(仙台)	清水	杉妻
1次商圈 (40%超)						
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	杉妻 37.8 中央 30.6 信夫 30.4 吉井田 28.6 蓬萊 27.8 渡・立 26.6 東部 25.0 信陵 23.7 松川 23.7 清水 23.5 鎌田 23.3	余・矢 37.8 飯坂 35.6 信陵 30.5 鎌田 30.2 瀬上 25.6				松川 20.3
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	吾妻 18.9 瀬上 17.9 余・矢 17.8 西・土 16.1 飯野 14.3 飯坂 11.5	清水 18.4 東部 18.2	吾妻 18.9 信夫 18.5 吉井田 18.4 中央 16.7 西・土 12.9 渡・立 12.7 杉妻 11.1	余・矢 13.3 中央 12.5 鎌田 11.6 吾妻 11.3 杉妻 11.1 瀬上 10.3	清水 19.9 西・土 19.4 信陵 10.2 吉井田 10.2	杉妻 17.8 蓬萊 16.7 渡・立 12.7

※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

前回調査と同様、最大の商圈規模は、市域全体をカバーする中央駅東口周辺であり、2位、3位はそれぞれ余目・矢野目地区、中央駅西口周辺の順位に変わりはないが、市外(仙台)への流出が5位から4位とワンランクアップしています。

また、1～3次商圈であった中央駅東口周辺と余目・矢野目地区は2次・3次商圈へ、2次・3次商圈であった中央駅西口周辺と清水地区は3次商圈へとそれぞれ吸引力を下げています。



④食料・嗜好品

食料・嗜好品の商圏特性は、次の図表に示すとおりです。

表9 食料・嗜好品の商圏特性

(%)

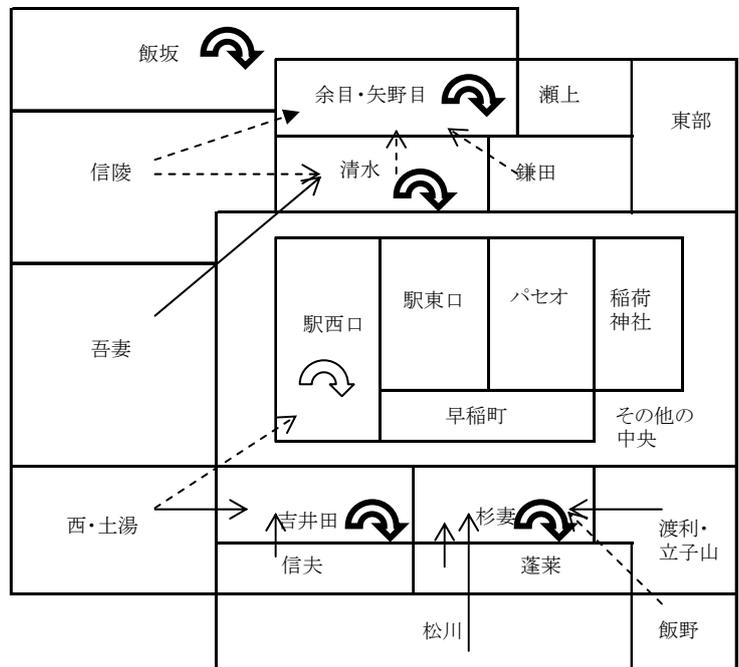
	清水	杉妻	駅西口	余目・矢野目	吉井田	飯坂
1次商圏 (40%超)	清水 63.2	杉妻 68.9		余・矢 71.1	吉井田 75.5	飯坂 57.5
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	吾妻 26.4	渡・立 32.9 松川 23.7 蓬萊 22.2	中央 25.0		西・土 32.3 信夫 28.3	
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	信陵 10.2	飯野 14.3	西・土 12.9	鎌田 18.6 清水 12.5 信陵 10.2		

※渡・立(渡利・立子山) 余・矢(余目・矢野目) 西・土(西・土湯)

図17 食料・嗜好品の商圏

市域の北部と南部の住宅街を背景に、清水地区、杉妻地区、余目・矢野目地区、吉井田地区は地元とその周辺エリアを対象とする商圏を形成しています。

最大の商圏は清水地区で、杉妻地区と順位が入れ替わっています。また、商圏規模の6位内には、中央駅西口周辺と飯坂地区が新たに加わり、鎌田地区と吾妻地区が後退しています。



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図 18 に示すとおりであり、「駐車場の整備」と「新しい・好みに合う品揃え」が回答者の 7 割前後と特に要望の高いものとなっています。また、図 19 によれば、中心市街地に希望する店舗としては「魅力的なレストラン・食堂」や「地産地消の飲食店・物産店」、「デパート・大型スーパー」、「アウトレットショップ」、「大型専門店（家電、情報関連、衣料、書籍等）」などが上位となっています。

図18 標本全体の中心市街地の商店街に対する要望

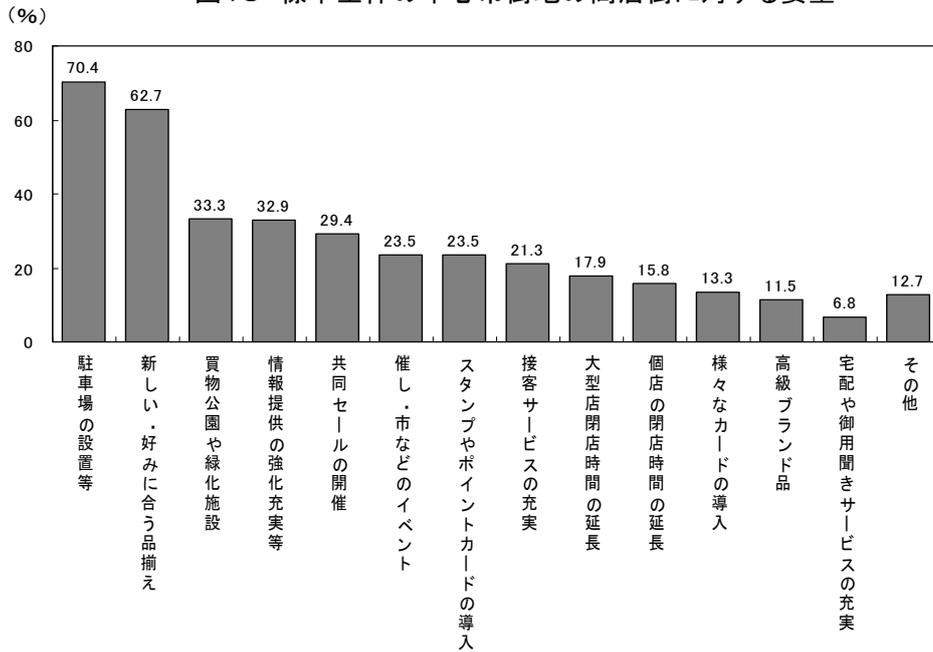
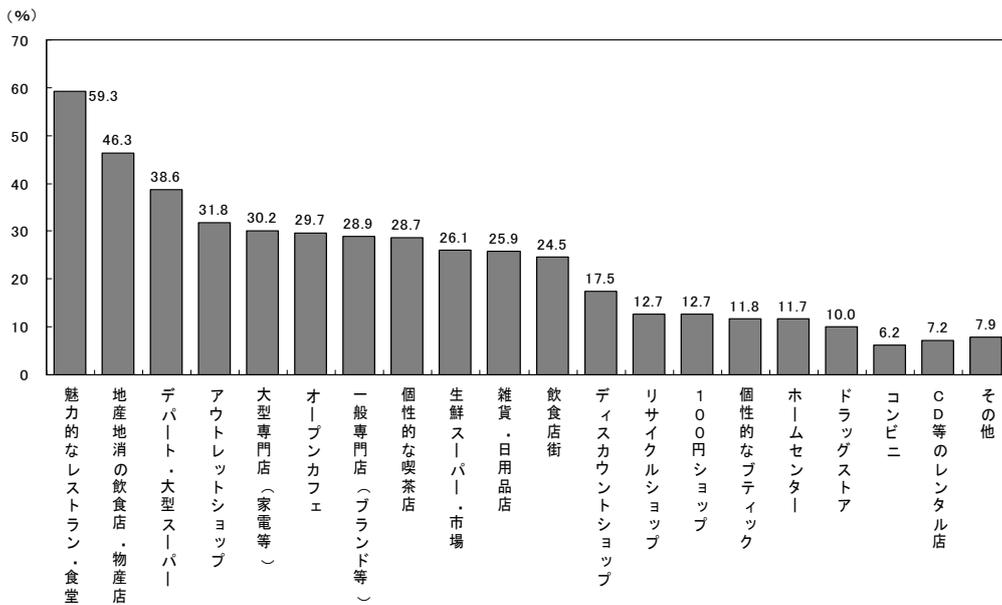


図19 標本全体の中心市街地商店街への希望店舗(複数回答)



(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）は図 20 に示すとおりで、「新しい・好みに合う品揃え」が 65.0%と圧倒的に多く、次いで「駐車場の設置又は使いやすく整備」や「情報提供の強化充実」が続きます。また、地区別の要望については表 10 に示すとおりです。

図 20 標本全体の居住地区の商店街に対する要望(複数回答)

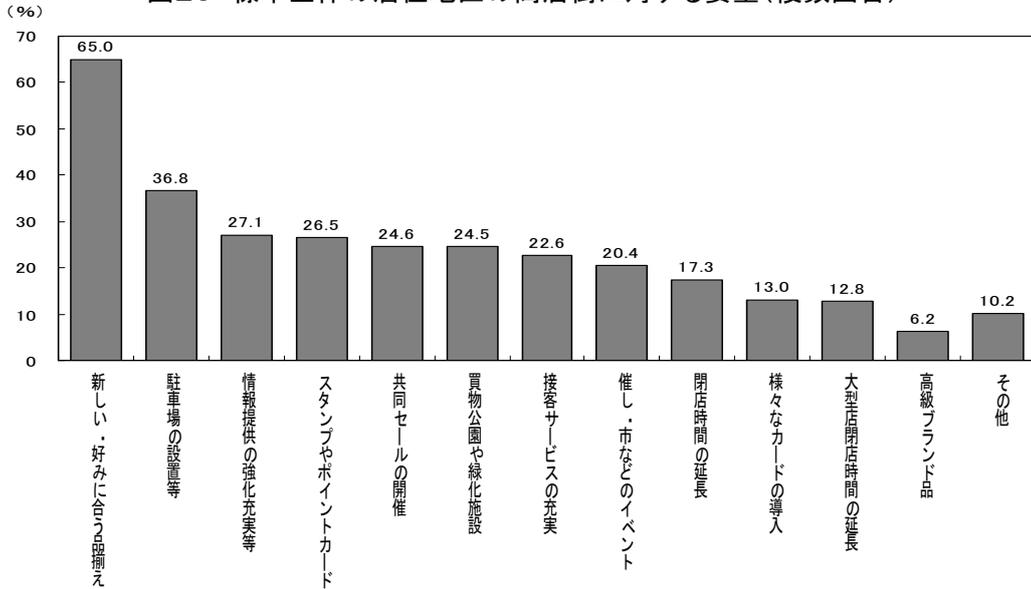


表 10 地区別の居住地区商店街に対する要望(複数回答) (上段:実数、下段:%)

地区	新しい・好みに合う品揃え	高級ブランド品を揃える	備は使いやすいや整備	駐車場の設置	店の閉店時間の延長	大型店の閉店時間の延長	買物公園や緑化施設	共同セールの開催	催し・市などのイベント	買物公園や緑化施設	様々なカードの導入	スタンプやポイントカード	接客サービスの充実	情報提供の強化・充実	宅配や御用聞き	その他	無回答	回答者数
中央地区	84	9	60	25	19	25	32	37	14	41	34	40	15	11	10	134		
	62.7	6.7	44.8	18.7	14.2	18.7	23.9	27.6	10.4	30.6	25.4	29.9	11.2	8.2	—	(12.7)		
渡利・立子山地区	44	4	30	13	15	14	19	15	11	20	13	17	10	6	4	75		
	58.7	5.3	40.0	17.3	20.0	18.7	25.3	20.0	14.7	26.7	17.3	22.7	13.3	8.0	—	(7.1)		
杉妻地区	27	5	9	5	3	10	9	14	5	14	7	9	6	4	2	43		
	62.8	11.6	20.9	11.6	7.0	23.3	20.9	32.6	11.6	32.6	16.3	20.9	14.0	9.3	—	(4.1)		
蓬萊地区	35	2	17	5	7	8	14	12	5	13	12	15	12	5	2	52		
	67.3	3.8	32.7	9.6	13.5	15.4	26.9	23.1	9.6	25.0	23.1	28.8	23.1	9.6	—	(4.9)		
清水地区	69	11	40	23	13	32	30	35	19	35	33	38	7	8	12	124		
	55.6	8.9	32.3	18.5	10.5	25.8	24.2	28.2	15.3	28.2	26.6	30.6	5.6	6.5	—	(11.8)		
信陵地区	37	3	19	8	7	6	14	11	11	18	14	13	3	1	5	54		
	68.5	5.6	35.2	14.8	13.0	11.1	25.9	25.9	20.4	33.3	25.9	24.1	5.6	1.9	—	(5.1)		
東部地区	28	1	14	5	2	11	9	11	1	8	9	11	3	5	3	41		
	68.3	2.4	34.1	12.2	4.9	26.8	22.0	26.8	2.4	19.5	22.0	26.8	7.3	12.2	—	(3.9)		
鎌田地区	27	4	3	11	6	4	11	8	8	11	11	7	4	2	4	39		
	69.2	10.3	7.7	28.2	15.4	10.3	28.2	20.5	20.5	28.2	28.2	17.9	10.3	5.1	—	(3.7)		
瀬上地区	28	2	11	6	5	13	14	9	7	11	5	10	4	2	1	38		
	73.7	5.3	28.9	15.8	13.2	34.2	36.8	23.7	18.4	28.9	13.2	26.3	10.5	5.3	—	(3.6)		
余目・矢野目地区	27	4	14	7	9	14	13	9	8	10	7	13	4	4	3	42		
	64.3	9.5	33.3	16.7	21.4	33.3	31.0	21.4	19.0	23.8	16.7	31.0	9.5	9.5	—	(4.0)		
吉井田地区	27	4	16	6	9	12	11	7	6	8	13	14	1	5	2	47		
	57.4	8.5	34.0	12.8	19.1	25.5	23.4	14.9	12.8	17.0	27.7	29.8	2.1	10.6	—	(4.5)		
西・土湯地区	24	11	4	2	5	5	6	1	9	9	6	2	4	2	2	29		
	82.8	37.9	13.8	6.9	17.2	17.2	20.7	3.4	31.0	31.0	20.7	6.9	13.8	—	—	(2.8)		
飯坂地区	58	3	37	16	8	18	18	23	10	19	20	21	10	5	11	76		
	76.3	3.9	48.7	21.1	10.5	23.7	23.7	30.3	13.2	25.0	26.3	27.6	13.2	6.6	—	(7.2)		
松川地区	38	5	22	13	9	10	15	6	8	11	7	12	9	5	3	56		
	67.9	8.9	39.3	23.2	16.1	17.9	26.8	10.7	14.3	19.6	12.5	21.4	16.1	8.9	—	(5.3)		
信夫地区	57	3	40	14	7	11	20	26	7	23	17	21	9	6	5	87		
	65.5	3.4	46.0	16.1	8.0	12.6	23.0	29.9	8.0	26.4	19.5	24.1	10.3	6.9	—	(8.3)		
吾妻地区	58	5	35	15	10	17	19	19	12	22	20	31	7	6	15	91		
	63.7	5.5	38.5	16.5	11.0	18.7	20.9	20.9	13.2	24.2	22.0	34.1	7.7	6.6	—	(8.7)		
飯野地区	12	8	6	3	4	5	5	5	4	5	35.0	30.0	1	1	1	20		
	60.0	—	40.0	30.0	15.0	20.0	25.0	25.0	20.0	25.0	35.0	30.0	5.0	5.0	—	(1.9)		
未記入	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3		
	100.0	—	33.3	—	33.3	—	33.3	—	—	33.3	—	33.3	—	—	—	(0.3)		
合計	683	65	387	182	135	214	259	257	137	279	238	285	107	80	86	1,051		
	65.0	6.2	36.8	17.3	12.8	20.4	24.6	25.9	13.0	26.5	22.6	27.1	10.2	7.6	—	100.0		

※回答者数は無回答者を除く。(%)は回答者の合計に対する割合。