

第 12 回
消費購買動向調査結果報告書
概 要 版

平成24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、中小商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、昨年の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。

このような震災直後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24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12回「福島市消費購買動向調査」は、平成23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、993票が回収され、回収率は33.1%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993人の内訳は女性が61.4%、男性が38.4%であり、年齢構成は60代が30.1%、50代が23.2%、40代が18.5%、30代が16.1%、20代が11.7%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53.2%、専業主婦が19.4%、無職・その他が17.2%、商工自営が4.0%となっています。

図1 男女別構成比

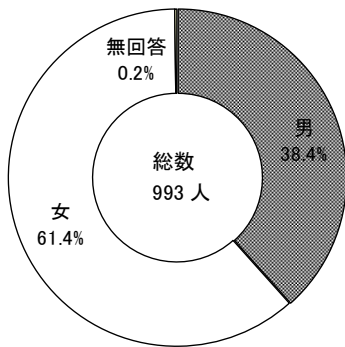


図2 年齢別構成比

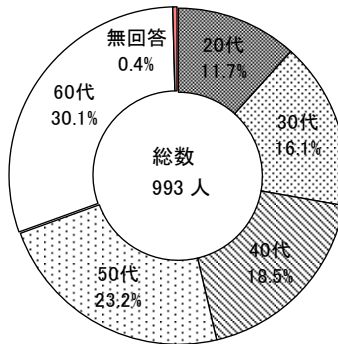
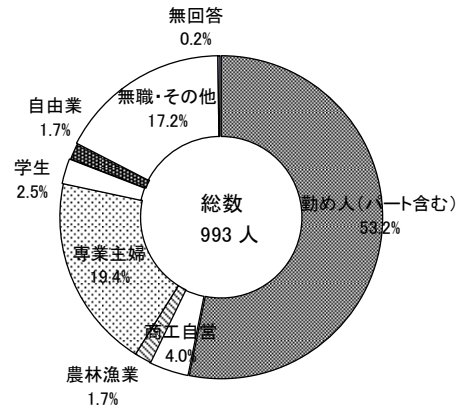


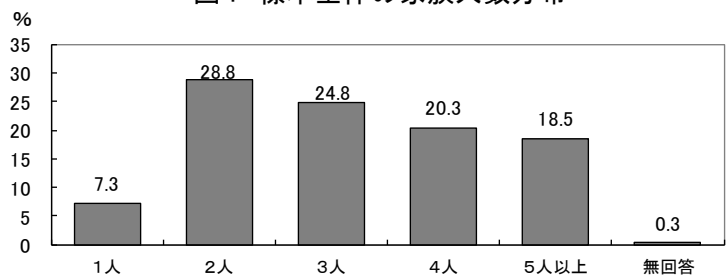
図3 職業別構成比



② 回答者の家族人数

回答者の家族人数は、「2人」の28.8%、以下、「3人」の24.8%、「4人」の20.3%、「5人以上」の18.5%、「1人」の7.3%の順です。

図4 標本全体の家族人数分布

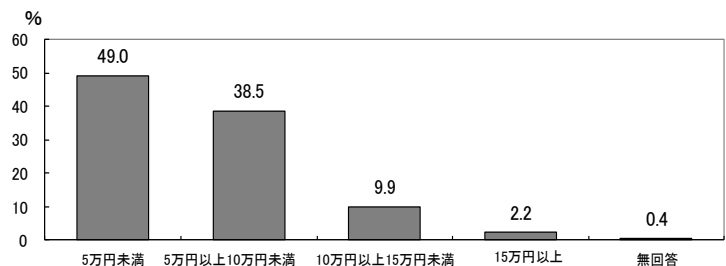


(2) 消費購買動向の概要

① 月々の買物額

最も多いのが「5万円未満」の49.0%で、以下、「5万円以上10万円未満」の38.5%、「10万円以上15万円未満」の9.9%、「15万円以上」の2.2%の順です。

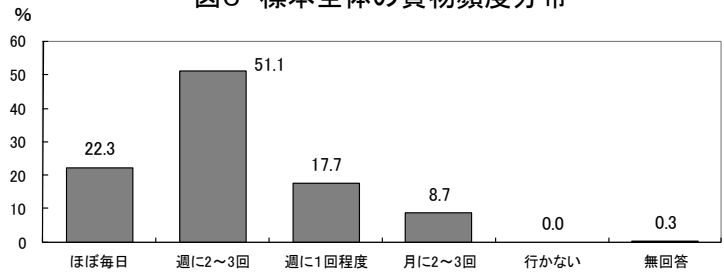
図5 標本全体の月々の買物額分布



②買物の頻度

最も多いのが「週に2~3回」の51.1%で、以下、「ほぼ毎日」の22.3%、「週に1回程度」の17.7%、「月に2~3回」の8.7%の順となっています。

図6 標本全体の買物頻度分布



③買物の時間帯

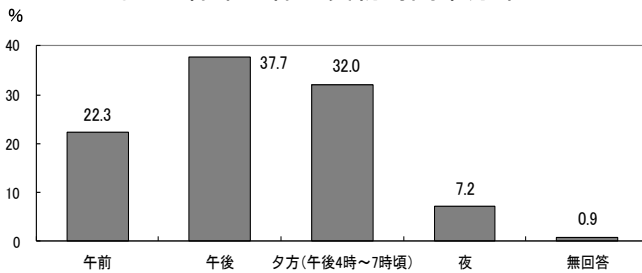
買物をする時間帯としては、「午後」が37.7%で最も多く、以下、「夕方（午後4時~7時頃）」の32.0%、「午前」の22.3%、「夜」の7.2%の順です。年齢別では、「午前」と「午後」は60代、「夕方」は60代以外の各年代、「夜」は40代に多い。

表1 年齢別の買物時間帯分布

(上段：実数、下段：%)

買物する時間帯	午前	午後	夕方 (午後4時~7時頃)	夜	無回答	計
職業						
20代	15	50	40	10	1	116
	12.9	43.1	34.5	8.6	0.9	100.0
30代	31	52	61	15	1	160
	19.4	32.5	38.1	9.4	0.6	100.0
40代	41	50	70	22	1	184
	22.3	27.2	38.0	12.0	0.5	100.0
50代	46	76	93	15		230
	20.0	33.0	40.4	6.5		100.0
60代	87	145	54	9	4	299
	29.1	48.5	18.1	3.0	1.3	100.0
未記入	1	1			2	4
	25.0	25.0			50.0	100.0
合計	221	374	318	71	9	993
	22.3	37.7	32.0	7.2	0.9	100.0

図7 標本全体の買物時間帯分布



④通信販売・インターネット・移動販売（移動店舗）の利用状況等

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67.1%、インターネット利用により購入したことが「ある」が45.8%。また、今後、インターネット販売と移動店舗を利用する以降については、それぞれ「ある」が46.1%と32.3%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、インターネットの利用は20代・30代の若い年代に特に多くなっています。

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		ネット販売の利用	
	ある	ない	ある	ない
20代	74.1	25.9	79.3	20.7
30代	75.6	24.4	73.8	26.3
40代	72.8	27.2	54.9	45.1
50代	69.6	30.4	37.4	62.6
60代	54.5	44.8	19.1	79.3
計	67.1	32.5	45.8	53.5

表3 年齢別今後のネット販売・移動販売利用意向

(%)

	今後のネット販売利用		今後の移動販売利用	
	思う	思わない	思う	思わない
20代	79.3	20.7	38.3	61.7
30代	73.8	26.3	40.9	59.1
40代	54.9	45.1	28.3	71.7
50代	37.4	62.6	27.5	72.5
60代	19.4	80.6	31.6	68.4
計	46.1	53.9	32.3	67.7

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80.0%、「自転車・バイク」が8.4%、「電車」が2.6%、「バス」が2.5%であり、郊外の大型店等を利用する場合には「自動車」への依存が89.3%とさらに高くなっています。

(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」が中心になっている。また、「30分未満」は中心市街地の方が多く、「2時間以上」は郊外が多いなど、全体として郊外の方が駐車時間は長くなっています。

図8 標本全体の中心市街地大型店等への主な交通手段分布

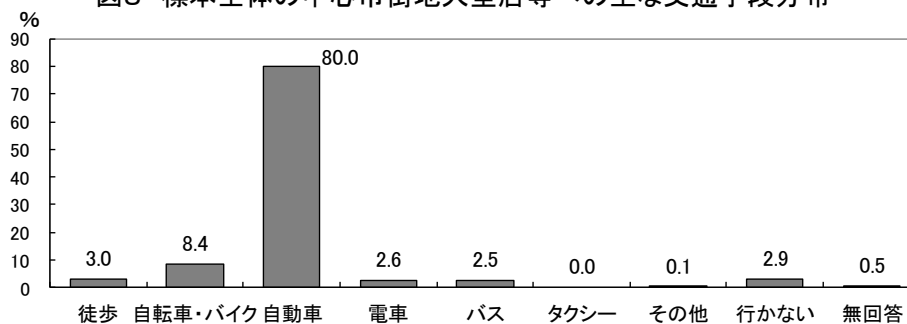


図9 標本全体の郊外大型店等への主な交通手段分布

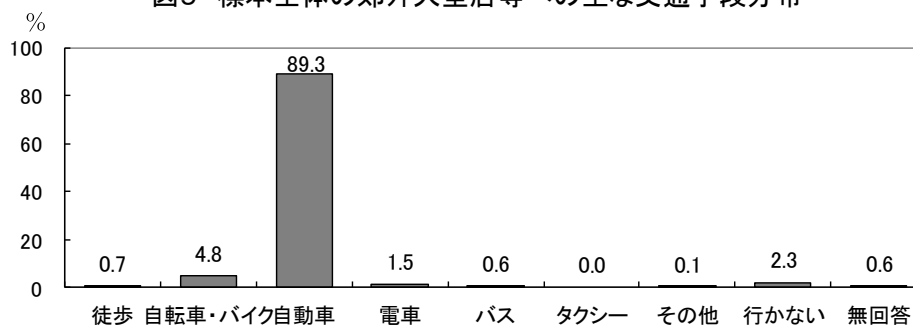


図10 車の駐車時間(中心市街地)

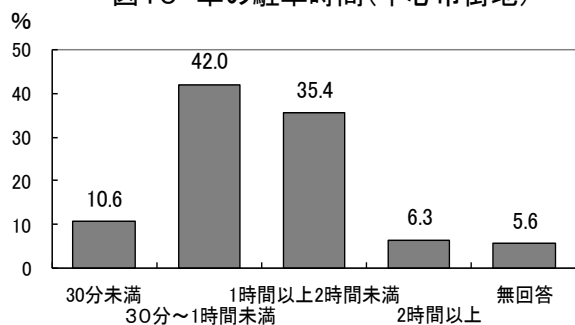
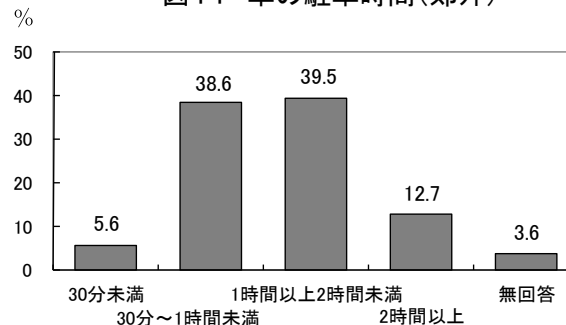


図11 車の駐車時間(郊外)



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、少子・高齢化の進展などを背景に、市民の消費購買行動も大きく変化しています。

（1）買物場所利用分布と推移

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「杉妻地区」で、以下、「余目・矢野目地区」、「清水地区」と「中央駅東口周辺」、「中央駅西口周辺」と続くが、全体として地区の購買率は減少傾向を示しています。

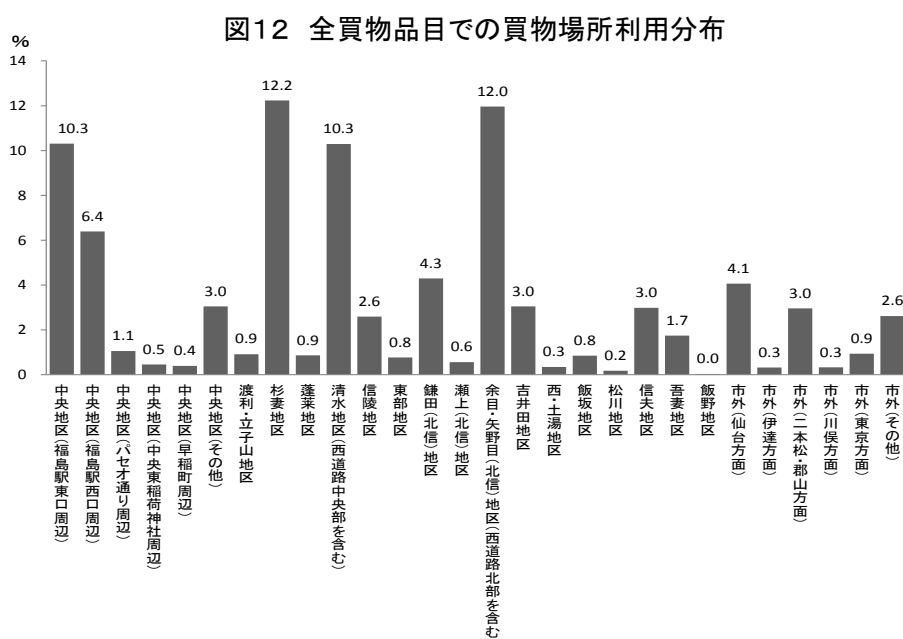


表4 調査年次別買物場所利用頻度の推移

(%)

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
平成14年度	中央駅東口周辺 15.8	清水 13.0	杉妻、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
平成23年度	杉妻 12.2	余目・矢野目 12.0	中央駅東口周辺、清水 10.3		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

買物品目別にみた地元購買率は、表5に示すとおりです。

地元購買率が高いのは、下着とふだん着、外出着に靴・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「清水地区」、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「余目・矢野目地区」、「清水地区」、書籍・CD・文具は「中央地区」と「杉妻地区」、「清水地区」、「余目・矢野目地区」、食料・嗜好品は「中央地区」をはじめ「清水地区」、「杉妻地区」、家庭・園芸・ペット用品は「杉妻地区」と「清水地区」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、化粧品・医薬品等の買回り品と食料・嗜好品は「中央地区」の地元購買率が高いが、その他の品目では、品目毎で異なるが「杉妻地区」や「清水地区」、「余目・矢野目地区」といった郊外拠点地区での地元購買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

買物品目	外出着	ふだん着	下着	靴・鞆・ハンドバッグ	化粧品・医薬品	金・銀・時計・眼鏡・カメラ・貴金属	スポーツ用品・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
居住地区												
中央地区	55.5 (56.3)	57.9 (56.9)	61.8 (63.9)	50.0 (52.1)	65.6 (60.4)	43.0 (45.1)	28.2 (32.6)	21.9 (21.5)	22.7 (21.5)	53.9 (61.8)	77.4 (73.6)	36.7 (34.7)
渡利・立子山地区	1.6 (2.5)	1.6 (5.1)	3.2 (5.1)	1.6 (1.3)	11.3 (15.2)	3.2 (3.8)	1.6 (5.1)	1.6 (7.6)	3.2 (7.6)	3.2 (5.1)	33.9 (31.6)	9.7 (16.5)
杉妻地区	27.5 (24.4)	50.0 (48.9)	57.5 (48.9)	20.0 (17.8)	47.5 (57.8)	30.0 (26.7)	62.5 (64.4)	57.5 (55.6)	52.5 (53.3)	50.0 (22.2)	62.5 (68.9)	70.0 (80.0)
蓬萊地区	1.9 0.0	3.8 (1.9)	3.8 0.0	1.9 0.0	3.8 (7.4)	3.8 (1.9)	5.7 (1.9)	4.8 0.0	5.7 0.0	3.8 0.0	60.0 (50.0)	26.4 (3.7)
清水地区	24.3 (23.5)	46.7 (39.7)	45.8 (44.1)	26.2 (19.9)	57.9 (51.5)	24.3 (23.5)	29.0 (25.0)	25.2 (22.8)	46.7 (50.0)	50.5 (45.6)	74.8 (63.2)	67.3 (55.1)
信陵地区	17.5 (8.5)	31.7 (13.6)	27.0 (18.6)	17.5 (11.9)	49.2 (32.2)	17.5 (8.5)	15.9 (8.5)	13.1 (6.8)	27.0 (10.2)	22.2 (15.3)	52.4 (54.2)	25.4 (28.8)
東部地区	4.3 (2.3)	2.2 (2.3)	2.2 (2.3)	0.0 (2.3)	21.7 (9.1)	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 (2.3)	4.3 (4.5)	0.0 (2.3)	43.5 (52.3)	10.9 (11.4)
鎌田地区	9.7 (20.9)	16.1 (41.9)	29.0 (32.6)	6.5 (14.0)	38.7 (48.8)	9.7 (16.3)	6.5 (20.9)	5.9 (18.6)	41.9 (37.2)	41.9 (51.2)	61.3 (62.8)	45.2 (65.1)
瀬上地区	0.0 (12.8)	2.9 (10.3)	2.9 (15.4)	11.8 (12.8)	5.9 (10.3)	0.0 (7.7)	0.0 (5.1)	0.0 (5.1)	0.0 (7.7)	8.8 (15.4)	35.3 (41.0)	17.6 (25.6)
余目・矢野目地区	34.2 (40.0)	55.3 (71.1)	50.0 (62.2)	34.2 (37.8)	52.6 (51.1)	47.4 (53.3)	52.6 (46.7)	34.2 (44.4)	47.4 (48.9)	50.0 (55.6)	60.5 (71.1)	47.4 (66.7)
吉井田地区	0.0 (2.0)	6.5 (12.2)	8.7 (16.3)	10.9 (4.1)	52.2 (55.1)	0.0 (12.2)	0.0 (2.0)	15.2 (14.3)	45.7 (26.5)	47.8 (59.2)	60.9 (75.5)	43.5 (55.1)
西・土湯地区	0.0 0.0	10.0 (3.2)	6.7 (3.2)	0.0 (3.2)	23.3 (16.1)	3.3 0.0	3.3 0.0	3.3 0.0	0.0 (3.2)	6.7 0.0	13.3 (29.0)	40.0 (38.7)
飯坂地区	4.8 (8.0)	11.1 (13.8)	11.1 (17.2)	3.2 (3.4)	30.2 (19.5)	1.6 (1.1)	1.6 (3.4)	3.2 (3.4)	4.8 (4.6)	4.8 (3.4)	60.3 (57.5)	17.5 (12.6)
松川地区	1.8 0.0	1.8 0.0	0.0 (1.7)	0.0 0.0	3.6 (6.8)	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	5.4 (5.1)	1.8 0.0	10.7 (16.9)	1.8 (1.7)
信夫地区	3.3 (2.2)	6.5 (5.4)	5.4 (3.3)	5.4 (4.3)	26.1 (30.4)	7.6 (7.6)	10.9 (3.3)	8.7 (4.3)	31.5 (19.6)	10.9 (9.8)	40.2 (45.7)	25.0 (23.9)
吾妻地区	6.3 (11.3)	18.8 (23.6)	16.3 (20.8)	3.8 (9.4)	17.5 (25.5)	0.0 (11.3)	6.3 (14.2)	7.5 (12.3)	2.5 (14.2)	16.3 (20.8)	41.3 (40.6)	31.3 (37.7)
飯野地区	0.0 (4.8)	0.0 (19.0)	5.0 (19.0)	0.0 0.0	0.0 (4.8)	0.0 0.0	0.0 0.0	0.0 0.0	10.0 (9.5)	0.0 (4.8)	5.0 (19.0)	0.0 0.0

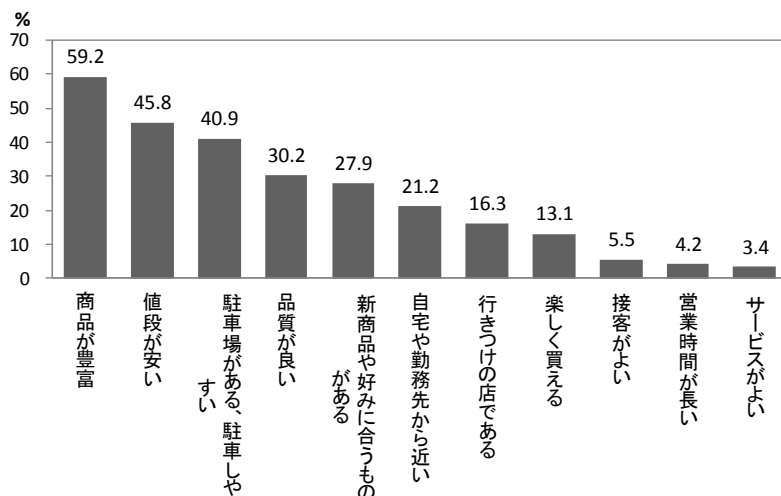
(3) 買物品目別の利用店舗と店舗選択理由

表6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」は食料・嗜好品、「ホームセンター・ドラッグストア」は化粧品・医薬品と家庭・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・貴金属と書籍・CD・文具、「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6 買物品目別の買物店舗形態の利用分布（上段：実数、下段：％）

買物店舗形態	型デパート・大	中小スーパー	コンビニ	グスタード	ホームセンター	大型専門店（家電・レジャー等）	一般専門店	生協・農協	通信販売	無回答	計
外出着	643	47			5	108	82	1	23	84	993
	64.8	4.7			0.5	10.9	8.3	0.1	2.3	8.5	100.0
ふだん着	494	110	1	11	151	97	4	24	101	993	
	49.7	11.1	0.1	1.1	15.2	9.8	0.4	2.4	10.2	100.0	
下着	493	116		10	135	79	3	47	110	993	
	49.6	11.7		1.0	13.6	8.0	0.3	4.7	11.1	100.0	
靴・鞆・ハンドバッグ	544	40		10	108	125		29	137	993	
	54.8	4.0		1.0	10.9	12.6		2.9	13.8	100.0	
化粧品・医薬品	105	39	2	595	22	57	2	38	133	993	
	10.6	3.9	0.2	59.9	2.2	5.7	0.2	3.8	13.4	100.0	
時計・カメラ・眼鏡・貴金属	292	19	1	27	200	224	1	29	200	993	
	29.4	1.9	0.1	2.7	20.1	22.6	0.1	2.9	20.1	100.0	
スポーツ・レジャー用品	164	13		69	401	134	1	15	196	993	
	16.5	1.3		6.9	40.4	13.5	0.1	1.5	19.7	100.0	
家具・室内装飾	106	11		154	311	164	2	35	210	993	
	10.7	1.1		15.5	31.3	16.5	0.2	3.5	21.1	100.0	
家庭電化製品	58	8		21	635	101	2	15	153	993	
	5.8	0.8		2.1	63.9	10.2	0.2	1.5	15.4	100.0	
書籍・CD・文具	115	30	6	24	436	207	1	30	144	993	
	11.6	3.0	0.6	2.4	43.9	20.8	0.1	3.0	14.5	100.0	
食料・嗜好品	386	373	21	17	16	15	53	2	110	993	
	38.9	37.6	2.1	1.7	1.6	1.5	5.3	0.2	11.1	100.0	
家庭・園芸・ペット用品	80	43	1	578	58	60	5	4	164	993	
	8.1	4.3	0.1	58.2	5.8	6.0	0.5	0.4	16.5	100.0	
計	3,480	849	32	1,521	2,581	1,345	75	291	1,742	11,916	
	29.2	7.1	0.3	12.8	21.7	11.3	0.6	2.4	14.6	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圈の概要

①外出着

外出着の商圈特性は、次の図表に示すとおりです。

表7 外出着の商圈

	駅東口		市外 (仙台方面)		余目・矢野目		駅西口		清水		杉妻				
1次商圈 (40%超)															
2次商圈 (20%超～40%以下)	中央 36.7	西・土 36.7	瀬上 23.5	中央 20.3	余・矢 34.2	飯坂 27.0	鎌田 25.8		清水 24.3		杉妻 27.5	蓬莱 24.5			
3次商圈 (10%超～20%以下)	吉井田 17.4	鎌田 16.1	飯野 15.0	信陵 17.5	松川 16.1	清水 13.1	鎌田 12.9	吾妻 12.5	余・矢 10.5	杉妻 10.0	西・土 10.0	信夫 16.3	松川 16.1	渡・立 12.9	飯野 10.0

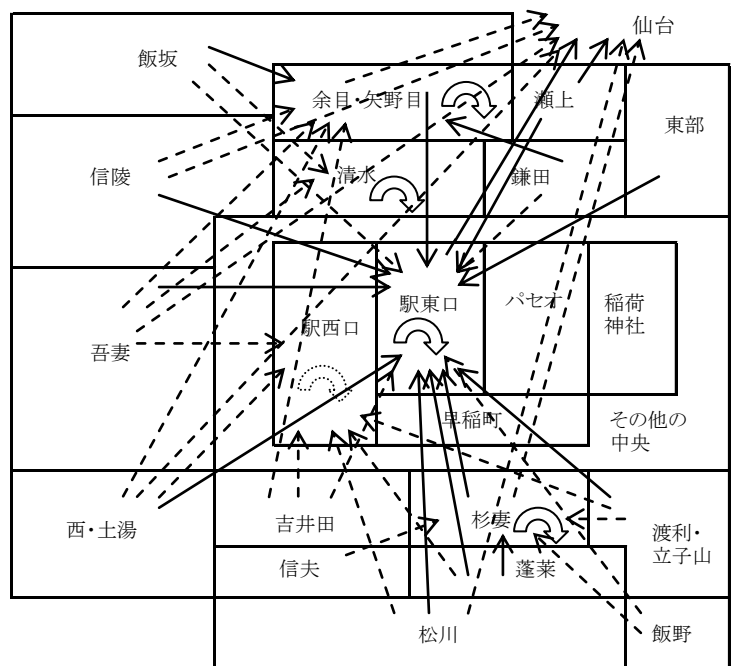
※渡・立 (渡利・立子山) 余・矢 (余目・矢野目) 西・土 (西・土湯)

図14 外出着の商圈

最大の商圈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次商圈であり、前回調査と比較してやや停滞しています。

一方、前回の第4位から2位へと大きく躍進したのが市外 (仙台方面) で、ほぼ市内全域から仙台方面への流出がみられます。

その他は、余目・矢野目地区、中央駅西口周辺、清水地区、杉妻地区で地域の商圈を形成しています。



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8 ふだん着

(%)

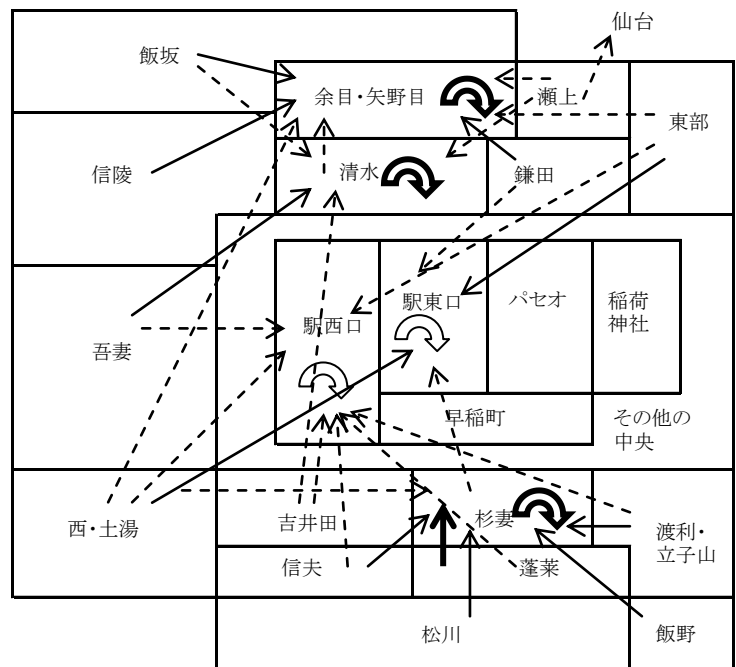
	余目・矢野目	杉妻	清水	駅西口	駅東口	市外(仙台方面)
1次商圈 (40%超)	余・矢 55.3	杉妻 50.0 蓬萊 47.2	清水 46.7			
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	信陵 30.2 鎌田 25.8 飯坂 25.4	信夫 27.2 渡・立 25.8 松川 21.4 飯野 20.0	吾妻 30.0	中央 29.7	東部 21.7 中央 21.1 西・土 20.0	
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	清水 17.8 瀬上 17.6 東部 15.2 西・土 10.0	西・土 13.3	飯坂 15.9 吉井田 15.2 瀬上 11.8	渡・立 17.7 吉井田 15.2 吾妻 13.9 蓬萊 13.2 東部 13.0 信夫 10.9 西・土 10.0	鎌田 19.4 杉妻 15.0	瀬上 11.8

※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・矢野目地区で地元や市域の北西部を中心とする1～3次商圈を形成しています。

これに次いで、杉妻地区と清水地区それぞれ市の南部と北西部地区をカバーする1～3次商圈を形成しているのに対して、中央駅西口周辺並びに同駅東口周辺は、地元と郊外の一部からなる2～3次商圈で、前回の2・3位から4・5位に順位を下げています。



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9 靴・鞆・ハンドバッグの商圈特性

(%)

	駅東口	余目・矢野目	市外（仙台方面）	駅西口	清水	杉妻
1次商圈 (40%超)						
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	西・土 33.3 中央 32.8 東部 28.3 吾妻 26.3 杉妻 25.0 渡・立 24.2 蓬萊 22.6 飯坂 20.6	余・矢 34.2 瀬上 32.4 鎌田 25.8 飯坂 23.8 信陵 23.8			清水 26.2	蓬萊 22.6 杉妻 20.0
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	信夫 19.6 吉井田 19.6 信陵 19.0 余・矢 18.4 清水 17.8 松川 16.1 飯野 15.0 瀬上 14.7	清水 15.0 吾妻 12.5 蓬萊 11.3 西・土 10.0	瀬上 17.6 中央 17.2 西・土 16.7 鎌田 16.1 松川 16.1 清水 15.0 信陵 12.7 渡・立 11.3 吉井田 10.9 余・矢 10.5 杉妻 10.0	吾妻 16.3 中央 11.7 吉井田 10.9	飯坂 14.3	松川 14.3 渡・立 12.9 飯野 10.0

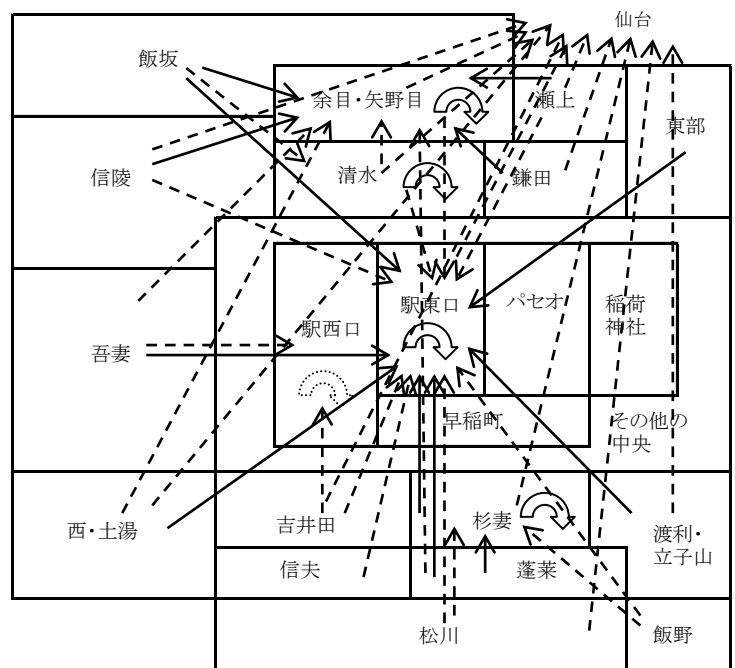
※渡・立（渡利・立子山） 余・矢（余目・矢野目） 西・土（西・土湯）

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、市域全体をカバーし2～3次商圈から成る中央駅東口周辺で、2位は余目・矢野目地区の市の北部から西南部を広くカバーする2～3次商圈となっています。

一方、3位には市外（仙台方面）が中央駅西口周辺と入れ替わり、5位、6位には、前回同様清水地区と杉妻地区が続きます。

市外（仙台方面）は市域全体をカバーする2～3次商圈であり、中央駅西口周辺や清水地区、杉妻地区は地元と郊外の一部をカバーする2～3次商圈を形成しています。



④食料・嗜好品

食料・嗜好品の商圈特性は、次の図表に示すとおりです。

表10 食料・嗜好品の商圈特性

(%)

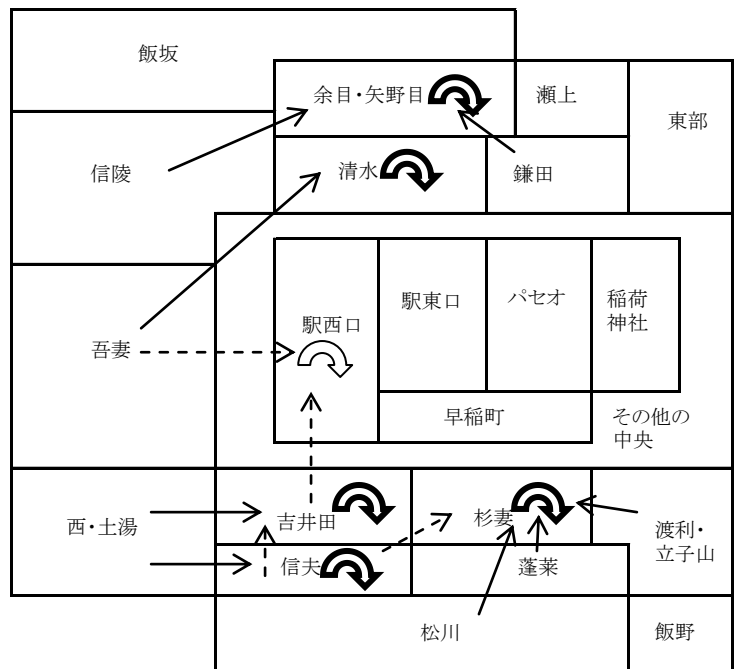
	清水	杉妻	駅西口	余目・矢野目	吉井田	信夫
1次商圈 (40%超)	清水 74.8	杉妻 62.5		余・矢 60.5	吉井田 60.9	信夫 40.2
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	吾妻 27.5	蓬萊 32.5 渡・立 25.8 松川 21.4	中央 27.3	鎌田 22.6 信陵 22.2	西・土 36.7	西・土 20.0
3次商圈 (10%超～ 20%以下)		信夫 13.0	吉井田 10.9 吾妻 10.0		信夫 15.2	

※渡・立（渡利・立子山） 余・矢（余目・矢野目） 西・土（西・土湯）

図17 食料・嗜好品の商圈

商圈規模の順位で、1位の清水地区から5位の吉井田地区までは前回調査と同様であるが、5位の信夫地区が飯坂地区と入れ替わっています。

中央駅西口周辺は、地元中央と市の西部地区を取り込む2～3次商圈、余目・矢野目、吉井田、信夫地区はそれぞれ地元とその周辺をカバーする1～3次商圈を形成しています。



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、「駐車場の整備」が最も多く 7 割、次いで「新商品と多品種の品揃え」が約 6 割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」が圧倒的に多く、以下、「アウトレットショップ」、「デパート・大型店」、「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

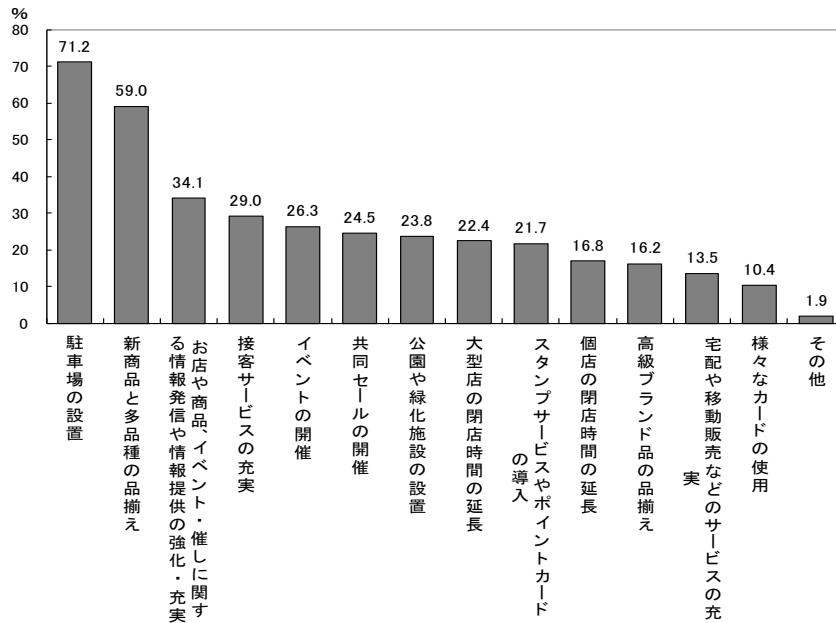
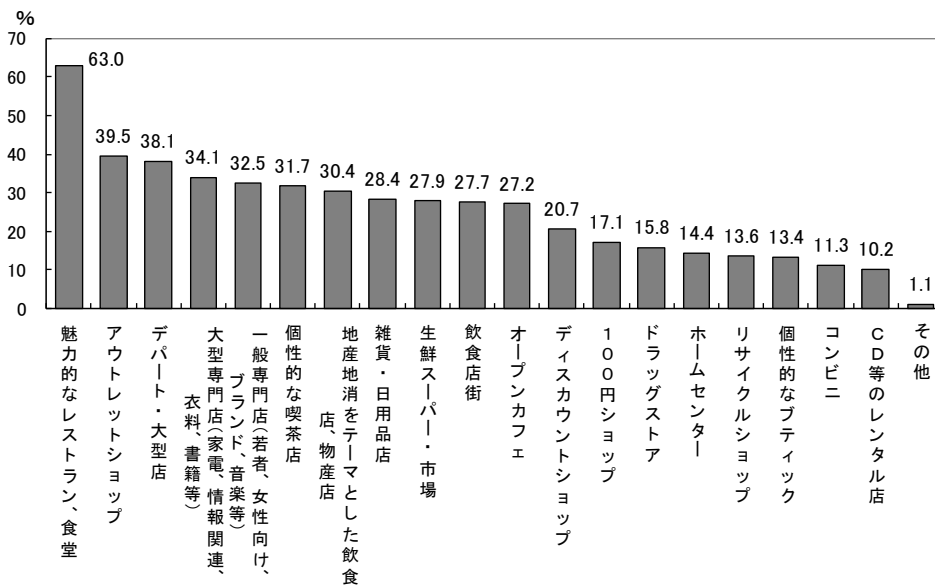


図19 標本全体の中心市街地商店街への希望店舗(複数回答)



(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、「新商品と多品種の品揃え」が56.6%と圧倒的に多く、次いで「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」が続きます。また、地区別の要望については表11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)

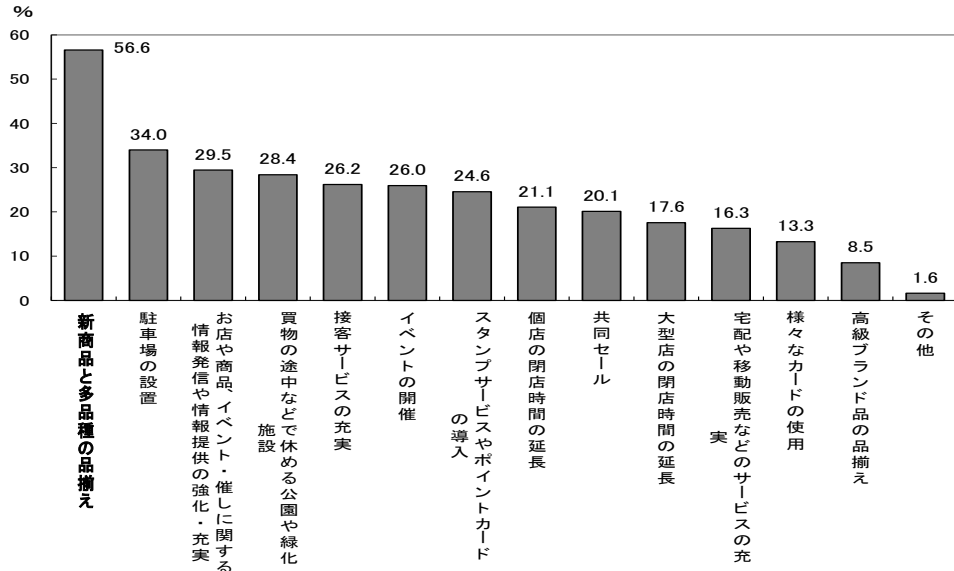


表11 地区別の居住地区商店街に対する要望(複数回答)

(上段:実数, 下段:%)

地区	新商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	公園や緑化施設の整備	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	宅配や移動販売などのサービスの充実	情報提供の強化・充実	宅配や移動販売などのサービスの充実	その他	無回答	回答者計
中央地区	65	15	47	26	21	38	31	38	16	25	31	37	37	19		17	111
	58.6	13.5	42.3	23.4	18.9	34.2	27.9	34.2	14.4	22.5	27.9	33.3	33.3	17.1		-	(9.0)
渡利・立子山地区	25	3	15	8	13	12	13	15	8	11	14	14	15	1		11	51
	49.0	5.9	29.4	15.7	25.5	23.5	25.5	29.4	15.7	21.6	27.5	27.5	29.4	2.0		-	(9.1)
杉妻地区	14	2	12	6	7	5	6	10	5	10	9	6	4	1		5	35
	40.0	5.7	34.3	17.1	20.0	14.3	17.1	28.6	14.3	28.6	25.7	17.1	11.4	2.9		-	(5.0)
蓬萊地区	25	3	4	6	10	20	12	13	7	10	16	21	10	1		5	48
	52.1	6.3	8.3	12.5	20.8	41.7	25.0	27.1	14.6	20.8	33.3	43.8	20.8	2.1		-	(5.6)
清水地区	52	9	29	15	17	23	19	28	17	32	24	30	11	2		11	96
	54.2	9.4	30.2	15.6	17.7	24.0	19.8	29.2	17.7	33.3	25.0	31.3	11.5	2.1		-	(11.6)
信陵地区	36	11	15	14	10	17	9	14	4	15	22	19	9			7	56
	64.3	19.6	26.8	25.0	17.9	30.4	16.1	25.0	7.1	26.8	39.3	33.9	16.1			-	(6.9)
東部地区	19	2	8	5	3	8	6	7	6	8	6	13	5	1		11	35
	54.3	5.7	22.9	14.3	8.6	22.9	17.1	20.0	17.1	22.9	17.1	37.1	14.3	2.9		-	(3.5)
鎌田地区	17	2	7	7	5	10	3	6	5	7	7	9	4			2	29
	58.6	6.9	24.1	24.1	17.2	34.5	10.3	20.7	17.2	24.1	24.1	31.0	13.8			-	(4.1)
瀬上地区	17	2	9	8	5	5	5	8	4	5	6	9	2			6	28
	60.7	7.1	32.1	28.6	17.9	17.9	17.9	28.6	14.3	17.9	21.4	32.1	7.1			-	(2.6)
余目・矢野目地区	10	3	17	9	4	8	3	8	3	5	8	10	2	1		6	32
	31.3	9.4	53.1	28.1	12.5	25.0	9.4	25.0	9.4	15.6	25.0	31.3	6.3	3.1		-	(3.7)
吉井田地区	27	3	13	9	11	9	8	10	8	13	12	9	4	2		8	38
	71.1	7.9	34.2	23.7	28.9	23.7	21.1	26.3	21.1	34.2	31.6	23.7	10.5	5.3		-	(4.2)
西・土湯地区	22	2	5	6	5	7	7	6	4	9	8	7	5			2	28
	78.6	7.1	17.9	21.4	17.9	25.0	25.0	21.4	14.3	32.1	28.6	25.0	17.9			-	(3.8)
飯坂地区	29	4	29	15	9	12	9	19	6	12	18	15	14			5	58
	50.0	6.9	50.0	25.9	15.5	20.7	15.5	32.8	10.3	20.7	31.0	25.9	24.1			-	(6.9)
松川地区	27	1	23	10	5	11	7	15	5	7	5	9	9	1		6	50
	54.0	2.0	46.0	20.0	10.0	22.0	14.0	30.0	10.0	14.0	10.0	18.0	18.0	2.0		-	(4.6)
信夫地区	48	10	26	17	13	18	16	26	10	24	18	22	9	2		10	82
	58.5	12.2	31.7	20.7	15.9	22.0	19.5	31.7	12.2	29.3	22.0	26.8	11.0	2.4		-	(9.0)
吾妻地区	46	0	25	14	11	19	15	18	3	15	19	20	17	1		15	65
	70.8	0.0	38.5	21.5	16.9	29.2	23.1	27.7	4.6	23.1	29.2	30.8	26.2	1.5		-	(10.1)
飯野地区	5		7	5	2	1	4	3	3	3	2	3	1	1		5	15
	33.3		46.7	33.3	13.3	6.7	26.7	20.0	20.0	20.0	13.3	20.0	6.7	6.7		-	(10.1)
未記入	2	1	1	1												2	2
	100.0	50.0	50.0	50.0												-	(10.1)
合計	486	73	292	181	151	223	173	244	114	211	225	253	140	14		134	859
	56.6	8.5	34.0	21.1	17.6	26.0	20.1	28.4	13.3	24.6	26.2	29.5	16.3	1.6		-	100.0

※回答者計は無回答者を除く。(%)は回答者の合計に対する割合。