

第 10 回
消費購買動向調査結果報告書
概 要 版

平成 18 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大型店などの郊外進出等により商業環境が変化する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10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18年3月

福島市商工観光部長 高橋 精一

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その選択理由	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10回「福島市消費購買動向調査」は、平成17年10月20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2,500名に郵送で依頼したアンケート調査により行われ、813票が回収され、回収率は32.5%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813人の内訳は女性が64.2%、男性が35.8%であり、年齢構成は60代の26.4%、50代が25.2%、40代が19.7%、30代が17.7%、20代が10.9%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49.9%、専業主婦が23.7%、無職・その他が13.0%、商工自営が6.9%で上位を占めています。

図1 男女別構成比

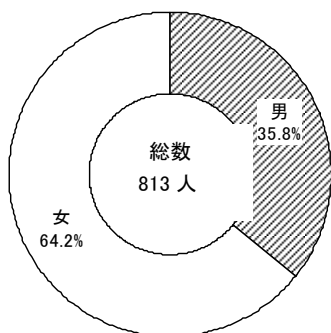


図2 年齢別構成比

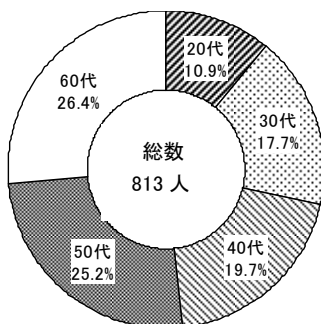
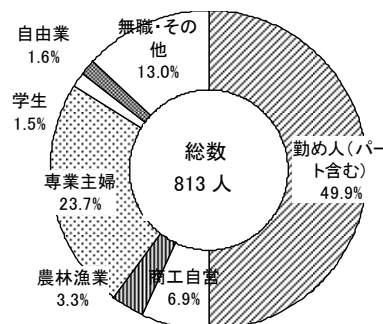


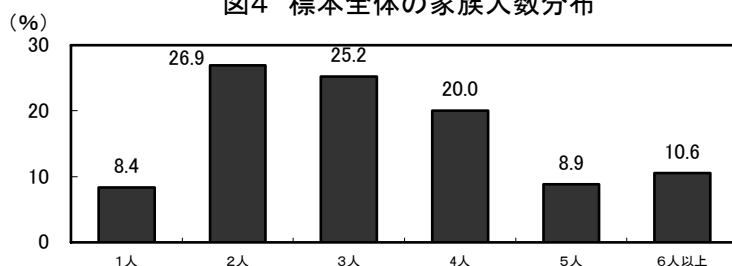
図3 職業別構成比



② 回答者の家族人数

回答者の家族人数は、「2人」が26.9%で最も多く、以下、「3人」が25.2%、「4人」が20.0%、「6人以上」が10.6%、「5人」が8.9%、「1人」が8.4%の順となっています。

図4 標本全体の家族人数分布

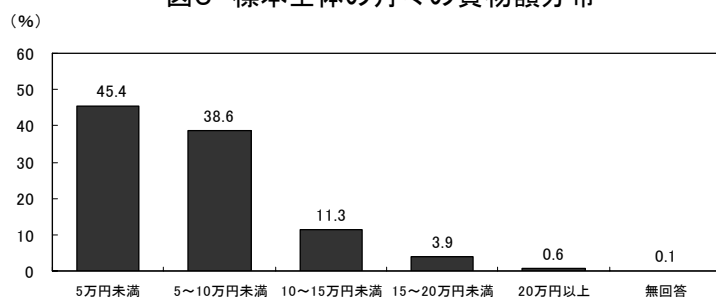


(2) 消費購買動向の概要

① 月々の買物額

最も多いのが「5万円未満」の45.4%で、以下、「5万円以上10万円未満」の38.6%、「10万円以上15万円未満」の11.3%、「15万円以上20万円未満」の3.9%の順です。

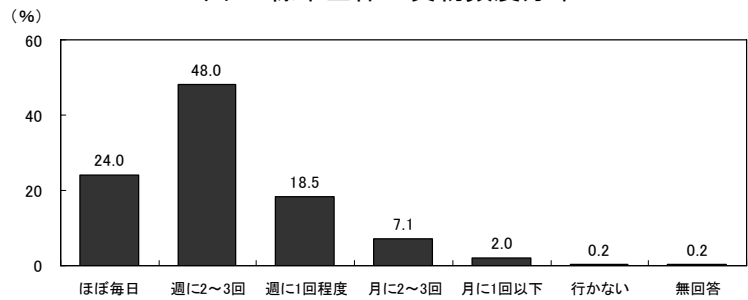
図5 標本全体の月々の買物額分布



②買物の頻度

最も多いのが「週に2~3回」の48.0%で、以下、「ほぼ毎日」の24.0%、「週に1回程度」の18.5%、「月に2~3回」の7.1%、「月に1回以下」の2.0%という順です。

図6 標本全体の買物頻度分布



③買物の時間帯

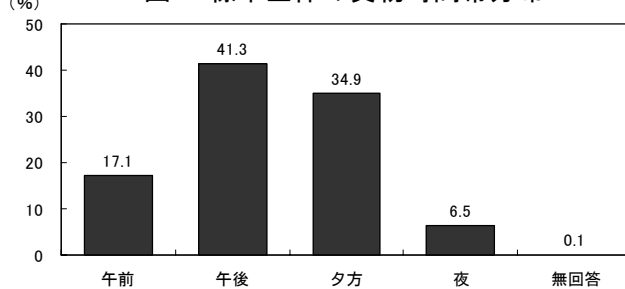
買物をする時間帯としては、「午後」が41.3%で最も多く、以下、「夕方（午後4時~7時頃）」の34.9%、「午前」の17.1%、「夜」の6.5%という順です。年齢別では、「午前」は30代、「午後」は60代、「夜」は20代、30代に多い。

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	職業					計
	午前	午後	夕方 (午後 4時~ 7時)	夜	無回答	
20代	14	34	27	14		89
	15.7	38.2	30.3	15.7		(10.9)
30代	36	43	50	15		144
	25.0	29.9	34.7	10.4		(17.7)
40代	21	54	76	9		160
	13.1	33.8	47.5	5.6		(19.7)
50代	30	73	91	10	1	205
	14.6	35.6	44.4	4.9	0.5	(25.2)
60代	38	132	40	5		215
	17.7	61.4	18.6	2.3		(26.4)
合計	139	336	284	53	1	813
	17.1	41.3	34.9	6.5	0.1	100.0

図7 標本全体の買物時間帯分布



④クレジットカード・スタンプ・通信販売・インターネット等の利用状況

買物の際のクレジットカード等の利用状況は次のとおりです。クレジットカードについては「利用したことがある」が34.6%、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のが「ある」が60.4%、通信販売を利用したことが「ある」が61.3%、インターネット利用により購入したことが「ある」が23.1%という状況です。年齢別の内訳は下表に示すとおりです。

表2 年齢別クレジットカード・スタンプ・通信販売・インターネット等の利用状況

(%)

	クレジットカード		スタンプ・ポイントカード		通信販売		インターネット販売	
	ある	ない	ある	ない	ある	ない	ある	ない
20代	30.0	69.7	55.1	44.9	70.8	29.2	46.1	53.9
30代	54.9	45.1	62.5	37.5	75.0	25.0	45.1	54.9
40代	43.1	56.9	67.5	32.5	70.0	30.0	28.1	71.9
50代	23.9	76.1	56.6	43.4	56.6	43.4	12.2	87.8
60代	26.5	73.0	59.5	40.0	46.0	53.5	5.6	94.0
計	34.6	65.3	60.4	39.5	61.3	38.6	23.1	76.8

(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）については、以下のとおりとなっています。

(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77.1%、「自転車・バイク」が8.4%、「バス」が4.3%、「電車」が3.2%であり、郊外の場合には「自動車」への依存が89.4%とさらに大きくなっています。

(2) 車の駐車時間

「30分未満」の割合は中心市街地の方が高いが、それ以外はすべて郊外の方が上回ることから、郊外での駐車時間（滞在時間）の方が総じて長くなっています。

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

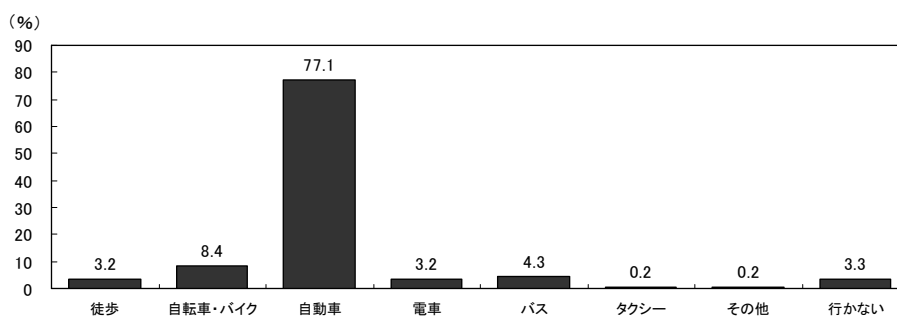


図9 標本全体の郊外大型店への主な交通手段分布

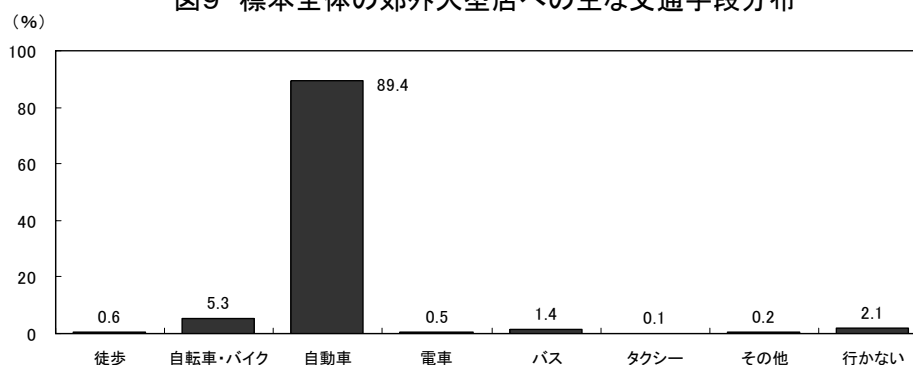


図10 車の駐車時間（中心市街地）

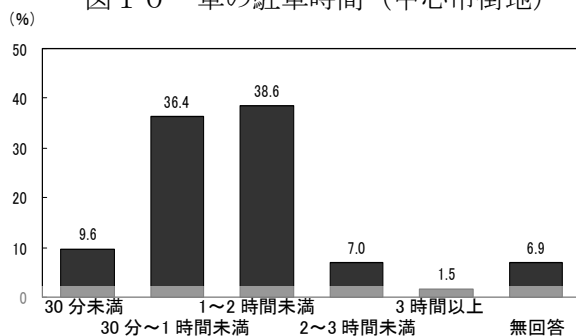
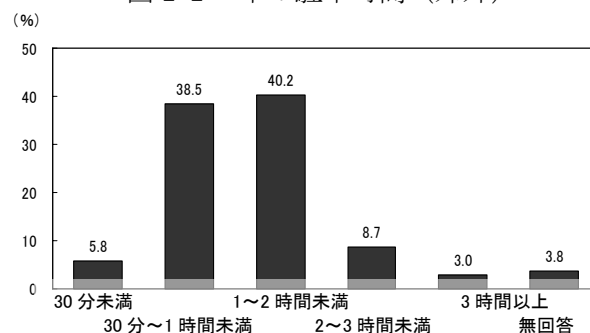


図11 車の駐車時間（郊外）



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「杉妻地区」で、以下、「余目・矢野目地区」、「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が顕著になっています。

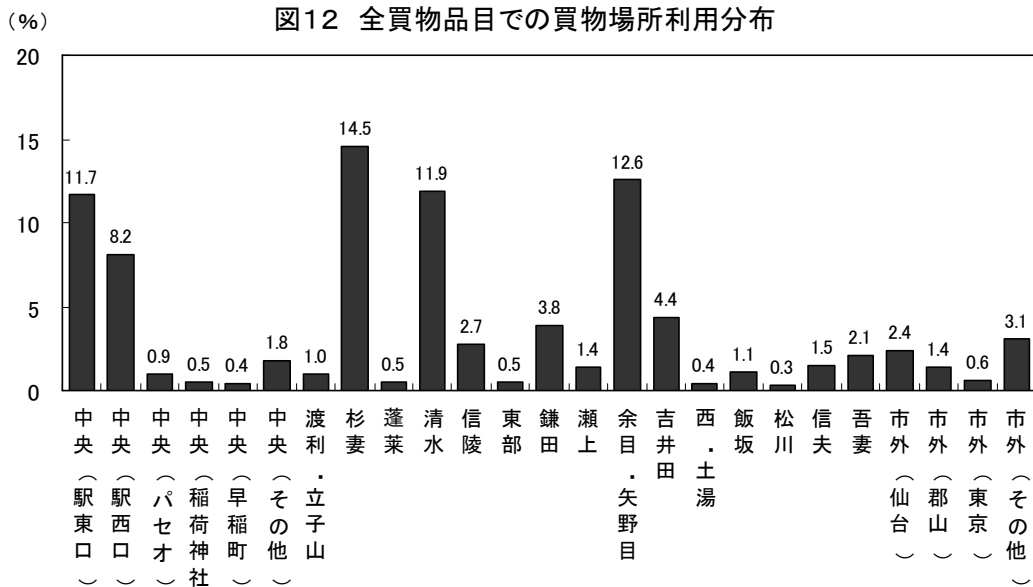


表3 調査年次別買物場所利用頻度の推移

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
平成8年度	中央駅東口周辺 18.9	中央その他 17.1	中央駅西口周辺 15.2	杉妻 9.0	鎌田 7.1
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

（※1）買物12品目

外出着、ふだん着、下着、靴・鞄・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（福島商工会議所資料より作成）

（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年會根田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

（郊外）

- ・H. 9年ダイユー8鎌田店開店
- ・H. 9年ヨークベニマル西店開店
- ・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
- ・H. 13年ヤマダ電機開店

(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。

地元購買率の高いのは、外出着と下着、靴・鞆・ハンドバッグ、時計・カメラ・眼鏡・貴金属では「中央地区」、ふだん着は「余目・矢野目地区」と「中央地区」、化粧品・医薬品は「杉妻地区」と「中央地区」、「清水地区」、「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「清水地区」に「余目・矢野目地区」、「杉妻地区」、「吉井田地区」、書籍・CD・文具は「中央地区」と「吉井田地区」、「清水地区」、食料・嗜好品は「吉井田地区」をはじめ「中央地区」、「杉妻地区」、「信陵地区」、家庭・園芸・ペット用品は「杉妻地区」と「清水地区」、「鎌田地区」、「吉井田地区」、「余目・矢野目地区」となっています。

また、前回調査時点と比較すると、「中央地区」や「杉妻地区」では全体的に地元購買率は下がっているのに対して、「余目・矢野目地区」や「吉井田地区」では多くの品目で地元購買率を高めているのが大きな特徴になっています。

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	64.3 (71.2)	52.1 (64.8)	60.3 (64.8)	64.3 (67.2)	60.3 (60.0)	60.3 (65.6)	24.7 (34.4)	26.1 (33.6)	22.0 (28.0)	65.8 (53.6)	72.6 (71.2)	28.9 (29.6)
渡利・立子山	1.3 (0.0)	3.9 (3.4)	7.8 (1.7)	2.6 (3.4)	18.2 (18.6)	1.3 (3.4)	3.9 (0.0)	2.6 (5.1)	6.5 (16.9)	2.6 (5.1)	33.8 (44.1)	9.1 (6.8)
杉 妻	5.0 (22.4)	32.5 (34.7)	37.5 (46.9)	7.5 (2.4)	65.0 (69.4)	22.5 (26.5)	65.0 (81.6)	57.5 (65.3)	50.0 (65.3)	25.0 (42.9)	72.5 (75.5)	77.5 (77.6)
蓬 菜	0.0 (2.3)	0.0 (2.3)	0.0 (4.7)	0.0 (0.0)	8.5 (9.3)	0.0 (0.0)	0.0 (2.3)	0.0 (2.3)	4.3 (0.0)	2.1 (0.0)	51.1 (41.9)	0.0 (4.7)
清 水	16.7 (19.2)	44.4 (45.4)	37.8 (49.2)	21.1 (17.7)	60.0 (56.9)	22.2 (19.2)	27.8 (33.8)	27.8 (29.2)	60.0 (57.7)	47.8 (58.5)	58.9 (71.5)	66.7 (69.2)
信 陵	12.7 (5.0)	27.0 (16.7)	27.0 (25.0)	15.9 (6.7)	28.6 (18.3)	19.0 (8.3)	12.7 (13.3)	17.5 (8.3)	23.8 (31.7)	20.6 (13.3)	61.9 (58.3)	27.0 (33.3)
東 部	0.0 (2.4)	3.4 (12.2)	6.9 (7.3)	3.4 (4.9)	13.8 (14.6)	0.0 (2.4)	0.0 (2.4)	3.4 (2.4)	10.3 (4.9)	0.0 (2.4)	48.3 (29.3)	10.3 (9.8)
鎌 田	23.5 (5.3)	29.4 (31.6)	23.5 (36.8)	11.8 (7.9)	41.2 (55.3)	8.8 (13.2)	14.7 (23.7)	23.5 (21.1)	32.4 (44.7)	35.3 (42.1)	55.9 (63.2)	58.8 (60.5)
瀬 上	25.0 (2.7)	15.0 (10.8)	10.0 (10.8)	15.0 (21.6)	20.0 (21.6)	10.0 (0.0)	15.0 (0.0)	10.0 (5.4)	10.0 (2.7)	15.0 (16.2)	20.0 (48.6)	25.0 (24.3)
余目・矢野目	44.8 (28.1)	55.2 (56.3)	62.1 (43.8)	48.3 (37.5)	48.3 (37.5)	37.9 (34.4)	24.1 (31.3)	27.6 (25.0)	55.2 (37.5)	44.8 (50.0)	48.3 (56.3)	58.6 (43.8)
吉 井 田	8.8 (2.3)	11.8 (13.6)	20.6 (13.6)	14.7 (11.4)	55.9 (50.0)	14.7 (11.4)	11.8 (4.5)	11.8 (18.2)	50.0 (43.2)	58.8 (45.5)	79.4 (68.2)	58.8 (65.9)
西・土湯	3.4 (0.0)	0.0 (10.7)	0.0 (10.7)	0.0 (3.6)	3.4 (17.9)	0.0 (0.0)	0.0 (0.0)	3.4 (7.1)	3.4 (7.1)	3.4 (3.6)	20.7 (28.6)	48.3 (39.3)
飯 坂	6.7 (2.7)	16.7 (6.8)	21.7 (9.5)	6.7 (2.7)	18.3 (18.9)	3.3 (2.7)	3.3 (1.4)	1.7 (2.7)	13.3 (10.8)	6.7 (4.1)	43.3 (37.8)	18.3 (16.2)
松 川	2.9 (0.0)	2.9 (3.8)	2.9 (1.9)	0.0 (0.0)	5.7 (15.1)	2.9 (0.0)	2.9 (0.0)	2.9 (1.9)	11.4 (3.8)	5.7 (1.9)	31.4 (30.2)	8.6 (3.8)
信 夫	4.3 (4.9)	8.6 (19.5)	10.0 (20.7)	7.1 (7.3)	24.3 (22.0)	5.7 (8.5)	8.6 (7.3)	5.7 (3.7)	18.6 (24.4)	12.9 (4.9)	34.3 (26.8)	25.7 (18.3)
吾 妻	8.5 (5.3)	18.3 (14.7)	17.1 (13.3)	6.1 (6.7)	20.7 (13.3)	11.0 (10.7)	15.9 (13.3)	7.3 (9.3)	23.2 (17.3)	15.9 (13.3)	29.3 (29.3)	28.0 (25.3)

(3) 買物品目別の利用店舗と店舗選択理由

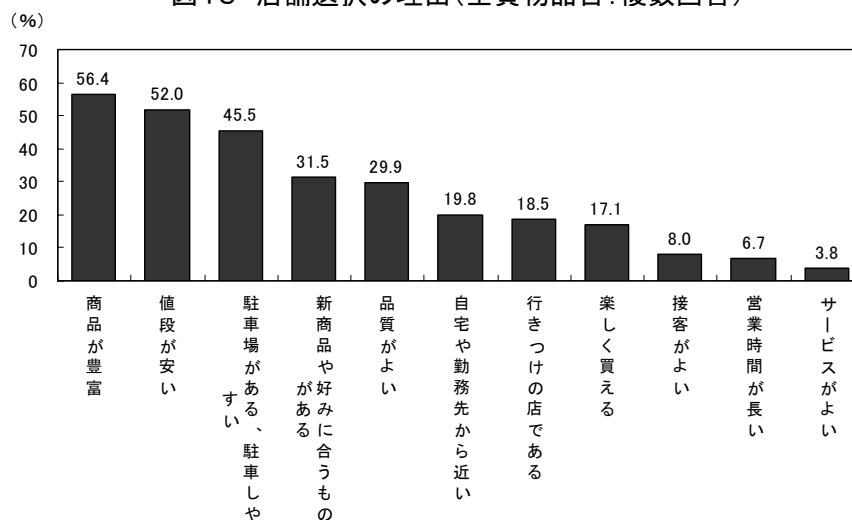
表5によれば、「デパート・大型スーパー」の利用割合が大きいのは、外出着や靴・鞆・ハンドバッグ等であり、同様に「中小スーパー」では食料・嗜好品、「ホームセンター・ドラッグストア」では家庭・園芸・ペット用品や化粧品・医薬品、「大型専門店（家電・レジャー・衣料・書籍等）」では家庭電化製品や書籍・CD・文具、「一般専門店」では時計・カメラ・眼鏡・貴金属、「生協・農協」では食料・嗜好品、「通信販売」では下着や化粧品・医薬品がそれぞれ多くなっています。

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。

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	ストア・ドラッグ	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	552 67.9	37 4.6		7 0.9	61 7.5	91 11.2	1	15	49	813	100.0	
ふだん着	413 50.8	118 14.5		9 1.1	94 11.6	77 9.5	3	21	78	813	100.0	
下着	416 51.2	123 15.1	2 0.2	10 1.2	68 8.4	62 7.6	4	48	80	813	100.0	
靴・鞆・ハンドバッグ	467 57.4	40 4.9		9 1.1	63 7.7	140 17.2	1	10	83	813	100.0	
化粧品・医薬品	114 14.0	44 5.4	3 0.4	430 52.9	19 2.3	70 8.6	8	32	93	813	100.0	
時計・カメラ・眼鏡・貴金属	254 31.2	20 2.5		26 3.2	147 18.1	249 30.6	1	7	109	813	100.0	
スポーツ・レジャー用品	139 17.1	30 3.7	1 0.1	76 9.3	290 35.7	147 18.1	2	6	122	813	100.0	
家具・室内装飾	105 12.9	19 2.3		120 14.8	263 32.3	163 20.0	2	19	122	813	100.0	
家庭電化製品	38 4.7	11 1.4		29 3.6	514 63.2	121 14.9	2	2	96	813	100.0	
書籍・CD・文具	103 12.7	26 3.2	12 1.5	16 2.0	372 45.8	178 21.9		10	96	813	100.0	
食料・嗜好品	307 37.8	298 36.7	22 2.7	9 1.1	16 2.0	10 1.2	85	1	65	813	100.0	
家庭・園芸・ペット用品	75 9.2	46 5.7		465 57.2	52 6.4	63 7.7	5	1	106	813	100.0	
計	2,983 30.6	812 8.3	40 0.4	1,206 12.4	1,959 20.1	1,371 14.1	114	172	1,099	9,756	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)	渡・立 40.3	余・矢 44.8				
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	中央 39.7 清水 37.8 蓬萊 36.2 杉妻 35.0 東部 34.5 鎌田 32.4 吉井田 32.4 信陵 30.2 吾妻 29.3 信夫 24.3 西・土 24.1	飯坂 35.0 信陵 28.6 西・土 24.1 鎌田 20.6	吉井田 23.5 西・土 20.7			
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	飯坂 20.0 松川 20.0 瀬上 20.0 余・矢 17.2	瀬上 20.0 清水 16.7 東部 10.3	吾妻 18.3 東部 13.8 中央 13.7 信夫 12.9 飯坂 11.7 蓬萊 10.6 渡・立 10.4	杉妻 17.5 余・矢 17.2 吾妻 12.2 中央 11.0	清水 16.7 東部 10.3	渡・立 15.6 信夫 12.9

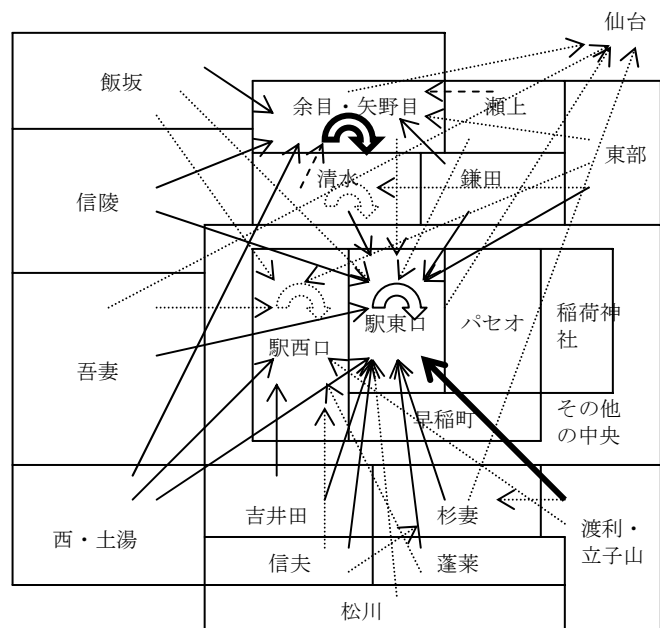
※渡・立 (渡利・立子山) 余・矢 (余目・矢野目) 西・土 (西・土湯)

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吸引力の減少が顕著になっています。

それに対して、余目・矢野目地区が市域の北部を広くカバーし吸引力を高めるなどその躍進が目立っています。

また、中央駅西口周辺や杉妻地区の商圏も前回調査に比べて小さくなる一方、市外(仙台)への流出傾向が顕著になっています。



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

(%)

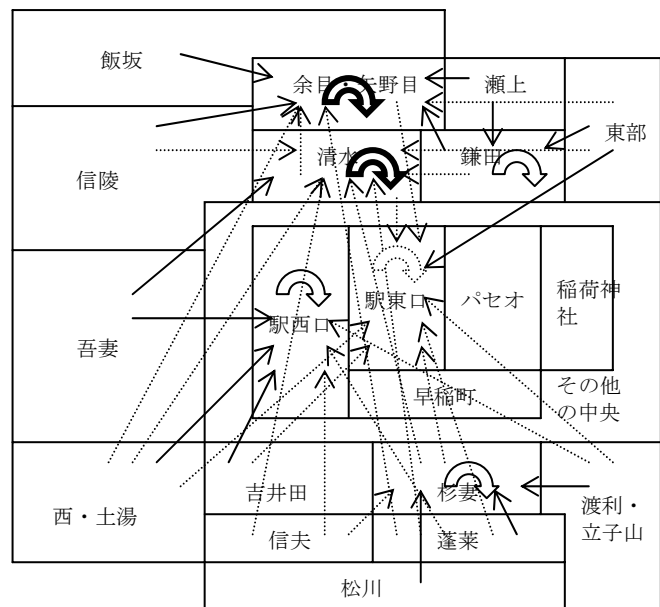
	余目・矢野目	清水	駅西口	駅東口	杉妻	鎌田
1次商圈 (40%超)	余・矢 55.2	清水 44.4				
2次商圈 (20%超～ 40%以下)	信陵 39.7 鎌田 35.3 飯坂 35.0 瀬上 25.0	吾妻 24.4	吉井田 32.4 西・土 27.6 中央 27.4 吾妻 20.7	東部 20.7	杉妻 32.5 松川 31.4 渡・立 31.2 蓬萊 27.7	鎌田 29.4 瀬上 25.0 東部 24.1
3次商圈 (10%超～ 20%以下)	清水 17.8 西・土 17.2 東部 13.8 蓬萊 10.6	信陵 15.9 西・土 13.8 信夫 12.9 杉妻 12.5 鎌田 11.8 蓬萊 10.6 東部 10.3	信夫 17.1 蓬萊 17.0 渡・立 15.6	杉妻 20.0 中央 19.2 西・土 17.2 吉井田 14.7 清水 14.4 蓬萊 10.6 渡・立 10.4 余・矢 10.3	信夫 17.1	

※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

最大の商圈を有するのは余目・矢野目地区ではほぼ市内全域をカバーしています。同様に清水地区も市域全体を対象とする広い商圈を有し、中央駅西口周辺は市の西部と南部を対象とする商圈を形成しています。

また、前回調査で最大商圈であった中央駅東口周辺は、第4位の商圈規模に大きく後退しています。



③靴・鞆・ハンドバッグ

靴・鞆・ハンドバッグの商圏特性は、次の図表に示すとおりです。

表8 靴・鞆・ハンドバッグの商圏特性

(%)

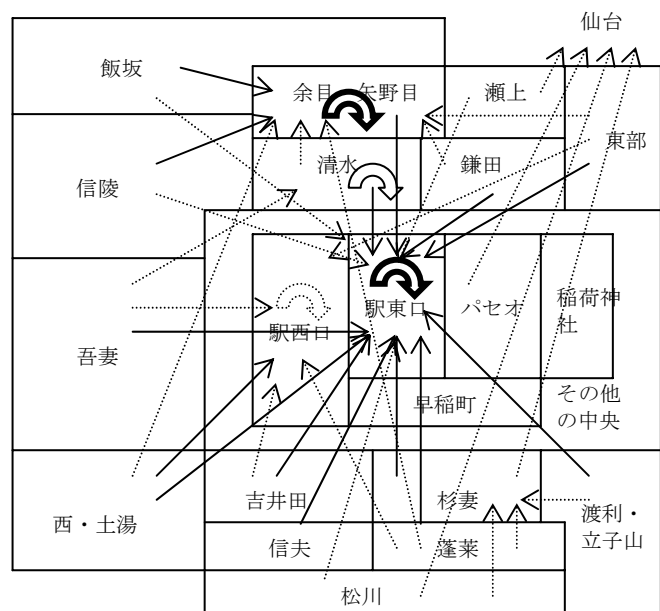
	駅東口	余目・矢野目	駅西口	清水	市外 (仙台)	杉妻
1次商圏 (40%超)	中央 41.1	余・矢 48.3				
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	杉妻 40.0 清水 35.6 鎌田 35.3 東部 34.5 渡・立 33.8 信夫 31.4 西・土 31.0 吾妻 26.8 吉井田 26.5 蓬萊 23.4 余・矢 20.7	飯坂 38.3 信陵 31.7	西・土 27.6	清水 21.1		
3次商圏 (10%超～ 20%以下)	信陵 19.0 飯坂 15.0 瀬上 15.0 松川 14.3	鎌田 17.6 清水 16.7 東部 13.8 西・土 13.8 蓬萊 10.6	吾妻 19.5 中央 16.4 蓬萊 14.9 吉井田 11.8 東部 10.3	吾妻 11.0	松川 17.1 瀬上 15.0 杉妻 12.5 中央 11.0	松川 20.0 渡・立 16.9 蓬萊 12.8

※渡・立 (渡利・立子山) 余・矢 (余目・矢野目) 西・土 (西・土湯)

図16 靴・鞆・ハンドバッグの商圏

最大の商圏は、2次商圏を中心に市域全体をカバーする中央駅東口周辺となっています。また、余目・矢野目地区は市域の北部・西部をカバーし、中央駅西口周辺は市域の西部と南部を対象とする3次商圏を有し、清水地区は地元を中心とする商圏を形成しています。

さらには、3次商圏を中心とする市外 (仙台) への流出が形成されています。



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

(%)

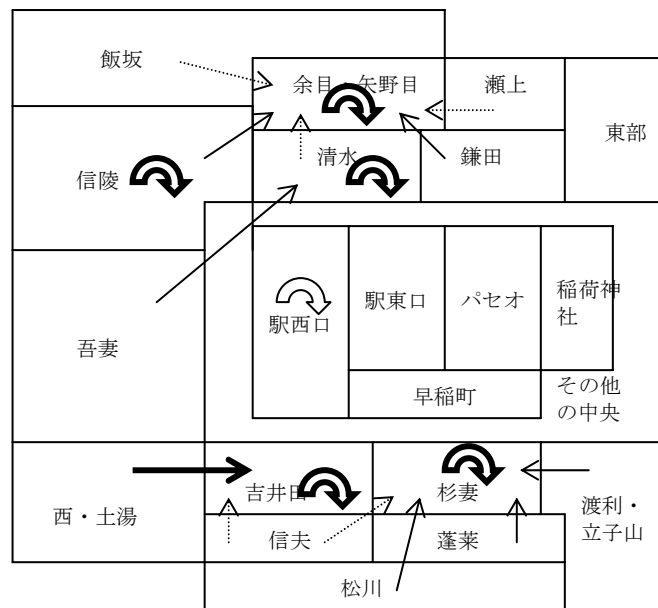
	清水	杉妻	吉井田	余目・矢野目	信陵	駅西口
1次商圏 (40%超)	清水 58.9	杉妻 72.5	吉井田 79.4 西・土 48.3	余・矢 48.3	信陵 61.9	
2次商圏 (20%超～ 40%以下)	吾妻 37.8	渡・立 29.9 蓬萊 27.7 松川 25.7	信夫 37.1	鎌田 23.5 信陵 22.2		中央 26.0
3次商圏 (10%超～ 20%以下)		信夫 12.9		瀬上 20.0 清水 16.7 飯坂 15.0		

※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

市域の南部、西部、北部の住宅街を背景にそれぞれ清水地区、杉妻地区、吉井田地区、余目・矢野目地区に、地元並びにその周辺を対象とした商圏が形成されています。その中でも杉妻地区、余目・矢野目地区はそれぞれ市域の南部、北部をカバーする広域的な商圏となっています。

また、信陵地区と中央駅西口周辺には、地元をカバーする商圏が形成されています。



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 割前後の支持を得るなど、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「デパート・大型スーパー」、「地産地消の飲食店・物産店」、「個性的な喫茶店」、「オープンカフェ」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

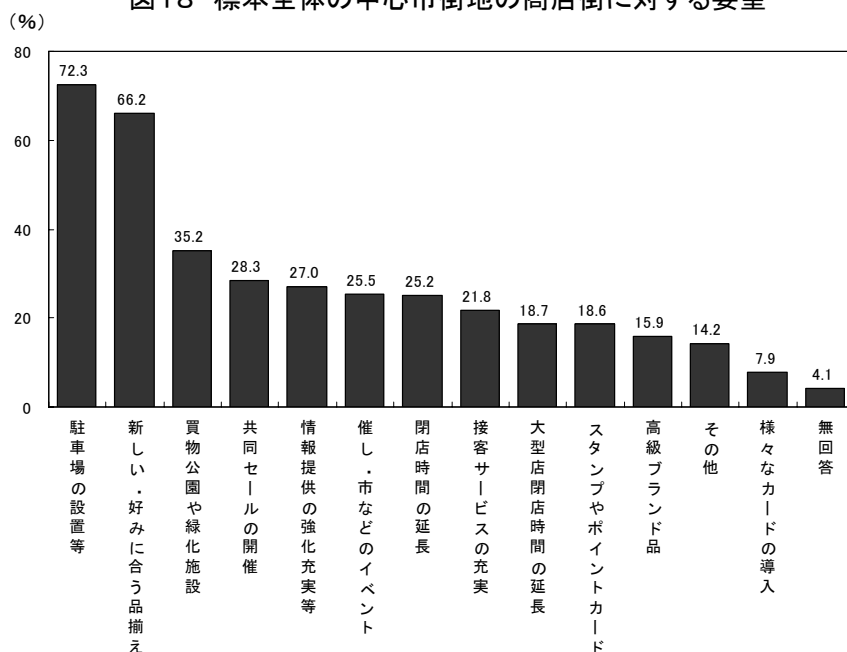
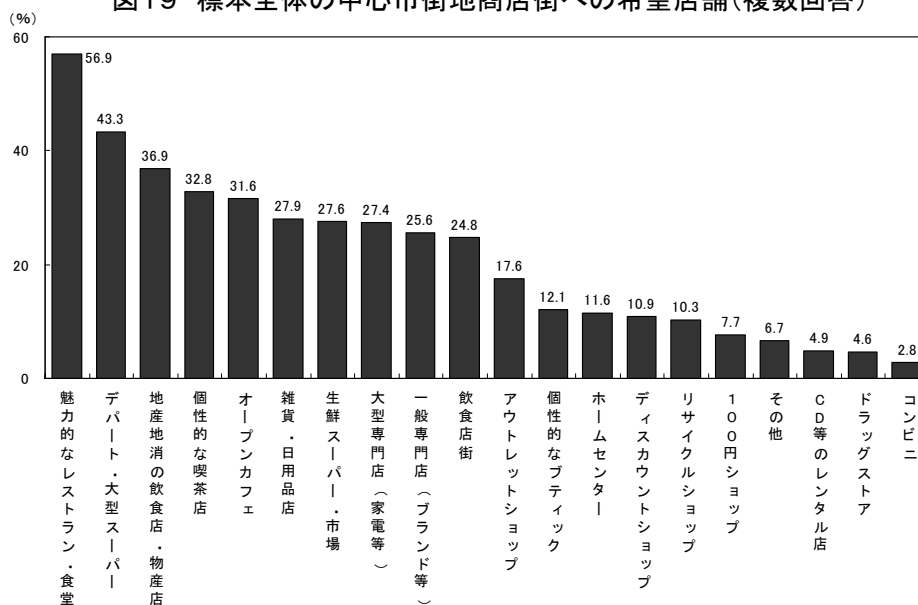


図19 標本全体の中心市街地商店街への希望店舗(複数回答)



(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」が回答者の 7 割近くの支持を受けて圧倒的に多く、次いで「買物公園や緑化施設」、「駐車場の設置又は使いやすく整備」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)

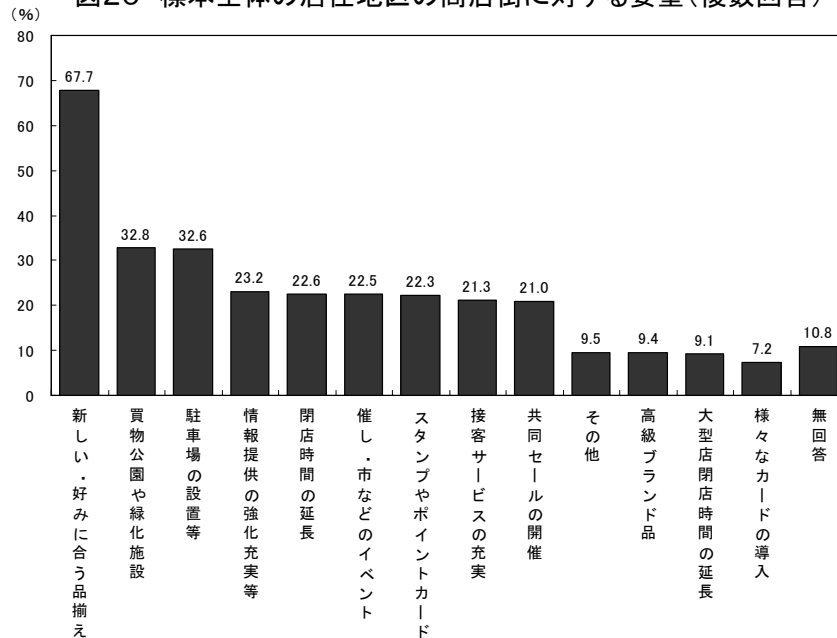


表10 地区別の居住地区商店街に対する要望(複数回答) (上段:実数、下段:%)

地区	新しい・好みに合う品揃え	高級ブランド品	買物公園や緑化施設	駐車場の設置等	閉店時間の延長	間延れの延長	大型店の閉店時間	催し・市などのイベントの実施	共同セールの開催	買物公園や緑化施設の整備	様々なカードの導入	スタンプ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	その他	無回答	回答者数
中央地区	47	13	27	15	7	13	11	25	6	17	14	12	9	7	66		
	71.2	19.7	40.9	22.7	10.6	19.7	16.7	37.9	9.1	25.8	21.2	18.2	13.6	—	(9.0)		
渡利・立子山地区	49	4	23	16	6	17	12	19	5	12	10	13	5	10	67		
	73.1	6.0	34.3	23.9	9.0	25.4	17.9	28.4	7.5	17.9	14.9	19.4	7.5	—	(9.1)		
杉妻地区	27	5	17	5	1	6	9	10	1	12	10	9	3	37			
	73.0	13.5	45.9	13.5	2.7	16.2	24.3	27.0	2.7	32.4	27.0	24.3	—	—	(5.0)		
蓬萊地区	32	3	7	8	6	6	12	10	1	4	7	5	9	6	41		
	78.0	7.3	17.1	19.5	14.6	14.6	29.3	24.4	2.4	9.8	17.1	12.2	22.0	—	(5.6)		
清水地区	54	10	26	21	11	13	14	28	8	26	20	20	8	5	85		
	63.5	11.8	30.6	24.7	12.9	15.3	16.5	32.9	9.4	30.6	23.5	23.5	9.4	—	(11.6)		
信陵地区	31	9	8	14	3	16	8	16	4	14	14	19	5	12	51		
	60.8	17.6	15.7	27.5	5.9	31.4	15.7	31.4	7.8	27.5	27.5	37.3	9.8	—	(6.9)		
東部地区	18	2	6	5	1	6	3	12	2	4	4	9	2	3	26		
	69.2	7.7	23.1	19.2	3.8	23.1	11.5	46.2	7.7	15.4	15.4	34.6	7.7	—	(3.5)		
鎌田地区	19	2	9	7	4	10	4	8	1	5	6	9	3	4	30		
	63.3	6.7	30.0	23.3	13.3	33.3	13.3	26.7	3.3	16.7	20.0	30.0	10.0	—	(4.1)		
瀬上地区	15	1	4	6	2	3	6	7	3	7	4	7	1	1	19		
	78.9	5.3	21.1	31.6	10.5	15.8	31.6	36.8	15.8	36.8	21.1	36.8	5.3	—	(2.6)		
余目・矢野目地区	16	5	11	5	2	5	2	10	2	8	7	6	2	27			
	59.3	18.5	40.7	18.5	7.4	18.5	7.4	37.0	7.4	29.6	25.9	22.2	—	—	(3.7)		
吉井田地区	21	2	11	4	3	12	8	15	5	7	10	3	3	31			
	67.7	6.5	35.5	12.9	9.7	38.7	25.8	48.4	—	16.1	22.6	32.3	9.7	—	(4.2)		
西・土湯地区	17	6	9	4	8	10	6	6	2	8	7	7	4	1	28		
	60.7	—	21.4	32.1	14.3	28.6	35.7	21.4	7.1	28.6	25.0	25.0	14.3	—	(3.8)		
飯坂地区	35	3	23	9	3	13	11	18	3	4	5	9	5	9	51		
	68.6	5.9	45.1	17.6	5.9	25.5	21.6	35.3	5.9	7.8	9.8	17.6	9.8	—	(6.9)		
松川地区	28	1	14	10	3	6	9	9	6	5	10	7	6	1	34		
	82.4	2.9	41.2	29.4	8.8	17.6	26.5	26.5	17.6	14.7	29.4	20.6	17.6	—	(4.6)		
信夫地区	47	6	22	13	3	12	19	22	5	15	12	13	3	4	66		
	71.2	9.1	33.3	19.7	4.5	18.2	28.8	33.3	7.6	22.7	18.2	19.7	4.5	—	(9.0)		
香妻地区	40	3	25	19	8	18	15	26	3	18	19	14	7	8	74		
	54.1	4.1	33.8	25.7	10.8	24.3	20.3	35.1	4.1	24.3	25.7	18.9	9.5	—	(10.1)		
未記入	1	—	—	—	—	1	1	—	1	—	—	1	—	0	1		
	100.0	—	—	—	—	100.0	100.0	—	100.0	—	—	100.0	—	—	(0.1)		
合計	497	69	239	166	67	165	154	241	53	164	156	170	70	79	734		
	67.7	9.4	32.6	22.6	9.1	22.5	21.0	32.8	7.2	22.3	21.3	23.2	9.5	—	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。