

商店街振興関係調査業務 報告書
(商店街ニーズ調査)

平成23年12月
秋田市

目 次

1 調査目的	1
2 調査概要	1
3 調査結果	2
4 アンケート調査結果	
4-1 集計結果1(単純集計結果)	4
4-2 集計結果2(クロス集計結果1/年代別の傾向)	19
4-3 集計結果3(クロス集計結果2/利用頻度・印象別の傾向)	26
4-4 集計結果4(クロス集計結果3/宅配・代行を選択した方の傾向)	30
4-5 地区特徴	32
5 データシート	
5-1 データシート(集計結果)	33
5-2 データシート(地区特徴)	53
6 アンケート調査票	

- 1 調查目的
 - 2 調查概要
 - 3 調查結果
-
-

1 調査目的

地域商店街を取り巻く環境は、消費の低迷や少子高齢化の加速、大型商業施設の進出などにより、買い物客が減少し厳しい状況にあります。

一方、商店街には買い物の場としてだけでなく、地域コミュニティとしての役割や、今後増加が予想される買い物弱者への対応にも期待されていることから、市民の買い物動向や商店街に対する意識やニーズを調査し、今後の商店街振興施策に資する基礎資料とするため調査を実施いたしました。

2 調査概要

調査対象者：住民基本台帳(平成23年7月31日現在)から下記の条件で無作為抽出された20歳以上の市民3,000人を対象といたしました。

抽出条件：秋田市全域を

- ① 商店街近郊地区(商店街から半径2Km、自転車利用での商圈内)
- ② ①以外の地区

に分類し、市内の各地区の人口構成に応じて対象者を抽出いたしました。

抽出数：地区別人口構成に比例した抽出数

地区	①商店街近郊地区	②左記以外の地区	合計
中央地区	513	151	664
東部地区	536	159	695
西部地区	251	74	325
南部地区	331	98	429
北部地区	564	166	730
雄和地区	55	16	71
河辺地区	0	86	86
全体	2,250	750	3,000

設問構成：アンケートの設問は、大きく次の3つの区分けで構成しております。

- [1] 回答者に関する設問
- [2] 買い物動向に関する設問
- [3] 商店街への意識に関する設問

※アンケート調査票は巻末に添付

3 調査結果

調査票発送日：平成23年8月12日

回収期間：調査票発送日～9月5日

発送数：3,000通

回収数：1,506通[回収率50.2%(男女比:男36.7%、女60.3%、性別不明3.0%)]

<集計方法>

(1) 単純集計（設問に対する単純集計）

(2) 設問条件付集計

① 年代別集計

年代ごとの傾向を分析しました。

② 商店街の利用頻度、持っているイメージでの集計

商店街振興のためには、商店街への利用頻度の高い層へのサービスの充実と、利用しない層の利用促進を図る必要があります。

商店街の利用頻度と商店街に良さを感じる・感じないで傾向を分析しました。

③ 設問において「買い物代行」、「宅配サービス」を選択した人での集計

今後増加が予想される買い物弱者への対応の一つとして「買い物代行」、「宅配サービス」が有効と考えられません。

設問の商店街が地域との関わりを深めるために役立つ取り組みとして「買い物代行」、「宅配サービス」を回答した人、およびこれからの商店街にどうあって欲しいかという設問で「商店街独自の宅配サービスがある」と回答した人の傾向を分析しました。

<調査結果>

今回の調査から次のことがわかりました。

- ・商店街で購入する品目は、生鮮食料品やその他食料品など食料品が多い。(P9)
- ・商店街に週に何度か足を運ぶ人は16.5%であったが、52.5%の人が商店街を利用しないと回答した。(P10)
- ・商店街に行くための交通手段は「徒歩・自転車」と「バイク・マイカー」がほぼ同じ割合である。(P10)
- ・買い物のお店を決める際に重要視していることは「品揃え」、「値段」、「品質」の商品に関することや「車で行きやすい」、「自宅から近い」といった買い物場所の立地に関する事という回答が多かった。(P11)
- ・商店街に良さを感じる人は23%、どちらでもない人が52%、良さを感ない人が25%であった。(P12)
- ・商店街の最も良い点は「昔ながらの顔の見えた付き合い」で、商店街の最も不足している点は「店の数や業種の多さ」である。(P12)
- ・多くの人が商店街に無料駐車場・駐輪場があつて欲しいと考えている。(P15)
- ・商店街の主な利用者は50代以上である。(P20)
- ・商店街を利用しない人(特に若い年代)は「情報発信」を商店街が地域との関わりを深めるために役立つ取り組みだと考えている。(P24)
- ・50代までの年代と60代以上の年代では、買い物動向、商店街の利用頻度や商店街に感じている印象、求めているものなどにおいて、明確な違いがある。(P25)
- ・商店街に感じている印象や商店街の良い点と考えられていることは、50代～60代を境に逆転する。(P25)
- ・商店街をあまり利用しない人や商店街に良さを感ない人は、買い物場所を決める際に「値段の安さ」、「車での行きやすさ」を重要視しており、商店街をよく利用する人や商店街に良さを感する人は、買い物場所を決める際に「自宅からの近さ」、「品質の良さ」を重要視している。(P26)
- ・商店街に良さを感ない人は、商店街の良い点として一般的に昔ながらの商店街としてイメージされる事が多い項目を挙げていた。一方、商店街に良さを感する人は「安さやセールスの魅力」や「駐車場・駐輪場の多さ」など現実的な項目を挙げていた。(P28)
- ・今回の調査の設問において「買い物代行」や「宅配サービス」の項目を選択した人は、高齢者層ではなくこれから買い物環境が変わるであろう50代～60代の人が多かった。(P30)

4-1 アンケート調査結果1

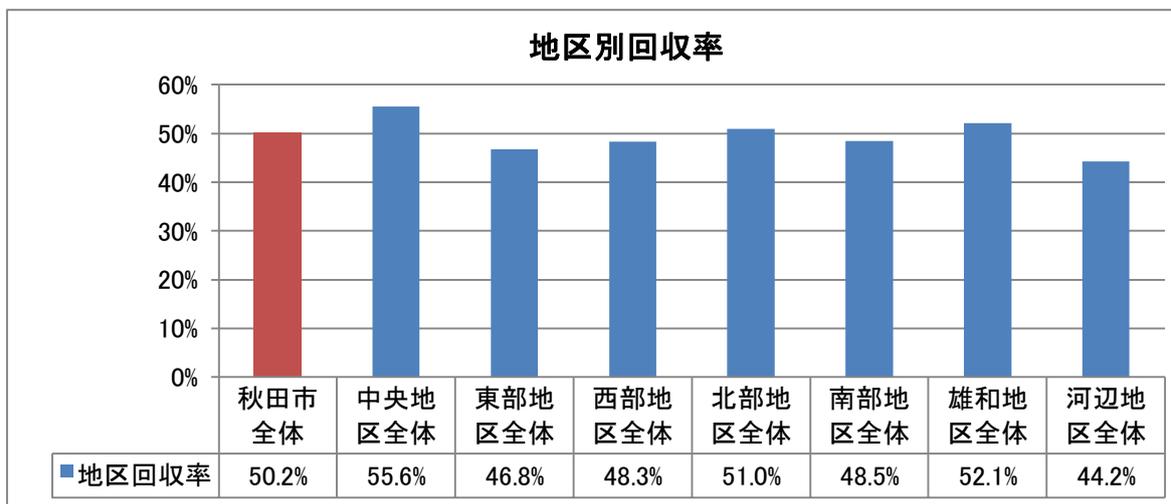
(単純集計)

4 アンケート調査結果

4-1 集計結果1(単純集計結果)

地区別回収率

発送したアンケートの地区別回収率は、以下の通りであった。

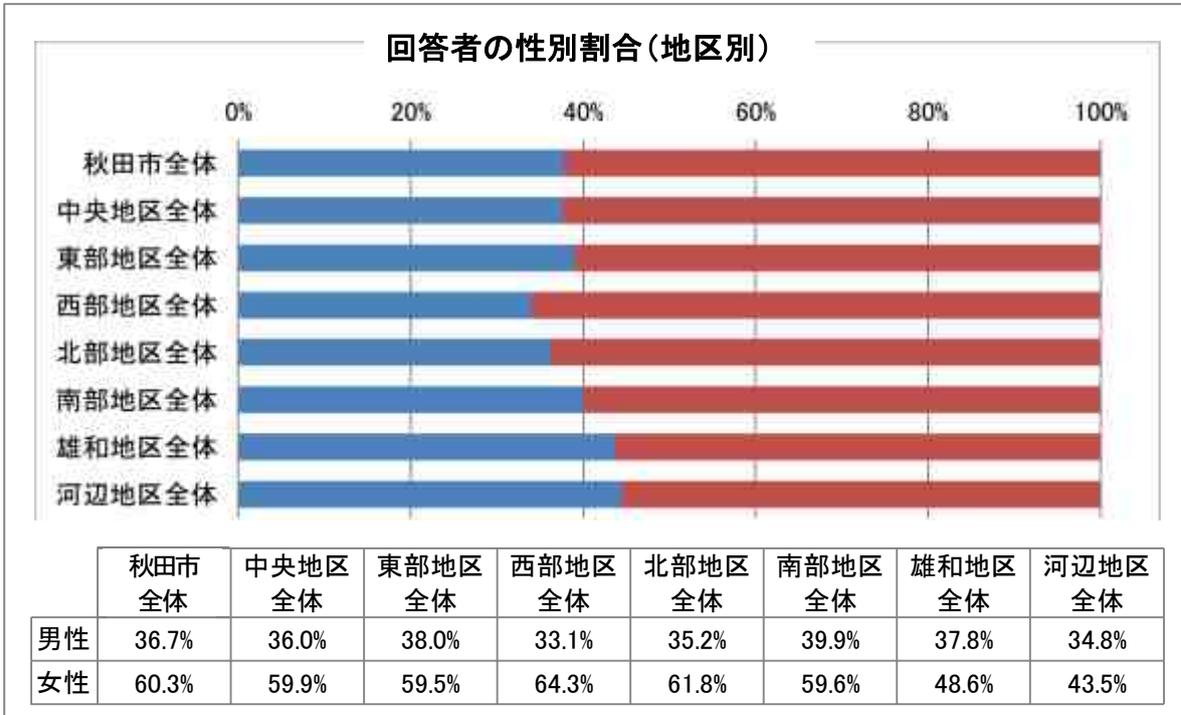


[1] 回答者に関する設問

「設問1-1:あなたの性別は？」

全回答者の性別の割合は、男性36.7%、女性60.3%、無回答者3.0%であった。

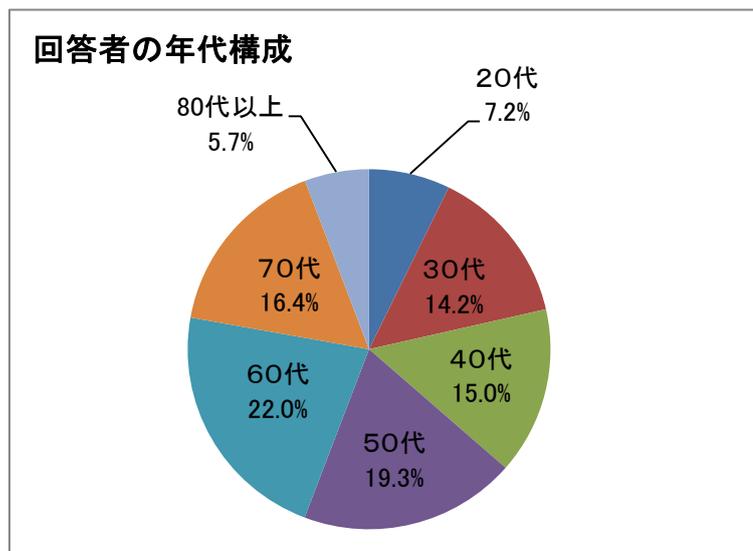
アンケートに関する関心は、男性よりも女性の方が高いことが分かる結果であった。

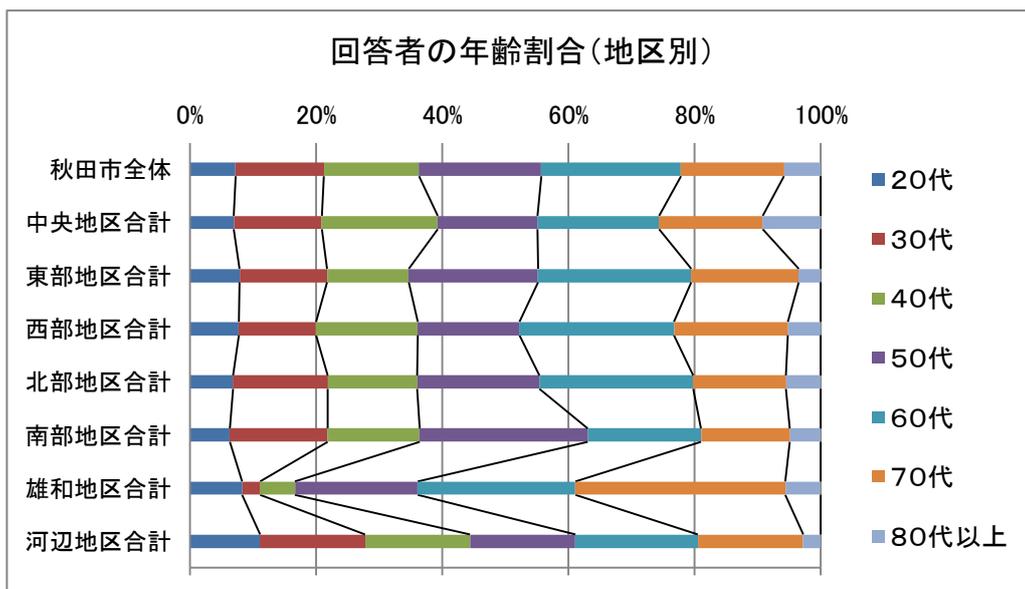


「設問1-2:あなたの年齢は？(平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)」

回答者の年代は、若い年代が少なく50代以降の年代から多くの回答を得ている。

アンケートに関する関心は、若い世代よりも高齢者の方が高いことが分かる結果であった。

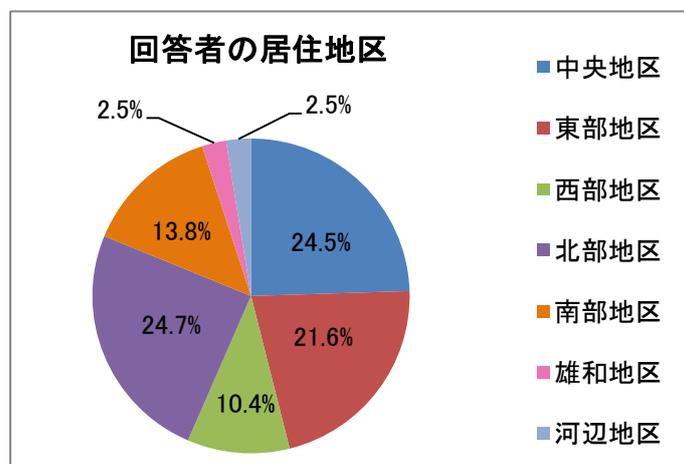




各地区とも若い世代よりも高齢者層で得られた回答が多かったが、雄和地区においては他の地区より偏りが見られた。

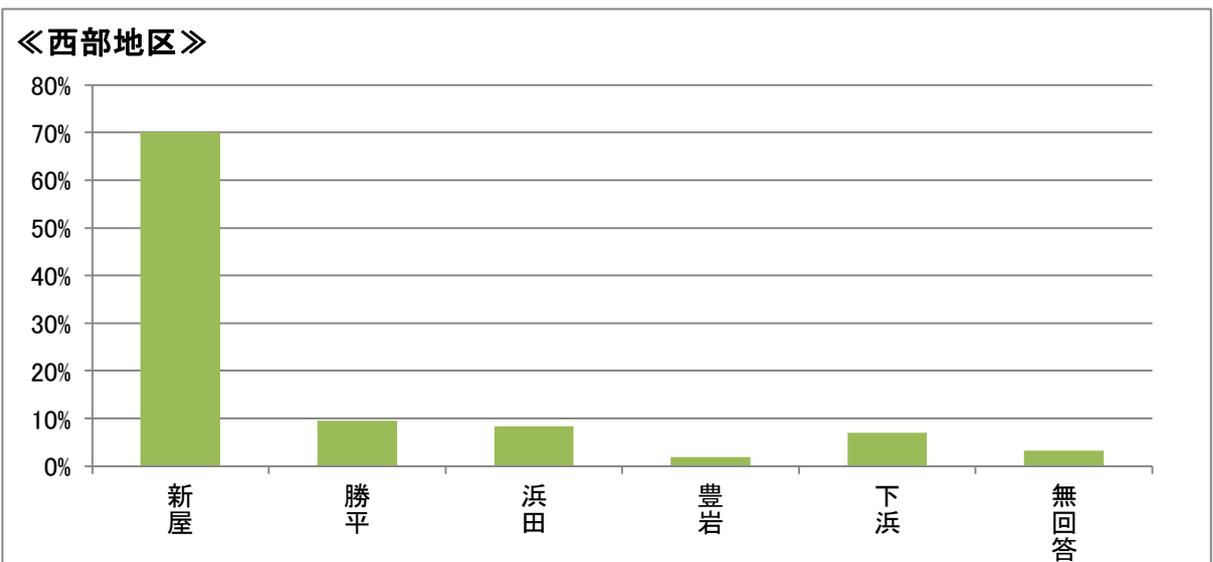
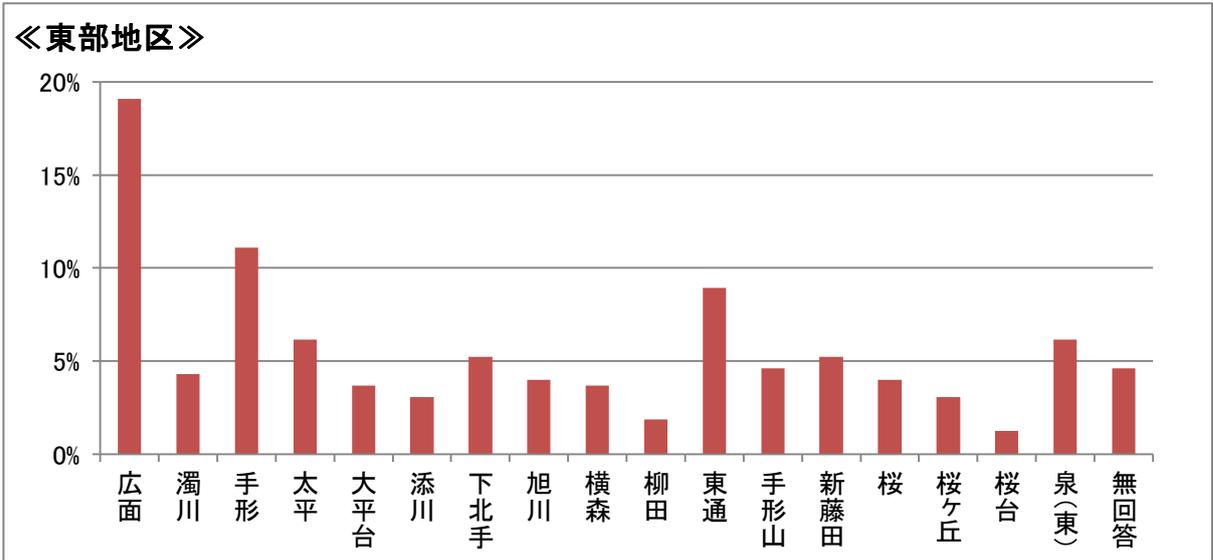
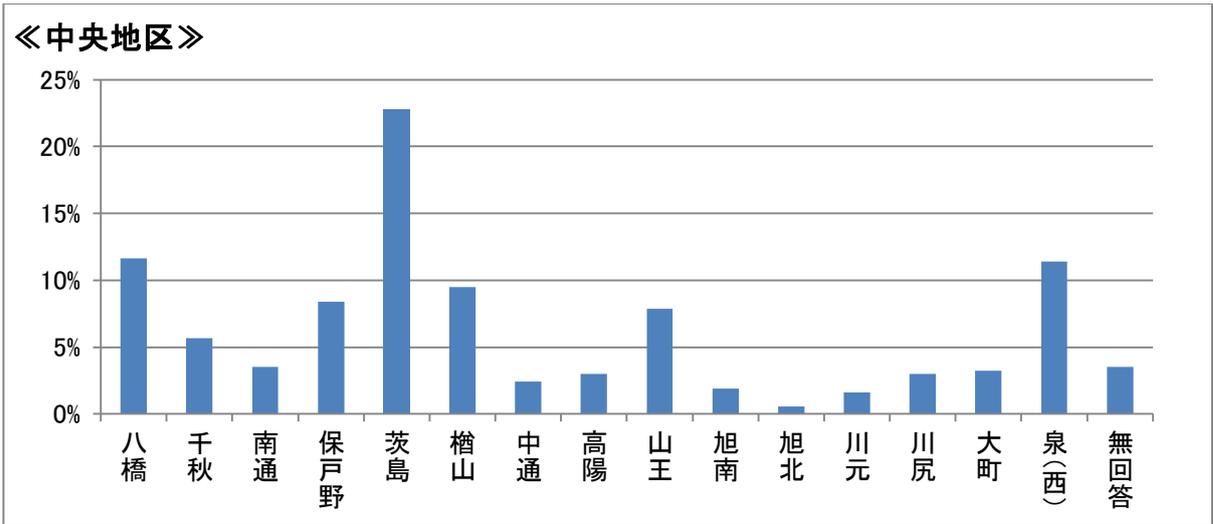
「設問1-3:あなたのお住まいは？」

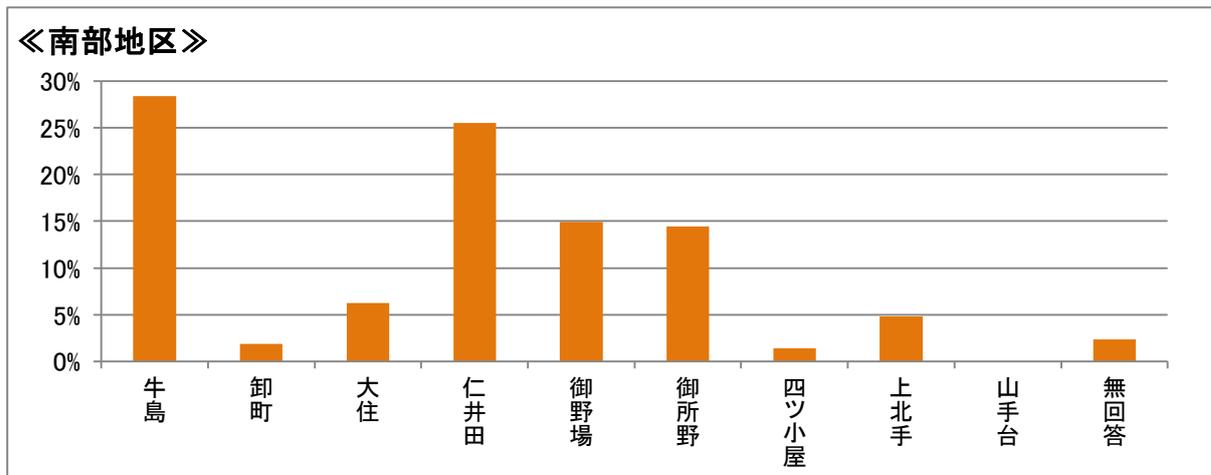
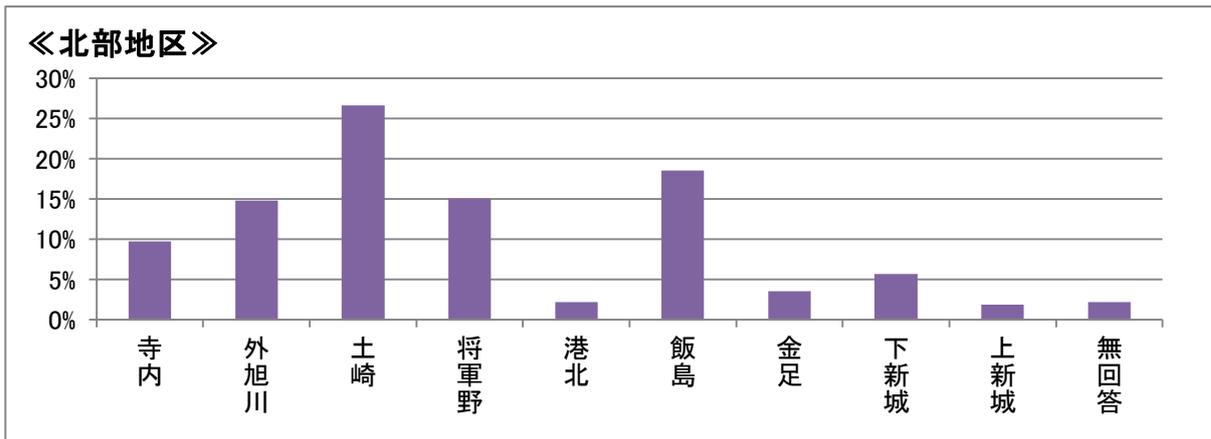
回答者の居住地区と、回答者居住地区における詳細区分は、アンケート対象者を各地区の人口構成に応じて抽出しているため、共にばらつきが見られる。



全体集計数1,506通の居住地区の内訳を示す。

回答者居住地区における詳細区分(河辺地区・雄和地区を除く)

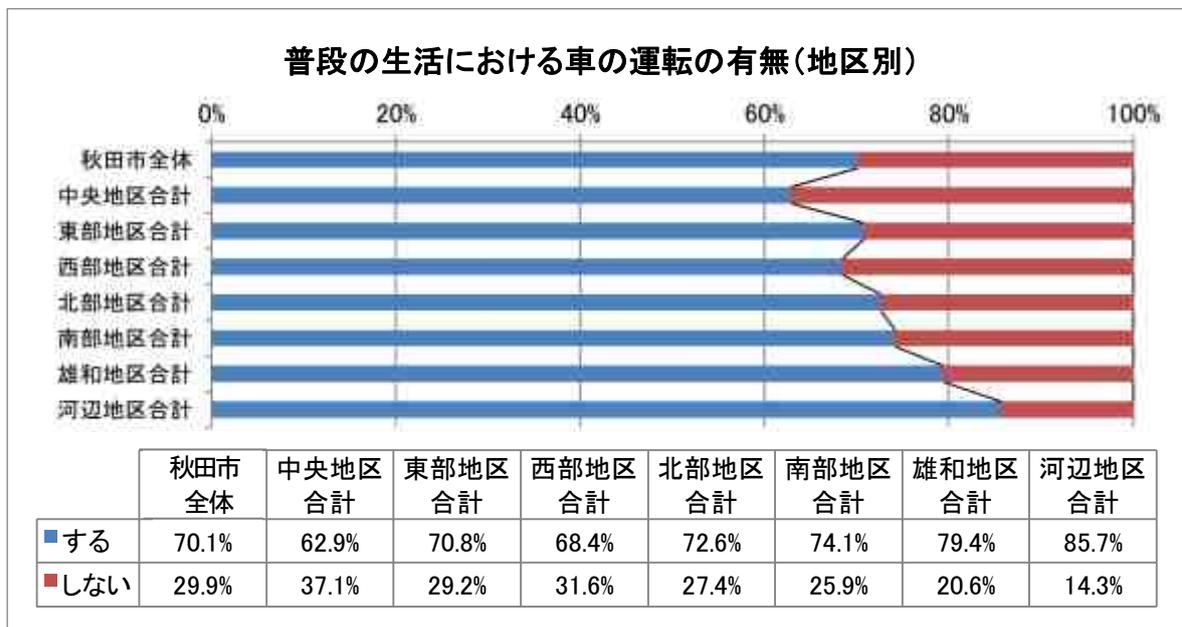




「設問1-4:あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？」

回答者全体の7割の人が車を運転する。自由記載欄でも「秋田は車社会」との声が挙がっていた。

地区別で見た場合、中央地区は車の運転をする人の割合が少なく、逆に河辺地区、雄和地区では車の運転をする人の割合が高いことが特徴的であった。



[2] 買い物動向に関する設問 ※ 設問中の「近隣商店街」に着目し集計しています。

「設問2-1:日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可」

スーパーは生鮮食料品、その他の食料品、日用品の購入先として最も多く、特に生鮮食料品においては全体の90%以上の人が購入先としている。

医療・化粧品の購入先としては「ドラッグストア」、衣料品の購入先は「百貨店(デパート)」や「一般小売店・専門店」、時計・アクセサリー、書籍・文具の購入先としては「一般小売店・専門店」が多いという結果になった。

近隣商店街での購入割合を見ると、商店街が全ての品目で苦戦している状況が伺える。その中で、生鮮食料品とその他食料品の割合は10%を超えており、商店街で買い物する人は食料品を購入するための利用が多いようである。

購入先別品目利用率(全体)

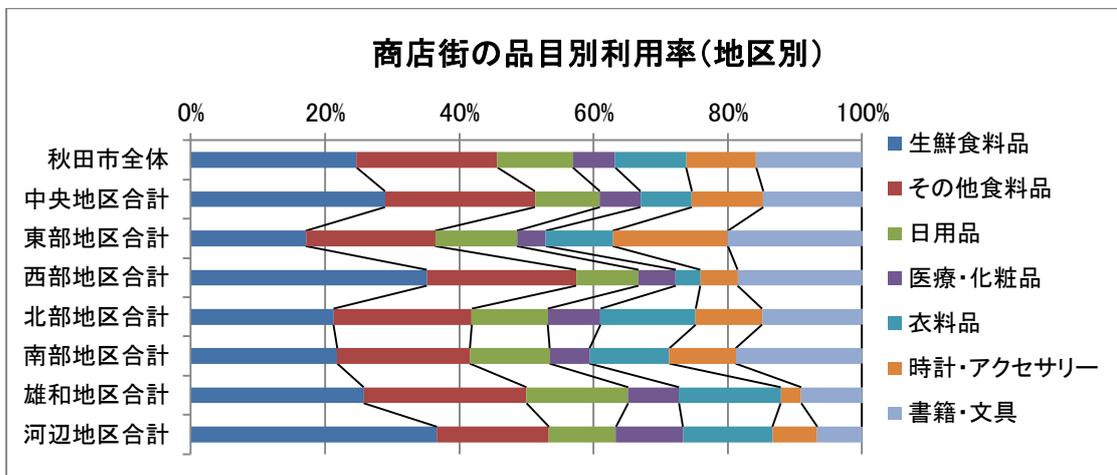
購入先	生鮮食料品	その他食料品	日用品	医療・化粧品	衣料品	時計・アクセサリー	書籍・文具
近隣商店街	12.0%	10.2%	5.4%	3.1%	5.1%	5.0%	7.6%
スーパー	91.4%	79.7%	68.9%	27.7%	20.7%	5.4%	28.6%
ドラッグストア	4.3%	15.2%	47.6%	73.2%	0.5%	0.3%	2.4%
コンビニ	5.4%	26.0%	7.6%	2.2%	0.2%	0.0%	12.4%
百貨店(デパート)	20.0%	18.5%	18.5%	15.7%	63.1%	35.8%	22.7%
一般小売店・専門店	11.1%	9.5%	12.3%	13.1%	41.2%	52.7%	55.0%
ネット・カタログ	1.3%	2.1%	5.6%	10.9%	24.9%	12.4%	12.4%
その他	4.4%	3.7%	4.6%	2.3%	2.3%	2.1%	3.1%
購入しない	3.1%	1.6%	1.1%	2.0%	1.7%	9.9%	3.1%

部分は各購入先で一番利用されている品目を示す(横軸での比較)

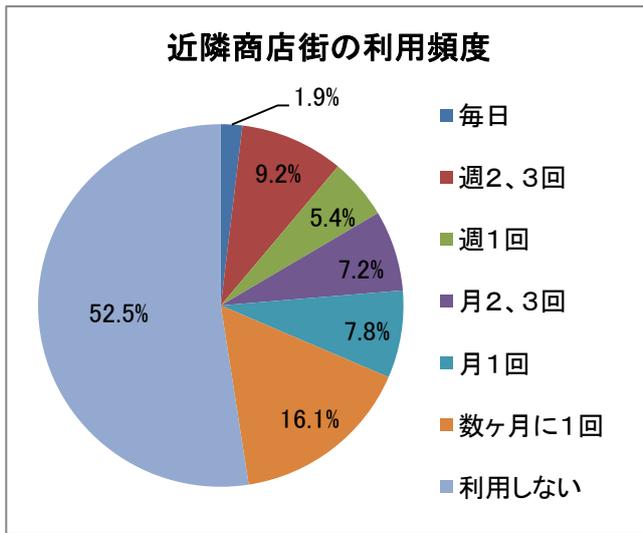
青の太枠で囲まれた部分は各品目で一番購入されている先を示す(縦軸で比較)

※ 複数回答有、全体の回答数(1506通)に対する割合

各品目を近隣商店街で購入している人の地区別割合



「設問2-2:次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？」



この設問で顕著なのは、半数以上の方が商店街を「利用しない」と回答していることである。

先の設問2-1の結果と合わせると、商店街に週に何度か足を運ぶ人は全体の16.5%で、食料品を購入するために利用している人が多いという結果となった。

「設問2-3:次のお店に行くために、最も利用する交通手段を、1つ選んで下さい。」

近隣商店街を利用する場合の移動手段は「徒歩・自転車」と「バイク・マイカー」がおおよそ同じ割合で、ともに約50%という結果であった。

また、他の購入先に比べ「徒歩・自転車」での利用割合が高く、商店街が身近で気軽に行きやすい場所であることが伺える。

全体では、総じて「バイク・マイカー」の利用割合が高いことから、買い物に行く時は、行き先を問わず「バイク・マイカー」を利用している人が多いことが分かる。

購入先別の移動手段 ※「利用しない」と回答した人を除く

交通手段	近隣商店街	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	百貨店	一般小売店	その他
徒歩	50.1%	26.3%	19.1%	34.7%	8.4%	13.8%	13.0%
自転車							
バイク	47.3%	71.5%	79.0%	64.2%	78.7%	79.4%	79.2%
マイカー							
タクシー	0.6%	0.7%	0.4%	0.4%	1.1%	0.9%	2.6%
バス	2.1%	1.5%	1.5%	0.7%	11.8%	5.8%	5.2%
鉄道							

「設問2-4:あなたがよく買い物される時間帯と曜日について選んで下さい。複数回答可」

時間帯に関しては「不特定」の回答が一番多く、また午前・午後の利用はほぼ同程度の割合であった。

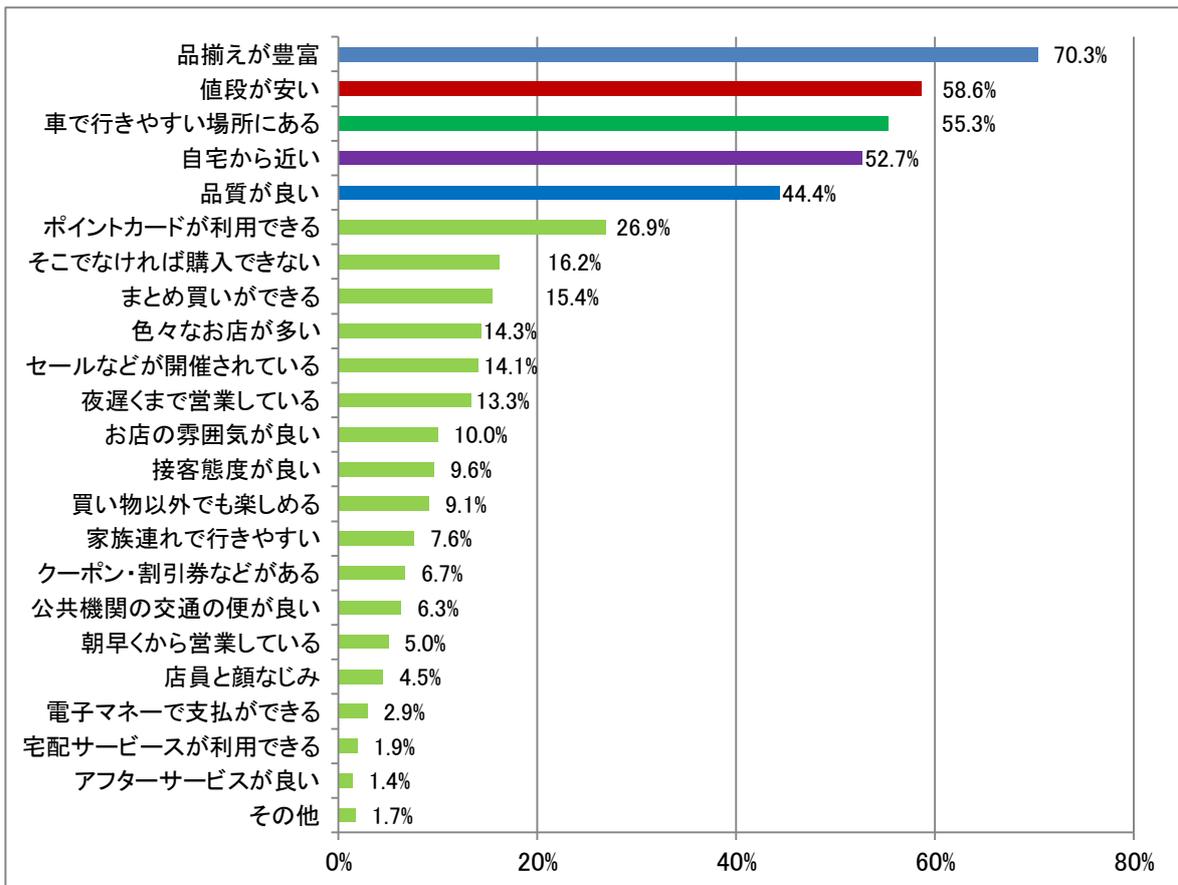
曜日に関しても同様に「不特定曜日」の回答が最も多く挙げられた。

この設問結果からは、特徴的な点は浮かび上がらなかった。

「設問2-5:買い物の場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可」

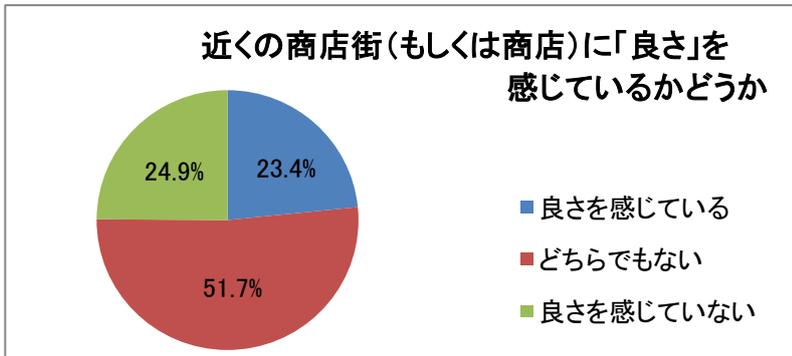
買い物の際に重要視していることは「品揃え」、「値段」、「品質」と商品に関する項目が上位を占め、続いて「車で行きやすい」、「自宅から近い」といった買い物する場所の立地に関する項目が挙げられた。

特に「品揃えが豊富」であることは約7割の人が回答しており、大きな要因であることが分かった。



[3] 商店街への意識に関する設問

「設問3-1:あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？」



約半数の人が「どちらでもない」と回答している。

商店街に良さを感じている人と感じていない人はほぼ同程度であった。

「設問3-2:近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」、「不足している点」はどんなところですか？」

3つまで選択可

商店街の良い点として一番多かった回答は「昔ながらの顔の見えた付き合い」、不足している点で多かったのは「店の数や業種の多さ」であった。

一方、「安さやセールスの魅力」、「駐車場、駐輪場の多さ」は良い点、不足している点どちらも回答が多かった項目である。

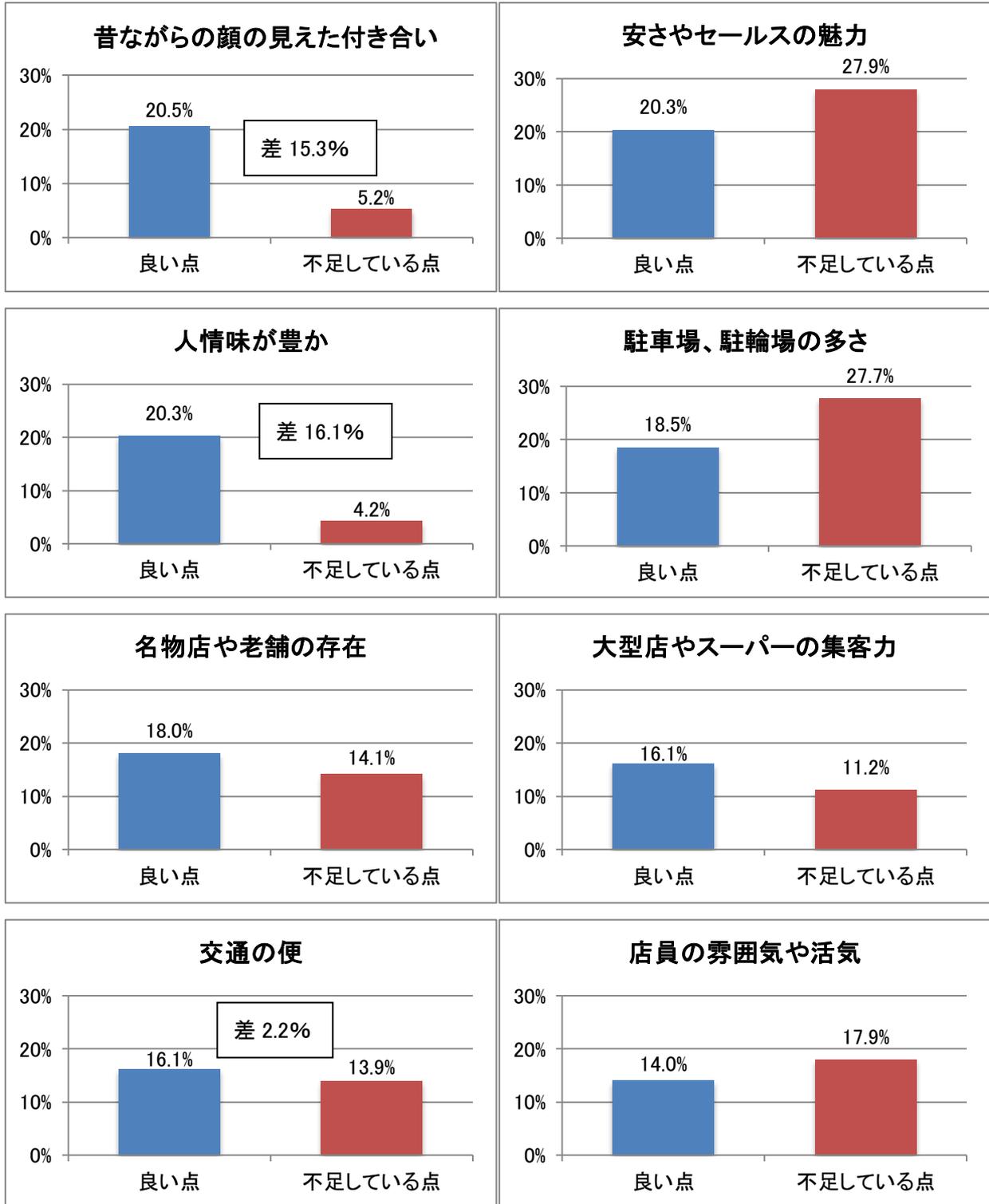
商店街の「良い点」、「不足している点」の上位5項目

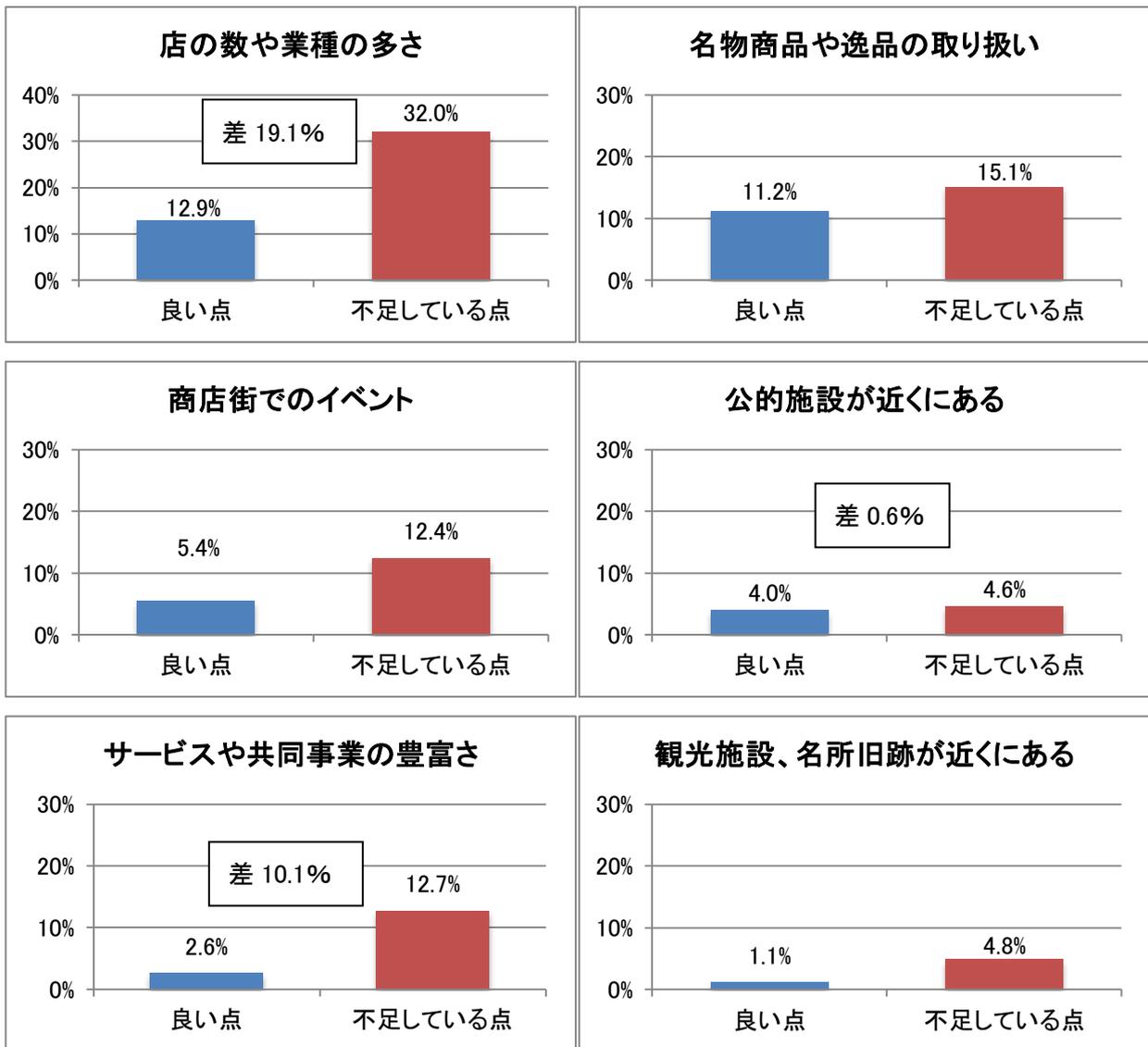
良い点		不足している点	
選択項目	選択割合	選択項目	選択割合
昔ながらの顔の見えた付き合い	20.5%	店の数や業種の多さ	32.0%
安さやセールスの魅力	20.3%	安さやセールスの魅力	27.9%
人情味が豊か	20.3%	駐車場、駐輪場の多さ	27.7%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	店員の雰囲気や活気	17.9%
名物店や老舗の存在	18.0%	名物商品や逸品の取り扱い	15.1%

本設問においては、同じ選択肢であっても「良い点」、「不足している点」と対極のとらえ方が回答者によって有るため、選択肢ごとの割合の差に着目し、以下の(1)～(3)に分類した。

- (1) 良い点として多く選択され、不足している点としてあまり選択されていない項目⇒良い点と考えられる
 - ・昔ながらの顔の見えた付き合い(両項目の割合の差:15.3%)
 - ・人情味が豊か(両項目の割合の差:16.1%)
- (2) 不足している点として多く選択され、良い点としてあまり選択されていない項目⇒不足している点と考えられる
 - ・店の数や業種の多さ(両項目の割合の差:19.1%)
 - ・サービスや共同事業の豊富さ(両項目の割合の差:10.1%)
- (3) 両方でほぼ同じような選択割合の項目⇒回答者によって認識の差がある
 - ・交通の便(2.2%)
 - ・公的施設が近くにある(0.6%)

商店街の「良い点」、「不足している点」の選択項目別比較

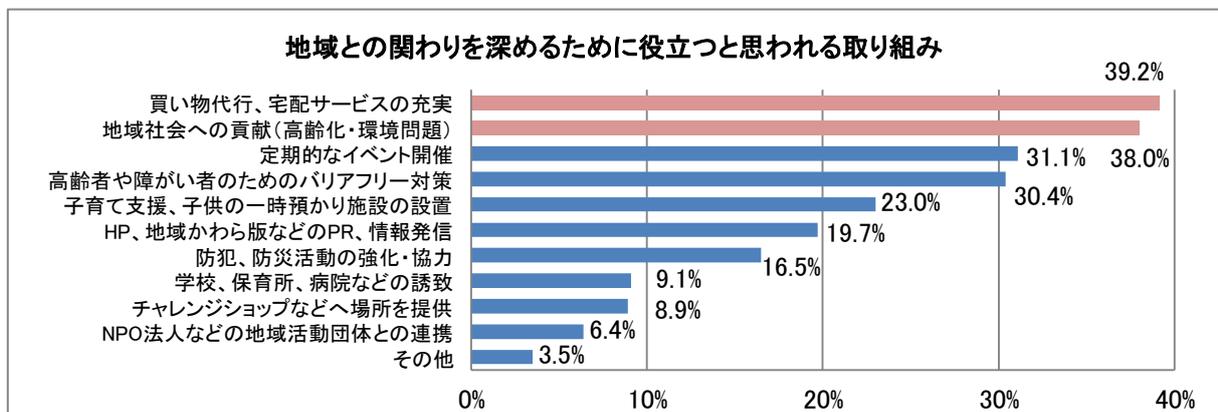




「設問3-3:商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？」

3つまで選択可

回答の多かった項目は「買い物代行、宅配サービスの充実」、「地域社会への貢献(高齢化・環境問題)」、「定期的なイベントの開催」、「高齢者や障がい者のためのバリアフリー対策」の順であった。

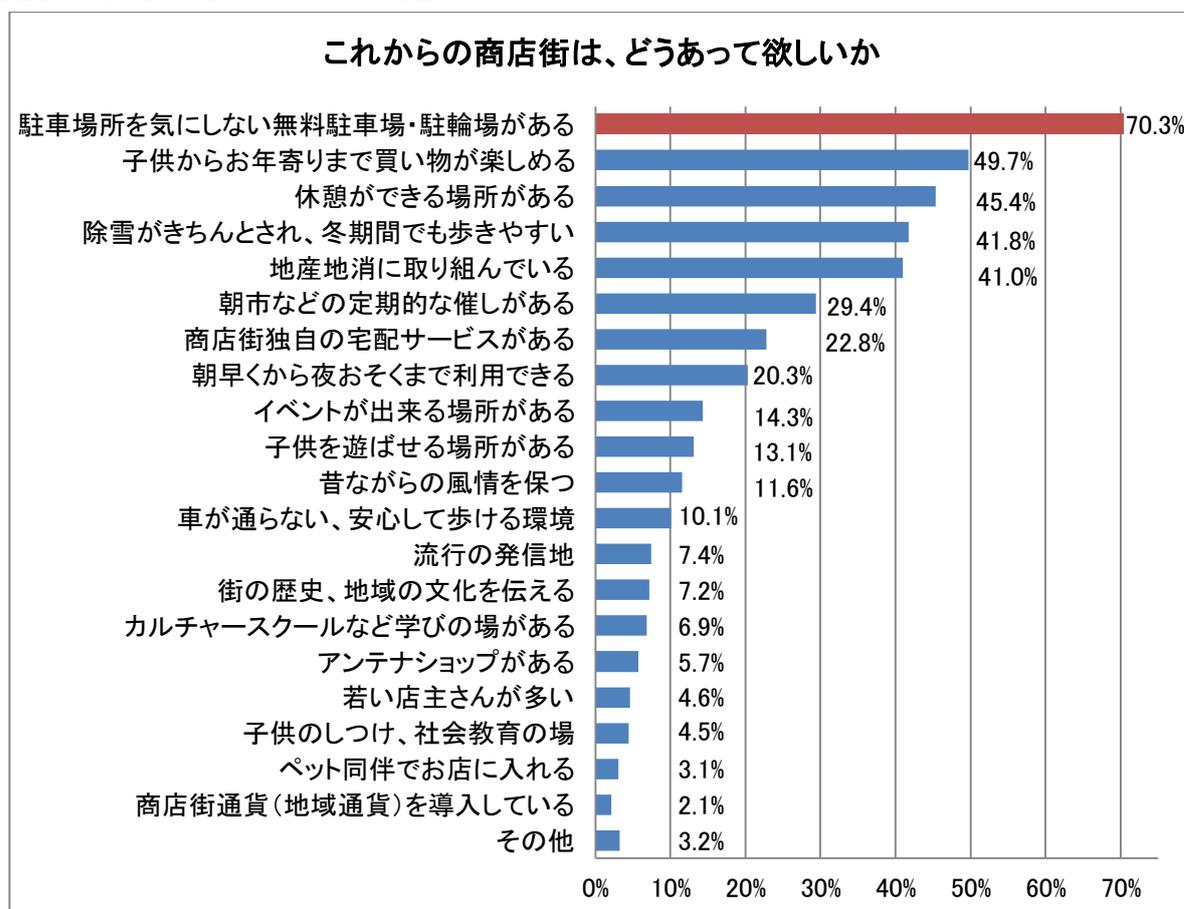


「設問3-4:これからの商店街は、どうあって欲しいですか？5つまで選択可」

7割の人が「無料駐車場、駐輪場がある」を回答しており、車や自転車で駐車料金を気にせず買い物出来る環境が商店街に望まれていることが分かった。

2位以降の項目である「子供からお年寄りまで買い物が楽しめる」、「休憩できる場所がある」、「除雪がきちんとされている」という項目から「買い物する人に優しい環境づくり」が求められていることが伺えた。

また、これらに続く地産地消や朝市などの定期的な催し、商店街独自の宅配サービスに関しては、買い物をする消費者として、提供して欲しいコンテンツであるといえる。



「設問3-5:あなたが魅力的だと思う個店について教えて下さい。近隣の商店街以外でも結構です。」

複数回答可」

1, 506通の回答の中で、この設問に記載のあった回答は、894通であった。

本回答は自由記載であり、その内容を加味し、分類した表を次に示した。

分類を見ていくと、商品に関する記載が多く見られた。上位2位である「品揃え」と「値段」は、先の設問の買い物の際に重要視していることでも上位2位であった。店主・店員が親切であることにも多く回答が集まった。

魅力的な個店の内容分類

割合

A 【行きやすさ】	1 立地条件 2 駐車場、交通の便	4.0% 4.4%
B 【商品】	1 値段	9.0%
	2 品揃え	13.0%
	3 味が良い	3.6%
	4 新鮮、季節の物	5.3%
	5 取り置き、取り寄せ可	0.4%
	6 他の店にない物、珍品	2.0%
	7 手作りの品	0.3%
	8 地産地消	1.7%
	9 品質	2.3%
	10 アフターサービス	0.4%
	11 売り切れがない	0.2%
	12 試食、試飲できる	0.4%
C 【店内外状況】	1 安心できる	1.4%
	2 雰囲気	3.3%
	3 楽しい	2.3%
	4 活気がある	0.9%
	5 衛生的	1.8%
	6 休憩できる	0.9%
	7 入りやすい	0.4%
	8 老舗、昔ながら、馴染み	0.9%
	9 個性的	0.2%
	10 営業時間、営業日	0.9%
	11 お店が沢山ある	2.0%
	12 まとめ買い可、一か所で済む	3.1%
	13 イベントがある	0.7%
	14 買い物しやすい	1.5%
D 【店主・店員態度】	1 接客	5.6%
	2 接客がなくて良い	0.1%
	3 人情味	2.6%
	4 親切、丁寧	7.1%
	5 技術力、知識量	0.9%
E 【サービス】	1 配達	0.9%
	2 ポイント	2.8%
	3 サービス日、セール(値引き)	3.0%
	4 情報量	0.3%
F【その他】	1 その他	9.5%

自由回答で多く記載されていた内容上位3件

「設問3-6:あなたが考える、より多くの方に愛され、足を運んでもらえる商店街になるためのアイデア、近隣の商店街での買い物に関する困りごと、ご意見、ご要望など自由にご記載ください。」

自由回答の内容分類		割合
A 【交通(車)】	1 秋田駅前に無料(格安)の駐車場を設置	7.5%
	2 秋田駅前以外に無料(格安)の駐車場を設置	19.7%
	3 秋田駅前の一方通行廃止	0.5%
	4 車が使えなくなる老後が不安	2.2%
	5 その他	4.4%
B 【交通(車以外)】	1 駐輪場の設置	2.0%
	2 道幅を広げる	1.6%
	3 交通の便	6.6%
	4 自家用車がないと不便	1.5%
	5 その他	1.5%
C 【サービス】	1 アーケードの設置	2.8%
	2 金座街・名店街の復活	2.2%
	3 広告・HP・雑誌等の活用	5.3%
	4 歩いて巡れる商店街	5.4%
	5 接客態度の改善	10.4%
	6 清潔感(清掃等)	2.0%
	7 休憩できる場所	3.8%
	8 老若男女問わず楽しめる	3.6%
	9 個店や品揃えの充実	15.1%
	10 宅配サービス、移動販売	5.3%
	11 高齢者や障がい者に対応	5.8%
	12 子供連れで行きやすい工夫	4.3%
	13 イベントの開催(朝市等)	9.0%
	14 御用聞きの復活	0.4%
	15 安い、セール、値引き	4.9%
	16 その他	17.7%
D 【クレーム】	1 接客態度が悪い	5.7%
	2 商店街は必要ない。このまま変わらない。	0.9%
	3 その他	3.6%
E 【その他】	1 現状に満足	1.2%
	2 商店街以外(大型店、スーパー等)を利用する	5.9%
	3 他県を参考にする	3.2%
	4 このアンケートは不要	0.8%
	5 その他	12.1%

自由回答で多く記載されていた内容上位3件

本回答も自由記載であり、その内容を加味し、分類したものが前頁の表である。

1, 506通の回答の中で、この設問に記載のあった回答は742通であった。

分類を見ていくと、サービスに関する記載が多く見られ、品揃えの充実やイベントの開催、宅配・移動販売、高齢者・障がい者への対応などが挙げられた。

また、接客に関しては、接客態度の改善の他、クレームの声も数多く寄せられた。

交通の便、駐車場に関する記載も比較的多く挙げられている。

特に「秋田駅前以外に無料(格安)の駐車場を設置」を求める意見が多数寄せられた。

4-2 アンケート調査結果2

4-3 アンケート調査結果3

4-4 アンケート調査結果4

(クロス集計)

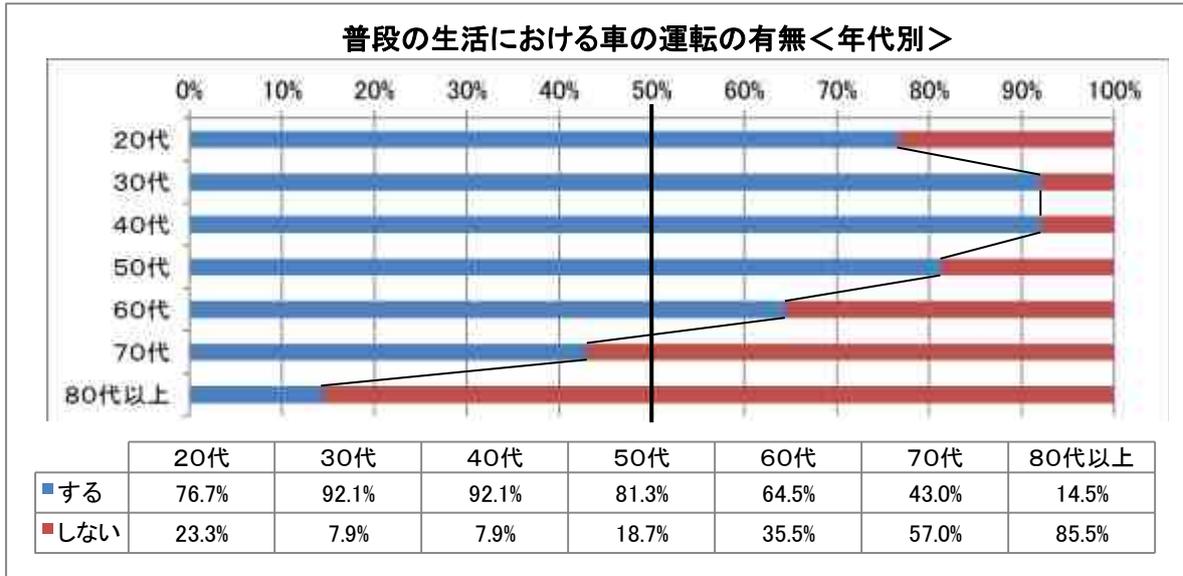
4-2 集計結果2(クロス集計結果1)

① 年代別の傾向

年代別の特性を確認するために年代別で集計をまとめた。

「設問1-4:あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？」

50代以降で車を運転しない割合が高くなっている。つまり、この世代を境に日常生活における移動手段が変化するということであり「買い物」の動向に関して違いが見られると推測できる。



「設問2-1:日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可」

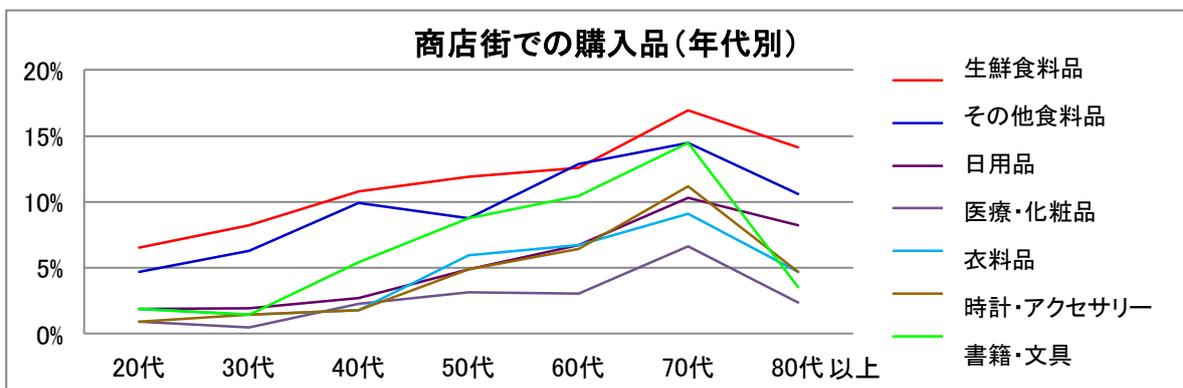
① 全ての購入品において、年齢と共に商店街の利用が増えている。

これは、利用頻度を見ても同一の傾向が見られ、商店街の利用は、高齢になるほど高くなるのが分かる。

② 80代以上になると、商店街の利用頻度が下がり、回答のどの購入先を見ても「購入しない」という項目の割合が高くなっており、買い物自体をしなくなっていると推測される。

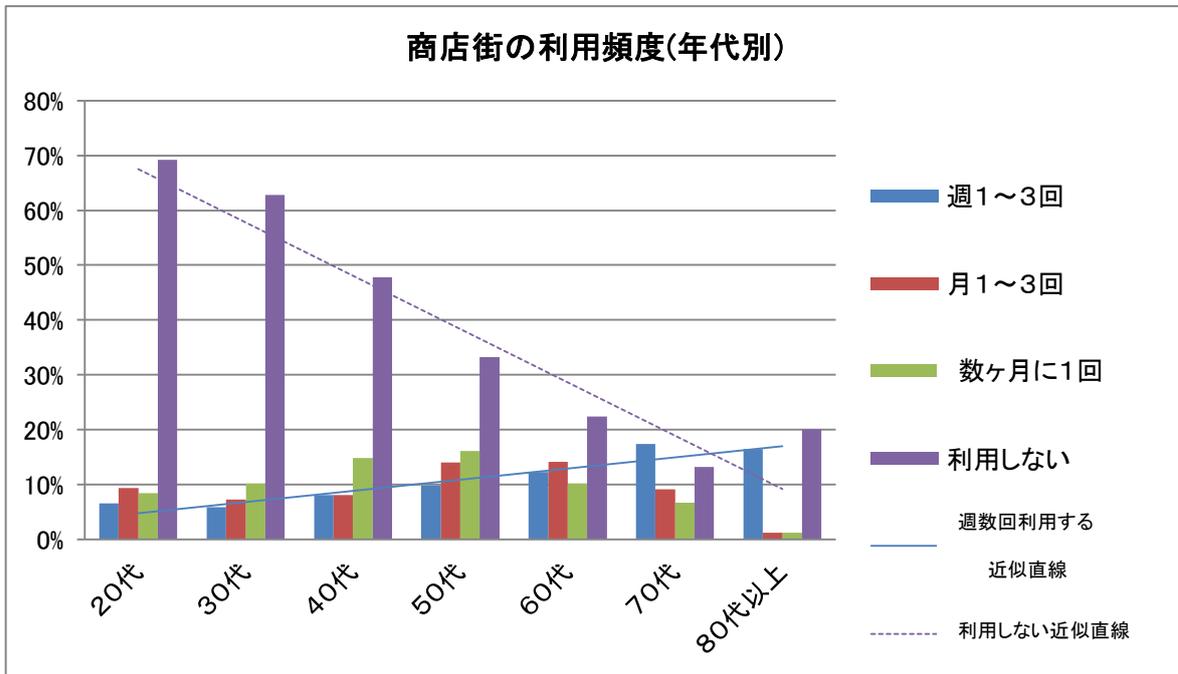
③ 購入品目別では、どの年代でも「生鮮食料品」、「その他食料品」といった食料品の割合が高い。

また、年代が高くなるにつれて、その他の品目でも商店街で購入する割合が高くなる傾向にある。



「設問2-2:次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？」

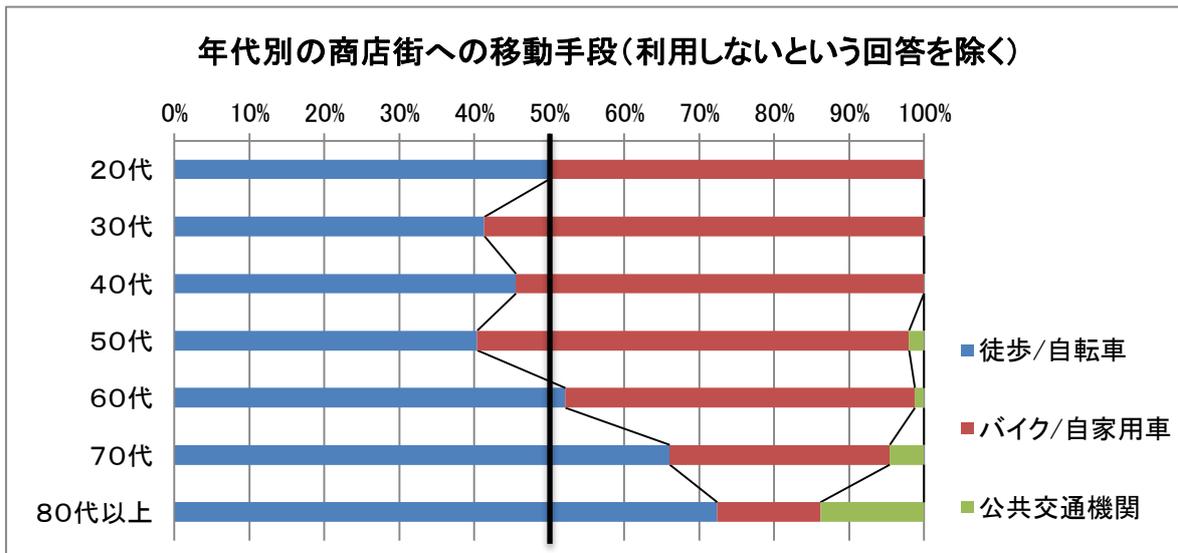
商店街を週1~3回利用する人の割合は年代が上がるにつれ、わずかではあるが高くなっている。
 商店街を利用しない人の割合は年代が上がるにつれ、大幅に低くなっている。



「設問2-3:次のお店に行くために、最も利用する交通手段を、1つ選んで下さい。」

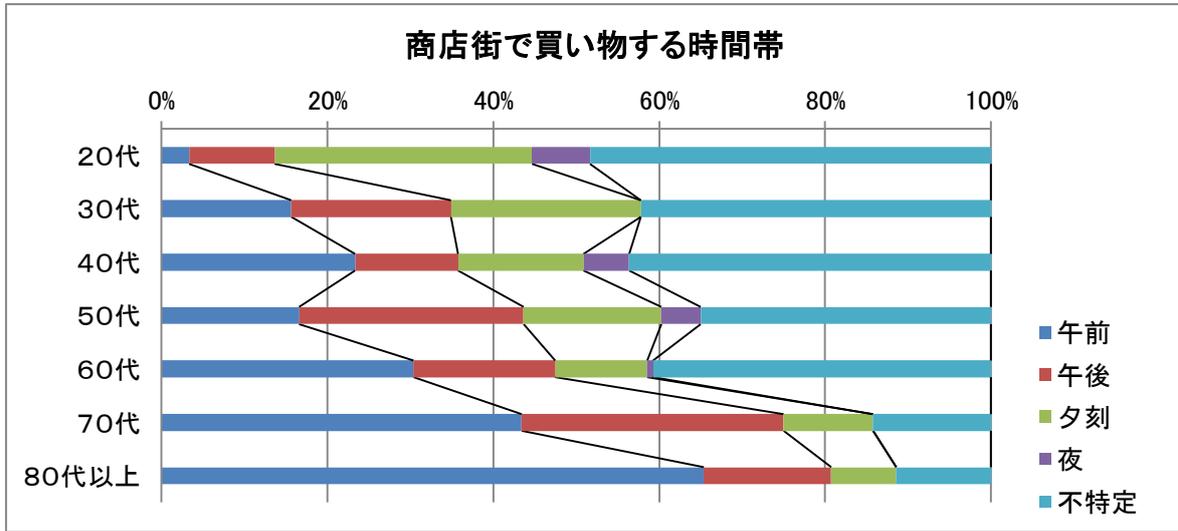
若い世代のほとんどは車や徒歩で商店街へ移動しており、年代が高くなるほど車での移動は減少している。
 60代以上に関しては、半分以上が徒歩又は自転車を移動手段としている。

公共交通機関に関しては、若い世代にほとんど利用されていないが、高齢者層を見ても割合は低い利用されている。



「設問2-4:あなたがよく買い物される時間帯について選んで下さい。複数回答可」

若い世代では、不特定の時間帯に買い物をする人が多いが、年齢が高くなるにつれ、午前中に買い物をする人の割合が高くなる傾向にある。



「設問2-5:買い物の場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可」

年代によって順位が変動する項目もあるが、選択された上位5項目は変わらない結果であった。

各世代の上位の選択項目は「商品に関すること」「移動／距離に関すること」であり、どの世代でも重要視している点は変わらない。

その中でも「自宅から近い」という項目は、年代が上がるにつれて高い割合に変化している。

同様に年代が上がるにつれ、割合が高くなっている項目は「公共機関の交通の便が良い」、「宅配サービスが利用できる」という移動に関する内容である。

逆に年代が上がるにつれ割合が下がる傾向にあるのは「そこでなければ購入できない」、「夜遅くまで営業している」という項目であった。

項目別で年代比較をすると「値段が安い」という項目は30代～40代に支持されており、70代～80代以上ではあまり重要視されていない。

「品質が良い」という項目は40代で割合が高く、70代～80代以上では割合は低い。

20代に関しては「色々なお店が多い」、「買い物以外でも楽しめる」の項目が他の世代よりも重要視されているという特徴があった。

設問の上位5項目に関する世代別選択者率

買い物先を選ぶ際に重要視すること	全年代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
品揃えが豊富	70.3%	67.3%	69.5%	72.1%	72.7%	73.9%	69.1%	59.5%
値段が安い	58.6%	63.6%	69.6%	70.3%	63.3%	54.0%	47.3%	36.9%
車で行きやすい	55.3%	50.5%	61.0%	59.5%	61.9%	57.7%	46.9%	36.9%
自宅から近い	52.7%	36.4%	44.3%	49.1%	58.7%	52.8%	61.7%	59.5%
品質が良い	44.4%	35.5%	40.0%	56.8%	50.0%	46.9%	35.8%	33.3%

各項目間で、全回答を基準として、

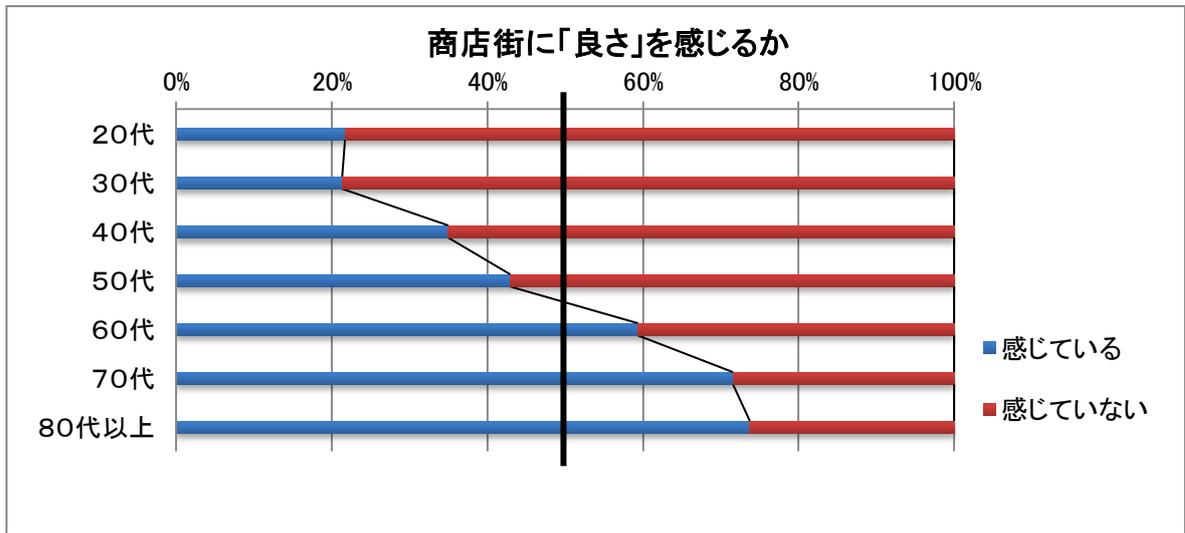
- 全回答より10%以上割合が高い
- 全回答より5~10%割合が高い
- 全回答より10%以上割合が低い
- 全回答より5~10%割合が低い

という点で分けけたものを下表に示す。

買い物先を選ぶ際に重要視すること	回答全体	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
品揃えが豊富	70.3%	67.3%	69.5%	72.1%	72.7%	73.9%	69.1%	59.5%
値段が安い	58.6%	63.6%	69.5%	70.3%	63.3%	54.0%	47.3%	36.9%
車で行きやすい場所にある	55.3%	50.5%	61.0%	59.5%	61.9%	57.7%	46.9%	36.9%
自宅から近い	52.7%	36.4%	44.3%	49.1%	58.7%	52.8%	61.7%	59.5%
品質が良い	44.4%	35.5%	40.0%	56.8%	50.0%	46.9%	35.8%	33.3%
ポイントカードが利用できる	26.9%	20.6%	25.2%	27.0%	26.9%	29.1%	30.0%	21.4%
そこでなければ購入できない	16.2%	21.5%	19.5%	17.6%	16.4%	15.6%	12.3%	14.3%
まとめ買いができる	15.4%	9.3%	8.6%	10.8%	15.4%	20.9%	20.6%	16.7%
色々なお店が多い	14.3%	27.1%	19.5%	14.0%	10.8%	13.5%	10.7%	10.7%
セールなどが開催されている	14.1%	19.6%	14.3%	12.2%	15.0%	16.6%	12.3%	6.0%
夜遅くまで営業している	13.3%	22.4%	21.0%	15.8%	15.0%	8.3%	7.8%	2.4%
お店の雰囲気が良い	10.0%	10.3%	9.0%	12.2%	7.7%	8.3%	14.0%	8.3%
接客態度が良い	9.6%	6.5%	10.0%	8.1%	9.4%	9.5%	13.6%	6.0%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	22.4%	12.4%	6.3%	7.7%	9.5%	6.2%	6.0%
家族連れで行きやすい	7.6%	8.4%	17.1%	7.2%	3.5%	4.9%	10.3%	2.4%
クーポン・割引券などがある	6.7%	5.6%	9.5%	5.4%	5.9%	7.4%	7.4%	2.4%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	6.5%	4.3%	3.6%	4.9%	7.1%	9.5%	11.9%
朝早くから営業している	5.0%	2.8%	5.2%	5.0%	3.1%	5.2%	5.8%	10.7%
店員と顔なじみ	4.5%	5.6%	1.4%	1.8%	4.5%	4.0%	7.8%	8.3%
電子マネーで支払ができる	2.9%	3.7%	2.9%	3.6%	5.6%	2.1%	0.8%	0.0%
宅配サービスが利用できる	1.9%	0.0%	1.9%	0.9%	1.4%	2.1%	2.5%	6.0%
その他	1.7%	0.9%	1.4%	3.6%	0.7%	2.1%	1.2%	2.4%
アフターサービスが良い	1.4%	1.9%	0.5%	1.8%	1.4%	1.8%	1.2%	0.0%

「設問3-1:あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？」

商店街に良さを感じるかどうかに関して、50代を境に支持が逆転している。また20代、30代は魅力を感じていない人が特に多いという結果が得られた。

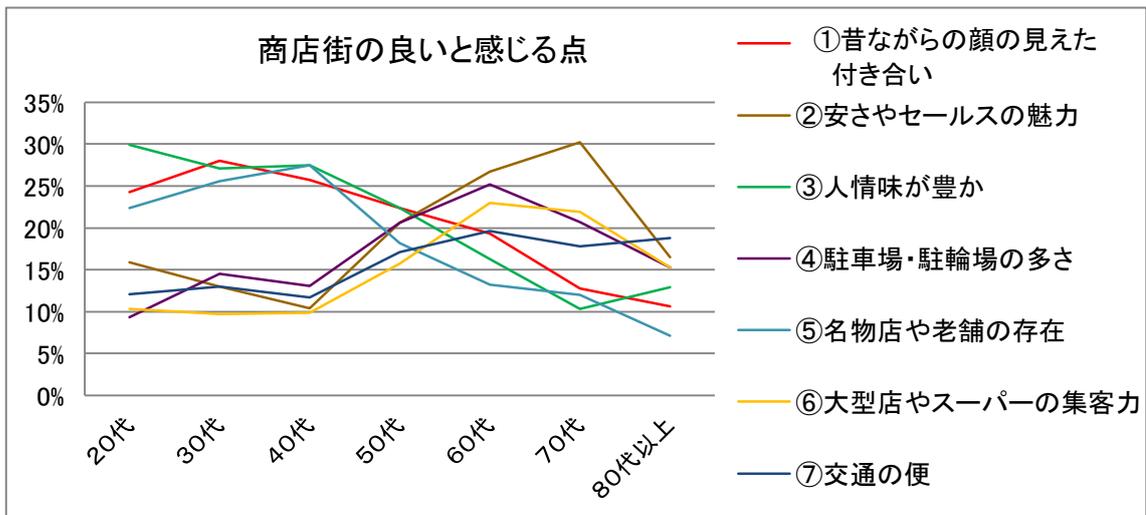


「設問3-2:近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」、はどんなところですか？3つまで選択可」

この設問でも、世代間の思っていることの違いが明確に現れており、グラフは50代を境に反転している。若い世代は「人情味が豊か」、「昔ながらの顔の見える付き合い」、「名物店や老舗の存在」に良さを感じている。

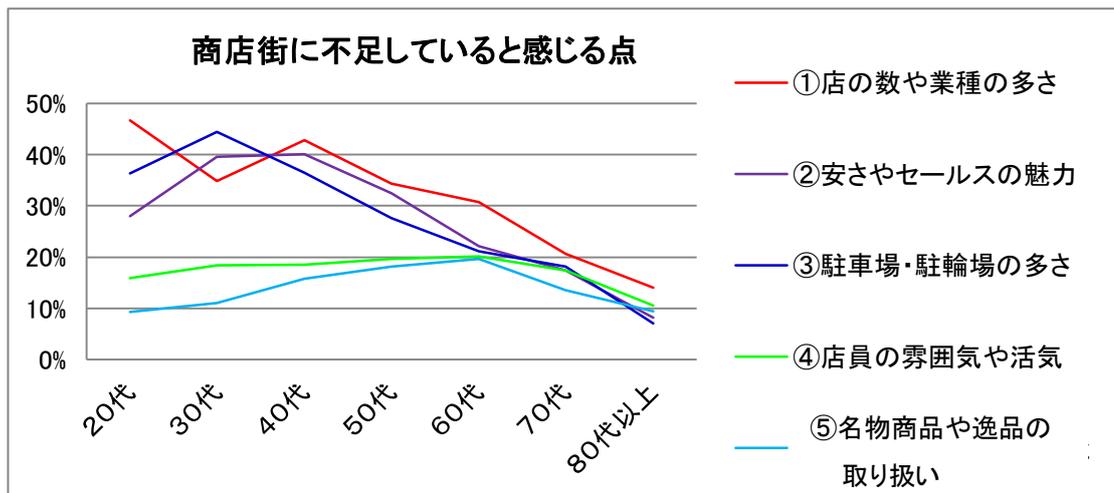
一方、同じ項目は割合が低くなり、変わって「安さやセールスの魅力」など若い世代で低かった選択肢の割合が高くなる。

- 「良い点」
- ① は50代以下で多く挙げられている。
 - ② は50代から70代で多く、特に70代の割合が高くなっている。
 - ③ は50代以下、④は50代以上で多く選ばれている。
 - ⑤ は40代までの若い世代で支持されている。
 - ⑥ は60代、70代の割合が高くなっている。
 - ⑦ は50代以上で多く挙げられている。



不足している点については「名物商品や逸品の取り扱い」、「店員の雰囲気や活気」は年代ごとの差異はあまり見られないが「店の数や業種の多さ」、「安さやセールスの魅力」、「店員の雰囲気や活気」は、年代が高くなるにつれて割合が減少する傾向にある。

- 「不足している点」①は20代で割合が高いことが目立つ。
 ②は50代以下、③は40代以下で多く選択されている。
 ④は30代から60代での割合が若干高い。
 ⑤は40代から60代で多く挙げられている。



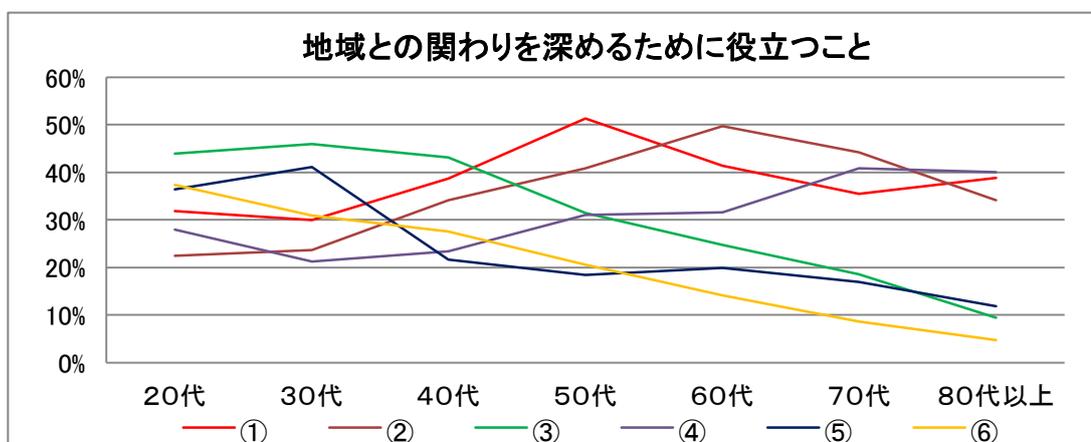
「設問3-3: 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組み。3つまで選択可」

全年代で「買い物代行、宅配サービスの充実」が高い割合であるが、20代～40代の年代では「定期的なイベント開催」が最も多く選択されている。

30代では子育て支援、70代ではバリアフリーを選択した人が多いことが年代的な特徴として見られる。

地域社会への貢献は年代を追うごとに、ピークを60代にして高まっている。

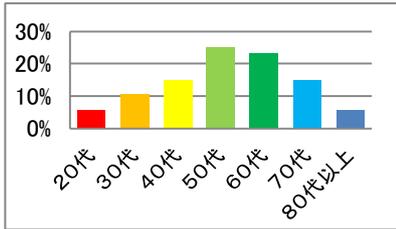
情報発信は商店街にあまり行くことがない若い年代が多く求めている。



- ①買い物代行、宅配サービスの充実 ②地域社会への貢献(高齢化、環境問題)
 ③定期的なイベント開催 ④高齢者や障がい者ためのバリアフリー対策
 ⑤子育て支援、子供の一時預かり施設の設置 ⑥HP、かわら版などのPR、情報発信

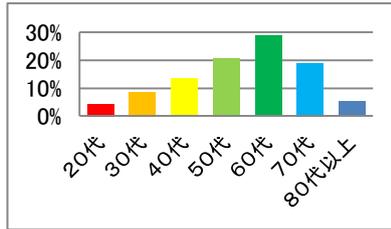
商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組み：上位3項目年代別グラフ

① 買い物代行＜年代別＞



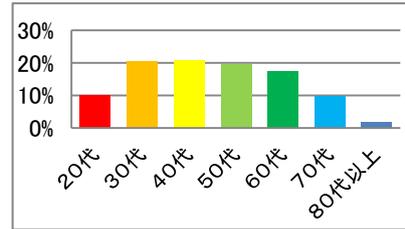
① 買い物代行や宅配サービスが地域との関わりを深めるのに役立つと考えるのは半分以上が50代以上である。

② 地域社会貢献＜年代別＞



② 地域社会への貢献が地域との関わりを深めるのに役立つと考えるのは50代以上の回答が多い。

③ 定期的イベント＜年代別＞



③ 定期的なイベントの開催が地域との関わりを深めるのに役立つと考えるのは30代～50代が多く見られる。

以上の結果から、50代までの年代と60代以上の年代では、買い物動向、商店街の利用頻度や商店街に感じている印象、求めているものなどにおいて、明確な違いがあることが示された。

特に商店街に感じている印象や、商店街の良い点と考えられているものは、50代～60代を境に逆転することも確認された。

4-3 集計結果3(クロス集計結果2)

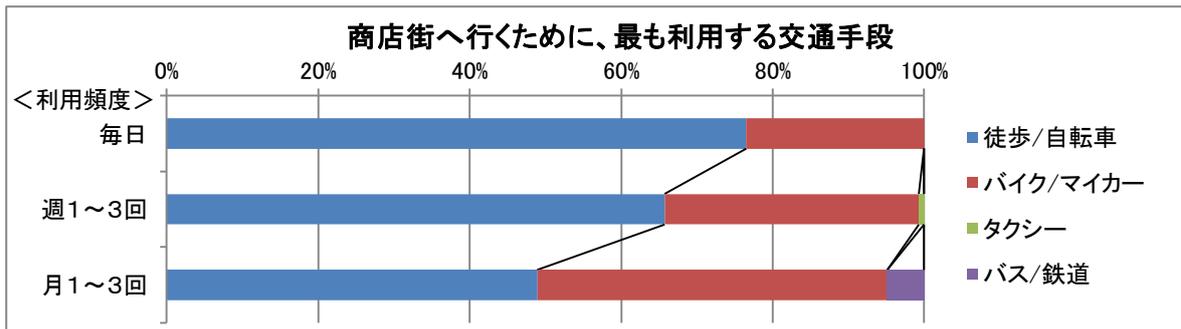
② 商店街の利用頻度、商店街に良さを感ずるかどうかによる傾向の違い

商店街振興のためには、(ア)利用頻度の高い層へのサービスの充実と、(イ)利用していない層の利用促進を図る必要があると考えられる。

そのため商店街の利用頻度、商店街に良さを感ずるかどうかをテーマとしてクロス集計を実施した。

「設問2-3: 商店街に行くために、最も利用する交通手段を、1つ選んで下さい。」

商店街の利用頻度が高いほど、商店街へ徒歩・自転車を使用して移動していることが分かる。



「設問2-5: 買い物場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可」

各項目を<商店街の利用頻度別>と<商店街に良さを感ずる/感ずらない>をそれぞれ選択した人で比較すると、いずれの場合も上位5項目に関しては、全回答と同じ項目が選ばれていた。

「品揃えが豊富」は利用頻度や商店街への印象を問わず、最も重要視されていた。

商店街をあまり利用しない人、商店街の良さを感ずらない人は「値段が安い」、「車で行きやすい」をお店を決める際重要視し、一方で商店街を良く利用する人、商店街に良さを感ずる人は「自宅から近い」、「品質が良い」をお店選びの際重要視している。

選択項目	全回答	商店街の利用頻度			利用しない	商店街への良さ	
		毎日	週1~3回	月1~3回		良さを感ずる	良さを感ずらない
品揃えが豊富	① 70.3%	73.7%	68.7%	71.1%	69.2%	73.0%	72.2%
値段が安い	58.6%	36.8%	57.3%	⑤ 55.9%	65.9%	56.0%	③ 60.1%
車で行きやすい	55.3%	36.8%	44.7%	56.6%	61.4%	49.4%	61.5%
自宅から近い	52.7%	④ 68.4%	56.0%	57.9%	47.7%	② 65.1%	45.6%
品質が良い	44.4%	57.9%	52.7%	46.1%	43.0%	50.9%	43.2%

- ① 「品揃えが豊富」は最も重要視されている。
- ② 商店街に良さを感ずる人は「自宅から近い」、「品質が良い」を重要視する傾向にある。
- ③ 商店街に良さを感ずらない人は「値段が安い」、「車で行きやすい」を重要視する傾向にある。
- ④ 商店街の利用頻度が高い程「自宅から近い」、「品質が良い」を重要視する傾向にある。
- ⑤ 商店街の利用頻度が低い程「値段が安い」、「車で行きやすい」を重要視する傾向にある。

各項目間で、全回答を基準として、

- 全回答より10%以上割合が高い
- 全回答より5~10%割合が高い
- 全回答より10%以上割合が低い
- 全回答より5~10%割合が低い

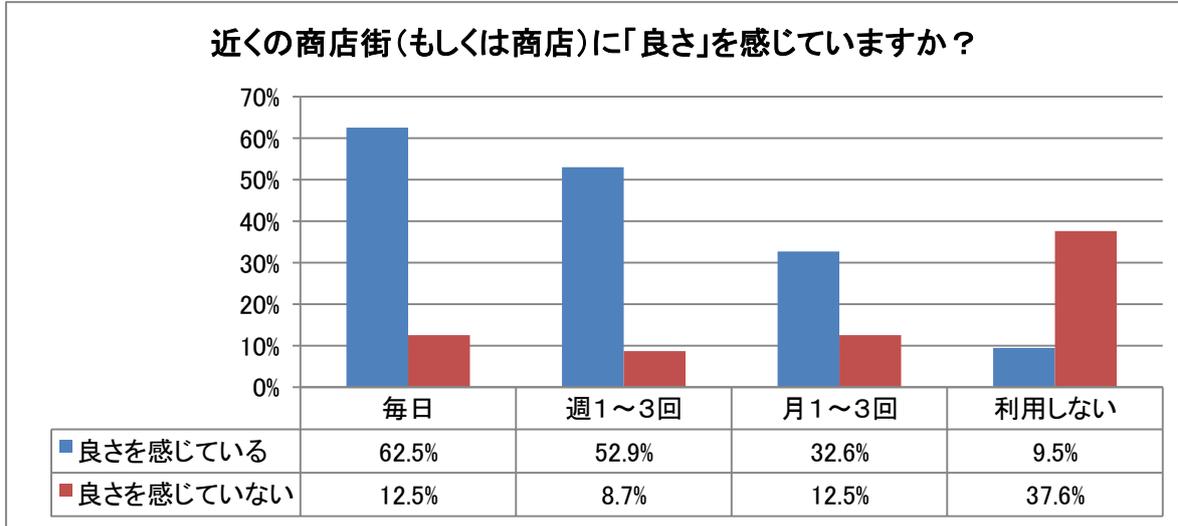
という点で分けけたものを下表に示す。

選択項目	全回答	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	感じる	感じない
品揃えが豊富	70.3%	73.7%	68.7%	71.1%	69.2%	73.0%	72.2%
値段が安い	58.6%	36.8%	57.3%	55.9%	65.9%	56.0%	60.1%
車で行きやすい場所にある	55.3%	36.8%	44.7%	56.6%	61.4%	49.4%	61.5%
自宅から近い	52.7%	68.4%	56.0%	57.9%	47.7%	65.1%	45.6%
品質が良い	44.4%	57.9%	52.7%	46.1%	43.0%	50.9%	43.2%
ポイントカードが利用できる	26.9%	31.6%	26.0%	29.6%	25.0%	28.3%	22.2%
そこでなければ購入できない	16.2%	10.5%	20.7%	17.8%	15.8%	14.8%	19.8%
まとめ買いができる	15.4%	5.3%	19.3%	17.1%	10.1%	17.3%	16.3%
色々なお店が多い	14.3%	15.8%	13.3%	11.8%	16.9%	12.9%	17.2%
セールなどが開催されている	14.1%	5.3%	15.3%	21.1%	13.9%	14.8%	11.5%
夜遅くまで営業している	13.3%	15.8%	10.0%	7.9%	17.1%	12.3%	15.7%
お店の雰囲気が良い	10.0%	0.0%	13.3%	10.5%	8.4%	12.9%	10.1%
接客態度が良い	9.6%	10.5%	11.3%	9.9%	7.5%	9.4%	10.4%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	5.3%	8.7%	5.9%	9.6%	8.5%	10.4%
家族連れで行きやすい	7.6%	0.0%	3.3%	8.6%	8.8%	6.3%	10.1%
クーポン・割引券などがある	6.7%	5.3%	6.7%	5.9%	7.9%	4.4%	6.2%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	15.8%	8.0%	6.6%	5.4%	6.9%	5.9%
朝早くから営業している	5.0%	21.1%	2.0%	3.3%	3.6%	5.7%	3.3%
店員と顔なじみ	4.5%	21.1%	6.0%	5.9%	2.4%	6.9%	1.8%
電子マネーで支払ができる	2.9%	0.0%	1.3%	3.3%	4.3%	1.3%	3.8%
宅配サービスが利用できる	1.9%	0.0%	2.7%	3.9%	1.3%	2.5%	1.5%
その他	1.7%	0.0%	1.3%	3.3%	1.7%	1.3%	2.1%
アフターサービスが良い	1.4%	5.3%	2.0%	2.0%	1.5%	3.5%	0.6%

「設問3-1:あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？」

当然のことながら商店街に良さを感じる人は、商店街を利用する頻度が高い。

一方、良さを感じなくても商店街に一定の人が足を運んでいる。

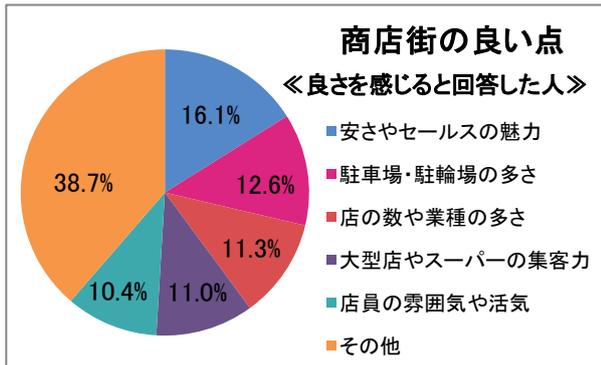


「設問3-2:近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」、「不足している点」はどんなところですか？」

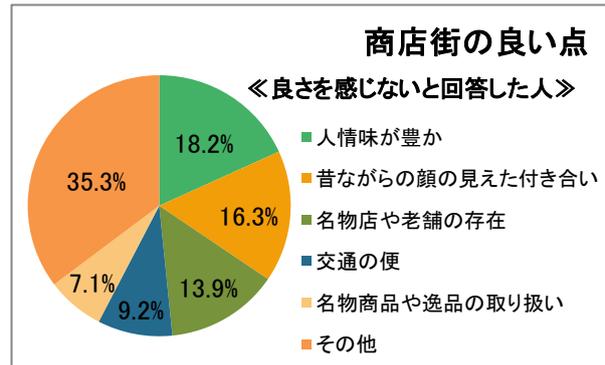
3つまで選択可

商店街に良さを感じる人からは「安さやセールスの魅力」、「駐車場・駐輪場の多さ」、「店の数や、業種の多さ」が多く挙げられた。

商店街に良さを感じない人からは「人情味が豊か」、「昔ながらの顔の見た付合い」など、昔ながらの商店街をイメージできる項目が多く挙げられた。



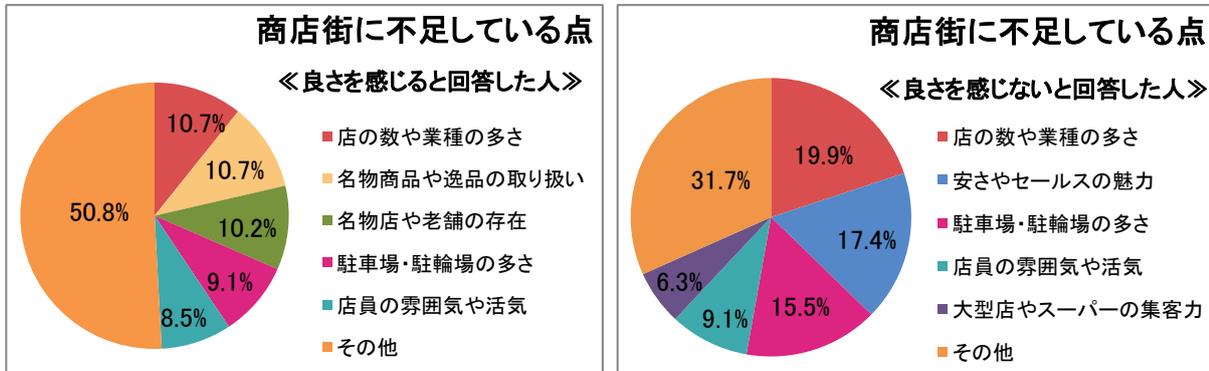
商店街に良さを感じると回答した人は、品物の安さや駐車場・駐輪場の多さを判断基準に良いと考えている。



商店街の良さを感じないと回答した人は、一般的に商店街のイメージとして挙げられることが多い項目を多く選んでいる。

不足している点として最も多く挙げられたのは、商店街に良さを感じる人も感じない人も「店の数や業種の多さ」だった。商店街に良さを感じる人は不足している点として他に「名物商品や逸品の取り扱い」、「名物店や老舗の存在」を選んでいる。

商店街に良さを感じない人は安さや駐車場に関する回答が多かった。



商店街に良さを感じると回答した人、商店街に良さを感じないと回答した人ともに、商店街に不足している点として「店の数や業種の多さ」が最も多く挙がっていた。

以上の結果から、商店街の利用頻度や抱いている印象(商店街に良さを感じる／感じない)を問わず、お店を選ぶ基準として重要視しているものは「品揃え」である。

商店街をあまり利用せず、良い印象を持っていない人は「値段の安さ」や「車での行きやすさ」を重要視しており、商店街を比較的に利用し、良い印象を持っている人は「自宅からの近さ」や「品質」をお店を決める際に重要視している。

設問3-2において、商店街に良さを感じない人からは商店街の良い点として「人情味豊か」、「昔ながらの顔が見えた付き合い」、「名物店や老舗の存在」といった、一般的に昔ながらの商店街としてイメージされることが多い項目が選ばれていた。

一方、商店街に良さを感じる人は「安さ」や「駐車場の多さ」、「店の数や業種の多さ」といった、現実的な項目を挙げていた。

また、商店街に良さを感じる人が商店街の良さとして挙げた項目は、商店街に良さを感じない人が不足している点として挙げた項目と順位は違うが、上位5つの項目と一致しているという変わった特徴が見られた。

このことは、商店街に良さを感じる人＝よく利用する人、商店街に良さを感じない人＝あまり利用しない人と考えるならば、あまり利用しない人が商店街に不足している(ない)と思っているものは、実際に利用している人にとっては商店街の良さや魅力であり、既に商店街に備わっているのではないかと考えられる。

商店街を利用しない人は、商店街に対するイメージが先行している面があり、一度足を運んでもらい商店街の良さを認識してもらうため、情報発信や集客のためのイベントの実施が必要である。

4-4 集計結果4(クロス集計結果3)

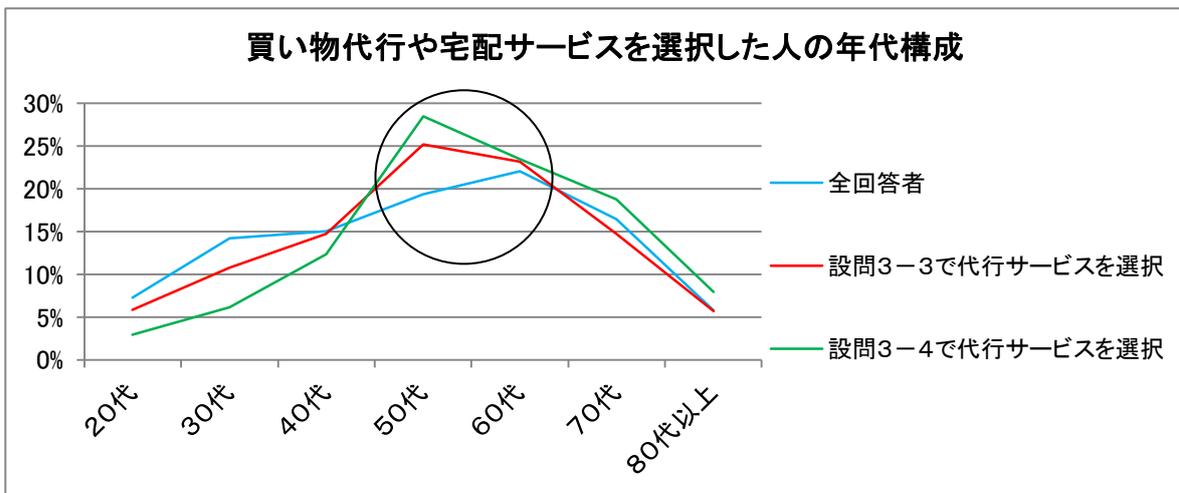
③ 設問において「買い物代行」、「宅配サービス」を選択した人での集計

今後増加が予想される買い物弱者への対応の一つとして「買い物代行」、「宅配サービス」が有効と考えられる。

商店街が地域との関わりを深めるために役立つ取り組みとして「買い物代行」、「宅配サービス」を回答した人、およびこれからの商店街にどうあって欲しいかという設問で「商店街独自の宅配サービスがある」と回答した人の傾向を分析した。

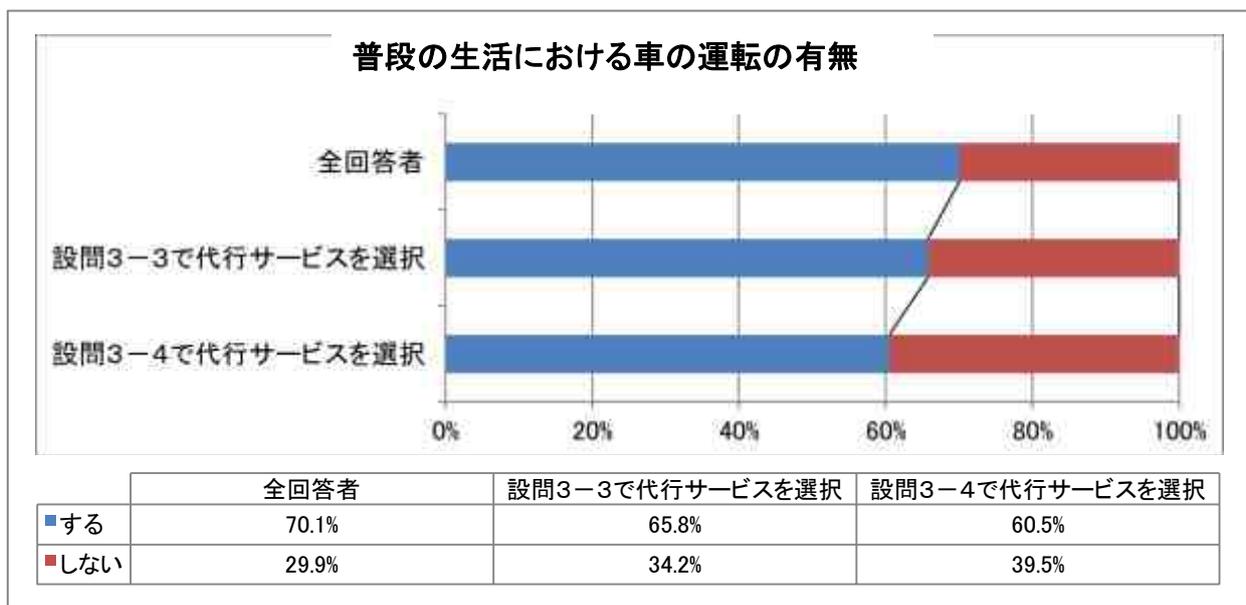
「設問1-2:あなたの年齢は?(平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)」

50代、60代で買い物代行や宅配サービスを選択している人が多い。



「設問1-4:あなたは、普段の生活で、車を運転しますか?」

回答者の車の運転状況について宅配サービスや買い物代行を選択している人は、全体の回答と比較し、普段の生活で車を運転しない人が多い。

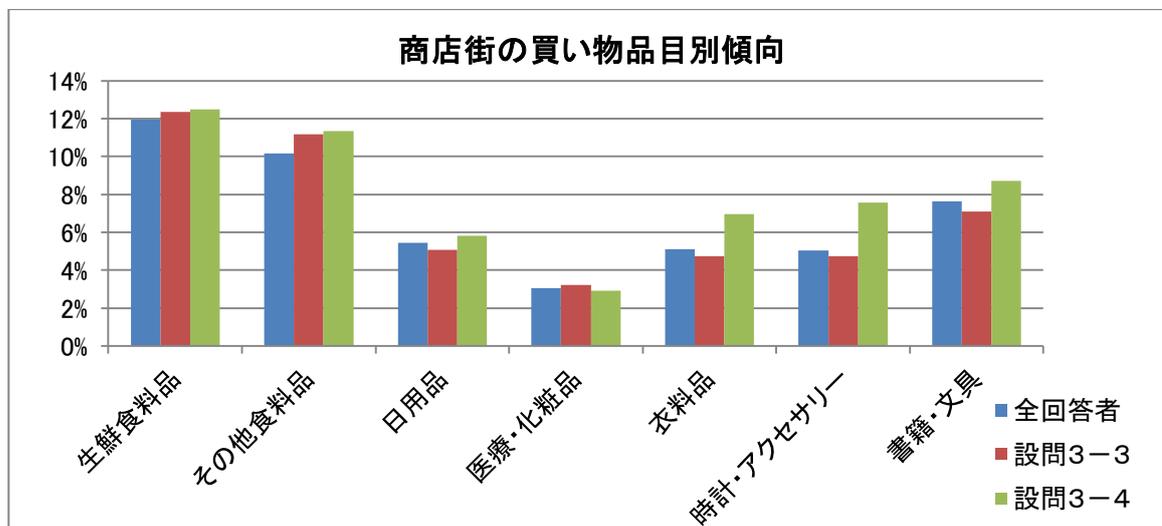


「設問2-1:日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか?3つまで選択可」

「近隣商店街の傾向分析」

商店街を利用している人の購入品を品目別で見た場合、特徴のある結果は見られない。

この傾向は、商店街以外の購入先に関しても同様であった。



設問において、買い物代行や宅配サービスを選択する人は、実際に買い物に困っている可能性のある高齢者世代ではなく、これから買い物環境が変わるであろう50代～60代に多い点が特徴的であった。

また、車の運転の有無に関わらず買い物代行や宅配サービスを選択している人は多い。

買い物動向の設問で、数は多くないが「その他」の回答として生協の宅配、個人の宅配、定期的な訪問販売、共同購入など、既に宅配サービスを利用している人も見られる。

4—5 地区特徵

4-5 地区特徴

秋田市全域の結果[4-1集計結果1(単純集計結果)]と地区ごとに集計した結果を比較した。

地区別発送数と回答数

地区	発送数	回収数	回収率
中央地区	664	369	55.6%
東部地区	695	325	46.8%
西部地区	325	157	48.3%
南部地区	429	208	48.5%
北部地区	730	372	51.0%
雄和地区	71	37	52.1%
河辺地区	86	38	44.2%
合計	3,000	1,506	50.2%

比較項目： アンケートの結果から、特徴が見られた以下の11項目について比較した。

- ① 年代別回答率
- ② 男女別回答率
- ③ 車の運転の有無
- ④ 商店街の利用頻度
- ⑤ 商店街への交通手段
- ⑥ 買い物の場所を決める際に重要視すること
- ⑦ 商店街に良さを感じているか(年代別でも比較)
- ⑧ 商店街の良い点
- ⑨ 商店街に不足している点
- ⑩ 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組み
- ⑪ これからの商店街はどのようにあってほしいか

比較結果： 地区ごとの比較結果は、53頁[5-2データシート(地区特徴)]以降に添付

5-1 データシート (集計結果)

商店街振興のための買い物環境・意識に関するアンケート結果 「単純集計結果」

設問1 回答者様ご自身に関してお伺いします。

1. あなたの性別は？

	男性	女性	無回答	地区回収率
中央地区合計	36.0%	59.9%	4.1%	55.6%
東部地区合計	37.8%	59.7%	2.5%	46.8%
西部地区合計	33.1%	64.3%	2.5%	48.3%
北部地区合計	35.2%	61.8%	3.0%	51.0%
南部地区合計	39.9%	59.6%	0.5%	48.5%
雄和地区合計	37.8%	48.6%	13.5%	52.1%
河辺地区合計	42.1%	52.6%	5.3%	44.2%
秋田市全体	36.7%	60.3%	3.1%	50.2%

2. あなたの年齢は？(平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)

20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上
7.0%	13.9%	18.4%	15.9%	19.2%	16.4%	9.2%	44.8%
7.9%	13.9%	13.0%	20.6%	24.4%	16.8%	3.5%	44.6%
7.7%	12.8%	16.0%	16.0%	24.4%	17.9%	5.1%	47.4%
6.8%	15.4%	14.1%	19.2%	24.1%	14.9%	5.4%	44.4%
6.3%	15.5%	14.5%	26.6%	17.9%	14.5%	4.8%	37.2%
8.3%	2.8%	5.6%	19.4%	25.0%	33.3%	5.6%	63.9%
11.1%	16.7%	16.7%	16.7%	19.4%	16.7%	2.8%	38.9%
7.2%	14.2%	15.0%	19.3%	22.0%	16.4%	5.7%	44.2%

4. あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？

する	しない
62.9%	37.1%
70.7%	29.3%
68.4%	31.6%
72.6%	27.4%
74.1%	25.9%
79.4%	20.6%
85.7%	14.3%
70.1%	29.9%

設問2 あなたの買い物状況に関してお伺いします。

1. 次に挙げる日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可
(生鮮食料品)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	15.4%	7.4%	12.1%	8.1%	10.6%	45.9%	28.9%	12.0%
スーパー	91.3%	92.9%	87.9%	92.5%	93.8%	75.7%	84.2%	91.4%
ドラッグストア	3.3%	7.4%	1.3%	3.5%	6.3%	0.0%	2.6%	4.3%
コンビニエンスストア	7.0%	4.6%	6.4%	5.1%	3.4%	5.4%	5.3%	5.4%
百貨店(デパート)	20.9%	19.4%	21.7%	15.6%	25.0%	21.6%	23.7%	20.0%
一般小売店・専門店	12.7%	12.0%	12.1%	8.9%	10.6%	8.1%	10.5%	11.1%
ネット・カタログ	2.4%	1.5%	0.0%	0.5%	1.9%	0.0%	0.0%	1.3%
その他	3.0%	6.5%	2.5%	5.6%	2.9%	2.7%	7.9%	4.4%
購入しない	2.7%	3.4%	5.1%	3.5%	1.4%	2.7%	2.6%	3.1%

その他の回答：直売所、生協、市民市場、アニメイト、宅配、移動販売、地域農業婦人部、個人宅配、朝市、道の駅
自営業・小売店

(その他食料品)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	11.9%	8.3%	7.6%	7.8%	9.6%	43.2%	13.2%	10.2%
スーパー	77.0%	79.4%	78.3%	83.6%	80.3%	75.7%	76.3%	79.7%
ドラッグストア	15.7%	18.2%	13.4%	14.5%	14.4%	2.7%	15.8%	15.2%
コンビニエンスストア	27.4%	24.9%	22.9%	28.8%	26.4%	8.1%	23.7%	26.0%
百貨店(デパート)	21.1%	17.8%	18.5%	15.6%	19.7%	21.6%	15.8%	18.5%
一般小売店・専門店	11.7%	8.0%	11.5%	8.9%	9.1%	8.1%	2.6%	9.5%
ネット・カタログ	3.3%	2.2%	1.3%	1.6%	1.9%	0.0%	2.6%	2.1%
その他	3.0%	4.9%	2.5%	4.0%	2.9%	0.0%	7.9%	3.7%
購入しない	0.8%	2.2%	3.2%	1.1%	1.9%	0.0%	2.6%	1.6%

その他の回答：直売所、生協、市民市場、共同購入、宅配、移動販売、個人宅配、朝市、道の駅、自営業・小売店

(日用品)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	5.1%	5.2%	3.2%	4.3%	5.8%	27.0%	7.9%	5.4%
スーパー	69.1%	72.0%	65.6%	67.7%	70.2%	59.5%	65.8%	68.9%
ドラッグストア	50.7%	50.8%	43.3%	50.1%	44.7%	18.9%	28.9%	47.6%
コンビニエンスストア	9.8%	8.0%	7.0%	7.3%	5.3%	5.4%	5.3%	7.6%
百貨店(デパート)	19.2%	14.8%	21.7%	16.4%	20.2%	27.0%	31.6%	18.5%
一般小売店・専門店	12.5%	11.7%	14.6%	11.3%	13.0%	13.5%	10.5%	12.3%
ネット・カタログ	6.2%	3.7%	7.0%	5.1%	7.7%	2.7%	7.9%	5.6%
その他	3.5%	6.2%	3.2%	6.7%	1.9%	0.0%	5.3%	4.6%
購入しない	0.3%	0.9%	1.9%	1.6%	1.9%	0.0%	0.0%	1.1%

その他の回答：ホームセンター、生協、市民市場、直売所、宅配、売店、個人宅配、共同購入、100円ショップ、定期セールス

(医療・化粧品)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	3.3%	1.8%	1.9%	3.0%	2.9%	13.5%	7.9%	3.1%
スーパー	25.2%	20.9%	33.8%	29.8%	34.1%	21.6%	34.2%	27.7%
ドラッグストア	76.2%	77.8%	70.1%	73.1%	71.2%	48.6%	52.6%	73.2%
コンビニエンスストア	3.0%	2.2%	0.6%	2.4%	1.9%	0.0%	2.6%	2.2%
百貨店(デパート)	13.8%	15.1%	15.3%	12.9%	22.6%	21.6%	23.7%	15.7%
一般小売店・専門店	16.0%	13.8%	14.0%	10.2%	13.5%	2.7%	10.5%	13.1%
ネット・カタログ	12.2%	8.9%	12.1%	12.9%	9.6%	0.0%	7.9%	10.9%
その他	1.9%	1.8%	1.9%	3.2%	2.9%	0.0%	2.6%	2.3%
購入しない	1.1%	1.8%	1.9%	3.2%	1.4%	0.0%	5.3%	2.0%

その他の回答:ホームセンター、100円ショップ、物産店、共同購入、市場、病院、TVショッピング、訪問販売、薬局

(衣料品)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	4.1%	4.3%	1.3%	5.4%	5.8%	27.0%	10.5%	5.1%
スーパー	19.2%	17.2%	21.0%	24.2%	22.6%	13.5%	26.3%	20.7%
ドラッグストア	0.3%	0.0%	0.0%	1.3%	1.0%	0.0%	0.0%	0.5%
コンビニエンスストア	0.3%	0.0%	0.0%	0.3%	0.5%	0.0%	0.0%	0.2%
百貨店(デパート)	65.3%	65.2%	62.4%	59.4%	64.9%	64.9%	52.6%	63.1%
一般小売店・専門店	43.6%	43.4%	38.2%	40.1%	42.8%	21.6%	31.6%	41.2%
ネット・カタログ	23.3%	23.7%	27.4%	27.7%	26.0%	13.5%	18.4%	24.9%
その他	1.9%	3.4%	2.5%	2.7%	1.0%	0.0%	0.0%	2.3%
購入しない	2.2%	1.2%	2.5%	1.9%	1.4%	0.0%	0.0%	1.7%

その他の回答:生協、売店、共同購入、リサイクル店、TVショッピング、ホームセンター、フリーマーケット

(時計・アクセサリ)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	5.7%	7.4%	1.9%	3.8%	4.8%	5.4%	5.3%	5.0%
スーパー	5.4%	4.0%	3.8%	5.6%	7.7%	2.7%	10.5%	5.4%
ドラッグストア	0.5%	0.0%	0.0%	0.5%	0.5%	0.0%	0.0%	0.3%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
百貨店(デパート)	31.2%	33.5%	39.5%	39.0%	38.5%	29.7%	44.7%	35.8%
一般小売店・専門店	54.2%	58.2%	51.6%	46.5%	56.7%	43.2%	42.1%	52.7%
ネット・カタログ	11.9%	12.6%	15.3%	13.4%	12.0%	5.4%	2.6%	12.4%
その他	2.2%	2.5%	2.5%	2.2%	1.4%	0.0%	0.0%	2.1%
購入しない	8.4%	8.9%	9.6%	14.8%	6.3%	5.4%	10.5%	9.9%

その他の回答:生協、リサイクル店、TVショッピング、ホームセンター、100円ショップ、他県に行く、家電量販店
通販、全国チェーン店の支店

(書籍・文具)

購入先	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
近隣商店街	7.9%	8.6%	6.4%	5.6%	9.1%	16.2%	5.3%	7.6%
スーパー	27.9%	24.0%	31.8%	32.0%	30.8%	8.1%	34.2%	28.6%
ドラッグストア	2.2%	3.7%	1.9%	2.2%	1.9%	2.7%	0.0%	2.4%
コンビニエンスストア	14.6%	11.1%	10.8%	13.7%	10.6%	0.0%	18.4%	12.4%
百貨店(デパート)	18.4%	20.6%	27.4%	23.4%	26.9%	24.3%	31.6%	22.7%
一般小売店・専門店	60.4%	60.3%	54.1%	51.1%	52.9%	32.4%	31.6%	55.0%
ネット・カタログ	14.4%	11.4%	9.6%	12.6%	13.0%	10.8%	7.9%	12.4%
その他	3.8%	4.3%	1.9%	2.7%	2.4%	0.0%	0.0%	3.1%
購入しない	3.0%	1.5%	4.5%	3.5%	3.4%	8.1%	0.0%	3.1%

その他の回答:ホームセンター、100円ショップ、共同購入、定期セールス、定期購読、雑貨屋

2. 次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？

利用頻度	近隣商店街		スーパー		ドラッグストア		コンビニエンスストア		百貨店(デパート)		一般小売店・専門店		ネット・カタログ		その他	
ほぼ毎日	1.9%	16.5%	28%	92.4%	0.8%	30.6%	10.0%	46.3%	0.4%	15.2%	0.4%	13.7%	0.0%	3.3%	4.6%	31.8%
週2、3回	9.2%		48.6%		8.7%		18.2%		3.7%		4.3%		0.9%		2.6%	
週1回程度	5.4%		15.8%		21.1%		18.1%		11.1%		8.9%		2.4%		24.5%	
月に2、3回	7.2%	15.0%	4.2%	5.7%	32.2%	53.4%	17.4%	29.4%	21.8%	47.7%	20.9%	46.9%	7.6%	19.9%	11.9%	24.5%
月1回程度	7.8%		1.5%		21.1%		12.0%		25.9%		26.0%		12.3%		12.6%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	0.8%	0.8%	11.3%	11.3%	12.1%	12.1%	26.9%	26.9%	30.5%	30.5%	38.2%	38.2%	7.9%	7.9%
利用しない	52.5%	52.5%	1.1%	1.1%	4.8%	4.8%	12.2%	12.2%	10.2%	10.2%	8.9%	8.9%	38.6%	38.6%	35.8%	35.8%

その他の回答:ホームセンター、移動魚屋、アニメイト、テレビショッピング、JA婦人部野菜市、生協、移動販売、市民市場、道の駅、共同購入、美容室、売りに来る、薬局

3. 次のお店に行くために、最も利用する交通手段を1つ選んで下さい ※「利用しない」と回答した人を除く

交通手段	近隣商店街		スーパー		ドラッグストア		コンビニエンスストア		百貨店(デパート)		一般小売店・専門店		その他	
徒歩	29.5%	50.1%	12.5%	26.3%	7.5%	19.1%	21.2%	34.7%	3.6%	8.4%	5.3%	13.8%	9.1%	13.0%
自転車	20.6%		13.8%		11.6%		13.5%		4.8%		8.5%		3.9%	
バイク	0.3%	47.3%	0.4%	71.5%	0.3%	79.0%	0.2%	64.2%	0.2%	78.7%	0.1%	79.4%	0.0%	79.2%
マイカー	47.0%		71.1%		78.7%		64.0%		78.5%		79.3%		79.2%	
タクシー	0.6%	0.6%	0.7%	0.7%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	1.1%	1.1%	0.9%	0.9%	2.6%	2.6%
バス	1.5%	2.1%	1.4%	1.5%	1.4%	1.5%	0.5%	0.7%	10.2%	11.8%	5.2%	5.8%	2.6%	2.6%
鉄道	0.6%		0.1%		0.1%		0.2%		1.6%		0.6%		2.6%	

その他の回答:乗せてもらう、夫、息子に乗せてもらう、スーパーのバス、家族の車

4. あなたがよく買い物される時間帯と曜日について選んで○印をつけて下さい(複数選択可)

時間帯	近隣商店街	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	百貨店	一般小売店	ネット・カタログ	その他
午前	9.8%	30.9%	16.2%	12.4%	19.1%	12.7%	2.3%	1.9%
午後	7.7%	22.9%	19.2%	7.4%	24.4%	17.6%	2.3%	1.5%
夕刻	5.6%	22.2%	11.2%	5.9%	4.3%	4.3%	0.5%	0.2%
夜	0.9%	6.2%	3.2%	5.4%	0.9%	1.3%	8.4%	0.2%
不特定	12.4%	15.9%	24.4%	34.5%	22.9%	30.3%	27.0%	1.8%

曜日	近隣商店街	スーパー	ドラッグストア	コンビニ	百貨店	一般小売店	ネット・カタログ	その他
月	3.5%	9.0%	2.5%	3.5%	1.7%	1.1%	0.4%	0.5%
火	1.7%	15.4%	2.4%	3.3%	1.6%	0.8%	0.3%	0.8%
水	2.0%	13.2%	3.4%	3.2%	1.6%	1.7%	0.6%	0.4%
木	1.6%	8.4%	1.3%	3.3%	1.5%	0.5%	0.5%	0.7%
金	1.7%	9.6%	1.8%	3.3%	1.5%	0.9%	0.6%	0.6%
土	4.5%	22.5%	11.8%	4.2%	15.6%	9.6%	1.7%	1.0%
日	3.6%	19.9%	11.8%	3.5%	19.9%	10.8%	1.5%	0.9%
不特定曜日	25.5%	38.0%	51.4%	52.0%	42.2%	49.4%	38.0%	2.6%
利用しない	34.4%	0.9%	3.1%	9.4%	6.9%	6.6%	25.0%	4.3%
毎日	0.4%	9.6%	0.2%	2.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%

5. 買い物場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択

市内全域で割合が高い順

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
品揃えが豊富	70.2%	75.1%	64.3%	68.0%	71.6%	64.9%	73.7%	70.3%
値段が安い	59.6%	57.8%	55.4%	57.5%	63.5%	62.2%	50.0%	58.6%
車で行きやすい場所にある	49.3%	56.3%	55.4%	53.5%	63.0%	62.2%	73.7%	55.3%
自宅から近い	60.7%	49.5%	48.4%	50.5%	57.7%	29.7%	34.2%	52.7%
品質が良い	49.6%	45.2%	36.3%	46.8%	39.9%	27.0%	36.8%	44.4%
ポイントカードが利用できる	27.6%	26.2%	22.3%	29.3%	27.4%	32.4%	13.2%	26.9%
そこでなければ購入できない	17.9%	15.7%	16.6%	16.9%	13.9%	8.1%	15.8%	16.2%
まとめ買いができる	13.6%	14.2%	19.1%	14.0%	15.4%	37.8%	21.1%	15.4%
色々なお店が多い	15.2%	13.2%	17.2%	12.6%	15.4%	16.2%	13.2%	14.3%
セールなどが開催されている	14.1%	15.7%	14.6%	12.4%	17.3%	8.1%	2.6%	14.1%
夜遅くまで営業している	14.1%	13.8%	12.1%	12.1%	14.9%	10.8%	13.2%	13.3%
お店の雰囲気が良い	9.8%	12.6%	7.0%	12.6%	6.3%	2.7%	5.3%	10.0%
接客態度が良い	11.1%	12.0%	8.3%	10.2%	6.3%	0.0%	2.6%	9.6%
買い物以外でも楽しめる	8.9%	8.3%	13.4%	8.1%	8.2%	10.8%	13.2%	9.1%
家族連れで行きやすい	5.7%	10.5%	9.6%	6.5%	5.8%	16.2%	5.3%	7.6%
クーポン・割引券などがある	5.1%	6.8%	10.2%	8.3%	5.3%	2.7%	2.6%	6.7%
公共機関の交通の便が良い	4.9%	6.5%	6.4%	8.1%	6.7%	0.0%	5.3%	6.3%
朝早くから営業している	4.1%	6.2%	5.7%	4.3%	5.8%	2.7%	5.3%	5.0%
店員と顔なじみ	5.4%	4.9%	5.1%	3.5%	2.9%	8.1%	5.3%	4.5%
電子マネーで支払ができる	3.8%	1.5%	1.9%	2.4%	3.8%	2.7%	7.9%	2.9%
宅配サービスが利用できる	2.2%	2.2%	1.3%	1.9%	1.9%	0.0%	0.0%	1.9%
その他	1.4%	2.2%	2.5%	1.6%	1.9%	0.0%	0.0%	1.7%
アフターサービスが良い	1.6%	0.9%	2.5%	0.8%	1.4%	2.7%	2.6%	1.4%

その他の回答：駐車場が無料

- 秋田県産がある
- 職場からの帰りに寄れる
- 家人に頼みやすい
- 車が無いので自転車で行ける
- 客室が良い(図々しいおばさんが来る店は×)
- 購入する物によって、重要視するところが異なるため、何とも言えない
- 入口の段差が少ない
- 衛生的
- 牛乳パックやトレーなどの回収をしている
- 駐車場が入りやすい、出やすいか
- バスで行きやすい
- 仕事終わりに利用しやすい
- 店内が清潔
- 地元の店だから
- 配達してくれる

設問3 あなたのお住まいの近くの商店街(もしくは商店)に関して伺います。

1. あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
はい	29.4%	20.4%	14.6%	23.2%	22.6%	46.4%	14.7%	23.4%
どちらとも言えない	48.0%	54.6%	55.6%	52.7%	52.6%	39.3%	41.2%	51.7%
いいえ	22.5%	25.0%	29.9%	24.1%	24.7%	14.3%	44.1%	24.9%

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」は、どんなところですか？3つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
昔ながらの顔の見た付き合い	13.8%	17.5%	28.0%	22.8%	17.8%	37.8%	55.3%	20.5%
安さやセールスの魅力	22.8%	23.4%	8.9%	21.8%	21.6%	8.1%	5.3%	20.3%
人情味が豊か	16.0%	17.2%	29.9%	20.7%	19.7%	27.0%	39.5%	20.3%
駐車場・駐輪場の多さ	17.3%	19.4%	15.3%	19.4%	22.6%	10.8%	10.5%	18.5%
名物店や老舗の存在	20.3%	13.8%	26.8%	16.9%	15.9%	18.9%	15.8%	18.0%
大型店やスーパーの集客力	17.3%	17.2%	12.7%	15.3%	19.7%	0.0%	13.2%	16.1%
交通の便	15.7%	14.2%	17.2%	17.7%	14.9%	13.5%	23.7%	16.1%
店員の雰囲気や活気	13.3%	16.0%	12.7%	15.1%	12.5%	8.1%	13.2%	14.0%
店の数や業種の多さ	16.0%	16.3%	8.9%	9.7%	13.5%	5.4%	5.3%	12.9%
名物商品や逸品の取り扱い	11.7%	11.1%	9.6%	13.2%	11.5%	2.7%	2.6%	11.2%
商店街でのイベント	10.0%	3.7%	1.9%	5.1%	2.9%	5.4%	5.3%	5.4%
公的施設が近くにある	3.5%	3.7%	12.1%	2.4%	2.9%	2.7%	0.0%	4.0%
サービスや共同事業の豊富さ	3.8%	0.9%	3.8%	3.5%	1.4%	0.0%	0.0%	2.6%
その他	1.4%	0.9%	2.5%	2.2%	2.4%	5.4%	0.0%	1.8%
観光施設・名所旧跡が近くにある	1.1%	1.2%	1.9%	0.8%	1.4%	0.0%	0.0%	1.1%

その他の回答：商店街の減少
家の直ぐそば

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「不足している点」は、どんなところですか？3つまで選択可

「良い点」の市内全域で割合が高い順

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
店の数や業種の多さ	27.6%	32.0%	32.5%	36.3%	30.8%	29.7%	39.5%	32.0%
安さやセールスの魅力	23.8%	24.9%	37.6%	28.0%	27.9%	37.8%	42.1%	27.9%
駐車場・駐輪場の多さ	26.8%	28.3%	29.9%	33.6%	23.1%	2.7%	13.2%	27.7%
店員の雰囲気や活気	20.3%	17.8%	20.4%	15.3%	18.8%	8.1%	15.8%	17.9%
名物商品や逸品の取り扱い	16.0%	13.8%	14.0%	15.6%	13.5%	8.1%	31.6%	15.1%
名物店や老舗の存在	13.8%	12.3%	10.8%	17.5%	16.8%	5.4%	5.3%	14.1%
交通の便	15.7%	14.8%	10.8%	12.4%	14.9%	16.2%	7.9%	13.9%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	15.7%	12.1%	11.3%	11.1%	10.8%	13.2%	12.7%
商店街でのイベント	10.3%	11.7%	14.0%	14.0%	13.9%	8.1%	13.2%	12.4%
大型店やスーパーの集客力	11.9%	14.2%	9.6%	10.8%	7.7%	10.8%	10.5%	11.2%
昔ながらの顔の見た付き合い	4.9%	8.3%	4.5%	3.2%	4.8%	5.4%	5.3%	5.2%
観光施設・名所旧跡が近くにある	3.0%	6.5%	2.5%	6.5%	4.8%	2.7%	2.6%	4.8%
公的施設が近くにある	2.7%	5.8%	4.5%	5.1%	6.7%	0.0%	2.6%	4.6%
人情味が豊か	4.3%	5.8%	5.7%	2.7%	3.4%	2.7%	5.3%	4.2%
その他	2.4%	2.8%	3.2%	4.3%	1.9%	5.4%	10.5%	3.3%

その他の回答：駐車場のないところあり

3. 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みについて、3つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
買い物代行、宅配サービスの充実	38.8%	41.8%	44.6%	35.5%	36.1%	48.6%	44.7%	39.2%
地域社会への貢献(高齢化・環境問題)	40.4%	36.9%	40.1%	36.3%	40.9%	21.6%	31.6%	38.0%
定期的なイベント開催	29.5%	30.8%	33.8%	31.7%	33.2%	24.3%	26.3%	31.1%
高齢者や障がい者のためのバリアフリー対策	27.4%	37.2%	24.8%	31.5%	33.2%	18.9%	10.5%	30.4%
子育て支援、子供の一時預かり施設の設置	23.8%	25.2%	19.7%	23.1%	23.1%	10.8%	21.1%	23.0%
ホームページ、地域かわら版などのPR、情報発信	19.5%	19.1%	17.8%	19.6%	22.6%	13.5%	26.3%	19.7%
防犯・防災活動の強化・協力	17.3%	16.3%	12.7%	15.1%	22.6%	13.5%	10.5%	16.5%
学校、保育所、病院などの施設誘致	11.1%	7.4%	8.3%	9.9%	7.7%	8.1%	7.9%	9.1%
チャレンジショップなどへ場所を提供	7.9%	10.2%	12.1%	11.0%	2.4%	5.4%	13.2%	8.9%
NPO法人などの地域活動団体との連携	6.5%	7.1%	5.7%	7.8%	4.3%	2.7%	2.6%	6.4%
その他	3.0%	5.8%	3.2%	2.4%	2.9%	2.7%	5.3%	3.5%

その他の回答：分からない利用しないので
あまり気にしない！というのでは

4. これからの商店街は、どのようにあって欲しいですか？5つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
駐車場所を気にしない無料駐車場、駐輪場がある	69.9%	76.3%	72.0%	68.8%	73.1%	37.8%	44.7%	70.3%
子供からお年寄りまで買い物を楽しめる	50.7%	52.3%	54.8%	46.0%	48.1%	40.5%	52.6%	49.7%
休憩出来る場所がある	49.3%	45.8%	47.1%	40.3%	47.6%	37.8%	39.5%	45.4%
除雪がきちんとされ、冬期間でも歩きやすい	43.6%	43.4%	34.4%	44.9%	38.9%	29.7%	36.8%	41.8%
地産地消に取り組んでいる	41.7%	44.9%	29.9%	42.5%	39.9%	35.1%	44.7%	41.0%
朝市などの定期的な催しがある	29.5%	30.8%	35.7%	25.0%	29.8%	24.3%	36.8%	29.4%
商店街独自の宅配サービスがある	22.2%	24.0%	24.8%	21.5%	20.7%	27.0%	31.6%	22.8%
朝早くから夜遅くまで利用できる	19.5%	20.3%	22.9%	19.1%	23.6%	13.5%	18.4%	20.3%
イベントが出来る場所がある	14.1%	14.8%	13.4%	14.2%	14.4%	10.8%	18.4%	14.3%
子供を遊ばせる場所(託児所やプレイルーム)がある	11.4%	11.7%	15.3%	15.6%	13.9%	8.1%	10.5%	13.1%
昔ながらの風情を保つ	15.4%	9.2%	12.1%	10.8%	10.1%	10.8%	10.5%	11.6%
車が通らない、安心して歩ける環境	11.9%	11.7%	11.5%	9.1%	7.2%	2.7%	5.3%	10.1%
流行の発信地	7.9%	7.4%	3.2%	10.2%	5.8%	0.0%	10.5%	7.4%
街の歴史、地域の文化を伝える	6.0%	8.6%	10.2%	6.7%	5.8%	10.8%	5.3%	7.2%
カルチャースクールなど学びの場がある	6.2%	5.2%	6.4%	9.4%	8.2%	0.0%	5.3%	6.9%
アンテナショップがある	6.0%	6.5%	7.6%	4.6%	5.3%	0.0%	7.9%	5.7%
若い店主さんが多い	4.6%	4.6%	5.7%	4.3%	2.9%	8.1%	10.5%	4.6%
子供のしつけ、社会教育の場	3.5%	4.6%	3.2%	4.6%	7.7%	2.7%	2.6%	4.5%
その他	4.3%	2.5%	3.2%	2.2%	3.4%	5.4%	5.3%	3.2%
ペット同伴でお店に入れる	2.7%	1.8%	3.2%	4.3%	4.3%	0.0%	0.0%	3.1%
商店街通貨(地域通貨)を導入している	2.2%	0.6%	5.1%	1.6%	1.9%	8.1%	0.0%	2.1%

その他の回答：車社会、無料の広い駐車場のある店に行くのは当然です

利用する人の要望に合わせて良い、自分はあまり利用しないので分からない

駐車場利用券の1日のみの有効は直ちに止めて、1年間有効利用できることが望ましい

商店街で考える

日中の店も、夜の店も一緒に商店街として何かやってほしい

バリアフリー

5. あなたが魅力的だと思う個店の名前と場所、販売・サービス内容について教えて下さい。
また、具体的な魅力を感じる部分についてご記入ください。 ※回答のあった個店名は割愛

分類	記載内容	割合
A 【行きやすさ】	立地条件	0.0%
	駐車場、交通の便	4.4%
B 【商品】	値段	9.0%
	品揃え	13.0%
	味が良い	3.6%
	新鮮、季節の物	5.3%
	取り置き、取り寄せ可	0.4%
	他の店にない物、珍品	2.0%
	手作りの品	0.3%
	地産地消	1.7%
	品質	2.3%
	アフターサービス	0.4%
	売り切れがない	0.2%
試食、試飲できる	0.4%	
C 【店内外状況】	安心できる	1.4%
	雰囲気	3.3%
	楽しい	2.3%
	活気がある	0.9%
	衛生的	1.8%
	休憩できる	0.9%
	入りやすい	0.4%
	老舗、昔ながら、馴染み	0.9%
	個性的	0.2%
	営業時間、営業日	0.9%
	お店が沢山ある	2.0%
まとめ買い可、一か所で済む	3.1%	
イベントがある	0.7%	
買い物しやすい	1.5%	
D 【店主・店員態度】	接客	5.6%
	接客がなくて良い	0.1%
	人情味	2.6%
	親切、丁寧	7.1%
	技術力、知識量	0.9%
E 【サービス】	配達	0.9%
	ポイント	2.8%
	サービス日、セール(値引き)	3.0%
	情報量	0.3%
F【その他】	その他	9.5%

6. あなたが考える、より多くの方に愛され、足を運んでもらえる商店街になるためのアイデア、近隣の商店街での買い物に関する困りごと、ご意見、ご要望などなど自由にご記載ください。

記載内容	中央地区	東部地区	西部地区	北部地区	南部地区	雄和地区	河辺地区	市内全域
【交通(車)】								
秋田駅前以外に無料(格安)の駐車場を設置	15.8%	16.4%	20.7%	24.2%	27.7%	7.1%	11.1%	19.7%
秋田駅前に無料(格安)の駐車場を設置	6.5%	7.6%	2.4%	11.6%	7.2%	0.0%	5.6%	7.5%
その他	4.3%	5.8%	0.0%	4.7%	3.6%	7.1%	11.1%	4.4%
車が使えなくなる老後が不安	1.1%	3.5%	4.9%	1.6%	0.0%	0.0%	5.6%	2.2%
秋田駅前の一方通行廃止	1.1%	0.6%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	0.5%
【交通(車以外)】								
交通の便	7.6%	7.6%	6.1%	5.8%	4.8%	7.1%	5.6%	6.6%
駐輪場の設置	1.6%	4.7%	1.2%	1.1%	1.2%	0.0%	0.0%	2.0%
道幅を広げる	1.6%	1.2%	0.0%	1.6%	4.8%	0.0%	0.0%	1.6%
自家用車がないと不便	0.0%	2.9%	0.0%	2.1%	2.4%	0.0%	0.0%	1.5%
その他	0.5%	4.1%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%
【サービス】								
その他	29.3%	7.6%	26.8%	11.1%	16.9%	28.6%	16.7%	17.7%
個店や品揃えの充実	12.5%	23.4%	7.3%	14.2%	9.6%	21.4%	27.8%	15.1%
接客態度の改善	12.5%	11.1%	8.5%	10.5%	8.4%	7.1%	0.0%	10.4%
イベントの開催(朝市等)	7.6%	6.4%	11.0%	11.6%	8.4%	21.4%	5.6%	9.0%
高齢者や障がい者に対応	7.1%	5.3%	12.2%	4.2%	3.6%	0.0%	0.0%	5.8%
歩いて巡れる商店街	3.8%	9.4%	4.9%	4.7%	4.8%	0.0%	0.0%	5.4%
広告・HP・雑誌等の活用	4.9%	4.7%	3.7%	5.8%	8.4%	7.1%	0.0%	5.3%
宅配サービス、移動販売	6.5%	4.1%	12.2%	2.6%	3.6%	7.1%	5.6%	5.3%
安い、セール、値引き	7.1%	3.5%	3.7%	4.2%	1.2%	7.1%	22.2%	4.9%
子供連れで行きやすい工夫	4.3%	3.5%	3.7%	5.3%	6.0%	0.0%	0.0%	4.3%
休憩できる場所	5.4%	3.5%	2.4%	4.2%	2.4%	0.0%	0.0%	3.8%
老若男女問わず楽しめる	2.7%	5.8%	1.2%	3.2%	3.6%	0.0%	11.1%	3.6%
アーケードの設置	4.3%	2.3%	2.4%	2.1%	3.6%	0.0%	0.0%	2.8%
金座街・名店街の復活	1.1%	5.3%	1.2%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%
清潔感(清掃等)	3.3%	2.3%	1.2%	0.5%	3.6%	0.0%	0.0%	2.0%
御用聞きの復活	0.0%	0.6%	1.2%	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%
【クレーム】								
接客態度が悪い	4.3%	7.6%	4.9%	5.8%	6.0%	0.0%	5.6%	5.7%
その他	7.1%	2.9%	4.9%	2.1%	1.2%	0.0%	0.0%	3.6%
商店街は必要ない、このまま変わらない	0.5%	1.2%	1.2%	0.5%	0.0%	7.1%	5.6%	0.9%
【その他】								
その他	10.3%	9.9%	9.8%	15.8%	9.6%	28.6%	22.2%	12.1%
商店街以外(大型店、スーパー等)を利用する	5.4%	5.8%	7.3%	6.3%	3.6%	14.3%	5.6%	5.9%
他県を参考にする	2.7%	5.3%	0.0%	2.6%	6.0%	0.0%	0.0%	3.2%
現状に満足	1.1%	1.8%	2.4%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%
このアンケートは不要	0.0%	1.8%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	5.6%	0.8%

商店街振興のための買い物環境・意識に関するアンケート結果 「年代別集計結果」

設問1 回答者様ご自身に関してお伺いします。

1. あなたの性別は？

性別	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	性別計
男性	43.9%	36.7%	36.0%	37.1%	34.0%	42.0%	33.3%	36.9%	36.7%
女性	56.1%	63.3%	63.5%	61.5%	64.7%	56.0%	59.5%	60.7%	60.3%
無回答	0.0%	0.0%	0.5%	1.4%	1.2%	2.1%	7.1%	2.4%	3.1%
年代計	7.2%	14.2%	15.0%	19.3%	22.0%	16.4%	5.7%	44.2%	100.0%

4. あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？

運転の有無	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
する	76.7%	92.1%	92.1%	81.3%	64.5%	43.0%	14.5%	49.9%	70.1%
しない	23.3%	7.9%	7.9%	18.7%	35.5%	57.0%	85.5%	50.1%	29.9%

設問2 あなたの買い物状況に関してお伺いします。

1. 次に挙げる日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可

20代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリー		書籍・文具	
	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ	全年代	20代のみ
購入先														
近隣商店街	12.0%	6.5%	10.2%	4.7%	5.4%	1.9%	3.1%	0.9%	5.1%	1.9%	5.0%	0.9%	7.6%	1.9%
スーパー	91.4%	86.0%	79.7%	81.3%	68.9%	46.7%	27.7%	19.6%	20.7%	5.6%	5.4%	0.0%	28.6%	17.8%
ドラッグストア	4.3%	3.7%	15.2%	22.4%	47.6%	60.7%	73.2%	88.8%	0.5%	0.0%	0.3%	0.0%	2.4%	1.9%
コンビニエンスストア	5.4%	11.2%	26.0%	55.1%	7.6%	9.3%	2.2%	4.7%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	12.4%	21.5%
百貨店(デパート)	20.0%	25.2%	18.5%	21.5%	18.5%	46.7%	15.7%	28.0%	63.1%	78.5%	35.8%	57.0%	22.7%	43.0%
一般小売店・専門店	11.1%	5.6%	9.5%	4.7%	12.3%	15.0%	13.1%	8.4%	41.2%	43.9%	52.7%	43.0%	55.0%	58.9%
ネット・カタログ	1.3%	0.9%	2.1%	0.0%	5.6%	9.3%	10.9%	14.0%	24.9%	46.7%	12.4%	34.6%	12.4%	16.8%
その他	4.4%	2.8%	3.7%	0.0%	4.6%	2.8%	2.3%	0.9%	2.3%	3.7%	2.1%	3.7%	3.1%	1.9%
購入しない	3.1%	9.3%	1.6%	0.9%	1.1%	1.9%	2.0%	3.7%	1.7%	0.9%	9.9%	6.5%	3.1%	3.7%

30代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリー		書籍・文具	
	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ	全年代	30代のみ
購入先														
近隣商店街	12.0%	8.6%	10.2%	6.7%	5.4%	2.4%	3.1%	1.0%	5.1%	1.4%	5.0%	1.4%	7.6%	1.4%
スーパー	91.4%	96.7%	79.7%	90.0%	68.9%	63.8%	27.7%	27.6%	20.7%	17.1%	5.4%	5.7%	28.6%	24.3%
ドラッグストア	4.3%	2.9%	15.2%	27.1%	47.6%	73.3%	73.2%	91.0%	0.5%	0.5%	0.3%	0.5%	2.4%	3.8%
コンビニエンスストア	5.4%	4.3%	26.0%	37.6%	7.6%	10.5%	2.2%	3.3%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	12.4%	17.6%
百貨店(デパート)	20.0%	21.9%	18.5%	18.6%	18.5%	25.7%	15.7%	21.0%	63.1%	73.3%	35.8%	51.0%	22.7%	45.2%
一般小売店・専門店	11.1%	7.6%	9.5%	6.2%	12.3%	7.1%	13.1%	7.6%	41.2%	46.7%	52.7%	52.9%	55.0%	63.3%
ネット・カタログ	1.3%	2.4%	2.1%	3.3%	5.6%	8.1%	10.9%	14.3%	24.9%	48.1%	12.4%	28.1%	12.4%	29.5%
その他	4.4%	2.9%	3.7%	1.9%	4.6%	3.3%	2.3%	1.9%	2.3%	0.5%	2.1%	1.0%	3.1%	2.4%
購入しない	3.1%	1.4%	1.6%	0.0%	1.1%	0.5%	2.0%	1.4%	1.7%	0.5%	9.9%	12.9%	3.1%	1.4%

40代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリー		書籍・文具	
	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ	全年代	40代のみ
購入先														
近隣商店街	12.0%	10.8%	10.2%	9.9%	5.4%	2.7%	3.1%	2.3%	5.1%	1.8%	5.0%	1.8%	7.6%	5.4%
スーパー	91.4%	93.2%	79.7%	88.7%	68.9%	75.2%	27.7%	28.4%	20.7%	24.8%	5.4%	6.3%	28.6%	34.7%
ドラッグストア	4.3%	3.6%	15.2%	23.0%	47.6%	70.7%	73.2%	89.2%	0.5%	0.9%	0.3%	0.9%	2.4%	5.4%
コンビニエンスストア	5.4%	2.7%	26.0%	41.0%	7.6%	12.2%	2.2%	4.1%	0.2%	0.5%	0.0%	0.0%	12.4%	16.2%
百貨店(デパート)	20.0%	23.9%	18.5%	20.3%	18.5%	19.8%	15.7%	18.9%	63.1%	69.4%	35.8%	47.7%	22.7%	27.5%
一般小売店・専門店	11.1%	7.7%	9.5%	6.3%	12.3%	9.9%	13.1%	13.5%	41.2%	42.8%	52.7%	56.3%	55.0%	67.6%
ネット・カタログ	1.3%	2.7%	2.1%	3.2%	5.6%	9.0%	10.9%	19.8%	24.9%	41.0%	12.4%	20.7%	12.4%	21.2%
その他	4.4%	5.4%	3.7%	3.2%	4.6%	4.1%	2.3%	0.0%	2.3%	0.9%	2.1%	1.8%	3.1%	4.1%
購入しない	3.1%	4.5%	1.6%	1.8%	1.1%	0.5%	2.0%	0.9%	1.7%	0.5%	9.9%	8.1%	3.1%	0.9%

50代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリ		書籍・文具	
	購入先	全年代	50代のみ	全年代	50代のみ	全年代	50代のみ	全年代	50代のみ	全年代	50代のみ	全年代	50代のみ	全年代
近隣商店街	12.0%	11.9%	10.2%	8.7%	5.4%	4.9%	3.1%	3.1%	5.1%	5.9%	5.0%	4.9%	7.6%	8.7%
スーパー	91.4%	95.8%	79.7%	84.3%	68.9%	77.6%	27.7%	37.4%	20.7%	25.5%	5.4%	9.1%	28.6%	35.7%
ドラッグストア	4.3%	4.2%	15.2%	15.4%	47.6%	50.7%	73.2%	82.5%	0.5%	1.0%	0.3%	0.3%	2.4%	2.4%
コンビニエンスストア	5.4%	6.6%	26.0%	24.8%	7.6%	9.1%	2.2%	1.7%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	12.4%	14.3%
百貨店(デパート)	20.0%	22.7%	18.5%	20.3%	18.5%	17.8%	15.7%	14.0%	63.1%	66.4%	35.8%	37.8%	22.7%	18.2%
一般小売店・専門店	11.1%	14.0%	9.5%	11.5%	12.3%	12.9%	13.1%	14.3%	41.2%	42.7%	52.7%	64.3%	55.0%	61.5%
ネット・カタログ	1.3%	1.4%	2.1%	3.5%	5.6%	7.0%	10.9%	11.2%	24.9%	23.4%	12.4%	7.3%	12.4%	10.8%
その他	4.4%	2.8%	3.7%	3.5%	4.6%	4.9%	2.3%	3.5%	2.3%	2.1%	2.1%	3.8%	3.1%	2.8%
購入しない	3.1%	1.4%	1.6%	1.4%	1.1%	0.3%	2.0%	2.1%	1.7%	0.7%	9.9%	7.3%	3.1%	2.4%

60代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリ		書籍・文具	
	購入先	全年代	60代のみ	全年代	60代のみ	全年代	60代のみ	全年代	60代のみ	全年代	60代のみ	全年代	60代のみ	全年代
近隣商店街	12.0%	12.6%	10.2%	12.9%	5.4%	6.7%	3.1%	3.1%	5.1%	6.7%	5.0%	6.4%	7.6%	10.4%
スーパー	91.4%	93.9%	79.7%	82.2%	68.9%	73.3%	27.7%	28.8%	20.7%	22.1%	5.4%	5.2%	28.6%	34.0%
ドラッグストア	4.3%	4.3%	15.2%	9.5%	47.6%	38.7%	73.2%	66.9%	0.5%	0.3%	0.3%	0.0%	2.4%	1.2%
コンビニエンスストア	5.4%	4.6%	26.0%	15.6%	7.6%	3.4%	2.2%	1.5%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	12.4%	8.3%
百貨店(デパート)	20.0%	19.6%	18.5%	17.2%	18.5%	12.9%	15.7%	12.6%	63.1%	62.3%	35.8%	28.2%	22.7%	13.2%
一般小売店・専門店	11.1%	14.4%	9.5%	11.3%	12.3%	15.3%	13.1%	18.4%	41.2%	45.1%	52.7%	56.1%	55.0%	54.6%
ネット・カタログ	1.3%	0.6%	2.1%	2.1%	5.6%	4.0%	10.9%	10.4%	24.9%	13.2%	12.4%	5.5%	12.4%	6.1%
その他	4.4%	4.6%	3.7%	3.1%	4.6%	5.2%	2.3%	1.8%	2.3%	2.5%	2.1%	1.8%	3.1%	3.7%
購入しない	3.1%	1.5%	1.6%	1.2%	1.1%	0.9%	2.0%	1.2%	1.7%	2.5%	9.9%	10.4%	3.1%	1.2%

70代の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリ		書籍・文具	
	購入先	全年代	70代のみ	全年代	70代のみ	全年代	70代のみ	全年代	70代のみ	全年代	70代のみ	全年代	70代のみ	全年代
近隣商店街	12.0%	16.9%	10.2%	14.4%	5.4%	10.3%	3.1%	6.6%	5.1%	9.1%	5.0%	11.1%	7.6%	14.4%
スーパー	91.4%	90.1%	79.7%	69.5%	68.9%	69.5%	27.7%	24.3%	20.7%	25.1%	5.4%	4.5%	28.6%	23.9%
ドラッグストア	4.3%	7.4%	15.2%	7.0%	47.6%	21.4%	73.2%	52.7%	0.5%	0.4%	0.3%	0.4%	2.4%	0.8%
コンビニエンスストア	5.4%	6.6%	26.0%	12.8%	7.6%	6.2%	2.2%	0.4%	0.2%	0.4%	0.0%	0.0%	12.4%	8.2%
百貨店(デパート)	20.0%	14.4%	18.5%	17.3%	18.5%	11.9%	15.7%	11.9%	63.1%	49.8%	35.8%	19.8%	22.7%	14.8%
一般小売店・専門店	11.1%	13.2%	9.5%	13.2%	12.3%	16.9%	13.1%	13.2%	41.2%	36.2%	52.7%	46.5%	55.0%	39.9%
ネット・カタログ	1.3%	0.4%	2.1%	0.0%	5.6%	1.2%	10.9%	2.9%	24.9%	7.0%	12.4%	1.2%	12.4%	1.2%
その他	4.4%	7.4%	3.7%	7.8%	4.6%	5.3%	2.3%	5.3%	2.3%	4.1%	2.1%	1.6%	3.1%	2.9%
購入しない	3.1%	1.6%	1.6%	1.2%	1.1%	0.8%	2.0%	0.8%	1.7%	1.6%	9.9%	10.3%	3.1%	4.5%

80代以上の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリ		書籍・文具	
	購入先	全年代	80代以上	全年代	80代以上	全年代	80代以上	全年代	80代以上	全年代	80代以上	全年代	80代以上	全年代
近隣商店街	12.0%	14.3%	10.2%	10.7%	5.4%	8.3%	3.1%	2.4%	5.1%	4.8%	5.0%	4.8%	7.6%	3.6%
スーパー	91.4%	69.0%	79.7%	48.8%	68.9%	53.6%	27.7%	16.7%	20.7%	8.3%	5.4%	1.2%	28.6%	11.9%
ドラッグストア	4.3%	3.6%	15.2%	3.6%	47.6%	13.1%	73.2%	26.2%	0.5%	0.0%	0.3%	0.0%	2.4%	1.2%
コンビニエンスストア	5.4%	3.6%	26.0%	6.0%	7.6%	4.8%	2.2%	1.2%	0.2%	1.2%	0.0%	0.0%	12.4%	2.4%
百貨店(デパート)	20.0%	11.9%	18.5%	15.5%	18.5%	8.3%	15.7%	8.3%	63.1%	40.5%	35.8%	17.9%	22.7%	9.5%
一般小売店・専門店	11.1%	9.5%	9.5%	8.3%	12.3%	2.4%	13.1%	10.7%	41.2%	21.4%	52.7%	27.4%	55.0%	27.4%
ネット・カタログ	1.3%	1.2%	2.1%	1.2%	5.6%	2.4%	10.9%	2.4%	24.9%	3.6%	12.4%	1.2%	12.4%	3.6%
その他	4.4%	6.0%	3.7%	6.0%	4.6%	6.0%	2.3%	1.2%	2.3%	3.6%	2.1%	0.0%	3.1%	2.4%
購入しない	3.1%	11.9%	1.6%	7.1%	1.1%	8.3%	2.0%	10.7%	1.7%	9.5%	9.9%	17.9%	3.1%	17.9%

60代以上の買い物動向	生鮮食料品		その他食料品		日用品		医療・化粧品		衣料品		時計・アクセサリ		書籍・文具	
	購入先	全年代	60代以上	全年代	60代以上	全年代	60代以上	全年代	60代以上	全年代	60代以上	全年代	60代以上	全年代
近隣商店街	12.0%	14.4%	10.2%	13.1%	5.4%	8.3%	3.1%	4.3%	5.1%	7.3%	5.0%	8.0%	7.6%	11.0%
スーパー	91.4%	89.3%	79.7%	73.1%	68.9%	69.3%	27.7%	25.5%	20.7%	21.4%	5.4%	4.4%	28.6%	27.4%
ドラッグストア	4.3%	5.4%	15.2%	7.8%	47.6%	28.9%	73.2%	56.4%	0.5%	0.3%	0.3%	0.2%	2.4%	1.1%
コンビニエンスストア	5.4%	5.2%	26.0%	13.3%	7.6%	4.6%	2.2%	1.1%	0.2%	0.3%	0.0%	0.0%	12.4%	7.5%
百貨店(デパート)	20.0%	16.7%	18.5%	17.0%	18.5%	11.9%	15.7%	11.8%	63.1%	54.9%	35.8%	23.7%	22.7%	13.3%
一般小売店・専門店	11.1%	13.3%	9.5%	11.6%	12.3%	14.2%	13.1%	15.4%	41.2%	38.7%	52.7%	48.8%	55.0%	45.6%
ネット・カタログ	1.3%	0.6%	2.1%	1.2%	5.6%	2.8%	10.9%	6.6%	24.9%	9.6%	12.4%	3.4%	12.4%	4.0%
その他	4.4%	5.8%	3.7%	5.2%	4.6%	5.4%	2.3%	3.1%	2.3%	3.2%	2.1%	1.5%	3.1%	3.2%
購入しない	3.1%	2.9%	1.6%	2.0%	1.1%	1.8%	2.0%	2.3%	1.7%	3.1%	9.9%	11.3%	3.1%	4.6%

2. 次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？

(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

利用頻度	20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上		60代以上		全年代	
ほぼ毎日	0.0%		0.6%		1.1%		0.5%		3.6%		4.5%		6.1%		4.2%		1.9%	
週2、3回	5.0%	7.0%	3.9%	7.2%	6.3%	10.3%	6.7%	13.4%	11.5%	20.8%	19.6%	37.5%	27.3%	42.4%	15.7%	28.5%	9.2%	16.5%
週1回程度	2.0%		2.8%		2.9%		6.2%		5.7%		13.4%		9.1%		8.6%		5.4%	
月に2、3回	3.0%		4.4%		6.3%	10.3%	8.6%	19.1%	10.4%	24.0%	11.6%	19.6%	0.0%	3.0%	9.8%	20.5%	7.2%	15.0%
月1回程度	7.0%	10.0%	3.9%	8.3%	4.0%		10.5%		13.5%		8.0%		3.0%		10.7%		7.8%	
数ヶ月に1回	9.0%	9.0%	12.2%	12.2%	18.9%	18.9%	22.0%	22.0%	17.2%	17.2%	14.3%	14.3%	3.0%	3.0%	14.8%	14.8%	16.1%	16.1%
利用しない	74.0%	74.0%	72.2%	72.2%	60.6%	60.6%	45.5%	45.5%	38.0%	38.0%	28.6%	28.6%	51.5%	51.5%	36.2%	36.2%	52.5%	52.5%

3. 次のお店に行くために、最も利用する交通手段を1つ選んで下さい ※「利用しない」と回答した人を除く

(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

交通手段	20代		30代		40代		50代		60代		70代		80代以上		60代以上		全年代	
徒歩	36.8%		24.4%		25.3%		22.5%		24.5%		40.9%		54.8%		33.6%		29.5%	
自転車	13.2%	50.0%	15.4%	39.8%	19.8%	45.1%	17.9%	40.4%	27.6%	52.1%	25.5%	66.4%	12.9%	67.7%	25.3%	58.9%	20.6%	50.1%
バイク	0.0%		0.0%		0.0%		0.0%		0.6%		0.9%		0.0%		0.7%		0.3%	
マイカー	50.0%	50.0%	60.3%	60.3%	53.8%	53.8%	57.6%	57.6%	46.0%	46.6%	28.2%	29.1%	12.9%	12.9%	36.2%	36.9%	47.0%	47.3%
タクシー	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.5%	6.5%	0.7%	0.7%	0.6%	0.6%
バス	0.0%		0.0%		0.0%		0.7%		0.6%		4.5%		9.7%		3.0%		1.5%	
鉄道	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	2.0%	0.6%	1.2%	0.0%	4.5%	3.2%	12.9%	0.7%	3.7%	0.6%	2.1%

4. あなたがよく買い物される時間帯と曜日について選んで○印をつけて下さい(複数選択可)

(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

時間帯	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
午前	0.9%	4.3%	7.7%	7.3%	12.6%	16.5%	20.2%	15.0%	9.8%
午後	2.8%	5.2%	4.1%	11.9%	7.1%	11.9%	4.8%	8.6%	7.7%
夕刻	8.4%	6.7%	5.0%	7.3%	4.6%	4.1%	2.4%	4.1%	5.6%
夜	1.9%	0.0%	1.8%	2.1%	0.3%	0.0%	0.0%	0.2%	0.9%
不特定	13.1%	11.9%	14.4%	15.4%	16.9%	5.3%	3.6%	10.9%	12.4%

曜日	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
月	0.9%	1.9%	0.9%	3.1%	3.4%	5.8%	9.5%	5.0%	3.5%
火	0.0%	1.0%	1.8%	0.7%	2.5%	2.5%	3.6%	2.6%	1.7%
水	0.9%	1.4%	1.4%	2.1%	2.1%	3.3%	2.4%	2.6%	2.0%
木	0.0%	0.5%	1.8%	2.1%	2.1%	2.1%	1.2%	2.0%	1.6%
金	0.9%	1.4%	0.9%	2.1%	1.8%	1.6%	3.6%	2.0%	1.7%
土	3.7%	1.4%	4.1%	8.0%	4.3%	4.5%	3.6%	4.3%	4.5%
日	5.6%	2.4%	3.6%	5.9%	3.1%	2.1%	3.6%	2.8%	3.6%
不特定曜日	16.8%	20.5%	29.3%	31.8%	28.5%	25.1%	8.3%	24.6%	25.5%
利用しない	64.5%	62.9%	45.9%	33.2%	23.0%	10.7%	20.2%	18.0%	34.4%
毎日	0.0%	1.0%	0.5%	0.3%	0.0%	0.4%	1.2%	0.3%	0.4%

5. 買い物場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代	市内全域で割合が高い順
品揃えが豊富	67.3%	69.5%	72.1%	72.7%	73.9%	69.1%	59.5%	70.2%	70.3%	
値段が安い	63.6%	69.5%	70.3%	63.3%	54.0%	47.3%	36.9%	49.2%	58.6%	
車で行きやすい場所にある	50.5%	61.0%	59.5%	61.9%	57.7%	46.9%	36.9%	50.9%	55.3%	
自宅から近い	36.4%	44.3%	49.1%	58.7%	52.8%	61.7%	59.5%	57.0%	52.7%	
品質が良い	35.5%	40.0%	56.8%	50.0%	46.9%	35.8%	33.3%	41.0%	44.4%	
ポイントカードが利用できる	20.6%	25.2%	27.0%	26.9%	29.1%	30.0%	21.4%	28.4%	26.9%	
そこでなければ購入できない	21.5%	19.5%	17.6%	16.4%	15.6%	12.3%	14.3%	14.2%	16.2%	
まとめ買いができる	9.3%	8.6%	10.8%	15.4%	20.9%	20.6%	16.7%	20.2%	15.4%	
色々なお店が多い	27.1%	19.5%	14.0%	10.8%	13.5%	10.7%	10.7%	12.1%	14.3%	
セールなどが開催されている	19.6%	14.3%	12.2%	15.0%	16.6%	12.3%	6.0%	13.6%	14.1%	
夜遅くまで営業している	22.4%	21.0%	15.8%	15.0%	8.3%	7.8%	2.4%	7.3%	13.3%	
お店の雰囲気が良い	10.3%	9.0%	12.2%	7.7%	8.3%	14.0%	8.3%	10.4%	10.0%	
接客態度が良い	6.5%	10.0%	8.1%	9.4%	9.5%	13.6%	6.0%	10.6%	9.6%	
買い物以外でも楽しめる	22.4%	12.4%	6.3%	7.7%	9.5%	6.2%	6.0%	7.8%	9.1%	
家族連れで行きやすい	8.4%	17.1%	7.2%	3.5%	4.9%	10.3%	2.4%	6.6%	7.6%	
クーポン・割引券などがある	5.6%	9.5%	5.4%	5.9%	7.4%	7.4%	2.4%	6.7%	6.7%	
公共機関の交通の便が良い	6.5%	4.3%	3.6%	4.9%	7.1%	9.5%	11.9%	8.6%	6.3%	
朝早くから営業している	2.8%	5.2%	5.0%	3.1%	5.2%	5.8%	10.7%	6.1%	5.0%	
店員と顔なじみ	5.6%	1.4%	1.8%	4.5%	4.0%	7.8%	8.3%	6.0%	4.5%	
電子マネーで支払ができる	3.7%	2.9%	3.6%	5.6%	2.1%	0.8%	0.0%	1.4%	2.9%	
宅配サービスが利用できる	0.0%	1.9%	0.9%	1.4%	2.1%	2.5%	6.0%	2.8%	1.9%	
その他	0.9%	1.4%	3.6%	0.7%	2.1%	1.2%	2.4%	1.8%	1.7%	
アフターサービスが良い	1.9%	0.5%	1.8%	1.4%	1.8%	1.2%	0.0%	1.4%	1.4%	

設問3 あなたのお住まいの近くの商店街(もしくは商店)に関して伺います。

1. あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
はい	9.6%	9.8%	16.4%	18.8%	31.4%	36.8%	45.2%	34.9%	23.4%
どちらとも言えない	55.8%	55.9%	53.1%	56.2%	47.1%	48.6%	38.7%	46.7%	51.7%
いいえ	34.6%	34.3%	30.5%	25.0%	21.5%	14.6%	16.1%	18.3%	24.9%

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」は、どんなところですか？3つまで選択可

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代	市内全域で割合が高い順
昔ながらの顔の見えた付き合い	24.3%	27.6%	25.7%	22.4%	19.3%	13.2%	10.7%	15.9%	20.5%	
安さやセールスの魅力	15.9%	12.9%	10.4%	20.6%	26.7%	30.0%	16.7%	26.6%	20.3%	
人情味が豊か	29.9%	27.6%	27.5%	22.4%	16.3%	10.3%	13.1%	13.6%	20.3%	
駐車場・駐輪場の多さ	9.3%	14.3%	13.1%	20.6%	25.2%	20.6%	15.5%	22.2%	18.5%	
名物店や老舗の存在	22.4%	26.2%	27.5%	18.2%	13.2%	11.9%	7.1%	11.9%	18.0%	
大型店やスーパーの集客力	10.3%	9.5%	9.9%	15.7%	23.0%	21.8%	15.5%	21.6%	16.1%	
交通の便	12.1%	12.9%	11.7%	17.1%	19.6%	17.7%	19.0%	18.8%	16.1%	
店員の雰囲気や活気	19.6%	11.0%	10.8%	11.5%	14.1%	19.3%	19.0%	16.7%	14.0%	
店の数や業種の多さ	8.4%	6.7%	9.0%	11.5%	17.2%	18.1%	14.3%	17.1%	12.9%	
名物商品や逸品の取り扱い	15.0%	10.0%	15.3%	11.9%	11.3%	7.8%	8.3%	9.6%	11.2%	
商店街でのイベント	4.7%	10.0%	9.9%	4.5%	2.8%	4.1%	1.2%	3.1%	5.4%	
公的施設が近くにある	5.6%	1.0%	1.4%	3.1%	7.1%	4.9%	6.0%	6.1%	4.0%	
サービスや共同事業の豊富さ	1.9%	1.4%	1.4%	2.4%	2.1%	4.1%	4.8%	3.2%	2.6%	
その他	0.9%	3.8%	0.9%	1.0%	2.1%	1.2%	3.6%	2.0%	1.8%	
観光施設・名所旧跡が近くにある	0.0%	1.4%	1.8%	1.7%	0.6%	1.2%	0.0%	0.8%	1.1%	

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「不足している点」は、どんなところですか？3つまで選択可

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
店の数や業種の多さ	46.7%	34.8%	42.8%	34.3%	30.7%	20.6%	14.3%	24.8%	32.0%
安さやセールスの魅力	28.0%	40.5%	40.1%	32.5%	22.1%	17.3%	8.3%	18.5%	27.9%
駐車場・駐輪場の多さ	36.4%	44.8%	36.5%	27.6%	21.2%	18.1%	7.1%	18.2%	27.7%
店員の雰囲気や活気	15.9%	18.1%	18.5%	19.6%	20.2%	17.3%	10.7%	17.9%	17.9%
名物商品や逸品の取り扱い	9.3%	11.0%	15.8%	18.2%	19.6%	13.6%	9.5%	16.1%	15.1%
名物店や老舗の存在	7.5%	8.6%	14.0%	15.0%	16.6%	18.1%	13.1%	16.7%	14.1%
交通の便	25.2%	17.1%	12.6%	12.2%	11.0%	14.8%	10.7%	12.4%	13.9%
サービスや共同事業の豊富さ	15.0%	11.0%	12.6%	12.6%	16.3%	11.1%	8.3%	13.3%	12.7%
商店街でのイベント	20.6%	14.8%	10.4%	15.0%	12.9%	7.0%	8.3%	10.1%	12.4%
大型店やスーパーの集客力	18.7%	15.7%	13.5%	11.5%	9.2%	6.6%	3.6%	7.5%	11.2%
昔ながらの顔の見える付き合い	0.9%	1.4%	2.7%	5.6%	8.0%	9.1%	4.8%	8.0%	5.2%
観光施設・名所旧跡が近くにある	4.7%	2.9%	0.9%	4.5%	7.1%	7.0%	6.0%	6.9%	4.8%
公的施設が近くにある	0.9%	3.8%	2.7%	5.2%	5.8%	5.8%	4.8%	5.7%	4.6%
人情味が豊か	0.0%	3.3%	3.6%	2.4%	4.6%	8.6%	4.8%	6.1%	4.2%
その他	4.7%	6.2%	3.6%	2.4%	3.4%	1.6%	1.2%	2.4%	3.3%

市内全域で割合が高い順

3. 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みについて、3つまで選択可

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
買い物代行、宅配サービスの充実	31.8%	30.0%	38.7%	51.4%	41.4%	35.4%	38.1%	38.8%	39.2%
地域社会への貢献(高齢化、環境問題)	22.4%	23.3%	34.2%	40.9%	49.7%	44.4%	34.5%	45.7%	38.0%
定期的なイベント開催	43.9%	46.2%	43.2%	31.5%	24.8%	18.5%	9.5%	20.5%	31.1%
高齢者や障がい者のためのバリアフリー対策	28.0%	21.0%	23.4%	31.1%	31.6%	40.7%	39.3%	36.1%	30.4%
子育て支援、子供の一時預かり施設の設置	36.4%	41.4%	21.6%	18.5%	19.9%	16.9%	11.9%	17.7%	23.0%
ホームページ、地域かわら版などのPR、情報発信	37.4%	31.0%	27.5%	20.6%	14.1%	8.6%	4.8%	10.9%	19.7%
防犯・防災活動の強化・協力	11.2%	15.2%	12.2%	16.1%	20.6%	18.1%	19.0%	19.4%	16.5%
学校、保育所、病院などの誘致	11.2%	11.9%	8.6%	8.7%	9.5%	6.6%	4.8%	7.8%	9.1%
チャレンジショップなどへ場所を提供	9.3%	9.5%	11.7%	10.5%	9.5%	6.2%	0.0%	7.0%	8.9%
NPO法人などの地域活動団体との連携	9.3%	4.8%	6.8%	7.7%	5.8%	6.2%	4.8%	5.8%	6.4%
その他	0.9%	5.7%	5.4%	3.8%	2.8%	2.1%	1.2%	2.3%	3.5%

市内全域で割合が高い順

4. これからの商店街は、どのようにあって欲しいですか？5つまで選択可

選択項目	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
駐車場所を気にしない無料駐車場・駐輪場がある	75.7%	76.2%	77.9%	72.0%	71.8%	60.9%	47.6%	64.5%	70.3%
子供からお年寄りまで買い物を楽しめる	51.4%	52.4%	47.3%	47.2%	49.4%	54.7%	47.6%	51.1%	49.7%
休憩ができる場所がある	37.4%	31.4%	36.9%	48.6%	54.0%	50.2%	60.7%	53.4%	45.4%
除雪がきちんとされ、冬期間でも歩きやすい	33.6%	32.9%	33.8%	38.8%	48.8%	50.6%	48.8%	49.4%	41.8%
地産地消に取り組んでいる	23.4%	33.3%	46.4%	42.7%	49.4%	40.7%	33.3%	44.0%	41.0%
朝市などの定期的な催しがある	20.6%	34.3%	31.1%	31.1%	31.3%	27.6%	19.0%	28.3%	29.4%
商店街独自の宅配サービスがある	9.3%	10.0%	18.9%	33.9%	24.8%	26.3%	32.1%	26.3%	22.8%
朝早くから夜遅くまで利用できる	23.4%	27.6%	21.2%	22.7%	16.9%	18.1%	8.3%	16.2%	20.3%
イベントができる場所がある	26.2%	19.5%	18.0%	12.9%	13.2%	7.0%	7.1%	10.1%	14.3%
子供を遊ばせる場所(託児所やプレイルーム)がある	21.5%	29.0%	8.6%	11.2%	10.7%	7.8%	6.0%	9.0%	13.1%
昔ながらの風情を保つ	13.1%	11.0%	17.1%	10.8%	11.0%	10.7%	8.3%	10.6%	11.6%
車が通らない、安心して歩ける環境	7.5%	8.6%	8.6%	7.0%	10.7%	13.6%	16.7%	12.5%	10.1%
流行の発信地	26.2%	11.9%	8.6%	6.3%	4.6%	2.5%	0.0%	3.2%	7.4%
街の歴史、地域の文化を伝える	10.3%	6.7%	7.2%	8.4%	7.4%	5.8%	7.1%	6.7%	7.2%
カルチャースクールなど学びの場がある	5.6%	4.8%	5.4%	9.1%	8.0%	7.8%	3.6%	7.3%	6.9%
アンテナショップがある	7.5%	8.1%	9.5%	7.0%	4.3%	2.1%	1.2%	3.1%	5.7%
若い店主さんが多い	9.3%	7.1%	6.8%	4.2%	3.7%	1.2%	3.6%	2.8%	4.6%
子供のしつけ、社会教育の場	8.4%	4.8%	4.1%	4.2%	5.2%	3.7%	2.4%	4.3%	4.5%
その他	2.8%	6.7%	6.8%	2.4%	1.5%	0.4%	3.6%	1.4%	3.2%
ペット同伴でお店に入れる	5.6%	2.9%	3.6%	4.2%	2.1%	1.6%	3.6%	2.1%	3.1%
商店街通貨(地域通貨)を導入している	2.8%	1.9%	2.3%	1.7%	2.8%	2.1%	0.0%	2.1%	2.1%

市内全域で割合が高い順

商店街振興のための買い物環境・意識に関するアンケート結果 「商店街の利用頻度／商店街に良さを感じるか・感じないか印象別集計結果」

設問1 回答者様ご自身に関してお伺いします。

1. あなたの性別は？

2. あなたの年齢は？(平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)

抽出設問	選択項目	男性	女性	無回答
全回答者		36.7%	60.3%	3.1%
利用頻度別 (設問2)	毎日	21.1%	73.7%	5.3%
	週1～3回	33.3%	60.7%	6.0%
	月1～3回	34.2%	65.1%	0.7%
	利用しない	38.8%	59.1%	2.1%
商店街に良さを感じる／感じない (設問3-1)	感じる	34.0%	61.6%	4.4%
	感じない	47.0%	52.1%	0.9%

20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
7.2%	14.2%	15.0%	19.3%	22.0%	16.4%	5.7%	44.2%	100.0%
0.0%	5.6%	11.1%	5.6%	38.9%	27.8%	11.1%	77.8%	1.9%
4.9%	8.3%	11.1%	18.8%	22.9%	25.7%	8.3%	56.9%	14.6%
6.6%	9.9%	11.8%	26.3%	30.3%	14.5%	0.7%	45.4%	15.0%
14.0%	24.7%	20.1%	18.0%	13.9%	6.1%	3.2%	23.1%	52.5%
3.2%	6.1%	11.3%	15.8%	29.6%	25.1%	9.0%	63.7%	23.4%
10.6%	20.6%	19.1%	19.1%	18.5%	9.1%	2.9%	30.6%	24.9%

設問2 あなたの買い物状況に関してお伺いします。

1. 次に挙げる日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可
(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

購入先	生鮮食料品						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	73.7%	70.0%	23.7%	0.0%	23.9%	5.3%	12.0%
スーパー	84.2%	90.0%	95.4%	91.7%	90.9%	92.3%	91.4%
ドラッグストア	10.5%	6.0%	2.0%	4.1%	4.7%	3.3%	4.3%
コンビニエンスストア	10.5%	6.7%	5.9%	6.2%	6.0%	5.9%	5.4%
百貨店(デパート)	10.5%	26.0%	28.3%	22.0%	17.3%	20.1%	20.0%
一般小売店・専門店	15.8%	16.7%	17.1%	10.7%	13.2%	9.8%	11.1%
ネット・カタログ	0.0%	0.7%	1.3%	1.9%	1.9%	2.1%	1.3%
その他	0.0%	3.3%	5.9%	4.3%	3.5%	5.6%	4.4%
購入しない	0.0%	2.0%	1.3%	6.2%	2.2%	5.0%	3.1%

購入先	その他食料品						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	57.9%	52.7%	23.7%	0.0%	20.1%	4.1%	10.2%
スーパー	73.7%	75.3%	82.2%	88.0%	76.1%	84.3%	79.7%
ドラッグストア	15.8%	12.0%	13.8%	21.4%	8.8%	16.3%	15.2%
コンビニエンスストア	31.6%	22.7%	20.4%	35.8%	19.2%	30.5%	26.0%
百貨店(デパート)	5.3%	25.3%	19.1%	19.1%	14.8%	21.9%	18.5%
一般小売店・専門店	26.3%	18.0%	19.1%	7.5%	12.3%	8.6%	9.5%
ネット・カタログ	0.0%	2.0%	1.3%	3.0%	1.9%	4.1%	2.1%
その他	0.0%	5.3%	7.2%	2.4%	4.4%	4.1%	3.7%
購入しない	0.0%	0.7%	2.6%	2.6%	0.9%	2.1%	1.6%

購入先	日用品						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	42.1%	52.7%	35.3%	0.0%	12.3%	1.2%	5.4%
スーパー	63.2%	75.3%	70.7%	70.0%	66.7%	69.5%	68.9%
ドラッグストア	31.6%	12.0%	36.0%	61.2%	37.4%	50.3%	47.6%
コンビニエンスストア	15.8%	22.7%	6.0%	9.0%	6.0%	7.7%	7.6%
百貨店(デパート)	21.1%	25.3%	23.3%	24.2%	12.6%	23.7%	18.5%
一般小売店・専門店	21.1%	18.0%	17.3%	9.6%	16.4%	14.5%	12.3%
ネット・カタログ	0.0%	2.0%	5.3%	6.8%	5.7%	7.7%	5.6%
その他	0.0%	5.3%	3.3%	4.9%	5.0%	5.3%	4.6%
購入しない	0.0%	0.7%	0.7%	2.3%	0.3%	1.5%	1.1%

購入先	医療・化粧品						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	36.8%	16.0%	5.9%	0.0%	6.9%	0.9%	3.1%
スーパー	42.1%	30.0%	30.9%	33.0%	24.5%	31.4%	27.7%
ドラッグストア	52.6%	72.7%	78.3%	85.0%	66.4%	78.4%	73.2%
コンビニエンスストア	0.0%	0.7%	2.6%	3.9%	2.2%	3.3%	2.2%
百貨店(デパート)	26.3%	18.7%	21.1%	18.6%	11.9%	20.4%	15.7%
一般小売店・専門店	10.5%	23.3%	21.7%	9.0%	17.0%	9.8%	13.1%
ネット・カタログ	5.3%	8.7%	13.2%	13.3%	8.8%	13.6%	10.9%
その他	0.0%	4.7%	3.3%	2.3%	2.8%	2.1%	2.3%
購入しない	0.0%	0.7%	2.0%	3.8%	0.6%	3.6%	2.0%

購入先	衣料品						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	31.6%	19.3%	11.8%	0.2%	10.4%	1.8%	5.1%
スーパー	15.8%	20.7%	21.7%	23.6%	17.9%	24.3%	20.7%
ドラッグストア	0.0%	0.0%	1.3%	0.6%	0.6%	0.3%	0.5%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	0.0%	0.0%	0.2%
百貨店(デパート)	57.9%	70.0%	66.4%	68.7%	57.9%	65.7%	63.1%
一般小売店・専門店	42.1%	45.3%	51.3%	44.3%	43.4%	38.5%	41.2%
ネット・カタログ	15.8%	21.3%	23.0%	34.9%	17.3%	30.5%	24.9%
その他	5.3%	3.3%	3.3%	2.3%	1.3%	2.1%	2.3%
購入しない	0.0%	0.0%	3.3%	2.4%	1.3%	3.0%	1.7%

購入先	時計・アクセサリ						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	26.3%	14.7%	13.8%	0.2%	9.4%	2.4%	5.0%
スーパー	5.3%	7.3%	7.2%	5.8%	5.3%	5.0%	5.4%
ドラッグストア	0.0%	0.7%	0.0%	0.4%	0.3%	0.3%	0.3%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
百貨店(デパート)	26.3%	41.3%	37.5%	43.3%	26.7%	39.3%	35.8%
一般小売店・専門店	57.9%	59.3%	60.5%	57.0%	52.8%	56.2%	52.7%
ネット・カタログ	10.5%	6.7%	6.6%	21.0%	6.6%	16.3%	12.4%
その他	0.0%	4.7%	2.0%	2.1%	2.2%	3.0%	2.1%
購入しない	5.3%	9.3%	10.5%	13.3%	10.1%	9.2%	9.9%

購入先	書籍・文具						
	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
近隣商店街	26.3%	29.3%	17.1%	0.4%	14.2%	3.0%	7.6%
スーパー	21.1%	29.3%	32.2%	31.0%	27.0%	26.9%	28.6%
ドラッグストア	5.3%	2.7%	2.6%	2.8%	1.6%	0.9%	2.4%
コンビニエンスストア	15.8%	13.3%	9.2%	16.9%	11.6%	11.8%	12.4%
百貨店(デパート)	26.3%	16.7%	23.0%	31.3%	16.0%	29.0%	22.7%
一般小売店・専門店	68.4%	59.3%	63.8%	60.0%	48.4%	61.8%	55.0%
ネット・カタログ	10.5%	10.7%	10.5%	19.3%	8.5%	16.6%	12.4%
その他	0.0%	3.3%	3.3%	4.1%	2.5%	3.3%	3.1%
購入しない	0.0%	1.3%	3.9%	4.3%	3.1%	3.8%	3.1%

2. 次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？

(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

利用頻度	感じる		感じない		全回答	
ほぼ毎日	4.5%		0.8%		1.9%	
週2、3回	24.3%	40.6%	2.7%	5.4%	9.2%	16.5%
週1回程度	11.9%		1.9%		5.4%	
月に2、3回	12.4%	23.3%	3.5%	7.0%	7.2%	15.0%
月1回程度	10.9%		3.5%		7.8%	
数ヶ月に1回	12.9%	12.9%	14.8%	14.8%	16.1%	16.1%
利用しない	23.3%	23.3%	72.8%	72.8%	52.5%	52.5%

3. 次のお店に行くために、最も利用する交通手段を1つ選んで下さい ※「利用しない」と回答した人を除く

(近隣商店街に関する回答のみ抽出)

交通手段	毎日		週1～3回		月1～3回		利用しない		感じる		感じない		全回答	
徒歩	47.1%	76.5%	37.2%	65.7%	26.6%	49.0%	22.5%	36.3%	31.0%	56.7%	32.4%	47.2%	29.5%	50.1%
自転車	29.4%		28.5%		22.4%		13.8%		25.7%		14.8%		20.6%	
バイク	0.0%	23.5%	0.7%	33.6%	0.7%	46.2%	0.0%	60.0%	0.0%	40.6%	0.0%	51.9%	0.3%	47.3%
マイカー	23.5%		32.8%		45.5%		60.0%		40.6%		51.9%		47.0%	
タクシー	0.0%	0.0%	0.7%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	2.1%	0.0%	0.0%	0.6%	0.6%
バス	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	4.9%	1.3%	3.8%	0.5%	0.5%	0.0%	0.9%	1.5%	2.1%
鉄道	0.0%		0.0%		0.7%		2.5%		0.0%		0.9%		0.6%	

5. 買い物場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可

選択項目	毎日	週1～3回	月1～3回	利用しない	感じる	感じない	全回答
品揃えが豊富	73.7%	68.7%	71.1%	69.2%	73.0%	72.2%	70.3%
値段が安い	36.8%	57.3%	55.9%	65.9%	56.0%	60.1%	58.6%
車で行きやすい場所にある	36.8%	44.7%	56.6%	61.4%	49.4%	61.5%	55.3%
自宅から近い	68.4%	56.0%	57.9%	47.7%	65.1%	45.6%	52.7%
品質が良い	57.9%	52.7%	46.1%	43.0%	50.9%	43.2%	44.4%
ポイントカードが利用できる	31.6%	26.0%	29.6%	25.0%	28.3%	22.2%	26.9%
そこでなければ購入できない	10.5%	20.7%	17.8%	15.8%	14.8%	19.8%	16.2%
まとめ買いができる	5.3%	19.3%	17.1%	10.1%	17.3%	16.3%	15.4%
色々なお店が多い	15.8%	13.3%	11.8%	16.9%	12.9%	17.2%	14.3%
セールなどが開催されている	5.3%	15.3%	21.1%	13.9%	14.8%	11.5%	14.1%
夜遅くまで営業している	15.8%	10.0%	7.9%	17.1%	12.3%	15.7%	13.3%
お店の雰囲気が良い	0.0%	13.3%	10.5%	8.4%	12.9%	10.1%	10.0%
接客態度が良い	10.5%	11.3%	9.9%	7.5%	9.4%	10.4%	9.6%
買い物以外でも楽しめる	5.3%	8.7%	5.9%	9.6%	8.5%	10.4%	9.1%
家族連れで行きやすい	0.0%	3.3%	8.6%	8.8%	6.3%	10.1%	7.6%
クーポン・割引券などがある	5.3%	6.7%	5.9%	7.9%	4.4%	6.2%	6.7%
公共機関の交通の便が良い	15.8%	8.0%	6.6%	5.4%	6.9%	5.9%	6.3%
朝早くから営業している	21.1%	2.0%	3.3%	3.6%	5.7%	3.3%	5.0%
店員と顔なじみ	21.1%	6.0%	5.9%	2.4%	6.9%	1.8%	4.5%
電子マネーで支払ができる	0.0%	1.3%	3.3%	4.3%	1.3%	3.8%	2.9%
宅配サービスが利用できる	0.0%	2.7%	3.9%	1.3%	2.5%	1.5%	1.9%
その他	0.0%	1.3%	3.3%	1.7%	1.3%	2.1%	1.7%
アフターサービスが良い	5.3%	2.0%	2.0%	1.5%	3.5%	0.6%	1.4%

市内全域で割合が高い順

設問3 あなたのお住まいの近くの商店街(もしくは商店)に関して伺います。

1. あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？(どちらでもないを除いた回答)

選択項目	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	全回答
はい	62.5%	52.9%	32.6%	9.5%	23.4%
いいえ	12.5%	8.7%	12.5%	37.6%	24.9%

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」は、どんなところですか？3つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	感じる	感じない	全回答	利用しない	感じない
昔ながらの顔の見えた付き合い	15.8%	19.3%	28.9%	22.5%	16.0%	20.4%	20.5%	22.5%	20.4%
安さやセールスの魅力	15.8%	34.0%	27.6%	14.6%	39.9%	6.8%	20.3%	14.6%	6.8%
人情味が豊か	21.1%	22.0%	25.7%	22.7%	16.7%	22.8%	20.3%	22.7%	22.8%
駐車場・駐輪場の多さ	31.6%	26.0%	17.8%	12.0%	31.4%	8.3%	18.5%	12.0%	8.3%
名物店や老舗の存在	10.5%	24.0%	20.4%	21.0%	13.5%	17.5%	18.0%	21.0%	17.5%
大型店やスーパーの集客力	21.1%	19.3%	20.4%	9.4%	27.4%	8.6%	16.1%	9.4%	8.6%
交通の便	26.3%	18.0%	22.4%	13.1%	20.8%	11.5%	16.1%	13.1%	11.5%
店員の雰囲気や活気	26.3%	20.0%	15.8%	9.9%	25.8%	5.3%	14.0%	9.9%	5.3%
店の数や業種の多さ	36.8%	18.0%	16.4%	9.0%	28.0%	3.8%	12.9%	9.0%	3.8%
名物商品や逸品の取り扱い	21.1%	13.3%	9.9%	10.9%	13.5%	8.9%	11.2%	10.9%	8.9%
商店街でのイベント	5.3%	4.7%	10.5%	4.9%	4.4%	4.7%	5.4%	4.9%	4.7%
公的施設が近くにある	15.8%	5.3%	5.9%	2.3%	3.8%	3.0%	4.0%	2.3%	3.0%
サービスや共同事業の豊富さ	0.0%	4.7%	2.0%	1.7%	4.4%	0.9%	2.6%	1.7%	0.9%
その他	0.0%	2.0%	0.7%	2.6%	1.6%	2.1%	1.8%	2.6%	2.1%
観光施設・名所旧跡が近くにある	0.0%	1.3%	2.0%	0.9%	1.6%	0.6%	1.1%	0.9%	0.6%

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「不足している点」は、どんなところですか？3つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	感じる	感じない	全回答	毎日	感じる
店の数や業種の多さ	10.5%	36.0%	37.5%	37.0%	21.1%	48.2%	32.0%	10.5%	21.1%
安さやセールスの魅力	42.1%	26.0%	26.3%	32.5%	14.5%	42.3%	27.9%	42.1%	14.5%
駐車場・駐輪場の多さ	15.8%	18.7%	24.3%	36.8%	17.9%	37.6%	27.7%	15.8%	17.9%
店員の雰囲気や活気	26.3%	20.0%	15.1%	17.8%	16.7%	22.2%	17.9%	26.3%	16.7%
名物商品や逸品の取り扱い	10.5%	20.0%	20.4%	11.3%	21.1%	10.9%	15.1%	10.5%	21.1%
名物店や老舗の存在	26.3%	19.3%	13.2%	10.5%	20.1%	14.5%	14.1%	26.3%	20.1%
交通の便	26.3%	16.0%	11.8%	13.9%	14.5%	15.1%	13.9%	26.3%	14.5%
サービスや共同事業の豊富さ	15.8%	16.0%	16.4%	10.3%	15.7%	10.4%	12.7%	15.8%	15.7%
商店街でのイベント	15.8%	14.7%	13.2%	13.7%	13.8%	11.2%	12.4%	15.8%	13.8%
大型店やスーパーの集客力	10.5%	10.7%	17.1%	14.1%	9.7%	15.4%	11.2%	10.5%	9.7%
昔ながらの顔の見えた付き合い	10.5%	7.3%	8.6%	2.8%	8.5%	3.6%	5.2%	10.5%	8.5%
観光施設・名所旧跡が近くにある	21.1%	7.3%	7.9%	2.6%	9.1%	0.9%	4.8%	21.1%	9.1%
公的施設が近くにある	5.3%	2.7%	7.9%	2.8%	7.9%	1.5%	4.6%	5.3%	7.9%
人情味が豊か	10.5%	5.3%	4.6%	3.0%	5.7%	4.1%	4.2%	10.5%	5.7%
その他	0.0%	2.0%	2.6%	4.3%	0.9%	4.7%	3.3%	0.0%	0.9%

3. 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みについて、3つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	感じる	感じない	全回答	利用しない	感じない
買い物代行、宅配サービスの充実	36.8%	39.3%	42.8%	39.8%	41.2%	39.6%	39.2%	39.8%	39.6%
地域社会への貢献(高齢化、環境問題)	57.9%	39.3%	45.4%	30.8%	46.2%	32.5%	38.0%	30.8%	32.5%
定期的なイベント開催	31.6%	29.3%	37.5%	37.1%	30.5%	36.4%	31.1%	37.1%	36.4%
高齢者や障がい者のためのバリアフリー対策	42.1%	37.3%	31.6%	28.7%	40.9%	22.8%	30.4%	28.7%	22.8%
子育て支援、子供の一時預かり施設の設置	31.6%	23.3%	25.0%	25.7%	23.9%	22.5%	23.0%	25.7%	22.5%
ホームページ、地域かわら版などのPR、情報発信	15.8%	16.0%	21.1%	25.1%	13.5%	24.0%	19.7%	25.1%	24.0%
防犯・防災活動の強化・協力	15.8%	16.0%	14.5%	14.1%	19.5%	15.1%	16.5%	14.1%	15.1%
学校、保育所、病院などの誘致	10.5%	12.7%	7.9%	9.2%	8.2%	11.5%	9.1%	9.2%	11.5%
チャレンジショップなどへ場所を提供	0.0%	8.0%	13.2%	7.9%	8.8%	11.2%	8.9%	7.9%	11.2%
NPO法人などの地域活動団体との連携	5.3%	8.7%	7.9%	5.1%	7.2%	7.7%	6.4%	5.1%	7.7%
その他	0.0%	5.3%	3.9%	3.9%	2.5%	6.5%	3.5%	3.9%	6.5%

4. これからの商店街は、どのようにあって欲しいですか？5つまで選択可

市内全域で割合が高い順

選択項目	毎日	週1~3回	月1~3回	利用しない	感じる	感じない	全回答	利用しない	感じない
駐車場所を気にしない無料駐車場・駐輪場がある	68.4%	58.0%	73.0%	75.2%	68.2%	76.3%	70.3%	75.2%	76.3%
子供からお年寄りまで買い物を楽しめる	31.6%	54.7%	56.6%	48.4%	56.0%	45.3%	49.7%	48.4%	45.3%
休憩ができる場所がある	68.4%	54.7%	53.9%	40.0%	59.7%	41.4%	45.4%	40.0%	41.4%
除雪がきちんとされ、冬期間でも歩きやすい	47.4%	48.0%	48.0%	35.3%	50.3%	37.3%	41.8%	35.3%	37.3%
地産地消に取り組んでいる	47.4%	40.7%	46.7%	39.0%	46.5%	39.3%	41.0%	39.0%	39.3%
朝市などの定期的な催しがある	21.1%	31.3%	26.3%	30.4%	30.5%	30.5%	29.4%	30.4%	30.5%
商店街独自の宅配サービスがある	10.5%	25.3%	27.6%	18.9%	27.0%	23.1%	22.8%	18.9%	23.1%
朝早くから夜遅くまで利用できる	15.8%	20.0%	19.1%	20.6%	18.6%	21.6%	20.3%	20.6%	21.6%
イベントが出来る場所がある	5.3%	14.7%	16.4%	17.6%	14.8%	21.3%	14.3%	17.6%	21.3%
子供を遊ばせる場所(託児所やプレイルーム)がある	10.5%	10.7%	15.1%	14.6%	13.5%	11.8%	13.1%	14.6%	11.8%
昔ながらの風情を保つ	31.6%	16.7%	13.8%	9.8%	12.3%	10.1%	11.6%	9.8%	10.1%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.5%	9.3%	5.9%	8.8%	12.3%	10.1%	10.1%	8.8%	10.1%
流行の発信地	0.0%	6.7%	3.3%	12.4%	4.4%	9.8%	7.4%	12.4%	9.8%
街の歴史、地域の文化を伝える	21.1%	8.0%	6.6%	6.8%	8.2%	5.6%	7.2%	6.8%	5.6%
カルチャースクールなど学びの場がある	15.8%	10.0%	4.6%	6.2%	5.0%	5.9%	6.9%	6.2%	5.9%
アンテナショップがある	10.5%	4.7%	3.9%	6.9%	5.3%	7.7%	5.7%	6.9%	7.7%
若い店主さんが多い	5.3%	4.0%	2.6%	5.1%	4.4%	7.1%	4.6%	5.1%	7.1%
子供のしつけ、社会教育の場	5.3%	5.3%	2.0%	4.5%	3.8%	3.6%	4.5%	4.5%	3.6%
その他	0.0%	2.0%	3.9%	4.3%	0.0%	5.6%	3.2%	4.3%	5.6%
ペット同伴でお店に入れる	5.3%	1.3%	2.0%	3.9%	2.2%	2.1%	3.1%	3.9%	2.1%
商店街通貨(地域通貨)を導入している	0.0%	2.7%	3.3%	2.1%	1.9%	1.8%	2.1%	2.1%	1.8%

商店街振興のための買い物環境・意識に関するアンケート結果 「宅配サービス、買い物代行を選択した方に関する集計結果」

設問1 回答者様ご自身についてお伺いします。

1. あなたの性別は？

抽出設問	選択項目	男性	女性	無回答
全回答者		36.7%	60.3%	3.1%
設問3-3で代行サービスを選択	関わりを	36.4%	61.6%	2.0%
設問3-4で代行サービスを選択	あって欲しい	41.3%	56.7%	2.0%

2. あなたの年齢は？(平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)

20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	60代以上	全年代
7.2%	14.2%	15.0%	19.3%	22.0%	16.4%	5.7%	44.2%	100.0%
5.8%	10.8%	14.7%	25.2%	23.1%	14.7%	5.7%	43.5%	39.2%
2.9%	6.2%	12.3%	28.4%	23.5%	18.8%	7.9%	50.1%	22.8%

4. あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？

する	しない
70.1%	29.9%
65.7%	34.3%
64.8%	35.2%

設問2 あなたの買い物状況についてお伺いします。

1. 次に挙げる日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？3つまで選択可

購入先	生鮮食料品			その他食料品			日用品			医療・化粧品			衣料品			時計・アクセサリ		
	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答
近隣商店街	12.4%	12.5%	12.0%	11.2%	11.3%	10.2%	5.1%	5.8%	5.4%	3.2%	2.9%	3.1%	4.7%	7.0%	5.1%	4.7%	7.6%	5.0%
スーパー	92.2%	92.2%	91.4%	81.7%	82.6%	79.7%	72.9%	76.7%	68.9%	32.0%	32.8%	27.7%	22.3%	23.0%	20.7%	5.9%	7.6%	5.4%
ドラッグストア	5.2%	4.7%	4.3%	15.4%	14.0%	15.2%	49.4%	45.1%	47.6%	75.3%	73.5%	73.2%	0.3%	0.6%	0.5%	0.2%	0.3%	0.3%
コンビニエンスストア	6.4%	4.1%	5.4%	29.1%	26.7%	26.0%	8.6%	8.7%	7.6%	2.5%	2.0%	2.2%	0.2%	0.3%	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%
百貨店(デパート)	20.6%	22.4%	20.0%	17.9%	20.9%	18.5%	16.4%	15.7%	18.5%	15.2%	17.2%	15.7%	65.7%	64.8%	63.1%	35.7%	31.4%	35.8%
一般小売店・専門店	12.4%	14.5%	11.1%	10.3%	13.1%	9.5%	12.5%	13.1%	12.3%	15.1%	14.8%	13.1%	45.2%	46.8%	41.2%	60.6%	63.7%	52.7%
ネット・カタログ	1.7%	1.5%	1.3%	1.9%	2.9%	2.1%	5.6%	5.5%	5.6%	11.3%	9.3%	10.9%	23.0%	21.2%	24.9%	12.5%	9.0%	12.4%
その他	4.7%	5.5%	4.4%	4.1%	6.4%	3.7%	5.1%	7.0%	4.6%	2.5%	3.5%	2.3%	2.9%	3.8%	2.3%	1.7%	1.5%	2.1%
購入しない	3.0%	3.2%	3.1%	1.5%	2.0%	1.6%	1.0%	1.5%	1.1%	1.9%	2.0%	2.0%	1.2%	1.5%	1.7%	8.0%	8.4%	9.9%

購入先	書籍・文具		
	問3-3	問3-4	全回答
近隣商店街	7.1%	8.7%	7.6%
スーパー	32.7%	32.6%	28.6%
ドラッグストア	2.2%	1.5%	2.4%
コンビニエンスストア	13.5%	12.2%	12.4%
百貨店(デパート)	21.2%	20.9%	22.7%
一般小売店・専門店	58.4%	58.7%	55.0%
ネット・カタログ	14.4%	11.0%	12.4%
その他	2.0%	2.3%	3.1%
購入しない	2.9%	2.6%	3.1%

2. 次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？

利用頻度	近隣商店街			スーパー			ドラッグストア		
	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答
ほぼ毎日	1.7%	0.9%	1.9%	28.4%	24.9%	28%	0.2%	0.7%	0.8%
週2、3回	8.9%	8.1%	9.2%	48.0%	49.5%	48.6%	7.5%	8.5%	8.7%
週1回程度	5.7%	8.6%	5.4%	17.5%	19.2%	15.8%	22.0%	19.3%	21.1%
月に2、3回	7.9%	9.9%	7.2%	3.0%	2.4%	4.2%	31.2%	29.5%	32.2%
月1回程度	8.1%	9.0%	7.8%	1.7%	1.5%	1.5%	21.6%	22.4%	21.1%
数ヶ月に1回	15.5%	18.0%	16.1%	0.7%	1.2%	0.8%	12.6%	14.2%	11.3%
利用しない	52.2%	45.5%	52.5%	0.7%	1.2%	1.1%	4.9%	5.4%	4.8%

利用頻度	コンビニエンスストア			百貨店(デパート)			一般小売店・専門店		
	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答	問3-3	問3-4	全回答
ほぼ毎日	10.1%	7.9%	10.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.4%	1.0%	0.4%
週2、3回	16.8%	15.7%	18.2%	3.5%	3.7%	3.7%	4.1%	4.8%	4.3%
週1回程度	18.1%	16.8%	18.1%	9.2%	8.3%	11.1%	9.4%	8.9%	8.9%
月に2、3回	18.3%	19.6%	17.4%	19.3%	16.7%	21.8%	20.6%	19.6%	20.9%
月1回程度	11.2%	10.7%	12.0%	26.4%	26.7%	25.9%	26.9%	28.2%	26.0%
数ヶ月に1回	11.4%	10.7%	12.1%	31.1%	32.3%	26.9%	30.5%	28.9%	30.5%
利用しない	14.2%	18.6%	12.2%	10.5%	12.3%	10.2%	8.1%	8.6%	8.9%

利用頻度	ネット・カタログ						その他					
	問3-3		問3-4		全回答		問3-3		問3-4		全回答	
ほぼ毎日	0.0%		0.0%		0.0%		1.6%		4.7%		4.6%	
週2、3回	0.8%	3.6%	1.5%	3.4%	0.9%	3.3%	3.2%	30.6%	2.3%	37.2%	2.6%	31.8%
週1回程度	2.7%		1.9%		2.4%		25.8%		30.2%		24.5%	
月に2、3回	6.3%	17.5%	6.4%	13.9%	7.6%	19.9%	16.1%	27.4%	14.0%	25.6%	11.9%	24.5%
月1回程度	11.2%		7.5%		12.3%		11.3%		11.6%		12.6%	
数ヶ月に1回	39.7%	39.7%	42.5%	42.5%	38.2%	38.2%	4.8%	4.8%	2.3%	2.3%	7.9%	7.9%
利用しない	39.2%	39.2%	40.2%	40.2%	38.6%	38.6%	37.1%	37.1%	34.9%	34.9%	35.8%	35.8%

3. 次のお店に行くために、最も利用する交通手段を1つ選んで下さい

交通手段	近隣商店街						スーパー						ドラッグストア					
	問3-3		問3-4		全回答		問3-3		問3-4		全回答		問3-3		問3-4		全回答	
徒歩	18.3%	33.1%	19.9%	35.3%	17.5%	29.8%	12.8%	28.2%	13.3%	27.9%	12.5%	26.1%	8.0%	21.4%	8.5%	21.9%	7.2%	18.4%
自転車	14.8%		15.4%		12.2%		15.5%		14.6%		13.6%		13.3%		13.4%		11.2%	
バイク	0.0%	24.1%	0.0%	27.9%	0.2%	28.1%	0.0%	68.1%	0.3%	66.0%	0.4%	70.8%	0.2%	73.1%	0.4%	70.3%	0.3%	76.1%
マイカー	24.1%		27.9%		27.9%		68.1%		65.7%		70.4%		72.9%		70.0%		75.8%	
タクシー	0.2%	0.2%	0.4%	0.4%	0.4%	0.4%	0.9%	0.9%	1.9%	1.9%	0.7%	0.7%	0.4%	0.4%	0.7%	0.7%	0.4%	0.4%
バス	1.5%	1.5%	1.1%	1.1%	0.9%	1.2%	1.8%	1.8%	2.5%	2.5%	1.3%	1.5%	1.8%	1.8%	2.5%	2.5%	1.3%	1.4%
鉄道	0.0%		0.0%		0.4%		0.0%		0.0%		0.1%		0.0%		0.0%		0.1%	
利用しない	41.1%	41.1%	35.3%	35.3%	40.6%	40.6%	0.9%	0.9%	1.6%	1.6%	0.9%	0.9%	3.3%	3.3%	4.6%	4.6%	3.6%	3.6%

交通手段	コンビニエンスストア						百貨店(デパート)						一般小売店・専門店					
	問3-3		問3-4		全回答		問3-3		問3-4		全回答		問3-3		問3-4		全回答	
徒歩	22.8%	36.2%	23.1%	38.1%	19.2%	31.5%	4.2%	8.5%	4.5%	8.9%	3.4%	7.8%	5.4%	13.2%	5.6%	13.7%	4.9%	12.8%
自転車	13.3%		15.0%		12.3%		4.2%		4.5%		4.4%		7.7%		8.1%		7.9%	
バイク	0.2%	51.6%	0.0%	45.8%	0.3%	58.2%	0.0%	69.3%	0.3%	62.3%	0.2%	73.5%	0.0%	71.8%	0.0%	66.3%	0.1%	73.2%
マイカー	51.4%		45.8%		58.0%		69.3%		62.0%		73.4%		71.8%		66.3%		73.1%	
タクシー	0.6%	0.6%	1.1%	1.1%	0.3%	0.3%	1.4%	1.4%	2.1%	2.1%	1.1%	1.1%	0.8%	0.8%	1.1%	1.1%	0.8%	0.8%
バス	0.6%	0.6%	1.1%	1.1%	0.4%	0.6%	10.7%	12.9%	15.8%	17.1%	9.5%	11.0%	6.5%	7.1%	10.2%	10.9%	4.8%	5.4%
鉄道	0.0%		0.0%		0.2%		2.2%		1.4%		1.5%		0.6%		0.7%		0.6%	
利用しない	11.0%	11.0%	13.9%	13.9%	9.3%	9.3%	7.9%	7.9%	9.6%	9.6%	6.6%	6.6%	7.1%	7.1%	8.1%	8.1%	7.9%	7.9%

交通手段	その他					
	問3-3		問3-4		全回答	
徒歩	5.5%	7.3%	9.4%	12.5%	5.3%	7.5%
自転車	1.8%		3.1%		2.3%	
バイク	0.0%	34.5%	0.0%	25.0%	0.0%	45.9%
マイカー	34.5%		25.0%		45.9%	
タクシー	1.8%	1.8%	3.1%	3.1%	1.5%	1.5%
バス	1.8%	1.8%	3.1%	6.3%	1.5%	3.0%
鉄道	0.0%		3.1%		1.5%	
利用しない	54.5%	54.5%	53.1%	53.1%	42.1%	42.1%

5. 買い物場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？5つまで選択可

選択項目	問3-3	問3-4	全回答
品揃えが豊富	72.8%	75.9%	70.3%
値段が安い	59.4%	59.3%	58.6%
車で行きやすい場所にある	55.3%	52.0%	55.3%
自宅から近い	54.5%	54.7%	52.7%
品質が良い	47.5%	48.0%	44.4%
ポイントカードが利用できる	26.9%	25.9%	26.9%
そこでなければ購入できない	15.2%	17.4%	16.2%
まとめ買いができる	16.9%	20.3%	15.4%
色々なお店が多い	12.9%	12.8%	14.3%
セールなどが開催されている	13.7%	11.3%	14.1%
夜遅くまで営業している	14.6%	11.6%	13.3%
お店の雰囲気が良い	9.6%	10.8%	10.0%
接客態度が良い	9.6%	12.2%	9.6%
買い物以外でも楽しめる	6.9%	7.8%	9.1%
家族連れで行きやすい	5.9%	6.7%	7.6%
クーポン・割引券などがある	6.9%	6.7%	6.7%
公共機関の交通の便が良い	9.0%	11.3%	6.3%
朝早くから営業している	5.2%	4.4%	5.0%
店員と顔なじみ	3.0%	3.5%	4.5%
電子マネーで支払ができる	3.2%	1.7%	2.9%
宅配サービスが利用できる	2.0%	3.2%	1.9%
その他	2.4%	2.3%	1.7%
アフターサービスが良い	1.4%	1.7%	1.4%

市内全域で割合が高い順

設問3 あなたのお住まいの近くの商店街(もしくは商店)に関して伺います。

1. あなたは近くの商店街(もしくは商店)に「良さ」を感じていますか？

選択項目	問3-3	問3-4	全回答
はい	24.4%	26.8%	23.4%
どちらとも言えない	50.8%	48.6%	51.7%
いいえ	24.8%	24.6%	24.9%

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「良い点」は、どんなところですか？3つまで選択可

選択項目	問3-3	問3-4	全回答
昔ながらの顔の見える付き合い	23.0%	22.4%	20.5%
安さやセールスの魅力	21.5%	25.3%	20.3%
人情味が豊か	23.4%	22.7%	20.3%
駐車場・駐輪場の多さ	18.3%	18.3%	18.5%
名物店や老舗の存在	19.8%	18.3%	18.0%
大型店やスーパーの集客力	17.8%	16.3%	16.1%
交通の便	18.1%	19.8%	16.1%
店員の雰囲気や活気	15.1%	16.6%	14.0%
店の数や業種の多さ	12.7%	14.5%	12.9%
名物商品や逸品の取り扱い	10.7%	11.6%	11.2%
商店街でのイベント	6.1%	6.1%	5.4%
公的施設が近くにある	4.6%	4.9%	4.0%
サービスや共同事業の豊富さ	1.9%	2.9%	2.6%
その他	1.7%	1.2%	1.8%
観光施設・名所旧跡が近くにある	1.4%	0.9%	1.1%

市内全域で割合が高い順

2. 近くの商店街(もしくは商店)の「不足している点」は、どんなところですか？3つまで選択可

選択項目	問3-3	問3-4	全回答
店の数や業種の多さ	34.3%	34.9%	32.0%
安さやセールスの魅力	29.3%	28.2%	27.9%
駐車場・駐輪場の多さ	28.9%	25.0%	27.7%
店員の雰囲気や活気	18.3%	18.3%	17.9%
名物商品や逸品の取り扱い	18.3%	19.8%	15.1%
名物店や老舗の存在	15.6%	16.9%	14.1%
交通の便	12.5%	12.5%	13.9%
サービスや共同事業の豊富さ	15.6%	16.0%	12.7%
商店街でのイベント	13.7%	14.2%	12.4%
大型店やスーパーの集客力	12.4%	14.0%	11.2%
昔ながらの顔の見える付き合い	4.1%	5.2%	5.2%
観光施設・名所旧跡が近くにある	4.9%	5.2%	4.8%
公的施設が近くにある	5.2%	5.5%	4.6%
人情味が豊か	5.4%	4.9%	4.2%
その他	2.9%	3.2%	3.3%

市内全域で割合が高い順

3. 商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みについて、3つまで選択可

選択項目	問3-3	問3-4	全回答
買い物代行、宅配サービスの充実	100.0%	78.8%	39.2%
地域社会への貢献(高齢化、環境問題)	38.1%	44.2%	38.0%
定期的なイベント開催	27.2%	25.0%	31.1%
高齢者や障がい者のためのバリアフリー対策	31.1%	32.3%	30.4%
子育て支援、子供の一時預かり施設の設置	23.9%	20.1%	23.0%
ホームページ、地域かわら版などのPR、情報発信	15.9%	17.2%	19.7%
防犯・防災活動の強化・協力	12.0%	16.0%	16.5%
学校、保育所、病院などの誘致	5.4%	4.7%	9.1%
チャレンジショップなどへ場所を提供	9.3%	9.9%	8.9%
NPO法人などの地域活動団体との連携	3.7%	6.1%	6.4%
その他	1.9%	2.6%	3.5%

市内全域で割合が高い順

4. これからの商店街は、どのようにあって欲しいですか？5つまで選択可

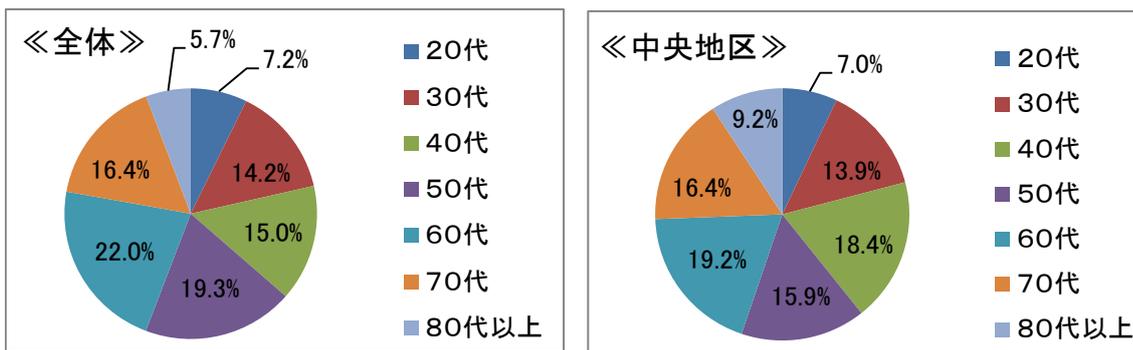
選択項目	問3-3	問3-4	全回答
駐車場所を気にしない無料駐車場・駐輪場がある	71.6%	66.9%	70.3%
子供からお年寄りまで買い物を楽しめる	52.3%	50.3%	49.7%
休憩ができる場所がある	52.1%	46.5%	45.4%
除雪がきちんとされ、冬期間でも歩きやすい	42.3%	40.4%	41.8%
地産地消に取り組んでいる	47.5%	47.7%	41.0%
朝市などの定期的な催しがある	29.1%	26.7%	29.4%
商店街独自の宅配サービスがある	45.9%	100.0%	22.8%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.5%	16.3%	20.3%
イベントが出来る場所がある	12.0%	8.1%	14.3%
子供を遊ばせる場所(託児所やプレイルーム)がある	14.0%	10.8%	13.1%
昔ながらの風情を保つ	11.7%	10.5%	11.6%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.2%	7.8%	10.1%
流行の発信地	7.3%	4.7%	7.4%
街の歴史、地域の文化を伝える	6.9%	6.4%	7.2%
カルチャースクールなど学びの場がある	8.0%	5.2%	6.9%
アンテナショップがある	6.3%	4.1%	5.7%
若い店主さんが多い	4.4%	3.8%	4.6%
子供のしつけ、社会教育の場	4.4%	3.5%	4.5%
その他	2.7%	1.2%	3.2%
ペット同伴でお店に入れる	2.5%	2.3%	3.1%
商店街通貨(地域通貨)を導入している	1.7%	2.0%	2.1%

市内全域で割合が高い順

5-2 データシート (地区特徴)

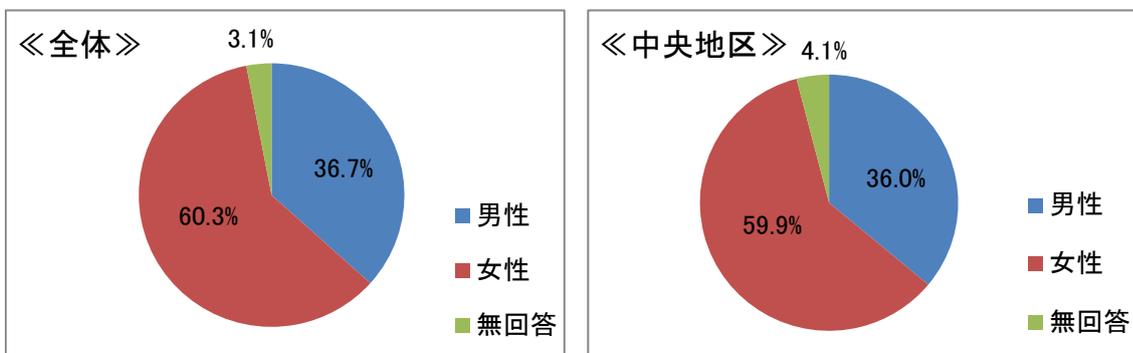
中央地区(664通発送、369通回収、回収率55.6%)

①年代別回答率



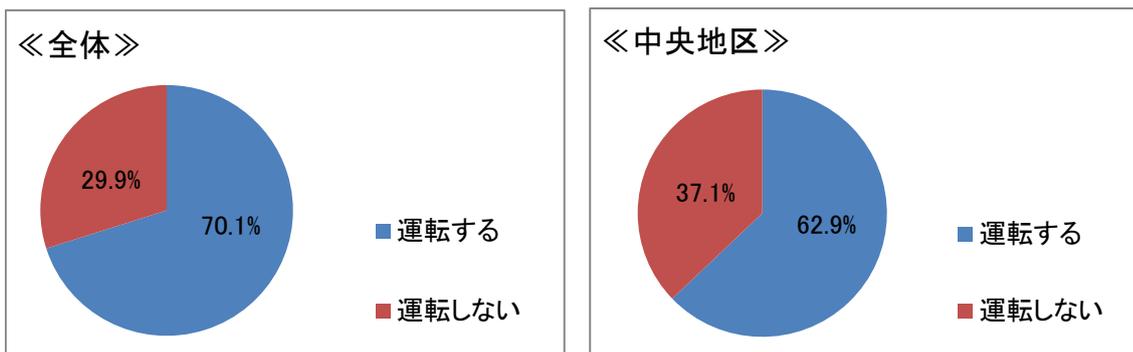
40代と80代以上の回答率が全体と比べて高い。

②男女別回答率



女性の回答率は約6割と高い。性別無回答の割合も若干高い。

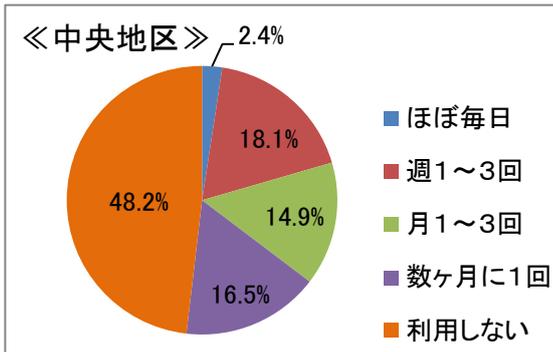
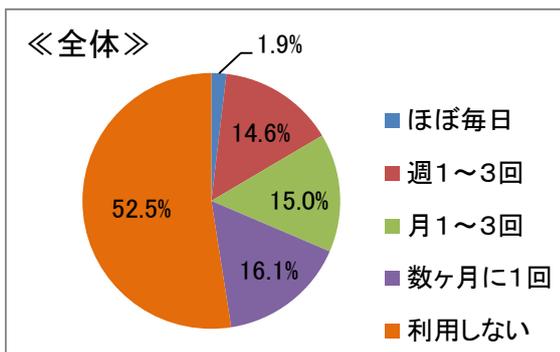
③車の運転の有無



車を運転する人の割合は全体と比べて低い。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

利用頻度	全体		中央地区	
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	2.4%	2.4%
週2, 3回	9.2%	14.6%	11.0%	18.1%
週1回程度	5.4%		7.1%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	8.6%	14.9%
月1回程度	7.8%		6.3%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	16.5%	16.5%
利用しない	52.5%	52.5%	48.2%	48.2%

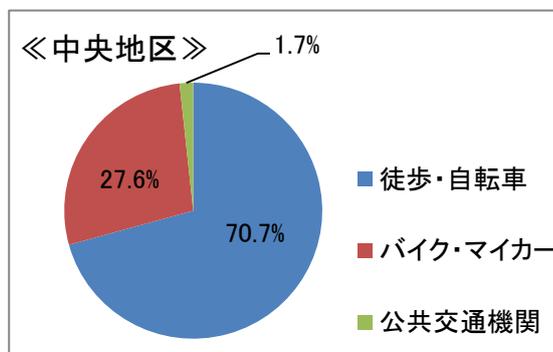
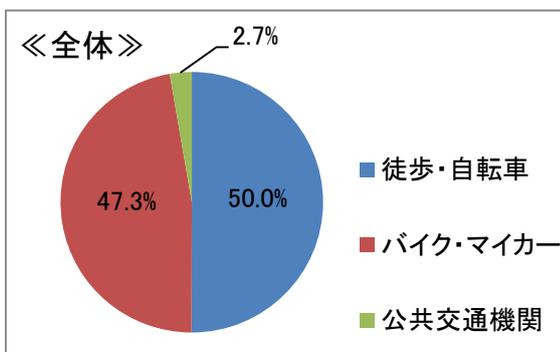


5人に1人は商店街を週1回以上利用しており、商店街を利用しない人は全体と比べて割合が低い。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？

※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		中央地区	
徒歩	29.5%	50.0%	42.5%	70.7%
自転車	20.5%		28.2%	
バイク	0.3%	47.3%	0.0%	27.6%
マイカー	47.0%		27.6%	
タクシー	0.6%	2.7%	0.0%	1.7%
バス	1.5%		1.1%	
鉄道	0.6%		0.6%	

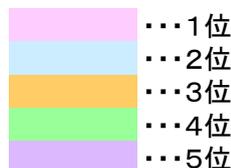


商店街へ徒歩・自転車で移動する人の割合が高い。

⑥ 買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	中央地区
品揃えが豊富	70.3%	70.2%
そこでなければ購入できない	16.2%	17.9%
値段が安い	58.6%	59.6%
品質が良い	44.4%	49.6%
自宅から近い	52.7%	60.7%
車で行きやすい場所にある	55.3%	49.3%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	4.9%
色々なお店が多い	14.3%	15.2%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	8.9%
家族連れで行きやすい	7.6%	5.7%
朝早くから営業している	5.0%	4.1%
夜遅くまで営業している	13.3%	14.1%
セールなどが開催されている	14.1%	14.1%
ポイントカードが利用できる	26.9%	27.6%
お店の雰囲気が良い	10.0%	9.8%
電子マネーで支払ができる	2.9%	3.8%
店員と顔なじみ	4.5%	5.4%
アフターサービスが良い	1.4%	1.6%
クーポン・割引券などがある	6.7%	5.1%
接客態度が良い	9.6%	11.1%
宅配サービスが利用できる	1.9%	2.2%
まとめ買いができる	15.4%	13.6%
その他	1.7%	1.4%



《全体》 ベスト5

1. 品揃えが豊富
2. 値段が安い
3. 車で行きやすい場所にある
4. 自宅から近い
5. 品質が良い

《中央地区》 ベスト5

1. 品揃えが豊富
2. 自宅から近い
3. 値段が安い
4. 品質が良い
5. 車で行きやすい場所にある

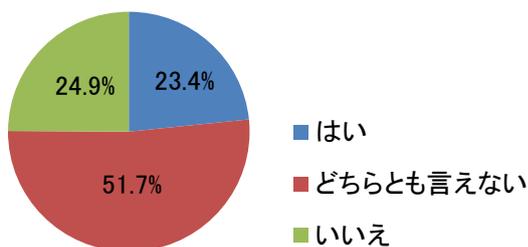
全体と比べ、自宅から近いことを買い物の際に重要視している人の割合は高く、車で行きやすいことを重要視している人の割合は低い。

⑦ 近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

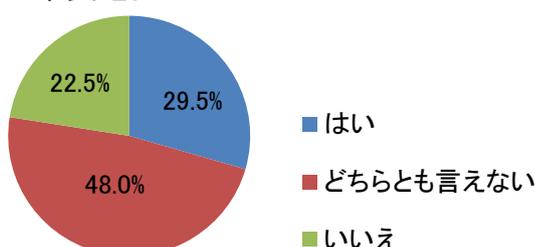
商店街に良さを感じるか	全体	中央地区
はい	23.4%	29.5%
どちらとも言えない	51.7%	48.0%
いいえ	24.9%	22.5%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

《全体》



《中央地区》

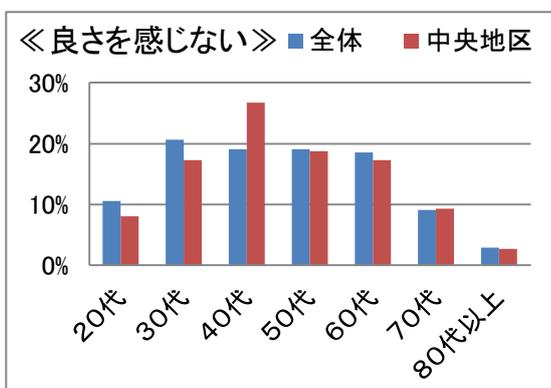
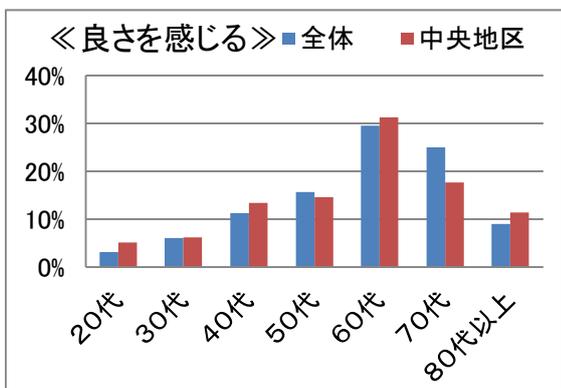


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	中央地区
20代	3.2%	5.2%
30代	6.1%	6.3%
40代	11.3%	13.5%
50代	15.8%	14.6%
60代	29.6%	31.3%
70代	25.1%	17.7%
80代以上	9.0%	11.5%

商店街に良さを感じない人の年代

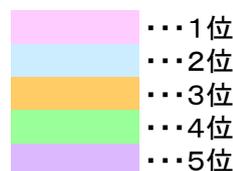
いいえ	全体	中央地区
20代	10.6%	8.0%
30代	20.6%	17.3%
40代	19.1%	26.7%
50代	19.1%	18.7%
60代	18.5%	17.3%
70代	9.1%	9.3%
80代以上	2.9%	2.7%



商店街に良さを感じる人の割合は高い。商店街に良さを感じる人は60代が多く、良さを感じない人は4人に1人が40代である。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	中央地区
店の数や業種の多さ	12.9%	16.0%
安さやセールスの魅力	20.3%	22.8%
名物店や老舗の存在	18.0%	20.3%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	11.7%
店員の雰囲気や活気	14.0%	13.3%
人情味が豊か	20.3%	16.0%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	13.8%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	3.8%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	17.3%
公的施設が近くにある	4.0%	3.5%
商店街でのイベント	5.4%	10.0%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	1.1%
交通の便	16.1%	15.7%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	17.3%
その他	1.8%	1.4%



＜消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 昔ながらの顔の見た付き合い
2. 人情味が豊か
安さやセールスの魅力
4. 駐車場、駐輪場の多さ
5. 名物店や老舗の存在

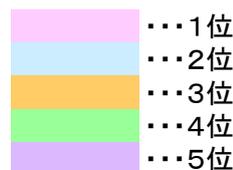
《中央地区》 ベスト5

1. 安さやセールスの魅力
2. 名物店や老舗の存在
3. 大型店やスーパーの集客力
駐車場、駐輪場の多さ
5. 店の数や業種の多さ、人情味が豊か

安さやセールスの魅力、名物店や老舗の存在が商店街の良い点として、全体より多く挙がっている。昔ながらの顔の見た付き合いを良い点と感じる人は全体と比べて少ない。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	中央地区
店の数や業種の多さ	32.0%	27.6%
安さやセールスの魅力	27.9%	23.8%
名物店や老舗の存在	14.1%	13.8%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	16.0%
店員の雰囲気や活気	17.9%	20.3%
人情味が豊か	4.2%	4.3%
昔ながらの顔の見える付き合い	5.2%	4.9%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	12.7%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	11.9%
公的施設が近くにある	4.6%	2.7%
商店街でのイベント	12.4%	10.3%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	3.0%
交通の便	13.9%	15.7%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	26.8%
その他	3.3%	2.4%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場、駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

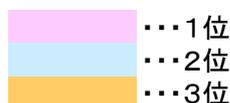
《中央地区》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 駐車場、駐輪場の多さ
3. 安さやセールスの魅力
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

店の数や業種の多さ、安さやセールスの魅力が商店街に不足していると感じる人は全体の結果と比べて少ない。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	中央地区
子育て支援	23.0%	23.8%
地域社会貢献	38.0%	40.4%
バリアフリー	30.4%	27.4%
NPO連携	6.4%	6.5%
買い物代行	39.2%	38.8%
HP・情報発信	19.7%	19.5%
施設誘致	9.1%	11.1%
防犯・防災強化	16.5%	17.3%
定期的イベント	31.1%	29.5%
場所提供	8.9%	7.9%
その他	3.5%	3.0%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取組みを期待しているかがわかる。＞

《全体》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

《中央地区》 ベスト3

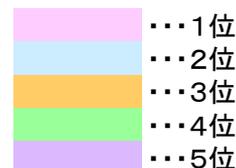
1. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
2. 買い物代行、宅配サービスの充実
3. 定期的なイベントの開催

地域社会への貢献(高齢化・環境問題)や買い物代行、宅配サービスの充実を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考えている人が多い。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	中央地区
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	69.9%
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	50.7%
休憩できる場所がある	45.4%	49.3%
イベントができる場所がある	14.3%	14.1%
地産地消に取り組んでいる	41.0%	41.7%
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	11.4%
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	29.5%
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	22.2%
アンテナショップがある	5.7%	6.0%
昔ながらの風情を保つ	11.6%	15.4%
カルチャースクールがある	6.9%	6.2%
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	6.0%
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	2.7%
若い店主さんが多い	4.6%	4.6%
流行の発信地	7.4%	7.9%
除雪がきちんとされている	41.8%	43.6%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	11.9%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	19.5%
商店街通貨を導入している	2.1%	2.2%
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	3.5%
その他	3.2%	4.3%



《全体》 ベスト5

1. 無料駐車場、駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

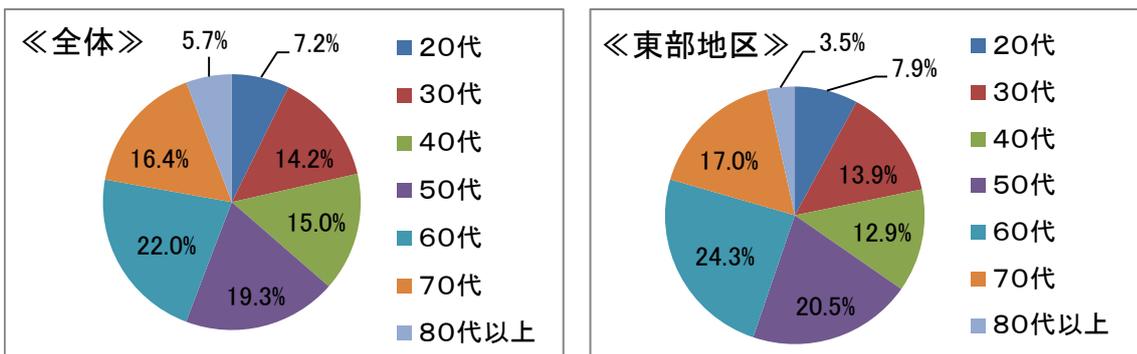
《中央地区》 ベスト5

1. 無料駐車場、駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

無料駐車場・駐輪場があることと、子供からお年寄りまで買い物が楽しめることをこれからの商店街に求めている人が多い。

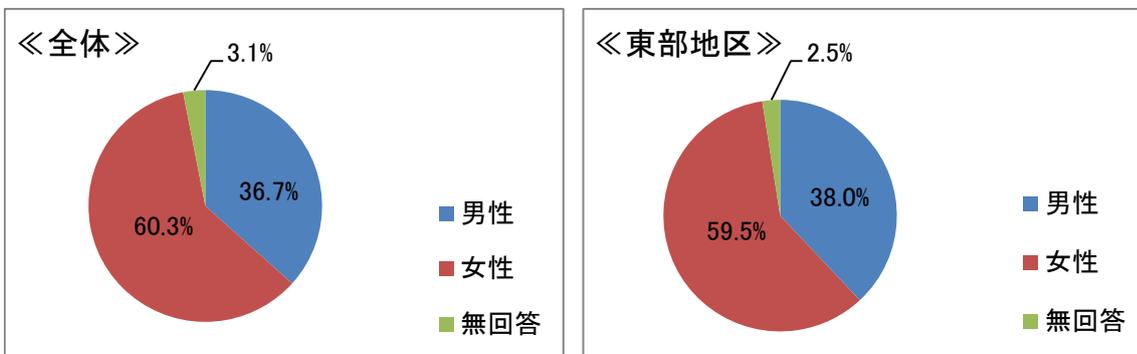
東部地区（695通発送、325通回収、回収率46.8%）

①年代別回答率



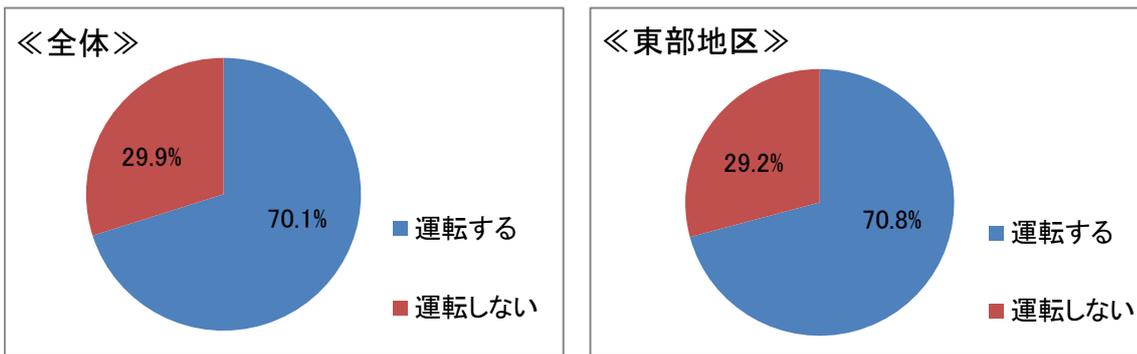
50～70代の回答率が全体と比べて高い。

②男女別回答率



全体と比べ、男性の回答率が若干高い。

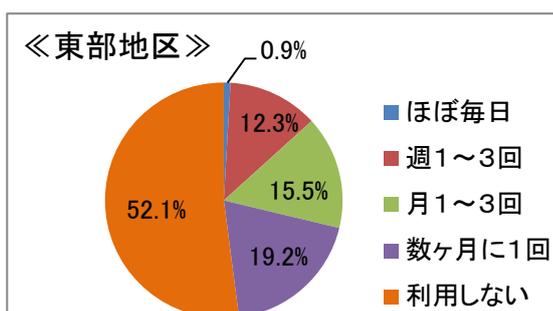
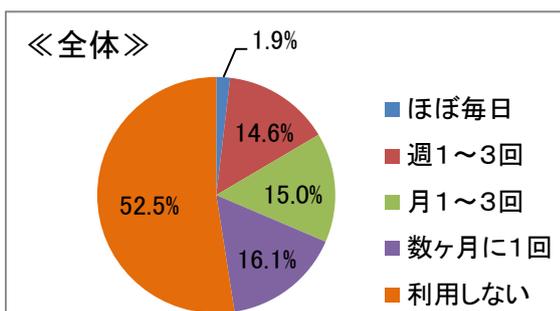
③車の運転の有無



約7割の人が車の運転をする。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

利用頻度	全体		東部地区	
	1人	2人	1人	2人
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	0.9%	0.9%
週2, 3回	9.2%	14.6%	7.3%	12.3%
週1回程度	5.4%		5.0%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	6.8%	15.5%
月1回程度	7.8%		8.7%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	19.2%	19.2%
利用しない	52.5%	52.5%	52.1%	52.1%

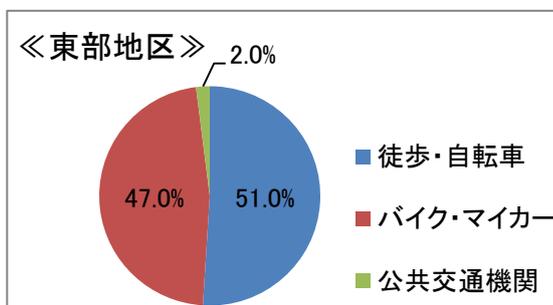
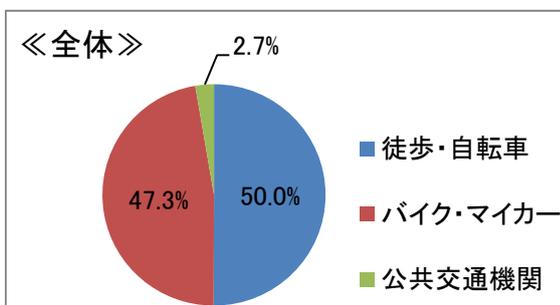


商店街を月1回～3回と数ヶ月に1回利用する人の割合が全体と比べて若干高い。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？

※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		東部地区	
	1人	2人	1人	2人
徒歩	29.5%	50.0%	31.5%	51.0%
自転車	20.5%		19.5%	
バイク	0.3%	47.3%	0.0%	47.0%
マイカー	47.0%		47.0%	
タクシー	0.6%	2.7%	0.7%	2.0%
バス	1.5%		1.3%	
鉄道	0.6%		0.0%	

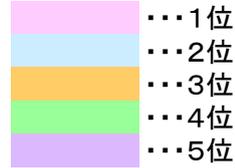


約半分の人が商店街へ徒歩・自転車で移動している。

⑥買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	東部地区
品揃えが豊富	70.3%	74.8%
そこでなければ購入できない	16.2%	15.6%
値段が安い	58.6%	57.7%
品質が良い	44.4%	45.1%
自宅から近い	52.7%	49.4%
車で行きやすい場所にある	55.3%	56.1%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	6.4%
色々なお店が多い	14.3%	13.2%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	8.3%
家族連れで行きやすい	7.6%	10.4%
朝早くから営業している	5.0%	6.1%
夜遅くまで営業している	13.3%	13.8%
セールなどが開催されている	14.1%	15.6%
ポイントカードが利用できる	26.9%	26.1%
お店の雰囲気が良い	10.0%	12.6%
電子マネーで支払ができる	2.9%	1.5%
店員と顔なじみ	4.5%	4.9%
アフターサービスが良い	1.4%	0.9%
クーポン・割引券などがある	6.7%	6.7%
接客態度が良い	9.6%	12.0%
宅配サービスが利用できる	1.9%	2.1%
まとめ買いが出来る	15.4%	14.1%
その他	1.7%	2.1%



《全体》 ベスト5

- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

《東部地区》 ベスト5

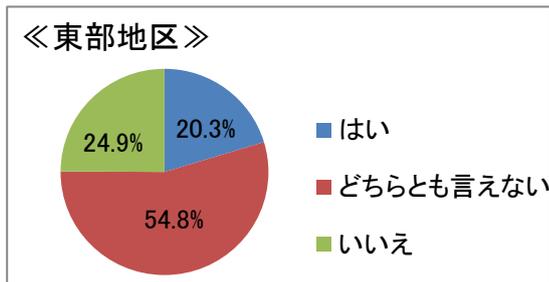
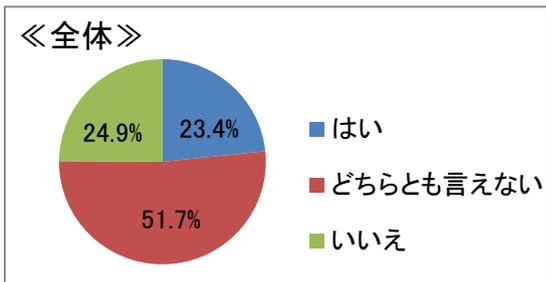
- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

品揃えが豊富なこと、値段が安いことが買い物の際に高い割合で重要視されている。

⑦近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

商店街に良さを感じるか	全体	東部地区
はい	23.4%	20.3%
どちらとも言えない	51.7%	54.8%
いいえ	24.9%	24.9%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

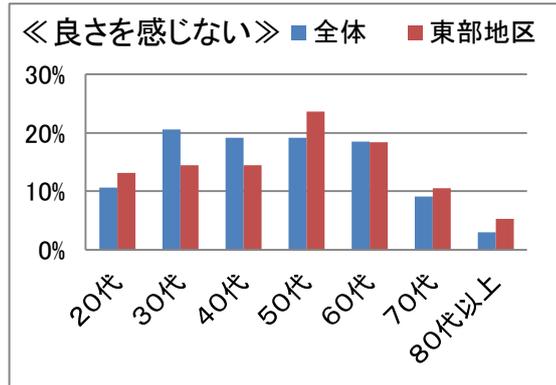
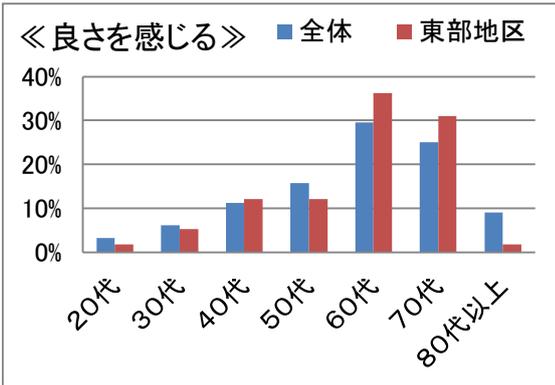


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	東部地区
20代	3.2%	1.7%
30代	6.1%	5.2%
40代	11.3%	12.1%
50代	15.8%	12.1%
60代	29.6%	36.2%
70代	25.1%	31.0%
80代以上	9.0%	1.7%

商店街に良さを感じない人の年代

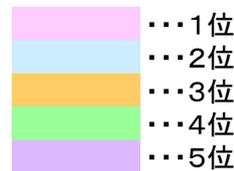
いいえ	全体	東部地区
20代	10.6%	13.2%
30代	20.6%	14.5%
40代	19.1%	14.5%
50代	19.1%	23.7%
60代	18.5%	18.4%
70代	9.1%	10.5%
80代以上	2.9%	5.3%



商店街に良さを感じる人は5人に1人である。商店街に良さを感じる人は60代と70代の割合が高い。商店街に良さを感じない人は、50代～80代以上で割合が高い。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	東部地区
店の数や業種の多さ	12.9%	16.3%
安さやセールスの魅力	20.3%	23.3%
名物店や老舗の存在	18.0%	13.8%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	11.0%
店員の雰囲気や活気	14.0%	16.0%
人情味が豊か	20.3%	17.2%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	17.5%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	0.9%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	17.2%
公的施設が近くにある	4.0%	3.7%
商店街でのイベント	5.4%	3.7%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	1.2%
交通の便	16.1%	14.1%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	19.3%
その他	1.8%	0.9%



＜消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 人情味が豊か
- 安さやセールスの魅力
- 駐車場、駐輪場の多さ
- 名物店や老舗の存在

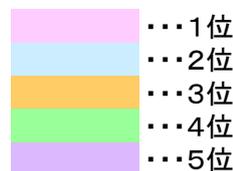
《東部地区》 ベスト5

- 安さやセールスの魅力
- 駐車場、駐輪場の多さ
- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 人情味が豊か
- 大型店やスーパーの集客力

安さやセールスの魅力、駐車場・駐輪場の多さが商店街の良さとして全体の結果と比べ、高い割合で挙がっている。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	東部地区
店の数や業種の多さ	32.0%	32.2%
安さやセールスの魅力	27.9%	24.8%
名物店や老舗の存在	14.1%	12.3%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	13.8%
店員の雰囲気や活気	17.9%	17.8%
人情味が豊か	4.2%	5.8%
昔ながらの顔の見える付き合い	5.2%	8.3%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	15.6%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	14.1%
公的施設が近くにある	4.6%	5.8%
商店街でのイベント	12.4%	11.7%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	6.4%
交通の便	13.9%	14.7%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	28.2%
その他	3.3%	2.8%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

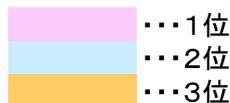
《東部地区》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 駐車場・駐輪場の多さ
3. 安さやセールスの魅力
4. 店員の雰囲気や活気
5. サービスや共同事業の豊富さ

店の数や業種の多さ、駐車場・駐輪場の多さが商店街の不足している点として多く挙がっている。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	東部地区
子育て支援	23.0%	25.2%
地域社会貢献	38.0%	36.8%
バリアフリー	30.4%	37.4%
NPO連携	6.4%	7.1%
買い物代行	39.2%	42.0%
HP・情報発信	19.7%	19.0%
施設誘致	9.1%	7.4%
防犯・防災強化	16.5%	16.3%
定期的イベント	31.1%	30.7%
場所提供	8.9%	10.1%
その他	3.5%	5.8%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取組みを期待しているかがわかる。＞

《全体》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

《東部地区》 ベスト3

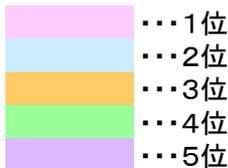
1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 高齢者・障がい者のためのバリアフリー対策
3. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)

買い物代行、宅配サービスの充実を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考えている人が多く、全体の結果より高い割合で挙がっている。高齢者・障がい者のためのバリアフリー対策も全体の結果より高い割合で挙がっている。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	東部地区
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	76.1%
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	52.1%
休憩できる場所がある	45.4%	45.7%
イベントができる場所がある	14.3%	14.7%
地産地消に取り組んでいる	41.0%	44.8%
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	11.7%
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	30.7%
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	23.9%
アンテナショップがある	5.7%	6.4%
昔ながらの風情を保つ	11.6%	9.5%
カルチャースクールがある	6.9%	5.2%
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	8.9%
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	1.8%
若い店主さんが多い	4.6%	4.6%
流行の発信地	7.4%	7.4%
除雪がきちんとされている	41.8%	43.3%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	11.7%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	20.2%
商店街通貨を導入している	2.1%	0.6%
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	4.6%
その他	3.2%	2.5%



・・・1位
 ・・・2位
 ・・・3位
 ・・・4位
 ・・・5位

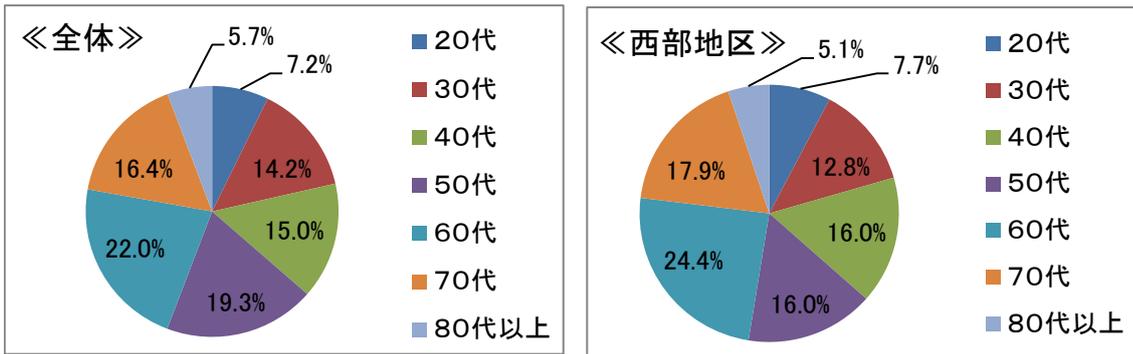
- 《全体》 ベスト5
1. 無料駐車場・駐輪場がある
 2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
 3. 休憩できる場所がある
 4. 除雪がきちんとされている
 5. 地産地消に取り組んでいる

- 《東部地区》 ベスト5
1. 無料駐車場・駐輪場がある
 2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
 3. 休憩できる場所がある
 4. 地産地消に取り組んでいる
 5. 除雪がきちんとされている

無料駐車場・駐輪場があること、子供からお年寄りまで買い物が楽しめることは全体の結果より高い割合でこれからの商店街に求められている。

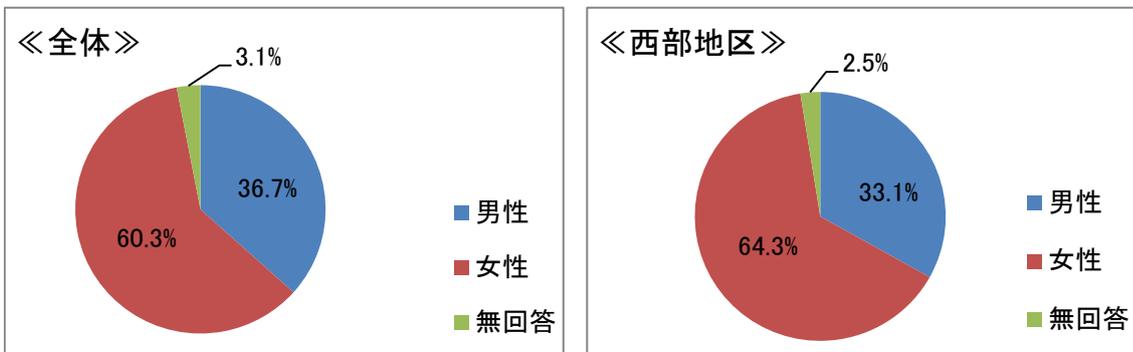
西部地区(325通発送、157通回収、回収率48.3%)

①年代別回答率



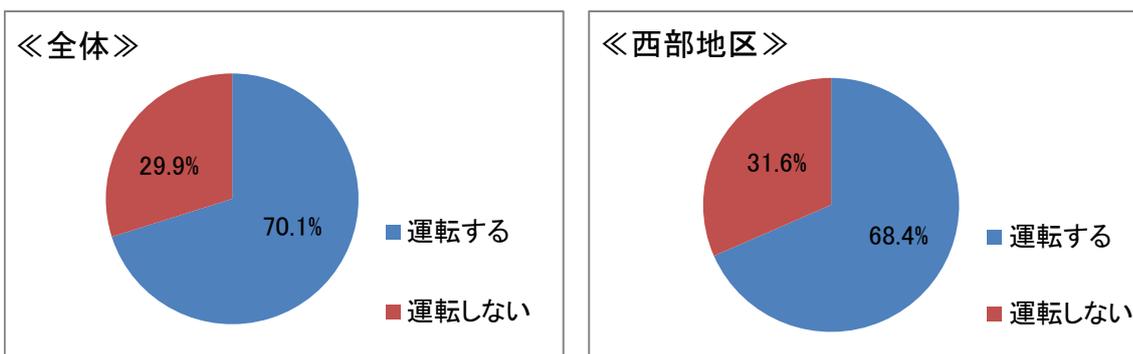
60代、70代の回答率が全体と比べて高い。

②男女別回答率



女性の回答率は全体と比べて高い。

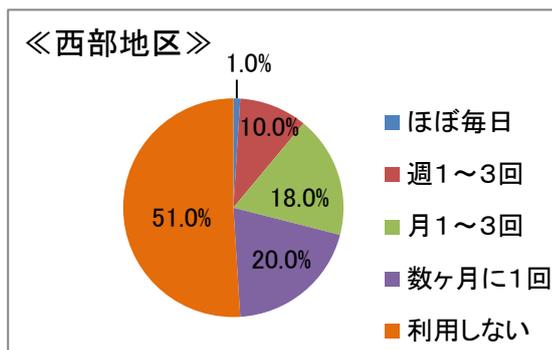
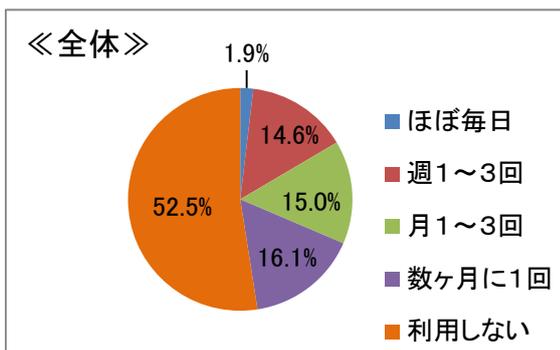
③車の運転の有無



約7割の人が車の運転をする。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

利用頻度	全体		西部地区	
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	1.0%	1.0%
週2, 3回	9.2%	14.6%	8.0%	10.0%
週1回程度	5.4%		2.0%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	6.0%	18.0%
月1回程度	7.8%		12.0%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	20.0%	20.0%
利用しない	52.5%	52.5%	51.0%	51.0%

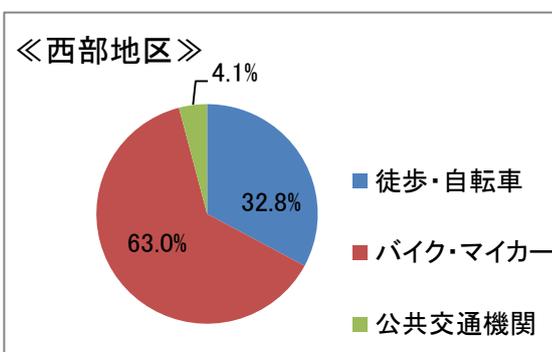
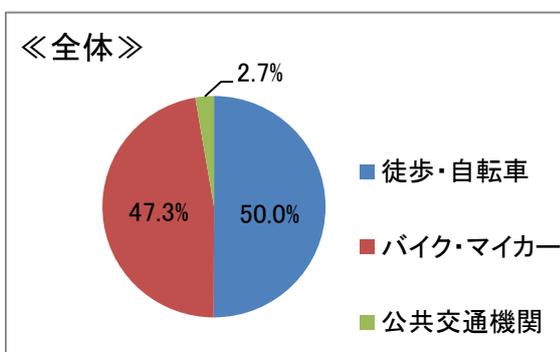


2人に1人は商店街を利用していない。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？

※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		西部地区	
徒歩	29.5%	50.0%	20.5%	32.8%
自転車	20.5%		12.3%	
バイク	0.3%	47.3%	1.4%	63.0%
マイカー	47.0%		61.6%	
タクシー	0.6%	2.7%	0.0%	
バス	1.5%		4.1%	4.1%
鉄道	0.6%		0.0%	

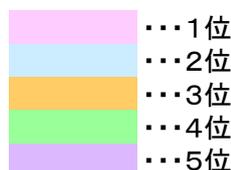


バイク・マイカーで商店街へ移動する割合が全体に比べ高い。

⑥ 買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	西部地区
品揃えが豊富	70.3%	64.3%
そこでなければ購入できない	16.2%	16.6%
値段が安い	58.6%	55.4%
品質が良い	44.4%	36.3%
自宅から近い	52.7%	48.4%
車で行きやすい場所にある	55.3%	55.4%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	6.4%
色々なお店が多い	14.3%	17.2%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	13.4%
家族連れで行きやすい	7.6%	9.6%
朝早くから営業している	5.0%	5.7%
夜遅くまで営業している	13.3%	12.1%
セールなどが開催されている	14.1%	14.6%
ポイントカードが利用できる	26.9%	22.3%
お店の雰囲気が良い	10.0%	7.0%
電子マネーで支払ができる	2.9%	1.9%
店員と顔なじみ	4.5%	5.1%
アフターサービスが良い	1.4%	2.5%
クーポン・割引券などがある	6.7%	10.2%
接客態度が良い	9.6%	8.3%
宅配サービスが利用できる	1.9%	1.3%
まとめ買いができる	15.4%	19.1%
その他	1.7%	2.5%



《全体》 ベスト5

1. 品揃えが豊富
2. 値段が安い
3. 車で行きやすい場所にある
4. 自宅から近い
5. 品質が良い

《西部地区》 ベスト5

1. 品揃えが豊富
2. 値段が安い
3. 車で行きやすい場所にある
4. 自宅から近い
5. 品質が良い

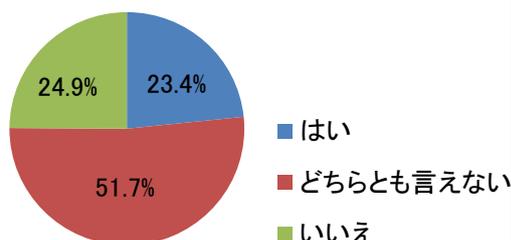
品揃えが豊富なこと、値段が安いこと、車で行きやすいことが買い物の際に重要視されている。

⑦ 近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

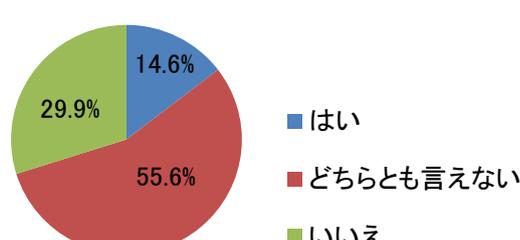
商店街に良さを感じるか	全体	西部地区
はい	23.4%	14.6%
どちらとも言えない	51.7%	55.6%
いいえ	24.9%	29.9%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

《全体》



《西部地区》

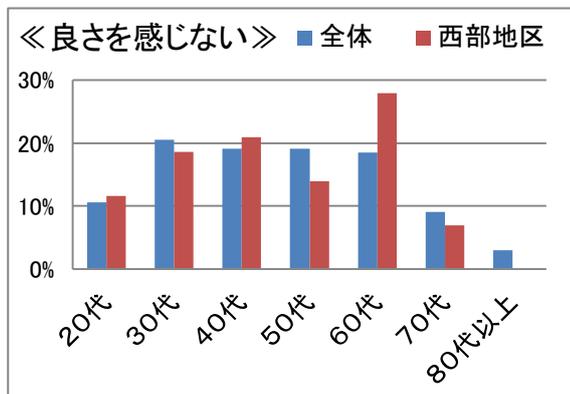
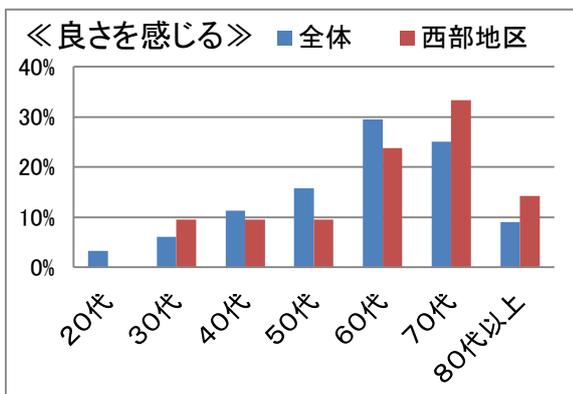


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	西部地区
20代	3.2%	0.0%
30代	6.1%	9.5%
40代	11.3%	9.5%
50代	15.8%	9.5%
60代	29.6%	23.8%
70代	25.1%	33.3%
80代以上	9.0%	14.3%

商店街に良さを感じない人の年代

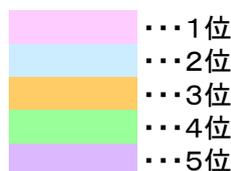
いいえ	全体	西部地区
20代	10.6%	11.6%
30代	20.6%	18.6%
40代	19.1%	20.9%
50代	19.1%	14.0%
60代	18.5%	27.9%
70代	9.1%	7.0%
80代以上	2.9%	0.0%



商店街に良さを感じない人が全体と比べて多く、特に60代でその傾向が目立つ。商店街に良さを感じる人の約3割は70代である。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	西部地区
店の数や業種の多さ	12.9%	8.9%
安さやセールスの魅力	20.3%	8.9%
名物店や老舗の存在	18.0%	26.8%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	9.6%
店員の雰囲気や活気	14.0%	12.7%
人情味が豊か	20.3%	29.9%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	28.0%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	3.8%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	12.7%
公的施設が近くにある	4.0%	12.1%
商店街でのイベント	5.4%	1.9%
観光施設・名所旧跡が近くにある	1.1%	1.9%
交通の便	16.1%	17.2%
駐車場・駐輪場の多さ	18.5%	15.3%
その他	1.8%	2.5%



＜消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 人情味が豊か
- 安さやセールスの魅力
- 駐車場、駐輪場の多さ
- 名物店や老舗の存在

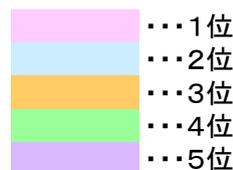
《西部地区》 ベスト5

- 人情味が豊か
- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 名物店や老舗の存在
- 交通の便
- 駐車場、駐輪場の多さ

人情味が豊かなことや昔ながらの顔の見た付き合いを商店街の良い点だと考える人が多い。全体で多く挙げがっていた、安さやセールスの魅力を商店街の良い点だと考える人は少ない。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	西部地区
店の数や業種の多さ	32.0%	32.5%
安さやセールスの魅力	27.9%	37.6%
名物店や老舗の存在	14.1%	10.8%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	14.0%
店員の雰囲気や活気	17.9%	20.4%
人情味が豊か	4.2%	5.7%
昔ながらの顔の見た付き合い	5.2%	4.5%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	12.1%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	9.6%
公的施設が近くにある	4.6%	4.5%
商店街でのイベント	12.4%	14.0%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	2.5%
交通の便	13.9%	10.8%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	29.9%
その他	3.3%	3.2%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

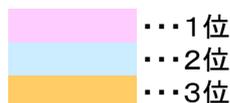
《西部地区》 ベスト5

1. 安さやセールスの魅力
2. 店の数や業種の多さ
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

安さやセールスの魅力、店の数や業種の多さが商店街に不足していると考え人が多い。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	西部地区
子育て支援	23.0%	19.7%
地域社会貢献	38.0%	40.1%
バリアフリー	30.4%	24.8%
NPO連携	6.4%	5.7%
買い物代行	39.2%	44.6%
HP・情報発信	19.7%	17.8%
施設誘致	9.1%	8.3%
防犯・防災強化	16.5%	12.7%
定期的イベント	31.1%	33.8%
場所提供	8.9%	12.1%
その他	3.5%	3.2%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取組みを期待しているかがわかる。＞

《全体》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

《西部地区》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

買い物代行、宅配サービスの充実や地域社会への貢献(高齢化・環境問題)を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考える人が多い。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	西部地区	
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	72.0%	・・・1位
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	54.8%	・・・2位
休憩できる場所がある	45.4%	47.1%	・・・3位
イベントができる場所がある	14.3%	13.4%	・・・4位
地産地消に取り組んでいる	41.0%	29.9%	・・・5位
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	15.3%	
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	35.7%	
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	24.8%	
アンテナショップがある	5.7%	7.6%	
昔ながらの風情を保つ	11.6%	12.1%	
カルチャースクールがある	6.9%	6.4%	
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	10.2%	
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	3.2%	
若い店主さんが多い	4.6%	5.7%	
流行の発信地	7.4%	3.2%	
除雪がきちんとされている	41.8%	34.4%	
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	11.5%	
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	22.9%	
商店街通貨を導入している	2.1%	5.1%	
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	3.2%	
その他	3.2%	3.2%	

《全体》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

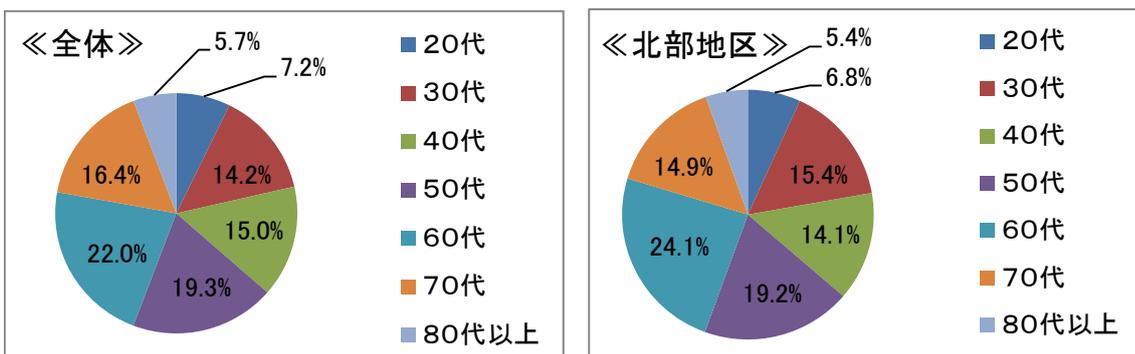
《西部地区》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 朝市などの定期的な催しがある
5. 除雪がきちんとされている

無料駐車場、駐輪場をこれからの商店街に求めている人は多く、地産地消に取り組んでいることや除雪がきちんとされていることを求めている人は、全体の結果と比べて少ない。

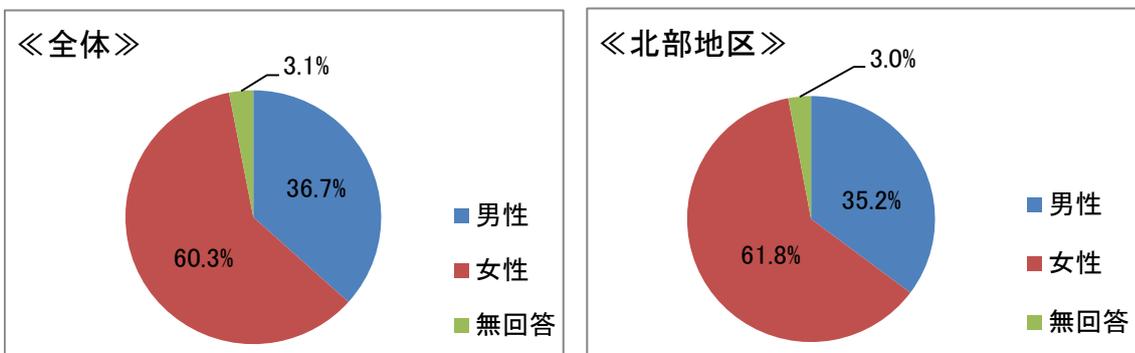
北部地区(730通発送、372通回収、回収率51.0%)

①年代別回答率



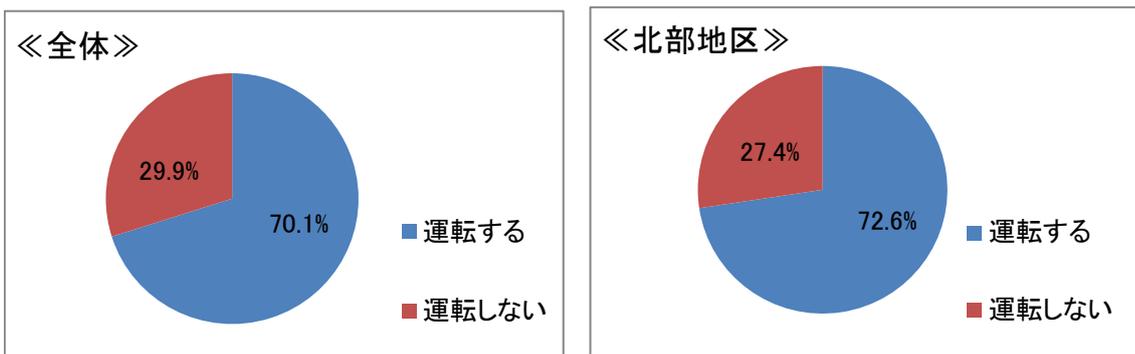
30代、60代の回収率が全体と比べて高い。

②男女別回答率



女性の回収率は約6割と、男性に比べて高い。

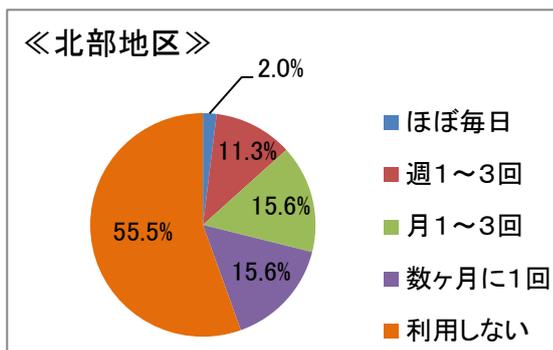
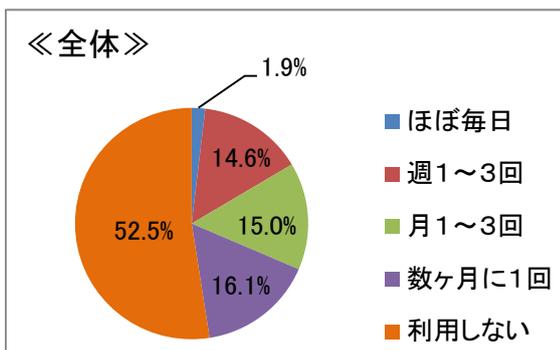
③車の運転の有無



約7割の人が車の運転をする。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

利用頻度	全体		北部地区	
	1人あたり	合計	1人あたり	合計
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	2.0%	2.0%
週2, 3回	9.2%	14.6%	8.2%	11.3%
週1回程度	5.4%		3.1%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	7.4%	15.6%
月1回程度	7.8%		8.2%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	15.6%	15.6%
利用しない	52.5%	52.5%	55.5%	55.5%

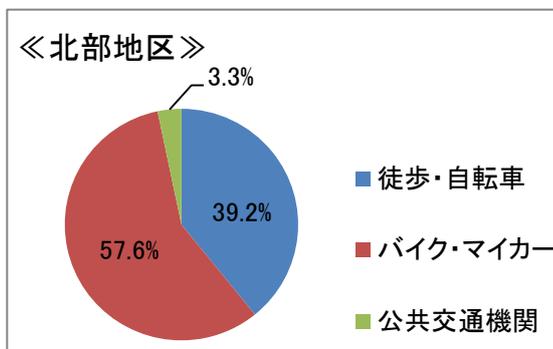
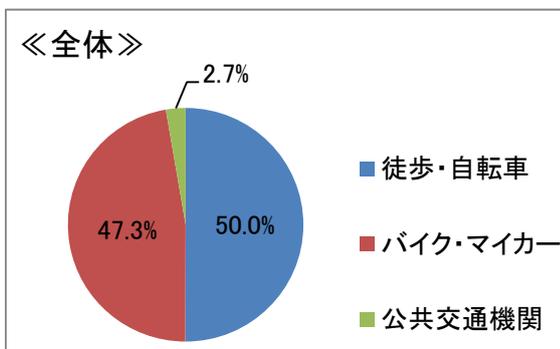


半数超の人が商店街を利用しないと回答した。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？

※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		北部地区	
	1人あたり	合計	1人あたり	合計
徒歩	29.5%	50.0%	21.6%	39.2%
自転車	20.5%		17.6%	
バイク	0.3%	47.3%	0.7%	57.6%
マイカー	47.0%		56.9%	
タクシー	0.6%	2.7%	1.3%	3.3%
バス	1.5%		1.3%	
鉄道	0.6%		0.7%	

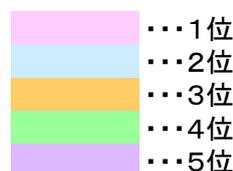


バイク・マイカーで商店街へ移動する割合が全体に比べ高い。

⑥ 買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	北部地区
品揃えが豊富	70.3%	68.0%
そこでなければ購入できない	16.2%	16.9%
値段が安い	58.6%	57.5%
品質が良い	44.4%	46.8%
自宅から近い	52.7%	50.5%
車で行きやすい場所にある	55.3%	53.5%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	8.1%
色々なお店が多い	14.3%	12.6%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	8.1%
家族連れで行きやすい	7.6%	6.5%
朝早くから営業している	5.0%	4.3%
夜遅くまで営業している	13.3%	12.1%
セールなどが開催されている	14.1%	12.4%
ポイントカードが利用できる	26.9%	29.3%
お店の雰囲気が良い	10.0%	12.6%
電子マネーで支払ができる	2.9%	2.4%
店員と顔なじみ	4.5%	3.5%
アフターサービスが良い	1.4%	0.8%
クーポン・割引券などがある	6.7%	8.3%
接客態度が良い	9.6%	10.2%
宅配サービスが利用できる	1.9%	1.9%
まとめ買いができる	15.4%	14.0%
その他	1.7%	1.6%



《全体》 ベスト5

- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

《北部地区》 ベスト5

- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

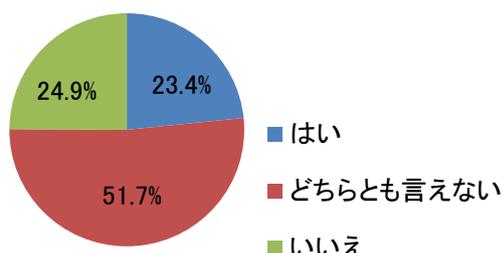
品揃えが豊富なこと、値段が安いこと、車で行きやすいことを重要視している人が多い。

⑦ 近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

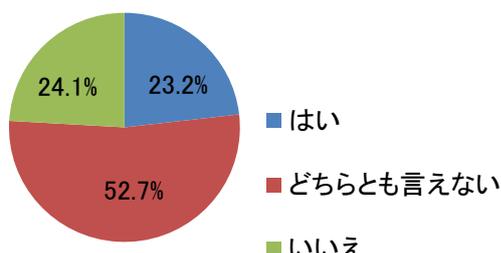
商店街に良さを感じるか	全体	北部地区
はい	23.4%	23.2%
どちらとも言えない	51.7%	52.7%
いいえ	24.9%	24.1%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

《全体》



《北部地区》

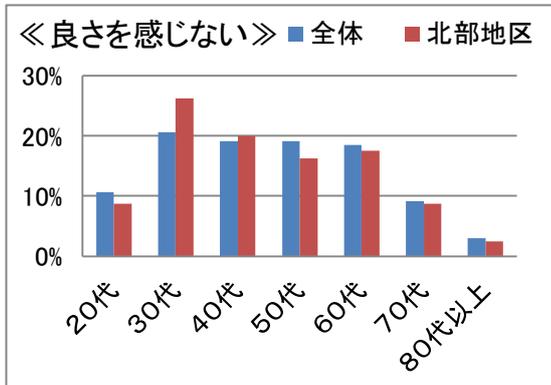
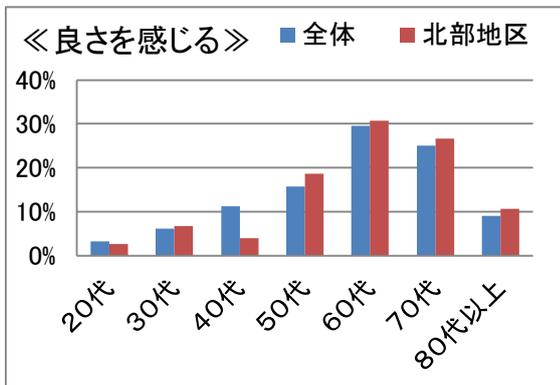


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	北部地区
20代	3.2%	2.7%
30代	6.1%	6.7%
40代	11.3%	4.0%
50代	15.8%	18.7%
60代	29.6%	30.7%
70代	25.1%	26.7%
80代以上	9.0%	10.7%

商店街に良さを感じない人の年代

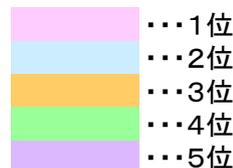
いいえ	全体	北部地区
20代	10.6%	8.8%
30代	20.6%	26.3%
40代	19.1%	20.0%
50代	19.1%	16.3%
60代	18.5%	17.5%
70代	9.1%	8.8%
80代以上	2.9%	2.5%



商店街に良さを感じる人と感じない人はほぼ同じ割合である。商店街に良さを感じる人は60代が多く、良さを感じない人は30代が多い。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	北部地区
店の数や業種の多さ	12.9%	9.7%
安さやセールスの魅力	20.3%	21.8%
名物店や老舗の存在	18.0%	16.9%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	13.2%
店員の雰囲気や活気	14.0%	15.1%
人情味が豊か	20.3%	20.7%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	22.8%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	3.5%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	15.3%
公的施設が近くにある	4.0%	2.4%
商店街でのイベント	5.4%	5.1%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	0.8%
交通の便	16.1%	17.7%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	19.4%
その他	1.8%	2.2%



＜商店街の良い点を知るための設問であり、この良い点を更に伸ばすことにより、商店街の集客が増えることが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 昔ながらの顔の見た付き合い
2. 人情味が豊か
安さやセールスの魅力
4. 駐車場、駐輪場の多さ
5. 名物店や老舗の存在

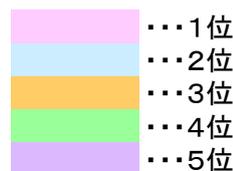
《北部地区》 ベスト5

1. 昔ながらの顔の見た付き合い
2. 安さやセールスの魅力
3. 人情味が豊か
4. 駐車場、駐輪場の多さ
5. 交通の便

商店街の良い点として、昔ながらの顔の見た付き合いや安さやセールスの魅力を挙げる人が多い。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	北部地区
店の数や業種の多さ	32.0%	36.3%
安さやセールスの魅力	27.9%	28.0%
名物店や老舗の存在	14.1%	17.5%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	15.6%
店員の雰囲気や活気	17.9%	15.3%
人情味が豊か	4.2%	2.7%
昔ながらの顔の見た付き合い	5.2%	3.2%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	11.3%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	10.8%
公的施設が近くにある	4.6%	5.1%
商店街でのイベント	12.4%	14.0%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	6.5%
交通の便	13.9%	12.4%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	33.6%
その他	3.3%	4.3%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

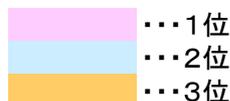
《北部地区》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 駐車場・駐輪場の多さ
3. 安さやセールスの魅力
4. 名物店や老舗の存在
5. 名物商品や逸品の取り扱い

商店街の不足している点として、店の数や業種の多さ、駐車場・駐輪場の多さを挙げる人が多い。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	北部地区
子育て支援	23.0%	23.1%
地域社会貢献	38.0%	36.3%
バリアフリー	30.4%	31.5%
NPO連携	6.4%	7.8%
買い物代行	39.2%	35.5%
HP・情報発信	19.7%	19.6%
施設誘致	9.1%	9.9%
防犯・防災強化	16.5%	15.1%
定期的イベント	31.1%	31.7%
場所提供	8.9%	11.0%
その他	3.5%	2.4%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がこういった取組みを期待しているかがわかる。＞

《全体》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

《北部地区》 ベスト3

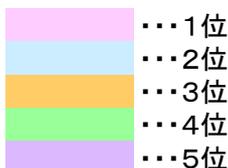
1. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
2. 買い物代行、宅配サービスの充実
3. 定期的なイベント開催

地域社会への貢献(高齢化・環境問題)や買い物代行、宅配サービスの充実を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考える人が多い。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	北部地区
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	68.8%
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	46.0%
休憩できる場所がある	45.4%	40.3%
イベントができる場所がある	14.3%	14.2%
地産地消に取り組んでいる	41.0%	42.5%
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	15.3%
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	25.0%
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	21.8%
アンテナショップがある	5.7%	4.6%
昔ながらの風情を保つ	11.6%	10.8%
カルチャースクールがある	6.9%	9.4%
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	6.7%
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	4.3%
若い店主さんが多い	4.6%	4.3%
流行の発信地	7.4%	10.2%
除雪がきちんとされている	41.8%	44.9%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	9.1%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	19.1%
商店街通貨を導入している	2.1%	1.6%
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	4.6%
その他	3.2%	2.2%



・・・1位
 ・・・2位
 ・・・3位
 ・・・4位
 ・・・5位

《全体》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

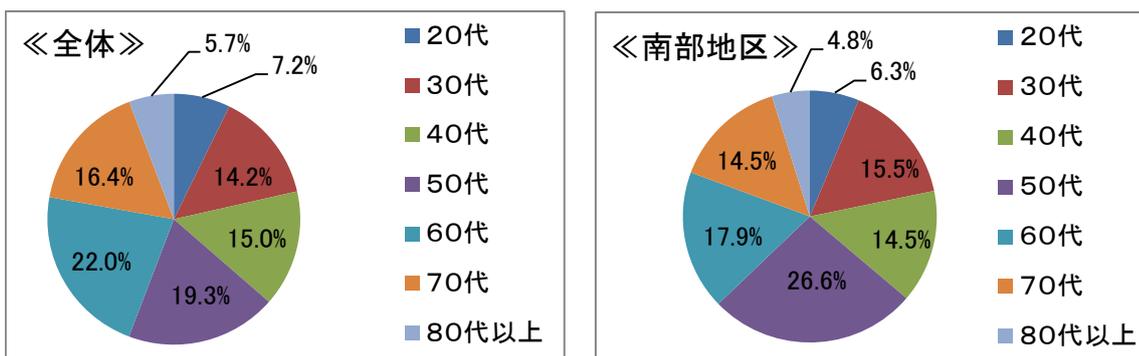
《北部地区》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 除雪がきちんとされている
4. 地産地消に取り組んでいる
5. 休憩できる場所がある

無料駐車場・駐輪場があることや、子供からお年寄りまで買い物が楽しめることをこれからの商店街に求める人が多い。

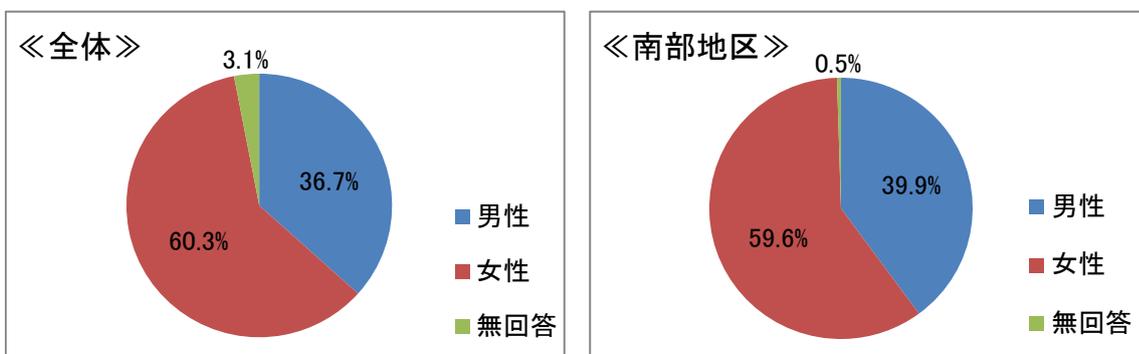
南部地区(429通発送、208通回収、回収率48.5%)

①年代別回答率



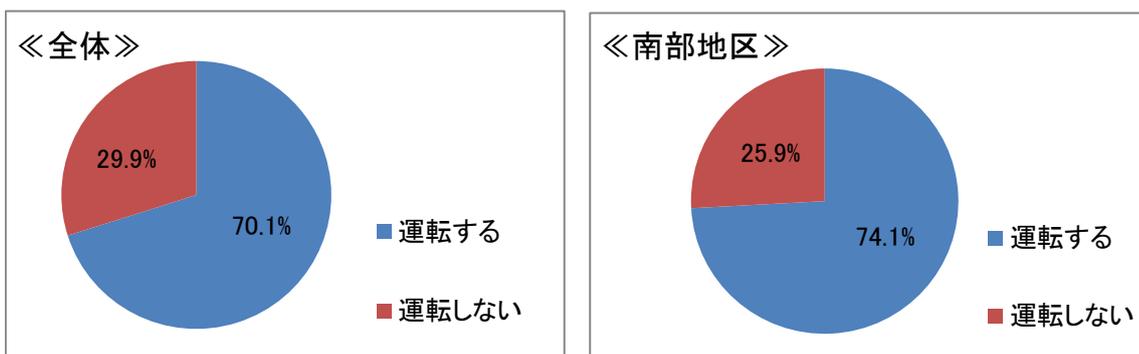
50代の回答率が全体と比べて少し高い。

②男女別回答率



男性の回答率が全体と比べて若干高い。

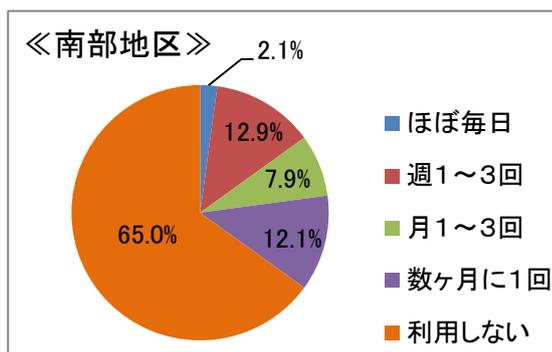
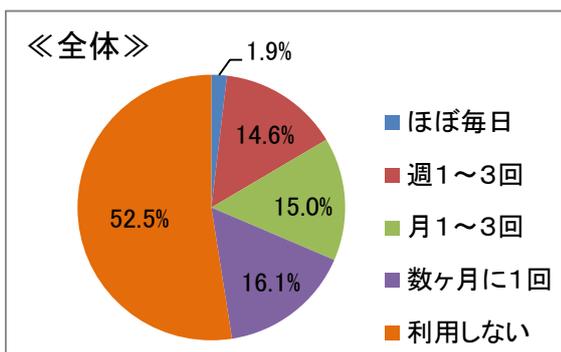
③車の運転の有無



約7割の人が車の運転をする。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

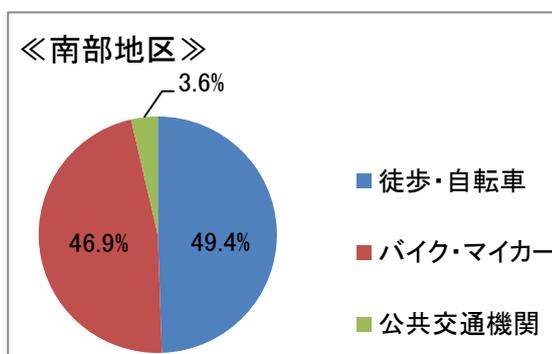
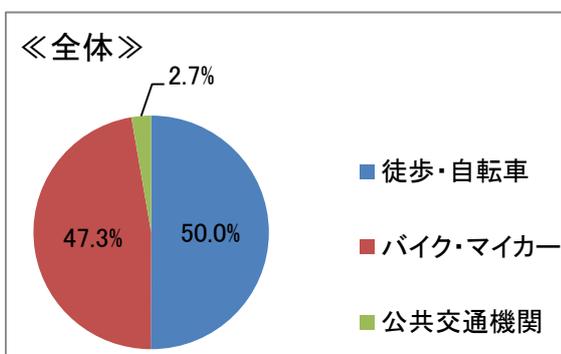
利用頻度	全体		南部地区	
	1	2	1	2
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	2.1%	2.1%
週2, 3回	9.2%	14.6%	6.4%	12.9%
週1回程度	5.4%		6.4%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	4.3%	7.9%
月1回程度	7.8%		3.6%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	12.1%	12.1%
利用しない	52.5%	52.5%	65.0%	65.0%



全体と比べ「利用しない」と回答した割合が高い。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？
※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		南部地区	
	1	2	1	2
徒歩	29.5%	50.0%	25.9%	49.4%
自転車	20.5%		23.5%	
バイク	0.3%	47.3%	0.0%	46.9%
マイカー	47.0%		46.9%	
タクシー	0.6%	2.7%	1.2%	3.6%
バス	1.5%		1.2%	
鉄道	0.6%		1.2%	

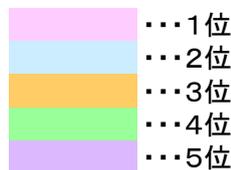


全体と比べて同じ傾向にある。

⑥買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	南部地区
品揃えが豊富	70.3%	71.6%
そこなければ購入できない	16.2%	13.9%
値段が安い	58.6%	63.5%
品質が良い	44.4%	39.9%
自宅から近い	52.7%	57.7%
車で行きやすい場所にある	55.3%	63.0%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	6.7%
色々なお店が多い	14.3%	15.4%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	8.2%
家族連れで行きやすい	7.6%	5.8%
朝早くから営業している	5.0%	5.8%
夜遅くまで営業している	13.3%	14.9%
セールなどが開催されている	14.1%	17.3%
ポイントカードが利用できる	26.9%	27.4%
お店の雰囲気が良い	10.0%	6.3%
電子マネーで支払ができる	2.9%	3.8%
店員と顔なじみ	4.5%	2.9%
アフターサービスが良い	1.4%	1.4%
クーポン・割引券などがある	6.7%	5.3%
接客態度が良い	9.6%	6.3%
宅配サービスが利用できる	1.9%	1.9%
まとめ買いができる	15.4%	15.4%
その他	1.7%	1.9%



《全体》 ベスト5

- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

《南部地区》 ベスト5

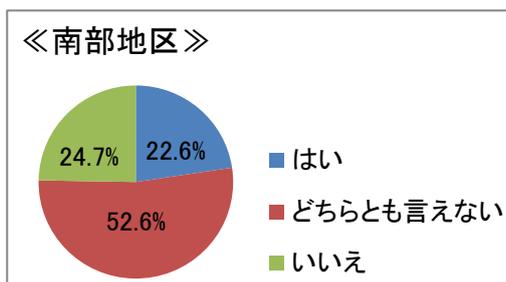
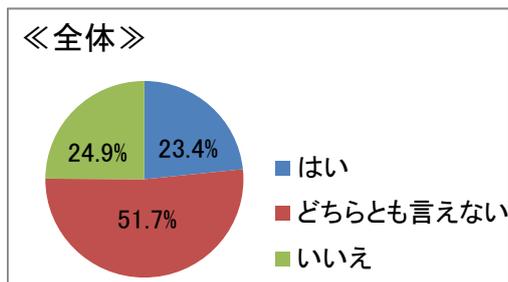
- 品揃えが豊富
- 値段が安い
- 車で行きやすい場所にある
- 自宅から近い
- 品質が良い

品揃えが豊富なこと、値段が安いこと、車で行きやすいことを買い物の際に重要視している人が多い。

⑦近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

商店街に良さを感じるか	全体結果	南部地区
はい	23.4%	22.6%
どちらとも言えない	51.7%	52.6%
いいえ	24.9%	24.7%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

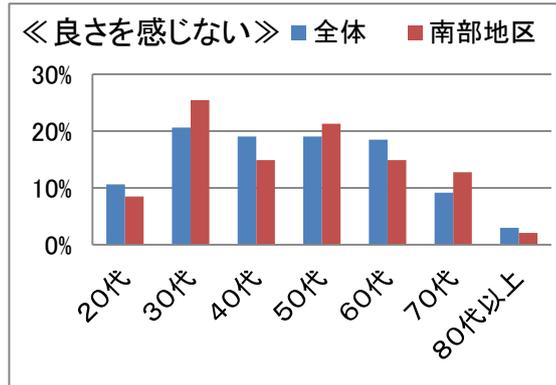
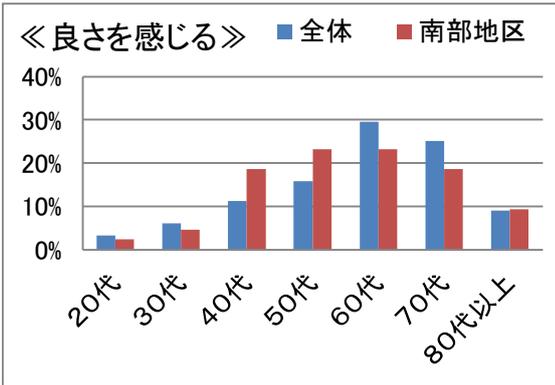


商店街に良さをを感じる人の年代

はい	全体	南部地区
20代	3.2%	2.3%
30代	6.1%	4.7%
40代	11.3%	18.6%
50代	15.8%	23.3%
60代	29.6%	23.3%
70代	25.1%	18.6%
80代以上	9.0%	9.3%

商店街に良さを感ぜない人の年代

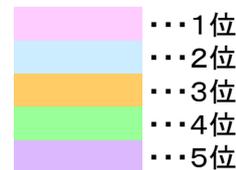
いいえ	全体	南部地区
20代	10.6%	8.5%
30代	20.6%	25.5%
40代	19.1%	14.9%
50代	19.1%	21.3%
60代	18.5%	14.9%
70代	9.1%	12.8%
80代以上	2.9%	2.1%



商店街に良さをを感じる人と感ぜない人はほぼ同じ割合である。商店街に良さをを感じる人は50代と60代が多く、良さを感ぜない人は30代が多い。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	南部地区
店の数や業種の多さ	12.9%	13.5%
安さやセールスの魅力	20.3%	21.6%
名物店や老舗の存在	18.0%	15.9%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	11.5%
店員の雰囲気や活気	14.0%	12.5%
人情味が豊か	20.3%	19.7%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	17.8%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	1.4%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	19.7%
公的施設が近くにある	4.0%	2.9%
商店街でのイベント	5.4%	2.9%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	1.4%
交通の便	16.1%	14.9%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	22.6%
その他	1.8%	2.4%



＜消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

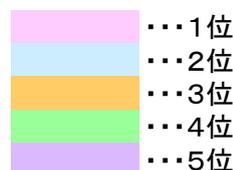
- 《全体》 ベスト5
- 昔ながらの顔の見た付き合い
 - 人情味が豊か
安さやセールスの魅力
 - 駐車場、駐輪場の多さ
 - 名物店や老舗の存在

- 《南部地区》 ベスト5
- 駐車場、駐輪場の多さ
 - 安さやセールスの魅力
 - 人情味が豊か
大型店やスーパーの集客力
 - 昔ながらの顔の見た付き合い

駐車場、駐輪場の多さ、安さやセールスの魅力を商店街の良い点と考える人が多い。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	南部地区
店の数や業種の多さ	32.0%	30.8%
安さやセールスの魅力	27.9%	27.9%
名物店や老舗の存在	14.1%	16.8%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	13.5%
店員の雰囲気や活気	17.9%	18.8%
人情味が豊か	4.2%	3.4%
昔ながらの顔の見える付き合い	5.2%	4.8%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	11.1%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	7.7%
公的施設が近くにある	4.6%	6.7%
商店街でのイベント	12.4%	13.9%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	4.8%
交通の便	13.9%	14.9%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	23.1%
その他	3.3%	1.9%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

《全体》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物商品や逸品の取り扱い

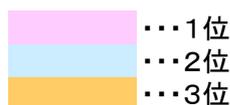
《南部地区》 ベスト5

1. 店の数や業種の多さ
2. 安さやセールスの魅力
3. 駐車場・駐輪場の多さ
4. 店員の雰囲気や活気
5. 名物店や老舗の存在

店の数や業種の多さ、安さやセールスの魅力を商店街の不足している点と考える人が多い。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	南部地区
子育て支援	23.0%	23.1%
地域社会貢献	38.0%	40.9%
バリアフリー	30.4%	33.2%
NPO連携	6.4%	4.3%
買い物代行	39.2%	36.1%
HP・情報発信	19.7%	22.6%
施設誘致	9.1%	7.7%
防犯・防災強化	16.5%	22.6%
定期的イベント	31.1%	33.2%
場所提供	8.9%	2.4%
その他	3.5%	2.9%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取り組みを期待しているかがわかる。＞

《全体》 ベスト3

1. 買い物代行、宅配サービスの充実
2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
3. 定期的なイベント開催

《南部地区》 ベスト3

1. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
2. 買い物代行、宅配サービスの充実
3. 高齢者・障がい者のためのバリアフリー対策

地域社会への貢献(高齢化・環境問題)や買い物代行、宅配サービスの充実を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考えている人が多い。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	南部地区	
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	73.1%	・・・1位
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	48.1%	・・・2位
休憩できる場所がある	45.4%	47.6%	・・・3位
イベントができる場所がある	14.3%	14.4%	・・・4位
地産地消に取り組んでいる	41.0%	39.9%	・・・5位
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	13.9%	
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	29.8%	
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	20.7%	
アンテナショップがある	5.7%	5.3%	
昔ながらの風情を保つ	11.6%	10.1%	
カルチャースクールがある	6.9%	8.2%	
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	5.8%	
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	4.3%	
若い店主さんが多い	4.6%	2.9%	
流行の発信地	7.4%	5.8%	
除雪がきちんとされている	41.8%	38.9%	
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	7.2%	
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	23.6%	
商店街通貨を導入している	2.1%	1.9%	
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	7.7%	
その他	3.2%	3.4%	

《全体》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

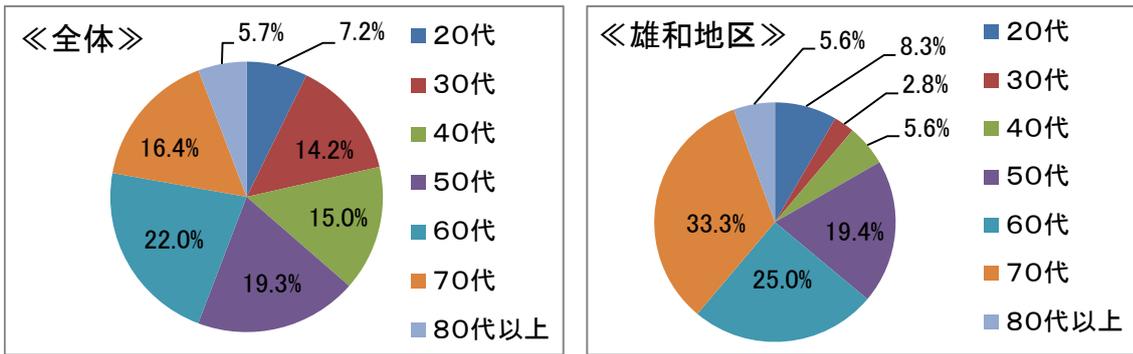
《南部地区》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 地産地消に取り組んでいる
5. 除雪がきちんとされている

無料駐車場、駐輪場があることや、子供からお年寄りまで買い物が楽しめることをこれからの商店街に求める人が多い。

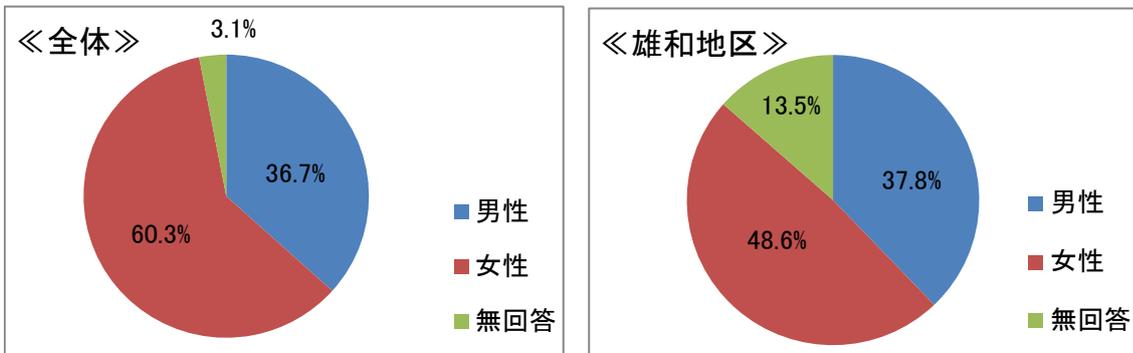
雄和地区(71通発送、37通回収、回収率52.1%)

①年代別回答率



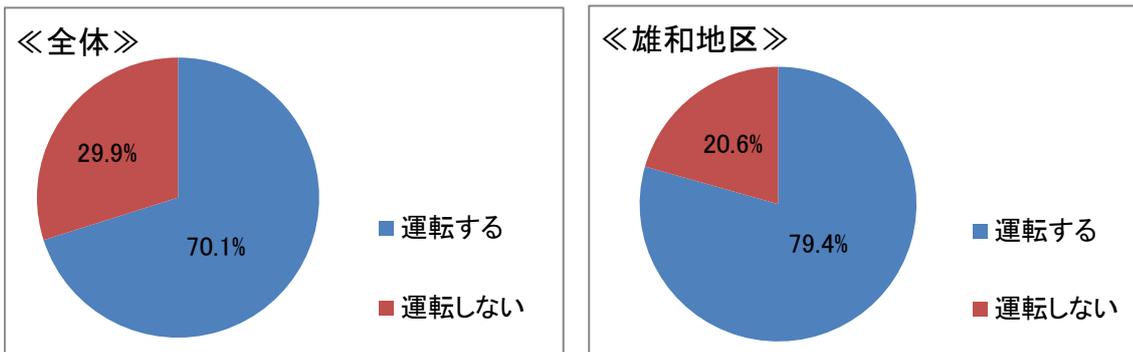
全体と比べ年代が高い層からの回答率が高い。

②男女別回答率



女性の回答率が全体に比べて低い。

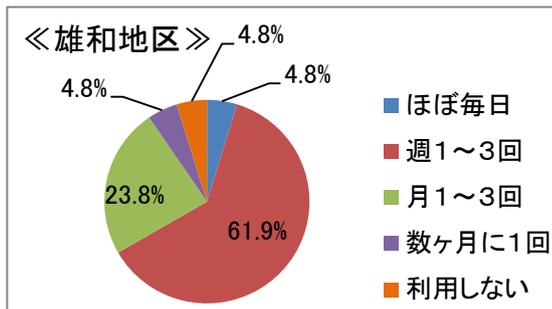
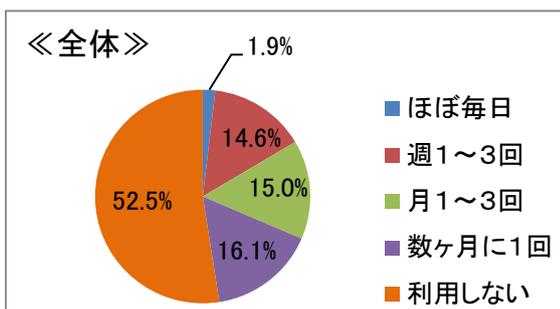
③車の運転の有無



車を運転する人の割合は全体に比べて高い。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

利用頻度	全体		雄和地区	
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	4.8%	4.8%
週2, 3回	9.2%	14.6%	38.1%	61.9%
週1回程度	5.4%		23.8%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	9.5%	23.8%
月1回程度	7.8%		14.3%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	4.8%	4.8%
利用しない	52.5%	52.5%	4.8%	4.8%

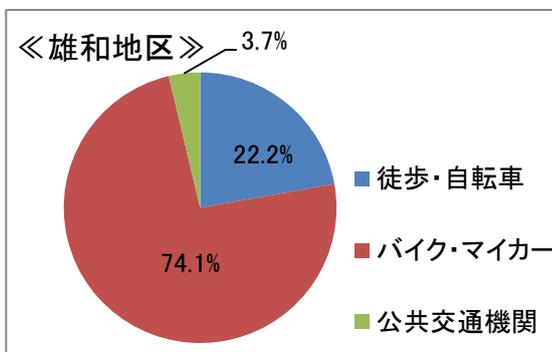
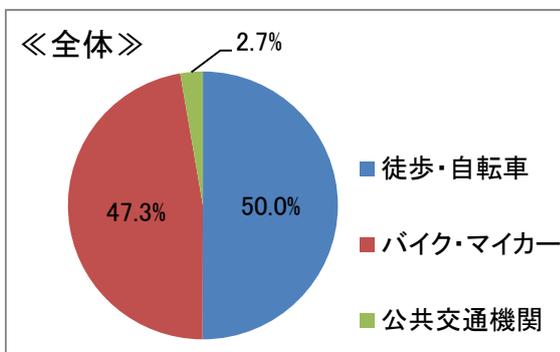


商店街の利用頻度が全体と比べ圧倒的に高く、商店街を利用しない人も少ない。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？

※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		雄和地区	
徒歩	29.5%	50.0%	11.1%	22.2%
自転車	20.5%		11.1%	
バイク	0.3%	47.3%	0.0%	74.1%
マイカー	47.0%		74.1%	
タクシー	0.6%	2.7%	0.0%	3.7%
バス	1.5%		0.0%	
鉄道	0.6%		3.7%	



全体と比べ、バイク・マイカーを利用する割合が高い。

⑥ 買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

＜買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知る

重要視	全体	雄和地区
品揃えが豊富	70.3%	64.9%
そこでなければ購入できない	16.2%	8.1%
値段が安い	58.6%	62.2%
品質が良い	44.4%	27.0%
自宅から近い	52.7%	29.7%
車で行きやすい場所にある	55.3%	62.2%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	0.0%
色々なお店が多い	14.3%	16.2%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	10.8%
家族連れで行きやすい	7.6%	16.2%
朝早くから営業している	5.0%	2.7%
夜遅くまで営業している	13.3%	10.8%
セールなどが開催されている	14.1%	8.1%
ポイントカードが利用できる	26.9%	32.4%
お店の雰囲気が良い	10.0%	2.7%
電子マネーで支払ができる	2.9%	2.7%
店員と顔なじみ	4.5%	8.1%
アフターサービスが良い	1.4%	2.7%
クーポン・割引券などがある	6.7%	2.7%
接客態度が良い	9.6%	0.0%
宅配サービスが利用できる	1.9%	0.0%
まとめ買いができる	15.4%	37.8%
その他	1.7%	0.0%



- 《全体》 ベスト5
1. 品揃えが豊富
 2. 値段が安い
 3. 車で行きやすい場所にある
 4. 自宅から近い
 5. 品質が良い

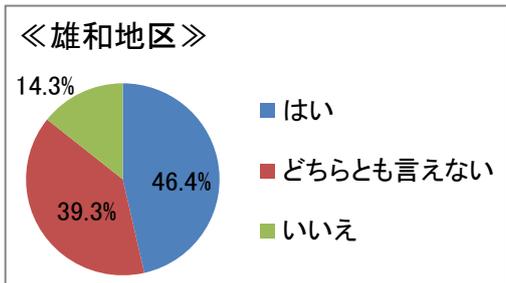
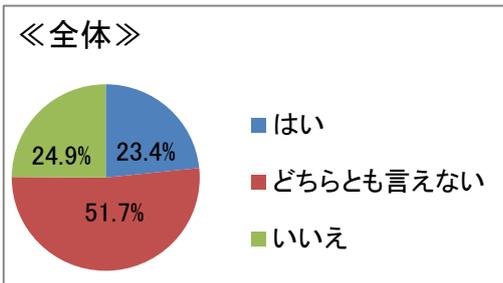
- 《雄和地区》 ベスト5
1. 品揃えが豊富
 2. 値段が安い
 - 車で行きやすい場所にある
 4. まとめ買いができる
 5. ポイントカードが利用できる

まとめ買いできることを重要視している人が全体と比べて多い。品質が良いこと、自宅から買い物場所が近いことを重要視している人は全体と比べて少ない。

⑦ 近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

商店街に良さを感じるか	全体	雄和地区
はい	23.4%	46.4%
どちらとも言えない	51.7%	39.3%
いいえ	24.9%	14.3%

＜この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。＞

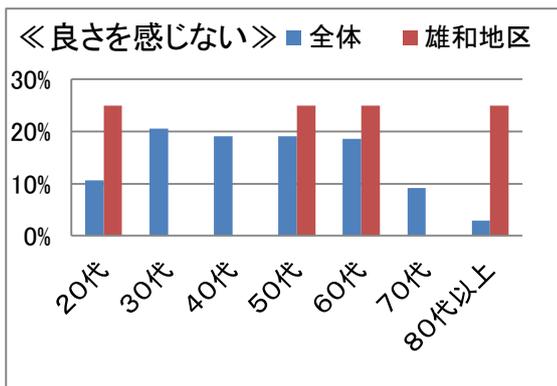
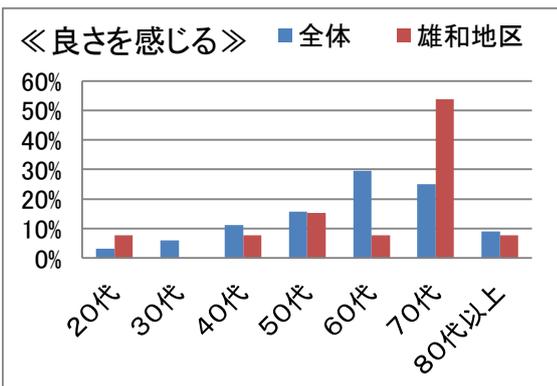


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	雄和地区
20代	3.2%	7.7%
30代	6.1%	0.0%
40代	11.3%	7.7%
50代	15.8%	15.4%
60代	29.6%	7.7%
70代	25.1%	53.8%
80代以上	9.0%	7.7%

商店街に良さを感じない人の年代

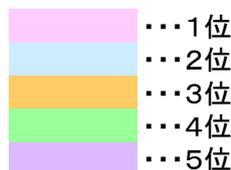
いいえ	全体	雄和地区
20代	10.6%	25.0%
30代	20.6%	0.0%
40代	19.1%	0.0%
50代	19.1%	25.0%
60代	18.5%	25.0%
70代	9.1%	0.0%
80代以上	2.9%	25.0%



商店街に良さを感じる人は全体に比べ多い。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	雄和地区
店の数や業種の多さ	12.9%	5.4%
安さやセールスの魅力	20.3%	8.1%
名物店や老舗の存在	18.0%	18.9%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	2.7%
店員の雰囲気や活気	14.0%	8.1%
人情味が豊か	20.3%	27.0%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	37.8%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	0.0%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	0.0%
公的施設が近くにある	4.0%	2.7%
商店街でのイベント	5.4%	5.4%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	0.0%
交通の便	16.1%	13.5%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	10.8%
その他	1.8%	5.4%



<消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。>

《全体》 ベスト5

- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 人情味が豊か
安さやセールスの魅力
- 駐車場、駐輪場の多さ
- 名物店や老舗の存在

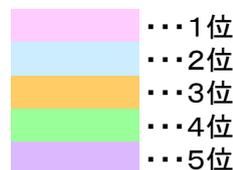
《雄和地区》 ベスト5

- 昔ながらの顔の見た付き合い
- 人情味が豊か
- 名物店や老舗の存在
- 交通の便
- 駐車場、駐輪場の多さ

昔ながらの顔の見た付き合い、人情味が豊かなことが商店街の良い点として多く挙がっていた。安さやセールスの魅力、名物商品や逸品の取り扱いを良い点として挙げていた人は少ない。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	雄和地区
店の数や業種の多さ	32.0%	29.7%
安さやセールスの魅力	27.9%	37.8%
名物店や老舗の存在	14.1%	5.4%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	8.1%
店員の雰囲気や活気	17.9%	8.1%
人情味が豊か	4.2%	2.7%
昔ながらの顔の見える付き合い	5.2%	5.4%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	10.8%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	10.8%
公的施設が近くにある	4.6%	0.0%
商店街でのイベント	12.4%	8.1%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	2.7%
交通の便	13.9%	16.2%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	2.7%
その他	3.3%	5.4%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

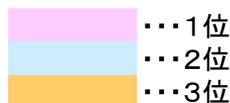
- 《全体》 ベスト5
1. 店の数や業種の多さ
 2. 安さやセールスの魅力
 3. 駐車場・駐輪場の多さ
 4. 店員の雰囲気や活気
 5. 名物商品や逸品の取扱

- 《雄和地区》 ベスト5
1. 安さやセールスの魅力
 2. 店の数や業種の多さ
 3. 交通の便
 4. サービスや共同事業の豊富さ
 5. 大型店やスーパーの集客力

全体と比べ安さやセールスの魅力の割合が高い。一方、名物商品や逸品の取り扱い、店員の雰囲気や活気は低く、特に駐車場・駐輪場の多さは、全体に比べだいぶ低い。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	雄和地区
子育て支援	23.0%	10.8%
地域社会貢献	38.0%	21.6%
バリアフリー	30.4%	18.9%
NPO連携	6.4%	2.7%
買い物代行	39.2%	48.6%
HP・情報発信	19.7%	13.5%
施設誘致	9.1%	8.1%
防犯・防災強化	16.5%	13.5%
定期的イベント	31.1%	24.3%
場所提供	8.9%	5.4%
その他	3.5%	2.7%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取組みを期待しているかわかる。＞

- 《全体》 ベスト3
1. 買い物代行、宅配サービスの充実
 2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
 3. 定期的なイベント開催

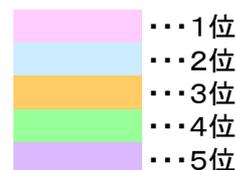
- 《雄和地区》 ベスト3
1. 買い物代行、宅配サービスの充実
 2. 定期的なイベント開催
 3. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)

約半分の人買い物代行、宅配サービスの充実を商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考えている。地域社会への貢献(高齢化・環境問題)と定期的なイベント開催を選択した人は全体と比べて少ない。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

<消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。>

理想	全体	雄和地区
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	37.8%
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	40.5%
休憩できる場所がある	45.4%	37.8%
イベントができる場所がある	14.3%	10.8%
地産地消に取り組んでいる	41.0%	35.1%
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	8.1%
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	24.3%
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	27.0%
アンテナショップがある	5.7%	0.0%
昔ながらの風情を保つ	11.6%	10.8%
カルチャースクールがある	6.9%	0.0%
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	10.8%
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	0.0%
若い店主さんが多い	4.6%	8.1%
流行の発信地	7.4%	0.0%
除雪がきちんとされている	41.8%	29.7%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	2.7%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	13.5%
商店街通貨を導入している	2.1%	8.1%
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	2.7%
その他	3.2%	5.4%



《全体》 ベスト5

1. 無料駐車場・駐輪場がある
2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
3. 休憩できる場所がある
4. 除雪がきちんとされている
5. 地産地消に取り組んでいる

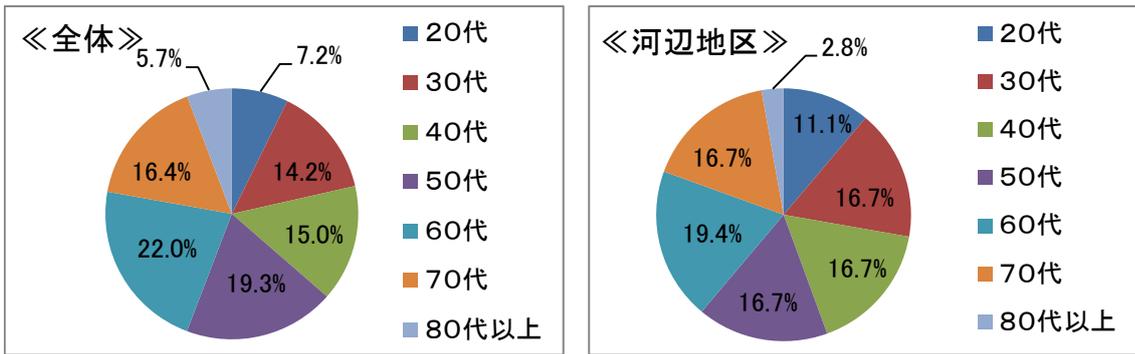
《雄和地区》 ベスト5

1. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
2. 無料駐車場・駐輪場がある
休憩できる場所がある
4. 地産地消に取り組んでいる
5. 除雪がきちんとされている

全体と順位は違うが、上位5項目は同じ項目であった。無料駐車場、駐輪場があること、除雪がきちんとされていることは全体と比べ、割合は低い。

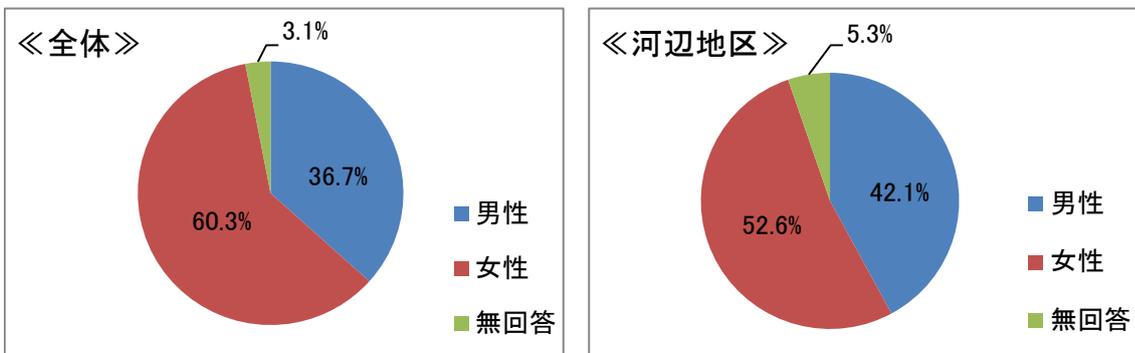
河辺地区(86通発送、38通回収、回収率44.2%)

①年代別回答率



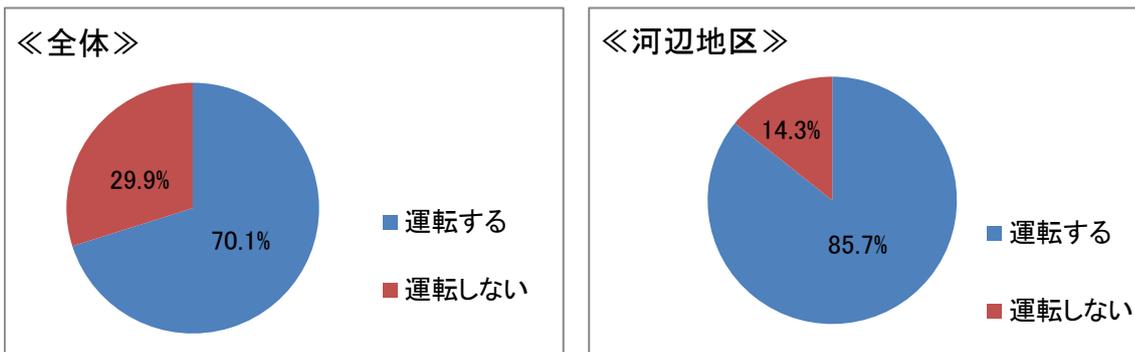
20~40代の若い世代の回答率が若干高い。

②男女別回答率



男性の回答率が高い。

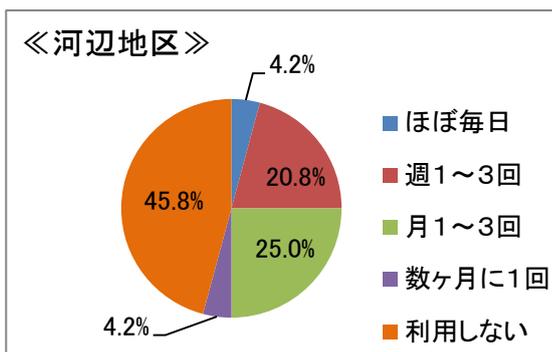
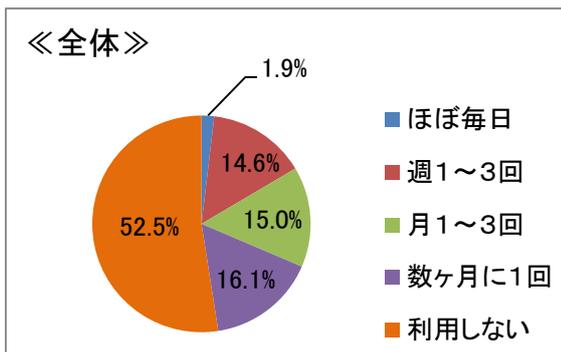
③車の運転の有無



車の運転をする人の割合が全体に比べ高い。

④近隣商店街はどのくらいの頻度で利用されていますか？

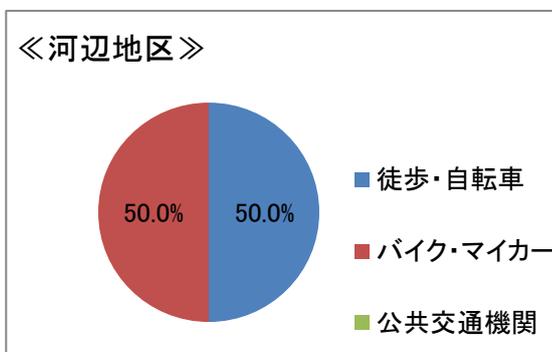
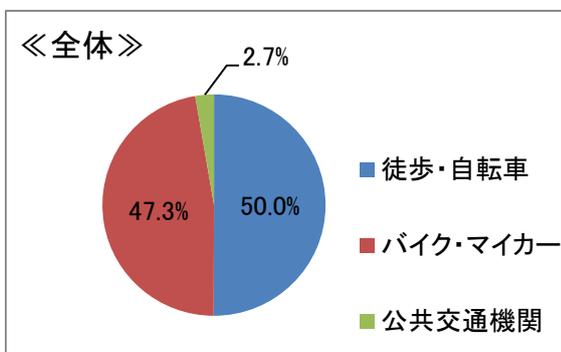
利用頻度	全体		河辺地区	
ほぼ毎日	1.9%	1.9%	4.2%	4.2%
週2, 3回	9.2%	14.6%	12.5%	20.8%
週1回程度	5.4%		8.3%	
月に2, 3回	7.2%	15.0%	12.5%	25.0%
月1回程度	7.8%		12.5%	
数ヶ月に1回	16.1%	16.1%	4.2%	4.2%
利用しない	52.5%	52.5%	45.8%	45.8%



商店街を利用しない割合は全体と比べ若干低い程度であるが、商店街の利用頻度は全体に比べ高い。

⑤近隣商店街に行くために、最も多く利用する交通手段は何ですか？
※商店街を利用しない人を除いた数値。

交通手段	全体		河辺地区	
徒歩	29.5%	50.0%	33.3%	50.0%
自転車	20.5%		16.7%	
バイク	0.3%	47.3%	0.0%	50.0%
マイカー	47.0%		50.0%	
タクシー	0.6%	2.7%	0.0%	0.0%
バス	1.5%		0.0%	
鉄道	0.6%		0.0%	

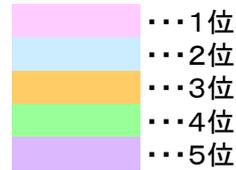


徒歩・自転車で商店街へ移動する人と、バイク・マイカーで商店街へ移動する人は半々である。

⑥買い物の場所やお店を決める際に重要視していることは何ですか？

<買い物の場所やお店を決める際に何を重要視しているか把握することにより、消費者がお店に求めているものを知ることができる。>

重要視	全体	河辺地区
品揃えが豊富	70.3%	60.9%
そこでなければ購入できない	16.2%	13.0%
値段が安い	58.6%	41.3%
品質が良い	44.4%	30.4%
自宅から近い	52.7%	28.3%
車で行きやすい場所にある	55.3%	60.9%
公共機関の交通の便が良い	6.3%	4.3%
色々なお店が多い	14.3%	10.9%
買い物以外でも楽しめる	9.1%	10.9%
家族連れで行きやすい	7.6%	4.3%
朝早くから営業している	5.0%	4.3%
夜遅くまで営業している	13.3%	10.9%
セールなどが開催されている	14.1%	2.2%
ポイントカードが利用できる	26.9%	10.9%
お店の雰囲気が良い	10.0%	4.3%
電子マネーで支払ができる	2.9%	6.5%
店員と顔なじみ	4.5%	4.3%
アフターサービスが良い	1.4%	2.2%
クーポン・割引券などがある	6.7%	2.2%
接客態度が良い	9.6%	2.2%
宅配サービスが利用できる	1.9%	0.0%
まとめ買いができる	15.4%	17.4%
その他	1.7%	0.0%



- 《全体》 ベスト5
1. 品揃えが豊富
 2. 値段が安い
 3. 車で行きやすい場所にある
 4. 自宅から近い
 5. 品質が良い

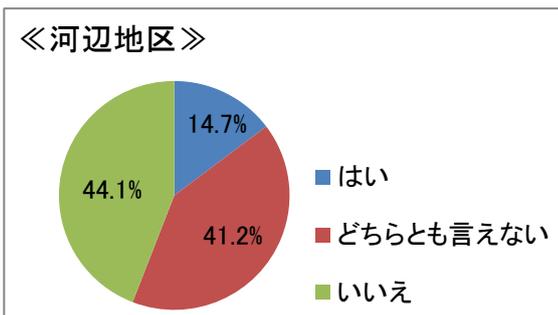
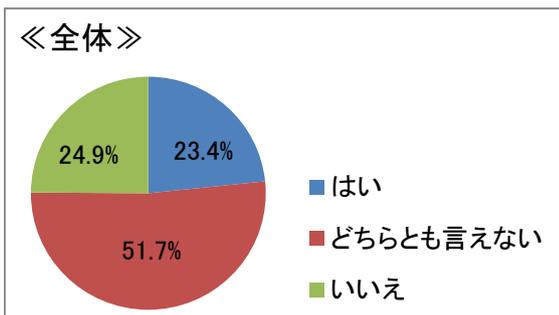
- 《河辺地区》 ベスト5
1. 品揃えが豊富
車で行きやすい場所にある
 2. 値段が安い
 3. 品質が良い
 4. 自宅から近い

全体と比べ順位は違うが、上位5項目は同じ項目であった。自宅から近い、値段が安い、品質が良いは、上位項目ではあるが、全体と比べ割合が低い。

⑦近隣商店街に「良さ」を感じていますか？

商店街に良さを感じるか	全体	河辺地区
はい	23.4%	14.7%
どちらとも言えない	51.7%	41.2%
いいえ	24.9%	44.1%

<この設問から、商店街に良さを感じる人の割合と良さを感じない人の割合を年代別に知ることができる。>

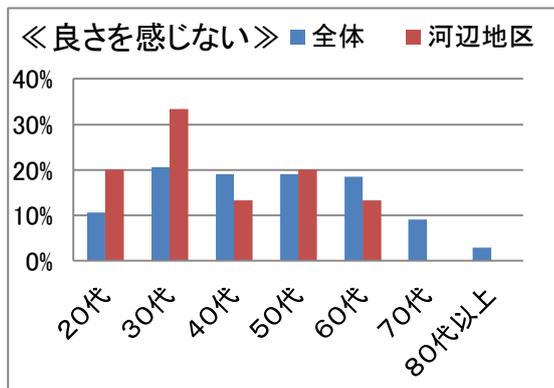
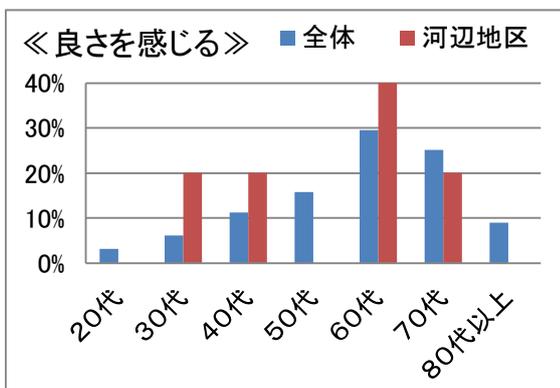


商店街に良さを感じる人の年代

はい	全体	河辺地区
20代	3.2%	0.0%
30代	6.1%	20.0%
40代	11.3%	20.0%
50代	15.8%	0.0%
60代	29.6%	40.0%
70代	25.1%	20.0%
80代以上	9.0%	0.0%

商店街に良さを感じない人の年代

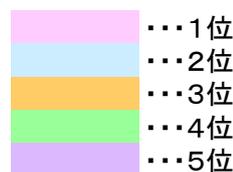
いいえ	全体	河辺地区
20代	10.6%	20.0%
30代	20.6%	33.3%
40代	19.1%	13.3%
50代	19.1%	20.0%
60代	18.5%	13.3%
70代	9.1%	0.0%
80代以上	2.9%	0.0%



商店街に良さを感じる人は全体と比べ少ない。

⑧商店街の「良い点」はどんなところですか？

良い点	全体	河辺地区
店の数や業種の多さ	12.9%	4.3%
安さやセールスの魅力	20.3%	4.3%
名物店や老舗の存在	18.0%	13.0%
名物商品や逸品の取り扱い	11.2%	2.2%
店員の雰囲気や活気	14.0%	10.9%
人情味が豊か	20.3%	32.6%
昔ながらの顔の見た付き合い	20.5%	45.7%
サービスや共同事業の豊富さ	2.6%	0.0%
大型店やスーパーの集客力	16.1%	10.9%
公的施設が近くにある	4.0%	0.0%
商店街でのイベント	5.4%	4.3%
観光施設、名所旧跡が近くにある	1.1%	0.0%
交通の便	16.1%	19.6%
駐車場、駐輪場の多さ	18.5%	8.7%
その他	1.8%	0.0%



<消費者が考えている商店街の「良い点」を更に伸ばすことにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。>

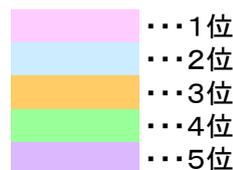
- 《全体》 ベスト5
- 昔ながらの顔の見た付き合い
 - 人情味が豊か
安さやセールスの魅力
 - 駐車場、駐輪場の多さ
 - 名物店や老舗の存在

- 《河辺地区》 ベスト5
- 昔ながらの顔の見た付き合い
 - 人情味が豊か
 - 交通の便
 - 名物店や老舗の存在
 - 店員の雰囲気や活気

人情味が豊かなことや、昔ながらの付き合いなどが良い点として高い割合で挙がっていた。安さやセールスの魅力、名物商品や逸品の取り扱いのような商品に関する項目を良い点と考える人は少ない。

⑨商店街に「不足している点」はどんなところですか？

不足している点	全体	河辺地区
店の数や業種の多さ	32.0%	32.6%
安さやセールスの魅力	27.9%	34.8%
名物店や老舗の存在	14.1%	4.3%
名物商品や逸品の取り扱い	15.1%	26.1%
店員の雰囲気や活気	17.9%	13.0%
人情味が豊か	4.2%	4.3%
昔ながらの顔の見える付き合い	5.2%	4.3%
サービスや共同事業の豊富さ	12.7%	10.9%
大型店やスーパーの集客力	11.2%	8.7%
公的施設が近くにある	4.6%	2.2%
商店街でのイベント	12.4%	10.9%
観光施設、名所旧跡が近くにある	4.8%	2.2%
交通の便	13.9%	6.5%
駐車場、駐輪場の多さ	27.7%	10.9%
その他	3.3%	8.7%



＜消費者が考えている商店街の「不足している点」を改善することにより、商店街の集客を増やすことが期待できる。＞

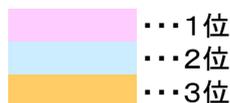
- 《全体》 ベスト5
1. 店の数や業種の多さ
 2. 安さやセールスの魅力
 3. 駐車場・駐輪場の多さ
 4. 店員の雰囲気や活気
 5. 名物商品や逸品の取り扱い

- 《河辺地区》 ベスト5
1. 安さやセールスの魅力
 2. 店の数や業種の多さ
 3. 名物商品や逸品の取り扱い
 4. 店員の雰囲気や活気
 5. サービスや共同事業の豊富さ

店の数や業種の多さ、安さやセールスの魅力が不足している点として多く挙がっていた。名物店や老舗の存在、駐車場・駐輪場の多さを不足している点として挙げている人は少ない。

⑩商店街が地域との関わりを深めるために役立つと思われる取り組みは何ですか？

役立つ取り組み	全体	河辺地区
子育て支援	23.0%	17.4%
地域社会貢献	38.0%	26.1%
バリアフリー	30.4%	8.7%
NPO連携	6.4%	2.2%
買い物代行	39.2%	37.0%
HP・情報発信	19.7%	21.7%
施設誘致	9.1%	6.5%
防犯・防災強化	16.5%	8.7%
定期的イベント	31.1%	21.7%
場所提供	8.9%	10.9%
その他	3.5%	4.3%



＜少子高齢化など社会構造が変革する中であって、商店街には本業の商い以外にも様々な役割が期待されている。より地域に密着した商店街になるために、消費者がどういった取り組みを期待しているかがわかる。＞

- 《全体》 ベスト3
1. 買い物代行、宅配サービスの充実
 2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
 3. 定期的なイベント開催

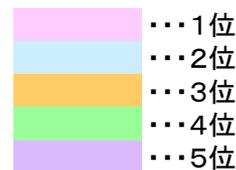
- 《河辺地区》 ベスト3
1. 買い物代行、宅配サービスの充実
 2. 地域社会への貢献(高齢化・環境問題)
 3. HP・かわら版などの情報発信

買い物代行や宅配サービスの充実が商店街が地域との関わりを深めるために役立つと考えている人が多い。地域社会への貢献(高齢化・環境問題)やバリアフリー対策を挙げている人は全体の結果と比べ少ない。

⑪これからの商店街はどのようにあってほしいですか？

＜消費者がこれからの商店街に何を求め、将来どうあって欲しいと考えているかが分かる。＞

理想	全体	河辺地区
無料駐車場、駐輪場がある	70.3%	37.0%
子供からお年寄りまで買い物が楽しめる	49.7%	43.5%
休憩できる場所がある	45.4%	32.6%
イベントができる場所がある	14.3%	15.2%
地産地消に取り組んでいる	41.0%	37.0%
子供を遊ばせる場所がある	13.1%	8.7%
朝市などの定期的な催しがある	29.4%	30.4%
商店街独自の宅配サービスがある	22.8%	26.1%
アンテナショップがある	5.7%	6.5%
昔ながらの風情を保つ	11.6%	8.7%
カルチャースクールがある	6.9%	4.3%
街の歴史、地域の文化を伝える	7.2%	4.3%
ペット同伴でお店に入れる	3.1%	0.0%
若い店主さんが多い	4.6%	8.7%
流行の発信地	7.4%	8.7%
除雪がきちんとされている	41.8%	30.4%
車が通らない、安心して歩ける環境	10.1%	4.3%
朝早くから夜遅くまで利用できる	20.3%	15.2%
商店街通貨を導入している	2.1%	0.0%
子供のしつけ、社会教育の場	4.5%	2.2%
その他	3.2%	4.3%



- 《全体》 ベスト5
1. 無料駐車場・駐輪場がある
 2. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
 3. 休憩できる場所がある
 4. 除雪がきちんとされている
 5. 地産地消に取り組んでいる

- 《河辺地区》 ベスト5
1. 子供からお年寄りまで買い物が楽しめる
 2. 無料駐車場・駐輪場がある
地産地消に取り組んでいる
 4. 休憩できる場所がある
 5. 朝市などの催しがある

上位項目を含め全体と似た傾向にある。ただし、無料駐車場・駐輪場があるは、全体の半分ほどの割合である。

6 アンケート調査票

9月5日(月)迄
ご回答ください。

商店街振興のための買い物環境・意識に関するアンケート ご協力をお願い

本市商店街は、少子高齢化の進展や消費者ニーズの多様化、大型商業施設の進出など様々な影響を受け、来街者の減少や規模の縮小などが顕著であり、経営環境は一段と厳しいものとなってきています。

本アンケートは、消費者ニーズや購買動向、最寄りの商店街に対する消費者の皆様意識などを調査することによって、地域環境の変化に適応し、地域住民に愛される商店街づくりに役立てるために、秋田市が実施するものです。

お手数をおかけいたしますが、本アンケートの主旨をご理解いただき、ご協力の程よろしくお願い申し上げます。

平成23年8月
秋田市商工部商工労働課

<本アンケートについて>

- ・秋田市内に住む20歳以上の方から、3,000名を無作為に選び、調査票をお送りいたしました。
- ・調査は無記名です。回答者が特定されることはありません。
- ・回答は、宛名のご本人様が記入してください。
- ・設問は大きく分けて3問です。調査票に直接お答えいただき、同封した返信用封筒に入れて郵送してください。
- ・締切りは9月5日(月)です。

お問い合わせ先:秋田市商工部商工労働課

TEL 018-866-2429

FAX 018-866-2431

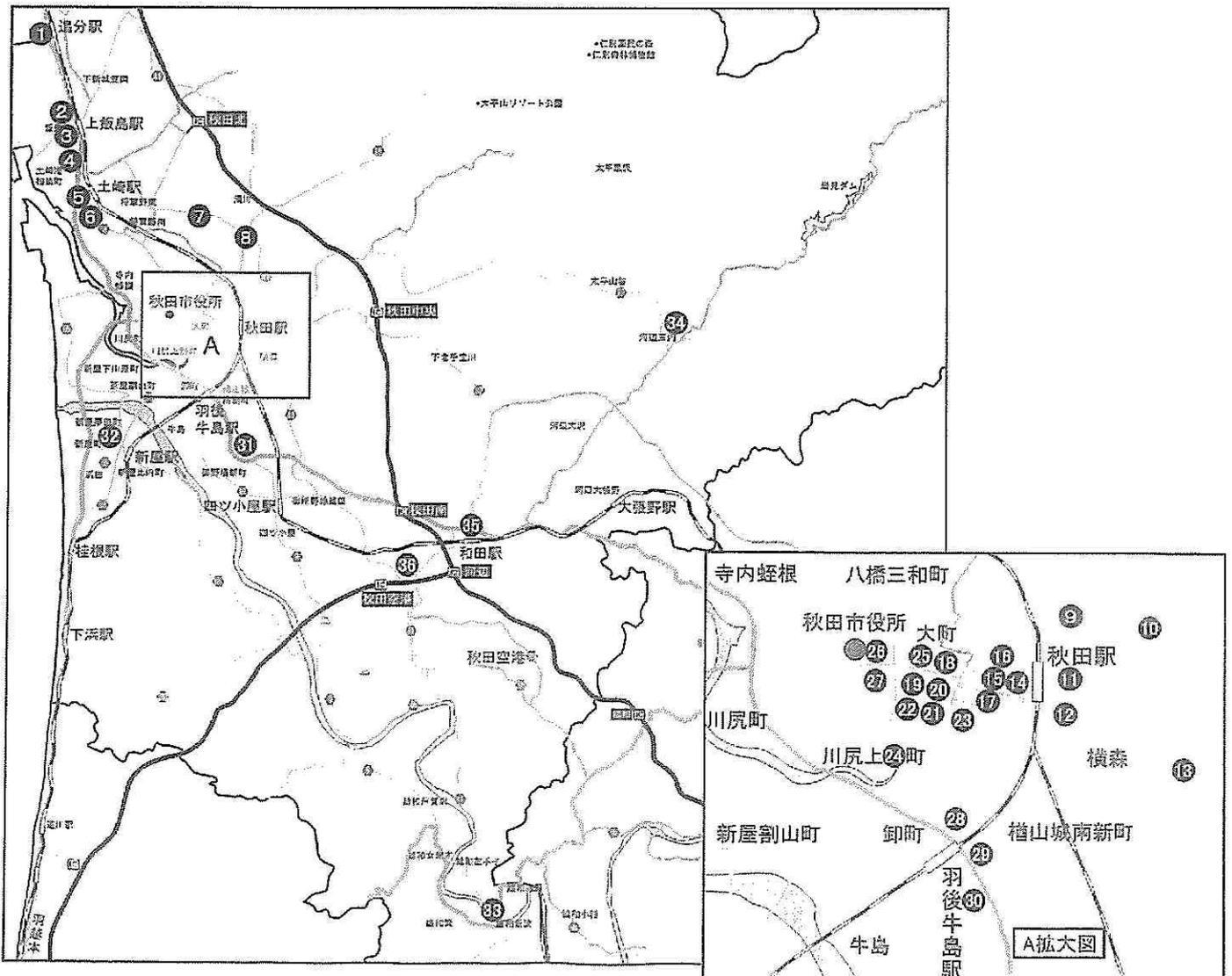
E-mail ro-inpr@city.akita.akita.jp

問1. 回答者様ご自身に関してお伺いします。

1. あなたの性別は？ (男性、女性)
2. あなたの年齢は？ (平成23年8月1日現在の満年齢でお答えください)
20歳代、30歳代、40歳代、50歳代、60歳代、70歳代、80歳以上
3. あなたのお住まいは？ (記入例を参考に、下線部欄に記入ください)
<記入例> 秋田市(土崎港東) 秋田市()
4. あなたは、普段の生活で、車を運転しますか？
(はい、運転します・いいえ、運転をしません)

下図は、秋田市内の商店街団体の一覧を示しています。このあとの設問の参考に確認してください。

- | | | | |
|--------------|-------------------|----------------|--------------|
| ① 追分商店会 | ⑩ 広面商工振興会 | ⑲ すずらん通り商店会 | ⑳ 牛島商店会 |
| ② 飯島商工振興会 | ⑪ 秋田駅東商工振興会 | ㉑ 川反外町振興会 | ㉒ 牛島商工振興会 |
| ③ 土崎港北商店会 | ⑫ 東通明田商工振興会 | ㉓ 秋田市横町商店街 | ㉔ 大住地区商工振興会 |
| ④ 土崎相染町商店会 | ⑬ 元気・桜商工振興会 | ㉕ 大町六丁目商店会 | ㉕ 仁井田地区商工振興会 |
| ⑤ 土崎港元町商店会 | ⑭ 秋田市駅前広小路商店街振興組合 | ㉖ 秋田市有楽町商栄会 | ㉖ 新盛商店会 |
| ⑥ 土崎港中央通り商店会 | ⑮ 仲小路振興会 | ㉗ 馬口労町通り商工振興会 | ㉗ 雄和新波商店会 |
| ⑦ 外旭川商工会 | ⑯ 秋田市広小路商店街振興組合 | ㉘ 秋田市通町商店街振興組合 | ㉘ 柳町商店会 |
| ⑧ 旭川地区商店会 | ⑰ 秋田市南通商店街振興組合 | ㉙ 山王商店街振興会 | ㉙ 和田商店会 |
| ⑨ 手形中央地区商店会 | ⑱ 秋田市大町商店街振興組合 | ㉚ 山王地区商工振興会 | ㉚ 戸島商店会 |



問2. あなたの買い物状況についてお伺いします。

1. 日常的に必要な商品は、主にどんなお店でご購入されていますか？
 次の品目について、購入先を3つまで選んで○印をつけてください。

品目	日常的に必要な商品の購入先								
	近隣商店街	スーパー	ドラッグストア	コンビニエンスストア	百貨店(デパート)	一般小売店 専門店	インターネット カタログ販売	その他 ()	購入しない
生鮮食料品									
その他食料品									
日用品・雑貨									
医療・化粧品									
衣料品									
時計・メガネ アクセサリ									
書籍・文具									

<店舗区分の説明>

スーパー: 食料品、日用雑貨、衣料品など複数の品目を販売する総合スーパー。もしくは、食料品を中心とした食料品スーパーのことを指します。

百貨店: 多種類の商品を、各部門に分けて陳列販売する総合小売店を指します。

一般小売店・専門店:

単独店舗で比較的小規模なお店を指します。

2. 次のお店は、どのくらいの頻度でご利用されていますか？

各購入先のお店について、あてはまる利用頻度を、1つ選んで○印をつけてください。

購入先	あてはまる利用頻度						
	ほぼ毎日	週に2,3回	週1回程度	月に2,3回	月1回程度	数ヶ月に1回	利用しない
近隣商店街							
スーパー							
ドラッグストア							
コンビニエンスストア							
百貨店(デパート)							
一般小売店・専門店							
インターネット カタログ販売							
その他 ()							

3. 次のお店に行くために、最も利用する交通手段を、1つ選んで○印をつけてください。

購入先	最も利用する交通手段							
	徒 歩	自 転 車	バ イ ク	自 家 用 車	タ ク シ ー	バ ス	鉄 道	利用しない
近隣商店街								
スーパー								
ドラッグストア								
コンビニエンスストア								
百貨店(デパート)								
一般小売店・専門店								
その他 ()								

4. あなたがよく買い物される時間帯と曜日について選んで○印をつけてください。(複数選択可)

購入先	買い物される時間帯	買い物される時間帯・曜日								利用しない
		月	火	水	木	金	土	日	不特定曜日	
近隣商店街	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
スーパー	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
ドラッグストア	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
コンビニエンスストア	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
百貨店(デパート)	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
一般小売店・専門店	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
インターネット カタログ販売	午前・午後・夕刻・夜・不特定									
その他 ()	午前・午後・夕刻・夜・不特定									

5. 買い物の場所やお店を決める際に、重要視していることは何ですか？

次の中からあてはまる項目を、5つまで選んで○印をつけてください。

- ・品揃えが豊富
- ・そこでなければ購入できない
- ・値段が安い
- ・品質が良い
- ・自宅から近い
- ・車で行きやすい場所にある
- ・公共機関の交通の便が良い
- ・色々なお店が多い
- ・買い物以外でも楽しめる
- ・家族連れで行きやすい
- ・朝早くから営業している
- ・夜遅くまで営業している
- ・セールなどが開催されている
- ・ポイントカードが利用できる
- ・お店の雰囲気が良い
- ・電子マネーで支払ができる
- ・店員と顔なじみ
- ・アフターサービスが良い
- ・クーポン、割引券などがある
- ・接客態度が良い
- ・宅配サービスが利用できる
- ・まとめ買いができる
- ・その他()

5. あなたが魅力的だと思う個店の名前と場所、販売・サービス内容について教えてください。
近隣の商店街以外でも結構です。また、複数ご記載いただいても結構です。

お店の名前() お店の場所()
販売・サービス内容()
具体的に魅力を感じる部分について

お店の名前() お店の場所()
販売・サービス内容()
具体的に魅力を感じる部分について

6. あなたが考える、より多くの方に愛され、足を運んでもらえる商店街になるためのアイデア、近隣の商店街での買い物に関する困りごと、ご意見、ご要望などございましたら、ご自由にご記入ください。

これでお答えいただく項目は終了です。アンケートにご協力いただきまして大変ありがとうございました。アンケート結果は、秋田市の商業振興の基礎資料としてのみ、活用させていただきます。調査結果につきましては、情報管理を行い、統計的に処理しますので、個別の回答内容が公表されることはございません。