

平成 27 年度
消費者購買行動意識調査
報告書
(概要版)

平成28年3月
横浜市 経済局

目次

第1章 調査の概要

- 1. 調査の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1
- 2. 調査の実施概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

第2章 回答者の属性

- 1. 回答者の属性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・2

第3章 消費者の目からみた商店街の現状

- 1. 各設問の集計結果と分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
 - (1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ・・・・・・・・5
 - (2) 居住地の近隣にある商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態・・・・・・・・7
 - (3) 居住地の近隣にある商店街の利用頻度・・・・・・・・・・・・8
 - (4) 居住地の近隣にある商店街で買い物をする理由・しない理由・・・・9
 - (5) 商店街にあったら利用したいサービス・・・・・・・・・・・・11
 - (6) 品目別購入先とそこでの購入理由・・・・・・・・・・・・14
 - (7) 商店街活動に対する意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・28
 - (8) 商店街に期待する役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・30

参考資料

- 資料1 調査票・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・32

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

少子高齢社会が進展し、地域におけるコミュニティの重要性が増している現在において、身近な買い物場である商店街は、地域住民の交流の場を提供する「地域コミュニティの担い手」としても期待されている。本調査は、市内在住の消費者の購買行動や商店街に対する意識、ニーズ等を定期的に把握し、今後の商店街振興施策の基礎資料とするものである。

2. 調査の実施概要

(1) **調査対象** 横浜市内在住の20歳以上の男女3,000人

(2) **抽出方法** 住民基本台帳から無作為抽出

(3) **調査方法** 郵送(配布・回収)によるアンケート方式

(4) **調査期間** 平成27年10月21日～11月4日

(5) **調査票配布数・回収数**

標本数	有効回収数	有効回収率
3,000	1,665	55.5%

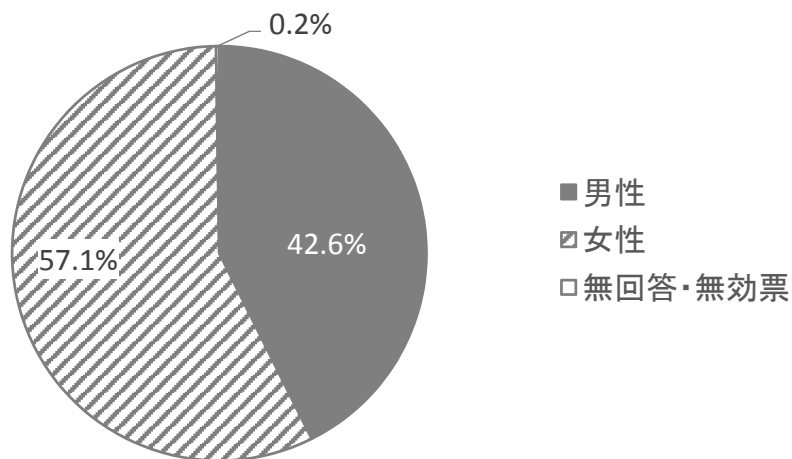
(6) **調査結果の見方**

- ① 図表表中のnは該当設問での回答者数を表す。
- ② 百分比はnを100%として算出し、少数第2位を四捨五入して少数第1位まで示している。このため、百分比の合計が100%に満たない場合や、上回る場合がある。
- ③ 本調査の分析に際し、平成24年度に実施した「消費者購買行動意識調査」と比較が可能なものに関し、経年比較を行っている。本文中『平成24年度調査』と表記のあるものについては、この調査を示している。

第2章 回答者の属性

1. 回答者の属性

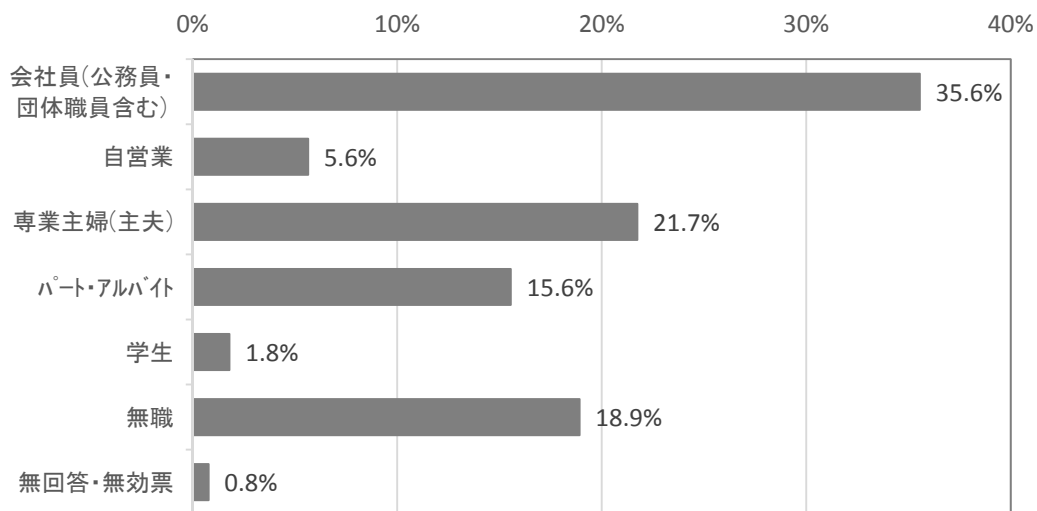
属性1 性別



図表1 回答者の属性[性別]

n=1,665

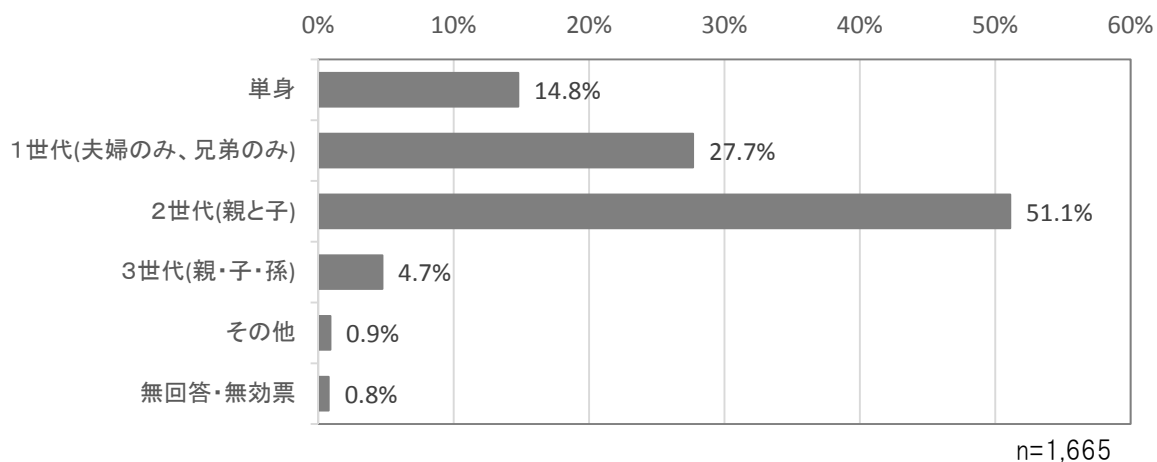
属性2 職業



n=1,665

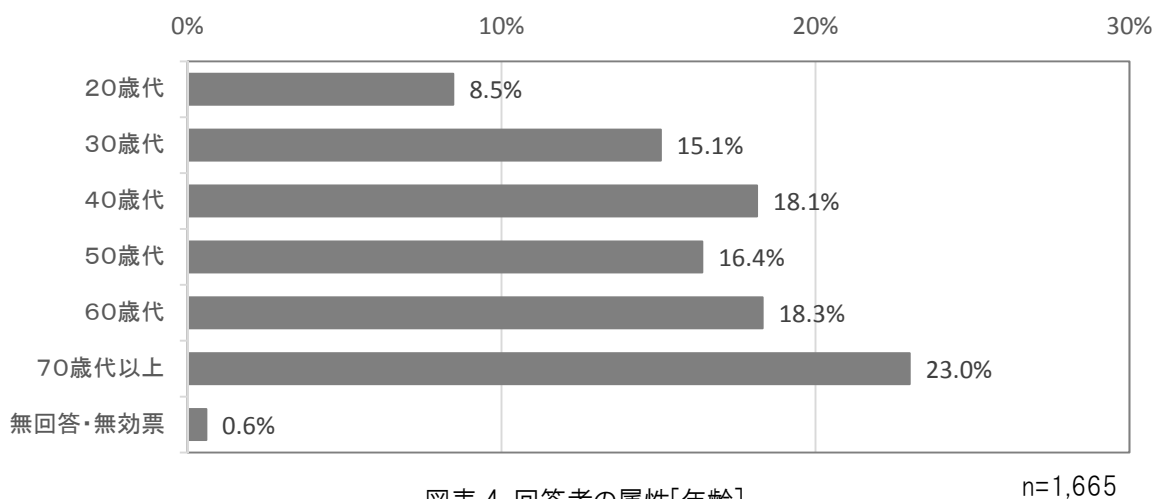
図表2 回答者の属性[職業]

属性3 家族構成



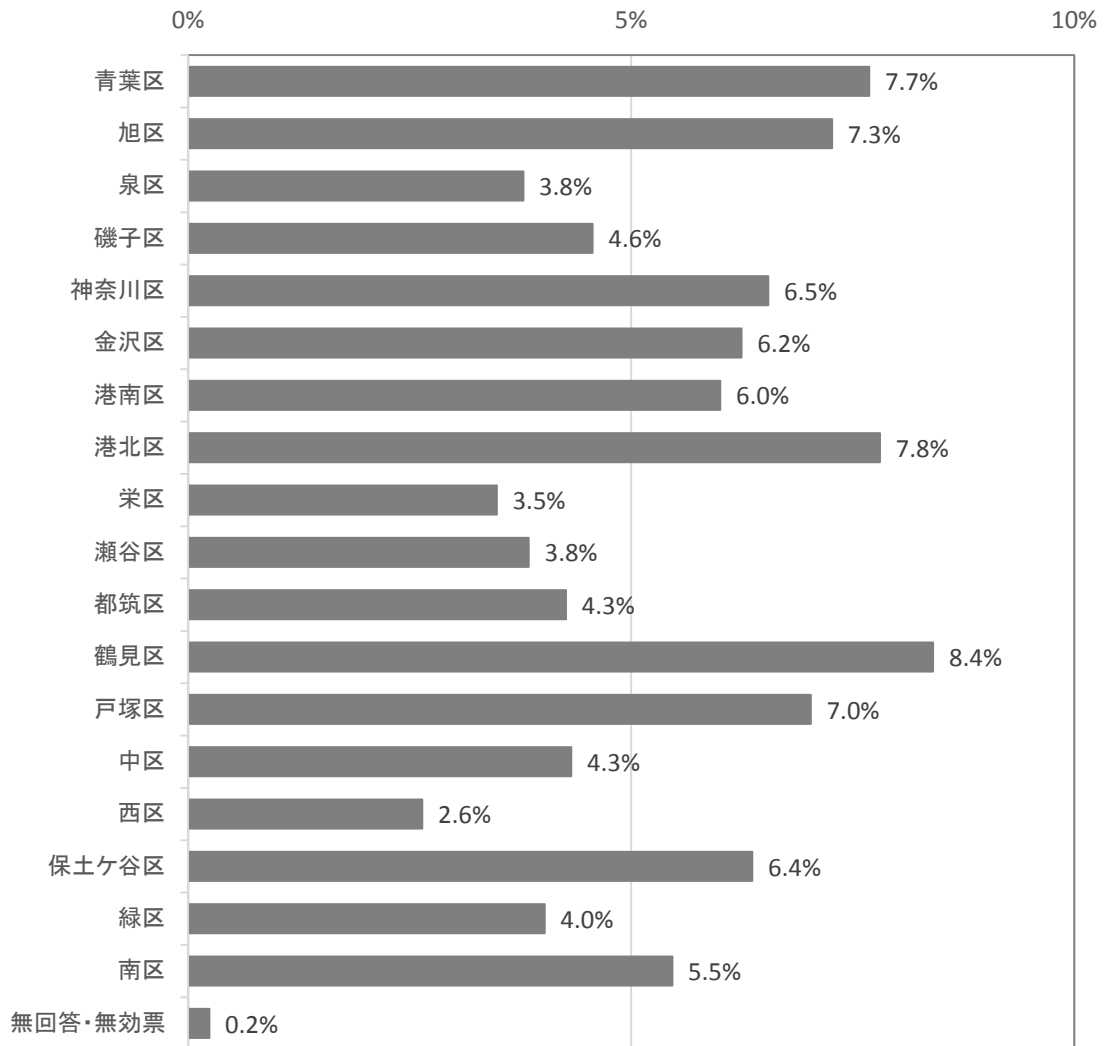
図表3 回答者の属性[家族構成]

属性4 年齢



図表4 回答者の属性[年齢]

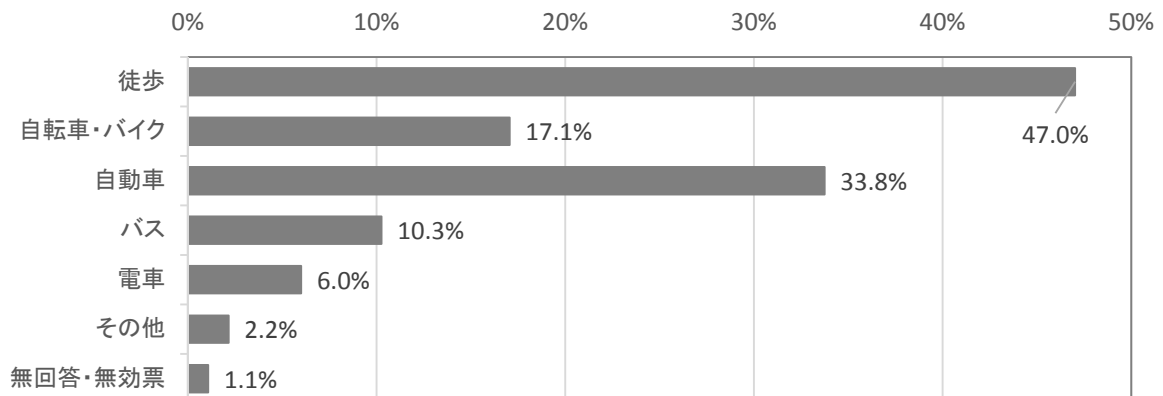
属性5 住所



図表5 回答者の属性[住所]

n=1,665

属性6 普段の買い物の手段



図表6 回答者の属性[買い物の手段]

n=1,665

第3章 消費者の目からみた商店街の現状

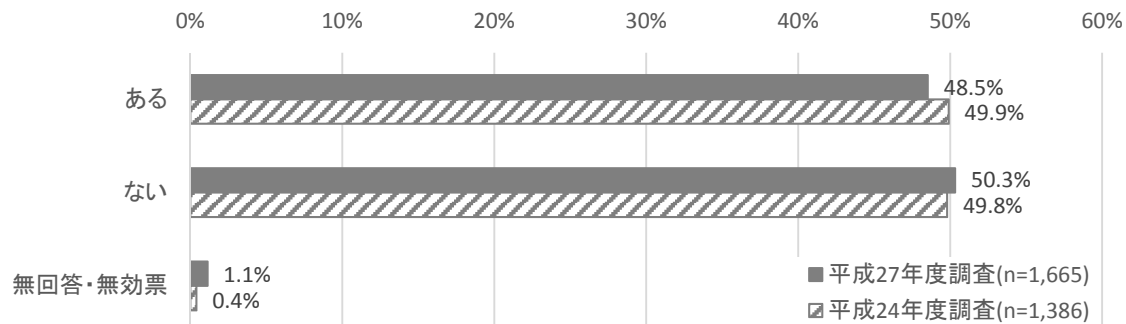
1. 各設問の集計結果と分析

(1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ

問1 お住まいの近くに商店街はありますか。

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、大きな変化はみられなかった。



図表 7 商店街の有無[経年比較]

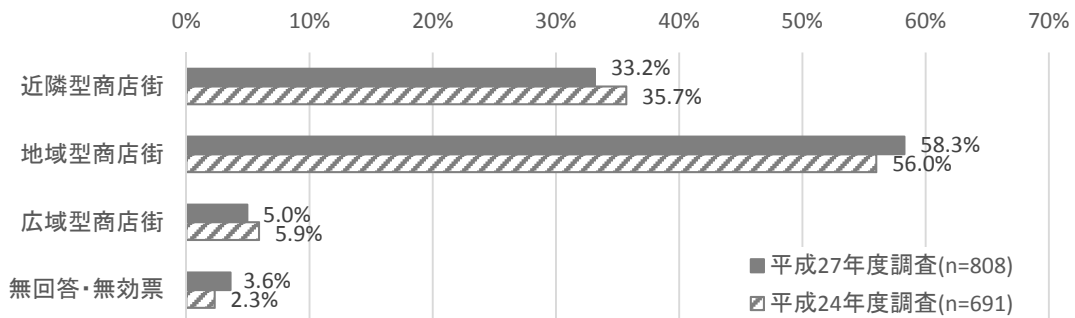
問2 お住まいの近くの商店街は次のうちのどのタイプですか。

【商店街タイプの定義】

1. 近隣型商店街 : 鉄道駅に近接しておらず、もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街
2. 地域型商店街 : 鉄道駅に近接し、もっぱら区域内の住民が徒歩、自転車、バス等で来街して日常の買い物をする商店街
3. 広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、百貨店、量販店等を含む大型店があり、もっぱら電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街

【経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「地域型商店街」が2.3ポイント増加した。一方、「近隣型商店街」が2.5ポイント減少した。



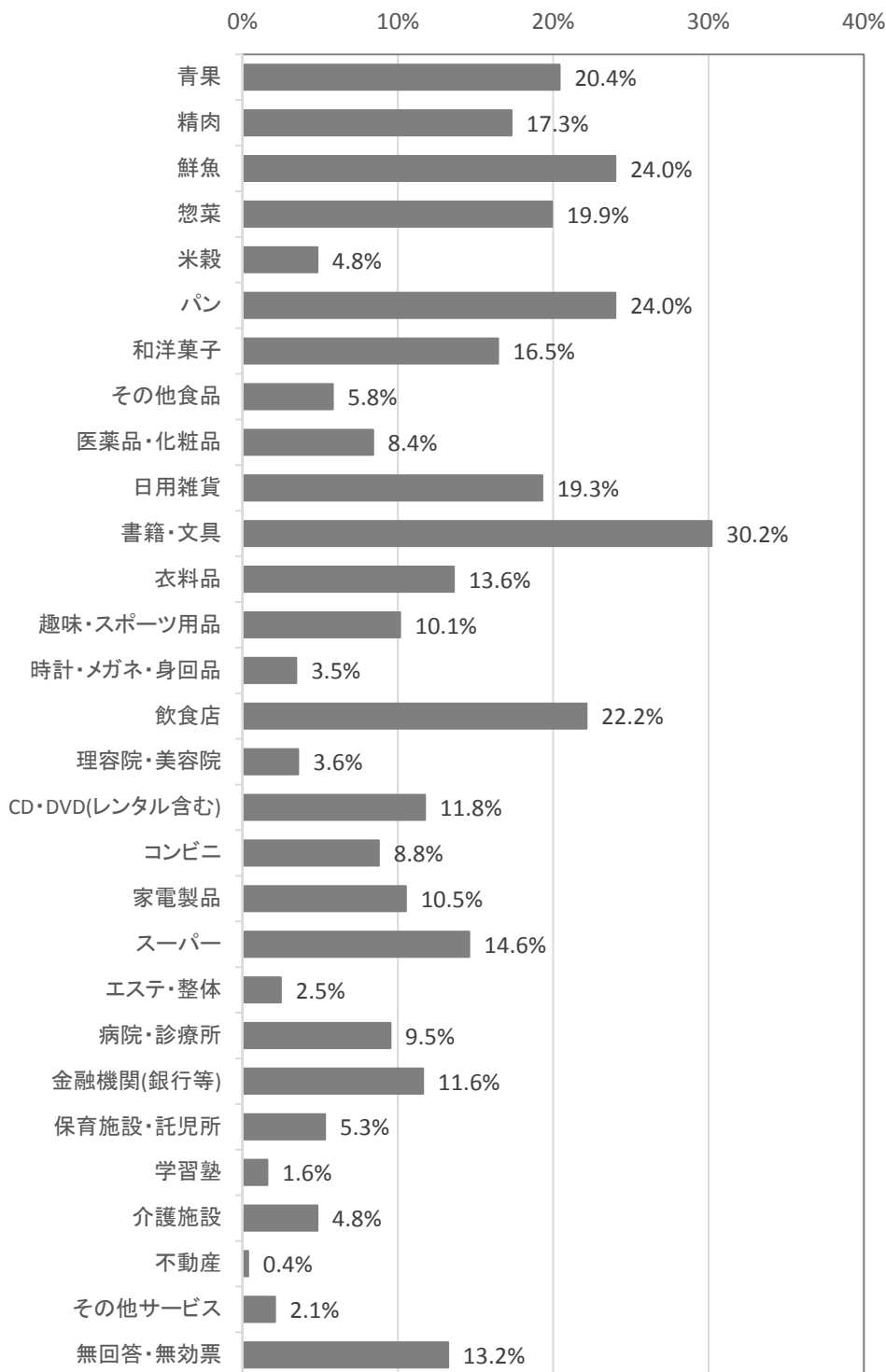
図表8 商店街のタイプ[経年比較]

(2) 居住地の近隣にある商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態

問3 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店は何ですか。

【全体】

「書籍・文具」が最も多く、30.2%であった。次いで「鮮魚」、「パン」(共に24.0%)、「飲食店」(22.2%)の順となった。トップの「書籍・文具」を除き、上位に入っているのは食料品の小売店、飲食店が多い。



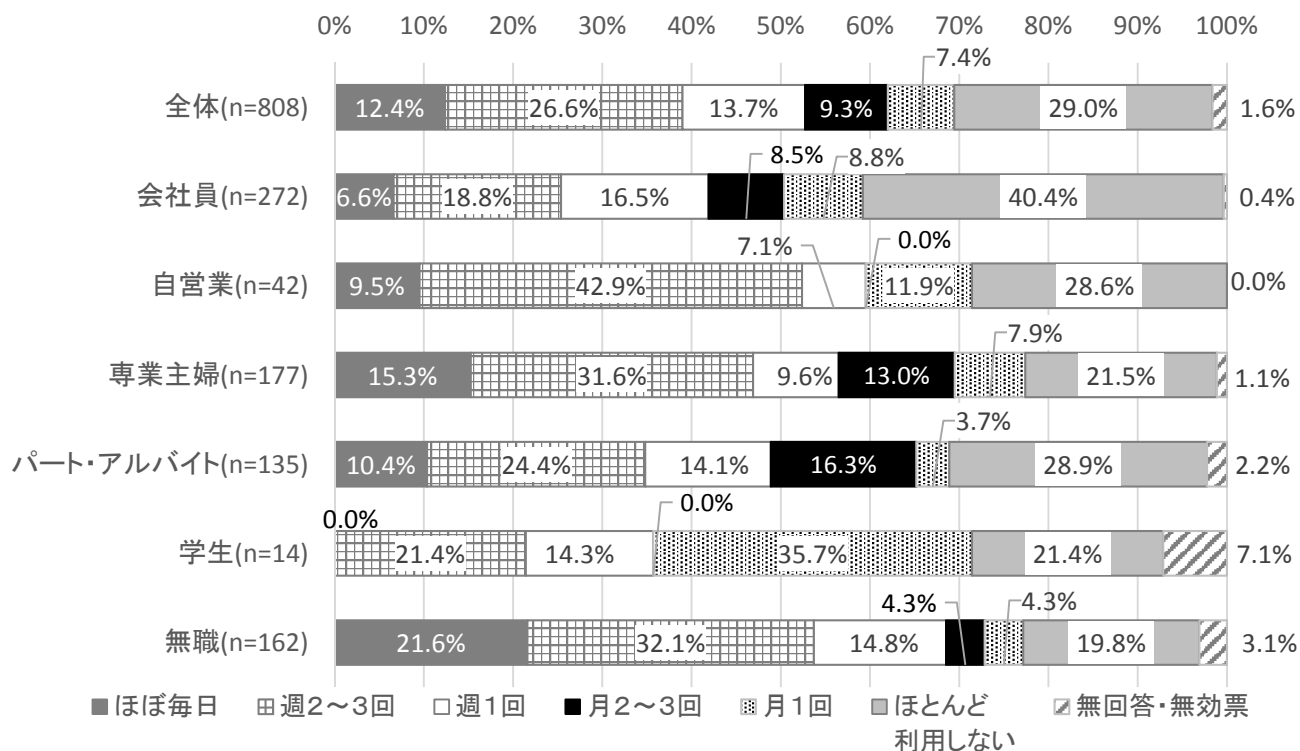
図表9 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態[全体] n=808

(3) 居住地の近隣にある商店街の利用頻度

問4 どのくらいの頻度で近くの商店街を利用（買い物）しますか。

【職業別】

「会社員」では「ほとんど利用しない」(40.4%)が、「自営業」では「週2～3回」(42.9%)が最も多い。「ほとんど利用しない」の割合には、日中に時間があるかどうかの影響していると考えられる。



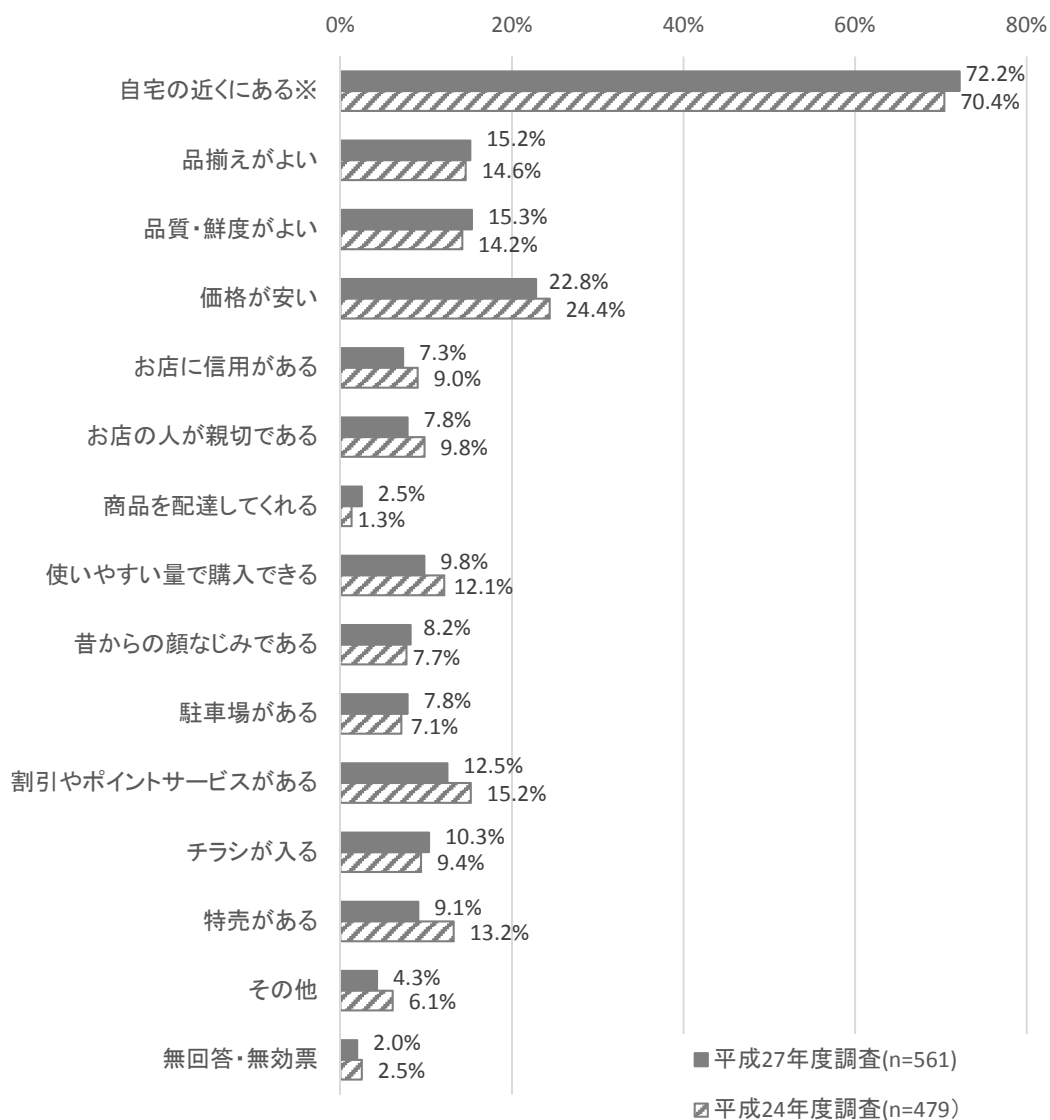
図表10 商店街の利用頻度[職業別]

(4) 居住地の近隣にある商店街で買い物をする理由・しない理由

問5 商店街を利用する主な理由は何ですか。

【経年比較】

「自宅の近くにある」が最も多く、72.2%であった。次いで「価格が安い」(22.8%)、「品質・鮮度がよい」(15.3%)、「品揃えがよい」(15.2%)の順となった。平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。



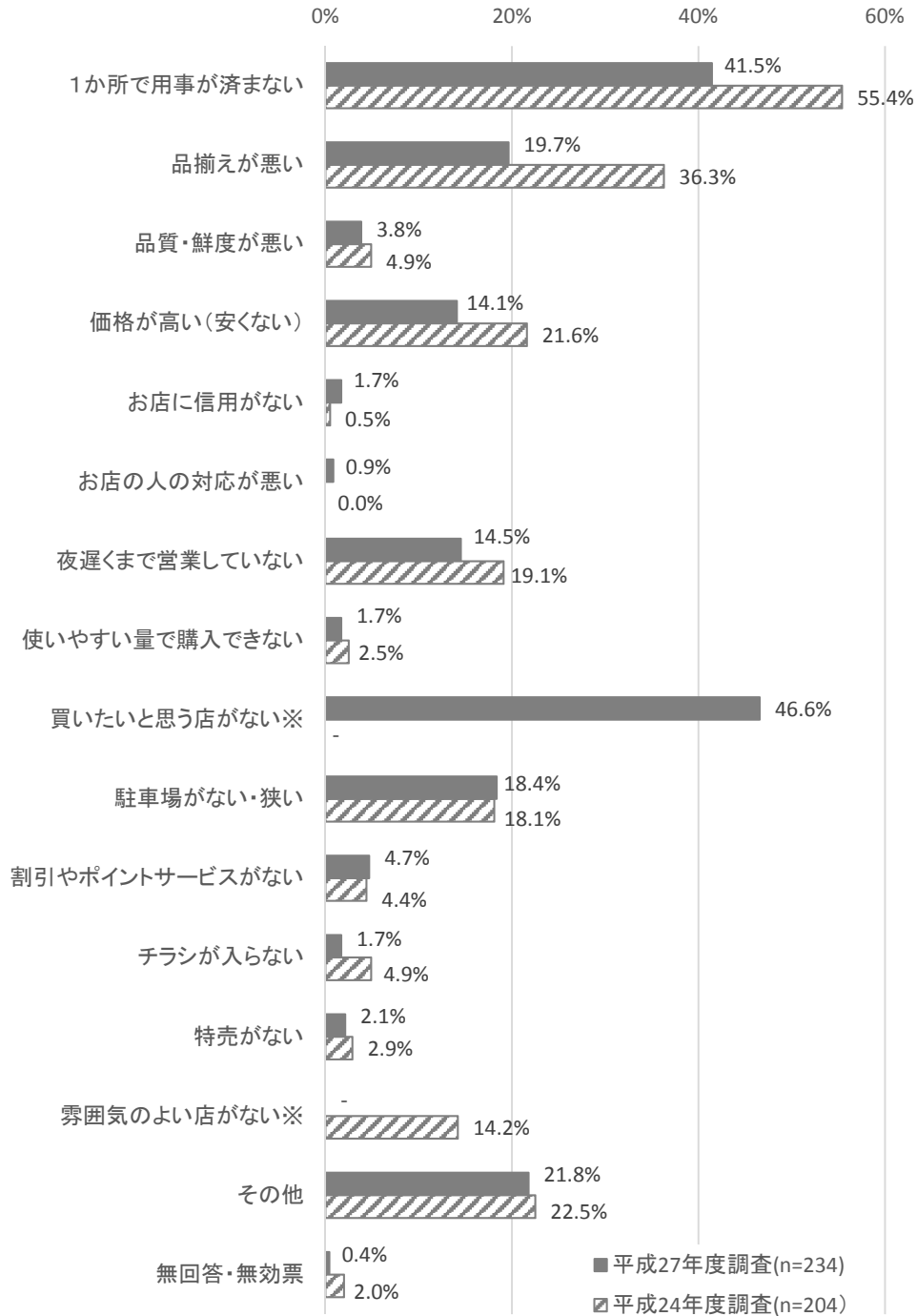
※「自宅の近くにある」の選択肢は、平成24年度調査の「自宅の近くにあり便利」の選択肢と同義とした。

図表11 商店街を利用する理由[経年比較]

問6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。

【経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「1か所で用事が済まない」が13.9ポイント、「品揃えが悪い」が16.6ポイント減少した。また、27年度調査から新設した「買いたいと思う店がない」は46.6%となった。



※「買いたいと思う店がない」の選択肢は平成27年度調査で新設し、「雰囲気の良い店がない」の選択肢は24年度調査のみの選択肢である。

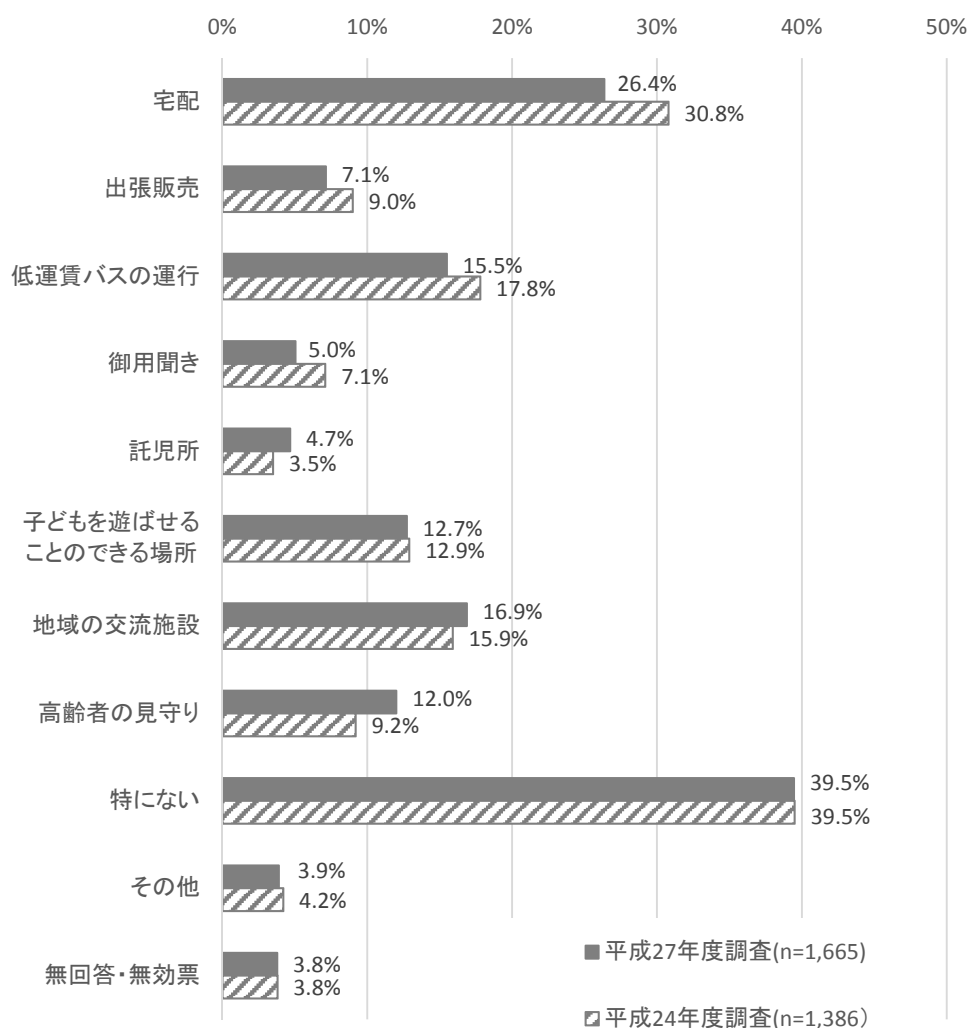
図表12 商店街を利用しない理由[経年比較]

(5) 商店街にあったら利用したいサービス

問7 商店街にあったら利用したいサービスは何ですか。

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。24年度調査と比べて増加したのは、「託児所」(24年度3.5%/27年度4.7%)、「地域の交流施設」(24年度15.9%/27年度16.9%)、「高齢者の見守り」(24年度9.2%/27年度12.0%)であった。一方、減少したのは「宅配」(24年度30.8%/27年度26.4%)、「出張販売」(24年度9.0%/27年度7.1%)、「出張販売」(24年度9.0%/27年度7.1%)、「御用聞き」(24年度7.1%/27年度5.0%)であった。



図表13-1 商店街に希望するサービス[経年比較]

【家族構成別】

どの家族構成でも大まかな傾向は同じだが、「2世代」では3位に「子どもを遊ばせることのできる場所」(18.8%)が入り、子どもを持つ世代のニーズが現れた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	特にな 39.5%	宅配 26.4%	地域の交流施設 16.9%	低運賃バスの運 行 15.5%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 12.7%
単身 (n=246)	特にな 41.9%	宅配 28.5%	地域の交流施設 18.3%	高齢者の見守り 15.0%	低運賃バスの運 行 12.2%
1世代 (n=461)	特にな 40.1%	宅配 28.9%	地域の交流施設 16.5%	低運賃バスの運 行 13.9%	高齢者の見守り 11.9%
2世代 (n=851)	特にな 38.4%	宅配 24.7%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 18.8%	低運賃バスの運 行 17.5%	地域の交流施設 16.5%
3世代 (n=79)	特にな 45.6%	宅配/地域の交流施設 21.5%		高齢者の見守り 15.2%	低運賃バスの運 行 11.4%
その他 (n=15)	宅配 40.0%	低運賃バスの運 行 33.3%	地域の交流施設/高齢者の見守り 20.0%		特にな 13.3%

※上位5位までを抽出

図表13-2 商店街に希望するサービス[家族構成別]

【年代別】

「20歳代」から「40歳代」で「子どもを遊ばせることのできる場所」、「託児所」等、子どもに関する選択肢が上位を占めた。「50歳代」、「60歳代」では「地域の交流施設」が、「70歳代以上」では「高齢者の見守り」が3位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	特にな 39.5%	宅配 26.4%	地域の交流施設 16.9%	低運賃バスの運 行 15.5%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 12.7%
20歳代 (n=141)	特にな 41.8%	宅配/低運賃バスの運行 19.9%		子どもを遊ばせる ことのできる場所 19.1%	地域の交流施設 11.3%
30歳代 (n=251)	子どもを遊ばせる ことのできる場所 43.0%	宅配 28.7%	特にな 26.3%	託児所 21.9%	低運賃バスの運 行 19.5%
40歳代 (n=302)	特にな 40.4%	宅配 26.5%	低運賃バスの運 行 18.2%	地域の交流施設 17.9%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 15.9%
50歳代 (n=273)	特にな 44.0%	宅配 21.6%	地域の交流施設 17.6%	低運賃バスの運 行 15.0%	高齢者の見守り 14.7%
60歳代 (n=305)	特にな 41.6%	宅配 28.9%	地域の交流施設 18.0%	低運賃バスの運 行 13.8%	高齢者の見守り 12.8%
70歳代以上 (n=383)	特にな 42.0%	宅配 28.2%	高齢者の見守り 17.5%	地域の交流施設 16.7%	低運賃バスの運 行 10.7%

※上位5位までを抽出

図表13-3 商店街に希望するサービス[年代別]

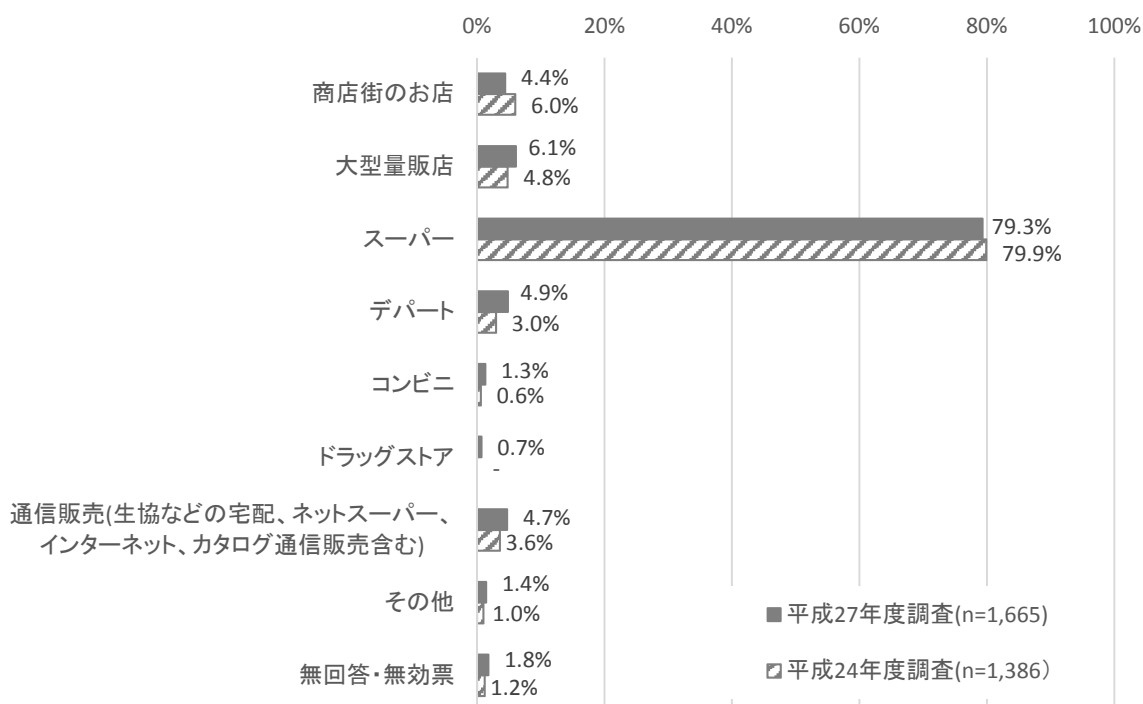
(6) 品目別購入先とそこでの購入理由

問8 次にあげる商品について、主に購入する場所はどこですか。
また、その場所で購入する理由は何ですか。

① 生鮮食料品(鮮魚・青果・精肉など)

【生鮮食料品購入先 経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。「商店街のお店」が1.6ポイント、「スーパー」が0.6ポイント減少した。「大型量販店」や「コンビニ」、「通信販売」が社会に浸透し、買い物行動に影響を与えていると考えられる。



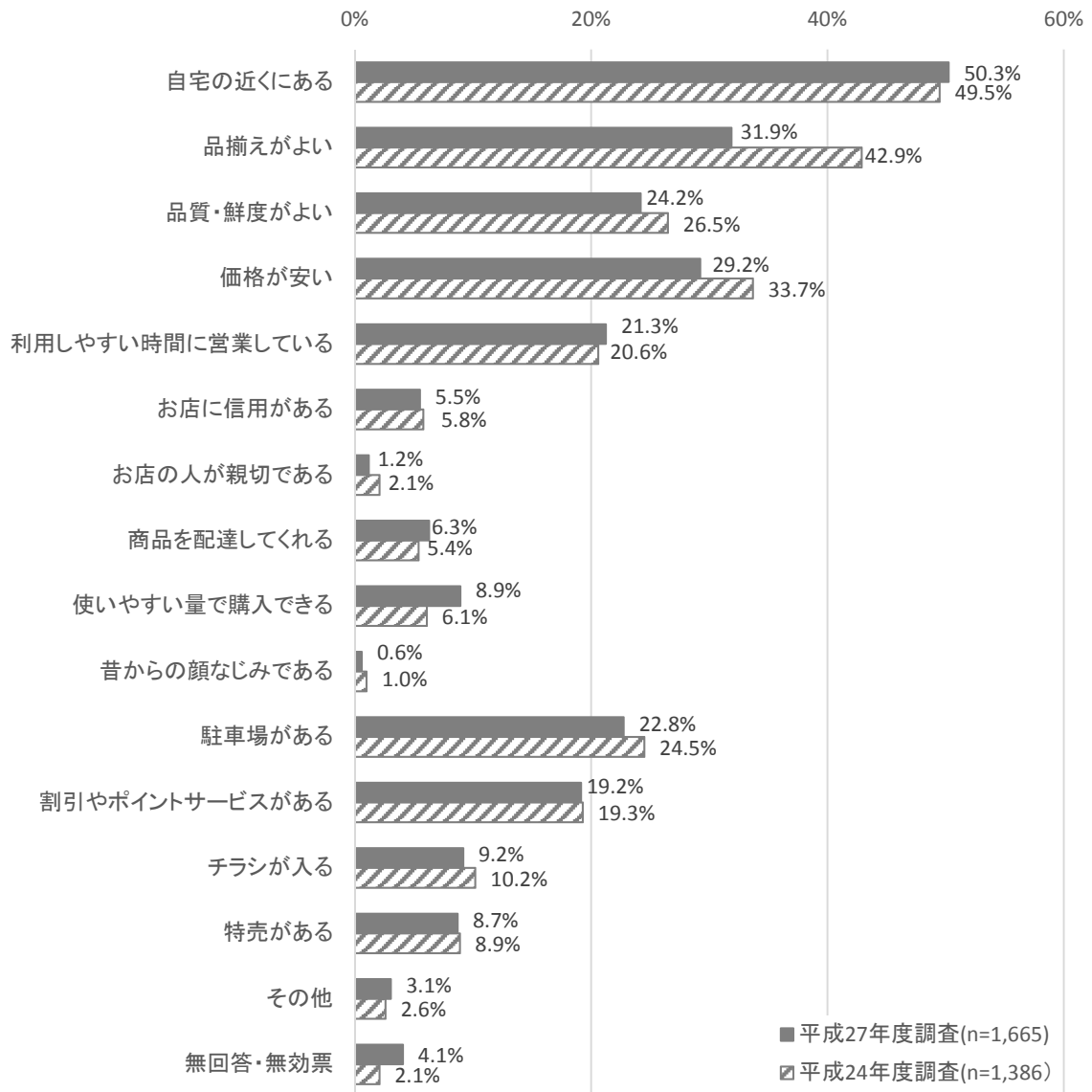
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表14-1 生鮮食料品購入先 [経年比較]

【生鮮食料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「品揃えがよい」が11ポイント減少した。その他の項目では数ポイントの増減のみであり、大きな変化はみられない。

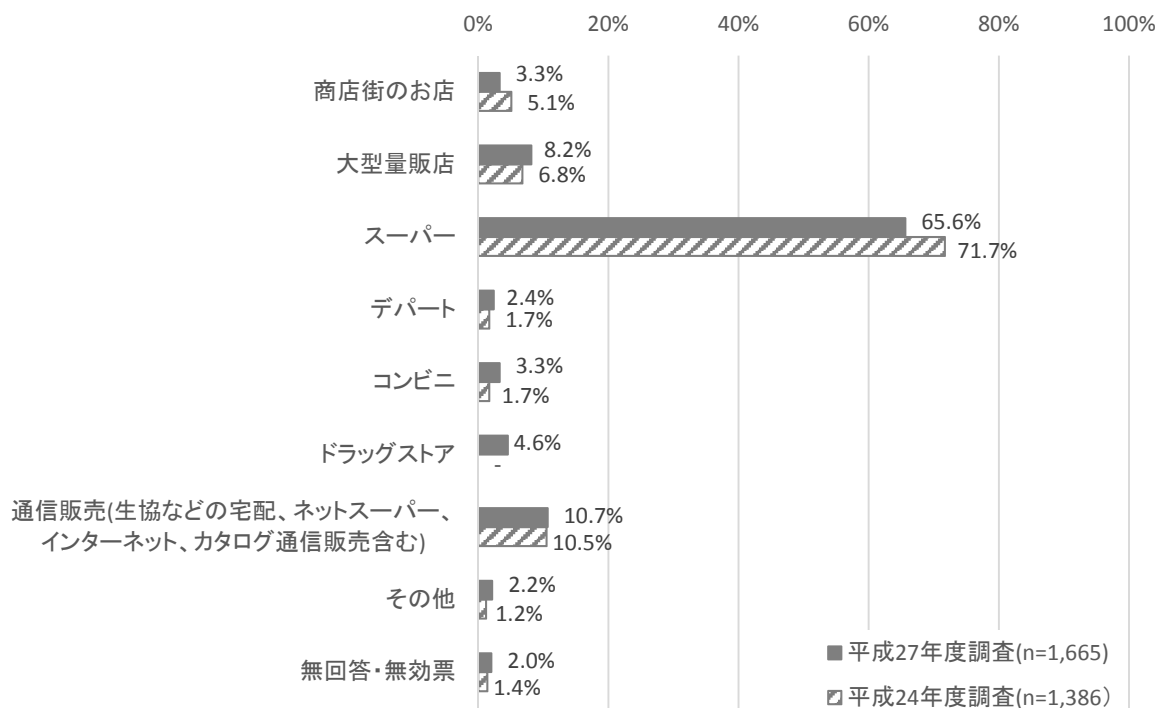


図表14-2 生鮮食料品購入理由 [経年比較]

② その他食料品(米・飲料・酒類・惣菜など)

【その他食料品購入先 経年比較】

平成24年度調査と比較すると「スーパー」が6.1ポイント、「商店街のお店」が1.8ポイント減少した。27年度調査から新設した「ドラッグストア」は4.6%で4位となった。



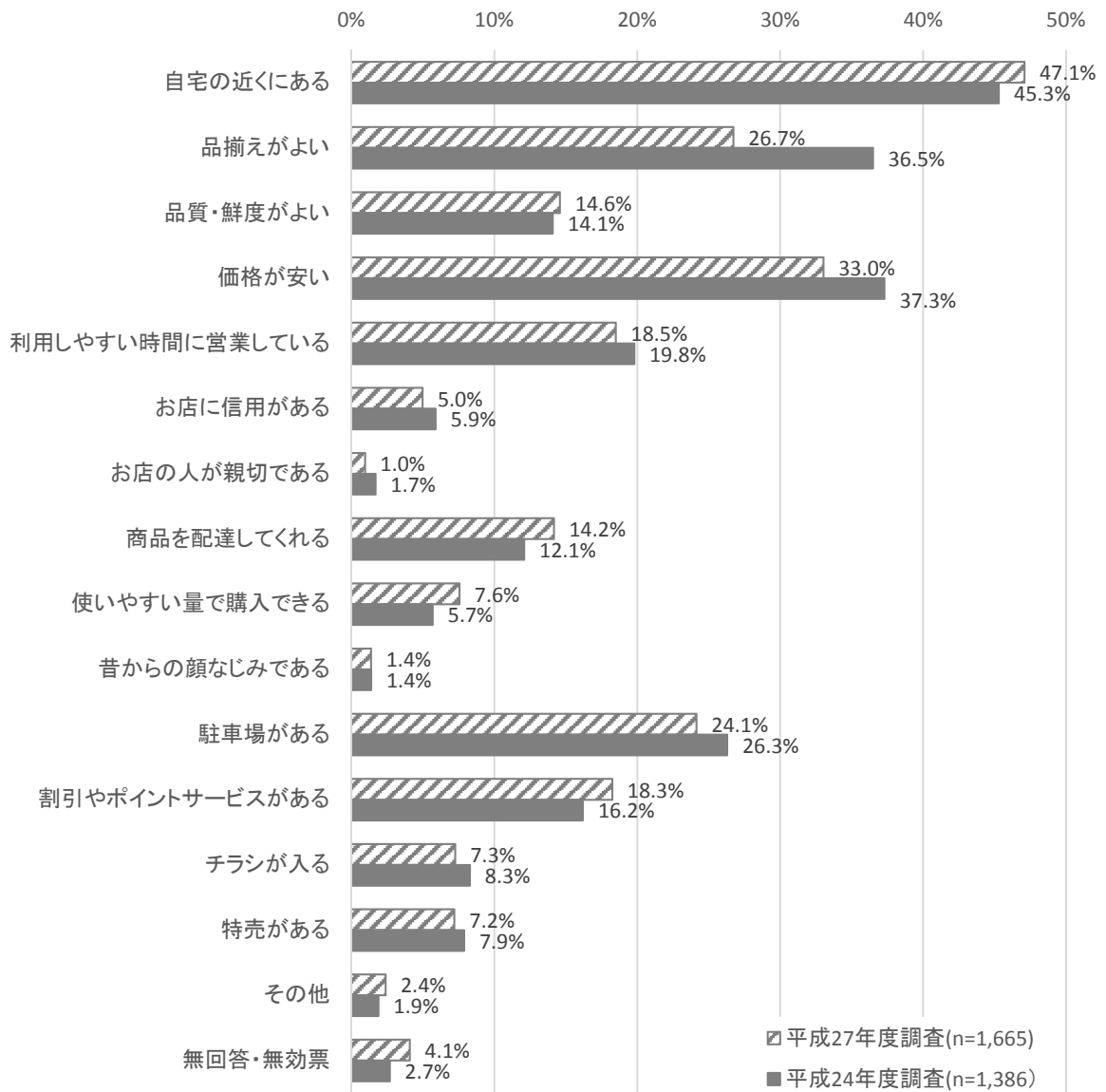
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表15-1 その他食料品購入先[経年比較]

【その他食料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「品揃えがよい」が9.8ポイント減少した。一方、「商品を配達してくれる」、「割引やポイントサービスがある」が共に2.1ポイント増加した。

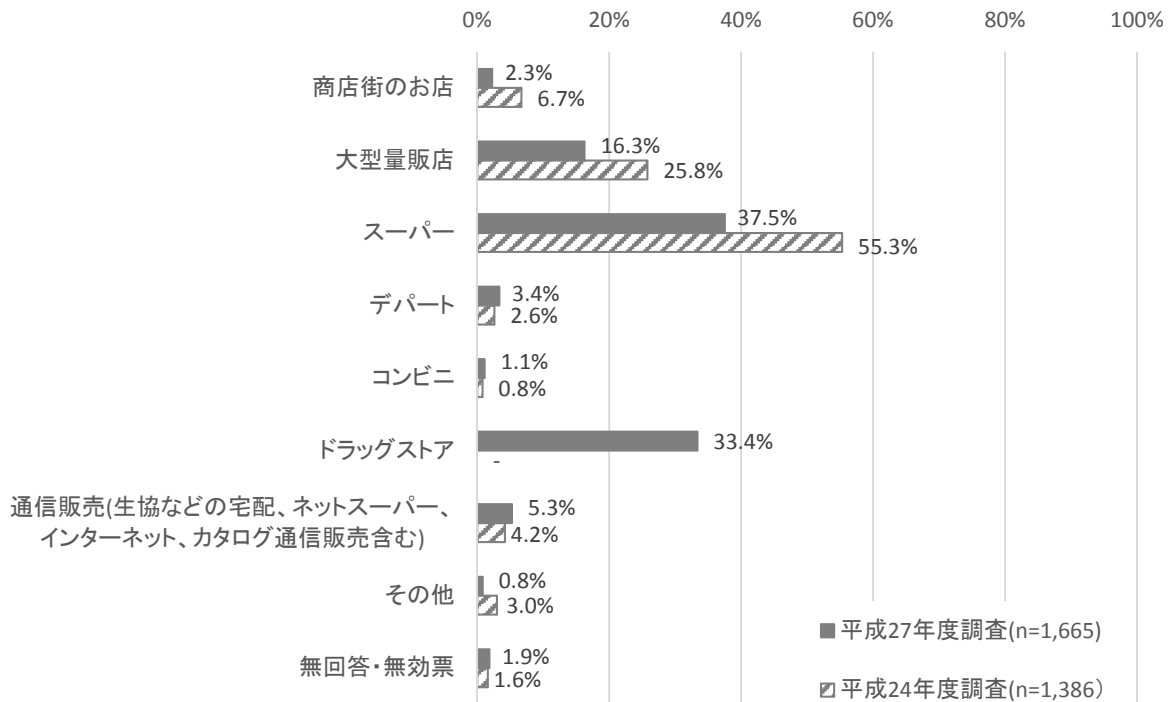


図表15-2 その他食料品購入理由[経年比較]

③ 日用雑貨

【日用雑貨購入先 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、最も多い「スーパー」が17.8ポイント減少した。「大型量販店」も9.5ポイント減少し、「商店街のお店」は4.4ポイント減少した。27年度調査で新設した「ドラッグストア」が「スーパー」に次いで2番目に多く、33.4%であった。



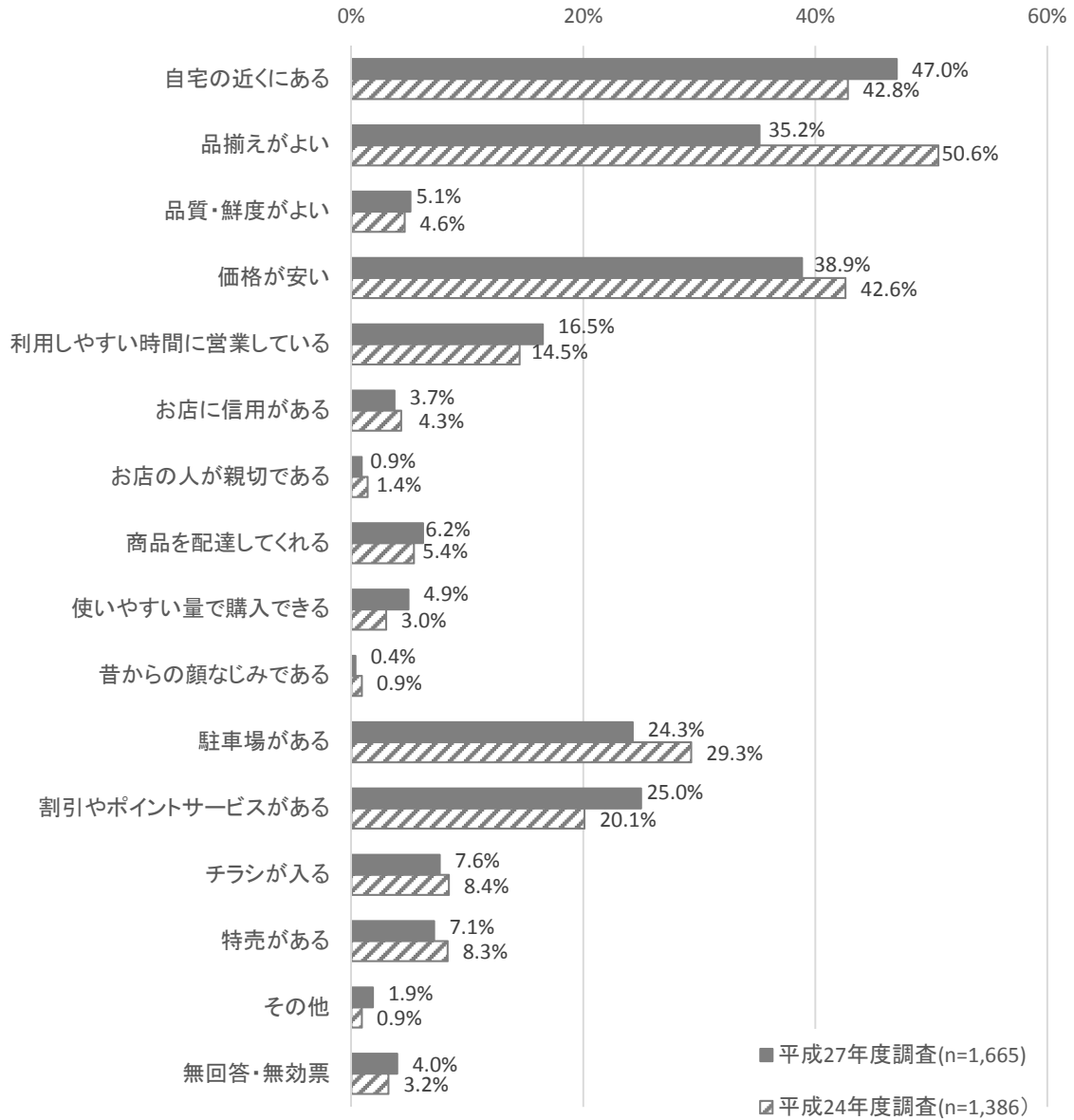
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表16-1 日用雑貨購入先 [経年比較]

【日用雑貨購入理由 経年比較】

平成24年度調査も27年度調査も上位3項目は同じだが、順位が入れ替わった(24年度①「品揃えがよい」(50.6%)、②「自宅の近くにある」(42.8%)、③「価格が安い」(42.6%) / 27年度①「自宅の近くにある」(47.0%)、②「価格が安い」(38.9%)、③「品揃えがよい」(35.2%)。24年度調査と比べ、27年度調査では「駐車場がある」は増加し、「割引やポイントサービスがある」が減少した。「品揃えがよい」の割合は24年度調査と比べ15.4ポイント減少した。

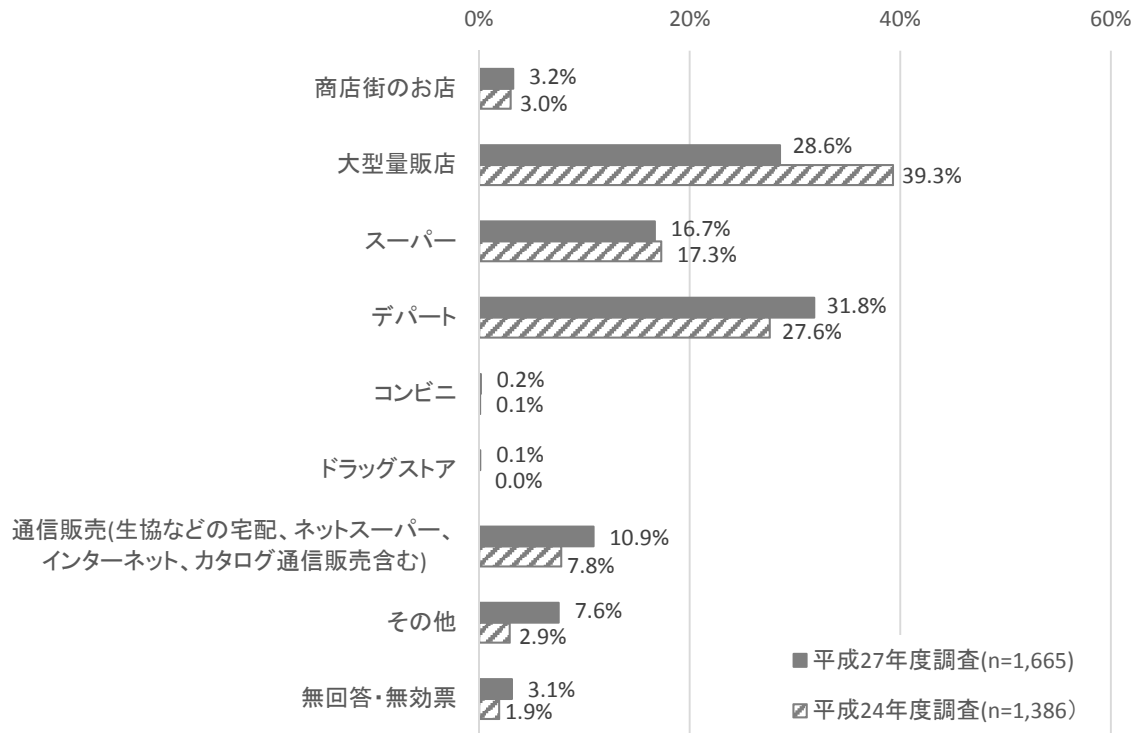


図表16-2 日用雑貨購入理由 [経年比較]

④ 衣料品

【衣料品購入先 経年比較】

平成24年度調査では「大型量販店」(39.3%)が最も多く、「デパート」(27.6%)、「スーパー」(17.3%)の順であったが、27年度調査では「デパート」(31.8%)、「大型量販店」(28.6%)、「スーパー」(16.7%)となり、順位に変化があった。24年度調査と比べ、上位3項目の差がやや縮小している。



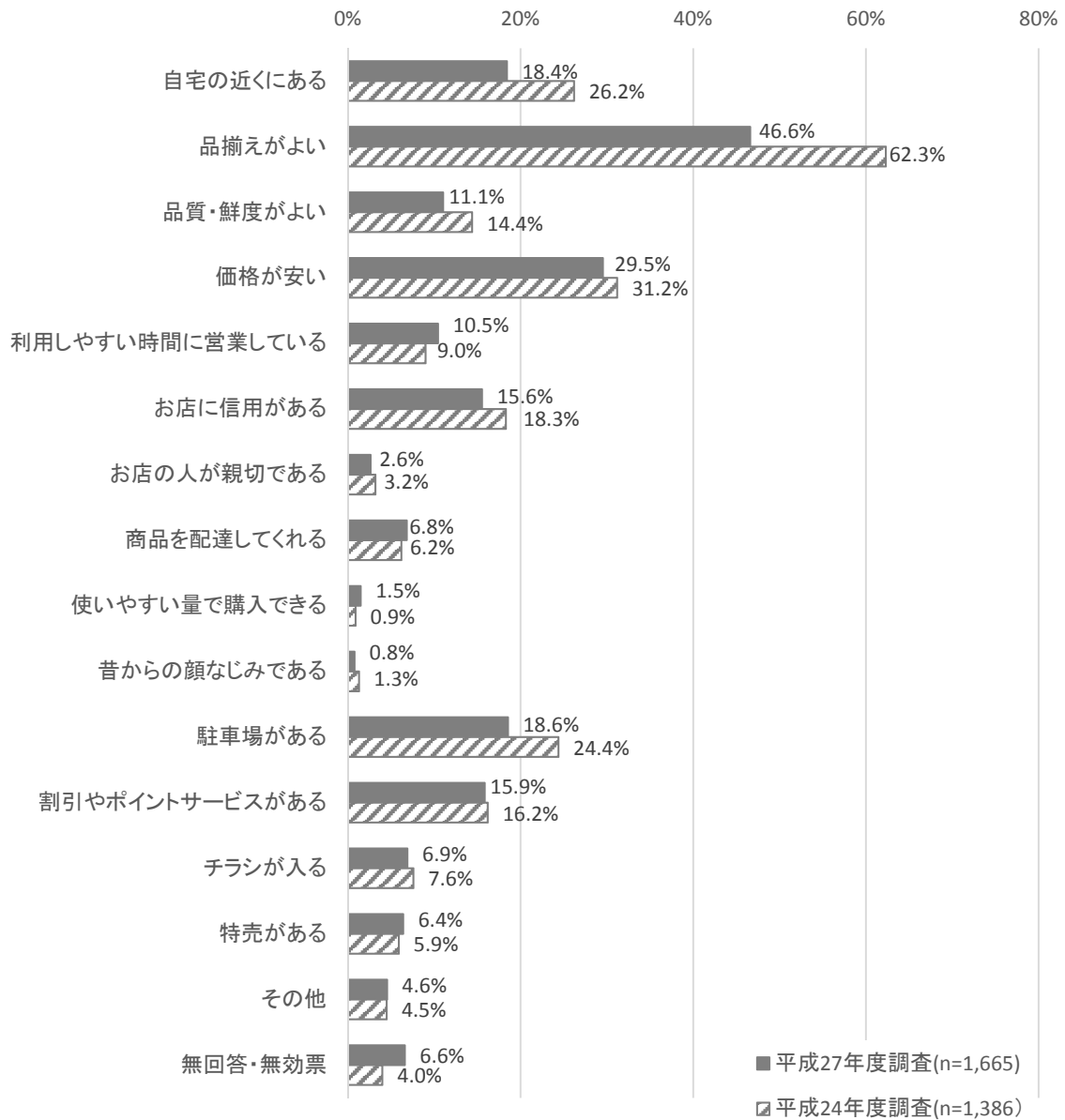
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表17-1 衣料品購入先 [経年比較]

【衣料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、最も多い「品揃えがよい」が15.7ポイント減少した。一方、「利用しやすい時間に営業している」は1.5ポイント増加した。

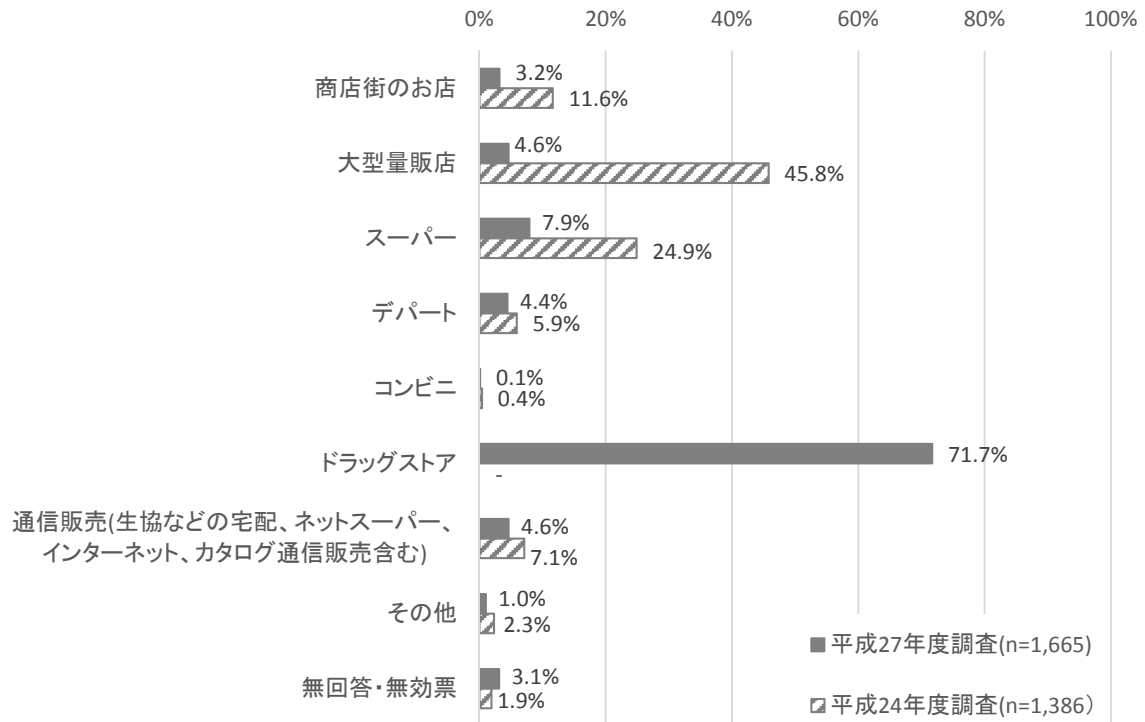


図表17-2 衣料品購入理由 [経年比較]

⑤ 医薬品・化粧品

【医薬品・化粧品購入先 経年比較】

平成24年度調査では「大型量販店」(45.8%)、「スーパー」(24.9%)の順で多いが、27年度調査では大幅に減少した。新設した「ドラッグストア」が最も多く、71.7%であった。また、「商店街のお店」が8.4ポイント減少した。



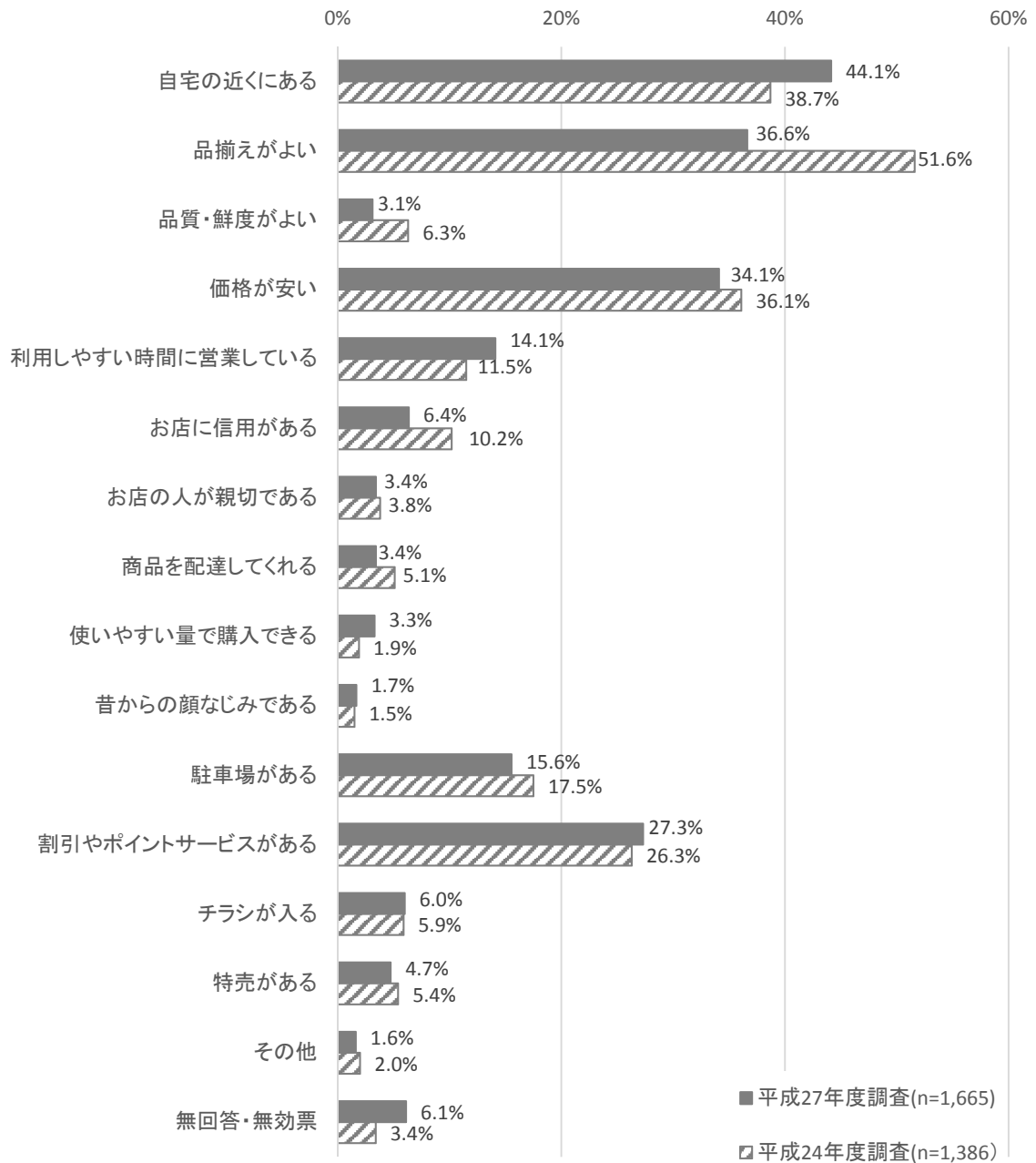
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表18-1 医薬品・化粧品購入先 [経年比較]

【医薬品・化粧品購入理由 経年比較】

平成24年度調査では「品揃えがよい」(24年度51.6%/27年度36.6%)が最も多かったが、27年度調査では大幅に減少し、「自宅の近くにある」(24年度38.7%/27年度44.1%)が最も多かった。

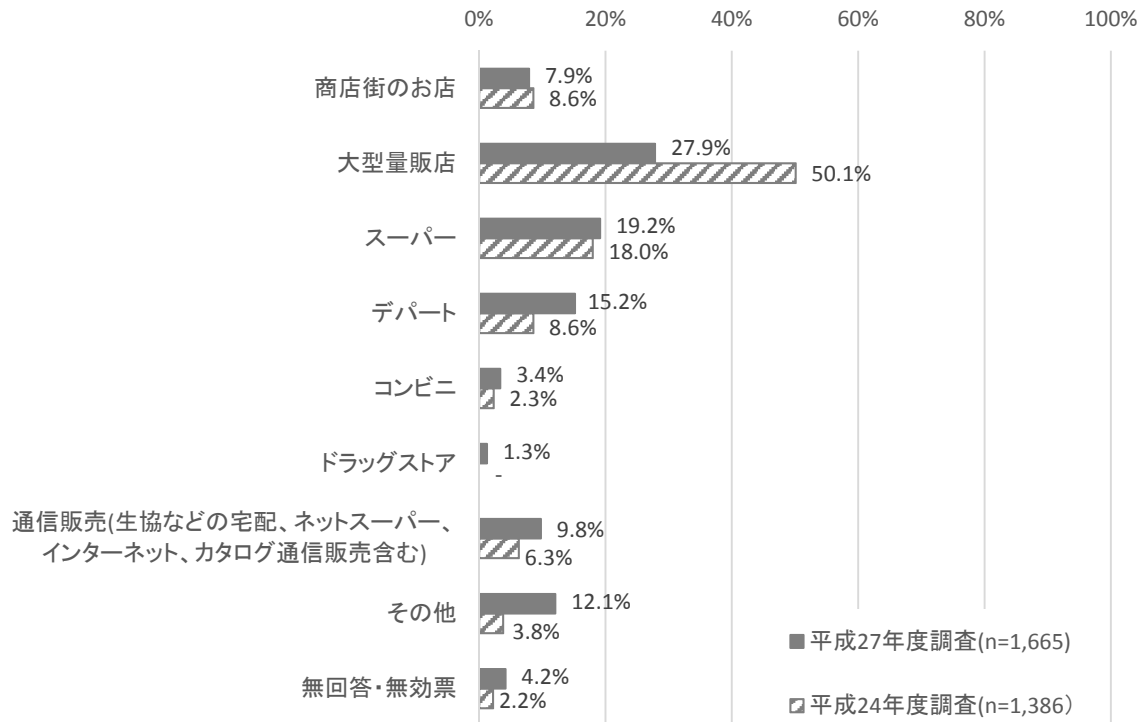


図表18-2 医薬品・化粧品購入理由 [経年比較]

⑥ 書籍・文具

【書籍・文具購入先 経年比較】

平成24年度調査では「大型量販店」が50.1%であったが、27年度調査では27.9%と大幅に減少した。一方、「デパート」、「通信販売」、「その他」は3.5ポイント以上増加した。「その他」(12.1%)の自由記述では「本屋」、「100円ショップ」等の回答が多くみられた。



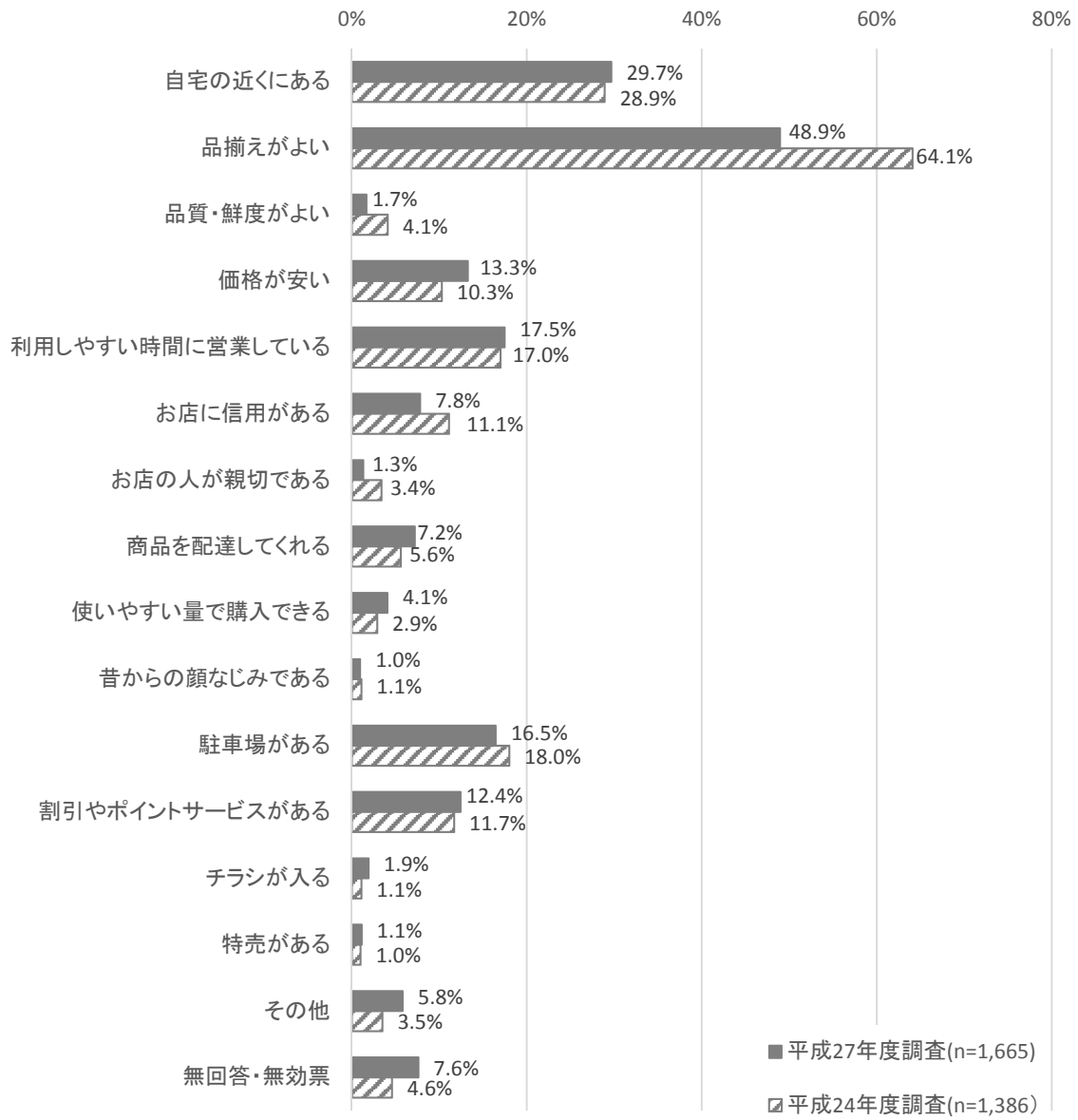
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表19-1 書籍・文具購入先 [経年比較]

【書籍・文具購入理由 経年比較】

平成24年度調査では「品揃えがよい」が64.1%であったが、27年度調査では48.9%と大幅に減少した。一方、「自宅の近くにある」、「価格が安い」、「利用しやすい時間に営業している」は微増した。

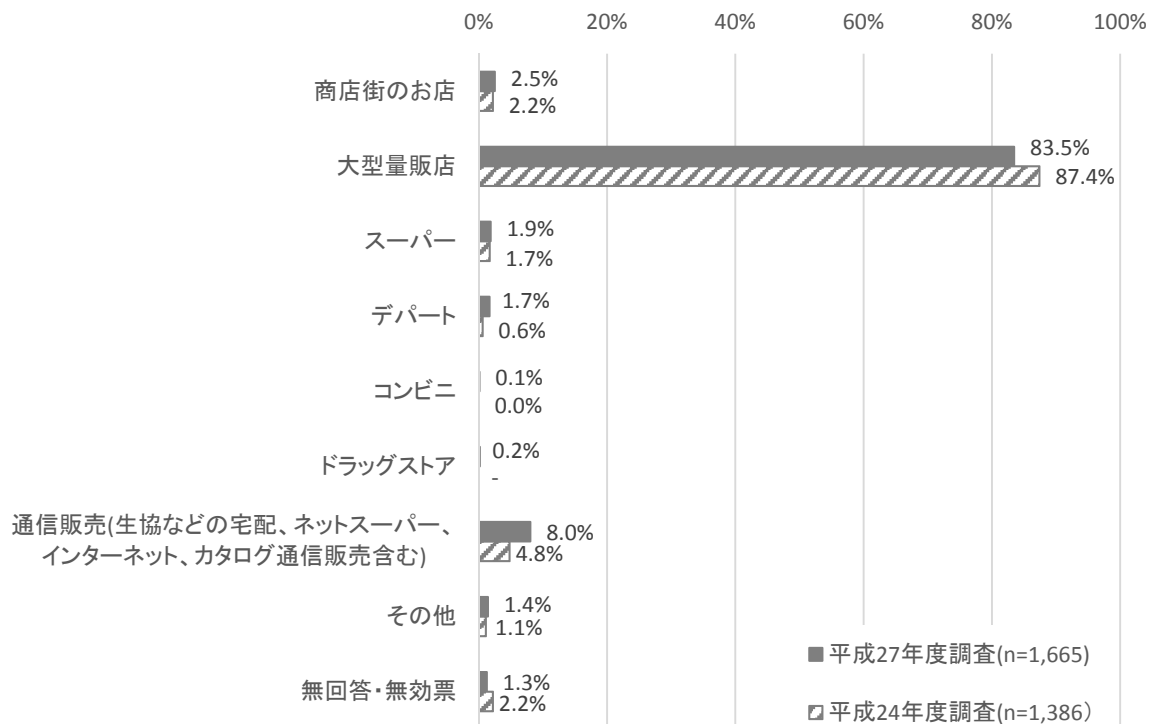


図表19-2 書籍・文具購入理由 [経年比較]

⑦ 家電製品

【家電製品購入先 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「大型量販店」が3.9ポイント減少した。一方、「通信販売」が3.2ポイント増加している。



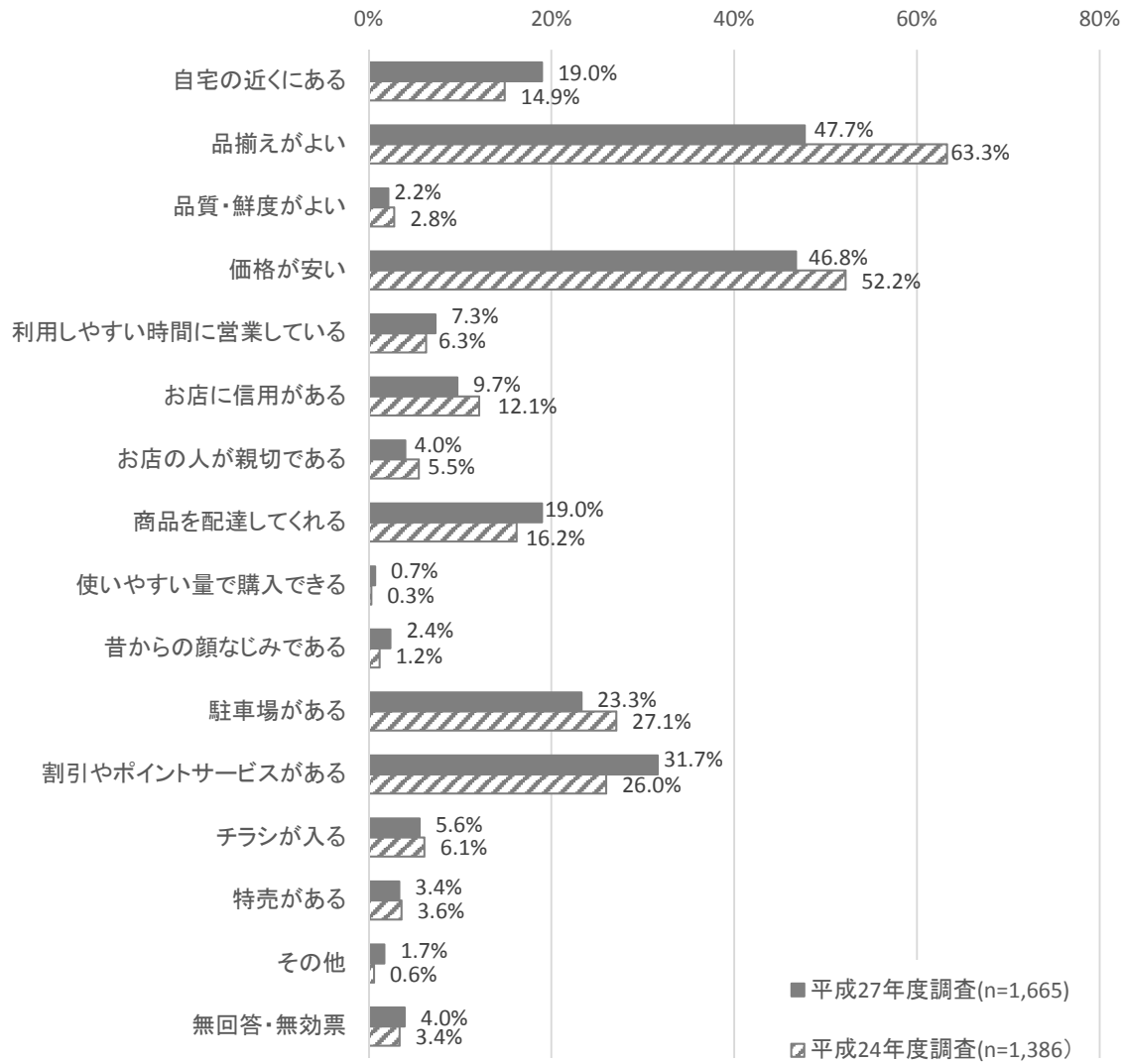
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

また、「大型量販店」の選択肢は、24年度調査の「大型専門店」の選択肢と同義とした。

図表20-1 家電製品購入先 [経年比較]

【家電製品購入理由 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「品揃えがよい」が15.6ポイント、「価格が安い」が5.4ポイント減少した。一方、「割引やポイントサービスがある」(24年度26.0%/27年度31.7%)、「自宅の近くにある」(24年度14.9%/27年度19.0%)、「商品を配達してくれる」(24年度16.2%/27年度19.0%)などが増加した。インターネット等を活用した通信販売が浸透していることがうかがえる。



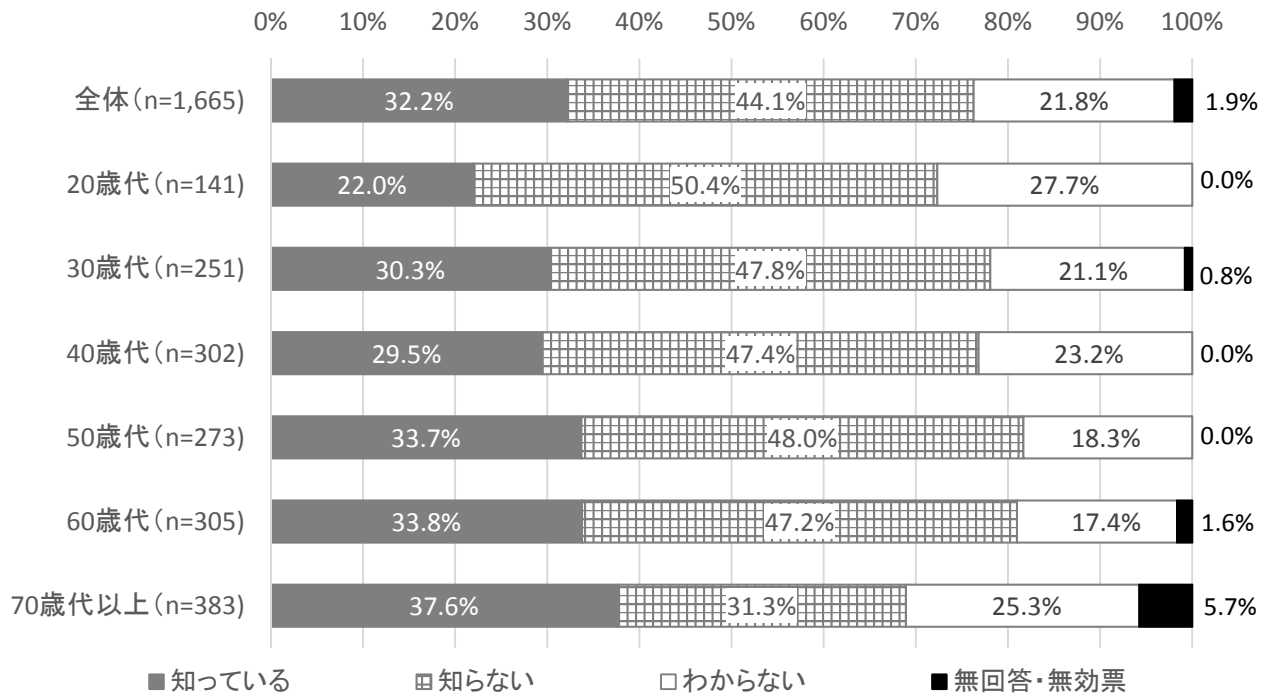
図表20-2 家電製品購入理由 [経年比較]

(7) 商店街活動に対する意識

問9 商店街が地域のにぎわいづくりのためのイベントや、快適な買い物環境の整備などの活動を行っていることを知っていますか。

【年齢】

「70歳代以上」では、「知っている」が37.6%であった。一方、「20歳代」では「知らない」が50.4%であった。

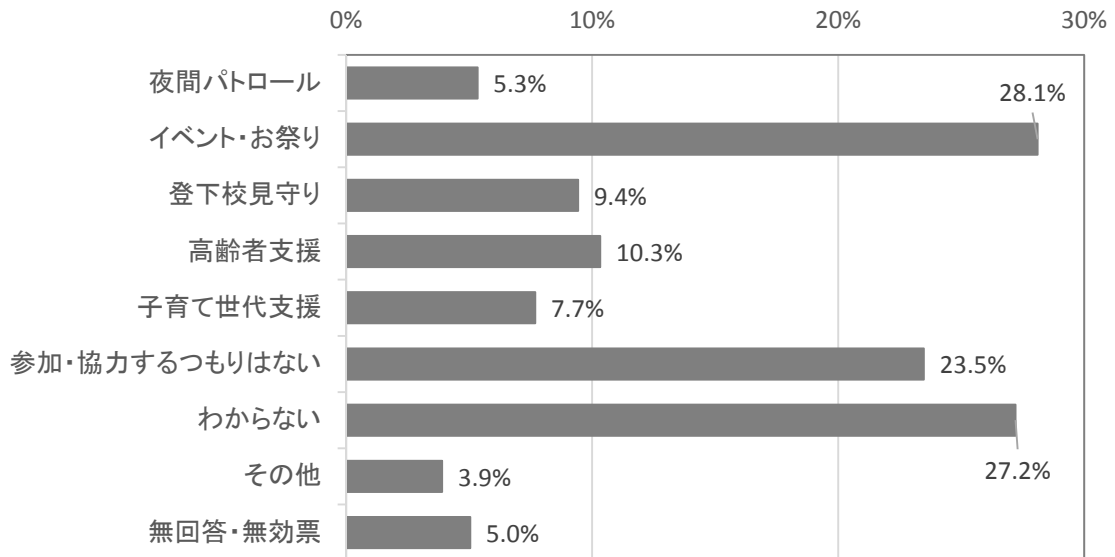


図表21 商店街活動に対する認知度 [年齢]

問10 商店街の活動で、スタッフとして参加・協力してもよいと思うものは何ですか。

【全体】

「イベント・お祭り」が最も多く、28.1%であった。次いで「わからない」(27.2%)、「参加・協力するつもりはない」(23.5%)の順となった。



図表22 商店街活動への参加・協力意欲 [全体]

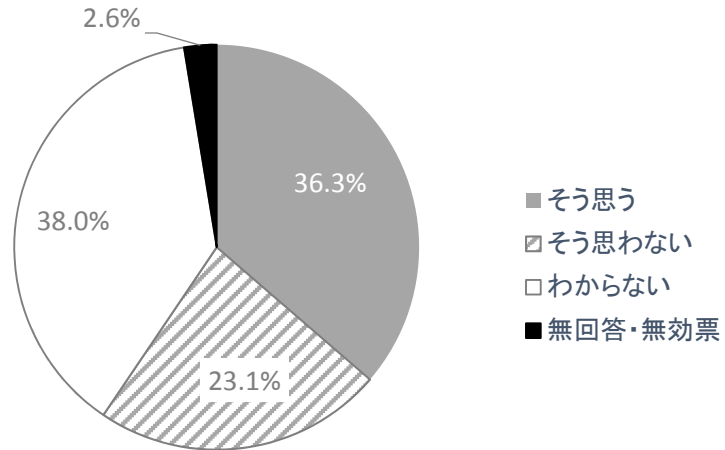
n=1,665

(8) 商店街に期待する役割

問11 商店街は、身近な買い物場であるだけでなく、地域の交流やにぎわいの場としての役割を果たしていると思いますか。

【全体】

「そう思う」が36.3%で、「そう思わない」が23.1%であった。また、「わからない」は38.0%であった。



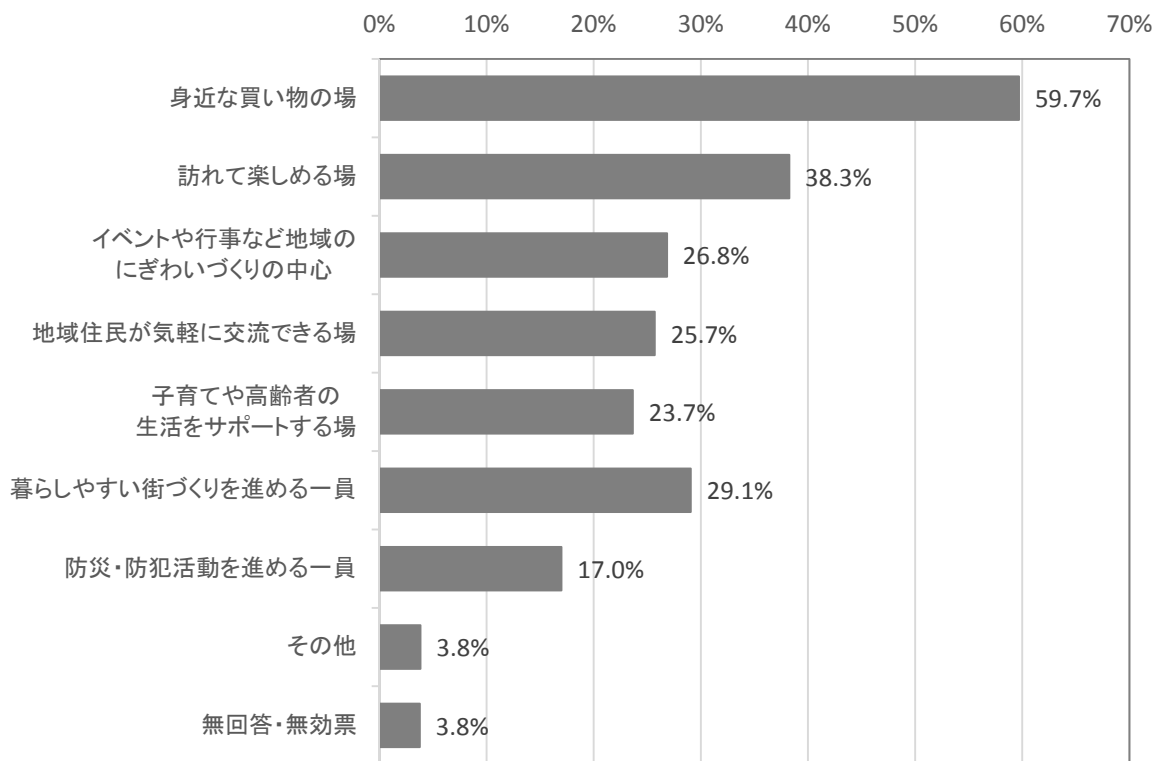
図表23 商店街に期待する役割 [全体]

n=1,665

問12 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。

【全体】

「身近な買い物の場」が最も多く、で59.7%であった。次いで「訪れて楽しめる場」(38.3%)、「暮らしやすい街づくりを進める一員」(29.1%)の順となった。



図表24 商店街に期待する役割 [全体]

n=1,665

參考資料

資料1 調査票

資料1 調査票

平成27年度 横浜市消費者購買行動意識調査 調査票

※御記入いただきました調査票は御名前や御住所を書かずに、同封の返信用封筒に入れて
11月4日（水）までに御投函ください。切手を貼る必要はありません。

※調査票の記入事項につきましては、秘密を厳守して商店街振興施策目的以外には使用いたしません。ぜひ、御協力をお願いいたします。

あなたご自身のことについてお尋ねします。（それぞれの質問に○は1つ）

○性別 1. 男性 2. 女性

○職業 1. 会社員（公務員・団体職員含む） 2. 自営業 3. 専業主婦（主夫）
4. パート・アルバイト 5. 学生 6. 無職

○家族構成 1. 単身 2. 1世代（夫婦のみ、兄弟のみ） 3. 2世代（親と子）
4. 3世代（親・子・孫） 5. その他（ ）

○年齢 1. 20歳代 2. 30歳代 3. 40歳代 4. 50歳代
5. 60歳代 6. 70歳代以上

○住所 1. 青葉区 2. 旭区 3. 泉区 4. 磯子区
5. 神奈川区 6. 金沢区 7. 港南区 8. 港北区
9. 栄区 10. 瀬谷区 11. 都筑区 12. 鶴見区
13. 戸塚区 14. 中区 15. 西区 16. 保土ケ谷区
17. 緑区 18. 南区

○普段の買い物の手段 1. 徒歩 2. 自転車・バイク 3. 自動車
4. バス 5. 電車 6. その他（ ）

問1 お住いの近くに商店街はありますか。ある場合は、あわせて商店街名を御記入
ください（スーパーや百貨店、ショッピングセンターなどの大型店は除く。）（○は1つだけ）

1. ある（商店街名： ）→問2へ 2. ない→問7へ

問2 お住いの近くの商店街は次のうちのどのタイプですか。（○は1つだけ）

1. 近隣型商店街： 鉄道駅に近接しておらず、もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街
2. 地域型商店街： 鉄道駅に近接し、もっぱら区域内の住民が徒歩、自転車、バス等で来街して日常の買い物をする商店街
3. 広域型商店街： 鉄道駅に近接し、百貨店、量販店等を含む大型店があり、もっぱら電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街

問3 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店は何ですか。

(あてはまるもの全てに○)

業種・業態		
1. 青果	2. 精肉	3. 鮮魚
4. 惣菜	5. 米穀	6. パン
7. 和洋菓子	8. その他食品	9. 医薬品・化粧品
10. 日用雑貨	11. 書籍・文具	12. 衣料品
13. 趣味・スポーツ用品	14. 時計・メガネ・身回り品	15. 飲食店
16. 美容院・美容室	17. CD・DVD (レンタル含む)	18. コンビニ
19. 家電製品	20. スーパー	21. エステ・整体
22. 病院・診療所	23. 金融機関 (銀行等)	24. 保育施設・託児所
25. 学習塾	26. 介護施設	27. 不動産
28. その他サービス		

問4 どのくらいの頻度で近くの商店街を利用(買い物)しますか。(○は1つだけ)

1. ほぼ毎日	2. 週2～3回	3. 週1回
4. 月2～3回	5. 月1回	6. ほとんど利用しない→問6へ

問5 商店街を利用する主な理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 自宅の近くにある	2. 品揃えがよい	3. 品質・鮮度がよい
4. 価格が安い	5. お店に信用がある	6. お店の人が親切である
7. 商品を配達してくれる	8. 使いやすい量で購入できる	9. 昔からの顔なじみである
10. 駐車場がある	11. 割引やポイントサービスがある	12. チラシが入る
13. 特売がある	14. その他 ()	

問6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。(○は3つまで)

1. 1か所で用事が済まない	2. 品揃えが悪い	3. 品質・鮮度が悪い
4. 価格が高い(安くない)	5. お店に信用がない	6. お店の人の対応が悪い
7. 夜遅くまで営業していない	8. 使いやすい量で購入できない	9. 買いたいと思う店がない
10. 駐車場がない・狭い	11. 割引やポイントサービスがない	12. チラシが入らない
13. 特売がない	14. その他 ()	

ここからは全員がお答えください

問7 商店街にあったら利用したいサービスは何ですか。(○は3つまで)

1. 宅配	2. 出張販売
3. 低運賃バスの運行	4. 御用聞き(訪問して注文を受けるサービス)
5. 託児所	6. 子どもを遊ばせることのできる場所
7. 地域の交流施設	8. 高齢者の見守り(定期訪問)
9. 特にない	10. その他 ()

問8 次にあげる商品について、主に購入する場所はどこですか。(→○は1つだけ)
また、その場所で購入する理由は何ですか。(→○は3つまで)

1) 生鮮食料品 (鮮魚・青果・精肉など)

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|--|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売 (生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他 () | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他 () | | |

2) その他食料品 (米・飲料・酒類・惣菜など)

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|--|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売 (生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他 () | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他 () | | |

3) 日用雑貨

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|--|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売 (生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他 () | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他 () | | |

4) 衣料品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|---|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他() | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他() | | |

5) 医薬品・化粧品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|---|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他() | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他() | | |

6) 書籍・文具

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|---|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他() | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他() | | |

7) 家電製品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

- | | | |
|---|----------|------------|
| 1. 商店街のお店 | 2. 大型量販店 | 3. スーパー |
| 4. デパート | 5. コンビニ | 6. ドラッグストア |
| 7. 通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) | | |
| 8. その他() | | |



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

- | | | | |
|--------------------|-----------------|---------------|----------|
| 1. 自宅の近くにある | 2. 品揃えがよい | 3. 品質・鮮度がよい | 4. 価格が安い |
| 5. 利用しやすい時間に営業している | 6. お店に信用がある | 7. お店の人が親切である | |
| 8. 商品を配達してくれる | 9. 使いやすい量で購入できる | | |
| 10. 昔からの顔なじみである | 11. 駐車場がある | | |
| 12. 割引やポイントサービスがある | 13. チラシが入る | | |
| 14. 特売がある | 15. その他() | | |

問9 商店街が地域のにぎわいづくりのためのイベントや、快適な買い物環境の整備などの活動を行っていることを知っていますか。(○は1つだけ)

- | | | |
|----------|---------|----------|
| 1. 知っている | 2. 知らない | 3. わからない |
|----------|---------|----------|

問10 商店街の活動で、スタッフとして参加・協力してもよいと思うものは何ですか。(あてはまるもの全てに○)

- | | | | |
|------------|------------------|-----------|----------|
| 1. 夜間パトロール | 2. イベント・お祭り | 3. 登下校見守り | 4. 高齢者支援 |
| 5. 子育て世代支援 | 6. 参加・協力するつもりはない | 7. わからない | |
| 8. その他() | | | |

問11 商店街は、身近な買い物の場であるだけでなく、地域の交流やにぎわいの場としての役割を果たしていると思いますか。(○は1つだけ)

- | | | |
|---------|-----------|----------|
| 1. そう思う | 2. そう思わない | 3. わからない |
|---------|-----------|----------|

問12 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。

(○は3つまで)

- | | |
|---------------------------|---------------------|
| 1. 身近な買い物の場 | 2. 訪れて楽しめる場 |
| 3. イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 | 4. 地域住民が気軽に交流できる場 |
| 5. 子育てや高齢者の生活をサポートする場 | 6. 暮らしやすい街づくりを進める一員 |
| 7. 防災・防犯活動を進める一員 | 8. その他() |

《質問は以上です。御協力ありがとうございました。》

平成27年度消費者購買行動意識調査
報告書
(概要版)
平成28年3月発行
横浜市 経済局
横浜市中区港町1-1
TEL 045-671-3488 FAX045-664-9533
