

平成 30 年度 消費者購買行動意識調査  
報告書

平成31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开店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態・・・・・・・・8
  - (3) 居住地の近隣にある商店街の利用頻度・・・・・・・・・・・・・・15
  - (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・・・・・・・・19
  - (5) 商店街にあつたら利用したいサービス・・・・・・・・・・・・・・37
  - (6) 品目別購入先とそこでの購入理由・・・・・・・・・・・・・・41
  - (7) 商店街活動に対する意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・83
  - (8) 交流の場としての商店街に対する意識・・・・・・・・・・・・・・88
  - (9) 商店街に期待する役割・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・89
  - (10) 居住区別集計・分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・99
- 2. 住まいの近くにあると回答した商店街・・・・・・・・・・・・・・117
- 3. 各設問の「その他」欄のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・119

### 第4章 まとめ

---

- 1. 商店街に対する意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・122
- 2. 消費者の購買行動・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・123
- 3. 居住区別の傾向・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・124

### 参考資料

---

- 資料1. 調査票・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・126
- 資料2. 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・132

## 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」としての役割への期待が大きくなってきている。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15,000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30年10月10日～10月31日

(5) **調査票配布数・回収数**

標本数	有効回収数	有効回収率
15,000	5,143	34.3%

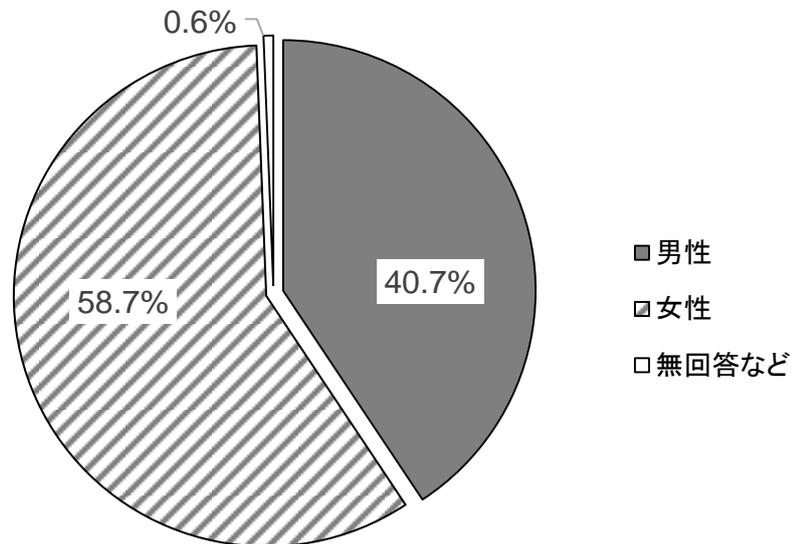
(6) **調査結果の見方**

- 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、平成27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』『平成27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

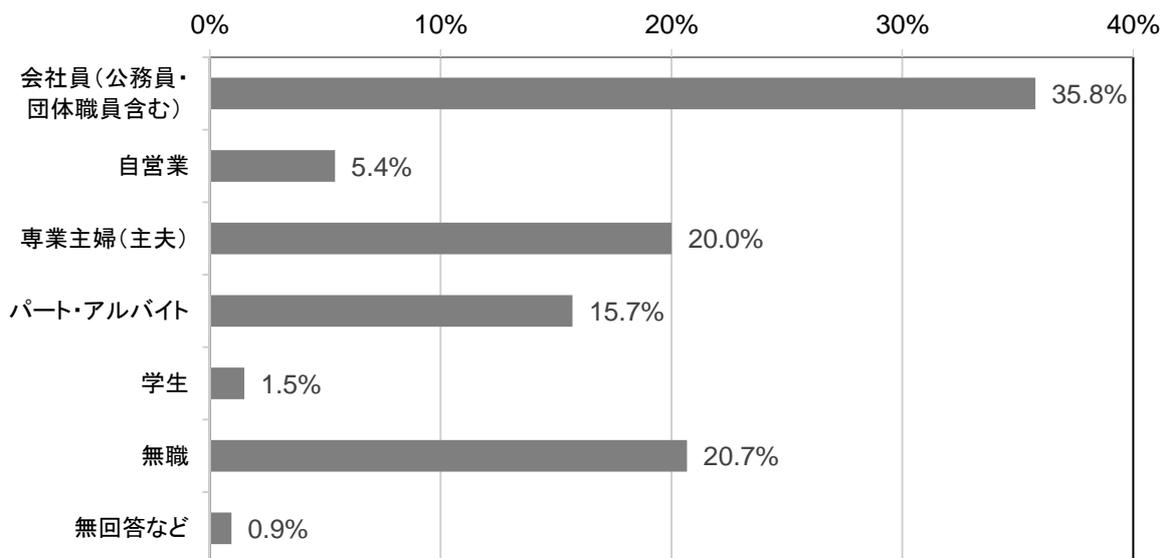
#### 属性1 性別



図表1 回答者の属性[性別]

n=5,143

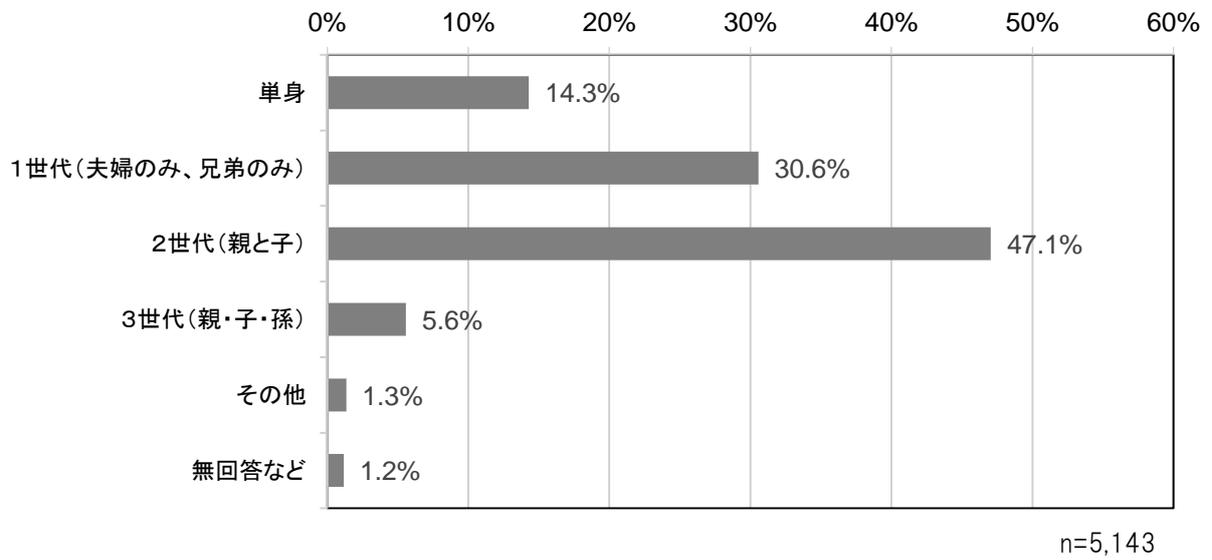
#### 属性2 職業



n=5,143

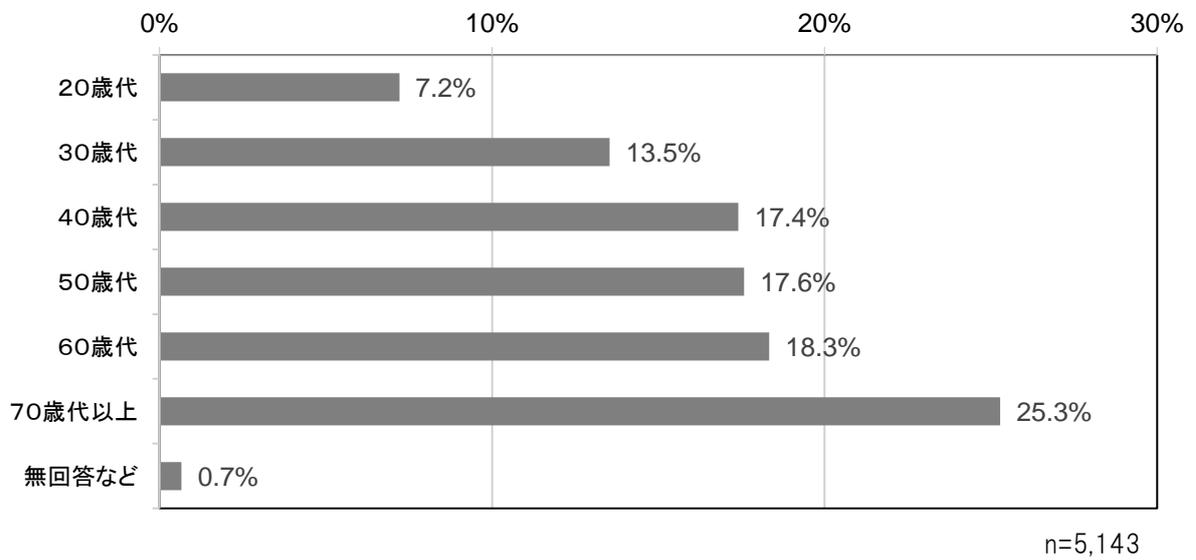
図表2 回答者の属性[職業]

### 属性3 家族構成



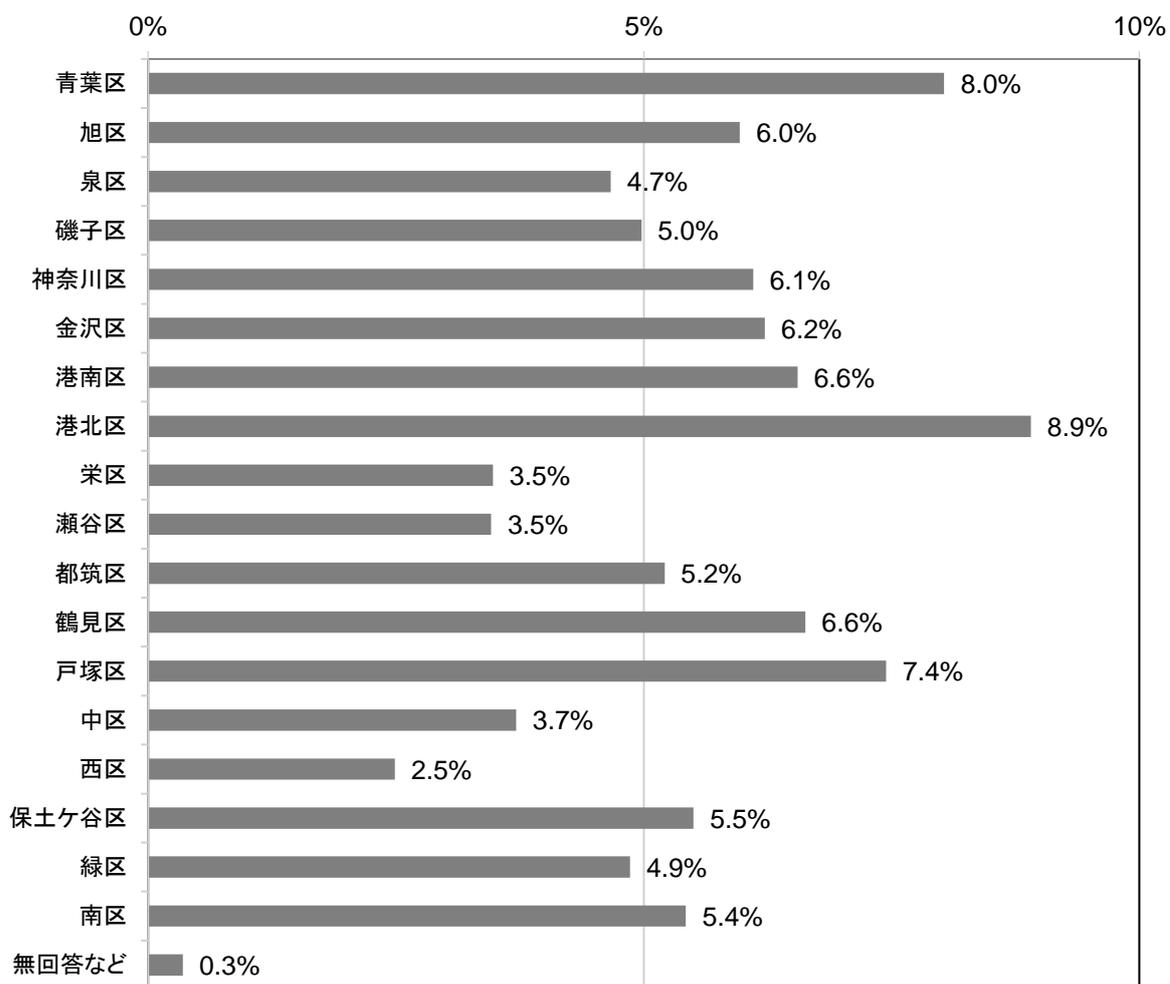
図表3 回答者の属性[家族構成]

### 属性4 年齢



図表4 回答者の属性[年齢]

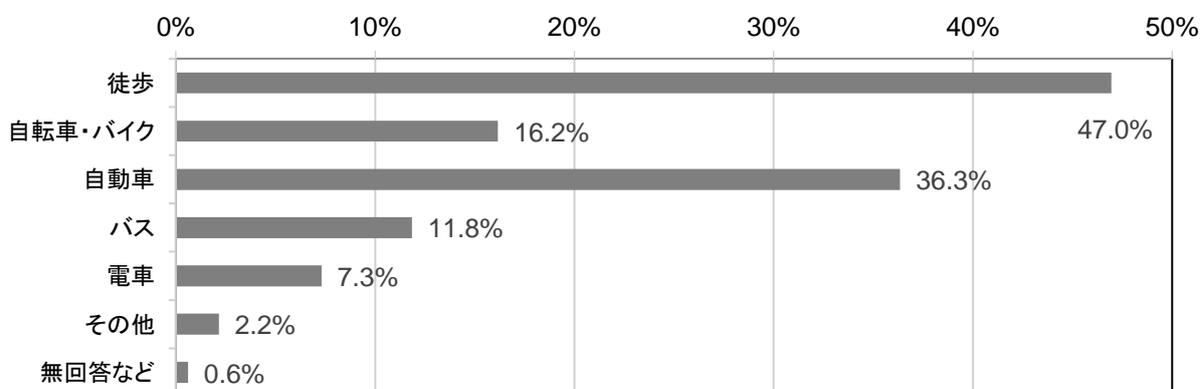
属性5 住所



n=5,143

図表5 回答者の属性[住所]

属性6 普段の買い物の手段



n=5,143

図表6 回答者の属性[買い物の手段]

### 第3章 消費者の目からみた商店街の現況

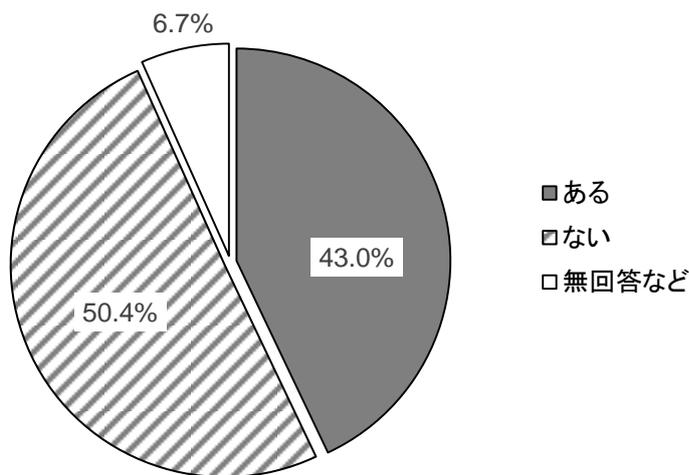
#### 1. 各問の集計結果と分析

##### (1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ

問1 お住いの近くに商店街はありますか。

#### 【全体】

「ある」(43.0%)、「ない」(50.4%)がほぼ半数ずつを占めている。

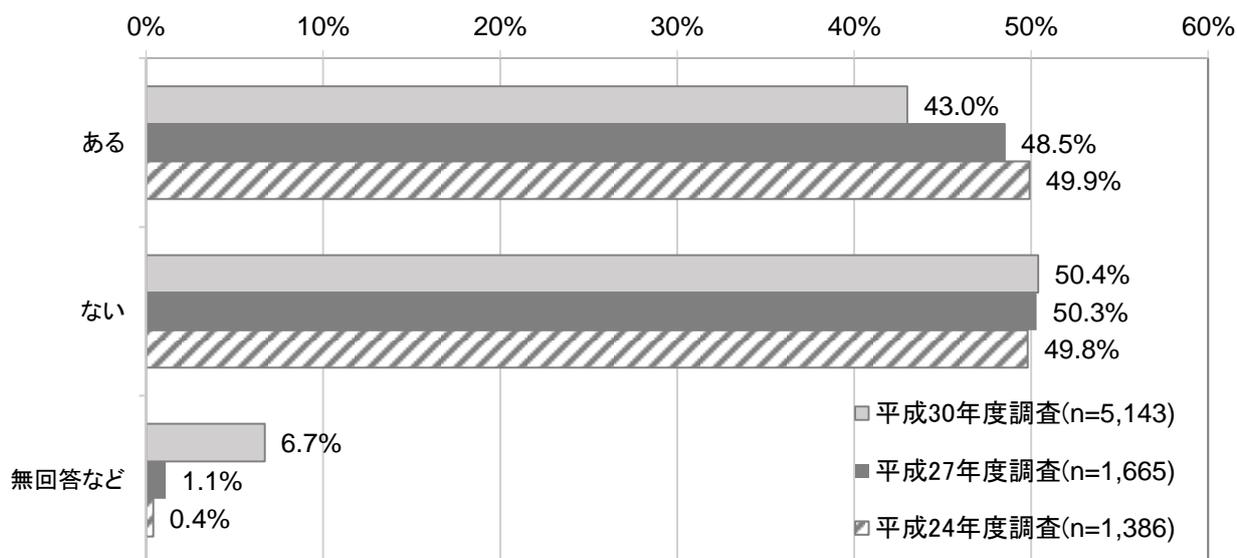


図表7-1 商店街の有無[全体]

n=5,143

#### 【経年比較】

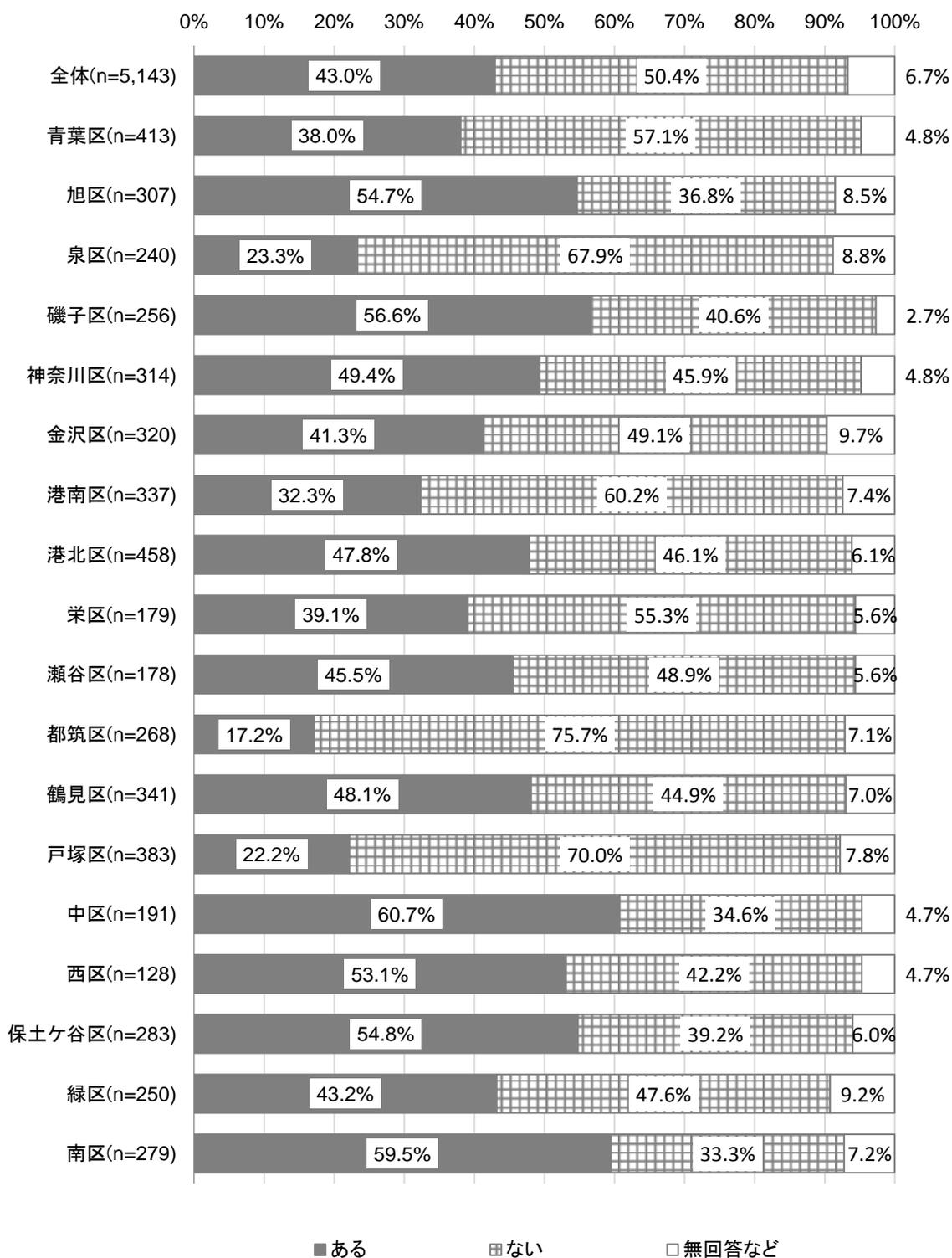
平成24年度調査、平成27年度調査と比較すると、「ある」の割合は徐々に減少している。



図表 7-2 商店街の有無[経年比較]

【居住区別】

商店街の有無について居住区別でみると、「ある」と回答した人が多い区は「中区」(60.7%)、「南区」(59.5%)、「磯子区」(56.6%)の順となった。一方、「ある」と回答した人が少ない区は「都筑区」(17.2%)、「戸塚区」(22.2%)、「泉区」(23.3%)の順となった。



図表7-3 商店街の有無[居住区別]

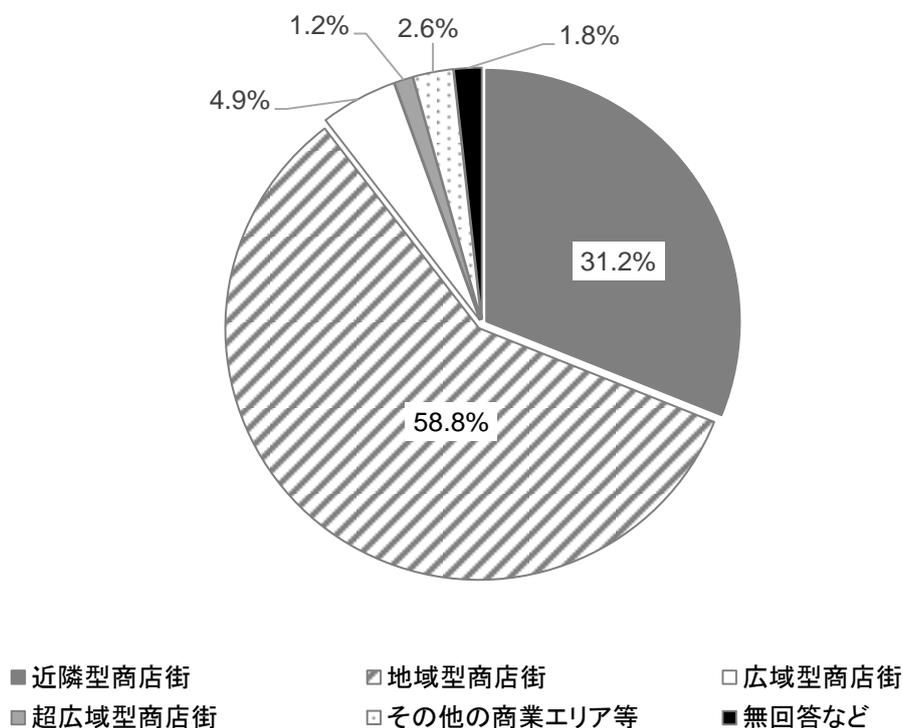
## 問2 お住いの近くの商店街は次のうちのどのタイプですか。

### 【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、主に近隣住民が徒歩、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、主に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、主に電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街
4. 超広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街
5. その他の商業 : 上記1～4にあてはまらない商業エリア、複数の要素を持つ商業エリア等

### 【全体】

居住地の近隣にある商店街のタイプは、「地域型商店街」が最も多く、58.8%であった。次いで「近隣型商店街」(31.2%)、「広域型商店街」(4.9%)の順となった。



図表8-1 商店街のタイプ[全体]

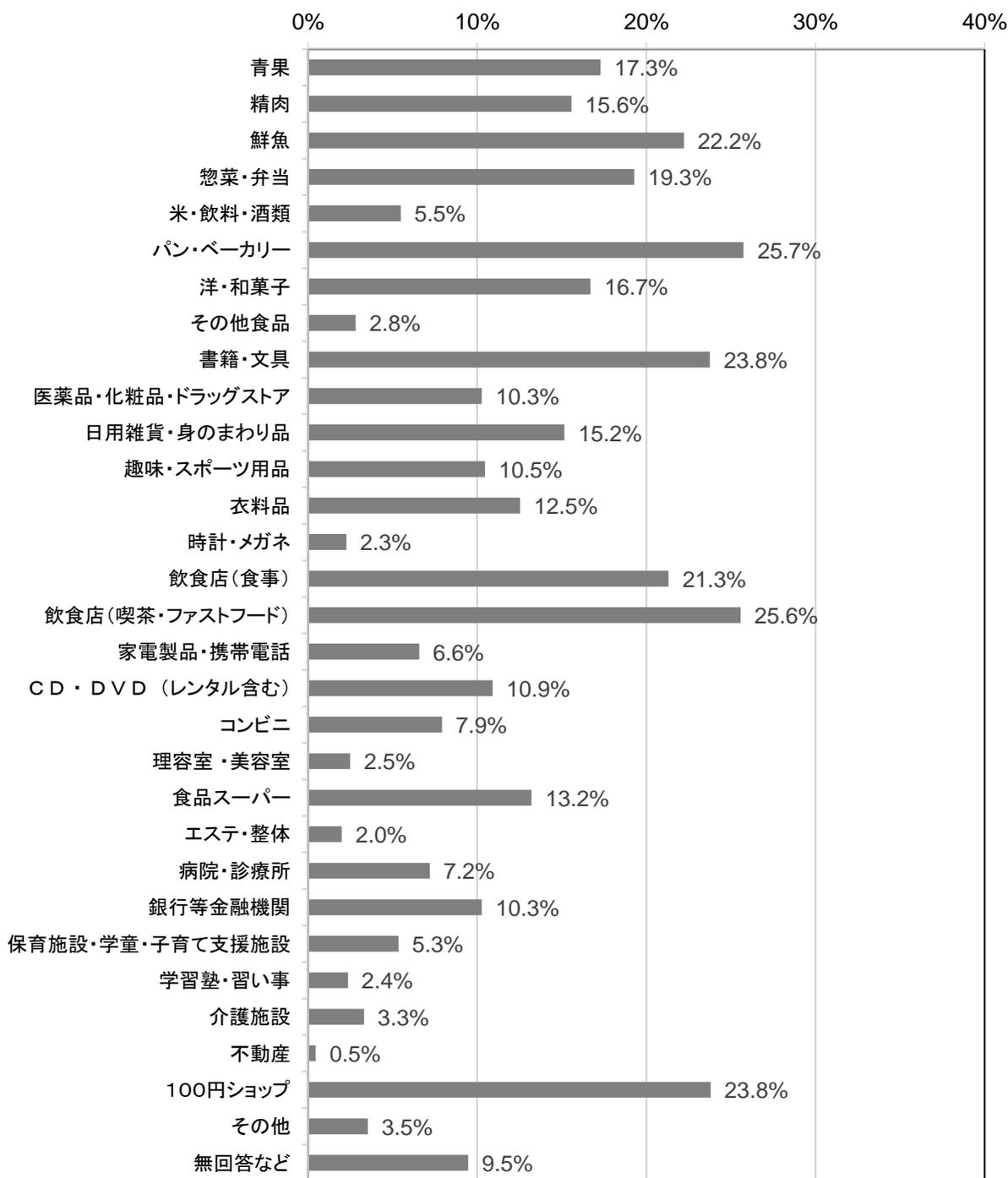
n=2,210

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

**問3 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。**

【全体】

「パン・ベーカリー」が最も多く、25.7%であった。次いで「飲食店(喫茶・ファストフード)」(25.6%)、「書籍・文具」「100円ショップ」(共に23.8%)の順となった。

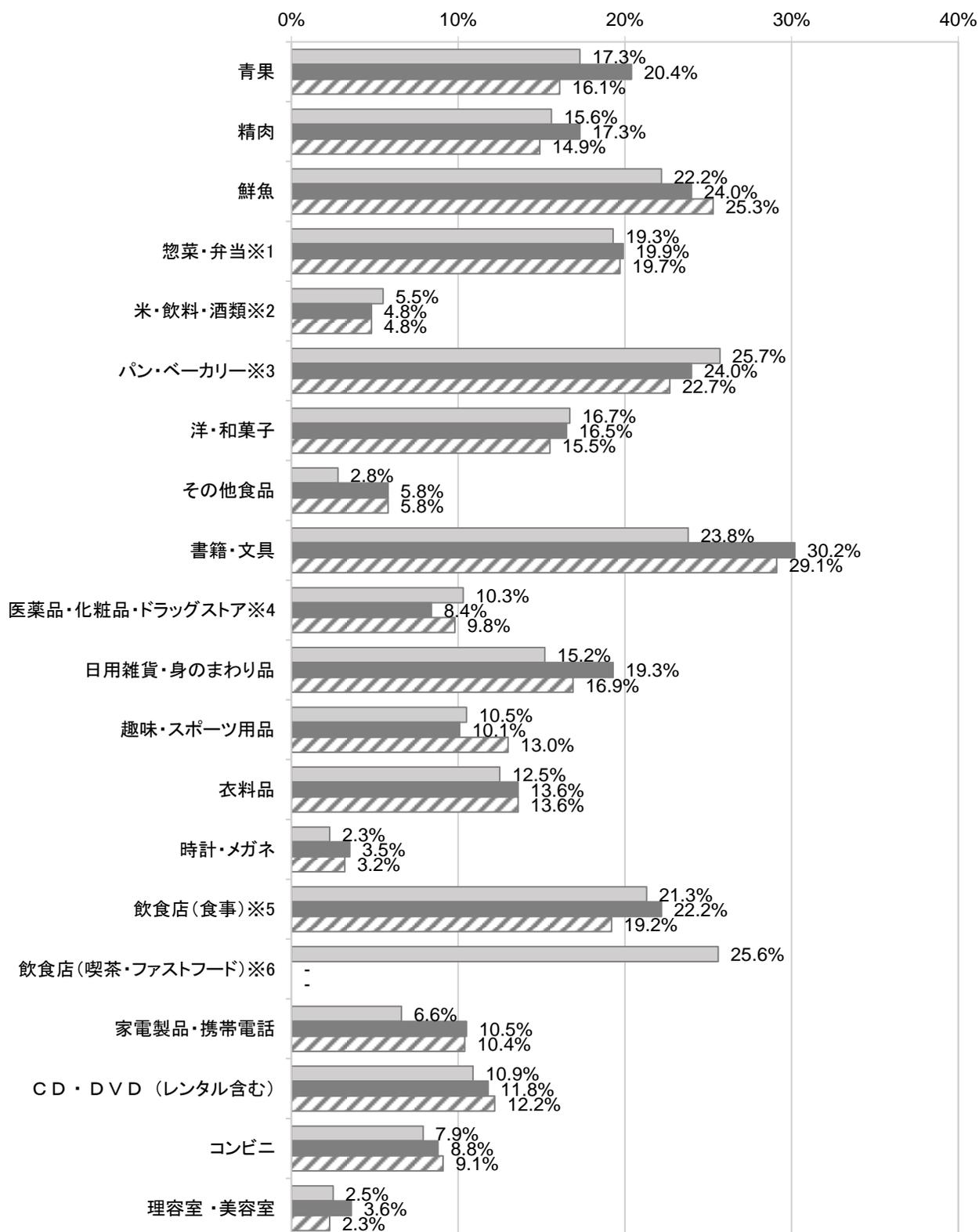


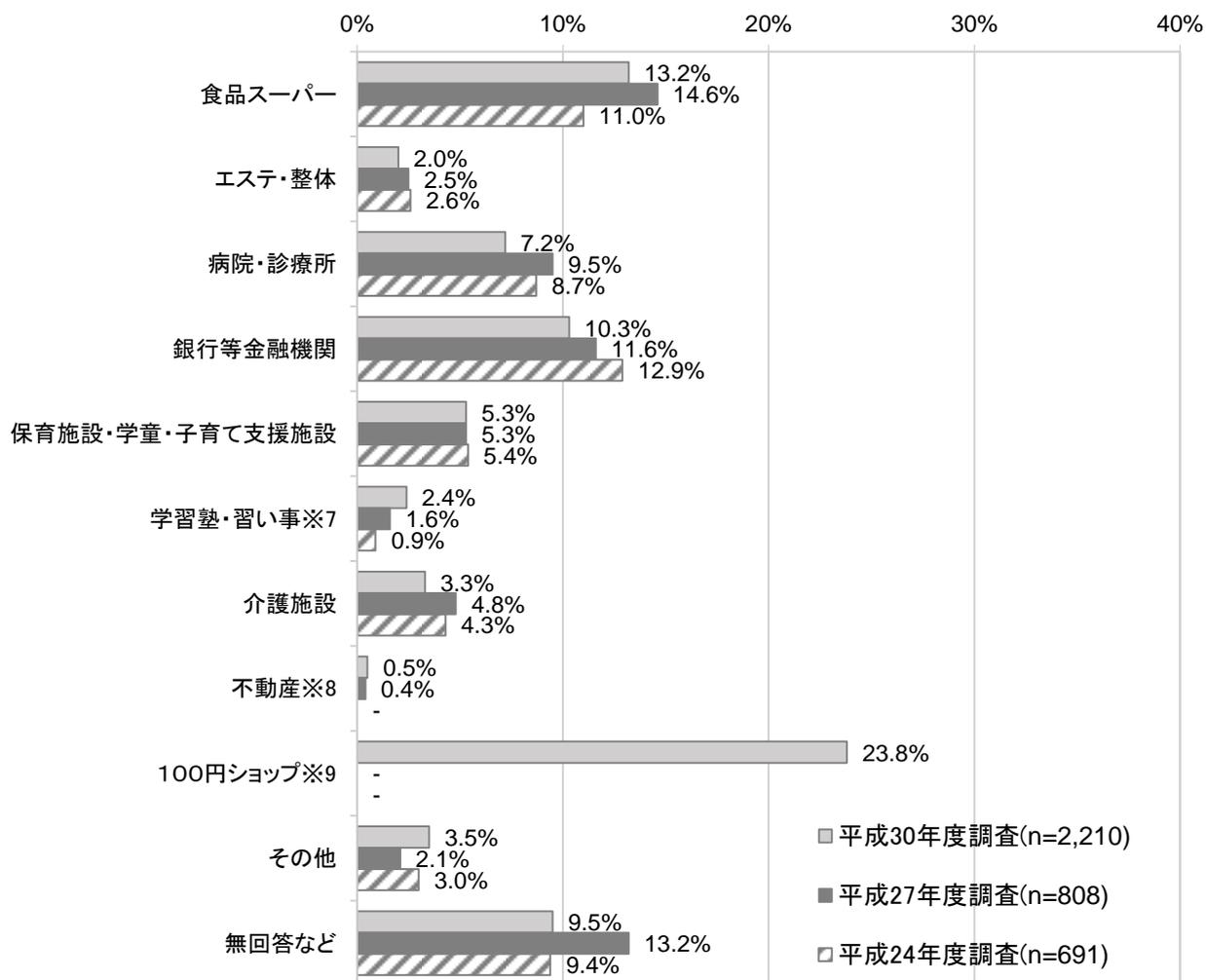
図表9-1 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[全体]

n=2,210

【経年比較】

平成24年度、平成27年度調査と比較すると、「書籍・文具」が大きく減少している。また「パン・ベーカリー」が増加傾向、「鮮魚」が減少傾向にある。



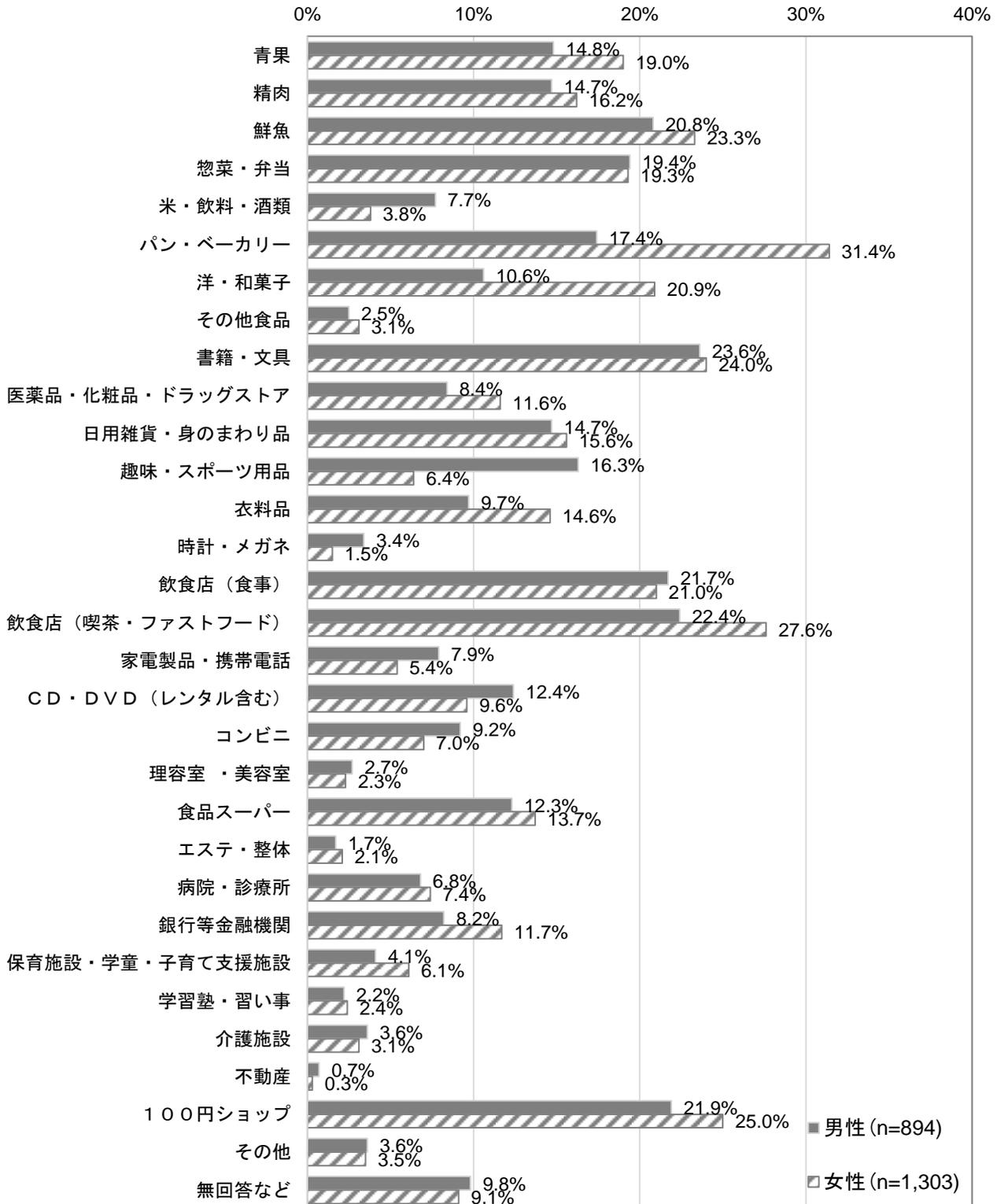


図表 9-2 商店街に开店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[経年比較]

- ※1 平成24年度、平成27年度調査での「惣菜」は平成30年度では「惣菜・弁当」として計上した。
- ※2 平成24年度、平成27年度調査での「米穀」は平成30年度では「米・飲料・酒類」として計上した。
- ※3 平成24年度、平成27年度調査での「パン」は平成30年度では「パン・ベーカリー」として計上した。
- ※4 平成24年度、平成27年度調査での「医療品・化粧品」は平成30年度では「医療品・化粧品・ドラッグストア」として計上した。
- ※5 平成24年度、平成27年度調査での「飲食店」は平成30年度では「飲食店(食事)」として計上した。
- ※6 「飲食店(喫茶・ファストフード)」の選択肢は、平成30年度調査で新設した。
- ※7 平成24年度、平成27年度調査での「学習塾」は平成30年度では「学習塾・習い事」として計上した。
- ※8 「不動産」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。
- ※9 「100円ショップ」の選択肢は、平成30年度調査で新設した。

【性別】

性別でみると、男性は「書籍・文具」(23.6%)、「飲食店(喫茶・ファストフード)」(22.4%)、「100円ショップ」(21.9%)の順で多いが、女性は「パン・ベーカリー」(31.4%)、「飲食店(喫茶・ファストフード)」(27.6%)、「100円ショップ」(25.0%)の順となった。



図表 9-3 商店街に开店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[性別]

【性別 順位比較】

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2, 210)	パン・ベーカリー 25.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 25.6%	書籍・文具 / 100円ショップ 23.8%		鮮魚 22.2%
男性 (n=894)	書籍・文具 23.6%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 22.4%	100円ショップ 21.9%	飲食店（食事） 21.7%	鮮魚 20.8%
女性 (n=1, 303)	パン・ベーカリー 31.4%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 27.6%	100円ショップ 25.0%	書籍・文具 24.0%	鮮魚 23.3%

図表9-4 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[性別 順位比較]

※上位5位までを抽出

【家族構成別】

どの家族構成でも「パン・ベーカリー」「飲食店（喫茶・ファストフード）」「書籍・文具」が高い傾向がみられる中、「1世代」では1位が「鮮魚」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2, 210)	パン・ベーカリー 25.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 25.6%	書籍・文具/100円ショップ 23.8%		鮮魚 22.2%
単身 (n=324)	パン・ベーカリー 25.3%	100円ショップ 24.7%	書籍・文具/飲食店（喫茶・ファスト フード） 21.0%	飲食店（食事） 19.1%	
1世代 (n=671)	鮮魚 24.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 24.0%	書籍・文具 23.2%	飲食店（食事） 22.1%	パン・ベーカリー 21.8%
2世代 (n=1, 033)	パン・ベーカリー 29.0%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 28.4%	100円ショップ 26.5%	書籍・文具 24.4%	鮮魚 21.9%
3世代 (n=128)	飲食店（喫茶・ ファストフード） 27.3%	書籍・文具 25.8%	惣菜・弁当/パン・ベーカリー/100円ショップ 22.7%		
その他(n=25)	書籍・文具 36.0%	洋・和菓子/100円ショップ 28.0%	衣料品 20.0%	鮮魚/パン・ベーカ リー 16.0%	

図表9-5 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[家族構成別]

※上位5位までを抽出

【年代別】

「50歳代」までは、「パン・ベーカリー」「飲食店(喫茶・ファストフード)」「100円ショップ」が上位にある傾向があり、「60歳代」以降は「鮮魚」「書籍・文具」が上位になる傾向がみられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2,210)	パン・ベーカリー 25.7%	飲食店(喫茶・ファストフード) 25.6%	書籍・文具 / 100円ショップ 23.8%		鮮魚 22.2%
20歳代 (n=151)	飲食店(喫茶・ファストフード) 34.4%	100円ショップ 32.5%	パン・ベーカリー 30.5%	書籍・文具 23.2%	CD・DVD(レンタル含む) 21.9%
30歳代 (n=302)	パン・ベーカリー 36.1%	飲食店(喫茶・ファストフード) 35.8%	100円ショップ 32.1%	洋・和菓子 26.2%	書籍・文具 25.5%
40歳代 (n=386)	パン・ベーカリー 35.5%	飲食店(喫茶・ファストフード) 25.6%	100円ショップ / 惣菜・弁当 23.8%		飲食店(食事) 22.2%
50歳代 (n=380)	パン・ベーカリー 35.3%	書籍・文具 28.2%	飲食店(喫茶・ファストフード) 27.6%	100円ショップ 25.3%	惣菜・弁当 24.5%
60歳代 (n=416)	鮮魚 26.4%	書籍・文具 23.6%	青果 / 飲食店(食事) 18.8%		飲食店(喫茶・ファストフード) 17.8%
70歳代以上 (n=560)	鮮魚 22.1%	書籍・文具 21.4%	青果 19.5%	飲食店(食事) 18.8%	日用雑貨・身のまわり品 18.6%

図表9-6 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[年代別]

※上位5位までを抽出

【商店街タイプ別】

「近隣型商店街」「地域型商店街」では「パン・ベーカリー」「飲食店（喫茶・ファストフード）」が上位に、「広域型商店街」「超広域型商店街」では「鮮魚」「書籍・文具」が上位となっている。商店街のタイプによるニーズの違いがみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2,210)	パン・ベーカリー 25.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 25.6%	書籍・文具 / 100円ショップ 23.8%		鮮魚 22.2%
近隣型商店街 (n=690)	パン・ベーカリー 32.0%	100円ショップ 28.0%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 27.2%	書籍・文具 25.8%	鮮魚 21.2%
地域型商店街 (n=1,299)	飲食店（喫茶・ ファストフード） 26.6%	パン・ベーカリー 24.6%	飲食店（食事） 23.4%	書籍・文具 23.2%	鮮魚 23.0%
広域型商店街 (n=109)	書籍・文具 22.9%	鮮魚 22.0%	日用雑貨・身のま わり品 21.1%	無回答など 18.3%	飲食店（食事） 15.6%
超広域型商店街 (n=26)	鮮魚 26.9%	書籍・文具 23.1%	青果 / 精肉 19.2%		惣菜・弁当 19.2%
その他の 商業エリア等 (n=57)	青果 31.6%	鮮魚 / 100円ショップ 24.6%		惣菜・弁当 / 趣味・スポーツ用品 22.8%	

図表9-7 商店街に开店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[商店街タイプ別]

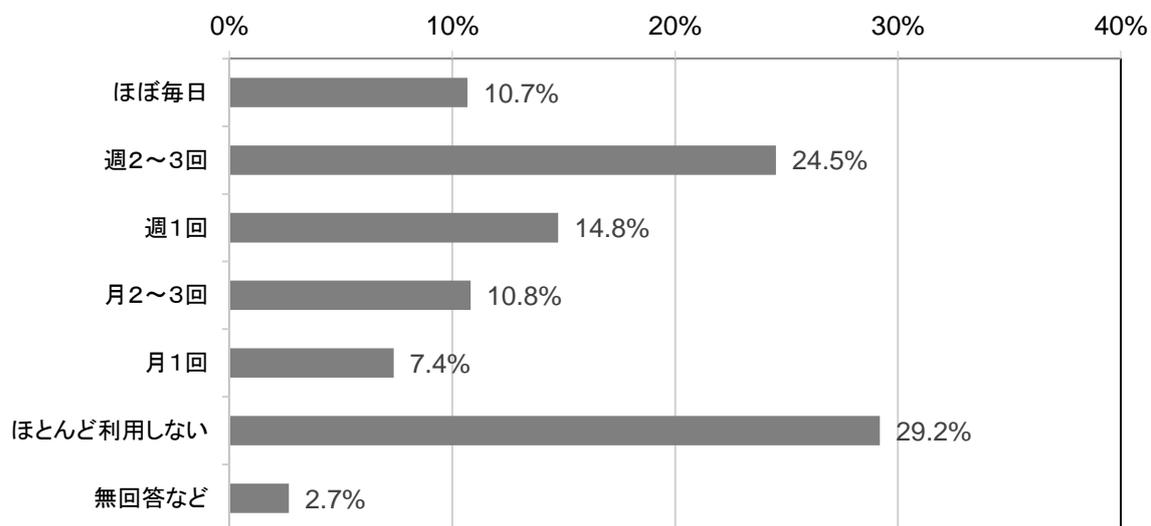
※上位5位までを抽出

### (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。

##### 【全体】

「ほとんど利用しない」が最も多く、29.2%であった。次いで「週2～3回」(24.5%)、「週1回」(14.8%)の順となった。

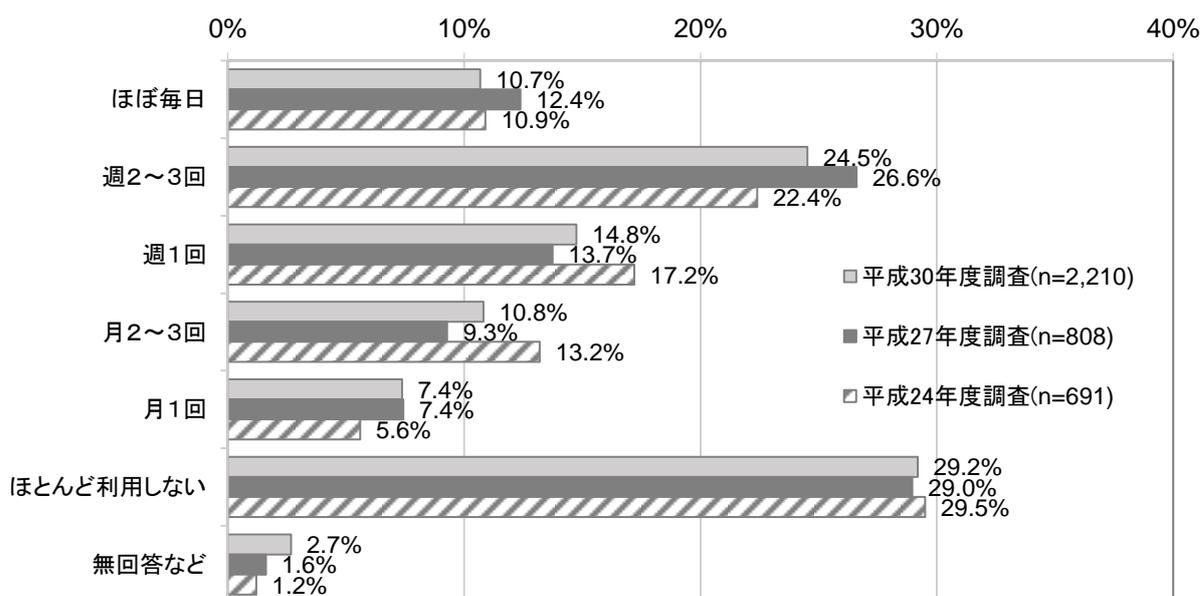


図表10-1 商店街の利用頻度[全体]

n=2,210

##### 【経年比較】

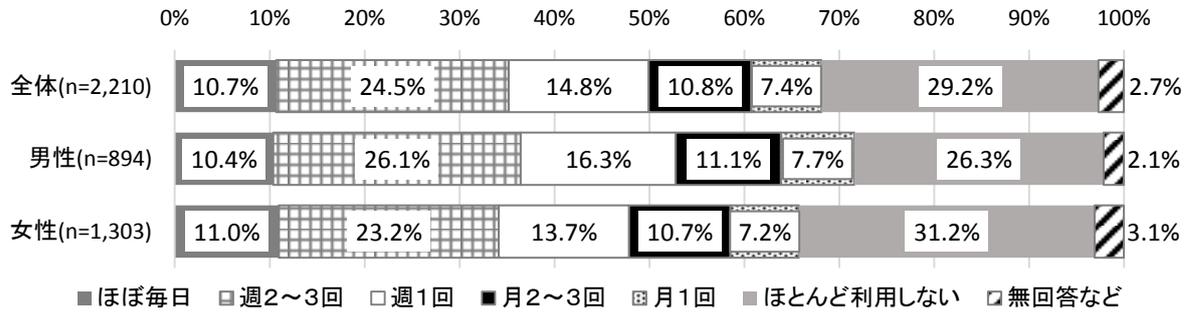
各年度調査とも傾向の違いに大きな差はみられず、「週2～3回」「ほとんど利用しない」が上位となっている。



図表10-2 商店街の利用頻度[経年比較]

【性別】

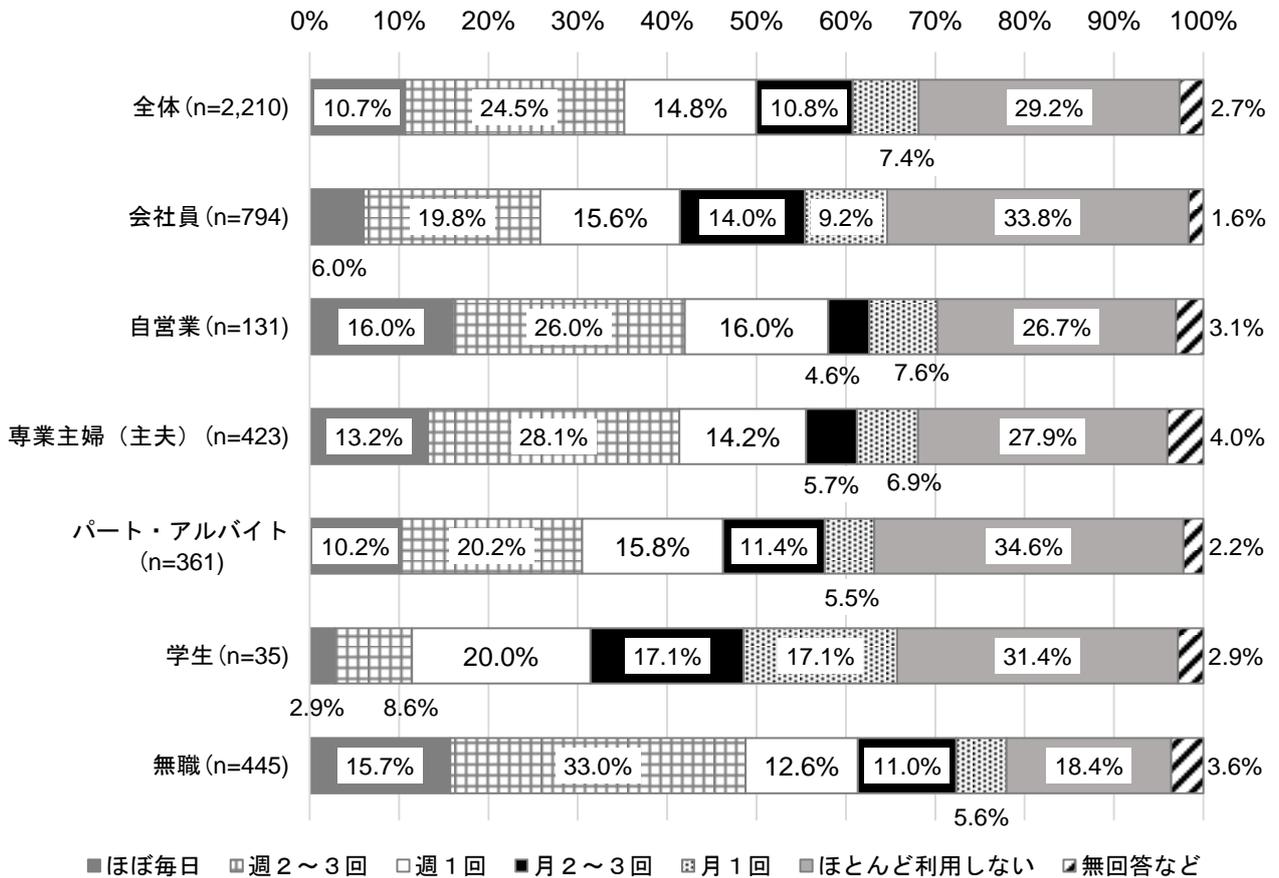
男女で大きな違いはみられなかった。



図表10-3 商店街の利用頻度[性別]

【職業別】

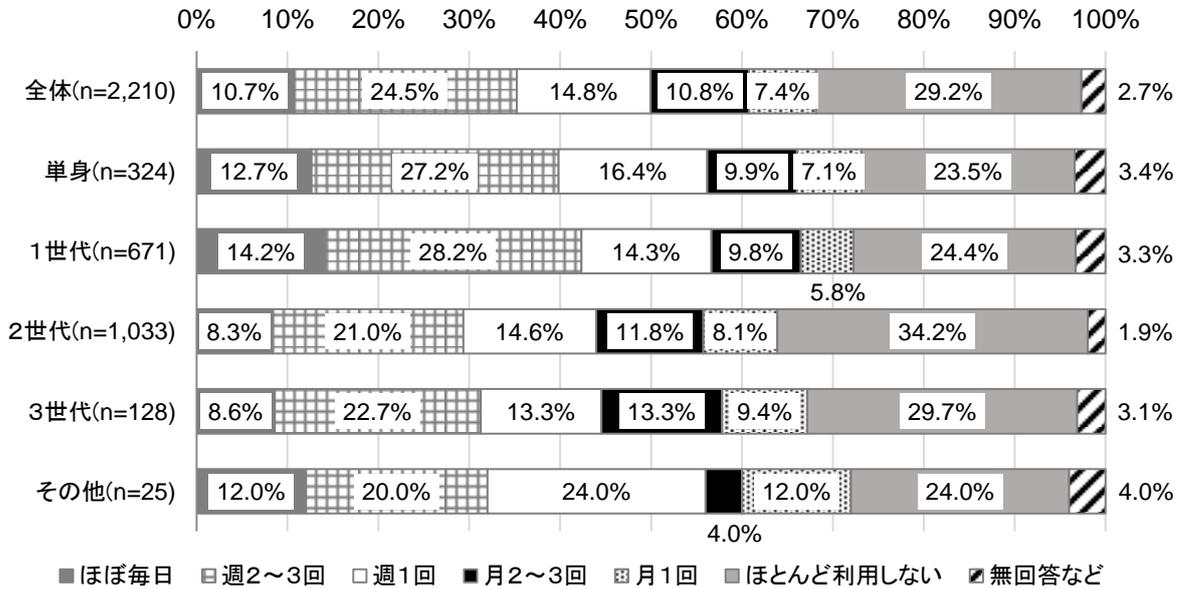
「自営業」「専業主婦(主夫)」「無職」では「週2~3回」の割合が大きいのに対し、「会社員」「パート・アルバイト」「学生」では「ほとんど利用しない」の割合が大きい。



図表10-4 商店街の利用頻度[職業別]

【家族構成別】

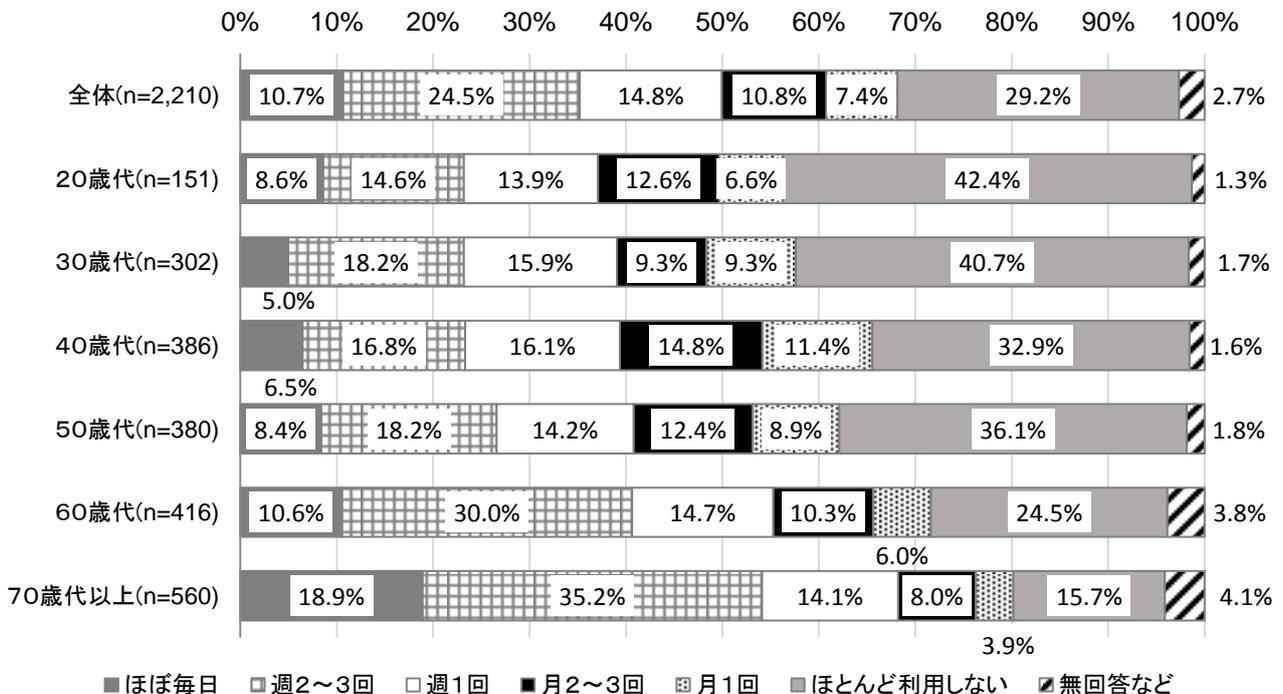
「単身」「1世代」では週に1回以上商店街を利用している人が5割を超える。一方「2世代」「3世代」では「ほとんど利用しない」が多かった。



図表10-5 商店街の利用頻度[家族構成別]

【年代別】

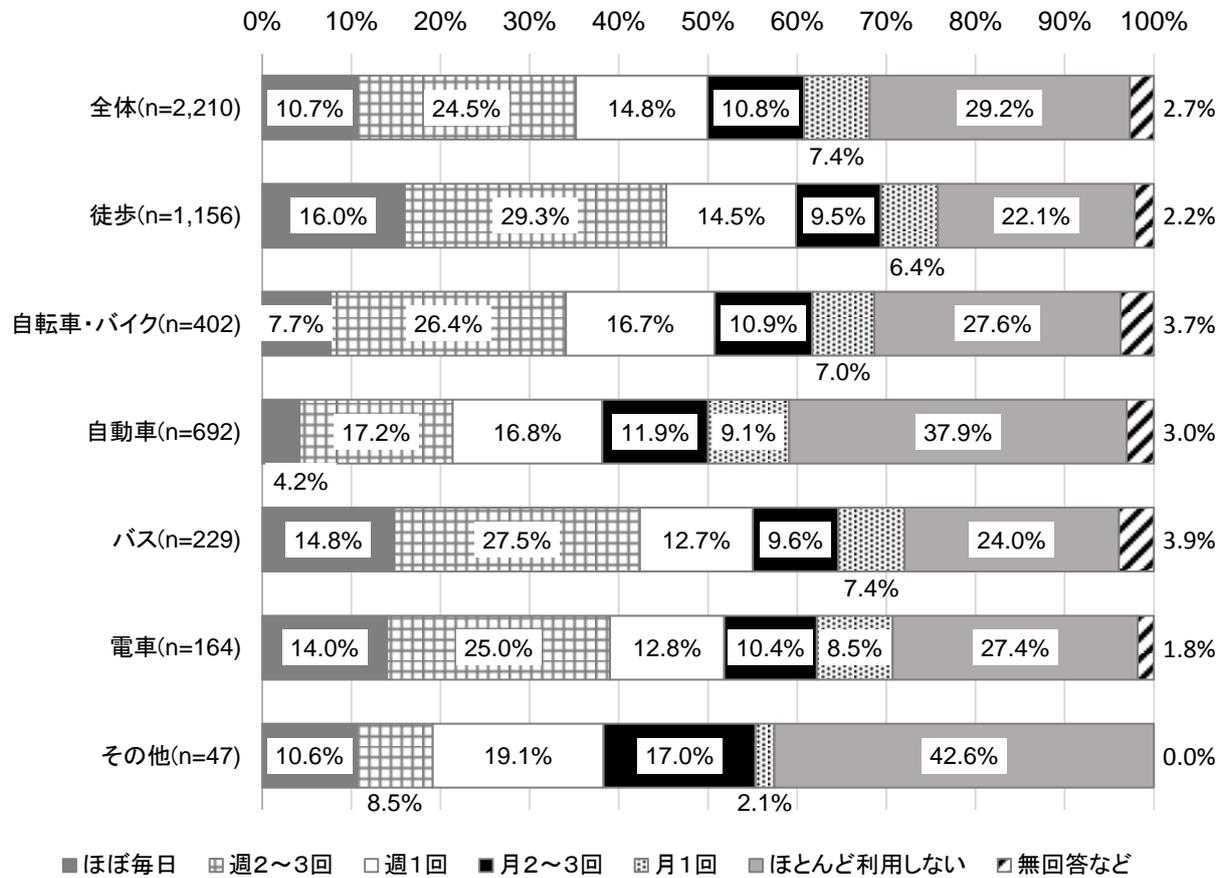
「70歳以上」では「ほぼ毎日」(18.9%)、「週2~3回」(35.2%)が他の年代に比べて多く、年代が高いほど、商店街を利用する頻度が高い傾向にある。



図表10-6 商店街の利用頻度[年代別]

【買い物の手段別】

「週2～3回」が多いのは「徒歩」(29.3%)、「バス」(27.5%)であった。一方、「ほとんど利用しない」が多いのは「自動車」(37.9%)であった。



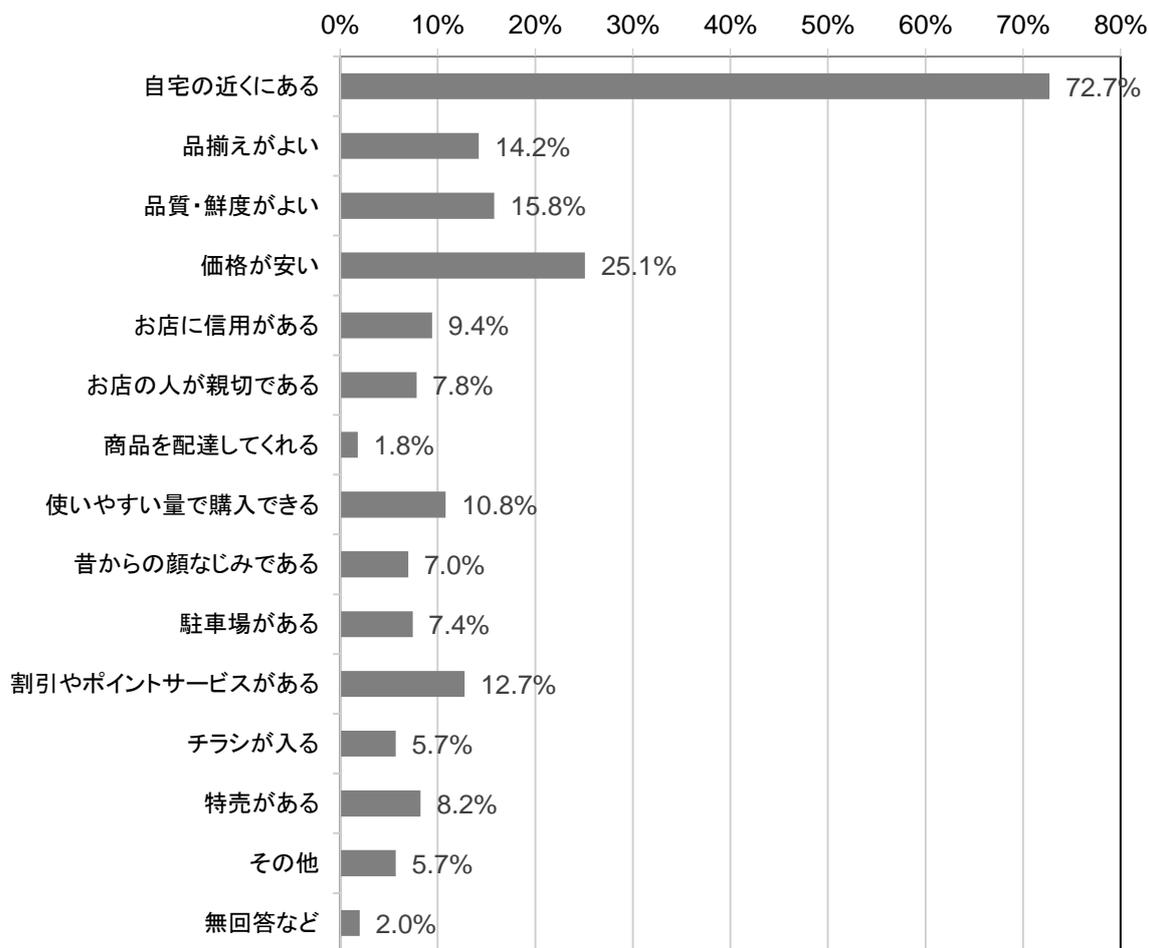
図表10-7 商店街の利用頻度[買い物の手段別]

#### (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。

###### 【全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、72.7%であった。次いで「価格が安い」(25.1%)、「品質・鮮度がよい」(15.8%)、「品揃えがよい」(14.2%)の順となった。

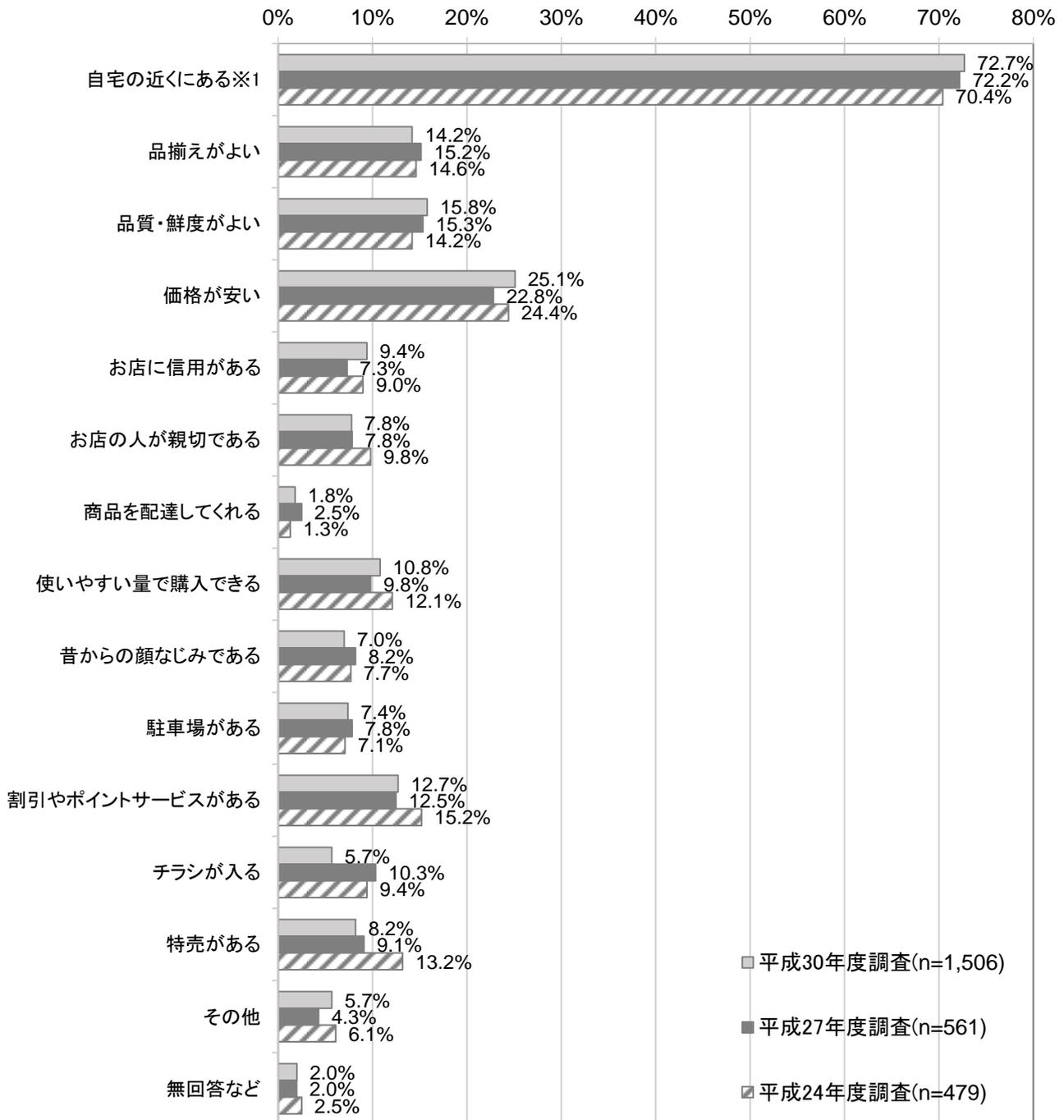


n=1,506

図表11-1 商店街を利用する理由[全体]

【経年比較】

平成24年度調査、平成27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。

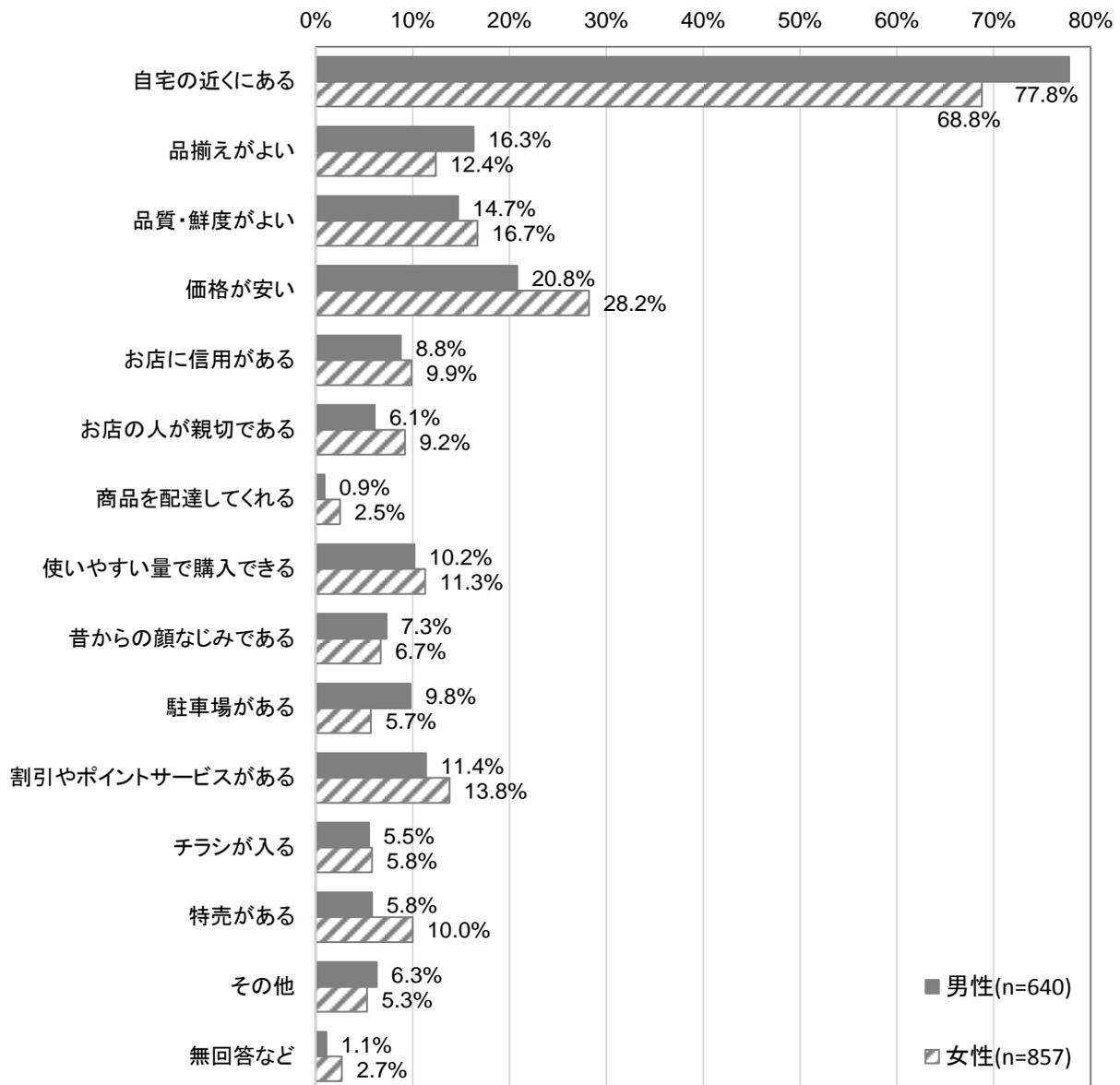


図表11-2 商店街を利用する理由[経年比較]

※1 平成24年度調査での「自宅の近くにあり便利」の選択肢は、平成27年度、平成30年度調査では「自宅の近くにある」として計上した。

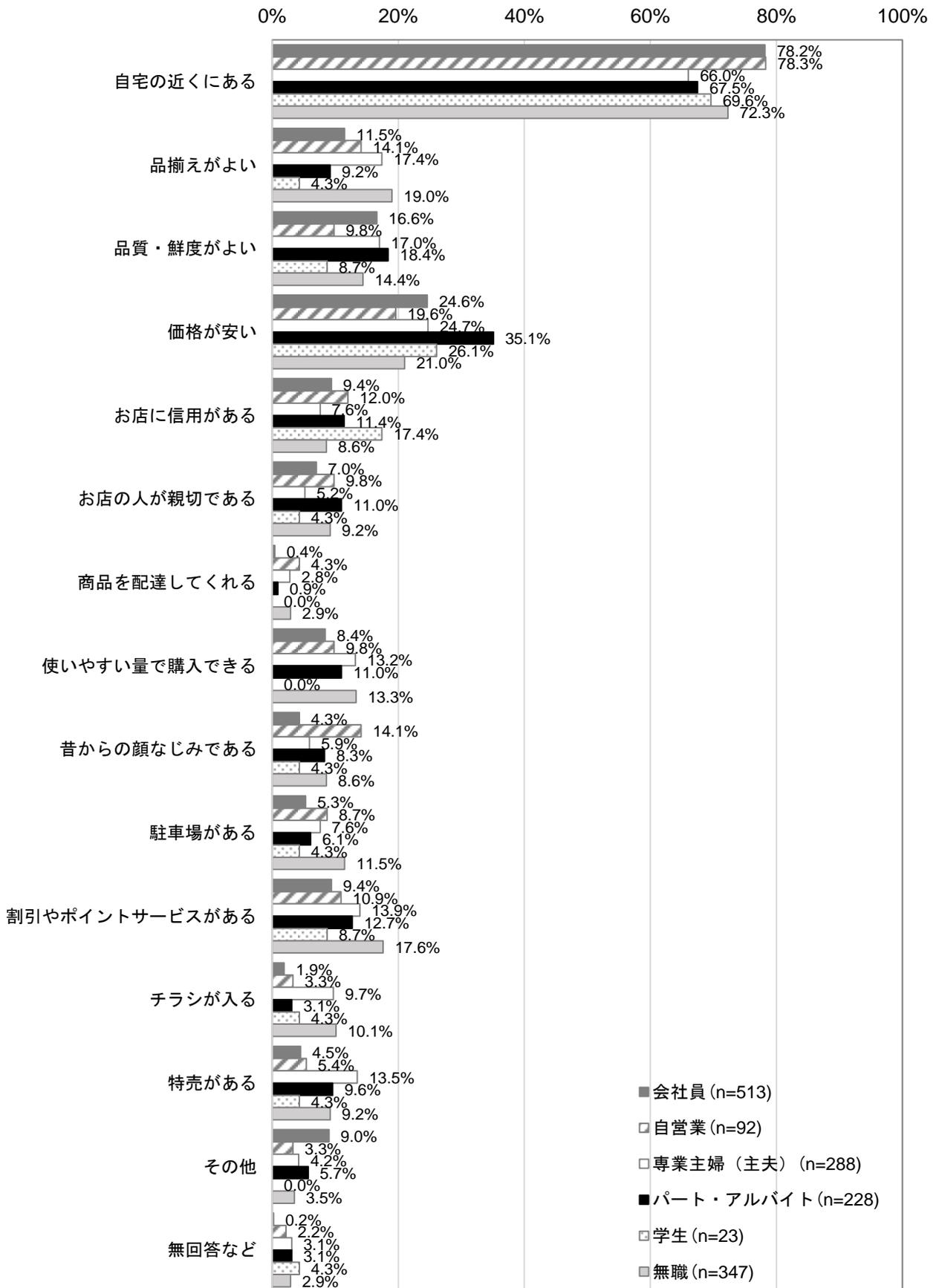
【性別】

男女の傾向で大きな差異はないが、最も多かった「自宅の近くにある」では女性(68.8%)よりも男性(77.8%)の方が9.0ポイント上回った。一方、「価格が安い」では男性(20.8%)よりも女性(28.2%)の方が7.4ポイント上回っており、「特売がある」でも女性が4.2ポイント上回った。



図表11-3 商店街を利用する理由[性別]

【職業別】



図表 11-4 商店街を利用する理由[職業別]

【職業別 順位比較】

どの職業においても、1位が「自宅の近くにある」、2位が「価格が安い」となっている。また「品質・鮮度がよい」「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
会社員 (n=513)	自宅の近くにある 78.2%	価格が安い 24.6%	品質・鮮度がよい 16.6%	品揃えがよい 11.5%	お店に信用がある 9.4%
自営業 (n=92)	自宅の近くにある 78.3%	価格が安い 19.6%	品揃えがよい / 昔からの顔なじみである 14.1%		お店に信用がある 12.0%
専業主婦 (主夫) (n=288)	自宅の近くにある 66.0%	価格が安い 24.7%	品揃えがよい 17.4%	品質・鮮度がよい 17.0%	割引やポイントサービスがある 13.9%
パート・アルバイト (n=228)	自宅の近くにある 67.5%	価格が安い 35.1%	品質・鮮度がよい 18.4%	割引やポイントサービスがある 12.7%	お店に信用がある 11.4%
学生 (n=23)	自宅の近くにある 69.6%	価格が安い 26.1%	お店に信用がある 17.4%	品質・鮮度がよい / 割引やポイントサービスがある 8.7%	
無職 (n=347)	自宅の近くにある 72.3%	価格が安い 21.0%	品揃えがよい 19.0%	割引やポイントサービスがある 17.6%	品質・鮮度がよい 14.4%

図表11-5 商店街を利用する理由[職業別 順位比較]

※上位5位までを抽出

【家族構成別】

どの家族構成においても、1位が「自宅の近くにある」となっている。また「価格が安い」「品質・鮮度がよい」「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
単身 (n=237)	自宅の近くにある 75.1%	価格が安い 25.3%	品質・鮮度がよい 15.6%	品揃えがよい 14.8%	割引やポイントサービスがある 12.2%
1世代 (n=485)	自宅の近くにある 75.3%	価格が安い 21.0%	品質・鮮度がよい 17.5%	品揃えがよい 15.9%	使いやすい量で購入できる 13.8%
2世代 (n=660)	自宅の近くにある 72.3%	価格が安い 27.9%	品質・鮮度がよい 14.8%	品揃えがよい 12.7%	割引やポイントサービスがある 11.1%
3世代 (n=86)	自宅の近くにある 55.8%	割引やポイントサービスがある 25.6%	価格が安い 23.3%	品質・鮮度がよい 17.4%	使いやすい量で購入できる 15.1%
その他 (n=18)	自宅の近くにある 77.8%	価格が安い 33.3%	割引やポイントサービスがある 22.2%	使いやすい量で購入できる / 昔からの顔なじみである	16.7%

図表11-6 商店街を利用する理由[家族構成別]

※上位5位までを抽出

【年代別】

どの年代においても、1位が「自宅の近くにある」、2位が「価格が安い」となっている。また「品質・鮮度がよい」「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
20歳代 (n=85)	自宅の近くにある 76.5%	価格が安い 32.9%	品揃えがよい 11.8%	品質・鮮度がよい / お店に信用がある 10.6%	
30歳代 (n=174)	自宅の近くにある 78.7%	価格が安い 31.0%	品質・鮮度がよい 14.4%	お店に信用がある 10.9%	その他 9.2%
40歳代 (n=253)	自宅の近くにある 71.5%	価格が安い 27.3%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 10.7%	割引やポイントサービスがある 9.9%
50歳代 (n=236)	自宅の近くにある 76.3%	価格が安い 24.6%	品質・鮮度がよい 17.4%	品揃えがよい 12.3%	割引やポイントサービスがある 11.9%
60歳代 (n=298)	自宅の近くにある 69.8%	価格が安い 25.8%	品質・鮮度がよい 17.4%	割引やポイントサービスがある 15.1%	品揃えがよい 14.8%
70歳代以上 (n=449)	自宅の近くにある 70.6%	価格が安い 19.6%	品揃えがよい 19.4%	割引やポイントサービスがある 16.5%	品質・鮮度がよい 15.8%

図表11-7 商店街を利用する理由[年代別]

※上位5位までを抽出

【買い物の手段別】

どの交通手段においても、1位が「自宅の近くにある」、2位が「価格が安い」となっている。また「品質・鮮度がよい」「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。「自動車」では「駐車場がある」(22.0%)が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
徒歩 (n=876)	自宅の近くにある 78.9%	価格が安い 25.7%	品質・鮮度がよい 16.3%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 13.4%
自転車・バイク (n=276)	自宅の近くにある 68.8%	価格が安い 33.3%	品揃えがよい 14.9%	特売がある 14.1%	割引やポイントサービスがある 12.3%
自動車 (n=409)	自宅の近くにある 63.6%	価格が安い 23.2%	駐車場がある 22.0%	品質・鮮度がよい 15.9%	割引やポイントサービスがある 11.7%
バス (n=165)	自宅の近くにある 54.5%	価格が安い 26.7%	品揃えがよい 22.4%	品質・鮮度がよい 21.2%	割引やポイントサービスがある 14.5%
電車 (n=116)	自宅の近くにある 80.2%	価格が安い 27.6%	品質・鮮度がよい / 割引やポイントサービスがある 17.2%	品揃えがよい 16.4%	
その他 (n=27)	自宅の近くにある 77.8%	品揃えがよい / 価格が安い 22.2%	品質・鮮度がよい / 使いやすい量で購入できる 14.8%		

図表 11-8 商店街を利用する理由[買い物の手段別]

※上位 5 位までを抽出

【商店街タイプ別】

どの商店街のタイプにおいても、1位が「自宅の近くにある」となっている。2位は「近隣型商店街」「地域型商店街」では「価格が安い」、「広域型商店街」「超広域型商店街」では「品揃えがよい」となっており、商店街のタイプにより利用する理由が異なっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
近隣型商店街 (n=442)	自宅の近くにある 80.8%	価格が安い 28.1%	品質・鮮度がよい 14.0%	使いやすい量で購入できる 12.4%	割引やポイントサービスがある 11.5%
地域型商店街 (n=892)	自宅の近くにある 68.8%	価格が安い 25.8%	品質・鮮度がよい 16.1%	品揃えがよい 12.7%	割引やポイントサービスがある 12.7%
広域型商店街 (n=91)	自宅の近くにある 72.5%	品揃えがよい 36.3%	品質・鮮度がよい 19.8%	駐車場がある 18.7%	割引やポイントサービスがある 16.5%
超広域型商店街 (n=22)	自宅の近くにある 86.4%	品揃えがよい 54.5%	品質・鮮度がよい 36.4%	お店に信用がある 18.2%	価格が安い 13.6%
その他の商業エリア等 (n=43)	自宅の近くにある 74.4%	割引やポイントサービスがある 27.9%	価格が安い 25.6%	品揃えがよい 23.3%	駐車場がある 16.3%

図表11-9 商店街を利用する理由[商店街タイプ別]

※上位5位までを抽出

【商店街の利用頻度別】

どの利用頻度においても、1位が「自宅の近くにある」、2位は「価格が安い」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,506)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
ほぼ毎日 (n=236)	自宅の近くにある 85.2%	価格が安い 23.7%	割引やポイントサービス 21.2%	品揃えがよい 19.5%	品質・鮮度がよい 17.4%
週2～3回 (n=542)	自宅の近くにある 78.8%	価格が安い 26.4%	品質・鮮度がよい 18.8%	品揃えがよい 17.9%	割引やポイントサービスがある 15.3%
週1回 (n=326)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 22.4%	品質・鮮度がよい 16.0%	品揃えがよい 12.6%	お店に信用がある 11.0%
月2～3回 (n=239)	自宅の近くにある 59.4%	価格が安い 26.8%	品質・鮮度がよい 12.1%	その他 10.9%	品揃えがよい 10.5%
月1回 (n=163)	自宅の近くにある 54.0%	価格が安い 25.8%	その他 14.7%	品質・鮮度がよい 8.6%	お店に信用がある 7.4%

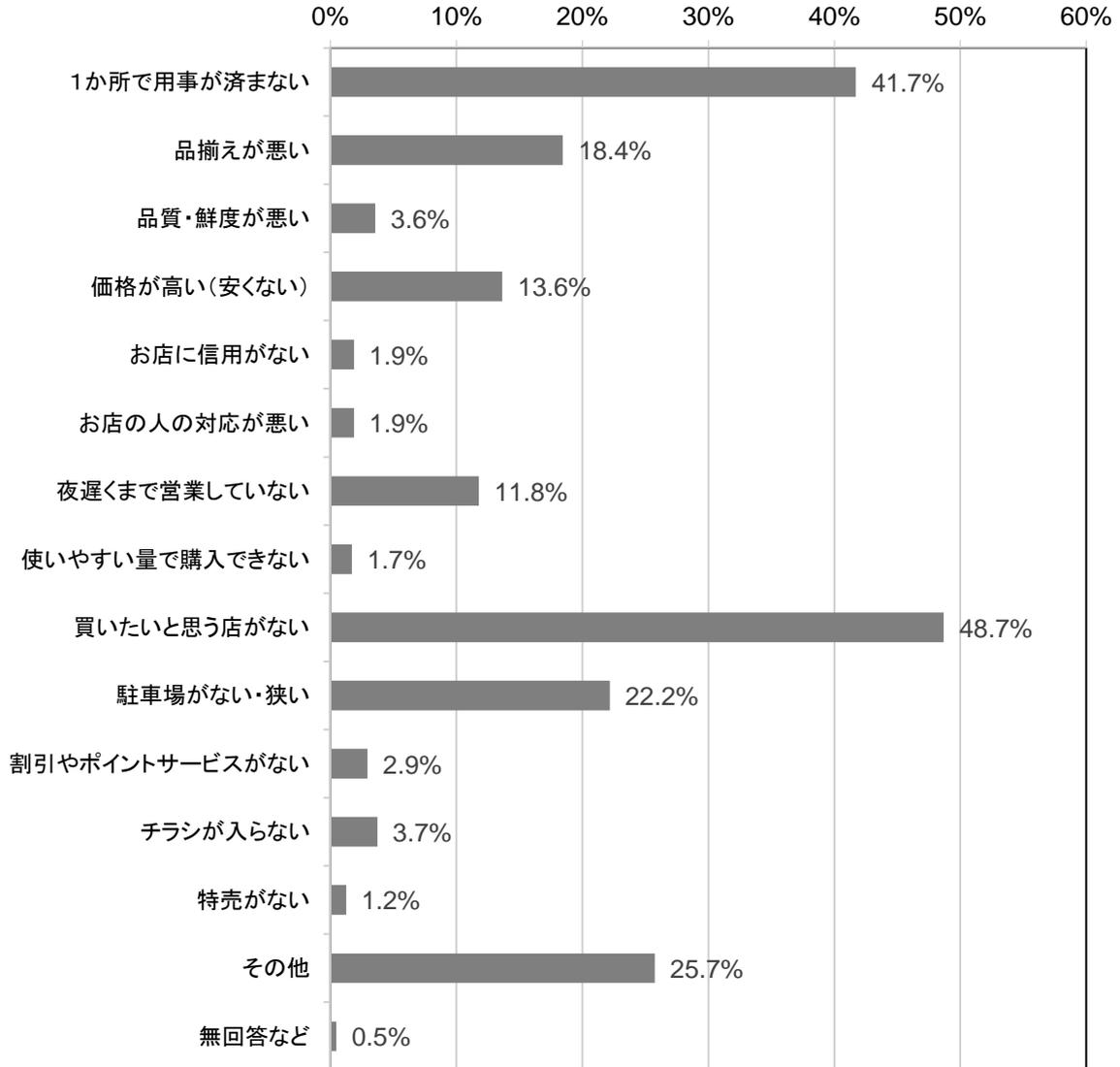
図表11-10 商店街を利用する理由[商店街の利用頻度別]

※上位5位までを抽出

問6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。

【全体】

「買いたいと思う店がない」が最も多く、48.7%であった。次いで「1か所で用事が済まない」(41.7%)、「駐車場がない・狭い」(22.2%)、「品揃えが悪い」(18.4%)の順となった。

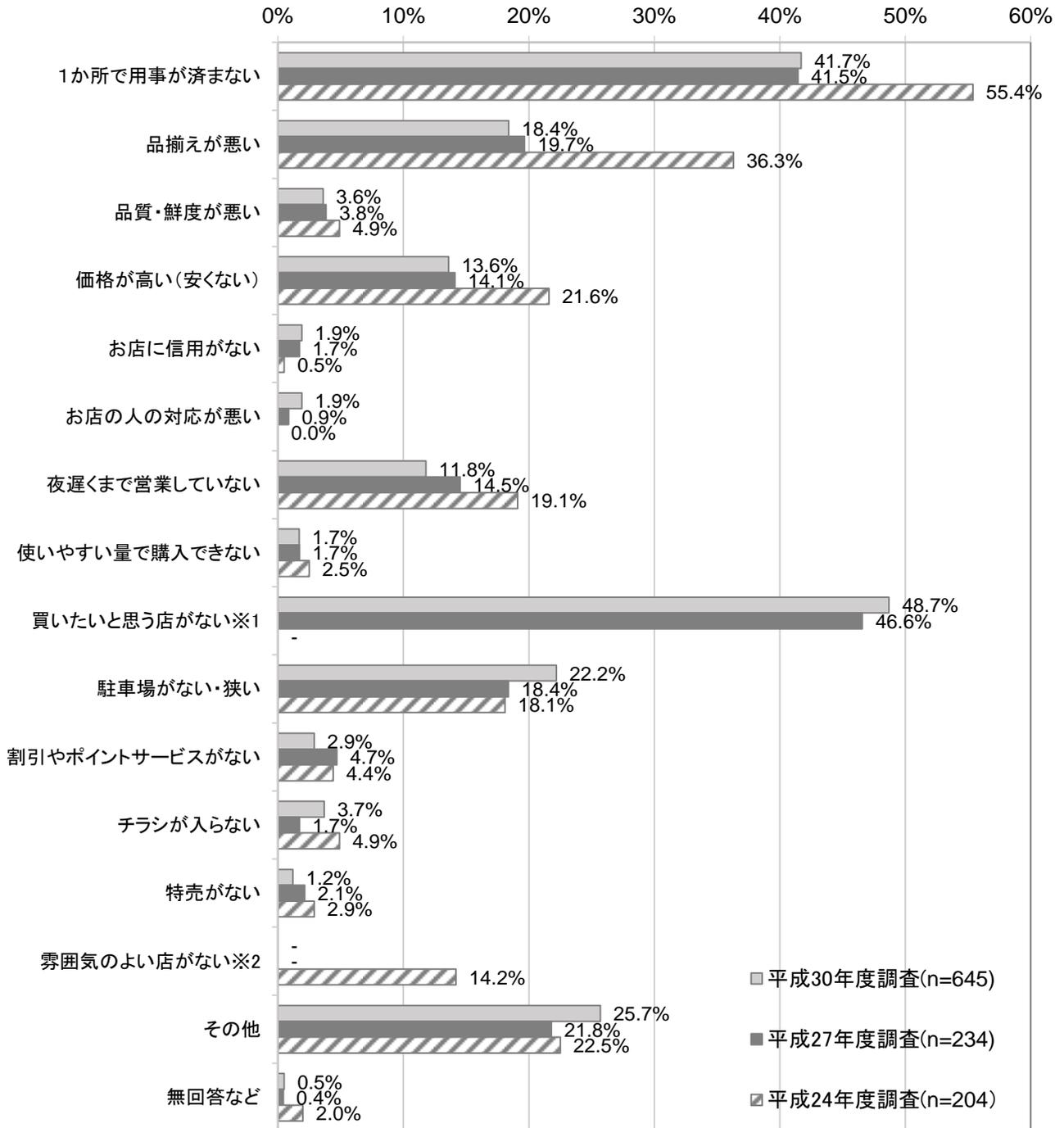


図表12-1 商店街を利用しない理由[全体]

n=645

【経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられず、「1か所で用事が済まない」「買いたいと思う店がない」が上位となっている。



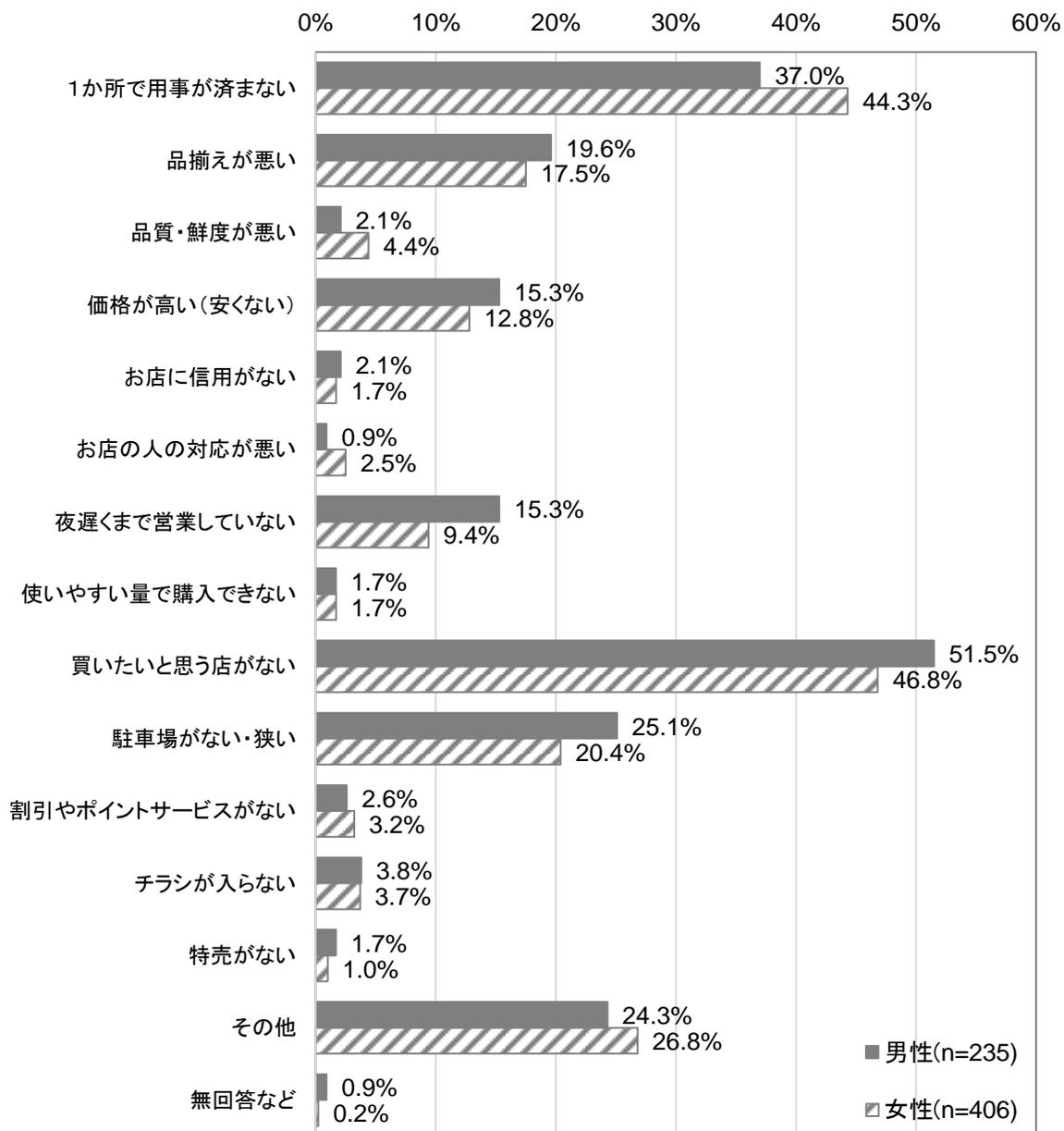
図表12-2 商店街を利用しない理由[経年比較]

※1 「買いたいと思う店がない」は平成27年度調査で新設した。

※2 「雰囲気の良い店がない」は平成24年度調査のみの選択肢である。

【性別】

性別で見ると、「1か所で用事が済まない」で女性が男性を7.3ポイント上回っている。



図表12-3 商店街を利用しない理由[性別]

【職業別】

職業別にみると、「買いたいと思う店がない」「1か所で用事が済まない」が上位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=645)	買いたいと思う店がない 48.7%	1か所で用事が済まない 41.7%	その他 25.7%	駐車場がない・狭い 22.2%	品揃えが悪い 18.4%
会社員 (n=268)	買いたいと思う店がない 49.3%	1か所で用事が済まない 35.4%	駐車場がない・狭い 25.0%	その他 22.8%	夜遅くまで営業していない 18.3%
自営業 (n=35)	1か所で用事が済まない 48.6%	買いたいと思う店がない 42.9%	その他 40.0%	品揃えが悪い 28.6%	夜遅くまで営業していない 17.1%
専業主婦(主夫) (n=118)	1か所で用事が済まない 51.7%	買いたいと思う店がない 50.8%	駐車場がない・狭い / その他 25.4%		品揃えが悪い 20.3%
パート・アルバイト (n=125)	買いたいと思う店がない 49.6%	1か所で用事が済まない 44.0%	駐車場がない・狭い 24.0%	その他 22.4%	価格が高い(安くない) 16.8%
学生 (n=11)	その他 45.5%	品揃えが悪い/買いたいと思う店がない 36.4%		1か所で用事が済まない 18.2%	価格が高い(安くない) 9.1%
無職 (n=82)	1か所で用事が済まない/買いたいと思う店がない 45.1%		その他 34.1%	品揃えが悪い 18.3%	駐車場がない・狭い / 夜遅くまで営業していない 13.4%

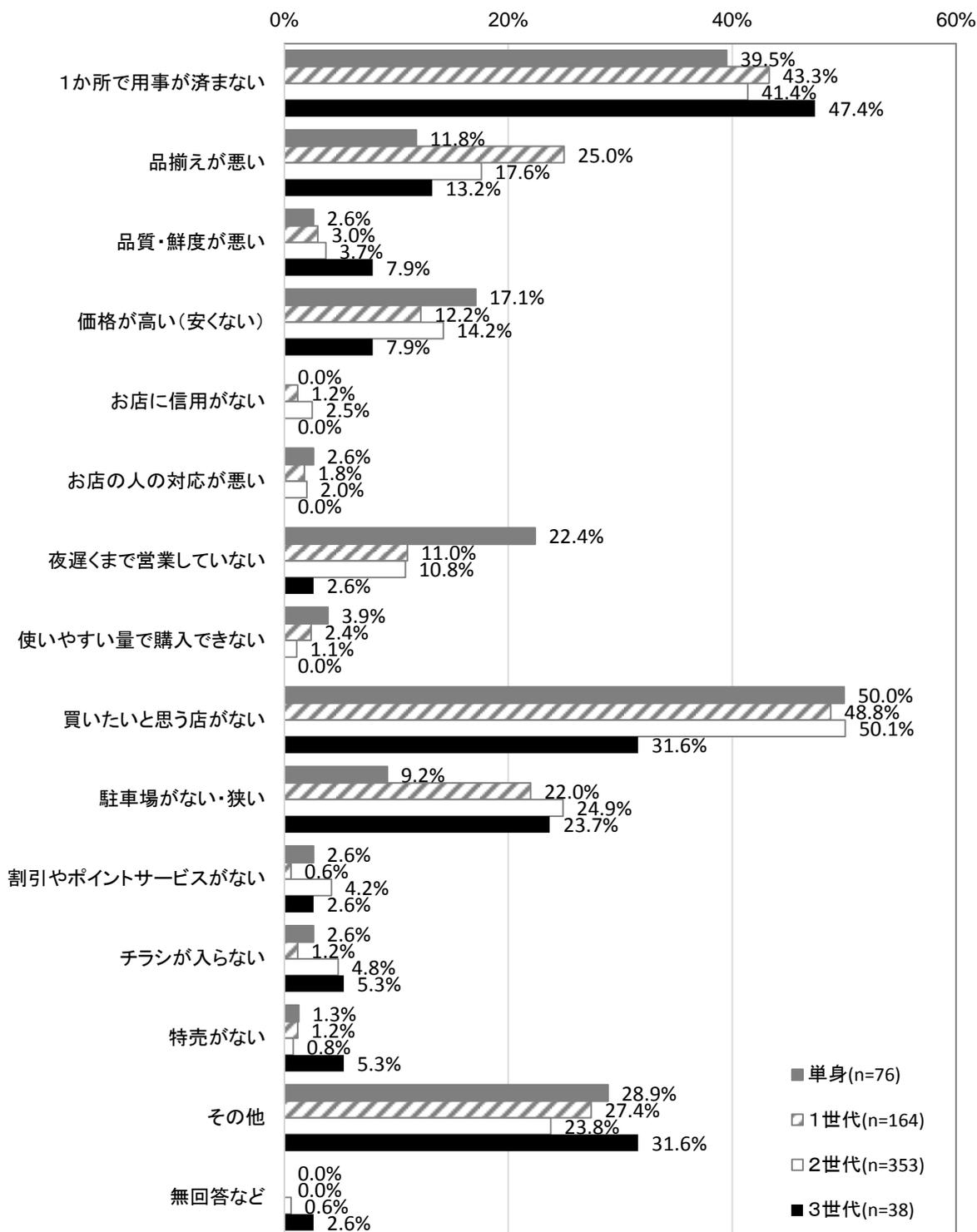
図表12-4 商店街を利用しない理由[職業別]

※上位5位までを抽出

【家族構成別】

どの家族構成においても「1か所で用事が済まない」「買いたいと思う店がない」が上位を占めている。

「単身」では「夜遅くまで営業していない」(22.4%)が他の家族構成より割合が高く、「駐車場がない・狭い」(9.2%)が他の家族構成に比べ低い。また「1世代」では「品揃えが悪い」(25.0%)が他の家族構成より割合が高い。



図表12-5 商店街を利用しない理由[家族構成別]

【年代別】

どの年代においても、「買いたいと思う店がない」「1か所で用事が済まない」の割合が高く、次に「駐車場がない・狭い」「品揃えが悪い」が続く。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=645)	買いたいと思う店がない 48.7%	1か所で用事が済まない 41.7%	その他 25.7%	駐車場がない・狭い 22.2%	品揃えが悪い 18.4%
20歳代 (n=64)	買いたいと思う店がない 45.3%	1か所で用事が済まない 31.3%	その他 28.1%	品揃えが悪い 17.2%	夜遅くまで営業していない 15.6%
30歳代 (n=123)	買いたいと思う店がない 50.4%	1か所で用事が済まない 37.4%	その他 26.0%	駐車場がない・狭い 25.2%	品揃えが悪い 16.3%
40歳代 (n=127)	買いたいと思う店がない 50.4%	1か所で用事が済まない 40.2%	駐車場がない・狭い 28.3%	品揃えが悪い 18.9%	その他 18.1%
50歳代 (n=137)	買いたいと思う店がない 44.5%	1か所で用事が済まない 40.9%	駐車場がない・狭い 27.7%	その他 23.4%	品揃えが悪い 20.4%
60歳代 (n=102)	買いたいと思う店がない 54.9%	1か所で用事が済まない 46.1%	その他 34.3%	品揃えが悪い 18.6%	駐車場がない・狭い 16.7%
70歳代以上 (n=88)	1か所で用事が済まない 53.4%	買いたいと思う店がない 44.3%	その他 29.5%	品揃えが悪い 17.0%	駐車場がない・狭い 15.9%

図表12-6 商店街を利用しない理由[年代別]

※上位5位までを抽出

【買い物手段別】

ほとんどの買い物手段で「買いたいと思う店がない」「1か所で用事が済まない」が上位となっているが、「自動車」では「駐車場がない・狭い」(44.3%)が上位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=645)	買いたいと思う店がない 48.7%	1か所で用事が済まない 41.7%	その他 25.7%	駐車場がない・狭い 22.2%	品揃えが悪い 18.4%
徒歩 (n=255)	買いたいと思う店がない 50.2%	1か所で用事が済まない 42.0%	その他 31.0%	夜遅くまで営業していない 14.5%	品揃えが悪い 14.1%
自転車・バイク (n=111)	買いたいと思う店がない 48.6%	1か所で用事が済まない 38.7%	その他 27.9%	品揃えが悪い 20.7%	価格が高い(安くない) 18.0%
自動車 (n=262)	買いたいと思う店がない / 駐車場がない・狭い 44.3%		1か所で用事が済まない 43.1%	その他 21.0%	品揃えが悪い 18.7%
バス (n=55)	1か所で用事が済まない 47.3%	買いたいと思う店がない 45.5%	品揃えが悪い 29.1%	その他 21.8%	駐車場がない・狭い 14.5%
電車 (n=45)	買いたいと思う店がない 62.2%	1か所で用事が済まない 53.3%	品揃えが悪い 26.7%	夜遅くまで営業していない 20.0%	価格が高い(安くない) 13.3%
その他 (n=20)	その他 60.0%	買いたいと思う店がない 30.0%	駐車場がない・狭い 15.0%	1か所で用事が済まない / 価格が高い(安くない) / チラシが入らない 10.0%	

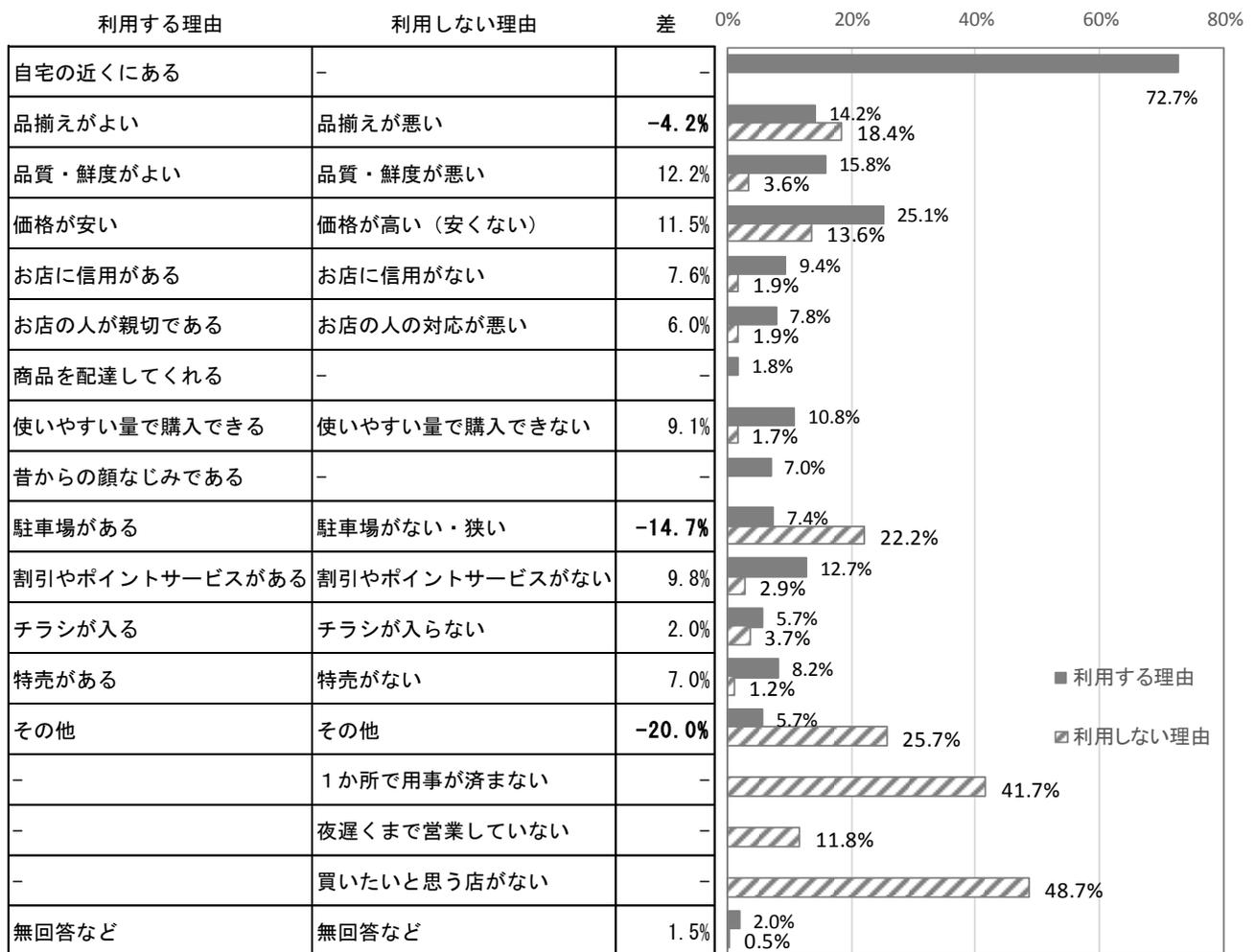
図表 12-7 商店街を利用しない理由[買い物手段別]

※上位 5 位までを抽出

【問5(商店街を利用する主な理由)との比較】

マイナス要素が大きく上回っているものは「駐車場がない・狭い」で、その差は14.7%となった。また「品揃えが悪い」も4.2%の差があった。

一方、プラス要素が上回ったものは「品質・鮮度がよい」(差12.2%)、「価格が安い」(差11.5%)、「割引やポイントサービスがある」(差9.8%)、「使いやすい量で購入できる」(差9.1%)が上位にきている。



図表12-8 商店街を利用しない理由[問5との比較]

※上記のグラフで、商店街を利用する理由、利用しない理由の比較を行った。相対すると思われる質問は並列で表記している。

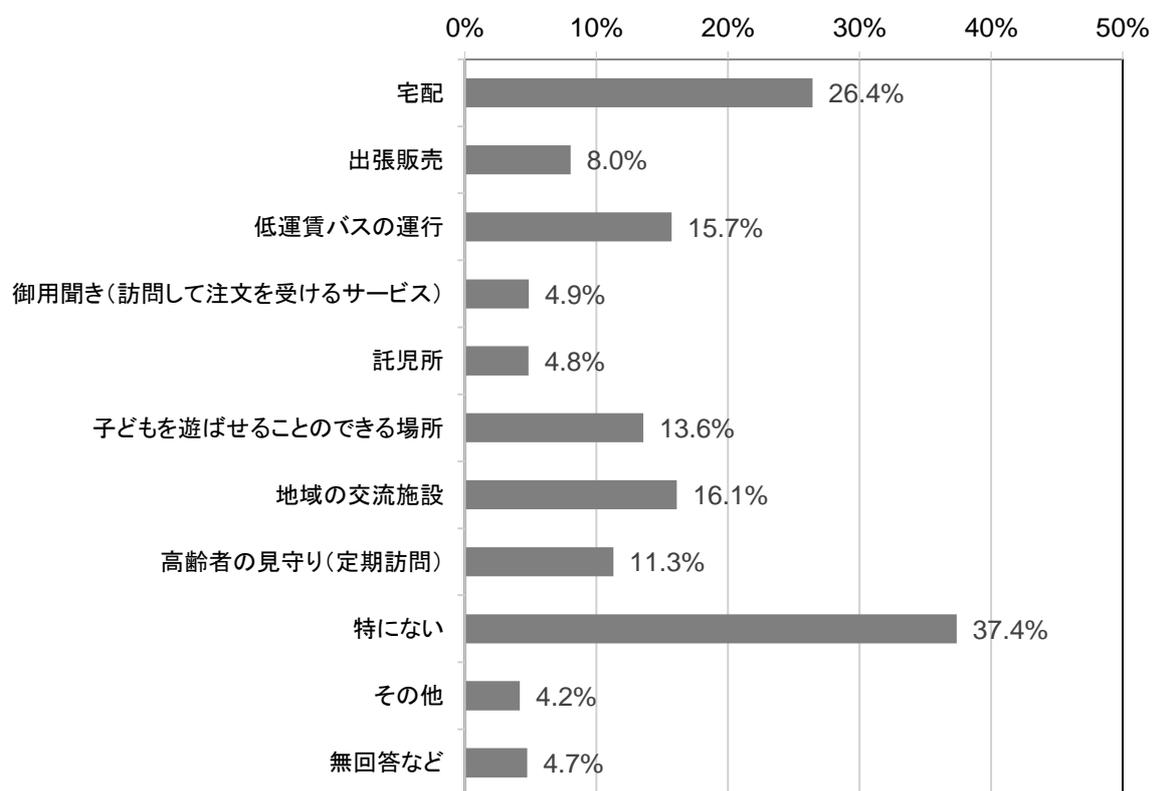
また、プラス要素である利用する理由とマイナス要素である利用しない理由の割合を差し引きしたものを「差」として表中に記載している。

(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。

【全体】

「特にない」が最も多く、37.4%であった。次いで「宅配」(26.4%)、「地域の交流施設」(16.1%)、「低運賃バスの運行」(15.7%)の順となった。

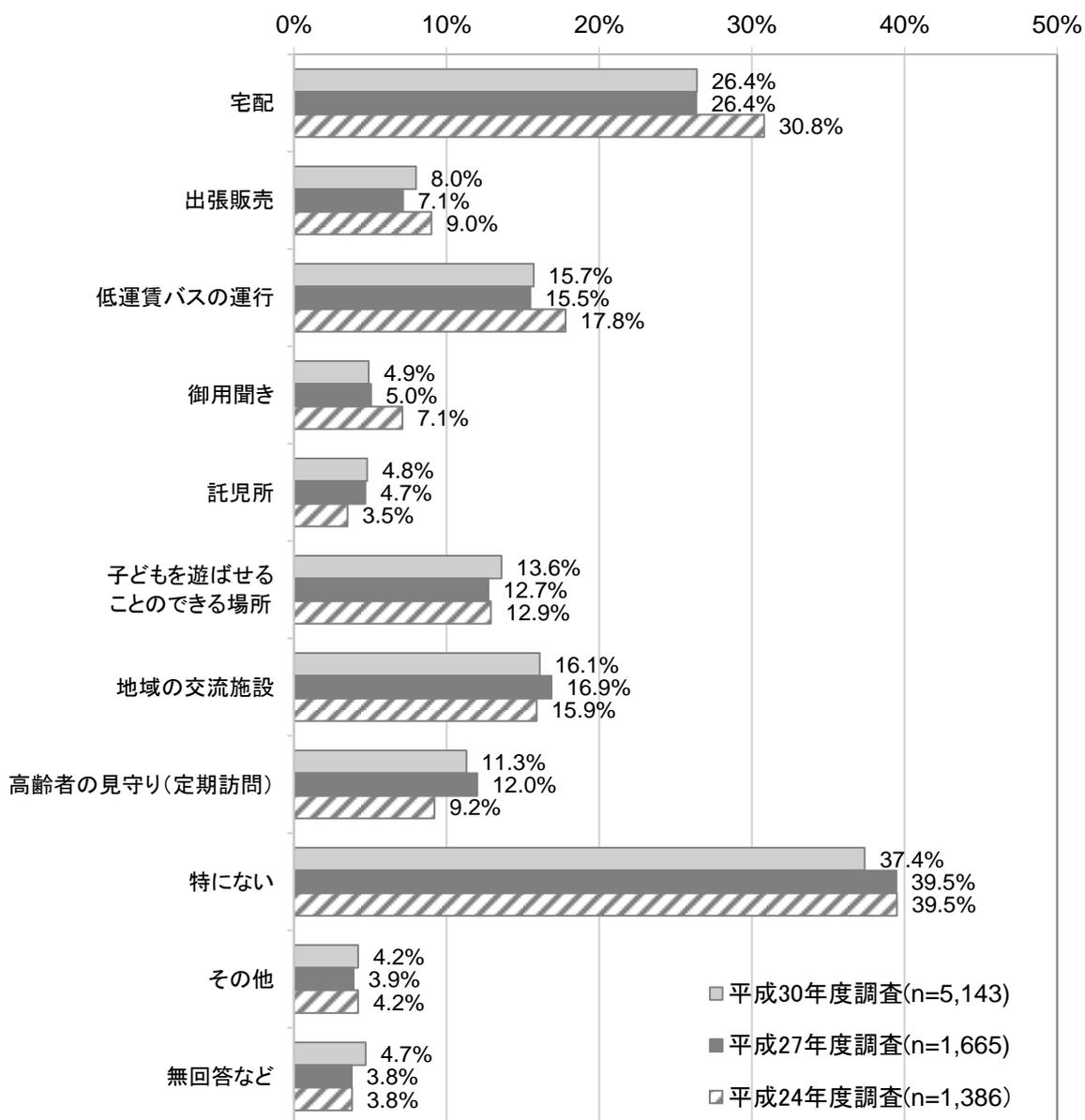


n=5,143

図表13-1 商店街に希望するサービス[全体]

【経年比較】

平成24年度調査、平成27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。「特にない」が最も多く、次に「宅配」が続く。



図表13-2 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」(20.0%)が入り、「3世代」では3位に「低運賃バスの運行」(19.5%)が入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特にな 37.4%	宅配 26.4%	地域の交流施設 16.1%	低運賃バスの運行 15.7%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 13.6%
単身 (n=735)	特にな 40.5%	宅配 29.4%	地域の交流施設 13.6%	高齢者の見守り (定期訪問) 13.1%	低運賃バスの運行 12.7%
1世代 (n=1,572)	特にな 39.4%	宅配 28.1%	地域の交流施設 16.0%	低運賃バスの運行 15.3%	高齢者の見守り (定期訪問) 10.5%
2世代 (n=2,420)	特にな 34.9%	宅配 24.8%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 20.0%	地域の交流施設 17.1%	低運賃バスの運行 16.9%
3世代 (n=287)	特にな 34.1%	宅配 24.4%	低運賃バスの運行 19.5%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 19.2%	地域の交流施設 17.4%
その他 (n=69)	特にな 44.9%	宅配 29.0%	出張販売 / 低運賃バスの運行 / 高齢者の見守り (定期訪問)		11.6%

図表13-3 商店街に希望するサービス[家族構成別]

※上位5位までを抽出

【年代別】

多くの年代で「特にない」が1位となっているが、「30歳代」のみ「子どもを遊ばせることのできる場所」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特にない 37.4%	宅配 26.4%	地域の交流施設 16.1%	低運賃バスの運行 15.7%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 13.6%
20歳代 (n=371)	特にない 39.9%	宅配 26.1%	低運賃バスの運行 24.5%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 18.1%	地域の交流施設 13.7%
30歳代 (n=696)	子どもを遊ばせる ことのできる場所 43.2%	宅配 25.6%	特にない 24.4%	低運賃バスの運行 18.1%	託児所 17.2%
40歳代 (n=895)	特にない 35.3%	宅配 22.9%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 22.3%	低運賃バスの運行 17.1%	地域の交流施設 16.4%
50歳代 (n=904)	特にない 40.0%	宅配 26.7%	地域の交流施設 19.2%	低運賃バスの運行 14.7%	高齢者の見守り (定期訪問) 13.6%
60歳代 (n=943)	特にない 41.4%	宅配 28.2%	地域の交流施設 17.1%	低運賃バスの運行 16.4%	高齢者の見守り (定期訪問) 10.7%
70歳代以上 (n=1,300)	特にない 40.1%	宅配 28.1%	高齢者の見守り (定期訪問) 16.2%	地域の交流施設 15.5%	低運賃バスの運行 11.0%

図表13-4 商店街に希望するサービス[年代別]

※上位5位までを抽出

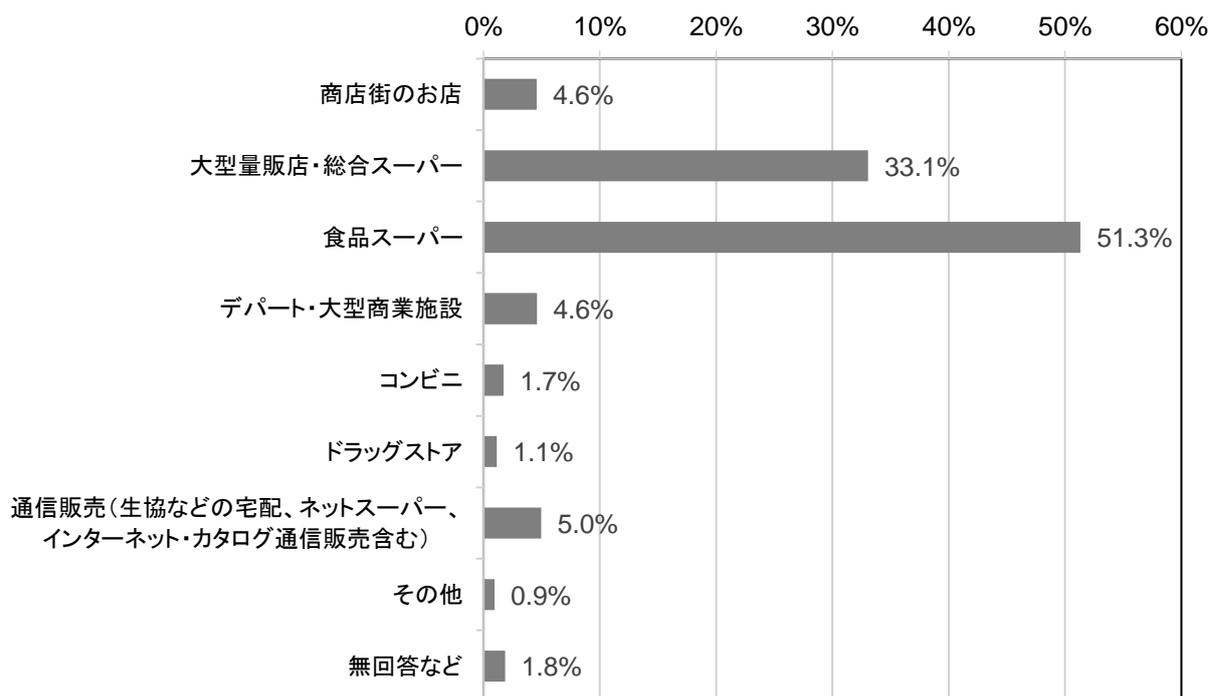
(6) 品目別購入先とそこでの購入理由

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 全体】

「食品スーパー」が最も多く、51.3%であった。次いで「大型量販店・総合スーパー」(33.1%)、「通信販売」(5.0%)、「商店街のお店」、「デパート・大型商業施設」(共に4.6%)の順となった。

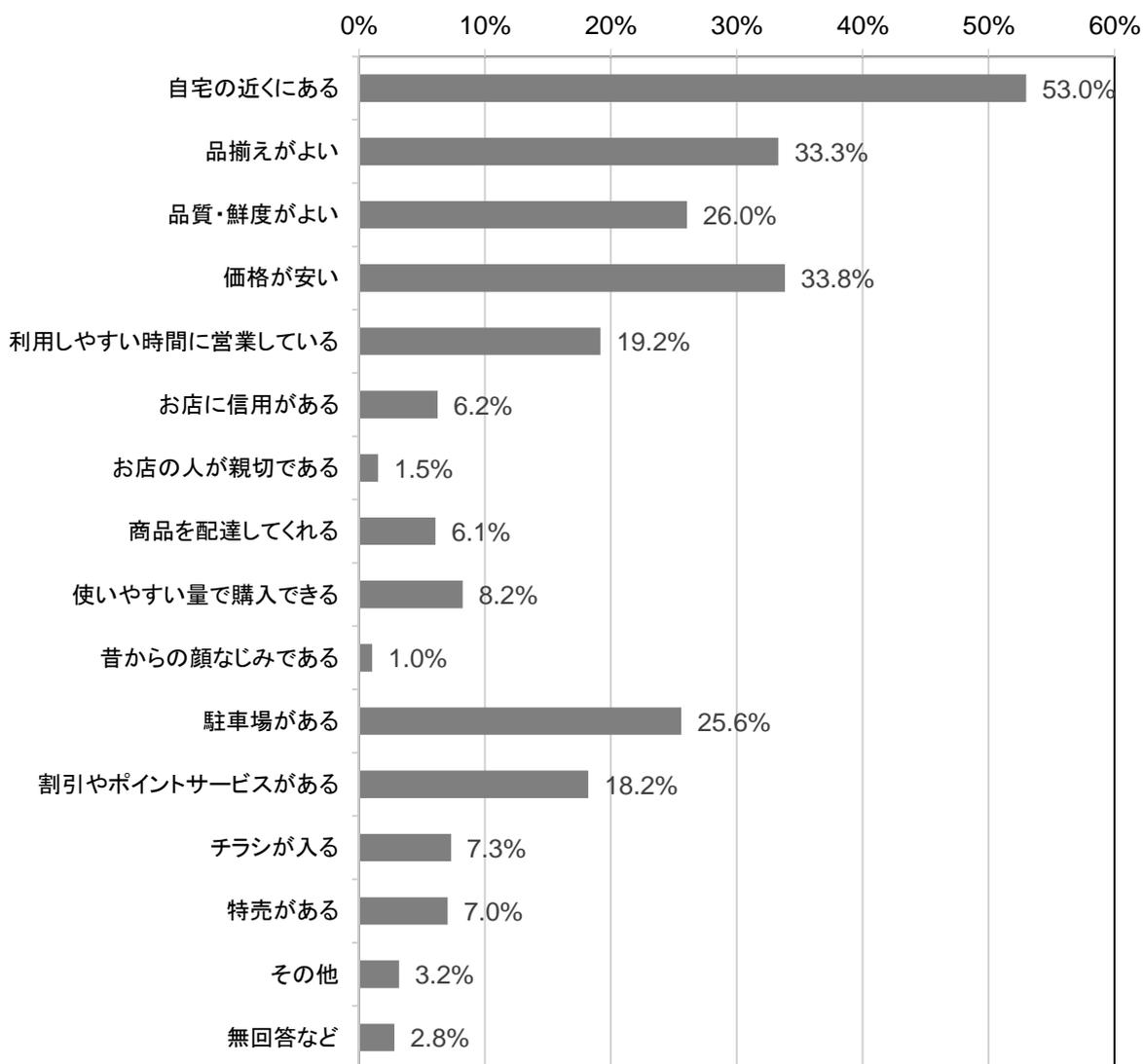


n=5,143

図表14-1 生鮮食料品購入先 [全体]

【生鮮食料品購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、53.0%であった。次いで「価格が安い」(33.8%)、「品揃えがよい」(33.3%)、「品質・鮮度がよい」(26.0%)、「駐車場がある」(25.6%)の順となった。

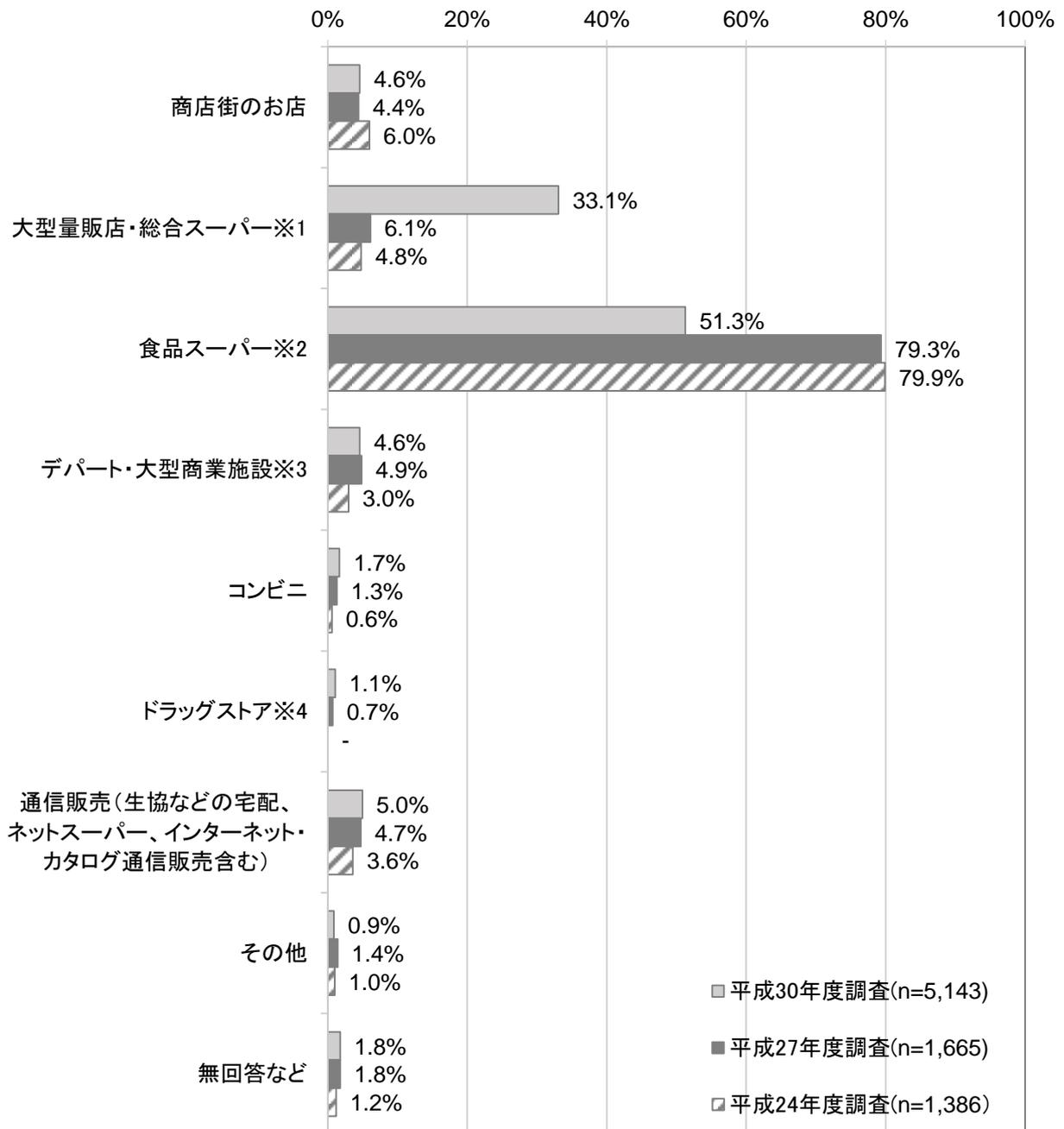


図表14-2 生鮮食料品購入理由 [全体]

n=5,143

【生鮮食料品購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大型量販店、スーパーで購入する傾向に大きな違いはみられなかった。



図表14-3 生鮮食料品購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

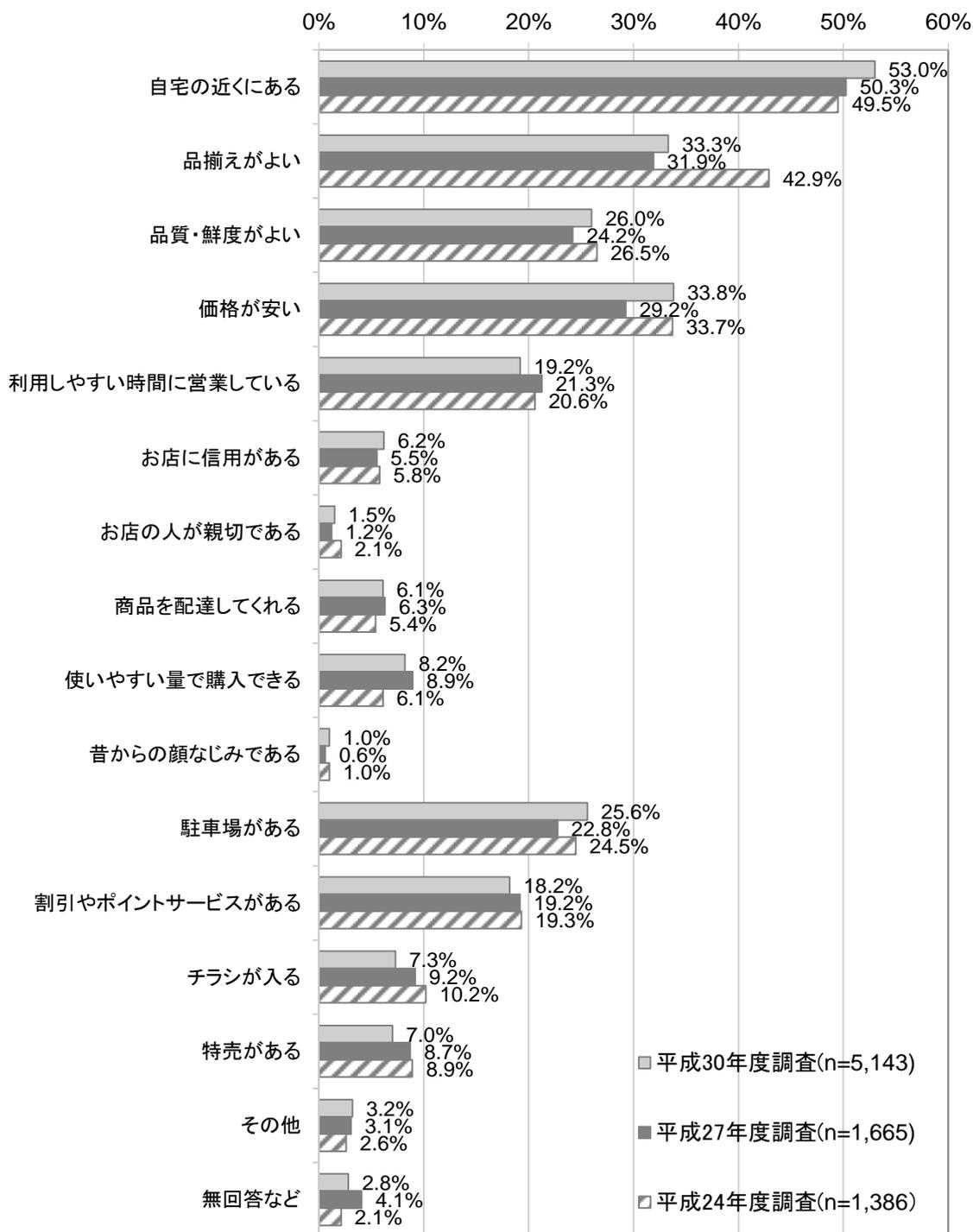
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【生鮮食料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」「価格が安い」の順位が高い。



図表14-4 生鮮食料品購入理由 [経年比較]

【生鮮食料品購入先 年代別】

どの年代でも「食品スーパー」が1位、「大型量販店・総合スーパー」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	食品スーパー 51.3%	大型量販店・総合スーパー 33.1%	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） 5.0%	商店街のお店 4.6%	デパート・大型商業施設 4.6%
20歳代 (n=371)	食品スーパー 58.5%	大型量販店・総合スーパー 28.6%	デパート・大型商業施設 5.4%	商店街のお店 4.9%	コンビニ 3.2%
30歳代 (n=696)	食品スーパー 57.9%	大型量販店・総合スーパー 33.3%	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） 4.5%	デパート・大型商業施設 3.7%	商店街のお店 2.6%
40歳代 (n=895)	食品スーパー 57.7%	大型量販店・総合スーパー 30.8%	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） 5.5%	デパート・大型商業施設 3.9%	商店街のお店 3.2%
50歳代 (n=904)	食品スーパー 49.9%	大型量販店・総合スーパー 35.4%	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） 5.0%	デパート・大型商業施設 4.1%	商店街のお店 3.1%
60歳代 (n=943)	食品スーパー 51.4%	大型量販店・総合スーパー 33.4%	デパート・大型商業施設 5.0%	商店街のお店 4.5%	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） 4.3%
70歳代以上 (n=1,300)	食品スーパー 42.7%	大型量販店・総合スーパー 33.8%	商店街のお店 7.5%	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） 6.3%	デパート・大型商業施設 5.4%

図表14-5 生鮮食料品購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【生鮮食料品購入理由 年代別】

多くの年代で、1位「自宅の近くにある」、2位「価格が安い」、3位「品揃えがよい」となっているが、「70歳代以上」のみ、2位「品揃えがよい」(31.5%)、3位「品質・鮮度がよい」(28.2%)となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	自宅の近くにある 53.0%	価格が安い 33.8%	品揃えがよい 33.3%	品質・鮮度がよい 26.0%	駐車場がある 25.6%
20歳代 (n=371)	自宅の近くにある 66.6%	価格が安い 41.5%	品揃えがよい 36.7%	利用しやすい時間に営業している 27.0%	品質・鮮度がよい 15.9%
30歳代 (n=696)	自宅の近くにある 57.5%	価格が安い 40.1%	品揃えがよい 38.2%	利用しやすい時間に営業している 25.1%	駐車場がある 23.3%
40歳代 (n=895)	自宅の近くにある 52.1%	価格が安い 41.1%	品揃えがよい 33.1%	駐車場がある 29.8%	品質・鮮度がよい 25.4%
50歳代 (n=904)	自宅の近くにある 52.1%	価格が安い 37.7%	品揃えがよい 32.1%	駐車場がある 31.7%	品質・鮮度がよい 26.3%
60歳代 (n=943)	自宅の近くにある 53.4%	価格が安い 32.0%	品揃えがよい 31.9%	品質・鮮度がよい 30.3%	駐車場がある 29.3%
70歳代以上 (n=1,300)	自宅の近くにある 47.5%	品揃えがよい 31.5%	品質・鮮度がよい 28.2%	割引やポイントサービスがある 22.2%	価格が安い 21.7%

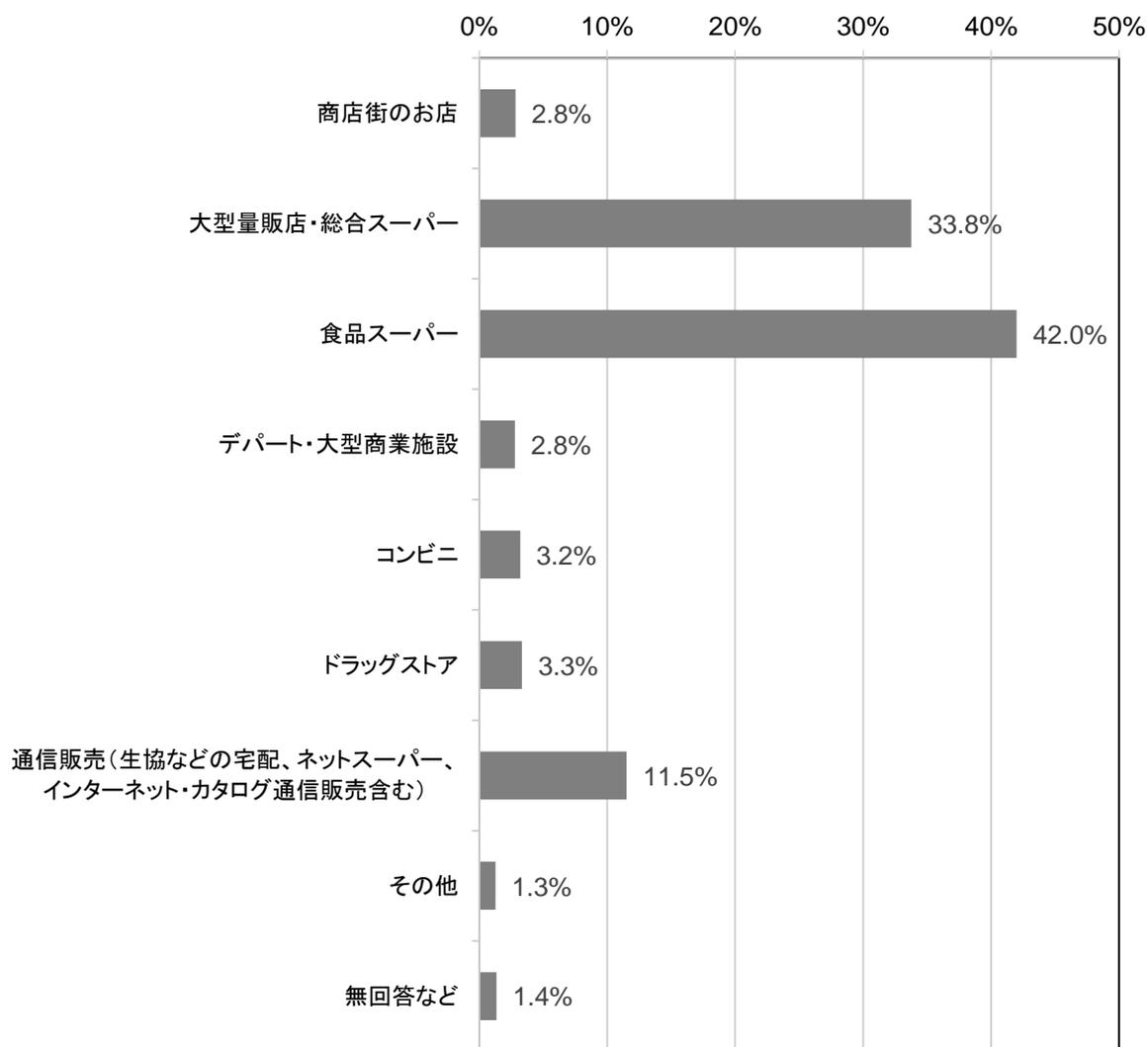
図表 14-6 生鮮食料品購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

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 全体】

「食品スーパー」が最も多く、42.0%であった。次いで「大型量販店・総合スーパー」(33.8%)、「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)」(11.5%)の順となった。また、「商店街のお店」は2.8%であった。

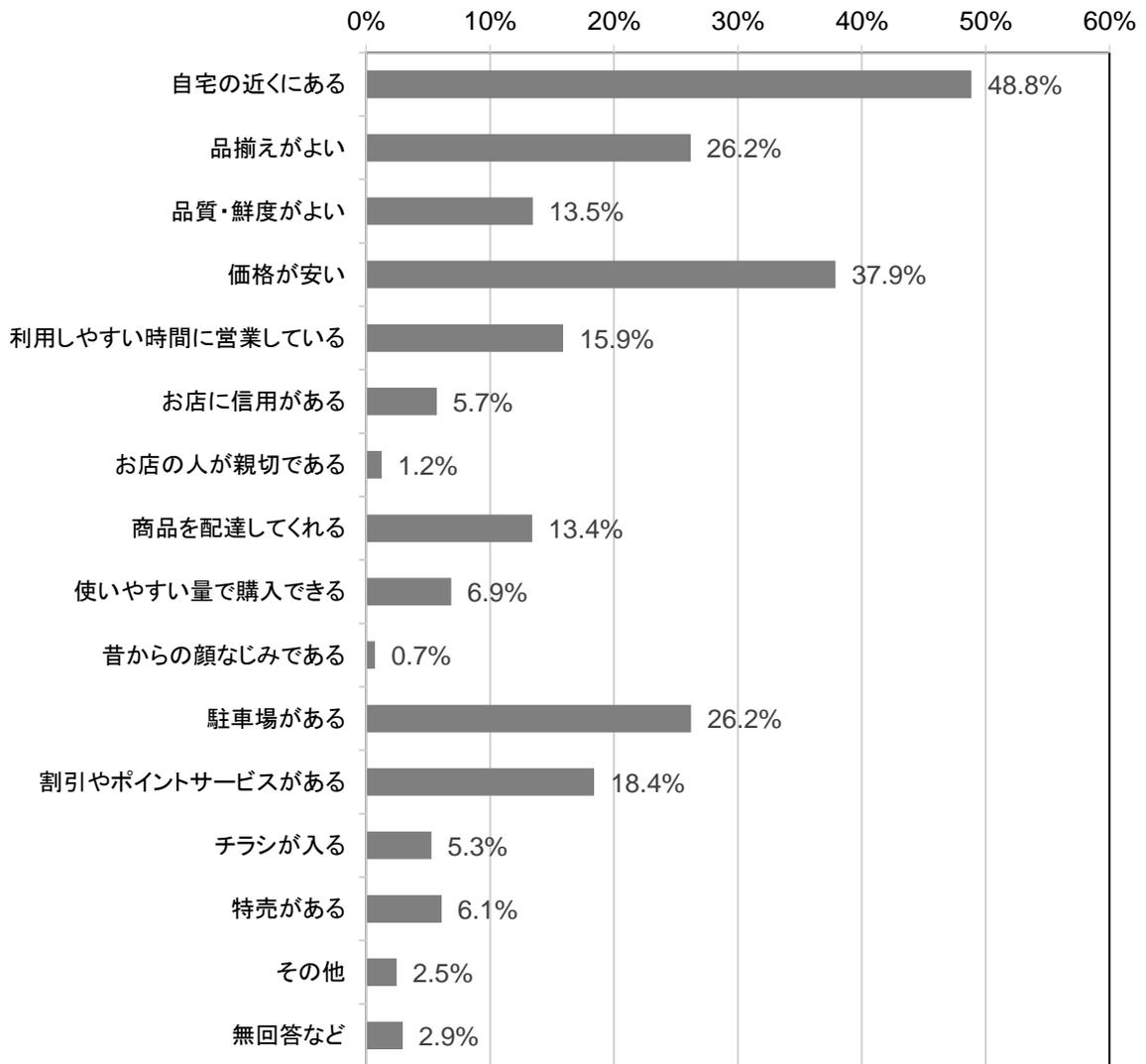


n=5,143

図表15-1 その他食料品購入先[全体]

【その他食料品購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、48.8%であった。次いで「価格が安い」(37.9%)、「品揃えがよい」、「駐車場がある」(共に26.2%)の順となった。

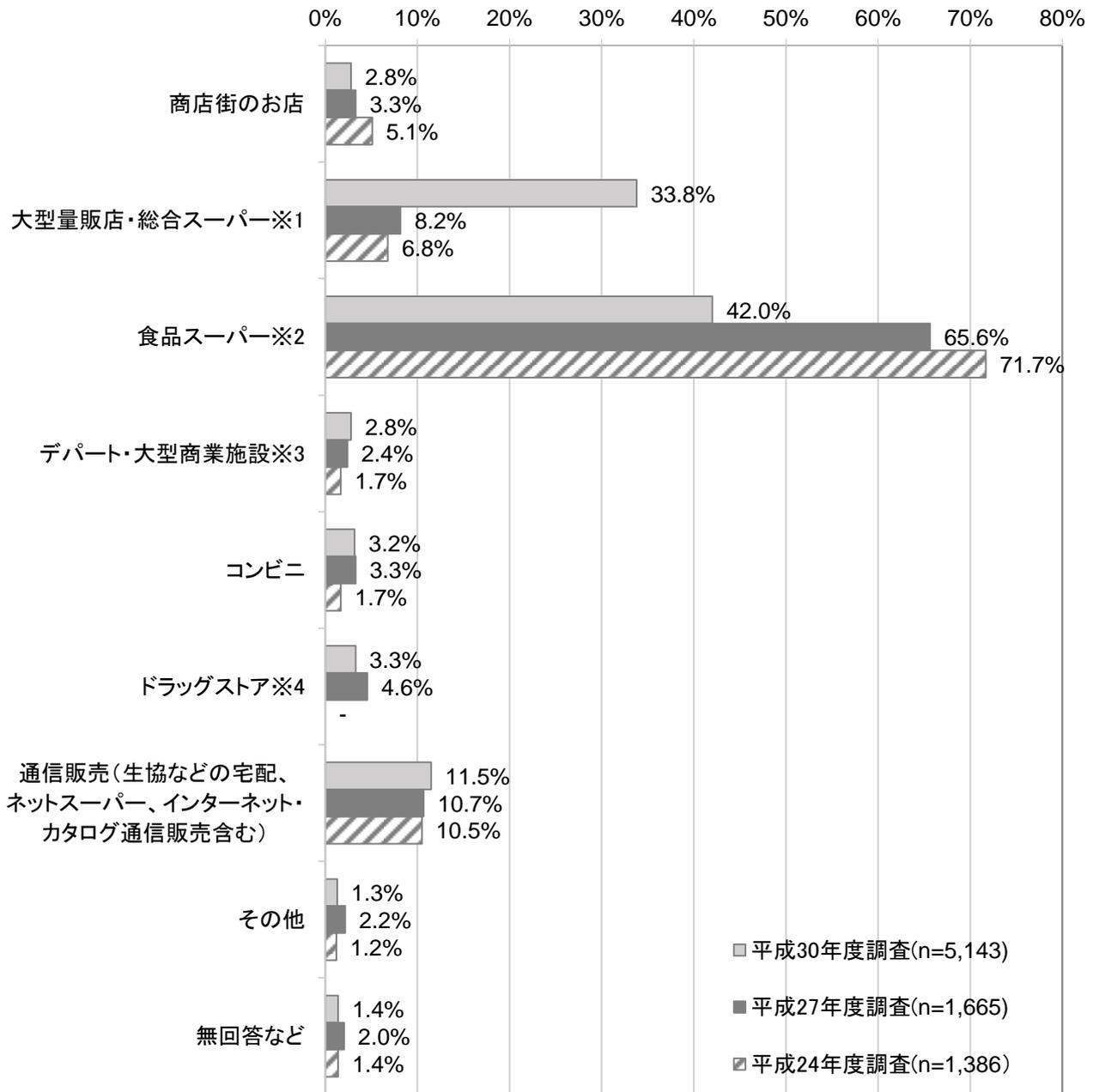


n=5,143

図表15-2 その他食料品購入理由[全体]

【その他食料品購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大型量販店、スーパーで購入する傾向に変わりはありません。



図表15-3 その他食料品購入先[経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

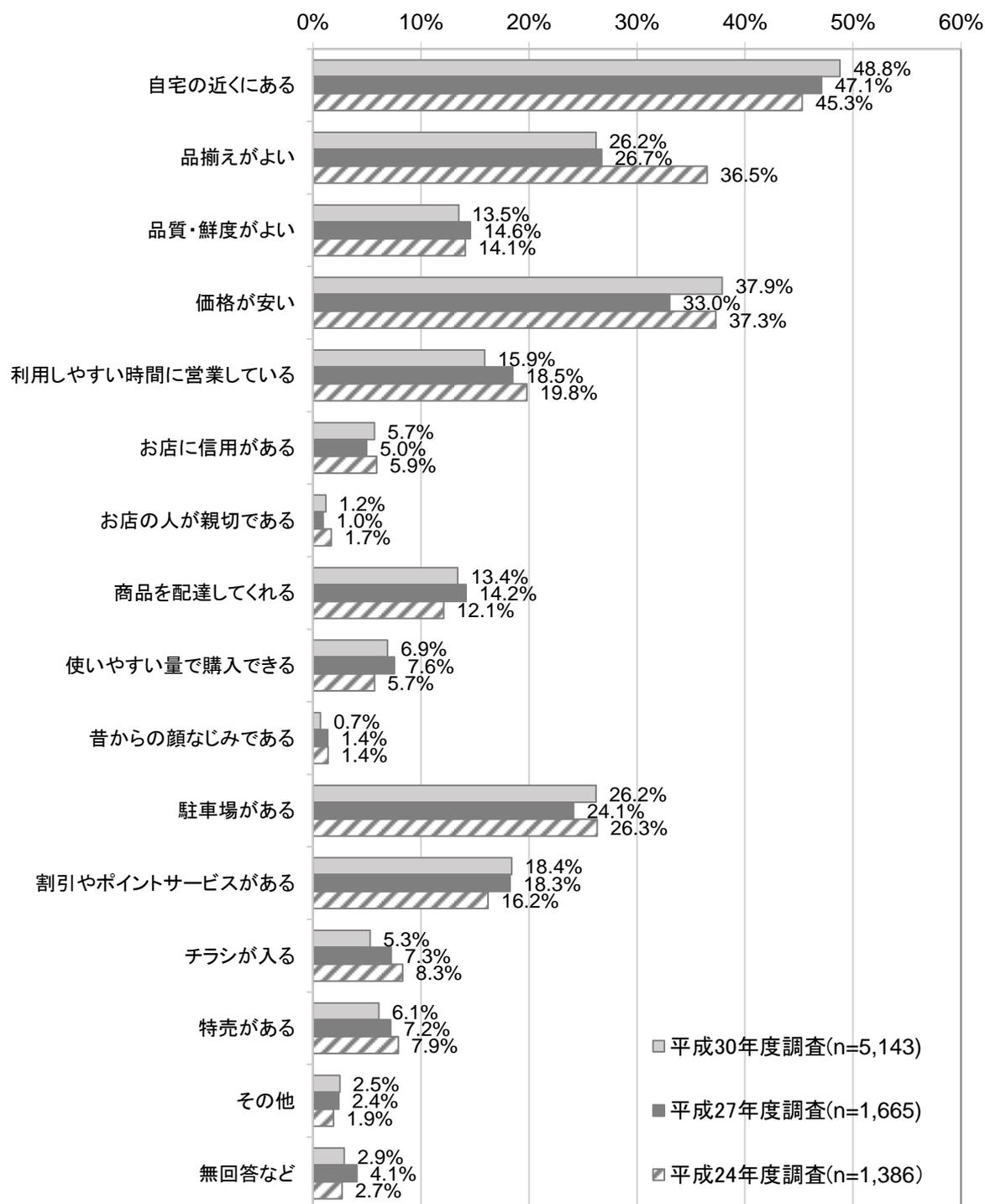
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【その他食料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」「価格が安い」の順位が高い。



図表15-4 その他食料品購入理由[経年比較]

【その他食料品購入先 年代別】

多くの年代で「食品スーパー」が1位、「大型量販店・総合スーパー」が2位、「通信販売」が3位となっているが、「20歳代」のみ「コンビニ」(11.6%)が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	食品スーパー 42.0%	大型量販店・総合スーパー 33.8%	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） 11.5%	ドラッグストア 3.3%	コンビニ 3.2%
20歳代 (n=371)	食品スーパー 48.8%	大型量販店・総合スーパー 27.2%	コンビニ 11.6%	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） 5.4%	ドラッグストア 3.5%
30歳代 (n=696)	食品スーパー 44.5%	大型量販店・総合スーパー 31.9%	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） 11.6%	ドラッグストア 5.3%	コンビニ 4.0%
40歳代 (n=895)	食品スーパー 42.1%	大型量販店・総合スーパー 30.5%	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） 15.0%	ドラッグストア 5.0%	デパート・大型商業施設 / コンビニ 3.2%
50歳代 (n=904)	食品スーパー 52.1%	大型量販店・総合スーパー 37.7%	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） 32.1%	ドラッグストア 31.7%	コンビニ 26.3%
60歳代 (n=943)	食品スーパー 44.6%	大型量販店・総合スーパー 36.6%	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） 10.4%	商店街のお店 2.4%	デパート・大型商業施設 2.2%
70歳代以上 (n=1,300)	食品スーパー 39.6%	大型量販店・総合スーパー 35.1%	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） 10.0%	商店街のお店 5.4%	無回答など 3.3%

図表15-5 その他食料品購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【その他食料品購入理由 年代別】

全ての年代で、1位「自宅の近くにある」、2位「価格が安い」となっている。3位は「20歳代」「30歳代」「70歳代以上」では「品揃えがよい」、「40歳代」「50歳代」「60歳代」では「駐車場がある」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	自宅の近くにある 48.8%	価格が安い 37.9%	品揃えがよい / 駐車場がある 26.2%		割引やポイントサービスがある 18.4%
20歳代 (n=371)	自宅の近くにある 63.9%	価格が安い 41.0%	品揃えがよい 28.3%	利用しやすい時間に営業している 28.0%	駐車場がある 12.7%
30歳代 (n=696)	自宅の近くにある 53.0%	価格が安い 41.8%	品揃えがよい 27.2%	駐車場がある 24.0%	利用しやすい時間に営業している 19.8%
40歳代 (n=895)	自宅の近くにある 47.0%	価格が安い 43.8%	駐車場がある 27.9%	品揃えがよい 24.5%	利用しやすい時間に営業している 17.3%
50歳代 (n=904)	自宅の近くにある 45.8%	価格が安い 44.4%	駐車場がある 33.4%	品揃えがよい 25.7%	割引やポイントサービスがある 17.6%
60歳代 (n=943)	自宅の近くにある 47.8%	価格が安い 38.0%	駐車場がある 31.9%	品揃えがよい 28.1%	割引やポイントサービスがある 20.9%
70歳代以上 (n=1,300)	自宅の近くにある 46.2%	価格が安い 26.3%	品揃えがよい 25.1%	割引やポイントサービスがある 21.9%	駐車場がある 21.2%

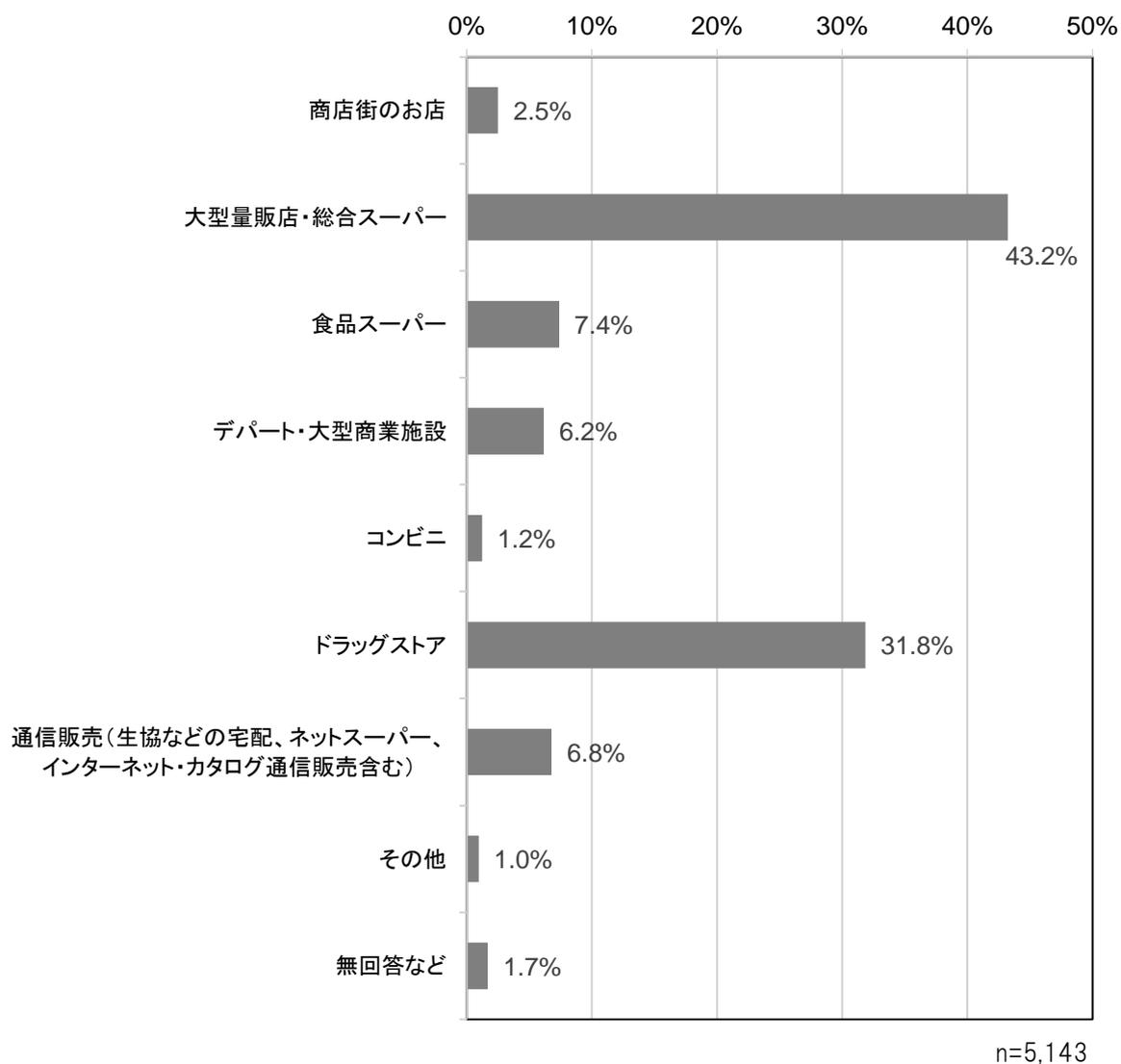
図表15-6 その他食料品購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

### ③ 日用雑貨

#### 【日用雑貨購入先 全体】

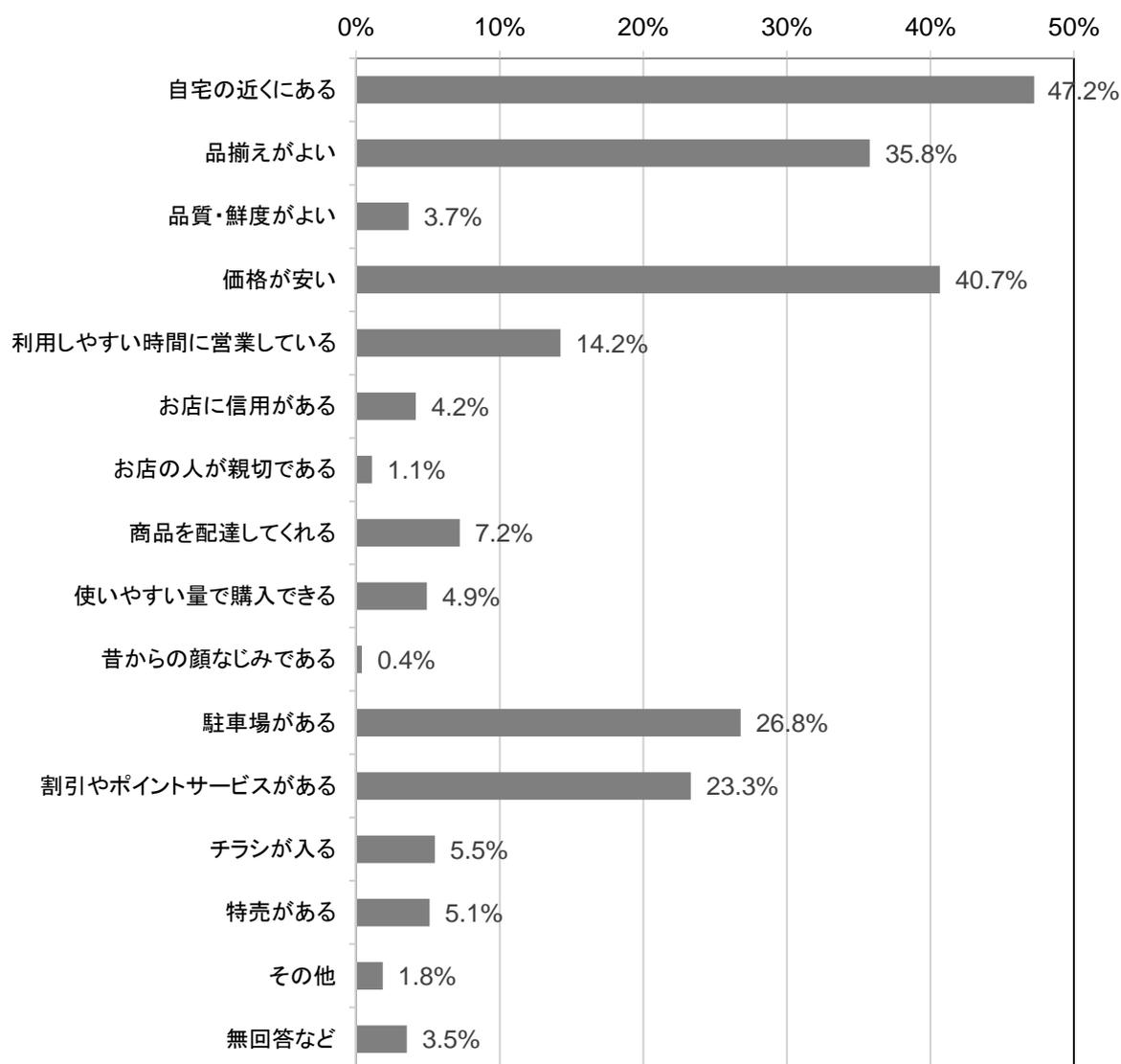
「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、43.2%であった。次いで「ドラッグストア」(31.8%)の順となった。また、「商店街のお店」は2.5%であった。



図表16-1 日用雑貨購入先 [全体]

【日用雑貨購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、47.2%であった。次いで「価格が安い」(40.7%)、「品揃えがよい」(35.8%)、「駐車場がある」(26.8%)、「割引やポイントサービスがある」(23.3%)の順となった。

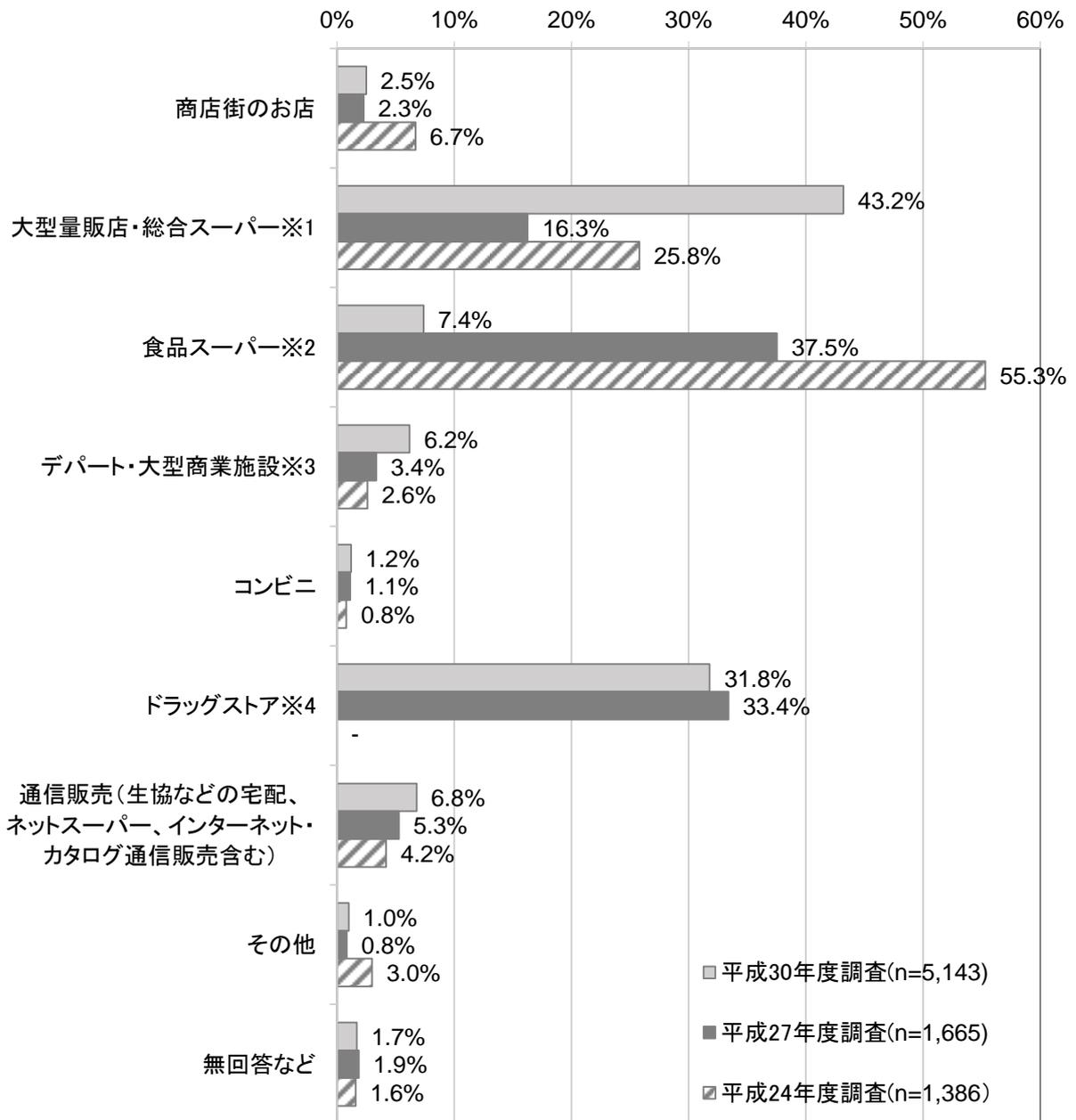


図表16-2 日用雑貨購入理由 [全体]

n=5,143

【日用雑貨購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大型量販店、ドラッグストアで購入する傾向に変わりはない。



図表16-3 日用雑貨購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

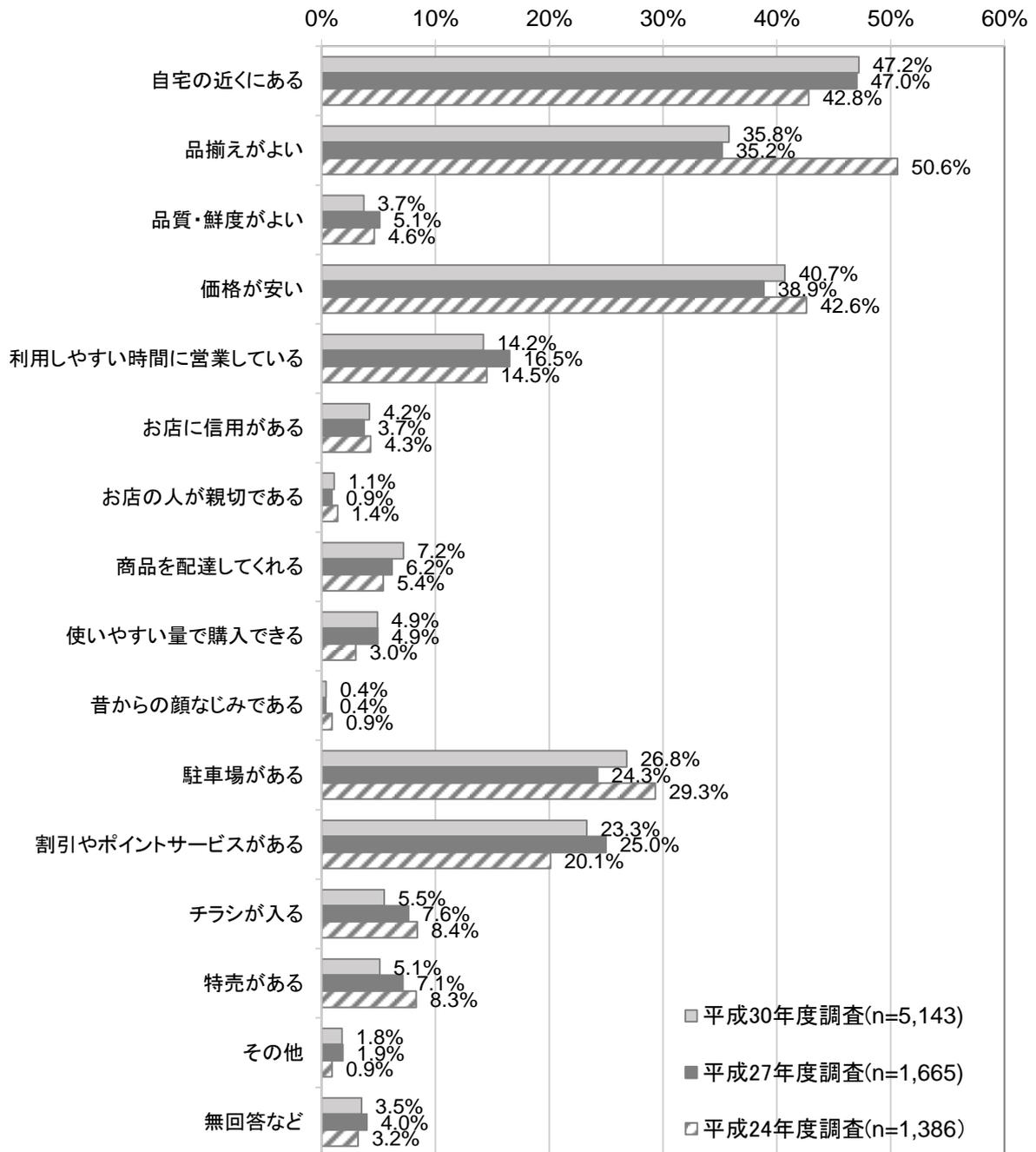
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【日用雑貨購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」「価格が安い」「駐車場がある」「割引やポイントサービスがある」の順位が高い。



図表16-4 日用雑貨購入理由 [経年比較]

【日用雑貨購入先 年代別】

「20歳代」から「40歳代」までは「ドラッグストア」、「50歳代」から「70歳代以上」は「大型量販店・総合スーパー」が最も多かった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	大型量販店・総合スーパー 43.2%	ドラッグストア 31.8%	食品スーパー 7.4%	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） 6.8%	デパート・大型商業施設 6.2%
20歳代 (n=371)	ドラッグストア 39.9%	大型量販店・総合スーパー 26.7%	デパート・大型商業施設 19.7%	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） 7.5%	食品スーパー 4.6%
30歳代 (n=696)	ドラッグストア 47.1%	大型量販店・総合スーパー 29.2%	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） 10.5%	デパート・大型商業施設 8.5%	食品スーパー 4.9%
40歳代 (n=895)	ドラッグストア 42.0%	大型量販店・総合スーパー 37.7%	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） 7.6%	食品スーパー 6.5%	デパート・大型商業施設 4.9%
50歳代 (n=904)	大型量販店・総合スーパー 45.0%	ドラッグストア 34.2%	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） 7.7%	食品スーパー 5.3%	デパート・大型商業施設 3.9%
60歳代 (n=943)	大型量販店・総合スーパー 53.2%	ドラッグストア 26.2%	食品スーパー 8.2%	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） 4.7%	デパート・大型商業施設 4.0%
70歳代以上 (n=1,300)	大型量販店・総合スーパー 50.8%	ドラッグストア 17.3%	食品スーパー 11.2%	商店街のお店 5.4%	デパート・大型商業施設 / 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） 4.9%

図表16-5 日用雑貨購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【日用雑貨購入理由 年代別】

「40歳代」「50歳代」を除いて「自宅の近くにある」が最も多かった。「40歳代」「50歳代」は「価格が安い」が最も多かった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	自宅の近くにある 47.2%	価格が安い 40.7%	品揃えがよい 35.8%	駐車場がある 26.8%	割引やポイントサービスがある 23.3%
20歳代 (n=371)	自宅の近くにある 51.5%	品揃えがよい 46.9%	価格が安い 38.8%	利用しやすい時間に営業している 19.4%	割引やポイントサービスがある 18.3%
30歳代 (n=696)	自宅の近くにある 50.7%	価格が安い 44.8%	品揃えがよい 38.1%	割引やポイントサービスがある 25.7%	駐車場がある 20.4%
40歳代 (n=895)	価格が安い 50.3%	自宅の近くにある 46.4%	品揃えがよい 36.1%	駐車場がある 29.9%	割引やポイントサービスがある 26.4%
50歳代 (n=904)	価格が安い 47.1%	自宅の近くにある 45.6%	品揃えがよい 34.7%	駐車場がある 34.7%	割引やポイントサービスがある 22.7%
60歳代 (n=943)	自宅の近くにある 47.4%	価格が安い 42.4%	品揃えがよい 34.7%	駐車場がある 33.7%	割引やポイントサービスがある 23.5%
70歳代以上 (n=1,300)	自宅の近くにある 45.9%	品揃えがよい 32.7%	価格が安い 26.9%	駐車場がある 22.5%	割引やポイントサービスがある 21.8%

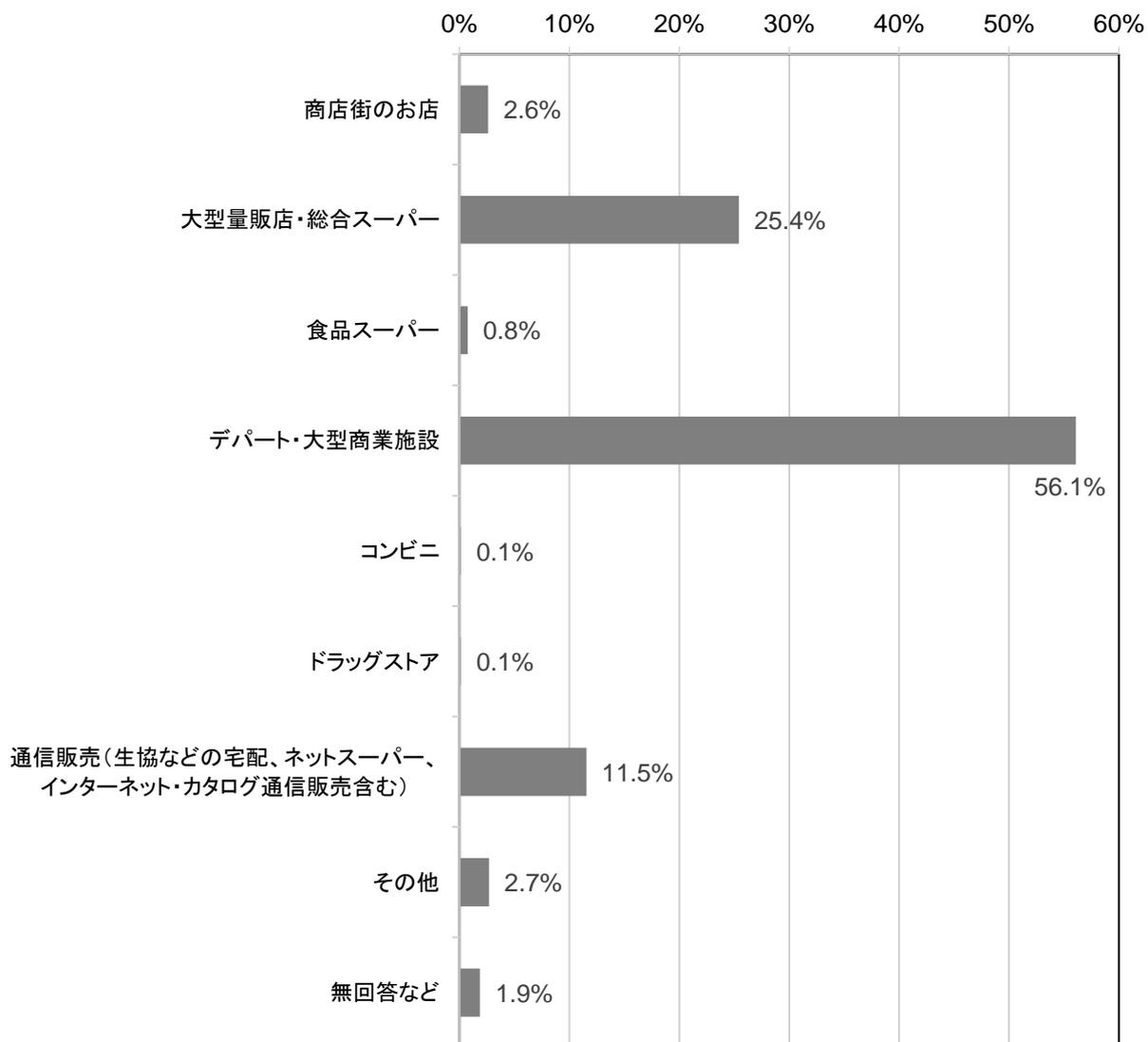
図表16-6 日用雑貨購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

#### ④ 衣料品

##### 【衣料品購入先 全体】

「デパート・大型商業施設」が最も多く、56.1%であった。次いで「大型量販店」(25.4%)、「通信販売」(11.5%)の順となった。

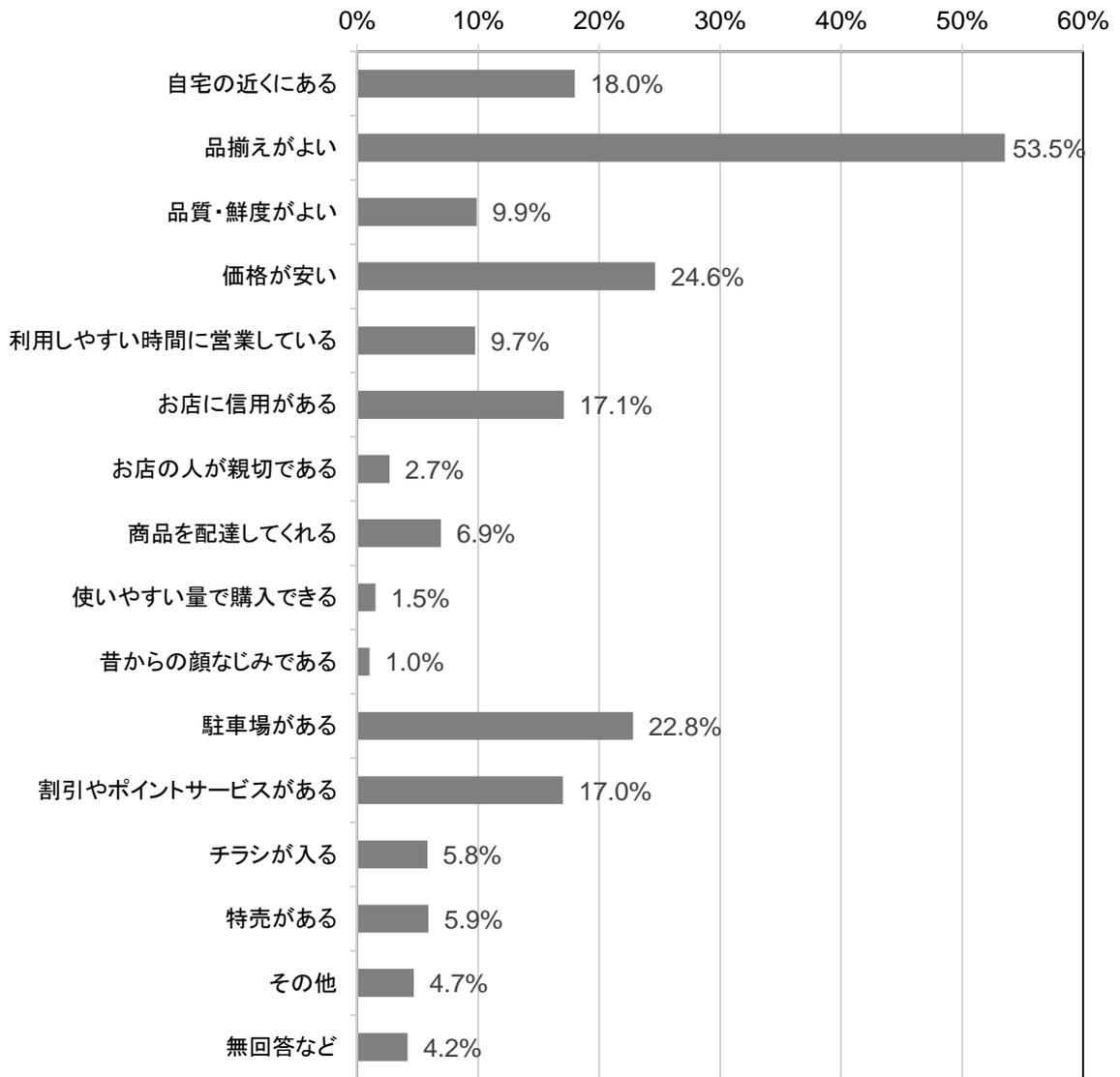


図表17-1 衣料品購入先 [全体]

n=5,143

【衣料品購入理由 全体】

「品揃えがよい」が最も多く、53.5%であった。次いで「価格が安い」(24.6%)、「駐車場がある」(22.8%)、「自宅の近くにある」(18.0%)の順となった。

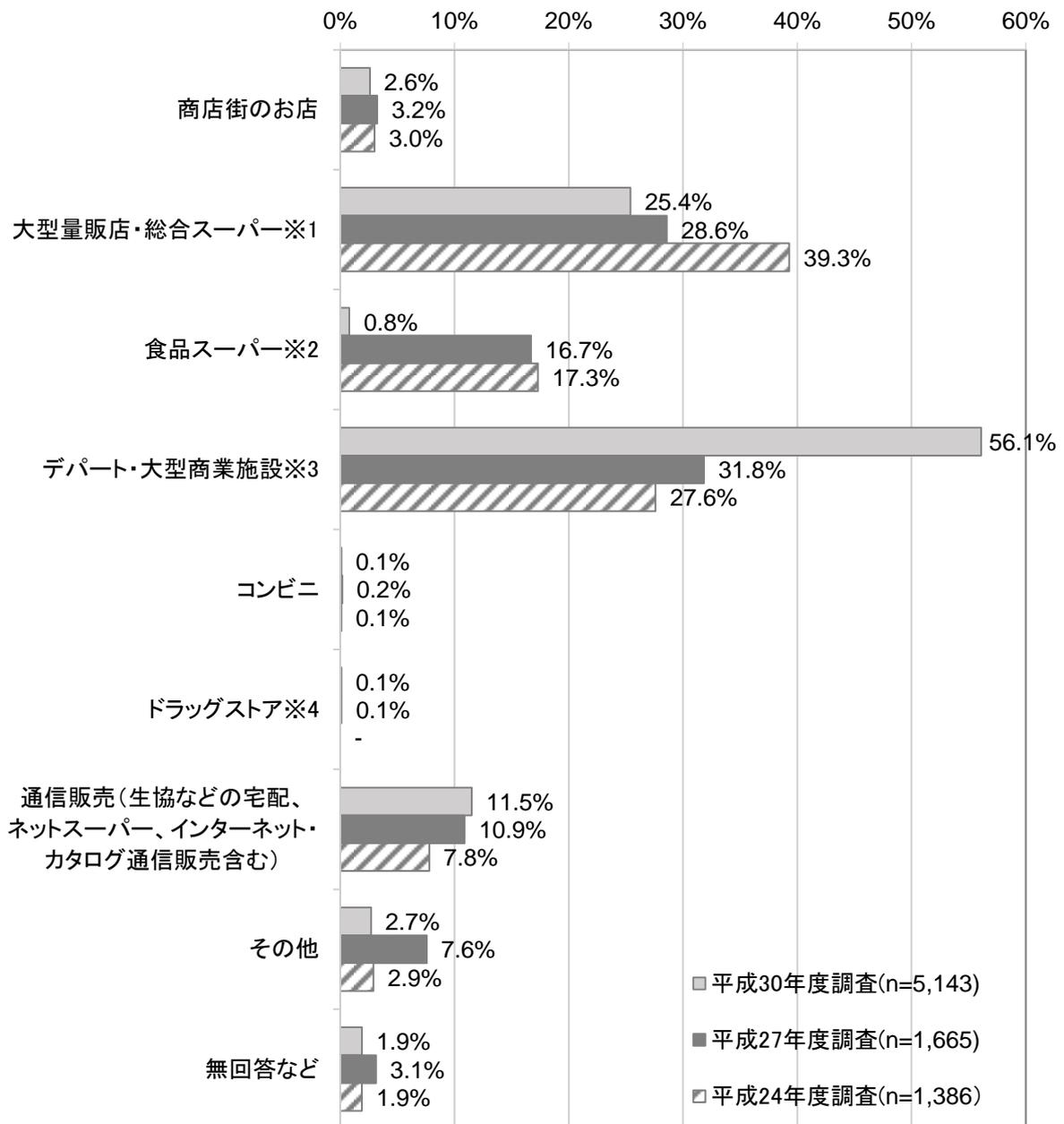


n=5,143

図表17-2 品目別購入理由 [全体]

【衣料品購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大型量販店、大型商業施設で購入する消費者が多くみられ、「通信販売」が増加傾向にある。



図表17-3 衣料品購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

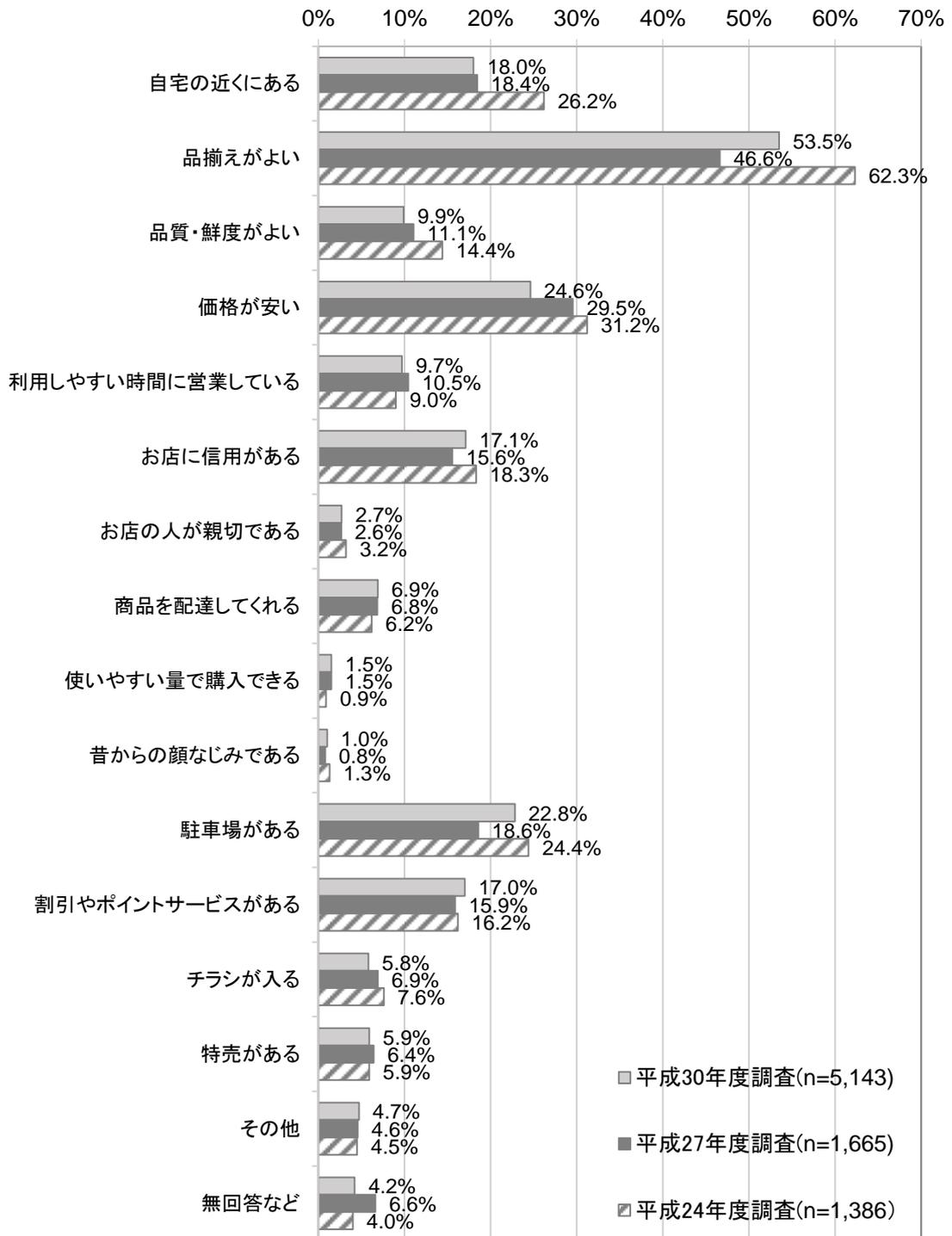
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【衣料品購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」「価格が安い」「駐車場がある」の順位が高い。



図表17-4 衣料品購入理由 [経年比較]

【衣料品購入先 年代別】

全ての年代で「デパート・大型商業施設」が1位となっている。2位は「20歳代」「30歳代」では「通信販売」、「40歳代」「50歳代」「60歳代」「70歳代以上」では「大型量販店・総合スーパー」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	デパート・大型商業施設 56.1%	大型量販店・総合スーパー 25.4%	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） 11.5%	その他 2.7%	商店街のお店 2.6%
20歳代 (n=371)	デパート・大型商業施設 71.7%	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） 15.1%	大型量販店・総合スーパー 10.8%	その他 2.7%	商店街のお店 1.6%
30歳代 (n=696)	デパート・大型商業施設 69.1%	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） 17.2%	大型量販店・総合スーパー 11.1%	その他 2.9%	商店街のお店 0.4%
40歳代 (n=895)	デパート・大型商業施設 62.2%	大型量販店・総合スーパー 19.4%	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） 16.1%	その他 2.0%	無回答など 0.8%
50歳代 (n=904)	デパート・大型商業施設 60.5%	大型量販店・総合スーパー 24.2%	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） 11.5%	その他 3.2%	商店街のお店 0.9%
60歳代 (n=943)	デパート・大型商業施設 53.4%	大型量販店・総合スーパー 33.7%	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） 7.1%	その他 2.9%	商店街のお店 2.1%
70歳代以上 (n=1,300)	デパート・大型商業施設 39.6%	大型量販店・総合スーパー 35.8%	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） 7.8%	商店街のお店 6.8%	無回答など 5.0%

図表17-5 衣料品購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【衣料品購入理由 年代別】

どの年代でも「品揃えがよい」が1位となった。また、「20歳代」から「40歳代」まで「価格が安い」、「50歳代」「60歳代」では「駐車場がある」、「70歳代」では「自宅の近くにある」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	品揃えがよい 53.5%	価格が安い 24.6%	駐車場がある 22.8%	自宅の近くにある 18.0%	お店に信用がある 17.1%
20歳代 (n=371)	品揃えがよい 63.3%	価格が安い 22.6%	お店に信用がある 17.0%	割引やポイントサービスがある 14.0%	自宅の近くにある 13.5%
30歳代 (n=696)	品揃えがよい 62.9%	価格が安い 24.0%	割引やポイントサービスがある 20.7%	駐車場がある 18.4%	お店に信用がある 18.0%
40歳代 (n=895)	品揃えがよい 59.4%	価格が安い 26.8%	駐車場がある 24.0%	割引やポイントサービスがある 17.1%	自宅の近くにある 15.2%
50歳代 (n=904)	品揃えがよい 56.3%	駐車場がある 28.1%	価格が安い 26.7%	お店に信用がある 17.1%	割引やポイントサービスがある 16.7%
60歳代 (n=943)	品揃えがよい 50.8%	駐車場がある 29.3%	価格が安い 24.7%	自宅の近くにある 20.9%	お店に信用がある 19.6%
70歳代以上 (n=1,300)	品揃えがよい 41.6%	自宅の近くにある 23.5%	価格が安い 22.4%	駐車場がある 19.4%	お店に信用がある 17.7%

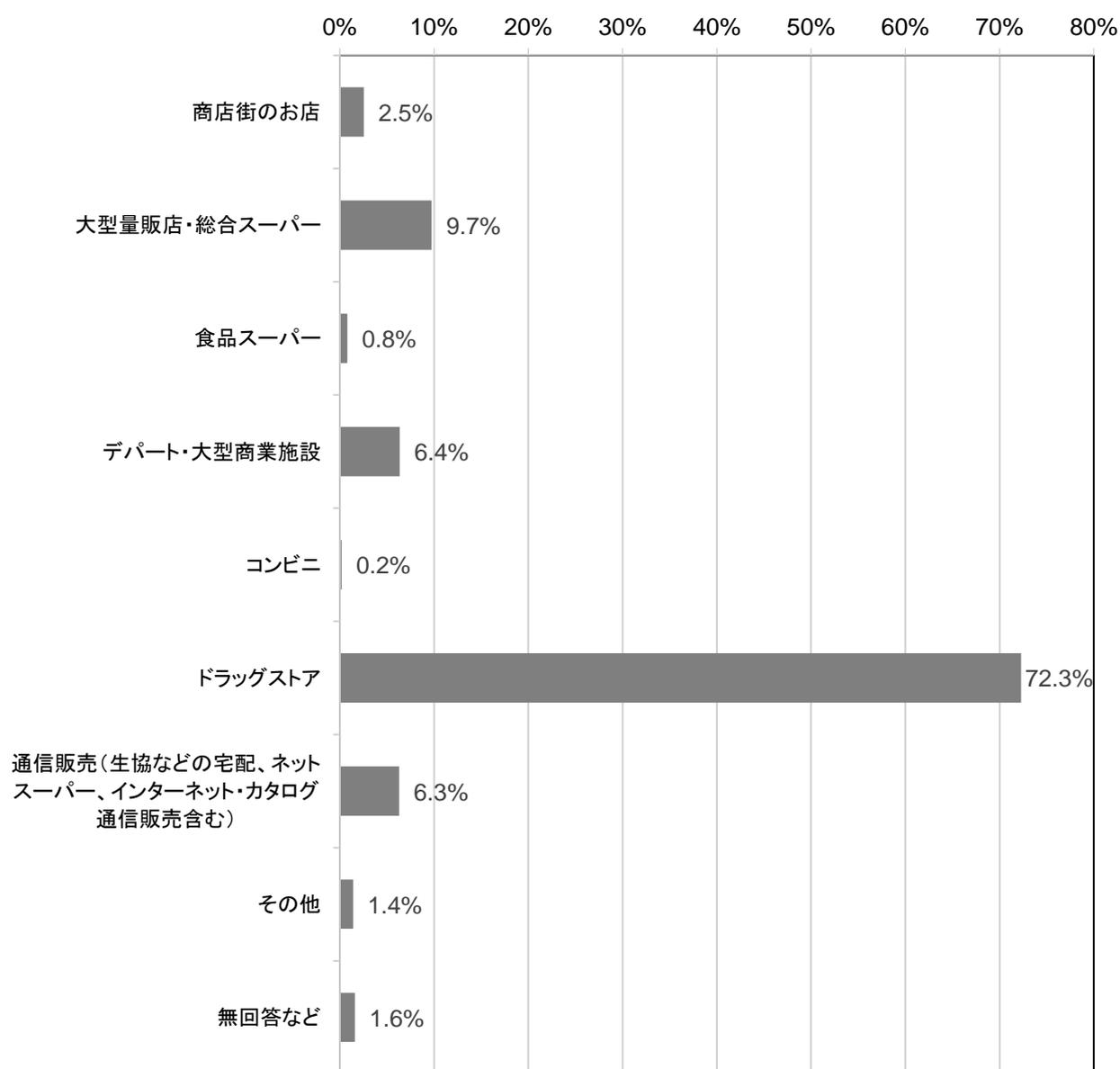
図表17-6 衣料品購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

⑤ 医薬品・化粧品

【医薬品・化粧品購入先 全体】

「ドラッグストア」が最も多く、72.3%であった。2位は「大型量販店・総合スーパー」の9.7%であった。また、「商店街のお店」は2.5%であった。

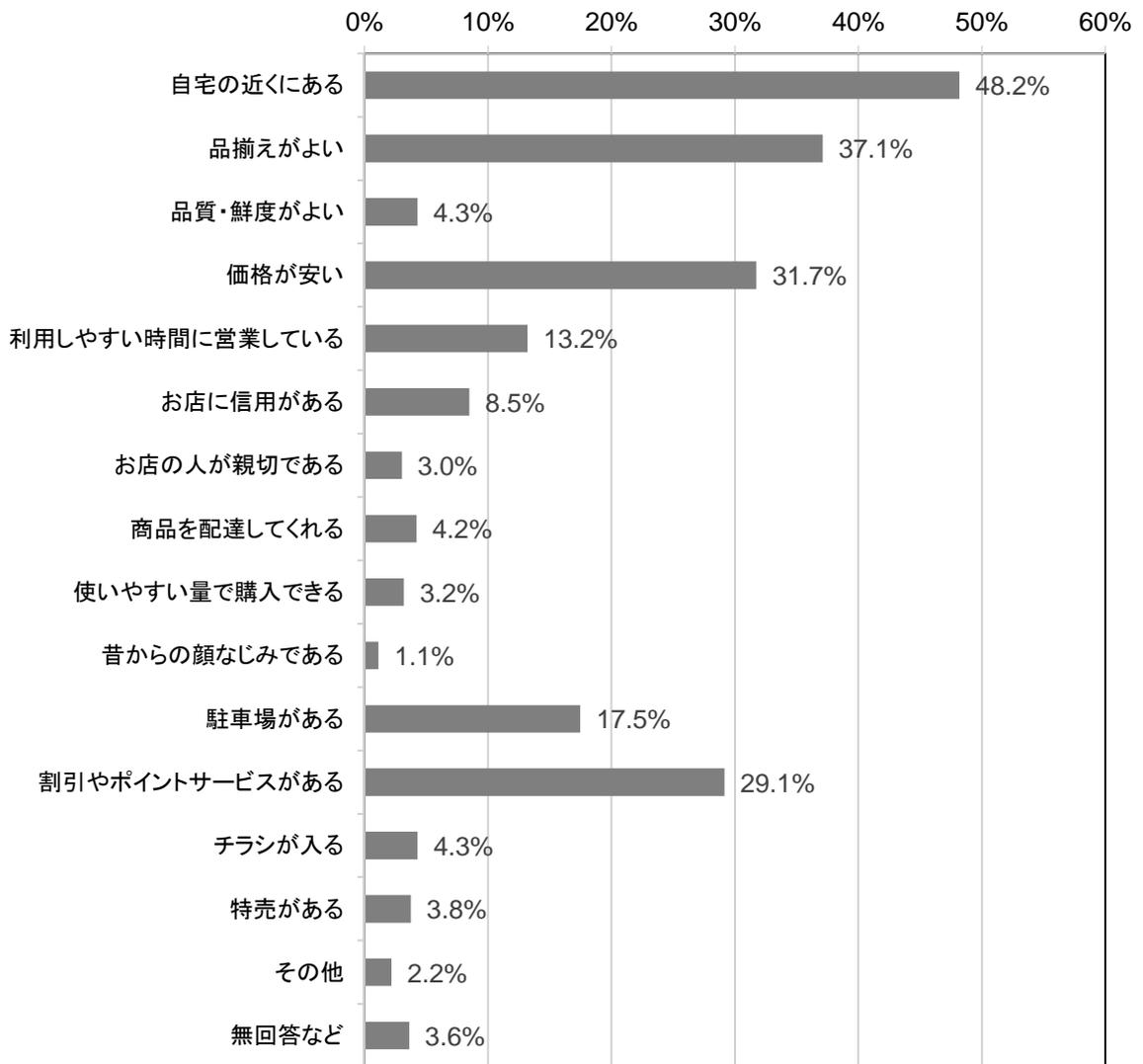


n=5,143

図表18-1 医薬品・化粧品購入先 [全体]

【医薬品・化粧品購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、48.2%であった。次いで「品揃えがよい」(37.1%)、「価格が安い」(31.7%)、「割引やポイントサービスがある」(29.1%)の順となった。

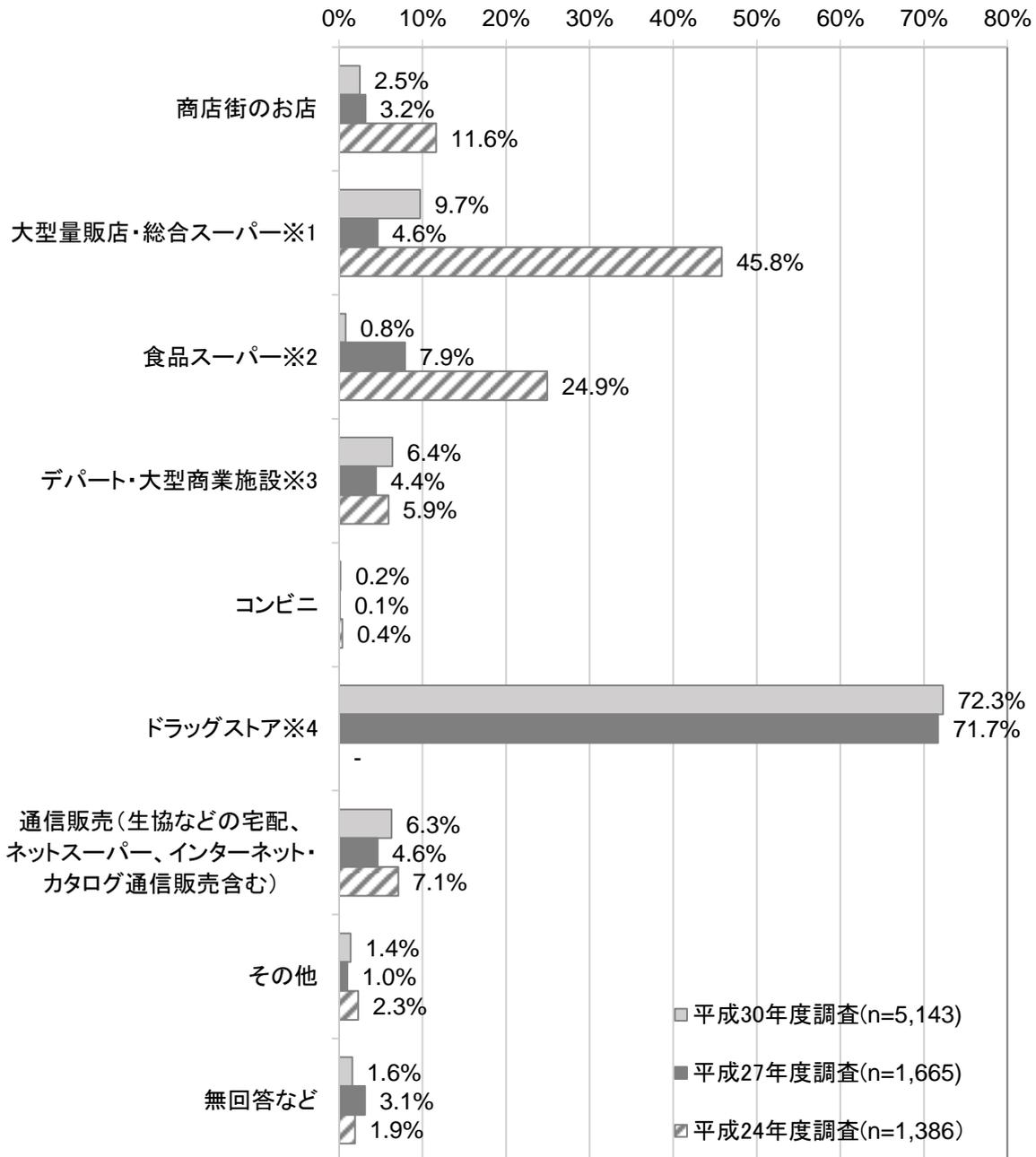


n=5,143

図表18-2 医薬品・化粧品購入理由 [全体]

【医薬品・化粧品購入先 経年比較】

平成27年度調査と比較しても、ドラッグストアで購入する傾向に変わりはない。



図表18-3 医薬品・化粧品購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

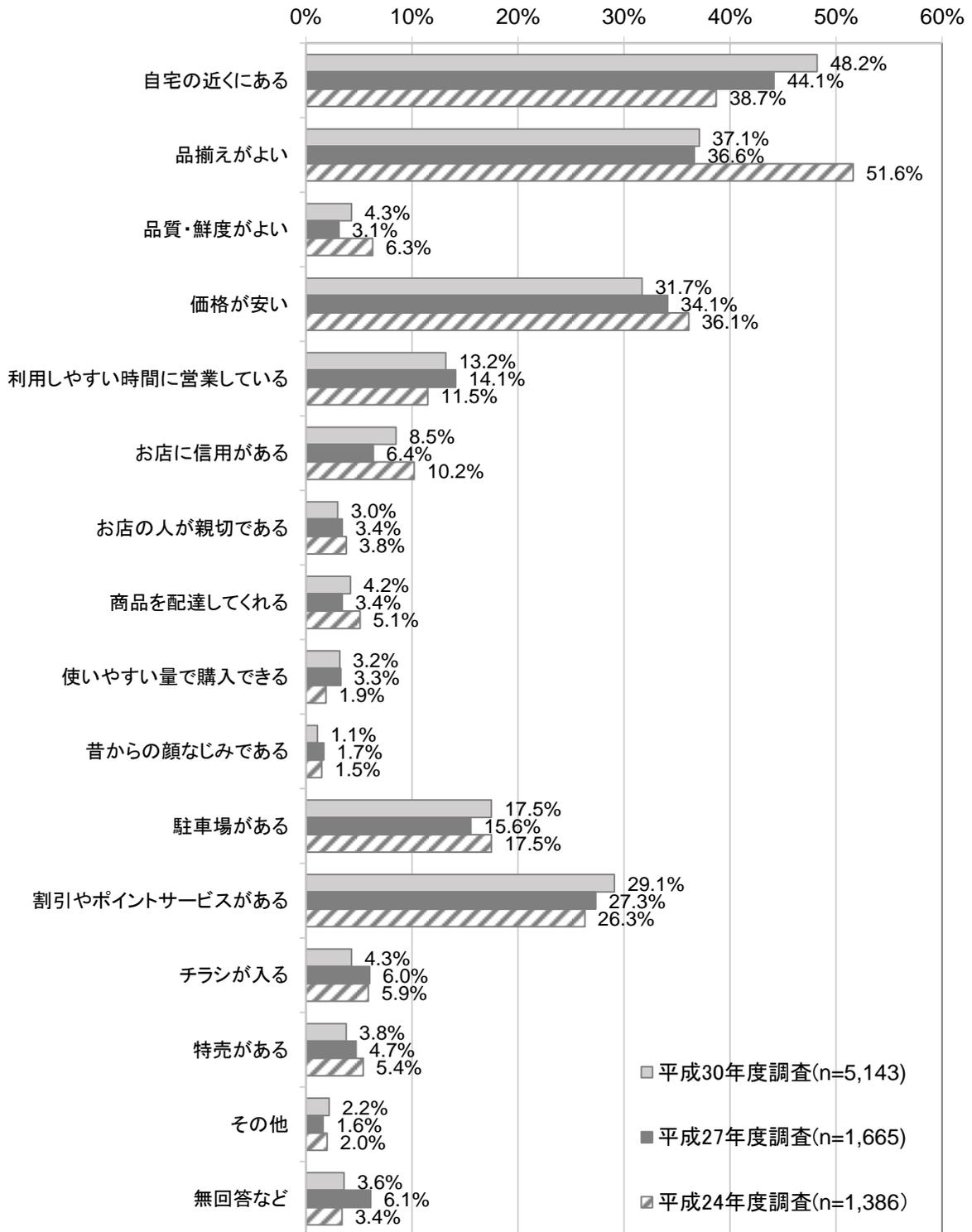
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【医薬品・化粧品購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」「価格が安い」「割引やポイントサービス」の順位が高いが、「自宅の近くにある」「割引やポイントサービス」が増加、「価格が安い」が減少傾向にある。



図表18-4 医薬品・化粧品購入理由 [経年比較]

【医薬品・化粧品購入先 年代別】

どの年代でも「ドラッグストア」が最も多い。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	ドラッグストア 72.3%	大型量販店・総合スーパー 9.7%	デパート・大型商業施設 6.4%	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） 6.3%	商店街のお店 2.5%
20歳代 (n=371)	ドラッグストア 80.3%	デパート・大型商業施設 8.6%	大型量販店・総合スーパー 4.9%	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） 3.0%	商店街のお店 2.7%
30歳代 (n=696)	ドラッグストア 80.6%	デパート・大型商業施設 6.8%	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） 6.0%	大型量販店・総合スーパー 5.7%	その他 1.1%
40歳代 (n=895)	ドラッグストア 77.7%	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） 8.0%	大型量販店・総合スーパー 6.4%	デパート・大型商業施設 6.1%	商店街のお店 1.3%
50歳代 (n=904)	ドラッグストア 74.0%	大型量販店・総合スーパー 8.4%	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） 8.0%	デパート・大型商業施設 6.7%	その他 1.7%
60歳代 (n=943)	ドラッグストア 72.1%	大型量販店・総合スーパー 12.8%	デパート・大型商業施設 / 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） 5.6%		商店街のお店 1.9%
70歳代以上 (n=1,300)	ドラッグストア 61.1%	大型量販店・総合スーパー 14.3%	デパート・大型商業施設 5.9%	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） 5.6%	商店街のお店 5.5%

図表18-5 医薬品・化粧品購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【医薬品・化粧品購入理由 年代別】

どの年代においても1位「自宅の近くにある」、2位「品揃えがよい」となっている。3位は「20歳代」から「50歳代」までは「価格が安い」、「60歳代」「70歳代以上」は「割引やポイントサービスがある」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	自宅の近くにある 48.2%	品揃えがよい 37.1%	価格が安い 31.7%	割引やポイントサービスがある 29.1%	駐車場がある 17.5%
20歳代 (n=371)	自宅の近くにある 54.4%	品揃えがよい 44.5%	価格が安い 32.1%	割引やポイントサービスがある 18.3%	利用しやすい時間に営業している 17.0%
30歳代 (n=696)	自宅の近くにある 51.6%	品揃えがよい 41.4%	価格が安い 33.6%	割引やポイントサービスがある 30.0%	利用しやすい時間に営業している 16.8%
40歳代 (n=895)	自宅の近くにある 47.8%	品揃えがよい 38.1%	価格が安い 37.3%	割引やポイントサービスがある 30.7%	駐車場がある 19.8%
50歳代 (n=904)	自宅の近くにある 45.2%	品揃えがよい 39.3%	価格が安い 36.8%	割引やポイントサービスがある 30.8%	駐車場がある 20.2%
60歳代 (n=943)	自宅の近くにある 49.8%	品揃えがよい 36.3%	割引やポイントサービスがある 32.2%	価格が安い 31.7%	駐車場がある 21.6%
70歳代以上 (n=1,300)	自宅の近くにある 45.9%	品揃えがよい 30.9%	割引やポイントサービスがある 27.2%	価格が安い 23.3%	駐車場がある 15.5%

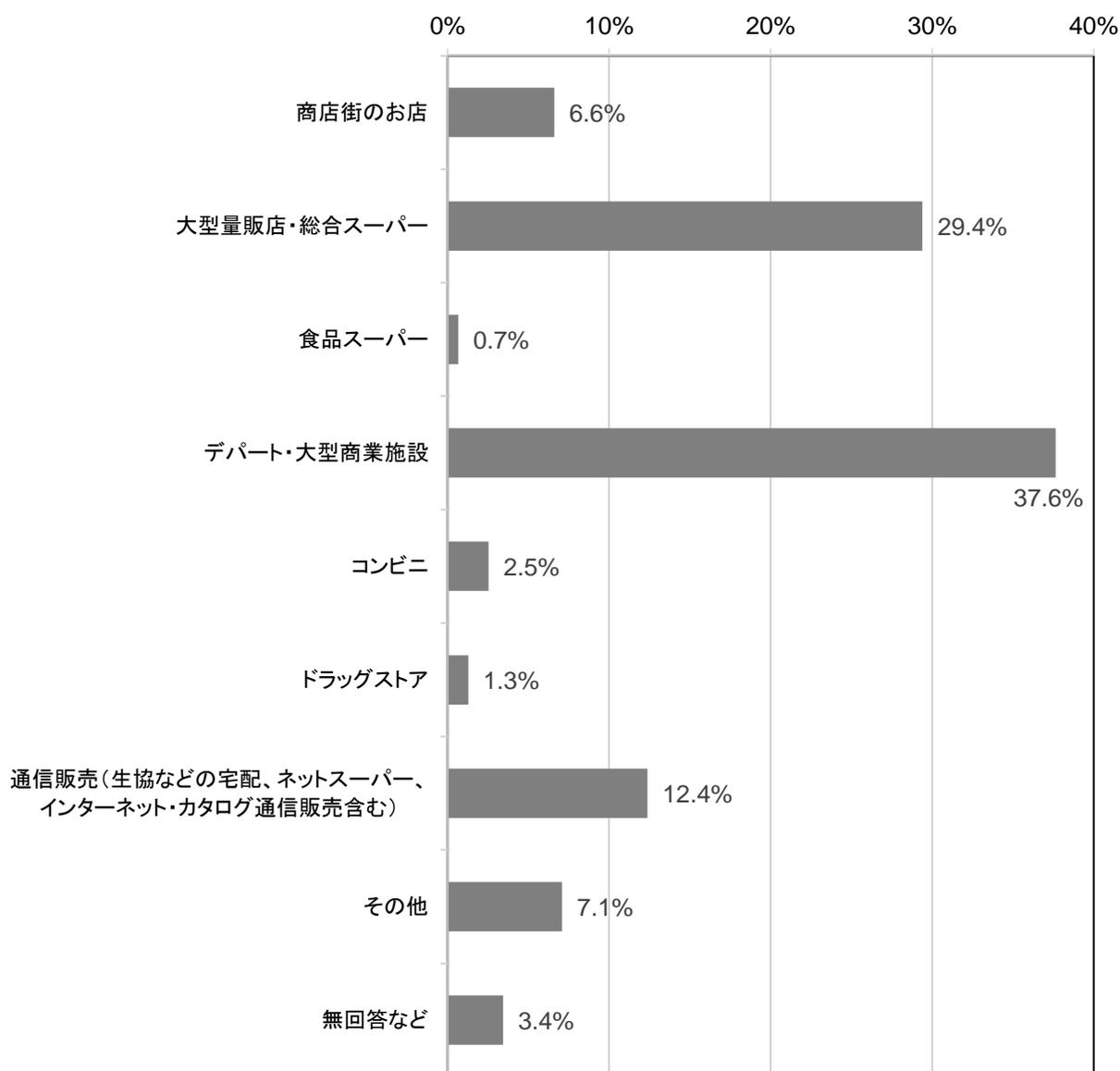
図表18-6 医薬品・化粧品購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

## ⑥ 書籍・文具

### 【書籍・文具購入先 全体】

「デパート・大型商業施設」が最も多く、37.6%であった。次いで「大型量販店・総合スーパー」(29.4%)、「通信販売」(12.4%)の順となった。また、「商店街のお店」は6.6%であった。

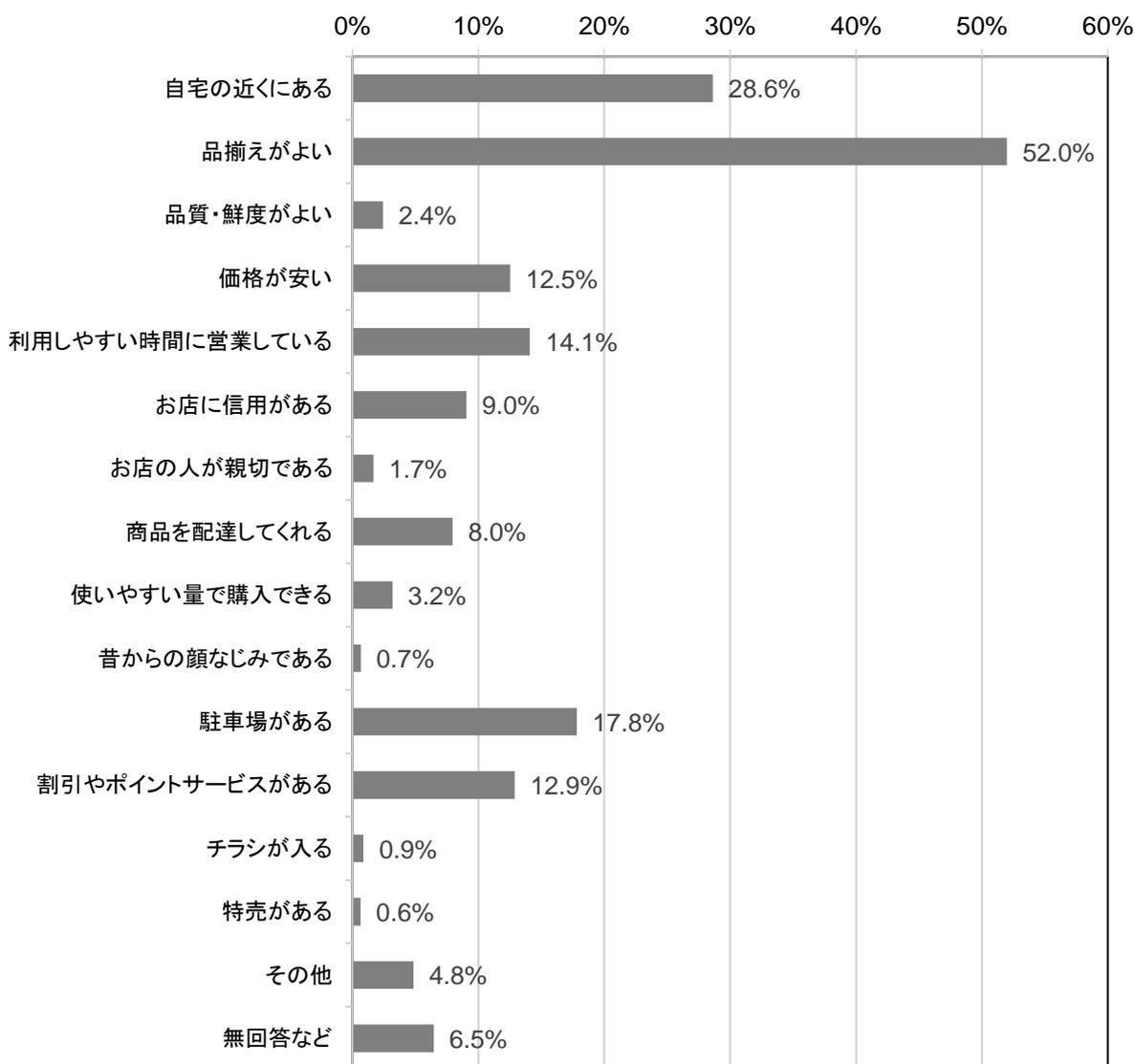


図表19-1 書籍・文具購入先 [全体]

n=5,143

【書籍・文具購入先 全体】

「品揃えがよい」が最も多く、52.0%であった。次いで「自宅の近くにある」(28.6%)、「駐車場がある」(17.8%)、「利用しやすい時間に営業している」(14.1%)の順となった。

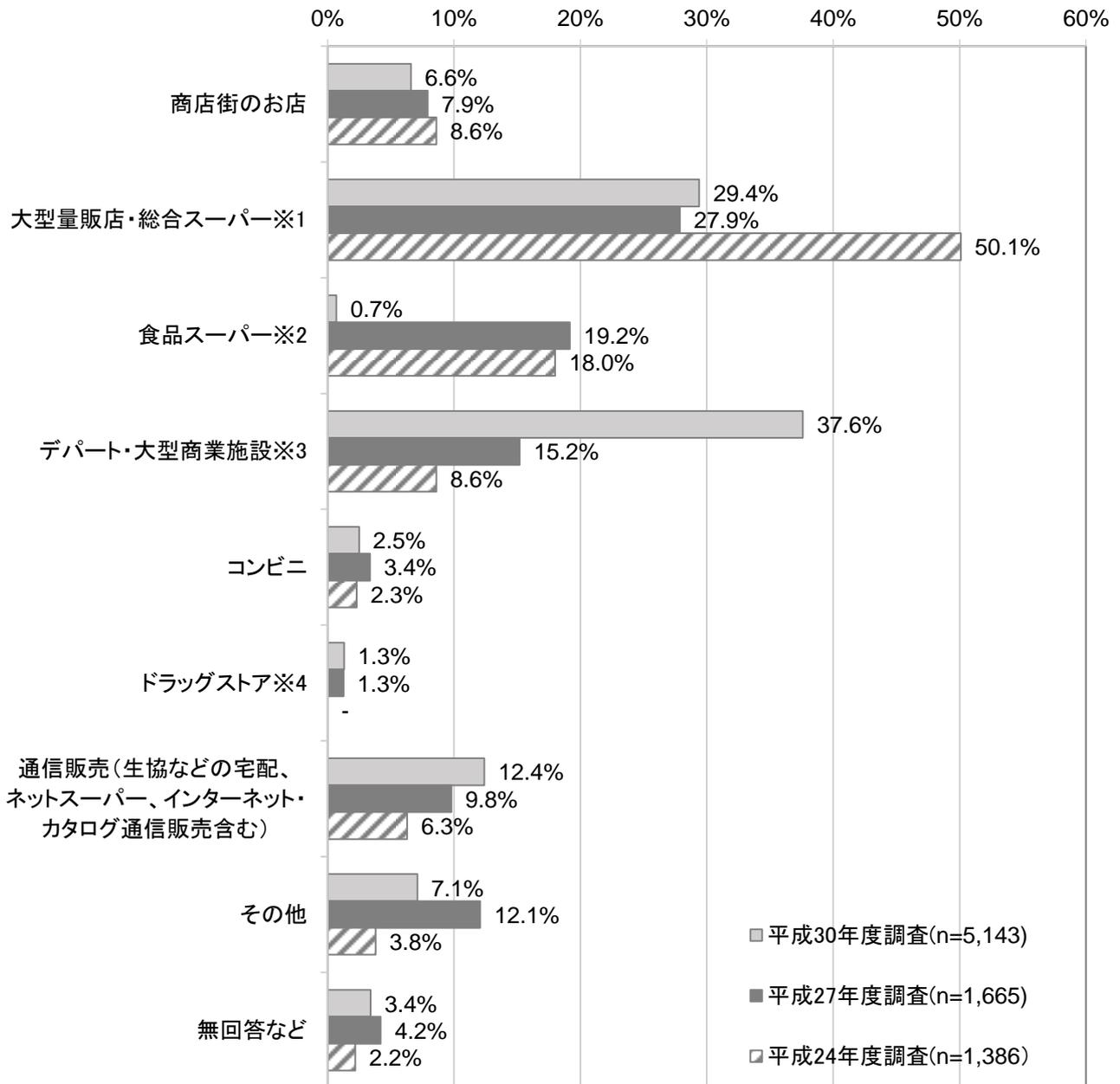


図表19-2 書籍・文具購入理由 [全体]

n=5,143

【書籍・文具購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、「大型量販店・総合スーパー」「デパート・大型商業施設」で購入する傾向に変わりはないが、「通信販売」が増加傾向、「商店街のお店」が減少傾向にある。



図表19-3 書籍・文具購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

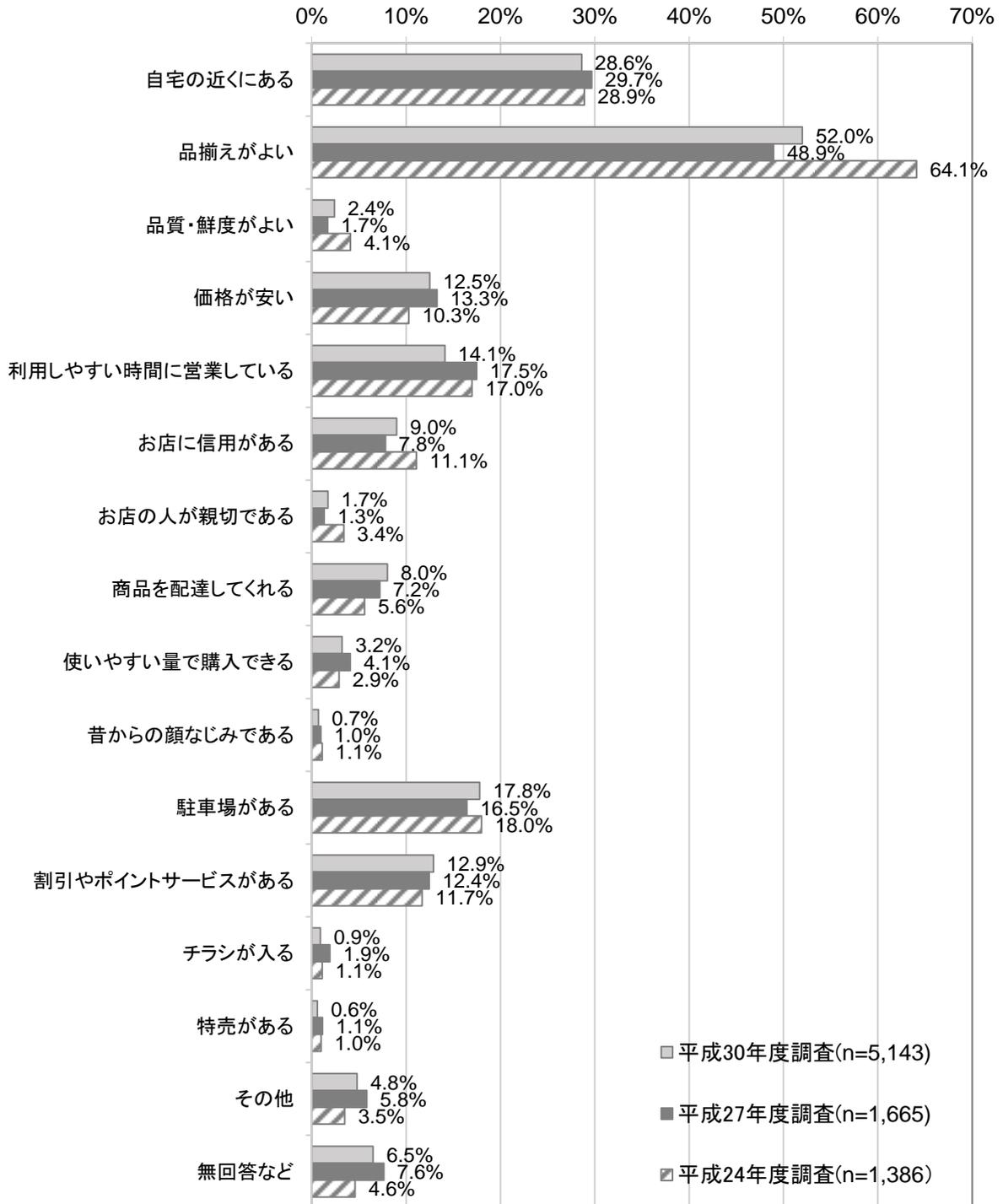
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【書籍・文具購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにある」「品揃えがよい」の順位が高い。



図表19-4 書籍・文具購入理由 [経年比較]

【書籍・文具購入先 年代別】

どの年代においても「デパート・大型商業施設」「大型量販店・総合スーパー」が上位である。また「70歳代以上」では3位に「商店街のお店」(13.2%)が入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	デパート・大型商業施設 37.6%	大型量販店・総合スーパー 29.4%	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） 12.4%	その他 7.1%	商店街のお店 6.6%
20歳代 (n=371)	デパート・大型商業施設 48.0%	大型量販店・総合スーパー 18.1%	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） 14.6%	その他 11.9%	コンビニ 4.0%
30歳代 (n=696)	デパート・大型商業施設 45.3%	大型量販店・総合スーパー 20.5%	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） 19.1%	その他 7.3%	商店街のお店 3.4%
40歳代 (n=895)	デパート・大型商業施設 39.9%	大型量販店・総合スーパー 29.3%	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） 17.8%	その他 5.7%	商店街のお店 3.6%
50歳代 (n=904)	デパート・大型商業施設 39.9%	大型量販店・総合スーパー 26.5%	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） 16.9%	その他 8.2%	商店街のお店 4.1%
60歳代 (n=943)	デパート・大型商業施設 37.1%	大型量販店・総合スーパー 36.2%	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） 9.3%	商店街のお店 6.2%	その他 5.7%
70歳代以上 (n=1,300)	大型量販店・総合スーパー 34.7%	デパート・大型商業施設 27.8%	商店街のお店 13.2%	無回答など 9.1%	その他 6.8%

図表19-5 書籍・文具購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【書籍・文具購入理由 年代別】

どの年代でも「品揃えがよい」、「自宅の近くにある」が1位、2位となった。「20歳代」では「価格が安い」が、「30歳代」では「利用しやすい時間に営業している」が、「40歳代」以上では「駐車場がある」が3位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	品揃えがよい 52.0%	自宅の近くにある 28.6%	駐車場がある 17.8%	利用しやすい時間に営業している 14.1%	割引やポイントサービスがある 12.9%
20歳代 (n=371)	品揃えがよい 59.0%	自宅の近くにある 31.3%	価格が安い 15.6%	利用しやすい時間に営業している 14.8%	割引やポイントサービスがある 12.4%
30歳代 (n=696)	品揃えがよい 58.8%	自宅の近くにある 28.0%	利用しやすい時間に営業している 14.8%	価格が安い 14.5%	駐車場がある 14.4%
40歳代 (n=895)	品揃えがよい 57.8%	自宅の近くにある 28.6%	駐車場がある 18.8%	価格が安い 15.9%	利用しやすい時間に営業している 14.3%
50歳代 (n=904)	品揃えがよい 55.2%	自宅の近くにある 25.9%	駐車場がある 20.7%	割引やポイントサービスがある 15.0%	利用しやすい時間に営業している 14.8%
60歳代 (n=943)	品揃えがよい 52.0%	自宅の近くにある 28.5%	駐車場がある 23.1%	利用しやすい時間に営業している/割引やポイントサービスがある 13.4%	
70歳代以上 (n=1,300)	品揃えがよい 40.2%	自宅の近くにある 29.9%	駐車場がある 16.6%	無回答など 14.7%	利用しやすい時間に営業している 13.2%

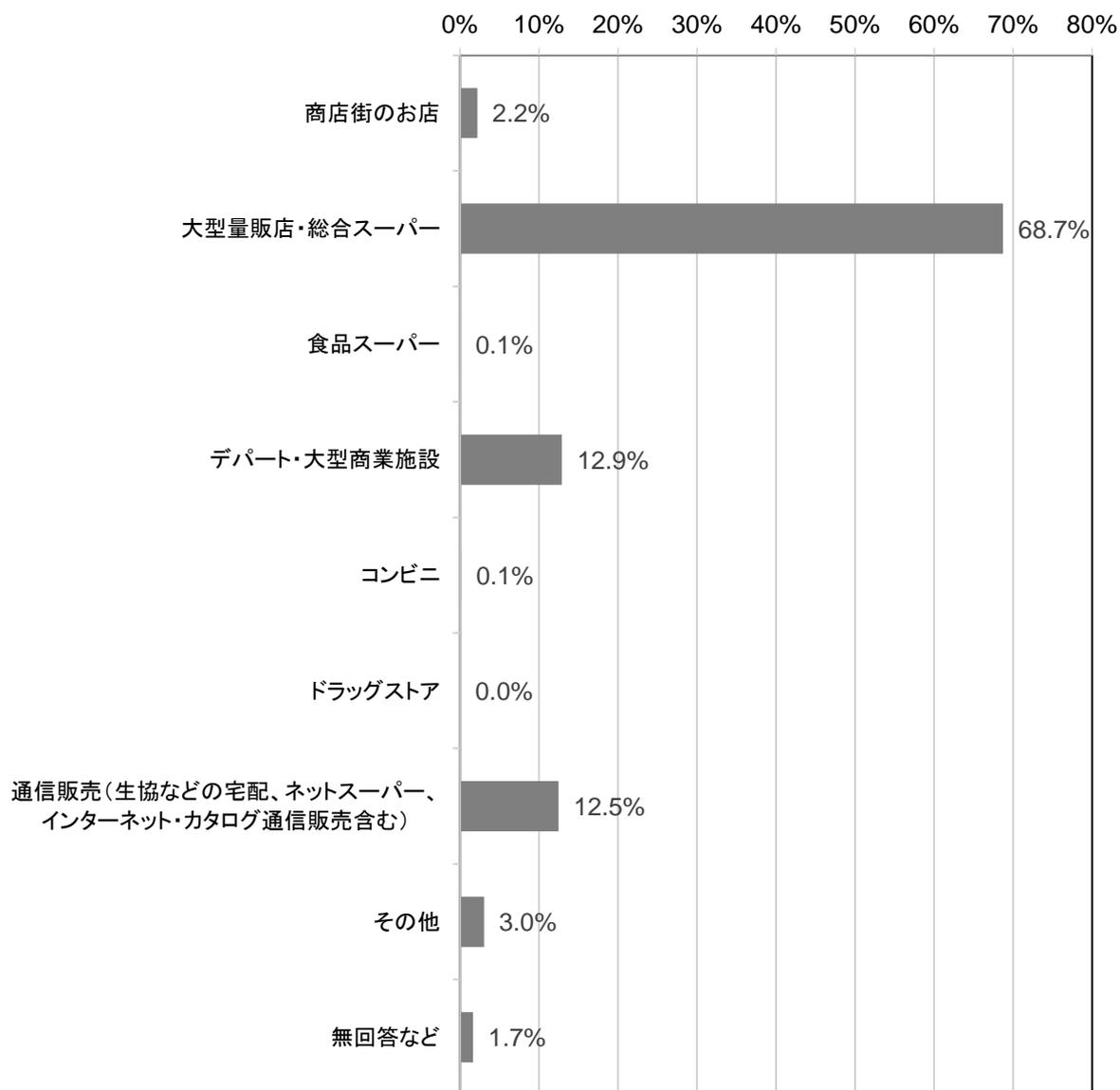
図表19-6 書籍・文具購入理由 [年代別]

※上位5位までを抽出

⑦ 家電製品

【家電製品購入先 全体】

「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、68.7%であった。次いで「デパート・大型商業施設」(12.9%)、「通信販売」(12.5%)の順となった。「商店街のお店」は2.2%であった

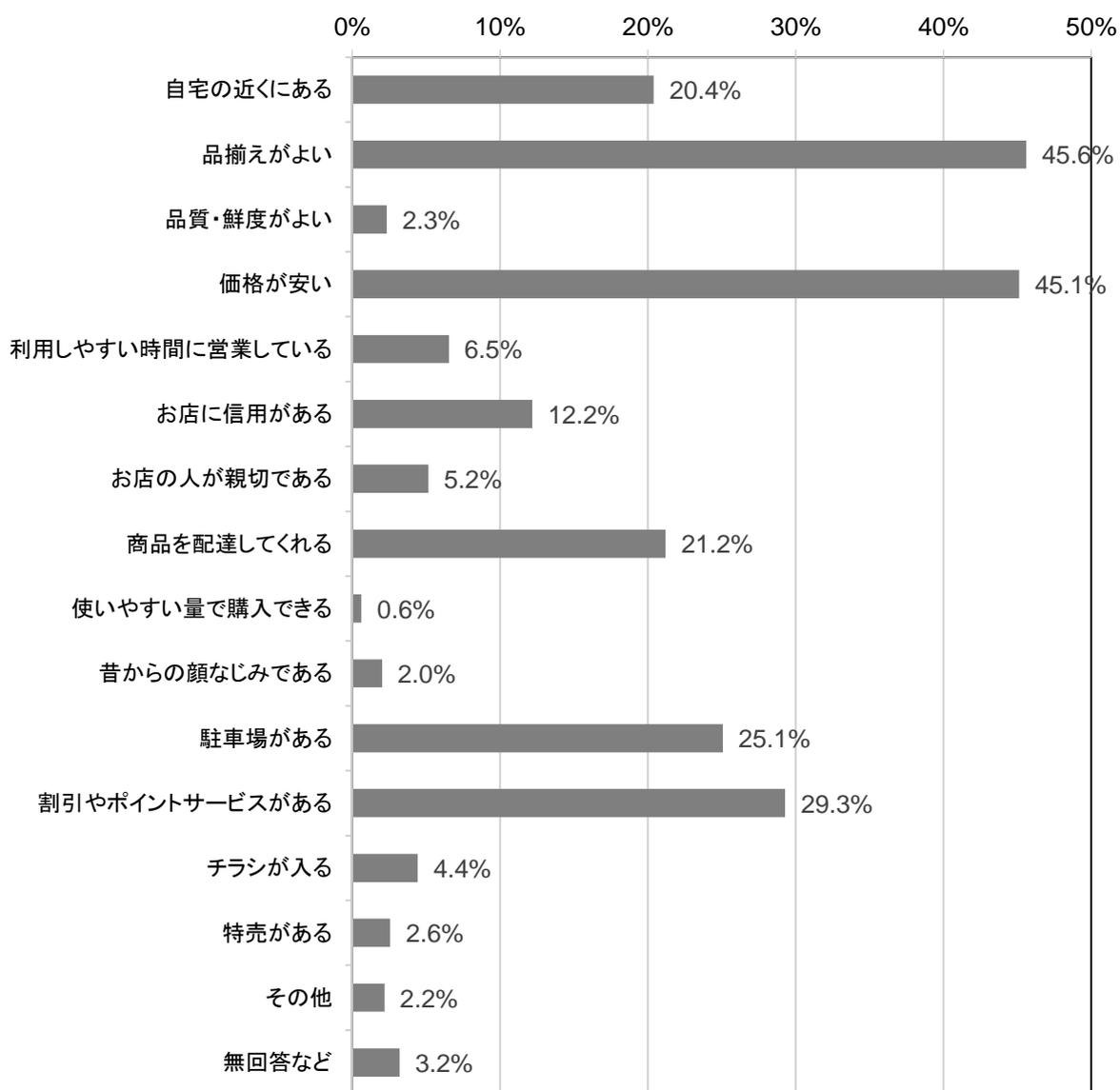


図表20-1 家電製品購入先 [全体]

n=5,143

【家電製品購入理由 全体】

「品揃えがよい」(45.6%)と「価格が安い」(45.1%)がほぼ並ぶ結果となった。次いで「割引やポイントサービスがある」(29.3%)、「駐車場がある」(25.1%)の順となった。

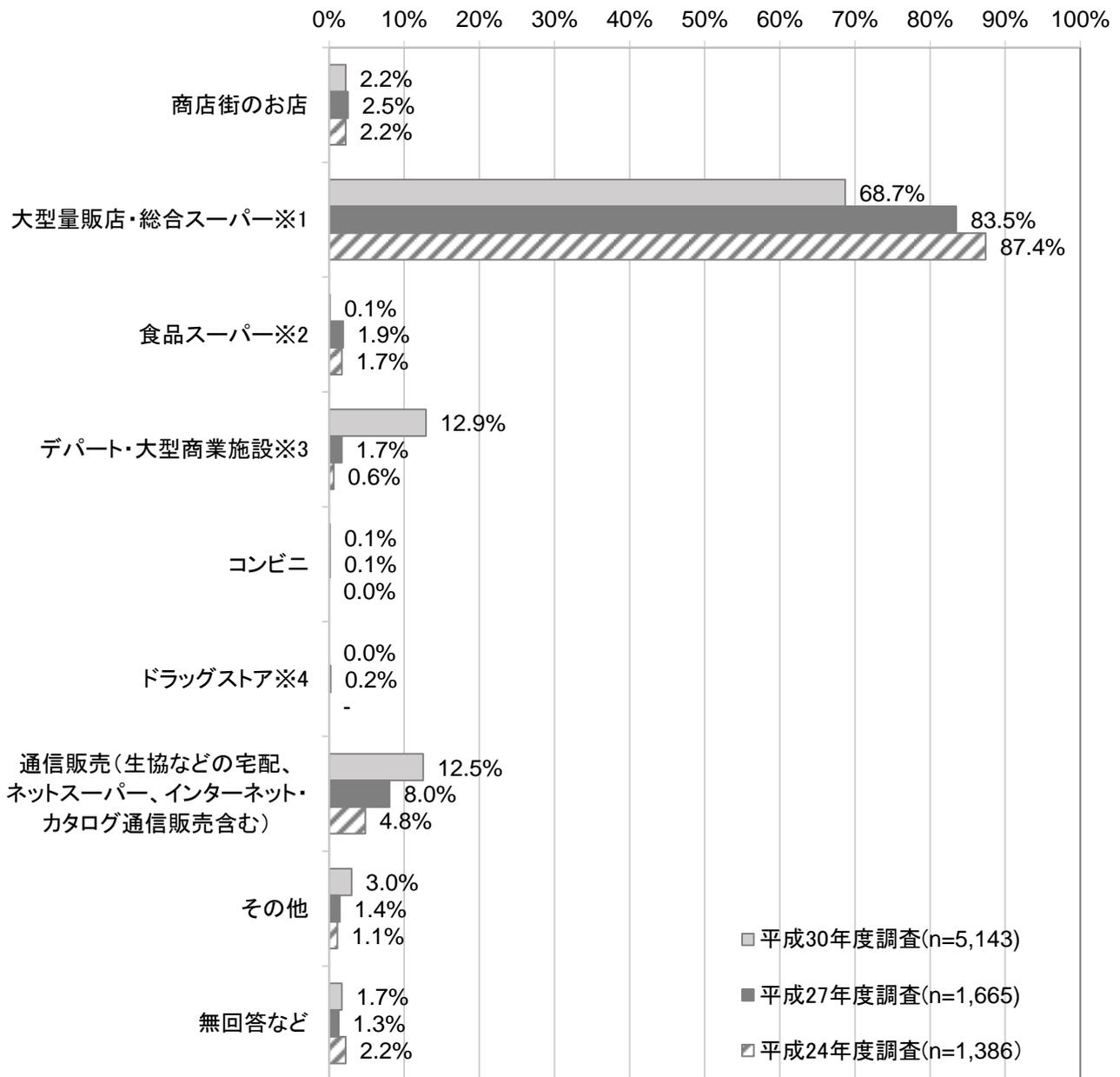


n=5,143

図表20-2 家電製品購入理由 [全体]

【家電製品購入先 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大型量販店・大型商業施設で購入する傾向に変わりはないが、「通信販売」が増加傾向にある。



図表20-3 家電製品購入先 [経年比較]

※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

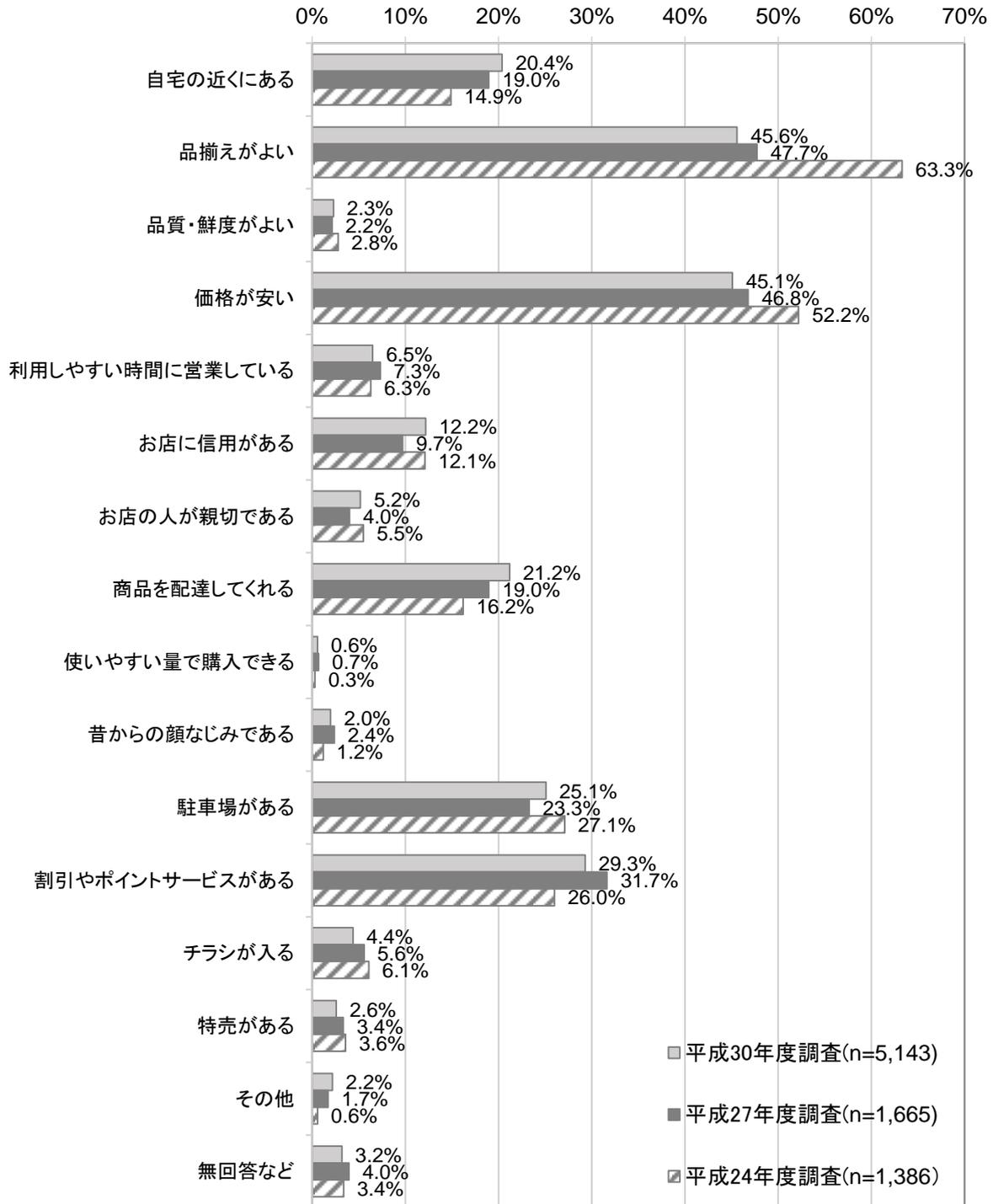
※2 「食品スーパー」は、平成24年度、平成27年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成24年度、平成27年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

※4 「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

【家電製品購入理由 経年比較】

平成24年度調査、平成27年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「品揃えがよい」「価格が安い」の順位が高い。また「自宅の近くにある」「商品を配達してくれる」が増加傾向にある。



図表20-4 家電製品購入理由 [経年比較]

【家電製品購入先 年代別】

全ての年代で「大型量販店・総合スーパー」が1位となっており、「20歳代」「60歳代」「70歳代以上」では「デパート・大型商業施設」が、「30歳代」から「50歳代」までは「通信販売」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	大型量販店・総合スーパー 68.7%	デパート・大型商業施設 12.9%	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） 12.5%	その他 3.0%	商店街のお店 2.2%
20歳代 (n=371)	大型量販店・総合スーパー 54.7%	デパート・大型商業施設 26.1%	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） 17.8%	その他 2.4%	無回答など 1.1%
30歳代 (n=696)	大型量販店・総合スーパー 59.8%	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） 20.3%	デパート・大型商業施設 18.5%	その他 2.0%	無回答など 0.9%
40歳代 (n=895)	大型量販店・総合スーパー 67.5%	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） 19.7%	デパート・大型商業施設 11.1%	その他 2.6%	無回答など 0.4%
50歳代 (n=904)	大型量販店・総合スーパー 73.6%	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） 12.5%	デパート・大型商業施設 9.7%	その他 2.9%	商店街のお店 1.4%
60歳代 (n=943)	大型量販店・総合スーパー 77.5%	デパート・大型商業施設 9.7%	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） 8.1%	その他 2.9%	商店街のお店 1.5%
70歳代以上 (n=1,300)	大型量販店・総合スーパー 68.4%	デパート・大型商業施設 12.0%	商店街のお店 6.1%	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） 5.2%	その他 4.4%

図表20-5 家電製品購入先 [年代別]

※上位5位までを抽出

【家電製品購入理由 年代別】

「20歳代」「30歳代」「70歳代以上」で「品揃えがよい」、「40歳代」から「60歳代」までは「価格が安い」が最も多い。また「20歳代」から「50歳代」では「割引やポイントサービスがある」が、「60歳代」では「駐車場がある」が、「70歳代以上」は「商品を配達してくれる」が3位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	品揃えがよい 45.6%	価格が安い 45.1%	割引やポイントサービスがある 29.3%	駐車場がある 25.1%	商品を配達してくれる 21.2%
20歳代 (n=371)	品揃えがよい 52.0%	価格が安い 33.2%	割引やポイントサービスがある 26.7%	商品を配達してくれる 18.6%	自宅の近くにある 18.1%
30歳代 (n=696)	品揃えがよい 50.3%	価格が安い 47.0%	割引やポイントサービスがある 35.2%	商品を配達してくれる 19.7%	駐車場がある 17.8%
40歳代 (n=895)	価格が安い 55.3%	品揃えがよい 48.4%	割引やポイントサービスがある 35.1%	駐車場がある 23.5%	商品を配達してくれる 19.4%
50歳代 (n=904)	価格が安い 54.0%	品揃えがよい 46.5%	割引やポイントサービスがある 32.4%	駐車場がある 31.0%	自宅の近くにある 20.1%
60歳代 (n=943)	価格が安い 48.5%	品揃えがよい 45.4%	駐車場がある 33.0%	割引やポイントサービスがある 28.8%	自宅の近くにある 22.9%
70歳代以上 (n=1,300)	品揃えがよい 39.2%	価格が安い 32.2%	商品を配達してくれる 26.5%	自宅の近くにある 25.2%	駐車場がある 24.0%

図表 20-6 家電製品購入理由 [年代別]

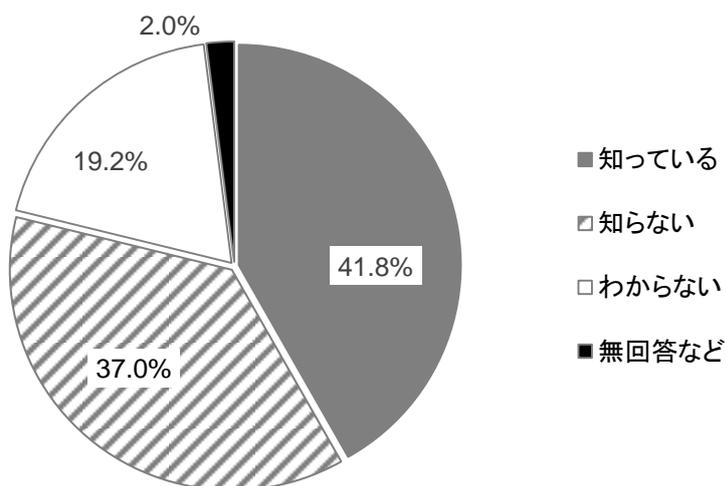
※上位 5 位までを抽出

(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、街路灯や防犯カメラの整備などの活動を行っていることを知っていますか。

【全体】

「知っている」は41.8%であった。「知らない」が37.0%であった。また、「わからない」は19.2%であった。

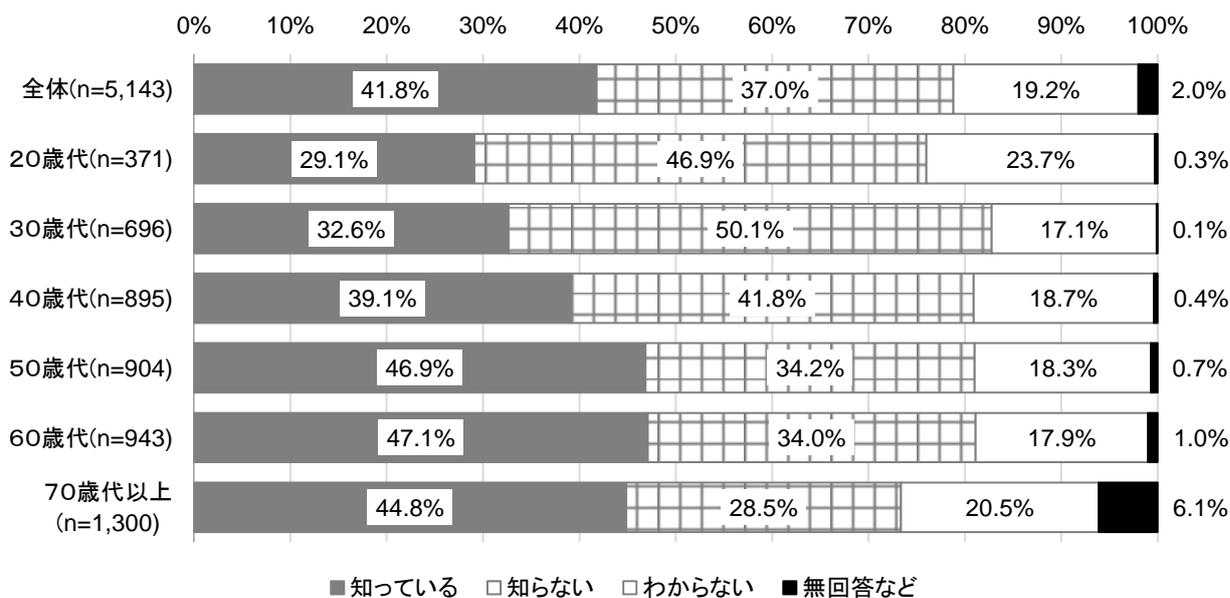


図表21-1 商店街活動に関する認知度 [全体]

n=5,143

【年齢】

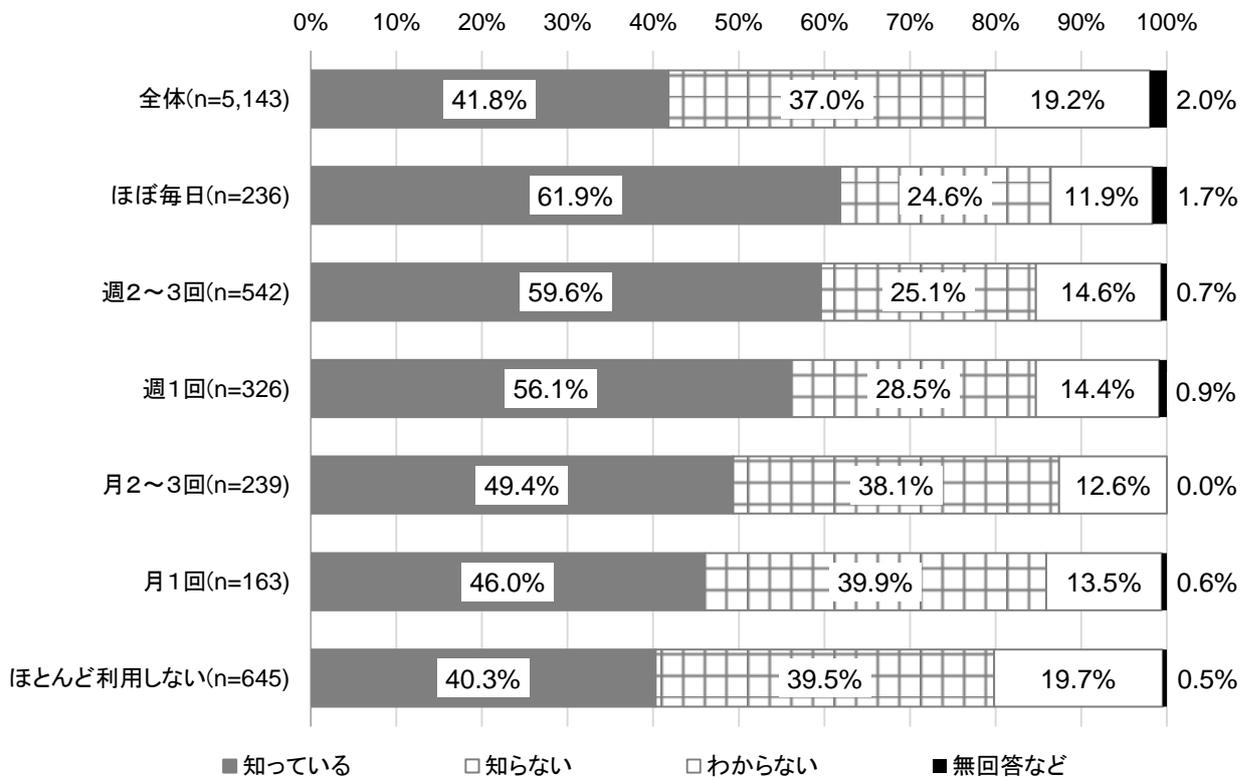
「50歳代」以上では、「知っている」が40%を超える一方、「20歳代」「30歳代」では「知っている」が30%前後となっている。



図表21-2 商店街活動に関する認知度 [年齢]

【商店街の利用頻度別】

利用頻度の高さに比例し、認知度が高くなる傾向がある。

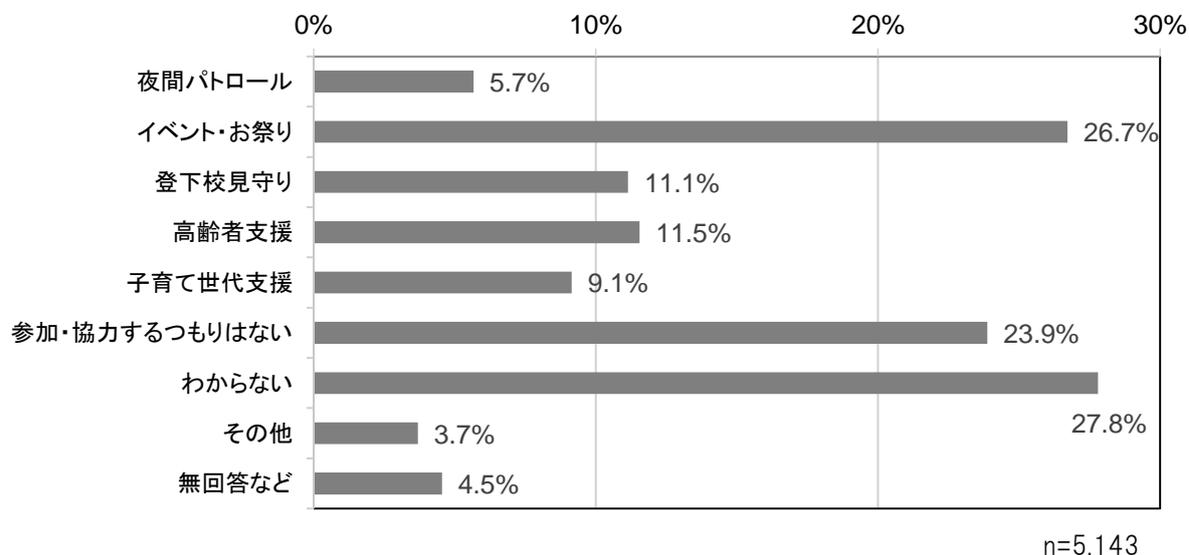


図表21-3 商店街活動に関する認知度 [商店街の利用頻度別]

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】

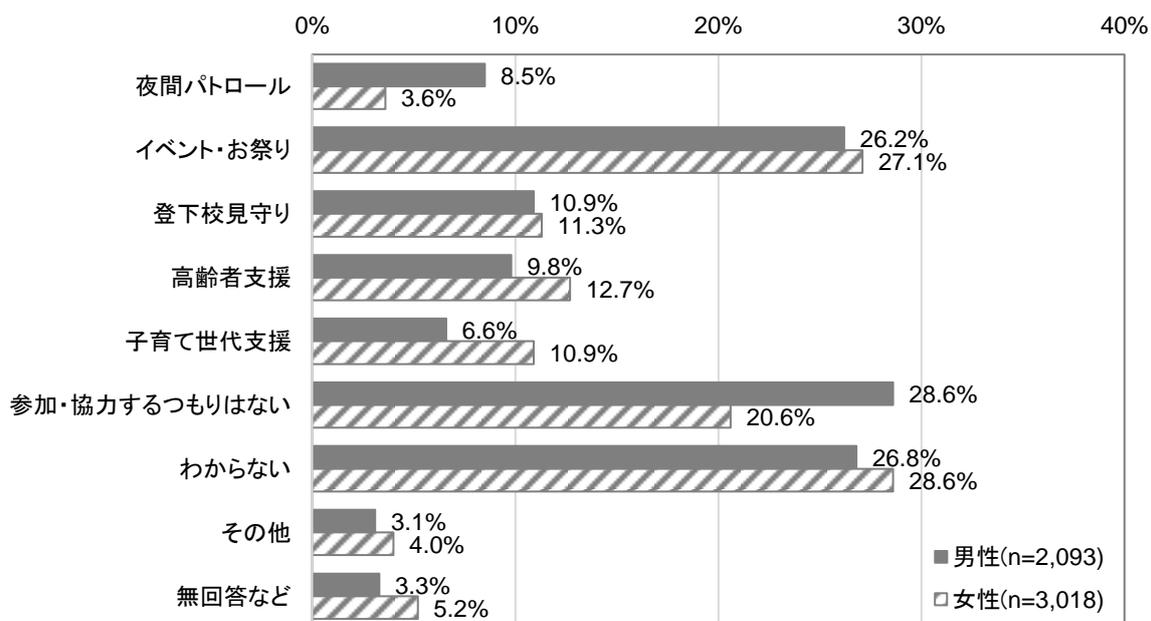
「わからない」が最も多く、27.8%であった。次いで「イベント・お祭り」(26.7%)、「参加・協力するつもりはない」(23.9%)の順となった。



図表22-1 商店街活動への協力意欲 [全体]

【性別】

男女で傾向に大きな違いはみられないが、「参加・協力するつもりはない」が8.0ポイント、「夜間パトロール」が4.9ポイント、「男性」が「女性」を上回っており、「子育て世代支援」は「女性」が「男性」を4.3ポイント上回っている。



図表22-2 商店街活動への協力意欲 [性別]

【職業別】

職業別でみると、「会社員」「学生」では「イベント・お祭り」(34.7%)が、「自営業」「無職」では「参加・協力するつもりはない」が、「専業主婦(主夫)」「パート・アルバイト」では「わからない」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	わからない 27.8%	イベント・お祭り 26.7%	参加・協力するつもりはない 23.9%	高齢者支援 11.5%	登下校見守り 11.1%
会社員 (n=1,839)	イベント・お祭り 34.7%	わからない 25.4%	参加・協力するつもりはない 24.0%	子育て世代支援 10.6%	登下校見守り 10.2%
自営業 (n=279)	参加・協力するつもりはない 26.5%	イベント・お祭り / わからない 25.8%		高齢者支援 13.6%	登下校見守り 10.4%
専業主婦(主夫) (n=1,029)	わからない 29.0%	イベント・お祭り 21.0%	参加・協力するつもりはない 20.7%	登下校見守り 14.3%	高齢者支援 12.9%
パート・アルバイト (n=808)	わからない 31.7%	イベント・お祭り 30.1%	参加・協力するつもりはない 19.6%	高齢者支援 13.2%	登下校見守り 11.5%
学生 (n=77)	イベント・お祭り 41.6%	参加・協力するつもりはない 24.7%	わからない 22.1%	夜間パトロール 13.0%	高齢者支援 10.4%
無職 (n=1,063)	参加・協力するつもりはない 29.5%	わからない 28.7%	イベント・お祭り 15.1%	高齢者支援 11.1%	登下校見守り 10.4%

図表22-3 商店街活動への協力意欲 [職業別]

※上位5位までを抽出

【年代別】

「40歳代」までは「イベント・お祭り」が、「50歳代」以上では「わからない」が1位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5, 143)	わからない 27.8%	イベント・お祭り 26.7%	参加・協力するつもりはない 23.9%	高齢者支援 11.5%	登下校見守り 11.1%
20歳代 (n=371)	イベント・お祭り 43.7%	参加・協力するつもりはない 26.4%	わからない 20.8%	子育て世代支援 12.1%	登下校見守り 9.2%
30歳代 (n=696)	イベント・お祭り 41.8%	参加・協力するつもりはない 24.3%	わからない 19.8%	子育て世代支援 16.4%	登下校見守り 12.6%
40歳代 (n=895)	イベント・お祭り 35.5%	わからない 24.0%	参加・協力するつもりはない 21.1%	登下校見守り 16.0%	子育て世代支援 11.3%
50歳代 (n=904)	わからない 35.4%	イベント・お祭り 25.4%	参加・協力するつもりはない 20.6%	高齢者支援 14.7%	子育て世代支援 9.7%
60歳代 (n=943)	わからない 33.8%	参加・協力するつもりはない 25.2%	イベント・お祭り 19.5%	高齢者支援 13.3%	登下校見守り 11.6%
70歳代以上 (n=1, 300)	わからない 26.8%	参加・協力するつもりはない 26.4%	イベント・お祭り 13.8%	無回答など 13.1%	高齢者支援 12.8%

図表22-4 商店街活動への協力意欲 [年代別]

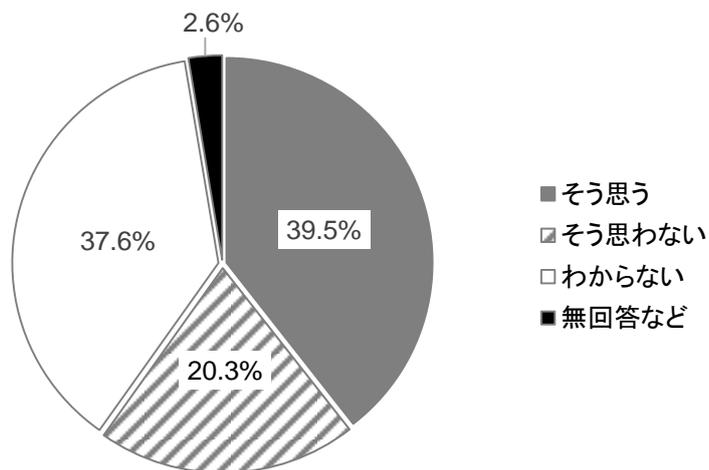
※上位5位までを抽出

(8) 交流の場としての商店街に対する意識

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。

【全体】

「そう思う」が39.5%で、「そう思わない」が20.3%であった。また、「わからない」は37.6%であった。

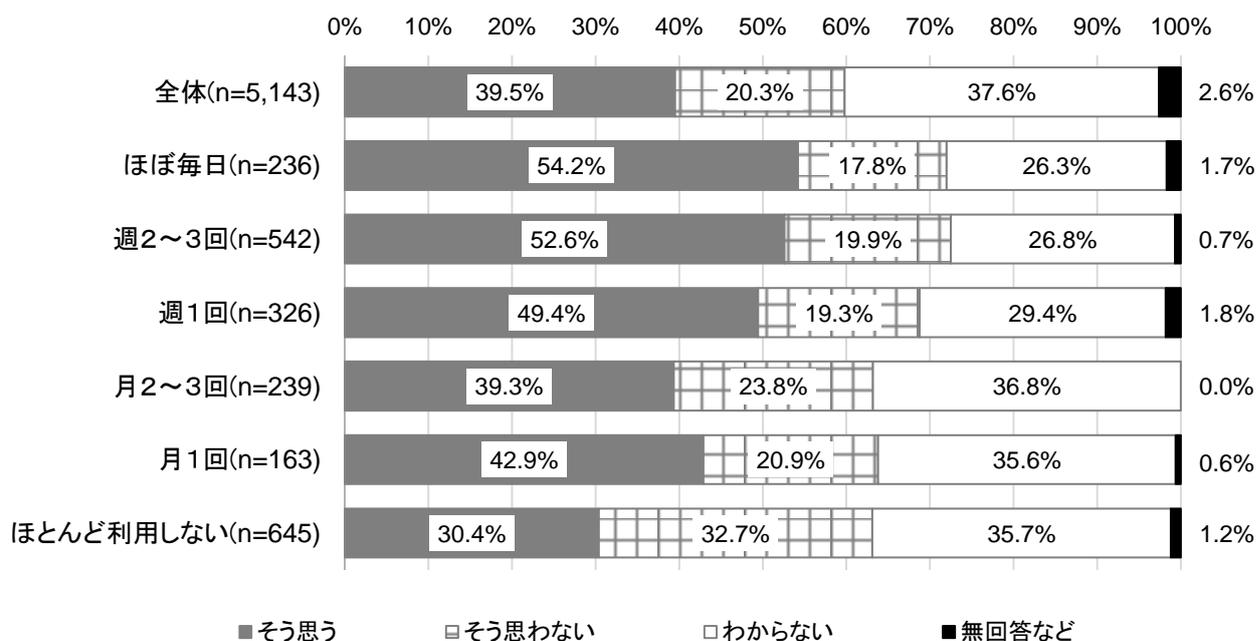


図表23-1 商店街に期待する役割 [全体]

n=5,143

【商店街の利用頻度別】

商店街の利用頻度が「週1回」以上では「そう思う」が約5割である一方、「月2～3回」「月1回」では約4割、「ほとんど利用しない」では約3割であった。



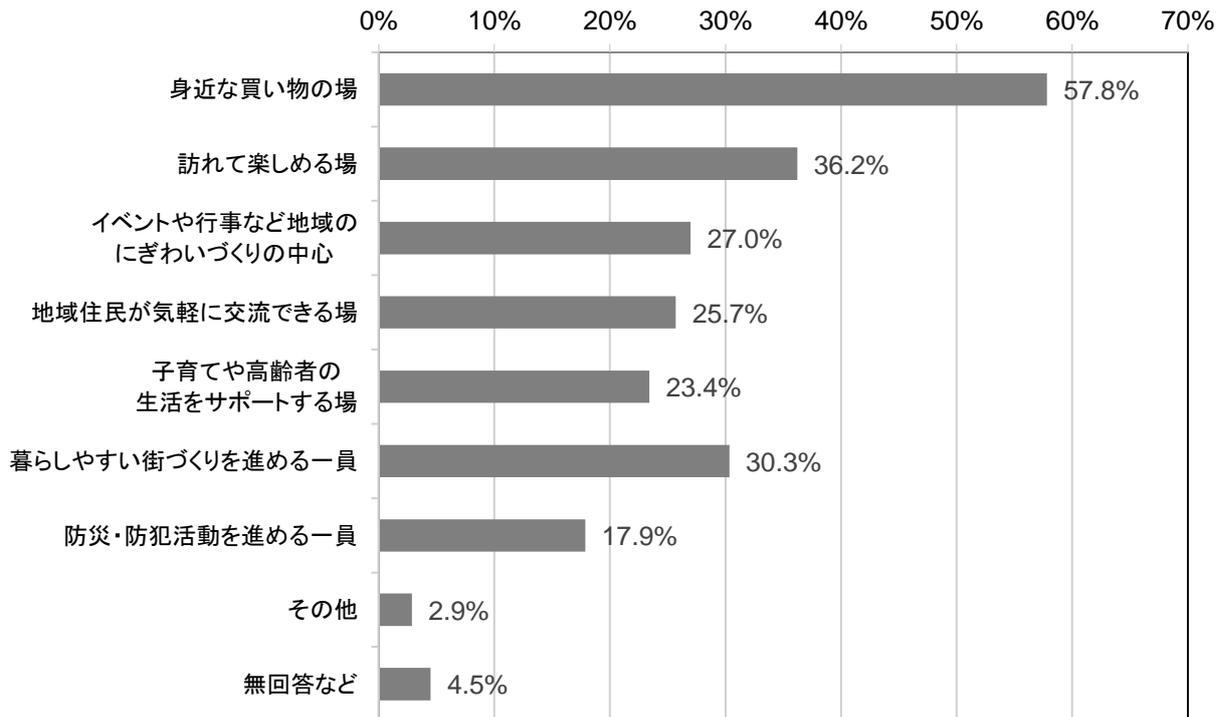
図表23-2 商店街に期待する役割 [商店街の利用頻度別]

(9) 商店街に期待する役割

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、57.8%であった。次いで「訪れて楽しめる場」(36.2%)、「暮らしやすい街づくりを進める一員」(30.3%)の順となった。

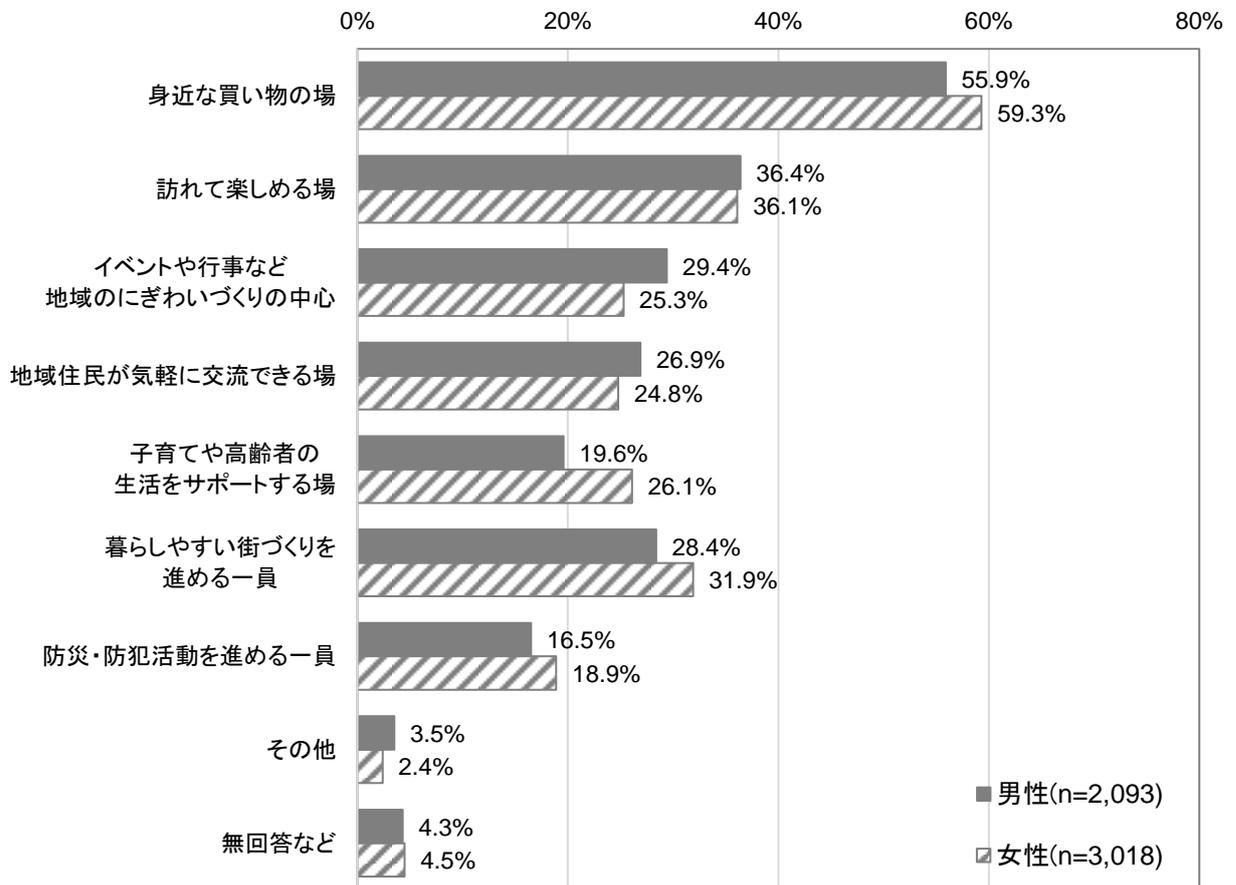


図表24-1 商店街に期待する役割 [全体]

n=5,143

【性別】

男女で傾向に大きな違いはみられないが、「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」は男性が女性を4.1ポイント上回っており、「子育てや高齢者の生活をサポートする場」では女性が男性を6.5ポイント上回っている。



図表24-2 商店街に期待する役割 [性別]

【職業別】

全ての職業で「身近な買い物の場」が1位となったが、「学生」を除き、2位に入ったのは「訪れて楽しめる場」であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 36.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.0%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
会社員 (n=1,839)	身近な買い物の場 57.6%	訪れて楽しめる場 36.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 34.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.3%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 26.5%
自営業 (n=279)	身近な買い物の場 55.2%	訪れて楽しめる場 38.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.4%	地域住民が気軽に交流できる場 25.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 22.2%
専業主婦(主夫) (n=1,029)	身近な買い物の場 58.1%	訪れて楽しめる場 39.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.6%	地域住民が気軽に交流できる場 26.6%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 24.5%
パート・アルバイト (n=808)	身近な買い物の場 61.9%	訪れて楽しめる場 37.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 34.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.2%	地域住民が気軽に交流できる場 26.0%
学生 (n=77)	身近な買い物の場 48.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 32.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.2%	地域住民が気軽に交流できる場 27.3%	訪れて楽しめる場 26.0%
無職 (n=1,063)	身近な買い物の場 56.6%	訪れて楽しめる場 32.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.1%	地域住民が気軽に交流できる場 25.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 18.6%

図表24-3 商店街に期待する役割【職業別】

※上位5位までを抽出

【年代別】

どの年代でも「身近な買い物の場」が1位となったが、「30歳代」を除き、2位に入ったのは「訪れて楽しめる場」であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 36.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.0%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
20歳代 (n=371)	身近な買い物の場 56.1%	訪れて楽しめる場 35.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 31.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.0%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 24.5%
30歳代 (n=696)	身近な買い物の場 58.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 38.9%	訪れて楽しめる場 36.9%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 34.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.4%
40歳代 (n=895)	身近な買い物の場 58.8%	訪れて楽しめる場 38.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 34.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.9%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 26.6%
50歳代 (n=904)	身近な買い物の場 56.4%	訪れて楽しめる場 37.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.5%	地域住民が気軽に交流できる場 26.2%
60歳代 (n=943)	身近な買い物の場 61.3%	訪れて楽しめる場 35.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.6%	地域住民が気軽に交流できる場 26.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 21.7%
70歳代以上 (n=1,300)	身近な買い物の場 55.9%	訪れて楽しめる場 33.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.5%	地域住民が気軽に交流できる場 28.4%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 17.3%

図表24-4 商店街に期待する役割 [年代別]

※上位5位までを抽出

【商店街の利用頻度別】

どの利用頻度でも「身近な買い物の場」が1位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 36.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.0%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
ほぼ毎日 (n=236)	身近な買い物の場 61.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 33.5%	訪れて楽しめる場 32.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 32.6%	地域住民が気軽に交流できる場 27.5%
週2～3回 (n=542)	身近な買い物の場 69.4%	訪れて楽しめる場 35.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 34.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.4%	地域住民が気軽に交流できる場 26.9%
週1回 (n=326)	身近な買い物の場 67.2%	訪れて楽しめる場 37.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.2%	地域住民が気軽に交流できる場 25.5%
月2～3回 (n=239)	身近な買い物の場 61.9%	訪れて楽しめる場 37.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 34.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.6%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 27.6%
月1回 (n=163)	身近な買い物の場 56.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 35.6%	訪れて楽しめる場 33.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.8%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 27.0%
ほとんど利用しない (n=645)	身近な買い物の場 51.2%	訪れて楽しめる場 36.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.2%	地域住民が気軽に交流できる場 23.9%

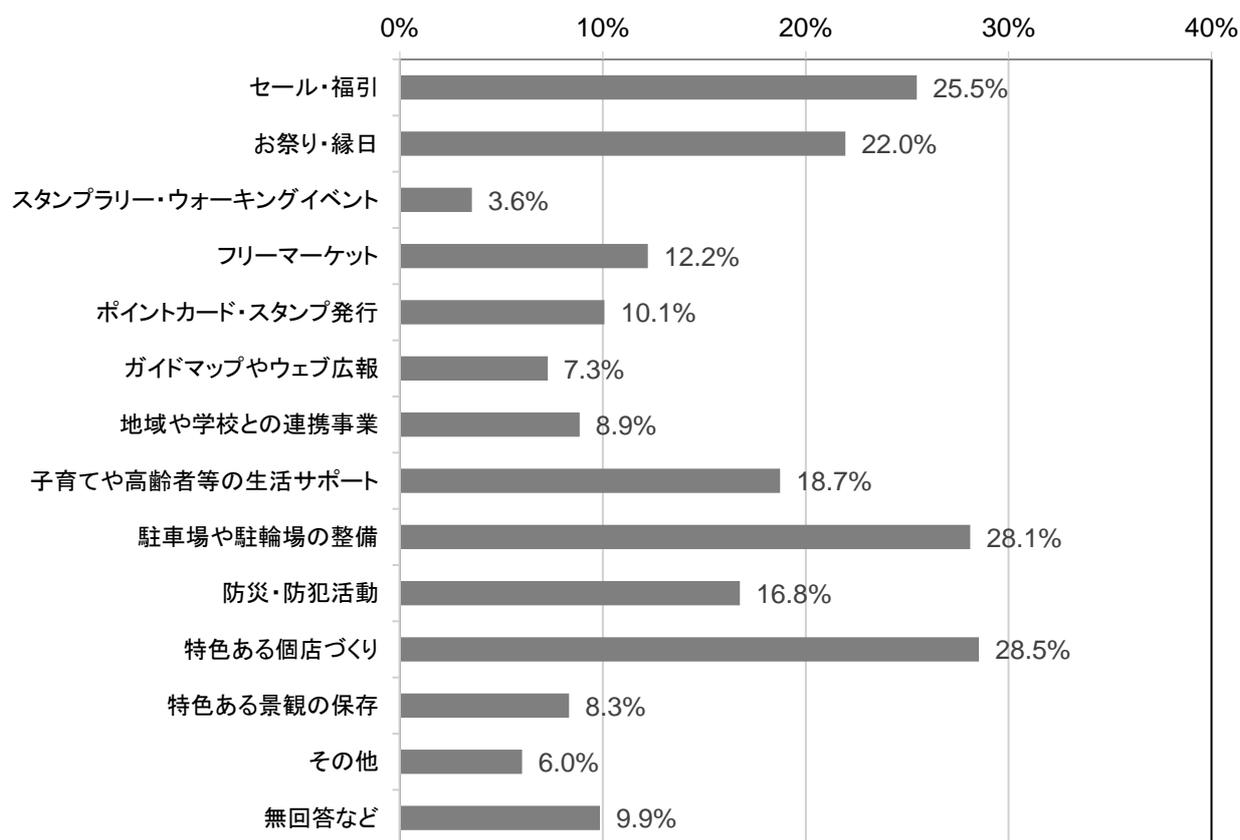
図表24-5 商店街に期待する役割 [商店街の利用頻度別]

※上位5位までを抽出

問 12-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業はありますか。

【全体】

「特色ある個店づくり」が最も多く、28.5%であった。次いで「駐車場や駐輪場の整備」(28.1%)、「セール・福引」(25.5%)の順となった。

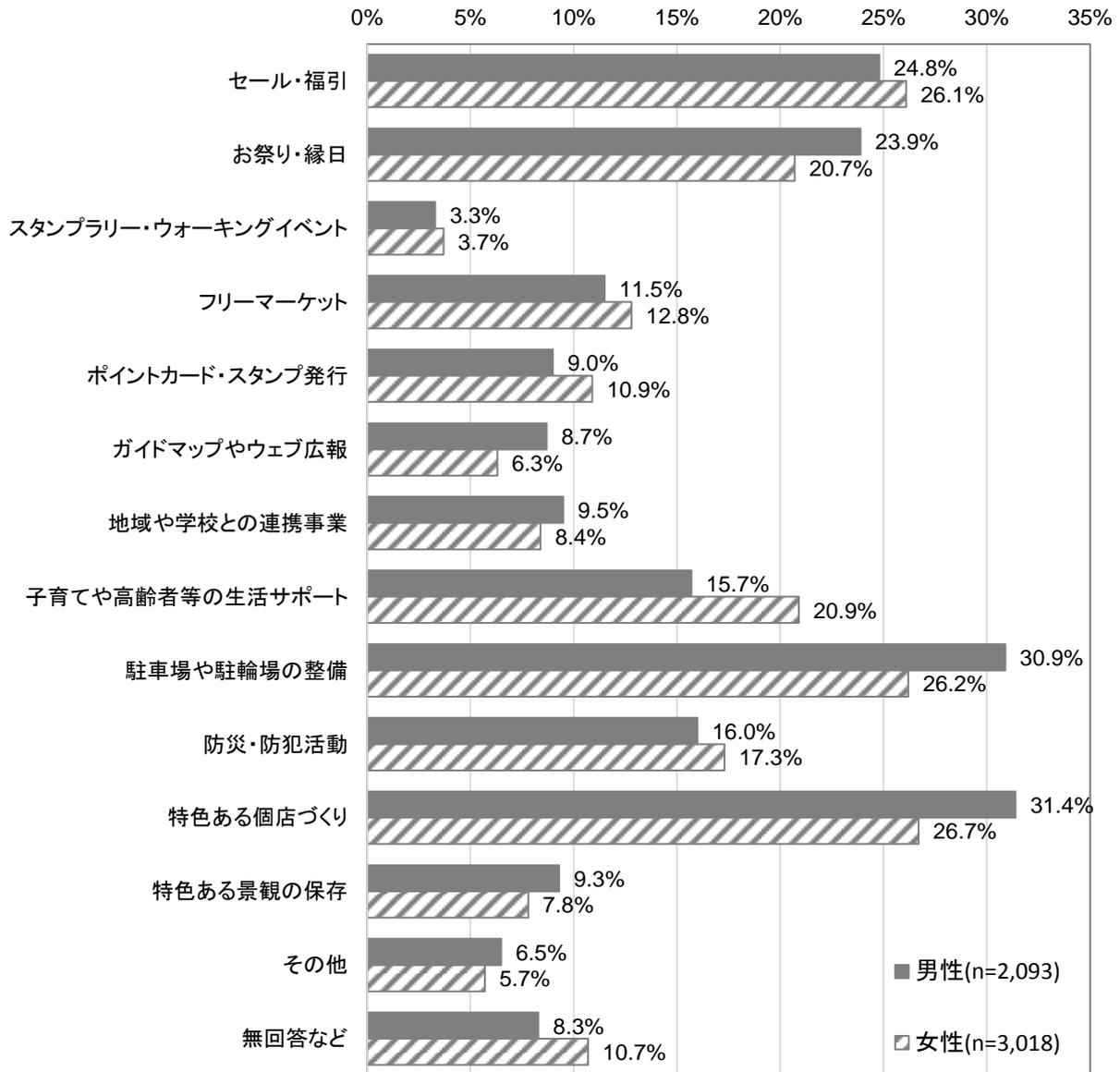


n=5,143

図表25-1 商店街に取り組んで欲しい事業 [全体]

【性別】

男女で傾向に大きな違いはみられないが、「駐車場や駐輪場の整備」「特色ある個店づくり」が共に4.7ポイント、男性が女性を上回っている。一方、「子育てや高齢者等の生活サポート」では5.2ポイント、女性が男性を上回っている。



図表25-2 商店街に取り組んで欲しい事業[性別]

【職業別】

「学生」を除く職業において「特色ある個店づくり」「駐車場や駐輪場の整備」が上位に入っている。「学生」では1位に「セール・福引」(37.7%)、2位に「お祭り・縁日」(26.0%)が入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特色ある個店づくり 28.5%	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	セール・福引 25.5%	お祭り・縁日 22.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.7%
会社員 (n=1,839)	駐車場や駐輪場の整備 31.9%	特色ある個店づくり 31.7%	お祭り・縁日 30.0%	セール・福引 26.4%	子育てや高齢者等の生活サポート 17.7%
自営業 (n=279)	駐車場や駐輪場の整備 32.3%	特色ある個店づくり 31.2%	防災・防犯活動 18.6%	セール・福引 18.3%	お祭り・縁日 17.2%
専業主婦(主夫) (n=1,029)	特色ある個店づくり 27.0%	駐車場や駐輪場の整備 26.4%	セール・福引 25.4%	子育てや高齢者等の生活サポート 21.1%	お祭り・縁日 18.4%
パート・アルバイト (n=808)	駐車場や駐輪場の整備 31.3%	セール・福引 29.2%	特色ある個店づくり 27.7%	お祭り・縁日 20.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 19.7%
学生 (n=77)	セール・福引 37.7%	お祭り・縁日 26.0%	フリーマーケット 19.5%	駐車場や駐輪場の整備 19.5%	防災・防犯活動 19.5%
無職 (n=1,063)	特色ある個店づくり 25.1%	セール・福引 22.5%	駐車場や駐輪場の整備 21.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.8%	防災・防犯活動 17.1%

図表25-3 商店街に取り組んで欲しい事業[職業別]

※上位5位までを抽出

【年代別】

「20歳代」「30歳代」では「お祭り・縁日」が、「40歳代」「50歳代」では「駐車場や駐輪場の整備」が、「60歳代」「70歳代以上」では「特色ある個店づくり」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特色ある個店づくり 28.5%	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	セール・福引 25.5%	お祭り・縁日 22.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.7%
20歳代 (n=371)	セール・福引/お祭り・縁日 35.0%		特色ある個店づくり 21.8%	駐車場や駐輪場の整備 20.8%	防災・防犯活動 18.3%
30歳代 (n=696)	お祭り・縁日 37.8%	駐車場や駐輪場の整備 31.8%	セール・福引 27.7%	特色ある個店づくり 25.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 23.4%
40歳代 (n=895)	駐車場や駐輪場の整備 33.9%	お祭り・縁日 30.8%	特色ある個店づくり 28.3%	セール・福引 26.8%	子育てや高齢者等の生活サポート 17.4%
50歳代 (n=904)	駐車場や駐輪場の整備 35.6%	特色ある個店づくり 32.5%	セール・福引 27.9%	お祭り・縁日 18.7%	子育てや高齢者等の生活サポート 17.0%
60歳代 (n=943)	特色ある個店づくり 33.2%	駐車場や駐輪場の整備 29.2%	セール・福引 24.5%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.6%	防災・防犯活動 15.2%
70歳代以上 (n=1,300)	特色ある個店づくり 26.3%	無回答など 20.8%	セール・福引 19.8%	子育てや高齢者等の生活サポート 19.7%	駐車場や駐輪場の整備 18.4%

図表25-4 商店街に取り組んで欲しい事業[年代別]

※上位5位までを抽出

【商店街の利用頻度別】

「ほぼ毎日」は「セール・福引」が1位である一方、「週2～3回」以下は「特色ある個店づくり」が1位となっている。また「週1回」以下は「駐車場や駐輪場の整備」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特色ある個店づくり 28.5%	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	セール・福引 25.5%	お祭り・縁日 22.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.7%
ほぼ毎日 (n=236)	セール・福引 33.5%	特色ある個店づくり 29.7%	防災・防犯活動 21.2%	お祭り・縁日 19.1%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.6%
週2～3回 (n=542)	特色ある個店づくり 31.7%	セール・福引 28.8%	子育てや高齢者等の生活サポート 22.3%	駐車場や駐輪場の整備 21.6%	お祭り・縁日 20.1%
週1回 (n=326)	特色ある個店づくり 35.9%	駐車場や駐輪場の整備 27.0%	セール・福引 25.8%	お祭り・縁日 21.2%	子育てや高齢者等の生活サポート 20.2%
月2～3回 (n=239)	特色ある個店づくり 38.1%	駐車場や駐輪場の整備 28.9%	セール・福引 24.3%	子育てや高齢者等の生活サポート 19.2%	お祭り・縁日 18.4%
月1回 (n=163)	特色ある個店づくり 33.1%	駐車場や駐輪場の整備 28.8%	お祭り・縁日 27.0%	セール・福引 24.5%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.4%
ほとんど 利用しない (n=645)	特色ある個店づくり 34.9%	駐車場や駐輪場の整備 28.2%	お祭り・縁日 23.4%	セール・福引 22.5%	防災・防犯活動 18.9%

図表25-5 商店街に取り組んで欲しい事業[商店街の利用頻度別]

※上位5位までを抽出



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2,210)	パン・ベーカリー 25.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 25.6%	書籍・文具/100円ショップ 23.8%		鮮魚 22.2%
青葉区 (n=157)	書籍・文具 29.9%	鮮魚 24.8%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 22.3%	精肉/パン・ベーカリー 20.4%	
旭区 (n=168)	飲食店（喫茶・ ファストフード） 32.1%	パン・ベーカリー 30.4%	鮮魚/書籍・文具 27.4%		飲食店（食事） 23.2%
泉区 (n=56)	飲食店（食事） 32.1%	書籍・文具 30.4%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 25.0%	鮮魚 21.4%	青果 19.6%
磯子区 (n=145)	パン・ベーカリー 24.1%	鮮魚/書籍・文具 23.4%		100円ショップ 22.1%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 17.9%
神奈川区 (n=155)	100円ショップ 47.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 35.5%	書籍・文具 27.1%	パン・ベーカリー 23.9%	飲食店（食事） 20.6%
金沢区 (n=132)	鮮魚 26.5%	パン・ベーカリー 25.8%	青果 25.0%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 24.2%	書籍・文具/飲食店 （食事） 22.0%
港南区 (n=109)	日用雑貨・身のま わり品 25.7%	パン・ベーカリー 21.1%	飲食店（食事）/飲食店（喫茶・ ファストフード） 20.2%		精肉/鮮魚 19.3%
港北区 (n=219)	鮮魚 28.3%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 27.4%	パン・ベーカリー 25.6%	飲食店（食事） 24.7%	100円ショップ 22.4%
栄区 (n=70)	書籍・文具 28.6%	惣菜・弁当 24.3%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 22.9%	飲食店（食事） 21.4%	パン・ベーカリー 20.0%
瀬谷区 (n=81)	パン・ベーカリー 35.8%	鮮魚 32.1%	惣菜・弁当 29.6%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 28.4%	100円ショップ 27.2%
都筑区 (n=46)	パン・ベーカリー 30.4%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 28.3%	惣菜・弁当 23.9%	鮮魚/洋・和菓子/書籍・文具 21.7%	
鶴見区 (n=164)	100円ショップ 39.6%	パン・ベーカリー 28.7%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 26.8%	洋・和菓子/飲食店（食事） 23.2%	
戸塚区 (n=85)	日用雑貨・身のま わり品 27.1%	パン・ベーカリー 25.9%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 22.4%	鮮魚/100円ショップ 18.8%	

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=116)	パン・ベーカリー 27.6%	100円ショップ 25.9%	惣菜・弁当 25.0%	書籍・文具 22.4%	飲食店（喫茶・ ファストフード） 19.0%
西区 (n=68)	飲食店（喫茶・ ファストフード） 33.8%	パン・ベーカリー 32.4%	食品スーパー 26.5%	鮮魚/惣菜・弁当/書籍・文具 22.1%	
保土ヶ谷区 (n=155)	飲食店（喫茶・ ファストフード） 30.3%	パン・ベーカリー 29.0%	100円ショップ 27.1%	書籍・文具 26.5%	飲食店（食事） 25.2%
緑区 (n=108)	書籍・文具 32.4%	衣料品 28.7%	飲食店（食事） 26.9%	パン・ベーカリー 25.0%	精肉/鮮魚 23.1%
南区 (n=166)	パン・ベーカリー 26.5%	書籍・文具 24.7%	鮮魚 22.3%	洋・和菓子/100円ショップ 20.5%	

図表26-2 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態[居住区別]

※上位5位までを抽出

**問5 商店街を利用する主な理由は何ですか。**

**【居住区別】**

全体の傾向と同じく、全ての区で「自宅の近くにある」が1位となっている。また10の区で「価格が安い」が2位となっているが、青葉区、港南区、中区では「品質・鮮度がよい」が、旭区、泉区では「割引やポイントサービスがある」が、瀬谷区では「お店の人が親切である」が、都筑区では「品揃えがよい」が、緑区では「使いやすい量で購入できる/駐車場がある」がそれぞれ2位となっている。



※2位の選択肢が2区以上ある区を色分けしている。

図表27-1 商店街を利用する理由\_地図[居住区別\_2位]

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=2,210)	自宅の近くにある 72.7%	価格が安い 25.1%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 14.2%	割引やポイントサービスがある 12.7%
青葉区 (n=157)	自宅の近くにある 76.7%	品質・鮮度がよい 18.3%	価格が安い 14.2%	品揃えがよい 13.3%	割引やポイントサービスがある 10.0%
旭区 (n=168)	自宅の近くにある 77.3%	割引やポイントサービスがある 18.2%	お店に信用がある 16.4%	品揃えがよい/使いやすい量で購入できる 14.5%	
泉区 (n=56)	自宅の近くにある 80.4%	割引やポイントサービスがある 23.5%	駐車場がある 21.6%	品揃えがよい 19.6%	特売がある 13.7%
磯子区 (n=145)	自宅の近くにある 67.0%	価格が安い 40.7%	使いやすい量で購入できる 14.3%	割引やポイントサービスがある 12.1%	品質・鮮度がよい 11.0%
神奈川区 (n=155)	自宅の近くにある 63.9%	価格が安い 21.3%	割引やポイントサービスがある 15.7%	特売がある 14.8%	品揃えがよい/お店の人が親切である 13.9%
金沢区 (n=132)	自宅の近くにある 69.2%	価格が安い 21.8%	割引やポイントサービスがある 14.1%	品質・鮮度がよい 12.8%	品揃えがよい 11.5%
港南区 (n=109)	自宅の近くにある 70.1%	品質・鮮度がよい 20.9%	品揃えがよい 17.9%	価格が安い/お店に信用がある/使いやすい量で購入できる/割引やポイントサービスがある 13.4%	
港北区 (n=219)	自宅の近くにある 79.3%	価格が安い 20.1%	品質・鮮度がよい 18.9%	品揃えがよい/お店に信用がある 13.4%	
栄区 (n=70)	自宅の近くにある 70.0%	価格が安い 52.0%	品質・鮮度がよい 24.0%	品揃えがよい 18.0%	昔からの顔なじみである/駐車場がある 10.0%
瀬谷区 (n=81)	自宅の近くにある 68.4%	お店の人が親切である 23.7%	お店に信用がある/昔からの顔なじみである 15.8%		使いやすい量で購入できる/割引やポイントサービスがある 13.2%
都筑区 (n=46)	自宅の近くにある 66.7%	品揃えがよい 33.3%	価格が安い 19.4%	駐車場がある 19.4%	割引やポイントサービスがある 16.7%
鶴見区 (n=164)	自宅の近くにある 82.1%	価格が安い 41.1%	品質・鮮度がよい/特売がある 14.3%		使いやすい量で購入できる 11.6%
戸塚区 (n=85)	自宅の近くにある 60.3%	価格が安い 31.7%	品揃えがよい 23.8%	品質・鮮度がよい 20.6%	使いやすい量で購入できる 15.9%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=116)	自宅の近くにある 85.7%	品質・鮮度がよい 31.2%	品揃えがよい 22.1%	お店に信用がある 11.7%	使いやすい量で購入できる/割引やポイントサービスがある 10.4%
西区 (n=68)	自宅の近くにある 87.2%	価格が安い 34.0%	品揃えがよい 12.8%	品質・鮮度がよい 10.6%	お店の人が親切である/昔からの顔なじみである 10.6%
保土ヶ谷区 (n=155)	自宅の近くにある 65.7%	価格が安い 34.3%	品質・鮮度がよい 16.7%	割引やポイントサービスがある 11.8%	使いやすい量で購入できる 9.8%
緑区 (n=108)	自宅の近くにある 68.5%	使いやすい量で購入できる/駐車場がある 16.4%	価格が安い 15.1%	品揃えがよい/割引やポイントサービスがある 12.3%	
南区 (n=166)	自宅の近くにある 64.0%	価格が安い 44.7%	品揃えがよい/使いやすい量で購入できる 14.9%	品質・鮮度がよい 14.0%	

図表27-2 商店街を利用する理由[居住区別]

※上位5位までを抽出



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特にな 37.4%	宅配 26.4%	地域の交流施設 16.1%	低運賃バスの運行 15.7%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 13.6%
青葉区 (n=413)	特にな 32.9%	宅配 26.9%	地域の交流施設 18.9%	低運賃バスの運行 17.4%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 16.5%
旭区 (n=307)	特にな 39.7%	宅配 25.1%	地域の交流施設 16.6%	高齢者の見守り (定期訪問) 14.0%	低運賃バスの運行 12.7%
泉区 (n=240)	特にな 42.1%	宅配 21.3%	低運賃バスの運行 19.6%	地域の交流施設 18.8%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 12.5%
磯子区 (n=256)	特にな 42.6%	宅配 24.2%	地域の交流施設 13.3%	低運賃バスの運行 12.9%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 11.3%
神奈川区 (n=314)	特にな 36.0%	宅配 25.8%	地域の交流施設 17.8%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 14.3%	低運賃バスの運行 13.1%
金沢区 (n=320)	特にな 44.1%	宅配 26.6%	低運賃バスの運行 15.6%	地域の交流施設 14.1%	出張販売/高齢者の見 守り(定期訪問) 9.7%
港南区 (n=337)	特にな 36.2%	宅配 29.4%	地域の交流施設 16.0%	低運賃バスの運行 13.9%	子どもを遊ばせること のできる場所/高齢者 の見守り(定期訪問) 13.4%
港北区 (n=458)	特にな 35.8%	宅配 23.1%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 17.9%	地域の交流施設 17.0%	低運賃バスの運行 16.6%
栄区 (n=179)	宅配 36.3%	特にな 34.6%	低運賃バスの運行/地域の交流施設 18.4%		子どもを遊ばせること のできる場所/高齢者 の見守り(定期訪問) 9.5%
瀬谷区 (n=178)	特にな 37.1%	宅配 25.8%	高齢者の見守り (定期訪問) 17.4%	地域の交流施設 16.3%	低運賃バスの運行 12.4%
都筑区 (n=268)	特にな 34.3%	宅配 26.5%	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 17.5%	低運賃バスの運行 16.0%
鶴見区 (n=341)	特にな 38.7%	宅配 24.9%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 19.6%	低運賃バスの運行 14.7%	地域の交流施設 12.6%
戸塚区 (n=383)	特にな 31.6%	宅配 27.4%	低運賃バスの運行 21.4%	地域の交流施設 16.4%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 14.9%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=191)	特にな 44.0%	宅配 20.9%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 14.1%	地域の交流施設 12.0%	低運賃バスの運行/高 齢者の見守り(定期訪 問) 10.5%
西区 (n=128)	特にな 41.4%	宅配 30.5%	低運賃バスの運行 20.3%	地域の交流施設 14.1%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 10.2%
保土ヶ谷区 (n=283)	特にな 33.9%	宅配 29.3%	低運賃バスの運行 18.4%	地域の交流施設 15.5%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 13.4%
緑区 (n=250)	特にな 37.6%	宅配 24.8%	低運賃バスの運行 16.4%	地域の交流施設 15.2%	子どもを遊ばせる ことのできる場所 13.2%
南区 (n=279)	特にな 38.0%	宅配 30.8%	地域の交流施設 16.5%	低運賃バスの運行 11.5%	高齢者の見守り (定期訪問) 10.4%

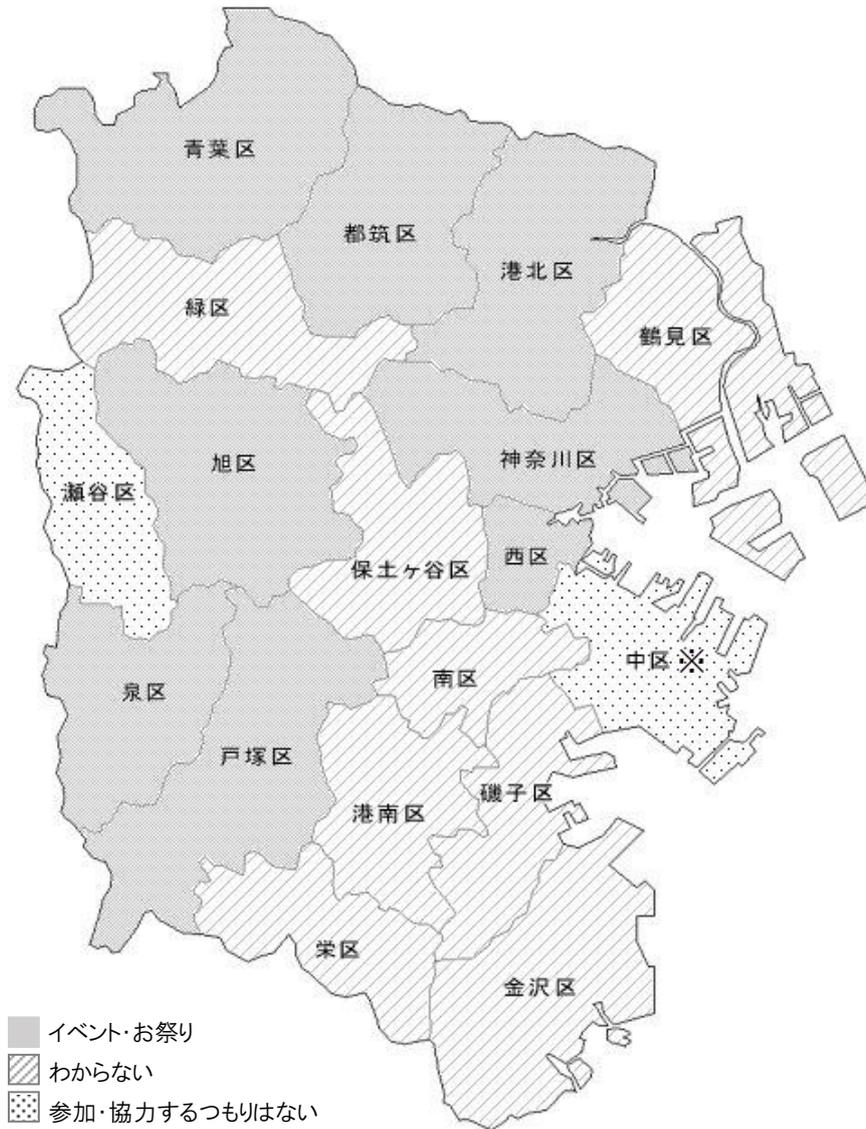
図表28-2 商店街に希望するサービス[居住区別]

※上位5位までを抽出

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。

【居住区別】

居住区別にみると、多くの区で「イベント・お祭り」(9区)、「わからない」(8区)が1位となっているが、瀬谷区、中区では「参加・協力するつもりはない」が1位(中区は「イベント・お祭り」と同率)となっている。



※「中区」は「イベント・お祭り」も同率1位である。

図表 29-1 商店街活動への参加・協力意欲\_地図[居住区別\_1位]

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	わからない 27.8%	イベント・お祭り 26.7%	参加・協力するつもりはない 23.9%	高齢者支援 11.5%	登下校見守り 11.1%
青葉区 (n=413)	イベント・お祭り 28.1%	参加・協力するつもりはない/わからない 23.7%		登下校見守り 14.5%	高齢者支援 14.3%
旭区 (n=307)	イベント・お祭り 27.0%	わからない 25.1%	参加・協力するつもりはない 19.5%	登下校見守り 16.6%	高齢者支援 13.7%
泉区 (n=240)	イベント・お祭り 26.3%	参加・協力するつもりはない/わからない 25.0%		高齢者支援 16.3%	登下校見守り 15.4%
磯子区 (n=256)	わからない 30.5%	参加・協力するつもりはない 27.0%	イベント・お祭り 22.7%	高齢者支援 10.9%	子育て世代支援 8.2%
神奈川区 (n=314)	イベント・お祭り 28.7%	わからない 28.0%	参加・協力するつもりはない 21.7%	高齢者支援 11.5%	登下校見守り 11.1%
金沢区 (n=320)	わからない 28.8%	参加・協力するつもりはない 24.1%	イベント・お祭り 23.4%	登下校見守り 12.8%	高齢者支援 12.2%
港南区 (n=337)	わからない 30.0%	参加・協力するつもりはない 24.9%	イベント・お祭り 21.7%	高齢者支援 11.3%	登下校見守り 8.9%
港北区 (n=458)	イベント・お祭り 29.3%	わからない 26.6%	参加・協力するつもりはない 24.2%	登下校見守り 12.0%	子育て世代支援 11.6%
栄区 (n=179)	わからない 31.3%	イベント・お祭り 26.3%	参加・協力するつもりはない 25.7%	高齢者支援 8.4%	登下校見守り 6.1%
瀬谷区 (n=178)	参加・協力するつもりはない 30.3%	わからない 26.4%	イベント・お祭り 22.5%	高齢者支援 11.8%	登下校見守り 6.7%
都筑区 (n=268)	イベント・お祭り 31.3%	わからない 25.0%	参加・協力するつもりはない 19.8%	登下校見守り 13.8%	高齢者支援 11.9%
鶴見区 (n=341)	わからない 31.4%	参加・協力するつもりはない 25.8%	イベント・お祭り 24.3%	登下校見守り 9.7%	高齢者支援/子育て世代支援 7.6%
戸塚区 (n=383)	イベント・お祭り 27.7%	わからない 26.6%	参加・協力するつもりはない 21.9%	高齢者支援 13.3%	登下校見守り 10.7%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=191)	イベント・お祭り/参加・協力するつもりはない 27.2%		わからない 25.7%	高齢者支援 11.5%	子育て世代支援 11.0%
西区 (n=128)	イベント・お祭り 28.9%	参加・協力するつもりはない 27.3%	わからない 21.1%	高齢者支援 15.6%	子育て世代支援 14.1%
保土ヶ谷区 (n=283)	わからない 29.7%	イベント・お祭り 27.9%	参加・協力するつもりはない 23.7%	登下校見守り/高齢者支援 9.5%	
緑区 (n=250)	わからない 32.8%	イベント・お祭り 30.0%	参加・協力するつもりはない 20.4%	子育て世代支援 11.2%	登下校見守り 10.4%
南区 (n=279)	わからない 30.5%	イベント・お祭り 26.5%	参加・協力するつもりはない 24.7%	高齢者支援 10.4%	登下校見守り 8.6%

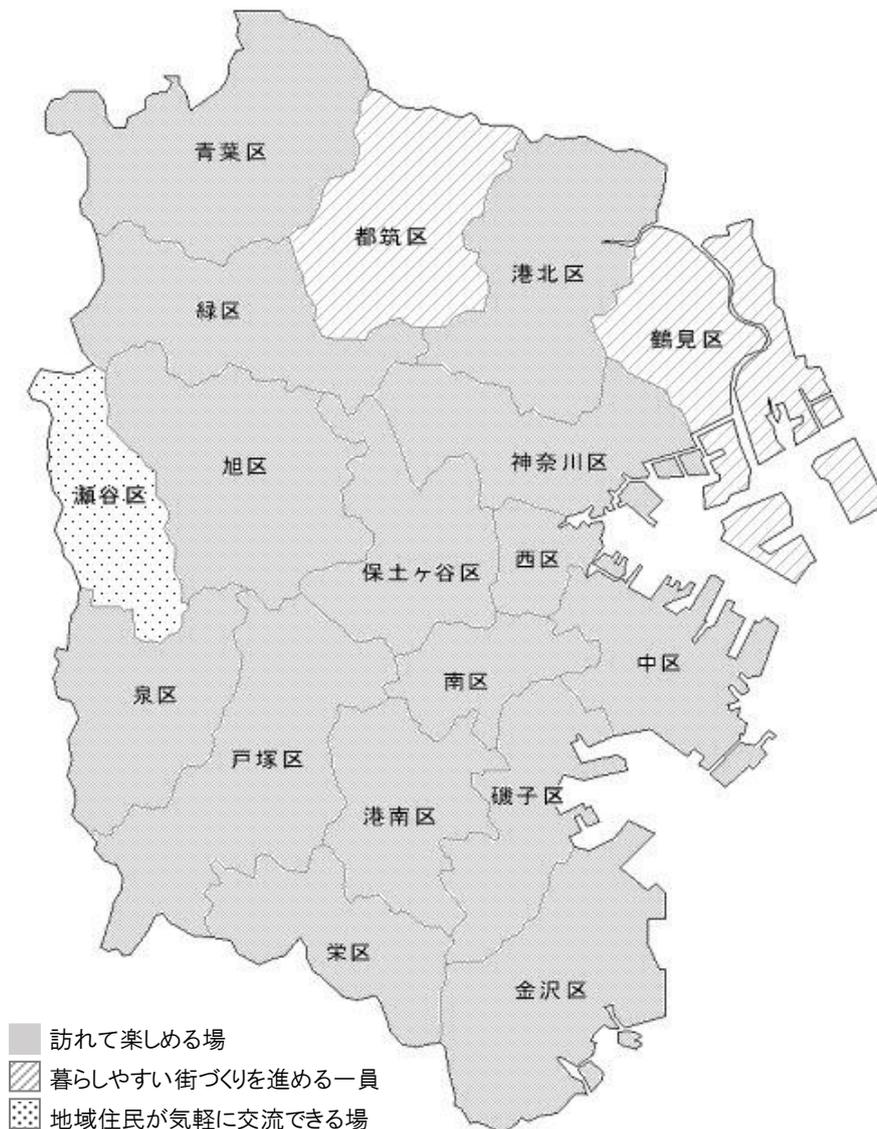
図表29-2 商店街活動への参加・協力意欲[居住区別]

※上位5位までを抽出

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。

【居住区別】

居住区別にみると、全ての区で「身近な買い物の場」が1位となっており、15の区で「訪れて楽しめる場」が2位となっているが、都筑区、鶴見区では「暮らしやすい街づくりを進める一員」が、瀬谷区では「地域住民が気軽に交流できる場」が2位となっている。



図表 30-1 商店街に期待する役割\_地図[居住区別\_2位]

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 36.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.0%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
青葉区 (n=413)	身近な買い物の場 54.2%	訪れて楽しめる場 35.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.1%	地域住民が気軽に交流できる場 26.4%
旭区 (n=307)	身近な買い物の場 56.4%	訪れて楽しめる場 35.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 29.3%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 27.4%
泉区 (n=240)	身近な買い物の場 62.9%	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 30.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.8%	地域住民が気軽に交流できる場 25.4%
磯子区 (n=256)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 37.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心/暮らしやすい街づくりを進める一員 30.9%		地域住民が気軽に交流できる場 23.8%
神奈川区 (n=314)	身近な買い物の場 56.4%	訪れて楽しめる場 38.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 30.3%	地域住民が気軽に交流できる場 27.7%
金沢区 (n=320)	身近な買い物の場 59.1%	訪れて楽しめる場 38.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.4%	地域住民が気軽に交流できる場 24.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 21.6%
港南区 (n=337)	身近な買い物の場 58.5%	訪れて楽しめる場 34.7%	地域住民が気軽に交流できる場/暮らしやすい街づくりを進める一員 26.1%		イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 24.0%
港北区 (n=458)	身近な買い物の場 57.0%	訪れて楽しめる場 33.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 29.5%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 25.3%
栄区 (n=179)	身近な買い物の場 67.0%	訪れて楽しめる場 35.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.5%	地域住民が気軽に交流できる場 24.6%
瀬谷区 (n=178)	身近な買い物の場 52.2%	地域住民が気軽に交流できる場 30.3%	訪れて楽しめる場 29.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.5%	子育てや高齢者の生活をサポートする場/暮らしやすい街づくりを進める一員 25.3%
都筑区 (n=268)	身近な買い物の場 55.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.8%	訪れて楽しめる場 31.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 31.0%	地域住民が気軽に交流できる場/子育てや高齢者の生活をサポートする場 26.5%
鶴見区 (n=341)	身近な買い物の場 58.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 33.7%	訪れて楽しめる場 31.1%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 28.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.2%
戸塚区 (n=383)	身近な買い物の場 54.8%	訪れて楽しめる場 40.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.4%	地域住民が気軽に交流できる場 26.1%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=191)	身近な買い物の場 52.4%	訪れて楽しめる場 40.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.2%	地域住民が気軽に交流できる場 23.0%
西区 (n=128)	身近な買い物の場 59.4%	訪れて楽しめる場 37.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.3%	地域住民が気軽に交流できる場 25.8%
保土ヶ谷区 (n=283)	身近な買い物の場 62.5%	訪れて楽しめる場 37.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.7%	地域住民が気軽に交流できる場 27.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心/子育てや高齢者の生活をサポートする場 23.3%
緑区 (n=250)	身近な買い物の場 64.8%	訪れて楽しめる場 37.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.4%	地域住民が気軽に交流できる場 28.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.0%
南区 (n=279)	身近な買い物の場 56.3%	訪れて楽しめる場 39.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.5%	地域住民が気軽に交流できる場 25.8%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 24.4%

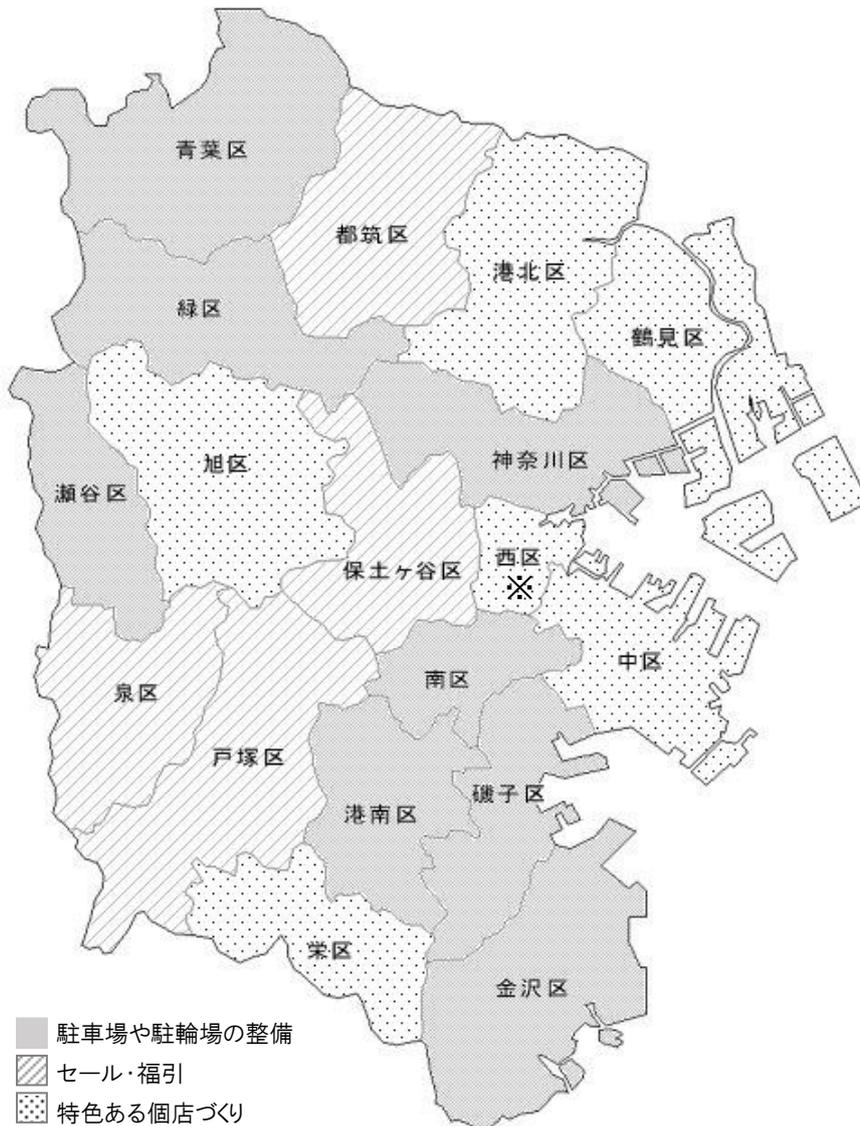
図表30-2 商店街に期待する役割[居住区別]

※上位5位までを抽出

問 12-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業はありますか。

【居住区別】

居住区別にみると、「駐車場や駐輪場の整備」が1位である区が最も多く(8区)、次いで「特色ある個店づくり」・「セール・福引」となっている。



※「西区」は「セール・福引」「お祭り、縁日」も同率1位である。

図表 31-1 商店街に取り組んで欲しい事業\_地図[居住区別\_1位]

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	特色ある個店づくり 28.5%	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	セール・福引 25.5%	お祭り・縁日 22.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.7%
青葉区 (n=413)	駐車場や駐輪場の整備 34.1%	特色ある個店づくり 30.5%	セール・福引 24.5%	お祭り・縁日 22.8%	子育てや高齢者等の生活サポート 19.6%
旭区 (n=307)	特色ある個店づくり 36.2%	セール・福引 28.0%	お祭り・縁日 21.2%	駐車場や駐輪場の整備 20.2%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.9%
泉区 (n=240)	セール・福引 36.3%	駐車場や駐輪場の整備 29.6%	特色ある個店づくり 26.7%	子育てや高齢者等の生活サポート 21.7%	お祭り・縁日 20.0%
磯子区 (n=256)	駐車場や駐輪場の整備 31.3%	特色ある個店づくり 30.9%	セール・福引 28.5%	お祭り・縁日 21.5%	フリーマーケット/子育てや高齢者等の生活サポート 16.0%
神奈川区 (n=314)	駐車場や駐輪場の整備 32.8%	特色ある個店づくり 29.9%	お祭り・縁日 27.1%	セール・福引 22.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 16.2%
金沢区 (n=320)	駐車場や駐輪場の整備 31.3%	特色ある個店づくり 29.1%	セール・福引 22.5%	お祭り・縁日 19.4%	防災・防犯活動 17.2%
港南区 (n=337)	駐車場や駐輪場の整備 30.9%	特色ある個店づくり 30.9%	子育てや高齢者等の生活サポート 22.8%	セール・福引 22.0%	お祭り・縁日 19.0%
港北区 (n=458)	特色ある個店づくり 26.9%	駐車場や駐輪場の整備 26.2%	セール・福引 24.2%	お祭り・縁日 23.6%	防災・防犯活動 19.4%
栄区 (n=179)	特色ある個店づくり 34.6%	駐車場や駐輪場の整備 27.9%	セール・福引 21.8%	お祭り・縁日/子育てや高齢者等の生活サポート	17.3%
瀬谷区 (n=178)	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	子育てや高齢者等の生活サポート 24.2%	特色ある個店づくり 23.6%	セール・福引 21.9%	お祭り・縁日/防災・防犯活動 20.8%
都筑区 (n=268)	セール・福引 25.0%	駐車場や駐輪場の整備 24.3%	特色ある個店づくり 23.9%	お祭り・縁日 23.1%	防災・防犯活動 22.0%
鶴見区 (n=341)	特色ある個店づくり 27.3%	駐車場や駐輪場の整備 24.9%	お祭り・縁日 24.3%	子育てや高齢者等の生活サポート 23.2%	セール・福引 21.4%
戸塚区 (n=383)	セール・福引 27.7%	駐車場や駐輪場の整備 27.4%	特色ある個店づくり 25.1%	お祭り・縁日 21.1%	子育てや高齢者等の生活サポート 17.8%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
中区 (n=191)	特色ある個店づくり 28.8%	セール・福引 26.2%	防災・防犯活動 23.0%	お祭り・縁日 20.9%	子育てや高齢者等の生活サポート/駐車場や駐輪場の整備 16.2%
西区 (n=128)	セール・福引/お祭り・縁日/特色ある個店づくり 24.2%			駐車場や駐輪場の整備 17.2%	防災・防犯活動 15.6%
保土ヶ谷区 (n=283)	セール・福引 31.1%	特色ある個店づくり 27.2%	駐車場や駐輪場の整備 26.5%	お祭り・縁日 24.0%	防災・防犯活動 18.4%
緑区 (n=250)	駐車場や駐輪場の整備 34.4%	特色ある個店づくり 30.8%	セール・福引 27.2%	お祭り・縁日 20.4%	子育てや高齢者等の生活サポート 19.6%
南区 (n=279)	駐車場や駐輪場の整備 33.0%	特色ある個店づくり 25.8%	セール・福引 25.4%	お祭り・縁日 22.6%	子育てや高齢者等の生活サポート 16.5%

図表31-2 商店街に取り組んで欲しい事業[居住区別]

※上位5位までを抽出

## 2. 住まいの近くにあると回答した商店街

<b>青葉区</b>
あざみ野商店会(協)／青葉台商店会／たまプラーザ駅前通り商店会／奈良北商店会／藤が丘商店会／桜台商店会／たまプラーザ商店会／すすき野商店会／青葉台南商店会／(一社)たまプラーザ中央商店街／市ヶ尾商栄会
<b>旭区</b>
鶴ヶ峰商店街(協)／鶴ヶ峰商栄会／南希望が丘商進会／二俣川商栄会／二俣川銀座商店会／左近山商店連合会／白根通り商店会／希望ヶ丘商店会／万騎が原中央商店街(協)／笹野台中央商店街／都岡商栄会
<b>泉区</b>
(協)上飯田ショッピングセンター／なかだ商店会／中田中央商店会／和泉商店会／立場中央商店会／緑園都市相鉄ライフ商店会／いずみ中央相鉄ライフ商店会／さくら商店会
<b>磯子区</b>
汐見台中央商店会／白旗商店街／杉田駅前商店会／杉田十日会商店街／サンモール洋光台／聖天橋センター／根岸橋通り商和会／磯子商店街商業(協)／杉田商店街／洋光台ショップ27店会／プララ杉田専門店会
<b>神奈川区</b>
大口1番街／大口通商店街(協)／三ツ沢商店街振興会／ニツ谷通り商栄会／松本通商店街／宮前商栄会／松本三丁目商店会／反町駅前通り商店街
<b>金沢区</b>
金沢文庫すずらん通り商店会／町屋学校通り振興会／六浦商店会／能見台駅前商店会／西柴ショッピングセンター／富岡商和会／金沢センターシーサイド名店会／富岡みどり会商店街／ピアレヨコハマ同友店会／南川商店会
<b>港南区</b>
上大岡中央商店街(協)／芹が谷銀座商店会／野庭団地ショッピングセンター センター会／港南台中央商店会／いずみプラザ上永谷商店会／上大岡駅東口商店会／丸山台いちよう坂商店街
<b>港北区</b>
綱島西口商店会／綱島西口商栄会／日吉商店街(協)／小机商店街(協)／大倉山商店街(振)／大曽根商店街／菊名池畔商店街(協)／南日吉商店会／下田商店連合会／菊名東口商栄会／妙蓮寺ニコニコ会／菊名西口商店街(協)
<b>栄区</b>
本郷台駅前商店会／長沼商栄会／新大船商店街
<b>瀬谷区</b>
三ツ境商工会／瀬谷銀座通り商店会／南台中央商店会／細谷戸商業振興会／いちよう通り商店会／三ツ境駅前商店会／(協)県営阿久和団地ショッピングセンター

<b>都筑区</b>
えだきん商店街／港北ニュータウン中央商業振興会／中川商店連合会／中川駅前商業地区振興会／仲町台商業振興会／センター南商業地区振興会／センター北商業振興会／北山田商業振興会
<b>鶴見区</b>
矢向商店街(協)／鶴見銀座商店街(協)／本町通商店街(協)／豊岡商店街(協)／つくの商店街(協)／潮田銀座協商会／市場銀座商店街／仲通勉強会／花月園駅前通り花商会／生麦駅前通り商友会／岸谷商栄会(協)／仲通り商店街商和会／駒岡商栄会／小野町通り共栄会
<b>戸塚区</b>
(協)戸塚旭町通商店会／原宿商店街 松栄会／戸塚東口商店会／トツカーナモール商店会／東戸塚商店会／(協)戸塚西口商店会／東戸塚ショッピングプラザ
<b>中区</b>
野毛商店街(協)／日ノ出町駅前商店会／横浜中央地下街商店会／大和町商栄会／本郷町商栄会／本牧三溪園通り商栄会／山手駅前商和会
<b>西区</b>
藤棚商店会／藤棚一番街(協)／西前中央商店会／浅間下商店街ニッコリ会／平沼商進会／戸部大通り商店会／羽沢通り商店会／石崎商友会／横浜駅西口五番街商店会(協)／
<b>保土ヶ谷区</b>
天王町商店街(協)／保土ヶ谷駅東口商店会／洪福寺松原商店街(振)／和田町商店街(協)／保土ヶ谷駅西口商店街／西谷商栄会／上星川商店会／千丸台商店会／笹山商店会／境木商店会／
<b>緑区</b>
中山商店街(協)／長津田商店街(協)／鴨居商栄会／竹山団地中央商店会／霧が丘商店会
<b>南区</b>
横浜橋通商店街(協)／ドンドン商店会(協)／蒔田商店街新栄会／横浜弘明寺商店街(協)

<b>その他</b>
大船仲通り商店街／追浜商店街／京町商店街

<b>地名・地域を記載した回答</b>
青葉台／伊勢佐木町／大口／上大岡／菊名／港南台／小机／左近山／白旗／杉田／瀬谷／反町／綱島 鶴ヶ峰／天王町／戸塚／中川／西柴／根岸橋／野毛町／原宿／日吉／藤が丘／保土ヶ谷／本郷町／ 蒔田／三ツ沢下町／妙蓮寺／元町／大和町／洋光台／若葉台

### 3. 各設問の「その他」欄のまとめ

※主な意見を抜粋した。

#### 属性3 家族構成

回答内容
4世代／友人／同棲

#### 属性6 普段の買い物の手段

回答内容
宅配／インターネット／代理購入／タクシー／車いす／通販

#### 問5 商店街を利用する主な理由

回答内容
通り道／特定の店がある／駅から近い／商品が不足している時／慣れている／並ばないで買える

#### 問6 商店街をほとんど利用しない主な理由

回答内容
スーパーや大型店に行く／遠い／店が少ない・無い／身体的原因／営業時間が合わない／クレジットカードを利用できない／ポイントカードを利用できない

#### 問7 商店街にあったら利用したいサービス

回答内容
駐車場・駐輪場／休憩所／図書サービス／無料駐車場／イベント・祭・催事／ポイントサービス／行政サービス／荷物預かりサービス／ペットの預かり／クレジットカードの利用／トイレの充実／公衆無線サービス(Wi-Fi)／防災・防犯情報センター／ホームページの充実

#### 問8-1 生鮮食料品

回答内容(主に購入する場所)
生協／直売所

回答内容(その場所で購入する理由)
通り道にある／駅に近い・駅にある／他に店が無い／勤務先の近くにある／店の清潔感 1カ所でまとめて購入できる／カードで支払うことができる

#### 問8-2 その他食料品

回答内容(主に購入する場所)

専門店／産地直売／実家／社内販売

回答内容(その場所で購入する理由)

通り道／1カ所でまとめて購入できる／他に店が無い／駅に近い・駅にある／おいしい

#### 問8-3 日用雑貨

回答内容(主に購入する場所)

100円ショップ／ホームセンター／ディスカウントショップ／特に決めていない

回答内容(その場所で購入する理由)

通り道／1カ所でまとめて購入できる／駅に近い・駅にある／品揃えが良い／近くに店がない／商品の説明を読んで購入できる／商品の配置が見やすい

#### 問8-4 衣料品

回答内容(主に購入する場所)

100円ショップ／ホームセンター／ディスカウントショップ／特に決めていない

回答内容(その場所で購入する理由)

ブランド／好みである／近くに店がない／サイズが良い／通り道／デザインが良い／比較できる／センスがある／おしゃれ／授乳スペースがある／店舗の会員である

#### 問8-5 医薬品・化粧品

回答内容(主に購入する場所)

病院・調剤薬局／メーカー直売／エステサロン／置き薬／美容院／訪問販売

回答内容(その場所で購入する理由)

通り道／ついでに購入／駅に近い・駅にある／ブランド／説明がある

#### 問8-6 書籍・文具

回答内容(主に購入する場所)

専門店／100円ショップ／大学／電子書籍

回答内容(その場所で購入する理由)

近くに店がない／通り道／駅に近い・駅にある／取り寄せてくれる／実店舗を応援したい／地元の書店を大切にしたい／口コミ／入荷の連絡が入る

問8-7 家電製品

回答内容(主に購入する場所)
専門店／電気店／TV 通販／リサイクルショップ／社内販売／正規代理店

回答内容(その場所で購入する理由)
保証・アフターサービスが良い／近くに店がない／比較できる／詳細を確認出来る

問10 商店街の活動で、スタッフとして参加・協力してよいと思うもの

回答内容
防災・防犯活動／自治会活動／清掃／学習支援／通訳／PR 活動

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

回答内容
活気のある商店街／スーパーに負けない品揃えと安さ／国際交流／おいしい店／ 名物があり、他地域の人呼びこめる観光地／食の安全／電柱の地中化／伝統、文化の継承／ ペット連れでも行きやすい場／舟だまりという利点を生かした街づくり／人とのつながりを実感できる場

問12-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業

回答内容
店舗の増加／品揃えが良い／清潔感／営業時間／バリアフリー／キャッシュレス化／ 高齢者にやさしい環境／魅力ある景観づくり／モラル向上／禁煙エリアの拡大／ ひきこもり、不登校生の仕事体験／SNS を利用した情報発信／テレビの撮影場所としての利用／ 大型商業施設と共存できる店作り／木を大事にし、ぬくもりがあるおしゃれな街並み

## 第4章 まとめ

---

### (1) 商店街に対する意識

居住地の近隣に商店街の「ある」人は半数近くいたが、約3割が「ほとんど利用しない」

・居住地の近くに商店街が「ある」と回答した人は43.0%であったが、その中で商店街を「ほとんど利用しない」人は29.2%となった。

商店街に開店して欲しい・増えて欲しい業種・業態は「パン・ベーカリー」

次いで「飲食店(喫茶・ファストフード)」、「書籍・文具」、「100円ショップ」

・商店街に開店して欲しい・増えて欲しい業種・業態は「パン・ベーカリー」が最も多く、25.7%であった。年代別にみると、「60歳代」「70歳代以上」では「鮮魚」が最も多くなった。

商店街を利用する主な理由は「自宅の近くにある」

ほとんど利用しない主な理由は「買いたいと思う店がない」

・商店街を利用する主な理由は「自宅の近くにある」が最も多く、72.7%であった。一方、ほとんど利用しない主な理由は「買いたいと思う店がない」が最も多く、48.7%であった。

商店街にあったら利用したいサービスは「特にない」が最も多い。

・商店街にあったら利用したいサービスは「特にない」が最も多く、37.4%であった。次いで「宅配」が26.4%であった。  
・家族構成別にみた「2世代」では、「子どもを遊ばせることのできる場所」が2番目に多い。

商店街活動を「知っている」人は約4割

参加・協力してもよいと思う活動は「わからない」が最も多い。

・商店街活動を「知っている」と回答した人は41.8%となり、年代が上がるほどその割合は高くなる傾向であった。  
・商店街活動で参加・協力してもよいと思う活動は「わからない」が最も多く、27.8%であった。一方、「イベント・お祭り」も26.7%であった。

地域の交流やにぎわいの場としての役割を商店街が果たしていると考える人は約4割が「そう思う」

・地域の交流やにぎわいの場としての役割を商店街が果たしていると考える人は「そう思う」が最も多く、39.5%であった。次いで「わからない」が37.6%、「そう思わない」が20.3%となった。

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「身近な買い物場」が最も多く、

商店街に取り組んで欲しい・充実して欲しい事業は、「特色ある個店づくり」が最も多い。

・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「身近な買い物場」が最も多く、57.8%であった。次いで「訪れて楽しめる場」が36.2%、「暮らしやすい街づくりを進める一員」が30.3%となった。  
・商店街に取り組んで欲しい・充実して欲しい事業は、「特色ある個店づくり」が最も多く、28.5%であった。次いで「駐輪場や駐車場の整備」が28.1%、「セール・福引」が25.5%となった。

## (2) 消費者の購買行動

### 【生鮮食料品・その他食料品】

主な購入先は「食品スーパー」が最も多く、その理由は「自宅の近くにある」が最も多い。

・生鮮食料品・その他食料品の主な購入先は「食品スーパー」が最も多かった。その理由としては「自宅の近くにある」が最も多かった。年代別にみると、どの年代においても「食品スーパー」が最も多かった。また、その他食料品の主な購入先は、生鮮食料品と比較すると「食品スーパー」の割合が低く、「通信販売」の割合が高かった。

### 【日用雑貨】

主な購入先は「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、その理由は「自宅の近くにある」が最も多い。

・日用雑貨の主な購入先は「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、43.2%であった。次いで「ドラッグストア」が31.8%であった。その理由は「自宅の近くにある」が最も多く、47.2%であった。

### 【衣料品】

主な購入先は「デパート・大型商業施設」が最も多く、その理由は「品揃えがよい」が最も多い。

・衣料品の主な購入先は「デパート・大型商業施設」が最も多く、56.1%であった。その理由は「品揃えがよい」が最も多く、53.5%であった。

### 【医薬品・化粧品】

主な購入先は「ドラッグストア」が最も多く、その理由は「自宅の近くにある」が最も多い。

・医薬品・化粧品の主な購入先は「ドラッグストア」が最も多く、72.3%であった。その理由は「自宅の近くにある」が最も多く、48.2%であった。また他品目と比較すると「割引やポイントサービスがある」の割合が高い。

### 【書籍・文具】

主な購入先は「デパート・大型商業施設」が最も多く、その理由は「品揃えがよい」が最も多い。

・書籍・文具の主な購入先は「デパート・大型商業施設」が最も多く、37.6%であった。次いで「大型量販店・総合スーパー」が29.4%となっている。その理由は「品揃えがよい」が最も多く、52.0%であった。

### 【家電製品】

主な購入先は「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、その理由は「品揃えがよい」「価格が安い」が多い。

・家電製品の主な購入先は「大型量販店・総合スーパー」が最も多く、68.7%であった。その理由は「品揃えがよい」、「価格が安い」が多く、共に4割を超えている。

### (3) 居住区別の傾向

商店街に開店して欲しい・増えて欲しい業種・業態は、5区で「パン・ベーカリー」が最も多い。

・商店街に開店して欲しい・増えて欲しい業種・業態は、5区で「パン・ベーカリー」、次いで「書籍・文具」、「飲食店（喫茶・ファストフード）」は共に3区で最も多い。

商店街を利用する主な理由は、全ての区で「自宅の近くにある」が最も多い。

・商店街を利用する主な理由は、全体と同じく、全ての区で「自宅の近くにある」が最も多い。

商店街にあったら利用したいサービスは、栄区以外では「特にない」が最も多い。

・商店街にあったら利用したいサービスは栄区以外では、「特にない」が最も多く、栄区では「宅配」が最も多く、36.3%であった。

参加・協力してもよいと思う商店街の活動は、9区で「イベント・お祭り」、

8区で「わからない」が最も多い。

・商店街活動で参加・協力してもよいと思う活動は、9区で「イベント・お祭り」が、8区で「わからない」が最も多かった。一方、瀬谷区・中区では「参加・協力するつもりはない」が最も多い。（中区は「イベント・お祭り」と同率）

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、全ての区で「身近な買い物の場」が最も多く、

商店街に取り組んで欲しい・充実して欲しい事業は、「駐車場や駐輪場の整備」が最も多い。

・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、全ての区で「身近な買い物の場」が最も多い。

・商店街に取り組んで欲しい・充実して欲しい事業は、8区で「駐車場や駐輪場の整備」が最も多く、次いで、「特色ある個店づくり」、「セール・福引」が多い。

## 参考資料

---

資料1 調査票

資料2 単純集計表

## 平成30年度 横浜市消費者購買行動意識調査 調査票

本調査は、横浜市が昭和57年度に開始し、3年に一度実施しています。

本調査の目的は、最寄り商店街に対する消費者の意識等を把握することによって、商店街支援施策等の検討を進めるうえでの基礎資料（施策立案のためのデータ集約）とするものです。

回答は強制ではありませんが、是非、ご協力をお願いいたします。

調査票の記入事項につきましては、秘密を厳守して統計的処理を行います。

なお、ご本人様にご回答いただく調査ですので、ご本人様にご回答いただくことができない場合は、ご回答は不要です。

※ ご記入いただきました本調査票はお名前やご住所を書かずに、同封の返信用封筒に入れて **10月31日（水）** までにご投函ください。**切手を貼る必要はありません。**

### 最初に、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. 保土ヶ谷区  
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ご記入ください。(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、主に近隣住民が徒歩、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、主に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、主に電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街
4. 超広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街
5. その他の商業 : 上記1～4にあてはまらない商業エリア、複数の要素を持つ商業エリア等エリア等

**問3 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。(あてはまるもの全てに○)**

業種・業態	業種・業態	業種・業態
1. 青果	2. 精肉	3. 鮮魚
4. 惣菜・弁当	5. 米・飲料・酒類	6. パン・ベーカリー
7. 洋・和菓子	8. その他食品	9. 書籍・文具
10. 医薬品・化粧品 ドラッグストア	11. 日用雑貨 身のまわり品	12. 趣味 スポーツ用品
13. 衣料品	14. 時計・メガネ	15. 飲食店(食事)
16. 飲食店 (喫茶・ファストフード)	17. 家電製品 携帯電話	18. CD・DVD (レンタル含む)
19. コンビニ	20. 理容室・美容室	21. 食品スーパー
22. エステ・整体	23. 病院・診療所	24. 銀行等金融機関
25. 保育施設・学童 子育て支援施設	26. 学習塾・習い事	27. 介護施設
28. 不動産	29. 100円ショップ	30. その他

**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。(〇は3つまで) 記入後、問7へ。**

- |               |                    |                |
|---------------|--------------------|----------------|
| 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。(〇は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。(〇は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。(〇は1つだけ)  
また、その場所で購入する理由は何ですか。(〇は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】(〇は1つだけ)

- |   |                 |            |
|---|-----------------|------------|
| 1. 商店街のお店                                   | 2. 大量販売店・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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】(〇は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. 大量量販店・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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. 大量量販店・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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. 大量量販店・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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・総合スーパー | 3. 食品スーパー  |
| 4. デパート・大型商業施設                              | 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、街路灯や防犯カメラの整備などの活動を行っていることを知っていますか。(〇は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〇)

- |            |                  |           |          |
|------------|------------------|-----------|----------|
| 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。(〇は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。(〇は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 ( )          |

問 12-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業はありますか。(〇は3つまで)

- |                 |                    |                       |
|-----------------|--------------------|-----------------------|
| 1. セール・福引       | 2. お祭り・縁日          | 3. スタンプラリー・ウォーキングイベント |
| 4. フリーマーケット     | 5. ポイントカード・スタンプ発行  | 6. ガイドマップやウェブ広報       |
| 7. 地域や学校との連携事業  | 8. 子育てや高齢者等の生活サポート | 9. 駐車場や駐輪場の整備         |
| 10. 防災・防犯活動     | 11. 特色ある個店づくり      | 12. 特色ある景観の保存         |
| 13. その他 (具体的に ) |                    |                       |

## 資料2 単純集計表

※集計では、単一回答や制限付き回答の設問における複数回答も有効回答とした設問がある。

該当する設問に※印あり。

### 属性1 性別

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	男性	2,093	40.7%
2	女性	3,018	58.7%
	無回答など	32	0.6%
合計		5,143	100.0%

### 属性2 職業

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	会社員(公務員・団体職員含む)	1,839	35.8%
2	自営業	279	5.4%
3	専業主婦(主夫)	1,029	20.0%
4	パート・アルバイト	808	15.7%
5	学生	77	1.5%
6	無職	1,063	20.7%
	無回答など	48	0.9%
合計		5,143	100.0%

### 属性3 家族構成

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	単身	735	14.3%
2	1世代(夫婦のみ、兄弟のみ)	1,572	30.6%
3	2世代(親と子)	2,420	47.1%
4	3世代(親・子・孫)	287	5.6%
5	その他	69	1.3%
	無回答など	60	1.2%
合計		5,143	100.0%

**属性 4 年齢**

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	20歳代	371	7.2%
2	30歳代	696	13.5%
3	40歳代	895	17.4%
4	50歳代	904	17.6%
5	60歳代	943	18.3%
6	70歳代以上	1,300	25.3%
	無回答など	34	0.7%
	合計	5,143	100.0%

**属性 5 住所**

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青葉区	413	8.0%
2	旭区	307	6.0%
3	泉区	240	4.7%
4	磯子区	256	5.0%
5	神奈川区	314	6.1%
6	金沢区	320	6.2%
7	港南区	337	6.6%
8	港北区	458	8.9%
9	栄区	179	3.5%
10	瀬谷区	178	3.5%
11	都筑区	268	5.2%
12	鶴見区	341	6.6%
13	戸塚区	383	7.4%
14	中区	191	3.7%
15	西区	128	2.5%
16	保土ヶ谷区	283	5.5%
17	緑区	250	4.9%
18	南区	279	5.4%
	無回答など	18	0.3%
	合計	5,143	100.0%

**属性 6 普段の買い物の手段※**

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	徒歩	2,415	47.0%
2	自転車・バイク	831	16.2%
3	自動車	1,869	36.3%
4	バス	609	11.8%
5	電車	376	7.3%
6	その他	111	2.2%
	無回答など	31	0.6%
合計		6,242	-

**問 1 お住いの近くに商店街はありますか。(○は1つだけ)**

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	ある	2,210	43.0%
2	ない	2,590	50.4%
	無回答など	343	6.7%
合計		5,143	100.0%

**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)※**

n=2,210 (nは問1で「ある」と回答した数)

No.	選択肢	回答数	回答率
1	近隣型商店街	690	31.2%
2	地域型商店街	1,299	58.8%
3	広域型商店街	109	4.9%
4	超広域型商店街	26	1.2%
5	その他の商業エリア等	57	2.6%
	無回答など	39	1.8%
合計		2,220	-

問3 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。

(あてはまるもの全てに○)

n=2,210 (nは問1で「ある」と回答した数)

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青果	382	17.3%
2	精肉	344	15.6%
3	鮮魚	491	22.2%
4	惣菜・弁当	426	19.3%
5	米・飲料・酒類	121	5.5%
6	パン・ベーカリー	569	25.7%
7	洋・和菓子	369	16.7%
8	その他食品	62	2.8%
9	書籍・文具	525	23.8%
10	医薬品・化粧品・ドラッグストア	227	10.3%
11	日用雑貨・身のまわり品	335	15.2%
12	趣味・スポーツ用品	231	10.5%
13	衣料品	277	12.5%
14	時計・メガネ	50	2.3%
15	飲食店(食事)	471	21.3%
16	飲食店(喫茶・ファストフード)	565	25.6%
17	家電製品・携帯電話	145	6.6%
18	CD・DVD(レンタル含む)	241	10.9%
19	コンビニ	175	7.9%
20	理容室・美容室	55	2.5%
21	食品スーパー	292	13.2%
22	エステ・整体	44	2.0%
23	病院・診療所	159	7.2%
24	銀行等金融機関	227	10.3%
25	保育施設・学童・子育て支援施設	118	5.3%
26	学習塾・習い事	52	2.4%
27	介護施設	73	3.3%
28	不動産	10	0.5%
29	100円ショップ	526	23.8%
30	その他	78	3.5%
	無回答など	209	9.5%
	合計	7,849	-

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)

n=2,210 (nは問1で「ある」と回答した数)

No.	選択肢	回答数	回答率
1	ほぼ毎日	236	10.7%
2	週2～3回	542	24.5%
3	週1回	326	14.8%
4	月2～3回	239	10.8%
5	月1回	163	7.4%
6	ほとんど利用しない	645	29.2%
	無回答など	59	2.7%
合計		2,210	100.0%

問 5 商店街を利用する主な理由は何ですか。(○は3つまで)※

n=1,506 (nは問4の回答数から「ほとんど利用しない」「無回答など」を除いた数)

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	1,095	72.7%
2	品揃えがよい	214	14.2%
3	品質・鮮度がよい	238	15.8%
4	価格が安い	378	25.1%
5	お店に信用がある	142	9.4%
6	お店の人が親切である	118	7.8%
7	商品を配達してくれる	27	1.8%
8	使いやすい量で購入できる	163	10.8%
9	昔からの顔なじみである	105	7.0%
10	駐車場がある	112	7.4%
11	割引やポイントサービスがある	192	12.7%
12	チラシが入る	86	5.7%
13	特売がある	124	8.2%
14	その他	86	5.7%
	無回答など	30	2.0%
合計		3,110	-

問 6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。(〇は3つまで)※

n=645 (nは問4で「ほとんど利用しない」と回答した数)

No.	選択肢	回答数	回答率
1	1か所で用事が済まない	269	41.7%
2	品揃えが悪い	119	18.4%
3	品質・鮮度が悪い	23	3.6%
4	価格が高い(安くない)	88	13.6%
5	お店に信用がない	12	1.9%
6	お店の人の対応が悪い	12	1.9%
7	夜遅くまで営業していない	76	11.8%
8	使いやすい量で購入できない	11	1.7%
9	買いたいと思う店がない	314	48.7%
10	駐車場がない・狭い	143	22.2%
11	割引やポイントサービスがない	19	2.9%
12	チラシが入らない	24	3.7%
13	特売がない	8	1.2%
14	その他	166	25.7%
	無回答など	3	0.5%
合計		1,287	-

問7 商店街にあつたら利用したいサービスは何ですか。

(○は3つまで)※

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	宅配	1,359	26.4%
2	出張販売	413	8.0%
3	低運賃バスの運行	808	15.7%
4	御用聞き(訪問して注文を受けるサービス)	250	4.9%
5	託児所	248	4.8%
6	子どもを遊ばせることのできる場所	697	13.6%
7	地域の交流施設	828	16.1%
8	高齢者の見守り(定期訪問)	580	11.3%
9	特にない	1,922	37.4%
10	その他	215	4.2%
	無回答など	243	4.7%
	合計	7,563	-

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〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	235	4.6%
2	大型量販店・総合スーパー	1,701	33.1%
3	食品スーパー	2,640	51.3%
4	デパート・大型商業施設	236	4.6%
5	コンビニ	89	1.7%
6	ドラッグストア	58	1.1%
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)	255	5.0%
8	その他	48	0.9%
	無回答など	95	1.8%
	合計	5,357	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	2,724	53.0%
2	品揃えがよい	1,713	33.3%
3	品質・鮮度がよい	1,339	26.0%
4	価格が安い	1,739	33.8%
5	利用しやすい時間に営業している	986	19.2%
6	お店に信用がある	320	6.2%
7	お店の人が親切である	77	1.5%
8	商品を配達してくれる	312	6.1%
9	使いやすい量で購入できる	423	8.2%
10	昔からの顔なじみである	53	1.0%
11	駐車場がある	1,316	25.6%
12	割引やポイントサービスがある	936	18.2%
13	チラシが入る	375	7.3%
14	特売がある	362	7.0%
15	その他	163	3.2%
	無回答など	144	2.8%
	合計	12,982	-

2)その他食料品(米・飲料・酒類・惣菜など)

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	146	2.8%
2	大型量販店・総合スーパー	1,737	33.8%
3	食品スーパー	2,159	42.0%
4	デパート・大型商業施設	144	2.8%
5	コンビニ	165	3.2%
6	ドラッグストア	172	3.3%
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)	593	11.5%
8	その他	66	1.3%
	無回答など	70	1.4%
	合計	5,252	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	2,512	48.8%
2	品揃えがよい	1,347	26.2%
3	品質・鮮度がよい	692	13.5%
4	価格が安い	1,948	37.9%
5	利用しやすい時間に営業している	818	15.9%
6	お店に信用がある	293	5.7%
7	お店の人が親切である	64	1.2%
8	商品を配達してくれる	689	13.4%
9	使いやすい量で購入できる	353	6.9%
10	昔からの顔なじみである	37	0.7%
11	駐車場がある	1,349	26.2%
12	割引やポイントサービスがある	946	18.4%
13	チラシが入る	271	5.3%
14	特売がある	313	6.1%
15	その他	127	2.5%
	無回答など	151	2.9%
	合計	11,910	-

3)日用雑貨

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	129	2.5%
2	大型量販店・総合スーパー	2,224	43.2%
3	食品スーパー	380	7.4%
4	デパート・大型商業施設	317	6.2%
5	コンビニ	63	1.2%
6	ドラッグストア	1,638	31.8%
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)	349	6.8%
8	その他	49	1.0%
	無回答など	87	1.7%
	合計	5,236	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	2,429	47.2%
2	品揃えがよい	1,840	35.8%
3	品質・鮮度がよい	188	3.7%
4	価格が安い	2,091	40.7%
5	利用しやすい時間に営業している	732	14.2%
6	お店に信用がある	214	4.2%
7	お店の人が親切である	57	1.1%
8	商品を配達してくれる	371	7.2%
9	使いやすい量で購入できる	253	4.9%
10	昔からの顔なじみである	21	0.4%
11	駐車場がある	1,377	26.8%
12	割引やポイントサービスがある	1,199	23.3%
13	チラシが入る	282	5.5%
14	特売がある	263	5.1%
15	その他	95	1.8%
	無回答など	182	3.5%
	合計	11,594	-

4)衣料品

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	135	2.6%
2	大型量販店・総合スーパー	1,307	25.4%
3	食品スーパー	39	0.8%
4	デパート・大型商業施設	2,884	56.1%
5	コンビニ	7	0.1%
6	ドラッグストア	7	0.1%
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)	594	11.5%
8	その他	139	2.7%
	無回答など	96	1.9%
	合計	5,208	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	925	18.0%
2	品揃えがよい	2,753	53.5%
3	品質・鮮度がよい	508	9.9%
4	価格が安い	1,267	24.6%
5	利用しやすい時間に営業している	501	9.7%
6	お店に信用がある	878	17.1%
7	お店の人が親切である	137	2.7%
8	商品を配達してくれる	356	6.9%
9	使いやすい量で購入できる	77	1.5%
10	昔からの顔なじみである	53	1.0%
11	駐車場がある	1,172	22.8%
12	割引やポイントサービスがある	875	17.0%
13	チラシが入る	298	5.8%
14	特売がある	303	5.9%
15	その他	240	4.7%
	無回答など	214	4.2%
	合計	10,557	-

5)医薬品・化粧品

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	131	2.5%
2	大型量販店・総合スーパー	501	9.7%
3	食品スーパー	41	0.8%
4	デパート・大型商業施設	327	6.4%
5	コンビニ	10	0.2%
6	ドラッグストア	3,718	72.3%
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)	324	6.3%
8	その他	72	1.4%
	無回答など	83	1.6%
	合計	5,207	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	2,478	48.2%
2	品揃えがよい	1,908	37.1%
3	品質・鮮度がよい	220	4.3%
4	価格が安い	1,632	31.7%
5	利用しやすい時間に営業している	678	13.2%
6	お店に信用がある	436	8.5%
7	お店の人が親切である	155	3.0%
8	商品を配達してくれる	216	4.2%
9	使いやすい量で購入できる	164	3.2%
10	昔からの顔なじみである	58	1.1%
11	駐車場がある	899	17.5%
12	割引やポイントサービスがある	1,499	29.1%
13	チラシが入る	221	4.3%
14	特売がある	193	3.8%
15	その他	112	2.2%
	無回答など	186	3.6%
	合計	11,055	-

6)書籍・文具

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	340	6.6%
2	大型量販店・総合スーパー	1,512	29.4%
3	食品スーパー	34	0.7%
4	デパート・大型商業施設	1,936	37.6%
5	コンビニ	131	2.5%
6	ドラッグストア	66	1.3%
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)	637	12.4%
8	その他	365	7.1%
	無回答など	177	3.4%
	合計	5,198	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	1,472	28.6%
2	品揃えがよい	2,673	52.0%
3	品質・鮮度がよい	125	2.4%
4	価格が安い	644	12.5%
5	利用しやすい時間に営業している	725	14.1%
6	お店に信用がある	465	9.0%
7	お店の人が親切である	86	1.7%
8	商品を配達してくれる	409	8.0%
9	使いやすい量で購入できる	164	3.2%
10	昔からの顔なじみである	34	0.7%
11	駐車場がある	917	17.8%
12	割引やポイントサービスがある	663	12.9%
13	チラシが入る	45	0.9%
14	特売がある	33	0.6%
15	その他	249	4.8%
	無回答など	332	6.5%
	合計	9,036	-

7)家電製品

〔主に購入する場所〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	113	2.2%
2	大型量販店・総合スーパー	3,535	68.7%
3	食品スーパー	3	0.1%
4	デパート・大型商業施設	664	12.9%
5	コンビニ	6	0.1%
6	ドラッグストア	1	0.0%
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)	641	12.5%
8	その他	156	3.0%
	無回答など	86	1.7%
	合計	5,205	-

〔その場所で購入する理由〕

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	1,049	20.4%
2	品揃えがよい	2,345	45.6%
3	品質・鮮度がよい	120	2.3%
4	価格が安い	2,320	45.1%
5	利用しやすい時間に営業している	336	6.5%
6	お店に信用がある	626	12.2%
7	お店の人が親切である	265	5.2%
8	商品を配達してくれる	1,090	21.2%
9	使いやすい量で購入できる	32	0.6%
10	昔からの顔なじみである	104	2.0%
11	駐車場がある	1,289	25.1%
12	割引やポイントサービスがある	1,506	29.3%
13	チラシが入る	228	4.4%
14	特売がある	132	2.6%
15	その他	112	2.2%
	無回答など	165	3.2%
	合計	11,719	-

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、  
街路灯や防犯カメラ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)

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	知っている	2,150	41.8%
2	知らない	1,905	37.0%
3	わからない	985	19.2%
	無回答など	103	2.0%
	合計	5,143	100.0%

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○)

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	夜間パトロール	291	5.7%
2	イベント・お祭り	1,374	26.7%
3	登下校見守り	573	11.1%
4	高齢者支援	594	11.5%
5	子育て世代支援	470	9.1%
6	参加・協力するつもりはない	1,228	23.9%
7	わからない	1,430	27.8%
8	その他	190	3.7%
	無回答など	234	4.5%
合計		6,384	-

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)

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	そう思う	2,029	39.5%
2	そう思わない	1,046	20.3%
3	わからない	1,933	37.6%
	無回答など	135	2.6%
合計		5,143	100.0%

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。(〇は3つまで)※

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	身近な買い物の場	2,974	57.8%
2	訪れて楽しめる場	1,862	36.2%
3	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心	1,388	27.0%
4	地域住民が気軽に交流できる場	1,322	25.7%
5	子育てや高齢者の生活をサポートする場	1,204	23.4%
6	暮らしやすい街づくりを進める一員	1,560	30.3%
7	防災・防犯活動を進める一員	919	17.9%
8	その他	148	2.9%
	無回答など	231	4.5%
合計		11,608	-

問 12-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、  
もっと充実して欲しい事業はありますか。(〇は3つまで)※

n=5,143

No.	選択肢	回答数	回答率
1	セール・福引	1,310	25.5%
2	お祭り・縁日	1,129	22.0%
3	スタンプラリー・ウォーキングイベント	183	3.6%
4	フリーマーケット	629	12.2%
5	ポイントカード・スタンプ発行	519	10.1%
6	ガイドマップやウェブ広報	375	7.3%
7	地域や学校との連携事業	456	8.9%
8	子育てや高齢者等の生活サポート	964	18.7%
9	駐車場や駐輪場の整備	1,446	28.1%
10	防災・防犯活動	862	16.8%
11	特色ある個店づくり	1,468	28.5%
12	特色ある景観の保存	429	8.3%
13	その他	310	6.0%
	無回答など	507	9.9%
合計		10,587	-

---

平成30年度消費者購買行動意識調査  
報告書  
平成31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

---