

平成 27 年度 消費者購買行動意識調査  
報告書

平成28年3月

横浜市 経済局

## 目次

### 第1章 調査の概要

---

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

### 第2章 回答者の属性

---

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

### 第3章 消費者の目からみた商店街の現状

---

- 1. 各設問の集計結果と分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・5
  - (1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ・・・・・・・・5
  - (2) 居住地の近隣にある商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態・・・・・・・・8
  - (3) 居住地の近隣にある商店街の利用頻度・・・・・・・・13
  - (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・・・・・・・・17
  - (5) 商店街にあったら利用したいサービス・・・・・・・・35
  - (6) 品目別購入先とそこでの購入理由・・・・・・・・39
  - (7) 商店街活動に対する意識・・・・・・・・81
  - (8) 商店街に期待する役割・・・・・・・・87
- 2. 住まいの近くにあると回答した商店街・・・・・・・・93
- 3. 各設問の「その他」欄のまとめ・・・・・・・・95

### 第4章 まとめ

---

- 1. 商店街に対する意識・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・105
- 2. 消費者の購買行動・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・106

### 参考資料

---

- 資料1 調査票・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・107
- 資料2 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・112

## 第1章 調査の概要

---

### 1. 調査の目的

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

### 2. 調査の実施概要

(1) **調査対象** 横浜市内在住の20歳以上の男女3,000人

(2) **抽出方法** 住民基本台帳から無作為抽出

(3) **調査方法** 郵送(配布・回収)によるアンケート方式

(4) **調査期間** 平成27年10月21日～11月4日

(5) **調査票配布数・回収数**

標本数	有効回収数	有効回収率
3,000	1,665	55.5%

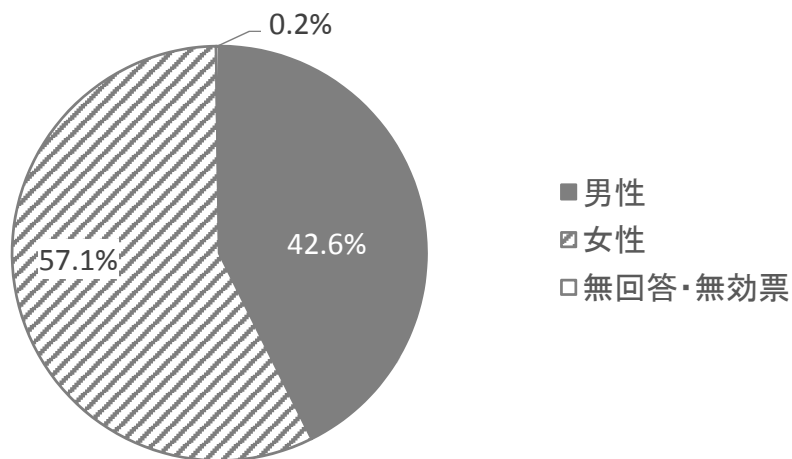
(6) **調査結果の見方**

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

## 第2章 回答者の属性

### (1) 回答者の属性

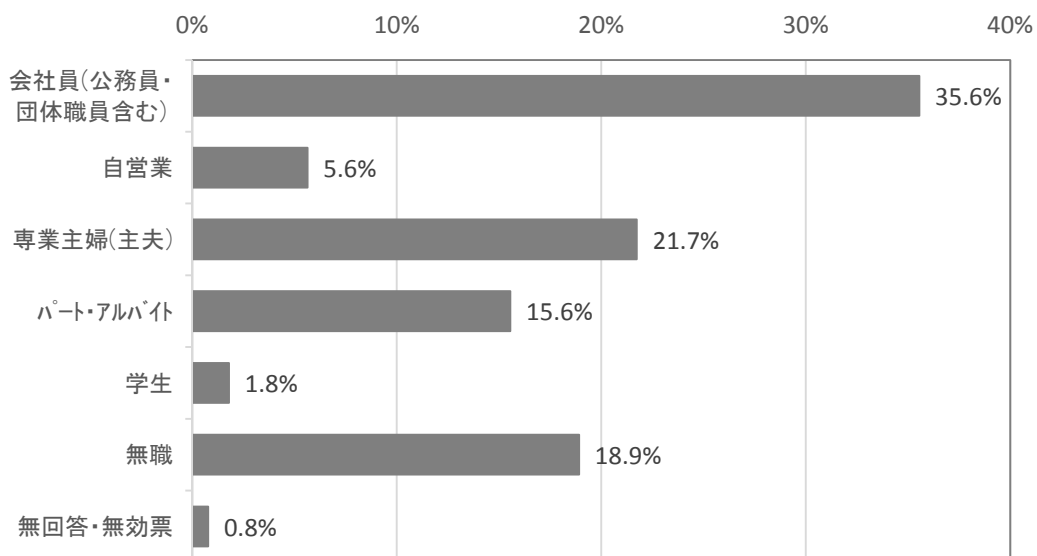
#### 属性1 性別



図表1 回答者の属性[性別]

n=1,665

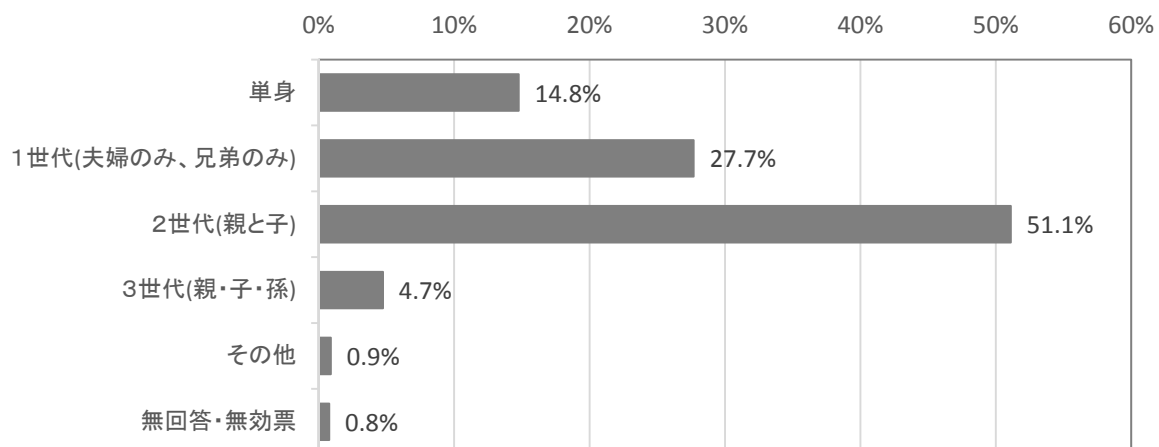
#### 属性2 職業



図表2 回答者の属性[職業]

n=1,665

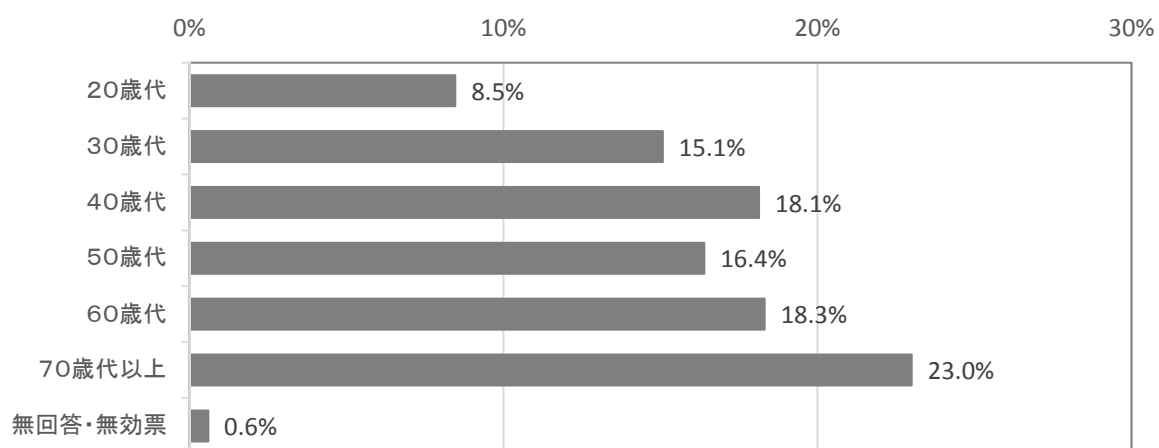
### 属性3 家族構成



図表3 回答者の属性[家族構成]

n=1,665

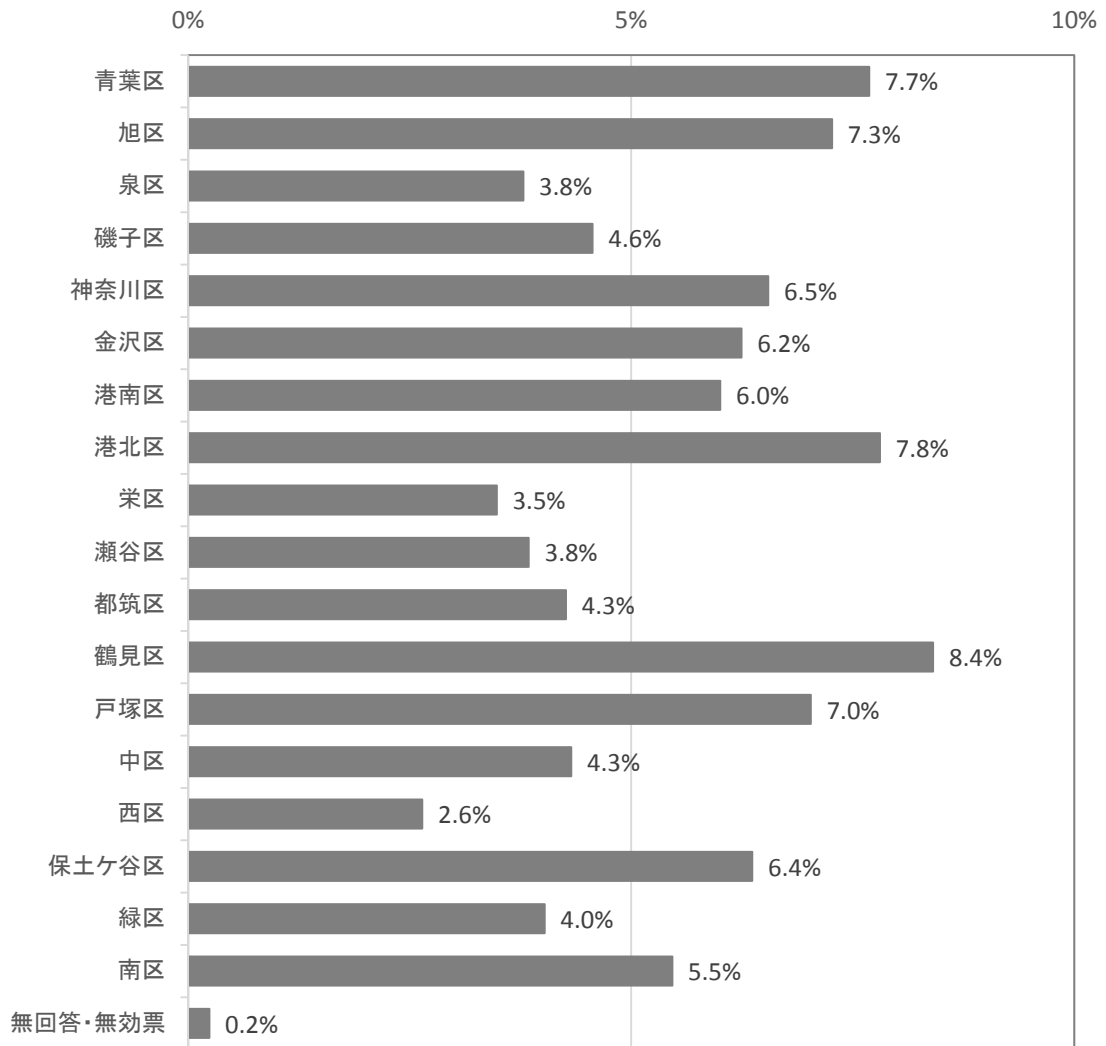
### 属性4 年齢



図表4 回答者の属性[年齢]

n=1,665

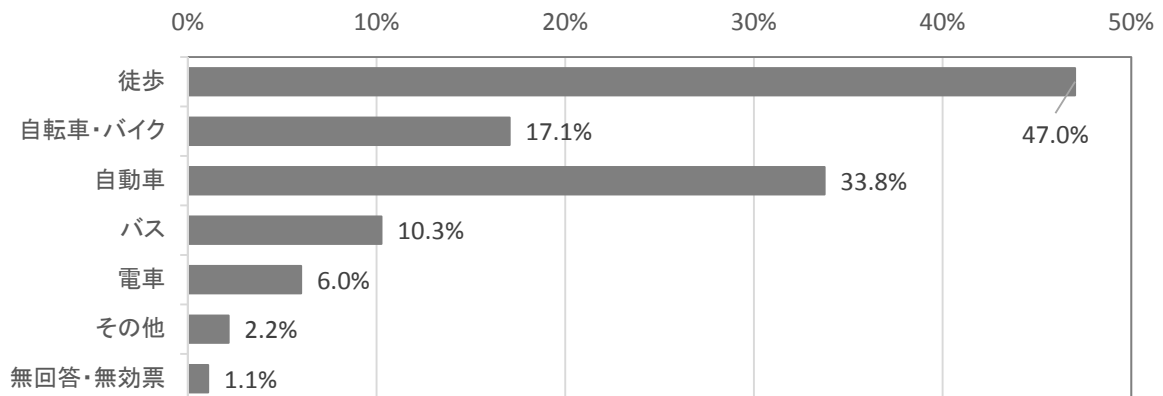
### 属性5 住所



図表5 回答者の属性[住所]

n=1,665

### 属性6 普段の買い物の手段



図表6 回答者の属性[買い物の手段]

n=1,665

### 第3章 消費者の目からみた商店街の現状

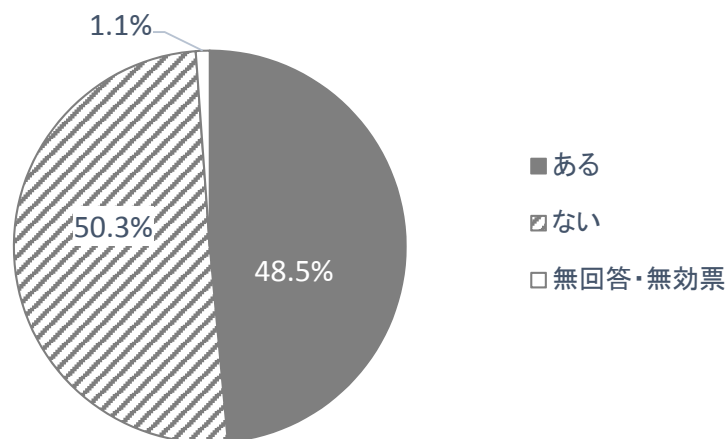
#### 1. 各設問の集計結果と分析

##### (1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ

問1 お住まいの近くに商店街はありますか。

#### 【全体】

「ある」(48.5%)、「ない」(50.3%)がほぼ半数ずつを占めている。

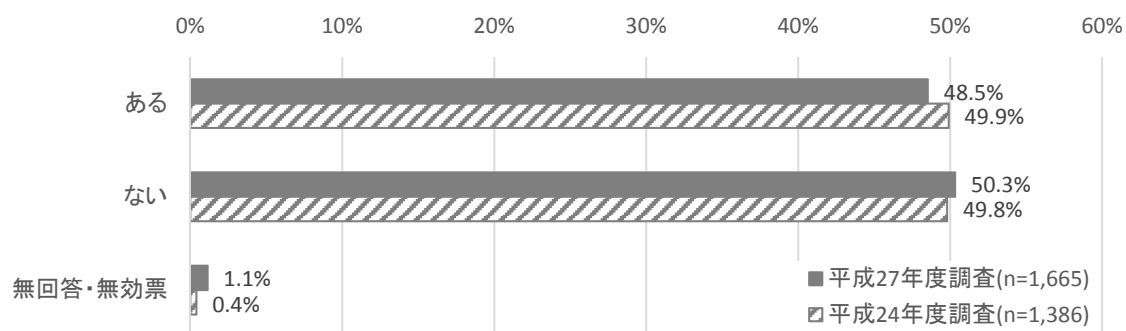


図表7-1 商店街の有無[全体]

n=1,665

#### 【経年比較】

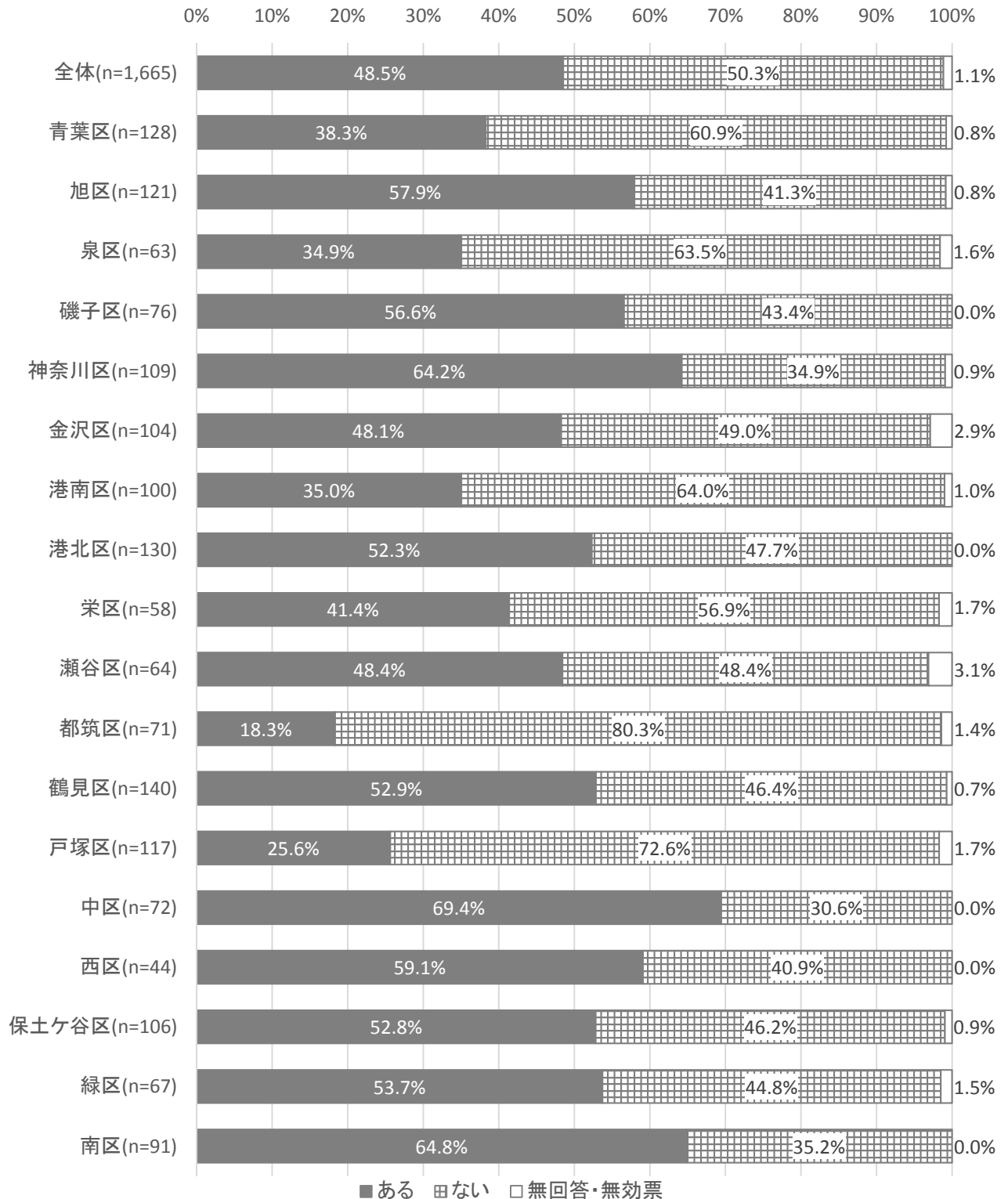
平成24年度調査と比較しても、大きな変化はみられなかった。



図表 7-2 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」(69.4%)、「南区」(64.8%)、「神奈川区」(64.2%)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」(18.3%)、「戸塚区」(25.6%)、「泉区」(34.9%)の順となった。



図表7-3 商店街の有無[居住区別]



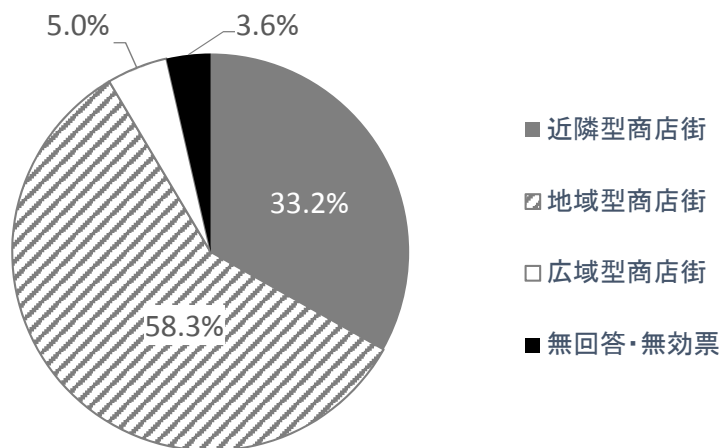
**問2 お住まいの近くの商店街は次のうちのどのタイプですか。**

**【商店街タイプの定義】**

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

**【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58.3%であった。次いで「近隣型商店街」(33.2%)、「広域型商店街」(5.0%)となった。

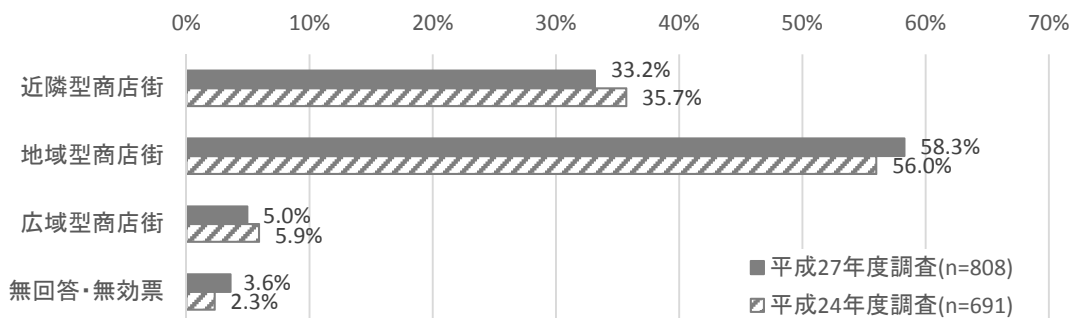


図表8-1 商店街のタイプ[全体]

n=808

**【経年比較】**

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



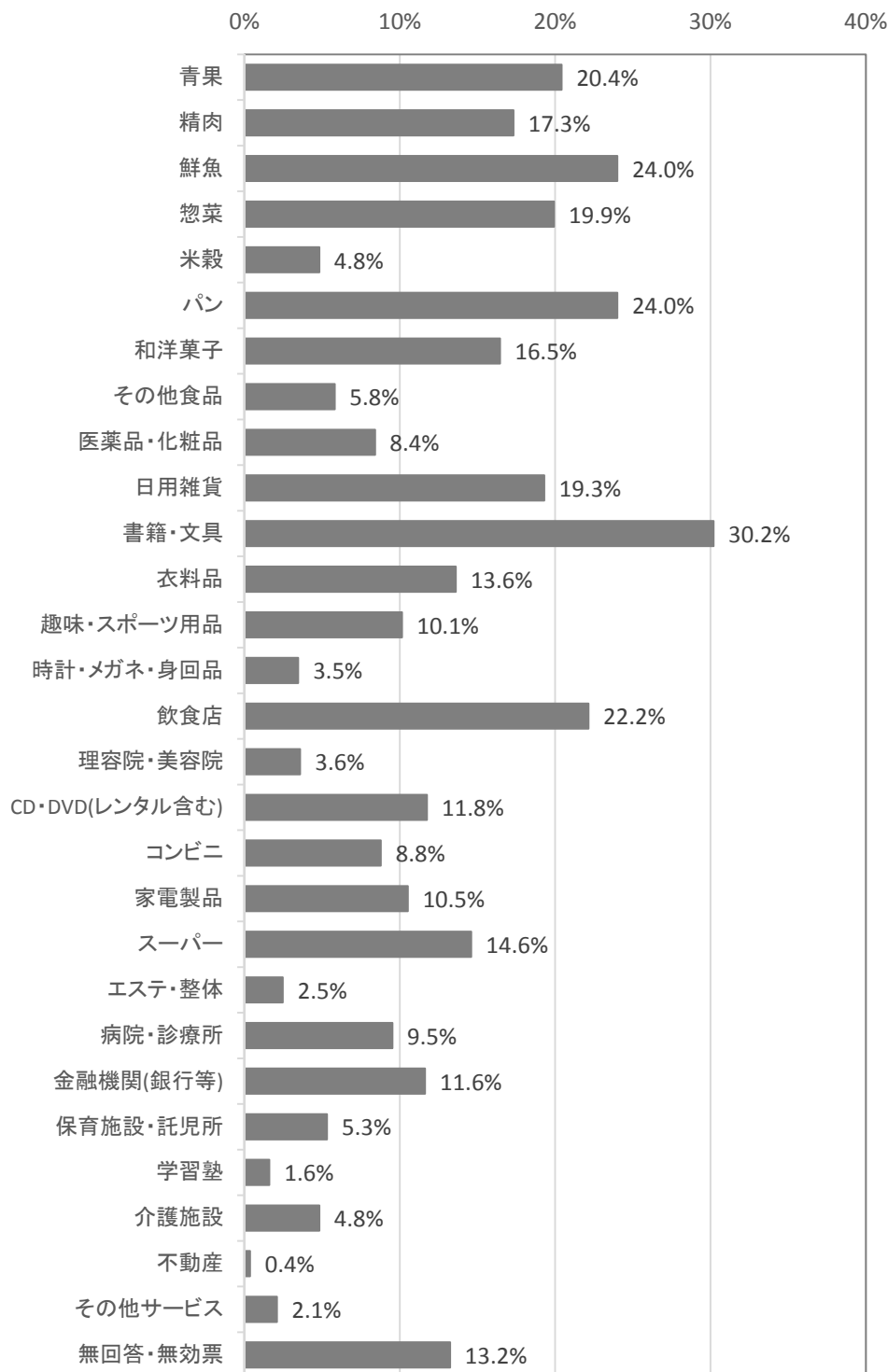
図表8-2 商店街のタイプ[経年比較]

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

問3 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店は何ですか。

【全体】

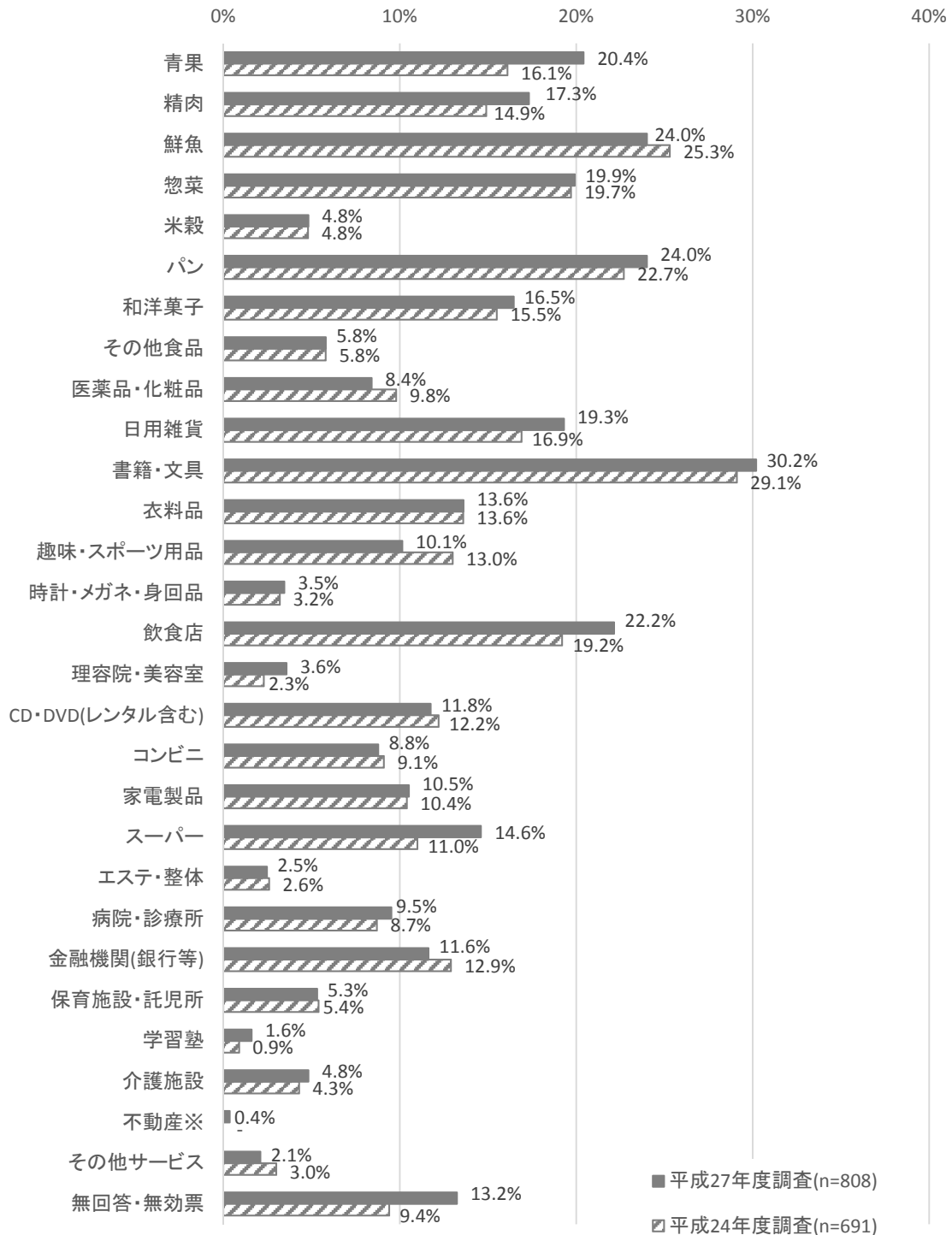
「書籍・文具」が最も多く、30.2%であった。次いで「鮮魚」、「パン」(共に24.0%)、「飲食店」(22.2%)の順となった。トップの「書籍・文具」を除き、上位に入っているのは食料品の小売店、飲食店が多い。



図表9-1 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態[全体] n=808

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。「青果」は4.3ポイント、「スーパー」は3.6ポイント増加した。一方、「趣味・スポーツ用品」は2.9ポイント、「医薬品・化粧品」は1.4ポイント減少した。

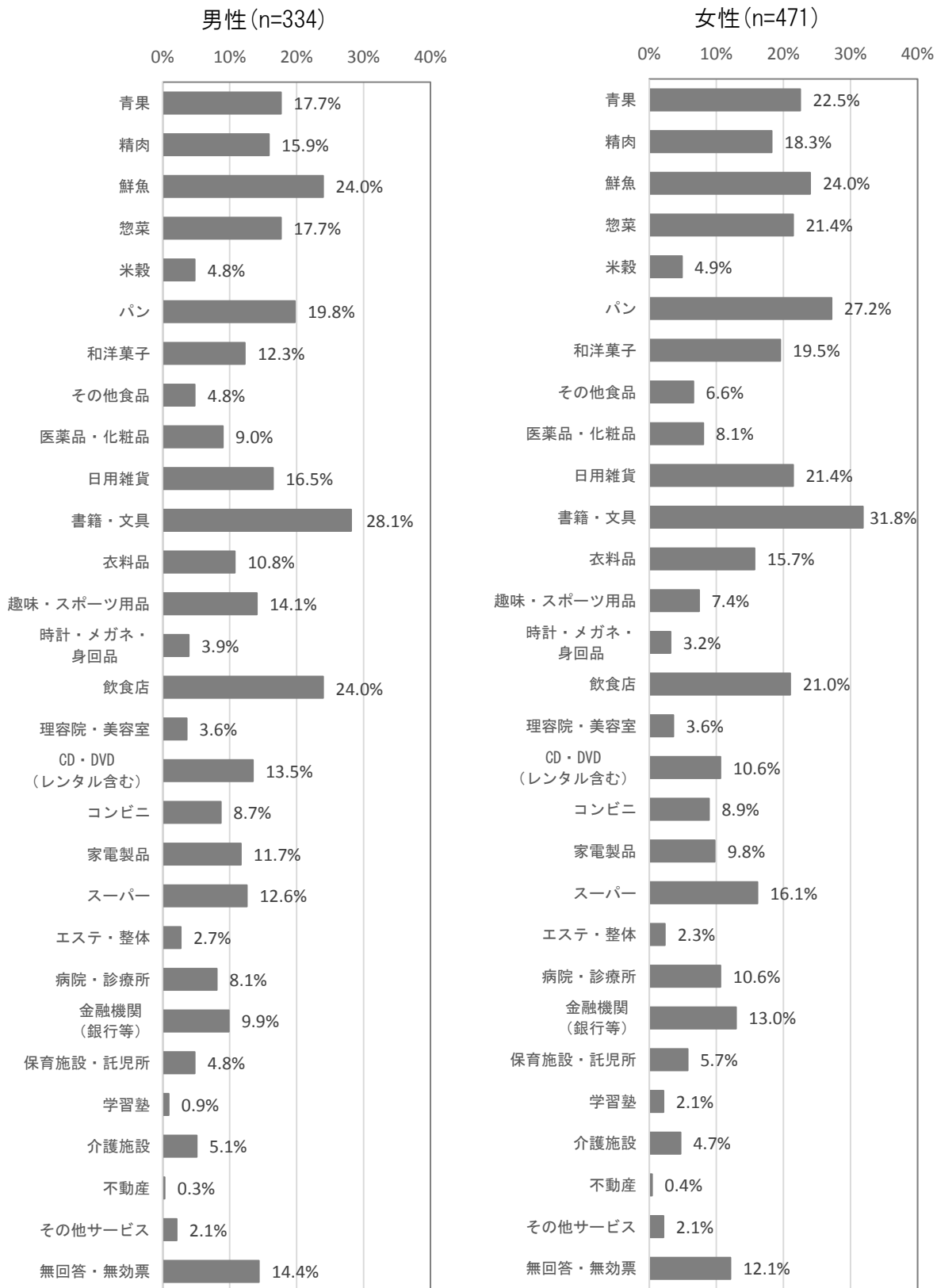


※「不動産」の選択肢は、平成 27 年度調査で新設した。

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

【性別】

性別でみると、男性は「書籍・文具」(28.1%)、「飲食店」、「鮮魚」(共に24.0%)の順が多いが、女性は「書籍・文具」(31.8%)、「パン」(27.2%)、「鮮魚」(24.0%)の順となった。



図表 9-3 商店街に开店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態[性別]

【性別 順位比較】

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=808)	書籍・文具 30.2%	鮮魚/パン 24.0%		飲食店 22.2%	青果 20.4%
男性 (n=334)	書籍・文具 28.1%	飲食店/鮮魚 24.0%		パン 19.8%	青果/惣菜 17.7%
女性 (n=471)	書籍・文具 31.8%	パン 27.2%	鮮魚 24.0%	青果 22.5%	惣菜/日用雑貨 21.4%

※上位5位までを抽出

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

【家族構成別】

どの家族構成でも「書籍・文具」が最も多いが、2位以降では「単身」で「飲食店」、「惣菜」、「パン」等、調理をしない生活へのニーズが高い傾向がみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=808)	書籍・文具 30.2%	鮮魚/パン 24.0%		飲食店 22.2%	青果 20.4%
単身 (n=124)	書籍・文具 29.8%	日用雑貨/飲食店 20.2%		惣菜/パン 17.7%	
1世代 (n=234)	書籍・文具 31.6%	鮮魚 29.8%	日用雑貨 24.4%	青果 23.5%	パン 22.2%
2世代 (n=401)	書籍・文具 29.7%	パン 27.9%	鮮魚 24.2%	飲食店 23.9%	惣菜 20.7%
3世代 (n=36)	書籍・文具 30.6%	鮮魚 25.0%	パン 22.2%	青果/趣味・スポーツ用品 19.4%	
その他 (n=6)	書籍・文具/飲食店 50.0%		日用雑貨/衣料品 33.3%		9項目が同率 16.7%

※上位5位までを抽出

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

【年代別】

「50歳代」までは、1位が「書籍・文具」、2位が「パン」となった。「60歳代」では1位は同じだが、2位に「鮮魚」(27.2%)、「70歳代以上」では「鮮魚」(30.2%)が1位となるなど、年代が上がるごとに「鮮魚」のニーズが高い傾向がみられた。また、食料品の小売店を求める人が多い中、「CD・DVD」が「20歳代」では3位、「30歳代」では5位となり、「70歳代以上」では「日用雑貨」が3位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=808)	書籍・文具 30.2%	鮮魚/パン 24.0%		飲食店 22.2%	青果 20.4%
20歳代 (n=66)	書籍・文具 37.9%	パン 30.3%	CD・DVD 28.8%	飲食店 24.2%	和洋菓子 22.7%
30歳代 (n=114)	書籍・文具 34.2%	パン/飲食店 30.7%		鮮魚 27.2%	CD・DVD 23.7%
40歳代 (n=128)	書籍・文具 35.2%	パン 33.6%	飲食店 30.5%	和洋菓子 21.1%	惣菜 20.3%
50歳代 (n=131)	書籍・文具 29.0%	パン 23.7%	青果/惣菜/飲食店 22.9%		
60歳代 (n=162)	書籍・文具 27.8%	鮮魚 27.2%	青果/パン 23.5%		飲食店 21.0%
70歳代以上 (n=202)	鮮魚 30.2%	書籍・文具 24.8%	青果/日用雑貨 24.3%		惣菜 21.8%

※上位5位までを抽出

図表9-6 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態[年代別]

【商店街タイプ別】

どの商店街のタイプでも「書籍・文具」が1位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=808)	書籍・文具 30.2%	鮮魚/パン 24.0%		飲食店 22.2%	青果 20.4%
近隣型商店街 (n=268)	書籍・文具 32.8%	パン 29.5%	鮮魚 23.9%	日用雑貨 23.1%	飲食店 20.9%
地域型商店街 (n=471)	書籍・文具 30.1%	鮮魚 24.4%	飲食店 23.6%	パン 22.3%	惣菜 21.0%
広域型商店街 (n=40)	書籍・文具 17.5%	青果/鮮魚/衣料品 15.0%			日用雑貨/趣味・ スポーツ用品 12.5%

※上位5位までを抽出

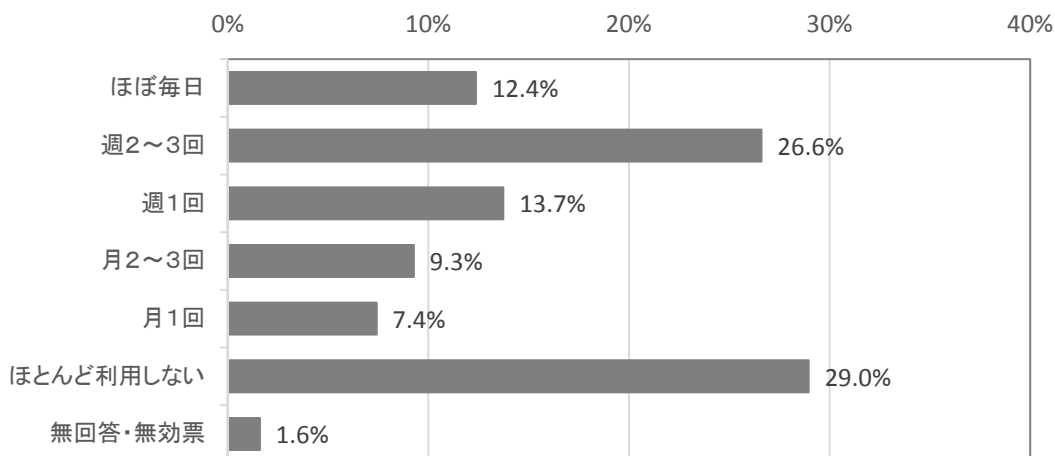
図表9-7 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしい業種・業態[商店街タイプ別]

### (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、29.0%であった。次いで「週2～3回」(26.6%)、「週1回」(13.7%)の順となった。

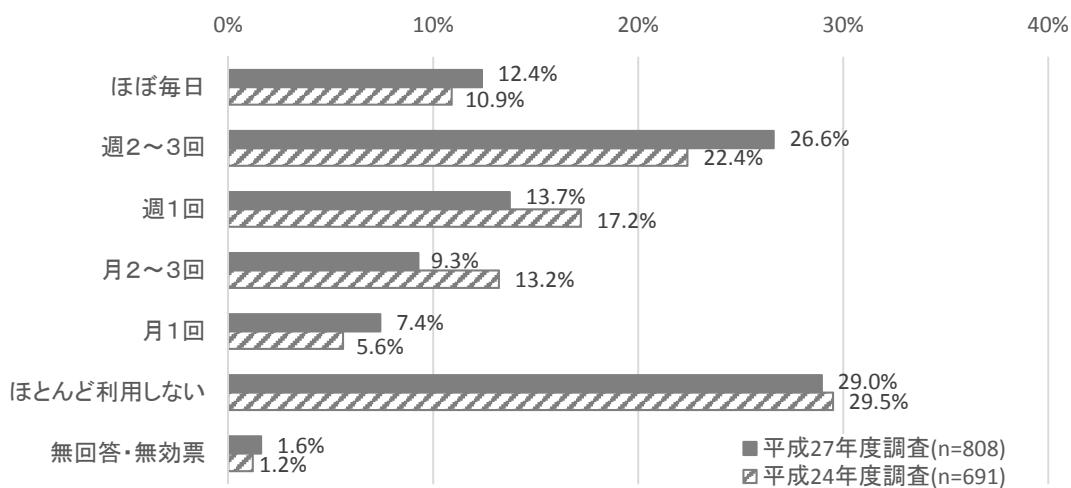


図表10-1 商店街の利用頻度[全体]

n=808

##### 【経年比較】

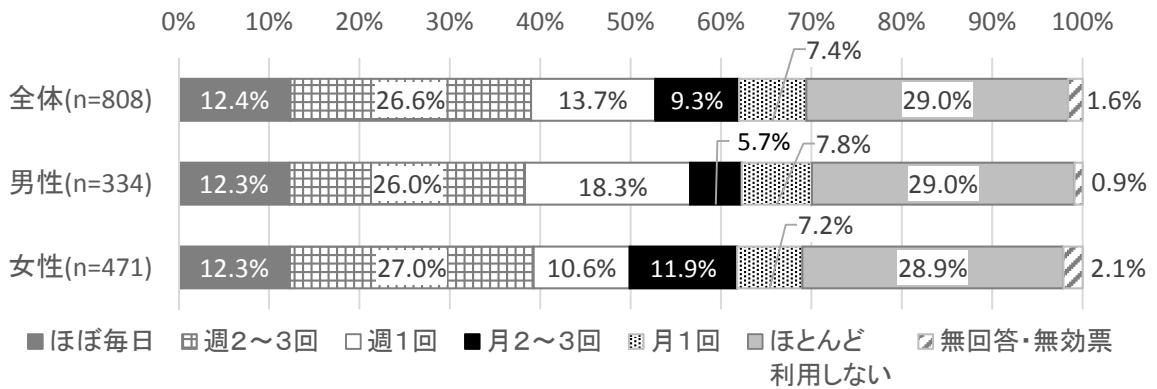
平成24年度調査と比較すると、「週1回」が3.5ポイント減少したが、「週2～3回」が4.2ポイント増加した。



図表10-2 商店街の利用頻度[経年比較]

【性別】

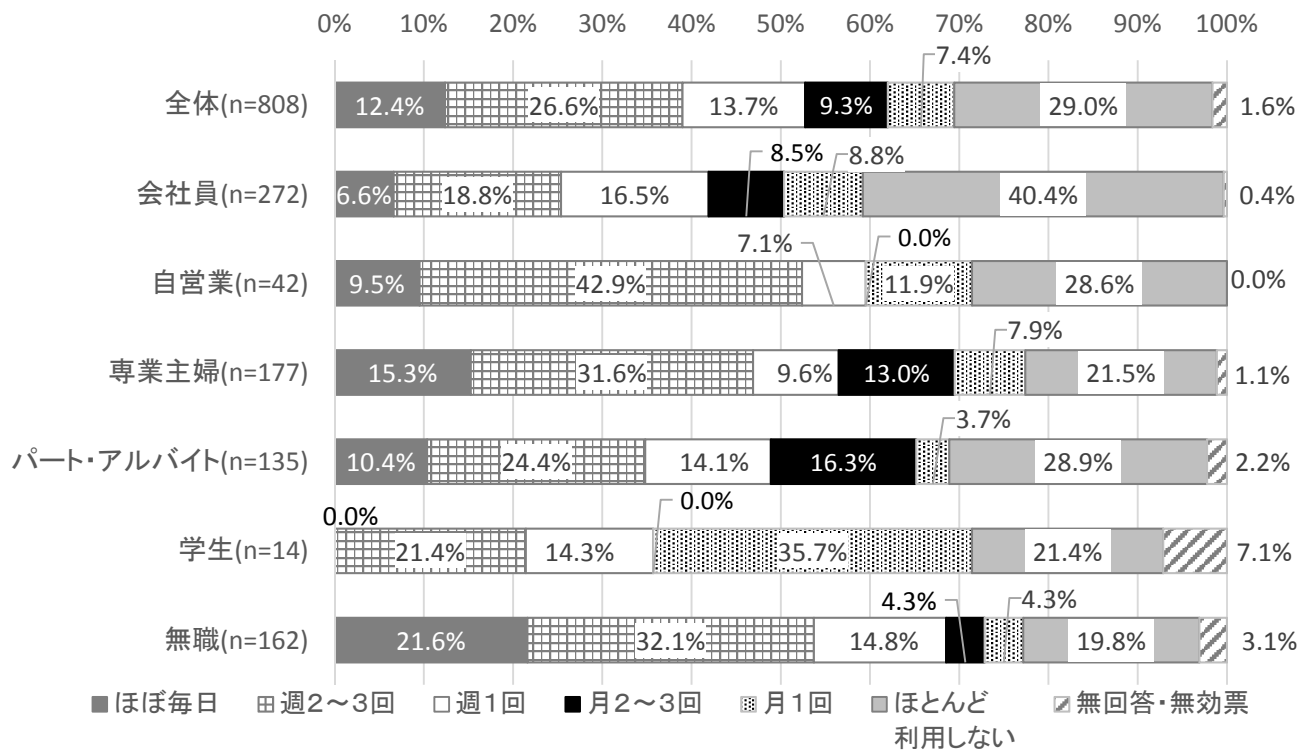
男女で大きな違いはみられなかった。



図表10-3 商店街の利用頻度[性別]

【職業別】

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

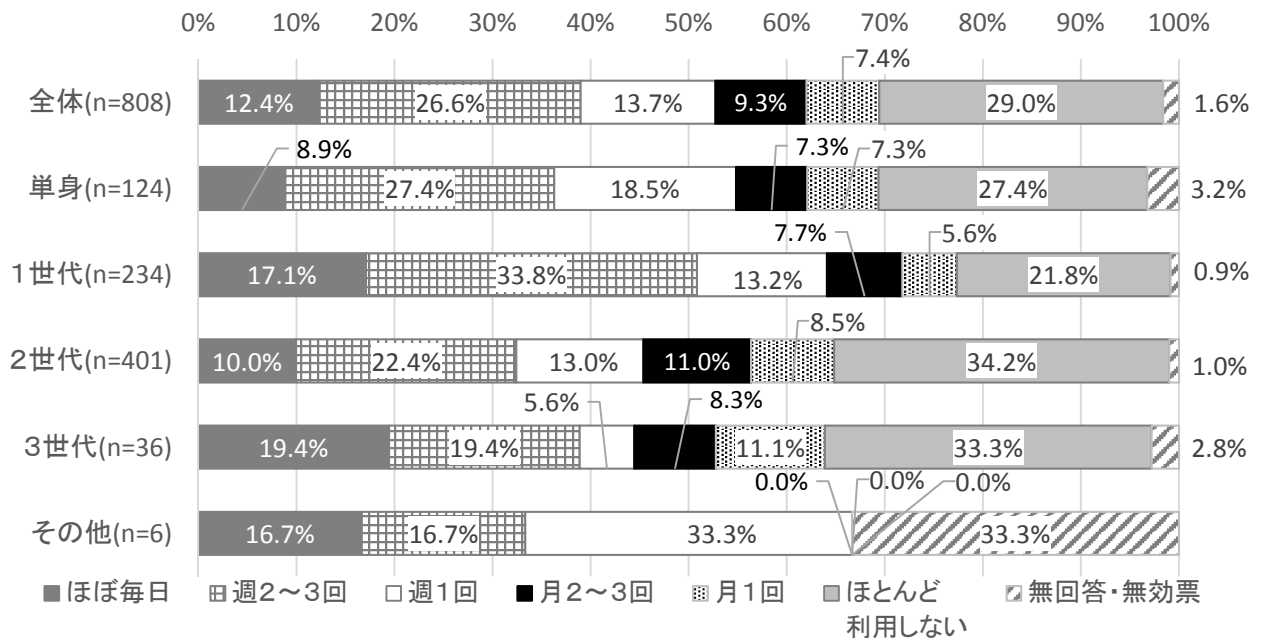


図表10-4 商店街の利用頻度[職業別]



【家族構成別】

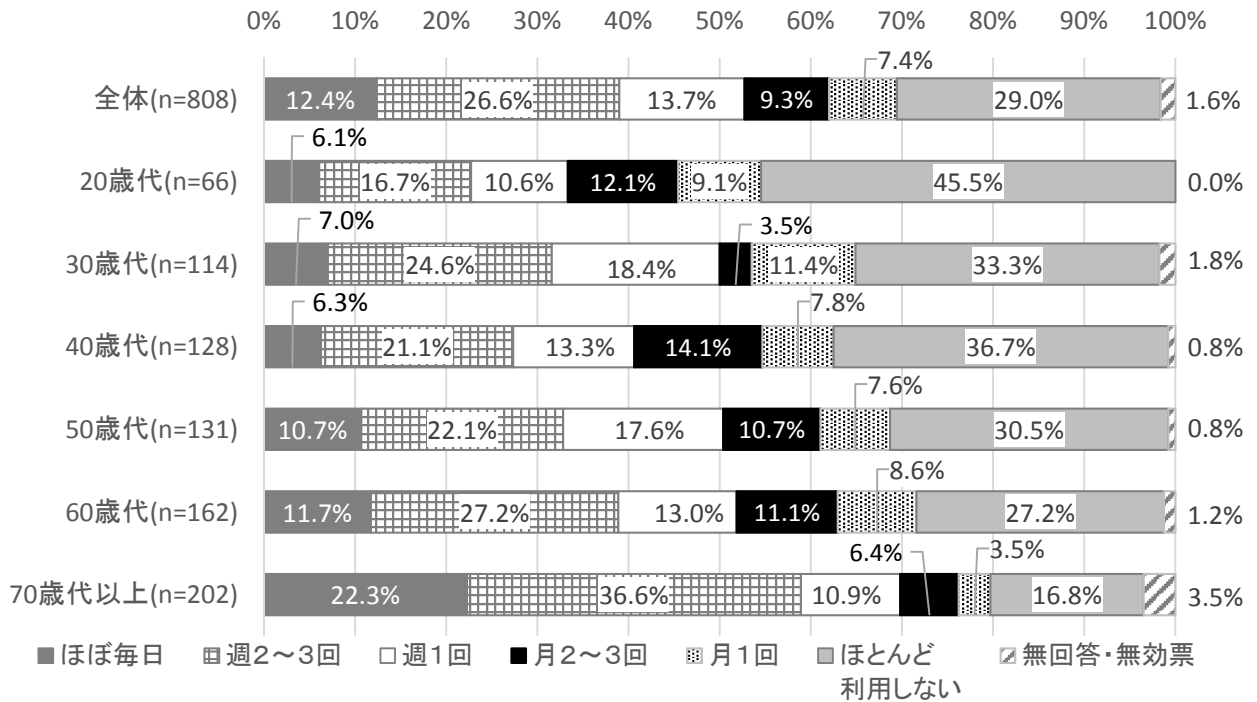
「1世代」では「ほぼ毎日」(17.1%)、「週2～3回」(33.8%)を合わせると約5割となった。「2世代」、「3世代」では「ほとんど利用しない」が多かった。



図表10-5 商店街の利用頻度[家族構成別]

【年代別】

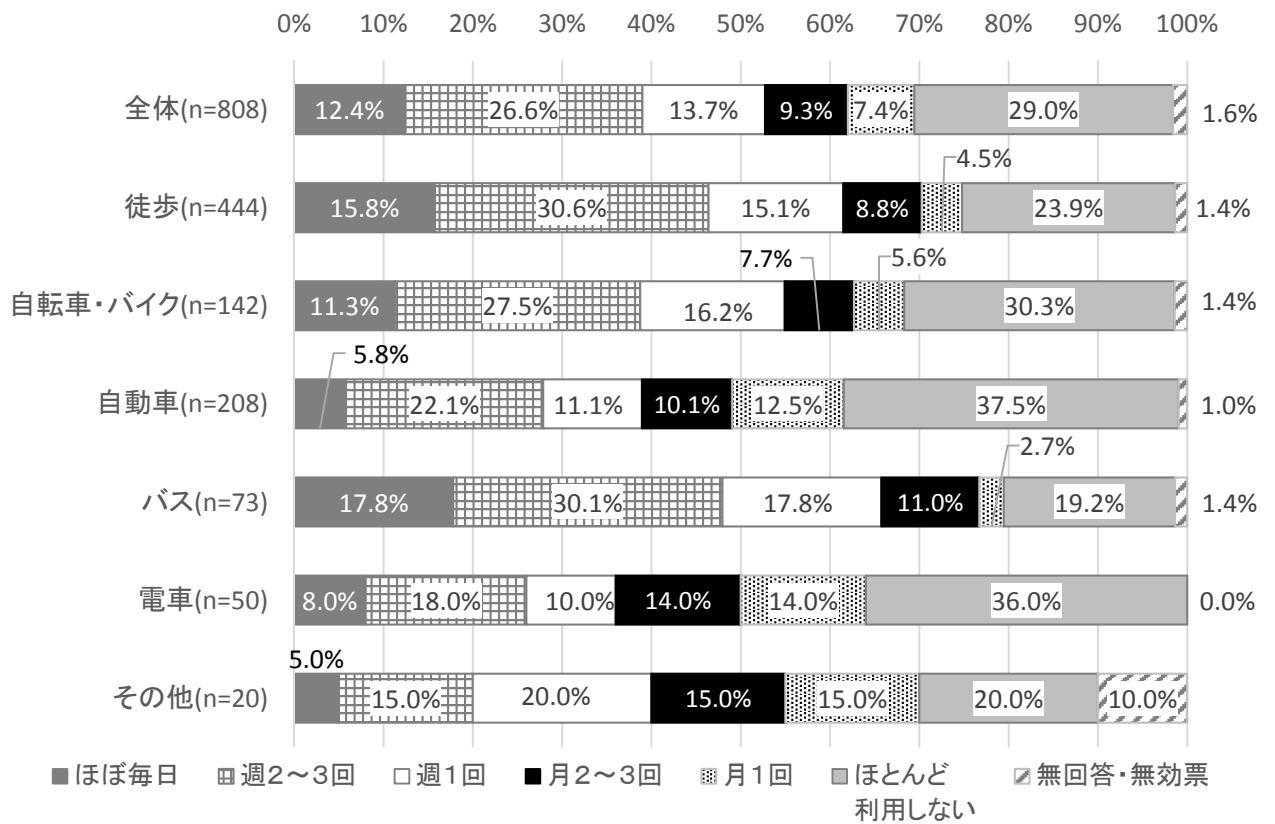
「70歳代以上」では「ほぼ毎日」(22.3%)、「週2～3回」(36.6%)が他の年代に比べて多かった。



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」(30.6%)、「バス」(30.1%)であった。一方、「ほとんど利用しない」が多いのは「自動車」(37.5%)、「電車」(36.0%)であった。



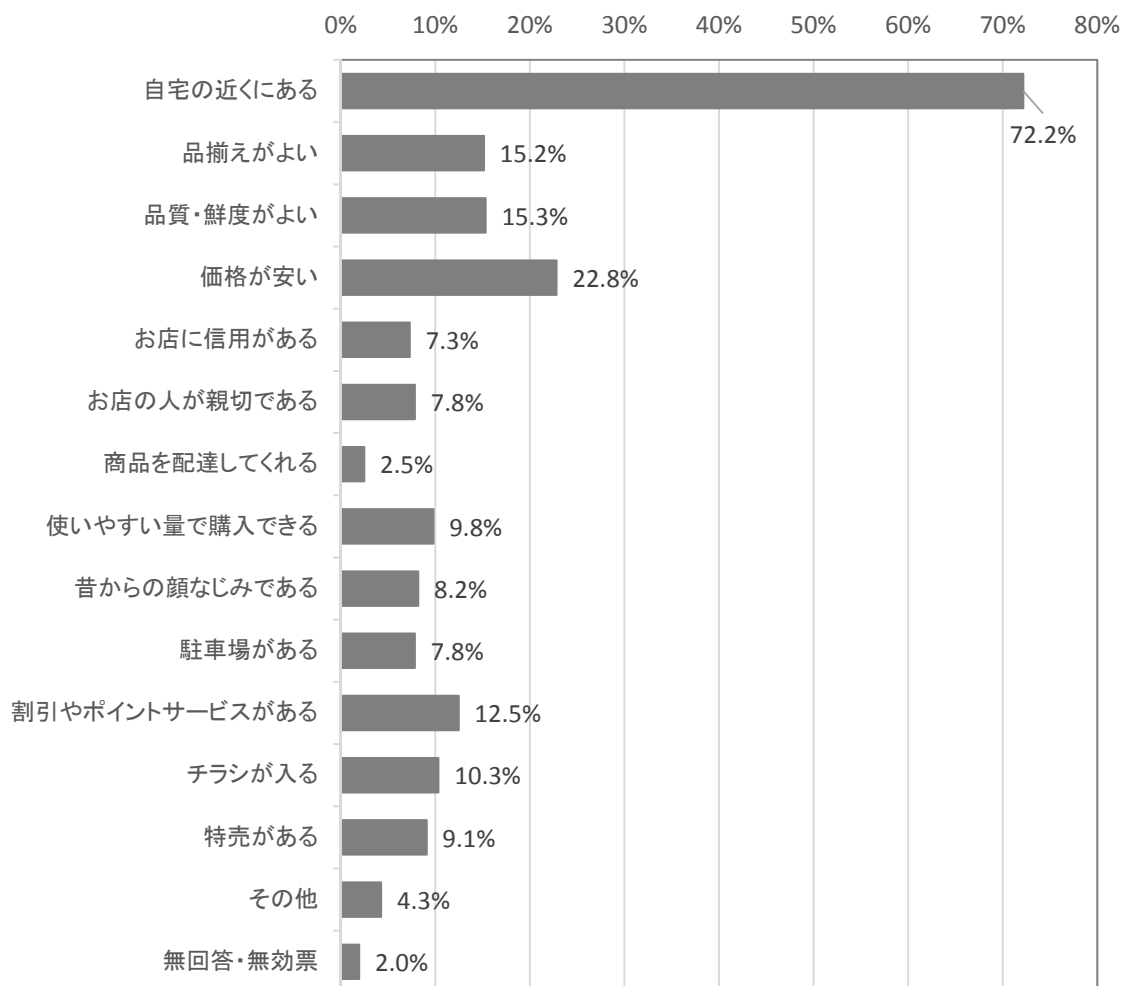
図表10-7 商店街の利用頻度[買い物の手段別]

#### (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、72.2%であった。次いで「価格が安い」(22.8%)、「品質・鮮度がよい」(15.3%)、「品揃えがよい」(15.2%)の順となった。

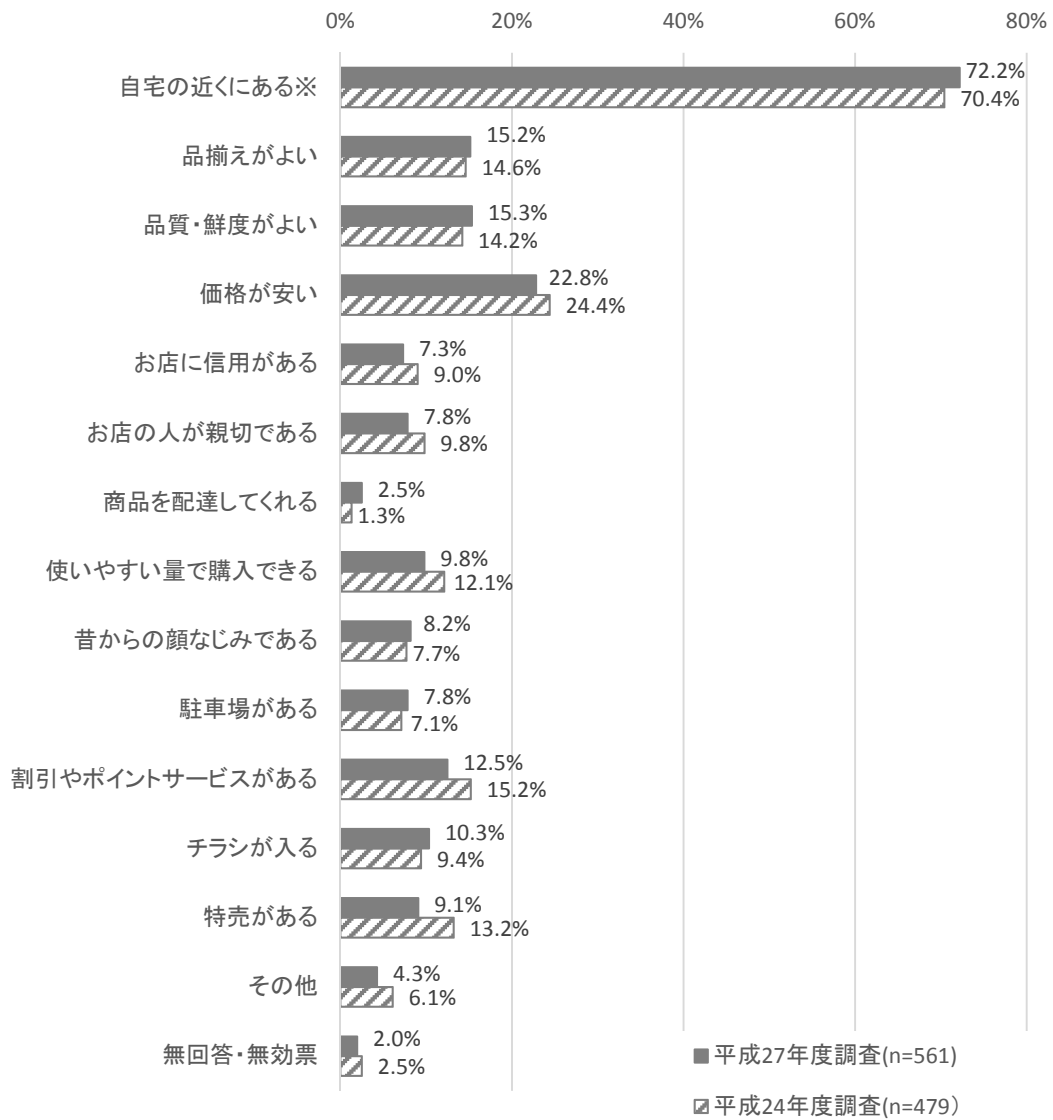


図表11-1 商店街を利用する理由[全体]

n=561

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。

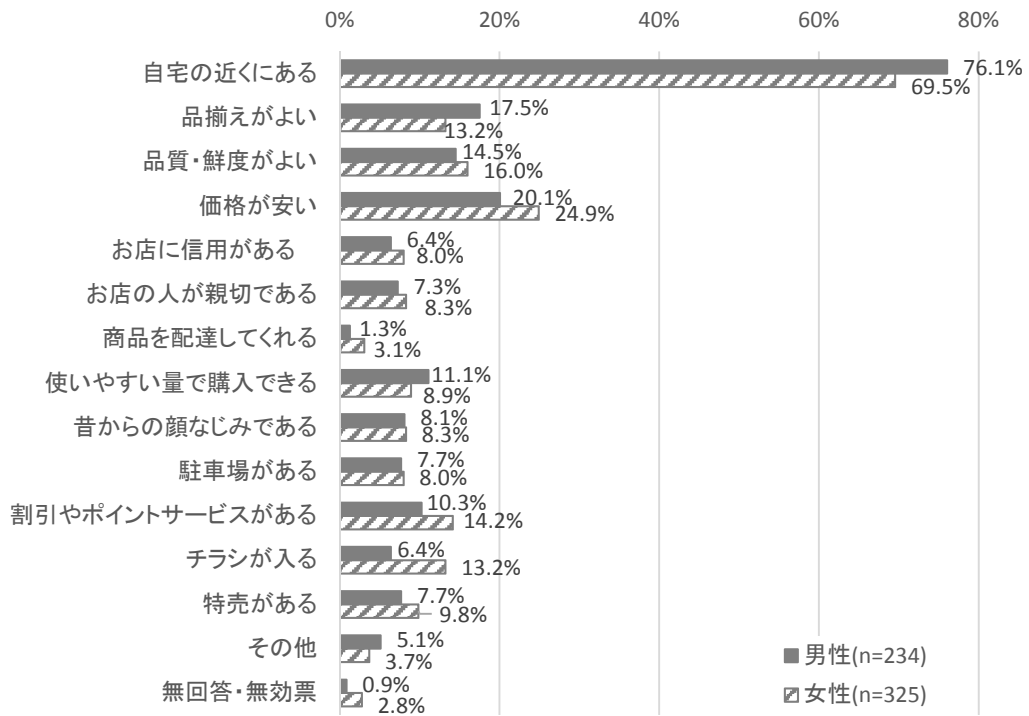


※「自宅の近くにある」の選択肢は、平成24年度調査の「自宅の近くにあり便利」の選択肢と同義とした。

図表11-2 商店街を利用する理由[経年比較]

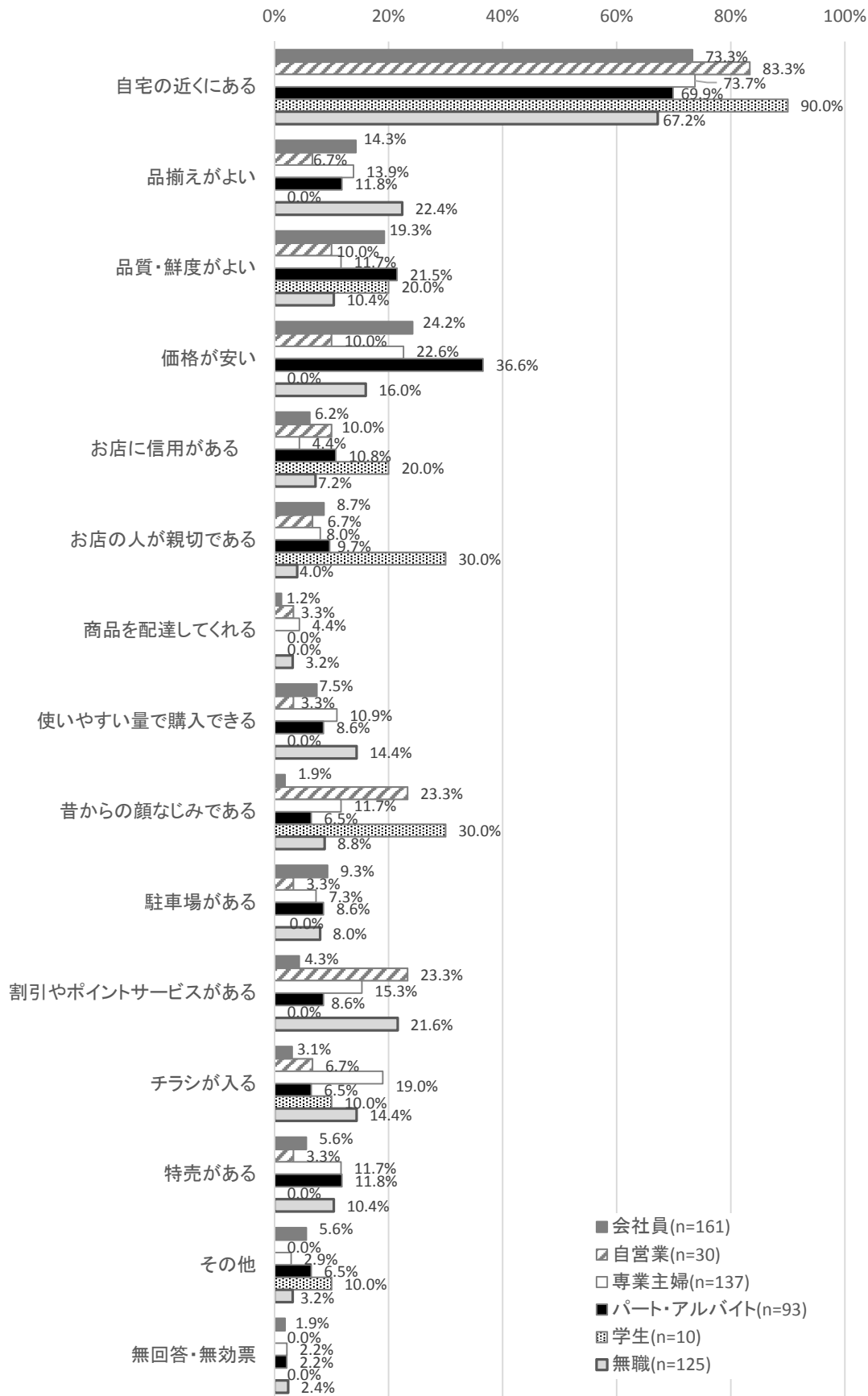
【性別】

男女で大きな開きはないが、最も多かった「自宅の近くにある」では女性(69.5%)よりも男性(76.1%)の方が6.6ポイント上回った。一方、「チラシが入る」では男性(6.4%)よりも女性(13.2%)の方が6.8ポイント上回っており、「価格が安い」でも5ポイント近く上回った。



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】

「会社員」、「専業主婦」、「パート・アルバイト」では「価格が安い」が、「自営業」では「昔からの顔なじみである」、「割引やポイントサービスがある」が2位となった。「学生」では「お店の人が親切である」、「昔からの顔なじみである」、「お店に信用がある」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=561)	自宅の近くにある 72.2%	価格が安い 22.8%	品質・鮮度がよい 15.3%	品揃えがよい 15.2%	割引やポイントサービスがある 12.5%
会社員 (n=161)	自宅の近くにある 73.3%	価格が安い 24.2%	品質・鮮度がよい 19.3%	品揃えがよい 14.3%	駐車場がある 9.3%
自営業 (n=30)	自宅の近くにある 83.3%	昔からの顔なじみである/割引やポイントサービスがある 23.3%		品質・鮮度がよい/価格が安い/お店に信用がある 10.0%	
専業主婦 (n=137)	自宅の近くにある 73.7%	価格が安い 22.6%	チラシが入る 19.0%	割引やポイントサービスがある 15.3%	品揃えがよい 13.9%
パート・アルバイト(n=93)	自宅の近くにある 69.9%	価格が安い 36.6%	品質・鮮度がよい 21.5%	品揃えがよい/特売がある 11.8%	
学生(n=10)	自宅の近くにある 90.0%	お店の人が親切である/昔からの顔なじみである 30.0%		品質・鮮度がよい/お店に信用がある 20.0%	
無職 (n=125)	自宅の近くにある 67.2%	品揃えがよい 22.4%	割引やポイントサービスがある 21.6%	価格が安い 16.0%	使いやすい量で購入できる/チラシが入る 14.4%

※上位5位までを抽出

図表11-5 商店街を利用する理由[職業別 順位比較]

【家族構成別】

「単身」、「1世代」、「2世代」では「価格が安い」が2位となった。「3世代」では「品質・鮮度がよい」、「割引やポイントサービスがある」が、「その他」では「品揃えがよい」「お店に信用がある」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=561)	自宅の近くにある 72.2%	価格が安い 22.8%	品質・鮮度がよい 15.3%	品揃えがよい 15.2%	割引やポイントサービスがある 12.5%
単身(n=86)	自宅の近くにある 81.4%	価格が安い 23.3%	割引やポイントサービスがある 15.1%	品揃えがよい/チラシが入る 10.5%	
1世代 (n=181)	自宅の近くにある 71.3%	価格が安い 22.1%	品揃えがよい 19.3%	品質・鮮度がよい 17.1%	チラシが入る 13.8%
2世代 (n=260)	自宅の近くにある 69.6%	価格が安い 23.5%	品質・鮮度がよい 16.2%	品揃えがよい 13.1%	割引やポイントサービスがある 12.7%
3世代 (n=23)	自宅の近くにある 73.9%	品質・鮮度がよい/割引やポイントサービスがある 30.4%		価格が安い 26.1%	品揃えがよい/使いやすい量で購入できる/チラシが入る 13.0%
その他(n=4)	自宅の近くにある 100.0%	品揃えがよい/お店に信用がある 50.0%		チラシが入る/特売がある 25.0%	

※上位5位までを抽出

図表11-6 商店街を利用する理由[家族構成別]



【年代別】

「20歳代」から「60歳代」までは「価格が安い」が2位となった。また、「20歳代」では「お店の人が親切である」、「昔からの顔なじみである」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=561)	自宅の近くにある 72.2%	価格が安い 22.8%	品質・鮮度がよい 15.3%	品揃えがよい 15.2%	割引やポイントサービスがある 12.5%
20歳代 (n=36)	自宅の近くにある 83.3%	品質・鮮度がよい/価格が安い/お店の人が親切である 19.4%			昔からの顔なじみである 13.9%
30歳代 (n=74)	自宅の近くにある 73.0%	価格が安い 29.7%	品質・鮮度がよい 17.6%	特売がある 10.8%	品揃えがよい/割引やポイントサービスがある 6.8%
40歳代 (n=80)	自宅の近くにある 71.3%	価格が安い 30.0%	品質・鮮度がよい 21.3%	お店の人が親切である 13.8%	お店に信用がある 11.3%
50歳代 (n=90)	自宅の近くにある 81.1%	価格が安い 22.2%	品質・鮮度がよい 16.7%	割引やポイントサービスがある 13.3%	品揃えがよい 11.1%
60歳代 (n=116)	自宅の近くにある 71.6%	価格が安い 22.4%	品揃えがよい 18.1%	品質・鮮度がよい 12.9%	使いやすい量で購入できる/昔からの顔なじみである 11.2%
70歳代以上 (n=161)	自宅の近くにある 64.6%	品揃えがよい/割引やポイントサービスがある 23.0%	チラシが入る 19.3%	価格が安い 17.4%	

※上位5位までを抽出

図表11-7 商店街を利用する理由[年代別]

【買い物の手段別】

「徒歩」、「自転車・バイク」、「バス」、「電車」では「価格が安い」が2位となった。徒歩以外の手段では「特売がある」や「割引やポイントサービスがある」も上位に入った。

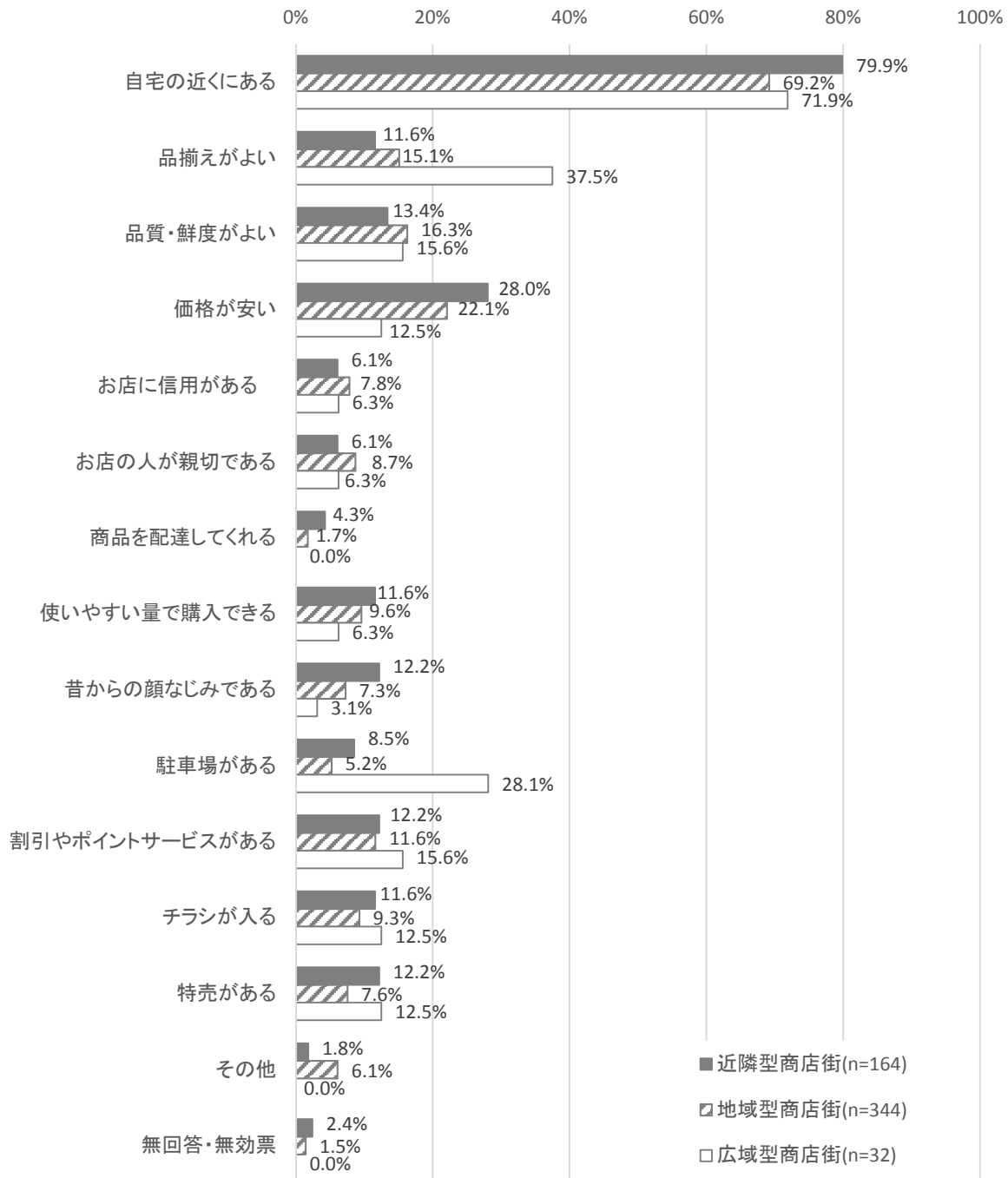
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=561)	自宅の近くにある 72.2%	価格が安い 22.8%	品質・鮮度がよい 15.3%	品揃えがよい 15.2%	割引やポイントサービスがある 12.5%
徒歩 (n=332)	自宅の近くにある 79.2%	価格が安い 22.0%	品質・鮮度がよい 14.2%	品揃えがよい 13.6%	チラシが入る 12.0%
自転車・バイク (n=77)	自宅の近くにある 70.1%	価格が安い 26.8%	品質・鮮度がよい 22.7%	特売がある 14.4%	お店の人が親切である 13.4%
自動車 (n=90)	自宅の近くにある 66.4%	駐車場がある 28.1%	価格が安い 21.1%	品揃えがよい 14.8%	品質・鮮度がよい 10.9%
バス(n=27)	自宅の近くにある 62.1%	価格が安い 25.9%	品揃えがよい 24.1%	割引やポイントサービスがある 17.2%	お店に信用がある/ お店の人が親切である/ チラシが入る 13.8%
電車(n=17)	自宅の近くにある 75.0%	価格が安い 31.3%	品質・鮮度がよい 18.8%	お店に信用がある/ 割引やポイントサービスがある	9.4%
その他 (n=10)	自宅の近くにある 50.0%	お店の人が親切である/ 使いやすい量で購入できる	28.6%	品質・鮮度がよい/ 価格が安い	21.4%

※上位 5 位までを抽出

図表 11-8 商店街を利用する理由[買い物の手段別]

【商店街タイプ別】

広域型商店街における「品揃えがよい」(37.5%)と「駐車場がある」(28.1%)は、全体集計(図表11-1)の「品揃えがよい」(15.2%)、「駐車場がある」(7.8%)を上回った。広域型商店街においては自動車を利用する消費者が多いことが考えられる。



図表11-9 商店街を利用する理由[商店街タイプ別]

【商店街の利用頻度別】

「ほぼ毎日」を除いて「価格が安い」が2位となり、「ほぼ毎日」では「割引やポイントサービスがある」(23.0%)が2位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=561)	自宅の近くにある 72.2%	価格が安い 22.8%	品質・鮮度がよい 15.3%	品揃えがよい 15.2%	割引やポイントサービスがある 12.5%
ほぼ毎日 (n=100)	自宅の近くにある 80.0%	割引やポイントサービスがある 23.0%	品揃えがよい 20.0%	チラシが入る 19.0%	価格が安い 18.0%
週2～3回 (n=215)	自宅の近くにある 71.6%	価格が安い 24.2%	品揃えがよい 19.1%	品質・鮮度がよい 16.3%	割引やポイントサービスがある 14.4%
週1回 (n=111)	自宅の近くにある 77.5%	価格が安い 27.0%	品質・鮮度がよい 17.1%	品揃えがよい 14.4%	使いやすい量で購入できる 11.7%
月2～3回 (n=75)	自宅の近くにある 68.0%	価格が安い 28.0%	品質・鮮度がよい 16.0%	お店の人が親切である 10.7%	品揃えがよい/お店に信用がある/使いやすい量で購入できる 9.3%
月1回 (n=60)	自宅の近くにある 56.7%	価格が安い 11.7%	品質・鮮度がよい 10.0%	昔からの顔なじみである/割引やポイントサービスがある 8.3%	

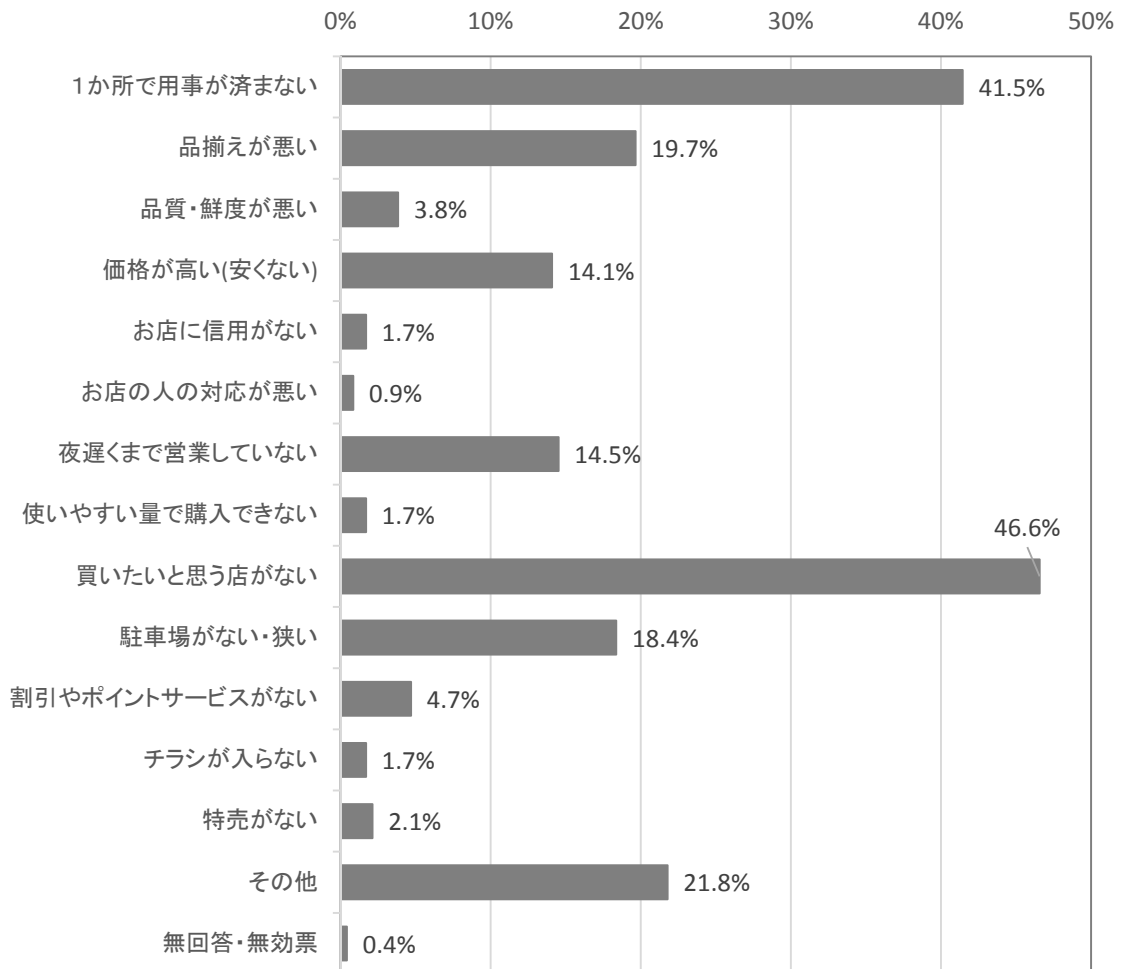
※上位5位までを抽出

図表11-10 商店街を利用する理由[商店街の利用頻度別]

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46.6%、「1か所で用事が済まない」が41.5%であった。「その他」(21.8%)の自由記述では「近くにスーパーや大型店など別の店がある」が多くみられた。「品揃えが悪い」(19.7%)、「駐車場がない・狭い」(18.4%)も上位に入った。

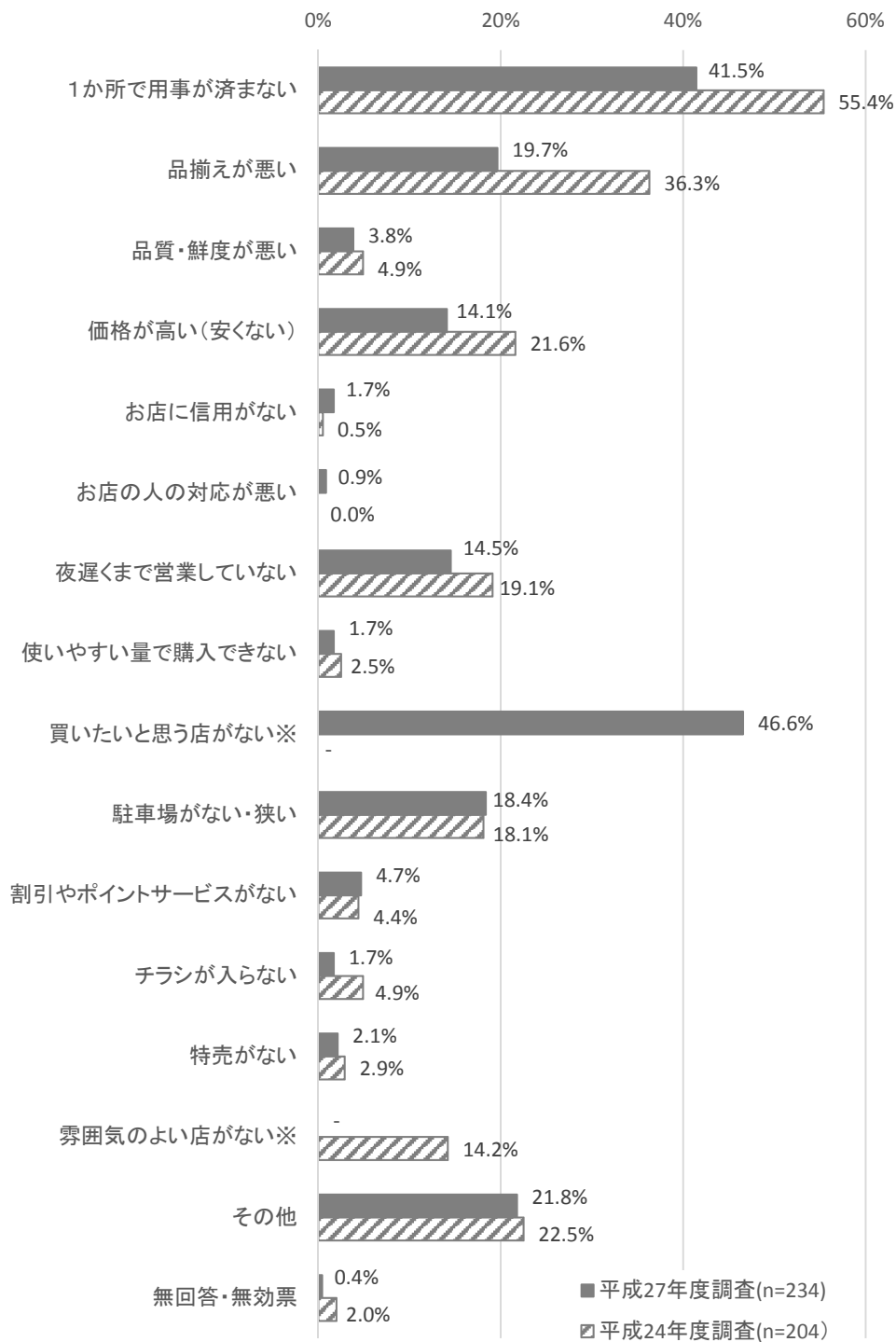


図表12-1 商店街を利用しない理由[全体]

n=234

【経年比較】

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

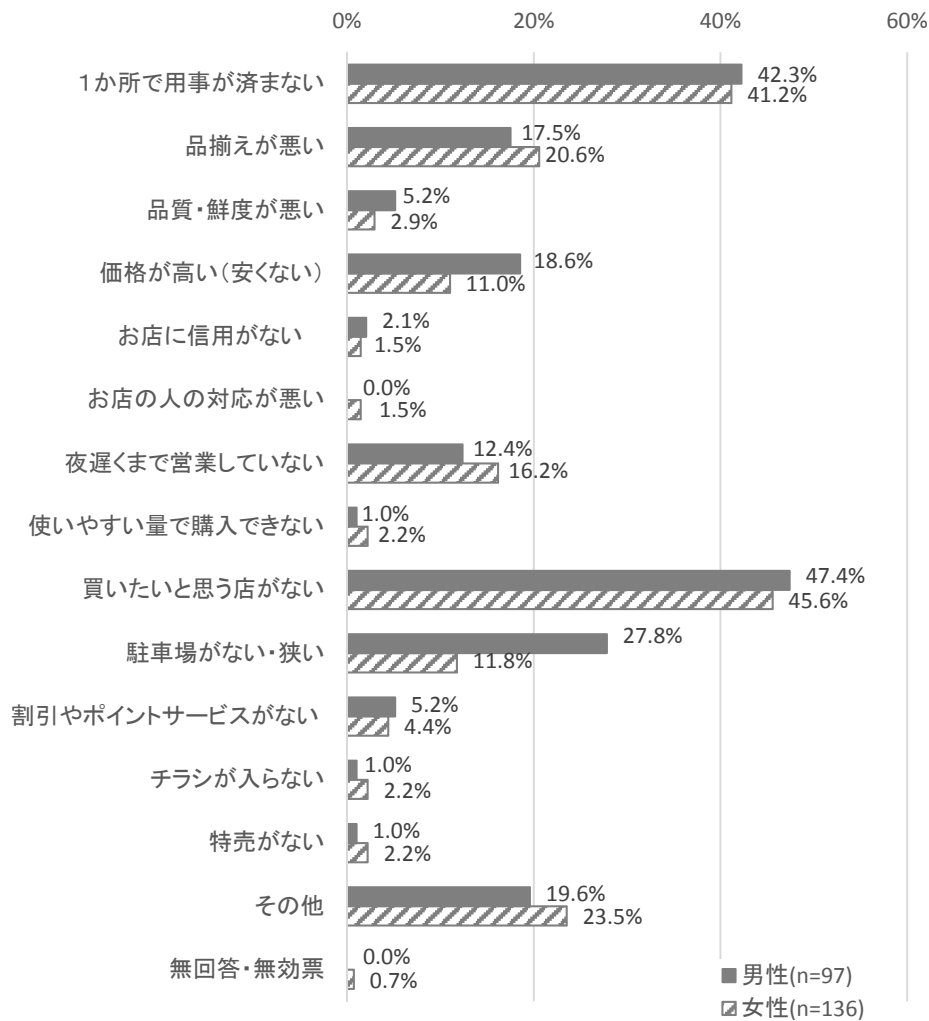


※「買いたいと思う店がない」の選択肢は平成27年度調査で新設し、「雰囲気の良い店がない」の選択肢は24年度調査のみの選択肢である。

図表12-2 商店街を利用しない理由[経年比較]

【性別】

性別でみると、「価格が高い(安くない)」で7.6ポイント、「駐車場がない・狭い」で16.0ポイントの差があった。



図表12-3 商店街を利用しない理由[性別]

【職業別】

「会社員」、「自営業」では「夜遅くまで営業していない」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=234)	買いたいと思う店がない 46.6%	1か所で用事が済まない 41.5%	品揃えが悪い 19.7%	駐車場がない・狭い 18.4%	夜遅くまで営業していない 14.5%
会社員 (n=110)	買いたいと思う店がない 45.5%	1か所で用事が済まない 40.9%	夜遅くまで営業していない 25.5%	品揃えが悪い 20.9%	価格が高い(安くない) 20.0%
自営業 (n=12)	1か所で用事が済まない 66.7%	買いたいと思う店がない/駐車場がない・狭い 50.0%		品揃えが悪い/価格が高い(安くない)/夜遅くまで営業していない 8.3%	
専業主婦 (n=38)	買いたいと思う店がない 50.0%	1か所で用事が済まない 42.1%	品揃えが悪い 23.7%	駐車場がない・狭い 18.4%	価格が高い(安くない) 13.2%
パート・アルバイト(n=39)	1か所で用事が済まない/買いたいと思う店がない 41.0%		品揃えが悪い 15.4%	価格が高い(安くない) 10.3%	駐車場がない・狭い 7.7%
学生(n=3)	買いたいと思う店がない 33.3%	-	-	-	-
無職(n=32)	買いたいと思う店がない 53.1%	1か所で用事が済まない 37.5%	品揃えが悪い/駐車場がない・狭い 21.9%		割引やポイントサービスがない 12.5%

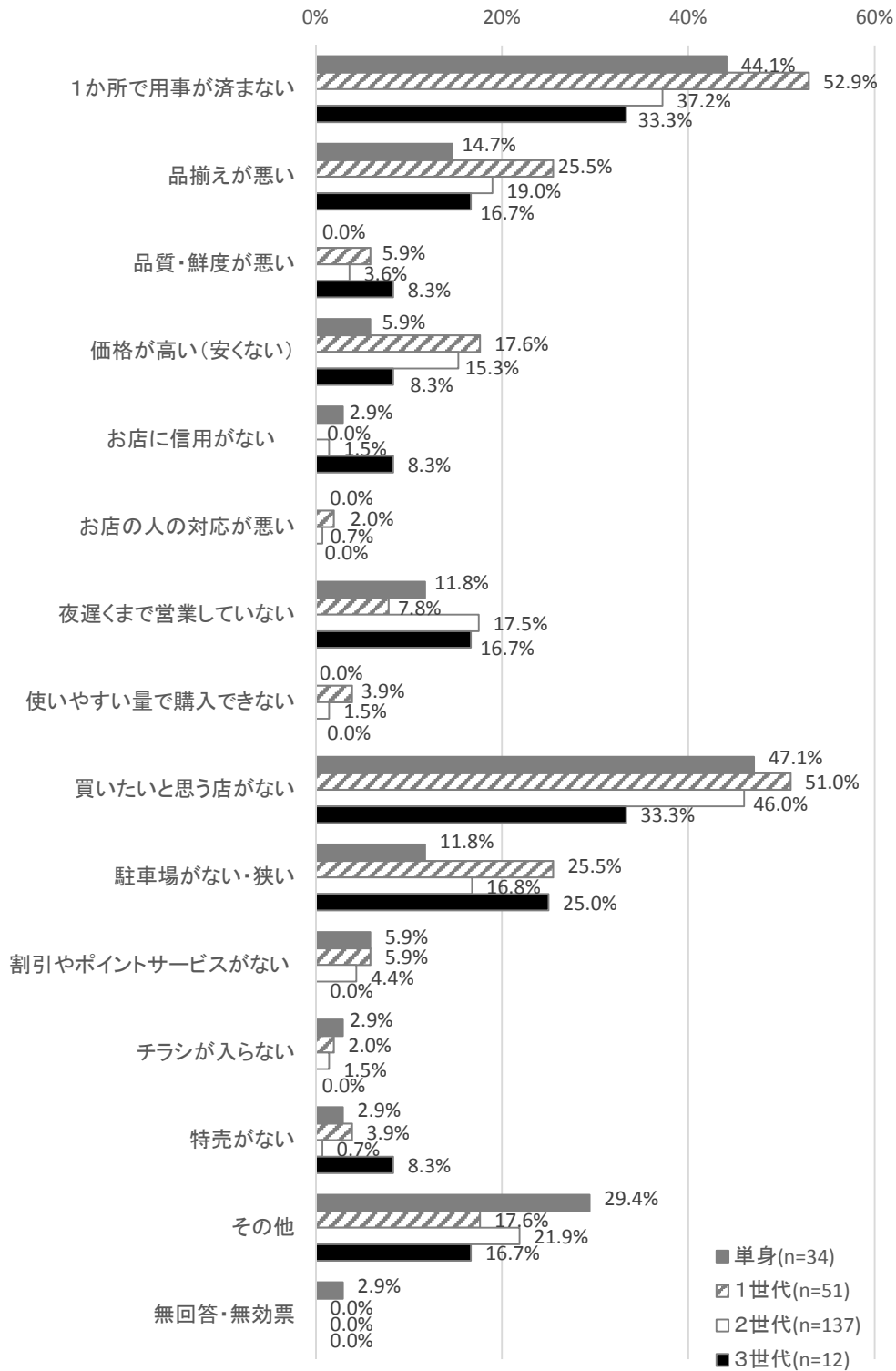
※上位5位までを抽出

図表12-4 商店街を利用しない理由[職業別]



【家族構成別】

「1世代」では「1か所で用事が済まない」(52.9%)、「買いたいと思う店がない」(47.1%)に次いで「品揃えが悪い」、「駐車場がない・狭い」(共に25.5%)も多かった。



図表12-5 商店街を利用しない理由[家族構成別]

【年代別】

年代別でみると、「40歳代」、「60歳代」で「1か所で用事が済まない」が、「30歳代」、「50歳代」、「70歳代以上」では「買いたいと思う店がない」が1位となった。「50歳代」、「60歳代」の3位、「70歳代以上」の4位には「駐車場がない・狭い」が入り、自動車を買い物の手段として使用する傾向がみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=234)	買いたいと思う店がない 46.6%	1か所で用事が済まない 41.5%	品揃えが悪い 19.7%	駐車場がない・狭い 18.4%	夜遅くまで営業していない 14.5%
20歳代 (n=30)	買いたいと思う店がない 43.3%	夜遅くまで営業していない 36.7%	1か所で用事が済まない 23.3%	品揃えが悪い 16.7%	価格が高い(安くない)/駐車場がない・狭い/チラシが入らない/特売がない 3.3%
30歳代 (n=38)	買いたいと思う店がない 60.5%	1か所で用事が済まない 42.1%	価格が高い(安くない) 26.3%	品揃えが悪い 21.1%	夜遅くまで営業していない/駐車場がない・狭い 13.2%
40歳代 (n=47)	1か所で用事が済まない 44.7%	買いたいと思う店がない 38.3%	夜遅くまで営業していない 14.4%	品揃えが悪い/価格が高い(安くない) 17.0%	
50歳代 (n=40)	買いたいと思う店がない 40.0%	1か所で用事が済まない 37.5%	品揃えが悪い/駐車場がない・狭い 27.5%		夜遅くまで営業していない 15.0%
60歳代 (n=44)	1か所で用事が済まない 54.5%	買いたいと思う店がない 40.9%	駐車場がない・狭い 31.8%	価格が高い(安くない) 18.2%	品揃えが悪い 15.9%
70歳代以上 (n=34)	買いたいと思う店がない 58.8%	1か所で用事が済まない 41.2%	品揃えが悪い 20.6%	駐車場がない・狭い 17.6%	割引やポイントサービスがない/特売がない 5.9%

※上位5位までを抽出

図表12-6 商店街を利用しない理由[年代別]

【買い物の手段別】

ほとんどの買い物の手段で「買いたいと思う店がない」が半数以上となった。唯一、「自動車」では「1か所で用事が済まない」(47.4%)が1位となり、2位には「駐車場がない・狭い」(41.0%)が入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=234)	買いたいと思う店がない 46.6%	1か所で用事が済まない 41.5%	品揃えが悪い 19.7%	駐車場がない・狭い 18.4%	夜遅くまで営業していない 14.5%
徒歩(n=106)	買いたいと思う店がない 50.0%	1か所で用事が済まない 38.7%	品揃えが悪い 14.2%	価格が高い(安くない) 13.2%	夜遅くまで営業していない 12.3%
自転車・バイク (n=43)	買いたいと思う店がない 53.5%	1か所で用事が済まない 41.9%	品揃えが悪い 25.6%	価格が高い(安くない) 11.6%	駐車場がない・狭い 9.3%
自動車 (n=78)	1か所で用事が済まない 47.4%	駐車場がない・狭い 41.0%	買いたいと思う店がない 38.5%	品揃えが悪い 21.8%	価格が高い(安くない) 17.9%
バス(n=14)	買いたいと思う店がない 64.3%	1か所で用事が済まない 57.1%	品揃えが悪い 28.6%	夜遅くまで営業していない/割引やポイントサービスがない 14.3%	
電車(n=18)	買いたいと思う店がない 61.1%	夜遅くまで営業していない 33.3%	1か所で用事が済まない	品揃えが悪い 16.7%	品質・鮮度が悪い 11.1%
その他(n=4)	買いたいと思う店がない 75.0%	品揃えが悪い 50.0%	1か所で用事が済まない 25.0%	-	-

※上位 5 位までを抽出

図表 12-7 商店街を利用しない理由[買い物の手段別]

【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10.5%となった。また「品揃えが悪い」も4.5%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11.5%)、「価格が安い」(差8.7%)、「チラシが入る」(差8.6%)、「使いやすい量で購入できる」(差8.1%)で、地域を絞った小売店ならではのサービスが、商店街の強みとして表れている。



※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。

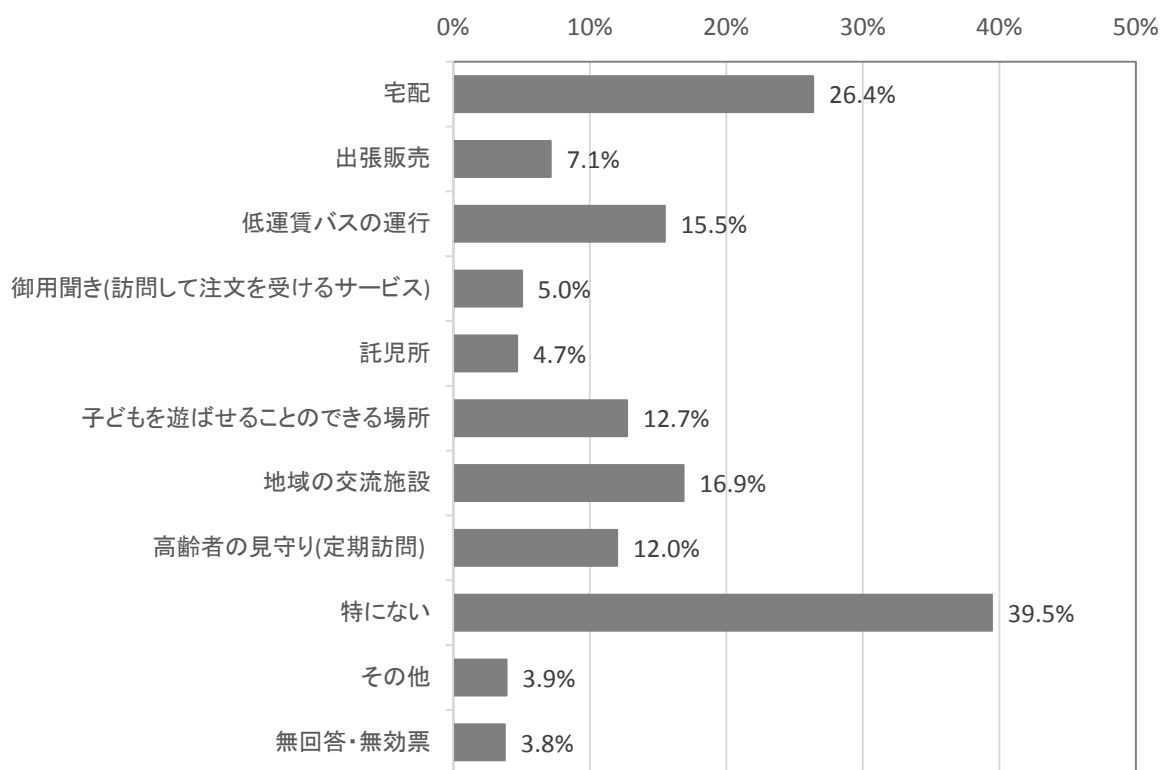
図表12-8 商店街を利用しない理由[問5との比較]

(5) 商店街にあったら利用したいサービス

問7 商店街にあったら利用したいサービスは何ですか。

【全体】

「特にない」が最も多く、39.5%であった。次いで「宅配」(26.4%)、「地域の交流施設」(16.9%)、「低運賃バスの運行」(15.5%)の順となった。「託児所」(4.7%)は、「その他」(3.9%)を除くと最も少なかった。

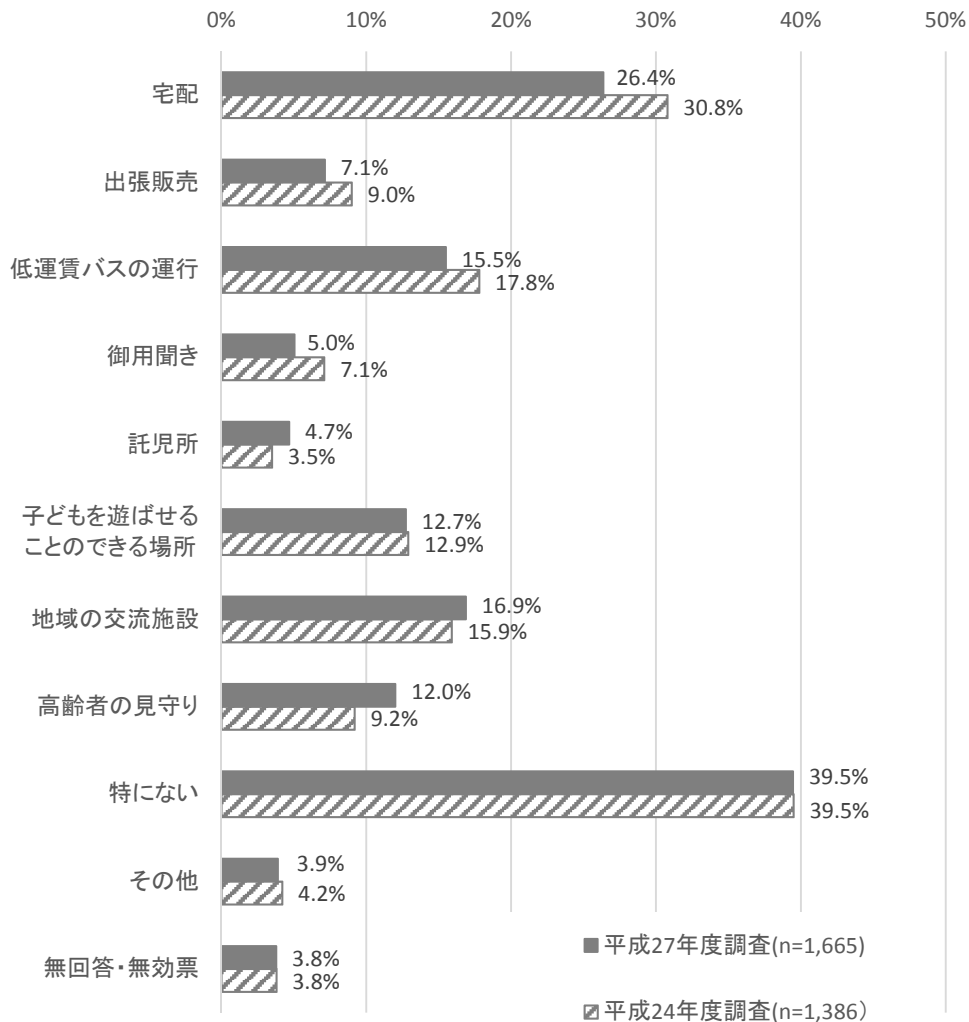


図表13-1 商店街に希望するサービス[全体]

n=1,665

【経年比較】

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



図表13-2 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」(18.8%)が入り、子どもを持つ世代のニーズが現れた。

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

※上位5位までを抽出

図表13-3 商店街に希望するサービス[家族構成別]

【年代別】

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

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

※上位5位までを抽出

図表13-4 商店街に希望するサービス[年代別]



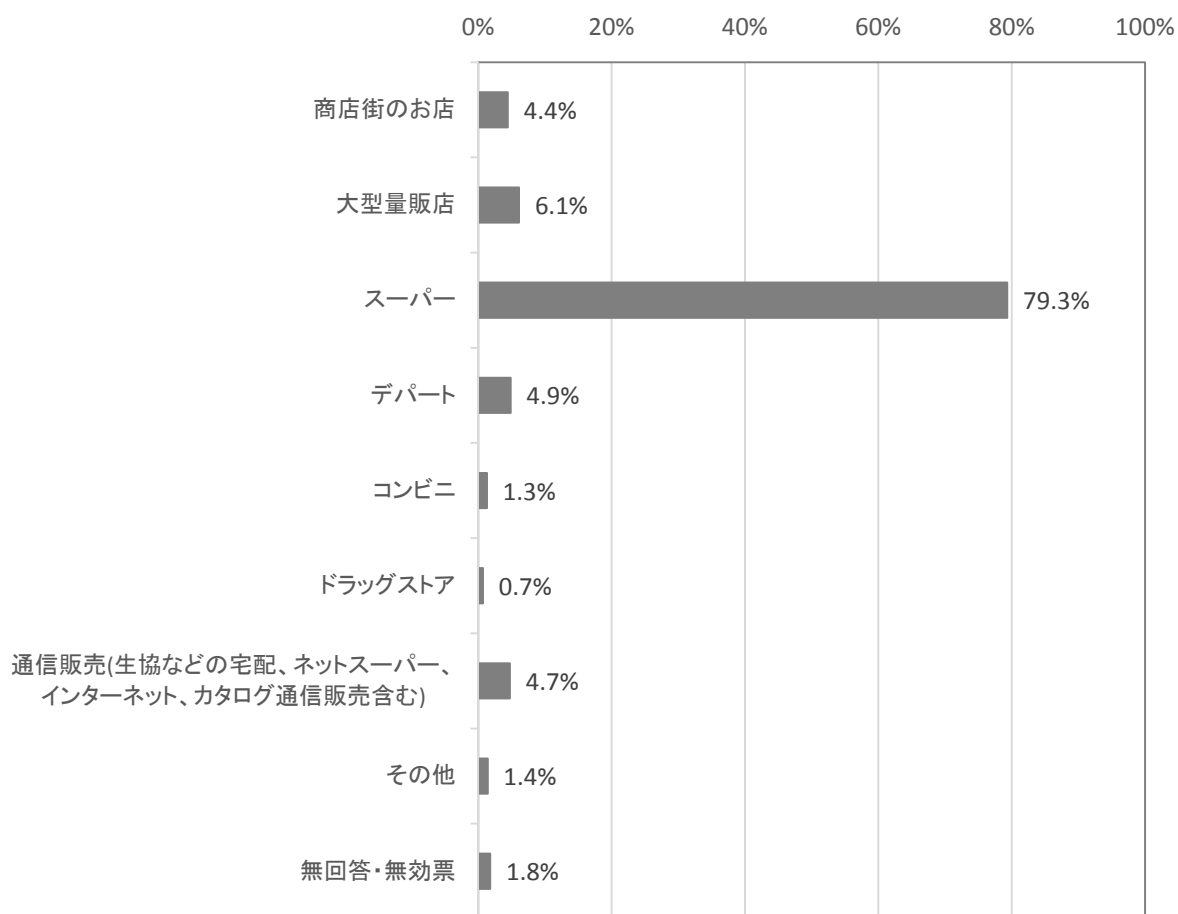
(6) 品目別購入先とそこでの購入理由

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

① 生鮮食料品(鮮魚・青果・精肉など)

【生鮮食料品購入先 全体】

「スーパー」が最も多く、79.3%であった。次いで「大型量販店」(6.1%)、「デパート」(4.9%)、「通信販売」(4.7%)、「商店街のお店」(4.4%)の順となった。

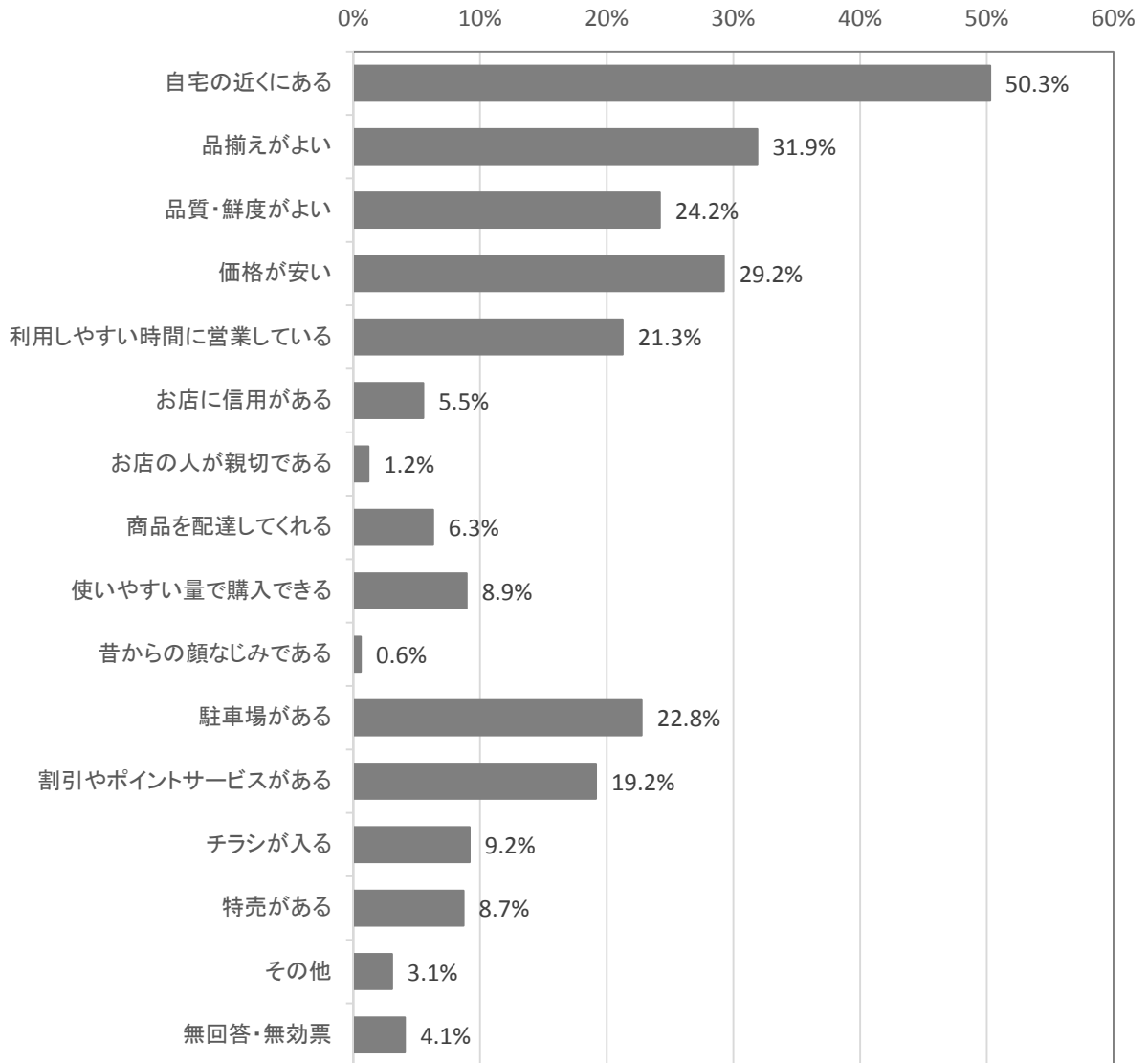


図表14-1 生鮮食料品購入先 [全体]

n=1,665

【生鮮食料品購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、50.3%であった。次いで「品揃えがよい」(31.9%)、「価格が安い」(29.2%)、「品質・鮮度がよい」(24.2%)の順となった。食材は日々購入するものであり、日常的に価格や鮮度を重視している傾向がみられた。

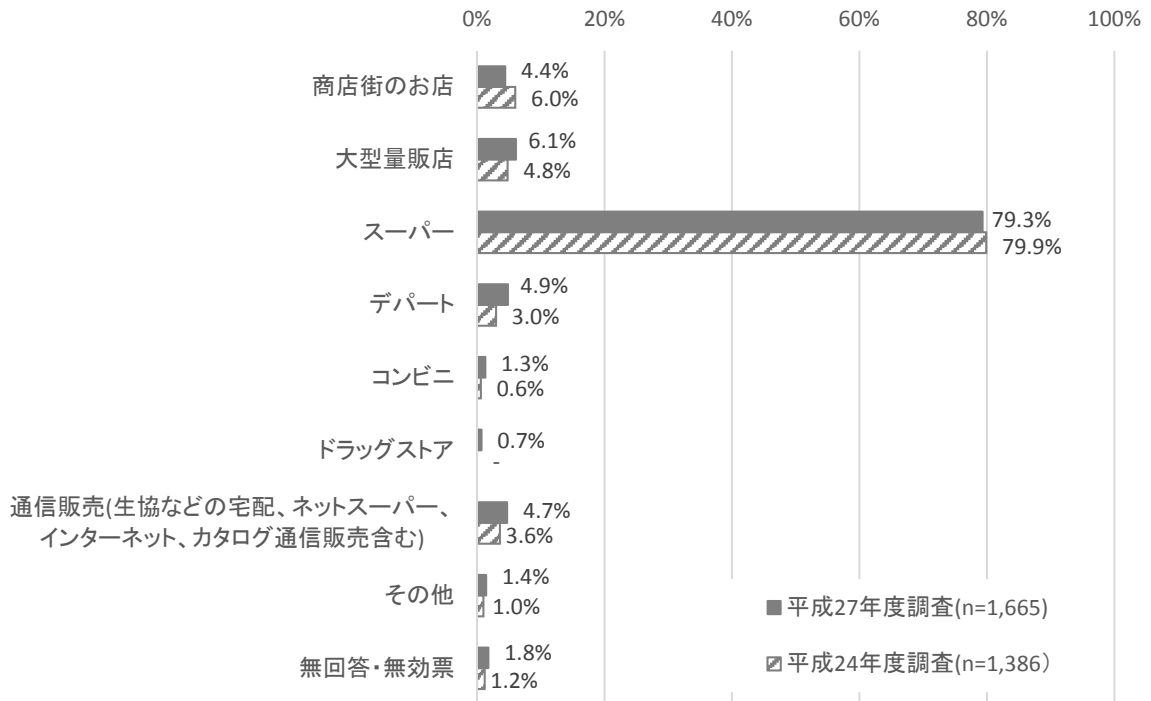


図表14-2 生鮮食料品購入理由 [全体]

n=1,665

【生鮮食料品購入先 経年比較】

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



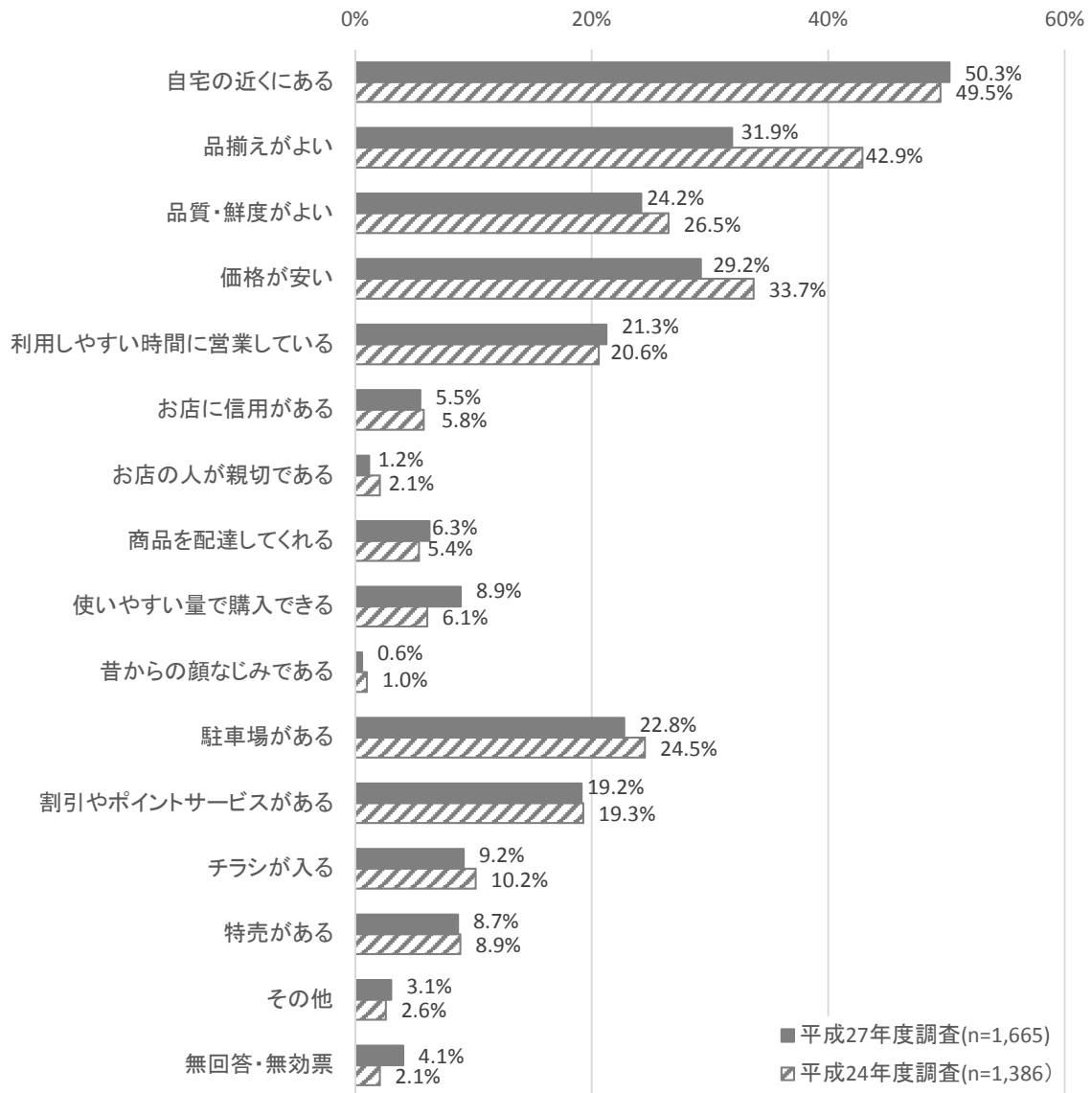
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表14-3 生鮮食料品購入先 [経年比較]

【生鮮食料品購入理由 経年比較】

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



図表14-4 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「スーパー」が最も多いが、2位以降はそれぞれの年代で傾向に違いがみられた。「20歳代」では「通信販売」が2位、「30歳代」から「50歳代」までは「大型量販店」が2位となった。また、「20歳代」、「30歳代」、「60歳代」、「70歳代以上」では、「商店街のお店」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	スーパー 79.3%	大型量販店 6.1%	デパート 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) 4.7%	商店街のお店 4.4%
20歳代 (n=141)	スーパー 84.4%	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) 4.3%	商店街のお店/ドラッグストア 2.8%		デパート 2.1%
30歳代 (n=251)	スーパー 79.7%	大型量販店 8.0%	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) 4.8%	商店街のお店/デパート 3.2%	
40歳代 (n=302)	スーパー 82.1%	大型量販店 6.6%	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) 5.3%	デパート 3.3%	商店街のお店 1.7%
50歳代 (n=273)	スーパー 78.0%	大型量販店 6.6%	デパート 6.2%	商店街のお店/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) 5.1%	
60歳代 (n=305)	スーパー 83.3%	デパート 5.6%	商店街のお店 4.6%	大型量販店/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) 3.3%	
70歳代以上 (n=383)	スーパー 73.4%	大型量販店 8.4%	商店街のお店 7.6%	デパート 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) 5.2%

※上位5位までを抽出

図表14-5 生鮮食料品購入先 [年代別]

【生鮮食料品購入理由 年代別】

どの年代でも「自宅の近くにある」が最も多いが、生鮮食料品購入先〔年代別〕(図表14-5)と同様に、2位以降はそれぞれの年代で傾向に違いがみられた。「20歳代」、「60歳代」、「70歳代以上」では「品揃えがよい」が、「30歳代」から「50歳代」までは「価格が安い」が2位となった。また、「30歳代」から「50歳代」までは「品揃えがよい」が3位に選ばれ、傾向が似通っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	自宅の近くにある 50.3%	品揃えがよい 31.9%	価格が安い 29.2%	品質・鮮度がよい 24.2%	駐車場がある 22.8%
20歳代 (n=141)	自宅の近くにある 61.0%	品揃えがよい/利用しやすい時間 に営業している 32.6%	価格が安い 31.2%	品質・鮮度がよい 16.3%	
30歳代 (n=251)	自宅の近くにある 53.4%	価格が安い 33.1%	品揃えがよい 32.3%	利用しやすい時間 に営業している 26.7%	割引やポイント サービスがある 18.7%
40歳代 (n=302)	自宅の近くにある 48.7%	価格が安い 38.1%	品揃えがよい 30.5%	駐車場がある 29.1%	品質・鮮度がよい 24.5%
50歳代 (n=273)	自宅の近くにある 56.4%	価格が安い 31.9%	品揃えがよい 30.0%	品質・鮮度がよい 28.6%	駐車場がある 28.2%
60歳代 (n=305)	自宅の近くにある 44.9%	品揃えがよい 34.8%	品質・鮮度がよい/価格が安い/駐車場がある 27.2%		
70歳代以上 (n=383)	自宅の近くにある 45.4%	品揃えがよい 32.4%	品質・鮮度がよい 25.6%	割引やポイント サービスがある 22.7%	価格が安い 18.8%

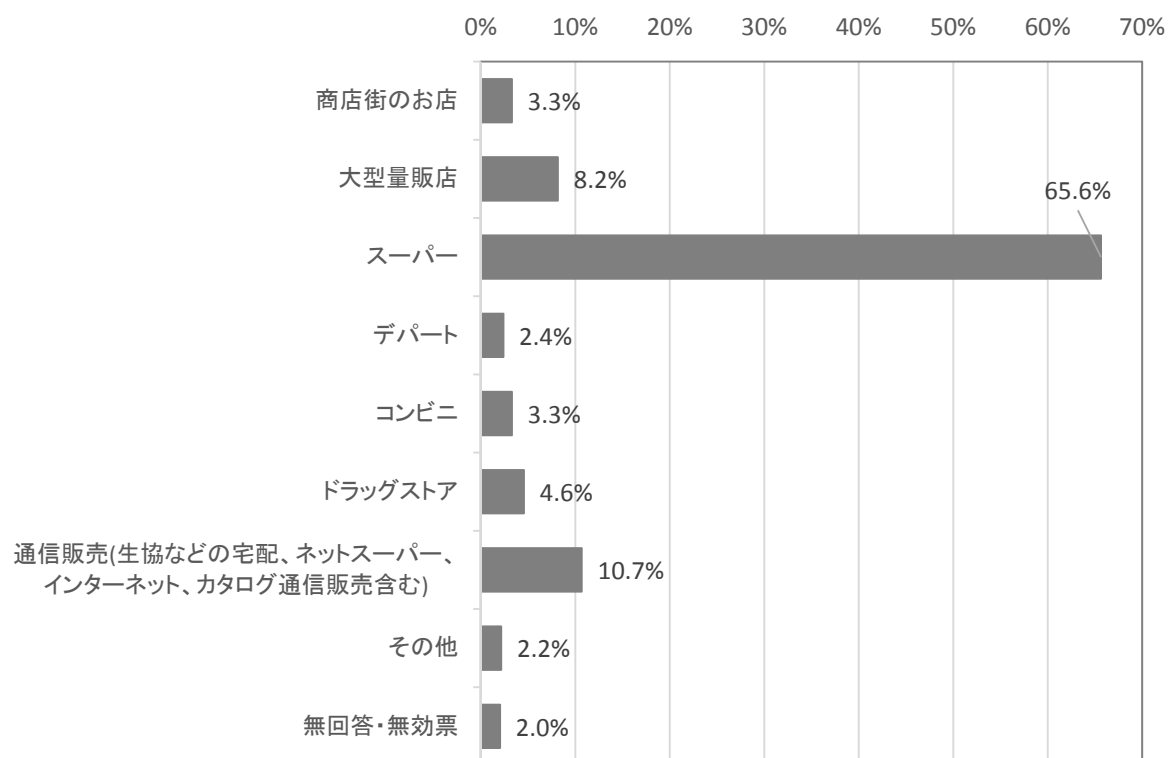
※上位5位までを抽出

図表 14-6 生鮮食料品購入理由〔年代別〕

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】

「スーパー」が最も多く、65.6%であった。次いで「通信販売」(10.7%)、「大型量販店」(8.2%)、「ドラッグストア」(4.6%)の順となった。また、「商店街のお店」は3.3%であった。

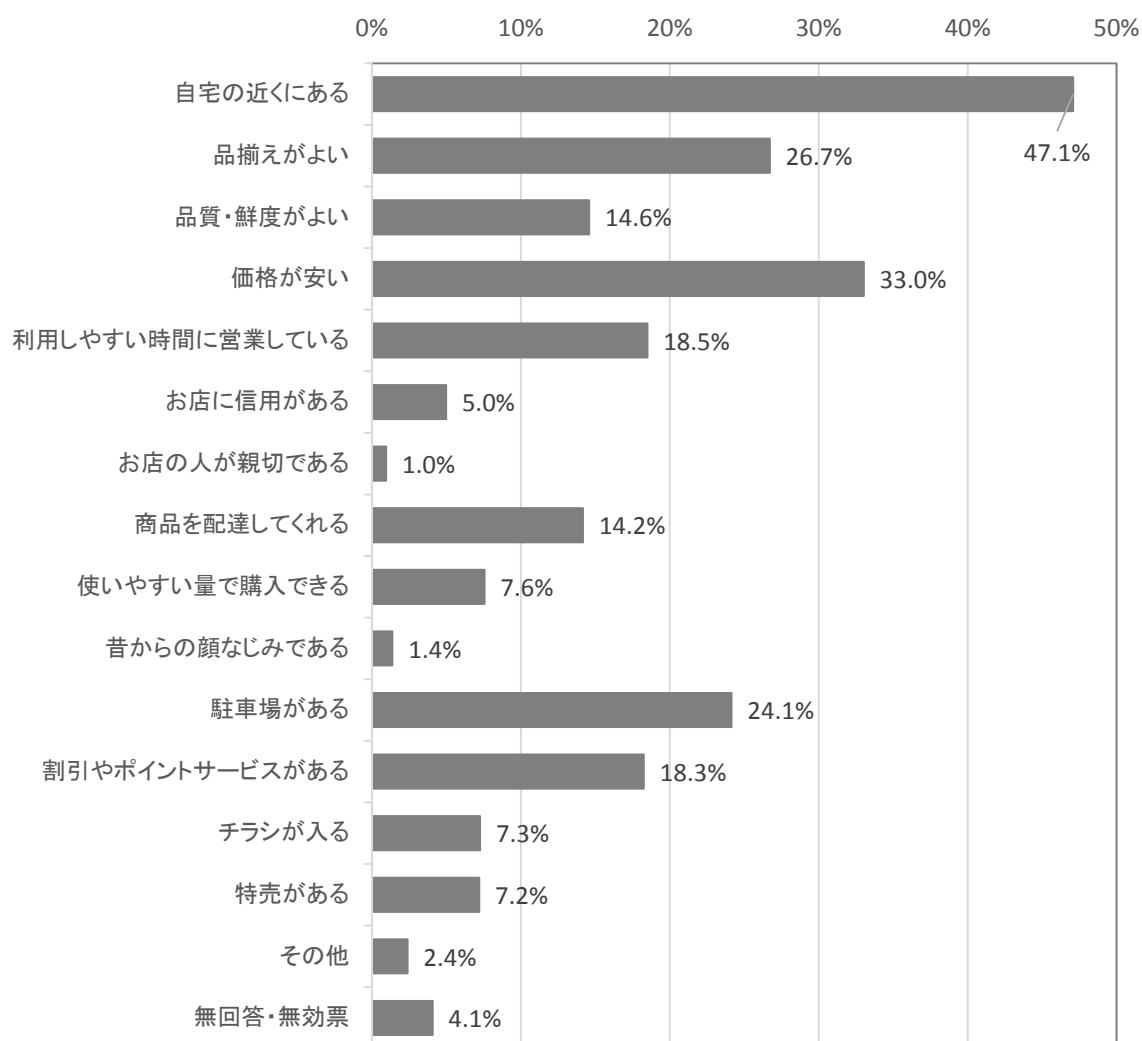


図表15-1 その他食料品購入先[全体]

n=1,665

### 【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、47.1%であった。次いで「価格が安い」(33.0%)、「品揃えがよい」(26.7%)、「駐車場がある」(24.1%)の順となった。



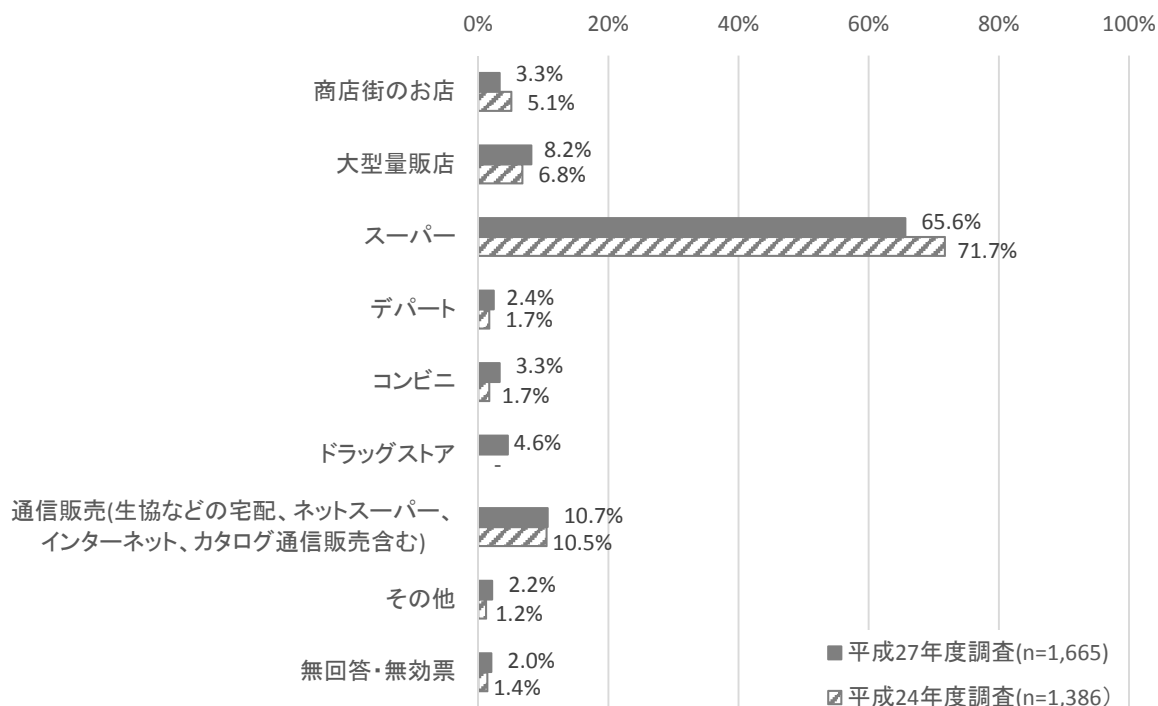
図表15-2 その他食料品購入理由[全体]

n=1,665



【その他食料品購入先 経年比較】

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



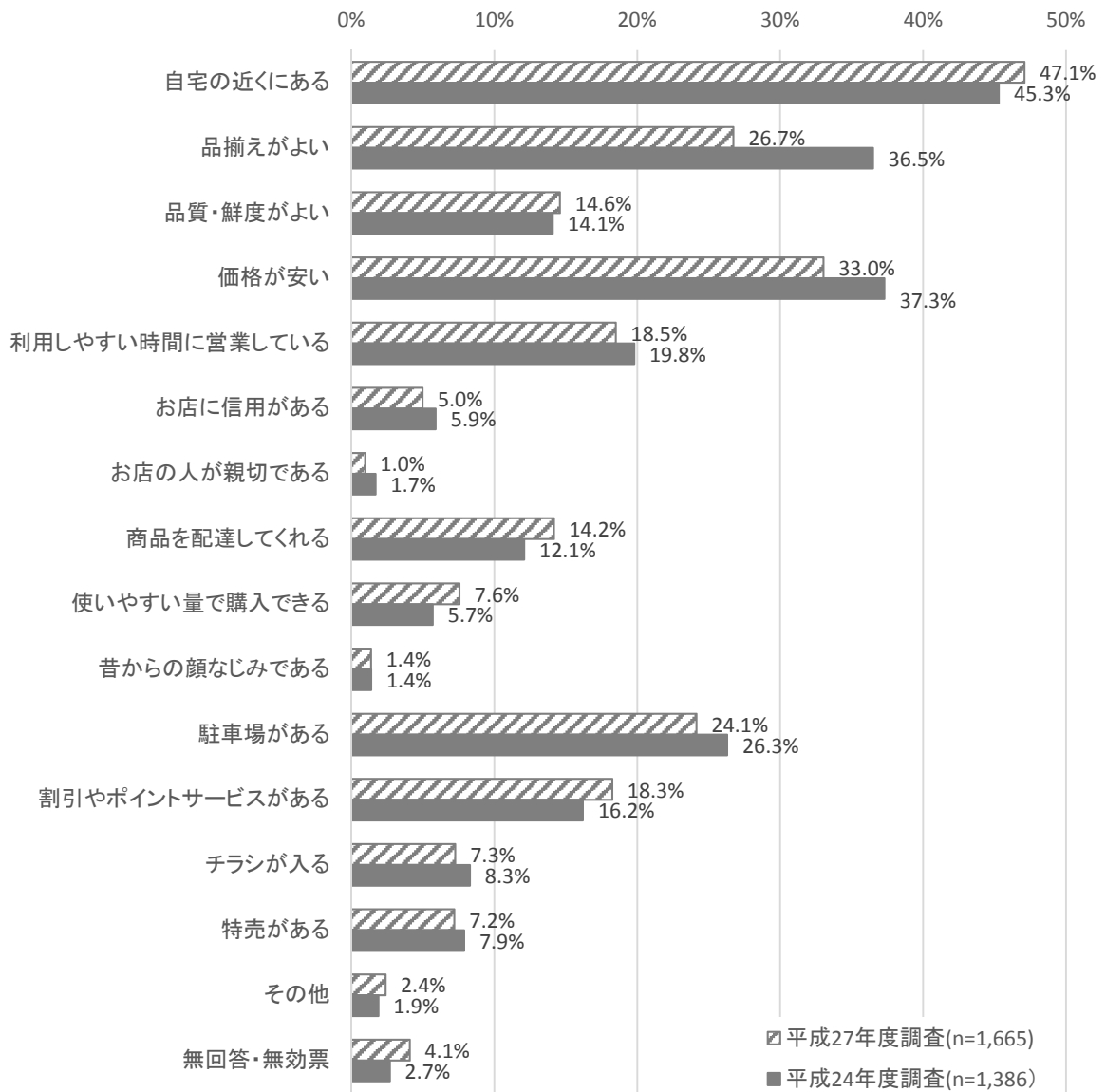
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表15-3 その他食料品購入先[経年比較]

【その他食料品購入理由 経年比較】

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



図表15-4 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】

どの年代でも「スーパー」が最も多いが、2位は「20歳代」のみで「コンビニ」、「30歳代」以降は「通信販売」となった。そのほか上位にある選択肢は「30歳代」から「60歳代」までは全体的にほぼ同じ傾向にあり、「70歳代以上」では「商店街のお店」が3位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	スーパー 65.6%	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) 10.7%	大型量販店 8.2%	ドラッグストア 4.6%	商店街のお店/ コンビニ 3.3%
20歳代 (n=141)	スーパー 65.2%	コンビニ 11.3%	ドラッグストア 8.5%	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) 5.7%	大型量販店 4.3%
30歳代 (n=251)	スーパー 66.9%	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) 13.1%	大型量販店 8.0%	ドラッグストア 4.4%	コンビニ 4.0%
40歳代 (n=302)	スーパー 60.9%	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) 13.9%	大型量販店 11.3%	ドラッグストア 5.6%	コンビニ 4.0%
50歳代 (n=273)	スーパー 62.6%	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) 13.6%	大型量販店 9.5%	ドラッグストア 5.9%	商店街のお店 2.9%
60歳代 (n=305)	スーパー 70.8%	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) 9.2%	大型量販店 8.5%	ドラッグストア 3.3%	商店街のお店 2.3%
70歳代以上 (n=383)	スーパー 67.1%	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) 7.8%	商店街のお店 7.3%	大型量販店 6.3%	デパート 2.9%

※上位5位までを抽出

図表15-5 その他食料品購入先 [年代別]

【その他食料品購入理由 年代別】

「20歳代」では3位が「利用しやすい時間に営業している」となっているが、その他食料品購入先〔年代別〕(図表15-5)の2位が「コンビニ」になっており、時間を気にせず購入できる場所としてコンビニが選択されていることが考えられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	自宅の近くにある 47.1%	価格が安い 33.0%	品揃えがよい 26.7%	駐車場がある 24.1%	利用しやすい時間に営業している 18.5%
20歳代 (n=141)	自宅の近くにある 62.4%	価格が安い 36.9%	利用しやすい時間に営業している 32.6%	品揃えがよい 24.8%	駐車場がある 14.2%
30歳代 (n=251)	自宅の近くにある 48.2%	価格が安い 37.8%	利用しやすい時間に営業している 23.1%	品揃えがよい 21.5%	駐車場がある/ 割引やポイントサービスがある 18.3%
40歳代 (n=302)	自宅の近くにある 47.7%	価格が安い 39.7%	駐車場がある 30.5%	品揃えがよい 26.2%	利用しやすい時間に営業している 18.5%
50歳代 (n=273)	自宅の近くにある 46.2%	価格が安い 33.3%	駐車場がある 30.0%	品揃えがよい 24.5%	割引やポイントサービスがある 21.6%
60歳代 (n=305)	自宅の近くにある 42.6%	品揃えがよい 31.8%	価格が安い 31.1%	駐車場がある 29.8%	割引やポイントサービスがある 20.0%
70歳代以上 (n=383)	自宅の近くにある 44.4%	価格が安い 29.5%	価格が安い 24.3%	品質鮮度がよい 20.6%	割引やポイントサービスがある 18.8%

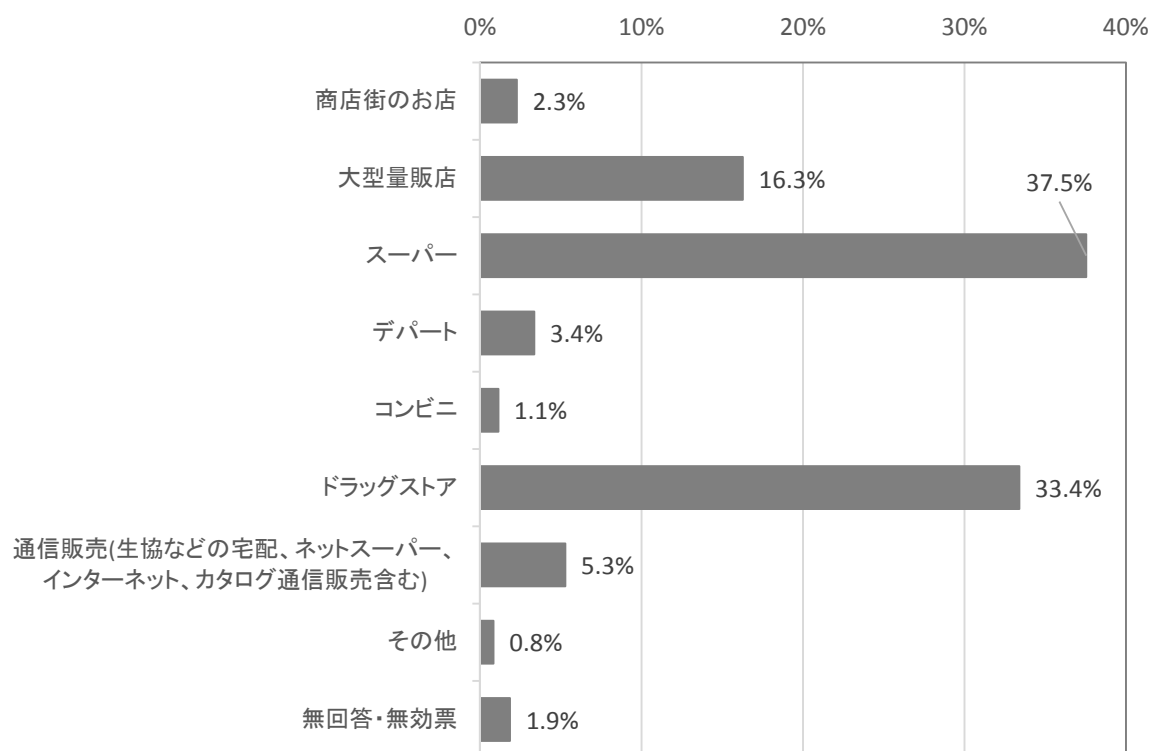
※上位5位までを抽出

図表15-6 その他食料品購入理由〔年代別〕

### ③ 日用雑貨

#### 【日用雑貨購入先 全体】

「スーパー」が最も多く、37.5%であった。次いで「ドラッグストア」(33.4%)、「大型量販店」(16.3%)の順となった。また、「商店街のお店」は2.3%であった。

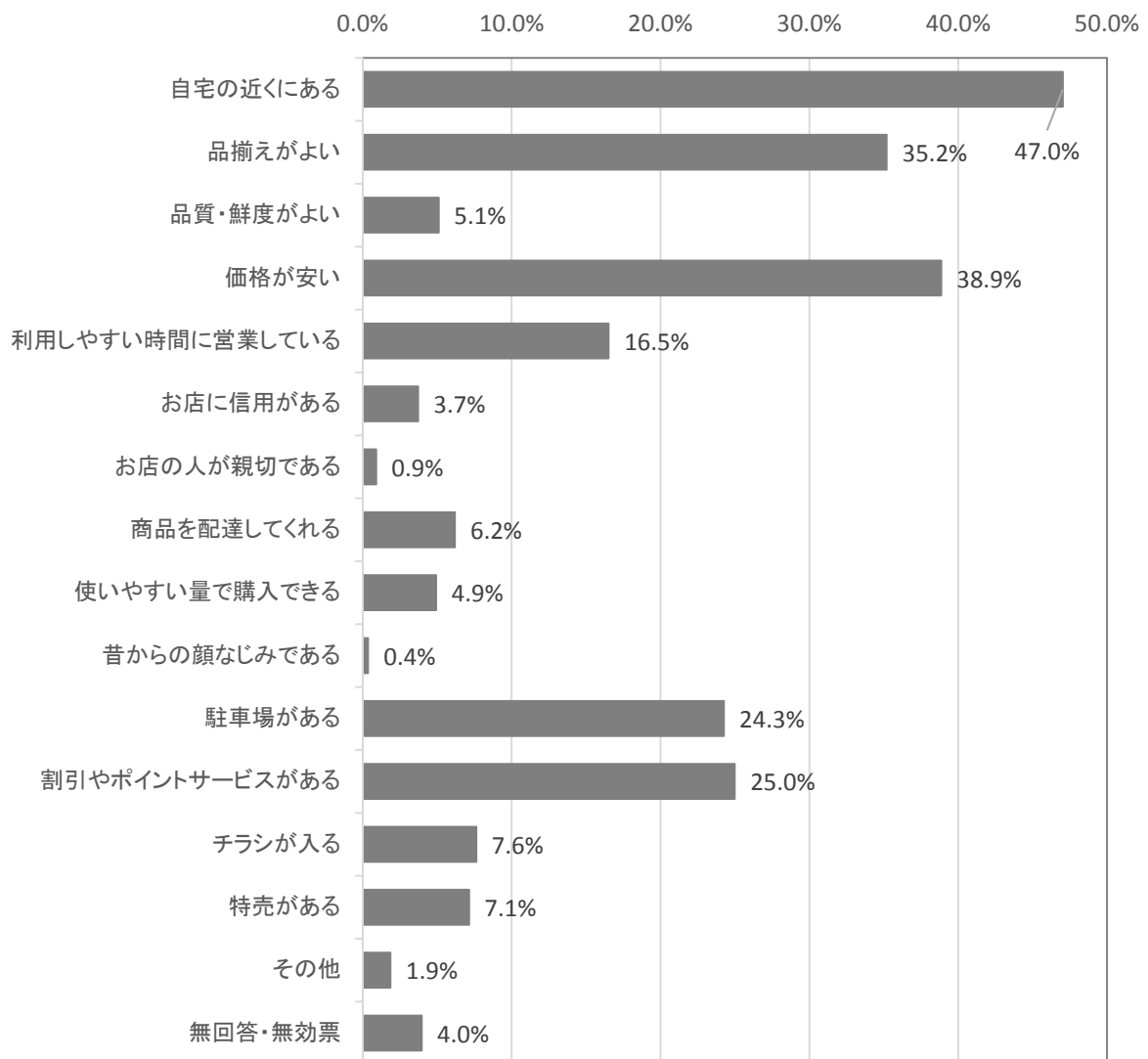


図表16-1 日用雑貨購入先 [全体]

n=1,665

【日用雑貨購入理由 全体】

「自宅の近くにある」が最も多く、47.0%であった。次いで「価格が安い」(38.9%)、「品揃えがよい」(35.2%)、「割引やポイントサービスがある」(25.0%)、「駐車場がある」(24.3%)の順となった。

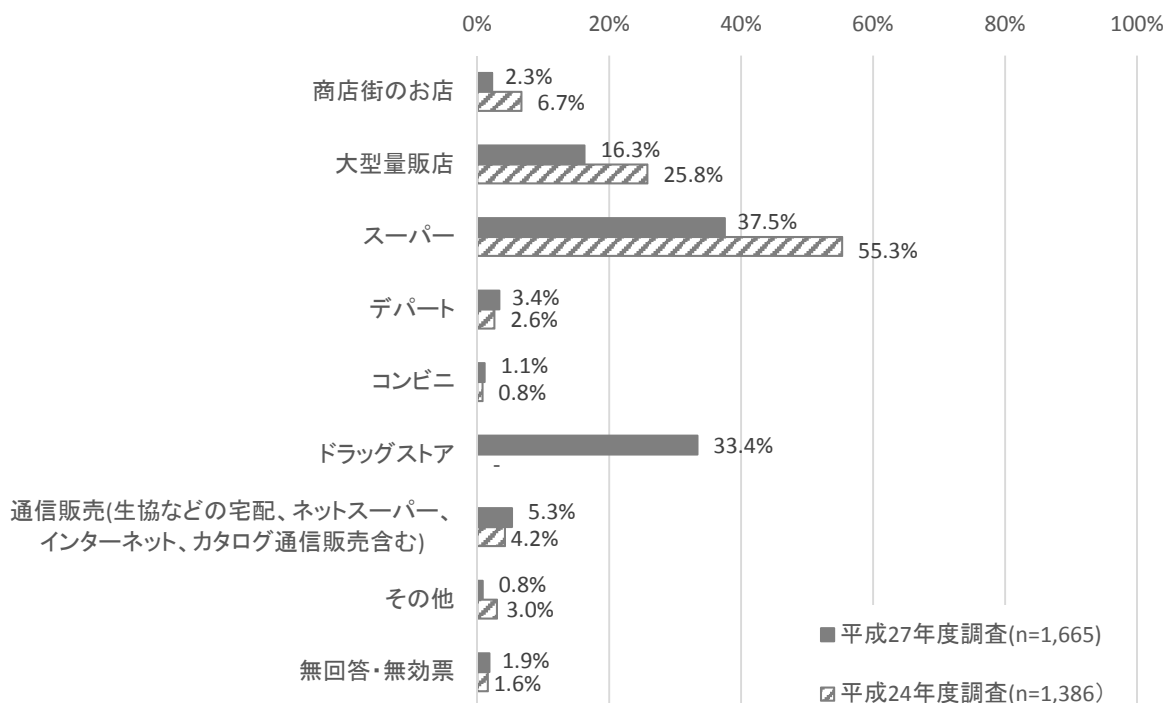


図表16-2 日用雑貨購入理由 [全体]

n=1,665

【日用雑貨購入先 経年比較】

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



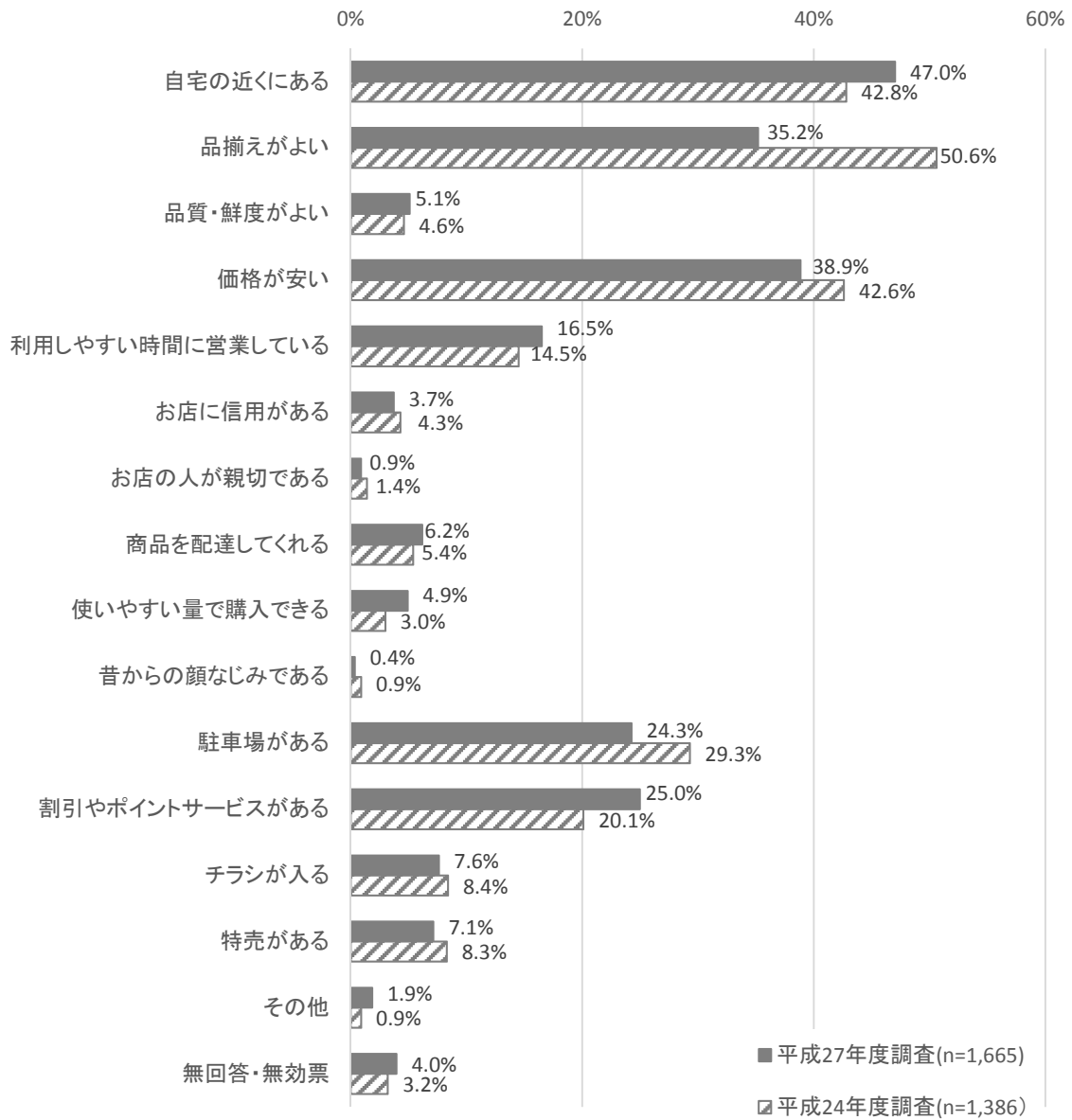
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表16-3 日用雑貨購入先 [経年比較]

【日用雑貨購入理由 経年比較】

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



図表16-4 日用雑貨購入理由 [経年比較]



【日用雑貨購入先 年代別】

年代によって、はっきりと傾向に違いがみられた。「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「スーパー」が最も多かった。どちらの選択肢も年代が上がるごとに割合も高くなる傾向がみられた。また、「60歳代」では「商店街のお店」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	スーパー 37.5%	ドラッグストア 33.4%	大型量販店 16.3%	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) 5.3%	デパート 3.4%
20歳代 (n=141)	ドラッグストア 43.3%	スーパー 23.4%	大型量販店 12.1%	デパート 10.6%	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) 5.7%
30歳代 (n=251)	ドラッグストア 45.4%	スーパー 27.1%	大型量販店 14.7%	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) 6.4%	デパート 3.2%
40歳代 (n=302)	ドラッグストア 46.0%	スーパー 23.8%	大型量販店 19.9%	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) 6.6%	デパート 2.0%
50歳代 (n=273)	スーパー 42.5%	ドラッグストア 28.6%	大型量販店 17.9%	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) 5.9%	デパート 3.3%
60歳代 (n=305)	スーパー 44.3%	ドラッグストア 30.8%	大型量販店 19.0%	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%	商店街のお店/ デパート 1.6%
70歳代以上 (n=383)	スーパー 52.0%	ドラッグストア 17.0%	大型量販店 13.1%	商店街のお店 5.5%	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) 3.7%

※上位5位までを抽出

図表16-5 日用雑貨購入先 [年代別]

【日用雑貨購入理由 年代別】

「30歳代」を除いて「自宅の近くにある」が最も多かった。「30歳代」は「価格が安い」が最も多い。1、2位がどの年代でも両者であることから、自宅の近くにあり、価格が安い小売店として「ドラッグストア」や「スーパー」が選択されていると考えられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	自宅の近くにある 49.6%	価格が安い 45.0%	品揃えがよい 33.3%	割引やポイントサービスがある 27.0%	駐車場がある 19.5%
20歳代 (n=141)	自宅の近くにある 49.6%	品揃えがよい/価格が安い 38.3%		割引やポイントサービスがある 27.0%	利用しやすい時間に営業している 22.0%
30歳代 (n=251)	価格が安い 49.4%	自宅の近くにある 44.6%	品揃えがよい 34.7%	割引やポイントサービスがある 29.1%	駐車場がある 19.5%
40歳代 (n=302)	自宅の近くにある 47.4%	価格が安い 45.0%	品揃えがよい 35.4%	駐車場がある 28.8%	割引やポイントサービスがある 27.5%
50歳代 (n=273)	自宅の近くにある 48.4%	価格が安い 41.0%	品揃えがよい 33.3%	駐車場がある 30.8%	割引やポイントサービスがある 22.7%
60歳代 (n=305)	自宅の近くにある 45.2%	価格が安い 42.6%	品揃えがよい 37.7%	駐車場がある 31.5%	割引やポイントサービスがある 23.9%
70歳代以上 (n=383)	自宅の近くにある 48.0%	品揃えがよい 34.2%	価格が安い 22.7%	割引やポイントサービスがある 22.2%	駐車場がある 19.6%

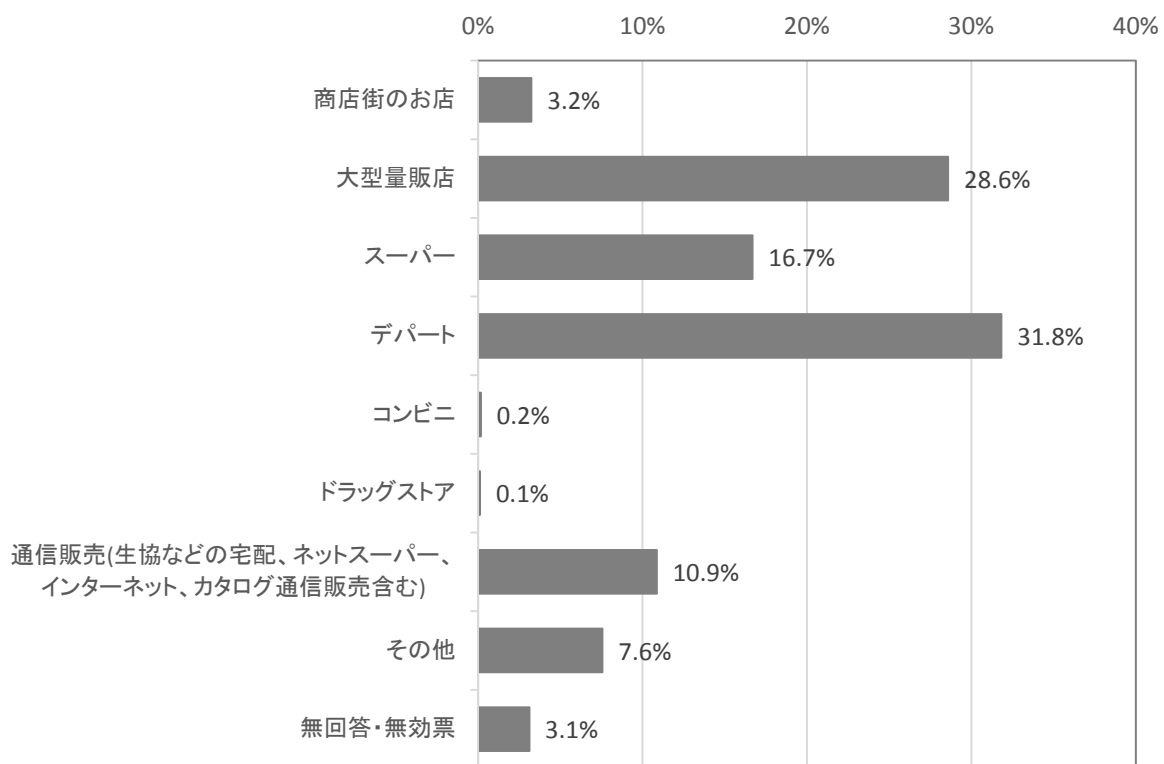
※上位5位までを抽出

図表16-6 日用雑貨購入理由 [年代別]

#### ④ 衣料品

##### 【衣料品購入先 全体】

「デパート」が最も多く、31.8%であった。次いで「大型量販店」(28.6%)、「スーパー」(16.7%)の順となった。

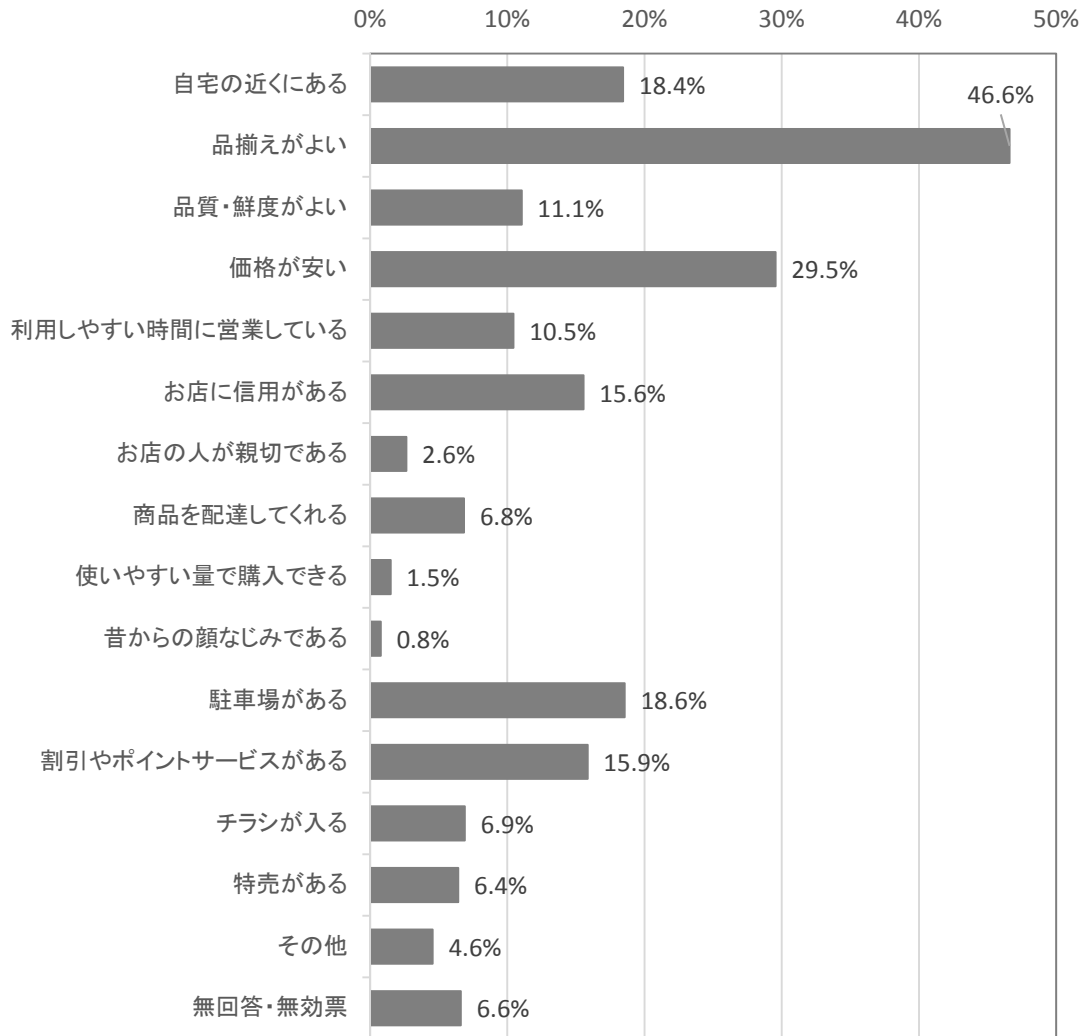


図表17-1 衣料品購入先 [全体]

n=1,665

【衣料品購入理由 全体】

「品揃えがよい」が最も多く46.6%であった。次いで「価格が安い」(29.5%)、「駐車場がある」(18.6%)、「自宅の近くにある」(18.4%)の順となった。衣料品購入先〔全体〕(図表17-1)の「大型量販店」(28.6%)と「スーパー」(16.7%)の合計は45.3%であり、品揃えや価格の安さを求める傾向がみられた。

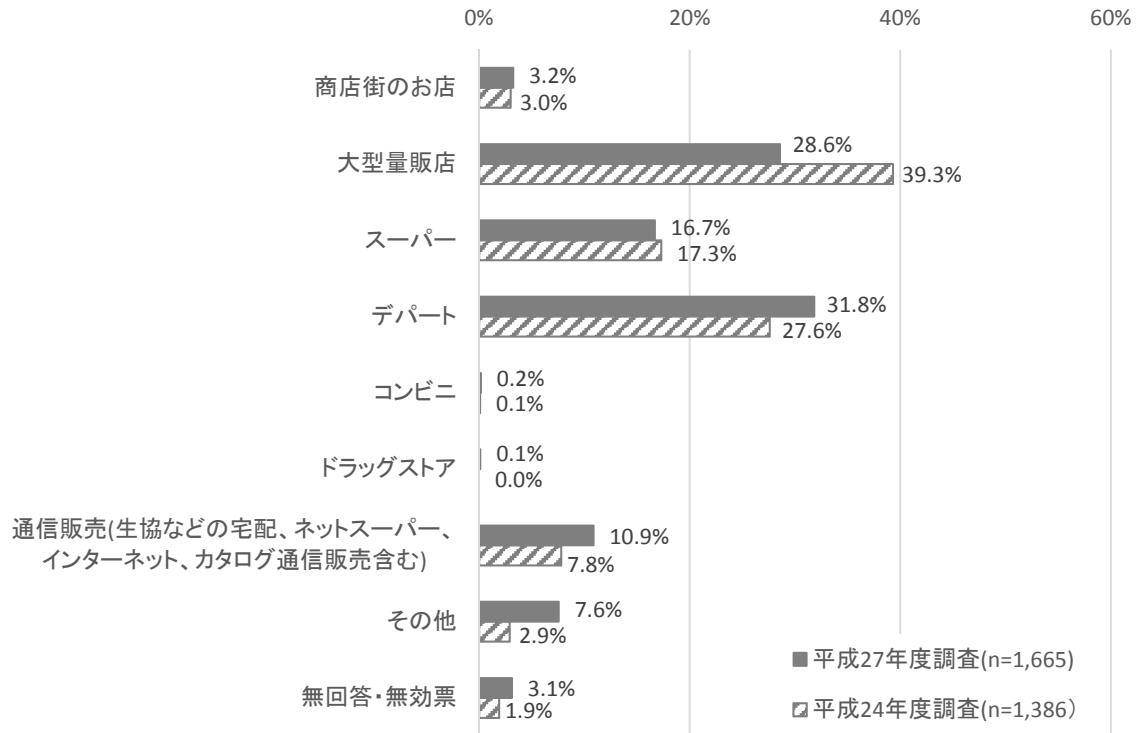


図表17-2 品目別購入理由 [全体]

n=1,665

【衣料品購入先 経年比較】

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



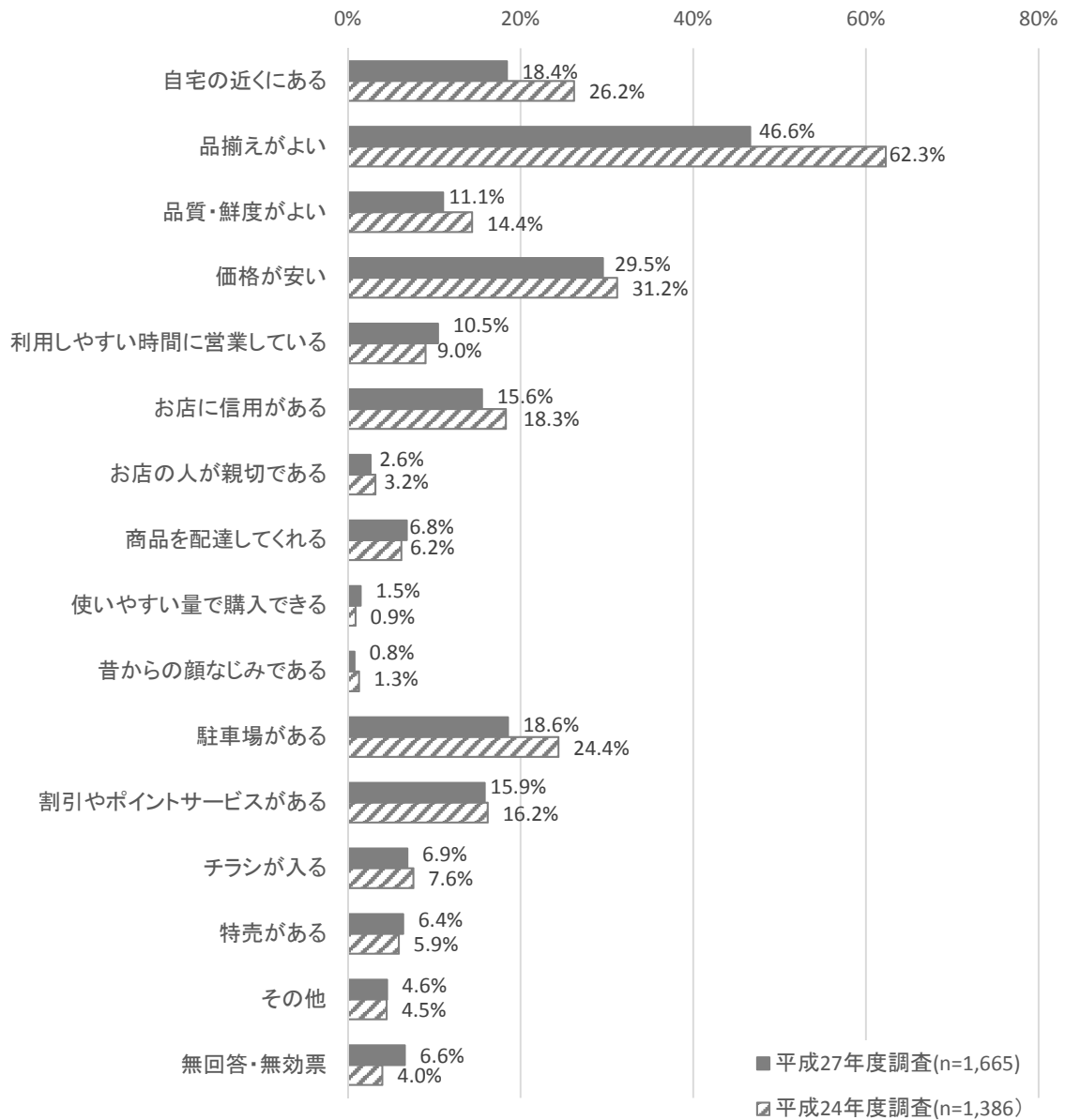
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表17-3 衣料品購入先 [経年比較]

【衣料品購入理由 経年比較】

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



図表17-4 衣料品購入理由 [経年比較]

【衣料品購入先 年代別】

「デパート」、「大型量販店」が1位、2位を占めた。「70歳代以上」のみ、「スーパー」が2位となった。また「20歳代」から「40歳代」までは「通信販売」が3位となった。「60歳代」、「70歳代以上」では「商店街のお店」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	デパート 31.8%	大型量販店 28.6%	スーパー 16.7%	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) 10.9%	商店街のお店 3.2%
20歳代 (n=141)	デパート 38.3%	大型量販店 29.8%	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) 13.5%	スーパー 5.0%	商店街のお店 2.1%
30歳代 (n=251)	デパート 39.8%	大型量販店 30.3%	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) 14.7%	スーパー 4.8%	商店街のお店 1.6%
40歳代 (n=302)	大型量販店 36.8%	デパート 31.8%	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) 13.9%	スーパー 8.3%	商店街のお店 0.3%
50歳代 (n=273)	大型量販店 32.6%	デパート 24.9%	スーパー 22.7%	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) 9.9%	商店街のお店 0.7%
60歳代 (n=305)	デパート 31.5%	大型量販店 27.2%	スーパー 20.7%	商店街のお店 6.2%	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) 5.9%
70歳代以上 (n=383)	デパート 29.8%	スーパー 28.2%	大型量販店 18.8%	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) 9.7%	商店街のお店 6.5%

※上位5位までを抽出

図表17-5 衣料品購入先 [年代別]

【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「50歳代」までは「価格が安い」が2位となっているが、その割合は年代が上がるほど高くなる傾向がみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	品揃えがよい 46.6%	価格が安い 29.5%	駐車場がある 18.6%	自宅の近くにある 18.4%	割引やポイントサービスがある 15.9%
20歳代 (n=141)	品揃えがよい 51.8%	価格が安い 24.8%	お店に信用がある 16.3%	割引やポイントサービスがある 15.6%	自宅の近くにある/ 利用しやすい時間に営業している 12.1%
30歳代 (n=251)	品揃えがよい 53.4%	価格が安い 28.7%	割引やポイントサービスがある 20.3%	お店に信用がある 18.3%	駐車場がある 15.1%
40歳代 (n=302)	品揃えがよい 54.6%	価格が安い 32.5%	駐車場がある 22.8%	お店に信用がある 15.2%	自宅の近くにある 13.6%
50歳代 (n=273)	品揃えがよい 44.7%	価格が安い 34.1%	駐車場がある 25.6%	自宅の近くにある 21.2%	割引やポイントサービスがある 19.0%
60歳代 (n=305)	品揃えがよい 44.3%	価格が安い 32.1%	駐車場がある 21.6%	自宅の近くにある 18.7%	割引やポイントサービスがある 15.4%
70歳代以上 (n=383)	品揃えがよい 38.1%	自宅の近くにある 24.3%	価格が安い 24.0%	お店に信用がある 15.7%	駐車場がある 14.4%

※上位5位までを抽出

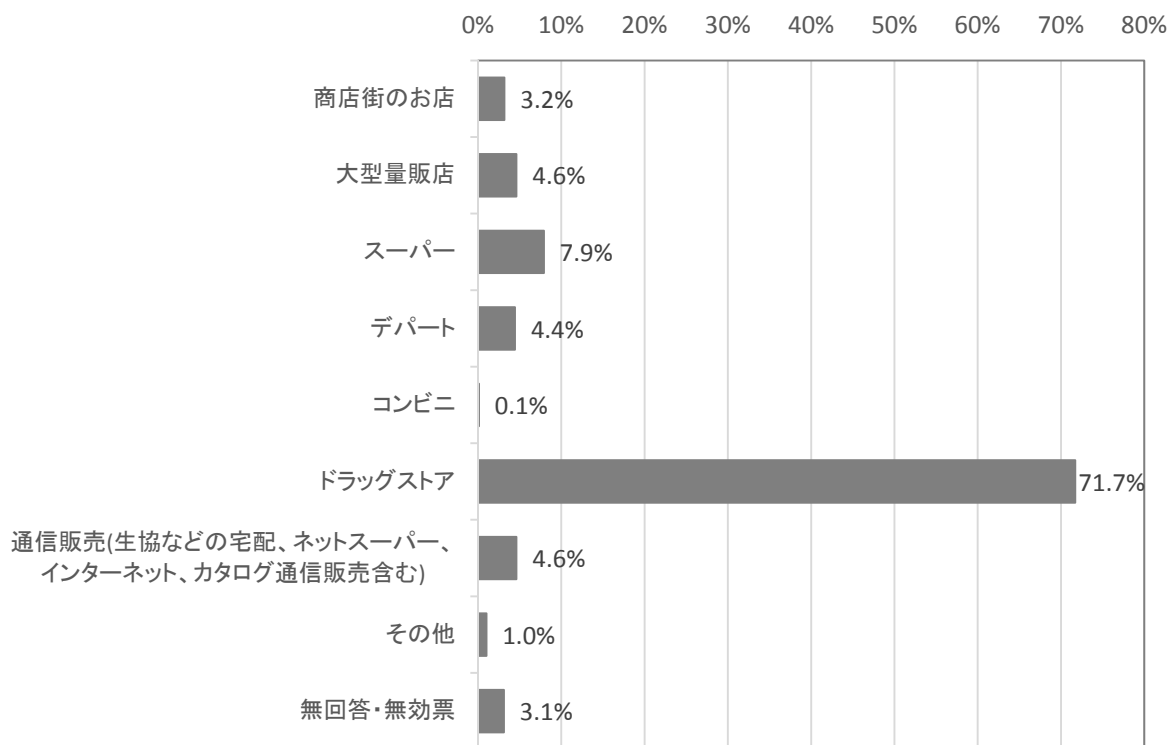
図表17-6 衣料品購入理由 [年代別]



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、71.7%であった。2位は「スーパー」の7.9%であった。また、「商店街のお店」は3.2%であった。

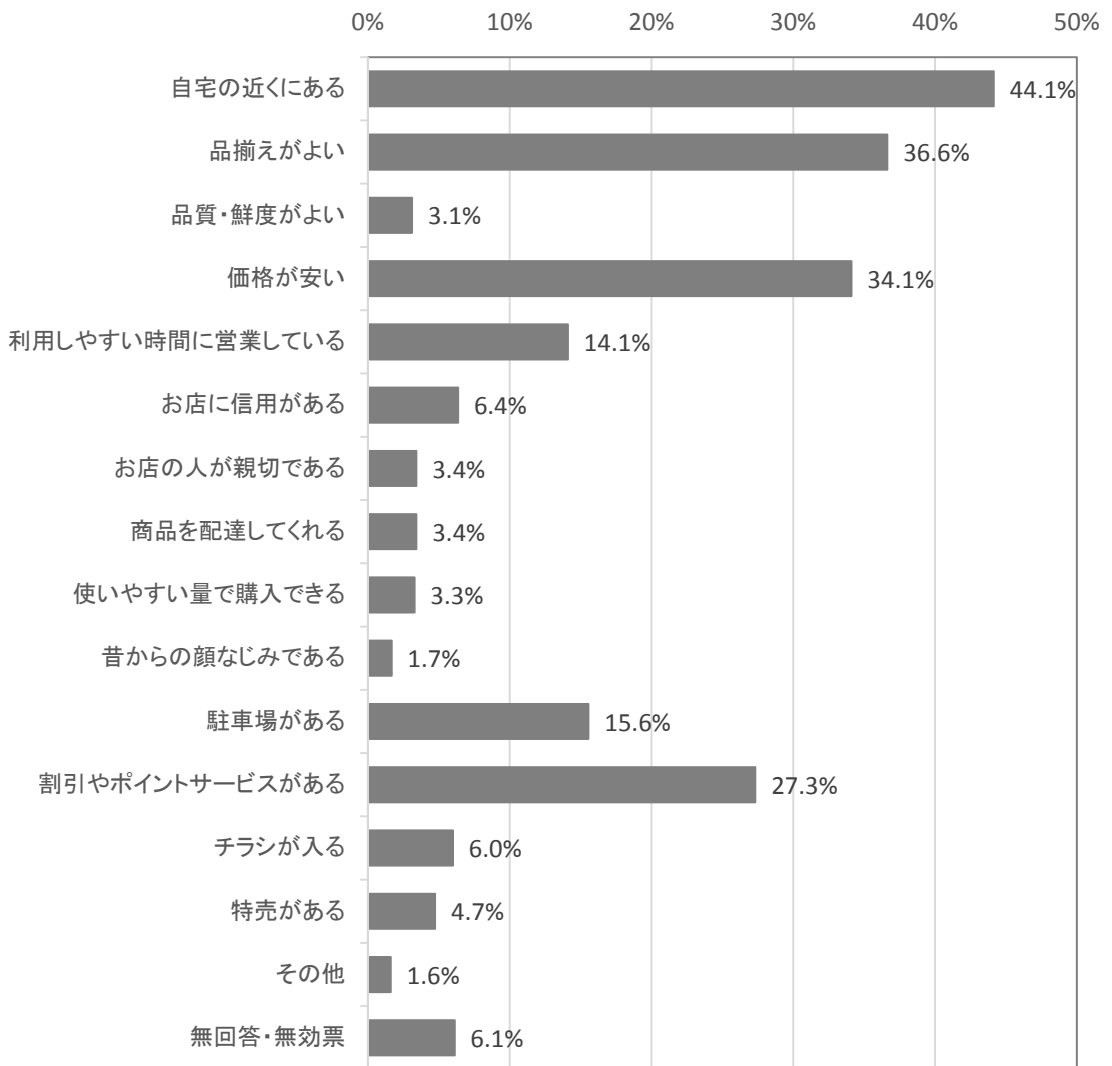


図表18-1 医薬品・化粧品購入先 [全体]

n=1,665

【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、44.1%であった。次いで「品揃えがよい」(36.6%)、「価格が安い」(34.1%)、「割引やポイントサービスがある」(27.3%)の順となった。

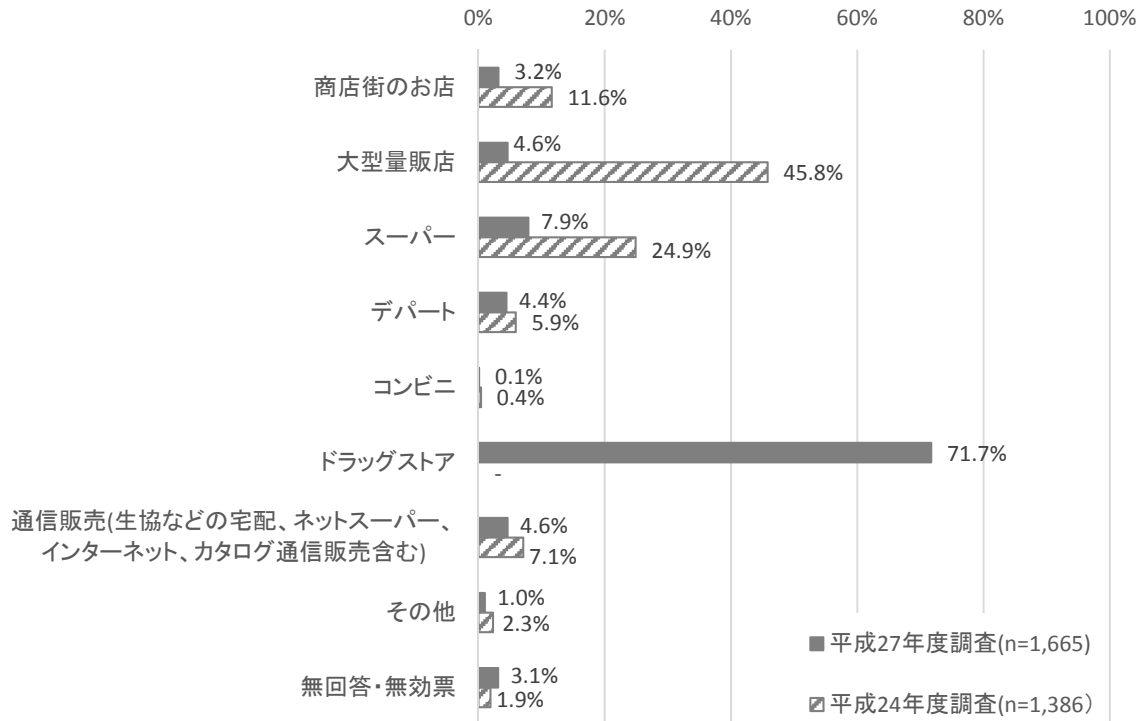


図表18-2 医薬品・化粧品購入理由 [全体]

n=1,665

【医薬品・化粧品購入先 経年比較】

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



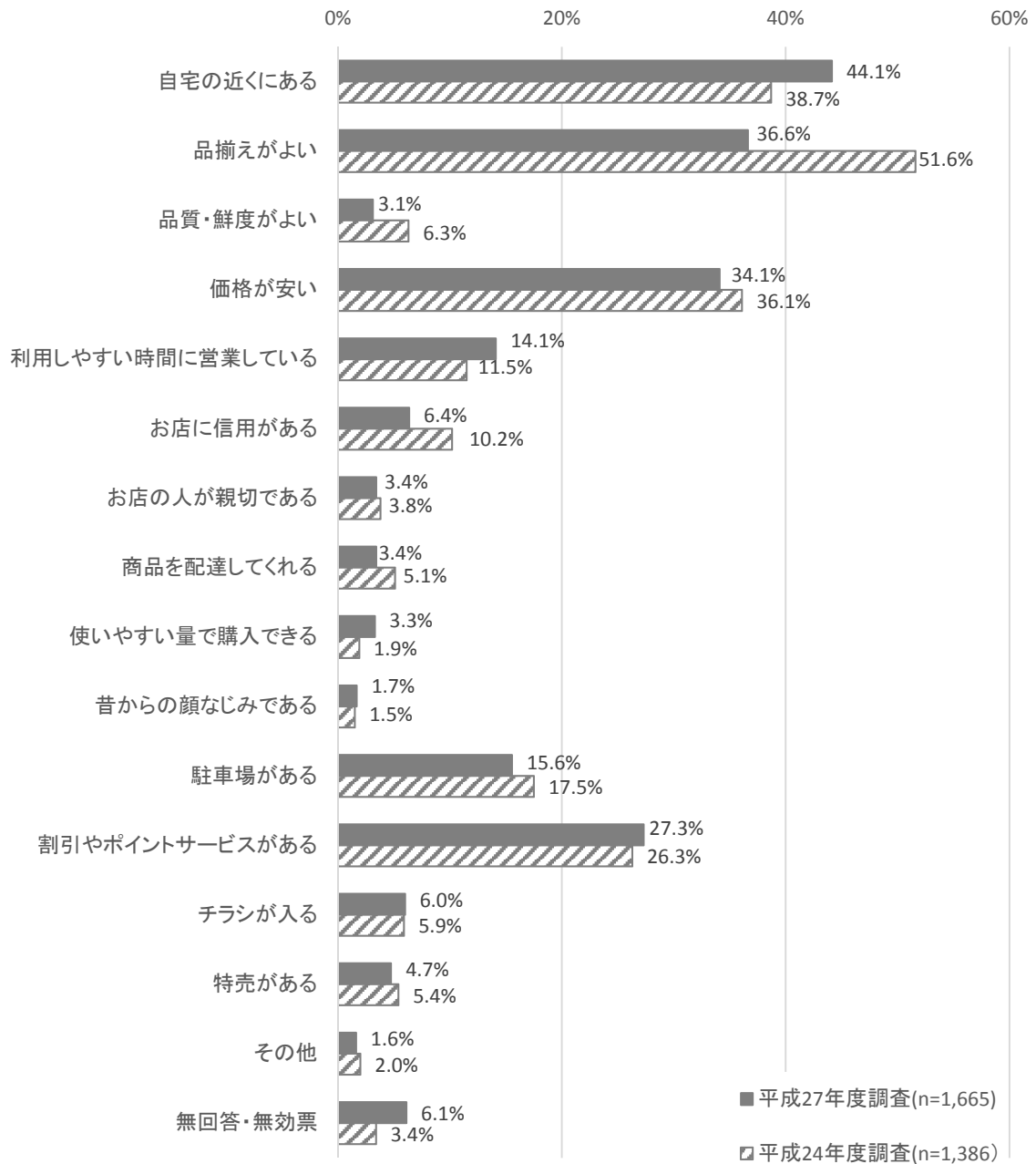
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表18-3 医薬品・化粧品購入先 [経年比較]

【医薬品・化粧品購入理由 経年比較】

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



図表18-4 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」が最も多く、「スーパー」や「デパート」も上位を占めた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	ドラッグストア 71.7%	スーパー 7.9%	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)/大型量販店 4.6%	商店街のお店 4.4%	
20歳代 (n=141)	ドラッグストア 80.9%	スーパー 5.7%	デパート 3.5%	商店街のお店 2.8%	大型量販店/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) 2.1%
30歳代 (n=251)	ドラッグストア 75.7%	デパート 6.8%	スーパー 6.0%	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%	大型量販店 3.2%
40歳代 (n=302)	ドラッグストア 78.1%	スーパー/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) 5.3%	デパート 4.6%	大型量販店 3.6%	
50歳代 (n=273)	ドラッグストア 75.1%	スーパー 9.5%	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) 6.2%	大型量販店 5.9%	デパート 1.5%
60歳代 (n=305)	ドラッグストア 73.8%	スーパー 6.9%	大型量販店 5.2%	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) 4.6%	デパート 3.3%
70歳代以上 (n=383)	ドラッグストア 56.9%	スーパー 12.0%	商店街のお店 8.4%	デパート 6.3%	大型量販店 6.0%

※上位5位までを抽出

図表18-5 医薬品・化粧品購入先 [年代別]

【医薬品・化粧品購入理由 年代別】

「30歳代」を除き、最も多いのは「自宅の近くにある」であった。「30歳代」で最も多いのは「品揃えがよい」で、「20歳代」、「60歳代」以降では2位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	自宅の近くにある 44.1%	品揃えがよい 36.6%	価格が安い 34.1%	割引やポイントサービスがある 27.3%	駐車場がある 15.6%
20歳代 (n=141)	自宅の近くにある 49.6%	品揃えがよい 40.4%	価格が安い 31.9%	理由しやすい時間に営業している 23.4%	割引やポイントサービスがある 19.1%
30歳代 (n=251)	品揃えがよい 42.2%	自宅の近くにある 40.6%	価格が安い 37.5%	割引やポイントサービスがある 31.5%	理由しやすい時間に営業している 14.7%
40歳代 (n=302)	自宅の近くにある 46.7%	価格が安い 40.1%	品揃えがよい 37.1%	割引やポイントサービスがある 28.5%	駐車場がある 18.9%
50歳代 (n=273)	自宅の近くにある/価格が安い 43.2%		品揃えがよい 35.2%	割引やポイントサービスがある 25.6%	駐車場がある 19.0%
60歳代 (n=305)	自宅の近くにある 44.3%	品揃えがよい 37.7%	価格が安い 30.2%	割引やポイントサービスがある 29.8%	駐車場がある 18.7%
70歳代以上 (n=383)	自宅の近くにある 43.3%	品揃えがよい 32.1%	割引やポイントサービスがある 26.1%	価格が安い 24.5%	駐車場がある 14.6%

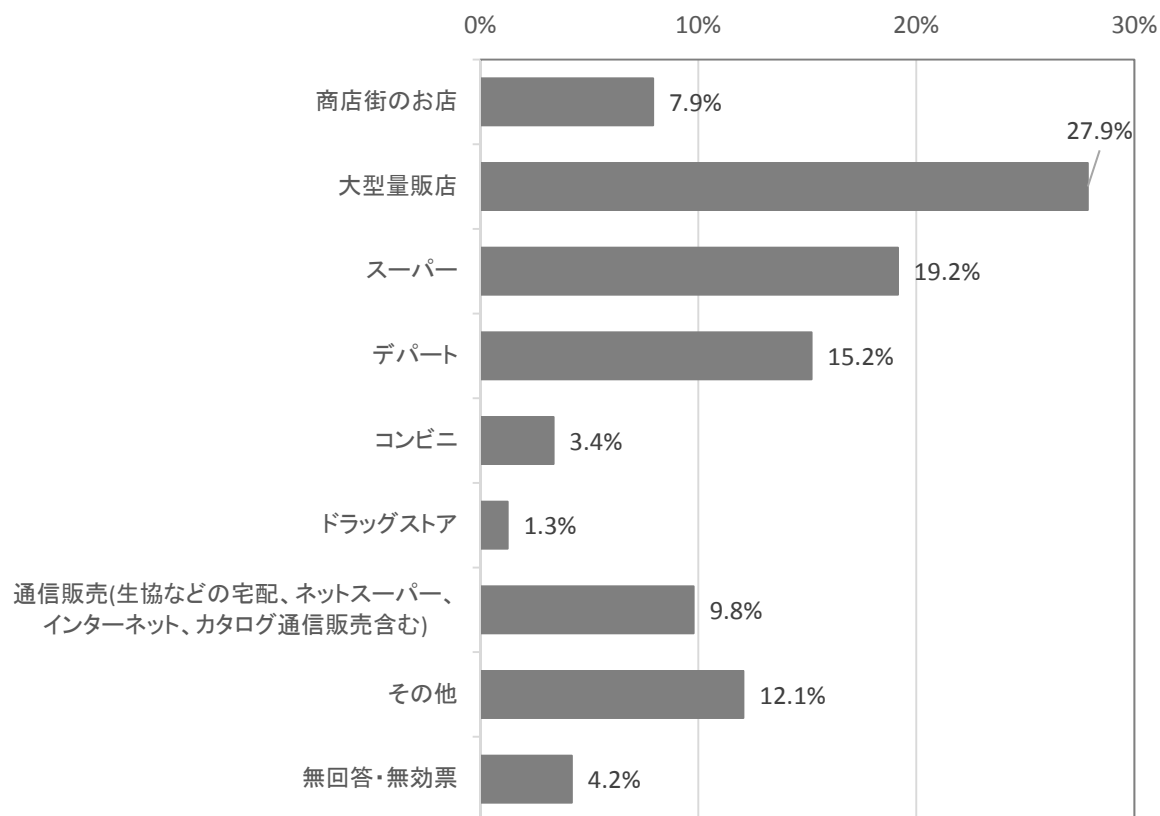
※上位5位までを抽出

図表18-6 医薬品・化粧品購入理由 [年代別]

## ⑥ 書籍・文具

### 【書籍・文具購入先 全体】

「大型量販店」が最も多く、27.9%であった。次いで「スーパー」(19.2%)、「デパート」(15.2%)の順となった。また、「商店街のお店」は7.9%であった。他の品目と比較すると、購入先が分散傾向にある。

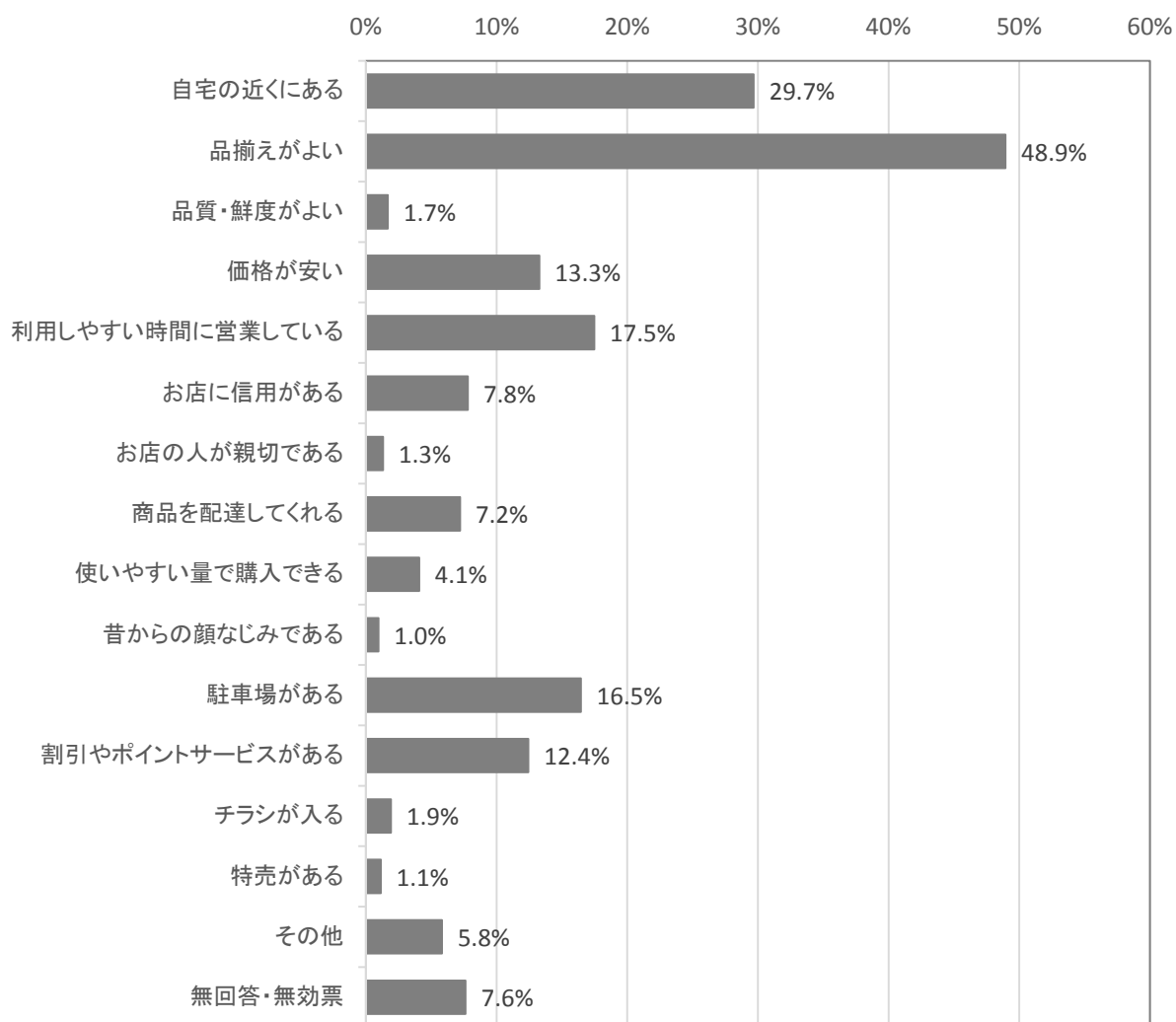


図表19-1 書籍・文具購入先 [全体]

n=1,665

【書籍・文具購入先 全体】

「品揃えがよい」が最も多く、48.9%であった。次いで「自宅の近くにある」(29.7%)、「利用しやすい時間に営業している」(17.5%)、「駐車場がある」(16.5%)の順となった。



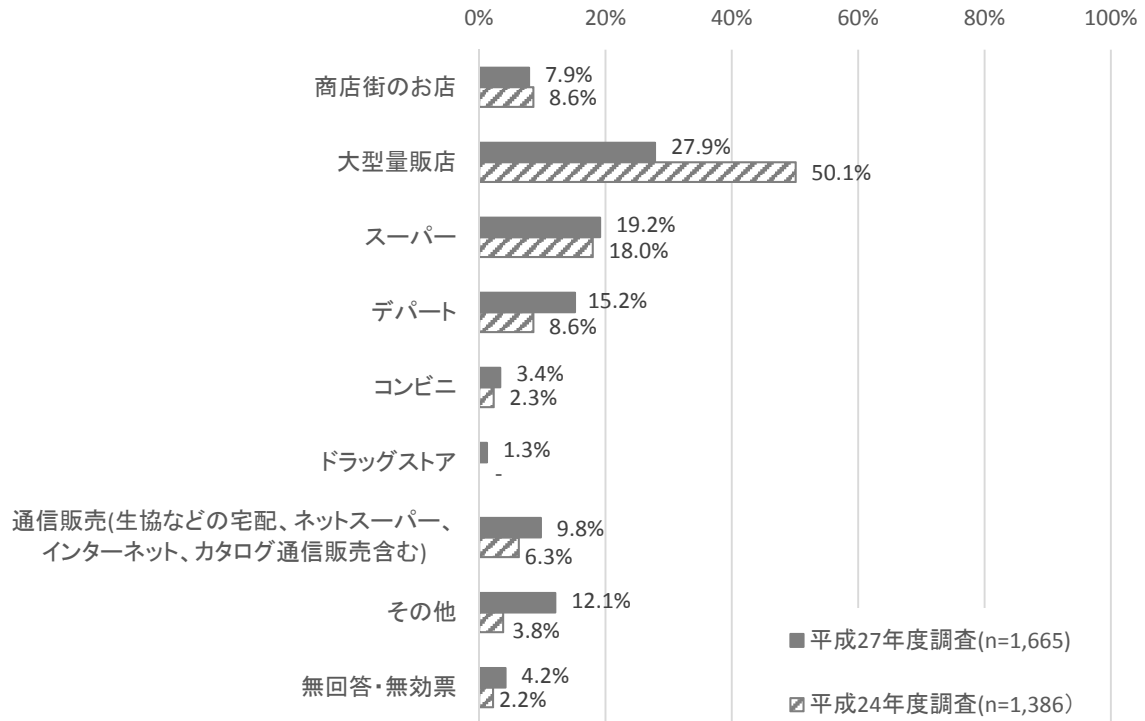
n=1,665

図表19-2 書籍・文具購入理由 [全体]



【書籍・文具購入先 経年比較】

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



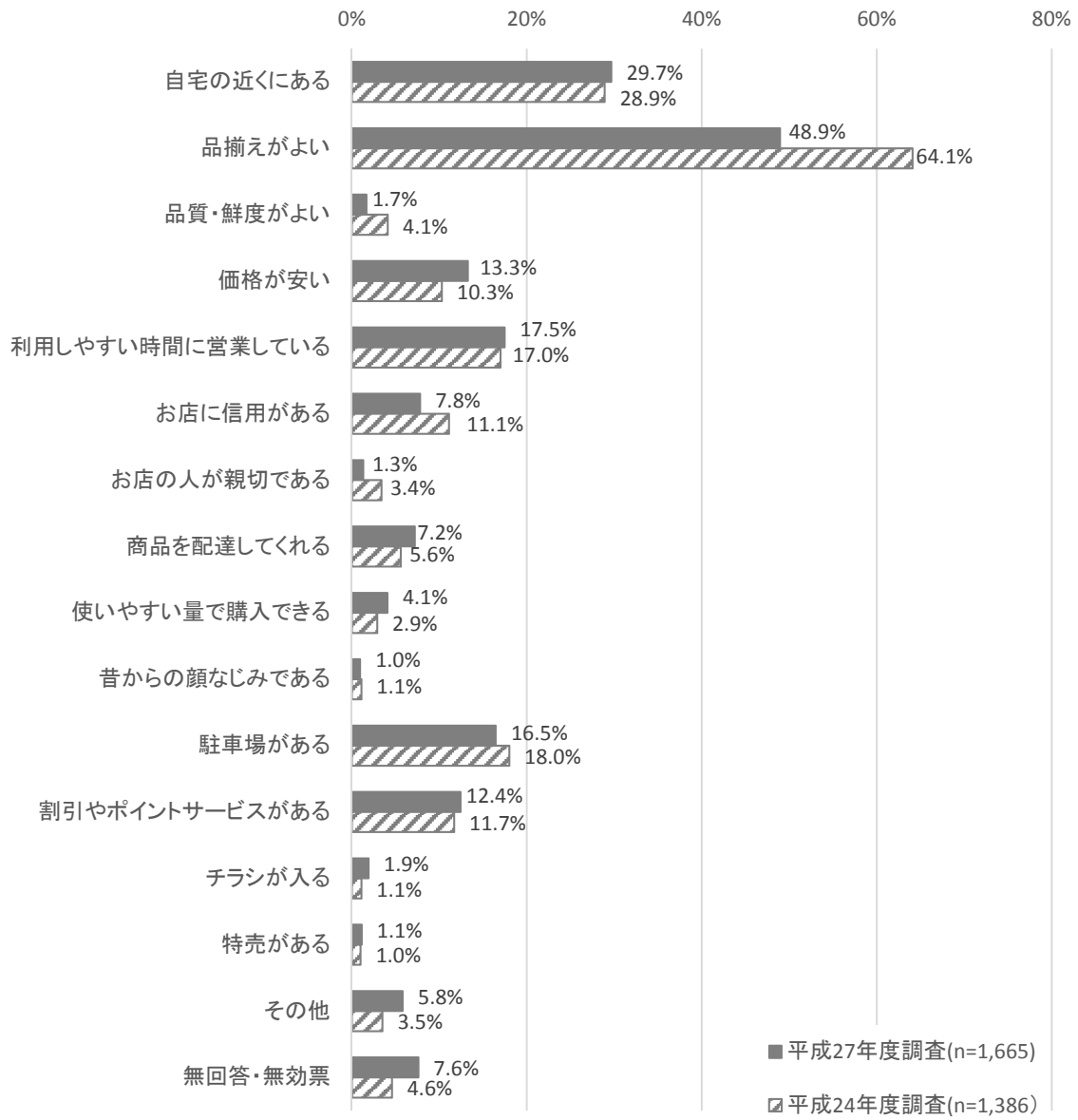
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表19-3 書籍・文具購入先 [経年比較]

【書籍・文具購入理由 経年比較】

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



図表19-4 書籍・文具購入理由 [経年比較]

【書籍・文具購入先 年代別】

「70歳代以上」では「スーパー」(26.6%)が、その他の年代では「大型量販店」が最も多かった。「60歳代」、「70歳代以上」では「商店街のお店」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	大型量販店 27.9%	スーパー 19.2%	デパート 15.2%	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) 9.8%	商店街のお店 7.9%
20歳代 (n=141)	大型量販店 33.3%	デパート 18.4%	スーパー 11.3%	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) 8.5%	コンビニ 6.4%
30歳代 (n=251)	大型量販店 33.9%	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) 18.3%	デパート 16.7%	スーパー 12.7%	商店街のお店 4.0%
40歳代 (n=302)	大型量販店 34.1%	スーパー 15.9%	デパート 14.2%	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) 13.6%	商店街のお店/ コンビニ 3.6%
50歳代 (n=273)	大型量販店 25.6%	スーパー 20.9%	デパート 16.8%	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) 12.5%	商店街のお店 6.6%
60歳代 (n=305)	大型量販店 24.9%	スーパー 20.0%	デパート 13.1%	商店街のお店 10.5%	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) 6.9%
70歳代以上 (n=383)	スーパー 26.6%	大型量販店 21.4%	デパート 14.6%	商店街のお店 13.8%	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) 2.3%

※上位5位までを抽出

図表19-5 書籍・文具購入先 [年代別]

【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」、「30歳代」、「50歳代」では「利用しやすい時間に営業している」が、「40歳代」、「60歳代」、「70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=1,665)	品揃えがよい 48.9%	自宅の近くにある 29.7%	利用しやすい時間 に営業している 17.5%	駐車場がある 16.5%	価格が安い 13.3%
20歳代 (n=141)	品揃えがよい 53.2%	自宅の近くにある 30.5%	利用しやすい時間 に営業している 25.5%	価格が安い 14.2%	割引やポイント サービスがある 9.2%
30歳代 (n=251)	品揃えがよい 59.0%	自宅の近くにある 24.7%	利用しやすい時間 に営業している 17.9%	価格が安い 13.9%	商品を配達してく れる 13.5%
40歳代 (n=302)	品揃えがよい 50.3%	自宅の近くにある 30.8%	駐車場がある 20.9%	利用しやすい時間 に営業している 17.2%	割引やポイント サービスがある 15.6%
50歳代 (n=273)	品揃えがよい 49.5%	自宅の近くにある 25.3%	利用しやすい時間 に営業している 20.1%	駐車場がある 19.0%	価格が安い 14.7%
60歳代 (n=305)	品揃えがよい 47.9%	自宅の近くにある 31.5%	駐車場がある 20.7%	利用しやすい時間 に営業している 13.8%	価格が安い 12.1%
70歳代以上 (n=383)	品揃えがよい 41.0%	自宅の近くにある 33.2%	駐車場がある 17.2%	利用しやすい時間 に営業している 15.1%	お店に信用があ る 12.0%

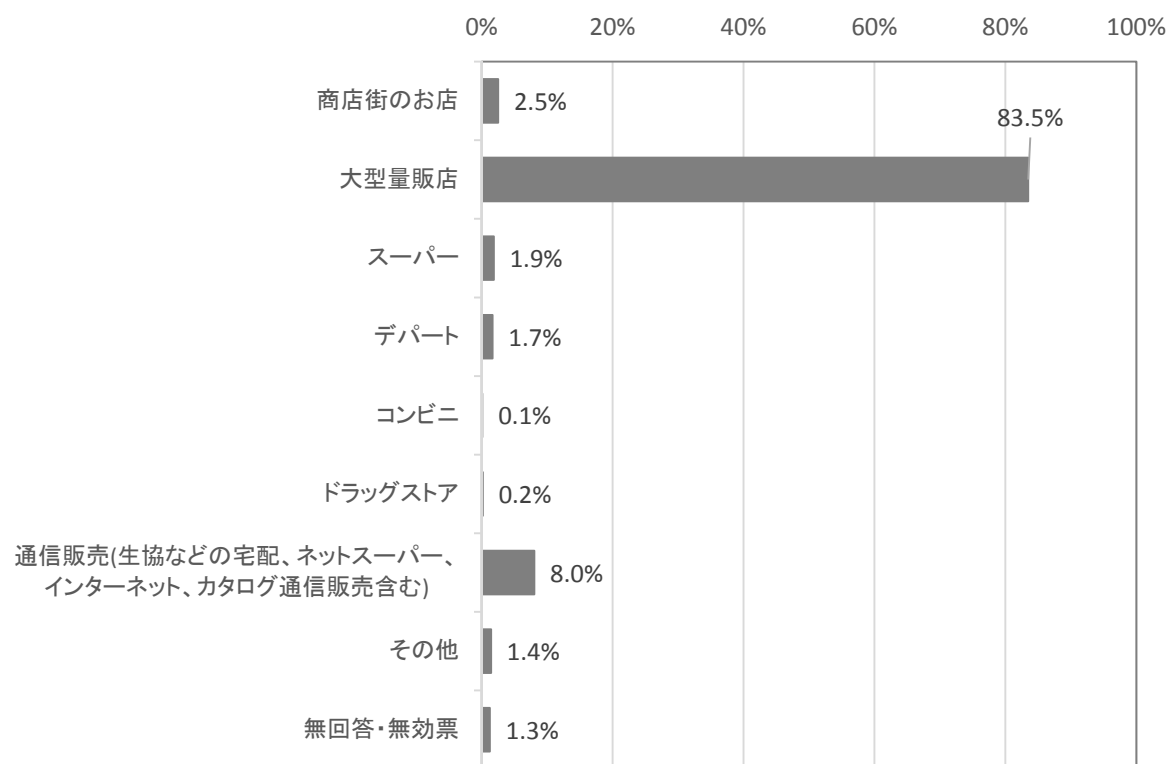
※上位5位までを抽出

図表19-6 書籍・文具購入理由 [年代別]

⑦ 家電製品

【家電製品購入先 全体】

「大型量販店」が最も多く、83.5%であった。2位は「通信販売」の8.0%であった。また、「商店街のお店」は2.5%であった。

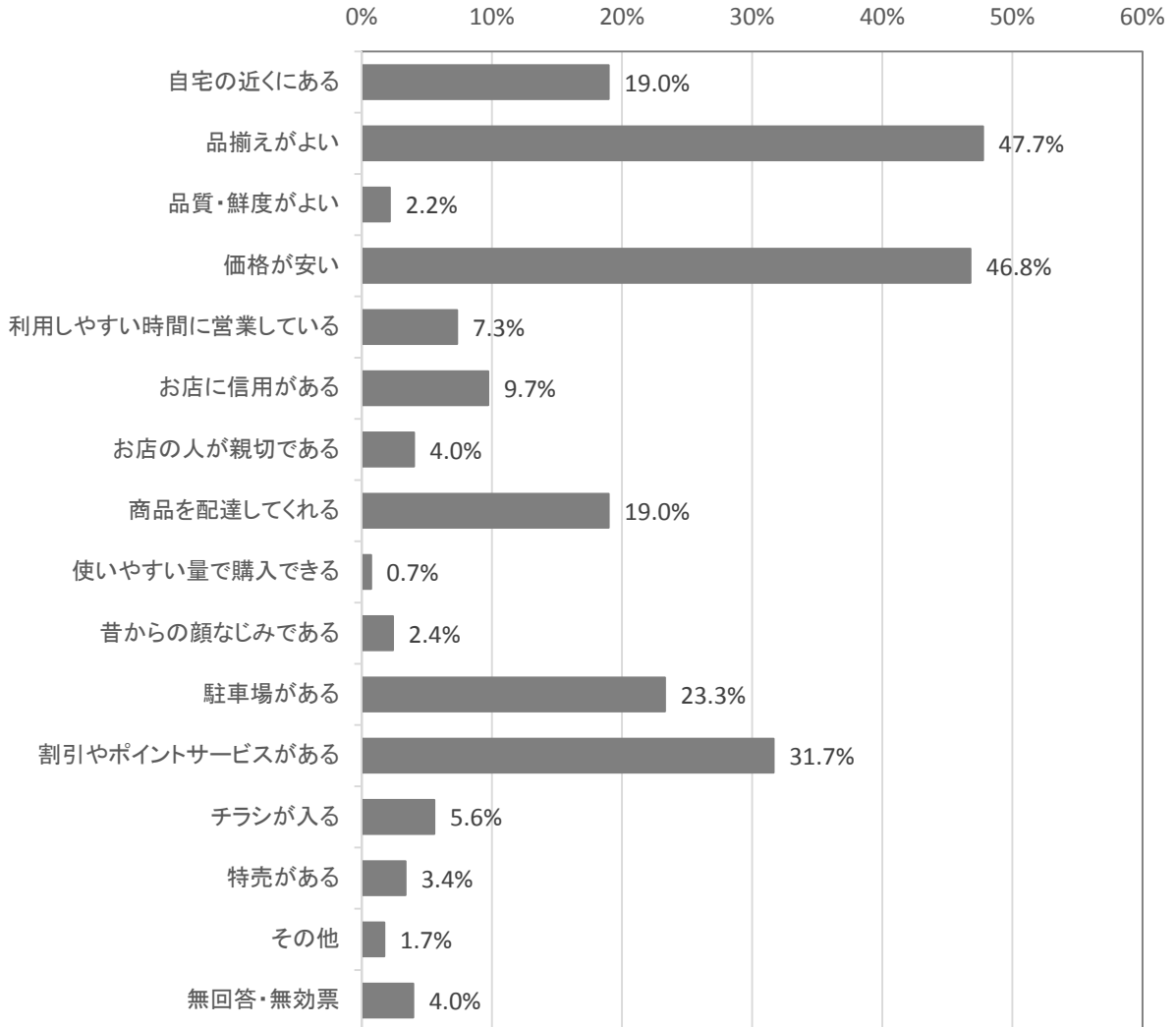


図表20-1 家電製品購入先 [全体]

n=1,665

【家電製品購入理由 全体】

「品揃えがよい」(47.7%)と「価格が安い」(46.8%)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」(31.7%)、「駐車場がある」(23.3%)の順となった。商品自体には店ごとに違いがないため、価格やサービスの良さを選ぶ基準にしている傾向がみられた。

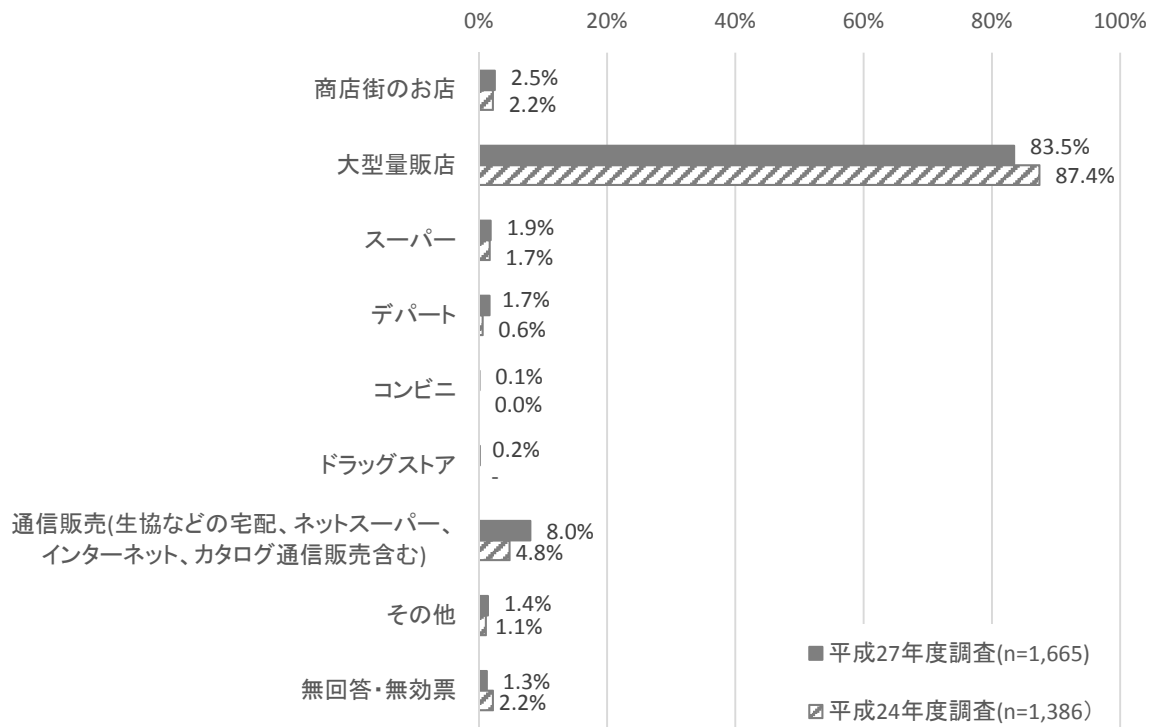


図表20-2 家電製品購入理由 [全体]

n=1,665

【家電製品購入先 経年比較】

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



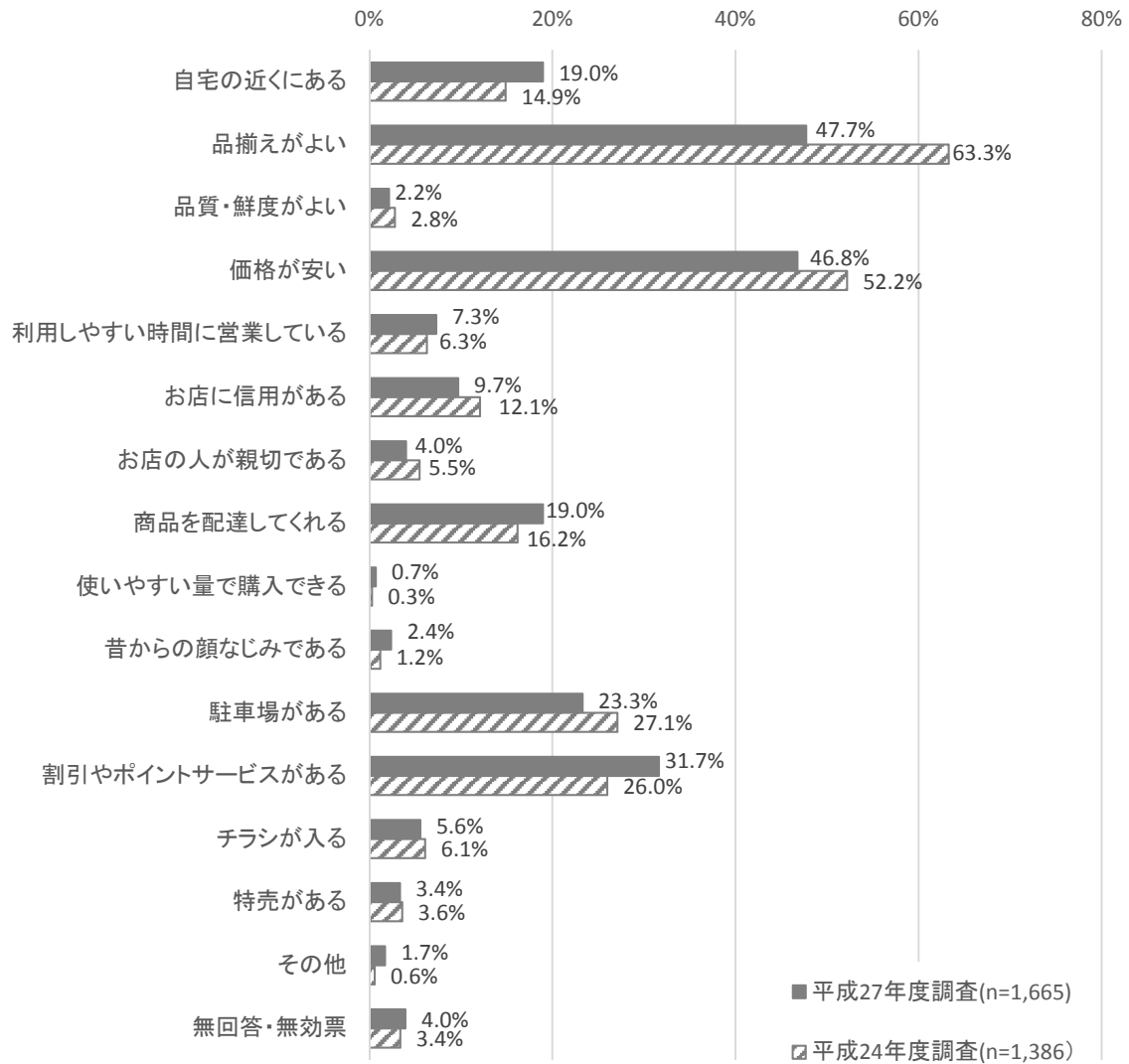
※「ドラッグストア」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

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

図表20-3 家電製品購入先 [経年比較]

【家電製品購入理由 経年比較】

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



図表20-4 家電製品購入理由 [経年比較]



【家電製品購入先 年代別】

「70歳代以上」を除いて「通信販売」が、「70歳代以上」では「商店街のお店」が2位となった。「30歳代」や「50歳代」、「60歳代」でも「商店街のお店」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	大型量販店 83.5%	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) 8.0%	商店街のお店 2.5%	スーパー 1.9%	デパート 1.7%
20歳代 (n=141)	大型量販店 77.3%	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) 9.9%	デパート 7.8%	スーパー 2.8%	商店街のお店 0.7%
30歳代 (n=251)	大型量販店 82.9%	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) 12.4%	商店街のお店/スーパー 1.2%		デパート/ドラッグストア 0.4%
40歳代 (n=302)	大型量販店 89.4%	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) 9.6%	スーパー 0.7%	-	-
50歳代 (n=273)	大型量販店 85.0%	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) 11.4%	スーパー 2.2%	商店街のお店 1.1%	デパート 0.4%
60歳代 (n=305)	大型量販店 85.9%	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) 6.6%	商店街のお店 3.3%	スーパー 1.3%	デパート 1.0%
70歳代以上 (n=383)	大型量販店 79.1%	商店街のお店 6.5%	スーパー 3.1%	デパート 2.9%	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) 1.8%

※上位5位までを抽出

図表20-5 家電製品購入先 [年代別]

【家電製品購入理由 年代別】

「20歳代」、「70歳代以上」で「品揃えがよい」、「30歳代」から「60歳代」までは「価格が安い」が最も多い。他の品目では上位に入っていない「商品を配達してくれる」が「30歳代」の4位、「70歳代以上」の3位となった。また、「40歳代」から「60歳代」までは「自宅の近くにある」が5位であった。家電製品購入先〔年代別〕(図表20-5)では、「商店街のお店」が上位に入っていることから、地域の電器店を利用していることが考えられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	品揃えがよい 47.7%	価格が安い 46.8%	割引やポイントサービスがある 31.7%	駐車場がある 23.3%	自宅の近くにある/ 商品を配達してく れる 19.0%
20歳代 (n=141)	品揃えがよい 48.9%	価格が安い 39.0%	割引やポイントサービスがある 34.0%	自宅の近くにある 17.7%	駐車場がある 12.1%
30歳代 (n=251)	価格が安い 50.6%	品揃えがよい 48.6%	割引やポイントサービスがある 37.8%	商品を配達してく れる 15.5%	駐車場がある 13.9%
40歳代 (n=302)	価格が安い 53.0%	品揃えがよい 49.3%	割引やポイントサービスがある 41.1%	駐車場がある 25.2%	自宅の近くにある 18.9%
50歳代 (n=273)	価格が安い 54.9%	品揃えがよい 49.8%	割引やポイントサービスがある 33.7%	駐車場がある 28.6%	自宅の近くにある 20.1%
60歳代 (n=305)	価格が安い 50.8%	品揃えがよい 50.2%	駐車場がある 31.5%	割引やポイントサービスがある 24.9%	自宅の近くにある 22.0%
70歳代以上 (n=383)	品揃えがよい 43.1%	価格が安い 33.4%	商品を配達してく れる 29.0%	割引やポイントサービスがある 23.2%	駐車場がある 21.7%

※上位5位までを抽出

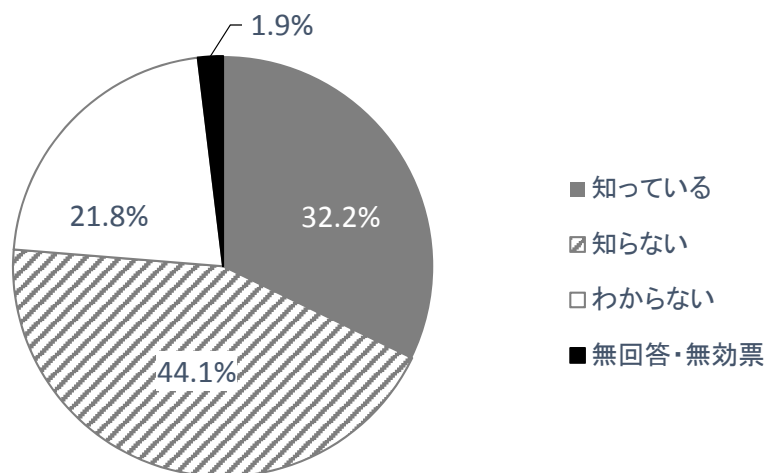
図表 20-6 家電製品購入理由 [年代別]

(7) 商店街活動に対する意識

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

【全体】

「知っている」は32.2%であった。「知らない」が44.1%であった。また、「わからない」は21.8%であった。

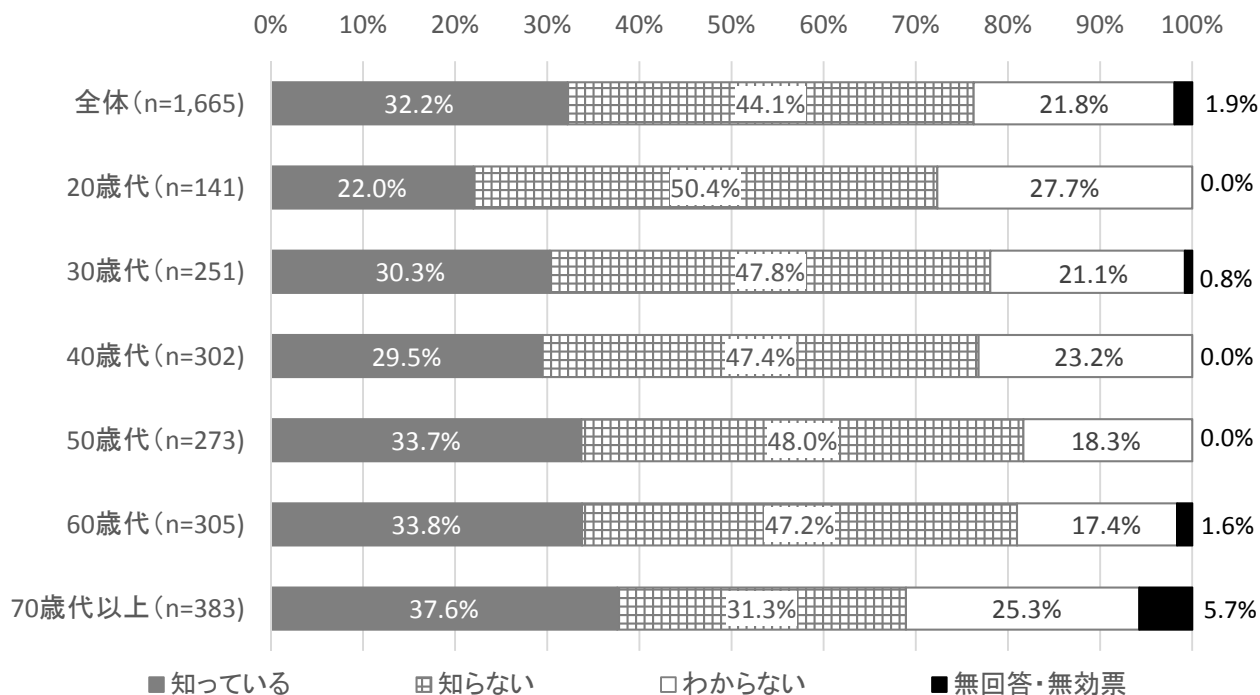


図表21-1 商店街活動に対する認知度 [全体]

n=1,665

【年齢】

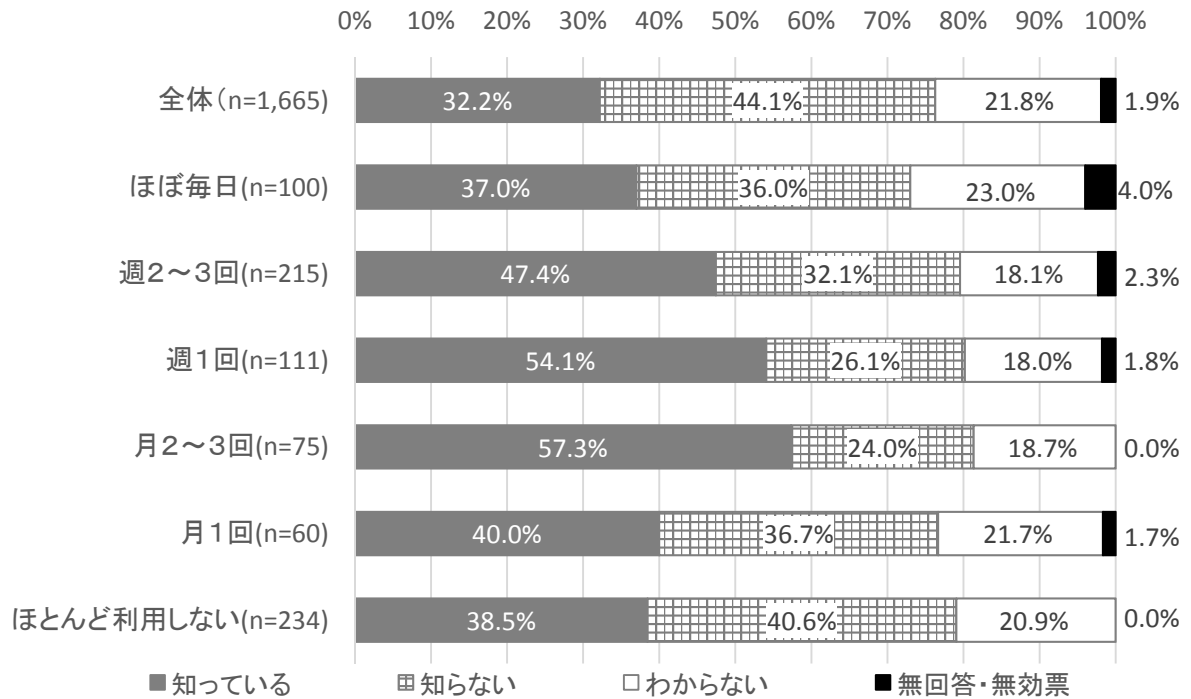
「70歳代以上」では、「知っている」が37.6%であった。一方、「20歳代」では「知らない」が50.4%であった。



図表21-2 商店街活動に対する認知度 [年齢]

【商店街の利用頻度別】

「知っている」は、「週1回」(54.1%)、「月2～3回」(57.3%)で5割を超えた。

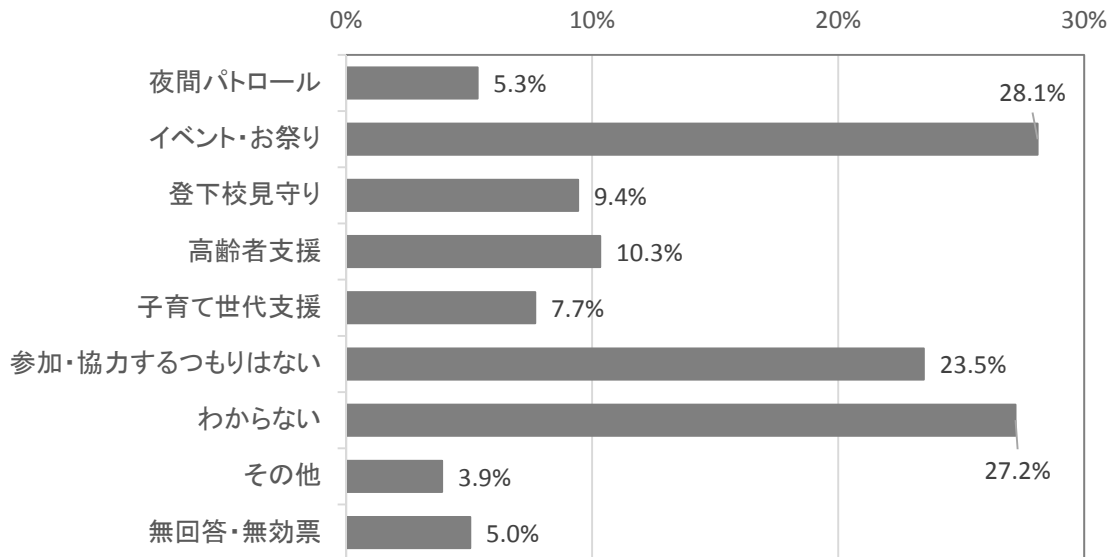


図表21-3 商店街活動に対する認知度 [商店街の利用頻度別]

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】

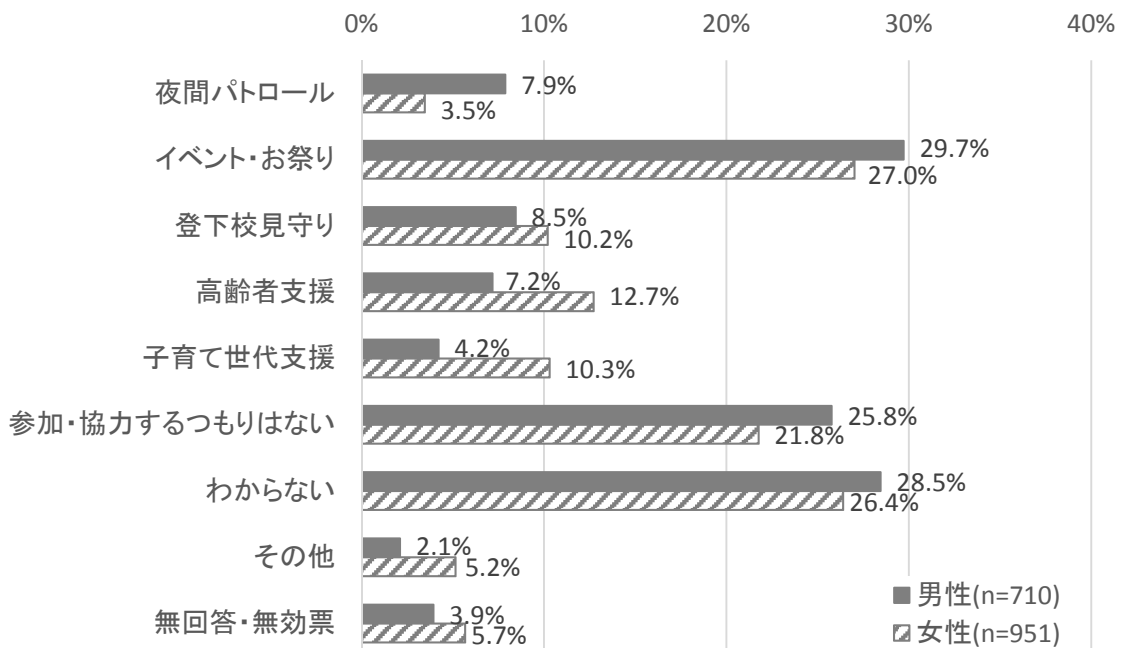
「イベント・お祭り」が最も多く、28.1%であった。次いで「わからない」(27.2%)、「参加・協力するつもりはない」(23.5%)の順となった。



図表22-1 商店街活動への参加・協力意欲 [全体] n=1,665

【性別】

男女で傾向に違いはみられないが、「イベント・お祭り」、「わからない」、「参加・協力するつもりはない」、「夜間パトロール」では、男性の方が多かった。一方、「登下校見守り」、「高齢者支援」、「子育て世代支援」では女性の方が多かった。



図表22-2 商店街活動への参加・協力意欲 [性別]

【職業別】

職業別でみると、「パート・アルバイト」、「無職」を除いて「イベント・お祭り」が、「パート・アルバイト」、「無職」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=1,665)	イベント・お祭り 28.1%	わからない 27.2%	参加・協力する つもりはない 23.5%	高齢者支援 10.3%	登下校見守り 9.4%
会社員 (n=592)	イベント・お祭り 35.8%	わからない 26.7%	参加・協力する つもりはない 24.5%	登下校見守り 9.0%	高齢者支援 8.6%
自営業 (n=94)	イベント・お祭り 27.7%	参加・協力する つもりはない 22.3%	わからない 21.3%	夜間パトロール/登下校見守り 10.6%	
専業主婦 (n=362)	イベント・お祭り 25.7%	わからない 25.1%	参加・協力する つもりはない 20.4%	高齢者支援 12.7%	子育て世代支援 12.4%
パート・ アルバイト (n=259)	わからない 30.1%	イベント・お祭り 29.3%	参加・協力する つもりはない 18.9%	高齢者支援 13.5%	登下校見守り 10.8%
学生(n=30)	イベント・お祭り 50.0%	参加・協力する つもりはない 20.0%	わからない 13.3%	夜間パトロール 10.0%	登下校見守り/子 育て世代支援 6.7%
無職(n=315)	わからない 30.8%	参加・協力する つもりはない 30.2%	イベント・お祭り 14.3%	高齢者支援 10.5%	登下校見守り 8.1%

※上位5位までを抽出

図表22-3 商店街活動への参加・協力意欲 [職業別]

【年代別】

「50歳代」までは「イベント・お祭り」が、「60歳代」、「70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=1,665)	イベント・お祭り 28.1%	わからない 27.2%	参加・協力する つもりはない 23.5%	高齢者支援 10.3%	登下校見守り 9.4%
20歳代 (n=141)	イベント・お祭り 37.6%	わからない 27.0%	参加・協力する つもりはない 24.1%	子育て世代応援 12.1%	夜間パトロール 6.4%
30歳代 (n=251)	イベント・お祭り 41.8%	参加・協力する つもりはない 23.5%	子育て世代支援/わからない 19.5%		登下校見守り 15.5%
40歳代 (n=302)	イベント・お祭り 33.1%	わからない 26.2%	参加・協力する つもりはない 23.5%	登下校見守り 12.6%	高齢者支援 8.3%
50歳代 (n=273)	イベント・お祭り 34.8%	わからない 27.8%	参加・協力する つもりはない 24.5%	高齢者支援 9.5%	登下校見守り 8.1%
60歳代 (n=305)	わからない 34.4%	参加・協力する つもりはない 23.0%	イベント・お祭り 20.0%	高齢者支援 15.4%	登下校見守り 5.9%
70歳代以上 (n=383)	わからない 26.9%	参加・協力する つもりはない 23.2%	イベント・お祭り 13.8%	高齢者支援 11.5%	登下校見守り 8.1%

※上位5位までを抽出

図表22-4 商店街活動への参加・協力意欲 [年代別]

【商店街の利用頻度別】

「週2～3回」、「週1回」、「月2～3回」では「イベント・お祭り」が1位となった。「ほとんど利用しない」では「参加・協力するつもりはない」が1位となり、33.3%であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	イベント・お祭り 28.1%	わからない 27.2%	参加・協力する つもりはない 23.5%	高齢者支援 10.3%	登下校見守り 9.4%
ほぼ毎日 (n=100)	わからない 26.0%	イベント・お祭り 24.0%	参加・協力する つもりはない 20.0%	高齢者支援 12.0%	登下校見守り 10.0%
週2～3回 (n=215)	イベント・お祭り/わからない 27.4%		参加・協力する つもりはない 17.7%	高齢者支援 15.8%	登下校見守り 9.3%
週1回 (n=111)	イベント・お祭り 31.5%	わからない 22.5%	参加・協力する つもりはない 20.7%	夜間パトロール/高齢者支援 9.9%	
月2～3回 (n=75)	イベント・お祭り 32.0%	わからない 28.0%	参加・協力する つもりはない 21.3%	高齢者支援/子育て世代支援 10.7%	
月1回 (n=60)	わからない 38.3%	参加・協力するつ もりはない 30.0%	イベント・お祭り 21.7%	夜間パトロール 8.3%	子育て世代支援 6.7%
ほとんど 利用しない (n=234)	参加・協力する つもりはない 33.3%	イベント・お祭り 26.1%	わからない 24.4%	登下校見守り 9.0%	子育て世代支援 7.7%

※上位5位までを抽出

図表22-5 商店街活動への参加・協力意欲 [商店街の利用頻度別]

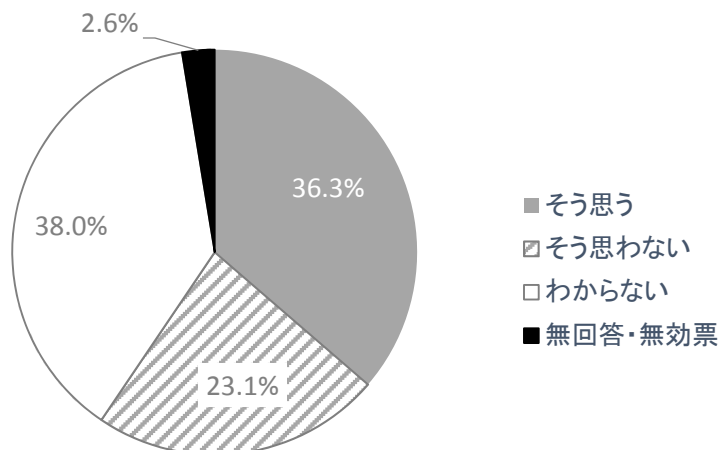


(8) 商店街に期待する役割

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

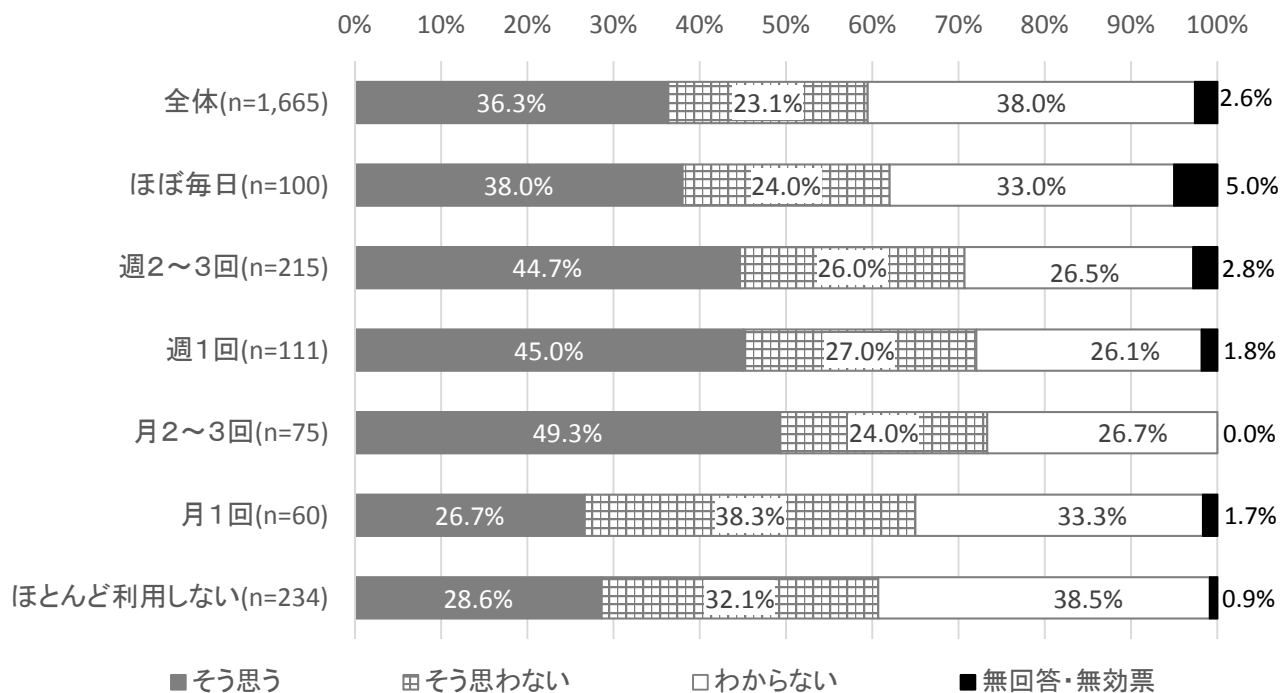


図表23-1 商店街に期待する役割 [全体]

n=1,665

【商店街の利用頻度別】

商店街の利用頻度が「月2～3回」以上では「そう思う」が約4割から5割で多かった。一方、「月1回」では「そう思わない」(38.3%)が多く、「ほとんど利用しない」では「わからない」(38.5%)が多かった。

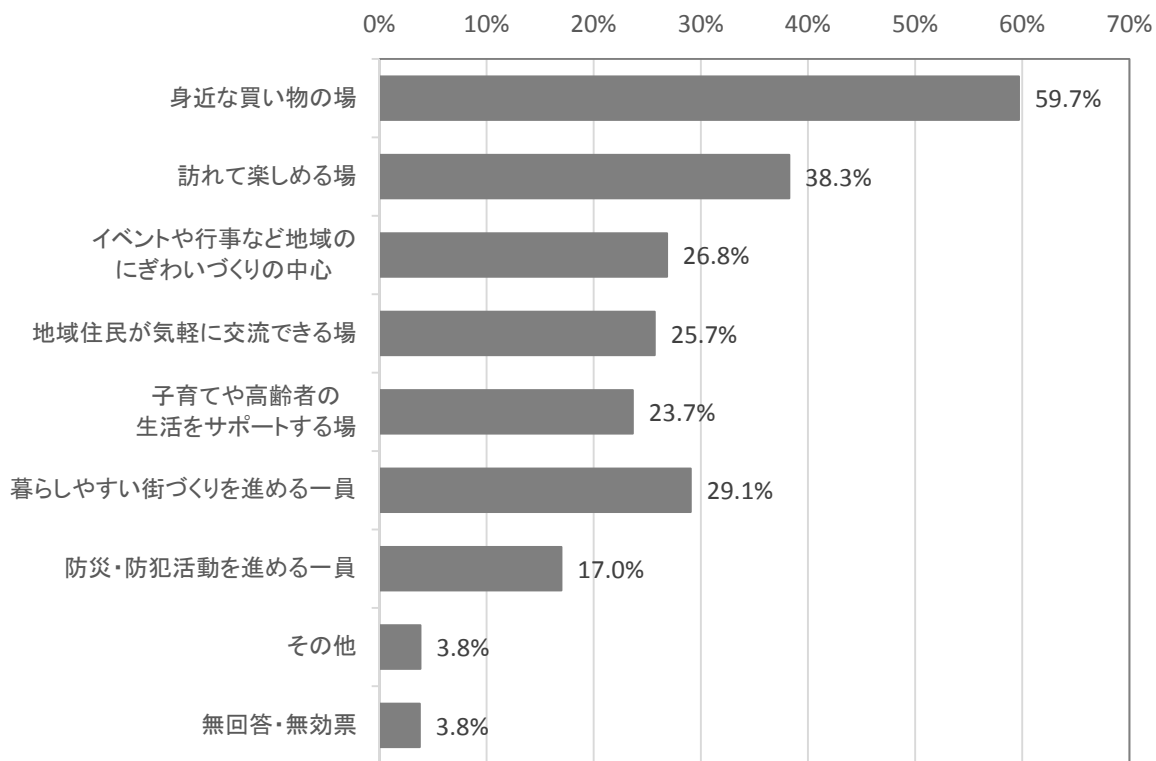


図表23-2 商店街に期待する役割 [商店街の利用頻度別]

問12 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。

【全体】

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

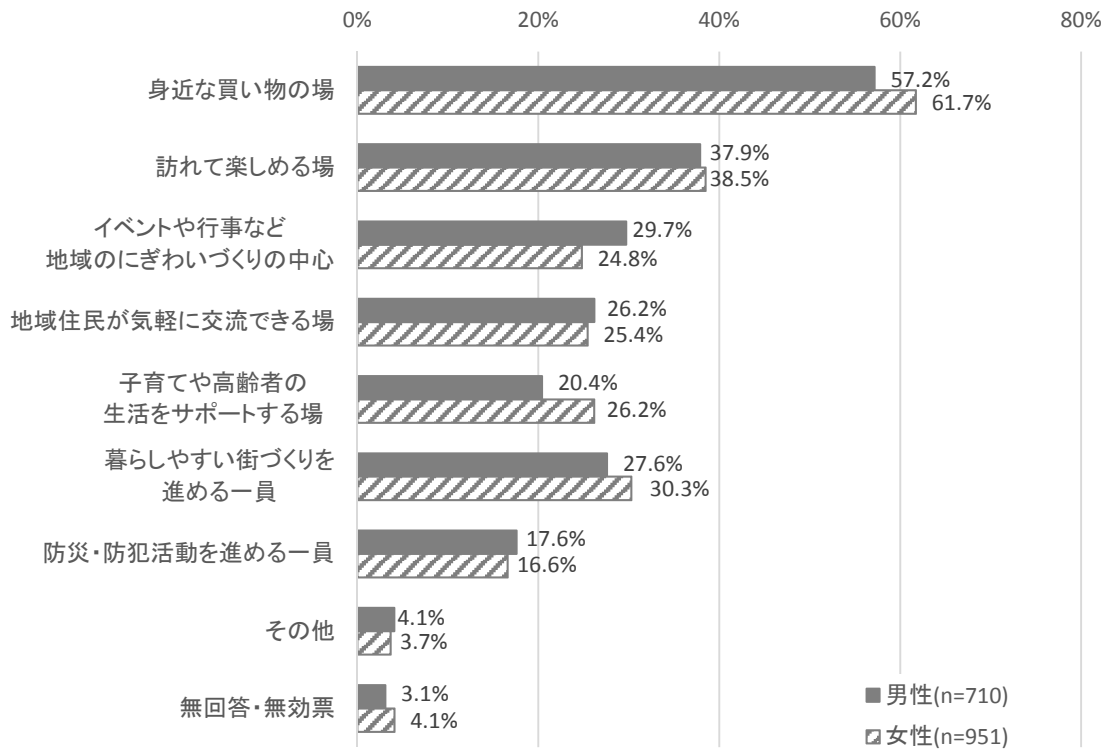


図表24-1 商店街に期待する役割 [全体]

n=1,665

【性別】

男女で傾向に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4.9ポイント多い。一方、女性が多いのは「身近な買い物の場」、「子育てや高齢者の生活をサポートする場」であった。



図表24-2 商店街に期待する役割【性別】

【職業別】

「会社員」、「専業主婦」、「パート・アルバイト」、「学生」で「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	身近な買い物の場 59.7%	訪れて楽しめる場 38.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 16.8%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
会社員 (n=592)	身近な買い物の場 57.4%	訪れて楽しめる場 36.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 31.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.2%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 24.3%
自営業 (n=94)	身近な買い物の場 46.8%	訪れて楽しめる場/地域住民が気軽に交流できる場 33.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.6%	防災・防犯活動を進める一員 24.5%
専業主婦 (n=362)	身近な買い物の場 64.4%	訪れて楽しめる場 40.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.8%	地域住民が気軽に交流できる場 26.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.7%
パート・アルバイト (n=259)	身近な買い物の場 60.2%	訪れて楽しめる場 43.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 27.8%	地域住民が気軽に交流できる場 27.4%
学生(n=30)	身近な買い物の場 60.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 40.0%	訪れて楽しめる場 33.3%	地域住民が気軽に交流できる場 20.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員/防災・防犯活動を進める一員 16.7%
無職(n=315)	身近な買い物の場 62.9%	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 27.3%	地域住民が気軽に交流できる場 24.8%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 21.6%

※上位5位までを抽出

図表24-3 商店街に期待する役割【職業別】

【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「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	身近な買い物の場 59.7%	訪れて楽しめる場 38.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 16.8%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
20歳代 (n=141)	身近な買い物の場 56.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 37.6%	訪れて楽しめる場 34.0%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 28.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.2%
30歳代 (n=251)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 39.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 36.7%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 33.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.7%
40歳代 (n=302)	身近な買い物の場 60.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 38.1%	訪れて楽しめる場 32.1%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 27.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 24.5%
50歳代 (n=273)	身近な買い物の場 59.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 40.7%	訪れて楽しめる場 30.8%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 30.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.7%
60歳代 (n=305)	身近な買い物の場 59.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 39.7%	訪れて楽しめる場 32.1%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 25.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 21.3%
70歳代以上 (n=383)	身近な買い物の場 62.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 36.6%	訪れて楽しめる場 28.7%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 25.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 21.4%

※上位5位までを抽出

図表24-4 商店街に期待する役割 [年代別]

【商店街の利用頻度別】

「ほぼ毎日」から「月2～3回以上」までは「地域住民が気軽に交流できる場」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=1,665)	身近な買い物の場 59.7%	訪れて楽しめる場 38.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 16.8%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
ほぼ毎日 (n=100)	身近な買い物の場 58.0%	訪れて楽しめる場 43.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 32.0%	地域住民が気軽に交流できる場 27.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.0%
週2～3回 (n=215)	身近な買い物の場 64.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 34.4%	訪れて楽しめる場 33.0%	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 23.7%
週1回 (n=111)	身近な買い物の場 65.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 42.3%	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 22.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心/地域住民が気軽に交流できる場/防災・防犯活動を進める一員 20.7%
月2～3回 (n=75)	身近な買い物の場 62.7%	訪れて楽しめる場 37.3%	地域住民が気軽に交流できる場 32.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.0%	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 26.7%
月1回(n=60)	身近な買い物の場 55.0%	訪れて楽しめる場 41.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 33.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.7%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 20.0%
ほとんど利用しない (n=234)	身近な買い物の場 49.1%	訪れて楽しめる場 46.2%	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 25.2%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 23.5%

※上位5位までを抽出

図表24-5 商店街に期待する役割 [商店街の利用頻度別]

## 2. 住まいの近くにあると回答した商店街

<b>青葉区</b>
青葉台商店会／青葉台南商店会／あざみ野商店会(協)／桜台商店会／すすき野商店会／ たまプラーザ商店会／たまプラーザ駅前通商店会／(一社)たまプラーザ中央商店街／ 藤が丘商店会／美しが丘商店街
<b>旭区</b>
希望ヶ丘商店会／左近山商店連合会〔左近山ショッピングセンター〕／笹野台中央商店会／ 白根通り商店会／鶴ヶ峰商栄会／鶴ヶ峰商店街(協)／二俣川銀座商店会／万騎が原中央商店街／ わかば会〔ショッピングタウンわかば〕
<b>泉区</b>
(協)上飯田ショッピングセンター／弥生台ショッピングプラザ／緑園都市相鉄ライフ商店会／ さくら商店街／中田商店街
<b>磯子区</b>
磯子商店街商業(協)〔浜マーケット〕／汐見台中央商店会／白旗商店街／杉田商店街〔ぷらむろーど杉田〕／ 杉田駅前商店会／聖天橋センター／根岸橋商店街／洋光台商店街
<b>神奈川区</b>
大口曙通商店会／大口通商店街(協)／反町駅前通り商店街／三ツ沢商店街振興会／松本商店街／ 大口商店街／片倉町商和会
<b>金沢区</b>
金沢センターシーサイド名店会／金沢文庫すずらん通り商店会／富岡商和会／富岡中央商店会／ 富岡みどり会商店街／能見台駅前商店会／南川商店会／三信商店街
<b>港南区</b>
いずみプラザ上永谷商店会／上大岡中央商店街(協)／上大岡駅東口商店会／ 芹が谷銀座商店会〔せりぎんタウン〕／丸山台商店会〔丸山台いちよう坂商店会〕／上大岡商店街
<b>港北区</b>
大倉山商店街(振)／大曽根商店街／小机商店街(協)／綱島西口商店会／日吉商店街(協)／ 南日吉商店会／菊名商店街／綱島商店街／ニコニコ商店街／日吉駅前商店街
<b>栄区</b>
栄通り商栄会／本郷台駅前商店会〔けやきロード〕
<b>瀬谷区</b>
いちよう通り商店会／瀬谷銀座通り商店会／三ツ境駅前商店会／南台中央商店会／三ツ境商店街
<b>都筑区</b>
中川駅前商業地区振興会／仲町台商業振興会／北山田商業振興会／荏田東近隣商店街

<b>鶴見区</b>
市場銀座商店街／花月園駅前通り花商会／岸谷商栄会(協)／潮田銀座協商会／尻手銀座親交会／ つくの商店街(協)[レアールつくの]／鶴見銀座商店街(協)[ベルロードつるみ]／豊岡商店街(協)／ 本町通商店街(協)／三ツ池口商店会／矢向商店街(協)／つるみ商店街／潮田商店街
<b>戸塚区</b>
トツカーナモール商店会／(協)戸塚旭町通商店会／(協)戸塚西口商店会／原宿松栄会／電電商店街
<b>中区</b>
伊勢佐木町1・2丁目地区商店街(振)／石川商店街(協)／馬車道商店街(協)／本郷町商栄会／ 本牧三溪園通り商栄会／本牧リボンファンストリート／(協)元町SS会／山手商店街／大和町商栄会／ 山元町商店街
<b>西区</b>
久保町ニコニコ商店街／戸部大通り商店会／平沼商進会／藤棚商店会／横浜西口商和会商店街
<b>保土ヶ谷区</b>
岩崎・霞台共栄会／上星川商店会／洪福寺松原商店街(振)／境木商店街／笹山商店会／ 千丸台商店会／天王町商店街(協)[シルクロード天王町商店街]／西谷商栄会／保土ヶ谷駅西口商店街／ 和田町商店街(協)／保土ヶ谷商店街／ニツ台商店街
<b>緑区</b>
鴨居商栄会／霧が丘商店会／竹山団地中央商店会／中山商店街(協)／長津田商店街(協)
<b>南区</b>
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)／横浜橋通商店街(協)
<b>その他</b>
大船仲通商店街／追浜商店街／上町商店街／京町商店街／西口商店街

<b>地名・地域を記載した回答</b>
青葉台駅前／伊勢佐木／帷子／上大岡駅前／上永谷／銀座通り／小町通り／左近山第一／ 新桜ヶ丘／すみれが丘／反町／鶴見駅東西／戸塚駅前／七島通り／新羽／能見台通り／野毛／ 日吉本町／保土ヶ谷宿／保土ヶ谷西口／本郷台駅前／本町通り／三ツ境富士見通り／南浜町／ 六浦／元町街／洋光台駅前／若葉台



### 3. 各設問の「その他」欄のまとめ

#### 属性3 家族構成

回答内容	回答数
夫婦の親と同居	4
兄弟・姉妹	2
同棲	2
義妹と二人住まい	1
子供は他県学生3人	1
海外留学中	1

#### 属性6 普段の買い物の手段

回答内容	回答数
インターネット	9
代理購入	8
宅配	7
タクシー	2
通販	1
普段は妻が徒歩で、自分が頼まれた時は自動車	1
モノレール	1

#### 問5 商店街を利用する主な理由

回答内容	回答数
会社帰りにある	9
特定のお店があるため	6
他に店がない	4
駅から近いから	2
片道21分。運動として良い距離	1
たまたま	1
2ヶ所で済むから	1
プレミアム商品券で	1
地元の活性化を期待	1

問6 商店街をほとんど利用しない理由

回答内容	回答数
近くにない	29
一通り揃うスーパー等に行くため	27
店が少ない(閉店している)	16
外出先で買い物をする	5
家族が買い物するから	2
品質も店員の態度も悪いから	1
駐車場が有料	1
徒歩買物重い	1
車で買い物に出る為、荷物が重い	1
パチンコ店と居酒屋が多く行きたくないため	1
株主優待が使えるところでは商品を購入しない	1
衛生面が不明	1
宅配などのサービスを利用	1
車だと不便	1
店をよく知らない	1

問7 商店街にあつたら利用したいサービス

回答内容	回答数
店舗の充実	21
駐車場・駐輪場	13
休憩所	5
ポイントカードやクーポンの発行	4
銀行(ATM)	3
宅配サービスの実施	2
情報の発信	2
店近隣を清潔にして欲しい	1
祭り	1
FAX を送れる所	1
犬の預かり	1
低価格の簡易健康診断	1
公衆トイレ	1
区役所の出張所	1
深夜の商品受け取り	1
リサイクル	1
郵便局	1

問8(1) 生鮮食料品(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
生協	10
買わない	6
ショッピングセンター	2
小売店	1
住宅地内にある一店舗	1
アウトレット	1
近所の個人商店	1
駅ビル	1

回答内容(理由)	回答数
会社からの帰宅途中にある	17
駅からの帰り道にある	11
他に店がない	8
1か所で品物がそろそろ	8
買わない	2
私自身が買いに行くわけではない	1
もう少し魚の生のいいのがほしい	1
お店が明るくきれい	1
24時間、スマホで購入できる。	1
近くに専門商店がない	1
気に入る品が無いので通販利用となります	1
子供を遊ばせる施設も館内にある	1
嫁が利用している	1
株主優待が使える	1
高齢のため無料で毎週火曜日配送	1

問8(2) その他食料品(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
生協	7
産地から直送	6
実家からもらう	2
小売店	1
病院での指定薬	1
この店しかない	1
米・酒はインターネット	1
ホームセンター	1
こだわりなし	1
重いので人に頼む	1
近所のお米屋さん	1
卸問屋	1
個人商店	1
郵便局	1
米…スーパー、酒…酒店	1
単一で存在する商店に電話で配達してもらいます。	1
馴染みの店	1
米屋がある	1

回答内容(理由)	回答数
会社からの帰宅途中にある	11
1か所で品物がそろう	7
他に店がない	6
駅からの帰り道にある	3
生鮮食料品と同じ	2
おいしい	1
購入しない	1
惣菜以外はどこで購入しても中身が同じ	1
商品の回転が速い	1
宅配してくれる	1
重いものを歩いて持ち運ばなくてすむ	1
種類を選んで楽しめる	1
買いやすい	1

問8(3) 日用雑貨(主に場所する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
100円ショップ	6
ホームセンター	3
商店街は遠方。近くの商店のみ	1
生協	1

回答内容(理由)	回答数
他に店がない	9
1か所で品物がそろそろ	6
駅からの帰り道にある	3
会社からの帰宅途中にある	2
食料品と同じ	2
子供が休日に車で連れて行ってくれる。	1
大形商品は通販のインターネット	1
家まで届けてくれる。	1
ゆっくり選べる	1
店の広さが買いやすい。	1
新商品がある	1
長年愛用の品が置いてある	1
品数が多い	1

問8(4) 衣料品(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
ショッピングモール	39
専門店	30
アウトレット	15
駅ビル	5
個人商店	3
購入しない	3
個人で注文	1
決めていない	1
ほしいものがある時は、電車、バスを利用しでかける	1
アトリエ	1
フリーマーケット	1
ネットオークション	1
近くのいろいろな町の商店街	1

回答内容(理由)	回答数
店舗や商品が充実している	34
駅からの帰り道にある	6
1か所で品物がそろう	4
サイズがある	3
近所には店がないので	3
流行のものが手に入る	2
カタログで商品を選べる	2
試着できる	2
簡単・便利	2
見ているだけで楽しい	2
店員が放っておいてくれる	1
子育て中でもゆっくり選べる	1
色々比べることができる	1
楽に着ることができる	1
ネットでさがした方が便利	1
電車で行くのに便利	1
セール案内が来る	1
即日の配達がある	1
のんびりショッピングしている時間がない	1
いろいろな街に行くと楽しい	1

問8(5) 医薬品・化粧品(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
病院・調剤薬局	8
エステサロン	2
ほとんど購入しない	2
100円ショップ	1
化粧品はデパート	1
会員制ネット販売	1
訪問販売	1

回答内容(理由)	回答数
商品が充実している	6
駅からの帰り道にある	4
会社からの帰宅途中にある	2
商品に関して相談ができる	2
1か所で品物がそろそろ	2
特に理由なし	2
入りやすい	1
購入しない	1
化粧品は対面販売だと不要なものまで押しつけられるため	1
ちかくにみせがないから	1
ゆっくり選べる	1
仕事が遅く百貨店に入っているので営業時間に間に合わない	1
アンケートに○がついている。	1

問8(6) 書籍・文具(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
専門店	108
ショッピングモール	17
100円ショップ	16
駅ビル	12
買わない	7
特に限定しない	1
大学の生協	1
特に決まっていないのでデパートでの買物のついでに購入	1
職場に出入りしている業者	1
仕事場近くの店(東京都内)	1
大学生協	1
横浜駅等の大きな駅近くの店で購入	1
書籍は購入なく図書館利用、文具は使い残り多数のため不要	1
近くにありません 自転車で行く	1
書籍、文具等は家の近くにはありません。	1
決まっていない	1
遠くの商店街へ行く	1
近くの商店	1

回答内容(理由)	回答数
他に店がない	17
品揃えがよい	14
外出したついでに購入できる	12
会社からの帰宅途中にある	9
1か所で品物がそろそろ	9
駅からの帰り道にある	3
ゆっくり選べる	3
必要に応じて	2
店員の商品知識	1
見ながらかえる	1
買い慣れているから	1
探しやすい。	1
出版社からとりよせてくれる	1
便利	1
ネットからなら夜中でも購入できる	1
見本の本があるから	1
簡単に購入できる	1
商品を手にとって使い勝手、内容を確認出来る	1
探す手間がない	1
これらの商品には割引があまりないので信用できるお店で購入します。	1
ブラブラ見る楽しみがある	1
クレジットカードが利用できる	1
通りがかった店で買う	1
自宅でゆっくり探して買えるから	1
早い、重いものをもたなくてよい	1

問8(7) 家電製品(主に購入する場所とその理由)

回答内容(場所)	回答数
地域の電気店	13
知り合いの店	2
ほとんどない。店	1
工務店をとおして	1
普通の商店一軒のみ	1
あまり買わない	1



回答内容(理由)	回答数
他に店がない	6
品揃えが豊富	5
実物が見られる	3
相談ができる	2
会社からの帰宅途中にある	2
価格交渉が可能	1
インターネット	1
情報を得やすいから	1
オークションなど	1
家電だから	1
必要時	1
必ず配達してくれる	1
株主優待が利用できる	1
行かなくても要望でチラシを持ってきてそれなりのものを揃えてくれる	1
子供のバイト先	1
決まっている購入先がある	1
駅からの帰り道にある	1

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

内容	回答数
時間がない	18
高齢のためできない	9
近くに商店街がない	8
なし	5
体力的に無理	5
清掃	4
信号無視、自転車やスマホのマナー	1
学校が近く登下校時ふざけていたりして余りひどいとケガがない様に見守りたい。	1
月一回の朝市	1
心や体に障害をかかえている人のサポート	1
交流がない	1
自分に出来そうな事があればと思います。	1
消防団員として活動しています	1
協力依頼を出しているかしらない	1
機会があれば参加、協力しても良い	1
緊急器具等の講習会	1

内容	回答数
老人の話し相手。1ヶ月に1回、自分のためでもある。子育て支援に住居を提供する。	1
商店街が活気づく為のアイデア提供	1
活気がないので、今の状態では参加する意義はないと思う	1
フリーマーケット	1
具体的に思い浮かばない	1

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

内容	回答数
店舗の充実	15
特になし	14
地域の特色を出す・活性化	7
期待することはない	5
わからない	5
閉鎖してもよいのでは	1
道路に品物を並べない	1
交番が非常に少ない。加えて巡回中だと表示して無人の時がおおい。	1
自分勝手	1
心の病で苦しんでいたり、体の障害で悩んでいたり、そういう人々も白い目で見られず、地域の人々の暖かさや店員さんの思いやりがある中で安心して外出、買い物ができるような場にしてほしい。そういうつらさを抱えている人がたくさんいます。	1
品位に欠けているように思えてならず、どうも買う気になれません。	1
転勤族でも入りやすい交流の場	1
駐車場の確保	1
街灯の整備	1
大口にも老人センターがあれば	1
買った物で休みながらお茶してくる	1
横浜プレミアム商品券(500円券)使用可であって欲しかった	1
地域の災害時におけるサポート(特に食品、日用品において)	1
歩道の整備。あまりにも危険すぎる	1

## 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

そのうち、商店街を「週1回以上」利用する人は5割を超える。一方、「ほとんど利用しない」は約3割

- ・居住地の近くに商店街が「ある」と回答した人は48.5%であった。
- ・商店街の利用頻度は「ほぼ毎日」(12.4%)、「週2～3回」(26.6%)、「週1回」(13.7%)を合わせると、52.7%となった。一方、「ほとんど利用しない」人は29.0%であった。

#### 商店街に開店してほしい・増えてほしい業種・業態は「書籍・文具」。次いで「鮮魚」、「パン」

- ・商店街に開店してほしい・増えてほしい業種・業態は「書籍・文具」が最も多く、30.2%であった。次いで「鮮魚」、「パン」(共に24.0%)となった。
- ・平成27年度実施の『商店街実態調査』では、商店街が不足していると感じる業種・業態として生鮮3品が上位を占めているが、消費者からは必ずしも生鮮3品が求められているわけではない。

#### 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、72.2%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、46.6%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、39.5%であった。次いで「宅配」が26.4%であった。
- ・「子どもを遊ばせることのできる場所」は、家族構成別にみると「2世代」で3番目に多く、年代別では「30歳代」で最も多くなっており、子どもを持つ世代のニーズが現れた。

#### 商店街活動を「知っている」人は3割、参加・協力してもよいと思う活動は「イベント・お祭り」

- ・商店街活動を「知っている」と回答した人は32.2%となり、年代が上がるほどその割合は高くなった。
- ・商店街活動で参加・協力してもよいと思う活動は「イベント・お祭り」が最も多く、28.1%であった。一方、「わからない」も27.2%であった。

#### 「身近な買い物の場」としての役割を期待する消費者は約6割

- ・これからの商店街に期待する役割は「身近な買い物の場」が最も多く、59.7%であった。次いで「訪れて楽しめる場」、「暮らしやすい街づくりを進める一員」の順となった。

## 2. 消費者の購買行動

### 【生鮮食料品・その他食料品・日用雑貨】

主な購入先は「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

- ・生鮮食料品の主な購入先は「スーパー」が79.3%と最も多く、購入する理由として「自宅の近くにある」、「品揃えがよい」が多かった。
- ・その他食料品の主な購入先は「スーパー」が65.6%と最も多いが、生鮮食料品と比較するとその割合は低い。「通信販売」での購入は、生鮮食料品の4.7%に対し、その他食料品では10.7%とその割合が高くなっている。
- ・その他食料品を主な購入先で購入する理由は「自宅の近くにある」(47.1%)、「価格が安い」(33.0%)が多い。また、「商品を配達してくれる」の割合は、14.2%と生鮮食料品(6.3%)よりも高かった。
- ・日用雑貨の主な購入先は「スーパー」、「ドラッグストア」がいずれも3割を超えた。購入する理由は「自宅の近くにある」、「価格が安い」が多かった。

### 【衣料品】

主な購入先は「デパート」、「大型量販店」、「スーパー」で分散傾向にあり、その理由は「品揃えがよい」、「価格が安い」が多い

- ・衣料品の主な購入先は「デパート」が最も多く、31.8%であった。「スーパー」、「大型量販店」は合計45.3%で、購入する理由でも「品揃えがよい」や「価格が安い」が多かった。

### 【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」、「品揃えがよい」のほか、「割引やポイントサービスがある」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、71.7%であった。購入する理由は「自宅の近くにある」(44.1%)が最も多いが、他の品目と比較すると「割引やポイントサービスがある」(27.3%)の割合が高い。

### 【書籍・文具】

主な購入先は「大型量販店」が最も多く、その理由として「品揃えがよい」が多い

- ・書籍・文具の主な購入先は「大型量販店」(27.9%)が最も多いが、他の品目と比較すると、購入先が分散傾向にある。購入する理由は「品揃えがよい」が最も多いが、年代別で見ると全ての年代で「利用しやすい時間に営業している」が多く選ばれている。

### 【家電製品】

主な購入先は「大型量販店」が8割を超え、その理由として「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」が83.5%であった。購入する理由は「品揃えがよい」、「価格が安い」に次いで、「割引やポイントサービスがある」が31.7%であった。

## 参考資料

---

資料1 調査票

資料2 単純集計表

## 資料1 調査票

### 平成 27 年度 横浜市消費者購買行動意識調査 調査票

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

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

あなたご自身のことについてお尋ねします。（それぞれの質問に○は1つ）

○性別 1. 男性 2. 女性

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

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

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

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

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

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

1. ある（商店街名： ）→問2へ 2. ない→問7へ

問2 お住いの近くの商店街は次のうちのどのタイプですか。（○は1つだけ）

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

問3 商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店は何ですか。

(あてはまるもの全てに○)

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

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

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

問5 商店街を利用する主な理由は何ですか。(○は3つまで)

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

問6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。(○は3つまで)

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

ここからは全員がお答えください

問7 商店街にあったら利用したいサービスは何ですか。(○は3つまで)

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

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

1) 生鮮食料品 (鮮魚・青果・精肉など)

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

2) その他食料品 (米・飲料・酒類・惣菜など)

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

3) 日用雑貨

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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



4) 衣料品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

5) 医薬品・化粧品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

6) 書籍・文具

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

7) 家電製品

【主に購入する場所】(○は1つだけ)

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



【その場所で購入する理由】(○は3つまで)

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

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

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

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

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

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

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

問12 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。(○は3つまで)

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

《質問は以上です。御協力ありがとうございました。》

## 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=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	男性	710	42.6%
2	女性	951	57.1%
	無回答・無効票	4	0.2%
	合計	1,665	100.0%

### 属性2 職業

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	会社員(公務員・団体職員含む)	592	35.6%
2	自営業	94	5.6%
3	専業主婦(主夫)	362	21.7%
4	パート・アルバイト	259	15.6%
5	学生	30	1.8%
6	無職	315	18.9%
	無回答・無効票	13	0.8%
	合計	1,665	100.0%

### 属性3 家族構成

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	単身	246	14.8%
2	1世代(夫婦のみ、兄弟のみ)	461	27.7%
3	2世代(親と子)	851	51.1%
4	3世代(親・子・孫)	79	4.7%
5	その他	15	0.9%
	無回答・無効票	13	0.8%
	合計	1,665	100.0%

#### 属性4 年齢

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	20歳代	141	8.5%
2	30歳代	251	15.1%
3	40歳代	302	18.1%
4	50歳代	273	16.4%
5	60歳代	305	18.3%
6	70歳代以上	383	23.0%
	無回答・無効票	10	0.6%
	合計	1,665	100.0%

#### 属性5 住所

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青葉区	128	7.7%
2	旭区	121	7.3%
3	泉区	63	3.8%
4	磯子区	76	4.6%
5	神奈川区	109	6.5%
6	金沢区	104	6.2%
7	港南区	100	6.0%
8	港北区	130	7.8%
9	栄区	58	3.5%
10	瀬谷区	64	3.8%
11	都筑区	71	4.3%
12	鶴見区	140	8.4%
13	戸塚区	117	7.0%
14	中区	72	4.3%
15	西区	44	2.6%
16	保土ヶ谷区	106	6.4%
17	緑区	67	4.0%
18	南区	91	5.5%
	無回答・無効票	4	0.2%
	合計	1,665	100.0%

属性6 普段の買い物の手段※

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	徒歩	783	47.0%
2	自転車・バイク	284	17.1%
3	自動車	562	33.8%
4	バス	171	10.3%
5	電車	100	6.0%
6	その他	36	2.2%
	無回答・無効票	18	1.1%
	合計	1,954	—

問1 お住まいの近くに商店街はありますか

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	ある	808	48.5%
2	ない	838	50.3%
	無回答・無効票	19	1.1%
	合計	1,665	100.0%

問2 お住まいの近くの商店街は次のうちどのタイプですか

n=808

No.	選択肢	回答数	回答率
1	近隣型商店街	268	33.2%
2	地域型商店街	471	58.3%
3	広域型商店街	40	5.0%
	無回答・無効票	29	3.6%
	合計	808	100.0%

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

n=808

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青果	165	20.4%
2	精肉	140	17.3%
3	鮮魚	194	24.0%
4	惣菜	161	19.9%
5	米穀	39	4.8%
6	パン	194	24.0%
7	和洋菓子	133	16.5%
8	その他食品	47	5.8%
9	医薬品・化粧品	68	8.4%
10	日用雑貨	156	19.3%
11	書籍・文具	244	30.2%
12	衣料品	110	13.6%
13	趣味・スポーツ用品	82	10.1%
14	時計・メガネ・身回品	28	3.5%
15	飲食店	179	22.2%
16	理容院・美容院	29	3.6%
17	CD・DVD(レンタル含む)	95	11.8%
18	コンビニ	71	8.8%
19	家電製品	85	10.5%
20	スーパー	118	14.6%
21	エステ・整体	20	2.5%
22	病院・診療所	77	9.5%
23	金融機関(銀行等)	94	11.6%
24	保育施設・託児所	43	5.3%
25	学習塾	13	1.6%
26	介護施設	39	4.8%
27	不動産	3	0.4%
28	その他サービス	17	2.1%
	無回答・無効票	107	13.2%
	合計	2,751	—

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

n=808

No.	選択肢	回答数	回答率
1	ほぼ毎日	100	12.4%
2	週2～3回	215	26.6%
3	週1回	111	13.7%
4	月2～3回	75	9.3%
5	月1回	60	7.4%
6	ほとんど利用しない	234	29.0%
	無回答・無効票	13	1.6%
	合計	808	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=561

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	405	72.2%
2	品揃えがよい	85	15.2%
3	品質・鮮度がよい	86	15.3%
4	価格が安い	128	22.8%
5	お店に信用がある	41	7.3%
6	お店の人が親切である	44	7.8%
7	商品を配達してくれる	14	2.5%
8	使いやすい量で購入できる	55	9.8%
9	昔からの顔なじみである	46	8.2%
10	駐車場がある	44	7.8%
11	割引やポイントサービスがある	70	12.5%
12	チラシが入る	58	10.3%
13	特売がある	51	9.1%
14	その他	24	4.3%
	無回答・無効票	11	2.0%
	合計	1,162	—

問 6 商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか(○は3つまで)※

n=234

No.	選択肢	回答数	回答率
1	1か所で用事が済まない	97	41.5%
2	品揃えが悪い	46	19.7%
3	品質・鮮度が悪い	9	3.8%
4	価格が高い(安くない)	33	14.1%
5	お店に信用がない	4	1.7%
6	お店の人の対応が悪い	2	0.9%
7	夜遅くまで営業していない	34	14.5%
8	使いやすい量で購入できない	4	1.7%
9	買いたいと思う店がない	109	46.6%
10	駐車場がない・狭い	43	18.4%
11	割引やポイントサービスがない	11	4.7%
12	チラシが入らない	4	1.7%
13	特売がない	5	2.1%
14	その他	51	21.8%
	無回答・無効票	1	0.4%
	合計	453	—

○14.その他・・・近くにスーパーや大型店など別の店がある 25

店が少ない・閉店している店が多い 9 など



問 7 商店街にあったら利用したいサービスは何ですか(○は3つまで)※

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	宅配	439	26.4%
2	出張販売	119	7.1%
3	低運賃バスの運行	258	15.5%
4	御用聞き(訪問して注文を受けるサービス)	84	5.0%
5	託児所	78	4.7%
6	子どもを遊ばせることのできる場所	212	12.7%
7	地域の交流施設	281	16.9%
8	高齢者の見守り(定期訪問)	200	12.0%
9	特にない	657	39.5%
10	その他	65	3.9%
	無回答・無効票	63	3.8%
	合計	2,456	—

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=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	74	4.4%
2	大型量販店	102	6.1%
3	スーパー	1,321	79.3%
4	デパート	81	4.9%
5	コンビニ	22	1.3%
6	ドラッグストア	12	0.7%
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)	79	4.7%
8	その他	24	1.4%
	無回答・無効票	30	1.8%
	合計	1,745	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	837	50.3%
2	品揃えがよい	531	31.9%
3	品質・鮮度がよい	403	24.2%
4	価格が安い	487	29.2%
5	利用しやすい時間に営業している	354	21.3%
6	お店に信用がある	92	5.5%
7	お店の人が親切である	20	1.2%
8	商品を配達してくれる	105	6.3%
9	使いやすい量で購入できる	149	8.9%
10	昔からの顔なじみである	10	0.6%
11	駐車場がある	379	22.8%
12	割引やポイントサービスがある	319	19.2%
13	チラシが入る	153	9.2%
14	特売がある	145	8.7%
15	その他	51	3.1%
	無回答・無効票	68	4.1%
	合計	4,103	—

## 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=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	55	3.3%
2	大型量販店	136	8.2%
3	スーパー	1,093	65.6%
4	デパート	40	2.4%
5	コンビニ	55	3.3%
6	ドラッグストア	76	4.6%
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)	178	10.7%
8	その他	36	2.2%
	無回答・無効票	34	2.0%
	合計	1,703	—

〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	784	47.1%
2	品揃えがよい	445	26.7%
3	品質・鮮度がよい	243	14.6%
4	価格が安い	550	33.0%
5	利用しやすい時間に営業している	308	18.5%
6	お店に信用がある	83	5.0%
7	お店の人が親切である	16	1.0%
8	商品を配達してくれる	236	14.2%
9	使いやすい量で購入できる	126	7.6%
10	昔からの顔なじみである	23	1.4%
11	駐車場がある	402	24.1%
12	割引やポイントサービスがある	304	18.3%
13	チラシが入る	121	7.3%
14	特売がある	120	7.2%
15	その他	40	2.4%
	無回答・無効票	68	4.1%
	合計	3,869	—

3)日用雑貨

〔主に購入する場所〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	38	2.3%
2	大型量販店	271	16.3%
3	スーパー	625	37.5%
4	デパート	56	3.4%
5	コンビニ	19	1.1%
6	ドラッグストア	556	33.4%
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)	88	5.3%
8	その他	14	0.8%
	無回答・無効票	31	1.9%
	合計	1,698	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	783	47.0%
2	品揃えがよい	586	35.2%
3	品質・鮮度がよい	85	5.1%
4	価格が安い	647	38.9%
5	利用しやすい時間に営業している	275	16.5%
6	お店に信用がある	62	3.7%
7	お店の人が親切である	15	0.9%
8	商品を配達してくれる	103	6.2%
9	使いやすい量で購入できる	82	4.9%
10	昔からの顔なじみである	6	0.4%
11	駐車場がある	404	24.3%
12	割引やポイントサービスがある	416	25.0%
13	チラシが入る	127	7.6%
14	特売がある	119	7.1%
15	その他	31	1.9%
	無回答・無効票	66	4.0%
	合計	3,807	—

## 4)衣料品

## 〔主に購入する場所〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	54	3.2%
2	大型量販店	476	28.6%
3	スーパー	278	16.7%
4	デパート	530	31.8%
5	コンビニ	3	0.2%
6	ドラッグストア	2	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)	181	10.9%
8	その他	126	7.6%
	無回答・無効票	52	3.1%
	合計	1,702	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	307	18.4%
2	品揃えがよい	776	46.6%
3	品質・鮮度がよい	184	11.1%
4	価格が安い	492	29.5%
5	利用しやすい時間に営業している	174	10.5%
6	お店に信用がある	259	15.6%
7	お店の人が親切である	44	2.6%
8	商品を配達してくれる	114	6.8%
9	使いやすい量で購入できる	25	1.5%
10	昔からの顔なじみである	13	0.8%
11	駐車場がある	309	18.6%
12	割引やポイントサービスがある	264	15.9%
13	チラシが入る	115	6.9%
14	特売がある	107	6.4%
15	その他	76	4.6%
	無回答・無効票	110	6.6%
	合計	3,369	—

## 5)医薬品・化粧品

## 〔主に購入する場所〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	53	3.2%
2	大型量販店	77	4.6%
3	スーパー	132	7.9%
4	デパート	74	4.4%
5	コンビニ	2	0.1%
6	ドラッグストア	1,194	71.7%
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)	77	4.6%
8	その他	17	1.0%
	無回答・無効票	52	3.1%
	合計	1,678	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	735	44.1%
2	品揃えがよい	610	36.6%
3	品質・鮮度がよい	52	3.1%
4	価格が安い	568	34.1%
5	利用しやすい時間に営業している	235	14.1%
6	お店に信用がある	106	6.4%
7	お店の人が親切である	57	3.4%
8	商品を配達してくれる	57	3.4%
9	使いやすい量で購入できる	55	3.3%
10	昔からの顔なじみである	28	1.7%
11	駐車場がある	259	15.6%
12	割引やポイントサービスがある	455	27.3%
13	チラシが入る	100	6.0%
14	特売がある	79	4.7%
15	その他	27	1.6%
	無回答・無効票	102	6.1%
	合計	3,525	—

## 6)書籍・文具

## 〔主に購入する場所〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	132	7.9%
2	大型量販店	464	27.9%
3	スーパー	319	19.2%
4	デパート	253	15.2%
5	コンビニ	56	3.4%
6	ドラッグストア	21	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)	163	9.8%
8	その他	201	12.1%
	無回答・無効票	70	4.2%
	合計	1,679	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	494	29.7%
2	品揃えがよい	815	48.9%
3	品質・鮮度がよい	28	1.7%
4	価格が安い	221	13.3%
5	利用しやすい時間に営業している	291	17.5%
6	お店に信用がある	130	7.8%
7	お店の人が親切である	22	1.3%
8	商品を配達してくれる	120	7.2%
9	使いやすい量で購入できる	68	4.1%
10	昔からの顔なじみである	16	1.0%
11	駐車場がある	274	16.5%
12	割引やポイントサービスがある	207	12.4%
13	チラシが入る	32	1.9%
14	特売がある	19	1.1%
15	その他	97	5.8%
	無回答・無効票	127	7.6%
	合計	2,961	—

## 7)家電製品

## 〔主に購入する場所〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街のお店	42	2.5%
2	大型量販店	1,390	83.5%
3	スーパー	31	1.9%
4	デパート	28	1.7%
5	コンビニ	2	0.1%
6	ドラッグストア	3	0.2%
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)	134	8.0%
8	その他	24	1.4%
	無回答・無効票	21	1.3%
	合計	1,675	—

## 〔その場所で購入する理由〕

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	自宅の近くにある	316	19.0%
2	品揃えがよい	795	47.7%
3	品質・鮮度がよい	36	2.2%
4	価格が安い	779	46.8%
5	利用しやすい時間に営業している	122	7.3%
6	お店に信用がある	162	9.7%
7	お店の人が親切である	67	4.0%
8	商品を配達してくれる	316	19.0%
9	使いやすい量で購入できる	12	0.7%
10	昔からの顔なじみである	40	2.4%
11	駐車場がある	388	23.3%
12	割引やポイントサービスがある	527	31.7%
13	チラシが入る	93	5.6%
14	特売がある	56	3.4%
15	その他	29	1.7%
	無回答・無効票	66	4.0%
	合計	3,804	—

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

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	知っている	536	32.2%
2	知らない	734	44.1%
3	わからない	363	21.8%
	無回答・無効票	32	1.9%
	合計	1,665	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=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	夜間パトロール	89	5.3%
2	イベント・お祭り	468	28.1%
3	登下校見守り	157	9.4%
4	高齢者支援	172	10.3%
5	子育て世代支援	128	7.7%
6	参加・協力するつもりはない	391	23.5%
7	わからない	453	27.2%
8	その他	65	3.9%
	無回答・無効票	84	5.0%
	合計	2,007	—

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

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	そう思う	605	36.3%
2	そう思わない	385	23.1%
3	わからない	632	38.0%
	無回答・無効票	43	2.6%
	合計	1,665	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(○は3つまで)※

n=1,665

No.	選択肢	回答数	回答率
1	身近な買い物の場	994	59.7%
2	訪れて楽しめる場	637	38.3%
3	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心	447	26.8%
4	地域住民が気軽に交流できる場	428	25.7%
5	子育てや高齢者の生活をサポートする場	394	23.7%
6	暮らしやすい街づくりを進める一員	484	29.1%
7	防災・防犯活動を進める一員	283	17.0%
8	その他	64	3.8%
	無回答・無効票	63	3.8%
	合計	3,794	—

---

平成27年度消費者購買行動意識調査  
報告書

平成28年3月発行

横浜市 経済局

横浜市中区港町1-1

TEL 045-671-3488 FAX045-664-9533

---