

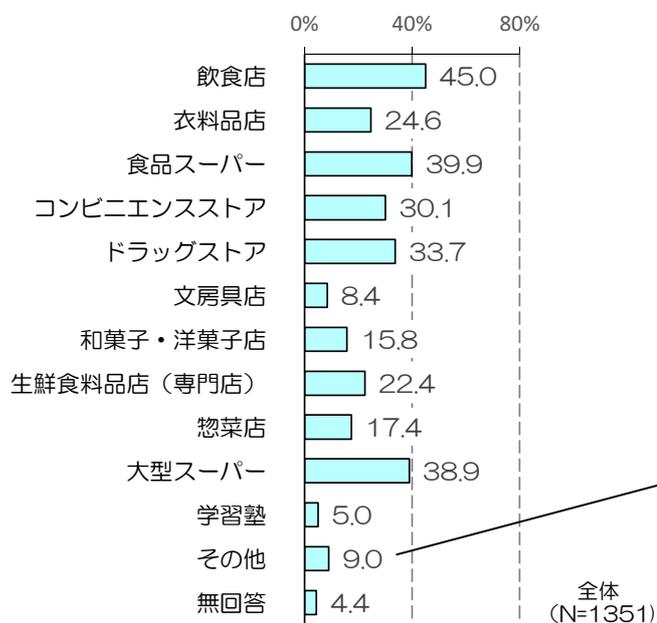
# 1 商店街などでのお買い物について

## (1) 住まいの近くにほしいお店

問7. お住まいの近くにどのようなお店があればいいと思いますか。(〇はいくつでも)

住まいの近くにほしいお店をたずねた。「飲食店」が45.0%と最も高く、次いで、「食品スーパー」が39.9%、「大型スーパー」が38.9%となっている。(図表1-1)

図表 1-1 住まいの近くにほしいお店



### ■その他意見 【回答者数121人】

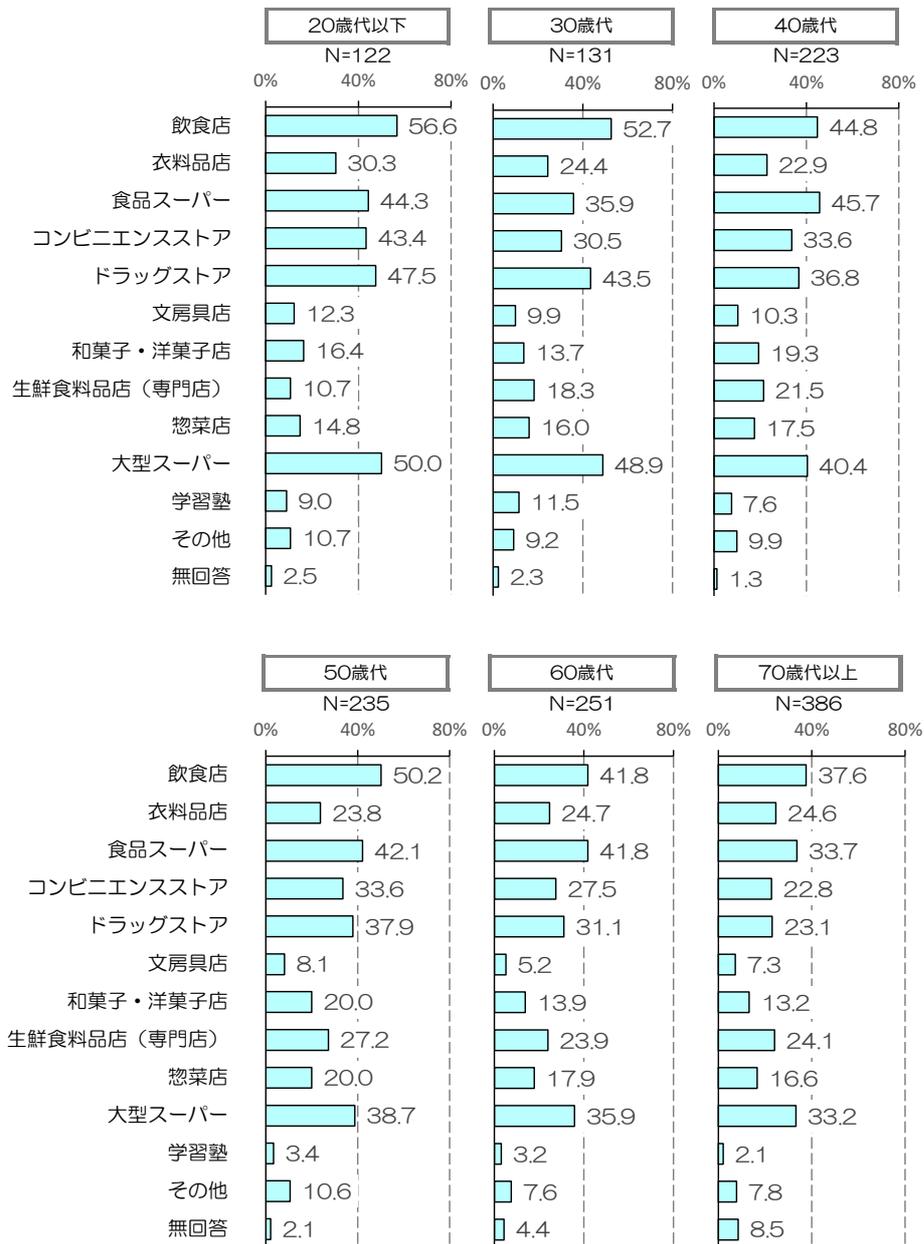
内容	件数
・書店	23
・百円ショップ	7
・ホームセンター	7
・電器店・家電量販店	5
・パン屋	5
・レンタルCD・DVDショップ	4
・CDショップ	3
・自転車屋	3
・ガソリンスタンド	2
・カフェ	2
・クリーニング店	2
・ゲームセンター	2
・スポーツジム・フィットネスクラブ	2
・スポーツ用品店	2
・花屋	2
・病院	2
・ファストフード	2
・ファミリーレストラン	2
・古本屋	2
・その他	27
・すでに揃っている	21
・特になし	7

## 【年代別】

年代別にみると、『20歳代以下』では「コンビニエンスストア」「ドラッグストア」が4割台と高くなっている。「大型スーパー」は、年代が下がるほど割合が高くなっており、若年層は集約型の店舗への要望が高い傾向がみられる。

一方、「生鮮食料品店（専門店）」は、『50歳代』以上の年代で高くなっている。（図表 1-2）

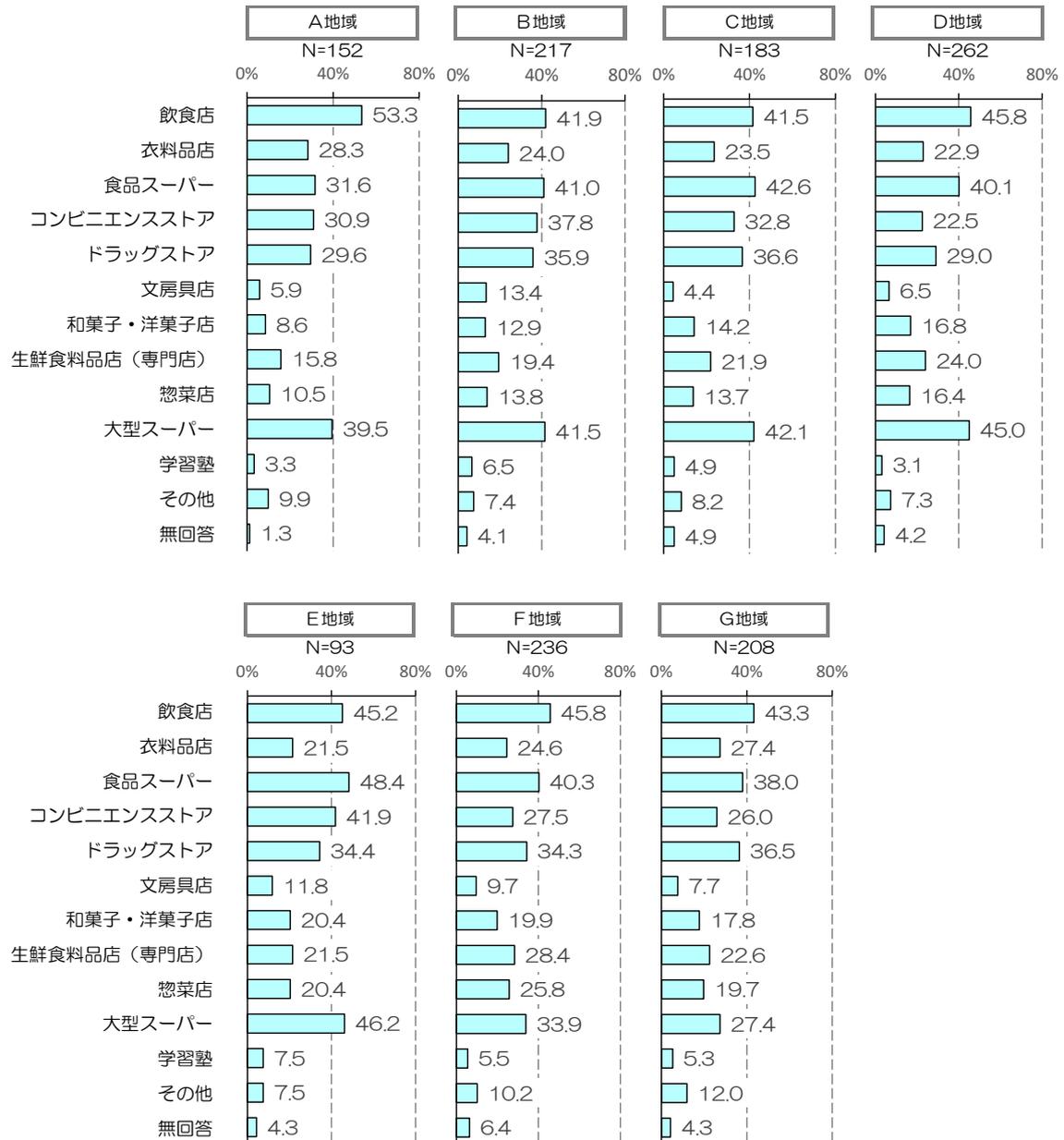
図表 1-2 住まいの近くにほしいお店（年代別）



## 【地域別】

地域別にみると、「飲食店」は『A地域』、「食品スーパー」「コンビニエンスストア」は『E地域』、「大型スーパー」は『D地域』と『E地域』で高くなっている。(図表 1-3)

図表 1-3 住まいの近くにほしいお店（地域別）

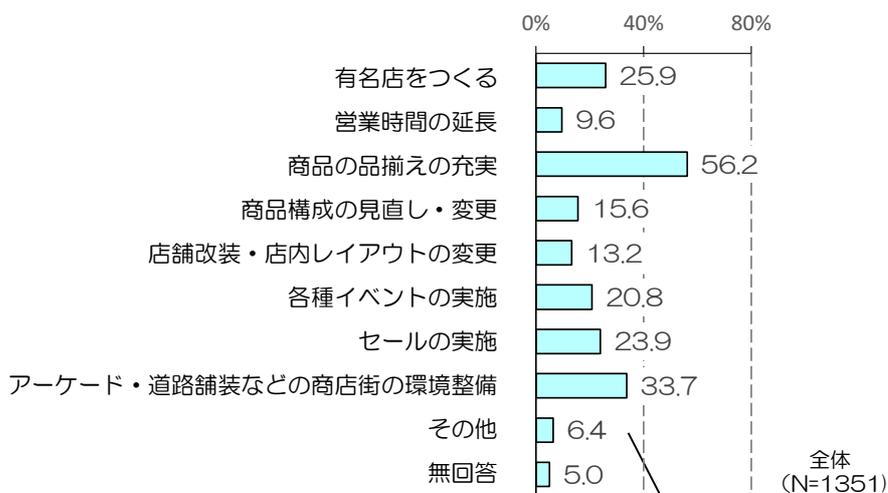


## (2) 魅力的な商店街になるために重要なこと

問8. 魅力的な商店街になるために重要なことは何だと思いますか。(〇はいくつでも)

魅力的な商店街になるために重要なことをたずねた。「商品の品揃えの充実」が56.2%と最も高く、次いで、「アーケード・道路舗装などの商店街の環境整備」が33.7%、「有名店をつくる」が25.9%となっている。(図表1-4)

図表 1-4 魅力的な商店街になるために重要なこと



### ■その他意見 【回答者数87人】

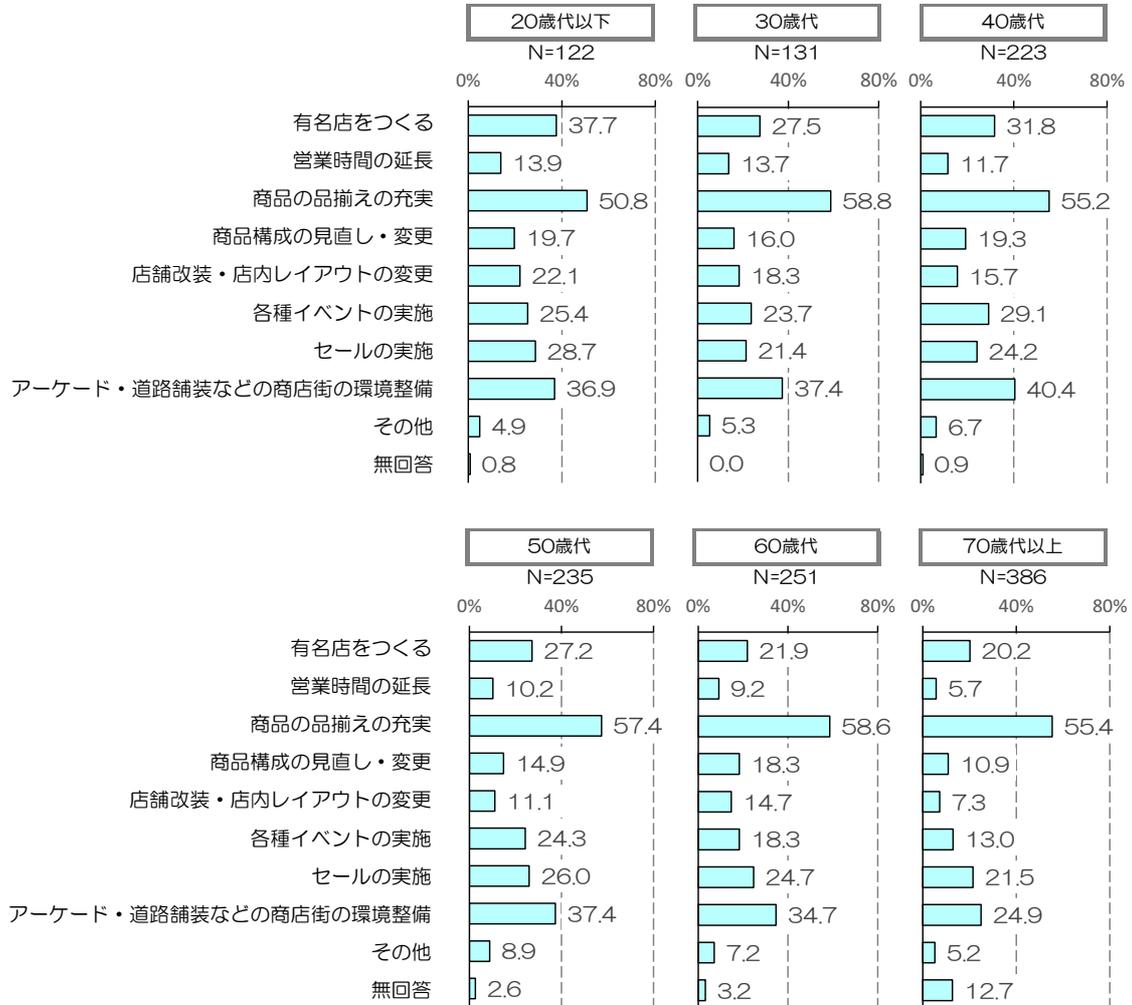
内容	件数
・ 駐車場・駐輪場の充実	10
・ 独自性・地域性	6
・ 空き店舗・シャッター店をなくす	5
・ 店員の接客向上	5
・ 子ども・子ども連れが行きやすい	3
・ 入店しやすい雰囲気	3
・ 安さ	3
・ 交通マナーの改善	2
・ 自動車の通行規制	2
・ シニア向けのサービス	2
・ 商品の新鮮さ	2
・ 専門性のある店舗	2
・ その他	37
・ わからない	5
・ 特になし	2

## 【年代別】

年代別にみると、「有名店をつくる」は『20歳代以下』で4割弱と高くなっている。

「アーケード・道路舗装などの商店街の環境整備」は『70歳代以上』では2割半と、他の年代に比べて低くなっている。(図表 1-5)

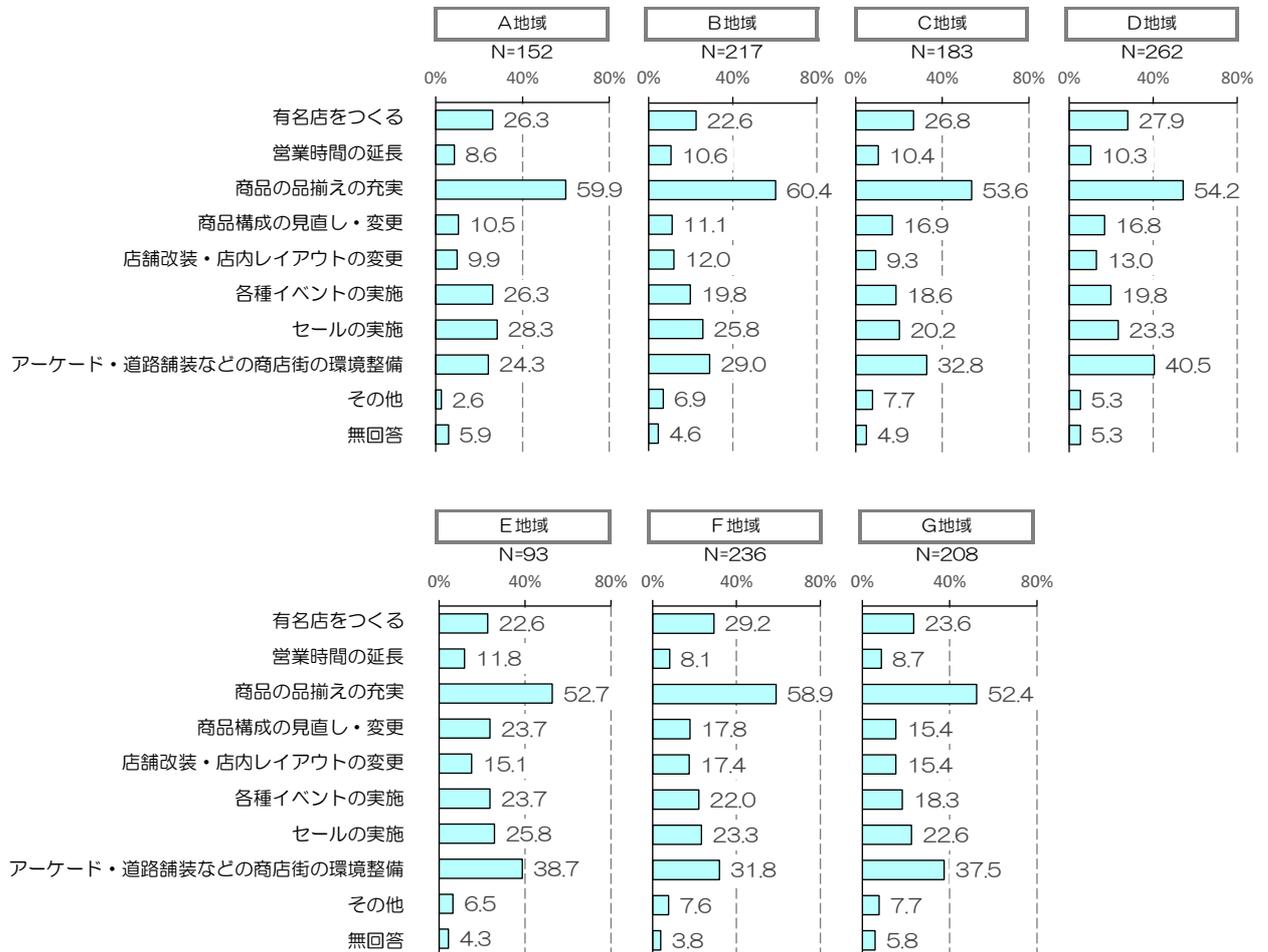
図表 1-5 魅力的な商店街になるために重要なこと（年代別）



## 【地域別】

地域別にみると、「商品の品揃えの充実」は、『A地域』『B地域』『F地域』で6割弱から約6割と高くなっている。「アーケード・道路舗装などの商店街の環境整備」は、『D地域』で約4割と高くなっている。  
(図表 1-6)

図表 1-6 魅力的な商店街になるために重要なこと（地域別）

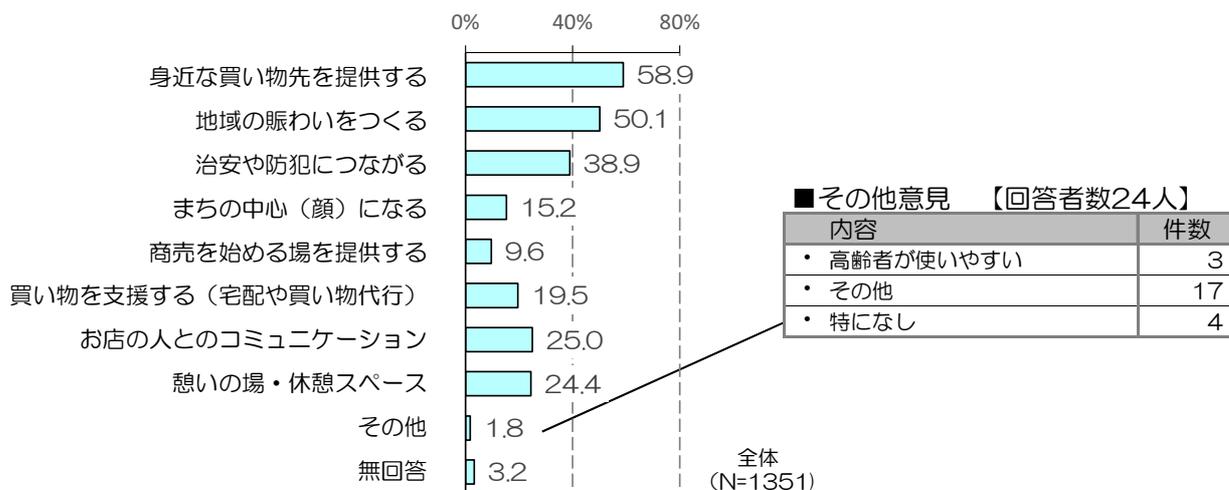


### (3) 商店街に求める役割

問9. 商店街に求める役割は何ですか。(〇はいくつでも)

商店街に求める役割をたずねた。「身近な買い物先を提供する」が58.9%と最も高く、次いで、「地域の賑わいをつくる」が50.1%、「治安や防犯につながる」が38.9%となっている。  
(図表1-7)

図表 1-7 商店街に求める役割

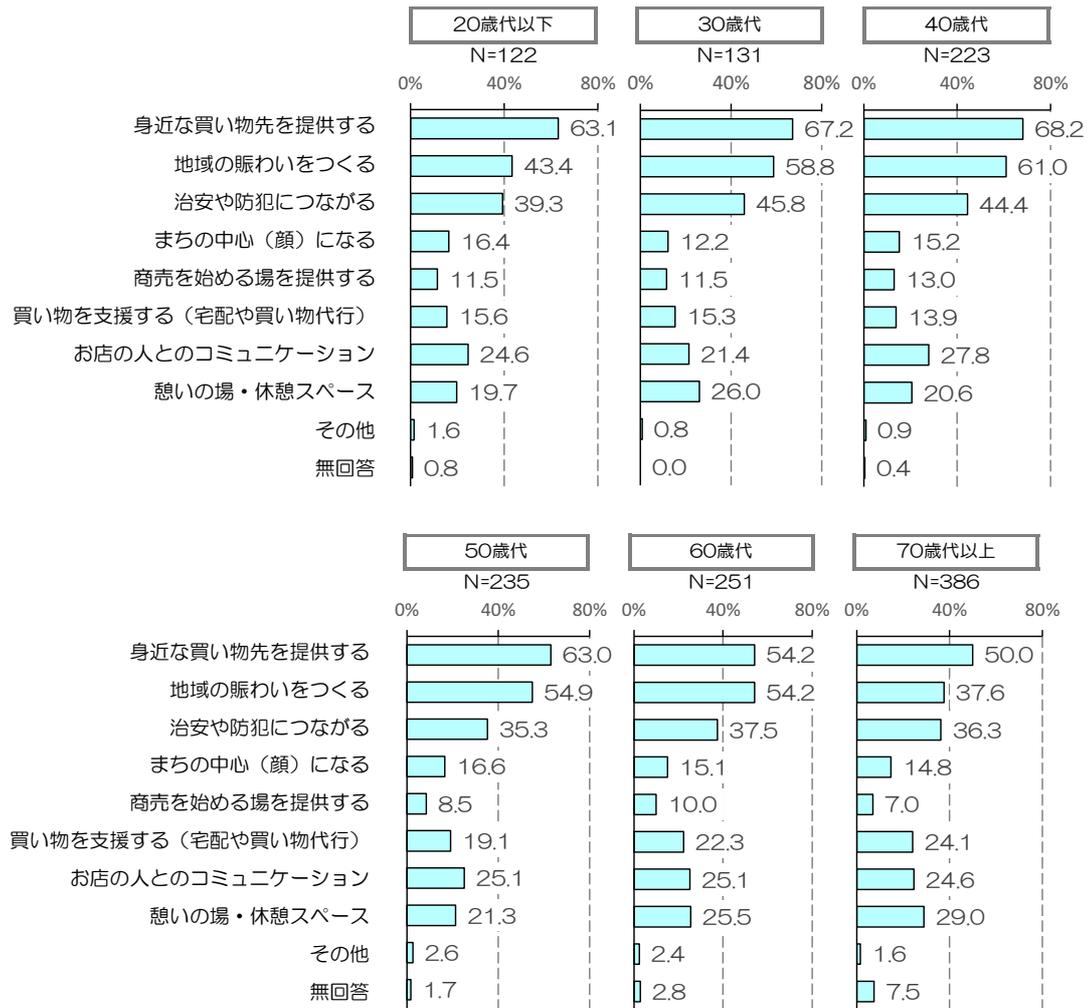


## 【年代別】

年代別にみると、二世世代家族が7割半を占める『30歳代』『40歳代』で「身近な買い物先を提供する」が7割弱、「地域の賑わいをつくる」が6割弱から6割強と高くなっている。

『70歳代以上』では、「身近な買い物先を提供する」「地域の賑わいをつくる」は他の年代より低くなっているが、「買い物を支援する（宅配や買い物代行）」「憩いの場・休憩スペース」は他の年代より高くなっている。（図表 1-8）

図表 1-8 商店街に求める役割（年代別）

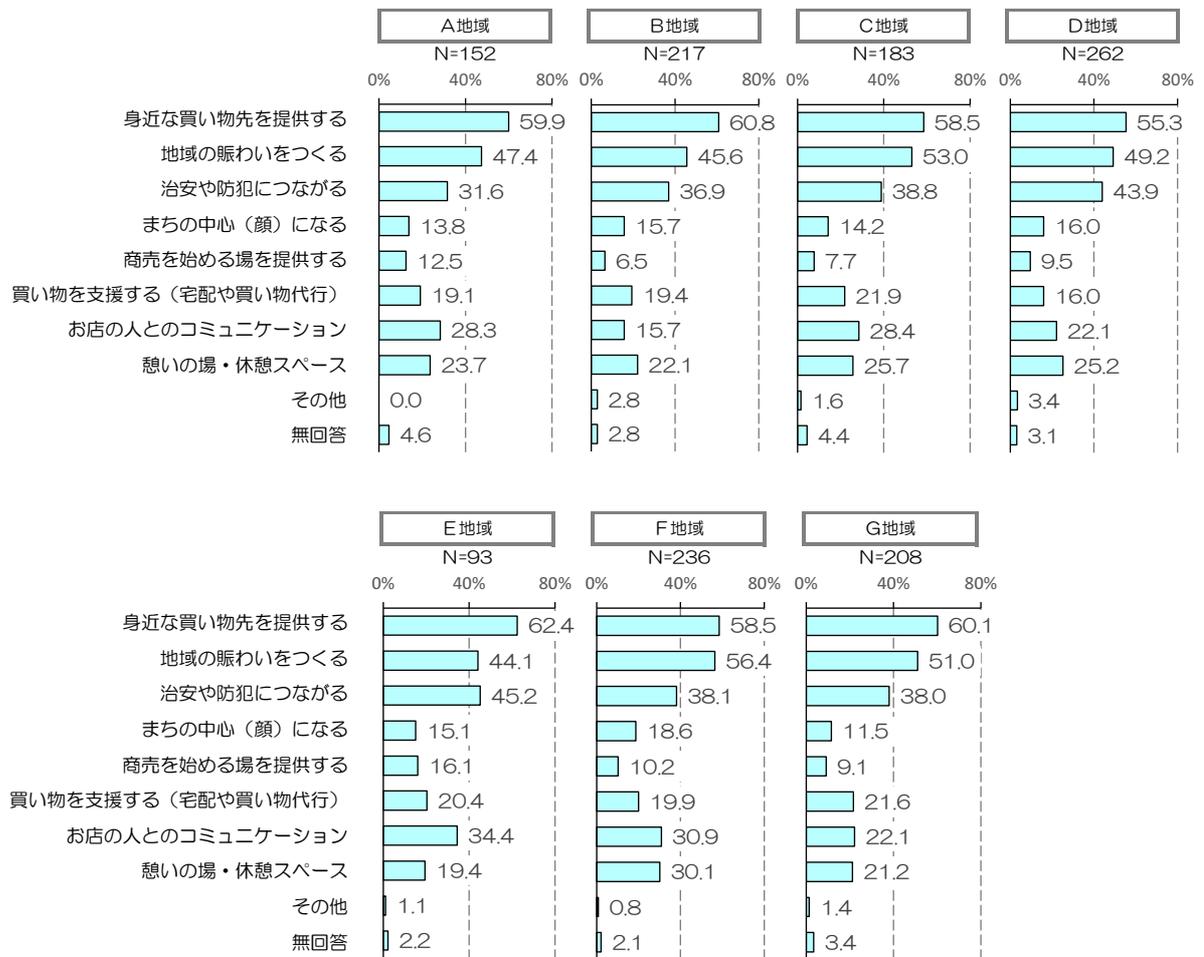


## 【地域別】

地域別にみると、「地域の賑わいをつくる」は、『F地域』で6割弱、『C地域』『G地域』で5割強と高くなっている。「治安や防犯につながる」は、『D地域』『E地域』で4割強から4割半と高くなっている。

『E地域』では「お店の人とのコミュニケーション」、『F地域』では「お店の人とのコミュニケーション」「憩いの場・休憩スペース」も高い。(図表 1-9)

図表 1-9 商店街に求める役割（地域別）

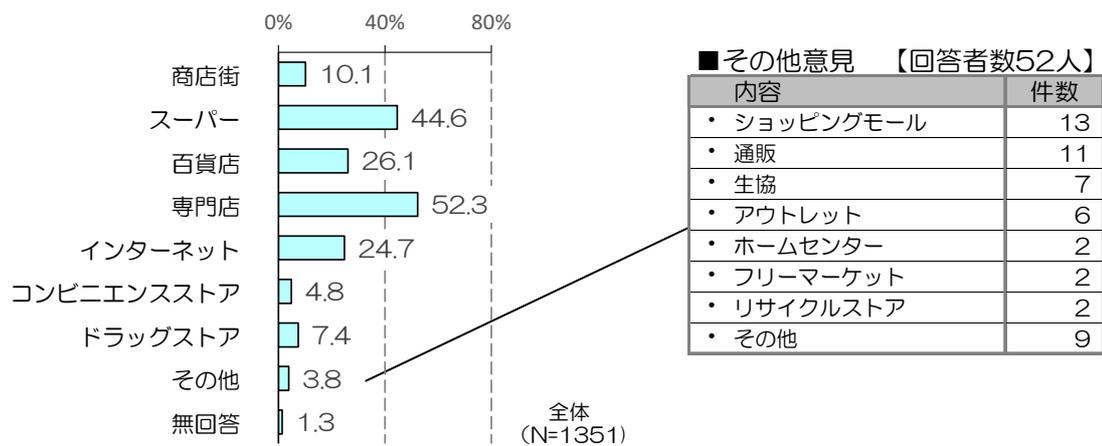


#### (4) 衣料品の主な買い物場所

問 10. 衣料品の主な買い物場所はどこですか。(〇はいくつでも)

衣料品の主な買い物場所をたずねた。「専門店」が52.3%と最も高く、次いで、「スーパー」が44.6%、「百貨店」が26.1%、「インターネット」が24.7%となっている。(図表1-10)

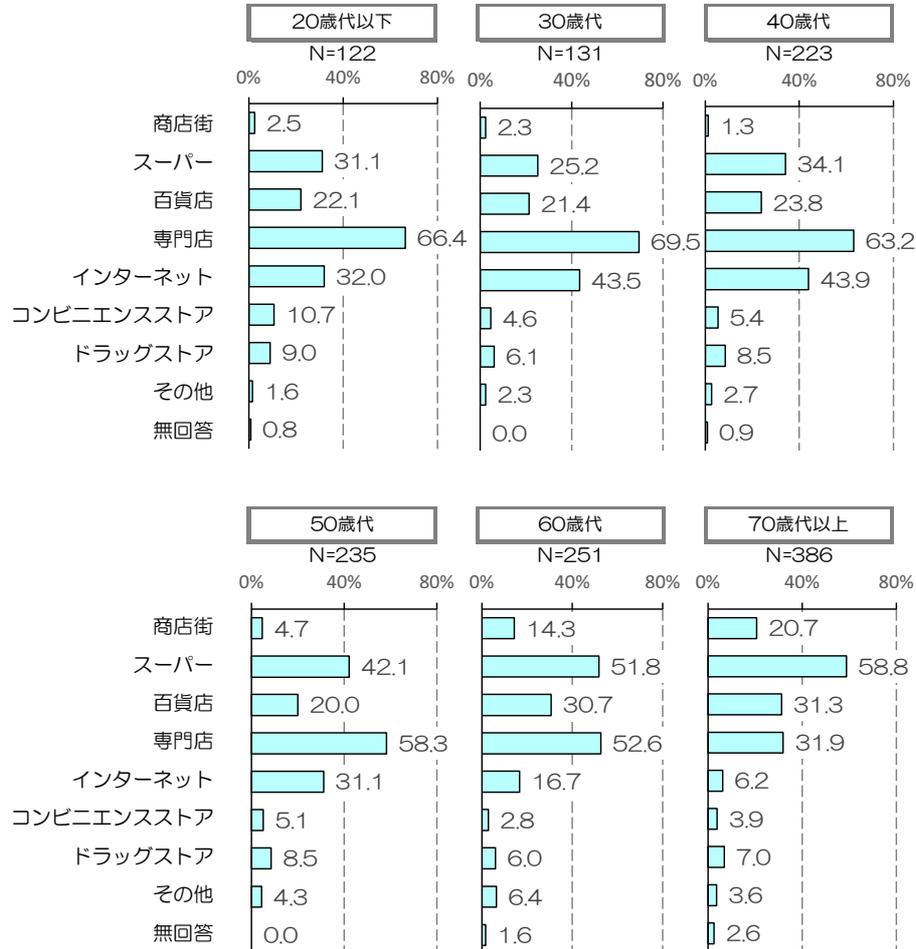
図表 1-10 衣料品の主な買い物場所



## 【年代別】

年代別にみると、『40歳代』以下では「専門店」が6割台と高く、次いで「インターネット」があがっている。『50歳代』では「専門店」に次いで「スーパー」、『60歳代』では「専門店」と「スーパー」がほぼ同等、『70歳代以上』では「スーパー」が最も高くなっている。(図表 1-11)

図表 1-11 衣料品の主な買い物場所（年代別）

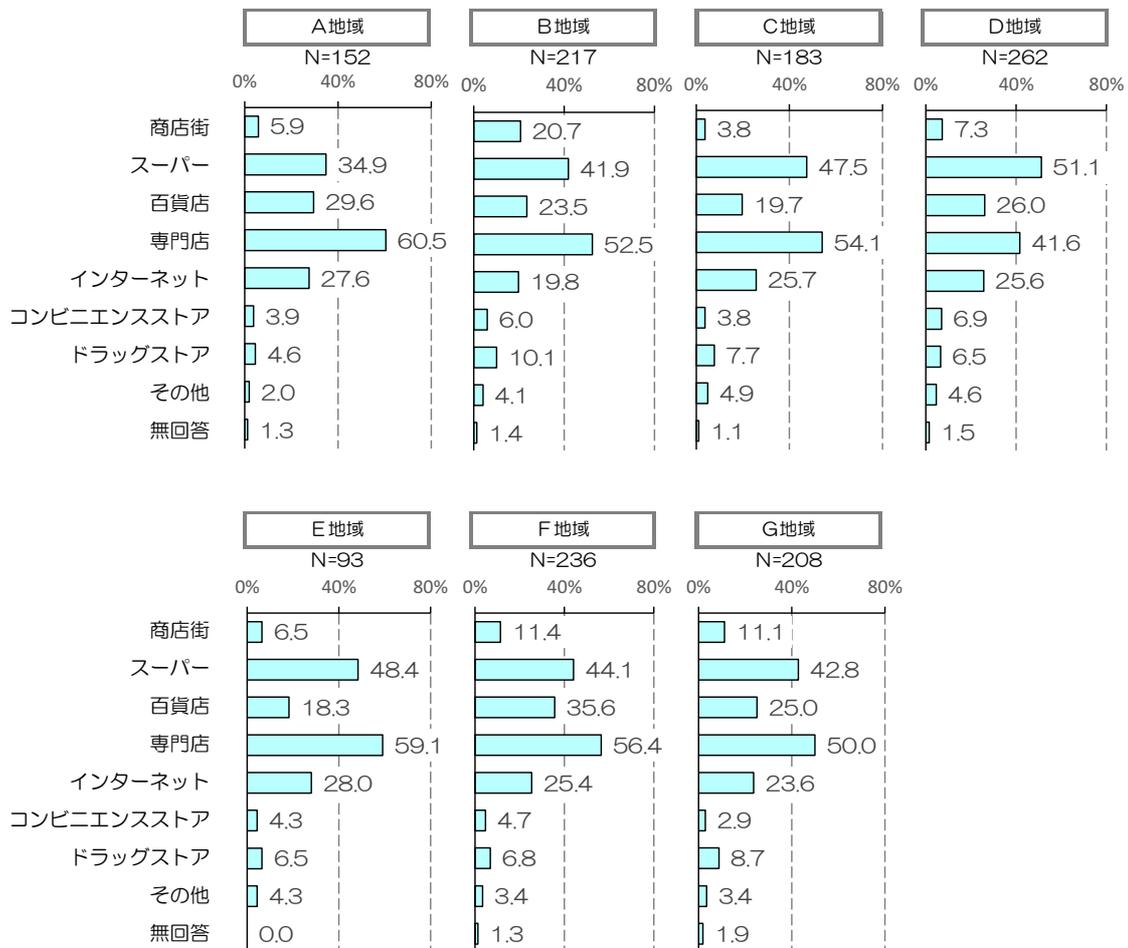


## 【地域別】

地域別にみると、『D地域』を除いて「専門店」が最も高く、次いで「スーパー」となっている。『D地域』では「スーパー」が最も高い。

また、『F地域』では「百貨店」、『B地域』では「商店街」が他の地域に比べて高くなっている。(図表1-12)

図表 1-12 衣料品の主な買い物場所（地域別）



## (5) インターネットでの買い物頻度

問 11. インターネットでの買い物はどのくらいの頻度で行いますか。(〇は1つだけ)

インターネットでの買い物頻度をたずねた。「買わない」が36.9%と最も高く、次いで、「月に1～2回」が21.9%、「2～3ヶ月に1回」が17.2%となっている。“週に1回以上”購入する人は8.1%、“月に1回以上”購入する人は30.0%となっている。(図表1-13)

図表 1-13 インターネットでの買い物頻度

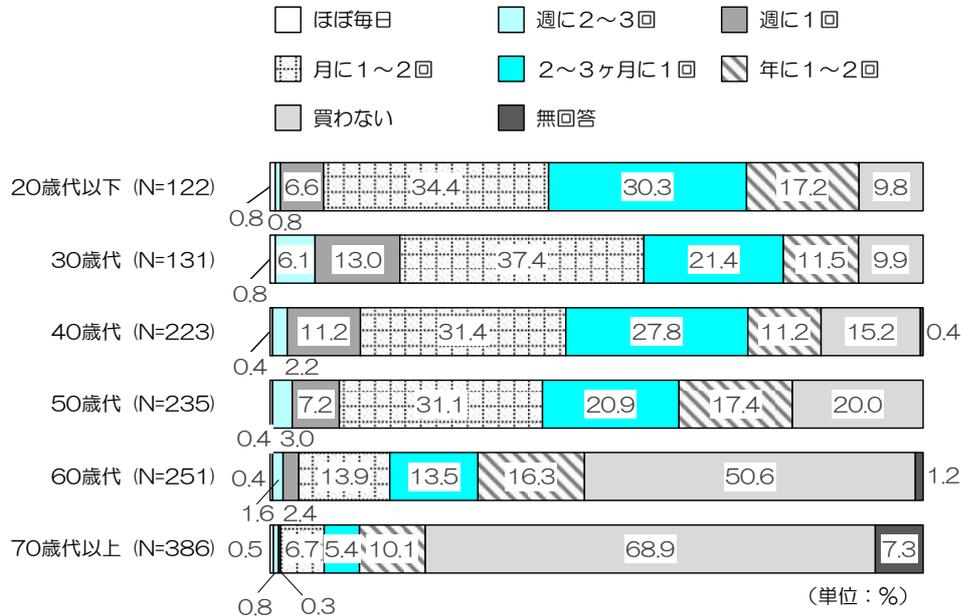


## 【年代別】

年代別にみると、“週に1回以上”購入する人は『30歳代』で2割弱と最も高く、『40歳代』『50歳代』も1割以上となっている。“月に1回以上”購入する人も、『30歳代』が6割弱で最も高い。

「買わない」は『60歳代』で約5割、『70歳代以上』で7割弱と高くなっている。(図表 1-14)

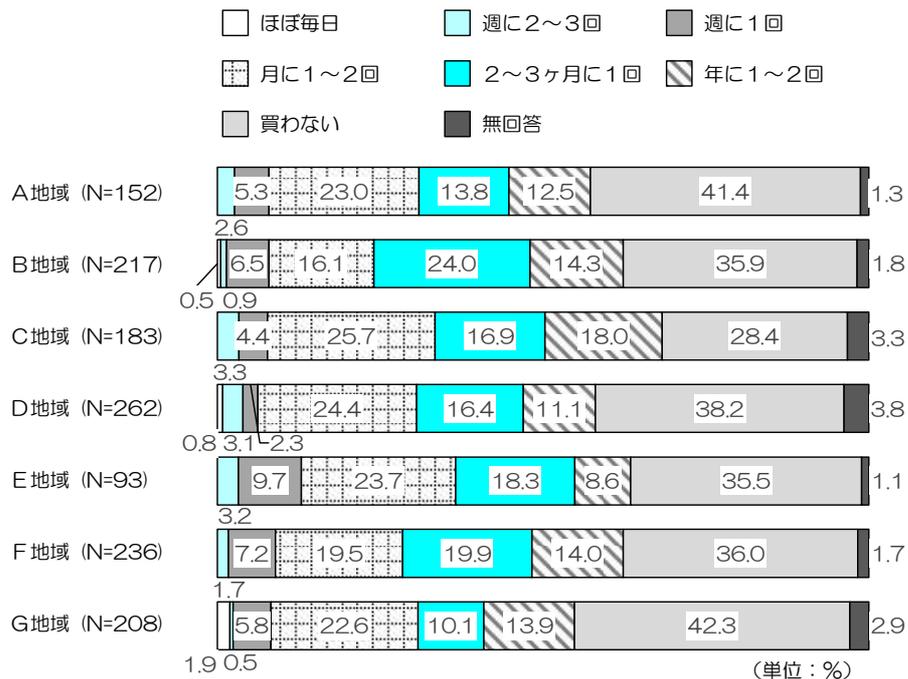
図表 1-14 インターネットでの買い物頻度（年代別）



## 【地域別】

地域別にみると、『E地域』で購入頻度（「ほぼ毎日」＋「週に2～3回」＋「週に1回」）が最も高くなっている。「買わない」は『G地域』『A地域』で4割強と高くなっている。(図表 1-15)

図表 1-15 インターネットでの買い物頻度（地域別）



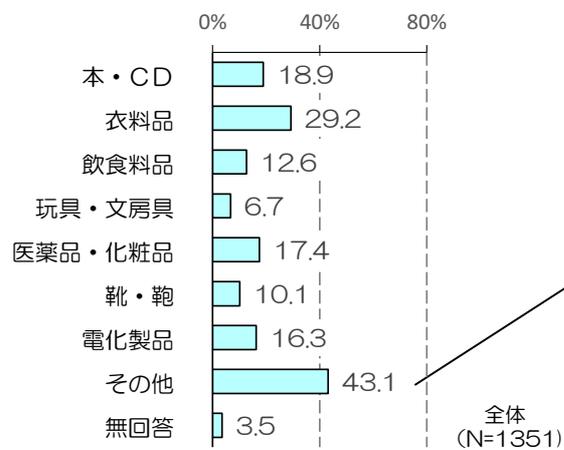
(6) インターネットでよく買うもの

問 12. インターネットでよく買うものは何ですか。(〇はいくつでも)

インターネットでよく買うものをたずねた。「その他」を除くと、「衣料品」が29.2%と最も高く、次いで、「本・CD」が18.9%、「医薬品・化粧品」が17.4%、「電化製品」が16.3%となっている。

(※「その他」が多いのは、「買わない」が含まれているためである。) (図表1-16)

図表 1-16 インターネットでよく買うもの



■その他意見 【回答者数582人】

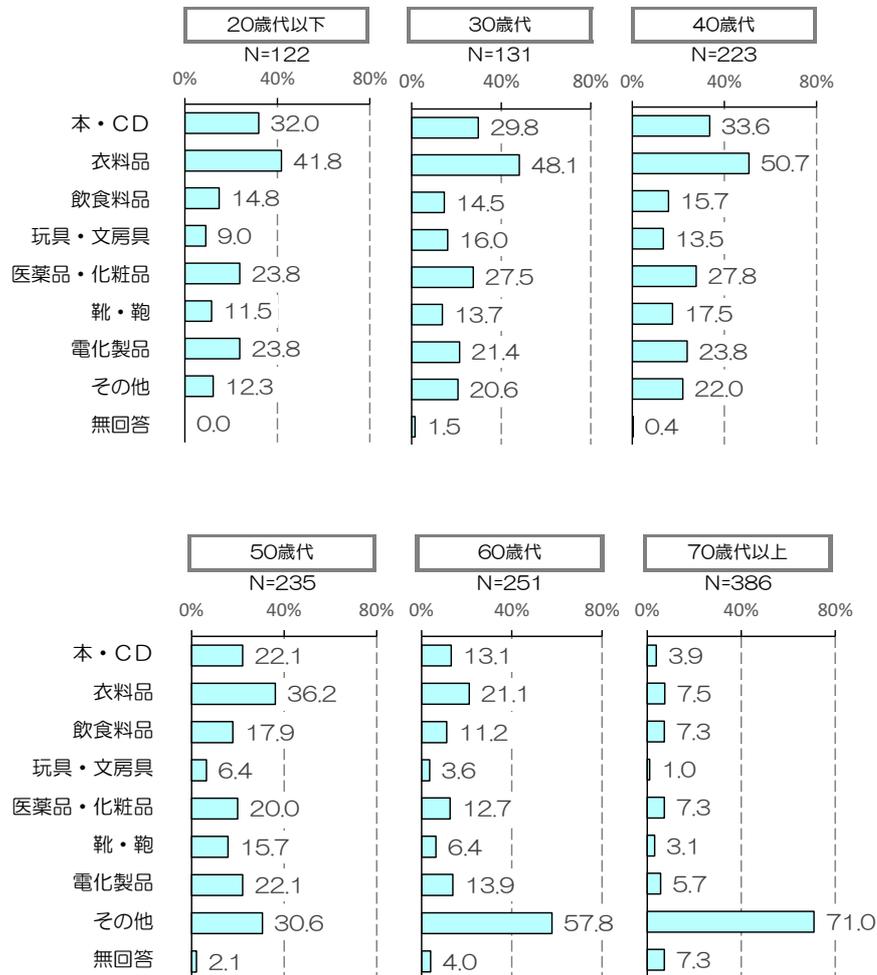
内容	件数
・ ペット用品	16
・ 日用品・生活用品	14
・ 趣味用品	7
・ スポーツ用品	6
・ インテリア・家具	4
・ 家具	4
・ カー用品	3
・ ギフト・贈答品	3
・ 車・バイク用品	3
・ 雑貨	3
・ ペットのえさ	3
・ PC用品	2
・ 犬用品	2
・ お中元、お歳暮	2
・ ギフト	2
・ ゲーム	2
・ 消耗品	2
・ その他	19
・ 特になし	4
・ 買わない	481

## 【年代別】

年代別にみると、各年代とも「衣料品」が最も高いが、特に『40歳代』で約5割、『30歳代』で5割弱と高い。「本・CD」は『40歳代』以下で3割前後と高くなっている。

『60歳代』『70歳代以上』で「その他」が多いのは、「買わない」が多いためである。(図表 1-17)

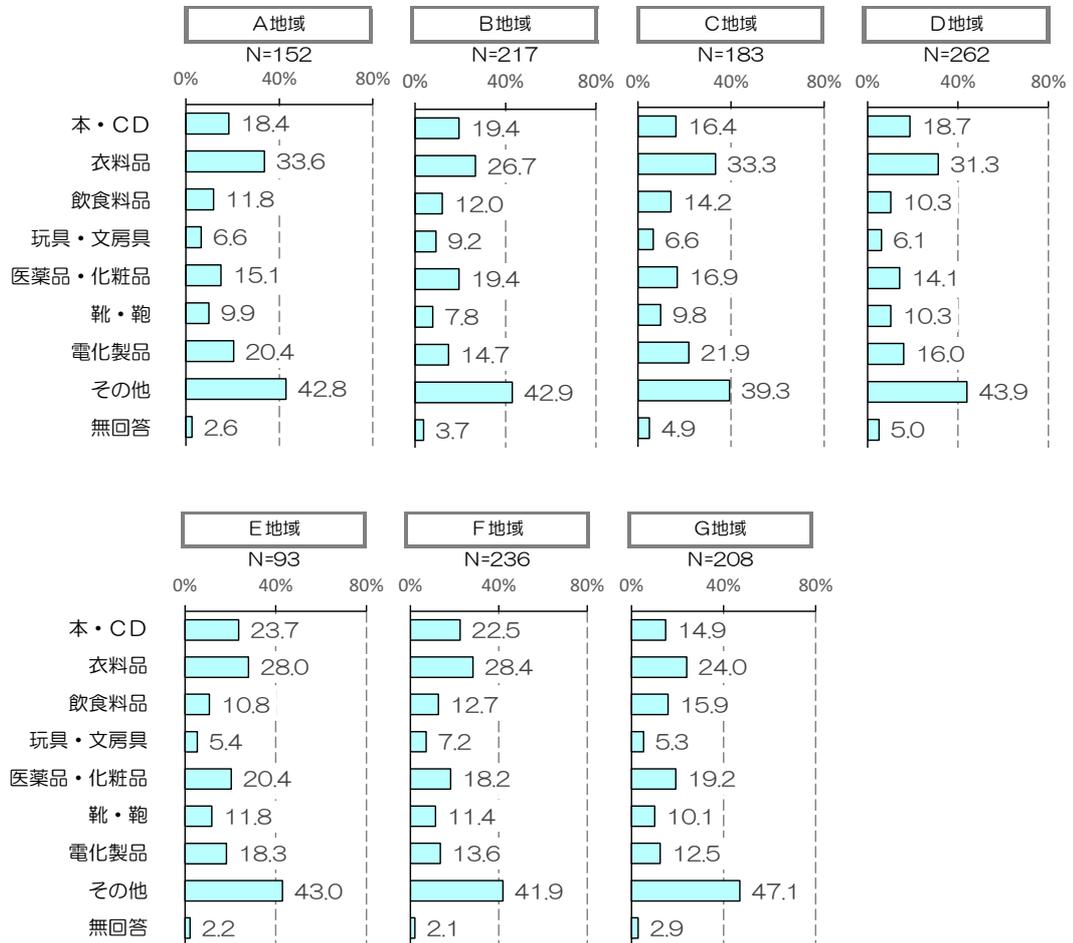
図表 1-17 インターネットをよく買うもの（年代別）



## 【地域別】

地域別にみると、『A地域』『C地域』で「衣料品」が、『E地域』『F地域』で「本・CD」が高めとなっている。（図表 1-18）

図表 1-18 インターネットをよく買うもの（地域別）

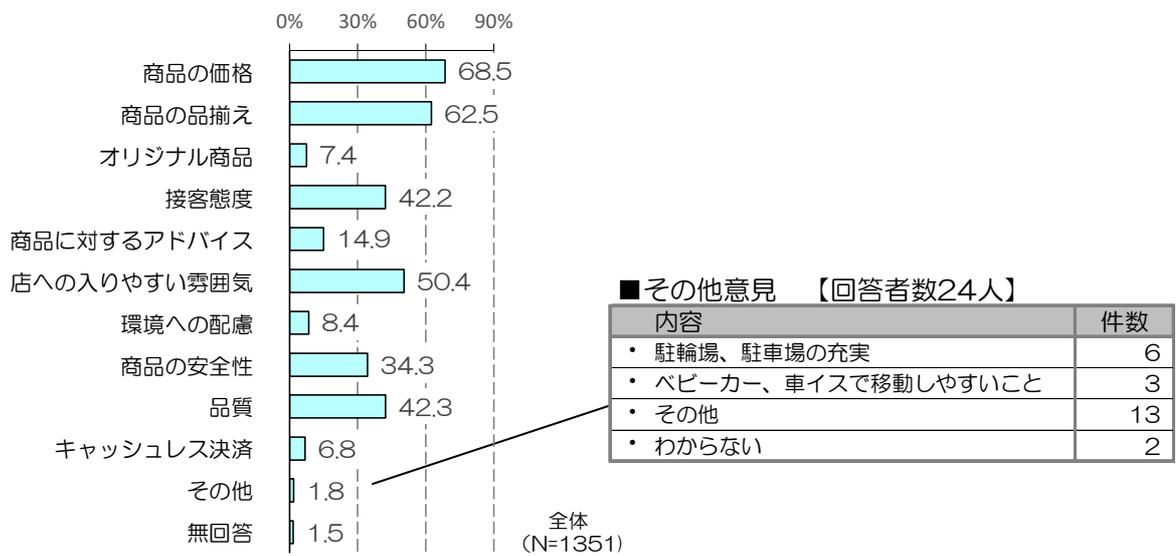


## (7) 商店街や身近なお店で買い物する際に望むこと

問 13. 商店街や身近なお店で買い物する際に望まれることは何ですか。(〇はいくつでも)

商店街や身近なお店で買い物する際に望むことをたずねた。「商品の価格」が68.5%と最も高く、次いで、「商品の品揃え」が62.5%、「店への入りやすい雰囲気」が50.4%となっている。(図表1-19)

図表 1-19 商店街や身近なお店で買い物する際に望むこと

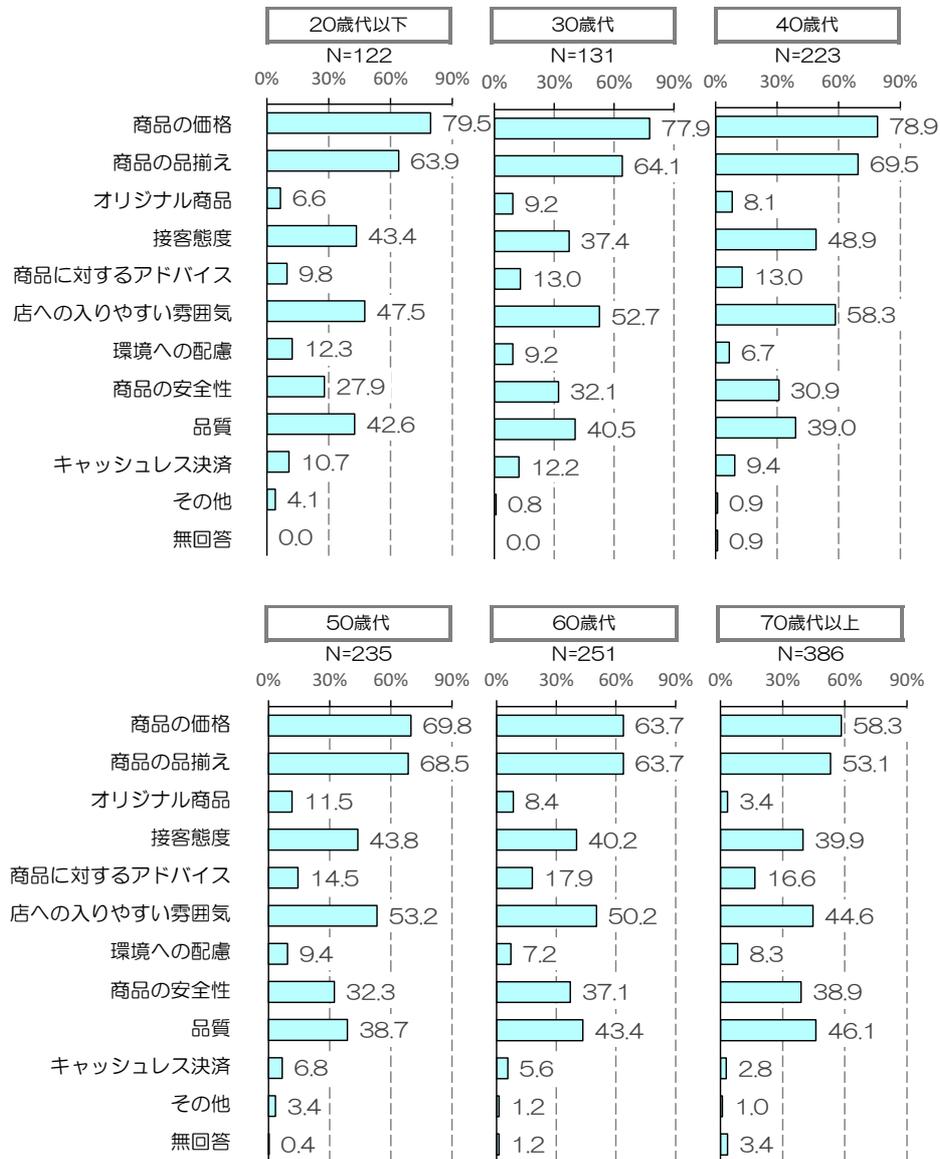


## 【年代別】

年代別にみると、「商品の価格」は『40歳代』以下で8割弱と高くなっている。

一方、『60歳代』『70歳代以上』の年配層では、「商品の安全性」「品質」が他の年代より高くなっている。(図表 1-20)

図表 1-20 商店街や身近なお店で買い物する際に望むこと（年代別）



## 【地域別】

地域別にみると、『A地域』『C地域』『E地域』では「商品の価格」が7割強と高くなっている。『E地域』では「品質」が約5割と高くなっている。(図表 1-21)

図表 1-21 商店街や身近なお店で買い物する際に望むこと（地域別）

