

平成 22 年度

中心市街地に関する県民意識・消費動向調査結果の概要

《調査の概要》

- ・ 対象者 : 20代から70代までの男女、23,000人
(県内全世帯の約3% 無作為抽出)
- ・ 回収率 : 51.0% (11,738/23,000)
- ・ 調査期間 : 平成22年8月から11月まで
- ・ その他 : 時系列比較を行うため、前回調査の市町村単位(旧市町村数98)で集計

平成 23 年 3 月



新潟県

1 県内消費者の買物行動

(1) 居住人口に対する購買人口の割合 (表 1)

- ・ 他地区 (旧市町村) から消費需要を吸引する「吸引型」は、広域エリアの拠点地区を中心に前回同様 13 地区となった。
- ・ 一方、前回同様、約 9 割の地区が他市町村に消費需要が流出する「流出型」となった。
- ・ 前回調査と比べ増加幅が大きかった地区は、地区内の大型店立地が影響したと考えられる。

(注) 「購買人口」…… 地区(A)の居住人口に地元購買率を乗じたものと、地区(A)以外の居住人口に(A)地区への流入率を乗じたものの合計。(地元購買人口+流入購買人口)

「吸引型地区」… 購買人口/居住人口「1.0 以上」の地区

「流出型地区」… 購買人口/居住人口「1.0 未満」の地区

「地区」……… 前回調査時の市町村単位 (旧市町村数 98)

「広域エリア」… 前回調査までの広域生活圏をベースに、市町村合併を考慮して設定

「拠点地区」…… 各広域エリアの中で、小売業年間販売額、商圏人口などからみて最も中心性が強いとみられる地区で 14 地区を設定

表 1-1 居住人口に対する購買人口の割合

年度		22 年 度		19 年 度	
購買人口	居住人口				
吸引型地区	1.20以上	旧村上市、旧新発田市、旧亀田町、旧長岡市、旧小出町、旧湯之谷村、旧六日町、旧十日町市、旧上越市 <9>	村上市、旧新発田市、旧亀田町、旧新潟市、旧三条市、旧長岡市、旧小出町、旧六日町、旧十日町市、旧上越市 <10>		
	1.00以上 1.20未満	旧新潟市、旧三条市、旧燕市、小千谷市 <4>	旧燕市、小千谷市、旧湯之谷村 <3>		
流出型地区	0.80以上 1.00未満	旧吉田町、見附市、旧柏崎市 <3>	旧吉田町、見附市、旧柏崎市、旧新井市、佐渡市 <5>		
	0.50以上 0.80未満	旧荒川町、聖籠町、旧中条町、旧新津市、旧白根市、旧豊栄市、阿賀野市、旧横越町、旧巻町、旧五泉市、旧津川町、加茂市、旧分水町、旧柿崎町、旧新井市、旧糸魚川市、佐渡市 <17>	荒川町、聖籠町、旧中条町、旧新津市、旧白根市、旧豊栄市、旧横越町、旧巻町、旧村松町、旧津川町、旧五泉市、加茂市、旧分水町、旧栃尾市、刈羽村、旧浦川原村、旧柿崎町、旧糸魚川市 <18>		
	0.30以上 0.50未満	旧村松町、旧栃尾市、旧与板町、旧塩沢町、津南町、旧中里村、旧浦川原村、旧大潟町、旧妙高村 <9>	阿賀野市、旧与板町、旧塩沢町、津南町、旧中里村、旧妙高村 <6>		
	0.30未満	関川村、旧神林村、旧朝日村、旧山北町、粟島浦村、旧加治川村、旧紫雲寺町、旧黒川村、旧小須戸町、旧岩室村、旧西川町、旧味方村、旧湯東村、旧月潟村、旧中之口村、旧鹿瀬町、旧上川村、旧三川村、弥彦村、田上町、旧下田村、旧柴町、旧中之島町、旧越路町、旧三島町、旧和島村、出雲崎町、旧寺泊町、旧山古志村、旧川口町、旧小国町、旧高柳町、刈羽村、旧西山町、旧堀之内町、旧広神村、旧守門村、旧入広瀬村、湯沢町、旧大和町、旧川西町、旧松代町、旧松之山町、旧安塚町、旧大島村、旧牧村、旧頸城村、旧吉川町、旧中郷村、旧板倉町、旧清里村、旧三和村、旧名立町、旧妙高高原町、旧能生町、旧青海町 <56>	関川村、神林村、朝日村、山北町、粟島浦村、旧加治川村、旧紫雲寺町、旧黒川村、旧小須戸町、旧岩室村、旧西川町、旧味方村、旧湯東村、旧月潟村、旧中之口村、旧鹿瀬町、旧上川村、旧三川村、弥彦村、田上町、旧下田村、旧柴町、旧中之島町、旧越路町、旧三島町、旧和島村、出雲崎町、旧寺泊町、旧山古志村、川口町、旧小国町、旧高柳町、旧西山町、旧堀之内町、旧広神村、旧守門村、旧入広瀬村、湯沢町、旧大和町、旧川西町、旧松代町、旧松之山町、旧安塚町、旧大島村、旧牧村、旧大潟町、旧頸城村、旧吉川町、旧中郷村、旧板倉町、旧清里村、旧三和村、旧名立町、旧妙高高原町、旧能生町、旧青海町 <56>		

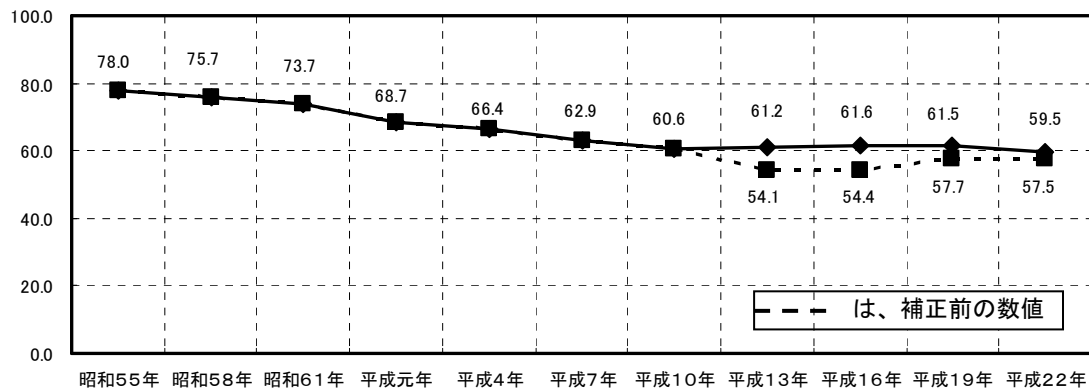
表 1-2 居住人口に対する購買人口の割合の増減が大きい地区

地 区	H19→H22 (増加幅)	地 区	H19→H22 (減少幅)
旧亀田町	1.92 → 3.29 (+1.37)	刈羽村	0.55 → 0.01 (▲0.54)
旧湯之谷村	1.05 → 1.28 (+0.23)	旧小出町	1.48 → 1.28 (▲0.20)
旧横越町	0.51 → 0.67 (+0.16)	聖籠町	0.78 → 0.62 (▲0.16)

(2) 地元購買率の動向 (図1、2、表2)

- 消費者が、居住する地区(旧市町村)で買物をする割合を示す地元購買率(全品目)は、補正後の数値で59.5%(前回比▲2.0)となり、横ばい傾向で推移している。

図1 地元購買率の変化(県全体)



(注) 補正について… 平成13年調査から調査方法を変更した結果、市町村ごとの回収率にばらつきが生じたため、補正を行っている。
補正方法は、地区(旧市町村)ごとの地元購買人口(居住人口に地元購買率を乗じたもの)の合計を県人口で除している。

- 各地区を地元購買率で分類すると、8割を超える地区で50%未満となっている。
- 一方、旧上越市等4地区では80%を超えている。

図2 地区別地元購買率(全品目)の分類

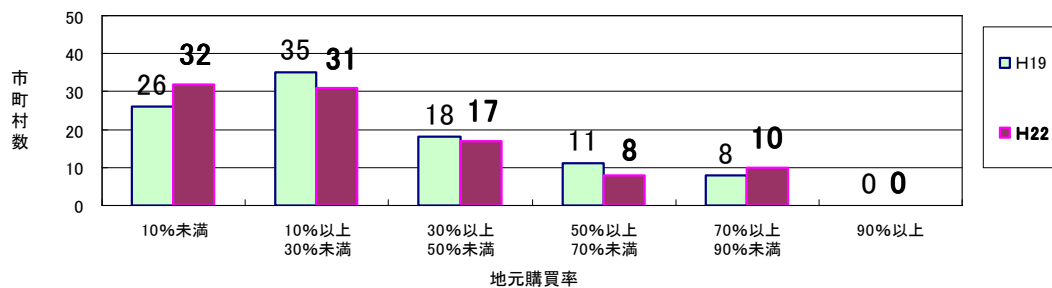


表2 地元購買率(全品目)の高い地区(旧市町村)(カッコ内は前回比)

① 旧上越市	88.5%	(▲0.7)	⑥ 佐渡市	77.9%	(▲3.5)
② 旧長岡市	87.4%	(0.7)	⑦ 旧六日町	76.5%	(0.9)
③ 旧新発田市	82.6%	(0.8)	⑧ 旧柏崎市	75.7%	(▲0.9)
④ 旧新潟市	80.9%	(▲5.6)	⑨ 小千谷市	71.5%	(2.7)
⑤ 旧十日町市	78.9%	(0.1)	⑩ 旧村上市	70.1%	(0.3)

(3) 広域エリアにおける買物行動 (表3)

- ・ 買回品の購買率は、新潟など3エリアで80%を超えているが、五泉など4エリアでは50%を下回っているなど、広域エリア内にとどまらない購買傾向がみられる。
- ・ 一方、最寄品の購買率は、すべてのエリアで80%を超えており、広域エリア内での購買傾向が強い。

表3 広域エリアにおける買物行動

項目 広域エリア	買回品			最寄品		
	購買人口(人) 購買率(%)			購買人口(人) 購買率(%)		
	19年	22年	増減	19年	22年	増減
岩 船 (73,191人)	45,460 59.6	42,693 58.3	▲ 2,767 ▲ 1.3	67,219 88.2	62,896 85.9	▲ 4,323 ▲ 2.3
新発田 (146,812人)	115,568 77.4	114,306 77.9	▲ 1,262 0.5	138,460 92.7	134,659 91.7	▲ 3,801 ▲ 1.0
新 潟 (856,775人)	758,528 88.3	751,058 87.7	▲ 7,470 ▲ 0.6	804,783 93.7	803,721 93.8	▲ 1,062 0.1
五 泉 (67,757人)	31,477 44.9	27,503 40.6	▲ 3,974 ▲ 4.3	56,396 80.4	54,245 80.1	▲ 2,151 ▲ 0.3
三条・燕 (234,428人)	163,490 68.4	148,983 63.6	▲ 14,507 ▲ 4.8	216,126 90.5	210,460 89.8	▲ 5,666 ▲ 0.7
長 岡 (367,736人)	308,721 82.8	310,396 84.4	1,675 1.6	349,227 93.6	346,875 94.3	▲ 2,352 0.7
柏 崎 (96,204人)	67,497 68.6	62,612 65.1	▲ 4,885 ▲ 3.5	91,413 92.9	88,313 91.8	▲ 3,100 ▲ 1.1
魚 沼 (40,914人)	20,272 47.8	17,647 43.1	▲ 2,625 ▲ 4.7	38,331 90.3	35,243 86.1	▲ 3,088 ▲ 4.2
南魚沼 (69,580人)	50,002 70.4	48,105 69.1	▲ 1,897 ▲ 1.3	61,846 87.1	61,244 88.0	▲ 602 0.9
十日町 (69,392人)	51,596 71.8	49,344 71.1	▲ 2,252 ▲ 0.7	66,976 93.2	64,261 92.6	▲ 2,715 ▲ 0.6
上 越 (203,208人)	176,572 85.6	170,590 83.9	▲ 5,982 ▲ 1.7	187,346 90.9	185,170 91.1	▲ 2,176 0.2
妙 高 (35,527人)	10,312 27.9	8,436 23.7	▲ 1,876 ▲ 4.2	31,221 84.5	29,630 83.4	▲ 1,591 ▲ 1.1
糸魚川 (47,128人)	16,543 33.9	15,274 32.4	▲ 1,269 ▲ 1.5	41,465 85.1	41,119 87.2	▲ 346 2.1
佐 渡 (62,394人)	49,016 75.1	43,052 69.0	▲ 5,964 ▲ 6.1	63,635 97.5	60,647 97.2	▲ 2,988 ▲ 0.3

(注)「買回品」… 高級衣料、靴・カバン、家電製品など、商品の品質・価格等を比較して買物をする品目

「最寄品」… 日用雑貨、食料品など日常的に頻繁に買物をする品目

2 拠点地区における購買動向

(1) 商圏の規模と特性 (表 4)

- ・ 県内の商圏は、旧新潟市が 48 地区を包含し、商圏人口も 1,575,044 人と他を大きく引き離している。
- ・ 商圏人口が 30 万人以上の商圏は、旧長岡市 716,700 人 (36 地区)、旧三条市 393,768 人 (19 地区)、旧新発田市 310,627 人 (14 地区) となっている。
- ・ 14 の拠点地区のうち、旧長岡市では、商圏人口、購買人口の増加がみられるが、旧新発田市を除く 12 地区では、商圏人口、購買人口ともに減少している。

表 4 拠点地区における購買行動

拠点地区	広域エリア	商圏人口 (買回品) (人)	商圏に 含まれる 地区数	購買人口 (買回品) (人)	商圏内シェア (買回品) (%)	地元購買率 (買回品) (%)	流入購買率 (買回品) (%)	前 回 比			
								商圏人口		購買人口	
								増減 (人)	増減率 (%)	増減 (人)	増減率 (%)
旧村上市	岩船エリア	73,191	7	37,230	50.9	62.0	52.0	▲ 9,058	▲ 11.0	▲ 1,981	▲ 5.1
旧新発田市	新発田エリア	310,627	14	120,575	38.8	79.7	42.2	▲ 6,844	▲ 2.2	1,270	1.1
旧新潟市	新潟エリア	1,575,044	48	631,848	40.1	78.4	34.2	▲ 240,159	▲ 13.2	▲ 66,250	▲ 9.5
旧五泉市	五泉エリア	67,757	6	19,999	29.5	40.2	28.2	▲ 2,366	▲ 3.4	▲ 2,586	▲ 11.5
旧三条市	三条・燕エリア	393,768	18	90,923	23.1	54.2	52.6	▲ 4,492	▲ 1.1	▲ 13,539	▲ 13.0
旧長岡市	長岡エリア	716,700	36	292,000	40.7	85.0	44.3	53,731	8.1	14,062	5.1
旧柏崎市	柏崎エリア	118,590	7	63,625	53.7	67.1	12.4	▲ 2,981	▲ 2.5	▲ 2,923	▲ 4.4
旧小出町	魚沼エリア	55,641	8	12,422	22.3	30.8	70.6	▲ 1,826	▲ 3.2	▲ 2,158	▲ 14.8
旧六日町	南魚沼エリア	101,873	9	43,789	43.0	70.3	55.6	▲ 5,411	▲ 5.0	▲ 1,559	▲ 3.4
旧十日町市	十日町エリア	71,560	7	44,837	62.7	72.4	37.0	▲ 4,765	▲ 6.2	▲ 1,871	▲ 4.0
旧上越市	上越エリア	292,291	22	206,580	70.7	85.7	45.6	▲ 6,209	▲ 2.1	▲ 6,488	▲ 3.0
旧新井市	妙高エリア	47,492	5	11,177	23.5	26.2	40.5	▲ 4,718	▲ 9.0	▲ 1,918	▲ 14.6
旧糸魚川市	糸魚川エリア	47,128	3	14,500	30.8	37.7	25.6	▲ 1,604	▲ 3.3	▲ 992	▲ 6.4
佐渡市	佐渡エリア	62,394	1	43,052	69.0	69.0	0.0	▲ 2,873	▲ 4.4	▲ 5,964	▲ 12.2

(注) 「商圏人口」… 商圏 (地区(A)での消費需要のうち5%以上が他の地区(B)へ流出している場合、(A)は(B)の商圏に含まれる) に居住する人口の合計。
「購買人口」… 地区(A)の居住人口に地元購買率を乗じたものと、地区(A)以外の居住人口に(A)地区への流入率を乗じたものの合計。(地元購買人口+流入購買人口)
「商圏内シェア」… 商圏人口に対する購買人口の割合をいい、商圏内の吸引密度 (商圏の深さ) を表す。

(2) 買物地区利用割合の変化（全品目）（表 5、6）

◇ 商店街型

- すべての地区で低下した。
- このうち、5ポイント以上低下したのは、旧新潟市（▲7.5）、旧三条市（▲7.7）、旧長岡市（▲7.7）、旧六日町（▲5.2）の4地区。

◇ 郊外型

- 11地区で上昇しており、このうち、5ポイント以上上昇したのは、旧長岡市（+8.4）、旧六日町（+6.1）、旧十日町市（+5.0）の3地区。
- 旧小出町（▲2.7）など3地区では低下した。

表 5 買物地区利用割合の変化

（単位：％）

拠点地区	広域エリア	商店街型			郊外型			地元内		
		平成19年	平成22年	増減	平成19年	平成22年	増減	平成19年	平成22年	増減
旧村上市	岩船エリア	19.8	19.3	▲ 0.5	50.0	50.8	0.8	69.8	70.1	0.3
旧新発田市	新発田エリア	3.9	3.3	▲ 0.6	77.9	79.3	1.4	81.8	82.6	0.8
旧新潟市	新潟エリア	53.5	46.0	▲ 7.5	33.0	34.9	1.9	86.5	80.9	▲ 5.6
旧五泉市	五泉エリア	16.0	12.2	▲ 3.8	39.1	41.1	2.0	55.1	53.3	▲ 1.8
旧三条市	三条・燕エリア	12.8	5.1	▲ 7.7	55.9	59.1	3.2	68.7	64.2	▲ 4.5
旧長岡市	長岡エリア	27.3	19.6	▲ 7.7	59.4	67.8	8.4	86.7	87.4	0.7
旧柏崎市	柏崎エリア	26.2	22.4	▲ 3.8	50.4	53.3	2.9	76.6	75.7	▲ 0.9
旧小出町	魚沼エリア	26.5	24.6	▲ 1.9	16.0	13.3	▲ 2.7	42.5	37.9	▲ 4.6
旧六日町	南魚沼エリア	29.4	24.2	▲ 5.2	46.2	52.3	6.1	75.6	76.5	0.9
旧十日町市	十日町エリア	29.5	24.6	▲ 4.9	49.3	54.3	5.0	78.8	78.9	0.1
旧上越市	上越エリア	28.4	25.5	▲ 2.9	60.8	63.0	2.2	89.2	88.5	▲ 0.7
旧新井市	妙高エリア	16.0	14.5	▲ 1.5	33.2	30.2	▲ 3.0	49.2	44.7	▲ 4.5
旧糸魚川市	糸魚川エリア	7.3	6.2	▲ 1.1	46.6	47.5	0.9	53.9	53.7	▲ 0.2
佐渡市	佐渡エリア	22.9	21.8	▲ 1.1	58.5	56.1	▲ 2.4	81.4	77.9	▲ 3.5

表 6 増減の大きい買物地区

（単位：％）

地区（旧市町村）	買物地区	前回	今回	増減
旧新潟市	古町・西堀（ローサを含む）	9.6	6.1	▲ 3.5
旧五泉市	市役所脇（マックス・ハリカを含む）・旭町	13	18.7	+5.7
旧長岡市	四郎丸・中沢地区（アクロスプラザ含む）	0.5	3.0	+2.5
	千秋が原地区（リバーサイド千秋含む）	3.2	9.3	+6.1
	日越地区（ヤマダ電機含む）	5.9	3.4	▲ 2.5
旧柏崎市	コモタウン柏崎	0.0	3.0	+3.0
	メガドンキ・ホーテ	8.3	5.1	▲ 3.2
	左記以外の国道8号線沿線	8.6	13	+4.4
旧小出町	中原（コメリ・良食生活館を含む）	16	13.3	▲ 2.7
旧六日町	六日町インター周辺	26.7	31.5	+4.8
旧十日町市	下島（ジャスコ付近）	26.0	29.5	+3.5
	下島（原信・コメリ付近）	7.0	9.5	+2.5
旧上越市	高田本町3～5（旧大和～駅前付近）	6.9	4.3	▲ 2.6
	子安・鴨島・榎場（ナルス・パロー付近）	2.2	5.3	+3.1
	富岡（ウイングマーケットセンター付近）	7.2	4.7	▲ 2.5
	富岡・下門前（ジャスコ・ムサシ・コジマ付近）	35.4	32.9	▲ 2.5
佐渡市	東大通地区（ムサシ周辺）	18.5	13.9	▲ 4.6
	中興・泉地区（ひらせい・しまむら周辺）	5.1	8.4	+3.3

◇ 地元内買物地区利用割合

- ・ 地元内買物地区利用割合（地元購買率（全品目））をみると、旧村上市（+0.3）など5地区で増加した。

(注)「買物地区利用割合」… 買物地区における最近1年間の買物金額の割合
 →この期間中に新規出店があった地区については、留意する必要がある。
 「商店街型」… 従来より商店が集まり、地域の商業の中心を担ってきた地区
 「郊外型」…… 「商店街型」に当てはまらない地区

(3) 主な地区の買物地区利用割合

◇ 旧新潟市（表7）

- ・ 「商店街型」46.0%に対し、「郊外型」は34.9%と「商店街型」地区での買物割合が比較的高い。
- ・ 「商店街型」では、「万代シティー（ラブラ万代・伊勢丹を含む）」（10.1%）、「郊外型」では、「河渡SC周辺・大形（ジャスコ含む）」（9.5%）の割合が高くなっている。

表7 旧新潟市買物地区別利用割合(全品目)

(単位:%)

旧新潟市（全品目）	商店街型																商店街型計
	古町・西堀（ローサを含む）	東堀	本町	小針	寺尾	内野	黒崎	西新潟のその他	万代シティー（ラブラ万代・伊勢丹を含む）	新潟駅前・新潟駅（CoCoLo含む）	新潟駅南（ドンキホーテを含む）	沼垂	山の下（赤道シヨッピングセンターを含む）	周山（キューピット周辺）	石山（キューピット）	松浜	
平成19年	9.6	0.3	3.6	1.4	2.7	2.2	2.0	3.2	11.4	2.4	4.3	0.3	1.1	1.4	0.7	6.9	53.5
平成22年	6.1	0.2	2.6	1.0	2.3	2.5	2.0	2.8	10.1	2.5	4.0	0.2	2.6	1.4	0.7	5.0	46.0
増減	▲3.5	▲0.1	▲1.0	▲0.4	▲0.4	0.3	0.0	▲0.4	▲1.3	0.1	▲0.3	▲0.1	1.5	0.0	0.0	▲1.9	▲7.5
旧新潟市（全品目）	郊外型						郊外型計	地元内	旧豊栄市	旧亀田町	聖籠町	その他	地元外	県外	無店舗販売		
	青山（ジャスコを含む）	小新（サティを含む）	関屋（原信・ヤマダ電機を含む）	出来島・女池（チャレンジャーを含む）	木戸（フレスポ赤道を含む）	河渡SC周辺・大形（ジャスコ含む）											
平成19年	4.9	6.9	3.6	5.9	1.9	9.8	33.0	86.5	0.7	4.3	0.5	1.7	7.2	1.4	4.9		
平成22年	4.7	8.9	3.2	6.5	2.1	9.5	34.9	80.9	0.7	10.1	0.3	1.4	12.5	1.3	5.3		
増減	▲0.2	2.0	▲0.4	0.6	0.2	▲0.3	1.9	▲5.6	0.0	5.8	▲0.2	▲0.3	5.3	▲0.1	0.4		

◇ 旧長岡市（表 8）

- 「商店街型」19.6%に対し、「郊外型」は67.8%と「郊外型」地区での買物割合が高い。
- 「商店街型」では、「長岡駅大手口駅前地区（イトーヨーカドー含む）」（5.6%）、「郊外型」では、「古正寺地区（ジャスコ長岡店周辺地区）」（11.8%）の割合が高くなっている。

表 8 旧長岡市買物地区別利用割合（全品目）（単位：%）

旧長岡市（全品目）	商店街型										商店街型計	郊外型計	地元内	見附市	小千谷市	旧新潟市	その他	地元外	県外	無店舗販売		
	長岡駅前（ココロビル）	長岡駅大手口駅前地区（イトーヨーカドー含む）	大手通（周辺の商店街を含む）	長岡駅東口・台町地区	表町・中島地区（ウオロクを含む）	神田・新町地区	関原地区	市露店市場（五・八・十）	左記以外（長岡市内の地区）	その他（長岡市内の地区）												
平成19年	4.0	7.2	3.9	0.4	3.1	1.2	0.8	0.1	3.0	23.7												
平成22年	4.0	5.6	1.7	1.0	2.8	1.0	0.7	0.1	2.7	19.6												
増減	0.0	▲1.6	▲2.2	0.6	▲0.3	▲0.2	▲0.1	0.0	▲0.3	▲4.1												
旧長岡市（全品目）	郊外型										郊外型計	地元内	見附市	小千谷市	旧新潟市	その他	地元外	県外	無店舗販売			
	今朝白・福住地区（原宿・g u含む）	四郎丸・中沢地区（アクロスプラザ含む）	区千手・宮原・幸町地	大島・希望が丘地区	長生橋地区	ス・川崎・堀金地区（パルス・ツイザラスを含む）	区内・要町・笹崎地	宮内・要町・笹崎地	千代田地区（リバーサイド千代田含む）	古正寺地区（ジャスコ周辺を除く）										喜多町地区	機含む	日越地区（ヤマダ電機含む）
平成19年	3.4	0.5	0.9	2.1	0.1	10.7	9.5	3.2	13.1	9.7	2.8	5.9	1.1	63.0	86.7	0.7	4.3	0.5	1.7	7.2	1.4	4.9
平成22年	2.8	3.0	0.9	2.2	0.2	11.5	8.2	9.3	11.8	11.1	2.4	3.4	1.0	67.8	87.4	1.3	0.9	3.0	1.0	6.2	1.2	5.2
増減	▲0.6	2.5	0.0	0.1	0.1	0.8	▲1.3	6.1	▲1.3	1.4	▲0.4	▲2.5	▲0.1	4.8	0.7	0.6	▲3.4	2.5	▲0.7	▲1.0	▲0.2	0.3

◇ 旧上越市（表 9）

- 「商店街型」25.5%に対し、「郊外型」は63.0%と「郊外型」地区での買物割合が高い。
- 「商店街型」では、「西本町・五智（イトーヨーカ堂付近）」（8.7%）、「郊外型」では、「富岡・下門前（ジャスコ・ムサシ・コジマ付近）」（32.9%）の割合が高くなっている。

表 9 旧上越市買物地区別利用割合（全品目）（単位：%）

旧上越市（全品目）	商店街型										商店街型計	郊外型計	地元内	旧新井市	旧柏崎市	旧長岡市	旧新潟市	その他	地元外	県外	無店舗販売	
	高田本町1、2（イトーヨーカ堂）	高田本町3、5（旧大和）駅前付近	町（イチョコ付近）	高田本町6、7、幸	南本町	南高田町（南高田駅前）	脇野田駅前付近	稲田・四ヶ所	肉のたなべ付近（旧春日山駅前）	西本町・五智（イトーヨーカ堂付近）												郵便局付近（直江津）
平成19年	1.2	6.9	1.7	0.7	0.2	1.1	2.0	0.6	9.8	0.6	0.5	3.1	28.4									
平成22年	1.3	4.3	2.1	1.2	0.4	0.5	2.0	0.9	8.7	0.3	0.4	3.4	25.5									
増減	0.1	▲2.6	0.4	0.5	0.2	▲0.6	0.0	0.3	▲1.1	▲0.3	▲0.1	0.3	▲2.9									
旧上越市（全品目）	郊外型										郊外型計	地元内	旧新井市	旧柏崎市	旧長岡市	旧新潟市	その他	地元外	県外	無店舗販売		
	子安・鴨島・福場（ナルス・パロー）付近	近北城町（ナルス付）	土橋（原信付）	近ケットセンター付	富岡（ウイングマ）	近コ・ムサシ・コジマ付	富岡・下門前（ジャスコ）	下原入・下門前（イトーヨーカ堂）	信・春日・新田・安江（原信付）	山ろく線（ナルス・原信付）											近山ろく線（イトーヨーカ堂）	
平成19年	2.2	2.7	1.4	7.2	35.4	2.7	1.8	5.0	2.4	60.8	89.2	1.1	0.0	3.0	2.0	0.8	4.2	1.8	1.8	4.8		
平成22年	5.3	3.0	1.4	4.7	32.9	4.4	2.3	5.8	3.2	63.0	88.5	1.2	0.0	0.4	2.0	0.4	4.0	1.9	1.9	5.6		
増減	3.1	0.3	0.0	▲2.5	▲2.5	1.7	0.5	0.8	0.8	2.2	▲0.7	0.1	0.0	▲2.6	0.0	▲0.4	▲0.2	0.1	0.1	0.8		

(4) 買物地区別利用交通手段（新潟エリア）（表 10）

- 「郊外型」では、「自家用車」の利用割合が非常に高く、一方、「商店街型」は、「自転車・バイク」「徒歩」「バス」の割合が比較的高くなっている。

表 10 買物地区別利用交通手段

（単位：％）

旧新潟市	商店街型														郊外型									
	を古町・西堀（ローサを含む）	東堀	本町	小針	寺尾	内野	黒崎	西新潟のその他	むら万代シテイ（伊勢丹を含む）	わら万代シテイ（ラブを含む）	新潟駅前・新潟駅（C.O.C.O.Loを含む）	新潟駅南（ドンキホーテを含む）	沼垂	山の下（赤道ショッピングセンターを含む）	石山（キュービット周辺）	松浜	東新潟のその他	む青山（ジャスコを含む）	小新（サテイを含む）	電関屋（原信・ヤマダを含む）	出来島・女池（チャレンジヤールを含む）	木戸（フレスポ赤道を含む）	河渡（ジャスコ周辺・大形を含む）	
バス	33.5	22.7	34.2	2.0	2.0	2.3		4.5	18.4	22.7	8.5	11.1	1.0		2.5	1.5	4.3	2.1	2.9	0.5	0.4	1.3		
高速バス	1.2	1.1	0.3		0.4	0.5			0.3	0.9	0.2					0.2	0.2	0.3						0.4
鉄道	1.7				0.8	0.9		0.3	4.0	15.6	5.4	2.2				0.2	1.3	0.6	0.9					
新幹線	0.1	1.1		0.5						0.4				0.6										
自家用車	47.3	38.8	33.4	77.0	75.8	84.8	91.8	82.0	63.1	42.1	70.6	48.9	89.0	69.5	84.9	87.5	84.0	91.7	86.6	88.7	88.2	93.4		
自転車・バイク	8.6	15.9	17.7	8.3	11.7	7.8	4.3	7.2	8.3	8.7	8.7	17.8	6.9	19.7	6.3	5.5	5.5	3.4	6.2	6.6	9.1	3.8		
徒歩	6.8	15.9	14.1	11.2	9.3	3.7	3.0	3.9	5.3	8.7	6.2	20.0	2.8	10.2	6.3	4.0	3.6	1.2	2.7	3.5	1.9	1.1		
その他	0.8	4.5	0.3	1.0			0.9	2.1	0.6	0.9	0.4		0.3			1.1	1.1	0.7	0.7	0.7	0.4			

3 無店舗販売と消費者の買物行動（表 11）

- ・ 品目別にみると、「呉服・寝具」(10.6%)、「服飾品・アクセサリー」(9.9%)、「おもちゃ・コンパクトディスク・楽器」(9.4%)では、無店舗販売の利用割合が1割程度を占めており、11品目で上昇している。
- ・ 「生鮮食料品」「一般食料品」で、地元内（県内）での割合が比較的高くなっているが、その他の品目は「県外・不明」の割合が高くなっている。

表 11 無店舗販売による買物利用割合 (単位:%)

品目 種別	衣料品			身辺細貨		文化品						日用品		食料品		贈答品	
	呉服・寝具	高級衣料(背広・外出着)	実用衣料(着) 下着・普段着)	服飾品・アクセサリー	靴・カバン	時計・メガネ・カメラ	家庭用電気製品	家具・インテリア	文具・書籍	レジャー・スポーツ用品	おもちゃ・コンパクトディスク・楽器	医薬品・化粧品	日用雑貨	生鮮食料品(肉・魚・野菜)	一般食料品(菓子・パンを含む)		
地元内(県内)	1.0	0.4	0.3	0.2	0.3	0.2	0.4	0.5	0.2	0.3	0.2	0.7	0.4	1.1	0.9	1.2	
地元外(県内)	1.7	0.9	1.1	1.1	1.0	0.6	0.5	1.1	0.4	0.6	0.9	0.9	0.3	0.7	0.5	1.2	
県外・不明	6.0	4.0	4.7	6.8	5.0	4.2	2.5	5.9	2.9	4.0	6.4	5.3	0.6	0.2	0.2	3.1	
無店舗販売	1.9	1.0	1.1	1.8	1.1	1.3	0.8	1.4	1.0	1.1	1.9	1.9	0.2	0.2	0.2	0.9	
合計	平成22年	10.6	6.3	7.1	9.9	7.4	6.3	4.2	8.9	4.5	6.0	9.4	8.8	1.5	2.1	1.8	6.3
	平成19年	12.4	5.4	8.5	10.2	6.2	5.1	2.9	9.0	3.0	4.0	6.4	9.2	1.3	1.8	1.6	4.3
	増減	▲1.8	0.9	▲1.4	▲0.3	1.2	1.2	1.3	▲0.1	1.5	2.0	3.0	▲0.4	0.2	0.3	0.2	2.0

4 県民の中心市街地に対する意識

(1) 中心市街地の利用回数 (図3、4)

- ・ 月1回以上利用している人の割合は 68.8%と前回に比べ低下し、年代別でみると40代以上では低下しているものの、20代、30代では上昇している。
- ・ 週1回以上利用している人の割合も 38.5%と前回と比べ低下し、年代別でみると30代以上では低下しているものの、20代では上昇している。
- ・ ほとんど利用しない人の割合は 30%を超えており、市部においても同様の結果となっている。

図3 中心市街地の利用回数

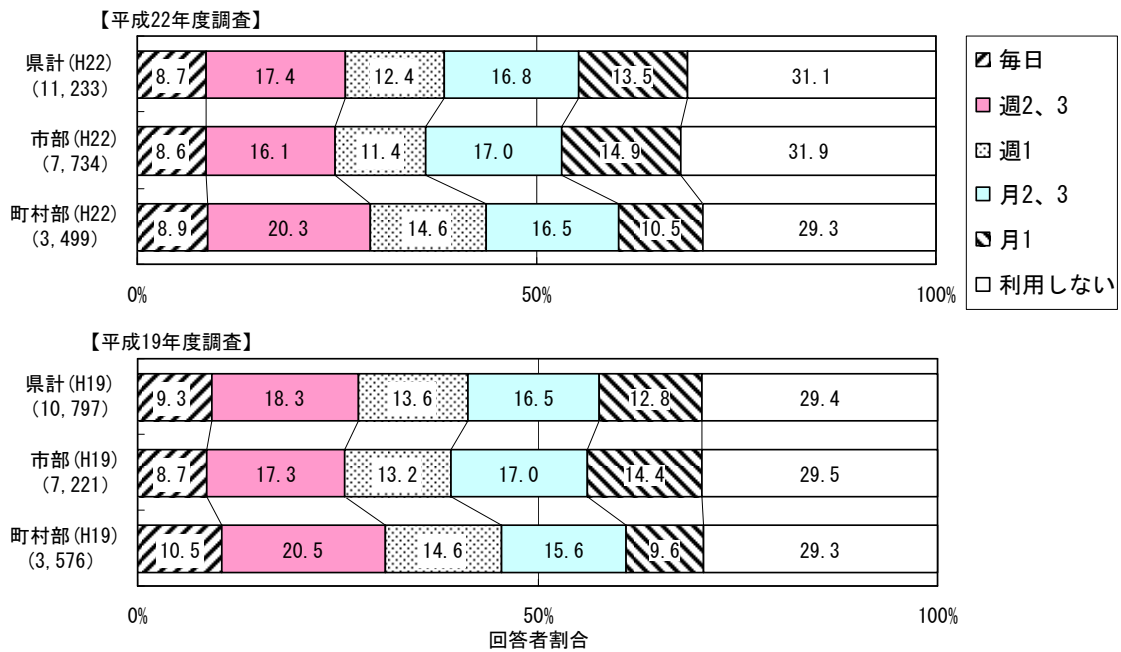
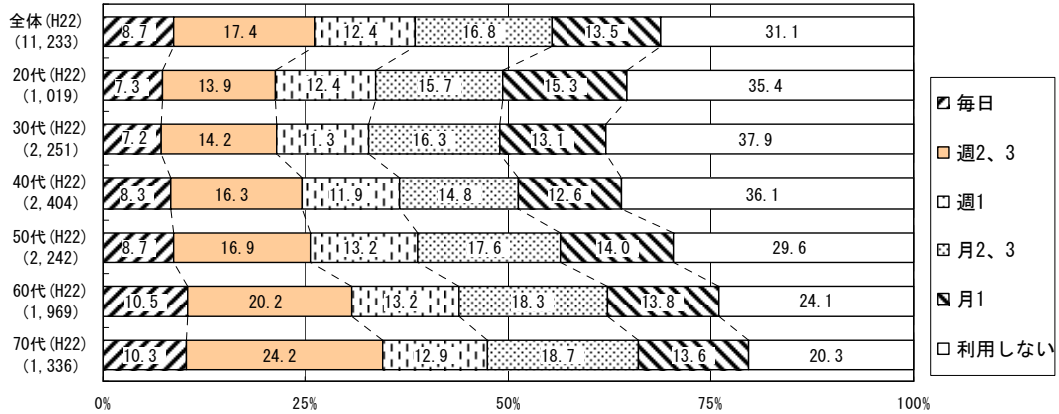
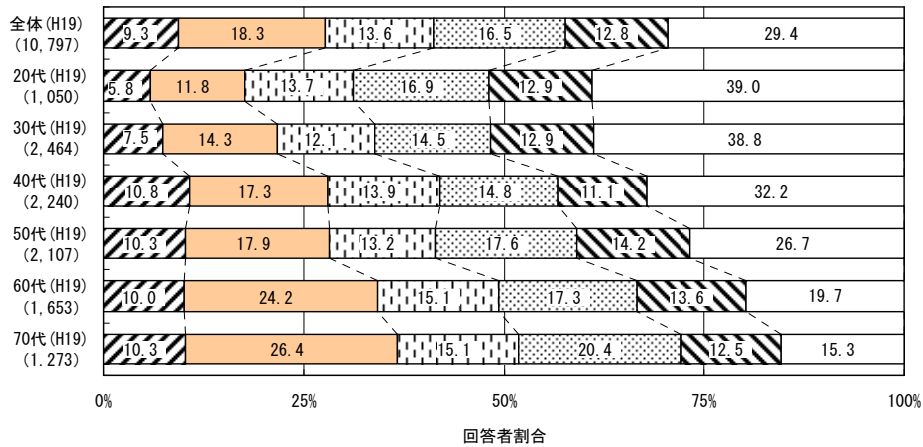


図4 年代別中心市街地の利用回数

年代（調査年）【平成22年度調査】
（回答者数）



【平成19年度調査】



（注）全体の回答者数は、年代不明分を含むため、各年代回答者の合計と一致しない。

(2) 中心市街地の利用目的（表12）

- 中心市街地の利用目的は「買物」が81.9%と最も割合が高く、次いで「公共的施設の利用」(48.5%)、「飲食」(26.9%)の順となっている。

表12 中心市街地の利用目的

（複数回答／単位：%）

		仕事	買物	公共的施設の利用	飲食	芸術鑑賞	教養・娯楽	その他
県計	平成22年	13.7	81.9	48.5	26.9	1.6	6.9	3.2
	平成19年	12.8	77.5	43.2	20.2	1.0	5.5	2.3
市部	平成22年	13.2	81.6	44.3	31.4	2.1	7.1	3.1
	平成19年	12.3	77.4	39.1	24.2	1.3	5.8	2.4
町村部	平成22年	14.8	82.7	57.6	17.3	0.1	5.6	3.2
	平成19年	13.6	77.7	51.3	12.1	0.2	3.8	1.8

(3) 中心市街地に足りないもの (表 13)

- ・ 「商業機能の充実」が 69.4%と最も割合が高く、次いで「駐車場や道路の整備」(47.4%)「自然環境施設の整備」(14.8%)の順となっている。
- ・ 市部と町村部を比較すると、市部では「駐車場や道路の整備」(55.7% : 県計 47.4%)が高く、町村部では、「商業機能の充実」(77.5% : 県計 69.4%)の割合が高くなっている。

表 13 中心市街地に足りないもの

(複数回答/単位:%)

	商業機能の充実	自然環境施設の整備	公共的施設の整備	教養・文化施設の設置	駐車場や道路の整備	公共交通機関の整備	その他	足りないものはない
県計	69.4	14.8	10.0	13.7	47.4	12.6	5.7	5.2
市部	65.8	14.2	8.5	13.2	55.7	11.9	5.6	5.6
町村部	77.5	16.1	13.3	14.8	28.9	14.0	6.1	4.2

(4) 中心市街地活性化の必要性の有無 (表 14)

- ・ 中心市街地の「活性化が必要である」の割合は 66.5%と「必要でない」の 11.2%を大きく上回っている。

表 14 中心市街地活性化の必要性の有無

		必要である	必要でない	わからない
県計	平成22年	66.5	11.2	22.3
	平成19年	65.0	12.4	22.6
市部	平成22年	68.8	10.4	20.8
	平成19年	67.6	11.4	20.9
町村部	平成22年	61.4	12.9	25.7
	平成19年	59.7	14.3	26.0

下記の(5)と(6)は、(4)で「必要である」を選択した人のみが回答

(5) 中心市街地が必要である理由 (表 15)

- ・ 「地域の活力や個性を代表する「街の顔」であるから」(47.4%)が最も割合が高く、次いで「商業機能があるから」(14.5%)となっている。
- ・ 市部と町村部を比較してみると、市部では、「地域の活力や個性を代表する「街の顔」であるから」(50.3%：県計47.4%)の割合が高く、町村部では「市町村役場など様々な機能があるから」(15.1%：県計10.3%)、「住民とのふれあい等の場として必要だから」(12.4%：県計9.4%)の割合が高くなっている。

表 15 中心市街地が必要である理由 (単位：%)

	地域の活力や個性を代表する「街の顔」であるから	文化や伝統が生まれた場所であるから	商業機能があるから	イベントや娯楽施設があり楽しめるから	市町村役場等様々な機能があるから	住民とのふれあい等の場として必要だから	その他
県計	47.4	13.3	14.5	3.2	10.3	9.4	2.0
市部	50.3	14.6	13.4	3.3	8.4	8.2	1.8
町村部	40.1	10.0	17.3	2.8	15.1	12.4	2.3

(6) 中心市街地に望むこと (表 16)

- ・ 「商業施設や公共機関等が充実した街の顔であること」(32.8%)が最も割合が高く、「日常の買物に便利であること」(32.5%)、「高齢者が安心して利用できること」(14.2%)の順となっている。
- ・ 市部と町村部で比較してみると、市部では、「商業施設や公共機関等が充実した街の顔であること」(34.9%：県計32.8%)、「昔をイメージした街並みなど特色があること」(13.5%：県計11.8%)が高く、町村部では「日常の買物に便利であること」(37.8%：県計32.5%)等の割合が高くなっている。

表 16 中心市街地に望むこと (単位：%)

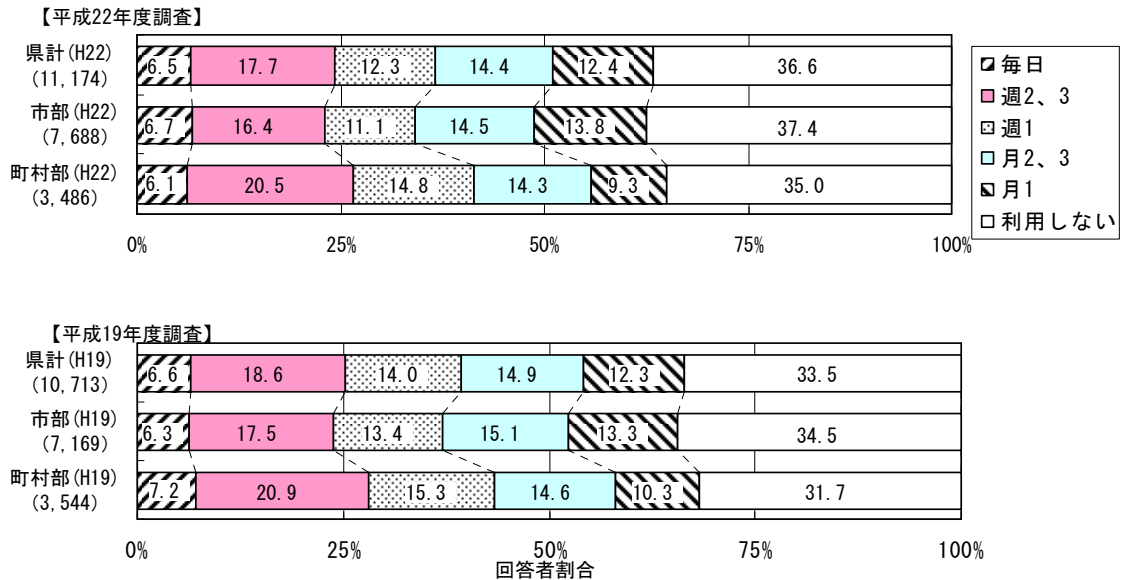
	商業施設や公共機関等が充実した街の顔であること	日常の買物に便利であること	高齢者が安心して利用できること	福祉・コミュニティ施設が充実していること	昔をイメージした街並みなど特色があること	その他
県計	32.8	32.5	14.2	6.8	11.8	1.9
市部	34.9	30.3	13.6	5.4	13.5	2.3
町村部	27.7	37.8	15.7	10.2	7.6	0.9

5 県民の中心市街地商店街又は商店に対する意識

(1) 中心市街地商店街又は商店の利用回数 (図 5)

- ・ 月 1 回以上利用している人の割合は 63.3% であり、「週 2、3 回利用」が 17.7% と最も高くなっている。
- ・ 週 1 回以上利用している人の割合は、36.5% と前回に比べ低下している。

図 5 中心市街地商店街又は商店の利用回数



(2) 中心市街地商店街又は商店を利用する理由 (表 17)

- ・ 「必要なときに身近で気軽に買物ができるから」が 57.3% と最も割合が高く、「品揃えが豊富な商店があるから」(16.7%)、「昔から利用しているから」(15.1%) の順となっている。
- ・ 市部と町村部で比較してみると、市部では「品揃えが豊富な商店があるから」(19.6% : 県計 16.7%)、「昔から利用しているから」(16.8% : 県計 15.1%) が高く、町村部では、「必要なときに身近で気軽に買物ができるから」(69.0% : 県計 57.3%) の割合が高くなっている。

表 17 中心市街地商店街又は商店を利用する理由

(単位: %)

	必要なときに 身近で気軽に 買物ができる から	住民同士のふ れあいがあり、安心して 時間を過ごす ことができる	昔から利用し ているから	自分が育った まちだという 思いがあるか ら	品揃えが豊富 な商店がある から	その他
県 計	57.3	3.1	15.1	3.1	16.7	4.6
市 部	51.8	3.1	16.8	3.4	19.6	5.3
町 村 部	69.0	3.1	11.4	2.6	10.6	3.3

(3) 中心市街地商店街又は商店をとりまく状況が厳しいといわれている理由 (表 18)

- ・ 「郊外に大型店が出店してきているから」が 80.6%と最も割合が高く、「商店街又は商店の魅力が足りないから」(49.2%)「駐車場・駐輪場が足りないから」(29.0%)の順となっている。

表 18 中心市街地商店街又は商店をとりまく状況が厳しいといわれている理由 (単位:%)

	商店街の近くに住んでいる人が減ってきているから	郊外に大型店が出店してきているから	公共施設が郊外に移転しているから	商店街又は商店の魅力が足りないから	駐車場・駐輪場が足りないから	景気が悪化し、消費が低迷しているから	その他
県計	9.2	80.6	6.0	49.2	29.0	16.2	3.6
市部	8.3	79.4	6.3	47.3	34.0	15.5	3.9
町村部	11.2	83.2	5.5	53.6	18.1	17.8	2.9

(4) 中心市街地商店街又は商店に対する不満 (表 19)

- ・ 「商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない」が 54.6%と最も割合が高く、「駐車場等の施設が利用しにくい」(37.0%)、「商品の価格が高い」(31.8%)の順となっている。
- ・ 市部と町村部で比較すると、市部では「駐車場等の施設が利用しにくい」(44.3%：県計 37.0%)、「入りにくい雰囲気のお店が多い」(20.7%：県計 19.3%)等が高く、町村部では「商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない」(65.2%：県計 54.6%)、「商品の価格が高い」(41.7%：県計 31.8%)等の割合が高くなっている。
- ・ 前回調査と比較して、「駐車場等の施設が利用しにくい」(+2.5)等の割合が上昇している。

表 19 中心市街地商店街又は商店に対する不満 (単位:%)

		商品の品揃えが豊富でない、欲しい商品がない	商品の価格が高い	入りにくい雰囲気のお店が多い	営業時間が短い	娯楽施設やイベントがないなど、買物以外で楽しめない	駐車場等の施設が利用しにくい	悪天候時に不便である	交通の便が悪い(家から遠い)	高齢者、障害者への対応が不十分	その他	不満はない
県計	平成22年	54.6	31.8	19.3	10.3	11.9	37.0	3.7	6.7	3.5	3.3	5.2
	平成19年	53.3	30.2	18.7	10.0	10.4	34.5	2.8	5.2	2.8	3.2	5.8
市部	平成22年	49.8	27.2	20.7	10.6	12.0	44.3	4.3	7.4	3.9	3.5	4.8
	平成19年	48.6	25.7	20.8	10.8	10.3	43.0	3.4	5.5	3.1	3.2	4.8
町村部	平成22年	65.2	41.7	16.3	9.7	11.8	20.7	2.5	5.2	2.7	2.9	6.2
	平成19年	62.8	39.4	14.4	8.5	10.6	17.2	1.7	4.6	2.2	3.1	8.0

(5) 中心市街地商店街又は商店が魅力を高め、もっと利用されるために必要なこと (表 20)

- ・ 「品揃えの充実」が 59.7%と最も割合が高く、「アーケード、駐車場」(38.5%)、「魅力のあるイベント」(19.0%)、「送迎サービス」(14.2%)の順となっている。
- ・ 市部と町村部を比較してみると、市部では、「アーケード、駐車場」(44.1%：県計 38.5%)等が高く、町村部では、「品揃えの充実」(65.0%：県計 59.7%)等の割合が高くなっている。

表 20 中心市街地商店街又は商店が魅力を高めるために必要なこと (複数回答／単位：%)

	アーケード・駐車場	送迎サービス	交流施設	行政サービス	段差解消	品揃えの充実	営業時間の延長	魅力のあるイベント	スタンプ、ポイントカードの発行	インターネットの活用	配達・御用聞き	子育て支援施設	交流施設	その他
県計	38.5	14.2	3.3	3.8	5.9	59.7	10.0	19.0	5.9	3.7	8.8	4.8	3.1	5.9
市部	44.1	14.8	3.6	3.7	6.3	57.4	10.0	18.8	5.4	3.4	7.2	4.2	3.1	6.3
町村部	26.1	12.9	2.6	3.9	5.1	65.0	10.0	19.5	7.2	4.5	12.4	6.3	3.2	5.2