

平成 25 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、24,000人
(県内全世帯の約3% 無作為抽出)
- ・ 回収率 : 40.2% (9,637/24,000)
- ・ 調査期間 : 平成25年8月から9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 26 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、8 割を超える地区が他市町村に消費需要が流出する「流出型」となった。

(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、商圈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		25 年 度		22 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、旧湯之谷村、旧六日町、旧十日町市、旧上越市	<8>	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>
	1.00以上 1.20未満	旧新潟市、旧三条市、旧燕市、小千谷市、旧小出町	<5>	旧新潟市、旧三条市、旧燕市、小千谷市	<4>
流出型地区	0.80以上 1.00未満	見附市、旧柏崎市、旧新井市、佐渡市	<4>	旧吉田町、見附市、旧柏崎市	<3>
	0.50以上 0.80未満	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、旧五泉市、旧津川町、加茂市、旧分水町、旧吉田町、旧栃尾市、旧浦川原村、旧糸魚川市	<15>	旧荒川町、聖籠町、旧中条町、旧新津市、旧白根市、旧豊栄市、旧賀野市、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>
	0.30以上 0.50未満	旧荒川町、旧阿賀野市、旧村松町、刈羽村、旧塩沢町、津南町、旧柿崎町、旧妙高村	<8>	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>
	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、旧月湯村、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、旧栄町、旧中之島町、旧越路町、旧三島町、旧与板町、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、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、旧中里村、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	<58>	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、旧月湯村、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、旧栄町、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>

(注1) <>内は地区(旧市町村)数を示す。
 (注2) 太字は、22年度から値が増加した地区(旧市町村)を示す。
 (注3) 下線の地区(旧市町村)は拠点地区を示す。

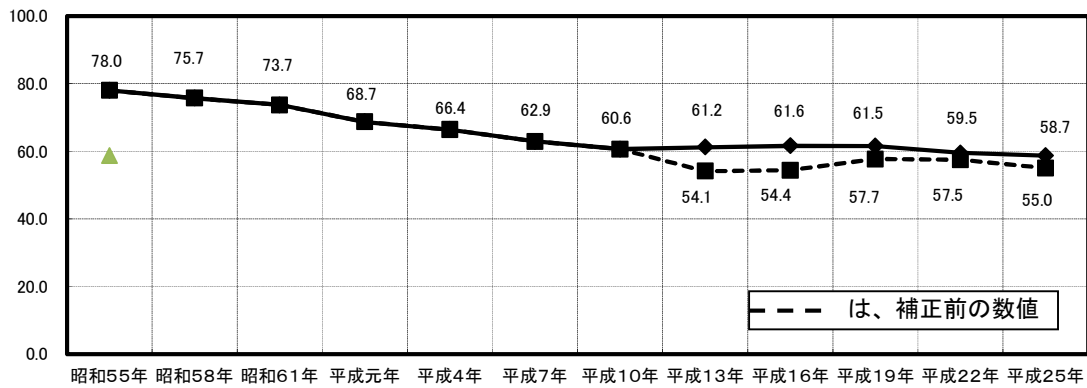
表 1-2 居住人口に対する購買人口の割合の増減が大きい地区

地 区	H22→H25 (増加幅)	地 区	H22→H25 (減少幅)
刈羽村	0.01 → 0.45 (+0.44)	旧荒川町	0.66 → 0.33 (▲0.33)
旧亀田町	3.29 → 3.47 (+0.18)	旧西山町	0.24 → 0.12 (▲0.12)
旧湯之谷村	1.28 → 1.44 (+0.16)	旧小出町	1.28 → 1.17 (▲0.11)
旧浦川原村	0.42 → 0.58 (+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58.7%(前回比▲0.8)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、旧長岡市等5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

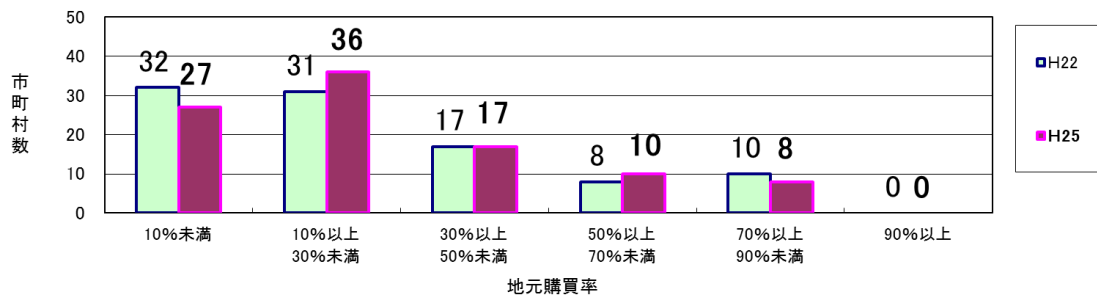


表2 地元購買率(全品目)の高い地区(旧市町村)(カッコ内は前回比)

① 旧長岡市	86.2%	(▲1.2)	⑥ 旧新潟市	78.4%	(▲2.5)
② 旧上越市	84.1%	(▲4.4)	⑦ 旧柏崎市	75.4%	(▲0.3)
③ 旧新発田市	80.6%	(▲2.0)	⑧ 旧六日町	74.6%	(▲1.9)
④ 佐渡市	80.3%	(2.4)	⑨ 小千谷市	69.9%	(▲1.6)
⑤ 旧十日町市	80.2%	(1.3)	⑩ 旧村上市	65.2%	(▲4.9)

(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5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、岩船を除く全てのエリアで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(%)		
	22年	25年	増減	22年	25年	増減
岩 船 (70,431人)	42,693 58.3	33,445 47.5	▲ 9,248 ▲ 10.8	62,896 85.9	55,850 79.3	▲ 7,046 ▲ 6.6
新発田 (143,873人)	114,306 77.9	107,252 74.5	▲ 7,054 ▲ 3.4	134,659 91.7	131,623 91.5	▲ 3,036 ▲ 0.2
新 潟 (854,464人)	751,058 87.7	733,449 85.8	▲ 17,609 ▲ 1.9	803,721 93.8	794,374 93.0	▲ 9,347 ▲ 0.8
五 泉 (65,123人)	27,503 40.6	27,004 41.5	▲ 499 0.9	54,245 80.1	52,409 80.5	▲ 1,836 0.4
三条・燕 (230,337人)	148,983 63.6	142,503 61.9	▲ 6,480 ▲ 1.7	210,460 89.8	205,860 89.4	▲ 4,600 ▲ 0.4
長 岡 (361,391人)	310,396 84.4	301,378 83.4	▲ 9,018 ▲ 1.0	346,875 94.3	338,978 93.8	▲ 7,897 ▲ 0.5
柏 崎 (93,358人)	62,612 65.1	60,517 64.8	▲ 2,095 ▲ 0.3	88,313 91.8	87,133 93.3	▲ 1,180 1.5
魚 沼 (38,524人)	17,647 43.1	15,912 41.3	▲ 1,735 ▲ 1.8	35,243 86.1	32,411 84.1	▲ 2,832 ▲ 2.0
南魚沼 (68,292人)	48,105 69.1	42,828 62.7	▲ 5,277 ▲ 6.4	61,244 88.0	58,691 85.9	▲ 2,553 ▲ 2.1
十日町 (66,939人)	49,344 71.1	47,437 70.9	▲ 1,907 ▲ 0.2	64,261 92.6	62,784 93.8	▲ 1,477 1.2
上 越 (199,492人)	170,590 83.9	160,003 80.2	▲ 10,587 ▲ 3.7	185,170 91.1	179,191 89.8	▲ 5,979 ▲ 1.3
妙 高 (34,168人)	8,436 23.7	9,280 27.2	844 3.5	29,630 83.4	27,843 81.5	▲ 1,787 ▲ 1.9
糸魚川 (45,823人)	15,274 32.4	13,024 28.4	▲ 2,250 ▲ 4.0	41,119 87.2	39,321 85.8	▲ 1,798 ▲ 1.4
佐 渡 (59,441人)	43,052 69.0	42,798 72.0	▲ 254 3.0	60,647 97.2	57,777 97.2	▲ 2,870 0.0

(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 1,552,377 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 652,614 人 (35 地区)、旧新発田市 304,711 人 (14 地区) となっている。
- ・ 14 の拠点地区のうち、旧新井市を除く 13 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	70,431	7	30,612	43.5	53.4	51.0	▲ 2,760	▲ 3.8	▲ 6,618	▲ 17.8
旧新発田市	新発田エリア	304,711	14	111,992	36.8	76.9	41.2	▲ 5,916	▲ 1.9	▲ 8,583	▲ 7.1
旧新潟市	新潟エリア	1,552,377	48	600,381	38.7	75.2	33.7	▲ 22,667	▲ 1.4	▲ 31,467	▲ 5.0
旧五泉市	五泉エリア	65,123	6	19,499	29.9	39.0	30.4	▲ 2,634	▲ 3.9	▲ 500	▲ 2.5
旧三条市	三条・燕エリア	259,973	13	76,125	29.3	52.7	45.3	▲ 133,795	▲ 34.0	▲ 14,798	▲ 16.3
旧長岡市	長岡エリア	652,614	35	276,933	42.4	83.1	42.7	▲ 64,086	▲ 8.9	▲ 15,067	▲ 5.2
旧柏崎市	柏崎エリア	114,426	7	61,057	53.4	65.9	12.6	▲ 4,164	▲ 3.5	▲ 2,568	▲ 4.0
旧小出町	魚沼エリア	52,853	7	10,919	20.7	28.7	70.5	▲ 2,788	▲ 5.0	▲ 1,503	▲ 12.1
旧六日町	南魚沼エリア	93,166	7	38,421	41.2	68.5	51.6	▲ 8,707	▲ 8.5	▲ 5,368	▲ 12.3
旧十日町市	十日町エリア	68,741	7	43,610	63.4	72.4	36.4	▲ 2,819	▲ 3.9	▲ 1,227	▲ 2.7
旧上越市	上越エリア	285,353	22	191,923	67.3	80.6	44.7	▲ 6,938	▲ 2.4	▲ 14,657	▲ 7.1
旧新井市	妙高エリア	45,547	5	11,931	26.2	29.0	39.6	▲ 1,945	▲ 4.1	754	6.7
旧糸魚川市	糸魚川エリア	45,823	3	12,329	27.0	34.5	21.4	▲ 1,305	▲ 2.8	▲ 2,108	▲ 14.5
佐渡市	佐渡エリア	59,441	1	42,798	72.0	72.0	0.0	▲ 2,953	▲ 4.7	▲ 254	▲ 0.6

(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

- ・ 旧十日町市（2.6）を除くすべての地区で低下した。
- ・ このうち、3ポイント以上低下したのは、旧新潟市（▲4.2）、旧小出町（▲3.4）、旧上越市（▲3.1）、佐渡市（▲4.6）の4地区。

◇ 郊外型

- ・ 6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、佐渡市（+7.0）、の1地区。
- ・ 旧村上市（▲4.6）など8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22年	平成25年	増減	平成22年	平成25年	増減	平成22年	平成25年	増減
旧村上市	岩船エリア	19.3	19.0	▲ 0.3	50.8	46.2	▲ 4.6	70.1	65.2	▲ 4.9
旧新発田市	新発田エリア	3.3	3.0	▲ 0.3	79.3	77.6	▲ 1.7	82.6	80.6	▲ 2.0
旧新潟市	新潟エリア	46.0	41.8	▲ 4.2	34.9	36.6	1.7	80.9	78.4	▲ 2.5
旧五泉市	五泉エリア	12.2	10.5	▲ 1.7	41.1	44.0	2.9	53.3	54.5	1.2
旧三条市	三条・燕エリア	5.1	5.0	▲ 0.1	59.1	58.4	▲ 0.7	64.2	63.4	▲ 0.8
旧長岡市	長岡エリア	19.6	19.5	▲ 0.1	67.8	66.7	▲ 1.1	87.4	86.2	▲ 1.2
旧柏崎市	柏崎エリア	22.4	21.5	▲ 0.9	53.3	53.9	0.6	75.7	75.4	▲ 0.3
旧小出町	魚沼エリア	24.6	21.2	▲ 3.4	13.3	14.9	1.6	37.9	36.1	▲ 1.8
旧六日町	南魚沼エリア	24.2	22.9	▲ 1.3	52.3	51.7	▲ 0.6	76.5	74.6	▲ 1.9
旧十日町市	十日町エリア	24.6	27.2	2.6	54.3	53.0	▲ 1.3	78.9	80.2	1.3
旧上越市	上越エリア	25.5	22.4	▲ 3.1	63.0	61.7	▲ 1.3	88.5	84.1	▲ 4.4
旧新井市	妙高エリア	14.5	13.8	▲ 0.7	30.2	34.3	4.1	44.7	48.1	3.4
旧糸魚川市	糸魚川エリア	6.2	3.8	▲ 2.4	47.5	47.4	▲ 0.1	53.7	51.2	▲ 2.5
佐渡市	佐渡エリア	21.8	17.2	▲ 4.6	56.1	63.1	7.0	77.9	80.3	2.4

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
旧村上市	村上プラザ（イオン村上東店を含む）	21.4	16.3	▲ 5.1
旧新発田市	ウオロク緑店周辺	7.6	5.0	▲ 2.6
	駅東地区～五十公野地区（ウオロク東店含む）	3.9	7.7	3.8
旧五泉市	市役所脇・太田・旭町	18.7	22.4	3.7
旧三条市	イオン三条店（ジャスコ三条店）周辺	8.6	11.9	3.3
旧長岡市	四郎丸・中沢地区（アクロスプラザ含む）	3.0	5.5	2.5
	古正寺地区（ジャスコ長岡店周辺地区）	11.8	9.2	▲ 2.6
旧柏崎市	コモタウン柏崎	3.5	10.2	6.7
旧六日町	旭町・田中町	5.8	2.4	▲ 3.4
	駅西（コメリ・原信・ひらせい付近）	20.8	16.8	▲ 4.0
	六日町インター周辺	31.5	34.9	3.4
旧十日町市	下島（ジャスコ付近）	29.5	26.2	▲ 3.3
旧新井市	栗原（良食生活館・しまむら付近）	14.1	17.2	3.1
旧糸魚川市	原信（糸魚川店）	4.6	8.4	3.8
佐渡市	夷・湊商店街（両津地区）	5.8	3.1	▲ 2.7
	東大通地区（ムサシ周辺）	13.9	18.3	4.4

◇ 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、旧新井市（+3.4）など4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」41.8%に対し、「郊外型」は36.6%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（ラブラ万代、伊勢丹、原信を含む）」（9.9%）、「郊外型」では、「小新（イオン新潟西・アピタを含む）」（8.5%）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			
	ラフォーレ、ローサを含む)	古町・西堀（三越、を含む)	東堀	本町（イトヨーカドーを含む)	小針	寺尾	内野	黒崎	西新潟のその他	伊勢丹、原信を含む)	万代（ラブラ万代、伊勢丹、原信を含む)	新潟駅前・新潟駅	新潟駅前（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)		山の下（市場通り周りを含む)	石山（東新潟駅前）	松浜
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
平成25年	5.6	0.1	2.6	1.2	1.7	2.4	2.1	3.1	9.9	2.7	3.5	0.1			0.5	1.1	0.7	4.5	41.8
増減	▲0.5	▲0.1	0.0	0.2	▲0.6	▲0.1	0.1	0.3	▲0.2	0.2	▲0.5	▲0.1			0.5	▲0.3	0.0	▲0.5	▲4.2
旧新潟市（全品目）	郊外型										郊外型計	地元内	旧亀田町	聖籠町	その他	地元外	県外	宅配等・無店舗販売	
	山青山（イオンを含む)	西小（イオン新井を含む)	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（ジャスコ周辺を含む)	新木戸・大形（イオン新潟東店を除く)	河渡S.C.・イオン新潟東店周辺	藤見（赤道S.C.・フレスポを含む)	新井									
平成22年	4.7	8.9	3.2	6.5	2.1	9.5					34.9	80.9	4.3	0.5	2.4	7.2	1.4	4.9	
平成25年	4.8	8.5	2.7	7.2		2.3	7.7				36.6	78.4	10.8	0.5	2.2	13.5	1.4	6.7	
増減	0.1	▲0.4	▲0.5	0.7	▲2.1	▲9.5	2.3	7.7	3.4	3.4	1.7	▲2.5	6.5	0.0	▲0.2	6.3	0.0	1.8	

(4) 買物地区別利用交通手段 (旧新潟市) (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、「自家用車」に加え、「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																	
	ラフオールを含む)	古町・西堀(三越、ローサ)	東堀	本町(イトヨーカドーを含む)	小針	寺尾	内野	黒崎	西新潟のその他	伊勢丹、原信を含む)	万代(ラブラ万代、COCOLoを含む)	新潟駅前・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)	山の下(市場通り周水フードを含む)	石山(東新潟駅周)	松浜	東新潟のその他
バス	30.6	32.2	34.7	2.5	1.2	3.9	1.1	4.4	17.8	20.5	8.8	3.8	—	—	1.2	—	0.9	
高速バス	—	—	0.5	—	—	—	—	0.4	0.2	0.7	—	—	—	—	—	—	—	
鉄道	1.8	3.4	0.5	—	—	1.6	0.5	0.9	4.3	15.8	6.7	3.8	—	—	—	—	0.6	
新幹線	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	
自家用車	52.0	42.3	40.6	83.5	82.8	86.7	90.3	87.2	65.9	47.2	69.4	54.0	—	—	85.4	70.6	86.9	87.5
自転車・バイク	5.3	10.2	12.6	5.7	7.4	4.7	4.3	2.7	6.6	6.4	8.4	15.4	—	—	8.1	17.6	7.9	6.0
徒歩	8.9	6.8	10.6	7.0	7.4	2.3	2.7	3.1	4.3	8.0	5.7	19.2	—	—	6.5	10.6	3.9	4.1
その他	1.4	5.1	0.5	1.3	1.2	0.8	1.1	1.3	0.9	1.4	1.0	3.8	—	—	—	—	1.3	0.9
旧新潟市	郊外型																	
	山青(イオン新潟青)	西新(イオン新潟)	電機(原信・ヤマダ)	関屋(原信)	出来島(チャレンジャーを含む)	木戸(フレスポ赤道を含む)	(河津SC周辺・大形)	新木戸(イオン)	河東店(イオン)	河東店(イオン)	藤見(赤道SC・フレスポを含む)							
バス	2.3	0.2	2.4	1.0	—	—	1.1	2.1	—	0.8								
高速バス	—	—	—	0.2	—	—	—	—	—	—								
鉄道	0.3	0.5	0.8	0.2	—	—	—	0.5	—	0.4								
新幹線	—	—	—	—	—	—	—	—	—	0.4								
自家用車	83.5	93.7	86.0	90.7	—	—	82.1	90.0	90.0	—								
自転車・バイク	4.5	3.4	5.2	4.8	—	—	8.1	4.2	5.2	—								
徒歩	8.8	1.2	4.8	2.6	—	—	6.5	2.1	2.8	—								
その他	0.6	1.0	0.8	0.5	—	—	2.2	1.1	0.4	—								

3 宅配等及び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」(12.4%)、「服飾品・アクセサリー」(12.8%)、「おもちゃ・コンパクトディスク・楽器」(13.9%)では、宅配等及び無店舗販売の利用割合が1割程度を占めており、13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 宅配等及び無店舗販売による買物利用割合 (単位:%)

種別	品目	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(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)	
宅配等	地元内(県内)	1.0	0.2	0.4	0.3	0.3	0.2	0.6	0.5	0.2	0.2	0.3	0.6	0.4	1.0	0.8	1.1
	地元外(県内)	1.8	1.0	1.1	1.3	1.0	0.6	0.6	1.1	0.6	0.9	1.1	1.0	0.4	0.7	0.6	1.4
	県外・不明	7.6	4.5	5.3	8.8	6.5	5.1	4.4	6.7	4.0	5.9	10.1	5.4	0.9	0.2	0.2	3.7
無店舗販売		2.0	0.9	1.2	2.4	1.5	1.6	1.1	1.4	1.2	1.4	2.4	1.9	0.3	0.3	0.2	0.8
合計	平成25年	12.4	6.7	8.0	12.8	9.4	7.6	6.7	9.7	5.9	8.4	13.9	8.8	1.9	2.1	1.8	7.1
	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
	増減	1.8	0.4	0.9	2.9	2.0	1.3	2.5	0.8	1.4	2.4	4.5	0.0	0.4	0.0	0.0	0.8

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69.5%と前回に比べ上昇し、年代別でみると40代、70代で上昇している。
- ・ 週1回以上利用している人の割合も39.3%と前回と比べ上昇し、年代別でみると20代、40代及び70代で上昇している。
- ・ ほとんど利用しない人の割合は30%を超えており、市部、町村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

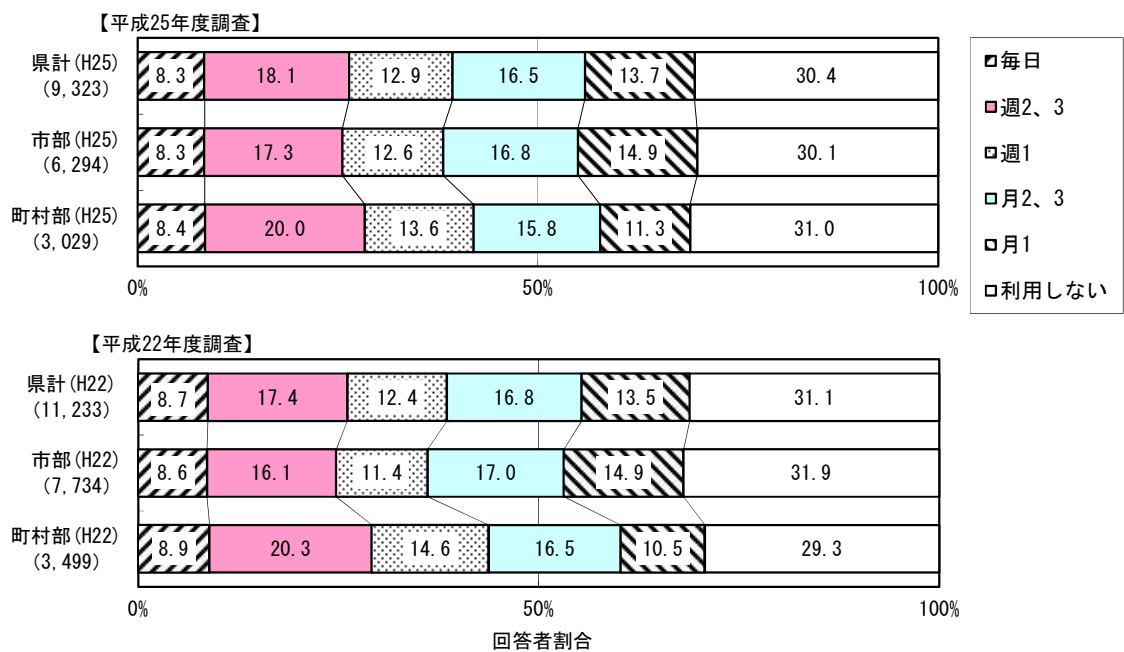
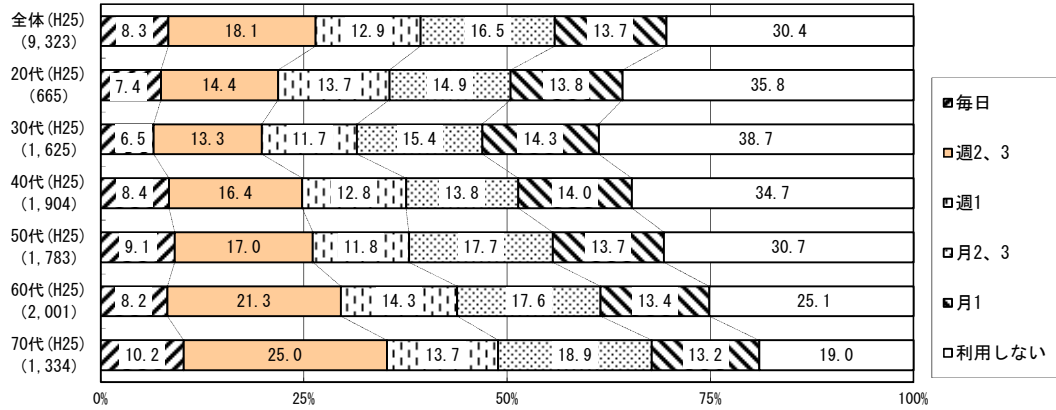
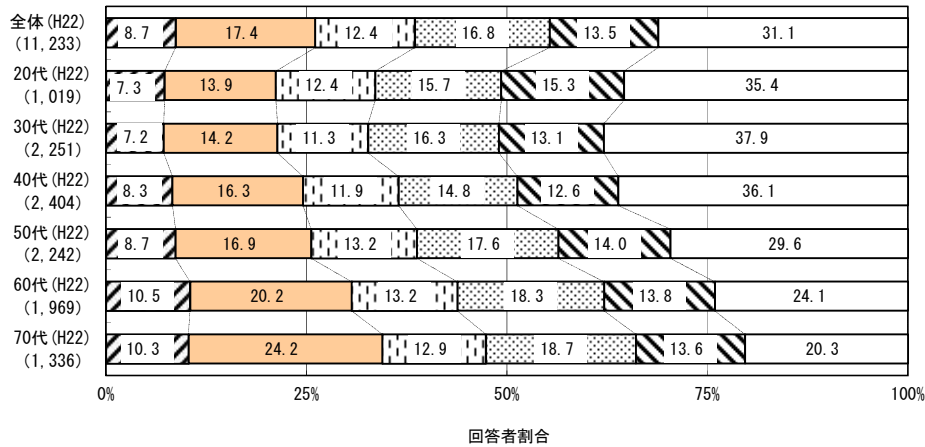


図4 年代別中心市街地の利用回数

年代（調査年）【平成25年度調査】
（回答者数）



【平成22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）

- 「買物」が80.5%と最も割合が高く、次いで「公共的施設の利用」(50.4%)、「飲食」(27.1%)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25年	14.1	80.5	50.4	27.1	1.6	7.0	3.0
	平成22年	13.7	81.9	48.5	26.9	1.6	6.9	3.2
市部	平成25年	13.0	79.6	46.6	31.3	2.2	7.9	3.1
	平成22年	13.2	81.6	44.3	31.4	2.1	7.1	3.1
町村部	平成25年	16.3	82.4	58.3	18.2	0.2	5.0	2.9
	平成22年	14.8	82.7	57.6	17.3	0.1	5.6	3.2

(3) 中心市街地に足りないもの (表 13)

- ・ 「商業機能の充実」が 68.4%と最も割合が高く、次いで「駐車場や道路の整備」(46.8%)、「自然環境施設の整備」(14.3%)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」(55.6% : 県計 46.8%)が高く、町村部では、「商業機能の充実」(77.3% : 県計 68.4%)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 のではない
県 計	68.4	14.3	10.0	13.0	46.8	12.5	7.6	5.1
市 部	64.1	14.7	8.6	12.1	55.6	11.7	7.6	5.1
町 村 部	77.3	13.3	12.7	14.7	28.7	14.2	7.7	5.0

(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 63.8%と「必要でない」の 12.3%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25年	63.8	12.3	24.0
	平成22年	66.5	11.2	22.3
市 部	平成25年	65.9	11.0	23.1
	平成22年	68.8	10.4	20.8
町村部	平成25年	59.3	15.0	25.7
	平成22年	61.4	12.9	25.7

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」(44.9%)が最も割合が高く、次いで「商業機能があるから」(15.6%)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」(46.8%：県計 44.9%)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」(16.6%：県計 12.1%)、「住民とのふれあい等の場として必要だから」(12.8%：県計 9.7%)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	住民のふれあい等の場として必要だから	その他
県計	44.9	12.2	15.6	3.9	12.1	9.7	1.6
市部	46.8	13.4	15.6	4.2	10.1	8.3	1.6
町村部	40.4	9.4	15.7	3.1	16.6	12.8	1.9

(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」(34.0%)が最も割合が高く、「日常の買物に便利であること」(30.1%)、「高齢者が安心して利用できること」(15.4%)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」(36.3%：県計 34.0%)、「昔をイメージした街並みなど特色があること」(12.7%：県計 11.2%)が高く、町村部では「日常の買物に便利であること」(36.0%：県計 30.1%)、「福祉・コミュニティ施設が充実していること」(9.6%：県計 7.3%)など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：%)

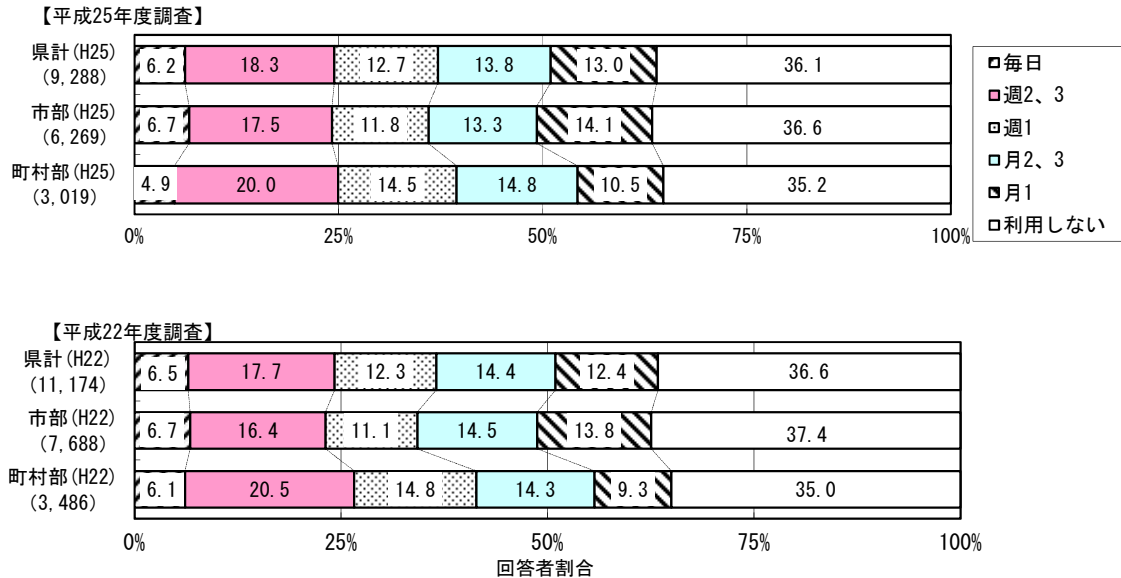
	商業施設や公共機関等が充実した街の顔であること	日常の買物に便利であること	高齢者が安心して利用できること	福祉・コミュニティ施設が充実していること	昔をイメージした街並みなど特色があること	その他
県計	34.0	30.1	15.4	7.3	11.2	2.0
市部	36.3	27.6	15.1	6.3	12.7	2.1
町村部	28.7	36.0	16.2	9.6	7.9	1.7

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 64.0%であり、「週 2、3 回利用」が 18.3%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、37.2%と前回に比べ上昇している。

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 58.0%と最も割合が高く、「品揃えが豊富な商店があるから」(16.5%)、「昔から利用しているから」(14.0%)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 16.5%)、「昔から利用しているから」(14.8%：県計 14.0%)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」(68.2%：県計 58.0%)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 から	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	58.0	3.1	14.0	3.5	16.5	4.8
市 部	52.9	3.1	14.8	3.7	19.6	5.8
町村部	68.2	3.1	12.4	3.2	10.2	2.8

(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 78.2%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」(48.9%)「駐車場・駐輪場が足りないから」(30.8%)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	12.3	78.2	6.6	48.9	30.8	12.0	3.7
市部	10.7	77.0	6.8	46.9	37.1	11.5	4.0
町村部	15.6	80.6	6.3	53.2	17.8	13.1	3.1

(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 53.3%と最も割合が高く、「駐車場等の施設が利用しにくい」(37.3%)、「商品の価格が高い」(28.9%)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」(45.7%：県計 37.3%)、「入りにくい雰囲気のお店が多い」(23.2%：県計 20.9%)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」(66.3%：県計 53.3%)、「商品の価格が高い」(37.1%：県計 28.9%)等の割合が高くなっている。
- 前回調査と比較して、「入りにくい雰囲気のお店が多い」(+1.6)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25年	53.3	28.9	20.9	10.3	11.1	37.3	4.0	6.7	3.4	2.9	6.9
	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
市部	平成25年	47.1	24.9	23.2	10.9	10.6	45.7	4.5	7.5	4.0	2.9	6.1
	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
町村部	平成25年	66.3	37.1	16.1	9.2	12.2	19.7	3.0	4.9	2.3	3.0	8.6
	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

(5) 中心市街地商店街又は商店で不足している業種 (表 20)

- ・ 「食品スーパー」が 25.1%と最も割合が高く、「衣料品店」(17.9%)、「生鮮食品」(14.8%)の順となっている。
- ・ 市部と町村部で比較すると、市部では「家具・インテリア」(6.9%：県計 6.2%)「衣料品店」(18.4%：県計 17.9%)が高く、町村部では「食品スーパー」(28.3%：県計 25.1%)、「医薬品・化粧品店」(6.8%：県計 3.9%)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の不足業種 (単位：%)

	食品スーパー	生鮮食品	惣菜店	酒店	パン・菓子店	その他食品 (米・茶など)	衣料品店	服飾品・アクセサリー	靴・カバン店	時計・メガネ・カメラ
県計	25.1	14.8	9.5	0.7	4.8	0.5	17.9	3.5	5.7	1.2
市部	23.5	13.6	9.4	0.7	4.8	0.6	18.4	3.7	5.4	1.2
町村部	28.3	17.4	9.7	0.7	5.0	0.5	16.7	3.0	6.5	1.3

	家電店	家具・インテリア店	文具・書籍店	レジャー・スポーツ用品店	おもちゃ・CD・楽器	医薬品・化粧品店	日用雑貨店	理容院・美容院店	飲食店	その他	足りないものない
県計	6.9	6.2	12.4	7.8	7.5	3.9	9.9	0.7	11.1	5.2	17.1
市部	7.3	6.9	11.8	7.8	7.8	2.6	9.9	0.6	11.0	5.8	18.8
町村部	6.0	4.9	13.6	7.9	6.9	6.8	10.0	0.9	11.3	4.0	13.8

(6) 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 21)

- ・ 「品揃えの充実」が 51.7%と最も割合が高く、「アーケード、駐車場」(40.8%)、「魅力のあるイベント」(17.8%)、「送迎サービス」(15.3%)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」(47.5%：県計 40.8%)等が高く、町村部では、「品揃えの充実」(59.5%：県計 51.7%)等の割合が高くなっている。

表 21 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、ポイントカードの充実	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	40.8	15.3	3.5	4.3	6.6	51.7	10.4	17.8	5.1	4.4	9.2	5.9	3.9	5.8
市部	47.5	15.2	3.7	4.5	7.3	48.1	10.9	17.7	4.8	4.0	7.6	5.7	3.9	5.9
町村部	26.8	15.3	3.0	3.8	5.2	59.5	9.3	18.1	5.9	5.1	12.6	6.3	4.0	5.5