

買物調査報告書

平成 23 年 3 月

三 重 県

目次

I. 調査概要	1
1 調査の目的	1
2 調査の実施方法	1
(1) 調査実施機関	1
(2) 調査方法	1
3 回収状況	2
4 報告書の見方	2
II. 郵送調査結果	3
1 回答者属性	3
1-1 居住地	3
1-2 職業	4
1-3 年齢	4
1-4 世帯の人数	5
1-5 働き手の数	5
2 店舗選択理由	6
2-1 食料品・日用品雑貨	6
2-2 実用衣料	8
2-3 高級衣料	10
2-4 時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属	12
2-5 スポーツ・レジャー用品	14
2-6 家庭電化製品	16
2-7 品目別の店舗選択理由の上位	18
3 商品を購入する場所	19
3-1 生鮮食料品	19
3-2 その他食料品（生鮮食料品を除く）	20
3-3 日用品雑貨	21
3-4 医薬品・化粧品	22
3-5 実用衣料	23
3-6 高級衣料	24
3-7 くつ・かばん	25
3-8 家具・寝具・インテリア用品	26
3-9 時計・メガネ・カメラ	27
3-10 服飾品・宝石・貴金属	28
3-11 スポーツ・レジャー用品	29
3-12 書籍・文具	30
3-13 楽器・CD	31
3-14 玩具・TVゲーム	32
3-15 家庭電化製品	33
3-16 情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）	34

3-17	贈答品	35
3-18	品目別・市町別の地元購買率	36
4	商品を購入する店舗の種類	56
5	一般商店と大型店等の使い分け	75
6	一般商店を訪れる頻度	77
7	商店街への要望	79
8	自由記述	85
III.	商店街調査結果	86
1	回答者属性	86
1-1	性別	86
1-2	年齢	86
1-3	居住地	87
2	商店街利用状況	88
2-1	商店街利用日	88
2-2	商店街の利用頻度	89
2-3	商店街利用目的	90
2-4	購入商品	92
3	普段買物をする場所	95
4	利用交通手段	97
5	買物で重視すること	101
6	商店街に希望すること	106
7	商店街に希望する店舗の業態	111
8	自由記述	115
IV.	大規模店舗調査結果	119
1	回答者属性	119
1-1	性別	119
1-2	年齢	119
1-3	居住地	120
2	大規模店舗利用状況	121
2-1	大規模店舗利用日	121
2-2	大規模店舗利用頻度	122
2-3	大規模店舗利用目的	123
3	普段買物をする場所	124
4	利用交通手段	125
5	買物で重視すること	128
6	大規模店舗に希望すること	133
7	自由記述	138
V.	商店街と大規模店舗の比較	142
1	利用状況	142
1-1	利用日	142

1-2	利用頻度	142
1-3	利用目的	143
2	普段買物をする場所	144
3	利用交通手段	145
4	買物で重視すること	146
5	商店街／大規模店舗に希望すること	147
VI.	買物傾向調査の結果を受けての三重県の商業振興施策	148
1	調査結果	148
2	調査結果を受けた今後の商業振興への考え方	148
VII.	資料編	150
	使用した調査票	150

I. 調査概要

1 調査の目的

本調査は、県内消費者の買物傾向を分析することにより、市町別、商品別の商圈の実態等を把握し、魅力ある商店街づくりや地域商業機能の確保など、今後の中小小売業振興を適正に推進する基礎資料を得るために実施した。

2 調査の実施方法

(1) 調査実施機関

三重県

(2) 調査方法

表1 調査方法

	郵送調査	街頭調査
調査方法	郵送によるアンケート調査	調査員による聞き取り調査
調査対象	人口比に従って、各市町の選挙人名簿より無作為に抽出した3,000世帯	県内の商店街8カ所及び大規模ショッピングセンター12カ所のお客様2,000名
実施期間	平成22年2月5日～2月20日	平成22年2月15日～3月20日 各調査箇所において平日1日及び休日1日

表2 街頭調査の実施箇所

商店街調査		大規模店舗調査	
① 北勢地域	3カ所	① 北勢地域	4カ所
② 中南勢地域	2カ所	② 中南勢地域	3カ所
③ 伊勢志摩地域	1カ所	③ 伊勢志摩地域	2カ所
④ 伊賀地域	1カ所	④ 伊賀地域	2カ所
⑤ 東紀州地域	1カ所	⑤ 東紀州地域	1カ所

3 回収状況

表3 郵送調査の地域別抽出数・有効回答数・回収率

	抽出数	回収数	回収率
北勢地域	1,393	242	17.4%
中南勢地域	747	166	22.2%
伊勢志摩地域	428	79	18.5%
伊賀地域	297	69	23.2%
東紀州地域	135	16	11.9%
無回答		38	—
合計	3,000	610	20.3%

表4 地域別の市町一覧（本報告書で使用している地域別市町）

地域	市町名
北勢地域	桑名市、いなべ市、木曾岬町、東員町、四日市市、菰野町、朝日町、川越町、鈴鹿市、亀山市
中南勢地域	津市、松阪市、多気町、明和町、大台町
伊勢志摩地域	伊勢市、鳥羽市、志摩市、玉城町、度会町、南伊勢町、大紀町
伊賀地域	伊賀市、名張市
東紀州地域	尾鷲市、紀北町、熊野市、御浜町、紀宝町

4 報告書の見方

- (1) 比率は全てパーセントで表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出したため、比率の合計が100.0%にならないこともある。
- (2) 複数回答が可能な質問では、構成比の母数は回答者数とし、その項目を選択した人が全体の何%なのかという見方をした。そのため、各項目の比率を合計しても100.0%とはならない。
- (3) 本報告書の表の見出し及び文章中での回答選択肢の表現は、趣旨が変わらない程度に簡略化して掲載されている場合がある。
- (4) 報告書中のグラフにおいて、値の小さい項目は表記が省略されている場合がある。
- (5) 報告書中の「前回調査」とは、三重県が平成13年度に実施した「買物傾向調査（商圈調査）」を指す。
- (6) 報告書中の店舗の類型は、調査票に示している以下の類型となっている。
 - ①中小小売店：一般商店（店舗面積300㎡未満のもの）
 - ②中型店：中型のスーパーマーケット
 - ③大型専門店：家電専門店等の単体大型専門店
 - ④大型店：大型のスーパーマーケット、ショッピングセンター、百貨店（店舗面積1,000㎡超のもの）
 - ⑤コンビニエンス・ストア
 - ⑥宅配販売：食料品等の生活必需品の宅配販売
 - ⑦通信販売：本・CD・カメラ・衣料品等の、趣味・嗜好品の通信販売
 - ⑧その他：訪問販売・移動販売ほか

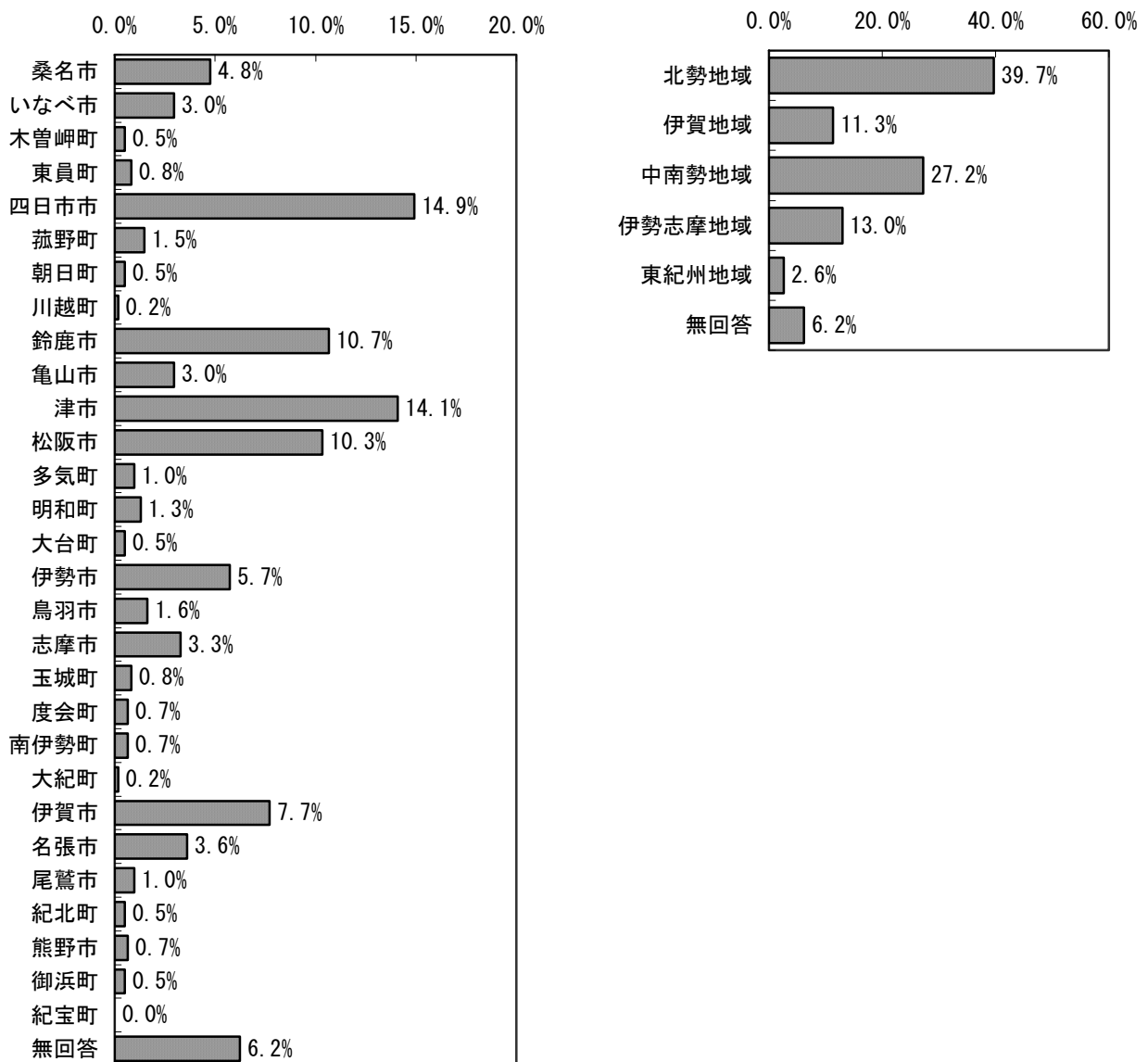
Ⅱ. 郵送調査結果

1 回答者属性

1-1 居住地

回答者の居住地は、「四日市市」(14.9%)、「津市」(14.1%)、「鈴鹿市」(10.7%)、「松阪市」(10.3%)の順になっている。

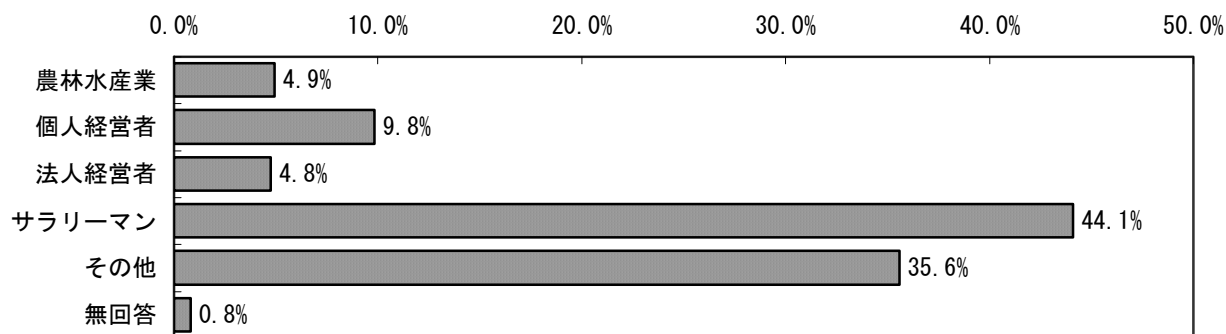
図1 居住地



1-2 職業

回答者の世帯の中で稼ぎ手となる方の職業は、「サラリーマン」(44.1%)、「その他」(35.6%)、「個人経営者」(9.8%)の順となっている。

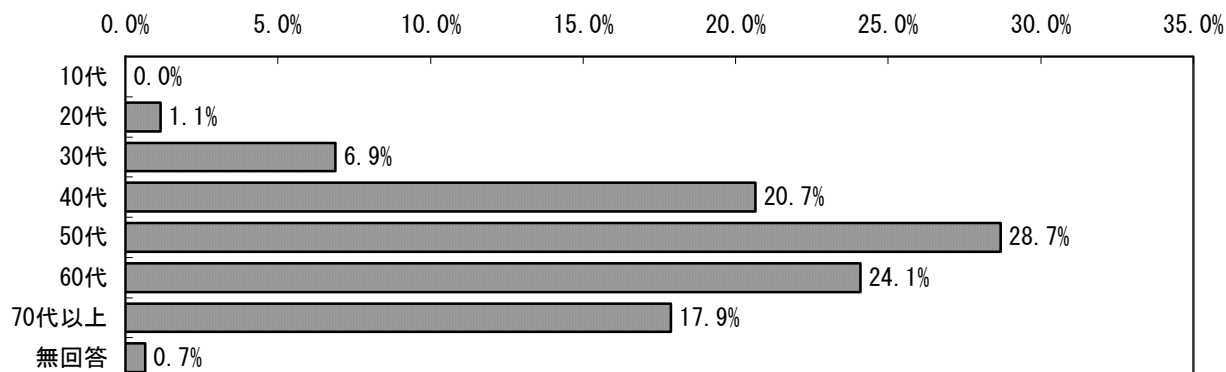
図2 職業



1-3 年齢

回答者の世帯の中で稼ぎ手となる方の年齢は、「50代」(28.7%)、「60代」(24.1%)、「40代」(20.7%)の順となっている。

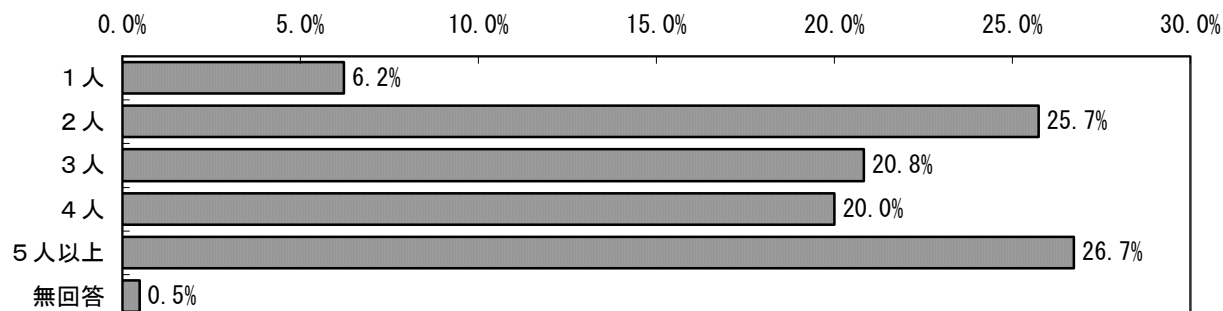
図3 年齢



1-4 世帯の人数

回答者の世帯の人数は、「5人以上」(26.7%)、「2人」(25.7%)、「3人」(20.8%)の順となっている。

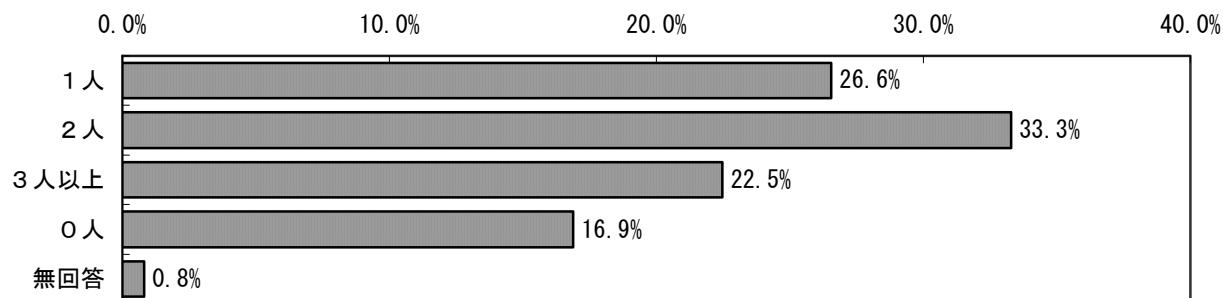
図4 世帯の人数



1-5 働き手の数

回答者の世帯の働き手の数は、「2人」(33.3%)、「1人」(26.6%)、「3人以上」(22.5%)の順となっている。

図5 働き手の数

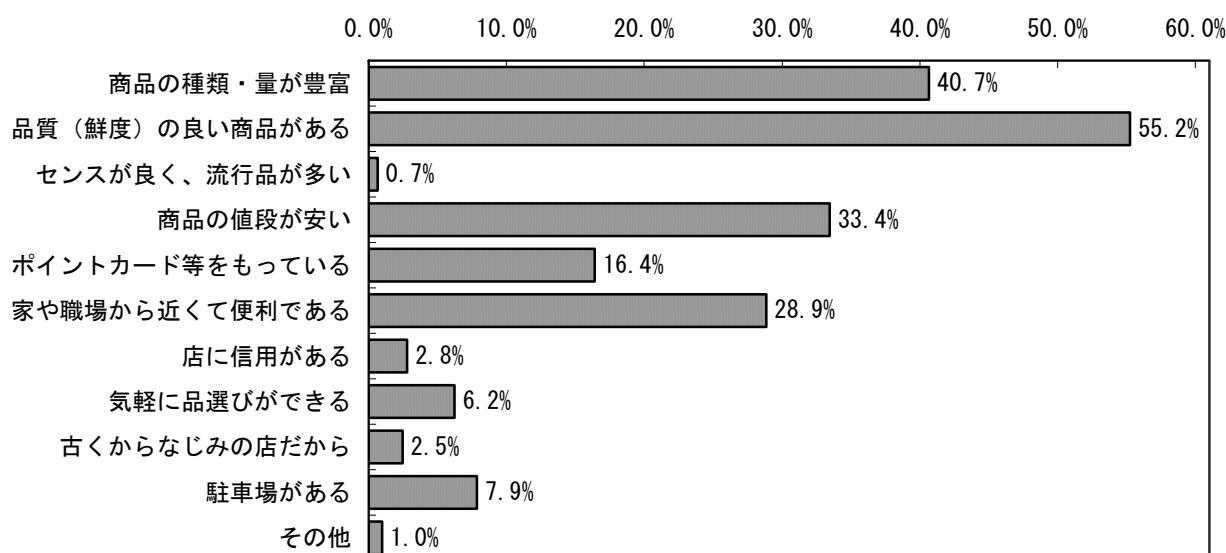


2 店舗選択理由

2-1 食料品・日用品雑貨

食料品・日用品雑貨を購入する店を選ぶ理由をみると、「品質（鮮度）の良い商品がある」が55.2%で最も多く、次いで「商品の種類・量が豊富」（40.7%）、「商品の値段が安い」（33.4%）、「家や職場から近くて便利である」（28.9%）などとなっている。

図6 店舗選択理由（食料品・日用品雑貨）



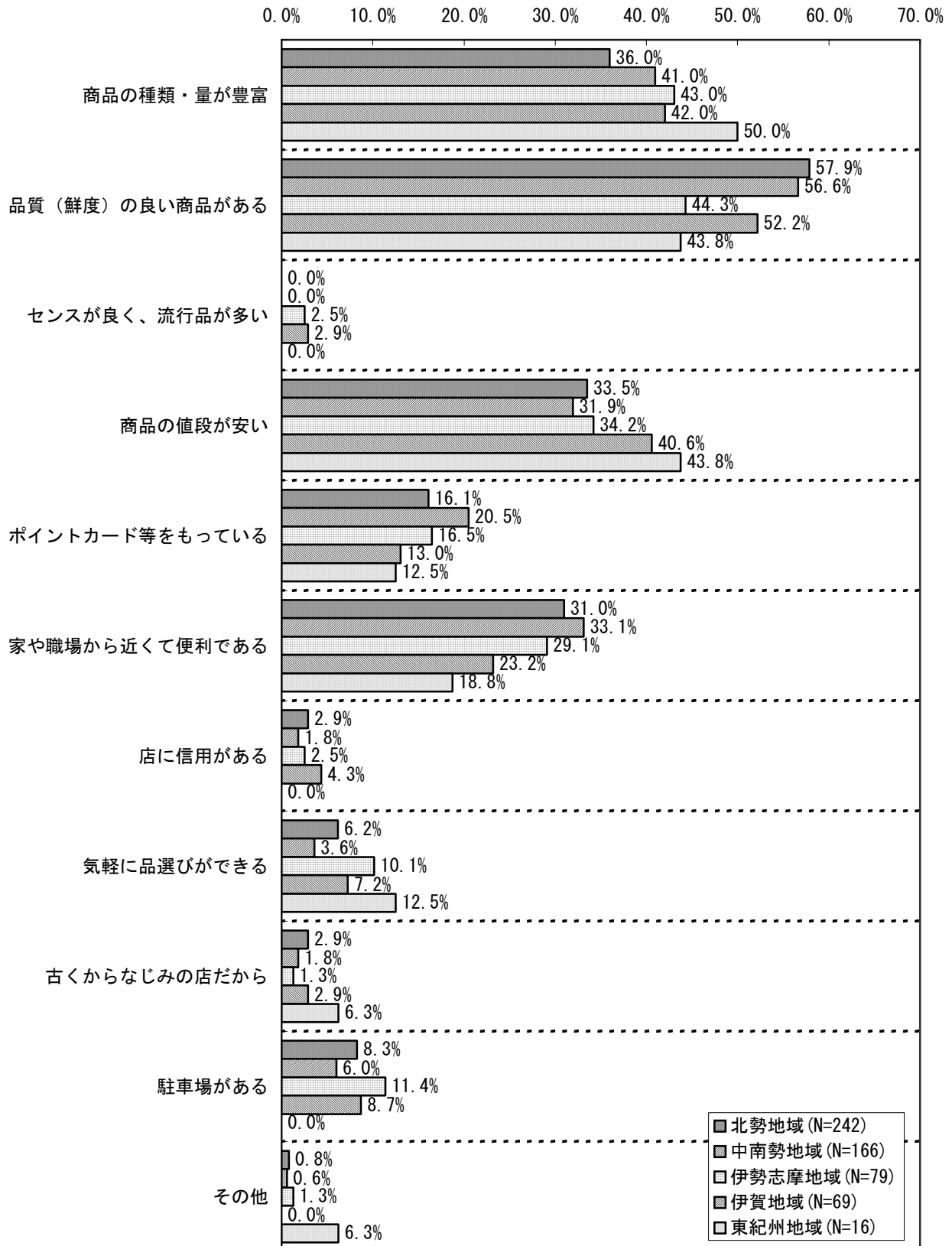
年齢別にみると、20代は「家や職場から近くて便利である」が最も多いが、30代以上では、いずれも「品質（鮮度）の良い商品がある」が最も多くなっている。

表5 年齢別の店舗選択理由の上位5位（食料品・日用品雑貨）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	家や職場から近くて便利である 57.1%	品質（鮮度）の良い商品がある 42.9%	品質（鮮度）の良い商品がある 54.0%	品質（鮮度）の良い商品がある 53.1%	品質（鮮度）の良い商品がある 60.5%	品質（鮮度）の良い商品がある 59.6%
2位	商品の値段が安い 42.9%	商品の種類・量が豊富 40.5%	商品の値段が安い 43.7%	商品の値段が安い 40.0%	商品の種類・量が豊富 48.3%	商品の種類・量が豊富 45.9%
3位	商品の種類・量が豊富 28.6%	商品の値段が安い 38.1%	商品の種類・量が豊富 35.7%	商品の種類・量が豊富 34.3%	商品の値段が安い 28.6%	家や職場から近くて便利である 23.9%
4位	品質（鮮度）の良い商品がある 28.6%	家や職場から近くて便利である 33.3%	家や職場から近くて便利である 32.5%	家や職場から近くて便利である 31.4%	家や職場から近くて便利である 23.8%	商品の値段が安い 16.5%
5位	気軽に品選びができる 14.3%	ポイントカード等を持っている 21.4%	ポイントカード等を持っている 15.9%	ポイントカード等を持っている 15.4%	ポイントカード等を持っている 17.7%	ポイントカード等を持っている 16.5%

地域別にみると、東紀州地域では「商品の種類・量が豊富」、それ以外の地域では「品質（鮮度）の良い商品がある」が最も多くなっている。

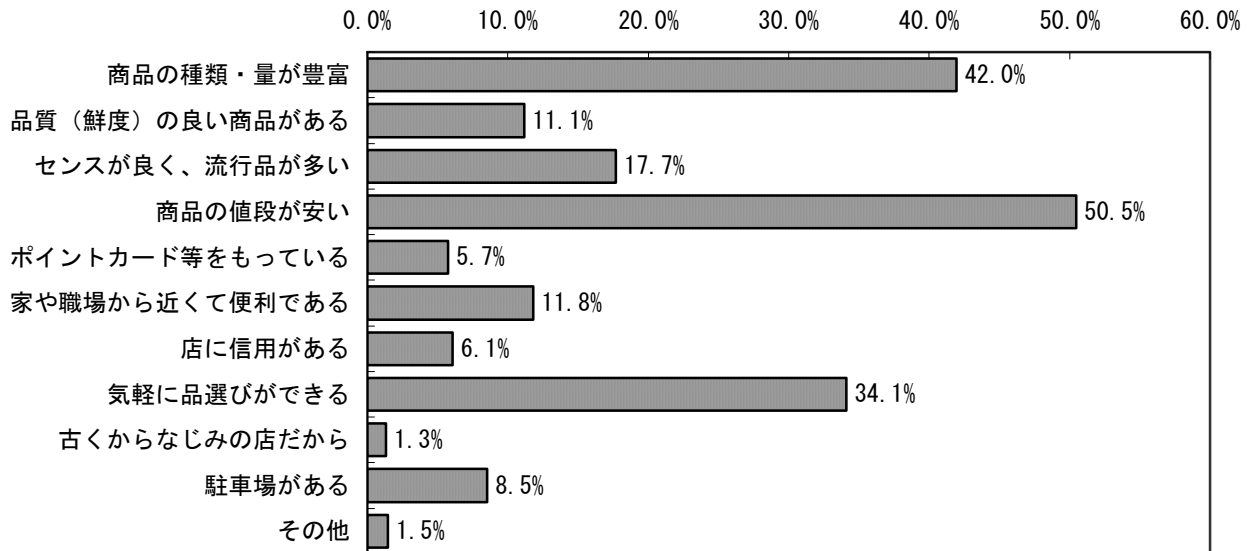
図7 地域別 店舗選択理由（食料品・日用品雑貨）



2-2 実用衣料

実用衣料を購入する店を選ぶ理由をみると、「商品の値段が安い」が50.5%で最も多く、次いで「商品の種類・量が豊富」（42.0%）、「気軽に品選びができる」（34.1%）、「センスが良く、流行品が多い」（17.7%）などとなっている。

図8 店舗選択理由（実用衣料）



年齢別にみると30代から60代では、「商品の値段が安い」が最も多く、また、20代や70代以上でも3位となり、お店を選ぶ理由として、価格指向が強い品目となっている。

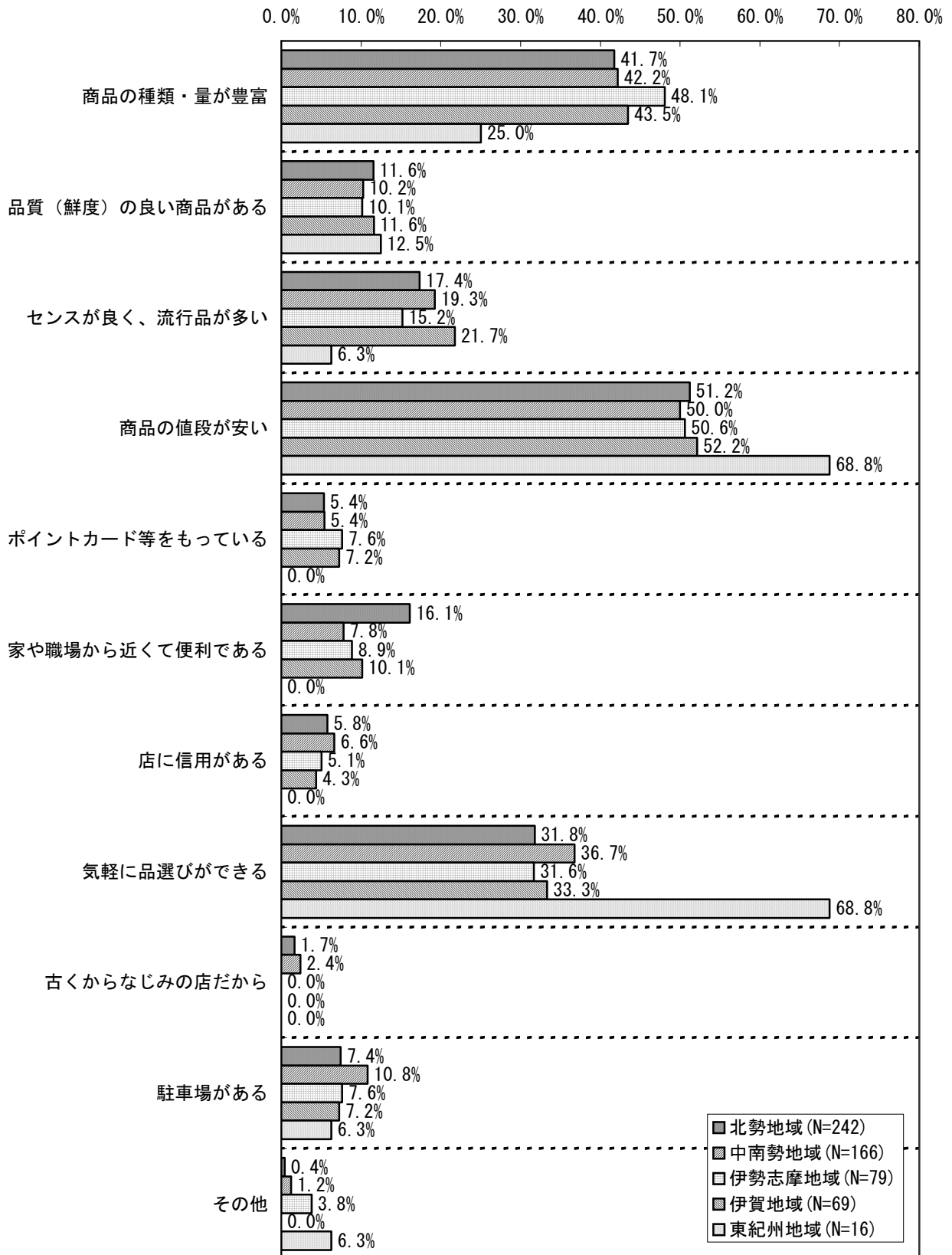
表6 年齢別の店舗選択理由の上位5位（実用衣料）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	商品の種類・量が豊富 42.9%	商品の値段が安い 57.1%	商品の値段が安い 61.1%	商品の値段が安い 49.7%	商品の値段が安い 53.1%	商品の種類・量が豊富 35.8%
2位	気軽に品選びができる 42.9%	商品の種類・量が豊富 35.7%	商品の種類・量が豊富 39.7%	商品の種類・量が豊富 48.6%	商品の種類・量が豊富 42.9%	気軽に品選びができる 35.8%
3位	商品の値段が安い 42.9%	気軽に品選びができる 35.7%	気軽に品選びができる 31.7%	気軽に品選びができる 34.9%	気軽に品選びができる 33.3%	商品の値段が安い 33.9%
4位	品質（鮮度）の良い商品がある 14.3%	品質（鮮度）の良い商品がある 16.7%	センスが良く、流行品が多い 19.8%	センスが良く、流行品が多い 16.6%	センスが良く、流行品が多い 19.0%	センスが良く、流行品が多い 16.5%
5位	店に信用がある 14.3%	家や職場から近くて便利である 14.3%	家や職場から近くて便利である 11.1%	品質（鮮度）の良い商品がある 12.0%	駐車場がある 13.6%	品質（鮮度）の良い商品がある 12.8%

地域別にみると、いずれの地域でも「商品の値段が安い」が最も多く（東紀州地域では「気軽に品選びができる」も同率）、次いで「商品の種類・量が豊富」となっている。

北勢地域では「家や職場から近くて便利である」が、中南勢地域では「駐車場がある」がそれぞれ他の地域に比べて多くなっている。

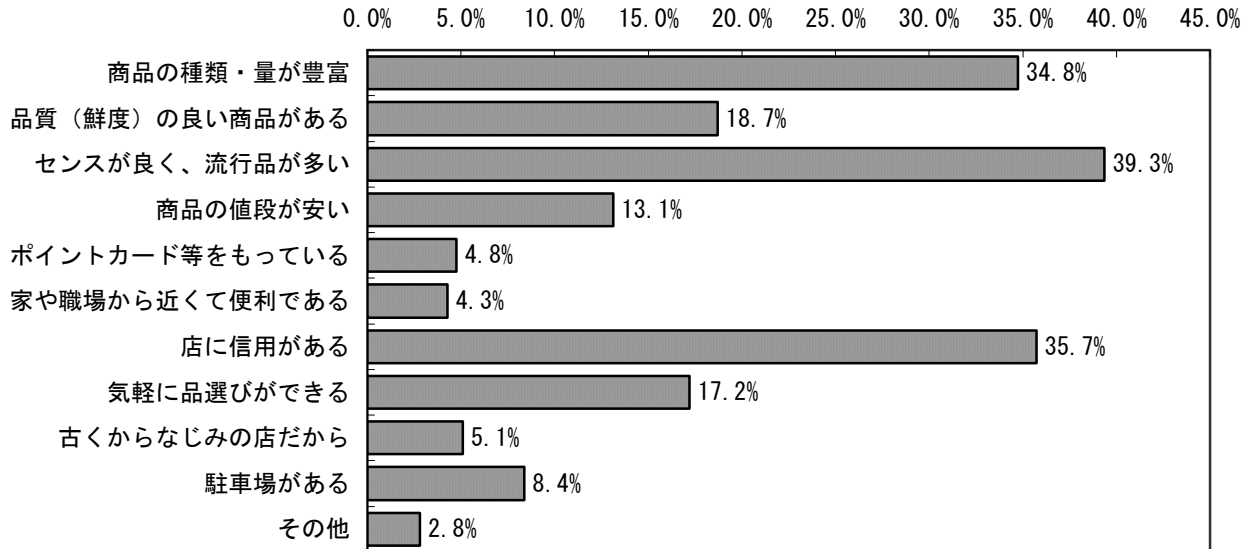
図9 地域別 店舗選択理由（実用衣料）



2-3 高級衣料

高級衣料を購入する店を選ぶ理由をみると、「センスが良く、流行品が多い」が39.3%で最も多く、次いで「店に信用がある」(35.7%)、「商品の種類・量が豊富」(34.8%)、「品質(鮮度)の良い商品がある」(18.7%)などとなっている。

図10 店舗選択理由(高級衣料)



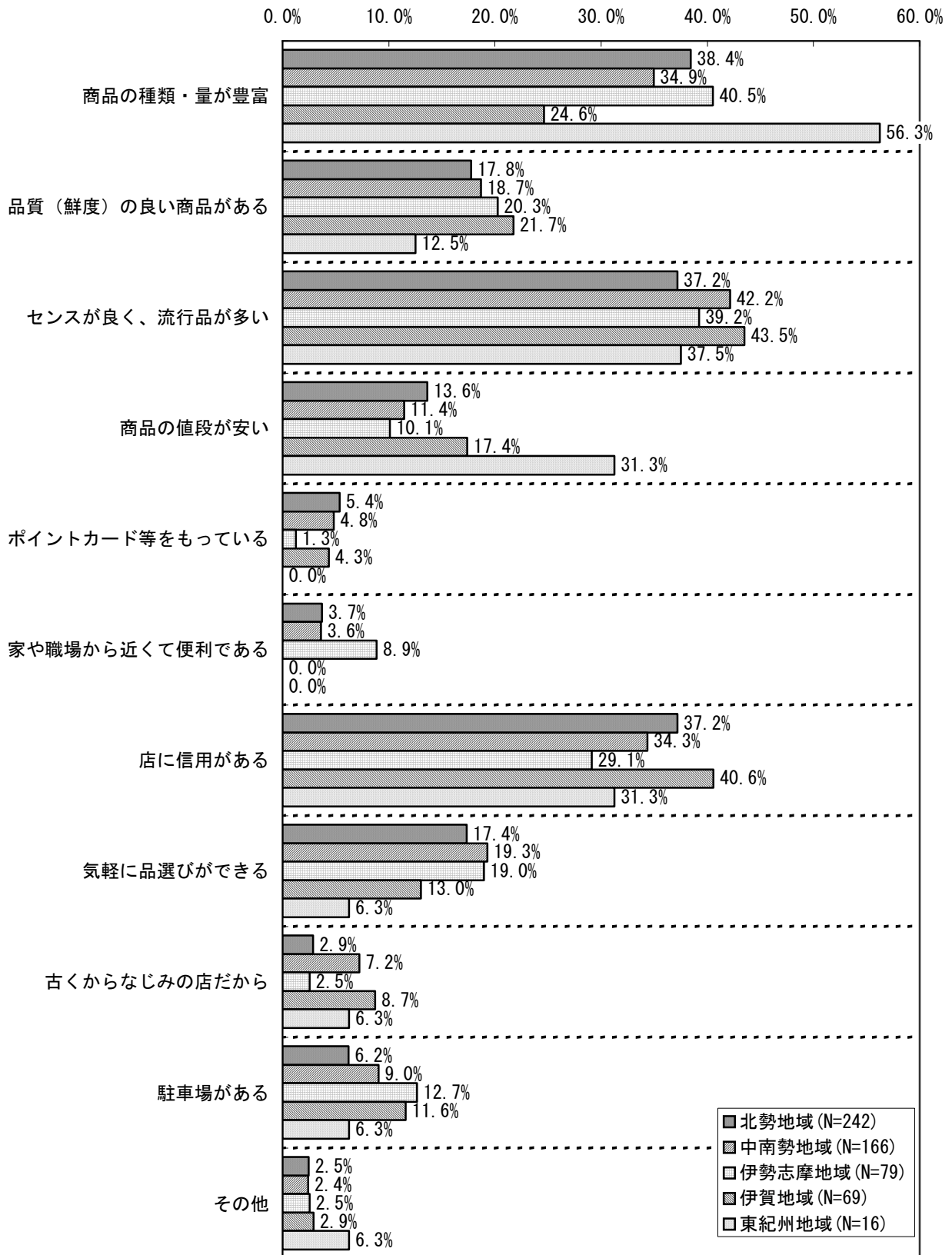
年齢別にみると、いずれの年齢層でも「センスが良く、流行品が多い」が1位、2位を占めており、次いで、豊富さや店の信用といった項目となっており、実用衣料と違い、価格よりもファッション性や店の信用力が重視される傾向がみられ、他の品目との違いとなっている。

表7 年齢別の店舗選択理由の上位5位(高級衣料)

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	センスが良く、流行品が多い	商品の種類・量が豊富	センスが良く、流行品が多い	センスが良く、流行品が多い	センスが良く、流行品が多い	店に信用がある
	57.1%	45.2%	45.2%	39.4%	38.8%	44.0%
2位	店に信用がある	センスが良く、流行品が多い	商品の種類・量が豊富	商品の種類・量が豊富	商品の種類・量が豊富	センスが良く、流行品が多い
	42.9%	38.1%	34.1%	37.1%	38.8%	33.0%
3位	品質(鮮度)の良い商品がある	店に信用がある	店に信用がある	店に信用がある	店に信用がある	商品の種類・量が豊富
	28.6%	26.2%	32.5%	36.6%	34.7%	23.9%
4位	商品の種類・量が豊富	気軽に品選びができる	品質(鮮度)の良い商品がある	品質(鮮度)の良い商品がある	気軽に品選びができる	品質(鮮度)の良い商品がある
	14.3%	23.8%	23.8%	21.1%	17.0%	15.6%
5位	商品の値段が安い	品質(鮮度)の良い商品がある	商品の値段が安い	気軽に品選びができる	商品の値段が安い	気軽に品選びができる
	14.3%	21.4%	16.7%	18.3%	17.0%	14.7%

地域別にみると、伊賀地域と中南勢地域では「センスが良く、流行品が多い」が最も多く、北勢地域・伊勢志摩地域・東紀州地域では「商品の種類・量が豊富」が最も多くなっている。

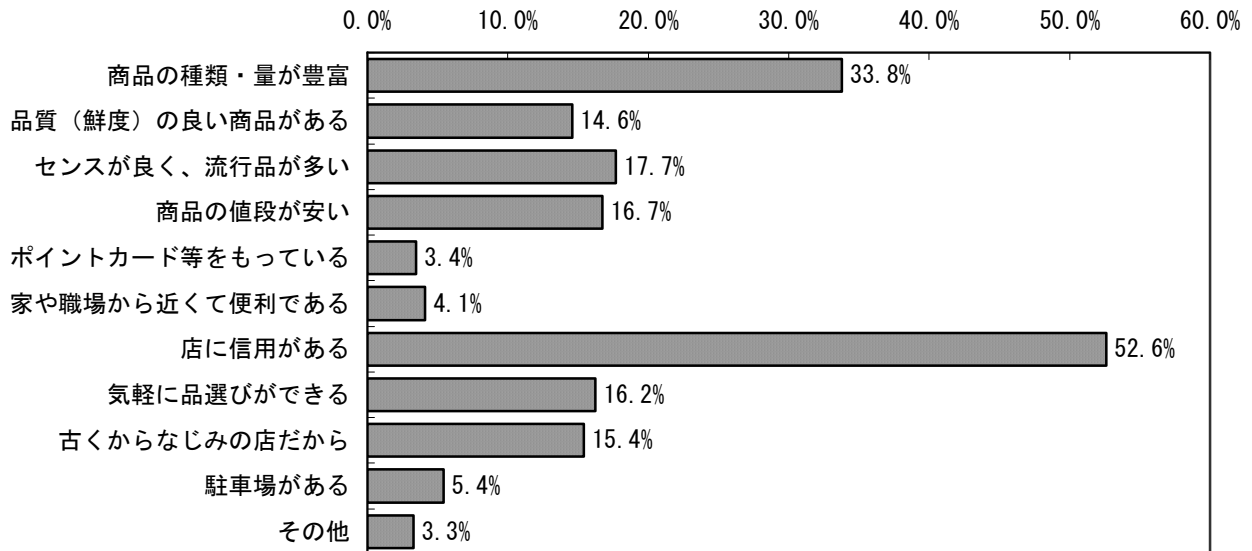
図 11 地域別 店舗選択理由（高級衣料）



2-4 時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属

時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属を購入する店を選ぶ理由をみると、「店に信用がある」が52.6%で最も多く、次いで「商品の種類・量が豊富」（33.8%）、「センスが良く、流行品が多い」（17.7%）、「商品の値段が安い」（16.7%）などとなっている。

図12 店舗選択理由（時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属）



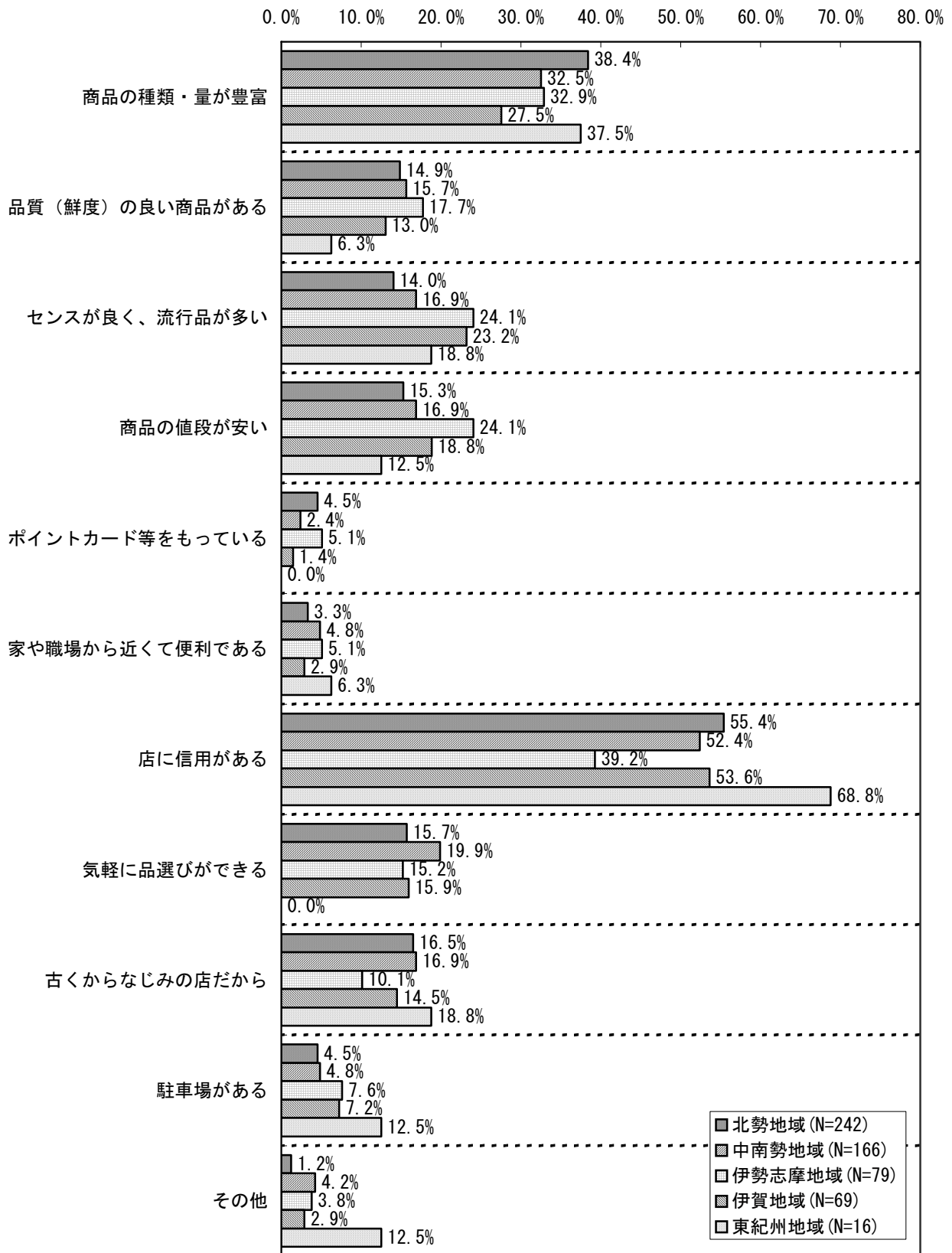
年齢別にみると、「店に信用がある」が40代以上では最も多く、30代でも2位となり、お店の信用力が、店舗選定の理由として重要視されている。また、「古くからなじみの店だから」が70代以上では2位、60代では5位となり、高齢層は昔から利用している店を利用する傾向がみられる。

表8 年齢別の店舗選択理由の上位5位（時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	センスが良く、 流行品が多い 42.9%	商品の種類・量 が豊富 38.1%	店に信用がある 50.8%	店に信用がある 51.4%	店に信用がある 57.8%	店に信用がある 58.7%
2位	品質（鮮度）の 良い商品がある 28.6%	店に信用がある 38.1%	商品の種類・量 が豊富 40.5%	商品の種類・量 が豊富 35.4%	商品の種類・量 が豊富 37.4%	古くからなじみ の店だから 33.9%
3位	気軽に品選びが できる 28.6%	センスが良く、 流行品が多い 28.6%	センスが良く、 流行品が多い 24.6%	センスが良く、 流行品が多い 20.6%	気軽に品選びが できる 18.4%	商品の種類・量 が豊富 19.3%
4位	商品の種類・量 が豊富 14.3%	品質（鮮度）の 良い商品がある 23.8%	商品の値段が安 い 23.8%	品質（鮮度）の 良い商品がある 17.1%	商品の値段が安 い 15.0%	商品の値段が安 い 11.9%
5位	商品の値段が安 い 14.3%	商品の値段が安 い 21.4%	品質（鮮度）の 良い商品がある 16.7%	気軽に品選びが できる 17.1%	古くからなじみ の店だから 15.0%	気軽に品選びが できる 10.1%

地域別にみると、いずれの地域でも「店に信用がある」が最も多く、次いで「商品の種類・量が豊富」となっている。

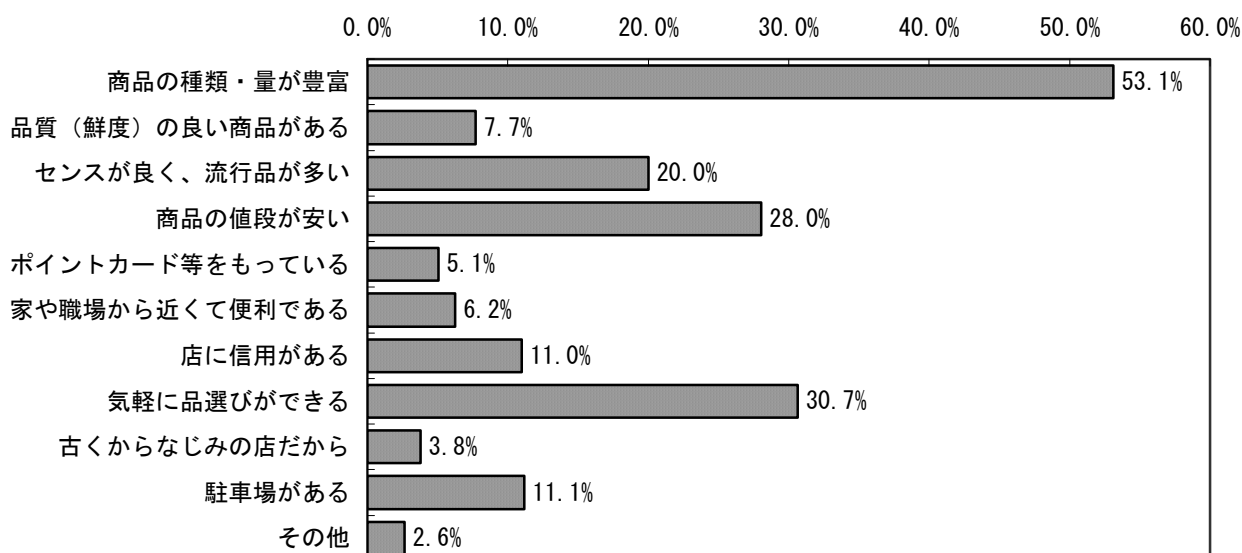
図 13 地域別 店舗選択理由（時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属）



2-5 スポーツ・レジャー用品

スポーツ・レジャー用品を購入する店を選ぶ理由をみると、「商品の種類・量が豊富」が53.1%で最も多く、次いで「気軽に品選びができる」(30.7%)、「商品の値段が安い」(28.0%)、「センスが良く、流行品が多い」(20.0%)などとなっている。

図14 店舗選択理由(スポーツ・レジャー用品)



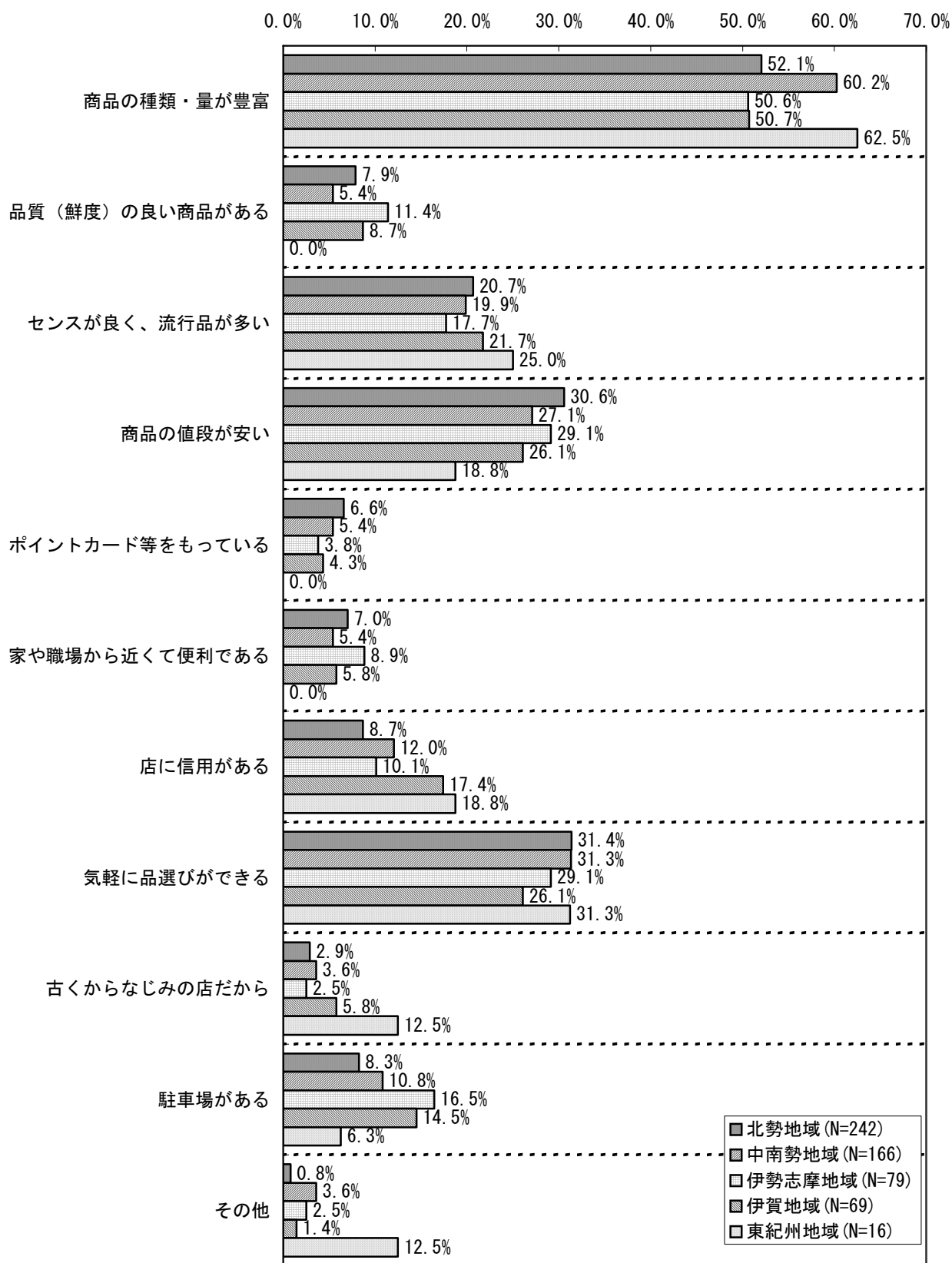
年齢別にみると、いずれの年齢層においても「商品の種類・量が豊富」が最も多くなっている。また、20代以外では「商品の値段が安い」が上位に入っているが、20代では理由として上位5項目には選ばれておらず、20代ではセンスや流行品が多いことを重視する傾向がみられる。

表9 年齢別の店舗選択理由の上位5位(スポーツ・レジャー用品)

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	商品の種類・量が豊富 57.1%	商品の種類・量が豊富 57.1%	商品の種類・量が豊富 61.1%	商品の種類・量が豊富 57.7%	商品の種類・量が豊富 53.7%	商品の種類・量が豊富 34.9%
2位	センスが良く、流行品が多い 42.9%	商品の値段が安い 42.9%	商品の値段が安い 34.1%	気軽に品選びができる 33.1%	気軽に品選びができる 32.7%	気軽に品選びができる 23.9%
3位	気軽に品選びができる 42.9%	気軽に品選びができる 23.8%	気軽に品選びができる 33.3%	商品の値段が安い 24.0%	商品の値段が安い 29.3%	商品の値段が安い 22.0%
4位	品質(鮮度)の良い商品がある 28.6%	センスが良く、流行品が多い 19.0%	センスが良く、流行品が多い 23.0%	センスが良く、流行品が多い 21.7%	センスが良く、流行品が多い 19.0%	店に信用がある 18.3%
5位	家や職場から近くて便利である 14.3%	品質(鮮度)の良い商品がある 14.3%	駐車場がある 8.7%	店に信用がある 13.1%	駐車場がある 17.0%	センスが良く、流行品が多い 14.7%

地域別にみると、いずれの地域でも「商品の種類・量が豊富」が最も多く、次いで「気軽に品選
びができる」（伊賀地域と伊勢志摩地域では「商品の値段が安い」も同率）となっている。

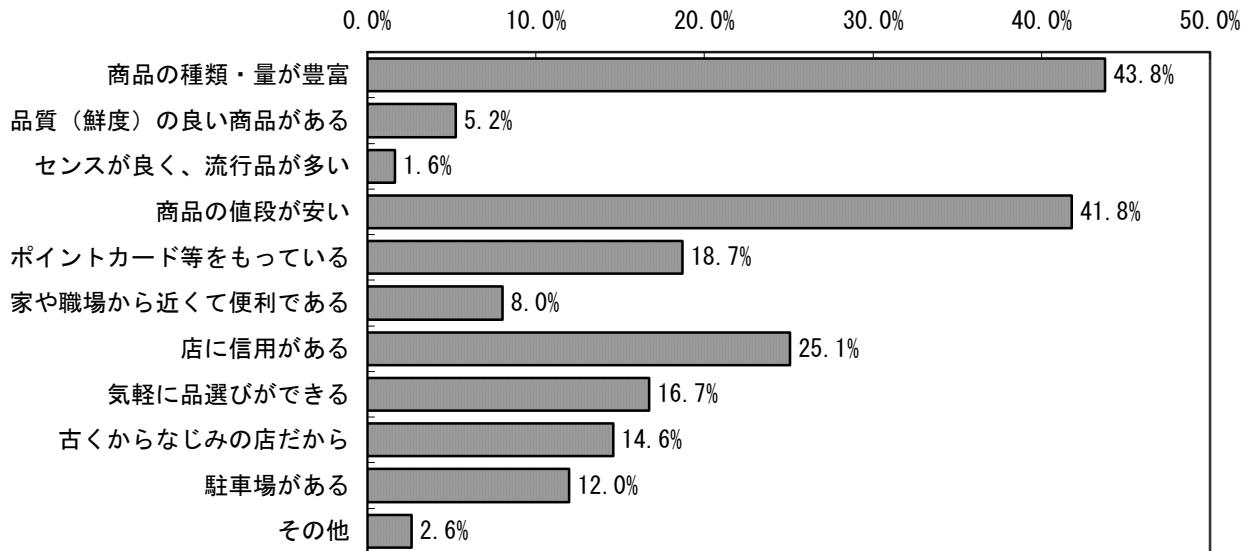
図 15 地域別 店舗選択理由（スポーツ・レジャー用品）



2-6 家庭電化製品

家庭電化製品を購入する店を選ぶ理由をみると、「商品の種類・量が豊富」が43.8%で最も多く、次いで「商品の値段が安い」（41.8%）、「店に信用がある」（25.1%）、「ポイントカード等を持っている」（18.7%）などとなっている。

図16 店舗選択理由（家庭電化製品）



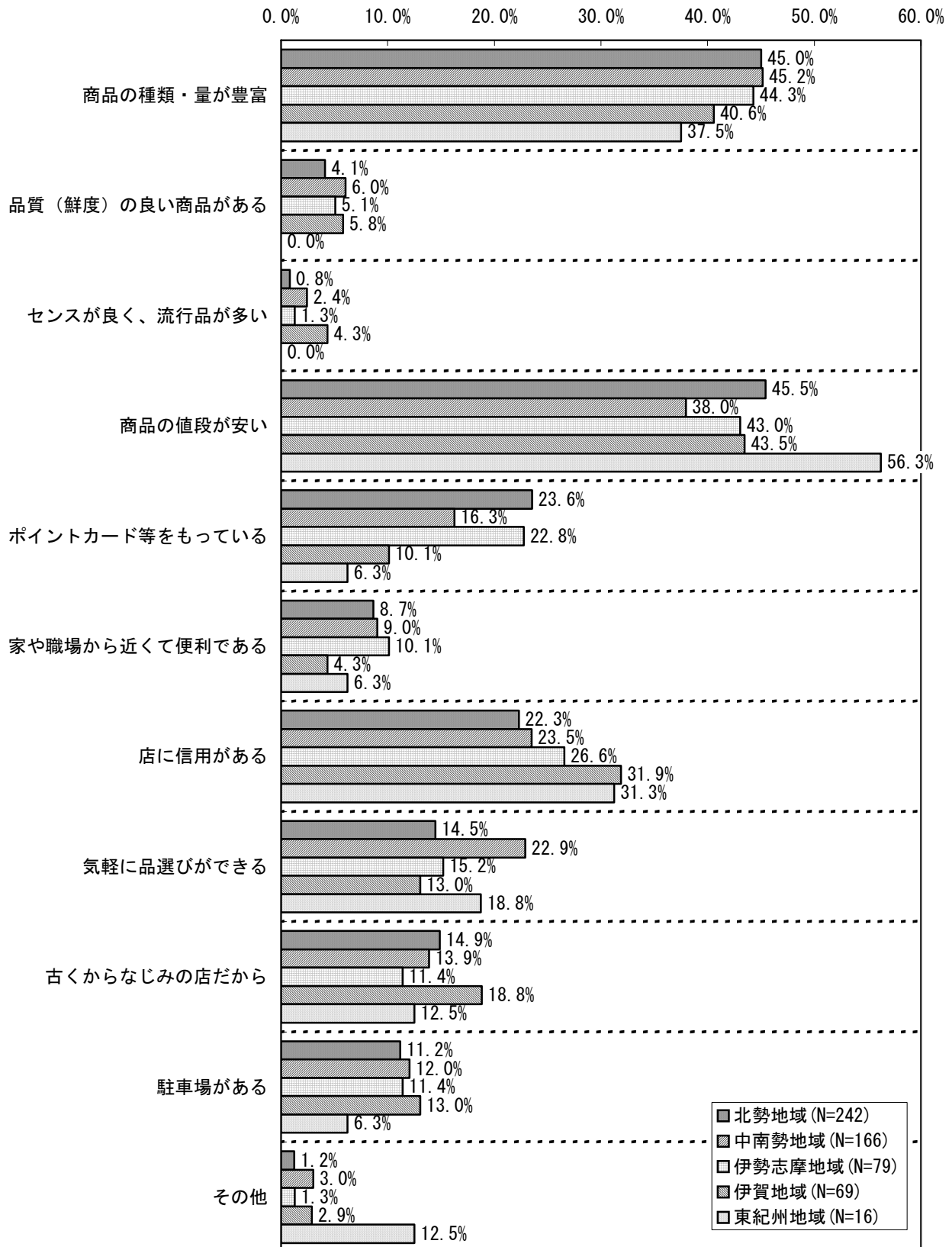
年齢別にみると、20代から40代までは「商品の値段が安い」が最も多く、50代以上では「商品の種類・量が豊富」が最も多くなり、40代までの世代では価格を重要視している。一方、70代以上では「古くからなじみの店だから」が4位に入っている。また、「ポイントカード等を持っている」や「気軽に品選びができる」といった項目が各世代ともに店舗選択理由の上位に入っている。

表10 年齢別の店舗選択理由の上位5位（家庭電化製品）

	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
1位	商品の値段が安い 57.1%	商品の値段が安い 50.0%	商品の値段が安い 54.8%	商品の種類・量が豊富 46.3%	商品の種類・量が豊富 44.9%	商品の種類・量が豊富 39.4%
2位	ポイントカード等を持っている 42.9%	商品の種類・量が豊富 42.9%	商品の種類・量が豊富 43.7%	商品の値段が安い 41.1%	商品の値段が安い 38.1%	店に信用がある 31.2%
3位	家や職場から近くて便利である 28.6%	ポイントカード等を持っている 35.7%	ポイントカード等を持っている 25.4%	店に信用がある 26.9%	店に信用がある 21.8%	商品の値段が安い 30.3%
4位	商品の種類・量が豊富 14.3%	店に信用がある 26.2%	店に信用がある 22.2%	ポイントカード等を持っている 18.3%	気軽に品選びができる 19.7%	古くからなじみの店だから 23.9%
5位	気軽に品選びができる 14.3%	気軽に品選びができる 14.3%	気軽に品選びができる 15.1%	気軽に品選びができる 16.0%	ポイントカード等を持っている 16.3%	気軽に品選びができる 17.4%

地域別にみると、中南勢地域と伊勢志摩地域では「商品の種類・量が豊富」、それ以外の地域では「商品の値段が安い」がそれぞれ最も多くなっている。「ポイントカード等をもっている」は北勢地域と伊勢志摩地域では2割を超えている一方、東紀州地域では1割未満となっており、地域による差が大きい。

図 17 地域別 店舗選択理由（家庭電化製品）



2-7 品目別の店舗選択理由の上位

店舗選択理由で上位に入った項目を品目別にまとめると、「商品の種類・量が豊富」はいずれの品目でも上位3位以内に入っている。また、「商品の値段が安い」や「気軽に品選びができる」なども重視されている。

一方で、「品質（鮮度）の良い商品がある」は食料品・日用品雑貨で特に重視されている。また高級衣料においても4位に入っている。

また、「店に信用がある」は高級衣料、時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属、家庭電化製品などで上位に入っており、店舗選択の理由となっている。

さらに、特筆すべきものとして食料品・日用品雑貨や家庭電化製品では「ポイントカード等を持っている」、スポーツ・レジャー用品では「駐車場がある」が店舗選択の理由に挙がっている。

表 11 品目別の店舗選択理由の上位5位

	食料品・日用品雑貨	実用衣料	高級衣料	時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属	スポーツ・レジャー用品	家庭電化製品
1位	品質（鮮度）の良い商品がある	商品の値段が安い	センスが良く、流行品が多い	店に信用がある	商品の種類・量が豊富	商品の種類・量が豊富
	55.2%	50.5%	39.3%	52.6%	53.1%	43.8%
2位	商品の種類・量が豊富	商品の種類・量が豊富	店に信用がある	商品の種類・量が豊富	気軽に品選びができる	商品の値段が安い
	40.7%	42.0%	35.7%	33.8%	30.7%	41.8%
3位	商品の値段が安い	気軽に品選びができる	商品の種類・量が豊富	センスが良く、流行品が多い	商品の値段が安い	店に信用がある
	33.4%	34.1%	34.8%	17.7%	28.0%	25.1%
4位	家や職場から近くて便利である	センスが良く、流行品が多い	品質（鮮度）の良い商品がある	商品の値段が安い	センスが良く、流行品が多い	ポイントカード等を持っている
	28.9%	17.7%	18.7%	16.7%	20.0%	18.7%
5位	ポイントカード等を持っている	家や職場から近くて便利である	気軽に品選びができる	気軽に品選びができる	駐車場がある	気軽に品選びができる
	16.4%	11.8%	17.2%	16.2%	11.1%	16.7%

3 商品を購入する場所

商品を購入する場所（市町）について品目別、地域別に集計した。以下の各品目の項では、居住地域を横軸にして、購入しているという回答のあった市町を縦軸にした構成比で示している。また、表内の太枠は各地域に属する市町を示している。

表を見やすくするために、居住地域外で回答がなかった（0.0%）項目については、記載を削除している。

3-1 生鮮食料品

生鮮食料品についてみると、いずれの地域でも大半が地域内（太枠で囲った市町）で購入されているが、東紀州地域では「新宮市」への流出がみられる。

表 12 地域別 商品を購入する場所（生鮮食料品）

買物をする場所		居住地域	北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域
			(242人)	(166人)	(79人)	(69人)	(16人)
北勢地域	桑名市		10.7%	0.6%			
	いなべ市		5.8%		1.3%		
	木曽岬町		0.0%				
	東員町		2.9%				
	四日市市		39.3%	0.6%			
	菰野町		2.1%				
	朝日町		0.0%				
	川越町		1.2%				
	鈴鹿市		26.4%				
	亀山市		6.6%				
中南勢地域	津市		0.4%	47.0%			
	松阪市			39.2%			
	多気町			2.4%			
	明和町			3.6%	1.3%		
	大台町			1.8%			
伊勢志摩地域	伊勢市				44.3%		
	鳥羽市				10.1%		
	志摩市				25.3%		
	玉城町				5.1%		
	度会町				2.5%		
	南伊勢町				5.1%		
	大紀町				0.0%		
伊賀地域	伊賀市					66.7%	
	名張市			3.0%		29.0%	
東紀州地域	尾鷲市						37.5%
	紀北町						18.8%
	熊野市						25.0%
	御浜町						6.3%
	紀宝町						0.0%
県外	名古屋市						
	大阪市						
	新宮市						12.5%
	その他の地域		1.2%				
	非該当（通信販売・訪問販売等）		1.7%		1.3%	2.9%	
	買い物しない			0.6%		1.4%	
	無回答		1.7%	1.2%	3.8%		

3-2 その他食料品（生鮮食料品を除く）

生鮮食料品を除く食料品は、傾向としてはほぼ生鮮食料品と同じとなっている。

表 13 地域別 商品を購入する場所（その他食料品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	11.6%	0.6%			
	いなべ市	5.8%		1.3%		
	木曾岬町	0.0%				
	東員町	2.1%				
	四日市市	38.4%				
	菰野町	2.9%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	26.9%				
	亀山市	5.8%				
中南勢地域	津市	0.4%	47.0%			
	松阪市		39.8%			
	多気町		1.8%			
	明和町		3.0%	1.3%		
	大台町		1.8%			
伊勢志摩地域	伊勢市			49.4%		
	鳥羽市			10.1%		
	志摩市			25.3%		
	玉城町			2.5%		
	度会町			2.5%		
	南伊勢町			3.8%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				66.7%	
	名張市		3.0%		31.9%	
東紀州地域	尾鷲市					37.5%
	紀北町					18.8%
	熊野市					25.0%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	0.4%				
	大阪市					
	新宮市					18.8%
	その他の地域	1.2%				
	非該当(通信販売・訪問販売等)	2.1%	0.6%	1.3%	1.4%	
	買い物しない					
	無回答	2.5%	1.8%	2.5%		

3-3 日用品雑貨

日用品雑貨についてみると、大半が地域内で購入されているが、東紀州地域からは「新宮市」への流出がみられるほか、伊勢志摩地域では「伊勢市」と「志摩市」への集中という傾向がみられる。

表 14 地域別 商品を購入する場所（日用品雑貨）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	14.0%	0.6%			
	いなべ市	4.1%				
	木曾岬町	0.4%				
	東員町	1.7%				
	四日市市	38.0%				
	菰野町	2.9%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.4%				
	鈴鹿市	27.3%	0.6%			
	亀山市	6.2%				
中南勢地域	津市	0.4%	47.6%			
	松阪市		39.8%			
	多気町		0.6%			
	明和町		4.2%	5.1%		
	大台町		2.4%			
伊勢志摩地域	伊勢市			54.4%		
	鳥羽市			3.8%		
	志摩市			29.1%		
	玉城町			2.5%		
	度会町			2.5%		
	南伊勢町			0.0%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				60.9%	
	名張市		2.4%		34.8%	
東紀州地域	尾鷲市					37.5%
	紀北町					18.8%
	熊野市					31.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市					
	大阪市					
	新宮市					12.5%
	その他の地域	0.8%			2.9%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	1.2%				
	買い物しない				1.4%	
	無回答	2.5%	1.2%	2.5%		

3-4 医薬品・化粧品

医薬品・化粧品についてみると、食料品等と同様の傾向を示しているが、「非該当（通信販売・訪問販売等）」の占める比率が、やや高くなっている。

表 15 地域別 商品を購入する場所（医薬品・化粧品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	12.0%	0.6%			
	いなべ市	6.2%				
	木曾岬町	0.0%				
	東員町	0.8%				
	四日市市	37.6%	1.2%			
	菰野町	2.1%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.8%				
	鈴鹿市	25.6%				
	亀山市	6.6%				
中南勢地域	津市	0.4%	44.0%		1.4%	
	松阪市		35.5%			
	多気町		1.2%			
	明和町		4.2%			
	大台町		1.8%			
伊勢志摩地域	伊勢市			50.6%		
	鳥羽市			3.8%		
	志摩市			27.8%		
	玉城町		0.6%	5.1%		
	度会町			2.5%		
	南伊勢町			1.3%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				56.5%	
	名張市		3.0%		27.5%	
東紀州地域	尾鷲市					37.5%
	紀北町					18.8%
	熊野市					25.0%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市					
	大阪市				2.9%	
	新宮市					12.5%
	その他の地域	1.2%			2.9%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	4.5%	6.6%	6.3%	8.7%	
	買い物しない	0.4%				
	無回答	1.7%	1.2%	2.5%		6.3%

3-5 実用衣料

実用衣料についてみると、伊賀地域からは「大阪市」、東紀州地域からは「新宮市」などへの流出がみられる。

表 16 地域別 商品を購入する場所（実用衣料）

買物をする場所		居住地				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	12.0%	1.2%			
	いなべ市	4.5%				
	木曾岬町	0.0%			1.4%	
	東員町	3.3%				
	四日市市	39.7%	0.6%			
	菰野町	1.7%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.4%				
	鈴鹿市	28.9%	0.6%			
	亀山市	4.1%				
中南勢地域	津市	0.4%	44.0%			
	松阪市		39.8%			6.3%
	多気町		1.2%			
	明和町		3.6%	2.5%		
	大台町		1.2%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.2%	55.7%		
	鳥羽市			5.1%		
	志摩市			24.1%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			1.3%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				53.6%	
	名張市		3.0%		33.3%	
東紀州地域	尾鷲市					25.0%
	紀北町					18.8%
	熊野市					6.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市		0.6%	2.5%		
	大阪市				4.3%	
	新宮市					31.3%
	その他の地域	0.8%			2.9%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	2.9%	1.8%	5.1%	4.3%	
買い物しない						
無回答	1.2%	1.2%	3.8%		12.5%	

3-6 高級衣料

高級衣料についてみると、実用衣料と比較すると、北勢地域・中南勢地域・伊勢志摩地域では「名古屋市」、伊賀地域では「大阪市」、東紀州地域では「新宮市」と、商業集積の高い都市での購買が多くみられる。

表 17 地域別 商品を購入する場所（高級衣料）

買物をする場所		居住地				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	8.7%	0.6%	1.3%		
	いなべ市	1.7%				
	木曾岬町	0.0%				
	東員町	1.7%				
	四日市市	43.0%	1.2%		1.4%	6.3%
	菰野町	0.0%				
	朝日町	0.0%		1.3%		
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	21.1%	1.8%	1.3%		
亀山市	1.7%					
中南勢地域	津市		39.2%	2.5%		18.8%
	松阪市		30.7%	1.3%		
	多気町		0.6%			
	明和町		1.8%	2.5%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	50.6%		
	鳥羽市			0.0%		
	志摩市			12.7%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				34.8%	
	名張市		1.8%		26.1%	
東紀州地域	尾鷲市					6.3%
	紀北町					6.3%
	熊野市					0.0%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	16.1%	12.7%	11.4%	1.4%	
	大阪市	0.4%	1.2%	1.3%	26.1%	
	新宮市					43.8%
	その他の地域	0.8%	1.8%	1.3%	4.3%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	0.4%	1.8%	2.5%	4.3%	
	買い物しない	1.2%	1.8%	5.1%	1.4%	
	無回答	3.3%	2.4%	5.1%		18.8%

3-7 くつ・かばん

くつ・かばんについてみると、高級衣料ほどではないが、同様に北勢地域・中南勢地域・伊勢志摩地域から「名古屋市」、伊賀地域から「大阪市」、東紀州地域から「新宮市」や「津市」「松阪市」への流出が多くみられる。

表 18 地域別 商品を購入する場所（くつ・かばん）

買物をする場所		居住地				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	11.2%	0.6%		1.4%	
	いなべ市	2.9%				
	木曽岬町	0.4%				
	東員町	0.8%				
	四日市市	38.4%	1.8%			
	菰野町	1.2%				
	朝日町	0.4%				
	川越町	0.8%		1.3%		
	鈴鹿市	24.4%	0.6%	1.3%		
亀山市	1.2%					
中南勢地域	津市		39.2%	1.3%		12.5%
	松阪市		34.3%	1.3%		12.5%
	多気町		1.2%			
	明和町		2.4%	6.3%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	53.2%		
	鳥羽市			0.0%		
	志摩市			13.9%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				42.0%	
	名張市		3.0%		27.5%	
東紀州地域	尾鷲市					6.3%
	紀北町					12.5%
	熊野市					12.5%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	9.9%	9.0%	8.9%	2.9%	6.3%
	大阪市	1.2%	1.8%	2.5%	15.9%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	2.1%	0.6%	2.5%	4.3%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	2.9%	2.4%	3.8%	4.3%	
	買い物しない			1.3%		
	無回答	2.1%	2.4%	2.5%	1.4%	12.5%

3-8 家具・寝具・インテリア用品

家具・寝具・インテリア用品についてみると、地域内でも0.0%の市町が多くみられる一方、伊勢志摩地域では「伊勢市」が6割を超えるなど、地域内の商業集積地域への集中がみられる。また、東紀州地域からは「新宮市」や「津市」への流出もみられる。

表 19 地域別 商品を購入する場所（家具・寝具・インテリア用品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	16.5%	1.2%		1.4%	
	いなべ市	2.5%				
	木曽岬町	0.0%				
	東員町	1.2%				
	四日市市	40.5%	0.6%		1.4%	
	菰野町	0.0%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	27.3%	1.2%		1.4%	
亀山市	0.8%					
中南勢地域	津市	0.4%	47.0%	1.3%		25.0%
	松阪市		36.7%	1.3%		6.3%
	多気町		0.6%			
	明和町		1.8%	3.8%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.2%	63.3%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			13.9%		
	玉城町			1.3%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				52.2%	
	名張市		3.0%		23.2%	
東紀州地域	尾鷲市					12.5%
	紀北町					6.3%
	熊野市					6.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	2.5%	1.2%		2.9%	
	大阪市			1.3%	1.4%	
	新宮市					37.5%
	その他の地域	0.4%			5.8%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	2.9%	1.8%	3.8%	8.7%	
	買い物しない	1.7%	0.6%	2.5%		
	無回答	3.3%	3.0%	6.3%	1.4%	6.3%

3-9 時計・メガネ・カメラ

時計・メガネ・カメラについてみると、中南勢地域や伊勢志摩地域では地域内で大半が購入されているが、伊賀地域からは「大阪市」、東紀州地域からは「新宮市」や「津市」への流出がみられる。

表 20 地域別 商品を購入する場所（時計・メガネ・カメラ）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	11.2%	0.6%		1.4%	
	いなべ市	4.1%				
	木曽岬町	0.4%				
	東員町	0.0%				
	四日市市	38.4%	0.6%	1.3%	1.4%	
	菰野町	1.7%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.4%				
	鈴鹿市	26.4%	1.2%			
亀山市	3.3%					
中南勢地域	津市	0.4%	45.2%			12.5%
	松阪市		38.0%			6.3%
	多気町		0.6%			
	明和町		1.8%	5.1%		
	大台町		0.6%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.2%	60.8%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			16.5%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			1.3%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				49.3%	
	名張市		3.0%		23.2%	
東紀州地域	尾鷲市					37.5%
	紀北町					6.3%
	熊野市					12.5%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	5.8%	2.4%			
	大阪市	0.4%			13.0%	
	新宮市					18.8%
	その他の地域	2.1%	0.6%		4.3%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	1.2%	1.2%	3.8%	1.4%	6.3%
	買い物しない	0.4%	1.2%	5.1%	4.3%	
	無回答	3.7%	1.8%	5.1%	1.4%	

3-10 服飾品・宝石・貴金属

服飾品・宝石・貴金属についてみると、北勢地域・中南勢地域では「名古屋市」、伊賀地域では「大阪市」、東紀州地域では「新宮市」や「津市」への流出がみられる。また、「買物しない」が比較的多くなっている。

表 21 地域別 商品を購入する場所（服飾品・宝石・貴金属）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	8.7%	0.6%	1.3%		
	いなべ市	2.1%				
	木曽岬町	0.8%			1.4%	
	東員町	0.0%				
	四日市市	37.2%		1.3%	1.4%	
	菰野町	0.8%		1.3%		
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	20.7%	1.8%	1.3%	1.4%	6.3%
亀山市	0.8%					
中南勢地域	津市	0.8%	37.3%		1.4%	18.8%
	松阪市		33.1%			6.3%
	多気町		0.6%			
	明和町		1.2%	3.8%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.2%	55.7%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			7.6%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				39.1%	
	名張市		3.0%		20.3%	
東紀州地域	尾鷲市					12.5%
	紀北町					0.0%
	熊野市					6.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	9.9%	8.4%	5.1%	1.4%	6.3%
	大阪市	0.4%	0.6%		13.0%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	2.1%	1.2%	2.5%	4.3%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	0.8%	1.8%	6.3%	1.4%	6.3%
	買物しない	7.0%	4.2%	8.9%	8.7%	12.5%
	無回答	7.9%	4.2%	3.8%	5.8%	

3-11 スポーツ・レジャー用品

スポーツ・レジャー用品についてみると、伊勢志摩地域・東紀州地域から「津市」への流出が多くみられる。

表 22 地域別 商品を購入する場所（スポーツ・レジャー用品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	17.4%	0.6%			
	いなべ市	2.1%				
	木曾岬町	0.4%				
	東員町	0.0%				
	四日市市	38.4%	0.6%			
	菰野町	0.4%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	28.5%	1.2%	1.3%	2.9%	
	亀山市	0.4%				
中南勢地域	津市	0.8%	48.2%	15.2%	1.4%	25.0%
	松阪市		33.1%	1.3%		12.5%
	多気町		0.6%			
	明和町		3.0%			
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	53.2%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			8.9%		
	玉城町			1.3%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				43.5%	
	名張市		3.6%		31.9%	
東紀州地域	尾鷲市					12.5%
	紀北町					12.5%
	熊野市					6.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	2.1%				6.3%
	大阪市				4.3%	
	新宮市					18.8%
	その他の地域	0.8%			7.2%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)		1.2%	5.1%		
	買い物しない	2.9%	3.6%	7.6%	4.3%	
	無回答	5.8%	3.6%	5.1%	4.3%	6.3%

3-12 書籍・文具

書籍・文具についてみると、東紀州地域から「新宮市」や「松阪市」への流出がみられる以外はおおむね地域内で購入されている。

表 23 地域別 商品を購入する場所（書籍・文具）

買物をする場所		居住地				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	11.2%	0.6%			
	いなべ市	6.2%				
	木曾岬町	0.4%				
	東員町	0.8%				
	四日市市	38.0%	0.6%			
	菰野町	1.2%				
	朝日町	0.0%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	26.9%	0.6%			
	亀山市	4.5%				
中南勢地域	津市	0.4%	43.4%		1.4%	
	松阪市		37.3%			12.5%
	多気町		1.8%			
	明和町		4.2%	3.8%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市			59.5%		
	鳥羽市			5.1%		
	志摩市			21.5%		
	玉城町			1.3%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
	大紀町			0.0%		
伊賀地域	伊賀市				59.4%	
	名張市		3.0%		33.3%	
東紀州地域	尾鷲市					12.5%
	紀北町					18.8%
	熊野市					25.0%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	2.1%	0.6%			6.3%
	大阪市				1.4%	
	新宮市					18.8%
	その他の地域	0.8%			1.4%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	5.0%	5.4%	5.1%	1.4%	6.3%
	買い物しない		0.6%			
	無回答	2.5%	1.8%	3.8%	1.4%	

3-13 楽器・CD

楽器・CDについてみると、おおむね地域内で購入されているが、「非該当（通信販売・訪問販売等）」が伊勢志摩地域・東紀州地域で1割を超えるなど比較的多くなっている。

表 24 地域別 商品を購入する場所（楽器・CD）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	10.3%	0.6%			
	いなべ市	3.7%				
	木曾岬町	0.4%				
	東員町	0.8%				
	四日市市	31.8%				
	菰野町	0.8%				
	朝日町	0.4%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	25.2%	0.6%			
	亀山市	2.1%				
中南勢地域	津市	0.4%	40.4%			
	松阪市		31.9%			
	多気町		0.6%			
	明和町		2.4%	1.3%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	55.7%		
	鳥羽市			0.0%		
	志摩市			19.0%		
	玉城町		0.6%	1.3%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				46.4%	
	名張市		3.0%		27.5%	
東紀州地域	尾鷲市					18.8%
	紀北町					18.8%
	熊野市					18.8%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	2.1%	0.6%			
	大阪市		0.6%		2.9%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	2.1%			4.3%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	7.0%	9.0%	12.7%	2.9%	12.5%
	買い物しない	5.4%	4.8%	6.3%	11.6%	6.3%
	無回答	7.4%	4.2%	3.8%	4.3%	

3-14 玩具・TVゲーム

玩具・TVゲームについてみると、「買物しない」が他の品目に比べて多い。また地域内で0.0%の町も多くなっており、購入場所が限られている。

表 25 地域別 商品を購入する場所（玩具・TVゲーム）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	12.4%	0.6%	2.5%		
	いなべ市	3.3%				
	木曾岬町	0.0%				
	東員町	0.0%				
	四日市市	33.5%				
	菰野町	0.8%				
	朝日町	0.4%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	24.4%			1.4%	
	亀山市	1.7%				
中南勢地域	津市	0.4%	41.6%	1.3%		6.3%
	松阪市		28.3%			
	多気町		0.6%			
	明和町		3.6%	3.8%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.2%	48.1%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			20.3%		
	玉城町			1.3%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				44.9%	
	名張市		2.4%		27.5%	
東紀州地域	尾鷲市					18.8%
	紀北町					6.3%
	熊野市					0.0%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	1.2%		1.3%		
	大阪市				2.9%	
	新宮市					37.5%
	その他の地域	0.8%			1.4%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	3.3%	3.0%	5.1%	2.9%	6.3%
	買物しない	8.3%	11.4%	12.7%	13.0%	25.0%
	無回答	9.5%	7.2%	2.5%	5.8%	

3-15 家庭電化製品

家庭電化製品についてみると、いずれの地域においても、おおむね地域内で購入されているが、その中で、東紀州地域では「新宮市」へ流出している状況がみられる。

表 26 地域別 商品を購入する場所（家庭電化製品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢 地域 (166人)	伊勢志摩 地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州 地域 (16人)
北勢地域	桑名市	18.6%	0.6%			
	いなべ市	0.8%				
	木曾岬町	0.8%				
	東員町	0.4%				
	四日市市	38.8%	0.6%			
	菰野町	2.5%		1.3%		
	朝日町	1.2%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	28.5%	0.6%			
	亀山市	4.1%				
中南勢地域	津市		47.6%		1.4%	6.3%
	松阪市		39.8%			
	多気町		0.6%			
	明和町		3.6%	8.9%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	59.5%		
	鳥羽市			0.0%		
	志摩市			22.8%		
	玉城町		0.6%	0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			1.3%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				56.5%	
	名張市		3.0%		33.3%	
東紀州地域	尾鷲市					37.5%
	紀北町					0.0%
	熊野市					12.5%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	0.4%				6.3%
	大阪市				2.9%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	1.2%			2.9%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	0.4%	1.8%	3.8%	1.4%	6.3%
	買い物しない	0.4%				
	無回答	1.7%	0.6%	2.5%	1.4%	6.3%

3-16 情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）

情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）についてみると、東紀州地域を除きおおむね地域内で購入されているが、伊勢志摩地域・東紀州地域では「非該当（通信販売・訪問販売等）」が1割以上と多くなっている。

表 27 地域別 商品を購入する場所（情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等））

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	14.9%	1.2%			
	いなべ市	0.4%				
	木曽岬町	0.4%				
	東員町	0.4%				
	四日市市	33.1%				
	菰野町	0.4%				
	朝日町	0.8%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	25.2%	0.6%			
亀山市	2.1%					
中南勢地域	津市	0.4%	42.8%		1.4%	6.3%
	松阪市		31.9%	1.3%		6.3%
	多気町		0.6%			
	明和町		3.6%	5.1%		6.3%
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		1.8%	54.4%		
	鳥羽市			1.3%		
	志摩市			17.7%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			1.3%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				46.4%	
	名張市		3.0%		24.6%	
東紀州地域	尾鷲市					12.5%
	紀北町					0.0%
	熊野市					6.3%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	2.1%	0.6%	1.3%		6.3%
	大阪市				7.2%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	0.8%			2.9%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	6.6%	4.8%	11.4%	4.3%	12.5%
	買い物しない	3.3%	4.8%	2.5%	5.8%	12.5%
無回答	9.1%	4.2%	3.8%	7.2%	6.3%	

3-17 贈答品

贈答品についてみると、伊賀地域では「伊賀市」、中南勢地域では「津市」、伊勢志摩地域では「伊勢市」がそれぞれ5割を超えており、北勢地域でも「四日市市」が4割以上を占めている。

表 28 地域別 商品を購入する場所（贈答品）

買物をする場所		居住地域				
		北勢地域 (242人)	中南勢地域 (166人)	伊勢志摩地域 (79人)	伊賀地域 (69人)	東紀州地域 (16人)
北勢地域	桑名市	10.3%	0.6%			
	いなべ市	5.4%				
	木曾岬町	0.4%				
	東員町	1.2%				
	四日市市	45.9%	1.2%	1.3%		
	菰野町	0.4%				
	朝日町	0.4%				
	川越町	0.0%				
	鈴鹿市	17.4%				
	亀山市	3.3%				
中南勢地域	津市	0.8%	50.0%			
	松阪市		33.1%			
	多気町		0.6%			
	明和町		3.0%	2.5%		
	大台町		0.0%			
伊勢志摩地域	伊勢市		0.6%	55.7%		
	鳥羽市			3.8%		
	志摩市			26.6%		
	玉城町			0.0%		
	度会町			0.0%		
	南伊勢町			0.0%		
大紀町			0.0%			
伊賀地域	伊賀市				52.2%	
	名張市		2.4%		29.0%	
東紀州地域	尾鷲市					31.3%
	紀北町					18.8%
	熊野市					12.5%
	御浜町					0.0%
	紀宝町					0.0%
県外	名古屋市	6.2%	3.0%	2.5%		
	大阪市	0.4%			5.8%	
	新宮市					25.0%
	その他の地域	0.8%			5.8%	
	非該当(通信販売・訪問販売等)	2.5%	2.4%	1.3%	2.9%	
	買い物しない	0.4%		2.5%	1.4%	6.3%
	無回答	4.1%	3.0%	3.8%	2.9%	6.3%

3-18 品目別・市町別の地元購買率

各品目について地元購買率（居住する市町内で購入する人の割合）をまとめた。件数が少ない尾鷲市や熊野市および各町を除くと、「生鮮食料品」「その他食料品」はいずれの市でも地元購買率が高くなる傾向にある。

品目別にみると、「日用品雑貨」「医薬品・化粧品」「家庭電化製品」は、地元購買率が8～9割以上と比較的高い市と、極端に低い市に二極化している。

これらの品目について、購入する店舗の種類を調査したところ、いずれも安価で多種を揃える大型専門店で購入するとの回答が多数を占めていた。また、大型専門店の立地状況を見てみると、極端に地元購買率が低い箇所については大型専門店の立地が少ない地域である。

「高級衣料」や「くつ・靴」は最も地元購買率の高い四日市市でも8割程度で、全体的に地元購買率は低くなっている。

市町別にみると、どの品目も地元購買率が比較的高いのは、四日市市、鈴鹿市、津市、松阪市、伊勢市などとなっている。

品目によって極端に地元購買率が低いものがあるのは、亀山市、志摩市などで、「高級衣料」「くつ・靴」「家具・インテリア用品」「家庭電化製品」などが低くなっている。

いなべ市や鳥羽市は全体的にどの品目も地元購買率が比較的低くなっている。

消費者の消費行動の流れを踏まえてみると、これらの地元購買率の低い地域の周辺には、大規模な商業施設が多く立地する人口規模が大きい市があり、そちらに流出する傾向がある。

表 29 品目別・市町別 地元購買率（1）

	件数	生鮮食料品	その他食料品	日用品雑貨	医薬品・化粧品	実用衣料	高級衣料	くつ・靴	家具・インテリア用品	時計・めがね・カメラ	
北勢地域	桑名市	29	86.2%	89.7%	93.1%	82.8%	89.7%	41.4%	58.6%	82.8%	65.5%
	いなべ市	18	77.8%	77.8%	55.6%	77.8%	61.1%	22.2%	38.9%	27.8%	55.6%
	木曽岬町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	東員町	5	100.0%	80.0%	20.0%	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	四日市市	91	98.9%	96.7%	95.6%	94.5%	93.4%	80.2%	80.2%	87.9%	87.9%
	菰野町	9	55.6%	77.8%	77.8%	55.6%	44.4%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%
	朝日町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	川越町	1	100.0%	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	鈴鹿市	65	95.4%	95.4%	96.9%	93.8%	98.5%	67.7%	75.4%	84.6%	87.7%
亀山市	18	88.9%	77.8%	83.3%	88.9%	55.6%	16.7%	11.1%	11.1%	44.4%	
中南勢地域	津市	86	90.7%	90.7%	90.7%	84.9%	84.9%	67.4%	68.6%	83.7%	84.9%
	松阪市	63	96.8%	98.4%	96.8%	90.5%	96.8%	66.7%	79.4%	87.3%	90.5%
	多気町	6	66.7%	50.0%	16.7%	33.3%	33.3%	16.7%	33.3%	16.7%	16.7%
	明和町	8	75.0%	62.5%	87.5%	87.5%	62.5%	25.0%	37.5%	37.5%	37.5%
	大台町	3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
伊勢志摩地域	伊勢市	35	94.3%	94.3%	91.4%	88.6%	82.9%	62.9%	71.4%	82.9%	77.1%
	鳥羽市	10	80.0%	80.0%	30.0%	30.0%	40.0%	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%
	志摩市	20	95.0%	95.0%	100.0%	100.0%	90.0%	50.0%	55.0%	50.0%	55.0%
	玉城町	5	80.0%	40.0%	40.0%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	度会町	4	50.0%	50.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	南伊勢町	4	100.0%	75.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	大紀町	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地伊賀	伊賀市	47	97.9%	97.9%	89.4%	83.0%	78.7%	51.1%	61.7%	76.6%	72.3%
	名張市	22	86.4%	95.5%	90.9%	81.8%	90.9%	63.6%	77.3%	68.2%	68.2%
東紀州地域	尾鷲市	6	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	66.7%	0.0%	16.7%	16.7%	83.3%
	紀北町	3	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	33.3%	66.7%	33.3%	33.3%
	熊野市	4	50.0%	50.0%	50.0%	75.0%	25.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%
	御浜町	3	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	紀宝町	0									

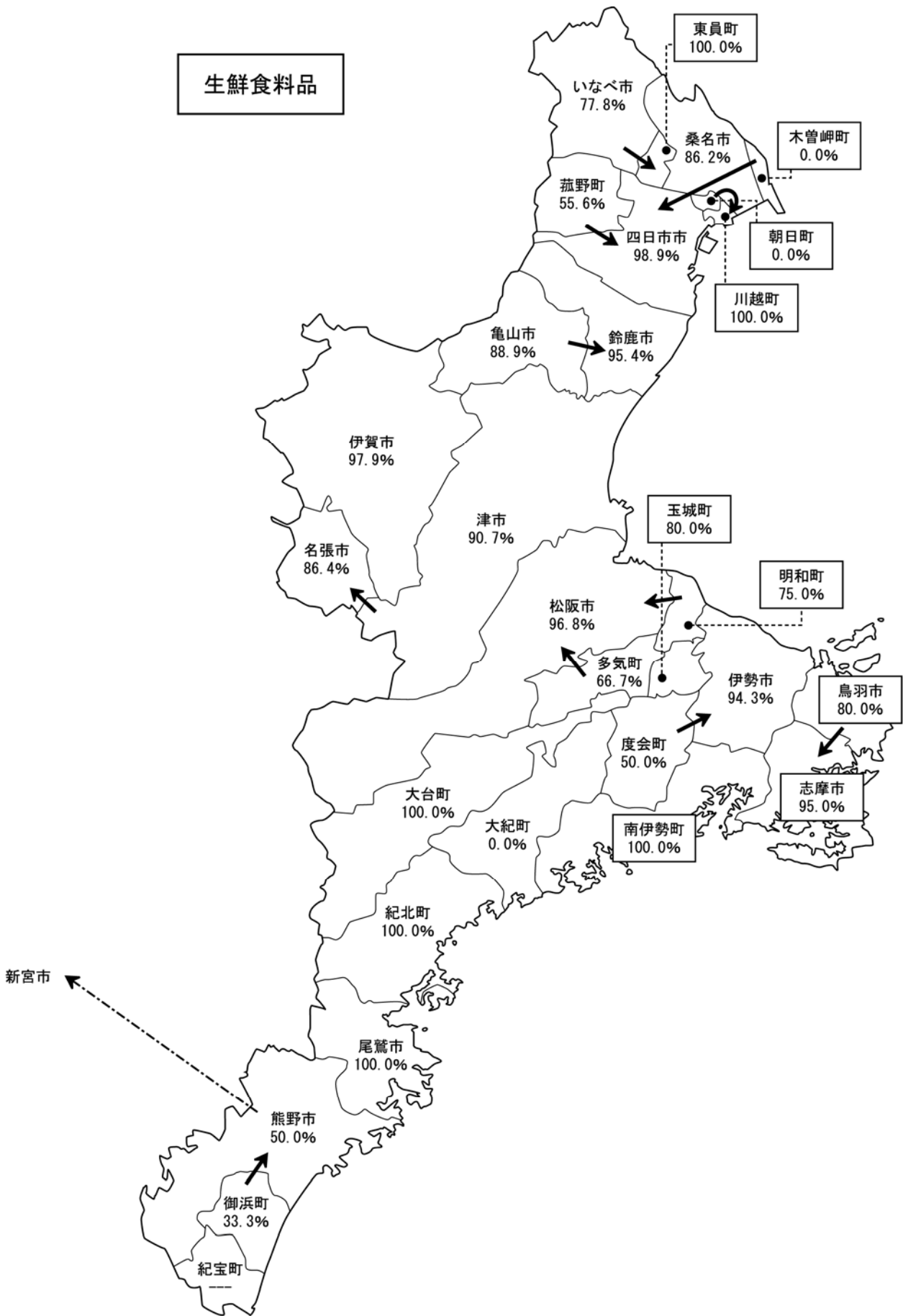
表 29 品目別・市町別 地元購買率（2）

	件数	服飾品・ 宝石・貴 金属	スポー ツ・レ ジャー用 品	書籍・文 具	楽器・CD	玩具・TV ゲーム	家庭電化 製品	情報関連 機器	贈答品	
北勢地域	桑名市	29	51.7%	86.2%	75.9%	62.1%	72.4%	89.7%	69.0%	65.5%
	いなべ市	18	27.8%	27.8%	77.8%	50.0%	44.4%	11.1%	5.6%	61.1%
	木曾岬町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	東員町	5	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%
	四日市市	91	71.4%	83.5%	91.2%	74.7%	74.7%	95.6%	78.0%	85.7%
	菟野町	9	11.1%	11.1%	33.3%	22.2%	22.2%	66.7%	11.1%	11.1%
	朝日町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	66.7%	0.0%
	川越町	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	鈴鹿市	65	63.1%	86.2%	95.4%	83.1%	81.5%	95.4%	80.0%	60.0%
亀山市	18	11.1%	5.6%	61.1%	27.8%	22.2%	50.0%	27.8%	44.4%	
中南勢地域	津市	86	68.6%	84.9%	83.7%	76.7%	79.1%	90.7%	82.6%	83.7%
	松阪市	63	76.2%	77.8%	92.1%	76.2%	66.7%	95.2%	74.6%	77.8%
	多気町	6	16.7%	16.7%	50.0%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%	16.7%
	明和町	8	12.5%	50.0%	87.5%	50.0%	62.5%	62.5%	50.0%	50.0%
	大台町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢志摩地域	伊勢市	35	60.0%	68.6%	88.6%	77.1%	68.6%	85.7%	77.1%	85.7%
	鳥羽市	10	0.0%	10.0%	40.0%	0.0%	10.0%	0.0%	10.0%	30.0%
	志摩市	20	30.0%	35.0%	80.0%	65.0%	70.0%	80.0%	65.0%	95.0%
	玉城町	5	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	度会町	4	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	南伊勢町	4	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%
	大紀町	1	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地伊 域賀	伊賀市	47	57.4%	63.8%	87.2%	68.1%	66.0%	83.0%	68.1%	76.6%
	名張市	22	50.0%	72.7%	95.5%	72.7%	77.3%	86.4%	54.5%	77.3%
東紀 州地 域	尾鷲市	6	16.7%	33.3%	33.3%	50.0%	50.0%	66.7%	33.3%	83.3%
	紀北町	3	0.0%	66.7%	100.0%	100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
	熊野市	4	0.0%	25.0%	75.0%	75.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%
	御浜町	3	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	紀宝町	0								

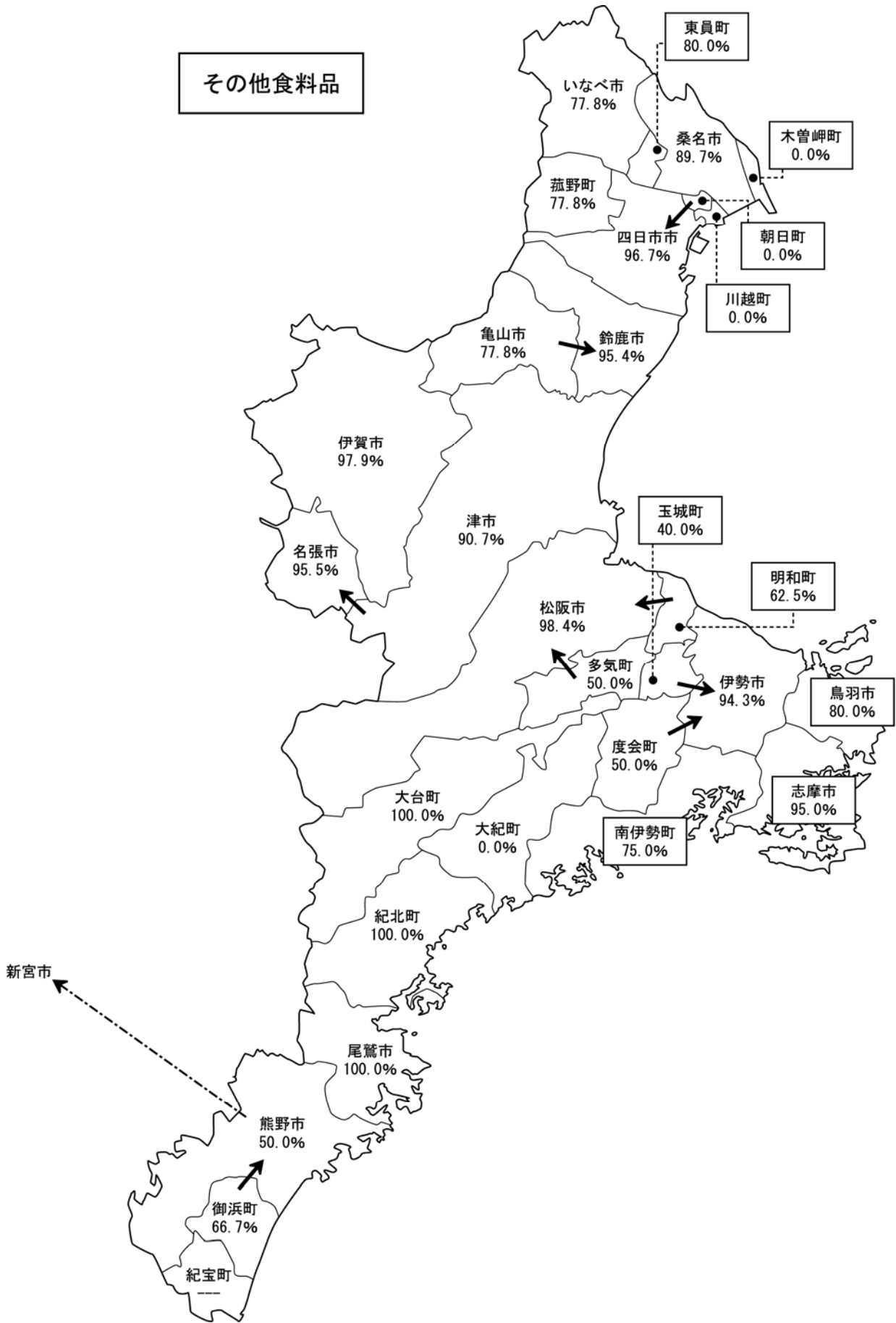
各品目について、市町ごとの地元購買率と、地元以外ではどこで購買しているかを地図上に矢印で示したのが次ページからの図となっている。

市町外への流出については、2件以上の回答があり、かつ、5.0%以上の回答について矢印で示した。

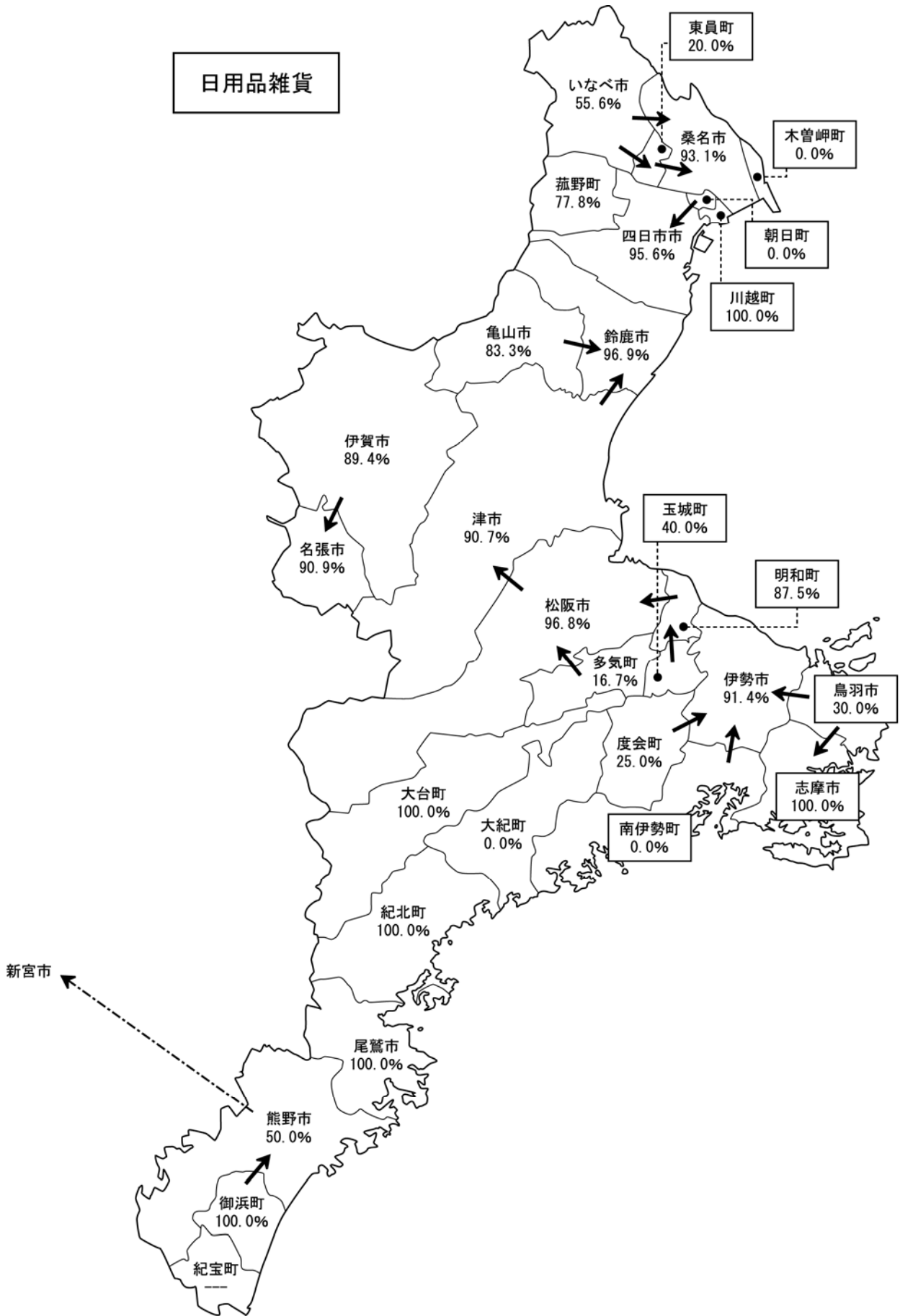
生鮮食料品



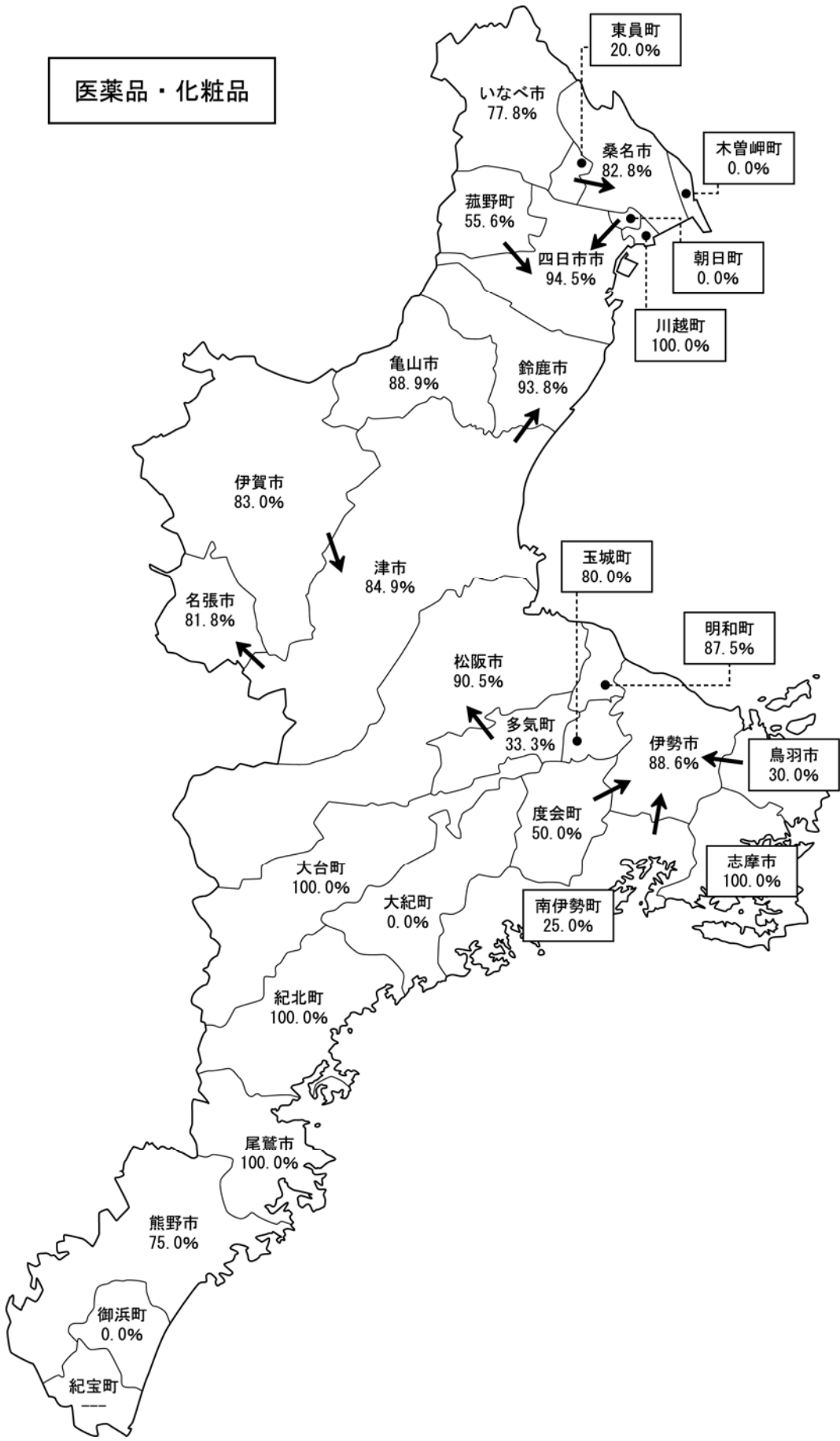
その他食料品

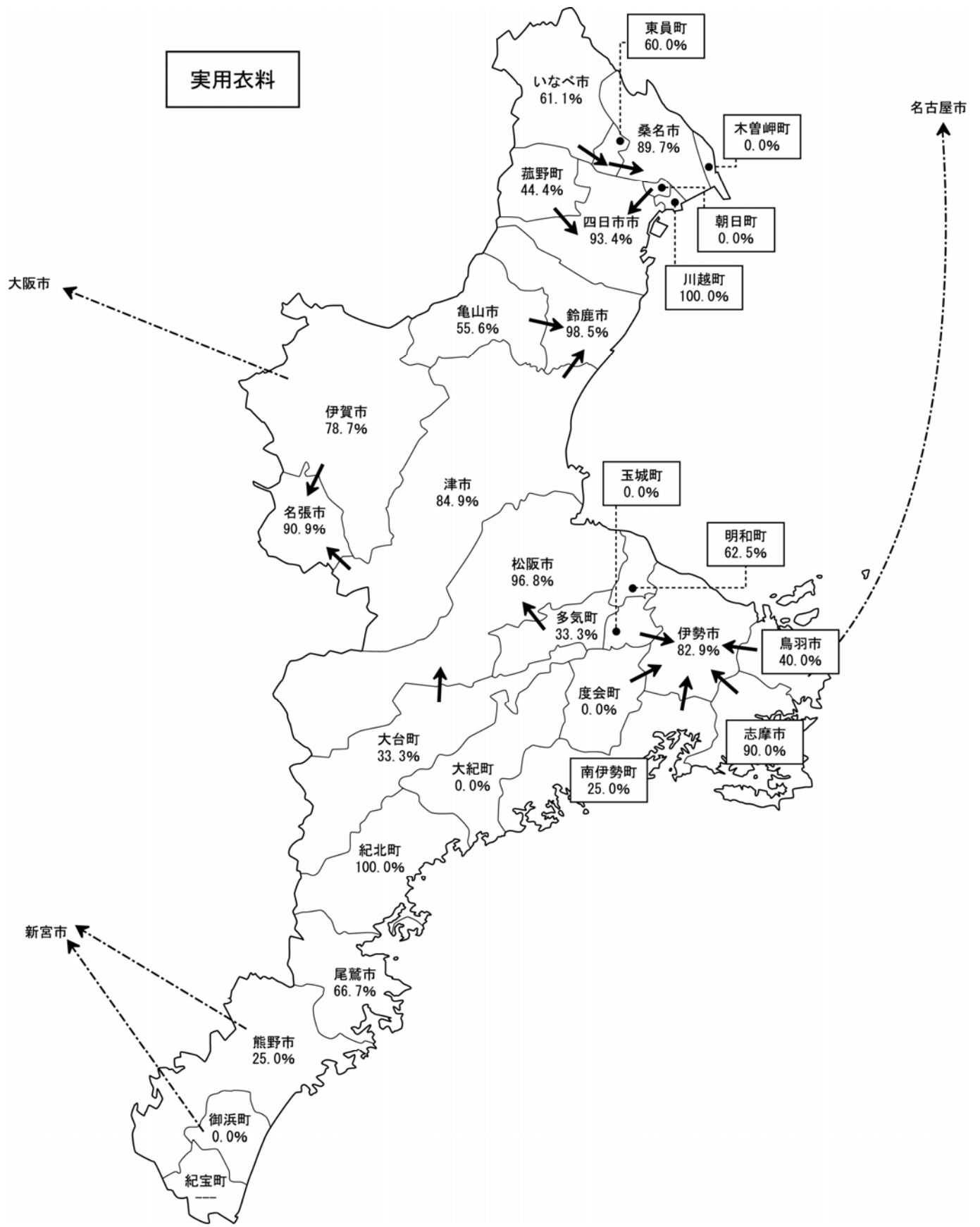


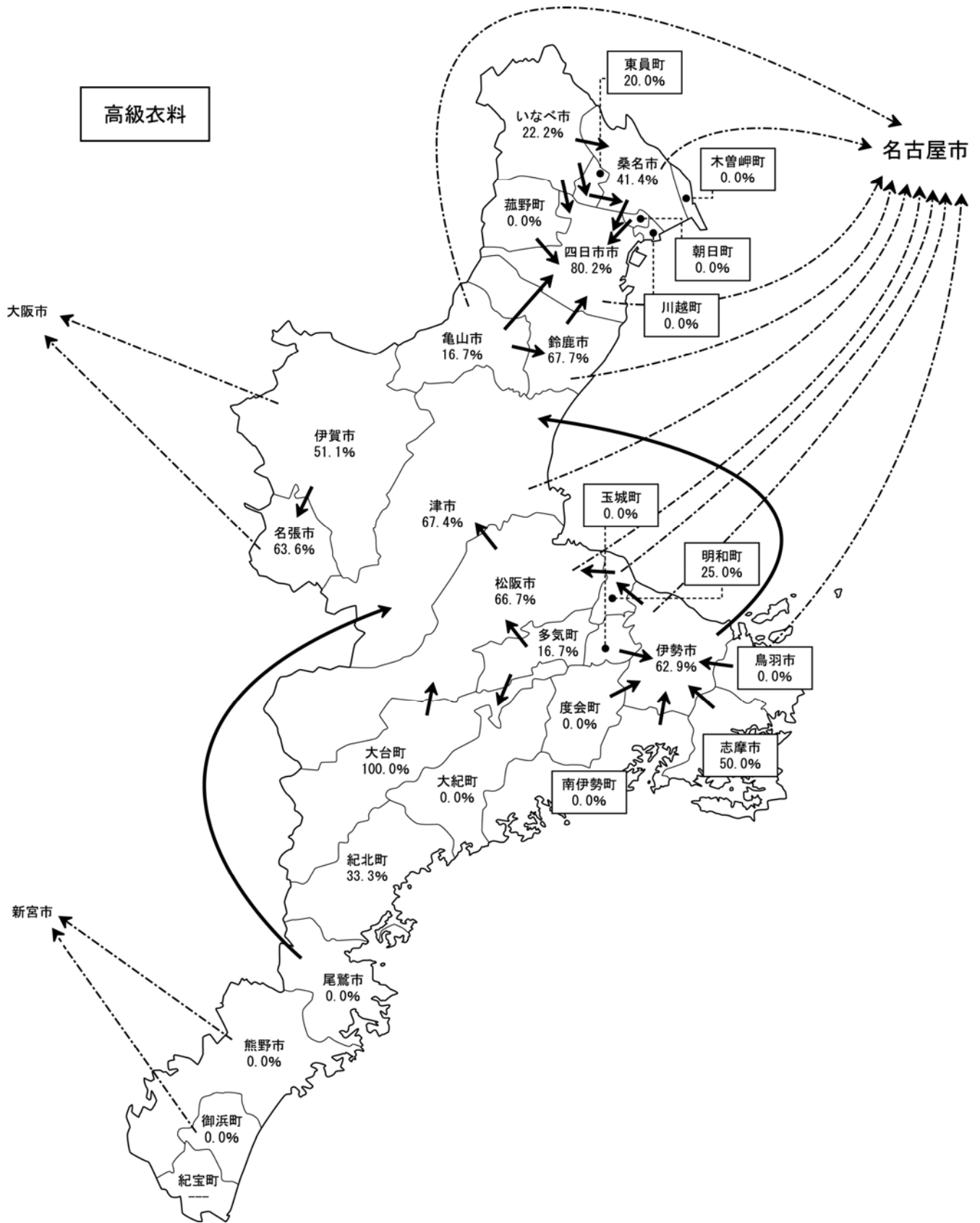
日用品雑貨



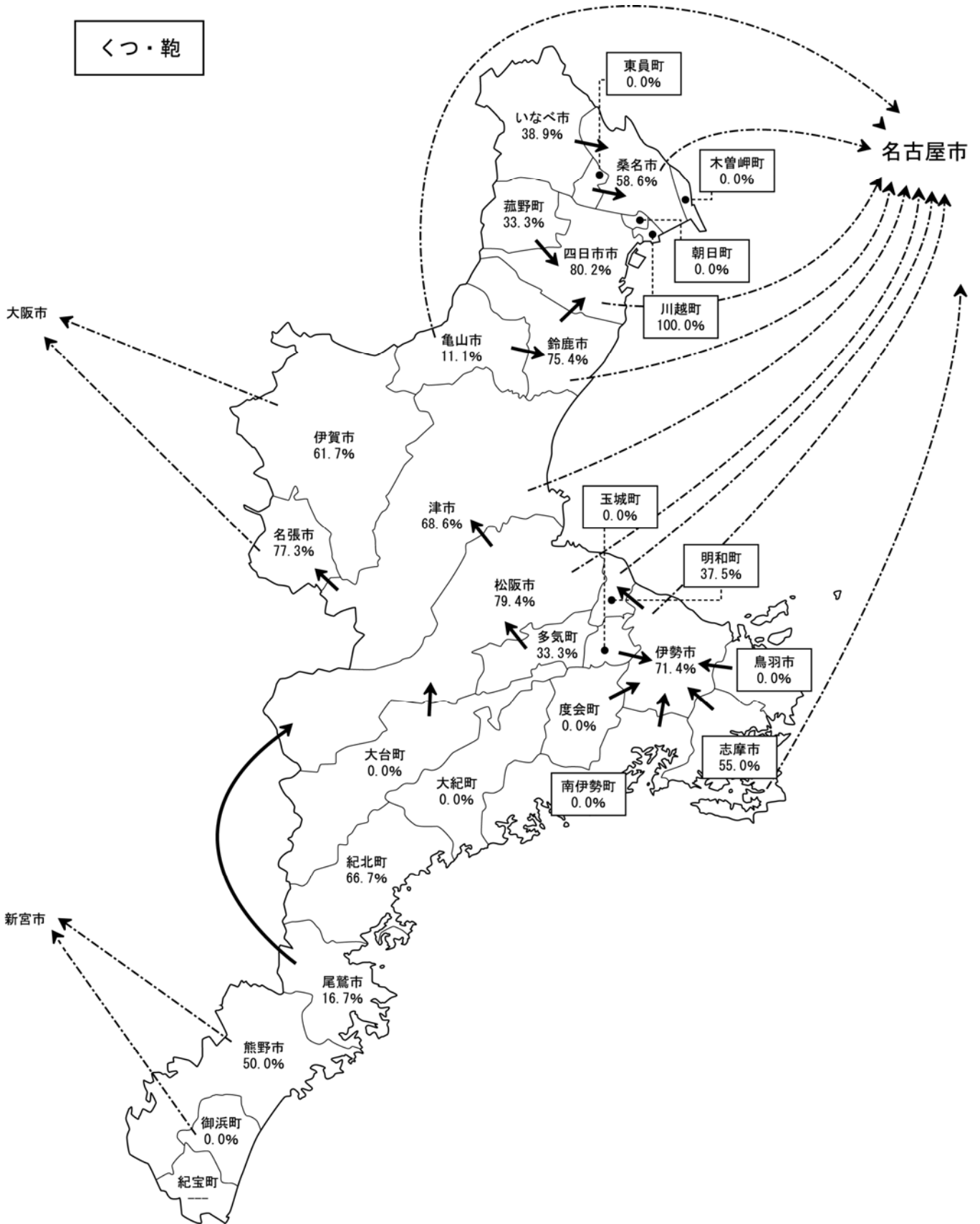
医薬品・化粧品



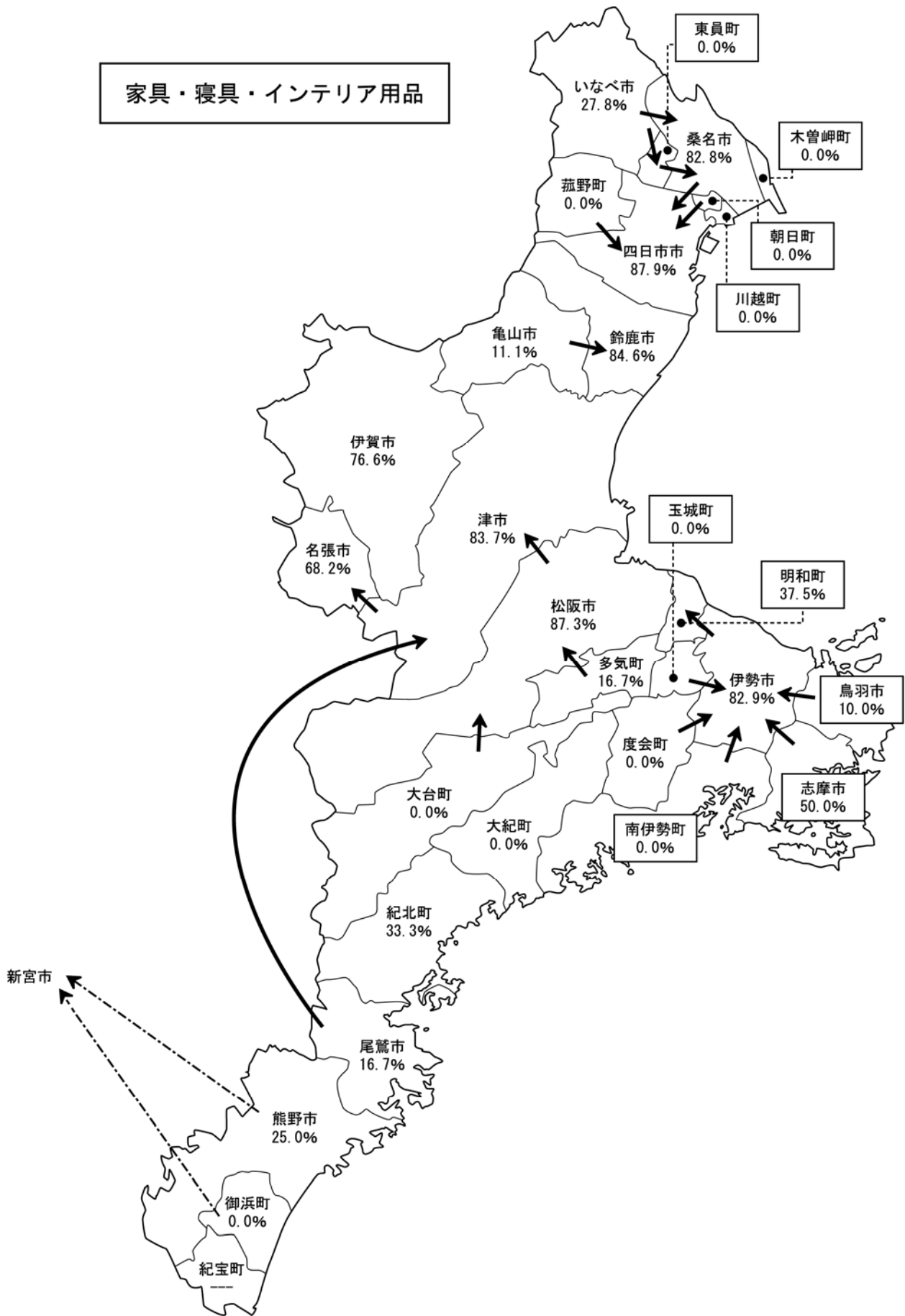




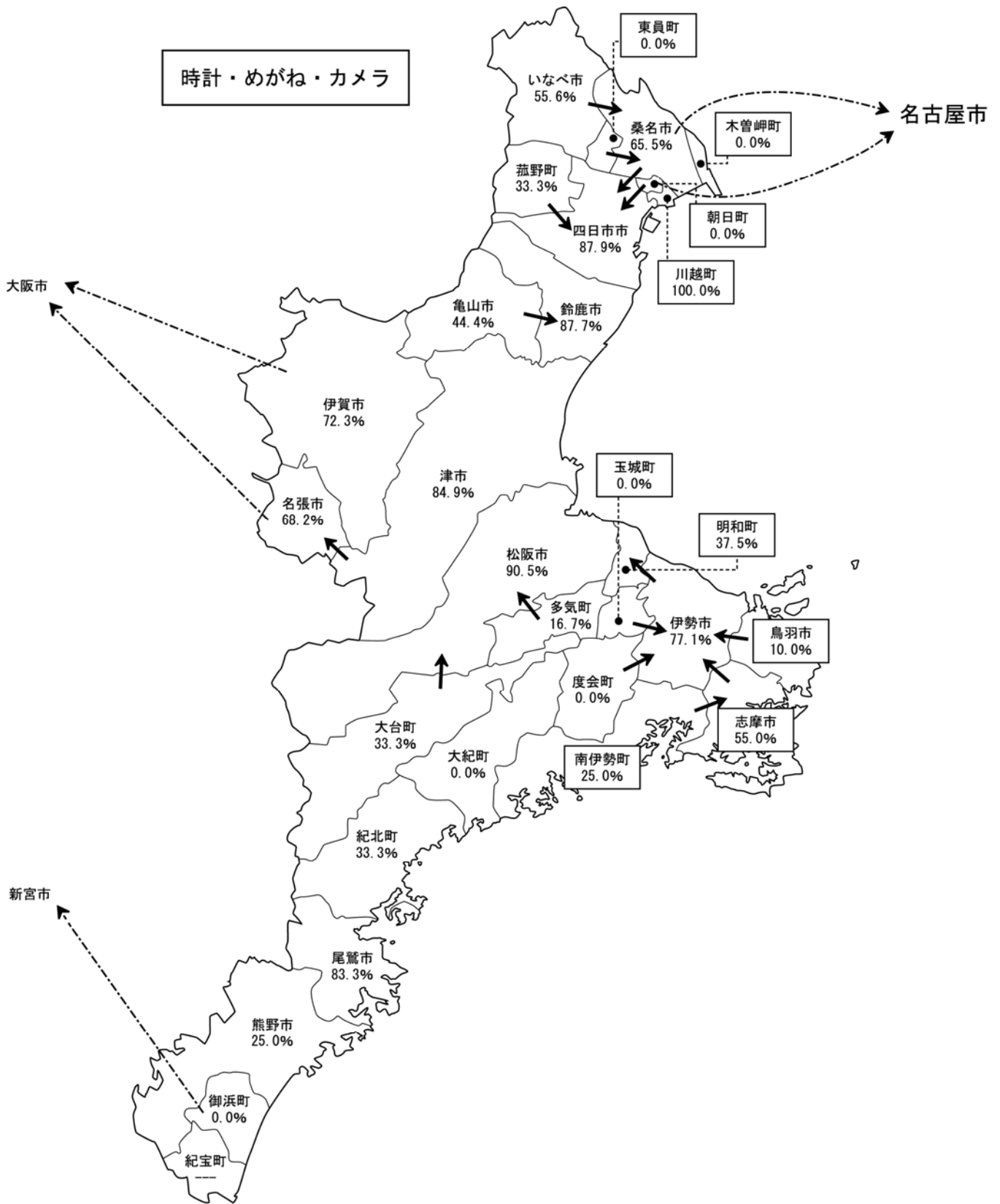
くつ・靴



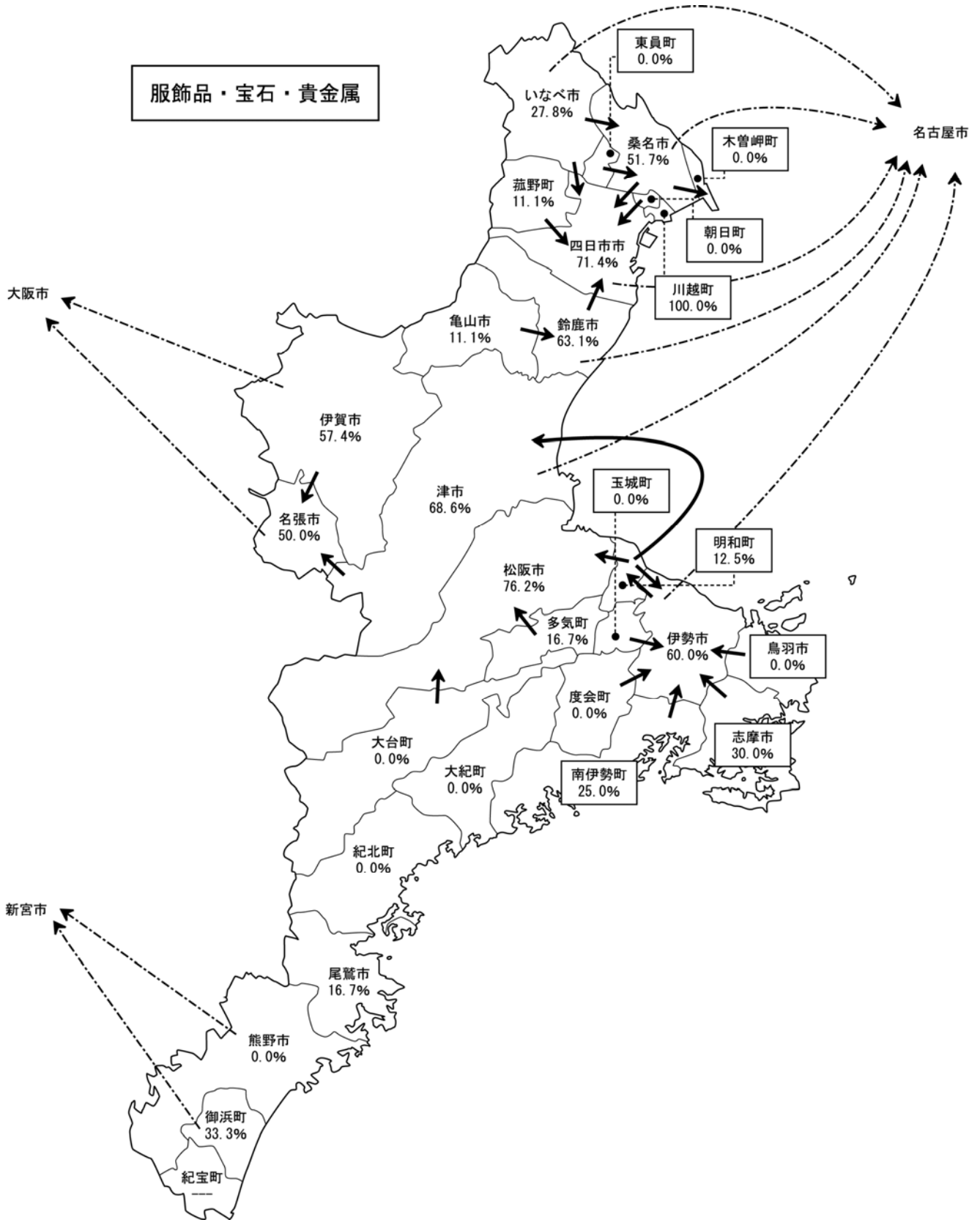
家具・寝具・インテリア用品



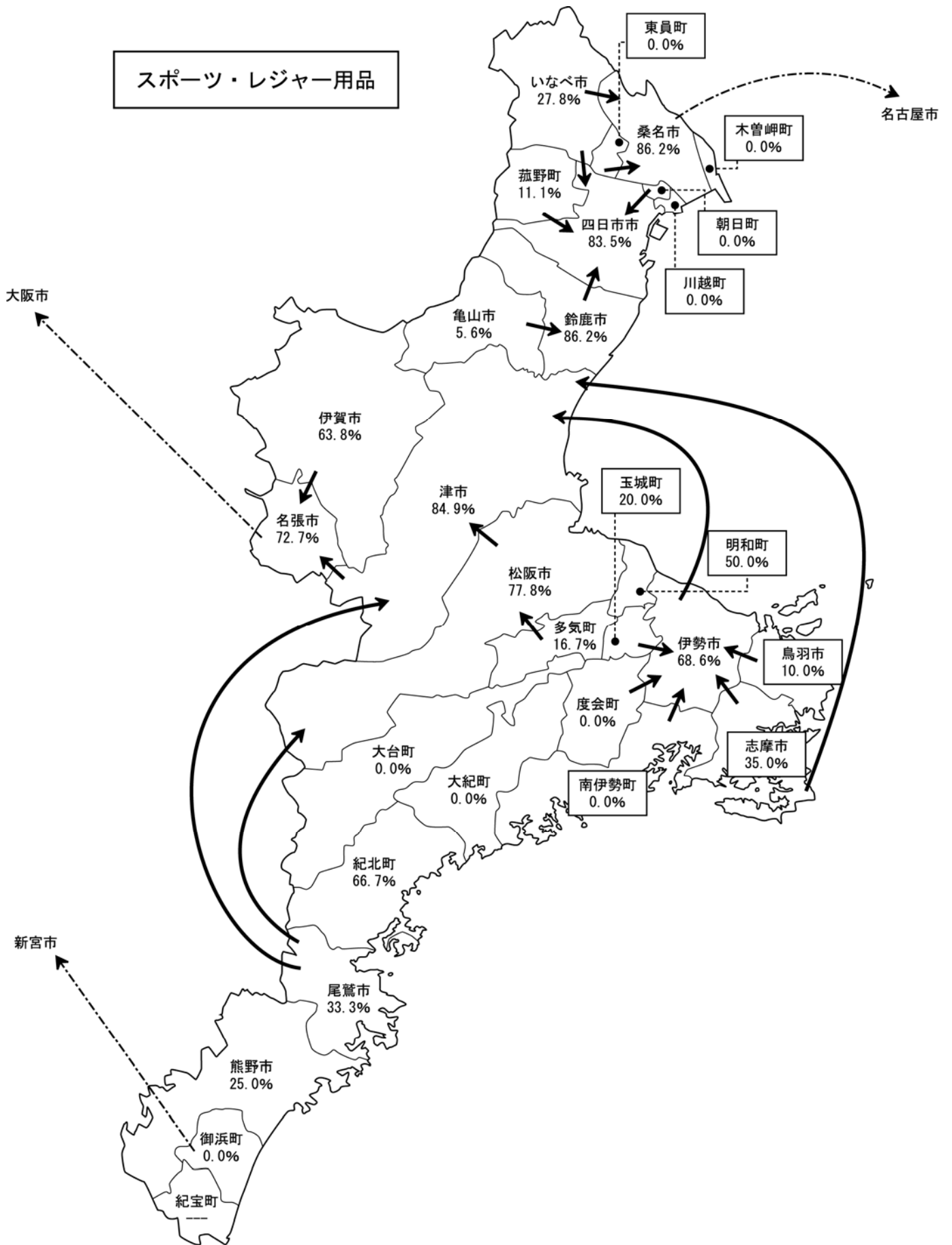
時計・めがね・カメラ



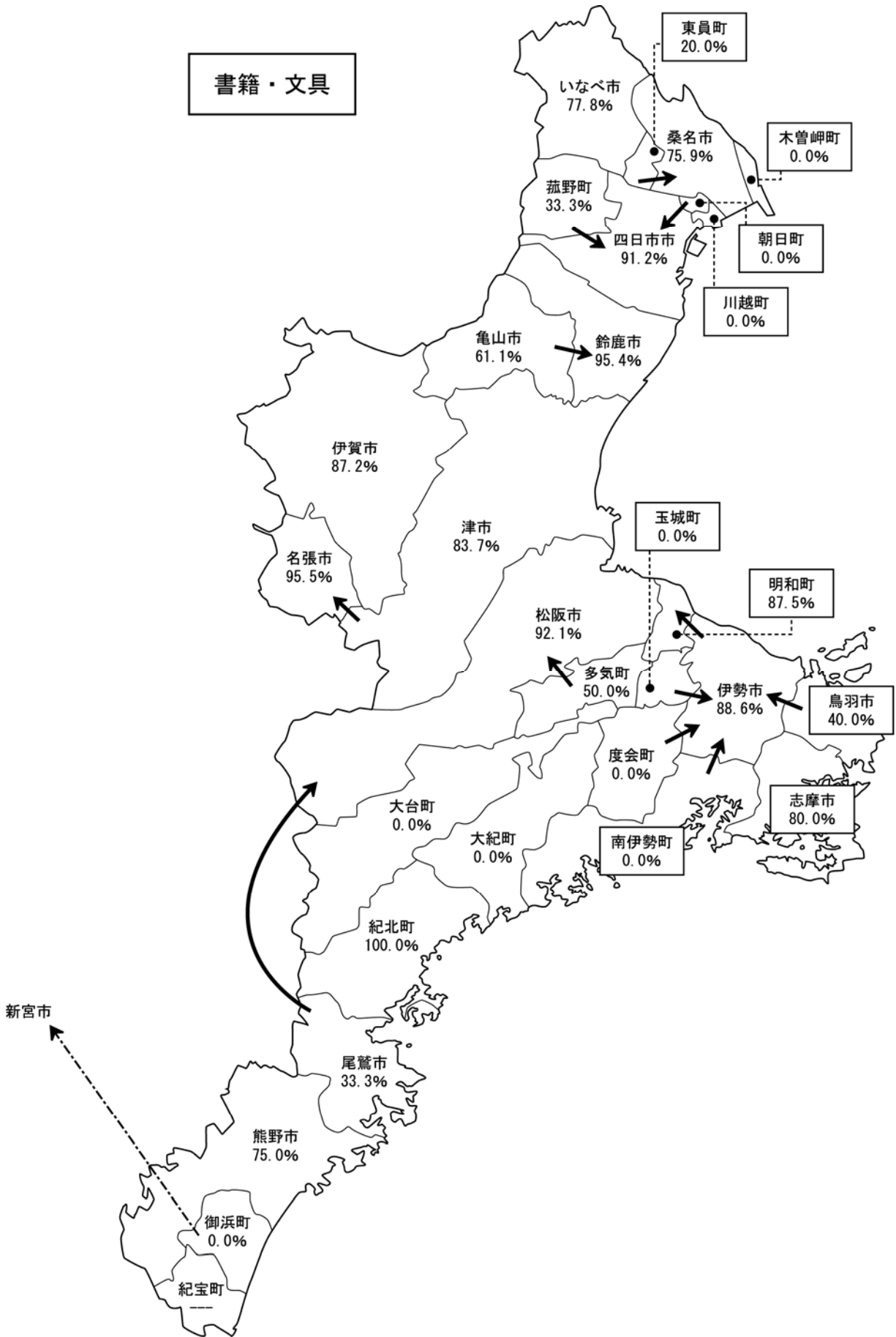
服飾品・宝石・貴金属



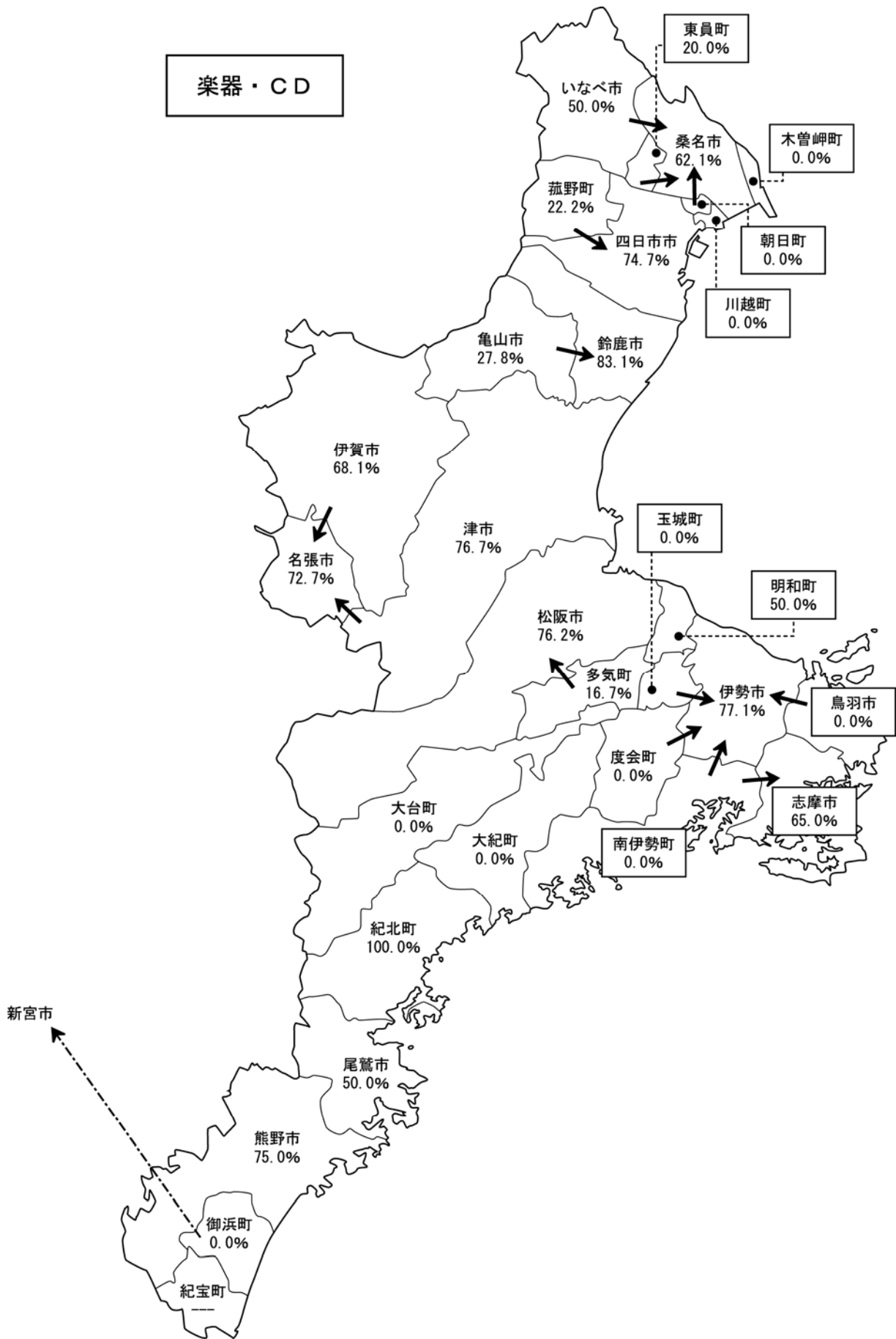
スポーツ・レジャー用品



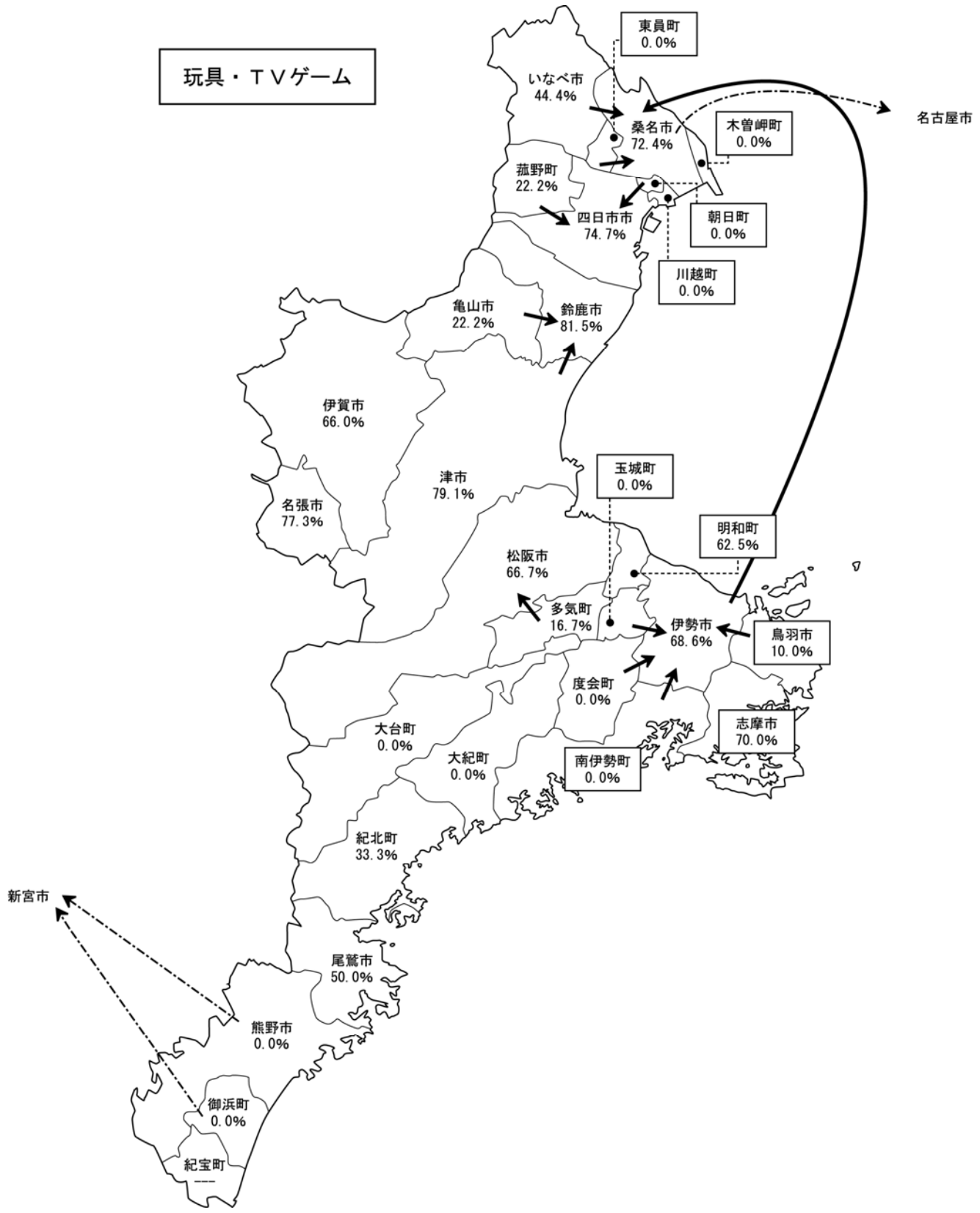
書籍・文具



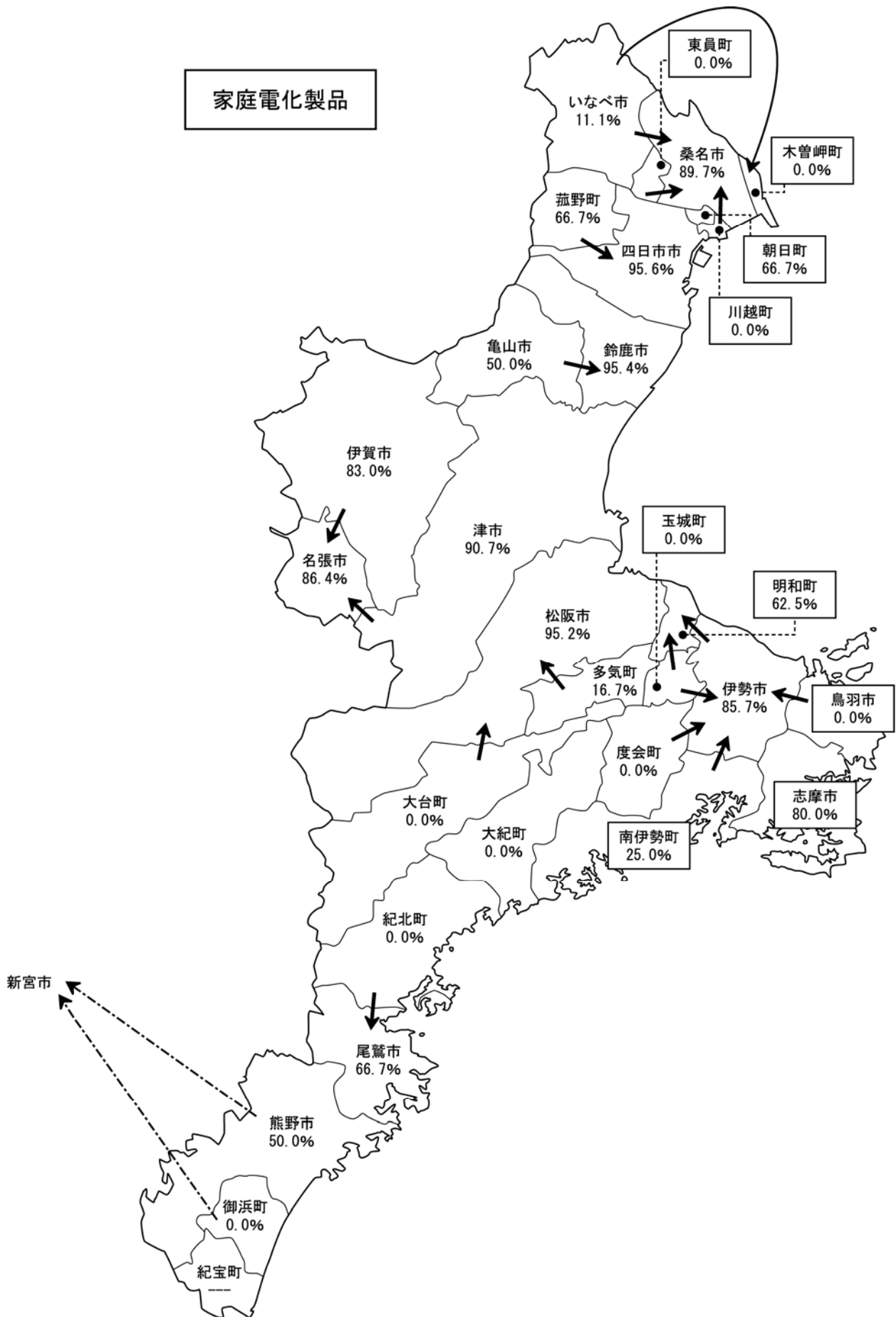
楽器・CD



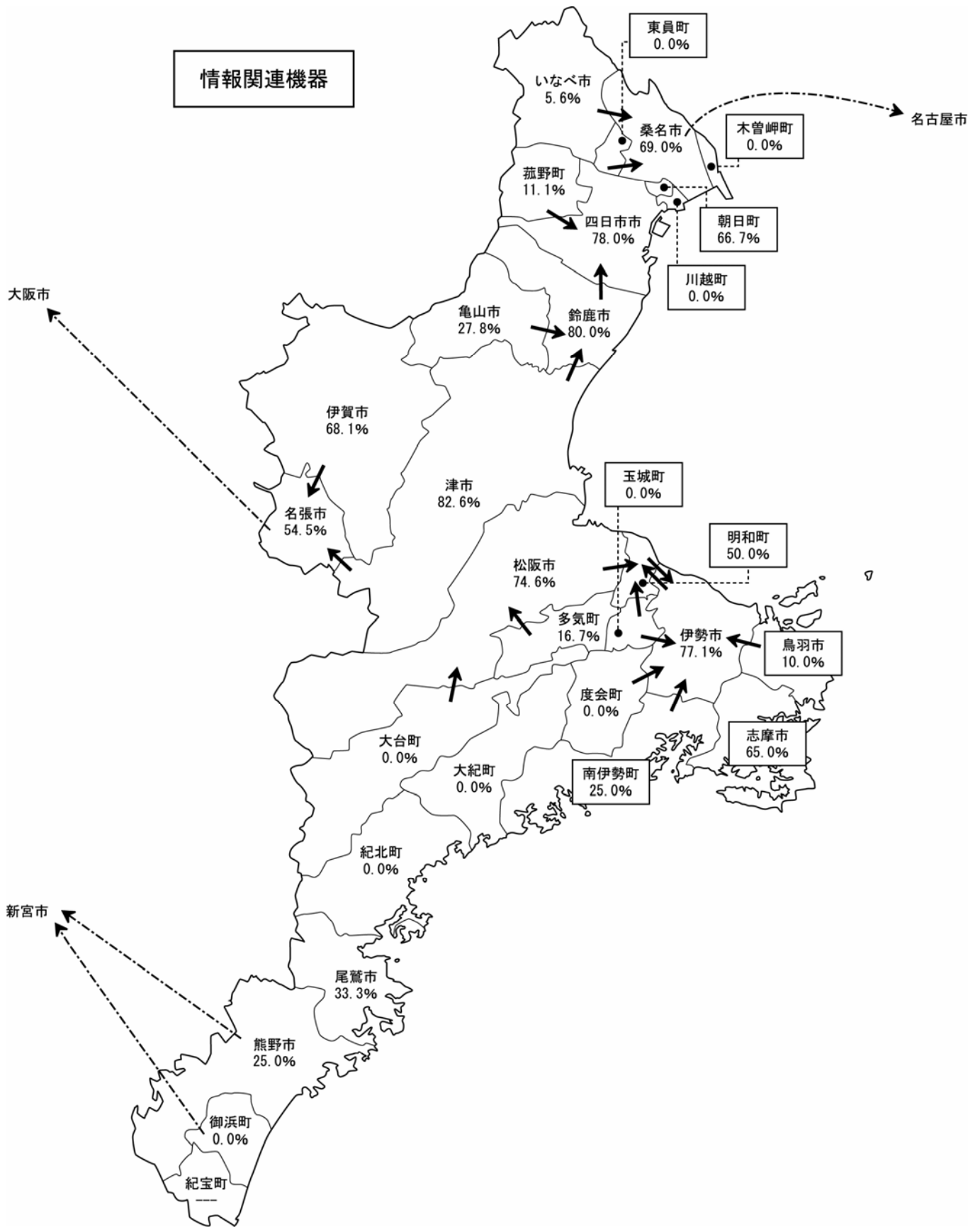
玩具・TVゲーム

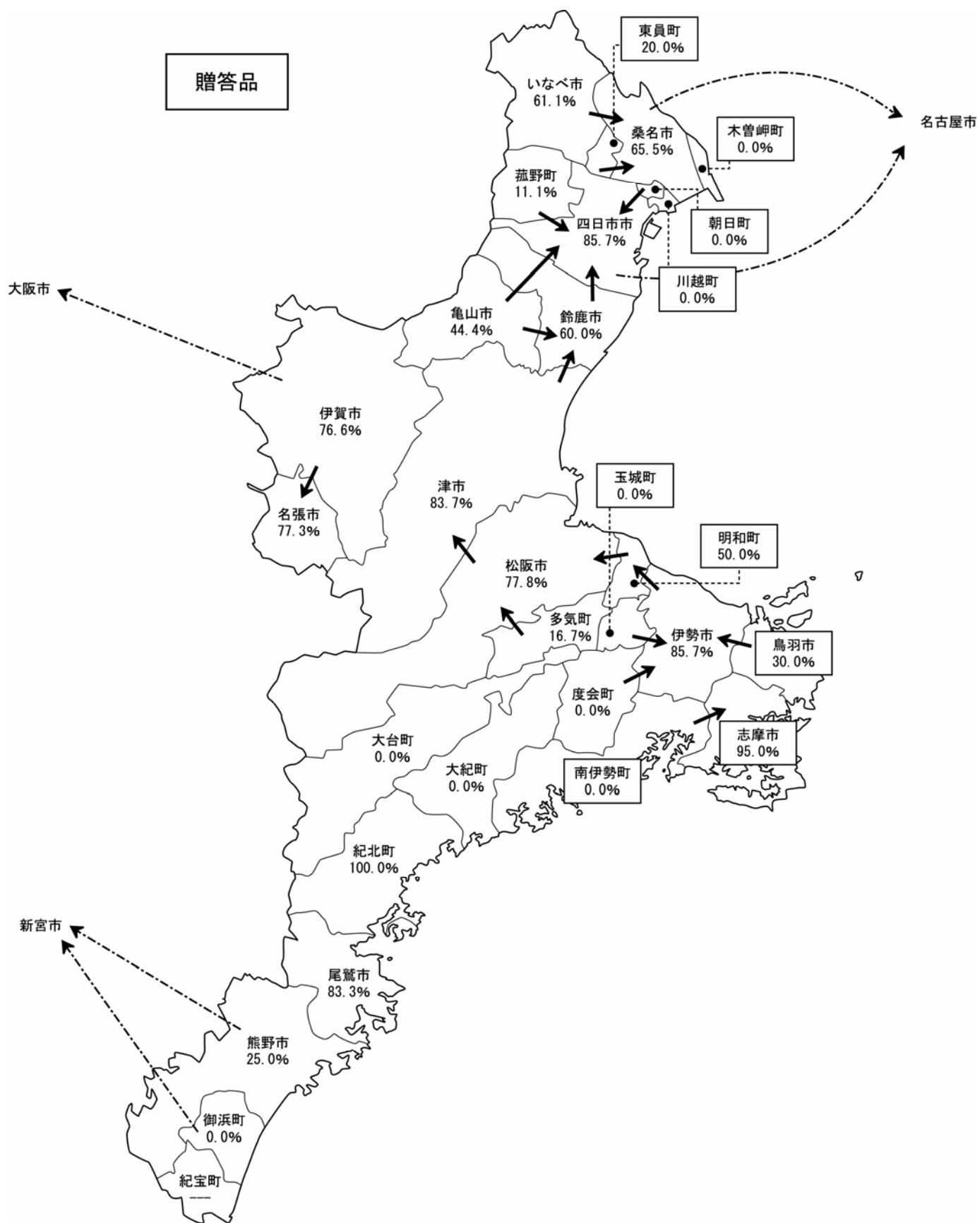


家庭電化製品



情報関連機器





購買動向の傾向が顕著な品目として、代表で生鮮食料品と高級衣料を取り上げて市町ごとにプロットした図を示す。大きく3つのグループに分けると、次のようになっている。

＜生鮮食料品、高級衣料ともに高い＞

四日市市・松阪市・鈴鹿市・津市・伊勢市・名張市などが属する。自市町内である程度の需要を満たせるグループ。

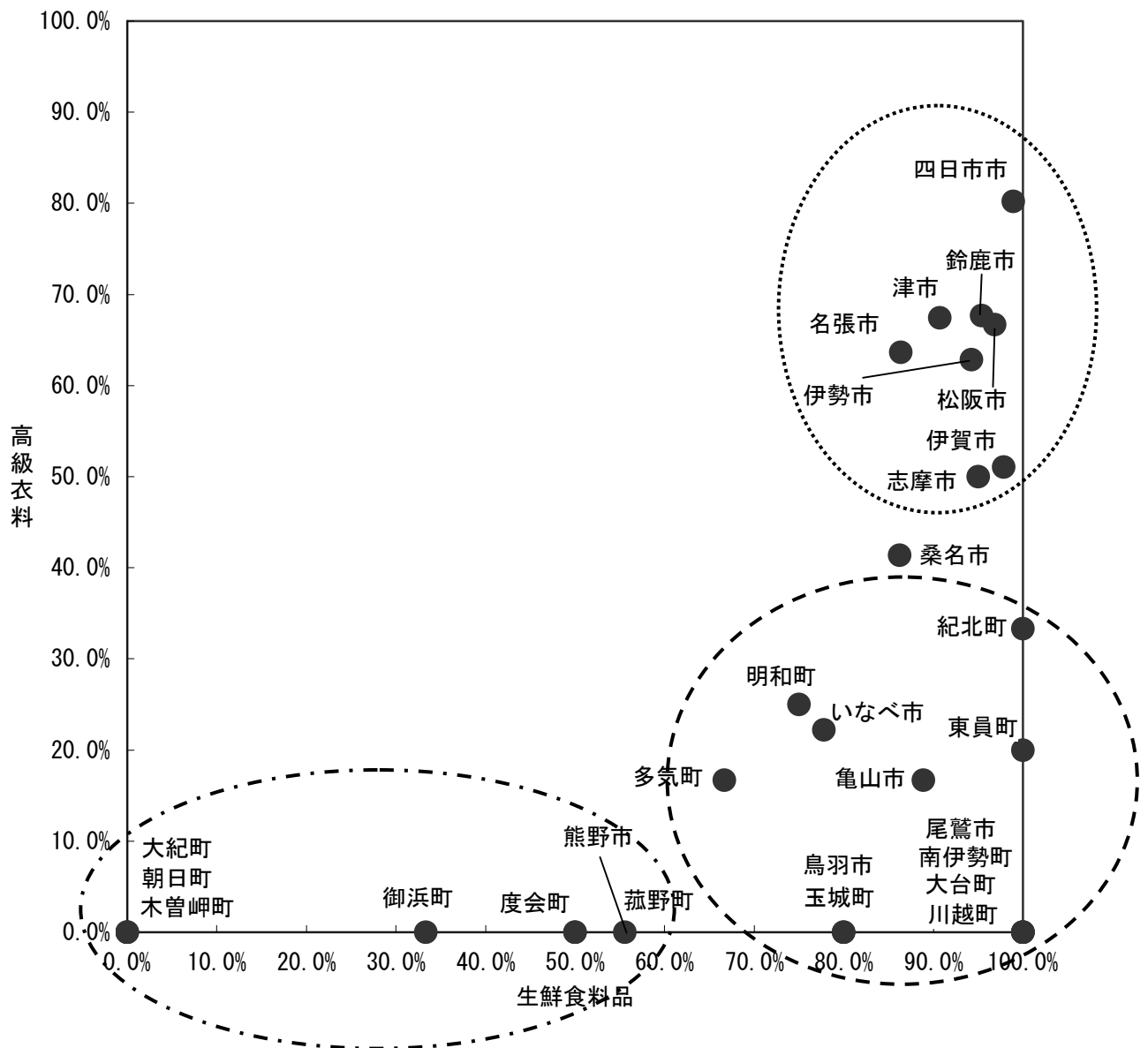
＜生鮮食料品高い：高級衣料低い＞

亀山市や鳥羽市、いなべ市などが属する。生鮮食料品等最寄り性の高い品目は自市町内で購買されているが、高級衣料等の買物は他市町へ流れているグループ。

＜生鮮食料品、高級衣料ともに低い＞

大紀町・朝日町・木曾岬町などが属する。ほとんどの品目で他市町での購買となっているグループ。

図 18 市町別 生鮮食料品と高級衣料の地元購買率



4 商品を購入する店舗の種類

商品を購入する店舗の種類をみると、生鮮食料品、その他食料品、医薬品・化粧品では「中型店」が、家庭用電化製品と情報関連機器では「大型専門店」が、それ以外の品目では「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。中小小売店舗の利用割合が最も高いのは「時計・めがね・カメラ」の30.5%、次いで「書籍・文具」の26.4%、「楽器・CD」の23.0%となっている。

○中型店

食料品などの最寄品に限らず、嗜好品や買回り品など多くの品種を取り扱う利便性の高い大型店は、どの地域にも多く存在するわけではなく、また郊外に立地していることが多いため自動車の利用を必要とするケースが多い。それに対し、中型スーパーは取り扱う品種は多くないものの、買物する頻度が高い最寄品を多く取り扱っており、また多くの地域で相当数が立地していることから、近場に立地する中型スーパーで最寄品の買物を済ませる傾向にある。

○大型専門店

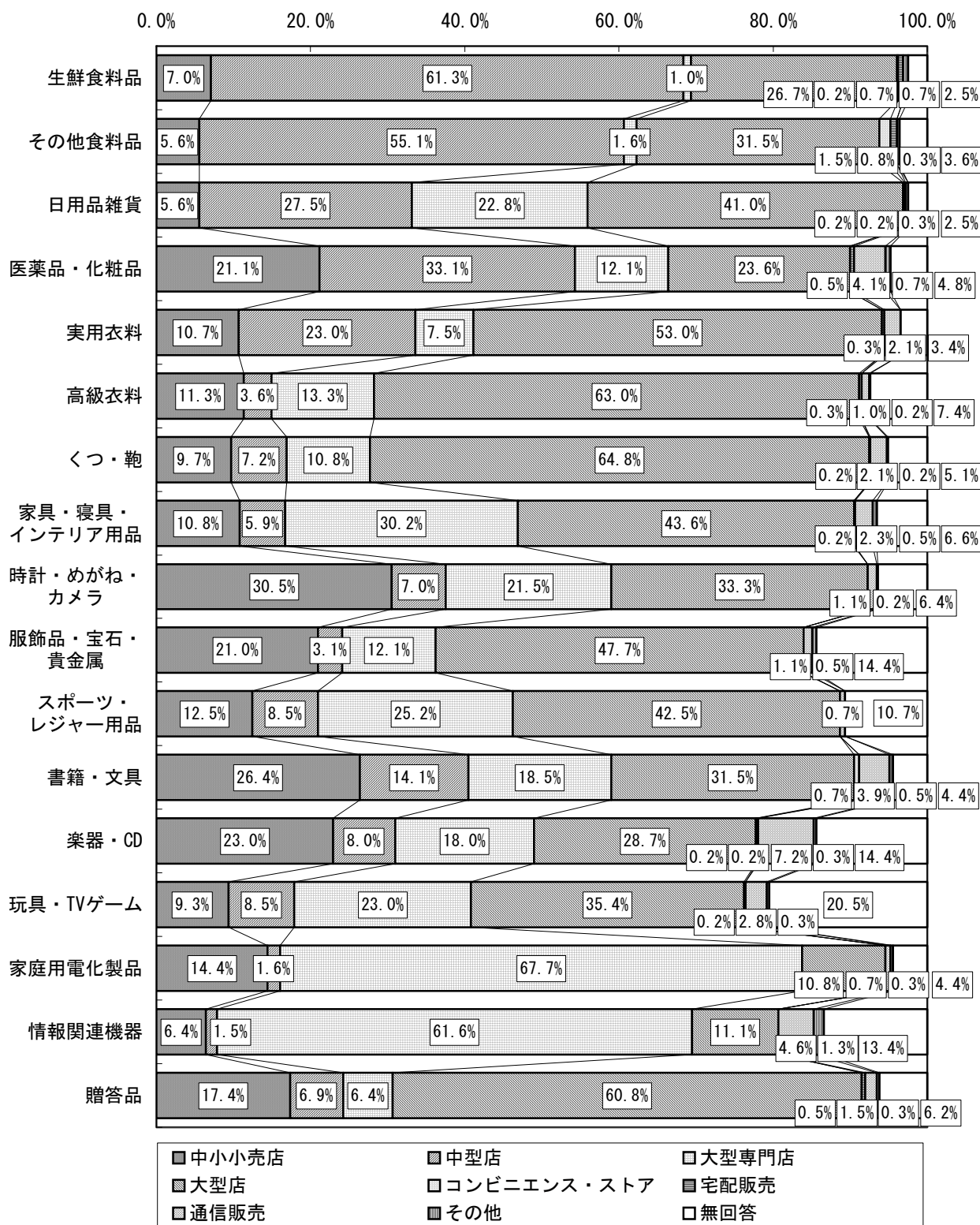
家庭用電化製品と情報関連機器については高度な機能や専門性が求められるため、多くの商品を取り扱い安価に購入できる大型専門店が人気であると考えられる。

○中小小売店舗

時計・めがね・カメラ、書籍・文具、楽器・CD、医薬品・化粧品などは比較的中小小売店の利用割合が高くなっており、街の薬局や書店などが健闘している状況もみられる。中小小売店の強みとして、コンサルティングセールスがあげられるが、商店街にある小規模個店は客と店主が1対1での対面販売が可能である。対して大規模小売店舗では大人数の客を相手に販売し、対面販売が行われる機会が少なく、また客に対する販売後のフォローなども行われにくい。多くの商品が流通し、専門的な商品については、消費者が商品を選択する判断が難しいことから、1人1人のお客に対し商品選択へのアドバイスがきめこまやかに行われる商店街の小規模個店が支持されていると考えられる。

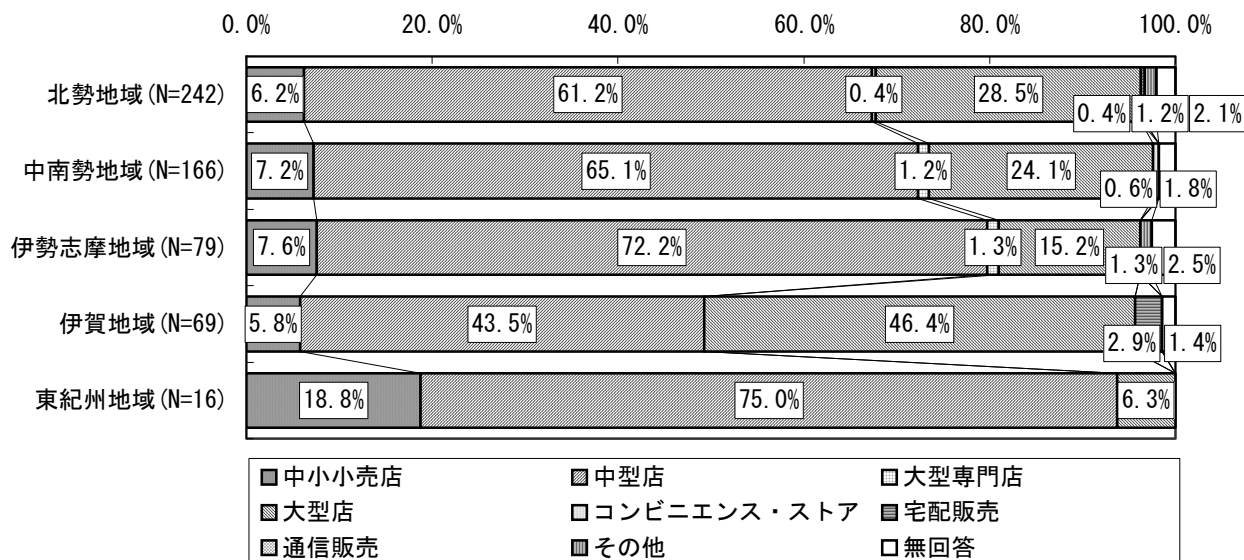
今後、商品の多様化や、高齢者が増える中で、このような期待を持つ消費者が増えると考えられる。小規模個店には、大規模小売店舗では難しい、消費者のニーズや不安にきめこまやかに応えられるサービスの提供が求められる。

図 19 商品を購入する店舗の種類



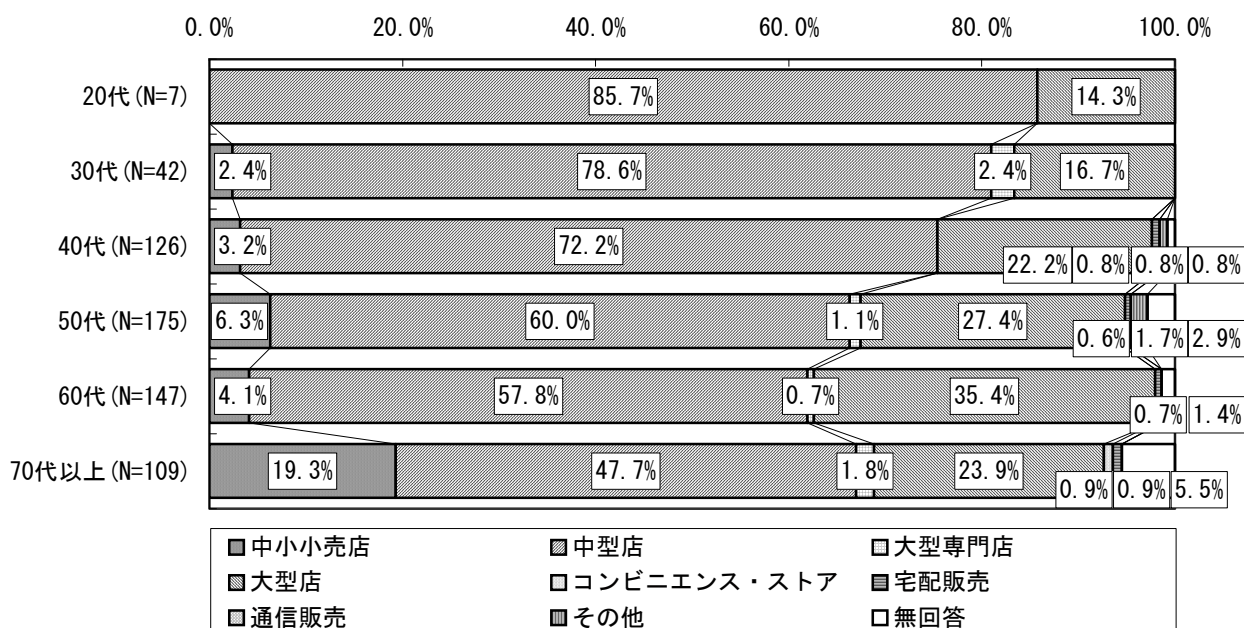
各品目について地域別にみると、生鮮食料品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。また、東紀州地域で「中小小売店」の比率が他の地域に比べて高くなっている。

図 20 地域別 商品を購入する店舗の種類（生鮮食料品）



年齢別にみると、「中型店」利用が20代で85.7%などと若い世代ほど多くなっており、また、年齢が高くなるほど「中小小売店」利用が増加し、70代以上では19.3%となっている。

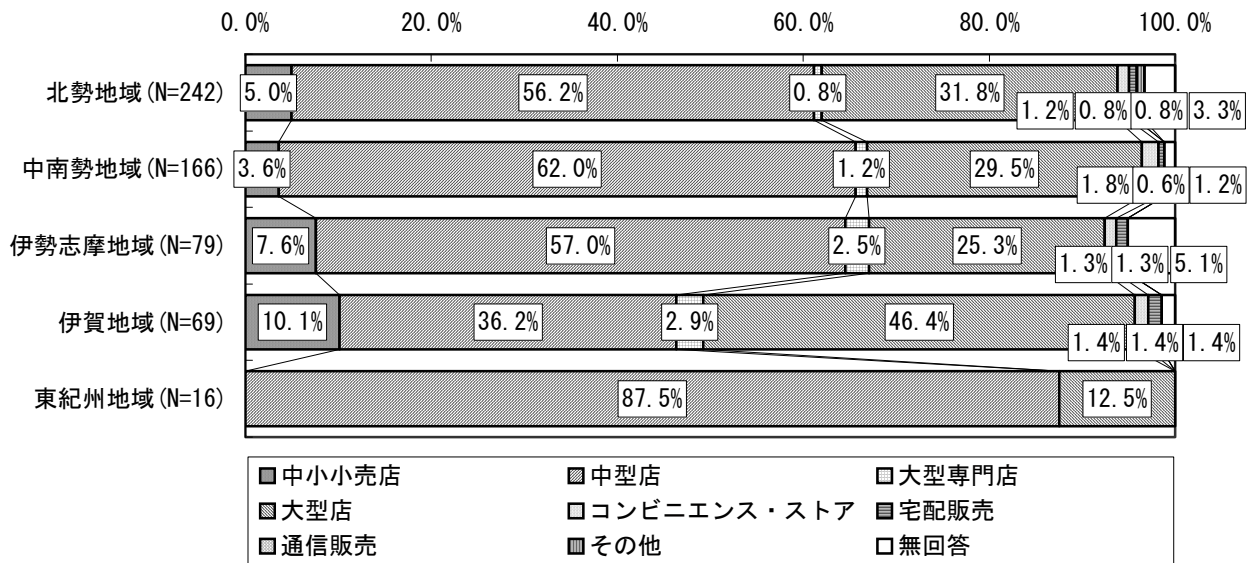
図 21 年齢別 商品を購入する店舗の種類（生鮮食料品）



注) 年齢別では20代が全体で7件とほかの年齢層に比べて極端に母数が少ない。(以下、郵送調査の年齢別では同様)

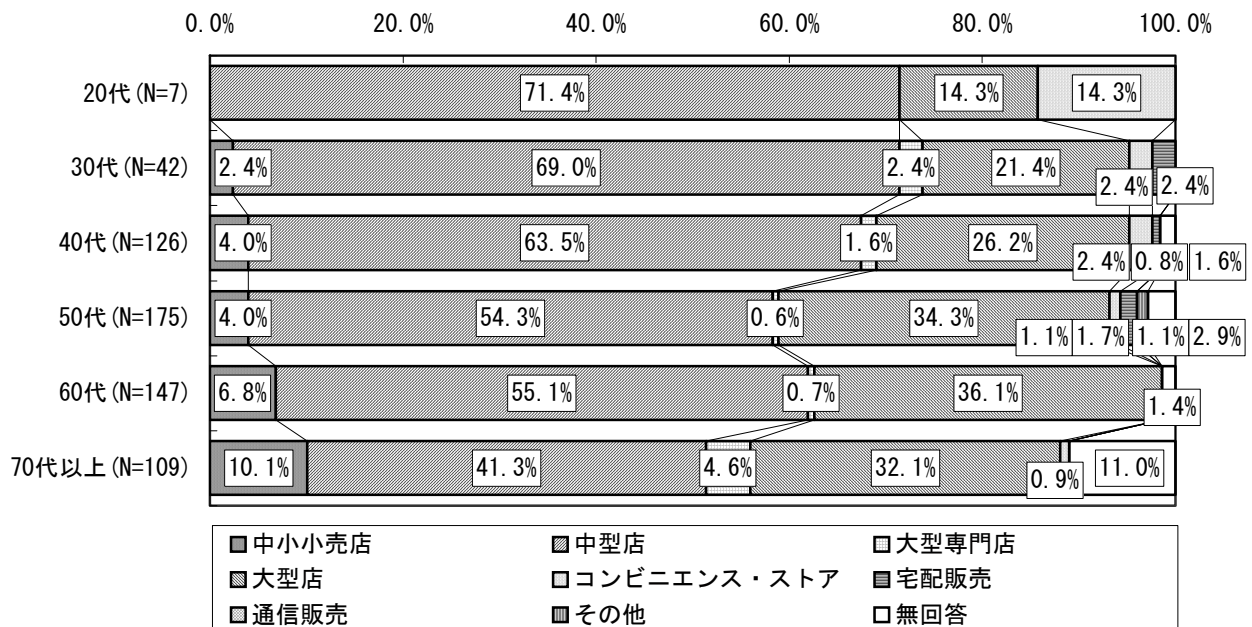
その他食料品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。

図 22 地域別 商品を購入する店舗の種類（その他食料品）



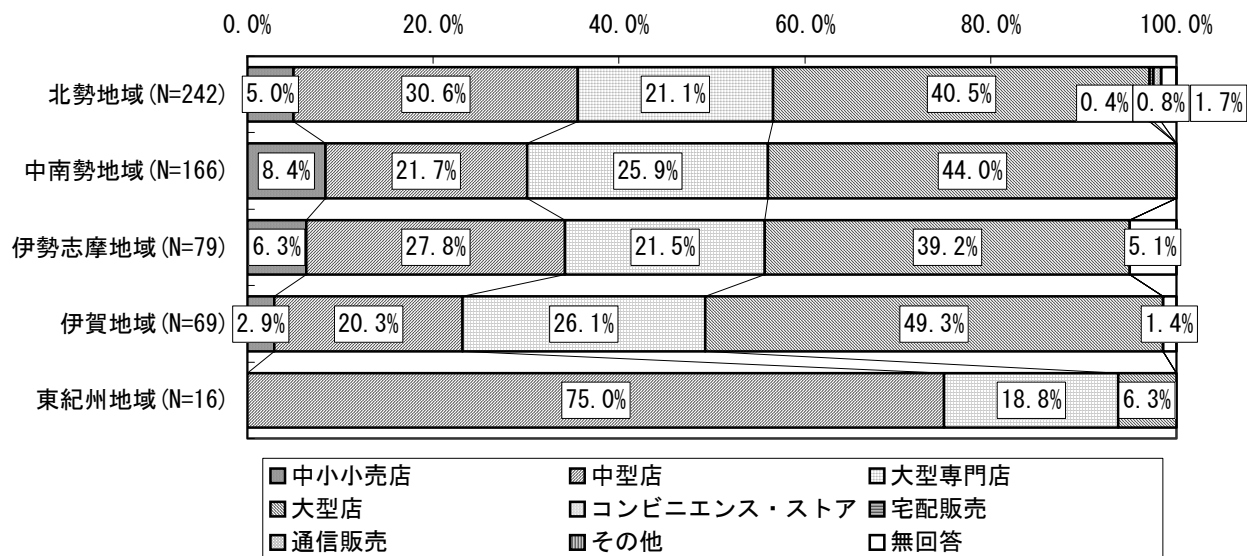
年齢別にみると、生鮮食料品と同様の傾向を示し、20代などの若い世代ほど、「中型店」利用が多く、年齢が高くなるほど「中小小売店」利用が増加し、70代以上では10.1%となっている。

図 23 年齢別 商品を購入する店舗の種類（その他食料品）



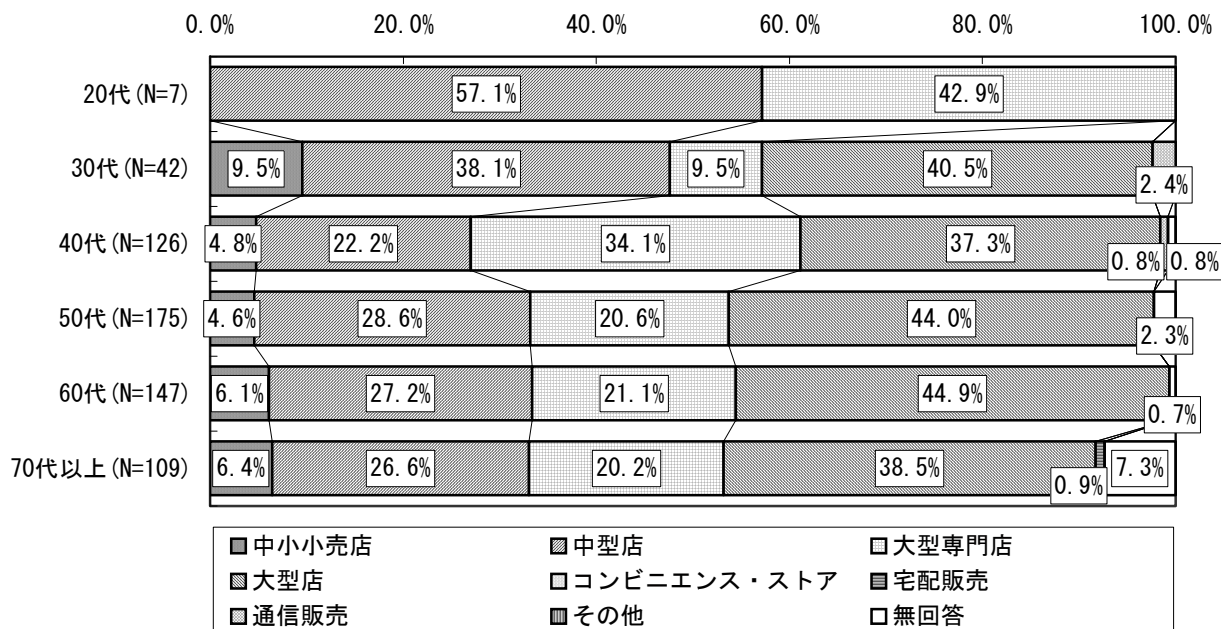
日用品雑貨では、東紀州地域で「中型店」、それ以外の地域で「大型店」が最も多くなっている。

図 24 地域別 商品を購入する店舗の種類（日用品雑貨）



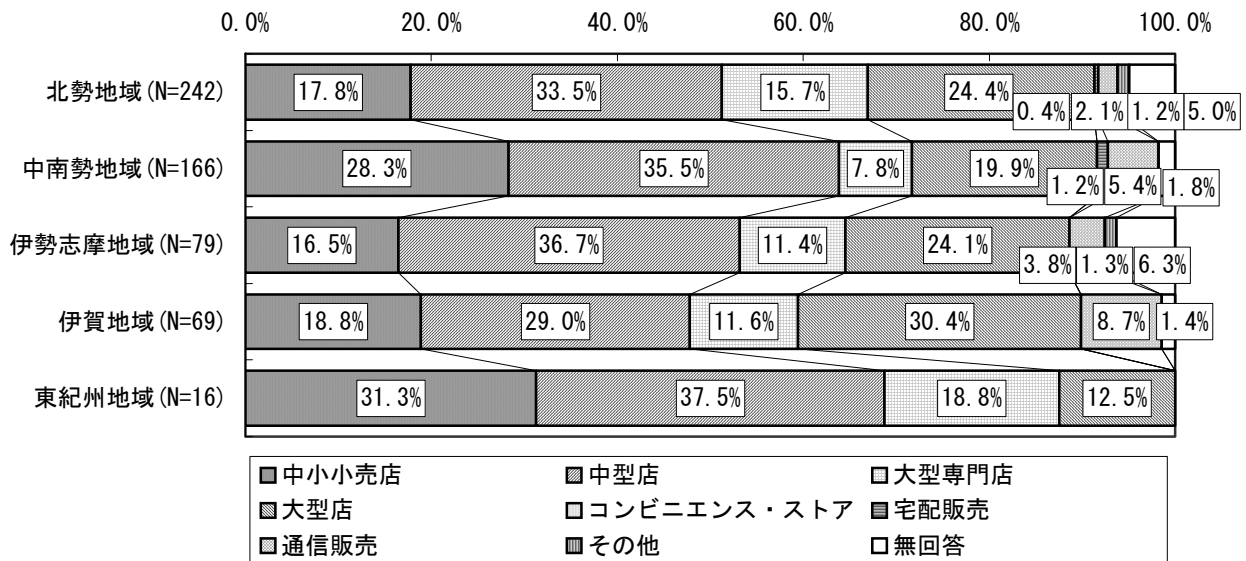
年齢別にみると、30代以上で「大型店」利用が多くなっている。

図 25 年齢別 商品を購入する店舗の種類（日用品雑貨）



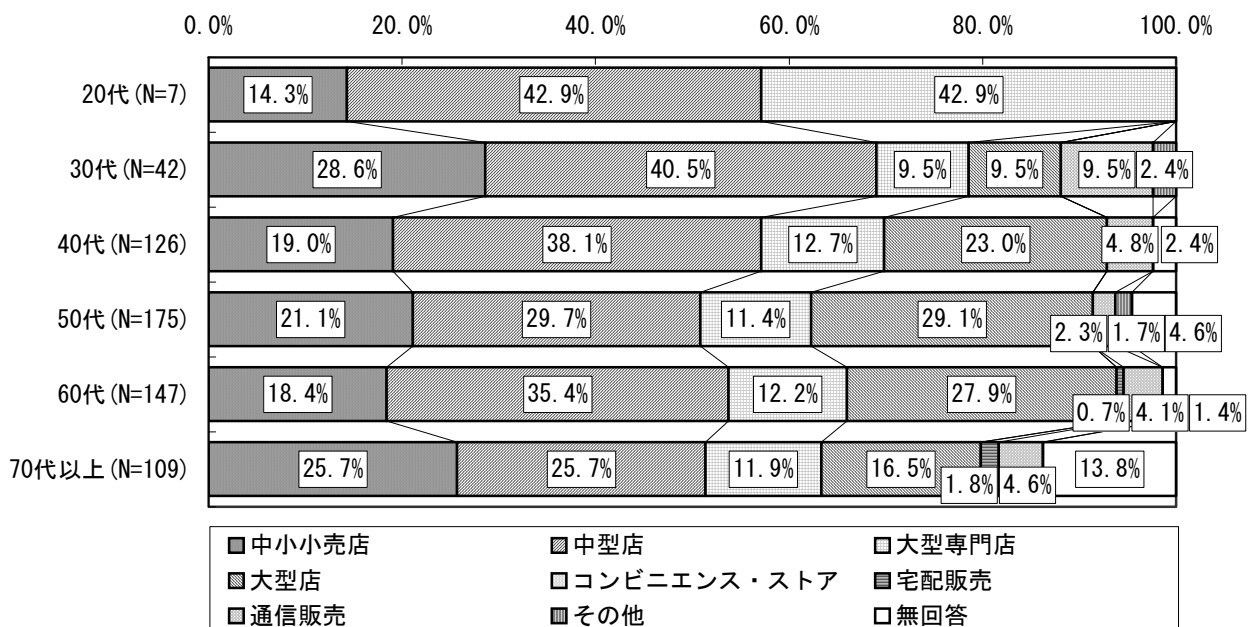
医薬品・化粧品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。

図 26 地域別 商品を購入する店舗の種類（医薬品・化粧品）



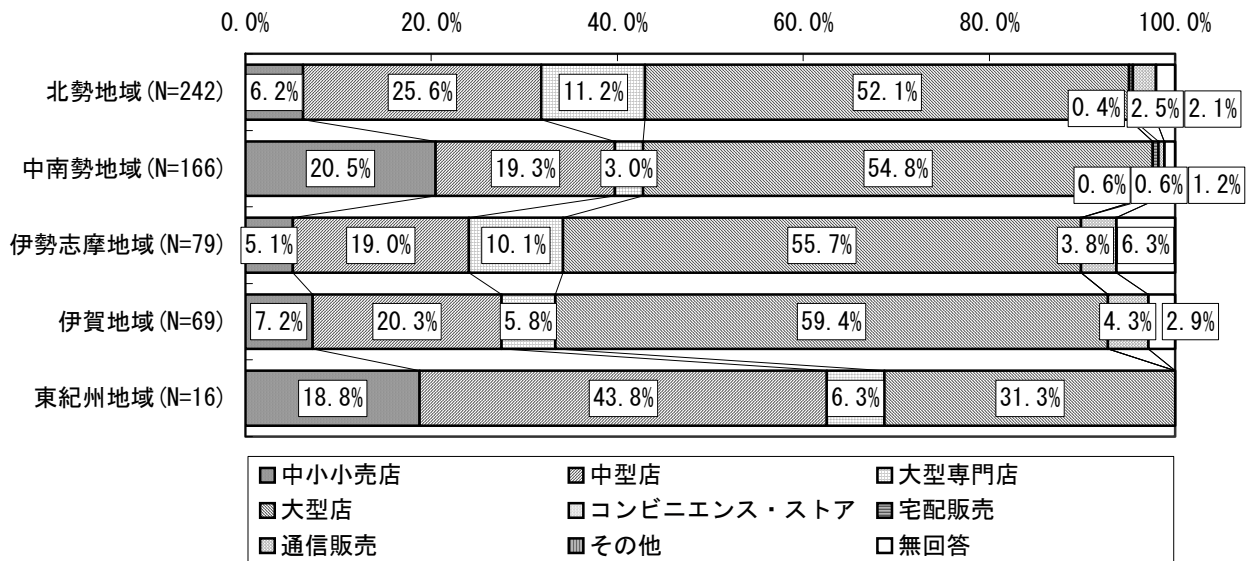
年齢別にみると、いずれの年齢でも「中型店」利用が多いが、その中で、「中小小売店」の利用も各年代ともに2割前後となっている。

図 27 年齢別 商品を購入する店舗の種類（医薬品・化粧品）



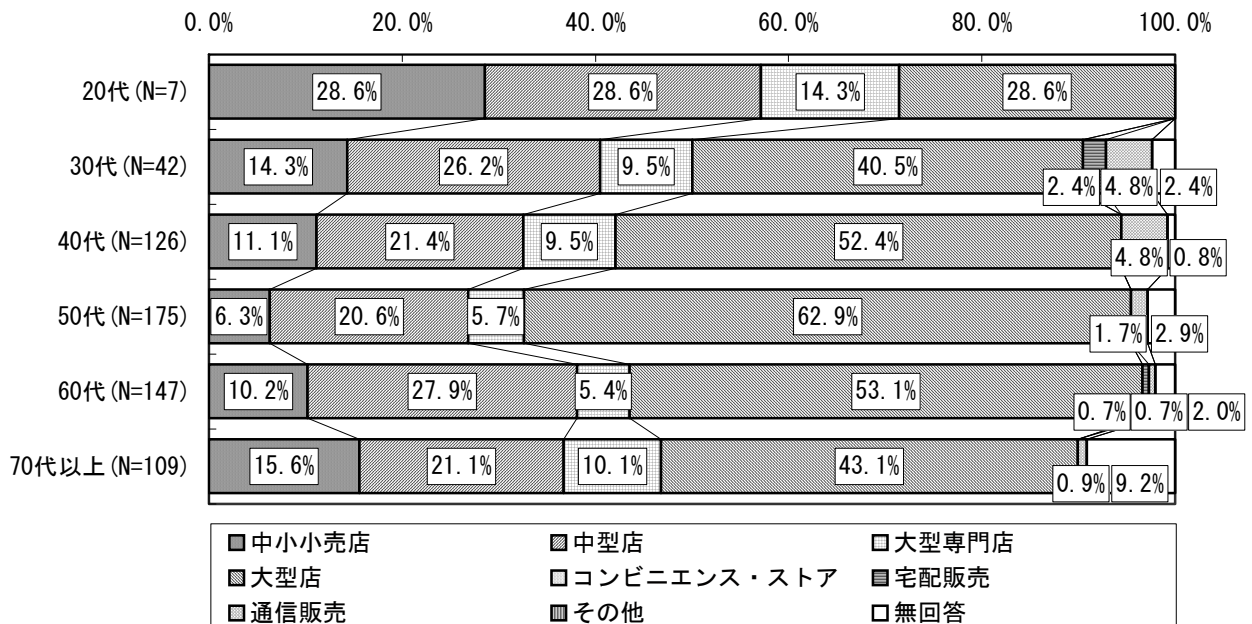
実用衣料では、東紀州地域で「中型店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 28 地域別 商品を購入する店舗の種類（実用衣料）



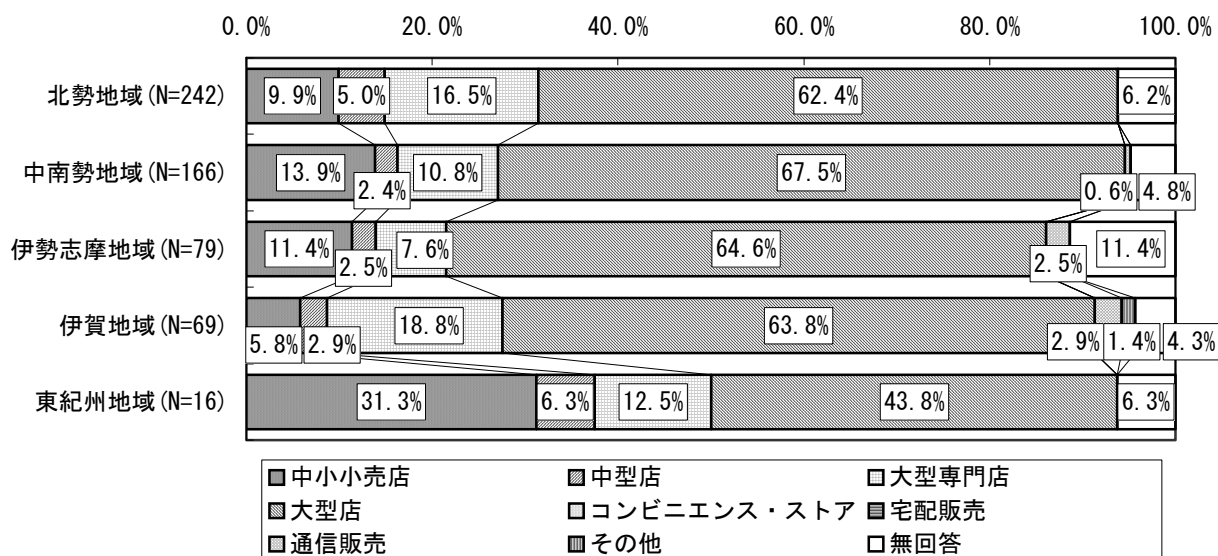
年齢別にみると、各年代とも「大型店」利用が多くなっている。また、30代や40代などで「通信販売」の利用もみられる。

図 29 年齢別 商品を購入する店舗の種類（実用衣料）



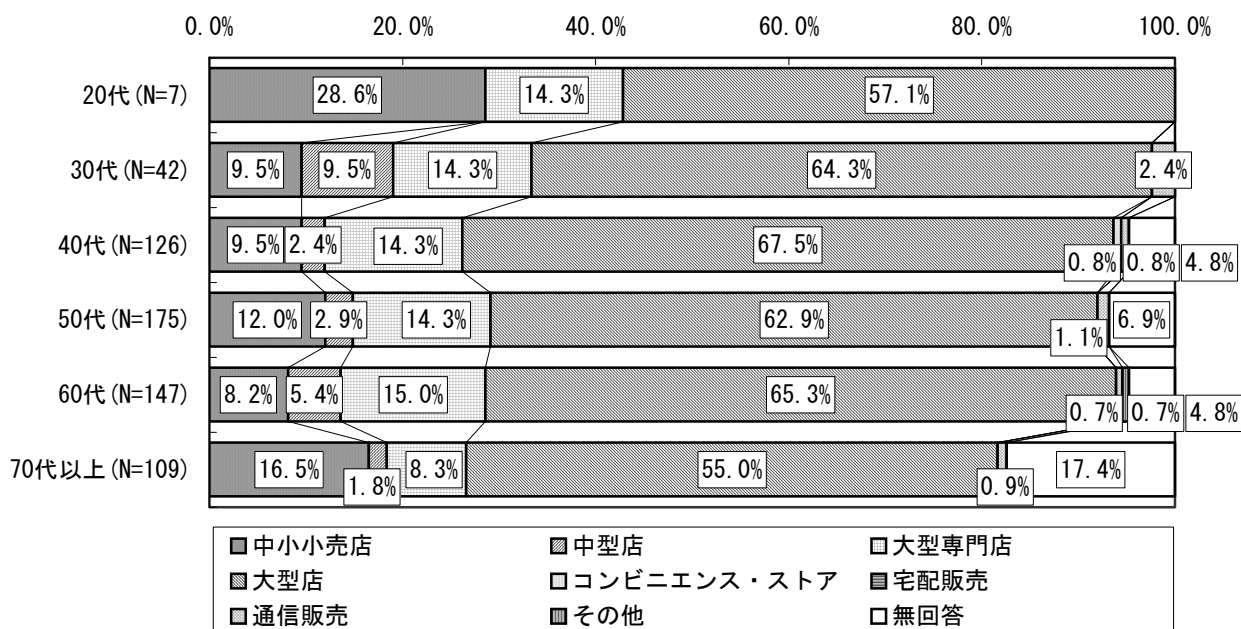
高級衣料では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。東紀州地域では「中小小売店」の占める割合が他の地域に比べて高くなっている。

図 30 地域別 商品を購入する店舗の種類（高級衣料）



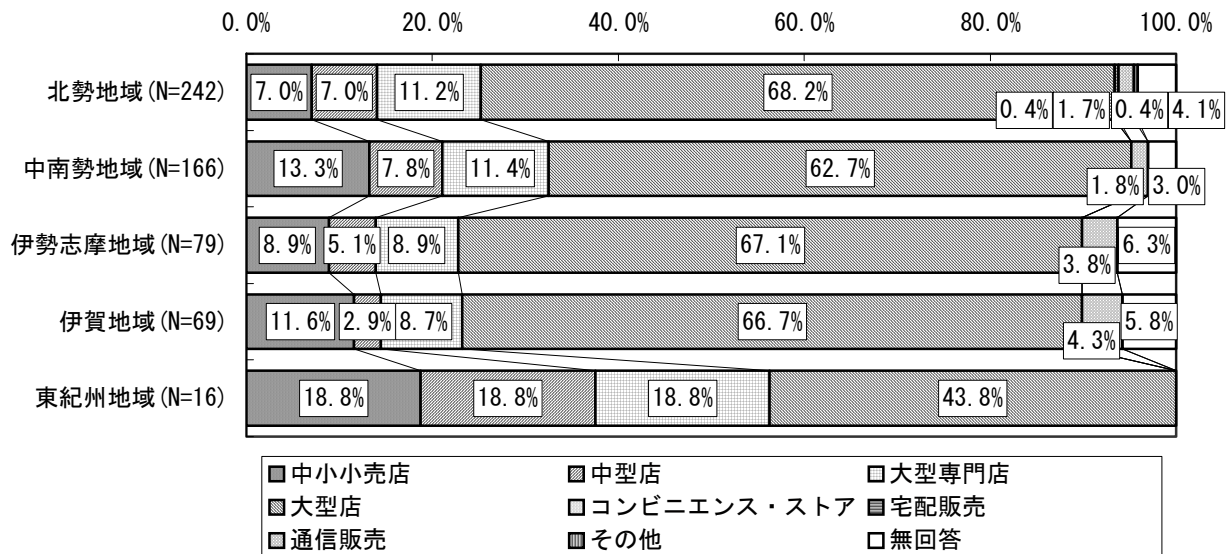
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。

図 31 年齢別 商品を購入する店舗の種類（高級衣料）



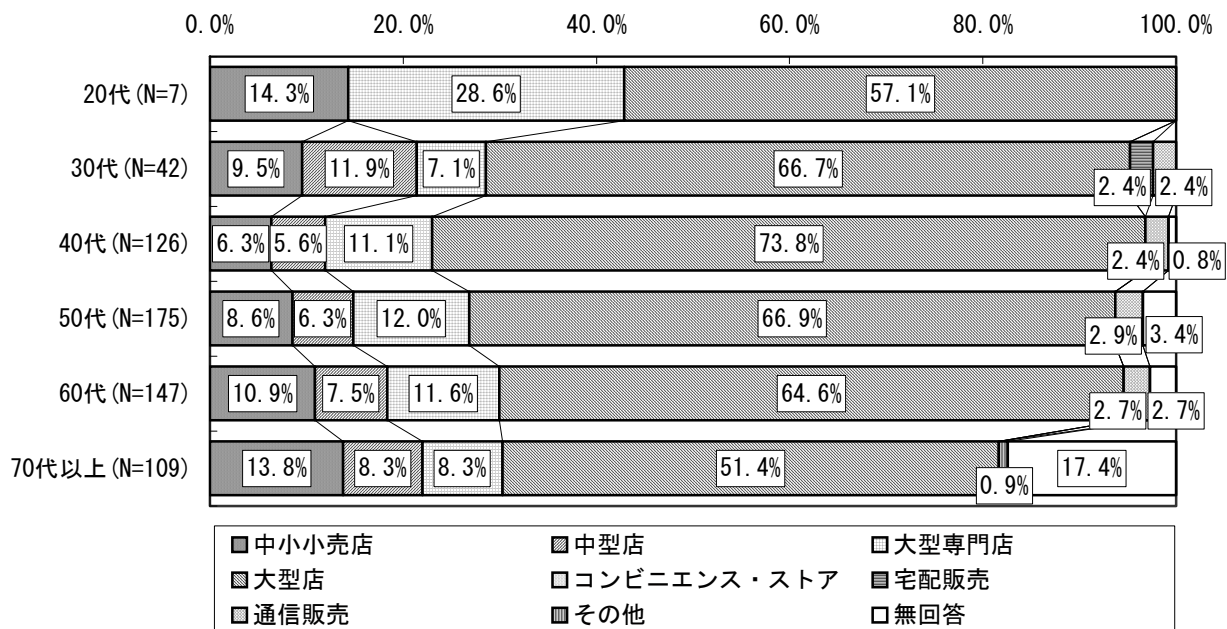
くつ・かばんでは、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。東紀州地域では「中小小売店」および「中型店」「大型専門店」の占める割合が他の地域に比べて高くなっている。

図 32 地域別 商品を購入する店舗の種類（くつ・かばん）



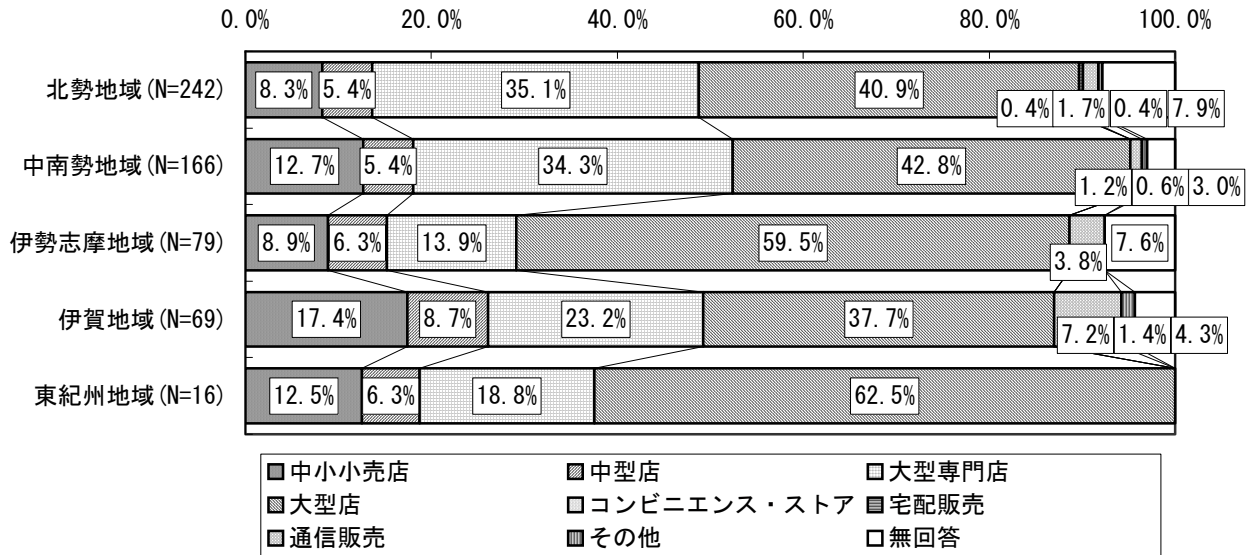
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。

図 33 年齢別 商品を購入する店舗の種類（くつ・かばん）



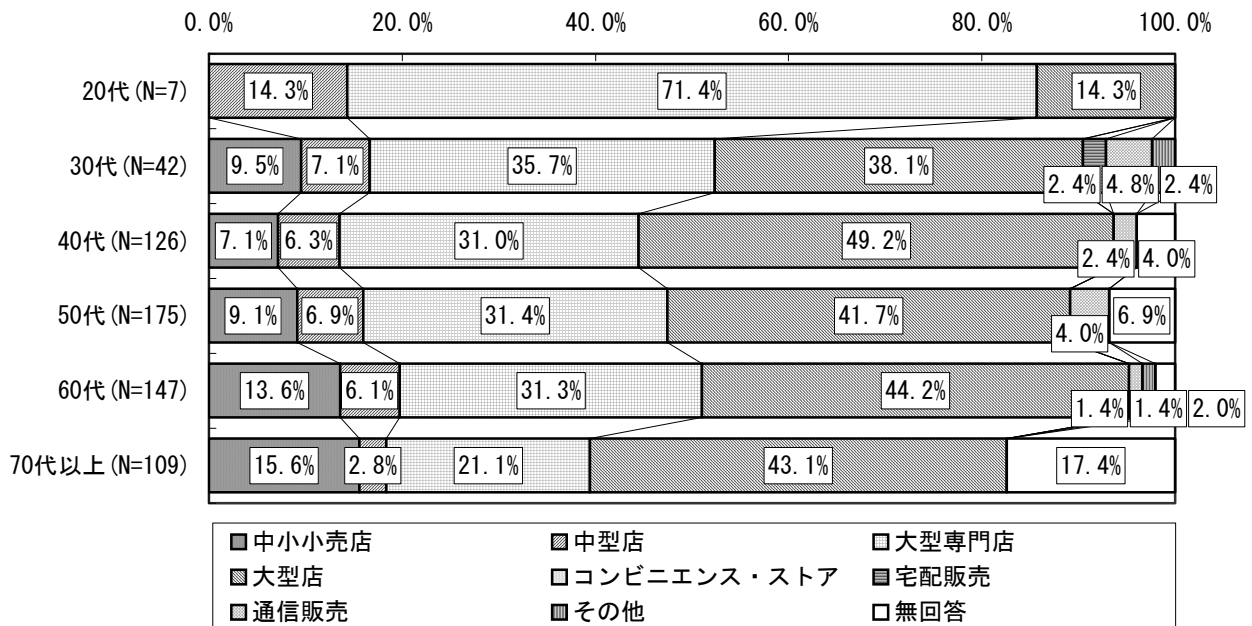
家具・寝具・インテリア用品では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。また、北勢地域・中南勢地域では、「大型専門店」が3割を超えており、他の地域に比べて多くなっている。

図 34 地域別 商品を購入する店舗の種類（家具・寝具・インテリア用品）



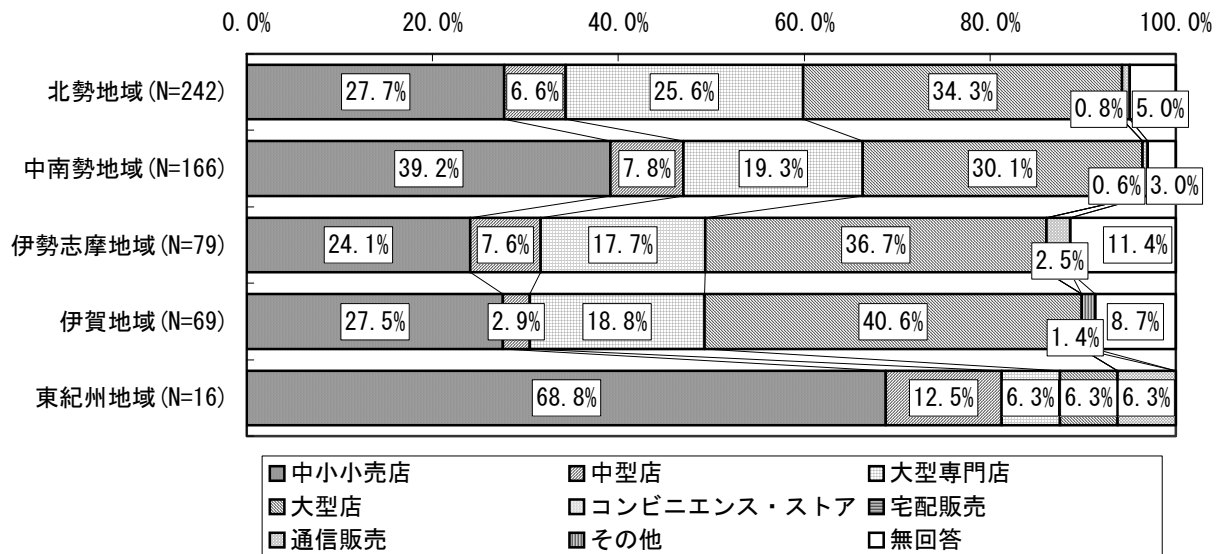
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」利用が多くなっている。また、30代や50代では「通信販売」の利用もそれぞれ4.8%、4.0%みられるなど30代から60代で通信販売の利用もある。

図 35 年齢別 商品を購入する店舗の種類（家具・寝具・インテリア用品）



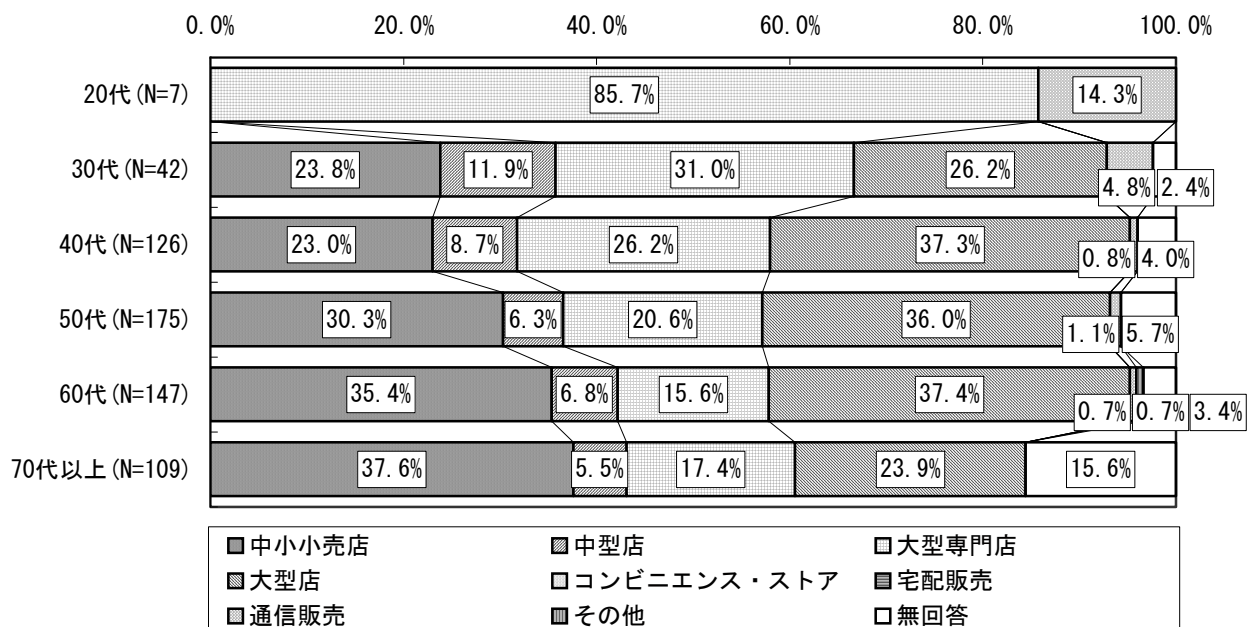
時計・メガネ・カメラでは、中南勢地域と東紀州地域で「中小小売店」、北勢地域・伊賀地域・伊勢志摩地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 36 地域別 商品を購入する店舗の種類（時計・メガネ・カメラ）



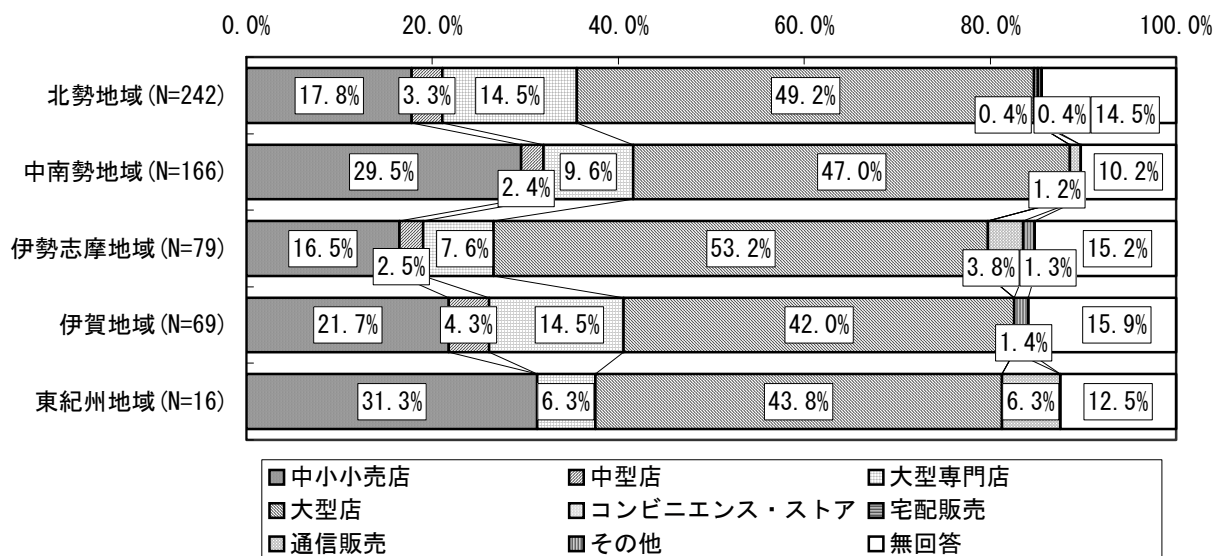
年齢別にみると、「中小小売店」利用が30代で23.8%であったものが70代以上では37.6%と年齢が高くなるにつれて多くなり、逆に「大型専門店」の利用が減少している。

図 37 年齢別 商品を購入する店舗の種類（時計・メガネ・カメラ）



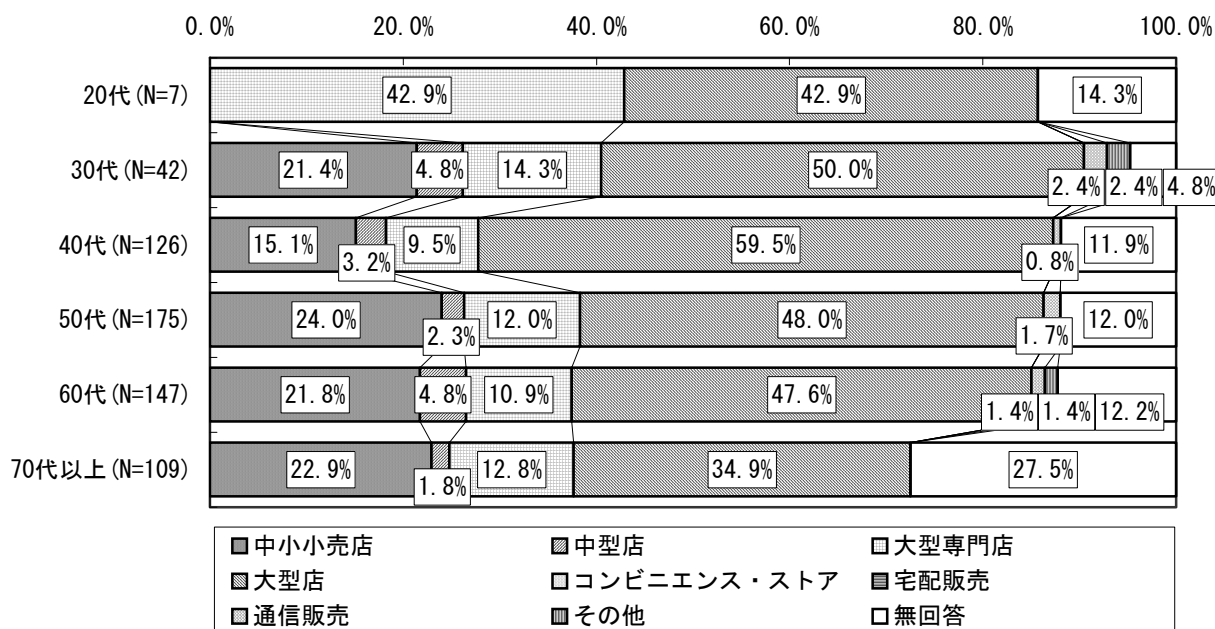
服飾品・宝石・貴金属では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。

図 38 地域別 商品を購入する店舗の種類（服飾品・宝石・貴金属）



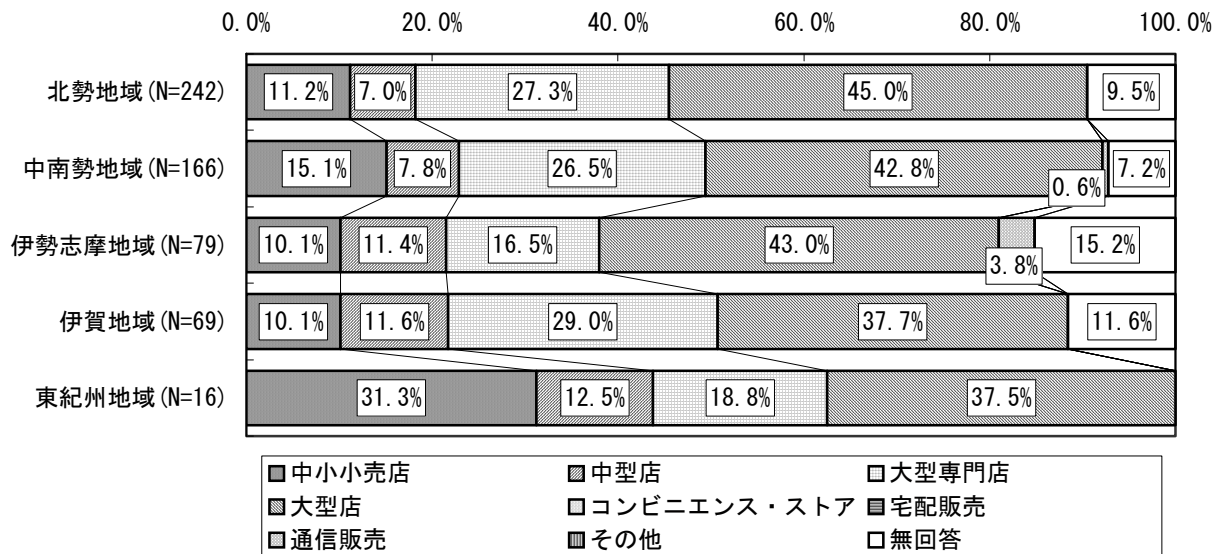
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。また、20代を除くと「中小小売店」の利用も2割前後みられる。

図 39 年齢別 商品を購入する店舗の種類（服飾品・宝石・貴金属）



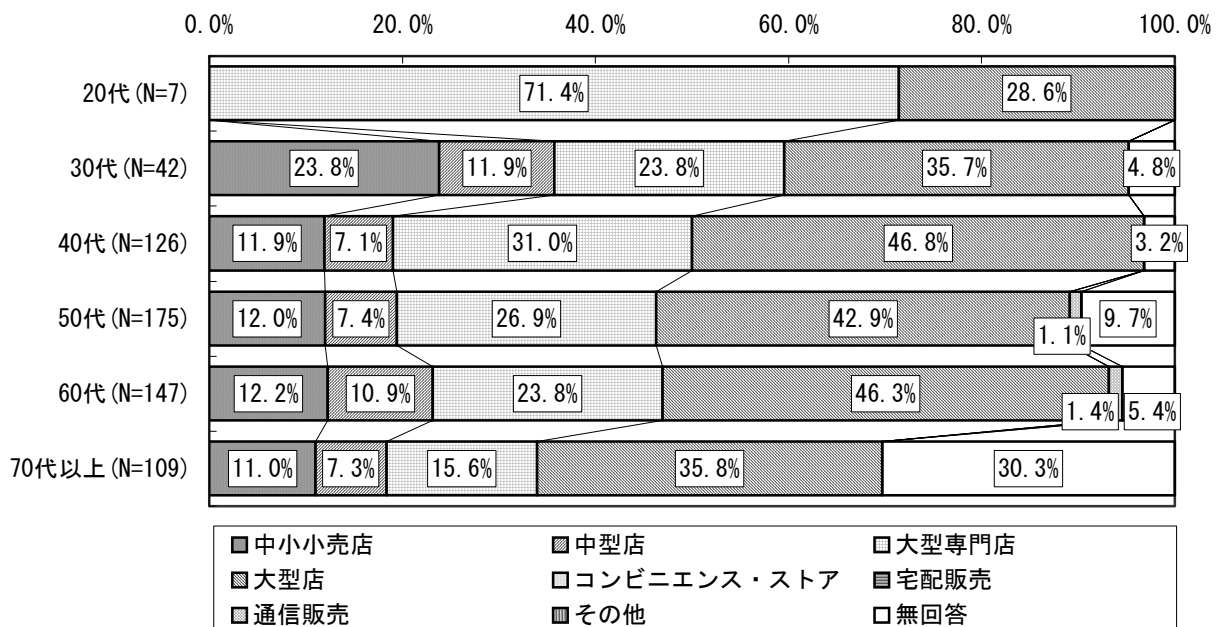
スポーツ・レジャー用品では、いずれの地域でも「大型店」が最も多く、次いで東紀州地域で「中小小売店」、それ以外の地域で「大型専門店」となっている。

図 40 地域別 商品を購入する店舗の種類（スポーツ・レジャー用品）



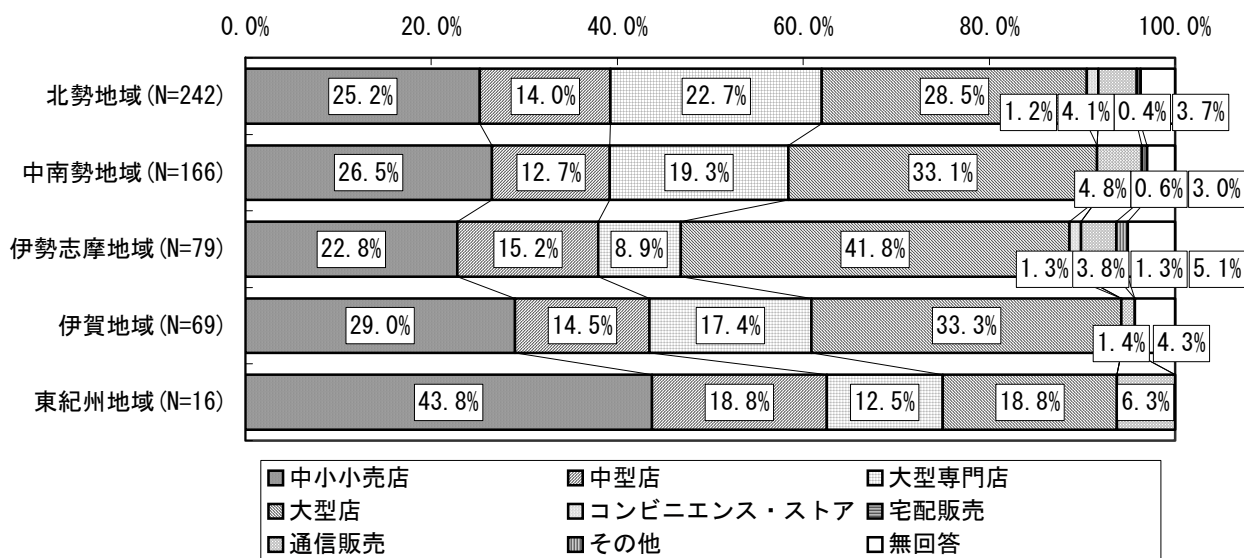
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」の利用が多くなっている。

図 41 年齢別 商品を購入する店舗の種類（スポーツ・レジャー用品）



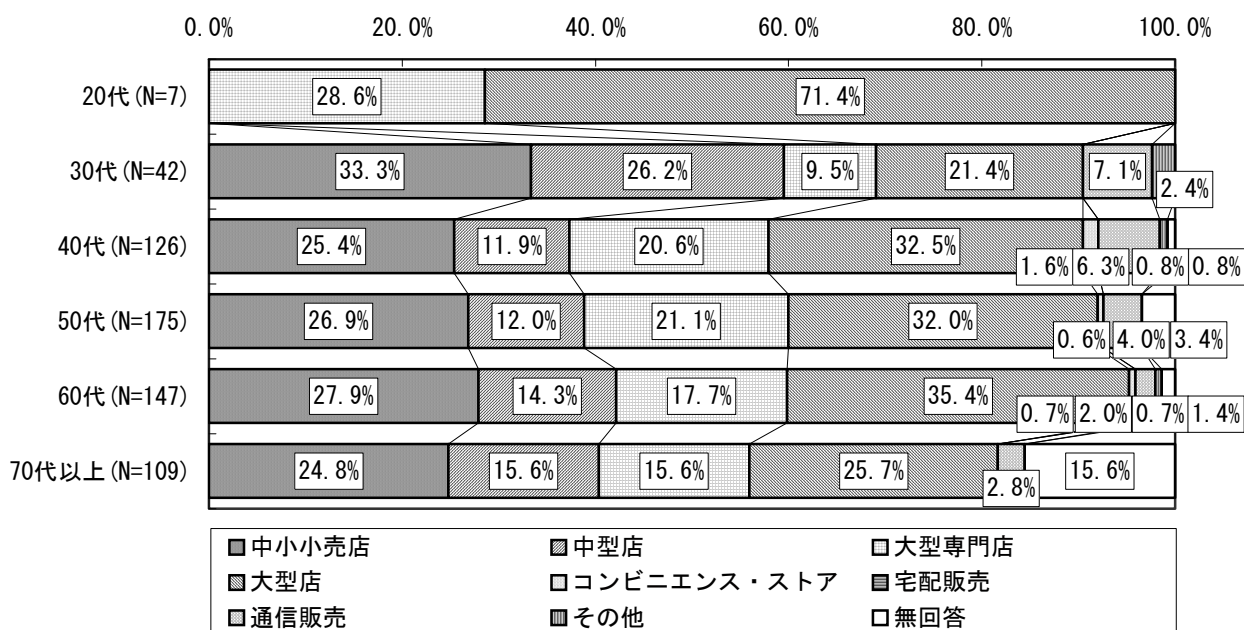
書籍・文具では、東紀州地域で「中小小売店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 42 地域別 商品を購入する店舗の種類（書籍・文具）



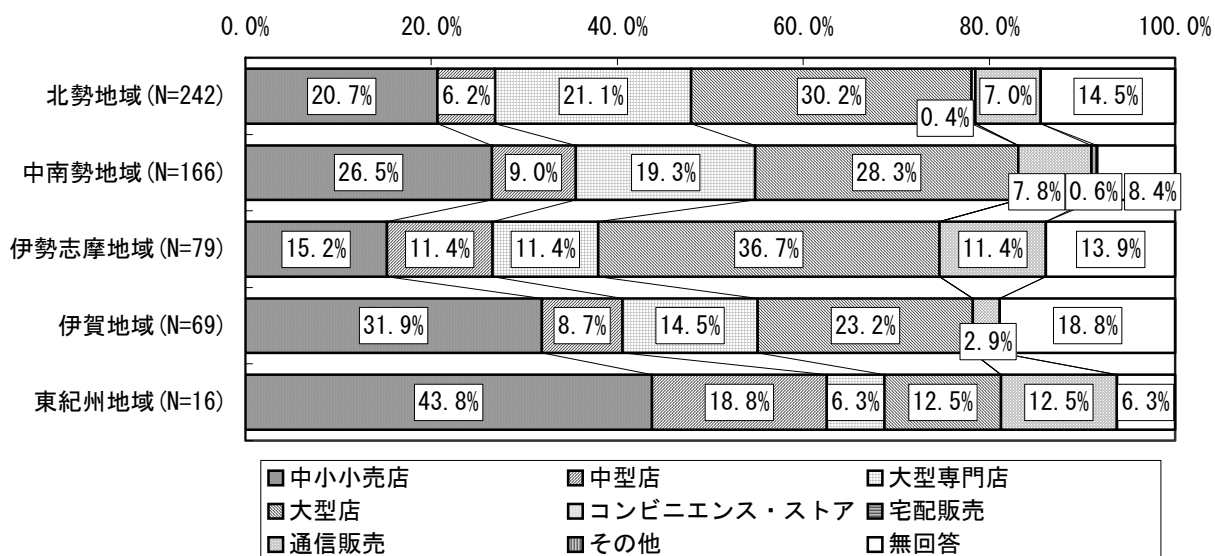
年齢別にみると、20代を除くと、いずれの年齢でも利用する店舗の種類が分かれており、いずれの店舗の利用がみられる。また、「通信販売」の利用も30代で7.1%、40代で6.3%など、20代を除く各年代でみられる。

図 43 年齢別 商品を購入する店舗の種類（書籍・文具）



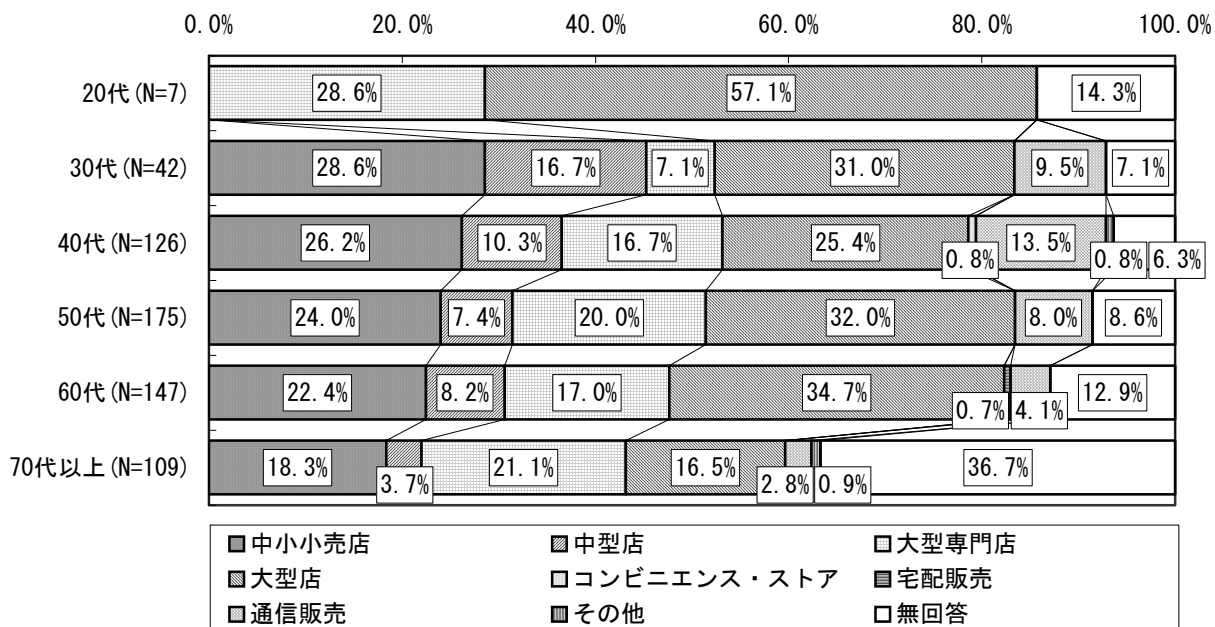
楽器・CD では、伊賀地域と東紀州地域で「中小小売店」、北勢地域・中南勢地域・伊勢志摩地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 44 地域別 商品を購入する店舗の種類（楽器・CD）



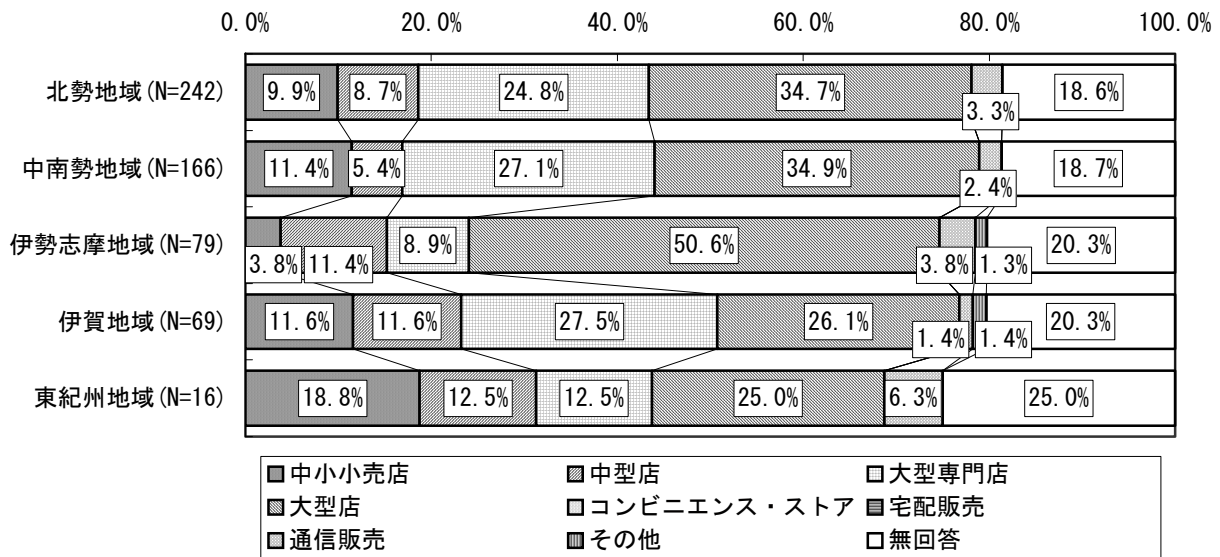
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。また、「中小小売店」の利用も30代で28.6%などと多くなっている。

図 45 年齢別 商品を購入する店舗の種類（楽器・CD）



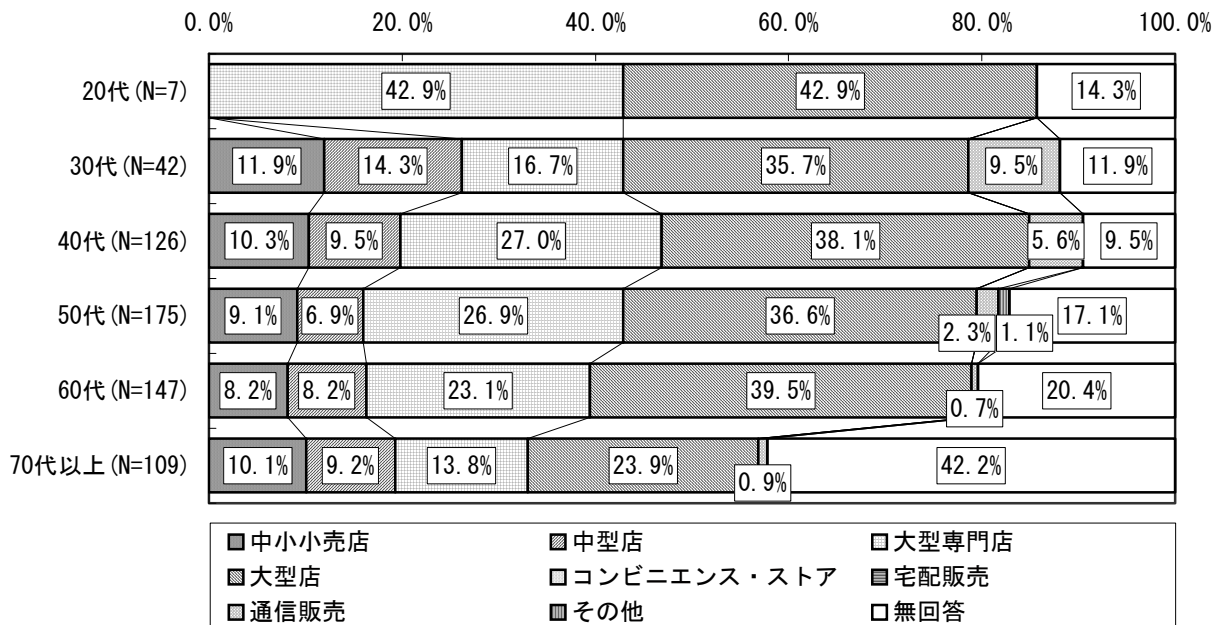
玩具・TVゲームでは、伊賀地域で「大型専門店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 46 地域別 商品を購入する店舗の種類（玩具・TVゲーム）



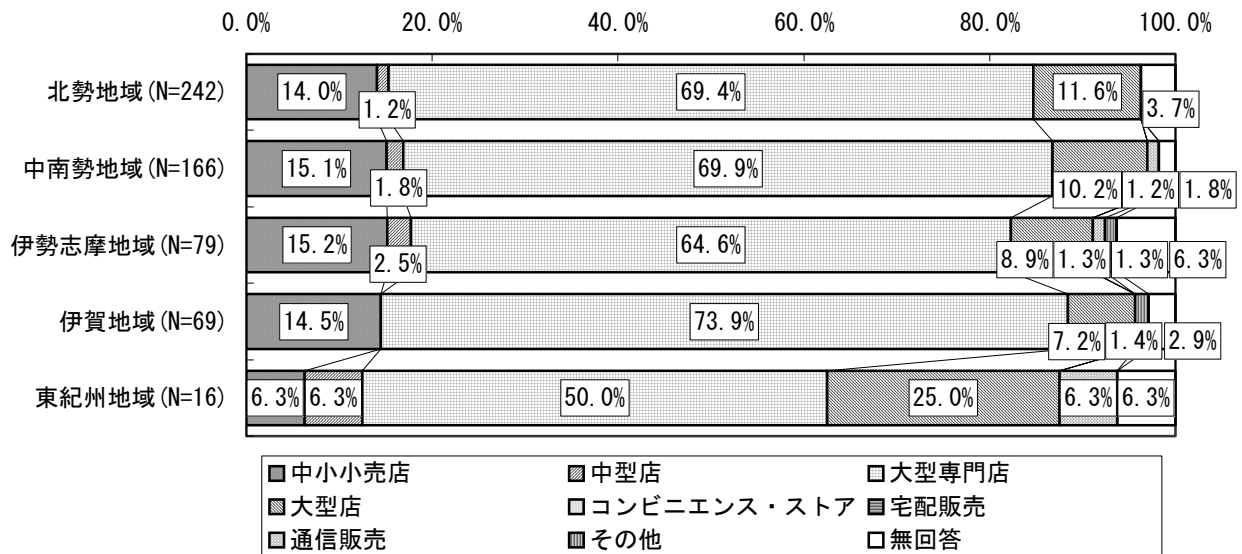
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」の利用が多くなっている。

図 47 年齢別 商品を購入する店舗の種類（玩具・TVゲーム）



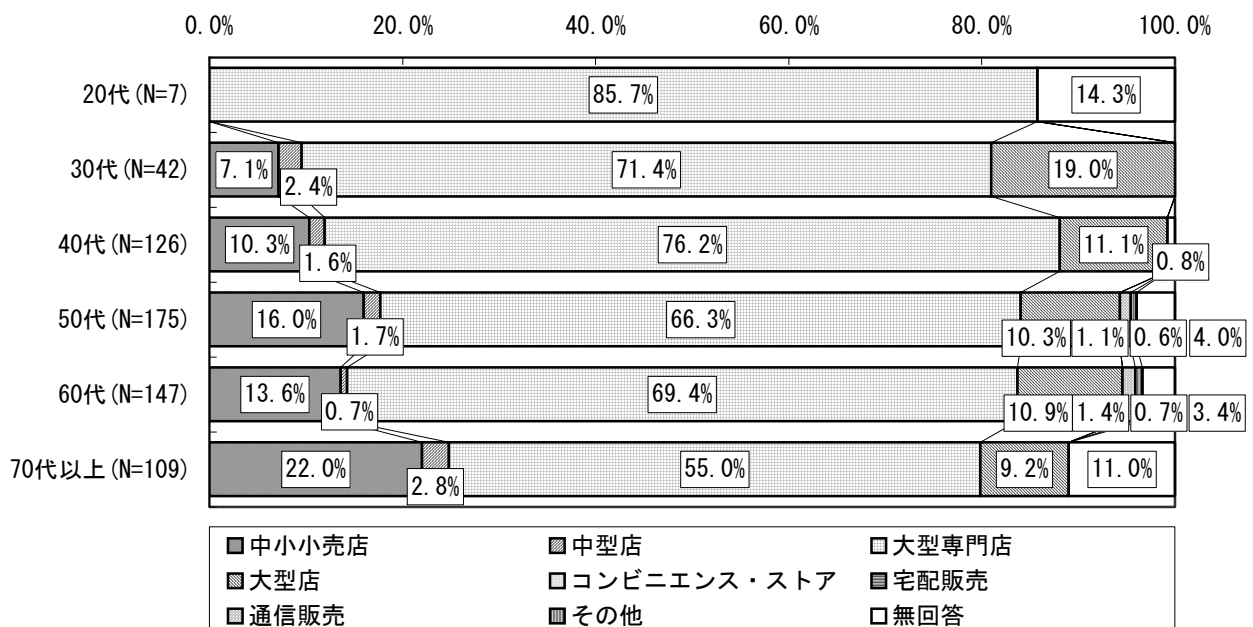
家庭電化製品では、いずれの地域でも「大型専門店」が最も多く、次いで東紀州地域で「大型店」、それ以外の地域では「中小小売店」となっている。

図 48 地域別 商品を購入する店舗の種類（家庭電化製品）



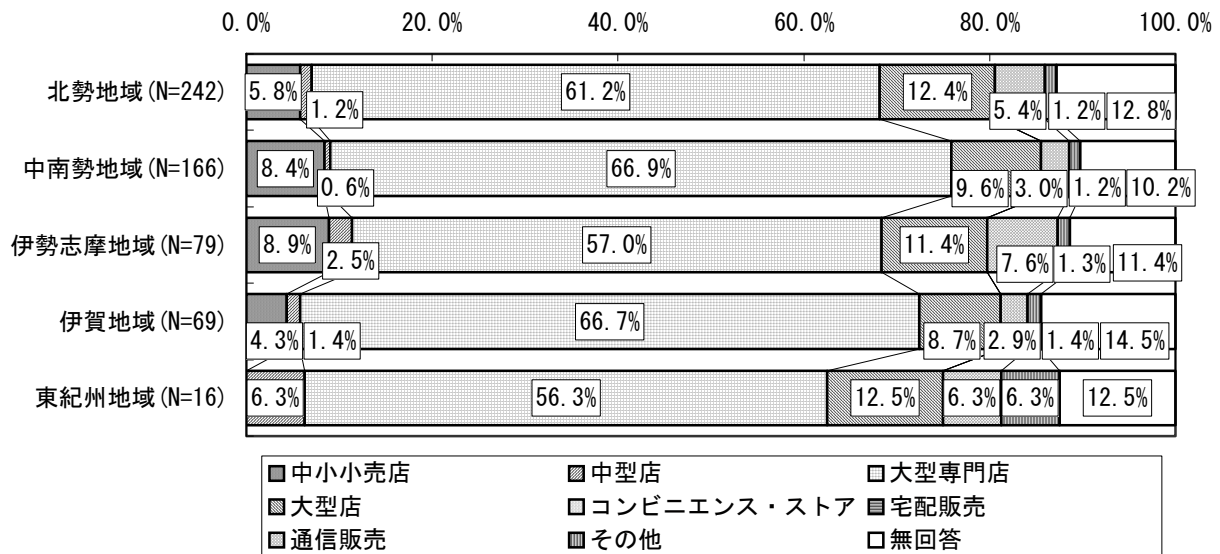
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型専門店」利用が圧倒的に多くなっている。また、20代を除き、おおむね年齢層の上昇にともない「中小小売店」の利用も増加している。

図 49 年齢別 商品を購入する店舗の種類（家庭電化製品）



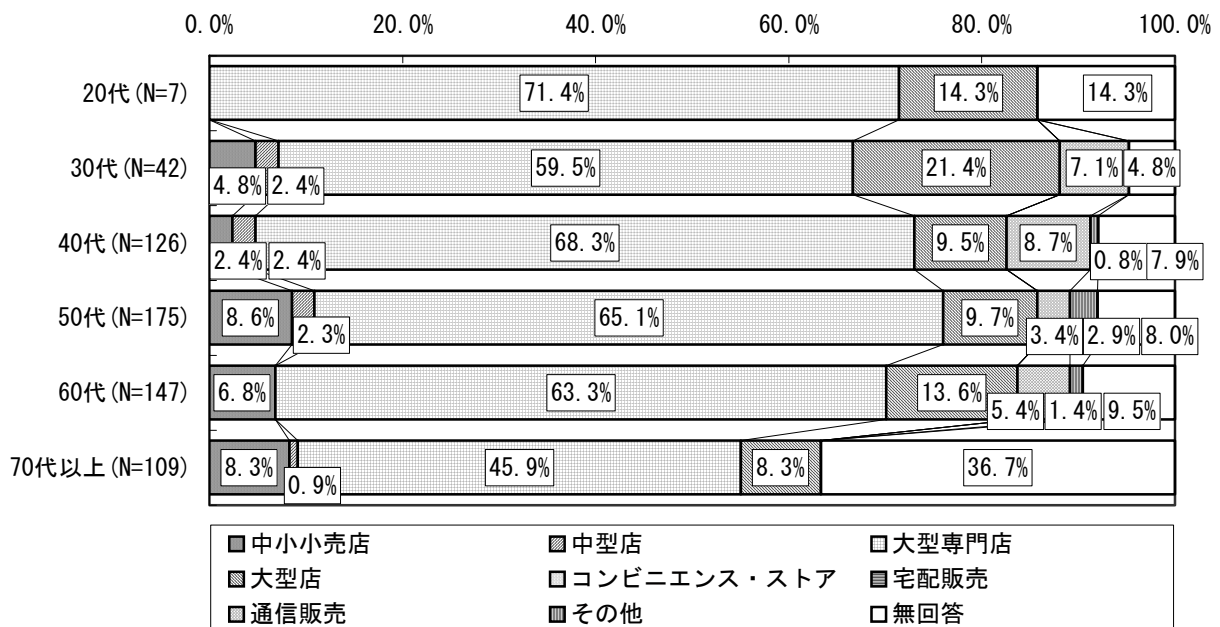
情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）では、いずれの地域でも「大型専門店」が最も多く、次いで「大型店」となっている。

図 50 地域別 商品を購入する店舗の種類（情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等））



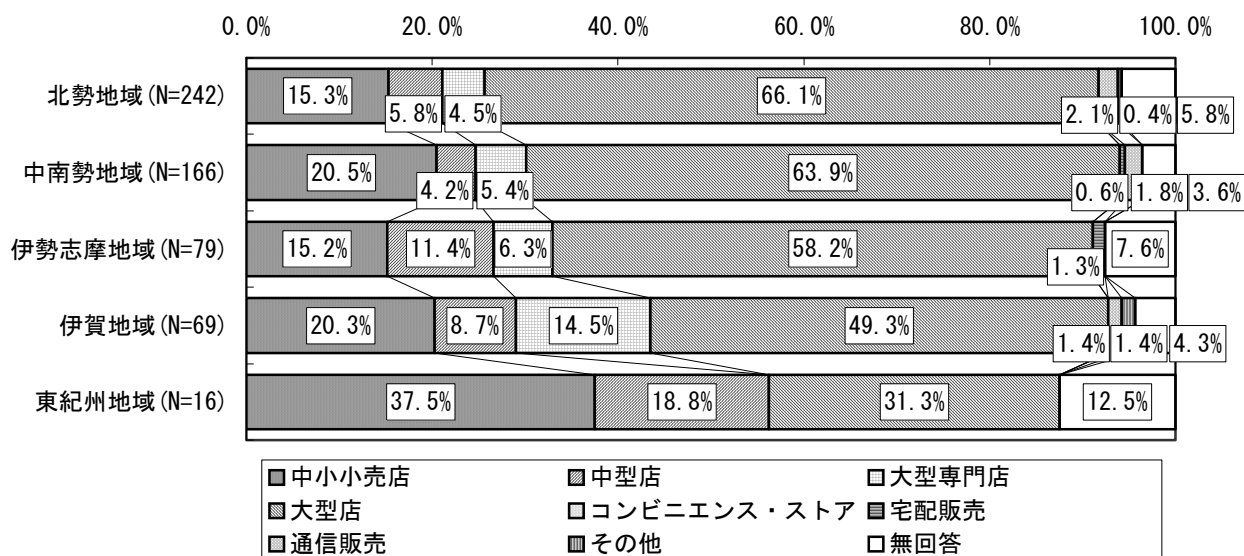
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型専門店」利用が多くなっている。

図 51 年齢別 商品を購入する店舗の種類（情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等））



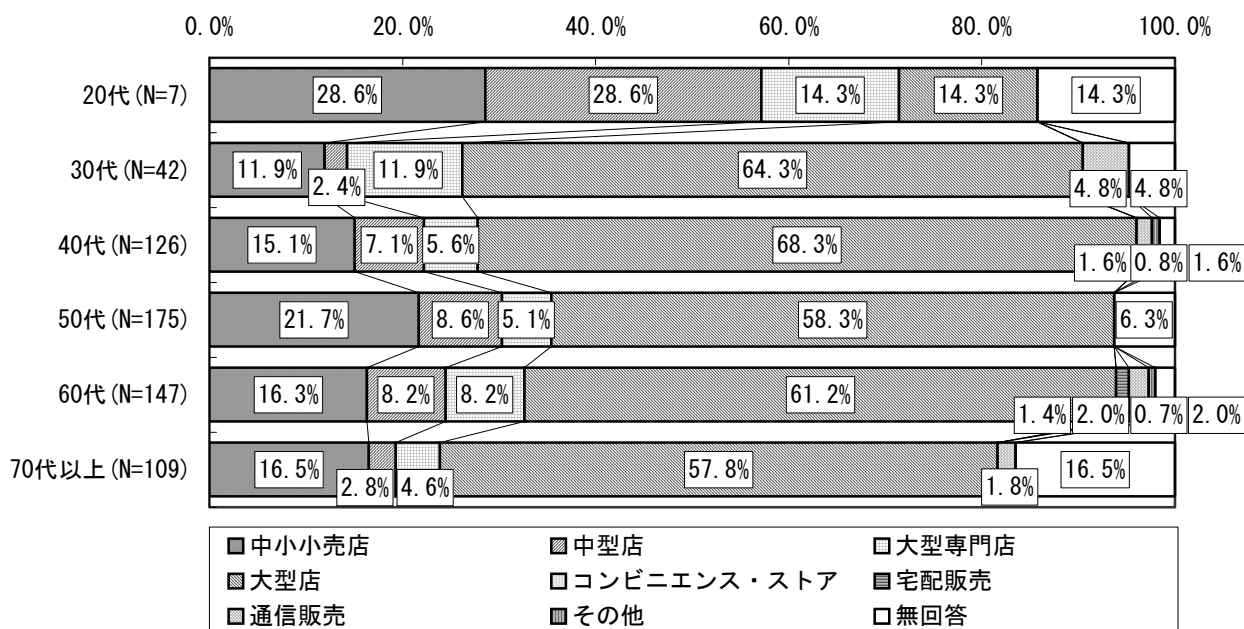
贈答品では、東紀州地域では「中小小売店」、それ以外の地域では「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 52 地域別 商品を購入する店舗の種類（贈答品）



年齢別にみると、20代を除き、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。

図 53 年齢別 商品を購入する店舗の種類（贈答品）

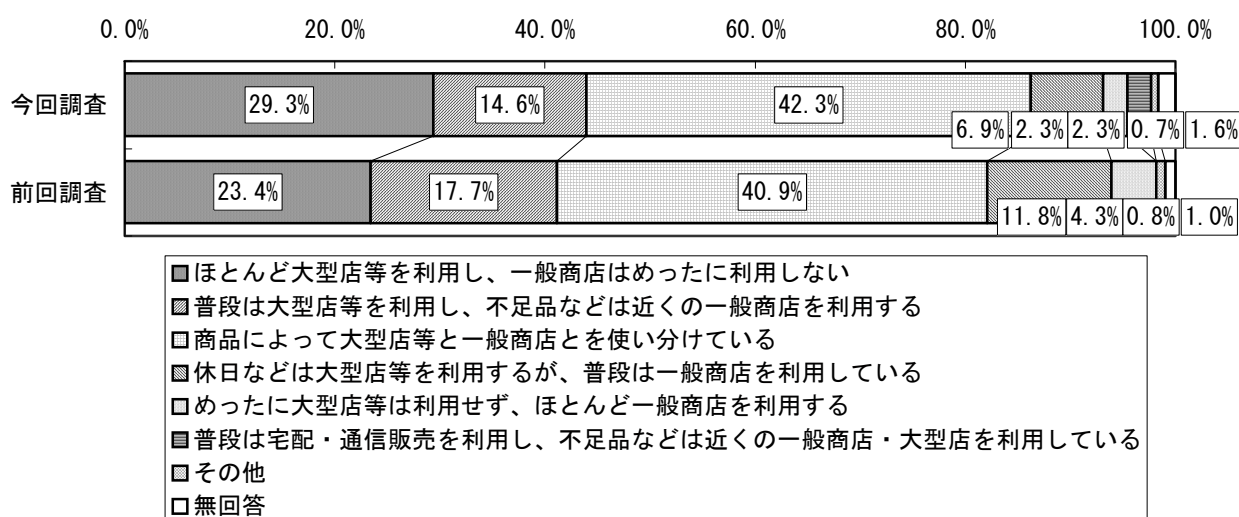


5 一般商店と大型店等の使い分け

一般商店と大型店等の使い分けをみると、「商品によって大型店等と一般商店とを使い分けている」が42.3%で最も多く、次いで「ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない」(29.3%)、「普段は大型店等を利用し、不足品などは近くの一般商店を利用する」(14.6%)、「休日などは大型店等を利用するが、普段は一般商店を利用している」(6.9%)などとなっている。

前回調査と比較すると、「ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない」が前回調査の23.4%が今回調査では29.3%と増加している反面、「休日などは大型店等を利用するが、普段は一般商店を利用している」や「めったに大型店等は利用せず、ほとんど一般商店を利用している」は減少しており、大型店利用の傾向が顕著となっている。

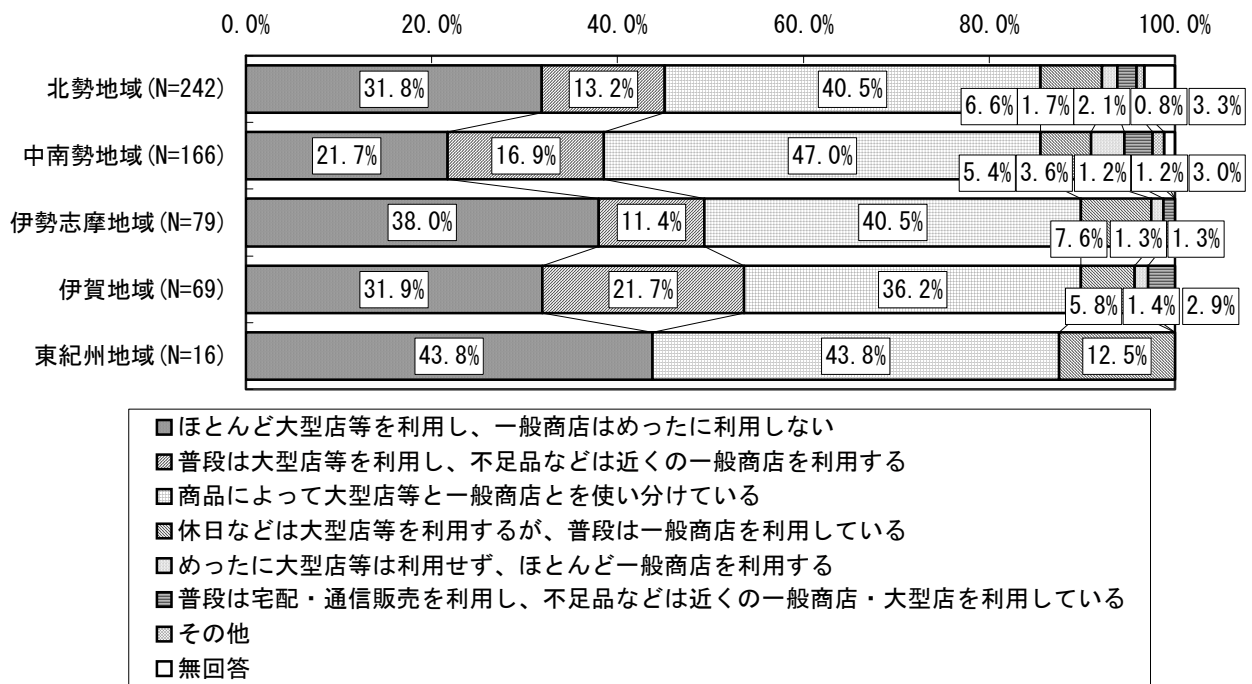
図 54 一般商店と大型店等の使い分け



注)「普段は宅配・通信販売を利用し、不足品などは近くの一般商店・大型店を利用している」は前回調査の項目になし

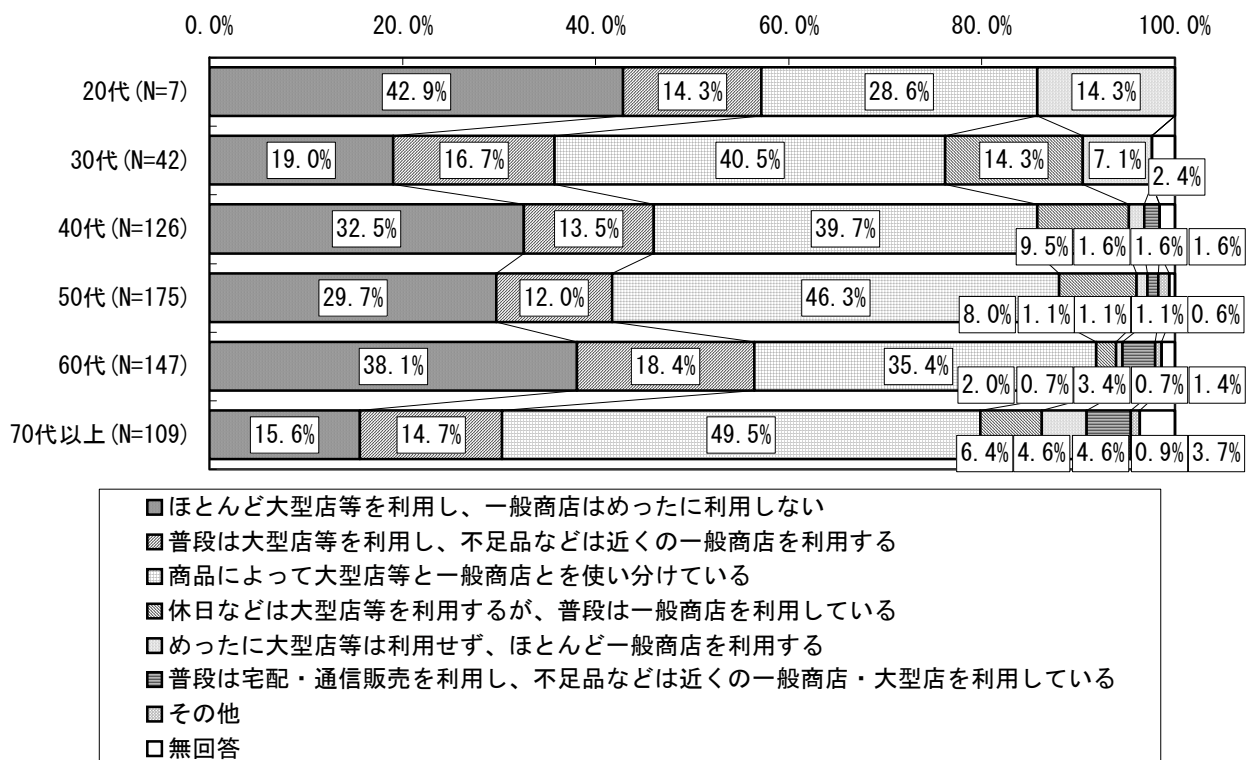
地域別にみると、いずれの地域でも「商品によって大型店等と一般商店とを使い分けている」が最も多く、次いで「ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない」となっている。

図 55 地域別 一般商店と大型店等の使い分け



年齢別にみると、おおむねいずれの年齢でも「商品によって大型店等と一般商店とを使い分けている」が多くなっている。また、「ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない」は、20代で42.9%、40代で32.5%、60代で38.1%と多くなっている。

図 56 年齢別 一般商店と大型店等の使い分け

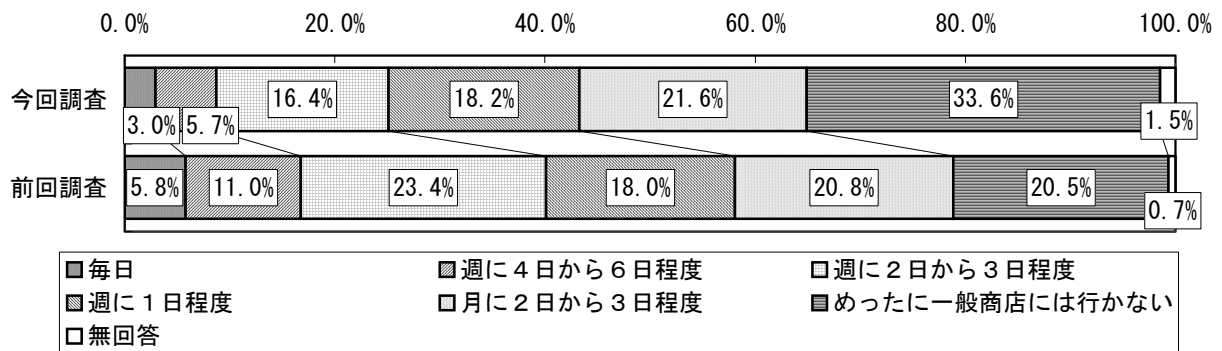


6 一般商店を訪れる頻度

一般商店を訪れる頻度をみると、「めったに一般商店には行かない」が33.6%で最も多く、次いで「月に2日から3日程度」（21.6%）、「週に1日程度」（18.2%）、「週に2日から3日程度」（16.4%）などとなっている。

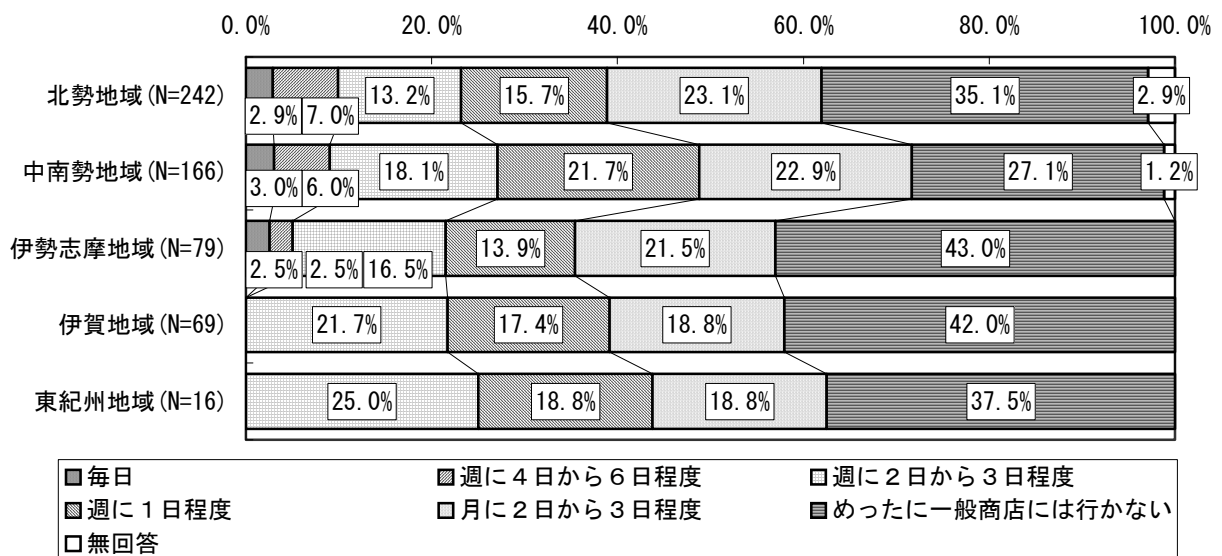
前回調査と比較すると、「毎日」や「週に4日から6日」という訪問頻度の多い回答が減少し、変わって「めったに一般商店には行かない」が前回調査の20.5%から33.6%と大幅に増加している。

図 57 一般商店を訪れる頻度



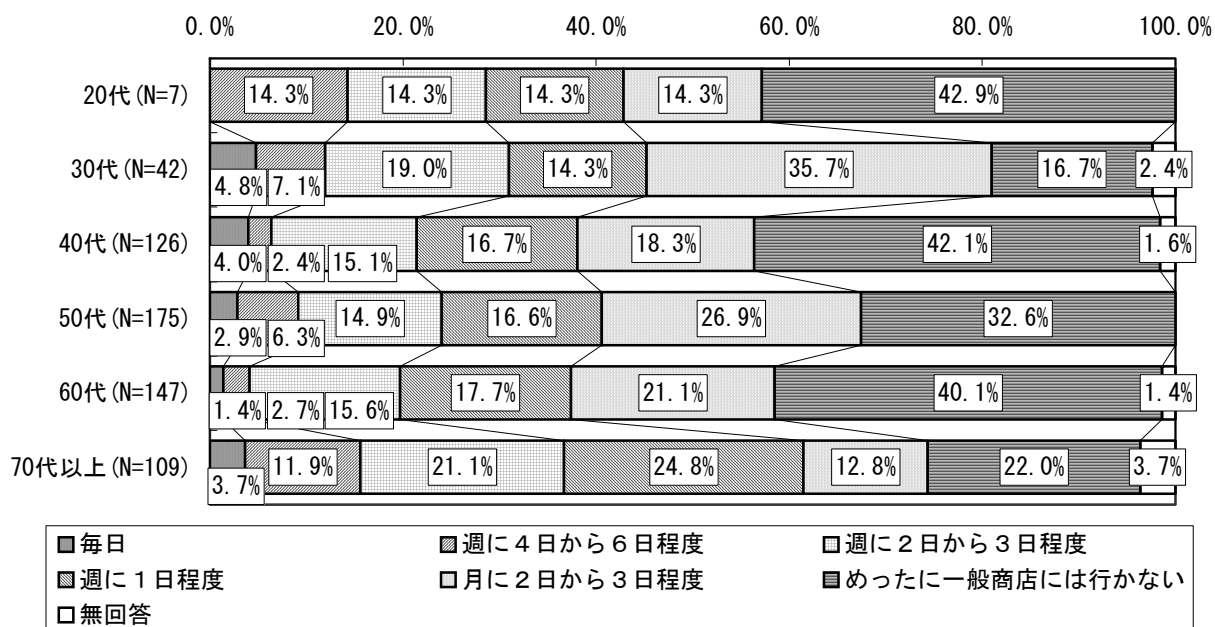
地域別にみると、いずれの地域でも「めったに一般商店には行かない」が最も多くなっている。頻度が「週に1度」以上が占める割合は、中南勢地域が48.8%で最も多く、次いで東紀州地域（43.8%）となっている。

図 58 地域別 一般商店を訪れる頻度



年齢別にみると、30代と70代以上を除くといずれも「めったに一般商店には行かない」が多くなっている。また、「毎日」は、30代(4.8%)、40代(4.0%)、70代以上(3.7%)と、「週に4日から6日」は、20代(14.3%)、70代以上(11.9%)とそれぞれ他の年齢層より多くなっている。

図 59 年齢別 一般商店を訪れる頻度



7 商店街への要望

商店街への要望を見てみると、「商品の種類・量の豊富さ」が49.7%で最も多く、次いで「品質（鮮度）の良い商品の提供」（44.6%）、「商品の値段の安さ」（42.8%）、「駐車場」（32.0%）などとなっている。

前回調査と比較すると、項目数やそれぞれの選択肢の記述内容の違いがあるため、直接的な比較は難しいが、「商品の種類・量の豊富さ」や「品質（鮮度）の良い商品の提供」「商品の値段の安さ」といった全体として要望割合が多い項目は、今回調査において減少しているが、その中で、「駐車場」については、前回調査よりも増加している。

地域別にみると、北勢地域・中南勢地域・伊勢志摩地域では「商品の種類・量の豊富さ」、伊賀地域では「品質（鮮度）の良い商品の提供」、東紀州地域では「商品の値段の安さ」がそれぞれ最も多くなっている。また、伊勢志摩地域と東紀州地域では「駐車場」が4割を超えており、他の地域に比べて多くなっている。さらに、東紀州地域では「サービス・接客態度」も25.0%と他の地域よりも多くなっている。

年齢別にみると、「商品の種類・量の豊富さ」は、若年者層に要望が強く、「品質（鮮度）の良い商品の提供」や「気軽に品選びができる」は、おおむね加齢にともない増加している。

今回の調査項目の表記	前回の調査項目の表記
商品の種類・量の豊富さ	商品の品揃えの充実
品質（鮮度）の良い商品の提供	品質・鮮度の高い商品の提供
センスの良さ・流行品を早く	新製品・流行品を早く
商品の値段の安さ	安価な商品の充実
ポイントカード等の充実	
気軽に品選びができる	
駐車場	駐車場・駐輪場の設置
開店・閉店時刻	閉店時刻の延長
店舗面積の広さ	
サービス・接客態度	サービス・接客態度の向上
イベント・特売日等催しものの増加	イベント・特売日など催しものの増加
不足業種の補充	（今回と同じ）
小公園・遊戯施設などの設置	（今回と同じ）
交通手段の拡充	
施設のバリアフリー化	
地域との連携	
	休業日数の削減
	アーケード・カラー舗装などの環境整備

注）商店街への要望の調査項目については、今回調査と前回調査で項目に変更が生じており、その対照を表にして示しておく。

図 60 商店街への要望

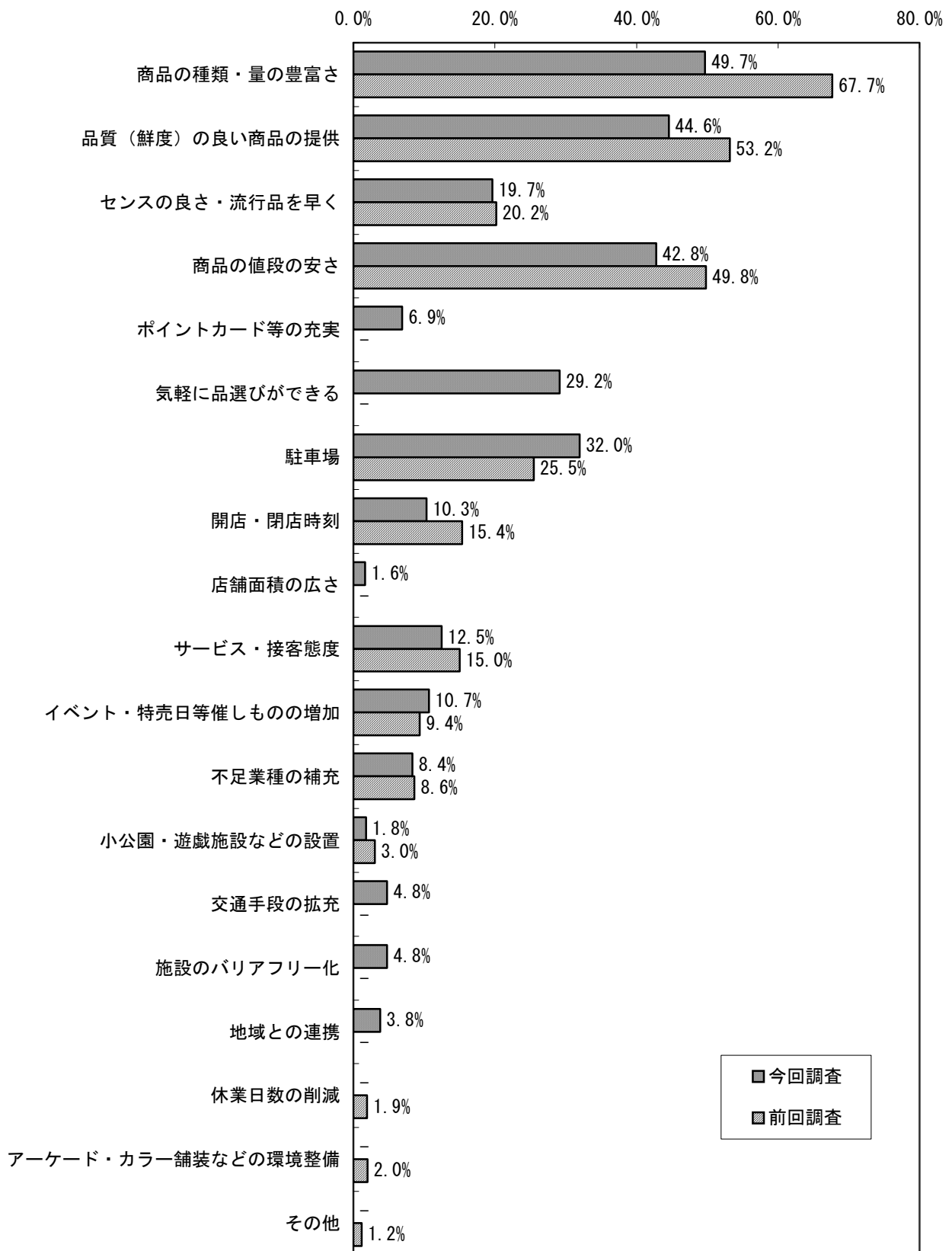


図 61 地域別 商店街への要望（1）

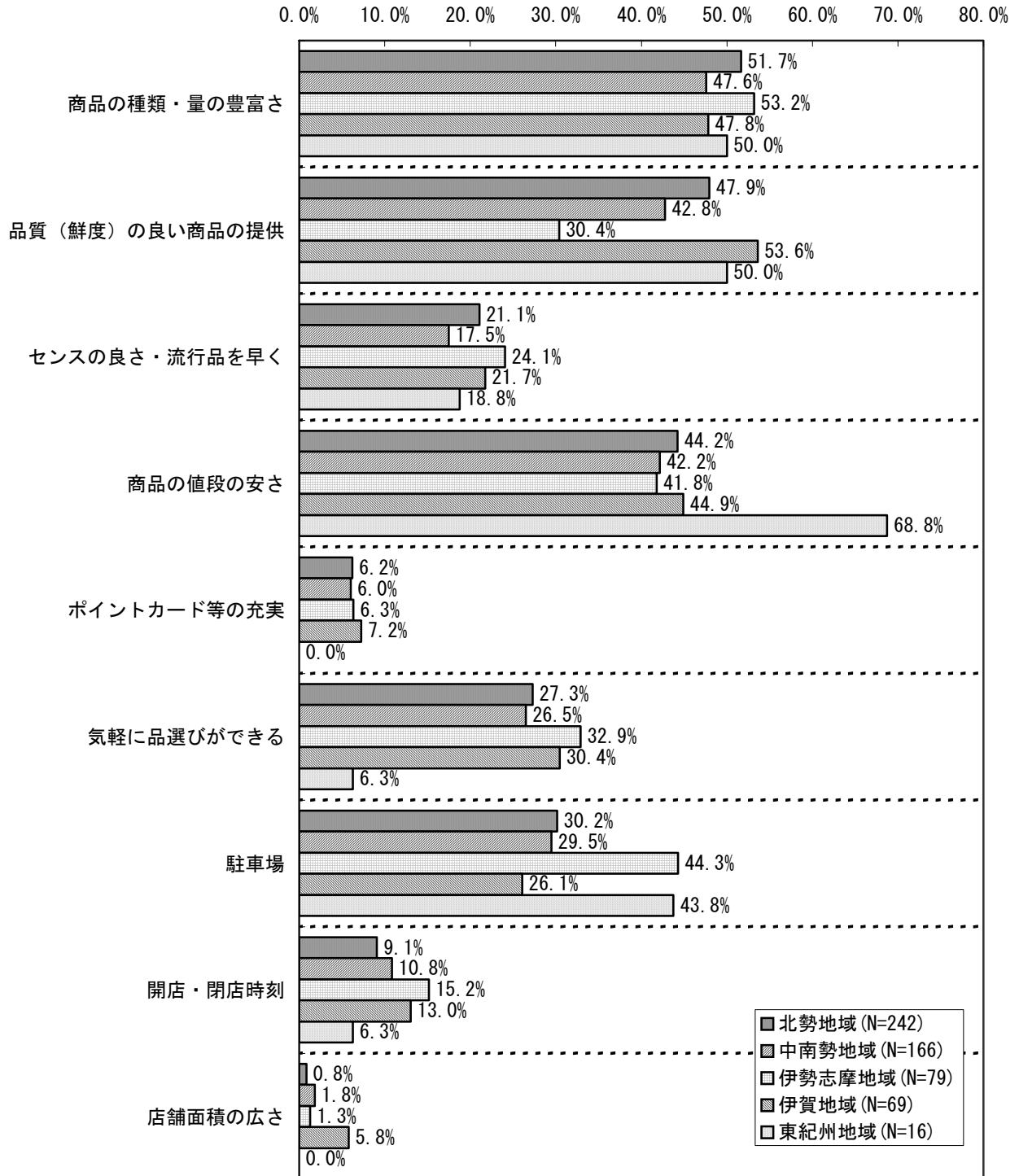


図 61 地域別 商店街への要望（2）

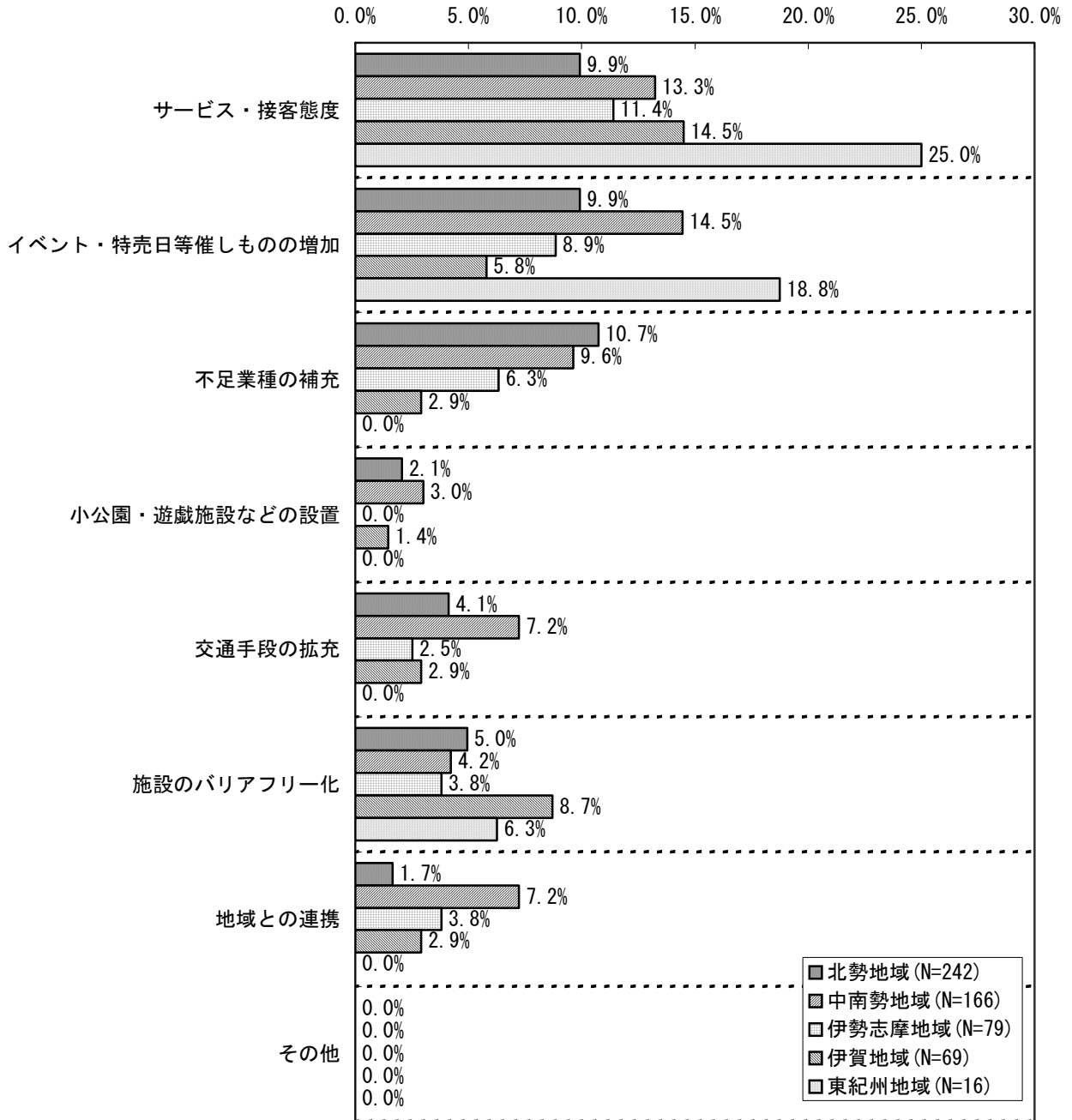


図 62 年齢別 商店街への要望（1）

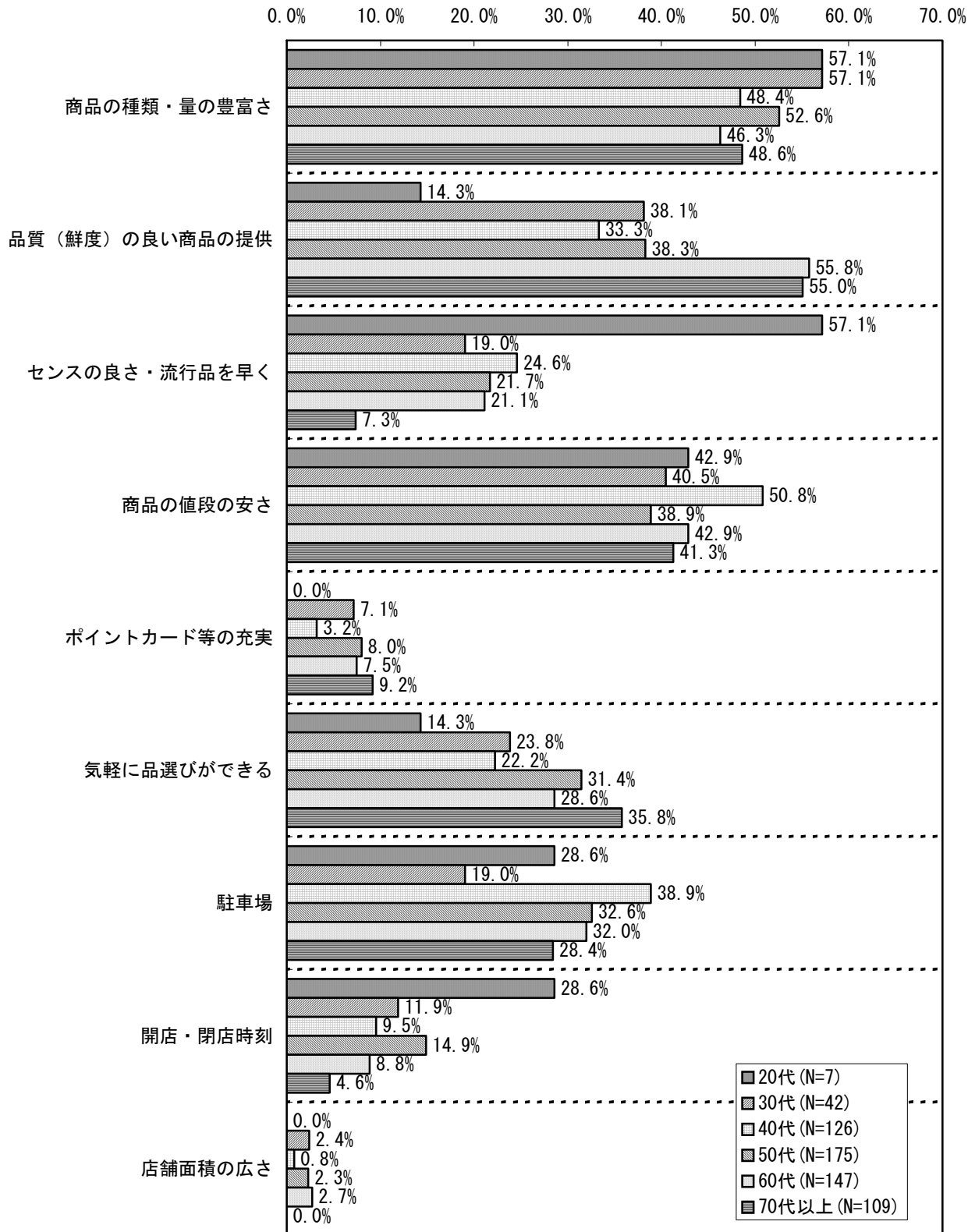
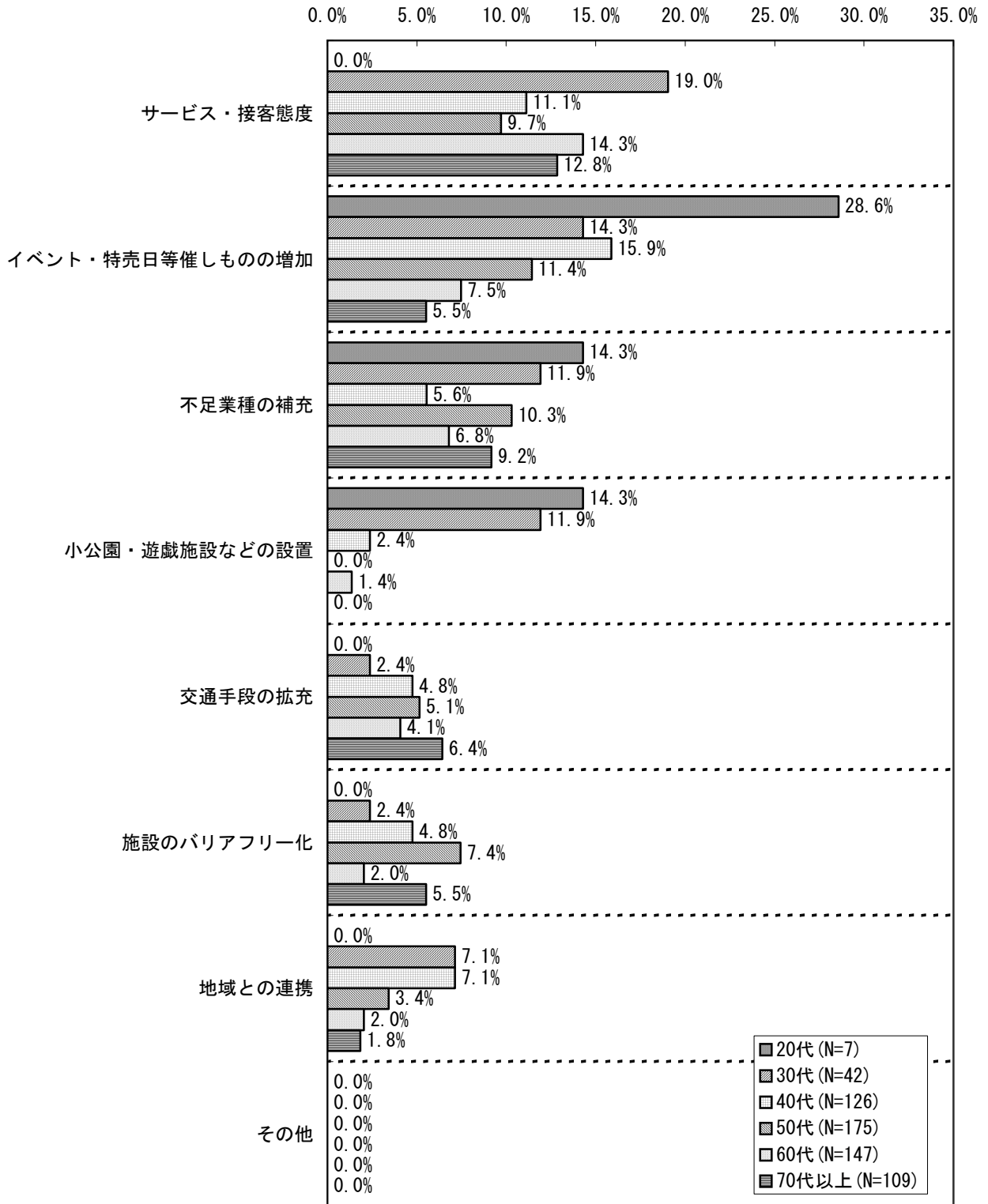


図 62 年齢別 商店街への要望（2）



8 自由記述

自由記述として延べ 321 件の意見があった。分野ごとにまとめて分類したものを示す。(カッコ内は件数)

●利用のしやすさ、雰囲気 (131)

- 活気のある商店街にしてほしい (41)
- イベントの開催・充実をしてほしい (24)
- 商店街の情報がほしい (10)
- 入りやすい雰囲気にしてほしい (9)
- 暗い、建物が老朽化している (8)
- 営業日・営業時間に不満がある (7)
- 近くに商店街がない (5)
- 店員の接遇態度を改善してほしい (5)
- 空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい (4)
- 休憩施設、コミュニケーションの場がほしい (3)
- その他 (15)

●魅力のある店舗 (74)

- 商品の値段が高い (11)
- 特産物を買える場所がほしい (9)
- センスの良い商品、質の良い商品がほしい (8)
- 若者を対象とした店舗を増やしてほしい (7)
- 飲食店を充実してほしい (6)
- 品揃えを豊富にしてほしい (5)
- 専門店を増やしてほしい (2)
- 地域の特色を出す (2)
- 店舗を増やしてほしい (2)
- 目玉商品をつくるべき (2)
- 高齢者を対象とした店舗を増やしてほしい (2)
- その他 (18)

●移動手段、交通環境 (65)

- 駐車場の改善・充実をしてほしい (53)
- アクセスが不便である (10)
- その他 (2)

●その他 (51)

- 開業しやすいよう支援してほしい (8)
- 百貨店、大型商業施設を充実してほしい (7)
- その他 (36)

Ⅲ. 商店街調査結果

商店街調査の回収数は平日 400 件 (49.9%)、休日 401 件 (50.1%) の合計 801 件となっている。

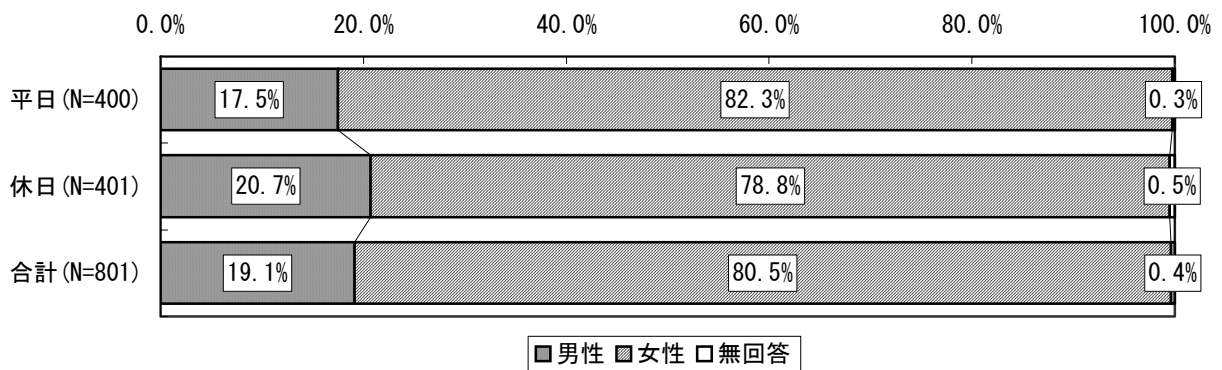
表 30 商店街調査回収件数

	回答数	構成比
平日	400	49.9%
休日	401	50.1%
合計	801	100.0%

1 回答者属性

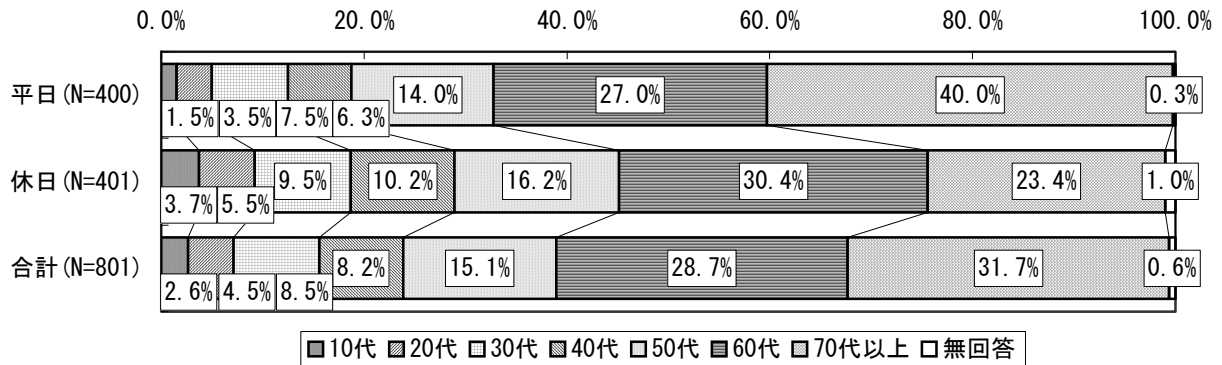
1-1 性別

図 63 性別



1-2 年齢

図 64 年齢



1-3 居住地

来街者の居住地をみると、「四日市市」が12.5%で最も多く、次いで「伊勢市」（11.5%）、「桑名市」（11.4%）、「津市」（10.6%）などとなっている。

地域別にまとめると、「北勢地域」が36.5%で最も多く、次いで「中南勢地域」（21.0%）、「伊勢志摩地域」（12.0%）、「東紀州地域」（11.1%）、「伊賀地域」（9.7%）などとなっている。

表 31 商店街別 居住地

居住地		北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域	県外	無回答	合計
調査地点									
	北勢地域	A	92	0	0	0	0	5	3
B		92	5	0	0	0	3	0	100
C		78	3	0	1	0	1	2	85
中南勢地域	D	17	71	1	1	0	14	0	104
	E	7	79	7	1	0	7	2	103
伊勢志摩地域	F	0	6	88	0	4	4	2	104
伊賀地域	G	4	4	0	75	0	19	3	105
東紀州地域	H	2	0	0	0	85	7	6	100
合計		292	168	96	78	89	60	18	801

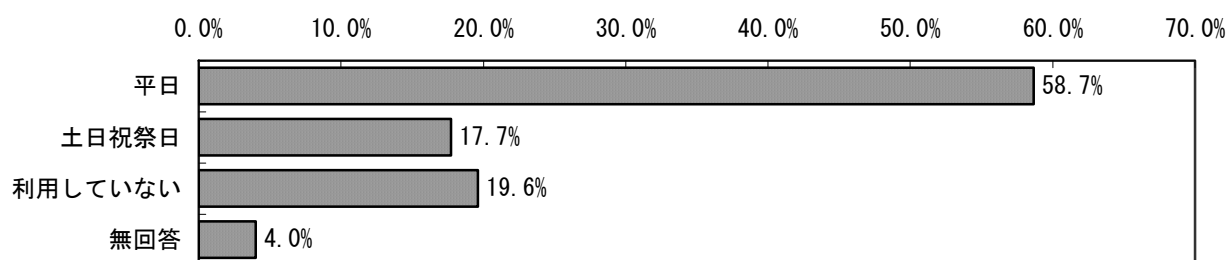
(単位：人)

2 商店街利用状況

2-1 商店街利用日

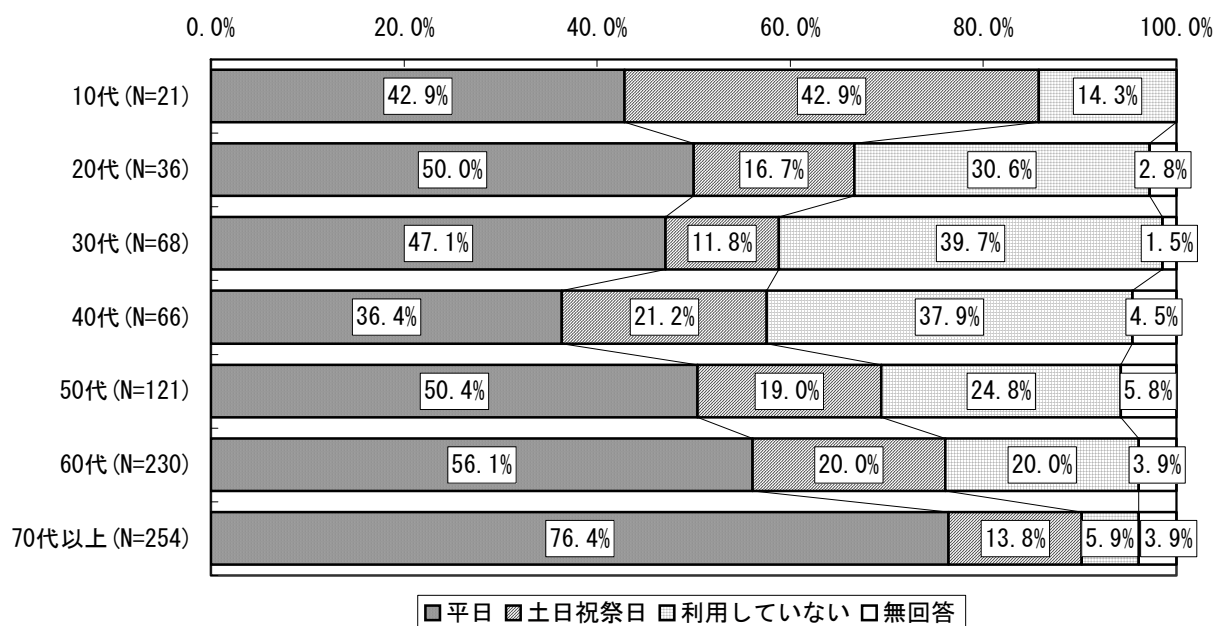
最近1年の商店街を利用する曜日についてみると、「平日」が58.7%、「土日祝祭日」が17.7%、「利用していない」が19.6%となっている。

図 65 商店街利用日



年齢別にみると、「平日」はおおむね年齢の上昇とともに増加する傾向がみられる。また、20代や30代、40代では「利用していない」が多くなっている。

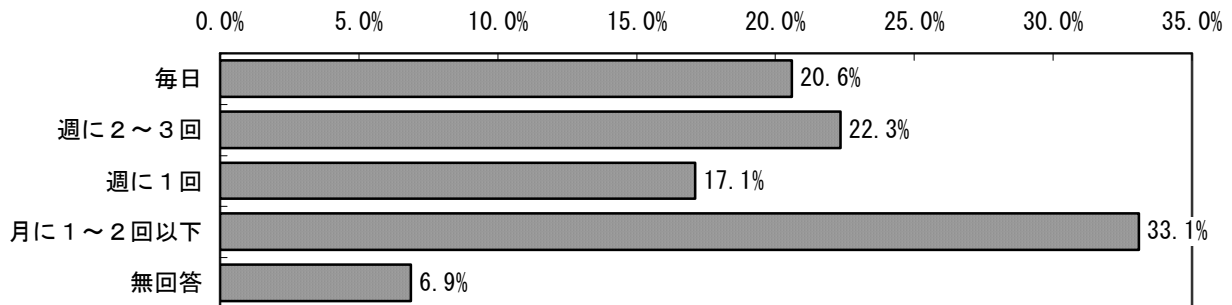
図 66 年齢別 商店街利用日



2-2 商店街の利用頻度

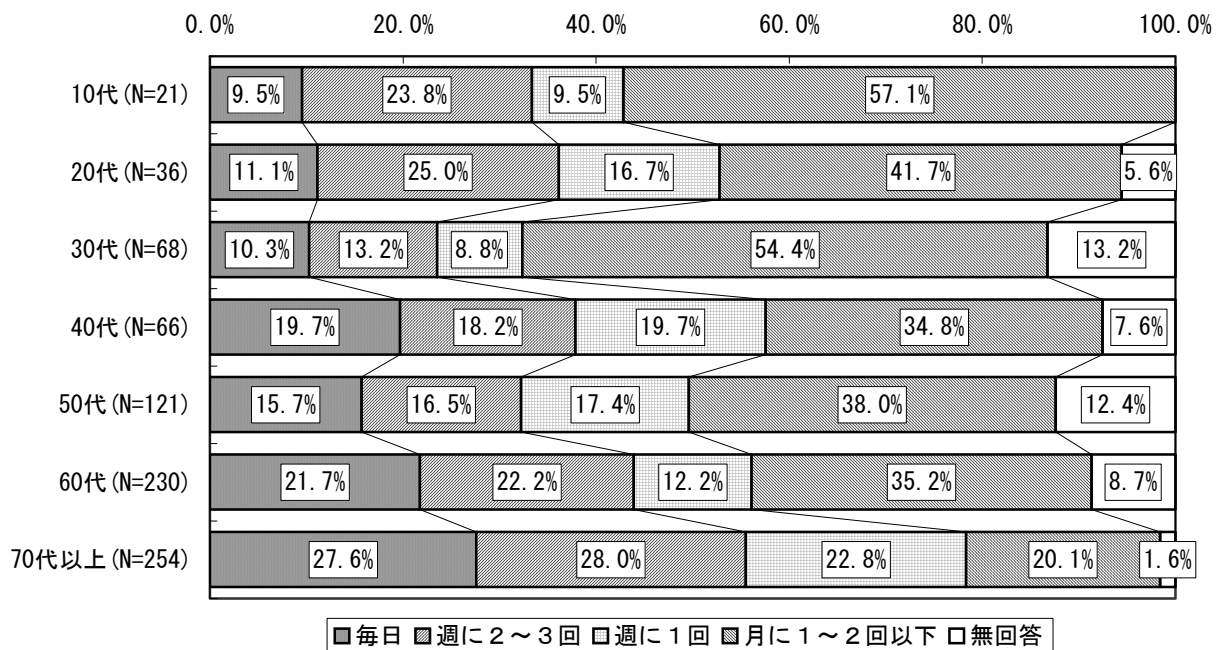
商店街の利用頻度をみると、「月に1～2回以下」が33.1%で最も多く、次いで「週に2～3回」(22.3%)、「毎日」(20.6%)などとなっている。

図 67 商店街の利用頻度



年齢別にみると、「毎日」はおおむね年齢の上昇とともに増加する傾向がみられる。また、「月に1～2回以下」は30代までの世代で多くなっている。

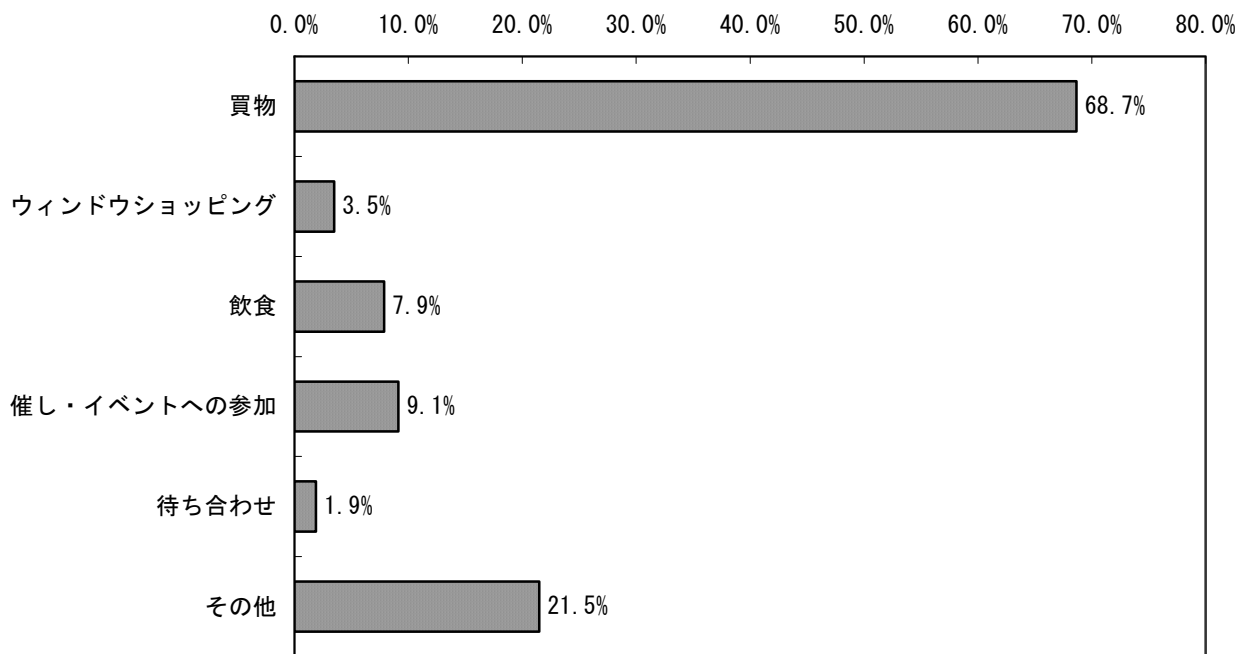
図 68 年齢別 商店街の利用頻度



2-3 商店街利用目的

商店街利用目的をみると、「買物」が68.7%で最も多く、次いで「その他」(21.5%)、「催し・イベントへの参加」(9.1%)、「飲食」(7.9%)などとなっている。平日と休日と比較すると、休日は「催し・イベントへの参加」が12.2%と、平日(6.0%)の約2倍となっている。

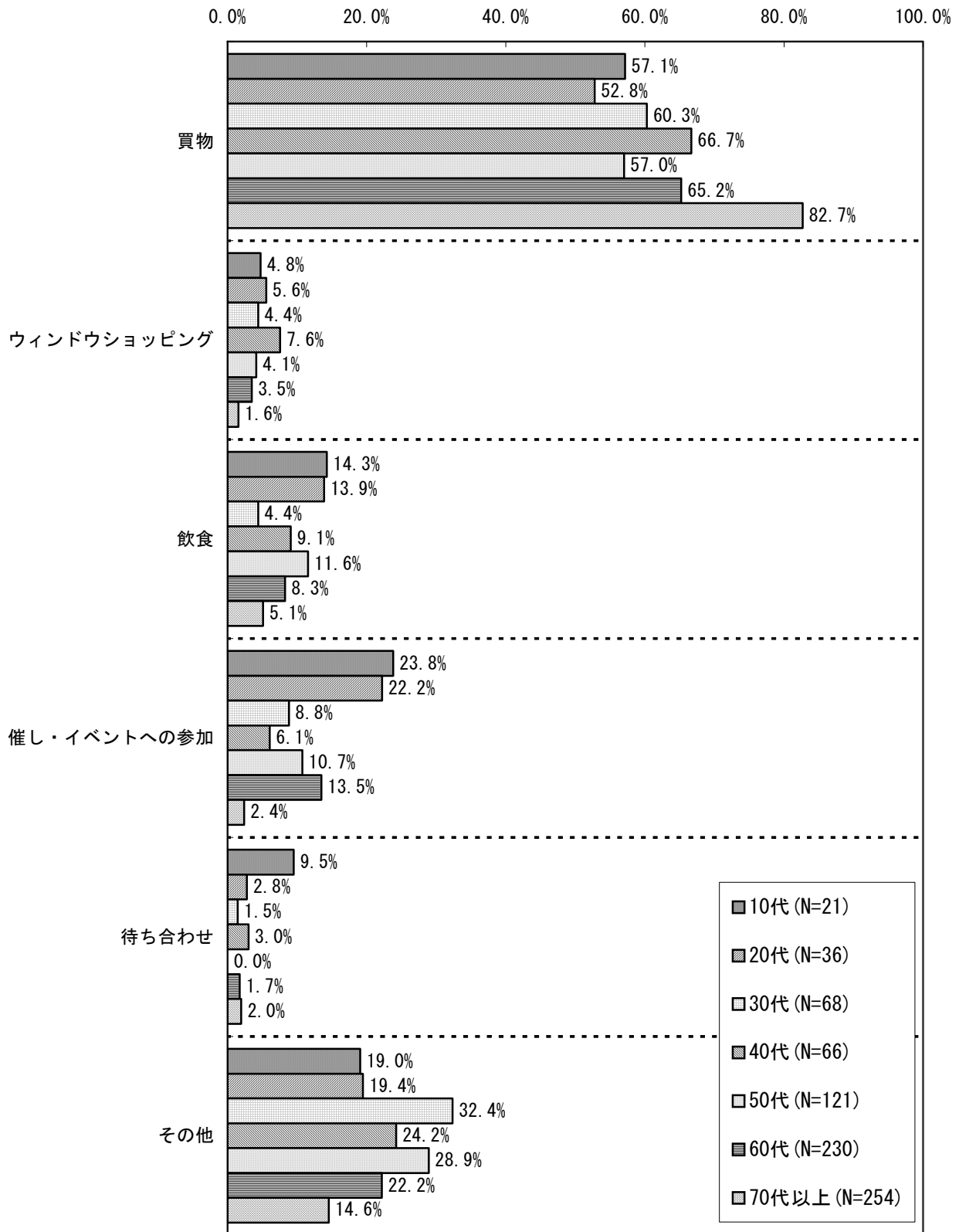
図 69 商店街利用目的



注) グラフは平日・休日の合計値

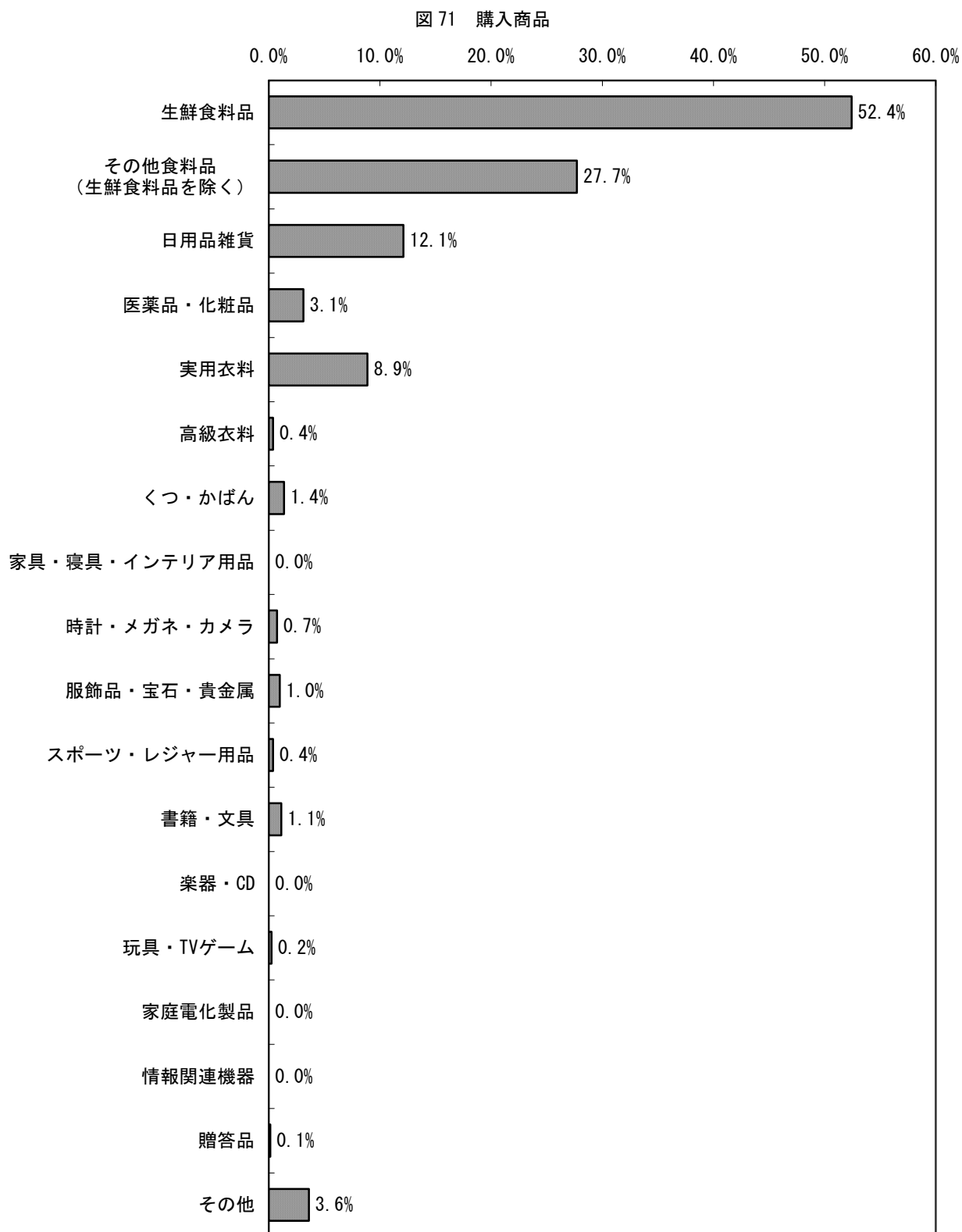
年齢別にみると、いずれの年齢層でも「買物」が過半数を超えていて多いが、「飲食」や「催し・イベントへの参加」などでは、10代や20代などおおむね若い世代で多くなっている。

図 70 年齢別 商店街利用目的



2-4 購入商品

購入商品をみると、平日と休日を含めた合計では、「生鮮食料品」が52.4%で最も多く、次いで「その他食料品」（27.7%）、「日用雑貨品」（12.1%）などとなっている。平日と休日を比較すると「生鮮食料品」は平日（55.8%）が休日（49.1%）に比べて多く、「その他食料品」「日用雑貨品」などはそれぞれ休日（31.2%・14.0%）が平日（27.7%・12.1%）に比べて多くなっている。



年齢別にみると、「生鮮食料品」は、年齢層の上昇にともない増加している。

図 72 年齢別 購入商品 (1)

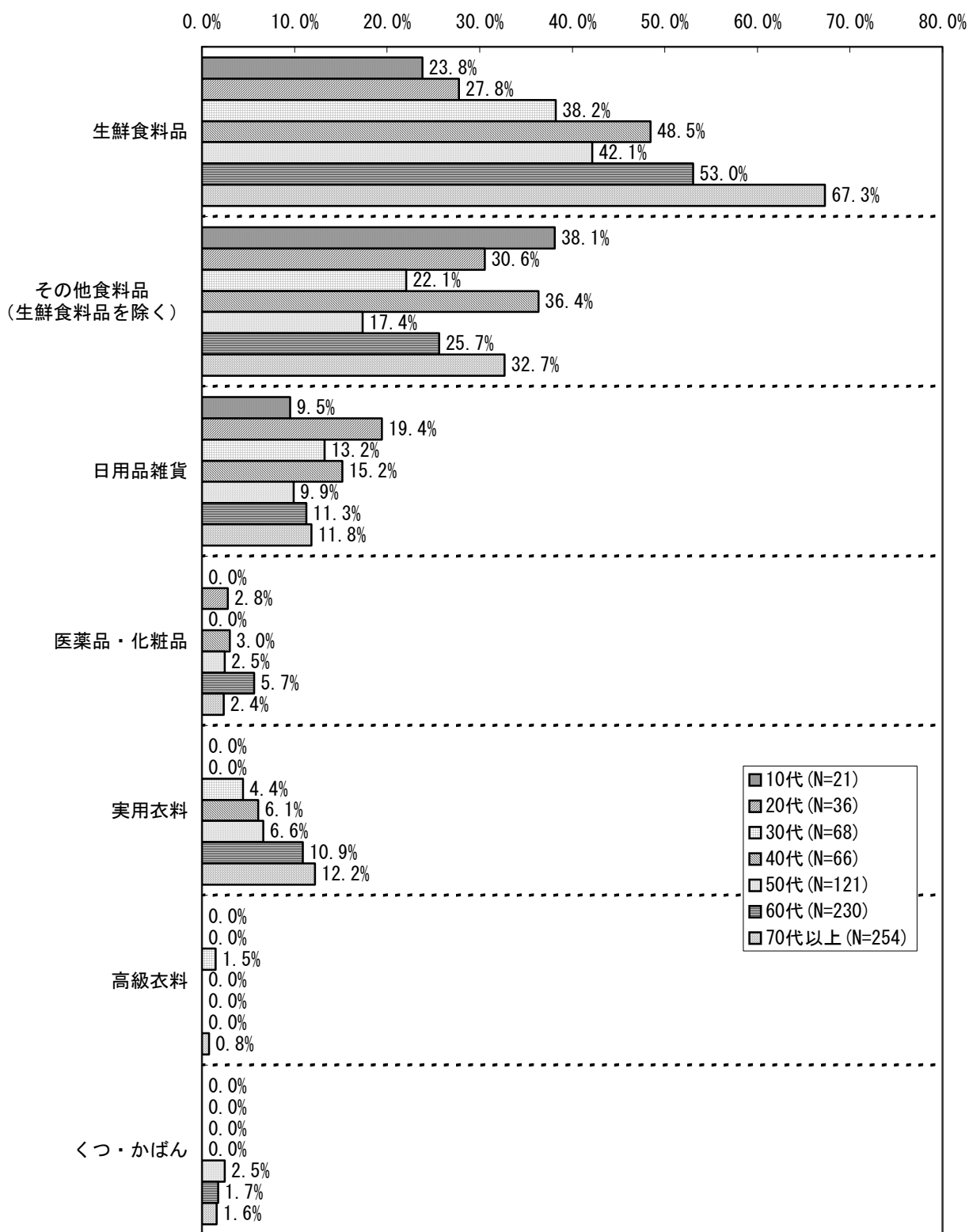
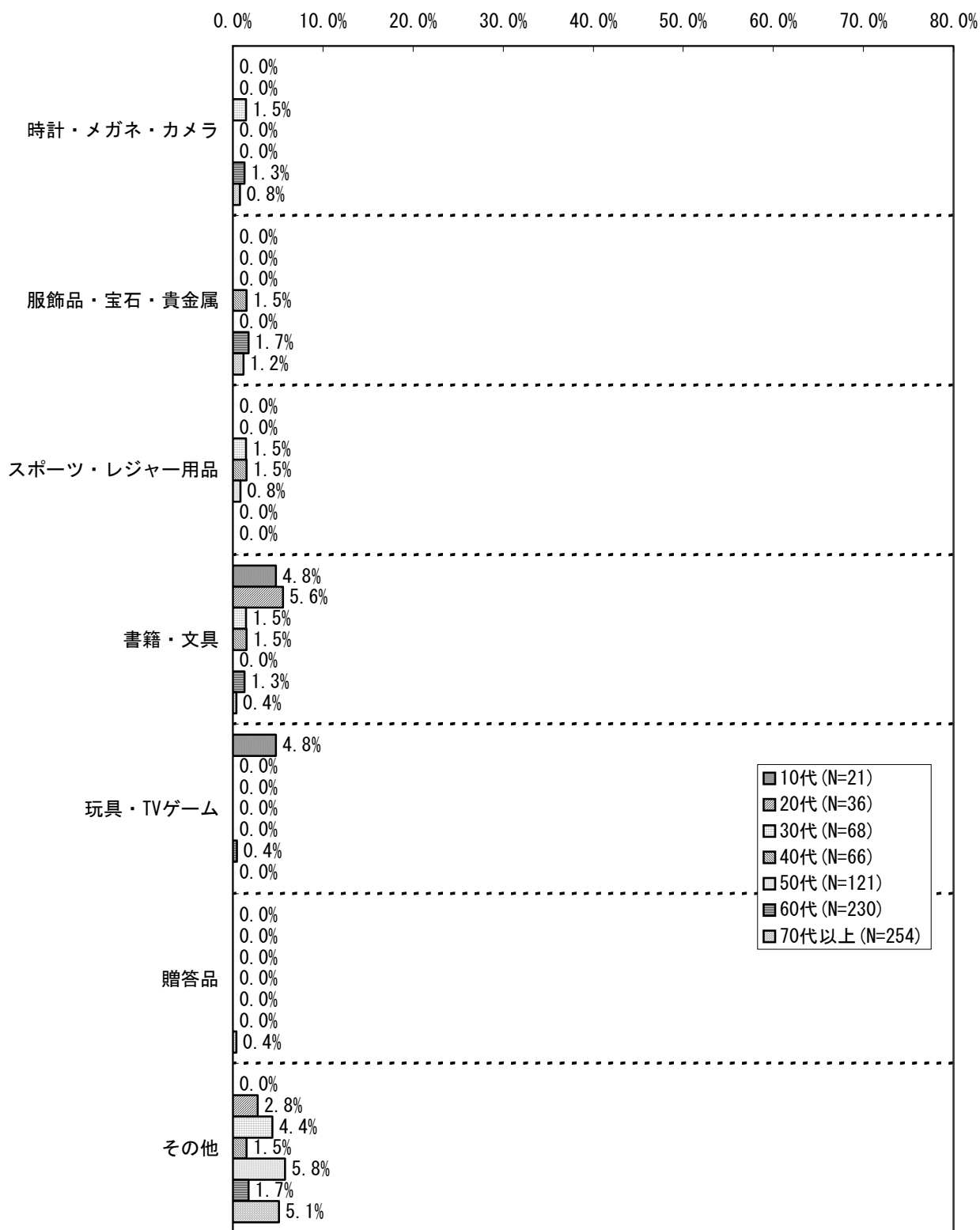


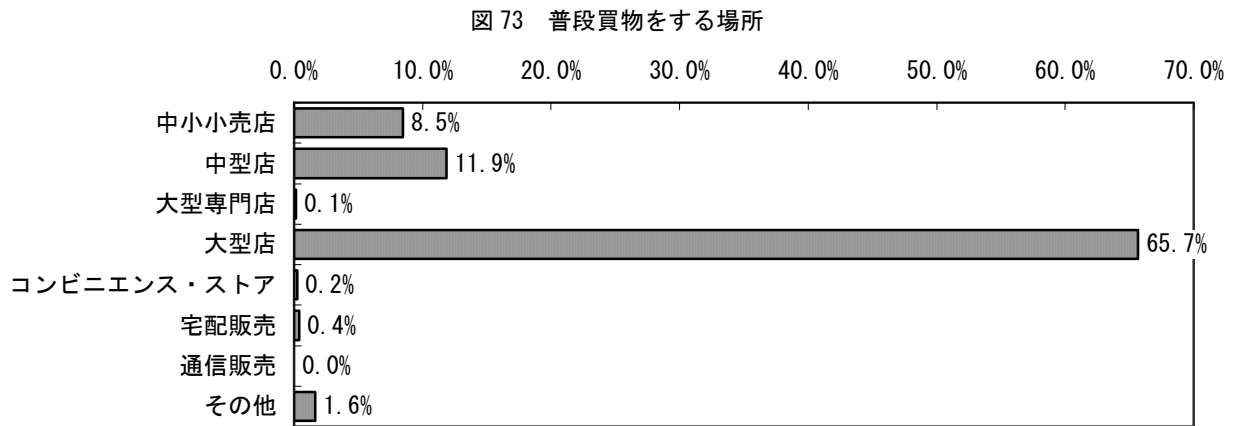
図 72 年齢別 購入商品 (2)



注) すべての年齢階層で回答がなかった「家具・寝具・インテリア用品」「楽器・CD」「家庭用電化製品」「情報関連機器」は図から削除している。

3 普段買物をする場所

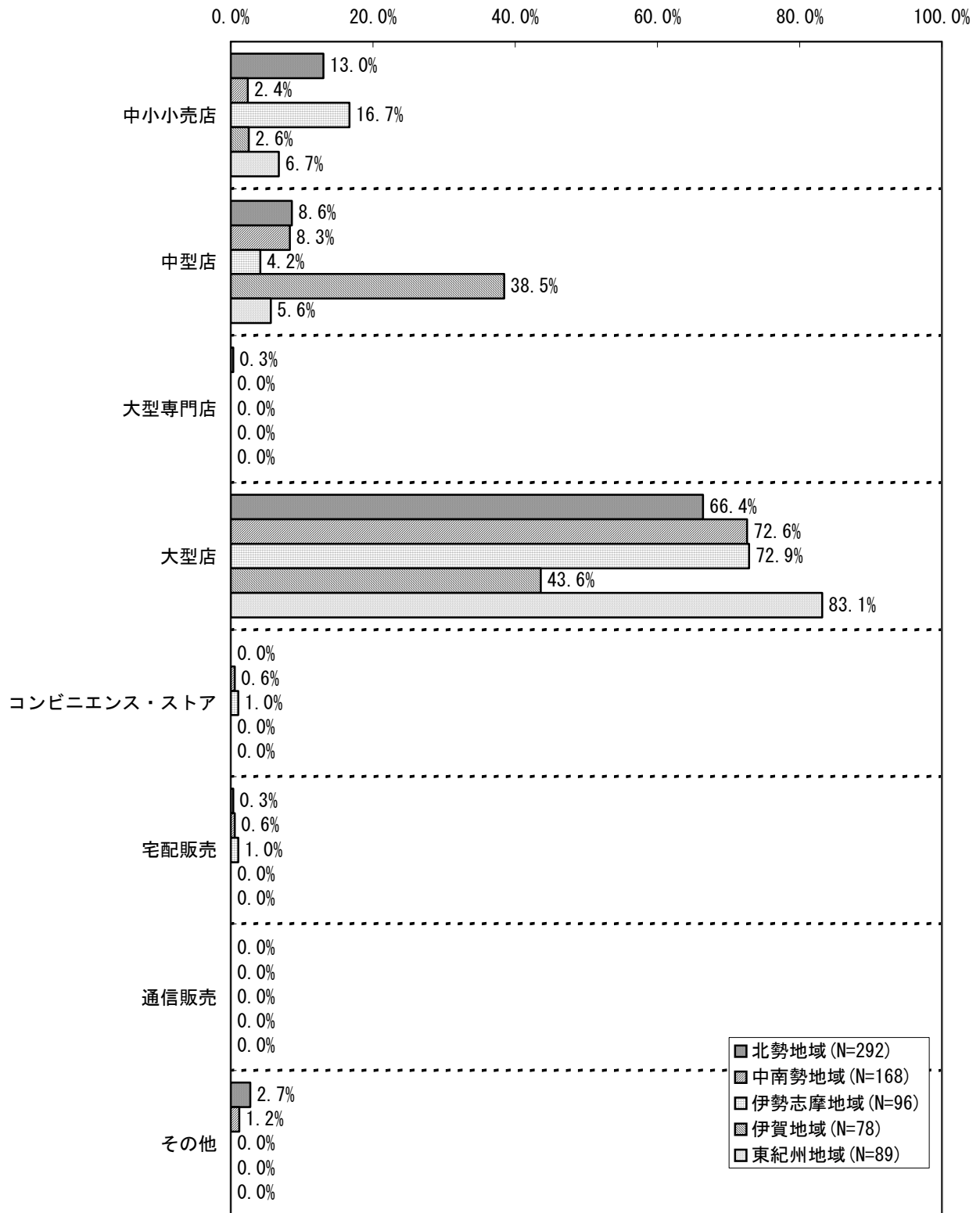
普段買物をする場所をみると、「大型店」が65.7%で最も多く、次いで「中型店」（11.9%）、「中小小売店」（8.5%）などとなっている。



地域別に見ると、「伊賀地域」では「中型店」が多いが、他の地域では「大型店」が多くなっている。

年齢別にみると、大きな差異はみられずいずれも「大型店」が多くなっている。

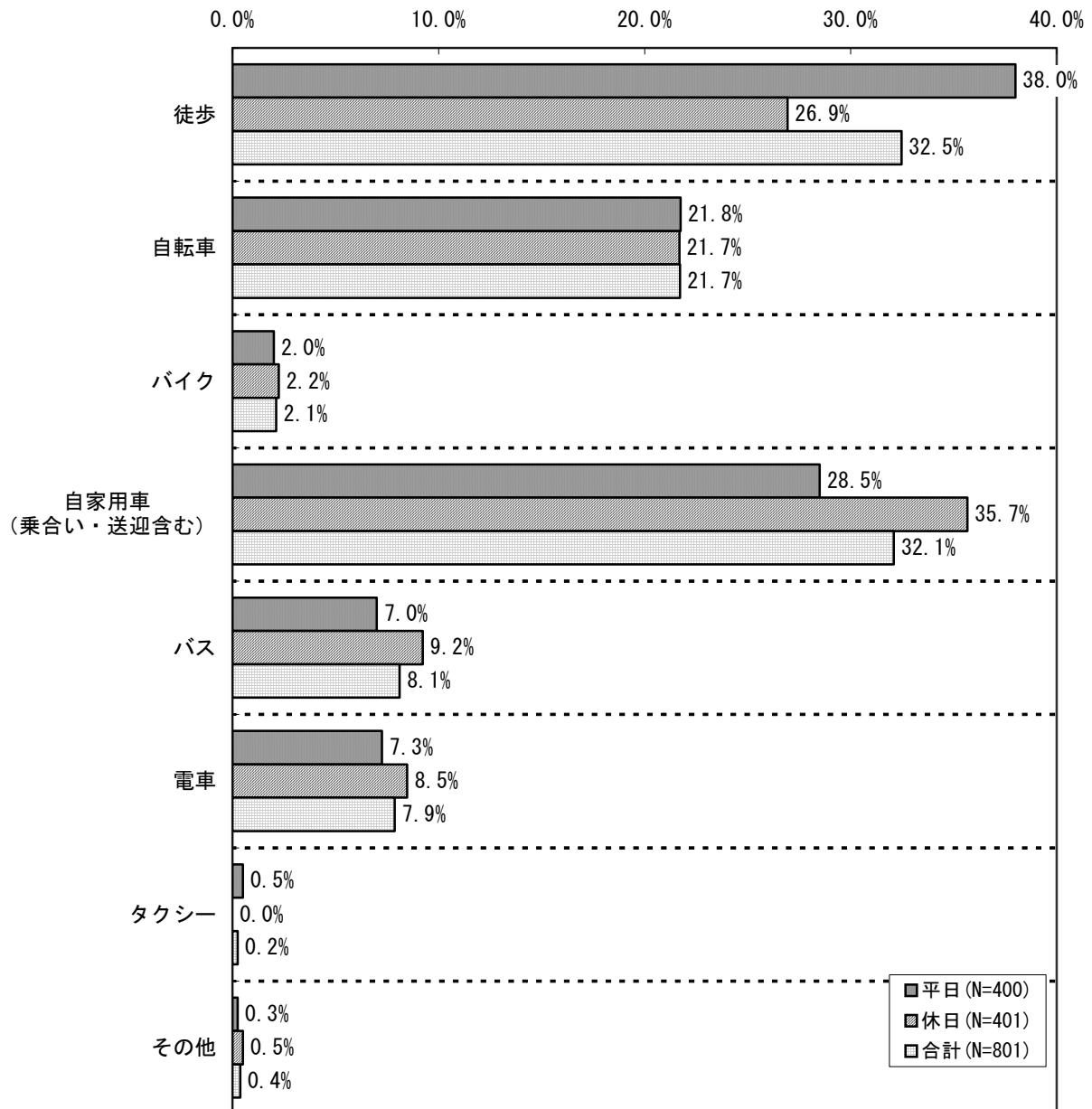
図 74 地域別 普段買物をする場所



4 利用交通手段

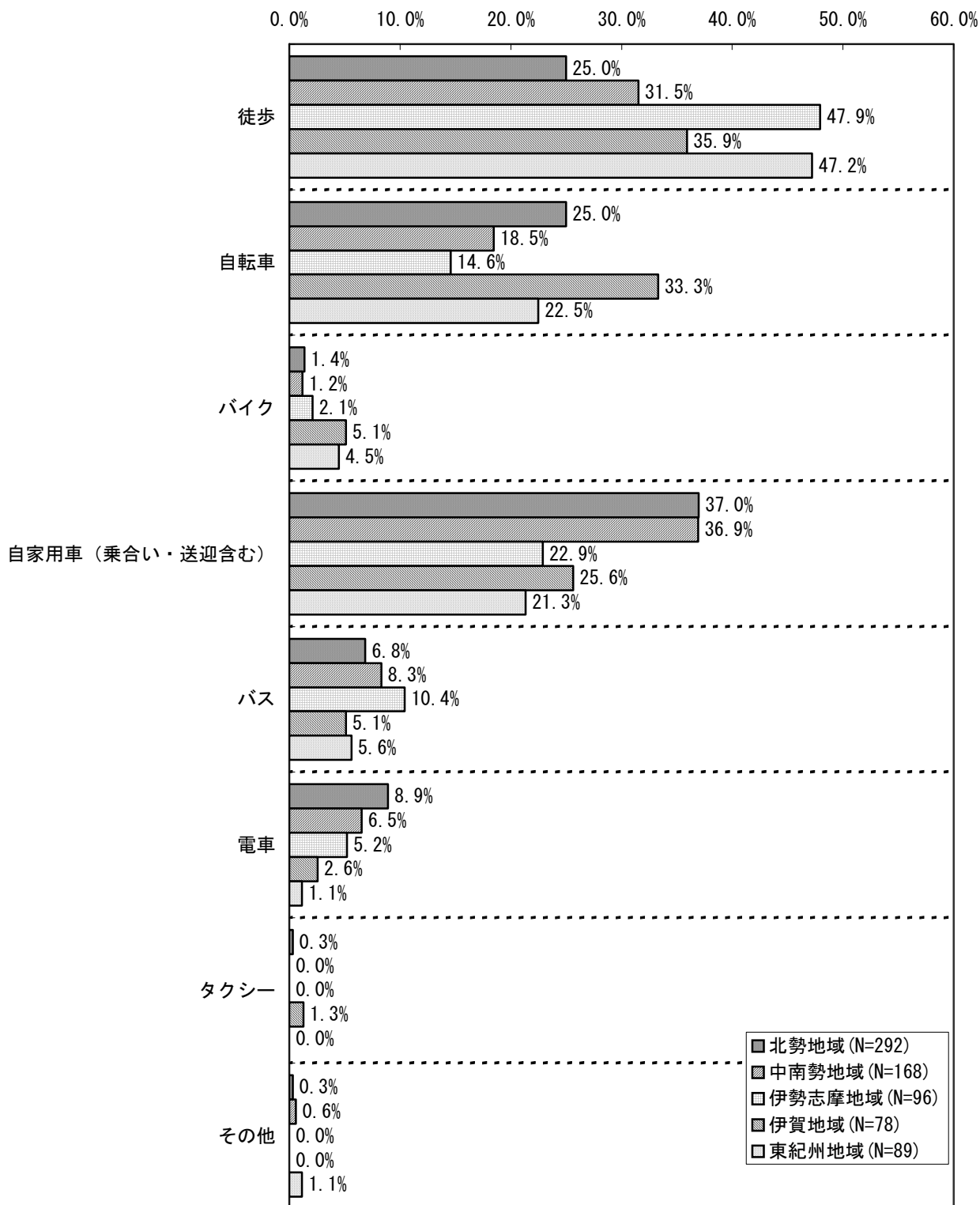
調査当日の利用交通手段をみると、「徒歩」が32.5%で最も多く、次いで「自家用車（乗合い・送迎含む）」（32.1%）、「自転車」（21.7%）などとなっている。平日は「徒歩」、休日は「自家用車（乗合い・送迎含む）」がそれぞれ最も多くなっている。

図 75 利用交通手段



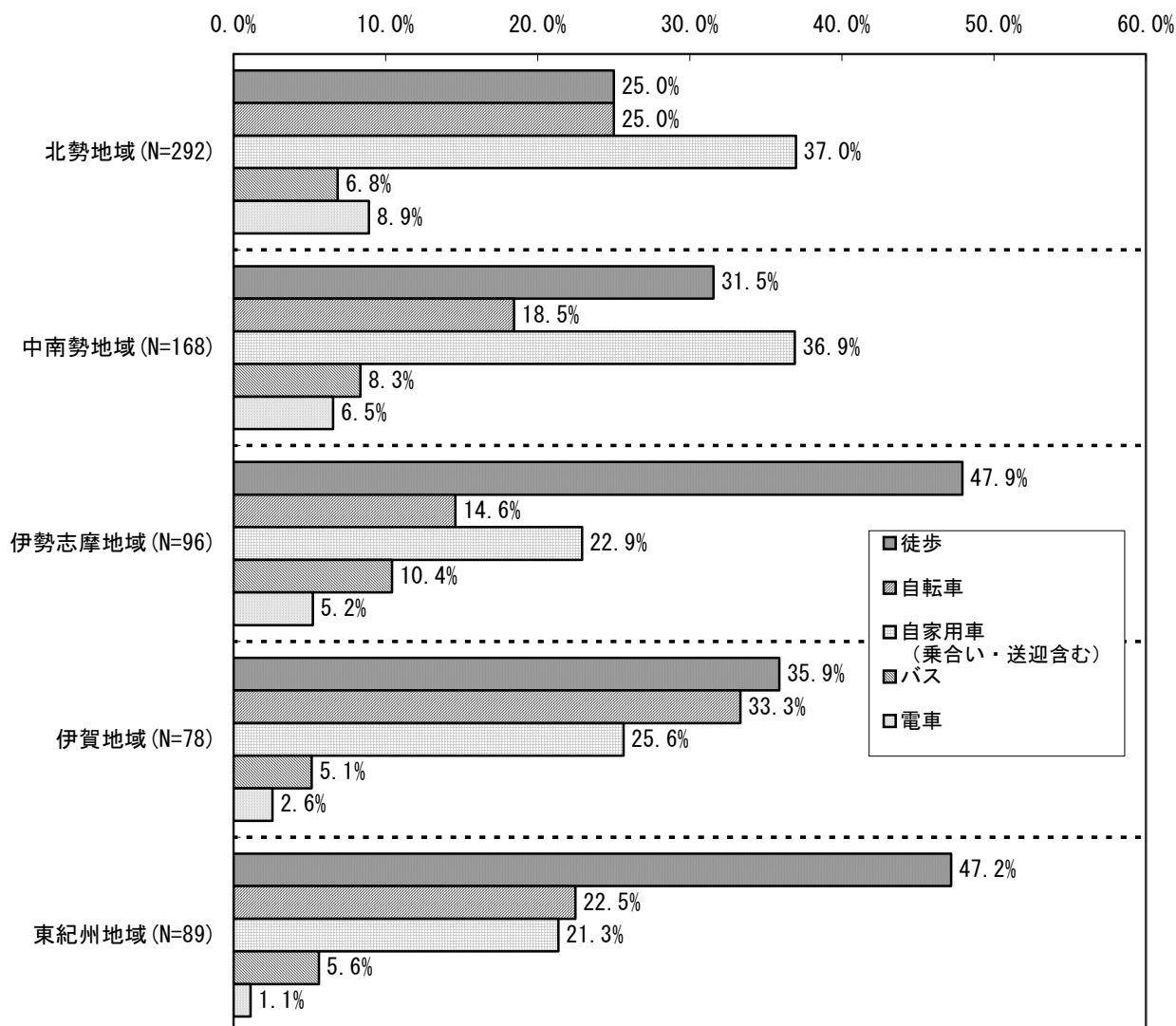
地域別にみると、「徒歩」は「伊勢志摩地域」や「東紀州地域」で多くなっている。また、「自家用車（乗合い・送迎含む）」は「北勢地域」や「中南勢地域」で多く、「伊賀地域」では「自転車」との回答が他地域に比べ多くなっている。

図 76 地域別 利用交通手段



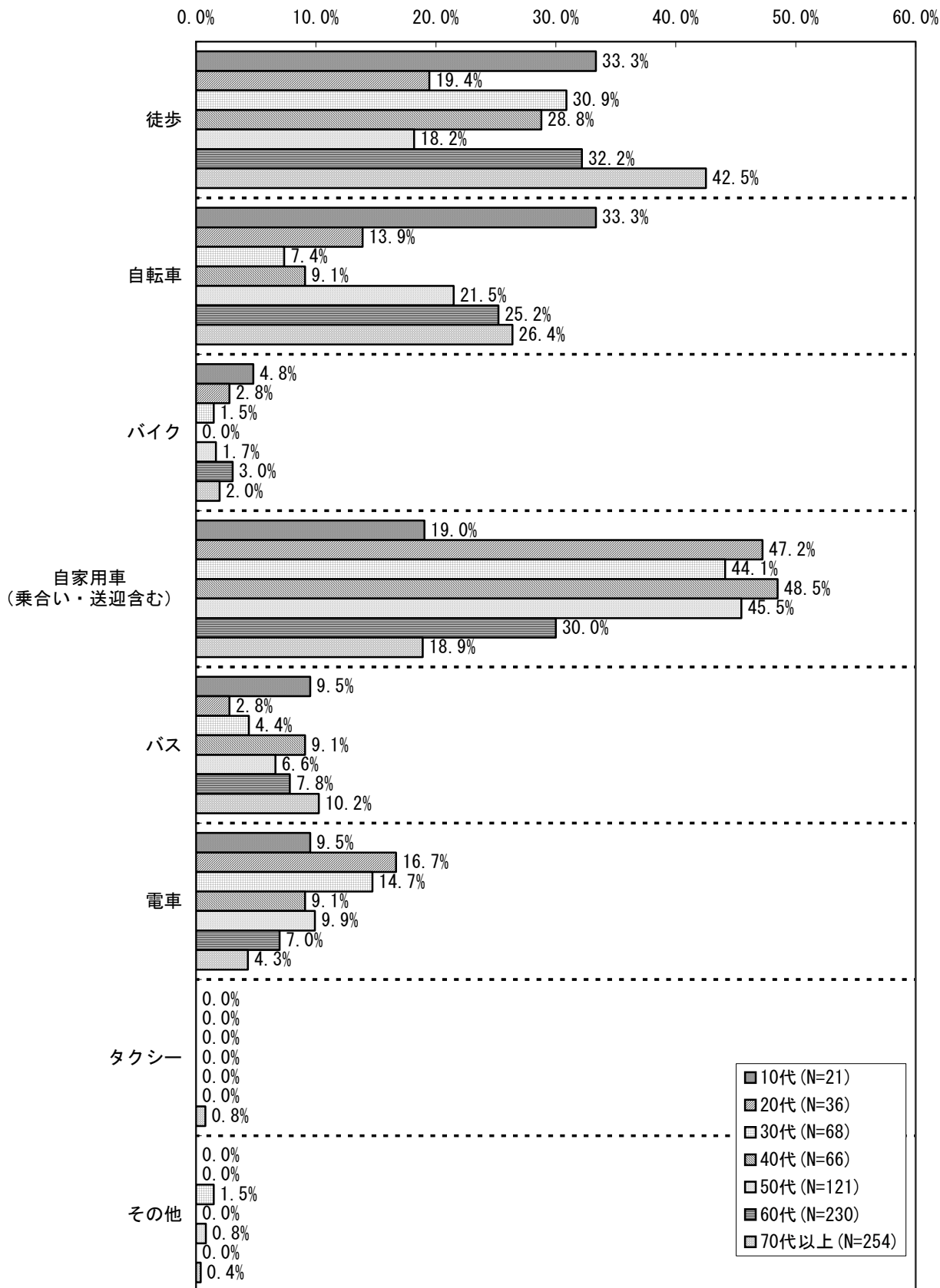
利用が多い交通手段の「徒歩」「自転車」「自家用車」「バス」「電車」について地域別の利用状況をみると、北勢地域や中南勢地域は「自家用車」がそれぞれ37.0%、36.9%と多く、伊勢志摩地域や伊賀地域、東紀州地域は、「徒歩」がそれぞれ47.9%、35.9%、47.2%と多くなっている。

図 77 利用が多い交通手段の地域別利用状況



年齢別にみると、「徒歩」は70代以上で多く、「自家用車（乗合い・送迎含む）」は20代から50代で多くなっている。また、「自転車」は10代や50代以上で多くみられ、20代から40代は少なくなっている。

図 78 年齢別 利用交通手段

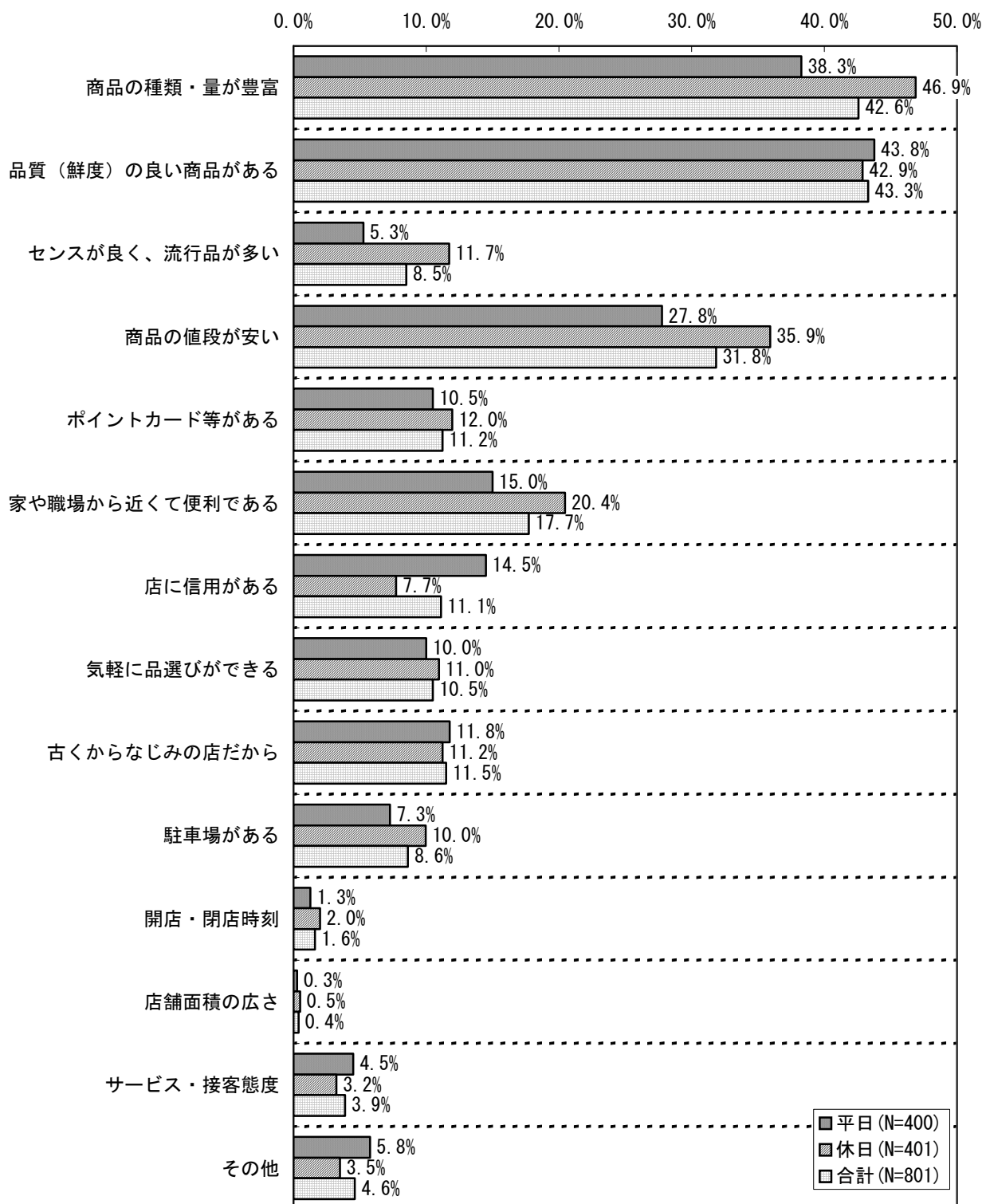


5 買物で重視すること

買物で重視することをみると、「品質（鮮度）の良い商品がある」が43.3%で最も多く、次いで「商品の種類・量が豊富」（42.6%）、「商品の値段が安い」（31.8%）などとなっている。

平日と休日を比較すると、「商品の種類・量が豊富」「商品の値段が安い」「センスが良く、流行品が多い」などは休日が平日に比べて多くなっている。逆に、「店に信用がある」や「サービス・接客態度」は平日が休日に比べて多くなっている。

図 79 買物で重視すること



地域別にみると、「商品の種類・量が豊富」や「品質（鮮度）の良い商品がある」は、伊勢志摩地域や東紀州地域で多く、「商品の値段が安い」は伊賀地域で他地域に比べ多くなっている。

図 80 地域別 買物で重視すること（1）

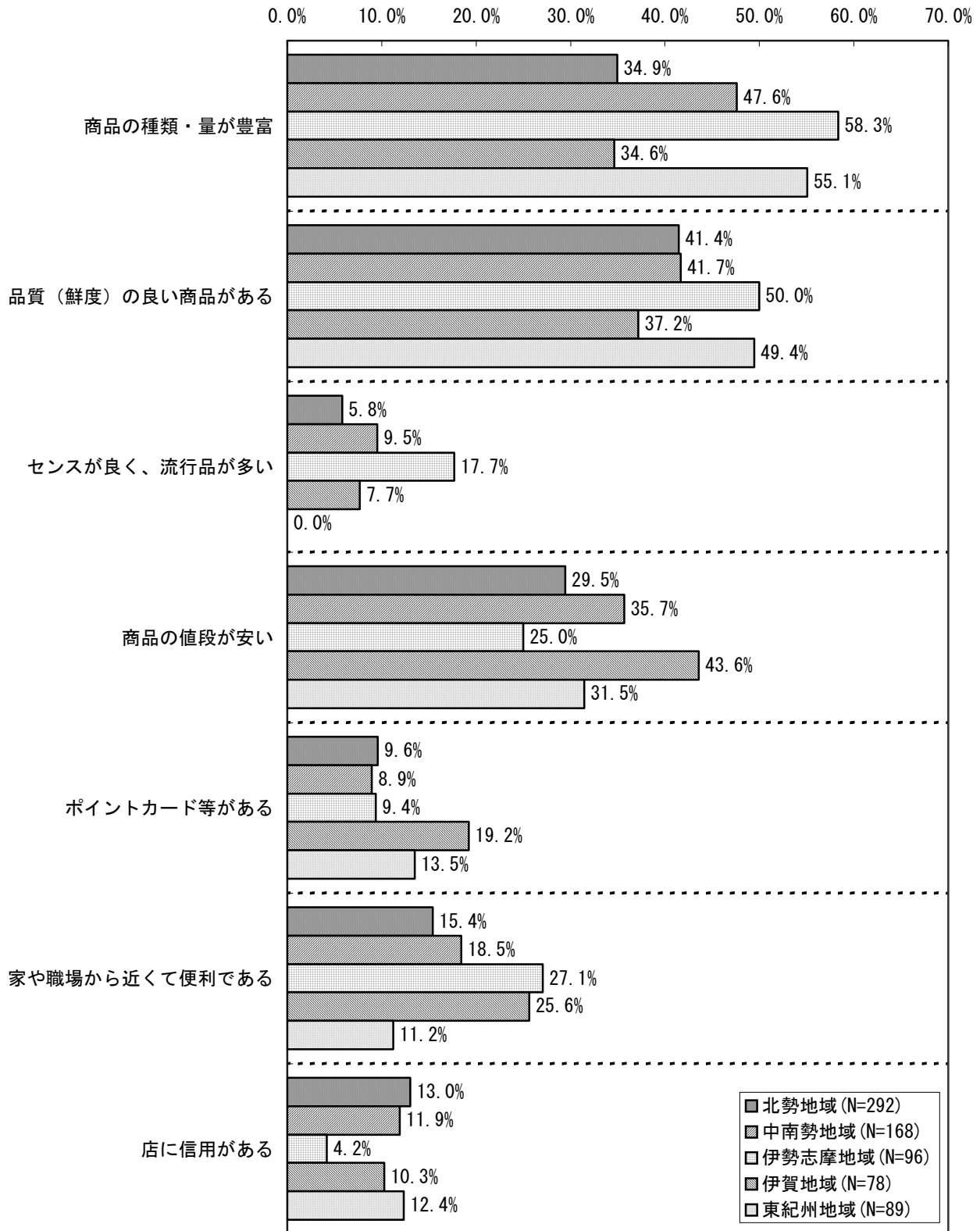
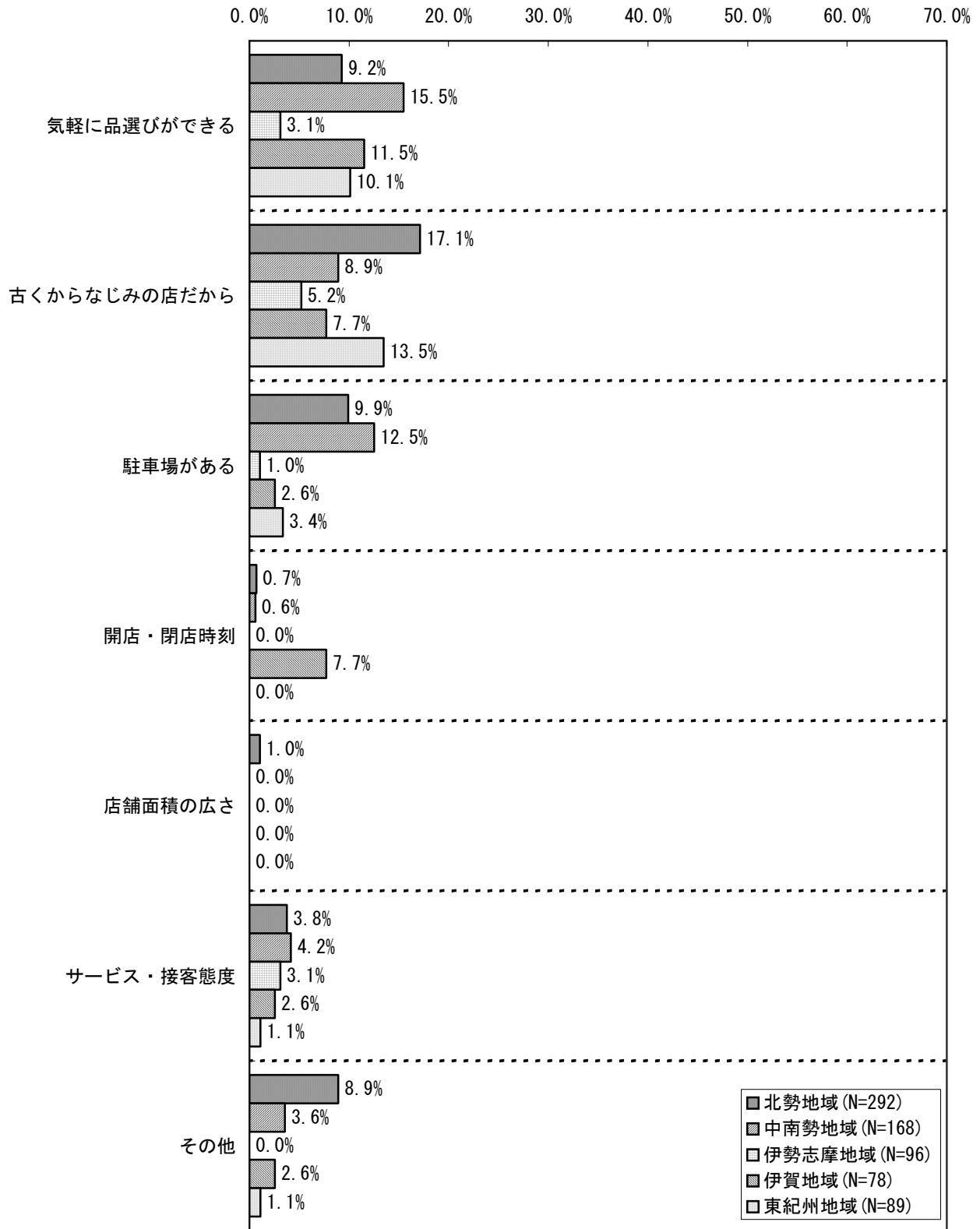


図 80 地域別 買物で重視すること (2)



年齢別にみると、「品質（鮮度）の良い商品がある」は40代で突出して多くなっている。

図 81 年齢別 買物で重視すること（1）

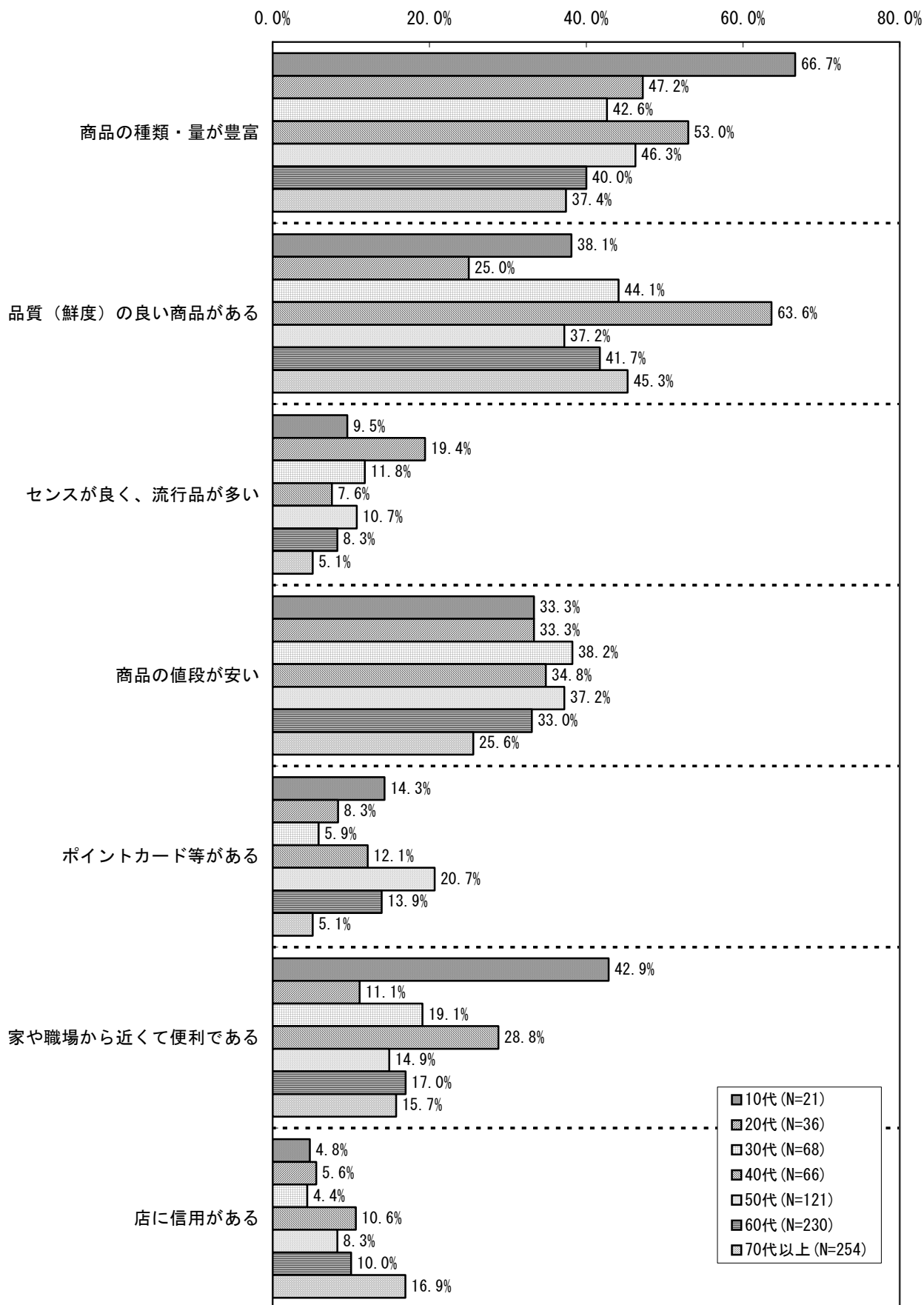
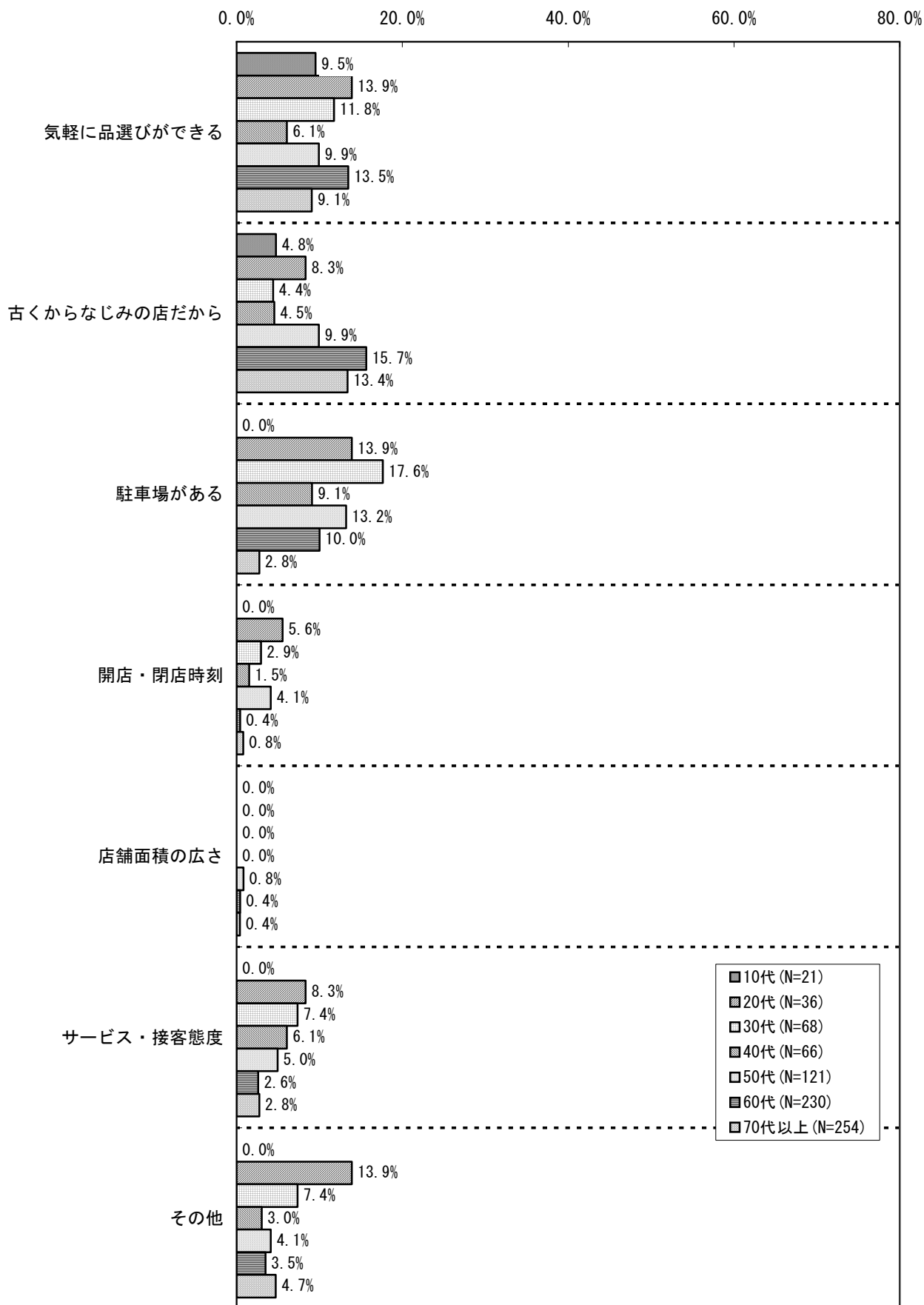


図 81 年齢別 買物で重視すること (2)

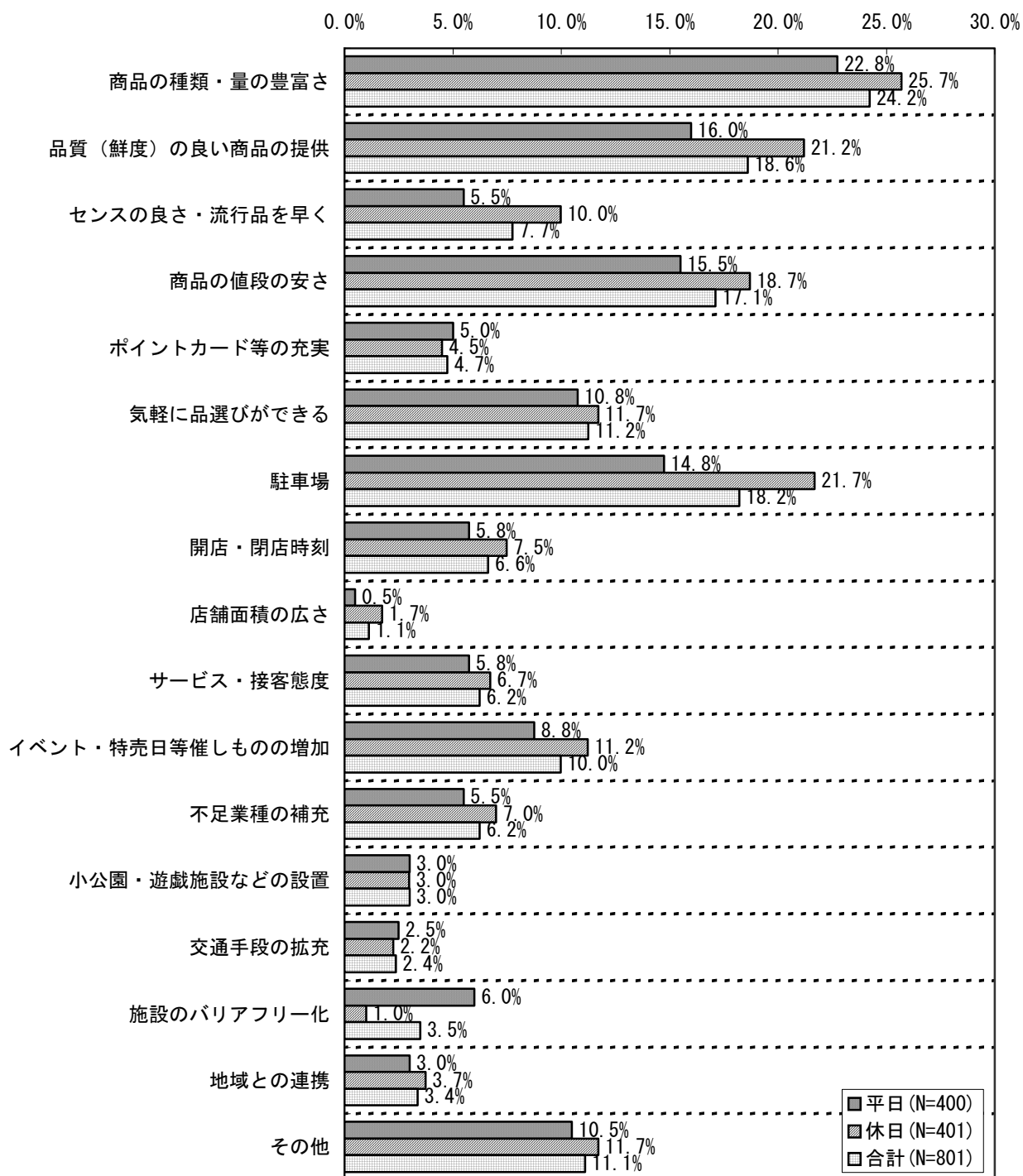


6 商店街に希望すること

商店街に希望することをみると、「商品の種類・量の豊富さ」が24.2%で最も多く、次いで「品質（鮮度）の良い商品の提供」（18.6%）、「駐車場」（18.2%）、「商品の値段の安さ」（17.1%）などとなっている。

平日と休日を比較すると、「駐車場」は休日では21.7%と、平日（14.8%）に比べて多くなっている。また、「施設のバリアフリー化」は平日（6.0%）が休日（1.0%）に比べて多くなっている。

図 82 商店街に希望すること



地域別にみると、「品質（鮮度）の良い商品の提供」で、伊勢志摩地域が多く、「商品の種類・量の豊富さ」は、中南勢地域や伊勢志摩地域で多くなっている。

図 83 地域別 商店街に希望すること（1）

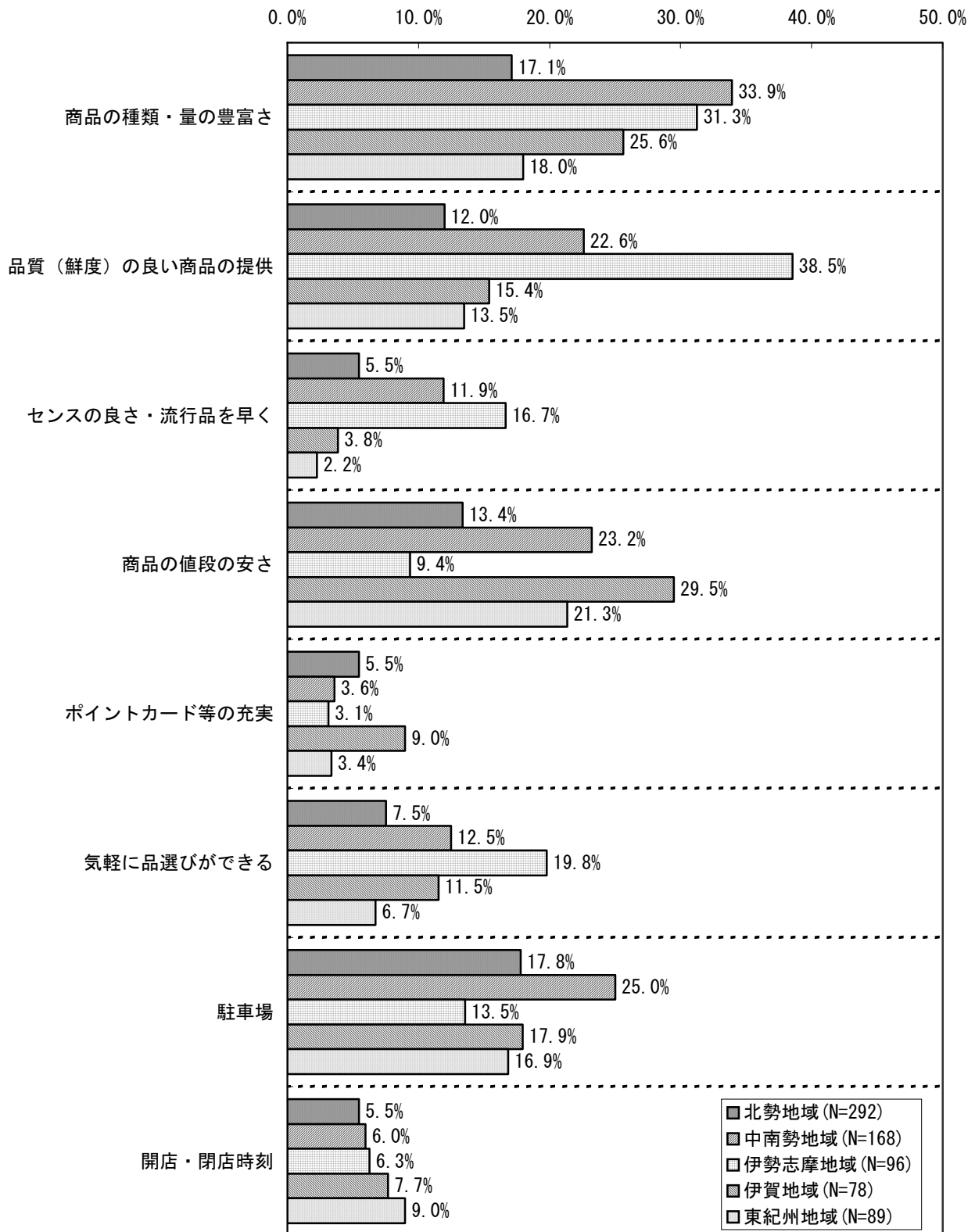
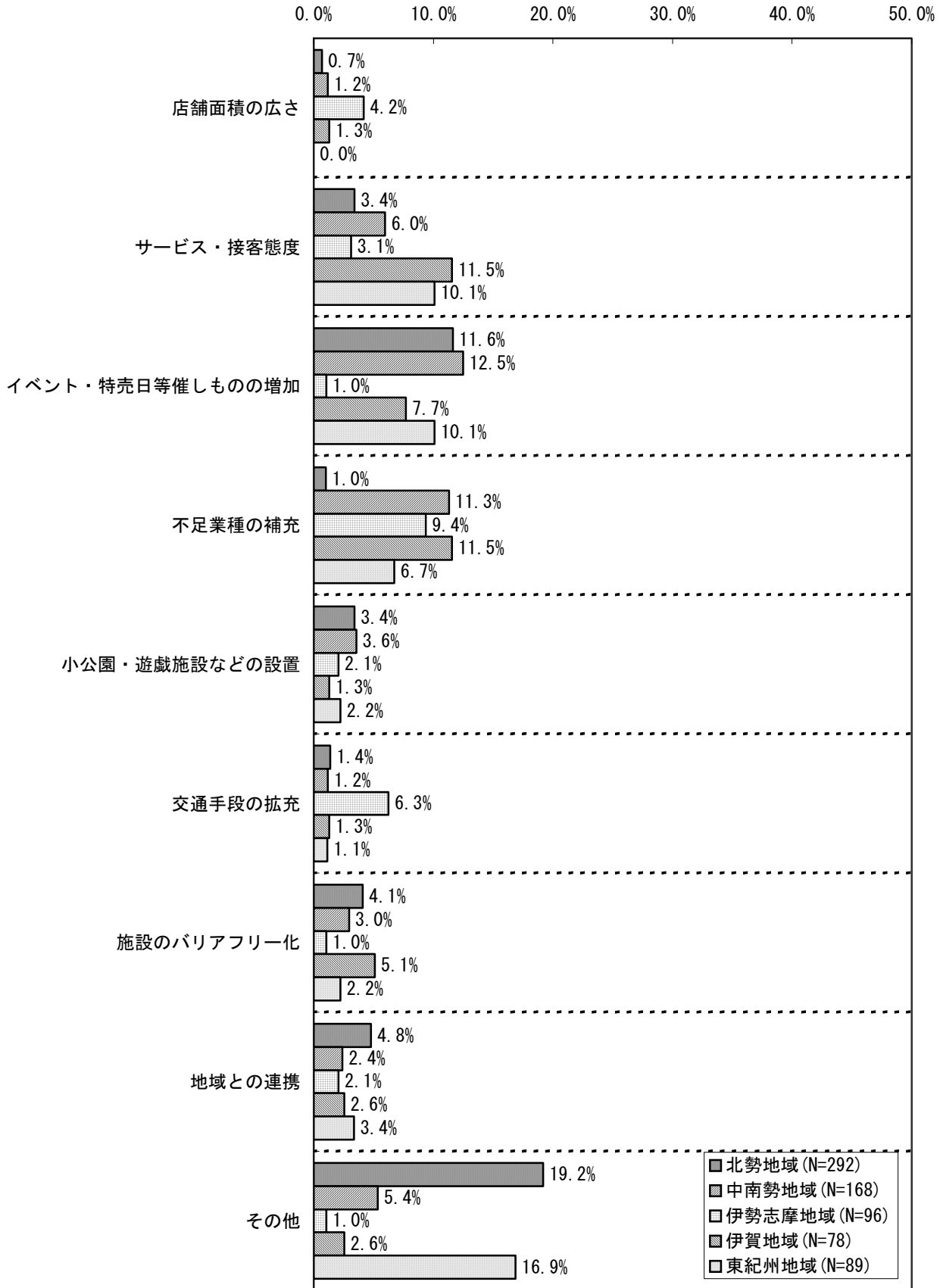


図 83 地域別 商店街に希望すること (2)



年齢別にみると、「商品の種類・量の豊富さ」や「品質（鮮度）の良い商品の提供」は、40代を中心によく、「商品の値段の安さ」は10代で多くなっている。

図 84 年齢別 商店街に希望すること（1）

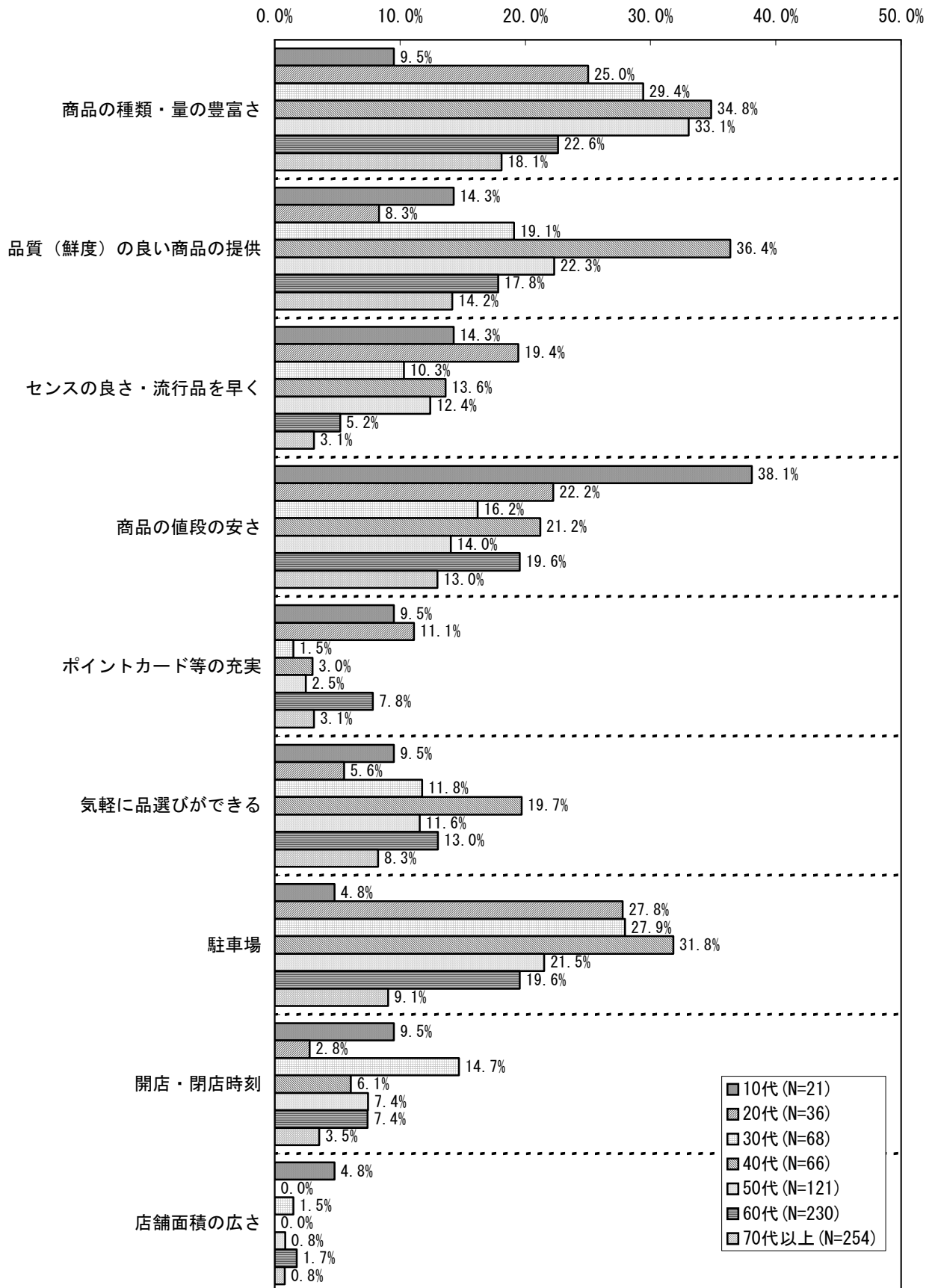
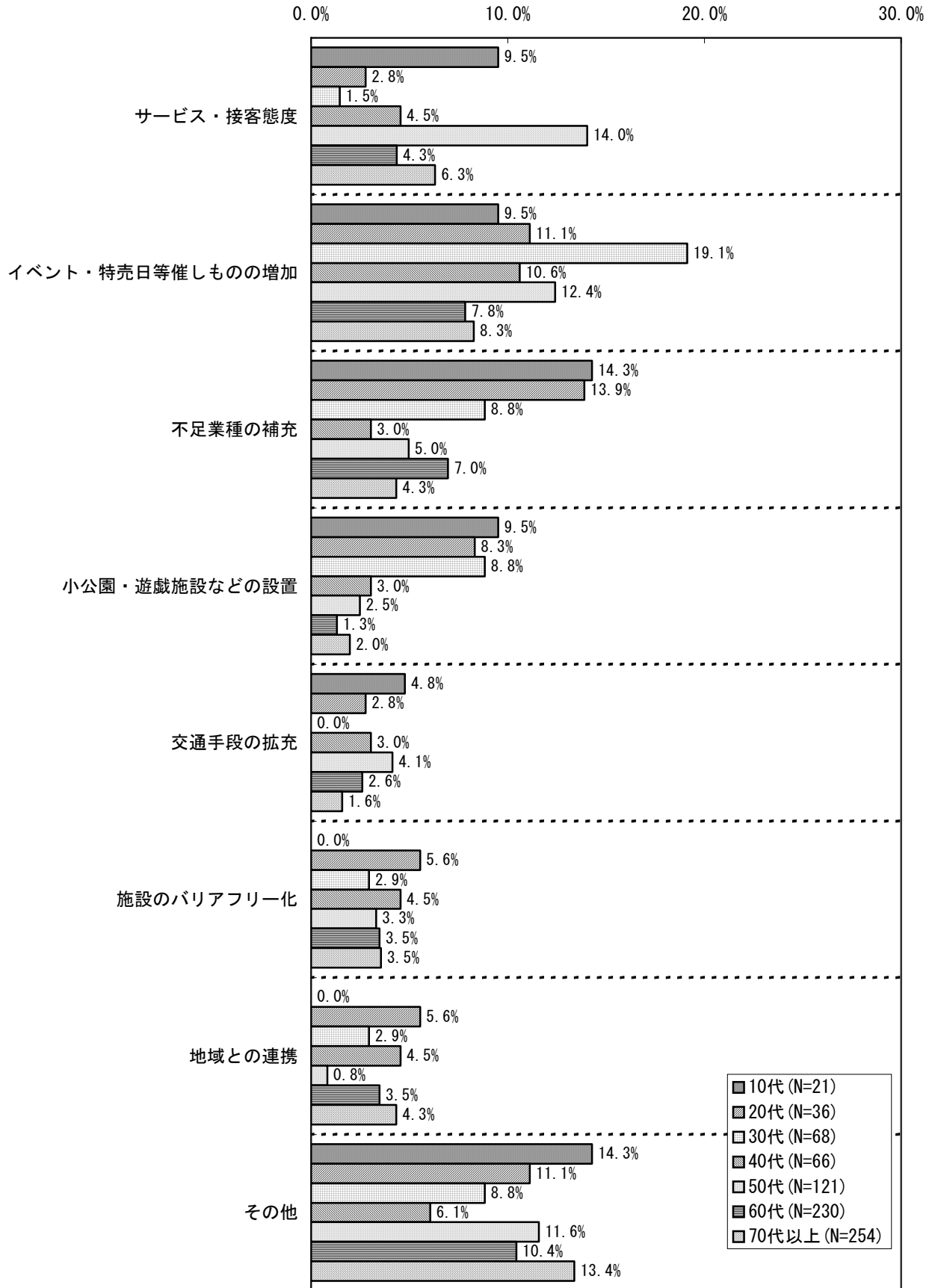


図 84 年齢別 商店街に希望すること (2)

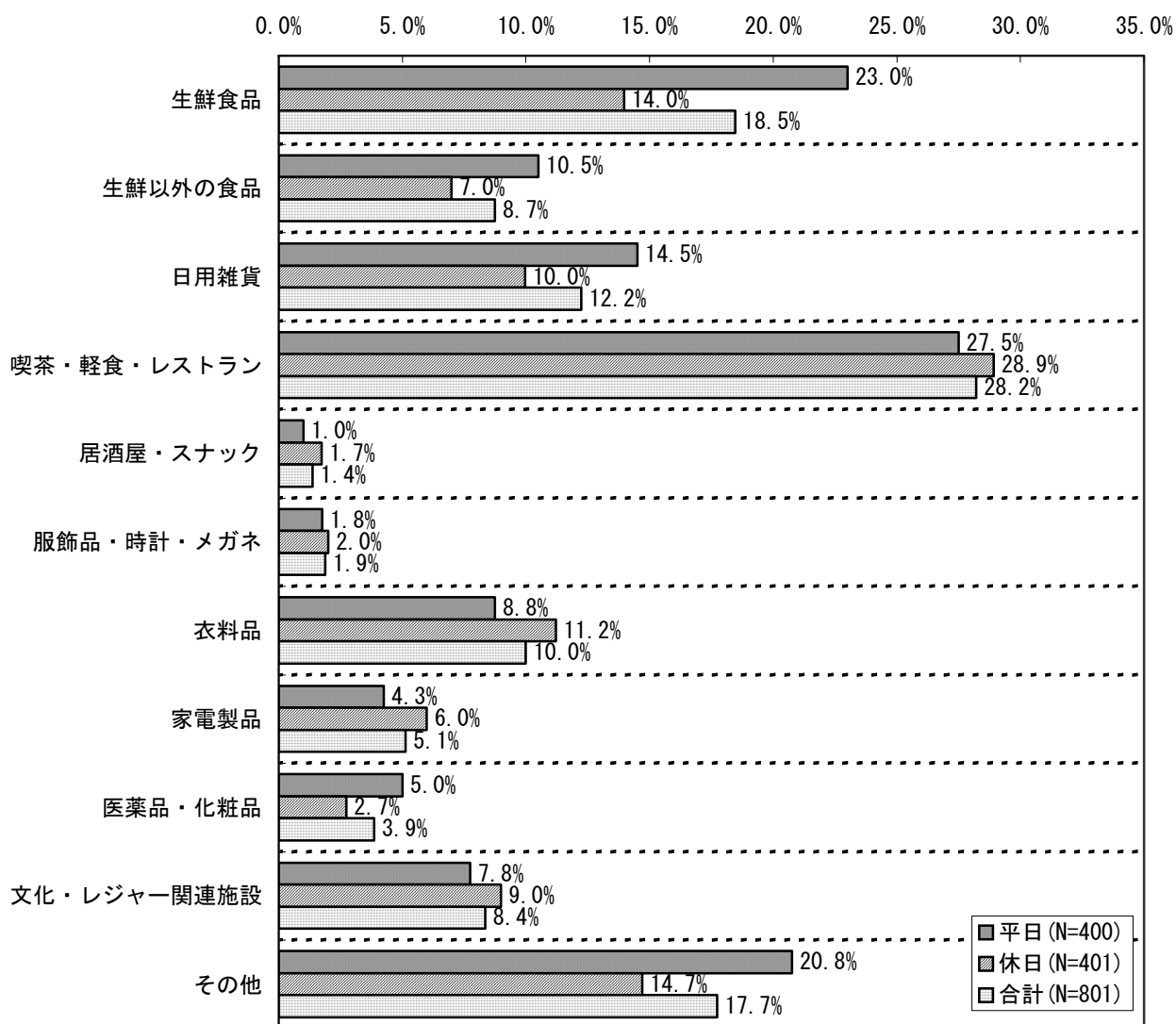


7 商店街に希望する店舗の業態

商店街に希望する店舗の業態をみると、「喫茶・軽食・レストラン」が28.2%で最も多く、次いで「生鮮食品」（18.5%）、「その他」（17.7%）などとなっている。

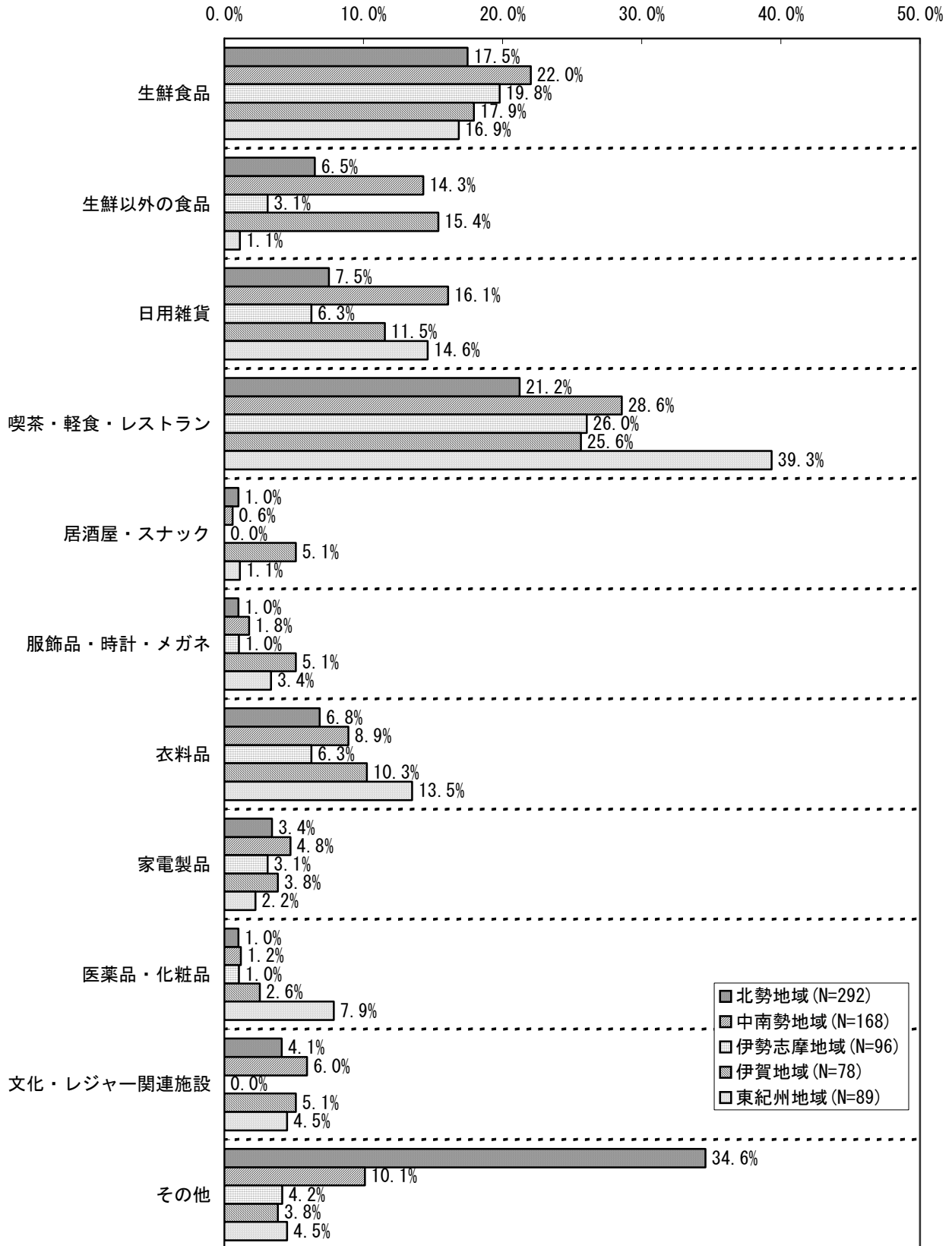
平日と休日と比較すると、「生鮮食品」「生鮮以外の食品」「日用雑貨」などでは平日が休日よりも多く、「衣料品」や「家電製品」などでは休日が平日よりも多くなっている。

図 85 商店街に希望する店舗の業態



地域別にみると、「喫茶・軽食・レストラン」は、東紀州地域で多くなっている。また、「衣料品」や「医薬品・化粧品」についても東紀州地域では、他地域よりも希望が多くなっている。中南勢地域や伊賀地域では、「生鮮以外の食品」の希望が他地域よりも多くなっている。

図 86 地域別 商店街に希望する店舗の業態



年齢別にみると、「喫茶・軽食・レストラン」や「文化・レジャー関連施設」は若年層ほど多く、年齢層の上昇にともない減少している。逆に「生鮮食品」はおおむね年齢層の上昇にともない増加する傾向がみられる。

また、「服飾品・時計・メガネ」は、10代で19.0%と他の世代に比べて突出して多くなっている。

図87 年齢別 商店街に希望する店舗の業態（1）

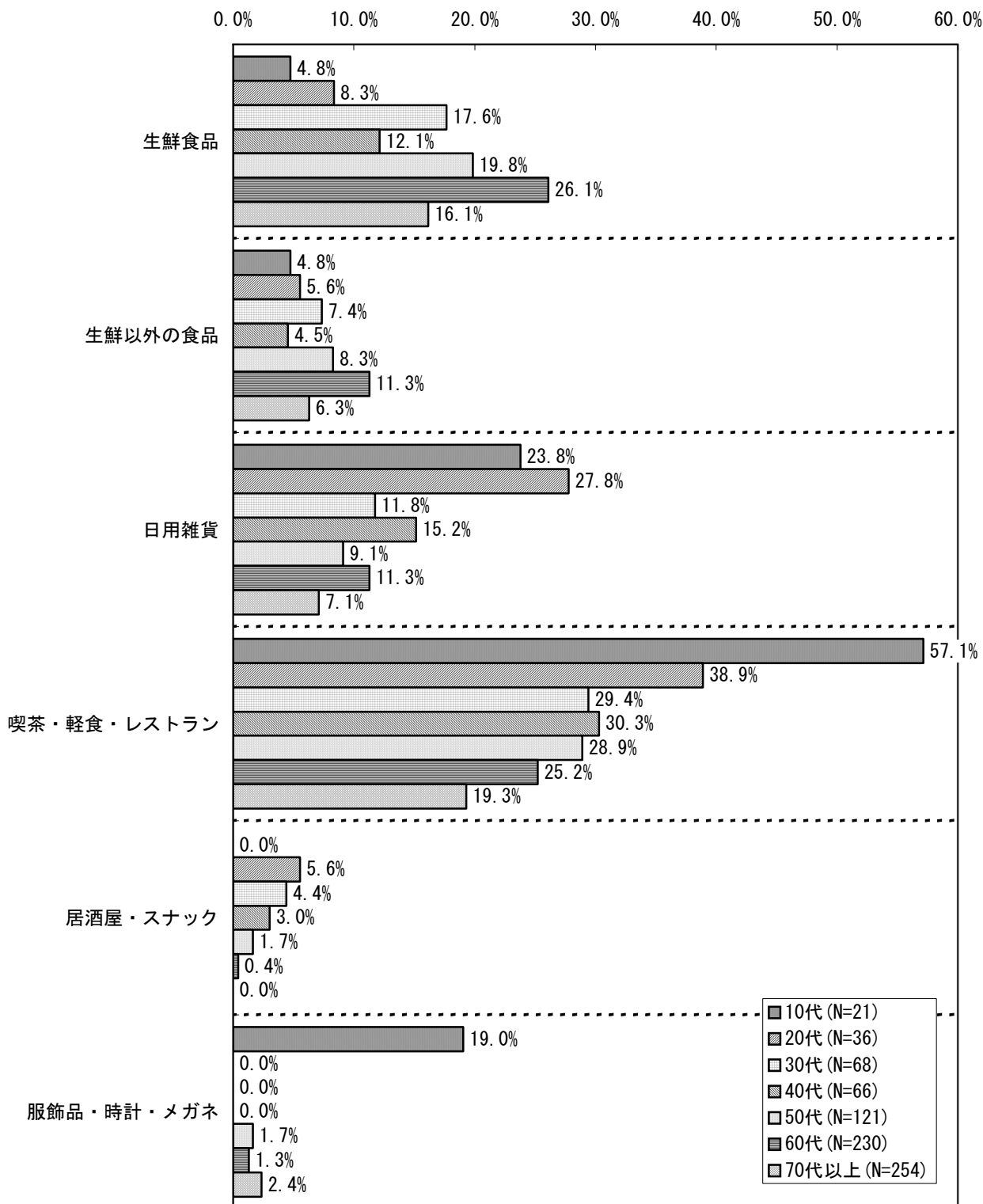
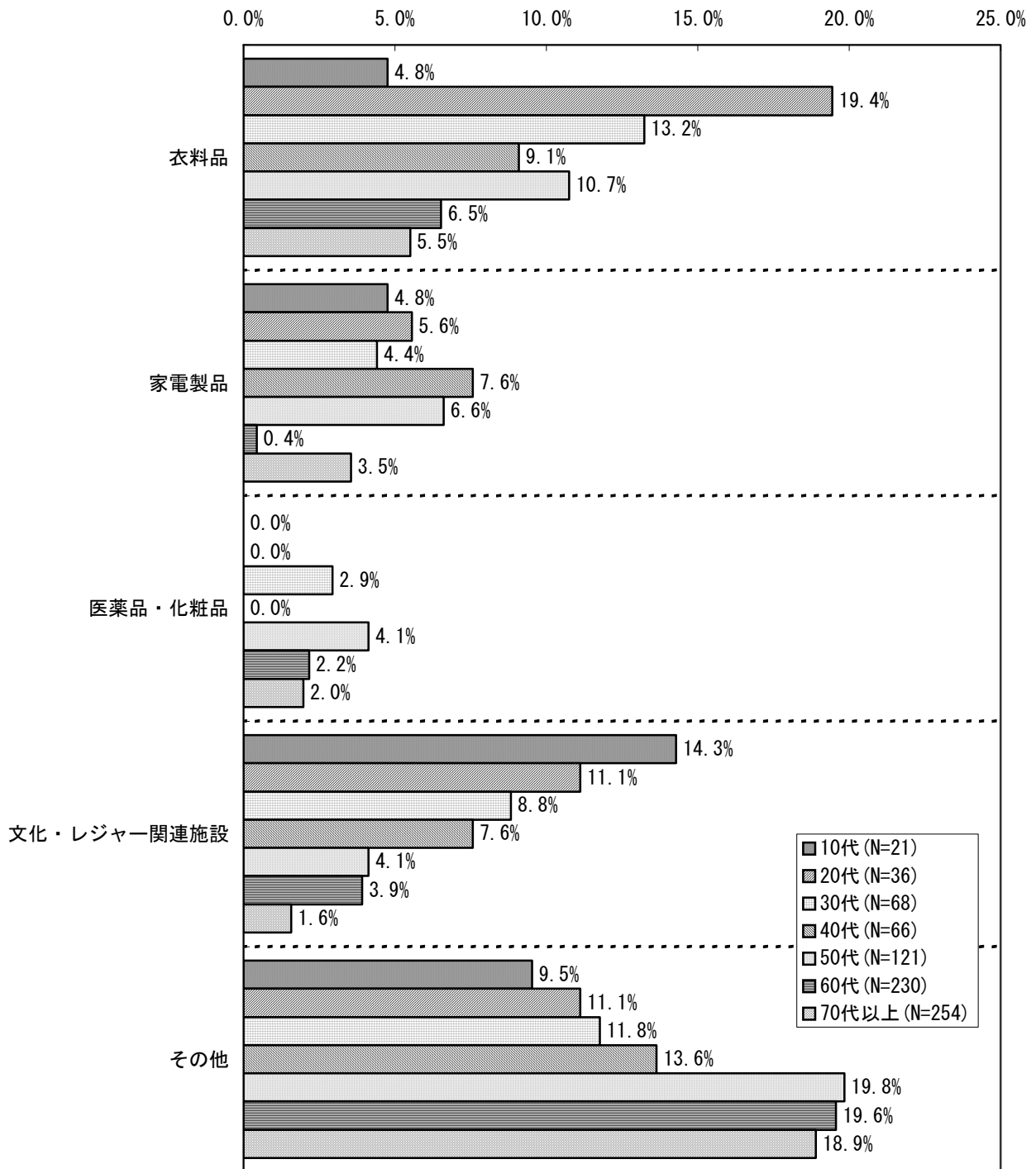


図 87 年齢別 商店街に希望する店舗の業態（2）



8 自由記述

自由記述として延べ178件の意見があった。分野ごとにまとめて分類したものを示す。(カッコ内は件数)

<北勢地域>

●移動手段、交通環境 (10)

駐車場の改善・充実をしてほしい (5)

アクセスが不便である (3)

交通整理をしてほしい (2)

●魅力のある店舗 (26)

飲食店以外の店舗を増やしてほしい (9)

若者を対象とした店舗を増やしてほしい (5)

店舗を増やしてほしい (2)

地域の特色を出す (2)

専門店を増やしてほしい (1)

高齢者を対象とした店舗を増やしてほしい (1)

商品の値段が高い (1)

飲食店を充実してほしい (1)

その他 (4)

●利用のしやすさ、雰囲気 (24)

イベントの開催・充実をしてほしい (9)

活気のある商店街にしてほしい (3)

空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい (3)

休憩施設、コミュニケーションの場がほしい (3)

入りやすい雰囲気にしてほしい (2)

商店街の情報がほしい (2)

暗い、建物が老朽化している (1)

その他 (1)

●その他 (8)

開業しやすいよう支援してほしい (2)

百貨店、大型商業施設を充実してほしい (1)

その他 (5)

<中南勢地域>

●移動手段、交通環境（5）

- 駐車場の改善・充実をしてほしい（3）
- 交通整理をしてほしい（1）
- その他（1）

●魅力のある店舗（12）

- 飲食店を充実してほしい（2）
- スーパーがほしい（2）
- 店舗を増やしてほしい（1）
- 専門店を増やしてほしい（1）
- 高齢者を対象とした店舗を増やしてほしい（1）
- 特産物を買える場所がほしい（1）
- その他（4）

●利用のしやすさ、雰囲気（29）

- イベントの開催・充実をしてほしい（8）
- 子どもに配慮した施設がほしい（5）
- 活気のある商店街にしてほしい（4）
- 営業日・営業時間に不満がある（3）
- 空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい（2）
- 暗い、建物が老朽化している（2）
- 休憩施設、コミュニケーションの場がほしい（1）
- 入りやすい雰囲気にしてほしい（1）
- 商店街の情報がほしい（1）
- その他（2）

●その他（11）

- 百貨店、大型商業施設を充実してほしい（8）
- 開業しやすいよう支援してほしい（1）
- その他（2）

<伊勢志摩地域>

●移動手段、交通環境（3）

- 駐車場の改善・充実をしてほしい（1）
- アクセスが不便である（1）
- 道路を整備してほしい（1）

●魅力のある店舗（4）

- 飲食店を充実してほしい（2）
- スーパーがほしい（1）
- 目玉商品をつくるべき（1）

●利用のしやすさ、雰囲気（7）

- 営業日・営業時間に不満がある（2）
- 活気のある商店街にしてほしい（2）
- イベントの開催・充実をしてほしい（2）
- 暗い、建物が老朽化している（1）

●その他（7）

- 百貨店、大型商業施設を充実してほしい（1）
- その他（6）

<伊賀地域>

●移動手段、交通環境（1）

- 駐車場の改善・充実をしてほしい（1）

●魅力のある店舗（8）

- 店舗を増やしてほしい（3）
- 個人店舗を増やしてほしい（3）
- 飲食店を充実してほしい（1）
- その他（1）

●利用のしやすさ、雰囲気（6）

- 営業日・営業時間に不満がある（3）
- 空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい（1）
- 入りやすい雰囲気にしてほしい（1）
- イベントの開催・充実をしてほしい（1）

●その他（2）

- 開業しやすいよう支援してほしい（1）
- まちづくりを推進してほしい（1）

<東紀州地域>

●移動手段、交通環境（１）

駐車場の改善・充実をしてほしい（１）

●魅力のある店舗（４）

商品の値段が高い（２）

地域の特色を出す（１）

特産物を買える場所がほしい（１）

●利用のしやすさ、雰囲気（８）

営業日・営業時間に不満がある（３）

休憩施設、コミュニケーションの場がほしい（２）

活気のある商店街にしてほしい（１）

空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい（１）

暗い、建物が老朽化している（１）

●その他（２）

その他（２）

IV. 大規模店舗調査結果

大規模店舗調査の回収数は平日 582 件（48.5%）、休日 617 件（51.5%）の合計 1,199 件となっている。

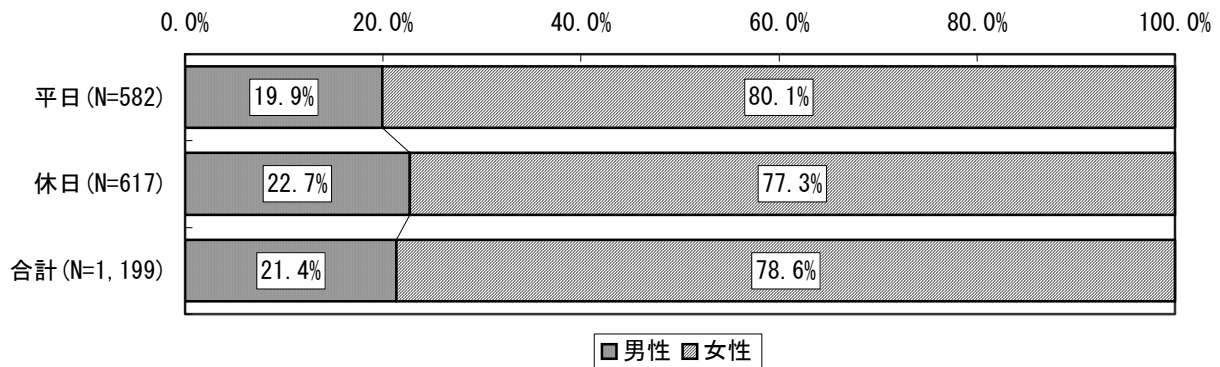
表 32 大規模店舗調査回収件数

	回答数	構成比
平日	582	48.5%
休日	617	51.5%
合計	1,199	100.0%

1 回答者属性

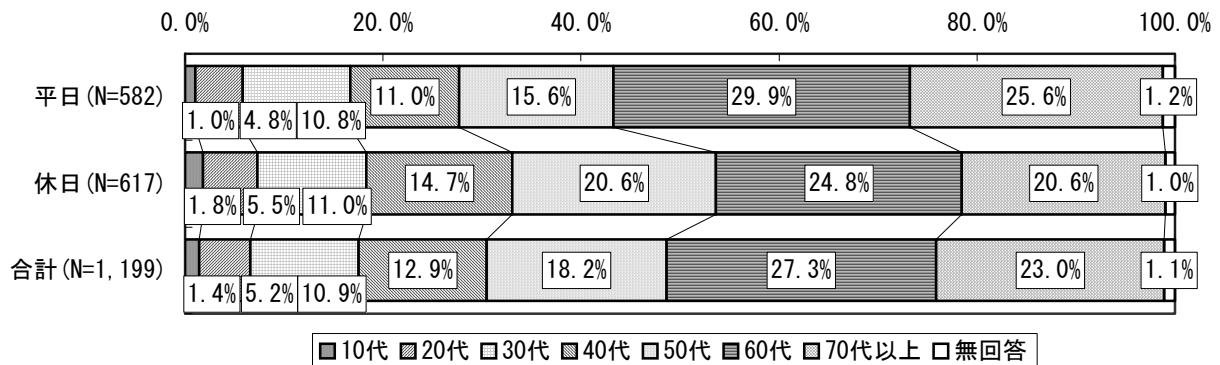
1-1 性別

図 88 性別



1-2 年齢

図 89 年齢



1-3 居住地

来店者の居住地をみると、「津市」が10.8%で最も多く、次いで「桑名市」(8.1%)、「四日市市」「松阪市」(ともに8.0%)などとなっている。

地域別にまとめると、「北勢地域」が29.5%で最も多く、次いで「中南勢地域」(23.8%)、「伊勢志摩地域」(18.2%)、「伊賀地域」(14.3%)、「東紀州地域」(7.5%)などとなっている。

表 33 店舗別 居住地

居住地		北勢地域	中南勢地域	伊勢志摩地域	伊賀地域	東紀州地域	県外	無回答	合計
調査地点									
北勢地域	A	89	5	0	2	0	1	3	100
	B	93	0	0	0	0	5	2	100
	C	101	0	0	1	0	1	3	106
	D	54	15	0	0	0	0	13	82
中南勢地域	E	2	90	2	1	1	1	3	100
	F	6	90	2	0	0	0	2	100
	G	0	80	23	0	1	0	2	106
伊勢志摩地域	H	0	2	95	0	0	0	3	100
	I	1	0	96	0	0	3	5	105
伊賀地域	J	7	1	0	79	0	8	5	100
	K	1	2	0	88	0	6	3	100
東紀州地域	L	0	0	0	0	88	10	2	100
合計		354	285	218	171	90	35	46	1,199

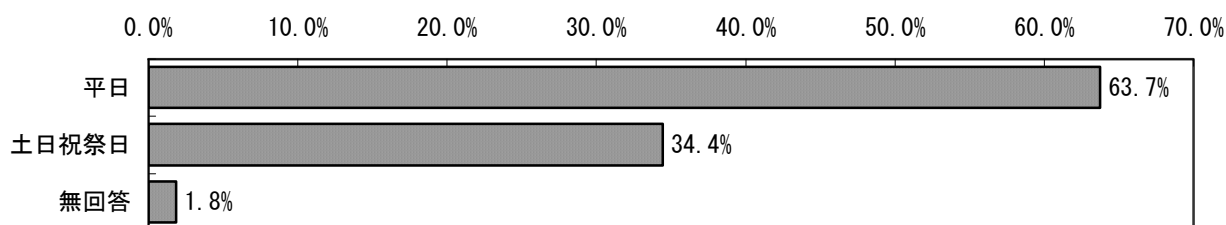
(単位：人)

2 大規模店舗利用状況

2-1 大規模店舗利用日

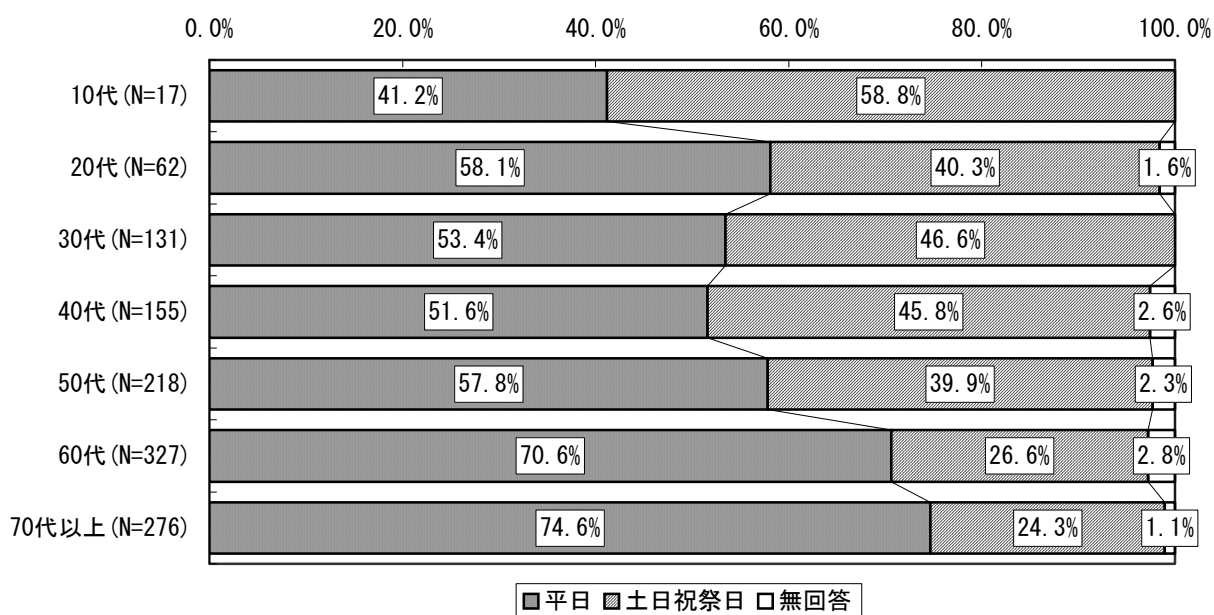
最近1年の大規模店舗を利用する曜日についてみると、「平日」が63.7%、「土日祝祭日」が34.4%となっている。

図90 大規模店舗利用日



年齢別にみると、おおむね年齢の上昇にともない「平日」が増加し、「土日祝祭日」が減少している。

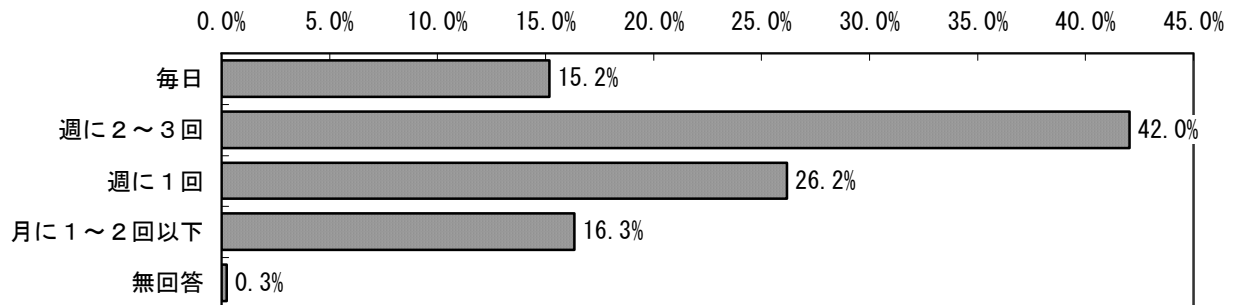
図91 年齢別 大規模店舗利用日



2-2 大規模店舗利用頻度

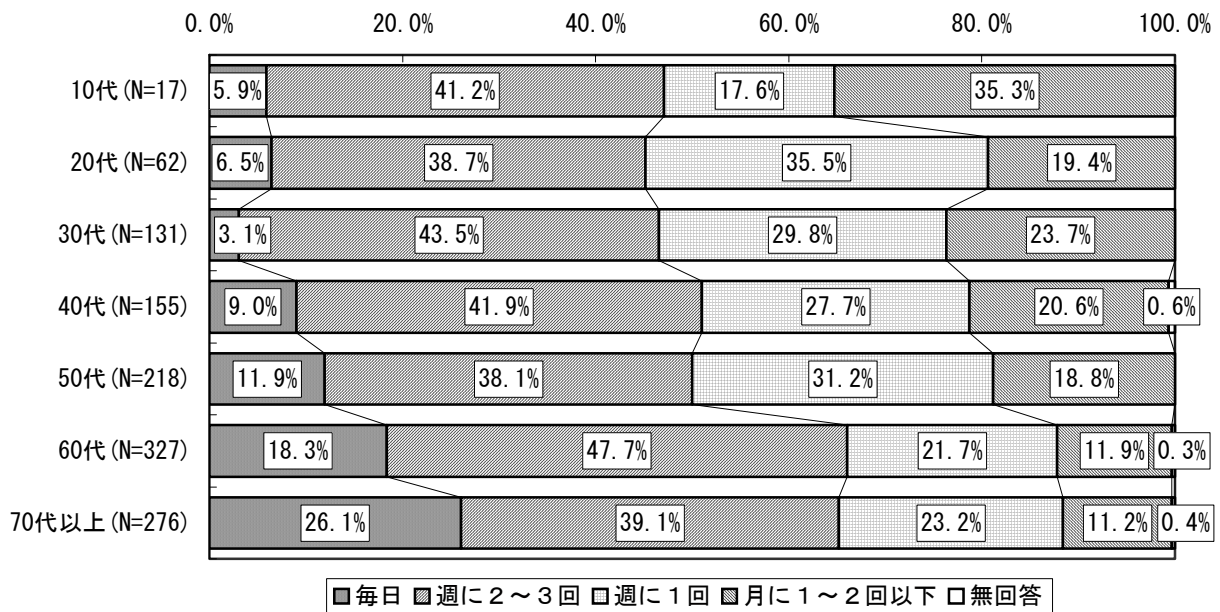
大規模店舗の利用頻度をみると、「週に2～3回」が42.0%で最も多く、次いで「週に1回」(26.2%)、「月に1～2回以下」(16.3%)などとなっている。

図92 大規模店舗利用頻度



年齢別にみると、「毎日」はおおむね年齢の上昇にともない増加しており、高齢者ほど利用頻度が高い傾向がみられる。

図93 年齢別 大規模店舗利用頻度

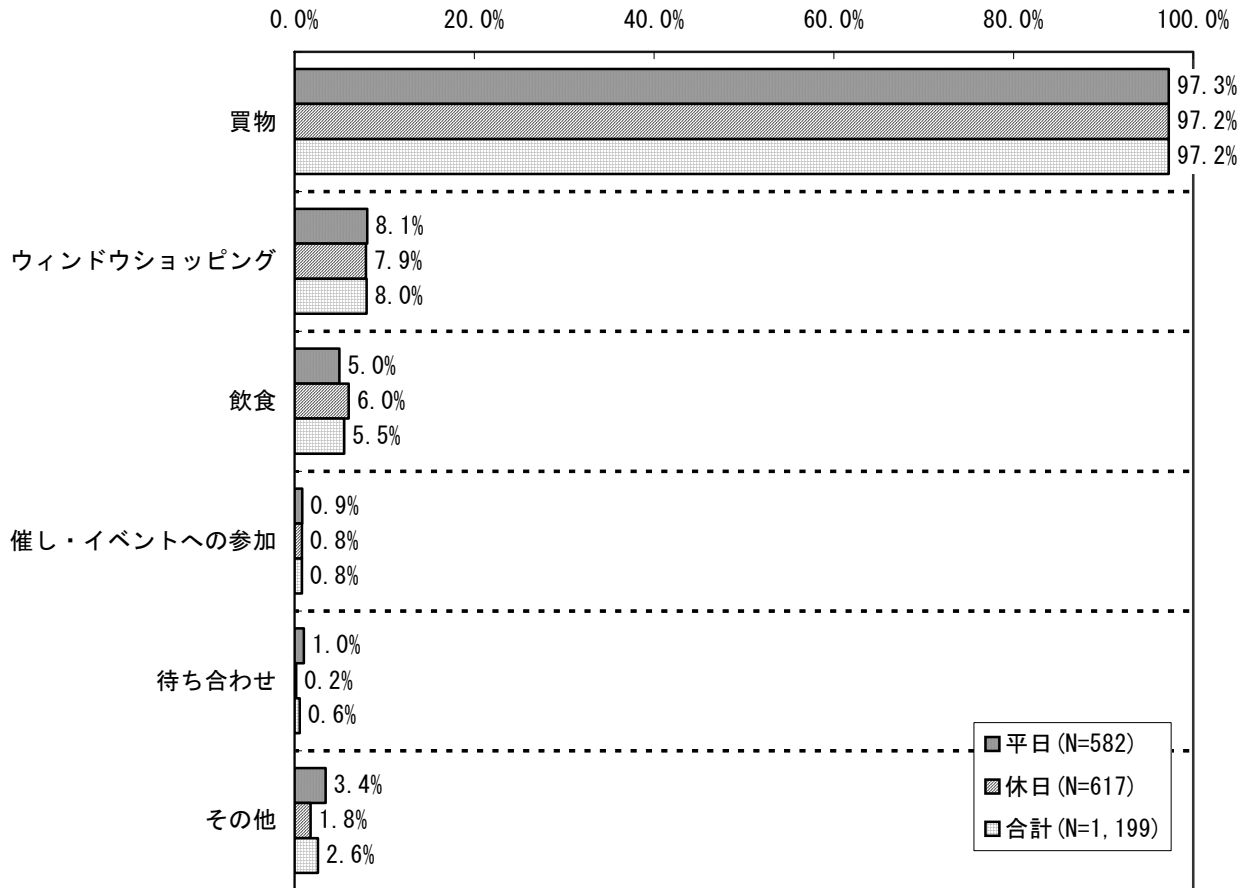


2-3 大規模店舗利用目的

大規模店舗の利用目的をみると、「買物」が97.2%で、ほぼすべての利用者が買物目的である。次いで「ウィンドウショッピング」(8.0%)、「飲食」(5.5%)などとなっている。平日・休日で傾向の差はみられない。

年齢別にみると、年齢層のちがいによる大きな差異はみられず、いずれの年齢層においても「買物」が多くなっている。

図 94 大規模店舗利用目的



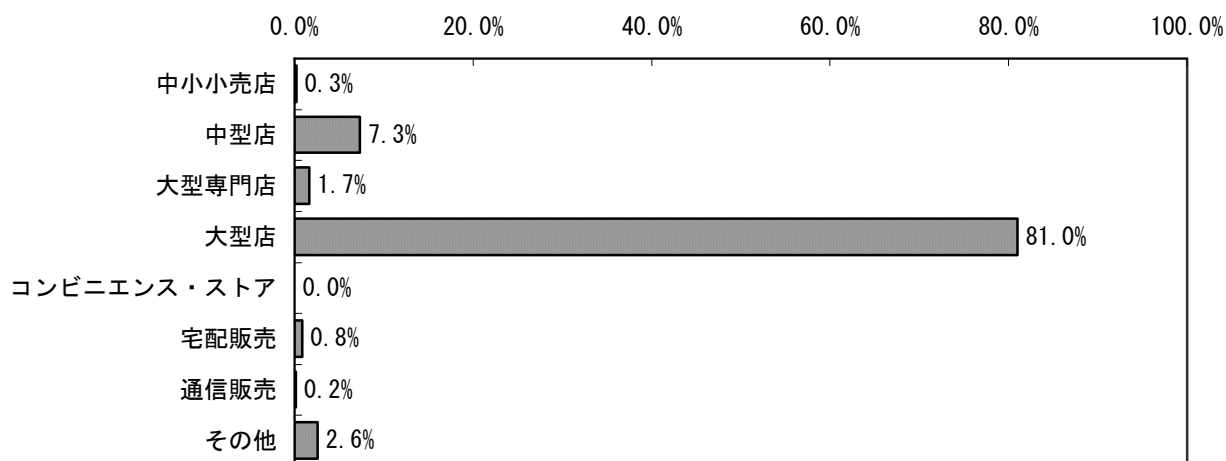
3 普段買物をする場所

普段買物をする場所をみると、「大型店」が81.0%で、ほとんどの買物が大型店で行われている。次いで「中型店」（7.3%）、「その他」（2.6%）などとなっている。

地域別にみると、大きな差異はみられず「大型店」の利用が多くなっている。

年齢別にみても、大きな差異はみられず、いずれの年齢層でも「大型店」が多くなっている。

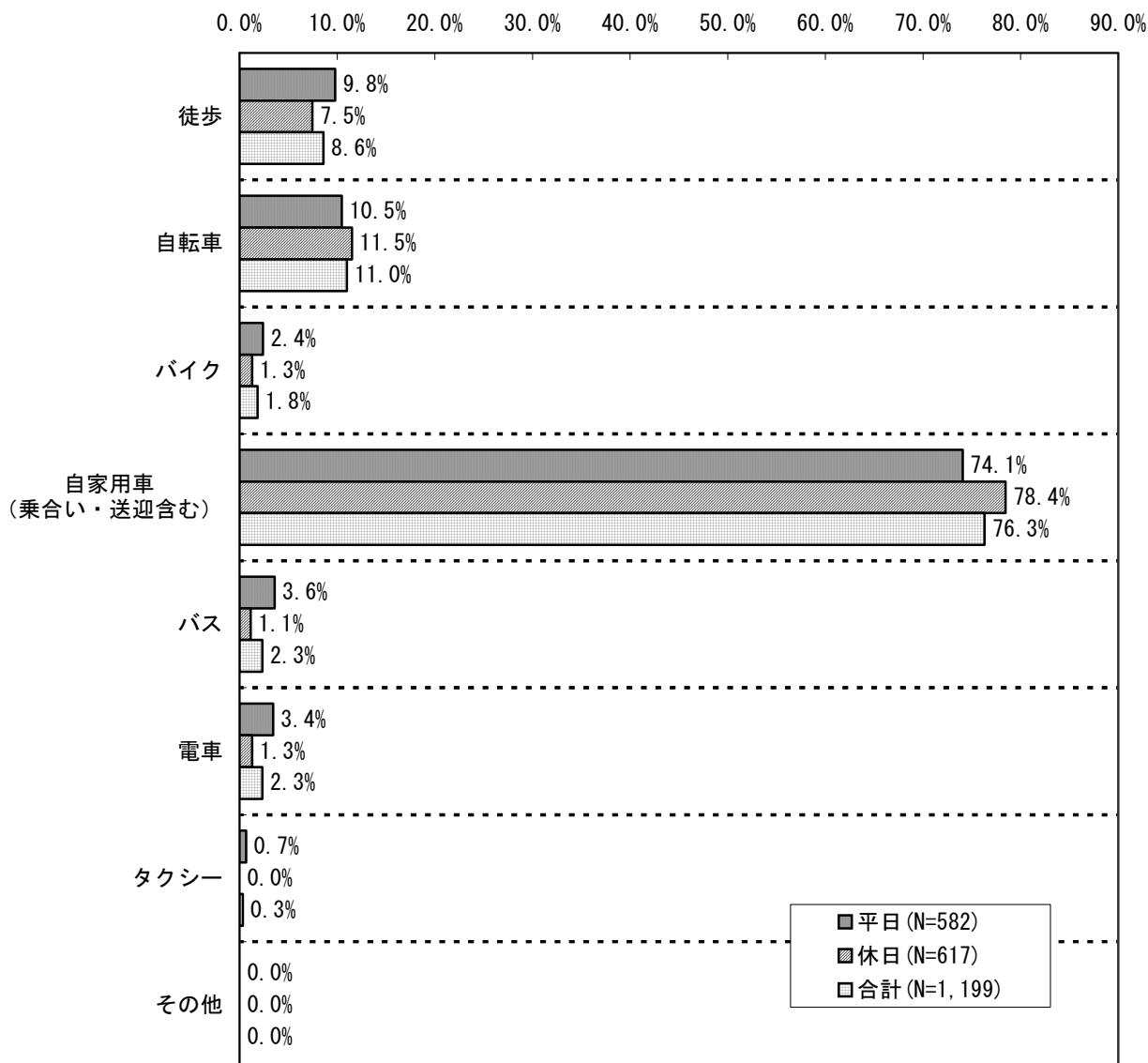
図 95 普段買物をする場所



4 利用交通手段

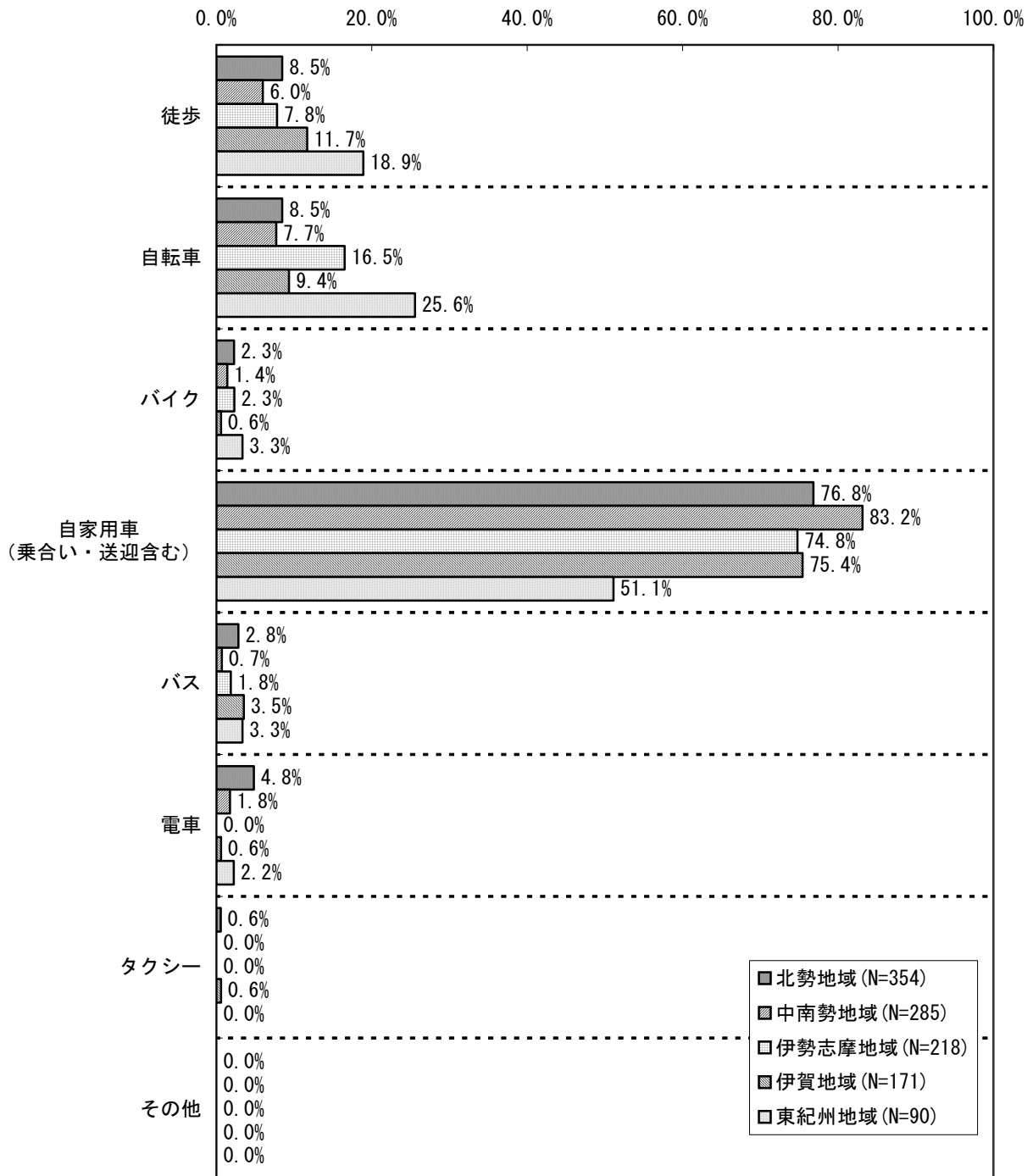
調査当日の利用交通手段をみると、「自家用車（乗合い・送迎含む）」が76.3%で最も多く、次いで「自転車」（11.0%）、「徒歩」（8.6%）などとなっている。商店街調査に比べると、平日・休日による利用交通手段の違いは小さくなっている。

図 96 利用交通手段



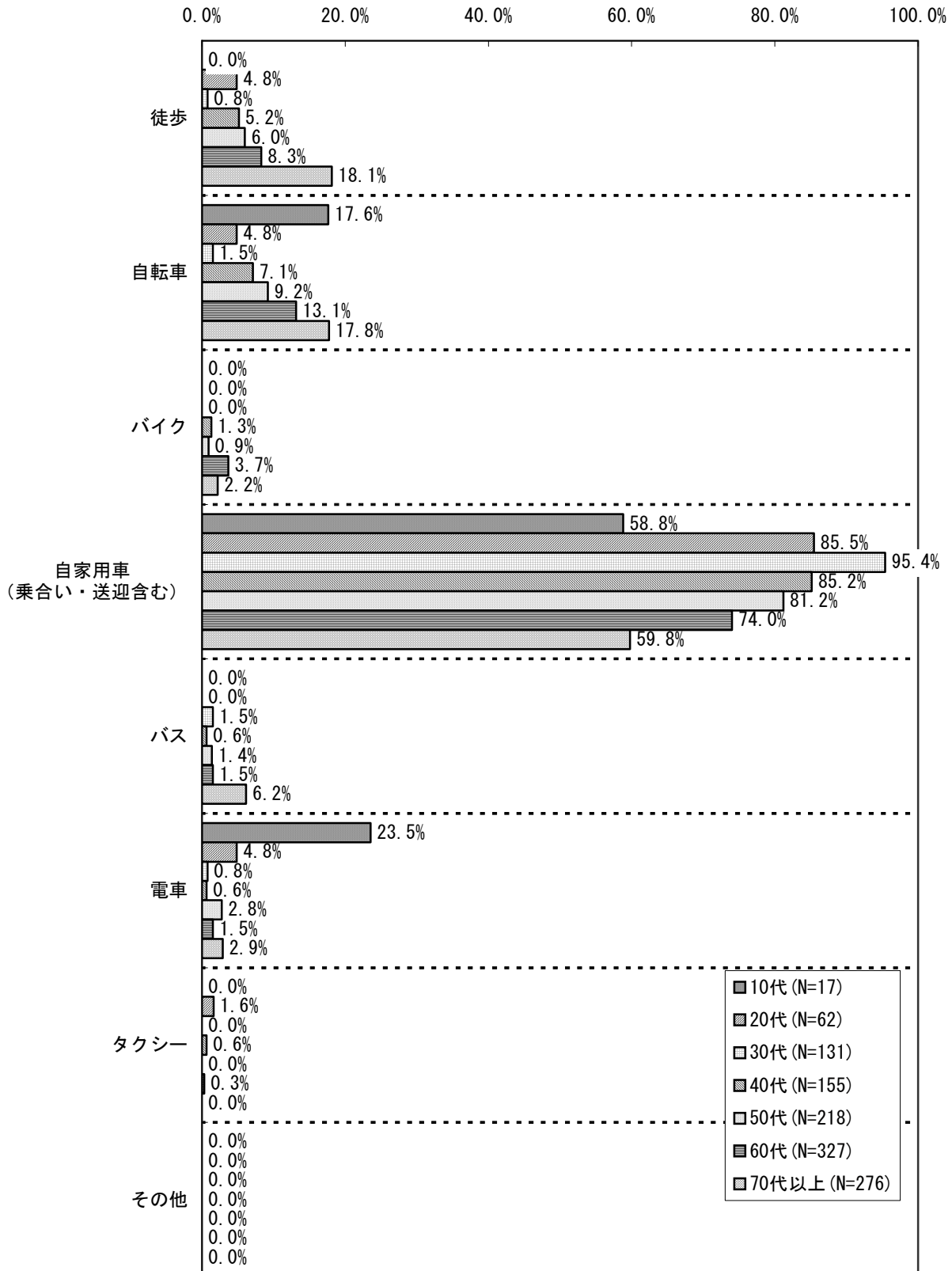
地域別にみると、東紀州地域では、ほかの地域に比べ「徒歩」や「自転車」が多く、「自家用車（乗合い・送迎含む）」が少なくなっている。

図 97 地域別 利用交通手段



年齢別にみると、「自家用車（乗合い・送迎含む）」は、10代と70代以上を除く年代で多く、なかでも30代では95.4%となっている。逆に「自転車」利用は10代と70代以上が多く、「電車」は10代が、「徒歩」は70代以上が多くなっている。

図 98 年齢別 利用交通手段

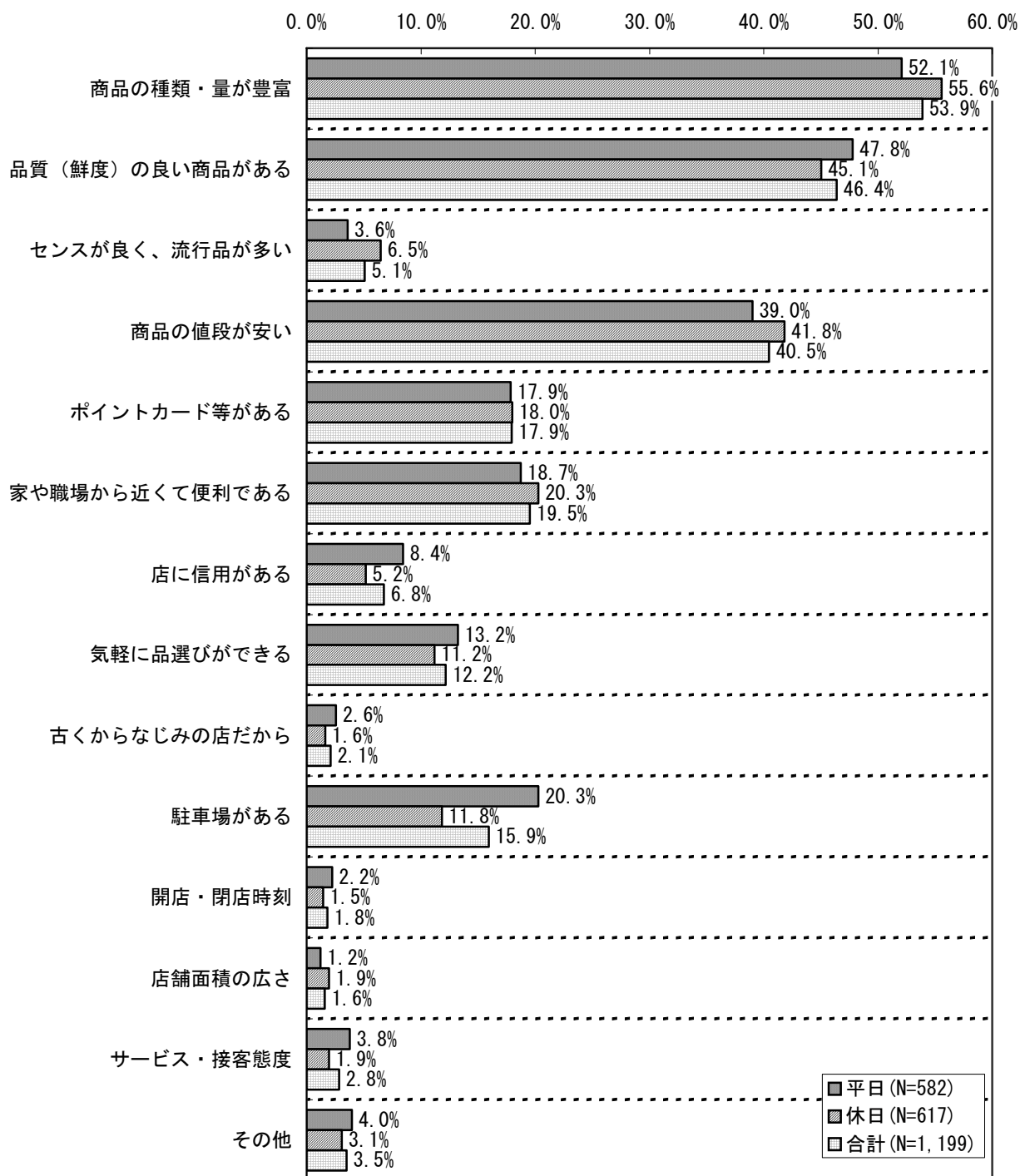


5 買物で重視すること

買物で重視することをみると、「商品の種類・量が豊富」が53.9%で最も多く、次いで「品質（鮮度）の良い商品がある」（46.4%）、「商品の値段が安い」（40.5%）などとなっている。

「駐車場がある」は平日では20.3%で、休日（11.8%）に比べて多くなっている。

図99 買物で重視すること



地域別にみると、「商品の種類・量が豊富」は、中南勢地域や伊賀地域で多く、「品質（鮮度）のいい商品がある」は北勢地域や中南勢地域、伊賀地域で多くなっている。

また、「家や職場から近くて便利である」は東紀州地域で41.1%と多くなっている。

図100 地域別 買物で重視すること（1）

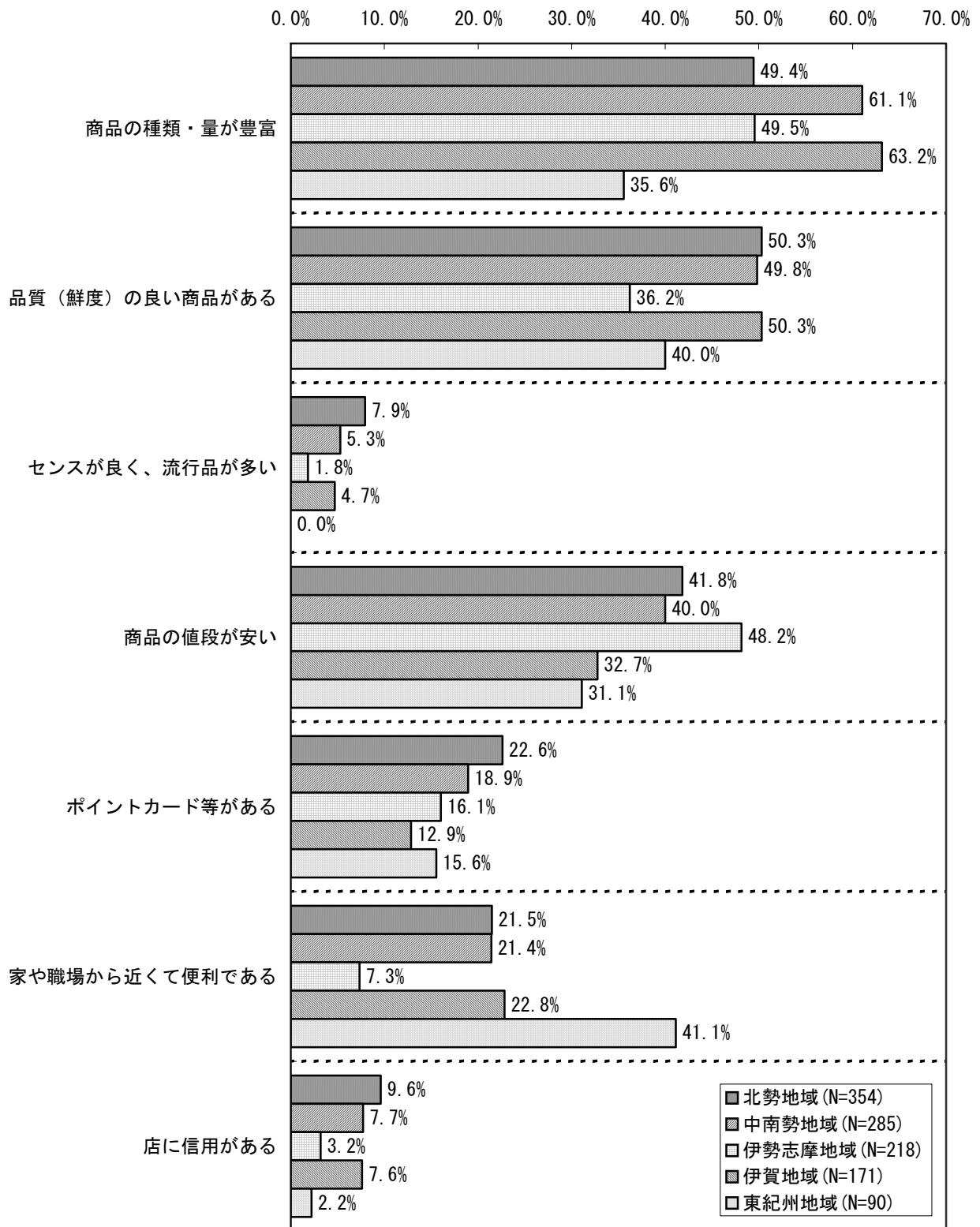
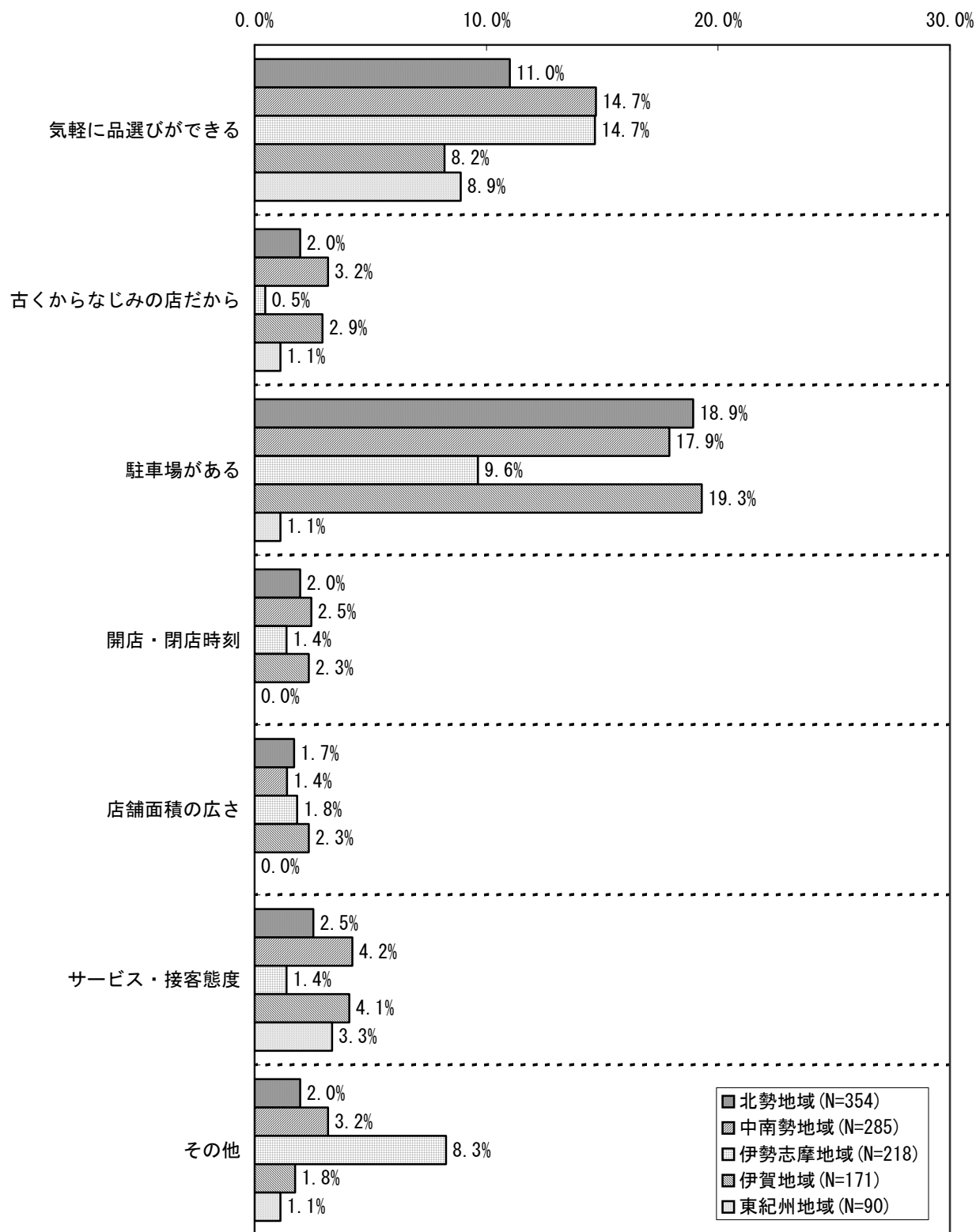


図 100 地域別 買物で重視すること (2)



年齢別にみると、10代で「商品の値段が安い」が多く、20代以上では、「商品の種類・量が豊富」が多くなっている。また、「品質（鮮度）の良い商品がある」は、30代以上で多くみられる。

図 101 年齢別 買物で重視すること（1）

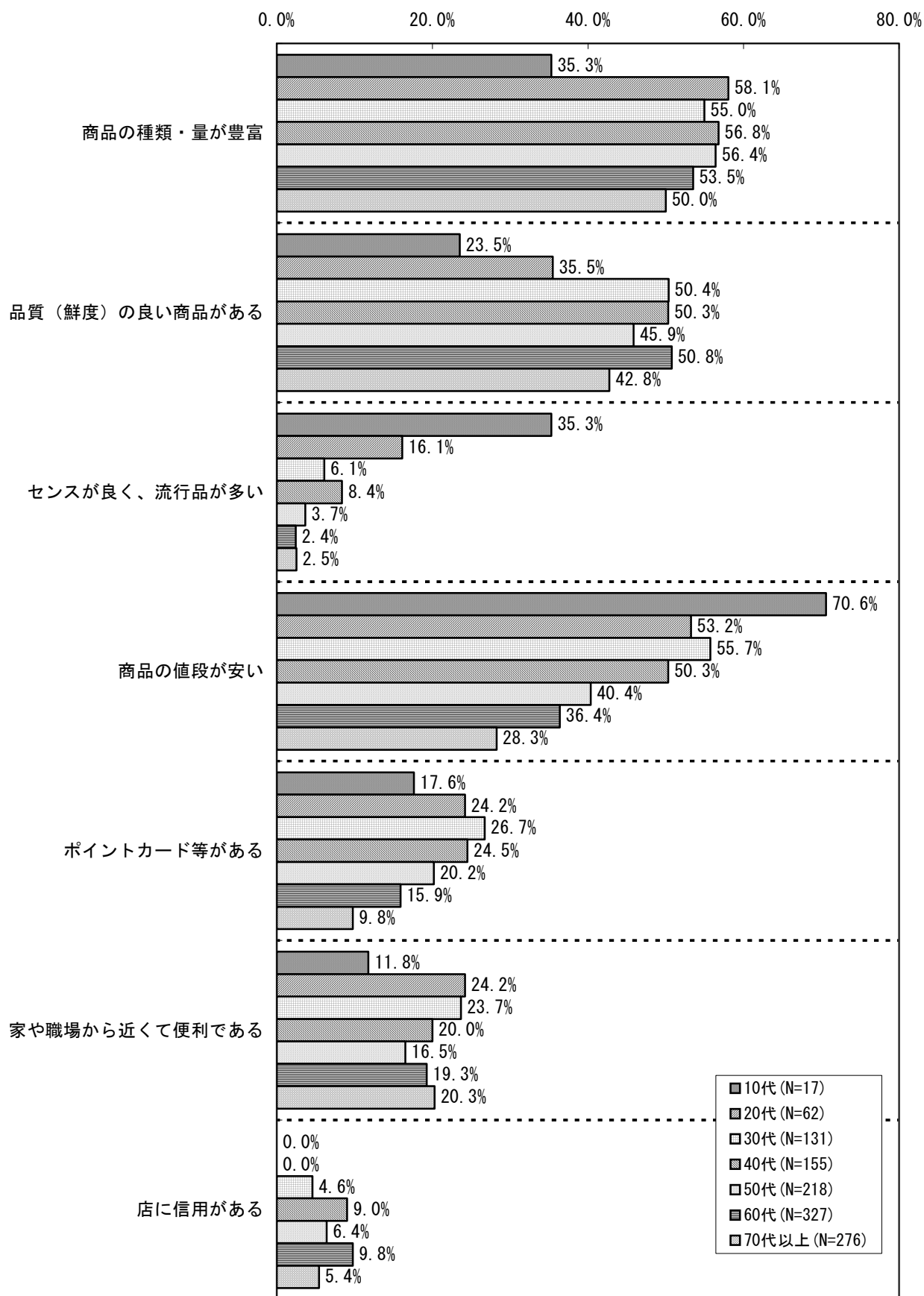
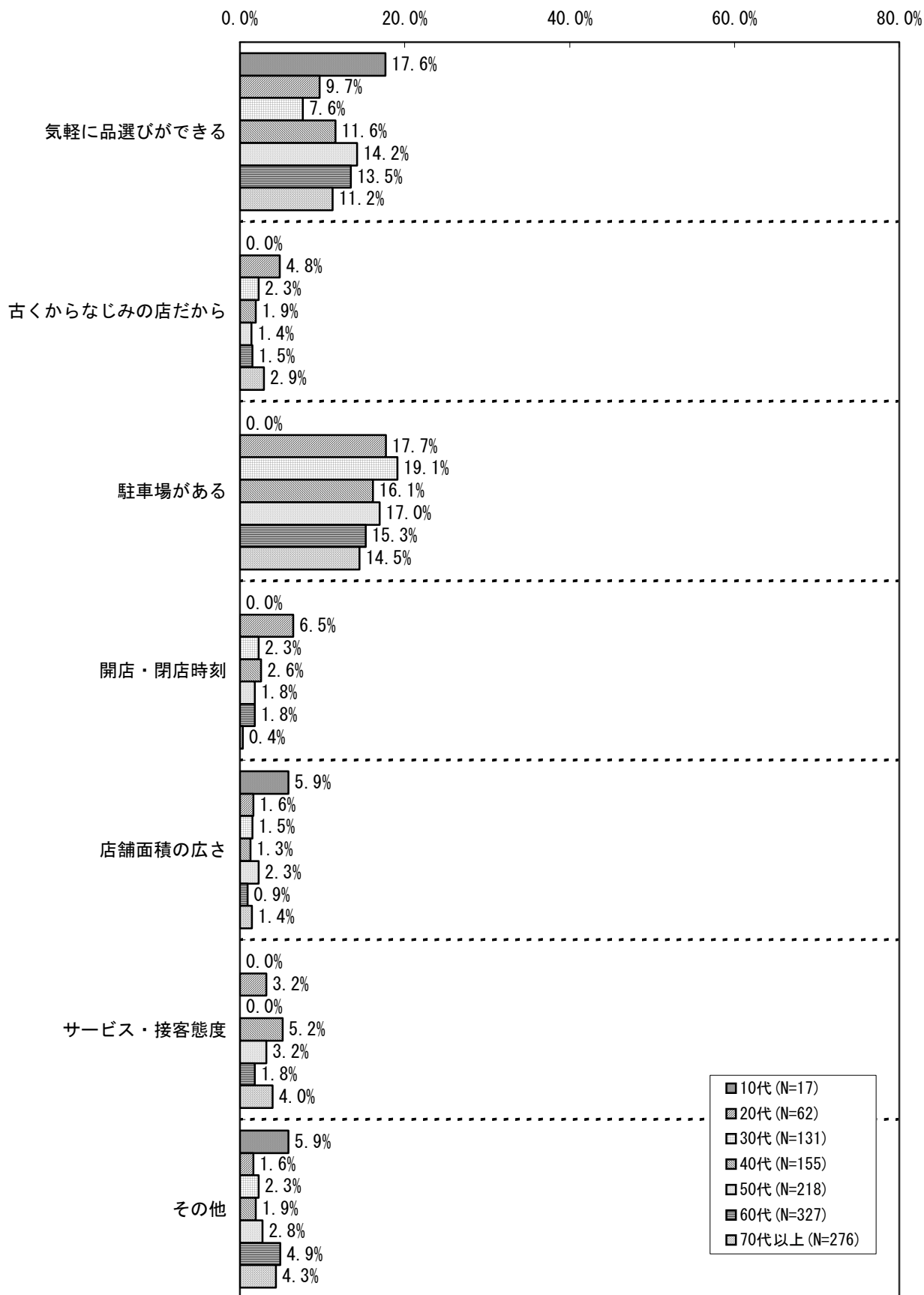


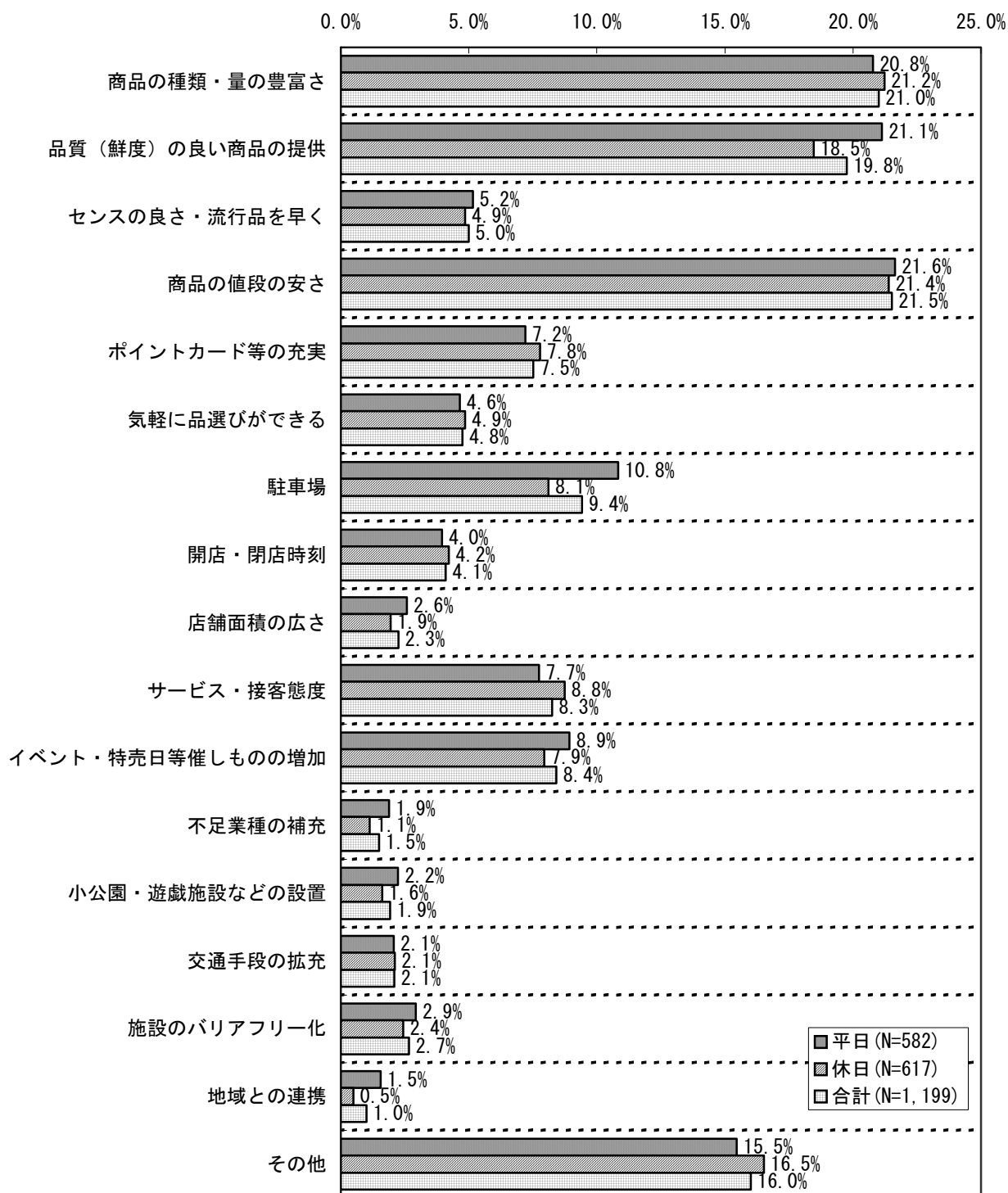
図 101 年齢別 買物で重視すること (2)



6 大規模店舗に希望すること

大規模店舗に希望することをみると、「商品の値段の安さ」が21.5%で最も多く、次いで「商品の種類・量の豊富さ」（21.0%）、「品質（鮮度）の良い商品の提供」（19.8%）などとなっている。商店街調査と比べると、平日・休日による差は小さくなっている。

図 102 大規模店舗に希望すること



地域別にみると、「商品の種類・量の豊富さ」や「品質（鮮度）の良い商品の提供」は、北勢地域や中南勢地域、伊賀地域で多くなっている。

また、「商品の値段の安さ」は伊賀地域で31.0%と多くなっている。

図 103 地域別 大規模店舗に希望すること（1）

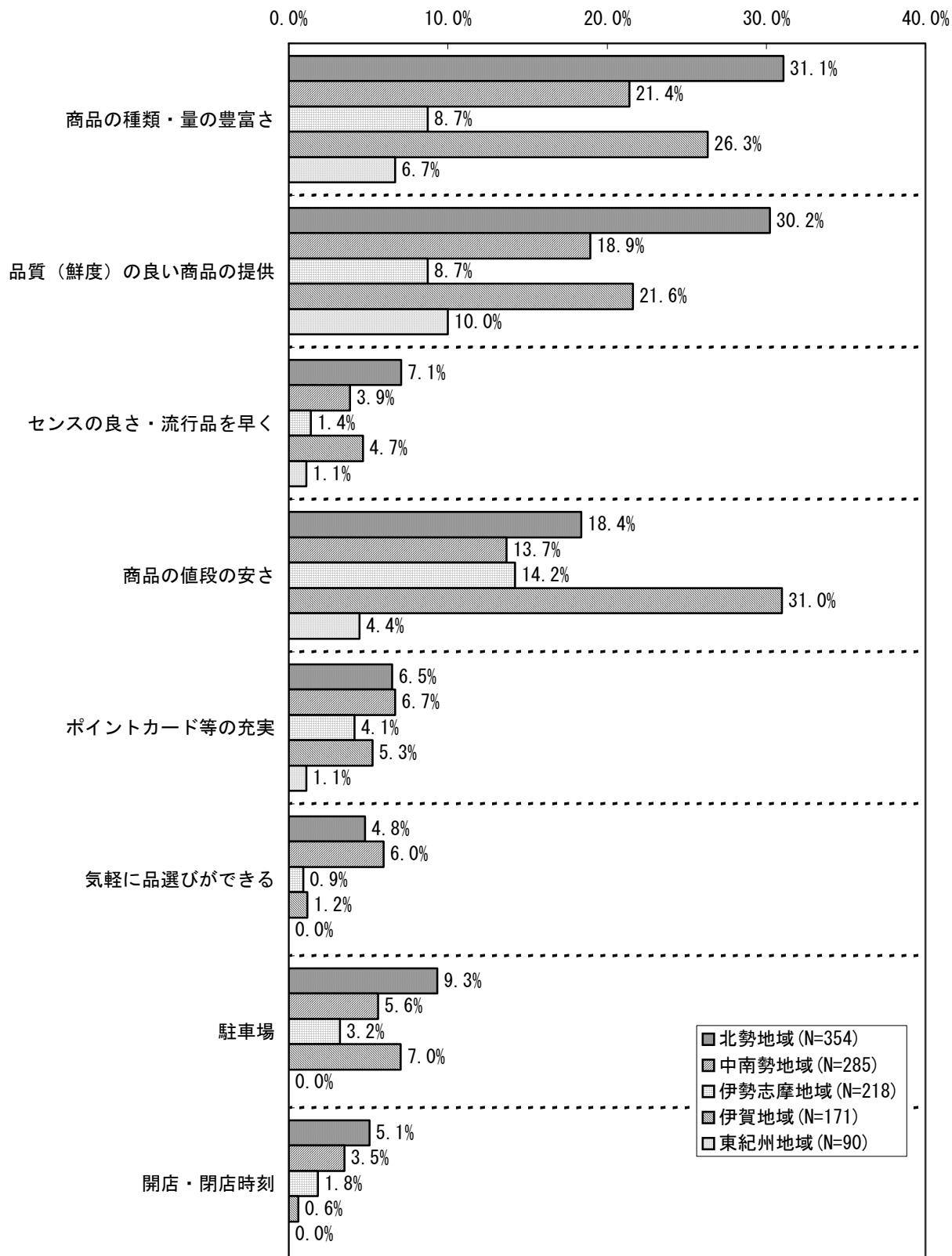
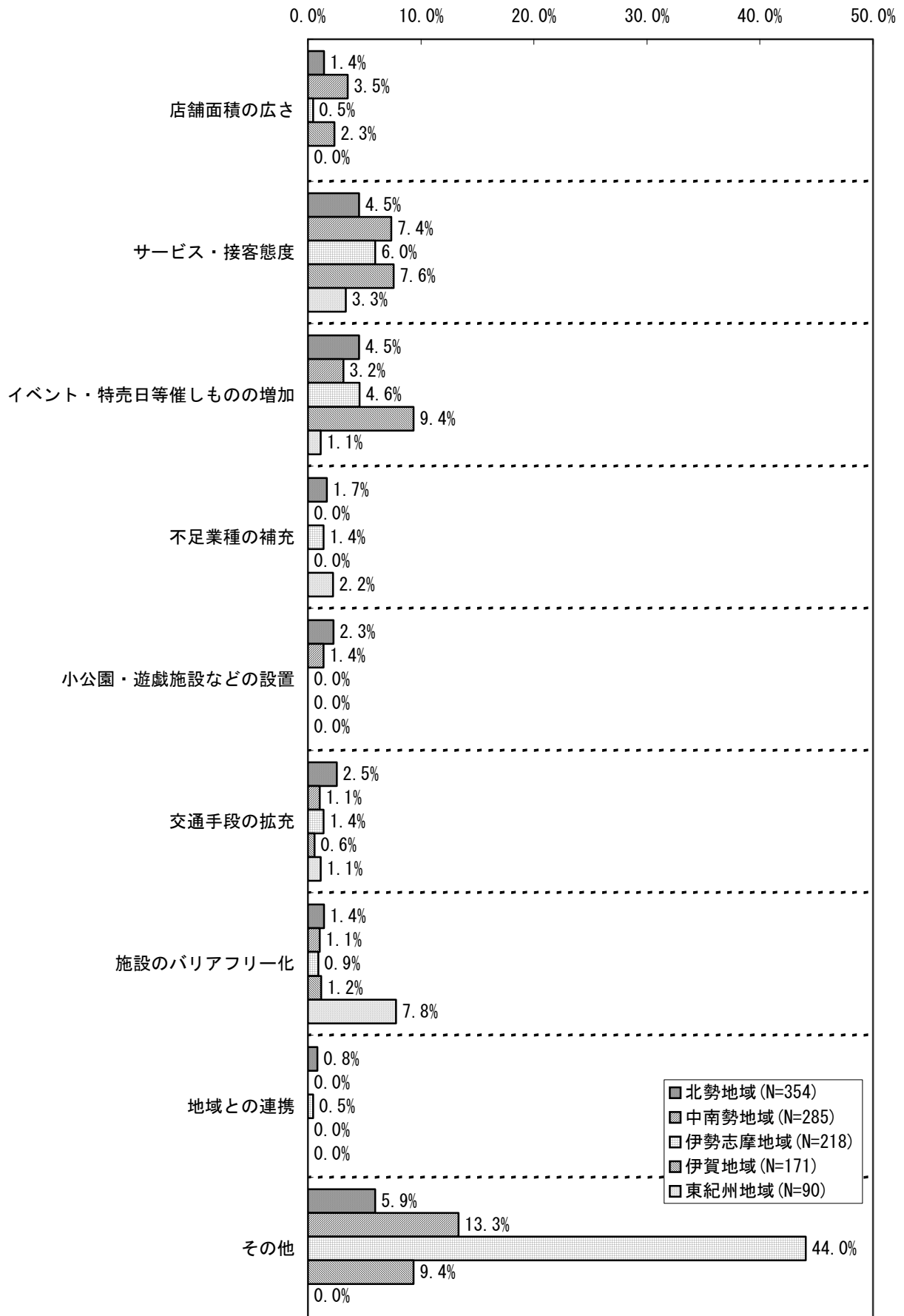


図 103 地域別 大規模店舗に希望すること (1)



年齢別にみると、「商品の種類・量の豊富さ」や「品質（鮮度）の良い商品の提供」「商品の値段の安さ」は30代や40代で多くなっている。

図 104 年齢別 大規模店舗に希望すること（1）

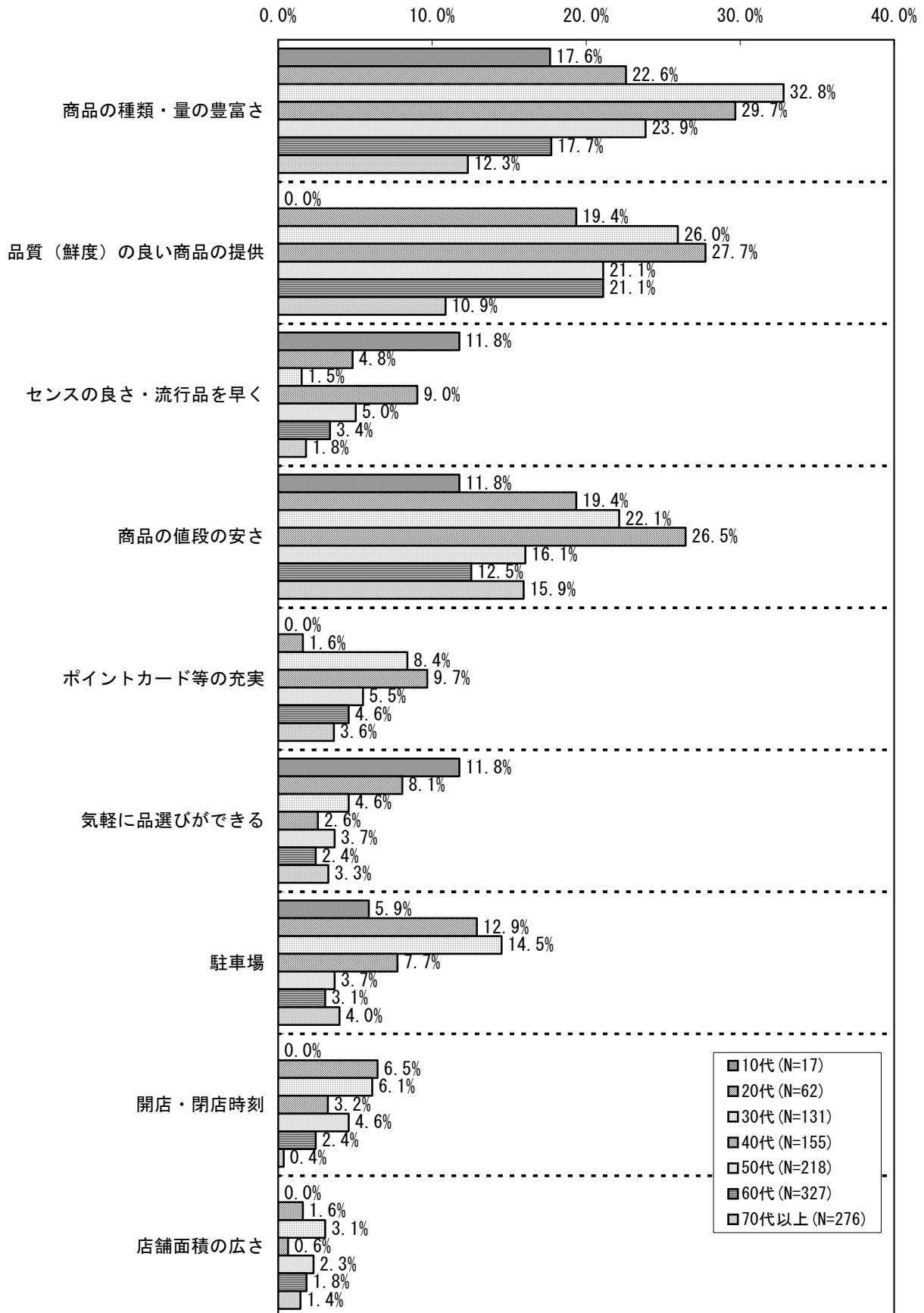
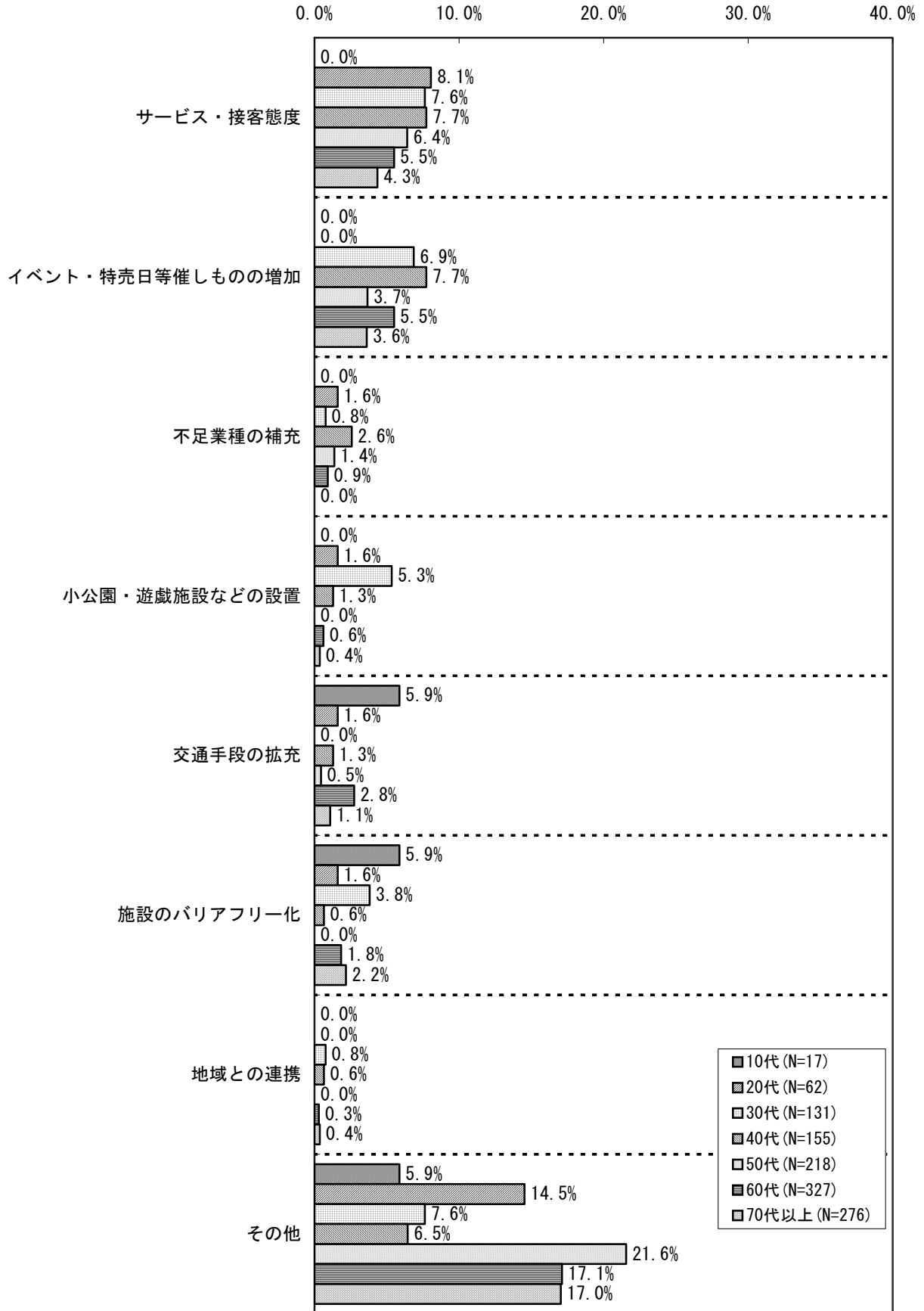


図 104 年齢別 大規模店舗に希望すること (2)



7 自由記述

自由記述として延べ252件の意見があった。分野ごとにまとめて分類したものを示す。(カッコ内は件数)

<北勢地域>

●移動手段、交通環境 (19)

駐車場の改善・充実をしてほしい (16)

アクセスが不便である (2)

道路を整備してほしい (1)

●魅力のある店舗 (25)

高齢者を対象とした店舗を増やしてほしい (5)

若者を対象とした店舗を増やしてほしい (3)

スーパーがほしい (2)

地域の特色を出す (2)

店舗を増やしてほしい (2)

専門店を増やしてほしい (1)

特産物を買える場所がほしい (1)

特売を増やしてほしい (1)

その他 (8)

●利用のしやすさ、雰囲気 (36)

イベントの開催・充実をしてほしい (14)

活気のある商店街にしてほしい (6)

空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい (3)

暗い、建物が老朽化している (2)

営業日・営業時間に不満がある (2)

子どもに配慮した施設がほしい (2)

入りやすい雰囲気にしてほしい (1)

休憩施設、コミュニケーションの場がほしい (1)

その他 (5)

●その他 (11)

百貨店、大型商業施設を充実してほしい (4)

その他 (7)

<中南勢地域>

●移動手段、交通環境 (30)

- 駐車場の改善・充実をしてほしい (27)
- 道路を整備してほしい (2)
- アクセスが不便である (1)

●魅力のある店舗 (16)

- 店舗を増やしてほしい (3)
- 特産物を買える場所がほしい (2)
- ほしい商品がない (2)
- スーパーがほしい (1)
- 商品の値段が高い (1)
- 専門店を増やしてほしい (1)
- 目玉商品をつくるべき (1)
- その他 (5)

●利用のしやすさ、雰囲気 (21)

- イベントの開催・充実をしてほしい (8)
- 暗い、建物が老朽化している (4)
- 空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい (3)
- 活気のある商店街にしてほしい (2)
- 入りやすい雰囲気にしてほしい (2)
- 店員の接客態度を改善してほしい (1)
- その他 (1)

●その他 (5)

- その他 (5)

<伊勢志摩地域>

●移動手段、交通環境（3）

- 駐車場の改善・充実をしてほしい（1）
- 道路を整備してほしい（1）
- 交通整理をしてほしい（1）

●魅力のある店舗（5）

- 地域の特色を出す（2）
- 商品の値段が高い（1）
- 特売を増やしてほしい（1）
- その他（1）

●利用のしやすさ、雰囲気（9）

- 活気のある商店街にしてほしい（2）
- 店員の接客態度を改善してほしい（2）
- 店の入口を増やしてほしい（2）
- 営業日・営業時間に不満がある（1）
- 商店街の情報がほしい（1）
- その他（1）

●その他（2）

- その他（2）

<伊賀地域>

●移動手段、交通環境 (32)

- 駐車場の改善・充実をしてほしい (30)
- 道路を整備してほしい (1)
- その他 (1)

●魅力のある店舗 (17)

- スーパーがほしい (6)
- 地域の特色を出す (1)
- 若者を対象とした店舗を増やしてほしい (1)
- 商品の値段が高い (1)
- 専門店を増やしてほしい (1)
- 目玉商品をつくるべき (1)
- 飲食店を充実してほしい (1)
- その他 (5)

●利用のしやすさ、雰囲気 (13)

- 暗い、建物が老朽化している (4)
- 営業日・営業時間に不満がある (2)
- 子どもに配慮した施設がほしい (2)
- 活気のある商店街にしてほしい (1)
- 空き店舗が多い、空き店舗を活用してほしい (1)
- 休憩施設、コミュニケーションの場がほしい (1)
- イベントの開催・充実をしてほしい (1)
- その他 (1)

●その他 (8)

- 百貨店、大型商業施設を充実してほしい (3)
- まちづくりを推進してほしい (2)
- その他 (3)

<東紀州地域>

自由記述は、1件もなかった

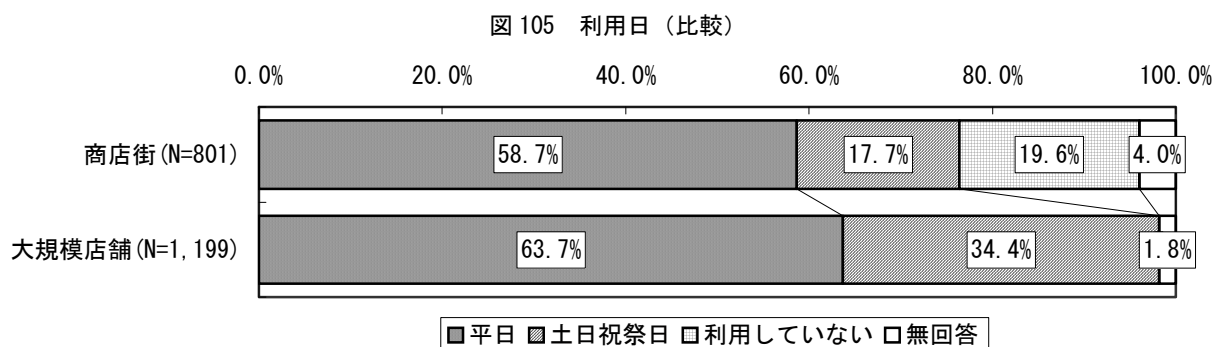
V. 商店街と大規模店舗の比較

商店街調査と大規模店舗調査で共通している設問において、両調査結果を比較して傾向をみる。

1 利用状況

1-1 利用日

利用日について比較してみると、「土日祝祭日」は大規模店舗では34.4%と、商店街（17.7%）の約2倍となっている。



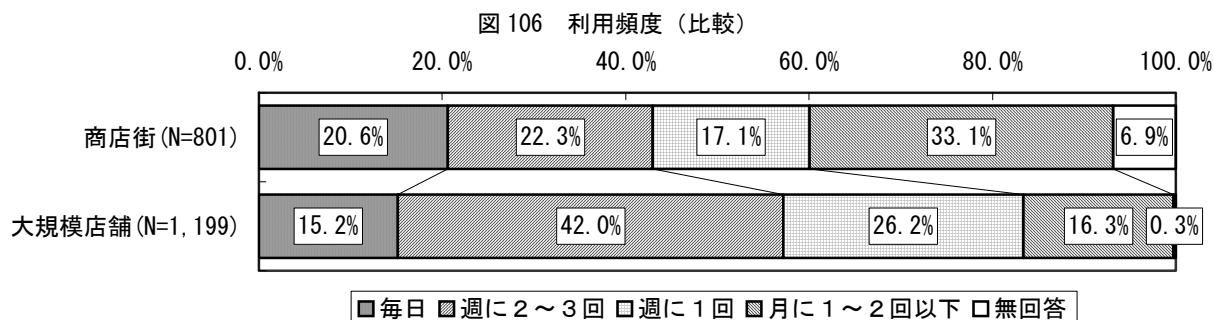
※大規模店舗調査には「利用していない」の選択肢はなし

1-2 利用頻度

利用頻度について比較してみると、商店街では「月に1～2回以下」、大規模店舗では「週に2～3回」がそれぞれ最も多くなっている。商店街では「毎日」が20.6%と、大規模店舗（15.2%）に比べて毎日利用する方の割合がやや高くなっている。

ここで郵送調査における年齢別一般商店と大型店等の使い分け（図56）を見てみると、ほとんどの年代では大型店を普段利用しているが、70代以上については普段一般商店を利用するまたは使い分けていると回答した割合が高い。このことを併せて推察すると、多くの年代の消費者は、大型店を普段利用し週に2～3回まとめ買いするケースが多いものの、70代以上の消費者については大型店を普段利用せず、商店街を毎日利用しているからと考えられる。

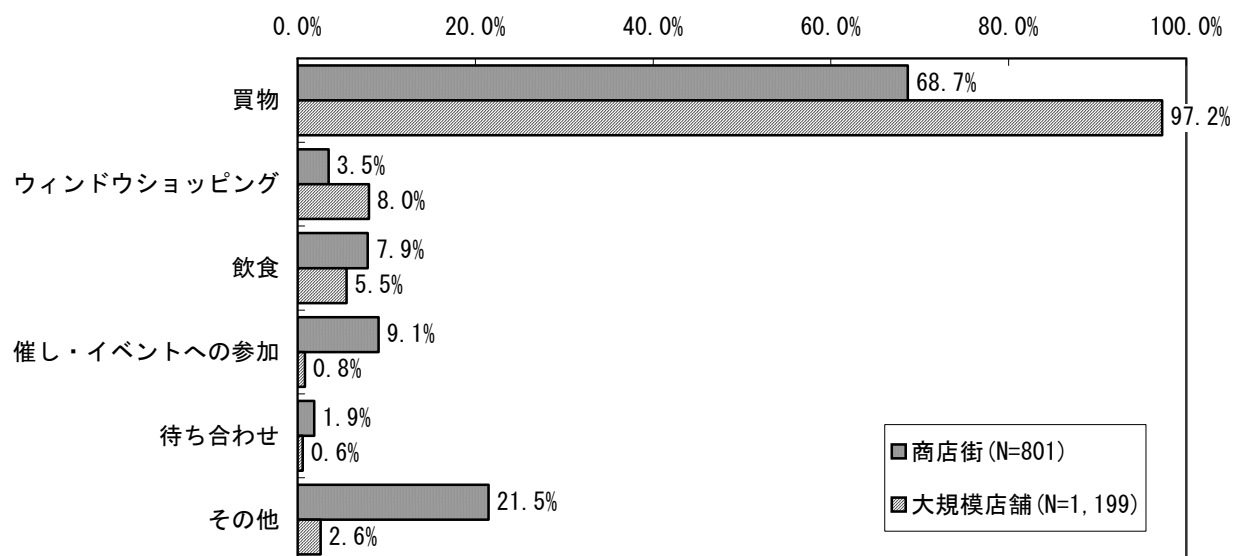
また、この要因としては、大型店は郊外に立地していることが多く、自動車を利用できず多くの荷物を持たない70代以上の消費者が公共交通機関等を利用し、まちなかにある商店街を普段利用していることが考えられる。



1-3 利用目的

利用目的について比較してみると、大規模店舗では「買物」がほぼ100%近くを占めているが、商店街では「買物」は7割弱にとどまっており、「その他」が2割以上を占めている。

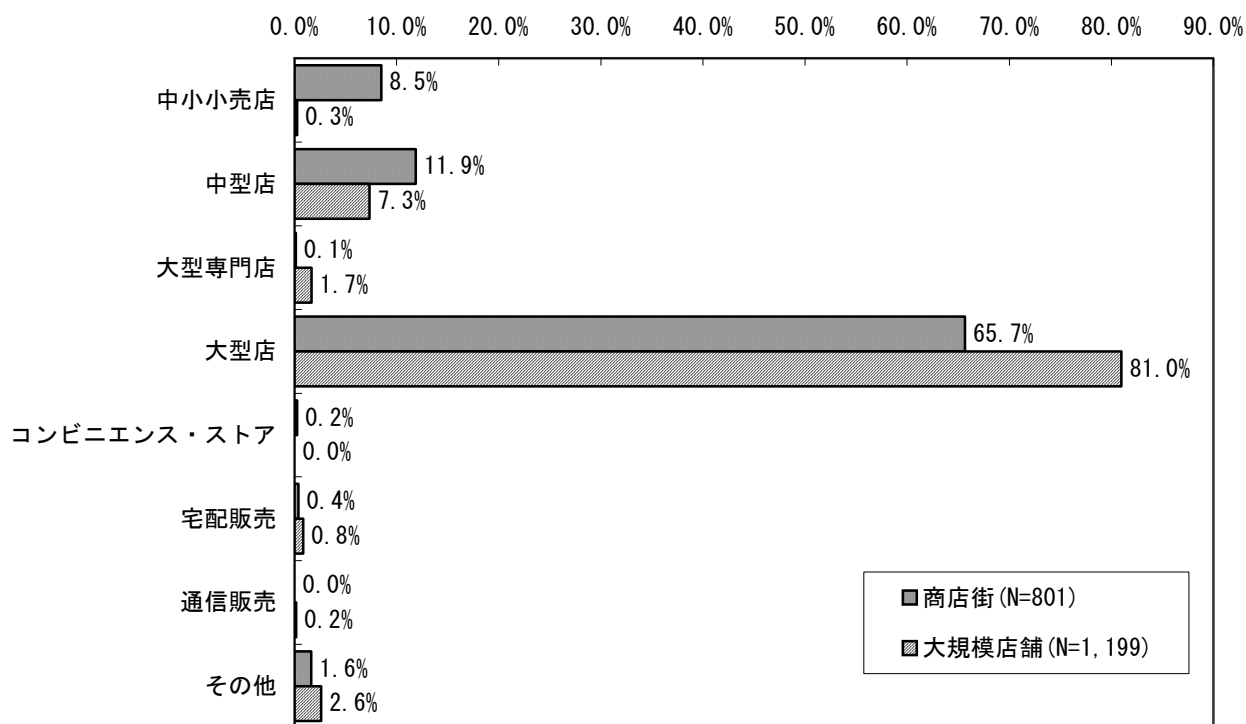
図 107 利用目的（比較）



2 普段買物をする場所

普段買物をする場所について比較してみると、「大型店」は大規模店舗では8割、商店街調査でも6割以上となっている。一方、「中小小売店」は商店街では8.5%とある程度を占めているが、大規模店舗では0.3%とほとんどみられない。

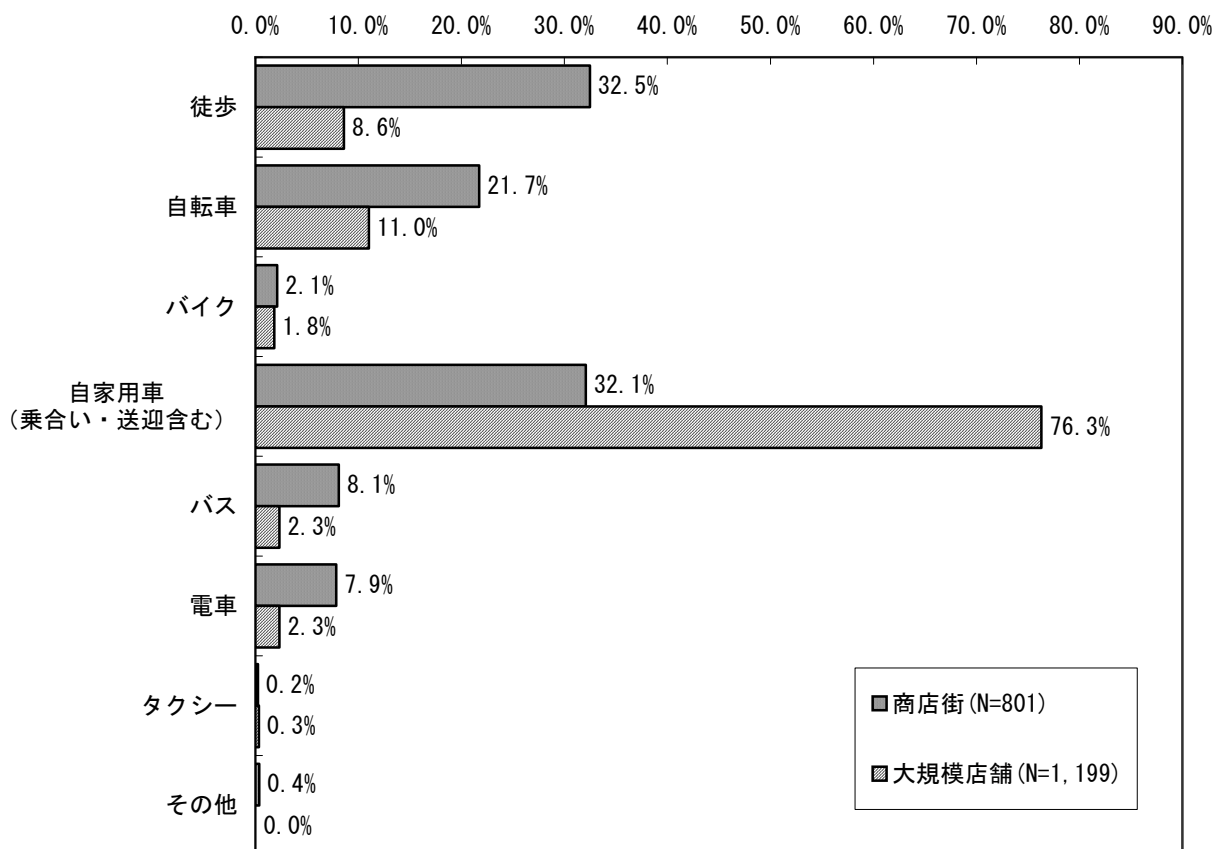
図 108 普段買物をする場所（比較）



3 利用交通手段

利用交通手段について比較してみると、商店街では「徒歩」と「自家用車（乗合い・送迎含む）」が共に3割強とほぼ同程度なのに対して、大規模店舗では「自家用車（乗合い・送迎含む）」が7割を超えており、大部分が車の利用となっている。

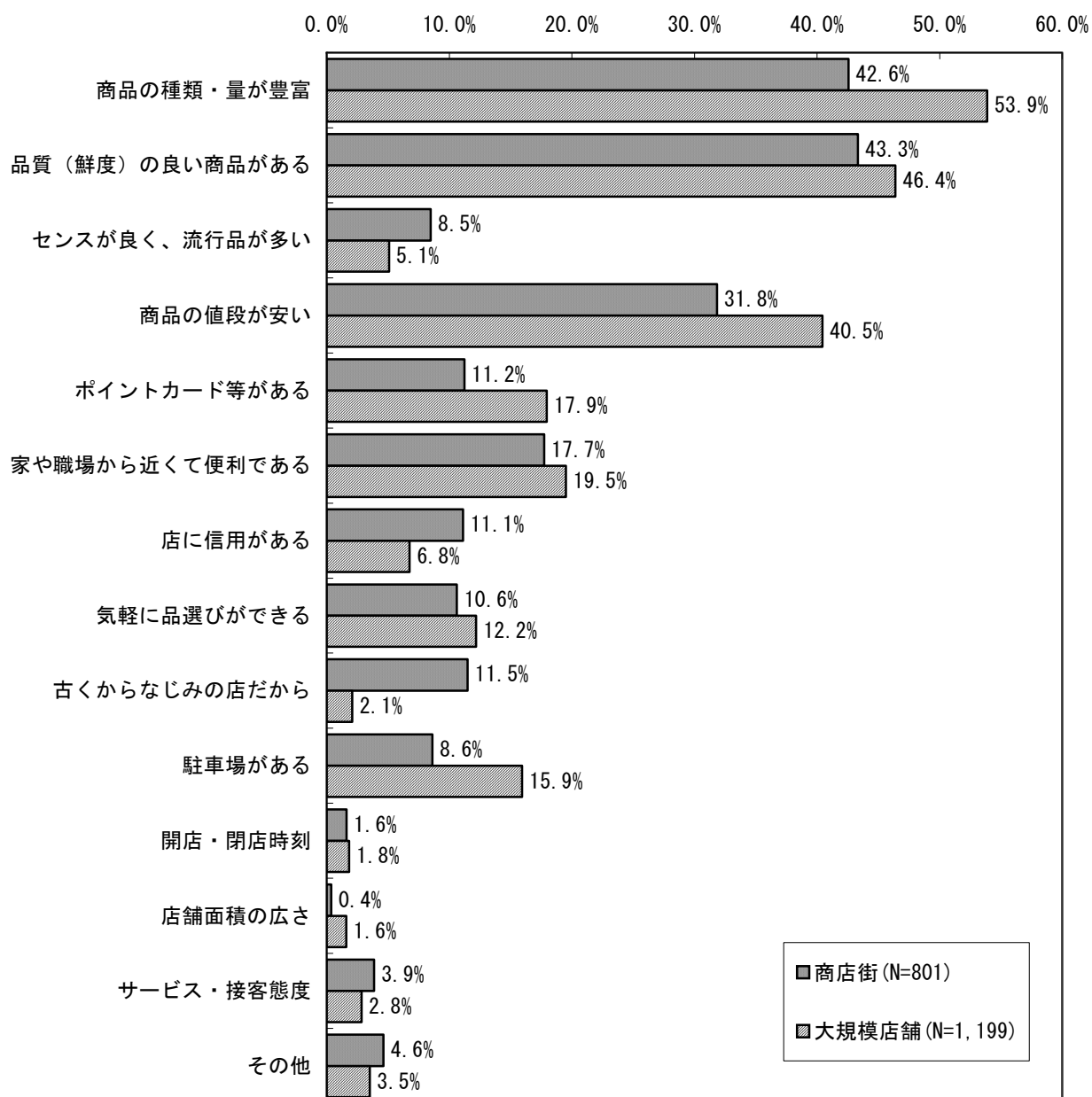
図 109 利用交通手段（比較）



4 買物で重視すること

買物で重視することについて比較してみると、大規模店舗が商店街より多い項目は「商品の種類・量が豊富」(11.3ポイント差)、「商品の値段が安い」(8.7ポイント差)、「駐車場がある」(7.3ポイント差)などとなっている。一方、商店街が大規模店舗より多い項目は「古くからなじみの店だから」(9.4ポイント差)、「店に信用がある」(4.3ポイント差)などとなっている。

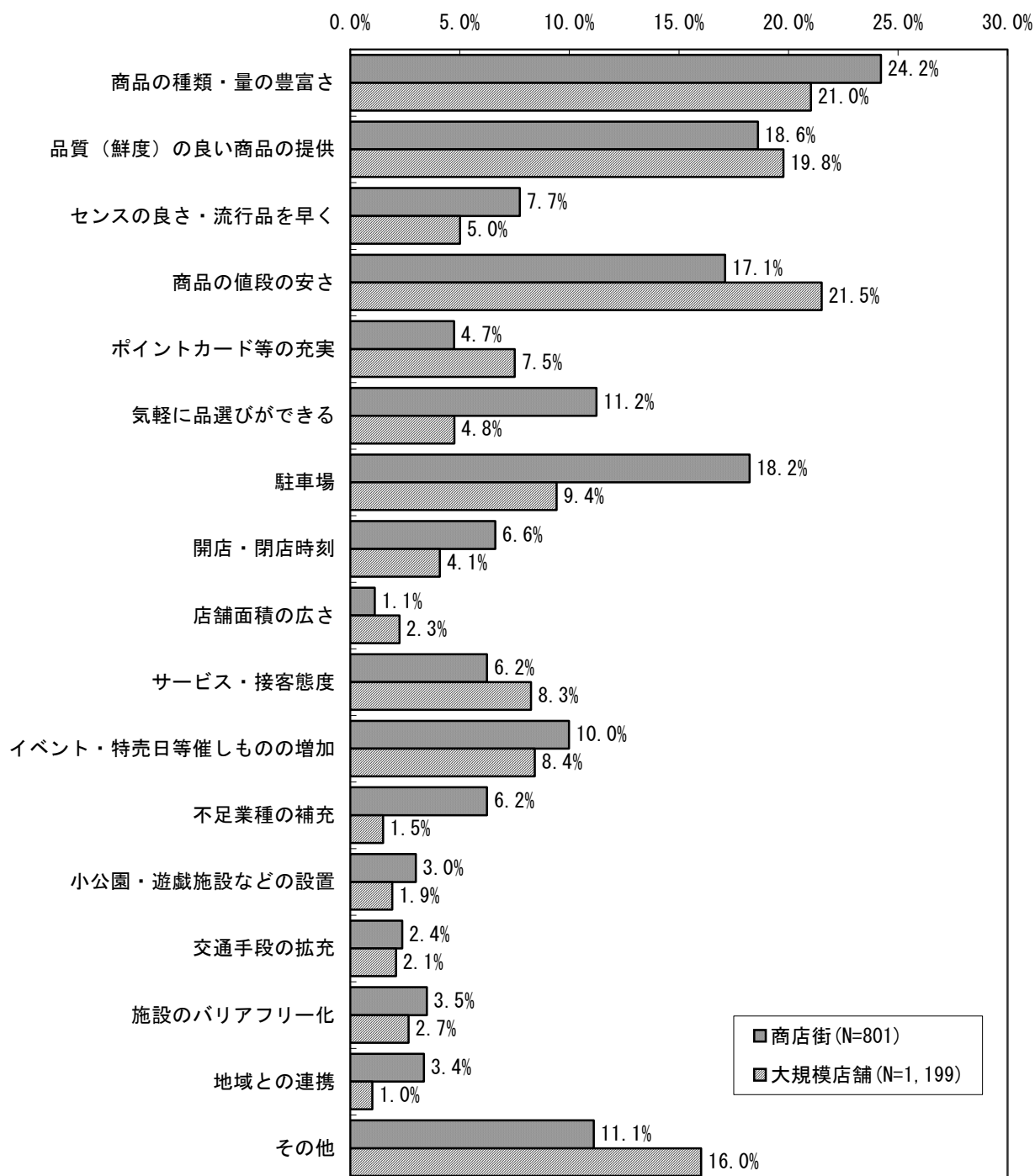
図 110 買物で重視すること (比較)



5 商店街／大規模店舗に希望すること

商店街および大規模店舗に希望することについて比較してみると、「駐車場」では商店街が大規模店舗の約2倍となっている他、「気軽に品選びができる」「商品の種類・量の豊富さ」などで商店街が大規模店舗より多くなっている。一方、「商品の値段の安さ」「ポイントカード等の充実」などでは大規模店舗が商店街よりも多くなっている。

図111 商店街／大規模店舗に希望すること（比較）



Ⅵ. 買物傾向調査の結果を受けての三重県の商業振興施策

1 調査結果

三重県内の中心市街地にある商店街には、商店数が減少し、空き店舗の増加によってシャッター通りとなっているものも少なくない。このように中小小売業の弱体化が進むなか、魅力ある商店街づくりや地域商業機能の維持・確保を図るための「商業振興施策」を、的確に推進する基礎的資料とするため買物傾向調査を実施した。

この調査において店舗の種類を調査したところ、購入品目によって異なるものの、大半の品目において大型店や大型専門店で購入する傾向が見受けられた。また、一般商店を訪れる頻度を見ると「めったに行かない」が多く、次いで「月に2日から3日程度」と消費者が一般商店を訪れる頻度が少ないことから、一般商店にとって非常に厳しい状況が明らかとなった。

また、三重県が平成13年に実施した「買物傾向調査（商圈調査）」では、通信販売を利用して商品を購入する割合は非常に少なかったものの、今回調査では楽器・CD、書籍・文具を中心に利用する割合が増えており、消費行動の多様化が見られた。

このように消費者の商店街離れや消費行動の多様化による商店街を取り巻く環境の厳しさが見受けられるなか、商店街への要望や県の商業施策に対する意見を聞いたところ、高齢者と若者が同時に楽しめる場、心のふれあいの場としての商店街を求める声や、街を明るく照らす防犯対策としての商店街を希望する声、大型量販店にはない個性的で独自の店舗構成を求める声など、多数の、商店街活性化にむけた対策を望む声が聞かれた。

2 調査結果を受けた今後の商業振興への考え方

●地域コミュニティの担い手としての商店街機能

今回調査で明らかになったように、商店街に対して物を買う場としてだけでなく、交流の場としての商店街を望む声が多く聞かれた。少子高齢化が進むなか、商店街が「地域コミュニティの担い手」として地域住民のニーズに即した生活の利便を高める試みを支援し、地域と一体となったコミュニティづくりを推進していくことが、商店街活性化へとつながると考えられる。

●多様な消費者ニーズに応える商店街

また、消費者行動の多様化や商品に対する要望水準が高くなってきているなか、商店街には量販店にはない独自の商品や、きめ細やかなサービスの提供を希望してきている一面が明らかになった。

近年、大型店で購入するという消費形態の比率が高まり、さらに通信販売や宅配といった多様な選択肢が提供されてきていることも明らかになったが、そうした中であっても商店街に対する地域住民の期待は根強いものがある。消費行動の多様性の確保や、大手企業の経営戦略のみに左右されることのない生活の安全性の確保の点においても、商店街の存在の重要性は見過ごすことができない。

そのため、それぞれの商店には、消費者の多様な要求に応えられるよう、消費者行動・ニーズの把握、分析を行い、顧客一人ひとりにあわせたサービスの提供がより一層求められている。商店街としては所属する商店の特徴や、来街者のニーズをとらえ、商店街一体となった顧客獲得に向けた取組や、消費者に向けた商店・商店街の魅力の発信、来街者が安心して買物できる環境づくりに取り組む必要があると考えられる。

これらの取り組みに対し、市町はそれぞれの地域のそれぞれ商店街の特徴にあわせた独自の集客事業への支援や経営支援を行うことが重要であると考えます。そして県は、このような商店街の活性化にむけた取組を行う市町を支援し、また、県内各商店街の要望を把握をしたうえで、商店街による新たな取組の誘発を行う。

VII. 資料編

使用した調査票

- ・ 郵送調査調査票
- ・ 街頭調査調査票（商店街編、大規模店舗編）

お買物しらべ

三重県農水商工部商工振興室

TEL:059-224-2451

この調査は、皆様の日頃のお買物についてのご意見をお聞きして、魅力ある商店街づくりなど、商業の振興を図るための基礎資料とするものです。お忙しいところ恐縮ですが、よろしく願いいたします。

なお、この調査票は、統計資料として使用するものであり、それ以外の目的に使用することはありません。

また、ご回答は、【回答欄】に番号で記入していただきますようお願いいたします。

【質問】	【選択内容】	【回答欄】
ご住所は	3ページの【市町名】の中から選んでください。	
主に生計を維持されている方の職業は	①農林水産業 ②個人経営者 ③法人経営者 ④サラリーマン ⑤その他	
主に生計を維持されている方の年齢は	①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上	
ご家族は	①1人 ②2人 ③3人 ④4人 ⑤5人以上	
家族の中で働いている方は	①1人 ②2人 ③3人以上 ④0人	

1) あなたは、次の商品を買うとき、どういう理由でお店を選びますか。

もっともあてはまる理由をそれぞれ2つまで選んで【回答欄】に番号を記入してください。

【商品名】	【回答欄】
食料品・日用品雑貨	
実用衣料(下着、靴下など)	
高級衣料(スーツ、礼服など)	
時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属	
スポーツ・レジャー用品	
家庭電化製品	

- ① 商品の種類・量が豊富
- ② 品質(鮮度)の良い商品がある
- ③ センスが良く、流行品が多い
- ④ 商品の値段が安い
- ⑤ ポイントカード等をもっている
- ⑥ 家や職場から近くて便利である
- ⑦ 店に信用がある
- ⑧ 気軽に品選びができる
- ⑨ 古くからなじみの店だから
- ⑩ 駐車場がある
- ⑪ その他 ()

2) 次の商品を買われる場合、主に【どこで】、【どんなお店で】お買いになりますか。

【どこで】の欄には、3ページの【市町名】の中から、【どんなお店で】の欄には、3ページの【店舗の種類】の中から、それぞれ1つだけ選んで番号を記入してください。

(記入例)

【商品】	【どこで】	【どんなお店で】	
家具・寝具・インテリア用品	1 1	③	津市の大型店で買う場合
くつ・かばん	3 4	⑦	通信販売で買う場合

【商品】	【どこで】	【どんなお店で】
生鮮食料品（野菜・果実・鮮魚・卵など）		
その他食料品（生鮮食料品を除く）		
日用品雑貨（園芸用品・日曜大工用品も含む）		
医薬品・化粧品（健康食品も含む）		
実用衣料（シャツ・肌着・くつ下などの日常的な衣料）		
高級衣料（外出着・着物・スーツ・礼服など）		
くつ・かばん		
家具・寝具・インテリア用品		
時計・メガネ・カメラ		
服飾品・宝石・貴金属		
スポーツ・レジャー用品		
書籍・文具		
楽器・CD		
玩具・TVゲーム		
家庭電化製品		
情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）		
贈答品		

【市町名】

〔県内でお買物をする場合〕

- | | | | |
|---------|--------|--------|--------|
| 1 桑名市 | 2 いなべ市 | 3 木曾岬町 | 4 東員町 |
| 5 四日市市 | 6 菰野町 | 7 朝日町 | 8 川越町 |
| 9 鈴鹿市 | 10 亀山市 | 11 津市 | 12 松阪市 |
| 13 多気町 | 14 明和町 | 15 大台町 | 16 伊勢市 |
| 17 鳥羽市 | 18 志摩市 | 19 玉城町 | 20 度会町 |
| 21 南伊勢町 | 22 大紀町 | 23 伊賀市 | 24 名張市 |
| 25 尾鷲市 | 26 紀北町 | 27 熊野市 | 28 御浜町 |
| 29 紀宝町 | | | |

〔県外・その他で買物をする場合〕

- | | | | |
|--------------------|--------|----------|-----------|
| 30 名古屋市 | 31 大阪市 | 32 新宮市 | 33 その他の地域 |
| 34 非該当（通信販売・訪問販売等） | | 35 買物しない | |

【店舗の種類】

- ① 中小小売店・・・一般商店（店舗面積300㎡未満のもの）
- ② 中型店・・・中型のスーパーマーケット
- ③ 大型専門店・・・家電専門店等の単体大型専門店
- ④ 大型店・・・大型のスーパーマーケット、ショッピングセンター、百貨店
（店舗面積1,000㎡超のもの）
- ⑤ コンビニエンス・ストア
- ⑥ 宅配販売（食料品等の生活必需品の宅配販売）
- ⑦ 通信販売（本・CD・カメラ・衣料品等の、趣味・嗜好品の通信販売）
- ⑧ その他（訪問販売・移動販売ほか）

※ ⑥の宅配販売、⑦の通信販売等及び⑧のその他で買う場合の【どこで】の欄への記入は34（非該当）と記入してください。

3) 買い物全般について、一般商店と大型店等をどのように使い分けていますか。次の中から当てはまるものを**1つ選んで**【回答欄】に番号を記入してください。

- ①ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない
- ②普段は大型店等を利用し、不足品などは近くの一般商店を利用する
- ③商品によって大型店等と一般商店とを使い分けている
- ④休日などは大型店等を利用するが、普段は一般商店を利用している
- ⑤めったに大型店等は利用せず、ほとんど一般商店を利用する
- ⑥普段は宅配・通信販売を利用し、不足品などは近くの一般商店・大型店を利用している
- ⑦その他（具体的に_____）

【回答欄】

4) あなたは一ヶ月の間に一般商店へどの程度訪れますか。次の中から当てはまるものを**1つ選んで**【回答欄】に番号を記入してください。

- ① 毎日
- ② 週に4日から6日程度
- ③ 週に2日から3日程度
- ④ 週に1日程度
- ⑤ 月に2日から3日程度
- ⑥ めったに一般商店には行かない

【回答欄】

5) あなたの近くの商店街で改善・充実して欲しいことがあれば、**3つまで選んで**【回答欄】に番号を記入してください。

- ①商品の種類・量の豊富さ
- ②品質（鮮度）の良い商品の提供
- ③センスの良さ・流行品を早く
- ④商品の値段の安さ
- ⑤ポイントカード等の充実
- ⑥気軽に品選びができる
- ⑦駐車場
- ⑧開店・閉店時刻
- ⑨店舗面積の広さ
- ⑩サービス・接客態度
- ⑪イベント・特売日等催しものの増加
- ⑫不足業種の補充
- ⑬小公園・遊戯施設などの設置
- ⑭交通手段の拡充
- ⑮施設のバリアフリー化
- ⑯地域との連携
- ⑰その他（具体的に_____）

【回答欄】

--	--	--

6) その他、中心市街地商業（商店街）の活性化等、県の商業施策に対して、ご意見がございましたら、お聞かせください。

[_____]

～調査にご協力いただき、誠にありがとうございました。～

お買物しらべ(商店街編)

三重県農水商工部商工振興室

TEL:059-224-2451

この調査は、皆様の日頃のお買物についてのご意見をお聞きして、魅力ある商店街づくりなど、商業の振興を図るための基礎資料とするものです。お忙しいところ恐縮ですが、よろしく願いいたします。

なお、この調査票は、統計資料として使用するものであり、それ以外の目的に使用することはありません。

また、ご回答は、【回答欄】に番号で記入していただきますようお願いいたします。

問1 あなたの性別

①男性 ②女性

問2 あなたの年齢は。

①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代 ⑦70代以上

問3 どこから来られましたか。(例:〇〇市〇〇町、〇〇郡〇〇町)

〔 〕

問4 最近1年以内でこの商店街を利用した日はいつが多いですか。

①平日 ②土日祝祭日 ③利用していない

問5 どのくらいの頻度で利用されますか。

①毎日 ②週に2~3回 ③週に1回 ④月に1~2回以下

問6 何を目的に来られましたか。(複数回答可)

①買い物 ②ウィンドウショッピング ③飲食 ④催し・イベントへの参加
⑥待ち合わせ ⑦その他()

問6で、①買い物 とお答えされた方にお尋ねします。

問7 何を買いに来ましたか。(複数回答可)

①生鮮食料品 ②その他食料品(生鮮食料品を除く) ③日用品雑貨 ④医薬品・化粧品
⑤実用衣料 ⑥高級衣料 ⑦くつ・かばん ⑧家具・寝具・インテリア用品
⑨時計・メガネ・カメラ ⑩服飾品・宝石・貴金属 ⑪スポーツ・レジャー用品 ⑫書籍・文具
⑬楽器・CD ⑭玩具・TVゲーム ⑮家庭電化製品 ⑯情報関連機器 ⑰贈答品
⑱その他(具体的に)

裏面へつづく

問8 普段どちらでお買物をしますか。

{ }

問9 今日は主にどんな交通手段を使いましたか。

- | | | | |
|-----|------|-------|-----------------|
| ①徒歩 | ②自転車 | ③バイク | ④自家用車（乗合い・送迎含む） |
| ⑤バス | ⑥電車 | ⑦タクシー | ⑧その他（具体的に ） |

問10 買物をするにあたり、重視する項目を選んでください。（3つまで）

- | | | |
|-------------|-----------------|-----------------|
| ①商品の種類・量が豊富 | ②品質（鮮度）の良い商品がある | ③センスが良く、流行品が多い |
| ④商品の値段が安い | ⑤ポイントカード等がある | ⑥家や職場から近くて便利である |
| ⑦店に信用がある | ⑧気軽に品選びができる | ⑨古くからなじみの店だから |
| ⑩駐車場がある | ⑪開店・閉店時刻 | ⑫店舗面積の広さ |
| ⑬サービス・接客態度 | ⑭その他（ ） | |

問11 商店街にどのような点を改善・充実して欲しいですか。あなたのお考えにもっとも近いものを選んでください。（3つまで）

- | | | |
|--------------|-------------------|----------------|
| ①商品の種類・量の豊富さ | ②品質（鮮度）の良い商品の提供 | ③センスの良さ・流行品を早く |
| ④商品の値段の安さ | ⑤ポイントカード等の充実 | ⑥気軽に品選びができる |
| ⑦駐車場 | ⑧開店・閉店時刻 | ⑨店舗面積の広さ |
| ⑩サービス・接客態度 | ⑪イベント・特売日等催しものの増加 | |
| ⑫不足業種の補充 | ⑬小公園・遊戯施設などの設置 | ⑭交通手段の拡充 |
| ⑮施設のバリアフリー化 | ⑯地域との連携 | ⑰その他（具体的に ） |

問12 本商店街にどんな店舗の業態があればいいと思いますか。（3つまで）

- | | | |
|--------------|-----------|-------------|
| ①生鮮食品 | ②生鮮以外の食品 | ③日用雑貨 |
| ④喫茶・軽食・レストラン | ⑤居酒屋・スナック | ⑥服飾品・時計・メガネ |
| ⑦衣料品 | ⑧家電製品 | ⑨医薬品・化粧品 |
| ⑩文化・レジャー関連施設 | ⑪その他（ ） | |

問13 その他、中心市街地商業（商店街）の活性化等、県の商業施策に対して、ご意見がございましたら、お聞かせください。

{ }

～調査にご協力いただき、誠にありがとうございました～

問7 普段どちらでお買物をしますか。

()

問8 今日は主にどんな交通手段を使いましたか。

①徒歩	②自転車	③バイク	④自家用車（乗合い・送迎含む）
⑤バス	⑥電車	⑦タクシー	⑧その他（具体的に)

問9 買物をするにあたり、重視する項目を選んでください。（3つまで）

①商品の種類・量が豊富	②品質（鮮度）の良い商品がある	③センスが良く、流行品が多い
④商品の値段が安い	⑤ポイントカード等がある	⑥家や職場から近くて便利である
⑦店に信用がある	⑧気軽に品選びができる	⑨古くからなじみの店だから
⑩駐車場がある	⑪開店・閉店時刻	⑫店舗面積の広さ
⑬サービス・接客態度	⑭その他（)	

問10 大型店にどのような点を改善・充実して欲しいですか。あなたのお考えにもっとも近いものを選んでください。（3つまで）

①商品の種類・量の豊富さ	②品質（鮮度）の良い商品の提供	③センスの良さ・流行品を早く
④商品の値段の安さ	⑤ポイントカード等の充実	⑥気軽に品選びができる
⑦駐車場	⑧開店・閉店時刻	⑨店舗面積の広さ
⑩サービス・接客態度	⑪イベント・特売日等催しものの増加	
⑫不足業種の補充	⑬小公園・遊戯施設などの設置	⑭交通手段の拡充
⑮施設のバリアフリー化	⑯地域との連携	⑰その他（具体的に)

問11 その他、中心市街地商業（商店街）の活性化等、県の商業施策に対して、ご意見がございましたら、お聞かせください。

()

～調査にご協力いただき、誠にありがとうございました～

買物調査報告書

平成 23 年 3 月発行

三重県農水商工部商工振興室

〒514-8570 三重県津市広明町13番地

電話 059-224-2451

FAX 059-224-2480