

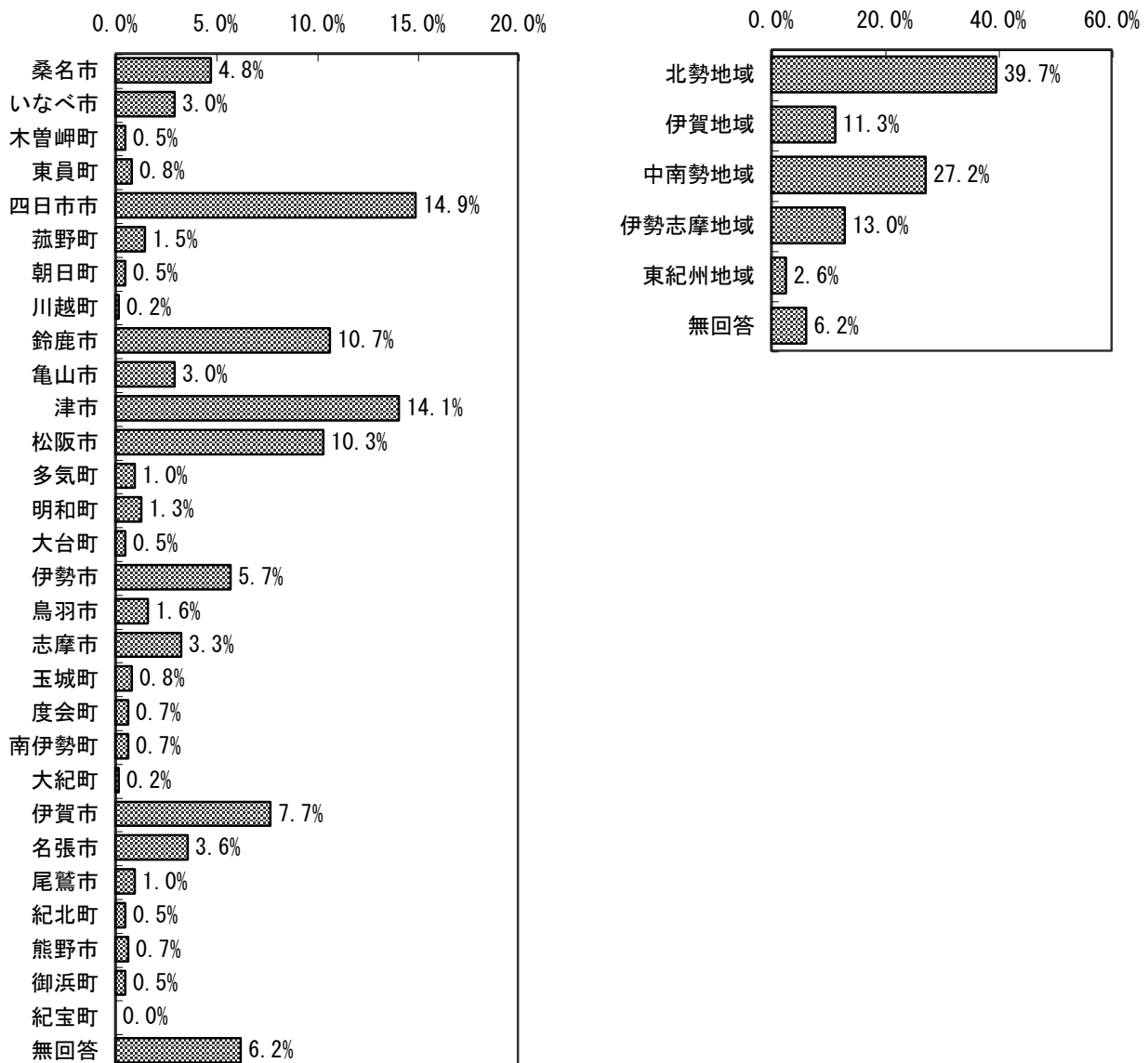
Ⅱ. 郵送調査結果

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。

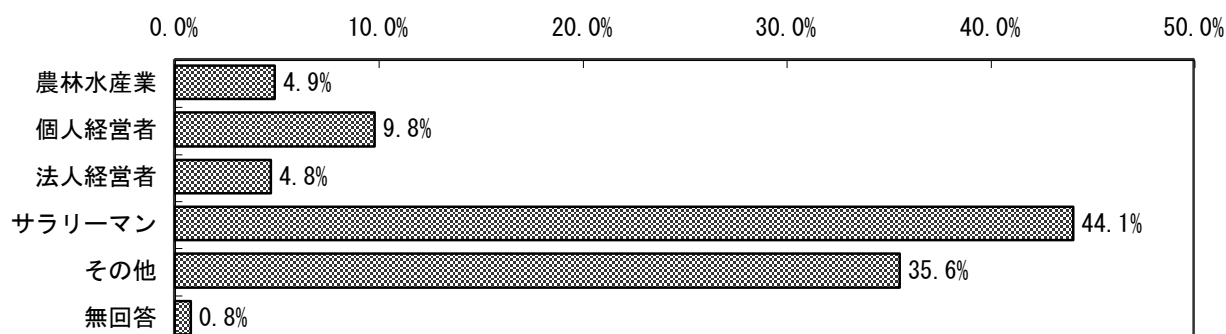
図1 居住地



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。

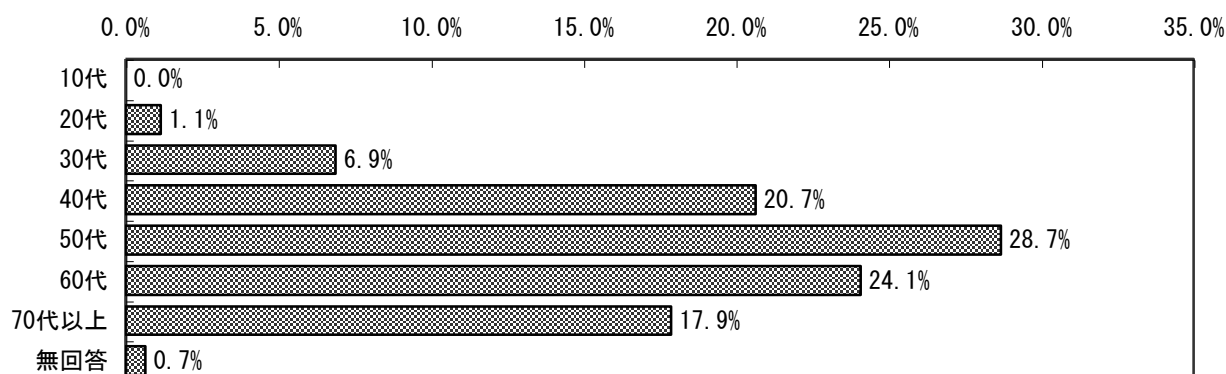
図2 職業



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。

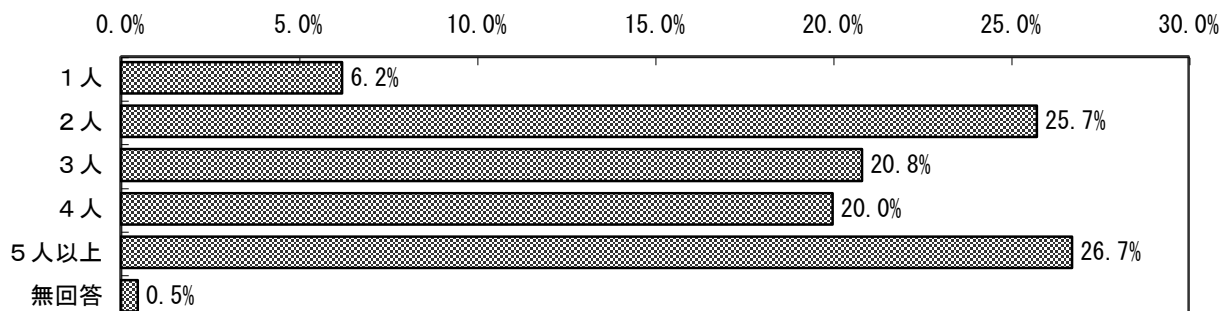
図3 年齢



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。

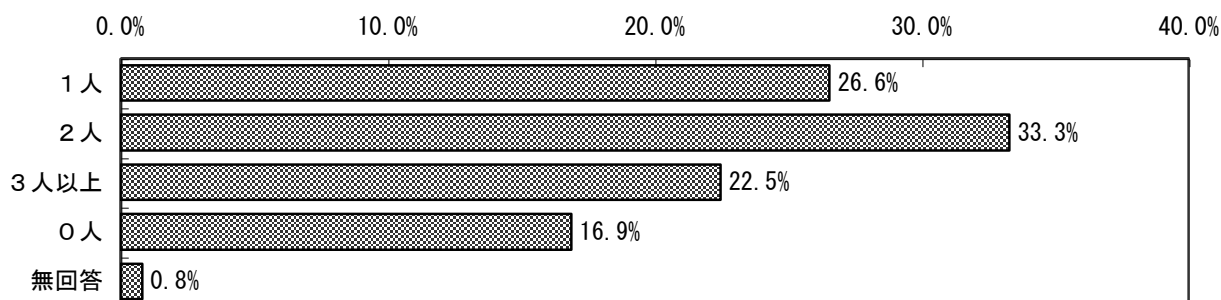
図4 世帯の人数



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

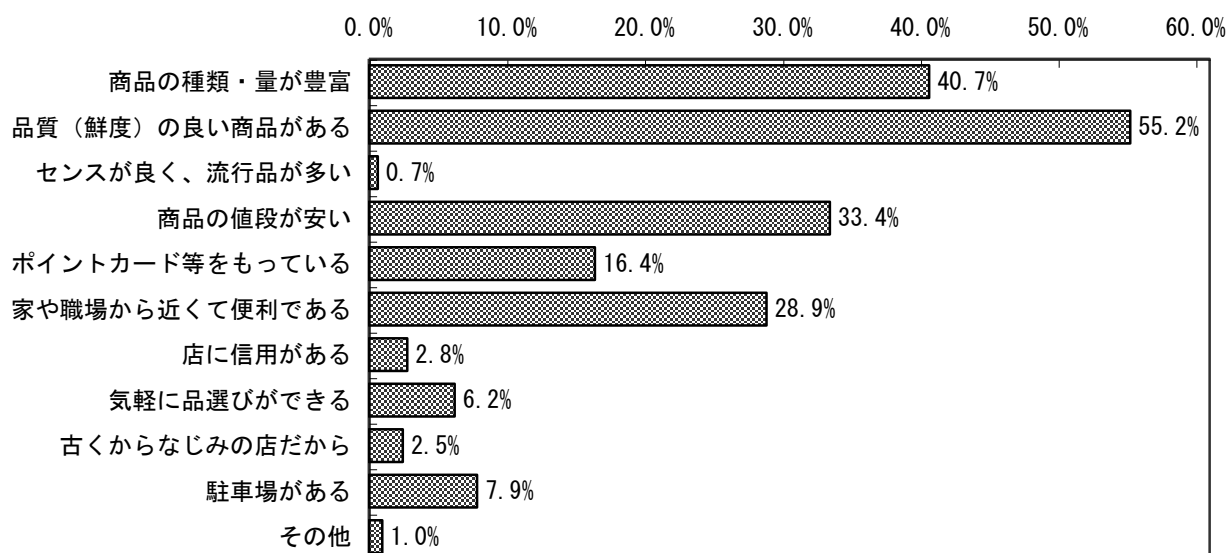


2 店舗選択理由

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）



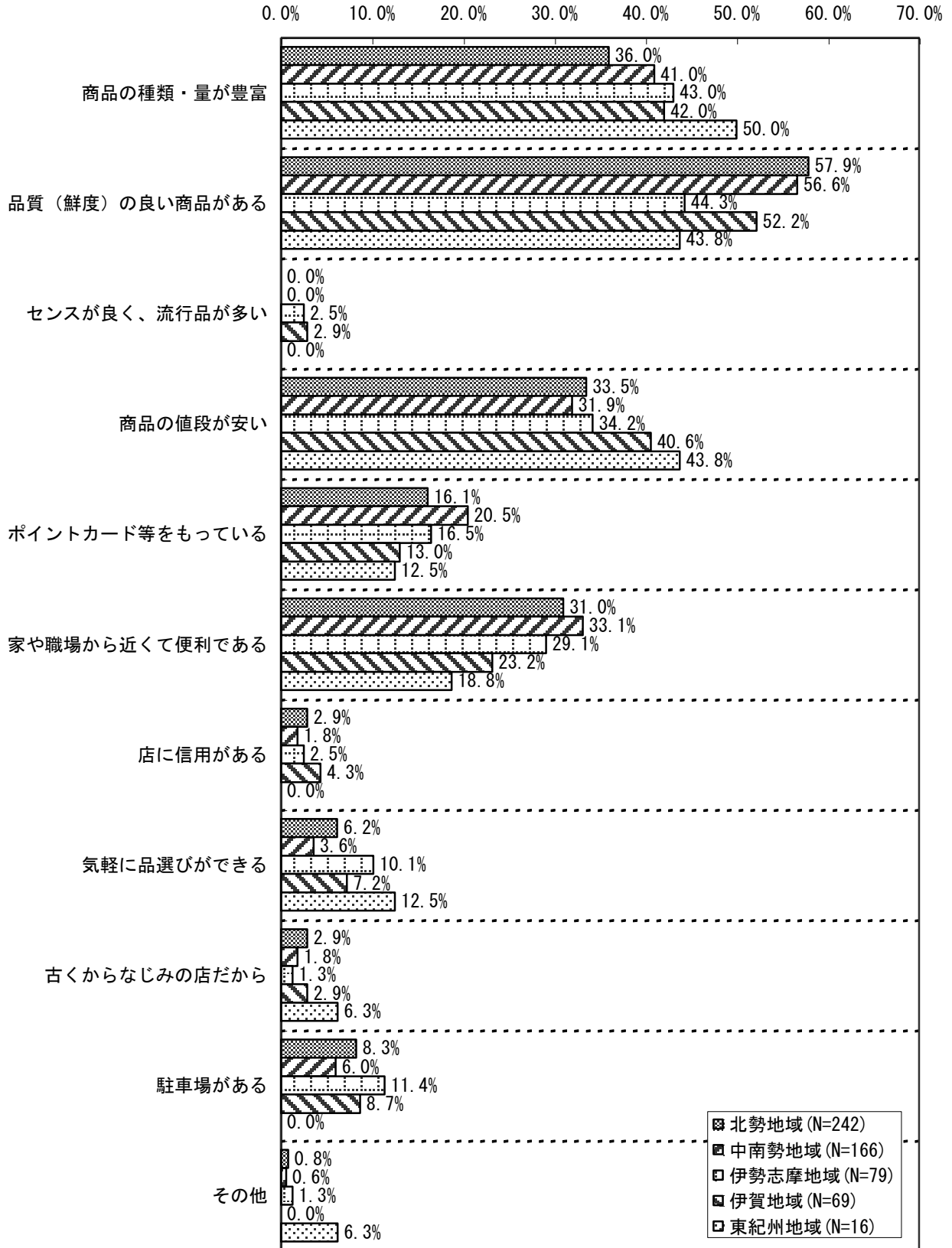
年齢別にみると、20代は「家や職場から近くて便利である」が最も多いが、30代以上では、いずれも「品質（鮮度）の良い商品がある」が最も多くなっている。

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。

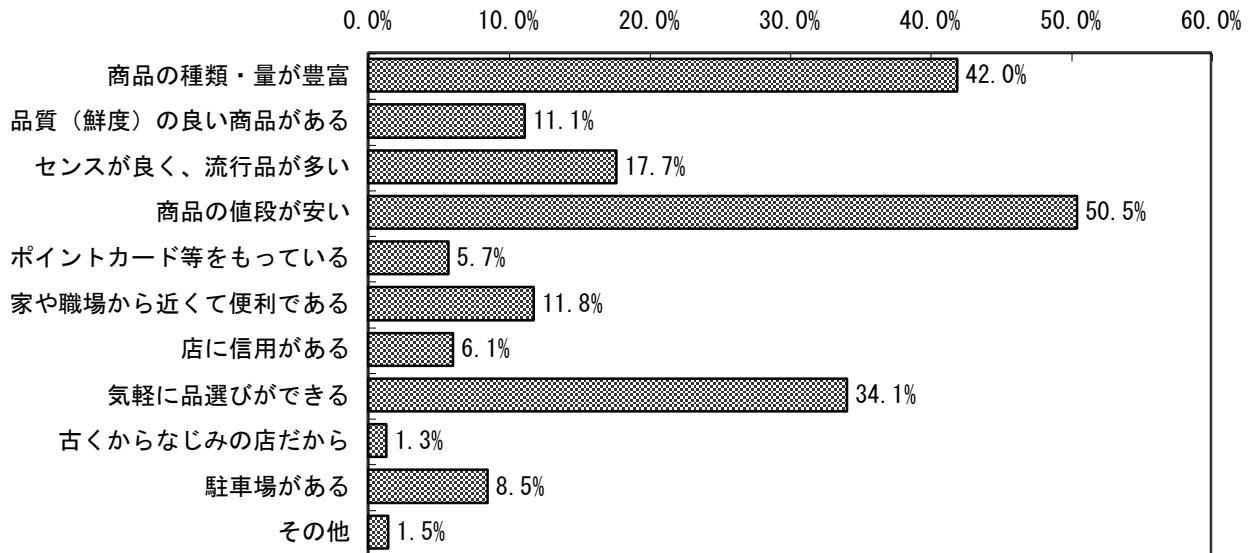
図7 地域別 店舗選択理由（食料品・日用品雑貨）



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。

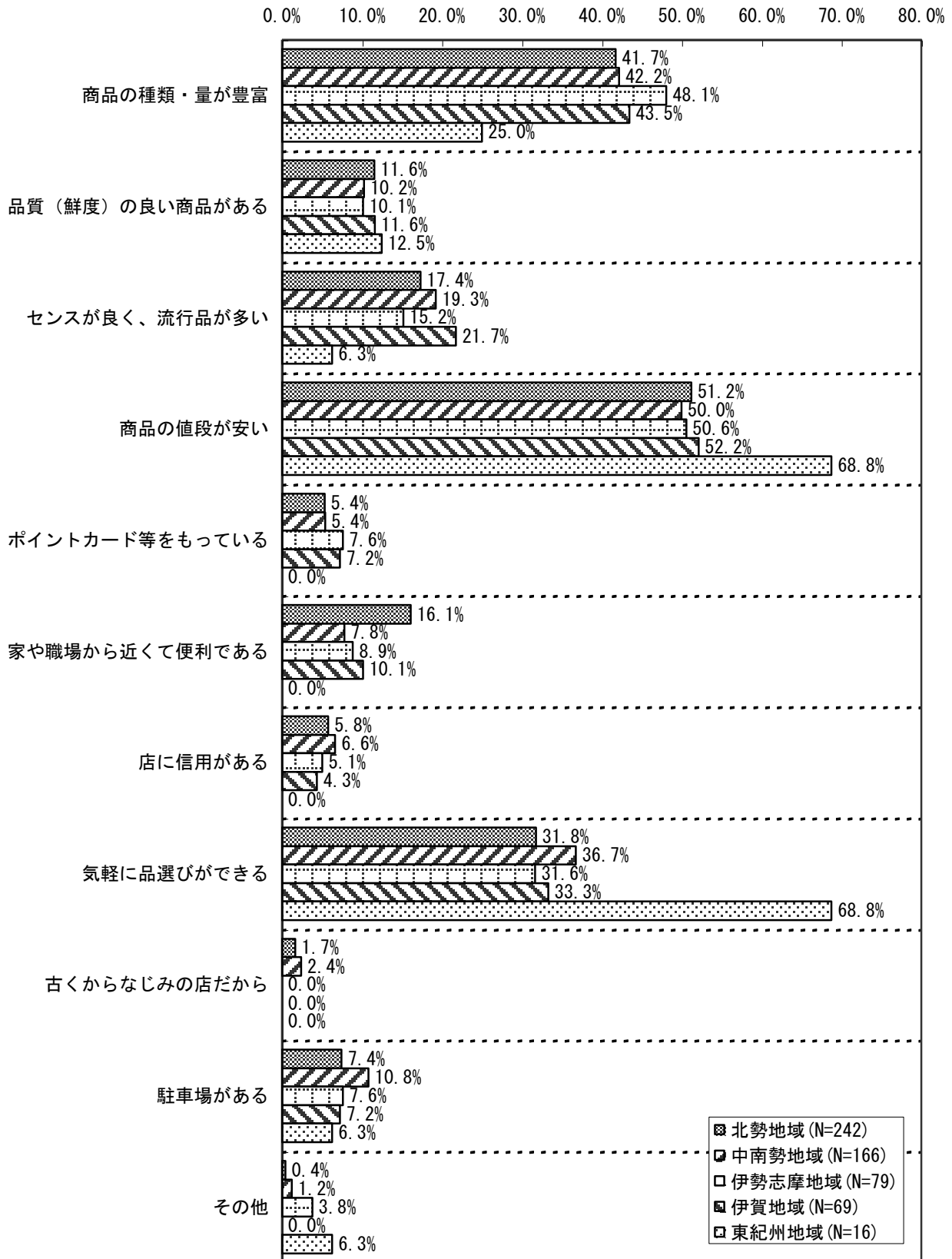
表6 年齢別の店舗選択理由の上位5位（実用衣料）

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

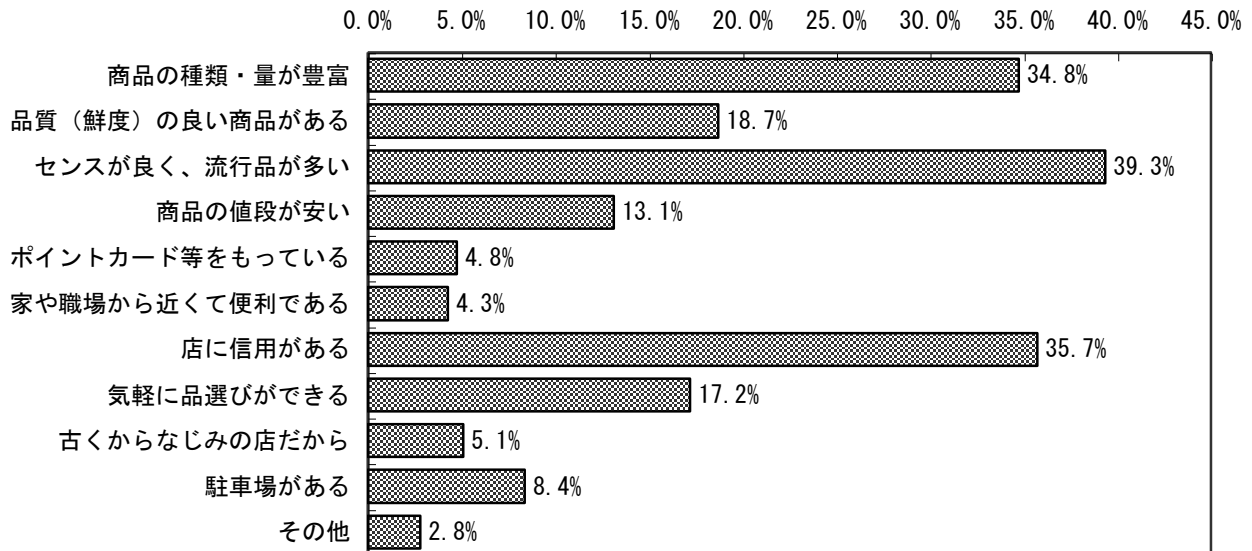
図9 地域別 店舗選択理由（実用衣料）



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)



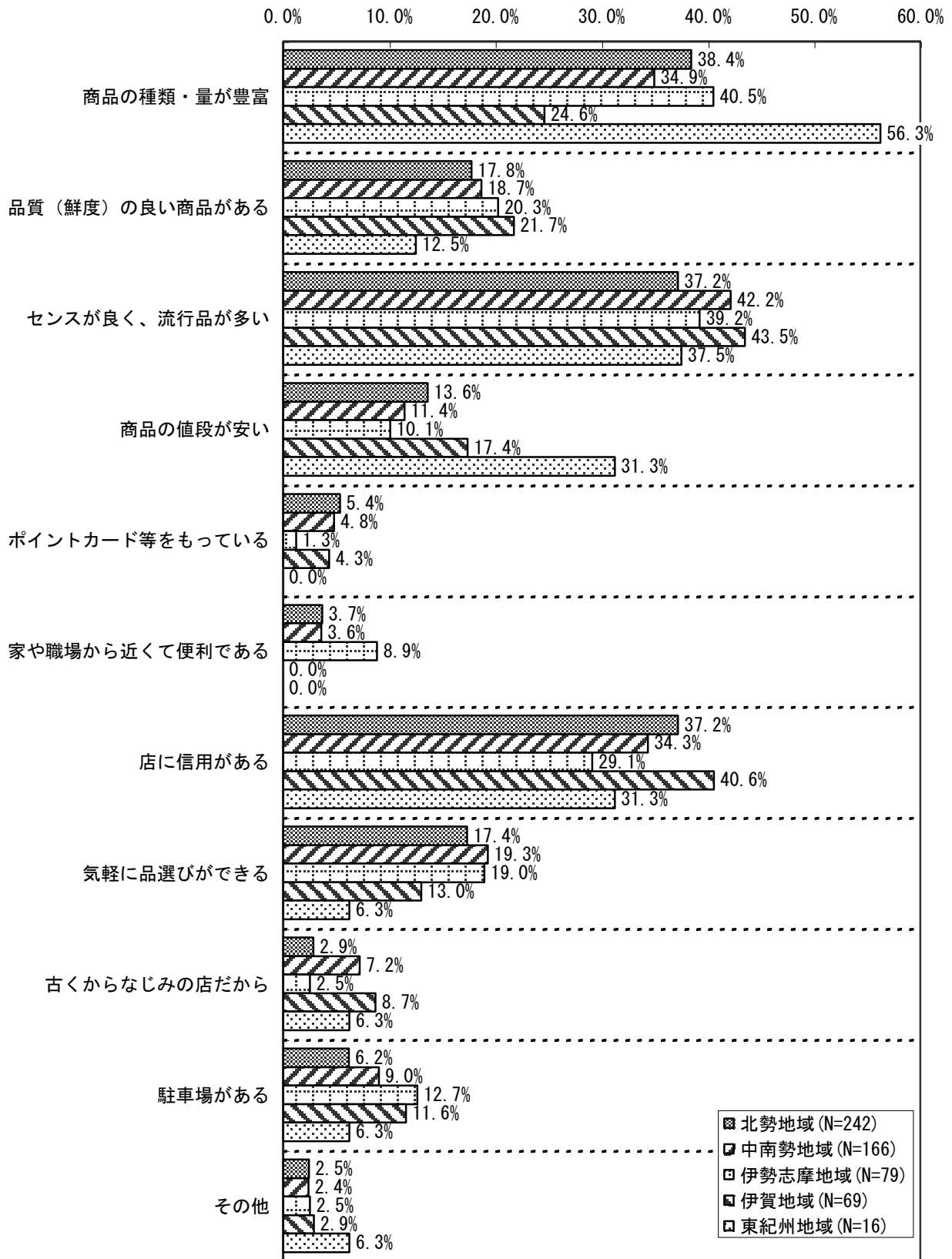
年齢別にみると、いずれの年齢層でも「センスが良く、流行品が多い」が1位、2位を占めており、次いで、豊富さや店の信用といった項目となっており、実用衣料と違い、価格よりもファッション性や店の信用力が重視される傾向がみられ、他の品目との違いとなっている。

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。

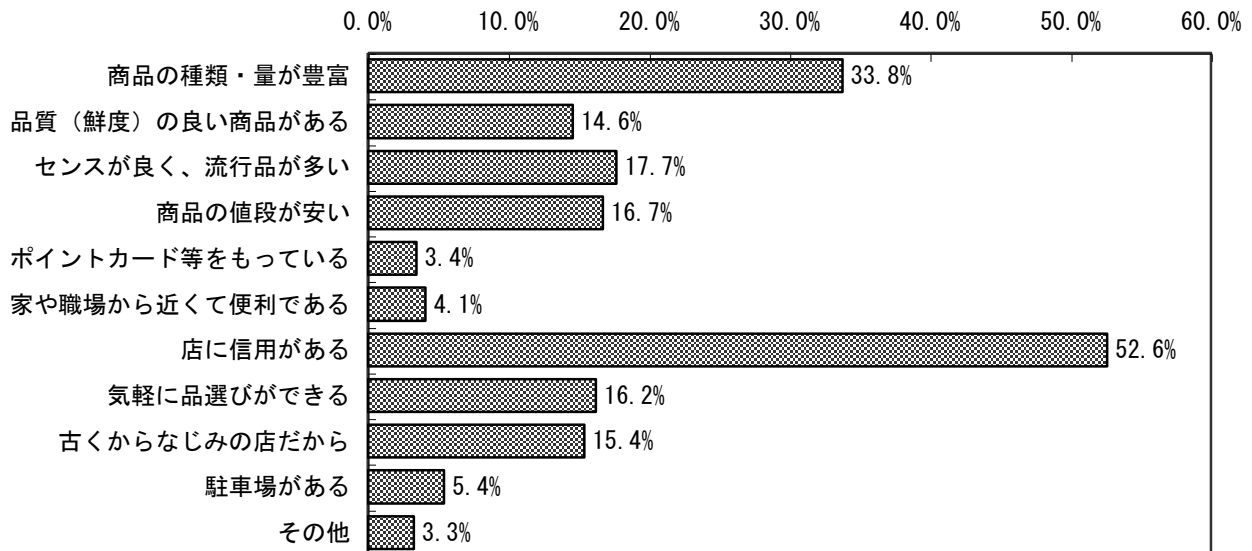
図 11 地域別 店舗選択理由（高級衣料）



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）



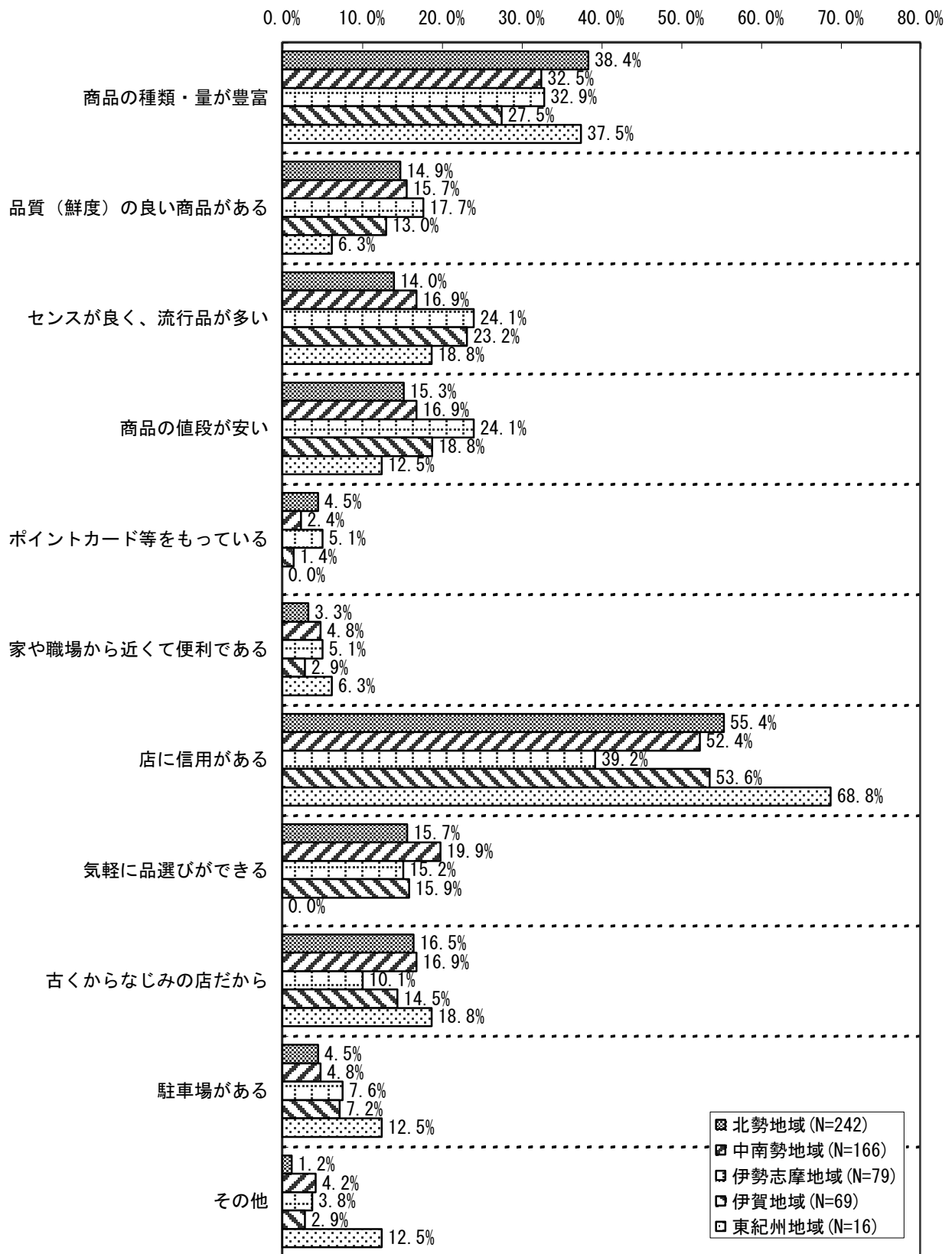
年齢別にみると、「店に信用がある」が40代以上では最も多く、30代でも2位となり、お店の信用力が、店舗選定の理由として重要視されている。また、「古くからなじみの店だから」が70代以上では2位、60代では5位となり、高齢層は昔から利用している店を利用する傾向がみられる。

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	商品の種類・量が豊富	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
	42.9%	38.1%	50.8%	51.4%	57.8%	58.7%
2位	品質（鮮度）の良い商品がある	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	商品の種類・量が豊富	古くからなじみの店だから
	28.6%	38.1%	40.5%	35.4%	37.4%	33.9%
3位	気軽に品選びができる	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	気軽に品選びができる	商品の種類・量が豊富
	28.6%	28.6%	24.6%	20.6%	18.4%	19.3%
4位	商品の種類・量が豊富	品質（鮮度）の良い商品がある	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	商品の値段が安い
	14.3%	23.8%	23.8%	17.1%	15.0%	11.9%
5位	商品の値段が安い	商品の値段が安い	品質（鮮度）の良い商品がある	気軽に品選びができる	古くからなじみの店だから	気軽に品選びができる
	14.3%	21.4%	16.7%	17.1%	15.0%	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。

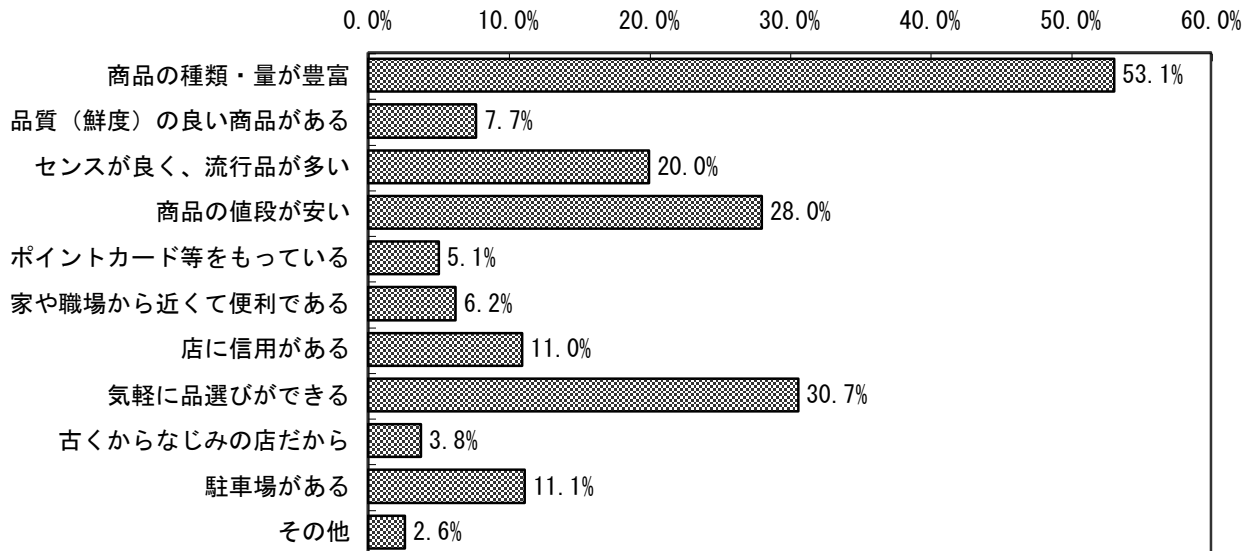
図13 地域別 店舗選択理由（時計・メガネ・カメラ・宝石・貴金属）



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)



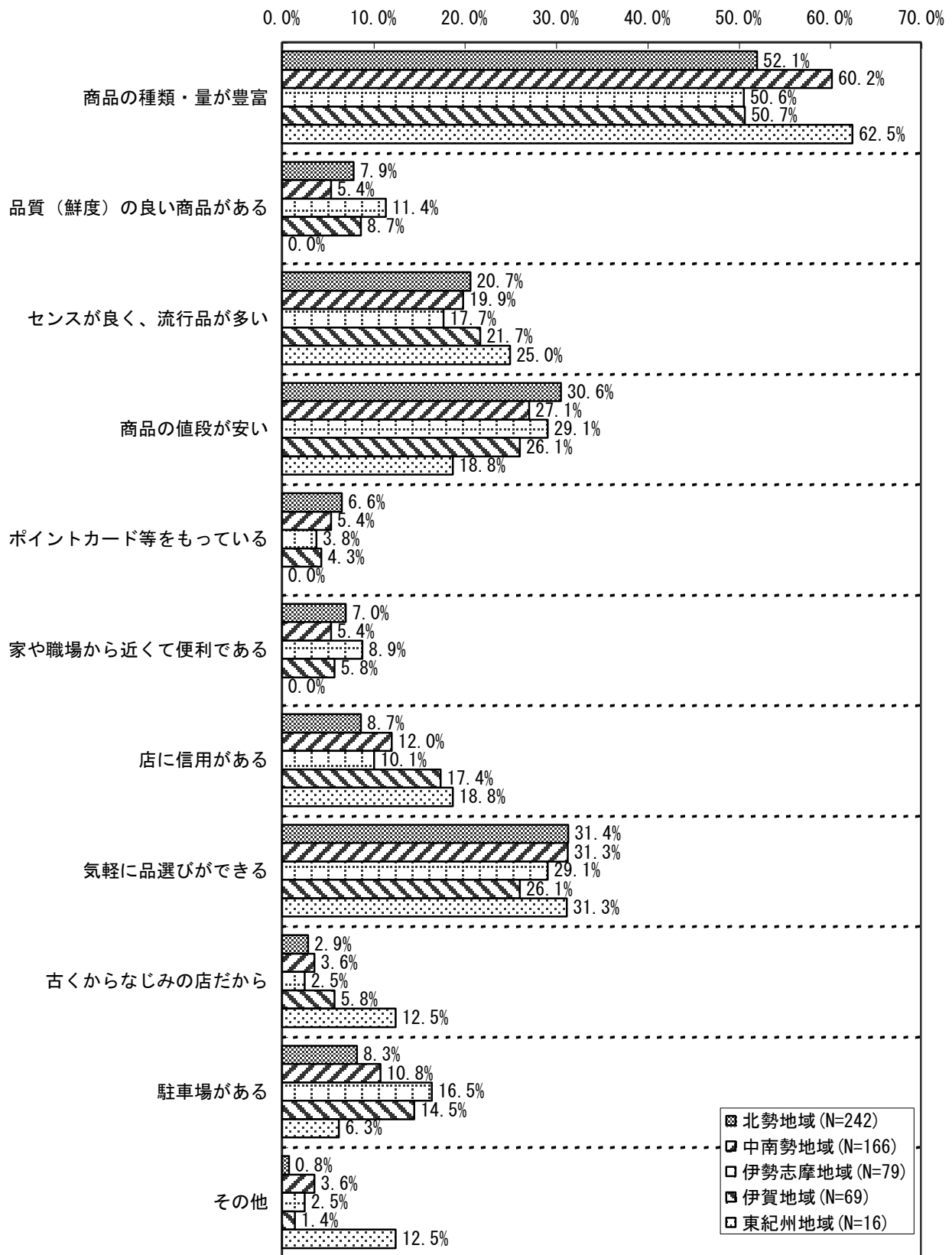
年齢別にみると、いずれの年齢層においても「商品の種類・量が豊富」が最も多くなっている。また、20代以外では「商品の値段が安い」が上位に入っているが、20代では理由として上位5項目には選ばれておらず、20代ではセンスや流行品が多いことを重視する傾向がみられる。

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。

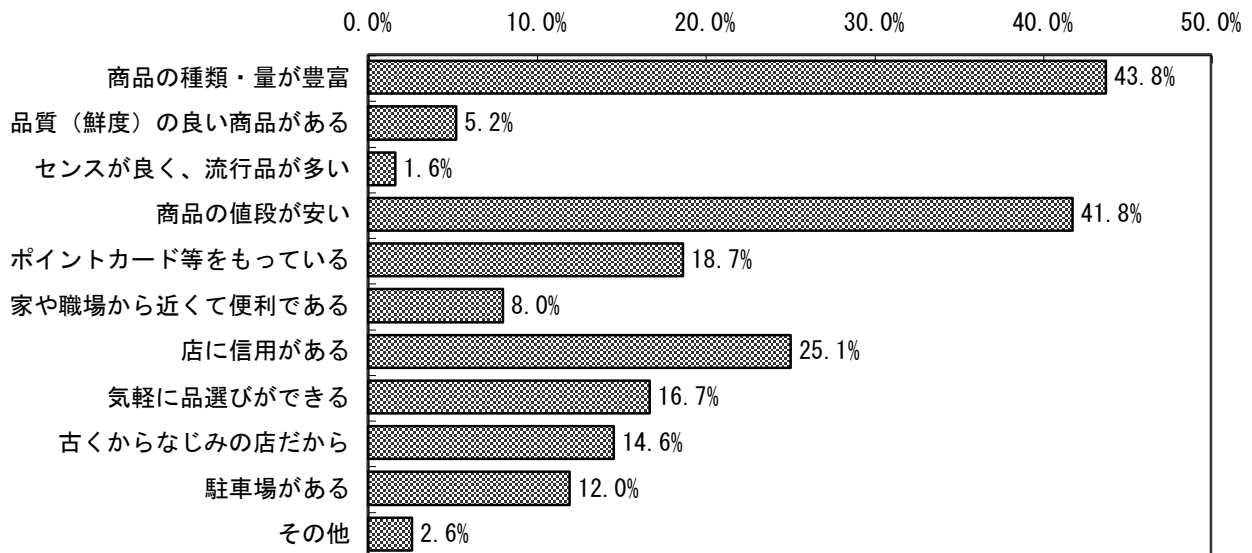
図 15 地域別 店舗選択理由（スポーツ・レジャー用品）



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）



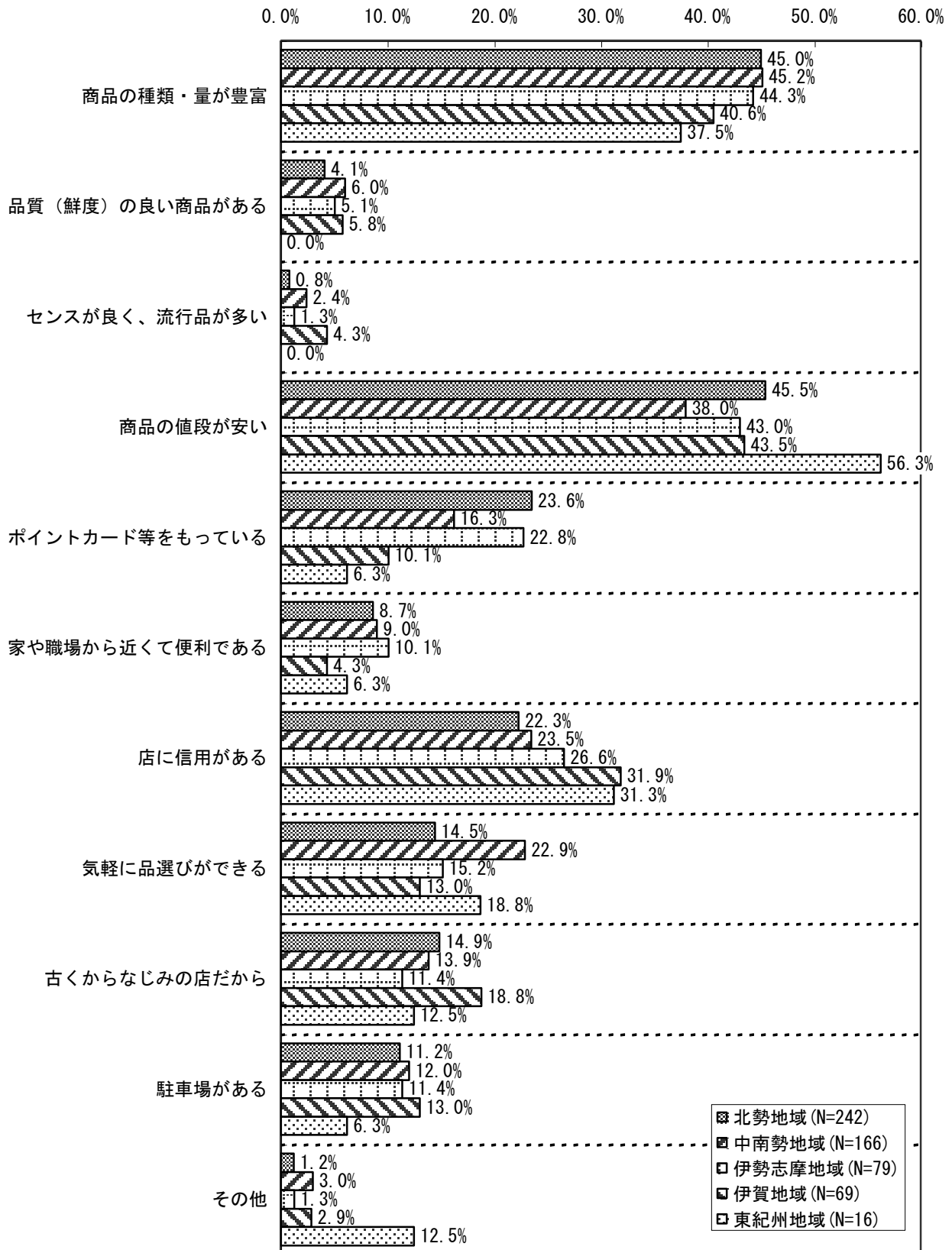
年齢別にみると、20代から40代までは「商品の値段が安い」が最も多く、50代以上では「商品の種類・量が豊富」が最も多くなり、40代までの世代では価格を重要視している。一方、70代以上では「古くからなじみの店だから」が4位に入っている。また、「ポイントカード等を持っている」や「気軽に品選びができる」といった項目が各世代ともに店舗選択理由の上位に入っている。

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もっている」、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もっている
	28.9%	17.7%	18.7%	16.7%	20.0%	18.7%
5位	ポイントカード等をもっている	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 (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	10.7%	0.6%			
	いなべ市	5.8%		1.3%		
	木曾岬町	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%		
	木曽岬町	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%				
	木曽岬町	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%	1.2%			
	いなべ市	4.5%				
	木曽岬町	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	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	2.9%				
	木曾岬町	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%				
	木曾岬町	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%				
	木曽岬町	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%				
	木曽岬町	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%				
	木曽岬町	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%				
	木曽岬町	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%				
	木曽岬町	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・寝具・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%
	木曾岬町	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%	
地域箕	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									

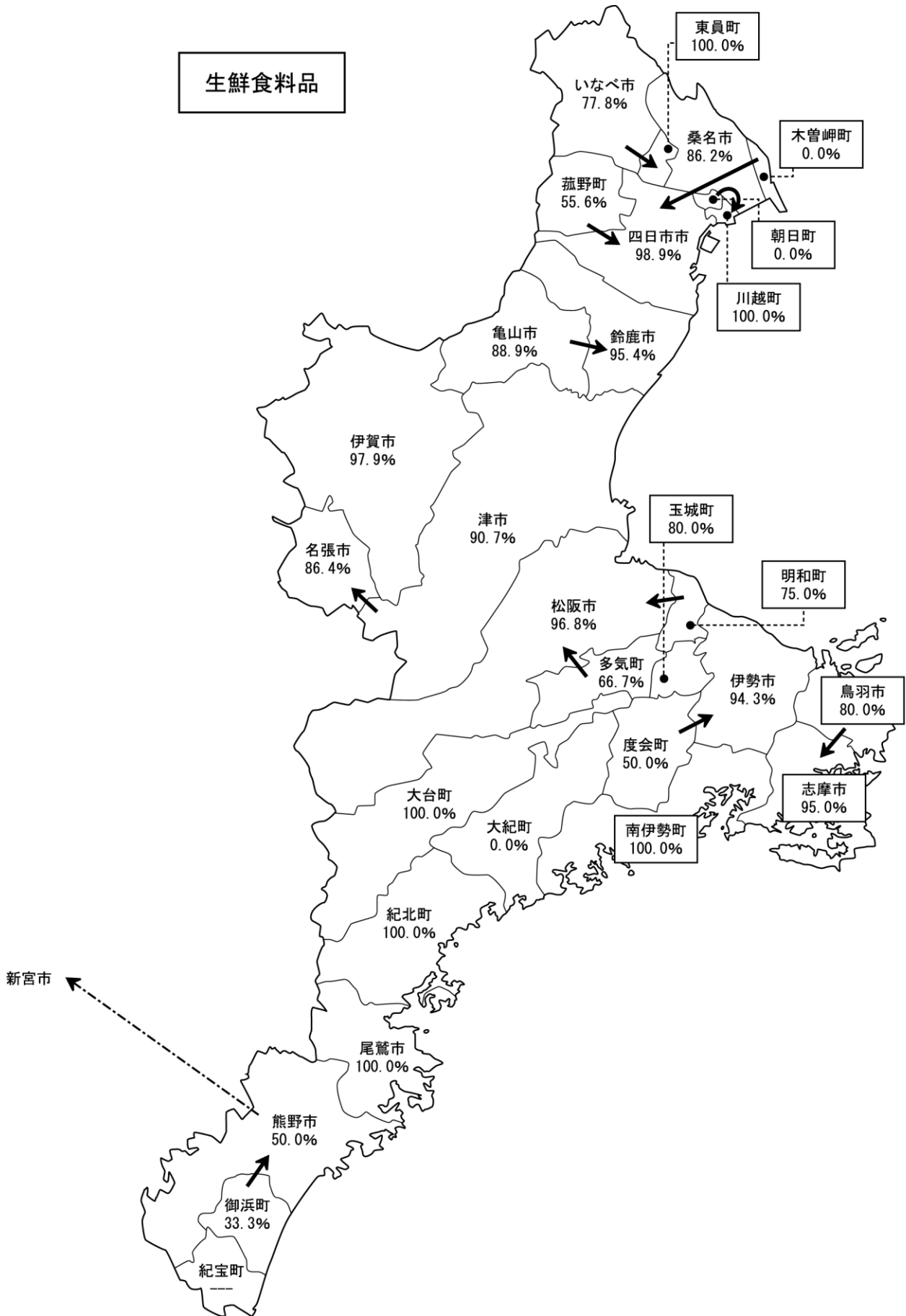
表 29 品目別・市町別 地元購買率（2）

		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%
	木曽岬町	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%
地域伊賀	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								

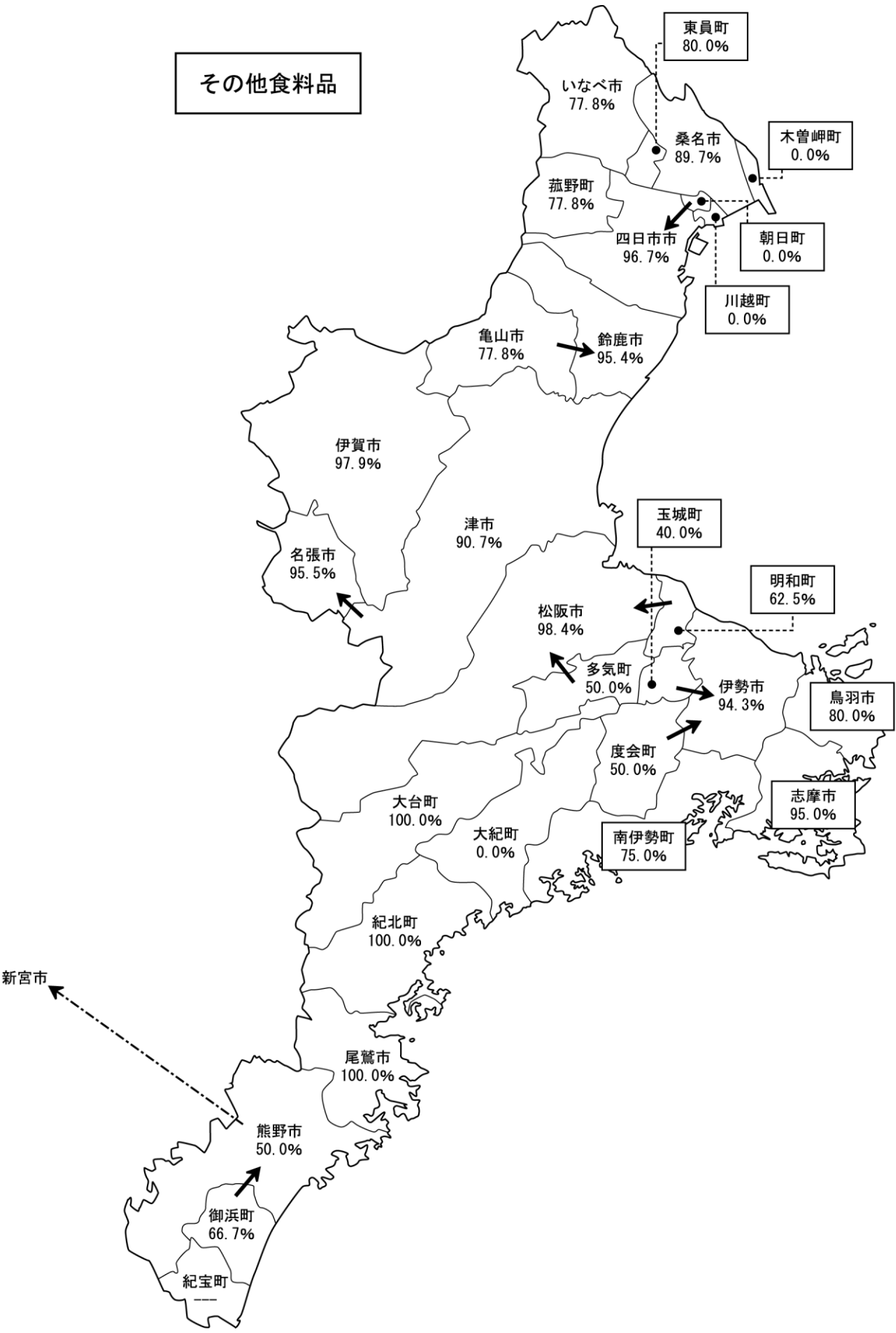
各品目について、市町ごとの地元購買率と、地元以外ではどこで購買しているかを地図上に矢印で示したのが次ページからの図となっている。

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。

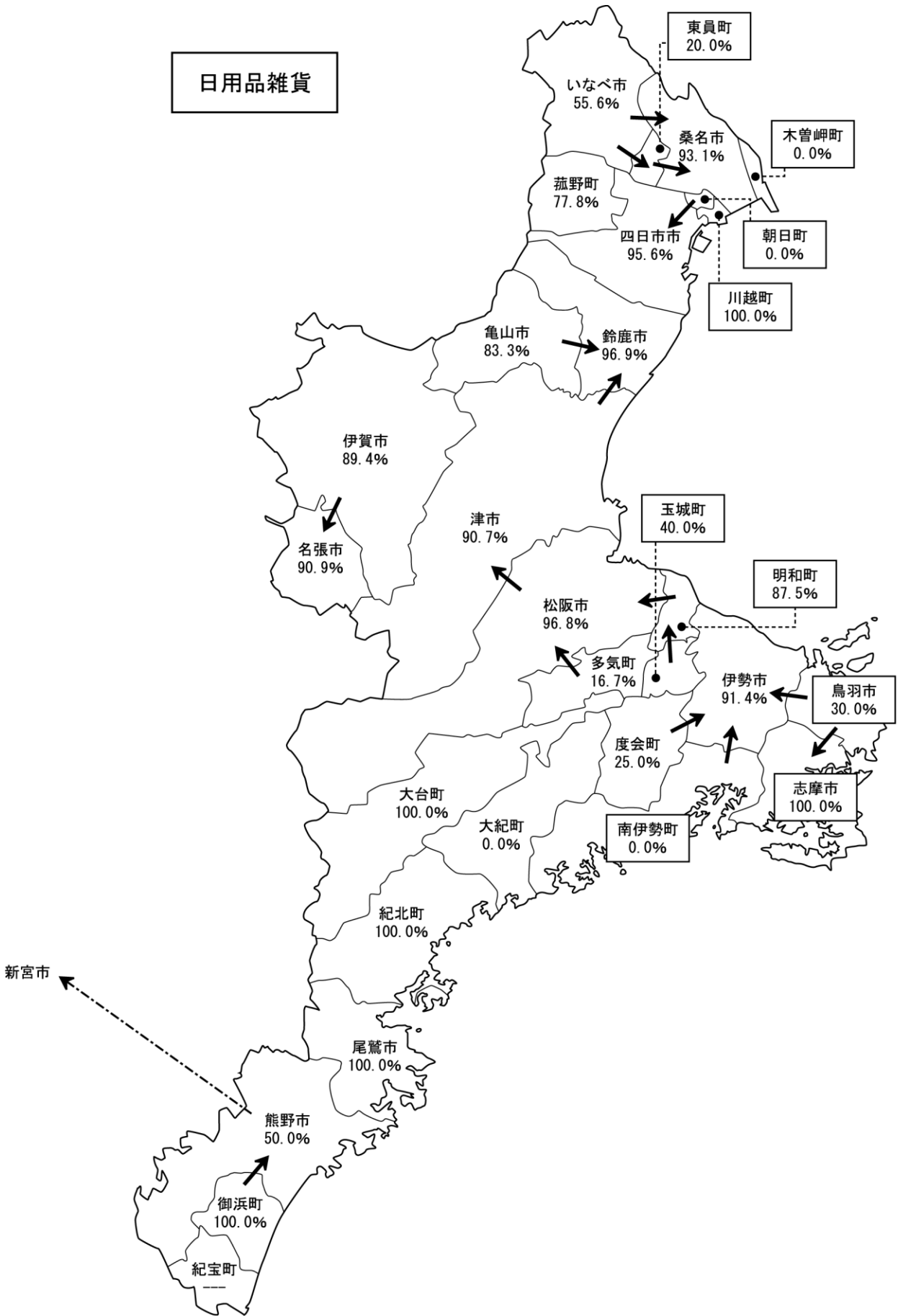
生鮮食料品



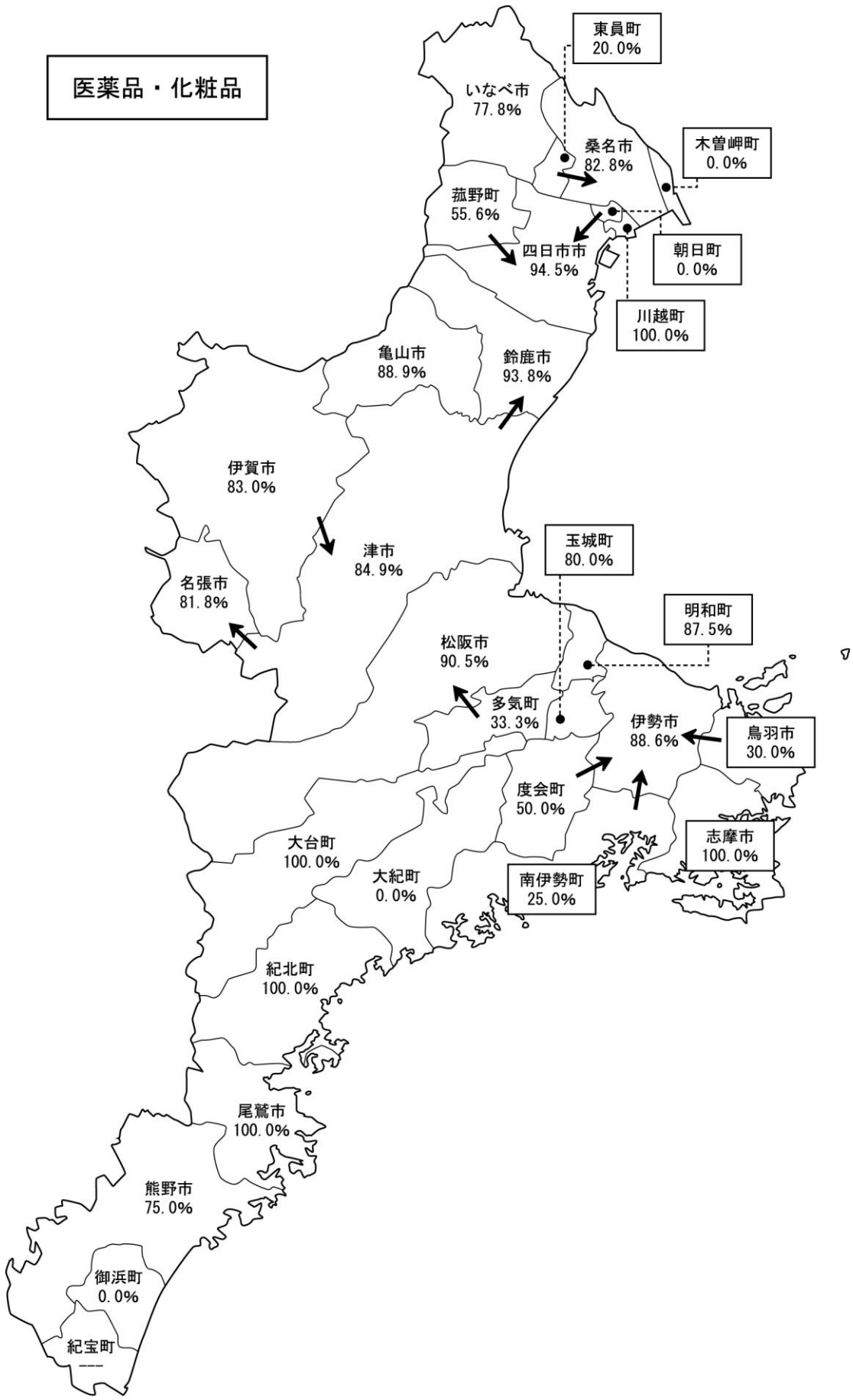
その他食料品



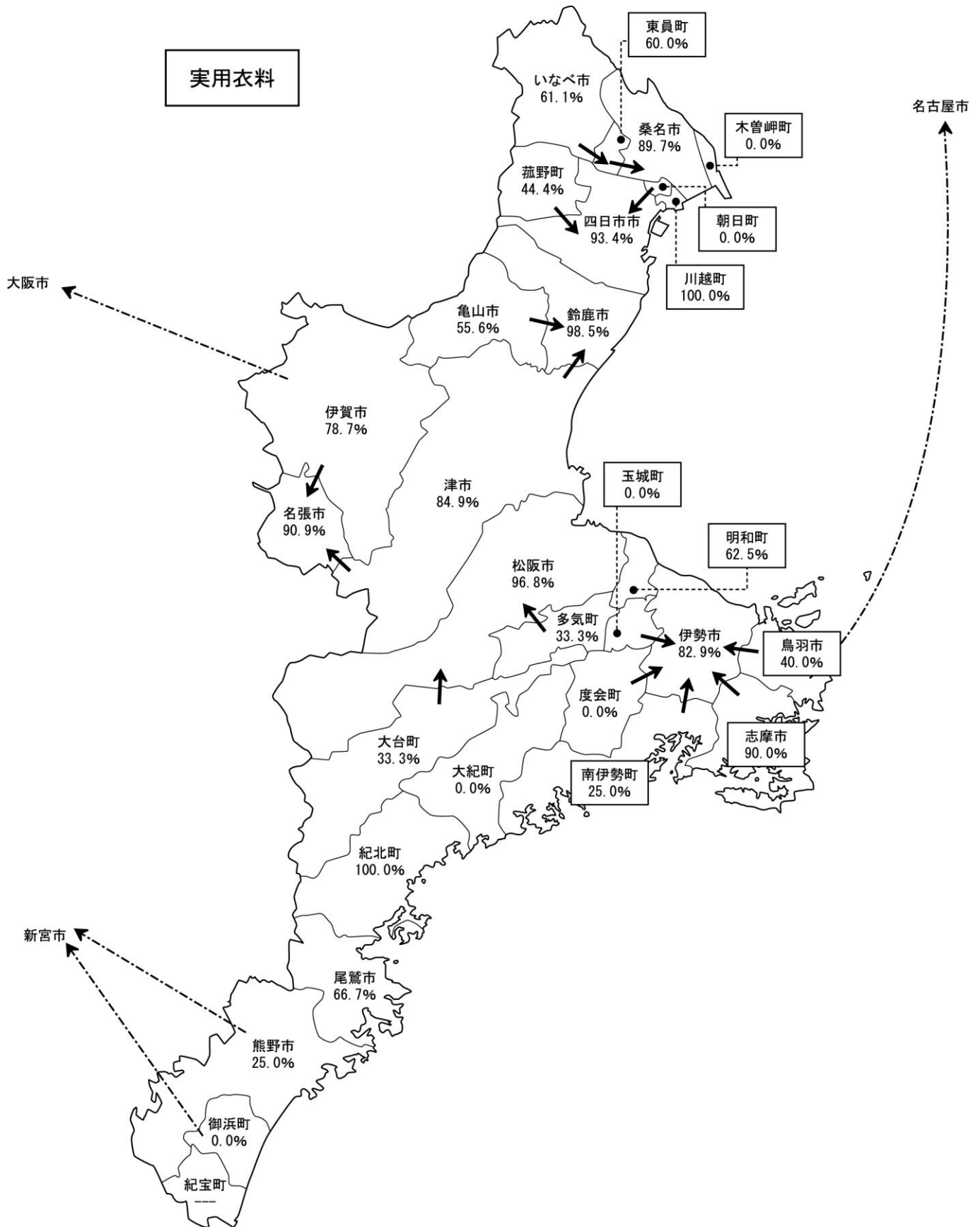
日用品雑貨



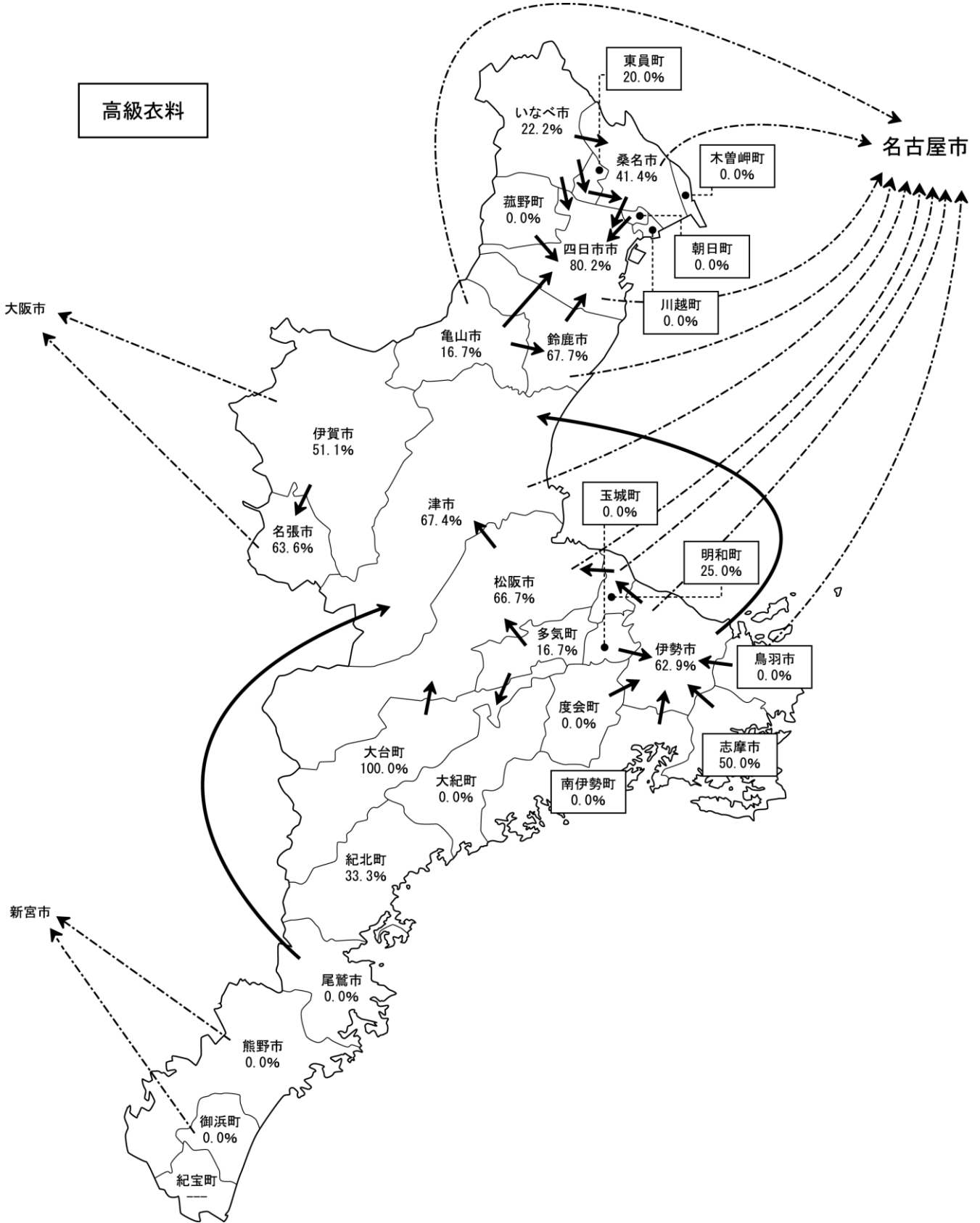
医薬品・化粧品



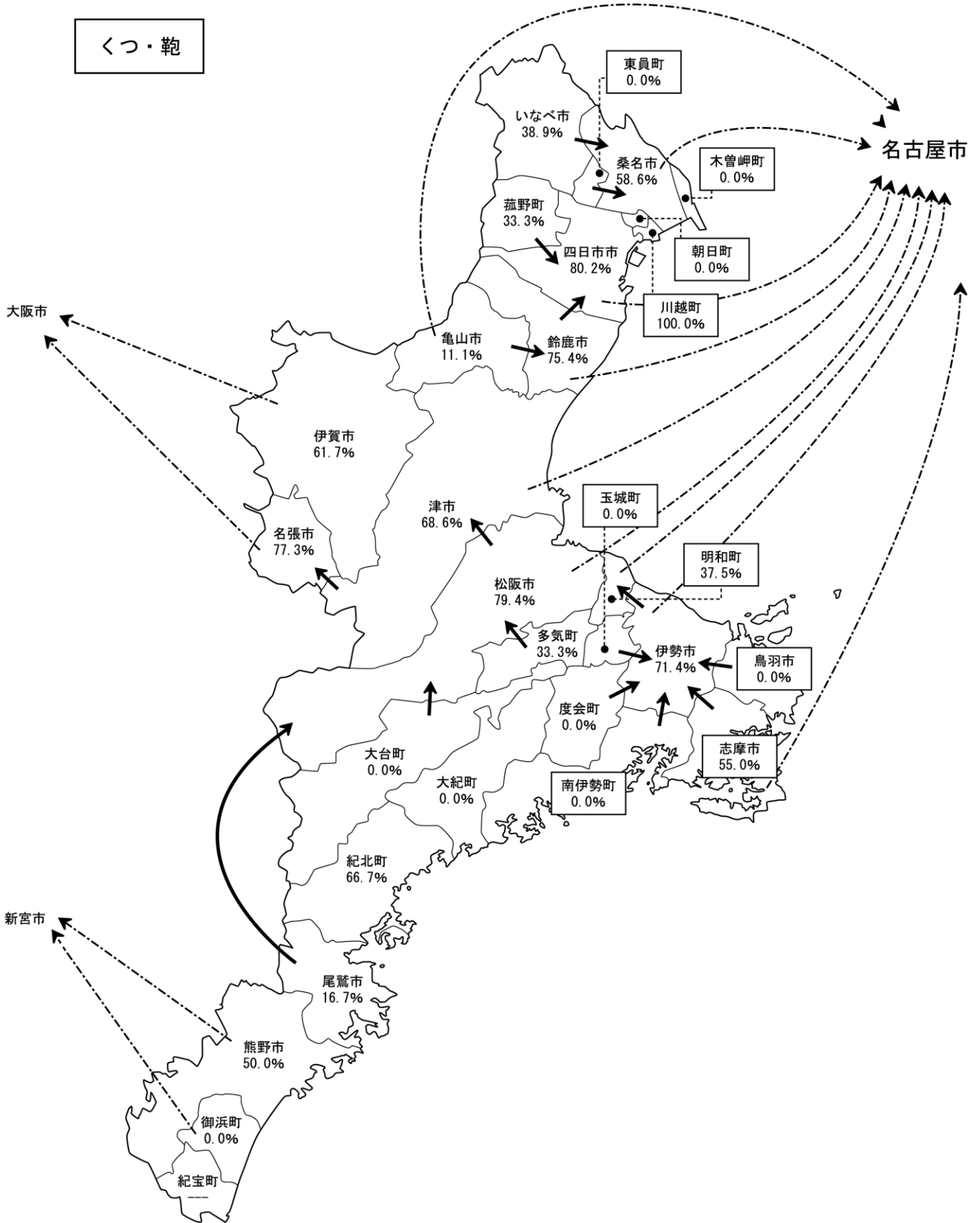
実用衣料



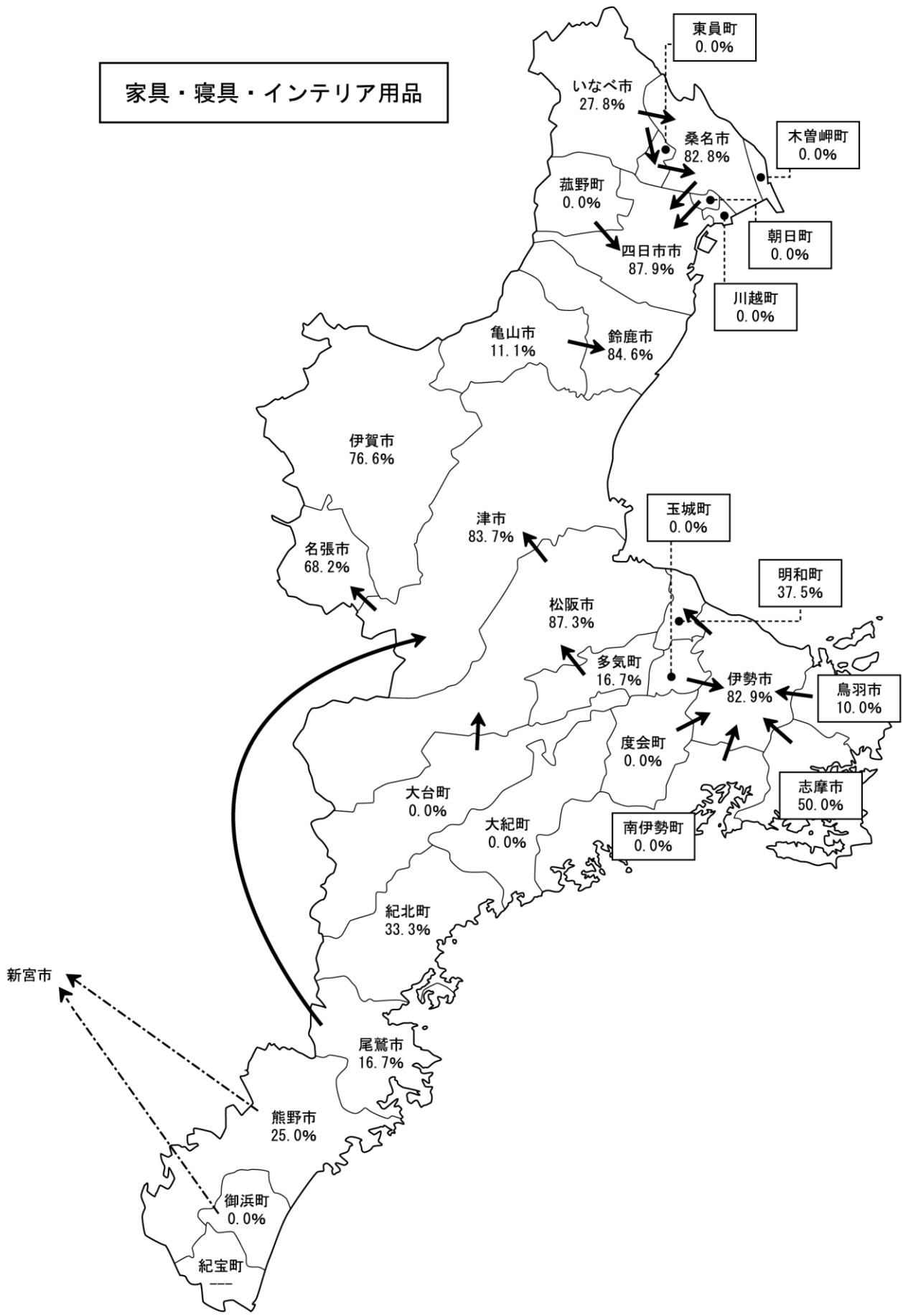
高級衣料



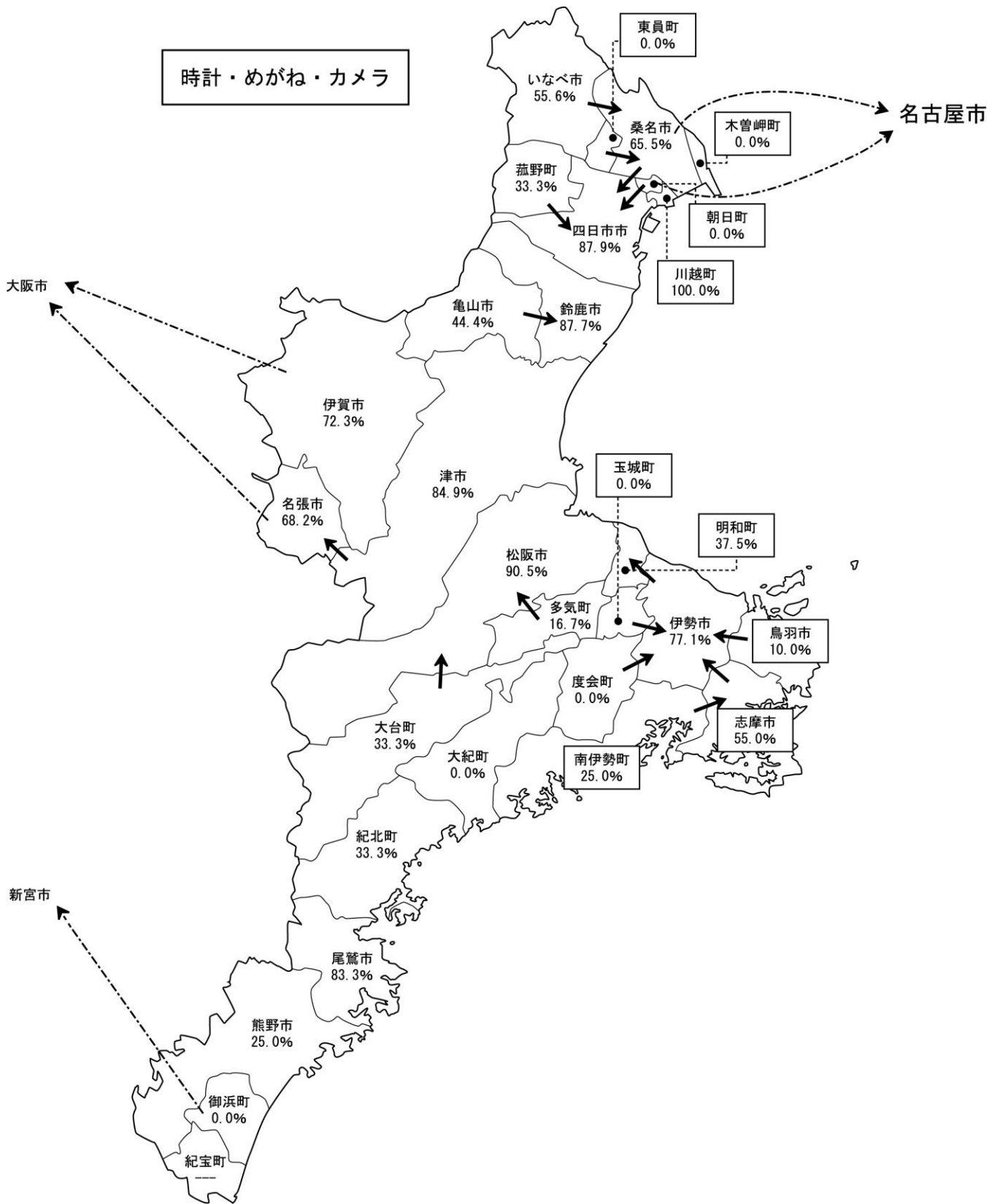
くつ・靴



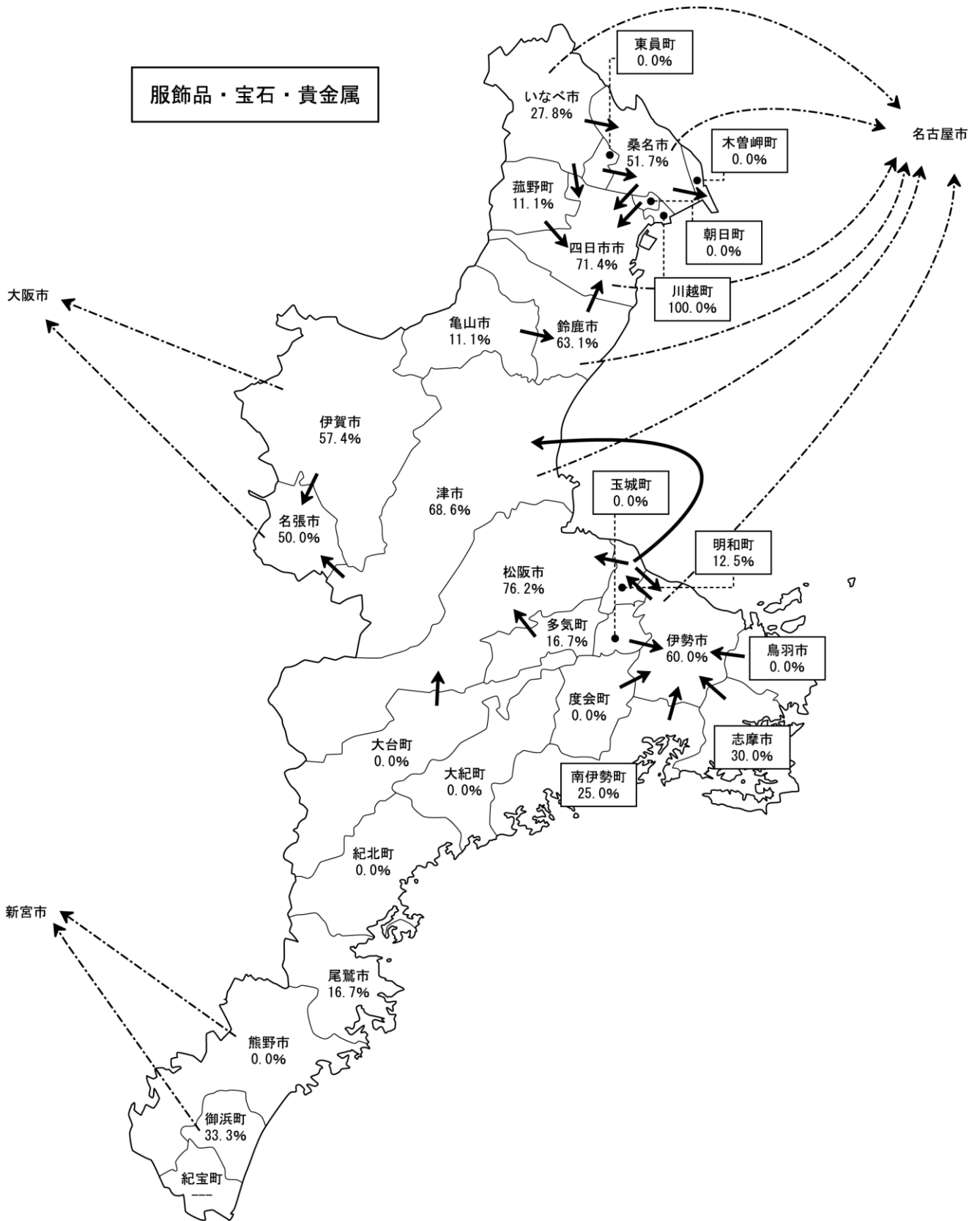
家具・寝具・インテリア用品



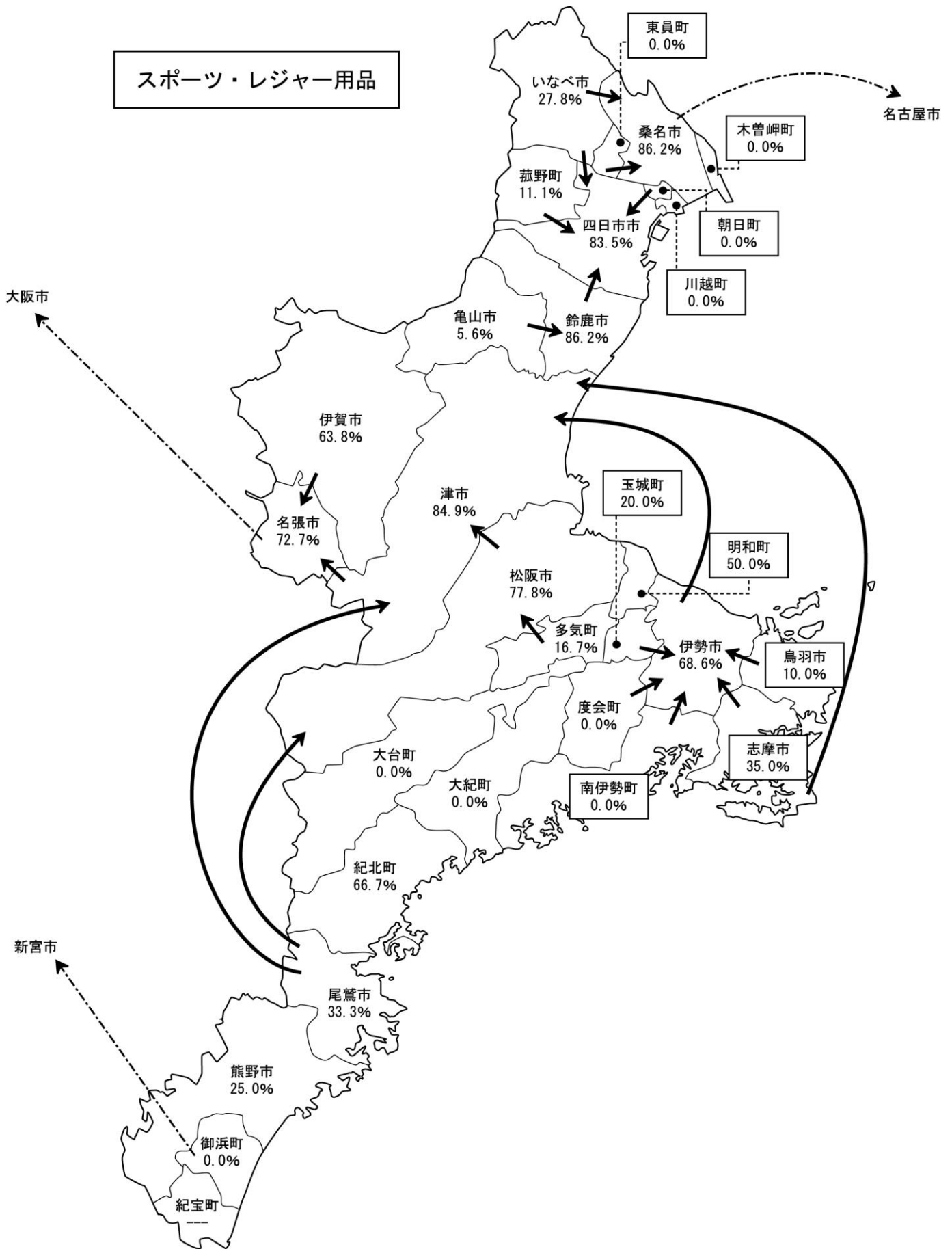
時計・めがね・カメラ



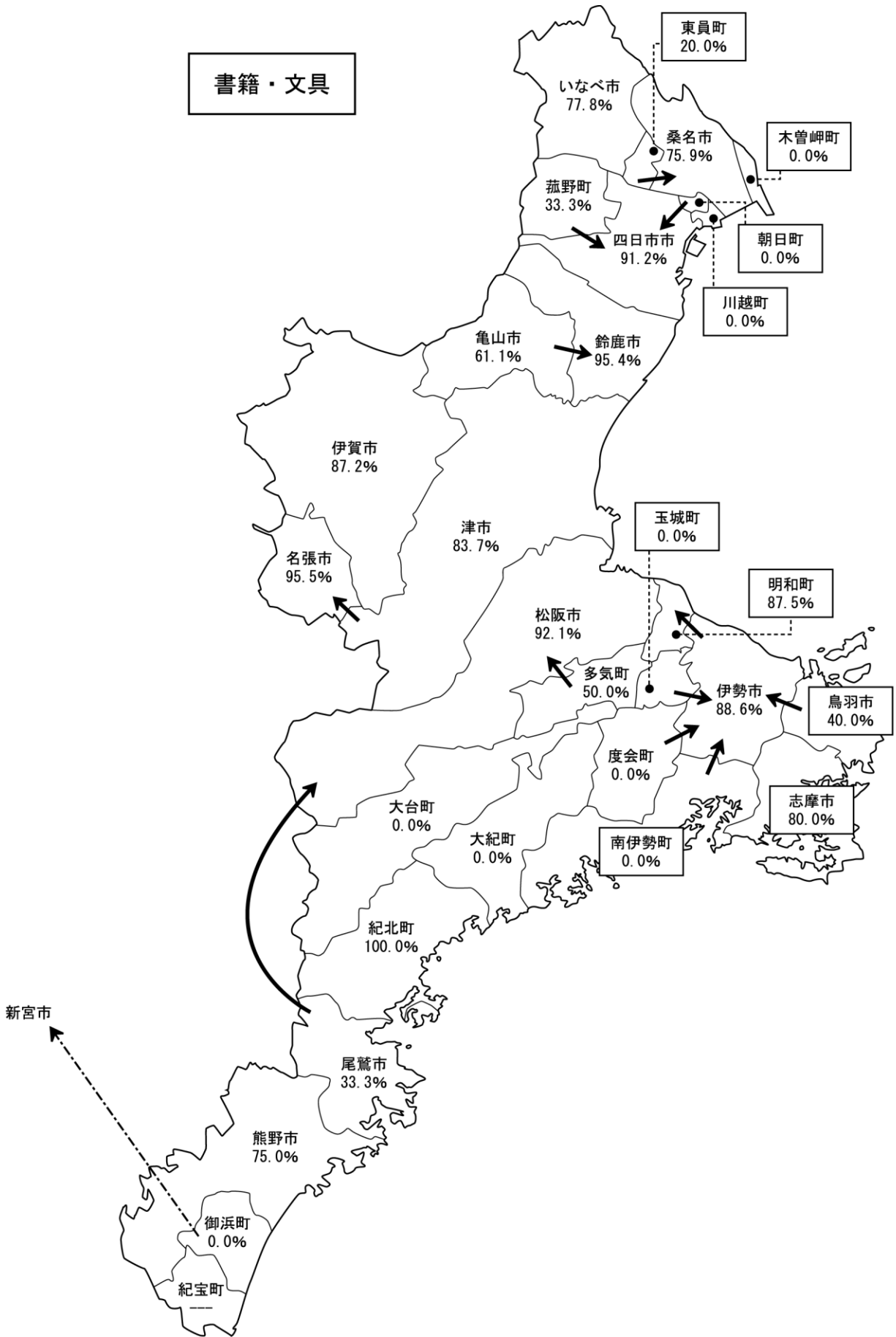
服飾品・宝石・貴金属



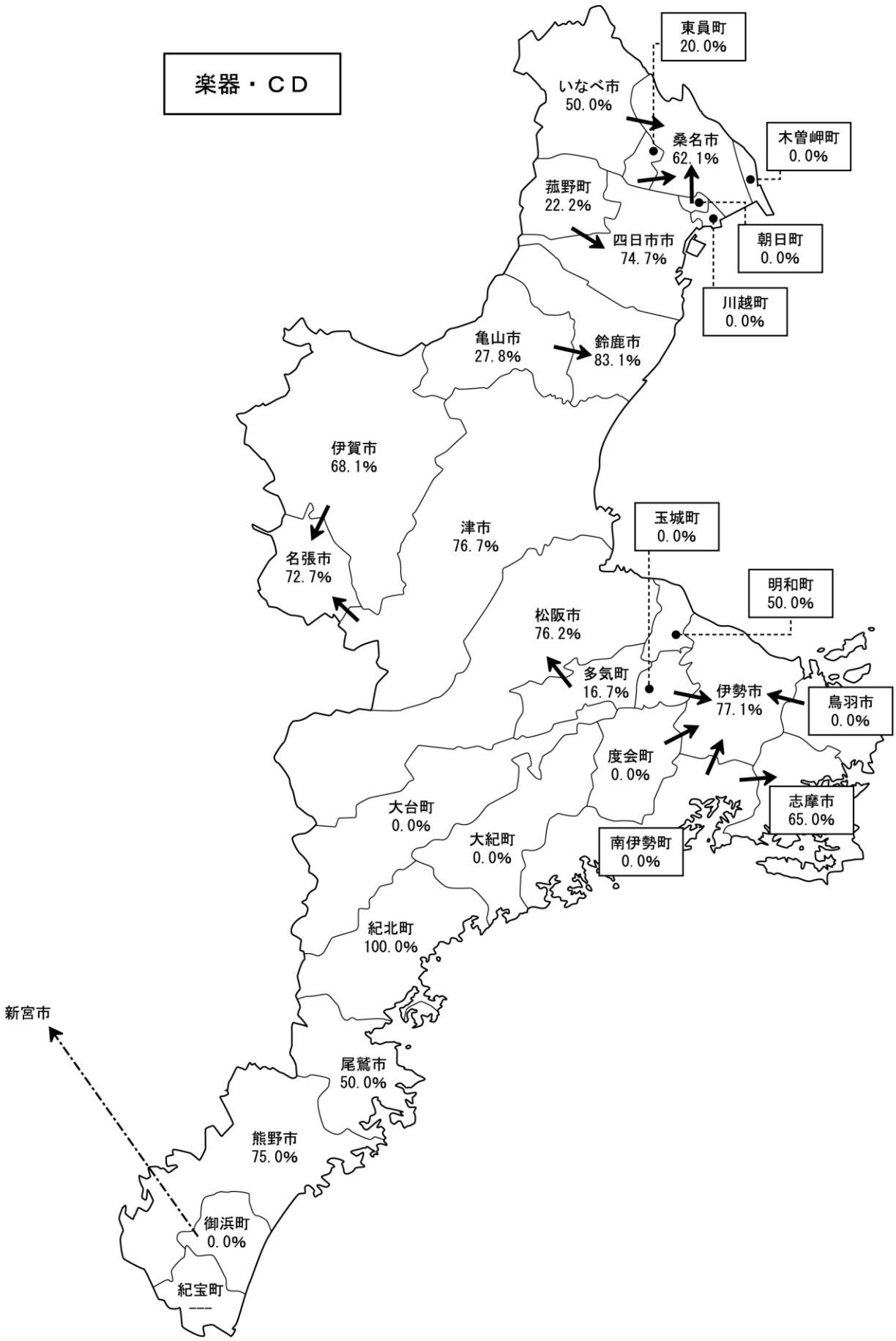
スポーツ・レジャー用品



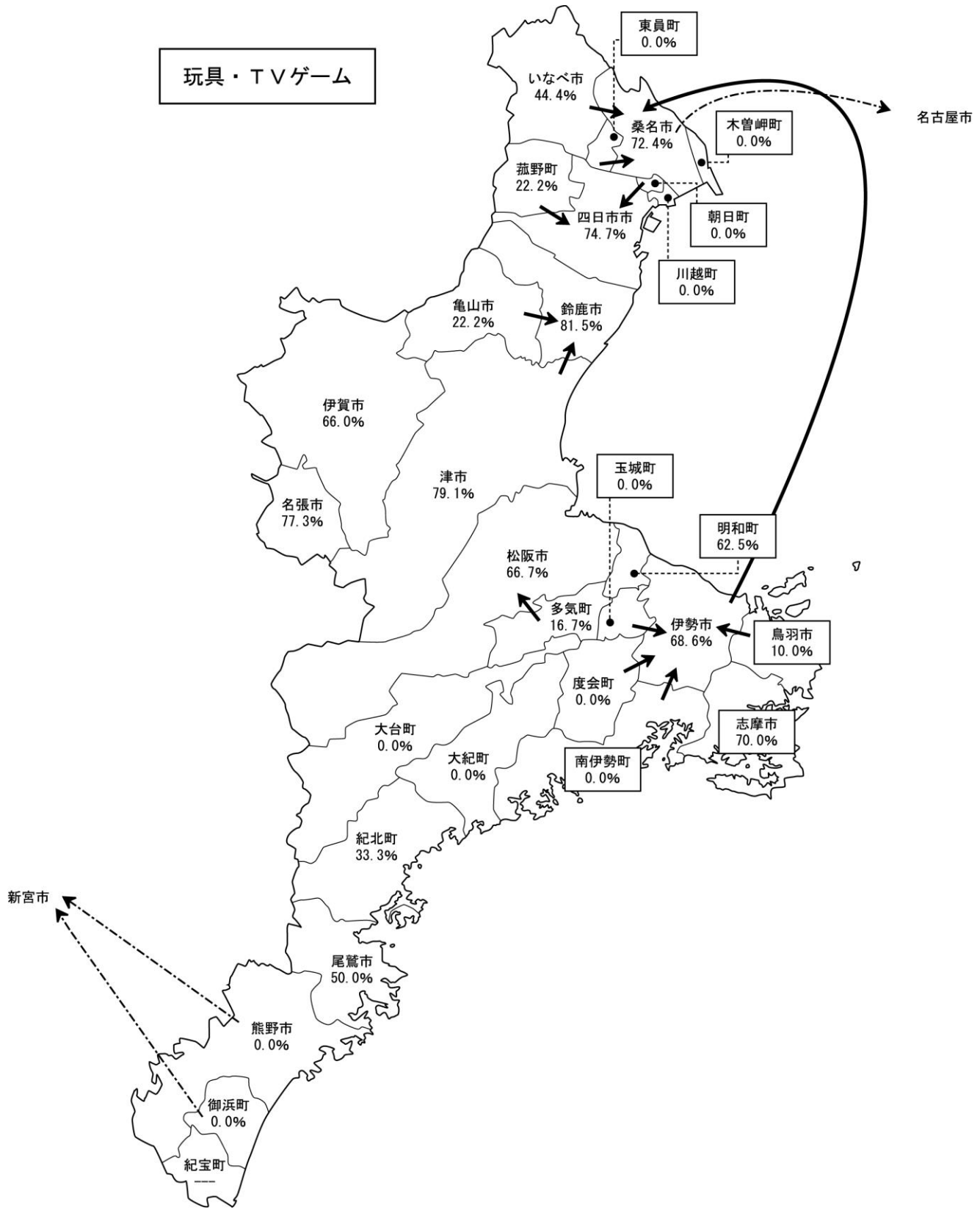
書籍・文具



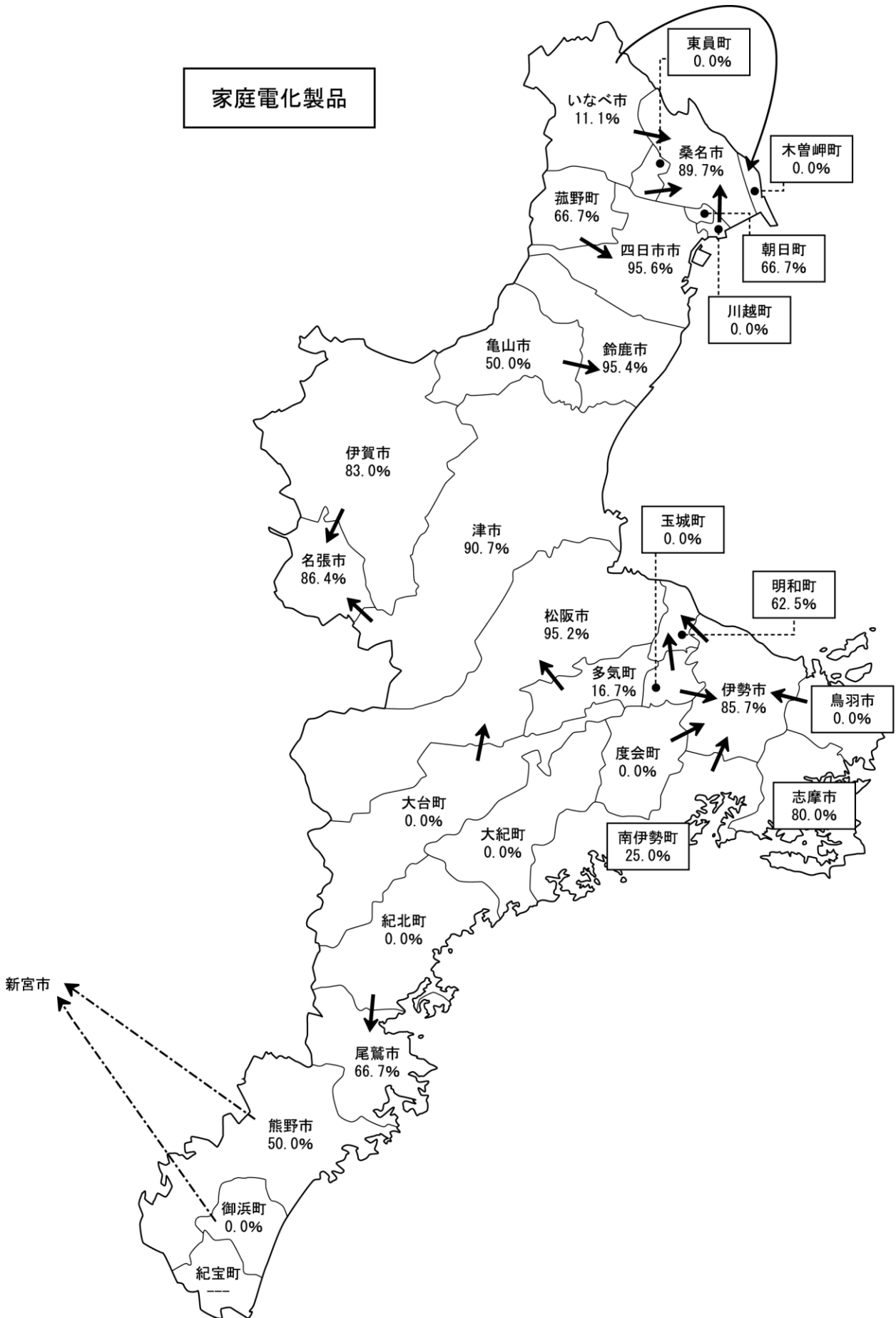
楽器・CD



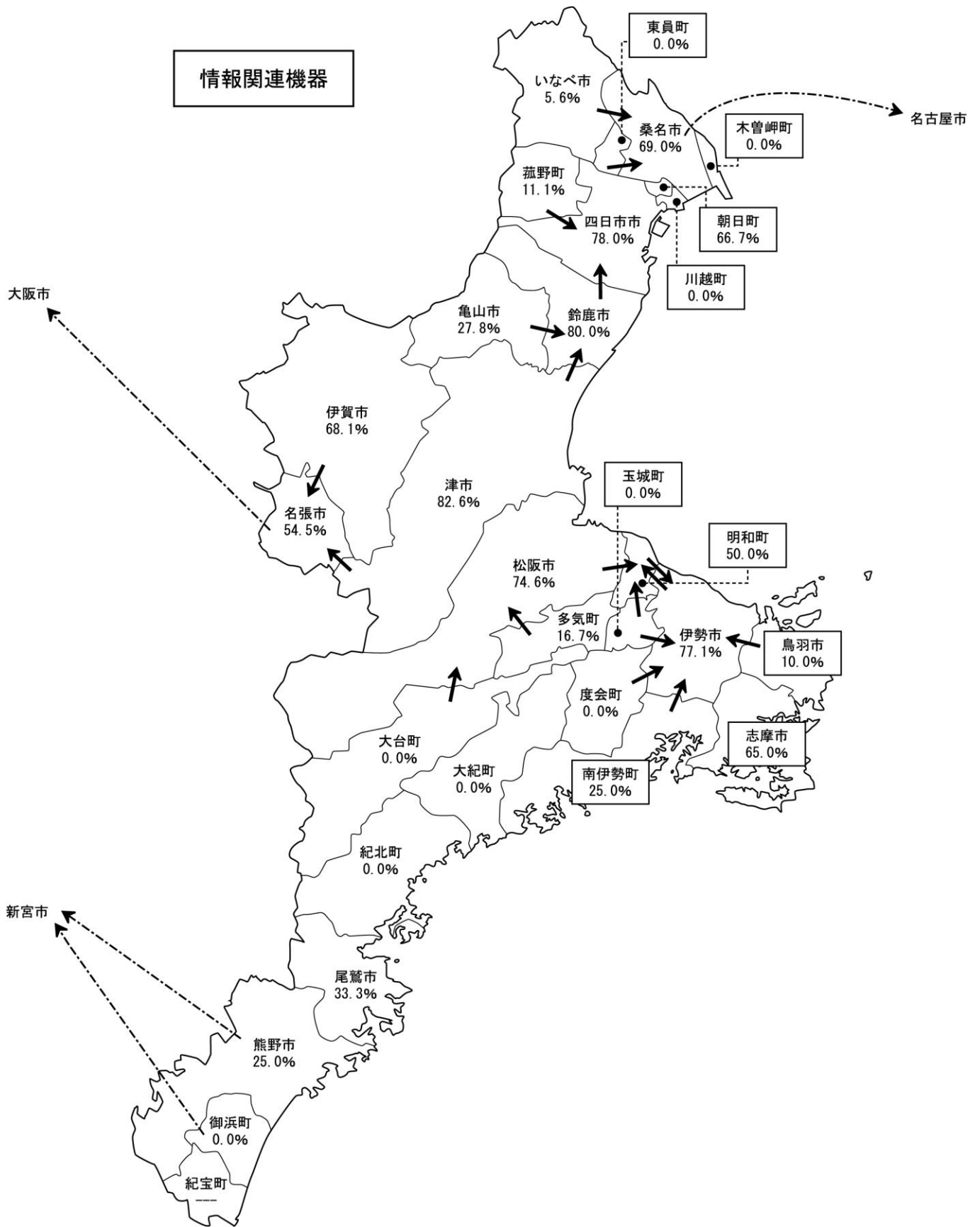
玩具・TVゲーム

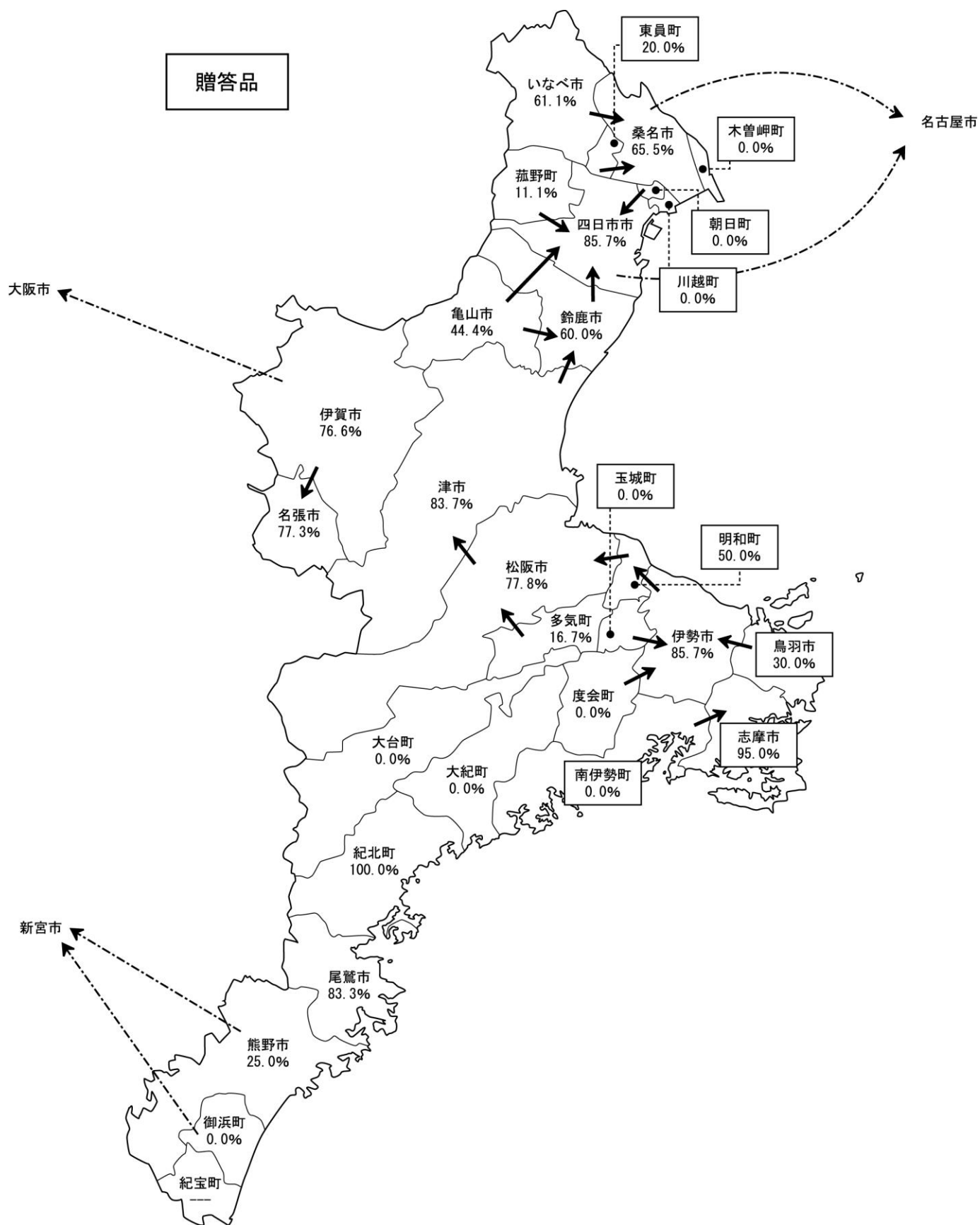


家庭電化製品



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。

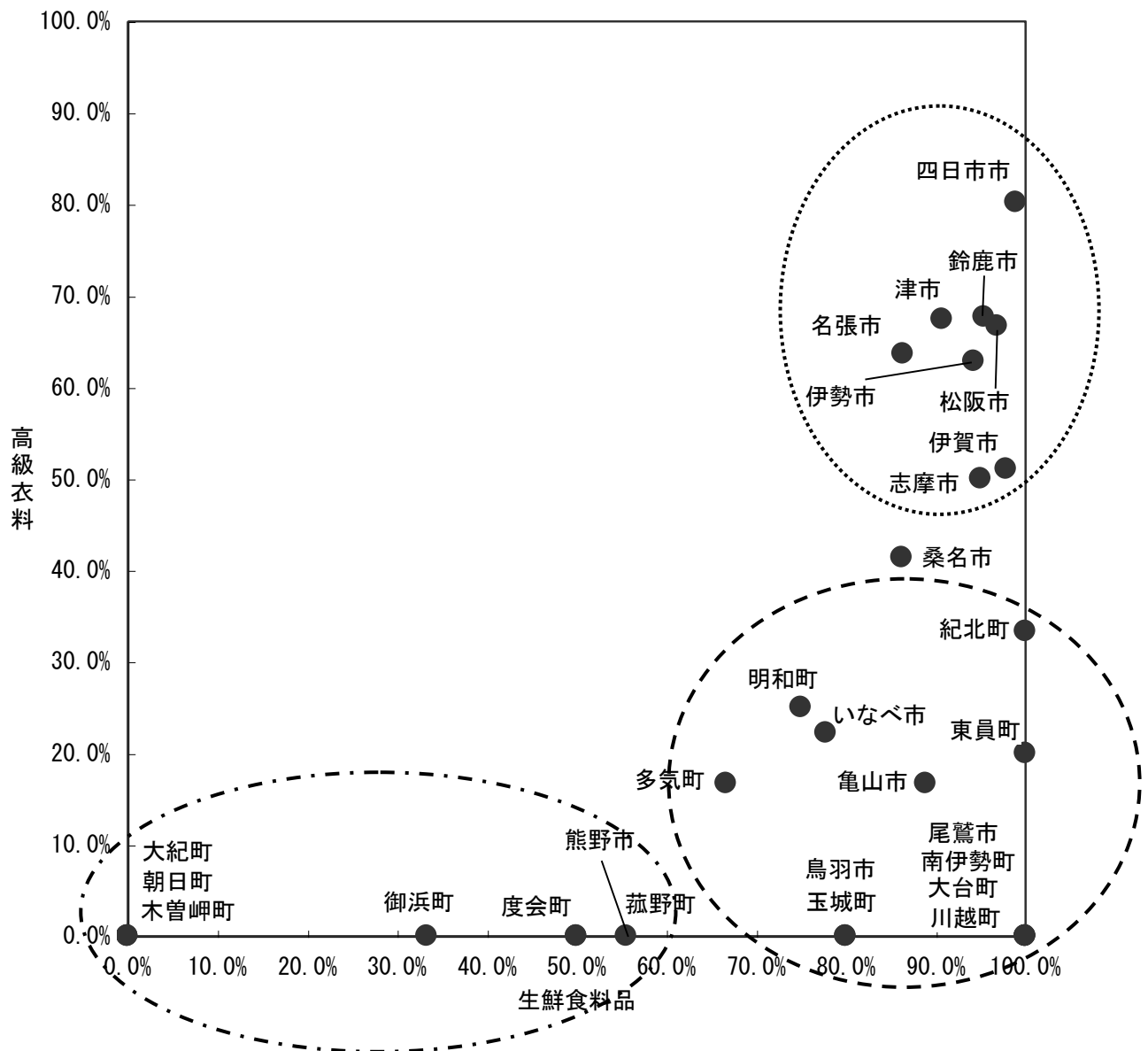
＜生鮮食料品高い：高級衣料低い＞

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

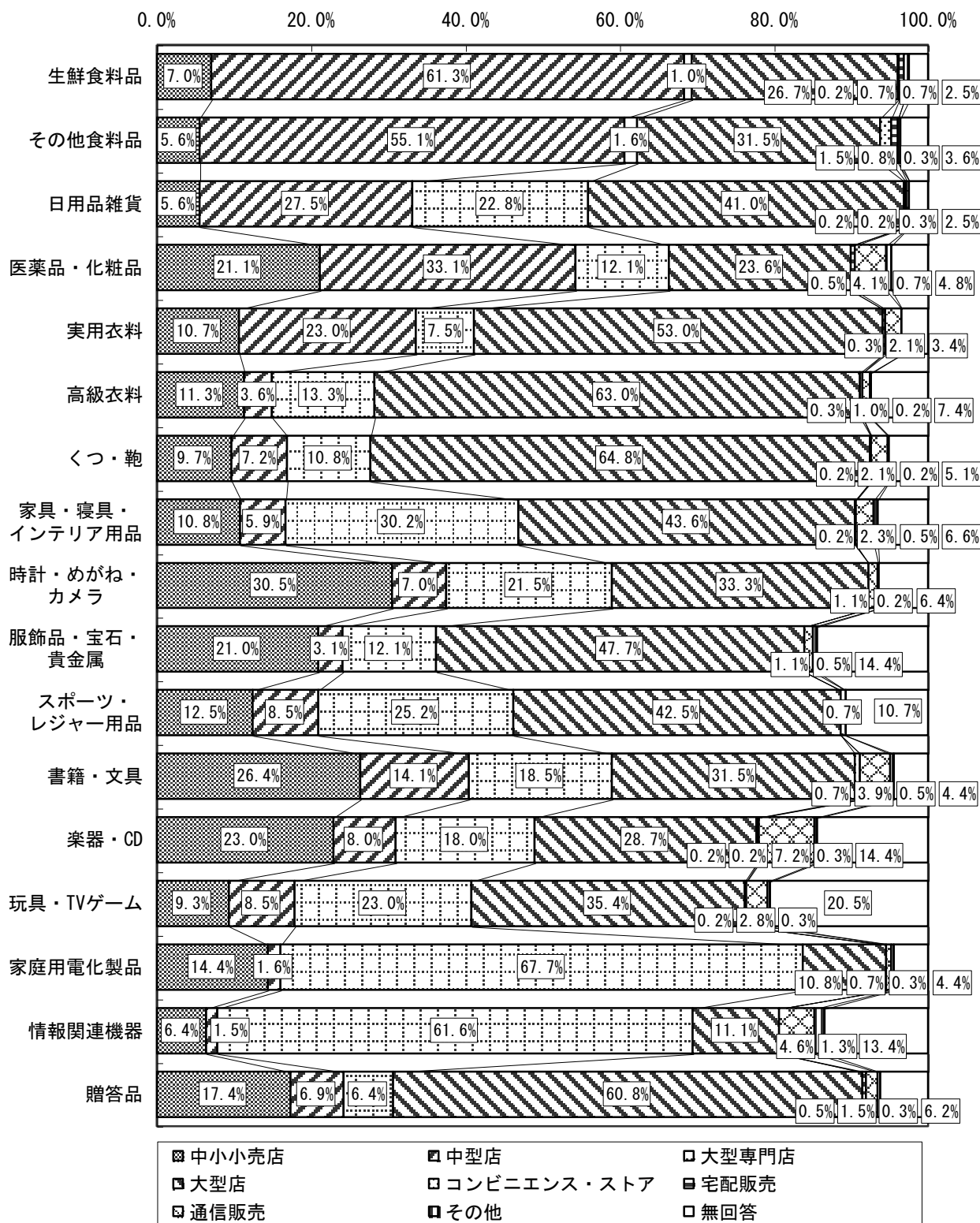
家庭用電化製品と情報関連機器については高度な機能や専門性が求められるため、多くの商品を取り扱い安価に購入できる大型専門店が人気であると考えられる。

○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。

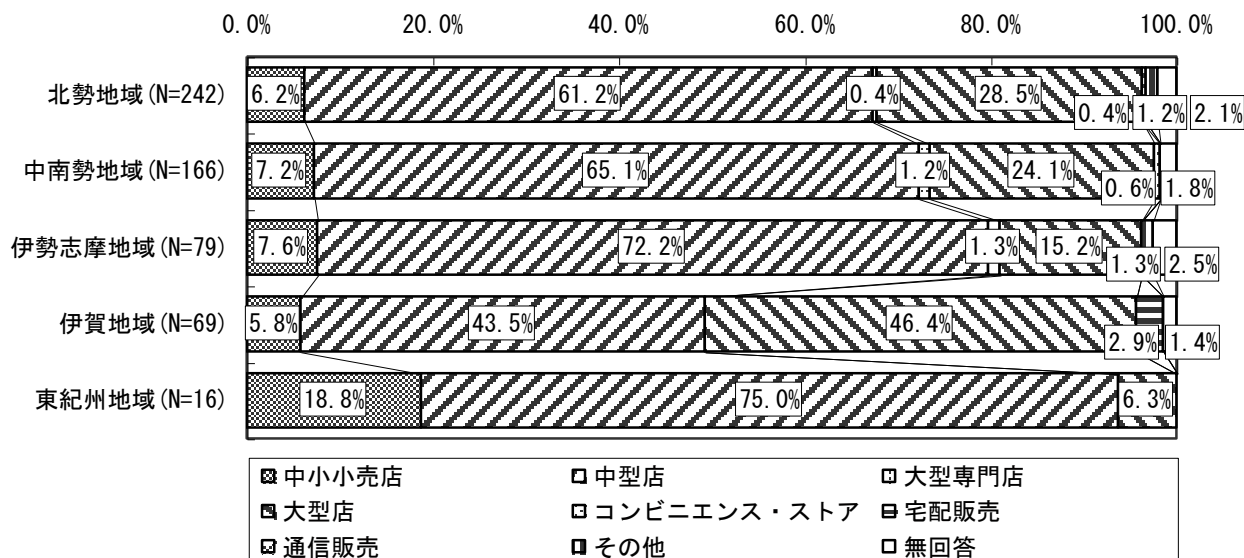
今後、商品の多様化や、高齢者が増える中で、このような期待を持つ消費者が増えると考えられる。小規模個店には、大規模小売店舗では難しい、消費者のニーズや不安にきめこまやかに応えられるサービスの提供が求められる。

図 19 商品を購入する店舗の種類



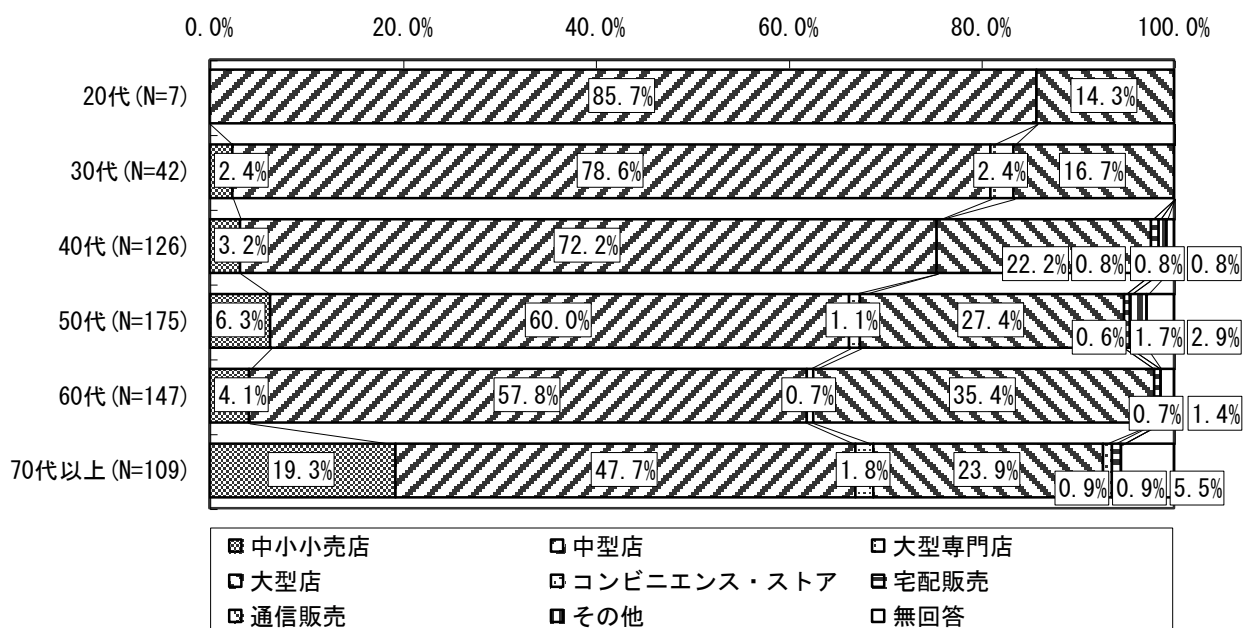
各品目について地域別にみると、生鮮食料品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。また、東紀州地域で「中小小売店」の比率が他の地域に比べて高くなっている。

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。

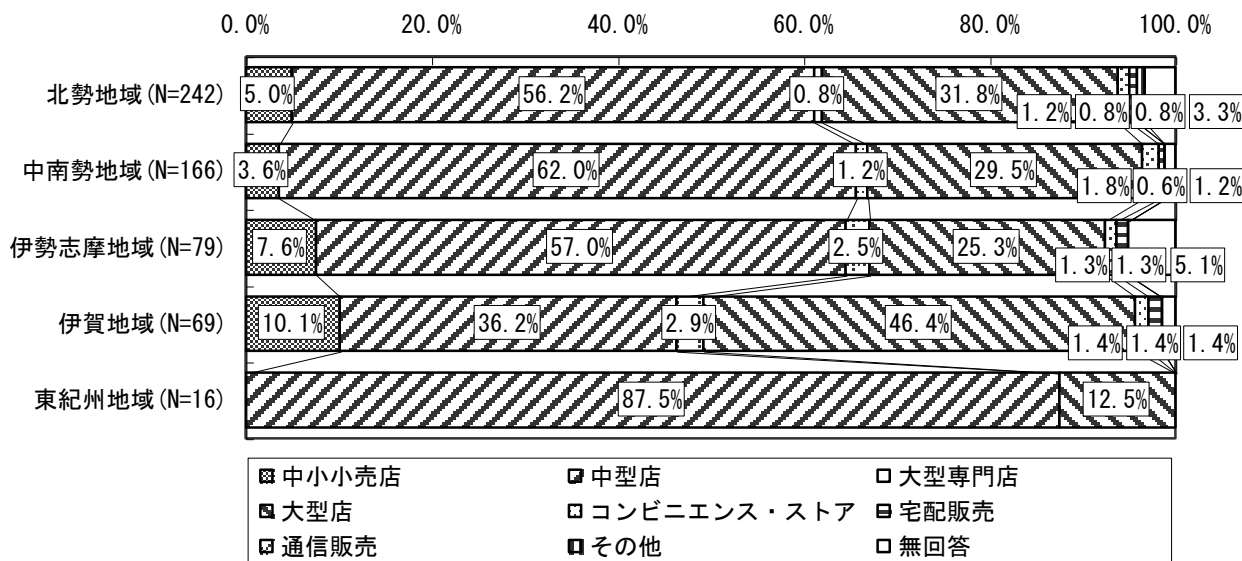
図 21 年齢別 商品を購入する店舗の種類（生鮮食料品）



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)

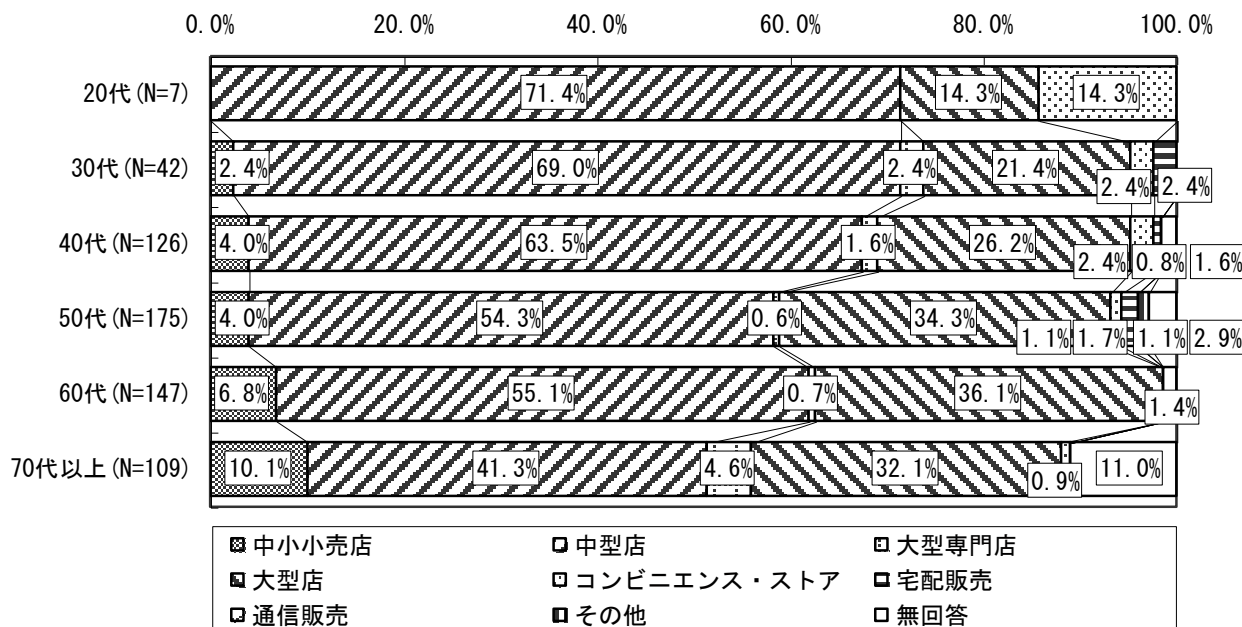
その他食料品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。

図 22 地域別 商品を購入する店舗の種類（その他食料品）



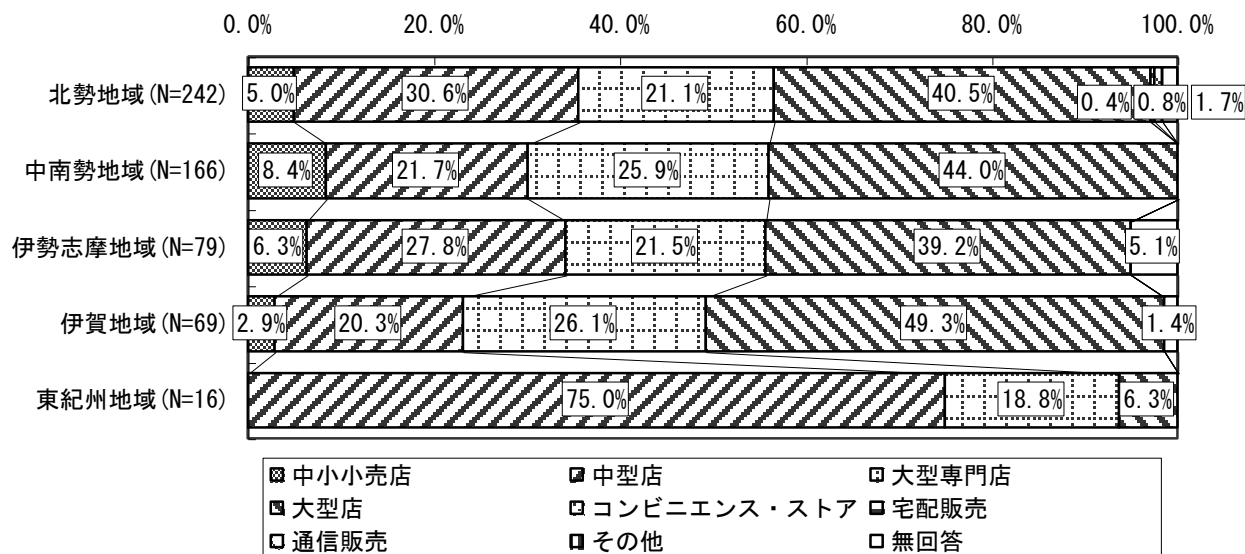
年齢別にみると、生鮮食料品と同様の傾向を示し、20代などの若い世代ほど、「中型店」利用が多く、年齢が高くなるほど「中小小売店」利用が増加し、70代以上では10.1%となっている。

図 23 年齢別 商品を購入する店舗の種類（その他食料品）



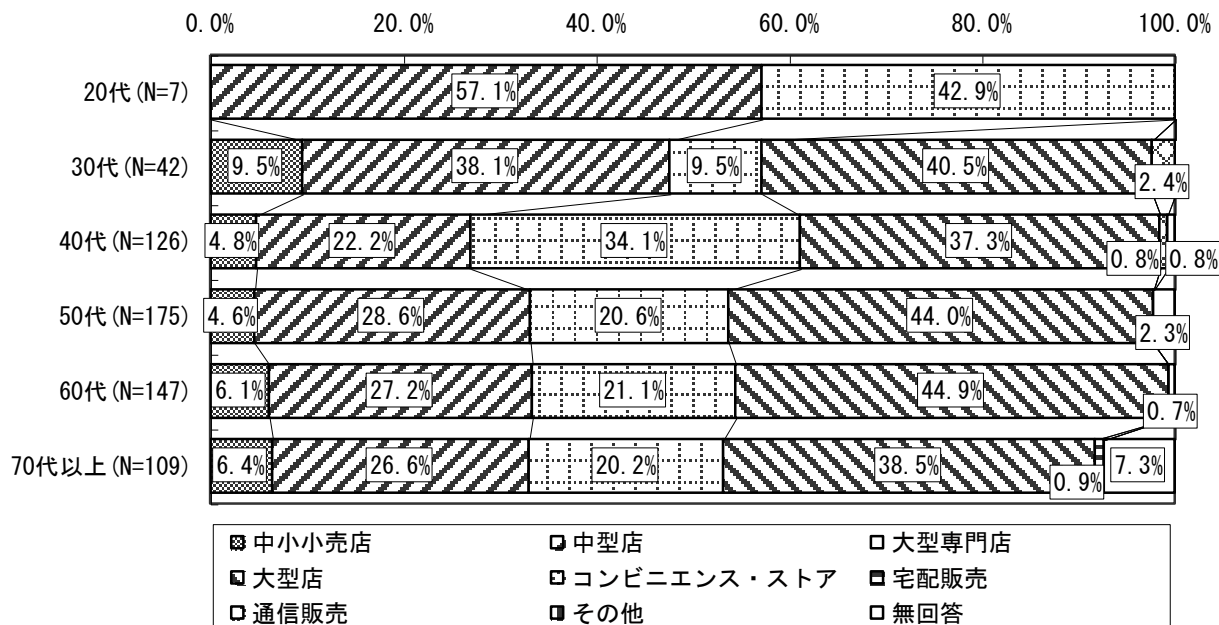
日用品雑貨では、東紀州地域で「中型店」、それ以外の地域で「大型店」が最も多くなっている。

図 24 地域別 商品を購入する店舗の種類（日用品雑貨）



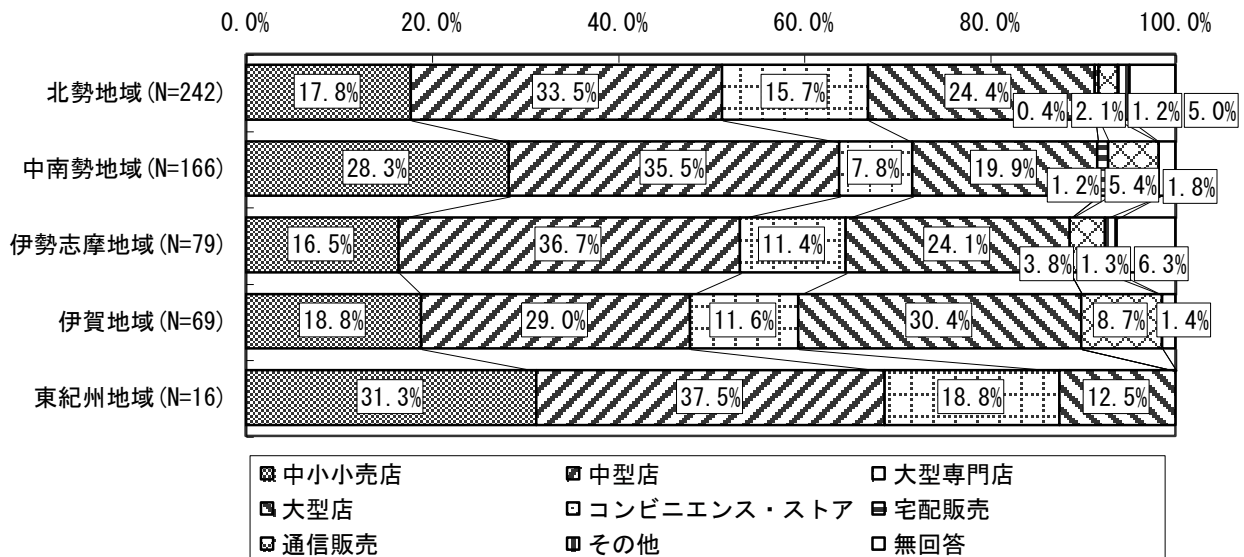
年齢別にみると、30代以上で「大型店」利用が多くなっている。

図 25 年齢別 商品を購入する店舗の種類（日用品雑貨）



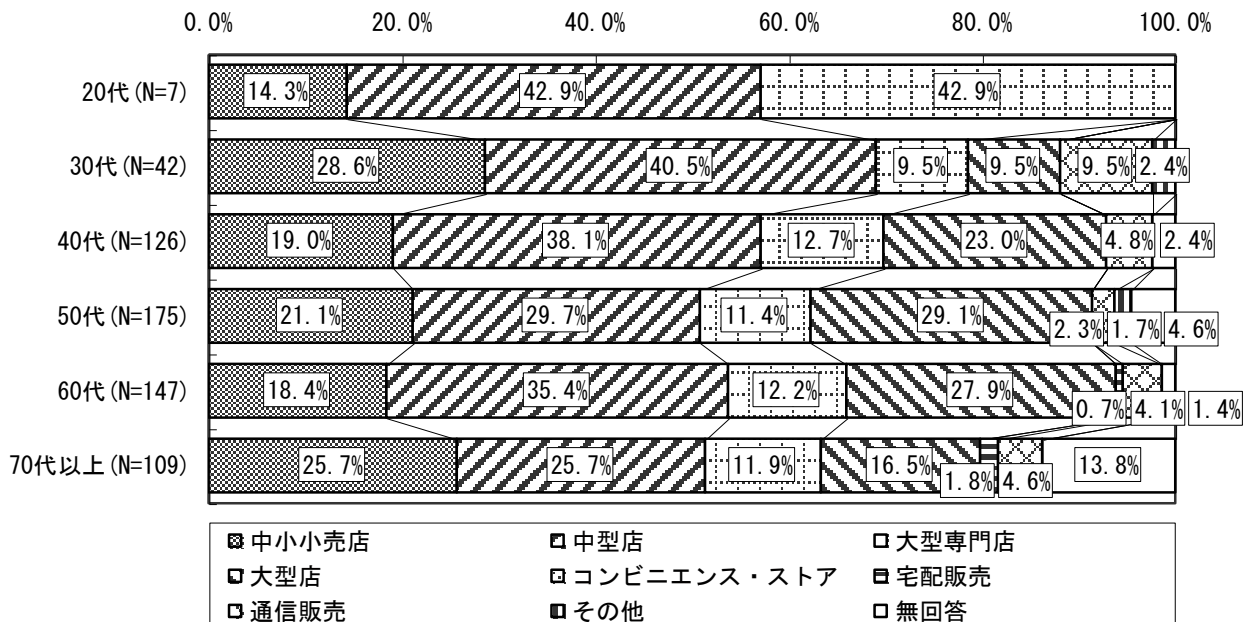
医薬品・化粧品では、伊賀地域で「大型店」、それ以外の地域で「中型店」が最も多くなっている。

図 26 地域別 商品を購入する店舗の種類（医薬品・化粧品）



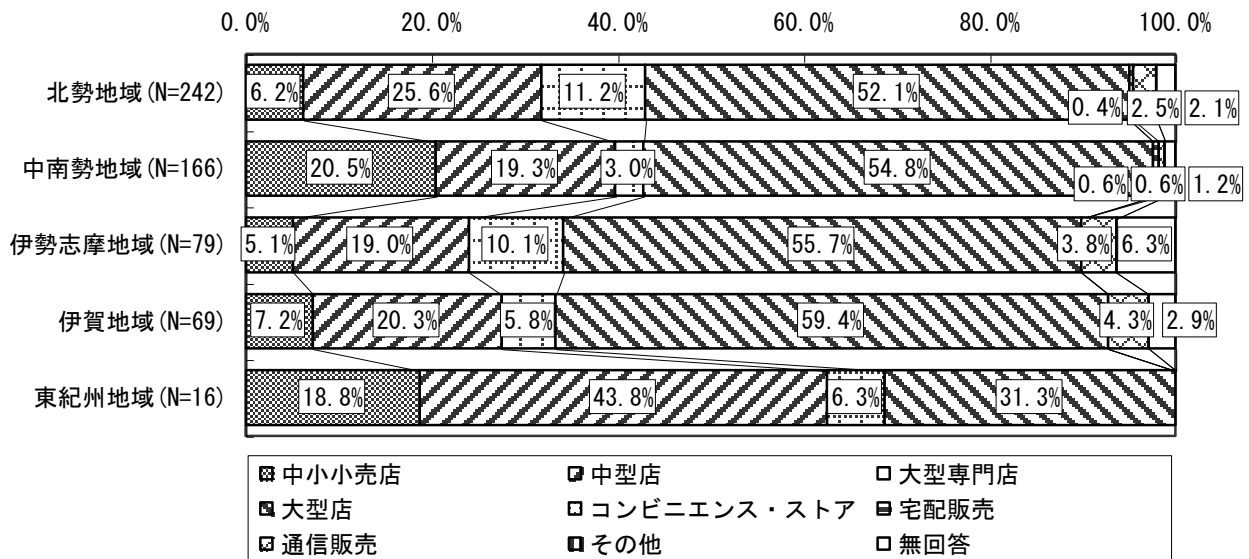
年齢別にみると、いずれの年齢でも「中型店」利用が多いが、その中で、「中小小売店」の利用も各年代ともに2割前後となっている。

図 27 年齢別 商品を購入する店舗の種類（医薬品・化粧品）



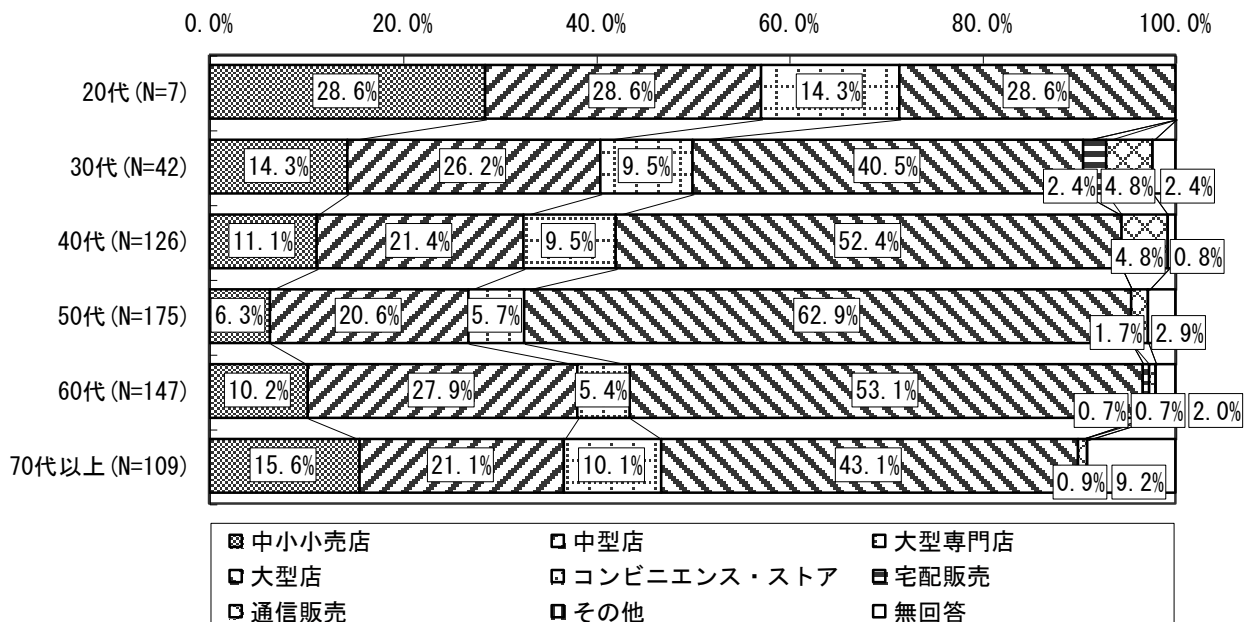
実用衣料では、東紀州地域で「中型店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 28 地域別 商品を購入する店舗の種類（実用衣料）



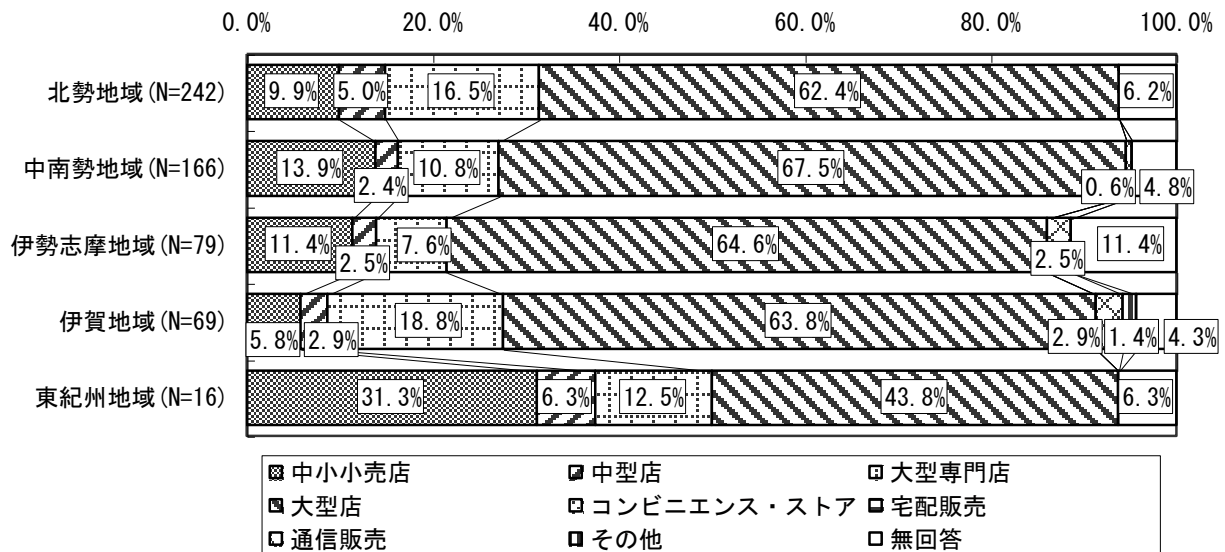
年齢別にみると、各年代とも「大型店」利用が多くなっている。また、30代や40代などで「通信販売」の利用もみられる。

図 29 年齢別 商品を購入する店舗の種類（実用衣料）



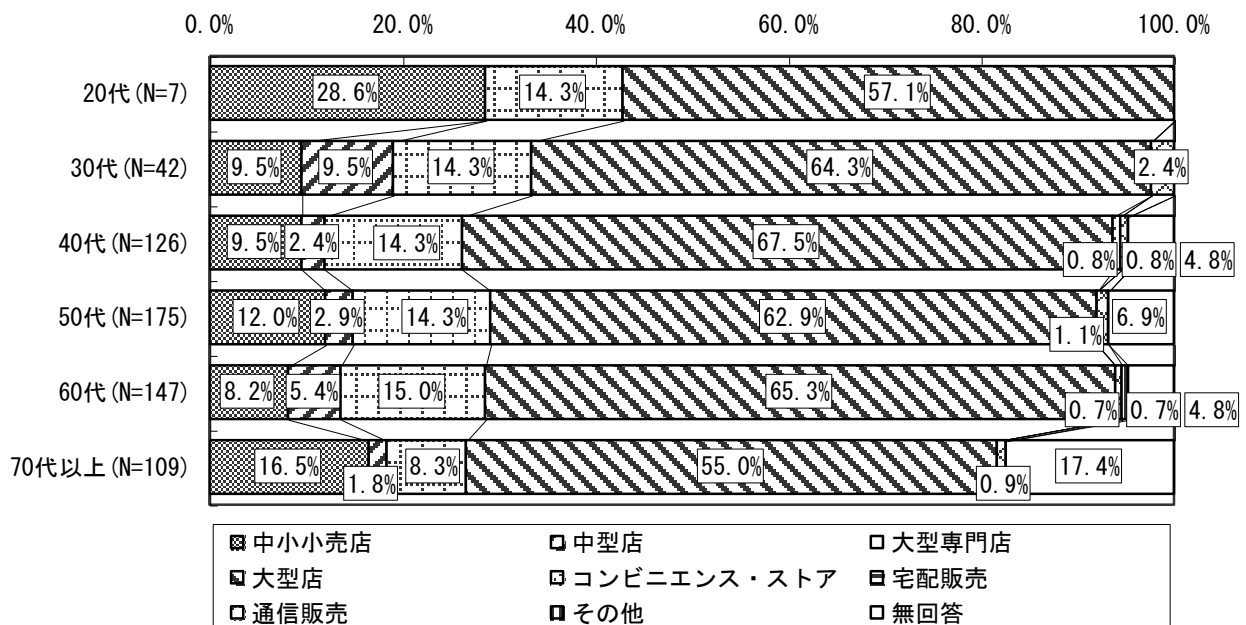
高級衣料では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。東紀州地域では「中小小売店」の占める割合が他の地域に比べて高くなっている。

図 30 地域別 商品を購入する店舗の種類（高級衣料）



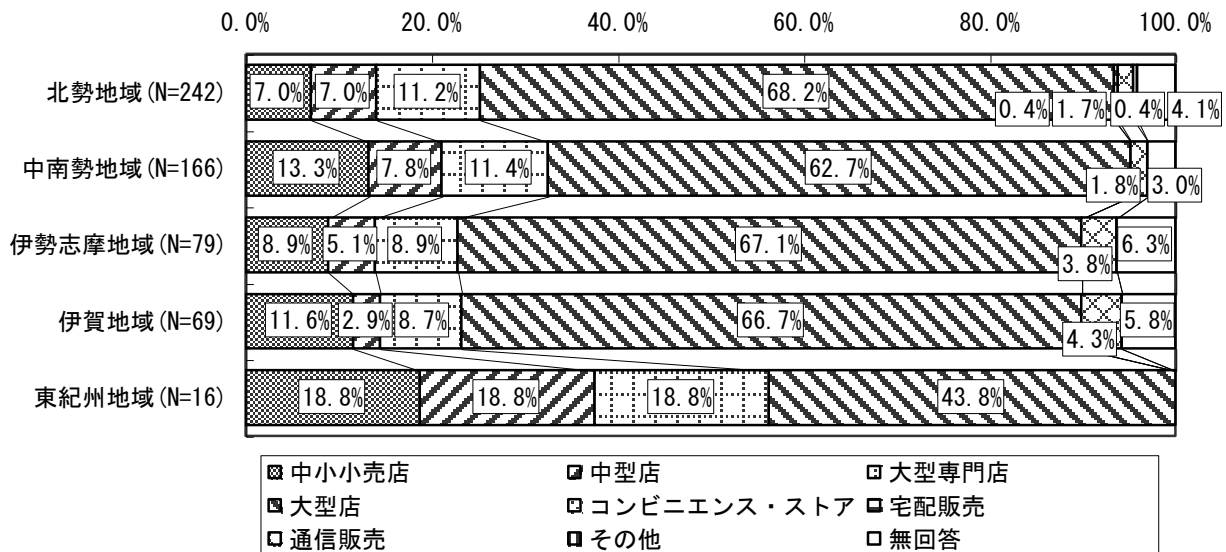
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。

図 31 年齢別 商品を購入する店舗の種類（高級衣料）



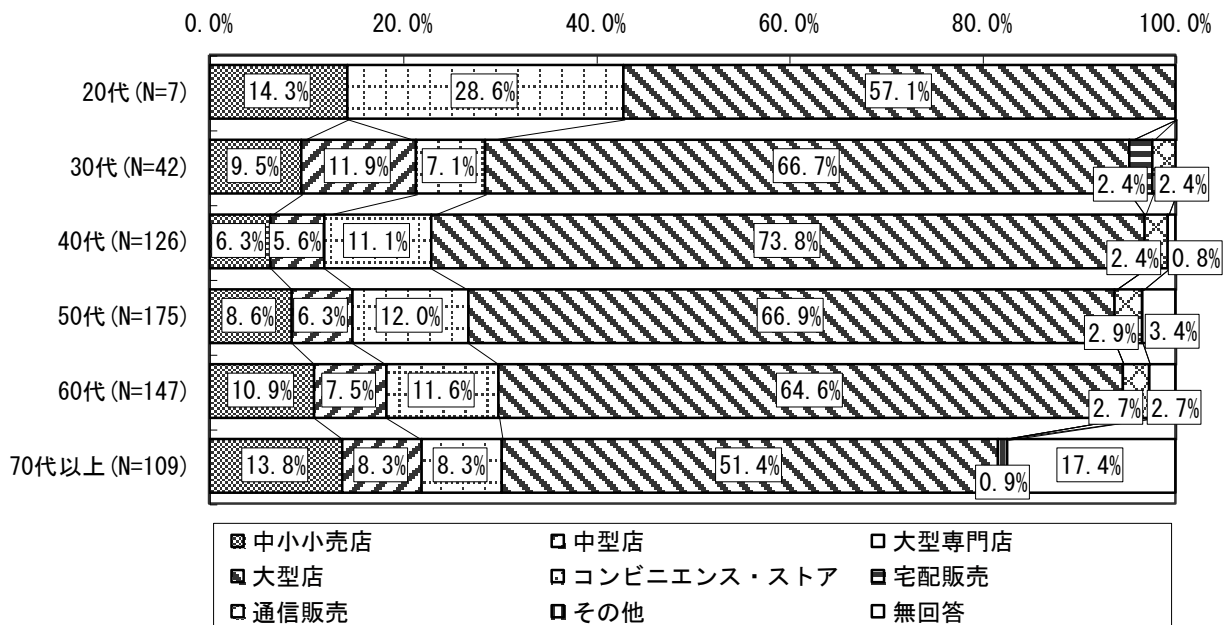
くつ・かばんでは、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。東紀州地域では「中小小売店」および「中型店」「大型専門店」の占める割合が他の地域に比べて高くなっている。

図 32 地域別 商品を購入する店舗の種類（くつ・かばん）



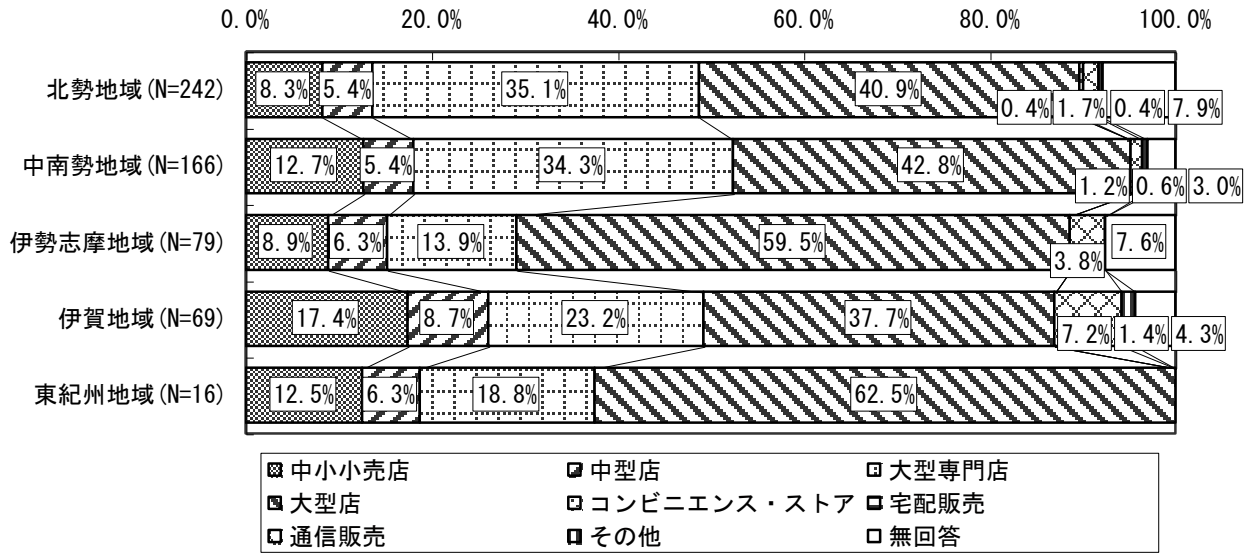
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。

図 33 年齢別 商品を購入する店舗の種類（くつ・かばん）



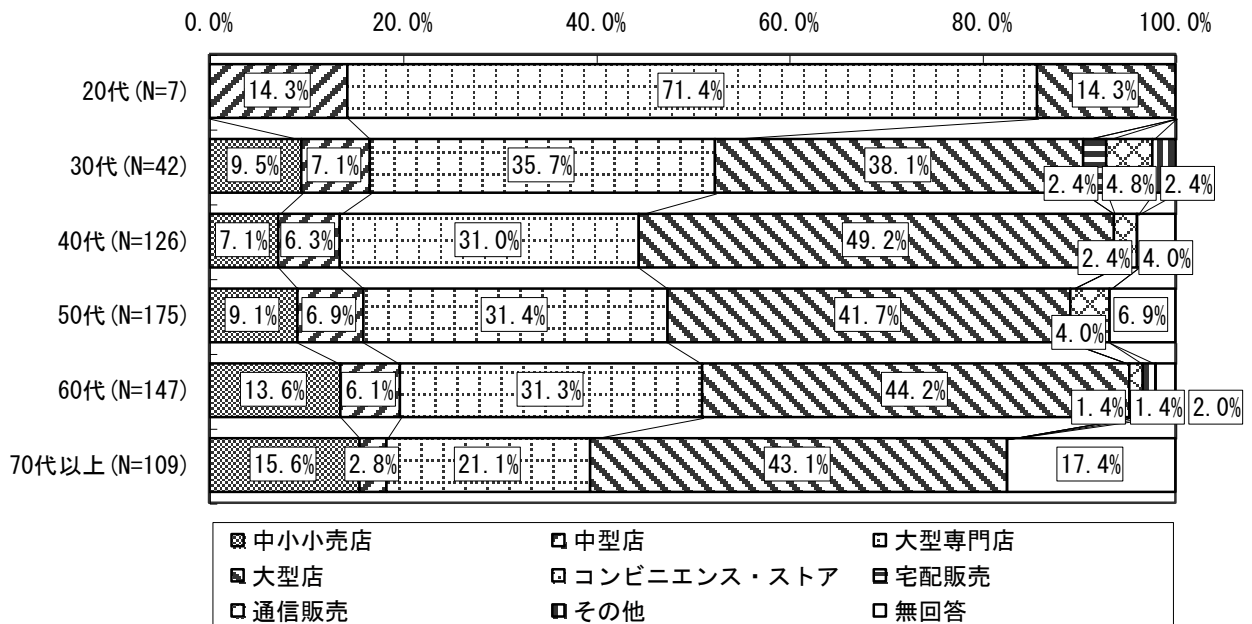
家具・寝具・インテリア用品では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。また、北勢地域・中南勢地域では、「大型専門店」が3割を超えており、他の地域に比べて多くなっている。

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）



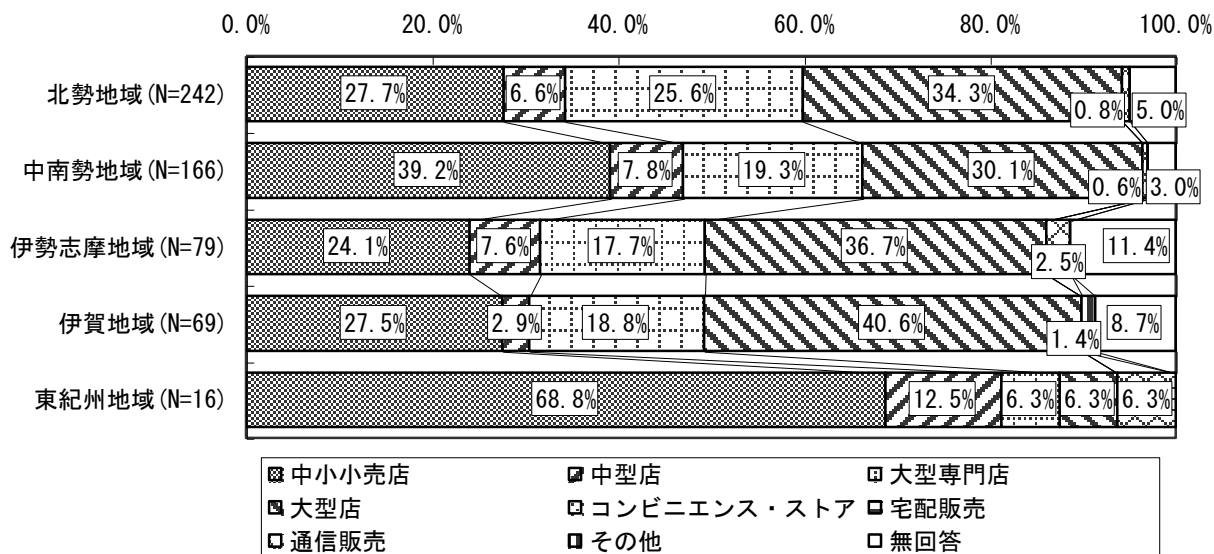
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」利用が多くなっている。また、30代や50代では「通信販売」の利用もそれぞれ4.8%、4.0%みられるなど30代から60代で通信販売の利用もある。

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）



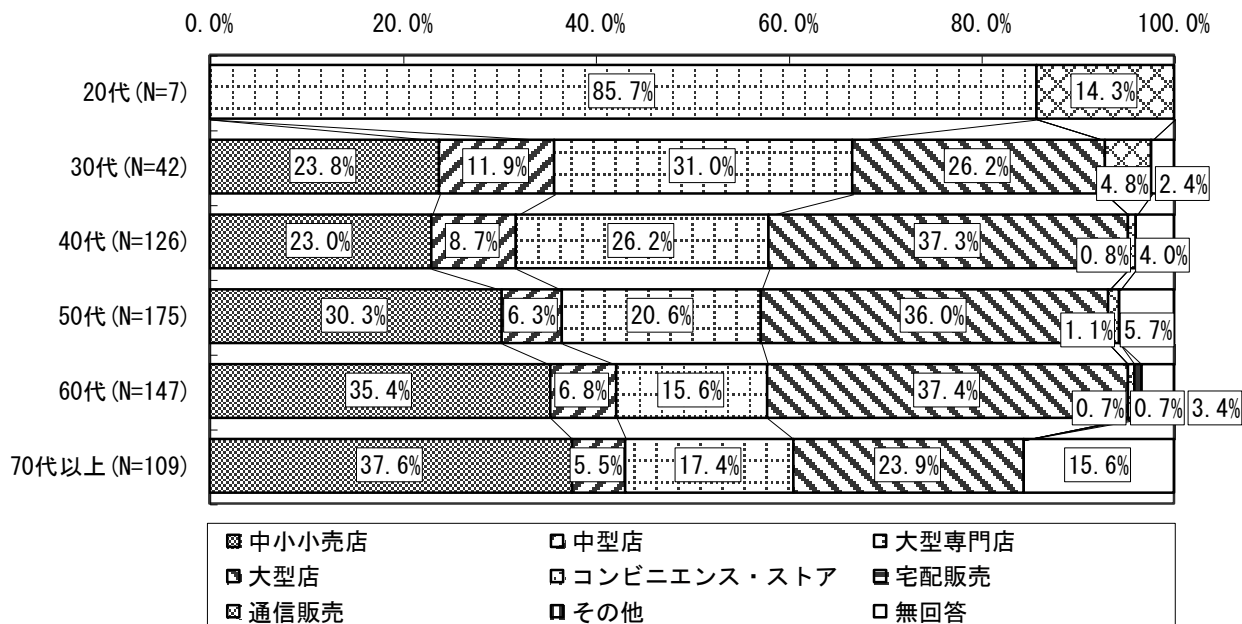
時計・メガネ・カメラでは、中南勢地域と東紀州地域で「中小小売店」、北勢地域・伊賀地域・伊勢志摩地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

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）



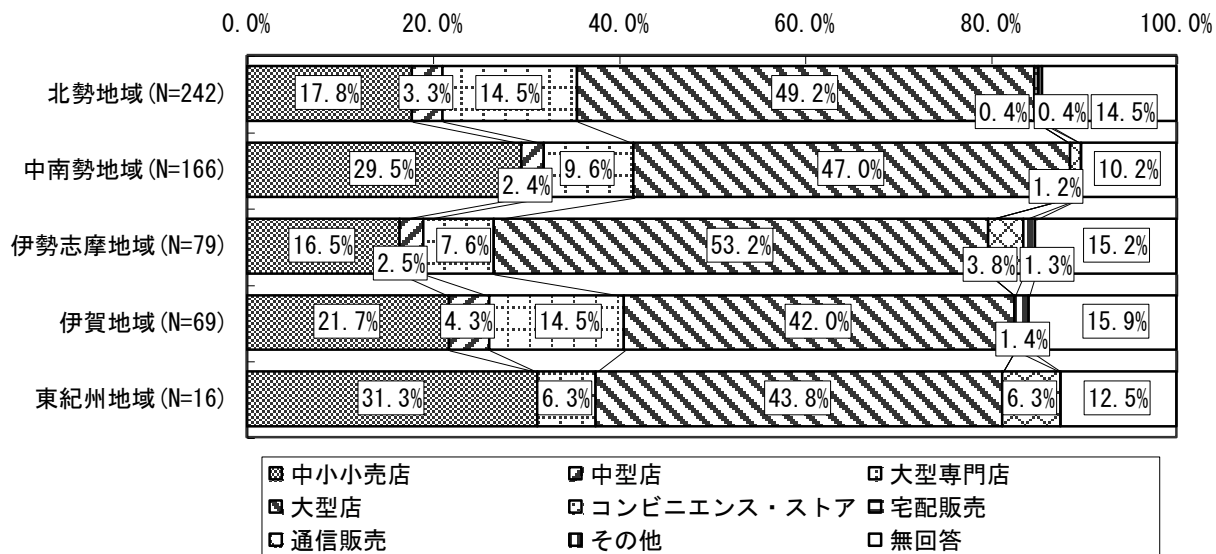
年齢別にみると、「中小小売店」利用が30代で23.8%であったものが70代以上では37.6%と年齢が高くなるにつれて多くなり、逆に「大型専門店」の利用が減少している。

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）



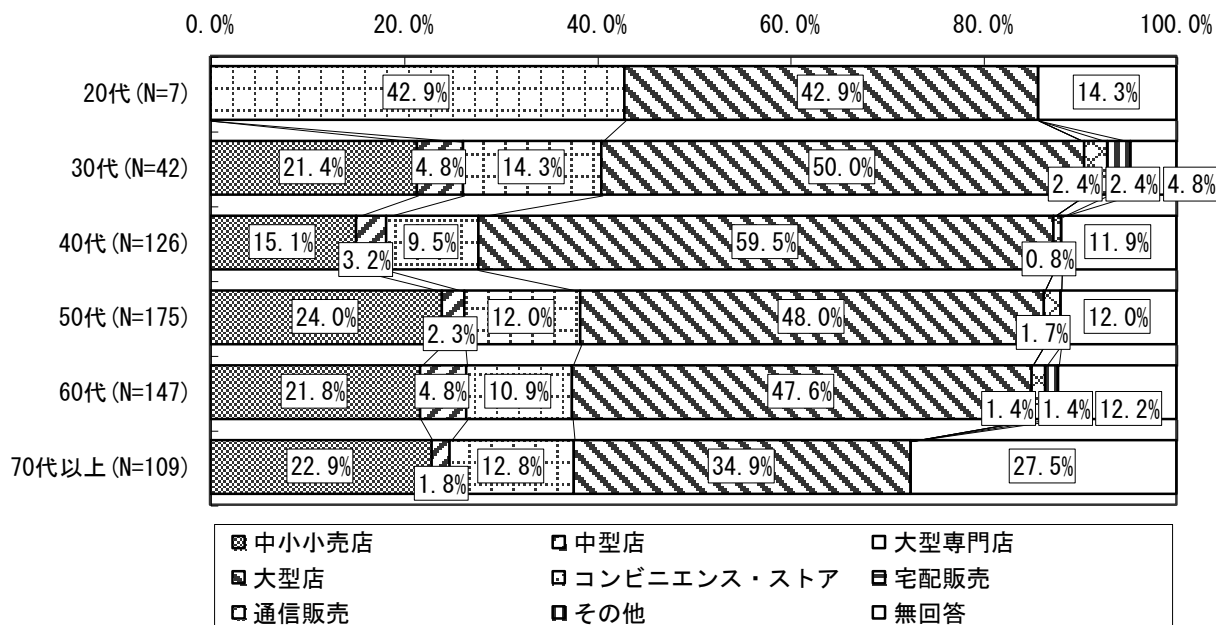
服飾品・宝石・貴金属では、いずれの地域でも「大型店」が最も多くなっている。

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）



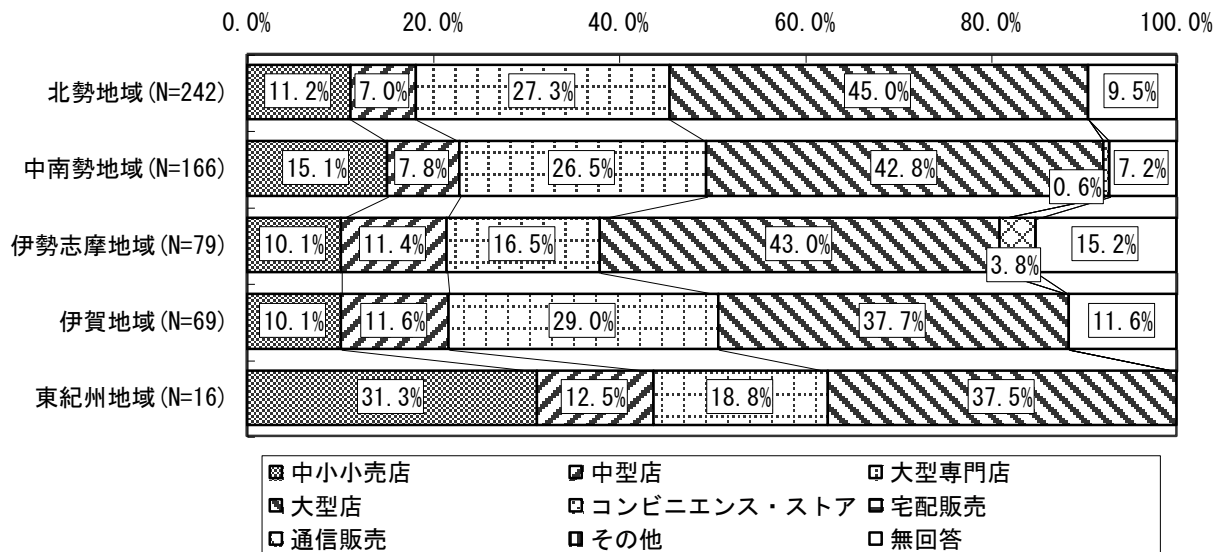
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。また、20代を除くと「中小小売店」の利用も2割前後みられる。

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）



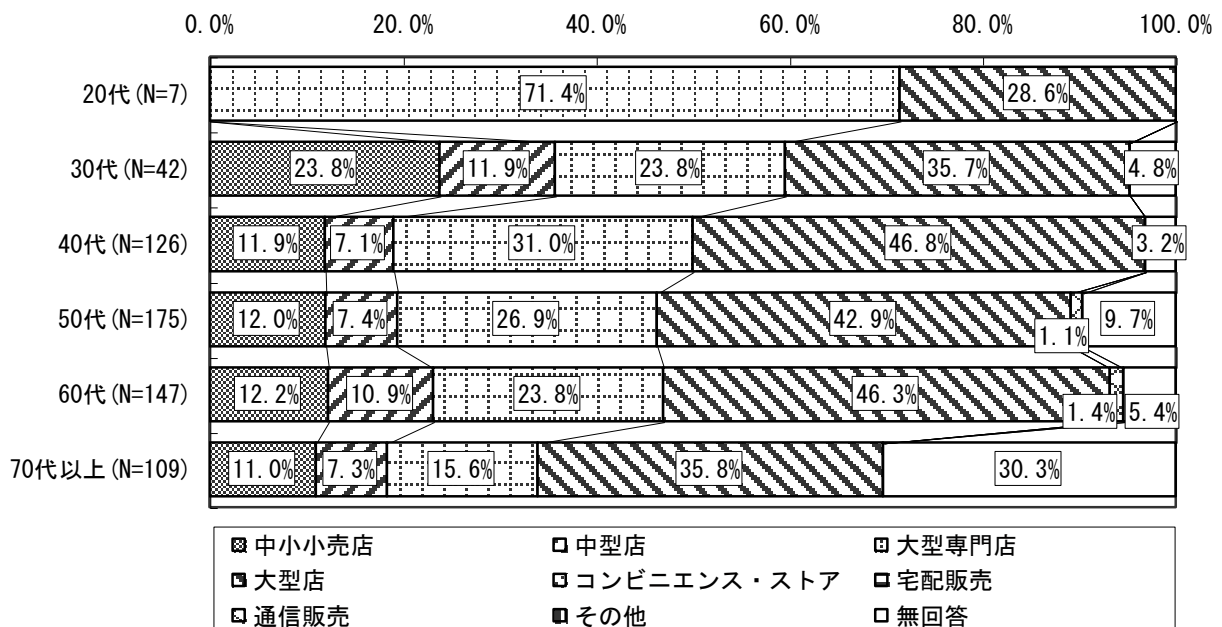
スポーツ・レジャー用品では、いずれの地域でも「大型店」が最も多く、次いで東紀州地域で「中
 小売店」、それ以外の地域で「大型専門店」となっている。

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）



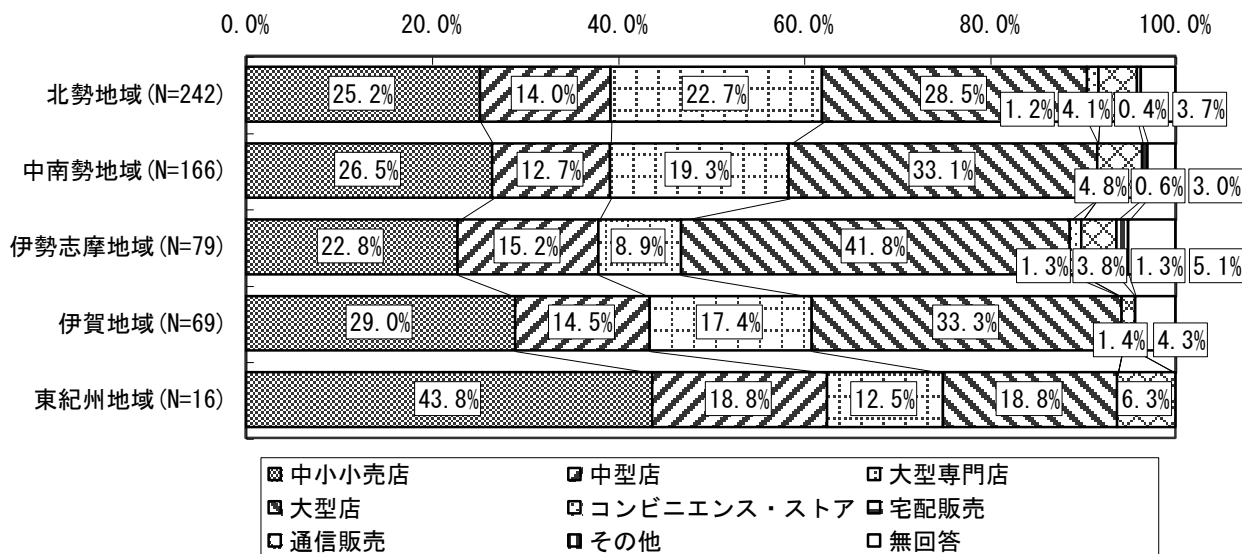
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」の利用が多くなっている。

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）



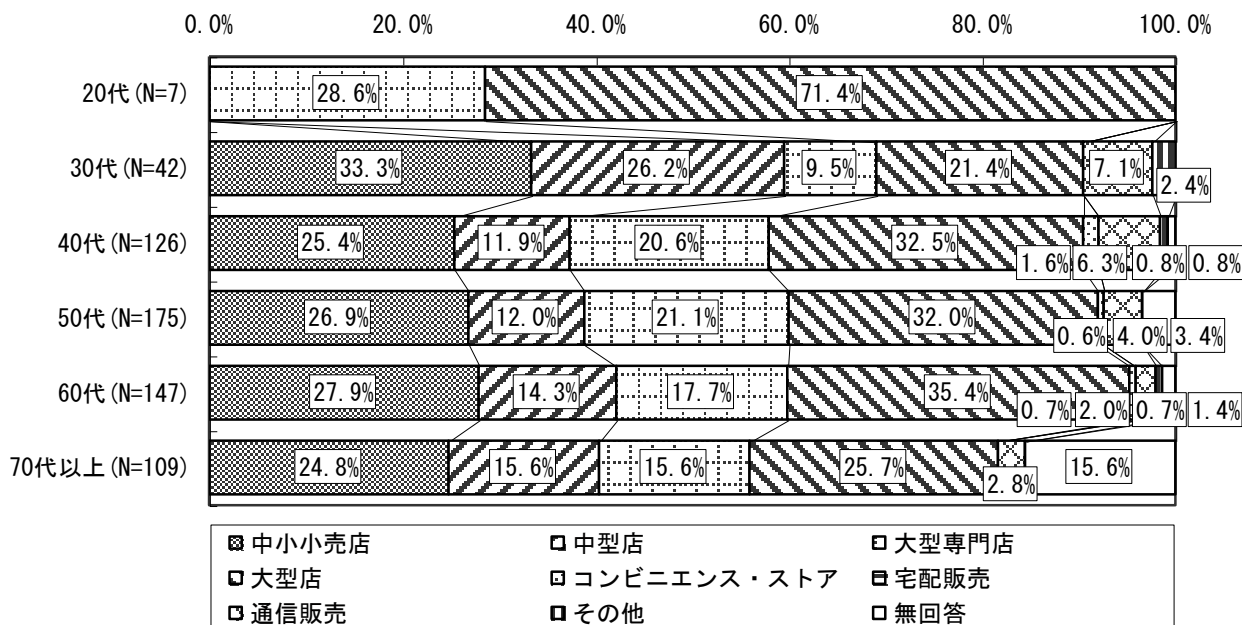
書籍・文具では、東紀州地域で「中小小売店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 42 地域別 商品を購入する店舗の種類（書籍・文具）



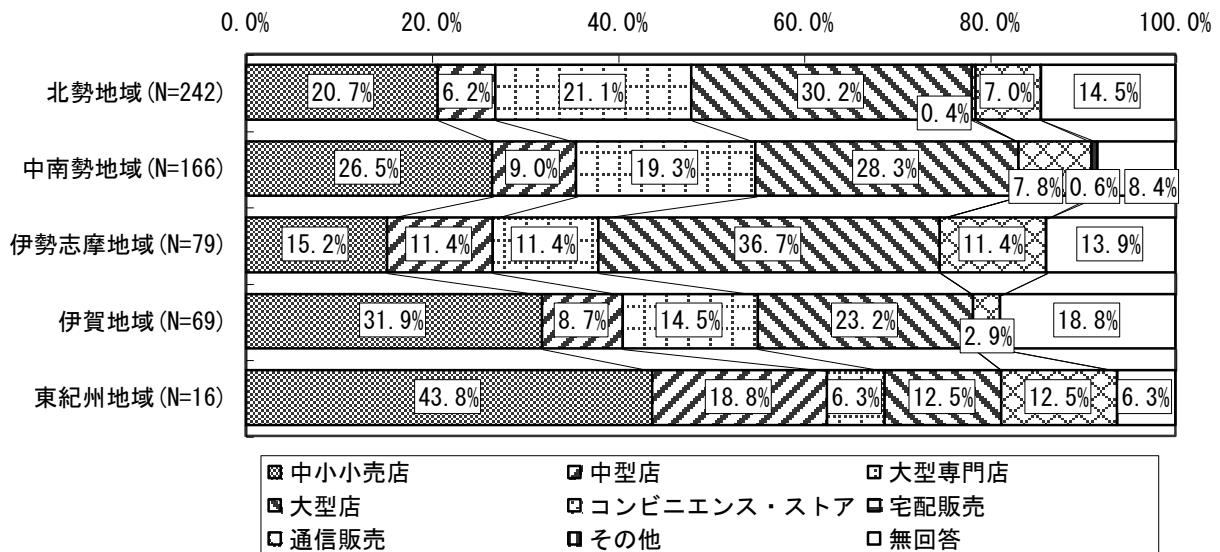
年齢別にみると、20代を除くと、いずれの年齢でも利用する店舗の種類が分かれており、いずれの店舗の利用がみられる。また、「通信販売」の利用も30代で7.1%、40代で6.3%など、20代を除く各年代でみられる。

図 43 年齢別 商品を購入する店舗の種類（書籍・文具）



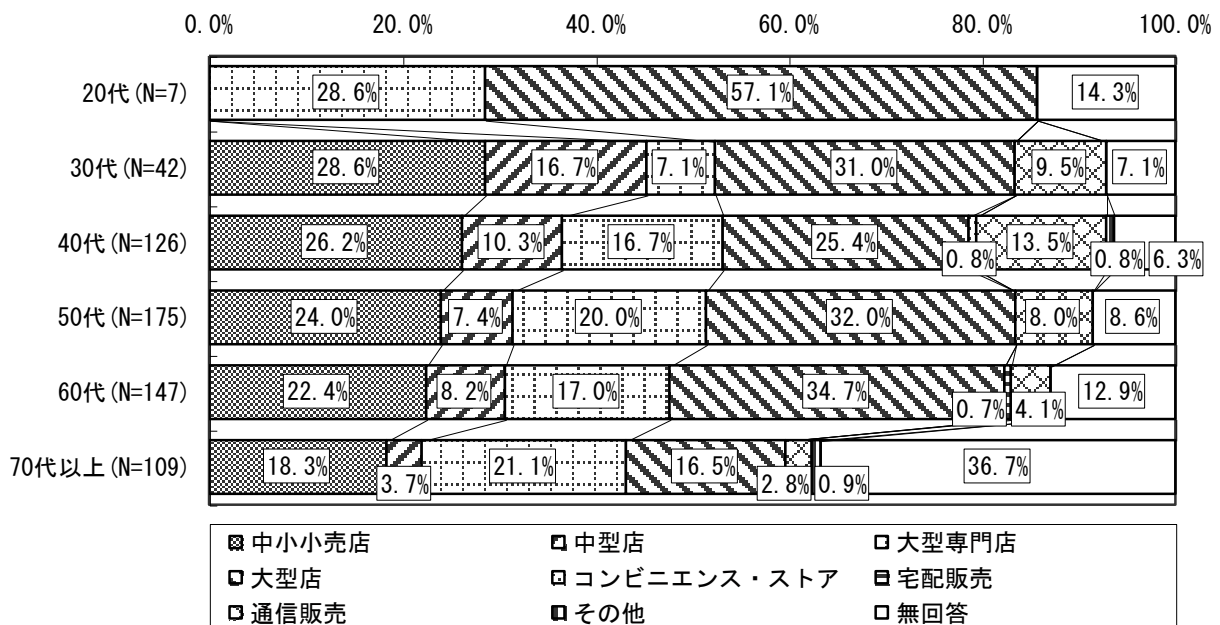
楽器・CD では、伊賀地域と東紀州地域で「中小小売店」、北勢地域・中南勢地域・伊勢志摩地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 44 地域別 商品を購入する店舗の種類（楽器・CD）



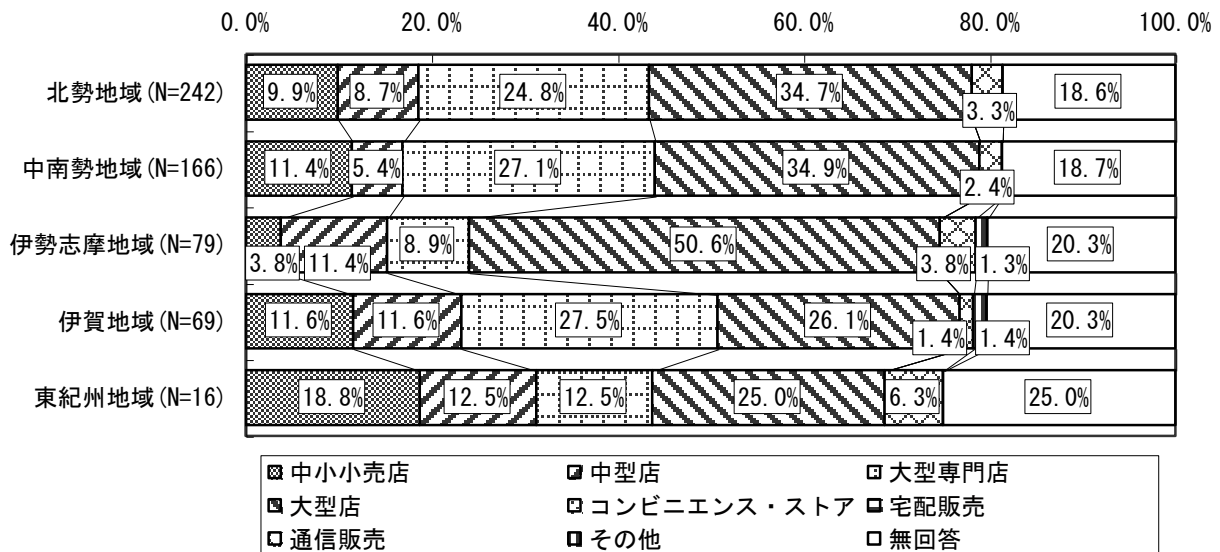
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」利用が多くなっている。また、「中小小売店」の利用も30代で28.6%などと多くなっている。

図 45 年齢別 商品を購入する店舗の種類（楽器・CD）



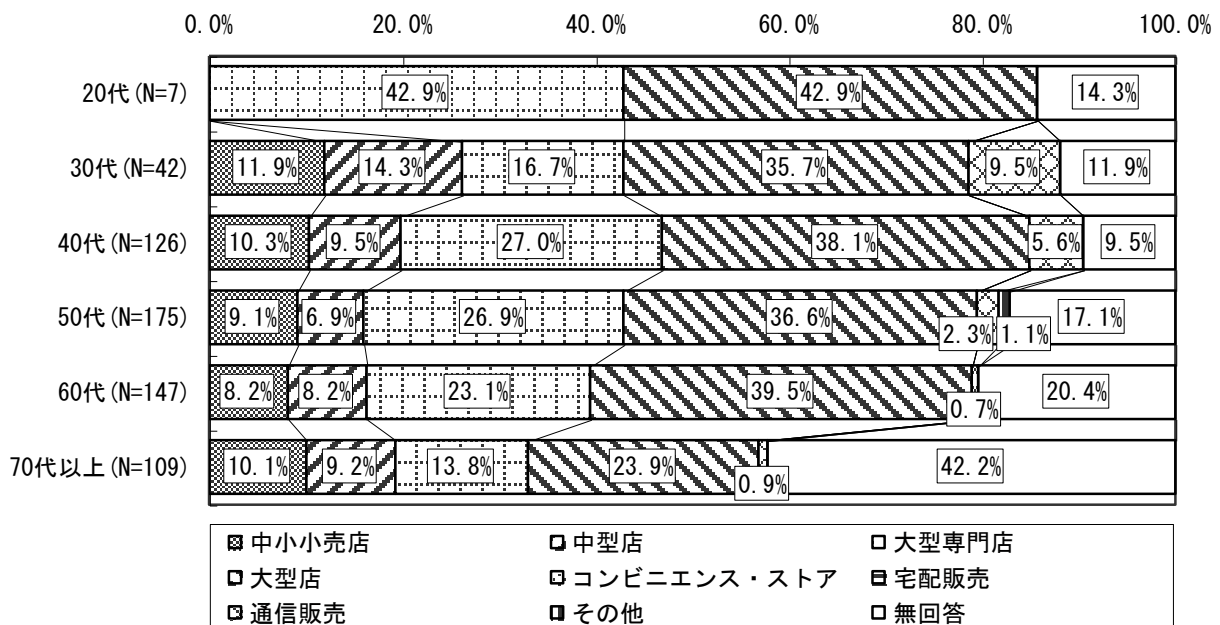
玩具・TVゲームでは、伊賀地域で「大型専門店」、それ以外の地域で「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

図 46 地域別 商品を購入する店舗の種類（玩具・TVゲーム）



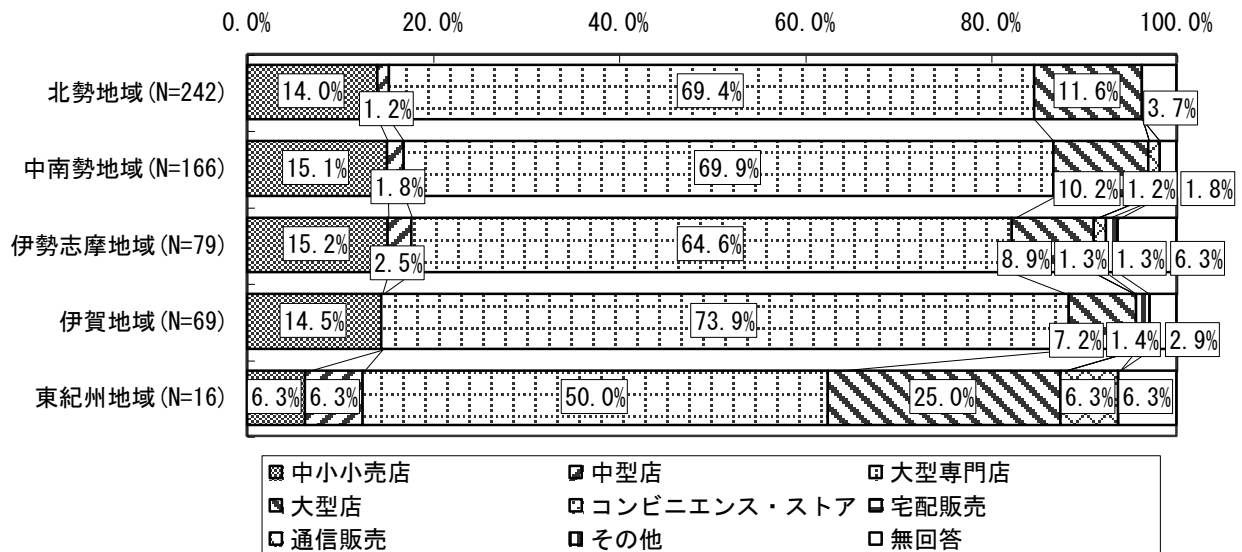
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型店」や「大型専門店」の利用が多くなっている。

図 47 年齢別 商品を購入する店舗の種類（玩具・TVゲーム）



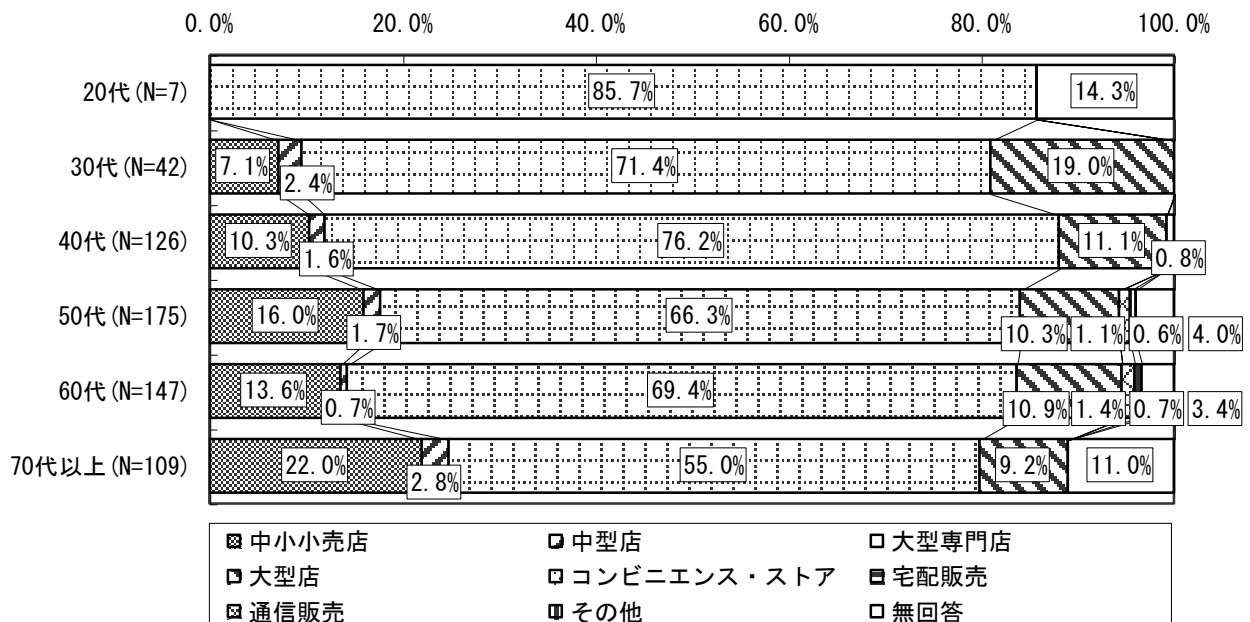
家庭電化製品では、いずれの地域でも「大型専門店」が最も多く、次いで東紀州地域で「大型店」、それ以外の地域では「中小小売店」となっている。

図 48 地域別 商品を購入する店舗の種類（家庭電化製品）



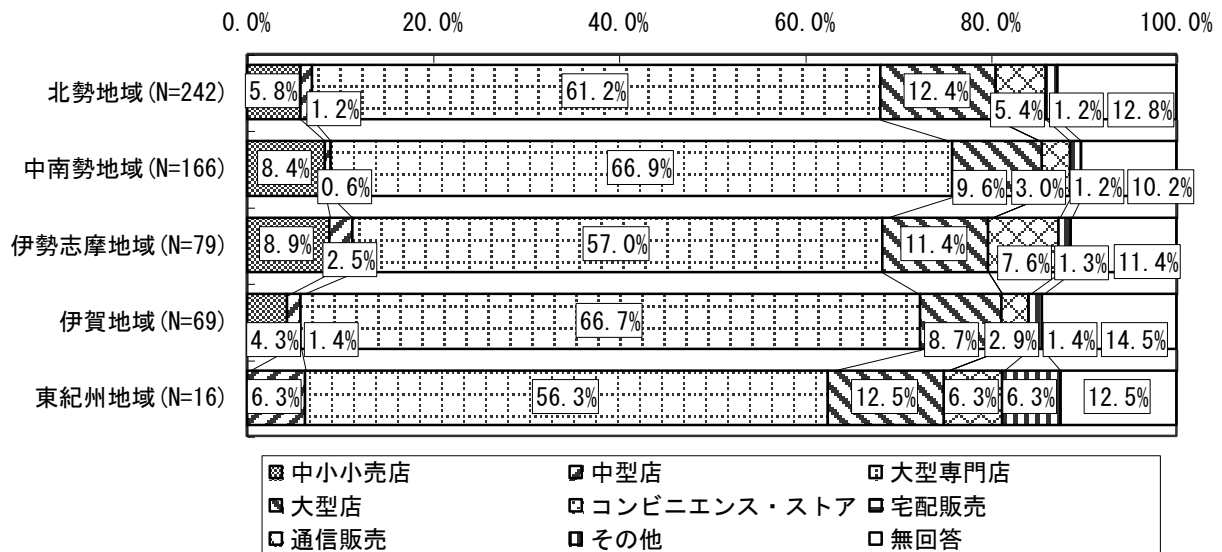
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型専門店」利用が圧倒的に多くなっている。また、20代を除き、おおむね年齢層の上昇にともない「中小小売店」の利用も増加している。

図 49 年齢別 商品を購入する店舗の種類（家庭電化製品）



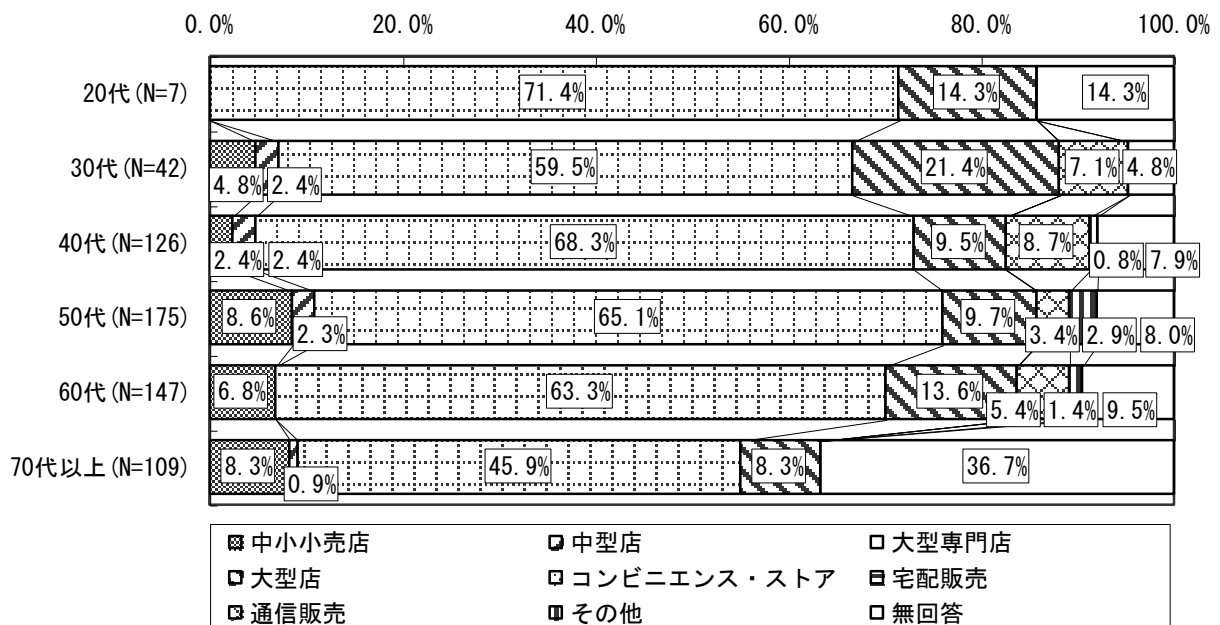
情報関連機器（パソコン・ソフトウェア等）では、いずれの地域でも「大型専門店」が最も多く、次いで「大型店」となっている。

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））



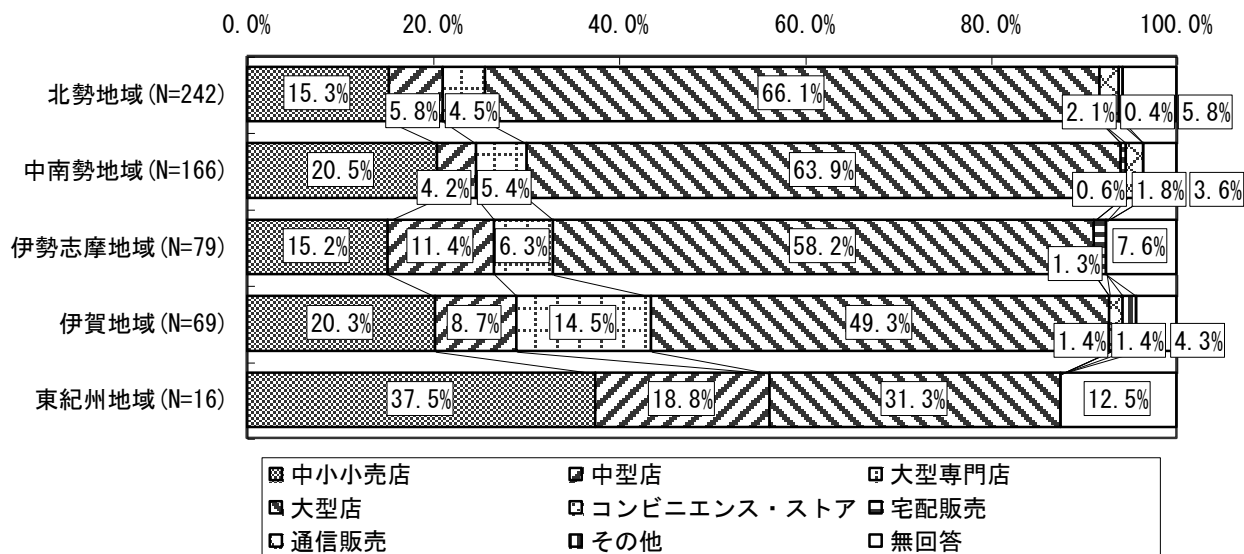
年齢別にみると、いずれの年齢でも「大型専門店」利用が多くなっている。

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））



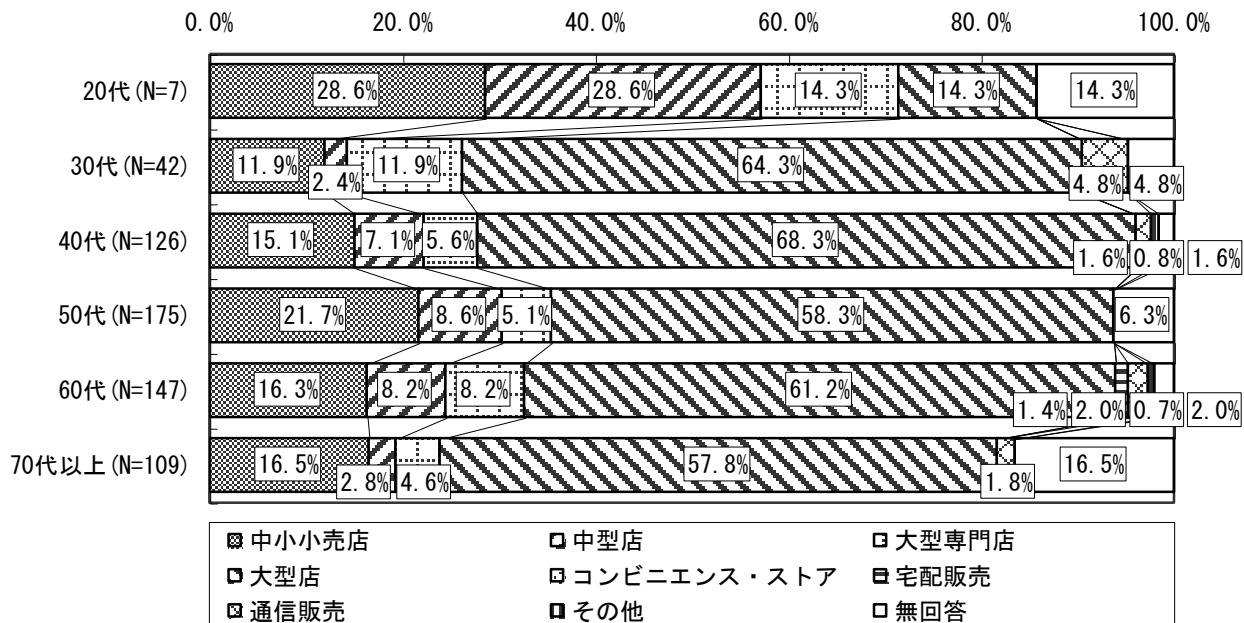
贈答品では、東紀州地域では「中小小売店」、それ以外の地域では「大型店」がそれぞれ最も多くなっている。

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）

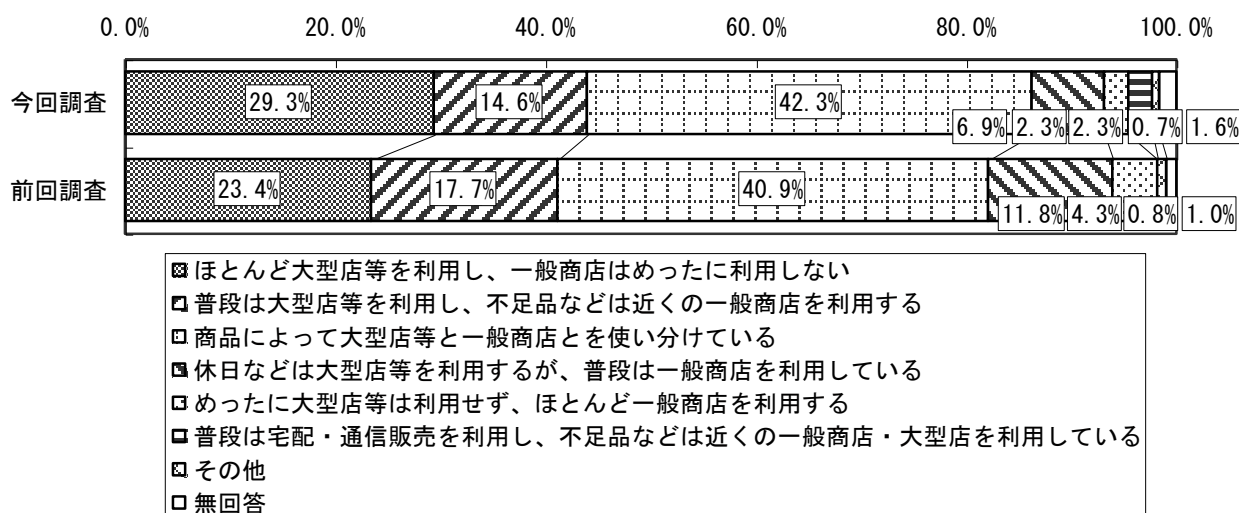


5 一般商店と大型店等の使い分け

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。

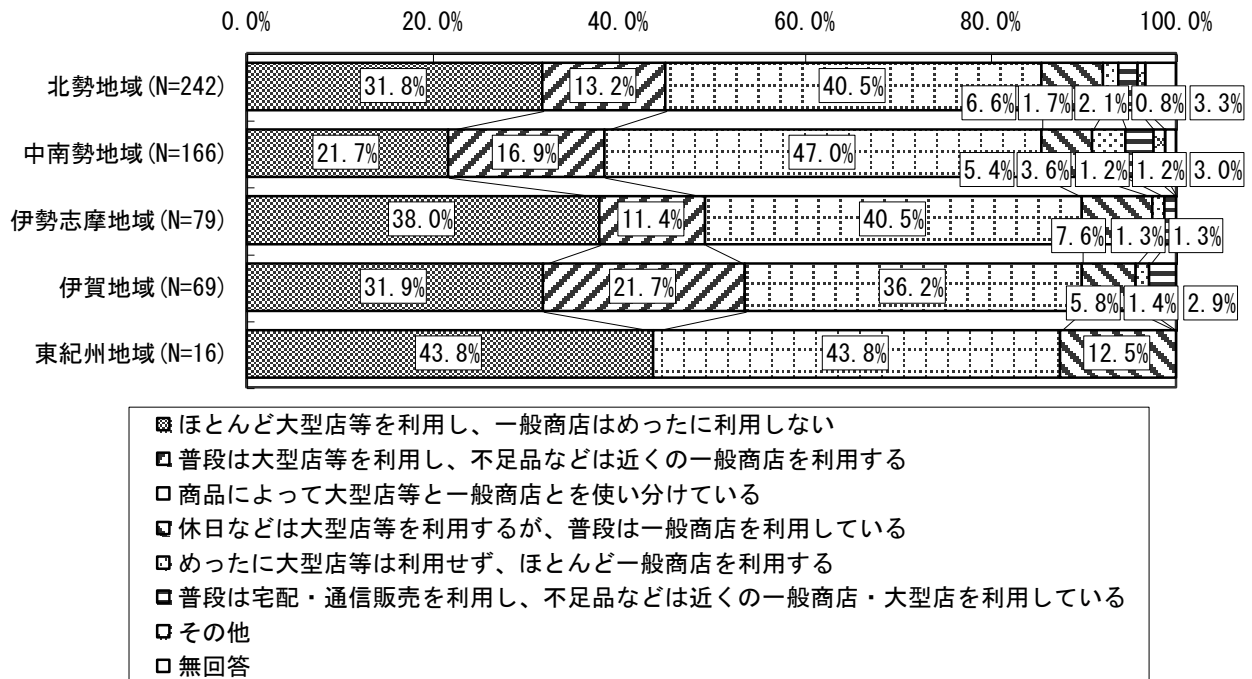
図 54 一般商店と大型店等の使い分け



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

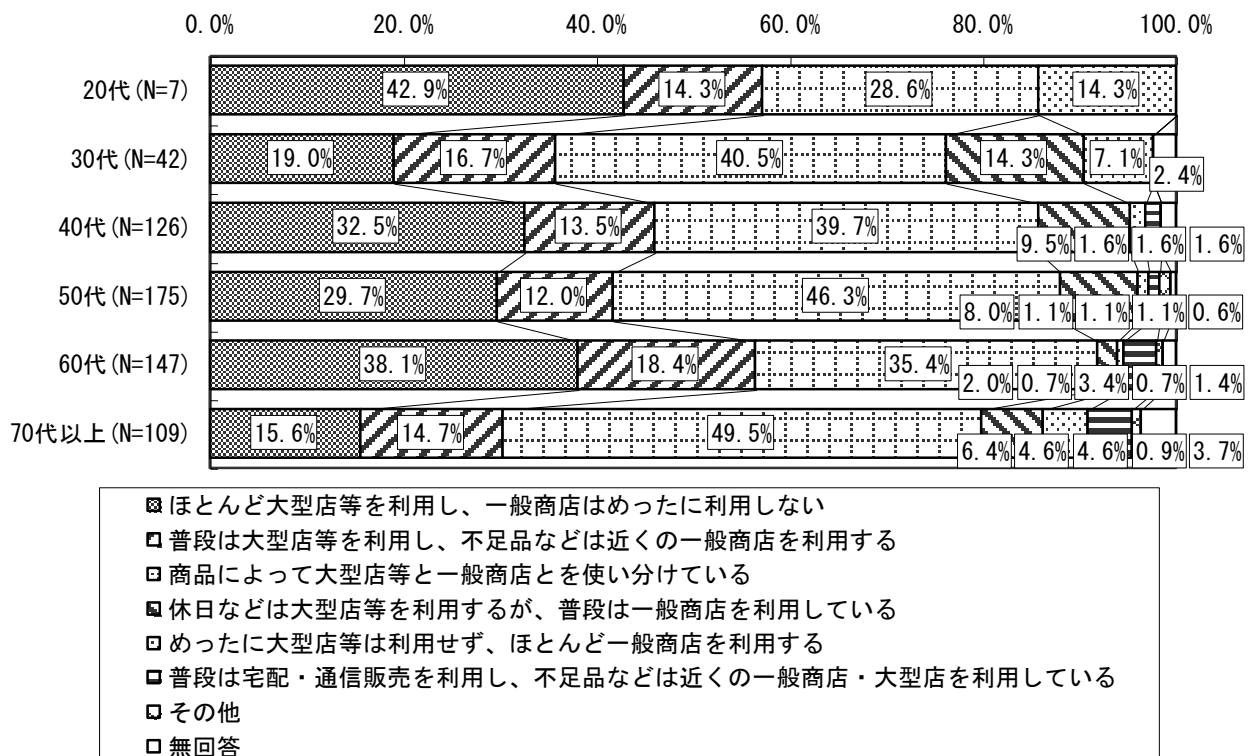
地域別にみると、いずれの地域でも「商品によって大型店等と一般商店とを使い分けている」が最も多く、次いで「ほとんど大型店等を利用し、一般商店はめったに利用しない」となっている。

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

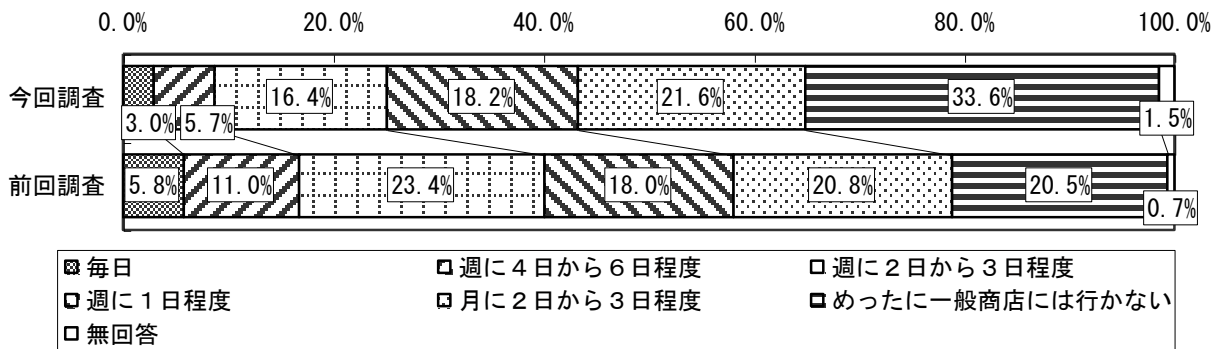


6 一般商店を訪れる頻度

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。

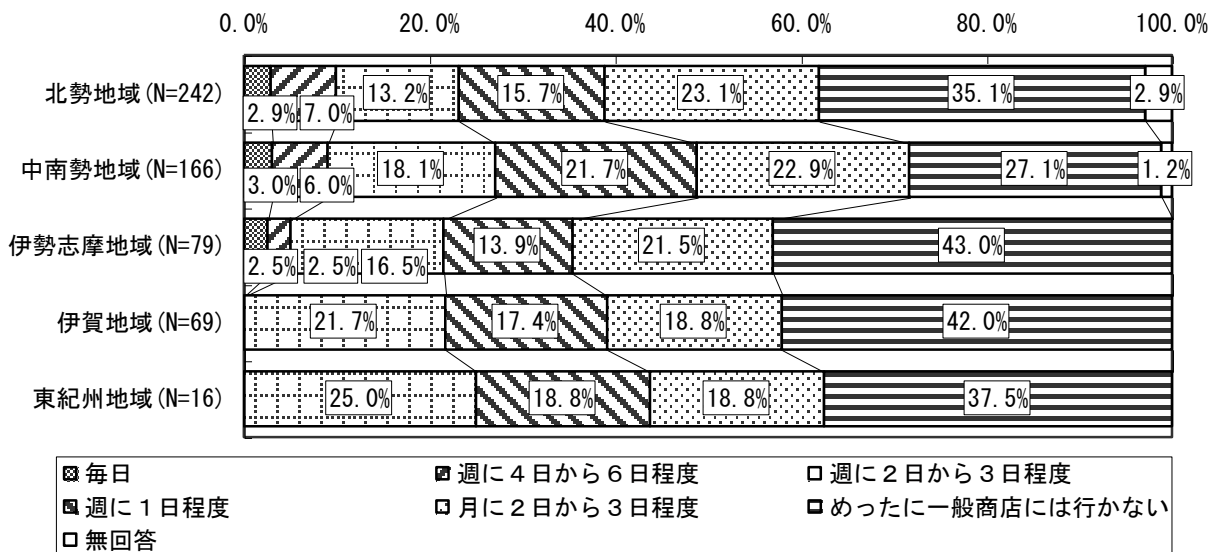
前回調査と比較すると、「毎日」や「週に4日から6日」という訪問頻度の多い回答が減少し、変わって「めったに一般商店には行かない」が前回調査の20.5%から33.6%と大幅に増加している。

図 57 一般商店を訪れる頻度



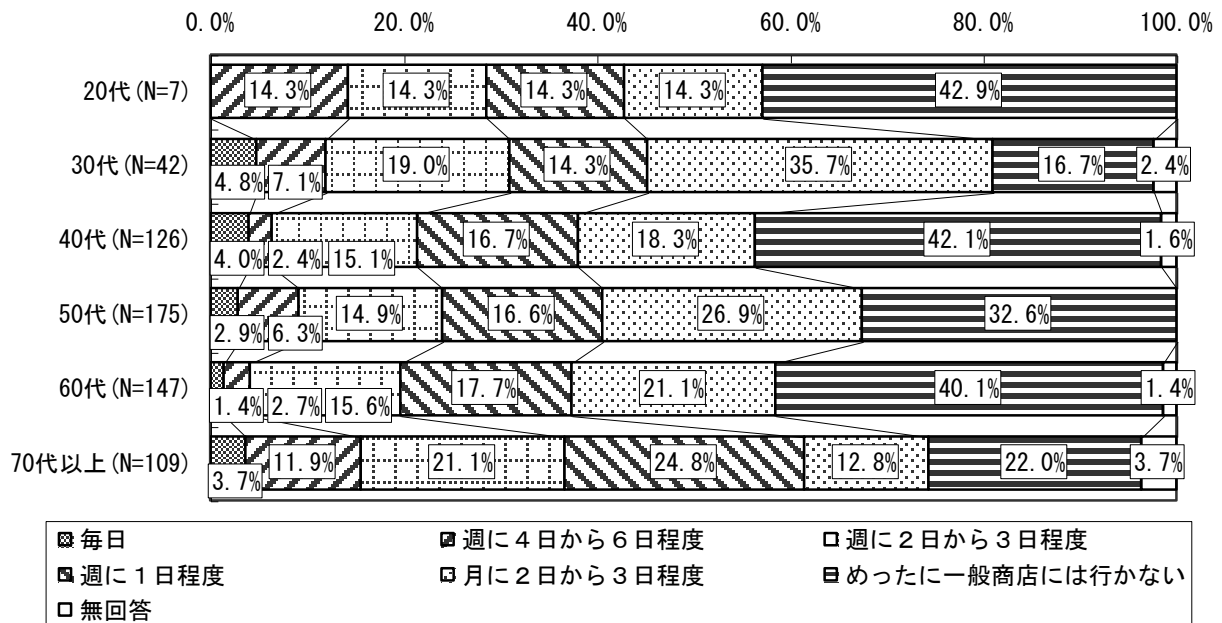
地域別にみると、いずれの地域でも「めったに一般商店には行かない」が最も多くなっている。頻度が「週に1度」以上が占める割合は、中南勢地域が48.8%で最も多く、次いで東紀州地域(43.8%)となっている。

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

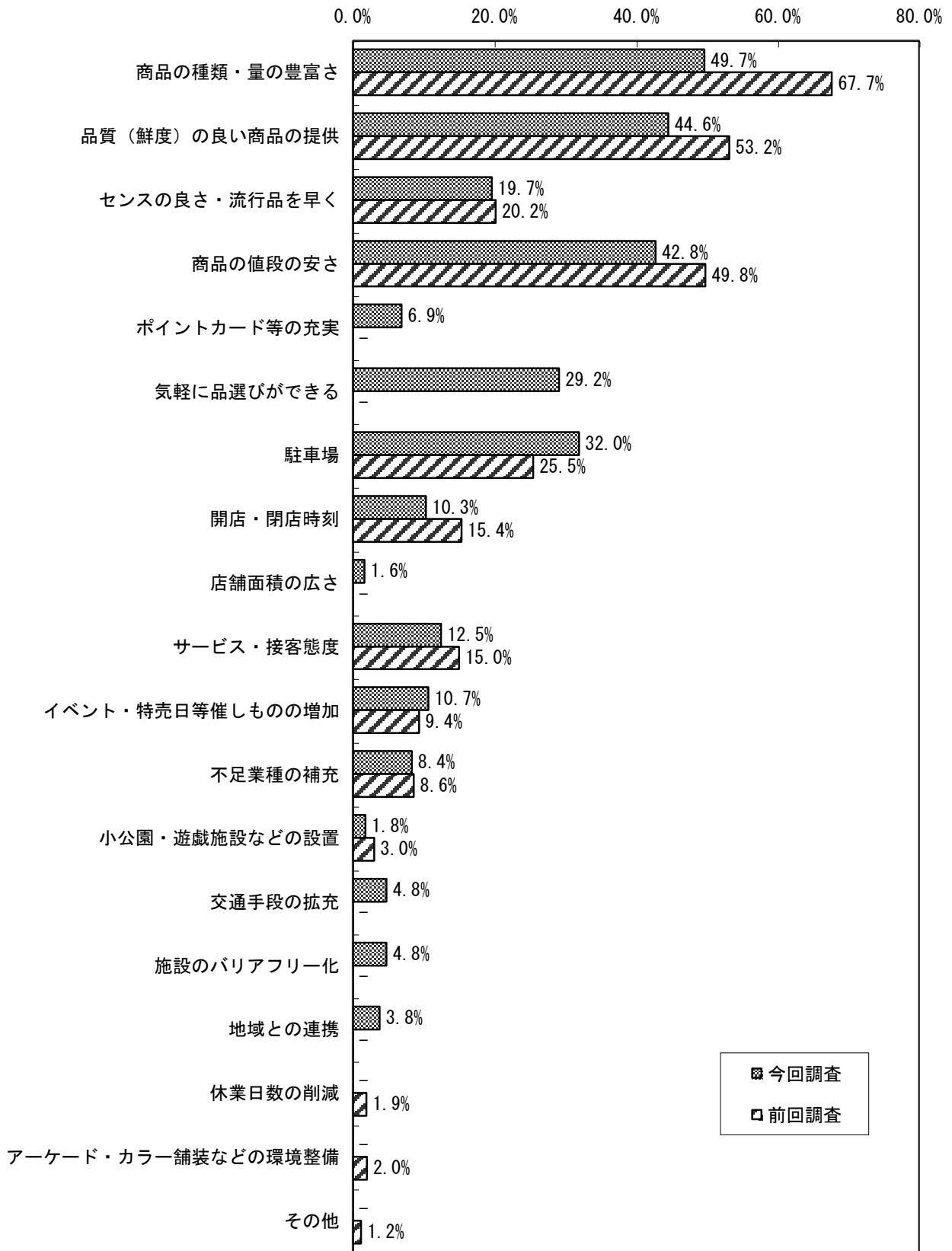


図 61 地域別 商店街への要望（1）

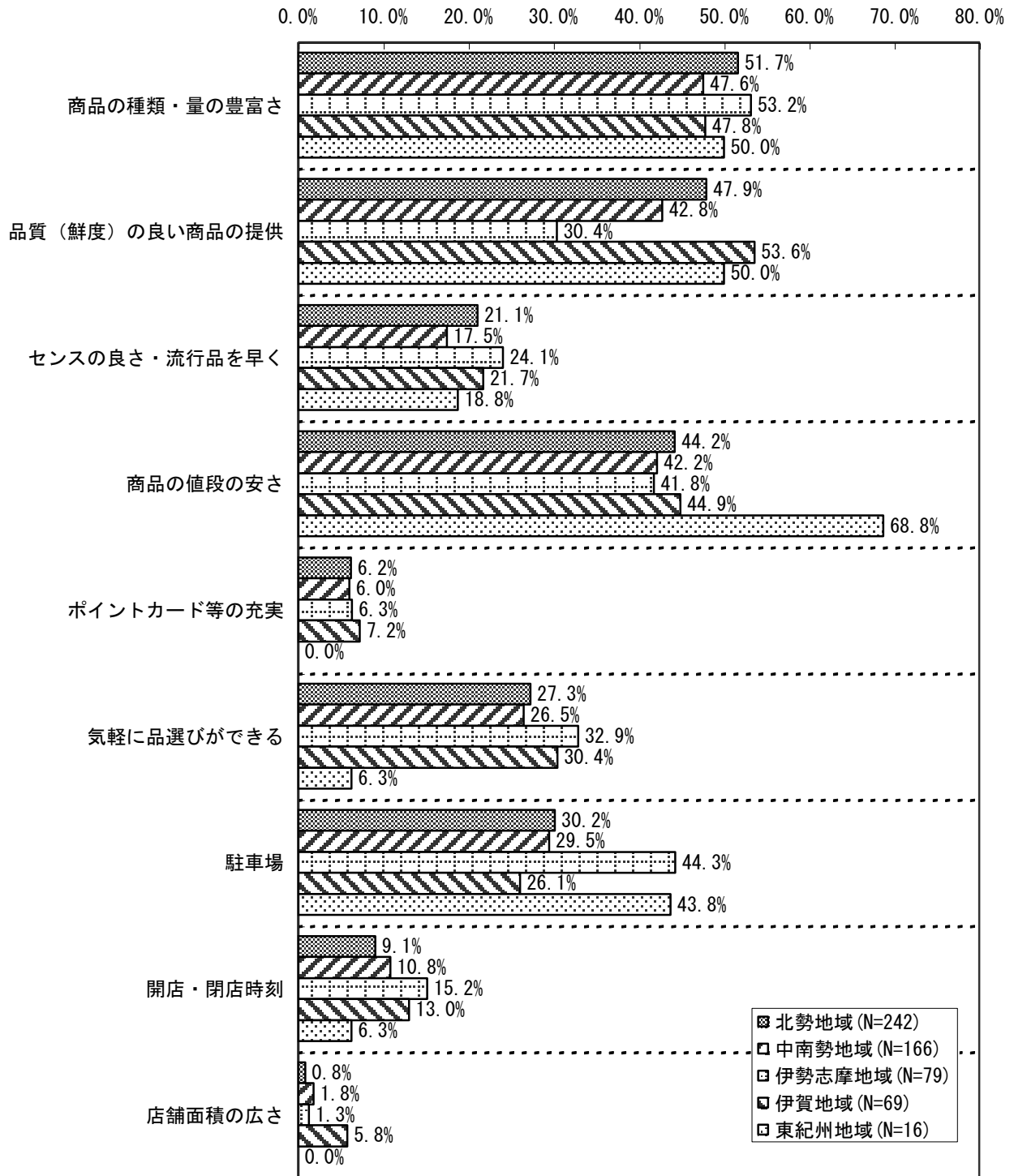


図 61 地域別 商店街への要望（2）

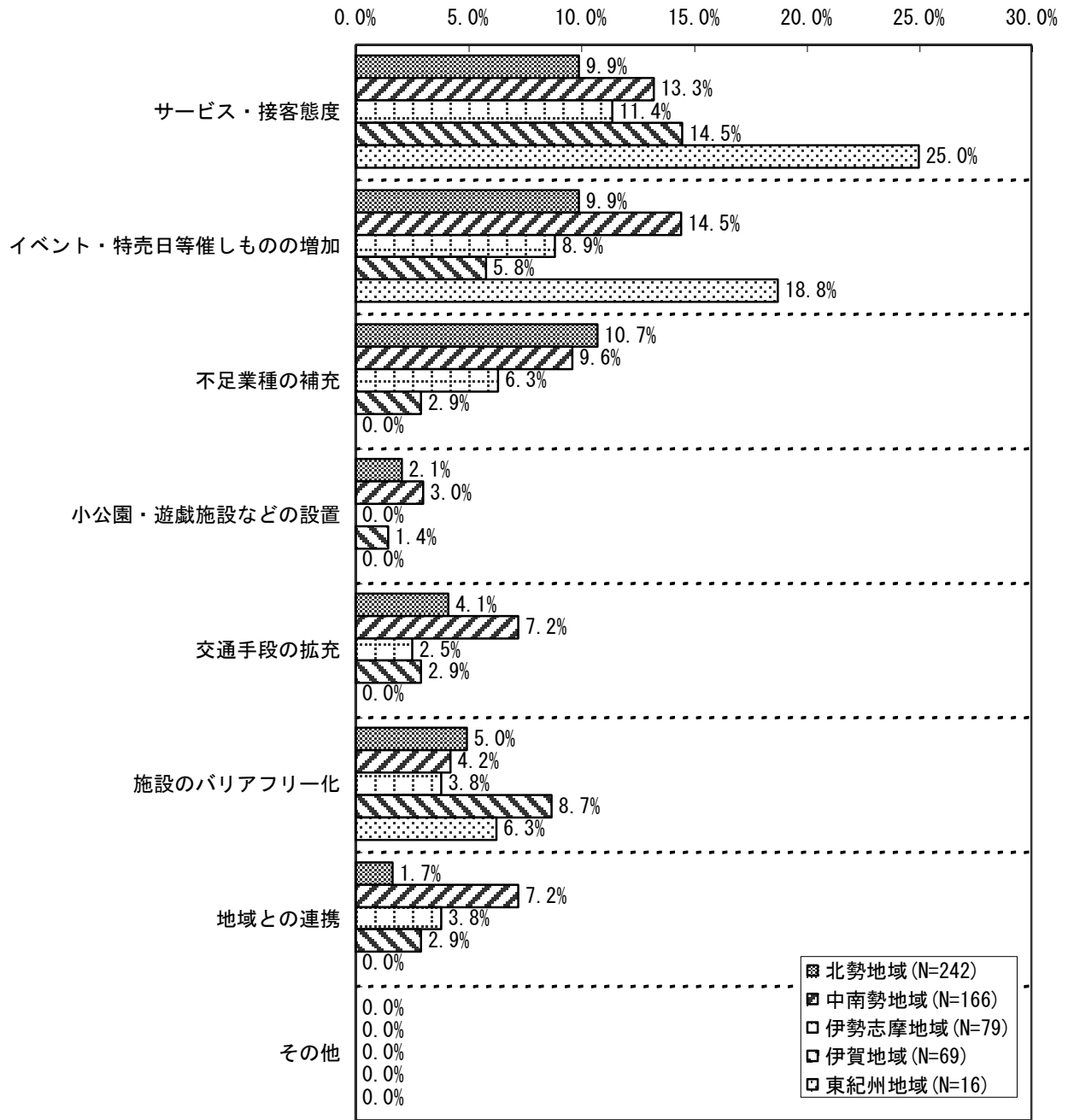


図 62 年齢別 商店街への要望（1）

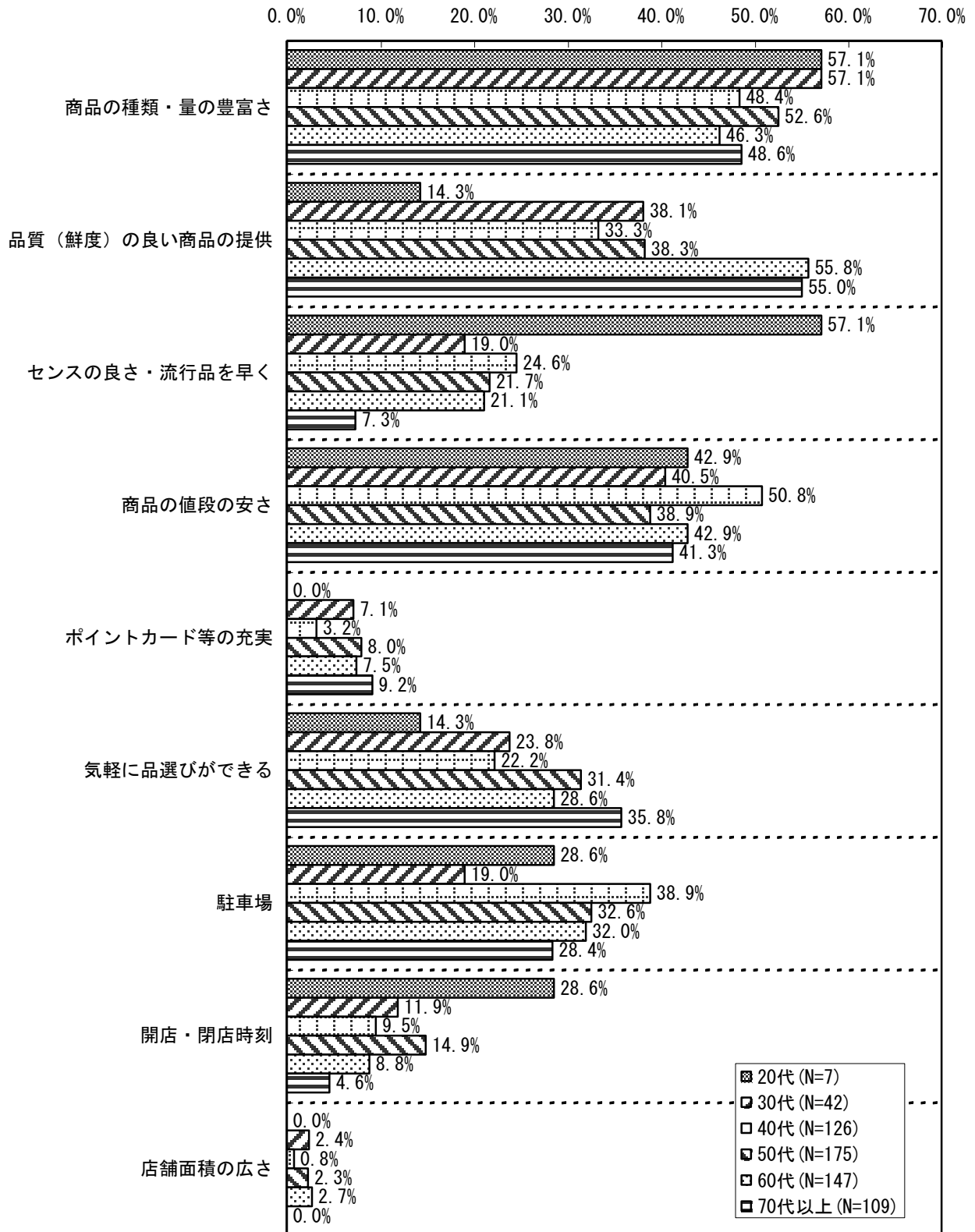
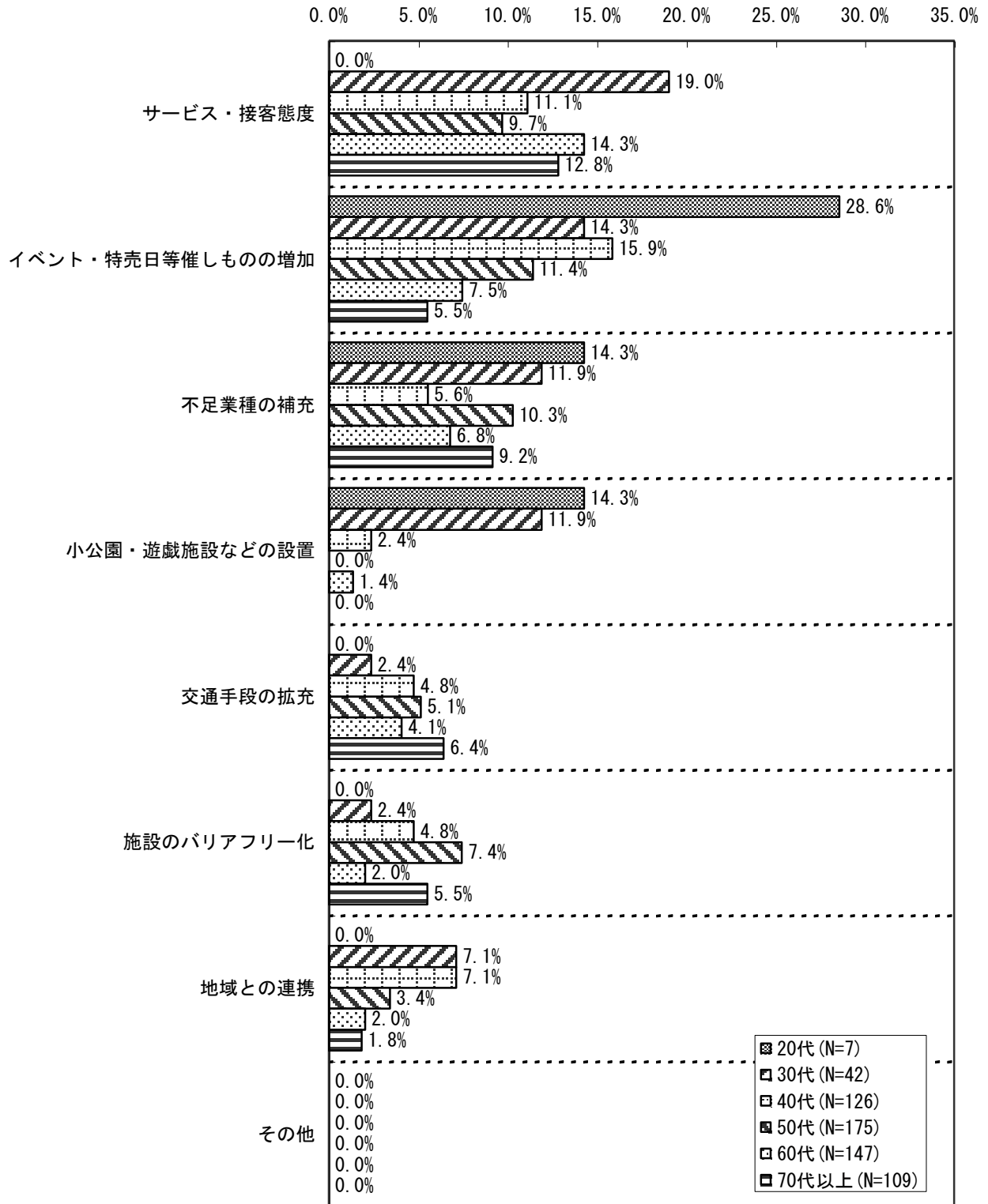


図 62 年齢別 商店街への要望（2）



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)