

入善町中心商店街に関するアンケート調査
報 告 書

令和元年 12 月

入善町商工会

目次

1. 調査概要	1
2. 回答者の属性・状況	2
3. 調査結果の要約	6
4. アンケート調査結果	8
(1) 家族（世帯全体）の日頃の買い物動向や意識について	8
(2) 入善町中心商店街の利用状況やイベントへの参加について	27
(3) 入善町中心商店街への思いについて	44
(4) 入善町中心商店街の活性化について	52
5. アンケート調査票	63

1. 調査概要

●調査目的

入善町に在住の一般消費者に対して買い物動向や中心商店街へのニーズ等を調査し、町民のニーズを把握するとともに、商店街が直面する課題や問題点、必要とされる商業機能やサービスを明らかにし、「中心商店街活性化戦略」を策定するための基礎資料とする。

●調査日

令和元年 10 月 19 日～令和元年 11 月 19 日

●調査方法

- ・調査対象：入善町に在住の消費者
- ・調査方法：調査票を配布し、アンケート方式により調査した。

●回答数

- ・436 人

●調査結果の見方

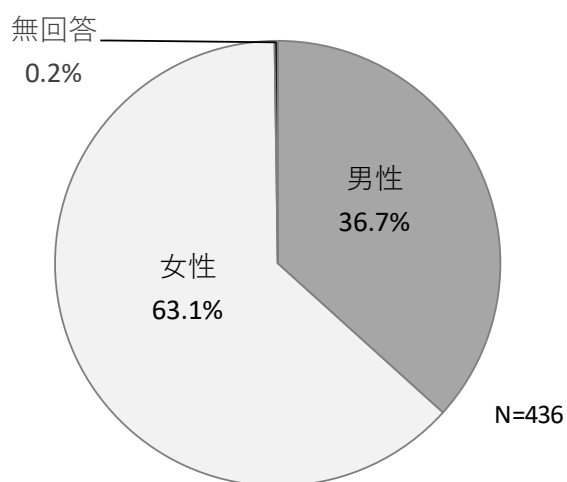
(1) 注意事項

- ① 集計結果は各設問の標本数を 100%とした百分比 (%) で表示した。原則として小数点第 2 位を四捨五入してあるため、個々の比率の合計と全体を示す数値とは一致しないことがある。また、この比率の合計が 100%にならないこともありうる。
- ② 複数の回答を認めた設問では、百分比 (%) の合計は、100%を上回る場合がある。
- ③ グラフ中の「n」はその設問についての有効回答数を示している。
- ④ 本文中のグラフ、表中の選択肢表記は、見やすさに配慮するために、語句を簡略化してある場合がある。
- ⑤ 図表中に「M. T. (Multiple Total) と記してあるのは、1つの質問に対して2つ以上の回答(複数回答)を求めた場合の回答数の合計を回答者数(n)で除した比率であり、その値は100%を超える。

2. 回答者の属性・状況

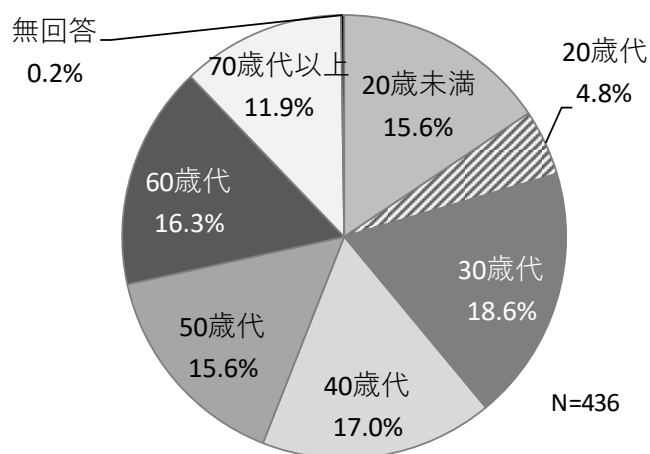
(1) 性別

回答者は「男性」が 36.7%、「女性」が 63.1%、「無回答」が 0.2%である。



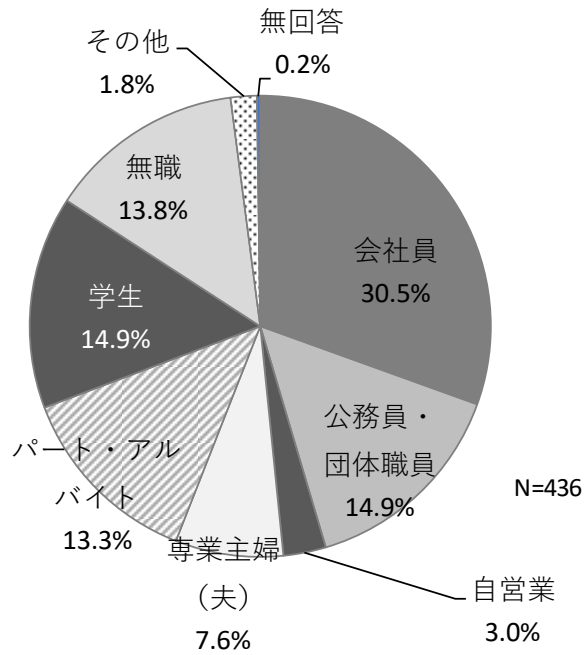
(2) 年齢

回答者の年齢は、「30 歳代」が 18.6%と最も多く、次いで「40 歳代」(17.0%)、「60 歳代」(16.3%) となっている。



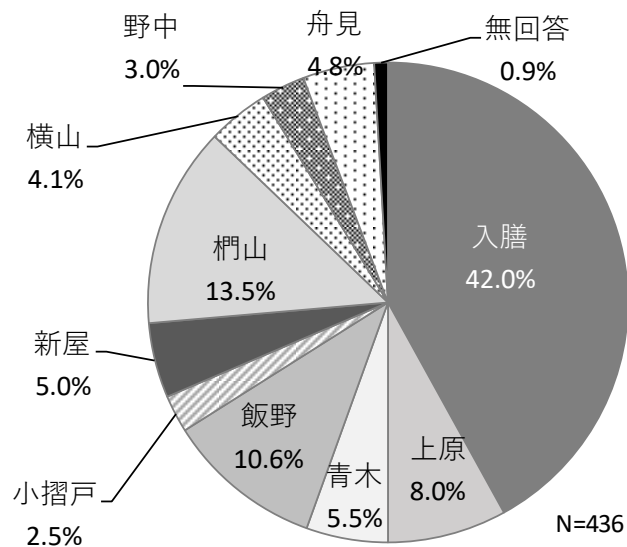
(3) 職業

回答者の職業は、「会社員」が 30.5%と最も多く、次いで「公務員・団体職員」と「学生」がそれぞれ 14.9%、「無職」(13.8%)、「パート・アルバイト」(13.3%) となっている。



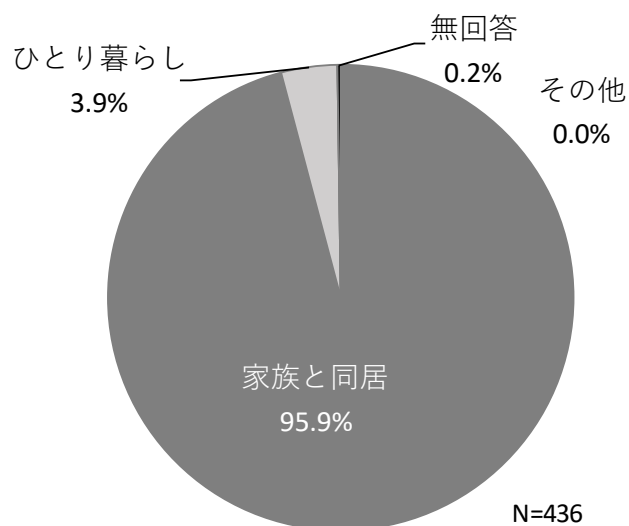
(4) 居住地

回答者の居住地は、「入膳」が 42.0%と最も多く、次いで「柵山」(13.5%)、「飯野」(10.6%)、「上原」(8.0%) となっている。



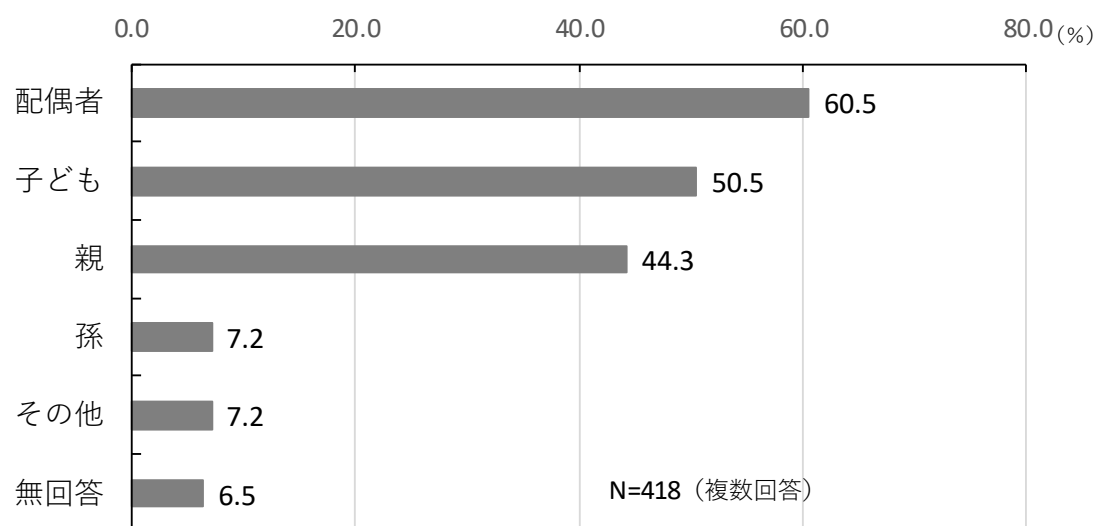
(5) 世帯状況

回答者の世帯状況は、「家族と同居」が 95.9%、「ひとり暮らし」が 3.9%、「無回答」が 0.2%となっている。また、「その他」の回答者はいなかった。



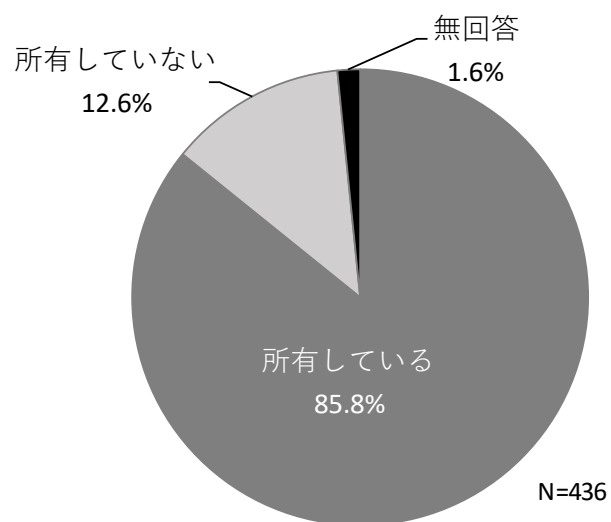
(6) 同居家族（複数回答可）

(5) 世帯状況において、「家族と同居」と回答した人の同居者は、「配偶者」が 60.5%と最も多く、次いで「子ども」が 50.5%、「親」が 44.3%となっている。



(7) 世帯の自家用車所有

自家用車の所有状況は、「所有している」が85.8%で、「所有していない」が12.6%、「無回答」が1.6%であった。



3. 調査結果の要約

(1) 日頃の買い物動向や意識について

【食料品】

買い物の頻度は週に2～3回が約6割を占めており、毎日行く人と合わせると全体で8割を超える。スーパーマーケットの利用が9割以上と多く、自宅から近い点が重視されている。一方で、就労している年齢層では、通勤の途中等で済ませる傾向が見受けられる。また、若い年齢層は、価格を重視していることがわかる。

【日用雑貨・日用衣料品】

買い物の頻度は週に1回程度が最も多く、約43%を占めている。30歳代から40歳代では約7割が週1回以上買い物をしている。ドラッグストアの利用が半数程度と最も多く、食料品に比べて自宅から近いだけでなく、価格や品揃えを重視する傾向が強い。

【婦人服・紳士服・靴・鞆】

買い物の頻度は「年に数回」と「月に1回程度」で大きく2分されている。大型ショッピングセンターや専門店（単独店）の利用が約7割を占めているが、インターネット・通販も約15%を占めている。日用雑貨・日用衣料品と同様に価格や品揃えを重視しており、特に、男性は価格を重視し、女性は流行品の多い店を重視している。また、若い年代では、価格や品揃え、流行品が多いことを重視する傾向がある。

【家電・家具・インテリア】

買い物の頻度は約9割が「年に数回」となっている。専門店（単独店）の利用が約6割と最も多く、頻繁ではないが日用雑貨・衣服・靴・鞆と同様に品揃えと価格を重視する傾向が強い。特に、年代が低いほど品揃えや価格を重視する一方で、年代が高いほどサービス面も重視している。

【外食】

頻度は月に1回程度が約43%を占めており、20歳代から40歳代では週に1回以上外食する人も多い。年代が低いほど価格を重視し、年代が高いほど店の雰囲気重視する傾向が強い。

(2) 入善町中心商店街の利用状況やイベントの参加について

駅や銀行、役場などを利用するために中心商店街を訪れる頻度は、月に1回～2回が半数であった。また、中心商店街の利用頻度は、「行く」と回答した人よりも「行かない」と回答した人の方が若干多く、年代が低くなるにつれて、中心商店街を訪れる機会が少ない。

商店街で買い物をする理由としては、近くて便利が約6割と最も多く、近いという点が重視されている。一方、中心商店街を利用しない理由としては、1箇所です事が済まないが4割を超えており、比較的若い世代では行こうと思う魅力的なお店がないや店舗数が少ない等の意見が上がっている。

商工会が実施している中心商店街におけるイベント事業への参加については8割以上が参加経験があり、今後も続けて欲しいイベントとして、ラーメンまつりや七夕まつり、商工フェアまつりんぴくがある。それ以外に希望する催し物としては、肉フェスやスイーツ祭り、パン祭り、カラオケ大会等、様々であった。

また、商店街のイベントに参加しない理由としては、参加したいイベントがないという回答が半数以上であった。

(3) 入善町中心商店街への思いについて

中心商店街に空店舗が増えている現状については、約6割の人がもっと店舗が増えて商店街が活性化することを望んでいる。特に、利用頻度の高い人ほど、活性化を望んでいることがわかった。

また、中心商店街にあつて欲しい店舗として、小売業では食料品や地場産品のお店、飲食業ではファミリーレストランや食堂や喫茶店が多かった。また、サービス業では銭湯が群を抜いて多かった。

(4) 入善町中心商店街の活性化について

中心商店街で必要と思われる機能やサービスとして、店舗前駐車場の整備やポイント還元サービスが多かったことから、これらを整備することで、商店街の利用者が増え活性化につながると推察される。

商工会・商店街からの情報発信の認知度については、20歳未満がかなり低かった。また、商工会・商店街と町民（消費者）とのコミュニケーションにおいては、チラシでの情報発信やSNSでの情報交流が求められており、特に、若い年代ほど、SNSで情報交流を求めている。

中心商店街に誘致したい企業としては、特に関心の高い「子どもたちへの教育」、「空き家の管理」、「女性の働き方」の3つの課題を解決できるような企業の誘致が望まれている。特に、学校に行っている世代や学校に行っている子どもを持つ30歳代から40歳代では先進的な教育を提供できる企業が望まれている。

4. アンケート調査結果

(1) 家族（世帯全体）の日頃の買い物動向や意識について

問1 買い物などの頻度

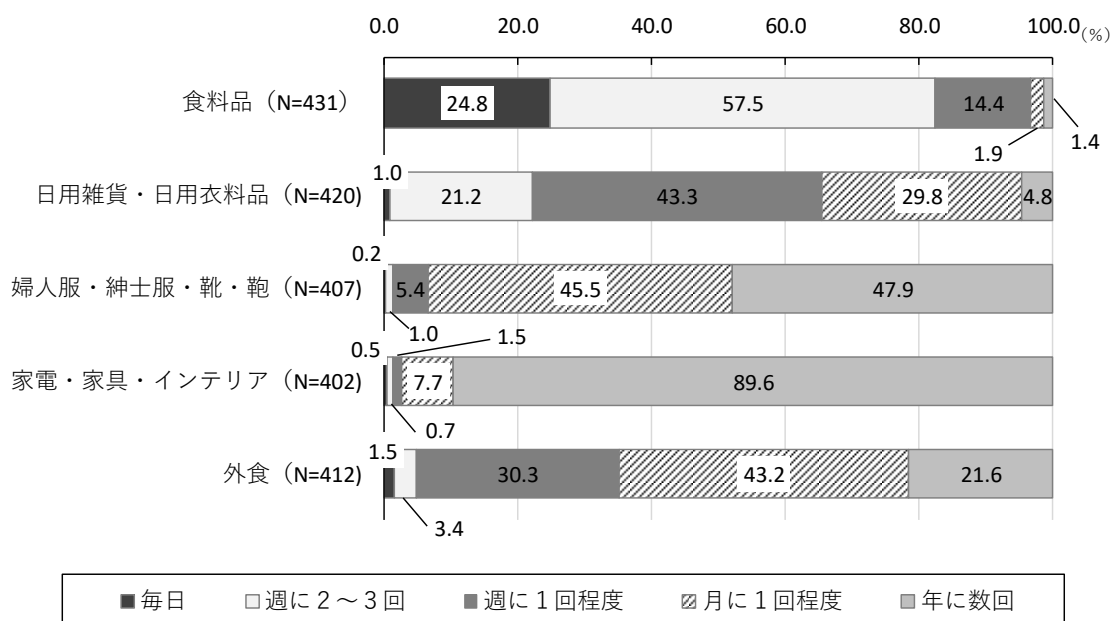
食料品の買い物頻度は、「週に2～3回」が57.5%と最も多く、「毎日」は24.8%であり、全体の8割以上が週に数回買い物をしていることがわかる。

日用雑貨・日用衣料品は、「週に1回程度」が43.3%と最も多く、「月に1回程度」が29.8%である。

婦人服・紳士服・靴・鞆は、「年に数回」が47.9%と最も多く、次いで「月に1回程度」が45.5%と大きく2分している。

家電・家具・インテリア用品は、「年に数回」が89.6%となっている。

外食は、「月に1回程度」が43.2%と最も多く、次いで「週に1回程度」(30.3%)、「年に数回」(21.6%)と続く。



【食料品】

性別で見ると、男女ともに「週に2～3回」が半数以上を占めている。

年齢別に見ると、30歳代では「週に2～3回」が約7割を占めているが、一方で「毎日」は11.1%と最も少なかったことから、週末等にまとめて購入しているものと推察される。

		合計	問1-1. 食料品				
			毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回
	全体	431	24.8	57.5	14.4	1.9	1.4
性別	男性	158	24.7	53.2	19.0	0.6	2.5
	女性	273	24.9	60.1	11.7	2.6	0.7
年齢	20歳未満	67	22.4	50.7	16.4	6.0	4.5
	20歳代	21	33.3	42.9	19.0	4.8	0.0
	30歳代	81	11.1	71.6	14.8	2.5	0.0
	40歳代	73	23.3	54.8	19.2	0.0	2.7
	50歳代	68	25.0	58.8	14.7	0.0	1.5
	60歳代	70	35.7	57.1	7.1	0.0	0.0
	70歳代以上	51	33.3	52.9	11.8	2.0	0.0

【日用雑貨・日用衣料品】

性別で見ると、男女ともに「週に1回程度」が最も多く、約4割を占めている。

年齢別に見ると、30歳代から40歳代では約7割が週1回以上買い物をしている。70歳代以上では「月に1回程度」が36.4%と最も多くなっている。

		合計	問1-2. 日用雑貨・日用衣料品など				
			毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回
	全体	420	1.0	21.2	43.3	29.8	4.8
性別	男性	155	0.0	18.7	38.7	32.3	10.3
	女性	265	1.5	22.6	46.0	28.3	1.5
年齢	20歳未満	68	1.5	13.2	38.2	32.4	14.7
	20歳代	20	0.0	10.0	55.0	35.0	0.0
	30歳代	81	1.2	21.0	46.9	30.9	0.0
	40歳代	72	0.0	23.6	50.0	23.6	2.8
	50歳代	68	0.0	19.1	48.5	29.4	2.9
	60歳代	67	1.5	25.4	43.3	26.9	3.0
	70歳代以上	44	2.3	31.8	20.5	36.4	9.1

【婦人服・紳士服・靴・鞄】

性別で見ると、男性では「年に数回」(56.8%)、女性では「月に1回程度」(50.6%)がと最も多く、男性より女性の方が買い物頻度が高いことがわかる。

年齢別に見ると、20歳代と30歳代では「月に1回程度」が最も多く、約7割を占めており、40歳代以上では「年に数回」が多い。このことから、衣服や靴・鞄の買い物頻度は年代が若いほど高いことがうかがえる。

		合計	問1-3. 婦人服・紳士服・靴・鞄など				
			毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回
	全体	407	0.2	1.0	5.4	45.5	47.9
性別	男性	148	0.0	1.4	5.4	36.5	56.8
	女性	259	0.4	0.8	5.4	50.6	42.9
年齢	20歳未満	67	0.0	0.0	7.5	44.8	47.8
	20歳代	20	0.0	0.0	0.0	70.0	30.0
	30歳代	80	0.0	2.5	1.3	68.8	27.5
	40歳代	71	0.0	1.4	11.3	39.4	47.9
	50歳代	64	0.0	0.0	3.1	35.9	60.9
	60歳代	64	1.6	1.6	3.1	39.1	54.7
	70歳代以上	41	0.0	0.0	9.8	24.4	65.9

【家電・家具・インテリア】

性別で見ると、男女ともに「年に数回」が約9割を占めている。

年齢別においても、全ての年齢層で「年に数回」が多い。

このことから、家電・家具・インテリア商品を購入する頻度はそれほど高くないことがわかる。

		合計	問1-4. 家電・家具・インテリアなど				
			毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回
	全体	402	0.5	0.7	1.5	7.7	89.6
性別	男性	147	0.7	1.4	2.7	8.8	86.4
	女性	255	0.4	0.4	0.8	7.1	91.4
年齢	20歳未満	66	0.0	0.0	0.0	10.6	89.4
	20歳代	20	0.0	0.0	0.0	5.0	95.0
	30歳代	80	0.0	1.3	2.5	11.3	85.0
	40歳代	71	0.0	0.0	5.6	4.2	90.1
	50歳代	65	0.0	0.0	0.0	3.1	96.9
	60歳代	63	1.6	3.2	0.0	7.9	87.3
	70歳代以上	37	2.7	0.0	0.0	10.8	86.5

【外食】

性別で見ると、「月に1回程度」が、男性では39.1%、女性では45.6%と最も多い。「週に2～3回」「週に1回程度」では、女性より男性の方が割合が高くなっていることから、就労時のランチとして外食しているものと思われる。

年齢別に見ると、20歳未満、50歳代以上で「月に1回程度」が最も多くなっている。一方、20歳代から40歳代では「週に1回程度」が最も多くなっていることから、比較的若い年代ほど外食する人が多いことがわかる。

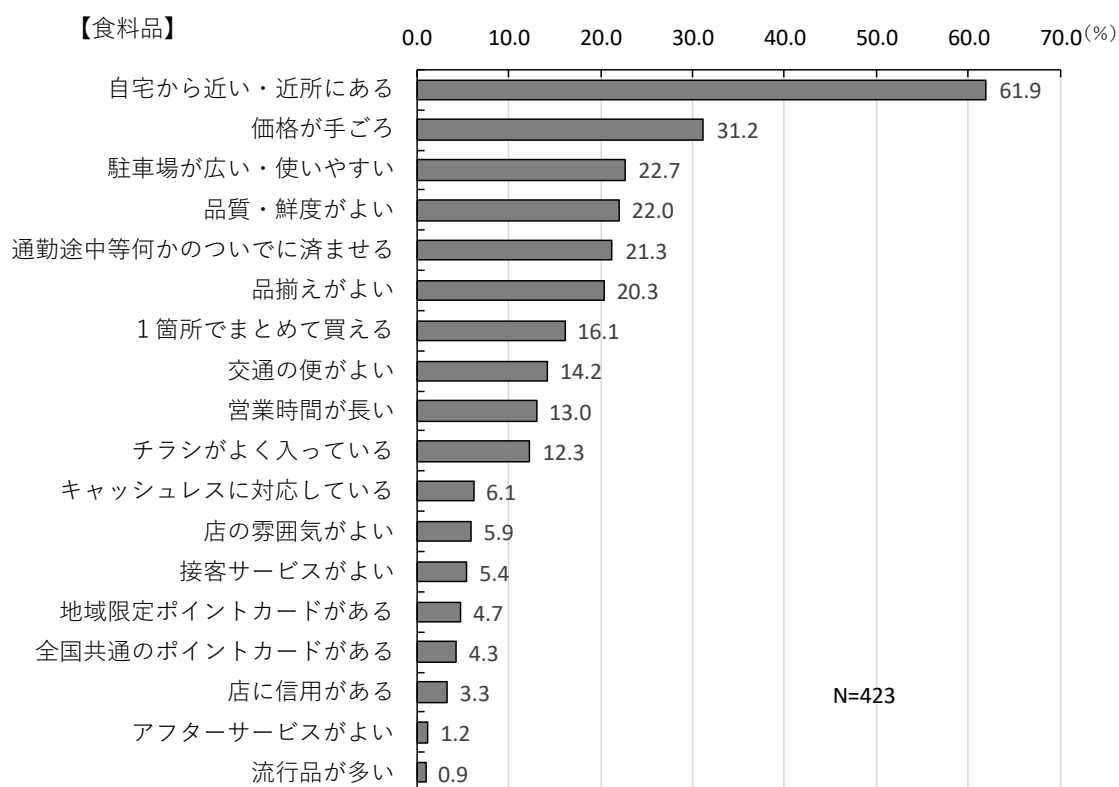
		合計	問1-5. 外食				
			毎日	週に2～3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回程度
性別	全体	412	1.5	3.4	30.3	43.2	21.6
	男性	151	1.3	6.0	34.4	39.1	19.2
	女性	261	1.5	1.9	28.0	45.6	23.0
年齢	20歳未満	67	0.0	0.0	23.9	49.3	26.9
	20歳代	21	9.5	4.8	52.4	23.8	9.5
	30歳代	80	1.3	7.5	53.8	31.3	6.3
	40歳代	73	1.4	4.1	42.5	39.7	12.3
	50歳代	66	0.0	1.5	13.6	54.5	30.3
	60歳代	65	3.1	3.1	12.3	50.8	30.8
	70歳代以上	40	0.0	2.5	17.5	42.5	37.5

問2 買い物などをする時に重視する点

【食料品】

買い物をする時に重視する点は、「自宅から近い・近所にある」が61.9%と圧倒的に多く、次いで「価格が手ごろ」(31.2%)、「駐車場が広い・使いやすい」(22.7%)、「品質・鮮度がよい」(22.0%)と続く。

上位2項目を比較した場合、回答割合に約2倍の開きがあることから、食料品の買い物では、群を抜いて自宅から近い点を重視していることがわかる。



性別で見ると、女性では「自宅から近い・近所にある」が男性よりも約6ポイント高く、「チラシがよく入っている」が約7ポイント高い。このことから、男性よりも女性の方が、近所のお店やチラシがよく入るお店等を重視する傾向がある。

年齢別に見ると、30歳代以下では「価格が手ごろ」が他の年代と比べて、14ポイント以上高いことから、比較的若い年代の人は、価格を重視していることがわかる。一方で、40歳代から60歳代では「品質・鮮度がよい」が約26%を占め、30歳代以下よりも多いことから、品質も重視していることがわかる。また、20歳代から50歳代では「通勤途中等何かのついでに済ませる」が他の年代と比べて多い。

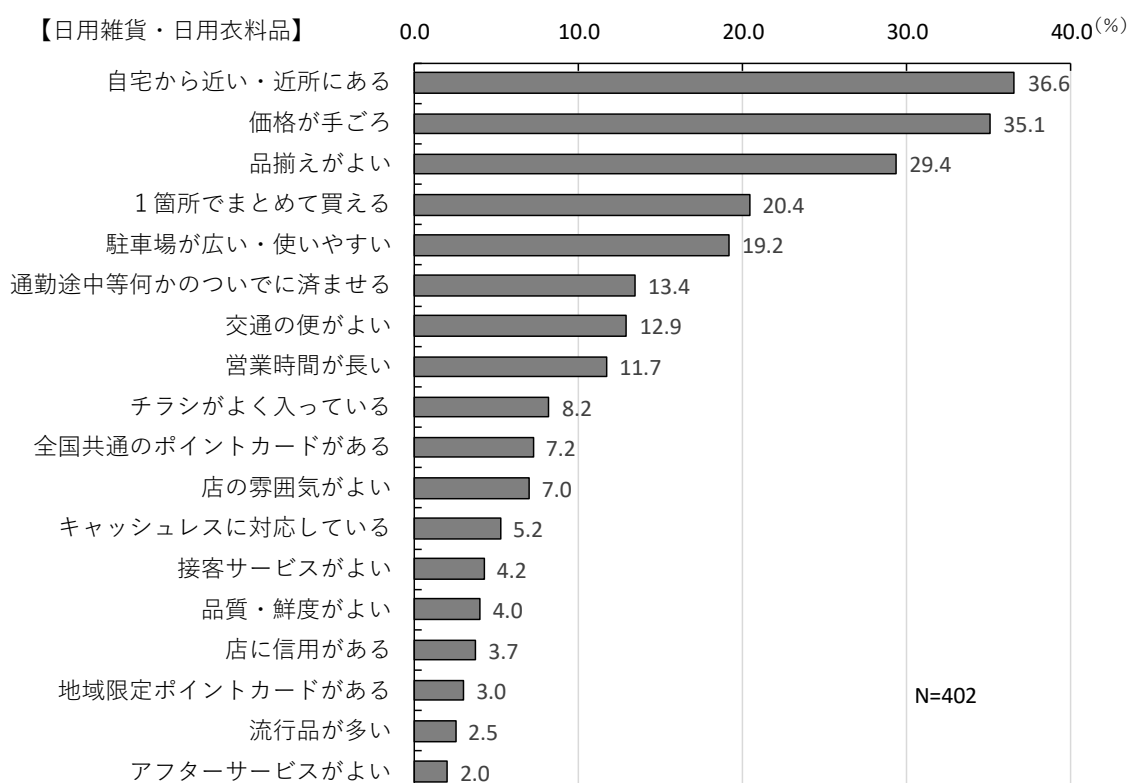
		合計	問2-1.食料品（複数回答）																	
			自宅から近い・近所にある	通勤途中等何かのついでに済ませる	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	1箇所でまとめて買える	接客サービスがよい	店の雰囲気がよい	店に信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度がよい	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
性別	全体	423	61.9	21.3	14.2	22.7	13.0	16.1	5.4	5.9	3.3	1.2	31.2	22.0	20.3	0.9	12.3	4.7	4.3	6.1
	男性	156	58.3	19.9	16.7	22.4	13.5	13.5	6.4	8.3	4.5	0.6	32.7	21.8	20.5	1.3	7.7	3.2	3.2	6.4
	女性	267	64.0	22.1	12.7	22.8	12.7	17.6	4.9	4.5	2.6	1.5	30.3	22.1	20.2	0.7	15.0	5.6	4.9	6.0
年齢	20歳未満	67	73.1	10.4	9.0	7.5	9.0	7.5	1.5	4.5	1.5	1.5	46.3	19.4	29.9	0.0	9.0	1.5	3.0	3.0
	20歳代	21	47.6	38.1	4.8	9.5	9.5	14.3	0.0	0.0	4.8	0.0	52.4	19.0	38.1	0.0	0.0	4.8	0.0	4.8
	30歳代	80	65.0	28.8	20.0	17.5	12.5	12.5	5.0	7.5	1.3	0.0	41.3	16.3	17.5	0.0	7.5	5.0	7.5	8.8
	40歳代	72	61.1	33.3	11.1	26.4	11.1	6.9	4.2	2.8	1.4	1.4	22.2	26.4	16.7	1.4	5.6	1.4	0.0	5.6
	50歳代	67	55.2	28.4	13.4	29.9	22.4	17.9	10.4	9.0	4.5	1.5	26.9	26.9	23.9	4.5	11.9	4.5	6.0	6.0
	60歳代	69	58.0	11.6	10.1	42.0	13.0	18.8	7.2	5.8	2.9	1.4	21.7	26.1	14.5	0.0	20.3	8.7	7.2	8.7
	70歳代以上	47	63.8	2.1	27.7	14.9	10.6	42.6	6.4	8.5	10.6	2.1	17.0	17.0	12.8	0.0	29.8	8.5	2.1	4.3

【日用雑貨・日用衣料品】

日用雑貨・日用衣料品では、「自宅から近い・近所にある」が36.6%で最も多く、次いで「価格が手ごろ」(35.1%)、「品揃えがよい」(29.4%)、「1箇所でまとめて買える」(20.4%)と続く。

食料品に比べて、近いだけではなく「価格」や「品揃え」を重視する傾向が強いことがわかる。

また、「1箇所でまとめて買える」や「駐車場が広い・使いやすい」の割合も約20%を占めることから、利便性も重視していることがわかる。



性別で見ると、男性では「価格が手ごろ」と「品揃えがよい」が女性と比べて4ポイント程度高い。一方、女性では「自宅から近い・近所にある」「通勤途中等何かのついでに済ませる」「営業時間が長い」が男性と比べて4～5ポイント程度高く、「1箇所でまとめて買える」「全国共通のポイントカードがある」が約3ポイント高い。これらのことから、日用品を買う際に、男性の方が、近所にあることの他に価格や品揃えを重視する傾向があり、女性の方が比較的利便性を重視していることがわかる。

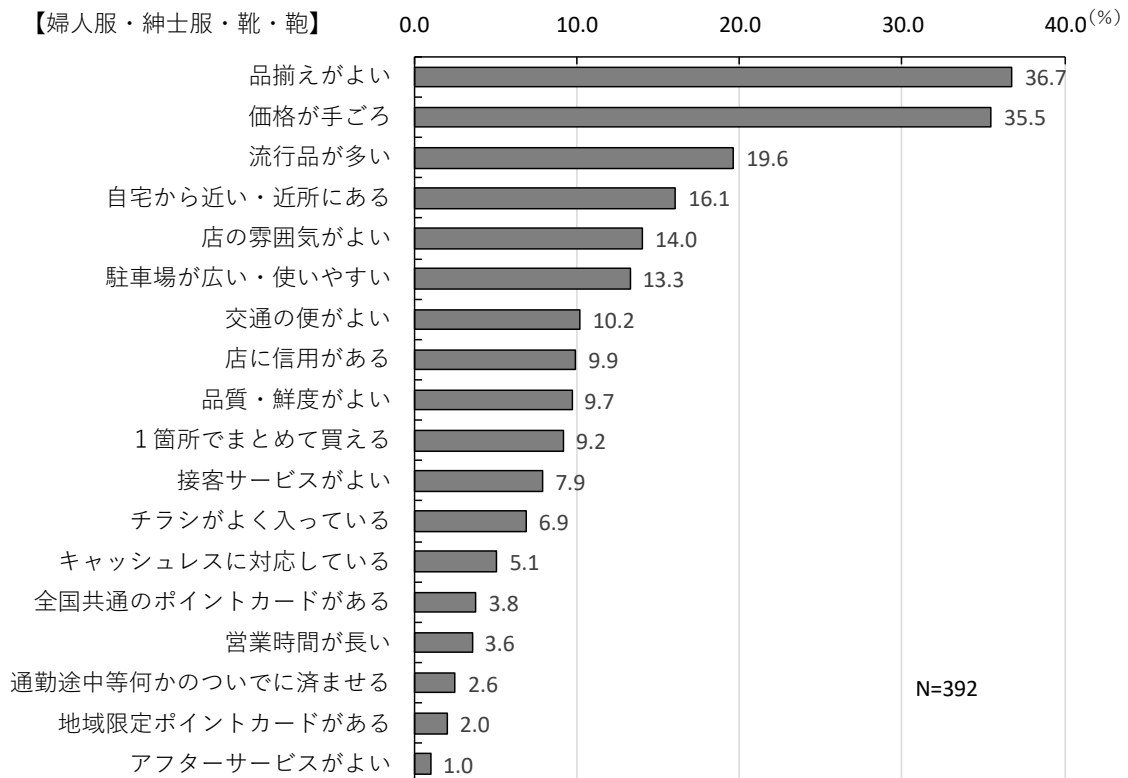
年齢別に見ると、20歳未満と30歳代では「自宅から近い・近所にある」が他の年代に比べて12ポイント以上高く、30歳代以下では「価格が手ごろ」が他の年代よりも13ポイント以上高い。また、60歳代では「駐車場が広い・使いやすい」が他の年代と比べて10ポイント以上高く、70歳代以上では「1箇所でまとめて買える」が7ポイント以上高い。このことから、比較的若い年代では、日用品を買う際に自宅から近く、価格が手ごろなことが重視され、年代が上がるにつれて駐車場の広さや使いやすさ、1箇所でまとめて買えるといった利便性を重視することがわかる。

		問2-2. 日用雑貨・日用衣料品など（複数回答）																			
		合計	自宅から近い・近所にある	済ませる	通勤途中等何かのついでに	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	1箇所でまとめて買える	接客サービスがよい	店の雰囲気	店の信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度がよい	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
性別	全体	402	36.6	13.4	12.9	19.2	11.7	20.4	4.2	7.0	3.7	2.0	35.1	4.0	29.4	2.5	8.2	3.0	7.2	5.2	
	男性	147	34.0	10.2	17.0	23.1	8.2	18.4	4.8	10.9	5.4	2.7	37.4	8.8	32.0	4.1	9.5	2.7	4.8	7.5	
	女性	255	38.0	15.3	10.6	16.9	13.7	21.6	3.9	4.7	2.7	1.6	33.7	1.2	27.8	1.6	7.5	3.1	8.6	3.9	
年齢	20歳未満	62	48.4	6.5	12.9	6.5	12.9	11.3	1.6	6.5	1.6	1.6	46.8	6.5	30.6	3.2	1.6	3.2	4.8	3.2	
	20歳代	18	22.2	27.8	5.6	16.7	0.0	22.2	0.0	16.7	11.1	0.0	61.1	11.1	27.8	11.1	0.0	0.0	11.1	5.6	
	30歳代	79	50.6	13.9	11.4	12.7	12.7	1.3	3.8	5.1	0.0	46.8	6.3	26.6	2.5	5.1	2.5	11.4	8.9		
	40歳代	73	35.6	24.7	12.3	20.5	11.0	23.3	0.0	4.1	1.4	2.7	24.7	2.7	37.0	1.4	4.1	0.0	6.8	8.2	
	50歳代	63	30.2	14.3	15.9	22.2	14.3	27.0	15.9	11.1	3.2	1.6	30.2	1.6	36.5	3.2	11.1	3.2	4.8	3.2	
	60歳代	66	28.8	9.1	10.6	33.3	13.6	19.7	3.0	7.6	3.0	1.5	33.3	1.5	24.2	1.5	18.2	7.6	6.1	4.5	
	70歳代以上	41	22.0	2.4	19.5	22.0	7.3	34.1	7.3	7.3	7.3	7.3	12.2	2.4	17.1	0.0	14.6	2.4	7.3	0.0	

【婦人服・紳士服・靴・鞄】

婦人服・紳士服・靴・鞄では、「品揃えがよい」が36.7%と最も多く、次いで「価格が手ごろ」(35.5%)、「流行品が多い」(19.6%)と続く。

婦人服・紳士服・靴・鞄では、特に「品揃え」と「価格」を重視していることがわかる。また、食料品や日用品と比較して、流行品が多いことや店の雰囲気がよいことなどを重視しており、自宅から近いという点はあまり重視していないことがわかる。



性別で見ると、男性では「価格が手ごろ」が女性と比べて約9ポイント高い。一方、女性では「流行品が多い」が男性と比べて約8ポイント高い。このことから、服や靴・鞄を買う際、男性の方が価格を重視することがわかる。また、女性の方が、流行品の多い店を好む傾向がある。

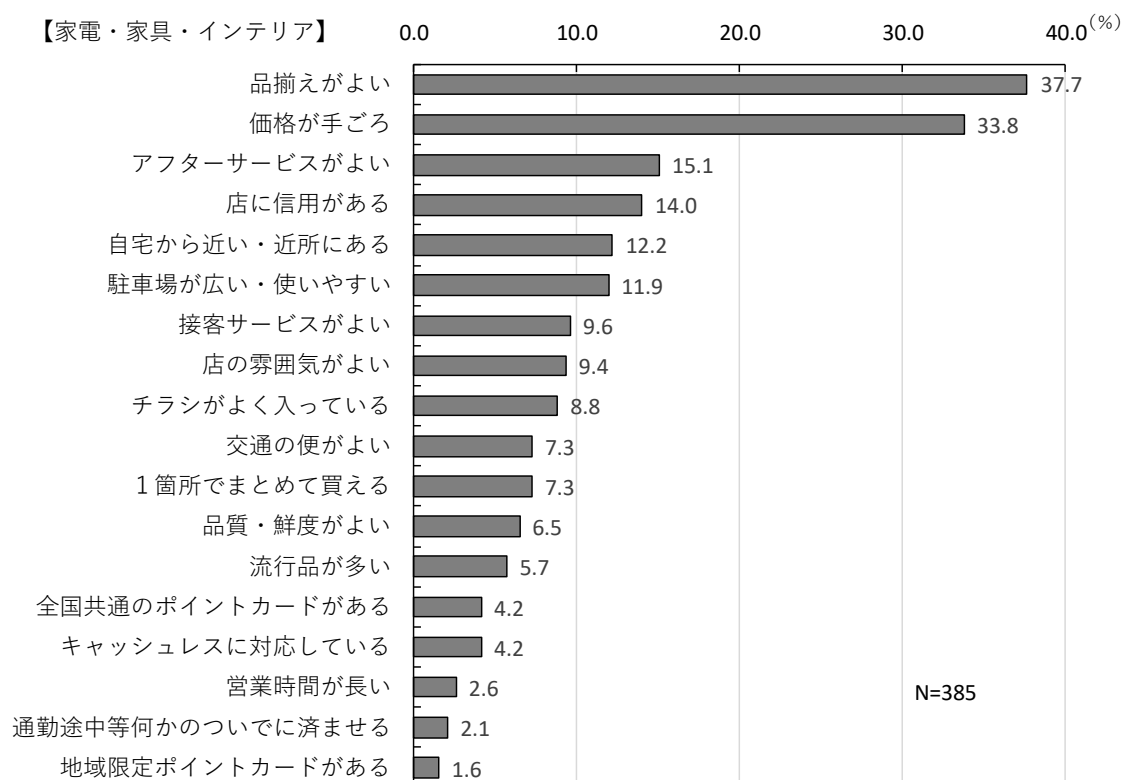
年齢別に見ると、20歳代以下及び40歳代から50歳代では、「品揃えがよい」が約5割を占めている。40歳代以下では「価格が手ごろ」の割合が約4割を占めており、他の年代に比べて多かった。一方、50歳代以上では「接客サービスがよい」「チラシがよく入っている」が他の年代より5ポイント以上高くなっている。このことから、若い年代では、服や靴・鞄を買う際、価格や品揃え、流行品が多いことが重視される傾向が強いが、年代が上がるにつれてサービス面やよく目にするとところも重視することがわかる。

		問2-3. 婦人服・紳士服・靴・鞄など（複数回答）																			
		合計	自宅から近い・近所にある	通勤途中等何かのついでに済ませる	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	1箇所ですとまとめて買える	接客サービスがよい	店の雰囲気がい	店に信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度がよい	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	ある	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
	全体	392	16.1	2.6	10.2	13.3	3.6	9.2	7.9	14.0	9.9	1.0	35.5	9.7	36.7	19.6	6.9	2.0	3.8	5.1	
性別	男性	137	16.1	1.5	12.4	13.9	4.4	10.9	8.0	15.3	13.9	2.2	41.6	14.6	35.8	14.6	5.8	1.5	4.4	7.3	
	女性	255	16.1	3.1	9.0	12.9	3.1	8.2	7.8	13.3	7.8	0.4	32.2	7.1	37.3	22.4	7.5	2.4	3.5	3.9	
年齢	20歳未満	61	21.3	1.6	13.1	4.9	1.6	8.2	4.9	6.6	4.9	1.6	42.6	9.8	45.9	27.9	3.3	3.3	1.6	3.3	
	20歳代	18	11.1	0.0	5.6	16.7	5.6	0.0	5.6	22.2	27.8	0.0	38.9	22.2	55.6	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	
	30歳代	77	18.2	3.9	7.8	7.8	1.3	7.8	2.6	16.9	5.2	0.0	46.8	14.3	23.4	24.7	1.3	0.0	5.2	9.1	
	40歳代	71	12.7	2.8	15.5	19.7	1.4	9.9	4.2	16.9	8.5	1.4	36.6	9.9	52.1	19.7	4.2	0.0	1.4	5.6	
	50歳代	64	12.5	1.6	6.3	10.9	4.7	9.4	15.6	9.4	15.6	1.6	23.4	9.4	46.9	29.7	10.9	1.6	4.7	3.1	
	60歳代	63	15.9	4.8	4.8	19.0	6.3	12.7	12.7	19.0	7.9	1.6	30.2	6.3	23.8	1.6	15.9	4.8	6.3	6.3	
	70歳代以上	38	18.4	0.0	18.4	18.4	7.9	10.5	10.5	10.5	15.8	0.0	26.3	0.0	15.8	5.3	10.5	5.3	5.3	2.6	

【家電・家具・インテリア】

家電・家具・インテリアでは、「品揃えがよい」が37.7%と最も多く、次いで「価格が手ごろ」(33.8%)、「アフターサービスがよい」(15.1%)、「店に信用がある」(14.0%)と続く。

「価格」や「品揃え」の他に、「アフターサービス」や「店への信用」も比較的重視していることがわかる。衣類や鞆類と同様に、自宅からの距離はあまり重視していない傾向がある。



性別で見ると、男性では「価格が手ごろ」が女性と比べて約 15 ポイント高いことから、女性よりも価格を重視していることがわかる。

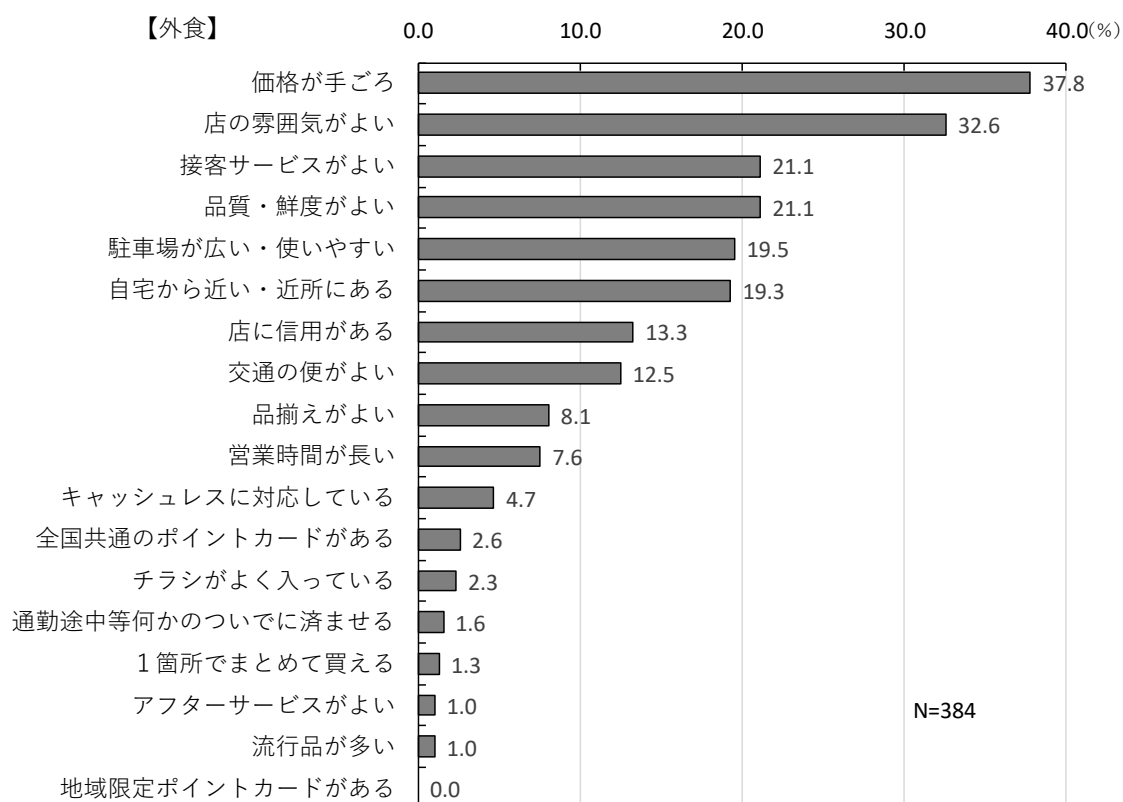
年齢別に見ると、20 歳以下と 50 歳代で「品揃えがよい」が他の年代に比べて多く、20 歳未満及び 30 歳代と 40 歳代では「価格が手ごろ」が他の年代に比べて多い。また、60 歳代以上では「アフターサービスがよい」が他の年代に比べて多い。このことから、年齢が低いほど品揃えや価格を重視する一方で、年齢が高いほどアフターサービスの良さといったサービス面も重視することがわかる。

		問2-4.家電・家具・インテリアなど（複数回答）																		
		合計	自宅から近い・近所にある	通勤途中等何かのついでに済ませる	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	1箇所でまとめて買える	接客サービスがよい	店の雰囲気がよい	店に信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度がよい	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
	全体	385	12.2	2.1	7.3	11.9	2.6	7.3	9.6	9.4	14.0	15.1	33.8	6.5	37.7	5.7	8.8	1.6	4.2	4.2
性別	男性	140	15.0	2.1	7.1	13.6	2.9	7.9	10.7	9.3	11.4	17.9	43.6	10.7	40.0	7.1	9.3	2.1	5.0	5.7
	女性	245	10.6	2.0	7.3	11.0	2.4	6.9	9.0	9.4	15.5	13.5	28.2	4.1	36.3	4.9	8.6	1.2	3.7	3.3
年齢	20歳未満	62	19.4	1.6	8.1	6.5	0.0	11.3	11.3	8.1	9.7	3.2	40.3	9.7	45.2	9.7	3.2	1.6	1.6	4.8
	20歳代	18	11.1	0.0	0.0	22.2	5.6	5.6	5.6	16.7	22.2	11.1	27.8	27.8	66.7	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	30歳代	77	10.4	2.6	6.5	3.9	0.0	6.5	7.8	14.3	16.9	13.0	41.6	5.2	37.7	7.8	2.6	0.0	3.9	7.8
	40歳代	71	8.5	1.4	12.7	21.1	4.2	5.6	2.8	8.5	9.9	9.9	42.3	8.5	32.4	5.6	8.5	1.4	4.2	5.6
	50歳代	64	12.5	1.6	6.3	7.8	3.1	3.1	18.8	4.7	18.8	12.5	26.6	6.3	50.0	6.3	15.6	1.6	7.8	1.6
	60歳代	61	9.8	3.3	3.3	16.4	3.3	6.6	6.6	8.2	14.8	29.5	27.9	0.0	26.2	1.6	14.8	1.6	6.6	3.3
	70歳代以上	32	15.6	3.1	9.4	15.6	6.3	15.6	15.6	9.4	9.4	34.4	12.5	0.0	15.6	0.0	15.6	6.3	0.0	0.0

【外食】

外食では、「価格が手ごろ」が37.8%と最も多く、次いで「店の雰囲気がよい」が32.6%、「接客サービスがよい」と「品質・鮮度がよい」は21.1%と同率であった。また、「駐車場の広い・使いやすい」(19.5%)、「自宅から近い・近所にある」(19.3%)もほぼ同じ割合であった。

このことから、外食では「価格」や「店の雰囲気」の他に、「接客サービス」や「利便性」、「美味しさ」を比較的重視していることがわかる。



性別で見ると、男性では「価格が手ごろ」が女性と比べて約9ポイント高い。女性では「接客サービスがよい」が男性と比べて約10ポイント高い。このことから、男性の方が、価格を重視し、女性の方が、接客サービスを重視して外食するお店を選んでいることがわかる。

年齢別に見ると、20歳代から30歳代では「価格が手ごろ」が約5割を占める。一方、40歳代から60歳代では「店の雰囲気がよい」「接客サービスがよい」が他の年代によりも多くなっていることから、年代が低いほど価格を重視し、年代が高くなるほど店の雰囲気を重視する傾向がある。

		問2-5. 外食 (複数回答)																		
		合計	自宅から近い・近所にある	通勤途中等何かのついでに済ませる	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	1箇所ですべて買える	接客サービスがよい	店の雰囲気がよい	店に信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度がよい	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
	全体	384	19.3	1.6	12.5	19.5	7.6	1.3	21.1	32.6	13.3	1.0	37.8	21.1	8.1	1.0	2.3	0.0	2.6	4.7
性別	男性	139	22.3	1.4	12.2	21.6	9.4	1.4	14.4	35.3	13.7	0.7	43.9	20.9	11.5	2.2	2.9	0.0	3.6	5.8
	女性	245	17.6	1.6	12.7	18.4	6.5	1.2	24.9	31.0	13.1	1.2	34.3	21.2	6.1	0.4	2.0	0.0	2.0	4.1
年齢	20歳未満	61	24.6	0.0	14.8	9.8	8.2	1.6	19.7	26.2	18.0	3.3	37.7	19.7	11.5	3.3	1.6	0.0	0.0	3.3
	20歳代	18	16.7	5.6	11.1	5.6	16.7	0.0	5.6	55.6	22.2	0.0	50.0	55.6	11.1	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0
	30歳代	78	20.5	2.6	10.3	11.5	7.7	1.3	15.4	24.4	14.1	1.3	46.2	21.8	6.4	1.3	0.0	0.0	1.3	10.3
	40歳代	70	18.6	1.4	17.1	28.6	4.3	0.0	22.9	34.3	2.9	0.0	31.4	22.9	12.9	0.0	2.9	0.0	2.9	5.7
	50歳代	64	12.5	0.0	12.5	21.9	6.3	1.6	31.3	35.9	20.3	1.6	34.4	20.3	4.7	0.0	4.7	0.0	0.0	3.1
	60歳代	61	24.6	3.3	6.6	23.0	8.2	1.6	24.6	41.0	6.6	0.0	36.1	13.1	4.9	0.0	1.6	0.0	4.9	3.3
	70歳代以上	32	12.5	0.0	15.6	34.4	9.4	3.1	15.6	25.0	18.8	0.0	34.4	15.6	6.3	3.1	6.3	0.0	9.4	0.0

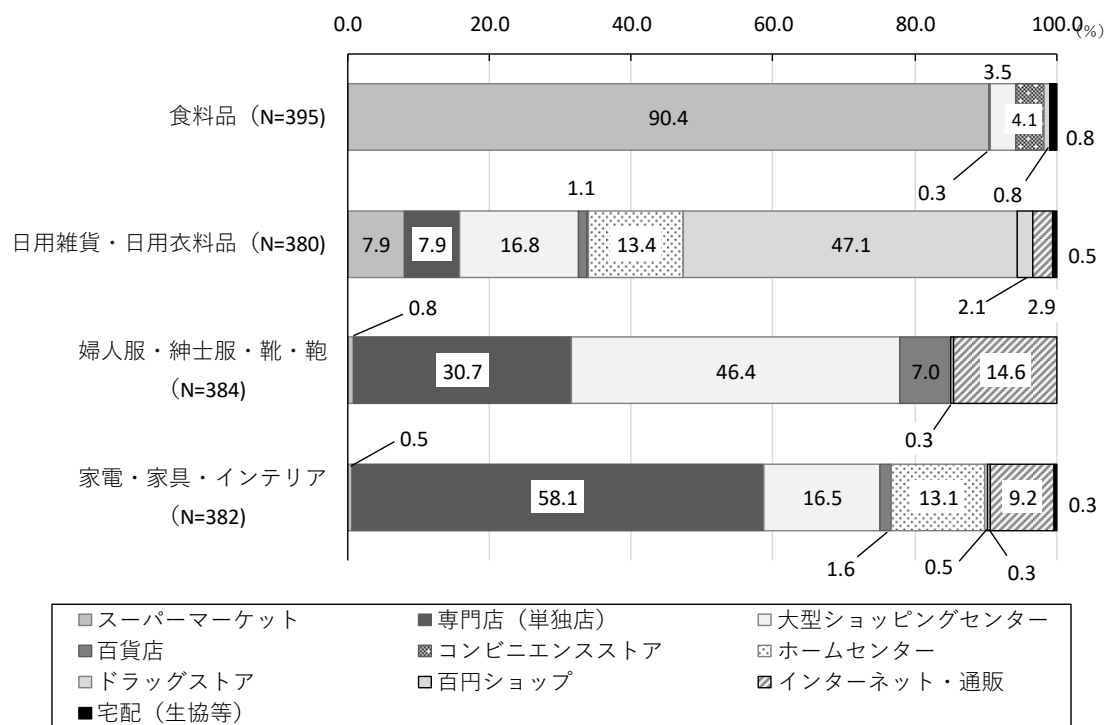
問3 買い物などをするお店の形態

食料品を買うお店の形態は、「スーパーマーケット」が90.4%と、全体の約9割がスーパーマーケットで買い物をしていることがわかる。

日用雑貨・日用衣料品は、「ドラッグストア」が47.1%と最も多く、半数近くの人がドラッグストアで日用品を購入している。

婦人服・紳士服・靴・鞆は、「大型ショッピングセンター」が46.4%と最も多く、次いで「専門店（単独店）」が30.7%となっており、7割以上の人が服や靴、鞆を購入するお店は大型ショッピングセンターや専門店（単独店）を選ぶ傾向がある。

家電・家具・インテリア用品は、「専門店（単独店）」が58.1%と最も多く、約6割の人が家電やインテリア用品を購入するお店は専門店（単独店）を好むことがわかる。



【食料品】

食料品を購入する店の形態は、「スーパーマーケット」が9割以上を占めており、次いで「コンビニエンスストア」(4.1%)、「大型ショッピングセンター」(3.5%)と、大多数の人がスーパーマーケットで購入していることがわかる。

性別で見ると、女性はほとんどが「スーパーマーケット」を利用しているが、男性では「コンビニエンスストア」が女性と比べて約9ポイント高く、女性より男性の方が、コンビニエンスストアを利用していることがわかる。

年齢別に見ると、20歳未満では「コンビニエンスストア」が他の年代と比べて圧倒的に多く、主に10代が食料品を購入するためにコンビニエンスストアを利用していることがわかる。

		合計	問3-1. 食料品									
			スーパーマーケット	専門店(単独店)	大型ショッピングセンター	百貨店	コンビニエンスストア	ホームセンター	ドラッグストア	百円ショップ	インターネット・通販	宅配(生協等)
	全体	395	90.4	0.3	3.5	0.0	4.1	0.0	0.8	0.0	0.3	0.8
性別	男性	145	85.5	0.0	2.1	0.0	9.7	0.0	2.1	0.0	0.7	0.0
	女性	250	93.2	0.4	4.4	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2
年齢	20歳未満	67	82.1	0.0	1.5	0.0	13.4	0.0	1.5	0.0	1.5	0.0
	20歳代	21	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30歳代	74	95.9	0.0	2.7	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	40歳代	67	86.6	0.0	7.5	0.0	4.5	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0
	50歳代	62	90.3	0.0	1.6	0.0	3.2	0.0	1.6	0.0	0.0	3.2
	60歳代	64	92.2	1.6	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	70歳代以上	40	92.5	0.0	2.5	0.0	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5

【日用雑貨・日用衣料品】

日用雑貨・日用衣料品を購入する店の形態は、「ドラッグストア」が47.1%と最も多く、次いで「大型ショッピングセンター」(16.8%)、「ホームセンター」(13.4%)と続き、「スーパーマーケット」と「専門店(単独店)」が同率の7.9%となっている。

性別で見ると、男性では「大型ショッピングセンター」が女性と比べて約7ポイント高い、女性では「ドラッグストア」が男性と比べて約10ポイント高いことがわかる。

年齢別に見ると、50歳代以下では「ドラッグストア」が約50~60%を占めており、日用品の購入で多く利用されていることがわかる。一方、60歳代以上では「スーパーマーケット」や「ホームセンター」が他の年代に比べて多いことがわかる。

		合計	問3-2. 日用雑貨・日用衣料品など									
			スーパーマーケット	専門店(単独店)	大型ショッピングセンター	百貨店	コンビニエンスストア	ホームセンター	ドラッグストア	百元ショップ	インターネット・通販	宅配(生協等)
	全体	380	7.9	7.9	16.8	1.1	0.3	13.4	47.1	2.1	2.9	0.5
性別	男性	140	7.9	10.0	21.4	0.0	0.7	15.0	40.7	0.7	3.6	0.0
	女性	240	7.9	6.7	14.2	1.7	0.0	12.5	50.8	2.9	2.5	0.8
年齢	20歳未満	63	9.5	6.3	19.0	0.0	0.0	4.8	49.2	6.3	4.8	0.0
	20歳代	20	0.0	10.0	25.0	0.0	5.0	0.0	55.0	0.0	5.0	0.0
	30歳代	68	4.4	14.7	10.3	0.0	0.0	8.8	55.9	0.0	5.9	0.0
	40歳代	67	1.5	7.5	16.4	0.0	0.0	11.9	59.7	1.5	1.5	0.0
	50歳代	62	6.5	6.5	11.3	1.6	0.0	16.1	50.0	3.2	3.2	1.6
	60歳代	61	18.0	1.6	23.0	3.3	0.0	24.6	29.5	0.0	0.0	0.0
	70歳代以上	39	12.8	10.3	20.5	2.6	0.0	23.1	25.6	2.6	0.0	2.6

【婦人服・紳士服・靴・鞄】

婦人服・紳士服・靴・鞄を購入する店の形態は、「大型ショッピングセンター」が46.4%と最も多く、次いで「専門店（単独店）」（30.7%）、「インターネット・通販」（14.6%）、「百貨店」（7.0%）と続いている。全体の7割超の人が、「大型ショッピングセンター」と「専門店」で買い物をしている傾向がある。また、「インターネット・通信販売」が14.6%と、購入品目の中では最も割合が高い。

性別で見ると、男性では「専門店（単独店）」と「インターネット・通販」が女性と比べて約9ポイント高い。女性では、半数以上の人々が「大型ショッピングセンター」と回答しており、男性と比べて14.5ポイントも高い。

年齢別に見ると、40歳代以下では「インターネット・通販」が他の年代に比べて多く、40歳代以上では「百貨店」が他の年代に比べて多い。このことから、比較的年代の若い方ではインターネットや通販での購入が浸透してきており、一方、比較的年代の高い方は、衣服や靴・鞄などをインターネットや通販で購入することにあまり馴染みがないことがわかる。

		合計	問3-3. 婦人服・紳士服・靴・鞄など									
			スーパーマーケット	専門店（単独店）	大型ショッピングセンター	百貨店	コンビニエンスストア	ホームセンター	ドラッグストア	百元ショップ	インターネット・通販	宅配（生協等）
	全体	384	0.8	30.7	46.4	7.0	0.0	0.3	0.0	0.3	14.6	0.0
性別	男性	140	0.0	36.4	37.1	5.0	0.0	0.7	0.0	0.7	20.0	0.0
	女性	244	1.2	27.5	51.6	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	11.5	0.0
年齢	20歳未満	64	0.0	28.1	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	21.9	0.0
	20歳代	20	0.0	45.0	40.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	30歳代	70	1.4	31.4	41.4	4.3	0.0	0.0	0.0	0.0	21.4	0.0
	40歳代	68	0.0	23.5	44.1	10.3	0.0	1.5	0.0	0.0	20.6	0.0
	50歳代	64	1.6	31.3	42.2	10.9	0.0	0.0	0.0	0.0	14.1	0.0
	60歳代	61	0.0	32.8	55.7	8.2	0.0	0.0	0.0	0.0	3.3	0.0
	70歳代以上	37	2.7	35.1	48.6	10.8	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0	0.0

【家電・家具・インテリア】

家電・家具・インテリアを購入する店の形態は、「専門店（単独店）」が 58.1%と最も多く、次いで「大型ショッピングセンター」（16.5%）、「ホームセンター」（13.1%）、「インターネット・通販」（9.2%）と続いている。

『婦人服・紳士服・靴・鞆』と同様、全体の7割超の人が「大型ショッピングセンター」と「専門店（単独店）」で買い物をしていることがわかる。

性別で見ると、男性では「インターネット・通販」が女性と比べて9ポイント程度高く、女性では「ホームセンター」が男性と比べて6ポイント高い。

年齢別に見ると、20歳代から50歳代では「専門店（単独店）」が他の年代と比べて、14ポイント以上高く、20歳代から30歳代では「インターネット・通販」が他の年代に比べて高いことがわかる。

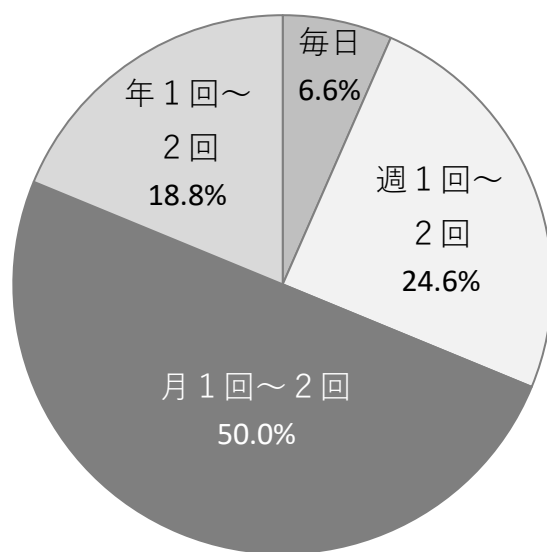
		合計	問3-4. 家電・家具・インテリアなど									
			スーパーマーケット	専門店（単独店）	大型ショッピングセンター	百貨店	コンビニエンスストア	ホームセンター	ドラッグストア	百元ショップ	インターネット・通販	宅配（生協等）
	全体	382	0.5	58.1	16.5	1.6	0.0	13.1	0.5	0.3	9.2	0.3
性別	男性	140	0.0	55.0	18.6	2.1	0.0	9.3	0.0	0.0	15.0	0.0
	女性	242	0.8	59.9	15.3	1.2	0.0	15.3	0.8	0.4	5.8	0.4
年齢	20歳未満	63	0.0	47.6	28.6	1.6	0.0	14.3	1.6	0.0	6.3	0.0
	20歳代	20	0.0	65.0	15.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	10.0	0.0
	30歳代	70	1.4	67.1	5.7	0.0	0.0	5.7	1.4	0.0	18.6	0.0
	40歳代	69	0.0	72.5	10.1	1.4	0.0	8.7	0.0	0.0	7.2	0.0
	50歳代	63	1.6	61.9	15.9	1.6	0.0	9.5	0.0	0.0	9.5	0.0
	60歳代	60	0.0	45.0	18.3	1.7	0.0	26.7	0.0	1.7	5.0	1.7
	70歳代以上	37	0.0	43.2	27.0	5.4	0.0	18.9	0.0	0.0	5.4	0.0

(2) 入善町中心商店街の利用状況やイベントへの参加について

問4 駅や銀行、役場などを利用するために、中心商店街を訪れる頻度

駅や銀行、役場などを利用するために、中心商店街を訪れる頻度は、「月1回～2回」が50.0%と半数を占めている。次いで「週1回～2回」(24.6%)、「年1回～2回」(18.8%)、「毎日」(6.6%)であった。

「毎日」と「週1回～2回」を合わせても全体の3割程度で、半数の人は月1回～2回程度の頻度で中心商店街を訪れていることがわかる。



N=426

性別で見ると、男性では「毎日」が女性と比べて約6ポイント高いことから、女性よりも男性の方が中心商店街を訪問する機会が若干多いことがわかる。

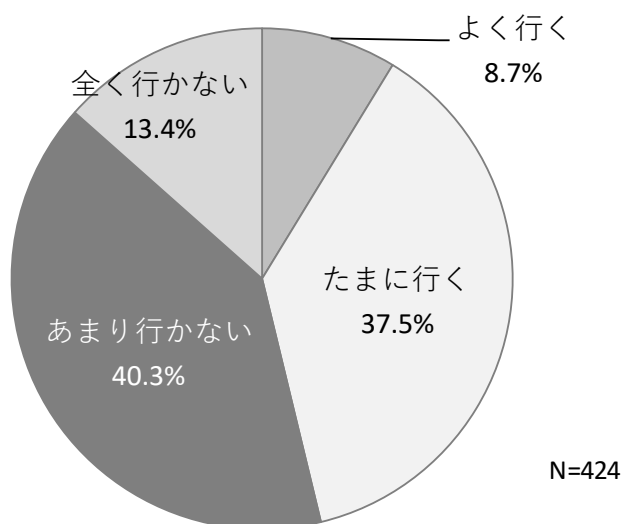
年齢別に見ると、40歳代以下では「年1回～2回」が他の年代に比べて多く、年代が低くなるにつれて、中心商店街を訪れる機会が少ない傾向がある。

居住地区別に見ると、横山地区・野中地区・舟見地区では、「年1回～2回」が他の地区と比べて多かった。

		合計	問4. 中心商店街への訪問頻度			
			毎日	週1回 ～2回	月1回 ～2回	年1回 ～2回
性別	全体	426	6.6	24.6	50.0	18.8
	男性	156	10.3	24.4	49.4	16.0
	女性	270	4.4	24.8	50.4	20.4
年齢	20歳未満	68	4.4	22.1	45.6	27.9
	20歳代	21	0.0	28.6	42.9	28.6
	30歳代	78	5.1	20.5	50.0	24.4
	40歳代	72	11.1	25.0	48.6	15.3
	50歳代	67	9.0	23.9	49.3	17.9
	60歳代	70	4.3	27.1	57.1	11.4
	70歳代以上	50	8.0	30.0	52.0	10.0
居住地区	入膳	181	8.3	24.9	51.4	15.5
	上原	34	8.8	23.5	52.9	14.7
	青木	24	0.0	25.0	66.7	8.3
	飯野	44	6.8	31.8	43.2	18.2
	小摺戸	11	9.1	18.2	63.6	9.1
	新屋	21	0.0	33.3	38.1	28.6
	櫛山	58	3.4	25.9	48.3	22.4
	横山	18	0.0	11.1	55.6	33.3
	野中	13	15.4	23.1	30.8	30.8
	舟見	20	10.0	10.0	45.0	35.0

問5 中心商店街を利用する頻度

中心商店街の利用頻度は、「よく行く」は8.7%にすぎない。「よく行く」と「たまに行く」(37.5%)を合わせると46.2%となり、行く人よりも行かない人の方が若干上回っている。



性別で見ると、男性では「全く行かない」が女性と比べて約5ポイント高く、女性では「あまり行かない」が男性に比べて約6ポイント高い。

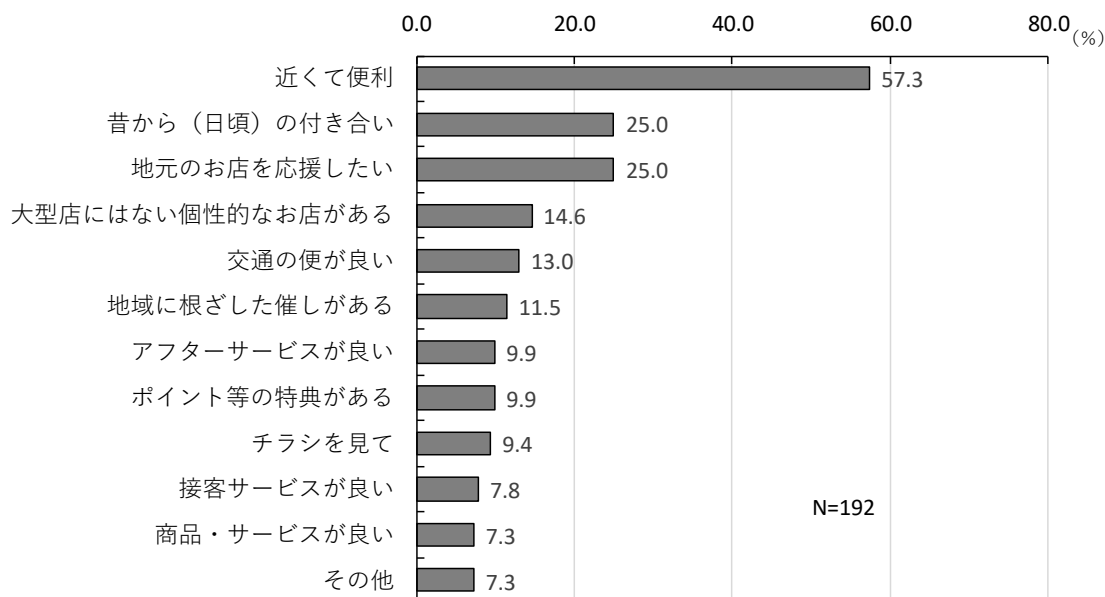
年齢別に見ると、20歳代から40歳代では「あまり行かない」と「全く行かない」を合わせると約6割を占めており、他の年代に比べて多い。60歳代以上では「よく行く」と「たまに行く」を合わせると約6割を占めており、比較的年代の高い人が中心商店街を利用していることがわかる。

居住地区別に見ると、入膳地区・上原地区では「よく行く」「たまに行く」を合わせると約6割を占め、他の地区よりも多かった。一方、野中地区・舟見地区では「あまり行かない」「全く行かない」が7割以上を占め、他の地区よりも多いことがわかる。

		合計	問5. 中心商店街の利用頻度			
			よく行く	たまに行く	あまり行かない	全く行かない
	全体	424	8.7	37.5	40.3	13.4
性別	男性	154	9.7	37.0	36.4	16.9
	女性	270	8.1	37.8	42.6	11.5
年齢	20歳未満	68	8.8	20.6	39.7	30.9
	20歳代	20	0.0	40.0	50.0	10.0
	30歳代	78	6.4	29.5	46.2	17.9
	40歳代	73	5.5	35.6	47.9	11.0
	50歳代	66	4.5	47.0	39.4	9.1
	60歳代	70	11.4	52.9	31.4	4.3
	70歳代以上	49	22.4	40.8	30.6	6.1
居住地区	入膳	179	11.7	44.1	32.4	11.7
	上原	35	14.3	45.7	28.6	11.4
	青木	24	0.0	41.7	45.8	12.5
	飯野	44	4.5	40.9	50.0	4.5
	小摺戸	11	27.3	18.2	54.5	0.0
	新屋	21	0.0	38.1	47.6	14.3
	櫛山	57	7.0	24.6	50.9	17.5
	横山	18	5.6	38.9	38.9	16.7
	野中	13	7.7	15.4	46.2	30.8
	舟見	20	0.0	15.0	50.0	35.0

問6 商店街で買い物をする理由

問5で「よく行く」「たまに行く」と回答した人に入善町中心商店街で買い物する理由について尋ねたところ、「近くて便利」が57.3%と最も多く、次いで「昔から（日頃）の付き合い」と「地元のお店を応援したい」が25.0%で同率となった。入善町中心商店街を利用する人は、「近さ」に最も魅力を感じていることがわかる。



性別で見ると、男性では「近くて便利」が女性に比べて11ポイント高く、「交通の便が良い」が約6ポイント高い。一方、女性では「大型店にはない個性的なお店がある」が男性に比べて5ポイント高い。このことから、中心商店街を利用する理由としては、男性の方が近いことや交通の利便性を重視しており、女性の方が個性的なお店も重視していることがわかる。

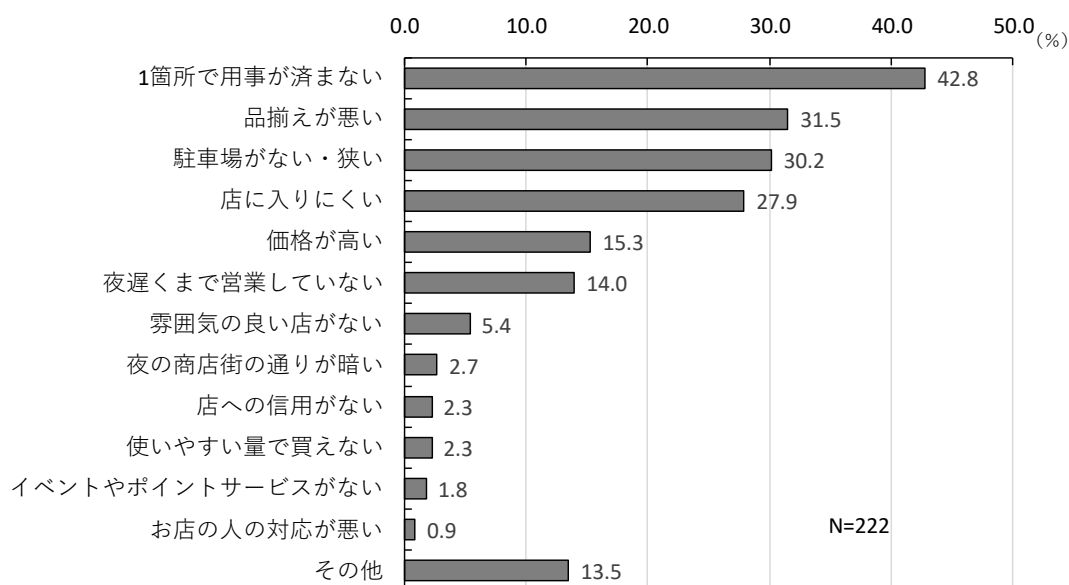
年齢別に見ると、40歳代以上では「昔から（日頃）の付き合い」や「地元のお店を応援したい」が他の年代に比べて多く、若い年代よりも地元のお店に愛着を持っていることがわかる。

居住地区別に見ると、飯野地区・小摺戸地区・新屋地区・野中地区では「アフターサービスが良い」が他の地区と比べて多かった。

		合計	問6. 中心商店街を利用する理由 (複数回答)											
			近くて便利	交通の便が良い	お大型店にはない個性的な店がある	商品・サービスが良い	アフターサービスが良い	チラシを見て	地域に根ざした催しがある	接客サービスが良い	昔から(日頃)の付き合い	地元のお店を応援したい	ポイント等の特典がある	その他
性別	全体	192	57.3	13.0	14.6	7.3	9.9	9.4	11.5	7.8	25.0	25.0	9.9	7.3
	男性	70	64.3	17.1	11.4	8.6	10.0	8.6	12.9	5.7	27.1	27.1	8.6	10.0
	女性	122	53.3	10.7	16.4	6.6	9.8	9.8	10.7	9.0	23.8	23.8	10.7	5.7
年齢	20歳未満	20	55.0	15.0	0.0	5.0	0.0	15.0	15.0	5.0	5.0	5.0	0.0	25.0
	20歳代	8	62.5	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	12.5
	30歳代	28	64.3	10.7	14.3	10.7	10.7	7.1	3.6	7.1	17.9	7.1	3.6	3.6
	40歳代	30	63.3	3.3	20.0	0.0	10.0	3.3	13.3	6.7	30.0	30.0	3.3	3.3
	50歳代	34	52.9	14.7	20.6	14.7	8.8	11.8	17.6	5.9	29.4	26.5	17.6	8.8
	60歳代	43	46.5	18.6	14.0	4.7	14.0	7.0	14.0	9.3	37.2	30.2	11.6	7.0
	70歳代以上	29	65.5	13.8	13.8	10.3	10.3	17.2	6.9	13.8	24.1	41.4	20.7	0.0
居住地区	入膳	98	60.2	13.3	15.3	10.2	10.2	8.2	7.1	13.3	23.5	26.5	13.3	7.1
	上原	20	50.0	0.0	15.0	5.0	5.0	10.0	10.0	0.0	40.0	30.0	5.0	5.0
	青木	10	60.0	20.0	30.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	40.0	20.0	0.0	0.0
	飯野	19	42.1	26.3	10.5	5.3	21.1	5.3	31.6	0.0	21.1	26.3	15.8	0.0
	小摺戸	5	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	40.0
	新屋	8	50.0	0.0	12.5	0.0	25.0	37.5	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
	櫛山	18	61.1	27.8	11.1	5.6	0.0	16.7	0.0	0.0	5.6	16.7	5.6	16.7
	横山	8	62.5	0.0	12.5	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	50.0	37.5	0.0	12.5
	野中	3	100.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	33.3	33.3	33.3	0.0
	舟見	3	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0

問7 入善町中心商店街を利用しない理由

問5で「あまり行かない」「全く行かない」と回答した人に入善町中心商店街で買い物をしない理由について尋ねたところ、「1箇所で用事が済まない」が42.8%と最も多く、次いで「品揃えが悪い」(31.5%)、「駐車場がない・狭い」(30.2%)、「店に入りにくい」(27.9%)となった。



性別で見ると、男性では「品揃えが悪い」が女性と比べて18.4ポイント高い。また、女性では男性と比べて「1箇所で用事が済まない」が12.9ポイント高く、「店に入りにくい」が7ポイント高かった。このことから、中心商店街を利用しない理由として、男性の方が品揃えを重視していることがわかる。一方、女性の方が用事を1箇所で済ませられて、気軽に入れるお店を求めていることがわかる。

年齢別に見ると、20歳代以下では「品揃えが悪い」と「その他」が他の年代に比べて多かった。その他としては「行こうと思う魅力的な店がない」「行く用事がない」「店舗数が少ない」「店の情報がない」等の意見があった。30歳代以上では「1箇所で用事が済まない」「駐車場がない・狭い」が他の年代に比べて多く、20歳代から50歳代では「夜遅くまで営業していない」が他の年代よりも多かった。

居住地区別に見ると、飯野地区・新屋地区では「駐車場がない・狭い」が、上原地区・青木地区では「店に入りにくい」が他の地区に比べて多かった。また、入膳地区・野中地区・舟見地区では「品揃えが悪い」が、青木地区・飯野地区・小摺戸地区では「夜遅くまで営業していない」が他の地区よりも多かった。

		合計	問7. 中心商店街を利用しない理由（複数回答）												
			1 箇所 で 用 事 が 済 ま な い	品 揃 え が 悪 い	価 格 が 高 い	店 へ の 信 用 が な い	お 店 の 人 の 対 応 が 悪 い	夜 遅 く ま で 営 業 し て い な い	使 い や す い 量 で 買 え な い	雰 囲 気 の 良 い 店 が な い	駐 車 場 が な い・ 狭 い	サ ー ビ ス が な い	イ ベ ン ト や ポ イ ン ト	店 に 入 り に く い	夜 の 商 店 街 の 通 り が 暗 い
	全体	222	42.8	31.5	15.3	2.3	0.9	14.0	2.3	5.4	30.2	1.8	27.9	2.7	13.5
性別	男性	81	34.6	43.2	19.8	3.7	2.5	16.0	2.5	7.4	27.2	1.2	23.5	2.5	13.6
	女性	141	47.5	24.8	12.8	1.4	0.0	12.8	2.1	4.3	31.9	2.1	30.5	2.8	13.5
年齢	20歳未満	45	17.8	44.4	6.7	2.2	0.0	0.0	2.2	11.1	11.1	0.0	31.1	2.2	22.2
	20歳代	11	36.4	45.5	0.0	9.1	0.0	27.3	0.0	0.0	27.3	0.0	27.3	0.0	27.3
	30歳代	48	43.8	27.1	31.3	2.1	0.0	16.7	0.0	6.3	33.3	2.1	18.8	2.1	12.5
	40歳代	43	46.5	23.3	4.7	2.3	2.3	27.9	2.3	2.3	32.6	2.3	16.3	2.3	11.6
	50歳代	32	50.0	43.8	18.8	0.0	0.0	15.6	3.1	6.3	37.5	0.0	37.5	3.1	12.5
	60歳代	25	68.0	12.0	28.0	0.0	4.0	8.0	4.0	4.0	44.0	8.0	40.0	4.0	4.0
	70歳代以上	18	50.0	27.8	5.6	5.6	0.0	5.6	5.6	0.0	33.3	0.0	38.9	5.6	5.6
	居住 地区	入膳	77	32.5	39.0	15.6	2.6	1.3	19.5	2.6	3.9	26.0	3.9	27.3	3.9
上原		14	50.0	28.6	7.1	0.0	0.0	7.1	0.0	7.1	21.4	0.0	42.9	14.3	7.1
青木		13	46.2	15.4	15.4	0.0	0.0	30.8	0.0	7.7	15.4	0.0	46.2	0.0	23.1
飯野		22	54.5	18.2	22.7	0.0	0.0	22.7	4.5	0.0	59.1	4.5	13.6	0.0	4.5
小摺戸		6	50.0	33.3	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	0.0
新屋		13	53.8	23.1	38.5	0.0	0.0	7.7	7.7	7.7	46.2	0.0	23.1	0.0	7.7
柵山		38	47.4	28.9	13.2	7.9	2.6	5.3	2.6	7.9	26.3	0.0	21.1	0.0	21.1
横山		10	40.0	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	0.0	30.0	10.0	20.0
野中		10	30.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	30.0	0.0	30.0
舟見		17	52.9	41.2	11.8	0.0	0.0	5.9	0.0	11.8	41.2	0.0	35.3	0.0	5.9

問8 中心商店街で好きなお店や好きな場所とその理由

中心商店街で好きなお店や好きな場所、及び、その理由は以下の通りである。

好きなお店や好きな場所	好きな理由（件数）
いちぜん	ギョーザが美味しいから
	入りやすいから
	店員の感じが良いから
	店にストーリー性があるから
いろり茶屋	昔からの知り合いだから
音次郎	料理が美味しく、店に信用があるから
	安くて、料理が美味しいから
	価格、雰囲気、接客が良いから
かおり食堂（現在は無い）	気取らず行ける定食屋だから
かんてき家	美味しいから（3）
こきりこ	美味しいから
TREE	美味しくて、店の雰囲気が良いから（3）
	美味しいし、店主が気さくだから
越	夜遅くまで営業しているから
	雰囲気が落ち着くから
	利用しやすいから
	美味しいから
清八楼	入善の歴史が感じられるから
焼鳥一休	マスターの人柄と、価格が手頃だから
	焼き鳥が最高に美味しいから
八丁堀	利用しやすいから
築前	美味しいから（3）
	価格が手頃で雰囲気が良いから
	美味しくて、元気が出るから
	利用しやすいから
新橋	美味しいし、雰囲気が良いから
	利用しやすいから
寿司栄	昔からの知り合いの店だから
	美味しくて、父母が好きだから
紙ふうせん	ランチが美味しいから（3）
	ラーメンが美味しいから
	歌えるから

ポレポレ	美味しいから (7)
	価格が手頃で、大人数でも少人数でも利用しやすいから
	雰囲気、接客が良く、昼夜ともに使いやすいから
	ランチが好きだから
	雰囲気が好きだから
のえる	飲みに行くため
夢八	遅くまでやっているから
ゆるり	美味しいから (2)
TIME	ジャズが好きだから
田原酒店	サービスが良いから
	キラキラカードがあるから
扇原清月堂	近いから (2)
	美味しいから (17)
	好きなお菓子があるから (16) 例えばポンポコ、バナボン
	お使い物に利用 (5)
	定番や新作などの品揃えが豊富だから (4)
	日頃のつきあいがあり、慣れた店だから (4)
	季節ごとのお菓子があり楽しみだから (3)
	子どもが商品を好んでいるため (2)
	雰囲気の良い店だから、店員さんがかわいいから
	目に見えるように頑張っていると思うから
	何でも気軽に相談できるから
	スーパーに箱詰めがないから
	他に和菓子店がないから
コンフェクショナリー タカ	入りやすく美味しいから
田中豆富店	美味しいから
トレジェム	美味しいから
藤田ミート	美味しいから (3)
	お店の人と気軽に話せるから (2)
	サービスが良いから (2)
	注文してから揚げてくれて、出来立てで美味しいから
	お店の人が親切でコロケが美味しいから
	昔からこの店のコロケが好きだから
	美味しくて、家族みんなが好きだから
丸善醤油店	甘酒が美味しいから
ウエダ時計眼鏡	昔からの付き合いがあるから

	取り寄せが可能だから
リールミチイチ	良い商品があるから
	接客サービスが良いから
おおぎや	子供の体操服などでお世話になっているから
	店員の対応が良いから
	すぐに対応してくれるから
	ポイントカードがあるから
おぎはら釣り具	エサを買うため
糺屋カメラ店	親切だから
シマセ写真館	親切丁寧で、すごく頑張っておられるから
	接客、サービスが良いから
Beauty care 下飯野	利用しやすいから
ヘアメイクアパーヴァ	昔から行っているから
	美容院はここに決めているから
ビューティスペース葉月	雰囲気が良いから
ハートのイタクラ	接客サービスが良いから
ゆかり美容院	親切だから
Switch Hair	髪を切るため
	昔から通っているため
竹内書店	お店の人の対応が良いから
	昔からの付き合いがあるから
	取り寄せが可能だから
	教科書を買えるから
谷口手芸店	良いアドバイスをもらえるから (2)
	品揃え豊富だから (2)
ちゃけ	店員さんが面白いから
森下仏壇	対応が良いから
七沢仏壇	友達がいるから
	接客サービスが良いから
ひまわり写真館	接客対応が良いから (2)
細田ファニチャー	サービスが良いから
	雰囲気が良いから
ミチイチデンキ館	昔からの付き合いとポイント還元があるから
	親切に相談に乗ってくれるから
	雰囲気が良いから
	近いから

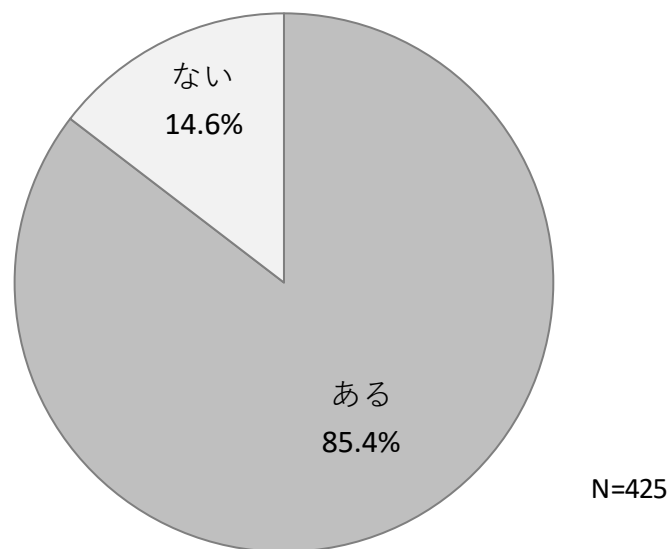
みちはら	物が多いから
米澤薬局	県証紙の販売店のため
フリーマーケット 「こき」	楽しいから
わしお生花店	綺麗で、花の良い香りが好きだから
	かわいいお店だから
柚木歯科医院	叔母が働いているから
うるおい館	勉強できる場所だから (5)
	友達とゆっくり過ごせるから (2)
	建物内が明るいし、いつも綺麗になっているから
	イベント会場としても利用しやすいから
	人と待ち合わせするのにとても便利だから (2)
	無料で利用できるから
	自由空間があるから
	気軽に入れるから
	使い勝手が良いから
	落ち着くから
入善町民会館	上質な芸術、文化を味わうことができるから
	間取りが良いから
コスモホール	催し物があるから
入善町立図書館	子連れでも利用しやすいから
	本がたくさんあるから
	静かに勉強できるから
花月公園	広い芝生があり、子供が遊んだり休憩したりするのに良いから (2)
	市街地の魅力ある緑空間だから
	体を動かすことができるから
冬のイルミネーション	綺麗だから

※中心商店街以外で好きなお店や好きな場所、及び、その理由は以下のとおりである。

好きなお店や好きな場所	好きな理由（件数）
あいさい市場	野菜が新鮮だから
イリス	マスクが安いから
カットハウスミッキー	店の方の人柄がよいから
	行きつけのお店だから
クスリのアオキ	ポイントがあるから
コスモ 21	一カ所で用事が済むから（2）
	自分の欲しい物があるから
	無料駐車場があるから
	ポイントがあるから
	近いから
ジュンコ	洋服が並んでいるから
J マート	ポイントがあるから
夢飛行	いろいろな商品があるから
バロー	食材がたくさんあるから
タリル	お店の雰囲気が良いから
Chat・noir	スイーツが美味しいから
ドライブイン入善	かつ丼が美味しいから
洋服修理中村	技術力があり、価格が手頃だから
テーラー君島	技術力があるから
	価格が手頃だから
大阪屋ショップ	ポイントがあるから（3）
	品数が多いから
カーマホームセンター	安いから
マック	美味しいから
アルビス	無記入

問9 商工会が実施している中心商店街におけるイベント事業の参加の有無

回答者の85.4%が、商工会が実施しているイベント事業に参加したことがあった。



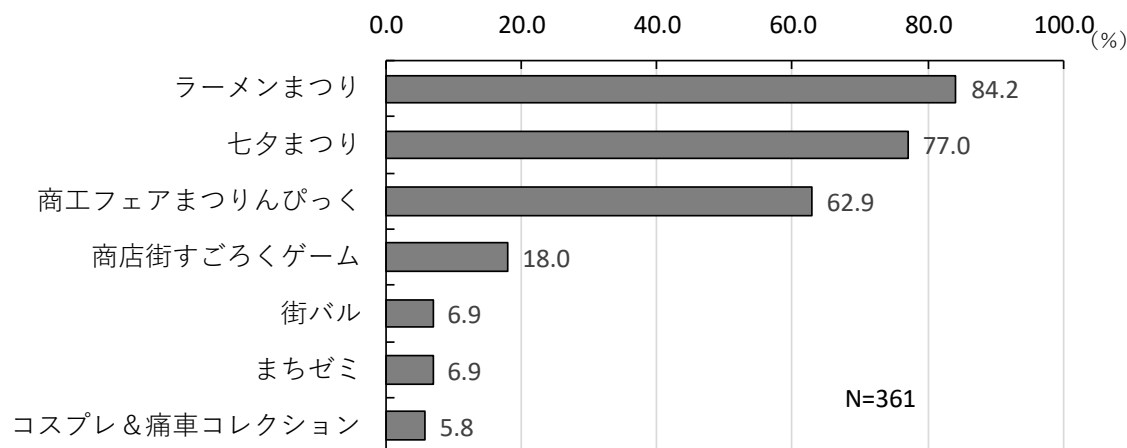
性別で見ると、男女ともに商工会が実施している商店街イベントに参加したことがある人が8割以上であった。

年齢別に見ると、20歳代では「参加したことがない」が他の年代に比べて多かった。

		問9. 商工会が実施している商店街イベントへの参加		
		合計	ある	ない
	全体	425	85.4	14.6
性別	男性	154	85.1	14.9
	女性	271	85.6	14.4
年齢	20歳未満	68	89.7	10.3
	20歳代	21	76.2	23.8
	30歳代	78	85.9	14.1
	40歳代	73	84.9	15.1
	50歳代	66	84.8	15.2
	60歳代	70	82.9	17.1
	70歳代以上	49	87.8	12.2

問10 中心商店街のイベント事業の中で、今後も続けて欲しいイベント

今後も続けて欲しいイベントは、「ラーメンまつり」が84.2%と最も多く、次いで「七夕まつり」(77.0%)、「商工フェアまつりんぴっく」(62.9%)と続く。



性別で見ると、男性では「ラーメンまつり」「街バル」が女性に比べて約6ポイント高く、女性では「商工フェアまつりんぴっく」が男性に比べて約8ポイント高かった。

年齢別に見ると、30歳代と40歳代では「商店街すごろくゲーム」が他の年代に比べて多く、50歳代と60歳代では「まちゼミ」が他の年代よりも多かった。

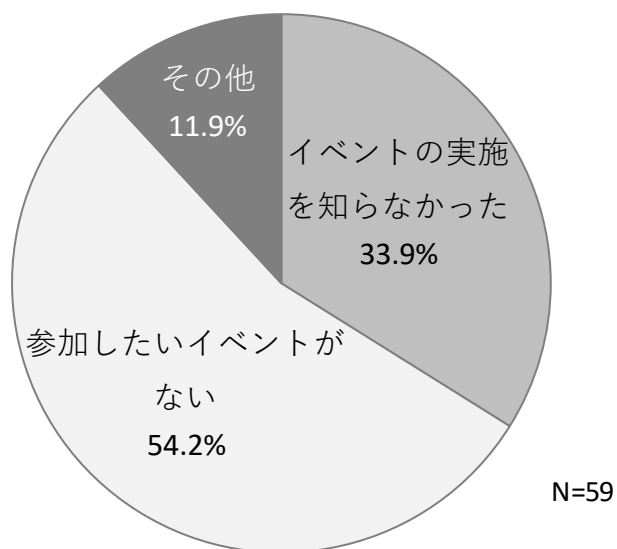
		合計	問10. 今後も続けて欲しいイベント (複数回答)						
			七夕まつり	商工フェアまつりんぴっく	ラーメンまつり	コスプレ&痛車コレクション	商店街すごろくゲーム	街バル	まちゼミ
	全体	361	77.0	62.9	84.2	5.8	18.0	6.9	6.9
性別	男性	129	76.7	57.4	89.1	7.8	17.1	10.9	3.9
	女性	232	77.2	65.9	81.5	4.7	18.5	4.7	8.6
年齢	20歳未満	61	83.6	34.4	88.5	13.1	19.7	1.6	1.6
	20歳代	16	68.8	68.8	100.0	0.0	0.0	12.5	0.0
	30歳代	67	73.1	73.1	79.1	4.5	32.8	7.5	4.5
	40歳代	62	77.4	74.2	90.3	9.7	22.6	9.7	1.6
	50歳代	55	72.7	63.6	85.5	5.5	14.5	12.7	12.7
	60歳代	58	81.0	69.0	81.0	1.7	10.3	6.9	20.7
	70歳代以上	42	76.2	59.5	73.8	0.0	7.1	0.0	2.4

問11 中心商店街のイベント事業に参加しない理由

参加しない理由を尋ねると、「参加したいイベントがない」が54.2%と約半数を占め、次いで「イベントの実施を知らなかった」(33.9%)、「その他」(11.9%)であった。

参加しない「その他」の理由としては、「平日のイベント開催のため行くことが出来ない」や「働いているので行く時間がない」「子供が独立していないため」等があった。

このことから、平日以外での開催や子供向けのイベント等があれば、参加してみようと思う人が増えることも考えられる。



問 12 問 10 で記載したイベント以外に希望する催しについて

希望するイベントは、以下の通りである。

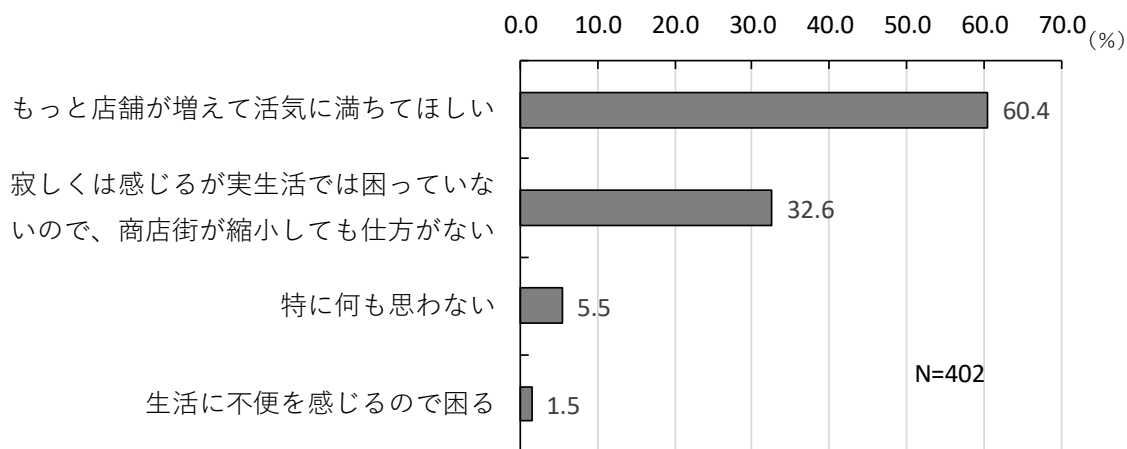
肉フェス(4)
スイーツがメインのスイーツ祭り (3)
パン祭り (3) (県内外のパン屋が集結したイベント)
カラオケ大会(3)
フラダンス、子供の発表会 (2)
簡単なゲーム大会(2)
雑貨フェア (2)
ライブなど音楽系の祭り (2)
eスポーツ大会 (2)
カレー祭り (2)
中央駐車場を活用したビアガーデン (2)
皆が元気になるようなイベント
婚活パーティー
商店街ウォークラリー、スタンプラリー、クイズ王大会等
富山初のものが買えるイベントがあれば良い
鍋のふるまいや餅つき
古本市、ノミの市、骨董市
外食産業フェア
短時間でできる手作り教室
七夕と観音祭が年々縮小するので、大々的にしてほしい
産直
講演会、トークショー
今回の様な楽しいイベントをもっとたくさんして欲しい
BOOK祭り
ハロウィンイベント
七夕祭りの屋台をもっと多くしてほしい
クリスマスのイルミネーション
高齢者や外国人をターゲットにしたイベント
鬼ごっこ
科学祭
ビンゴ大会、花火大会
町外、県外からも参加したいと思うような大々イベントの開催。開催頻度は多くなくても良いが、このイベントに行きたいと思うようなもの。
クリスマスパーティー
スポーツ祭り
脱出ゲーム
スポーツ観戦、フリーマーケット
駅弁フェア
全国のデザート祭り
お笑いライブ
屋台村
コスモホールでのイベント。高齢化しているため、分かりやすく楽しめるお笑いや歌など。安いコストでいろいろな人と話ができるお茶会的な催し。絵画や芸術作品、アニメなどの展示があれば尚良いと思う。
スポーツなどのパブリックビューイング
朝日祭りみたいに1カ所で行うもの
賞金が出るイベント
他の地域や国の特産品展

(3) 入善町中心商店街への思いについて

問 13 中心商店街に空店舗が増えている現状について

「もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい」が 60.4%と最も多く、次いで「寂しくは感じるが実生活では困っていないので、商店街が縮小しても仕方がない」が 32.6%、「特に何も思わない」(5.5%)、「生活に不便を感じるので困る」(1.5%)と続く。

約6割の人が、もっと店舗が増え活性化することを望んでいることがわかる。一方で、約3割の人は商店街の縮小は仕方がないと感じている。



性別で見ると、男性では「寂しくは感じるが実生活では困っていないので、商店街が縮小しても仕方がない」が女性に比べて約8ポイント高く、女性では「もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい」が男性に比べて約11ポイント高かった。このことから、商店街の空店舗の増加について女性よりも男性の方が、仕方がないと感じている。一方、女性の方が店舗の増加によって活気が戻って欲しいと望んでいることがわかる。

年齢別に見ると、20歳代と40歳代では「もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい」が7割を超えており他の年代に比べて多い。

中心商店街の利用頻度別に見ると、商店街の利用が多い人ほど「もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい」と願っていることがわかる。

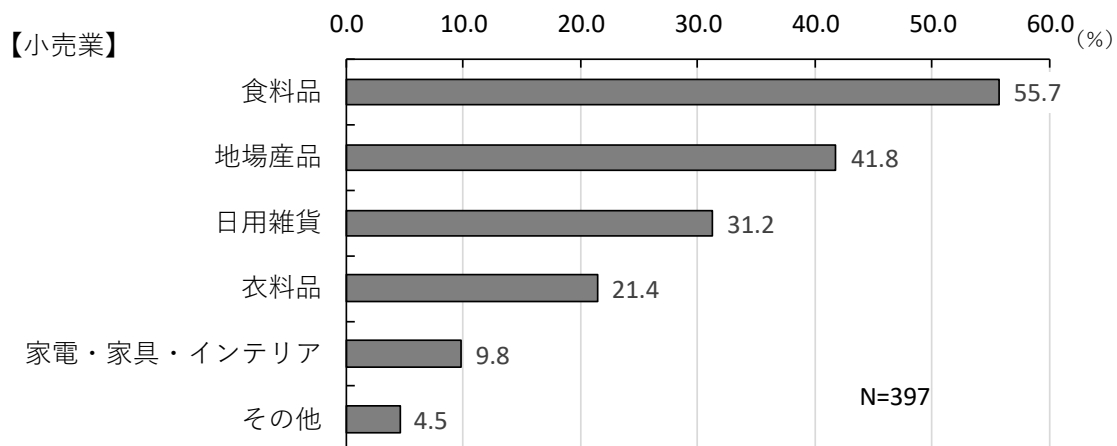
		問13. 中心商店街の空店舗の増加について				
		合計	もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい	商店街が縮小しても仕方がない	寂しくは感じるが実生活では困らないので	特に何も思わない
	全体	402	60.4	32.6	1.5	5.5
性別	男性	147	53.1	38.1	0.7	8.2
	女性	255	64.7	29.4	2.0	3.9
年齢	20歳未満	66	47.0	34.8	1.5	16.7
	20歳代	21	71.4	28.6	0.0	0.0
	30歳代	77	61.0	33.8	0.0	5.2
	40歳代	69	73.9	23.2	0.0	2.9
	50歳代	61	59.0	37.7	1.6	1.6
	60歳代	70	55.7	41.4	1.4	1.4
	70歳代以上	38	63.2	21.1	7.9	7.9
中心商店街の利用頻度	よく行く	31	67.7	22.6	0.0	9.7
	たまに行く	148	67.6	27.7	2.0	2.7
	あまり行かない	163	57.1	38.7	0.6	3.7
	全く行かない	57	49.1	33.3	1.8	15.8

問 14 中心商店街にあって欲しい店舗（業種ごとに）

【小売業】

中心商店街にあって欲しい店舗を尋ねたところ、小売業では「食料品」が 55.7%と最も多く、次いで「地場産品」(41.8%)、「日用雑貨」(31.2%)、「衣料品」(21.4%)、「家電・家具・インテリア」(9.8%)、「その他」(4.5%) となった。

このことから、食料品・生鮮品に対するニーズが高いことがわかる。



性別で見ると、男性では「日用雑貨」「家電・家具・インテリア」が女性と比べて約5～7ポイント高く、女性では「衣料品」が男性に比べて7ポイント高い。

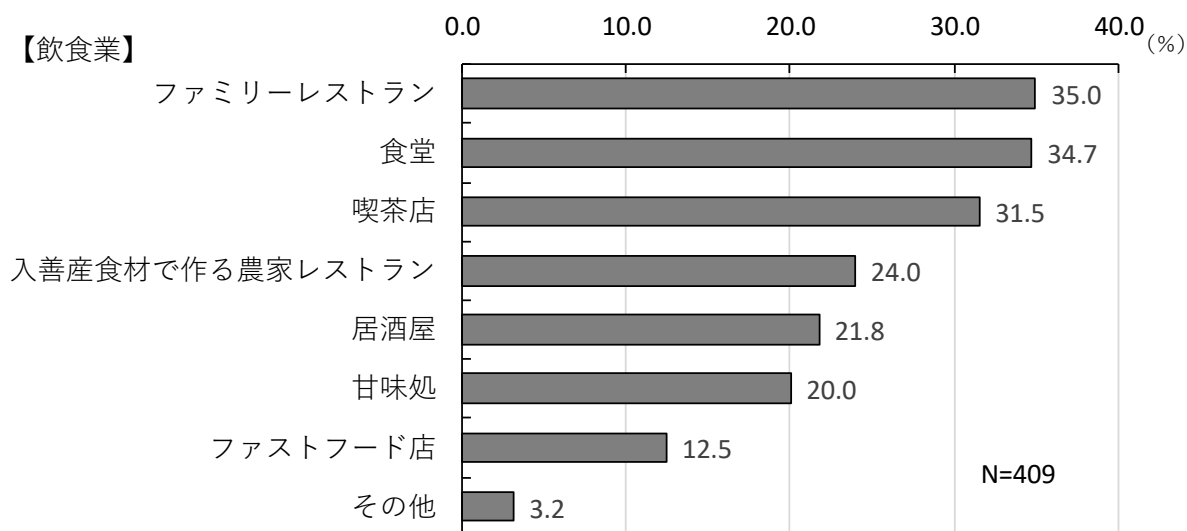
年齢別に見ると、30歳代以下では「日用雑貨」が他の年代に比べて多く、40歳代から60歳代では「地場産品」が他の年代よりも多かった。

中心商店街の利用頻度別に見ると、「たまに行く」「あまり行かない」と回答した人では「地場産品」が多いことから、地場産品のお店があれば商店街の利用につながるものと考えられる。

		合計	問14. 中心商店街にあってほしい店舗 (小売業2つ)					その他
			食料品	地場産品	衣料品	日用雑貨	家電・家具・インテリア	
性別	全体	397	55.7	41.8	21.4	31.2	9.8	4.5
	男性	142	57.7	39.4	16.9	34.5	14.1	7.0
	女性	255	54.5	43.1	23.9	29.4	7.5	3.1
年齢	20歳未満	61	59.0	18.0	23.0	52.5	21.3	0.0
	20歳代	21	57.1	42.9	28.6	47.6	0.0	0.0
	30歳代	75	57.3	37.3	25.3	36.0	8.0	2.7
	40歳代	68	60.3	52.9	16.2	27.9	7.4	4.4
	50歳代	62	48.4	51.6	22.6	22.6	6.5	14.5
	60歳代	65	44.6	55.4	23.1	15.4	10.8	1.5
	70歳代以上	45	66.7	31.1	13.3	26.7	8.9	6.7
中心商店街 の利用頻度	よく行く	34	58.8	20.6	5.9	29.4	17.6	8.8
	たまに行く	152	57.9	46.7	23.7	27.0	11.8	2.6
	あまり行かない	154	50.0	47.4	24.7	29.9	7.8	3.9
	全く行かない	52	61.5	28.8	15.4	51.9	5.8	5.8

【飲食業】

飲食業では「ファミリーレストラン」が35.0%と最も多く、次いで「食堂」(34.7%)、「喫茶店」(31.5%)、「入善産食材で作る農家レストラン」(24.0%)と続き、「居酒屋」(21.8%)と「甘味処」(20.0%)はほぼ同じ割合であった。



性別で見ると、男性では「食堂」と「居酒屋」が女性と比べて約13ポイント高く、女性では「喫茶店」や「甘味処」、「入善産食材で作る農家レストラン」が男性と比べて7ポイント以上高い。

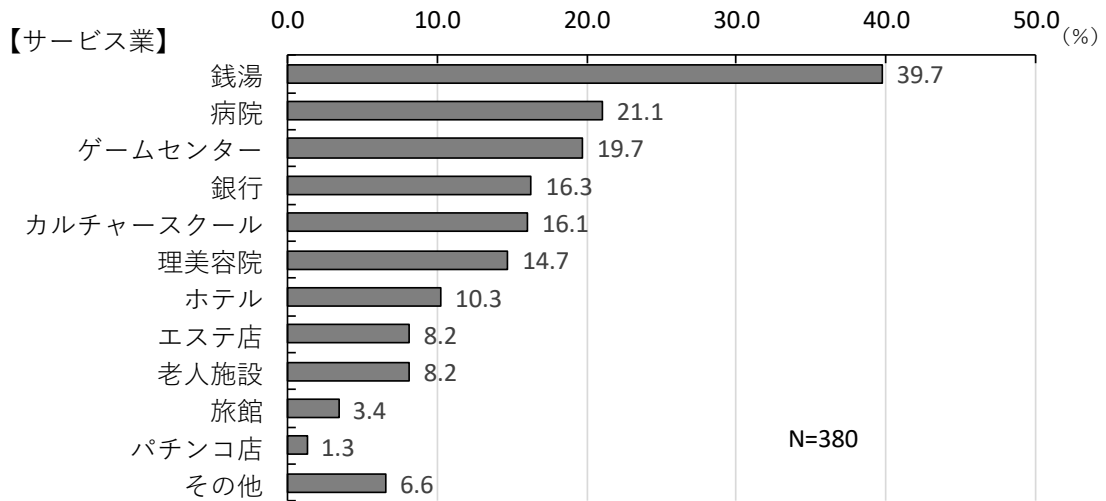
年齢別に見ると、20歳未満では「喫茶店」が他の年代に比べて突出して多い。20歳代と40歳代では「居酒屋」が他の年代に比べて多く、70歳代以上では「入善産食材で作る農家レストラン」が他の年代よりも多かった。

中心商店街の利用頻度別で見ると、商店街の利用頻度が高いほど「食堂」を望んでいることがわかる。

		問14. 中心商店街にあってほしい店舗（飲食業2つ）								
		合計	喫茶店	食堂	居酒屋	ファミリーレストラン	ファーストフード店	甘味処	入善産食材で作る農家レストラン	その他
	全体	409	31.5	34.7	21.8	35.0	12.5	20.0	24.0	3.2
性別	男性	145	24.8	43.4	32.4	33.1	16.6	15.2	19.3	4.1
	女性	264	35.2	29.9	15.9	36.0	10.2	22.7	26.5	2.7
年齢	20歳未満	64	56.3	12.5	6.3	37.5	29.7	28.1	10.9	1.6
	20歳代	21	38.1	33.3	47.6	28.6	4.8	14.3	19.0	0.0
	30歳代	77	23.4	37.7	26.0	42.9	15.6	20.8	20.8	2.6
	40歳代	72	27.8	41.7	40.3	26.4	12.5	20.8	22.2	4.2
	50歳代	64	29.7	37.5	21.9	28.1	6.3	21.9	35.9	3.1
	60歳代	68	25.0	42.6	10.3	38.2	5.9	13.2	26.5	1.5
	70歳代以上	43	25.6	34.9	11.6	39.5	4.7	16.3	32.6	9.3
中心商店街の利用頻度	よく行く	33	33.3	45.5	24.2	30.3	6.1	30.3	9.1	6.1
	たまに行く	154	31.8	39.6	24.7	33.1	9.1	20.1	29.9	2.6
	あまり行かない	164	27.4	33.5	21.3	36.6	14.0	18.9	25.0	1.2
	全く行かない	52	44.2	19.2	15.4	34.6	19.2	19.2	13.5	9.6

【サービス業】

サービス業では、「銭湯」(39.7%)が群を抜いて多く、次いで「病院」(21.1%)、「ゲームセンター」(19.7%)、「銀行」(16.3%)、「カルチャースクール」(16.1%)となった。



性別で見ると、男性では「銭湯」が女性と比べて約20ポイント高く、女性では「理美容院」と「エステ店」が男性に比べて約9ポイント高い。

年齢別に見ると、20歳未満では「ゲームセンター」が約7割を占めており、50歳代以上では「銭湯」が他の年代よりも多い。また、70歳代以上では「病院」と「老人施設」が他の年代に比べて多かった。

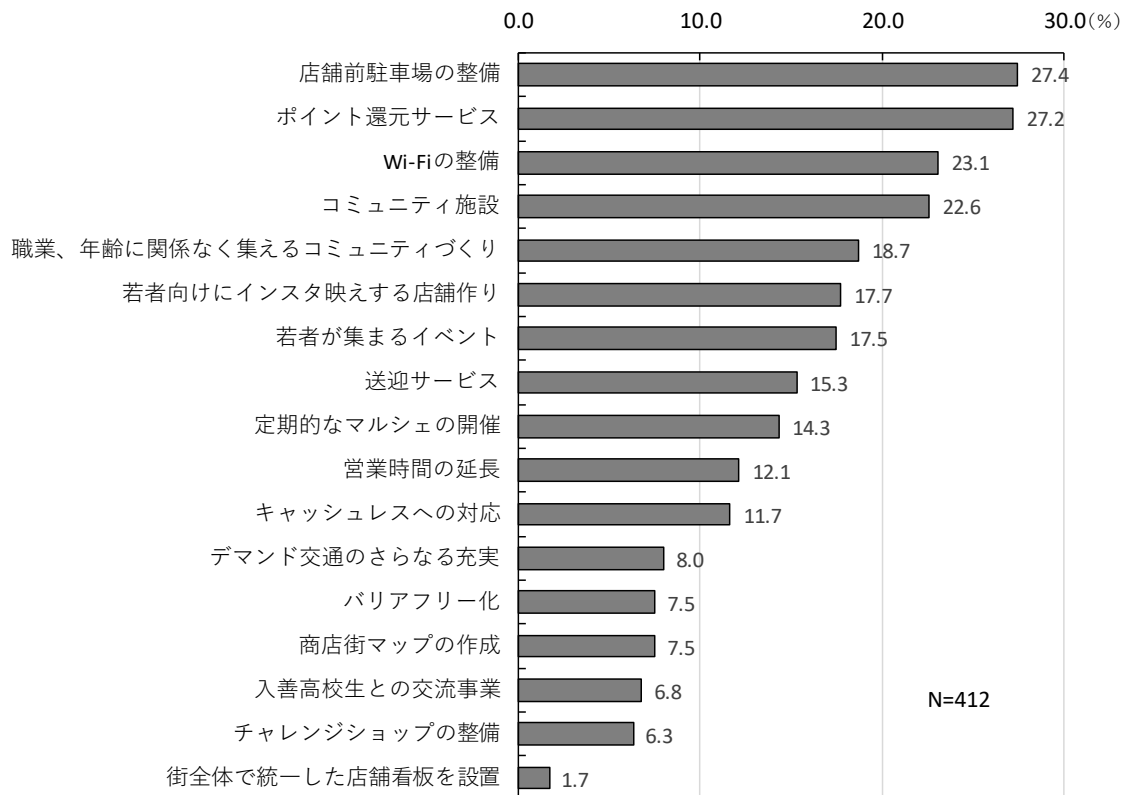
中心商店街の利用頻度別に見ると、たまに行くと回答した人では「銭湯」が最も多かったことから、中心商店街に銭湯があれば行くことにつながるのではないかと考えられる。

		問14. 中心商店街にあってほしい店舗 (サービス業2つ)												
		合計	理美容院	エステ店	旅館	ホテル	カルチャー・スクール	銭湯	銀行	病院	老人施設	ゲームセンター	パチンコ店	その他
性別	全体	380	14.7	8.2	3.4	10.3	16.1	39.7	16.3	21.1	8.2	19.7	1.3	6.6
	男性	138	8.7	2.2	5.1	15.9	10.1	52.2	15.2	23.9	8.7	23.9	3.6	5.1
	女性	242	18.2	11.6	2.5	7.0	19.4	32.6	16.9	19.4	7.9	17.4	0.0	7.4
年齢	20歳未満	62	21.0	12.9	6.5	4.8	6.5	25.8	6.5	14.5	4.8	69.4	1.6	8.1
	20歳代	20	10.0	5.0	0.0	10.0	20.0	45.0	30.0	20.0	0.0	25.0	0.0	10.0
	30歳代	71	9.9	8.5	4.2	11.3	23.9	32.4	18.3	16.9	5.6	16.9	1.4	9.9
	40歳代	67	20.9	13.4	3.0	16.4	13.4	35.8	23.9	17.9	4.5	11.9	3.0	4.5
	50歳代	59	10.2	8.5	3.4	13.6	22.0	47.5	15.3	20.3	6.8	1.7	0.0	13.6
	60歳代	61	8.2	1.6	3.3	11.5	23.0	44.3	14.8	23.0	6.6	8.2	1.6	0.0
	70歳代以上	40	22.5	2.5	0.0	0.0	0.0	60.0	12.5	42.5	32.5	2.5	0.0	0.0
中心商店街の利用頻度	よく行く	32	18.8	25.0	6.3	18.8	9.4	28.1	12.5	15.6	6.3	6.3	0.0	3.1
	たまに行く	147	14.3	4.1	4.1	8.2	19.0	49.0	15.6	24.5	10.2	15.0	2.0	6.8
	あまり行かない	145	13.1	10.3	1.4	11.0	18.6	35.2	17.9	19.3	6.2	22.1	1.4	5.5
	全く行かない	51	17.6	3.9	5.9	9.8	5.9	33.3	15.7	15.7	7.8	37.3	0.0	11.8

(4) 入善町中心商店街の活性化について

問 15 中心商店街で必要と思われる機能やサービス

中心商店街で必要な機能やサービスについて尋ねたところ、「店舗前駐車場の整備」が27.4%と最も多く、次いで「ポイント還元サービス」(27.2%)、「Wi-Fiの整備」(23.1%)、「コミュニティ施設」(22.6%)の順となっている。



性別で見ると、男性では「営業時間の拡大」「Wi-Fiの整備」「若者が集まるイベント」が女性と比べて約9ポイント高く、女性では「送迎サービス」が男性と比べて約9ポイント高く、「コミュニティ施設」が約6ポイント高い。このことから、男性の方が、営業時間の拡大やイベントの開催などの賑わいを望む傾向があり、女性の方が、送迎のサービスの充実やコミュニティ施設などを求めていることがわかる。

年齢別に見ると、20歳未満では「Wi-Fiの整備」が72.3%と突出している。また、20歳代以下では「若者向けにインスタ映えする店舗作り」が他の年代と比べて多いことから、スマホ・SNS世代のニーズが現れている。一方、60歳代以上では「送迎サービス」や「職業・年齢に関係なく集えるコミュニティづくり」が他の年代よりも多く、年齢層が上がるほど送迎のサービスの充実やコミュニティづくりといった人と集うことを望んでいることがわかる。

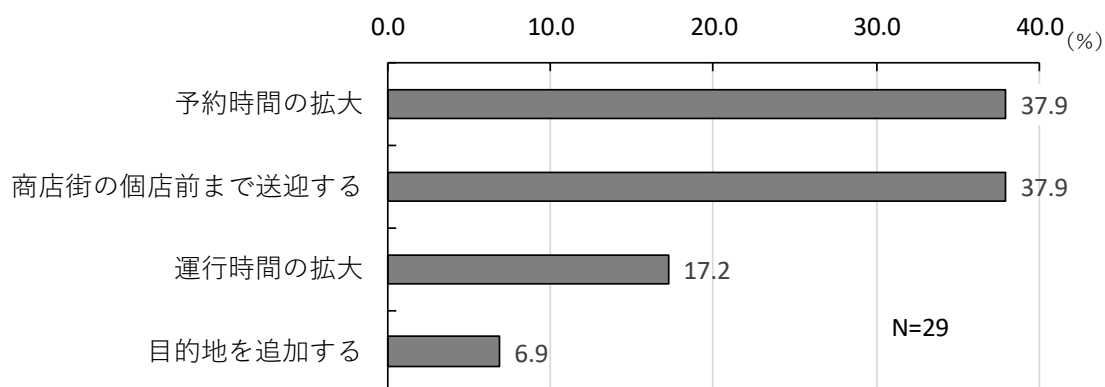
中心商店街の利用頻度別に見ると、「よく行く」と回答した人では「職業・年齢に関係なく集えるコミュニティづくり」が比較的高い割合を示している。

		問15. 中心商店街に必要な機能やサービス (3つ)																	
		合計	ポイント還元サービス	送迎サービス	店舗前駐車場の整備	バリアフリー化	営業時間の延長	Wi-Fiの整備	コミュニティ施設	キャッシュレスへの対応	デマンド交通のさらなる充実	設置	街全体で統一した店舗看板を	商店街マップの作成	入善高校生との交流事業	若者が集まるイベント	店舗作り	若者向けにインスタ映えする	職業、年齢に関係なく集えるコミュニティづくり
性別	全体	412	27.2	15.3	27.4	7.5	12.1	23.1	22.6	11.7	8.0	1.7	7.5	6.8	17.5	17.7	18.7	14.3	6.3
	男性	146	23.3	9.6	28.8	7.5	17.8	28.1	18.5	15.8	8.9	1.4	5.5	7.5	23.3	20.5	17.8	12.3	11.0
	女性	266	29.3	18.4	26.7	7.5	9.0	20.3	24.8	9.4	7.5	1.9	8.6	6.4	14.3	16.2	19.2	15.4	3.8
年齢	20歳未満	65	18.5	4.6	9.2	12.3	4.6	72.3	32.3	10.8	1.5	0.0	4.6	7.7	21.5	35.4	4.6	1.5	1.5
	20歳代	21	14.3	4.8	28.6	4.8	19.0	9.5	9.5	14.3	0.0	0.0	14.3	0.0	57.1	38.1	28.6	9.5	14.3
	30歳代	78	25.6	15.4	34.6	6.4	11.5	20.5	23.1	17.9	2.6	1.3	6.4	5.1	20.5	16.7	12.8	23.1	5.1
	40歳代	73	34.2	17.8	28.8	6.8	17.8	16.4	24.7	17.8	5.5	1.4	8.2	4.1	21.9	12.3	11.0	19.2	6.8
	50歳代	63	22.2	12.7	33.3	3.2	14.3	22.2	22.2	9.5	7.9	0.0	6.3	12.7	9.5	17.5	17.5	23.8	11.1
	60歳代	66	39.4	21.2	34.8	6.1	7.6	6.1	21.2	4.5	15.2	4.5	7.6	7.6	9.1	9.1	28.8	12.1	6.1
	70歳代以上	46	26.1	26.1	19.6	13.0	15.2	0.0	13.0	4.3	23.9	4.3	10.9	6.5	4.3	6.5	43.5	2.2	4.3
中心商店街の利用頻度	よく行く	32	28.1	21.9	28.1	15.6	12.5	18.8	18.8	12.5	6.3	6.3	6.3	3.1	15.6	28.1	31.3	3.1	9.4
	たまに行く	156	30.1	20.5	28.2	6.4	12.2	18.6	22.4	10.3	10.9	1.9	9.6	9.0	19.2	16.0	19.9	15.4	8.3
	あまり行かない	163	27.0	11.0	30.7	6.1	14.1	23.9	25.2	10.4	5.5	1.2	6.1	6.1	15.3	16.6	16.0	14.1	4.3
	全く行かない	56	16.1	7.1	17.9	10.7	7.1	37.5	19.6	19.6	7.1	0.0	5.4	5.4	21.4	21.4	16.1	17.9	5.4

問 16 デマンド交通の利便性を高めるために必要なこと

問 15 で「デマンド交通のさらなる充実」を選択された方に、デマンド交通の利便性を高めるために必要なことは何かと尋ねたところ、「予約時間の拡大」と「商店街の個店前まで送迎する」が 37.9%と同率で、「運行時間の拡大」(17.2%)、「目的地を追加する」(6.9%)の順になっている。

「予約時間の拡大」と「商店街の個店前までの送迎」とを望む人を合わせると 7 割超となっている。



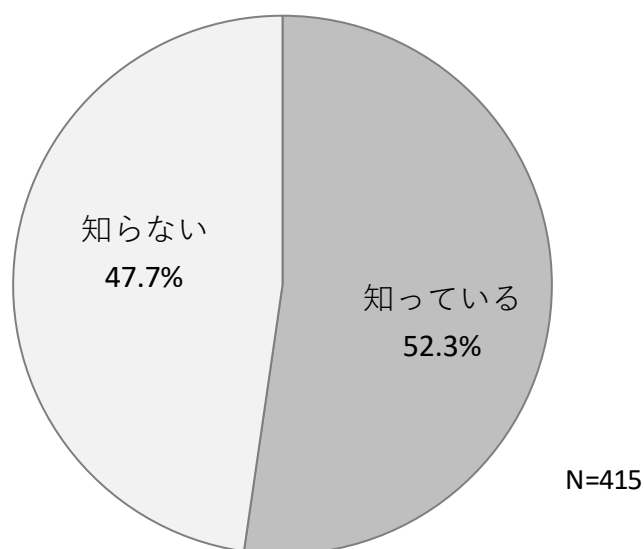
性別で見ると、男性では「運行時間の拡大」が女性と比べて約 24 ポイント高く、「目的地を追加する」も女性よりも高かった。また、女性では「予約時間の拡大」や「商店街の個店前まで送迎する」が男性よりも高い。このことから、男性の方が、運行時間の拡大や目的地の追加を望んでいる。一方で、女性の方が、個店前までの送迎や予約時間の拡大を望んでいることがわかる。

年齢別に見ると、40 歳代以上では「商店街の個店前まで送迎する」が他の年代と比べて多くなっている。

		問16. デマンド交通の利便性を高めるためにすべきこと				
		合計	予約時間の拡大	運行時間の拡大	す商店街の個店前まで送迎	目的地を追加する
	全体	29	37.9	17.2	37.9	6.9
性別	男性	13	30.8	30.8	23.1	15.4
	女性	16	43.8	6.3	50.0	0.0
年齢	20歳未満	1	0.0	100.0	0.0	0.0
	20歳代	0	0.0	0.0	0.0	0.0
	30歳代	2	100.0	0.0	0.0	0.0
	40歳代	4	50.0	0.0	50.0	0.0
	50歳代	5	0.0	40.0	40.0	20.0
	60歳代	8	37.5	12.5	50.0	0.0
	70歳代以上	9	44.4	11.1	33.3	11.1

問17 商工会・商店街からの情報発信の認知度

商工会・商店街からの情報発信（新聞折込チラシ、商工会のホームページ、フェイスブック等）の認知度を尋ねたところ、「知っている」が52.3%で、「知らない」の47.7%を僅かに上回っている。



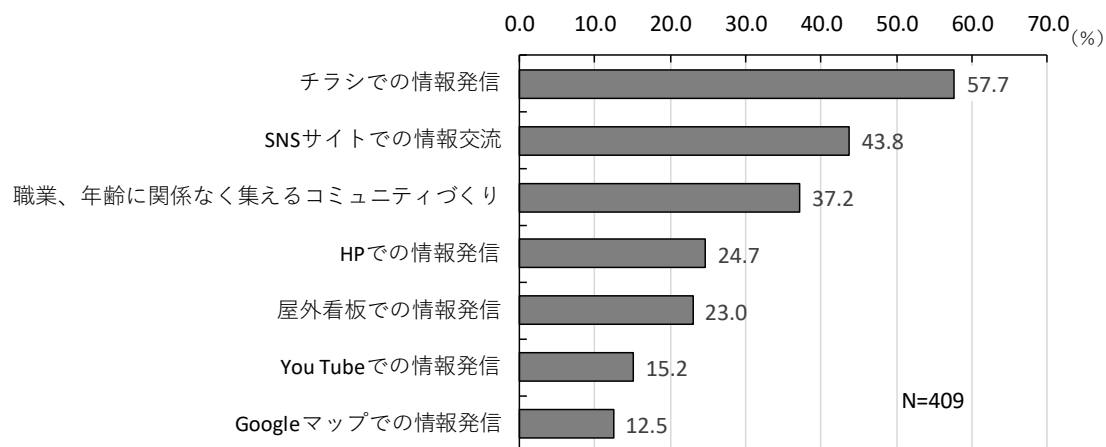
性別で見ると、男女間での認知度に差はない。

年齢別に見ると、20歳未満のみ「知らない」が約7割を占めており、他の年代と比べて認知度が低いことがわかる。

		問17. 商工会・商店街からの情報発信の周知		
		合計	知っている	知らない
	全体	415	52.3	47.7
性別	男性	149	51.7	48.3
	女性	266	52.6	47.4
年齢	20歳未満	64	29.7	70.3
	20歳代	21	66.7	33.3
	30歳代	78	51.3	48.7
	40歳代	70	52.9	47.1
	50歳代	65	58.5	41.5
	60歳代	69	56.5	43.5
	70歳代	48	62.5	37.5
	70歳代以上	48	62.5	37.5

問 18 商工会・商店街と町民（消費者）のコミュニケーションに必要なこと

商工会・商店街と消費者のコミュニケーションのあり方について尋ねたところ、「チラシでの情報発信」が 57.7%と最も多かった。次いで、「SNS サイトでの情報交流」(43.8%)、「職業、年齢に関係なく集えるコミュニティづくり」(37.2%) となっている。



性別で見ると、男性では「SNS サイトでの情報交流」や「YouTube での情報発信」が女性に比べて約 17 ポイント高く、女性では「チラシでの情報発信」が男性に比べて約 13 ポイント高い。

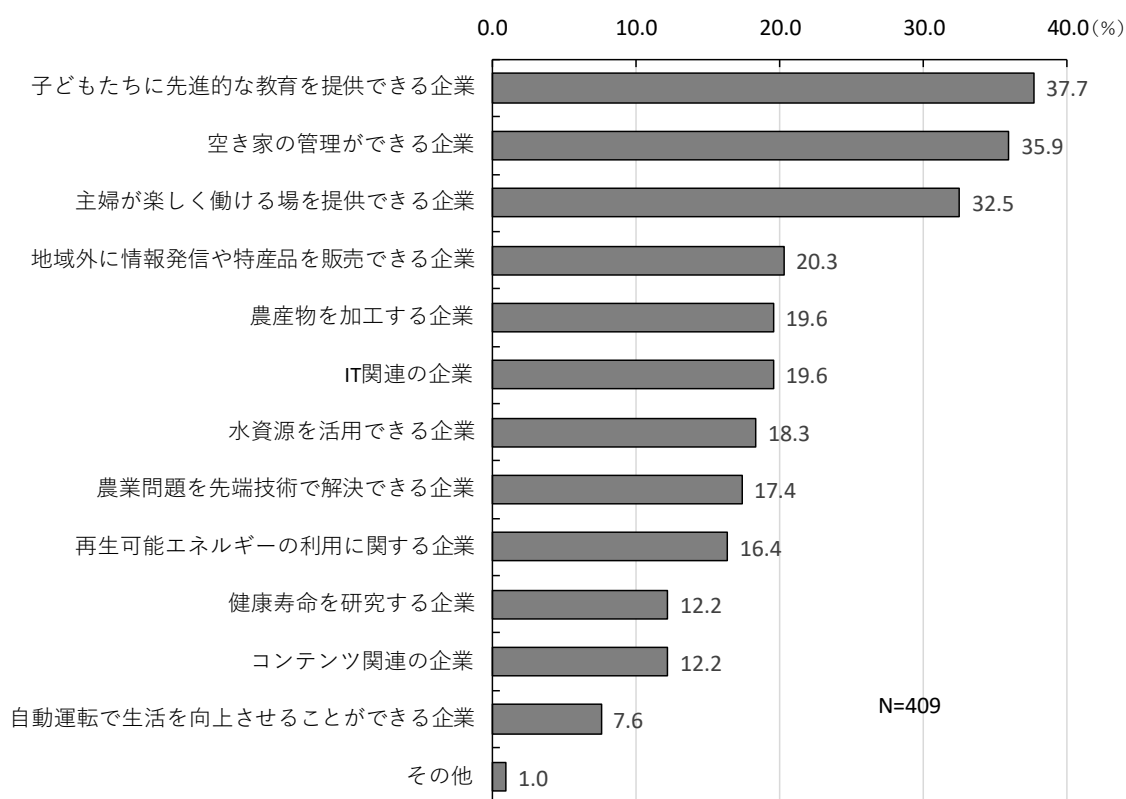
年齢別に見ると、40 歳代以下では「SNS サイトでの情報交流」が他の年代と比べて多く、50 歳代以上では「職業、年齢に関係なく集えるコミュニティづくり」が他の年代と比べて多い。このことから、比較的若い年齢層では SNS や HP 等を利用してコミュニケーションを取ることができるが、年齢層が上がるにつれてそれが難しい傾向があるといえる。

		問18. 商工会・商店街と町民（消費者）のコミュニケーションのあり方で必要なこと（3つまで）							
		合計	SNS サイトでの情報交流	チラシでの情報発信	HP での情報発信	屋外看板での情報発信	Google マップでの情報発信	YouTube での情報発信	職業、年齢に関係なく集えるコミュニティづくり
	全体	409	43.8	57.7	24.7	23.0	12.5	15.2	37.2
性別	男性	147	54.4	49.0	27.9	28.6	15.0	26.5	32.0
	女性	262	37.8	62.6	22.9	19.8	11.1	8.8	40.1
年齢	20歳未満	64	60.9	42.2	20.3	31.3	17.2	20.3	20.3
	20歳代	21	76.2	61.9	33.3	9.5	19.0	9.5	38.1
	30歳代	79	65.8	48.1	27.8	29.1	5.1	17.7	27.8
	40歳代	69	52.2	53.6	39.1	17.4	11.6	26.1	23.2
	50歳代	64	35.9	65.6	31.3	18.8	17.2	12.5	40.6
	60歳代	63	15.9	71.4	12.7	19.0	15.9	9.5	65.1
	70歳代以上	49	6.1	69.4	8.2	26.5	6.1	2.0	53.1

問 19 入善町中心商店街に誘致したい企業

入善町中心商店街に入善町の地域課題や地域特性を踏まえてサテライトオフィスを誘致するとしたら、どのような企業を誘致したいか尋ねたところ、「子どもたちに先進的な教育を提供できる企業」(37.7%)、「空き家の管理ができる企業」(35.9%)、「主婦が楽しく働ける場を提供できる企業」(32.5%)と回答した人がそれぞれ3割超であった。

特に関心の高い「子どもたちへの教育」、「空き家の管理」、「女性の働き方」の3つの課題を解決できるような企業の誘致を望んでいることがわかる。



性別で見ると、男性では「IT 関連の企業」や「自動運転で生活を向上させることができる企業」が女性と比べて約 10 ポイント高く、女性では「主婦が楽しく働ける場を提供できる企業」が男性と比べて約 20 ポイントも高く、「空き家の管理ができる企業」が約 9 ポイント高かった。このことから、女性よりも男性の方が、IT 関連や自動運転等に対する関心が高く、女性の方が、楽しく働ける場所を強く求めていることがわかる。

年齢別に見ると、学校に行っている世代や学校に行っている子どもを持つ 30 歳代から 40 歳代では「子どもたちに先進的な教育を提供できる企業」が多く、また、年齢が若いほど「IT 関連の企業」が比較的多い。一方、70 歳代以上では「空き家の管理ができる企業」が他の年代と比べて多く、70 歳以上の高齢者は空き家に対する不安を解消できる企業の誘致を強く望んでいることがわかる。

		問19. サテライトオフィスとして誘致したい企業 (3つまで)													
		合計	農業問題 を先端技術で 解決できる 企業	農産物を 加工する 企業	子どもたち に先進的な 教育を 提供できる 企業	水資源を 活用できる 企業	自動運転 で生活を 向上させる ことので きる企業	空き家の 管理が できる 企業	健康寿命 を研究 する 企業	再生可能 エネルギー の利用に 関する 企業	地域外に 情報発信 や特産品 を販売 できる 企業	IT 関連 の企業	コン テンツ 関連の 企業	主婦が 楽しく 働ける 場を 提供 できる 企業	その他
性別	全体	409	17.4	19.6	37.7	18.3	7.6	35.9	12.2	16.4	20.3	19.6	12.2	32.5	1.0
	男性	148	20.9	18.9	35.1	23.6	13.5	30.4	12.2	16.2	25.7	26.4	16.2	19.6	1.4
	女性	261	15.3	19.9	39.1	15.3	4.2	39.1	12.3	16.5	17.2	15.7	10.0	39.8	0.8
年齢	20歳未満	62	24.2	9.7	43.5	21.0	4.8	21.0	8.1	17.7	12.9	37.1	16.1	21.0	0.0
	20歳代	21	23.8	23.8	28.6	28.6	0.0	38.1	9.5	9.5	33.3	28.6	19.0	14.3	0.0
	30歳代	77	15.6	19.5	54.5	6.5	7.8	32.5	9.1	10.4	10.4	22.1	11.7	41.6	0.0
	40歳代	69	15.9	26.1	42.0	21.7	10.1	30.4	11.6	13.0	29.0	20.3	15.9	33.3	1.4
	50歳代	66	22.7	21.2	24.2	12.1	9.1	39.4	9.1	16.7	30.3	15.2	15.2	37.9	3.0
	60歳代	68	16.2	20.6	32.4	23.5	8.8	39.7	16.2	25.0	22.1	8.8	5.9	32.4	0.0
	70歳代以上	46	4.3	17.4	26.1	26.1	6.5	58.7	23.9	19.6	10.9	8.7	4.3	32.6	2.2

問 20 入善町中心商店街を魅力ある商店街にするためのアイデア（自由記述）。

魅力ある商店街にするためのアイデアは以下の通りである。

町の中にコンビニが欲しい（4）
音楽イベントやフェスの開催（2）
駐車場の確保
カレー祭りを1日から2日に増やして欲しい
皆良い店ばかりで好感
日曜祭日でも営業して欲しい
特にコンビニが閉店してから、夜6時を過ぎるとどこも閑散としている。賑わうのは年に数回のイベントのみ。県外にももっとPRしたらどうか。
地場の物を買える朝市の開催
商店街一帯のフリーWi-Fi
スタバが欲しい
高齢者が買い物の途中で休憩できる場所が所々にあれば良いと思う。
温泉を掘って、温泉街にする
食堂、飲食店が少なくなっているので、ランチ等ができる店を増やして欲しい
ラーメンやカレー、丼物の同業者の店舗がたくさん並んだ「横丁」を作りたい。
もっとたくさんのお店があればいいと思う
イベントを月に何回か開催する
野菜を販売する所、ちょっと買い物ができる所
この辺にもファボーレのような大型施設を作りたい。人も集まるので雇用にもつながると思う
イベント時の駐車スペースの確保（最寄りの民間の場所を借りて止められるようにしてほしい。杖をついて長く歩くのは大変）
準再開発（駅前）、新入善高校を活かす（放課後）等。ダックスやドックハウスのような県内で通用する店を作る、ユーザーインターフェース（ハードもソフトも）のレベルアップ
子育て支援センターを商工会の施設内に持ってきたら良いと思う
空き店舗の活用。裏路地のお店が連なっている所を横丁にする（美味しいお店、オシャレなお店）
浴衣を着て歩くイベントをして欲しい。
うるおい館以外にも、子供たちと一緒に楽しめたり、休めたりする場所が欲しい。町中のコンビニが無くなって寂しいので、また出来て欲しい。
もっと若い女性（ママを含む）が活躍できる場を作るといいと思う
ある一角に専門店を集約すると良い（例えば、ラーメン店、飲食店、洋装店、菓子店等）

東京など都会からの人をIターンさせて、移住まではいなくても関係人口を増やしていくために、沢スギ等入善特有のスポットをもっと発信していけば良いと思う。
見た目や雰囲気が地味で、地方住みの人からすれば活気を感じられないと思う。リフォームや、見た目を派手にしたり、若者が寄りたくなる店舗を増やすべきだと思う。とにかく、古い商店街のイメージを変えるべきだと思う。
駅前には若者向けのカフェを作りたい
既存店舗と変わらない営業では衰退は避けられない。オリジナルのサービスを提供し、他店との差別化を図る工夫が必要である。
学生が店に入らずに、買ってすぐに食べられる店があったら良いと思う
駅前の道付近に学生が気軽に入れそうなカフェなどの飲食店を建てる
若者向けの店を増やす
行政の支援。また、地区別に盛り上げる日を作る。例えば、サッカーの入善の日のように、地区は青木と上原の当番の日など。
人を釘付けにするような企画を立てると良いと思う
勉強できる場所をもっと増やしたい
デザート関連の祭りがあったら嬉しい
飲食店（食堂、居酒屋、甘味処など）減少しているので、チェーン店とかできて欲しい
有名店があれば、自然と人が集まり、相乗効果も期待できると思う（2）
駐車環境を整えるとともに、商店街の核となるような中規模商店やテナントがあれば活気づくのではないかなと思う
空き店舗を活用し、古着屋やオシャレなカフェ、こじんまりとした映画館など、若者の間で話題となるようなお店が増えるといい
高校生が立ち寄れる店づくりが必要。コンビニ、甘味処、喫茶店など。
そこでしか買えない物、替えのきかない物、他にはない魅力のある物、味、人があれば、自然と人は集まると思う。今あるモノをもっと生かして、その情報を発信する方法を考えていけばいいと思う。
町にないお店、モスバーガーやスターバックスコーヒー、お好み焼き店等があればいいと思う
明文堂カフェのような場所が欲しい。高校生やママ友、お年寄りも利用しやすいように、気軽には入れて安く、長時間気兼ねなく居られる雰囲気の場所。
中心部にアミューズメントパークが充実した公園があれば、休日だけでも人でにぎわうと思う。
今のままで良いのではないかな（いい意味で）
学習スペース、パン屋、雑貨屋、中華料理店などがあれば良いと思う

5. アンケート調査票

入善町中心商店街に関するアンケート調査のお願い

入善町商工会

町民の皆様には、日頃より当商工会の事業運営にご理解とご協力をいただき、ありがとうございます。

近年、中心商店街を取り巻く環境は、消費者ニーズの多様化、大型店の出店、インターネット取引の普及等による購買機会の多様化、少子高齢化の急速な進展による個店経営者の高齢化や、後継者不足などの要因により、厳しい状況が見受けられます。

そこで、入善町商工会では中心商店街への町民のニーズを把握し、商店街が直面している課題や問題点、必要とされる商業機能やサービスを明らかにし、町にとって必要な機能である中心商店街の「活性化戦略」を策定したいと考えています。この活性化戦略を基に入善町と連携して町民の利便性が高まる中心商店街づくりに取り組んでいきます。

ご意見は「中心商店街活性化戦略」を策定する上で重要な資料とさせていただきますので、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力をお願い申し上げます。

令和元年10月

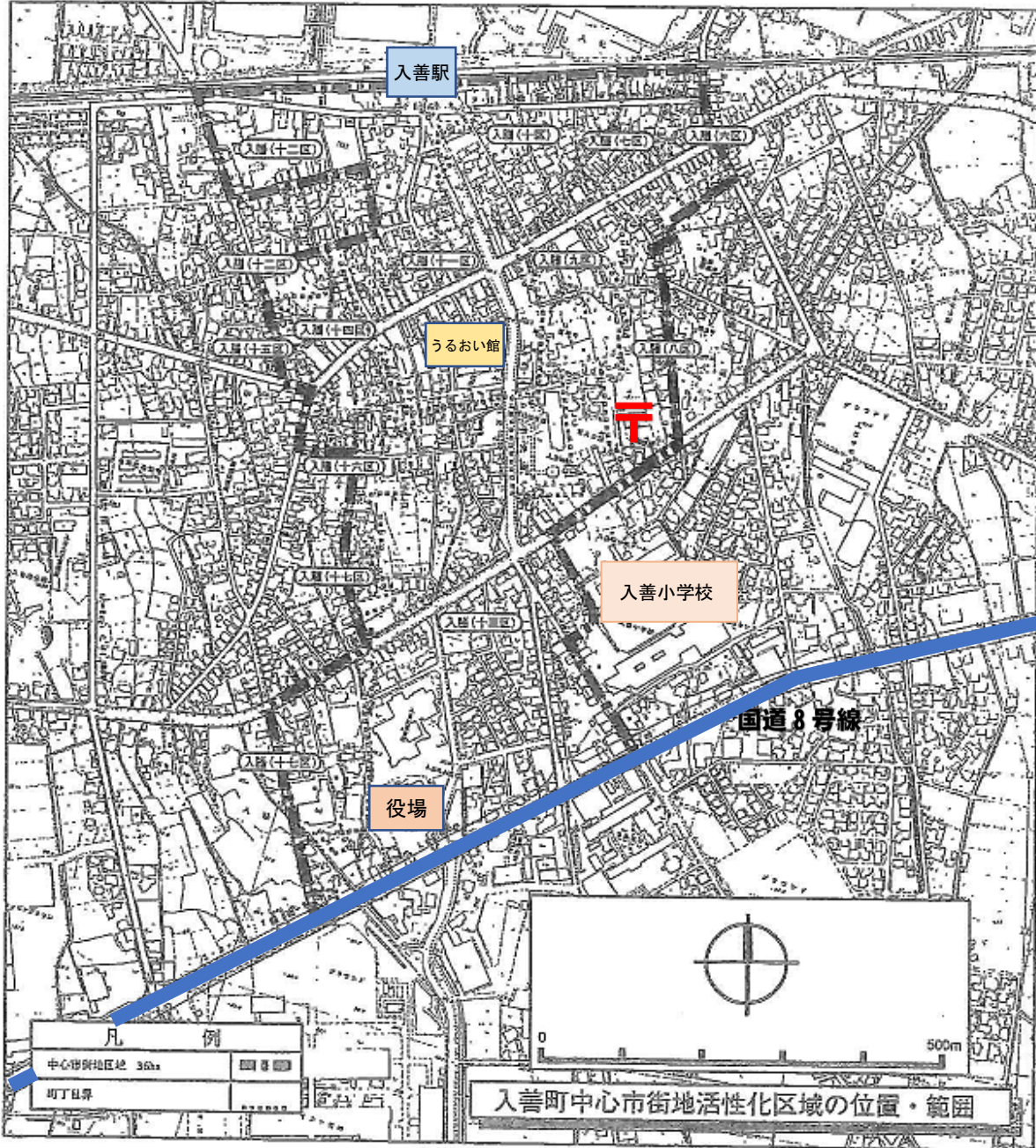
入善町商工会長 藤井 開

【問い合わせ先】

入善町商工会 〒939-0626 入善町入膳 5232-5 TEL 0765-72-0163 FAX 0765-72-2080

【中心商店街の範囲】

ここでいう中心商店街とは入善町中心市街地活性化基本計画で設定された中心市街地（約36ha）を指しています。下記の地図で **——** で囲んだ地域です。



【調査について】

お答えいただいた内容は、全て統計的に処理します。

調査目的以外に利用したり、個人の秘密が外部にもれることは一切ございません。

〈ご記入に関するお願い〉

1. 黒色のボールペンまたは鉛筆ではっきりとご記入下さい。
2. 設問によって回答の数が（1つだけ○印）（3つまで○印）など決められていますのでお間違えのないようご注意ください。また、その他（ ）は具体的にご記入をお願い致します。

あなたご自身のことについてお聞きします。

1-1. 性別	1. 男性 2. 女性
1-2. 年齢	1. 20歳未満 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳以上
1-3. 職業	1. 会社員 2. 公務員・団体職員 3. 自営業 4. 専業主婦（夫） 5. パート・アルバイト 6. 学生 7. 無職 8. その他（ ）
2-1. お住まいの地区	1. 入膳 2. 上原 3. 青木 4. 飯野 5. 小摺戸 6. 新屋 7. 柵山 8. 横山 9. 野中 10. 舟見
2-2. 世帯状況	1. 家族と同居 → 同居者に○を記入してください。 [①配偶者 ②子ども ③孫 ④親 ⑤その他] 2. ひとり暮らし 3. その他（ ）
2-3. 自家用車の所有	1. 自家用車を所有している 2. 自家用車を所有していない

あなたのご家族（世帯全体）の日頃のお買い物動向や意識についてお聞きします。

問1. 買い物などをするのはどのくらいの頻度ですか。

（商品分類ごとに最もあてはまるものに1つだけ○印）

	毎日	週に2~3回	週に1回程度	月に1回程度	年に数回
食料品	1	2	3	4	5
日用雑貨・日用衣料品など	1	2	3	4	5
婦人服・紳士服・靴・鞆など	1	2	3	4	5
家電・家具・インテリアなど	1	2	3	4	5
外食	1	2	3	4	5

問2. 買い物などをするときに、主にどの様な点を重視してお店を選びますか。

（商品分類ごとに重視する事柄のもの3つまで○印）

	自宅から近い・近所にある	通勤途中等何かのついでに済ませる	交通の便がよい	駐車場が広い・使いやすい	営業時間が長い	一箇所でまとめて買える	接客サービスが良い	店の雰囲気が良い	店に信用がある	アフターサービスがよい	価格が手ごろ	品質・鮮度が良い	品揃えがよい	流行品が多い	チラシがよく入っている	地域限定ポイントカードがある	全国共通のポイントカードがある	キャッシュレスに対応している
食料品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
日用雑貨・日用衣料品など	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
婦人服・紳士服・靴・鞆など	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
家電・家具・インテリアなど	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
外食	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

問3. 買い物をするのは主にどのような形態のお店ですか。

（商品分類ごとに最もあてはまるものに1つだけ○印）

	スーパーマーケット	専門店（単独店）	大型ショッピングセンター	百貨店	コンビニエンスストア	ホームセンター	ドラッグストア	100円ショップ	インターネット・通販	宅配（生協等）
食料品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
日用雑貨・日用衣料品など	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
婦人服・紳士服・靴・鞆など	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
家電・家具・インテリアなど	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

問10. 問9で「1. ある」とお答えになった方にお聞きします。

その中で今後も続けて欲しいイベントに○を付けて下さい。(あてはまるものすべてに○印)

- | | | |
|------------------|-----------------|------------|
| 1. 七夕まつり | 2. 商工フェアまつりんぴっく | 3. ラーメンまつり |
| 4. コスプレ&痛車コレクション | 5. 商店街すごろくゲーム | |
| 6. 街バル | 7. まちゼミ | |

問11. 問9で「2. ない」とお答えになった方にお聞きします。

参加しない理由は何ですか。(あてはまるものに1つだけ○印)

1. イベントを実施していることを知らなかった
2. 参加したいイベントがない
3. その他 ()

問12. 問10で記載したイベント以外にどんな催しがあれば参加したいと思いますか。

入善町中心商店街への思いについてお聞きします。

問13. 中心商店街に空店舗が増えている現状についてどう思いますか。

(あてはまるものに1つだけ○印)

1. もっと店舗が増えて活気に満ちてほしい
2. 寂しくは感じるが実生活では困っていないので、商店街が縮小しても仕方がない
3. 生活に不便を感じるので困る
4. 特に何も思わない

問14. 中心商店街にあってほしいのはどんな店舗ですか。あって欲しい店舗に○を付けて下さい。

(業種ごとに最も重視するもの2つに○印)

〈小売業〉

1. 食料品	2. 地場産品	3. 衣料品	4. 日用雑貨
5. 家電・家具・インテリア	6. その他 ()		

〈飲食業〉

1. 喫茶店	2. 食堂	3. 居酒屋	4. ファミリーレストラン	5. ファストフード店
6. 甘味処	7. 入善産食材で作る農家レストラン	8. その他 ()		

〈サービス業〉

1. 理美容院	2. エステ店	3. 旅館	4. ホテル	5. カルチャースクール
6. 銭湯	7. 銀行	8. 病院	9. 老人施設	10. ゲームセンター
11. パチンコ店	12. その他 ()			

入善町中心商店街の活性化についてお聞きします。

問 1 5. 中心商店街で必要と思われる機能やサービスはありますか。(重視するもの3つまで○印)

1. ポイント還元サービス
2. 送迎サービス
3. 店舗前駐車場の整備
4. バリアフリー化
5. 営業時間の延長
6. Wi-Fi の整備
7. コミュニティ施設(町民の憩いのスペース、子供が遊べるスペース、学生の自習室など)の整備
8. キャッシュレスへの対応
9. デマンド交通*のさらなる充実
10. 街全体で統一した店舗看板を設置
11. 商店街マップの作成
12. 入善高校生との交流事業(例) 高校生のチャレンジショップや料理教室、イベントへの参加など
13. 若者が集まるイベント(例) 商店街でブライダルを総合プロデュース、コスプレイベントなど
14. 若者向けにインスタ映えする店舗作り
15. 職業、年齢に関係なく集えるコミュニティづくり(〇〇を楽しむ会などの開催)
16. 定期的なマルシェの開催
17. チャレンジショップの整備

問 1 6. 問 1 5 で「9. デマンド交通*のさらなる充実」を選択された方にお聞きします。

デマンド交通の利便性を高めるにはどうすればよいと思われますか。(重要視するものに1つだけ○印)

1. 予約時間(現在は利用の1週間前~乗車当日1時間前まで)の拡大
2. 運行時間(現在は8時30分~17時で運行)の拡大
3. 商店街の個店の前まで送迎する
4. 目的地を追加する(具体的に: _____)

※デマンド交通とは

タクシー車両を利用して、予約に応じて自宅と目的地の間を、複数の人が乗り合い運行する交通システム。
バスとは違い、路線やバス停に関係なく、誰もが等しく利用できるほか、自宅から目的地(バス停)まで、目的地(バス停)から自宅まで送迎されることから、サービスレベルは高くなる反面、利用するためには登録や予約が必要。

問 1 7. 商工会・商店街からの情報発信(新聞折込チラシ、商工会のホームページ、フェイスブック等)をご存じですか。

1. 知っている
2. 知らない

**入善町中心商店街に関するアンケート調査
報 告 書**

令和元年 12 月

入善町商工会

〒939-0626

TEL : (0765) 72-0163

FAX : (0765) 72-2080