

# 令和元年度秦野市消費者購買（買物行動）実態調査 調査結果 概要版

## 1 調査の目的

市内在住の消費者の購買行動や商店街に対する意識やニーズ等を把握し、より効果的な商業振興施策につなげることを目的として実施した。

## 2 調査の対象

市内に居住する18歳以上の住民の中から、無作為に2,000人を抽出の上、アンケート用紙を発送し、調査を実施した。（回収率は48.0%）

## 3 調査の結果

※1 回答結果は小数点第2を四捨五入しているため合計値が100.0%にならない場合がある。

※2 複数回答の設問では、合計が100.0%を上回る場合がある。

### 1. 属性に関する調査項目

調査項目	最も多い回答とその回答の占める割合	
年代	70歳代以上	35.2%
性別	女性	56.3%
居住地区	西・上地区	26.3%
職業	主婦（主夫）・家事手伝い	27.6%
居住歴	20年以上	74.0%
買物をする主な曜日	特に決めていない	66.5%
支払方法	現金で支払う	85.3%

### 2. 買い物に関する調査項目

調査項目	主な調査結果と回答割合	
食料費（生鮮食料品等）	・増加	35.1%
	・横ばい	48.0%
	・減少	14.1%
家具・電化製品等	・増加	18.4%
	・横ばい	43.8%
	・減少	30.8%
洋服・履物費	・増加	14.2%
	・横ばい	41.6%
	・減少	39.3%
教育費	・増加	12.8%
	・横ばい	36.6%
	・減少	30.5%
教養、娯楽費	・増加	21.3%
	・横ばい	39.6%
	・減少	32.9%

調査項目	主な調査結果と回答割合	
外食費（飲食）	<ul style="list-style-type: none"> <li>・増加</li> <li>・横ばい</li> <li>・減少</li> </ul>	21.9% 36.3% 36.4%
商品情報の入手先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・お店の陳列商品</li> <li>・チラシ広告、会員カタログ</li> <li>・インターネット等情報サイトから</li> </ul>	58.0% 53.6% 37.6%
お店を選ぶ主な条件	<ul style="list-style-type: none"> <li>・品揃えが豊富で鮮度・品質が良い</li> <li>・自宅近くで買い物時間を優先できる</li> <li>・値段が安い</li> </ul>	56.1% 54.0% 49.4%
生鮮食料品の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自宅近くのスーパーマーケット</li> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・自宅近く以外のスーパーマーケット</li> </ul>	69.7% 30.8% 25.5%
日用雑貨品等の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラッグストアや家電量販店など</li> <li>・自宅近くのスーパーマーケット</li> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> </ul>	62.1% 36.0% 30.9%
衣料品の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・厚木、海老名方面</li> <li>・インターネットで購入</li> </ul>	52.9% 18.4% 17.4%
家具、電化製品等の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラッグストアや家電量販店など</li> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・インターネットで購入</li> </ul>	61.7% 25.0% 21.7%
趣味、娯楽品の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・インターネットで購入</li> <li>・小田急沿線の東京都内（町田等）</li> </ul>	25.3% 22.4% 16.5%
医薬品、化粧品等の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ドラッグストアや家電量販店など</li> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・インターネットで購入</li> </ul>	69.0% 23.4% 12.0%
書籍関係の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・インターネットで購入</li> <li>・自宅近くの商店</li> </ul>	44.2% 21.6% 11.3%
贈答品の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・インターネットで購入</li> <li>・小田急沿線の東京都内（町田等）</li> </ul>	43.1% 14.6% 11.1%
時計、貴金属等の購入先	<ul style="list-style-type: none"> <li>・市内の大型ショッピングセンター</li> <li>・小田急沿線の東京都内（町田等）</li> <li>・自宅近くの商店</li> <li>・インターネットで購入</li> </ul>	32.1% 14.1% 11.0% 11.0%
商店街等への交通手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>・自家用車</li> <li>・徒歩、自転車</li> <li>・バス</li> </ul>	50.3% 27.1% 8.6%
商店街等で買物時の駐車場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スーパー等の駐車場</li> <li>・商店の駐車場</li> <li>・民間の駐車場やコインパーキング</li> </ul>	55.3% 23.0% 9.1%
買い物時の環境への配慮	<ul style="list-style-type: none"> <li>・エコバックの使用等</li> <li>・簡易包装</li> <li>・店頭での再生可能資源回収への協力</li> </ul>	78.1% 50.5% 29.5%
増税前の「駆け込み消費」	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特にしていない</li> <li>・家事、日用雑貨品</li> <li>・保健、医療、理美容用品等</li> </ul>	58.1% 25.1% 10.2%
増税後の節約	<ul style="list-style-type: none"> <li>・特にしていない</li> <li>・洋服、履物、ファッション雑貨</li> <li>・日々の食費や食糧費</li> </ul>	58.0% 19.3% 18.0%

### 3. 商店街の利用に関する調査項目

調査項目	主な調査結果と回答割合	
商店街でイベントがあると商店街へ出かけるか	・ 出かける ・ イベント内容による ・ 出かけない	9.9% 35.3% 59.9%
商店や商店街に望むもの	・ 魅力的な飲食店の設置 ・ 駐輪場や駐車場の確保、整備 ・ 大型、量販店と違う品揃え	38.6% 38.5% 25.5%
商店街にどのような店舗があったら、魅力的か	・ カフェ、喫茶店 ・ 書店、文具店 ・ 飲食店、レストラン	35.6% 33.0% 32.2%

### 4 消費動向及び購買意欲の現状（考察）

#### （1） 1、2年前と比較した支出状況の変化について

秦野市民における支出状況の変化は、費目を問わず「変わらない」が概ね40%前後となった。特に、食料費（生鮮食料品等）においては、48.0%が「変わらない」と回答した。令和元年10月の消費税増税後の全国的な調査においても、同様に40%前後が食費の「支出は減っていない」と回答している。一方、「減少した（やや減少した）」と「増加した（やや増加した）」の差が最も大きくなったのは「洋服・履物費」で、減少が増加を25.1%上回った。

#### （2） 購入商品の情報の入手方法について

買い物をする際の購入商品の情報の入手方法は、「お店の陳列商品から」及び「チラシ広告、会員カタログから」がいずれも50%を超えた。「お店の陳列商品から」と回答したのは、50歳代及び60歳代の女性が多くなった。また、「チラシ広告、会員カタログから」と回答したのは、60歳代及び70歳代以上の女性となった。

10歳代から30歳代においては、「インターネット等情報サイト、SNSから」が最も多く、20歳代では80%を超えた。

#### （3） お店を選ぶ主な条件について

買い物をする際にお店を選ぶ条件（理由）は、「品揃えが豊富で鮮度・品質が良い」及び「自宅近くで買物時間を優先できる」がいずれも50%を超え、「値段が安い」も49.4%となった。費用対効果と利便性の高さがお店を選ぶ条件となっている。

一方で「交通の便が良い（15.8%）」や「夜遅くまで営業している（5.2%）」の優先度は低く、買い物は公共交通機関を使用せず、自宅や職場に近い店を選択していることが分かる。

しかし、自由記述意見では、商店街の店舗は「開放感が無くて入りづらい」「雰囲気が暗い」「オープンな雰囲気にしてほしい」等、お店を選ばない理由はいくつか挙げられ、いずれも外観のイメージに関するものとなった。

#### （4） 買い物をする場所について

生鮮食料品等、日用雑貨品等、家具・電化製品等、医薬品・化粧品は主に秦野市内で購入しており、市外で購入すると回答したのは5%未満となった。衣料品（洋服・靴等）は52.9%が「市内の大型ショッピングセンター」と回答しているが、小田原方面、平塚、茅ヶ崎方面、厚木、海老名方面、小田急沿線の東京都内等、市外での購入が10%を超えた。

「インターネットで購入」の比率が最も高くなったのは、趣味・娯楽の22.4%となり、「市内の大型ショッピングセンター」の25.3%に迫る回答となった。さらに、書籍関係も「インターネットで購入」が21.6%と多かった。自由記述意見では、駅の近くに書店・文具店を望む回答が11件あり、「食

料品・ドラッグストアは点在していますが、ファッションに関するお店や本、趣味に関する店はなく、市外（ネット等）で購入する方が多いと思います」という意見もあった。

## （５）市内の駅周辺の商店街等で買い物する際の交通手段について

買い物をする際の交通手段は 50.3%が「自家用車」と回答し、最も多くなった。「徒歩、自転車」の比率も 27.1%と高く、主に 20 歳代から 30 歳代で性別を問わず本町地区及び鶴巻地区に居住する方の回答が多かった。「バス」の利用は主に 70 歳代以上の女性で東地区に居住する方の回答が多くなった。一方、「電車」の利用は少なく、2.6%にとどまった。

## （６）買い物をする際の自家用車の駐車場所について

駅周辺の商店街等で買い物をする際に自家用車を停めるのは、「スーパー等の駐車場」が 55.3%で最も多くなった。「民間の駐車場やコインパーキング」は 9.1%で、主に 30 歳代の女性で、火曜日に買い物をする方の回答が多くなった。しかし、火曜日は他の曜日と比較して自家用車の利用が少なく（40.4%）、徒歩、自転車が増える（40.4%）曜日であるため、民間の駐車場やコインパーキングを利用する人は少ないと推察できる。

## （７）イベントや催事があるときの商店街の利用について

駅周辺の商店街でイベントや催事がある際に「出かける」と回答したのは 3.9%にとどまり、59.9%が「出かけない」と回答した。「魅力あるイベントか内容によって出かける」と回答したのは 35.3%となった。

「（魅力あるイベントか内容によって）出かける」の回答が多くなったのは、30 歳代の居住歴 5 年から 10 年未満の本町地区に居住する方となった。回答が 11 人と少ないため参考にとどめるが、10 歳代も 50%以上が「出かける」と回答した。一方、年齢層が上がるにつれて「出かける」の比率が低くなったが、20 歳代では 70.9%が「出かけない」と回答し、他の年代と比較して商店街の利用が少ない。

## （８）市内 4 駅周辺の商店や商店街に望むものについて

にぎわいと魅力ある商店街づくりのために望むものは、「魅力的な飲食店の設置」が 38.6%、「駐輪場や駐車場の確保・整備」が 38.5%と多くなった。特に飲食店の設置については、自由意見記述で多数の要望が寄せられた。具体的に望む飲食店の形態は様々で、子ども連れで利用しやすい店（座敷席、離乳食、おむつ交換台）、ファミレス店、チェーン店、高齢者が一人でも気軽に食事できる店、若年層向けのカフェ、客人を連れて行ける店、持ち帰り専門のカフェ等、希望は多岐に渡る。

駐車場への要望も多く、駅周辺の駐車場を増やしてほしい、個人店は駐車場が少なくて利用しづらい、商店街は駐車場から店舗まで離れていて利用しづらい、駐車帯を広くしてほしい等の意見があった。

その他、自由意見記述では、バスの本数が少ないため運転免許証返納後の買い物の心配や、市内循環バスを望む意見、商店街でイベントを開催するときにマイクロバスを出してほしい等、自家用車や徒歩以外のアクセスに関する意見も少なくない。

## （９）利用する駅周辺にほしい店舗について

駅周辺にほしい店舗は、前述の商店街に望むものと同様に、「カフェ・喫茶店」が 35.6%、「飲食店・レストラン」が 32.2%と多くなった。生鮮食料品や日用品等の店舗よりも、飲食に関連する店舗への需要が高くなった。

食に関連する店舗以外では、年代や性別を問わず「書店・文具店」が 33.0%と回答が多くなった。しかし、駅周辺に店舗がないため、書籍や趣味・娯楽関連はインターネットや市外で購入すると回答した人が多くなった項目である。

鶴巻温泉駅周辺にほしい店舗では、「飲食店・レストラン」が 54.2%で最も多く、次いで、「書店・文具店」の 45.8%となった。東海大学前駅周辺及び秦野駅周辺では、全体集計と同様の結果となった。渋沢駅周辺では、「書店・文具店」が 34.7%で最も多くなった。

全体集計で4位となった「生鮮食料品店（野菜・肉・魚類）」を望むのは、70歳代以上の男性に多いことが年代別集計及び男女別集計から分かった。

## （10）買い物をする際の環境への配慮について

買い物をする際に配慮していることは、「レジ袋の不使用（エコバッグ等）」が78.1%で最も多くなった。また、「簡易包装への協力」も50.5%と多く、ごみの削減に取り組んでいることが分かる。環境への配慮は年代による差はなかったが、男性よりも女性においていずれの項目も比率が高くなった。

## （11）消費税増税を意識した「駆け込み消費（購入）」について

前述の支出状況の変化においても「変わらない」の回答が多くなったとおり、令和元年10月の消費税増税前の駆け込み消費（購入）は、「特にしていない」が58.1%となった。駆け込み消費（購入）した品目では、「家事・日用雑貨品（トイレットペーパー、洗剤、ポリ袋、シャンプーなど）」が25.1%とやや多くなったが、男女で回答に差があり、男性が16.1%、女性が32.6%となった。

## （12）消費税増税後から節約したものについて

増税後からの節約は、「特にしていない」が58.0%で最も多くなった。節約した品目では、「洋服、履物、ファッション雑貨」が19.3%となった。洋服・履物費については、1、2年前と比較して支出が減少した比率が最も高くなった費目でもある。

年代別にみると50歳代及び60歳代において「洋服、履物、ファッション雑貨」の節約が20%を超えた。

令和元年度  
秦野市消費者購買（買物行動）実態調査 概要版  
— 令和2年3月発行 —

発行 秦野市環境産業部産業振興課

住所 神奈川県秦野市桜町 1-3-2  
電話 0463-82-9646