令和元年度
秦野市消費者購買（買物行動）実態調査
報 告 書

令和２年３月

秦　野　市

目　次

Ⅰ　調査の概要 1

１．調査の目的 1

２．調査の方法 1

３．調査の項目 1

４．調査票回収結果 1

５．調査結果の見方 1

Ⅱ　調査の結果 2

１．属性に関する調査項目 2

２．買い物に関する調査項目 6

３．商店街の利用に関する調査項目 65

４．秦野市内の商店・商店街活性化に関する意見、提案 85

Ⅲ　消費動向及び購買意欲の現状 86

１．消費動向及び購買意欲の現状 86

Ⅳ　使用した調査票 89

Ⅰ　調査の概要

１．調査の目的

秦野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する。

２．調査の方法

（１）調 査 対 象： 秦野市内在住の 18 歳以上の男女
（２）標　 本　 数： 2,000 人
（３）抽 出 方 法： 住民基本台帳から無作為抽出
（４）調 査 方 法 ： 郵送による調査依頼及び調査票の回収
（５）調 査 期 間 ： 令和元年 12 月５日～12 月 20 日
（６）調査実施機関： 株式会社アクス

３．調査の項目

（１）属性に関する調査項目
（２）買い物に関する調査項目
（３）商店街の利用に関する調査項目

４．調査票回収結果

標　本　数	有効回答数	有効回答率
２,０００	９６０	４８.０％

５．調査結果の見方

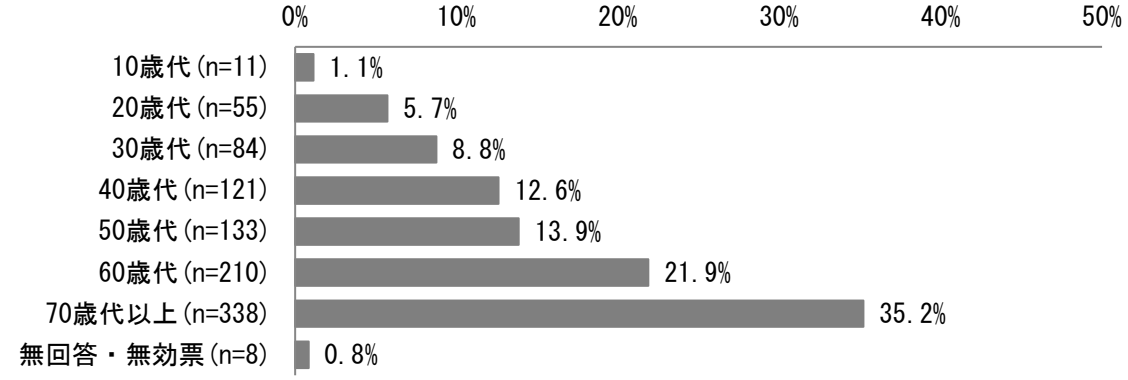
（１）図表中のｎは該当設問での回答者数を表す。設問によっては、回答対象が限られるため、有効回答数にならない場合がある。
（２）設問により回答がなくても、全体のいずれかを回答していれば、有効回答数に含める。
（３）百分比はｎを 100.0％として算出し、少数第２位を四捨五入して少数第１位まで示している。このため、百分比の合計が 100.0％に満たない場合や、上回る場合がある。
（４）複数回答の設問では、百分比の合計が 100.0％を上回る場合がある。
（５）本文や図表中の選択肢表記では、語句を短縮・簡略化している場合がある。
（６）無回答・無効票の回答比率が最も高くなる設問では、図表中に無回答・無効票を表示しない。

Ⅱ　調査の結果

１．属性に関する調査項目

【問１－１】回答者の年齢（年代）　※単一回答

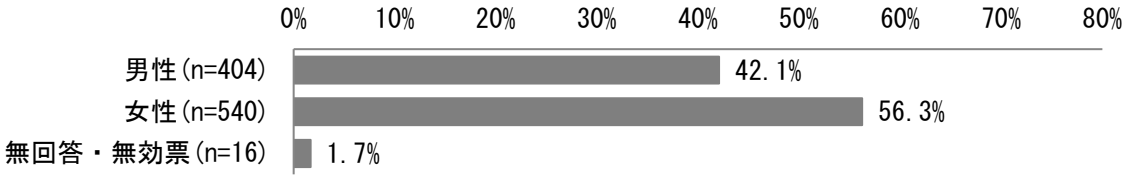
【全体集計】n=960



回答者の年齢（年代）は、「70 歳代以上」が 35.2%で最も多く、次いで、「60 歳代」の 21.9%となった。年代別のクロス集計では、全体の回答が高年齢層の回答の影響を受ける可能性があることに留意する必要がある。

【問１－２】回答者の性別　※単一回答

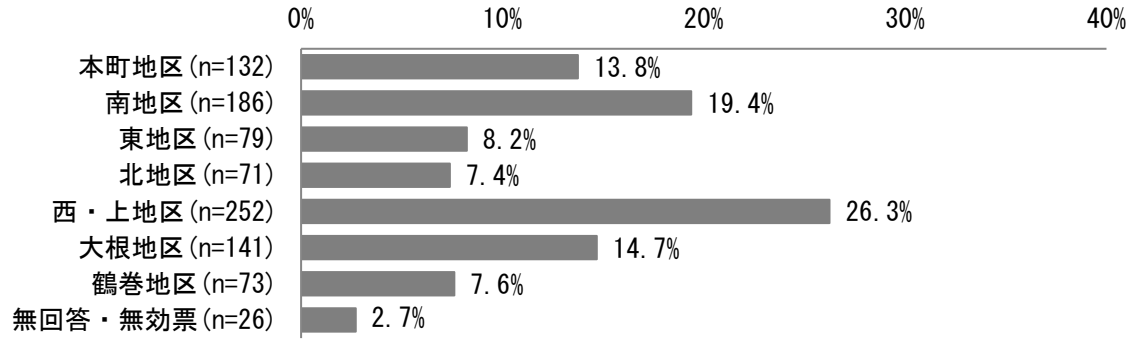
【全体集計】n=960



回答者の性別は、「男性」が 42.1%、「女性」が 56.3%となった。

【問１－３】回答者のお住まいの地区　※単一回答

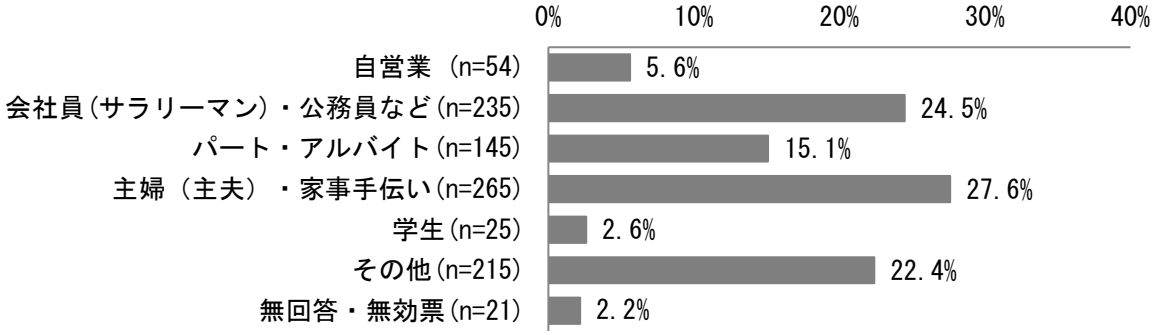
【全体集計】n=960



回答者の居住地区は、「西・上地区」が 26.3%で最も多く、次いで、「南地区」の 19.4%となった。

【問１−４】回答者の職業　※単一回答

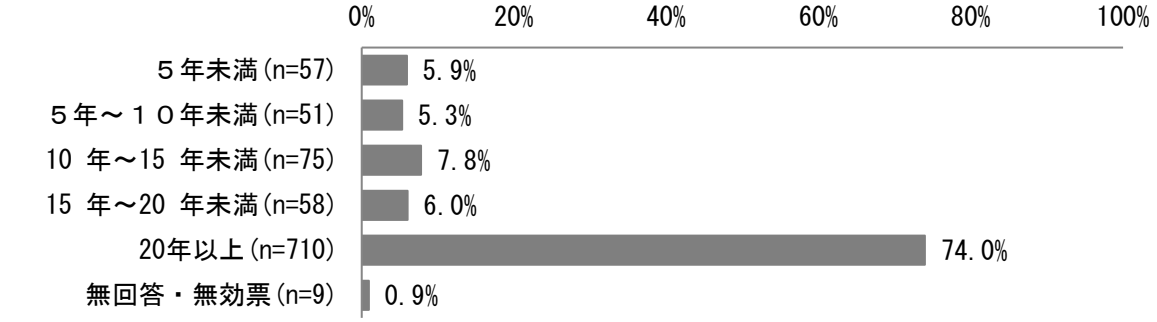
【全体集計】n=960



回答者の職業は、「主婦（主夫）・家事手伝い」が 27.6%で最も多く、次いで、「会社員（サラリーマン）・公務員など」の 24.5%となった。「その他」の自由記述では、無職（定年後）が最も多くなった。

【問１−５】回答者の居住年数　※単一回答

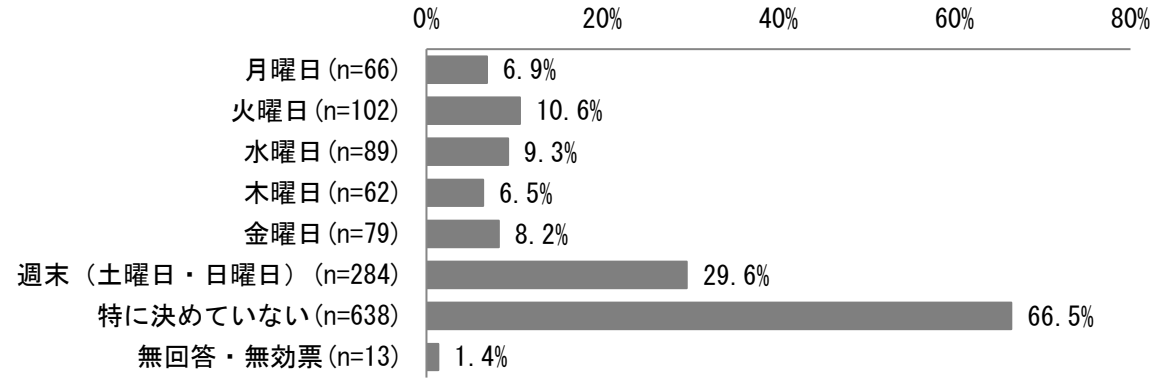
【全体集計】n=960



回答者の居住年数は、「20 年以上」が 74.0%で最も多く、他の居住年数は５～８%にとどまった。

【問１−６】買い物をする主な曜日　※複数回答

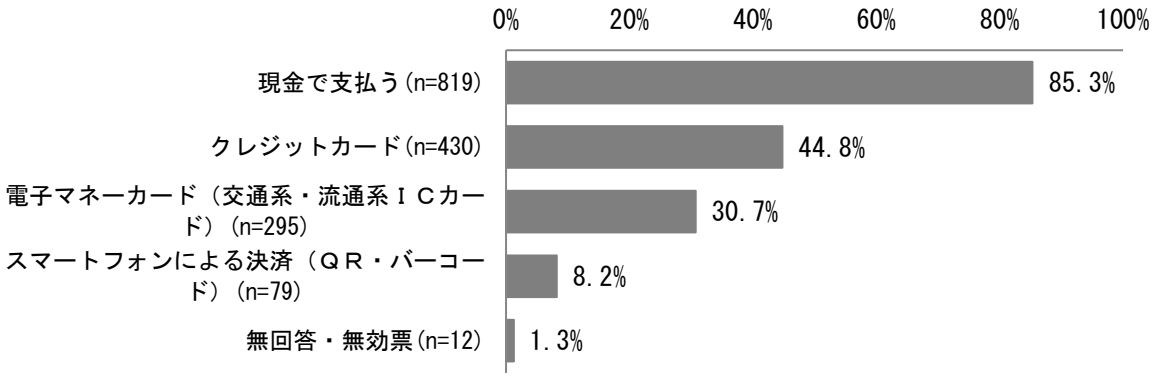
【全体集計】n=960



買い物をする主な曜日は、「特に決めていない」が 66.5%で最も多く、次いで、「週末（土曜日・日曜日）」の 29.6%となった。

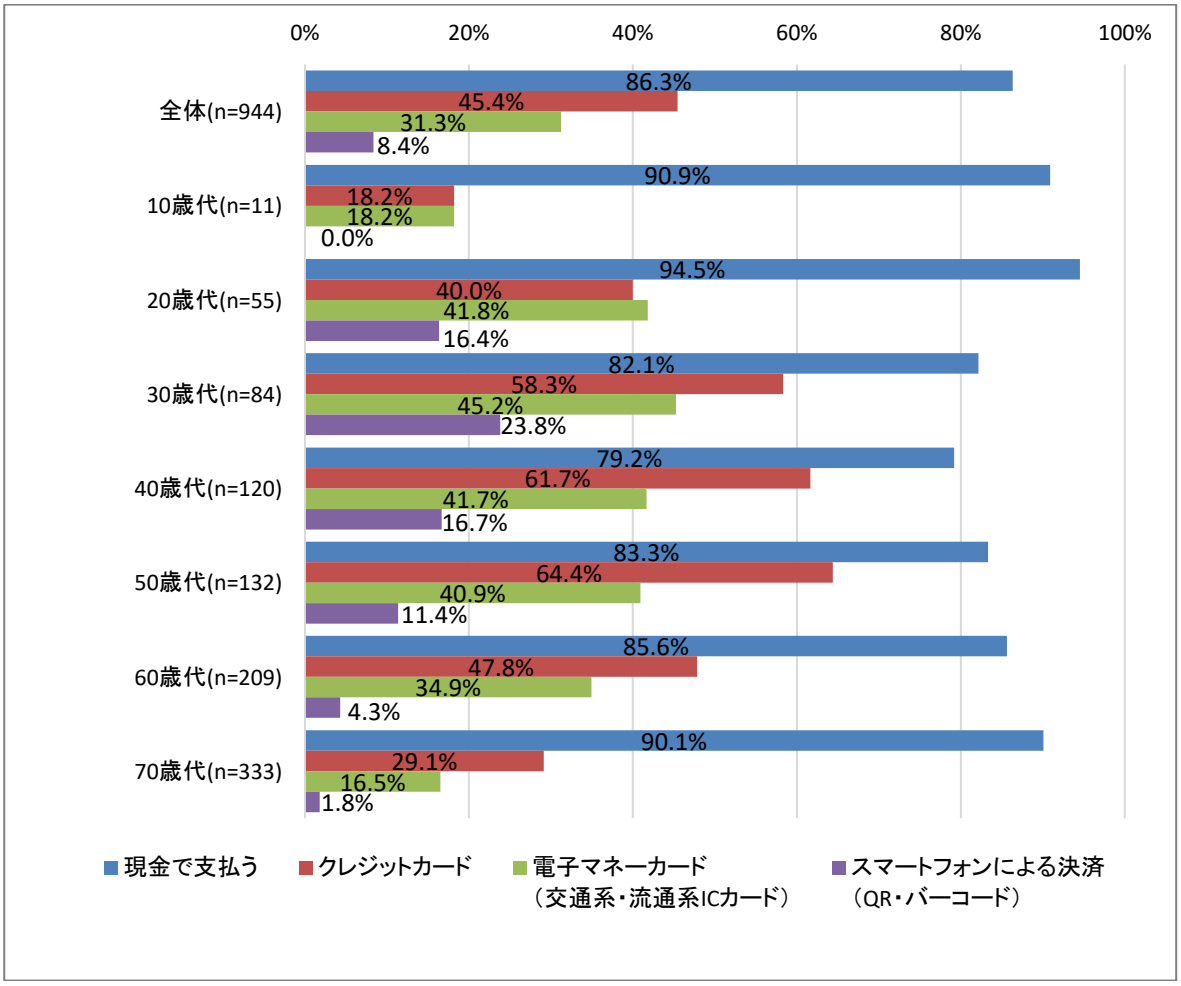
【問１－７】お店で商品・サービスの支払いをするときの支払い方法　※複数回答

【全体集計】n=960



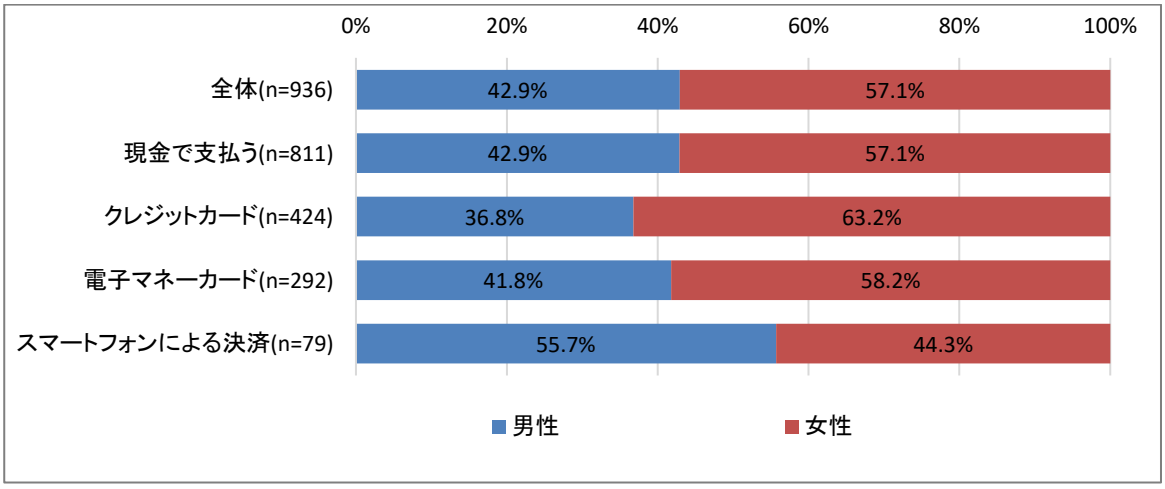
支払い方法は、「現金で支払う」が 85.3%で最も多く、次いで、「クレジットカード」の 44.8%となった。一方、「スマートフォンによる決済」は 8.2%にとどまった。

【年代別集計】



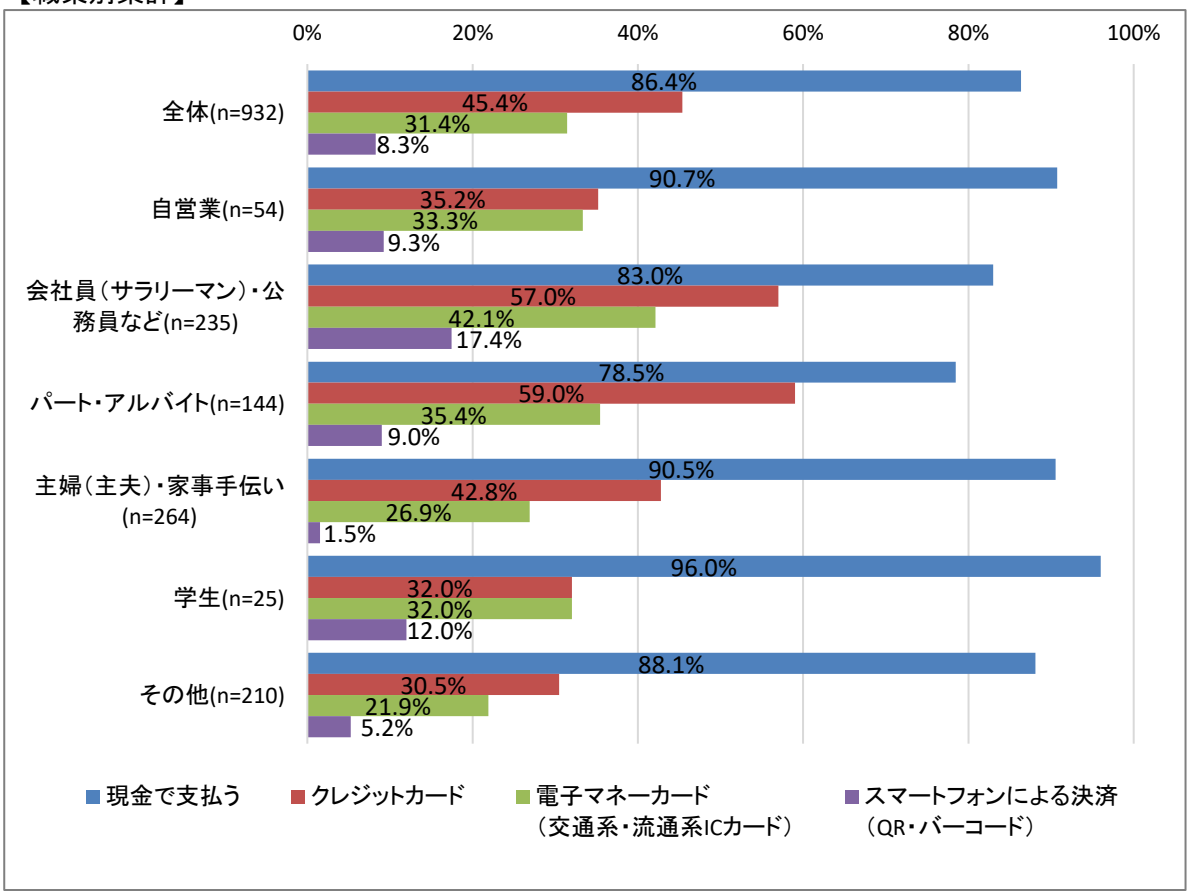
年代別集計では、20 歳代において「現金で支払う」が 94.5%で最も多くなった。30 歳代から 50 歳代では「クレジットカード」の比率が 50%を超えた。30 歳代では「電子マネーカード」及び「スマートフォンによる決済」が他の年代と比較していずれも高くなった。

【男女別集計】



男女別集計の「現金で支払う」では、「女性」が 57.1%で「男性」を 14.2%上回った。最も差があったのは「クレジットカード」で、「女性」が 63.2%、「男性」が 36.8%となった。「男性」が「女性」を上回ったのは、「スマートフォンによる決済」のみとなった。

【職業別集計】

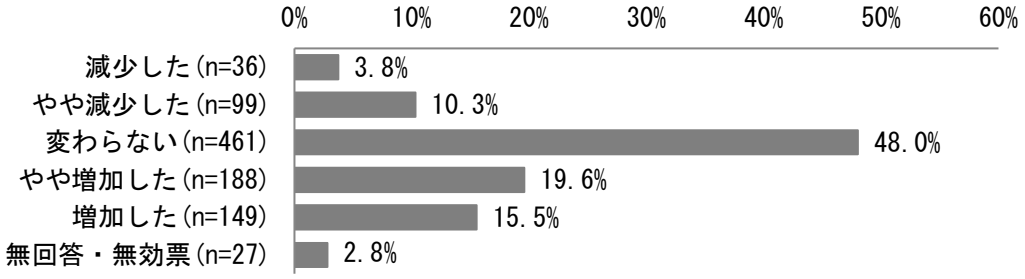


職業別集計では、パート・アルバイトにおいて「現金で支払う」が 78.5%と他の年代と比較して低く、「クレジットカード」は 59.0%で最も高くなった。会社員（サラリーマン）・公務員などでは、「電子マネーカード」及び「スマートフォンによる決済」の比率が最も高くなった。

２．買い物に関する調査項目

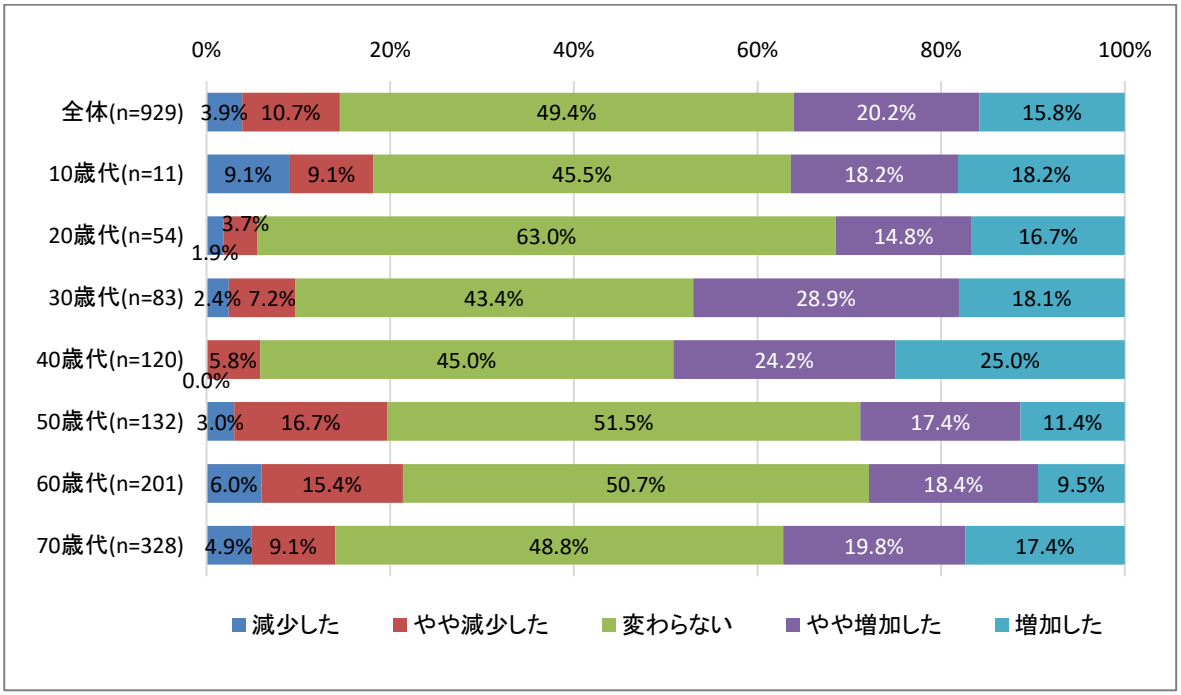
【問２】　あなたの最近のお買物、消費行動に関する意識についてお聞きします。
1～２年前と比べて、支出状況はどのように変化しましたか。
※該当欄に「○」をつけてください。

・食料費（生鮮食料品等）
【全体集計】n=960



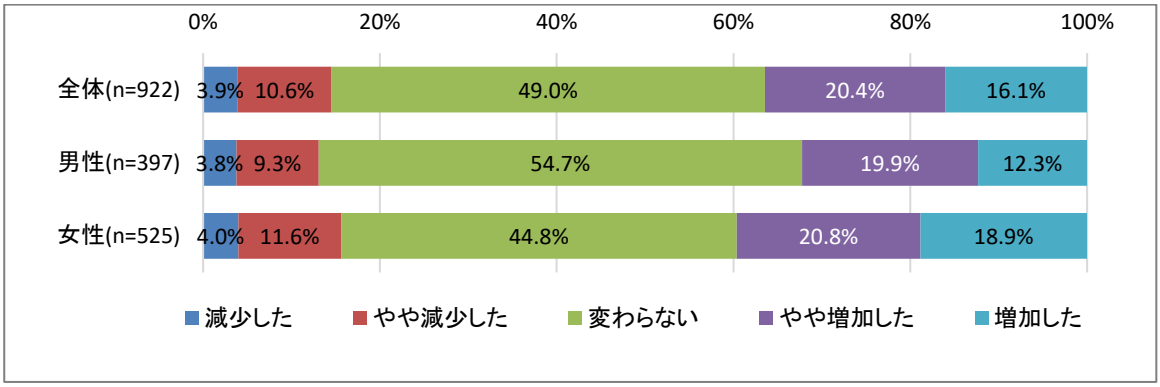
食料費（生鮮食料品等）の支出状況は、「変わらない」が 48.0%で最も多く、減少は 14.1%、増加は 35.1%となり、支出状況において唯一、増加傾向の費目である。

【年代別集計】



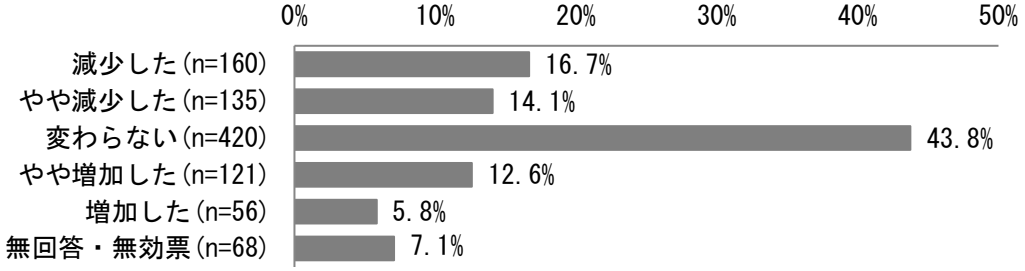
年代別集計では、全ての年齢層で増加が減少を上回っているが、特に、30 歳代で増加が 47.0%、40 歳代では 49.2%となった。一方、減少の比率が高いのは 50 歳代及び 60 歳代となった。

【男女別集計】



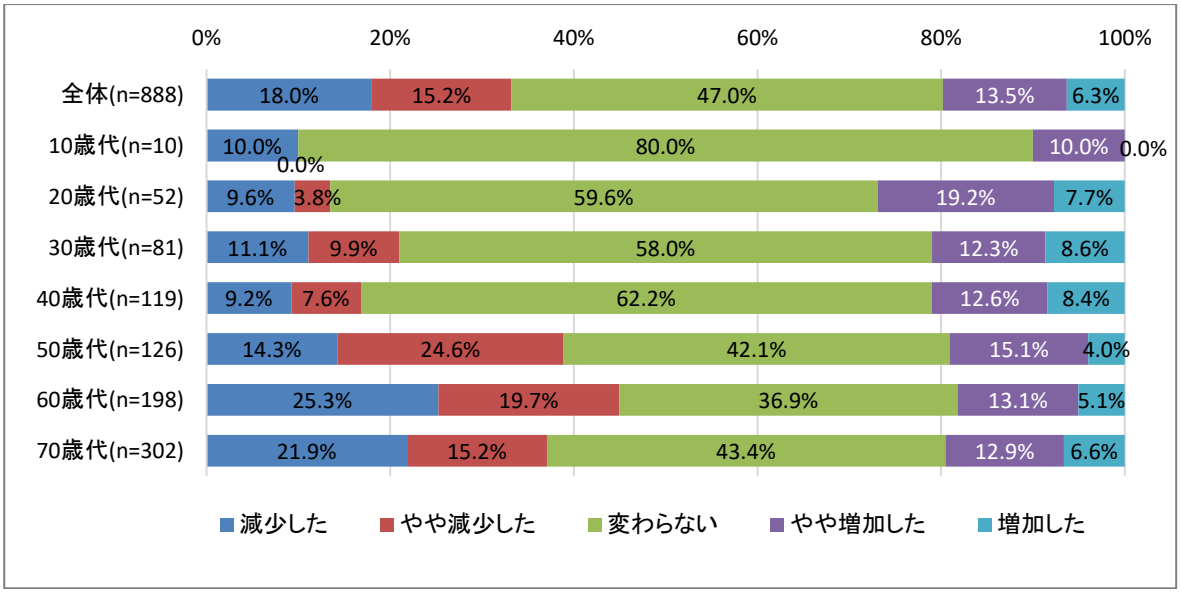
男女別集計では、「変わらない」と回答したのは、男性の 54.7%、女性の 44.8%で、男性が約 10%上回った。

・家具・家事用品費（電化製品等）
【全体集計】n=960



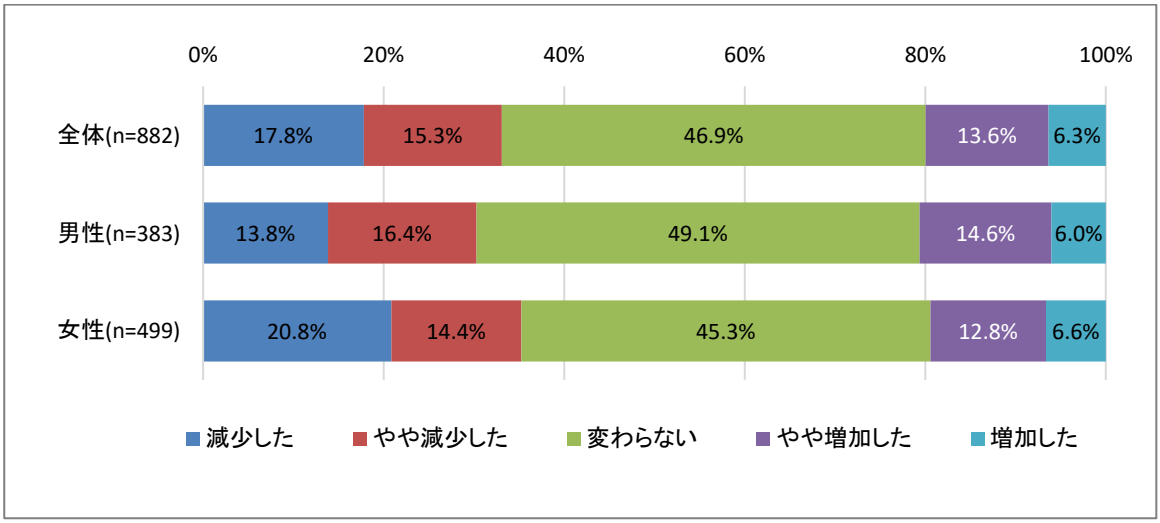
家具・家事用品費（電化製品等）の支出状況は、「変わらない」が 43.8%で最も多く、減少は 30.8%、増加は 18.4%となり、減少傾向にある。

【年代別集計】



年代別集計では、50 歳代以上において「変わらない」の比率が他の年代と比較して低く、減少の比率が高くなった。

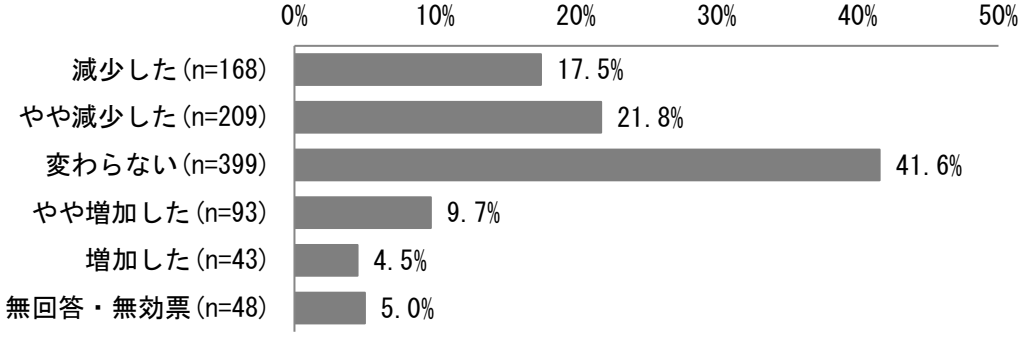
【男女別集計】



男女別集計では、回答に大きな差はなかったが、女性において「減少した」の比率が男性より７％高くなった。

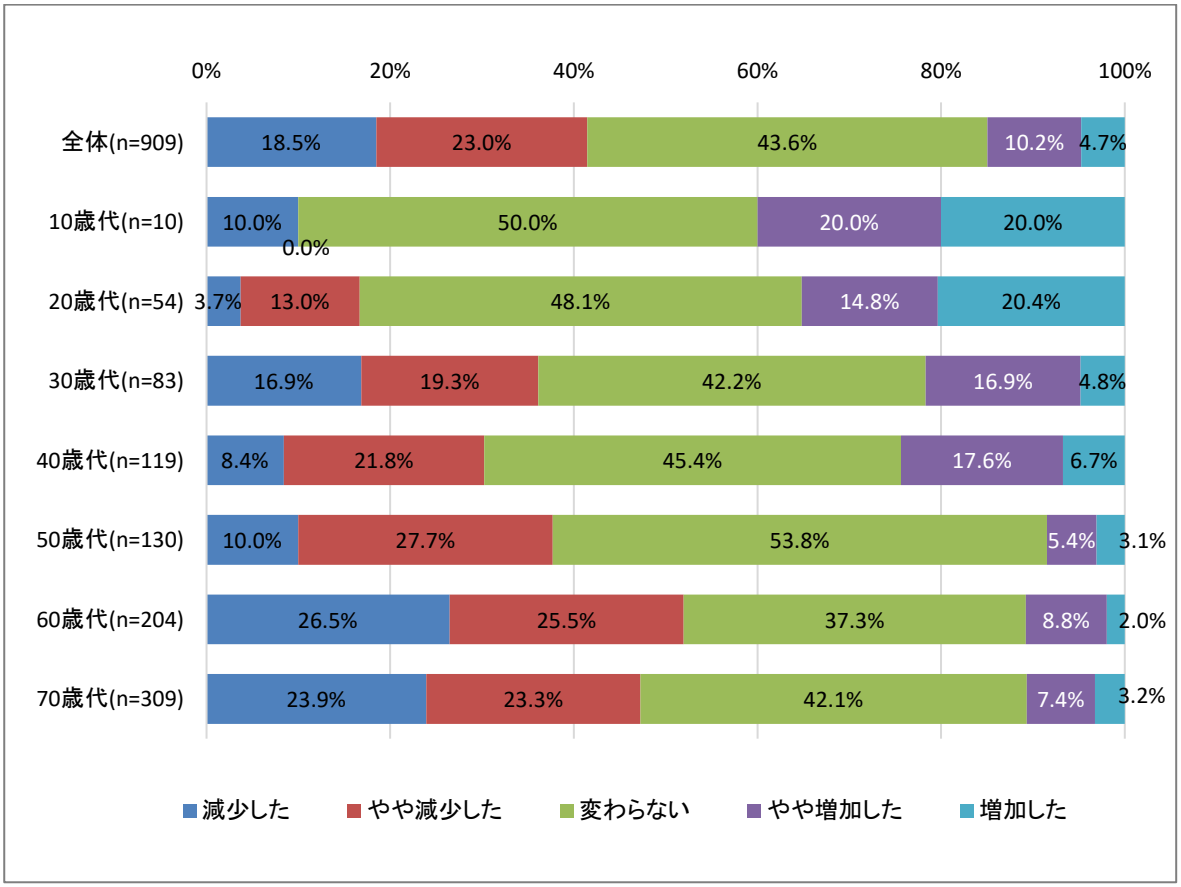
・洋服、履物費

【全体集計】n=960



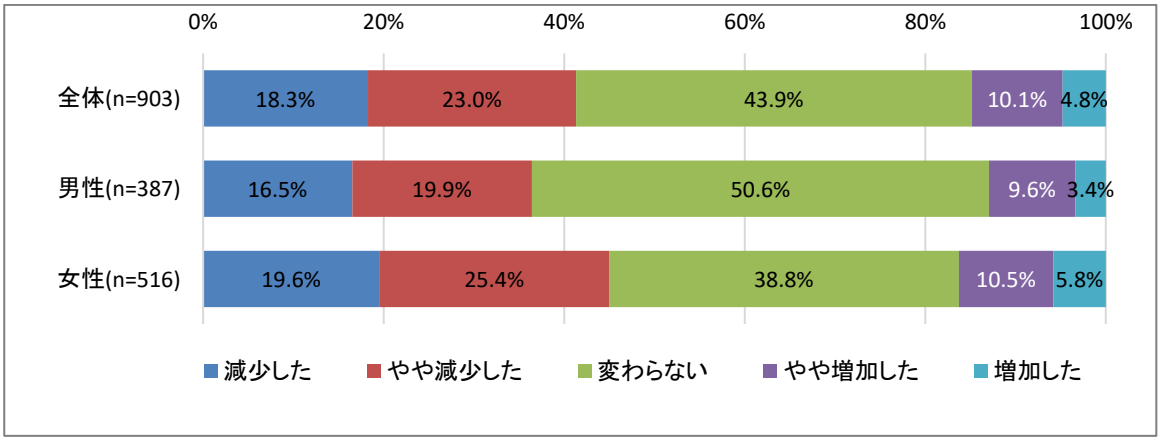
洋服、履物費の支出状況は、「変わらない」が 41.6％で最も多く、減少は 39.3％、増加は 14.2％となり、最も減少傾向にある費目である。

【年代別集計】



年代別集計では、60 歳代以上において減少の比率が高く、特に、60 歳代では 52.0%となった。一方、10 歳代及び 20 歳代においては増加傾向となった。

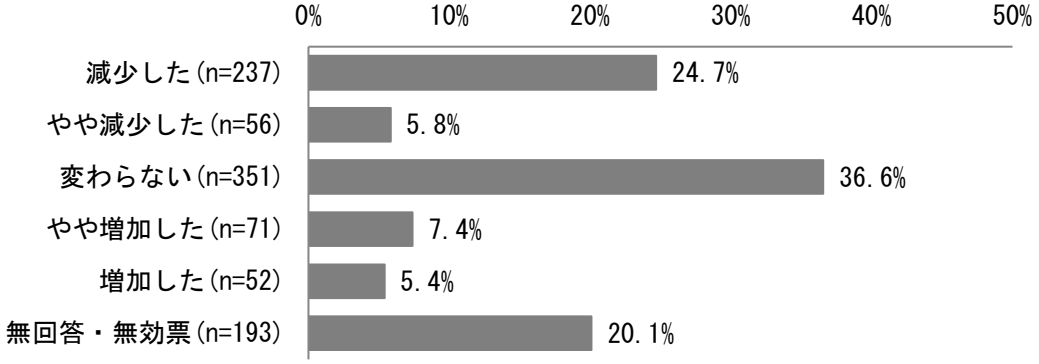
【男女別集計】



男女別集計では、女性において「変わらない」が 38.8%となり、男性よりも減少の比率が高くなった。

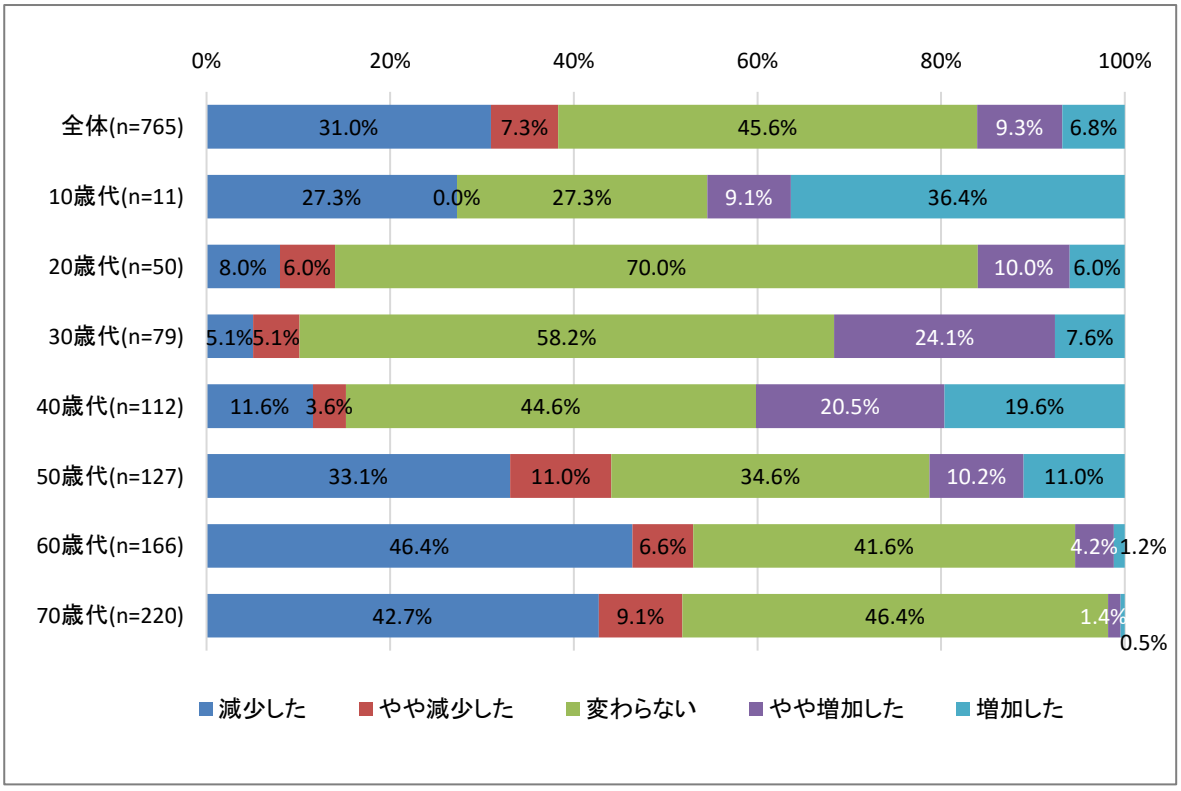
・教育費

【全体集計】n=960



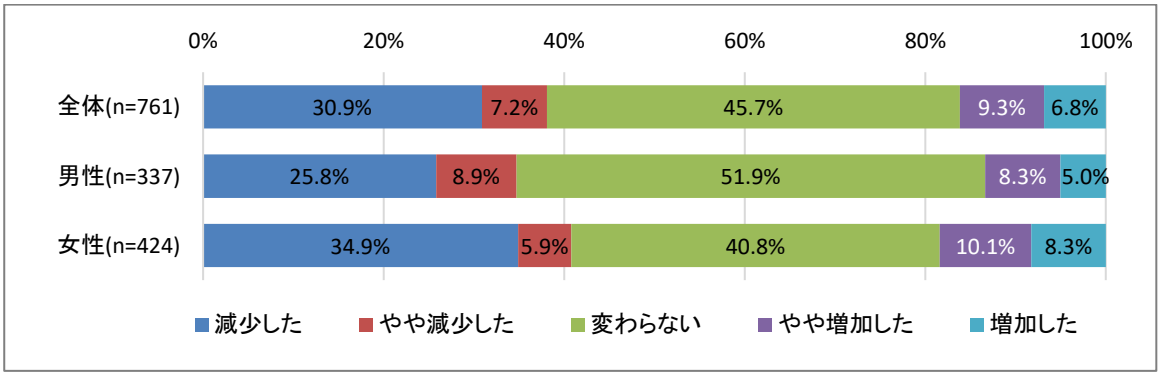
教育費の支出状況は、「変わらない」が 36.6%で最も多く、減少は 30.5%、増加は 12.8%となり、減少傾向にある。

【年代別集計】



年代別集計では、全体で減少傾向にあるものの、子育て世代の 30 歳代及び 40 歳代においては増加の比率が高く、特に、40 歳代では 40.1%が増加と回答した。

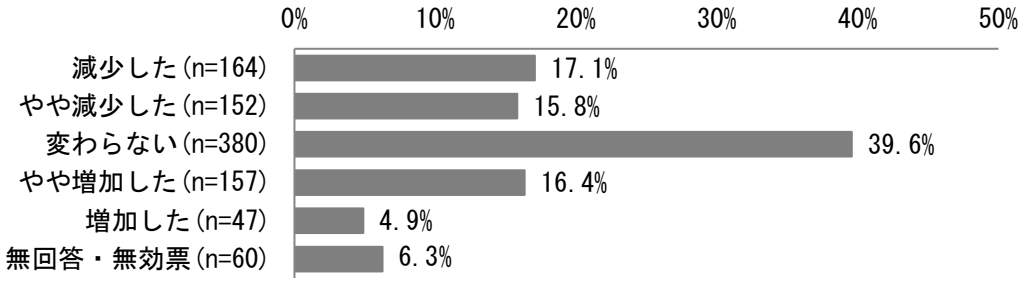
【男女別集計】



男女別集計では、女性において「変わらない」が 40.8%となり、他の費目と同様に男性よりも減少の比率が高くなった。

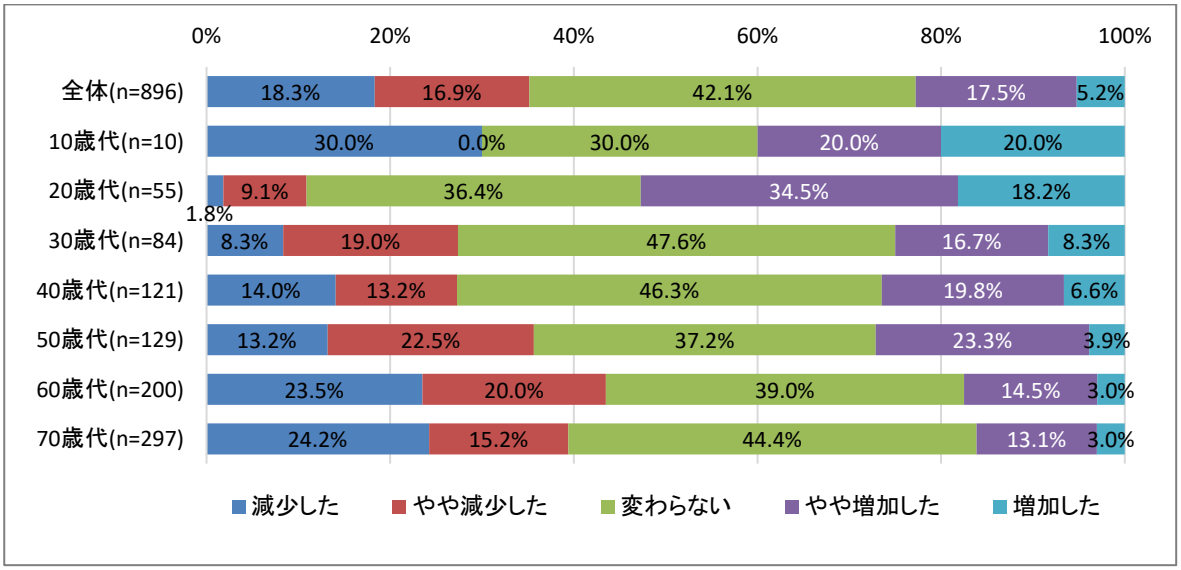
・教養、娯楽費（趣味、レジャー、スポーツ、旅行等）

【全体集計】n=960



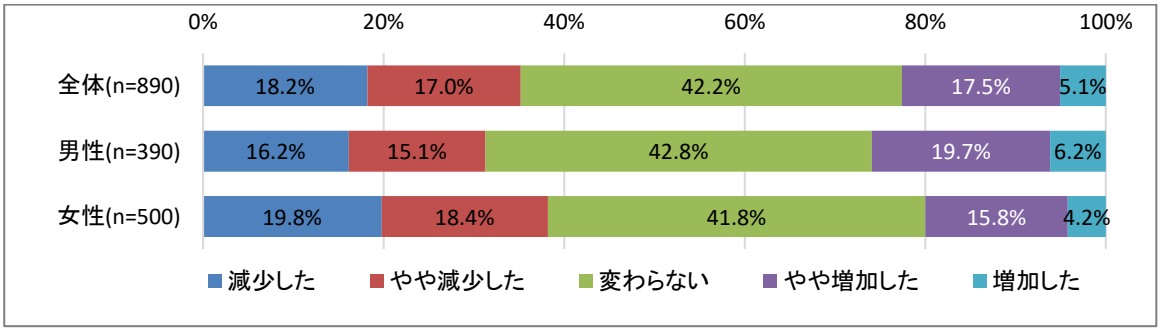
教養、娯楽費（趣味、レジャー、スポーツ、旅行等）の支出状況は、「変わらない」が 39.6%で最も多く、減少は 32.9%、増加は 21.3%となり、減少傾向にあるものの他の費目と比較して、増加の比率も高い。

【年代別集計】



年代別集計では、年齢層が上がるにつれて減少傾向となった。一方、20 歳代では、減少が 10.9%にとどまり、増加が 52.7%と著しく高くなった。

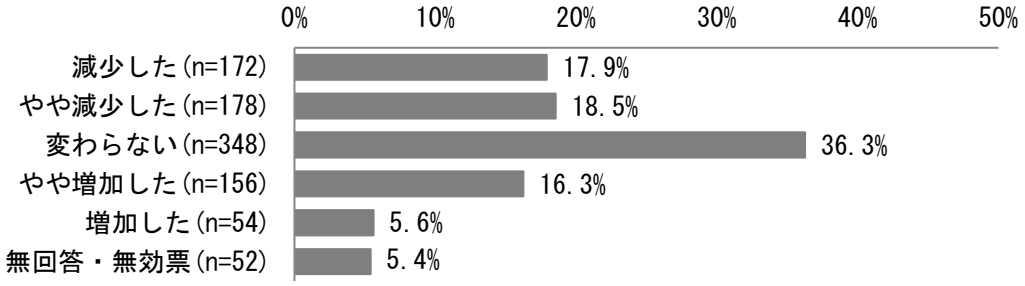
【男女別集計】



男女別集計では、女性において「変わらない」が 41.8%となり、他の費目と同様に男性よりも減少の比率が高くなった。

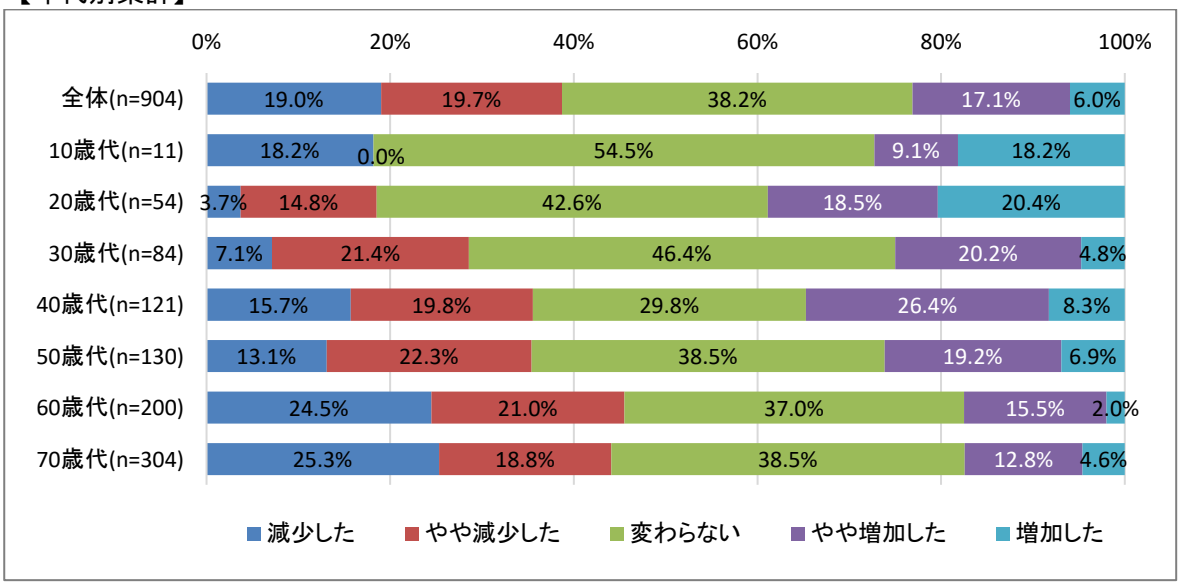
・外食費（飲食）

【全体集計】n=960



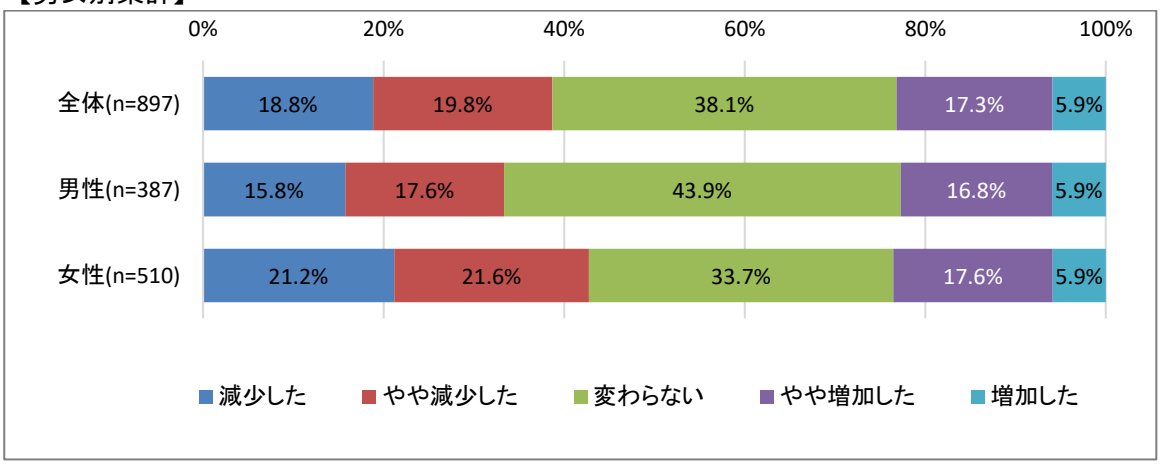
外食費（飲食）の支出状況は、「変わらない」が 36.3%で最も多く、減少は 36.4%、増加は 21.9%となり、減少傾向にあるものの他の費目と比較して、増加の比率も高い。教養、娯楽費と同様の傾向である。

【年代別集計】



年代別集計では、年齢層が上がるにつれて減少傾向となり、特に 60 歳代では 45.5%が減少となった。一方、20 歳代では増加が減少を上回り、40 歳代においても他の年齢層と比較して、増加の比率が高くなった。

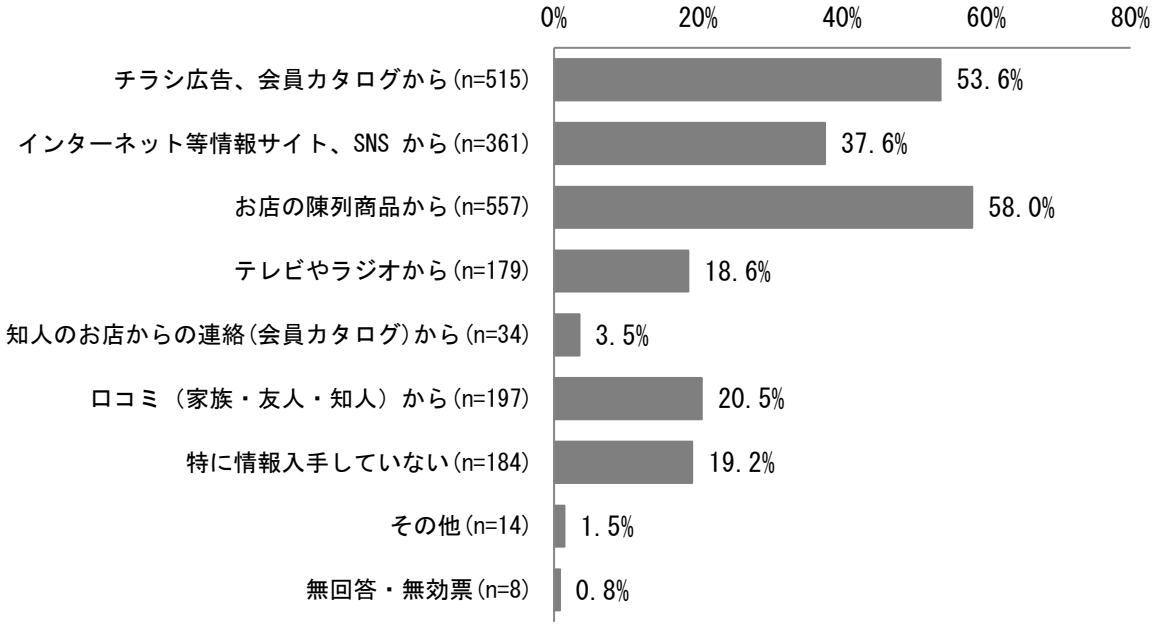
【男女別集計】



男女別集計では、女性において減少が 42.8%となり、他の費目と同様に男性よりも減少の比率が高くなった。

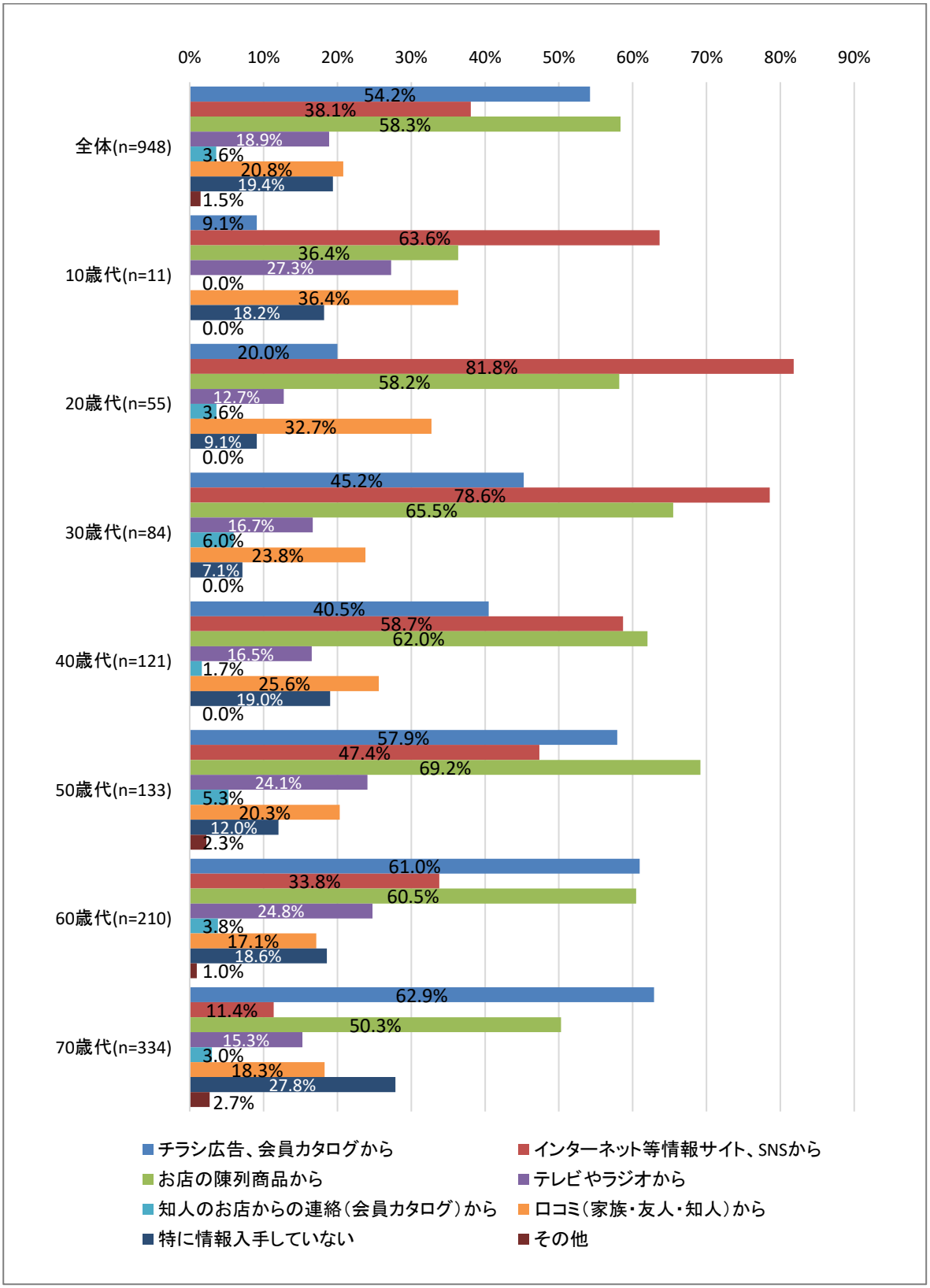
【問３】　あなたがお買物をされる際に、購入商品の情報をどのように入手していますか。
※該当するものすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



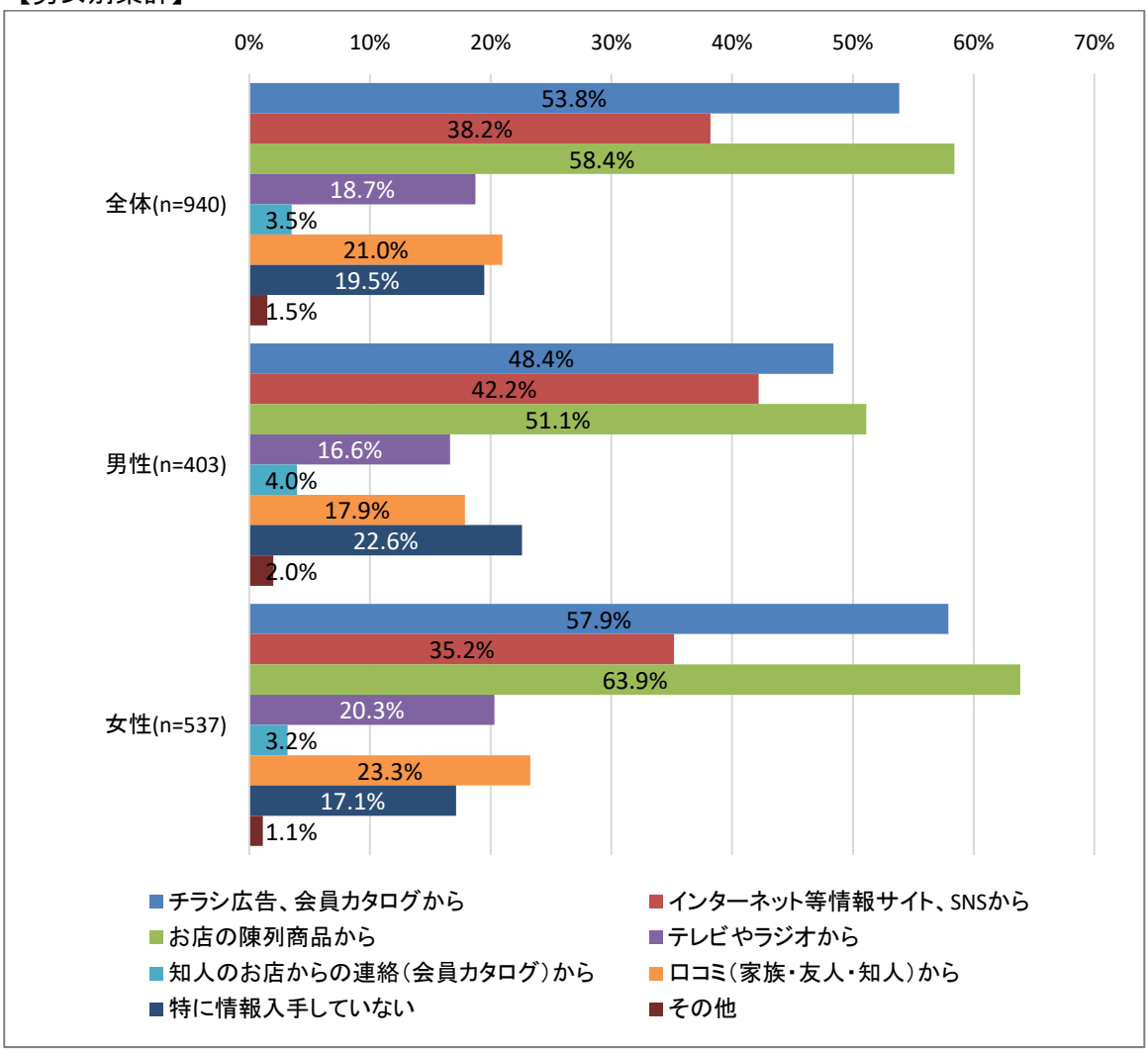
購入商品の情報の入手方法は、「お店の陳列商品から」が 58.0%で最も多く、次いで、「チラシ広告、会員カタログから」が 53.6%となった。

【年代別集計】



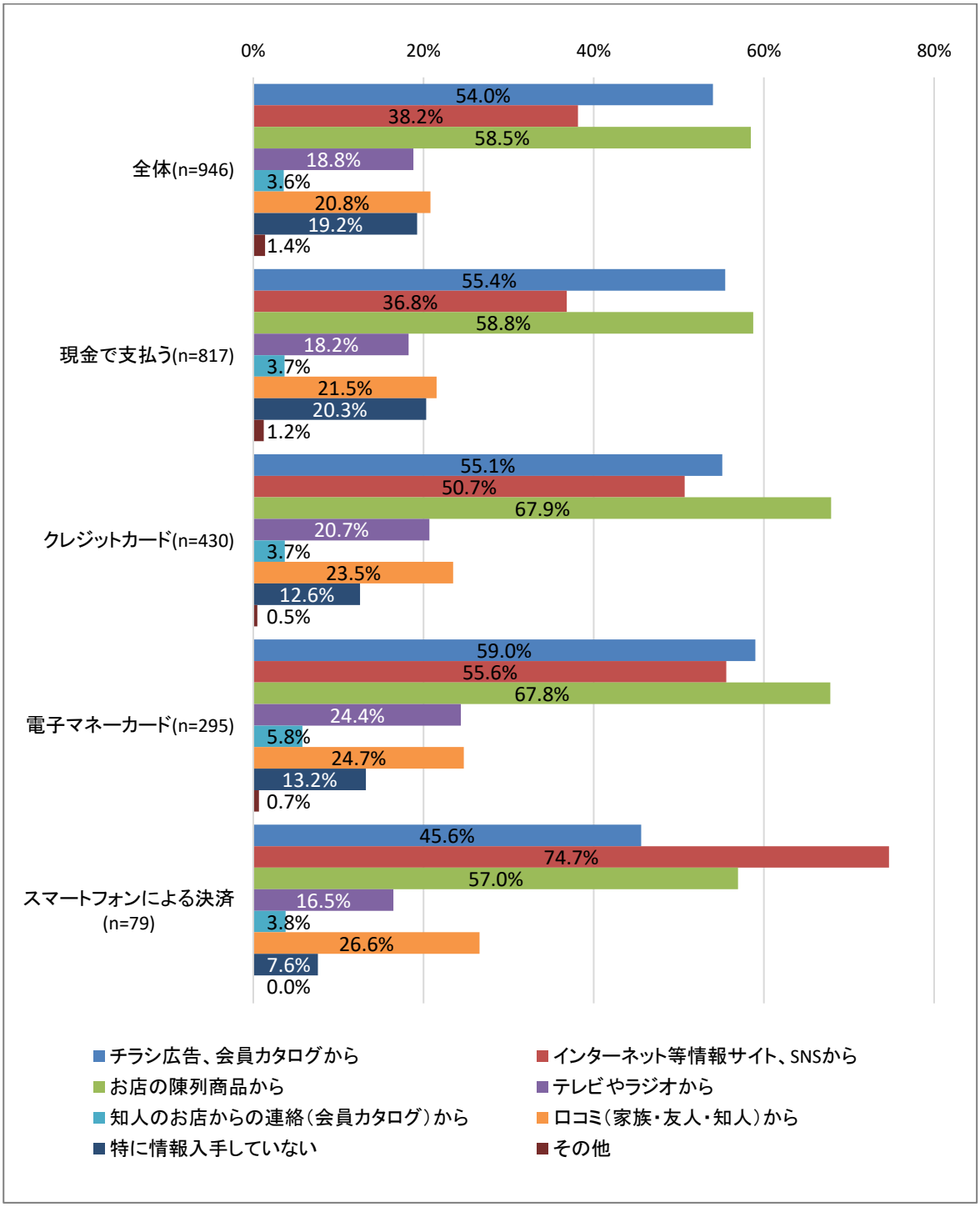
年代別集計では、30 歳代以下において、「インターネット等情報サイト、SNS から」が最も多く、20 歳代では 81.8%となった。また、年齢層が上がるにつれて「チラシ広告、会員カタログから」が多く、70 歳代以上では 62.9%となった。

【男女別集計】



男女別集計では、女性において「チラシ広告、会員カタログから」及び「お店の陳列商品から」が男性より多くなった。男性において女性を上回ったのは、「インターネット等情報サイト、SNS から」の 42.2%及び「特に情報入手していない」の 22.6%となった。

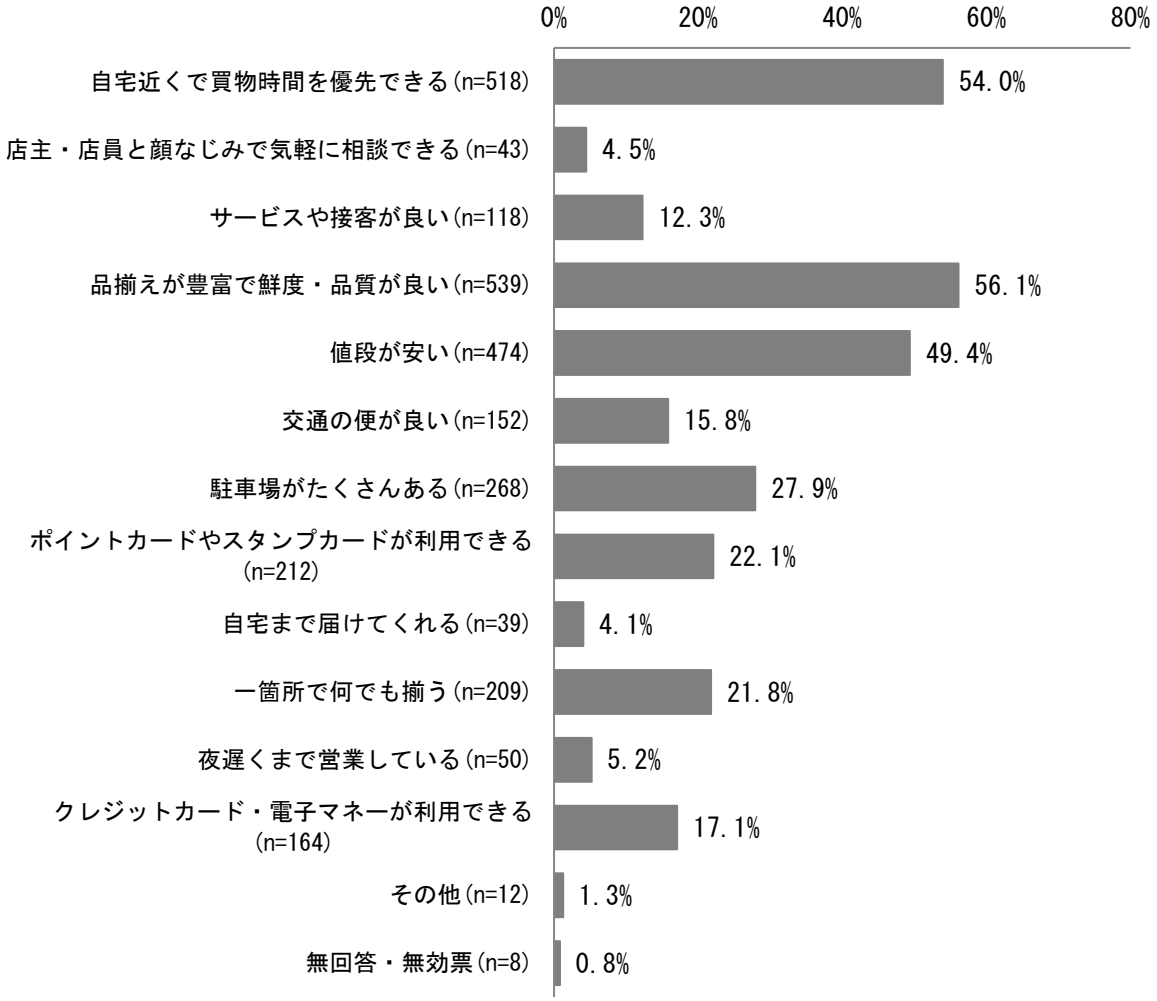
【支払方法別集計】



支払方法別集計では、現金で支払う回答者において、他と比較して「インターネット等情報サイト、SNS から」の比率が低く、36.8%となった。スマートフォンによる決済では、「インターネット等情報サイト、SNS から」が 74.7%で最も多くなった。

【問４】　あなたがお買物をする際に、お店を選ぶ主な条件は何ですか。
※優先する理由を最大３つまで「〇」をつけてください。

【全体集計】n=960



お店を選ぶ主な条件は、「品揃えが豊富で鮮度・品質が良い」が 56.1%で最も多く、次いで、「自宅近くで買い物時間を優先できる」が 54.0%、「値段が安い」が 49.4%と続いた。

【年代別集計】

	全体 (n=948)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=55)	30歳代 (n=84)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=133)	60歳代 (n=210)	70歳代 (n=334)
自宅近くで買物時間を優先できる	54.4%	45.5%	36.4%	59.5%	57.0%	50.4%	53.3%	57.8%
店主・店員と顔なじみで気軽に相談できる	4.4%	0.0%	7.3%	1.2%	5.0%	3.0%	3.3%	6.0%
サービスや接客が良い	12.4%	0.0%	16.4%	17.9%	18.2%	12.8%	7.6%	11.7%
品揃えが豊富で鮮度・品質が良い	56.6%	36.4%	49.1%	54.8%	50.4%	60.9%	65.2%	54.2%
値段が安い	49.9%	72.7%	54.5%	58.3%	60.3%	55.6%	52.4%	38.6%
交通の便が良い	16.0%	45.5%	34.5%	20.2%	15.7%	15.0%	12.9%	13.5%
駐車場がたくさんある	28.1%	0.0%	5.5%	20.2%	33.9%	24.1%	33.3%	30.8%
ポイントカードやスタンプカードが利用できる	22.4%	18.2%	21.8%	22.6%	14.0%	24.8%	26.2%	22.2%
自宅まで届けてくれる	4.1%	9.1%	7.3%	2.4%	2.5%	1.5%	4.3%	5.4%
一箇所で何でも揃う	21.9%	27.3%	18.2%	16.7%	14.9%	15.8%	21.0%	29.3%
夜遅くまで営業している	5.3%	9.1%	10.9%	10.7%	8.3%	6.0%	4.3%	2.1%
クレジットカード・電子マネーが利用できる	17.3%	9.1%	23.6%	22.6%	23.1%	27.8%	13.8%	11.1%
その他	1.3%	9.1%	0.0%	0.0%	0.8%	1.5%	0.5%	2.1%

年代別集計では、60 歳代において「品揃えが豊富で鮮度・品質が良い」が 65.2%で最も多くなった。「自宅近くで買い物時間を優先できる」が最も多くなったのは、30 歳代の 59.5%となった。

【男女別集計】

	全体(n=940)	男性(n=403)	女性(n=537)
自宅近くで買物時間を優先できる	54.4%	53.6%	54.9%
店主・店員と顔なじみで気軽に相談できる	4.6%	4.7%	4.5%
サービスや接客が良い	12.6%	14.6%	11.0%
品揃えが豊富で鮮度・品質が良い	56.8%	56.8%	56.8%
値段が安い	49.8%	52.1%	48.0%
交通の便が良い	15.6%	17.9%	14.0%
駐車場がたくさんある	28.1%	32.0%	25.1%
ポイントカードやスタンプカードが利用できる	22.2%	14.4%	28.1%
自宅まで届けてくれる	4.1%	3.0%	5.0%
一箇所で何でも揃う	21.9%	16.6%	25.9%
夜遅くまで営業している	5.3%	7.4%	3.7%
クレジットカード・電子マネーが利用できる	17.2%	15.6%	18.4%
その他	1.3%	1.5%	1.1%

男女別集計では、３位まで男女ともに同様の回答となった。次いで、男性において「駐車場がたくさんある」が 32.0%、女性において「ポイントカードやスタンプカードが利用できる」が 28.1%となった。

【地区別集計】

	全体(n=930)	本町地区(n=131)	南地区(n=186)	東地区(n=79)	北地区(n=70)	西・上地区(n=252)	大根地区(n=139)	鶴巻地区(n=73)
自宅近くで買物時間を優先できる	54.5%	51.9%	59.1%	46.8%	48.6%	54.8%	48.9%	71.2%
店主・店員と顔なじみで気軽に相談できる	4.6%	5.3%	3.8%	5.1%	5.7%	2.8%	7.2%	5.5%
サービスや接客が良い	12.3%	10.7%	10.2%	8.9%	11.4%	15.1%	12.9%	13.7%
品揃えが豊富で鮮度・品質が良い	56.5%	50.4%	60.2%	60.8%	47.1%	57.5%	61.2%	49.3%
値段が安い	49.9%	43.5%	46.2%	51.9%	54.3%	49.2%	54.0%	58.9%
交通の便が良い	15.6%	16.8%	10.2%	17.7%	14.3%	17.9%	18.0%	13.7%
駐車場がたくさんある	28.0%	26.7%	24.7%	31.6%	42.9%	28.6%	28.8%	16.4%
ポイントカードやスタンプカードが利用できる	22.3%	20.6%	23.1%	21.5%	18.6%	23.8%	23.7%	19.2%
自宅まで届けてくれる	4.2%	2.3%	3.2%	5.1%	1.4%	6.3%	2.9%	6.8%
一箇所で何でも揃う	22.3%	29.8%	19.9%	26.6%	21.4%	23.4%	20.1%	11.0%
夜遅くまで営業している	5.4%	6.9%	6.5%	2.5%	2.9%	7.1%	2.2%	5.5%
クレジットカード・電子マネーが利用できる	17.2%	23.7%	19.4%	12.7%	21.4%	13.9%	16.5%	13.7%
その他	1.3%	3.1%	1.6%	0.0%	1.4%	0.8%	0.0%	2.7%

地区別集計では、鶴巻地区において「自宅近くで買物時間を優先できる」が 71.2%で最も多くなった。大根地区では、全体集計で最も多くなった「品揃えが豊富で鮮度・品質が良い」の比率が 61.2%で最も多い。北地区においては、「駐車場がたくさんある」が 42.9%で他の地区と比較して高くなった。

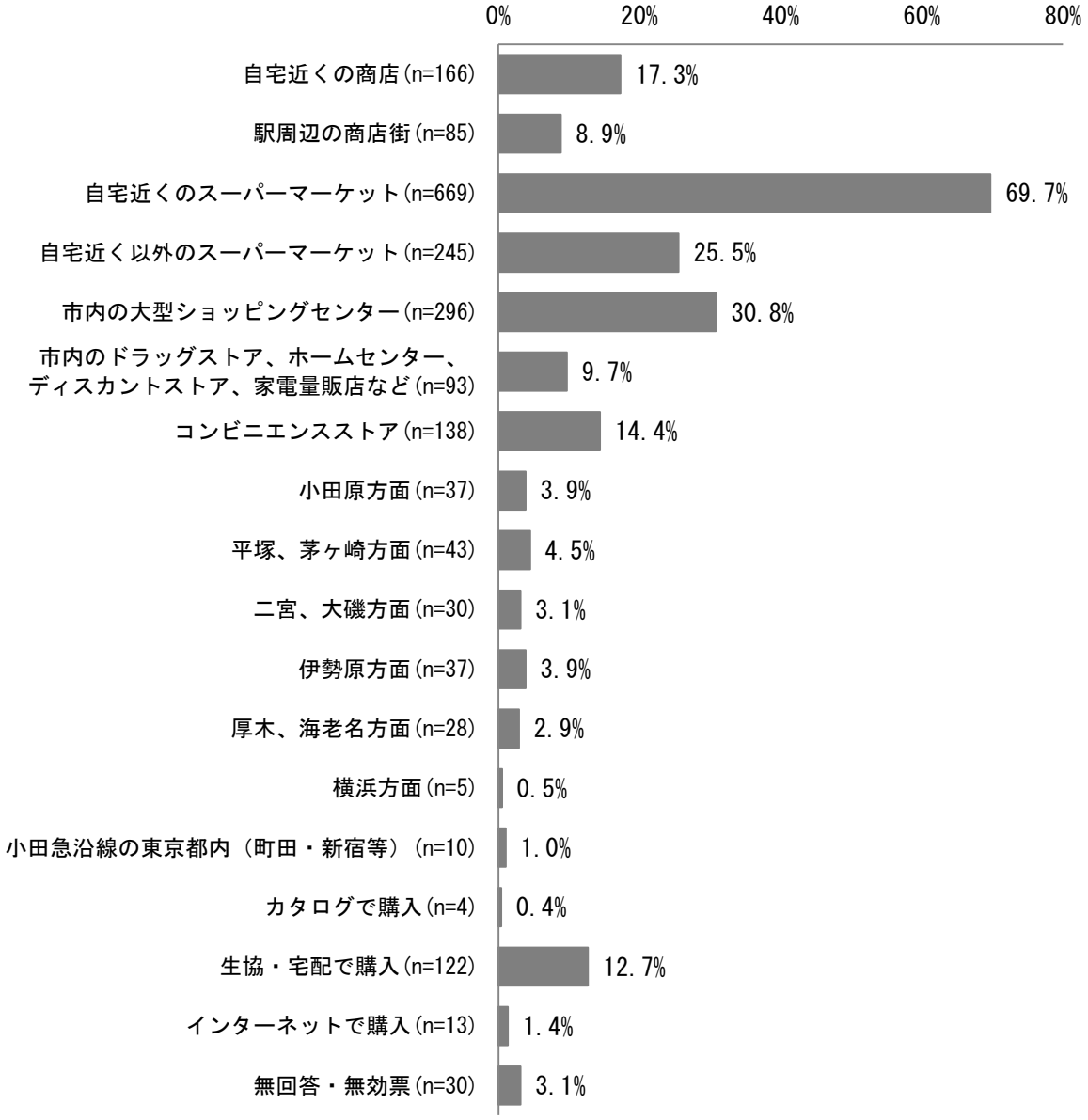
【支払方法別集計】

	全体(n=946)	現金で支払う(n=817)	クレジットカード(n=429)	電子マネーカード(n=295)	スマートフォンによる決済(n=79)
自宅近くで買物時間を優先できる	54.3%	53.9%	49.7%	50.8%	49.4%
店主・店員と顔なじみで気軽に相談できる	4.5%	5.1%	2.3%	4.1%	2.5%
サービスや接客が良い	12.4%	11.9%	11.9%	14.2%	19.0%
品揃えが豊富で鮮度・品質が良い	56.8%	57.0%	60.1%	61.4%	57.0%
値段が安い	49.9%	50.7%	53.4%	52.9%	54.4%
交通の便が良い	15.9%	15.5%	14.9%	15.9%	21.5%
駐車場がたくさんある	28.2%	29.5%	29.4%	27.8%	15.2%
ポイントカードやスタンプカードが利用できる	22.3%	23.0%	22.6%	24.7%	21.5%
自宅まで届けてくれる	4.1%	4.0%	4.0%	4.4%	0.0%
一箇所で何でも揃う	22.1%	21.7%	17.7%	17.3%	8.9%
夜遅くまで営業している	5.3%	5.1%	5.6%	6.8%	12.7%
クレジットカード・電子マネーが利用できる	17.2%	13.2%	31.7%	26.4%	43.0%
その他	1.2%	1.2%	0.7%	0.3%	1.3%

支払方法別集計では、電子マネーカードで支払う回答者において「品揃えが豊富で鮮度・品質が良い」が 61.4%で最も多くなった。「自宅近くで買い物時間を優先できる」が最も多くなったのは、現金で支払う回答者の 53.9%となった。

【問５】　次の商品を主にどこで購入していますか。
※それぞれの項目で該当するものに３つまで「○」をつけてください。

・生鮮食料品等
※生鮮食料等とは野菜、肉、魚、その他食品類
【全体集計】n=960



生鮮食料品等の購入場所は、「自宅近くのスーパーマーケット」が 69.7%と最も多く、次いで、「市内の大型ショッピングセンター」が 30.8%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=923)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=82)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=131)	60歳代 (n=205)	70歳代 (n=319)
自宅近くの商店	17.9%	18.2%	11.1%	8.5%	14.0%	19.1%	18.5%	21.9%
駅周辺の商店街	9.1%	18.2%	3.7%	4.9%	5.0%	6.1%	8.8%	13.8%
自宅近くのスーパーマーケット	72.0%	54.5%	55.6%	84.1%	79.3%	75.6%	72.2%	68.0%
自宅近く以外のスーパーマーケット	26.2%	9.1%	22.2%	24.4%	26.4%	28.2%	32.2%	23.2%
市内の大型ショッピングセンター	32.0%	36.4%	18.5%	31.7%	33.1%	39.7%	35.6%	28.2%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	10.1%	9.1%	11.1%	9.8%	14.9%	9.9%	9.3%	8.8%
コンビニエンスストア	14.8%	27.3%	22.2%	15.9%	15.7%	15.3%	13.7%	13.2%
小田原方面	4.0%	0.0%	3.7%	3.7%	1.7%	6.1%	3.9%	4.4%
平塚、茅ケ崎方面	4.7%	0.0%	7.4%	6.1%	5.0%	6.1%	5.9%	2.5%
二宮、大磯方面	3.3%	0.0%	5.6%	4.9%	5.0%	6.1%	2.0%	1.6%
伊勢原方面	3.9%	9.1%	1.9%	3.7%	3.3%	3.8%	4.9%	3.8%
厚木、海老名方面	3.0%	9.1%	7.4%	2.4%	2.5%	2.3%	2.4%	3.1%
横浜方面	0.5%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.0%	1.5%	0.3%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	0.0%	1.9%	1.2%	0.8%	0.8%	1.0%	1.3%
カタログで購入	0.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%	1.0%	0.3%
生協・宅配で購入	13.0%	0.0%	5.6%	17.1%	9.9%	15.3%	15.6%	12.2%
インターネットで購入	1.4%	0.0%	3.7%	3.7%	1.7%	1.5%	0.0%	1.3%

年代別集計では、30 歳代において生鮮食料品等の購入場所は、「自宅近くのスーパーマーケット」が 84.1%で最も多くなった。「市内の大型ショッピングセンター」が最も多いのは 50 歳代で、39.7%となった。

【男女別集計】

	全体(n=914)	男性(n=393)	女性(n=521)
自宅近くの商店	17.9%	17.0%	18.6%
駅周辺の商店街	9.2%	6.4%	11.3%
自宅近くのスーパーマーケット	71.8%	76.8%	67.9%
自宅近く以外のスーパーマーケット	26.5%	22.9%	29.2%
市内の大型ショッピングセンター	32.1%	32.1%	32.1%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	10.1%	9.9%	10.2%
コンビニエンスストア	14.9%	20.6%	10.6%
小田原方面	3.9%	3.3%	4.4%
平塚、茅ケ崎方面	4.7%	3.3%	5.8%
二宮、大磯方面	3.3%	3.6%	3.1%
伊勢原方面	3.9%	2.8%	4.8%
厚木、海老名方面	3.1%	1.8%	4.0%
横浜方面	0.5%	0.5%	0.6%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	1.0%	1.2%
カタログで購入	0.4%	0.5%	0.4%
生協・宅配で購入	13.2%	10.2%	15.5%
インターネットで購入	1.4%	1.5%	1.3%

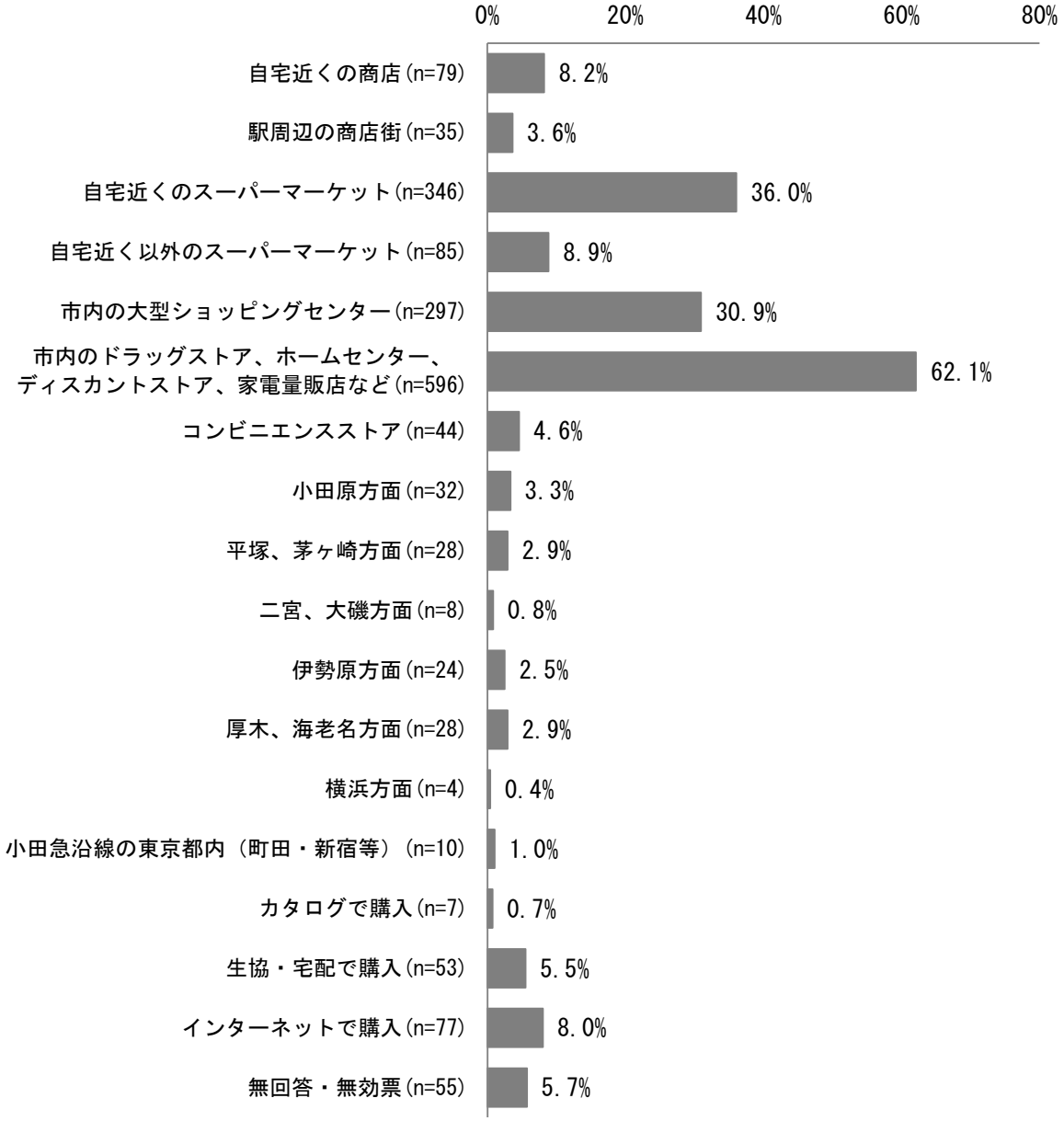
男女別集計では、男性において生鮮食料品等の購入場所は、「自宅近くのスーパーマーケット」が76.8%で最も多く、女性では67.9%となった。

【地区別集計】

	全体(n=904)	本町地区(n=126)	南地区(n=182)	東地区(n=78)	北地区(n=68)	西・上地区(n=241)	大根地区(n=137)	鶴巻地区(n=72)
自宅近くの商店	17.9%	11.9%	17.0%	24.4%	11.8%	19.9%	20.4%	18.1%
駅周辺の商店街	9.1%	11.1%	5.5%	2.6%	2.9%	11.2%	15.3%	8.3%
自宅近くのスーパーマーケット	72.3%	54.0%	76.4%	62.8%	79.4%	76.3%	75.9%	77.8%
自宅近く以外のスーパーマーケット	26.3%	24.6%	23.6%	25.6%	17.6%	29.0%	29.9%	29.2%
市内の大型ショッピングセンター	32.3%	57.9%	31.9%	41.0%	27.9%	25.7%	27.0%	15.3%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	9.7%	7.9%	11.5%	10.3%	13.2%	5.8%	13.1%	11.1%
コンビニエンスストア	15.0%	14.3%	15.4%	10.3%	25.0%	16.2%	13.9%	9.7%
小田原方面	4.1%	4.8%	2.2%	2.6%	2.9%	7.5%	2.2%	2.8%
平塚、茅ケ崎方面	4.2%	5.6%	2.2%	5.1%	1.5%	2.5%	7.3%	8.3%
二宮、大磯方面	3.3%	4.0%	6.6%	3.8%	0.0%	2.1%	3.6%	0.0%
伊勢原方面	4.0%	1.6%	2.2%	5.1%	1.5%	1.7%	8.8%	12.5%
厚木、海老名方面	3.0%	4.0%	2.2%	2.6%	1.5%	1.7%	2.9%	9.7%
横浜方面	0.6%	0.8%	0.0%	1.3%	0.0%	0.8%	0.7%	0.0%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	2.4%	0.5%	1.3%	0.0%	1.2%	0.7%	1.4%
カタログで購入	0.4%	0.0%	0.5%	1.3%	0.0%	0.0%	0.7%	1.4%
生協・宅配で購入	13.2%	7.9%	12.1%	15.4%	14.7%	11.2%	16.8%	20.8%
インターネットで購入	1.4%	1.6%	1.6%	0.0%	0.0%	0.8%	1.5%	5.6%

地区別集計では、北地区において生鮮食料品等の購入場所は、「自宅近くのスーパーマーケット」が79.4%で最も多くなった。一方、本町地区では54.0%にとどまった。「市内の大型ショッピングセンター」の比率が最も高くなったのは、本町地区で57.9%となった。

・日用雑貨品等
※日用雑貨品等とは掃除、洗濯用品、台所用品、トイレットペーパー等
【全体集計】n=960



日用雑貨品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 62.1%で最も多く、次いで、「自宅近くのスーパーマーケット」が 36.0%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=898)	10歳代 (n=10)	20歳代 (n=53)	30歳代 (n=83)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=130)	60歳代 (n=202)	70歳代 (n=299)
自宅近くの商店	8.7%	20.0%	7.5%	3.6%	5.8%	7.7%	6.9%	12.7%
駅周辺の商店街	3.9%	20.0%	5.7%	0.0%	4.1%	3.1%	2.5%	5.4%
自宅近くのスーパーマーケット	38.4%	10.0%	26.4%	38.6%	36.4%	36.2%	40.1%	42.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	9.4%	10.0%	3.8%	4.8%	9.1%	10.0%	11.9%	9.7%
市内の大型ショッピングセンター	32.7%	30.0%	28.3%	31.3%	28.1%	41.5%	36.6%	29.4%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	65.9%	10.0%	49.1%	69.9%	79.3%	73.1%	70.8%	57.9%
コンビニエンスストア	4.8%	20.0%	5.7%	6.0%	2.5%	4.6%	4.0%	5.4%
小田原方面	3.6%	10.0%	5.7%	3.6%	2.5%	4.6%	3.5%	3.0%
平塚、茅ケ崎方面	3.1%	0.0%	9.4%	3.6%	5.0%	3.1%	3.5%	1.0%
二宮、大磯方面	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	1.5%	2.0%	0.3%
伊勢原方面	2.7%	10.0%	0.0%	2.4%	3.3%	5.4%	2.5%	1.7%
厚木、海老名方面	3.1%	0.0%	15.1%	4.8%	5.0%	1.5%	1.0%	2.0%
横浜方面	0.4%	0.0%	1.9%	1.2%	0.0%	0.0%	0.5%	0.3%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	0.0%	5.7%	0.0%	1.7%	0.8%	0.5%	1.0%
カタログで購入	0.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.5%	1.7%
生協・宅配で購入	5.9%	0.0%	1.9%	6.0%	4.1%	7.7%	9.9%	4.0%
インターネットで購入	8.5%	20.0%	18.9%	21.7%	10.7%	8.5%	6.9%	2.7%

年代別集計では、40 歳代において日用雑貨品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 79.3%で最も多くなった。

【男女別集計】

	全体(n=889)	男性(n=382)	女性(n=507)
自宅近くの商店	8.8%	10.2%	7.7%
駅周辺の商店街	3.9%	3.1%	4.5%
自宅近くのスーパーマーケット	38.2%	40.3%	36.7%
自宅近く以外のスーパーマーケット	9.4%	8.1%	10.5%
市内の大型ショッピングセンター	32.7%	33.8%	32.0%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	66.4%	62.0%	69.6%
コンビニエンスストア	4.8%	8.4%	2.2%
小田原方面	3.5%	3.1%	3.7%
平塚、茅ケ崎方面	3.1%	3.4%	3.0%
二宮、大磯方面	0.9%	1.0%	0.8%
伊勢原方面	2.7%	3.9%	1.8%
厚木、海老名方面	3.0%	3.1%	3.0%
横浜方面	0.4%	0.8%	0.2%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	1.8%	0.6%
カタログで購入	0.8%	0.5%	1.0%
生協・宅配で購入	6.0%	3.4%	7.9%
インターネットで購入	8.4%	9.7%	7.5%

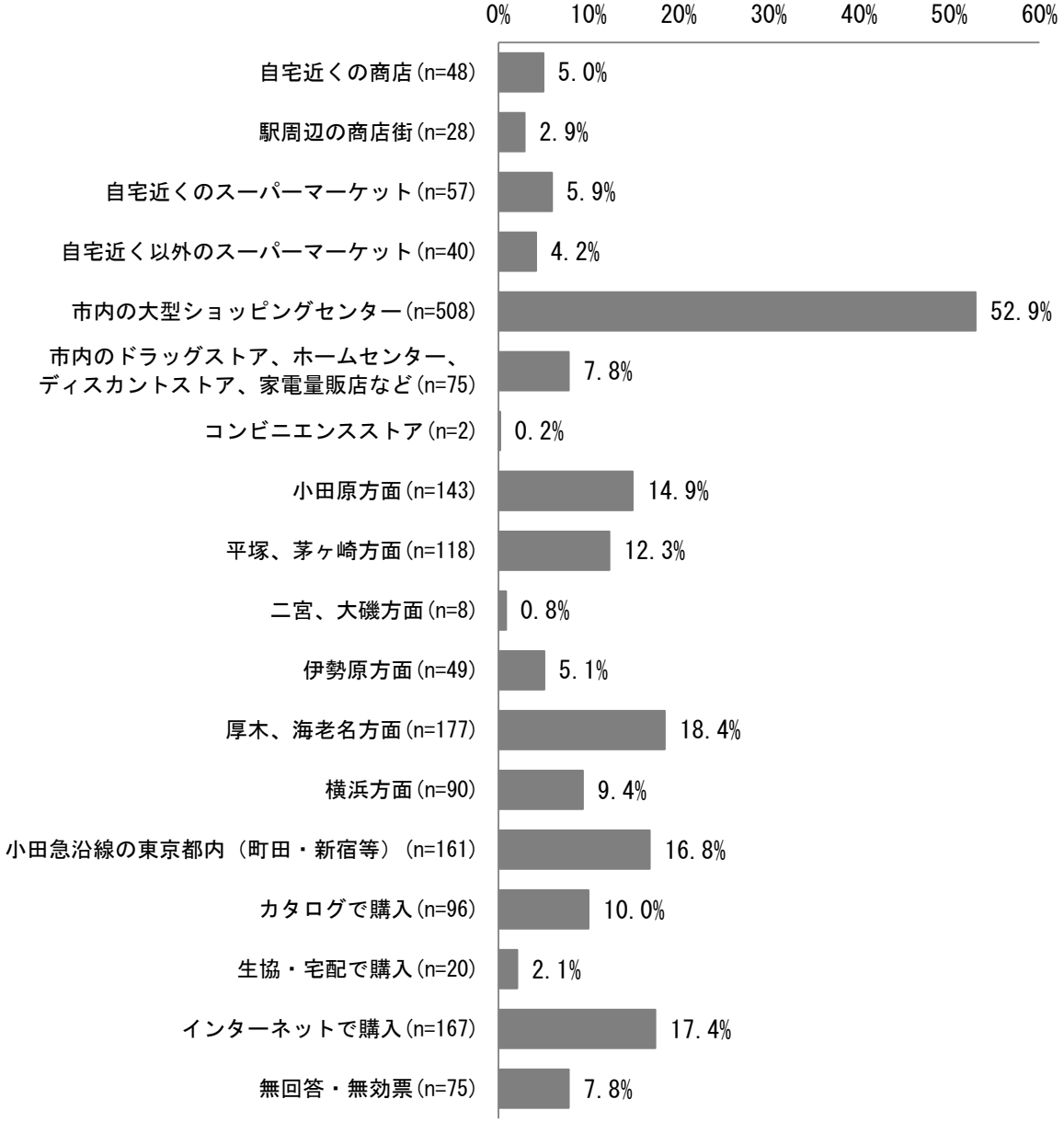
男女別集計では、回答に大きな差はなく、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が男性で 62.0%、女性で 69.6%と最も多くなった。

【地区別集計】

	全体(n=880)	本町地区(n=120)	南地区(n=178)	東地区(n=75)	北地区(n=67)	西・上地区(n=231)	大根地区(n=137)	鶴巻地区(n=72)
自宅近くの商店	8.8%	6.7%	7.3%	12.0%	11.9%	7.8%	8.8%	12.5%
駅周辺の商店街	3.9%	5.0%	1.1%	2.7%	4.5%	5.2%	4.4%	4.2%
自宅近くのスーパーマーケット	38.4%	30.8%	38.8%	40.0%	35.8%	35.5%	46.0%	45.8%
自宅近く以外のスーパーマーケット	9.3%	13.3%	5.1%	8.0%	6.0%	8.2%	15.3%	9.7%
市内の大型ショッピングセンター	32.8%	50.8%	39.9%	42.7%	19.4%	26.8%	27.0%	18.1%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	66.3%	62.5%	61.8%	60.0%	73.1%	71.0%	67.2%	66.7%
コンビニエンスストア	4.9%	4.2%	5.1%	4.0%	7.5%	3.9%	6.6%	4.2%
小田原方面	3.6%	2.5%	4.5%	5.3%	6.0%	4.8%	1.5%	0.0%
平塚、茅ケ崎方面	2.8%	2.5%	2.2%	2.7%	3.0%	1.7%	5.1%	4.2%
二宮、大磯方面	0.9%	0.0%	2.8%	1.3%	0.0%	0.4%	0.7%	0.0%
伊勢原方面	2.7%	2.5%	1.7%	6.7%	0.0%	0.9%	4.4%	6.9%
厚木、海老名方面	3.2%	2.5%	3.4%	2.7%	3.0%	2.2%	5.8%	2.8%
横浜方面	0.5%	0.0%	1.1%	1.3%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	1.1%	0.8%	1.1%	1.3%	0.0%	1.7%	0.7%	1.4%
カタログで購入	0.8%	1.7%	0.6%	1.3%	0.0%	0.0%	1.5%	1.4%
生協・宅配で購入	5.7%	5.0%	5.6%	5.3%	6.0%	6.5%	4.4%	6.9%
インターネットで購入	8.4%	10.8%	9.0%	6.7%	4.5%	7.8%	5.8%	15.3%

地区別集計では、北地区及び西・上地区において日用雑貨品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 70%を超えた。大根地区及び鶴巻地区では、「自宅近くのスーパーマーケット」が 45%を超え、他の地区よりも比率が高くなった。また、鶴巻地区では「インターネットで購入」も多く、15.3%となった。

・衣料品（洋服・靴等）等
【全体集計】n=960



衣料品（洋服・靴等）等の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 52.9%で最も多く、次いで、「厚木、海老名方面」が 18.4%、「インターネットで購入」が 17.4%と続いた。生鮮食料品や日用雑貨品と比較して、市外で購入する比率が高くなった。

【年代別集計】

	全体 (n=879)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=83)	40歳代 (n=120)	50歳代 (n=129)	60歳代 (n=199)	70歳代 (n=283)
自宅近くの商店	5.3%	0.0%	9.3%	4.8%	2.5%	5.4%	4.0%	7.1%
駅周辺の商店街	3.2%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	3.9%	4.0%	4.6%
自宅近くのスーパーマーケット	6.5%	0.0%	0.0%	4.8%	5.0%	5.4%	5.5%	10.2%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.6%	0.0%	1.9%	2.4%	3.3%	3.9%	6.0%	5.7%
市内の大型ショッピングセンター	57.5%	54.5%	38.9%	48.2%	50.8%	58.9%	64.3%	61.1%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	8.4%	18.2%	3.7%	7.2%	5.8%	3.9%	11.1%	10.6%
コンビニエンスストア	0.2%	0.0%	0.0%	1.2%	0.0%	0.8%	0.0%	0.0%
小田原方面	16.3%	18.2%	16.7%	14.5%	18.3%	20.9%	20.6%	10.6%
平塚、茅ケ崎方面	13.4%	9.1%	16.7%	25.3%	24.2%	17.8%	8.5%	6.4%
二宮、大磯方面	0.9%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	1.6%	1.5%	0.4%
伊勢原方面	5.5%	0.0%	0.0%	6.0%	5.0%	8.5%	6.5%	4.6%
厚木、海老名方面	19.8%	0.0%	37.0%	31.3%	30.0%	22.5%	15.1%	11.7%
横浜方面	10.1%	9.1%	11.1%	14.5%	10.8%	11.6%	9.0%	8.5%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	18.2%	9.1%	31.5%	21.7%	16.7%	20.9%	18.1%	14.5%
カタログで購入	10.8%	0.0%	1.9%	2.4%	5.0%	12.4%	15.6%	13.8%
生協・宅配で購入	2.3%	0.0%	1.9%	0.0%	0.8%	1.6%	5.0%	2.1%
インターネットで購入	18.9%	54.5%	37.0%	37.3%	33.3%	24.8%	10.6%	5.7%

年代別集計では、60 歳代において衣料品（洋服・靴等）等の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 64.3%で最も多くなった。20 歳代及び 30 歳代においては「厚木、海老名方面」の比率も高く、20 歳代で 37.0%、30 歳代で 31.3%となった。

【男女別集計】

	全体(n=873)	男性(n=373)	女性(n=500)
自宅近くの商店	5.5%	6.4%	4.8%
駅周辺の商店街	3.2%	4.0%	2.6%
自宅近くのスーパーマーケット	6.4%	9.4%	4.2%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.6%	6.7%	3.0%
市内の大型ショッピングセンター	57.4%	61.4%	54.4%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	8.5%	13.7%	4.6%
コンビニエンスストア	0.2%	0.3%	0.2%
小田原方面	16.3%	13.7%	18.2%
平塚、茅ケ崎方面	13.5%	12.3%	14.4%
二宮、大磯方面	0.9%	1.3%	0.6%
伊勢原方面	5.5%	4.0%	6.6%
厚木、海老名方面	19.7%	12.9%	24.8%
横浜方面	10.2%	6.2%	13.2%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	18.2%	12.1%	22.8%
カタログで購入	10.8%	6.4%	14.0%
生協・宅配で購入	2.3%	0.8%	3.4%
インターネットで購入	18.9%	17.2%	20.2%

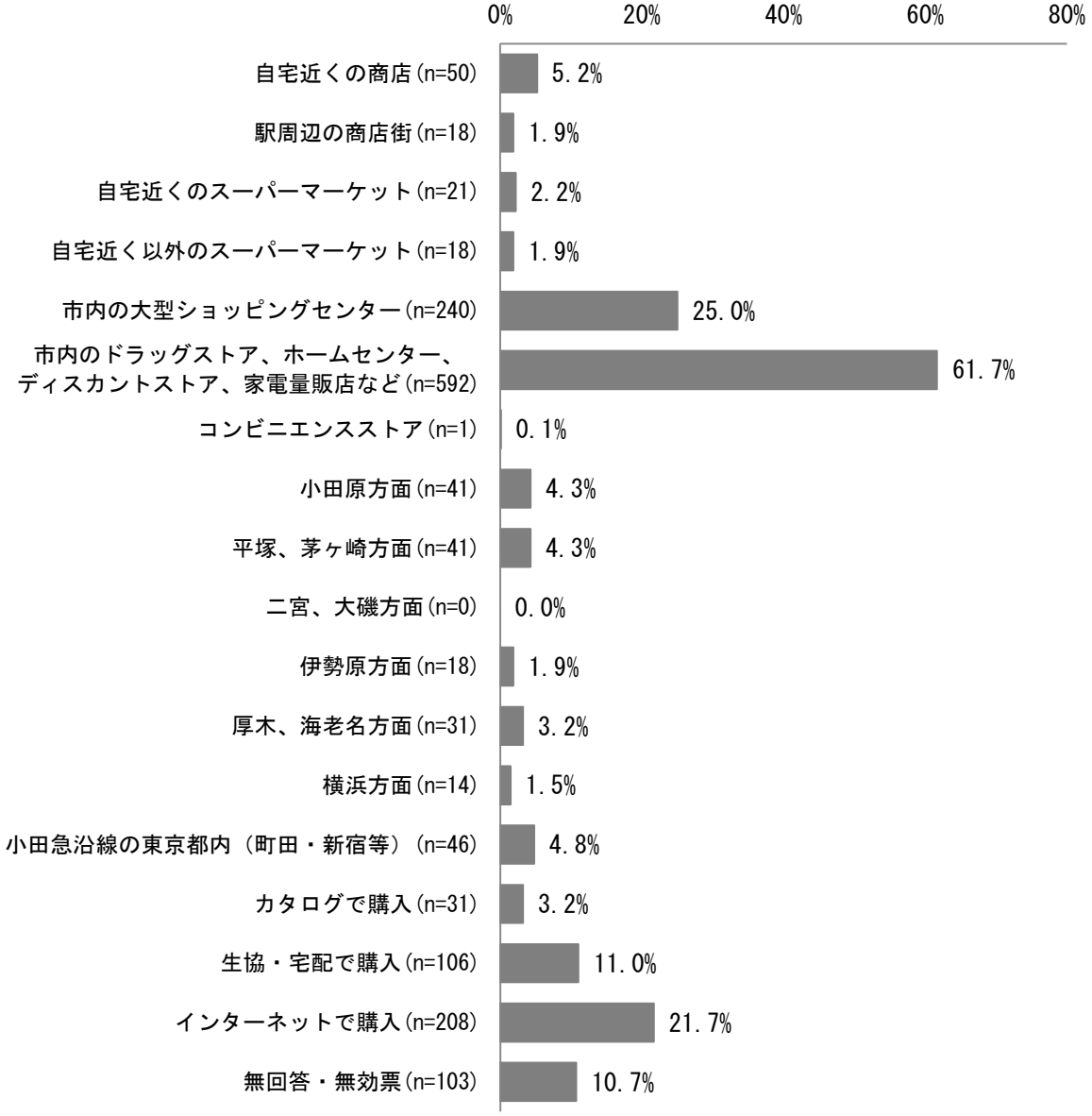
男女別集計では、男性において衣料品（洋服・靴等）等の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 61.4%で最も多くなった。女性においては秦野市外での比率も高く、「厚木、海老名方面」が 24.8%、「小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）」が 22.8%となった。

【地区別集計】

	全体(n=862)	本町地区(n=118)	南地区(n=178)	東地区(n=72)	北地区(n=65)	西・上地区(n=228)	大根地区(n=132)	鶴巻地区(n=69)
自宅近くの商店	5.6%	5.9%	9.0%	1.4%	3.1%	5.7%	4.5%	4.3%
駅周辺の商店街	3.2%	1.7%	2.2%	5.6%	3.1%	3.1%	4.5%	4.3%
自宅近くのスーパーマーケット	6.5%	7.6%	3.4%	5.6%	12.3%	8.3%	4.5%	5.8%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.6%	3.4%	2.8%	2.8%	6.2%	3.9%	7.6%	8.7%
市内の大型ショッピングセンター	57.9%	56.8%	57.3%	73.6%	61.5%	55.7%	59.1%	46.4%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	8.6%	7.6%	9.0%	5.6%	13.8%	8.8%	6.8%	10.1%
コンビニエンスストア	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%	0.4%	0.0%	0.0%
小田原方面	16.0%	10.2%	16.3%	13.9%	20.0%	25.0%	9.8%	5.8%
平塚、茅ケ崎方面	13.5%	13.6%	10.7%	15.3%	9.2%	11.4%	18.2%	20.3%
二宮、大磯方面	0.9%	0.0%	1.7%	1.4%	1.5%	1.3%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	5.3%	5.1%	4.5%	6.9%	0.0%	3.1%	8.3%	13.0%
厚木、海老名方面	19.7%	17.8%	12.4%	15.3%	13.8%	21.9%	25.0%	34.8%
横浜方面	10.2%	11.0%	9.0%	9.7%	12.3%	8.3%	14.4%	8.7%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	18.2%	25.4%	15.2%	9.7%	10.8%	18.9%	22.7%	18.8%
カタログで購入	10.8%	15.3%	7.9%	9.7%	9.2%	11.4%	12.9%	7.2%
生協・宅配で購入	2.2%	0.8%	1.7%	4.2%	3.1%	3.1%	1.5%	1.4%
インターネットで購入	18.8%	22.9%	23.0%	12.5%	15.4%	15.8%	18.9%	20.3%

地区別集計では、東地区において衣料品（洋服・靴等）の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 73.6%で最も多くなった。「小田原方面」が最も多くなったのは西・上地区の 25.0%、「厚木、海老名方面」が最も多くなったのは鶴巻地区の 34.8%となった。「小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）」が最も多くなったは本町地区の 25.4%で、本町地区では「インターネットで購入」の比率も 22.9%と高くなった。

・家具、電化製品等
【全体集計】n=960



家具、電化製品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 61.7%で最も多く、次いで、「市内の大型ショッピングセンター」が 25.0%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=850)	10歳代 (n=10)	20歳代 (n=49)	30歳代 (n=81)	40歳代 (n=118)	50歳代 (n=127)	60歳代 (n=195)	70歳代 (n=270)
自宅近くの商店	5.8%	0.0%	10.2%	2.5%	1.7%	3.9%	7.7%	7.4%
駅周辺の商店街	2.1%	0.0%	0.0%	3.7%	0.8%	0.8%	1.0%	4.1%
自宅近くのスーパーマーケット	2.5%	0.0%	0.0%	1.2%	3.4%	3.1%	2.1%	3.0%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.1%	0.0%	4.1%	2.5%	2.5%	0.8%	1.0%	3.0%
市内の大型ショッピングセンター	28.0%	50.0%	26.5%	17.3%	25.4%	26.0%	29.7%	31.5%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	69.1%	50.0%	51.0%	55.6%	66.1%	79.5%	73.8%	70.0%
コンビニエンスストア	0.1%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
小田原方面	4.8%	0.0%	8.2%	2.5%	7.6%	7.1%	4.6%	3.0%
平塚、茅ケ崎方面	4.8%	0.0%	6.1%	12.3%	5.9%	3.9%	3.6%	3.3%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	2.1%	0.0%	0.0%	2.5%	1.7%	1.6%	3.1%	2.2%
厚木、海老名方面	3.6%	10.0%	12.2%	6.2%	4.2%	3.1%	3.1%	1.5%
横浜方面	1.6%	0.0%	4.1%	2.5%	3.4%	0.8%	1.5%	0.7%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	5.4%	10.0%	16.3%	12.3%	7.6%	3.9%	4.1%	1.9%
カタログで購入	3.6%	0.0%	0.0%	2.5%	0.8%	4.7%	3.6%	5.6%
生協・宅配で購入	12.5%	30.0%	22.4%	19.8%	19.5%	16.5%	8.2%	5.9%
インターネットで購入	24.5%	40.0%	40.8%	39.5%	33.1%	35.4%	19.5%	11.1%

年代別集計では、50 歳代において家具、電化製品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 79.5%で最も多くなった。年齢層が下がるにつれて「インターネットで購入」の比率が高くなり、20 歳代では 40.8%となった。

【男女別集計】

	全体(n=845)	男性(n=364)	女性(n=481)
自宅近くの商店	5.8%	6.9%	5.0%
駅周辺の商店街	2.1%	2.2%	2.1%
自宅近くのスーパーマーケット	2.5%	3.6%	1.7%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.1%	3.0%	1.5%
市内の大型ショッピングセンター	28.2%	32.4%	24.9%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	68.9%	66.8%	70.5%
コンビニエンスストア	0.1%	0.3%	0.0%
小田原方面	4.9%	4.4%	5.2%
平塚、茅ケ崎方面	4.9%	4.4%	5.2%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	2.1%	2.2%	2.1%
厚木、海老名方面	3.6%	3.8%	3.3%
横浜方面	1.7%	0.8%	2.3%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	5.3%	6.9%	4.2%
カタログで購入	3.7%	2.5%	4.6%
生協・宅配で購入	12.4%	11.8%	12.9%
インターネットで購入	24.5%	24.7%	24.3%

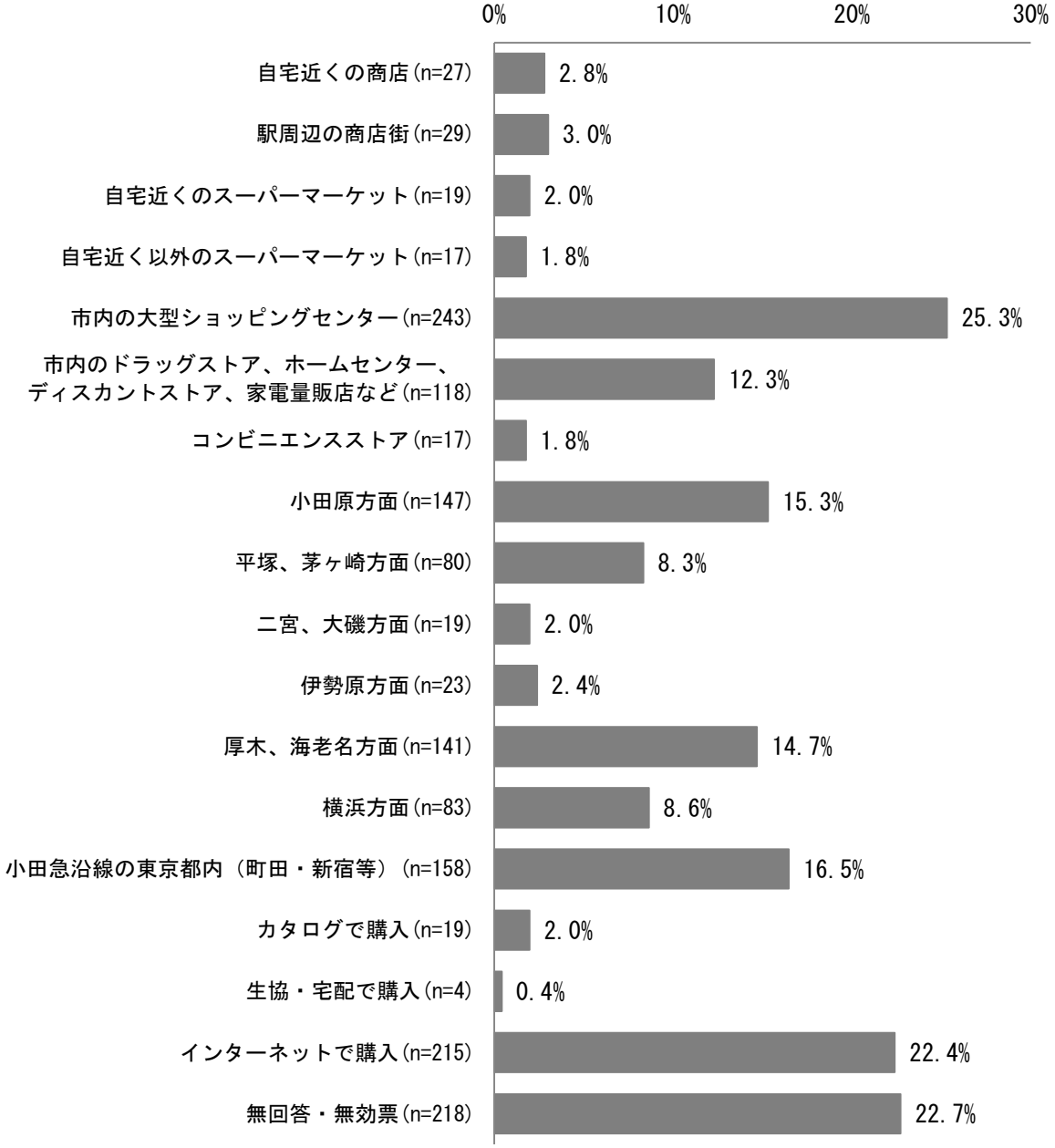
男女別集計では、女性において家具、電化製品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 70.5%で最も多くなった。

【地区別集計】

	全体(n=836)	本町地区(n=114)	南地区(n=168)	東地区(n=69)	北地区(n=64)	西・上地区(n=225)	大根地区(n=129)	鶴巻地区(n=67)
自宅近くの商店	5.9%	7.9%	8.9%	2.9%	3.1%	5.3%	4.7%	4.5%
駅周辺の商店街	2.2%	0.9%	0.6%	4.3%	1.6%	3.6%	3.1%	0.0%
自宅近くのスーパーマーケット	2.5%	5.3%	1.8%	5.8%	1.6%	1.3%	2.3%	1.5%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.0%	4.4%	0.0%	1.4%	4.7%	0.9%	3.1%	3.0%
市内の大型ショッピングセンター	28.1%	27.2%	29.2%	31.9%	31.3%	32.4%	21.7%	17.9%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	69.1%	69.3%	68.5%	62.3%	67.2%	74.2%	72.9%	55.2%
コンビニエンスストア	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%
小田原方面	4.9%	2.6%	7.1%	2.9%	6.3%	6.7%	3.9%	0.0%
平塚、茅ケ崎方面	4.8%	4.4%	2.4%	4.3%	1.6%	1.8%	10.1%	14.9%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	2.2%	0.9%	0.6%	0.0%	0.0%	0.9%	2.3%	16.4%
厚木、海老名方面	3.6%	3.5%	2.4%	5.8%	0.0%	3.1%	6.2%	4.5%
横浜方面	1.7%	1.8%	1.8%	0.0%	1.6%	2.2%	2.3%	0.0%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	5.4%	8.8%	7.1%	2.9%	1.6%	3.6%	7.0%	4.5%
カタログで購入	3.5%	3.5%	2.4%	4.3%	3.1%	1.3%	7.8%	4.5%
生協・宅配で購入	12.6%	8.8%	16.7%	10.1%	18.8%	12.0%	10.1%	11.9%
インターネットで購入	23.9%	22.8%	27.4%	21.7%	25.0%	22.2%	22.5%	26.9%

地区別集計では、西・上地区において家具、電化製品等の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 74.2%で最も多くなった。また、大根地区でも 72.9%と多くなった。一方、鶴巻地区では 55.2%にとどまり、他の地区では３%未満の「伊勢原方面」が 16.4%と比率が高くなった。

・趣味、娯楽
【全体集計】n=960



趣味、娯楽の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 25.3%で最も多く、次いで、「インターネットで購入」が 22.4%となり、他の項目と比較して、インターネットで購入する比率が高くなった。

【年代別集計】

	全体 (n=739)	10歳代 (n=10)	20歳代 (n=53)	30歳代 (n=80)	40歳代 (n=114)	50歳代 (n=114)	60歳代 (n=165)	70歳代 (n=203)
自宅近くの商店	3.7%	10.0%	5.7%	2.5%	2.6%	4.4%	2.4%	4.4%
駅周辺の商店街	3.8%	10.0%	0.0%	0.0%	0.9%	4.4%	4.8%	6.4%
自宅近くのスーパーマーケット	2.6%	0.0%	0.0%	2.5%	2.6%	0.9%	3.6%	3.4%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.3%	0.0%	0.0%	1.3%	2.6%	0.9%	1.8%	4.4%
市内の大型ショッピングセンター	32.7%	40.0%	20.8%	31.3%	31.6%	34.2%	37.6%	32.0%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	16.0%	10.0%	7.5%	16.3%	14.9%	16.7%	13.9%	20.2%
コンビニエンスストア	2.3%	0.0%	0.0%	1.3%	2.6%	2.6%	1.8%	3.4%
小田原方面	19.8%	10.0%	15.1%	13.8%	16.7%	27.2%	20.6%	20.7%
平塚、茅ケ崎方面	10.8%	10.0%	15.1%	13.8%	14.0%	12.3%	7.9%	8.4%
二宮、大磯方面	2.6%	0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	4.4%	3.0%	3.4%
伊勢原方面	3.1%	0.0%	1.9%	1.3%	1.8%	2.6%	1.8%	6.4%
厚木、海老名方面	18.9%	40.0%	20.8%	22.5%	22.8%	21.1%	15.8%	15.3%
横浜方面	11.2%	10.0%	13.2%	18.8%	13.2%	13.2%	7.9%	8.4%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	21.4%	30.0%	43.4%	18.8%	18.4%	19.3%	21.2%	19.2%
カタログで購入	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	3.5%	1.8%	4.4%
生協・宅配で購入	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	0.9%	0.6%	0.5%
インターネットで購入	28.8%	70.0%	47.2%	48.8%	43.9%	30.7%	23.0%	9.4%

年代別集計では、60 歳代において趣味、娯楽の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 37.6%で最も多くなった。年齢層が下がるにつれて「インターネットで購入」の比率が高くなり、30 歳代で 48.8%となった。

【男女別集計】

	全体(n=734)	男性(n=332)	女性(n=402)
自宅近くの商店	3.7%	6.0%	1.7%
駅周辺の商店街	3.7%	5.1%	2.5%
自宅近くのスーパーマーケット	2.6%	2.4%	2.7%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.3%	3.0%	1.7%
市内の大型ショッピングセンター	32.8%	30.7%	34.6%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	16.1%	20.8%	12.2%
コンビニエンスストア	2.3%	2.7%	2.0%
小田原方面	19.8%	18.1%	21.1%
平塚、茅ケ崎方面	10.9%	13.3%	9.0%
二宮、大磯方面	2.6%	3.9%	1.5%
伊勢原方面	3.1%	3.3%	3.0%
厚木、海老名方面	18.9%	15.4%	21.9%
横浜方面	11.3%	9.3%	12.9%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	21.4%	16.3%	25.6%
カタログで購入	2.6%	2.7%	2.5%
生協・宅配で購入	0.5%	0.0%	1.0%
インターネットで購入	28.6%	29.8%	27.6%

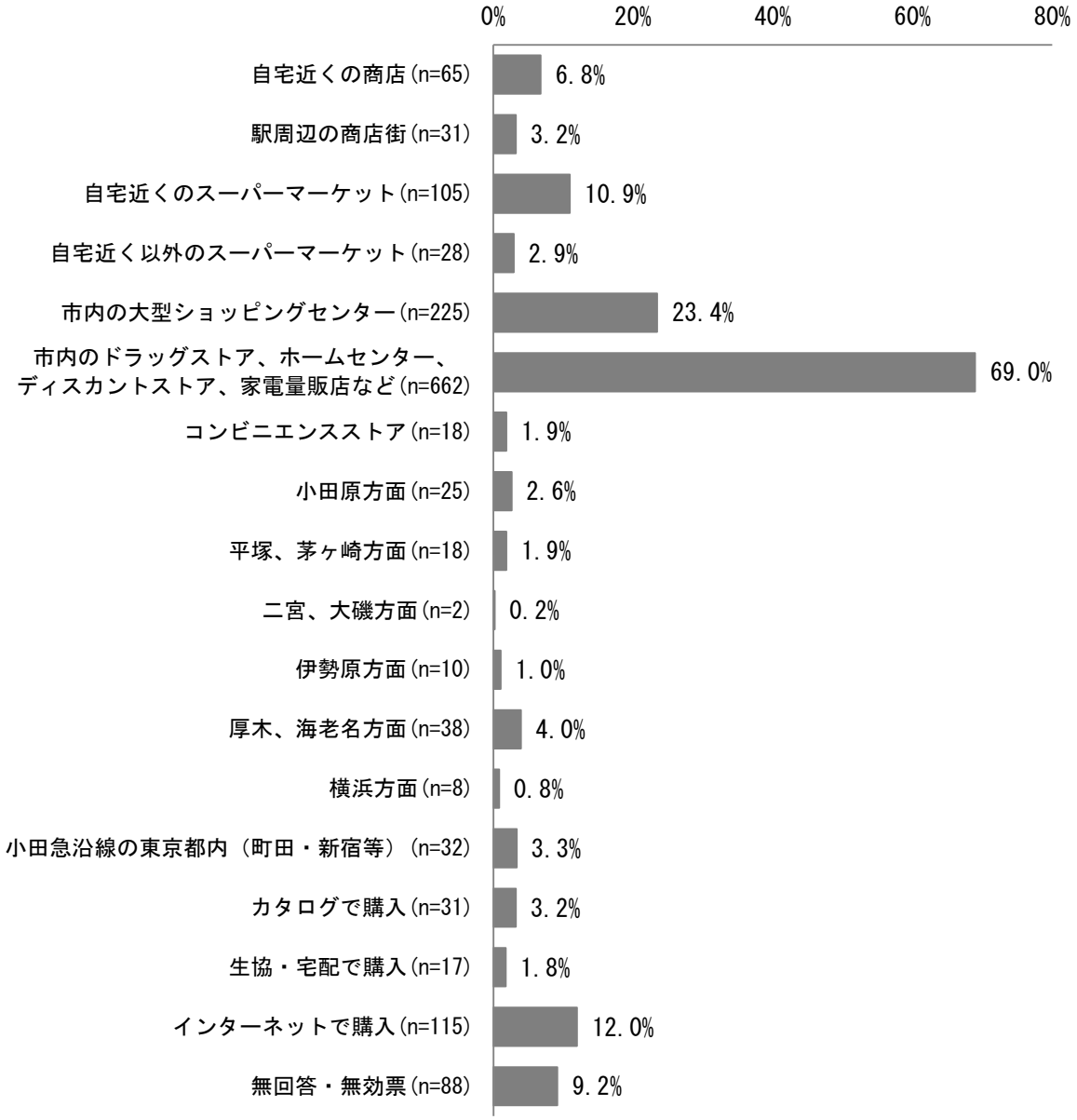
男女別集計では、女性において趣味、娯楽の購入場所は「市内の大型ショッピングセンター」が34.6%で最も多くなった。また、女性においては秦野市外での比率も高く、「小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）」が25.6%、「厚木、海老名方面」が21.9%となった。

【地区別集計】

	全体(n=723)	本町地区(n=104)	南地区(n=151)	東地区(n=55)	北地区(n=51)	西・上地区(n=194)	大根地区(n=111)	鶴巻地区(n=57)
自宅近くの商店	3.7%	2.9%	3.3%	1.8%	3.9%	3.6%	5.4%	5.3%
駅周辺の商店街	3.9%	3.8%	2.6%	3.6%	5.9%	4.6%	3.6%	3.5%
自宅近くのスーパーマーケット	2.6%	3.8%	1.3%	1.8%	5.9%	2.6%	2.7%	1.8%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.4%	3.8%	0.0%	0.0%	2.0%	2.1%	4.5%	5.3%
市内の大型ショッピングセンター	33.1%	33.7%	35.1%	40.0%	41.2%	27.3%	37.8%	22.8%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	16.3%	14.4%	17.9%	16.4%	17.6%	17.5%	16.2%	10.5%
コンビニエンスストア	2.2%	1.9%	0.7%	3.6%	3.9%	4.6%	0.0%	0.0%
小田原方面	19.1%	17.3%	20.5%	21.8%	23.5%	24.7%	8.1%	14.0%
平塚、茅ケ崎方面	10.9%	8.7%	11.3%	14.5%	7.8%	8.2%	16.2%	12.3%
二宮、大磯方面	2.5%	1.9%	1.3%	3.6%	2.0%	3.1%	3.6%	1.8%
伊勢原方面	3.2%	4.8%	1.3%	1.8%	0.0%	1.5%	7.2%	7.0%
厚木、海老名方面	18.9%	22.1%	13.9%	16.4%	9.8%	16.0%	30.6%	24.6%
横浜方面	11.2%	9.6%	13.2%	5.5%	7.8%	12.4%	17.1%	1.8%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	21.4%	24.0%	16.6%	14.5%	13.7%	23.2%	28.8%	22.8%
カタログで購入	2.6%	3.8%	3.3%	0.0%	2.0%	2.6%	2.7%	1.8%
生協・宅配で購入	0.4%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%
インターネットで購入	28.9%	26.9%	32.5%	29.1%	23.5%	28.4%	28.8%	29.8%

地区別集計では、北地区において趣味、娯楽の購入場所は「市内の大型ショッピングセンター」が41.2%で最も多くなった。南地区では「インターネットで購入」が32.5%と多くなった。大根地区では「厚木、海老名方面」の比率が他の地区と比較して高く、30.6%となった。

・医薬品、化粧品
【全体集計】n=960



医薬品、化粧品の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 69.0%で最も多く、次いで、「市内の大型ショッピングセンター」が 23.4%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=866)	10歳代 (n=9)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=82)	40歳代 (n=120)	50歳代 (n=129)	60歳代 (n=196)	70歳代 (n=276)
自宅近くの商店	7.4%	0.0%	11.1%	3.7%	5.0%	4.7%	5.6%	11.6%
駅周辺の商店街	3.5%	0.0%	0.0%	1.2%	0.8%	5.4%	3.6%	5.1%
自宅近くのスーパーマーケット	12.1%	0.0%	7.4%	17.1%	12.5%	11.6%	9.2%	14.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	3.2%	0.0%	5.6%	2.4%	1.7%	2.3%	3.6%	4.0%
市内の大型ショッピングセンター	25.9%	55.6%	24.1%	15.9%	27.5%	30.2%	26.0%	25.4%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	76.0%	55.6%	59.3%	84.1%	82.5%	81.4%	82.7%	67.4%
コンビニエンスストア	2.1%	0.0%	7.4%	0.0%	3.3%	0.8%	1.0%	2.5%
小田原方面	2.9%	11.1%	3.7%	1.2%	1.7%	6.2%	3.6%	1.4%
平塚、茅ケ崎方面	2.1%	11.1%	3.7%	0.0%	1.7%	3.9%	2.0%	1.4%
二宮、大磯方面	0.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.5%	0.4%
伊勢原方面	1.2%	11.1%	0.0%	1.2%	0.0%	3.1%	1.5%	0.4%
厚木、海老名方面	4.4%	0.0%	20.4%	6.1%	2.5%	2.3%	1.5%	4.7%
横浜方面	0.9%	0.0%	3.7%	2.4%	0.8%	0.8%	0.5%	0.4%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	3.7%	0.0%	13.0%	6.1%	2.5%	3.9%	3.1%	2.2%
カタログで購入	3.6%	0.0%	0.0%	1.2%	2.5%	2.3%	5.1%	5.1%
生協・宅配で購入	2.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	3.1%	2.6%	2.5%
インターネットで購入	13.3%	33.3%	14.8%	25.6%	20.8%	20.2%	10.2%	4.3%

年代別集計では、30 歳代において医薬品、化粧品の購入場所は、「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 84.1%と最も多くなった。

【男女別集計】

	全体(n=861)	男性(n=369)	女性(n=492)
自宅近くの商店	7.3%	7.3%	7.3%
駅周辺の商店街	3.5%	3.8%	3.3%
自宅近くのスーパーマーケット	12.2%	14.9%	10.2%
自宅近く以外のスーパーマーケット	3.3%	3.5%	3.0%
市内の大型ショッピングセンター	26.1%	23.3%	28.3%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	76.1%	77.0%	75.4%
コンビニエンスストア	2.0%	3.5%	0.8%
小田原方面	2.8%	2.2%	3.3%
平塚、茅ケ崎方面	2.1%	1.1%	2.8%
二宮、大磯方面	0.2%	0.5%	0.0%
伊勢原方面	1.2%	1.6%	0.8%
厚木、海老名方面	4.3%	2.7%	5.5%
横浜方面	0.9%	0.8%	1.0%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	3.7%	2.7%	4.5%
カタログで購入	3.6%	2.7%	4.3%
生協・宅配で購入	2.0%	0.0%	3.5%
インターネットで購入	13.1%	10.3%	15.2%

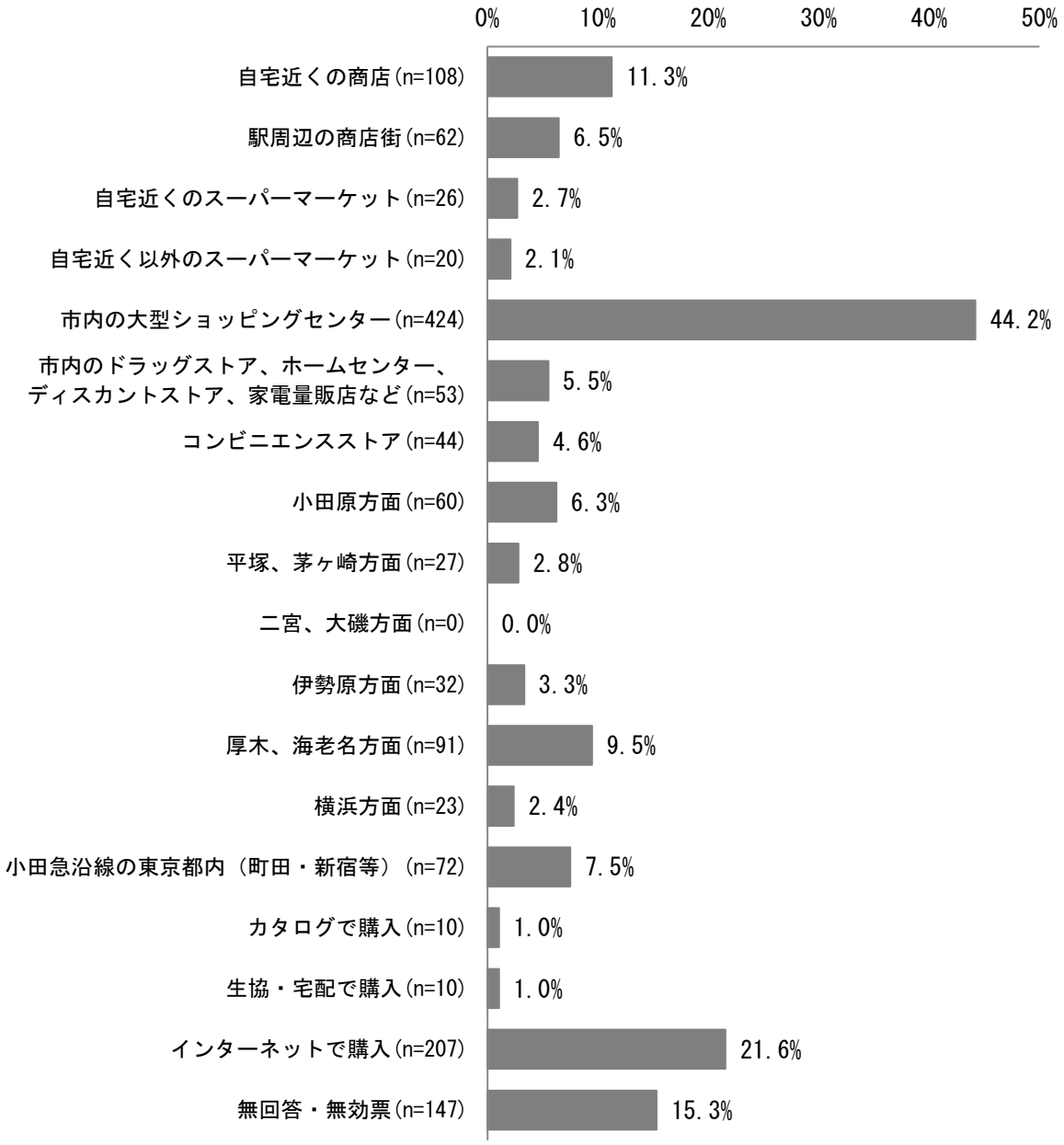
男女別集計では、男女ともに同様の傾向で「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が 75%を超えて最も多くなった。

【地区別集計】

	全体(n=849)	本町地区(n=118)	南地区(n=172)	東地区(n=70)	北地区(n=65)	西・上地区(n=227)	大根地区(n=128)	鶴巻地区(n=69)
自宅近くの商店	7.4%	6.8%	5.8%	8.6%	12.3%	7.9%	4.7%	10.1%
駅周辺の商店街	3.4%	2.5%	2.9%	1.4%	0.0%	6.2%	3.1%	2.9%
自宅近くのスーパーマーケット	12.4%	19.5%	7.0%	20.0%	15.4%	9.7%	12.5%	11.6%
自宅近く以外のスーパーマーケット	3.1%	0.8%	1.7%	4.3%	3.1%	4.4%	3.9%	2.9%
市内の大型ショッピングセンター	26.4%	40.7%	26.7%	32.9%	18.5%	21.6%	27.3%	15.9%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	76.2%	72.9%	78.5%	71.4%	64.6%	78.9%	77.3%	81.2%
コンビニエンスストア	2.1%	1.7%	0.6%	0.0%	7.7%	1.8%	3.1%	2.9%
小田原方面	2.7%	2.5%	4.1%	0.0%	4.6%	3.5%	0.8%	1.4%
平塚、茅ケ崎方面	2.0%	0.8%	1.7%	0.0%	3.1%	0.0%	5.5%	5.8%
二宮、大磯方面	0.2%	0.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.0%
伊勢原方面	1.2%	0.8%	1.2%	1.4%	0.0%	0.9%	1.6%	2.9%
厚木、海老名方面	4.4%	2.5%	3.5%	1.4%	6.2%	3.5%	10.2%	2.9%
横浜方面	0.8%	1.7%	2.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	3.7%	4.2%	3.5%	1.4%	0.0%	4.0%	4.7%	5.8%
カタログで購入	3.4%	3.4%	1.7%	2.9%	7.7%	3.1%	3.9%	4.3%
生協・宅配で購入	2.0%	4.2%	2.3%	2.9%	0.0%	1.3%	1.6%	1.4%
インターネットで購入	13.2%	11.0%	13.4%	10.0%	12.3%	13.7%	14.1%	17.4%

地区別集計では、いずれの地区においても「市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカウントストア、家電量販店など」が最も多く、特に鶴巻地区においては81.2%となった。本町地区においては、「市内の大型ショッピングセンター」が40.7%と他の地区と比較して比率が高くなった。

・書籍関係
【全体集計】n=960



書籍関係の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 44.2%で最も多く、次いで、「インターネットで購入」が 21.6%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=806)	10歳代 (n=10)	20歳代 (n=51)	30歳代 (n=79)	40歳代 (n=117)	50歳代 (n=124)	60歳代 (n=188)	70歳代 (n=237)
自宅近くの商店	13.2%	10.0%	9.8%	15.2%	10.3%	12.9%	10.1%	17.3%
駅周辺の商店街	7.6%	0.0%	3.9%	1.3%	1.7%	4.8%	8.0%	14.8%
自宅近くのスーパーマーケット	3.2%	10.0%	0.0%	3.8%	4.3%	1.6%	2.1%	4.6%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.5%	0.0%	2.0%	1.3%	2.6%	0.8%	2.1%	4.2%
市内の大型ショッピングセンター	52.4%	70.0%	37.3%	48.1%	51.3%	54.8%	58.0%	51.1%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	6.5%	0.0%	9.8%	7.6%	10.3%	4.8%	5.3%	5.5%
コンビニエンスストア	5.5%	0.0%	3.9%	6.3%	8.5%	4.8%	5.3%	4.6%
小田原方面	7.4%	10.0%	11.8%	3.8%	6.0%	11.3%	9.0%	5.1%
平塚、茅ケ崎方面	3.3%	0.0%	9.8%	1.3%	3.4%	5.6%	2.7%	2.1%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	4.0%	0.0%	0.0%	3.8%	3.4%	4.8%	3.7%	5.1%
厚木、海老名方面	11.3%	10.0%	21.6%	11.4%	12.0%	12.1%	9.0%	10.1%
横浜方面	2.9%	0.0%	0.0%	5.1%	3.4%	4.0%	1.1%	3.4%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	8.9%	10.0%	21.6%	7.6%	6.0%	10.5%	10.1%	6.3%
カタログで購入	1.2%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	3.2%	2.1%	0.4%
生協・宅配で購入	1.2%	0.0%	2.0%	1.3%	0.9%	3.2%	0.5%	0.8%
インターネットで購入	25.4%	30.0%	33.3%	55.7%	37.6%	33.1%	17.6%	9.7%

年代別集計では、30 歳代以外の年代では、いずれも「市内の大型ショッピングセンター」が最も多くなった。

30 歳代においては「インターネットで購入」が 55.7%で、「市内の大型ショッピングセンター」を上回った。

【男女別集計】

	全体(n=803)	男性(n=347)	女性(n=456)
自宅近くの商店	13.0%	16.7%	10.1%
駅周辺の商店街	7.6%	9.8%	5.9%
自宅近くのスーパーマーケット	3.2%	4.0%	2.6%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.5%	3.5%	1.8%
市内の大型ショッピングセンター	52.3%	45.5%	57.5%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	6.6%	8.1%	5.5%
コンビニエンスストア	5.5%	7.8%	3.7%
小田原方面	7.3%	7.8%	7.0%
平塚、茅ケ崎方面	3.4%	2.9%	3.7%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	4.0%	2.9%	4.8%
厚木、海老名方面	11.1%	9.2%	12.5%
横浜方面	2.9%	2.3%	3.3%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	8.8%	8.4%	9.2%
カタログで購入	1.2%	0.6%	1.8%
生協・宅配で購入	1.2%	0.3%	2.0%
インターネットで購入	25.4%	25.6%	25.2%

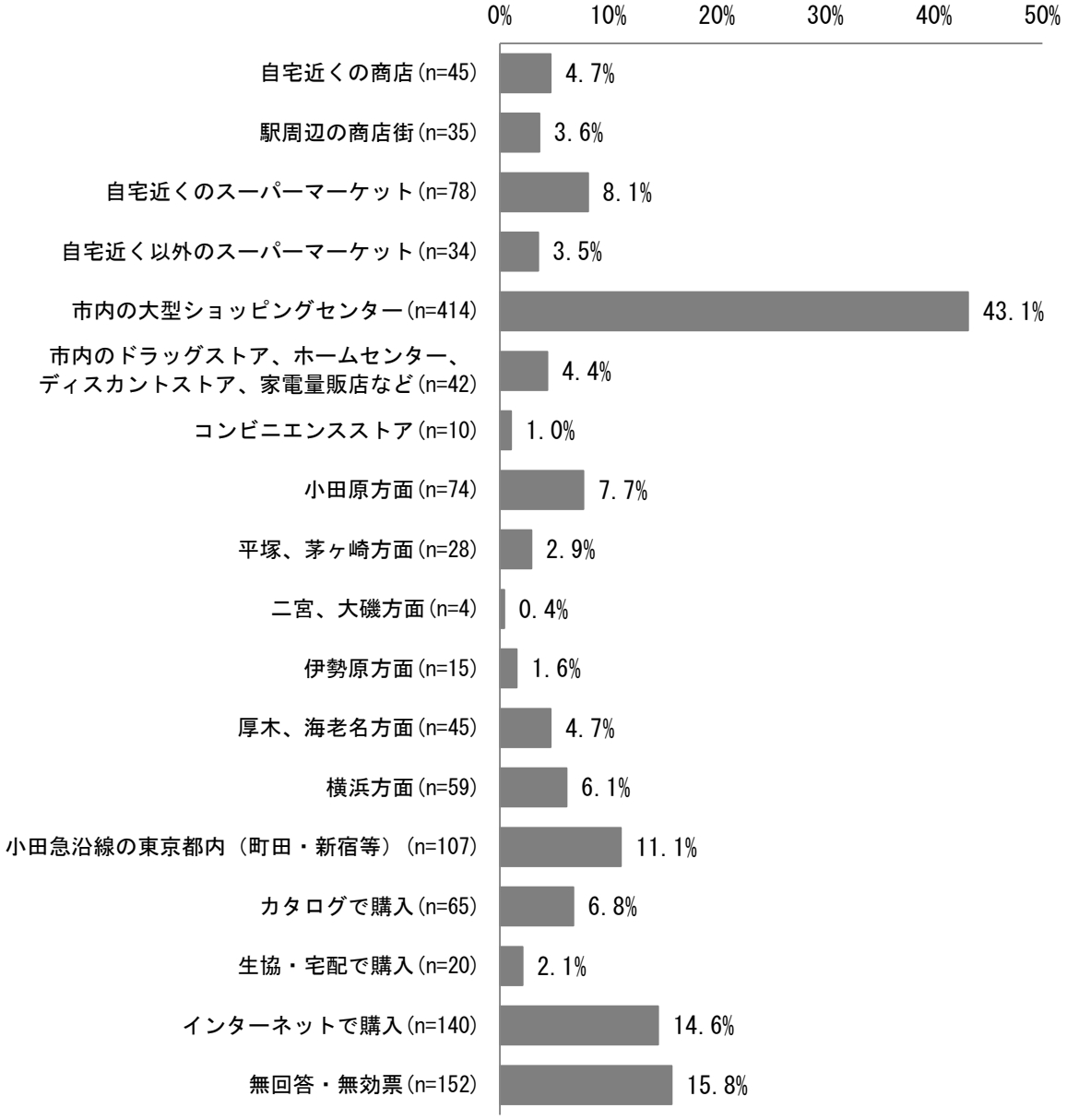
男女別集計では、女性において「市内の大型ショッピングセンター」が 57.5%で、男性の 45.5%を10%以上上回った。

【地区別集計】

	全体(n=792)	本町地区(n=111)	南地区(n=164)	東地区(n=66)	北地区(n=57)	西・上地区(n=213)	大根地区(n=117)	鶴巻地区(n=64)
自宅近くの商店	13.3%	9.9%	12.2%	12.1%	7.0%	14.1%	21.4%	10.9%
駅周辺の商店街	7.6%	5.4%	8.5%	3.0%	10.5%	7.0%	10.3%	7.8%
自宅近くのスーパーマーケット	3.3%	9.0%	0.6%	7.6%	1.8%	1.4%	3.4%	3.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	2.5%	2.7%	0.6%	1.5%	1.8%	3.8%	3.4%	3.1%
市内の大型ショッピングセンター	52.7%	55.9%	57.9%	60.6%	63.2%	50.7%	40.2%	45.3%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	6.7%	1.8%	6.7%	10.6%	7.0%	8.5%	5.1%	7.8%
コンビニエンスストア	5.4%	8.1%	3.7%	3.0%	8.8%	6.1%	5.1%	3.1%
小田原方面	7.3%	6.3%	6.1%	7.6%	8.8%	13.1%	0.9%	3.1%
平塚、茅ケ崎方面	3.2%	4.5%	2.4%	3.0%	3.5%	1.9%	4.3%	4.7%
二宮、大磯方面	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	4.0%	1.8%	3.7%	0.0%	1.8%	2.8%	9.4%	9.4%
厚木、海老名方面	11.4%	10.8%	8.5%	6.1%	5.3%	9.9%	18.8%	21.9%
横浜方面	2.9%	1.8%	4.9%	1.5%	1.8%	2.8%	4.3%	0.0%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	9.0%	9.9%	8.5%	3.0%	10.5%	7.5%	10.3%	15.6%
カタログで購入	1.3%	1.8%	1.8%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	3.1%
生協・宅配で購入	1.3%	0.9%	1.8%	1.5%	1.8%	1.4%	0.9%	0.0%
インターネットで購入	25.3%	26.1%	28.0%	18.2%	21.1%	27.2%	23.1%	25.0%

地区別集計では、北地区において書籍関係の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が63.2%と最も多くなった。一方、大根地区では 40.2%にとどまったが、「インターネットで購入」が23.1%、「自宅近くの商店」が 21.4%、「厚木、海老名方面」が 18.8%と比率が高くなった。

・贈答品（中元・歳暮等）
【全体集計】n=960



贈答品（中元・歳暮等）の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 43.1%で最も多く、次いで、「インターネットで購入」が 14.6%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=804)	10歳代 (n=7)	20歳代 (n=46)	30歳代 (n=73)	40歳代 (n=106)	50歳代 (n=123)	60歳代 (n=192)	70歳代 (n=257)
自宅近くの商店	5.6%	0.0%	6.5%	2.7%	1.9%	5.7%	3.6%	9.3%
駅周辺の商店街	4.4%	0.0%	0.0%	1.4%	0.9%	2.4%	3.6%	8.9%
自宅近くのスーパーマーケット	9.6%	0.0%	8.7%	4.1%	7.5%	6.5%	12.0%	12.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.2%	0.0%	0.0%	1.4%	1.9%	3.3%	6.8%	5.4%
市内の大型ショッピングセンター	51.5%	57.1%	26.1%	47.9%	45.3%	61.0%	56.3%	51.4%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	5.2%	0.0%	6.5%	9.6%	6.6%	2.4%	4.2%	5.4%
コンビニエンスストア	1.1%	0.0%	6.5%	1.4%	1.9%	1.6%	0.5%	0.0%
小田原方面	9.2%	14.3%	13.0%	4.1%	9.4%	11.4%	7.8%	9.7%
平塚、茅ケ崎方面	3.5%	0.0%	10.9%	4.1%	3.8%	7.3%	1.0%	1.9%
二宮、大磯方面	0.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.8%
伊勢原方面	1.7%	0.0%	0.0%	1.4%	0.0%	1.6%	2.6%	2.3%
厚木、海老名方面	5.6%	0.0%	15.2%	11.0%	7.5%	3.3%	4.2%	3.9%
横浜方面	7.3%	0.0%	6.5%	8.2%	11.3%	8.1%	5.7%	6.6%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	13.3%	14.3%	17.4%	16.4%	14.2%	12.2%	12.0%	12.8%
カタログで購入	8.1%	42.9%	2.2%	4.1%	9.4%	10.6%	10.4%	5.8%
生協・宅配で購入	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.9%	4.9%	3.6%	1.9%
インターネットで購入	17.4%	0.0%	19.6%	35.6%	35.8%	20.3%	15.1%	5.1%

年代別集計では、50 歳代において贈答品（中元・歳暮等）の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 61.0%で最も多くなった。30 歳代及び 40 歳代においては、「インターネットで購入」の比率も他の年代より高く、それぞれ 35%を超えた。

【男女別集計】

	全体(n=798)	男性(n=341)	女性(n=457)
自宅近くの商店	5.6%	6.7%	4.8%
駅周辺の商店街	4.4%	5.0%	3.9%
自宅近くのスーパーマーケット	9.4%	11.1%	8.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.3%	5.6%	3.3%
市内の大型ショッピングセンター	51.5%	52.2%	51.0%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	5.3%	7.3%	3.7%
コンビニエンスストア	1.1%	1.2%	1.1%
小田原方面	9.3%	8.8%	9.6%
平塚、茅ケ崎方面	3.5%	4.1%	3.1%
二宮、大磯方面	0.5%	0.3%	0.7%
伊勢原方面	1.8%	0.9%	2.4%
厚木、海老名方面	5.6%	4.4%	6.6%
横浜方面	7.4%	4.7%	9.4%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	13.2%	10.6%	15.1%
カタログで購入	8.1%	5.9%	9.8%
生協・宅配で購入	2.4%	2.6%	2.2%
インターネットで購入	17.5%	17.9%	17.3%

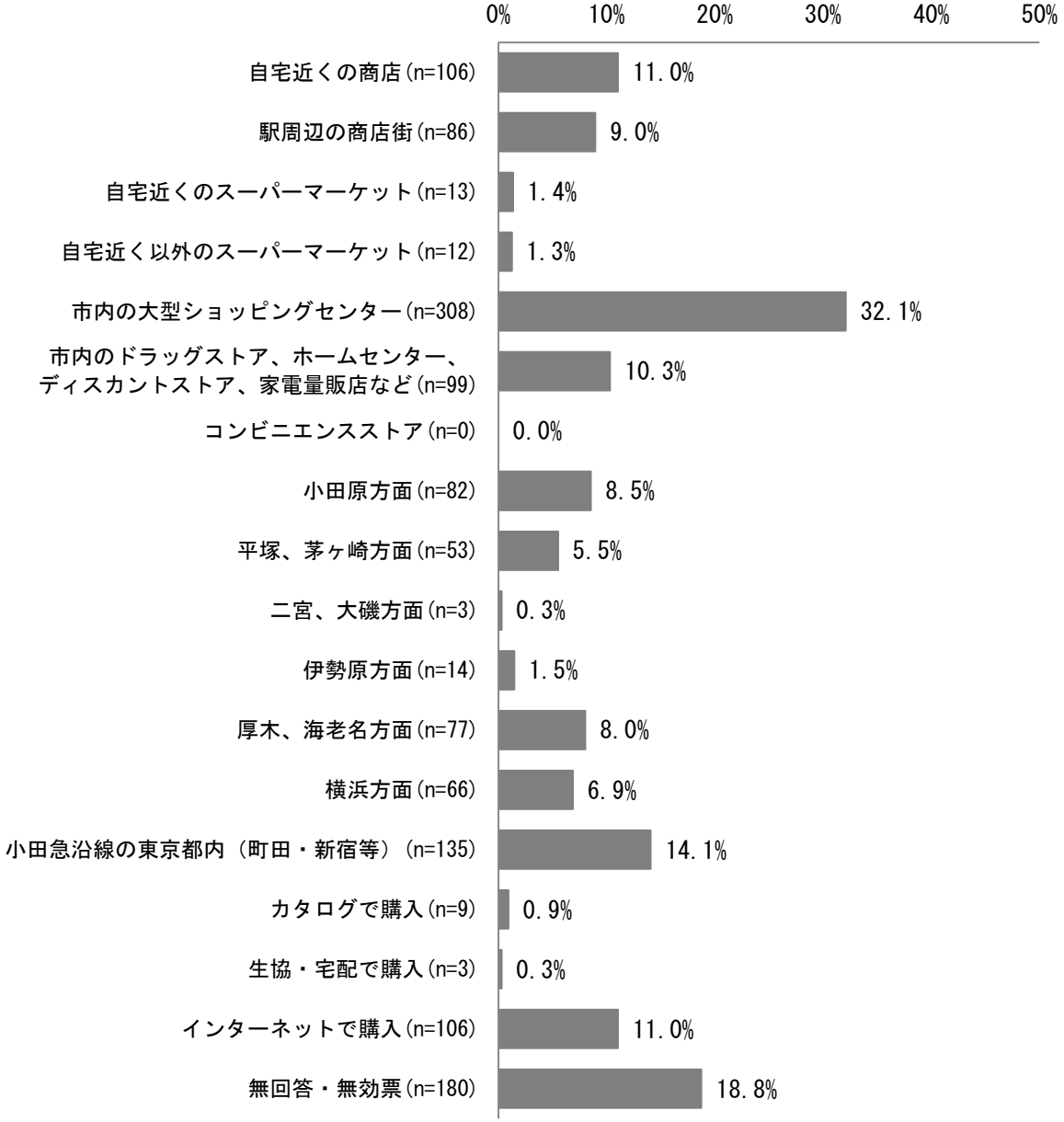
男女別集計では、男女ともに同様の傾向で、贈答品（中元・歳暮等）の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が最も多くなった。

【地区別集計】

	全体(n=785)	本町地区(n=107)	南地区(n=159)	東地区(n=66)	北地区(n=62)	西・上地区(n=209)	大根地区(n=124)	鶴巻地区(n=58)
自宅近くの商店	5.6%	6.5%	5.7%	4.5%	4.8%	7.2%	3.2%	5.2%
駅周辺の商店街	4.5%	2.8%	2.5%	4.5%	3.2%	4.8%	6.5%	8.6%
自宅近くのスーパーマーケット	9.6%	4.7%	6.9%	7.6%	6.5%	12.0%	13.7%	13.8%
自宅近く以外のスーパーマーケット	4.1%	2.8%	0.0%	1.5%	3.2%	7.7%	4.8%	6.9%
市内の大型ショッピングセンター	51.8%	54.2%	54.1%	68.2%	59.7%	49.8%	44.4%	37.9%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	5.1%	1.9%	5.0%	9.1%	11.3%	4.8%	3.2%	5.2%
コンビニエンスストア	1.1%	0.0%	1.9%	0.0%	3.2%	1.0%	0.8%	1.7%
小田原方面	9.2%	8.4%	5.0%	9.1%	17.7%	15.3%	4.0%	1.7%
平塚、茅ケ崎方面	3.6%	3.7%	3.1%	3.0%	4.8%	2.4%	4.0%	6.9%
二宮、大磯方面	0.5%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.5%	0.8%	0.0%
伊勢原方面	1.8%	1.9%	0.6%	1.5%	1.6%	0.5%	3.2%	6.9%
厚木、海老名方面	5.6%	1.9%	6.3%	3.0%	4.8%	6.2%	7.3%	8.6%
横浜方面	7.4%	5.6%	8.8%	6.1%	1.6%	4.8%	16.1%	5.2%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	13.4%	12.1%	10.7%	7.6%	4.8%	13.4%	23.4%	17.2%
カタログで購入	8.3%	12.1%	10.7%	6.1%	3.2%	9.6%	4.0%	6.9%
生協・宅配で購入	2.3%	0.9%	3.1%	3.0%	3.2%	2.4%	0.0%	5.2%
インターネットで購入	17.3%	21.5%	18.9%	12.1%	9.7%	16.3%	16.9%	24.1%

地区別集計では、東地区において贈答品（中元・歳暮等）の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 68.2%と最も多くなった。一方、鶴巻地区では 37.9%にとどまり、「インターネットで購入」が 24.1%と多くなった。

・時計、メガネ、貴金属
【全体集計】n=960



時計、メガネ、貴金属の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 32.1%で最も多く、次いで、「小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）」が 14.1%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=774)	10歳代 (n=9)	20歳代 (n=47)	30歳代 (n=77)	40歳代 (n=112)	50歳代 (n=114)	60歳代 (n=175)	70歳代 (n=240)
自宅近くの商店	13.4%	0.0%	12.8%	5.2%	6.3%	13.2%	12.6%	20.8%
駅周辺の商店街	11.1%	0.0%	0.0%	3.9%	4.5%	7.0%	11.4%	20.8%
自宅近くのスーパーマーケット	1.7%	0.0%	0.0%	3.9%	1.8%	0.0%	1.7%	2.1%
自宅近く以外のスーパーマーケット	1.6%	11.1%	0.0%	0.0%	0.9%	0.9%	2.3%	2.1%
市内の大型ショッピングセンター	39.4%	33.3%	27.7%	29.9%	25.9%	49.1%	49.7%	39.2%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	12.7%	11.1%	19.1%	9.1%	11.6%	7.9%	16.6%	12.5%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
小田原方面	10.6%	0.0%	8.5%	10.4%	14.3%	14.9%	13.1%	5.8%
平塚、茅ケ崎方面	6.8%	11.1%	14.9%	11.7%	10.7%	9.6%	2.9%	3.3%
二宮、大磯方面	0.4%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%
伊勢原方面	1.8%	0.0%	0.0%	3.9%	0.9%	3.5%	1.7%	1.3%
厚木、海老名方面	9.8%	11.1%	19.1%	20.8%	17.0%	10.5%	5.1%	4.2%
横浜方面	8.5%	0.0%	8.5%	18.2%	16.1%	7.0%	4.6%	5.8%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	17.4%	11.1%	21.3%	19.5%	25.9%	15.8%	18.3%	12.5%
カタログで購入	1.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	1.1%	2.1%
生協・宅配で購入	0.4%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.9%	0.6%	0.0%
インターネットで購入	13.6%	33.3%	23.4%	27.3%	22.3%	16.7%	9.1%	4.2%

年代別集計では、50 歳代及び 60 歳代において、時計、メガネ、貴金属の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」がそれぞれ 49.1%と 49.7%と多くなった。

【男女別集計】

	全体(n=771)	男性(n=340)	女性(n=431)
自宅近くの商店	13.6%	15.3%	12.3%
駅周辺の商店街	11.2%	12.4%	10.2%
自宅近くのスーパーマーケット	1.7%	2.9%	0.7%
自宅近く以外のスーパーマーケット	1.6%	2.6%	0.7%
市内の大型ショッピングセンター	39.3%	36.5%	41.5%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	12.7%	17.1%	9.3%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%
小田原方面	10.5%	9.1%	11.6%
平塚、茅ケ崎方面	6.9%	6.5%	7.2%
二宮、大磯方面	0.4%	0.9%	0.0%
伊勢原方面	1.8%	0.9%	2.6%
厚木、海老名方面	9.6%	7.6%	11.1%
横浜方面	8.6%	7.4%	9.5%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	17.4%	12.1%	21.6%
カタログで購入	1.2%	0.9%	1.4%
生協・宅配で購入	0.4%	0.3%	0.5%
インターネットで購入	13.5%	14.1%	13.0%

男女別集計では、女性において時計、メガネ、貴金属の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 41.5%、男性で 36.5%となった。

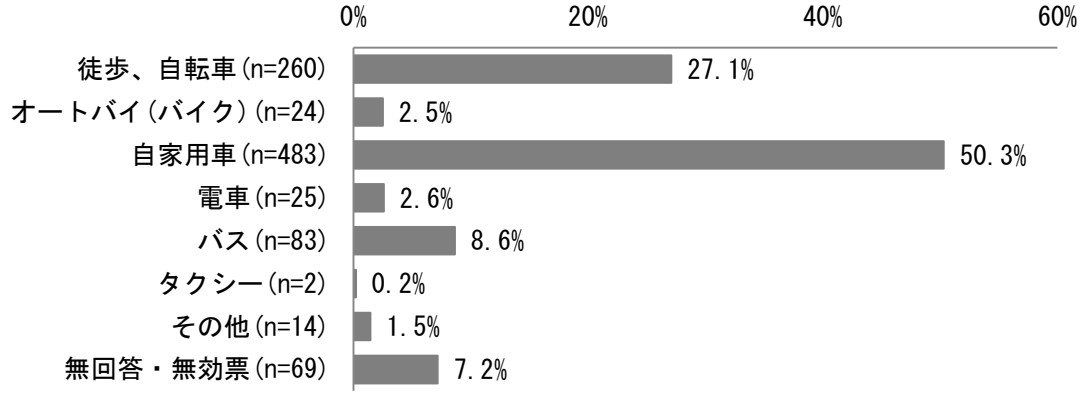
【地区別集計】

	全体(n=762)	本町地区(n=104)	南地区(n=156)	東地区(n=66)	北地区(n=57)	西・上地区(n=201)	大根地区(n=115)	鶴巻地区(n=63)
自宅近くの商店	13.4%	23.1%	12.2%	6.1%	3.5%	12.4%	16.5%	14.3%
駅周辺の商店街	11.0%	11.5%	11.5%	13.6%	12.3%	13.4%	5.2%	7.9%
自宅近くのスーパーマーケット	1.7%	2.9%	0.6%	1.5%	1.8%	1.0%	2.6%	3.2%
自宅近く以外のスーパーマーケット	1.6%	1.9%	0.0%	3.0%	1.8%	1.5%	0.9%	4.8%
市内の大型ショッピングセンター	39.8%	37.5%	44.9%	54.5%	40.4%	36.3%	37.4%	30.2%
市内のドラッグストア、ホームセンター ディスカントストア、家電量販店など	12.9%	10.6%	10.3%	16.7%	21.1%	15.4%	11.3%	6.3%
コンビニエンスストア	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
小田原方面	10.5%	6.7%	6.4%	10.6%	15.8%	19.9%	6.1%	0.0%
平塚、茅ケ崎方面	6.8%	7.7%	6.4%	6.1%	7.0%	6.5%	7.8%	6.3%
二宮、大磯方面	0.3%	0.0%	1.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
伊勢原方面	1.8%	1.9%	1.3%	0.0%	0.0%	0.5%	3.5%	7.9%
厚木、海老名方面	9.7%	7.7%	8.3%	7.6%	0.0%	10.9%	17.4%	9.5%
横浜方面	8.5%	7.7%	9.0%	3.0%	7.0%	6.5%	16.5%	7.9%
小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	17.3%	21.2%	14.7%	7.6%	10.5%	18.9%	20.9%	22.2%
カタログで購入	1.2%	1.0%	1.3%	4.5%	0.0%	0.5%	0.9%	1.6%
生協・宅配で購入	0.4%	1.0%	0.6%	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%
インターネットで購入	13.3%	8.7%	19.9%	13.6%	12.3%	10.4%	10.4%	19.0%

地区別集計では、東地区において時計、メガネ、貴金属の購入場所は、「市内の大型ショッピングセンター」が 54.5%と最も多くなった。また、他の項目と比較して「小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）」の比率も高く、本町地区、大根地区、鶴巻地区において 20%を超えた。

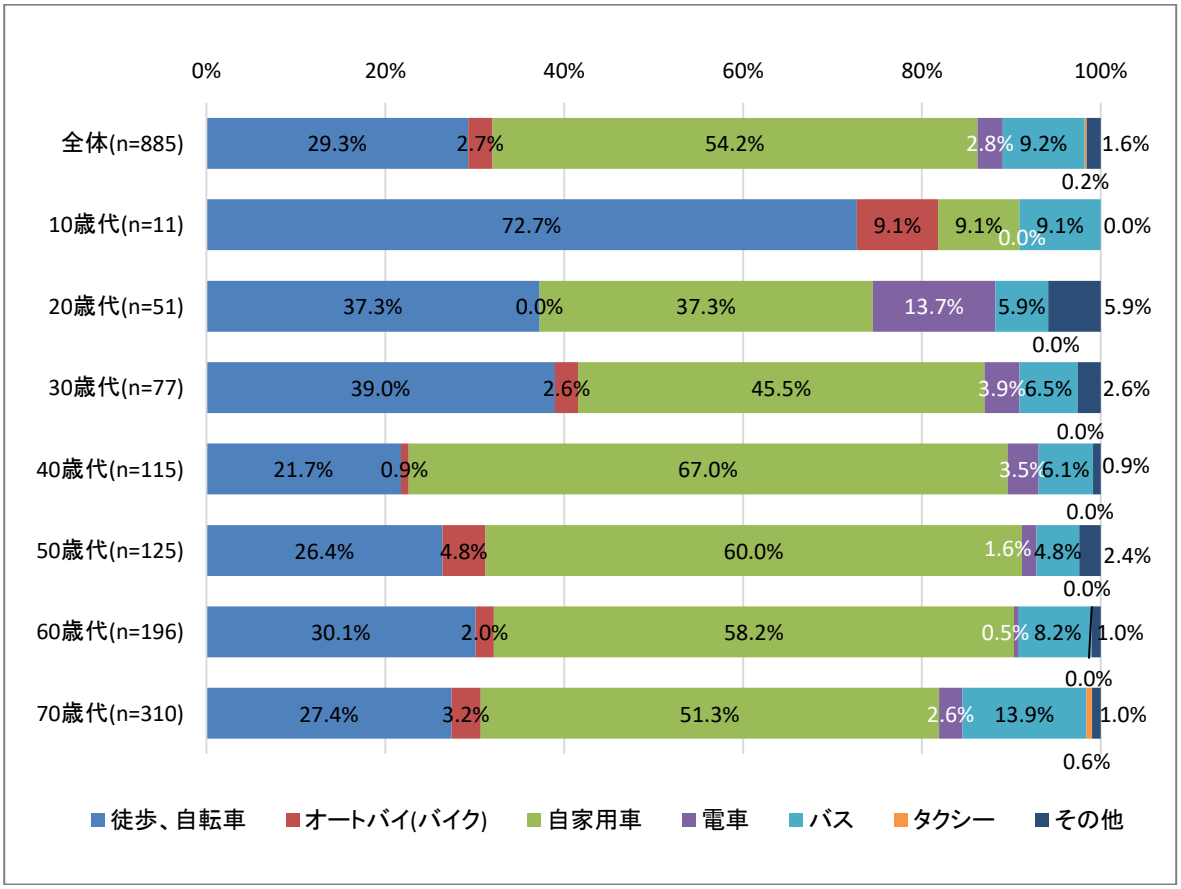
【問６】　あなたが市内の駅周辺の商店街等でお買物する際に、最も利用する交通手段は何ですか。
※該当するものに１つ「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



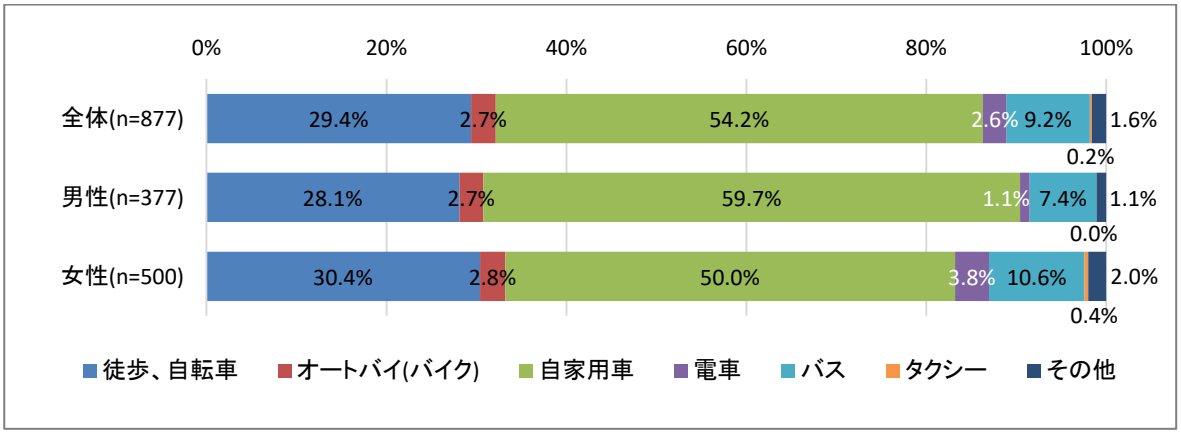
駅周辺の商店街等で買い物する際に最も利用する交通手段は、「自家用車」が 50.3%で最も多く、次いで、「徒歩、自転車」が 27.1%となった。公共交通機関の利用では、「バス」が 8.6%となった。

【年代別集計】



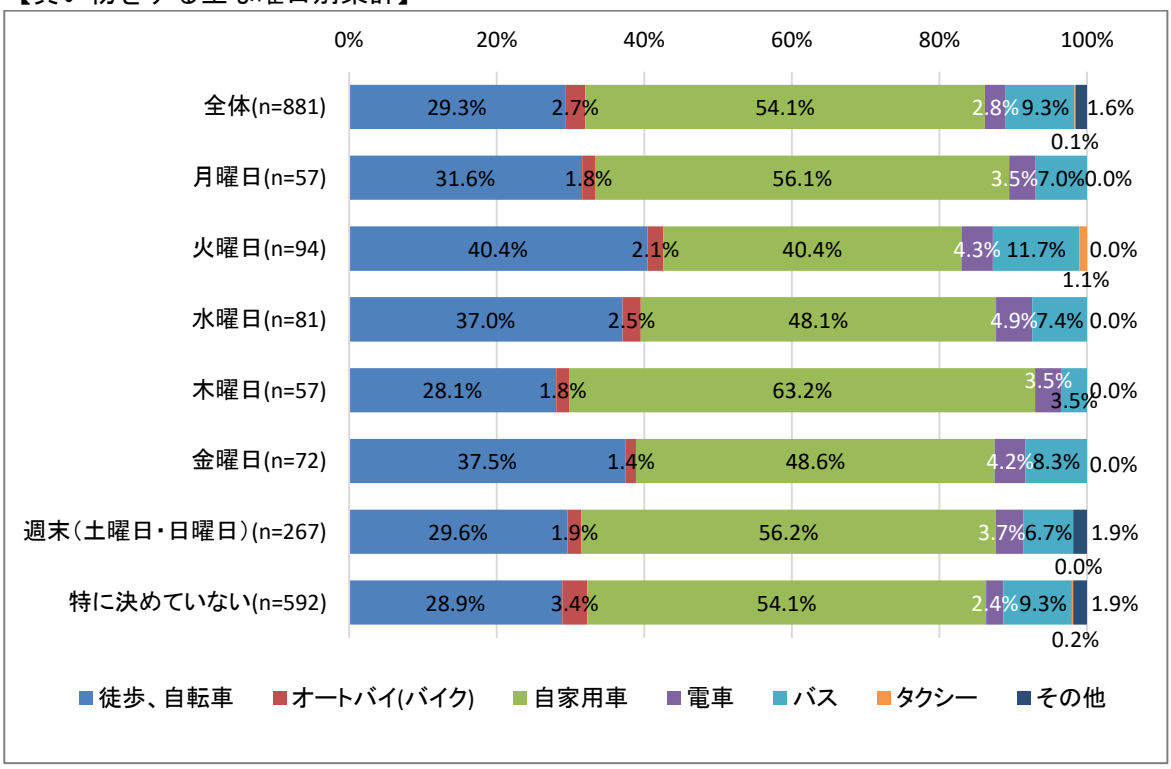
年代別集計では、50 歳代において駅周辺の商店街等で買い物する際に最も利用する交通手段は、「自家用車」が 60.0%と最も多くなった。30 歳代以下では「徒歩、自転車」の比率も高く、特に 30 歳代で 39.0%となった。公共交通機関を最も利用するのは 20 歳代で、「電車」が 13.7%、「バス」が 5.9%となった。70 歳代以上も「バス」が 13.9%と高くなった。

【男女別集計】



男女別集計では、男女ともに同様の傾向となったが、女性のほうが公共交通機関を利用する比率が高く、「バス」は 10.6%となった。

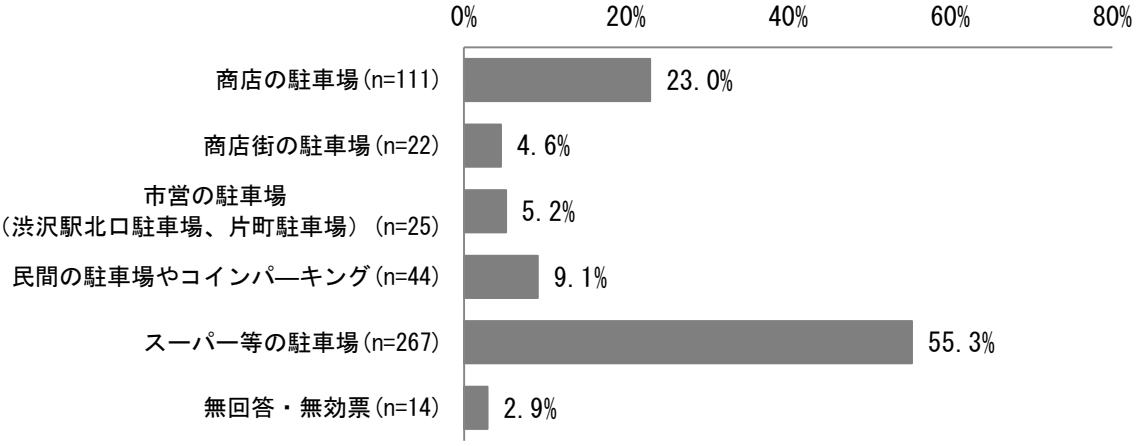
【買い物をする主な曜日別集計】



買い物をする主な曜日別集計では、火曜日において「自家用車」の比率が低く、40.4%にとどまり、「徒歩、自転車」が 40.4%で最も多くなった。

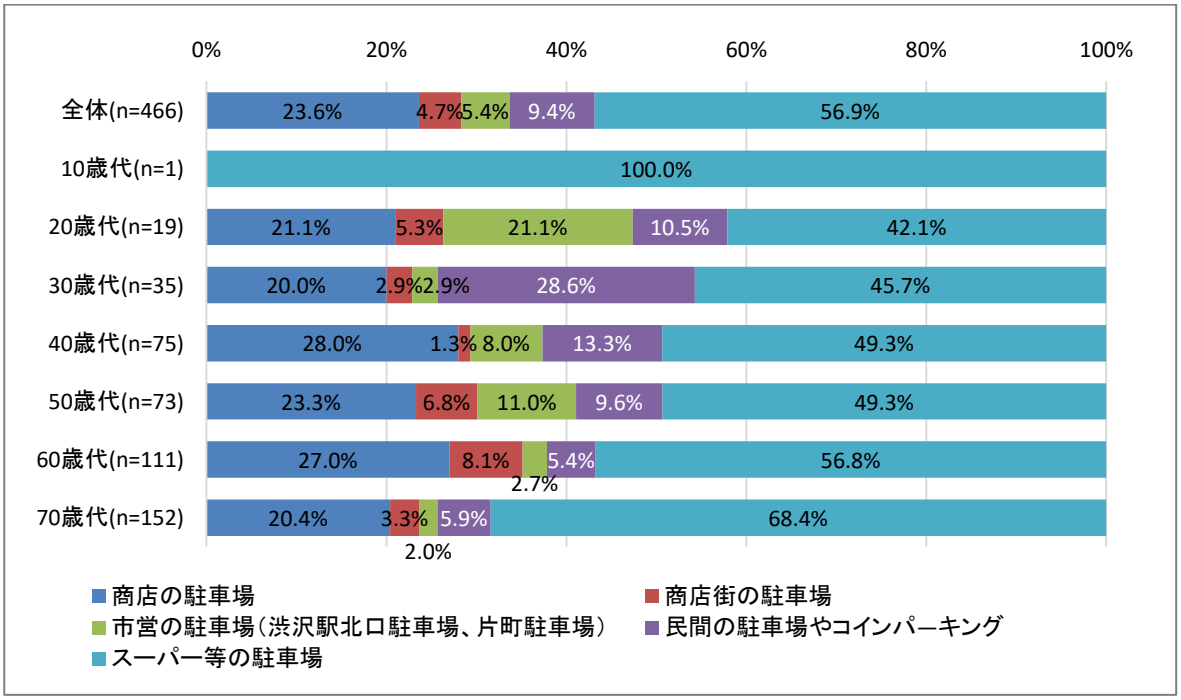
【問７】　**「問６」で「自家用車」と回答した方にお聞きします。**
あなたが市内の駅周辺の商店街等でお買物する際に、主にどこに駐車しますか。
※該当するものに１つ「○」をつけてください。

【全体集計】n=483



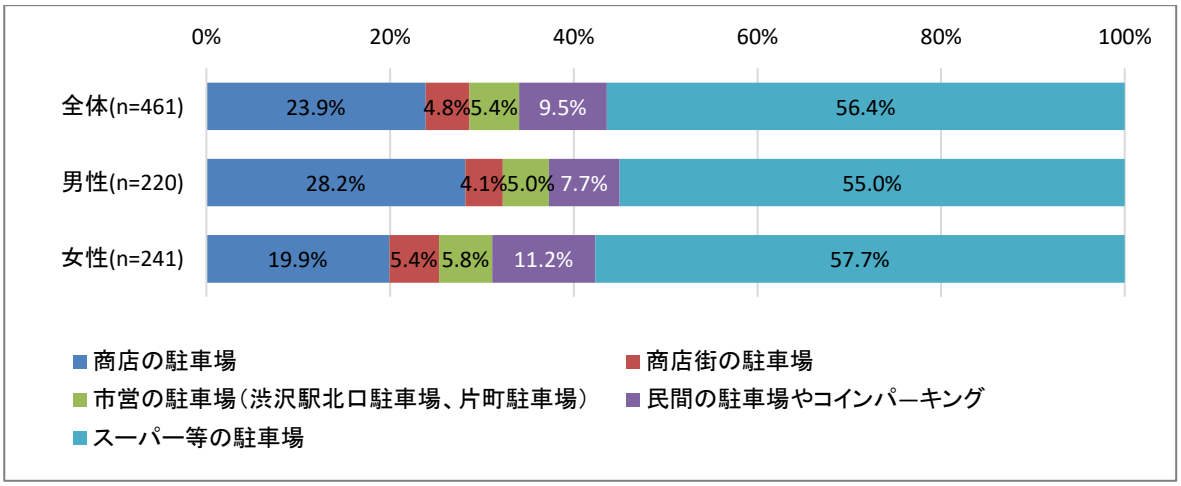
自家用車を利用する人の駐車場所では、「スーパー等の駐車場」が 55.3%で最も多く、次いで、「商店の駐車場」が 23.0%となった。自家用車を利用する人は、駐車場がある店舗を選択して買い物をしていると推察される。

【年代別集計】



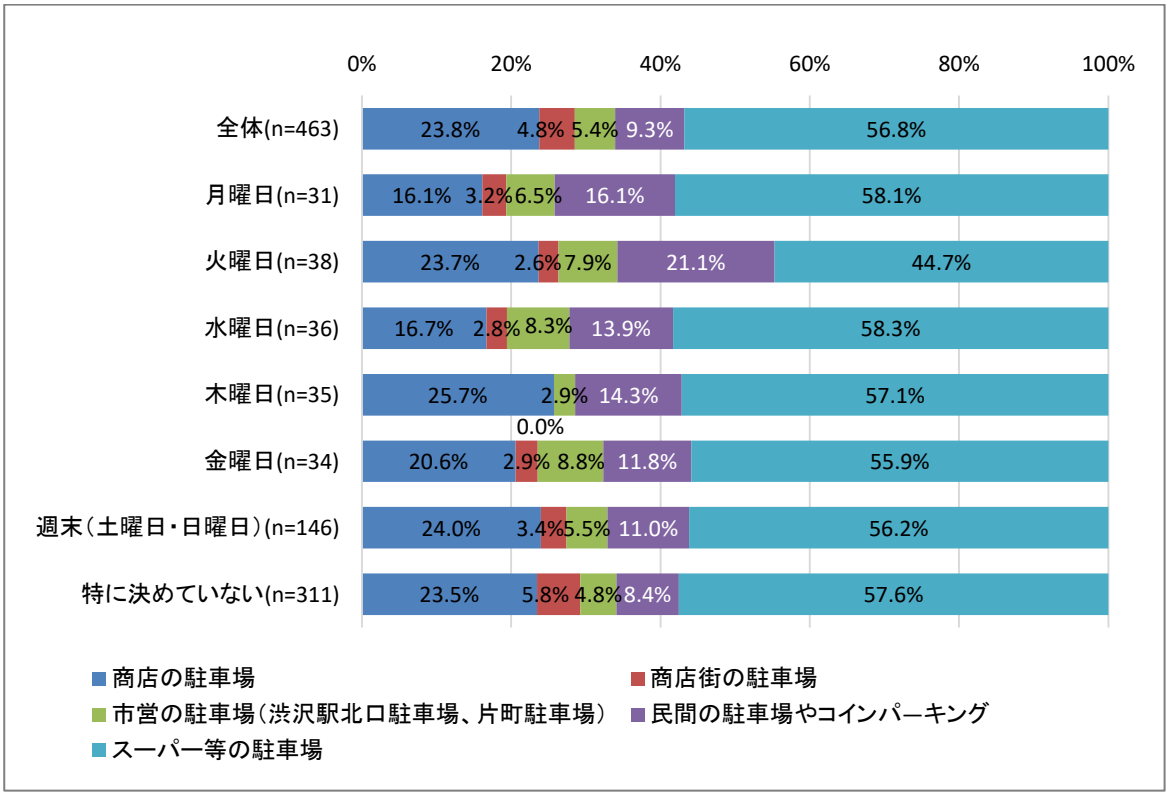
年代別集計では、70 歳代以上において駐車場所は「スーパー等の駐車場」が 68.4%と最も多くなった。30 歳代においては、「民間の駐車場やコインパーキング」が 28.6%となり、他の年代より比率が高くなった。

【男女別集計】



男女別集計では、男女ともに同様の傾向であるが、男性において、「商店の駐車場」が 28.2%と女性よりも約 10%高くなった。

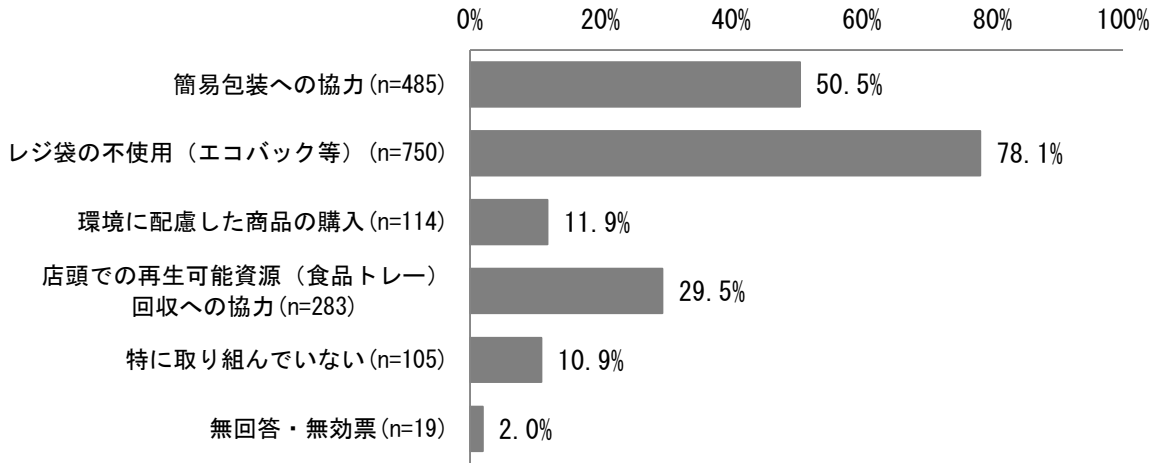
【買い物をする主な曜日別集計】



買い物をする主な曜日別集計では、火曜日において「スーパー等の駐車場」が 44.7%にとどまり、「商店の駐車場」が 23.7%、「民間の駐車場やコインパーキング」が 21.1%と比率が高くなった。

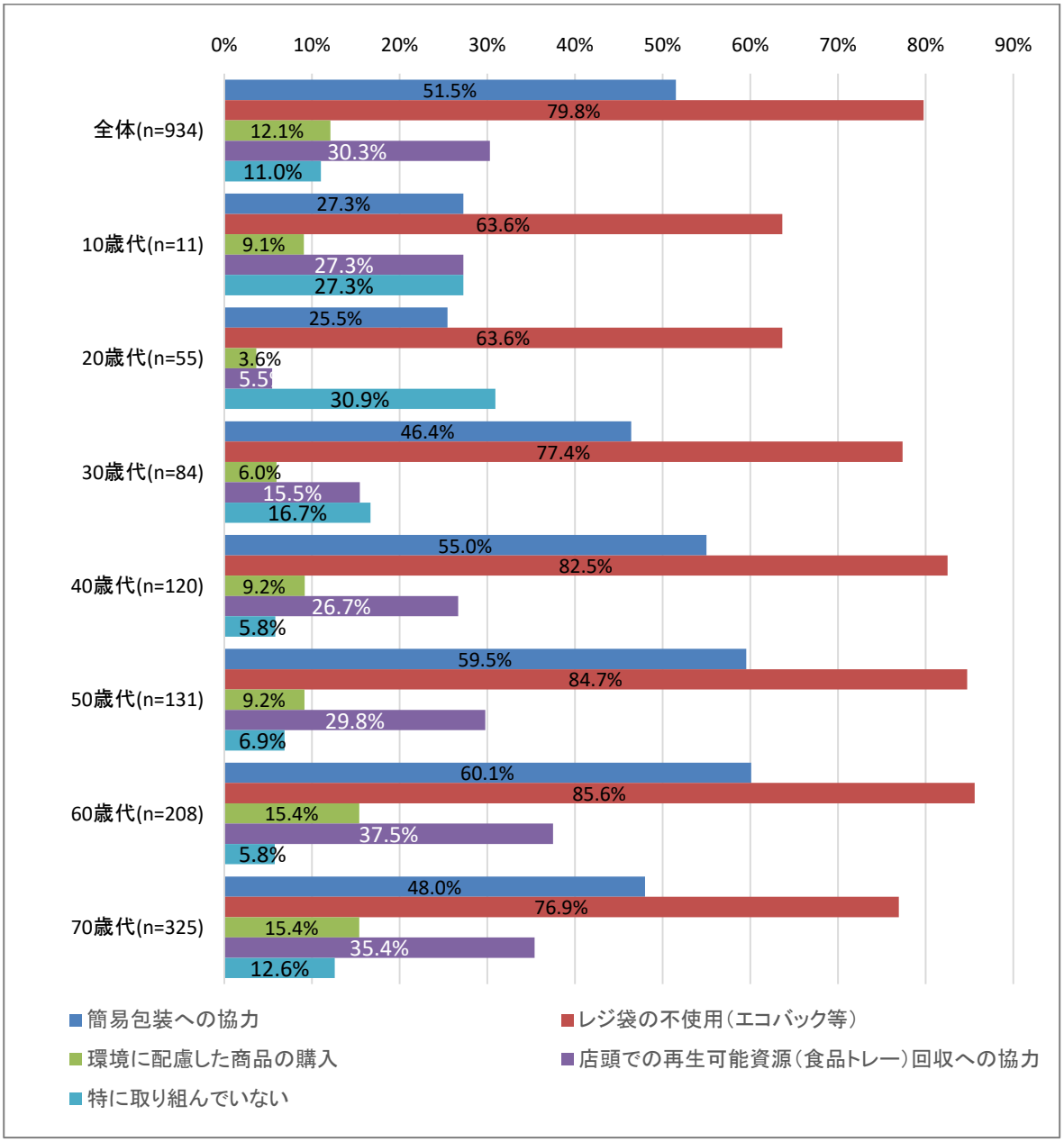
【問１１】　あなたが買い物をする際の環境への配慮についてお伺いします。
※該当するものにすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



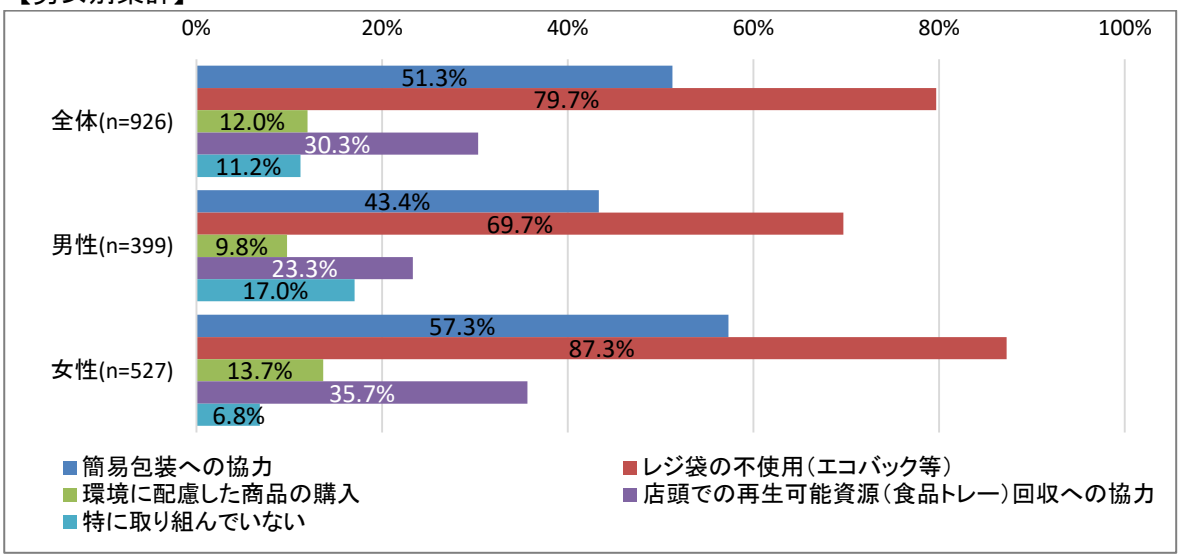
買い物をする際の環境への配慮は、「レジ袋の不使用（エコバック等）」が 78.1%で最も多く、次いで、「簡易包装への協力」が 50.5%となった。環境への配慮とともに、ごみ減量への取組が推進されていることが分かる。

【年代別集計】



年代別集計では、いずれの年代においても買い物をする際の環境への配慮は、「レジ袋の不使用（エコバック等）」が最も多くなった。60 歳代においては「簡易包装への協力」の比率も高く、60.1%となった。

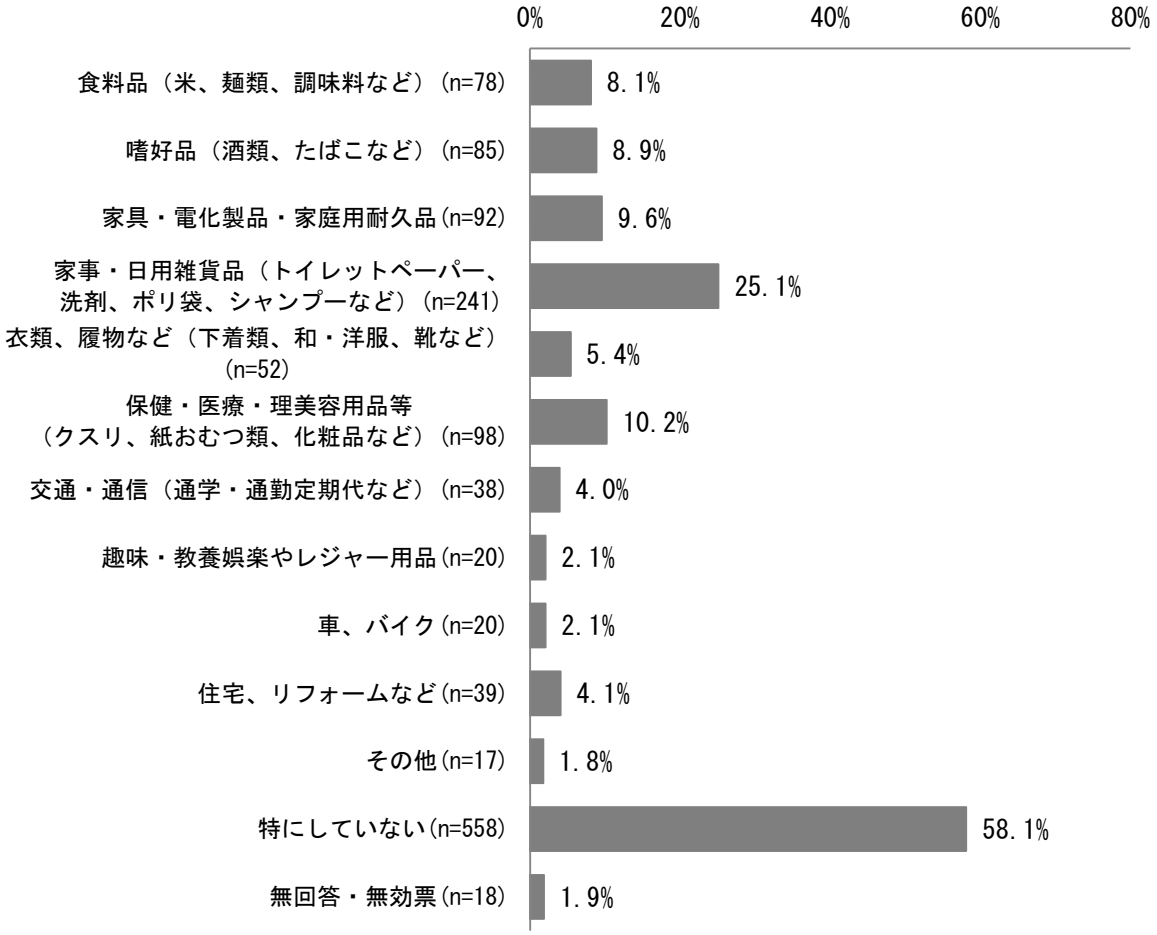
【男女別集計】



男女別集計では、女性において「レジ袋の不使用（エコバック等）」が 87.3%と比率が高くなった。男性では「特に取り組んでいない」が 17.0%で、女性よりも約 10%高くなった。

【問１２】　１０月から食品及び定期購読の新聞・雑誌を除く商品について、消費税が 8%から 10%に引き上げられました。あなたは、消費税増税を意識して、増税前に何か「駆け込み消費(購入)」しましたか。
※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



増税前の駆け込み消費（購入）は、「特にしていない」が 58.1%で最も多く、次いで、「家事・日用雑貨品」が 25.1%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=935)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=55)	30歳代 (n=84)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=132)	60歳代 (n=207)	70歳代 (n=325)
食料品（米、麺類、調味料など）	8.2%	0.0%	3.6%	8.3%	9.1%	6.8%	5.8%	11.1%
嗜好品（酒類、たばこなど）	9.0%	0.0%	3.6%	6.0%	15.7%	10.6%	9.2%	7.7%
家具・電化製品・家庭用耐久品	9.5%	0.0%	7.3%	11.9%	9.9%	7.6%	8.7%	10.8%
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）	25.5%	9.1%	10.9%	26.2%	27.3%	29.5%	26.6%	25.2%
衣類、履物など（下着類、和・洋服、靴など）	5.6%	9.1%	9.1%	10.7%	5.8%	3.8%	3.4%	5.5%
保健・医療・理美容用品等（クスリ、紙おむつ類、化粧品など）	10.4%	9.1%	12.7%	14.3%	13.2%	9.1%	10.6%	8.3%
交通・通信（通学・通勤定期代など）	4.1%	18.2%	3.6%	3.6%	6.6%	9.8%	3.9%	0.6%
趣味・教養娯楽やレジャー用品	1.9%	9.1%	3.6%	6.0%	1.7%	0.8%	2.4%	0.6%
車、バイク	2.1%	0.0%	5.5%	2.4%	1.7%	2.3%	3.4%	0.9%
住宅、リフォーム	4.2%	0.0%	0.0%	3.6%	5.0%	3.0%	4.3%	5.2%
その他	1.8%	0.0%	0.0%	3.6%	1.7%	2.3%	1.9%	1.5%
特にしていない	59.5%	63.6%	69.1%	51.2%	47.9%	58.3%	60.4%	64.0%

年代別集計では、いずれの年代も増税前の駆け込み消費（購入）は、「特にしていない」が最も多くなった。50 歳代においては、「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 29.5%とやや比率が高くなった。

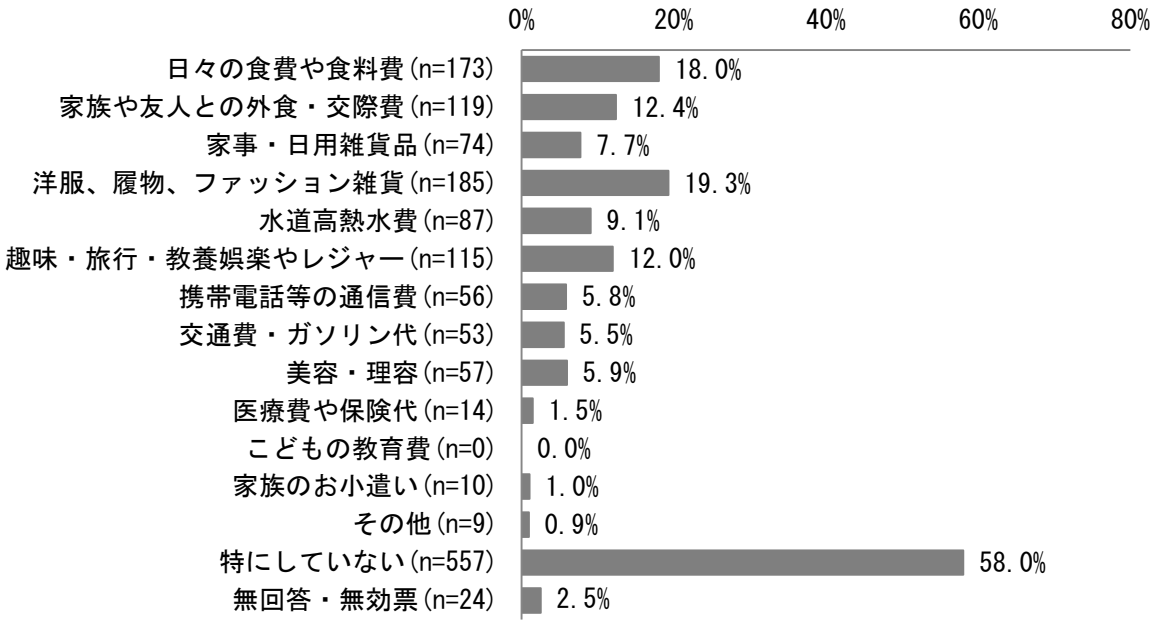
【男女別集計】

	全体(n=928)	男性(n=398)	女性(n=530)
食料品（米、麺類、調味料など）	8.1%	5.8%	9.8%
嗜好品（酒類、たばこなど）	9.1%	10.3%	8.1%
家具・電化製品・家庭用耐久品	9.6%	7.5%	11.1%
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）	25.5%	16.1%	32.6%
衣類、履物など（下着類、和・洋服、靴など）	5.4%	3.8%	6.6%
保健・医療・理美容用品等（クスリ、紙おむつ類、化粧品など）	10.1%	3.5%	15.1%
交通・通信（通学・通勤定期代など）	4.1%	2.5%	5.3%
趣味・教養娯楽やレジャー用品	1.9%	2.8%	1.3%
車、バイク	2.2%	2.0%	2.3%
住宅、リフォーム	4.1%	3.5%	4.5%
その他	1.8%	2.3%	1.5%
特にしていない	59.5%	71.6%	50.4%

男女別集計では、男女ともに増税前の駆け込み消費（購入）は、「特にしていない」が最も多くなったが、女性の 32.6%が「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）」と回答した。

【問１３】　消費税が 8%から 10%に引き上げられました。あなたは、増税後から何か「節約」したものはありますか。
※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



増税後から節約したものは、「特にしていない」が 58.0%で最も多く、次いで、「洋服、履物、ファッション雑貨」が 19.3%となった。

前述の駆け込み消費（購入）の回答結果からも推察されるとおり、消費税増税が購買（買物行動）に与えた影響は小さい。

【年代別集計】

	全体 (n=928)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=84)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=130)	60歳代 (n=210)	70歳代 (n=318)
日々の食費や食料費	18.4%	18.2%	7.4%	13.1%	15.7%	16.9%	19.0%	23.0%
家族や友人との外食・交際費	12.7%	9.1%	5.6%	8.3%	15.7%	12.3%	16.7%	11.6%
家事・日用雑貨品	7.8%	0.0%	3.7%	9.5%	7.4%	10.0%	9.0%	6.6%
洋服、履物、ファッション雑貨	19.6%	9.1%	9.3%	14.3%	17.4%	25.4%	23.8%	18.9%
水道光熱費	9.2%	0.0%	3.7%	3.6%	4.1%	3.8%	11.4%	14.5%
趣味・旅行・教養娯楽やレジャー	12.2%	9.1%	1.9%	8.3%	14.9%	13.1%	15.7%	11.3%
携帯電話等の通信費	6.0%	0.0%	5.6%	1.2%	5.8%	4.6%	10.0%	5.7%
交通費・ガソリン代	5.5%	9.1%	1.9%	2.4%	4.1%	2.3%	5.7%	8.5%
美容・理容	6.0%	0.0%	9.3%	3.6%	5.0%	6.9%	6.2%	6.3%
医療費や保険代	1.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	0.8%	1.4%	2.2%
こどもの教育費	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
家族のお小遣い	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.8%	1.9%	0.9%
その他	1.0%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.0%	0.5%	1.9%
特にしていない	59.8%	72.7%	75.9%	73.8%	62.8%	58.5%	51.9%	57.5%

年代別集計では、いずれの年代も増税後からの節約は「特にしていない」が最も多く、30 歳代以下では 70%を超えた。

【男女別集計】

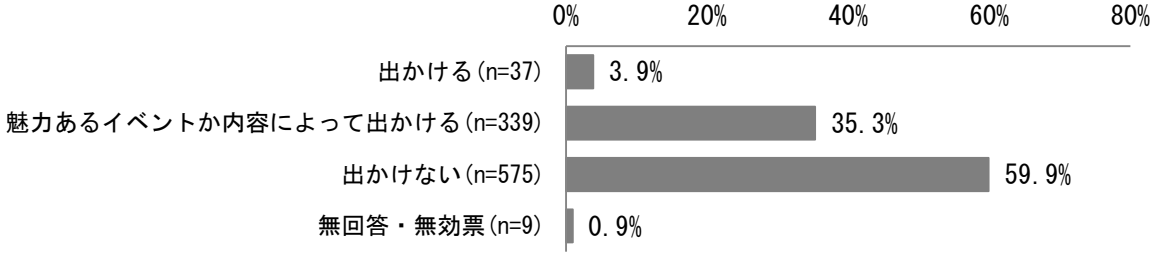
	全体(n=921)	男性(n=397)	女性(n=524)
日々の食費や食料費	18.3%	17.9%	18.7%
家族や友人との外食・交際費	12.6%	10.8%	13.9%
家事・日用雑貨品	7.8%	6.5%	8.8%
洋服、履物、ファッション雑貨	19.4%	13.4%	24.0%
水道光熱費	9.2%	8.3%	9.9%
趣味・旅行・教養娯楽やレジャー	12.3%	12.6%	12.0%
携帯電話等の通信費	6.1%	5.3%	6.7%
交通費・ガソリン代	5.5%	8.6%	3.2%
美容・理容	6.0%	3.5%	7.8%
医療費や保険代	1.5%	0.8%	2.1%
こどもの教育費	0.0%	0.0%	0.0%
家族のお小遣い	1.0%	1.8%	0.4%
その他	1.0%	0.3%	1.5%
特にしていない	59.8%	64.5%	56.3%

男女別集計では、男女ともに増税後からの節約は「特にしていない」が最も多く、特に男性において 64.5%と比率が高くなった。

３．商店街の利用に関する調査項目

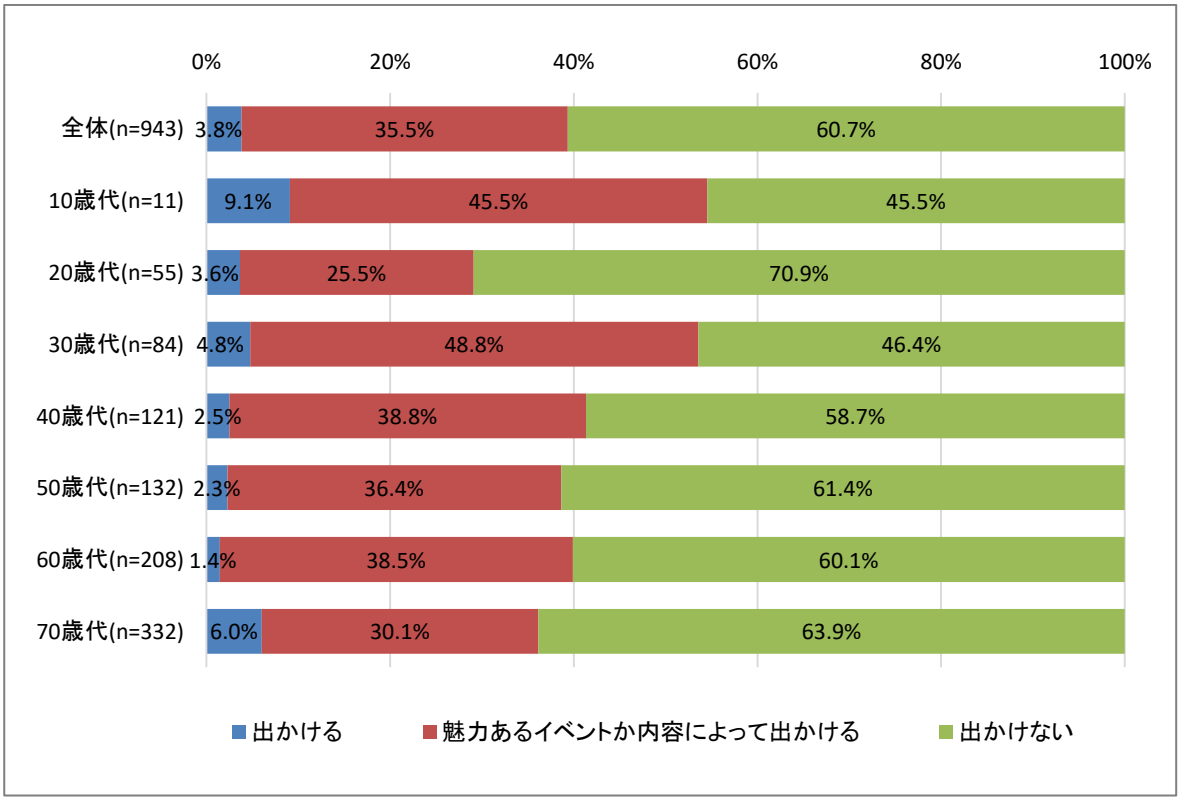
【問８】　駅周辺の商店街でイベント（にぎわい市など共同イベント）や季節の催事（売出し）があると、商店街へお出かけしますか。
※該当するものに１つ「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



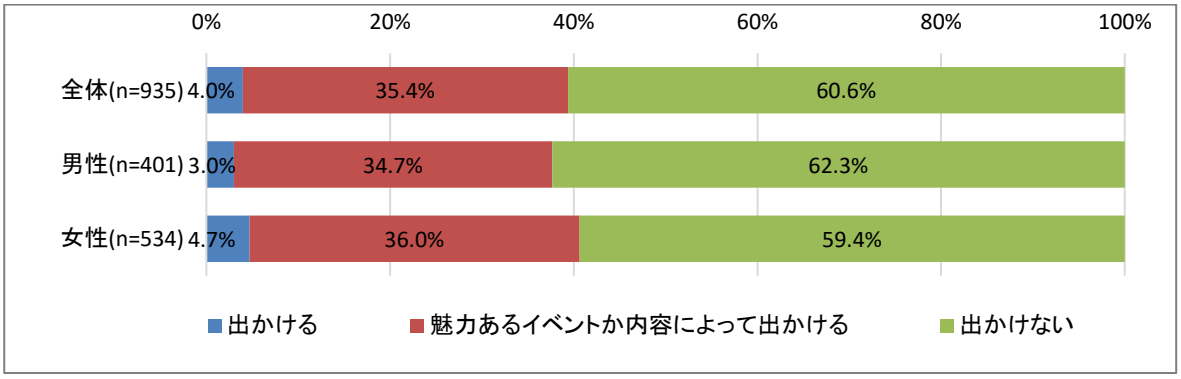
イベントや季節の催事がある際の商店街の利用では、「出かけない」が 59.9%で最も多く、次いで、「魅力あるイベントか内容によって出かける」が 35.3%となった。
魅力あるイベントや催事の企画だけでなく、その周知も重要である。

【年代別集計】



年代別集計では、30 歳代においてイベントや季節の催事がある際の商店街の利用は、「魅力あるイベントか内容によって出かける」が 48.8 と最も多くなった。20 歳代では「出かけない」が 70.9%となった。いずれの年代においても、「出かける」の比率は 10%未満となった。

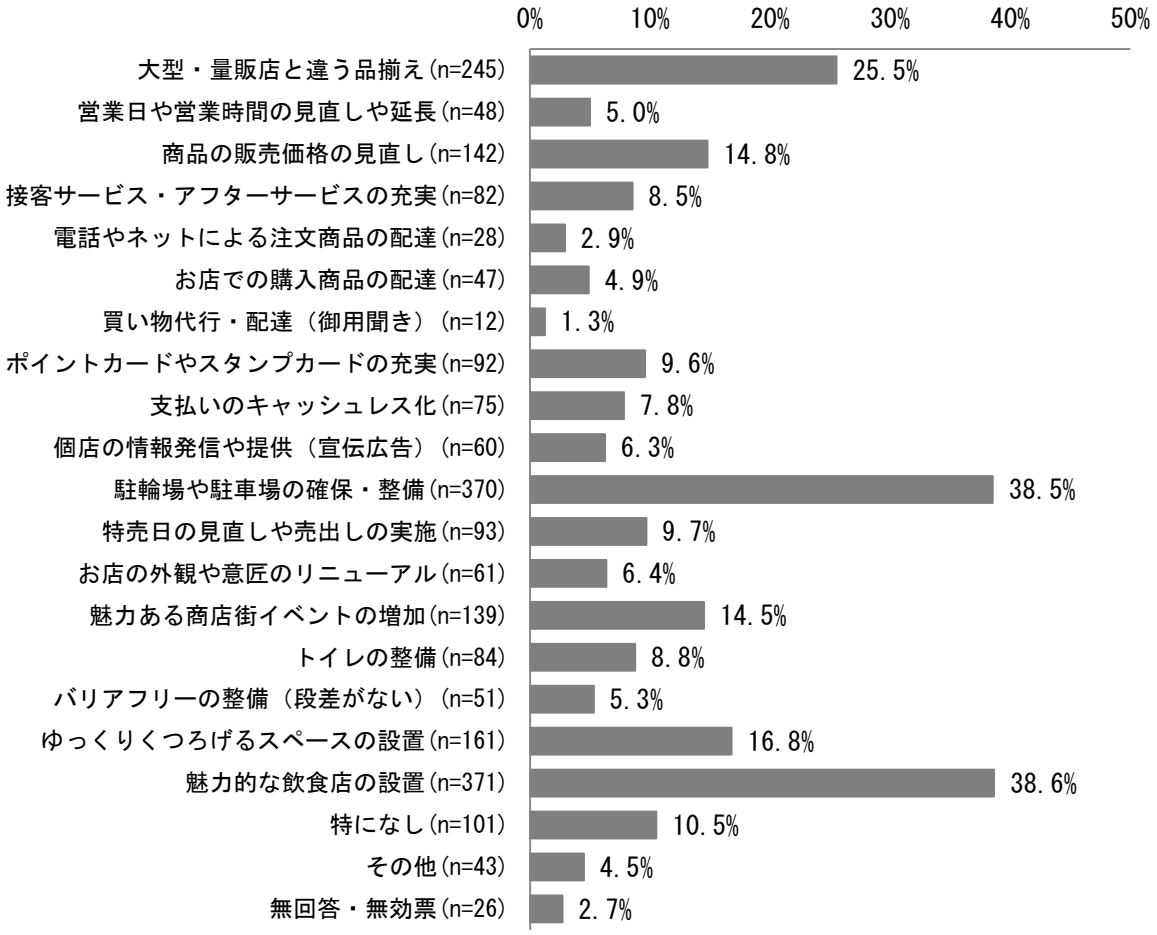
【男女別集計】



男女別集計では、回答に大きな差はなかったが、女性において「出かける」が 4.7%となり、男性より若干多くなった。

【問９】　にぎわいと魅力ある商店街づくりとして、市内４駅周辺の商店や商店街に望むものは何ですか。
※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

【全体集計】n=960



市内４駅周辺の商店や商店街に望むものは、「魅力的な飲食店の設置」が 38.6%で最も多く、次いで、「駐輪場や駐車場の確保・整備」が 38.5%、「大型・量販店と違う品揃え」が 25.5%となった。

【年代別集計】

	全体 (n=927)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=83)	40歳代 (n=121)	50歳代 (n=132)	60歳代 (n=207)	70歳代 (n=319)
大型・量販店と違う品揃え	26.2%	27.3%	22.2%	33.7%	23.1%	24.2%	29.0%	25.1%
営業日や営業時間の見直しや延長	5.1%	0.0%	5.6%	4.8%	8.3%	11.4%	3.9%	2.2%
商品の販売価格の見直し	15.3%	9.1%	22.2%	12.0%	13.2%	18.2%	17.9%	13.2%
接客サービス・アフターサービスの充実	8.8%	0.0%	11.1%	6.0%	8.3%	8.3%	9.7%	9.4%
電話やネットによる注文商品の配達	3.0%	0.0%	1.9%	1.2%	0.8%	4.5%	4.3%	3.1%
お店での購入商品の配達	5.1%	0.0%	3.7%	3.6%	1.7%	1.5%	5.3%	8.5%
買い物代行・配達（御用聞き）	1.3%	0.0%	1.9%	0.0%	0.0%	0.8%	1.0%	2.5%
ポイントカードやスタンプカードの充実	9.9%	18.2%	5.6%	12.0%	9.1%	9.8%	10.1%	10.0%
支払いのキャッシュレス化	8.1%	0.0%	7.4%	22.9%	17.4%	6.8%	5.8%	3.1%
個店の情報発信や提供（宣伝広告）	6.5%	0.0%	5.6%	10.8%	2.5%	6.8%	8.7%	5.6%
駐輪場や駐車場の確保・整備	39.7%	27.3%	14.8%	36.1%	47.1%	43.9%	44.0%	37.9%
特売日の見直しや売出しの実施	10.0%	9.1%	3.7%	14.5%	11.6%	8.3%	8.7%	11.0%
お店の外観や意匠のリニューアル	6.6%	18.2%	14.8%	2.4%	11.6%	6.8%	7.2%	3.4%
魅力ある商店街イベントの増加	14.8%	9.1%	11.1%	22.9%	21.5%	14.4%	13.5%	11.9%
トイレの整備	9.0%	9.1%	13.0%	4.8%	6.6%	4.5%	8.2%	12.5%
バリアフリーの整備（段差がない）	5.3%	0.0%	5.6%	3.6%	0.8%	3.8%	5.8%	7.8%
ゆっくりくつろげるスペースの設置	17.3%	27.3%	14.8%	12.0%	11.6%	11.4%	17.4%	23.2%
魅力的な飲食店の設置	39.8%	45.5%	48.1%	49.4%	49.6%	47.0%	39.6%	29.2%
特になし	10.8%	18.2%	20.4%	3.6%	5.8%	11.4%	8.2%	14.1%
その他	4.6%	9.1%	5.6%	3.6%	3.3%	4.5%	3.9%	5.6%

年代別集計では、40 歳代において市内４駅周辺の商店や商店街に望むものは、「魅力的な飲食店の設置」が 49.6%となった。また、40 歳代では「駐輪場や駐車場の確保・整備」が 47.1%となり、他の年代よりも高くなった。

【男女別集計】

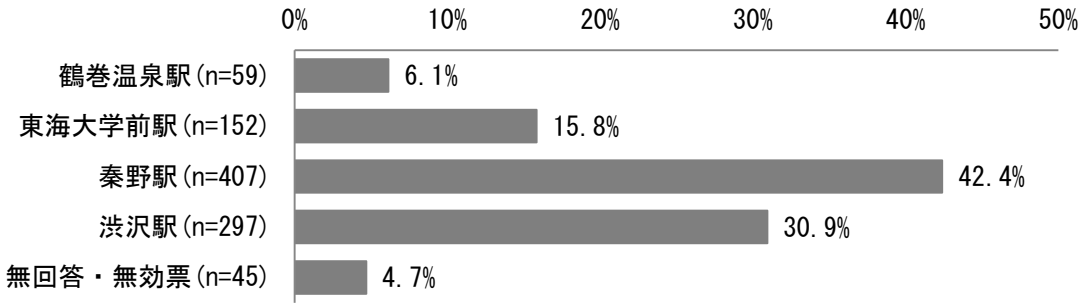
	全体(n=921)	男性(n=397)	女性(n=524)
大型・量販店と違う品揃え	26.4%	32.5%	21.8%
営業日や営業時間の見直しや延長	5.1%	7.3%	3.4%
商品の販売価格の見直し	15.3%	15.9%	14.9%
接客サービス・アフターサービスの充実	8.9%	12.1%	6.5%
電話やネットによる注文商品の配達	3.0%	2.8%	3.2%
お店での購入商品の配達	5.1%	4.0%	5.9%
買い物代行・配達（御用聞き）	1.3%	1.3%	1.3%
ポイントカードやスタンプカードの充実	10.0%	9.1%	10.7%
支払いのキャッシュレス化	8.1%	9.8%	6.9%
個店の情報発信や提供（宣伝広告）	6.5%	5.8%	7.1%
駐輪場や駐車場の確保・整備	39.6%	43.8%	36.5%
特売日の見直しや売出しの実施	10.1%	11.8%	8.8%
お店の外観や意匠のリニューアル	6.6%	6.3%	6.9%
魅力ある商店街イベントの増加	14.9%	12.1%	17.0%
トイレの整備	9.0%	11.1%	7.4%
バリアフリーの整備（段差がない）	5.3%	4.8%	5.7%
ゆっくりくつろげるスペースの設置	17.3%	16.1%	18.1%
魅力的な飲食店の設置	39.7%	36.3%	42.4%
特になし	10.5%	9.6%	11.3%
その他	4.7%	4.8%	4.6%

男女別集計では、男性において「駐輪場や駐車場の確保・整備」が 43.8%と最も多く、女性では「魅力的な飲食店の設置」が 42.4%と多くなった。

【問１０】　あなたが一番利用する駅名を選択し、利用する駅周辺の商店街にどのような店舗や出店があったら、より魅力的な商店街になると思いますか。
※駅名を選択し、該当するものに３つまで「○」をつけてください。

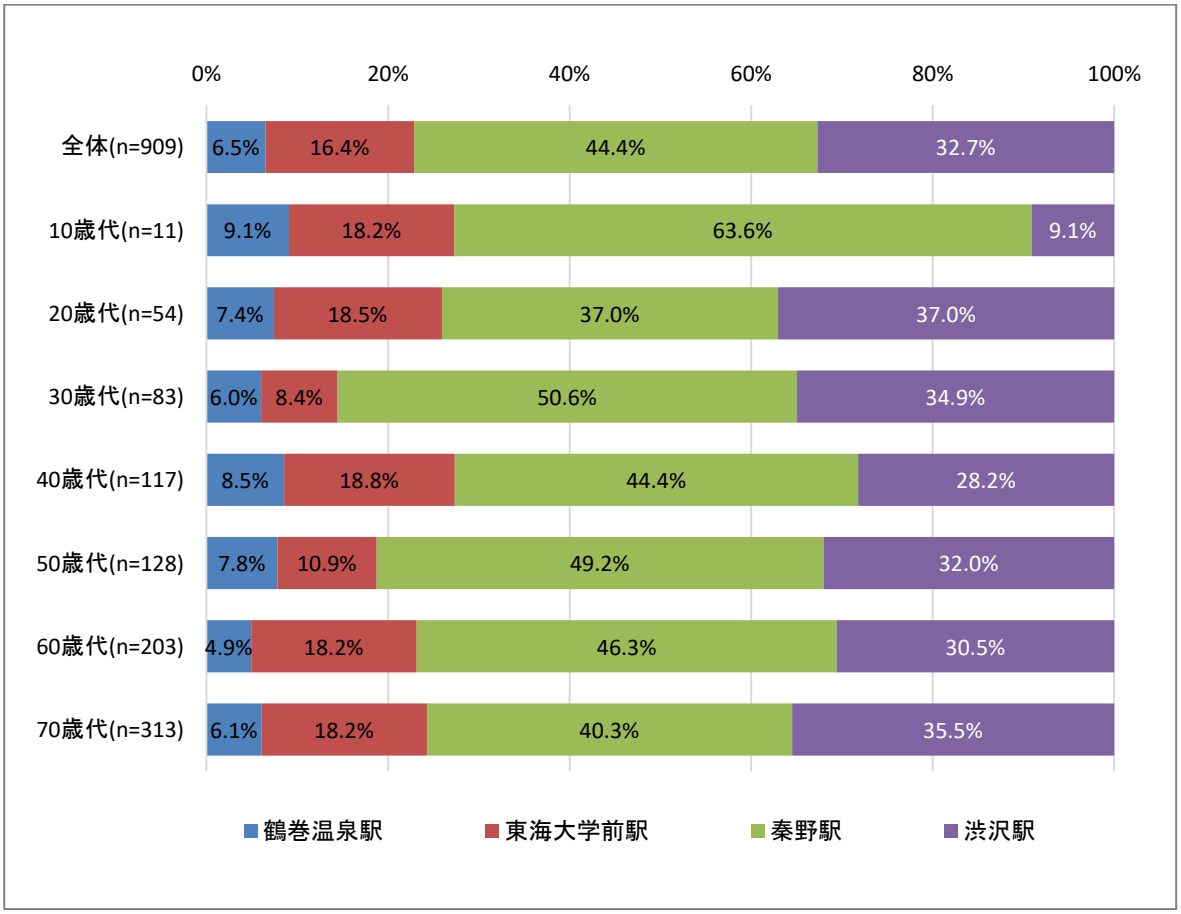
・最も利用する駅を選んでください　※該当するもの１つに「○」

【全体集計】n=960



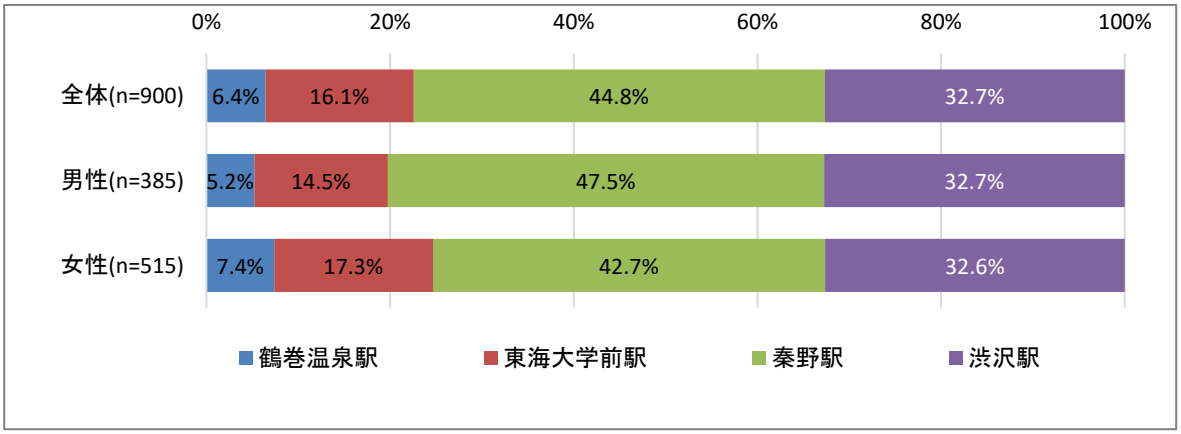
一番利用する駅は、「秦野駅」が 42.4%で最も多く、次いで、「渋沢駅」が 30.9%となった。

【年代別集計】



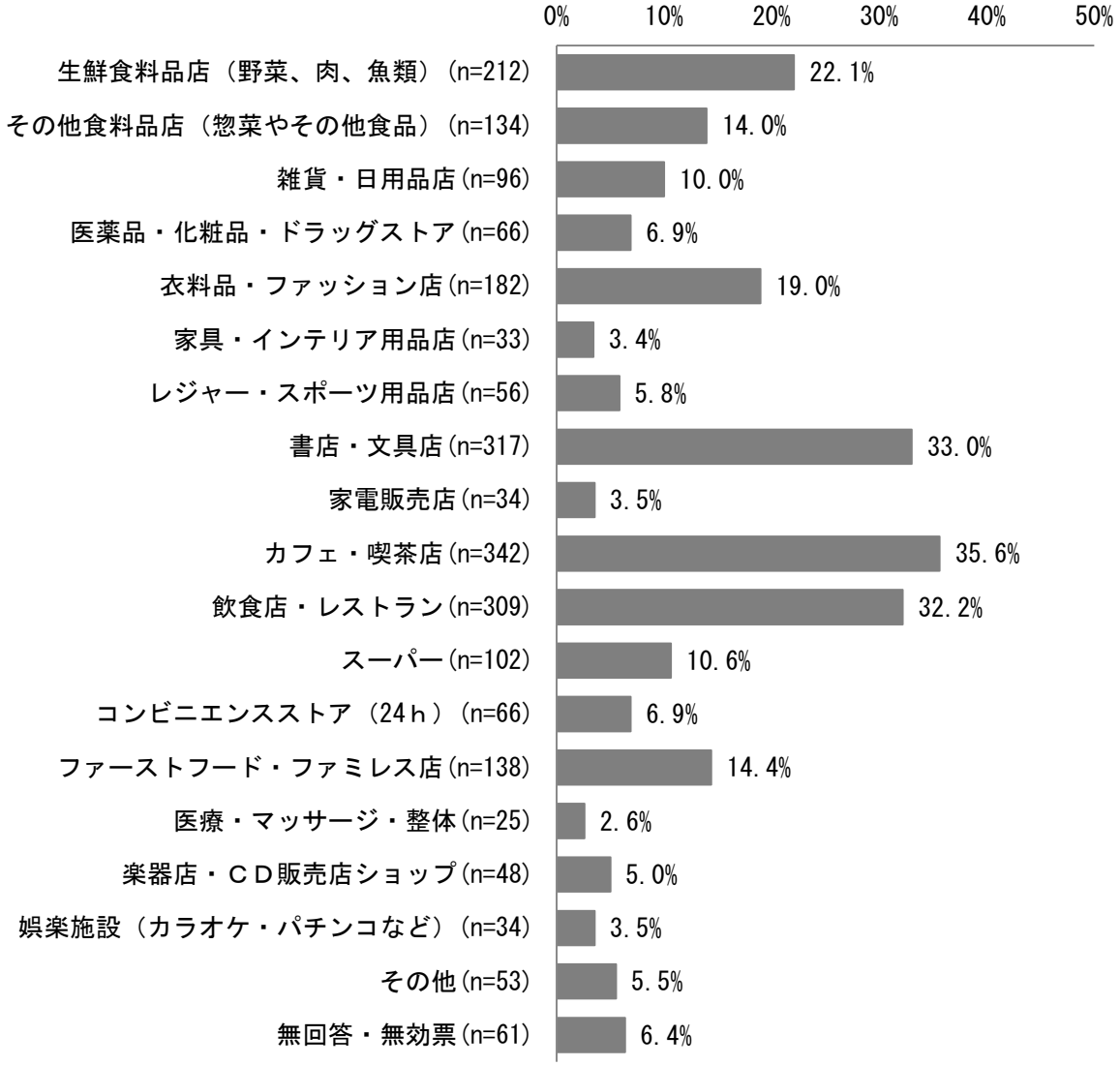
年代別集計では、いずれの年代も一番利用する駅は「秦野駅」が最も多く、30 歳代では 50.6%となった。20 歳代では「渋沢駅」の比率も高く、37.0%となった。

【男女別集計】



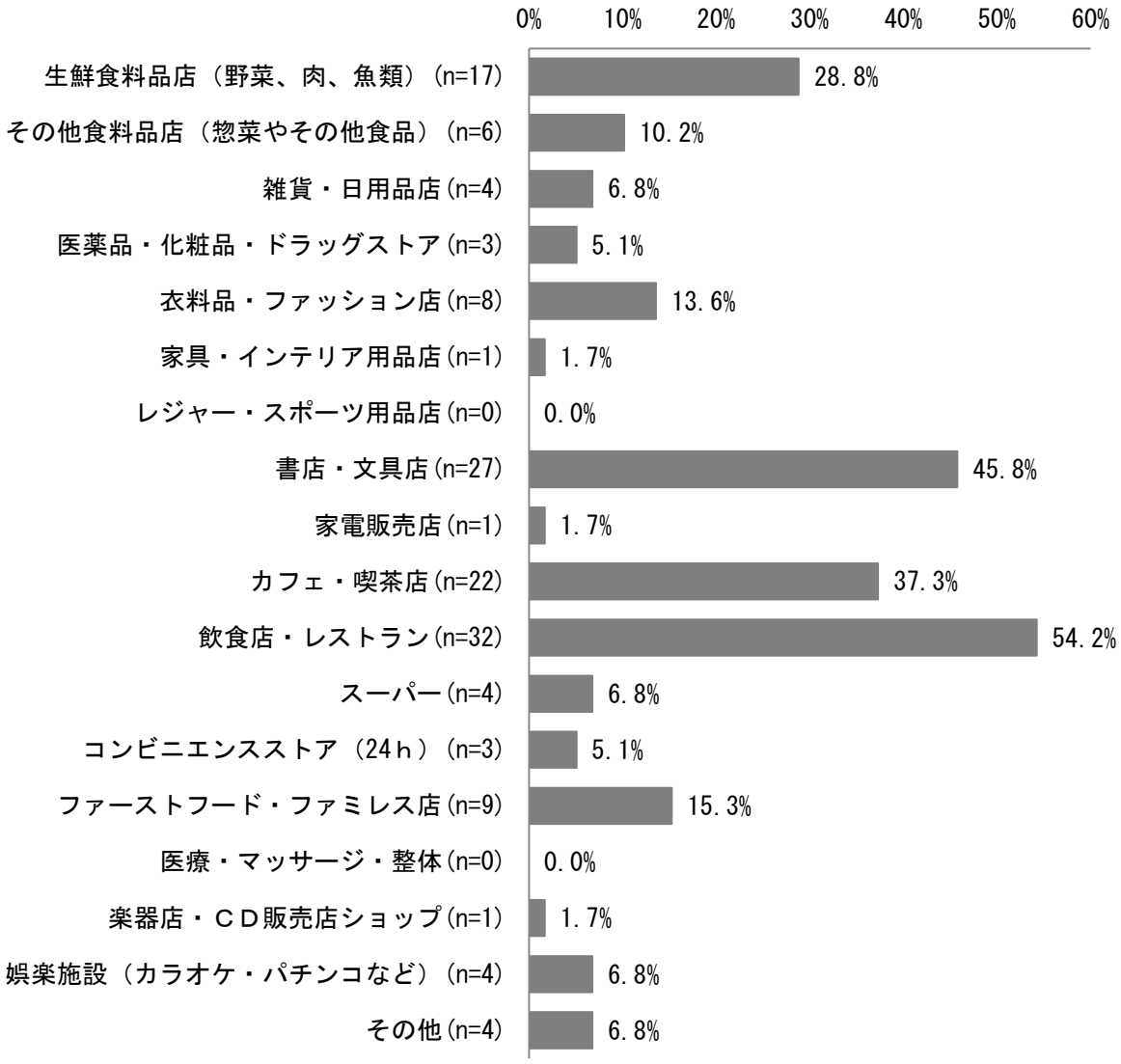
男女別集計では、女性において「東海大学前駅」が 17.3%と若干多くなったものの、男女による回答の大きな差はなかった。

・最も利用する駅にどのような店舗があったら、より魅力的な商店街になると思いますか。
※該当するもの３つまで「○」
【全体集計】n=960



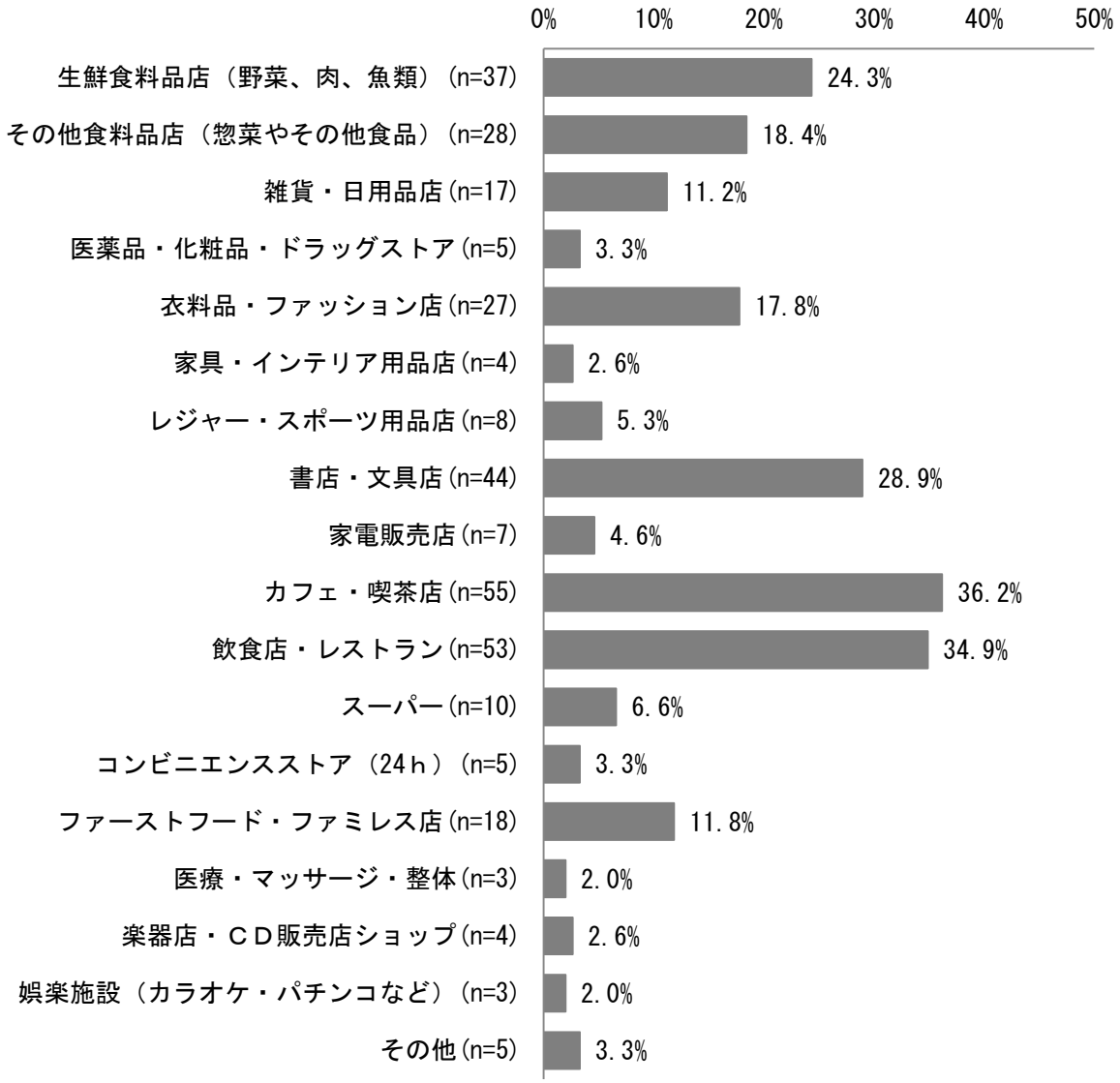
より魅力的な商店街のため利用する駅に望む店舗は、「カフェ・喫茶店」が 35.6%、次いで、「書店・文具店」が 33.0%、「飲食店・レストラン」が 32.2%と続いた。

【全体集計／鶴巻温泉駅】n=59



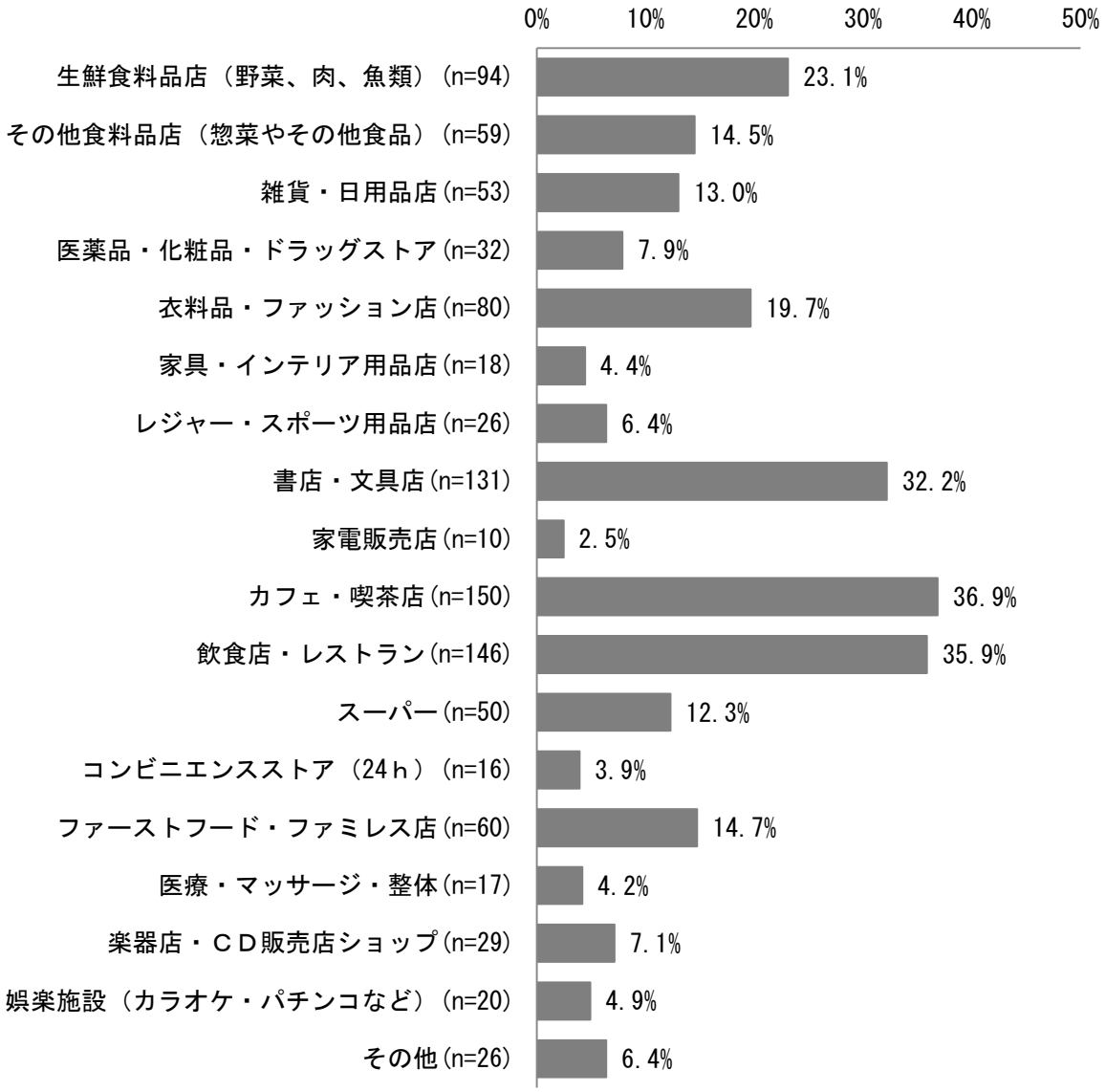
鶴巻温泉駅を最も利用する回答者がより魅力的な商店街のため利用する駅に望む店舗は、「飲食店・レストラン」が 54.2%で最も多く、次いで、「書店・文具店」が 45.8%、「カフェ・喫茶店」が 37.3%と続いた。

【全体集計／東海大学前駅】n=152



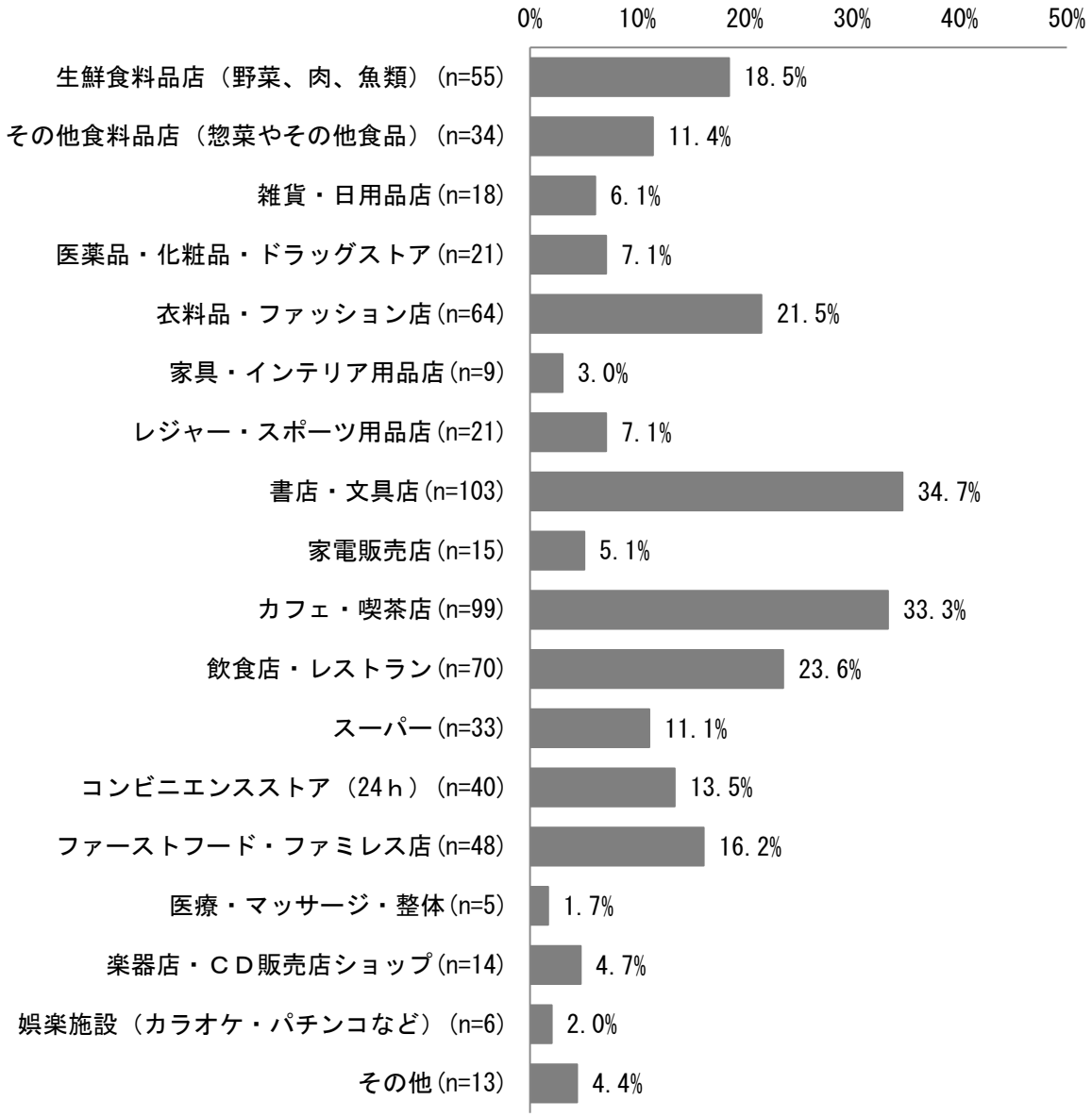
東海大学前駅を最も利用する回答者がより魅力的な商店街のため利用する駅に望む店舗は、「カフェ・喫茶店」が 36.2%で最も多く、次いで、「飲食店・レストラン」が 34.9%、「書店・文具店」が 28.9%と続いた。

【全体集計／秦野駅】n=407



秦野駅を最も利用する回答者がより魅力的な商店街のため利用する駅に望む店舗は、「カフェ・喫茶店」が 36.9%で最も多く、次いで、「飲食店・レストラン」が 35.9%、「書店・文具店」が 32.2%と続き、東海大学前駅と同様の傾向となった。

【全体集計／渋沢駅】n=297



渋沢駅を最も利用する回答者がより魅力的な商店街のため利用する駅に望む店舗は、「書店・文具店」が 34.7%で最も多く、次いで、「カフェ・喫茶店」が 33.3%、「飲食店・レストラン」が 23.6%と続き、他の利用駅と異なり、飲食店以外の項目が最も多くなった。

【年代別集計】

	全体 (n=893)	10歳代 (n=11)	20歳代 (n=54)	30歳代 (n=84)	40歳代 (n=118)	50歳代 (n=126)	60歳代 (n=198)	70歳代 (n=302)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	23.5%	0.0%	11.1%	14.3%	16.9%	16.7%	21.7%	35.8%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	14.9%	0.0%	9.3%	11.9%	16.9%	14.3%	18.2%	14.6%
雑貨・日用品店	10.8%	18.2%	9.3%	13.1%	13.6%	11.1%	10.6%	8.9%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	7.3%	9.1%	11.1%	7.1%	10.2%	9.5%	4.0%	6.6%
衣料品・ファッション店	20.4%	27.3%	22.2%	16.7%	20.3%	20.6%	21.7%	19.9%
家具・インテリア用品店	3.7%	0.0%	5.6%	2.4%	3.4%	5.6%	4.0%	3.0%
レジャー・スポーツ用品店	6.3%	9.1%	3.7%	8.3%	5.9%	6.3%	6.1%	6.3%
書店・文具店	35.3%	36.4%	37.0%	44.0%	34.7%	34.9%	34.3%	33.4%
家電量販店	3.8%	9.1%	9.3%	3.6%	2.5%	0.0%	5.1%	4.0%
カフェ・喫茶店	37.7%	63.6%	48.1%	42.9%	55.9%	34.9%	37.4%	27.8%
飲食店・レストラン	34.3%	9.1%	29.6%	26.2%	33.1%	35.7%	42.9%	32.5%
スーパー	11.4%	0.0%	9.3%	19.0%	7.6%	11.1%	9.6%	12.9%
コンビニエンスストア（24ｈ）	7.4%	0.0%	9.3%	10.7%	10.2%	8.7%	5.6%	6.0%
ファーストフード・ファミレス店	15.5%	9.1%	13.0%	23.8%	16.9%	19.8%	15.2%	11.6%
医療・マッサージ・整体	2.8%	0.0%	1.9%	2.4%	0.0%	2.4%	3.5%	4.0%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	5.4%	9.1%	14.8%	8.3%	4.2%	8.7%	2.5%	3.6%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	3.7%	18.2%	9.3%	2.4%	5.1%	4.0%	2.5%	2.6%
その他	5.9%	0.0%	3.7%	10.7%	5.1%	8.7%	3.5%	6.0%

年代別集計では、40 歳代において利用する駅に望む店舗は、「カフェ・喫茶店」が 55.9%と最も多くなった。いずれの年代も「書店・文具店」の比率が高く、30 歳代では 44.0%となった。70 歳代以上では「生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）」が 35.8%と多くなった。

【年代別集計／鶴巻温泉駅】

	全体 (n=59)	10歳代 (n=1)	20歳代 (n=4)	30歳代 (n=5)	40歳代 (n=10)	50歳代 (n=10)	60歳代 (n=10)	70歳代 (n=19)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	28.8%	0.0%	25.0%	40.0%	40.0%	0.0%	10.0%	47.4%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	10.2%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	15.8%
雑貨・日用品店	6.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	10.5%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	5.1%	0.0%	25.0%	20.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%
衣料品・ファッション店	13.6%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	15.8%
家具・インテリア用品店	1.7%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
レジャー・スポーツ用品店	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
書店・文具店	45.8%	0.0%	25.0%	40.0%	70.0%	60.0%	40.0%	36.8%
家電量販店	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%
カフェ・喫茶店	37.3%	0.0%	75.0%	80.0%	50.0%	40.0%	20.0%	21.1%
飲食店・レストラン	54.2%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	70.0%	50.0%	78.9%
スーパー	6.8%	0.0%	25.0%	0.0%	10.0%	10.0%	10.0%	0.0%
コンビニエンスストア（24ｈ）	5.1%	0.0%	0.0%	20.0%	10.0%	0.0%	0.0%	5.3%
ファーストフード・ファミレス店	15.3%	0.0%	25.0%	0.0%	10.0%	0.0%	40.0%	15.8%
医療・マッサージ・整体	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	1.7%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	6.8%	100.0%	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	10.0%	0.0%
その他	6.8%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	20.0%	10.0%	0.0%

鶴巻温泉駅を最も利用する回答者の年代別集計では、70 歳代において「飲食店・レストラン」が 78.9％で最も多くなった。また、70 歳代においては「生鮮食料品店（野菜・肉・魚類）」も 47.4％と多くなった。20 歳代及び 30 歳代では「カフェ・喫茶店」の比率が他の年代と比較して高く、40 歳代及び 50 歳代では「書店・文具店」の比率が高くなった。

【年代別集計／東海大学前駅】

	全体 (n=139)	10歳代 (n=2)	20歳代 (n=10)	30歳代 (n=7)	40歳代 (n=21)	50歳代 (n=14)	60歳代 (n=35)	70歳代 (n=50)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	26.6%	0.0%	10.0%	14.3%	9.5%	7.1%	22.9%	48.0%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	20.1%	0.0%	10.0%	28.6%	33.3%	28.6%	5.7%	24.0%
雑貨・日用品店	12.2%	100.0%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%	11.4%	12.0%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	9.5%	0.0%	2.9%	4.0%
衣料品・ファッション店	19.4%	50.0%	20.0%	14.3%	28.6%	21.4%	17.1%	16.0%
家具・インテリア用品店	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.6%	2.0%
レジャー・スポーツ用品店	5.8%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	8.6%	8.0%
書店・文具店	31.7%	50.0%	30.0%	57.1%	33.3%	14.3%	31.4%	32.0%
家電量販店	5.0%	0.0%	10.0%	0.0%	9.5%	0.0%	11.4%	0.0%
カフェ・喫茶店	39.6%	50.0%	50.0%	14.3%	57.1%	64.3%	40.0%	26.0%
飲食店・レストラン	38.1%	0.0%	40.0%	14.3%	23.8%	50.0%	54.3%	34.0%
スーパー	7.2%	0.0%	10.0%	28.6%	4.8%	14.3%	2.9%	6.0%
コンビニエンスストア（24ｈ）	3.6%	0.0%	10.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	6.0%
ファーストフード・ファミレス店	12.9%	50.0%	0.0%	14.3%	4.8%	7.1%	14.3%	18.0%
医療・マッサージ・整体	2.2%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	2.9%	0.0%	10.0%	14.3%	4.8%	7.1%	0.0%	0.0%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	2.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	2.9%	2.0%
その他	3.6%	0.0%	10.0%	14.3%	0.0%	7.1%	2.9%	2.0%

東海大学前駅を最も利用する回答者の年代別集計では、50 歳代において「カフェ・喫茶店」が 64.3%で最も多くなった。また、40 歳代でも 57.1%と比率が高い。70 歳代において最も多くなったのは「生鮮食料品店（野菜・肉・魚類）」で、48.0%となった。30 歳代では「書店・文具店」が 57.1%と多くなった。

【全体集計／秦野駅】

	全体 (n=387)	10歳代 (n=7)	20歳代 (n=20)	30歳代 (n=42)	40歳代 (n=52)	50歳代 (n=59)	60歳代 (n=90)	70歳代 (n=117)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	24.5%	0.0%	5.0%	16.7%	23.1%	23.7%	25.6%	32.5%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	15.2%	0.0%	10.0%	9.5%	15.4%	13.6%	20.0%	16.2%
雑貨・日用品店	14.0%	0.0%	10.0%	16.7%	21.2%	18.6%	11.1%	11.1%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	8.3%	14.3%	15.0%	7.1%	11.5%	10.2%	3.3%	8.5%
衣料品・ファッション店	20.7%	28.6%	15.0%	19.0%	17.3%	22.0%	23.3%	20.5%
家具・インテリア用品店	4.7%	0.0%	10.0%	4.8%	5.8%	6.8%	4.4%	2.6%
レジャー・スポーツ用品店	6.7%	14.3%	5.0%	7.1%	5.8%	10.2%	5.6%	6.0%
書店・文具店	34.4%	42.9%	40.0%	42.9%	26.9%	33.9%	35.6%	32.5%
家電量販店	2.6%	0.0%	10.0%	7.1%	1.9%	0.0%	1.1%	2.6%
カフェ・喫茶店	38.8%	85.7%	45.0%	42.9%	55.8%	27.1%	41.1%	29.9%
飲食店・レストラン	37.7%	14.3%	35.0%	40.5%	42.3%	33.9%	46.7%	31.6%
スーパー	13.2%	0.0%	0.0%	26.2%	5.8%	15.3%	8.9%	17.1%
コンビニエンスストア（24ｈ）	4.1%	0.0%	0.0%	7.1%	3.8%	1.7%	4.4%	5.1%
ファーストフード・ファミレス店	15.5%	0.0%	15.0%	26.2%	25.0%	20.3%	13.3%	7.7%
医療・マッサージ・整体	4.4%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	5.1%	4.4%	6.8%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	7.5%	0.0%	25.0%	9.5%	3.8%	15.3%	3.3%	5.1%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	5.2%	14.3%	20.0%	2.4%	3.8%	6.8%	2.2%	5.1%
その他	6.7%	0.0%	0.0%	9.5%	7.7%	10.2%	1.1%	9.4%

秦野駅を最も利用する回答者の年代別集計では、いずれの年代においても「カフェ・喫茶店」が多く、特に、10 歳代で 85.7%、40 歳代では 55.8%となった。また、30 歳代以下では「書店・文具店」も多くなった。

【年代別集計／渋沢駅】

	全体 (n=287)	10歳代 (n=1)	20歳代 (n=19)	30歳代 (n=29)	40歳代 (n=31)	50歳代 (n=40)	60歳代 (n=60)	70歳代 (n=107)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	19.5%	0.0%	15.8%	6.9%	6.5%	12.5%	16.7%	31.8%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	11.8%	0.0%	5.3%	10.3%	16.1%	7.5%	23.3%	7.5%
雑貨・日用品店	6.6%	0.0%	15.8%	6.9%	3.2%	7.5%	8.3%	4.7%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	7.3%	0.0%	10.5%	6.9%	6.5%	12.5%	6.7%	5.6%
衣料品・ファッション店	22.3%	0.0%	21.1%	17.2%	29.0%	17.5%	23.3%	23.4%
家具・インテリア用品店	3.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.2%	7.5%	1.7%	3.7%
レジャー・スポーツ用品店	7.3%	0.0%	5.3%	13.8%	9.7%	2.5%	6.7%	7.5%
書店・文具店	36.6%	0.0%	42.1%	41.4%	35.5%	40.0%	35.0%	34.6%
家電量販店	5.2%	100.0%	10.5%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	7.5%
カフェ・喫茶店	34.8%	0.0%	47.4%	41.4%	51.6%	35.0%	31.7%	28.0%
飲食店・レストラン	24.4%	0.0%	26.3%	10.3%	22.6%	25.0%	28.3%	26.2%
スーパー	12.2%	0.0%	10.5%	10.3%	12.9%	5.0%	15.0%	14.0%
コンビニエンスストア（24ｈ）	13.9%	0.0%	21.1%	17.2%	22.6%	22.5%	11.7%	7.5%
ファーストフード・ファミレス店	16.7%	0.0%	15.8%	27.6%	16.1%	25.0%	15.0%	12.1%
医療・マッサージ・整体	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	1.9%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	4.9%	100.0%	5.3%	6.9%	6.5%	2.5%	3.3%	4.7%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	2.1%	0.0%	5.3%	3.4%	6.5%	0.0%	1.7%	0.9%
その他	4.5%	0.0%	5.3%	13.8%	3.2%	5.0%	3.3%	2.8%

渋沢駅を最も利用する回答者の年代別集計では、いずれの年代においても「書店・文具店」が多く、特に、20 歳代で 42.1%、30 歳代で 41.4%となった。20 歳代から 40 歳代においては、「カフェ・喫茶店」の比率も高く、40 歳代で 51.6%となった。

【男女別集計】

	全体(n=887)	男性(n=385)	女性(n=502)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	23.4%	25.7%	21.7%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	15.0%	15.3%	14.7%
雑貨・日用品店	10.6%	9.9%	11.2%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	7.4%	7.5%	7.4%
衣料品・ファッション店	20.4%	14.0%	25.3%
家具・インテリア用品店	3.7%	2.1%	5.0%
レジャー・スポーツ用品店	6.3%	11.7%	2.2%
書店・文具店	34.8%	33.8%	35.7%
家電量販店	3.8%	6.0%	2.2%
カフェ・喫茶店	37.9%	30.9%	43.2%
飲食店・レストラン	34.5%	35.1%	34.1%
スーパー	11.0%	11.4%	10.8%
コンビニエンスストア（24ｈ）	7.3%	8.3%	6.6%
ファーストフード・ファミレス店	15.6%	15.3%	15.7%
医療・マッサージ・整体	2.8%	2.3%	3.2%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	5.3%	7.5%	3.6%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	3.7%	6.5%	1.6%
その他	6.0%	5.2%	6.6%

男女別集計では、男性において利用する駅に望む店舗は、「飲食店・レストラン」が 35.1%で最も多くなった。女性では、「カフェ・喫茶店」が 43.2%で最も多くなった。また、男女ともに「生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）」、「その他食料品店（惣菜やその他食品）」、「ファーストフード・ファミレス店」などの食に関連の比率も高くなった。

【男女別集計／鶴巻温泉駅】

	全体(n=58)	男性(n=20)	女性(n=38)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	29.3%	25.0%	31.6%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	10.3%	25.0%	2.6%
雑貨・日用品店	6.9%	10.0%	5.3%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	5.2%	0.0%	7.9%
衣料品・ファッション店	12.1%	5.0%	15.8%
家具・インテリア用品店	1.7%	0.0%	2.6%
レジャー・スポーツ用品店	0.0%	0.0%	0.0%
書店・文具店	44.8%	45.0%	44.7%
家電量販店	1.7%	5.0%	0.0%
カフェ・喫茶店	37.9%	20.0%	47.4%
飲食店・レストラン	55.2%	65.0%	50.0%
スーパー	6.9%	15.0%	2.6%
コンビニエンスストア（24ｈ）	5.2%	0.0%	7.9%
ファーストフード・ファミレス店	15.5%	20.0%	13.2%
医療・マッサージ・整体	0.0%	0.0%	0.0%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	0.0%	0.0%	0.0%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	6.9%	15.0%	2.6%
その他	6.9%	5.0%	7.9%

鶴巻温泉駅を最も利用する回答者の男女別集計では、男女ともに「飲食店・レストラン」が 50%を超えて最も多くなった。一方、「カフェ・喫茶店」では、女性において 47.4%と高くなったが、男性では 20.0%にとどまった。

【男女別集計／東海大学前駅】

	全体(n=137)	男性(n=54)	女性(n=83)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	26.3%	33.3%	21.7%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	20.4%	16.7%	22.9%
雑貨・日用品店	12.4%	11.1%	13.3%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	3.6%	7.4%	1.2%
衣料品・ファッション店	19.7%	11.1%	25.3%
家具・インテリア用品店	2.9%	3.7%	2.4%
レジャー・スポーツ用品店	5.8%	13.0%	1.2%
書店・文具店	30.7%	35.2%	27.7%
家電量販店	5.1%	9.3%	2.4%
カフェ・喫茶店	40.1%	25.9%	49.4%
飲食店・レストラン	38.7%	38.9%	38.6%
スーパー	6.6%	3.7%	8.4%
コンビニエンスストア（24ｈ）	2.9%	3.7%	2.4%
ファーストフード・ファミレス店	13.1%	13.0%	13.3%
医療・マッサージ・整体	2.2%	0.0%	3.6%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	2.9%	3.7%	2.4%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	2.2%	5.6%	0.0%
その他	3.6%	1.9%	4.8%

東海大学前駅を最も利用する回答者の男女別集計では、女性において「カフェ・喫茶店」が 49.4%で最も多く、男性では 25.9%となった。男女ともに「飲食店・レストラン」の比率も高く、男性で 38.9%、女性では 38.6%となった。また、男性において「生鮮食料品店（野菜・肉・魚類）」が 33.3%と女性よりも 10%以上多くなった。

【男女別集計／秦野駅】

	全体(n=386)	男性(n=177)	女性(n=209)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	24.4%	25.4%	23.4%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	15.3%	15.8%	14.8%
雑貨・日用品店	13.7%	11.9%	15.3%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	8.3%	7.9%	8.6%
衣料品・ファッション店	20.7%	13.0%	27.3%
家具・インテリア用品店	4.7%	1.7%	7.2%
レジャー・スポーツ用品店	6.7%	10.7%	3.3%
書店・文具店	33.9%	34.5%	33.5%
家電量販店	2.6%	3.4%	1.9%
カフェ・喫茶店	38.9%	33.3%	43.5%
飲食店・レストラン	37.8%	37.3%	38.3%
スーパー	13.0%	13.0%	12.9%
コンビニエンスストア（24ｈ）	4.1%	6.2%	2.4%
ファーストフード・ファミレス店	15.5%	13.6%	17.2%
医療・マッサージ・整体	4.4%	3.4%	5.3%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	7.5%	9.6%	5.7%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	5.2%	8.5%	2.4%
その他	6.7%	6.2%	7.2%

秦野駅を最も利用する回答者の男女別集計では、女性において「カフェ・喫茶店」が 43.5%と最も高く、男性では 33.3%となった。「飲食店・レストラン」及び「書店・文具店」では、男女とも同様に多くなった。

【男女別集計／渋沢駅】

	全体(n=284)	男性(n=123)	女性(n=161)
生鮮食料品店（野菜、肉、魚類）	19.4%	23.6%	16.1%
その他食料品店（惣菜やその他食品）	12.0%	12.2%	11.8%
雑貨・日用品店	6.3%	7.3%	5.6%
医薬品・化粧品・ドラッグストア	7.4%	7.3%	7.5%
衣料品・ファッション店	22.5%	17.9%	26.1%
家具・インテリア用品店	3.2%	2.4%	3.7%
レジャー・スポーツ用品店	7.4%	14.6%	1.9%
書店・文具店	36.3%	30.9%	40.4%
家電量販店	5.3%	8.1%	3.1%
カフェ・喫茶店	34.9%	31.7%	37.3%
飲食店・レストラン	24.6%	26.8%	23.0%
スーパー	11.6%	11.4%	11.8%
コンビニエンスストア（24ｈ）	14.1%	13.8%	14.3%
ファーストフード・ファミレス店	16.9%	17.1%	16.8%
医療・マッサージ・整体	1.8%	2.4%	1.2%
楽器店・ＣＤ販売店ショップ	4.9%	8.1%	2.5%
娯楽施設（カラオケ・パチンコなど）	2.1%	3.3%	1.2%
その他	4.6%	2.4%	6.2%

渋沢駅を最も利用する回答者の男女別集計では、女性において「書店・文具店」が 40.4%と最も多くなったが、男性においても 30.9%と多かった。女性では「カフェ・喫茶店」の比率も高く、37.3%となった。男性においては「生鮮食料品店（野菜・肉・魚類）」が 23.6%となり、女性の 16.1%を上回った。

４．秦野市内の商店・商店街活性化に関する意見、提案

市内の商店・商店街活性化に対するご意見、ご提案がございましたら、率直なご意見をお書きください。※自由記述意見

誤字、脱字を除き、回答者の意見、提案をそのまま掲載する。なお、多くの回答をいただいたため、項目毎に多い意見を数票抜粋して掲載する。

（１）商店街に望む店舗について

・小さい子どもがいてもお茶や食事ができるところがあったら良いなと思います。座敷など、離乳食持込みOKなど、オムツが替えられるトイレありなど。
・商店街を活気づけるには、若者をターゲットにしたお店を増やすべきだと思います。おしゃれなカフェは２～３店舗あってもいいと思います。またファミリー層をターゲットにしたレストランなどがあれば人が集まりやすそうだと思います。
・駅周辺にバリアフリーで駐車場があって多人数でお食事できるところができたら良いと思います。
・秦野駅には書店がなくなりました。ツタヤも無くなったし。ドラッグストアばかり増えてもねぇ。全方位をねらってもダメでしょう。特化した何かがないと。イメージ作りから必要では？

（２）駐車場や利便性について

・店の前に駐車場が無ければ、まず行かない。秦野駅周辺の店に行く時は徒歩で行く。
・商店街利用時の駐車場確保が出来れば良いと思う。
・ショッピング等充実した場所にいるので余り不便を感じないが高齢のため重い物の買物が困ります。
・小さい子供が出歩くには少し不便と感じます。歩道の整備等してもらえたらと思います。
・駅周辺には無料で駐車できる所が少ないため、少しの買物の為だけには出かけられない。もっと魅力あるものがあれば出かけたい。
・土日のバスの運行。循環バスがあったら買物に行きやすい。免許返納をしたならなおさら。

（３）商店街活性化のための提案について

・ショッピングモールにないサービスの提供。健康寿命延長を目指して…商店街内を歩いたらウォーキングポイントを付け、買物の割引に…。料理のオリジナルレシピを作る…その食材をそろえられるお店を表示する。（相互作用で活かせるのでは？）病人向けの総菜を作る…糖尿病、化学療法を受けている方等。こういうのはなかなかショッピングモールではないし、薬局で売っていても高い。
・若者が集まるような店舗が必要。空き店舗があると寂れた雰囲気になり、人が寄り付かなくなるので賃料を安くしても店を入れるべき。
・店内、屋内に座れるスペース（休息）がほしい。百円コーヒー等があればなお良い！
・スーパーマーケットにはない商店があると良い。（おいしいコーヒー、デザート、クオリティーが高い方が良い！総菜屋、魚屋、肉そうざい店など…）個人で手作り（小物や雑貨）している方がとても多く感じます。空いている店を安く貸し出してみるのも良いと思います。毎月小さなおまつりみたいなものを開催して元気な商店街にしてほしいです。
・低価格は実現不可能なので、付加価値が必須。滞在時間や客単価を増やす努力を。川越などのように、食べ歩きできる食品を各店で販売。はだのドーナツなど、もったいないです。たばこ祭りも、各商店街がもっとアピールしてリピーターを増やす努力を。人が増えれば売り上げは上がる。
・商店街を活性化するためには、計画的にイベント等を開催して勉力を発信して、生活にとけこんで街づくりなどの一体化が大切と思います。商店街毎に異なる内部にしてはいかがですか。

Ⅲ　消費動向及び購買意欲の現状

１．消費動向及び購買意欲の現状

（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、茅ケ崎方面、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。

Ⅳ　使用した調査票

秦野市消費者購買(買物行動)意識に関わる
アンケート調査へのご協力のお願い

このアンケート調査は、市民の皆様が日頃どのようにお買物をされているのか、個人の消費動向や購買意識について率直なご意見をお聞きし、市内４駅（鶴巻温泉・東海大学前・秦野・渋沢）周辺のにぎわいのある商店街づくりや商店の活性化策に活用することを目的として実施するものです。

今回の調査では、市内在住の１８歳以上の方を対象者として、住民基本台帳から２,０００人を無作為に抽出させていただきました。なお、この調査は無記名回答で、統計的に処理し、個人名が明らかになる形での公表は決していたしません。また、調査目的以外での使用は一切いたしませんので、皆様の率直なご回答をお願いいたします。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、この調査の趣旨をご理解いただき、ご協力くださいますようよろしくお願い申し上げます。

令和元年 12 月

〔記入にあたってのお願い〕

調査票は、宛名のご本人が直接ご記入の上、同封の返信用封筒に入れて、

12 月 20 日(金)までに郵便ポストに投函していただきますよう、お願いいたします。

○本調査に関する問い合わせは、秦野市環境産業部産業振興課から調査を委託された株式会社アクス「秦野市消費者購買(買物行動)意識調査」事務局までお願いいたします。

【調査主体】　秦野市環境産業部産業振興課

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社アクス　　「秦野市消費者購買（買物行動）意識調査」事務局

〒222－００33　　横浜市港北区新横浜 2-13-13TPR 新横浜ビル７F

（受付ダイヤル）　045－534－4067　　（FAX）　045-473-2699

【問１】あなたご自身について、該当するものに「○」をつけてください。

あなたの年齢(年代)	1　10 歳代　2　20 歳代　3　30 歳代 4　40 歳代　5　50 歳代　6　60 歳代 7　70 歳代以上
あなたの性別	1　男性　2　女性
お住まい地区	1　本町地区　2　南地区　3　東地区　4　北地区 5　西・上地区　6　大根地区　7　鶴巻地区
あなたのご職業 ※該当するもの１つに「○」	1　自営業　2　会社員(サラリーマン)・公務員など 3　パート・アルバイト　4　主婦（主夫）・家事手伝い 5　学生　6　その他 （　　）
あなたは、市内に何年位お住まいですか	1　５年未満　2　５年～１０年未満 3　10 年～15 年未満　4　15 年～20 年未満 5　２０年以上
お買い物をする主な曜日　※該当するものすべてに「○」	1　月曜日　2　火曜日　3　水曜日　4　木曜日 5　金曜日　6　週末（土曜日・日曜日）　7　特に決めていない
お店で商品・サービスの支払いをするときの支払い方法は ※該当するものすべてに「○」	1　現金で支払う 2　クレジットカード 3　電子マネーカード（交通系・流通系ＩＣカード） 4　スマートフォンによる決済（ＱＲ・バーコード）

【問２】　あなたの最近のお買物、消費行動に関する意識についてお聞きします。
1～２年前と比べて、支出状況はどのように変化しましたか。※該当欄に「○」をつけてください。

家計費目	増加した	やや増加した	変わらない	やや減少した	減少した
食料費(生鮮食料品等)					
家具・家事用品費（電化製品等）					
洋服・履物費					
教育費					
教養・娯楽費(趣味、レジャー、スポーツ、旅行等)					
外食費(飲食)					

【問３】　あなたがお買物をされる際に、購入商品の情報をどのように入手していますか。
※該当するものすべてに「○」をつけてください。

購入商品の情報の入手先や方法 ※該当するものすべてに「○」	１　チラシ広告、会員カタログから ２　インターネット等情報サイト、SNS から ３　お店の陳列商品から ４　テレビやラジオから ５　知人のお店からの連絡(会員カタログ)から ６　口コミ（家族・友人・知人）から ７　特に情報入手していない ８　その他（　　）

【問４】　あなたがお買物をする際に、お店を選ぶ主な条件は何ですか。
※優先する理由を最大３つまで「○」をつけてください。

お店を選ぶ主な理由 ※該当するもの３つまで「○」	１　自宅近くで買物時間を優先できる ２　店主・店員と顔なじみで気軽に相談できる ３　サービスや接客が良い ４　品揃えが豊富で鮮度・品質が良い ５　値段が安い ６　交通の便が良い ７　駐車場がたくさんある ８　ポイントカードやスタンプカードが利用できる ９　自宅まで届けてくれる 10　一箇所で何でも揃う 11　夜遅くまで営業している 12　クレジットカード・電子マネーが利用できる 13　その他（　　）

【問５】　次の商品を主にどこで購入していますか。
※それぞれの項目で該当するものに３つまで「○」をつけてください。

		1 自宅近くの商店	2 駅周辺の商店街	3 自宅近くのスーパーマーケット	4 自宅近く以外のスーパーマーケット	5 市内の大型ショッピングセンター※3	6 市内のドラッグストア、ホームセンター、ディスカントストア、家電量販店など	7 コンビニエンスストア	8 小田原方面	9 平塚、茅ヶ崎方面	10 二宮、大磯方面
項目	生鮮食料品等※1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	日用雑貨品等※2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	衣料品（洋服・靴等）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	家具・電化製品等	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	趣味・娯楽	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	医薬品・化粧品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	書籍関係	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	贈答品（中元・歳暮等）	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	時計・メガネ・貴金属	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

※1 生鮮食料等とは野菜、肉、魚、その他食品類
※2 日用雑貨品等とは掃除、洗濯用品、台所用品、トイレットペーパー等
※３ショッピングセンターとは、複数の小売店舗や飲食店、サービス業などの店舗が集積する商業施設

11	12	13	14	15	16	17	
伊勢原方面	厚木、海老名方面	横浜方面	小田急沿線の東京都内（町田・新宿等）	カタログで購入	生協・宅配で購入	インターネットで購入	
11	12	13	14	15	16	17	生鮮食料品等※1
11	12	13	14	15	16	17	日用雑貨品等※2
11	12	13	14	15	16	17	衣料品（洋服・靴等）
11	12	13	14	15	16	17	家具・電化製品等
11	12	13	14	15	16	17	趣味・娯楽
11	12	13	14	15	16	17	医薬品・化粧品
11	12	13	14	15	16	17	書籍関係
11	12	13	14	15	16	17	贈答品（中元・歳暮等）
11	12	13	14	15	16	17	時計・メガネ・貴金属

【問６】　あなたが市内の駅周辺の商店街等でお買物する際に、最も利用する交通手段は何ですか。
※該当するものに１つ「○」をつけてください。

最も利用する交通手段は何ですか ※該当するもの１つに「○」	１　徒歩、自転車 ２　オートバイ(バイク) ３　自家用車　※自家用車を選んだ方は、「問７」も回答してください。 ４　電車 ５　バス ６　タクシー ７　その他（　　）

【問７】　**「問６」で「自家用車」と回答した方にお聞きします。**
あなたが市内の駅周辺の商店街等でお買物する際に、主にどこに駐車しますか。
※該当するものに１つ「○」をつけてください。

主にどこに駐車しますか ※該当するもの１つに「○」	１　商店の駐車場 ２　商店街の駐車場 ３　市営の駐車場（渋沢駅北口駐車場、片町駐車場） ４　民間の駐車場やコインパーキング ５　スーパー等の駐車場

【問８】　駅周辺の商店街でイベント（にぎわい市など共同イベント）や季節の催事（売出し）があると、商店街へお出かけしますか。該当するものに１つ「○」をつけてください。

商店街イベントや季節の催事 ※該当するもの１つに「○」	１　出かける ２　魅力あるイベントか内容によって出かける ３　出かけない

【問９】　にぎわいと魅力ある商店街づくりとして、市内４駅周辺の商店や商店街に望むものは何ですか。
※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

市内４駅周辺の商店街に望むものは何ですか ※該当するもの３つまで「○」	１　大型・量販店と違う品揃え	１１　駐輪場や駐車場の確保・整備
	２　営業日や営業時間の見直しや延長	１２　特売日の見直しや売出しの実施
	３　商品の販売価格の見直し	１３　お店の外観や意匠のリニューアル
	４　接客サービス・アフターサービスの充実	１４　魅力ある商店街イベントの増加
	５　電話やネットによる注文商品の配達	１５　トイレの整備
	６　お店での購入商品の配達	１６　バリアフリーの整備（段差がない）
	７　買い物代行・配達（御用聞き）	１７　ゆっくりくつろげるスペースの設置
	８　ポイントカードやスタンプカードの充実	１８　魅力的な飲食店の設置
	９　支払いのキャッシュレス化	１９　特になし
	１０　個店の情報発信や提供（宣伝広告）	２０　その他（　　）

【問１０】　あなたが一番利用する駅名を選択し、利用する駅周辺の商店街にどのような店舗や出店があったら、より魅力的な商店街になると思いますか。
※駅名を選択し、該当するものに３つまで「○」をつけてください。

最も利用する駅を選んでください ※該当するもの１つに「○」	１　鶴巻温泉駅 ３　秦野駅	２　東海大学前駅 ４　渋沢駅
最も利用する駅にどのような店舗があったら、より魅力的な商店街になると思いますか ※該当するもの３つまで「○」	１　生鮮食料品店（野菜、肉、魚類） ２　その他食料品店（惣菜やその他食品） ３　雑貨・日用品店 ４　医薬品・化粧品・ドラッグストア ５　衣料品・ファッション店 ６　家具・インテリア用品店 ７　レジャー・スポーツ用品店 ８　書店・文具店 ９　家電販売店	１０　カフェ・喫茶店 １１　飲食店・レストラン １２　スーパー １３　コンビニエンスストア（24ｈ） １４　ファーストフード・ファミレス店 １５　医療・マッサージ・整体 １６　楽器店・ＣＤ販売店ショップ １７　娯楽施設（カラオケ・パチンコなど） １８　その他 （　　）

【問１１】あなたが買い物をする際の環境への配慮についてお伺いします。
※該当するものにすべてに「○」をつけてください。

取組んでいる環境への配慮 ※該当するものすべてに「○」てに「○」	１　簡易包装への協力 ２　レジ袋の不使用（エコバック等） ３　環境に配慮した商品の購入 ４　店頭での再生可能資源（食品トレー）回収への協力 ５　特に取り組んでいない

【問１２】１０月から食品及び定期購読の新聞・雑誌を除く商品について、消費税が 8%から 10%に引き上げられました。あなたは、消費税増税を意識して、増税前に何か「駆け込み消費（購入）」しましたか。
※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

増税前に「駆け込み消費(購入)」しましたか ※該当するもの３つまで「○」	１　食料品（米、麺類、調味料など） ２　嗜好品（酒類、たばこなど） ３　家具・電化製品・家庭用耐久品 ４　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） ５　衣類、履物など（下着類、和・洋服、靴など） ６　保健・医療・理美容用品等（クスリ、紙おむつ類、化粧品など） ７　交通・通信（通学・通勤定期代など） ８　趣味・教養娯楽やレジャー用品 ９　車、バイク 10　住宅、リフォームなど 11　その他（　　） 12　特にしていない

【問１３】消費税が 8%から 10%に引き上げられました。あなたは、増税後から何か「節約」したものはありますか。※該当するものに３つまで「○」をつけてください。

増税後から節約したものはありますか ※該当するもの３つまで「○」	１　日々の食費や食料費 ２　家族や友人との外食・交際費 ３　家事・日用雑貨品 ４　洋服、履物、ファッション雑貨 ５　水道光熱費 ６　趣味・旅行・教養娯楽やレジャー ７　携帯電話等の通信費	８　交通費・ガソリン代 ９　美容・理容 １０　医療費や保険代 １１　こどもの教育費 １２　家族のお小遣い １３　その他（　　） １４　特にしていない

※市内の商店・商店街活性化に対するご意見、ご提案がございましたら、率直なご意見をお書きください。

アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。

令和元年度

秦野市消費者購買（買物行動）実態調査報告書

― 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