

④消費者購買行動意識調查

I 調査概要

1. 調査目的

本調査は、新型コロナウイルス感染症が、商店街の景況感や消費者ニーズなどに与える変化及び商店街や来街者の実態を把握するため実施された「緊急商店街関連調査」のうち、市民の日常の購買行動を把握することを目的に実施した。

2. 調査の実施概要

- (1) 調査対象 横浜市内在住の20歳以上の男女15,000人
- (2) 抽出方法 住民基本台帳から無作為抽出
- (3) 調査方法 郵送（配付・回収）及びwebによるアンケート方式
- (4) 調査期間 令和2年11月16日～12月25日
- (5) 調査票配布数・回収数

調査票配付数	有効回収数	有効回収率
15,000	5,631	37.5%

(6) 調査票の見方

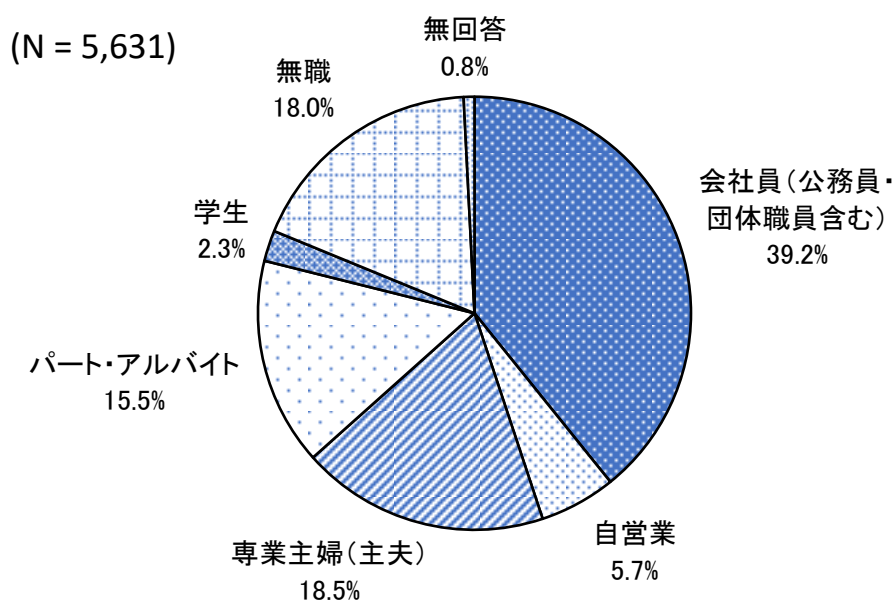
- 図表中の構成比率は、小数点第2位以下を四捨五入している関係で、必ずしも100.0%とはならないことがある。
- 複数回答の設問は、回答が2つ以上ありうるため、合計は100.0%を超えることもある。
- 図表中の「N」とは回答件数の総数のことで、100.0%が何件の回答に相当するかを示す比率算出の基数である。
- 回答が5以下のものに関しては参考値とし、原則コメントは省略している。
- 本調査の分析に際し、平成27年度、平成30年度に実施した「消費者購買行動意識調査」と比較が可能なものに関し、経年比較を行っている。本文中『平成27年度調査』『平成30年度調査』と表記のあるものについては、この調査を示している。なお、一部の選択肢は、令和2年度調査に新設又は廃止されたものがあり、経年比較ができないものもある。その場合は「-」で表示している

Ⅱ 回答者の属性

1. 回答者について

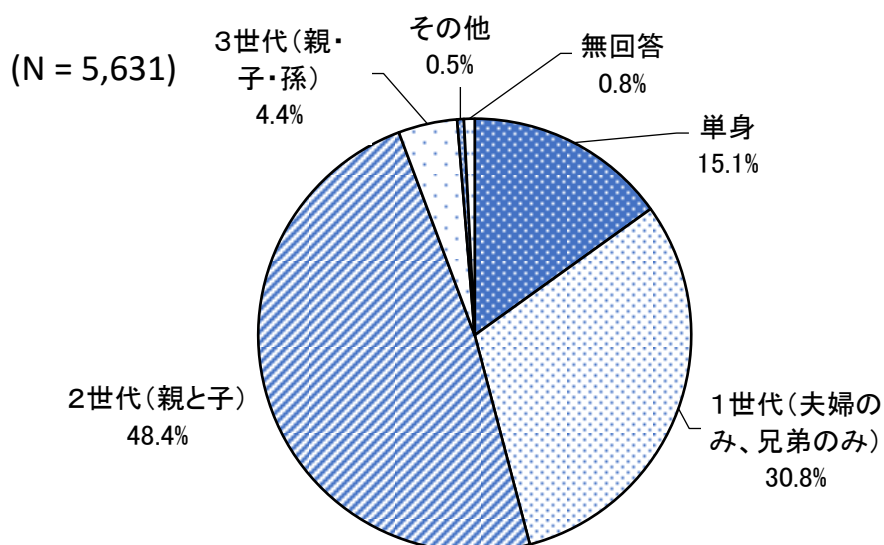
(1) 職業

「会社員（公務員・団体職員含む）」が 39.2%と最も高く、次いで「専業主婦（主夫）」が 18.5%、「無職」が 18.0%となっている。



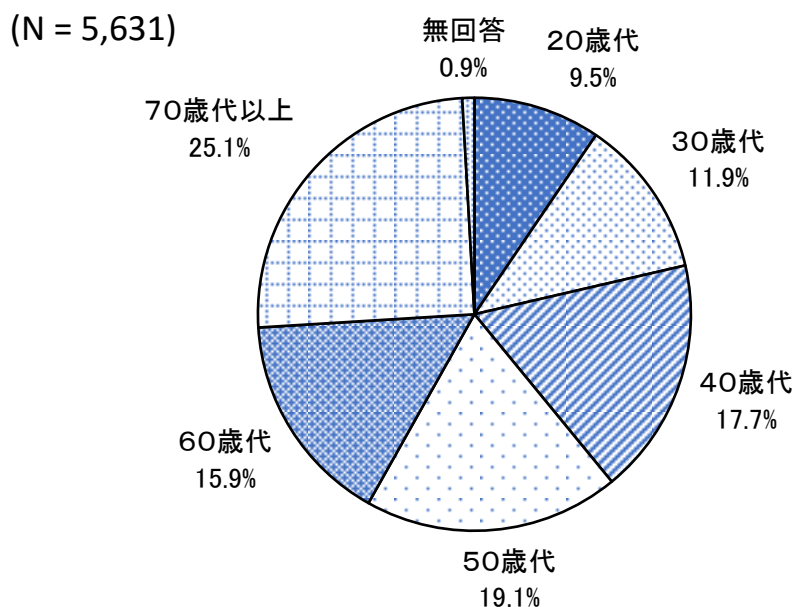
(2) 家族構成

「2世代（親と子）」が 48.4%と最も高く、次いで「1世代（夫婦のみ、兄弟のみ）」が 30.8%、「単身」が 15.1%となっている。



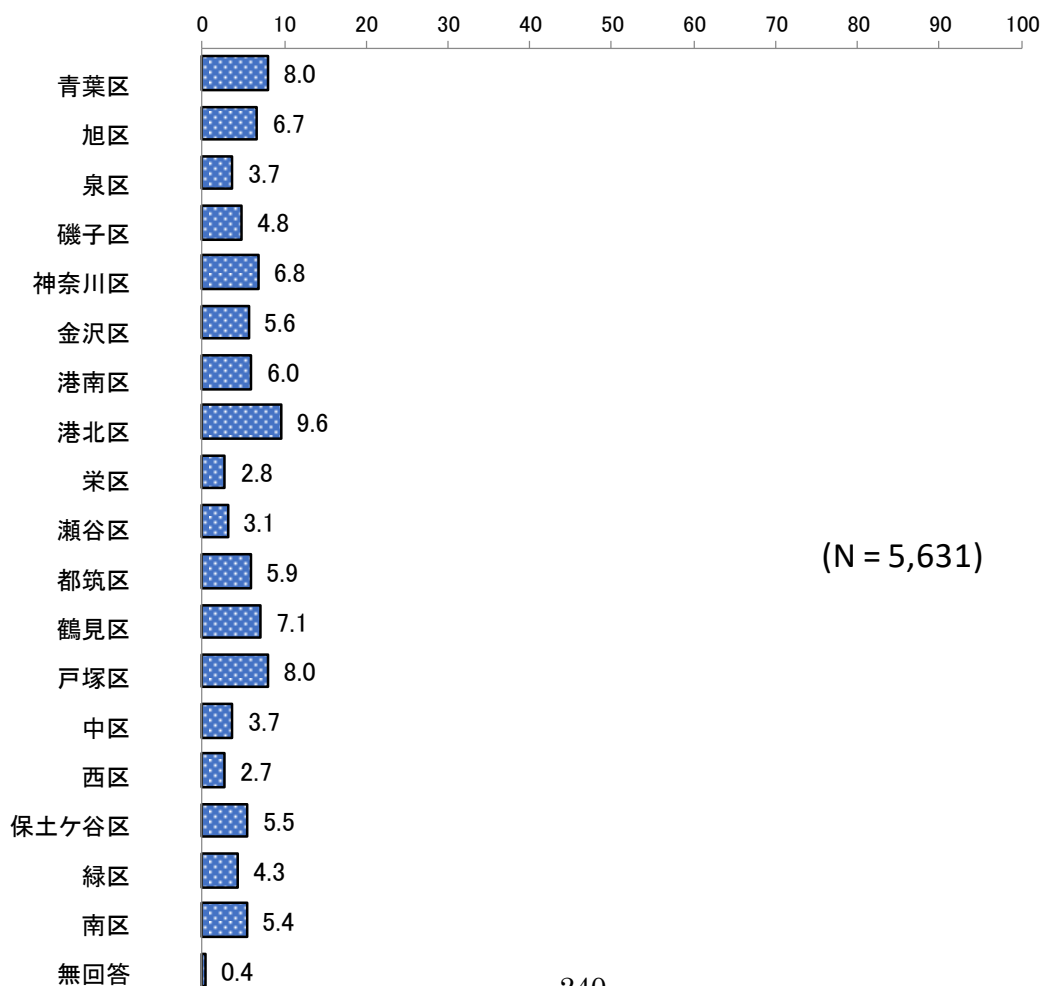
(3) 年齢

「70歳代以上」が25.1%と最も高く、次いで「50歳代」が19.1%、「40歳代」が17.7%となっている。



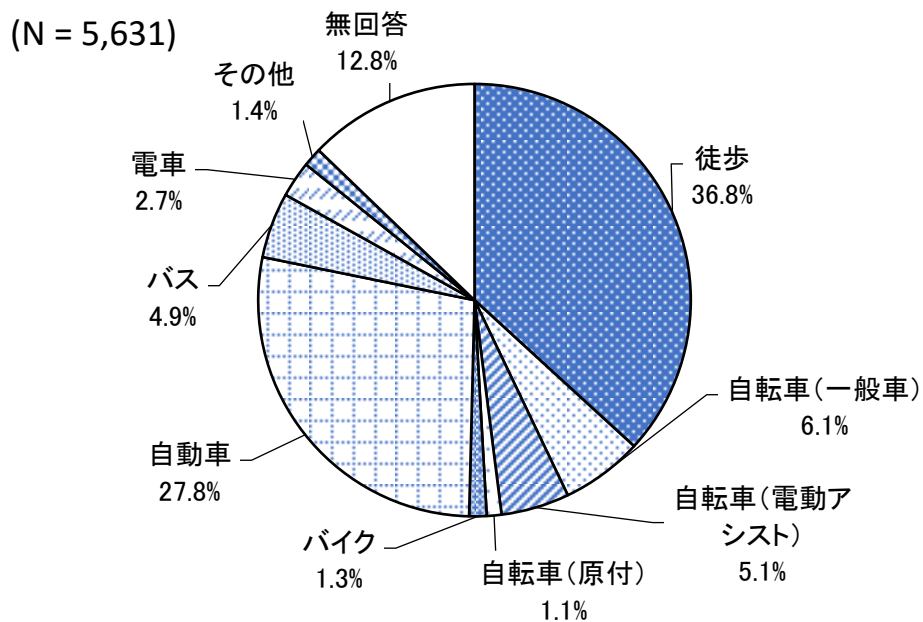
(4) 住所

「港北区」が9.6%と最も高く、次いで「青葉区」及び「戸塚区」が8.0%となっている。



(5) 普段の買い物の交通手段

「徒歩」が36.8%と最も高く、次いで「自動車」が27.8%、「自転車（一般車）」が6.1%となっている。



Ⅲ 消費者の目からみた商店街の現状

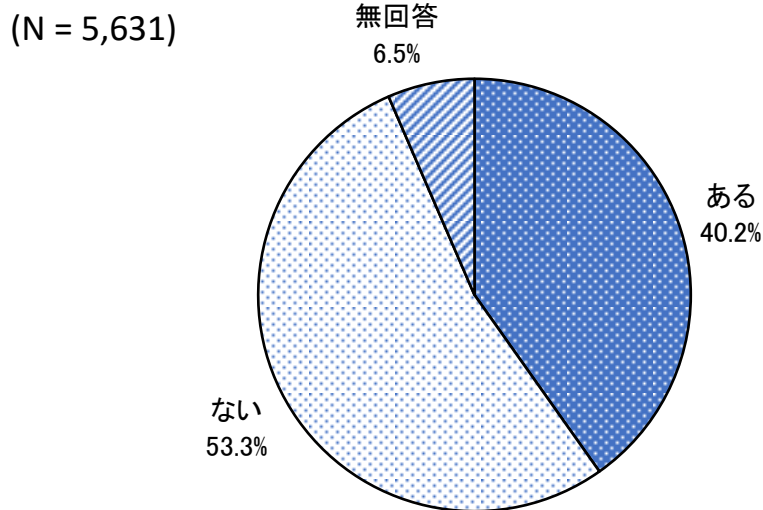
1. 各問の集計結果と分析

(1) 居住地の近隣にある商店街の有無・商店街タイプ (問 1～問 2)

問 1 お住いの近くに商店街はありますか (○は1つだけ)

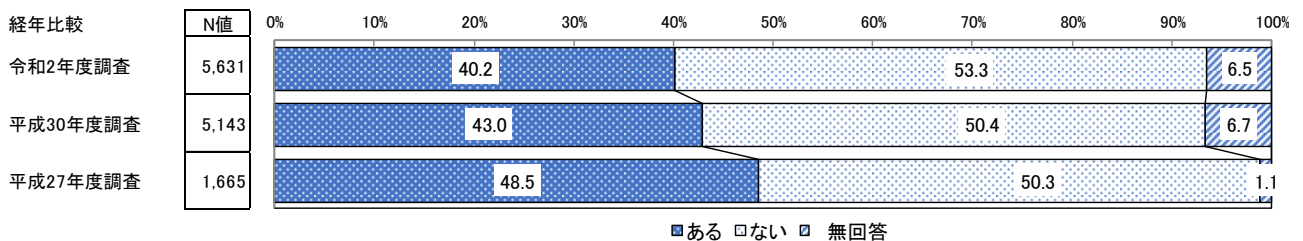
【全体】

「ない」が 53.3%、「ある」が 40.2%となっている。



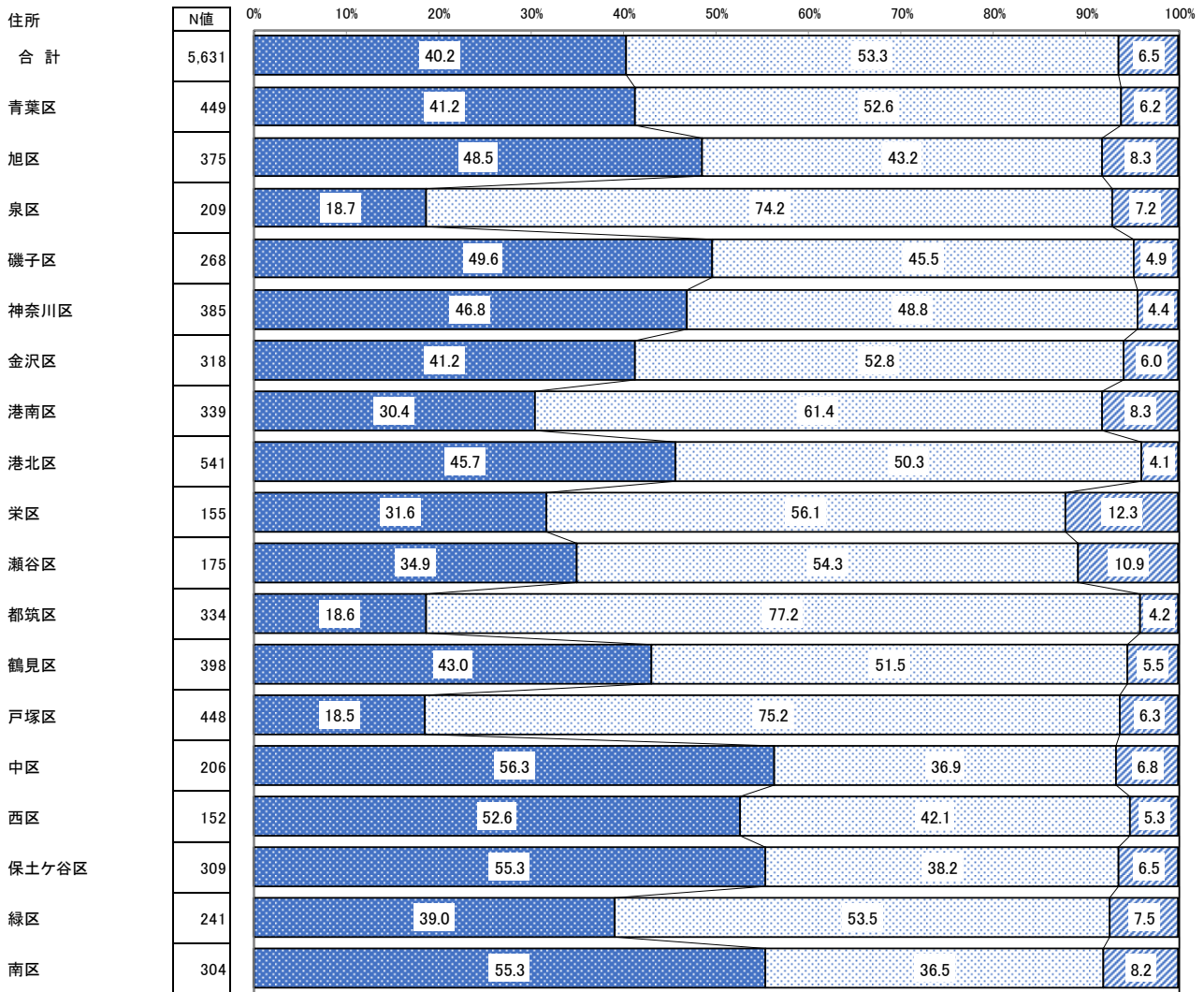
【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、「ある」の割合は徐々に減少している。



【居住区別】

商店街の有無について居住区別でみると、「ある」と回答した人が多い区は「中区」(56.3%)、「保土ヶ谷区」・「南区」(55.3%)、「西区」(52.6%)の順となった。一方、「ある」と回答した人が少ない区は「戸塚区」(18.5%)、「都筑区」(18.6%)、「泉区」(18.7%)の順となった。



■ある □ない ▨無回答

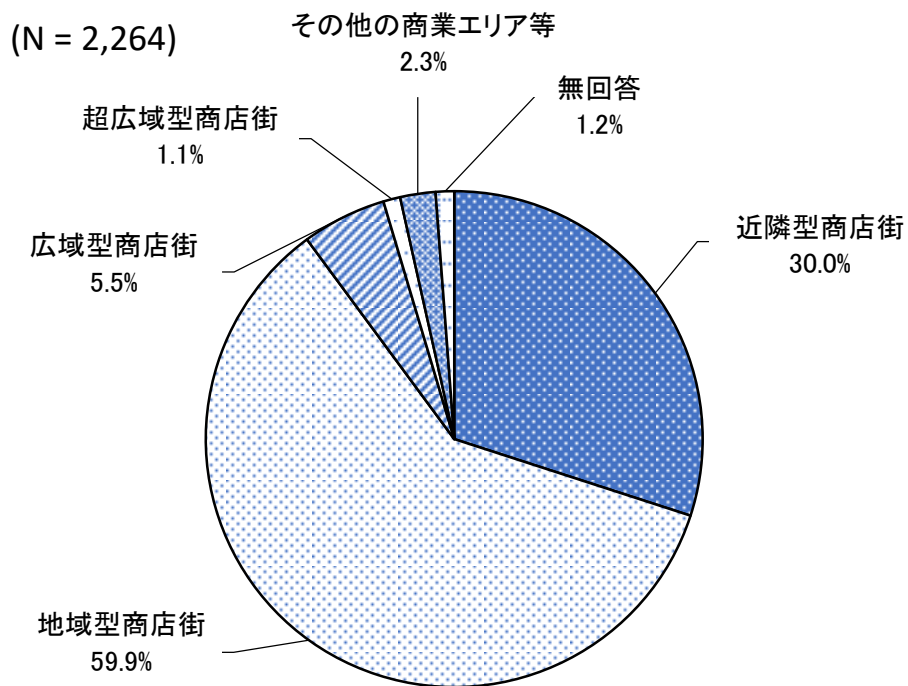
問2 お住いの近くの商店街は次のうちのタイプですか（○は1つだけ）

【商店街タイプの定義】

1. 近隣型商店街： 鉄道駅に近接しておらず、主に近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街
2. 地域型商店街： 鉄道駅に近接し、主に区域内の住民が徒歩、自転車、バス等で来街して日常の買い物をする商店街
3. 広域型商店街： 鉄道駅に近接し、百貨店、量販店等を含む大型店があり、主に電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街
4. 超広域型商店街： 鉄道駅に近接し、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街
5. その他の商業エリア等： 上記1～4にあてはまらない商業エリア、複数の要素を持つ商業エリア等

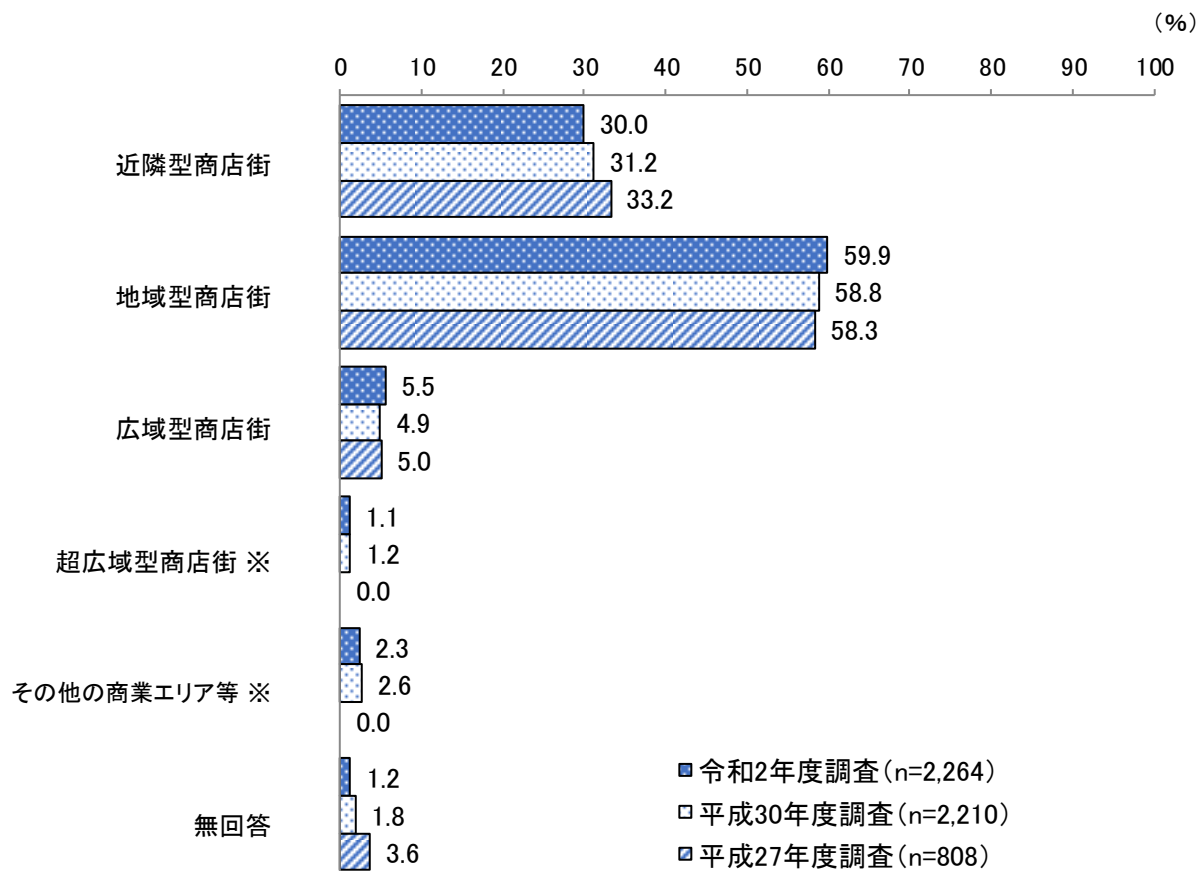
【全体】

「地域型商店街」が59.9%と最も高く、次いで「近隣型商店街」が30.0%、「広域型商店街」が5.5%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、「地域型商店街」が増加傾向にある。一方で「近隣型商店街」が減少傾向にある。



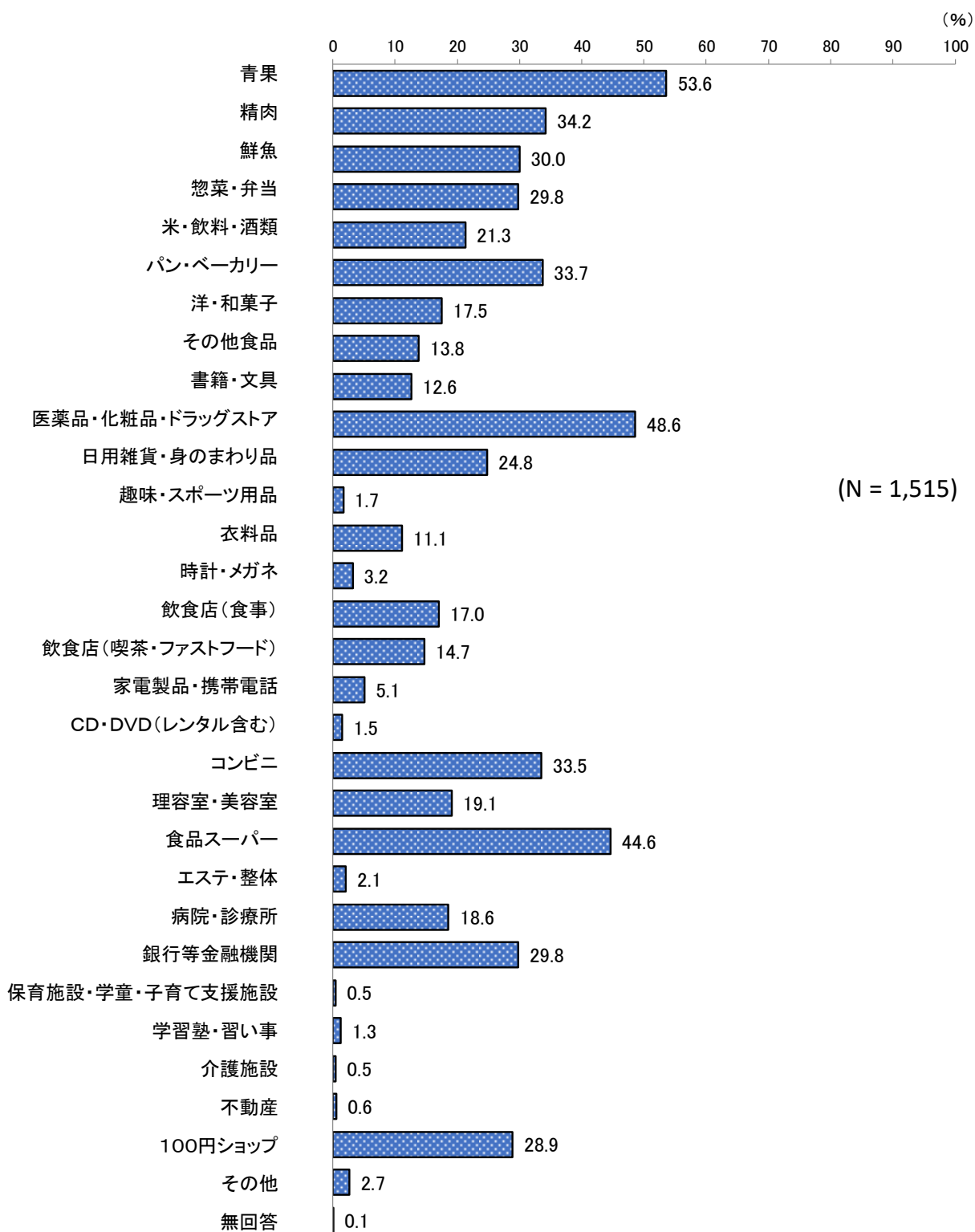
※ 「超広域型商店街」・「その他の商業」の選択肢は平成 30 年度調査で新設した。

(2) 居住地の近隣にある商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しい業種・業態 (問5～問6)

問5 商店街で、よく利用されているお店は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

【全体】

「青果」が53.6%と最も高く、次いで「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が48.6%、「食品スーパー」が44.6%となっている。



【職業別】

職業別でみると、「会社員」・「自営業」・「専業主婦（主夫）」・「無職」では「青果」が、「パート・アルバイト」・「学生」では「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	青果 53.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.6%	食品スーパー 44.6%	精肉 34.2%	パン・ベーカリー 33.7%
会社員 n=(551)	青果 46.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 44.8%	食品スーパー 39.2%	コンビニ 33.2%	惣菜・弁当 30.3%
自営業 n=(100)	青果 57.0%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 51.0%	食品スーパー 47.0%	コンビニ / 精肉 40.0%	
専業主婦（主夫） n=(287)	青果 62.0%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 52.6%	食品スーパー 50.9%	精肉 / パン・ベーカリー 39.4%	
パート・アルバイト n=(236)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 51.7%	青果 50.4%	食品スーパー 47.0%	銀行等金融機関 34.3%	パン・ベーカリー 33.9%
学生 n=(28)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 42.9%	飲食店（喫茶・ファーストフード） 42.9%	コンビニ 32.1%	食品スーパー / 書籍・文具 28.6%	
無職 n=(296)	青果 62.8%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 50.3%	食品スーパー 47.6%	精肉 42.2%	パン・ベーカリー 38.5%

※上位5位まで取得

【家族構成別】

家族構成別でみると、「単身」・「1世代」・「2世代」では「青果」が、「3世代」では「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	青果 53.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.6%	食品スーパー 44.6%	精肉 34.2%	パン・ベーカリー 33.7%
単身 n=(247)	青果 52.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 49.4%	食品スーパー 45.7%	コンビニ 39.7%	精肉 32.8%
1世代 n=(515)	青果 58.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.5%	食品スーパー 47.2%	精肉 41.2%	鮮魚 38.8%
2世代 n=(689)	青果 50.5%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.0%	食品スーパー 42.8%	パン・ベーカリー 32.7%	コンビニ 32.4%
3世代 n=(47)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 26.0%	青果 24.0%	食品スーパー 18.0%	惣菜・弁当 17.0%	銀行等金融機関 16.0%
その他 n=(5)	青果 80.0%	惣菜・弁当 / パン・ベーカリー 60.0%		食品スーパー / コンビニ 40.0%	

※上位5位まで取得

【年代別】

「30歳代」・「40歳代」・「60歳代」・「70歳代以上」では「青果」が、「20歳代」では「コンビニ」が、「50歳代」では「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	青果 53.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.6%	食品スーパー 44.6%	精肉 34.2%	パン・ベーカリー 33.7%
20歳代 n=(114)	コンビニ 43.0%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 40.4%	食品スーパー 39.5%	飲食店(喫茶・ファーストフード) 34.2%	青果 29.8%
30歳代 n=(172)	青果 43.0%	食品スーパー 42.4%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 37.2%	パン・ベーカリー 29.1%	精肉 27.3%
40歳代 n=(248)	青果 50.4%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 43.5%	食品スーパー 37.9%	パン・ベーカリー / 100円ショップ 28.2%	
50歳代 n=(280)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 55.7%	青果 51.1%	食品スーパー 46.4%	コンビニ 36.4%	銀行等金融機関 33.6%
60歳代 n=(256)	青果 54.3%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 52.7%	食品スーパー 44.5%	精肉 34.8%	コンビニ 34.0%
70歳代以上 n=(429)	青果 66.9%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 52.0%	食品スーパー 49.4%	精肉 46.6%	パン・ベーカリー 45.0%

※上位5位まで取得

【商店街タイプ別】

「近隣型商店街」では「青果」が、「地域型商店街」・「広域型商店街」・「超広域型商店街」では「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が1位となっている。

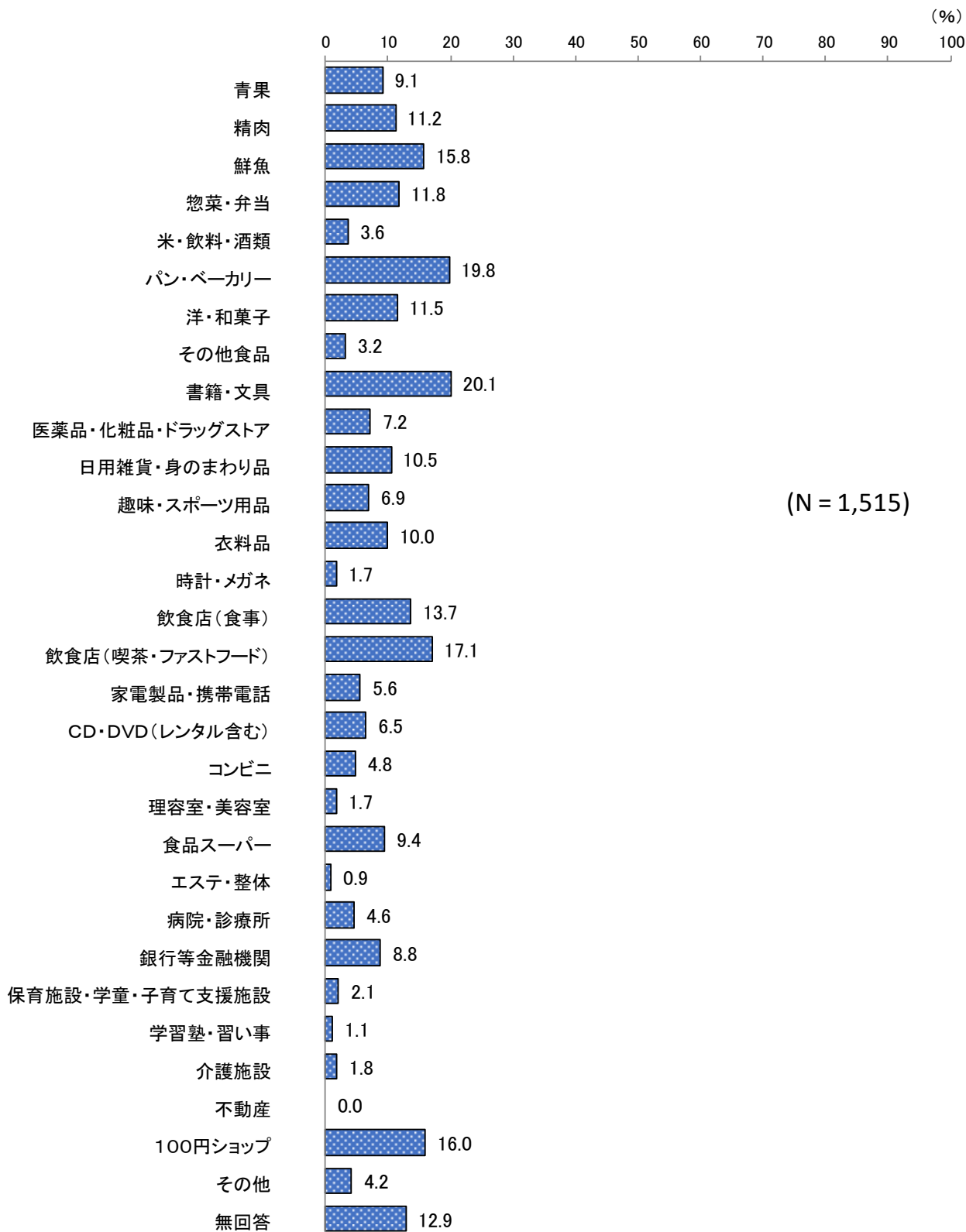
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	青果 53.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 48.6%	食品スーパー 44.6%	精肉 34.2%	パン・ベーカリー 33.7%
近隣型商店街 n=(424)	青果 62.3%	食品スーパー 39.6%	精肉 39.2%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 38.4%	鮮魚 34.2%
地域型商店街 n=(912)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 51.8%	青果 48.8%	食品スーパー 45.0%	コンビニ 37.0%	パン・ベーカリー 34.8%
広域型商店街 n=(111)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 63.1%	青果 57.7%	食品スーパー 55.9%	100円ショップ 50.5%	銀行等金融機関 46.8%
超広域型商店街 n=(20)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 75.0%	精肉 60.0%	食品スーパー / 鮮魚 55.0%		青果 50.0%
その他の商業 n=(30)	青果 60.0%	食品スーパー / コンビニ 43.3%		鮮魚 / パン・ベーカリー 40.0%	

※上位5位まで取得

問6 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

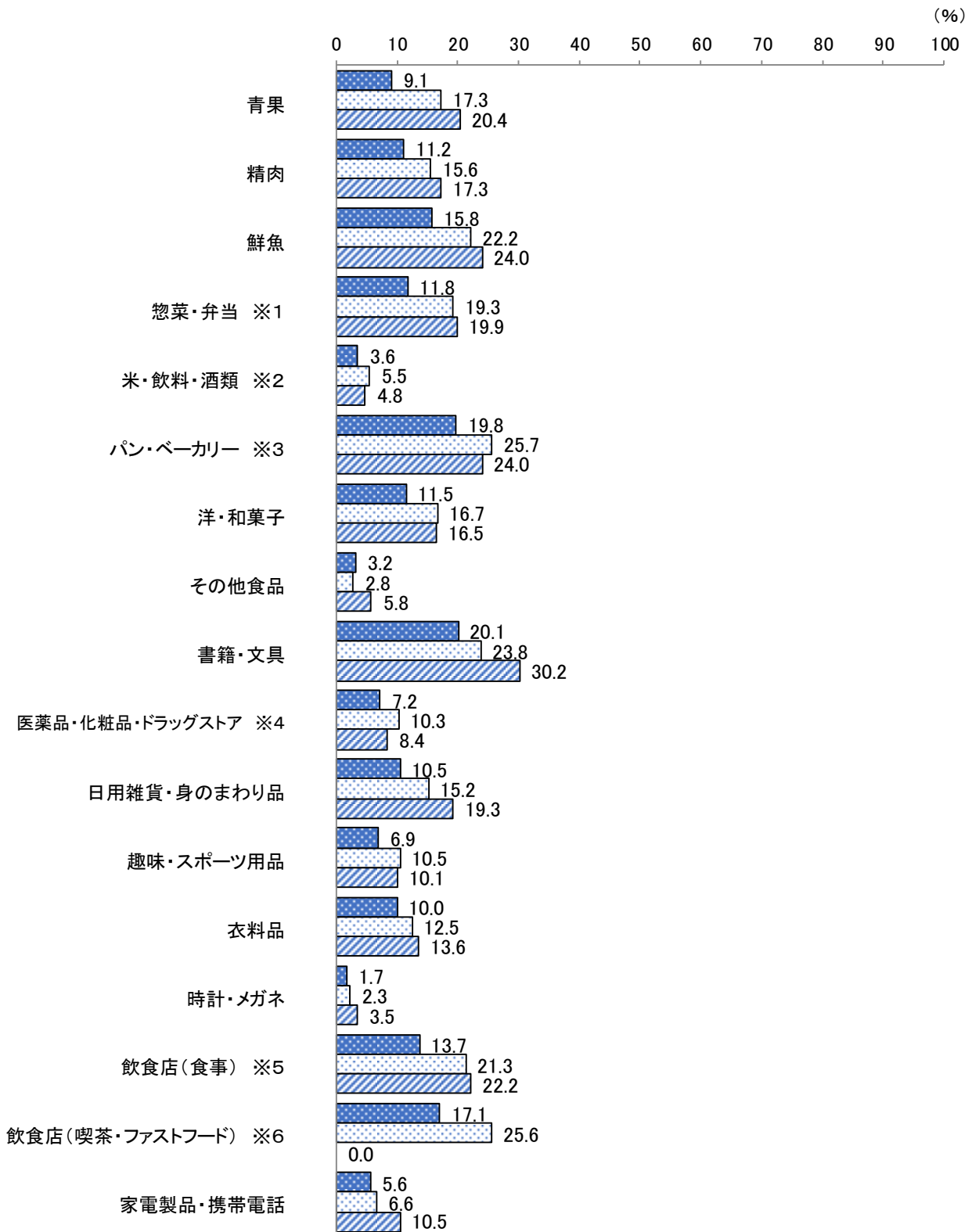
【全体】

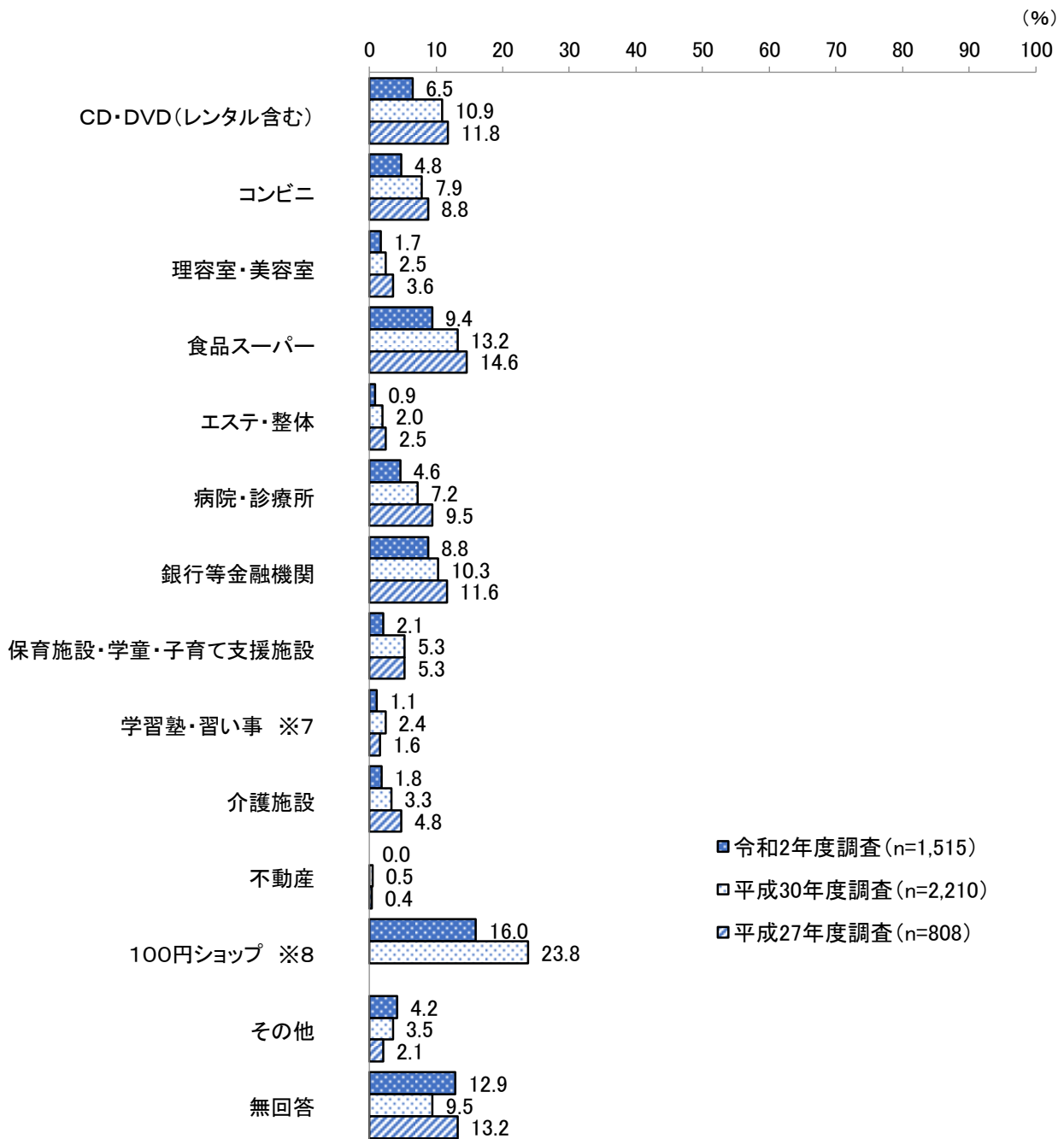
「書籍・文具」が20.1%と最も高く、次いで「パン・ベーカリー」が19.8%、「飲食店（喫茶・ファストフード）」が17.1%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、大半の業種・業態が減少傾向にある。





※1 平成 27 年度調査での「惣菜」は令和 2 年度調査では「惣菜・弁当」として計上した。

※2 平成 27 年度調査での「米穀」は令和 2 年度調査では「米・飲料・酒類」として計上した。

※3 平成 27 年度調査での「パン」は令和 2 年度調査では「パン・ベーカリー」として計上した。

※4 平成 27 年度調査での「医療品・化粧品」は令和 2 年度調査では「医療品・化粧品・ドラッグストア」として計上した。

※5 平成 27 年度調査での「飲食店」は令和 2 年度調査では「飲食店（食事）」として計上した。

※6 「飲食店（喫茶・ファストフード）」の選択肢は、平成 30 年度調査で新設した。

※7 平成 27 年度調査での「学習塾」は令和 2 年度調査では「学習塾・習い事」として計上した。

※8 「100円ショップ」の選択肢は、平成 30 年度調査で新設した。

【家族構成別】

どの家族構成でも「パン・ベーカリー」・「書籍・文具」・「鮮魚」が上位にある傾向がみられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	書籍・文具 20.1%	パン・ベーカリー 19.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 17.1%	100円ショップ 16.0%	鮮魚 15.8%
単身 n=(247)	パン・ベーカリー 18.2%	100円ショップ 16.6%	書籍・文具 15.8%	鮮魚 14.6%	飲食店(喫茶・ファストフード) / 惣菜・弁当 13.4%
1世代 n=(515)	パン・ベーカリー 18.1%	鮮魚 17.7%	書籍・文具 16.1%	飲食店(喫茶・ファストフード) 14.6%	飲食店(食事) 14.0%
2世代 n=(689)	書籍・文具 24.4%	パン・ベーカリー 21.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 20.5%	100円ショップ 18.3%	鮮魚 14.9%
3世代 n=(47)	パン・ベーカリー 25.5%	書籍・文具 23.4%	鮮魚 19.1%	精肉 17.0%	飲食店(喫茶・ファストフード) 14.9%
その他 n=(5)	精肉 / 飲食店(喫茶・ファストフード) / 惣菜・弁当 / 100円ショップ / 銀行等金融機関				20.0%

※上位5位まで取得

【年代別】

「50歳代」までは、「パン・ベーカリー」・「飲食店(喫茶・ファストフード)」・「100円ショップ」が上位にある傾向があり、「60歳代」以降は「鮮魚」・「書籍・文具」が上位になる傾向がみられる。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	書籍・文具 20.1%	パン・ベーカリー 19.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 17.1%	100円ショップ 16.0%	鮮魚 15.8%
20歳代 n=(114)	飲食店(喫茶・ファストフード) 31.6%	パン・ベーカリー 24.6%	書籍・文具 21.1%	飲食店(食事) 20.2%	100円ショップ 18.4%
30歳代 n=(172)	飲食店(喫茶・ファストフード) 28.5%	パン・ベーカリー 26.7%	100円ショップ 21.5%	書籍・文具 17.4%	飲食店(食事) 15.1%
40歳代 n=(248)	100円ショップ 23.8%	パン・ベーカリー 23.4%	飲食店(喫茶・ファストフード) 22.2%	書籍・文具 21.4%	鮮魚 18.5%
50歳代 n=(280)	パン・ベーカリー 27.1%	書籍・文具 22.5%	洋・和菓子 18.2%	100円ショップ 17.1%	飲食店(喫茶・ファストフード) 15.4%
60歳代 n=(256)	鮮魚 18.8%	書籍・文具 18.0%	パン・ベーカリー 15.2%	飲食店(食事) 13.3%	飲食店(喫茶・ファストフード) / 100円ショップ 12.5%
70歳代以上 n=(429)	書籍・文具 20.0%	鮮魚 19.6%	精肉 / 衣料品		日用雑貨・身のまわり品 12.8%

※上位5位まで取得

【商店街タイプ別】

「近隣型商店街」・「地域型商店街」では「パン・ベーカリー」・「書籍・文具」が上位に、「広域型商店街」・「超広域型商店街」では「鮮魚」が上位となっている。商店街のタイプによるニーズの違いがみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	書籍・文具 20.1%	パン・ベーカリー 19.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 17.1%	100円ショップ 16.0%	鮮魚 15.8%
近隣型商店街 n=(424)	パン・ベーカリー 25.5%	書籍・文具 20.5%	100円ショップ 19.6%	鮮魚 17.9%	飲食店(喫茶・ファストフード) 14.6%
地域型商店街 n=(912)	書籍・文具 20.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 19.7%	パン・ベーカリー 18.4%	100円ショップ 15.1%	鮮魚 15.0%
広域型商店街 n=(111)	鮮魚 17.1%	飲食店(食事) 15.3%	書籍・文具 14.4%	パン・ベーカリー 13.5%	食品スーパー 12.6%
超広域型商店街 n=(20)	100円ショップ 30.0%	鮮魚 / 日用雑貨・身のまわり品 / 銀行等金融機関 25.0%			精肉 20.0%
その他の商業 n=(30)	飲食店(食事) / 書籍・文具 / パン・ベーカリー / 衣料品 23.3%				洋・和菓子 20.0%

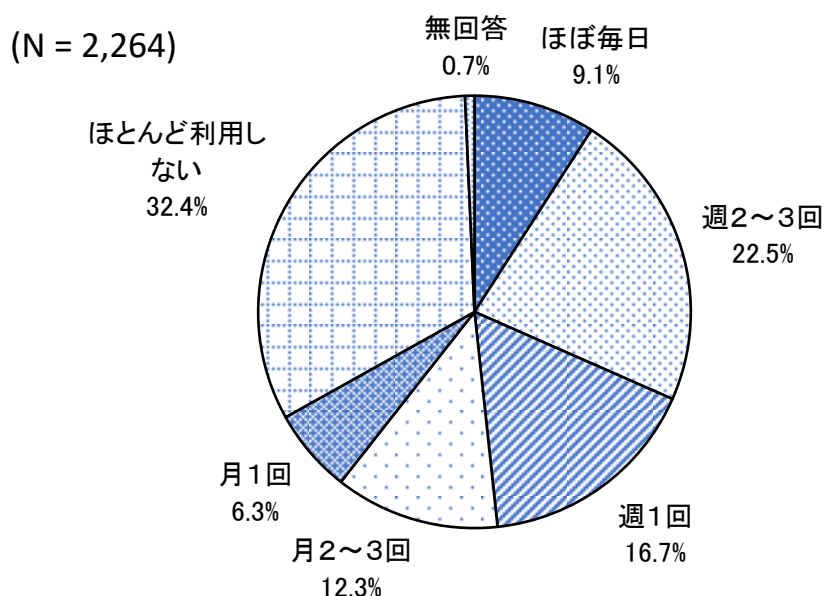
※上位5位まで取得

(3) 居住地の近隣にある商店街の利用頻度 (問3)

問3 どのくらいの頻度で近くの商店街を利用 (買い物) しますか。(○は1つだけ)

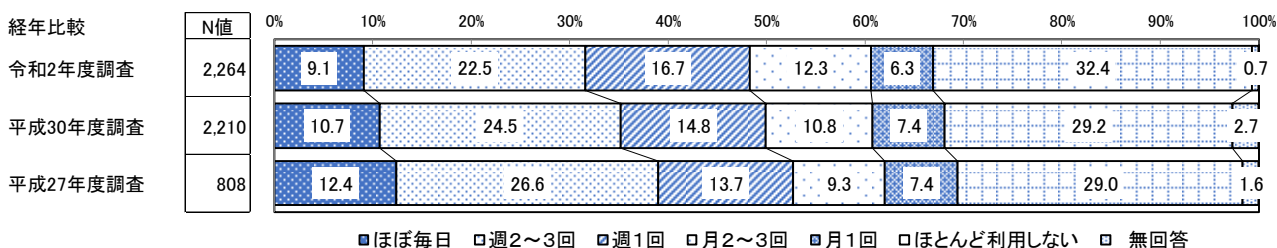
【全体】

「ほとんど利用しない」が32.4%と最も高く、次いで「週2～3回」が22.5%、「週1回」が16.7%となっている。



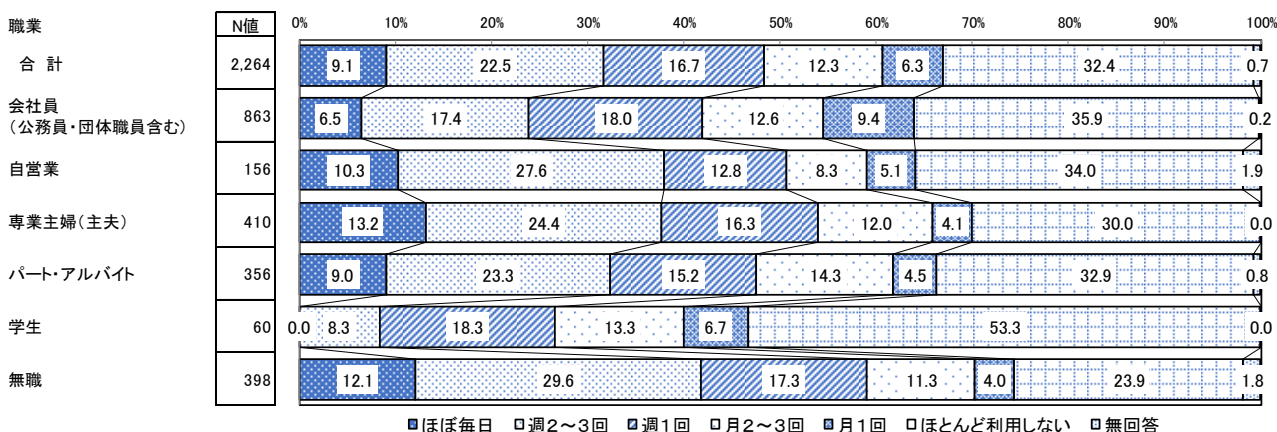
【経年比較】

各年度調査とも傾向の違いに大きな差はみられず、「週2～3回」・「ほとんど利用しない」が上位となっている。



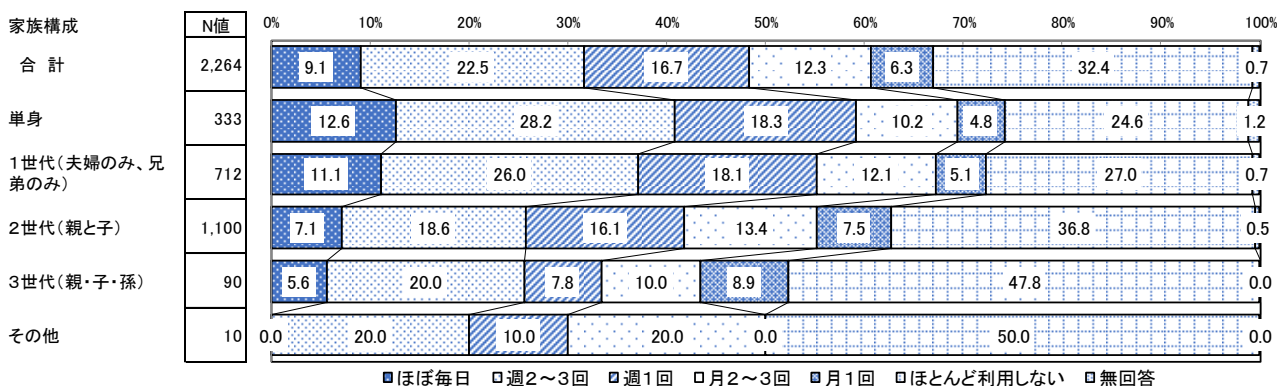
【職業別】

「無職」を除く、いずれの職業も「ほとんど利用しない」の割合が大きい。



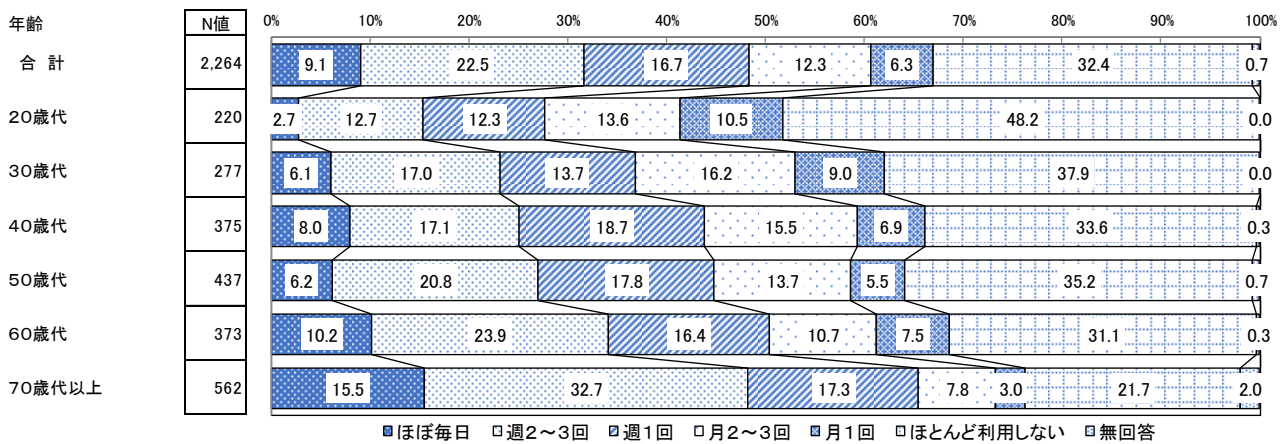
【家族構成別】

「単身」・「1世代」では週に1回以上商店街を利用している人が5割を超える。一方「2世代」・「3世代」では「ほとんど利用しない」が多かった。



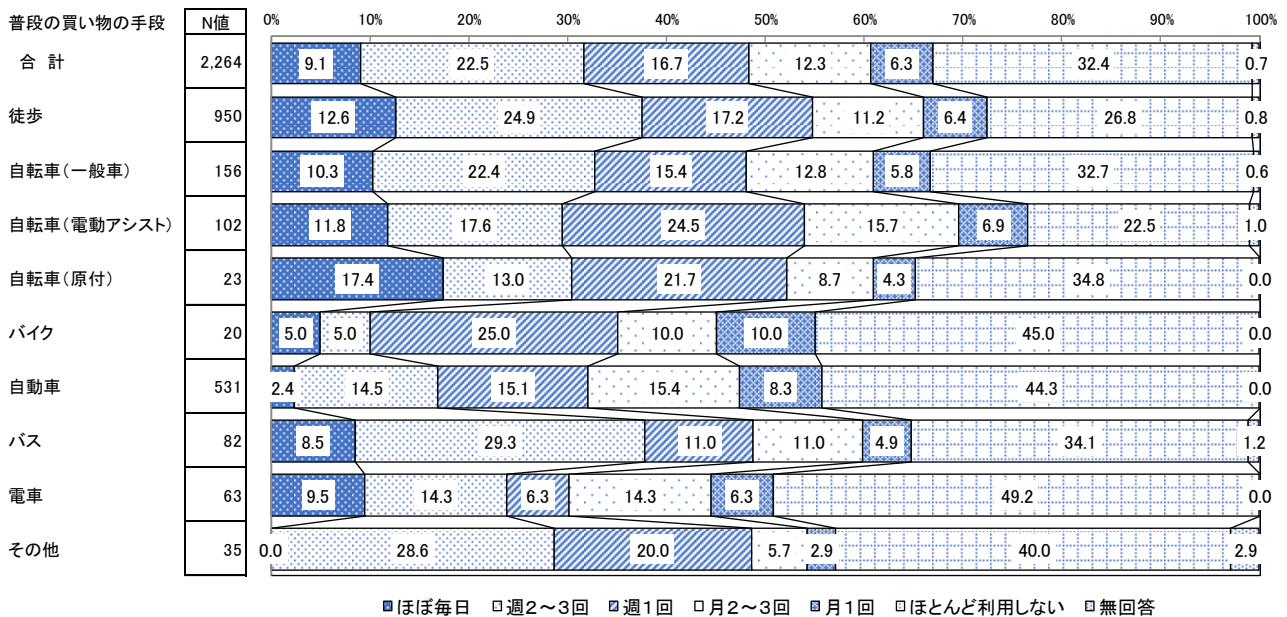
【年代別】

「70歳代以上」では「ほぼ毎日」（15.5%）、「週2～3回」（32.7%）が他の年代に比べて多く、年代が高いほど、商店街を利用する頻度が高い傾向にある。



【買い物の手段別】

買い物の手段が「ほとんど利用しない」を除き、「バス」「徒歩」「自転車（一般車）」は「週2～3回」の割合が高く、一方で「自転車（電動アシスト）」、「自転車（原付）」、「バイク」は「週1回」の割合が高い。

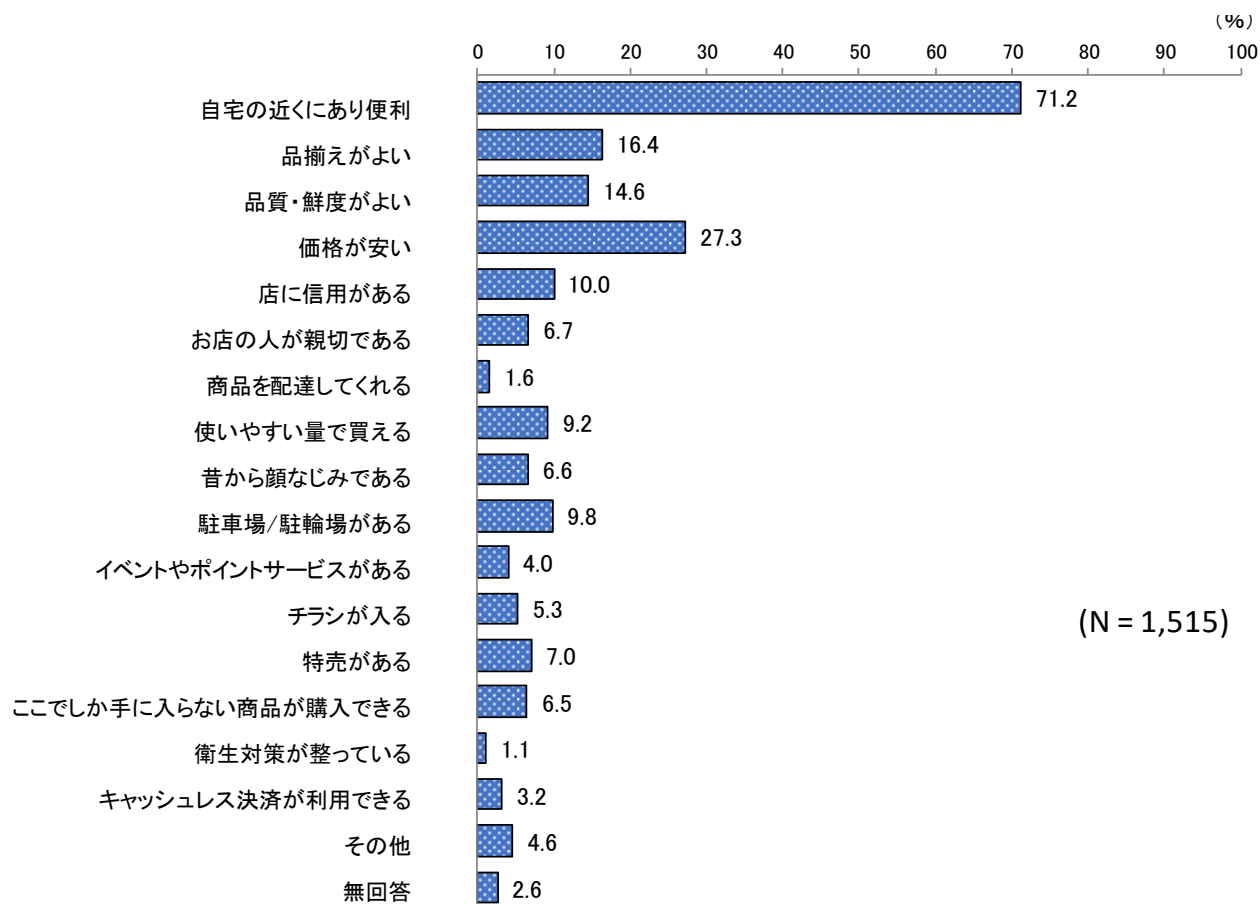


(4) 居住地の近隣にある商店街で買い物をする理由・しない理由 (問 4、問 7)

問 4 商店街を利用する主な理由は何ですか。(○は3つまで)

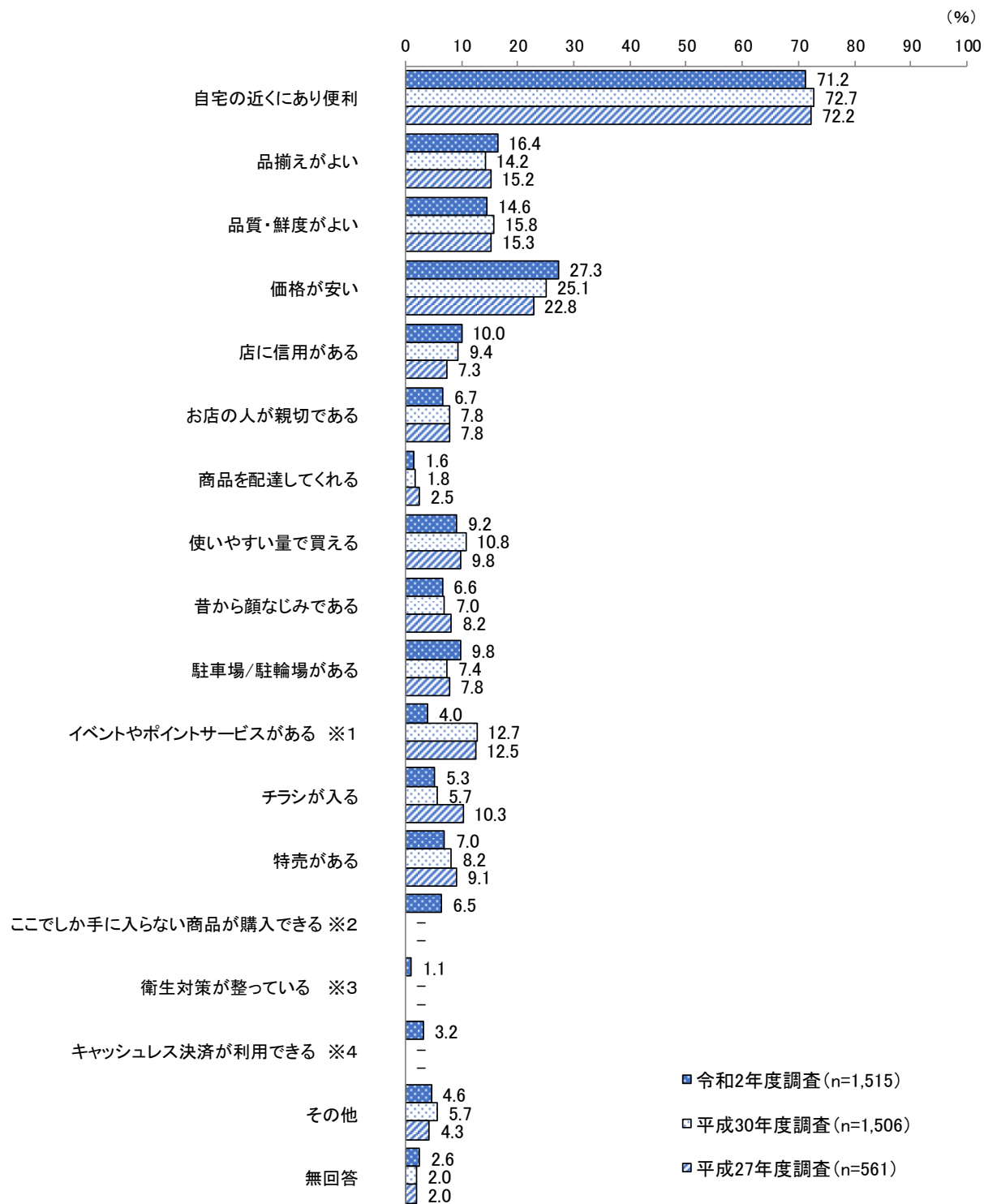
【全体】

「自宅の近くにあり便利」が71.2%と最も高く、次いで「価格が安い」が27.3%、「品揃えがよい」が16.4%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、「イベントやポイントサービスがある」は大きく減少している（ただし、選択肢の文言は※1 のとおり変更している）。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

【職業別】

どの職業においても、1位が「自宅の近くにあり便利」、2位が「価格が安い」となっている。また「品質・鮮度がよい」・「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
会社員 n=(551)	自宅の近くにあり便利 72.6%	価格が安い 28.7%	品質・鮮度がよい 15.8%	品揃えがよい 15.1%	店に信用がある 9.4%
自営業 n=(100)	自宅の近くにあり便利 69.0%	価格が安い 20.0%	品質・鮮度がよい / 駐車場/ 駐輪場がある 18.0%	昔から顔なじみである 17.0%	
専業主婦 (主夫) n=(287)	自宅の近くにあり便利 70.4%	価格が安い 20.9%	品揃えがよい 17.4%	品質・鮮度がよい 16.4%	使いやすい量で買える 11.1%
パート・ アルバイト n=(236)	自宅の近くにあり便利 65.3%	価格が安い 31.8%	品揃えがよい 12.3%	品質・鮮度がよい 11.9%	駐車場/ 駐輪場がある 10.2%
学生 n=(28)	自宅の近くにあり便利 82.1%	価格が安い 32.1%	昔から顔なじみである 14.3%	店に信用がある 10.7%	品揃えがよい 7.1%
無職 n=(296)	自宅の近くにあり便利 73.3%	価格が安い 29.4%	品揃えがよい 22.3%	使いやすい量で買える 15.9%	品質・鮮度がよい 12.5%

※上位5位まで取得

【家族構成別】

どの家族構成においても、1位が「自宅の近くにあり便利」、2位が「価格が安い」となっている。また「品揃えがよい」・「品質・鮮度がよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
単身 n=(247)	自宅の近くにあり便利 81.4%	価格が安い 26.7%	品揃えがよい 12.6%	品質・鮮度がよい 11.7%	店に信用がある 10.9%
1世代 n=(515)	自宅の近くにあり便利 69.5%	価格が安い 28.0%	品揃えがよい 19.8%	品質・鮮度がよい 17.3%	駐車場/ 駐輪場がある 11.1%
2世代 n=(689)	自宅の近くにあり便利 68.9%	価格が安い 26.6%	品揃えがよい 15.8%	品質・鮮度がよい 13.5%	駐車場/ 駐輪場がある 10.6%
3世代 n=(47)	自宅の近くにあり便利 72.3%	価格が安い 31.9%	昔から顔なじみである 17.0%	品質・鮮度がよい 14.9%	ここでしか手に入らない 商品が購入できる 12.8%
その他 n=(5)	自宅の近くにあり便利 80.0%	価格が安い / 品質・鮮度がよい / 店に信用がある 40.0%			お店の人が親切である 20.0%

※上位5位まで取得

【年代別】

どの年代においても、1位が「自宅の近くにあり便利」となっている。また「価格が安い」・「品揃えがよい」・「品質・鮮度がよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
20歳代 n=(114)	自宅の近くにあり便利 81.6%	価格が安い 31.6%	品揃えがよい 15.8%	店に信用がある 8.8%	品質・鮮度がよい 7.0%
30歳代 n=(172)	自宅の近くにあり便利 69.8%	価格が安い 33.1%	品質・鮮度がよい 17.4%	品揃えがよい / ここでしか手に入らない商品が購入できる 9.3%	
40歳代 n=(248)	自宅の近くにあり便利 66.9%	価格が安い 32.7%	品揃えがよい 17.3%	品質・鮮度がよい 14.1%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 10.9%
50歳代 n=(280)	自宅の近くにあり便利 68.6%	価格が安い 27.5%	品質・鮮度がよい 17.1%	品揃えがよい 12.9%	店に信用がある 9.6%
60歳代 n=(256)	自宅の近くにあり便利 70.3%	価格が安い 25.8%	駐車場/ 駐輪場がある 17.2%	品質・鮮度がよい 16.4%	品揃えがよい 15.2%
70歳代以上 n=(429)	自宅の近くにあり便利 73.7%	品揃えがよい 22.1%	価格が安い 21.4%	使いやすい量で買える 14.9%	品質・鮮度がよい 12.6%

※上位5位まで取得

【買い物手段別】

どの交通手段においても、「自宅の近くにあり便利」・「価格が安い」・「品揃えがよい」が上位に入る傾向がある。また、「自動車」・「自転車（原付）」・「バイク」では「駐車場/駐輪場がある」が上位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
徒歩 n=(687)	自宅の近くにあり便利 77.4%	価格が安い 27.5%	品揃えがよい 16.9%	品質・鮮度がよい 14.7%	店に信用がある 9.5%
自転車（一般車） n=(104)	自宅の近くにあり便利 70.2%	価格が安い 39.4%	品揃えがよい 20.2%	品質・鮮度がよい 17.3%	特売がある 11.5%
自転車（電動アシスト） n=(78)	自宅の近くにあり便利 67.9%	価格が安い 25.6%	品揃えがよい 19.2%	品質・鮮度がよい 16.7%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 14.1%
自転車（原付） n=(15)	自宅の近くにあり便利 73.3%	価格が安い 40.0%	駐車場/駐輪場がある 33.3%	特売がある 13.3%	品揃えがよい 6.7%
バイク n=(11)	価格が安い 45.5%	自宅の近くにあり便利 36.4%	駐車場/駐輪場がある / その他 27.3%		チラシが入る 18.2%
自動車 n=(296)	自宅の近くにあり便利 62.5%	駐車場/駐輪場がある 28.4%	価格が安い 23.0%	品質・鮮度がよい 14.2%	品揃えがよい 13.9%
バス n=(53)	自宅の近くにあり便利 54.7%	価格が安い / 店に信用がある 22.6%		品質・鮮度がよい 18.9%	品揃えがよい 17.0%
電車 n=(32)	自宅の近くにあり便利 87.5%	品揃えがよい 28.1%	価格が安い 25.0%	品質・鮮度がよい 15.6%	店に信用がある 12.5%
その他 n=(20)	自宅の近くにあり便利 60.0%	その他 25.0%	価格が安い 15.0%	品揃えがよい / 品質・鮮度がよい / チラシが入る / 昔から顔なじみである 10.0%	

※上位5位まで取得

【商店街タイプ別】

どの商店街のタイプにおいても、1位が「自宅の近くにあり便利」となっている。2位は「近隣型商店街」・「地域型商店街」では「価格が安い」、「広域型商店街」・「超広域型商店街」では「品揃えがよい」となっており、商店街のタイプにより利用する理由が異なっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
近隣型商店街 n=(424)	自宅の近くにあり便利 72.2%	価格が安い 29.2%	品質・鮮度がよい 15.6%	品揃えがよい 11.3%	駐車場/ 駐輪場がある 10.6%
地域型商店街 n=(912)	自宅の近くにあり便利 69.3%	価格が安い 28.3%	品揃えがよい 15.7%	品質・鮮度がよい 13.4%	店に信用がある 9.8%
広域型商店街 n=(111)	自宅の近くにあり便利 80.2%	品揃えがよい 36.0%	駐車場/ 駐輪場がある 21.6%	品質・鮮度がよい 20.7%	価格が安い 13.5%
超広域型商店街 n=(20)	自宅の近くにあり便利 80.0%	品揃えがよい 35.0%	品質・鮮度がよい / 店に信用がある 25.0%		ここでしか手に入らない商品が購入できない 15.0%
その他の商業 n=(30)	自宅の近くにあり便利 83.3%	価格が安い 30.0%	品揃えがよい / チラシが入る / お店の人が親切である 16.7%		

※上位5位まで取得

【商店街の利用頻度別】

商店街の利用頻度別において、1位が「自宅の近くにあり便利」、2位は「価格が安い」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
ほぼ毎日 n=(206)	自宅の近くにあり便利 81.6%	品揃えがよい 25.2%	価格が安い 24.3%	品質・鮮度がよい 14.6%	使いやすい量で買える 11.2%
週2~3回 n=(509)	自宅の近くにあり便利 80.4%	価格が安い 25.5%	品揃えがよい 20.6%	品質・鮮度がよい 14.3%	駐車場/ 駐輪場がある 11.8%
週1回 n=(379)	自宅の近くにあり便利 72.3%	価格が安い 30.6%	品質・鮮度がよい 15.6%	品揃えがよい 14.5%	駐車場/ 駐輪場がある 11.6%
月2~3回 n=(278)	自宅の近くにあり便利 60.1%	価格が安い 27.7%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 14.4%	品質・鮮度がよい 12.9%	店に信用がある 10.1%
月1回 n=(143)	自宅の近くにあり便利 42.7%	価格が安い 28.0%	品質・鮮度がよい 16.1%	その他 15.4%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 11.9%
ほとんど利用しない n=(0)					

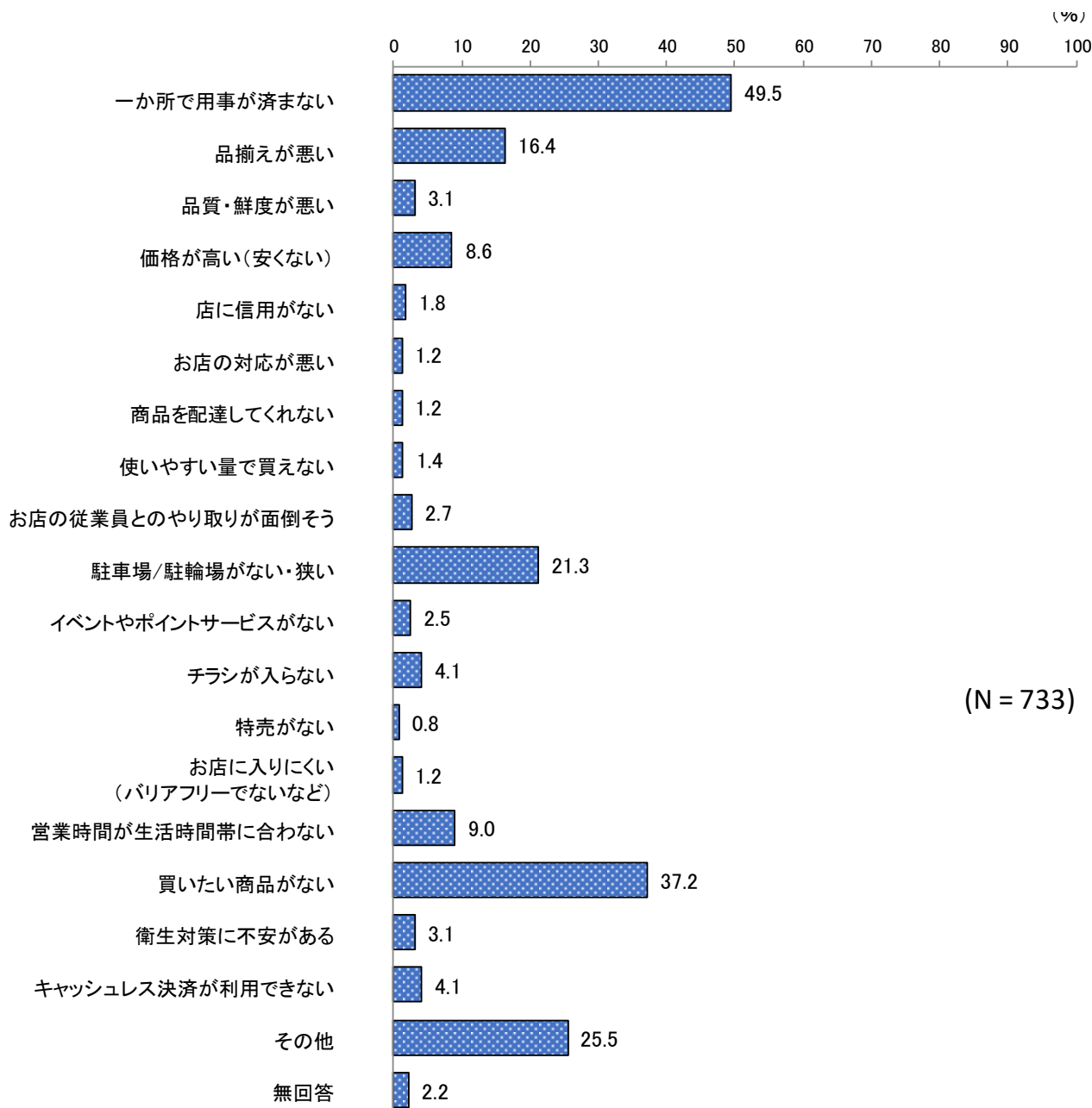
※上位5位まで取得

問7 問3で6と回答された方にお聞きます。

商店街をほとんど利用しない主な理由は何ですか。(〇は3つまで)

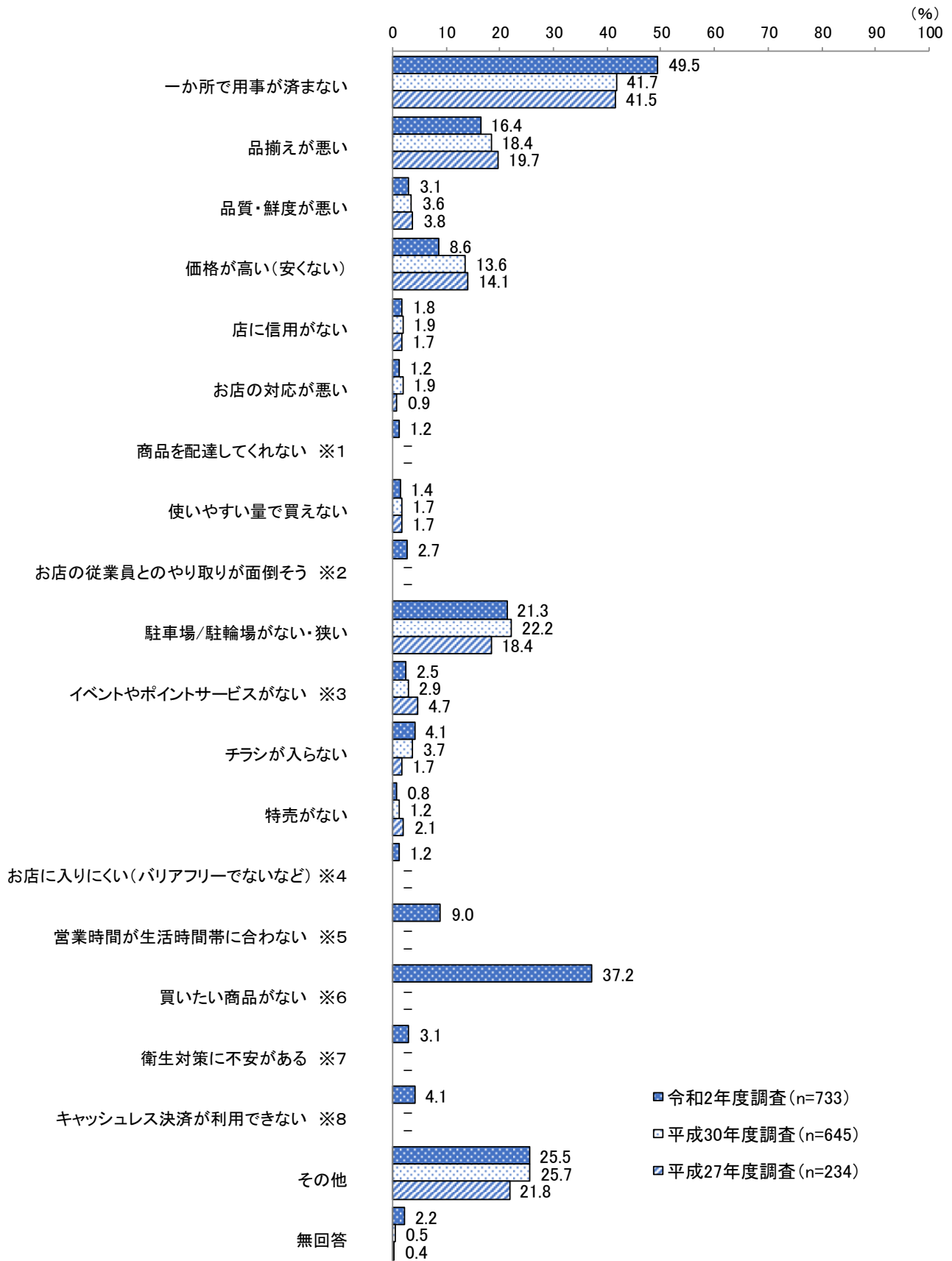
【全体】

「一か所で用事が済まない」が49.5%と最も高く、次いで「買いたい商品がない」が37.2%、「その他」が25.5%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられず、「一か所で用事が済まない」・「駐車場/駐輪場がない・狭い」が上位となっている。



- ※1 「商品を配達してくれない」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※2 「お店の従業員とのやり取りが面倒そう」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※3 「イベントやポイントサービスがない」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがない」の選択肢と比較した。
- ※4 「お店に入りにくい（バリアフリーでないなど）」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※5 「営業時間が生活時間帯に合わない」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※6 「買いたい商品がない」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※7 「衛生対策に不安がある」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※8 「キャッシュレス決済が利用できない」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

【職業別】

職業別にみると、「一か所で用事が済まない」・「買いたい商品がない」が上位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(733)	一か所で用事が済まない 49.5%	買いたい商品がない 37.2%	その他 25.5%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 21.3%	品揃えが悪い 16.4%
会社員 n=(310)	一か所で用事が済まない 48.1%	買いたい商品がない 36.5%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 24.8%	その他 23.5%	品揃えが悪い 18.1%
自営業 n=(53)	買いたい商品がない 47.2%	一か所で用事が済まない 45.3%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 28.3%	品揃えが悪い 22.6%	その他 20.8%
専業主婦 (主夫) n=(123)	一か所で用事が済まない 62.6%	買いたい商品がない 32.5%	その他 23.6%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 17.9%	品揃えが悪い 10.6%
パート・ アルバイト n=(117)	一か所で用事が済まない 51.3%	買いたい商品がない 35.0%	その他 22.2%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 21.4%	品揃えが悪い 12.0%
学生 n=(32)	買いたい商品がない 62.5%	その他 34.4%	一か所で用事が済まない 28.1%	品揃えが悪い 18.8%	価格が高い(安くない) 6.3%
無職 n=(95)	一か所で用事が済まない 43.2%	その他 38.9%	買いたい商品がない 34.7%	品揃えが悪い 20.0%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 15.8%

※上位5位まで取得

【家族構成別】

どの家族構成においても「一か所で用事が済まない」・「買いたい商品がない」割合が高く、次に「駐車場/駐輪場がない・狭い」・「品揃えが悪い」・「営業時間が生活時間帯に合わない」が続く。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(733)	一か所で用事が済まない 49.5%	買いたい商品がない 37.2%	その他 25.5%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 21.3%	品揃えが悪い 16.4%
単身 n=(82)	一か所で用事が済まない 45.1%	買いたい商品がない 40.2%	その他 28.0%	営業時間が生活時間帯に合わない 14.6%	品揃えが悪い 12.2%
1世代 n=(192)	一か所で用事が済まない 53.6%	買いたい商品がない 38.0%	その他 23.4%	品揃えが悪い 19.3%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 17.7%
2世代 n=(405)	一か所で用事が済まない 48.4%	買いたい商品がない 37.3%	その他 24.7%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 24.2%	品揃えが悪い 16.5%
3世代 n=(43)	一か所で用事が済まない 51.2%	その他 37.2%	買いたい商品がない 30.2%	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 23.3%	営業時間が生活時間帯に合わない 14.0%
その他 n=(5)	駐車場/ 駐輪場がない・狭い 80.0%	その他 40.0%	一か所で用事が済まない / 買いたい商品がない / 営業時間が生活時間帯に合わない 20.0%		

※上位5位まで取得

【年代別】

どの年代においても、「買いたい商品がない」・「一か所で用事が済まない」の割合が高く、次に「駐車場/駐輪場がない・狭い」・「品揃えが悪い」が続く。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(733)	一か所で用事が済まない 49.5%	買いたい商品がない 37.2%	その他 25.5%	駐車場/駐輪場がない・狭い 21.3%	品揃えが悪い 16.4%
20歳代 n=(106)	買いたい商品がない 47.2%	一か所で用事が済まない 34.9%	その他 27.4%	品揃えが悪い 17.0%	営業時間が生活時間帯に合わない 11.3%
30歳代 n=(105)	一か所で用事が済まない 43.8%	買いたい商品がない 42.9%	その他 30.5%	品揃えが悪い 21.0%	駐車場/駐輪場がない・狭い 17.1%
40歳代 n=(126)	一か所で用事が済まない 52.4%	買いたい商品がない 32.5%	駐車場/駐輪場がない・狭い 30.2%	営業時間が生活時間帯に合わない 17.5%	品揃えが悪い 15.9%
50歳代 n=(154)	一か所で用事が済まない 51.3%	買いたい商品がない 33.8%	その他 26.6%	駐車場/駐輪場がない・狭い 25.3%	品揃えが悪い 10.4%
60歳代 n=(116)	一か所で用事が済まない 53.4%	買いたい商品がない 34.5%	その他 25.0%	駐車場/駐輪場がない・狭い 24.1%	品揃えが悪い 21.6%
70歳代以上 n=(122)	一か所で用事が済まない 57.4%	買いたい商品がない 35.2%	その他 30.3%	駐車場/駐輪場がない・狭い 17.2%	品揃えが悪い 14.8%

※上位5位まで取得

【買い物の手段別】

大半の買い物の手段で「一か所で用事が済まない」・「買いたい商品がない」が上位となっているが、「自動車」・「自転車（原付）」では「駐車場/駐輪場がない・狭い」が上位に入っている。

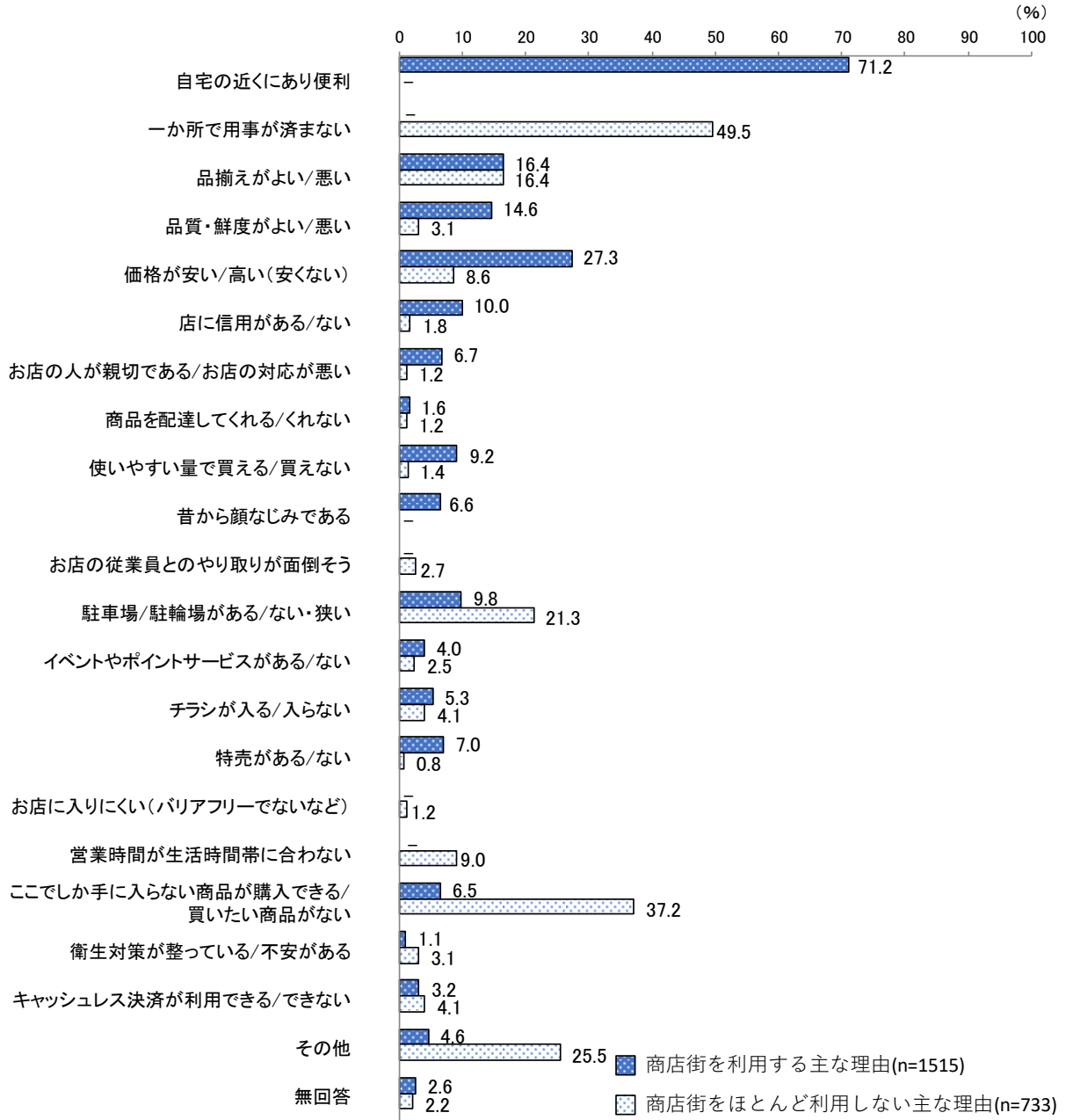
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(733)	一か所で用事が済まない 49.5%	買いたい商品がない 37.2%	その他 25.5%	駐車場/駐輪場がない・狭い 21.3%	品揃えが悪い 16.4%
徒歩 n=(255)	一か所で用事が済まない 45.1%	買いたい商品がない 38.8%	その他 30.2%	品揃えが悪い 14.9%	営業時間が生活時間帯に合わない 9.8%
自転車（一般車） n=(51)	一か所で用事が済まない 54.9%	買いたい商品がない 31.4%	駐車場/駐輪場がない・狭い 23.5%	その他 / 営業時間が生活時間帯に合わない	19.6%
自転車（電動アシスト） n=(23)	一か所で用事が済まない 69.6%	買いたい商品がない 30.4%	その他 21.7%	品揃えが悪い 13.0%	駐車場/駐輪場がない・狭い 8.7%
自転車（原付） n=(8)	一か所で用事が済まない 62.5%	駐車場/駐輪場がない・狭い 62.5%	その他 / 品揃えが悪い 25.0%	チラシが入らない 12.5%	
バイク n=(9)	買いたい商品がない 44.4%	一か所で用事が済まない 22.2%	駐車場/駐輪場がない・狭い / その他 / 品揃えが悪い 11.1%		
自動車 n=(235)	一か所で用事が済まない 54.0%	駐車場/駐輪場がない・狭い 49.4%	買いたい商品がない 38.3%	品揃えが悪い 18.7%	その他 18.3%
バス n=(28)	一か所で用事が済まない 50.0%	買いたい商品がない 46.4%	その他 39.3%	品揃えが悪い 14.3%	価格が高い(安くない) 3.6%
電車 n=(31)	買いたい商品がない 58.1%	一か所で用事が済まない 32.3%	品揃えが悪い 22.6%	その他 12.9%	営業時間が生活時間帯に合わない 9.7%
その他 n=(14)	その他 71.4%	買いたい商品がない 28.6%	一か所で用事が済まない 14.3%	品揃えが悪い / 営業時間が生活時間帯に合わない	7.1%

※上位5位まで取得

【問 4（商店街を利用する主な理由は何ですか）との比較】

商店街を利用する主な理由は、「自宅の近くにあり便利」が最も高く、商店街をほとんど利用しない主な理由は、「一か所で用事が済まない」が最も高くなっている。

また、商店街を利用する主な理由で「品揃えがよい」と答えた割合と、商店街をほとんど利用しない主な理由で「品揃えが悪い」と答えた割合が同率となっている。

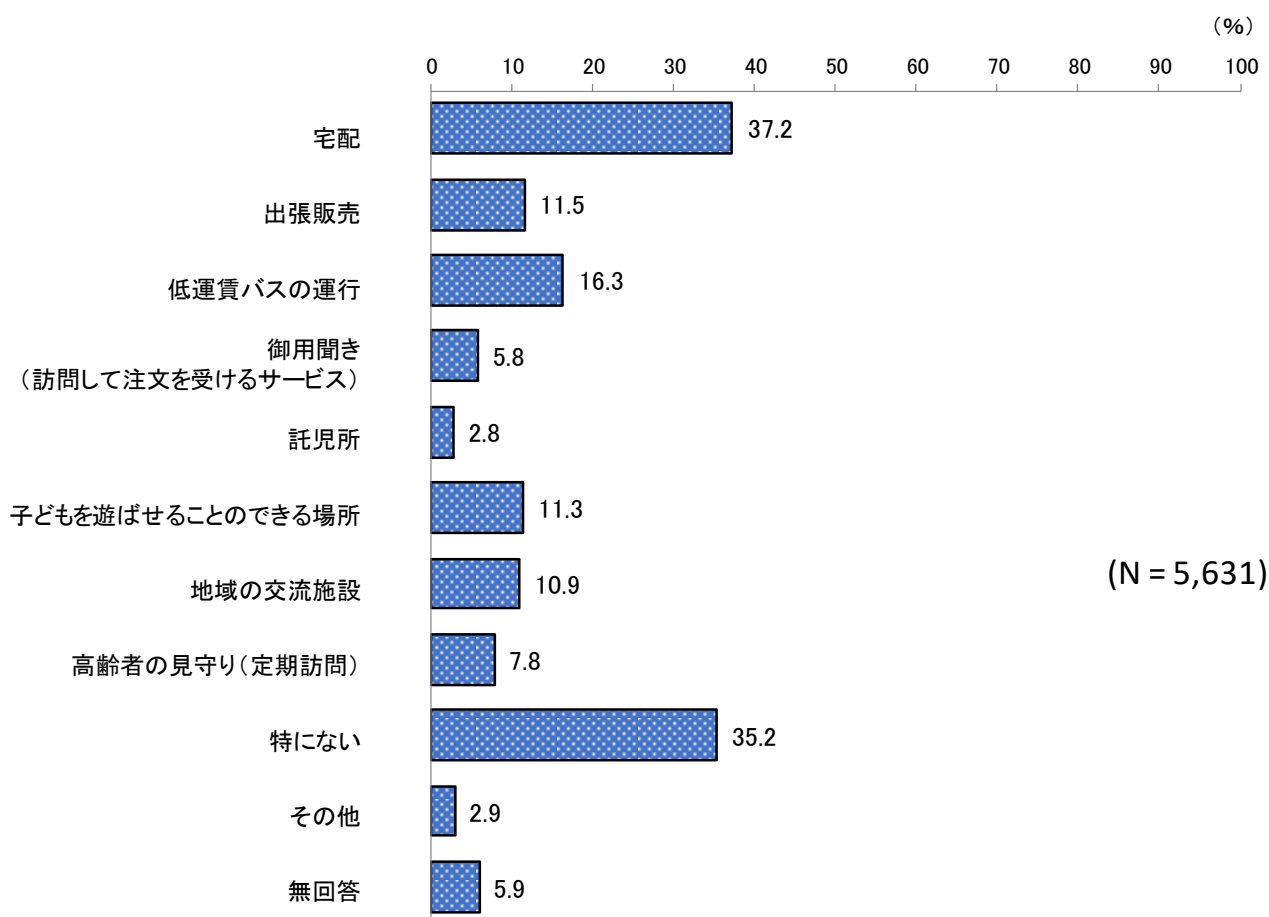


(5) 商店街にあつたら利用したいサービス (問 14)

問 14 商店街にあつたら利用したいサービスは何ですか。(○は3つまで)

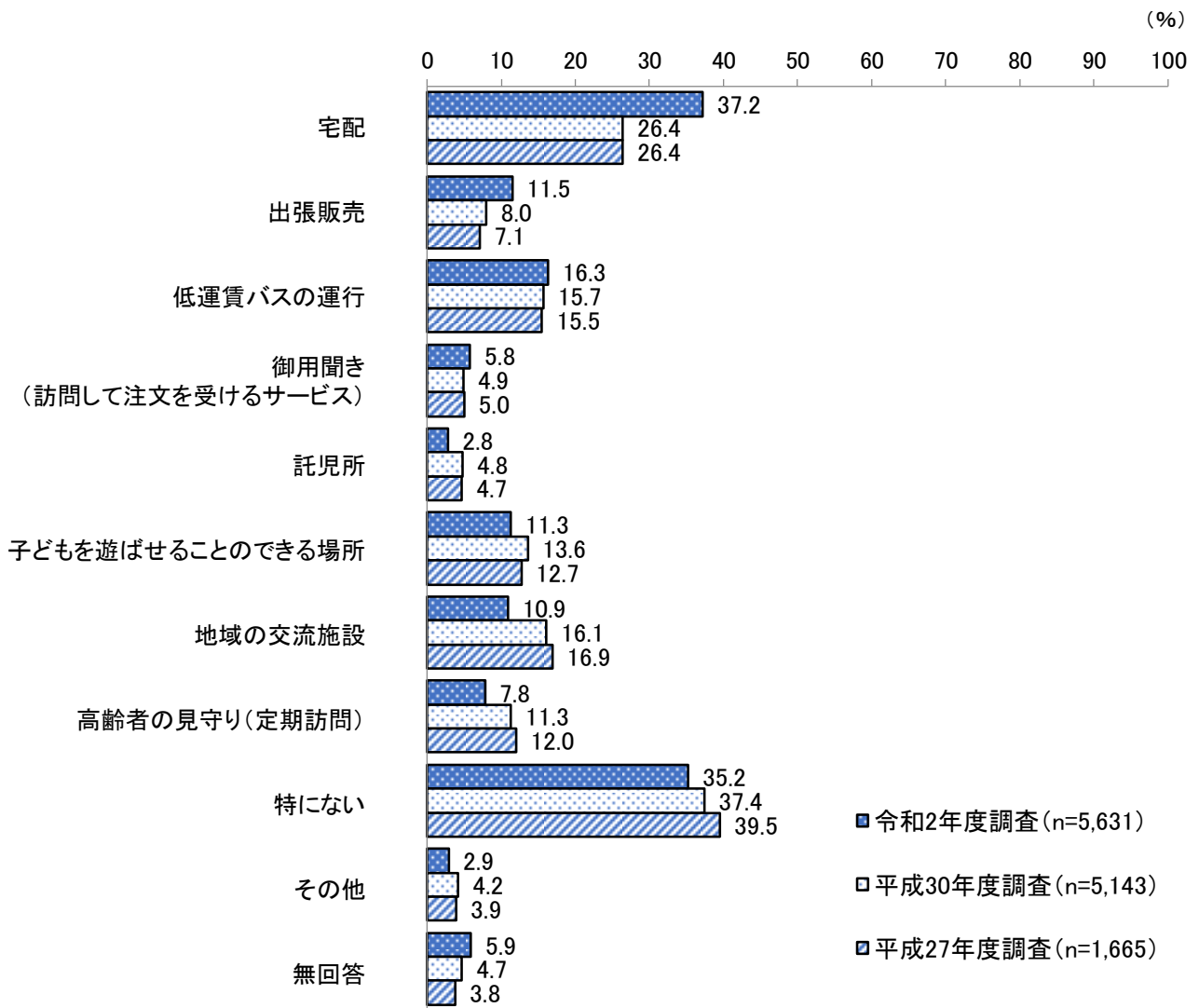
【全体】

「宅配」が37.2%と最も高く、次いで「特にない」が35.2%、「低運賃バスの運行」が16.3%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、「宅配」が 37.2%と大きく増加している。



【家族構成別】

どの家族構成でも「宅配」・「特にない」が上位にあり、大まかな傾向は同じだが、「単身」・「1世代」では「低運賃バスの運行」、「2世代」・「3世代」では「子どもを遊ばせることのできる場所」が3位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	宅配 37.2%	特にない 35.2%	低運賃バスの運行 16.3%	出張販売 11.5%	子どもを遊ばせることのできる場所 11.3%
単身 n=(853)	特にない 40.3%	宅配 35.5%	低運賃バスの運行 13.8%	出張販売 11.5%	地域の交流施設 8.7%
1世代 n=(1,733)	宅配 39.2%	特にない 35.8%	低運賃バスの運行 16.6%	出張販売 11.8%	地域の交流施設 11.5%
2世代 n=(2,724)	宅配 36.1%	特にない 33.6%	子どもを遊ばせることのできる場所 17.5%	低運賃バスの運行 16.9%	出張販売 11.6%
3世代 n=(246)	宅配 39.4%	特にない 33.3%	子どもを遊ばせることのできる場所 15.9%	低運賃バスの運行 15.0%	地域の交流施設 14.2%
その他 n=(28)	宅配 35.7%	特にない 28.6%	低運賃バスの運行 25.0%	その他 17.9%	地域の交流施設 10.7%

※上位5位まで取得

【年代別】

多くの年代で「宅配」が1位となっているが、「30歳代」では「子どもを遊ばせることのできる場所」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	宅配 37.2%	特にない 35.2%	低運賃バスの運行 16.3%	出張販売 11.5%	子どもを遊ばせることのできる場所 11.3%
20歳代 n=(535)	宅配 37.2%	特にない 36.4%	低運賃バスの運行 23.0%	子どもを遊ばせることのできる場所 14.6%	出張販売 13.8%
30歳代 n=(672)	子どもを遊ばせることのできる場所 37.2%	宅配 34.1%	特にない 29.0%	低運賃バスの運行 14.7%	出張販売 13.4%
40歳代 n=(995)	宅配 37.0%	特にない 36.1%	子どもを遊ばせることのできる場所 18.1%	低運賃バスの運行 15.6%	出張販売 13.5%
50歳代 n=(1,074)	宅配 39.8%	特にない 38.1%	低運賃バスの運行 17.3%	出張販売 11.9%	地域の交流施設 11.2%
60歳代 n=(895)	特にない 37.7%	宅配 37.1%	低運賃バスの運行 15.4%	地域の交流施設 12.3%	出張販売 9.4%
70歳代以上 n=(1,412)	宅配 37.0%	特にない 33.8%	低運賃バスの運行 14.9%	高齢者の見守り(定期訪問) 12.7%	地域の交流施設 12.2%

※上位5位まで取得

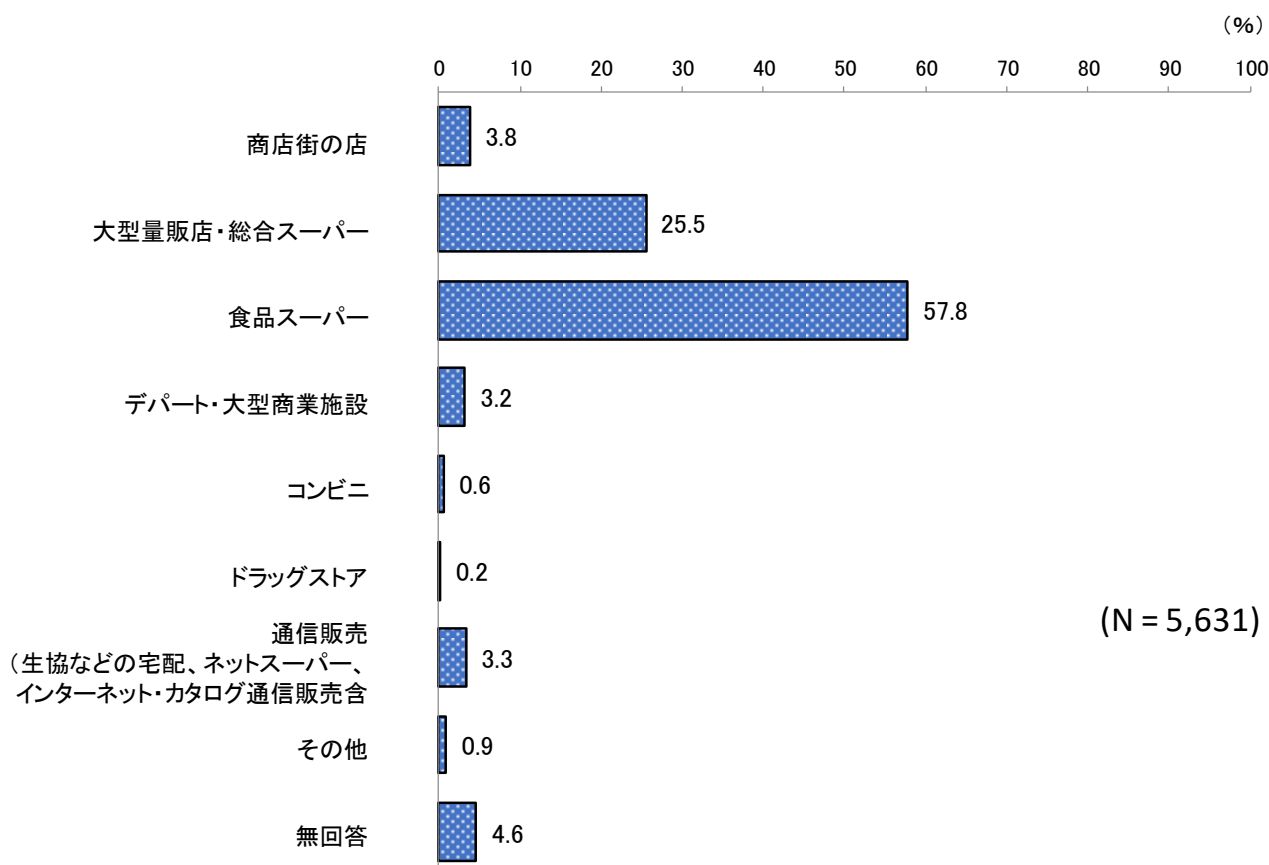
(6) 品目別購入先とそこでの購入理由 (問 12)

問 12 次にあげる商品について、主に購入する場所（1つ選択してください）はどこですか。また、その場所で購入する理由（3つまで選択してください）や支払方法（2つまで選択してください）は何ですか。

① 生鮮食料品（鮮魚・青果・精肉など）

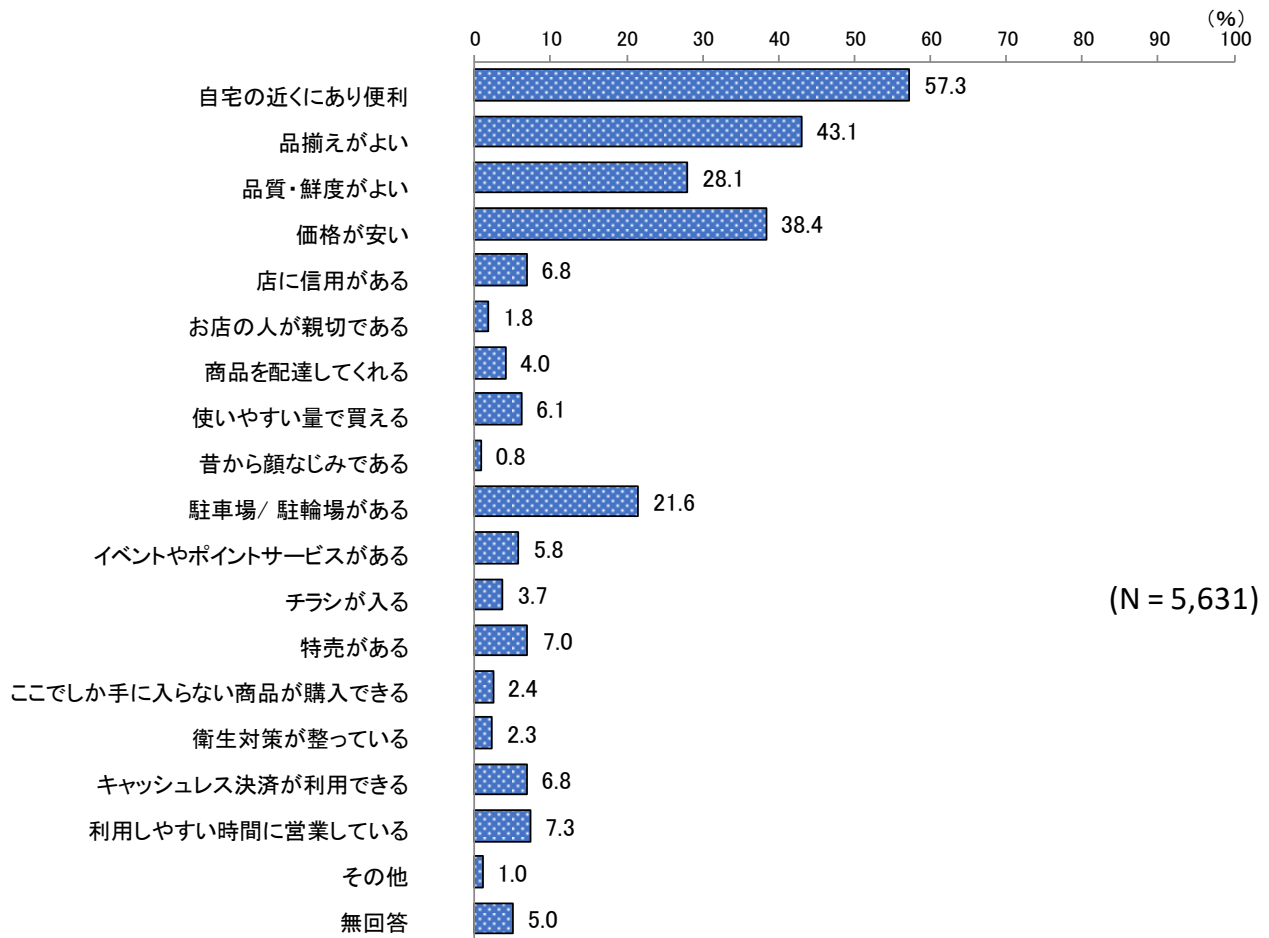
【生鮮食料品購入先 全体】

「食品スーパー」が57.8%と最も高く、次いで「大型量販店・総合スーパー」が25.5%、「商店街の店」が3.8%となっている。



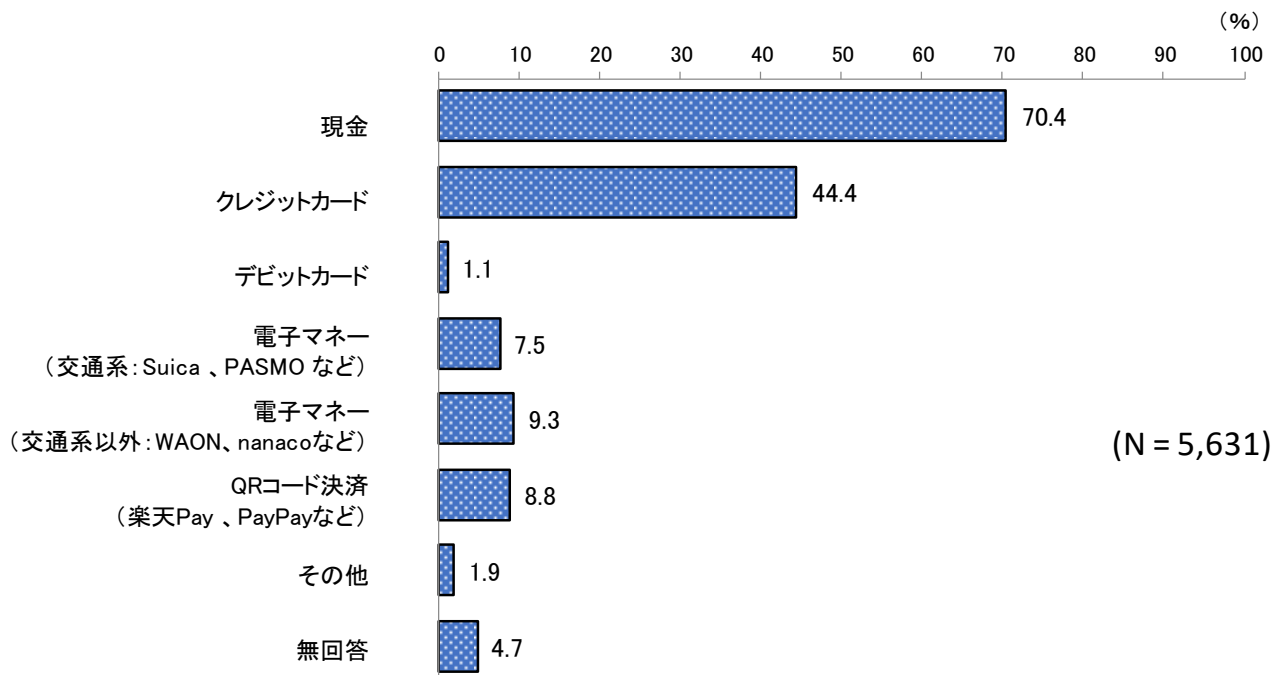
【生鮮食料品購入理由 全体】

「自宅の近くにあり便利」が 57.3%と最も高く、次いで「品揃えがよい」が 43.1%、「価格が安い」が 38.4%となっている。



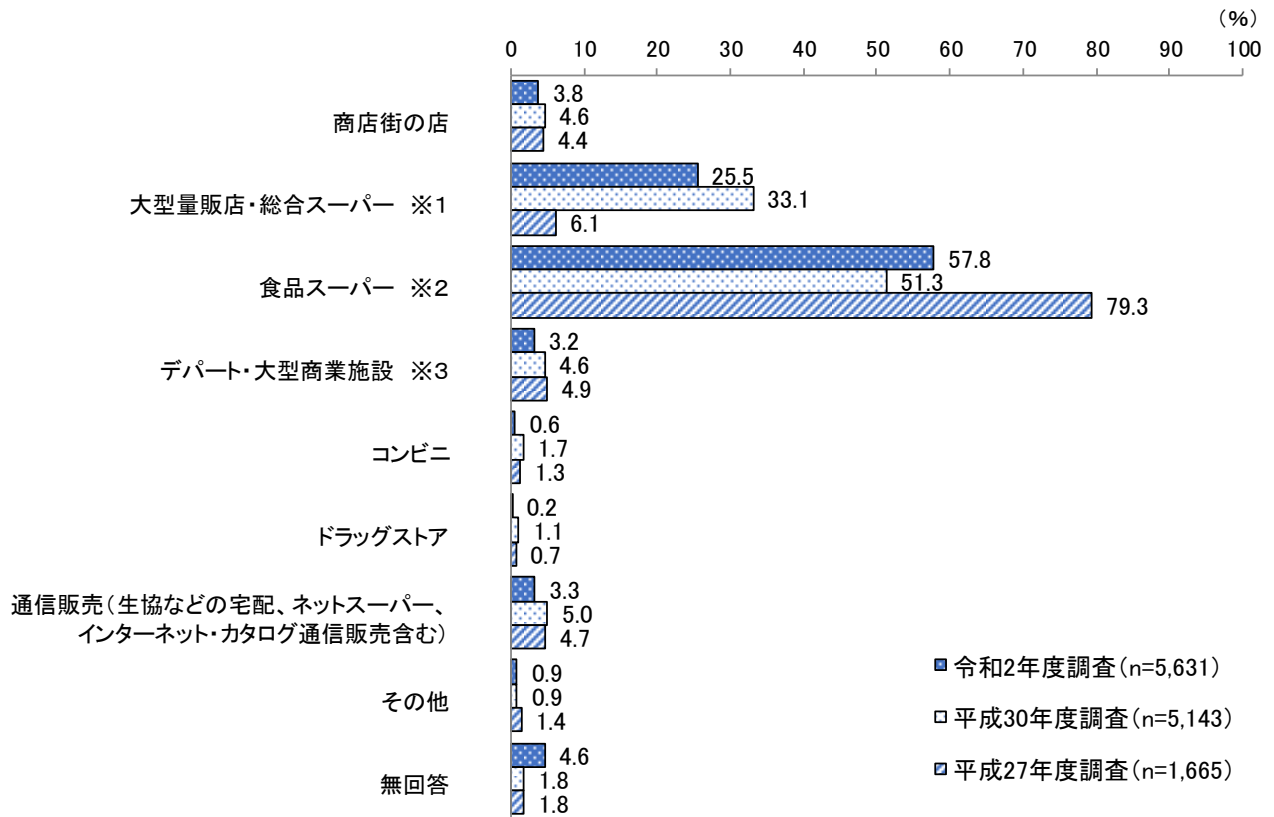
【生鮮食料品購入支払方法 全体】

「現金」が70.4%と最も高く、次いで「クレジットカード」が44.4%、「電子マネー（交通系以外：WAON、nanaco など）」が9.3%となっている。



【生鮮食料品購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「大型量販店・総合スーパー」「食品スーパー」で購入する傾向に大きな違いはみられなかった。



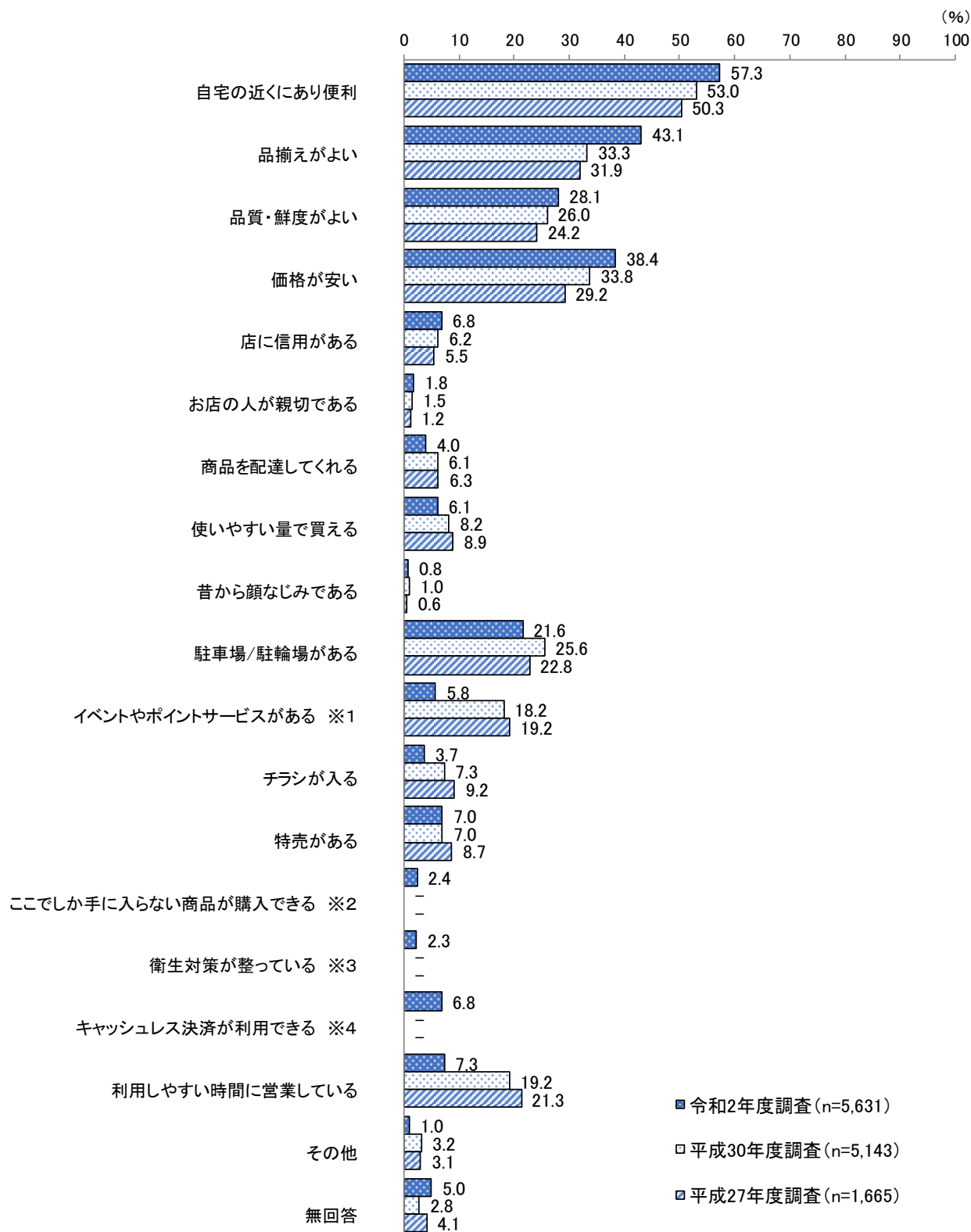
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【生鮮食料品購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにあり便利」・「品揃えがよい」・「価格が安い」の順位が高い。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【生鮮食料品購入先 年代別】

どの年代でも「食品スーパー」が1位、「大型量販店・総合スーパー」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	食品スーパー 57.8%	大型量販店・総合スーパー 25.5%	商店街の店 3.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.3%	デパート・大型商業施設 3.2%
20歳代 n=(535)	食品スーパー 70.3%	大型量販店・総合スーパー 16.1%	デパート・大型商業施設 3.2%	商店街の店 2.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 2.1%
30歳代 n=(672)	食品スーパー 65.5%	大型量販店・総合スーパー 23.7%	商店街の店 5.1%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 2.5%	デパート・大型商業施設 1.5%
40歳代 n=(995)	食品スーパー 63.5%	大型量販店・総合スーパー 25.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.5%	商店街の店 3.3%	デパート・大型商業施設 2.0%
50歳代 n=(1,074)	食品スーパー 60.2%	大型量販店・総合スーパー 28.9%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.4%	商店街の店 3.1%	デパート・大型商業施設 2.5%
60歳代 n=(895)	食品スーパー 57.1%	大型量販店・総合スーパー 27.9%	デパート・大型商業施設 4.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.6%	商店街の店 2.8%
70歳代以上 n=(1,412)	食品スーパー 44.3%	大型量販店・総合スーパー 26.3%	商店街の店 5.2%	デパート・大型商業施設 4.7%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.9%

※上位5位まで取得

【生鮮食料品購入理由 年代別】

どの年代でも、1位が「自宅の近くにあり便利」となっている。また「価格が安い」・「品揃えがよい」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	自宅の近くにあり便利 57.3%	品揃えがよい 43.1%	価格が安い 38.4%	品質・鮮度がよい 28.1%	駐車場/ 駐輪場がある 21.6%
20歳代 n=(535)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 44.1%	品揃えがよい 38.3%	品質・鮮度がよい 14.6%	駐車場/ 駐輪場がある 8.4%
30歳代 n=(672)	自宅の近くにあり便利 66.5%	価格が安い 44.3%	品揃えがよい 39.7%	品質・鮮度がよい 23.8%	駐車場/ 駐輪場がある 14.7%
40歳代 n=(995)	自宅の近くにあり便利 59.1%	価格が安い 46.0%	品揃えがよい 43.5%	品質・鮮度がよい 27.8%	駐車場/ 駐輪場がある 25.1%
50歳代 n=(1,074)	自宅の近くにあり便利 57.4%	品揃えがよい 45.5%	価格が安い 40.8%	品質・鮮度がよい 31.1%	駐車場/ 駐輪場がある 27.5%
60歳代 n=(895)	自宅の近くにあり便利 54.5%	品揃えがよい 46.0%	価格が安い 37.3%	品質・鮮度がよい 34.0%	駐車場/ 駐輪場がある 27.6%
70歳代以上 n=(1,412)	自宅の近くにあり便利 48.4%	品揃えがよい 42.5%	品質・鮮度がよい 29.5%	価格が安い 27.0%	駐車場/ 駐輪場がある 19.3%

※上位5位まで取得

【生鮮食料品購入支払方法 年代別】

どの年代でも、1位「現金」、2位「クレジットカード」となっている。

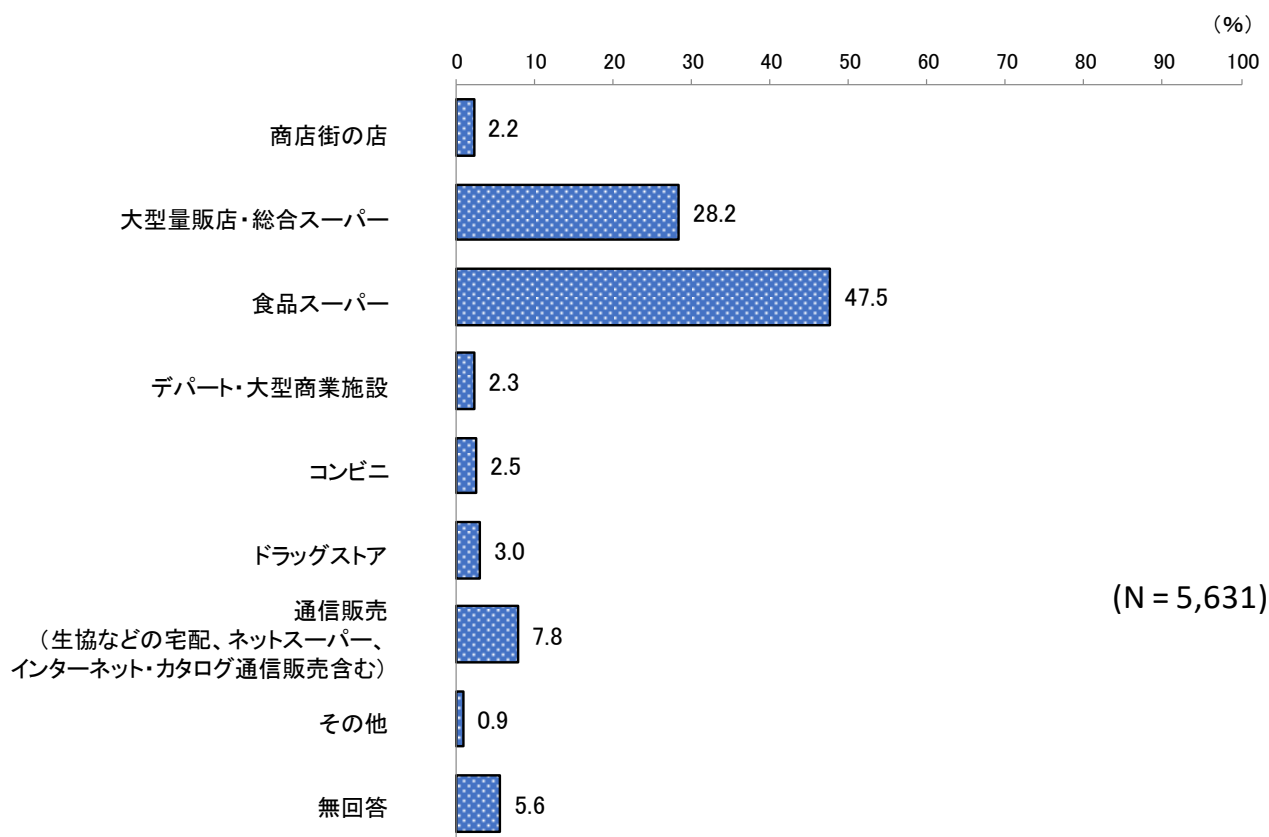
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	現金 70.4%	クレジットカード 44.4%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 8.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.5%
20歳代 n=(535)	現金 69.3%	クレジットカード 43.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.7%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 10.1%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.0%
30歳代 n=(672)	現金 63.2%	クレジットカード 50.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 15.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 8.2%
40歳代 n=(995)	現金 66.9%	クレジットカード 49.5%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 14.4%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 11.2%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 8.0%
50歳代 n=(1,074)	現金 70.6%	クレジットカード 50.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 10.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 9.0%
60歳代 n=(895)	現金 72.5%	クレジットカード 45.9%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 12.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.2%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 74.9%	クレジットカード 32.4%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.5%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 5.0%	その他 2.8%

※上位5位まで取得

② その他食料品（米・飲料・酒類・惣菜など）

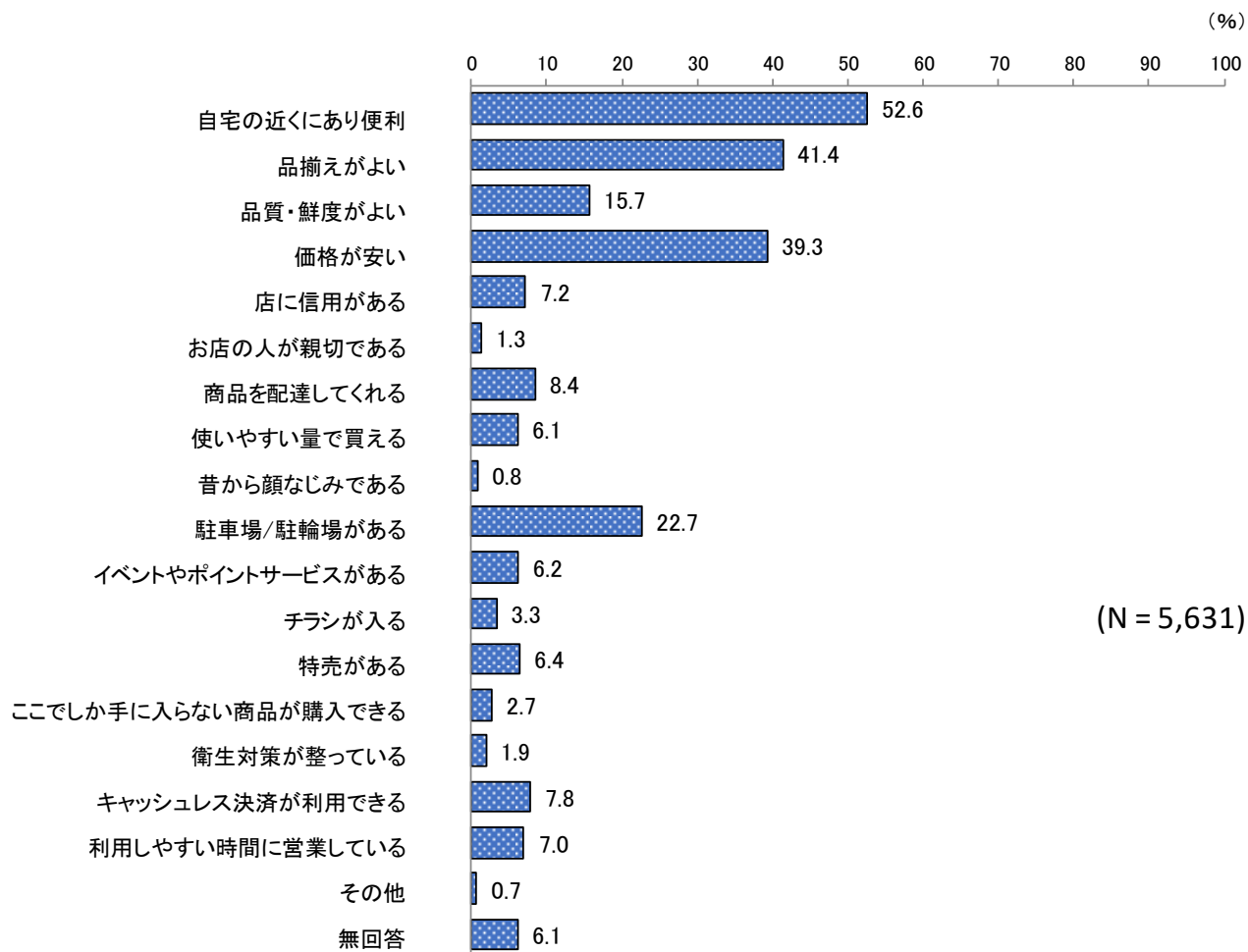
【その他食料品購入先 全体】

「食品スーパー」が47.5%と最も高く、次いで「大型量販店・総合スーパー」が28.2%、「通信販売（生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む）」が7.8%となっている。



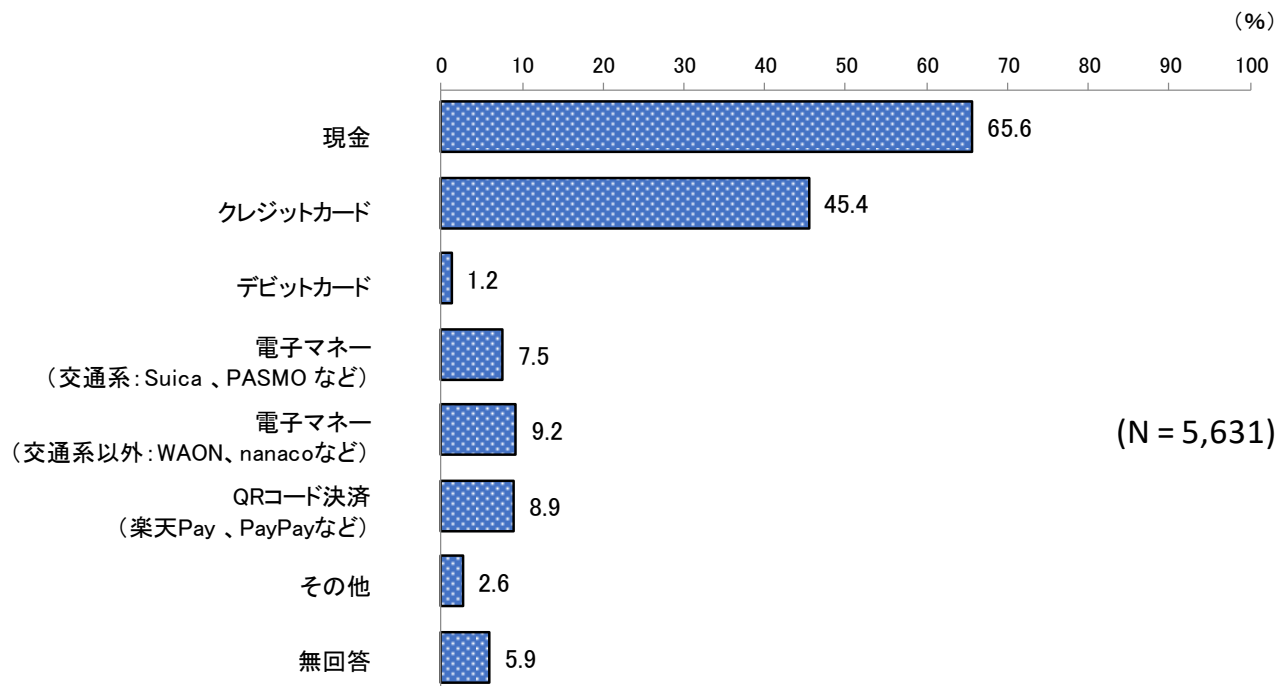
【その他食料品購入理由 全体】

「自宅の近くにあり便利」が 52.6%と最も高く、次いで「品揃えがよい」が 41.4%、「価格が安い」が 39.3%となっている。



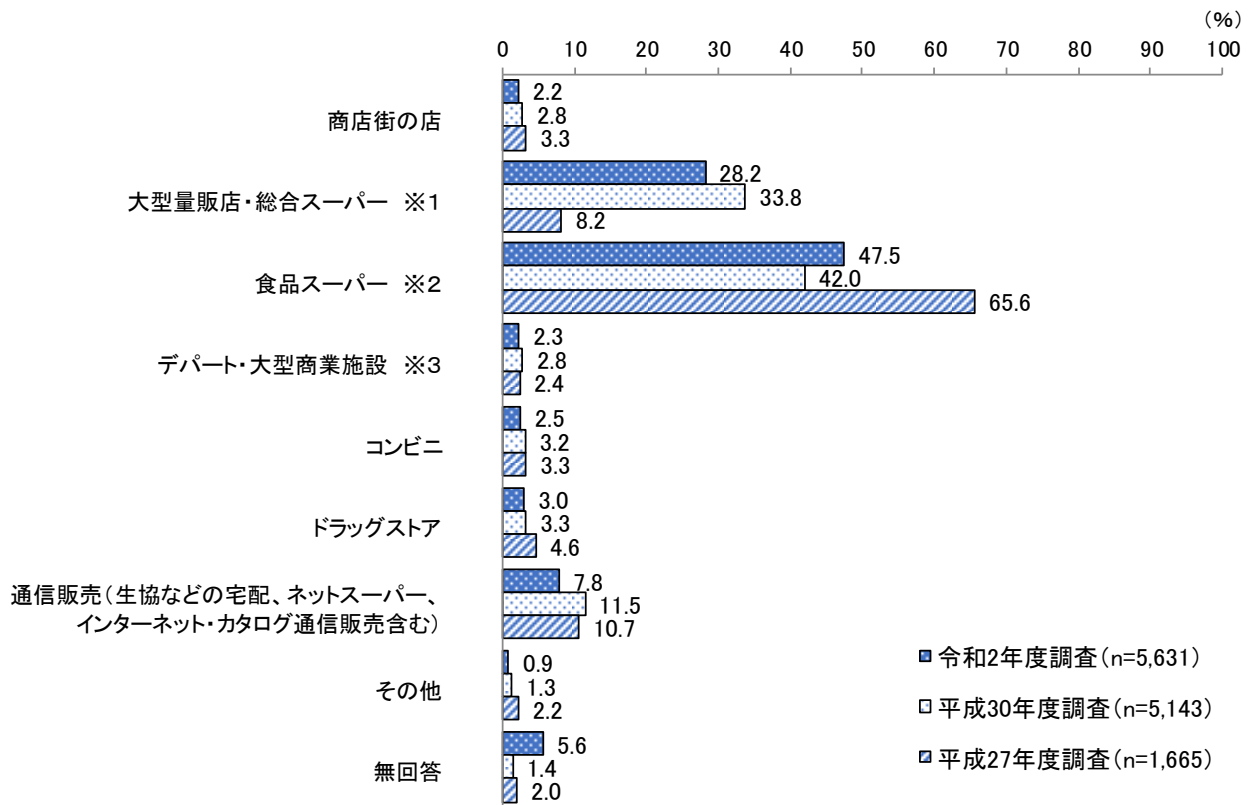
【その他食料品購入支払方法 全体】

「現金」が65.6%と最も高く、次いで「クレジットカード」が45.4%、「電子マネー（交通系以外：WAON、nanaco など）」が9.2%となっている。



【その他食料品購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「大型量販店・総合スーパー」「食品スーパー」で購入する傾向に変わりはない。



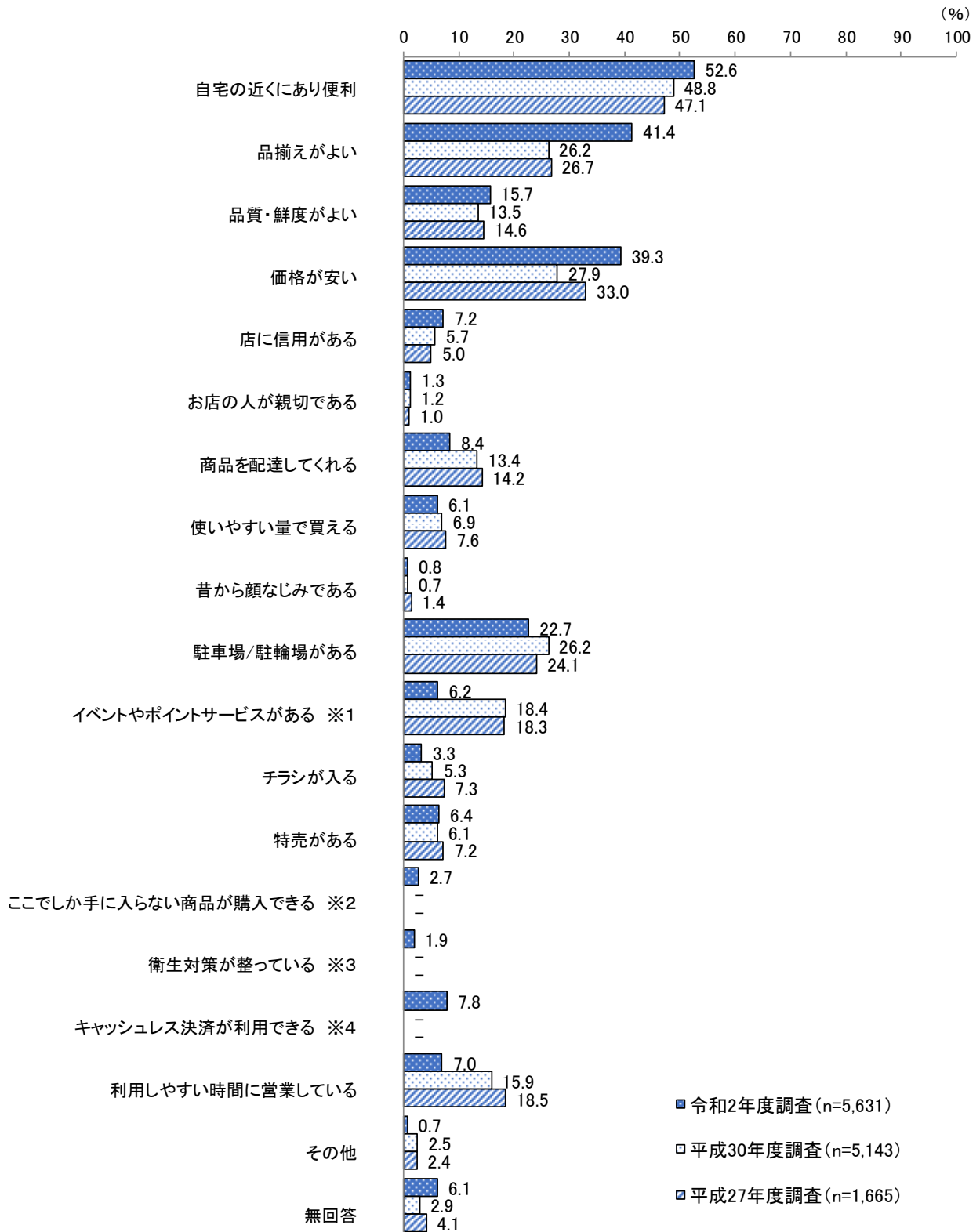
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【その他食料品購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにあり便利」・「品揃えがよい」・「価格が安い」の順位が高い。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【その他食料品購入先 年代別】

多くの年代で「食品スーパー」が1位、「大型量販店・総合スーパー」が2位、「通信販売」が3位となっているが、「20歳代」のみ「コンビニ」（9.7%）が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	食品スーパー 47.5%	大型量販店・総合スーパー 28.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 7.8%	ドラッグストア 3.0%	コンビニ 2.5%
20歳代 n=(535)	食品スーパー 60.0%	大型量販店・総合スーパー 18.3%	コンビニ 9.7%	ドラッグストア 4.5%	デパート・大型商業施設 3.0%
30歳代 n=(672)	食品スーパー 56.5%	大型量販店・総合スーパー 24.0%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.6%	ドラッグストア 3.6%	コンビニ 2.7%
40歳代 n=(995)	食品スーパー 52.4%	大型量販店・総合スーパー 27.9%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.2%	ドラッグストア 4.0%	商店街の店 2.0%
50歳代 n=(1,074)	食品スーパー 49.1%	大型量販店・総合スーパー 32.0%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 9.0%	ドラッグストア 3.4%	デパート・大型商業施設 2.0%
60歳代 n=(895)	食品スーパー 46.9%	大型量販店・総合スーパー 31.1%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 7.9%	デパート・大型商業施設 3.1%	ドラッグストア 2.2%
70歳代以上 n=(1,412)	食品スーパー 34.3%	大型量販店・総合スーパー 29.5%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.1%	商店街の店 3.7%	デパート・大型商業施設 3.0%

※上位5位まで取得

【その他食料品購入理由 年代別】

全ての年代で、1位が「自宅の近くにあり便利」となっている。また、「品揃えがよい」・「価格が安い」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	自宅の近くにあり便利 52.6%	品揃えがよい 41.4%	価格が安い 39.3%	駐車場/駐輪場がある 22.7%	品質・鮮度がよい 15.7%
20歳代 n=(535)	自宅の近くにあり便利 72.9%	価格が安い 39.8%	品揃えがよい 37.4%	利用しやすい時間に営業している 10.8%	駐車場/駐輪場がある 9.0%
30歳代 n=(672)	自宅の近くにあり便利 62.2%	価格が安い 45.4%	品揃えがよい 39.9%	駐車場/駐輪場がある 15.5%	品質・鮮度がよい 13.4%
40歳代 n=(995)	自宅の近くにあり便利 53.1%	価格が安い 47.1%	品揃えがよい 40.8%	駐車場/駐輪場がある 26.6%	品質・鮮度がよい 14.2%
50歳代 n=(1,074)	自宅の近くにあり便利 52.8%	品揃えがよい 44.8%	価格が安い 44.1%	駐車場/駐輪場がある 29.0%	品質・鮮度がよい 17.5%
60歳代 n=(895)	自宅の近くにあり便利 49.1%	品揃えがよい 44.5%	価格が安い 38.1%	駐車場/駐輪場がある 29.8%	品質・鮮度がよい 17.9%
70歳代以上 n=(1,412)	自宅の近くにあり便利 42.3%	品揃えがよい 39.9%	価格が安い 28.3%	駐車場/駐輪場がある 19.3%	品質・鮮度がよい 17.5%

※上位5位まで取得

【その他食料品購入支払方法 年代別】

どの年代でも、1位「現金」、2位「クレジットカード」となっている。3位は「20歳代」では「電子マネー（交通系）」、「30歳代」・「40歳代」では「QRコード決済」、50歳以上では「電子マネー（交通系以外）」と分かれた。

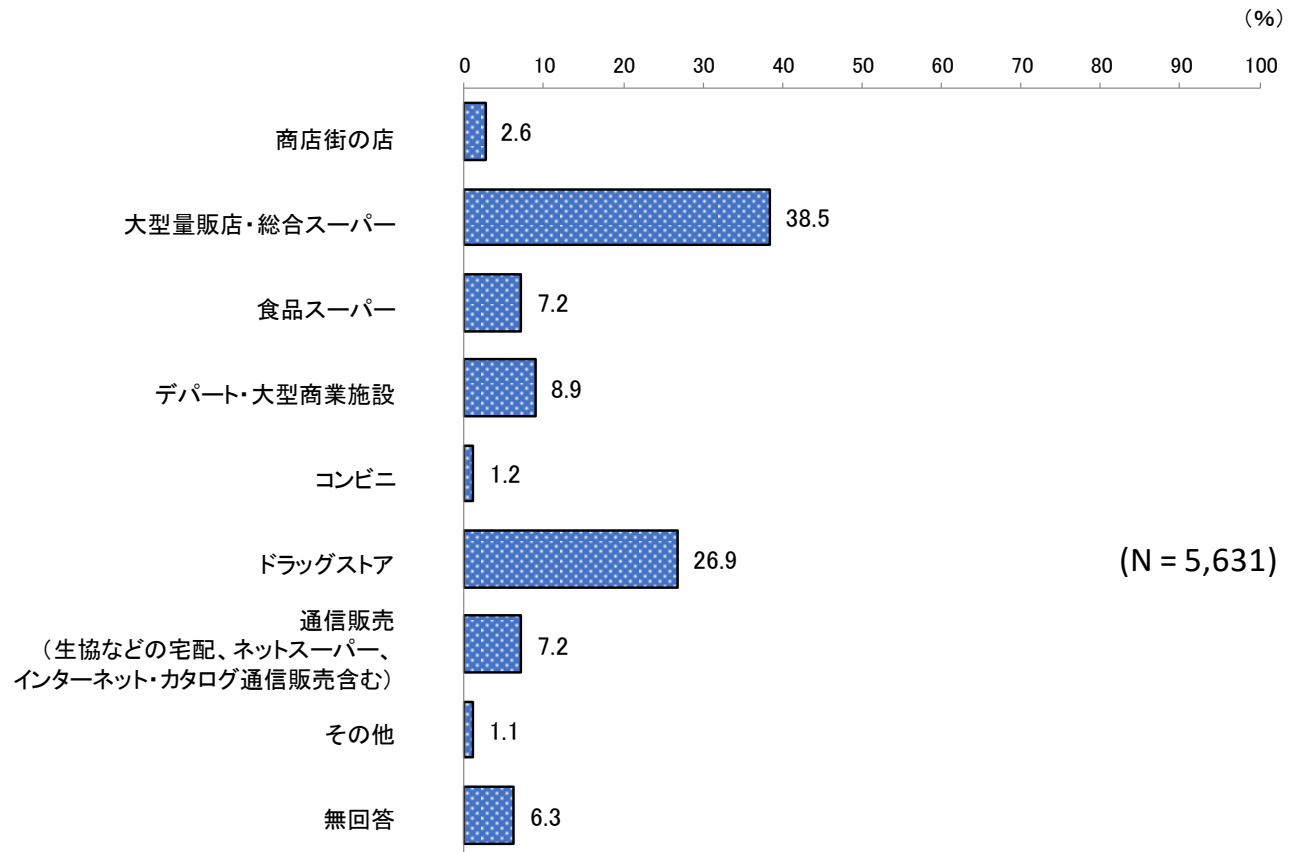
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	現金 65.6%	クレジットカード 45.4%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 9.2%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 8.9%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 7.5%
20歳代 n=(535)	現金 68.6%	クレジットカード 45.2%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 13.3%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 11.6%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 7.3%
30歳代 n=(672)	現金 58.8%	クレジットカード 55.4%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 14.7%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 8.9%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 8.5%
40歳代 n=(995)	現金 62.4%	クレジットカード 49.8%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 14.7%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 10.6%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 9.1%
50歳代 n=(1,074)	現金 65.2%	クレジットカード 52.5%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 10.9%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 10.3%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 8.2%
60歳代 n=(895)	現金 67.5%	クレジットカード 47.9%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 12.6%	QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど） 6.7%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 5.5%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 68.9%	クレジットカード 31.1%	電子マネー（交通系以外：WAON、nanacoなど） 5.9%	電子マネー（交通系：Suica、PASMOなど） 4.0%	その他 3.3%

※上位5位まで取得

③ 日用雑貨

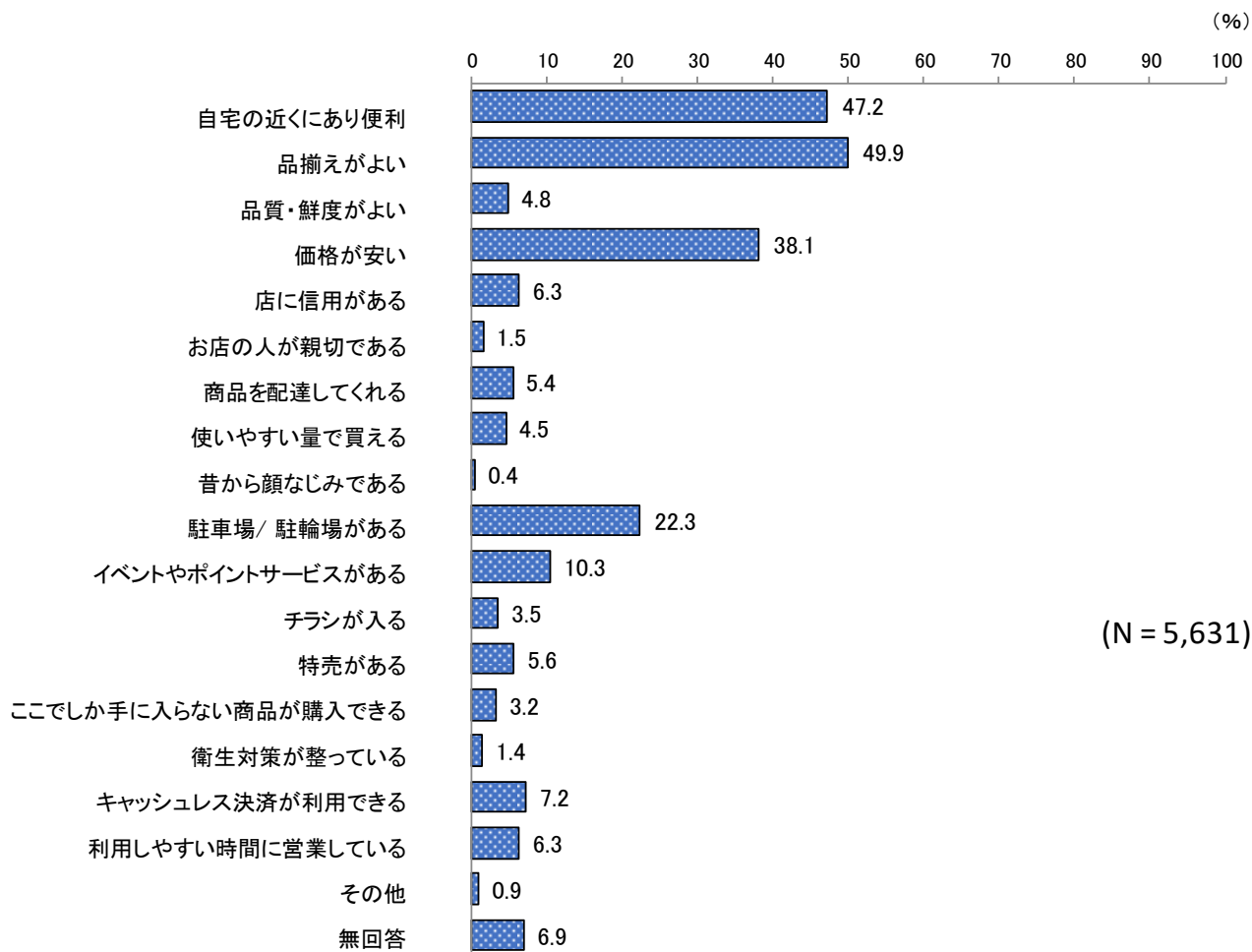
【日用雑貨購入先 全体】

「大型量販店・総合スーパー」が 38.5%と最も高く、次いで「ドラッグストア」が 26.9%、「デパート・大型商業施設」が 8.9%となっている。



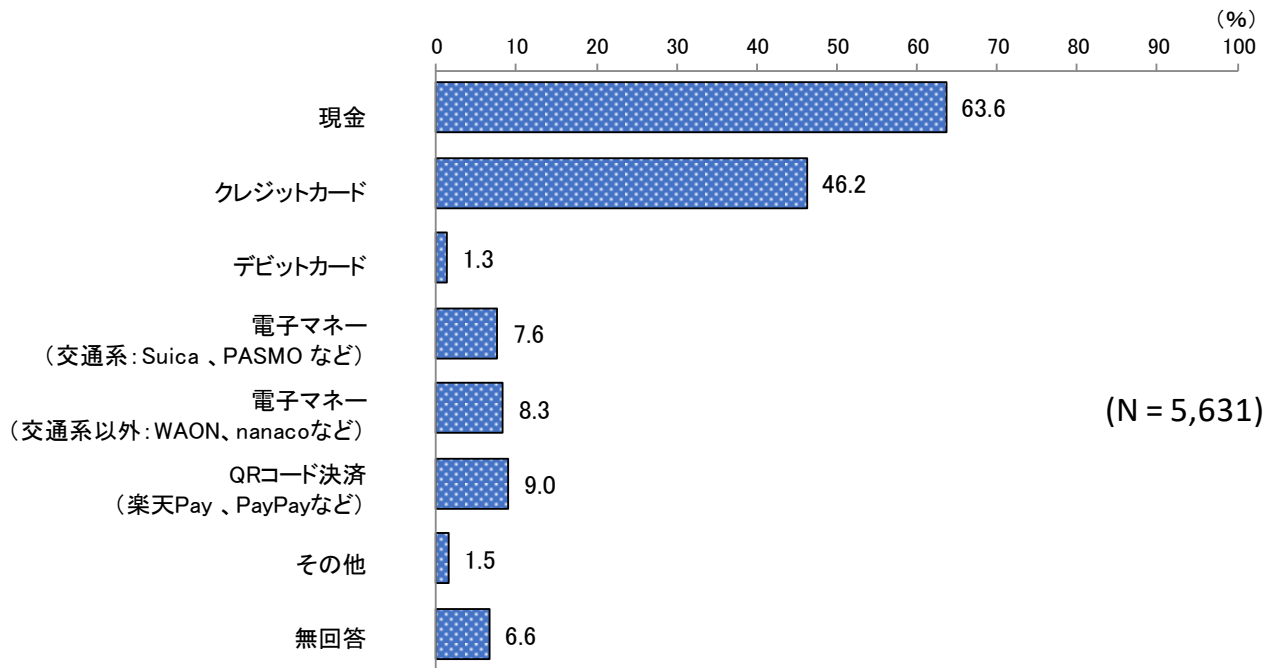
【日用雑貨購入理由 全体】

「品揃えがよい」が49.9%と最も高く、次いで「自宅の近くにあり便利」が47.2%、「価格が安い」が38.1%となっている。



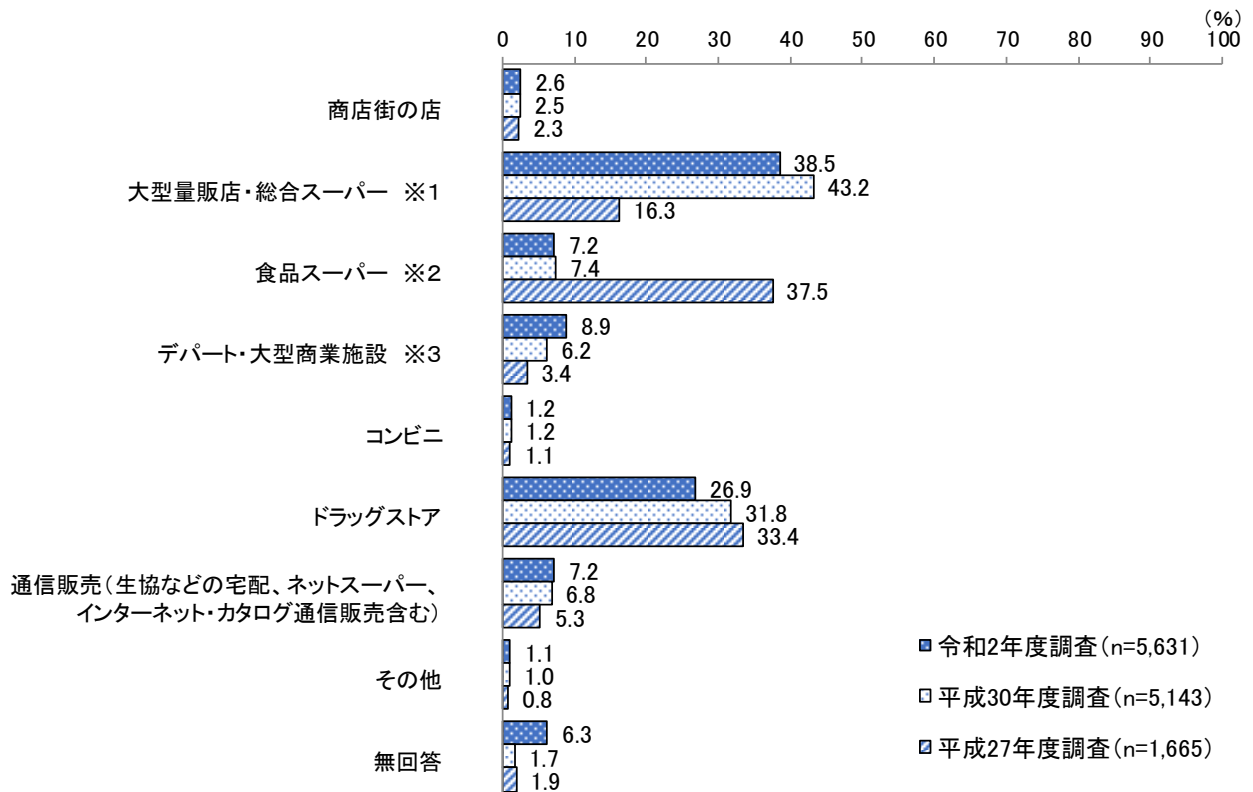
【日用雑貨購入支払方法 全体】

「現金」が63.6%と最も高く、次いで「クレジットカード」が46.2%となっている。



【日用雑貨購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「大型量販店・総合スーパー」・「ドラッグストア」が減少傾向にある。



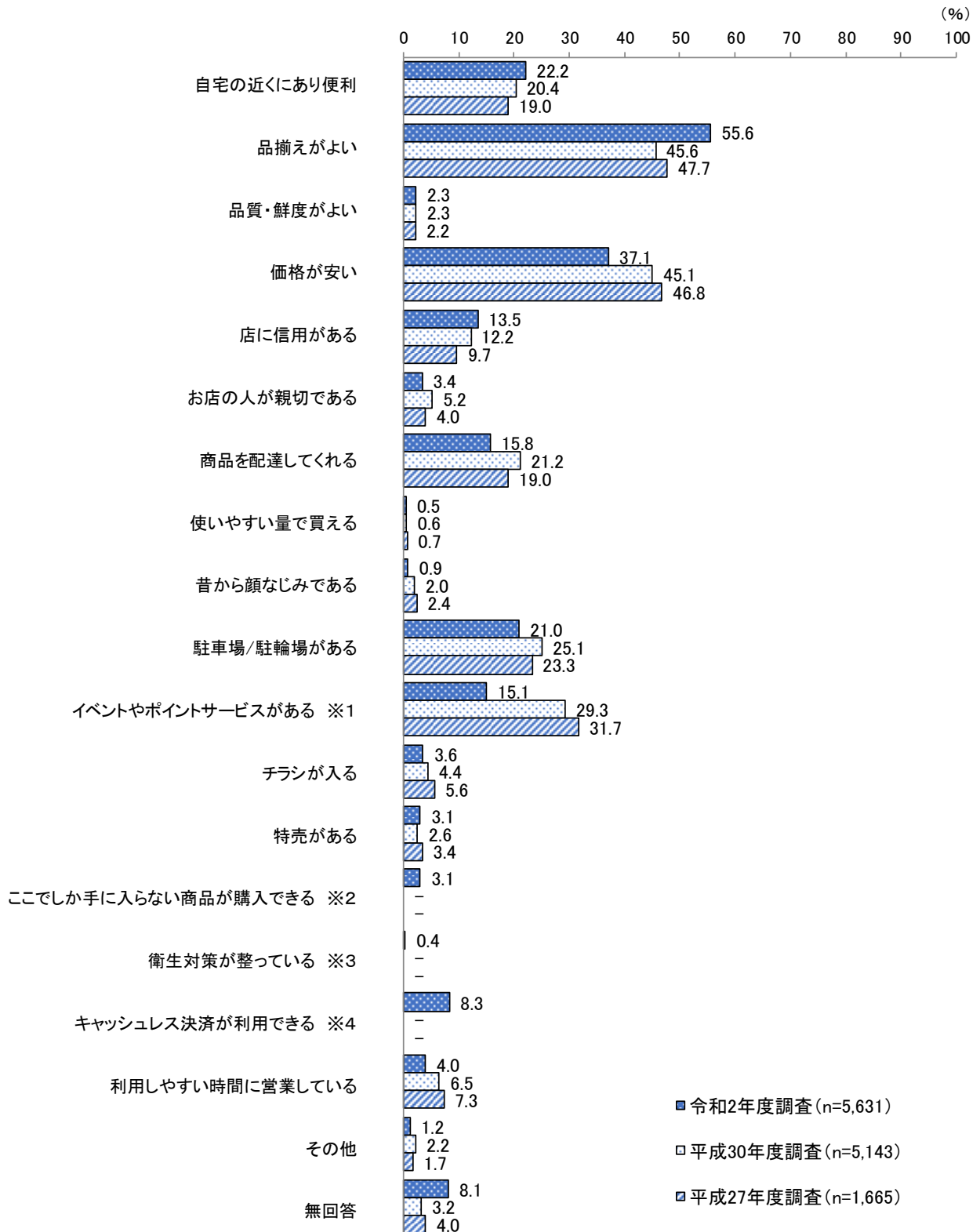
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【日用雑貨購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と同様に、「自宅の近くにあり便利」・「品揃えがよい」・「価格が安い」・「駐車場/駐輪場がある」の割合が高い。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

【日用雑貨購入先 年代別】

「20歳代」・「30歳代」では「ドラッグストア」、「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」・「70歳代以上」は「大型量販店・総合スーパー」が最も多かった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	大型量販店・総合スーパー 38.5%	ドラッグストア 26.9%	デパート・大型商業施設 8.9%	食品スーパー / 通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 7.2%	
20歳代 n=(535)	ドラッグストア 31.4%	大型量販店・総合スーパー 24.3%	デパート・大型商業施設 22.8%	食品スーパー 8.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 6.9%
30歳代 n=(672)	ドラッグストア 39.3%	大型量販店・総合スーパー 25.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 12.5%	デパート・大型商業施設 11.9%	食品スーパー 6.4%
40歳代 n=(995)	大型量販店・総合スーパー 36.1%	ドラッグストア 33.8%	デパート・大型商業施設 9.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.3%	食品スーパー 6.7%
50歳代 n=(1,074)	大型量販店・総合スーパー 41.8%	ドラッグストア 32.7%	食品スーパー 7.4%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 7.0%	デパート・大型商業施設 6.1%
60歳代 n=(895)	大型量販店・総合スーパー 48.7%	ドラッグストア 21.8%	デパート・大型商業施設 7.0%	食品スーパー 6.9%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 5.7%
70歳代以上 n=(1,412)	大型量販店・総合スーパー 42.8%	ドラッグストア 13.5%	食品スーパー 7.6%	デパート・大型商業施設 5.4%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 5.2%

※上位5位まで取得

【日用雑貨購入理由 年代別】

「20歳代」・「30歳代」では「自宅の近くにあり便利」が最も多かった。「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」・「70歳代以上」は「品揃えがよい」が最も多かった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	品揃えがよい 49.9%	自宅の近くにあり便利 47.2%	商品を配達してくれる 38.1%	駐車場/ 駐輪場がある 22.3%	イベントやポイントサービスがある 10.3%
20歳代 n=(535)	自宅の近くにあり便利 55.0%	品揃えがよい 48.2%	商品を配達してくれる 34.2%	イベントやポイントサービスがある 11.6%	駐車場/ 駐輪場がある 9.3%
30歳代 n=(672)	自宅の近くにあり便利 49.4%	品揃えがよい 47.6%	商品を配達してくれる 40.2%	駐車場/ 駐輪場がある 14.6%	イベントやポイントサービスがある 12.6%
40歳代 n=(995)	品揃えがよい 52.4%	自宅の近くにあり便利 50.6%	商品を配達してくれる 42.6%	駐車場/ 駐輪場がある 24.9%	イベントやポイントサービスがある 13.0%
50歳代 n=(1,074)	品揃えがよい 54.2%	自宅の近くにあり便利 47.9%	商品を配達してくれる 43.0%	駐車場/ 駐輪場がある 28.3%	イベントやポイントサービスがある 12.2%
60歳代 n=(895)	品揃えがよい 52.1%	自宅の近くにあり便利 46.1%	商品を配達してくれる 40.7%	駐車場/ 駐輪場がある 30.2%	イベントやポイントサービスがある 10.1%
70歳代以上 n=(1,412)	品揃えがよい 45.3%	自宅の近くにあり便利 41.0%	商品を配達してくれる 30.3%	駐車場/ 駐輪場がある 19.2%	店に信用がある 8.5%

※上位5位まで取得

【日用雑貨購入支払方法 年代別】

「30 歳代」を除いて「現金」が最も多かった。「30 歳代」は「クレジットカード」が最も多かった。

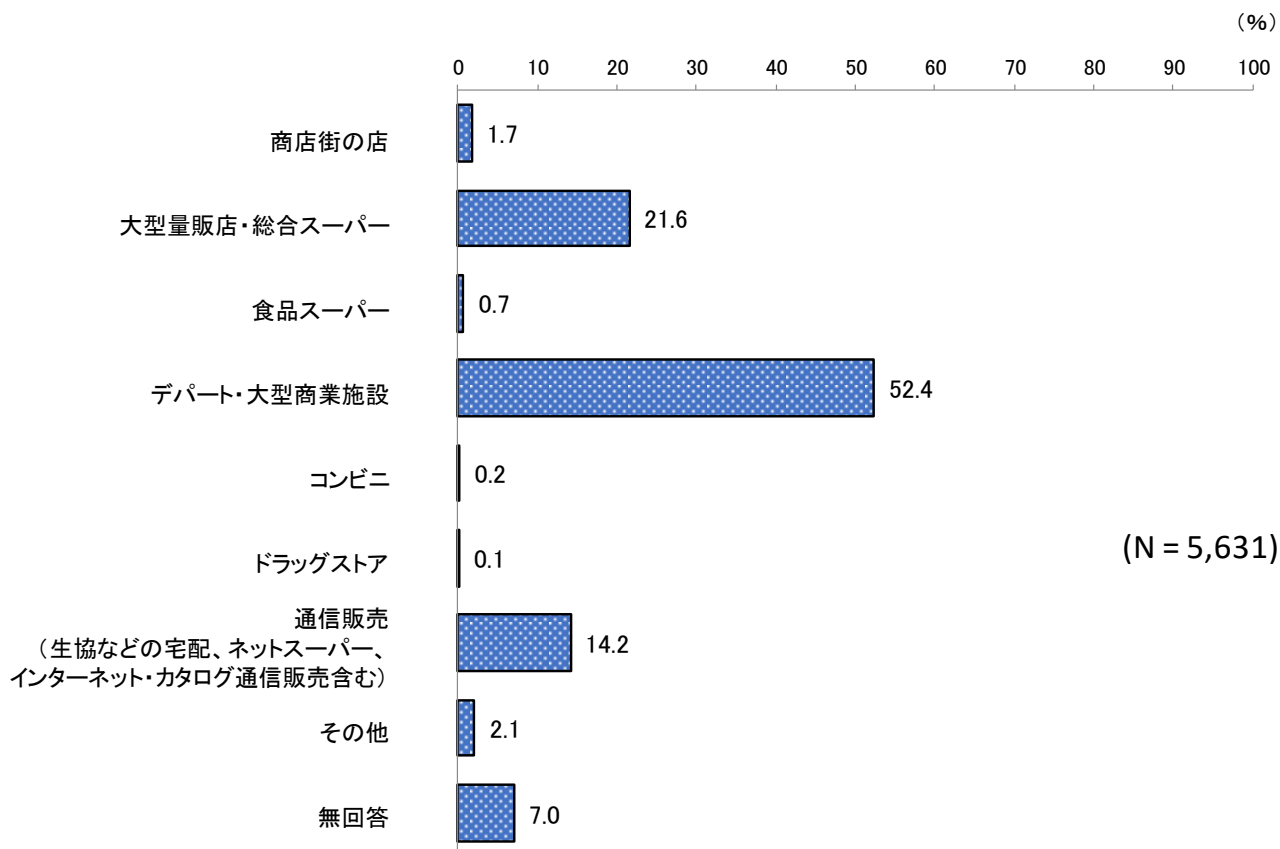
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	現金 63.6%	クレジットカード 46.2%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.0%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 8.3%	デビットカード 7.6%
20歳代 n=(535)	現金 60.9%	クレジットカード 48.2%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.4%	デビットカード 10.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.7%
30歳代 n=(672)	クレジットカード 58.5%	現金 53.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 15.6%	デビットカード 8.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.6%
40歳代 n=(995)	現金 60.8%	クレジットカード 51.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 15.4%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.6%	デビットカード 9.3%
50歳代 n=(1,074)	現金 65.2%	クレジットカード 51.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) / 電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 10.6%	デビットカード 9.6%	
60歳代 n=(895)	現金 68.2%	クレジットカード 48.0%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 10.4%	デビットカード 7.0%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 5.9%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 67.2%	クレジットカード 31.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.5%	デビットカード 3.5%	その他 2.1%

※上位5位まで取得

④ 衣料品

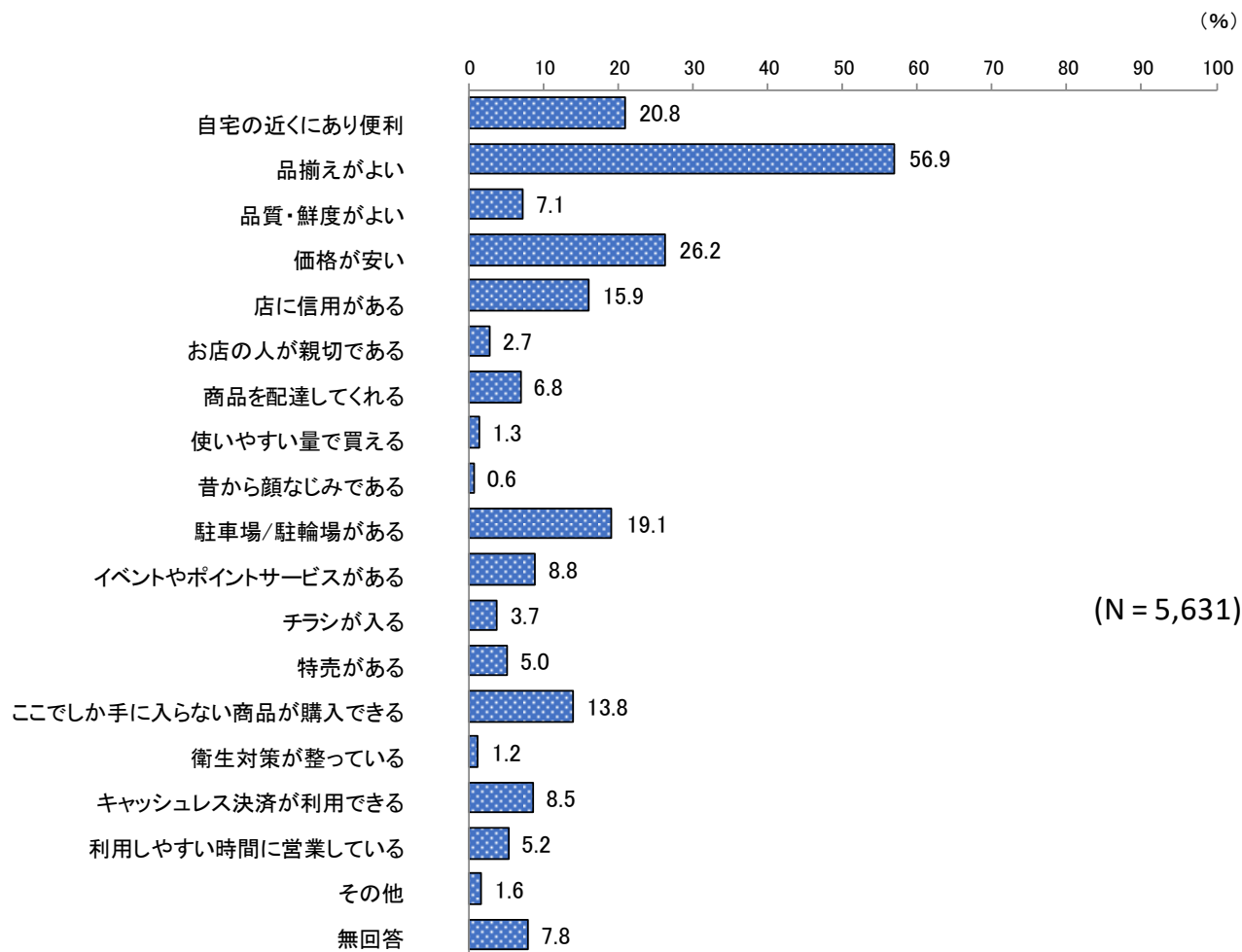
【衣料品購入先 全体】

「デパート・大型商業施設」が 52.4%と最も高く、次いで「大型量販店・総合スーパー」が 21.6%、「通信販売（生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む）」が 14.2%となっている。



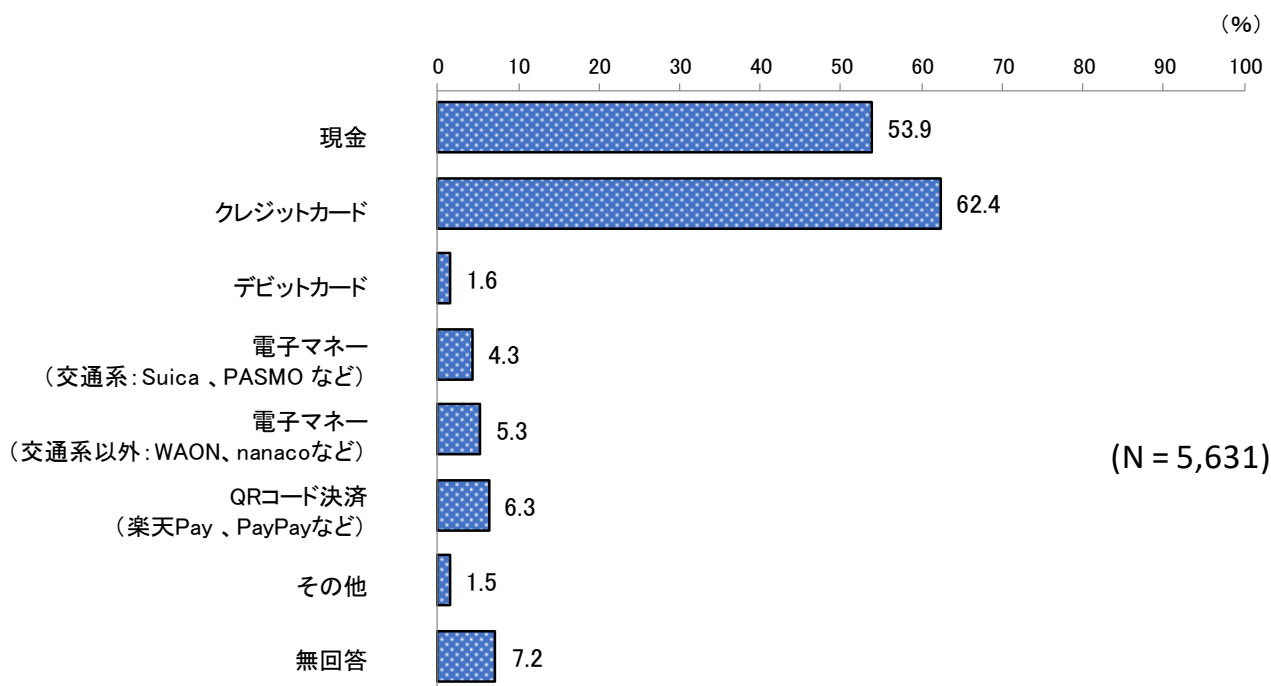
【衣料品購入理由 全体】

「品揃えがよい」が 56.9%と最も高く、次いで「価格が安い」が 26.2%、「自宅の近くにあり便利」が 20.8%となっている。



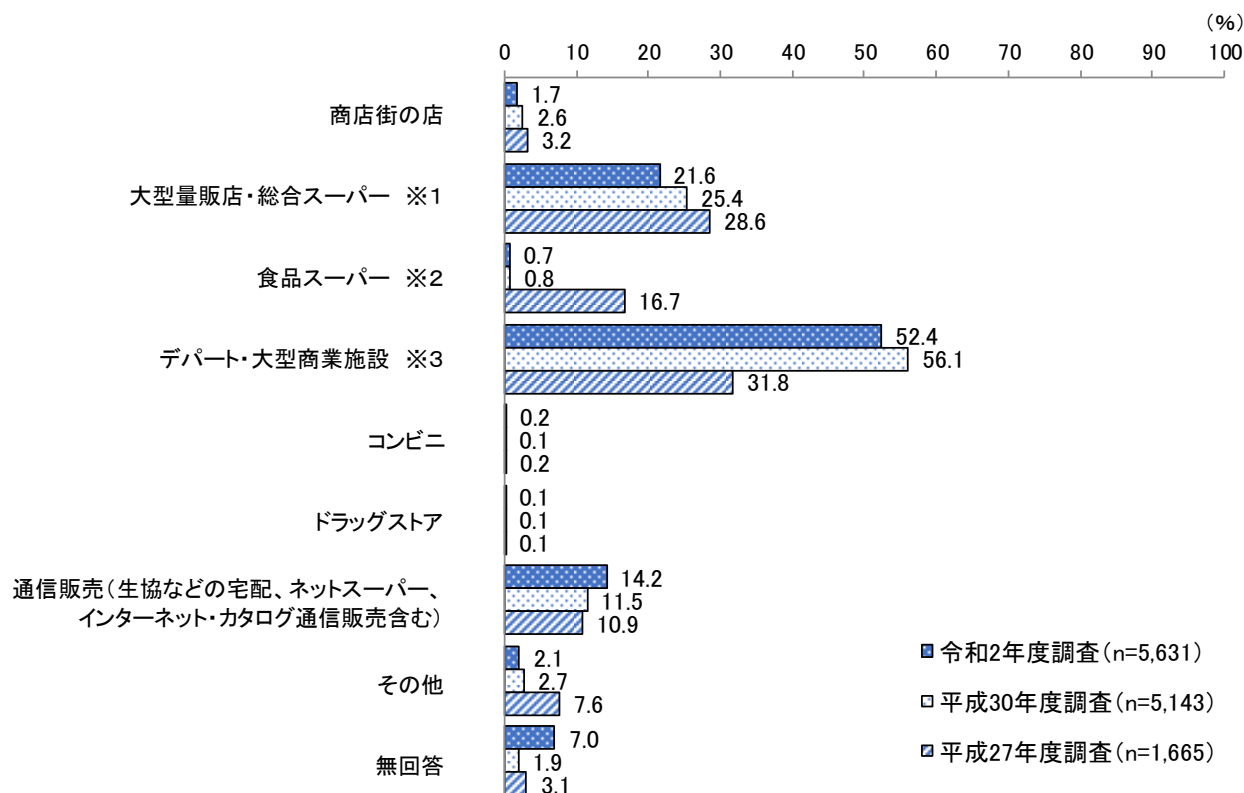
【衣料品購入支払方法 全体】

「クレジットカード」が62.4%と最も高く、次いで「現金」が53.9%、「QRコード決済」が6.3%となっている。



【衣料品購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較しても、「大型量販店・総合スーパー」・「デパート・大型商業施設」で購入する消費者が多くみられ、「通信販売」が増加傾向にある。



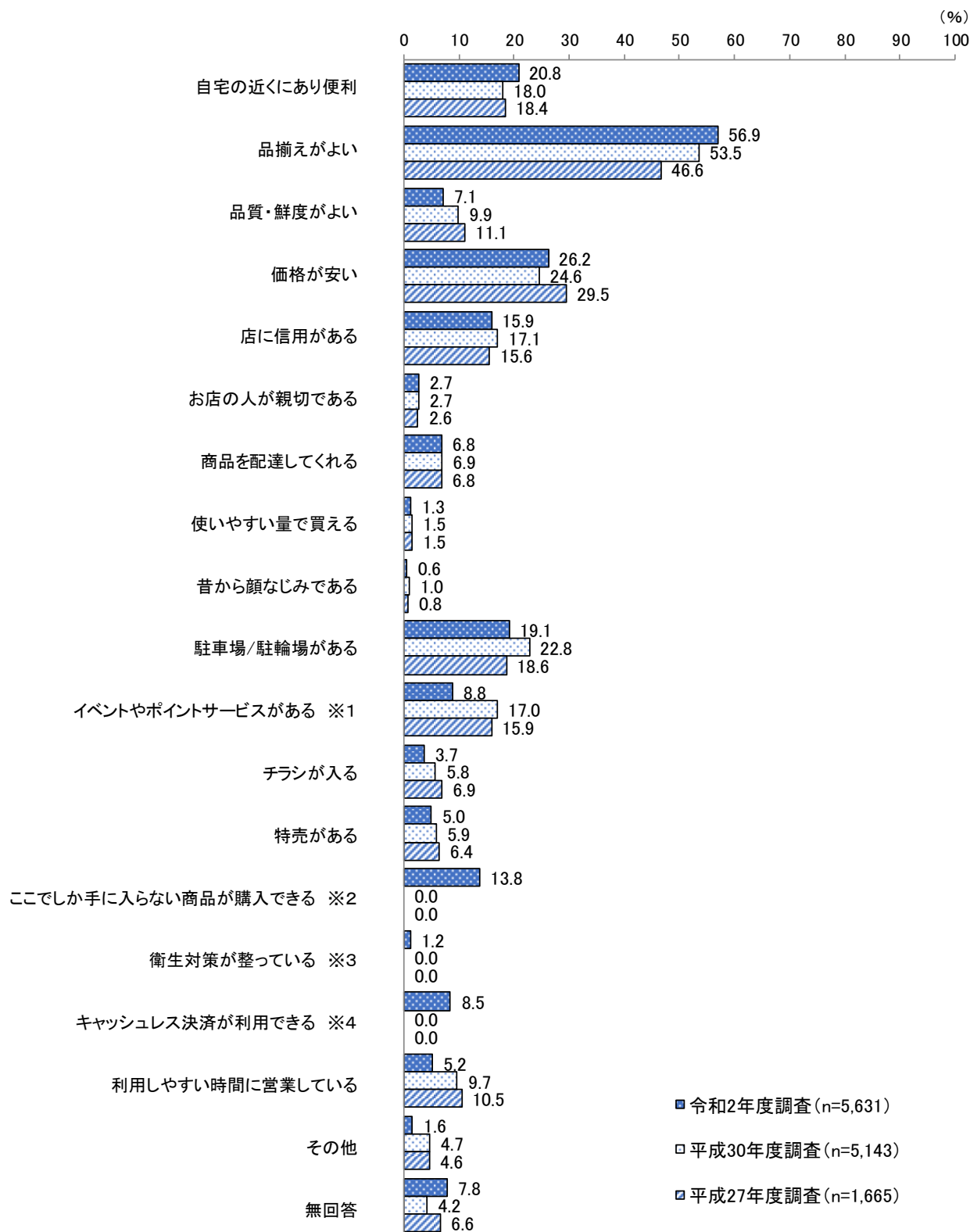
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【衣料品購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「品揃えがよい」・「価格が安い」・「自宅の近くにあり便利」・「駐車場/駐輪場がある」の順位が高い。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【衣料品購入先 年代別】

全ての年代で「デパート・大型商業施設」が1位となっている。2位は「20歳代」・「30歳代」では「通信販売」、
「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」・「70歳代以上」では「大型量販店・総合スーパー」となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	デパート・大型商業施設 52.4%	大型量販店・総合スーパー 21.6%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 14.2%	その他 2.1%	商店街の店 1.7%
20歳代 n=(535)	デパート・大型商業施設 66.7%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 18.3%	大型量販店・総合スーパー 9.2%	その他 2.4%	食品スーパー 0.9%
30歳代 n=(672)	デパート・大型商業施設 58.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 24.7%	大型量販店・総合スーパー 12.2%	その他 1.6%	商店街の店 1.0%
40歳代 n=(995)	デパート・大型商業施設 58.0%	大型量販店・総合スーパー 18.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 17.8%	その他 2.3%	商店街の店 0.7%
50歳代 n=(1,074)	デパート・大型商業施設 54.5%	大型量販店・総合スーパー 24.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 14.5%	その他 2.4%	商店街の店 / 食品スーパー 1.1%
60歳代 n=(895)	デパート・大型商業施設 53.2%	大型量販店・総合スーパー 28.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.8%	その他 2.3%	商店街の店 2.0%
70歳代以上 n=(1,412)	デパート・大型商業施設 38.2%	大型量販店・総合スーパー 26.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 8.6%	商店街の店 3.4%	その他 1.8%

※上位5位まで取得

【衣料品購入理由 年代別】

どの年代でも「品揃えがよい」が1位、「価格が安い」が2位となった。また、「20歳代」・「30歳代」・「70歳代以上」では「自宅の近くにあり便利」、「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」では「駐車場/駐輪場がある」が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	品揃えがよい 56.9%	価格が安い 26.2%	自宅の近くにあり便利 20.8%	駐車場/駐輪場がある 19.1%	店に信用がある 15.9%
20歳代 n=(535)	品揃えがよい 59.6%	価格が安い 26.9%	自宅の近くにあり便利 24.3%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 13.6%	店に信用がある 12.3%
30歳代 n=(672)	品揃えがよい 55.2%	価格が安い 27.1%	自宅の近くにあり便利 20.8%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 15.3%	店に信用がある 13.8%
40歳代 n=(995)	品揃えがよい 60.8%	価格が安い 27.2%	駐車場/駐輪場がある 22.6%	自宅の近くにあり便利 19.6%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 15.8%
50歳代 n=(1,074)	品揃えがよい 62.5%	価格が安い 26.7%	駐車場/駐輪場がある 24.8%	自宅の近くにあり便利 20.0%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 17.0%
60歳代 n=(895)	品揃えがよい 59.2%	価格が安い 27.8%	駐車場/駐輪場がある 25.0%	自宅の近くにあり便利 21.7%	店に信用がある 17.7%
70歳代以上 n=(1,412)	品揃えがよい 48.2%	価格が安い 23.3%	自宅の近くにあり便利 20.6%	店に信用がある 19.5%	駐車場/駐輪場がある 15.8%

※上位5位まで取得

【衣料品購入支払方法 年代別】

「70歳代以上」を除いて「クレジットカード」が最も多かった。「70歳代以上」は「現金」が最も多かった。

大半の世代で3位以下を「QRコード決済」・「電子マネー（交通系以外）」が占める中、「20歳代」では「デビットカード」が4位となっている。

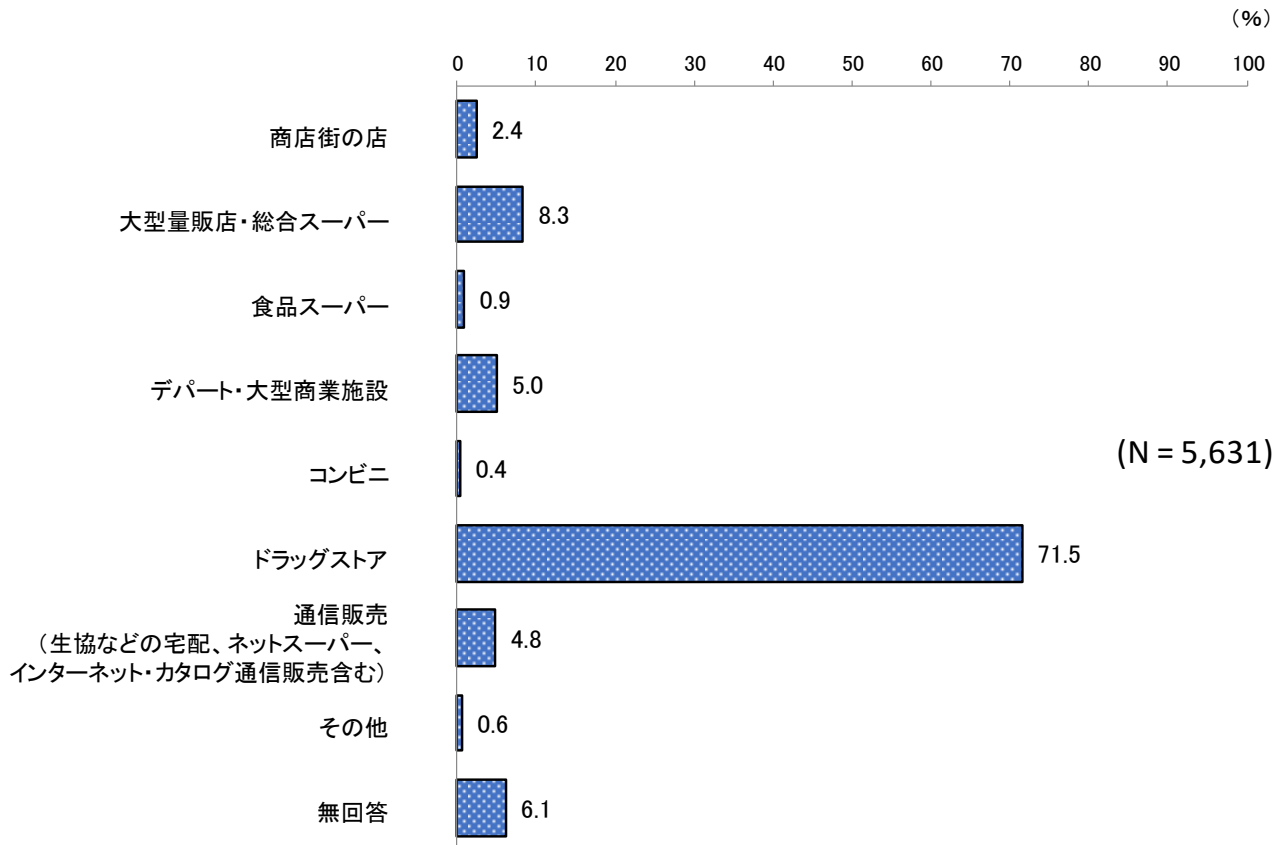
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	クレジットカード 62.6%	現金 53.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 6.3%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 4.3%
20歳代 n=(535)	クレジットカード 62.4%	現金 55.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 8.4%	デビットカード 5.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.0%
30歳代 n=(672)	クレジットカード 73.7%	現金 41.5%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.6%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 4.5%
40歳代 n=(995)	クレジットカード 73.0%	現金 48.8%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.3%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.4%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 4.8%
50歳代 n=(1,074)	クレジットカード 73.7%	現金 52.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 5.0%
60歳代 n=(895)	クレジットカード 63.4%	現金 57.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.5%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 4.8%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 3.6%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 61.6%	クレジットカード 41.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 3.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 2.6%	その他 1.7%

※上位5位まで取得

⑤ 医薬品・化粧品

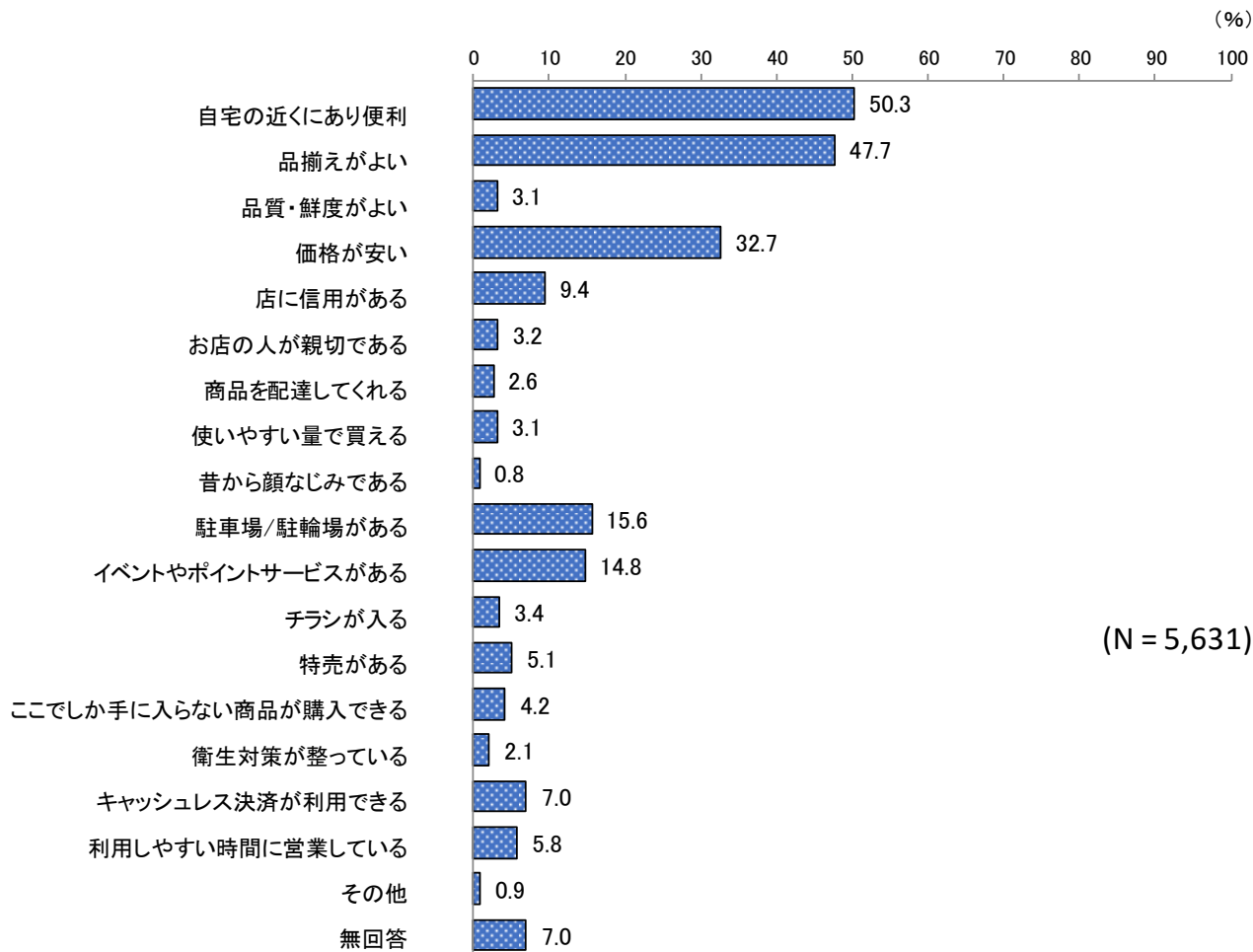
【医薬品・化粧品購入先 全体】

「ドラッグストア」が71.5%と最も高く、次いで「大型量販店・総合スーパー」が8.3%、「デパート・大型商業施設」が5.0%となっている。



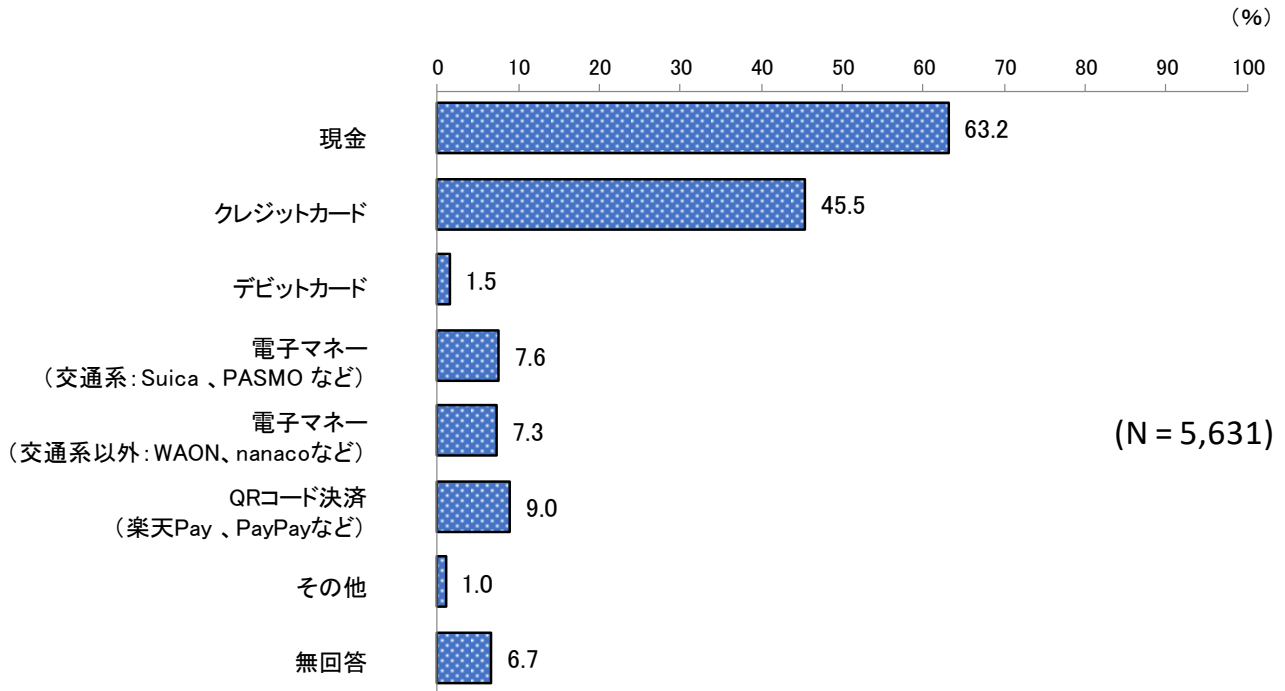
【医薬品・化粧品購入理由 全体】

「自宅の近くにあり便利」が 50.3%と最も高く、次いで「品揃えがよい」が 47.7%、「価格が安い」が 32.7%となっている。



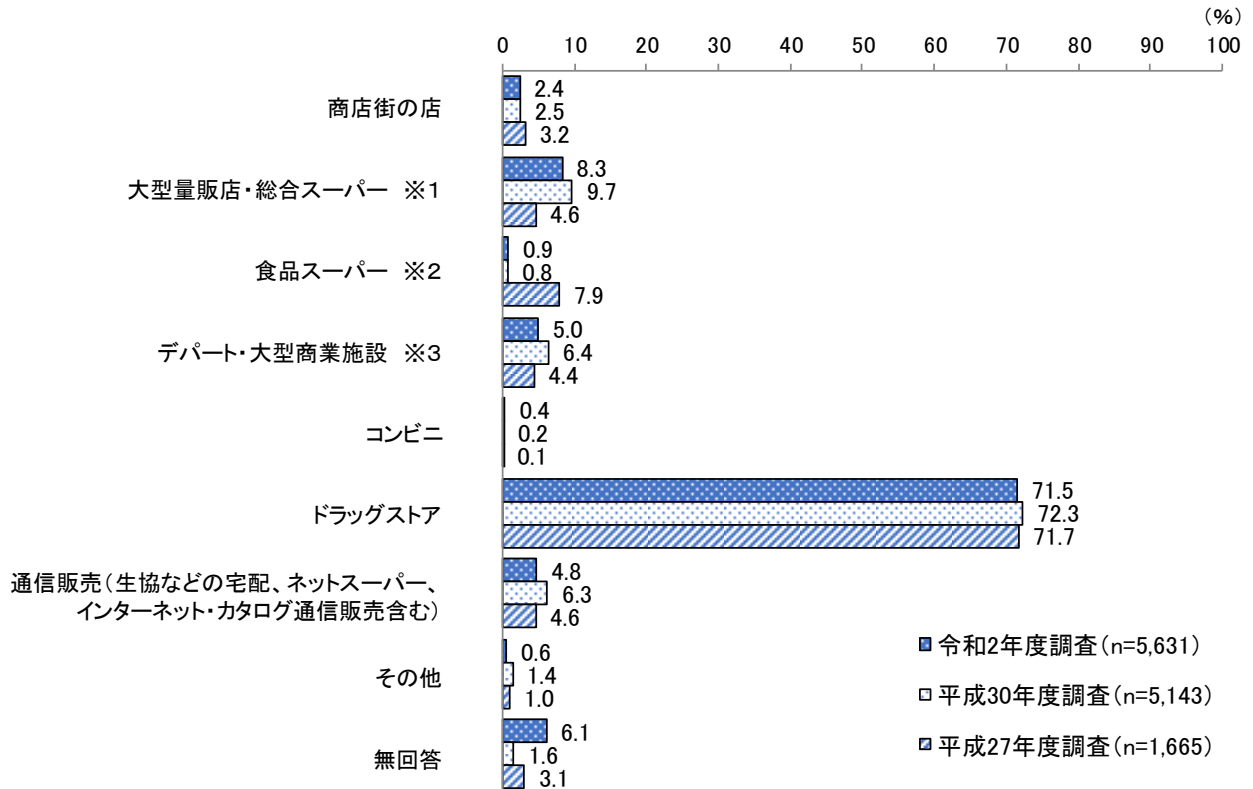
【医薬品・化粧品購入支払方法 全体】

「現金」が63.2%と最も高く、次いで「クレジットカード」が45.5%、「QRコード決済（楽天Pay、PayPayなど）」が9.0%となっている。



【医薬品・化粧品購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較しても、ドラッグストアで購入する傾向に変わりはない。



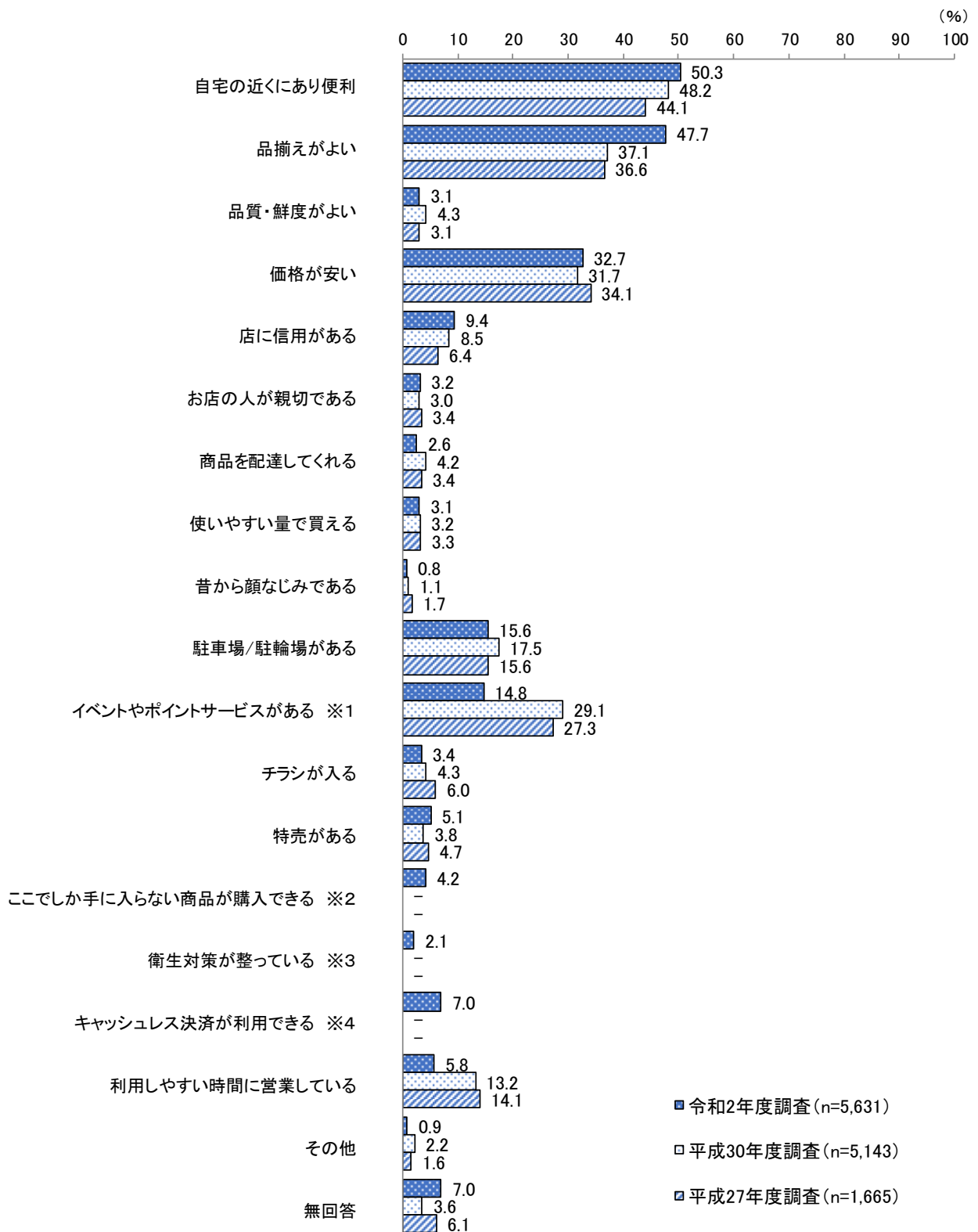
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【医薬品・化粧品購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「自宅の近くにあり便利」・「品揃えがよい」・「価格が安い」・「駐車場/駐輪場がある」・「イベントやポイントサービス」の順位が高いが、「自宅の近くにあり便利」・「品揃えがよい」が増加傾向にある。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

- ※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。
- ※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。
- ※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【医薬品・化粧品購入先 年代別】

どの年代でも「ドラッグストア」が最も多い。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	ドラッグストア 71.5%	大型量販店・総合スーパー 8.3%	デパート・大型商業施設 5.0%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 4.8%	商店街の店 2.4%
20歳代 n=(535)	ドラッグストア 73.5%	デパート・大型商業施設 9.5%	大型量販店・総合スーパー 6.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 4.5%	商店街の店 1.9%
30歳代 n=(672)	ドラッグストア 74.4%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 7.7%	デパート・大型商業施設 7.0%	大型量販店・総合スーパー 6.3%	商店街の店 1.8%
40歳代 n=(995)	ドラッグストア 78.3%	大型量販店・総合スーパー 6.5%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 6.2%	デパート・大型商業施設 4.7%	商店街の店 1.1%
50歳代 n=(1,074)	ドラッグストア 76.4%	大型量販店・総合スーパー 9.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 5.6%	デパート・大型商業施設 4.4%	商店街の店 1.9%
60歳代 n=(895)	ドラッグストア 76.3%	大型量販店・総合スーパー 7.7%	デパート・大型商業施設 5.0%	商店街の店 2.8%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 2.6%
70歳代以上 n=(1,412)	ドラッグストア 58.1%	大型量販店・総合スーパー 10.9%	商店街の店 4.0%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 3.5%	デパート・大型商業施設 3.1%

※上位5位まで取得

【医薬品・化粧品購入理由 年代別】

「50歳代」を除いて「自宅の近くにあり便利」が最も多かった。「50歳代」は「品揃えがよい」が最も多かった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	自宅の近くにあり便利 50.3%	品揃えがよい 47.7%	価格が安い 32.7%	駐車場/駐輪場がある 15.6%	イベントやポイントサービスがある 14.8%
20歳代 n=(535)	自宅の近くにあり便利 53.5%	品揃えがよい 46.9%	価格が安い 32.0%	イベントやポイントサービスがある 12.0%	店に信用がある 11.6%
30歳代 n=(672)	自宅の近くにあり便利 53.3%	品揃えがよい 42.4%	価格が安い 34.8%	イベントやポイントサービスがある 18.3%	駐車場/駐輪場がある 9.2%
40歳代 n=(995)	自宅の近くにあり便利 53.4%	品揃えがよい 50.6%	価格が安い 36.9%	イベントやポイントサービスがある 19.7%	駐車場/駐輪場がある 17.4%
50歳代 n=(1,074)	品揃えがよい 52.3%	自宅の近くにあり便利 51.5%	価格が安い 38.8%	駐車場/駐輪場がある 20.0%	イベントやポイントサービスがある 17.3%
60歳代 n=(895)	自宅の近くにあり便利 51.5%	品揃えがよい 49.9%	価格が安い 33.7%	駐車場/駐輪場がある 22.0%	イベントやポイントサービスがある 14.3%
70歳代以上 n=(1,412)	自宅の近くにあり便利 43.8%	品揃えがよい 43.3%	価格が安い 23.7%	駐車場/駐輪場がある 13.7%	店に信用がある 12.1%

※上位5位まで取得

【医薬品・化粧品購入支払方法 年代別】

「30 歳代」を除いて「現金」が最も多かった。「30 歳代」は「クレジットカード」が最も多かった。

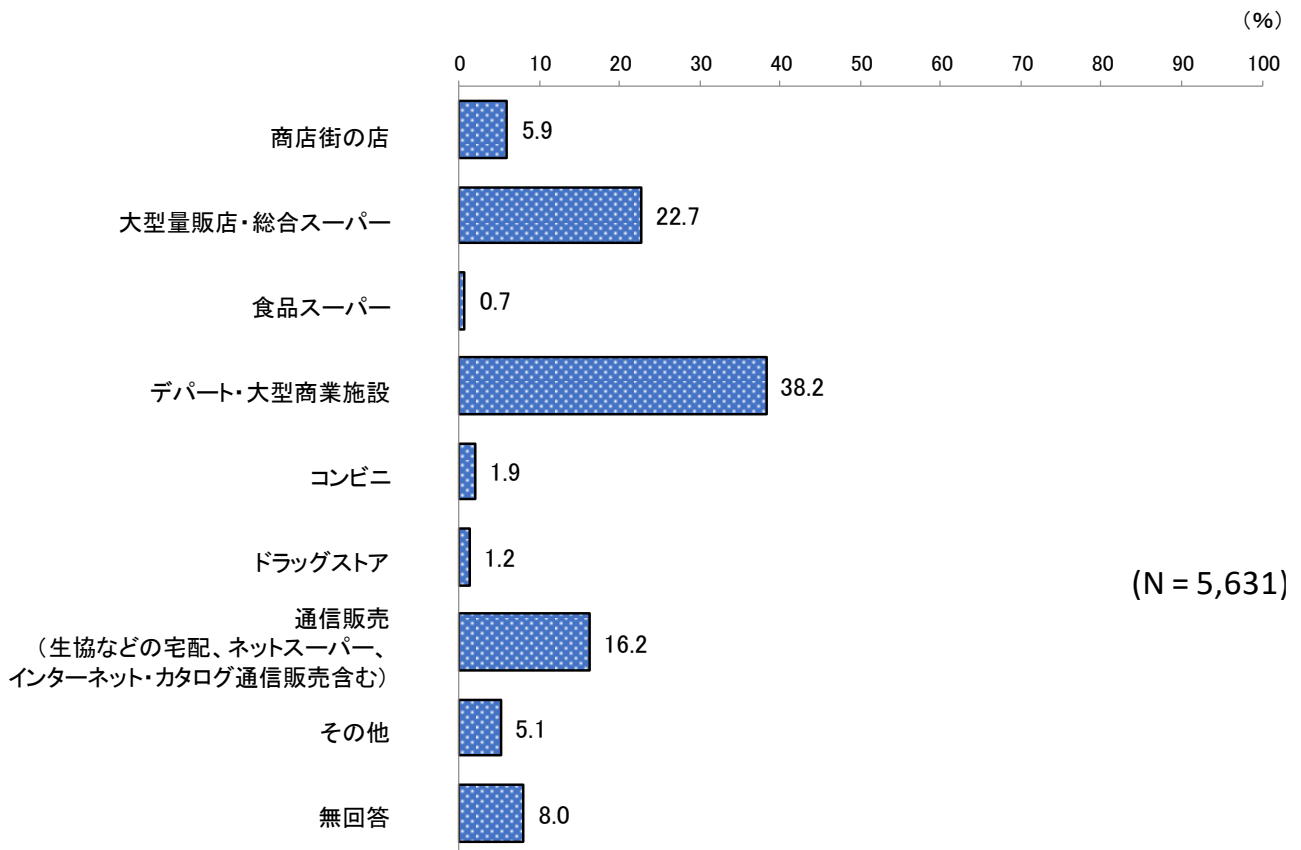
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	現金 63.2%	クレジットカード 45.5%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.6%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.3%
20歳代 n=(535)	現金 63.4%	クレジットカード 46.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 9.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.9%
30歳代 n=(672)	クレジットカード 57.1%	現金 52.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 16.2%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 9.1%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.6%
40歳代 n=(995)	現金 58.7%	クレジットカード 53.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 13.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 8.8%
50歳代 n=(1,074)	現金 64.2%	クレジットカード 51.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) / 電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 9.6%	
60歳代 n=(895)	現金 67.7%	クレジットカード 46.3%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) / 電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.9%		QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 6.7%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 67.7%	クレジットカード 29.6%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 4.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 3.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 1.6%

※上位5位まで取得

⑥ 書籍・文具

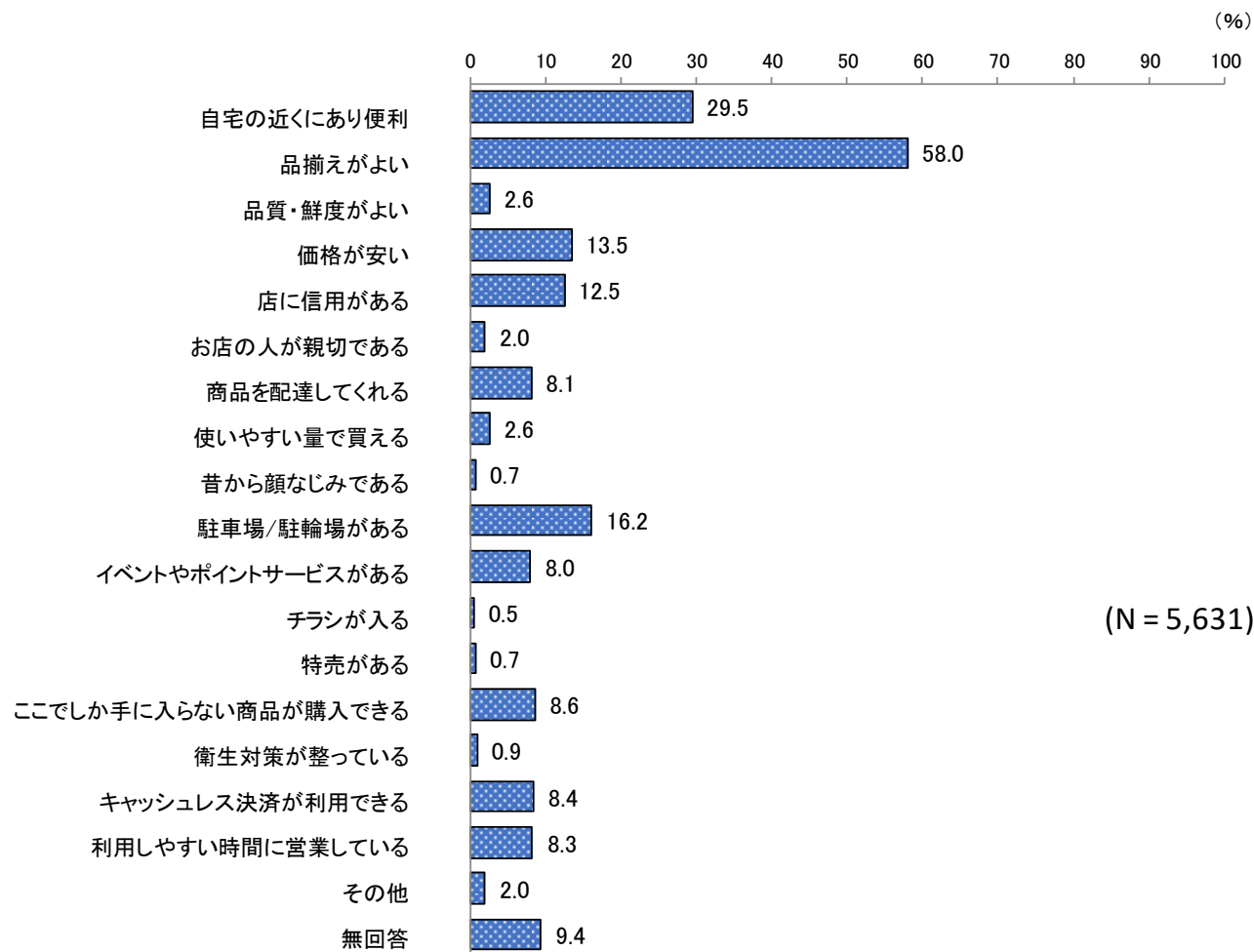
【書籍・文具購入先 全体】

「デパート・大型商業施設」が 38.2%と最も高く、次いで「大型量販店・総合スーパー」が 22.7%、「通信販売（生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む）」が 16.2%となっている。



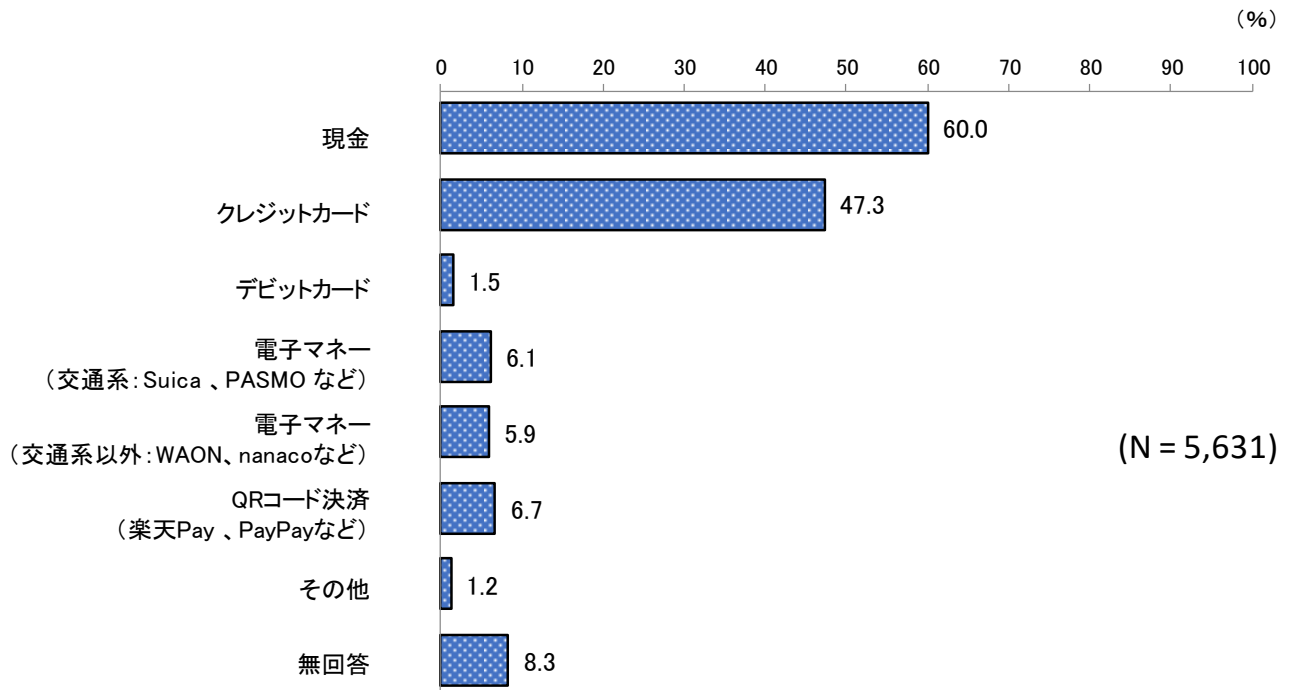
【書籍・文具購入理由 全体】

「品揃えがよい」が58.0%と最も高く、次いで「自宅の近くにあり便利」が29.5%、「駐車場/駐輪場がある」が16.2%となっている。



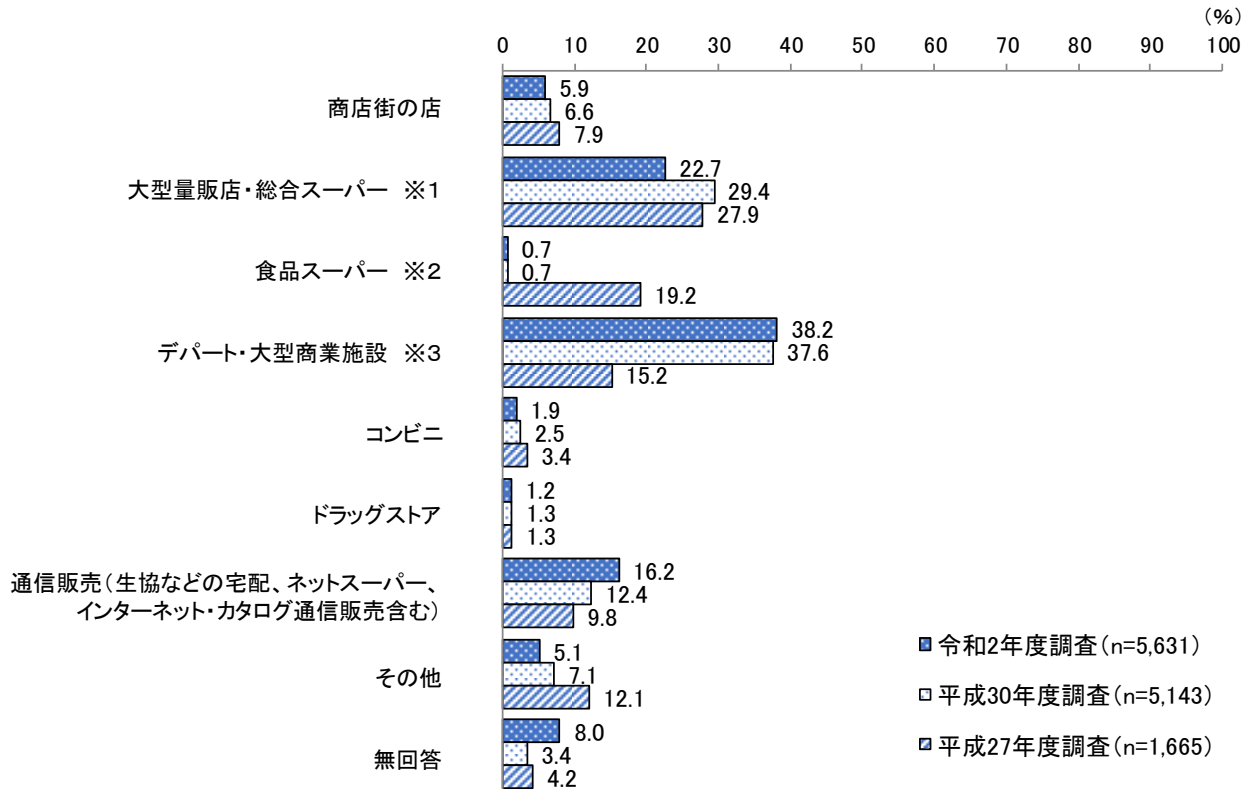
【書籍・文具購入支払方法 全体】

「現金」が60.0%と最も高く、次いで「クレジットカード」が47.3%となっている。



【書籍・文具購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較しても、「大型量販店・総合スーパー」、「デパート・大型商業施設」で購入する傾向に変わりはないが、「通信販売」が増加傾向にある。



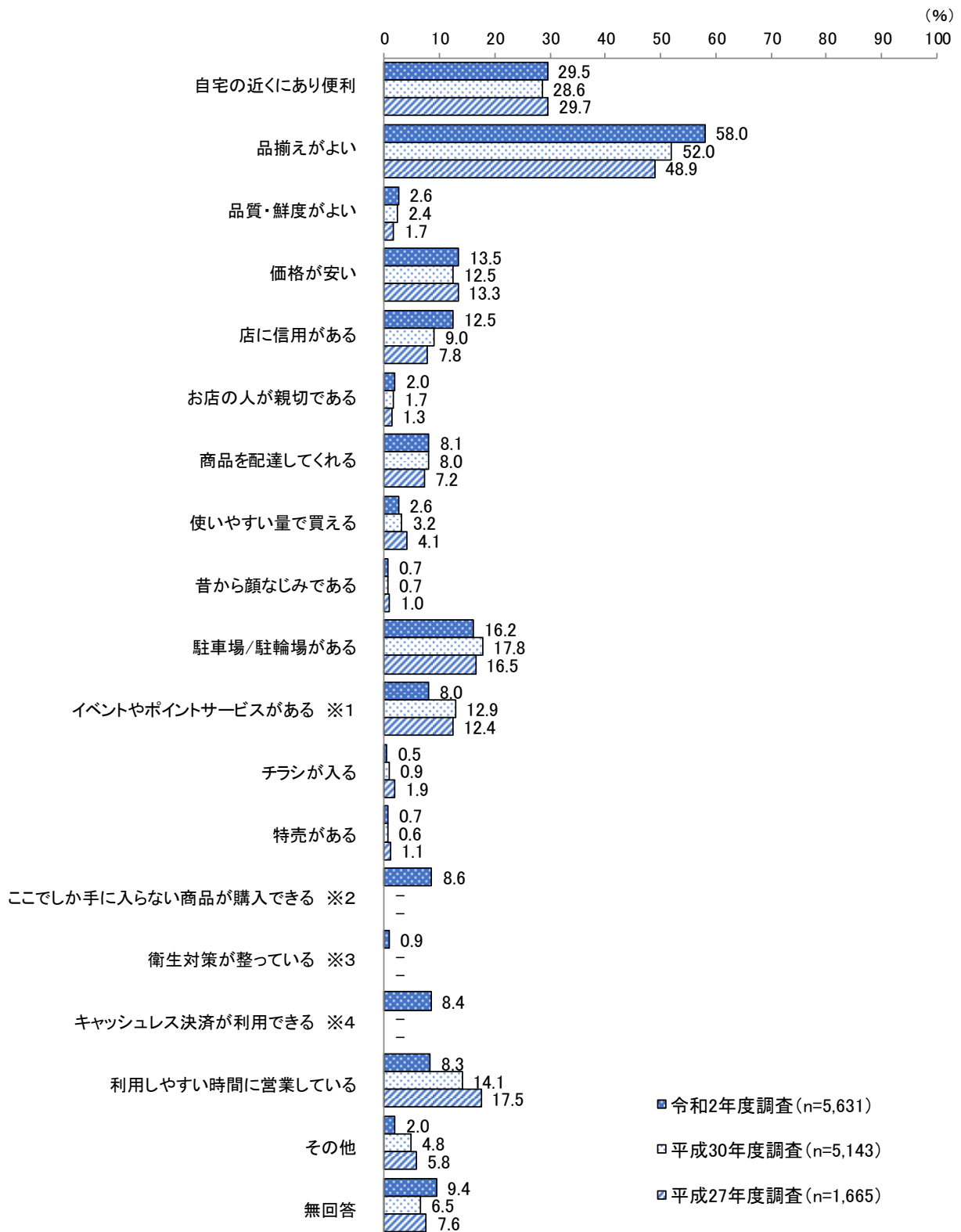
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【書籍・文具購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、大きな変化はみられず、「品揃えがよい」・「自宅の近くにあり便利」の順で高い。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【書籍・文具購入先 年代別】

どの年代においても1位が「デパート・大型商業施設」となっている。また、「通信販売」・「大型量販店・総合スーパー」も上位に入る傾向がある。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	デパート・大型商業施設 38.2%	大型量販店・総合スーパー 22.7%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 16.2%	商店街の店 5.9%	その他 5.1%
20歳代 n=(535)	デパート・大型商業施設 50.1%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 19.3%	大型量販店・総合スーパー 14.2%	その他 4.7%	商店街の店 4.3%
30歳代 n=(672)	デパート・大型商業施設 42.7%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 26.0%	大型量販店・総合スーパー 16.2%	その他 4.0%	商店街の店 3.9%
40歳代 n=(995)	デパート・大型商業施設 38.4%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) / 大型量販店・総合スーパー 23.9%		その他 5.1%	商店街の店 3.7%
50歳代 n=(1,074)	デパート・大型商業施設 38.3%	大型量販店・総合スーパー 26.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 20.5%	その他 5.5%	商店街の店 3.8%
60歳代 n=(895)	デパート・大型商業施設 39.9%	大型量販店・総合スーパー 26.0%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 12.0%	商店街の店 7.0%	その他 5.0%
70歳代以上 n=(1,412)	デパート・大型商業施設 30.3%	大型量販店・総合スーパー 23.7%	商店街の店 10.0%	その他 5.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 5.0%

※上位5位まで取得

【書籍・文具購入理由 年代別】

どの年代でも「品揃えがよい」・「自宅の近くにあり便利」が1位、2位となった。「20歳代」・「30歳代」では「価格が安い」が、「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」では「駐車場/駐輪場がある」が3位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	品揃えがよい 58.0%	自宅の近くにあり便利 29.5%	駐車場/駐輪場がある 16.2%	価格が安い 13.5%	店に信用がある 12.5%
20歳代 n=(535)	品揃えがよい 56.4%	自宅の近くにあり便利 32.7%	価格が安い 20.0%	店に信用がある 12.0%	イベントやポイントサービスがある 9.2%
30歳代 n=(672)	品揃えがよい 56.3%	自宅の近くにあり便利 32.3%	価格が安い 16.2%	商品を配達してくれる 11.9%	イベントやポイントサービスがある 10.4%
40歳代 n=(995)	品揃えがよい 64.6%	自宅の近くにあり便利 30.8%	駐車場/駐輪場がある 18.9%	価格が安い 16.5%	商品を配達してくれる 11.6%
50歳代 n=(1,074)	品揃えがよい 62.9%	自宅の近くにあり便利 28.9%	駐車場/駐輪場がある 21.1%	価格が安い 13.5%	店に信用がある 10.8%
60歳代 n=(895)	品揃えがよい 62.0%	自宅の近くにあり便利 29.2%	駐車場/駐輪場がある 22.8%	店に信用がある 14.6%	価格が安い 10.9%
70歳代以上 n=(1,412)	品揃えがよい 48.8%	自宅の近くにあり便利 26.9%	店に信用がある 16.8%	駐車場/駐輪場がある 13.6%	価格が安い 9.5%

※上位5位まで取得

【書籍・文具購入支払方法 年代別】

「30歳代」・「40歳代」を除き「現金」が1位となっている。「30歳代」・「40歳代」では「クレジットカード」が1位となっている。

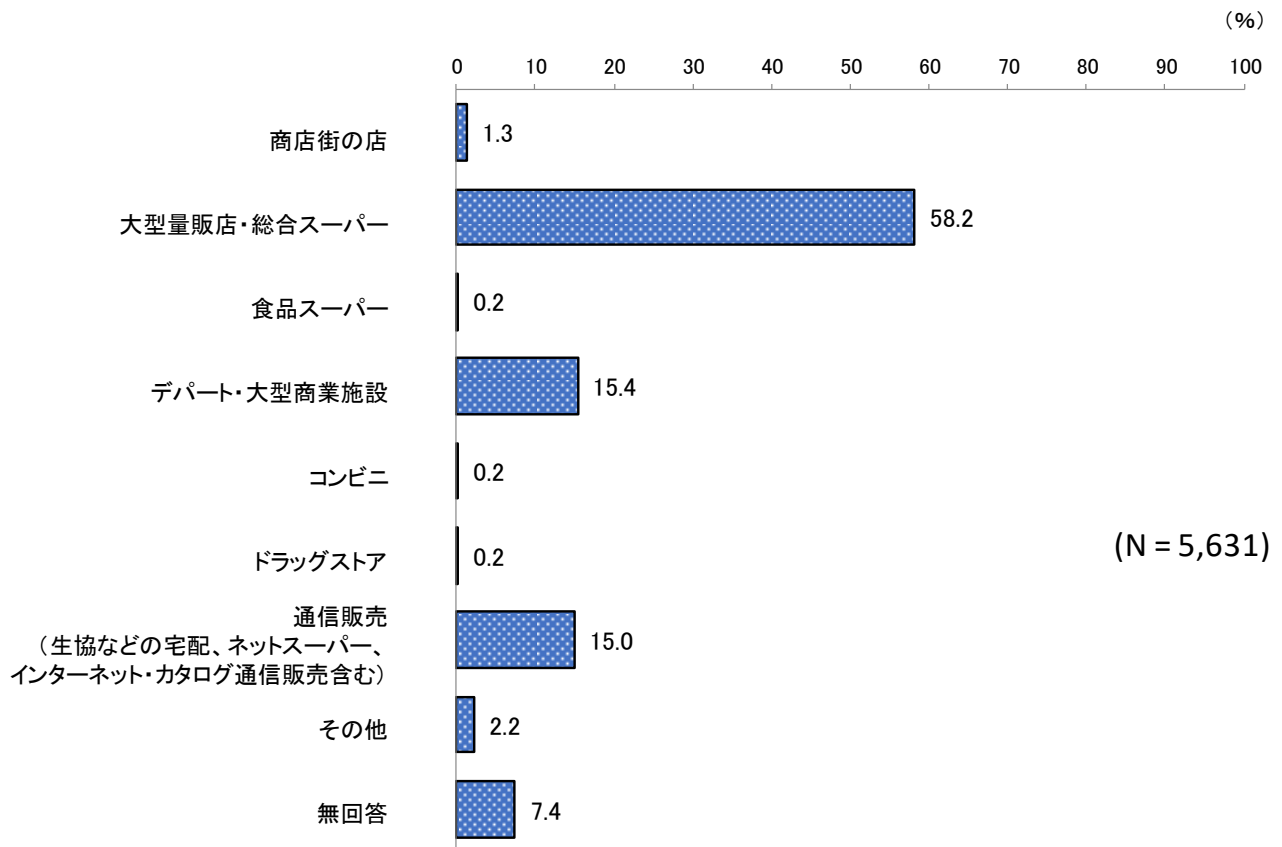
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	現金 60.0%	クレジットカード 47.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 6.7%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 6.1%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 5.9%
20歳代 n=(535)	現金 59.8%	クレジットカード 49.0%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 8.8%	デビットカード 5.6%
30歳代 n=(672)	クレジットカード 62.2%	現金 48.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 12.2%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.0%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.8%
40歳代 n=(995)	クレジットカード 57.8%	現金 55.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.0%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 6.6%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 6.1%
50歳代 n=(1,074)	現金 60.9%	クレジットカード 54.6%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 7.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.7%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.4%
60歳代 n=(895)	現金 65.5%	クレジットカード 46.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 6.0%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 4.1%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 64.7%	クレジットカード 27.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 3.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 3.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) / デビットカード / その他 0.8%

※上位5位まで取得

⑦ 家電製品

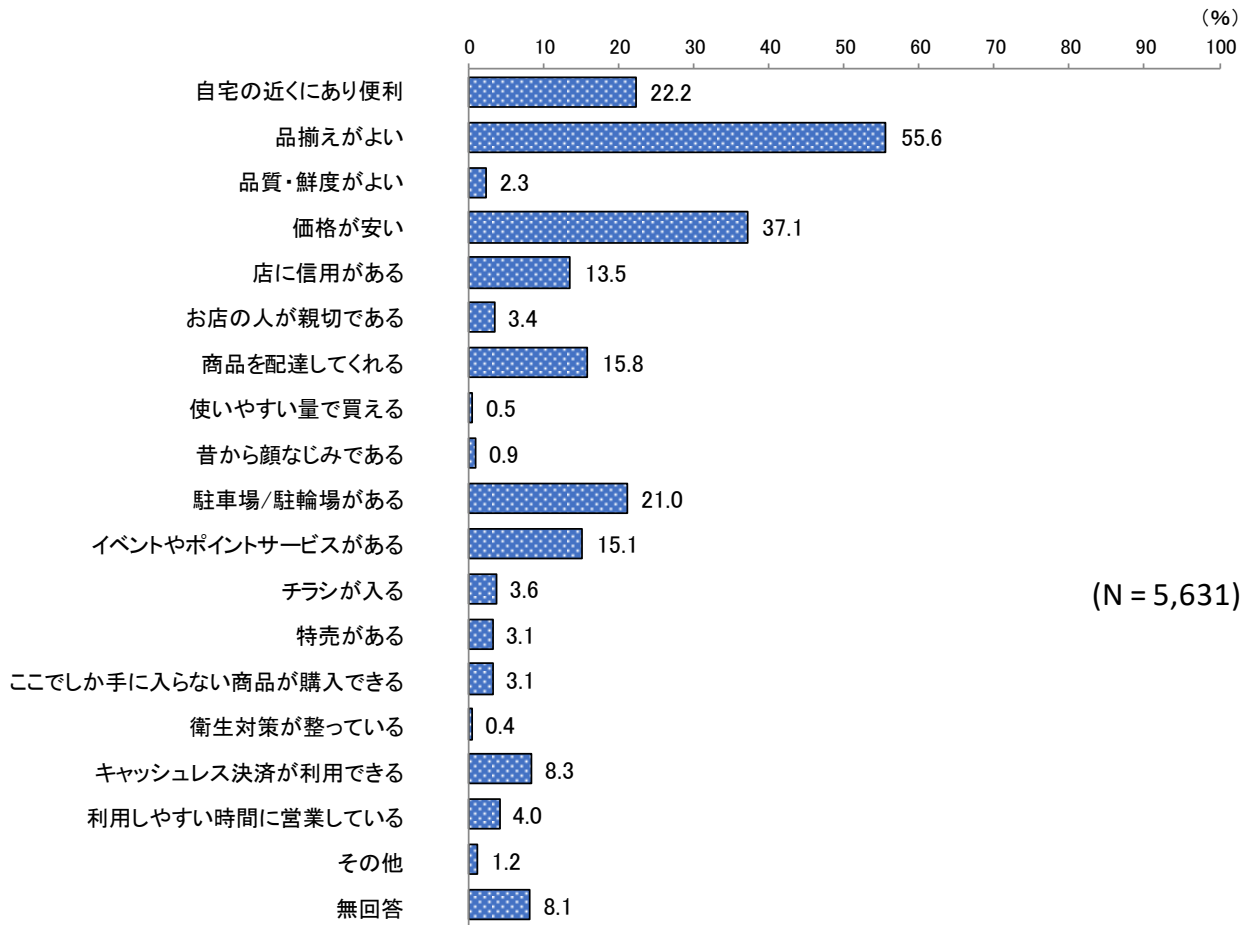
【家電製品購入先 全体】

「大型量販店・総合スーパー」が 58.2%と最も高く、次いで「デパート・大型商業施設」が 15.4%、「通信販売（生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む）」が 15.0%となっている。



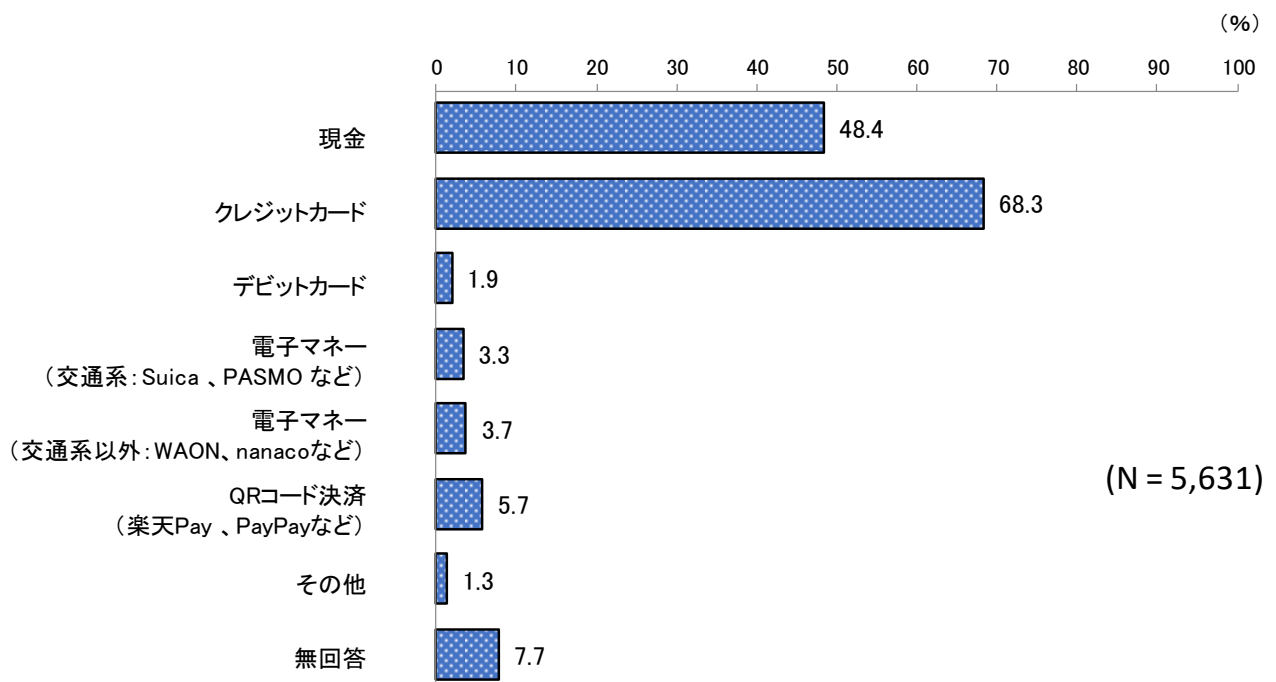
【家電製品購入理由 全体】

「品揃えがよい」が55.6%と最も高く、次いで「価格が安い」が37.1%、「自宅の近くにあり便利」が22.2%となっている。



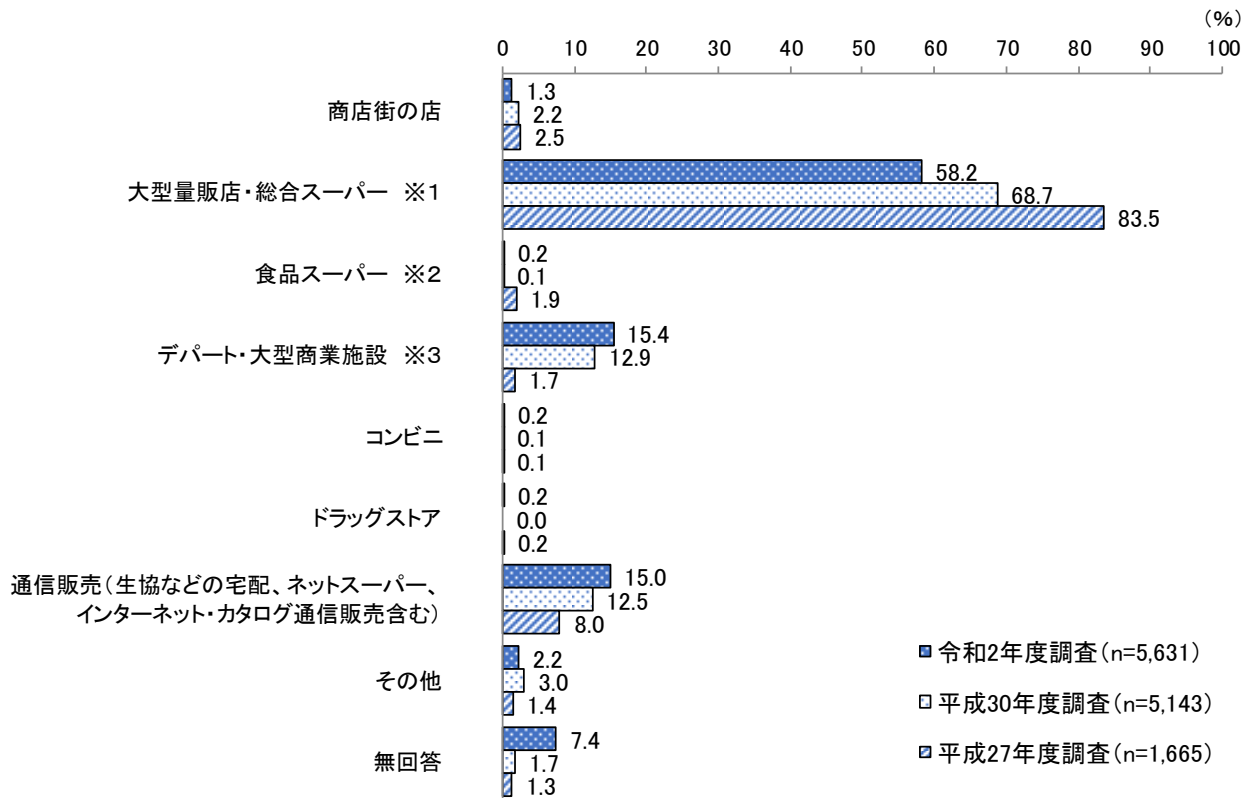
【家電製品購入支払方法 全体】

「クレジットカード」が68.3%と最も高く、次いで「現金」が48.4%、「QRコード決済」が5.7%となっている。



【家電製品購入先 経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「大型量販店・総合スーパー」で購入が減少する傾向にある一方、「デパート・大型商業施設」・「通信販売」が増加傾向にある。



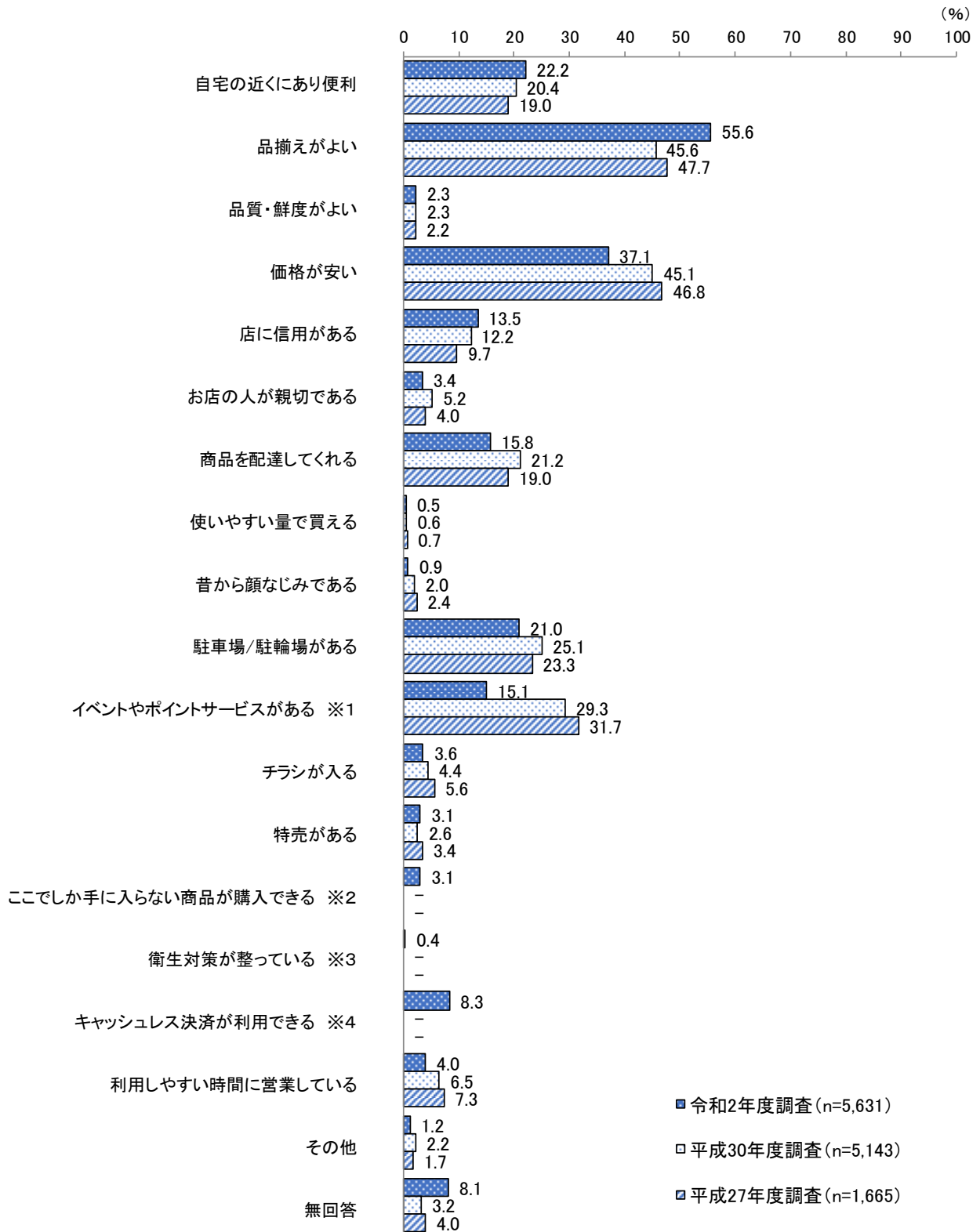
※1 「大型量販店・総合スーパー」は、平成 27 年度調査での「大型量販店」の選択肢と比較した。

※2 「食品スーパー」は、平成 27 年度調査での「スーパー」の選択肢と比較した。

※3 「デパート・大型商業施設」は、平成 27 年度調査での「デパート」の選択肢と比較した。

【家電製品購入理由 経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較すると、過年度と同様に「品揃えがよい」・「価格が安い」の順位が高い。また、「自宅の近くにあり便利」が増加している。



※1 「イベントやポイントサービスがある」は、平成 27 年度調査、平成 30 年度調査での「割引やポイントサービスがある」の選択肢と比較した。

※2 「ここでしか手に入らない商品が購入できる」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「衛生対策が整っている」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※4 「キャッシュレス決済が利用できる」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

【家電製品購入先 年代別】

全ての年代で「大型量販店・総合スーパー」が1位となっており、「20歳代」「60歳代」「70歳代以上」では「デパート・大型商業施設」が、「30歳代」「40歳代」「50歳代」は「通信販売」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	大型量販店・総合スーパー 58.2%	デパート・大型商業施設 15.4%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 15.0%	その他 2.2%	商店街の店 1.3%
20歳代 n=(535)	大型量販店・総合スーパー 40.9%	デパート・大型商業施設 26.7%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 24.5%	その他 3.7%	商店街の店 0.7%
30歳代 n=(672)	大型量販店・総合スーパー 49.9%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 25.3%	デパート・大型商業施設 20.1%	その他 1.9%	商店街の店 0.6%
40歳代 n=(995)	大型量販店・総合スーパー 59.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 19.6%	デパート・大型商業施設 16.2%	その他 2.0%	商店街の店 0.4%
50歳代 n=(1,074)	大型量販店・総合スーパー 69.1%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 15.7%	デパート・大型商業施設 9.8%	その他 2.4%	食品スーパー 0.7%
60歳代 n=(895)	大型量販店・総合スーパー 69.2%	デパート・大型商業施設 13.3%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 9.5%	商店街の店 1.7%	その他 1.1%
70歳代以上 n=(1,412)	大型量販店・総合スーパー 52.4%	デパート・大型商業施設 14.2%	通信販売(生協などの宅配、ネットスーパー、インターネット・カタログ通信販売含む) 6.4%	商店街の店 2.8%	その他 2.3%

※上位5位まで取得

【家電製品購入理由 年代別】

全ての年代で1位「品揃えがよい」、2位「価格が安い」となっており、「20歳代」・「70歳代以上」では「自宅の近くにあり便利」、「30歳代」では「イベントやポイントサービスがある」、「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」では「駐車場/駐輪場がある」が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	品揃えがよい 55.6%	価格が安い 37.1%	自宅の近くにあり便利 22.2%	駐車場/駐輪場がある 21.0%	商品を配達してくれる 15.8%
20歳代 n=(535)	品揃えがよい 53.3%	価格が安い 32.3%	自宅の近くにあり便利 24.3%	イベントやポイントサービスがある 16.3%	商品を配達してくれる 13.3%
30歳代 n=(672)	品揃えがよい 54.3%	価格が安い 35.4%	イベントやポイントサービスがある 22.0%	自宅の近くにあり便利 20.8%	駐車場/駐輪場がある 14.0%
40歳代 n=(995)	品揃えがよい 59.1%	価格が安い 40.2%	駐車場/駐輪場がある 23.7%	自宅の近くにあり便利 22.6%	イベントやポイントサービスがある 20.4%
50歳代 n=(1,074)	品揃えがよい 60.5%	価格が安い 45.2%	駐車場/駐輪場がある 26.0%	自宅の近くにあり便利 22.6%	イベントやポイントサービスがある 18.1%
60歳代 n=(895)	品揃えがよい 60.6%	価格が安い 40.9%	駐車場/駐輪場がある 28.7%	自宅の近くにあり便利 23.9%	商品を配達してくれる 15.8%
70歳代以上 n=(1,412)	品揃えがよい 47.6%	価格が安い 29.4%	自宅の近くにあり便利 20.3%	駐車場/駐輪場がある 18.8%	商品を配達してくれる 17.9%

※上位5位まで取得

【家電製品購入支払方法 年代別】

どの年代でも「クレジットカード」・「現金」が1位、2位となっており、「20歳代」・「30歳代」・「40歳代」・「50歳代」では「QRコード決済」が3位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	クレジットカード 68.3%	現金 48.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 5.7%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 3.7%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 3.3%
20歳代 n=(535)	クレジットカード 68.4%	現金 46.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 8.0%	デビットカード 5.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 4.3%
30歳代 n=(672)	クレジットカード 77.1%	現金 37.8%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.3%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 4.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 3.7%
40歳代 n=(995)	クレジットカード 79.2%	現金 44.2%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 8.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 4.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 3.6%
50歳代 n=(1,074)	クレジットカード 79.3%	現金 46.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 4.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 3.7%
60歳代 n=(895)	クレジットカード 72.6%	現金 51.2%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 4.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 3.7%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 2.9%
70歳代以上 n=(1,412)	現金 56.5%	クレジットカード 45.9%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 2.5%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 2.1%	デビットカード 1.3%

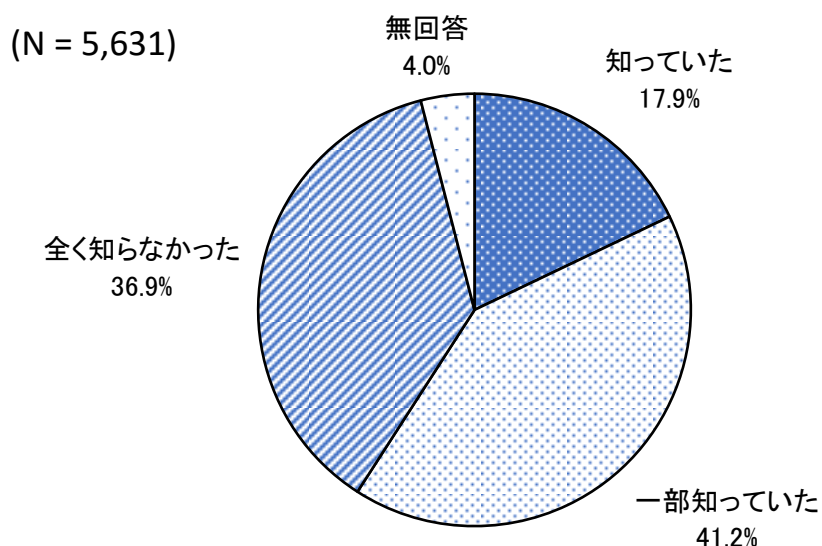
※上位5位まで取得

(7) 商店街活動に対する意識 (問 15～問 16)

問 15 商店街が地域のにぎわいづくりのためのイベント、街路灯や防犯カメラの整備などの活動を行っていることを知っていますか。(○は1つだけ)

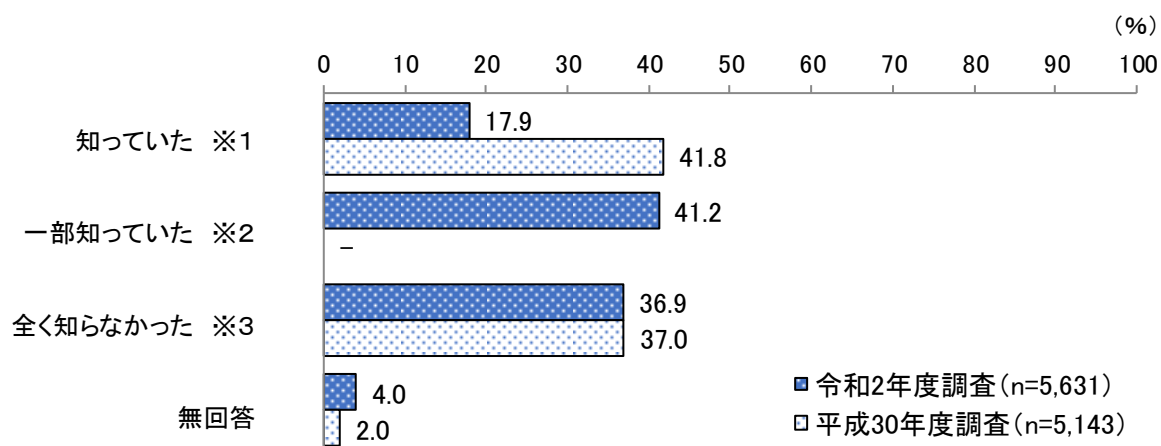
【全体】

「一部知っていた」が41.2%と最も高く、次いで「全く知らなかった」が36.9%、「知っていた」が17.9%となっている。



【経年比較】

平成30年度調査、令和2年度調査のいずれも「知っていた」と「一部知っていた」を合わせた「知っていた」が「全く知らなかった」を上回っている。



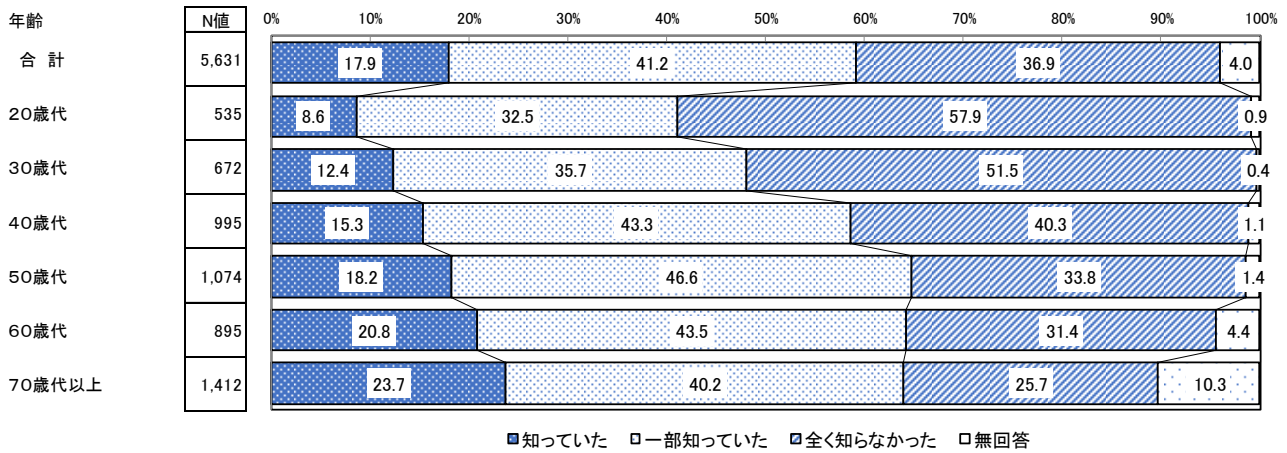
※1 平成30年度調査での「知っている」は令和2年度調査では「知っていた」として計上した。

※2 「一部知っていた」の選択肢は、令和2年度調査で新設した。

※3 平成30年度調査での「知らない」は令和2年度調査では「全く知らなかった」として計上した。

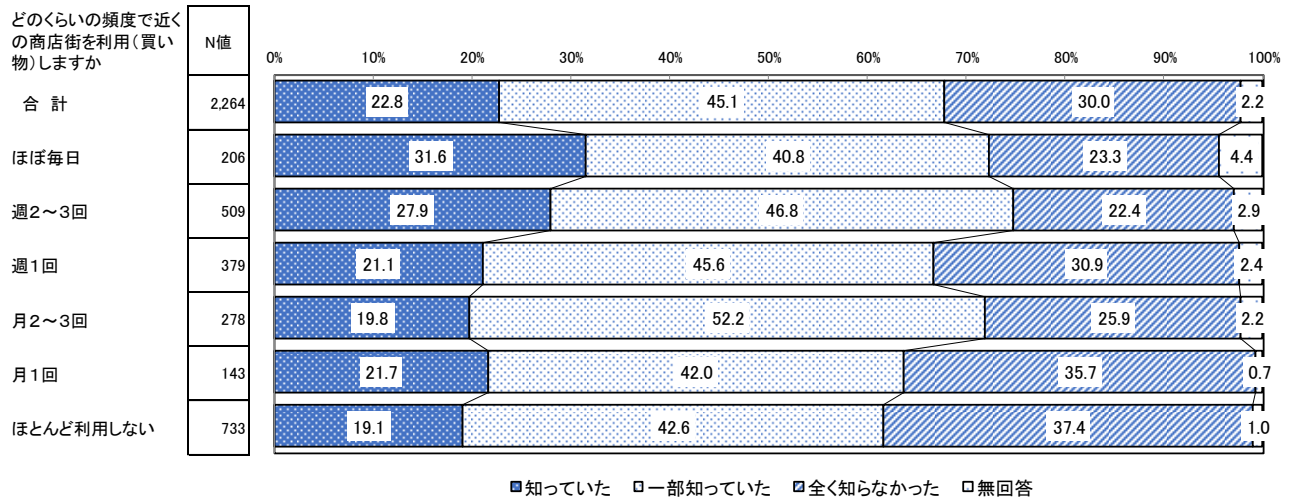
【年代別】

「40歳代」以上では、「一部知っていた」が40%を超える一方、「20歳代」・「30歳代」では「全く知らなかった」が5割を超えている。



【商店街の利用頻度別】

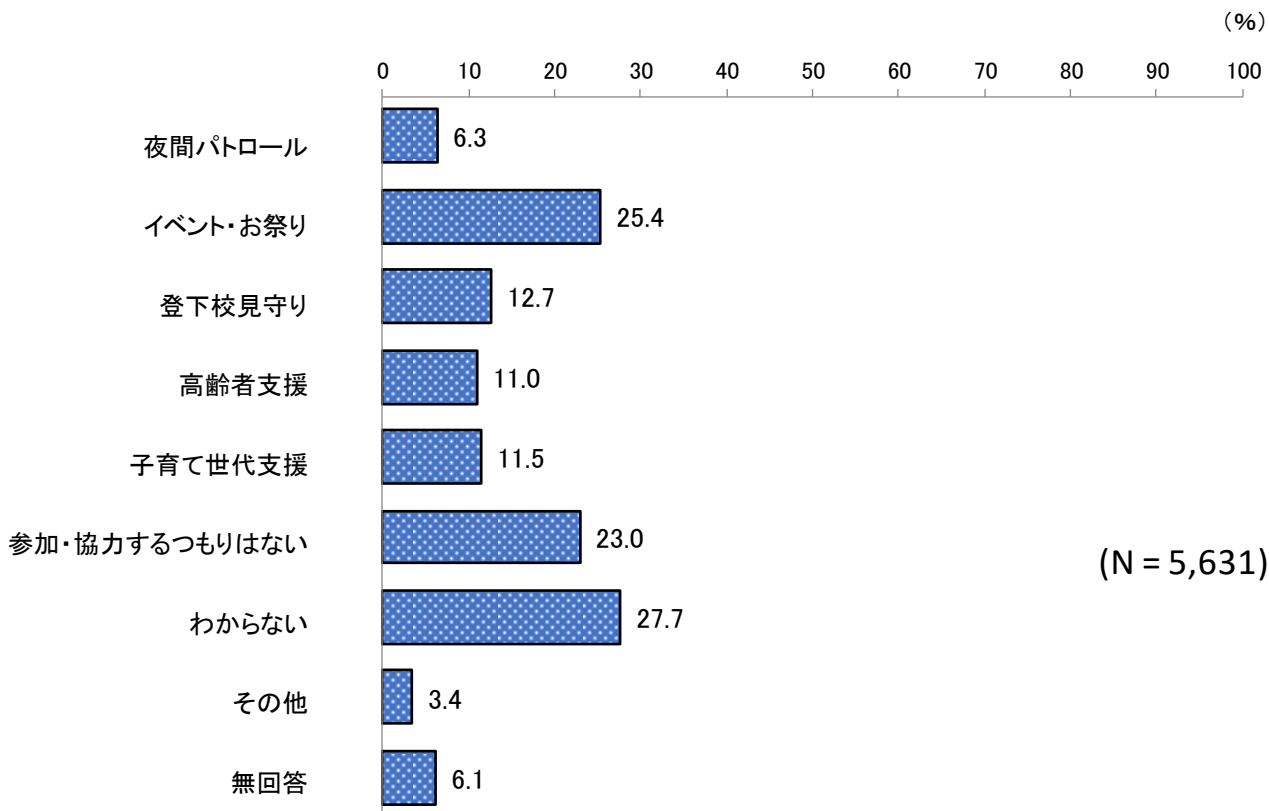
利用頻度の高さに比例し、「知っていた」の割合が高くなる傾向がある。



問 16 商店街の活動で、スタッフ・ボランティアとして参加・協力してもよいと思うものは何ですか。
(あてはまるもの全てに○)

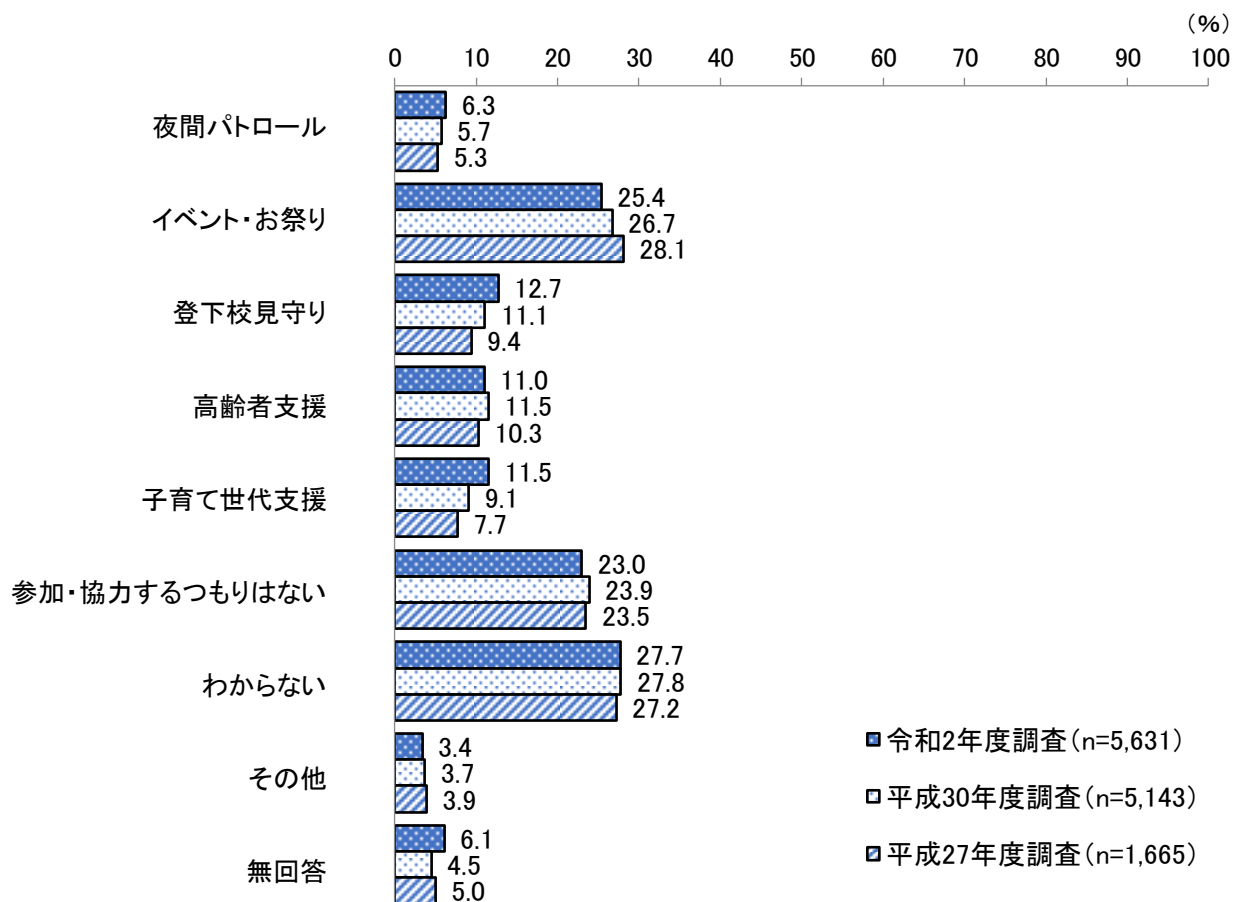
【全体】

「わからない」を除き、「イベント・お祭り」が 25.4%と最も高く、次いで「参加・協力するつもりはない」が 23.0%、「登下校見守り」が 12.7%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられず、「夜間パトロール」・「登下校見守り」・「子育て世代支援」が上昇傾向にある。



【職業別】

職業別でみると、「会社員」・「学生」では「イベント・お祭り」が、「自営業」・「専業主婦（主夫）」・「パート・アルバイト」・「無職」では「わからない」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	わからない 27.7%	イベント・お祭り 25.4%	参加・協力するつもりはない 23.0%	登下校見守り 12.7%	子育て世代支援 11.5%
会社員 n=(2,209)	イベント・お祭り 32.4%	わからない 25.9%	参加・協力するつもりはない 25.7%	子育て世代支援 13.9%	登下校見守り 12.8%
自営業 n=(320)	わからない 28.8%	参加・協力するつもりはない 27.2%	イベント・お祭り 23.1%	高齢者支援 8.4%	登下校見守り 7.8%
専業主婦 （主夫） n=(1,041)	わからない 31.9%	イベント・お祭り 18.6%	参加・協力するつもりはない 18.0%	登下校見守り 14.6%	子育て世代支援 12.7%
パート・ アルバイト n=(872)	わからない 31.9%	イベント・お祭り 25.1%	参加・協力するつもりはない 18.9%	登下校見守り 14.6%	子育て世代支援 14.0%
学生 n=(129)	イベント・お祭り 43.4%	参加・協力するつもりはない 29.5%	わからない 17.1%	登下校見守り 12.4%	子育て世代支援 10.1%
無職 n=(1,013)	わからない 25.4%	参加・協力するつもりはない 24.3%	イベント・お祭り 15.7%	高齢者支援 12.5%	登下校見守り 10.8%

※上位5位まで取得

【年代別】

「20 歳代」・「30 歳代」・「40 歳代」では「イベント・お祭り」が、「50 歳代」・「60 歳代」・「70 歳代以上」では「わからない」が 1 位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	わからない 27.7%	イベント・お祭り 25.4%	参加・協力するつもりはない 23.0%	登下校見守り 12.7%	子育て世代支援 11.5%
20歳代 n=(535)	イベント・お祭り 37.2%	参加・協力するつもりはない 30.3%	わからない 20.9%	子育て世代支援 13.3%	登下校見守り 12.0%
30歳代 n=(672)	イベント・お祭り 38.1%	参加・協力するつもりはない 23.7%	わからない 22.6%	子育て世代支援 22.0%	登下校見守り 17.1%
40歳代 n=(995)	イベント・お祭り 30.3%	わからない 29.8%	参加・協力するつもりはない 22.0%	登下校見守り 16.5%	子育て世代支援 13.8%
50歳代 n=(1,074)	わからない 35.3%	イベント・お祭り 25.1%	参加・協力するつもりはない 21.2%	高齢者支援 13.1%	子育て世代支援 10.7%
60歳代 n=(895)	わからない 30.4%	参加・協力するつもりはない 24.5%	イベント・お祭り 20.0%	登下校見守り 11.8%	高齢者支援 11.6%
70歳代以上 n=(1,412)	わからない 23.9%	参加・協力するつもりはない 21.6%	イベント・お祭り 15.2%	高齢者支援 13.4%	登下校見守り 11.6%

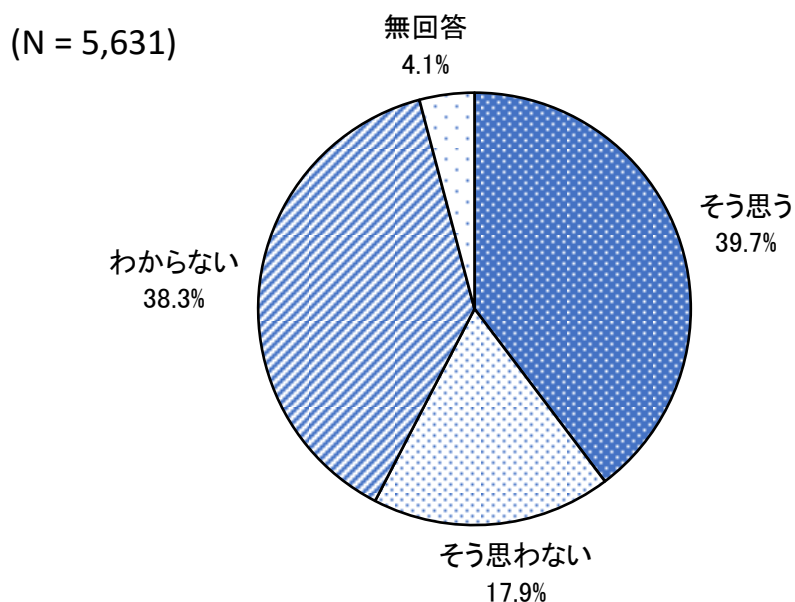
※上位 5 位まで取得

(8) 交流の場としての商店街に対する意識 (問 17)

問 17 商店街は、身近な買い物場であるだけでなく、地域の交流やにぎわいの場としての役割を果たしていると思いますか。(○は1つだけ)

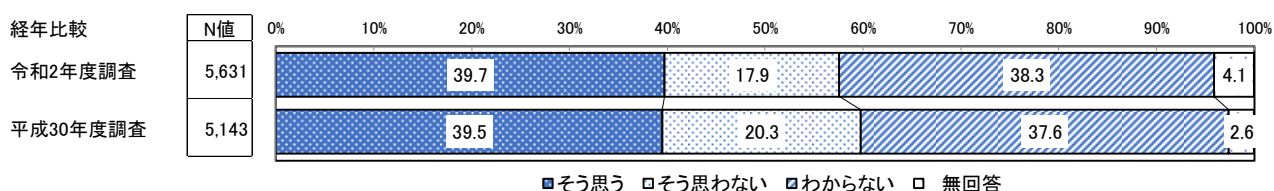
【全体】

「そう思う」が 39.7%と最も高く、次いで「わからない」が 38.3%、「そう思わない」が 17.9%となっている。



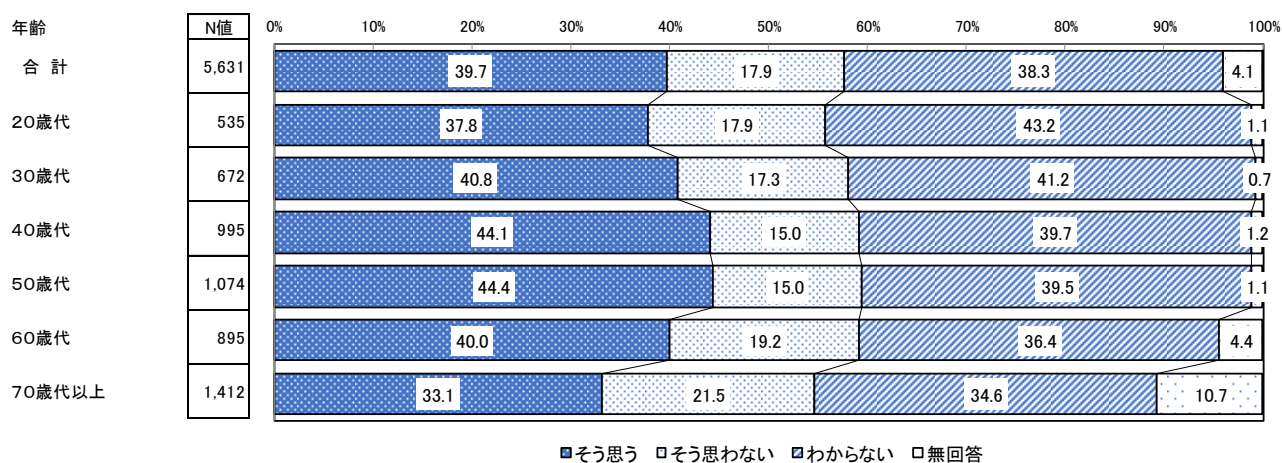
【経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「そう思わない」が減少している。



【年代別】

「40 歳代」・「50 歳代」では「そう思う」の割合が他の年代と比べて高い。

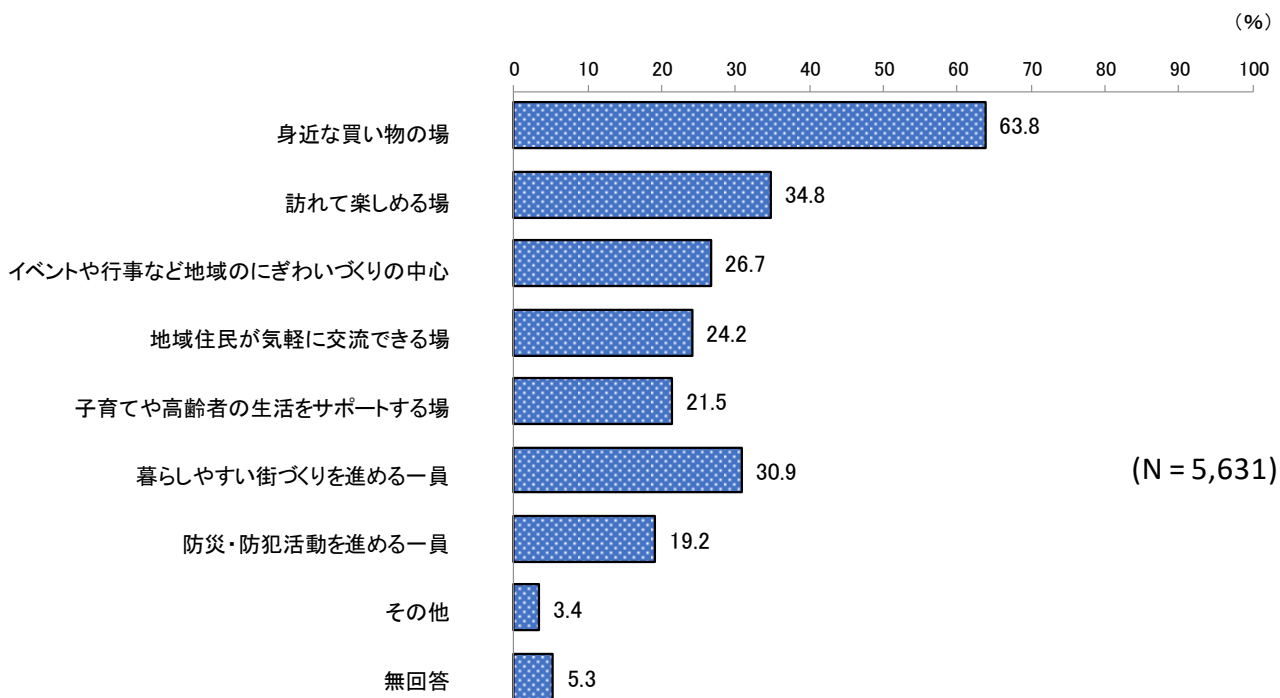


(9) 商店街に期待する役割 (問 18-1～問 18-2)

問 18-1 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。(〇は3つまで)

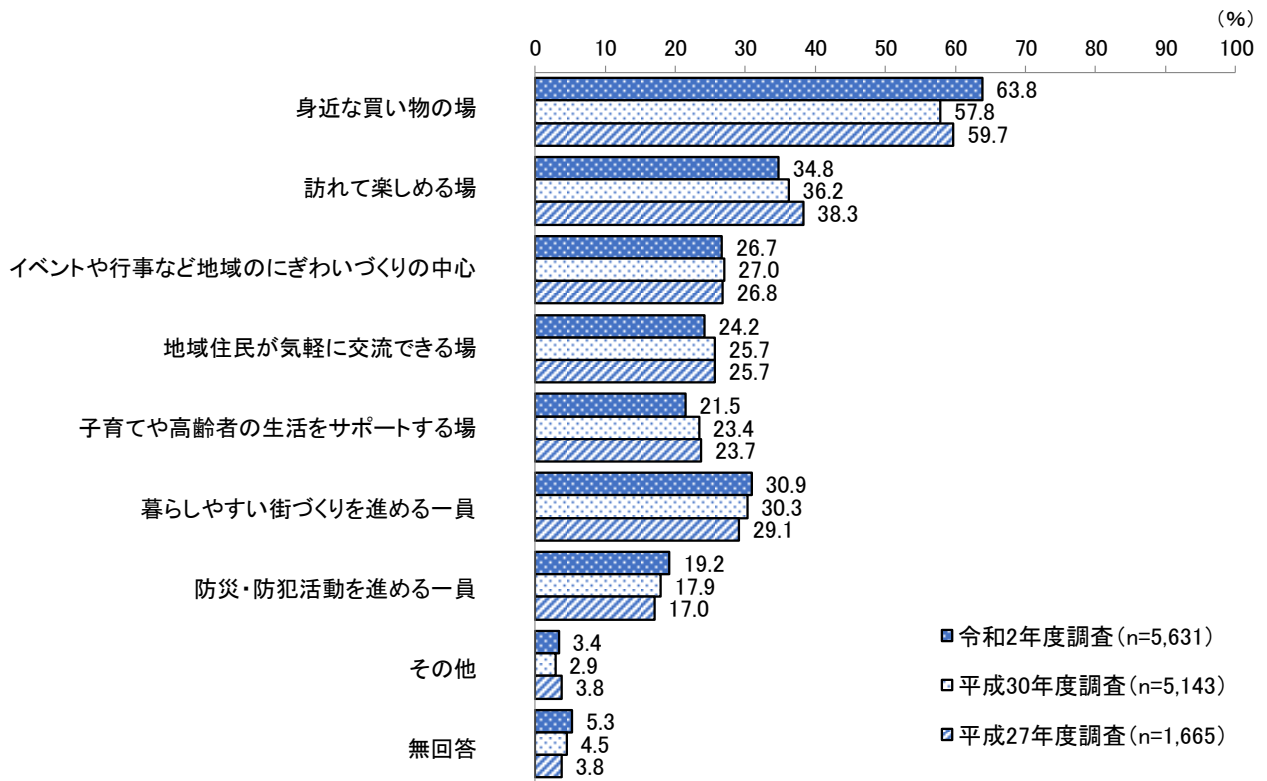
【全体】

「身近な買い物の場」が63.8%と最も高く、次いで「訪れて楽しめる場」が34.8%、「暮らしやすい街づくりを進める一員」が30.9%となっている。



【経年比較】

平成 27 年度調査、平成 30 年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはないが、「身近な買い物の場」が減少していたが、上昇した。また、「暮らしやすい街づくりを進める一員」・「防災・防犯活動を進める一員」が上昇傾向にある。



【職業別】

全ての職業で「身近な買い物の場」が1位となっており、「学生」を除いた職業では「訪れて楽しめる場」、「学生」は「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」が2位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	身近な買い物の場 63.8%	訪れて楽しめる場 34.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.7%	地域住民が気軽に交流できる場 24.2%
会社員 n=(2,209)	身近な買い物の場 63.9%	訪れて楽しめる場 35.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 33.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.5%	地域住民が気軽に交流できる場 25.3%
自営業 n=(320)	身近な買い物の場 63.8%	訪れて楽しめる場 34.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 33.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.9%	地域住民が気軽に交流できる場 22.5%
専業主婦(主夫) n=(1,041)	身近な買い物の場 66.0%	訪れて楽しめる場 37.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.5%	地域住民が気軽に交流できる場 22.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 22.5%
パート・アルバイト n=(872)	身近な買い物の場 63.2%	訪れて楽しめる場 34.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.7%	地域住民が気軽に交流できる場 25.1%
学生 n=(129)	身近な買い物の場 58.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 38.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.7%	訪れて楽しめる場 31.8%	地域住民が気軽に交流できる場 27.1%
無職 n=(1,013)	身近な買い物の場 62.5%	訪れて楽しめる場 31.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 27.6%	地域住民が気軽に交流できる場 22.6%	防災・防犯活動を進める一員 18.8%

※上位5位まで取得

【年代別】

どの年代でも「身近な買い物の場」が1位となっており、「20歳代」では「暮らしやすい街づくりを進める一員」、「30歳代」では「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」、「40歳代」以上では「訪れて楽しめる場」が2位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	身近な買い物の場 63.8%	訪れて楽しめる場 34.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.7%	地域住民が気軽に交流できる場 24.2%
20歳代 n=(535)	身近な買い物の場 65.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.9%	訪れて楽しめる場 / イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 31.6%		地域住民が気軽に交流できる場 22.1%
30歳代 n=(672)	身近な買い物の場 60.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 40.9%	訪れて楽しめる場 35.6%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 30.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.5%
40歳代 n=(995)	身近な買い物の場 63.5%	訪れて楽しめる場 38.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 34.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.6%	地域住民が気軽に交流できる場 24.0%
50歳代 n=(1,074)	身近な買い物の場 63.6%	訪れて楽しめる場 35.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.1%	地域住民が気軽に交流できる場 26.8%
60歳代 n=(895)	身近な買い物の場 64.9%	訪れて楽しめる場 34.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 33.0%	地域住民が気軽に交流できる場 23.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 22.7%
70歳代以上 n=(1,412)	身近な買い物の場 64.4%	訪れて楽しめる場 32.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 27.3%	地域住民が気軽に交流できる場 25.2%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 18.7%

※上位5位まで取得

【商店街の利用頻度別】

どの利用頻度でも「身近な買い物の場」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(2,264)	身近な買い物の場 66.3%	訪れて楽しめる場 34.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.0%	地域住民が気軽に交流できる場 23.0%
ほぼ毎日 n=(206)	身近な買い物の場 72.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.9%	訪れて楽しめる場 29.6%	地域住民が気軽に交流できる場 25.2%	防災・防犯活動を進める一員 23.3%
週2～3回 n=(509)	身近な買い物の場 70.9%	訪れて楽しめる場 35.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.4%	地域住民が気軽に交流できる場 26.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 24.0%
週1回 n=(379)	身近な買い物の場 70.2%	訪れて楽しめる場 37.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 36.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.6%	地域住民が気軽に交流できる場 25.3%
月2～3回 n=(278)	身近な買い物の場 77.0%	訪れて楽しめる場 34.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 32.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.0%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 20.1%
月1回 n=(143)	身近な買い物の場 74.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 38.5%	訪れて楽しめる場 37.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.9%	地域住民が気軽に交流できる場 19.6%
ほとんど利用しない n=(733)	身近な買い物の場 53.9%	訪れて楽しめる場 32.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 29.9%	防災・防犯活動を進める一員 23.5%

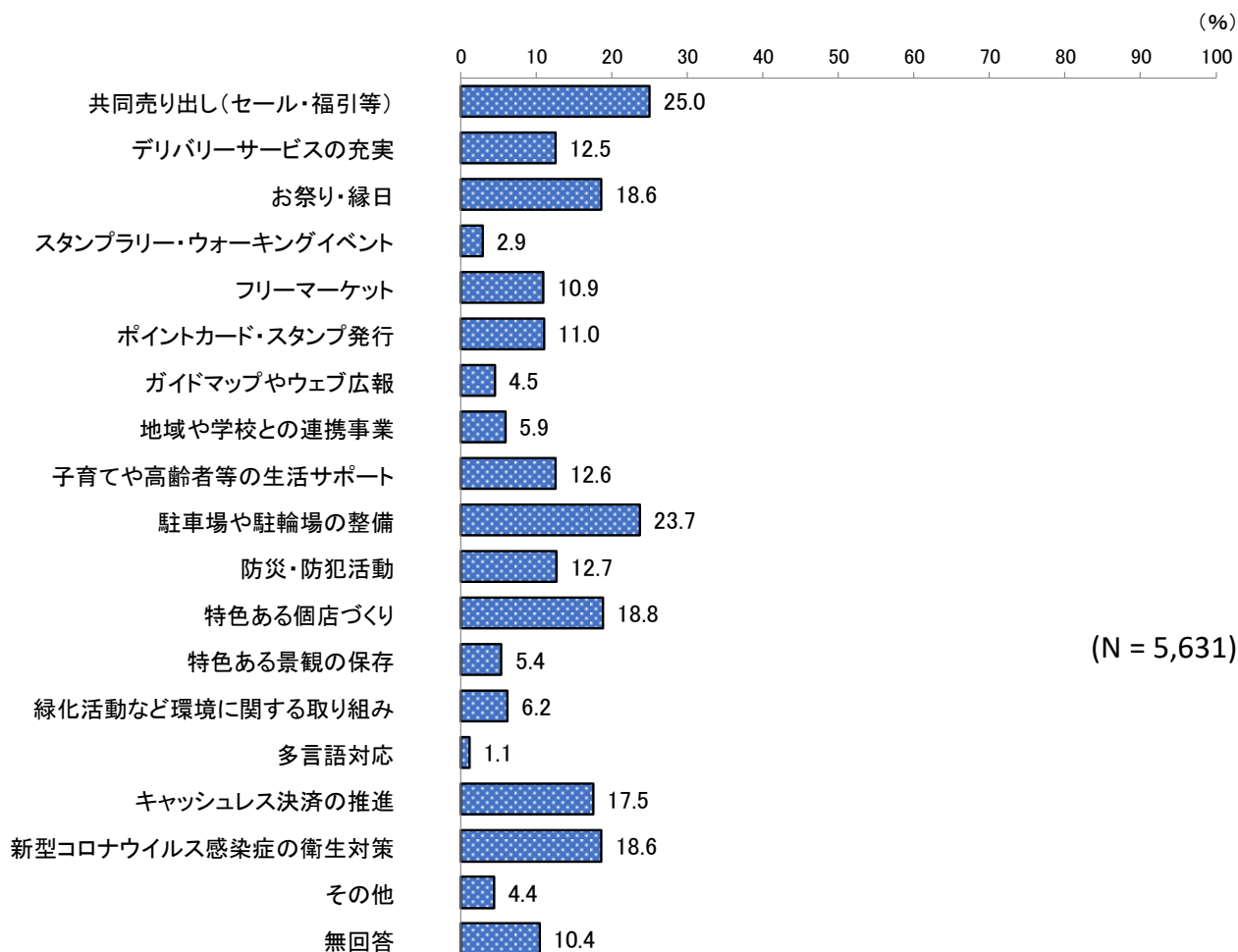
※上位5位まで取得

問 18-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業はありますか。

(○は3つまで)

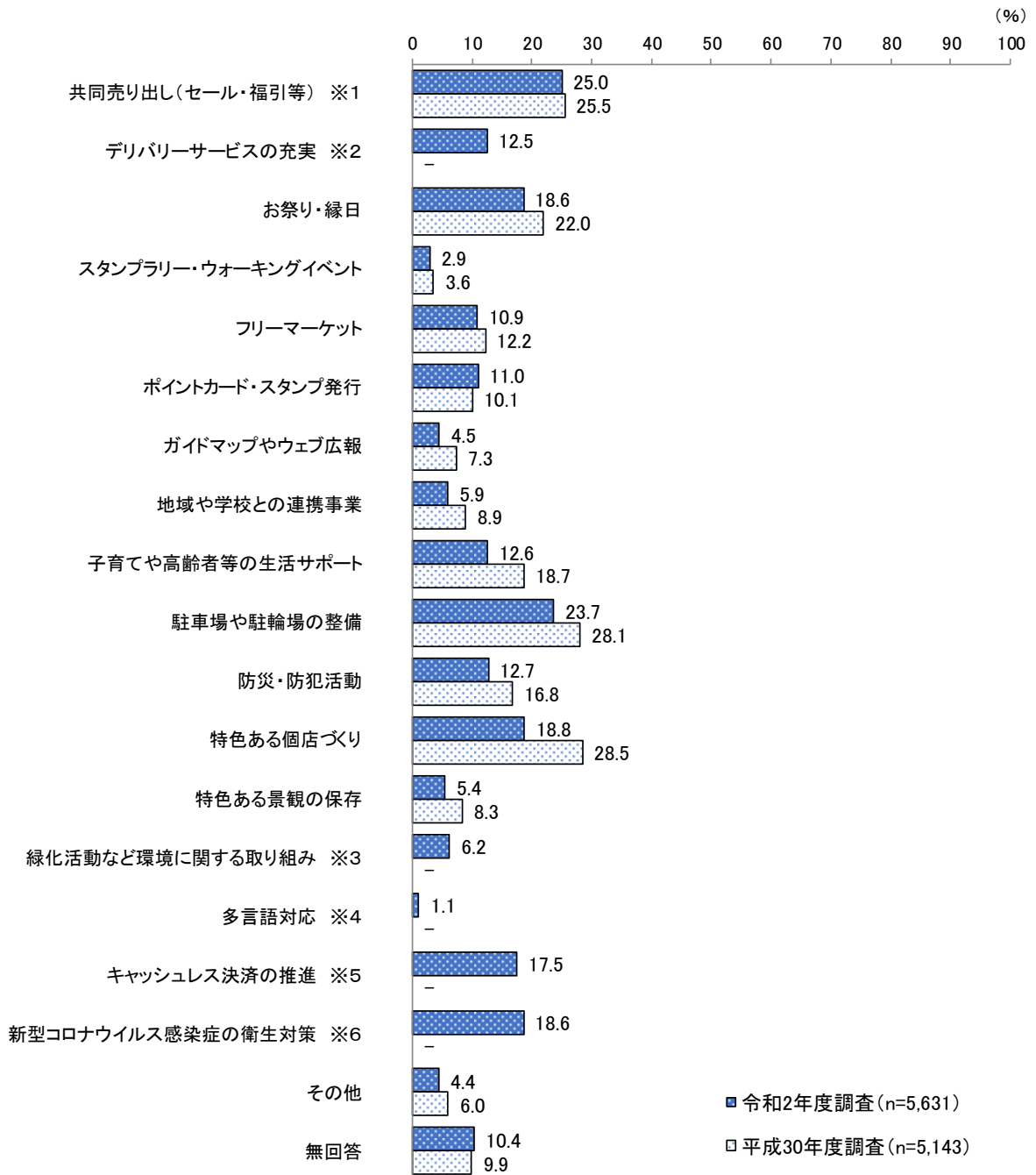
【全体】

「共同売り出し（セール・福引等）」が 25.0%と最も高く、次いで「駐車場や駐輪場の整備」が 23.7%、「特色ある個店づくり」が 18.8%となっている。



【経年比較】

平成 30 年度調査と比較すると、「特色ある個店づくり」・「子育てや高齢者等の生活サポート」が大きく減少している。



※1 「共同売り出し（セール・福引等）」は、平成 30 年度調査での「セール・福引」の選択肢と比較した。

※2 「デリバリーサービスの充実」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※3 「緑化活動など環境に関する取り組み」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※4 「多言語対応」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※5 「キャッシュレス決済の推進」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※6 「新型コロナウイルス感染症の衛生対策」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

【職業別】

大半の職業において「共同売り出し」「駐車場や駐輪場の整備」が上位に入っている。「専業主婦（主夫）」・「無職」では1位に「新型コロナウイルス感染症の衛生対策」が入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	共同売り出し(セール・福引等) 25.0%	駐車場や駐輪場の整備 23.7%	特色ある個店づくり 18.8%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 / お祭り・縁日 18.6%	
会社員 n=(2,209)	共同売り出し(セール・福引等) 27.0%	駐車場や駐輪場の整備 25.9%	キャッシュレス決済の推進 25.3%	お祭り・縁日 24.9%	特色ある個店づくり 19.7%
自営業 n=(320)	駐車場や駐輪場の整備 34.1%	特色ある個店づくり 25.3%	お祭り・縁日 19.7%	共同売り出し(セール・福引等) 19.4%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 18.1%
専業主婦(主夫) n=(1,041)	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 24.5%	駐車場や駐輪場の整備 23.1%	共同売り出し(セール・福引等) 22.9%	特色ある個店づくり 18.2%	防災・防犯活動 14.1%
パート・アルバイト n=(872)	共同売り出し(セール・福引等) 26.1%	駐車場や駐輪場の整備 24.9%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.4%	特色ある個店づくり 17.9%	お祭り・縁日 16.4%
学生 n=(129)	共同売り出し(セール・福引等) 30.2%	お祭り・縁日 26.4%	キャッシュレス決済の推進 20.9%	駐車場や駐輪場の整備 16.3%	特色ある個店づくり 15.5%
無職 n=(1,013)	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 25.2%	共同売り出し(セール・福引等) 23.3%	特色ある個店づくり 17.3%	駐車場や駐輪場の整備 16.6%	防災・防犯活動 13.6%

※上位5位まで取得

【年代別】

大半の年代で「共同売り出し」「駐車場や駐輪場の整備」が上位となっているが、「70歳代以上」では「新型コロナウイルス感染症の衛生対策」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	共同売り出し(セール・福引等) 25.0%	駐車場や駐輪場の整備 23.7%	特色ある個店づくり 18.8%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 / お祭り・縁日 18.6%	
20歳代 n=(535)	共同売り出し(セール・福引等) 30.5%	お祭り・縁日 29.2%	キャッシュレス決済の推進 28.4%	駐車場や駐輪場の整備 15.9%	特色ある個店づくり 14.0%
30歳代 n=(672)	お祭り・縁日 36.9%	共同売り出し(セール・福引等) 27.8%	キャッシュレス決済の推進 25.1%	駐車場や駐輪場の整備 21.0%	子育てや高齢者等の生活サポート 18.8%
40歳代 n=(995)	駐車場や駐輪場の整備 32.0%	共同売り出し(セール・福引等) 26.9%	お祭り・縁日 25.6%	キャッシュレス決済の推進 22.8%	特色ある個店づくり 17.1%
50歳代 n=(1,074)	駐車場や駐輪場の整備 29.2%	共同売り出し(セール・福引等) 25.0%	特色ある個店づくり 24.8%	キャッシュレス決済の推進 19.2%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 17.1%
60歳代 n=(895)	駐車場や駐輪場の整備 27.0%	共同売り出し(セール・福引等) 23.9%	特色ある個店づくり 21.3%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 21.0%	キャッシュレス決済の推進 15.2%
70歳代以上 n=(1,412)	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 27.0%	共同売り出し(セール・福引等) 21.2%	特色ある個店づくり 18.2%	駐車場や駐輪場の整備 15.7%	防災・防犯活動 14.0%

※上位5位まで取得

【商店街の利用頻度別】

「ほぼ毎日」から「月2～3回」までは「共同売り出し」が1位となっており、「月1回」以下では「特色ある個店づくり」が1位となっている。「ほぼ毎日」から「週1回」の高い利用頻度では「新型コロナウイルス感染症の衛生対策」が2位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(2,264)	共同売り出し(セール・福引等) 24.6%	特色ある個店づくり 23.0%	駐車場や駐輪場の整備 21.6%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.1%	お祭り・縁日 18.8%
ほぼ毎日 n=(206)	共同売り出し(セール・福引等) 34.0%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.9%	お祭り・縁日 18.0%	駐車場や駐輪場の整備 17.5%	特色ある個店づくり 17.0%
週2～3回 n=(509)	共同売り出し(セール・福引等) 25.5%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 24.4%	特色ある個店づくり 20.6%	駐車場や駐輪場の整備 18.3%	お祭り・縁日 16.5%
週1回 n=(379)	共同売り出し(セール・福引等) 25.6%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 23.5%	駐車場や駐輪場の整備 22.4%	特色ある個店づくり 21.4%	キャッシュレス決済の推進 19.0%
月2～3回 n=(278)	共同売り出し(セール・福引等) 27.7%	特色ある個店づくり 27.0%	駐車場や駐輪場の整備 22.3%	お祭り・縁日 21.6%	キャッシュレス決済の推進 20.9%
月1回 n=(143)	特色ある個店づくり 25.9%	駐車場や駐輪場の整備 25.2%	お祭り・縁日 21.0%	共同売り出し(セール・福引等) 20.3%	キャッシュレス決済の推進 16.8%
ほとんど利用しない n=(733)	特色ある個店づくり 25.0%	駐車場や駐輪場の整備 24.1%	共同売り出し(セール・福引等) 20.7%	お祭り・縁日 20.6%	キャッシュレス決済の推進 18.0%

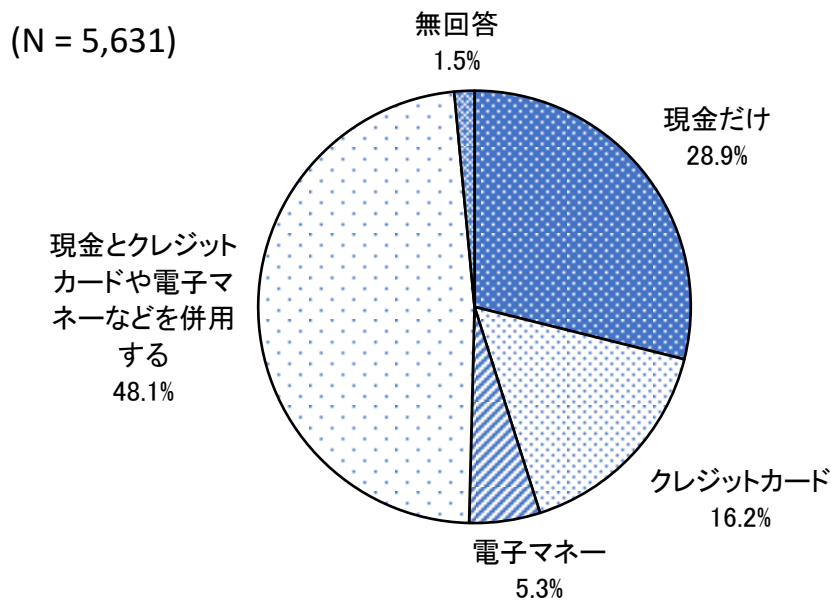
※上位5位まで取得

(10) 商店街での支払い手段 (問8~問10)

問8 日常生活の買い物における主な支払方法は何ですか。(○は1つだけ)

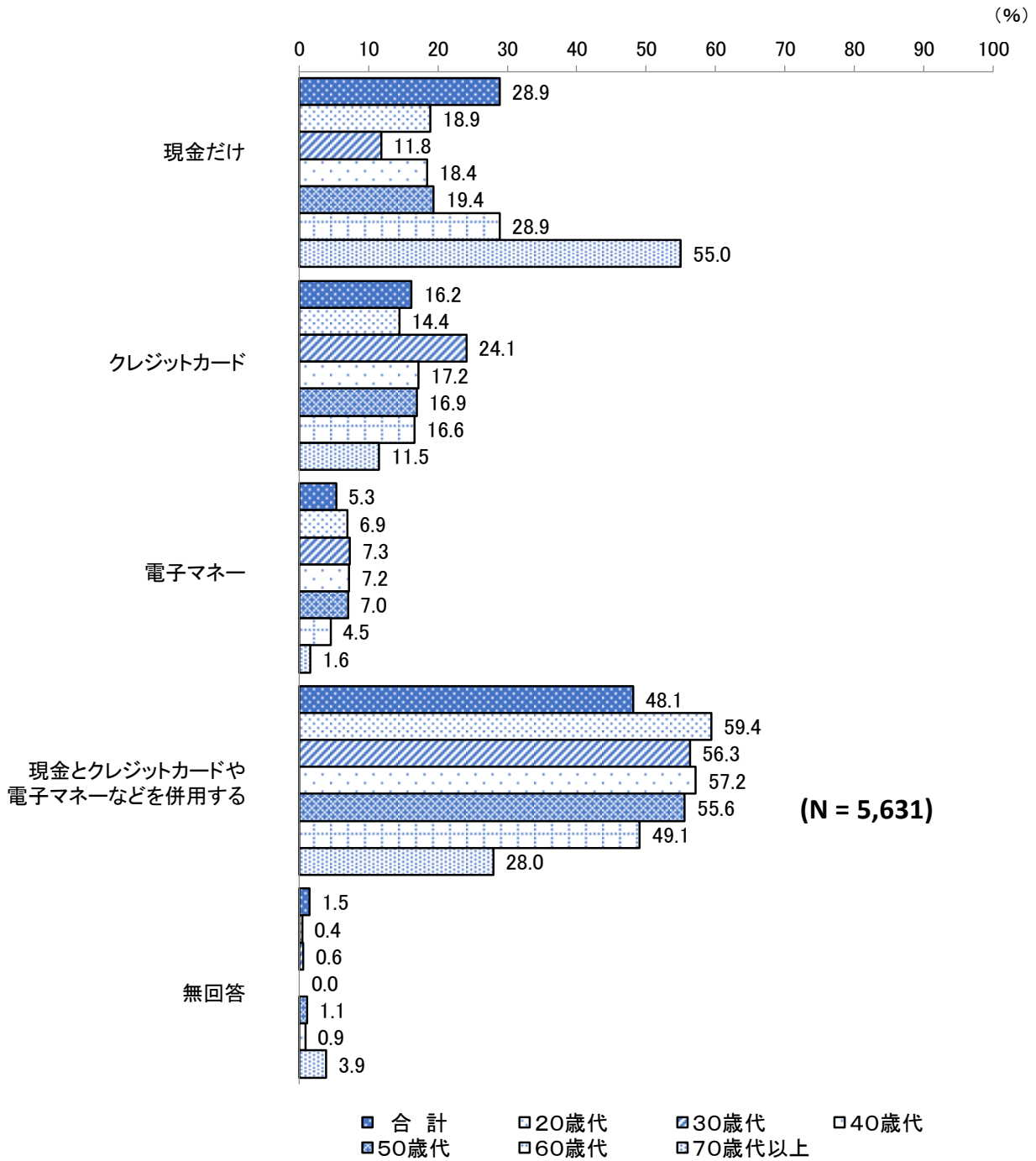
【全体】

「現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する」が48.1%と最も高く、次いで「現金だけ」が28.9%、「クレジットカード」が16.2%となっている。



【年代別】

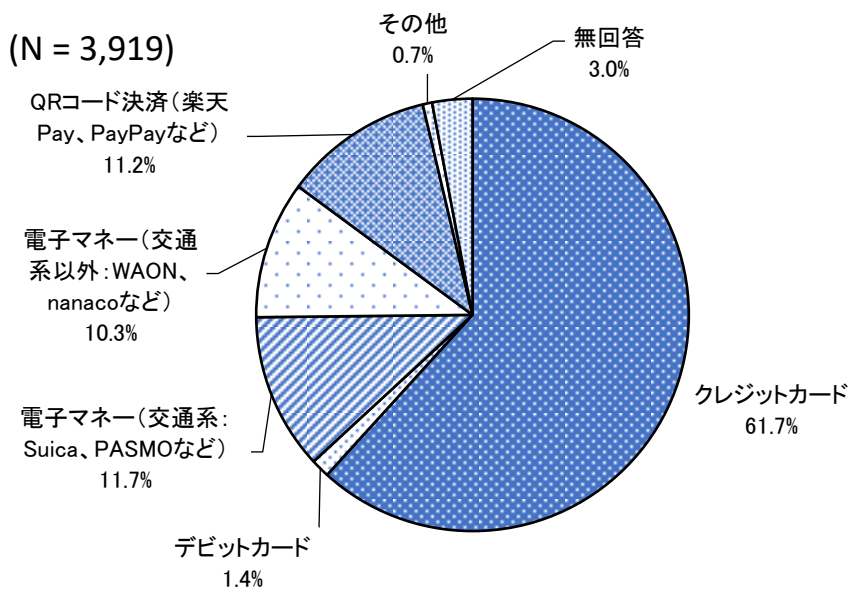
「20歳代」から「60歳代」までは「現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する」が最も高く5割前後となっている。一方「70歳代以上」では「現金だけ」が55.0%と半数以上となっている。



問9 よく使うキャッシュレス決済手段は何ですか。(○は1つだけ)

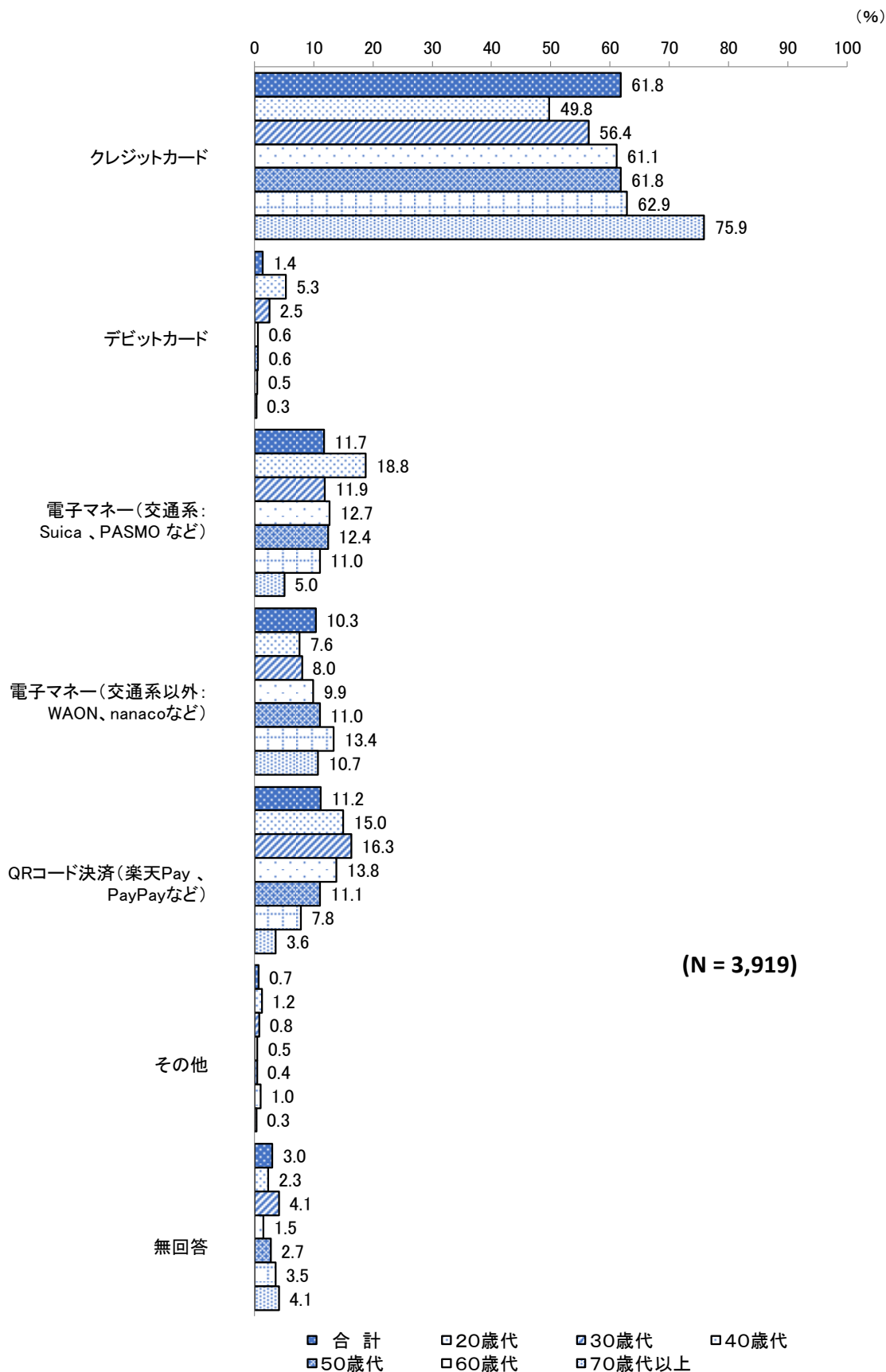
【全体】

「クレジットカード」が61.7%と最も高く、次いで「電子マネー（交通系：Suica、PASMO など）」が11.7%、「QRコード決済（楽天 Pay、PayPay など）」が11.2%となっている。



【年代別】

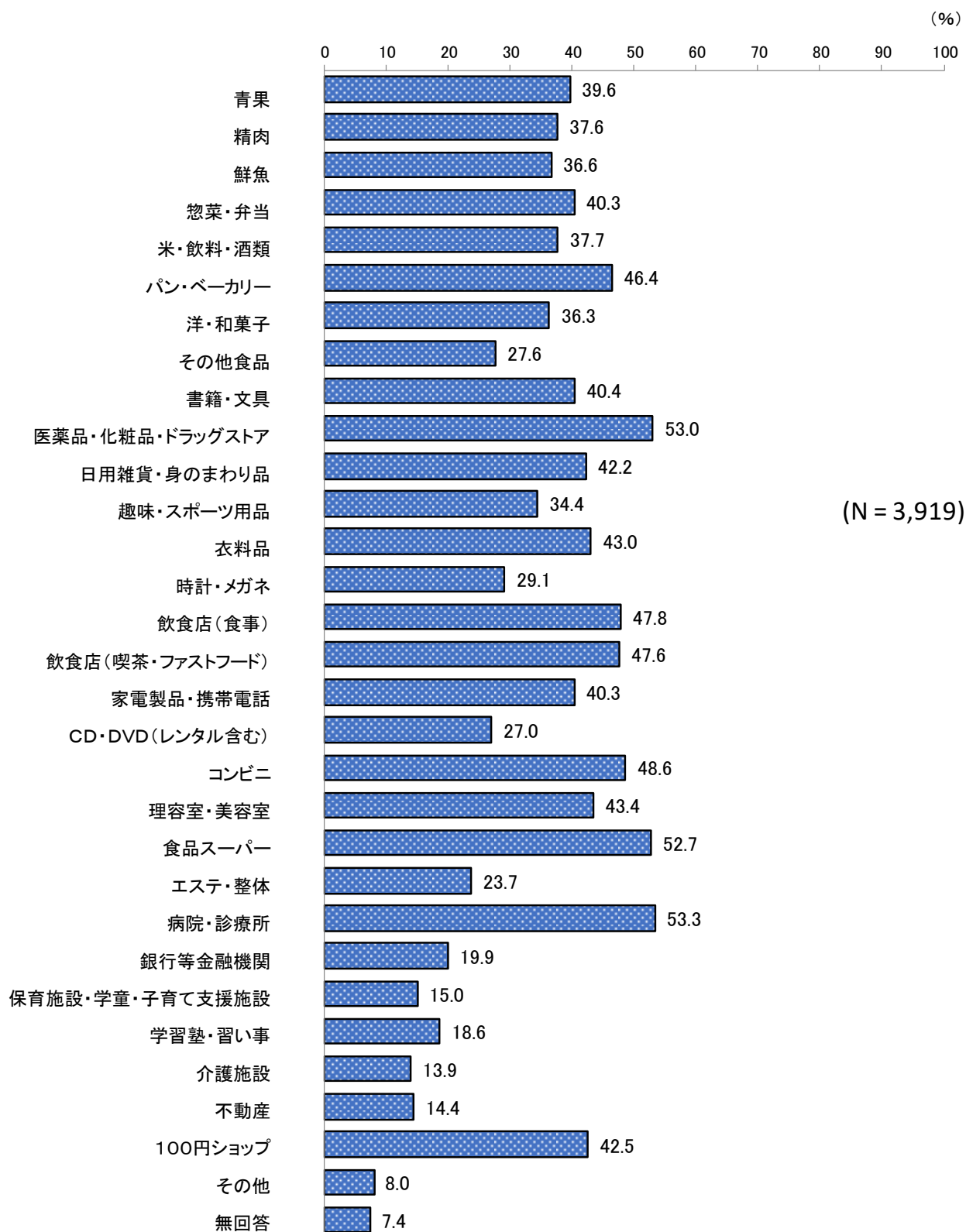
全ての年代で「クレジットカード」が最も高くなっている。「20歳代」では「電子マネー（交通系）」が18.8%と他の年代に比べて高くなっている。



問 10 どのような店舗でキャッシュレス決済が使えるとよいと思いますか。(あてはまるもの全てに○)

【全体】

「病院・診療所」が 53.3%と最も高く、次いで「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が 53.0%、「食品スーパー」が 52.7%となっている。



【年代別】

全ての年代で「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が上位になっている。また、「20歳代」・「30歳代」では「飲食店（喫茶・ファストフード）」・「コンビニ」が、「40歳代」・「50歳代」・「60歳代」・「70歳代以上」では「病院・診療所」・「食品スーパー」がそれぞれ上位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(3,919)	病院・診療所 53.3%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 53.0%	食品スーパー 52.7%	コンビニ 48.6%	飲食店（食事） 47.8%
20歳代 n=(432)	飲食店（喫茶・ファストフード） 63.2%	コンビニ 63.0%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 60.6%	食品スーパー 58.6%	病院・診療所 57.6%
30歳代 n=(589)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 59.3%	飲食店（喫茶・ファストフード） 58.4%	コンビニ 55.9%	食品スーパー 55.9%	病院・診療所 54.2%
40歳代 n=(812)	病院・診療所 57.4%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 56.7%	食品スーパー 55.0%	パン・ベーカリー 54.9%	コンビニ 53.8%
50歳代 n=(854)	食品スーパー 54.2%	病院・診療所 53.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 53.4%	コンビニ 50.0%	飲食店（食事） 49.1%
60歳代 n=(628)	病院・診療所 50.5%	食品スーパー 48.2%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 46.5%	飲食店（食事） 43.3%	理容室・美容室 40.9%
70歳代以上 n=(581)	病院・診療所 45.6%	食品スーパー 44.9%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 42.2%	飲食店（食事） 36.3%	衣料品 36.1%

※上位5位まで取得

(11) 店舗で買い物する際における重視度 (問 11)

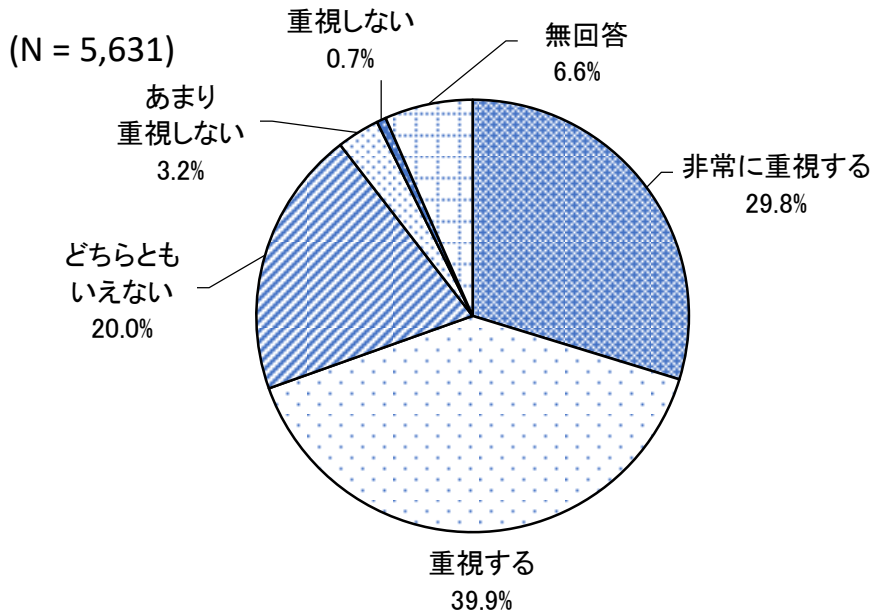
問 11 店舗で買い物する際に次の項目についてどのくらい重視しますか。(それぞれの項目において○は1つだけ)

※調査票では、選択肢が「満足」・「やや満足」・「やや不満」・「不満」となっているため、それぞれの選択肢を「非常に重視する」・「重視する」・「あまり重視しない」・「重視しない」に読み替えている。

① 衛生対策

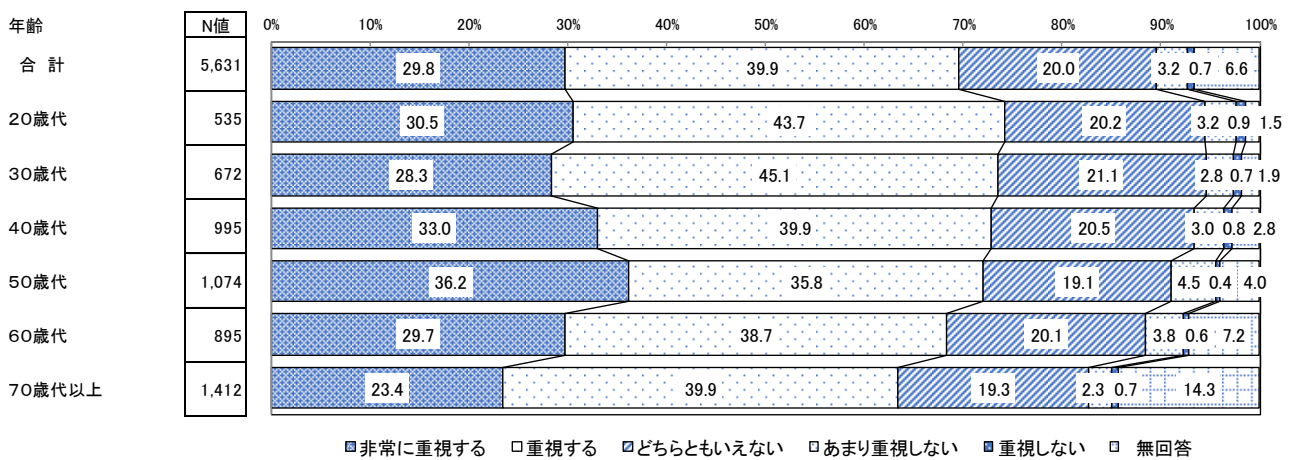
【全体】

「重視する」が 39.9%と最も高く、次いで「非常に重視する」が 29.8%、「どちらともいえない」が 20.0%となっている。



【年代別】

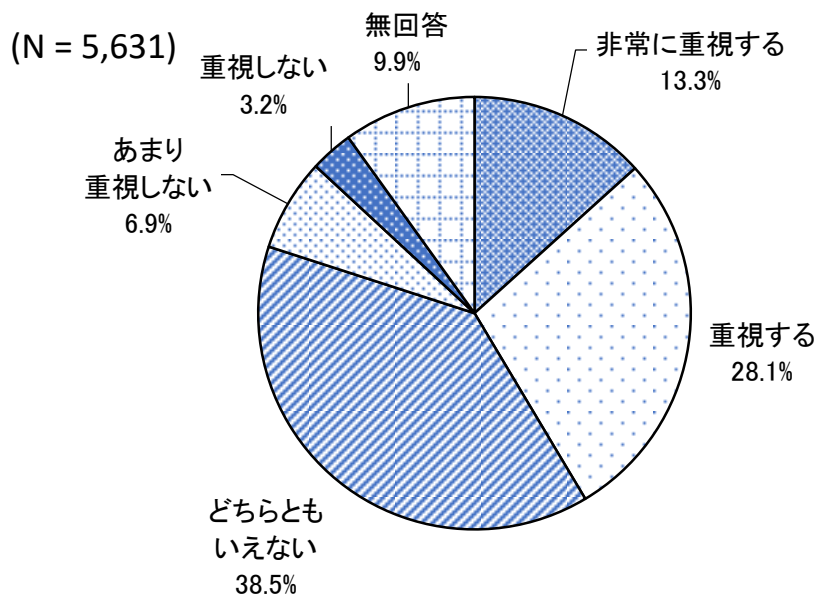
若い年代ほど「非常に重視する」・「重視する」を合わせた『重視する』割合が高い傾向がある。



② キャッシュレス決済の導入

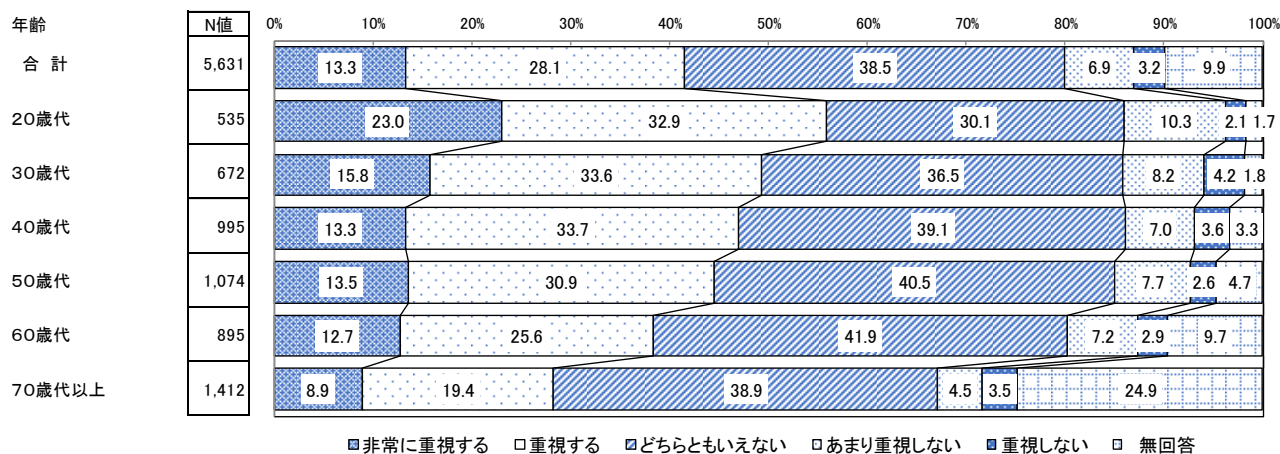
【全体】

「どちらともいえない」が 38.5%と最も高く、次いで「重視する」が 28.1%、「非常に重視する」が 13.3%となっている。



【年代別】

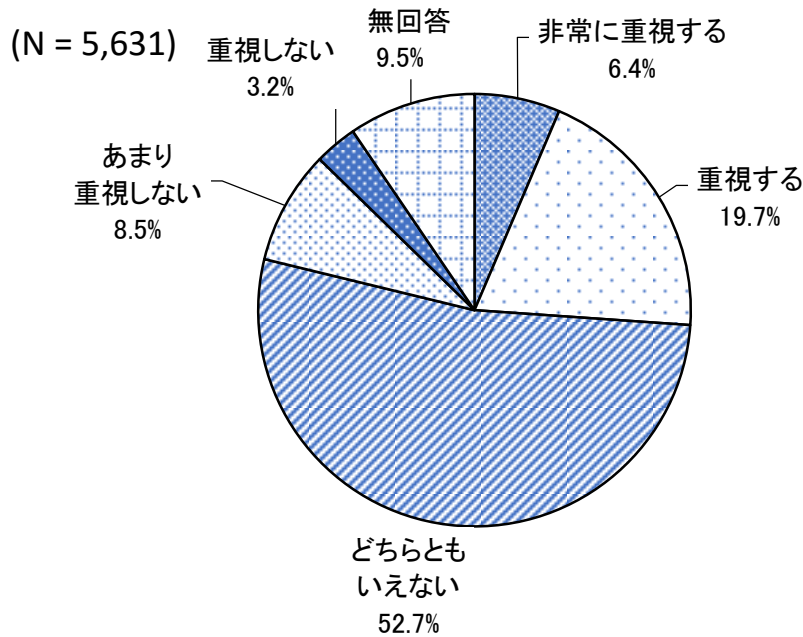
若い年代ほど「非常に重視する」・「重視する」を合わせた『重視する』割合が高い傾向がある。



③ 情報発信をしているか

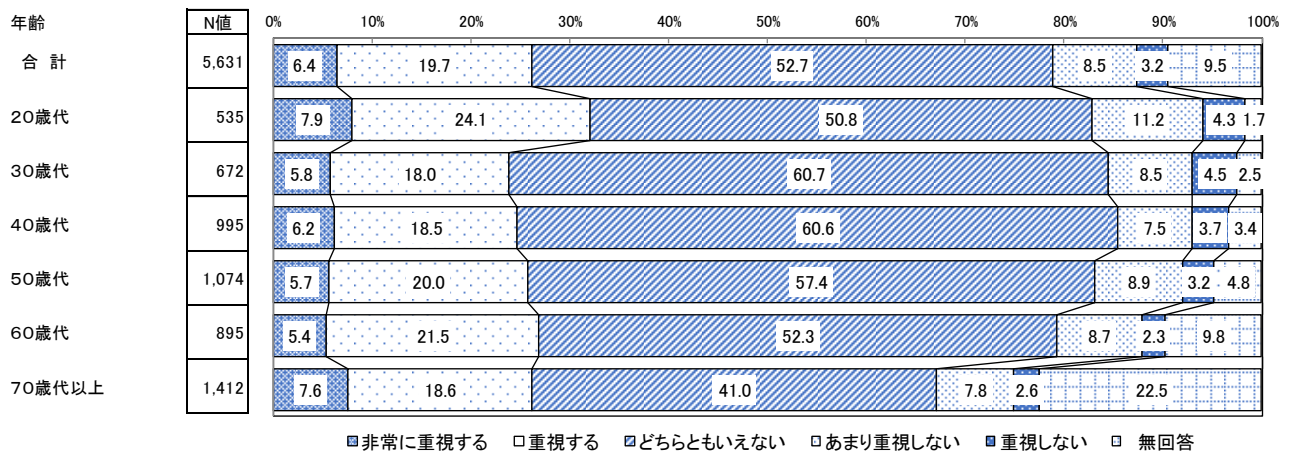
【全体】

「どちらともいえない」が52.7%と最も高く、次いで「重視する」が19.7%、「あまり重視しない」が8.5%となっている。



【年代別】

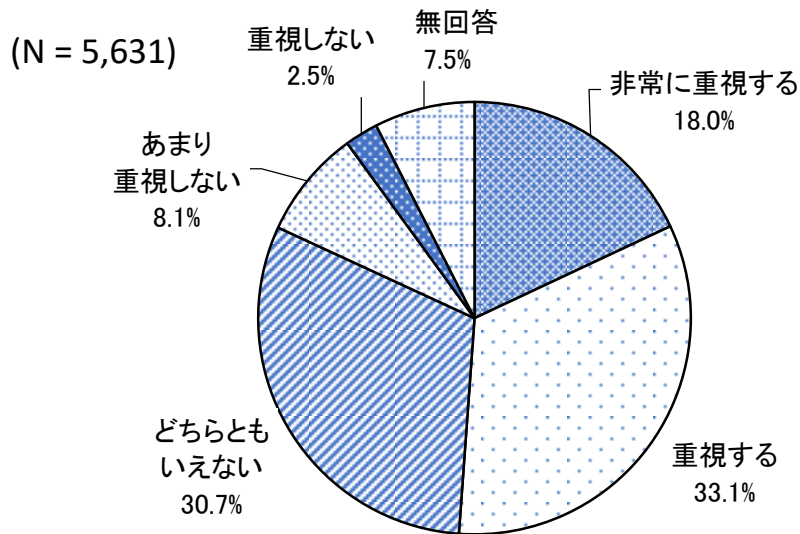
全ての年代で「どちらともいえない」が最も高くなっている。



④ 割引やポイントサービス

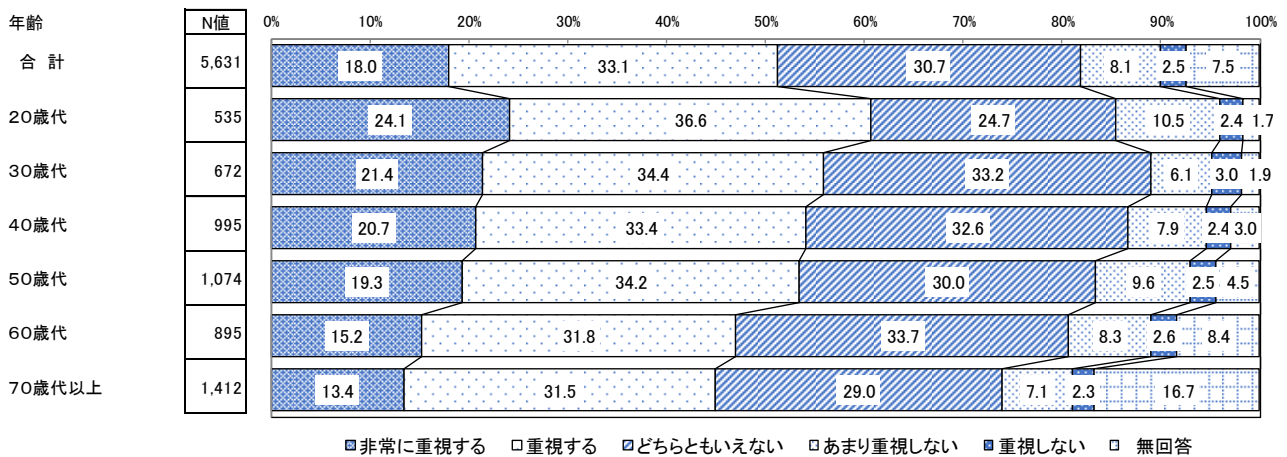
【全体】

「重視する」が 33.1%と最も高く、次いで「どちらともいえない」が 30.7%、「非常に重視する」が 18.0%となっている。



【年代別】

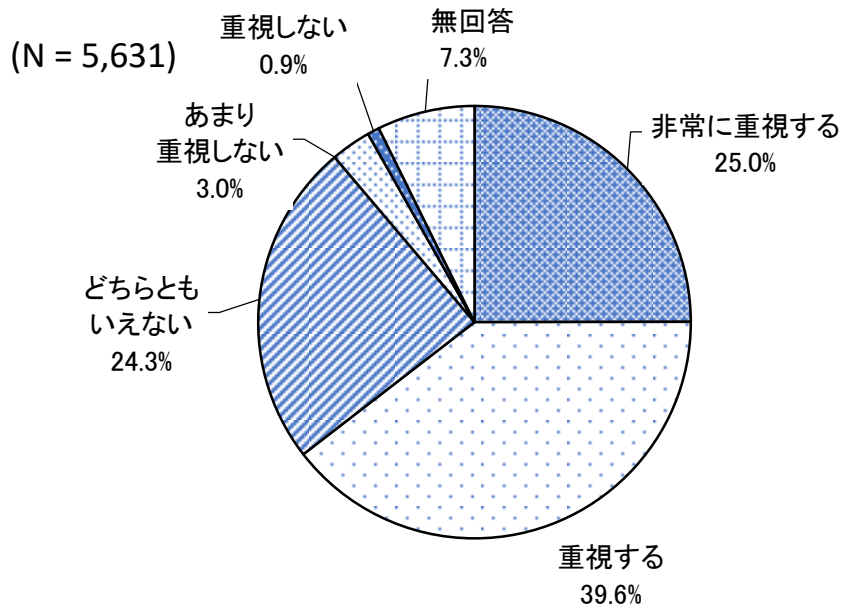
若い年代ほど「非常に重視する」の割合が高い傾向がある。



⑤ 雰囲気・接客

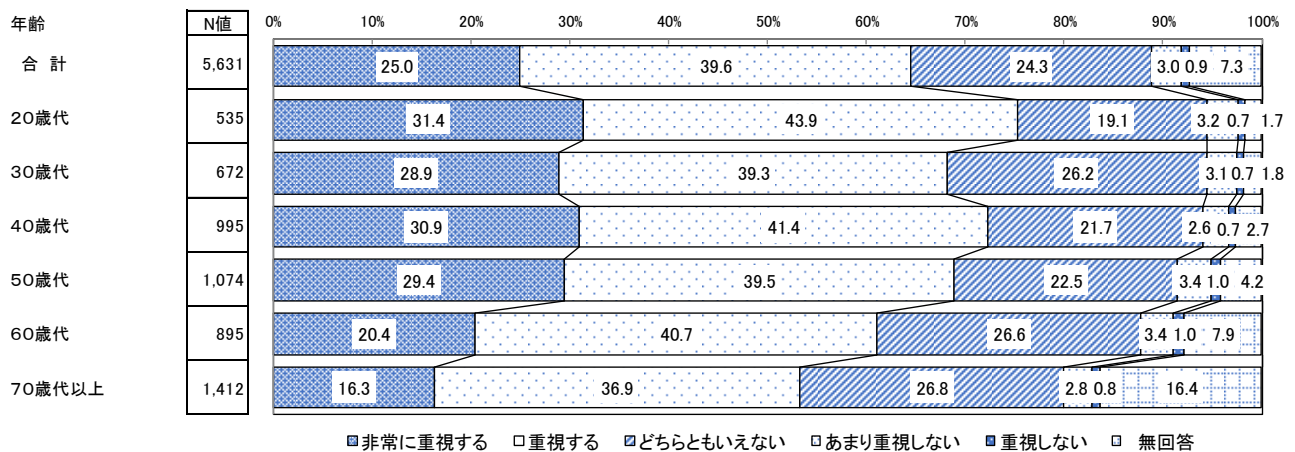
【全体】

「重視する」が 39.6%と最も高く、次いで「非常に重視する」が 25.0%、「どちらともいえない」が 24.3%となっている。



【年代別】

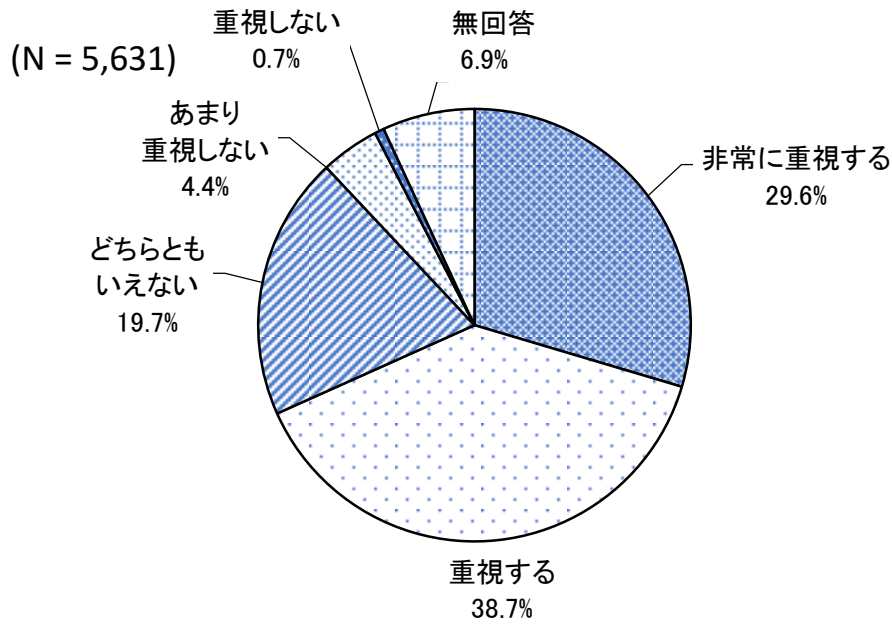
若い年代ほど「非常に重視する」・「重視する」を合わせた『重視する』割合が高い傾向があるが、「30 歳代」は「20 歳代」・「40 歳代」・「50 歳代」と比較するとやや割合が低い。



⑥ 営業時間・場所

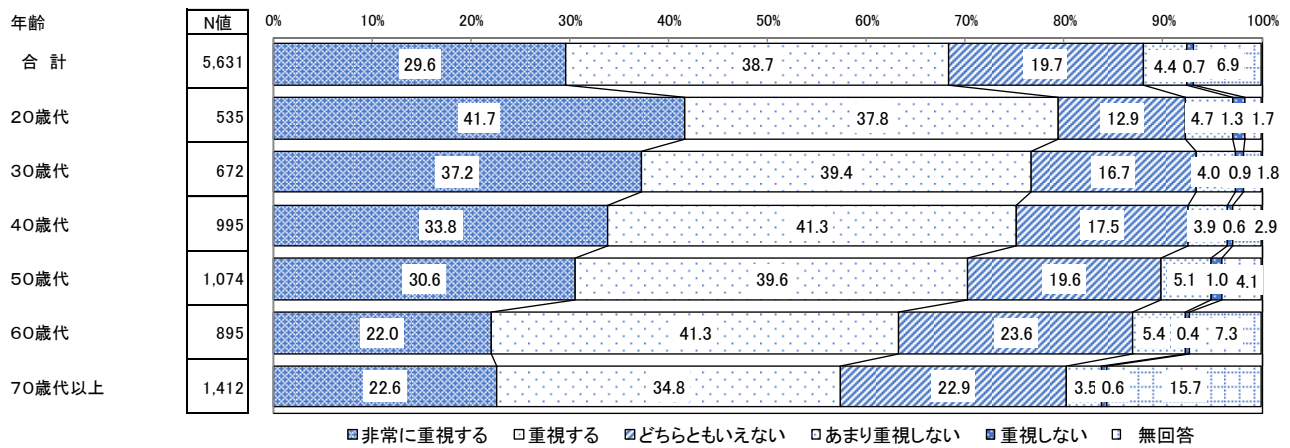
【全体】

「重視する」が 38.7%と最も高く、次いで「非常に重視する」が 29.6%、「どちらともいえない」が 19.7%となっている。



【年代別】

若い年代ほど「非常に重視する」・「重視する」を合わせた『重視する』の割合が高い傾向がある。

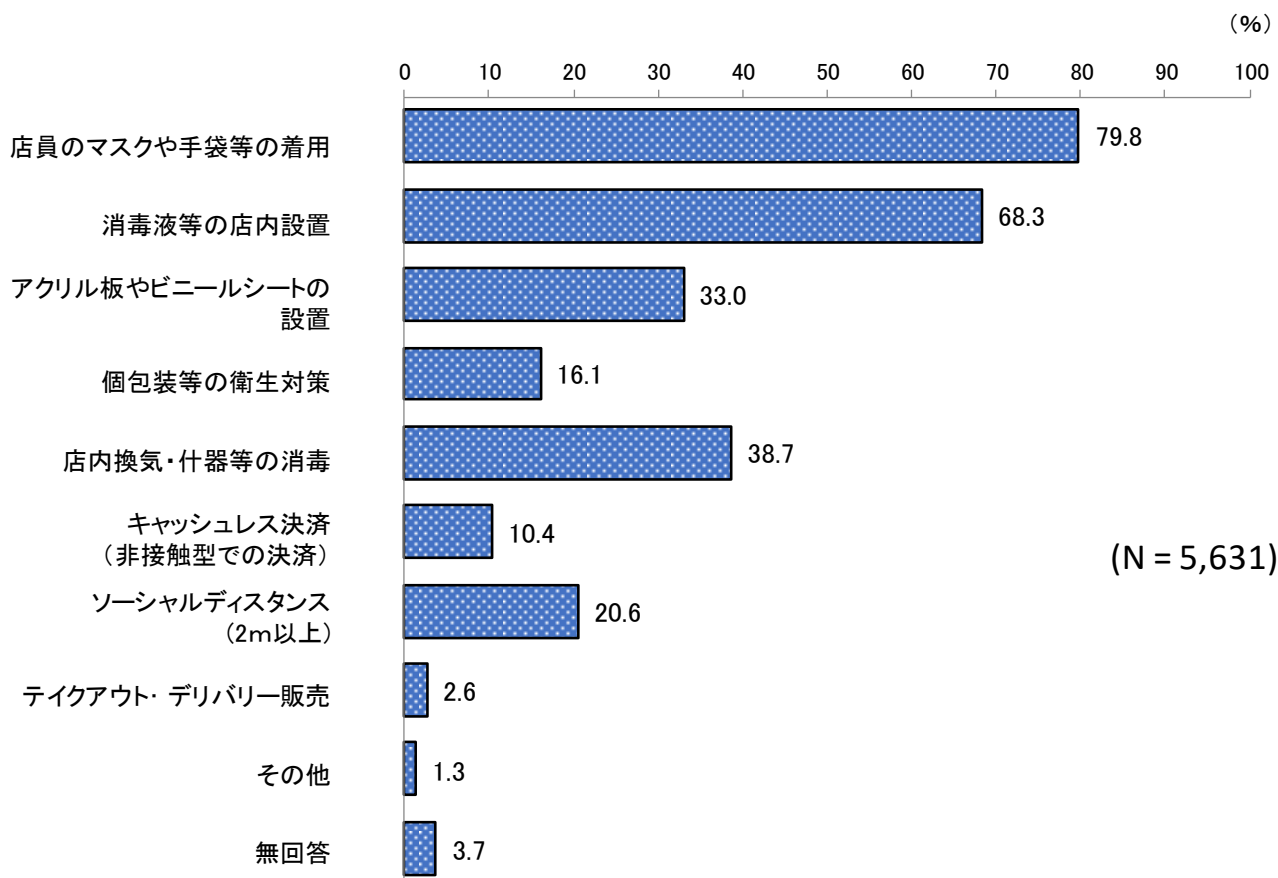


(12) 重視する商店街での新型コロナウイルス感染症の衛生対策（問13、問19）

問13 店舗の新型コロナウイルス感染症の衛生対策として重視するものは何ですか。（○は3つまで）

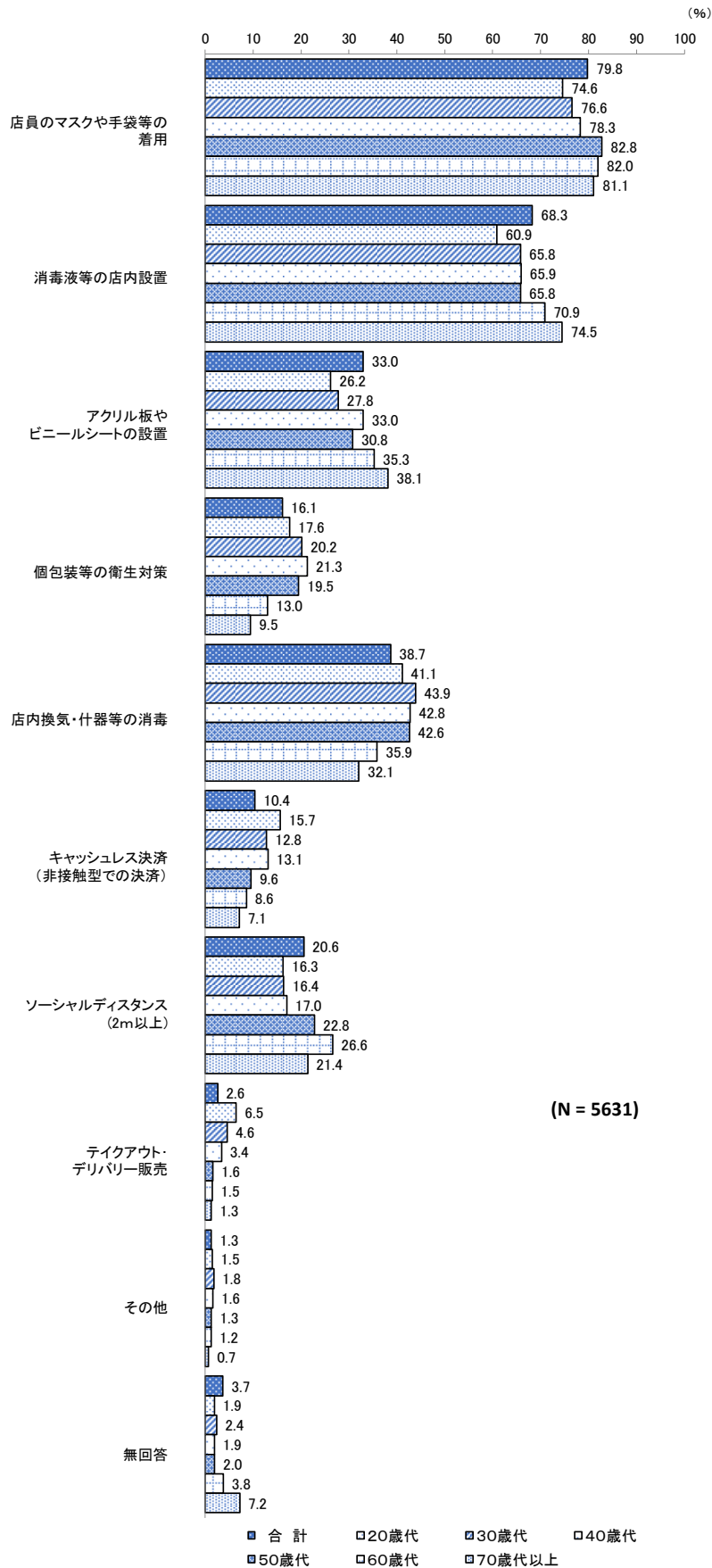
【全体】

「店員のマスクや手袋等の着用」が79.8%と最も高く、次いで「消毒液等の店内設置」が68.3%、「店内換気・什器等の消毒」が38.7%となっている。



【年代別】

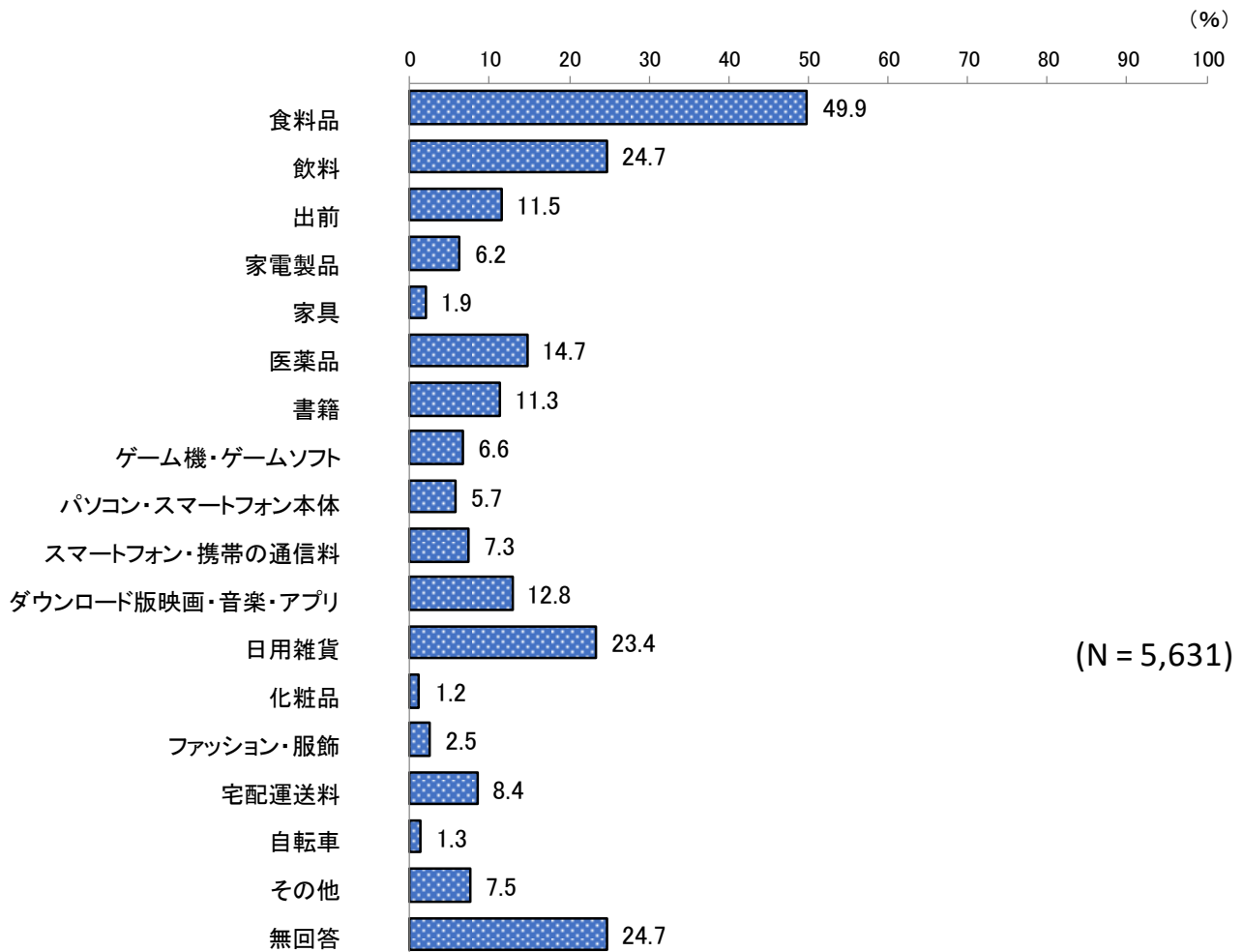
年代別による傾向の違いに大きな差は見られなかった。



問 19 新型コロナウイルス感染症の影響（概ね3月以降）により、購入・利用する機会が増えた商品・サービスは何ですか（マスク、消毒液以外）。（上位のものを3つまで）

【全体】

「食料品」が49.9%と最も高く、次いで「飲料」が24.7%、「日用雑貨」が23.4%となっている。



【年代別】

大半の年代で「食料品」・「飲料」・「日用雑貨」が上位を占める中、「20歳代」では「ダウンロード版映画・音楽・アプリ」が、「30歳代」では「出前」が上位に入っている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	食料品 49.9%	飲料 24.7%	日用雑貨 23.4%	医薬品 14.7%	ダウンロード版映画・音楽・アプリ 12.8%
20歳代 n=(535)	食料品 48.0%	ダウンロード版映画・音楽・アプリ 32.9%	飲料 23.2%	ゲーム機・ゲームソフト 21.5%	出前 21.1%
30歳代 n=(672)	食料品 58.8%	飲料 27.2%	出前 25.6%	日用雑貨 24.6%	ダウンロード版映画・音楽・アプリ 19.2%
40歳代 n=(995)	食料品 60.0%	飲料 32.4%	日用雑貨 27.1%	ダウンロード版映画・音楽・アプリ 18.4%	医薬品 15.3%
50歳代 n=(1,074)	食料品 57.1%	飲料 31.0%	日用雑貨 28.9%	医薬品 16.7%	ダウンロード版映画・音楽・アプリ 11.9%
60歳代 n=(895)	食料品 48.8%	日用雑貨 23.8%	飲料 22.7%	医薬品 17.0%	書籍 10.9%
70歳代以上 n=(1,412)	食料品 35.3%	日用雑貨 17.3%	飲料 15.4%	医薬品 12.7%	書籍 8.7%

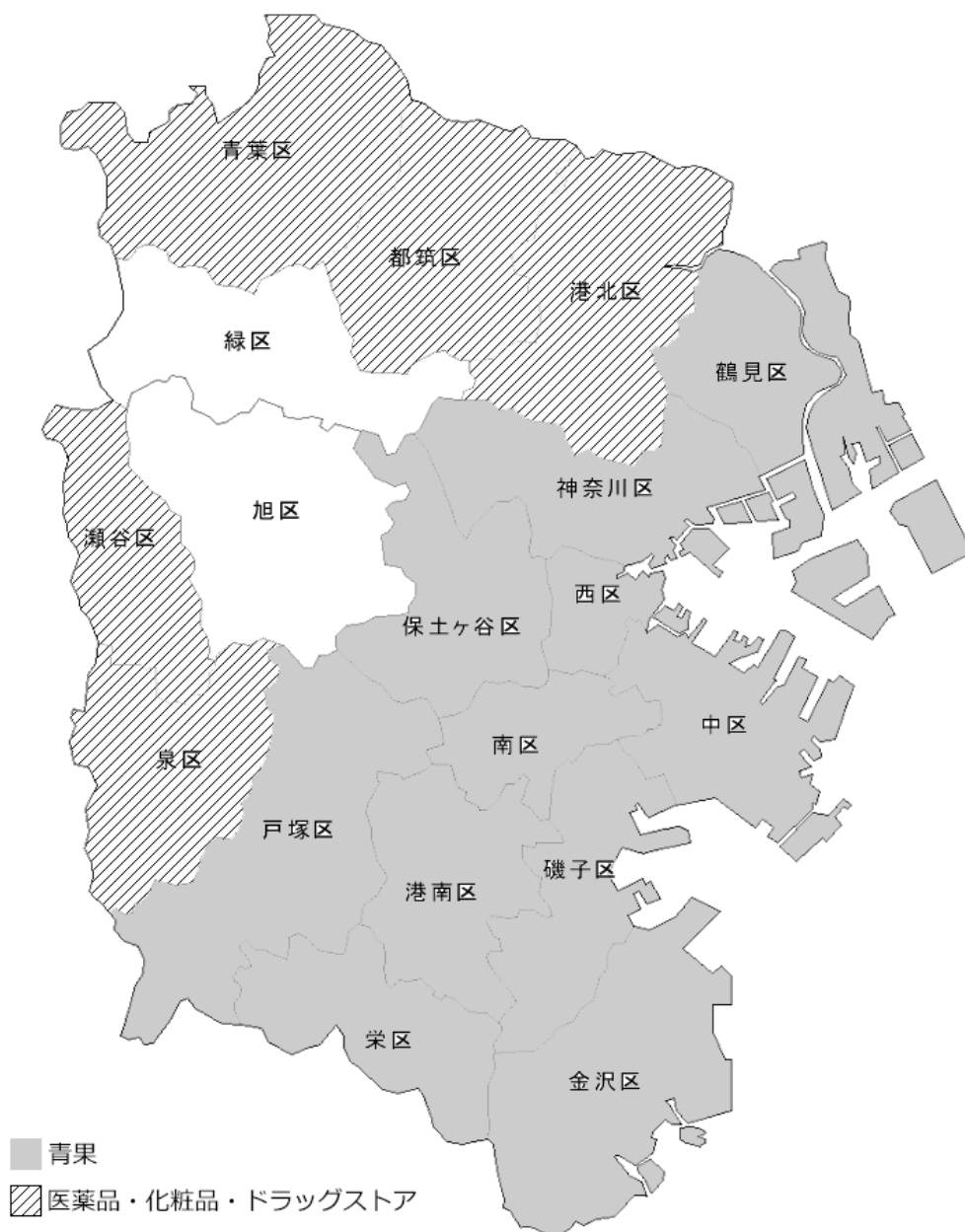
※上位5位まで取得

(13) 居住区別集計・分析

問5 商店街で、よく利用されているお店は何ですか。

【居住区別】

居住区別にみると、「青果」(11区)、「医薬品・化粧品・ドラッグストア」(6区)、が1位（神奈川区は、「青果」と「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が同率）になる区が多い中、旭区では「食品スーパー」が、緑区では「銀行等金融機関」がそれぞれ1位となっている。



※1 1位の選択肢が3区以上ある区を色分けしている。

※2 同率1位の場合は、全体の順位の高い選択肢と同じ項目の色としている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	青果 53.6%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 48.6%	食品スーパー 44.6%	精肉 34.2%	パン・ベーカリー 33.7%
青葉区 n=(132)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 58.3%	食品スーパー 53.0%	パン・ベーカリー 47.7%	銀行等金融機関 42.4%	青果 41.7%
旭区 n=(116)	食品スーパー 61.2%	青果 53.4%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 50.9%	銀行等金融機関 45.7%	100円ショップ 38.8%
泉区 n=(32)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 59.4%	青果 / パン・ベーカリー 53.1%		食品スーパー / 100円ショップ 50.0%	
磯子区 n=(88)	青果 53.4%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 42.0%	食品スーパー 31.8%	惣菜・弁当 30.7%	100円ショップ 29.5%
神奈川区 n=(122)	青果 / 医薬品・化粧品・ド ラッグストア 45.9%		食品スーパー 43.4%	コンビニ 34.4%	精肉 31.1%
金沢区 n=(79)	青果 38.0%	食品スーパー 36.7%	精肉 35.4%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 32.9%	コンビニ 31.6%
港南区 n=(71)	青果 62.0%	精肉 47.9%	鮮魚 46.5%	食品スーパー / パン・ベーカリー 40.8%	
港北区 n=(184)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 56.5%	青果 51.1%	コンビニ 45.1%	食品スーパー 41.3%	銀行等金融機関 39.7%
栄区 n=(34)	青果 73.5%	鮮魚 58.8%	精肉 52.9%	食品スーパー 35.3%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 29.4%
瀬谷区 n=(27)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 44.4%	精肉 40.7%	青果 / コンビニ 37.0%		パン・ベーカリー 33.3%

[次ページに続く]

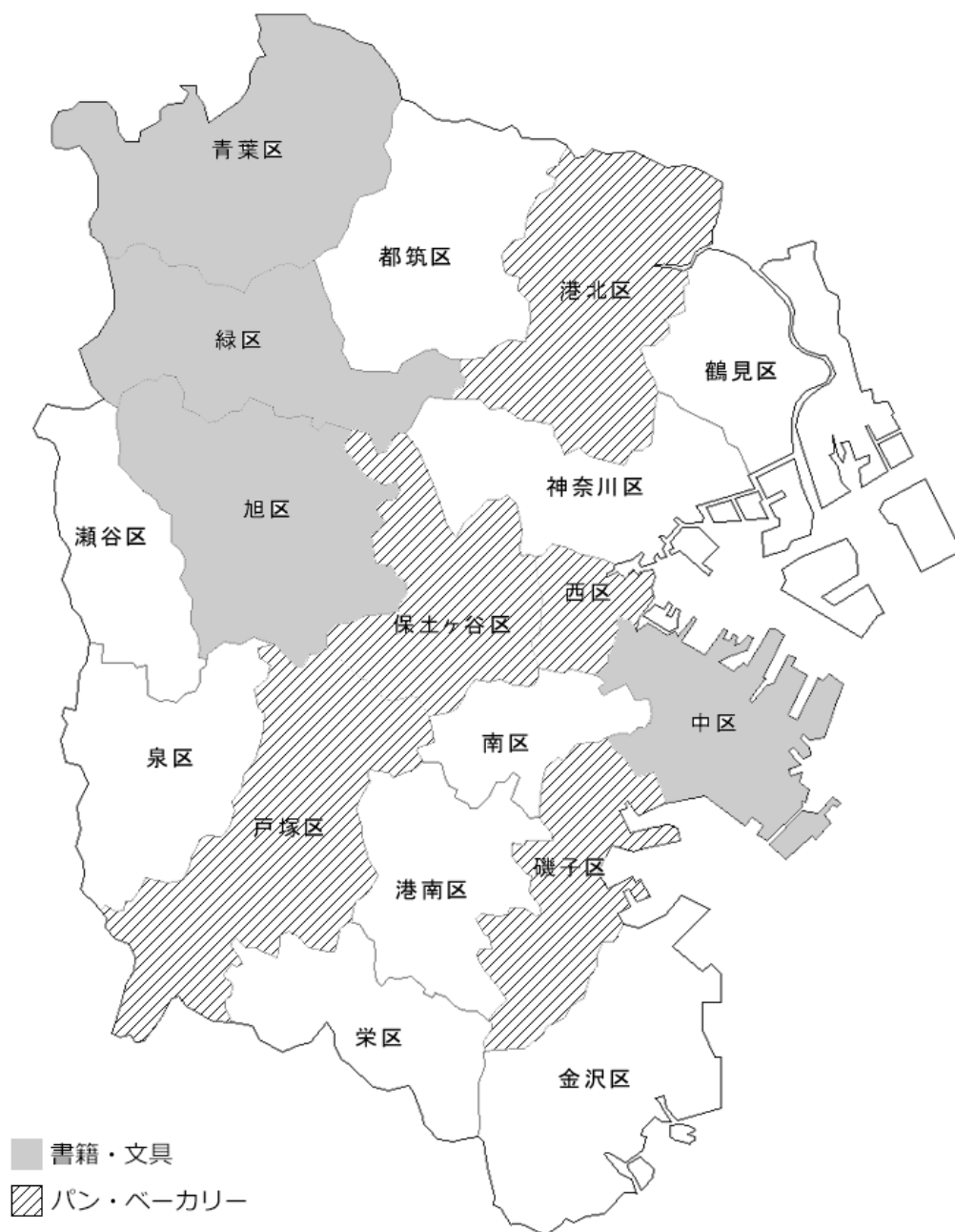
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(51)	医薬品・化粧品・ドラッグストア 74.5%	食品スーパー 66.7%	パン・ベーカリー / 銀行等金融機関 49.0%		青果 45.1%
鶴見区 n=(115)	青果 67.0%	食品スーパー 46.1%	精肉 40.9%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 38.3%	コンビニ 37.4%
戸塚区 n=(61)	青果 65.6%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 55.7%	食品スーパー 52.5%	精肉 49.2%	パン・ベーカリー 39.3%
中区 n=(68)	青果 50.0%	精肉 44.1%	医薬品・化粧品・ドラッグストア / 惣菜・弁当 42.6%		食品スーパー 41.2%
西区 n=(58)	青果 63.8%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 60.3%	鮮魚 43.1%	食品スーパー / 100円ショップ 34.5%	
保土ヶ谷区 n=(105)	青果 73.3%	鮮魚 48.6%	食品スーパー 44.8%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 41.9%	精肉 34.3%
緑区 n=(59)	銀行等金融機関 64.4%	食品スーパー / 医薬品・化粧品・ドラッグストア 62.7%		100円ショップ 44.1%	コンビニ 39.0%
南区 n=(106)	青果 56.6%	惣菜・弁当 48.1%	医薬品・化粧品・ドラッグストア 42.5%	精肉 / 鮮魚 31.1%	

※上位5位まで取得

問6 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。

【居住区別】

居住区別にみると、「パン・ベーカリー」(5区)、「書籍・文具」(4区)、「100円ショップ」(3区)が1位(中区は「書籍・文具」と「100円ショップ」が同率)になる区が多い中、泉区では「衣料品」・「飲食店(食事)」(同率)が、金沢区、瀬谷区では「飲食店(喫茶・ファストフード)」、栄区では「飲食店(食事)」、都筑区、南区では「鮮魚」がそれぞれ1位となっている。



※1 1位の選択肢が3区以上ある区を色分けしている。

※2 同率1位の場合は、全体の順位の高い選択肢と同じ項目の色としている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	書籍・文具 20.1%	パン・ベーカリー 19.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 17.1%	100円ショップ 16.0%	鮮魚 15.8%
青葉区 n=(132)	書籍・文具 31.1%	パン・ベーカリー 15.9%	鮮魚 / 飲食店(食事) 15.2%		飲食店(喫茶・ファストフード) 13.6%
旭区 n=(116)	書籍・文具 33.6%	パン・ベーカリー 27.6%	飲食店(喫茶・ファストフード) 19.0%	衣料品 18.1%	精肉 14.7%
泉区 n=(32)	衣料品 / 飲食店(食事) 28.1%		書籍・文具 25.0%	洋・和菓子 / 惣菜・弁当 21.9%	
磯子区 n=(88)	パン・ベーカリー 19.3%	書籍・文具 18.2%	鮮魚 / 100円ショップ 17.0%		飲食店(喫茶・ファストフード) 14.8%
神奈川区 n=(122)	100円ショップ 35.2%	書籍・文具 21.3%	パン・ベーカリー 18.9%	飲食店(喫茶・ファストフード) 16.4%	洋・和菓子 15.6%
金沢区 n=(79)	飲食店(喫茶・ファストフード) 24.1%	100円ショップ 21.5%	パン・ベーカリー / 鮮魚 20.3%		書籍・文具 17.7%
港南区 n=(71)	飲食店(食事) 15.5%	鮮魚 / 書籍・文具 12.7%		パン・ベーカリー 11.3%	医薬品・化粧品・ドラッグストア / 日用雑貨・身のまわり品 / 趣味・スポーツ用品 9.9%
港北区 n=(184)	パン・ベーカリー 22.8%	飲食店(喫茶・ファストフード) 20.1%	飲食店(食事) 19.6%	鮮魚 17.4%	100円ショップ 15.8%
栄区 n=(34)	飲食店(食事) 23.5%	パン・ベーカリー 17.6%	飲食店(喫茶・ファストフード) / 書籍・文具 / 医薬品・化粧品・ドラッグストア / 趣味・スポーツ用品 14.7%		
瀬谷区 n=(27)	飲食店(喫茶・ファストフード) 25.9%	病院・診療所 22.2%	飲食店(食事) / パン・ベーカリー / 鮮魚 18.5%		

[次ページに続く]

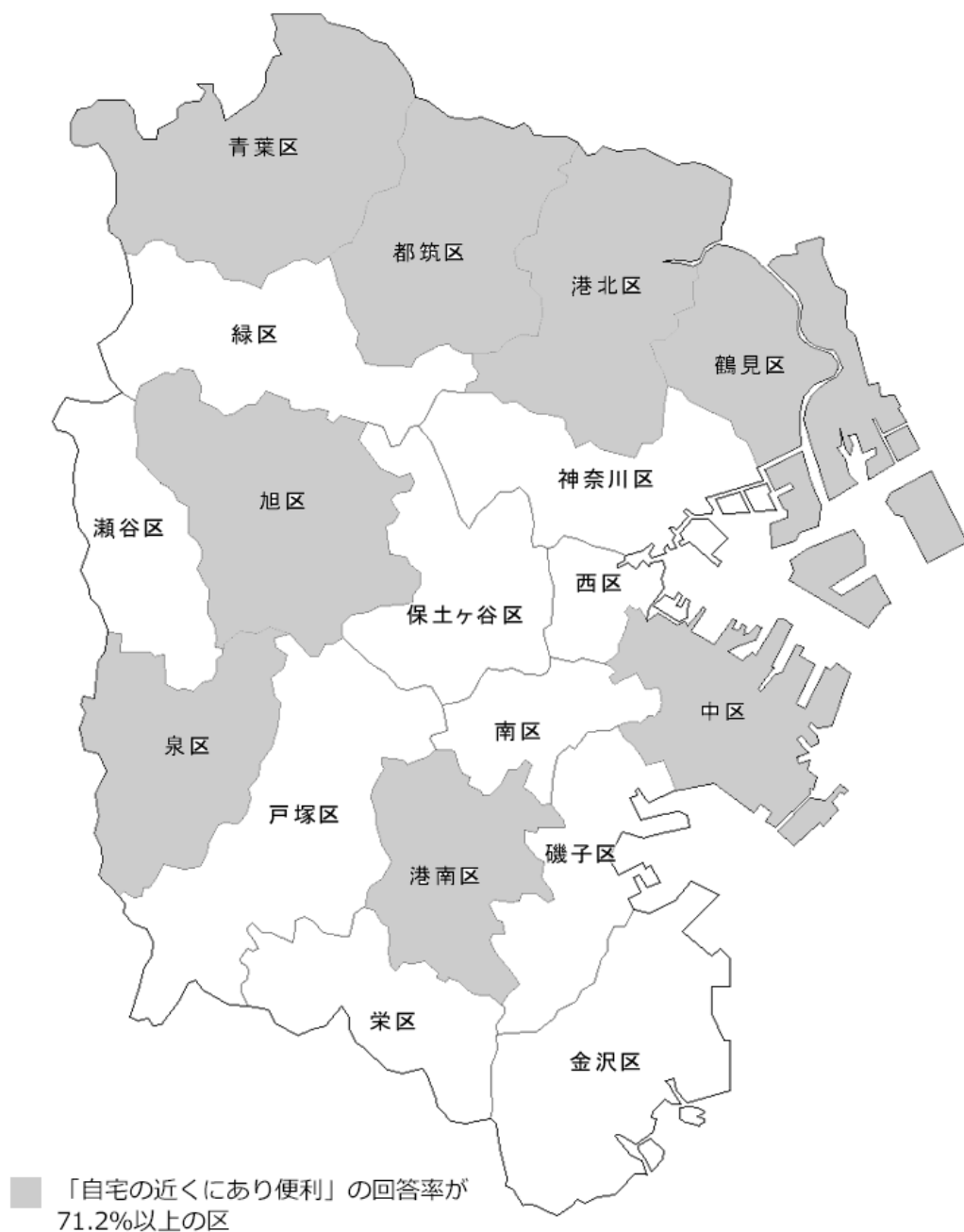
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(51)	鮮魚 23.5%	書籍・文具 21.6%	飲食店(喫茶・ファストフード) / パン・ベーカリー / 銀行等金融機関 17.6%		
鶴見区 n=(115)	100円ショップ 31.3%	パン・ベーカリー 27.0%	鮮魚 19.1%	洋・和菓子 17.4%	銀行等金融機関 14.8%
戸塚区 n=(61)	パン・ベーカリー 27.9%	書籍・文具 23.0%	100円ショップ 14.8%	鮮魚 / 惣菜・弁当 / 飲食店(食事) / 日用雑貨・身のまわり品 / 青果 / 家電製品・携帯電話 / その他 11.5%	
中区 n=(68)	書籍・文具 / 100円ショップ 23.5%		飲食店(喫茶・ファストフード) 16.2%	パン・ベーカリー / 食品スーパー 14.7%	
西区 n=(58)	パン・ベーカリー 22.4%	飲食店(喫茶・ファストフード) 20.7%	食品スーパー 15.5%	惣菜・弁当 13.8%	書籍・文具 12.1%
保土ヶ谷区 n=(105)	パン・ベーカリー 21.0%	書籍・文具 20.0%	飲食店(喫茶・ファストフード) 17.1%	精肉 16.2%	銀行等金融機関 15.2%
緑区 n=(59)	書籍・文具 23.7%	パン・ベーカリー / 飲食店(喫茶・ファストフード) / 飲食店(食事) / 洋・和菓子 22.0%			
南区 n=(106)	鮮魚 24.5%	飲食店(喫茶・ファストフード) 21.7%	書籍・文具 20.8%	精肉 16.0%	日用雑貨・身のまわり品 14.2%

※上位5位まで取得

問4 商店街を利用する主な理由は何ですか。

【居住区別】

居住区別にみると、全ての区で「自宅の近くにあり便利」が1位となっており、全体の「自宅の近くにあり便利」の回答率である71.2%を上回っている区が8区あった。また「価格が安い」(11区)、「品揃えがよい」(4区)が2位となっているが、泉区では「品質・鮮度がよい」が、瀬谷区では「駐車場/駐輪場がある」が、緑区では「店に信用がある」がそれぞれ2位となっている。



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(1,515)	自宅の近くにあり便利 71.2%	価格が安い 27.3%	品揃えがよい 16.4%	品質・鮮度がよい 14.6%	店に信用がある 10.0%
青葉区 n=(132)	自宅の近くにあり便利 80.3%	品揃えがよい 18.2%	駐車場/ 駐輪場がある 16.7%	価格が安い / 品質・鮮度がよい 10.6%	
旭区 n=(116)	自宅の近くにあり便利 72.4%	価格が安い 25.9%	駐車場/ 駐輪場がある 16.4%	品質・鮮度がよい 15.5%	品揃えがよい 14.7%
泉区 n=(32)	自宅の近くにあり便利 84.4%	品質・鮮度がよい 18.8%	価格が安い / 駐車場/ 駐輪場がある / 品揃えがよい 15.6%		
磯子区 n=(88)	自宅の近くにあり便利 70.5%	価格が安い 33.0%	使いやすい量で買える 12.5%	品揃えがよい / 昔から顔なじみである 10.2%	
神奈川区 n=(122)	自宅の近くにあり便利 69.7%	価格が安い 20.5%	品質・鮮度がよい / お店の人が親切である 13.1%		ここでしか手に入らない商品が購入できる 11.5%
金沢区 n=(79)	自宅の近くにあり便利 67.1%	価格が安い 24.1%	使いやすい量で買える 15.2%	品揃えがよい 13.9%	品質・鮮度がよい 12.7%
港南区 n=(71)	自宅の近くにあり便利 71.8%	品揃えがよい 25.4%	価格が安い 21.1%	駐車場/ 駐輪場がある 15.5%	品質・鮮度がよい 14.1%
港北区 n=(184)	自宅の近くにあり便利 73.9%	価格が安い 19.6%	品揃えがよい 15.8%	使いやすい量で買える 13.0%	品質・鮮度がよい 12.5%
栄区 n=(34)	自宅の近くにあり便利 67.6%	価格が安い 67.6%	品質・鮮度がよい 26.5%	品揃えがよい 23.5%	ここでしか手に入らない商品が購入できる 8.8%
瀬谷区 n=(27)	自宅の近くにあり便利 70.4%	駐車場/ 駐輪場がある 22.2%	使いやすい量で買える / 昔から顔なじみである 14.8%		価格が安い 11.1%

[次ページに続く]

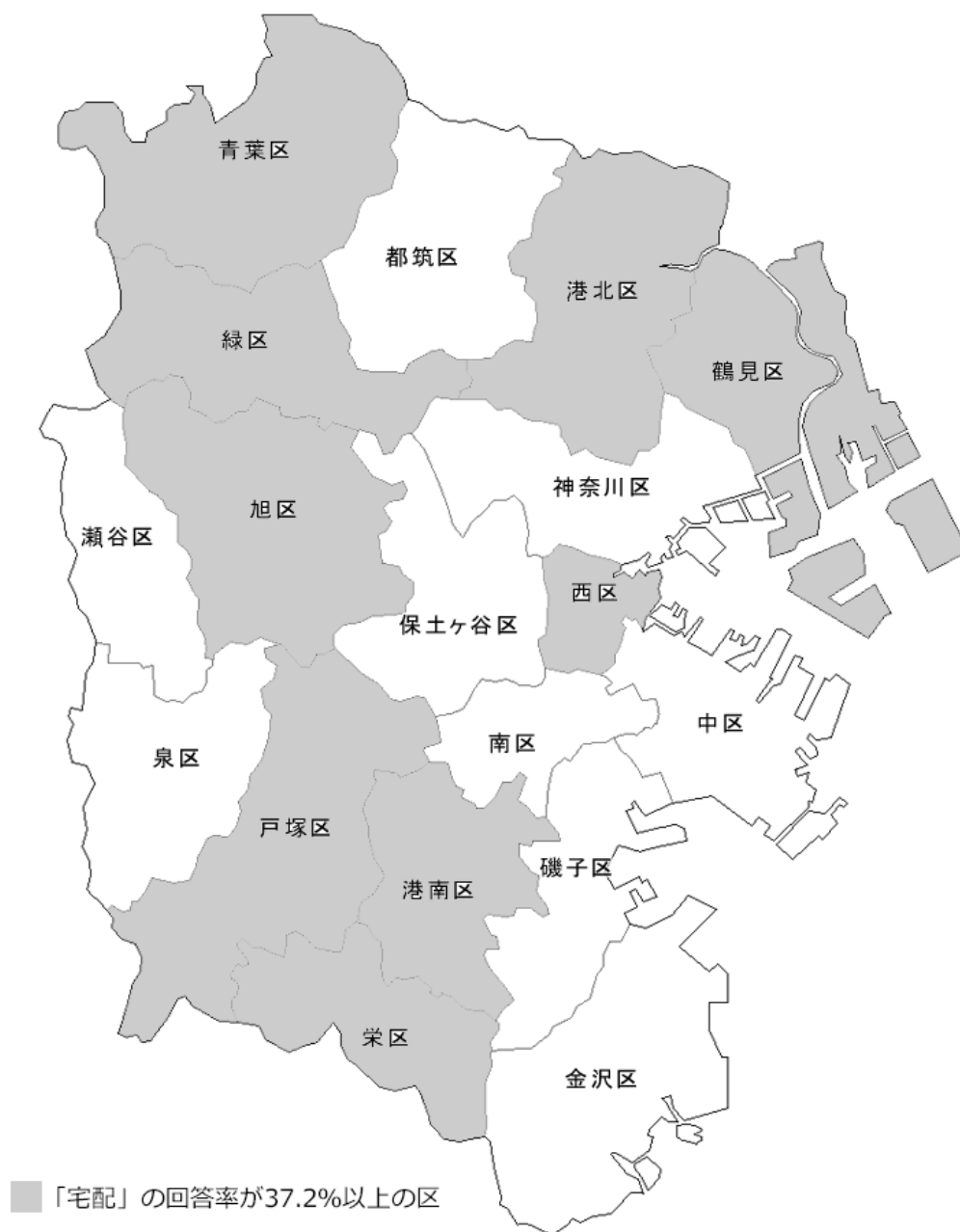
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(51)	自宅の近くにあり便利 80.4%	品揃えがよい 31.4%	駐車場/ 駐輪場がある / 価格が安い 19.6%	品質・鮮度がよい 11.8%	
鶴見区 n=(115)	自宅の近くにあり便利 73.0%	価格が安い 40.0%	品揃えがよい 14.8%	品質・鮮度がよい 13.9%	特売がある 13.0%
戸塚区 n=(61)	自宅の近くにあり便利 67.2%	価格が安い 31.1%	品揃えがよい 23.0%	駐車場/ 駐輪場がある 18.0%	品質・鮮度がよい 16.4%
中区 n=(68)	自宅の近くにあり便利 77.9%	品揃えがよい 29.4%	品質・鮮度がよい 25.0%	価格が安い 19.1%	店に信用がある 14.7%
西区 n=(58)	自宅の近くにあり便利 65.5%	価格が安い 43.1%	品質・鮮度がよい 22.4%	使いやすい量で買える 13.8%	品揃えがよい 12.1%
保土ヶ谷区 n=(105)	自宅の近くにあり便利 64.8%	価格が安い 41.0%	品質・鮮度がよい 21.9%	品揃えがよい 15.2%	特売がある 11.4%
緑区 n=(59)	自宅の近くにあり便利 67.8%	店に信用がある 22.0%	品揃えがよい 18.6%	品質・鮮度がよい / チラシが入る 15.3%	
南区 n=(106)	自宅の近くにあり便利 59.4%	価格が安い 45.3%	特売がある 15.1%	品揃えがよい 12.3%	昔から顔なじみである 11.3%

※上位5位まで取得

問 14 商店街にあつたら利用したいサービスは何ですか。

【居住区別】

全ての居住区で「宅配」・「特にない」が1位、2位を占めており、全体の「宅配」の回答率である37.2%を上回る区が9区あった。また、都筑区を除く居住区では「低運賃バスの運行」が、都筑区では「子どもを遊ばせることのできる場所」がそれぞれ3位に入っている。



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	宅配 37.2%	特にない 35.2%	低運賃バスの運行 16.3%	出張販売 11.5%	子どもを遊ばせることのできる場所 11.3%
青葉区 n=(449)	宅配 38.3%	特にない 33.6%	低運賃バスの運行 18.3%	子どもを遊ばせることのできる場所 12.7%	地域の交流施設 12.5%
旭区 n=(375)	宅配 40.0%	特にない 35.7%	低運賃バスの運行 14.1%	子どもを遊ばせることのできる場所 / 出張販売 10.4%	
泉区 n=(209)	宅配 35.9%	特にない 35.4%	低運賃バスの運行 17.2%	地域の交流施設 16.3%	出張販売 10.5%
磯子区 n=(268)	特にない 40.7%	宅配 34.7%	低運賃バスの運行 16.4%	出張販売 10.8%	子どもを遊ばせることのできる場所 9.3%
神奈川区 n=(385)	特にない 37.9%	宅配 34.5%	低運賃バスの運行 14.0%	子どもを遊ばせることのできる場所 12.2%	出張販売 11.9%
金沢区 n=(318)	特にない 38.4%	宅配 33.0%	低運賃バスの運行 17.3%	高齢者の見守り(定期訪問) 12.3%	地域の交流施設 11.6%
港南区 n=(339)	宅配 40.4%	特にない 33.9%	低運賃バスの運行 15.3%	高齢者の見守り(定期訪問) 14.2%	出張販売 13.6%
港北区 n=(541)	宅配 39.0%	特にない 32.2%	低運賃バスの運行 16.8%	地域の交流施設 / 子どもを遊ばせることのできる場所 11.6%	
栄区 n=(155)	宅配 43.2%	特にない 30.3%	低運賃バスの運行 20.6%	出張販売 15.5%	地域の交流施設 10.3%
瀬谷区 n=(175)	宅配 36.0%	特にない 32.0%	低運賃バスの運行 20.0%	出張販売 16.0%	地域の交流施設 13.1%

[次ページに続く]

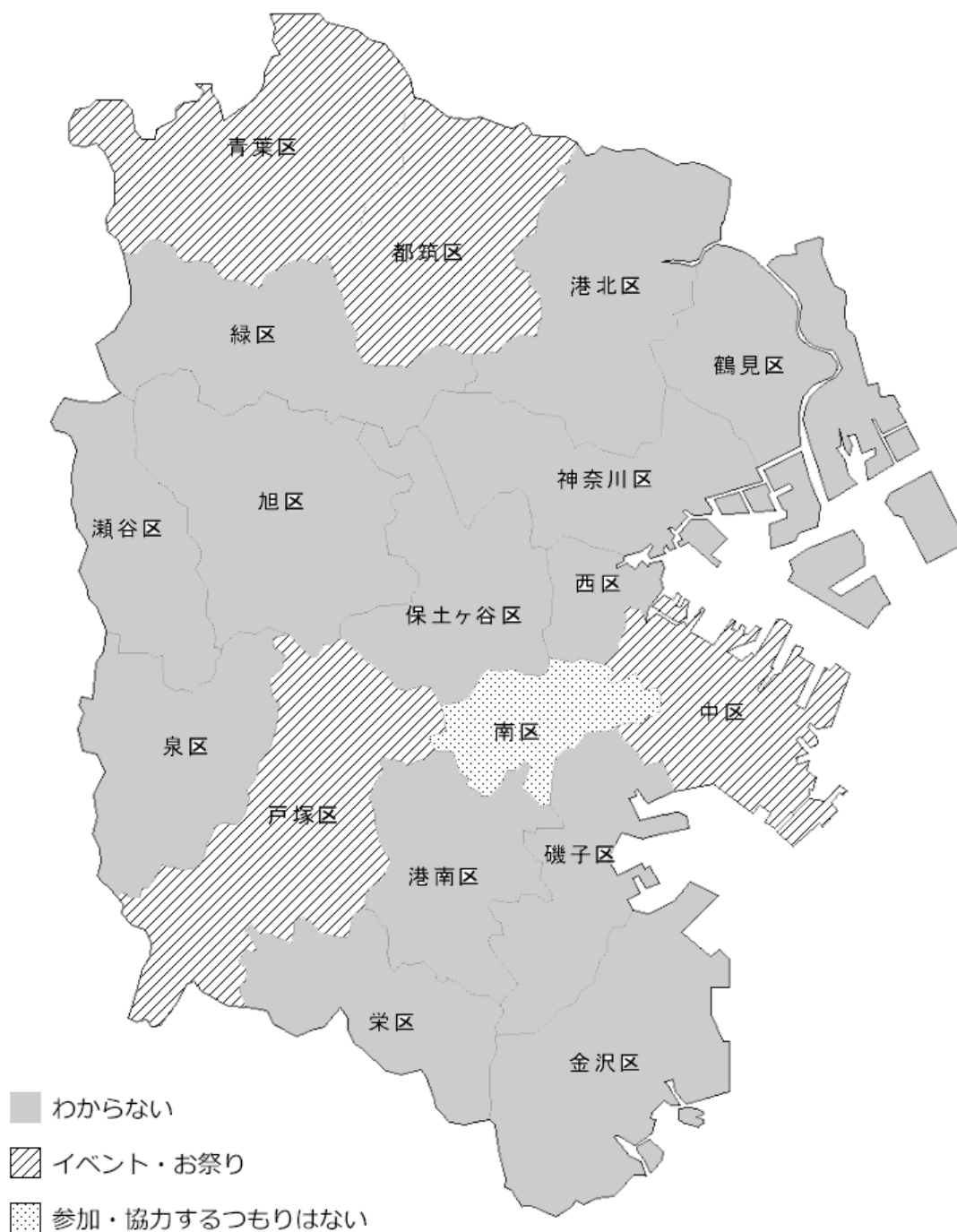
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(334)	特にない 35.6%	宅配 34.7%	子どもを遊ばせることのできる場所 15.9%	低運賃バスの運行 15.6%	地域の交流施設 14.4%
鶴見区 n=(398)	宅配 37.2%	特にない 33.9%	低運賃バスの運行 15.1%	出張販売 13.1%	子どもを遊ばせることのできる場所 12.3%
戸塚区 n=(448)	宅配 39.3%	特にない 32.4%	低運賃バスの運行 18.3%	子どもを遊ばせることのできる場所 12.7%	出張販売 10.9%
中区 n=(206)	特にない 37.4%	宅配 31.6%	低運賃バスの運行 15.0%	子どもを遊ばせることのできる場所 11.7%	出張販売 / 地域の交流施設 7.3%
西区 n=(152)	宅配 42.1	特にない 32.2	低運賃バスの運行 17.8	出張販売 14.5	子どもを遊ばせることのできる場所 10.5
保土ヶ谷区 n=(309)	特にない 37.5%	宅配 35.3%	低運賃バスの運行 17.2%	出張販売 12.6%	地域の交流施設 9.1%
緑区 n=(241)	宅配 38.2%	特にない 32.4%	低運賃バスの運行 16.2%	子どもを遊ばせることのできる場所 13.3%	出張販売 11.2%
南区 n=(304)	特にない 42.4%	宅配 35.5%	低運賃バスの運行 12.2%	出張販売 10.5%	子どもを遊ばせることのできる場所 9.9%

※上位5位まで取得

問 16 商店街の活動で、スタッフ・ボランティアとして参加・協力してもよいと思うものは何ですか。

【居住区別】

居住区別にみると、多くの区で「イベント・お祭り」(5区)、「わからない」(13区)が1位(緑区は「イベント・お祭り」と「わからない」が同率)となっているが、南区では「参加・協力するつもりはない」が1位となっている。



※1 居住区別 1 位を色分けしている。

※2 同率 1 位の場合は、全体の順位の高い選択肢と同じ項目の色としている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	わからない 27.7%	イベント・お祭り 25.4%	参加・協力するつもりはない 23.0%	登下校見守り 12.7%	子育て世代支援 11.5%
青葉区 n=(449)	イベント・お祭り 29.8%	わからない 25.8%	参加・協力するつもりはない 20.9%	登下校見守り 14.3%	子育て世代支援 13.1%
旭区 n=(375)	わからない 29.3%	イベント・お祭り 24.5%	参加・協力するつもりはない 20.8%	子育て世代支援 13.1%	登下校見守り 12.8%
泉区 n=(209)	わからない 26.8%	イベント・お祭り 23.9%	参加・協力するつもりはない 21.5%	登下校見守り 15.8%	高齢者支援 13.9%
磯子区 n=(268)	わからない 27.6%	参加・協力するつもりはない 27.2%	イベント・お祭り 22.4%	登下校見守り 13.1%	高齢者支援 9.7%
神奈川区 n=(385)	わからない 29.9%	参加・協力するつもりはない 26.5%	イベント・お祭り 25.5%	子育て世代支援 11.9%	登下校見守り 8.6%
金沢区 n=(318)	わからない 28.3%	参加・協力するつもりはない 23.6%	イベント・お祭り 22.6%	子育て世代支援 12.6%	高齢者支援 11.6%
港南区 n=(339)	わからない 27.7%	イベント・お祭り 25.1%	参加・協力するつもりはない 22.7%	登下校見守り 15.6%	高齢者支援 14.5%
港北区 n=(541)	わからない 29.8%	イベント・お祭り 27.2%	参加・協力するつもりはない 22.2%	登下校見守り 14.0%	子育て世代支援 11.8%
栄区 n=(155)	わからない 29.7%	イベント・お祭り 23.2%	参加・協力するつもりはない 20.6%	子育て世代支援 13.5%	登下校見守り 12.3%
瀬谷区 n=(175)	わからない 31.4%	イベント・お祭り 23.4%	高齢者支援 13.7%	参加・協力するつもりはない / 子育て世代支援	13.1%

[次ページに続く]

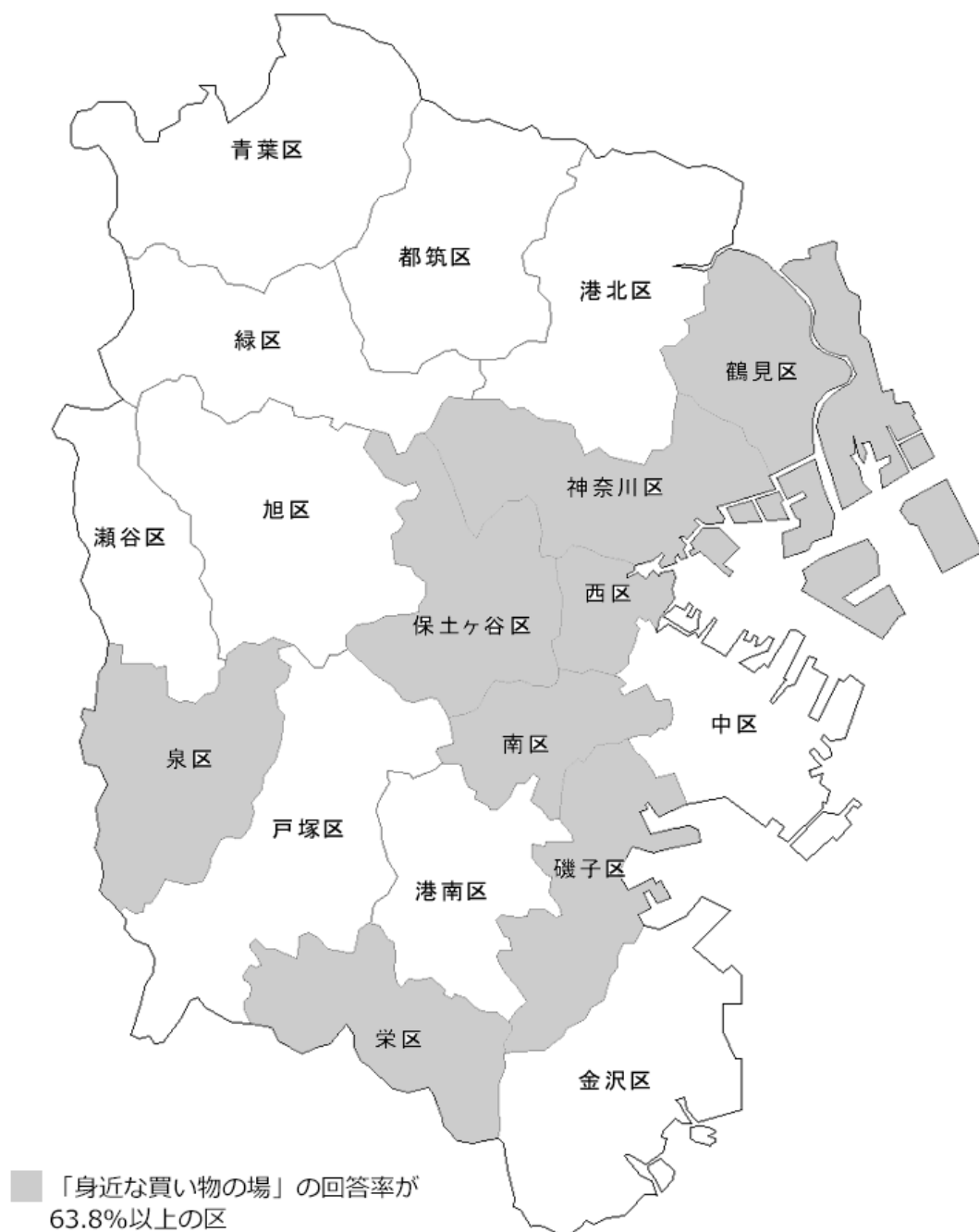
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(334)	イベント・お祭り 28.4%	わからない 27.2%	参加・協力するつもりはない 22.2%	登下校見守り 15.3%	高齢者支援 14.7%
鶴見区 n=(398)	わからない 26.6%	参加・協力するつもりはない 26.4%	イベント・お祭り 23.9%	登下校見守り 15.3%	高齢者支援 11.6%
戸塚区 n=(448)	イベント・お祭り 28.6%	わからない 23.4%	参加・協力するつもりはない 23.2%	登下校見守り 13.2%	子育て世代支援 11.2%
中区 n=(206)	イベント・お祭り 25.2%	わからない 24.8%	参加・協力するつもりはない 24.3%	高齢者支援 12.6%	登下校見守り 12.1%
西区 n=(152)	わからない 34.2%	イベント・お祭り 23.0%	参加・協力するつもりはない 18.4%	登下校見守り 12.5%	子育て世代支援 11.2%
保土ヶ谷区 n=(309)	わからない 27.2%	参加・協力するつもりはない 25.2%	イベント・お祭り 24.3%	高齢者支援 11.3%	登下校見守り 10.7%
緑区 n=(241)	わからない / イベント・お祭り 27.4%		参加・協力するつもりはない 18.7%	登下校見守り 13.7%	子育て世代支援 11.2%
南区 n=(304)	参加・協力するつもりはない 29.3%	わからない 28.0%	イベント・お祭り 20.4%	高齢者支援 7.6%	夜間パトロール / 子育て世代支援 6.6%

※上位5位まで取得

問 18-1 これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。

【居住区別】

居住区別にみると、全ての区で「身近な買い物の場」が1位となっており、全体の「身近な買い物の場」の回答率である63.8%を上回る区が8区あった。次いで「訪れて楽しめる場」(13区)、「暮らしやすい街づくりを進める一員」(5区)が2位となっている。



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	身近な買い物の場 63.8%	訪れて楽しめる場 34.8%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.9%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.7%	地域住民が気軽に交流できる場 24.2%
青葉区 n=(449)	身近な買い物の場 63.3%	訪れて楽しめる場 36.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.8%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 26.5%
旭区 n=(375)	身近な買い物の場 61.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.8%	訪れて楽しめる場 32.3%	地域住民が気軽に交流できる場 27.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 23.2%
泉区 n=(209)	身近な買い物の場 65.1%	訪れて楽しめる場 36.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.5%	地域住民が気軽に交流できる場 27.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 24.9%
磯子区 n=(268)	身近な買い物の場 71.6%	訪れて楽しめる場 36.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 25.7%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 18.3%
神奈川区 n=(385)	身近な買い物の場 67.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 32.7%	訪れて楽しめる場 31.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.7%	地域住民が気軽に交流できる場 24.4%
金沢区 n=(318)	身近な買い物の場 58.8%	訪れて楽しめる場 32.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.3%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 25.5%

[次ページに続く]

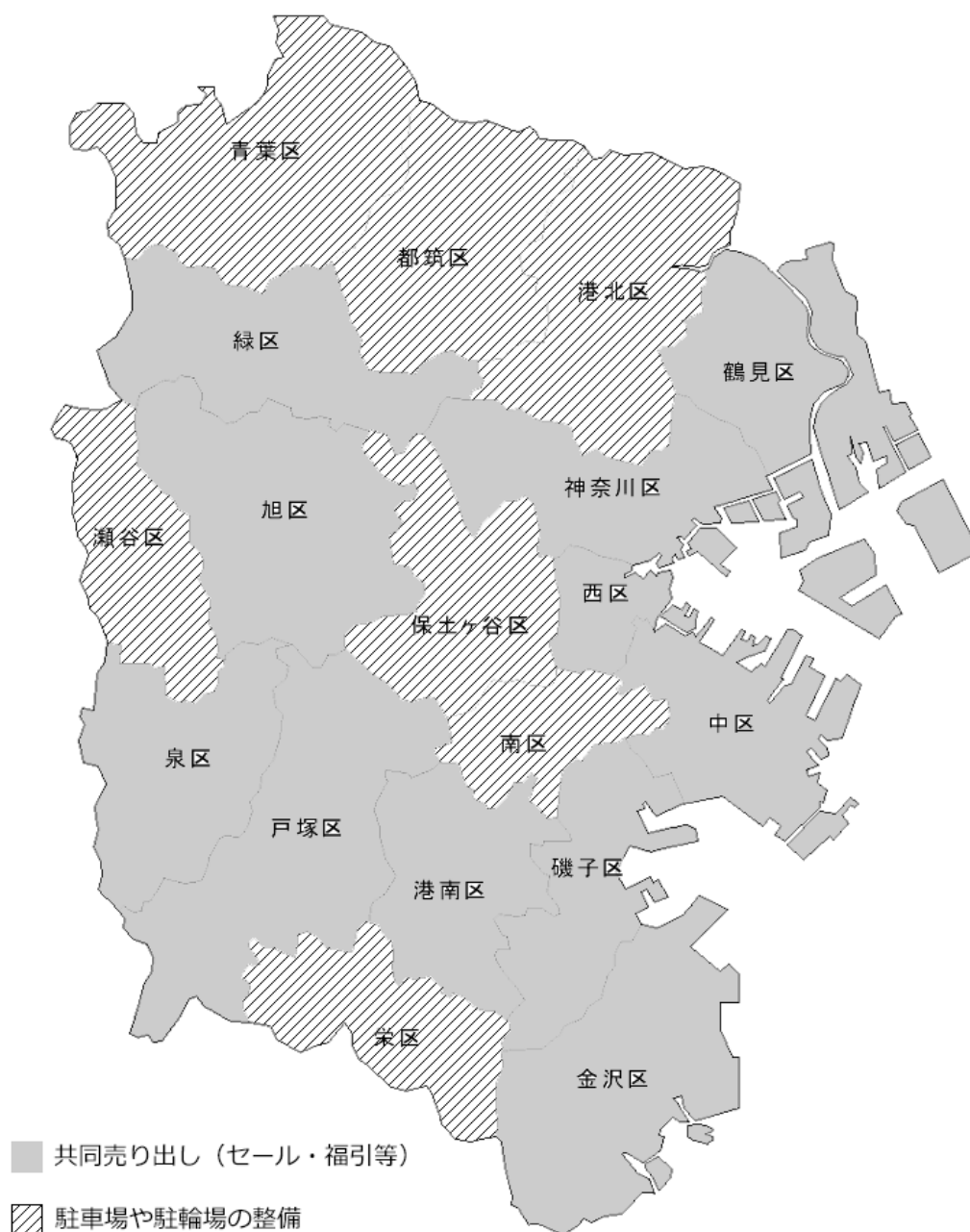
	1位	2位	3位	4位	5位
港南区 n=(339)	身近な買い物の場 62.2%	訪れて楽しめる場 34.8%	地域住民が気軽に交流できる場 29.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.4%
港北区 n=(541)	身近な買い物の場 62.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 37.3%	訪れて楽しめる場 31.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 29.2%	地域住民が気軽に交流できる場 22.4%
栄区 n=(155)	身近な買い物の場 66.5%	訪れて楽しめる場 33.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 27.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.5%	地域住民が気軽に交流できる場 23.2%
瀬谷区 n=(175)	身近な買い物の場 61.7%	訪れて楽しめる場 36.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.4%	暮らしやすい街づくりを進める一員 25.1%	防災・防犯活動を進める一員 24.6%
都筑区 n=(334)	身近な買い物の場 60.8%	訪れて楽しめる場 36.8%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 32.0%	地域住民が気軽に交流できる場 31.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 27.5%
鶴見区 n=(398)	身近な買い物の場 69.8%	訪れて楽しめる場 31.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.1%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 25.4%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 23.4%
戸塚区 n=(448)	身近な買い物の場 62.7%	訪れて楽しめる場 39.1%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.6%	地域住民が気軽に交流できる場 23.9%
中区 n=(206)	身近な買い物の場 59.7%	訪れて楽しめる場 39.3%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.6%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 / 地域住民が気軽に交流できる場 24.3%	
西区 n=(152)	身近な買い物の場 69.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 37.5%	訪れて楽しめる場 34.9%	地域住民が気軽に交流できる場 24.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 22.4%
保土ヶ谷区 n=(309)	身近な買い物の場 64.4%	訪れて楽しめる場 33.0%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.5%	地域住民が気軽に交流できる場 20.4%
緑区 n=(241)	身近な買い物の場 60.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.7%	訪れて楽しめる場 34.9%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 25.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 24.9%
南区 n=(304)	身近な買い物の場 64.5%	訪れて楽しめる場 40.5%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 26.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 25.3%	地域住民が気軽に交流できる場 19.4%

※上位5位まで取得

問 18-2 よく利用する商店街や近くの商店街に取り組んで欲しい、もっと充実して欲しい事業はありますか。

【居住区別】

居住区別にみると、「共同売り出し」が1位の区が11区あり、「駐車場や駐輪場の整備」が1位の区が7区ある。



※居住区別1位を色分けしている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	共同売り出し(セール・福引等) 25.0%	駐車場や駐輪場の整備 23.7%	特色ある個店づくり 18.8%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 / お祭り・縁日	18.6%
青葉区 n=(449)	駐車場や駐輪場の整備 28.1%	共同売り出し(セール・福引等) 22.9%	お祭り・縁日 20.7%	特色ある個店づくり 18.3%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 16.3%
旭区 n=(375)	共同売り出し(セール・福引等) 28.3%	駐車場や駐輪場の整備 23.5%	特色ある個店づくり 20.5%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 20.3%	キャッシュレス決済の推進 14.9%
泉区 n=(209)	共同売り出し(セール・福引等) 25.4%	駐車場や駐輪場の整備 23.4%	キャッシュレス決済の推進 / お祭り・縁日 17.7%	特色ある個店づくり	16.3%
磯子区 n=(268)	共同売り出し(セール・福引等) 25.4%	駐車場や駐輪場の整備 21.3%	特色ある個店づくり 20.5%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 18.3%	お祭り・縁日 17.9%
神奈川区 n=(385)	共同売り出し(セール・福引等) 22.1%	特色ある個店づくり 21.6%	キャッシュレス決済の推進 20.3%	駐車場や駐輪場の整備 19.2%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.0%
金沢区 n=(318)	共同売り出し(セール・福引等) 28.6%	駐車場や駐輪場の整備 22.3%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 / お祭り・縁日 20.4%	特色ある個店づくり	18.2%
港南区 n=(339)	共同売り出し(セール・福引等) 29.5%	駐車場や駐輪場の整備 24.2%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 21.5%	キャッシュレス決済の推進 19.8%	お祭り・縁日 17.1%
港北区 n=(541)	駐車場や駐輪場の整備 24.4%	共同売り出し(セール・福引等) 22.9%	特色ある個店づくり 20.7%	キャッシュレス決済の推進 18.9%	お祭り・縁日 16.8%
栄区 n=(155)	駐車場や駐輪場の整備 25.2%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 24.5%	共同売り出し(セール・福引等) / キャッシュレス決済の推進 19.4%	お祭り・縁日	16.8%
瀬谷区 n=(175)	駐車場や駐輪場の整備 22.3%	共同売り出し(セール・福引等) 21.7%	特色ある個店づくり 21.1%	お祭り・縁日 17.7%	子育てや高齢者等の生活サポート 16.0%

[次ページに続く]

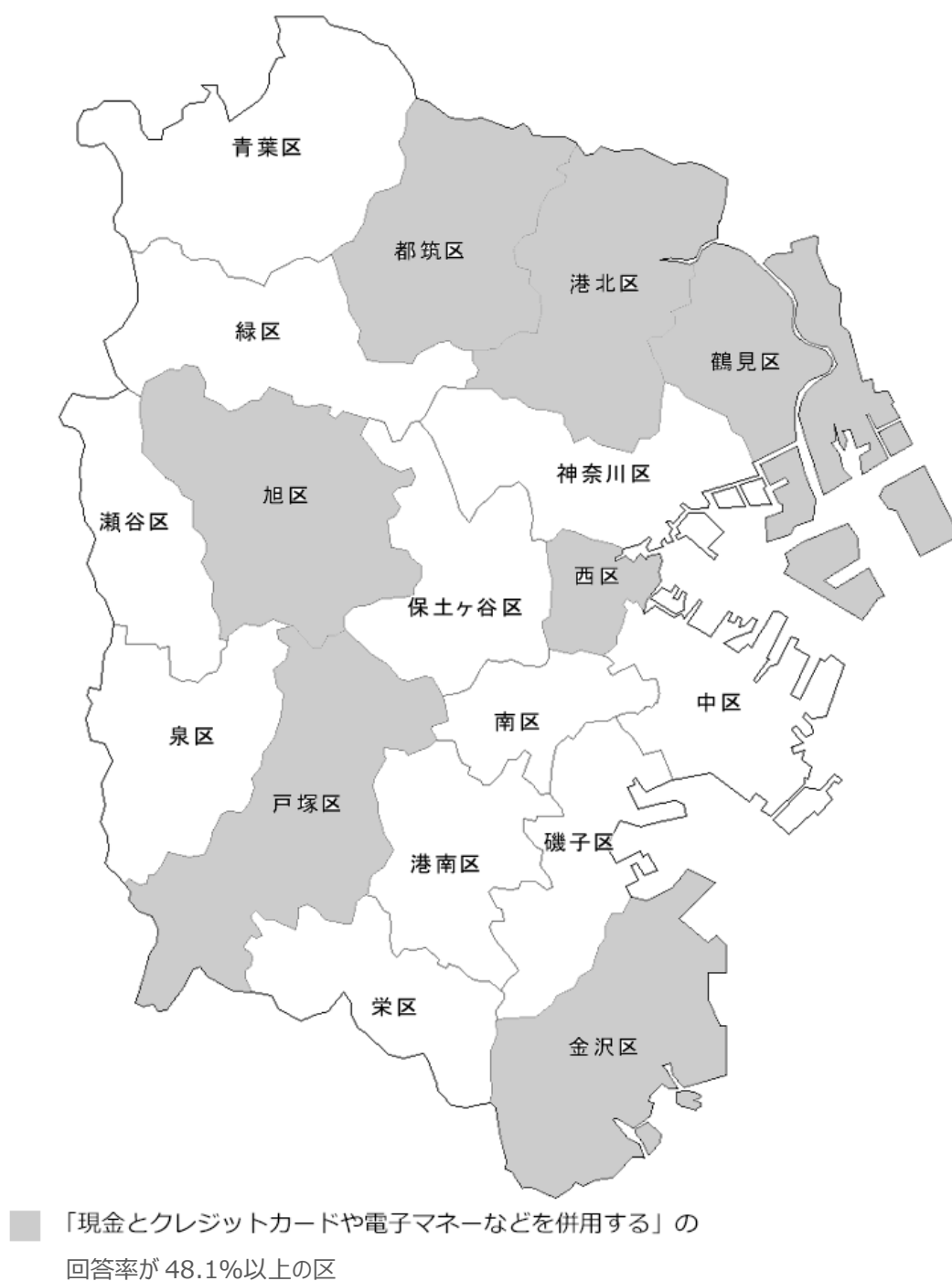
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(334)	駐車場や駐輪場の整備 24.6%	お祭り・縁日 22.8%	共同売り出し(セール・福引等) 20.7%	特色ある個店づくり 18.3%	キャッシュレス決済の推進 18.0%
鶴見区 n=(398)	共同売り出し(セール・福引等) 25.9%	駐車場や駐輪場の整備 22.6%	キャッシュレス決済の推進 21.1%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 18.6%	お祭り・縁日 18.3%
戸塚区 n=(448)	共同売り出し(セール・福引等) 27.7%	駐車場や駐輪場の整備 26.1%	お祭り・縁日 19.6%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.4%	キャッシュレス決済の推進 16.3%
中区 n=(206)	共同売り出し(セール・福引等) 21.8%	キャッシュレス決済の推進 20.9%	駐車場や駐輪場の整備 19.9%	特色ある個店づくり 18.9%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 17.5%
西区 n=(152)	共同売り出し(セール・福引等) 28.3%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 22.4%	特色ある個店づくり 19.7%	キャッシュレス決済の推進 / デリバリーサービスの充実 18.4%	
保土ヶ谷区 n=(309)	駐車場や駐輪場の整備 25.9%	共同売り出し(セール・福引等) 25.6%	特色ある個店づくり 21.4%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 21.0%	お祭り・縁日 19.4%
緑区 n=(241)	共同売り出し(セール・福引等) 26.6%	駐車場や駐輪場の整備 23.7%	お祭り・縁日 22.4%	特色ある個店づくり / 新型コロナウイルス感染症の衛生対策 19.1%	
南区 n=(304)	駐車場や駐輪場の整備 28.3%	共同売り出し(セール・福引等) 26.3%	新型コロナウイルス感染症の衛生対策 22.7%	お祭り・縁日 19.4%	特色ある個店づくり 19.1%

※上位5位まで取得

問8 日常生活の買い物における主な支払方法は何ですか。

【居住区別】

全ての居住区で「現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する」が1位となっており、全体の「現金のクレジットカードや電子マネーなどを併用する」の回答率である48.1%を上回る区は7区あった。次いで青葉区を除く居住区では「現金だけ」・「クレジットカード」が、青葉区では「クレジットカード」・「現金だけ」がそれぞれ2位、3位となっている。



	1位	2位	3位	4位
全体 n=(5,631)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 48.1%	現金だけ 28.9%	クレジットカード 16.2%	電子マネー 5.3%
青葉区 n=(449)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 44.8%	クレジットカード 29.2%	現金だけ 20.7%	電子マネー 3.3%
旭区 n=(375)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 48.3%	現金だけ 32.5%	クレジットカード 14.7%	電子マネー 3.5%
泉区 n=(209)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 45.9%	現金だけ 30.6%	クレジットカード 16.7%	電子マネー 4.8%
磯子区 n=(268)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 44.0%	現金だけ 30.2%	クレジットカード 17.5%	電子マネー 7.1%
神奈川区 n=(385)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 47.5%	現金だけ 33.0%	クレジットカード 11.2%	電子マネー 7.3%
金沢区 n=(318)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 53.1%	現金だけ 26.1%	クレジットカード 15.4%	電子マネー 4.7%

[次ページに続く]

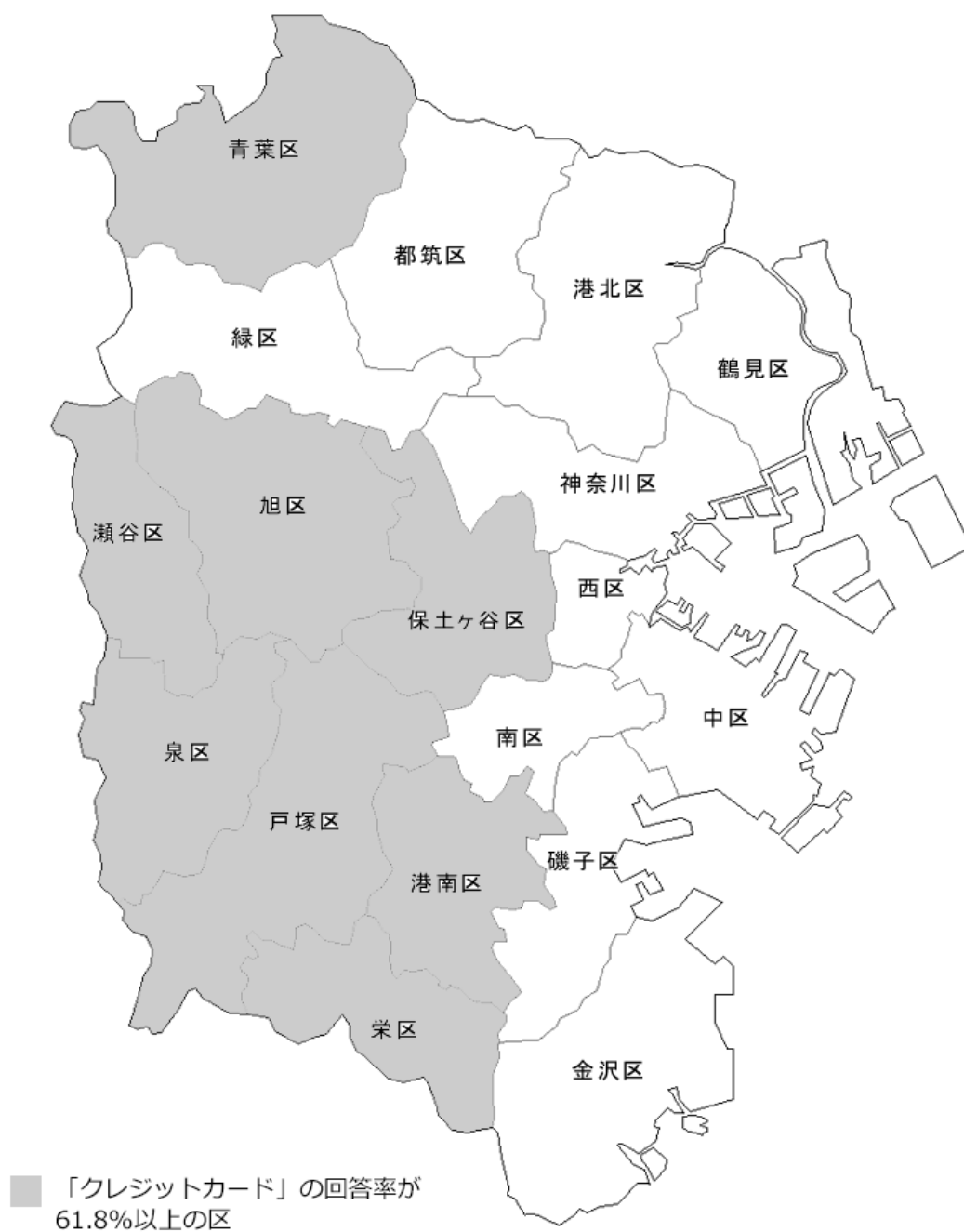
	1位	2位	3位	4位
港南区 n=(339)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 47.8%	現金だけ 31.0%	クレジットカード 12.7%	電子マネー 6.2%
港北区 n=(541)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 51.4%	現金だけ 23.3%	クレジットカード 17.4%	電子マネー 6.8%
栄区 n=(155)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 47.1%	現金だけ 32.9%	クレジットカード 14.8%	電子マネー 3.2%
瀬谷区 n=(175)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 46.9%	現金だけ 35.4%	クレジットカード 14.3%	電子マネー 2.9%
都筑区 n=(334)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 52.7%	現金だけ 24.0%	クレジットカード 15.6%	電子マネー 6.0%
鶴見区 n=(398)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 48.5%	現金だけ 30.2%	クレジットカード 14.1%	電子マネー 6.0%
戸塚区 n=(448)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 52.0%	現金だけ 26.1%	クレジットカード 18.3%	電子マネー 2.5%
中区 n=(206)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 45.1%	現金だけ 25.2%	クレジットカード 18.4%	電子マネー 10.2%
西区 n=(152)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 50.0%	現金だけ 27.6%	クレジットカード 13.2%	電子マネー 6.6%
保土ヶ谷区 n=(309)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 46.3%	現金だけ 31.1%	クレジットカード 14.2%	電子マネー 5.8%
緑区 n=(241)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 44.0%	現金だけ 36.1%	クレジットカード 12.9%	電子マネー 5.8%
南区 n=(304)	現金とクレジットカードや電子マネーなどを併用する 45.7%	現金だけ 36.5%	クレジットカード 12.5%	電子マネー 3.3%

※上位4位まで取得

問9 よく使うキャッシュレス決済手段は何ですか。

【居住区別】

全ての居住区で「クレジットカード」が1位となっており、全体の「クレジットカード」の回答率である61.8%を上回る区が8区あった。次いで「電子マネー（交通系）」(11区)、「QRコード決済」(5区)、「電子マネー（交通系以外）」(4区)が2位（栄区は「電子マネー（交通系）」と「電子マネー（交通系以外）」が同率、西区は「電子マネー（交通系）」と「QRコード決済」が同率）となっている。



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(3,919)	クレジットカード 61.8%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 11.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.2%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 10.3%	デビットカード 1.4%
青葉区 n=(347)	クレジットカード 77.8%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 8.1%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 5.5%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 3.5%	デビットカード 1.2%
旭区 n=(249)	クレジットカード 67.5%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 10.0%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 8.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 6.8%	デビットカード 1.6%
泉区 n=(141)	クレジットカード 64.5%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 13.5%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 12.1%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 6.4%	デビットカード 2.1%
磯子区 n=(184)	クレジットカード 60.9%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 13.0%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) / 電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 10.9%		デビットカード 1.1%
神奈川区 n=(254)	クレジットカード 49.2%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 17.3%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 14.6%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 13.0%	デビットカード / その他 1.6%
金沢区 n=(233)	クレジットカード 60.9%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 18.9%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) / QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.0%		デビットカード / その他 0.4%
港南区 n=(226)	クレジットカード 62.4%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 13.3%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 10.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.3%	デビットカード 1.3%
港北区 n=(409)	クレジットカード 58.2%	電子マネー(交通系: Suica、PASMOなど) 14.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 11.5%	電子マネー(交通系以外: WAON、nanacoなど) 10.5%	デビットカード 1.7%

[次ページに続く]

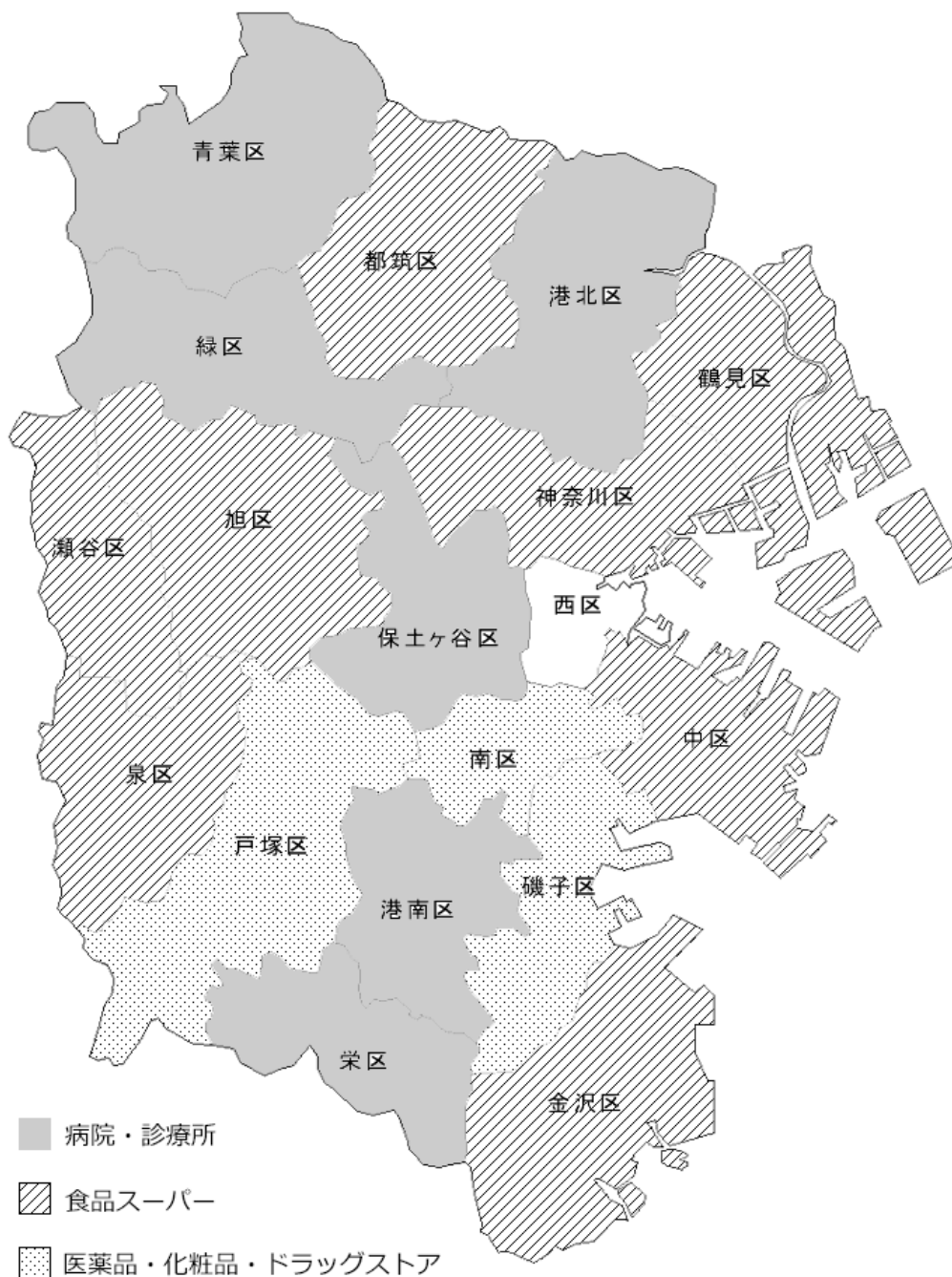
	1位	2位	3位	4位	5位
栄区 n=(101)	クレジットカード 68.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) / 電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 8.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.9%	その他 2.0%
瀬谷区 n=(112)	クレジットカード 62.5%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 17.0%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 8.0%	その他 1.8%
都筑区 n=(248)	クレジットカード 60.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 17.7%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 9.7%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 8.1%	デビットカード 1.6%
鶴見区 n=(273)	クレジットカード 57.1%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 14.7%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 12.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 10.3%	デビットカード / その他 0.7%
戸塚区 n=(326)	クレジットカード 69.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 10.4%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 10.1%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 7.4%	デビットカード 0.6%
中区 n=(152)	クレジットカード 53.3%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 16.4%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 13.8%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 7.9%	デビットカード 3.9%
西区 n=(106)	クレジットカード 52.8%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) / QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 15.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 15.1%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 12.3%	その他 0.9%
保土ヶ谷区 n=(205)	クレジットカード 62.0%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 15.1%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 9.8%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.3%	デビットカード 1.0%
緑区 n=(151)	クレジットカード 60.9%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 14.6%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) / 電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.3%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 9.3%	デビットカード / その他 1.3%
南区 n=(187)	クレジットカード 53.5%	電子マネー(交通系:Suica、PASMOなど) 16.6%	QRコード決済(楽天Pay、PayPayなど) 13.9%	電子マネー(交通系以外:WAON、nanacoなど) 8.0%	デビットカード 3.7%

※上位5位まで取得

問 10 どのような店舗でキャッシュレス決済が使えるとよいと思いますか。

【居住区別】

多くの居住区で「病院・診療所」(6区)、「食品スーパー」(9区)、「医薬品・化粧品・ドラッグストア」(3区)が1位（磯子区は「食品スーパー」と「医薬品・化粧品・ドラッグストア」が同率）となっているが、西区では「パン・ベーカリー」が1位となっている。



※1 1位の選択肢が3区以上ある区を色分けしている。

※2 同率1位の場合は、全体の順位の高い選択肢と同じ項目の色としている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(3,919)	病院・診療所 53.3%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 53.0%	食品スーパー 52.7%	コンビニ 48.6%	飲食店(食事) 47.8%
青葉区 n=(347)	病院・診療所 55.6%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 54.8%	食品スーパー 52.2%	パン・ベーカリー 48.4%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 47.8%
旭区 n=(249)	食品スーパー 54.6%	病院・診療所 52.6%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 52.2%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 46.2%	コンビニ 45.4%
泉区 n=(141)	食品スーパー 59.6%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 58.9%	病院・診療所 54.6%	飲食店(食事) 51.8%	コンビニ 49.6%
磯子区 n=(184)	食品スーパー / 医薬品・化粧品・ドラ ッグストア 46.7%		コンビニ 45.1%	病院・診療所 / 飲食店(食事)	43.5%
神奈川区 n=(254)	食品スーパー 57.5%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 57.1%	コンビニ 53.9%	病院・診療所 53.5%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 52.0%
金沢区 n=(233)	食品スーパー 51.5%	医薬品・化粧品・ドラッグストア / 病 院・診療所 49.4%	コンビニ 44.6%	飲食店(食事) 43.8%	
港南区 n=(226)	病院・診療所 55.3%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 49.6%	飲食店(食事) 48.2%	食品スーパー 47.3%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 46.5%
港北区 n=(409)	病院・診療所 53.3%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 50.6%	食品スーパー 49.9%	パン・ベーカリー 48.7%	コンビニ 47.7%
栄区 n=(101)	病院・診療所 55.4%	食品スーパー 54.5%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 53.5%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 52.5%	飲食店(食事) 51.5%
瀬谷区 n=(112)	食品スーパー 56.3%	病院・診療所 / 医薬品・化粧品・ドラ ッグストア 53.6%	飲食店(食事) / コンビニ		47.3%

[次ページに続く]

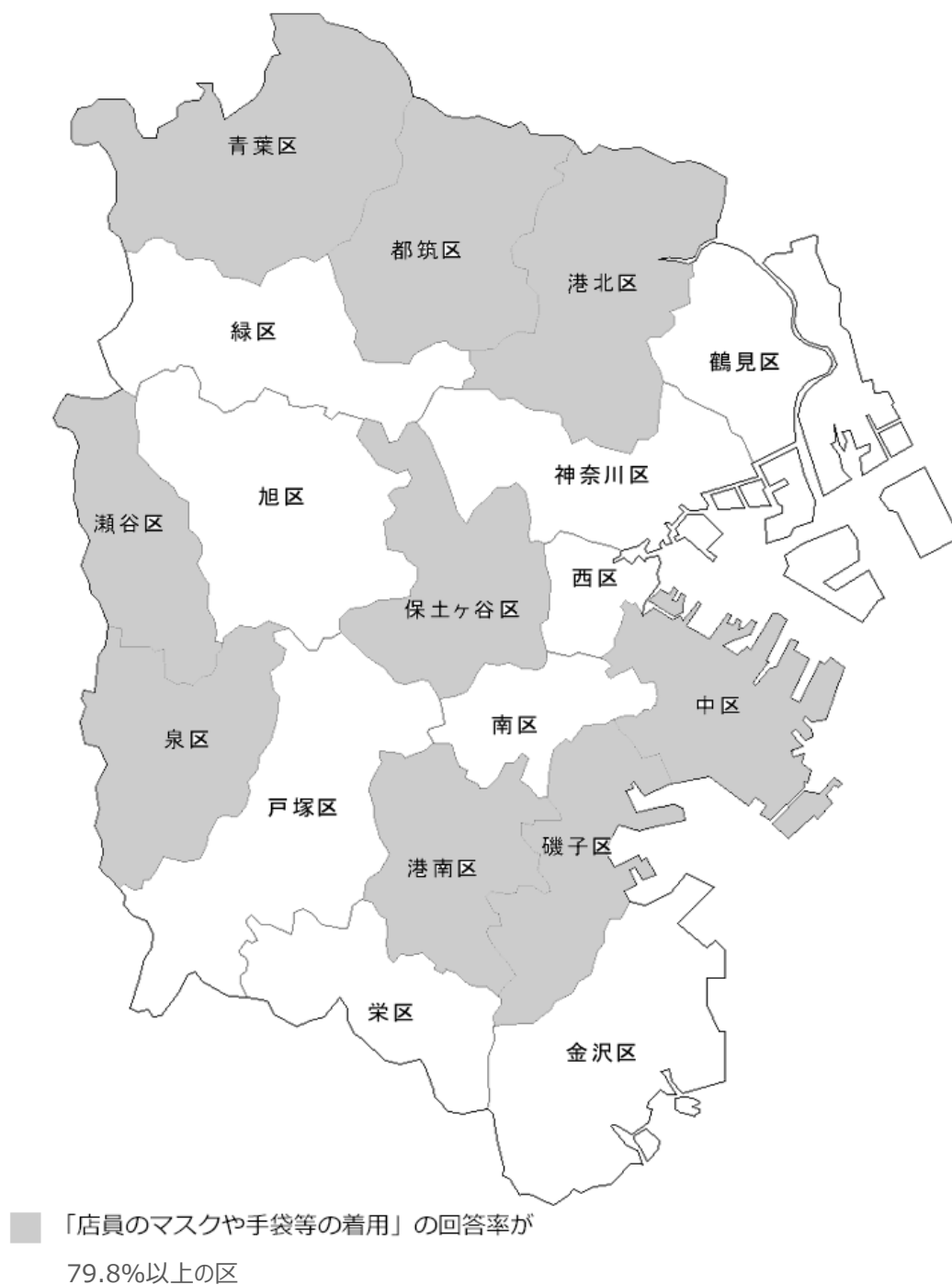
	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(248)	食品スーパー 62.1%	病院・診療所 61.7%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 59.3%	コンビニ 58.1%	飲食店(喫茶・ファ ストフード) 57.7%
鶴見区 n=(273)	食品スーパー 52.0%	病院・診療所 / コンビニ / 飲食店(喫茶・ファストフード)		49.1%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 48.0%
戸塚区 n=(326)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 62.3%	病院・診療所 57.7%	食品スーパー 55.8%	コンビニ / 飲食店(食事) 55.2%	
中区 n=(152)	食品スーパー 54.6%	病院・診療所 53.9%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 52.0%	コンビニ / 飲食店(喫茶・ファストフー ド) 48.0%	
西区 n=(106)	パン・ベーカリー 58.5%	病院・診療所 / 医薬品・化粧品・ドラ ッグストア 57.5%		食品スーパー 56.6%	青果 53.8%
保土ヶ谷区 n=(205)	病院・診療所 49.8%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 47.3%	食品スーパー 45.9%	コンビニ 44.4%	飲食店(食事) 41.5%
緑区 n=(151)	病院・診療所 56.3%	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 53.0%	食品スーパー 50.3%	理容室・美容室 48.3%	飲食店(食事) 47.7%
南区 n=(187)	医薬品・化粧品・ド ラッグストア 47.6%	食品スーパー 47.1%	飲食店(食事) 44.9%	病院・診療所 44.4%	コンビニ 43.9%

※上位5位まで取得

問 13 店舗の新型コロナウイルス感染症の衛生対策として重視するものは何ですか。

【居住区別】

全ての居住区で「店員のマスクや手袋等の着用」が1位となっており、全体の「店員のマスクや手袋等の着用」の回答率である79.8%を上回る区は9区あった。次いで「消毒液等の店内設置」が2位となっている。



	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(5,631)	店員のマスクや手袋等の着用 79.8%	消毒液等の店内設置 68.3%	店内換気・什器等の消毒 38.7%	アクリル板やビニールシートの設置 33.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.6%
青葉区 n=(449)	店員のマスクや手袋等の着用 82.9%	消毒液等の店内設置 69.5%	店内換気・什器等の消毒 43.2%	アクリル板やビニールシートの設置 33.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.5%
旭区 n=(375)	店員のマスクや手袋等の着用 78.7%	消毒液等の店内設置 68.5%	店内換気・什器等の消毒 36.5%	アクリル板やビニールシートの設置 35.5%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 22.1%
泉区 n=(209)	店員のマスクや手袋等の着用 80.4%	消毒液等の店内設置 74.6%	アクリル板やビニールシートの設置 38.3%	店内換気・什器等の消毒 33.5%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.6%
磯子区 n=(268)	店員のマスクや手袋等の着用 82.5%	消毒液等の店内設置 71.6%	店内換気・什器等の消毒 35.8%	アクリル板やビニールシートの設置 29.1%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 19.0%
神奈川区 n=(385)	店員のマスクや手袋等の着用 76.9%	消毒液等の店内設置 67.0%	店内換気・什器等の消毒 40.0%	アクリル板やビニールシートの設置 36.1%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.0%
金沢区 n=(318)	店員のマスクや手袋等の着用 78.6%	消毒液等の店内設置 69.5%	店内換気・什器等の消毒 41.2%	アクリル板やビニールシートの設置 34.6%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 23.0%
港南区 n=(339)	店員のマスクや手袋等の着用 79.9%	消毒液等の店内設置 68.7%	店内換気・什器等の消毒 38.3%	アクリル板やビニールシートの設置 35.7%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 22.7%
港北区 n=(541)	店員のマスクや手袋等の着用 81.5%	消毒液等の店内設置 66.2%	店内換気・什器等の消毒 40.7%	アクリル板やビニールシートの設置 30.7%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 18.1%
栄区 n=(155)	店員のマスクや手袋等の着用 79.4%	消毒液等の店内設置 68.4%	店内換気・什器等の消毒 38.1%	アクリル板やビニールシートの設置 30.3%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 23.9%
瀬谷区 n=(175)	店員のマスクや手袋等の着用 81.1%	消毒液等の店内設置 76.0%	店内換気・什器等の消毒 38.3%	アクリル板やビニールシートの設置 36.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 18.3%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
都筑区 n=(334)	店員のマスクや手袋等の着用 80.2%	消毒液等の店内設置 66.2%	店内換気・什器等の消毒 40.7%	アクリル板やビニールシートの設置 34.4%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 18.6%
鶴見区 n=(398)	店員のマスクや手袋等の着用 79.4%	消毒液等の店内設置 61.6%	店内換気・什器等の消毒 37.4%	アクリル板やビニールシートの設置 30.9%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 22.1%
戸塚区 n=(448)	店員のマスクや手袋等の着用 79.5%	消毒液等の店内設置 69.4%	店内換気・什器等の消毒 40.4%	アクリル板やビニールシートの設置 35.7%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.3%
中区 n=(206)	店員のマスクや手袋等の着用 81.1%	消毒液等の店内設置 62.6%	店内換気・什器等の消毒 38.3%	アクリル板やビニールシートの設置 33.5%	個包装等の衛生対策 19.9%
西区 n=(152)	店員のマスクや手袋等の着用 77.0%	消毒液等の店内設置 68.4%	店内換気・什器等の消毒 38.2%	アクリル板やビニールシートの設置 27.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 24.3%
保土ヶ谷区 n=(309)	店員のマスクや手袋等の着用 82.2%	消毒液等の店内設置 70.6%	店内換気・什器等の消毒 35.0%	アクリル板やビニールシートの設置 31.1%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 19.1%
緑区 n=(241)	店員のマスクや手袋等の着用 78.8%	消毒液等の店内設置 71.4%	店内換気・什器等の消毒 39.0%	アクリル板やビニールシートの設置 29.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 24.5%
南区 n=(304)	店員のマスクや手袋等の着用 76.0%	消毒液等の店内設置 68.8%	店内換気・什器等の消毒 37.2%	アクリル板やビニールシートの設置 29.3%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 17.8%

※上位5位まで取得