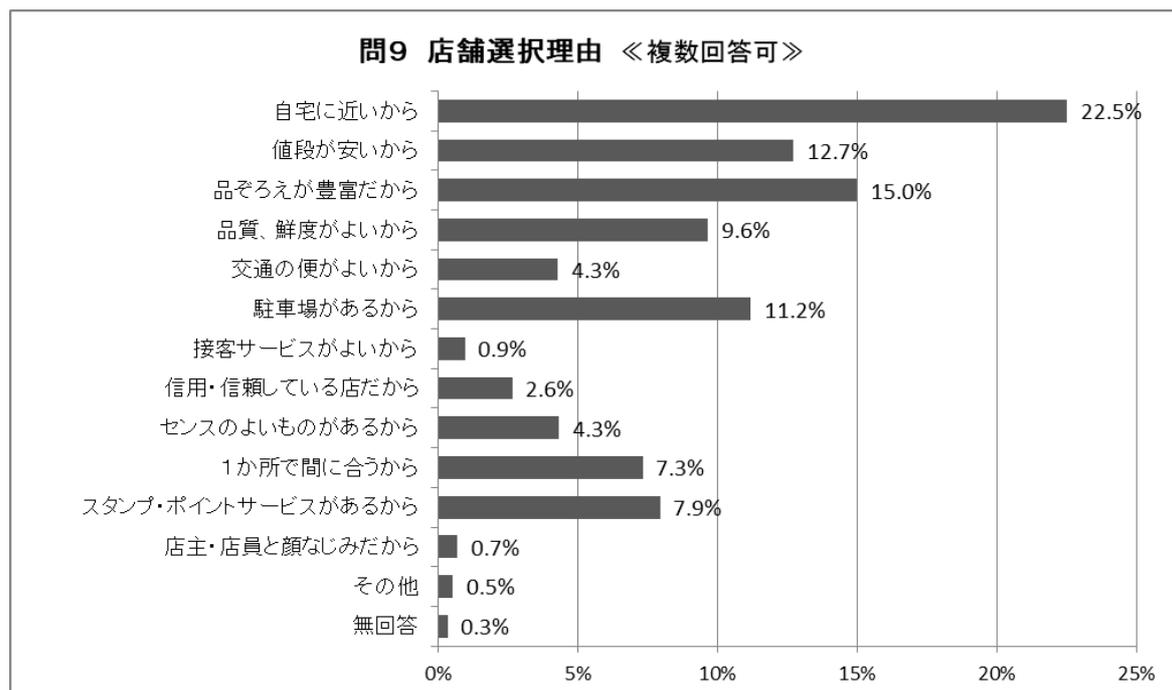


3 買物行動及び商店街等について

(1) 店舗選択理由

問9 お店を選ぶ理由は何ですか。(3つまで○印)

店舗選択理由をたずねた結果、最も多かったのは「自宅に近いから」(22.5%)であった。次いで「品ぞろえが豊富だから」(15.0%)、「値段が安いから」(12.7%)、「駐車場があるから」(11.2%)、「品質、鮮度がよいから」(9.6%)の順で続く。



問9 店舗選択理由

選択肢	人数	割合
自宅に近いから	766	22.5%
値段が安いから	433	12.7%
品ぞろえが豊富だから	510	15.0%
品質、鮮度がよいから	328	9.6%
交通の便がよいから	145	4.3%
駐車場があるから	381	11.2%
接客サービスがよいから	32	0.9%
信用・信頼している店だから	90	2.6%
センスのよいものがあるから	147	4.3%
1か所で間に合うから	249	7.3%
スタンプ・ポイントサービスがあるから	270	7.9%
店主・店員と顔なじみだから	23	0.7%
その他	17	0.5%
無回答	11	0.3%
合計	3,402	100.0%

年代別にみると、50歳代以上と40歳代以下で調査結果が異なっている。

50歳代以上は「自宅に近いから」「品ぞろえが豊富だから」の比率が高く、買物の際に重視される項目であることが分かった。また、「駐車場があるから」も比較的上位にきているため、買物の際には自家用車を使用し、自宅に近い品ぞろえの豊富な店舗で買物をする傾向にあると読み取れる。

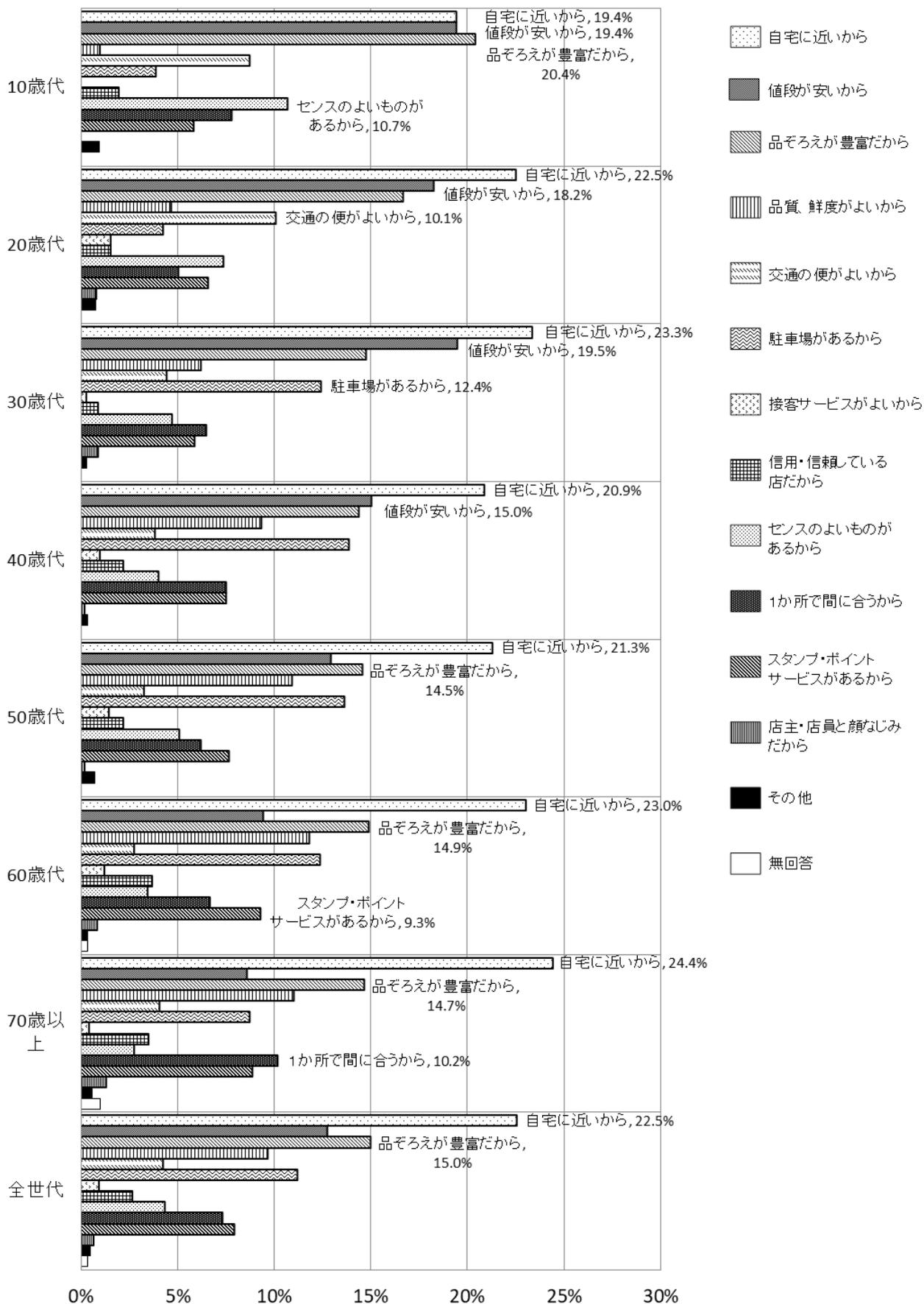
一方40歳代以下では、「値段が安いから」の比率が50歳代以上より高いため、買物の際には値段の安さを重視していることが分かった。50歳代以上の世代に比べ、経済的な面を重視する傾向が見られる。

問9 年代別店舗選択理由

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全世代
自宅に近いから	20	58	79	125	117	193	168	6	766
	19.4%	22.5%	23.3%	20.9%	21.3%	23.0%	24.4%	25.0%	22.5%
値段が安いから	20	47	66	90	71	79	59	1	433
	19.4%	18.2%	19.5%	15.0%	12.9%	9.4%	8.6%	4.2%	12.7%
品ぞろえが豊富だから	21	43	50	86	80	125	101	4	510
	20.4%	16.7%	14.7%	14.4%	14.5%	14.9%	14.7%	16.7%	15.0%
品質、鮮度がよいから	1	12	21	56	60	99	76	3	328
	1.0%	4.7%	6.2%	9.3%	10.9%	11.8%	11.0%	12.5%	9.6%
交通の便がよいから	9	26	15	23	18	23	28	3	145
	8.7%	10.1%	4.4%	3.8%	3.3%	2.7%	4.1%	12.5%	4.3%
駐車場があるから	4	11	42	83	75	104	60	2	381
	3.9%	4.3%	12.4%	13.9%	13.6%	12.4%	8.7%	8.3%	11.2%
接客サービスがよいから	0	4	1	6	8	10	3	0	32
	0.0%	1.6%	0.3%	1.0%	1.5%	1.2%	0.4%	0.0%	0.9%
信用・信頼している店だから	2	4	3	13	12	31	24	1	90
	1.9%	1.6%	0.9%	2.2%	2.2%	3.7%	3.5%	4.2%	2.6%
センスのよいものがあるから	11	19	16	24	28	29	19	1	147
	10.7%	7.4%	4.7%	4.0%	5.1%	3.5%	2.8%	4.2%	4.3%
1か所で間に合うから	8	13	22	45	34	56	70	1	249
	7.8%	5.0%	6.5%	7.5%	6.2%	6.7%	10.2%	4.2%	7.3%
スタンプ・ポイントサービスがあるから	6	17	20	45	42	78	61	1	270
	5.8%	6.6%	5.9%	7.5%	7.6%	9.3%	8.9%	4.2%	7.9%
店主・店員と顔なじみだから	0	2	3	1	1	7	9	0	23
	0.0%	0.8%	0.9%	0.2%	0.2%	0.8%	1.3%	0.0%	0.7%
その他	1	2	1	2	4	3	4	0	17
	1.0%	0.8%	0.3%	0.3%	0.7%	0.4%	0.6%	0.0%	0.5%
無回答	0	0	0	0	0	3	7	1	11
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	1.0%	4.2%	0.3%
年代別計	103	258	339	599	550	840	689	24	3,402
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

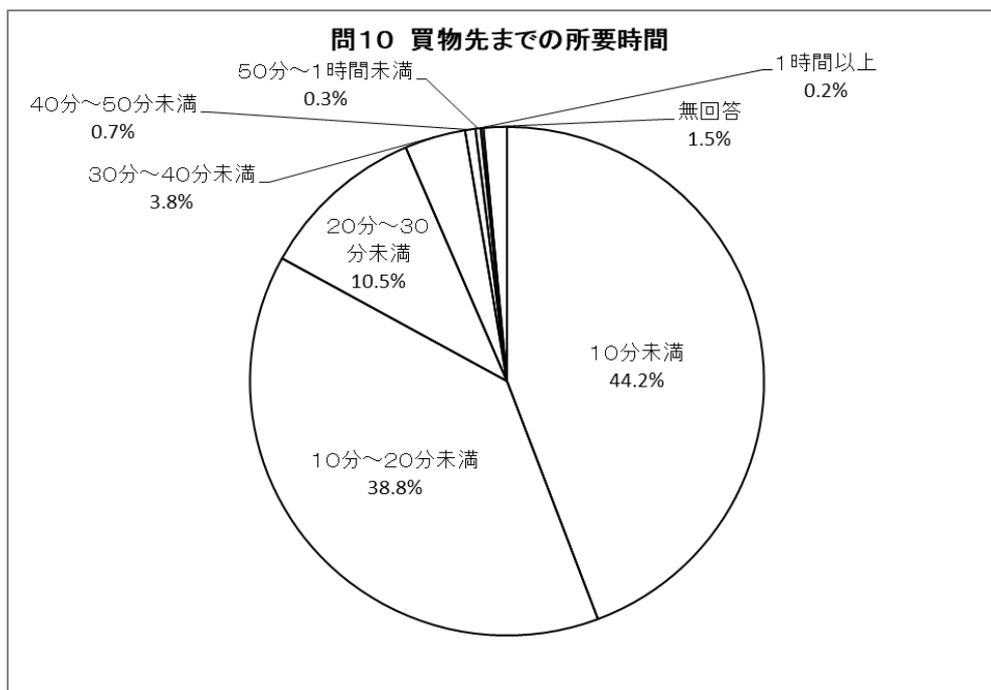
問9 年代別店舗選択理由



(2)買物先までの所要時間

問10 食料品・日用品を主に買う場所まで、片道何分位ですか。(1つだけ○印)

買物先までの所要時間をたずねた結果、「10分未満」(44.2%)、「10分～20分未満」(38.8%)、と続く。「10分未満」「10分～20分未満」の比率が80%を超えるため、自宅近くで日常の食料品等の買物をすませているものと考えられる。



問10 買物先までの所要時間

選択肢	人数	割合
10分未満	542	44.2%
10分～20分未満	475	38.8%
20分～30分未満	129	10.5%
30分～40分未満	47	3.8%
40分～50分未満	8	0.7%
50分～1時間未満	4	0.3%
1時間以上	2	0.2%
無回答	18	1.5%
合計	1,225	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

居住地区別にみると、買物先まで「10分未満」の比率が4割に達していないのは「富士見」「城島・岡崎」「豊田・金田」「金目・土屋・吉沢」の4地域であった。中でも「城島・岡崎」地区の比率は10%と低くなっており、近くに店舗が少ないことが推測される。

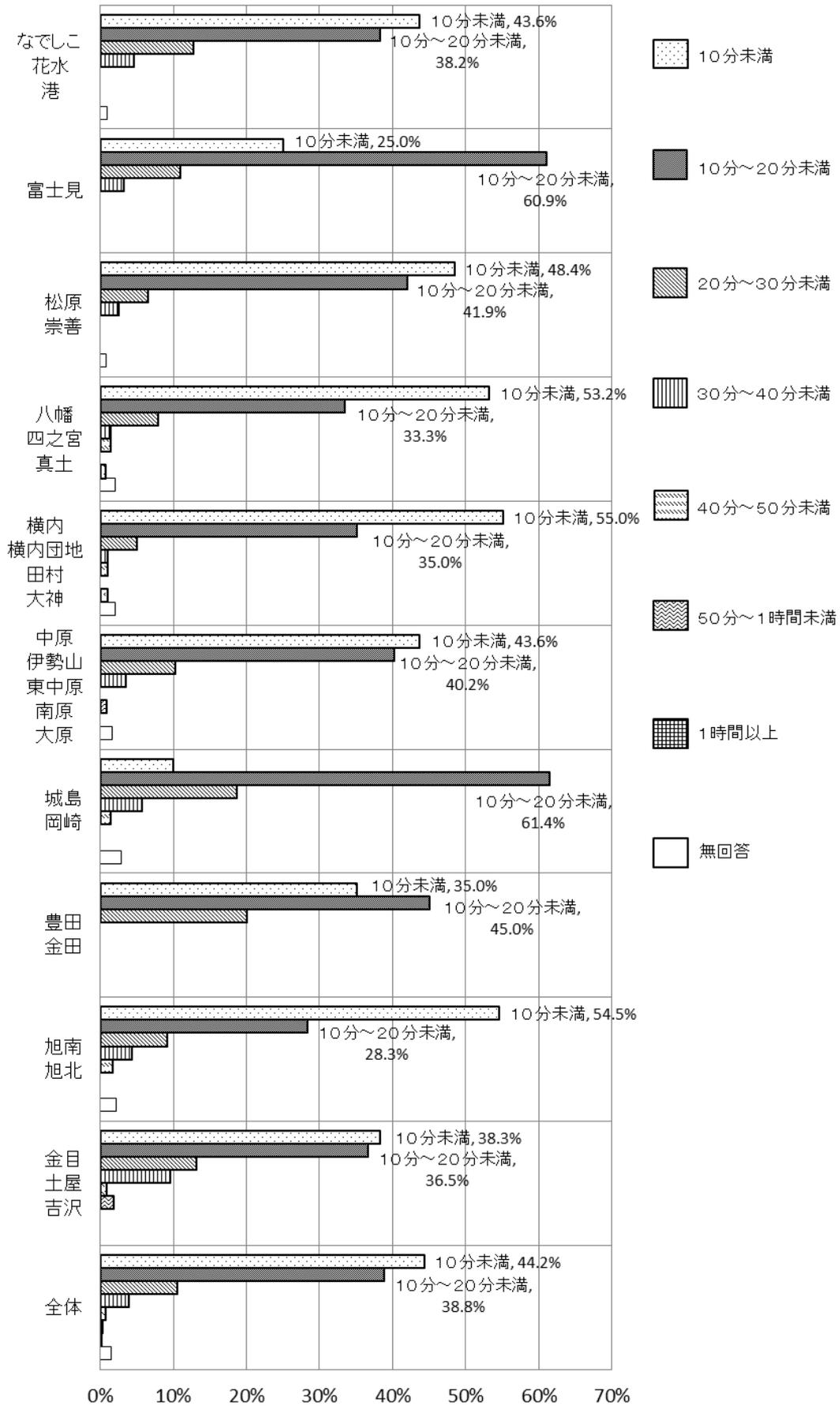
問10 地区別買物先までの所要時間

(人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
10分未満	96 43.6%	16 25.0%	60 48.4%	75 53.2%	55 55.0%	51 43.6%
10分～20分未満	84 38.2%	39 60.9%	52 41.9%	47 33.3%	35 35.0%	47 40.2%
20分～30分未満	28 12.7%	7 10.9%	8 6.5%	11 7.8%	5 5.0%	12 10.3%
30分～40分未満	10 4.5%	2 3.1%	3 2.4%	2 1.4%	1 1.0%	4 3.4%
40分～50分未満	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.4%	1 1.0%	0 0.0%
50分～1時間未満	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.9%
1時間以上	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.7%	1 1.0%	0 0.0%
無回答	2 0.9%	0 0.0%	1 0.8%	3 2.1%	2 2.0%	2 1.7%
地区別計	220 100.0%	64 100.0%	124 100.0%	141 100.0%	100 100.0%	117 100.0%

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
10分未満	7 10.0%	21 35.0%	102 54.5%	44 38.3%	15 55.6%	542 44.2%
10分～20分未満	43 61.4%	27 45.0%	53 28.3%	42 36.5%	6 22.2%	475 38.8%
20分～30分未満	13 18.6%	12 20.0%	17 9.1%	15 13.0%	1 3.7%	129 10.5%
30分～40分未満	4 5.7%	0 0.0%	8 4.3%	11 9.6%	2 7.4%	47 3.8%
40分～50分未満	1 1.4%	0 0.0%	3 1.6%	1 0.9%	0 0.0%	8 0.7%
50分～1時間未満	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.7%	1 3.7%	4 0.3%
1時間以上	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.2%
無回答	2 2.9%	0 0.0%	4 2.1%	0 0.0%	2 7.4%	18 1.5%
地区別計	70 100.0%	60 100.0%	187 100.0%	115 100.0%	27 100.0%	1,225 100.0%

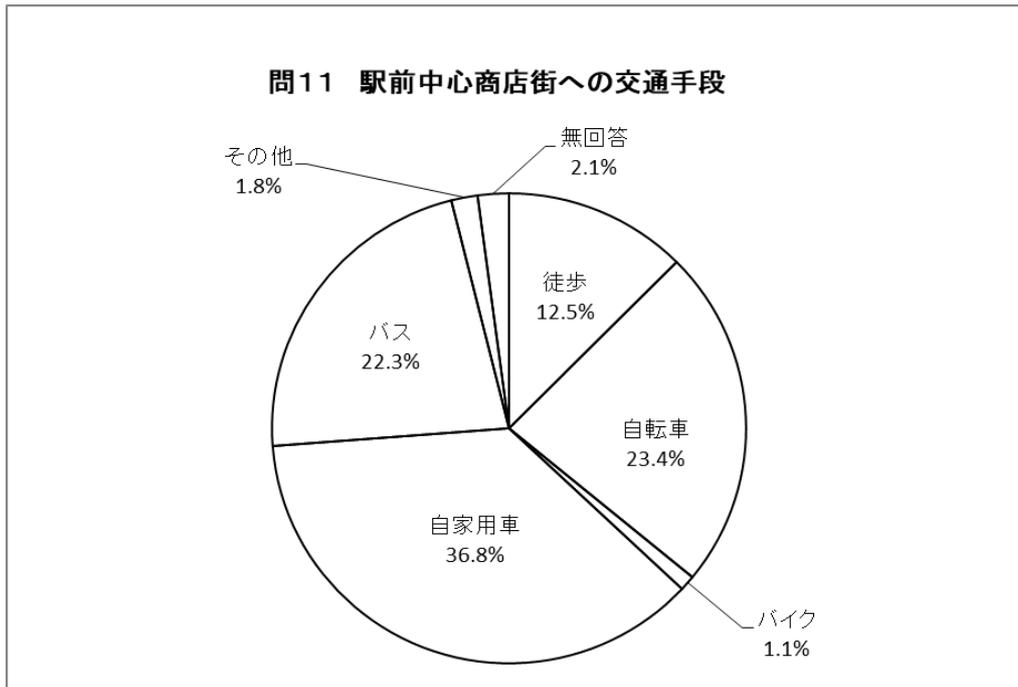
問10 地区別買物先までの所要時間



(3) 駅前中心商店街への交通手段

問11 平塚駅前の中心商店街へ買物に出かけるときの主な交通手段は何ですか。
(1つだけ○印)

駅前中心商店街への交通手段をたずねた結果、最も多かったのは「自家用車」(36.8%)であった。次いで「自転車」(23.4%)、「バス」(22.3%)と続く。



問11 駅前中心商店街への交通手段

選択肢	人数	割合
徒歩	153	12.5%
自転車	287	23.4%
バイク	13	1.1%
自家用車	451	36.8%
バス	273	22.3%
その他	22	1.8%
無回答	26	2.1%
合計	1,225	100.0%

居住地区別にみると、「自転車」を利用する人の割合が平塚駅近郊である「なでしこ・花水・港」「富士見」及び「松原・崇善」の地域では35%以上となっている。

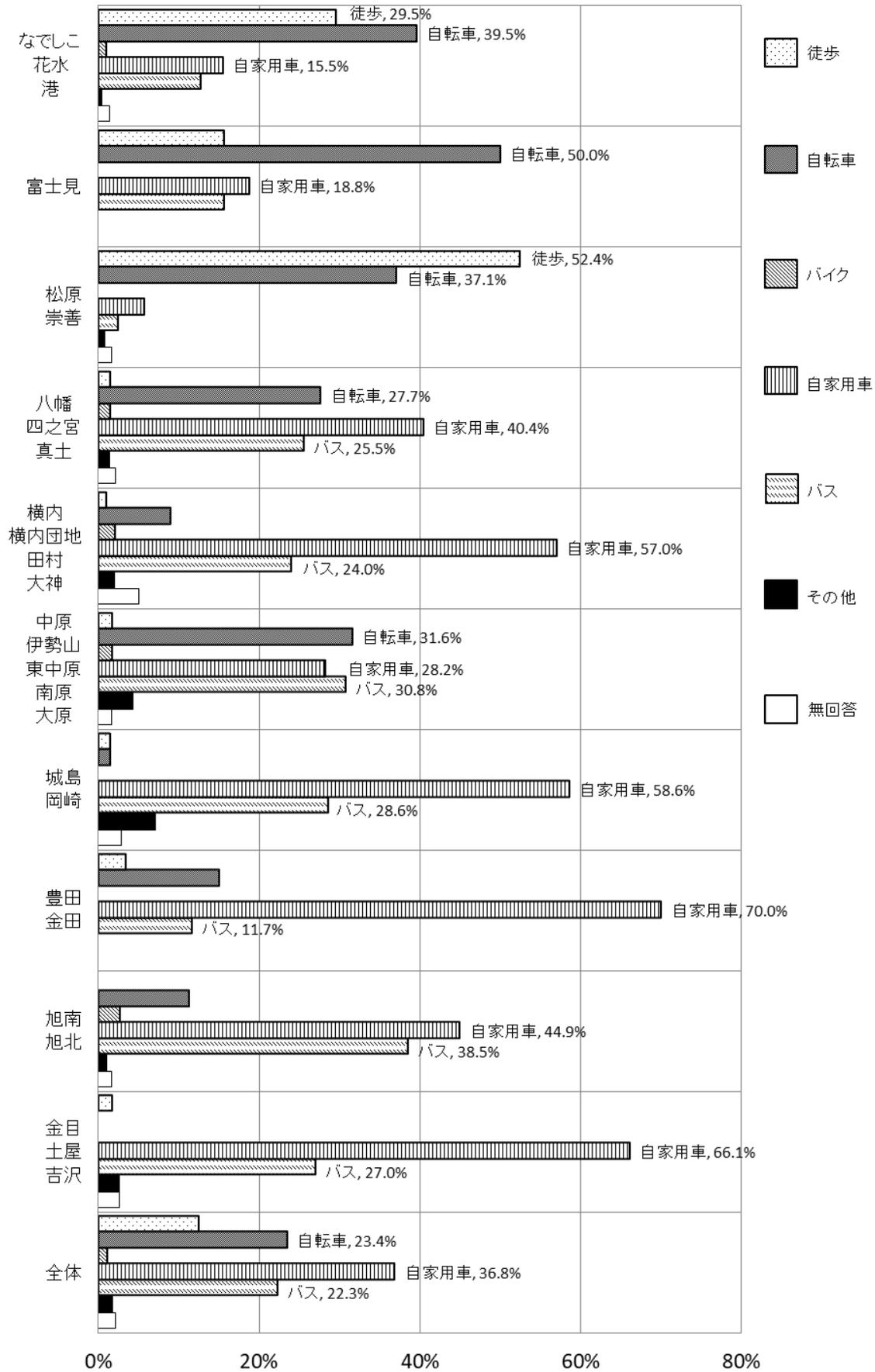
その他の地域ではほぼ「自家用車」が第1位で、特に「豊田・金田」「金目・土屋・吉沢」で65%以上と比率が高くなっている。

問11 地区別駅前中心商店街への交通手段 (人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
徒歩	65 29.5%	10 15.6%	65 52.4%	2 1.4%	1 1.0%	2 1.7%
自転車	87 39.5%	32 50.0%	46 37.1%	39 27.7%	9 9.0%	37 31.6%
バイク	2 0.9%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.4%	2 2.0%	2 1.7%
自家用車	34 15.5%	12 18.8%	7 5.6%	57 40.4%	57 57.0%	33 28.2%
バス	28 12.7%	10 15.6%	3 2.4%	36 25.5%	24 24.0%	36 30.8%
その他	1 0.5%	0 0.0%	1 0.8%	2 1.4%	2 2.0%	5 4.3%
無回答	3 1.4%	0 0.0%	2 1.6%	3 2.1%	5 5.0%	2 1.7%
年代別計	220 100.0%	64 100.0%	124 100.0%	141 100.0%	100 100.0%	117 100.0%

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
徒歩	1 1.4%	2 3.3%	0 0.0%	2 1.7%	3 11.1%	153 12.5%
自転車	1 1.4%	9 15.0%	21 11.2%	0 0.0%	6 22.2%	287 23.4%
バイク	0 0.0%	0 0.0%	5 2.7%	0 0.0%	0 0.0%	13 1.1%
自家用車	41 58.6%	42 70.0%	84 44.9%	76 66.1%	8 29.6%	451 36.8%
バス	20 28.6%	7 11.7%	72 38.5%	31 27.0%	6 22.2%	273 22.3%
その他	5 7.1%	0 0.0%	2 1.1%	3 2.6%	1 3.7%	22 1.8%
無回答	2 2.9%	0 0.0%	3 1.6%	3 2.6%	3 11.1%	26 2.1%
年代別計	70 100.0%	60 100.0%	187 100.0%	115 100.0%	27 100.0%	1,225 100.0%

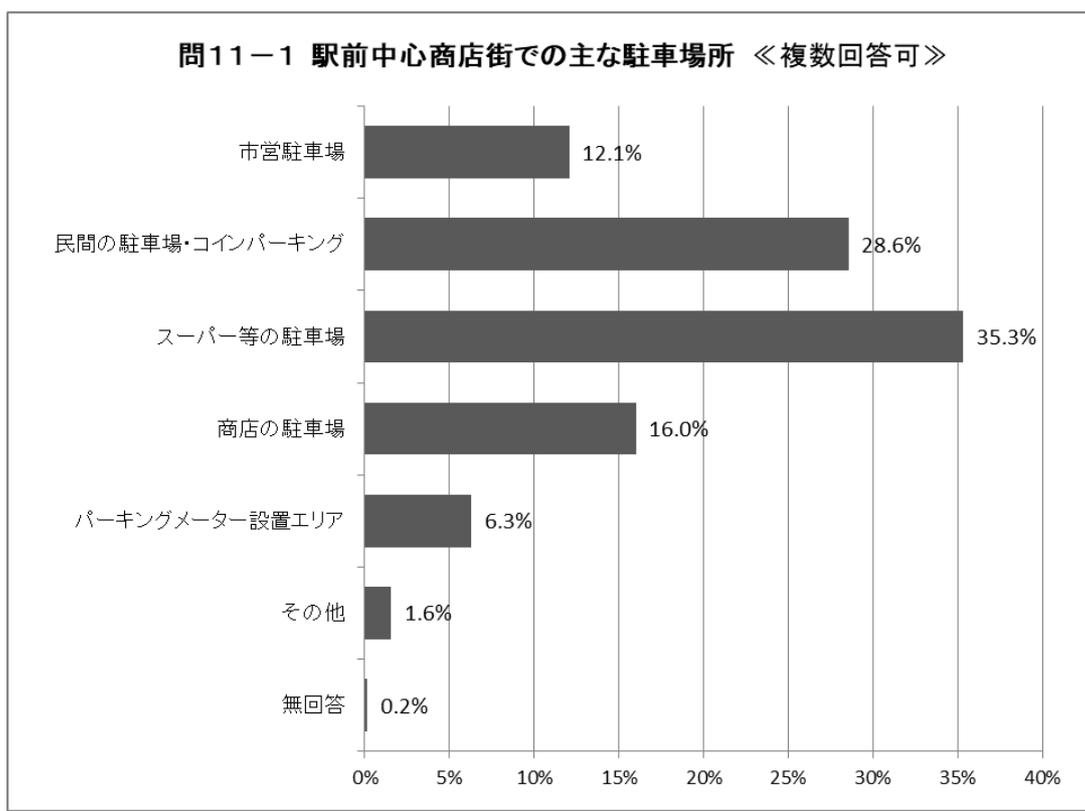
問11 地区別駅前中心商店街への交通手段



(4) 駅前中心商店街での主な駐車場所

(前の問11で 4 自家用車と答えた方のみ伺います)
 問11-1 主にどこへ駐車しますか。(2つまで○印)

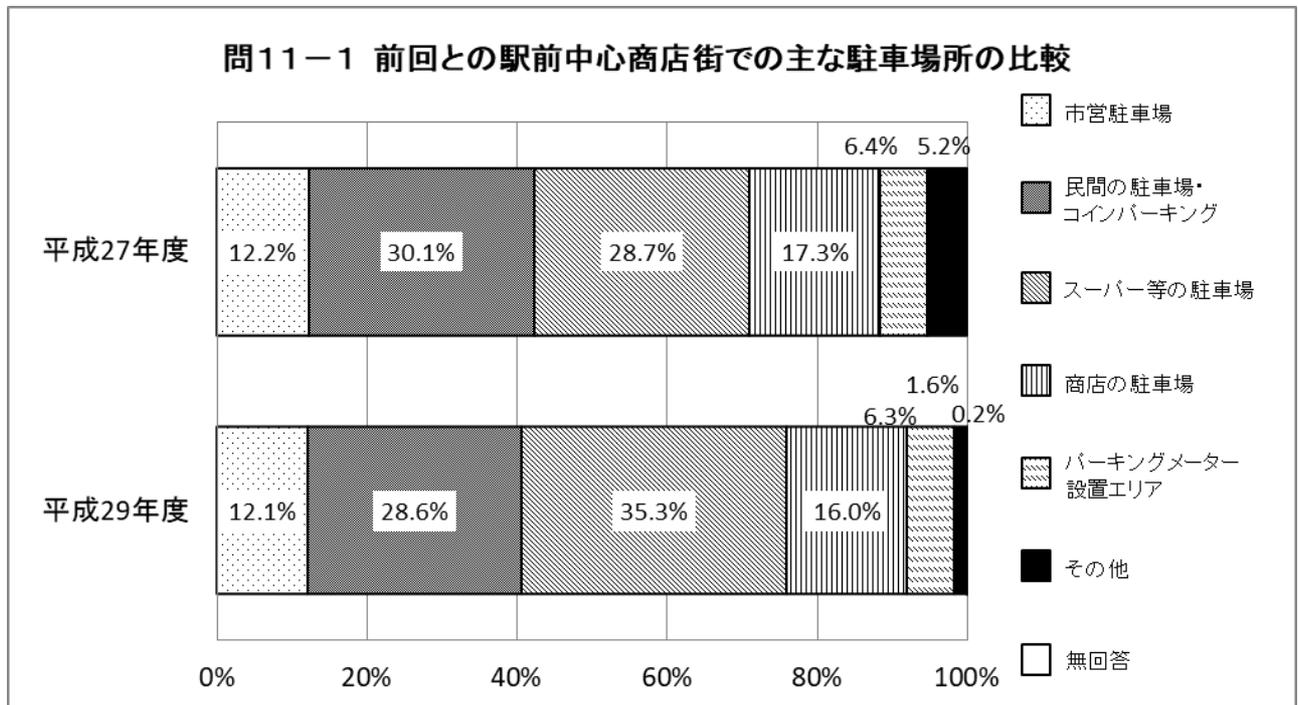
駅前中心商店街での主な駐車場所をたずねた結果、最も多かったのは「スーパー等の駐車場」(35.3%)であり、次いで「民間の駐車場・コインパーキング」(28.6%)、「商店の駐車場」(16.0%)と続いている。



問11-1 駅前中心商店街での主な駐車場所

選択肢	人数	割合
市営駐車場	77	12.1%
民間の駐車場・コインパーキング	182	28.6%
スーパー等の駐車場	225	35.3%
商店の駐車場	102	16.0%
パーキングメーター設置エリア	40	6.3%
その他	10	1.6%
無回答	1	0.2%
合計	637	100.0%

平成27年度の調査結果と比較すると、「スーパー等の駐車場」の比率が6.6ポイント増加し、「民間の駐車場・コインパーキング」が1.5ポイント減少している。



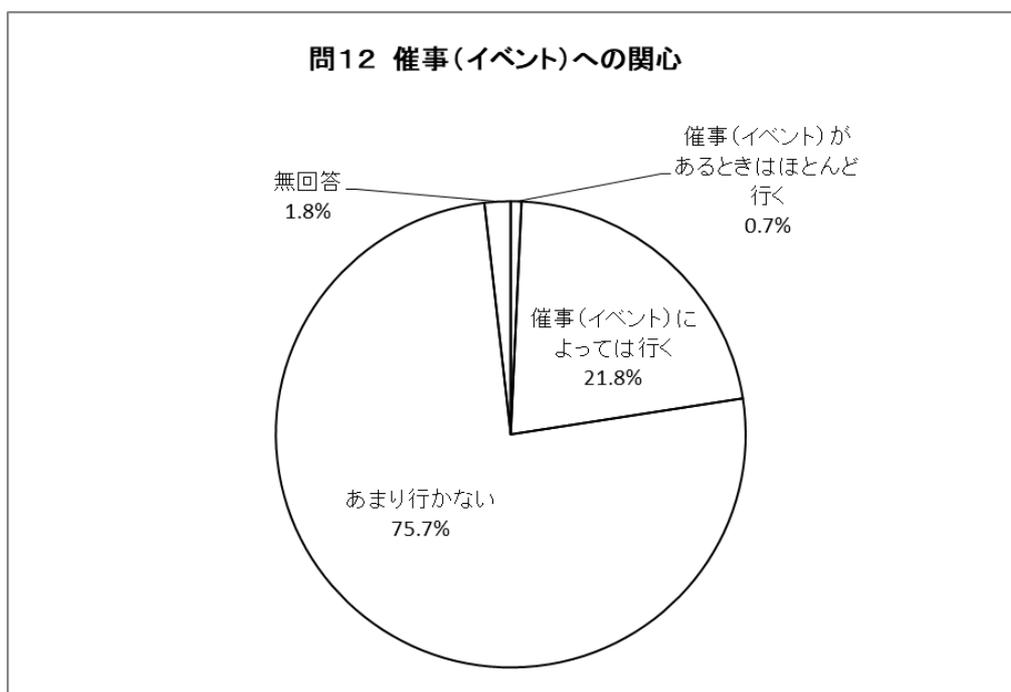
問11-1 前回との駅前中心商店街での主な駐車場所の比較

	平成27年度		平成29年度	
	人数	割合	人数	割合
市営駐車場	84	12.2%	77	12.1%
民間の駐車場・コインパーキング	207	30.1%	182	28.6%
スーパー等の駐車場	197	28.7%	225	35.3%
商店の駐車場	119	17.3%	102	16.0%
パーキングメーター設置エリア	44	6.4%	40	6.3%
その他	36	5.2%	10	1.6%
無回答	0	0.0%	1	0.2%
合計	687	100.0%	637	100.0%

(5) 催事(イベント)への関心

問12 平塚駅前の中心商店街で催事(イベント)があると、商店街へでかけますか。
(1つだけ○印)

イベントへの関心があるかをたずねた結果は、「あまり行かない」(75.7%)、「催事(イベント)によっては行く」(21.8%)と続く。全体の約75%の人がイベントには「あまり行かない」と回答しており、中心街のイベントには関心が薄く、イベントを行うことで中心街への集客を期待することは難しくなっているものと考えられる。



問12 催事(イベント)への関心

選択肢	人数	割合
催事(イベント)があるときはほとんど行く	9	0.7%
催事(イベント)によっては行く	267	21.8%
あまり行かない	927	75.7%
無回答	22	1.8%
合計	1,225	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

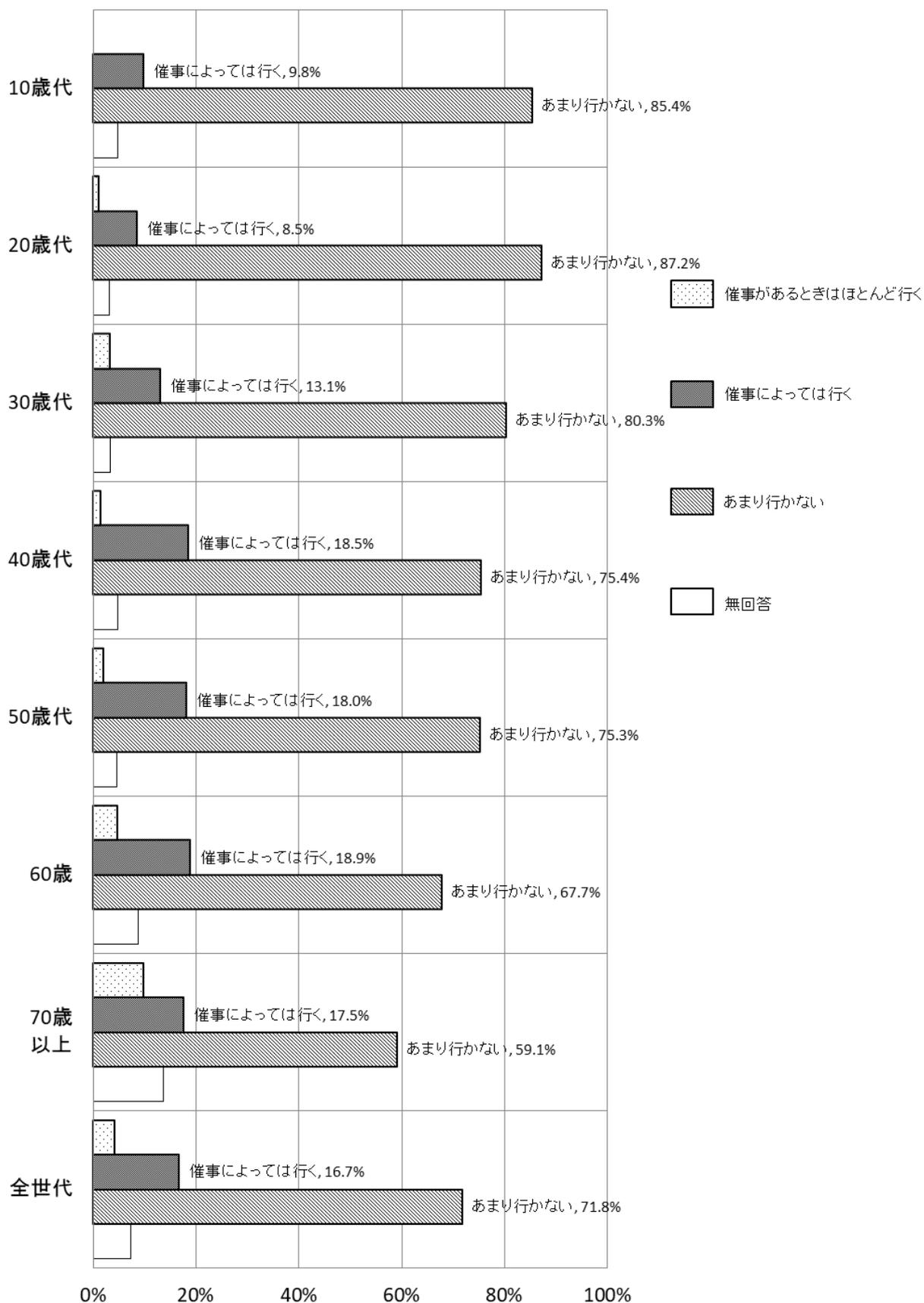
年代別にみると、30歳代以上では「催事（イベント）によっては行く」の比率が10%を超えているのに対し、20歳代以下の年代では10%以下、「あまり行かない」の比率も85%以上と非常に高くなっている。これにより、ターゲットを20歳代以下に絞った催事（イベント）を企画することが必要であるものと想定できる。

問 12 年代別催事(イベント)への関心

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全世代
催事があるときはほとんど行く	0	1	4	3	4	14	25	0	51
	0.0%	1.1%	3.3%	1.4%	2.1%	4.7%	9.7%	0.0%	4.2%
催事によっては行く	4	8	16	39	35	56	45	1	204
	9.8%	8.5%	13.1%	18.5%	18.0%	18.9%	17.5%	11.1%	16.7%
あまり行かない	35	82	98	159	146	201	152	7	880
	85.4%	87.2%	80.3%	75.4%	75.3%	67.7%	59.1%	77.8%	71.8%
無回答	2	3	4	10	9	26	35	1	90
	4.9%	3.2%	3.3%	4.7%	4.6%	8.8%	13.6%	11.1%	7.3%
年代別計	41	94	122	211	194	297	257	9	1,225
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

問12 年代別催事(イベント)への関心

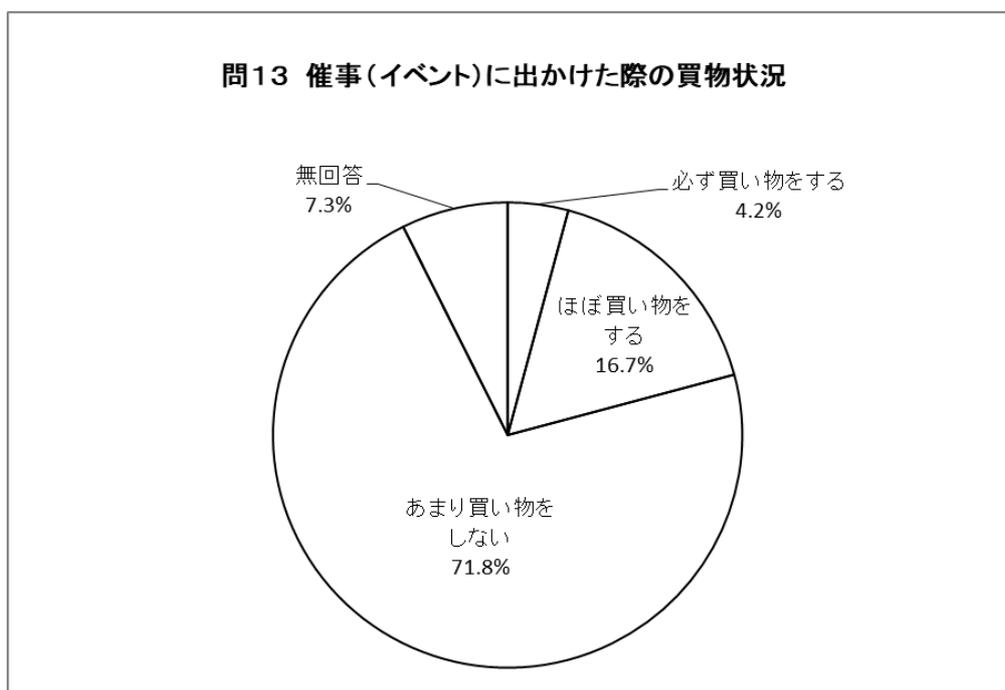


(6) 催事(イベント)に出かけた際の買物状況

問13 催事(イベント)に出かけた際に、平塚駅前の中心商店街で買物をしますか。

催事(イベント)に出かけた際の買物状況をたずねた結果、最も多かったのは「あまり買物をしていない」(71.8%)であった。次いで「ほぼ買物をする」(16.7%)と続く。

全体の約7割の人が、催事(イベント)に出かけた際に駅前で買物はあまりせずに帰宅しているため、必ずしも催事(イベント)が駅前中心商店街での買物に結びついてはいないことが推測される。



問13 催事(イベント)に出かけた際の買物状況

選択肢	人数	割合
必ず買物をする	51	4.2%
ほぼ買物をする	204	16.7%
あまり買物をしていない	880	71.8%
無回答	90	7.3%
合計	1,225	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

年代別にみると、どの年代も「あまり買物をしない」が第1位を占めており、特に20歳代は、「あまり買物をしない」が87.2%と最も高い比率になっている。

問12で催事(イベント)が駅前中心商店街への集客につながっていないことが読み取れたが、さらに催事(イベント)に出かけた人が駅前中心商店街で買物していないことも推測される。

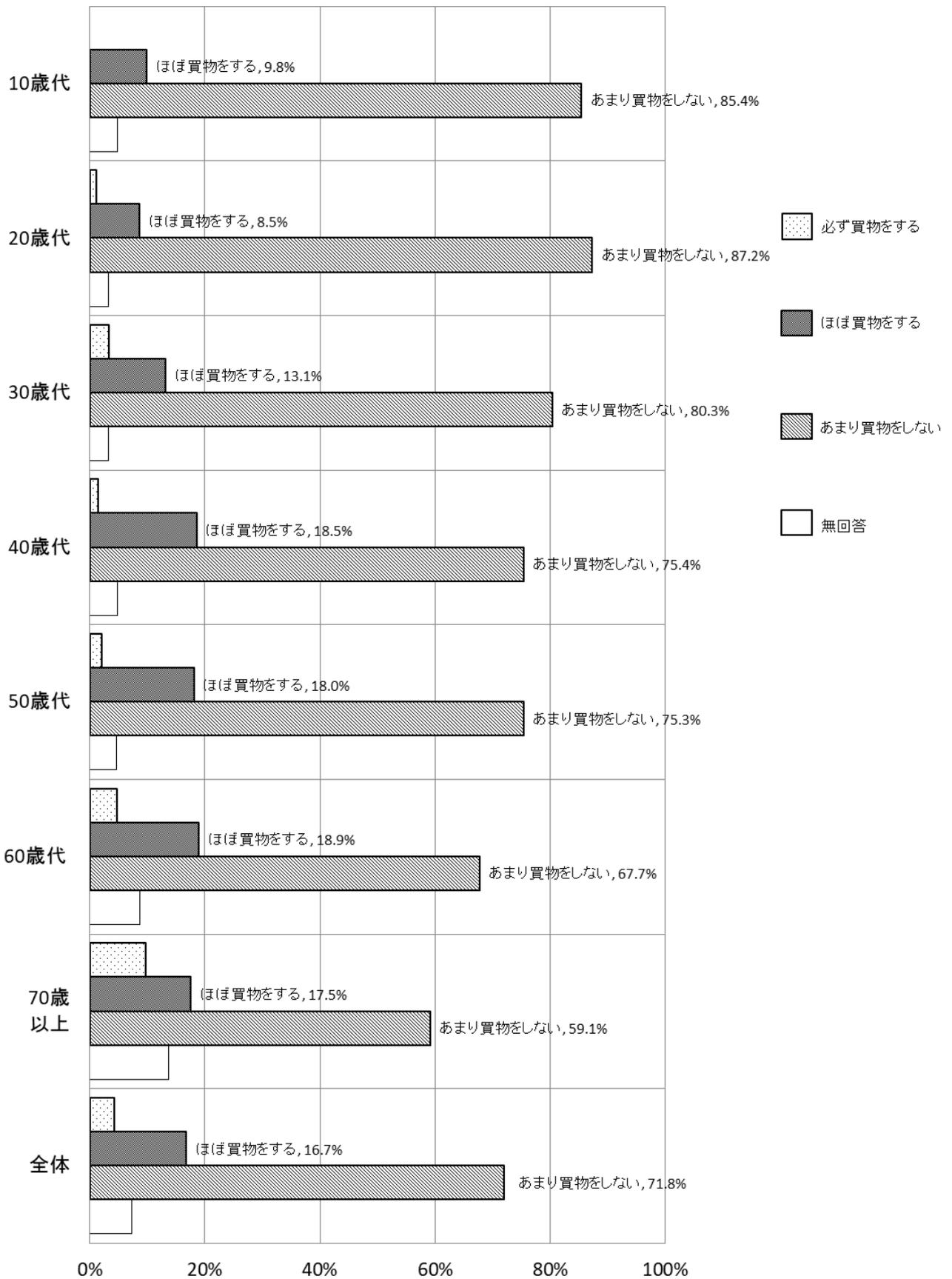
駅前中心商店街の強みは、平塚の顔としての華やかさの中、市内各地域からの交通の便が良いこと、店舗数、品ぞろえ、エリア内で全ての買物を済ますことができること等が挙げられるが、この結果からは、駅前中心商店街の強みを活かさず買物客を獲得できていないように思われる。

問13 年代別催事(イベント)に出かけた際の買物状況

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
必ず買い物をする	0	1	4	3	4	14	25	0	51
	0.0%	1.1%	3.3%	1.4%	2.1%	4.7%	9.7%	0.0%	4.2%
ほぼ買い物をする	4	8	16	39	35	56	45	1	204
	9.8%	8.5%	13.1%	18.5%	18.0%	18.9%	17.5%	11.1%	16.7%
あまり買い物をしていない	35	82	98	159	146	201	152	7	880
	85.4%	87.2%	80.3%	75.4%	75.3%	67.7%	59.1%	77.8%	71.8%
無回答	2	3	4	10	9	26	35	1	90
	4.9%	3.2%	3.3%	4.7%	4.6%	8.8%	13.6%	11.1%	7.3%
年代別計	41	94	122	211	194	297	257	9	1,225
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

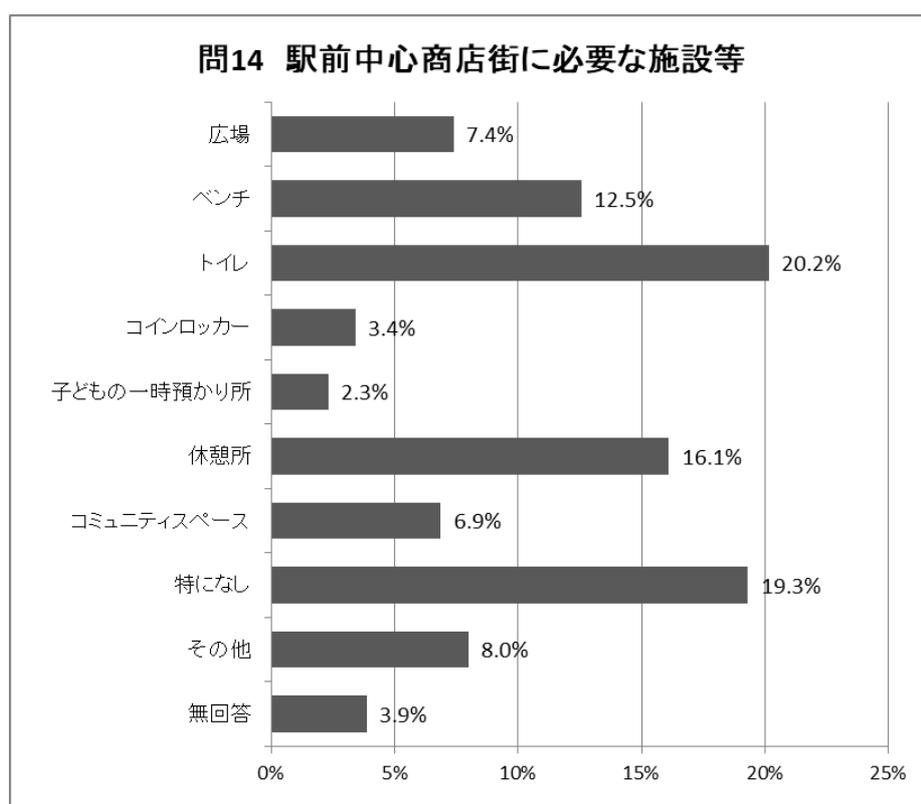
問13 年代別催事(イベント)に出かけた際の買物状況



(7) 駅前中心商店街に必要な施設等

問14 平塚駅前の中心商店街に必要な施設等は何ですか。(3つまで○印)

駅前中心商店街に必要な施設等をたずねた結果、最も多かったのは「トイレ」(20.2%)であった。次いで「特になし」(19.3%)、「休憩所」(16.1%)、「ベンチ」(12.5%)と続く。



問14 駅前中心商店街に必要な施設等

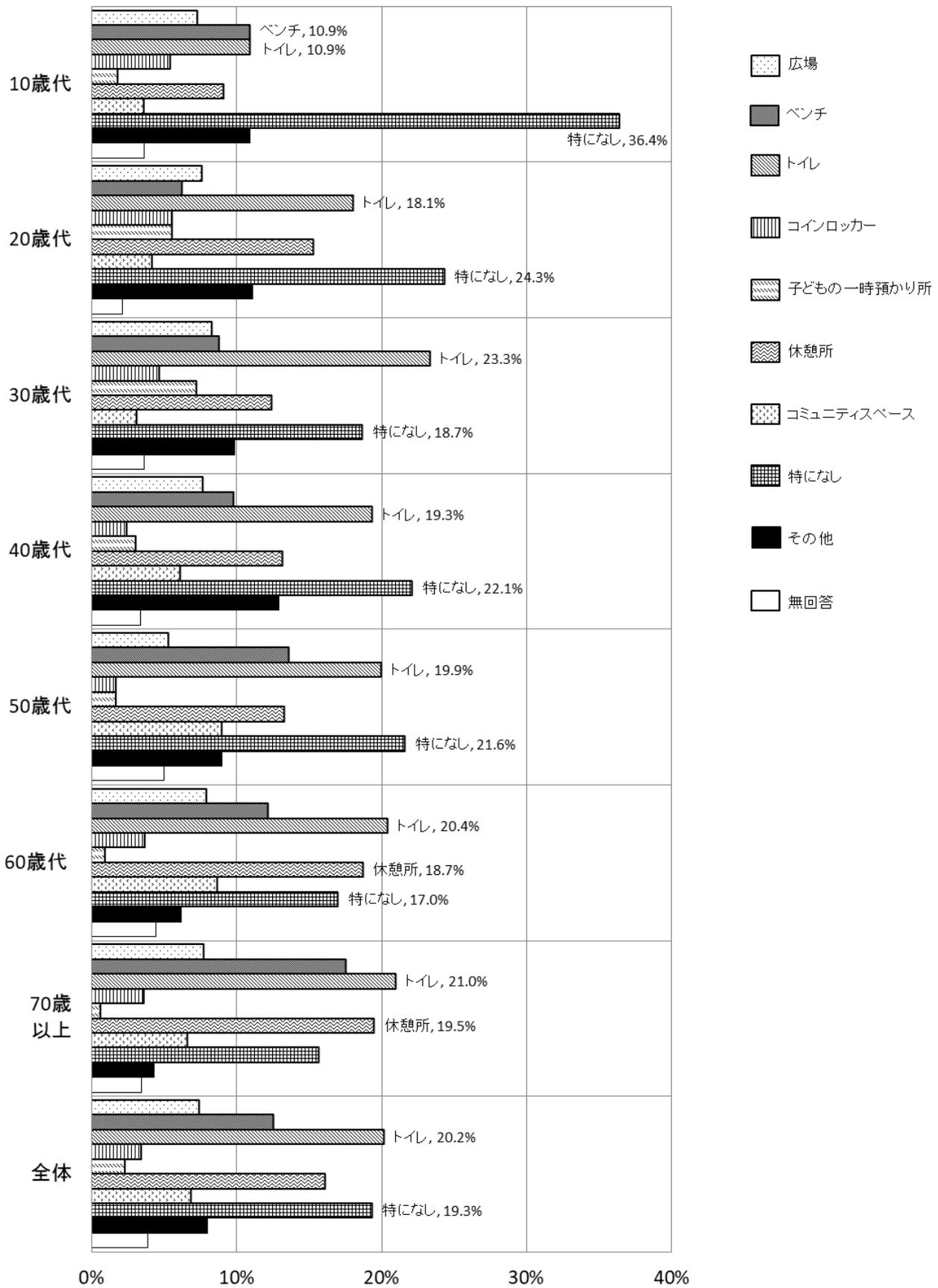
選択肢	人数	割合
広場	150	7.4%
ベンチ	254	12.5%
トイレ	408	20.2%
コインロッカー	69	3.4%
子どもの一時預かり所	47	2.3%
休憩所	326	16.1%
コミュニティスペース	139	6.9%
特になし	391	19.3%
その他	162	8.0%
無回答	78	3.9%
合計	2,024	100.0%

年代別にみると、どの年代でも「トイレ」の比率が多く、また年代が上がっていくにつれ「特になし」の比率の減少があることから、年代が高いほど要望が高まっていることが見て取れる。

問14 年代別駅前中心商店街に必要な施設等 (人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
広場	4	11	16	25	16	41	36	1	150
	7.3%	7.6%	8.3%	7.7%	5.3%	7.9%	7.7%	5.3%	7.4%
ベンチ	6	9	17	32	41	63	82	4	254
	10.9%	6.3%	8.8%	9.8%	13.6%	12.1%	17.6%	21.1%	12.5%
トイレ	6	26	45	63	60	106	98	4	408
	10.9%	18.1%	23.3%	19.3%	19.9%	20.4%	21.0%	21.1%	20.2%
コインロッカー	3	8	9	8	5	19	17	0	69
	5.5%	5.6%	4.7%	2.5%	1.7%	3.7%	3.6%	0.0%	3.4%
子どもの一時預かり所	1	8	14	10	5	5	3	1	47
	1.8%	5.6%	7.3%	3.1%	1.7%	1.0%	0.6%	5.3%	2.3%
休憩所	5	22	24	43	40	97	91	4	326
	9.1%	15.3%	12.4%	13.2%	13.3%	18.7%	19.5%	21.1%	16.1%
コミュニティスペース	2	6	6	20	27	45	31	2	139
	3.6%	4.2%	3.1%	6.1%	9.0%	8.7%	6.6%	10.5%	6.9%
特になし	20	35	36	72	65	88	73	2	391
	36.4%	24.3%	18.7%	22.1%	21.6%	17.0%	15.6%	10.5%	19.3%
その他	6	16	19	42	27	32	20	0	162
	10.9%	11.1%	9.8%	12.9%	9.0%	6.2%	4.3%	0.0%	8.0%
無回答	2	3	7	11	15	23	16	1	78
	3.6%	2.1%	3.6%	3.4%	5.0%	4.4%	3.4%	5.3%	3.9%
年代別計	55	144	193	326	301	519	467	19	2,024
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

問14 駅前中心商店街に必要な施設等

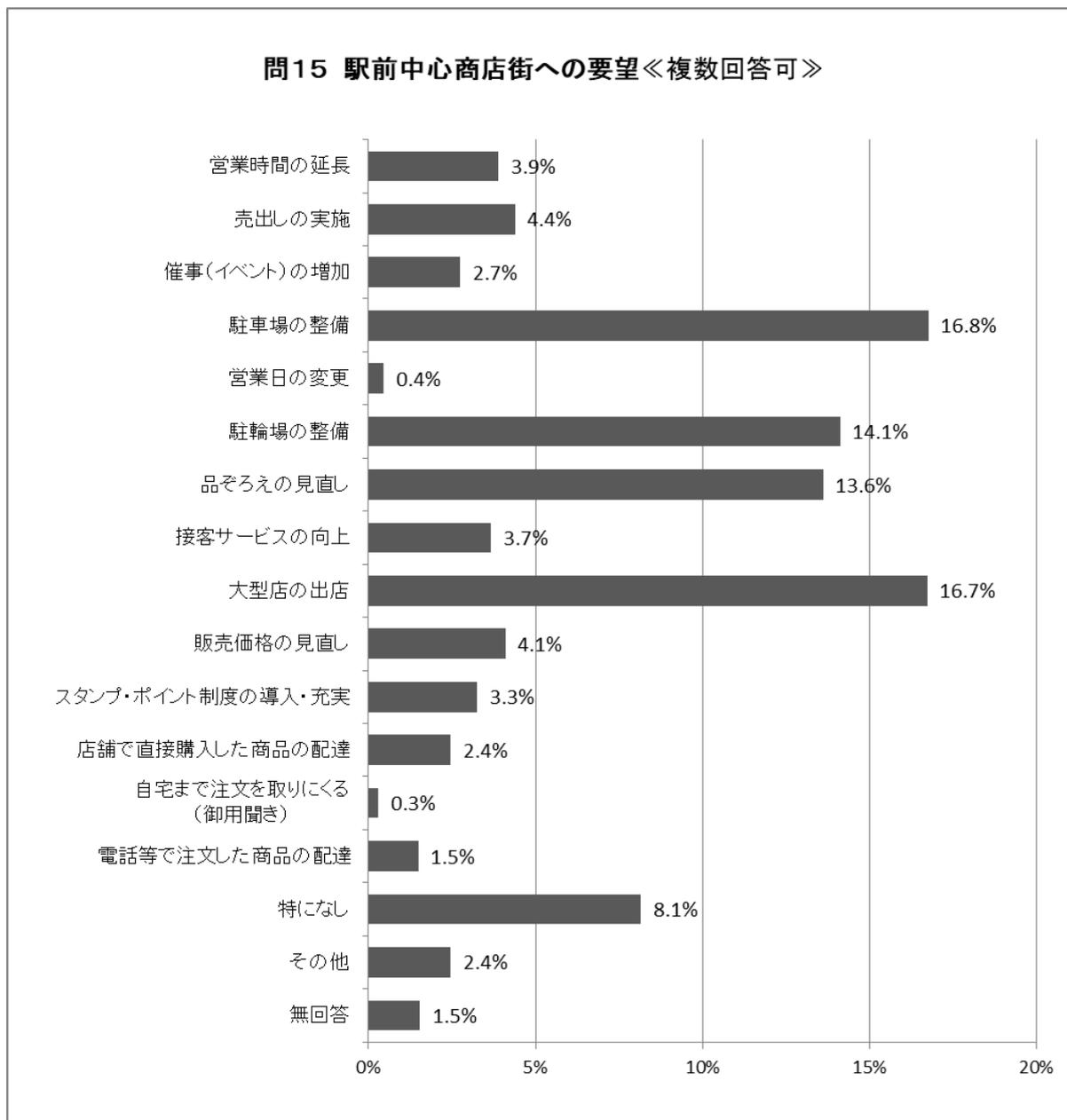


(8) 駅前中心商店街への要望

問15 平塚駅前の中心商店街に望むものはなんですか。(3つまで〇印)

駅前中心商店街への要望をたずねた結果、最も多かったのは「駐車場の整備」(16.8%)であった。次いで「大型店の出店」(16.7%)、「駐輪場の整備」(14.1%)、「品ぞろえの見直し」(13.6%)と続く。

この結果から、駐車場や駐輪場が併設された、品ぞろえの豊富な大型店の出店が望まれていることが読み取れる。

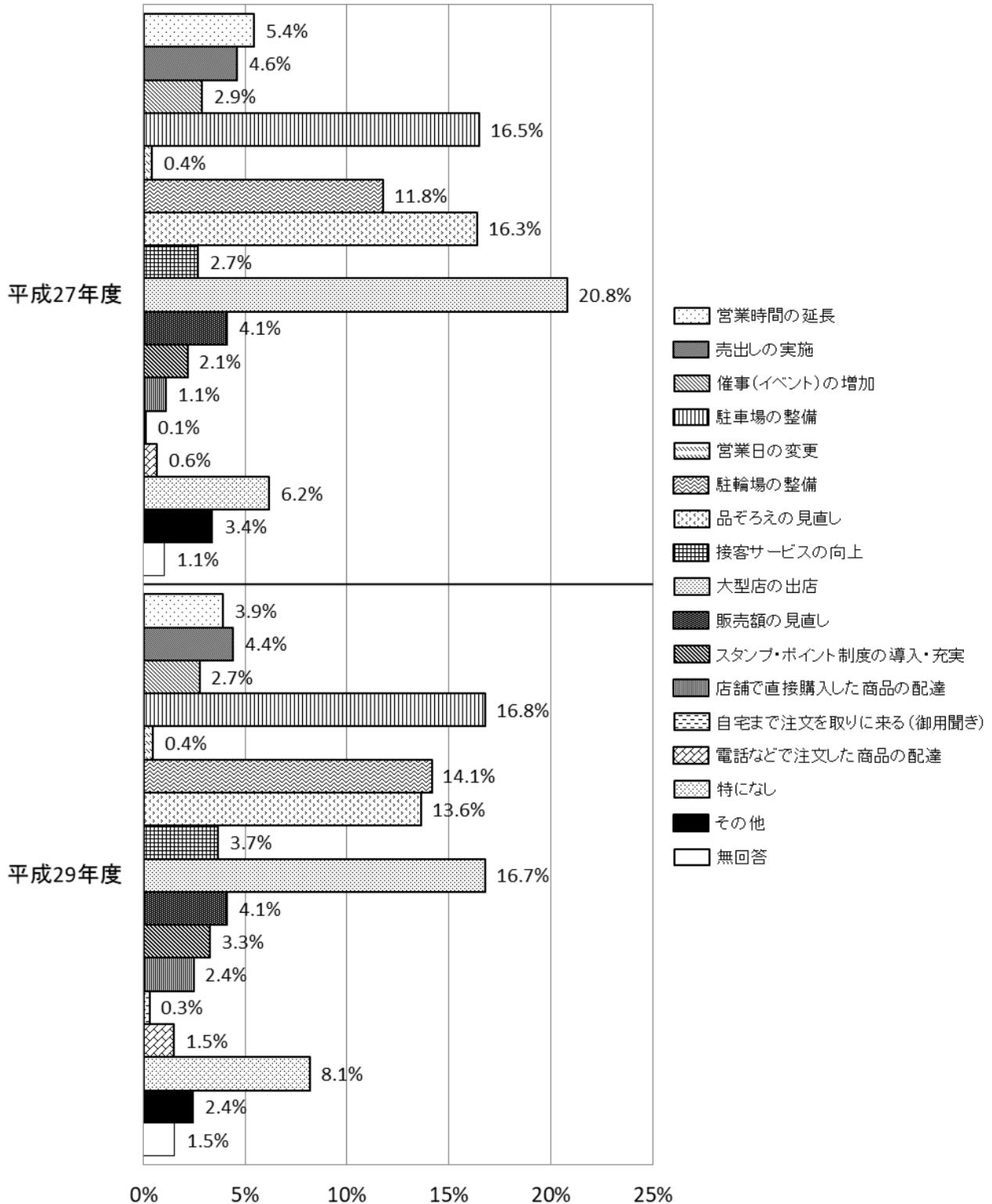


問15 駅前中心商店街への要望

選択肢	人数	割合
営業時間の延長	97	3.9%
売出しの実施	109	4.4%
催事(イベント)の増加	68	2.7%
駐車場の整備	418	16.8%
営業日の変更	11	0.4%
駐輪場の整備	352	14.1%
品ぞろえの見直し	339	13.6%
接客サービスの向上	91	3.7%
大型店の出店	417	16.7%
販売価格の見直し	102	4.1%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	81	3.3%
店舗で直接購入した商品の配達	61	2.4%
自宅まで注文を取りにくる	7	0.3%
電話等で注文した商品の配達	37	1.5%
特になし	203	8.1%
その他	61	2.4%
無回答	38	1.5%
合計	2,492	100.0%

平成27年度の調査結果と比較すると、「大型店の出店」が約4ポイント低くなっている。

問15 前回との駅前中心商店街への要望の比較



問15 前回との駅前中心商店街への要望の比較

	平成27年度		平成29年度	
	人数	割合	人数	割合
営業時間の延長	144	5.4%	97	3.9%
売出しの実施	122	4.6%	109	4.4%
催事(イベント)の増加	76	2.9%	68	2.7%
駐車場の整備	438	16.5%	418	16.8%
営業日の変更	11	0.4%	11	0.4%
駐輪場の整備	313	11.8%	352	14.1%
品ぞろえの見直し	435	16.3%	339	13.6%
接客サービスの向上	71	2.7%	91	3.7%
大型店の出店	553	20.8%	417	16.7%
販売額の見直し	109	4.1%	102	4.1%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	57	2.1%	81	3.3%
店舗で直接購入した商品の配達	29	1.1%	61	2.4%
自宅まで注文を取りに来る(御用聞き)	3	0.1%	7	0.3%
電話などで注文した商品の配達	17	0.6%	37	1.5%
特になし	164	6.2%	203	8.1%
その他	91	3.4%	61	2.4%
無回答	28	1.1%	38	1.5%
合計	2,661	100.0%	2,492	100.0%

居住地区別にみても、「城島・岡崎」を除いて「大型店の出店」を希望する比率は平均的に高い。また「なでしこ・花水・港」「富士見」「松原・崇善」地区に関しては、「駐輪場の整備」を希望しており、その他の地区では「駐車場の整備」を希望する比率が高い。

問15 地区別駅前中心商店街への要望

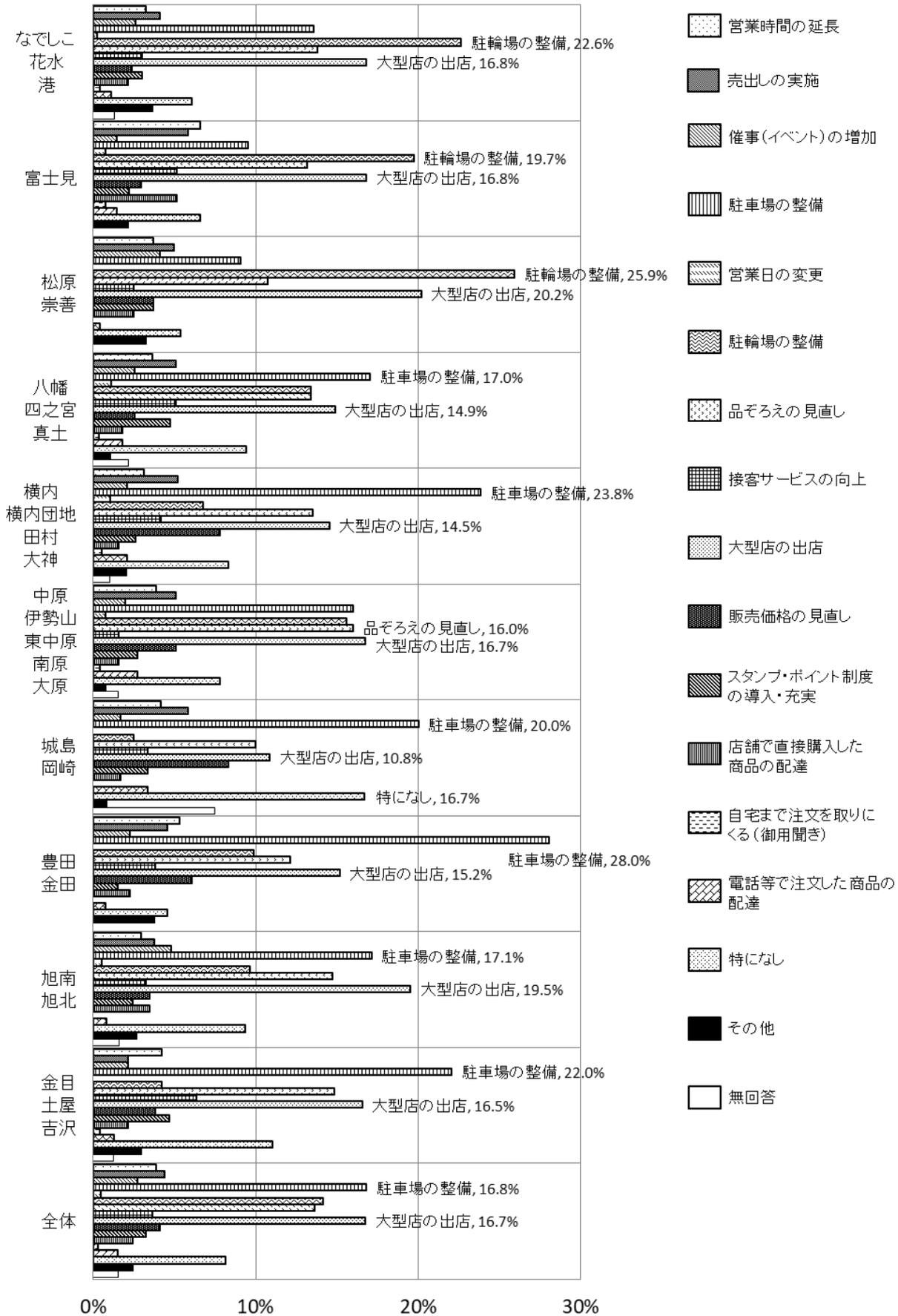
(人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
営業時間の延長	15 3.2%	9 6.6%	9 3.7%	10 3.6%	6 3.1%	10 3.9%
売出しの実施	19 4.1%	8 5.8%	12 4.9%	14 5.1%	10 5.2%	13 5.1%
催事(イベント)の増加	12 2.6%	2 1.5%	10 4.1%	7 2.5%	4 2.1%	5 1.9%
駐車場の整備	63 13.6%	13 9.5%	22 9.1%	47 17.0%	46 23.8%	41 16.0%
営業日の変更	1 0.2%	1 0.7%	0 0.0%	3 1.1%	2 1.0%	2 0.8%
駐輪場の整備	105 22.6%	27 19.7%	63 25.9%	37 13.4%	13 6.7%	40 15.6%
品ぞろえの見直し	64 13.8%	18 13.1%	26 10.7%	37 13.4%	26 13.5%	41 16.0%
接客サービスの向上	14 3.0%	7 5.1%	6 2.5%	14 5.1%	8 4.1%	4 1.6%
大型店の出店	78 16.8%	23 16.8%	49 20.2%	41 14.9%	28 14.5%	43 16.7%
販売額の見直し	11 2.4%	4 2.9%	9 3.7%	7 2.5%	15 7.8%	13 5.1%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	14 3.0%	3 2.2%	9 3.7%	13 4.7%	5 2.6%	7 2.7%
店舗で直接購入した商品の配達	10 2.2%	7 5.1%	6 2.5%	5 1.8%	3 1.6%	4 1.6%
自宅まで注文を取りに来る(御用聞き)	2 0.4%	1 0.7%	0 0.0%	1 0.4%	1 0.5%	1 0.4%
電話などで注文した商品の配達	5 1.1%	2 1.5%	1 0.4%	5 1.8%	4 2.1%	7 2.7%
特になし	28 6.0%	9 6.6%	13 5.3%	26 9.4%	16 8.3%	20 7.8%
その他	17 3.7%	3 2.2%	8 3.3%	3 1.1%	4 2.1%	2 0.8%
無回答	6 1.3%	0 0.0%	0 0.0%	6 2.2%	2 1.0%	4 1.6%
地区別計	464 100.0%	137 100.0%	243 100.0%	276 100.0%	193 100.0%	257 100.0%

(人)

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
営業時間の延長	5 4.2%	7 5.3%	11 2.9%	10 4.2%	5 8.3%	97 3.9%
売出しの実施	7 5.8%	6 4.5%	14 3.7%	5 2.1%	1 1.7%	109 4.4%
催事(イベント)の増加	2 1.7%	3 2.3%	18 4.8%	5 2.1%	0 0.0%	68 2.7%
駐車場の整備	24 20.0%	37 28.0%	64 17.1%	52 22.0%	9 15.0%	418 16.8%
営業日の変更	0 0.0%	0 0.0%	2 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	11 0.4%
駐輪場の整備	3 2.5%	13 9.8%	36 9.6%	10 4.2%	5 8.3%	352 14.1%
品ぞろえの見直し	12 10.0%	16 12.1%	55 14.7%	35 14.8%	9 15.0%	339 13.6%
接客サービスの向上	4 3.3%	5 3.8%	12 3.2%	15 6.4%	2 3.3%	91 3.7%
大型店の出店	13 10.8%	20 15.2%	73 19.5%	39 16.5%	10 16.7%	417 16.7%
販売額の見直し	10 8.3%	8 6.1%	13 3.5%	9 3.8%	3 5.0%	102 4.1%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	4 3.3%	2 1.5%	9 2.4%	11 4.7%	4 6.7%	81 3.3%
店舗で直接購入した商品の配達	2 1.7%	3 2.3%	13 3.5%	5 2.1%	3 5.0%	61 2.4%
自宅まで注文を取りに来る(御用聞き)	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	7 0.3%
電話などで注文した商品の配達	4 3.3%	1 0.8%	3 0.8%	3 1.3%	2 3.3%	37 1.5%
特になし	20 16.7%	6 4.5%	35 9.4%	26 11.0%	4 6.7%	203 8.1%
その他	1 0.8%	5 3.8%	10 2.7%	7 3.0%	1 1.7%	61 2.4%
無回答	9 7.5%	0 0.0%	6 1.6%	3 1.3%	2 3.3%	38 1.5%
地区別計	120 100.0%	132 100.0%	374 100.0%	236 100.0%	60 100.0%	2,492 100.0%

問15 地区別駅前中心商店街への要望



第三章 調査結果

年代別に比較してみると、「駐車場の整備」「大型店の出店」「駐輪場の整備」「品ぞろえの見直し」を望む人の割合が全体的に高くなっている。全体の結果や地区別の結果と大きな差はみられなかった。

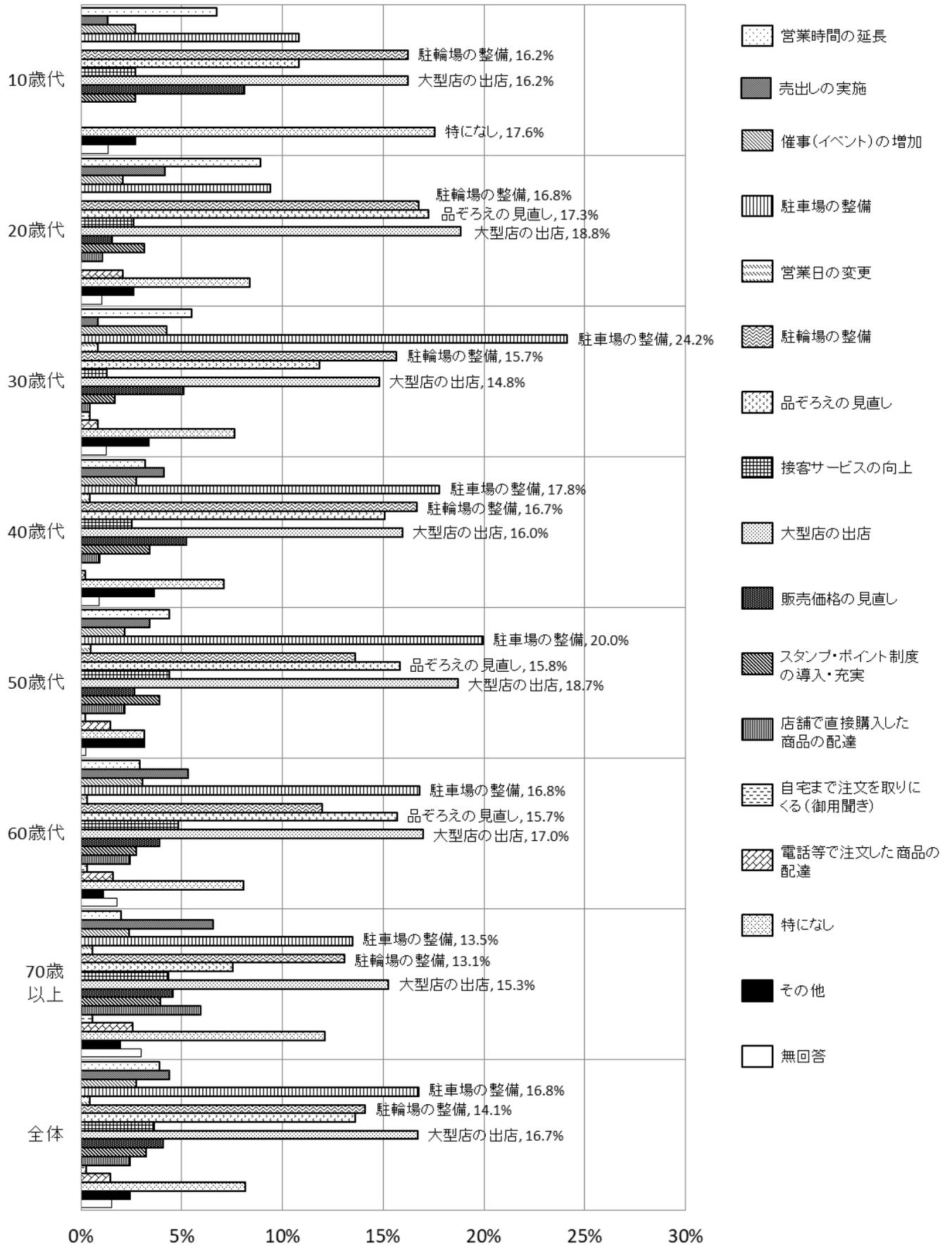
また、「催事（イベント）の増加」はどの年代でも比率が低く、問12で催事（イベント）と中心商店街への集客、問13で催事（イベント）と中心商店街での買物についてまとめた結果と合わせると、催事（イベント）の開催を望む声は多くないと考えられる。

問15 年代別駅前中心商店街への要望

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
営業時間の延長	5 6.8%	17 8.9%	13 5.5%	14 3.2%	18 4.4%	18 2.9%	10 2.0%	2 10.0%	97 3.9%
売出しの実施	1 1.4%	8 4.2%	2 0.8%	18 4.1%	14 3.4%	33 5.3%	33 6.5%	0 0.0%	109 4.4%
催事(イベント)の増加	2 2.7%	4 2.1%	10 4.2%	12 2.7%	9 2.2%	19 3.1%	12 2.4%	0 0.0%	68 2.7%
駐車場の整備	8 10.8%	18 9.4%	57 24.2%	78 17.8%	82 20.0%	104 16.8%	68 13.5%	3 15.0%	418 16.8%
営業日の変更	0 0.0%	0 0.0%	2 0.8%	2 0.5%	2 0.5%	2 0.3%	3 0.6%	0 0.0%	11 0.4%
駐輪場の整備	12 16.2%	32 16.8%	37 15.7%	73 16.7%	56 13.6%	74 12.0%	66 13.1%	2 10.0%	352 14.1%
品ぞろえの見直し	8 10.8%	33 17.3%	28 11.9%	66 15.1%	65 15.8%	97 15.7%	38 7.5%	4 20.0%	339 13.6%
接客サービスの向上	2 2.7%	5 2.6%	3 1.3%	11 2.5%	18 4.4%	30 4.9%	22 4.4%	0 0.0%	91 3.7%
大型店の出店	12 16.2%	36 18.8%	35 14.8%	70 16.0%	77 18.7%	105 17.0%	77 15.3%	5 25.0%	417 16.7%
販売額の見直し	6 8.1%	3 1.6%	12 5.1%	23 5.3%	11 2.7%	24 3.9%	23 4.6%	0 0.0%	102 4.1%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	2 2.7%	6 3.1%	4 1.7%	15 3.4%	16 3.9%	17 2.8%	20 4.0%	1 5.0%	81 3.3%
店舗で直接購入した商品の配達	0 0.0%	2 1.0%	1 0.4%	4 0.9%	9 2.2%	15 2.4%	30 6.0%	0 0.0%	61 2.4%
自宅まで注文を取りに来る(御用聞き)	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.2%	2 0.3%	3 0.6%	0 0.0%	7 0.3%
電話などで注文した商品の配達	0 0.0%	4 2.1%	2 0.8%	1 0.2%	6 1.5%	10 1.6%	13 2.6%	1 5.0%	37 1.5%
特になし	13 17.6%	16 8.4%	18 7.6%	31 7.1%	13 3.2%	50 8.1%	61 12.1%	1 5.0%	203 8.1%
その他	2 2.7%	5 2.6%	8 3.4%	16 3.7%	13 3.2%	7 1.1%	10 2.0%	0 0.0%	61 2.4%
無回答	1 1.4%	2 1.0%	3 1.3%	4 0.9%	1 0.2%	11 1.8%	15 3.0%	1 5.0%	38 1.5%
年代別計	74 100.0%	191 100.0%	236 100.0%	438 100.0%	411 100.0%	618 100.0%	504 100.0%	20 100.0%	2,492 100.0%

問15 年代別駅前中心商店街への要望

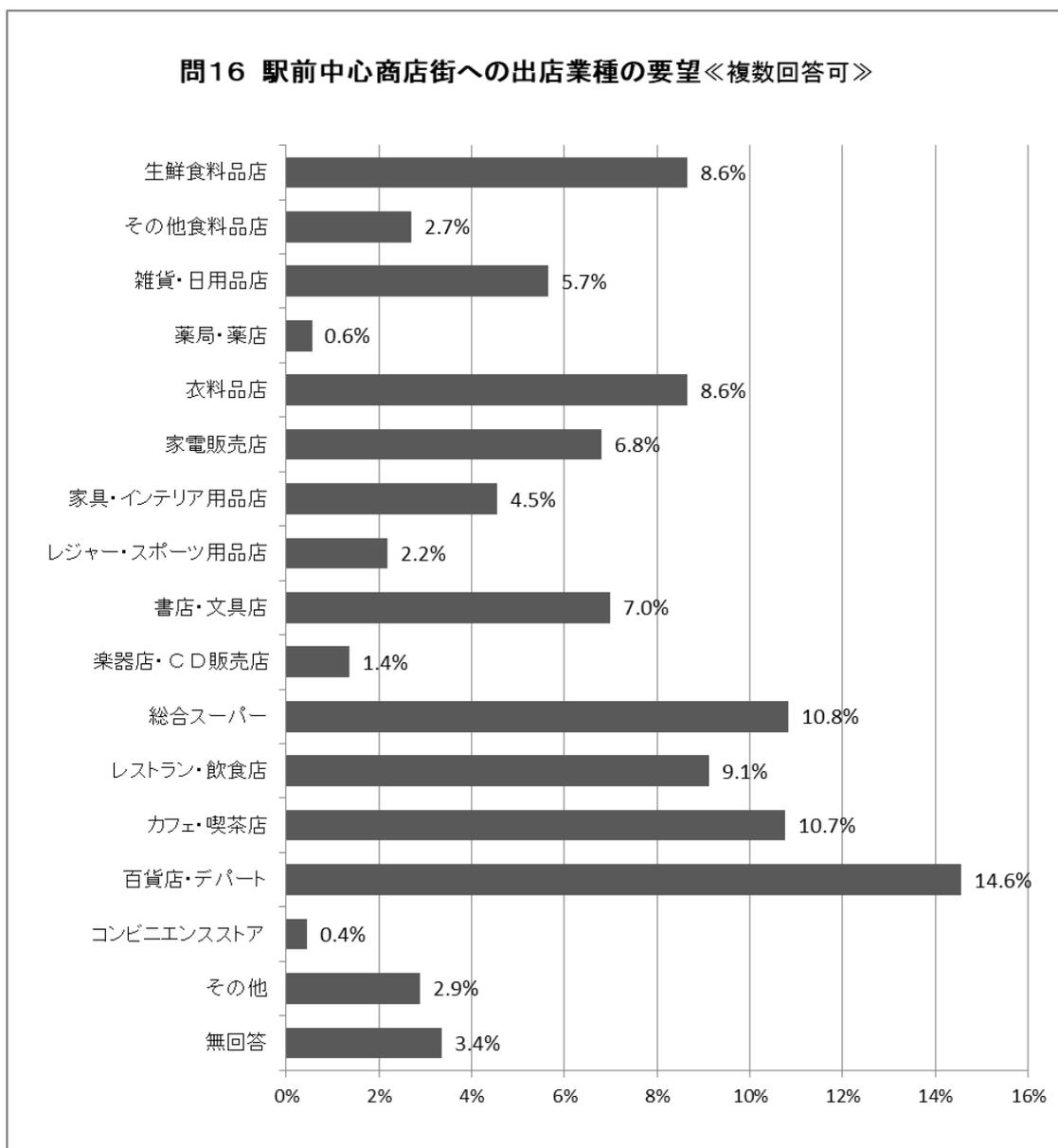


(9) 駅前中心商店街への出店業種の要望

問16 平塚駅前の中心商店街に、どのような店舗の出店・増加を期待しますか。
(3つまで○印)

駅前中心商店街への出店業種の要望をたずねた結果、最も多かったのは「百貨店・デパート」(14.6%)であった。次いで「総合スーパー」(10.8%)、「カフェ・喫茶店」(10.7%)と続く。

「薬局・薬店」(0.6%)、「コンビニエンスストア」(0.4%)等は、現在、駅前中心商店街に出店している店舗数が、買物客のニーズを十分満たしているものと考えられる。



問16 駅前中心商店街への出店業種の要望

選択肢	人数	割合
生鮮食料品店	234	8.6%
その他食料品店	73	2.7%
雑貨・日用品店	153	5.7%
薬局・薬店	15	0.6%
衣料品店	234	8.6%
家電販売店	184	6.8%
家具・インテリア用品店	123	4.5%
レジャー・スポーツ用品店	59	2.2%
書店・文具店	189	7.0%
楽器店・CD販売店	37	1.4%
総合スーパー	293	10.8%
レストラン・飲食店	247	9.1%
カフェ・喫茶店	291	10.7%
百貨店・デパート	394	14.6%
コンビニエンスストア	12	0.4%
その他	78	2.9%
無回答	91	3.4%
合計	2,707	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

年代別にみると、10歳代から40歳代までは「カフェ・喫茶店」の比率が全体的に多く「百貨店・デパート」等に勝る部分もあるが、50歳代を境に「総合スーパー」「生鮮食料品店」にとって代わっていく。

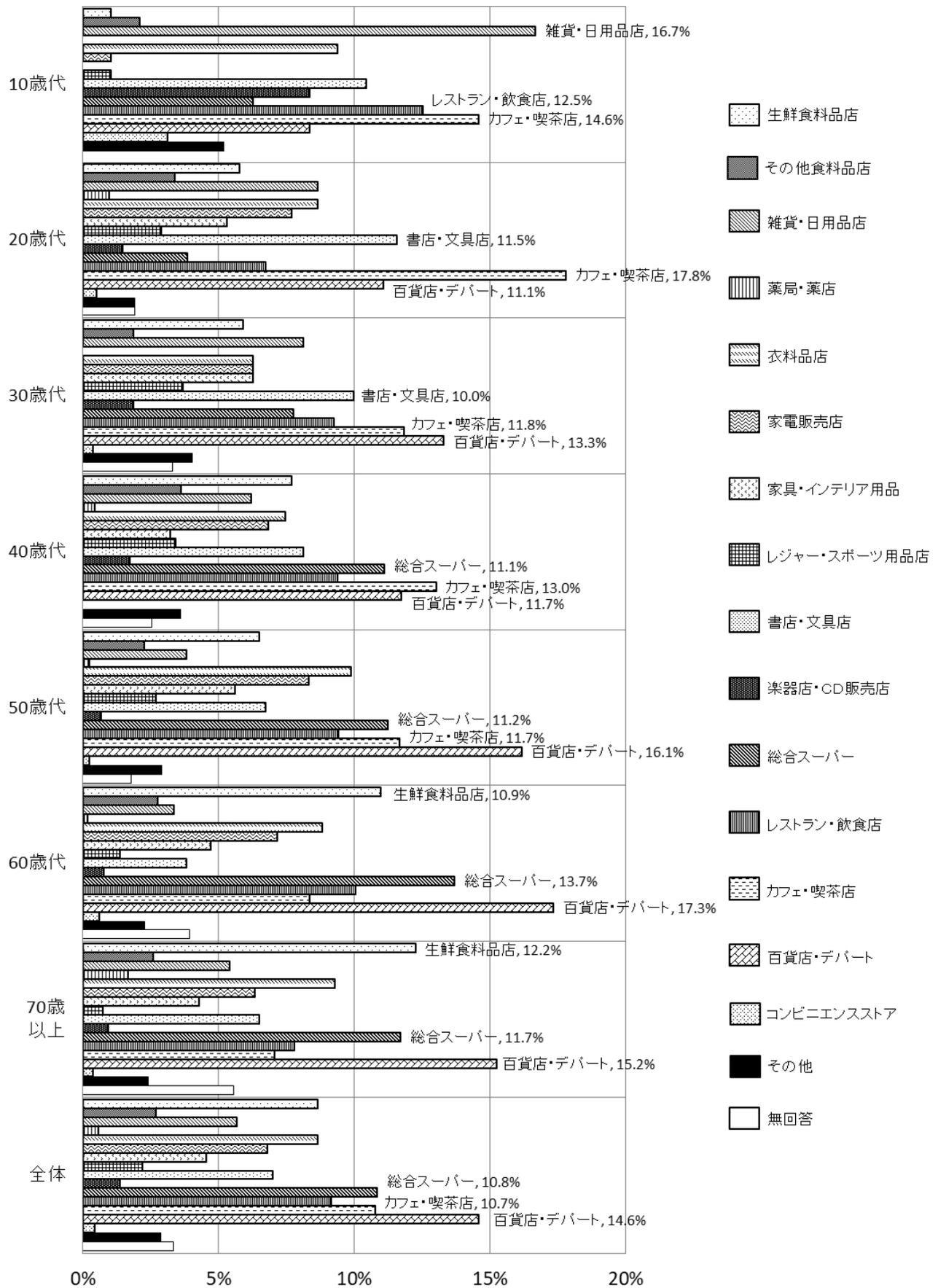
また10歳代では「雑貨・日用品店」、20歳代、30歳代では「書店・文具店」も比率が高く、若年層が希望する商品を扱う店舗が少ないことも読み取れる。

問16 年代別駅前中心商店街への出店業種の要望

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
生鮮食料品店	1 1.0%	12 5.8%	16 5.9%	36 7.7%	29 6.5%	72 10.9%	66 12.2%	2 10.0%	234 8.6%
その他食料品店	2 2.1%	7 3.4%	5 1.8%	17 3.6%	10 2.2%	18 2.7%	14 2.6%	0 0.0%	73 2.7%
雑貨・日用品店	16 16.7%	18 8.7%	22 8.1%	29 6.2%	17 3.8%	22 3.3%	29 5.4%	0 0.0%	153 5.7%
薬局・薬店	0 0.0%	2 1.0%	0 0.0%	2 0.4%	1 0.2%	1 0.2%	9 1.7%	0 0.0%	15 0.6%
衣料品店	9 9.4%	18 8.7%	17 6.3%	35 7.5%	44 9.9%	58 8.8%	50 9.3%	3 15.0%	234 8.6%
家電販売店	1 1.0%	16 7.7%	17 6.3%	32 6.8%	37 8.3%	47 7.1%	34 6.3%	0 0.0%	184 6.8%
家具・インテリア用品店	0 0.0%	11 5.3%	17 6.3%	15 3.2%	25 5.6%	31 4.7%	23 4.3%	1 5.0%	123 4.5%
レジャー・スポーツ用品店	1 1.0%	6 2.9%	10 3.7%	16 3.4%	12 2.7%	9 1.4%	4 0.7%	1 5.0%	59 2.2%
書店・文具店	10 10.4%	24 11.5%	27 10.0%	38 8.1%	30 6.7%	25 3.8%	35 6.5%	0 0.0%	189 7.0%
楽器店・CD販売店	8 8.3%	3 1.4%	5 1.8%	8 1.7%	3 0.7%	5 0.8%	5 0.9%	0 0.0%	37 1.4%
総合スーパー	6 6.3%	8 3.8%	21 7.7%	52 11.1%	50 11.2%	90 13.7%	63 11.7%	3 15.0%	293 10.8%
レストラン・飲食店	12 12.5%	14 6.7%	25 9.2%	44 9.4%	42 9.4%	66 10.0%	42 7.8%	2 10.0%	247 9.1%
カフェ・喫茶店	14 14.6%	37 17.8%	32 11.8%	61 13.0%	52 11.7%	55 8.4%	38 7.1%	2 10.0%	291 10.7%
百貨店・デパート	8 8.3%	23 11.1%	36 13.3%	55 11.7%	72 16.1%	114 17.3%	82 15.2%	4 20.0%	394 14.6%
コンビニエンスストア	3 3.1%	1 0.5%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.2%	4 0.6%	2 0.4%	0 0.0%	12 0.4%
その他	5 5.2%	4 1.9%	11 4.1%	17 3.6%	13 2.9%	15 2.3%	13 2.4%	0 0.0%	78 2.9%
無回答	0 0.0%	4 1.9%	9 3.3%	12 2.6%	8 1.8%	26 4.0%	30 5.6%	2 10.0%	91 3.4%
年代別計	96 100.0%	208 100.0%	271 100.0%	469 100.0%	446 100.0%	658 100.0%	539 100.0%	20 100.0%	2,707 100.0%

問16 年代別駅前中心商店街への出店業種の要望



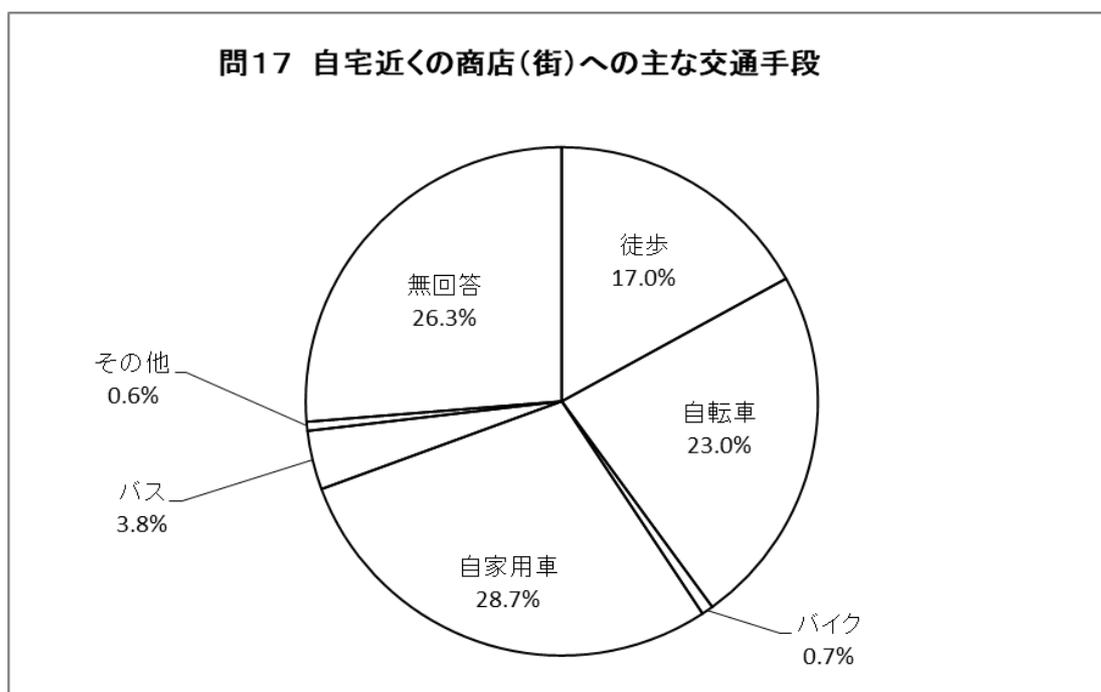
*問17～問19の設問は、自宅からの最寄りの商店街が「平塚駅前の中心商店街」ではない方のみ回答。

(10) 自宅近くの商店(街)への主な交通手段

問17 自宅近くの商店(街)へ買物に出かけるときの主な交通手段は何ですか。
(1つだけ○印)

自宅近くの商店(街)への主な交通手段をたずねた結果、最も多かったのは「自家用車」(28.7%)であった。次いで「自転車」(23.0%)、「徒歩」(17.0%)と続く。

「自家用車」の回答が多いことから、自宅近くの駐車場が併設されているスーパー等で買物をする機会が多いことがうかがえる。



問17 自宅近くの商店(街)への主な交通手段

選択肢	人数	割合
徒歩	208	17.0%
自転車	282	23.0%
バイク	9	0.7%
自家用車	351	28.7%
バス	46	3.8%
その他	7	0.6%
無回答	322	26.3%
合計	1,225	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

居住地区別にみると、「八幡・四之宮・真土」「横内・横内団地・田村・大神」「中原・伊勢山・東中原・南原・大原」の地域では、「自転車」の比率が高く、30%以上となっている。

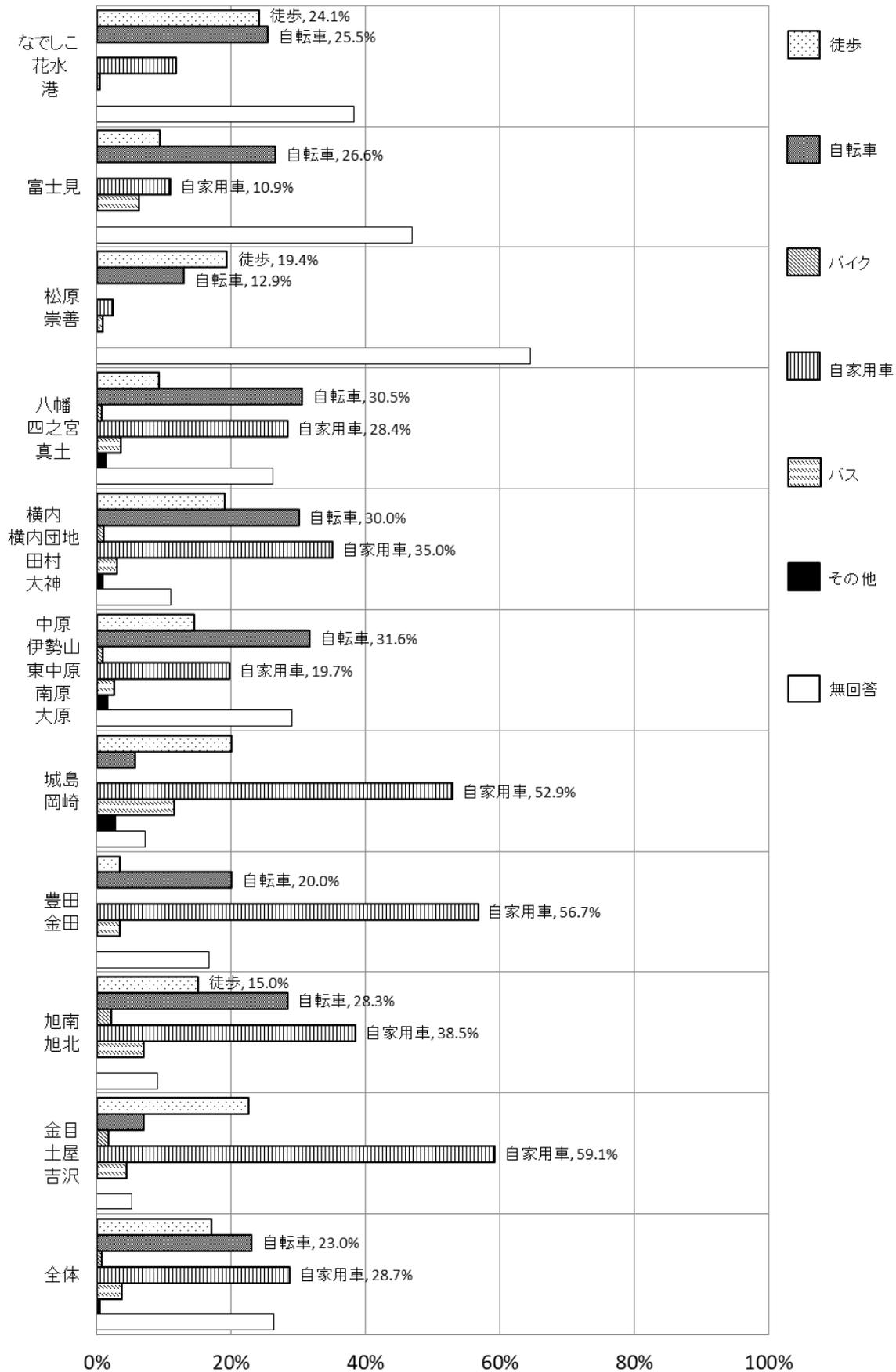
「城島・岡崎」「豊田・金田」「金目・土屋・吉沢」では50%以上の人が自家用車を使用している。自家用車の比率が高い地区では、自転車や徒歩で買物ができるような店舗が自宅近くに少ないか、もしくは郊外の、駐車場が併設されている大型店舗へ日常の買物に出かける人が多いものと推測される。

問17 地区別自宅近くの商店(街)への主な交通手段 (人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
徒歩	53	6	24	13	19	17
	24.1%	9.4%	19.4%	9.2%	19.0%	14.5%
自転車	56	17	16	43	30	37
	25.5%	26.6%	12.9%	30.5%	30.0%	31.6%
バイク	0	0	0	1	1	1
	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	1.0%	0.9%
自家用車	26	7	3	40	35	23
	11.8%	10.9%	2.4%	28.4%	35.0%	19.7%
バス	1	4	1	5	3	3
	0.5%	6.3%	0.8%	3.5%	3.0%	2.6%
その他	0	0	0	2	1	2
	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	1.0%	1.7%
無回答	84	30	80	37	11	34
	38.2%	46.9%	64.5%	26.2%	11.0%	29.1%
地区別計	220	64	124	141	100	117
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
徒歩	14	2	28	26	6	208
	20.0%	3.3%	15.0%	22.6%	22.2%	17.0%
自転車	4	12	53	8	6	282
	5.7%	20.0%	28.3%	7.0%	22.2%	23.0%
バイク	0	0	4	2	0	9
	0.0%	0.0%	2.1%	1.7%	0.0%	0.7%
自家用車	37	34	72	68	6	351
	52.9%	56.7%	38.5%	59.1%	22.2%	28.7%
バス	8	2	13	5	1	46
	11.4%	3.3%	7.0%	4.3%	3.7%	3.8%
その他	2	0	0	0	0	7
	2.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
無回答	5	10	17	6	8	322
	7.1%	16.7%	9.1%	5.2%	29.6%	26.3%
地区別計	70	60	187	115	27	1,225
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

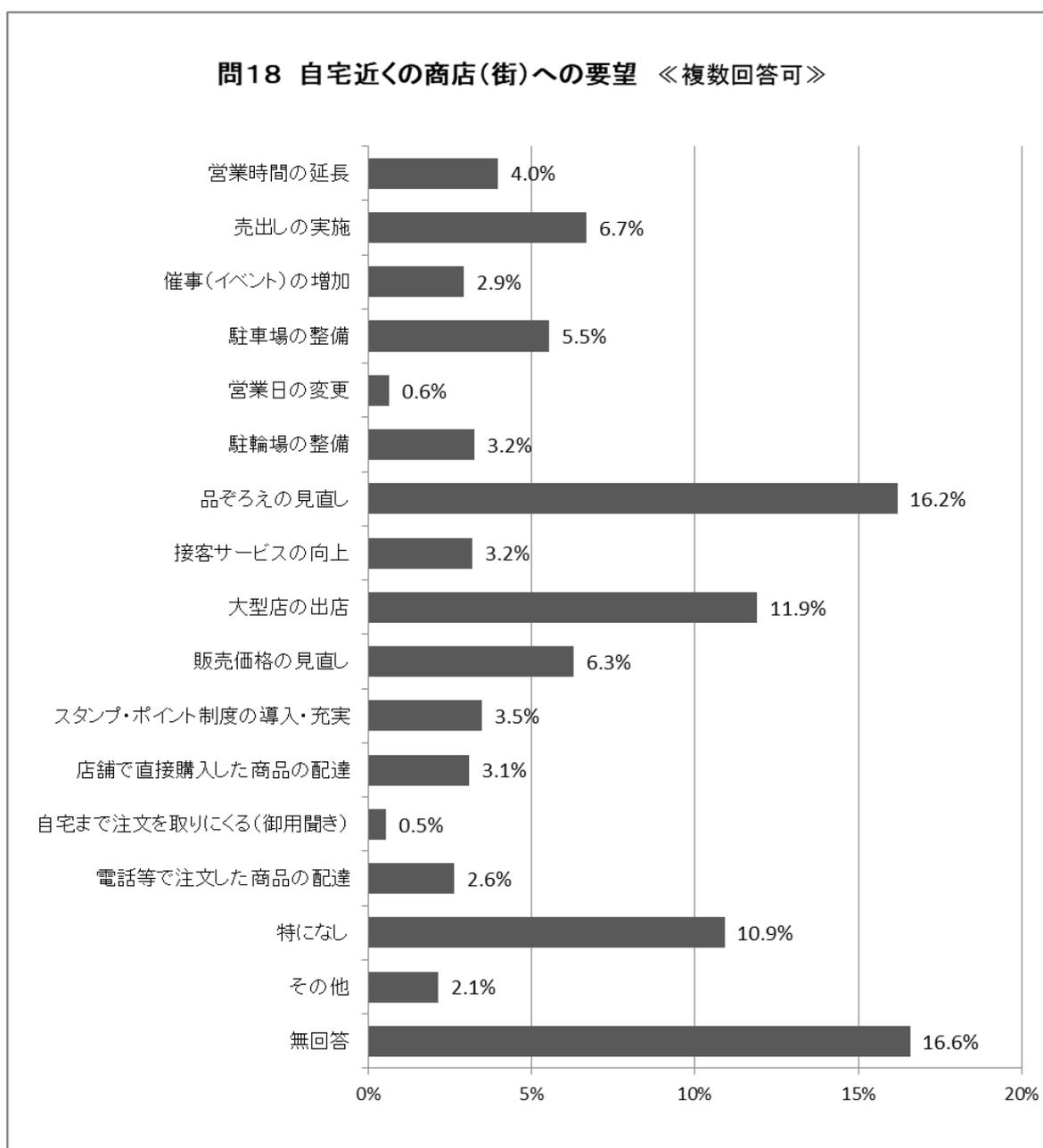
問17 地区別自宅近くの商店(街)への主な交通手段



(11) 自宅近くの商店(街)への要望

問18 自宅近くの商店(街)に望むものは何ですか。(3つまで〇印)

自宅近くの商店(街)への要望をたずねた結果、最も多かったのは「品ぞろえの見直し」(16.2%)であった。次いで「大型店の出店」(11.9%)、と続く。



問18 自宅近くの商店(街)への要望

選択肢	人数	割合
営業時間の延長	80	4.0%
売出しの実施	134	6.7%
催事(イベント)の増加	59	2.9%
駐車場の整備	111	5.5%
営業日の変更	13	0.6%
駐輪場の整備	65	3.2%
品ぞろえの見直し	325	16.2%
接客サービスの向上	64	3.2%
大型店の出店	239	11.9%
販売価格の見直し	126	6.3%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	70	3.5%
店舗で直接購入した商品の配達	62	3.1%
自宅まで注文を取りにくる(御用聞き)	11	0.5%
電話等で注文した商品の配達	53	2.6%
特になし	219	10.9%
その他	43	2.1%
無回答	333	16.6%
合計	2,007	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

居住地区別にみると、「松原・崇善」「城島・岡崎」地区を除き「品ぞろえの見直し」を第1位に、「大型店の出店」を第2位に希望している。

「城島・岡崎」地区では「大型店の出店」(20.3%)が最も高い。

問18 地区別自宅近くの商店(街)への要望

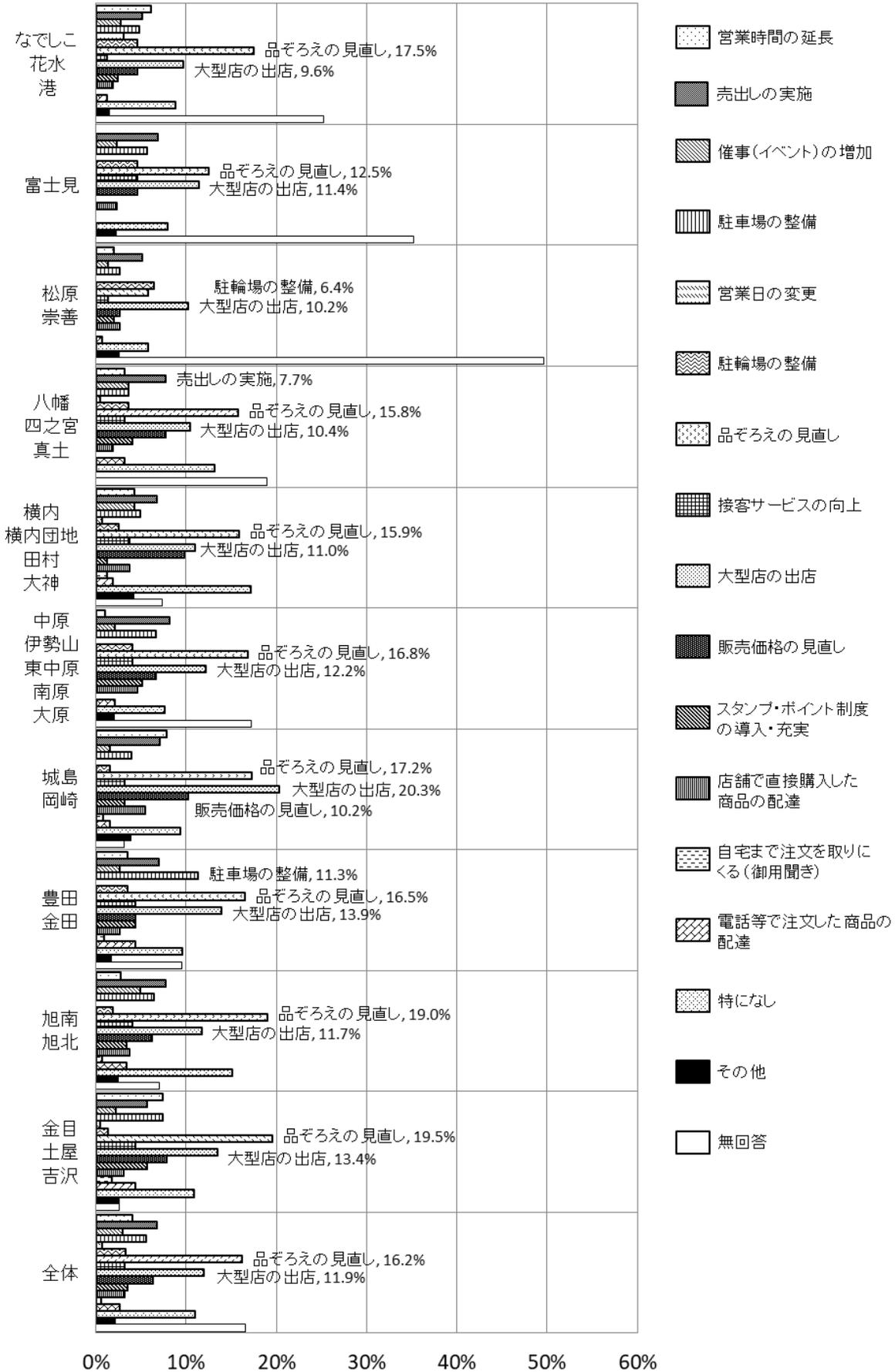
(人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
営業時間の延長	20 6.0%	0 0.0%	3 1.9%	7 3.2%	7 4.3%	2 1.0%
売出しの実施	17 5.1%	6 6.8%	8 5.1%	17 7.7%	11 6.7%	16 8.1%
催事(イベント)の増加	9 2.7%	2 2.3%	2 1.3%	8 3.6%	7 4.3%	4 2.0%
駐車場の整備	16 4.8%	5 5.7%	4 2.5%	8 3.6%	8 4.9%	13 6.6%
営業日の変更	10 3.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	1 0.6%	0 0.0%
駐輪場の整備	15 4.5%	4 4.5%	10 6.4%	8 3.6%	4 2.4%	8 4.1%
品ぞろえの見直し	58 17.5%	11 12.5%	9 5.7%	35 15.8%	26 15.9%	33 16.8%
接客サービスの向上	4 1.2%	4 4.5%	2 1.3%	7 3.2%	6 3.7%	8 4.1%
大型店の出店	32 9.6%	10 11.4%	16 10.2%	23 10.4%	18 11.0%	24 12.2%
販売価格の見直し	15 4.5%	4 4.5%	4 2.5%	17 7.7%	16 9.8%	13 6.6%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	8 2.4%	0 0.0%	3 1.9%	9 4.1%	2 1.2%	10 5.1%
店舗で直接購入した商品の配達	6 1.8%	2 2.3%	4 2.5%	4 1.8%	6 3.7%	9 4.6%
自宅まで注文を取りにくる(御用聞き)	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 1.2%	0 0.0%
電話等で注文した商品の配達	4 1.2%	0 0.0%	1 0.6%	7 3.2%	3 1.8%	4 2.0%
特になし	29 8.7%	7 8.0%	9 5.7%	29 13.1%	28 17.1%	15 7.6%
その他	5 1.5%	2 2.3%	4 2.5%	0 0.0%	7 4.3%	4 2.0%
無回答	84 25.3%	31 35.2%	78 49.7%	42 18.9%	12 7.3%	34 17.3%
地区別計	332 100.0%	88 100.0%	157 100.0%	222 100.0%	164 100.0%	197 100.0%

(人)

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
営業時間の延長	10 7.8%	4 3.5%	9 2.8%	17 7.4%	1 2.1%	80 4.0%
売出しの実施	9 7.0%	8 7.0%	25 7.7%	13 5.6%	4 8.5%	134 6.7%
催事(イベント)の増加	2 1.6%	3 2.6%	16 4.9%	5 2.2%	1 2.1%	59 2.9%
駐車場の整備	5 3.9%	13 11.3%	21 6.4%	17 7.4%	1 2.1%	111 5.5%
営業日の変更	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 0.4%	0 0.0%	13 0.6%
駐輪場の整備	2 1.6%	4 3.5%	6 1.8%	3 1.3%	1 2.1%	65 3.2%
品ぞろえの見直し	22 17.2%	19 16.5%	62 19.0%	45 19.5%	5 10.6%	325 16.2%
接客サービスの向上	4 3.1%	5 4.3%	13 4.0%	10 4.3%	1 2.1%	64 3.2%
大型店の出店	26 20.3%	16 13.9%	38 11.7%	31 13.4%	5 10.6%	239 11.9%
販売価格の見直し	13 10.2%	5 4.3%	20 6.1%	18 7.8%	1 2.1%	126 6.3%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	4 3.1%	5 4.3%	11 3.4%	13 5.6%	5 10.6%	70 3.5%
店舗で直接購入した商品の配達	7 5.5%	3 2.6%	12 3.7%	7 3.0%	2 4.3%	62 3.1%
自宅まで注文を取りにくる(御用聞き)	1 0.8%	1 0.9%	2 0.6%	4 1.7%	1 2.1%	11 0.5%
電話等で注文した商品の配達	2 1.6%	5 4.3%	11 3.4%	10 4.3%	6 12.8%	53 2.6%
特になし	12 9.4%	11 9.6%	49 15.0%	25 10.8%	5 10.6%	219 10.9%
その他	5 3.9%	2 1.7%	8 2.5%	6 2.6%	0 0.0%	43 2.1%
無回答	4 3.1%	11 9.6%	23 7.1%	6 2.6%	8 17.0%	333 16.6%
地区別計	128 100.0%	115 100.0%	326 100.0%	231 100.0%	47 100.0%	2,007 100.0%

問18 地区別自宅近くの商店(街)への要望



第三章 調査結果

年代別にみると、居住地区別と同じくどの年代でも「品ぞろえの見直し」「大型店の出店」を望む比率が高い。

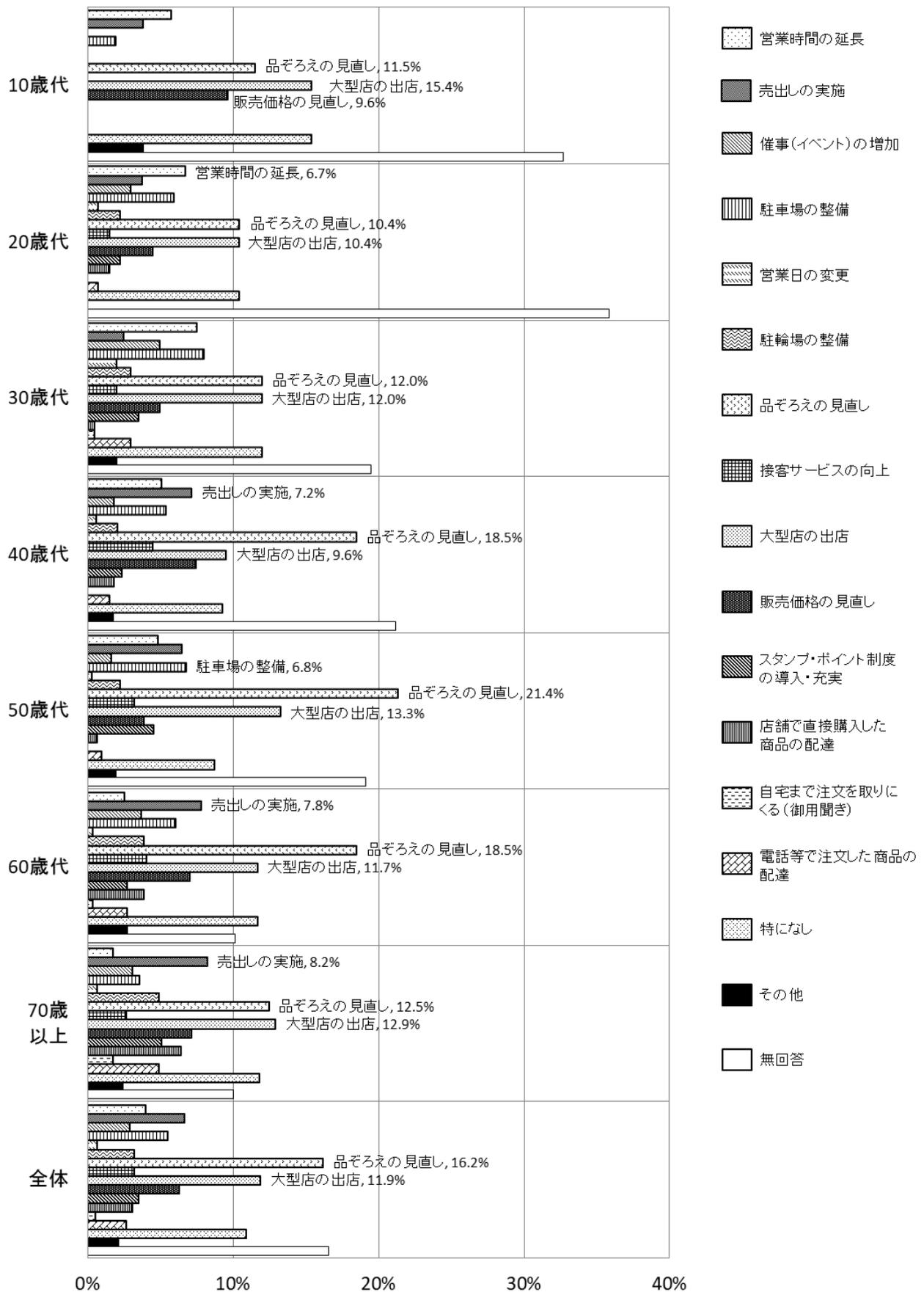
10歳代では「販売価格の見直し」、60歳代以上では「売出しの実施」の比率も高く、目立っている。

問18 年代別自宅近くの商店(街)への要望

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
営業時間の延長	3 5.8%	9 6.7%	15 7.5%	17 5.1%	15 4.9%	13 2.5%	8 1.8%	0 0.0%	80 4.0%
売出しの実施	2 3.8%	5 3.7%	5 2.5%	24 7.2%	20 6.5%	40 7.8%	37 8.2%	1 6.7%	134 6.7%
催事(イベント)の増加	0 0.0%	4 3.0%	10 5.0%	6 1.8%	5 1.6%	19 3.7%	14 3.1%	1 6.7%	59 2.9%
駐車場の整備	1 1.9%	8 6.0%	16 8.0%	18 5.4%	21 6.8%	31 6.0%	16 3.6%	0 0.0%	111 5.5%
営業日の変更	0 0.0%	1 0.7%	4 2.0%	2 0.6%	1 0.3%	2 0.4%	3 0.7%	0 0.0%	13 0.6%
駐輪場の整備	0 0.0%	3 2.2%	6 3.0%	7 2.1%	7 2.3%	20 3.9%	22 4.9%	0 0.0%	65 3.2%
品ぞろえの見直し	6 11.5%	14 10.4%	24 12.0%	62 18.5%	66 21.4%	95 18.5%	56 12.5%	2 13.3%	325 16.2%
接客サービスの向上	0 0.0%	2 1.5%	4 2.0%	15 4.5%	10 3.2%	21 4.1%	12 2.7%	0 0.0%	64 3.2%
大型店の出店	8 15.4%	14 10.4%	24 12.0%	32 9.6%	41 13.3%	60 11.7%	58 12.9%	2 13.3%	239 11.9%
販売価格の見直し	5 9.6%	6 4.5%	10 5.0%	25 7.5%	12 3.9%	36 7.0%	32 7.1%	0 0.0%	126 6.3%
スタンプ・ポイント制度の導入・充実	0 0.0%	3 2.2%	7 3.5%	8 2.4%	14 4.5%	14 2.7%	23 5.1%	1 6.7%	70 3.5%
店舗で直接購入した商品の配達	0 0.0%	2 1.5%	1 0.5%	6 1.8%	2 0.6%	20 3.9%	29 6.5%	2 13.3%	62 3.1%
自宅まで注文を取りにくる(御用聞き)	0 0.0%	0 0.0%	1 0.5%	0 0.0%	0 0.0%	2 0.4%	8 1.8%	0 0.0%	11 0.5%
電話等で注文した商品の配達	0 0.0%	1 0.7%	6 3.0%	5 1.5%	3 1.0%	14 2.7%	22 4.9%	2 13.3%	53 2.6%
特になし	8 15.4%	14 10.4%	24 12.0%	31 9.3%	27 8.7%	60 11.7%	53 11.8%	2 13.3%	219 10.9%
その他	2 3.8%	0 0.0%	4 2.0%	6 1.8%	6 1.9%	14 2.7%	11 2.4%	0 0.0%	43 2.1%
無回答	17 32.7%	48 35.8%	39 19.5%	71 21.2%	59 19.1%	52 10.1%	45 10.0%	2 13.3%	333 16.6%
年代別計	52 100.0%	134 100.0%	200 100.0%	335 100.0%	309 100.0%	513 100.0%	449 100.0%	15 100.0%	2,007 100.0%

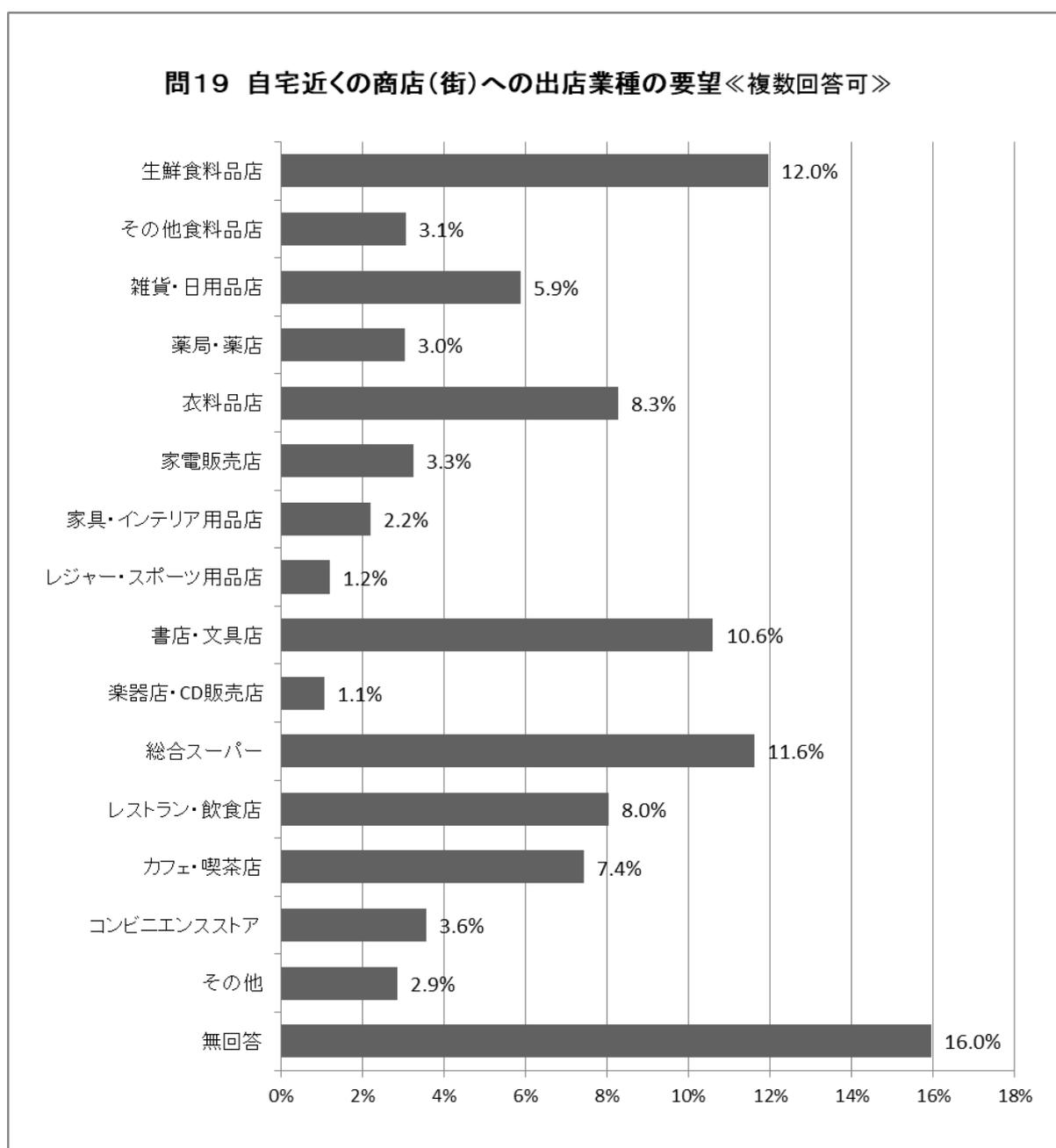
問18 年代別自宅近くの商店(街)への要望



(12) 自宅近くの商店(街)への出店業種の要望

問19 自宅近くの商店街にどのような店舗の出店・増加を期待しますか。
(3つまで○印)

自宅近くの商店(街)への出店業種の要望をたずねた結果、最も多かったのは「生鮮食料品店」(12.0%)であった。次いで「総合スーパー」(11.6%)「書店・文具店」(10.6%)、「衣料品店」(8.3%)と続く。



問19 自宅近くの商店(街)への出店業種の要望

選択肢	人数	割合
生鮮食料品店	272	12.0%
その他食料品店	70	3.1%
雑貨・日用品店	134	5.9%
薬局・薬店	69	3.0%
衣料品店	188	8.3%
家電販売店	74	3.3%
家具・インテリア用品店	50	2.2%
レジャー・スポーツ用品店	27	1.2%
書店・文具店	241	10.6%
楽器店・CD販売店	24	1.1%
総合スーパー	264	11.6%
レストラン・飲食店	183	8.0%
カフェ・喫茶店	169	7.4%
コンビニエンスストア	81	3.6%
その他	65	2.9%
無回答	363	16.0%
合計	2,274	100.0%

居住地区別にみると、どの地区も「総合スーパー」「書店・文具店」「生鮮食料品店」を希望する比率が高い。その他、「中原・伊勢山・東中原・南原・大原」「豊田・金田」「旭南・旭北」では「衣料品店」が目立つ。

「書店・文具店」に関しては、「横内・横内団地・田村・大神」地区で17.1%の比率で希望があり、近隣に該当する店舗が少ないためと推測される。

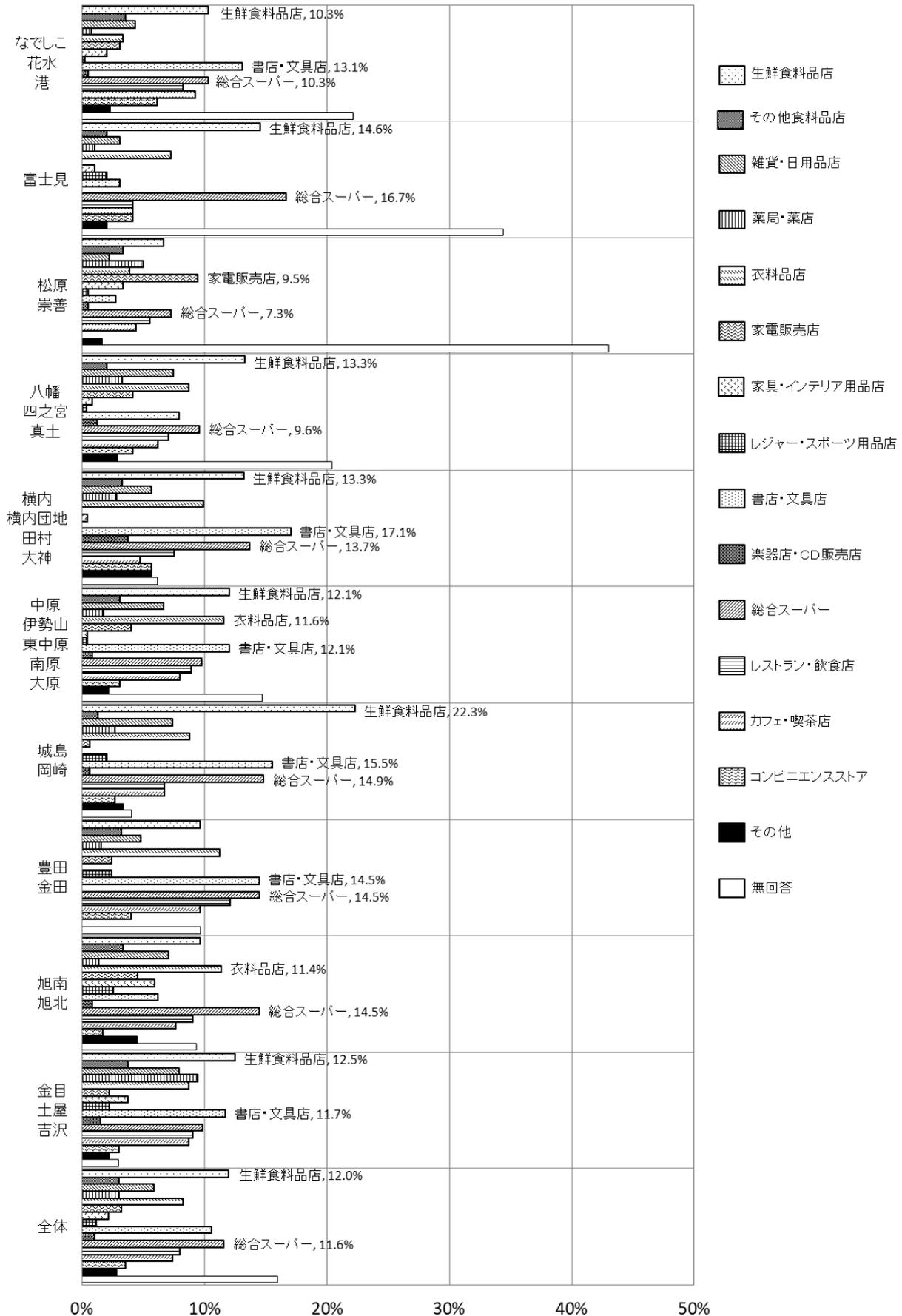
問19 地区別自宅近くの商店(街)への出店業種の要望 (人)

	なでしこ 花水・港	富士見	松原 崇善	八幡 四之宮 真土	横内 横内団地 田村 大神	中原 伊勢山 東中原 南原 大原
生鮮食料品店	40 10.3%	14 14.6%	12 6.7%	32 13.3%	28 13.3%	27 12.1%
その他食料品店	14 3.6%	2 2.1%	6 3.4%	5 2.1%	7 3.3%	7 3.1%
雑貨・日用品店	17 4.4%	3 3.1%	4 2.2%	18 7.5%	12 5.7%	15 6.7%
薬局・薬店	3 0.8%	1 1.0%	9 5.0%	8 3.3%	6 2.8%	4 1.8%
衣料品店	13 3.4%	7 7.3%	7 3.9%	21 8.8%	21 10.0%	26 11.6%
家電販売店	12 3.1%	0 0.0%	17 9.5%	10 4.2%	0 0.0%	9 4.0%
家具・インテリア用品店	8 2.1%	1 1.0%	6 3.4%	2 0.8%	1 0.5%	1 0.4%
レジャー・スポーツ用品店	1 0.3%	2 2.1%	1 0.6%	1 0.4%	0 0.0%	1 0.4%
書店・文具店	51 13.1%	3 3.1%	5 2.8%	19 7.9%	36 17.1%	27 12.1%
楽器店・CD販売店	2 0.5%	0 0.0%	1 0.6%	3 1.3%	8 3.8%	2 0.9%
総合スーパー	40 10.3%	16 16.7%	13 7.3%	23 9.6%	29 13.7%	22 9.8%
レストラン・飲食店	32 8.2%	4 4.2%	10 5.6%	17 7.1%	16 7.6%	20 8.9%
カフェ・喫茶店	36 9.3%	4 4.2%	8 4.5%	15 6.3%	10 4.7%	18 8.0%
コンビニエンスストア	24 6.2%	4 4.2%	0 0.0%	10 4.2%	12 5.7%	7 3.1%
その他	9 2.3%	2 2.1%	3 1.7%	7 2.9%	12 5.7%	5 2.2%
無回答	86 22.2%	33 34.4%	77 43.0%	49 20.4%	13 6.2%	33 14.7%
地区別計	388 100.0%	96 100.0%	179 100.0%	240 100.0%	211 100.0%	224 100.0%

問19 地区別自宅近くの商店(街)への出店業種の要望 (人)

	城島 岡崎	豊田 金田	旭南 旭北	金目 土屋 吉沢	無回答	全体
生鮮食料品店	33 22.3%	12 9.7%	34 9.7%	33 12.5%	7 14.6%	272 12.0%
その他食料品店	2 1.4%	4 3.2%	12 3.4%	10 3.8%	1 2.1%	70 3.1%
雑貨・日用品店	11 7.4%	6 4.8%	25 7.1%	21 8.0%	2 4.2%	134 5.9%
薬局・薬店	4 2.7%	2 1.6%	5 1.4%	25 9.5%	2 4.2%	69 3.0%
衣料品店	13 8.8%	14 11.3%	40 11.4%	23 8.7%	3 6.3%	188 8.3%
家電販売店	1 0.7%	3 2.4%	16 4.5%	6 2.3%	0 0.0%	74 3.3%
家具・インテリア用品店	0 0.0%	0 0.0%	21 6.0%	10 3.8%	0 0.0%	50 2.2%
レジャー・スポーツ用品店	3 2.0%	3 2.4%	9 2.6%	6 2.3%	0 0.0%	27 1.2%
書店・文具店	23 15.5%	18 14.5%	22 6.3%	31 11.7%	6 12.5%	241 10.6%
楽器店・CD販売店	1 0.7%	0 0.0%	3 0.9%	4 1.5%	0 0.0%	24 1.1%
総合スーパー	22 14.9%	18 14.5%	51 14.5%	26 9.8%	4 8.3%	264 11.6%
レストラン・飲食店	10 6.8%	15 12.1%	32 9.1%	24 9.1%	3 6.3%	183 8.0%
カフェ・喫茶店	10 6.8%	12 9.7%	27 7.7%	23 8.7%	6 12.5%	169 7.4%
コンビニエンスストア	4 2.7%	5 4.0%	6 1.7%	8 3.0%	1 2.1%	81 3.6%
その他	5 3.4%	0 0.0%	16 4.5%	6 2.3%	0 0.0%	65 2.9%
無回答	6 4.1%	12 9.7%	33 9.4%	8 3.0%	13 27.1%	363 16.0%
地区別計	148 100.0%	124 100.0%	352 100.0%	264 100.0%	48 100.0%	2,274 100.0%

問19 地区別自宅近くの商店(街)への出店業種要望



第三章 調査結果

年代別にみると、40代以上では「総合スーパー」「生鮮食料品店」の比率が高く、日常の買物へと直結する業種に高い期待が寄せられているようだ。

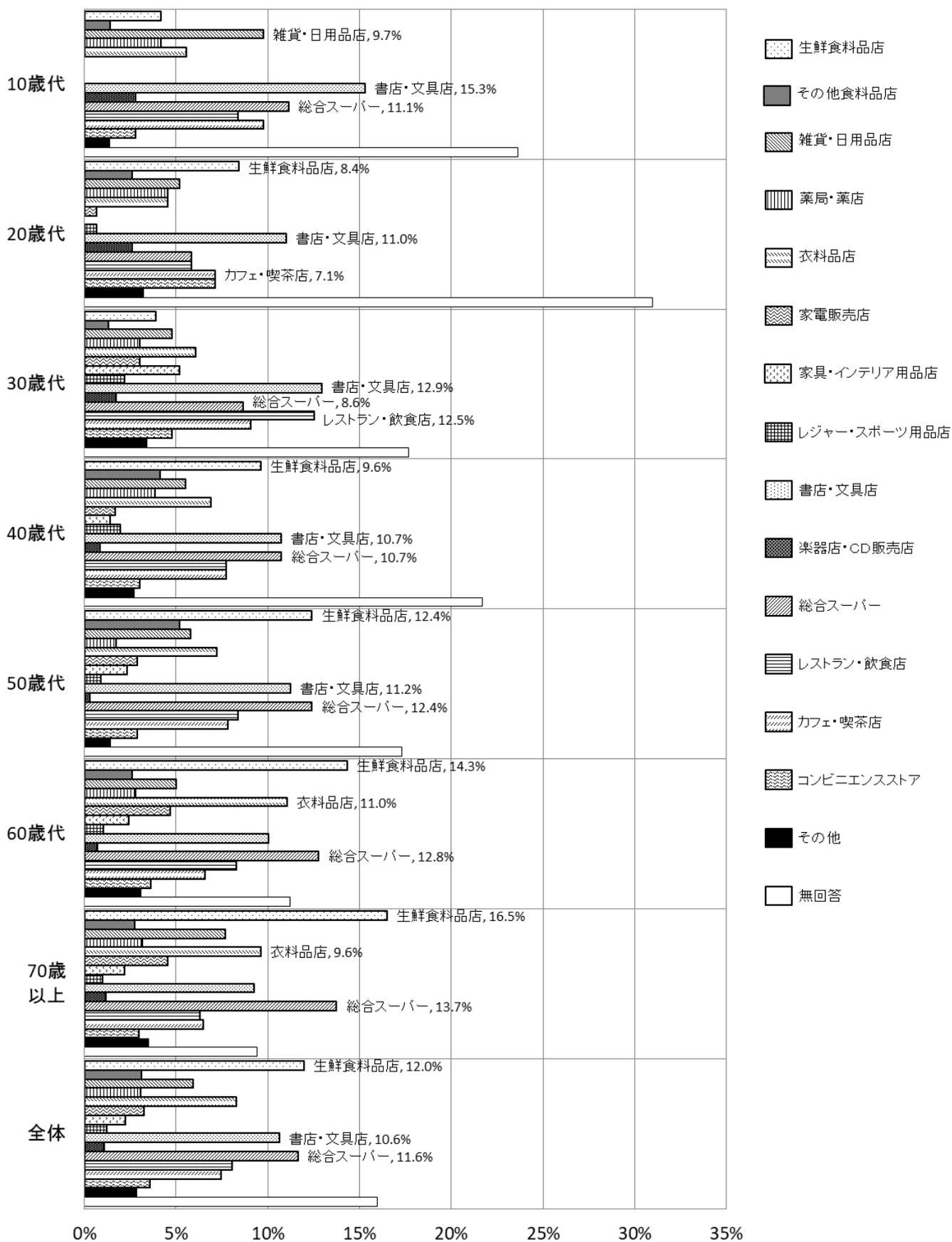
10歳代から40歳代では「書店・文具店」が最も高い比率で要望されている。

問19 年代別自宅近くの商店(街)への出店業種の要望

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全世代
生鮮食料品店	3	13	9	35	43	83	84	2	272
	4.2%	8.4%	3.9%	9.6%	12.4%	14.3%	16.5%	14.3%	12.0%
その他食料品店	1	4	3	15	18	15	14	0	70
	1.4%	2.6%	1.3%	4.1%	5.2%	2.6%	2.7%	0.0%	3.1%
雑貨・日用品店	7	8	11	20	20	29	39	0	134
	9.7%	5.2%	4.7%	5.5%	5.8%	5.0%	7.6%	0.0%	5.9%
薬局・薬店	3	7	7	14	6	16	16	0	69
	4.2%	4.5%	3.0%	3.8%	1.7%	2.8%	3.1%	0.0%	3.0%
衣料品店	4	7	14	25	25	64	49	0	188
	5.6%	4.5%	6.0%	6.9%	7.2%	11.0%	9.6%	0.0%	8.3%
家電販売店	0	1	7	6	10	27	23	0	74
	0.0%	0.6%	3.0%	1.6%	2.9%	4.7%	4.5%	0.0%	3.3%
家具・インテリア用品店	0	0	12	5	8	14	11	0	50
	0.0%	0.0%	5.2%	1.4%	2.3%	2.4%	2.2%	0.0%	2.2%
レジャー・スポーツ用品店	0	1	5	7	3	6	5	0	27
	0.0%	0.6%	2.2%	1.9%	0.9%	1.0%	1.0%	0.0%	1.2%
書店・文具店	11	17	30	39	39	58	47	0	241
	15.3%	11.0%	12.9%	10.7%	11.2%	10.0%	9.2%	0.0%	10.6%
楽器店・CD販売店	2	4	4	3	1	4	6	0	24
	2.8%	2.6%	1.7%	0.8%	0.3%	0.7%	1.2%	0.0%	1.1%
総合スーパー	8	9	20	39	43	74	70	1	264
	11.1%	5.8%	8.6%	10.7%	12.4%	12.8%	13.7%	7.1%	11.6%
レストラン・飲食店	6	9	29	28	29	48	32	2	183
	8.3%	5.8%	12.5%	7.7%	8.4%	8.3%	6.3%	14.3%	8.0%
カフェ・喫茶店	7	11	21	28	27	38	33	4	169
	9.7%	7.1%	9.1%	7.7%	7.8%	6.6%	6.5%	28.6%	7.4%
コンビニエンスストア	2	11	11	11	10	21	15	0	81
	2.8%	7.1%	4.7%	3.0%	2.9%	3.6%	2.9%	0.0%	3.6%
その他	1	5	8	10	5	18	18	0	65
	1.4%	3.2%	3.4%	2.7%	1.4%	3.1%	3.5%	0.0%	2.9%
無回答	17	48	41	79	60	65	48	5	363
	23.6%	31.0%	17.7%	21.7%	17.3%	11.2%	9.4%	35.7%	16.0%
年代別計	72	155	232	364	347	580	510	14	2,274
	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

問19 年代別自宅近くの商店(街)への出店業種の要望

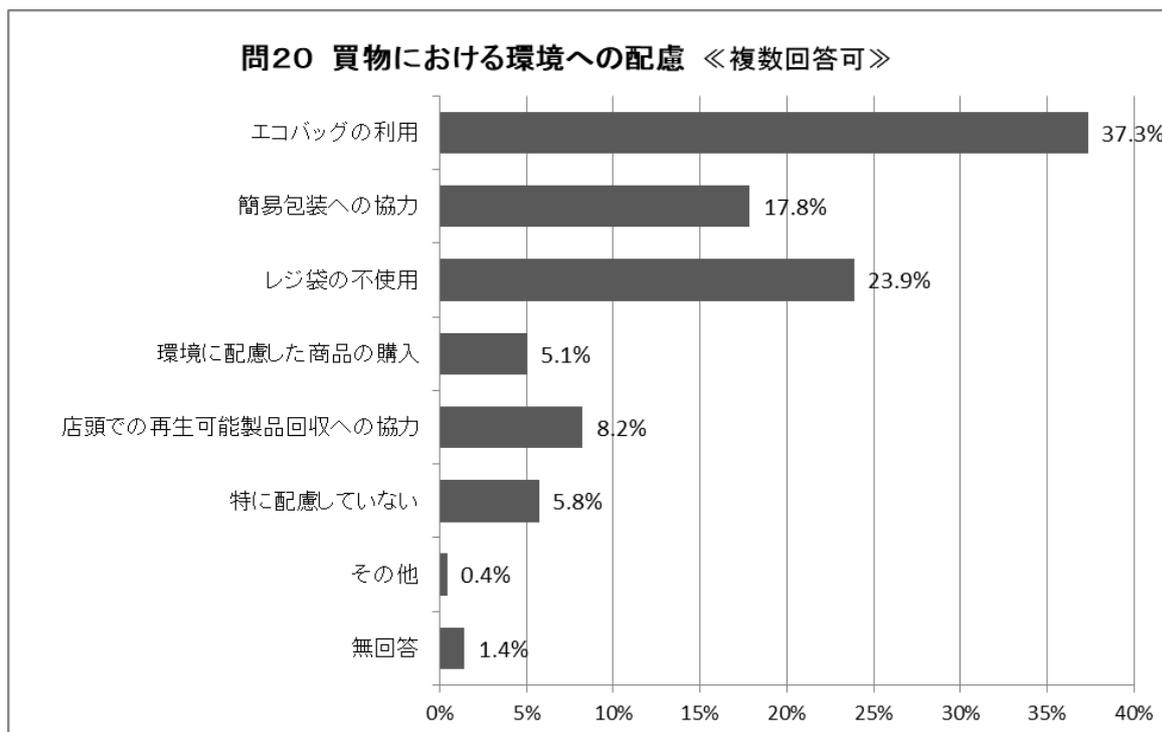


4 その他

(1) 買物における環境への配慮

問20 買物をする際に、どのような環境への配慮を行っていますか。
(いくつでも○印)

買物における環境への配慮をたずねた結果、最も多かったのは「エコバッグの利用」(37.3%)であった。次いで「レジ袋の不使用」(23.9%)、「簡易包装への協力」(17.8%)の順で続く。



問20 買物における環境への配慮

選択肢	人数	割合
エコバッグの利用	915	37.3%
簡易包装への協力	437	17.8%
レジ袋の不使用	585	23.9%
環境に配慮した商品の購入	124	5.1%
店頭での再生可能製品回収への協力	202	8.2%
特に配慮していない	141	5.8%
その他	11	0.4%
無回答	35	1.4%
合計	2,450	100.0%

第Ⅲ章 調査結果

年代別にみると、全体を通して「エコバッグの利用」が第1位となっており、それぞれ30%以上の比率となっている。エコバッグを持って買物に行くという習慣ができつつあり、環境への配慮に高い関心があることがうかがえる。

また「レジ袋の不使用」が次点に来ており、少量の買物であれば、レジ袋に商品を入れてもらうのではなく、購入したという印のテープ等を貼ってもらいそのまま商品を持ち帰っているものと考えられる。

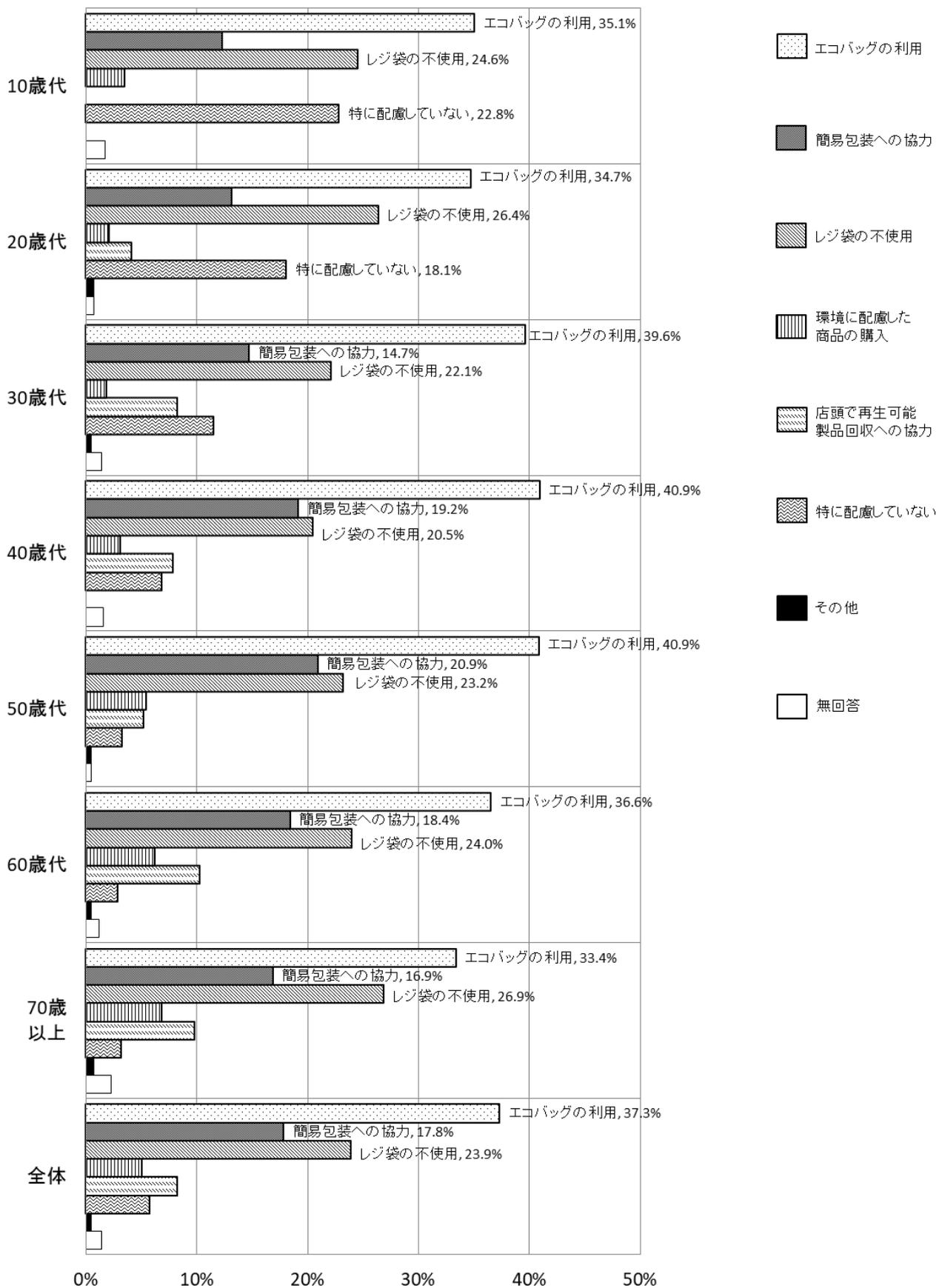
若年層では「特に配慮していない」という回答も多いが、年代が上がるにつれその比率は下がっていく。これにより、年代が高くなるにつれ、環境に対する意識が高まって行くことが分かった。エコバッグの使用でポイント等を付与するシステムを導入している店舗があるが、ターゲットを高い年代に合わせることを有効と考えられる。

問20 年代別買物における環境への配慮

(人)

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答	全体
エコバッグの利用	20 35.1%	50 34.7%	86 39.6%	156 40.9%	164 40.9%	242 36.6%	190 33.4%	7 36.8%	915 37.3%
簡易包装への協力	7 12.3%	19 13.2%	32 14.7%	73 19.2%	84 20.9%	122 18.4%	96 16.9%	4 21.1%	437 17.8%
レジ袋の不使用	14 24.6%	38 26.4%	48 22.1%	78 20.5%	93 23.2%	159 24.0%	153 26.9%	2 10.5%	585 23.9%
環境に配慮した商品の購入	2 3.5%	3 2.1%	4 1.8%	12 3.1%	22 5.5%	41 6.2%	39 6.9%	1 5.3%	124 5.1%
店頭での再生可能製品回収への協力	0 0.0%	6 4.2%	18 8.3%	30 7.9%	21 5.2%	68 10.3%	56 9.8%	3 15.8%	202 8.2%
特に配慮していない	13 22.8%	26 18.1%	25 11.5%	26 6.8%	13 3.2%	19 2.9%	18 3.2%	1 5.3%	141 5.8%
その他	0 0.0%	1 0.7%	1 0.5%	0 0.0%	2 0.5%	3 0.5%	4 0.7%	0 0.0%	11 0.4%
無回答	1 1.8%	1 0.7%	3 1.4%	6 1.6%	2 0.5%	8 1.2%	13 2.3%	1 5.3%	35 1.4%
年代別計	57 100.0%	144 100.0%	217 100.0%	381 100.0%	401 100.0%	662 100.0%	569 100.0%	19 100.0%	2,450 100.0%

問20 年代別買物における環境への配慮



(2)自由意見

問21 市内の買物環境や品ぞろえ、商店街の雰囲気やまちづくり等、他の自治体と比較して、良い点や改善して欲しい点等がありましたら、御意見をお寄せください。

【意見内容の概要と意見例】（総意見=428件）

【平塚の街全体の雰囲気（31件）】

- 私は生まれも育ちも平塚です。小さい頃は七夕祭りやその他、若者の姿がいたるところで見受けられましたが、現在は閑散としており、淋しい限りです。町中にはマンションが建つばかりで、人が集まるという場所が見受けられません。店も早くから閉まり、なんとも暗い町全体の印象です。何か手だてはないものでしょうか…
- 色々な商店が集中している所が多く、買い物しやすいです。他市に比べて価格も安いので、安心して買い物が出来ます。
- 活気がない。もっと活気を感じさせてほしい。
- テーマのある町づくりに取り組んでほしい。

【大型店・専門店等の誘致（26件）】

- 専門店がほしい。飲む所ではなく、食事出来る所が増えるといいと思う。若い人が来る様な店を増やす。
- 大型デパートがほしい。品揃えが都会並みに豊富であってほしい（特に文具）。
- 駅ビルだけではなくデパート的なものがあれば（以前の梅屋的…）。贈答品は他市（藤沢・横浜）に出かけます。平塚の市民ですので身の回りの買い物は銀座通りの個人の店するように心がけています。コミュニティバスで市内が廻れるような交通手段を作ってください。
- 大型店が少ない。パチンコ店が多すぎる。買い物をしようと思う店がない。

【駐車・駐輪場関連（72件）】

- 個人商店への買物時、駐車場がなく路駐状態。商店街共同の駐車場があると良い。
- 銀座通りに駐車場がないのは信じられない。現在はコイン式で停めにくく、出しにくい。1時間300円はあまりにもそちらの都合で決めたように思う。お客様へのサービスでも何でもない。お店では3000円以上買わないと駐車券はくれない。3000円など普段のお店（食料品等）で買うわけがないのに。もし、ゆっくり買物をしてほしいなら最初の1時間は無料にすべきだ。（これだけでは客寄せにははまりかも？）
- 南口周辺は、駐車場が少ないので買い物等がしにくいです。コインパーキング又はパーキングメーター設置の駐車スペースが欲しい（短時間の食事等が安易になる）。

第Ⅲ章 調査結果

- 以前は駅周辺に良く行っていたが、何年か前から自転車を締め出して、ゆっくり買い物ができなくなり、今はほとんど行かなくなった。必要な時は徒歩で行くのであまりいろいろ買うことはできない。自転車を締め出す前に、出入り自由な駐輪場を整備するべきではないですか？生まれ育った場所なので、長い間、駅周辺をずっと見てきましたがどんどん酒場が変わっていく様を見て淋しい限りです。
- 平塚駅周辺で買物をする際、有料の駐車場はあるが、無料がないので、気軽に買物ができない。自転車も自由に停められないので、ほとんど行かない結果になる。
- 以前はよく、銀行の帰りに商店街に立ち寄っていたが、自転車がとめられなくなり、銀行も、オリンピックやららぼ一とで済ませるように…というか銀行のためにオリンピックやららぼ一とに行き、ついでに買い物もしている感じです（そういう人、多いです）。自転車をとめる場所が少なすぎ、分かりにくすぎて人が流れているように思います。

【交通・歩道・道路（34件）】

- まだ平塚市内に移住して5年です。だからこそ思うのですが、市内はバスでしか行き来できないのに、駐車場がせますぎるし、駅周辺は歩きにくい。子ども連れでは駅周辺を安心して歩けません。歩行者用の道がせますぎるし、ベビーカーなどの配慮もなく、アップダウンの激しいところが多い。こんなに田舎なのに駅周辺がゴミゴミしているなんて信じられない。
- 歩道を平坦にしてほしいです。でこぼこが多いです。自転車でも通りにくい。
- 車を運転できない人は、医療施設など行く時、バスで行くと遠まわりになり時間がかかってしまい大変です。他の市みたいに市内をコミュニティバスがまわっていると便利だなあといつも思います。老人にやさしい町づくりをお願いします。
- コミュニティバスを導入してほしい。
- 岡崎に住んでいるので、バスが少なく平塚駅方面に出るのが大変。駅近辺に行きたいと思う店もない。逆に、伊勢原駅に出るバスの本数が多いし、近いので伊勢原駅近辺で買物をしたり、小田急線沿線で買物が出来るので充分。高校生なので市内で買物したい時は親に車をお願いして買物に行くが、欲しいもの以外は興味がないので市内でも市外でも関係ない。

【治安・環境（40件）】

- 平塚駅前には風俗店のような店が多いので、なくして欲しい。少し歩くだけで風俗店が出てくるのは、あまり治安がいいとは思えない。
- 平塚駅西口側が夜になると治安が悪い。こわいので改善してもらいたい。
- 北口にパチンコ店が多すぎる。他の市に住んでいる人に平塚駅はキャッチやパチンコ店のイメージが強く、行くのがこわいと言われる。南口のような雰囲気になればいいなと思います。
- 西口のあたりで、ゴミ出しの日のカラスがものすごく多くて、通るとき、少し怖いです。
- 平塚駅前にはパチンコ店と居酒屋が多く、環境が悪い。駅ビル内のテナントもららぼ一とへ移転してしまい、駅近くで、用事が済ませられず、不便である。平塚駅周辺が活気づくようなまちづくりをして欲しい。

【市外で買物をする理由（7件）】

- 40代・50代の洋服を買えるお店が少ない。他の自治体へ買い物に行くことが多い。
- 市内の商店街には母親等の洋服等を購入する時だけ行く。自分達の洋服は他の市で…。
- 車を持っていないので、家の周辺にモール等ができたらうれしい。平塚駅の方へ行くにもバスに乗るか電車になる為、平塚市以外で買物をする事がほとんど。今のところ、平塚市に引っ越して良かったと思える事が1つもない。

【商店（街）の雰囲気、印象、利用実態等について（65件）】

- 全体的に空店舗が多い。お店もだが、医師の高齢化もあり、旭地区は医療機関が減っていて、少し離れた地区へ車で行かなくてはいけない。子供が小さいうちは、予防接種に行くのも大変。最近は住みにくさを感じる。
- 閉店している店も多いので、品揃えが充実しているショッピングモールに行ってしまう事が多い。あまり車を運転しないので、駅前のアクセスの良いテラスモールや、横浜に行く事が多い。（ららぽーとはあまり利用しなくなる）平塚にお店があっても、同じお店がモールにあるといっぺんに買物が済むのでそちらを利用してしまふ。
- 紅谷町や銀座通りが年々さみしくなっている。ららぽーとが出来たり、ラスカがリニューアルするのは嬉しいことだが、駅の商店街は、パチンコ屋や飲み屋が多い印象があり魅力を感じない。ららぽーとも結局100均や3coinsなど品が安い店舗に人が多いのを見ると、平塚やその周辺の個人の収入状況がうかがえる。駅周辺が市民のニーズに合った店舗を増やして、活気づいて欲しい自慢できる市にしたい。
- 駅前商店街に、飲食店ばかりが目立っているように思います。目立ったお店がないので（小さな商店ばかりで）、商店街に足が向かないし、入店しにくい気がします。
- 大型店が遠くにあって、車の人はそちらの方へ買物に行ってしまうですね。年配者はゆっくり楽しめる所で買物したいです。商店街がなんとなく暗い感じがします。メロディー（音楽）が街に流れたり、街のトーンを明るくしたらいかがでしょうか。
- 昔からある商店がだんだん少なくなり、町中は居酒屋みたいなお店が増え、夜の町への外出が少なくなった事、残念です。
- 商店街がシャッター通りになっているのは全国的な傾向です。歩いてみると確かに暗い感じがします。私は45年程平塚で生活していますが、梅屋・十字屋・長崎屋があった時代を知っているので、これが時代の流れというものかと思えます。購買人口に対して店の数が多すぎるのではないかと思います。コンビニエンスストア、薬の店、スーパー、新しい店のチラシを見る度に、主人と「誰が買いに行くのかしら」といつも話をしています。ららぽーとができましたが、私個人としては全く興味がありません。パチンコ店はもうこれ以上出店してほしくありません。

【商店の立地、買い物の導線について（11件）】

- セタ通りの商店街は若者がいない。駅からの導線が上手にできていない。昔ながらの良いお店が結構あるのに、一度も入店したことがないと言っている人たちが結構いて残念。個人的な意見としては、駅の、かなりの良い場所に堂々とパチンコ店が何店もあるのはあまりよろしくない。

【個店の経営について（接客態度・商品価格・営業時間等）（17件）】

- 良い点は、買い物はしやすく、値段も安いのでとても安心していきます。悪い点は、お客に対応する際に一部の方ですが、ぞんざいな口の聞き方をして失礼な方だと思い、もう少し、都会的な気持ちの良い対応をしてほしいと思いました。ステキなお店であってほしいので！！
- 地元意識が強くて、商店の人達は、お客さんをあまり大事にしていないような気がする。いつ行っても変わらない品物ばかりです。淋しい町です。
- 平塚の商店街は閉店も早くやる気が感じられない。
- 生まれ育って50年以上平塚に住み続け、他に住んだ事はありません。高校まで地元、短大は東京、就職は隣市で、結婚後も住み続けています。子供達は縁あって他市の学校へ通いましたが住まいは平塚のままです。結婚前は市の東部、後は西部に居ます。商店街はおばあちゃんと一緒に買い物したお店があるのは嬉しい事ですが、もちろん無くなったり変わったりするお店の方が多かったですね。長年住んでいる分新しい提案は出来ないのですが、ららぽーとは嬉しい出店です。辻堂やさらに東に向かう必要が減りました。老舗と思われる店舗においては、市が経営コンサルタント的な働きかけをして差し上げる事も大切かもしれません。もちろんその店舗独自に明るい営業をしているお店もあるのですが、このお店はあとの位存在してくれるのかなあと思えるお店もあると感じています。学生時代に縁のあった吉祥寺が新しくなっていました。もう梅屋やラスカも大幅な改築が必要な時なのかなとも感じます。平塚だからラスカっていう名前になったんだよ〜と従姉に言われたのも懐しいです。なかなか平塚にそれだけ大規模な改築は無理でしょうが、七夕まつりは続けられるような、元気な商店街は続いて行って欲しいですね。

【休憩所・子供関連（12件）】

- 現在は、自転車で近くのスーパーに行くことが多いが、年を取り、乗れなくなった時、歩いていく場合、休める場所やベンチが多くあると良い。バス停にも屋根やベンチがほしい。（現在は遠くへ行く時は車ですが、主人が（高齢で）乗らなくなったらバスを利用することも多くなるので）
- 買物に行った時子供（孫）等を遊ばせる場所がないので、ゆっくり子供を遊ばせながら買物が出来るように工夫してもらいたい。
- ラスカや梅屋などに後期高齢者と一緒に行く機会がありますが、ベンチ等が設置されていないので不便です。買物や気分転換に利用したいのですが、どうしても途中で腰かけて休憩を望みますがその様な場所がないので、急いで用事（買物）を済ませるだけになってしまいます。かと言ってベンチ等が設置されているららぽーとは高齢者対象の店舗ではないので利用出来ません。後期高齢者も一緒にゆっくりと買物を楽しめる環境になることを希望します。（スーパー等を含む）
- 平塚は、スーパーマーケットはとても充実していて良いと思います。ホームセンターや大型商業施設もあり、車や公共交通機関を利用すれば快適に利用できるのもありがたいです。子供達が安心して遊べる公園をもう少し整備していただけると親も助かります（人目に付きやすい、トイレがきれいなど）。

第Ⅲ章 調査結果

【品揃え（18件）】

- 平塚にもいろいろな名物がありますが（たとえば都まんじゅうとか落花生など）、しかし、皆さんで食べてという、中身も包装も平塚というおみやげがほしいのですが、値段も高いと困ります。いつも“平塚みやげ”に困っています。
- 欲しいものや買いたい物がないです。もう少し魅力があればいいと思います。「平塚」でしか買えない物とかあったらいいなと思います。

【出店希望店舗（47件）】

- 閑散としているので、気軽に利用できるカフェや飲食店が出来ると良いと思います。
- 値段ではなく、地元のもの、新鮮なもの、簡易包装等、市民にも環境にもやさしく、健康的で、そういった意識になりやすいお店が増えてほしいです。
- 中高年層の婦人服を扱う衣料品店の出店を望む。
- キッズスペースのある大きなスーパーが欲しい。子供の散歩と遊びついでに買い物が出来ると助かる。
- 平塚は海が近いのに、鮮魚店が少なく思う。

【その他（47件）】

- 湘南ジャーナルとかひらつか広報で発信して、人の心が動いて「出かけてみようかな？」という気持ちを持てるような企画をお願いしたいですね。
- スピーカーで大きな音を出すイベントは、やめて欲しい。又は音量を控えて欲しい。
- 今住んでいる所は買物が便利だから住みやすいです。（自治会の交流もよく行われているので）
- 「事件があったら困るから」や「汚くなる」という意見もあるだろうが、ゴミ箱の設置をしてほしい。夜の外灯を増やしてほしい。七夕のメイン通りのアーケードの雨漏りを直してほしい。
- 人の集まる良いイベントをしたら良いと思う。若い人が少なく高齢者が多く、休憩する場所がよその店舗に比べたら少ない。ららぽーとは、あまり広すぎて、若い人が行く所としか思わない。市民センターあたりだと交通も良いし、人が（高齢者でも）集まると思う。
- 飲み屋さん以外なんでもあり。不自由なし。
- 外食の話です。住んでいるエリアはチェーン店が多く、あまり利用しない。駅前には個性のある店が多く、利用したいと思うが客引きがこわい。
- お惣菜は割と安くておいしい物が買えると思う。駅ビルにしろ、その周辺のお店も「行きつけ」の店が決まってしまう。味が気に入っていたり、品揃えが良かったりで、いつも行く店は同じかも。駅から自宅が遠いので重たくなならない程度に買う。正直言ってららぽーとに行きたいとも思いません。広すぎてくたびれるし、バスを乗りかえてまで行きたくない。駅ビルで充分。気に入った店を使いこなす。という感じ。

第IV章 資料編

ひらつかしかいもの 平塚市買物アンケート調査票

このアンケート調査は、市民の皆様が日頃どのように買物をされているのか、平塚の街に対してどのような御意見をお持ちなのかをお聞きし、商店や商店街づくりに活用することを目的として実施するものです。

今回の調査では、市内の16歳から80歳までの女性を対象者として、2,000人を住民基本台帳から無作為に抽出させていただきました。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨を御理解いただき、御協力くださいますようお願い申し上げます。

また、本調査は無記名ですので、皆様の様々な御意見をお寄せください。

ご記入にあたってのお願い

- この調査票は、宛名の御本人が御記入ください。
- 回答は、該当する番号を○で囲んでください。
- 回答が「その他」に該当する場合は、()内に具体的な内容を御記入ください。
- 回答は無記名で、同封の返信用封筒にこの調査票を入れ、12月15日(金)までに郵送してください。(切手を貼らずに、そのままポストへ投函してください。)

本調査の内容について御質問がございましたら、下記まで御連絡ください。

【お問合せ先】

〒254 - 8686 平塚市浅間町9番1号
平塚市役所 産業振興部 商業観光課 商業担当
電話 0463 - 35 - 8107

I あなた御自身について

と
問1 お住まいの地区はどちらですか。(1つだけ〇印)

ちくめい じちか いれんごうかい くぶん きほん ほんちようさよう せつてい
※地区名は自治会連合会の区分を基本に、本調査用に設定しました。

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. なでしこ・花水・港 | 6. 中原・伊勢山・東中原・南原・大原 |
| 2. 富士見 | 7. 城島・岡崎 |
| 3. 松原・崇善 | 8. 豊田・金田 |
| 4. 八幡・四之宮・真土 | 9. 旭南・旭北 |
| 5. 横内・横内団地・田村・大神 | 10. 金目・土屋・吉沢 |

と
問2 年齢は何歳代ですか。(1つだけ〇印)

- | | | |
|---------|---------|----------|
| 1. 10歳代 | 4. 40歳代 | 6. 60歳代 |
| 2. 20歳代 | 5. 50歳代 | 7. 70歳以上 |
| 3. 30歳代 | | |

と
問3 御職業は何ですか。(1つだけ〇印)

1. 会社員・公務員・団体職員
2. 自営業
3. パート、アルバイト
4. 主婦または家事手伝い
5. 学生
6. その他 ()

と
問4 市内に何年ぐらいお住まいですか。(1つだけ〇印)

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 5年未満 | 4. 15年～20年未満 |
| 2. 5年～10年未満 | 5. 20年以上 |
| 3. 10年～15年未満 | |

Ⅱ さいぎん しょうひいしき 最近の消費意識について

とい ぜんかいちょうさじ ねんまえ くら ししゅつじょうきょう へんか
問5 前回調査時（2年前）と比べ、支出状況はどのように変化しましたか。

ア～キの項目ごとに1つずつ〇印をつけてください。

かけいひもく 家計費目	ぞうか 増加した	ややぞうか やや増加 した	か 変わらない	げんしょう 減少した	ややげんしょう やや減少 した
ア ぜんたい 全体	1	2	3	4	5
イ しょくりょうひ 食料費	1	2	3	4	5
ウ かく かせいひんひ 家具・家事用品費 (電化製品等)	1	2	3	4	5
エ ようふく はきものひ 洋服・履物費	1	2	3	4	5
オ きょういくひ 教育費	1	2	3	4	5
カ きょうよう ごらくひ 教養・娯楽費 (旅行・レジャー等)	1	2	3	4	5
キ がいしょくひ 外食費	1	2	3	4	5

とい ぜんかいちょうさじ ねんまえ くら かいもの しかた へんか じるし
問6 前回調査時（2年前）と比べ、買物の仕方に変化がありますか。（2つまで〇印）

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| 1. しょうどうが
衝動買いをしなくなった | 5. ねだん たか
値段が高くて良い品を購入するようになった |
| 2. かい びか
買い控えをするようになった | 6. くに
特に変化はない |
| 3. まとめが
まとめ買いを心がけるようになった | 7. その他（ ） |
| 4. ねだん やす
値段の安い品を購入するようになった | |

とい こうにゅう しょうひん じょうほう にゅうしゅ じるし
問7 購入したい商品の情報をどのように入手しますか。（2つまで〇印）

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. こうこく
チラシ広告やカタログから | 4. ゆうじん ちじんなど
友人・知人等から |
| 2. インターネット等から | 5. お店に陳列された商品から |
| 3. テレビやラジオから | 6. その他（ ） |

問8 次の商品を主にどこで買いますか。

ア～サの商品ごとに3つまで選んで○印をつけてください

		ア 生鮮食料品（*ア） <small>せいせんしょくりようひん</small>	イ その他食料品 <small>たしよくりようひん</small>	ウ 日用品（*イ） <small>にちようひん</small>	エ 医薬品・化粧品 <small>いやくひん けしやうひん</small>	オ 衣料品 <small>いりようひん</small>	カ 貴金属・アクセサリー <small>ききんぞく</small>	キ 電化製品 <small>でんかせいひん</small>	ク 家具・インテリア用品 <small>かぐ インテリア用品</small>	ケ レジャー・スポーツ用品 <small>れじゃー スポーツ用品</small>	コ 贈答品 <small>ぞうとうひん</small>	サ 書籍・CD <small>しょせき</small>
市内 <small>しな</small>	1	自宅近くの商店(街) <small>じたくちか しょうてん がい</small>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2	自宅近くのスーパー <small>じたくちか</small>	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3	平塚駅ビル <small>ひらつかえき</small>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4	平塚駅周辺の商店(街) <small>ひらつかえきしゅうへん しょうてん がい</small>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5	平塚駅周辺のスーパー等 <small>ひらつかえきしゅうへん など</small>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
	6	駅周辺以外のスーパー、 おおがたてん ぼなど 大型店舗等（2を除く） <small>えきしゅうへんい がい</small>	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	7	ららぽーと湘南ひらつか <small>ららぽーと しょうなん ひらつか</small>	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8	コンビニエンスストア	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
市外 <small>しがい</small>	9	ちがさき つじどう ふじさわほうめん 茅ヶ崎・辻堂・藤沢方面 <small>ちがさき つじどう ふじさわほうめん</small>	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
	10	おおいぞ にのみや おだわらほうめん 大磯・二宮・小田原方面 <small>おおいぞ にのみや おだわらほうめん</small>	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	11	はだの 秦野 <small>はだの</small>	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11
	12	いせはら 伊勢原 <small>いせはら</small>	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12
	13	あつぎ 厚木 <small>あつぎ</small>	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13
	14	よこはま かわさき 横浜・川崎 <small>よこはま かわさき</small>	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
	15	9～14以外の神奈川県 のその他地域 <small>いがい かながわけん のぞ たちいき</small>	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
	16	とうきょう 東京 <small>とうきょう</small>	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16
通販 <small>つうはん</small>	17	TV・カタログ	17	17	17	17	17	17	17	17	17	17
	18	インターネット	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18
	19	その他 <small>ほか</small>	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19

*ア 生鮮食料品（生鮮三品＝野菜、肉、魚）をさす。

*イ 日用品（紙製品、台所用品、洗濯用品、掃除用品等の毎日の生活に必要な品物）をさす。

Ⅲ お店での買物について

問9 お店を選ぶ理由は何ですか。(3つまで〇印)

- | | |
|----------------|------------------------|
| 1. 自宅に近いから | 8. 信用・信頼している店だから |
| 2. 値段が安いから | 9. センスのよいものがあるから |
| 3. 品ぞろえが豊富だから | 10. 1か所で間に合うから |
| 4. 品質、鮮度がよいから | 11. スタンプ・ポイントサービスがあるから |
| 5. 交通の便がよいから | 12. 店主・店員と顔なじみだから |
| 6. 駐車場があるから | 13. その他 () |
| 7. 接客サービスがよいから | |

問10 食料品・日用品を主に買う場所まで、片道何分位ですか。(1つだけ〇印)

- | | | |
|--------------|--------------|----------|
| 1. 10分未満 | 4. 30分～40分未満 | 7. 1時間以上 |
| 2. 10分～20分未満 | 5. 40分～50分未満 | |
| 3. 20分～30分未満 | 6. 50分～1時間未満 | |

問11 平塚駅前を中心商店街へ買物に出かけるときの主な交通手段は何ですか。

(1つだけ〇印)

- | | | |
|--------|---------|------------|
| 1. 徒歩 | 3. バイク | 5. バス |
| 2. 自転車 | 4. 自家用車 | 6. その他 () |

(前の問11で 4 自家用車と答えた方のみ何います)

問11-1 主にどこへ駐車しますか。(2つまで〇印)

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. 市営駐車場 | 4. 商店の駐車場 |
| 2. 民間の駐車場・コインパーキング | 5. パーキングメーター設置エリア |
| 3. スーパー等の駐車場 | 6. その他 () |

問12 平塚駅前を中心商店街で催事(イベント)があると、商店街へでかけますか。

(1つだけ〇印)

- | | |
|-------------------------|------------|
| 1. 催事(イベント)があるときはほとんど行く | 3. あまり行かない |
| 2. 催事(イベント)によっては行く | |

問13 催事（イベント）に出かけた際に、平塚駅前ひらつかえきまえの中心商店街ちゅうしんしょうてんがいで買物かいものをしますか。

（1つだけ〇印）

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| 1. 必ず買物 <small>かいもの</small> をする | 3. あまり買物 <small>かいもの</small> をしない |
| 2. ほぼ買物 <small>かいもの</small> をする | |

問14 平塚駅前ひらつかえきまえの中心商店街ちゅうしんしょうてんがいに必要な施設等ひつよう しせつとう なんは何ですか。（3つまで〇印）

- | | | |
|--------------------------|--|---------------|
| 1. 広場 <small>ひろば</small> | 4. コインロッカー | 7. コミュニティスペース |
| 2. ベンチ | 5. 子どもの一時預かり所 <small>いちじあずかりしょ</small> | 8. 特になし |
| 3. トイレ | 6. 休憩所 <small>きゅうけいしょ</small> | 9. その他（ ） |

問15 平塚駅前ひらつかえきまえの中心商店街ちゅうしんしょうてんがいに望むものは何ですか。（3つまで〇印）

- | | |
|--|---|
| 1. 営業時間 <small>えいぎょうじかん</small> の延長 <small>えんちよう</small> | 9. 大型店 <small>おおがたてん</small> の出店 <small>しゅつてん</small> |
| 2. 売出し <small>うりだし</small> の実施 <small>じっし</small> | 10. 販売価格 <small>はんばいかかく</small> の見直し <small>みなお</small> |
| 3. 催事（イベント） <small>さいじ</small> の増加 <small>ぞうか</small> | 11. スタンプ・ポイント制度 <small>せいど</small> の導入 <small>どうにゆう</small> ・充実 <small>じゅうじつ</small> |
| 4. 駐車場 <small>ちゆうしゃじよう</small> の整備 <small>せいび</small> | 12. 店舗 <small>てんぽ</small> で直接購入 <small>ちよくせつこうにゆう</small> した商品 <small>しょうひん</small> の配達 <small>はいたつ</small> |
| 5. 営業日 <small>えいぎょうび</small> の変更 <small>へんこう</small> | 13. 自宅 <small>じたく</small> まで注文 <small>ちゆうもん</small> を取りにくる（御用聞き <small>ごようき</small> ） |
| 6. 駐輪場 <small>ちゆうりんじよう</small> の整備 <small>せいび</small> | 14. 電話等 <small>でんわなど</small> で注文 <small>ちゆうもん</small> した商品 <small>しょうひん</small> の配達 <small>はいたつ</small> |
| 7. 品ぞろえ <small>しな</small> の見直し <small>みなお</small> | 15. 特になし |
| 8. 接客サービス <small>せつきやく</small> の向上 <small>こうじよう</small> | 16. その他（ ） |

問16 平塚駅前ひらつかえきまえの中心商店街ちゅうしんしょうてんがいに、どのような店舗てんぽの出店しゅつてん・増加ぞうかを期待きたいしますか。

（3つまで〇印）

- | | | |
|---|---|--------------------------------------|
| 1. 生鮮食料品店 <small>せいせんしょくりょうひんてん</small> （※） | 7. 家具・インテリア用品店 <small>かぐ ようひんてん</small> | 12. レストラン・飲食店 <small>いんしょくてん</small> |
| 2. その他食料品店 <small>たしょくりょうひんてん</small> | 8. レジャー・スポーツ用品店 <small>ようひんてん</small> | 13. カフェ・喫茶店 <small>きっさてん</small> |
| 3. 雑貨・日用品店 <small>ざっか にちようひんてん</small> | 9. 書店・文具店 <small>しょてん ぶんぐてん</small> | 14. 百貨店・デパート <small>ひやっかてん</small> |
| 4. 薬局・薬店 <small>やっきやく やくてん</small> | 10. 楽器店・CD販売店 <small>がっきてん はんばいてん</small> | 15. コンビニエンスストア |
| 5. 衣料品店 <small>いりょうひんてん</small> | 11. 総合スーパー <small>そうごう</small> | 16. その他（ ） |
| 6. 家電販売店 <small>かでんはんばいてん</small> | | |

※生鮮食料品店（青果店、精肉店、鮮魚店）をさす。

※問17～問19の設問は、御自宅からの最寄りの商店街が「平塚駅前を中心商店街」
ではない方のみお答えください。

問17 自宅近くの商店(街)へ買物に出かけるときの主な交通手段は何ですか。

(1つだけ〇印)

- | | | |
|--------|---------|------------|
| 1. 徒歩 | 3. バイク | 5. バス |
| 2. 自転車 | 4. 自家用車 | 6. その他 () |

問18 自宅近くの商店(街)に望むものは何ですか。(3つまで〇印)

- | | |
|----------------|------------------------|
| 1. 営業時間の延長 | 9. 大型店の出店 |
| 2. 売出しの実施 | 10. 販売価格の見直し |
| 3. 催事(イベント)の増加 | 11. スタンプ・ポイント制度の導入・充実 |
| 4. 駐車場の整備 | 12. 店舗で直接購入した商品の配達 |
| 5. 営業日の変更 | 13. 自宅まで注文を取りにくる(御用聞き) |
| 6. 駐輪場の整備 | 14. 電話等で注文した商品の配達 |
| 7. 品ぞろえの見直し | 15. 特になし |
| 8. 接客サービスの向上 | 16. その他 () |

問19 自宅近くの商店街にどのような店舗の出店・増加を期待しますか。

(3つまで〇印)

- | | | |
|--------------|-----------------|----------------|
| 1. 生鮮食料品店(※) | 6. 家電販売店 | 11. 総合スーパー |
| 2. その他食料品店 | 7. 家具・インテリア用品店 | 12. レストラン・飲食店 |
| 3. 雑貨・日用品店 | 8. レジャー・スポーツ用品店 | 13. カフェ・喫茶店 |
| 4. 薬局・薬店 | 9. 書店・文具店 | 14. コンビニエンスストア |
| 5. 衣料品店 | 10. 楽器店・CD販売店 | 15. その他 () |

※生鮮食料品店(青果店、精肉店、鮮魚店)をさす。

IV その他

問20 買物をする際に、どのような環境への配慮を行っていますか。

(いくつでも○印)

- | | |
|-----------------|---------------------|
| 1. エコバッグの利用 | 5. 店頭での再生可能製品回収への協力 |
| 2. 簡易包装への協力 | 6. 特に配慮していない |
| 3. レジ袋の不使用 | 7. その他 () |
| 4. 環境に配慮した商品の購入 | |

問21 市内の買物環境や品ぞろえ、商店街の雰囲気やまちづくり等、他の自治体と比較して、良い点や改善して欲しい点等がありましたら、御意見をお寄せください。

質問は以上です。御協力ありがとうございました。

この調査票は、同封の返信用封筒に入れ、切手を貼らずに12月15日(金)までに

郵便ポストに投函してください。

商業アンケート調査報告書
買物調査

平成30年3月

平塚市産業振興部商業観光課

商業アンケート調査報告書 買物調査

平成29年度

平塚市産業振興部商業観光課