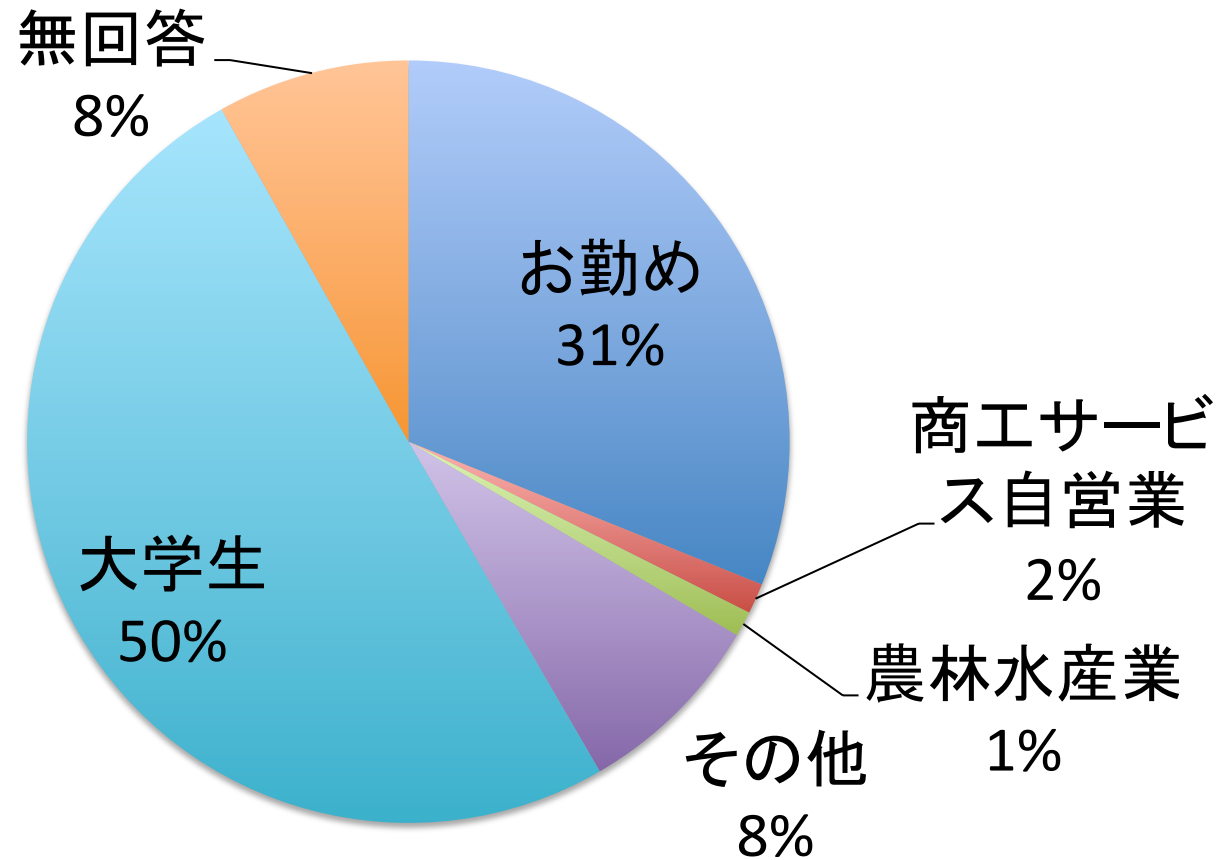


# 1-1. 買物動向調査

# 買物動向調査の概要

- 目的：
  - 名寄市民の買物場所を把握する
- 調査方法：市内小学校・大学・市役所で配布
- 調査期間：2014年7月～8月
- 回答数：466枚

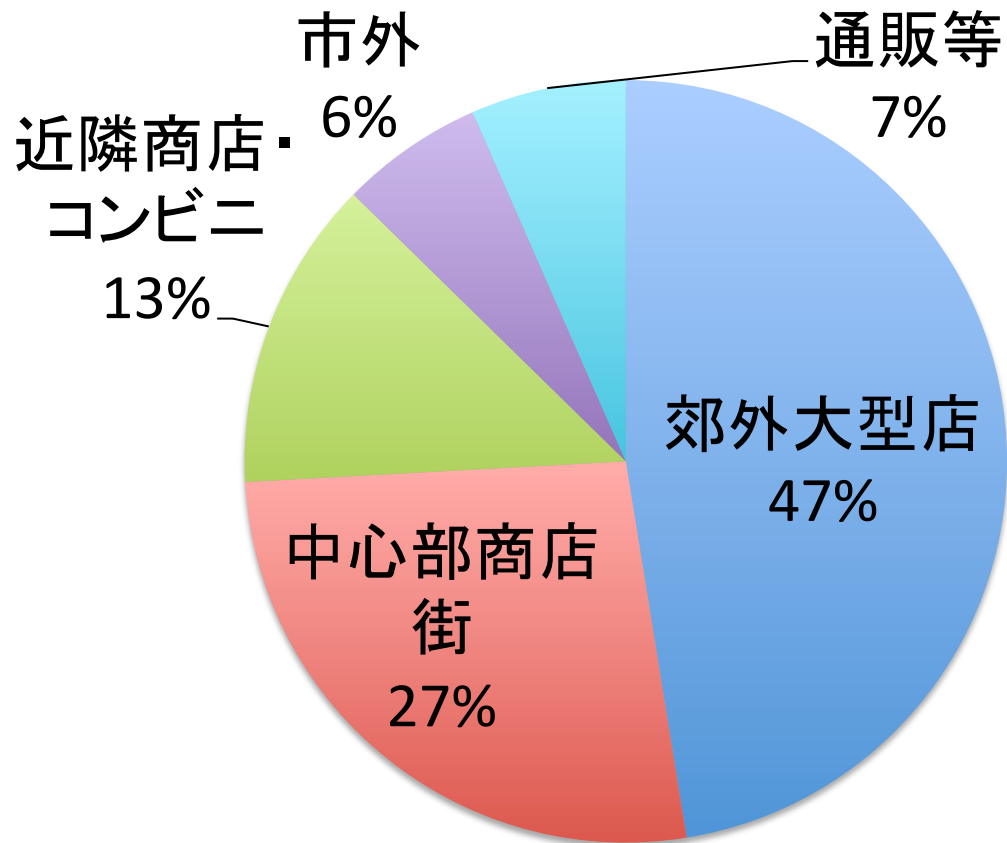
# 回答者属性(全体466名)



# 買物場所の選択肢

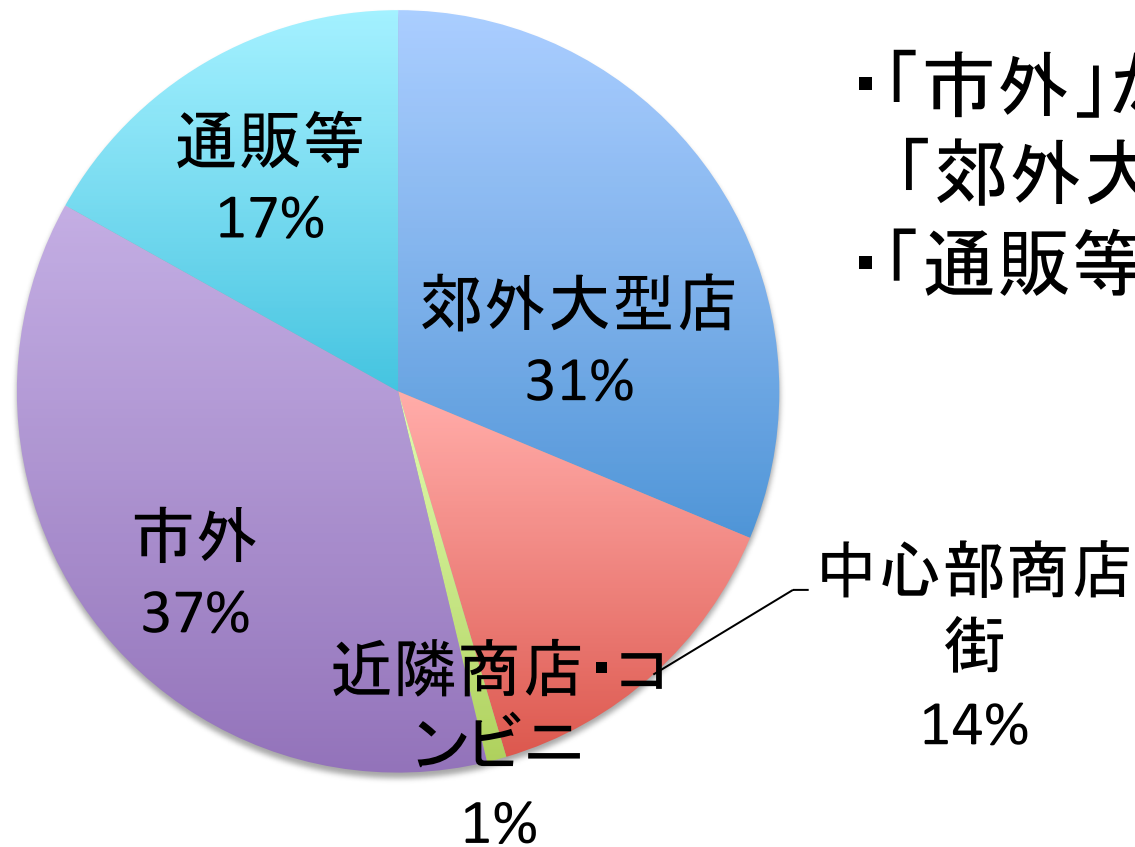
- 「郊外大型店」  
＝ラルズ・イオン・TSUTAYA・ケーズデンキ・ツルハなど
- 「中心部商店街」  
＝商店街・中心部量販店（西條・ツルハ等）
- 「近隣商店・コンビニ」
- 「市外」 ＝札幌市・旭川市・その他市町村
- 「通販等」  
＝TV・ネット通販等、カタログ購入、生協共同購入

# 食料品・生活雑貨(A群)



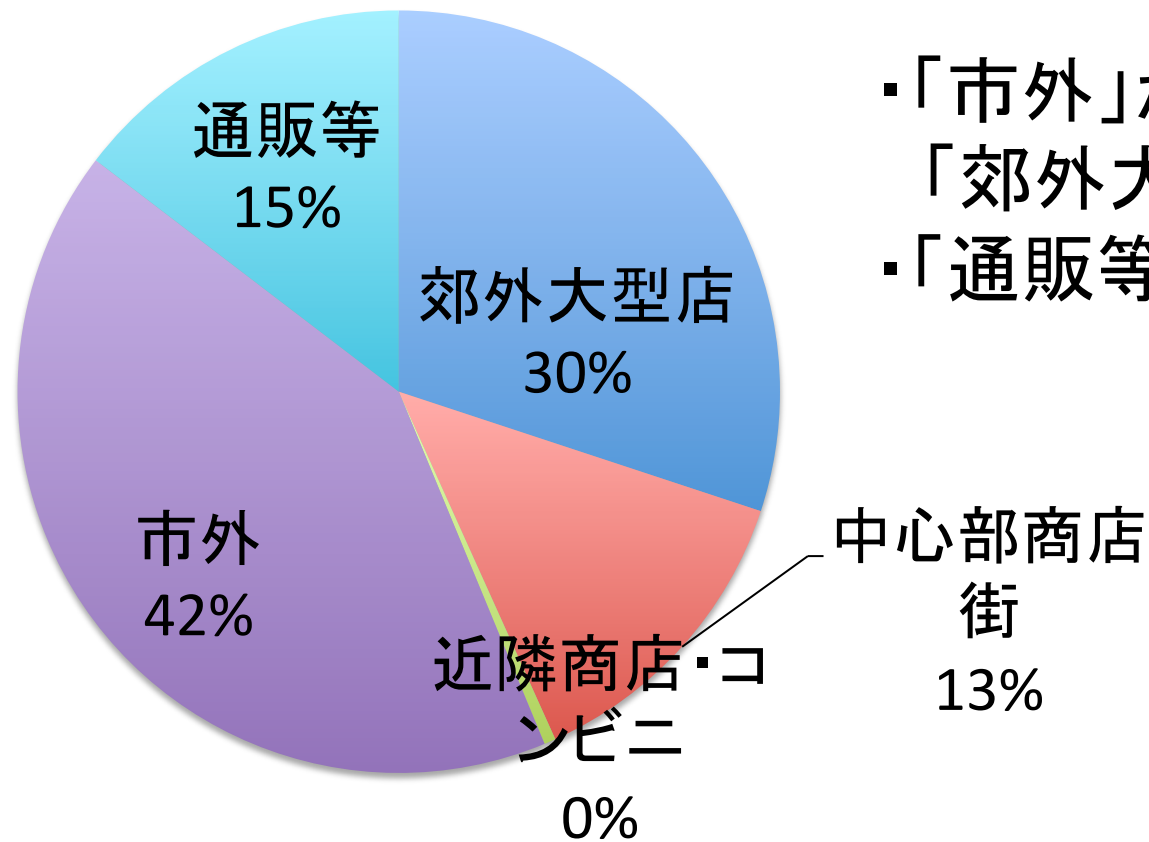
- ・「郊外大型店」が半分
- ・「中心部商店街」は最も高い
- ・名寄市外＝「市外」＋「通販等」が最も低い

# 衣類関係・寝具（B群）



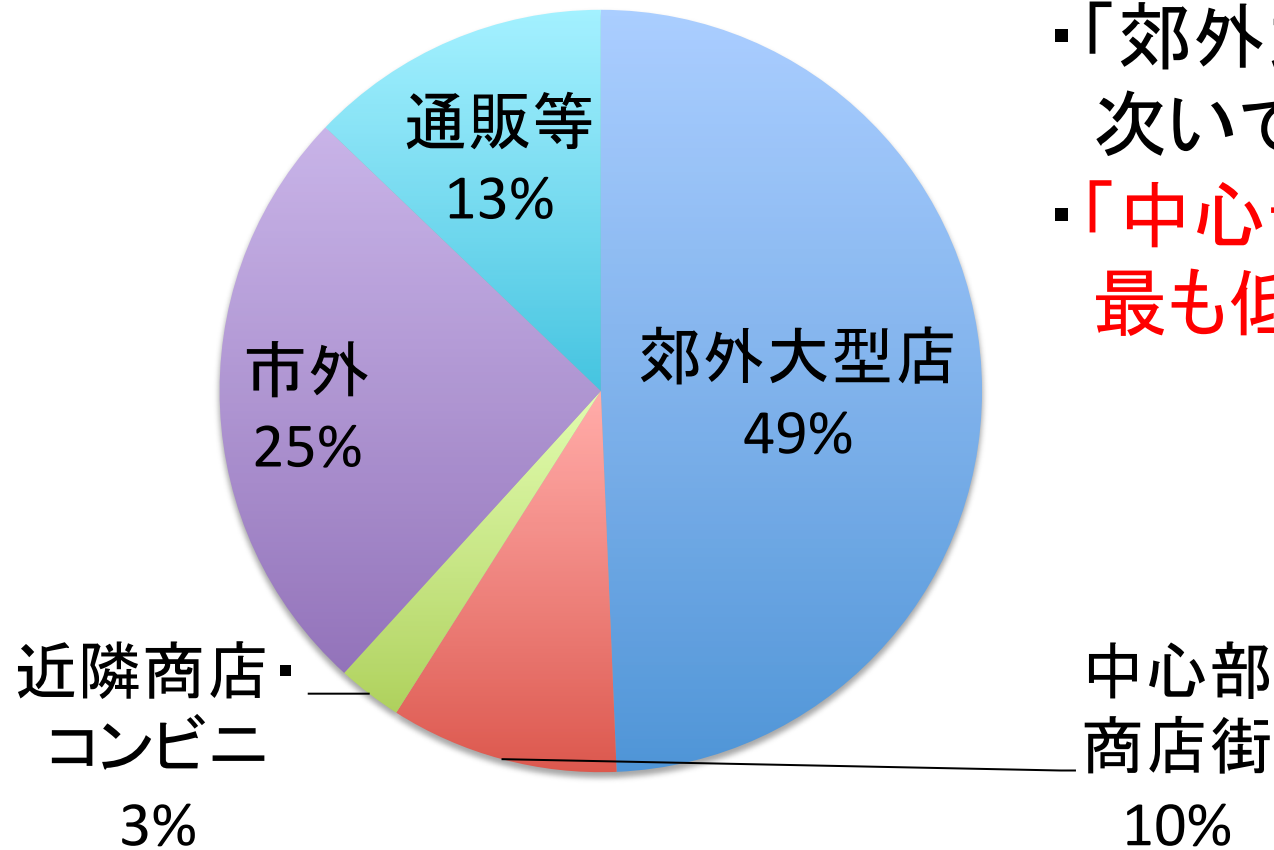
- ・「市外」が約4割で最も高く、「郊外大型店」が続く
- ・「通販等」も比較的高い

# 靴・かばん(C群)



- ・「市外」が約4割で最も高く、「郊外大型店」が続く
- ・「通販等」も比較的高い

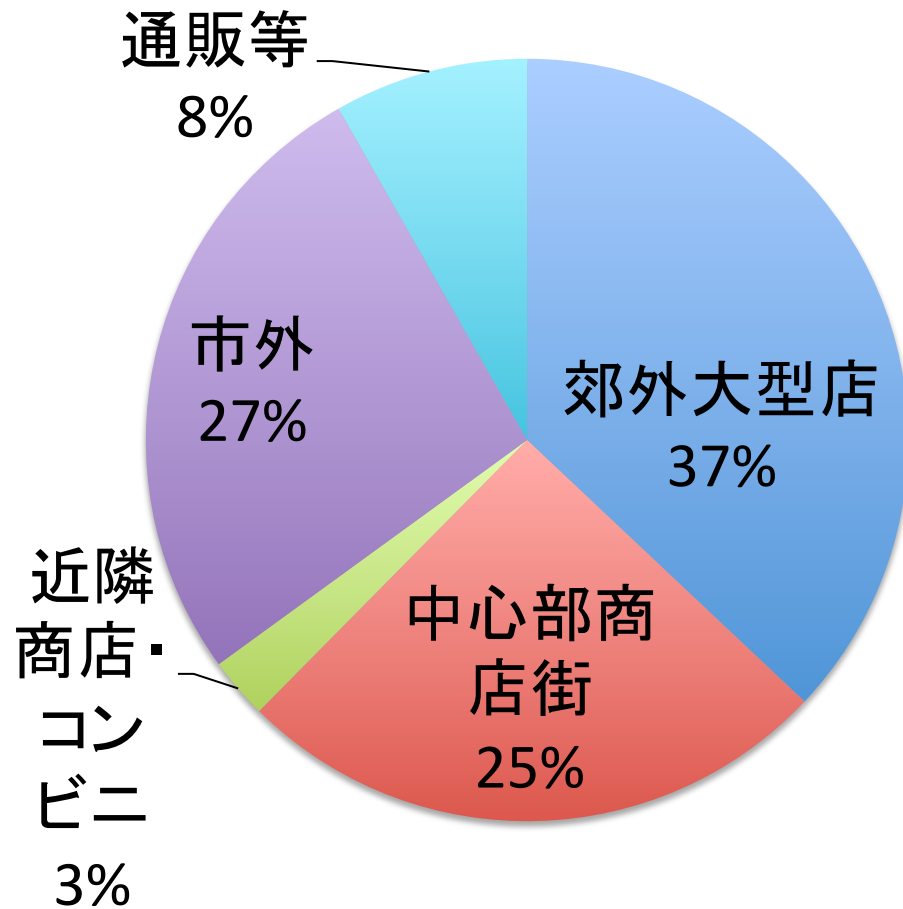
# 家具・家電・自転車(D群)



- ・「郊外大型店」が半分、次いで「市外」
- ・「中心部商店街」が最も低い

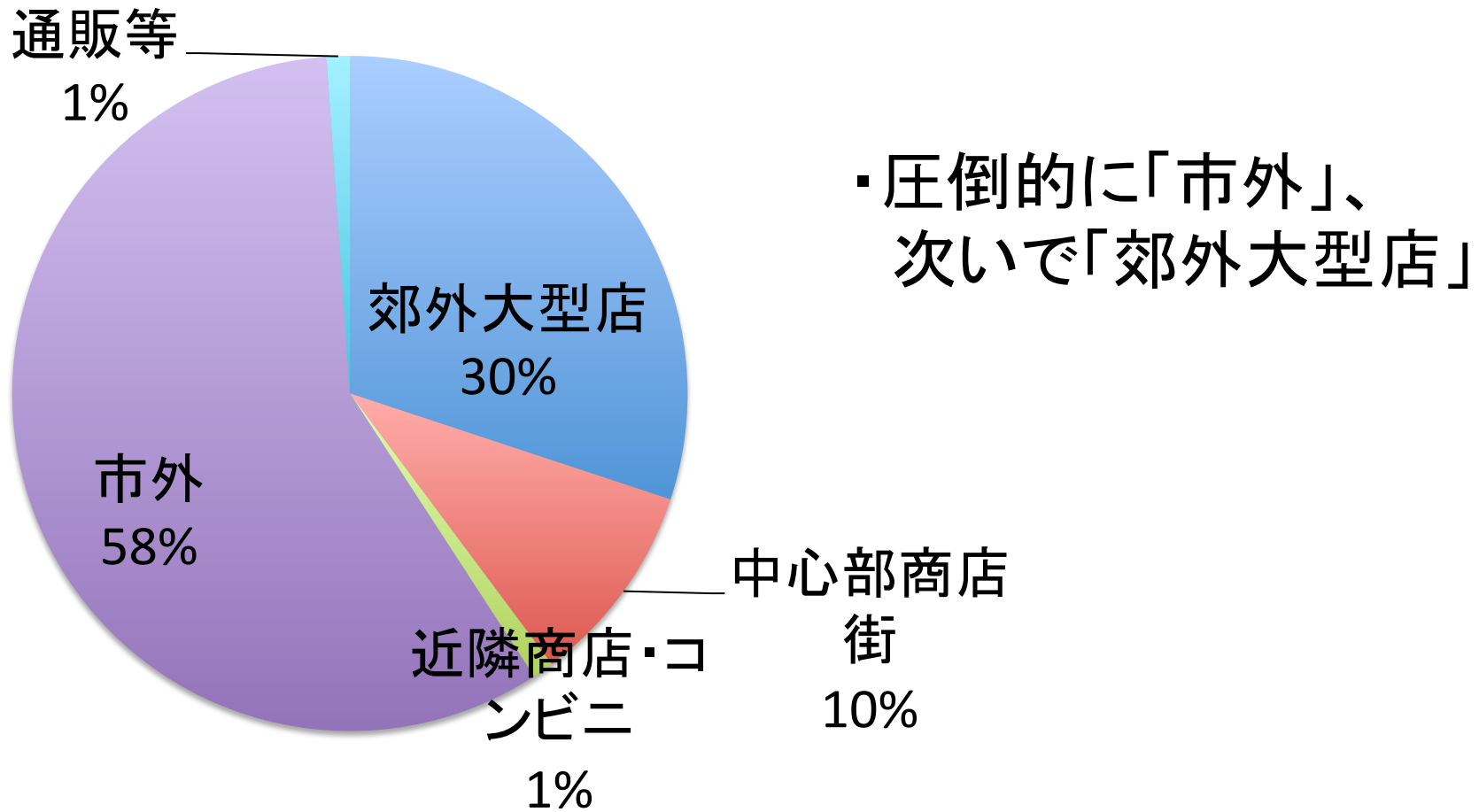


# その他雑貨（E群）

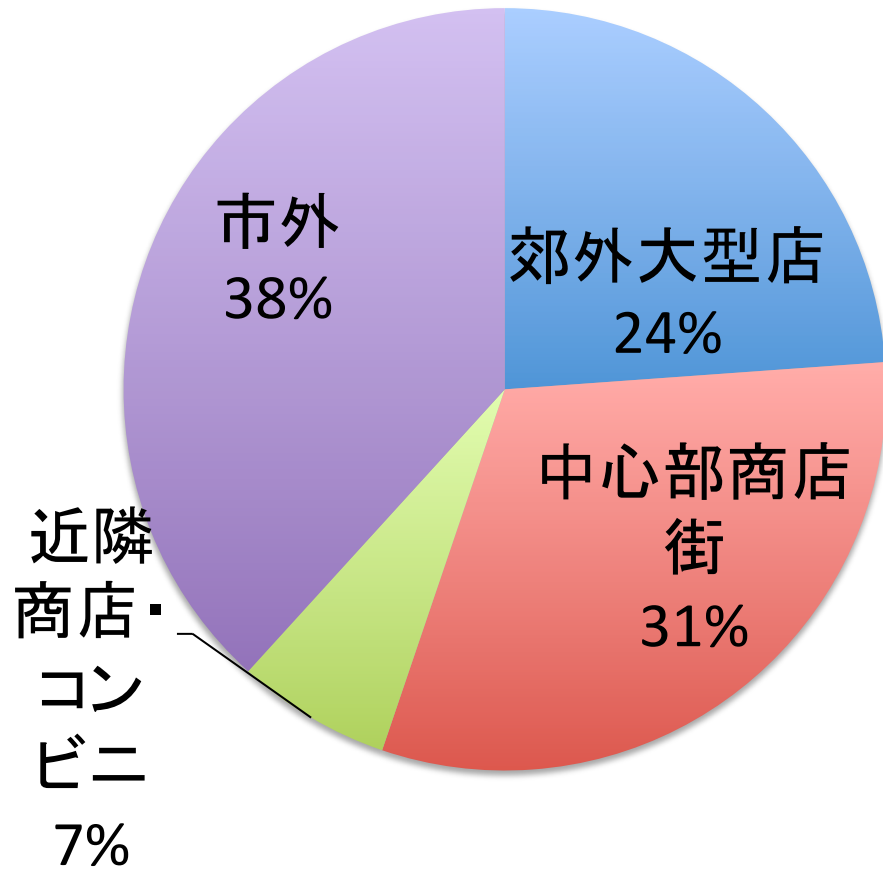


- ・「郊外大型店」が約4割、次いで「市外」、「中心部商店街」
- ・「中心部商店街」は高い部類

# 家族で買物(F群)

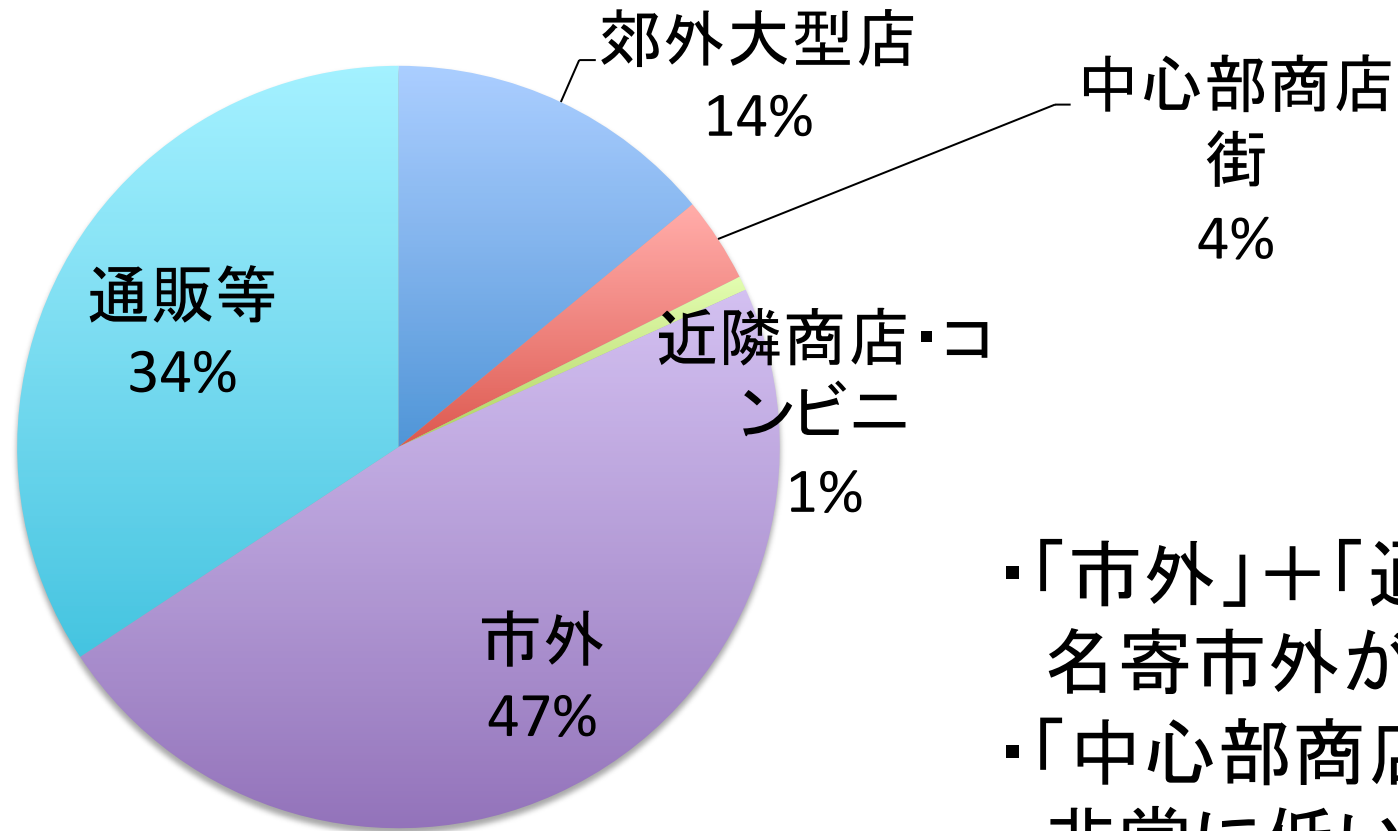


# 飲食(外食)を楽しむ(F群)



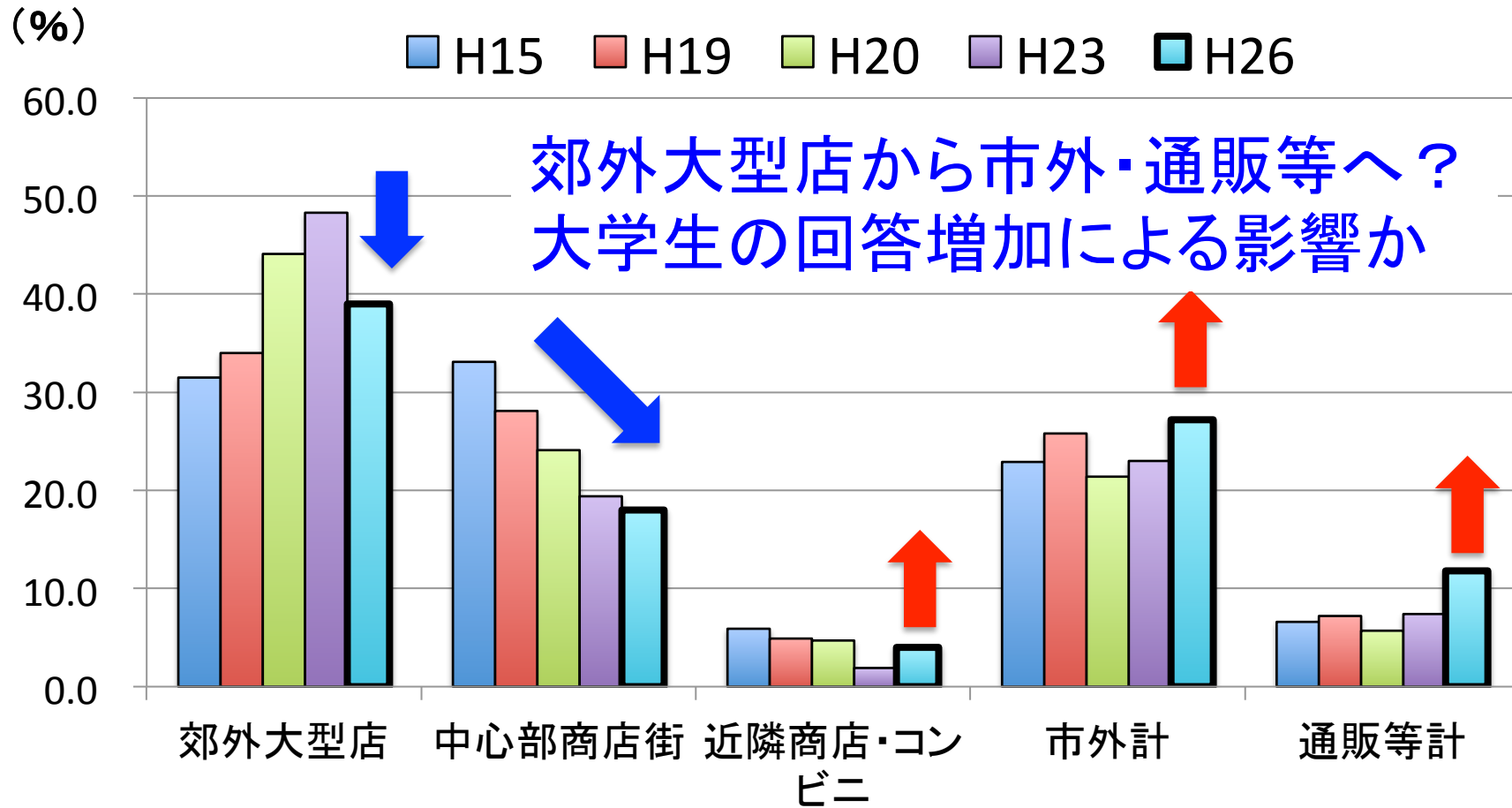
- ・「市外」が約4割、次いで「中心部商店街」
- ・唯一、「中心部商店街」が「郊外大型店」より高い
- ・狭い意味での商店街の比率も約2割で最も高い

# 新しい流行を知る(F群)



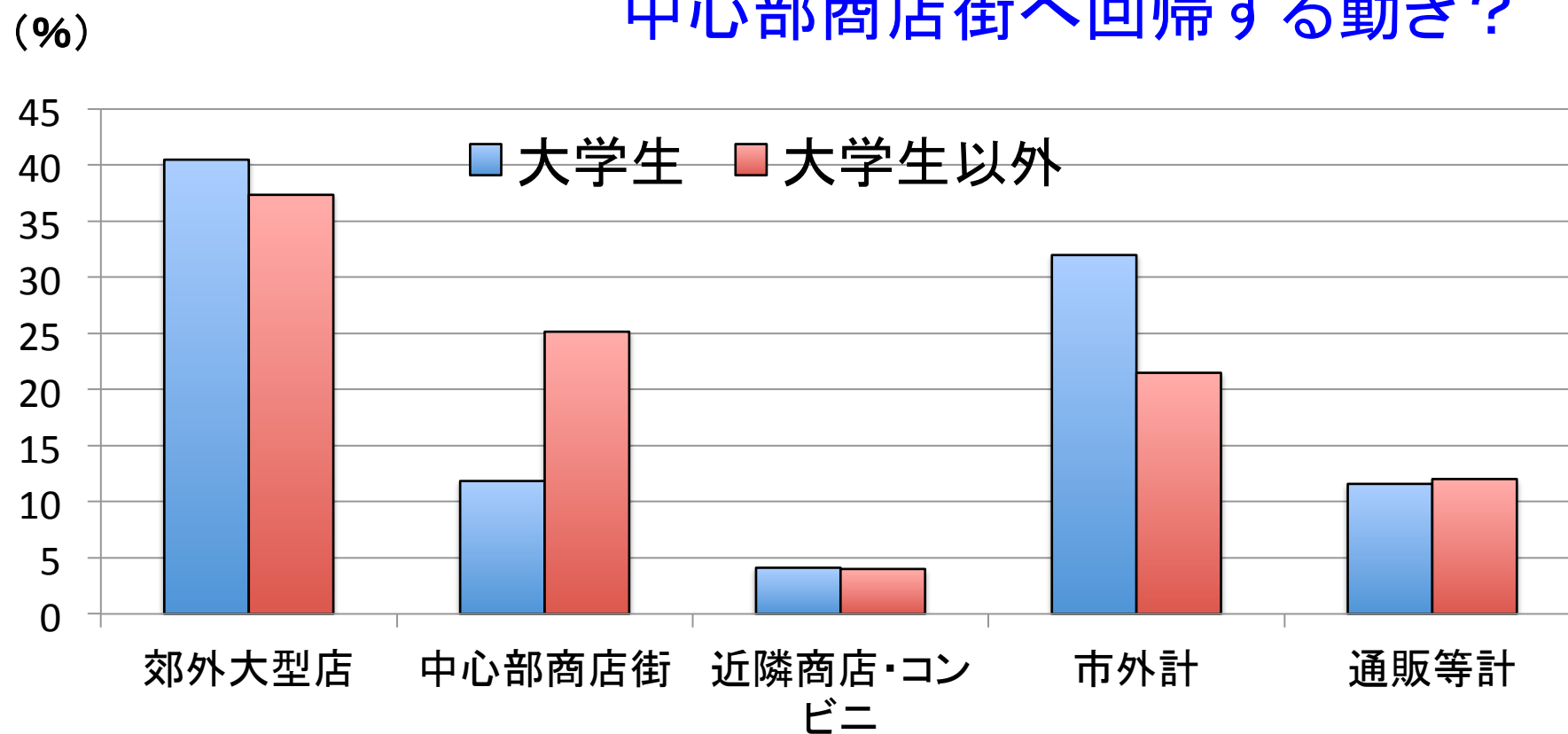
- ・「市外」+「通販等」= 名寄市外が全体の8割
- ・「中心部商店街」は非常に低い

# 時系列変化(A~E群合計)



# 大学生とそれ以外 (A~E群、H26)

大学生以外では、郊外大型店から  
中心部商店街へ回帰する動き？



# 買物動向調査結果のまとめ

- 「中心部商店街」の比率が比較的高いのは、「飲食(外食)を楽しむ」31%、「食料品・生活雑貨」27%、「その他雑貨」25%である。
- 「衣類関係・寝具」「靴・かばん」「家具・家電・自転車」は「郊外大型店」「市外」、「家族で買物」「新しい流行を知る」は「市外」がメインである。
- 大学生を除き、「郊外大型店」から「中心部商店街」へ回帰する動きが見られる。