酒田市商店街連合会　委託

湊町にあった商店街づくりのためのデータベースと最新データ（意向調査事業）

による２１世紀型商店街づくり事業

平成 30 年度地域まちなか商業活性化
支援事業に係る業務委託
報　告　書（Vol.01）

平成 31 年 3 月

株式会社フィデア総合研究所

目　　次

1．ニーズ調査 1
1－1　住民アンケート 1
（1） 調査実施状況 1
（2） 調査結果 1
① 回答者の属性 1
② 買物する施設・場所 2
③ 買物の曜日・時間帯 5
④ 買物場所・店選びで重視すること 7
⑤ 商店街の利用頻度 8
⑥ 商店街を利用する理由 8
⑦ 商店街イベントの認知・参加 8
⑧ 商店街に必要なこと 9
1－2　ヒアリング調査 10
（1） 市内大学生、短大生への調査 10
① 回答者の属性 10
② 買物する施設・場所 11
③ 買物の曜日・時間帯 14
④ 買物場所・店選びで重視すること 16
⑤ 商店街の利用頻度 17
⑥ 商店街を利用する理由 17
⑦ 商店街イベントの認知・参加 17
⑧ 商店街に必要なこと 18
（2） 商店街の商店主への調査 19
① Ｗｉ－Ｆｉの導入状況 19
② Ｗｉ－Ｆｉ整備後の困ったこと、要望 19
③ Ｗｉ－Ｆｉを整備する場合の課題、要望 20
④ キャッシュレス決済手段への対応 20
⑤ キャッシュレス決済手段へ対応する理由、対応しない理由 21
2．マーケティング調査 22
2－1　中心市街地（中町モール）でのアンケート 22
（1） 調査実施状況 22
（2） 調査の結果 22
① 回答者の属性 22
② 商店街への来訪目的 22
③ 商店街で特に買いたいもの 23

④ 商店街への来訪頻度 23
⑤ 同行者 24
⑥ よく利用する店名、施設名 24
⑦ 商店街での滞在時間 25
⑧ 商店街への評価 26
⑨ 商店街に必要なこと 26
⑩ 買い物目的でどこまで行くか 27
２－２　観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 28
（１） 調査実施状況 28
（２） 調査結果 28
① 回答者の属性 28
② 酒田への来訪目的 29
③ 酒田のことを知った方法 29
④ 酒田での食事 29
⑤ 酒田で訪れた施設・場所 30
⑥ 酒田で買う土産 31
⑦ 酒田観光への要望 31
【集計表】 32
１．ニーズ調査 32
１－１　住民アンケート 32
１－２　ヒアリング調査 39
（１） 市内大学生、短大生への調査 39
（２） 商店街の商店主への調査 45
２．マーケティング調査 47
２－１　中心市街地（中町モール）でのアンケート 47
２－２　観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 51

図　表　目　次

図表 1　回答者の属性／住民への調査 1
図表 2　買物する施設・場所／住民への調査 2
図表 3　買物の曜日・時間帯／住民への調査 5
図表 4　買物場所・店選びで重視すること／住民への調査 7
図表 5　商店街の利用頻度／住民への調査 8
図表 6　商店街を利用する理由／住民への調査 8
図表 7　商店街イベントの認知・参加／住民への調査 9
図表 8　商店街に必要なこと／住民への調査 9

図表 9　回答者の属性／市内大学生、短大生への調査 10
図表 10　買物する施設・場所／市内大学生、短大生への調査 11
図表 11　買物の曜日・時間帯／市内大学生、短大生への調査 14
図表 12　買物場所・店選びで重視すること／市内大学生、短大生への調査 16
図表 13　商店街の利用頻度／市内大学生、短大生への調査 17
図表 14　商店街を利用する理由／市内大学生、短大生への調査 17
図表 15　商店街イベントの認知・参加／市内大学生、短大生への調査 17
図表 16　商店街に必要なこと／市内大学生、短大生への調査 18

図表 17　Wi-Fi の導入状況／商店主への調査 19
図表 18　Wi-Fi の整備後の困ったこと、要望／商店主への調査 20
図表 19　Wi-Fi を整備する場合の課題、要望／商店主への調査 20
図表 20　キャッシュレス決済手段への対応／商店主への調査 21
図表 21　キャッシュレスに対応する or しない理由／商店主への調査 21

図表 22　回答者の属性／中心市街地（中町モール）でのアンケート 22
図表 23　商店街への来訪目的／中心市街地（中町モール）でのアンケート 23
図表 24　商店街で特に買いたいもの・回答一覧／中心市街地（中町モール）でのアンケート 23
図表 25　中心商店街への来訪頻度／中心市街地（中町モール）でのアンケート 24
図表 26　中心商店街への同行者／中心市街地（中町モール）でのアンケート 24
図表 27　よく利用する店名、施設名の回答一覧／中心市街地（中町モール）でのアンケート 24
図表 28　商店街での滞在時間／中心市街地（中町モール）でのアンケート 26
図表 29　商店街の評価／中心市街地（中町モール）でのアンケート 26
図表 30　商店街に必要なこと／中心市街地（中町モール）でのアンケート 27
図表 31　買い物目的でどこまで行くか／中心市街地（中町モール）でのアンケート 27

図表 32　回答者の属性／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 28
図表 33　酒田への来訪目的／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 29
図表 34　酒田のことを知った方法／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 29
図表 35　酒田での食事／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 30
図表 36　酒田で訪れた施設・場所／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 30
図表 37　酒田で買う土産／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 31
図表 38　酒田観光への要望／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート 31

１．ニーズ調査

１－１　住民アンケート

（１）調査実施状況

◇ 酒田市の住民に以下のとおり調査を実施した。

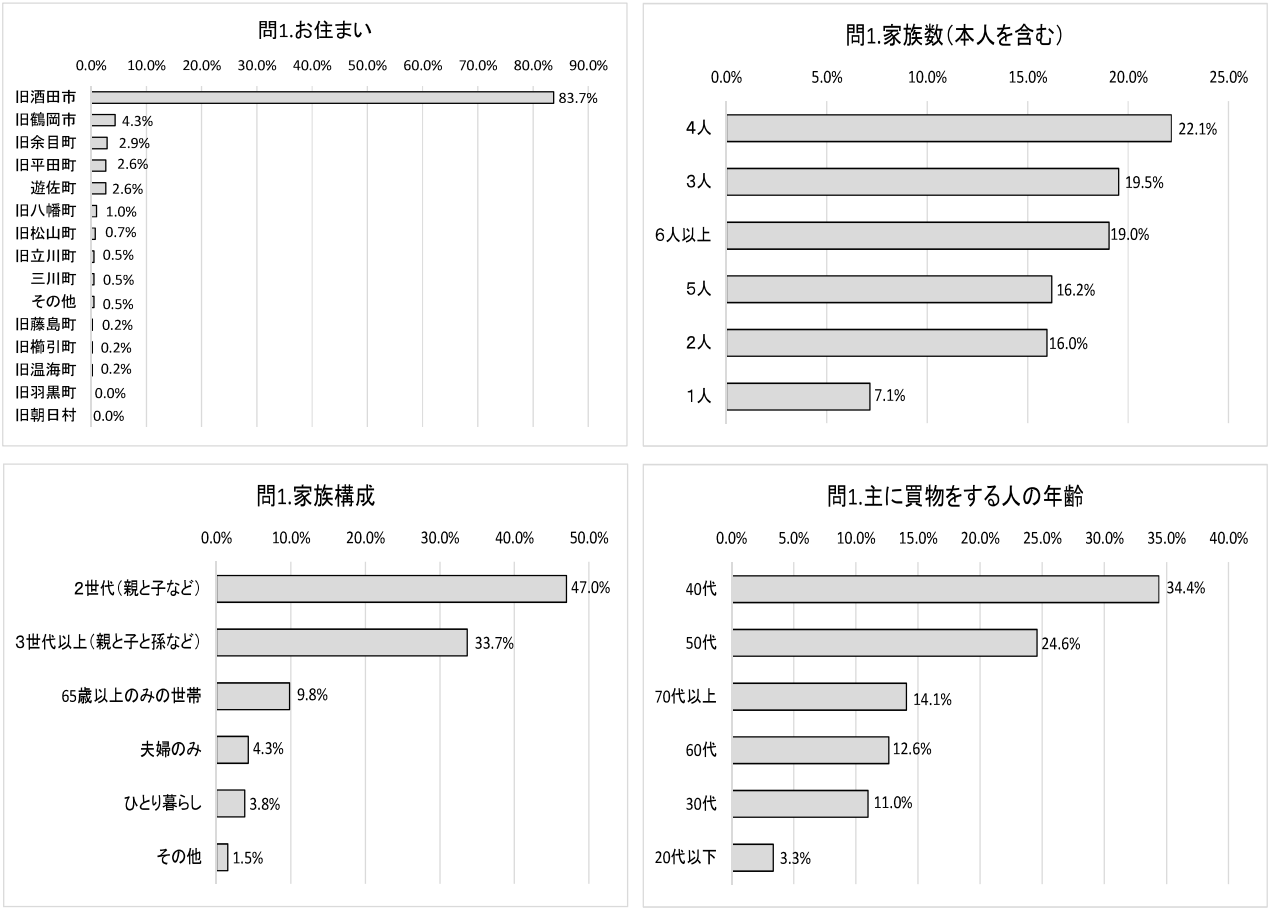
対　象：酒田市内の一般世帯、中学生の保護者
期　間：平成 30 年 12 月 14 日（金）～同年 12 月 28 日（金）
対象数：920 件（一般世帯 700 件、中学生保護者 220 件）
回収数：424 件（一般世帯 286 件、中学生保護者 138 件）
回収率：46.1%

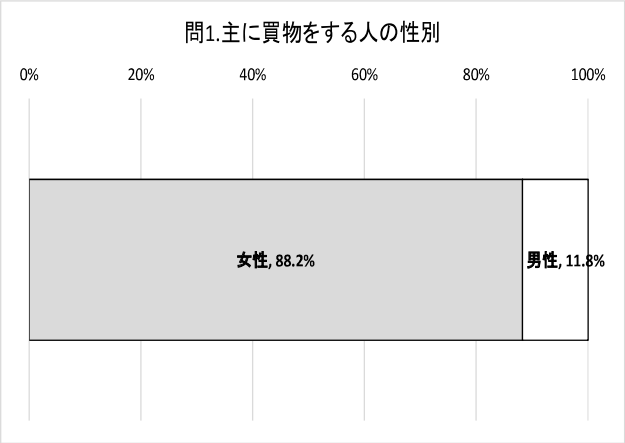
（２）調査結果

① 回答者の属性

◇ 住民に対する調査の回答者の属性は下図のとおりである。酒田市に居住する人が８割を超え、家族数は 4 人家族、家族構成は 2 世代が多くなっている。

図表 1 回答者の属性／住民への調査





② 買物する施設・場所

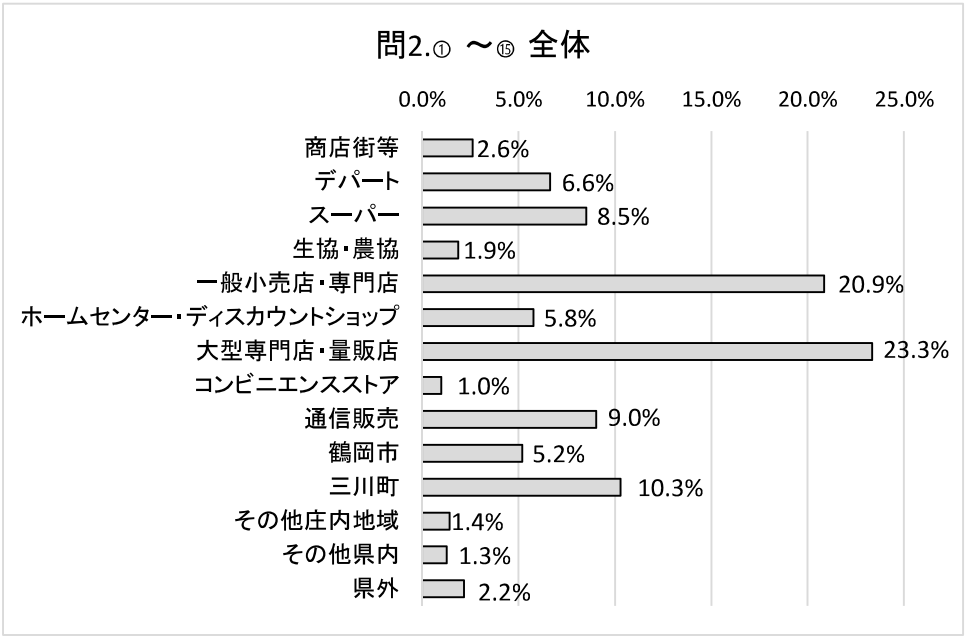
◇ 買物する施設・場所を見て特徴的なことは、「5　大型専門店・量販店」が多くの品目で最も利用されていること、「5　一般小売店・専門店」がそれに次ぐこと、「11　三川町」の利用割合が思いの外大きいこと、「⑦ 靴・バッグ」「⑧ 時計・メガネ・アクセサリー」「⑨ 電化製品」は「9　通信販売」の割合が大きいこと、などである。

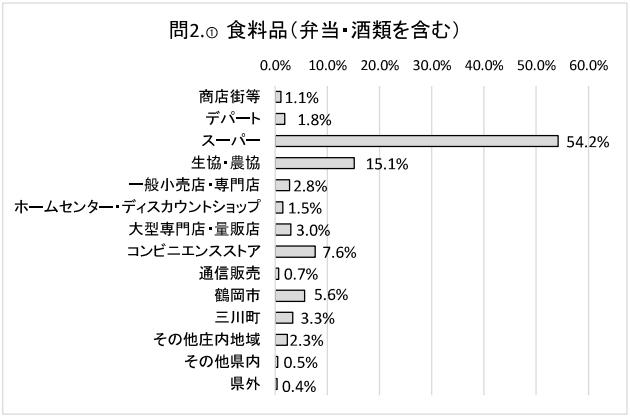
◇ 「1　商店街等」は他の品目に比べ「⑭ ・⑮ 外食」で強みを発揮している傾向にある。

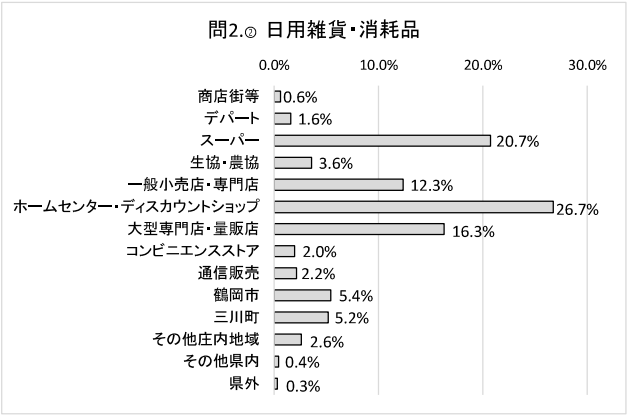
図表 2 買物する施設･場所／住民への調査

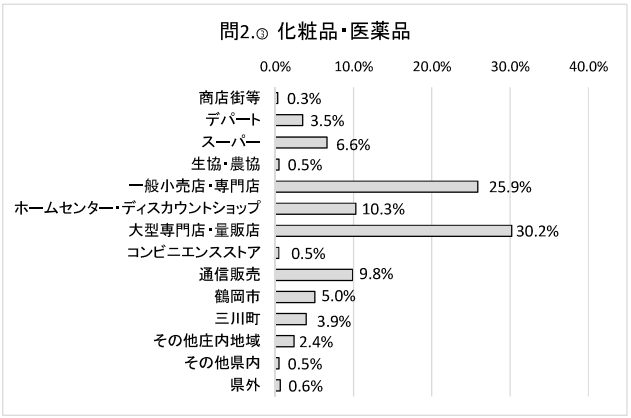
	酒田市内								その他						1～14の合計
	1 商店街等	2 デパート	3 スーパー	4 生協・農協	5 一般小売店・専門店	6 ホームセンター・ディスカウントショップ	7 大型専門店・量販店	8 コンビニエンスストア	9 通信販売	10 鶴岡市	11 三川町	12 その他庄内地域	13 その他県内	14 県外	
①食料品（弁当・酒類を含む）	1.1%	1.8%	54.2%	15.1%	2.8%	1.5%	3.0%	7.6%	0.7%	5.6%	3.3%	2.3%	0.5%	0.4%	100%
②日用雑貨・消耗品	0.6%	1.6%	20.7%	3.6%	12.3%	26.7%	16.3%	2.0%	2.2%	5.4%	5.2%	2.6%	0.4%	0.3%	100%
③化粧品・医薬品	0.3%	3.5%	6.6%	0.5%	25.9%	10.3%	30.2%	0.5%	9.8%	5.0%	3.9%	2.4%	0.5%	0.6%	100%
④紳士服	0.8%	12.5%	2.9%	0.0%	18.0%	1.4%	25.5%	0.0%	12.4%	4.4%	14.2%	0.0%	1.9%	5.9%	100%
⑤婦人・子供服	1.1%	15.9%	2.8%	0.2%	12.6%	1.4%	24.9%	0.0%	15.3%	4.1%	15.6%	0.4%	1.5%	4.2%	100%
⑥日用衣類（下着・作業着など）	0.7%	10.7%	3.7%	1.0%	13.2%	4.9%	33.7%	0.0%	8.7%	4.4%	15.3%	1.0%	1.1%	1.6%	100%
⑦靴・バッグ	0.8%	11.0%	1.3%	0.0%	21.1%	1.4%	26.7%	0.0%	13.8%	4.3%	12.2%	0.4%	1.9%	5.0%	100%
⑧時計・メガネ・アクセサリー	2.2%	5.9%	0.6%	0.1%	37.1%	1.8%	16.0%	0.0%	12.9%	4.2%	11.6%	0.4%	1.9%	5.1%	100%
⑨電化製品	0.7%	0.6%	0.3%	0.0%	11.3%	5.0%	57.9%	0.0%	11.3%	4.7%	6.7%	0.1%	1.0%	0.5%	100%
⑩家具・寝具・室内装飾品	0.7%	2.4%	2.0%	0.2%	13.5%	11.0%	33.4%	0.0%	9.8%	3.8%	20.7%	0.3%	0.8%	1.5%	100%
⑪スポーツ・レジャー品	0.4%	2.8%	0.5%	0.0%	19.2%	5.2%	30.5%	0.0%	13.9%	3.7%	20.6%	0.7%	1.0%	1.7%	100%
⑫書籍・文具	1.3%	5.7%	5.1%	0.5%	36.1%	5.6%	17.1%	2.2%	9.4%	4.1%	10.2%	1.1%	0.7%	0.8%	100%
⑬贈答品	2.0%	19.7%	11.4%	3.2%	15.4%	3.7%	14.2%	0.1%	14.2%	3.9%	7.8%	0.9%	2.1%	1.3%	100%
⑭外食（ランチ）	11.6%	4.2%	0.3%	0.1%	46.0%	0.0%	7.5%	0.1%	0.0%	12.6%	6.0%	5.3%	3.2%	3.1%	100%
⑮外食（お酒をともなう夜の飲食）	26.9%	1.5%	0.0%	0.0%	47.7%	0.0%	3.7%	0.1%	0.0%	10.3%	1.6%	4.4%	1.6%	2.4%	100%
①～⑮全体	2.6%	6.6%	8.5%	1.9%	20.9%	5.8%	23.3%	1.0%	9.0%	5.2%	10.3%	1.4%	1.3%	2.2%	100%

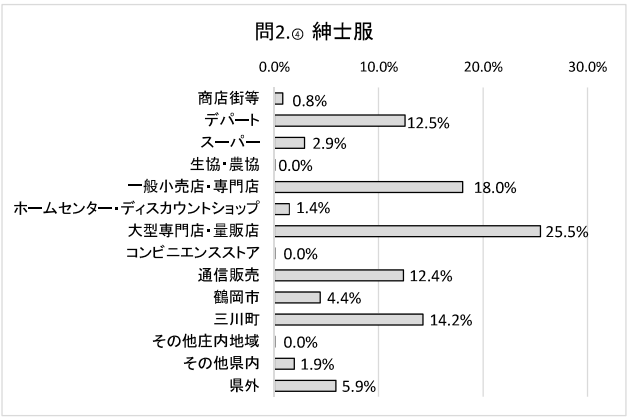
注：　は品目別の第 1 位、　は第 2 位、　は第 3 位を示す

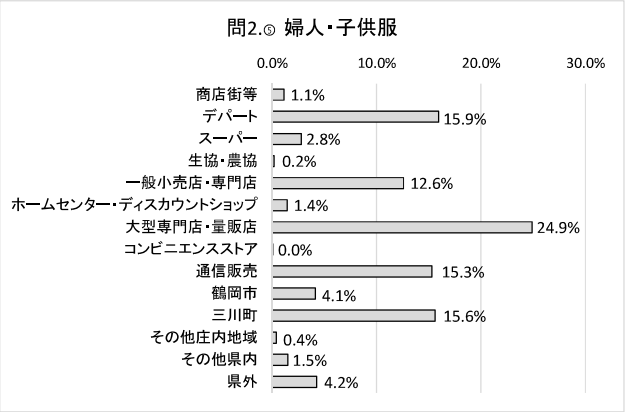

問2.① ～⑮ 全体
0.0%
5.0%
10.0%
15.0%
20.0%
25.0%
商店街等 2.6%
デパート 6.6%
スーパー 8.5%
生協・農協 1.9%
一般小売店・専門店 20.9%
ホームセンター・ディスカウントショップ 5.8%
大型専門店・量販店 23.3%
コンビニエンスストア 1.0%
通信販売 9.0%
鶴岡市 5.2%
三川町 10.3%
その他庄内地域 1.4%
その他県内 1.3%
県外 2.2%

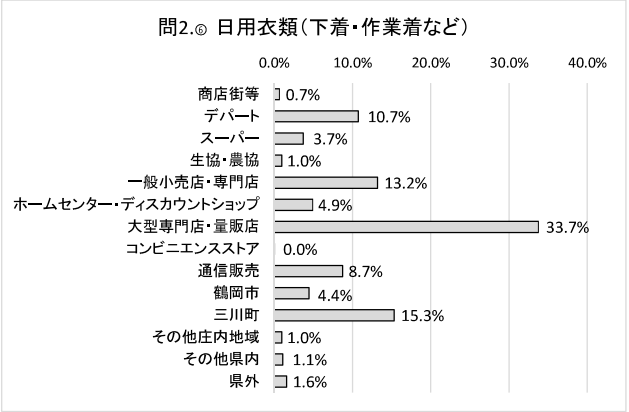

問2.① 食料品（弁当・酒類を含む）
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
40.0%
50.0%
60.0%
商店街等 1.1%
デパート 1.8%
スーパー 54.2%
生協・農協 15.1%
一般小売店・専門店 2.8%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.5%
大型専門店・量販店 3.0%
コンビニエンスストア 7.6%
通信販売 0.7%
鶴岡市 5.6%
三川町 3.3%
その他庄内地域 2.3%
その他県内 0.5%
県外 0.4%

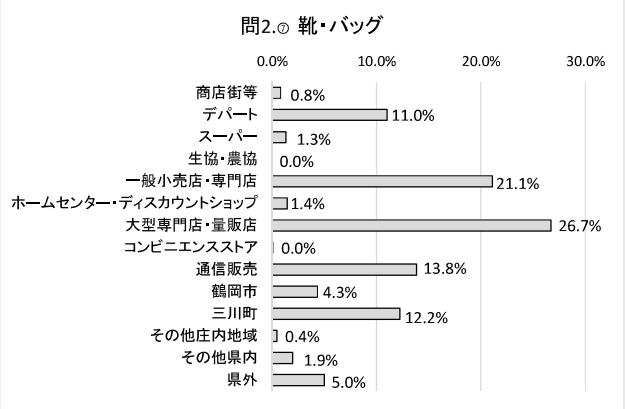

問2.② 日用雑貨・消耗品
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 0.6%
デパート 1.6%
スーパー 20.7%
生協・農協 3.6%
一般小売店・専門店 12.3%
ホームセンター・ディスカウントショップ 26.7%
大型専門店・量販店 16.3%
コンビニエンスストア 2.0%
通信販売 2.2%
鶴岡市 5.4%
三川町 5.2%
その他庄内地域 2.6%
その他県内 0.4%
県外 0.3%

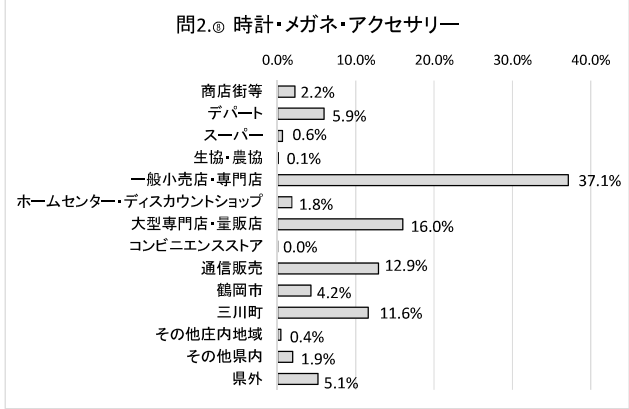

問2.③ 化粧品・医薬品
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
40.0%
商店街等 0.3%
デパート 3.5%
スーパー 6.6%
生協・農協 0.5%
一般小売店・専門店 25.9%
ホームセンター・ディスカウントショップ 10.3%
大型専門店・量販店 30.2%
コンビニエンスストア 0.5%
通信販売 9.8%
鶴岡市 5.0%
三川町 3.9%
その他庄内地域 2.4%
その他県内 0.5%
県外 0.6%

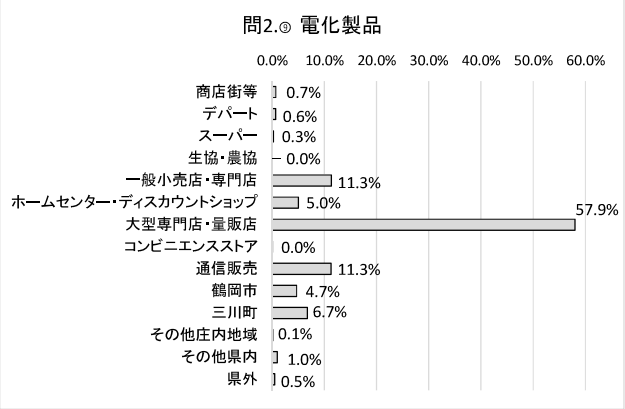

問2.④ 紳士服
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 0.8%
デパート 12.5%
スーパー 2.9%
生協・農協 0.0%
一般小売店・専門店 18.0%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.4%
大型専門店・量販店 25.5%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 12.4%
鶴岡市 4.4%
三川町 14.2%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 1.9%
県外 5.9%

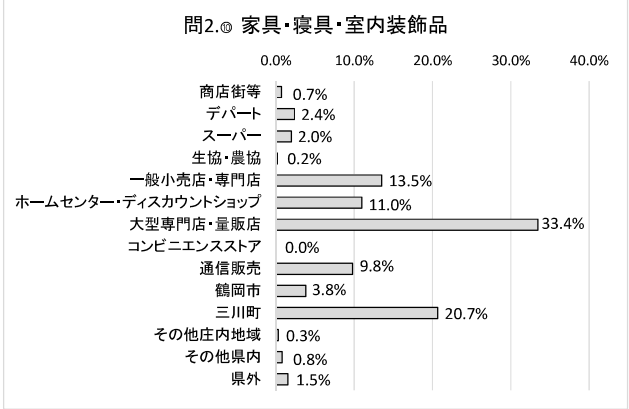

問2.⑤ 婦人・子供服
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 1.1%
デパート 15.9%
スーパー 2.8%
生協・農協 0.2%
一般小売店・専門店 12.6%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.4%
大型専門店・量販店 24.9%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 15.3%
鶴岡市 4.1%
三川町 15.6%
その他庄内地域 0.4%
その他県内 1.5%
県外 4.2%

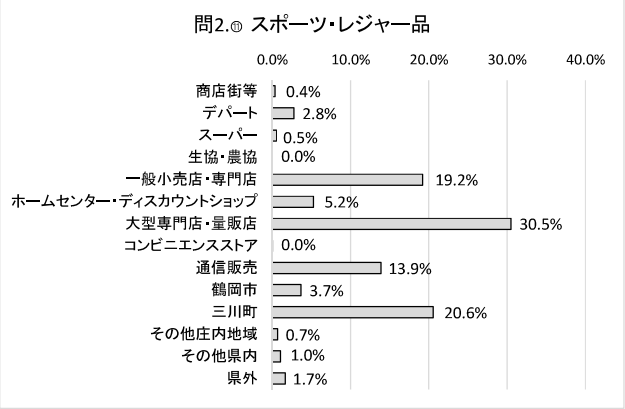

問2.⑥ 日用衣類（下着・作業着など）
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 0.7%
デパート 10.7%
スーパー 3.7%
生協・農協 1.0%
一般小売店・専門店 13.2%
ホームセンター・ディスカウントショップ 4.9%
大型専門店・量販店 33.7%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 8.7%
鶴岡市 4.4%
三川町 15.3%
その他庄内地域 1.0%
その他県内 1.1%
県外 1.6%

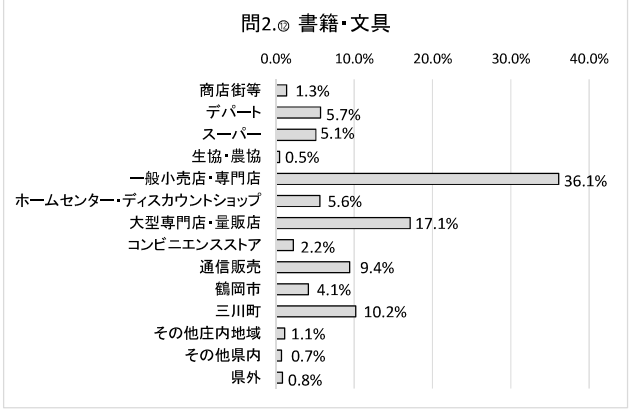

問2.⑦ 靴・バッグ
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 0.8%
デパート 11.0%
スーパー 1.3%
生協・農協 0.0%
一般小売店・専門店 21.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.4%
大型専門店・量販店 26.7%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 13.8%
鶴岡市 4.3%
三川町 12.2%
その他庄内地域 0.4%
その他県内 1.9%
県外 5.0%

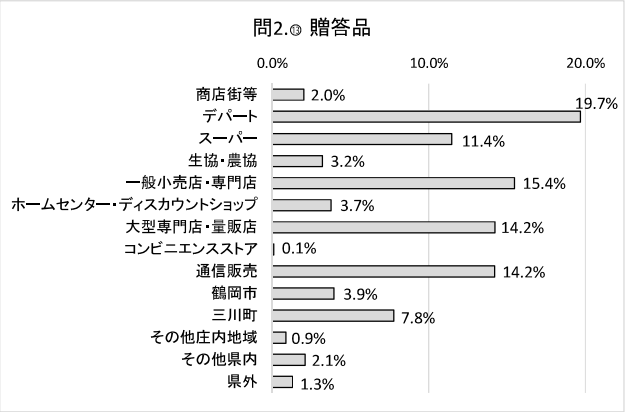

問2.⑧ 時計・メガネ・アクセサリー
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 2.2%
デパート 5.9%
スーパー 0.6%
生協・農協 0.1%
一般小売店・専門店 37.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.8%
大型専門店・量販店 16.0%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 12.9%
鶴岡市 4.2%
三川町 11.6%
その他庄内地域 0.4%
その他県内 1.9%
県外 5.1%

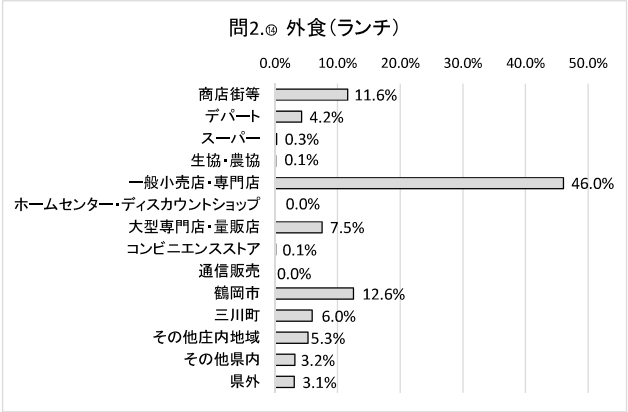

問2.⑨ 電化製品
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0% 60.0%
商店街等 0.7%
デパート 0.6%
スーパー 0.3%
生協・農協 0.0%
一般小売店・専門店 11.3%
ホームセンター・ディスカウントショップ 5.0%
大型専門店・量販店 57.9%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 11.3%
鶴岡市 4.7%
三川町 6.7%
その他庄内地域 0.1%
その他県内 1.0%
県外 0.5%

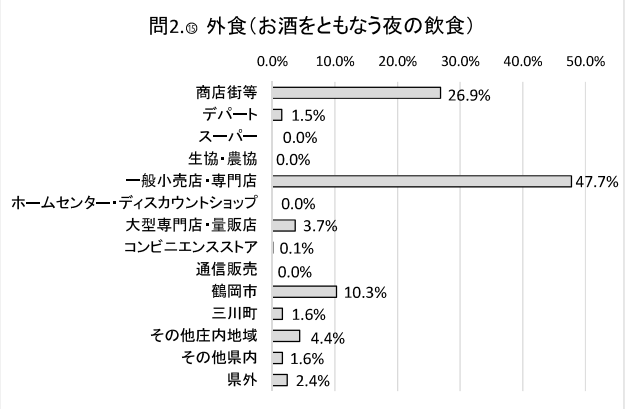

問2.⑩ 家具・寝具・室内装飾品
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 0.7%
デパート 2.4%
スーパー 2.0%
生協・農協 0.2%
一般小売店・専門店 13.5%
ホームセンター・ディスカウントショップ 11.0%
大型専門店・量販店 33.4%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 9.8%
鶴岡市 3.8%
三川町 20.7%
その他庄内地域 0.3%
その他県内 0.8%
県外 1.5%


問2.⑪ スポーツ・レジャー品
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 0.4%
デパート 2.8%
スーパー 0.5%
生協・農協 0.0%
一般小売店・専門店 19.2%
ホームセンター・ディスカウントショップ 5.2%
大型専門店・量販店 30.5%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 13.9%
鶴岡市 3.7%
三川町 20.6%
その他庄内地域 0.7%
その他県内 1.0%
県外 1.7%


問2.⑫ 書籍・文具
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 1.3%
デパート 5.7%
スーパー 5.1%
生協・農協 0.5%
一般小売店・専門店 36.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 5.6%
大型専門店・量販店 17.1%
コンビニエンスストア 2.2%
通信販売 9.4%
鶴岡市 4.1%
三川町 10.2%
その他庄内地域 1.1%
その他県内 0.7%
県外 0.8%



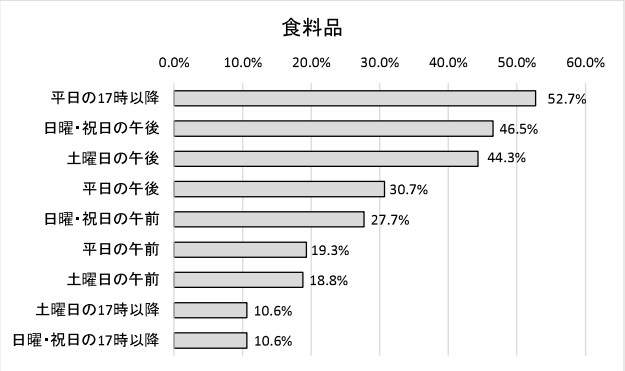


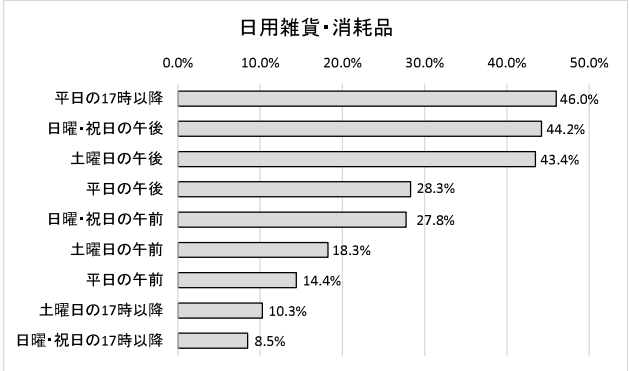


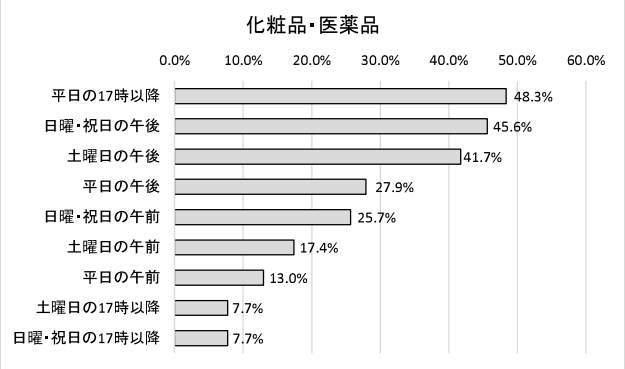
③ 買物の曜日・時間帯

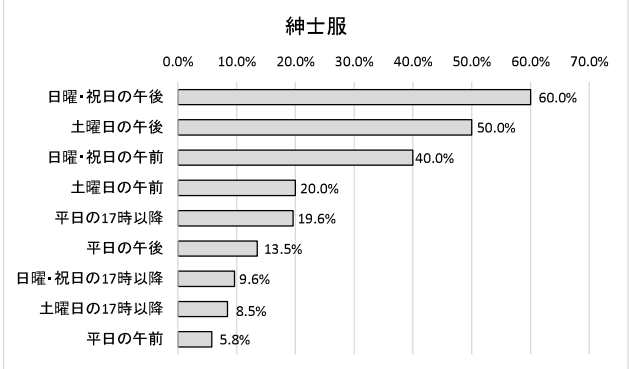
◇ 品目別に買物の曜日・時間帯を見ると、「食料品」「日用雑貨・消耗品」「化粧品・医薬品」「酒をともなう飲食」は「平日の 17 時以降」が最も多いのに対し、それ以外は「日曜・祝日の午後」が最も多い。

図表 3 買物の曜日・時間帯／住民への調査

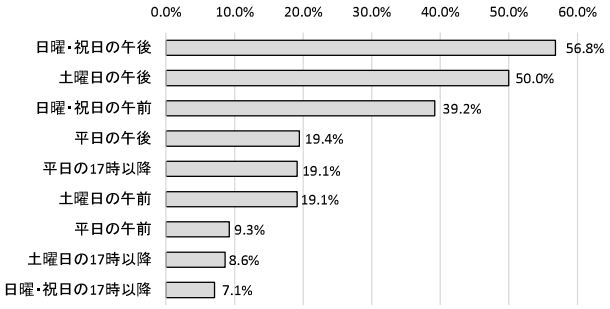




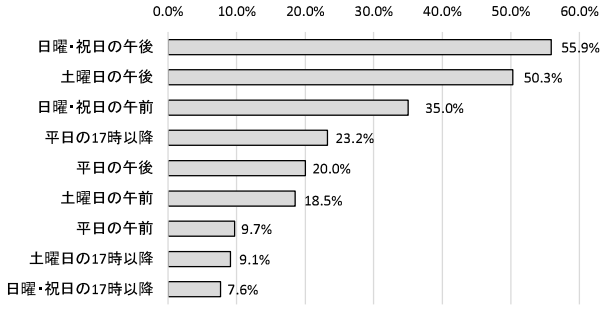




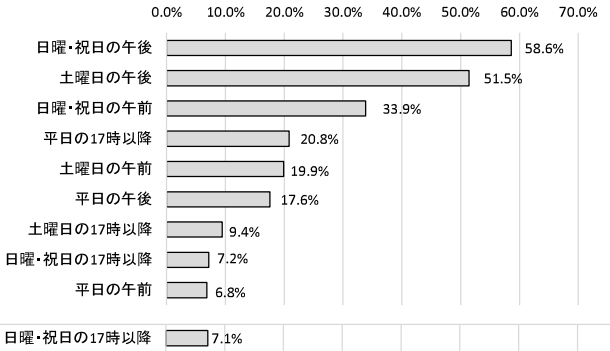
婦人・子供服



日用衣料

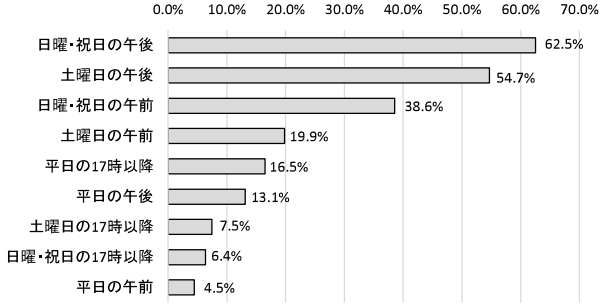


靴・バッグ

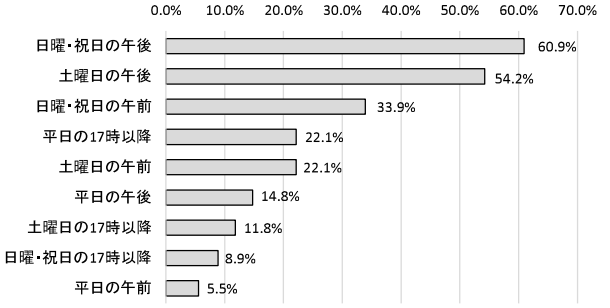


時計・メガネ・アクセサリー

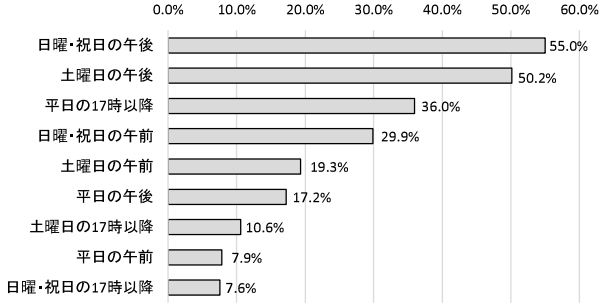
家具・寝具・室内装飾



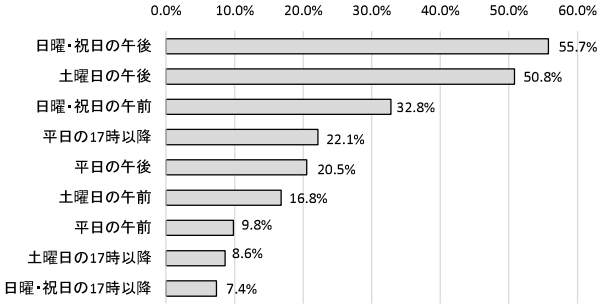
スポーツ・レジャー品



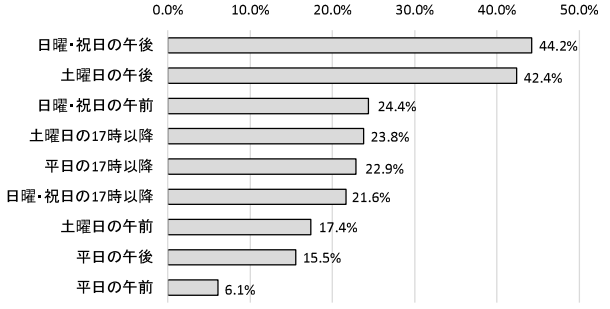
書籍・文具



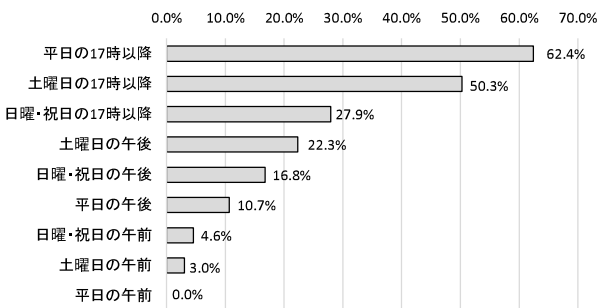
贈答品



酒をともなわない外食



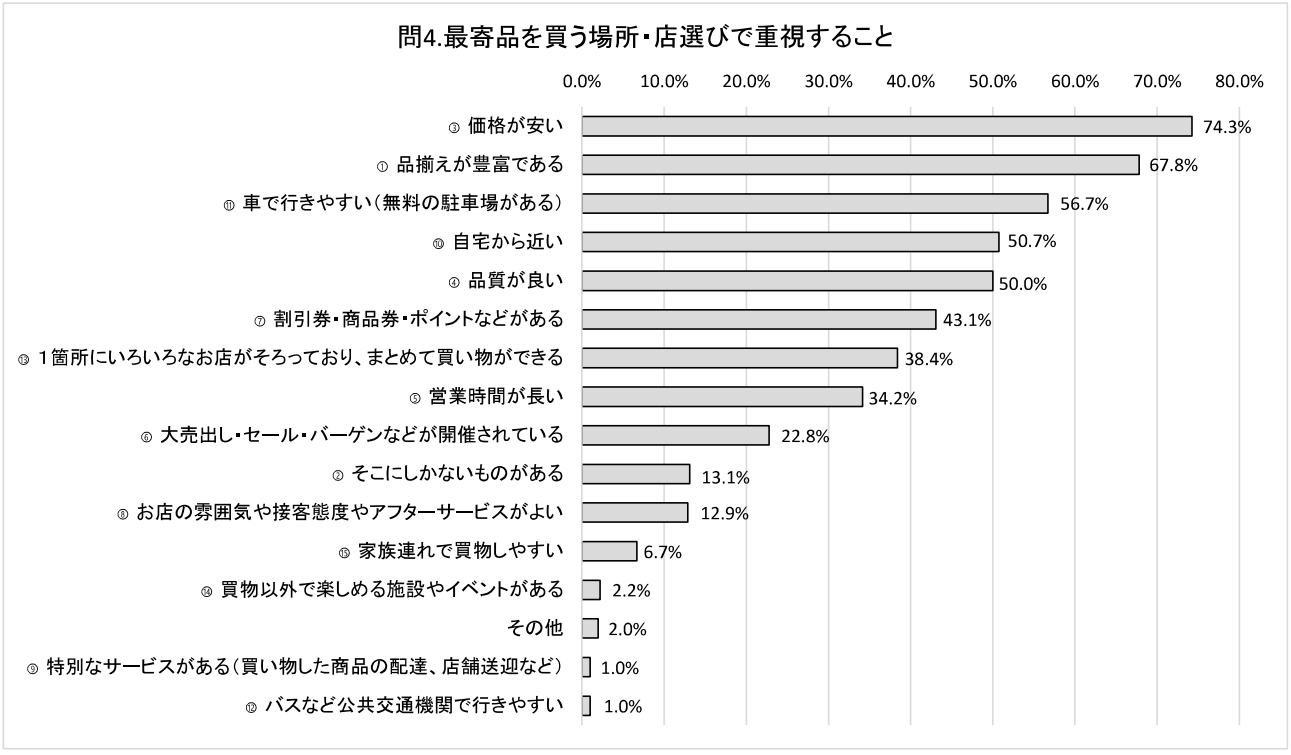
酒をともなう外食

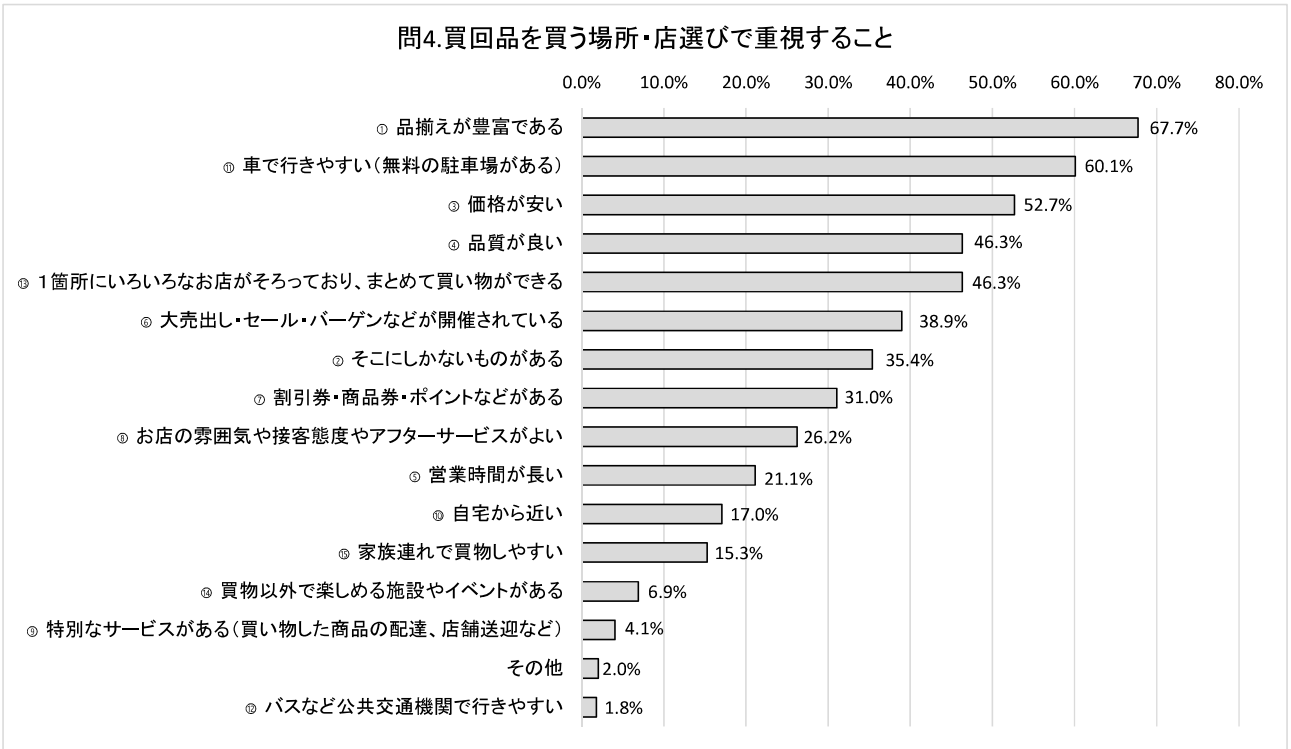


④ 買物場所・店選びで重視すること

◇ 最寄品については「価格が安い（74.3%）」「新揃えが豊富である（67.8%）」「車で行きやすい（無料駐車場がある）（56.7%）」が多く、買回品では「品揃えが豊富である（67.7%）」「車で行きやすい（無料駐車場がある）（60.1%）」「価格が安い（52.7%）」が多くなっている。

図表 4 買物場所・店選びで重視すること／住民への調査

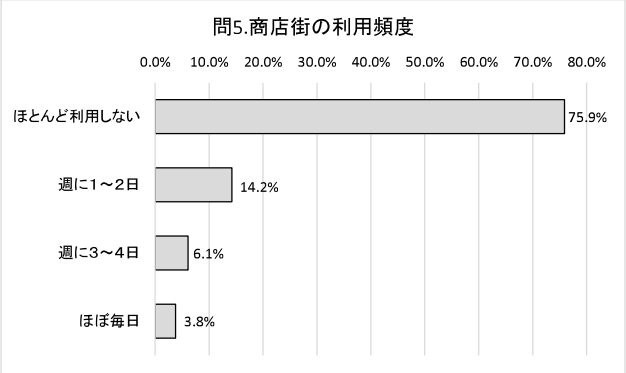




⑤ 商店街の利用頻度

◇ 商店街の利用頻度は「ほとんど利用しない」7 割を超えている。

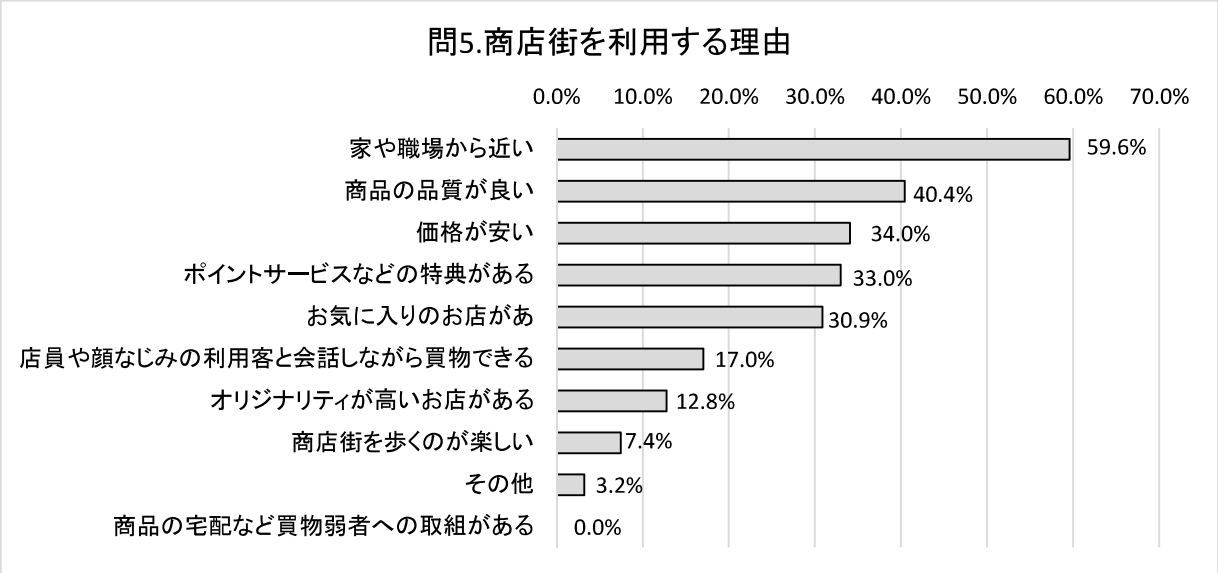
図表 5 商店街の利用頻度／住民への調査



⑥ 商店街を利用する理由

◇ 商店街を利用する理由については「家や職場から近い（59.6%）」「商品の品質が良い（40.4%）」が高い割合となっている。

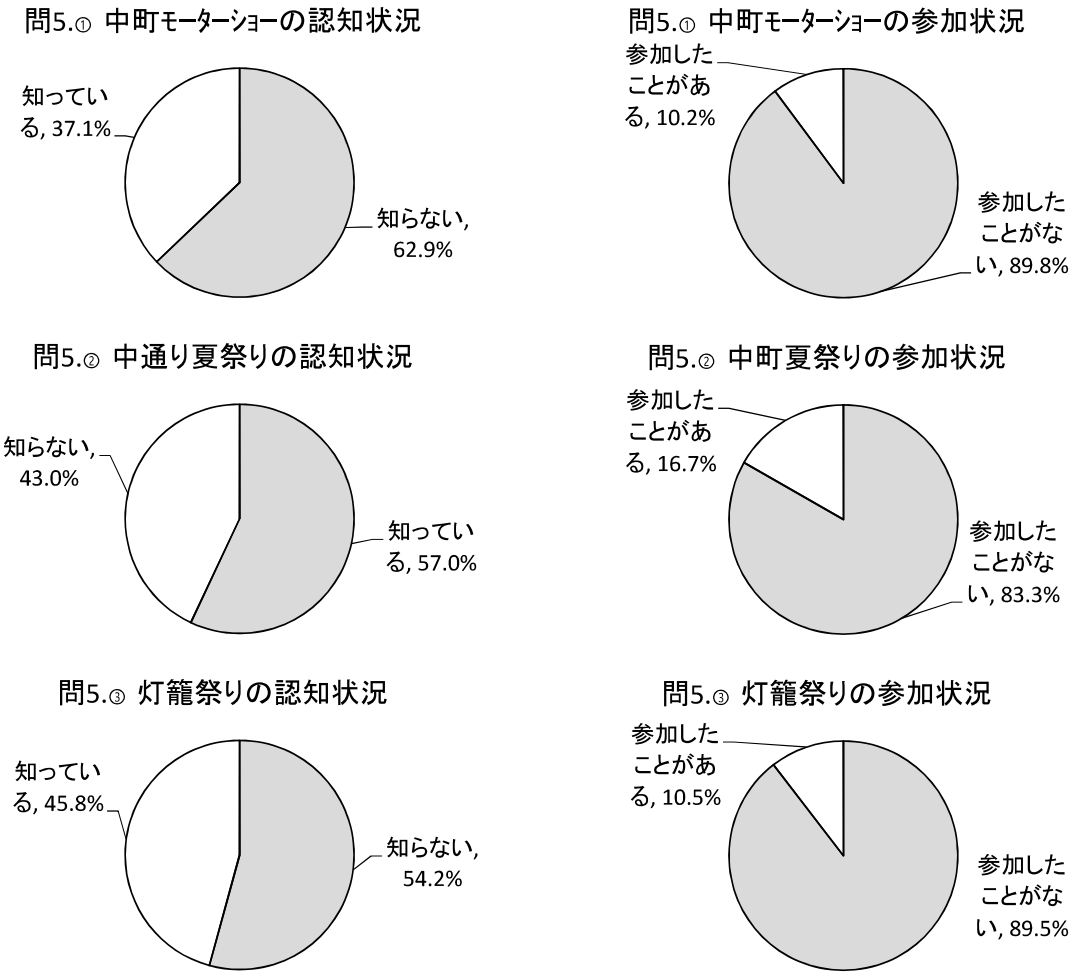
図表 6 商店街を利用する理由／住民への調査



⑦ 商店街イベントの認知・参加

◇ 商店街イベントについては認知（知っている）は各イベントとも約 4 割となっているが、参加については最も多い「中通り夏祭り」でも 16.7%にとどまっており、知られてはいるが参加するまでには至っていない状況となっている。

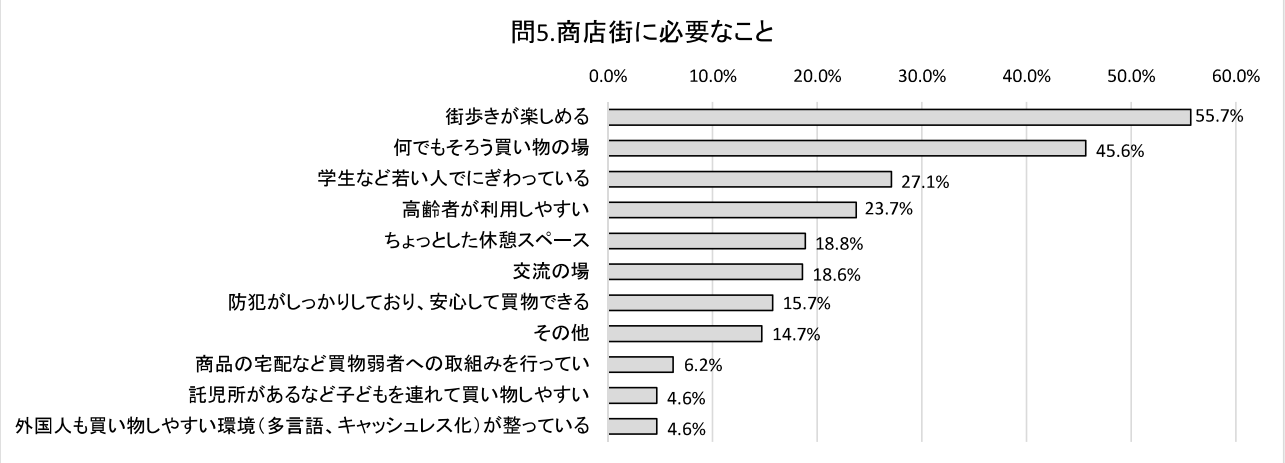
図表 7 商店街イベントの認知・参加／住民への調査



⑧ 商店街に必要なこと

◇ 商店街に必要なことについては「街歩きが楽しめる（55.7%）」「何でもそろう買い物の場（45.6%）」が高い割合となっている。

図表 8 商店街に必要なこと／住民への調査



１－２　ヒアリング調査

（１）市内大学生、短大生への調査

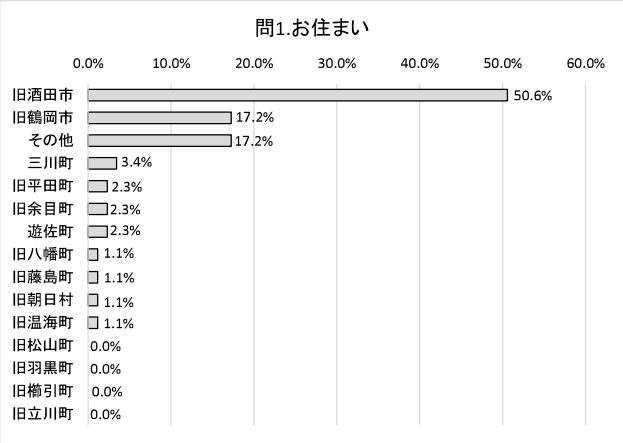
◇ 酒田市内の大学生、短大生に以下のとおり調査を実施した。

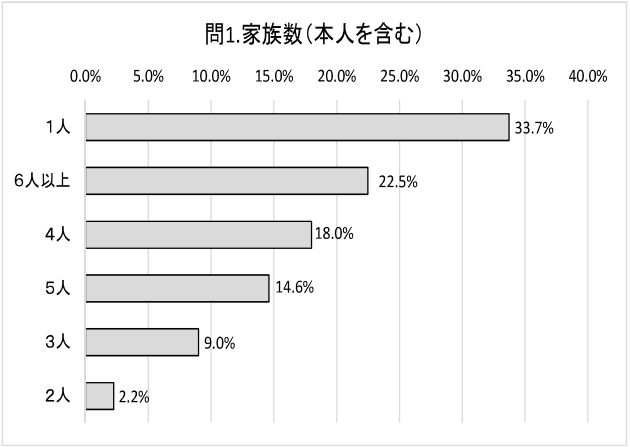
対　象：酒田市内の大学生、短大生
期　間：平成 30 年 12 月 14 日（金）～同年 12 月 28 日（金）
対象数：100 件　回収数：99 件　回収率 99%

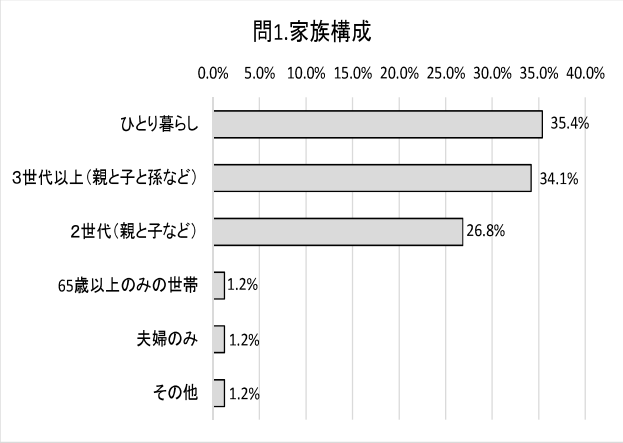
① 回答者の属性

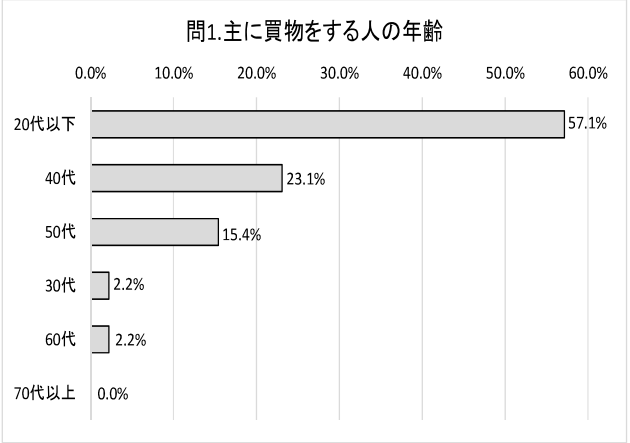
◇ 市内の大学生、短大生に対する調査の回答者の属性は下図のとおりである。酒田市に居住する人は約半数、１人暮らしが約１／３となっている。

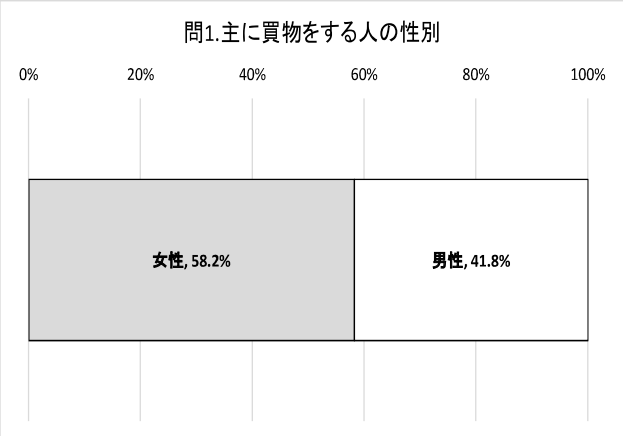
図表 9 回答者の属性／市内大学生、短大生への調査











② 買物する施設・場所

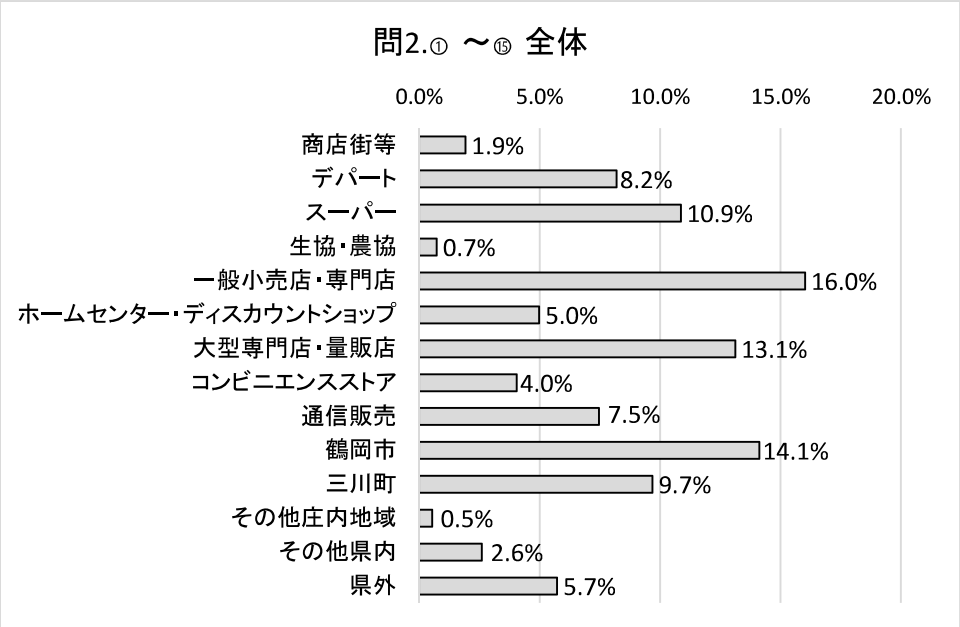
◇ 買物する施設・場所を見ると、品目別に大きな違いがあることがわかる。特徴的なことは、「5　一般小売店・専門店」が多くの品目で利用されていること、「10　鶴岡市」の利用割合が思いの外大きいこと、「⑦ 靴・バッグ」「⑧ 時計・メガネ・アクセサリー」は「9　通信販売」の割合が最も大きいこと、などである。

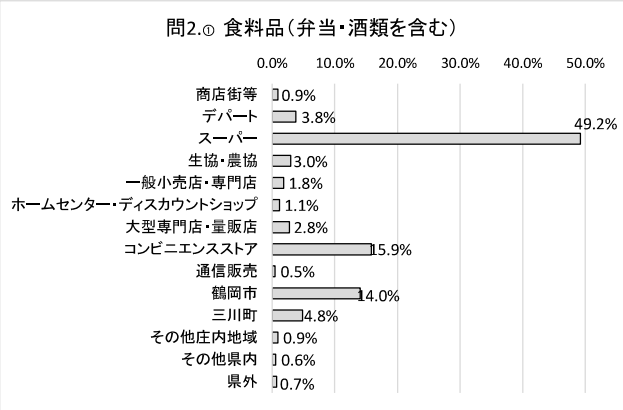
◇ 「1　商店街等」は他の品目に比べ「⑭ ・⑮ 外食」で比較的利用されている傾向にある。

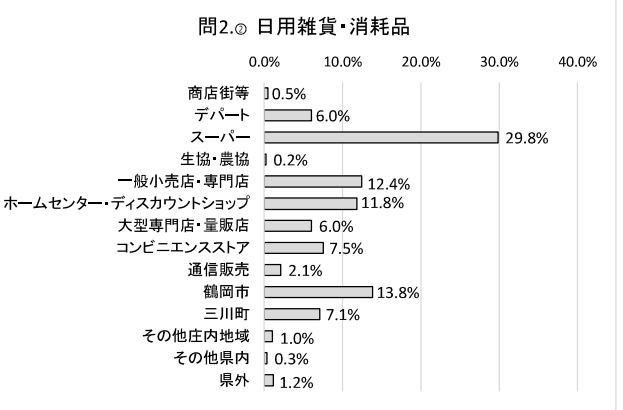
図表 10 買物する施設・場所／市内大学生、短大生への調査

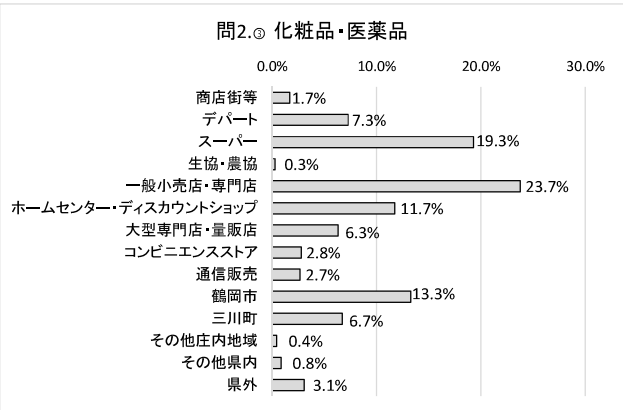
	酒田市内								その他						1～14の合計
	1 商店街等	2 デパート	3 スーパー	4 生協・農協	5 一般小売店・専門店	6 ホームセンター・ディスカウントショップ	7 大型専門店・量販店	8 コンビニエンスストア	9 通信販売	10 鶴岡市	11 三川町	12 その他庄内地域	13 その他県内	14 県外	
①食料品（弁当・酒類を含む）	0.9%	3.8%	49.2%	3.0%	1.8%	1.1%	2.8%	15.9%	0.5%	14.0%	4.8%	0.9%	0.6%	0.7%	100%
②日用雑貨・消耗品	0.5%	6.0%	29.8%	0.2%	12.4%	11.8%	6.0%	7.5%	2.1%	13.8%	7.1%	1.0%	0.3%	1.2%	100%
③化粧品・医薬品	1.7%	7.3%	19.3%	0.3%	23.7%	11.7%	6.3%	2.8%	2.7%	13.3%	6.7%	0.4%	0.8%	3.1%	100%
④紳士服	1.7%	11.3%	5.3%	0.3%	19.1%	1.7%	13.0%	3.0%	11.8%	13.8%	8.8%	0.0%	4.2%	6.0%	100%
⑤婦人・子供服	2.1%	12.5%	1.8%	0.4%	23.9%	1.4%	13.0%	1.8%	9.8%	15.2%	11.8%	0.0%	0.5%	5.7%	100%
⑥日用衣類（下着・作業着など）	1.5%	6.8%	3.1%	0.3%	22.3%	2.3%	17.3%	2.7%	6.8%	14.1%	13.1%	0.0%	4.4%	5.5%	100%
⑦靴・バッグ	0.5%	11.2%	3.1%	0.3%	14.1%	0.9%	13.6%	2.0%	18.9%	11.2%	10.1%	0.0%	3.2%	10.8%	100%
⑧時計・メガネ・アクセサリー	0.8%	10.6%	2.1%	0.3%	14.7%	2.0%	10.6%	2.5%	19.3%	11.8%	7.3%	0.0%	3.4%	14.5%	100%
⑨電化製品	0.8%	4.1%	2.6%	0.3%	14.1%	7.4%	27.9%	2.0%	8.4%	14.3%	8.7%	0.0%	5.0%	4.6%	100%
⑩家具・寝具・室内装飾品	0.6%	3.6%	3.1%	0.3%	9.9%	14.4%	24.4%	2.4%	5.0%	12.1%	14.4%	0.0%	3.2%	6.7%	100%
⑪スポーツ・レジャー品	0.8%	2.6%	2.0%	0.3%	15.6%	6.0%	25.8%	2.8%	9.2%	10.7%	14.9%	0.0%	3.8%	5.5%	100%
⑫書籍・文具	2.2%	9.4%	8.0%	0.0%	21.4%	5.4%	12.5%	4.9%	5.9%	14.0%	10.4%	0.2%	2.1%	3.6%	100%
⑬贈答品	3.0%	16.7%	12.5%	0.4%	12.8%	2.6%	6.3%	3.5%	10.4%	11.9%	11.1%	0.9%	1.9%	6.1%	100%
⑭外食（ランチ）	6.9%	14.2%	0.0%	2.3%	23.2%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	21.1%	10.7%	2.9%	3.5%	5.2%	100%
⑮外食（お酒をともなう夜の飲食）	11.3%	9.0%	0.0%	3.9%	18.8%	0.0%	4.9%	0.0%	0.0%	28.0%	6.4%	3.3%	2.8%	11.6%	100%
①～⑮全体	1.9%	8.2%	10.9%	0.7%	16.0%	5.0%	13.1%	4.0%	7.5%	14.1%	9.7%	0.5%	2.6%	5.7%	100%

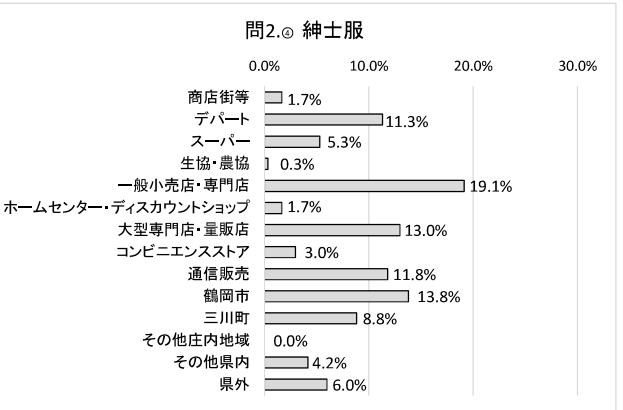
注：　は品目別の第 1 位、　は第 2 位、　は第 3 位を示す

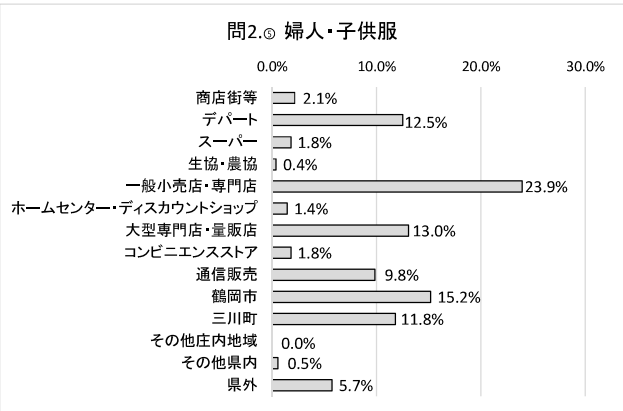


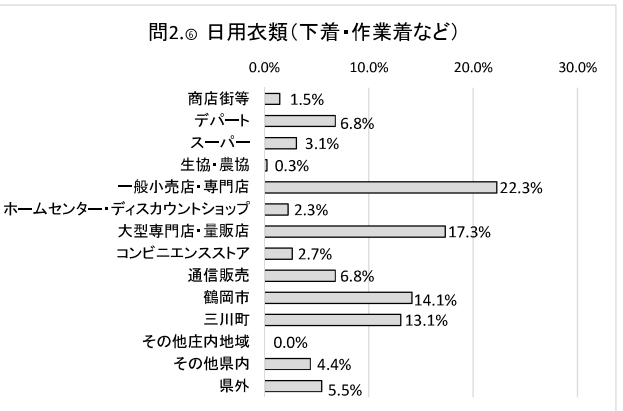

問2.① 食料品（弁当・酒類を含む）
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0% 50.0%
商店街等 0.9%
デパート 3.8%
スーパー 49.2%
生協・農協 3.0%
一般小売店・専門店 1.8%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.1%
大型専門店・量販店 2.8%
コンビニエンスストア 15.9%
通信販売 0.5%
鶴岡市 14.0%
三川町 4.8%
その他庄内地域 0.9%
その他県内 0.6%
県外 0.7%

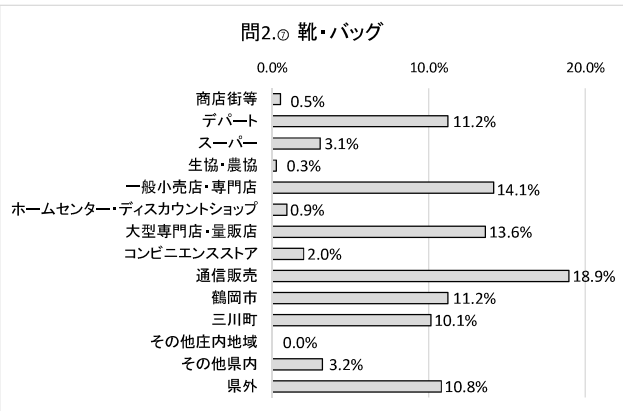

問2.② 日用雑貨・消耗品
0.0% 10.0% 20.0% 30.0% 40.0%
商店街等 0.5%
デパート 6.0%
スーパー 29.8%
生協・農協 0.2%
一般小売店・専門店 12.4%
ホームセンター・ディスカウントショップ 11.8%
大型専門店・量販店 6.0%
コンビニエンスストア 7.5%
通信販売 2.1%
鶴岡市 13.8%
三川町 7.1%
その他庄内地域 1.0%
その他県内 0.3%
県外 1.2%

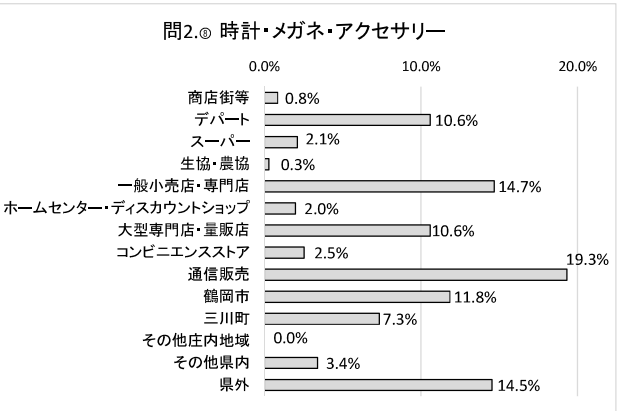

問2.③ 化粧品・医薬品
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 1.7%
デパート 7.3%
スーパー 19.3%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 23.7%
ホームセンター・ディスカウントショップ 11.7%
大型専門店・量販店 6.3%
コンビニエンスストア 2.8%
通信販売 2.7%
鶴岡市 13.3%
三川町 6.7%
その他庄内地域 0.4%
その他県内 0.8%
県外 3.1%

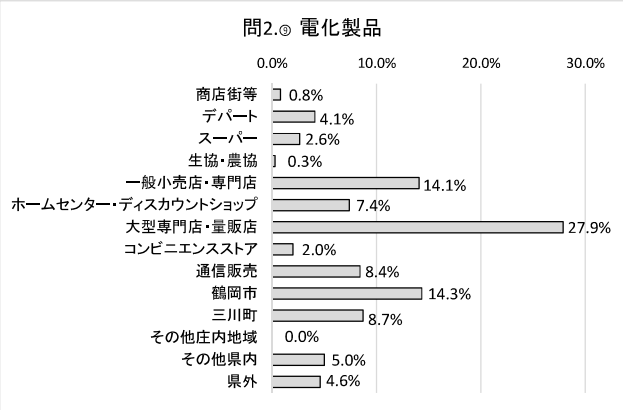

問2.④ 紳士服
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 1.7%
デパート 11.3%
スーパー 5.3%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 19.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.7%
大型専門店・量販店 13.0%
コンビニエンスストア 3.0%
通信販売 11.8%
鶴岡市 13.8%
三川町 8.8%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 4.2%
県外 6.0%

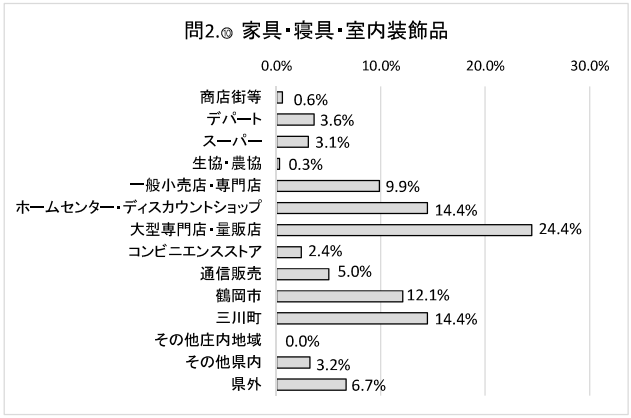

問2.⑤ 婦人・子供服
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 2.1%
デパート 12.5%
スーパー 1.8%
生協・農協 0.4%
一般小売店・専門店 23.9%
ホームセンター・ディスカウントショップ 1.4%
大型専門店・量販店 13.0%
コンビニエンスストア 1.8%
通信販売 9.8%
鶴岡市 15.2%
三川町 11.8%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 0.5%
県外 5.7%

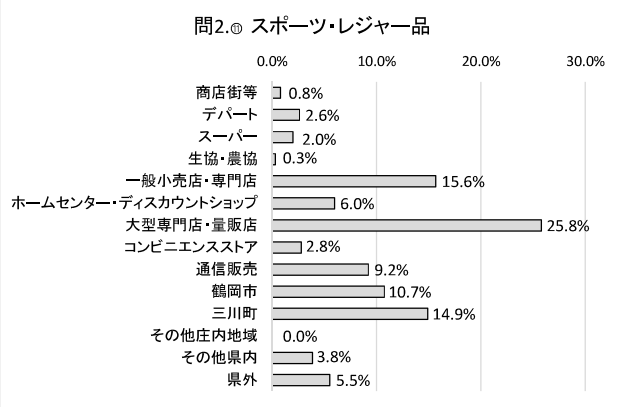

問2.⑥ 日用衣類（下着・作業着など）
0.0% 10.0% 20.0% 30.0%
商店街等 1.5%
デパート 6.8%
スーパー 3.1%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 22.3%
ホームセンター・ディスカウントショップ 2.3%
大型専門店・量販店 17.3%
コンビニエンスストア 2.7%
通信販売 6.8%
鶴岡市 14.1%
三川町 13.1%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 4.4%
県外 5.5%

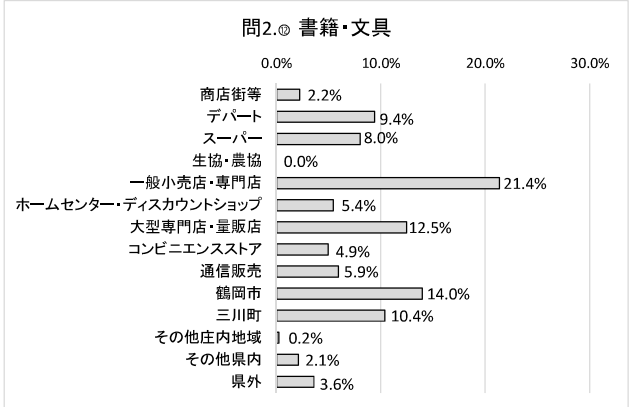

問2.⑦ 靴・バッグ
0.0% 10.0% 20.0%
商店街等 0.5%
デパート 11.2%
スーパー 3.1%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 14.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 0.9%
大型専門店・量販店 13.6%
コンビニエンスストア 2.0%
通信販売 18.9%
鶴岡市 11.2%
三川町 10.1%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 3.2%
県外 10.8%

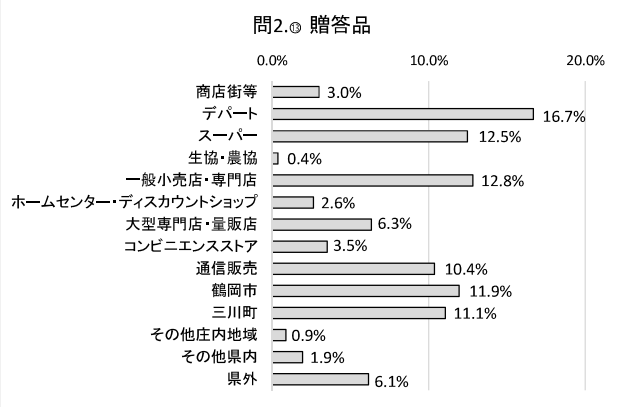

問2.⑧ 時計・メガネ・アクセサリー
0.0% 10.0% 20.0%
商店街等 0.8%
デパート 10.6%
スーパー 2.1%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 14.7%
ホームセンター・ディスカウントショップ 2.0%
大型専門店・量販店 10.6%
コンビニエンスストア 2.5%
通信販売 19.3%
鶴岡市 11.8%
三川町 7.3%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 3.4%
県外 14.5%

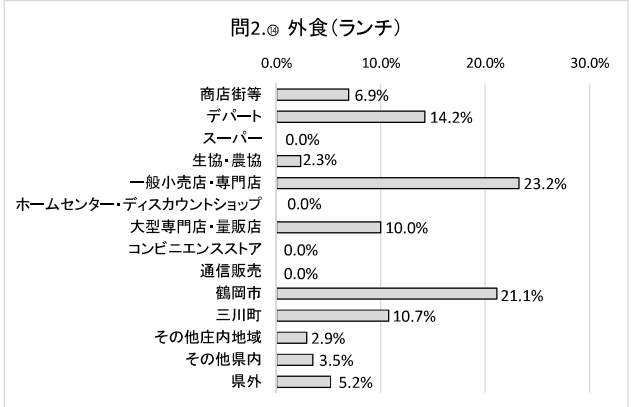

問2.⑮ 電化製品
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 0.8%
デパート 4.1%
スーパー 2.6%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 14.1%
ホームセンター・ディスカウントショップ 7.4%
大型専門店・量販店 27.9%
コンビニエンスストア 2.0%
通信販売 8.4%
鶴岡市 14.3%
三川町 8.7%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 5.0%
県外 4.6%

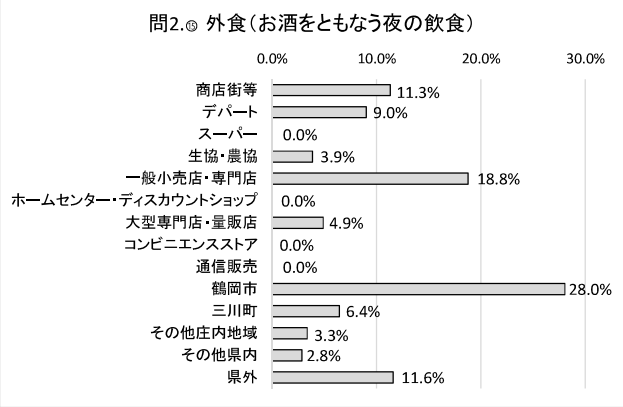

問2.⑯ 家具・寝具・室内装飾品
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 0.6%
デパート 3.6%
スーパー 3.1%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 9.9%
ホームセンター・ディスカウントショップ 14.4%
大型専門店・量販店 24.4%
コンビニエンスストア 2.4%
通信販売 5.0%
鶴岡市 12.1%
三川町 14.4%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 3.2%
県外 6.7%


問2.⑰ スポーツ・レジャー品
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 0.8%
デパート 2.6%
スーパー 2.0%
生協・農協 0.3%
一般小売店・専門店 15.6%
ホームセンター・ディスカウントショップ 6.0%
大型専門店・量販店 25.8%
コンビニエンスストア 2.8%
通信販売 9.2%
鶴岡市 10.7%
三川町 14.9%
その他庄内地域 0.0%
その他県内 3.8%
県外 5.5%


問2.⑱ 書籍・文具
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 2.2%
デパート 9.4%
スーパー 8.0%
生協・農協 0.0%
一般小売店・専門店 21.4%
ホームセンター・ディスカウントショップ 5.4%
大型専門店・量販店 12.5%
コンビニエンスストア 4.9%
通信販売 5.9%
鶴岡市 14.0%
三川町 10.4%
その他庄内地域 0.2%
その他県内 2.1%
県外 3.6%


問2.⑲ 贈答品
0.0%
10.0%
20.0%
商店街等 3.0%
デパート 16.7%
スーパー 12.5%
生協・農協 0.4%
一般小売店・専門店 12.8%
ホームセンター・ディスカウントショップ 2.6%
大型専門店・量販店 6.3%
コンビニエンスストア 3.5%
通信販売 10.4%
鶴岡市 11.9%
三川町 11.1%
その他庄内地域 0.9%
その他県内 1.9%
県外 6.1%


問2.⑳ 外食（ランチ）
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 6.9%
デパート 14.2%
スーパー 0.0%
生協・農協 2.3%
一般小売店・専門店 23.2%
ホームセンター・ディスカウントショップ 0.0%
大型専門店・量販店 10.0%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 0.0%
鶴岡市 21.1%
三川町 10.7%
その他庄内地域 2.9%
その他県内 3.5%
県外 5.2%

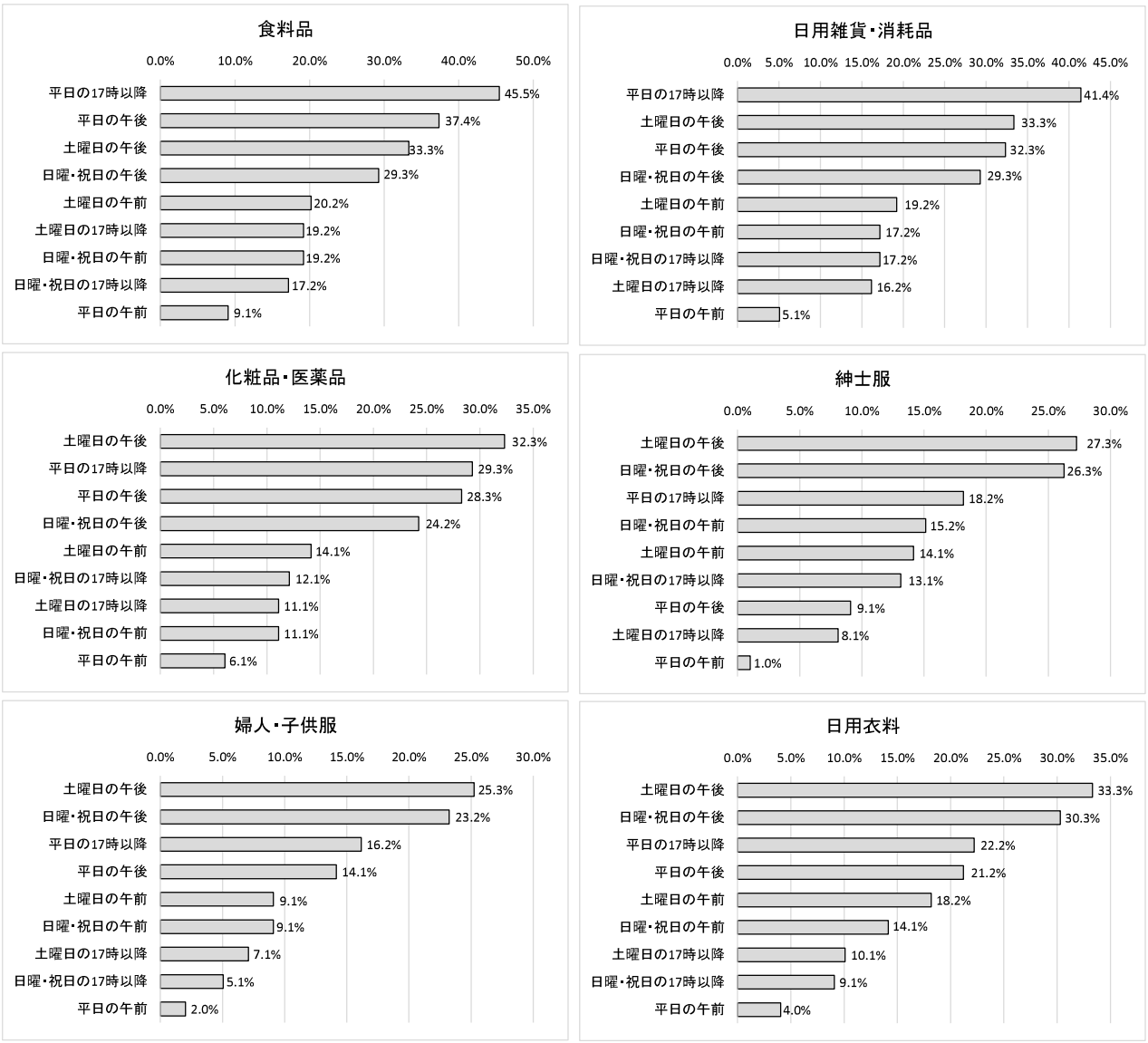

問2.㉑ 外食（お酒をともなう夜の飲食）
0.0%
10.0%
20.0%
30.0%
商店街等 11.3%
デパート 9.0%
スーパー 0.0%
生協・農協 3.9%
一般小売店・専門店 18.8%
ホームセンター・ディスカウントショップ 0.0%
大型専門店・量販店 4.9%
コンビニエンスストア 0.0%
通信販売 0.0%
鶴岡市 28.0%
三川町 6.4%
その他庄内地域 3.3%
その他県内 2.8%
県外 11.6%

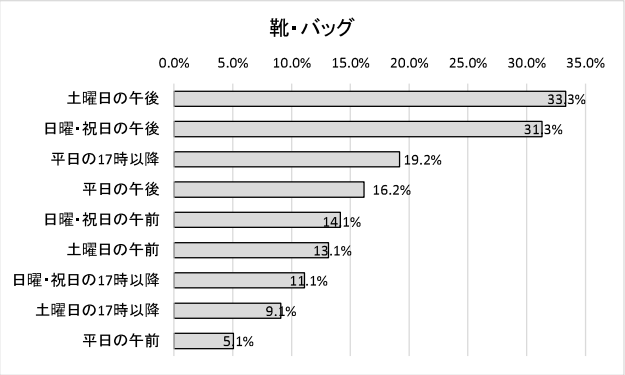
③ 買物の曜日・時間帯

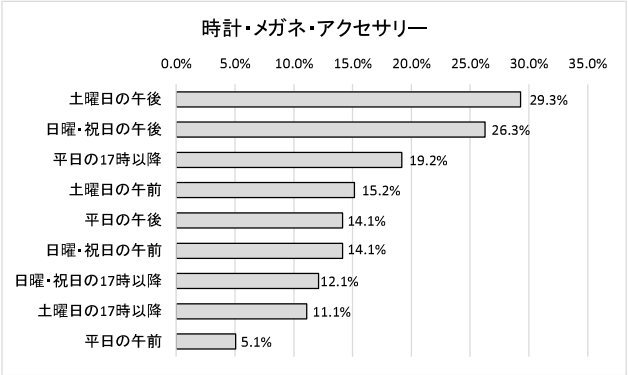
◇ 品目別に買物の曜日・時間帯を見ると、「食料品」「日用雑貨・消耗品」「酒をともなう飲食」は「平日の 17 時以降」が最も多いのに対し、「贈答品」「酒をともなわない飲食」は「日曜・祝日の午後」が最も多い。

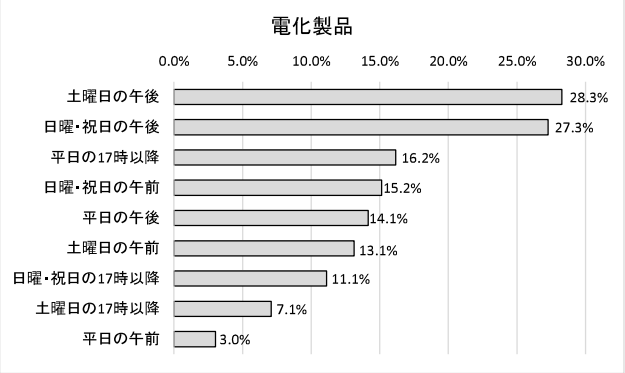
◇ 上記以外の品目は、「土曜日の午後」が最も多くなっている。

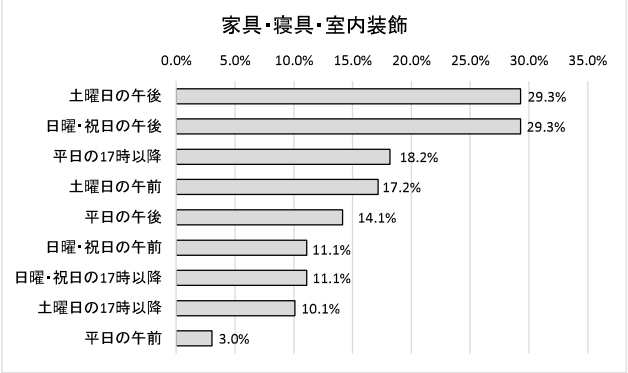
図表 11 買物の曜日・時間帯／市内大学生、短大生への調査

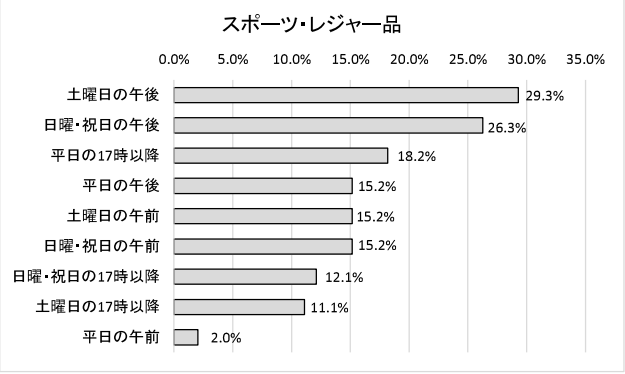


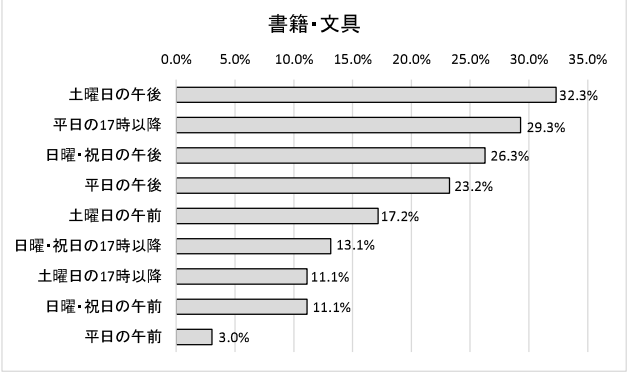

靴・バッグ
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
土曜日の午後 33.3%
日曜・祝日の午後 31.3%
平日の17時以降 19.2%
平日の午後 16.2%
日曜・祝日の午前 14.1%
土曜日の午前 13.1%
日曜・祝日の17時以降 11.1%
土曜日の17時以降 9.1%
平日の午前 5.1%

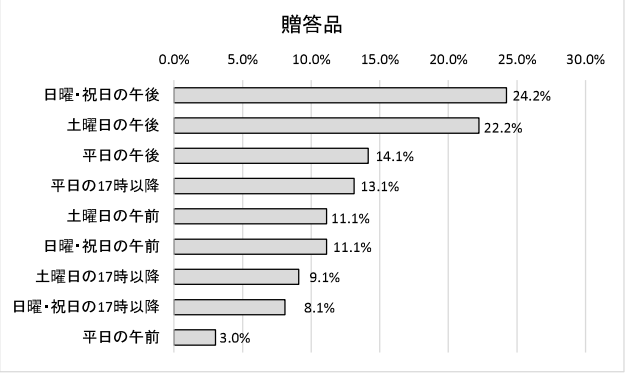

時計・メガネ・アクセサリー
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
土曜日の午後 29.3%
日曜・祝日の午後 26.3%
平日の17時以降 19.2%
土曜日の午前 15.2%
平日の午後 14.1%
日曜・祝日の午前 14.1%
日曜・祝日の17時以降 12.1%
土曜日の17時以降 11.1%
平日の午前 5.1%

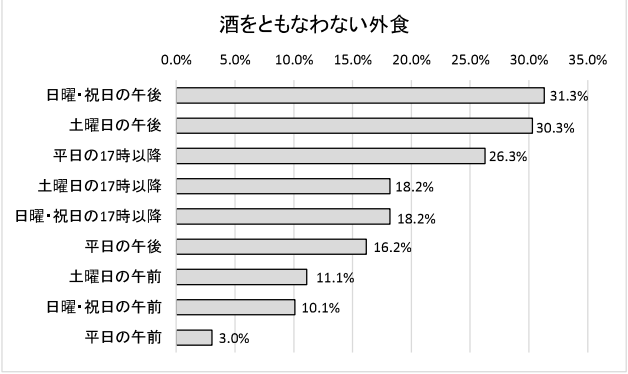

電化製品
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0%
土曜日の午後 28.3%
日曜・祝日の午後 27.3%
平日の17時以降 16.2%
日曜・祝日の午前 15.2%
平日の午後 14.1%
土曜日の午前 13.1%
日曜・祝日の17時以降 11.1%
土曜日の17時以降 7.1%
平日の午前 3.0%

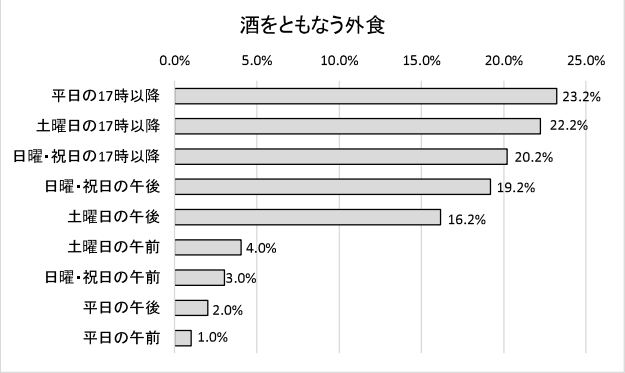

家具・寝具・室内装飾
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
土曜日の午後 29.3%
日曜・祝日の午後 29.3%
平日の17時以降 18.2%
土曜日の午前 17.2%
平日の午後 14.1%
日曜・祝日の午前 11.1%
日曜・祝日の17時以降 11.1%
土曜日の17時以降 10.1%
平日の午前 3.0%


スポーツ・レジャー品
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
土曜日の午後 29.3%
日曜・祝日の午後 26.3%
平日の17時以降 18.2%
平日の午後 15.2%
土曜日の午前 15.2%
日曜・祝日の午前 15.2%
日曜・祝日の17時以降 12.1%
土曜日の17時以降 11.1%
平日の午前 2.0%


書籍・文具
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
土曜日の午後 32.3%
平日の17時以降 29.3%
日曜・祝日の午後 26.3%
平日の午後 23.2%
土曜日の午前 17.2%
日曜・祝日の17時以降 13.1%
土曜日の17時以降 11.1%
日曜・祝日の午前 11.1%
平日の午前 3.0%


贈答品
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0%
日曜・祝日の午後 24.2%
土曜日の午後 22.2%
平日の午後 14.1%
平日の17時以降 13.1%
土曜日の午前 11.1%
日曜・祝日の午前 11.1%
土曜日の17時以降 9.1%
日曜・祝日の17時以降 8.1%
平日の午前 3.0%

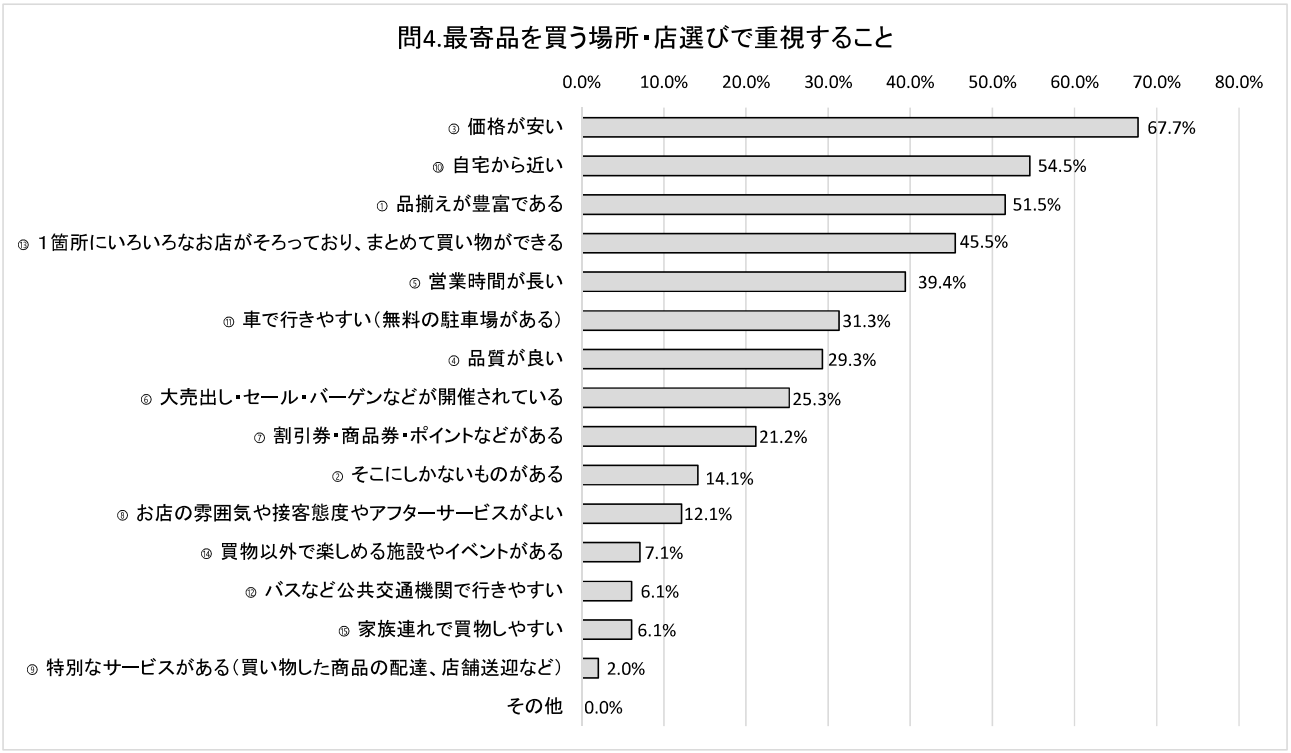

酒をともなわない外食
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0%
日曜・祝日の午後 31.3%
土曜日の午後 30.3%
平日の17時以降 26.3%
土曜日の17時以降 18.2%
日曜・祝日の17時以降 18.2%
平日の午後 16.2%
土曜日の午前 11.1%
日曜・祝日の午前 10.1%
平日の午前 3.0%

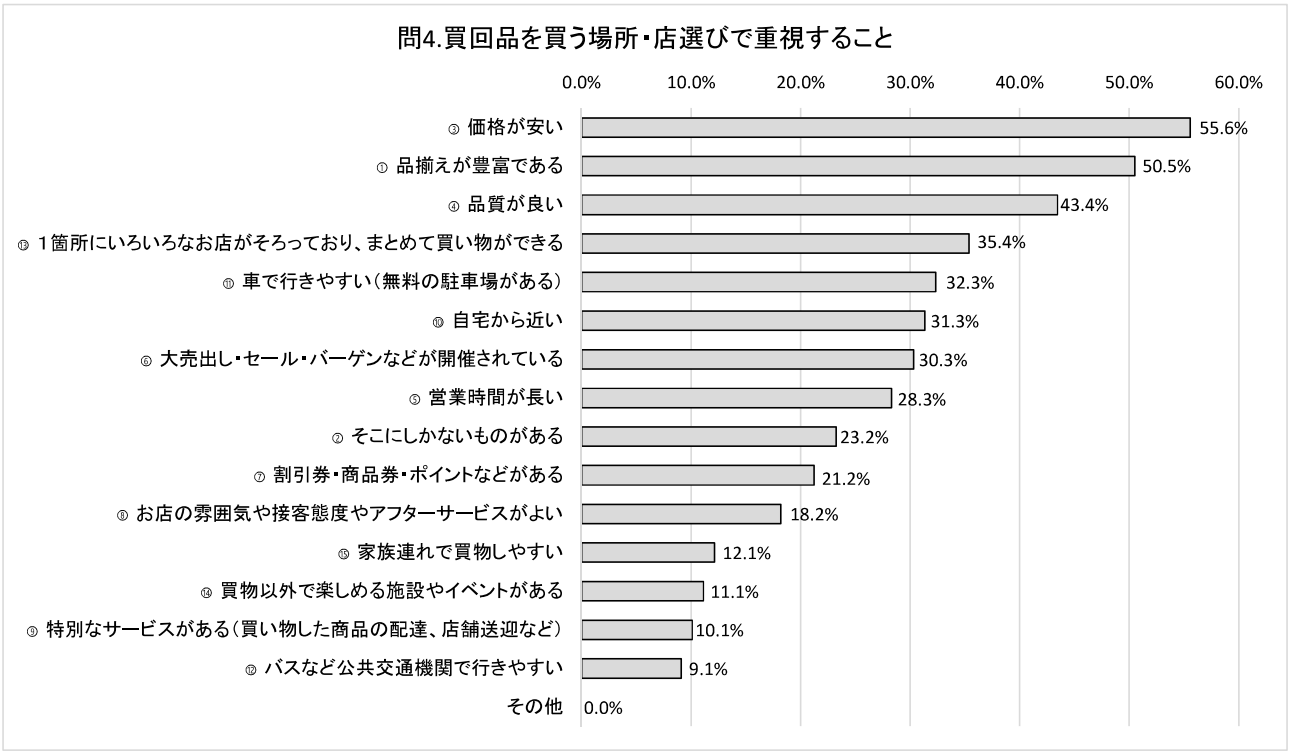

酒をともなう外食
0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0%
平日の17時以降 23.2%
土曜日の17時以降 22.2%
日曜・祝日の17時以降 20.2%
日曜・祝日の午後 19.2%
土曜日の午後 16.2%
土曜日の午前 4.0%
日曜・祝日の午前 3.0%
平日の午後 2.0%
平日の午前 1.0%

④ 買物場所・店選びで重視すること

◇ 最寄品については「価格が安い（67.7%）」「自宅から近い（54.5%）」「新揃えが豊富である（51.5%）」が多く、買回品では「価格が安い（55.6%）」「品揃えが豊富である（50.5%）」「品質が良い（43.4%）」が多くなっている。

図表 12 買物場所・店選びで重視すること／市内大学生、短大生への調査

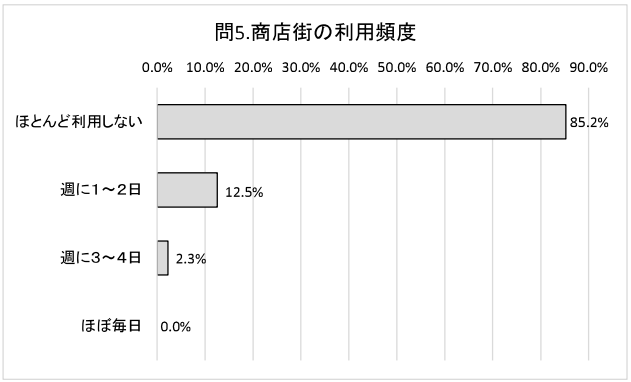




⑤ 商店街の利用頻度

◇ 商店街の利用頻度は「ほとんど利用しない」が 8 割を超え、利用は低調となっている。

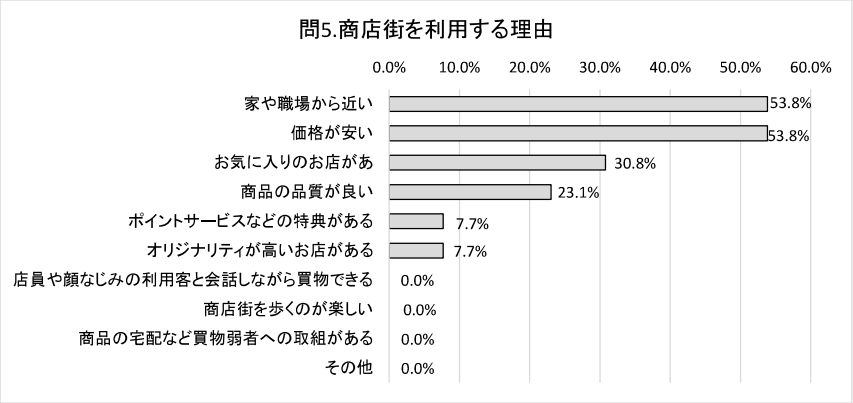
図表 13 商店街の利用頻度／市内大学生、短大生への調査



⑥ 商店街を利用する理由

◇ 数は少ないながら、商店街を利用する理由については「家や職場から近い（53.8%）」「価格が安い（53.8%）」が高い割合となっている。

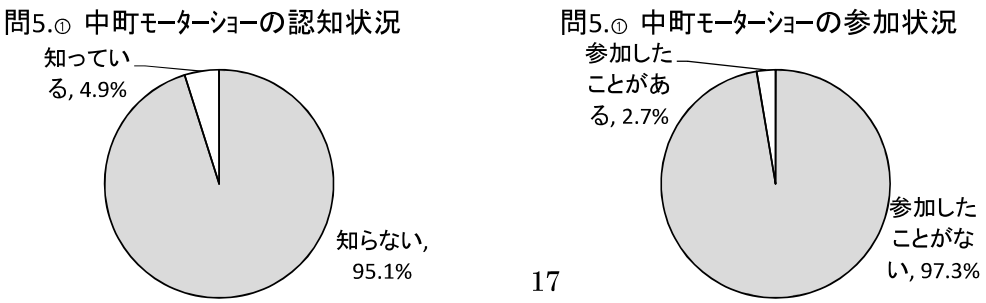
図表 14 商店街を利用する理由／市内大学生、短大生への調査

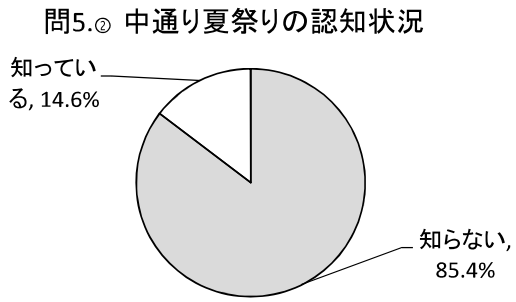


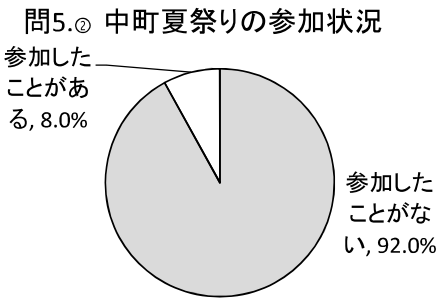
⑦ 商店街イベントの認知・参加

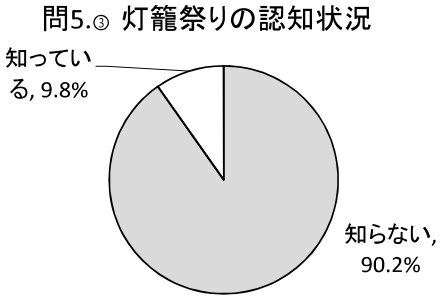
◇ 商店街イベントの認知・参加状況については「中通り夏祭り」の認知が 10%を超えている以外は、認知・参加ともに 10%を下回る結果となっている。

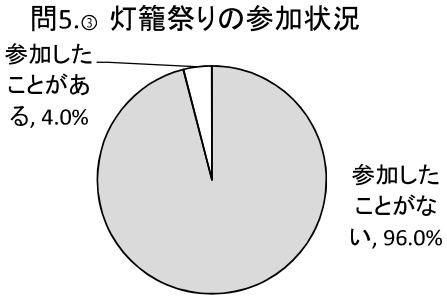
図表 15 商店街イベントの認知・参加／市内大学生、短大生への調査











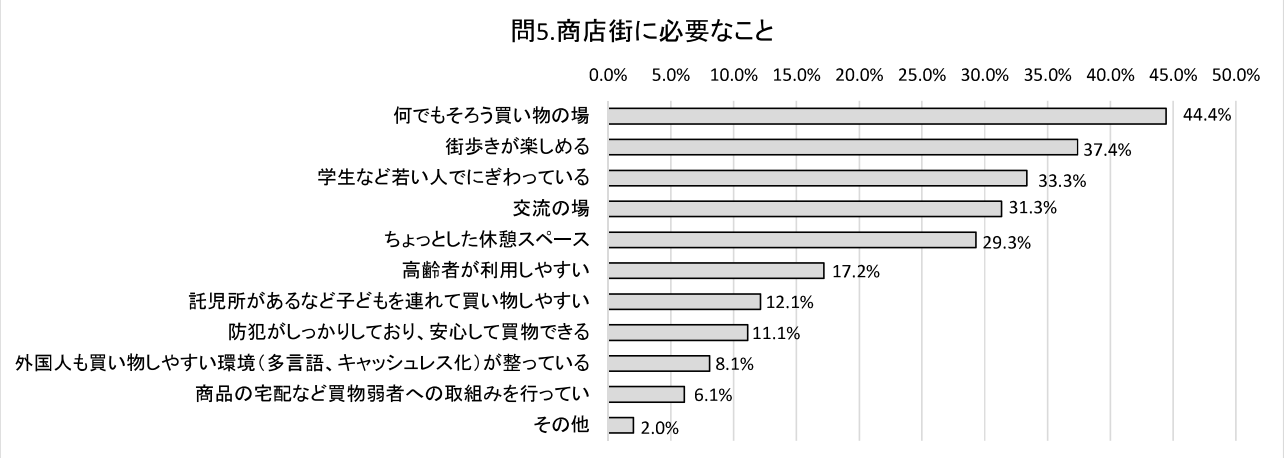
⑧ 商店街に必要なこと

◇ 商店街全般に必要なことについては「何でもそろう買い物の場（44.4%）」「街歩きが楽しめる（37.4%）」が高い割合となっている。

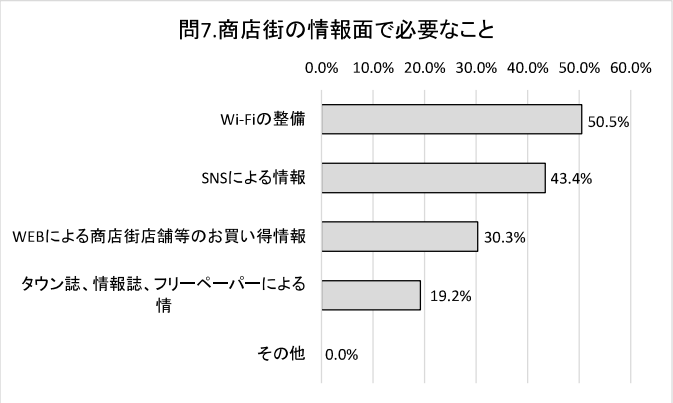
◇ また、商店街の情報面で必要なことについては「Wi-Fi の整備（50.5%）」「SNS による情報（4.34%）」といった ITC、ネットの活用に関することが多くなっている。

図表 16 商店街に必要なこと／市内大学生、短大生への調査

【全般】



【情報面】



（２）商店街の商店主への調査

◇ 酒田市内の大学生、短大生に以下のとおり調査を実施した。

対　象：中町中和会商店街振興組合、中通り商店街振興組合、大通り商店街振興組合の商店主

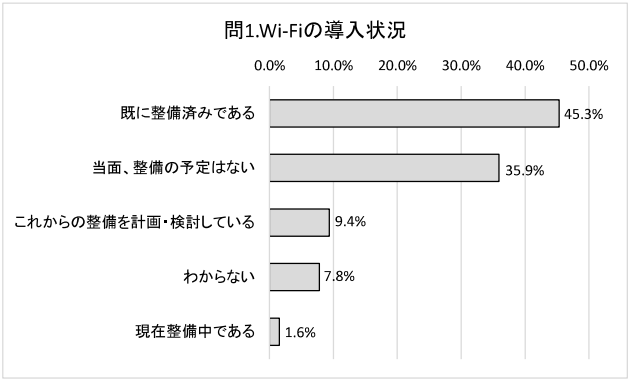
期　間：平成 30 年 12 月 14 日（金）～同年 12 月 28 日（金）

回答数：64 件

① Ｗｉ－Ｆｉの導入状況

◇ 商店主に対する調査では、Wi-Fi の導入状況は「既に導入済み」が 45.3%であるのに対し、「当面、導入の予定はない」が 35.9%となっている。

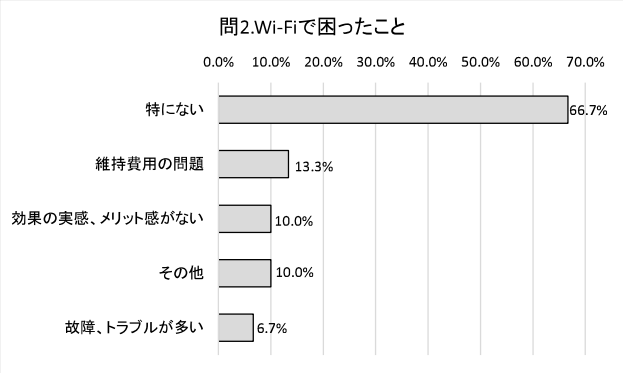
図表 17 Wi-Fi の導入状況／商店主への調査

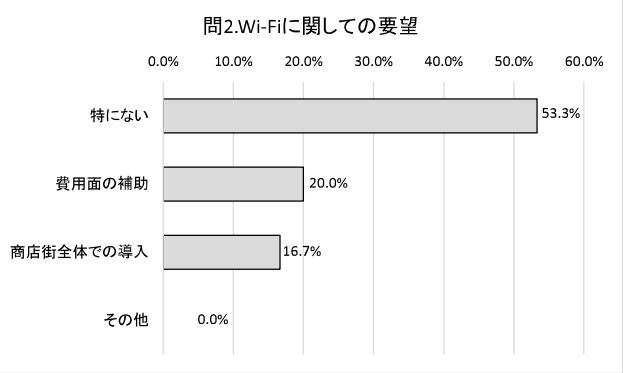


② Ｗｉ－Ｆｉ整備後の困ったこと、要望

◇ Ｗｉ－Ｆｉ整備後の困ったこと、要望については、いずれも「特にない（困ったこと 66.7%、要望 53.3%）」が最も多くなっている。

図表 18 Wi-Fi の整備後の困ったこと、要望／商店主への調査



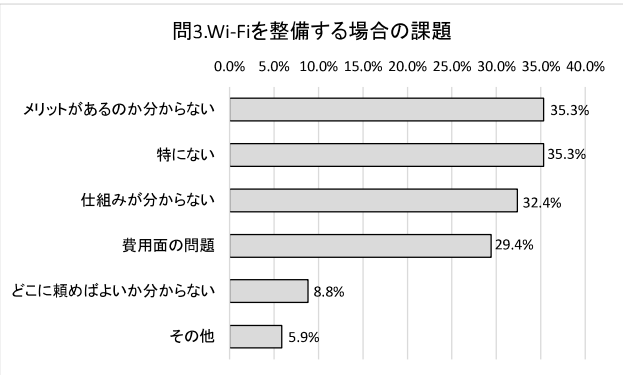


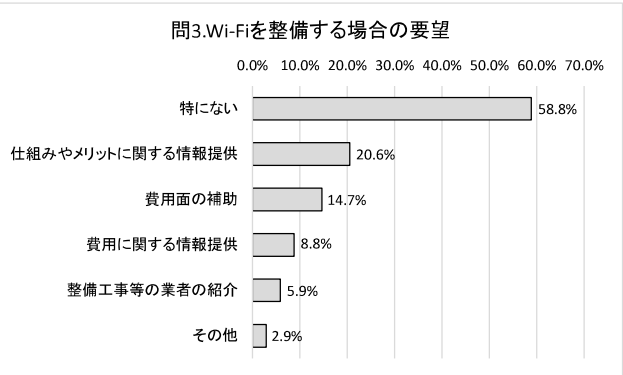
③ Ｗｉ－Ｆｉを整備する場合の課題、要望

◇ Ｗｉ－Ｆｉを整備する場合の課題については「メリットがあるのか分からない（35.5%）」と「特にない（35.3%）」が多い。

◇ Ｗｉ－Ｆｉを整備する場合の要望については「特にない（58.8%）」が最も多く、「仕組みやメリットに関する情報提供（20.6%）」「費用面の補助（14.7%）」が続いている。

図表 19 Wi-Fi を整備する場合の課題、要望／商店主への調査

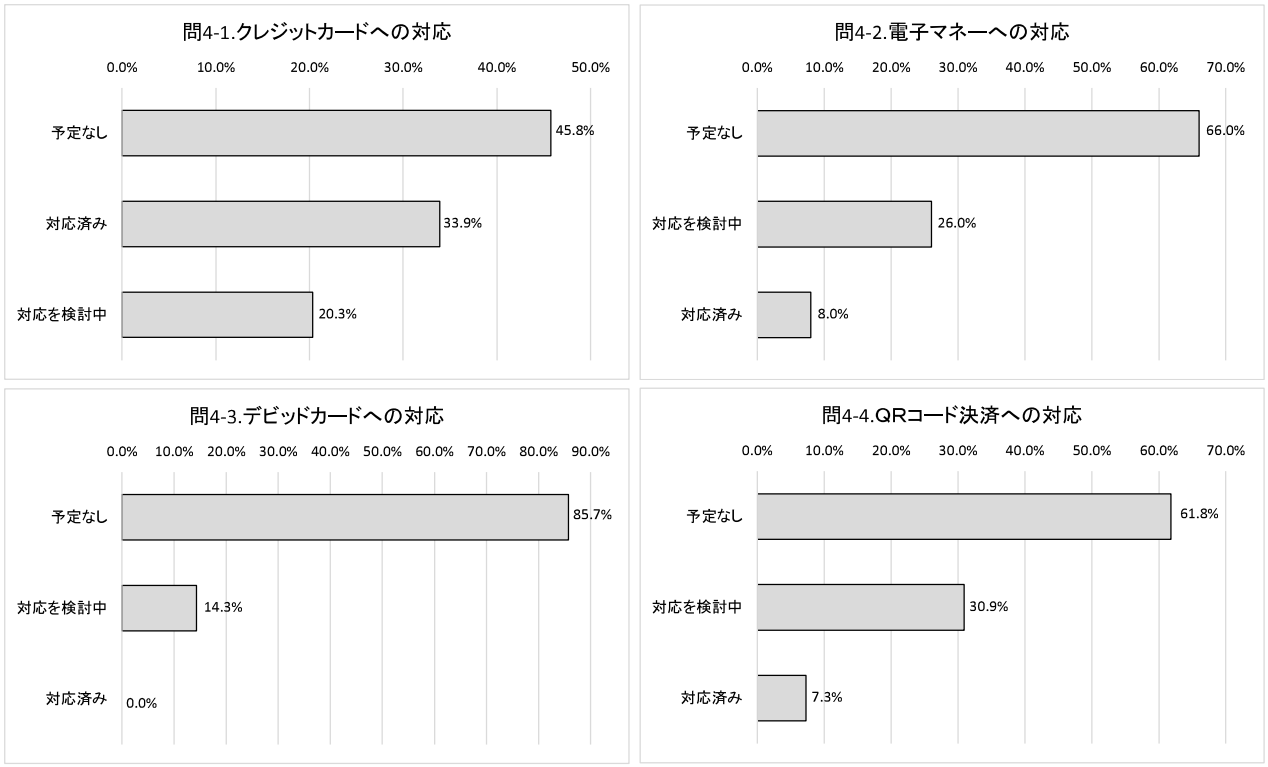




④ キャッシュレス決済手段への対応

◇ キャッシュレス決済手段への対応状況は「対応済み」と「対応を検討中」を合わせた〝前向きな対応”は、クレジットカードが最も大きく、次いで QR コード決済、電子マネーが続いている。デビッドカードへの対応は 8 割以上が「予定なし」となっている。

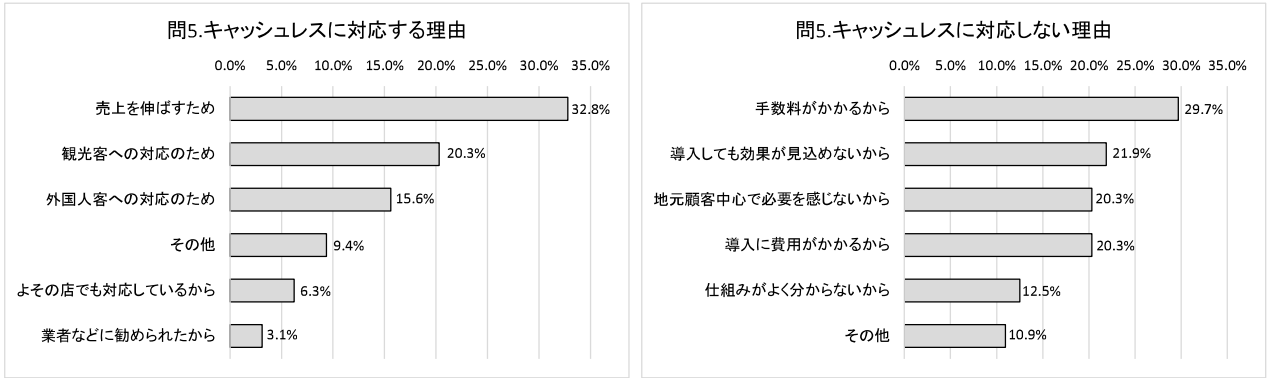
図表 20 キャッシュレス決済手段への対応／商店主への調査



⑤ キャッシュレス決済手段へ対応する理由、対応しない理由

◇ キャッシュレス決済手段に対応する理由に関しては「売上を伸ばすため（32.8%）」「観光客への対応のため（20.3%）」が多く、対応しない理由では「手数料がかかるから（29.7%）」「導入しても効果が見込めないから（21.9%）」が多くなっている。

図表 21 キャッシュレスに対応する or しない理由／商店主への調査



２．マーケティング調査

２－１　中心市街地（中町モール）でのアンケート

（１）調査実施状況

◇ 中心市街地への来訪者に以下のとおり調査を実施した。

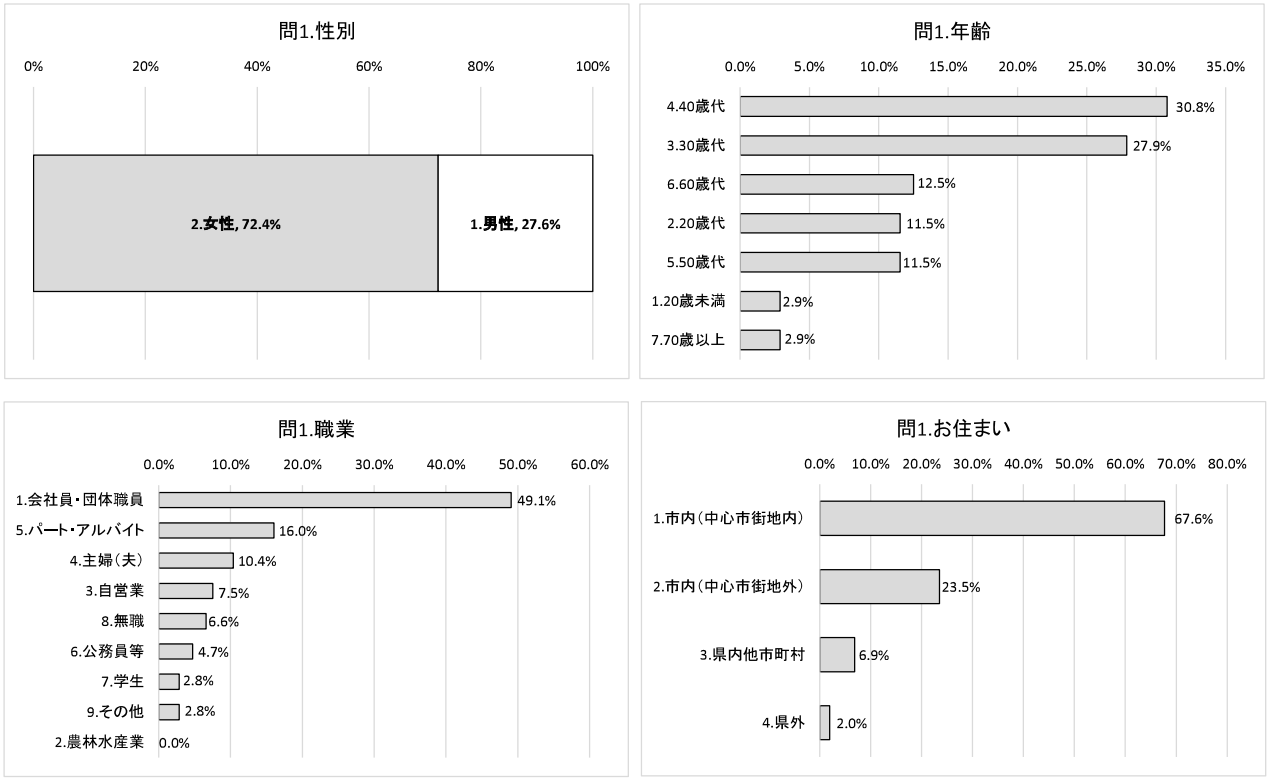
対　象：中町モールへの来訪者
期　間：平成 30 年 12 月 16 日（日）
回答数：106 件

（２）調査の結果

① 回答者の属性

◇ 中心市街地（中町モール）でのアンケートの回答者は、性別では女性が約 7 割、年齢別には 30 歳代と 40 歳代が中心で、職業別には会社員・団体職員が約半数、居住地別には市内（中心市街地内）が 7 割近くとなっている。

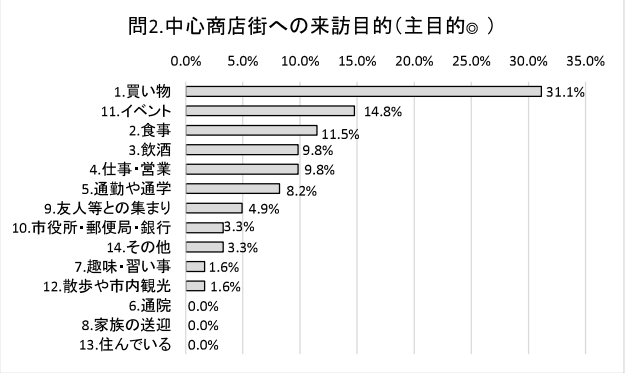
図表 22 回答者の属性／中心市街地（中町モール）でのアンケート

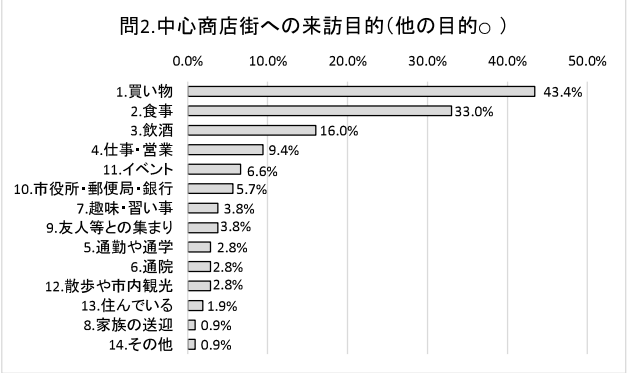


② 商店街への来訪目的

◇ 中心商店街への主たる来訪目的は「買い物（31.3%）」「イベント（14.8%）」が上位を占め、他の来訪目的（複数回答）では「買い物（43.4%）」「食事（33.0%）」「飲酒（16.0%）」が多い結果となっている。

図表 23 商店街への来訪目的／中心市街地（中町モール）でのアンケート





③ 商店街で特に買いたいもの

◇ 商店街で特に買いたいものは、下表のとおり「食料品」「衣料品」が大多数を占めている。

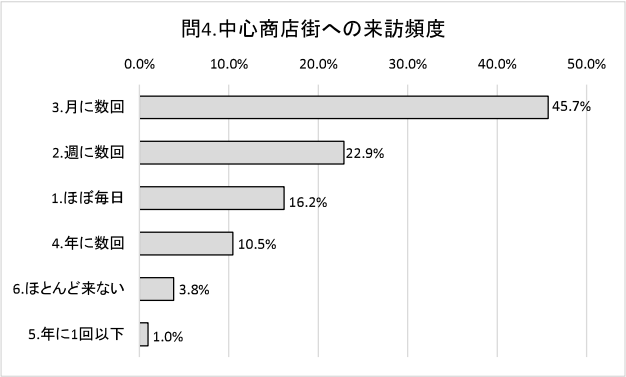
図表 24 商店街で特に買いたいもの・回答一覧／中心市街地（中町モール）でのアンケート

食料品、雑貨品	服	洋服
衣類等	食料	アイス
服	食べ物	おいしい食べもの、雑貨
雑貨	衣類、食品	食品
洋服	子供の服など	アクセサリー
食品	食料品	洋服
服、食品	食品	食品
食べ物	服、カバン	食品
洋服	食べ物	食品
イベント物でめずらしい物	スイーツ、おかず	服
本	食品	食品
衣類、食品	服	食料
食料品、衣料	食品	食べもの
仕事のもの	洋服	食料品
食品	デザート	食料品
日用品	食べ物	飲食料品、衣類、本・雑誌
洋服	パン、お肉	

④ 商店街への来訪頻度

◇ 中心商店街への来訪頻度は「月に数回（45.7%）」が最も多く、「週に数回（22.9%）」「ほぼ毎日（16.2%）」と続いている。

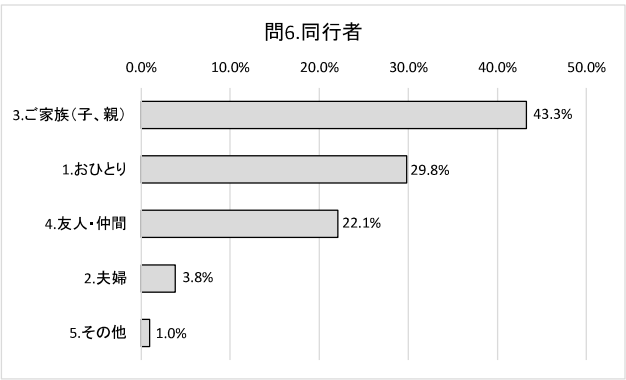
図表 25 中心商店街への来訪頻度／中心市街地（中町モール）でのアンケート



⑤ 同行者

◇ 中心商店街への同行者は「ご家族（43.3%）」が最も多く、「おひとり（28.9%）」「友人・仲間（22.1%）」と続いている。

図表 26 中心商店街への同行者／中心市街地（中町モール）でのアンケート



⑥ よく利用する店名、施設名

◇ 中心商店街でよく利用する店、施設は、下表のとおりである。「清水屋（マリーン５）」「ト一屋」「モアレ」「木村屋」などが多い。

図表 27 よく利用する店名、施設名の回答一覧／中心市街地（中町モール）でのアンケート

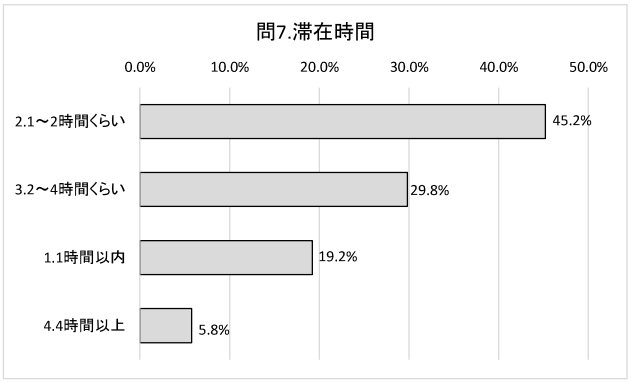
愛子屋、清水屋、元気王国	清水屋、ト一屋、交流ひろば
にこっと広場、交流広場	ト一屋
清水屋、モアレ	ト一屋
特になし	清水屋、まる五
POM、モアレ	清水屋
清水屋	清水屋
清水屋、モアレ、スープ屋、愛子屋、屋台村	健康プラザ
愛子屋、魚仙人	清水屋

モアレ	清水屋、モアレ、一富士、三日月軒、米沢屋、木村屋
清水屋	清水屋
にぎわい健康プラザ	モアレ、清水屋
清水屋の中の子供服のリサイクルショップ	モアレ
ト一屋、清水屋、木村屋	清水屋
木村屋、さいとう肉屋	清水屋
清水屋	清水屋
ト一屋	清水屋
モアレ、スパイス食堂	木村屋、ト一屋、清水屋
めい子や	さいとう精肉店、木村屋
愛子屋	清水屋の読み聞かせ
愛子屋、屋台村	子育て支援センター
宮脇書店、Pon	清水屋
清水屋	清水屋
マリーン５	酒田市民プール、やきとりとりかつ
イベント参加	木村屋、健康プラザ、清水屋
三日月、マリーン５	CanDo、木村屋
まる五、モアレ	三日月軒、保育所
ベリーベリースープ、モアレ、スリーピース	清水屋
清水屋	清水屋
清水屋	清水屋
清水屋、モアレ	清水屋
HACHI	ちひろ草、清水屋
清水屋、尾川園、モアレ	清水屋、ト一屋
ト一屋	モアレ、カレーシタ、健康プラザ
アイライフ、ト一屋	清水屋
産業会館	ト一屋
交流広場	清水屋
モアレ、五十嵐製麺	清水屋、木村屋
清水屋	

⑦ 商店街での滞在時間

◇ 中心商店街での同行者は「1～2 時間ぐらい(45.2%)」が最も多く、「2～4 時間ぐらい(29.8%)」が続いている。

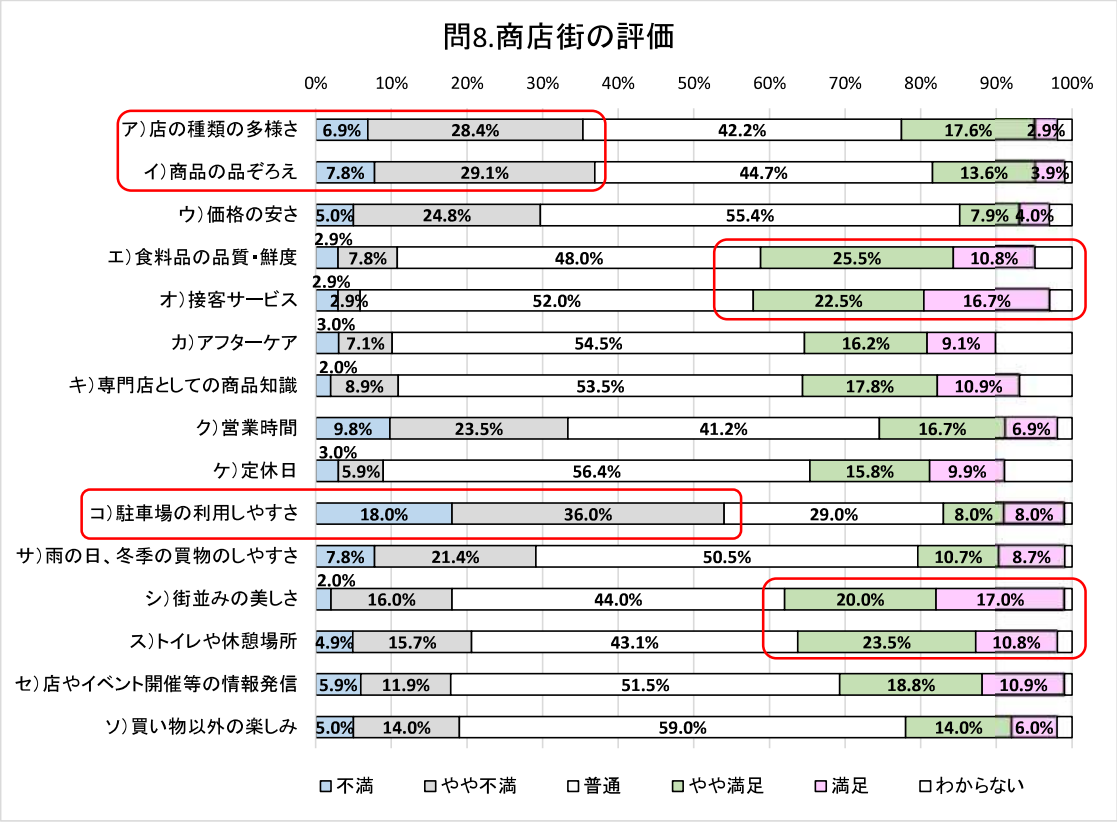
図表 28 商店街での滞在時間／中心市街地（中町モール）でのアンケート



⑧ 商店街への評価

◇ 中心商店街への評価は、項目によってばらつきが見られた。比較的高い評価であった項目は「接客サービス」「食料品の品質・鮮度」「街並みの美しさ」「トイレや休憩場所」などであり、一方、評価が比較的低い項目は「駐車場の利用しやすさ」「店の種類の多様さ」「商品の品ぞろえ」などである。

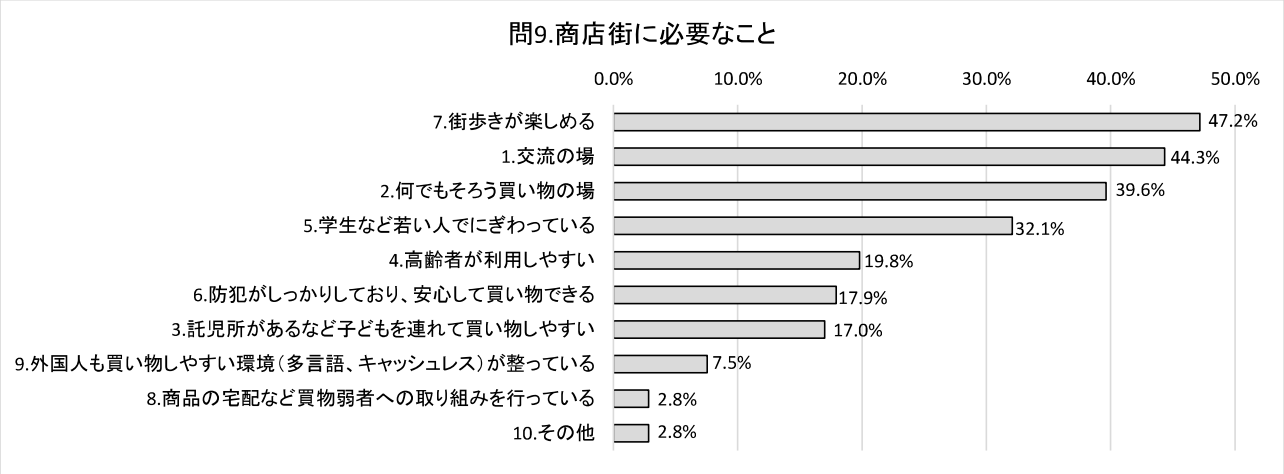
図表 29 商店街の評価／中心市街地（中町モール）でのアンケート



⑨ 商店街に必要なこと

◇ 商店街に必要なことに関しては「街歩きが楽しめる（47.2%）」「交流の場（44.3%）」「何でもそろう買い物の場（39.6%）」が上位を占めている。

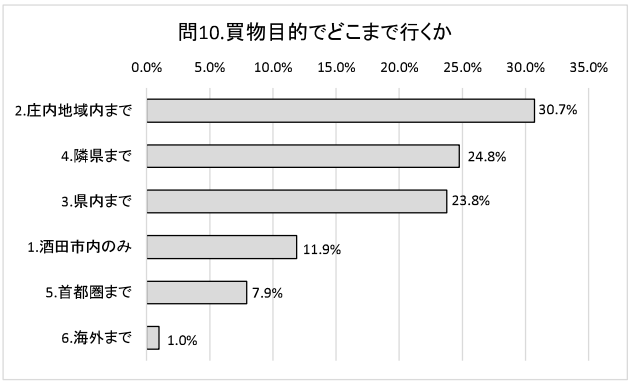
図表 30 商店街に必要なこと／中心市街地（中町モール）でのアンケート



⑩ 買い物目的でどこまで行くか

◇ 商店街に必要なことに関しては「庄内地域内まで（30.7%）」が最も多く、「隣県まで（24.8%）」「県内まで（23.8%）」がと続いている。

図表 31 買い物目的でどこまで行くか／中心市街地（中町モール）でのアンケート



２－２　観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート

（１）調査実施状況

◇ 酒田市内の観光地への来訪者に以下のとおり調査を実施した。

対　象：酒田市内の観光地（山居倉庫ほか）への来訪者
期　間：平成 30 年 12 月 16 日（日）
回答数：55 件

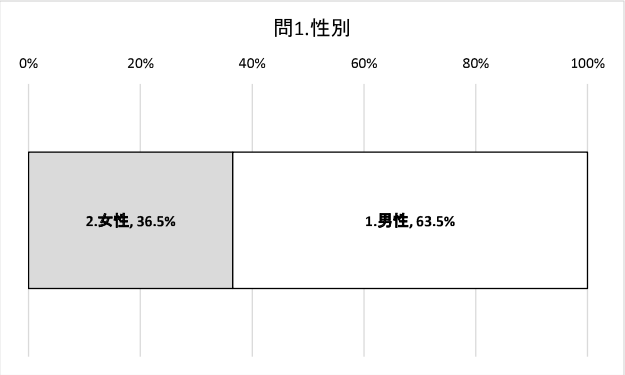
（２）調査結果

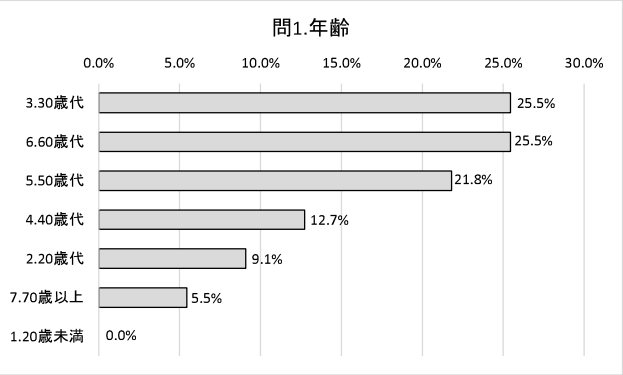
① 回答者の属性

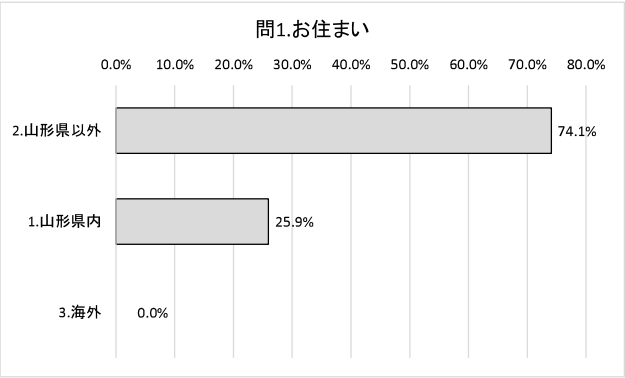
◇ 観光地（山居倉庫ほか）でのアンケートの回答者は、性別では男性が約 6 割、年齢別には 30 歳代と 60 歳代が多く、居住地別には山形県以外の都道府県が 7 割を超えている。

◇ 居住地で具体的な回答のあった自治体名は、県内では山形市、寒河江市など、県外では宮城県、新潟県、秋田県などの東北地域と東京都をはじめとする関東圏が占めている。

図表 32 回答者の属性／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート







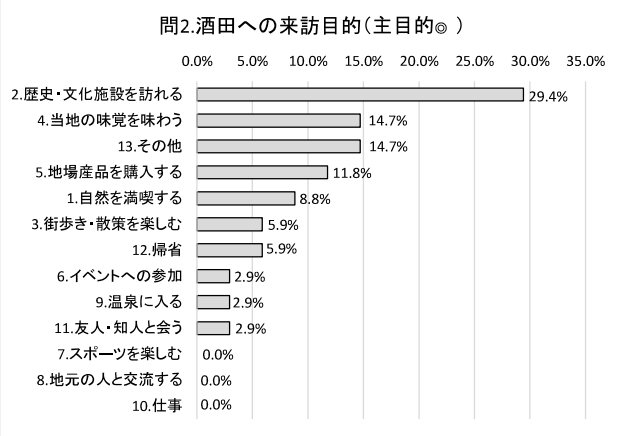
回答のあった県内市町村名
山形市　２人
米沢市　１人
天童市　１人
寒河江市　２人
南陽市　２人
新庄市　２人
鮭川村　１人

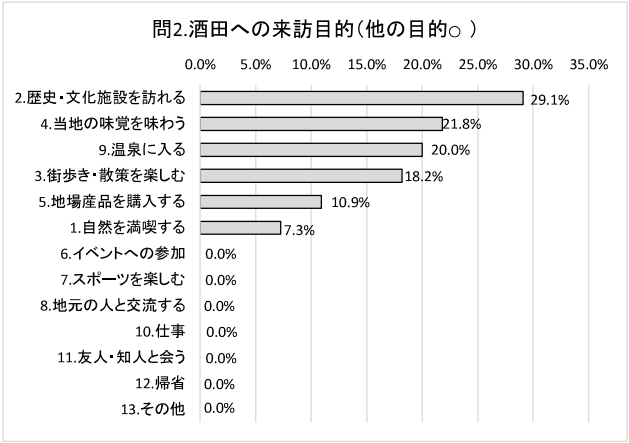
回答のあった県外都道県名
宮城県　８人
新潟県　８人
秋田県　６人
岩手県　２人
北海道　２人
東京都　２人
千葉県　３人
埼玉県　４人
神奈川県　２人
栃木県　３人

② 酒田への来訪目的

◇ 酒田への主たる来訪目的は「歴史・文化施設を訪れる（29.4%）」「当地の味覚を味わう（14.7%）」が上位を占め、他の来訪目的（複数回答）でも同様の結果となっている。

図表 33 酒田への来訪目的／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート

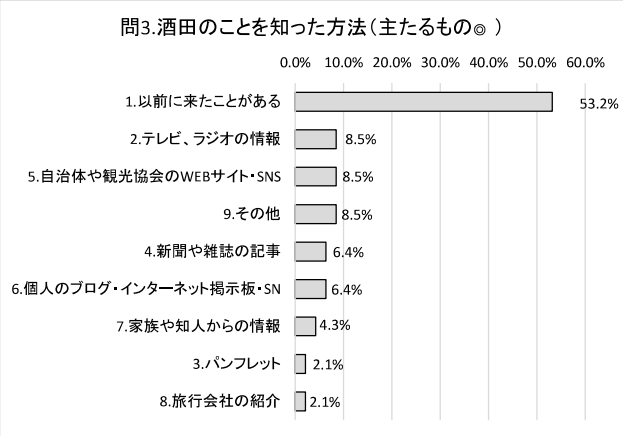


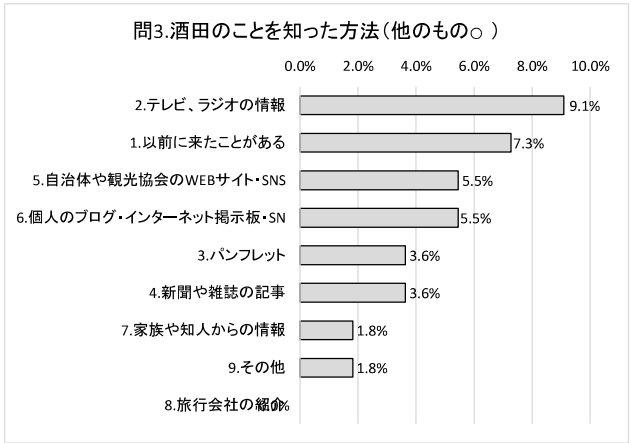


③ 酒田のことを知った方法

◇ 酒田のことをどのように知ったかについては、主たるものでは「以前に来たことがある（53.2%）」が圧倒的に多く、他のものでは「テレビ、ラジオの情報（9.1%）」が上位となっている。

図表 34 酒田のことを知った方法／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート

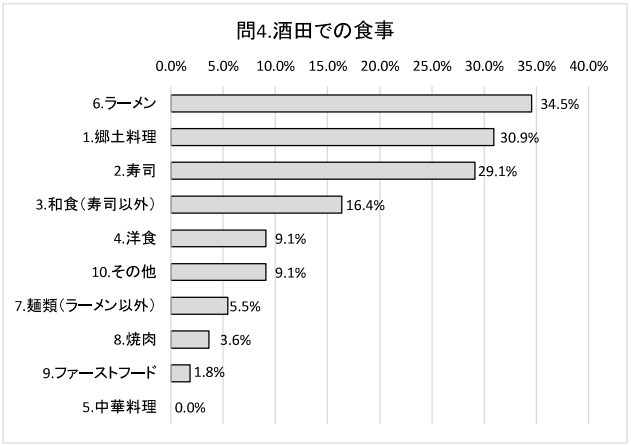




④ 酒田での食事

◇ 酒田で何を食べたか（食べる予定か）ついては、「ラーメン（34.5%）」「郷土料理（30.9%）」「寿司（29.1%）」が上位を占めている。

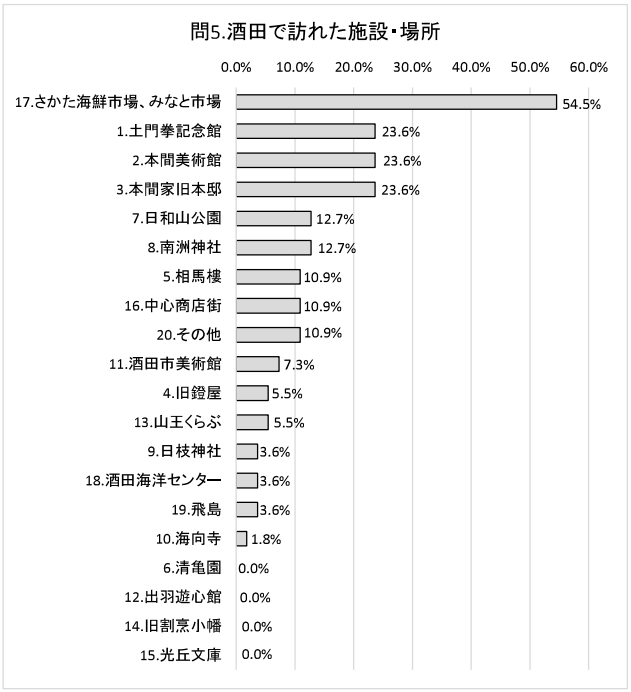
図表 35 酒田での食事／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート



⑤ 酒田で訪れた施設・場所

◇ 酒田を訪れた（これから訪れる）施設・場所は、「酒田海鮮市場、みなと市場（54.5%）」が最も多く、「土門拳記念館（23.6%）」「本間美術館（23.6%）」「本間家旧本邸（23.6%）」が続いている。

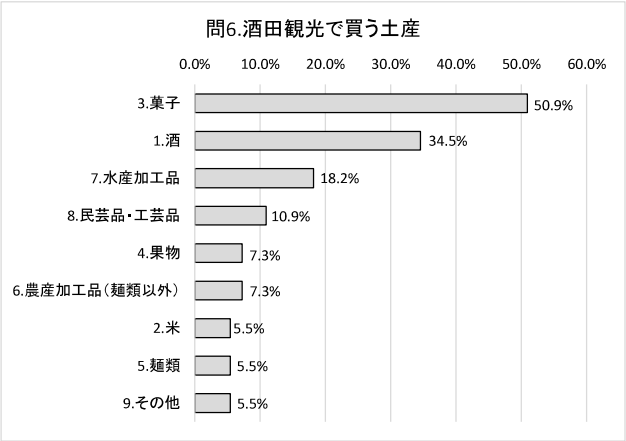
図表 36 酒田で訪れた施設・場所／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート



⑥ 酒田で買う土産

◇ 酒田を買う（これから買う予定の）土産は、「菓子（50.9%）」が最も多く、「酒（34.5%）」「水産加工品（18.2%）」が続いている。

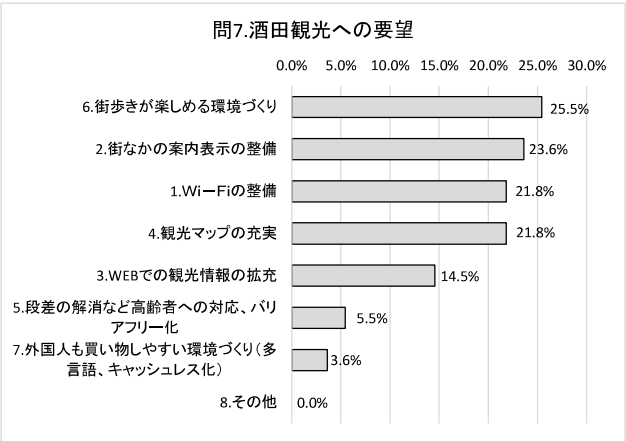
図表 37 酒田で買う土産／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート



⑦ 酒田観光への要望

◇ 酒田での観光に関しての要望は、「街歩きが楽しめる環境づくり（25.5%）」「街なかの案内表示の整備（23.6%）」「Ｗｉ－Ｆｉの整備（21.8%）」「観光マップの充実（21.8%）」が多くなっている。

図表 38 酒田観光への要望／観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート



【集計表】

１．ニーズ調査

１－１　住民アンケート

問1　お住まい...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	旧酒田市	348	83.7%
2	旧鶴岡市	18	4.3%
3	旧余目町	12	2.9%
4	旧平田町	11	2.6%
5	遊佐町	11	2.6%
6	旧八幡町	4	1.0%
7	旧松山町	3	0.7%
8	旧立川町	2	0.5%
9	三川町	2	0.5%
10	その他	2	0.5%
11	旧藤島町	1	0.2%
12	旧櫛引町	1	0.2%
13	旧温海町	1	0.2%
14	旧羽黒町	0	0.0%
15	旧朝日村	0	0.0%
	不明	8	
	全体（不明を除く）	416	100.0%

問1　家族数（本人を含む）...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	４人	93	22.1%
2	３人	82	19.5%
3	６人以上	80	19.0%
4	５人	68	16.2%
5	２人	67	16.0%
6	１人	30	7.1%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	420	100.0%

問1　家族構成...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	２世代（親と子など）	187	47.0%
2	３世代以上（親と子と孫など）	134	33.7%
3	65歳以上のみの世帯	39	9.8%
4	夫婦のみ	17	4.3%
5	ひとり暮らし	15	3.8%
6	その他	6	1.5%
	不明	26	
	全体（不明を除く）	398	100.0%

問1　主に買物をする人の年齢...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	40代	144	34.4%
2	50代	103	24.6%
3	70代以上	59	14.1%
4	60代	53	12.6%
5	30代	46	11.0%
6	20代以下	14	3.3%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	419	100.0%

問1　主に買物をする人の性別...(S A)

No.	カテゴリー名	n	%
1	女性	360	88.2%
2	男性	48	11.8%
	不明	16	
	全体（不明を除く）	408	100.0%

問２　買物する施設・場所

	酒田市内								その他						1～14の合計
	1 商店街等	2 デパート	3 スーパー	4 生協・農協	5 一般小売店・専門店	6 ホームセンター・ディスカウントショップ	7 大型専門店・量販店	8 コンビニエンスストア	9 通信販売	10 鶴岡市	11 三川町	12 その他庄内地域	13 その他県内	14 県外	
①食料品（弁当・酒類を含む）	1.1%	1.8%	54.2%	15.1%	2.8%	1.5%	3.0%	7.6%	0.7%	5.6%	3.3%	2.3%	0.5%	0.4%	100%
②日用雑貨・消耗品	0.6%	1.6%	20.7%	3.6%	12.3%	26.7%	16.3%	2.0%	2.2%	5.4%	5.2%	2.6%	0.4%	0.3%	100%
③化粧品・医薬品	0.3%	3.5%	6.6%	0.5%	25.9%	10.3%	30.2%	0.5%	9.8%	5.0%	3.9%	2.4%	0.5%	0.6%	100%
④紳士服	0.8%	12.5%	2.9%	0.0%	18.0%	1.4%	25.5%	0.0%	12.4%	4.4%	14.2%	0.0%	1.9%	5.9%	100%
⑤婦人・子供服	1.1%	15.9%	2.8%	0.2%	12.6%	1.4%	24.9%	0.0%	15.3%	4.1%	15.6%	0.4%	1.5%	4.2%	100%
⑥日用衣類（下着・作業着など）	0.7%	10.7%	3.7%	1.0%	13.2%	4.9%	33.7%	0.0%	8.7%	4.4%	15.3%	1.0%	1.1%	1.6%	100%
⑦靴・バッグ	0.8%	11.0%	1.3%	0.0%	21.1%	1.4%	26.7%	0.0%	13.8%	4.3%	12.2%	0.4%	1.9%	5.0%	100%
⑧時計・メガネ・アクセサリー	2.2%	5.9%	0.6%	0.1%	37.1%	1.8%	16.0%	0.0%	12.9%	4.2%	11.6%	0.4%	1.9%	5.1%	100%
⑨電化製品	0.7%	0.6%	0.3%	0.0%	11.3%	5.0%	57.9%	0.0%	11.3%	4.7%	6.7%	0.1%	1.0%	0.5%	100%
⑩家具・寝具・室内装飾品	0.7%	2.4%	2.0%	0.2%	13.5%	11.0%	33.4%	0.0%	9.8%	3.8%	20.7%	0.3%	0.8%	1.5%	100%
⑪スポーツ・レジャー品	0.4%	2.8%	0.5%	0.0%	19.2%	5.2%	30.5%	0.0%	13.9%	3.7%	20.6%	0.7%	1.0%	1.7%	100%
⑫書籍・文具	1.3%	5.7%	5.1%	0.5%	36.1%	5.6%	17.1%	2.2%	9.4%	4.1%	10.2%	1.1%	0.7%	0.8%	100%
⑬贈答品	2.0%	19.7%	11.4%	3.2%	15.4%	3.7%	14.2%	0.1%	14.2%	3.9%	7.8%	0.9%	2.1%	1.3%	100%
⑭外食（ランチ）	11.6%	4.2%	0.3%	0.1%	46.0%	0.0%	7.5%	0.1%	0.0%	12.6%	6.0%	5.3%	3.2%	3.1%	100%
⑮外食（お酒をともなう夜の飲食）	26.9%	1.5%	0.0%	0.0%	47.7%	0.0%	3.7%	0.1%	0.0%	10.3%	1.6%	4.4%	1.6%	2.4%	100%
①～⑮全体	2.6%	6.6%	8.5%	1.9%	20.9%	5.8%	23.3%	1.0%	9.0%	5.2%	10.3%	1.4%	1.3%	2.2%	100%

問3　① 食料品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	213	52.7%
2	日曜・祝日の午後	188	46.5%
3	土曜日の午後	179	44.3%
4	平日の午後	124	30.7%
5	日曜・祝日の午前	112	27.7%
6	平日の午前	78	19.3%
7	土曜日の午前	76	18.8%
8	土曜日の17時以降	43	10.6%
9	日曜・祝日の17時以降	43	10.6%
	不明	20	
	全体（不明を除く）	404	100.0%

問3　② 日用雑貨・消耗品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	179	46.0%
2	日曜・祝日の午後	172	44.2%
3	土曜日の午後	169	43.4%
4	平日の午後	110	28.3%
5	日曜・祝日の午前	108	27.8%
6	土曜日の午前	71	18.3%
7	平日の午前	56	14.4%
8	土曜日の17時以降	40	10.3%
9	日曜・祝日の17時以降	33	8.5%
	不明	35	
	全体（不明を除く）	389	100.0%

問3　③ 化粧品・医薬品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	175	48.3%
2	日曜・祝日の午後	165	45.6%
3	土曜日の午後	151	41.7%
4	平日の午後	101	27.9%
5	日曜・祝日の午前	93	25.7%
6	土曜日の午前	63	17.4%
7	平日の午前	47	13.0%
8	土曜日の17時以降	28	7.7%
9	日曜・祝日の17時以降	28	7.7%
	不明	62	
	全体（不明を除く）	362	100.0%

問3　④ 紳士服買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	156	60.0%
2	土曜日の午後	130	50.0%
3	日曜・祝日の午前	104	40.0%
4	土曜日の午前	52	20.0%
5	平日の17時以降	51	19.6%
6	平日の午後	35	13.5%
7	日曜・祝日の17時以降	25	9.6%
8	土曜日の17時以降	22	8.5%
9	平日の午前	15	5.8%
	不明	164	
	全体（不明を除く）	260	100.0%

問3　⑤ 婦人・子供服買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	184	56.8%
2	土曜日の午後	162	50.0%
3	日曜・祝日の午前	127	39.2%
4	平日の午後	63	19.4%
5	平日の17時以降	62	19.1%
6	土曜日の午前	62	19.1%
7	平日の午前	30	9.3%
8	土曜日の17時以降	28	8.6%
9	日曜・祝日の17時以降	23	7.1%
	不明	100	
	全体（不明を除く）	324	100.0%

問3　⑥ 日用衣類買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	190	55.9%
2	土曜日の午後	171	50.3%
3	日曜・祝日の午前	119	35.0%
4	平日の17時以降	79	23.2%
5	平日の午後	68	20.0%
6	土曜日の午前	63	18.5%
7	平日の午前	33	9.7%
8	土曜日の17時以降	31	9.1%
9	日曜・祝日の17時以降	26	7.6%
	不明	84	
	全体（不明を除く）	340	100.0%

問3　⑦ 靴・バッグ買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	180	58.6%
2	土曜日の午後	158	51.5%
3	日曜・祝日の午前	104	33.9%
4	平日の17時以降	64	20.8%
5	土曜日の午前	61	19.9%
6	平日の午後	54	17.6%
7	土曜日の17時以降	29	9.4%
8	日曜・祝日の17時以降	22	7.2%
9	平日の午前	21	6.8%
	不明	117	
	全体（不明を除く）	307	100.0%

問3　⑧ 時計・メガネ・アクセサリー買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	135	57.9%
2	土曜日の午後	117	50.2%
3	日曜・祝日の午前	83	35.6%
4	平日の17時以降	43	18.5%
5	土曜日の午前	43	18.5%
6	平日の午後	38	16.3%
7	土曜日の17時以降	22	9.4%
8	日曜・祝日の17時以降	21	9.0%
9	平日の午前	16	6.9%
	不明	191	
	全体（不明を除く）	233	100.0%

問3　⑨ 電化製品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	188	60.8%
2	土曜日の午後	167	54.0%
3	日曜・祝日の午前	112	36.2%
4	土曜日の午前	60	19.4%
5	平日の17時以降	53	17.2%
6	平日の午後	42	13.6%
7	土曜日の17時以降	25	8.1%
8	平日の午前	23	7.4%
9	日曜・祝日の17時以降	22	7.1%
	不明	115	
	全体（不明を除く）	309	100.0%

問3　⑩ 家具・寝具・室内装飾品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	167	62.5%
2	土曜日の午後	146	54.7%
3	日曜・祝日の午前	103	38.6%
4	土曜日の午前	53	19.9%
5	平日の17時以降	44	16.5%
6	平日の午後	35	13.1%
7	土曜日の17時以降	20	7.5%
8	日曜・祝日の17時以降	17	6.4%
9	平日の午前	12	4.5%
	不明	157	
	全体（不明を除く）	267	100.0%

問3　⑪ スポーツ・レジャー品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	165	60.9%
2	土曜日の午後	147	54.2%
3	日曜・祝日の午前	92	33.9%
4	平日の17時以降	60	22.1%
5	土曜日の午前	60	22.1%
6	平日の午後	40	14.8%
7	土曜日の17時以降	32	11.8%
8	日曜・祝日の17時以降	24	8.9%
9	平日の午前	15	5.5%
	不明	153	
	全体（不明を除く）	271	100.0%

問3　⑫ 書籍・文具買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	182	55.0%
2	土曜日の午後	166	50.2%
3	平日の17時以降	119	36.0%
4	日曜・祝日の午前	99	29.9%
5	土曜日の午前	64	19.3%
6	平日の午後	57	17.2%
7	土曜日の17時以降	35	10.6%
8	平日の午前	26	7.9%
9	日曜・祝日の17時以降	25	7.6%
	不明	93	
	全体（不明を除く）	331	100.0%

問3　⑬ 贈答品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	136	55.7%
2	土曜日の午後	124	50.8%
3	日曜・祝日の午前	80	32.8%
4	平日の17時以降	54	22.1%
5	平日の午後	50	20.5%
6	土曜日の午前	41	16.8%
7	平日の午前	24	9.8%
8	土曜日の17時以降	21	8.6%
9	日曜・祝日の17時以降	18	7.4%
	不明	180	
	全体（不明を除く）	244	100.0%

問3　⑭ 酒をともなわない外食時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	145	44.2%
2	土曜日の午後	139	42.4%
3	日曜・祝日の午前	80	24.4%
4	土曜日の17時以降	78	23.8%
5	平日の17時以降	75	22.9%
6	日曜・祝日の17時以降	71	21.6%
7	土曜日の午前	57	17.4%
8	平日の午後	51	15.5%
9	平日の午前	20	6.1%
	不明	96	
	全体（不明を除く）	328	100.0%

問3　⑮ 酒をともなう外食時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	123	62.4%
2	土曜日の17時以降	99	50.3%
3	日曜・祝日の17時以降	55	27.9%
4	土曜日の午後	44	22.3%
5	日曜・祝日の午後	33	16.8%
6	平日の午後	21	10.7%
7	日曜・祝日の午前	9	4.6%
8	土曜日の午前	6	3.0%
9	平日の午前	0	0.0%
	不明	89	
	全体（不明を除く）	197	100.0%

問4　最寄品を買う場所・店選びで重視すること...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	③ 価格が安い	300	74.3%
2	① 品揃えが豊富である	274	67.8%
3	⑪ 車で行きやすい（無料の駐車場がある）	229	56.7%
4	⑩ 自宅から近い	205	50.7%
5	④ 品質が良い	202	50.0%
6	⑦ 割引券・商品券・ポイントなどがある	174	43.1%
7	⑬ １箇所にいろいろなお店がそろっており、まとめて買い物ができる	155	38.4%
8	⑤ 営業時間が長い	138	34.2%
9	⑥ 大売出し・セール・バーゲンなどが開催されている	92	22.8%
10	② そこにしかないものがある	53	13.1%
11	⑧ お店の雰囲気や接客態度やアフターサービスがよい	52	12.9%
12	⑮ 家族連れで買物しやすい	27	6.7%
13	⑭ 買物以外で楽しめる施設やイベントがある	9	2.2%
14	その他	8	2.0%
15	⑨ 特別なサービスがある（買い物した商品の配達、店舗送迎など）	4	1.0%
16	⑫ バスなど公共交通機関で行きやすい	4	1.0%
	不明	20	
	全体（不明を除く）	404	100.0%

問4　最寄品を買う場所・店選びで重視すること...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	③ 価格が安い	300	74.3%
2	① 品揃えが豊富である	274	67.8%
3	⑪ 車で行きやすい（無料の駐車場がある）	229	56.7%
4	⑩ 自宅から近い	205	50.7%
5	④ 品質が良い	202	50.0%
6	⑦ 割引券・商品券・ポイントなどがある	174	43.1%
7	⑬ １箇所にいろいろなお店がそろっており、まとめて買い物ができる	155	38.4%
8	⑤ 営業時間が長い	138	34.2%
9	⑥ 大売出し・セール・バーゲンなどが開催されている	92	22.8%
10	② そこにしかないものがある	53	13.1%
11	⑧ お店の雰囲気や接客態度やアフターサービスがよい	52	12.9%
12	⑮ 家族連れで買物しやすい	27	6.7%
13	⑭ 買物以外で楽しめる施設やイベントがある	9	2.2%
14	その他	8	2.0%
15	⑨ 特別なサービスがある（買い物した商品の配達、店舗送迎など）	4	1.0%
16	⑫ バスなど公共交通機関で行きやすい	4	1.0%
	不明	20	
	全体（不明を除く）	404	100.0%

問5　商店街利用頻度...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ほとんど利用しない	299	75.9%
2	週に１～２日	56	14.2%
3	週に３～４日	24	6.1%
4	ほぼ毎日	15	3.8%
	不明	30	
	全体（不明を除く）	394	100.0%

問5　商店街を利用する理由...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	家や職場から近い	56	59.6%
2	商品の品質が良い	38	40.4%
3	価格が安い	32	34.0%
4	ポイントサービスなどの特典がある	31	33.0%
5	お気に入りのお店があ	29	30.9%
6	店員や顔なじみの利用客と会話しながら買物できる	16	17.0%
7	オリジナリティが高いお店がある	12	12.8%
8	商店街を歩くのが楽しい	7	7.4%
9	その他	3	3.2%
10	がある	0	0.0%
	不明	31	
	非該当	299	
	全体（不明、非該当を除く）	94	100.0%

問5　① 中町ﾓｰﾀｰｼｮｰの認知状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	171	62.9%
2	知っている	101	37.1%
	不明	16	
	全体（不明を除く）	272	100.0%

問5　① 中町ﾓｰﾀｰｼｮｰの参加状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	212	89.8%
2	参加したことがある	24	10.2%
	不明	52	
	全体（不明を除く）	236	100.0%

問5　② 中通り夏祭りの認知状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知っている	155	57.0%
2	知らない	117	43.0%
	不明	15	
	全体（不明を除く）	272	100.0%

問5　② 中通り夏祭りの参加状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	204	83.3%
2	参加したことがある	41	16.7%
	不明	42	
	全体（不明を除く）	245	100.0%

問5　③ 灯籠祭りの参加状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	214	89.5%
2	参加したことがある	25	10.5%
	不明	47	
	全体（不明を除く）	239	100.0%

問5　③ 灯籠祭りの認知状況...(Ｓ Ａ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	147	54.2%
2	知っている	124	45.8%
	不明	15	
	全体（不明を除く）	271	100.0%

問5　商店街に必要なこと…(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	街歩きが楽しめる	216	55.7%
2	何でもそろう買い物の場	177	45.6%
3	学生など若い人でにぎわっている	105	27.1%
4	高齢者が利用しやすい	92	23.7%
5	ちょっとした休憩スペース	73	18.8%
6	交流の場	72	18.6%
7	防犯がしっかりしており、安心して買物できる	61	15.7%
8	その他	57	14.7%
9	みを行ってい	24	6.2%
10	買い物しやすい	18	4.6%
11	外国人も買い物しやすい環境（多言語、キャッシュレス化）が整っている	18	4.6%
	不明	36	
	全体（不明を除く）	388	100.0%

１－２　ヒアリング調査

（１）市内大学生、短大生への調査

問1　お住まい...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	旧酒田市	44	50.6%
2	旧鶴岡市	15	17.2%
3	その他	15	17.2%
4	三川町	3	3.4%
5	旧平田町	2	2.3%
6	旧余目町	2	2.3%
7	遊佐町	2	2.3%
8	旧八幡町	1	1.1%
9	旧藤島町	1	1.1%
10	旧朝日村	1	1.1%
11	旧温海町	1	1.1%
12	旧松山町	0	0.0%
13	旧羽黒町	0	0.0%
14	旧櫛引町	0	0.0%
15	旧立川町	0	0.0%
	不明	12	
	全体（不明を除く）	87	100.0%

問1　家族数（本人を含む）...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	１人	30	33.7%
2	６人以上	20	22.5%
3	４人	16	18.0%
4	５人	13	14.6%
5	３人	8	9.0%
6	２人	2	2.2%
	不明	10	
	全体（不明を除く）	89	100.0%

問1　家族構成...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ひとり暮らし	29	35.4%
2	３世代以上（親と子と孫など）	28	34.1%
3	２世代（親と子など）	22	26.8%
4	65歳以上のみの世帯	1	1.2%
5	夫婦のみ	1	1.2%
6	その他	1	1.2%
	不明	17	
	全体（不明を除く）	82	100.0%

問1　主に買物をする人の年齢...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	20代以下	52	57.1%
2	40代	21	23.1%
3	50代	14	15.4%
4	30代	2	2.2%
5	60代	2	2.2%
6	70代以上	0	0.0%
	不明	8	
	全体（不明を除く）	91	100.0%

問1　主に買物をする人の性別...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	女性	53	58.2%
2	男性	38	41.8%
	不明	8	
	全体（不明を除く）	91	100.0%

問２　買物する施設・場所

	酒田市内								その他						1～14の合計
	1 商店街等	2 デパート	3 スーパー	4 生協・農協	5 一般小売店・専門店	6 ホームセンター・ディスカウントショップ	7 大型専門店・量販店	8 コンビニエンスストア	9 通信販売	10 鶴岡市	11 三川町	12 その他庄内地域	13 その他県内	14 県外	
①食料品（弁当・酒類を含む）	0.9%	3.8%	49.2%	3.0%	1.8%	1.1%	2.8%	15.9%	0.5%	14.0%	4.8%	0.9%	0.6%	0.7%	100%
②日用雑貨・消耗品	0.5%	6.0%	29.8%	0.2%	12.4%	11.8%	6.0%	7.5%	2.1%	13.8%	7.1%	1.0%	0.3%	1.2%	100%
③化粧品・医薬品	1.7%	7.3%	19.3%	0.3%	23.7%	11.7%	6.3%	2.8%	2.7%	13.3%	6.7%	0.4%	0.8%	3.1%	100%
④紳士服	1.7%	11.3%	5.3%	0.3%	19.1%	1.7%	13.0%	3.0%	11.8%	13.8%	8.8%	0.0%	4.2%	6.0%	100%
⑤婦人・子供服	2.1%	12.5%	1.8%	0.4%	23.9%	1.4%	13.0%	1.8%	9.8%	15.2%	11.8%	0.0%	0.5%	5.7%	100%
⑥日用衣類（下着・作業着など）	1.5%	6.8%	3.1%	0.3%	22.3%	2.3%	17.3%	2.7%	6.8%	14.1%	13.1%	0.0%	4.4%	5.5%	100%
⑦靴・バッグ	0.5%	11.2%	3.1%	0.3%	14.1%	0.9%	13.6%	2.0%	18.9%	11.2%	10.1%	0.0%	3.2%	10.8%	100%
⑧時計・メガネ・アクセサリー	0.8%	10.6%	2.1%	0.3%	14.7%	2.0%	10.6%	2.5%	19.3%	11.8%	7.3%	0.0%	3.4%	14.5%	100%
⑨電化製品	0.8%	4.1%	2.6%	0.3%	14.1%	7.4%	27.9%	2.0%	8.4%	14.3%	8.7%	0.0%	5.0%	4.6%	100%
⑩家具・寝具・室内装飾品	0.6%	3.6%	3.1%	0.3%	9.9%	14.4%	24.4%	2.4%	5.0%	12.1%	14.4%	0.0%	3.2%	6.7%	100%
⑪スポーツ・レジャー品	0.8%	2.6%	2.0%	0.3%	15.6%	6.0%	25.8%	2.8%	9.2%	10.7%	14.9%	0.0%	3.8%	5.5%	100%
⑫書籍・文具	2.2%	9.4%	8.0%	0.0%	21.4%	5.4%	12.5%	4.9%	5.9%	14.0%	10.4%	0.2%	2.1%	3.6%	100%
⑬贈答品	3.0%	16.7%	12.5%	0.4%	12.8%	2.6%	6.3%	3.5%	10.4%	11.9%	11.1%	0.9%	1.9%	6.1%	100%
⑭外食（ランチ）	6.9%	14.2%	0.0%	2.3%	23.2%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	21.1%	10.7%	2.9%	3.5%	5.2%	100%
⑮外食（お酒をともなう夜の飲食）	11.3%	9.0%	0.0%	3.9%	18.8%	0.0%	4.9%	0.0%	0.0%	28.0%	6.4%	3.3%	2.8%	11.6%	100%
①～⑮全体	1.9%	8.2%	10.9%	0.7%	16.0%	5.0%	13.1%	4.0%	7.5%	14.1%	9.7%	0.5%	2.6%	5.7%	100%

問3　① 食料品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	45	45.5%
2	平日の午後	37	37.4%
3	土曜日の午後	33	33.3%
4	日曜・祝日の午後	29	29.3%
5	土曜日の午前	20	20.2%
6	土曜日の17時以降	19	19.2%
7	日曜・祝日の午前	19	19.2%
8	日曜・祝日の17時以降	17	17.2%
9	平日の午前	9	9.1%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　② 日用雑貨・消耗品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	41	41.4%
2	土曜日の午後	33	33.3%
3	平日の午後	32	32.3%
4	日曜・祝日の午後	29	29.3%
5	土曜日の午前	19	19.2%
6	日曜・祝日の午前	17	17.2%
7	日曜・祝日の17時以降	17	17.2%
8	土曜日の17時以降	16	16.2%
9	平日の午前	5	5.1%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　③ 化粧品・医薬品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	32	32.3%
2	平日の17時以降	29	29.3%
3	平日の午後	28	28.3%
4	日曜・祝日の午後	24	24.2%
5	土曜日の午前	14	14.1%
6	日曜・祝日の17時以降	12	12.1%
7	土曜日の17時以降	11	11.1%
8	日曜・祝日の午前	11	11.1%
9	平日の午前	6	6.1%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　④ 紳士服買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	27	27.3%
2	日曜・祝日の午後	26	26.3%
3	平日の17時以降	18	18.2%
4	日曜・祝日の午前	15	15.2%
5	土曜日の午前	14	14.1%
6	日曜・祝日の17時以降	13	13.1%
7	平日の午後	9	9.1%
8	土曜日の17時以降	8	8.1%
9	平日の午前	1	1.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑤ 婦人・子供服買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	25	25.3%
2	日曜・祝日の午後	23	23.2%
3	平日の17時以降	16	16.2%
4	平日の午後	14	14.1%
5	土曜日の午前	9	9.1%
6	日曜・祝日の午前	9	9.1%
7	土曜日の17時以降	7	7.1%
8	日曜・祝日の17時以降	5	5.1%
9	平日の午前	2	2.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑥ 日用衣料買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	33	33.3%
2	日曜・祝日の午後	30	30.3%
3	平日の17時以降	22	22.2%
4	平日の午後	21	21.2%
5	土曜日の午前	18	18.2%
6	日曜・祝日の午前	14	14.1%
7	土曜日の17時以降	10	10.1%
8	日曜・祝日の17時以降	9	9.1%
9	平日の午前	4	4.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑦ 靴・バッグ買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	33	33.3%
2	日曜・祝日の午後	31	31.3%
3	平日の17時以降	19	19.2%
4	平日の午後	16	16.2%
5	日曜・祝日の午前	14	14.1%
6	土曜日の午前	13	13.1%
7	日曜・祝日の17時以降	11	11.1%
8	土曜日の17時以降	9	9.1%
9	平日の午前	5	5.1%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑧ 時計・メガネ・アクセサリー買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	29	29.3%
2	日曜・祝日の午後	26	26.3%
3	平日の17時以降	19	19.2%
4	土曜日の午前	15	15.2%
5	平日の午後	14	14.1%
6	日曜・祝日の午前	14	14.1%
7	日曜・祝日の17時以降	12	12.1%
8	土曜日の17時以降	11	11.1%
9	平日の午前	5	5.1%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑨ 電化製品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	28	28.3%
2	日曜・祝日の午後	27	27.3%
3	平日の17時以降	16	16.2%
4	日曜・祝日の午前	15	15.2%
5	平日の午後	14	14.1%
6	土曜日の午前	13	13.1%
7	日曜・祝日の17時以降	11	11.1%
8	土曜日の17時以降	7	7.1%
9	平日の午前	3	3.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑩ 家具・寝具・室内装飾品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	29	29.3%
2	日曜・祝日の午後	29	29.3%
3	平日の17時以降	18	18.2%
4	土曜日の午前	17	17.2%
5	平日の午後	14	14.1%
6	日曜・祝日の午前	11	11.1%
7	日曜・祝日の17時以降	11	11.1%
8	土曜日の17時以降	10	10.1%
9	平日の午前	3	3.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑪ スポーツ・レジャー品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	29	29.3%
2	日曜・祝日の午後	26	26.3%
3	平日の17時以降	18	18.2%
4	平日の午後	15	15.2%
5	土曜日の午前	15	15.2%
6	日曜・祝日の午前	15	15.2%
7	日曜・祝日の17時以降	12	12.1%
8	土曜日の17時以降	11	11.1%
9	平日の午前	2	2.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑫ 書籍・文具買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	土曜日の午後	32	32.3%
2	平日の17時以降	29	29.3%
3	日曜・祝日の午後	26	26.3%
4	平日の午後	23	23.2%
5	土曜日の午前	17	17.2%
6	日曜・祝日の17時以降	13	13.1%
7	土曜日の17時以降	11	11.1%
8	日曜・祝日の午前	11	11.1%
9	平日の午前	3	3.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑬ 贈答品買物の時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	24	24.2%
2	土曜日の午後	22	22.2%
3	平日の午後	14	14.1%
4	平日の17時以降	13	13.1%
5	土曜日の午前	11	11.1%
6	日曜・祝日の午前	11	11.1%
7	土曜日の17時以降	9	9.1%
8	日曜・祝日の17時以降	8	8.1%
9	平日の午前	3	3.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑭ 酒をともなわない外食時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	日曜・祝日の午後	31	31.3%
2	土曜日の午後	30	30.3%
3	平日の17時以降	26	26.3%
4	土曜日の17時以降	18	18.2%
5	日曜・祝日の17時以降	18	18.2%
6	平日の午後	16	16.2%
7	土曜日の午前	11	11.1%
8	日曜・祝日の午前	10	10.1%
9	平日の午前	3	3.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問3　⑮ 酒をともなう外食時間帯...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	平日の17時以降	23	23.2%
2	土曜日の17時以降	22	22.2%
3	日曜・祝日の17時以降	20	20.2%
4	日曜・祝日の午後	19	19.2%
5	土曜日の午後	16	16.2%
6	土曜日の午前	4	4.0%
7	日曜・祝日の午前	3	3.0%
8	平日の午後	2	2.0%
9	平日の午前	1	1.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問4　最寄品を買う場所・店選びで重視すること...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	③ 価格が安い	67	67.7%
2	⑩ 自宅から近い	54	54.5%
3	① 品揃えが豊富である	51	51.5%
4	⑬ １箇所にいろいろなお店がそろっており、まとめて買い物ができる	45	45.5%
5	⑤ 営業時間が長い	39	39.4%
6	⑪ 車で行きやすい（無料の駐車場がある）	31	31.3%
7	④ 品質が良い	29	29.3%
8	⑥ 大売出し・セール・バーゲンなどが開催されている	25	25.3%
9	⑦ 割引券・商品券・ポイントなどがある	21	21.2%
10	② そこにしかないものがある	14	14.1%
11	⑧ お店の雰囲気や接客態度やアフターサービスがよい	12	12.1%
12	⑭ 買物以外で楽しめる施設やイベントがある	7	7.1%
13	⑫ バスなど公共交通機関で行きやすい	6	6.1%
14	⑮ 家族連れで買物しやすい	6	6.1%
15	⑨ 特別なサービスがある（買い物した商品の配達、店舗送迎など）	2	2.0%
16	その他	0	0.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問4　買回品を買う場所・店選びで重視すること...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	③ 価格が安い	55	55.6%
2	① 品揃えが豊富である	50	50.5%
3	④ 品質が良い	43	43.4%
4	⑬ １箇所にいろいろなお店がそろっており、まとめて買い物ができる	35	35.4%
5	⑪ 車で行きやすい（無料の駐車場がある）	32	32.3%
6	⑩ 自宅から近い	31	31.3%
7	⑥ 大売出し・セール・バーゲンなどが開催されている	30	30.3%
8	⑤ 営業時間が長い	28	28.3%
9	② そこにしかないものがある	23	23.2%
10	⑦ 割引券・商品券・ポイントなどがある	21	21.2%
11	⑧ お店の雰囲気や接客態度やアフターサービスがよい	18	18.2%
12	⑮ 家族連れで買物しやすい	12	12.1%
13	⑭ 買物以外で楽しめる施設やイベントがある	11	11.1%
14	⑨ 特別なサービスがある（買い物した商品の配達、店舗送迎など）	10	10.1%
15	⑫ バスなど公共交通機関で行きやすい	9	9.1%
16	その他	0	0.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問5　商店街利用頻度...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	ほとんど利用しない	75	85.2%
2	週に１～２日	11	12.5%
3	週に３～４日	2	2.3%
4	ほぼ毎日	0	0.0%
	不明	11	
	全体（不明を除く）	88	100.0%

問5　商店街を利用する理由...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	家や職場から近い	7	53.8%
2	価格が安い	7	53.8%
3	お気に入りのお店があ	4	30.8%
4	商品の品質が良い	3	23.1%
5	ポイントサービスなどの特典がある	1	7.7%
6	オリジナリティが高いお店がある	1	7.7%
7	店員や顔なじみの利用客と会話した	0	0.0%
8	商店街を歩くのが楽しい	0	0.0%
9	商品の宅配など買物弱者への取組が	0	0.0%
10	その他	0	0.0%
	不明	0	
	非該当	86	
	全体（不明、非該当を除く）	13	100.0%

問5　① 中町ﾓｰﾀｰｼｮｰの認知状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	78	95.1%
2	知っている	4	4.9%
	不明	17	
	全体（不明を除く）	82	100.0%

問5　① 中町ﾓｰﾀｰｼｮｰの参加状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	73	97.3%
2	参加したことがある	2	2.7%
	不明	24	
	全体（不明を除く）	75	100.0%

問5　② 中通り夏祭りの認知状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	70	85.4%
2	知っている	12	14.6%
	不明	17	
	全体（不明を除く）	82	100.0%

問5　② 中通り夏祭りの参加状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	69	92.0%
2	参加したことがある	6	8.0%
	不明	24	
	全体（不明を除く）	75	100.0%

問5　③ 灯籠祭りの認知状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	知らない	74	90.2%
2	知っている	8	9.8%
	不明	17	
	全体（不明を除く）	82	100.0%

問5　③ 灯籠祭りの参加状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	参加したことがない	72	96.0%
2	参加したことがある	3	4.0%
	不明	24	
	全体（不明を除く）	75	100.0%

問5　商店街に必要なこと...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	何でもそろう買い物の場	44	44.4%
2	街歩きが楽しめる	37	37.4%
3	学生など若い人でにぎわっている	33	33.3%
4	交流の場	31	31.3%
5	ちょっとした休憩スペース	29	29.3%
6	高齢者が利用しやすい	17	17.2%
7	託児所があるなど子どもを連れて買	12	12.1%
8	防犯がしっかりしており、安心して	11	11.1%
9	外国人も買い物しやすい環境（多言	8	8.1%
10	商品の宅配など買物弱者への取組み	6	6.1%
11	その他	2	2.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

問7　中心商店街の情報面で必要なこと...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	Wi-Fiの整備	50	50.5%
2	SNSによる情報	43	43.4%
3	WEBによる商店街店舗等のお買い得	30	30.3%
4	タウン誌、情報誌、フリーペーパー	19	19.2%
5	その他	0	0.0%
	不明	0	
	全体	99	100.0%

（２）商店街の商店主への調査

問1　Wi-Fiの導入状況...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	既に整備済みである	29	45.3%
2	当面、整備の予定はない	23	35.9%
3	これからの整備を計画・検討している	6	9.4%
4	わからない	5	7.8%
5	現在整備中である	1	1.6%
	不明	0	
	全体	64	100.0%

問2　Wi-Fiで困っていること...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	特にない	20	66.7%
2	維持費用の問題	4	13.3%
3	効果の実感、メリット感がない	3	10.0%
4	その他	3	10.0%
5	故障、トラブルが多い	2	6.7%
	不明	0	
	非該当	34	
	全体（不明、非該当を除く）	30	100.0%

問2　Wi-Fiに関しての要望...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	特にない	16	53.3%
2	費用面の補助	6	20.0%
3	商店街全体での導入	5	16.7%
4	その他	0	0.0%
	不明	0	
	非該当	34	
	全体（不明、非該当を除く）	30	100.0%

問3　Wi-Fiを整備する場合の課題...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	メリットがあるのか分からない	12	35.3%
2	特にない	12	35.3%
3	仕組みが分からない	11	32.4%
4	費用面の問題	10	29.4%
5	どこに頼めばよいか分からない	3	8.8%
6	その他	2	5.9%
	不明	0	
	非該当	30	
	全体（不明、非該当を除く）	34	100.0%

問3　Wi-Fiを整備する場合の要望...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	特にない	20	58.8%
2	仕組みやメリットに関する情報提供	7	20.6%
3	費用面の補助	5	14.7%
4	費用に関する情報提供	3	8.8%
5	整備工事等の業者の紹介	2	5.9%
6	その他	1	2.9%
	不明	0	
	非該当	30	
	全体（不明、非該当を除く）	34	100.0%

問4-1　クレジットカードへの対応...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	予定なし	27	45.8%
2	対応済み	20	33.9%
3	対応を検討中	12	20.3%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	59	100.0%

問4-2　電子マネーへの対応...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	予定なし	33	66.0%
2	対応を検討中	13	26.0%
3	対応済み	4	8.0%
	不明	14	
	全体（不明を除く）	50	100.0%

問4-3　デビッドカードへの対応...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	予定なし	42	85.7%
2	対応を検討中	7	14.3%
3	対応済み	0	0.0%
	不明	15	
	全体（不明を除く）	49	100.0%

問4-4　QRコード決済への対応...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	予定なし	34	61.8%
2	対応を検討中	17	30.9%
3	対応済み	4	7.3%
	不明	9	
	全体（不明を除く）	55	100.0%

問5　キャッシュレスに対応する理由...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	売上を伸ばすため	21	32.8%
2	観光客への対応のため	13	20.3%
3	外国人客への対応のため	10	15.6%
4	その他	6	9.4%
5	よその店でも対応しているから	4	6.3%
6	業者などに勧められたから	2	3.1%
	不明	0	
	全体	64	100.0%

問5　キャッシュレスに対応しない理由...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	手数料がかかるから	19	29.7%
2	導入しても効果が見込めないから	14	21.9%
3	地元顧客中心で必要を感じないから	13	20.3%
4	導入に費用がかかるから	13	20.3%
5	仕組みがよく分からないから	8	12.5%
6	その他	7	10.9%
	不明	0	
	全体	64	100.0%

２．マーケティング調査

２－１　中心市街地（中町モール）でのアンケート

問1　性別...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.女性	76	72.4%
2	1.男性	29	27.6%
	不明	1	
	全体（不明を除く）	105	100.0%

問1　職業...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.会社員・団体職員	52	49.1%
2	5.パート・アルバイト	17	16.0%
3	4.主婦（夫）	11	10.4%
4	3.自営業	8	7.5%
5	8.無職	7	6.6%
6	6.公務員等	5	4.7%
7	7.学生	3	2.8%
8	9.その他	3	2.8%
9	2.農林水産業	0	0.0%
	不明	0	
	全体（不明を除く）	106	100.0%

問2　中心商店街来訪目的（主目的◎）...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.買い物	19	31.1%
2	11.イベント	9	14.8%
3	2.食事	7	11.5%
4	3.飲酒	6	9.8%
5	4.仕事・営業	6	9.8%
6	5.通勤や通学	5	8.2%
7	9.友人等との集まり	3	4.9%
8	10.市役所・郵便局・銀行	2	3.3%
9	14.その他	2	3.3%
10	7.趣味・習い事	1	1.6%
11	12.散歩や市内観光	1	1.6%
12	6.通院	0	0.0%
13	8.家族の送迎	0	0.0%
14	13.住んでいる	0	0.0%
	不明	45	
	全体（不明を除く）	61	100.0%

問4　中心商店街への来訪頻度...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	3.月に数回	48	45.7%
2	2.週に数回	24	22.9%
3	1.ほぼ毎日	17	16.2%
4	4.年に数回	11	10.5%
5	6.ほとんど来ない	4	3.8%
6	5.年に1回以下	1	1.0%
	不明	1	
	全体（不明を除く）	105	100.0%

問1　年齢...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	4.40歳代	32	30.8%
2	3.30歳代	29	27.9%
3	6.60歳代	13	12.5%
4	2.20歳代	12	11.5%
5	5.50歳代	12	11.5%
6	1.20歳未満	3	2.9%
7	7.70歳以上	3	2.9%
	不明	2	
	全体（不明を除く）	104	100.0%

問1　お住まい...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.市内（中心市街地内）	69	67.6%
2	2.市内（中心市街地外）	24	23.5%
3	3.県内他市町村	7	6.9%
4	4.県外	2	2.0%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問2　中心商店街来訪目的（他の目的○）...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.買い物	46	43.4%
2	2.食事	35	33.0%
3	3.飲酒	17	16.0%
4	4.仕事・営業	10	9.4%
5	11.イベント	7	6.6%
6	10.市役所・郵便局・銀行	6	5.7%
7	7.趣味・習い事	4	3.8%
8	9.友人等との集まり	4	3.8%
9	5.通勤や通学	3	2.8%
10	6.通院	3	2.8%
11	12.散歩や市内観光	3	2.8%
12	13.住んでいる	2	1.9%
13	8.家族の送迎	1	0.9%
14	14.その他	1	0.9%
	不明	0	
	全体（不明を除く）	106	100.0%

問6　同行者...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	3.ご家族（子、親）	45	43.3%
2	1.おひとり	31	29.8%
3	4.友人・仲間	23	22.1%
4	2.夫婦	4	3.8%
5	5.その他	1	1.0%
	不明	2	
	全体（不明を除く）	104	100.0%

問7　滞在時間...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.1～2時間くらい	47	45.2%
2	3.2～4時間くらい	31	29.8%
3	1.1時間以内	20	19.2%
4	4.4時間以上	6	5.8%
	不明	2	
	全体（不明を除く）	104	100.0%

問8　ア）店の種類の多様さ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	43	42.2%
2	やや不満	29	28.4%
3	やや満足	18	17.6%
4	不満	7	6.9%
5	満足	3	2.9%
6	わからない	2	2.0%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問8　イ）商品の品ぞろえ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	46	44.7%
2	やや不満	30	29.1%
3	やや満足	14	13.6%
4	不満	8	7.8%
5	満足	4	3.9%
6	わからない	1	1.0%
	不明	3	
	全体（不明を除く）	103	100.0%

問8　ウ）価格の安さ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	56	55.4%
2	やや不満	25	24.8%
3	やや満足	8	7.9%
4	不満	5	5.0%
5	満足	4	4.0%
6	わからない	3	3.0%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	101	100.0%

問8　エ）食料品の品質・鮮度...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	49	48.0%
2	やや満足	26	25.5%
3	満足	11	10.8%
4	やや不満	8	7.8%
5	わからない	5	4.9%
6	不満	3	2.9%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問8　オ）接客サービス...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	53	52.0%
2	やや満足	23	22.5%
3	満足	17	16.7%
4	不満	3	2.9%
5	やや不満	3	2.9%
6	わからない	3	2.9%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問8　カ）アフターケア...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	54	54.5%
2	やや満足	16	16.2%
3	わからない	10	10.1%
4	満足	9	9.1%
5	やや不満	7	7.1%
6	不満	3	3.0%
	不明	7	
	全体（不明を除く）	99	100.0%

問8　キ）専門店としての商品知識...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	54	53.5%
2	やや満足	18	17.8%
3	満足	11	10.9%
4	やや不満	9	8.9%
5	わからない	7	6.9%
6	不満	2	2.0%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	101	100.0%

問8　ク）営業時間...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	42	41.2%
2	やや不満	24	23.5%
3	やや満足	17	16.7%
4	不満	10	9.8%
5	満足	7	6.9%
6	わからない	2	2.0%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問8　ケ）定休日...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	57	56.4%
2	やや満足	16	15.8%
3	満足	10	9.9%
4	わからない	9	8.9%
5	やや不満	6	5.9%
6	不満	3	3.0%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	101	100.0%

問8　コ）駐車場の利用しやすさ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	やや不満	36	36.0%
2	普通	29	29.0%
3	不満	18	18.0%
4	やや満足	8	8.0%
5	満足	8	8.0%
6	わからない	1	1.0%
	不明	6	
	全体（不明を除く）	100	100.0%

問8　サ）雨の日、冬季の買物のしやすさ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	52	50.5%
2	やや不満	22	21.4%
3	やや満足	11	10.7%
4	満足	9	8.7%
5	不満	8	7.8%
6	わからない	1	1.0%
	不明	3	
	全体（不明を除く）	103	100.0%

問8　シ）街並みの美しさ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	44	44.0%
2	やや満足	20	20.0%
3	満足	17	17.0%
4	やや不満	16	16.0%
5	不満	2	2.0%
6	わからない	1	1.0%
	不明	6	
	全体（不明を除く）	100	100.0%

問8　ス）トイレや休憩場所...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	44	43.1%
2	やや満足	24	23.5%
3	やや不満	16	15.7%
4	満足	11	10.8%
5	不満	5	4.9%
6	わからない	2	2.0%
	不明	4	
	全体（不明を除く）	102	100.0%

問8　セ）店やイベント開催等の情報発信...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	52	51.5%
2	やや満足	19	18.8%
3	やや不満	12	11.9%
4	満足	11	10.9%
5	不満	6	5.9%
6	わからない	1	1.0%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	101	100.0%

問8　ソ）買物以外の楽しみ...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	普通	59	59.0%
2	やや不満	14	14.0%
3	やや満足	14	14.0%
4	満足	6	6.0%
5	不満	5	5.0%
6	わからない	2	2.0%
	不明	6	
	全体（不明を除く）	100	100.0%

問9　商店街に必要なこと…(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	7.街歩きが楽しめる	50	47.2%
2	1.交流の場	47	44.3%
3	2.何でもそろう買い物の場	42	39.6%
4	5.学生など若い人でにぎわっている	34	32.1%
5	4.高齢者が利用しやすい	21	19.8%
6	6.防犯がしっかりしており、安心して買い物できる	19	17.9%
7	3.託児所があるなど子どもを連れて買い物しやすい	18	17.0%
8	9.外国人も買い物しやすい環境（多言語、キャッシュレス）が整っている	8	7.5%
9	8.商品の宅配など買物弱者への取り組みを行っている	3	2.8%
10	10.その他	3	2.8%
	不明	0	
	全体（不明を除く）	106	100.0%

問10　買物目的でどこまで行くか…(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.庄内地域内まで	31	30.7%
2	4.隣県まで	25	24.8%
3	3.県内まで	24	23.8%
4	1.酒田市内のみ	12	11.9%
5	5.首都圏まで	8	7.9%
6	6.海外まで	1	1.0%
	不明	5	
	全体（不明を除く）	101	100.0%

２－２　観光地（山居倉庫ほか）でのアンケート

問1　性別...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.女性	19	36.5%
2	1.男性	33	63.5%
	不明	3	
	全体（不明を除く）	52	100.0%

問1　年齢...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	3.30歳代	14	25.5%
2	6.60歳代	14	25.5%
3	5.50歳代	12	21.8%
4	4.40歳代	7	12.7%
5	2.20歳代	5	9.1%
6	7.70歳以上	3	5.5%
7	1.20歳未満	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問1　お住まい...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.山形県以外	40	74.1%
2	1.山形県内	14	25.9%
3	3.海外	0	0.0%
	不明	1	
	全体（不明を除く）	54	100.0%

問2　酒田来訪目的（主目的◎）...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.歴史・文化施設を訪れる	10	29.4%
2	4.当地の味覚を味わう	5	14.7%
3	13.その他	5	14.7%
4	5.地場産品を購入する	4	11.8%
5	1.自然を満喫する	3	8.8%
6	3.街歩き・散策を楽しむ	2	5.9%
7	12.帰省	2	5.9%
8	6.イベントへの参加	1	2.9%
9	9.温泉に入る	1	2.9%
10	11.友人・知人と会う	1	2.9%
11	7.スポーツを楽しむ	0	0.0%
12	8.地元の人と交流する	0	0.0%
13	10.仕事	0	0.0%
	不明	21	
	全体（不明を除く）	34	100.0%

問2　酒田来訪目的（他の目的○）...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.歴史・文化施設を訪れる	16	29.1%
2	4.当地の味覚を味わう	12	21.8%
3	9.温泉に入る	11	20.0%
4	3.街歩き・散策を楽しむ	10	18.2%
5	5.地場産品を購入する	6	10.9%
6	1.自然を満喫する	4	7.3%
7	6.イベントへの参加	0	0.0%
8	7.スポーツを楽しむ	0	0.0%
9	8.地元の人と交流する	0	0.0%
10	10.仕事	0	0.0%
11	11.友人・知人と会う	0	0.0%
12	12.帰省	0	0.0%
13	13.その他	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問3　酒田のことを知った方法（主◎）...(ＳＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	1.以前に来たことがある	25	53.2%
2	2.テレビ、ラジオの情報	4	8.5%
3	5.自治体や観光協会のWEBサイト・	4	8.5%
4	9.その他	4	8.5%
5	4.新聞や雑誌の記事	3	6.4%
6	6.個人のブログ・インターネット掲	3	6.4%
7	7.家族や知人からの情報	2	4.3%
8	3.パンフレット	1	2.1%
9	8.旅行会社の紹介	1	2.1%
	不明	8	
	全体（不明を除く）	47	100.0%

問3　酒田のことを知った方法（その他○）...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	2.テレビ、ラジオの情報	5	9.1%
2	1.以前に来たことがある	4	7.3%
3	5.自治体や観光協会のWEBサイト・	3	5.5%
4	6.個人のブログ・インターネット掲	3	5.5%
5	3.パンフレット	2	3.6%
6	4.新聞や雑誌の記事	2	3.6%
7	7.家族や知人からの情報	1	1.8%
8	9.その他	1	1.8%
9	8.旅行会社の紹介	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問4　酒田での食事...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	6.ラーメン	19	34.5%
2	1.郷土料理	17	30.9%
3	2.寿司	16	29.1%
4	3.和食（寿司以外）	9	16.4%
5	4.洋食	5	9.1%
6	10.その他	5	9.1%
7	7.麺類（ラーメン以外）	3	5.5%
8	8.焼肉	2	3.6%
9	9.ファーストフード	1	1.8%
10	5.中華料理	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問6　酒田で買う土産...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	3.菓子	28	50.9%
2	1.酒	19	34.5%
3	7.水産加工品	10	18.2%
4	8.民芸品・工芸品	6	10.9%
5	4.果物	4	7.3%
6	6.農産加工品（麺類以外）	4	7.3%
7	2.米	3	5.5%
8	5.麺類	3	5.5%
9	9.その他	3	5.5%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問7　酒田観光への要望...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	6.街歩きが楽しめる環境づくり	14	25.5%
2	2.街なかの案内表示の整備	13	23.6%
3	1.Ｗｉ－Ｆｉの整備	12	21.8%
4	4.観光マップの充実	12	21.8%
5	3.WEBでの観光情報の拡充	8	14.5%
6	5.段差の解消など高齢者への対応、バリアフリー化	3	5.5%
7	7.外国人も買い物しやすい環境づくり（多言語、キャッシュレス化）	2	3.6%
8	8.その他	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

問5　酒田で訪れた施設・場所...(ＭＡ)

No.	カテゴリー名	n	%
1	17.さかた海鮮市場、みなと市場	30	54.5%
2	1.土門拳記念館	13	23.6%
3	2.本間美術館	13	23.6%
4	3.本間家旧本邸	13	23.6%
5	7.日和山公園	7	12.7%
6	8.南洲神社	7	12.7%
7	5.相馬樓	6	10.9%
8	16.中心商店街	6	10.9%
9	20.その他	6	10.9%
10	11.酒田市美術館	4	7.3%
11	4.旧鐙屋	3	5.5%
12	13.山王くらぶ	3	5.5%
13	9.日枝神社	2	3.6%
14	18.酒田海洋センター	2	3.6%
15	19.飛島	2	3.6%
16	10.海向寺	1	1.8%
17	6.清亀園	0	0.0%
18	12.出羽遊心館	0	0.0%
19	14.旧割烹小幡	0	0.0%
20	15.光丘文庫	0	0.0%
	不明	0	
	全体	55	100.0%

平成 31 年 3 月

酒田市商店街連合会　委託

湊町にあった商店街づくりのためのデータベースと最新データ（意向調査事業）による２１世紀型商店街づくり事業

平成 30 年度地域まちなか商業活性化支援事業に係る業務　報告書（Vol.01）

株式会社フィデア総合研究所
〒990-0043　山形県山形市本町一丁目４番 21 号
Tel:023-626-9017　　E-mail:fsn@f-ric.co.jp　　URL:https://www.f-ric.co.jp/