

大和市商業動態調査

概要報告書

平成 22 年 3 月

大 和 市

平成21年度 大和市商業動態調査概要報告書

目 次

第1章	調査の概要	
1.	調査の目的	3
2.	実態調査の内容	7
(1)	家庭買物調査アンケート	7
(2)	商店経営者アンケート調査	7
(3)	eモニターによるアンケート	7
第2章	調査結果の概要	
1.	市民の消費動向	11
2.	商店経営の動向	25
3.	地区別にみる課題	
	つきみ野地区にみる課題	31
	中央林間地区にみる課題	33
	南林間地区にみる課題	35
	鶴間地区にみる課題	37
	大和地区にみる課題	39
	桜ヶ丘地区にみる課題	41
	高座渋谷地区にみる課題	43
	相模大塚地区にみる課題	45
4.	eモニターによるアンケート	49

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

大和市内の商店街および大型店舗に対する消費者の評価及び今後の要望を確認し、大和市商業の基礎的データの把握を目的とする。

また、消費者のニーズと動向を把握する一方で、商店経営者の個店としての経営状況と営業方針、各地区商店会・商店街の発展に向けた条件や、今後の商業振興に結びつける要素を確認するための調査とする。

各調査の調査目的・視点は次のとおりとする。

家庭買物調査アンケート

大和市民の買物動向を把握し、消費者の心理と購買行動を分析する。

既存個店・商店街について

- ・大和市内の商店街に対する消費者の評価及び今後の要望を確認することにより、個店として、商店街として取りくむべき経営方針の方向性を導きだす。

大型商業施設出店に対する評価と新たな購買方法について

- ・大型商業施設の出店を受け、消費者がそこに何を期待し、また何を懸念しているのかを把握し既存の商店街等との共存共栄策を探る手がかりを見つける。
- ・また、IT化の進展が著しい中、消費者の購買方法も今後ますます多様化することが想定される。特に前回調査時からパソコンの個人所有率が向上し、インターネットショッピングに対する環境整備が進んでいることから、消費者の利用状況及び今後の利用意向を把握し、個店や商店街の新規顧客の獲得と販売拡大に向けた販売方法の確立につなげる。

商店経営者アンケート調査

個店としての経営状況

- ・売上高、粗利益、買い上げ客数、客層、客単価、資金事業などの経営状況および経営上の問題点・今後の対策を把握する。

所属している商店街について

- ・商店経営者自身が感じている商店街の経営状況や運営についての現状と課題を把握する。
- ・消費者が捉えている商店街の評価との相違を確認し、今後の経営方針に結びつける。

やまとeモニター制度調査

大和市民の買物動向を把握し、消費者の心理と購買行動を分析する。

普段の買い物の状況について

- ・大和市の商業施設の利用状況、買い物先に対する希望、商店街が発展するための必要な条件等を把握し、本市商業発展のための資料とする。

2. 実態調査の内容

2. 実態調査の内容

(1) 家庭買物調査アンケート

調査対象	大和市内の 4,731 世帯
調査方法	郵送による配布、回収（留め置き期間 2 週間）
調査内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ 回答者の属性・世帯の状況 ・ 買物先 ・ 購買行動 ・ 商店街の印象・要望 ・ 大型店の印象・要望 など
調査期間	平成 21 年 9 月上旬～9 月中旬
有効回収票数	1,388 票（有効回収率：29.3%）

(2) 商店経営者アンケート調査

調査対象	大和市内 35 の商店会等の組織に属する商業者 1,418 店を対象
調査方法	商店会等の協力を得て、訪問配布・個別回収方式により調査（留め置き期間 1 ヶ月）
調査内容	現在の経営状況・経営に対する考え 商店会活動・商店街の発展策 大型店との関係 ホームページ等の活用によるネット販売についての考え
調査期間	平成 21 年 9 月下旬～10 月下旬
有効回収票数	558 票（有効回収率：39.4%）

(3) やまと e モニター制度アンケート

調査対象	e モニター制度に登録している 860 人
調査方法	インターネット、携帯電話により登録者にアクセスし、回答を得る。
調査内容	大和市での商業施設の利用状況 市内でよく買い物をするもの 買い物先への希望、商店街が発展するための必要な条件等
調査期間	平成 21 年 9 月下旬～10 月上旬
有効回収票	394 票（有効開票率：45.8%）

第2章 調査結果の概要

1. 市民の消費動向

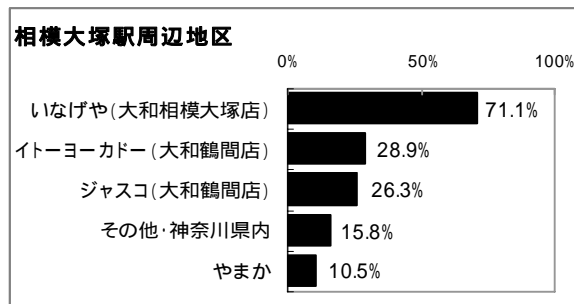
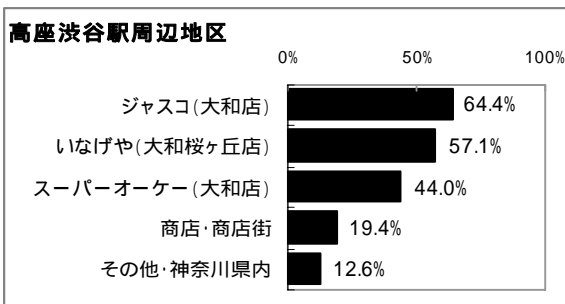
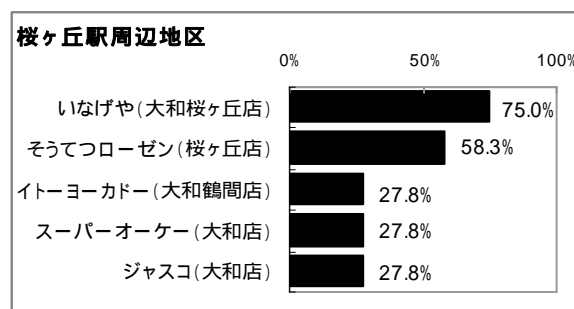
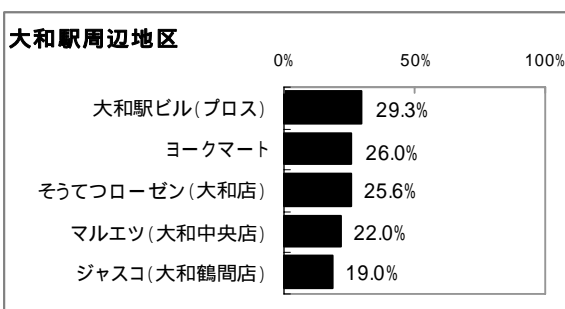
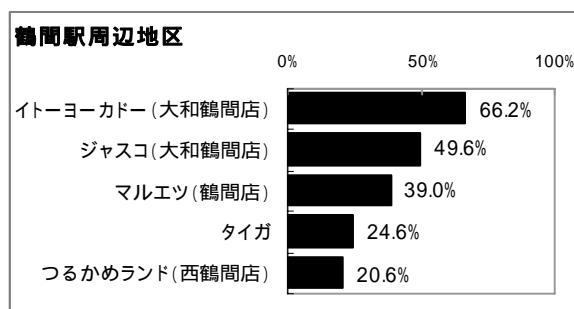
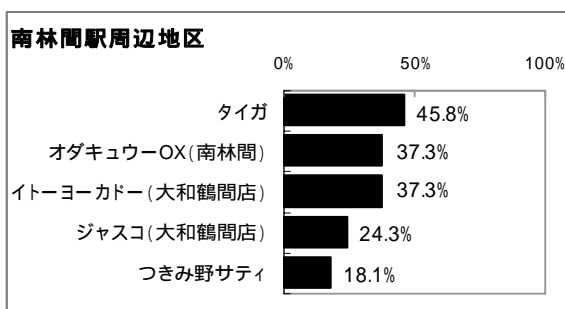
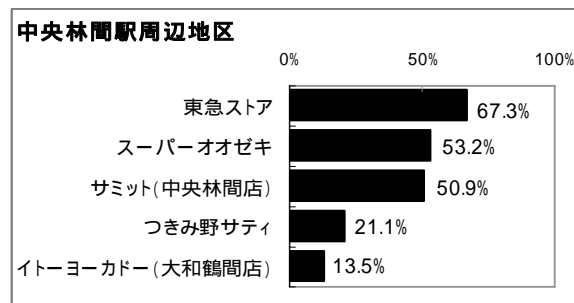
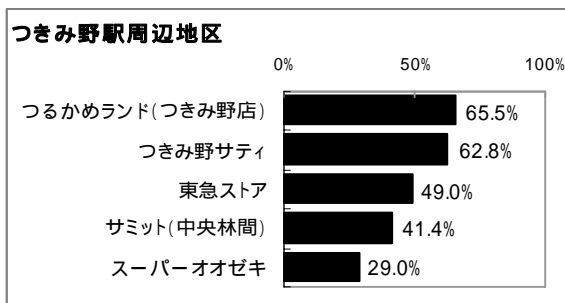
第2章 調査結果の概要

1. 市民の消費動向

①大和市民の主な買物先

〔品目別の買物先 (1) 生鮮食品(上位5位)〕

全ての地区で、地元立地する店舗が第1位にあげられるが、鶴間駅周辺地区以外にも、南林間駅周辺地区や相模大塚駅周辺地区では、大和オークシティの利用が前回同様、目立つ。最も集客率が高いのは、桜ヶ丘駅周辺地区で第1位のいなげや(大和桜ヶ丘店)である。



* 大和オークシティとは、イトーヨーカドー(大和鶴間店) ジャスコ(大和鶴間店)を示す

図2-1-1 生鮮食品の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (2) 一般食料品(上位5位)〕

つきみ野駅周辺地区と大和駅周辺地区以外は、生鮮食品とほぼ変わらない店舗を利用している傾向がみられる。

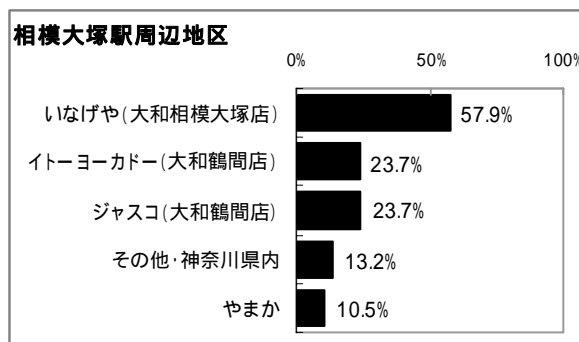
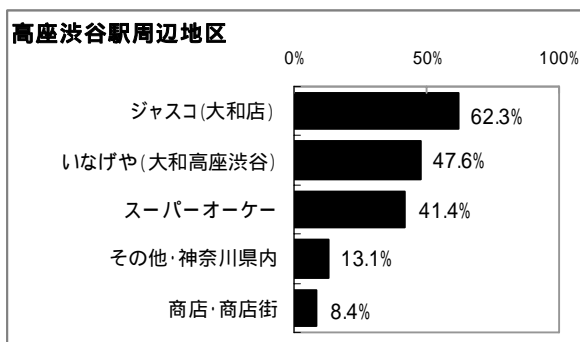
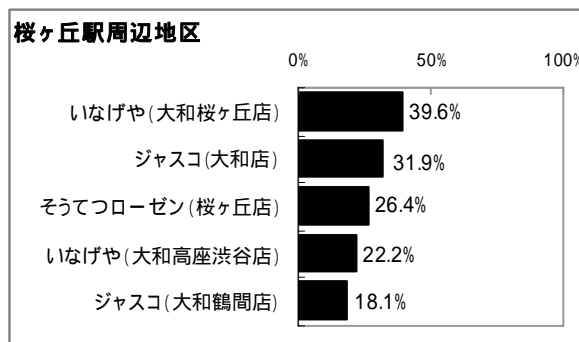
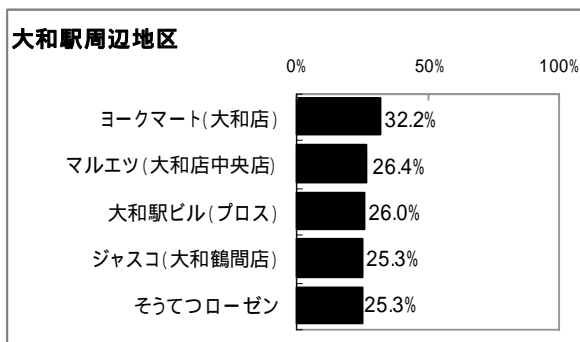
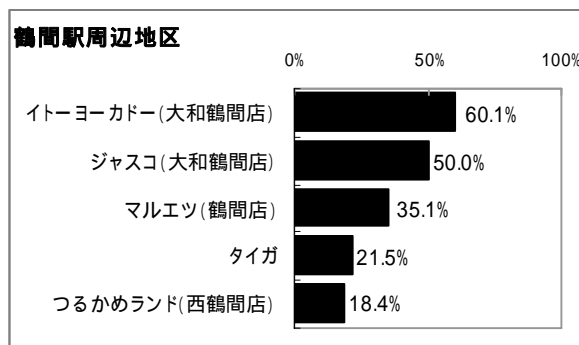
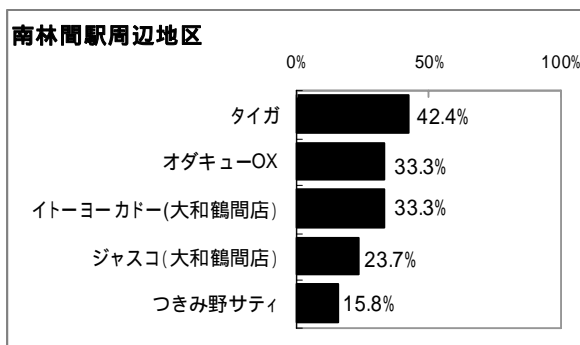
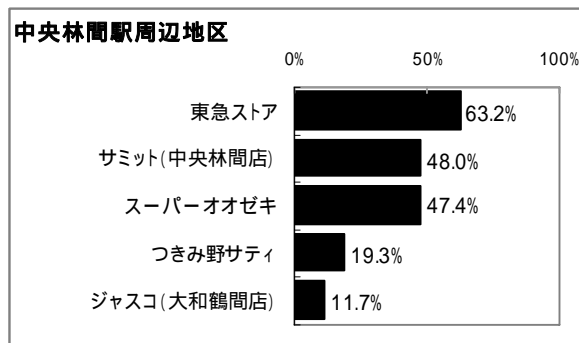
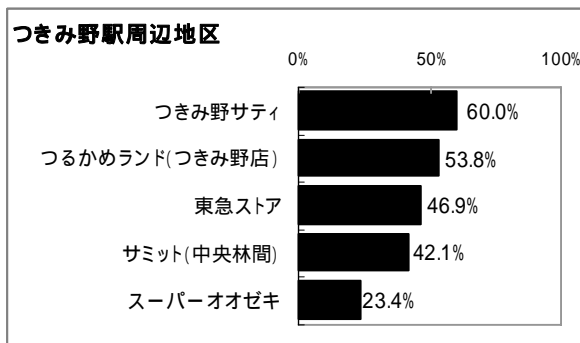


図2-1-2 一般食料品の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (3) 日用雑貨品(上位5位)〕

鶴間駅周辺地区で、イトーヨーカドーが5割の集客を集めているのが目立つ。
また、大和駅周辺地区では、地元商店が第1位を占めるなど、ディスカウント・ストアや地元商店街の利用もみられる。

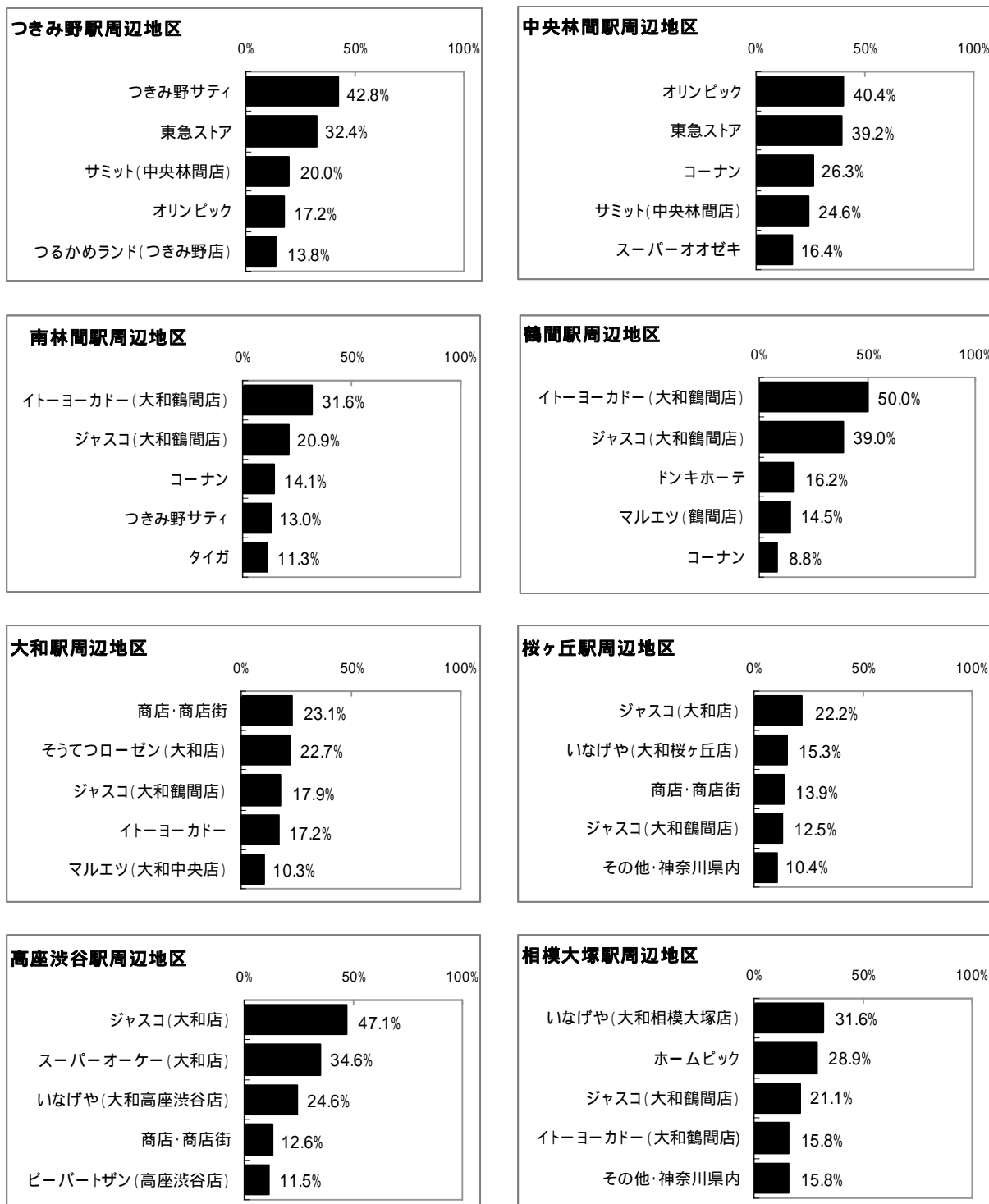


図2-1-3 日用雑貨品の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (4) 肌着・靴下類(上位5位)〕

全ての地区でイトーヨーカドーの利用があり、南林間駅周辺地区及び鶴間駅周辺地区では5割を超える集客率である。

また、北部地区では、しまむらの集客率が上位に入っている。

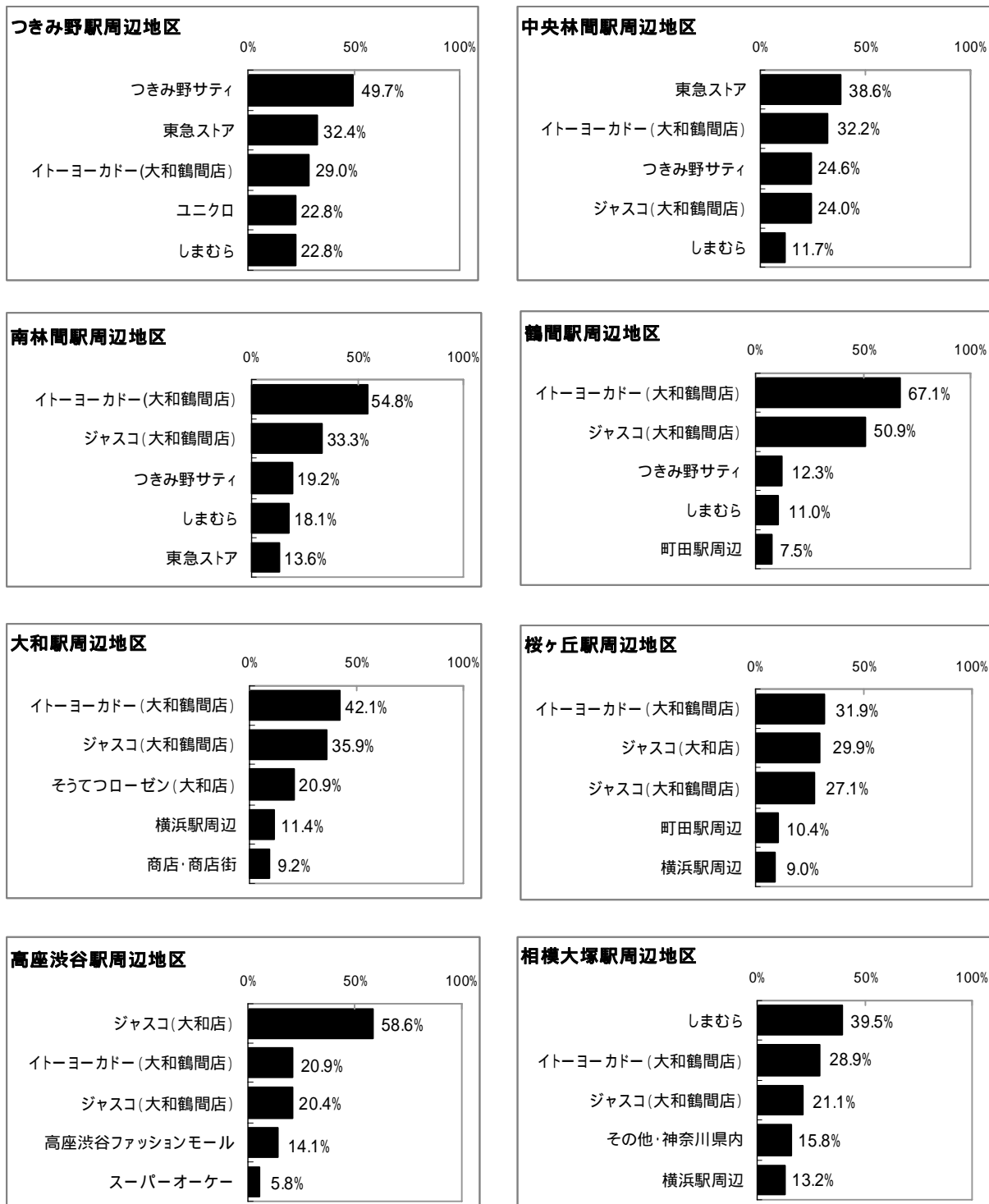


図2-1-4 肌着・靴下類の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (5) 紳士・婦人衣料(上位5位)〕

全ての地区で、イトーヨーカドーとジャスコの利用が上位を占めており、特に鶴間駅周辺地区においては、8割以上の人利用している。

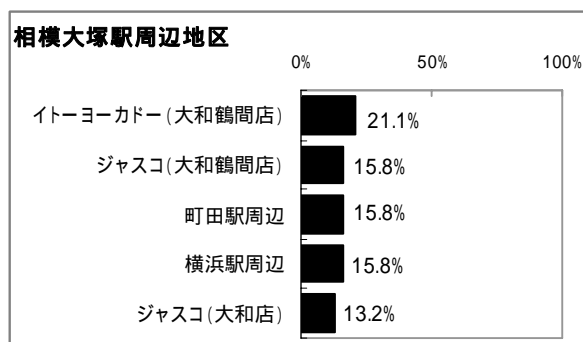
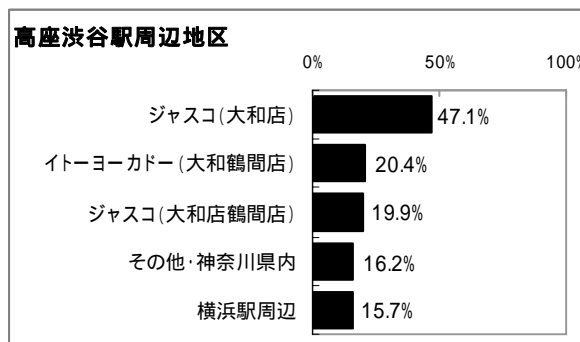
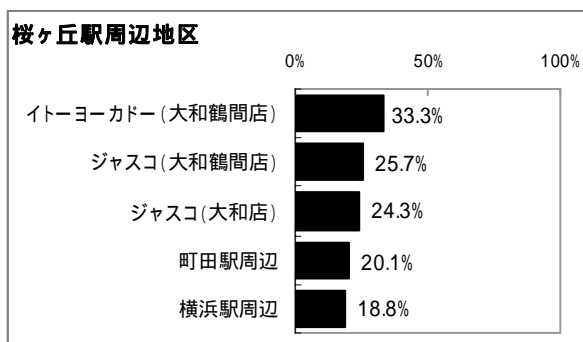
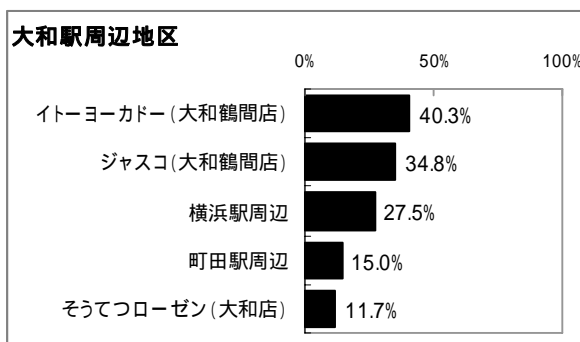
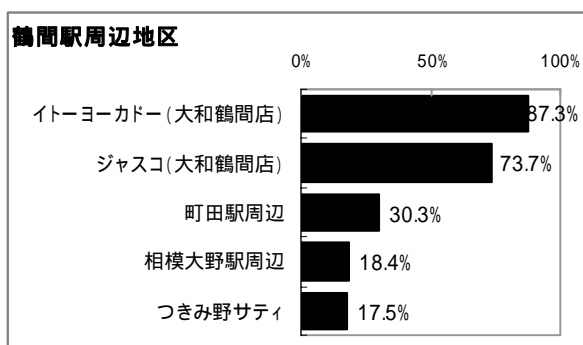
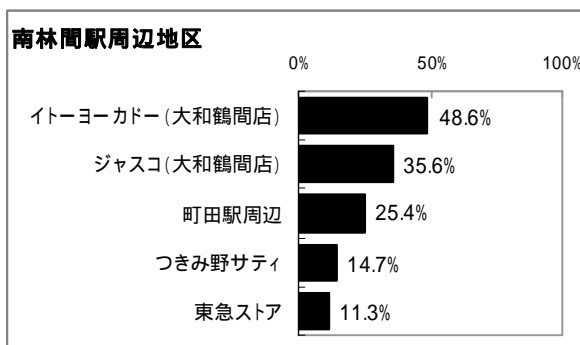
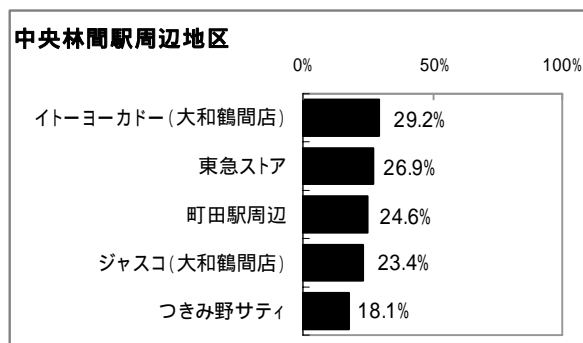
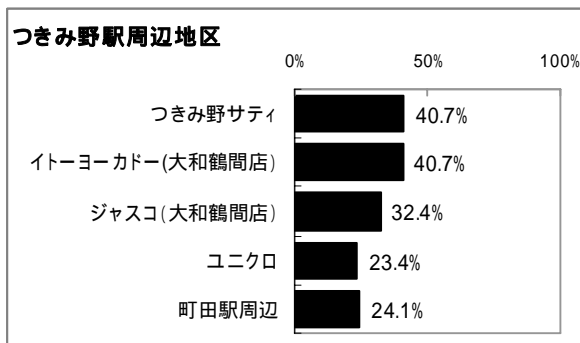


図2-1-5 紳士・婦人衣料の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (6) 身の回り品(上位5位)〕

全ての地区で、町田駅周辺や横浜駅周辺などの市外利用が多くなり、大和・桜ヶ丘・相模大塚駅周辺地区の市外利用が目立つ。

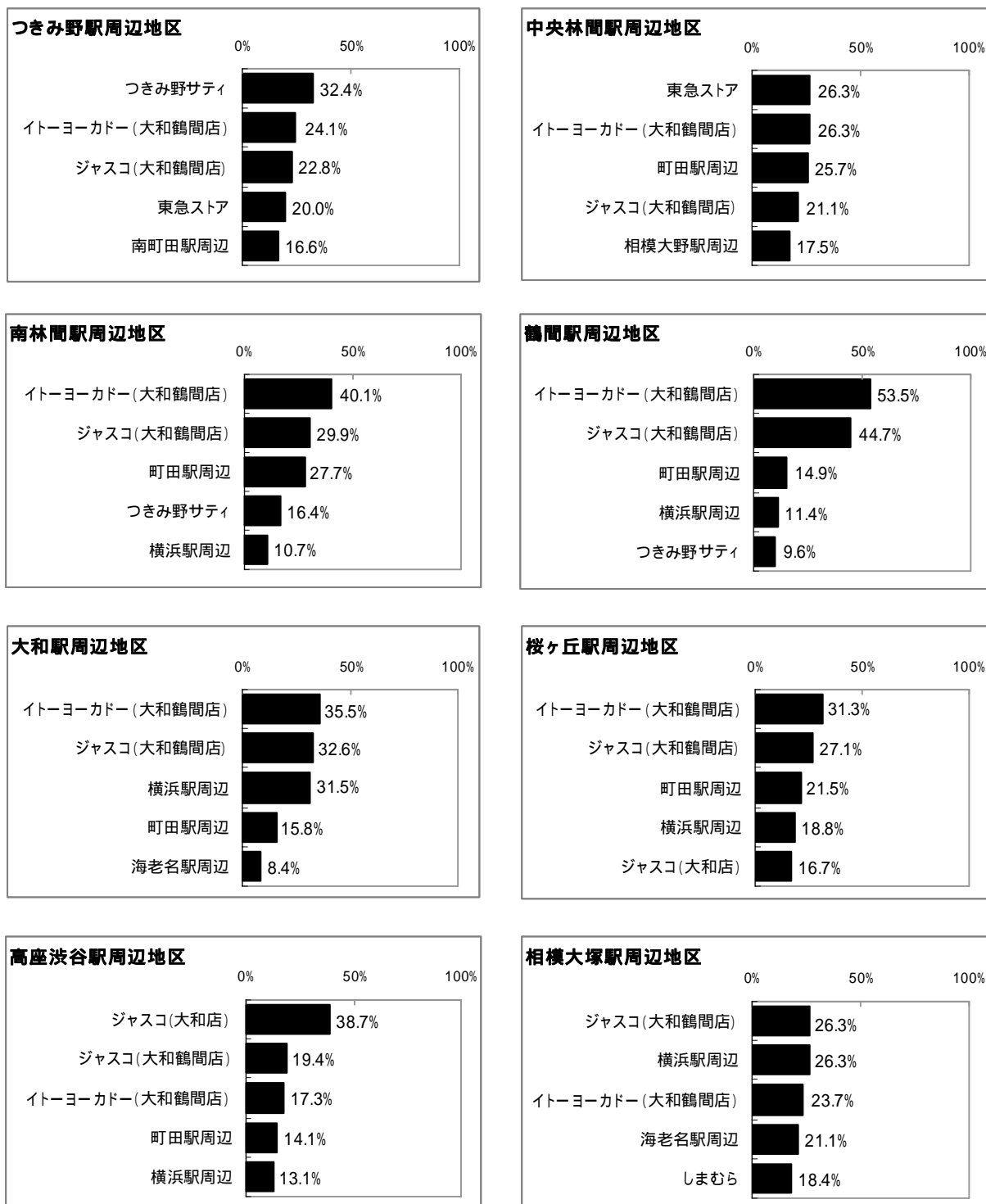


図2-1-6 身の回り品の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (7) 家電品・家具(上位5位)〕

家電品については、すべての地区でヤマダ電機が上位を占めているが、家具については、市内の店舗ではなく市外を利用する傾向にある。

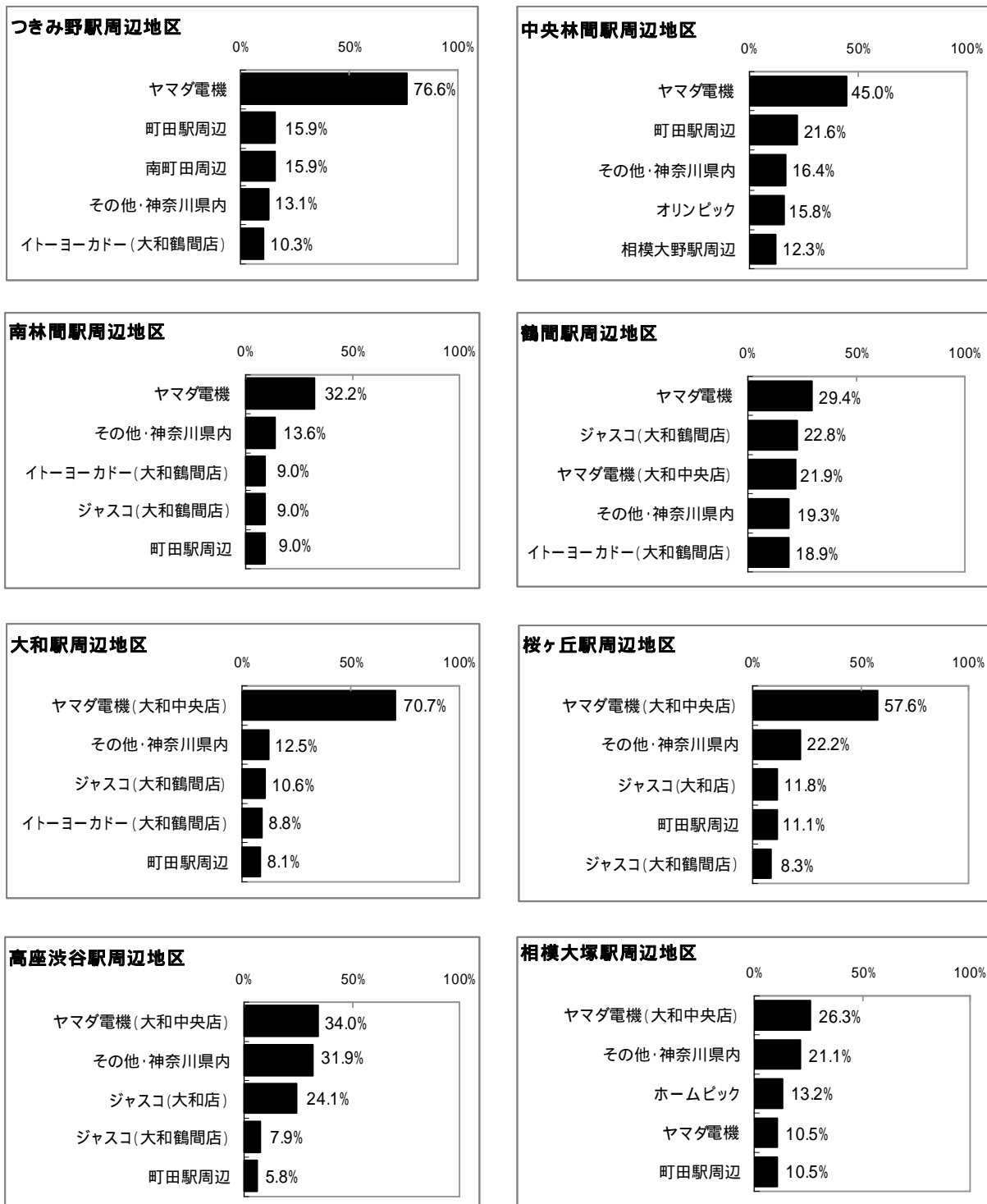


図2-1-7 家電品・家具の買物先(地区別)

〔品目別の買物先 (8) 娯楽品(上位5位)〕

北部地区では、つきみ野サティと東急ストアの利用が目立つ。
大和駅周辺地区では、大和駅ビル(プロス)の利用率が高く、桜ヶ丘・高座渋谷駅周辺地区でも大和駅ビル(プロス)の利用が目立つ。

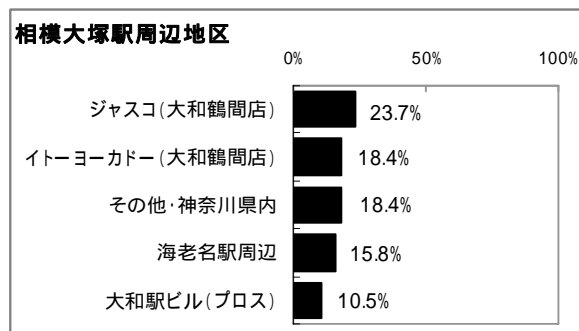
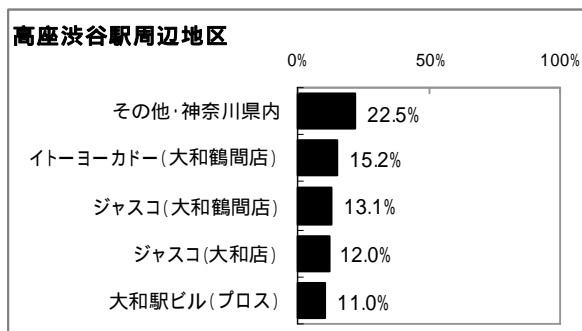
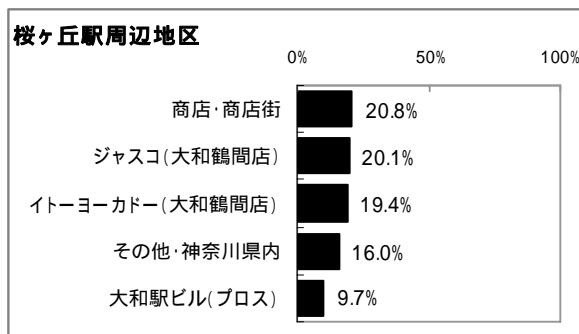
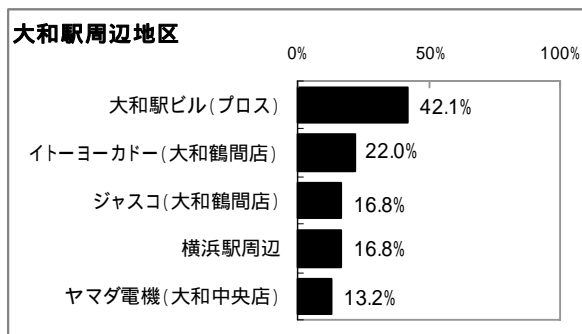
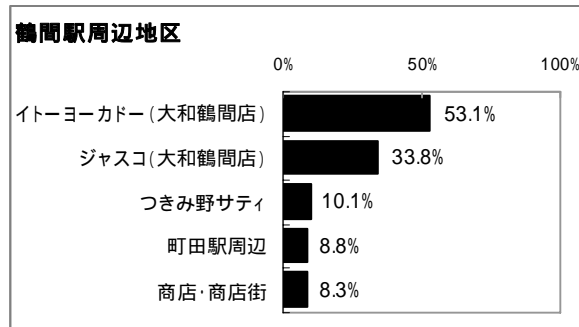
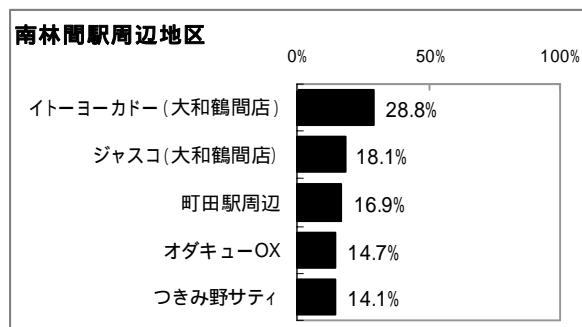
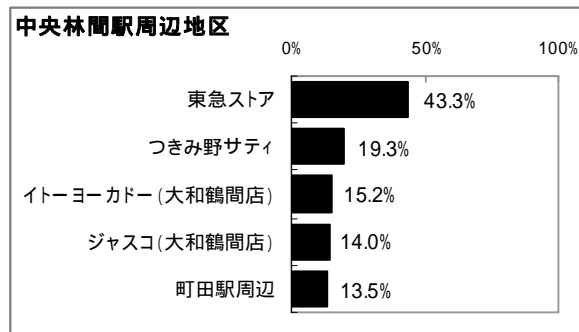
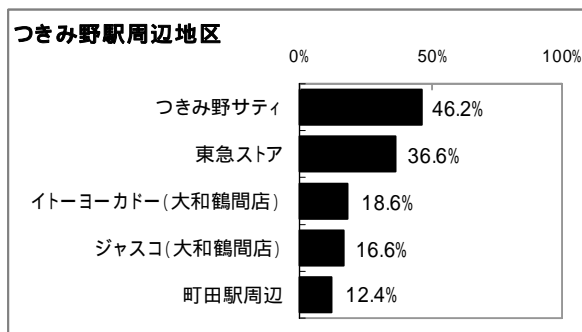


図2-1-8 娯楽品の買物先(地区別)

②店選びの基準

市内全域で、どの品目においても、店を選ぶ際には、「商品の品揃え(豊富さ)」や「値段の安さ」を重視する傾向がみられる。

生鮮食品の場合の、「商品の鮮度」と日用雑貨品の「値段の安さ」・「品揃え(豊富さ)」及び娯楽品の「品揃え」が際立って高い数値を示している。

【店を選ぶ際に重視する条件】

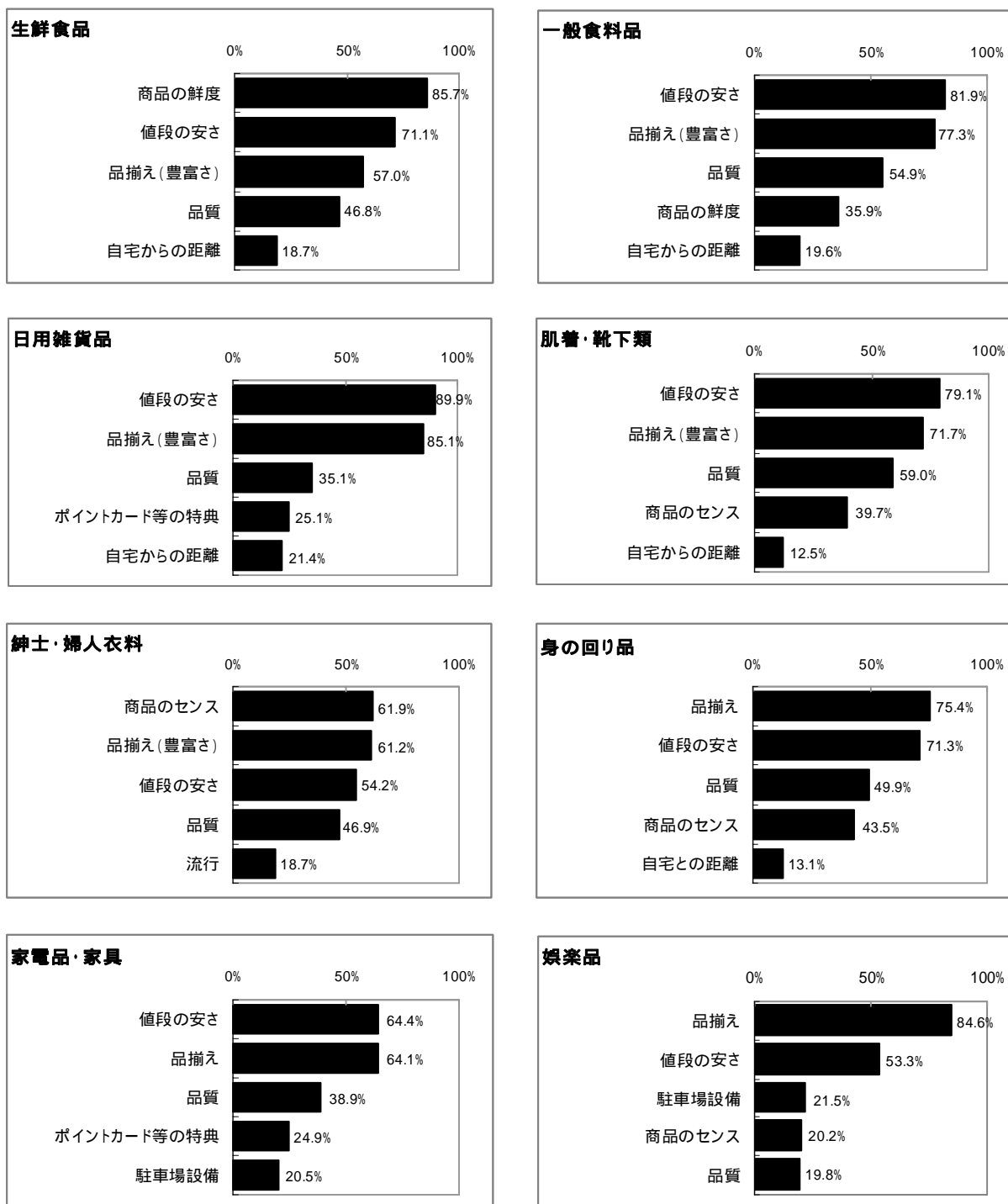


図2-1-9 店選びの重視条件(品目別)

③商業地の印象

鶴間駅周辺地区は大型店の充実度、中央林間駅・南林間駅・大和駅・高座渋谷駅・相模大塚駅周辺地区は商店の営業時間に満足度が高い。

つきみ野駅周辺地区は、商店街の安全性や歩きやすさを、一番の満足度にあげている。

桜ヶ丘駅周辺地区では、接客サービス・マナーが一番になっており、他の全地区でも接客サービス・マナーが上位3位以内にあげられている。

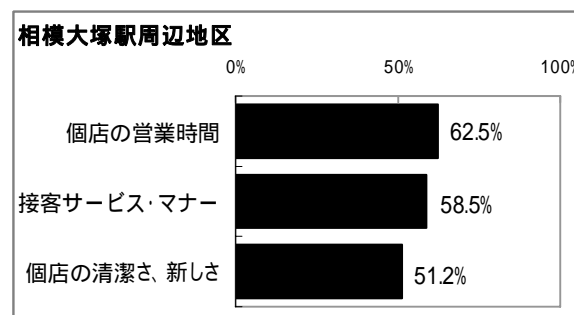
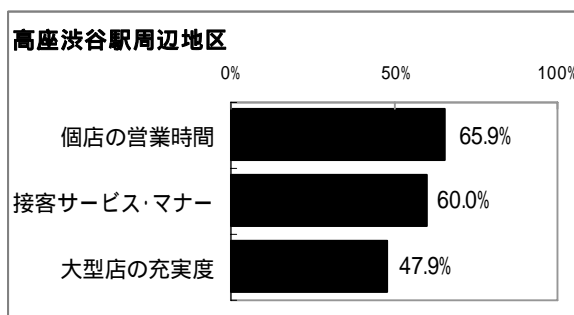
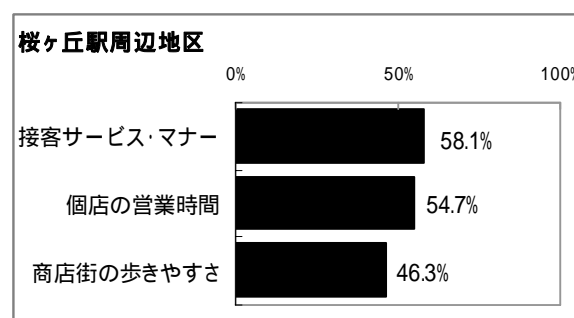
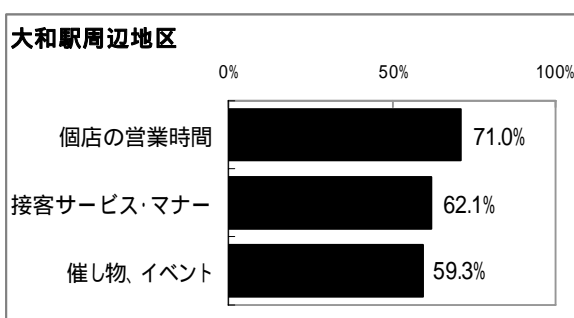
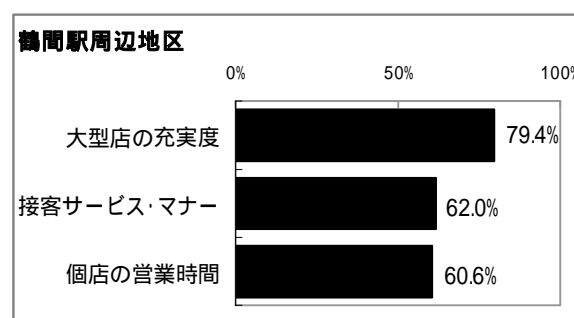
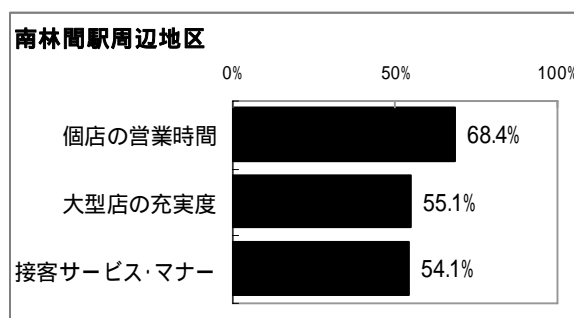
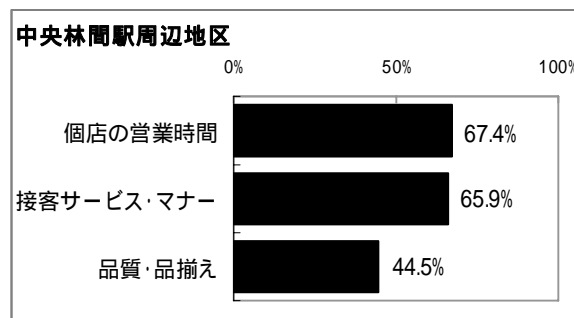
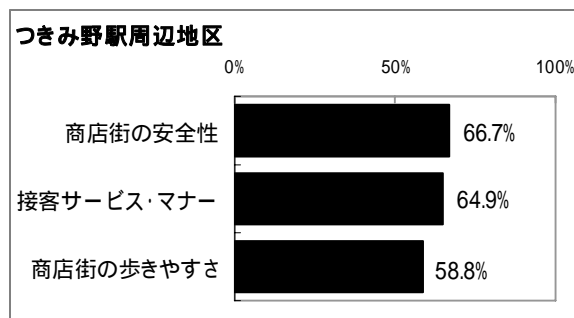


図2-1-10 商業地の満足度（地区別）

④自動車対策(駐車場対策)

車の利用は全地区でみると、前回調査に比べやや増加傾向にあり、4割近くを占め最も多い。

相模大塚地区が1番高い利用率を示しているが、中央林間地区と桜ヶ丘地区の利用率の伸びが著しい。

車利用に次いで、自転車・バイク、徒歩の順で多く、全体の8割以上を占めている。

【交通手段(地区別)】

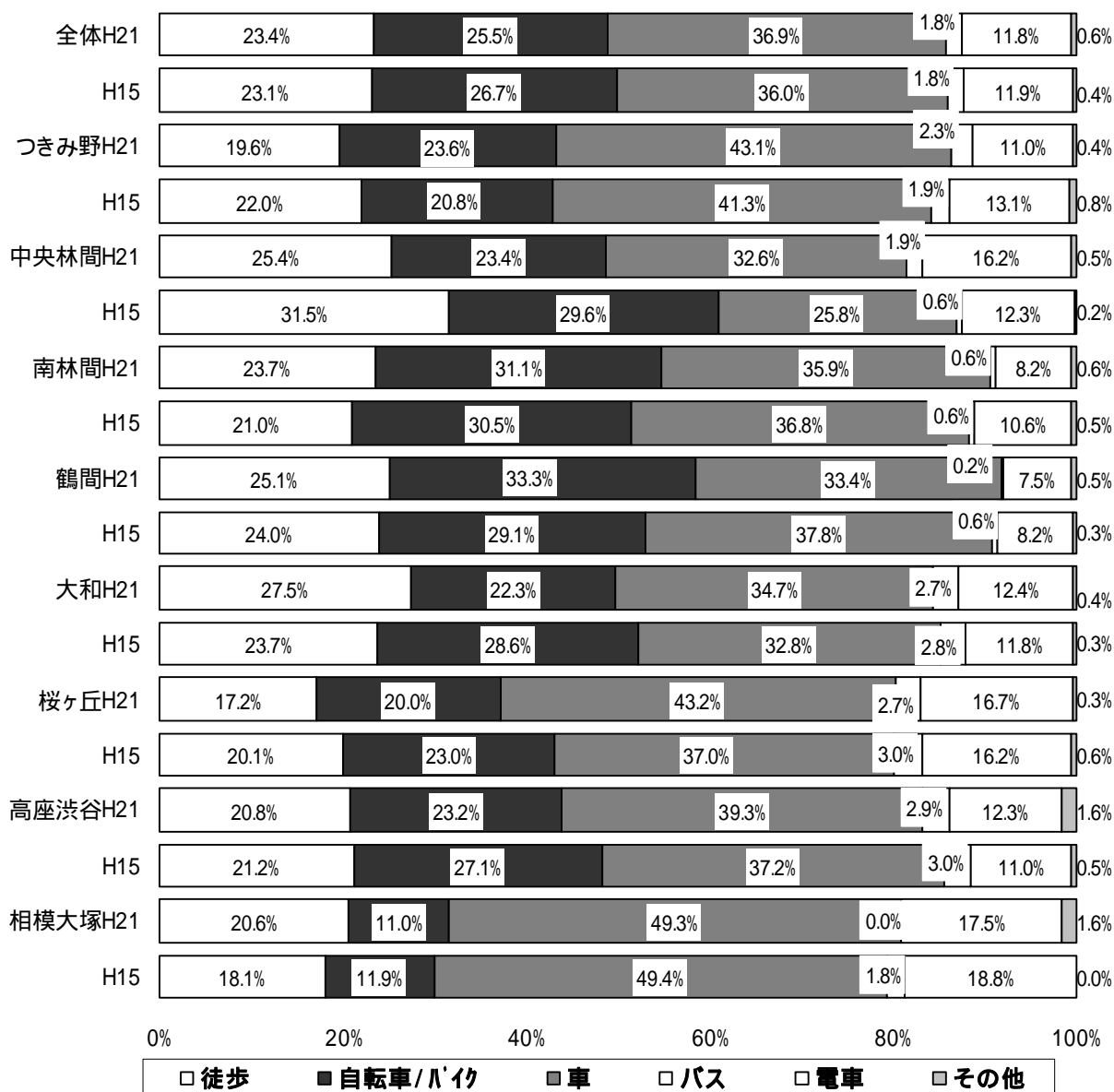


図2-1-11 交通手段の推移(地区別)

2. 商店経営の動向

①商店経営者の状況

全市において、50代の経営者が前回に比べ35%から20%に15ポイント減少したものの、60代の経営者が逆に42%から50%と8ポイント増加し、高齢化が顕著となった。経営後継者については、前回調査時とほぼ同率の結果となった。

商店経営者の年齢構成

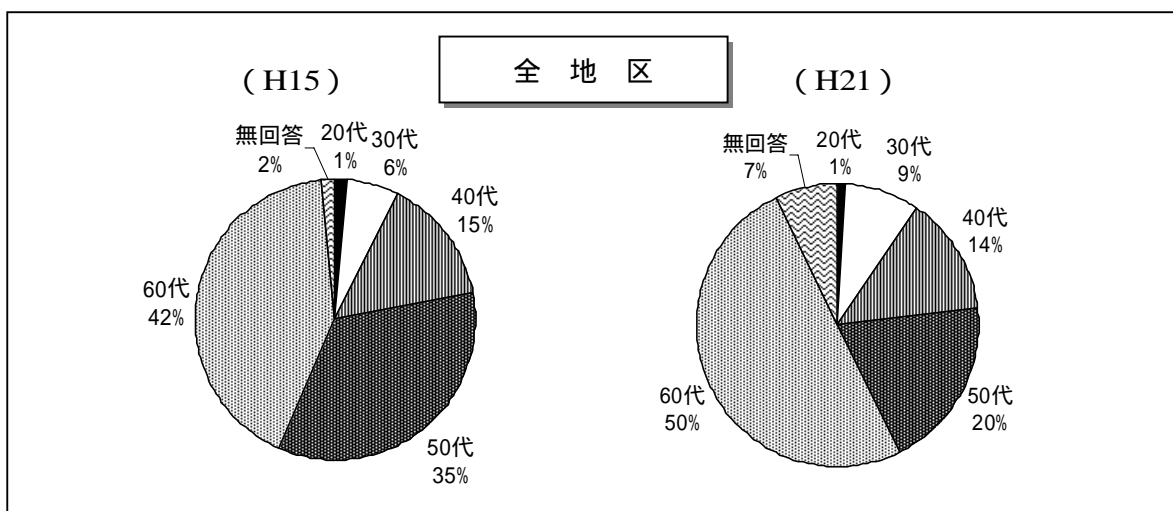


図 2 - 2 - 1 商店経営者の年齢構成 (全地区、前回調査比較)

経営後継者の状況

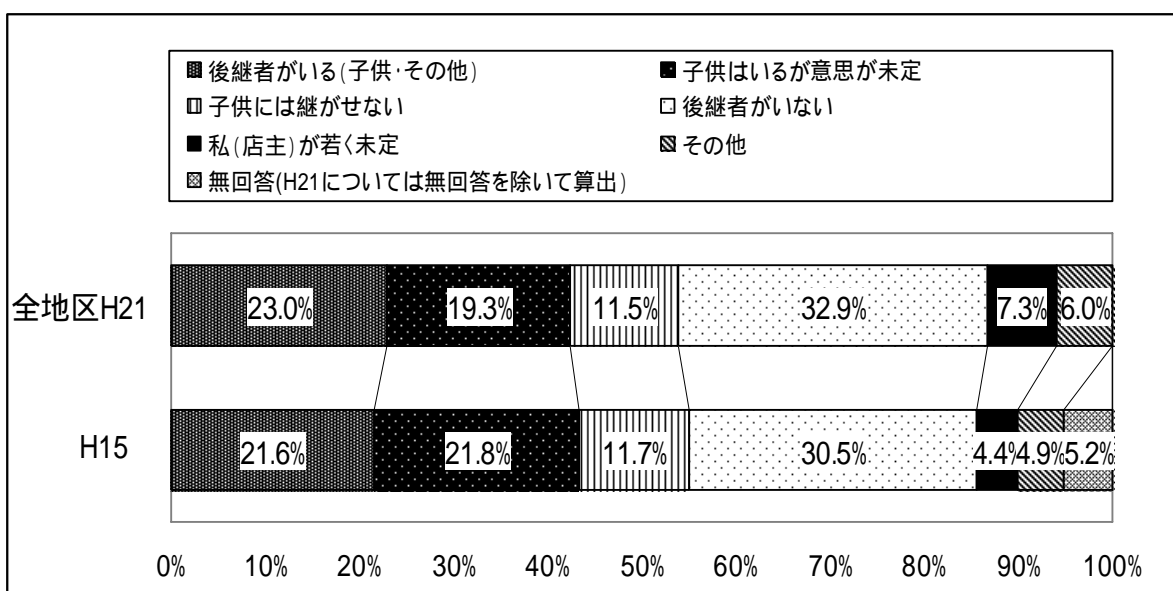


図 2 - 2 - 2 経営後継者の状況 (全地区、前回調査比較)

② 商店経営者が抱える問題点と今後の対策

経営上の問題点は、「売上の伸び悩み」「客数の減少」が上位を占め、前回調査時の状況と変化はない。

今後の対策としては、「販売促進 PR 方法を多様化、重点化する」「新たな販売ルート・営業体制を構築する」を優先する傾向がみられるほか、「インターネット販売システムを構築する」の割合が前回の 8.0%から 17.6%と増加した。

経営上の問題点（全市、全業種）

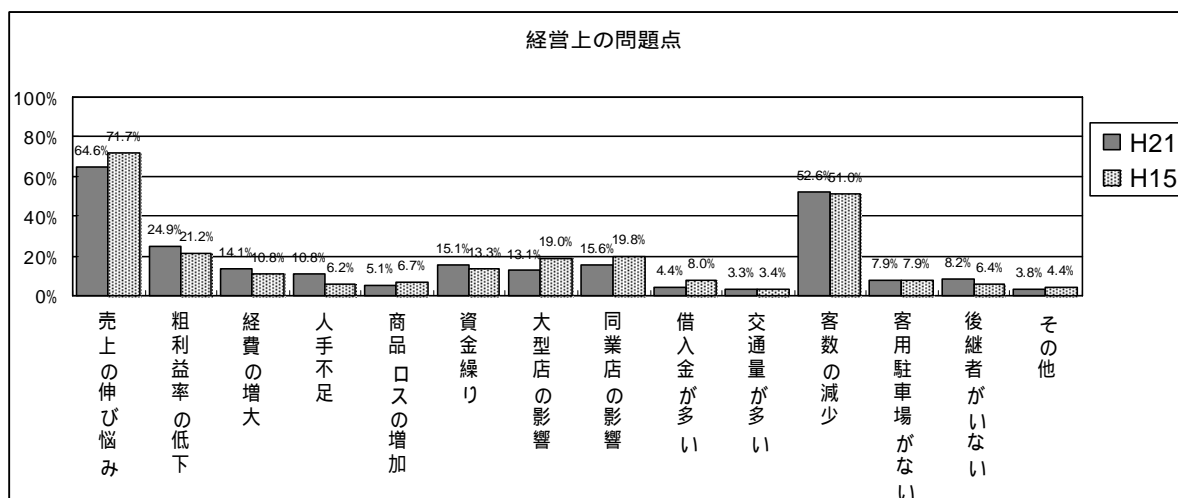


図 2 - 1 - 3 経営上の問題点（全市・全業種）

商店経営の今後の対策（全市、全業種）

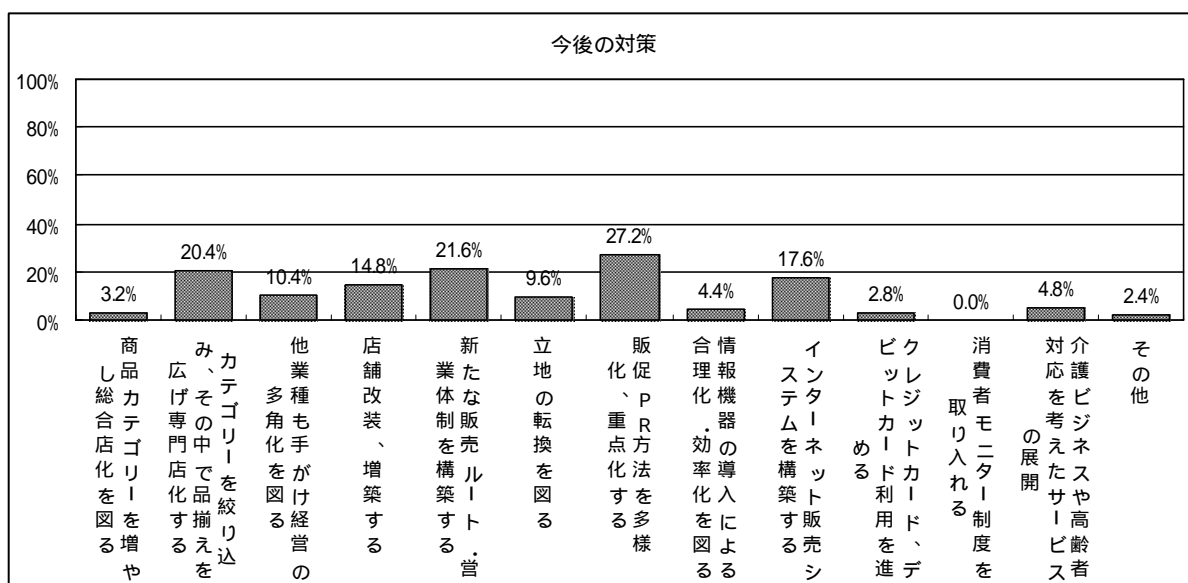


図 2 - 1 - 4 商店経営の今後の対策（全市・全業種）

③商店街の状況と今後発展策

「商店会全体の高齢化」、「商店会全体の意思疎通、協力意識の不足」の意見が多く、次いで、「商店会に若手や後継者がいない」、「商店会の催しの企画・実行に若い人の参加が少ない」と若手不足をあげる意見が多い。

商店街の発展条件として、「業種構成の魅力化」の意見がトップであった。

商店会の運営状況（全市・全業種）

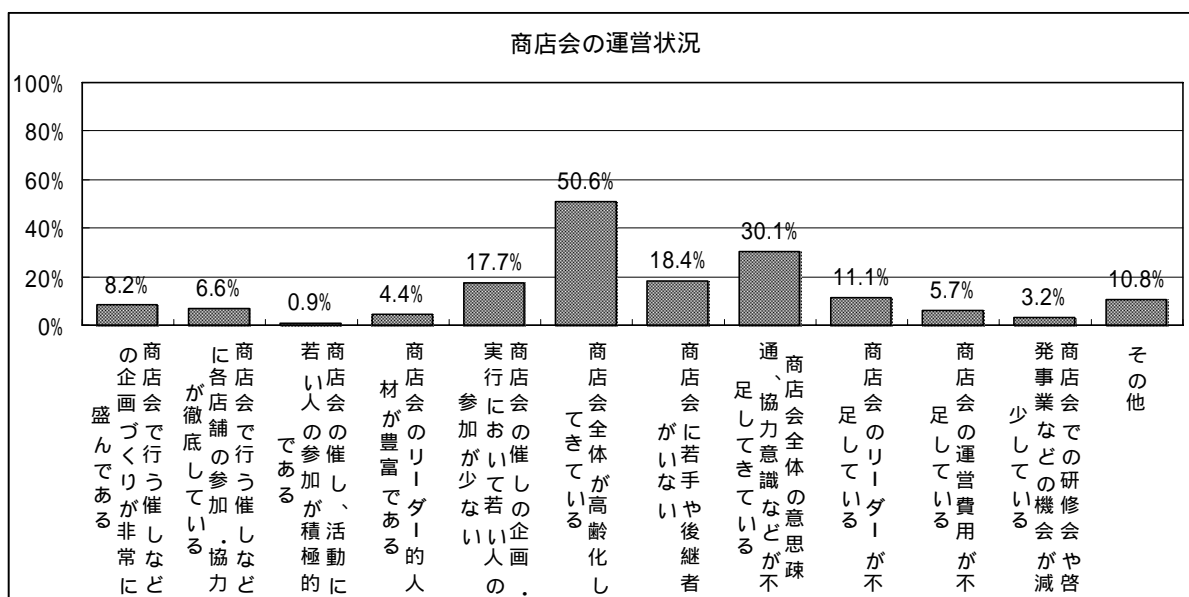


図 2 - 1 - 5 商店会の運営状況（全市・全業種）

商店街発展のための条件

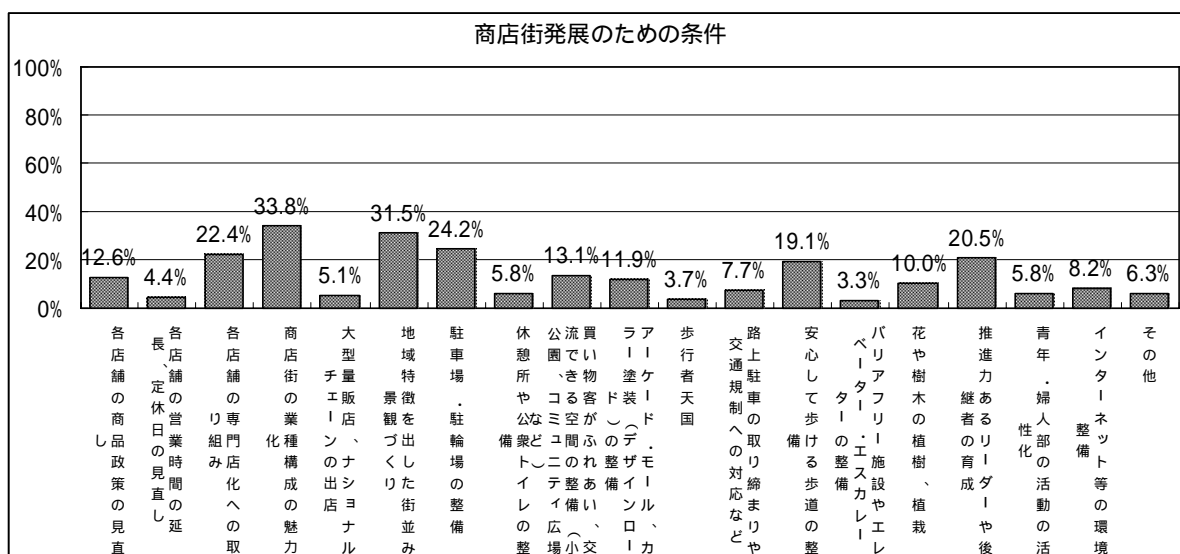


図 2 - 1 - 6 商店街発展のための条件

3. 地区別にみる課題

3. 地区別にみる課題

つきみ野地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買い物で、生鮮食品は、つるかめランド(つきみ野店)を利用する方が、つきみ野サティや東急ストアより多い結果となった。

一般食料品では、つきみ野サティ、つるかめランド(つきみ野店)、東急ストア、サミット(中央林間店)の順で利用している。

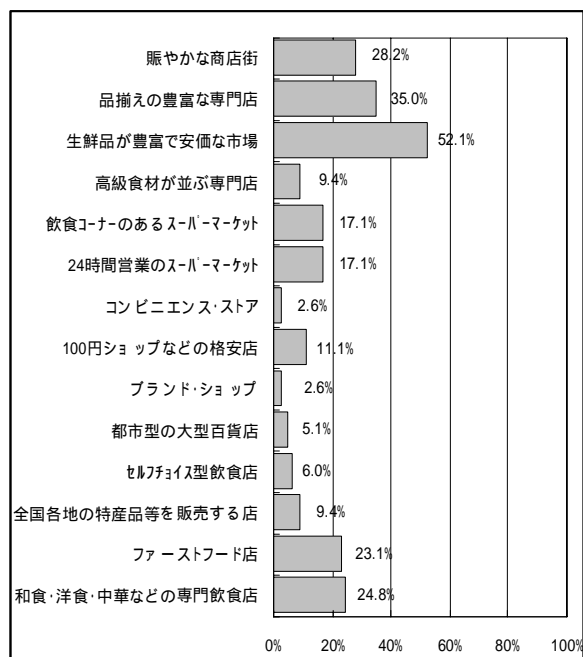
電気製品を除く日用雑貨品や衣料関係は、つきみ野サティを利用される方が最も多い。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」や「品揃えの豊富な専門店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「駐車場」「駐輪場」「公園や広場など憩いの空間」に対する要望があげられる。

〔商業施設〕



〔交通施設〕

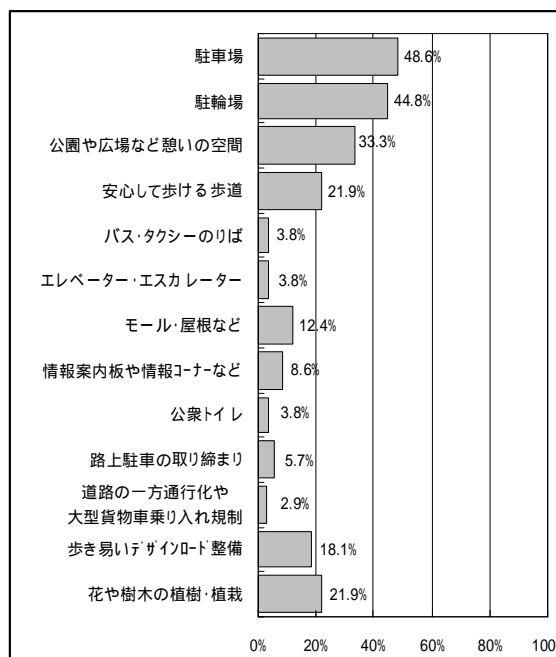
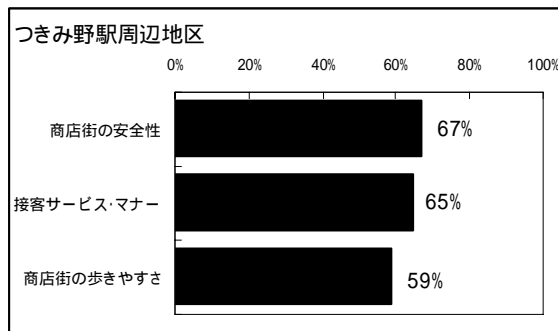


図2-4-1 最寄り駅周辺に必要な施設(つきみ野地区)

③地区の印象

商店街の安全性、接客サービス・マナー、商店街の歩きやすさについて満足度が高い。

商店街全体のにぎやかさ、催し物・イベント、品質・品揃えに対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-2 地区の印象（つきみ野地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

店舗周辺の花壇・植栽、定期的な美化・清掃活動は、すぐに取り組める傾向が強い。

駐車場・駐輪場の整備、共同販売活動の徹底実施は、将来的に取り組みたいとする割合が多い。

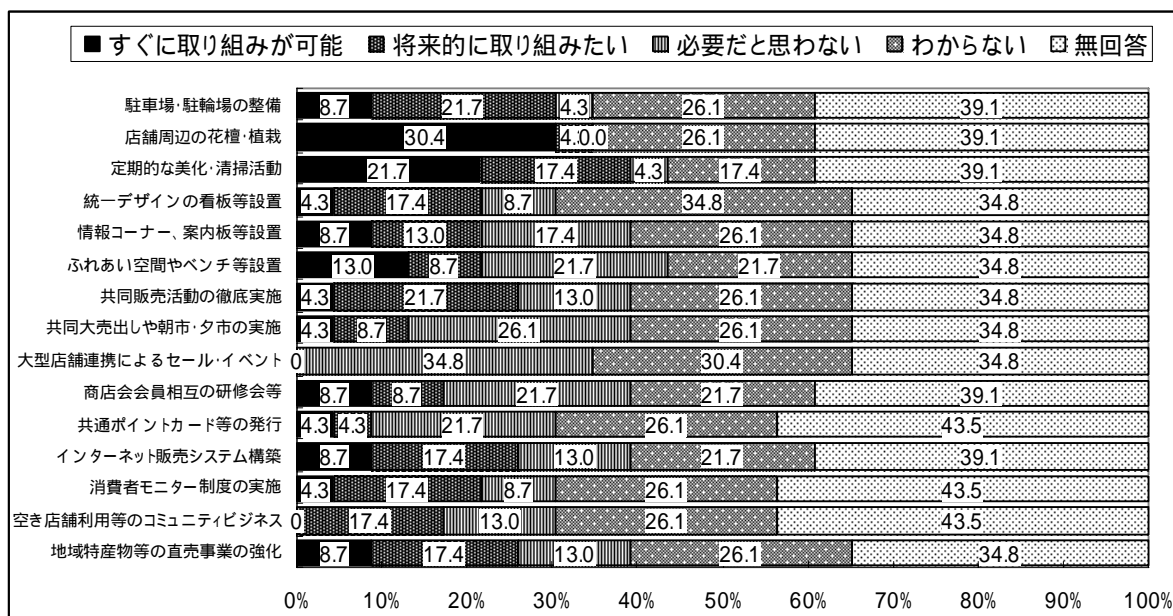


図2-4-3 経営者の取り組み意向（つきみ野地区）

■つきみ野地区商業振興に向けた課題の総括

最寄駅周辺や近隣の総合スーパーの利用が多く、地元商店街の利用率は、低い傾向がみられる。商店街の集客率を高めるには、商店街のにぎやかさを演出する取り組みや、地域ならではの商品、変化のある売り場づくりへの工夫が課題となる。

商店街の安全性や歩きやすさ、接客サービス・マナーに対する満足度は高く、今後もゆとりを感じさせる空間活用に配慮し、洗練された商業地の形成を推進していく必要がある。

中央林間地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物について、家電品・家具を除く生鮮食品をはじめ、日用雑貨品や衣料関係、娯楽品は、地元にある東急ストアの利用率が非常に高い。

生鮮食品や一般食料品は、東急ストアに次いで、スーパーオオゼキ、サミットを利用する率が均衡している。

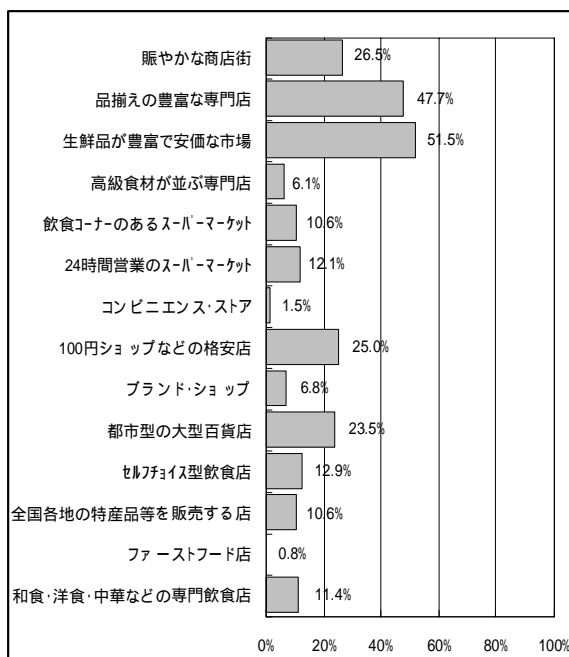
衣料品関係については、イトーヨーカドー（大和鶴間店）利用者も多いほか、町田駅周辺を利用する率も地域性から他の地区より高い。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」や「品揃えの豊富な専門店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「安心して歩ける歩道」「公園や広場など憩いの空間」「駐輪場」に対する要望があげられる。

〔商業施設〕



〔交通施設〕

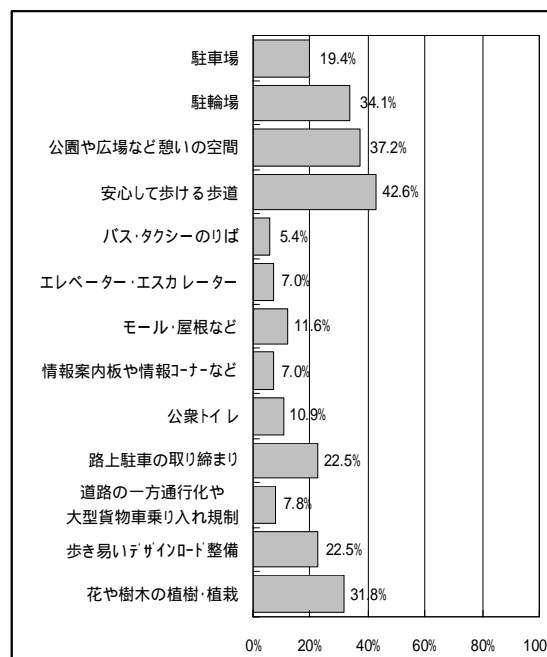
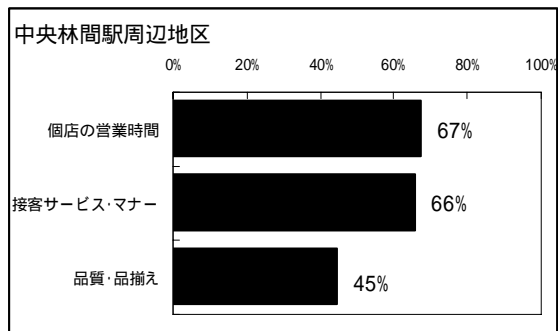


図2-4-4 最寄り駅周辺に必要な施設（中央林間地区）

③地区の印象

個店の営業時間、接客サービス・マナー、品質・品揃えについて満足度が高い。

商店街の空間・広場、催し物・イベント、飲食店の充実度に対する不満が多い結果となっている。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-5 地区の印象（中央林間地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽は、すぐに取り組める傾向がやや強い。空き店舗のコミュニティビジネス、情報コーナー・案内板設置、ふれあい空間やベンチ等設置は、将来的に取り組みたいとする割合が多い。

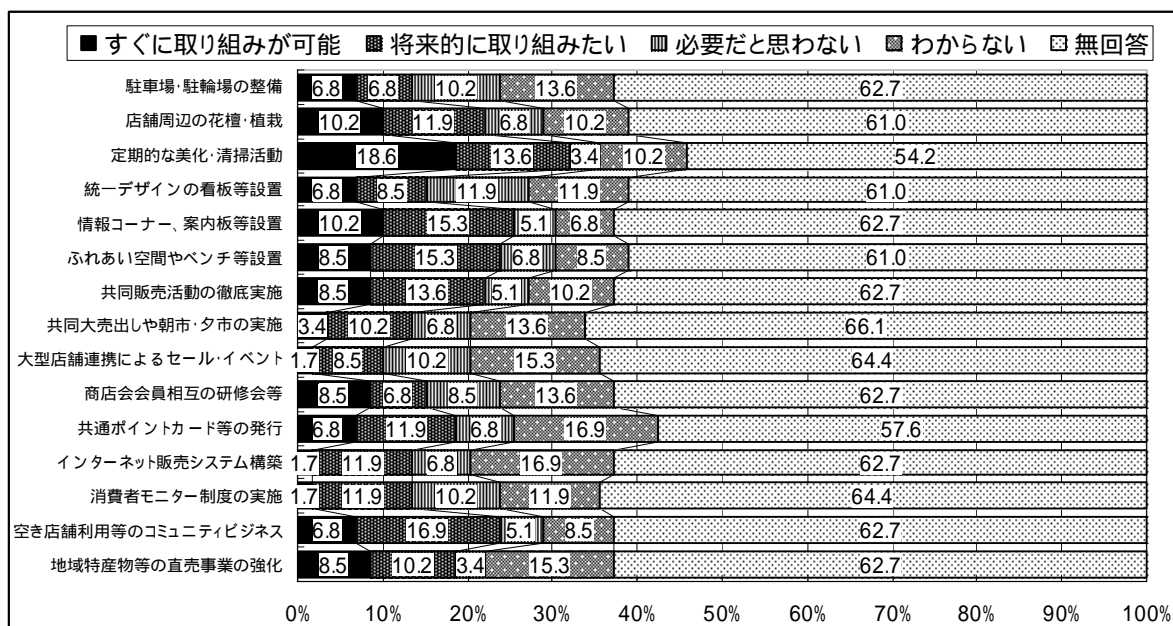


図2-4-6 経営者の取り組み意向（中央林間地区）

■中央林間地区商業振興に向けた課題の総括

東急ストアの集客力が高い地区であるが、買い物の種類によっては、町田駅周辺での利用も多い。

地元経営者が考える商店街の発展策として、空き店舗のコミュニティビジネスが将来的に取り組みたいとしていることから、気軽に入れるオープンカフェ等で集客につなげることも一つの材料と考えられる。

南林間地区

①地区の概要(消費動向)

生鮮食品・一般食料品は、タイガの利用が一番多く、次いで、オダキュウ-OX、イトーヨーカドー（大和鶴間店）が上位3位を占めている。

日用雑貨品、衣料品関係、身の回り品、娯楽品は、地域的に近いことから、イトーヨーカドー（大和鶴間店）とジャスコ(大和鶴間店)の利用率が高い。

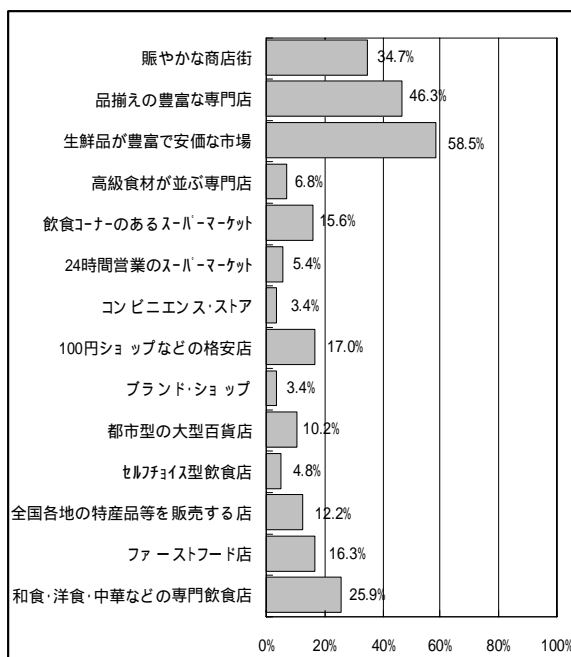
衣料品関係と身の回り品は、町田駅周辺利用が3位を占めている。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」や「品揃えの豊富な専門店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「安心して歩ける歩道」「駐輪場」「駐車場」に対する要望があげられる。

〔商業施設〕



〔交通施設〕

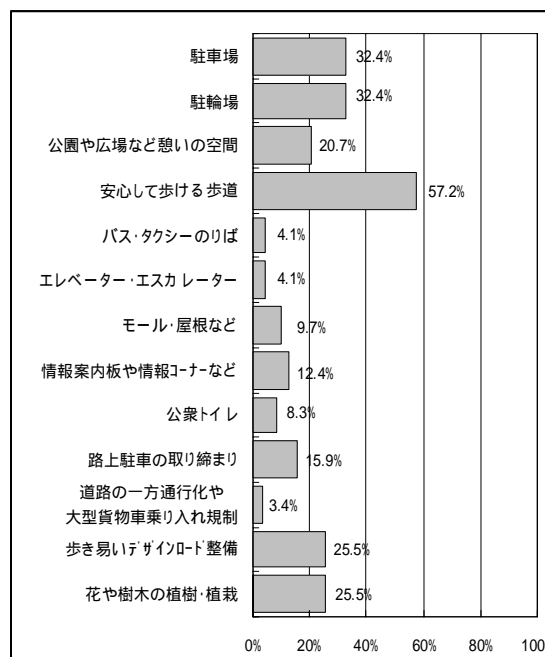
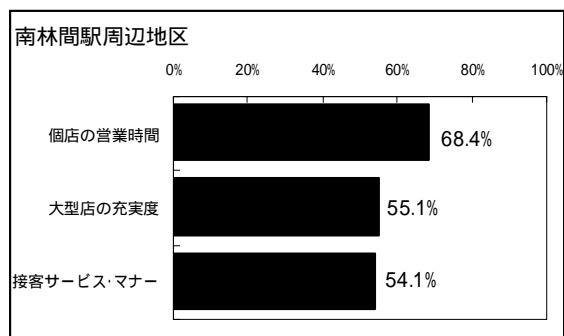


図2-4-7 最寄り駅周辺に必要な施設（南林間地区）

③地区の印象

個店の営業時間、大型店の充実度、接客サービス・マナーについての満足度が高い。

商店街空間・広場の利用、駐車場・駐輪場、商店街の歩きやすさに対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-8 地区の印象（南林間地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

すぐに取り組みが可能としたものは、定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽、共通ポイントカード等の発行とする意見が多い。

将来的に取り組みたいとするものとしては、定期的な美化・掃除活動、ふれあい空間やベンチ等設置の割合が多い。

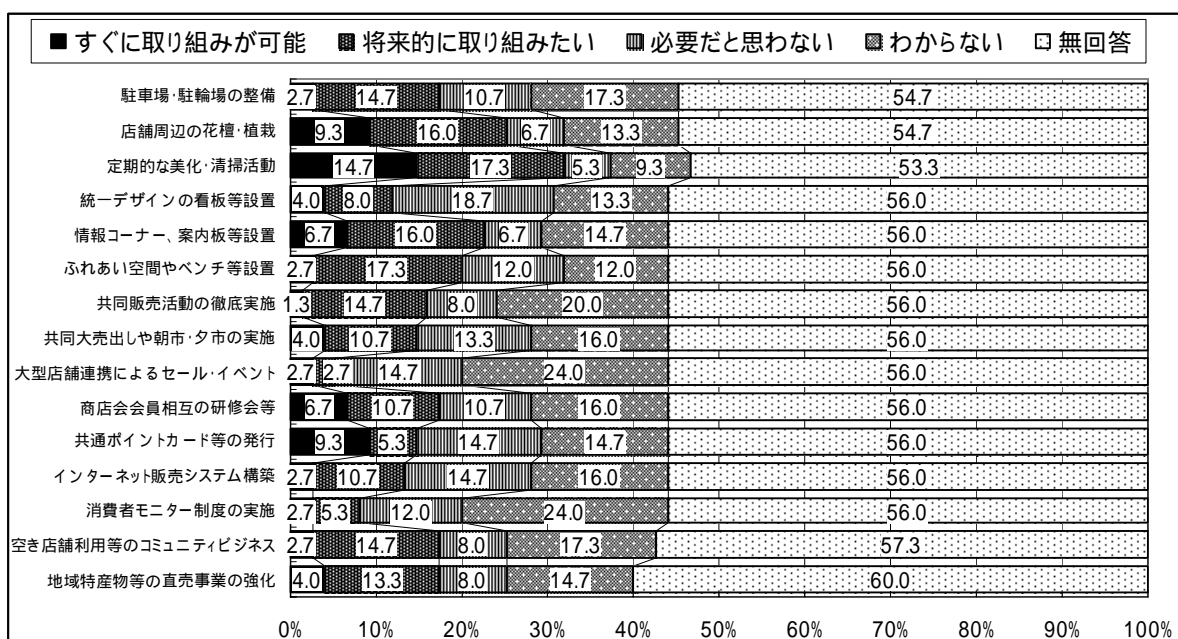


図2-4-9 経営者の取り組み意向（南林間地区）

■南林間地区商業振興に向けた課題の総括

最寄駅周辺の食品スーパーや近隣の大型商業施設の利用が多く、地元商店街の利用が少ない傾向にある。商店街空間・広場の利用、駐車場・駐輪場、商店街の歩きやすさに対する不満が多い結果となり、課題といえる。

品揃えの充実さが求められるが、地域ならではの商品開発等で集客力を高めることも必要である。

鶴間地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物については、生鮮食品をはじめ、日用雑貨品、衣料関係、家電品・家具、娯楽品に至るまで、イトーヨーカドー(大和鶴間店)とジャスコ(大和鶴間店)の大和オークシティに集中した買物行動が見受けられる。

大型店2店が存在することで、その相乗効果が顕著に表れている。

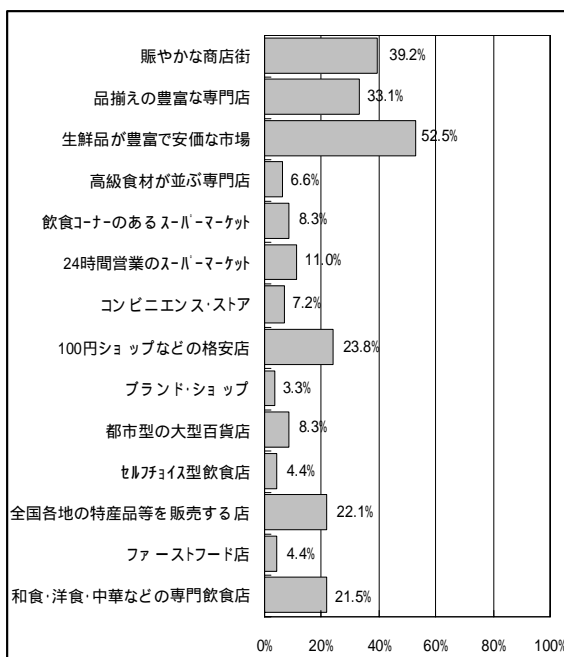
生鮮食品、一般食料品、日用雑貨品では、鶴間駅西側のマルエツ(鶴間店)での利用率も高い。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」や「賑やかな商店街」「品揃えの豊富な専門店」に対する要望が多い。

交通施設では、「安心して歩ける歩道」「駐輪場」「駐車場」に対する要望があげられる。

[商業施設]



[交通施設]

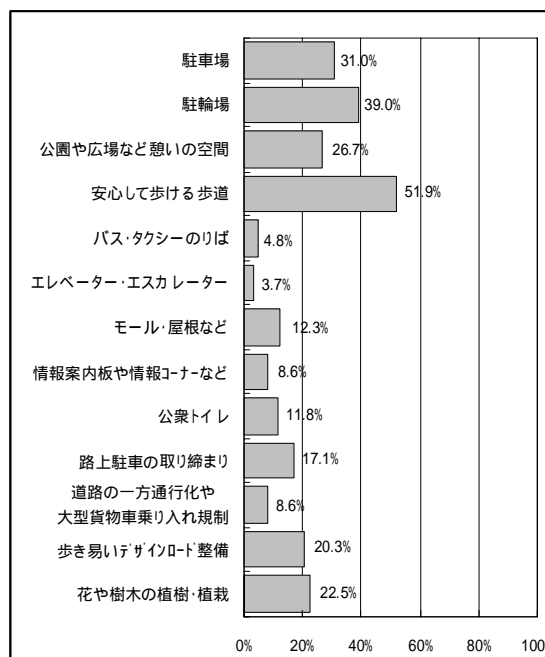
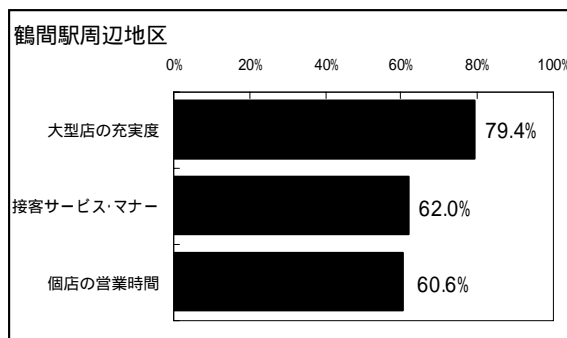


図2 - 4 - 10 最寄り駅周辺に必要な施設(鶴間地区)

③地区の印象

大型店の充実度、接客サービス・マナー、個店の営業時間について満足度が高い。

商店街全体のにぎやかさ、商店街の空間・広場、商店街の歩きやすさに対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-11 地区の印象（鶴間地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

すぐに取り組みが可能としたものは、定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽、とする意見が多い。

将来的に取り組みたいとするものとしては、空き店舗利用等のコミュニティビジネス、情報コーナー・案内板等設置とする割合が多い。

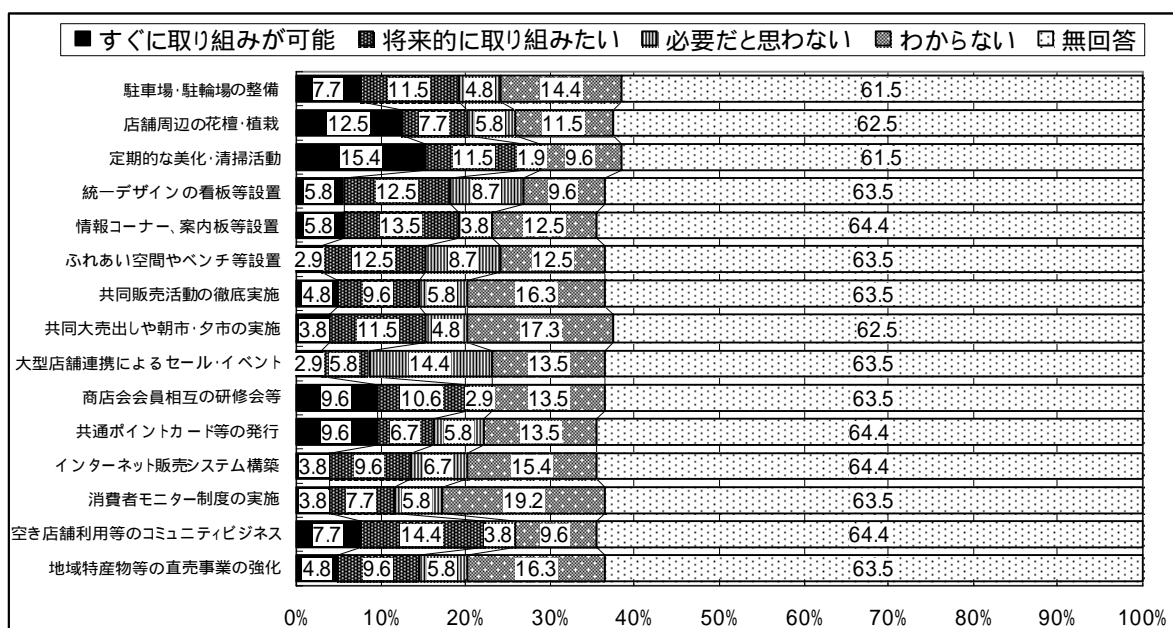


図2-4-12 経営者の取り組み意向（鶴間地区）

■鶴間地区商業振興に向けた課題の総括

大型商業施設「大和オークシティ」の集客力が高いため、いかに商店街へ買い物客を引き付けるかが課題である。ポイントカードの活用は、その一つの方策である。
ライラック通りは、バリアフリー化工事が完成したが、二条通りについては、安全性の高い商店街を推進していくことが課題である。

大和地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物について、生鮮食品、一般食用品は、大和駅ビル(プロス)、ヨークマート、そうてつローゼン(大和店)、マルエツ(大和中央店)、ジャスコ(大和鶴間店)の近隣の大型店利用率が均衡している。

日用雑貨品では、商店・商店街利用率が1位を占め、肌着・下着類の商店・商店街利用率は、5位と他の地区に比べ、商店・商店街利用率の高い地区と言える。

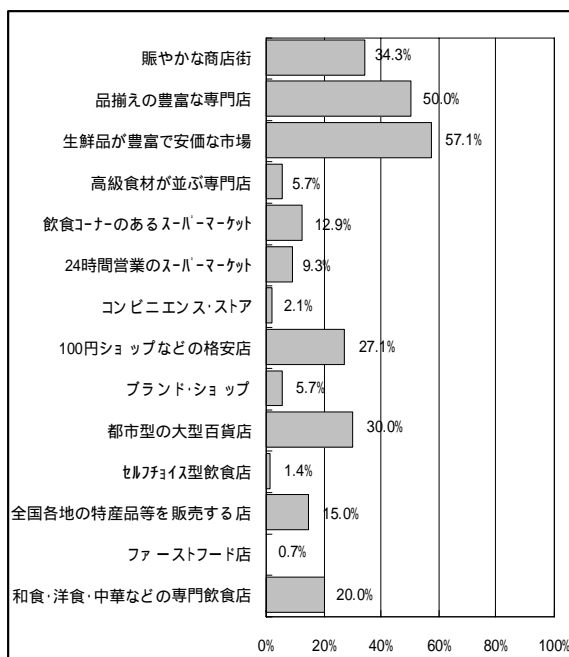
交通の利便性から、身の回り品では、横浜駅周辺、町田駅周辺、海老名駅周辺利用が見受けられる。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」や「品揃えの豊富な専門店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「駐車場」「安心して歩ける歩道」「駐輪場」に対する要望があげられる。

〔商業施設〕



〔交通施設〕

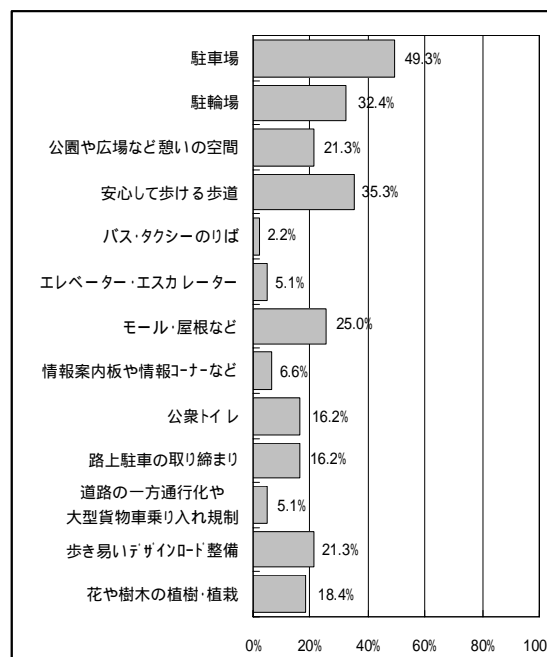
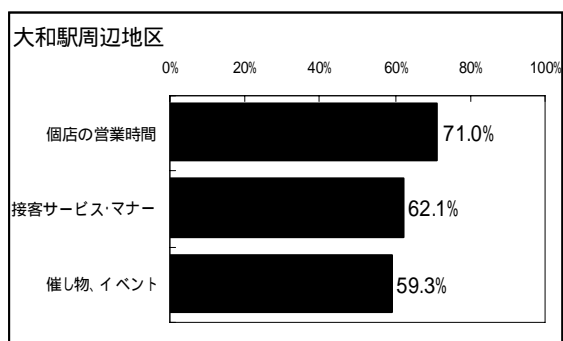


図2-4-13 最寄り駅周辺に必要な施設(大和地区)

③地区の印象

個店の営業時間、接客サービス・マナー、催し物・イベントに対する満足度が高い。

駐車場・駐輪場、個店の清潔さ・新しさ、品質・品揃えに対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-14 地区の印象(大和地区)

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

すぐに取り組みが可能としたものは、定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽、とする意見が多い。

将来的に取り組みたいとするものとしては、定期的な美化・清掃活動、情報コーナー、案内板等設置を望む割合が多い。

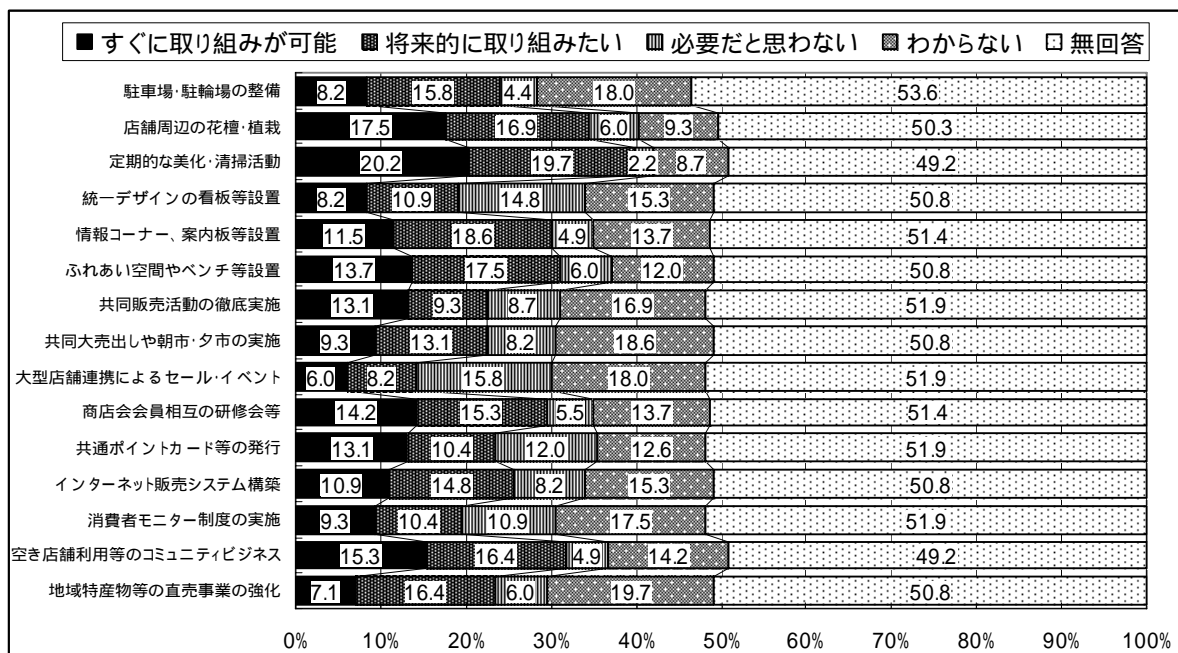


図2-4-15 経営者の取り組み意向(大和地区)

■大和地区商業振興に向けた課題の総括

大和市の中心地であるが、買い物先に大和オークシティが立地する鶴間駅周辺に消費者が流れている。ただし、商品によっては、地元商店街を利用する人もあり、催し物・イベント等の開催で集客を高めていくことが求められる。

駐車場・駐輪場の充実に向けた対策が課題であるが、個店の清潔さ・新しさ、品質・品揃えに対するニーズに対応することも必要である。

桜ヶ丘地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物について、生鮮食品、一般食料品は、いなげや(大和桜ヶ丘店)、そうてつローゼン(桜ヶ丘店)などの最寄り駅周辺の食品系スーパーの利用が多く見られるが、鶴間駅周辺のオークシティ利用も見られる。

日用雑貨品においては、商店・商店街利用が地元大型店に次いで、第3位の利用率であり、娯楽品については、商店・商店街利用率がトップである。

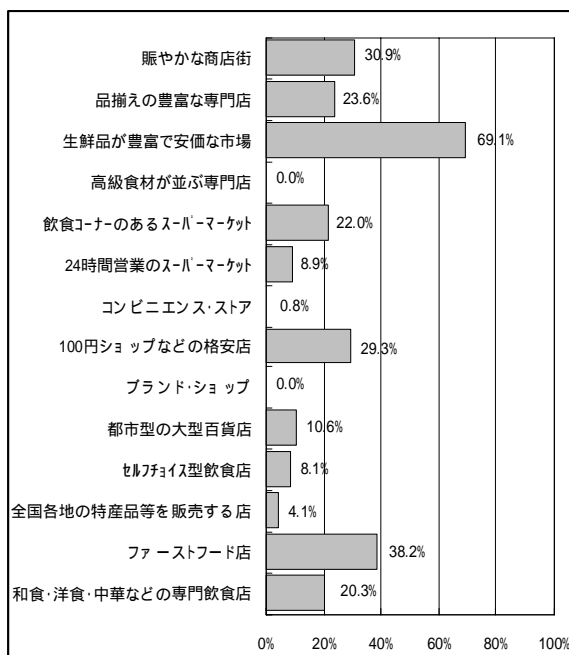
衣料品関係については、距離的に離れているがオークシティ利用が高い。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」が圧倒的に高く、「ファーストフード店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「駐車場」「駐輪場」「公園や広場などの憩いの空間」に対する要望があげられる。

[商業施設]



[交通施設]

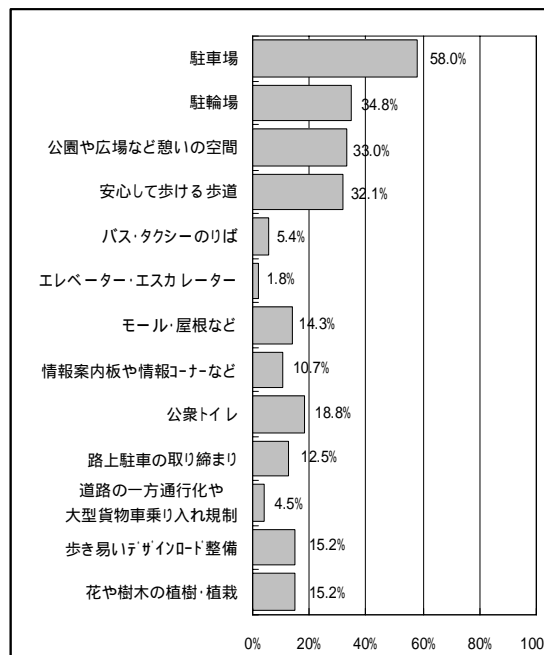
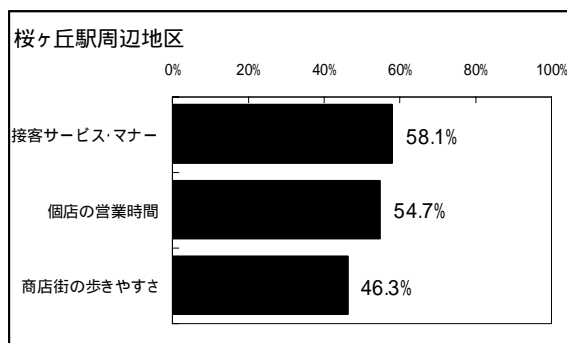


図2-4-16 最寄り駅周辺に必要な施設(桜ヶ丘地区)

③地区の印象

接客サービス・マナー、個店の営業時間、商店街の歩きやすさについて満足度が高い。

飲食店の充実度、催し物・イベント、商店街のにぎやかさに対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2-4-17 地区の印象（桜ヶ丘地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

すぐに取り組みが可能としたものは、定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽、空き店舗利用等のコミュニティビジネスとする意見が多い。

将来的に取り組みたいとするものとしては、情報コーナー・案内板等設置、共同大売出しや朝市・夕市の実施を望む割合が多い。

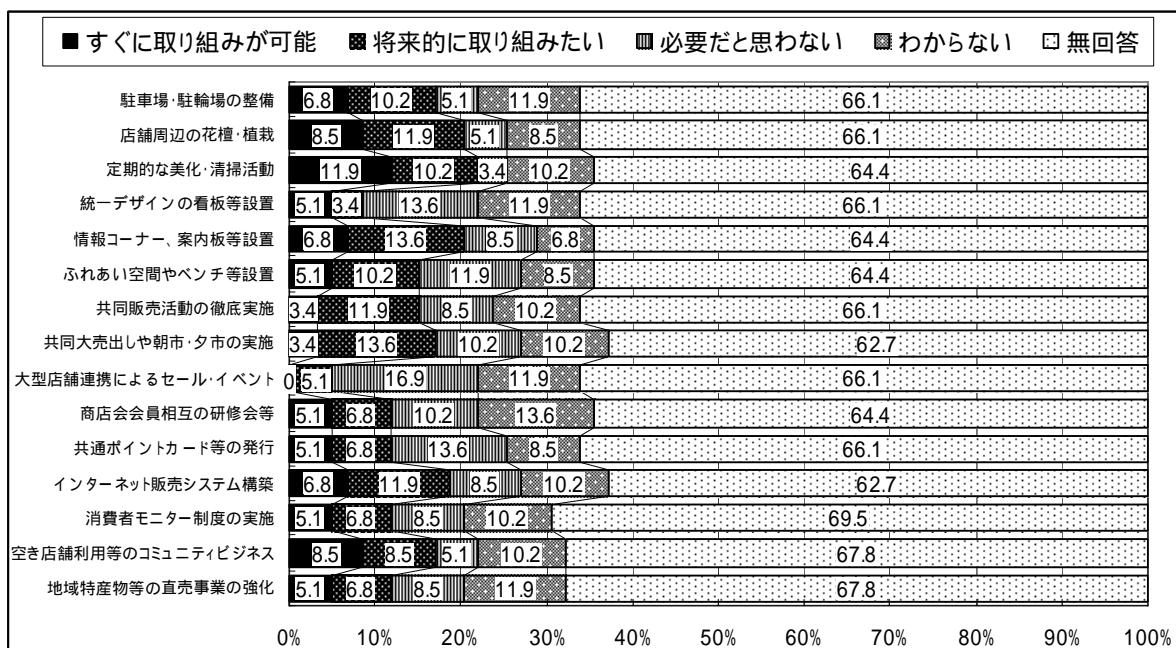


図2-4-18 経営者の取り組み意向（桜ヶ丘地区）

■桜ヶ丘地区商業振興に向けた課題の総括

娯楽品については、商店街利用率がトップであり、他の地区では見られなかった傾向である。集客力を高めるために、飲食店の充実度、催し物・イベント等の開催により商店街のにぎやかさが必要である。

駐車場施設に対する高いニーズへの対応、空き店舗を利用した事業展開も将来的な課題である。

高座渋谷地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物については、家電品・家具と娯楽品を除いて、最寄り駅にあるジャスコ(大和店)の利用がトップを占めている。

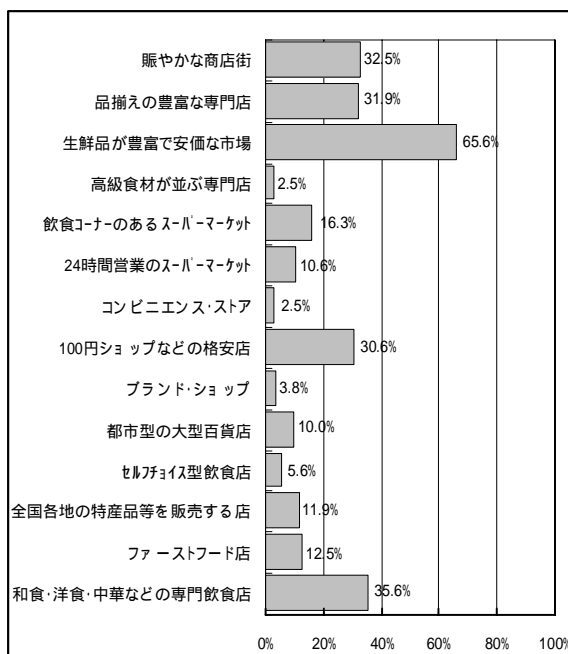
生鮮食品、一般食料品では、近隣のスーパー等に次いで、商店・商店街利用も上位に入っている。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」が圧倒的に高く、「和食・洋食・中華などの専門飲食店」「賑やかな商店街」に対する要望が多い。

交通施設では、「安心して歩ける歩道」「駐輪場」「駐車場」に対する要望があげられる。

[商業施設]



[交通施設]

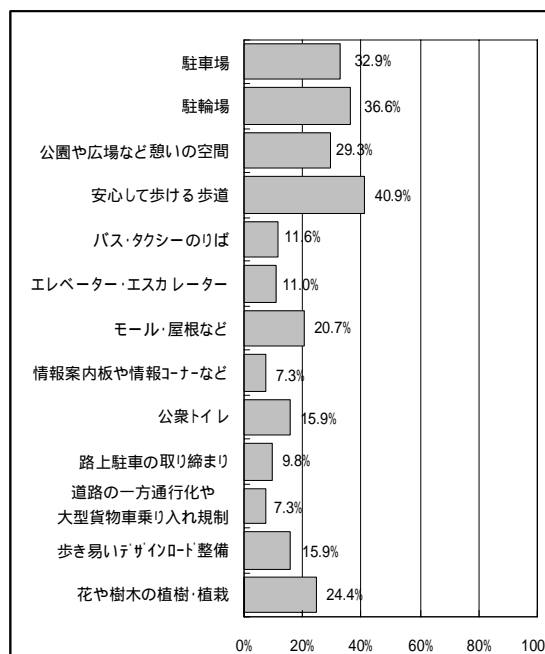
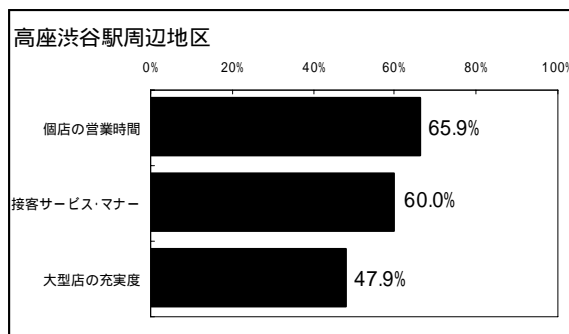


図2-4-19 最寄り駅周辺に必要な施設(高座渋谷地区)

③地区の印象

個店の営業時間、接客サービス・マナー、大型店の充実度について満足度が高い。

商店街全体のにぎやかさ、飲食店の充実度、商店街の空間・広場に対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2 - 4 - 20 地区の印象（高座渋谷地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

すぐに取り組みが可能としたものは、定期的な美化・清掃活動、店舗周辺の花壇・植栽とする意見が多い。

将来的に取り組みたいとするものとしては、情報コーナー・案内板等設置、空き店舗利用等のコミュニティビジネスを望む割合が多い。

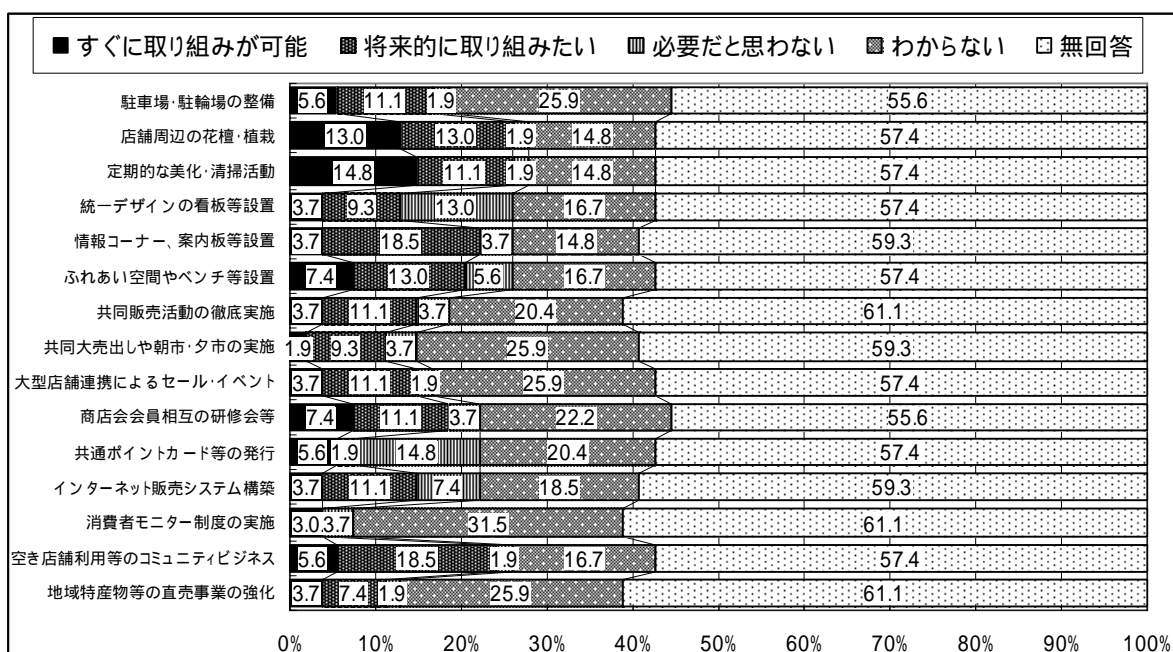


図2 - 4 - 21 経営者の取り組み意向（高座渋谷地区）

■高座渋谷地区商業振興に向けた課題の総括

区画整理中であり、街並みが大きく変貌していくが、調査時点では品目を問わず、ジャスコ（大和店）の利用率が高い一方で、生鮮・一般食料品、日用雑貨品の地区商店街の利用も多い。

イベント開催等により集客を高めているが、さらに、地区商店街が発展していくためには、品質・品揃えの拡充や来訪者を商店街に取り込む仕掛けづくりも必要である。

相模大塚地区

①地区の概要(消費動向)

日常の買物について、生鮮食品、一般食料品、日用雑貨品は最寄り駅にある、いなげや(大和相模大塚店)に集中している。次いで、鶴間駅周辺のオークシティ利用も高い地区である。

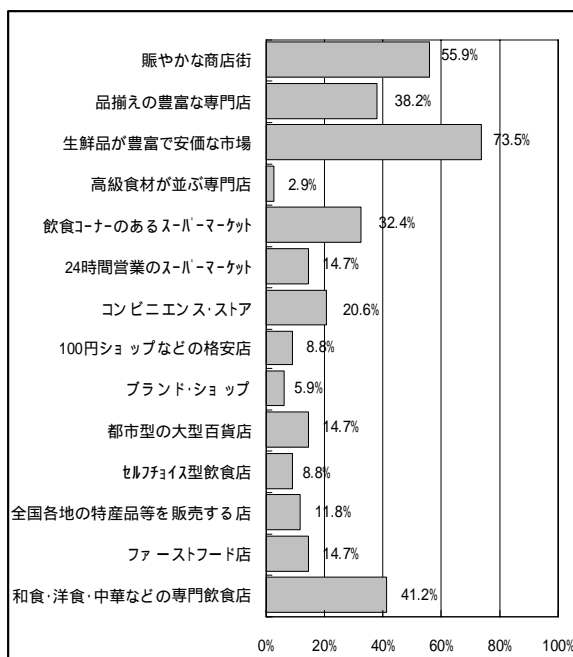
地域性から、身の回り品、娯楽品は、海老名駅周辺の利用率も高い。

②地区の要望施設

商業施設では、「生鮮品が豊富で安価な市場」が圧倒的に高く、「賑やかな商店街」「和食・洋食・中華などの専門飲食店」に対する要望が多い。

交通施設では、「公園や広場などの憩いの空間」「駐車場」「駐輪場」に対する要望があげられる。

〔商業施設〕



〔交通施設〕

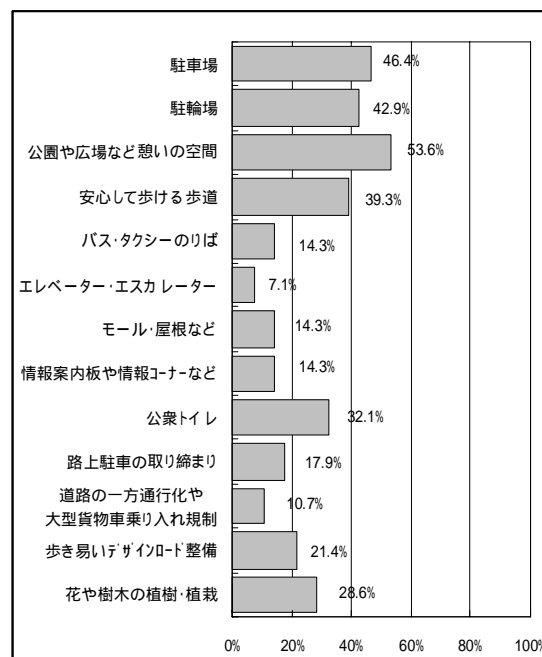
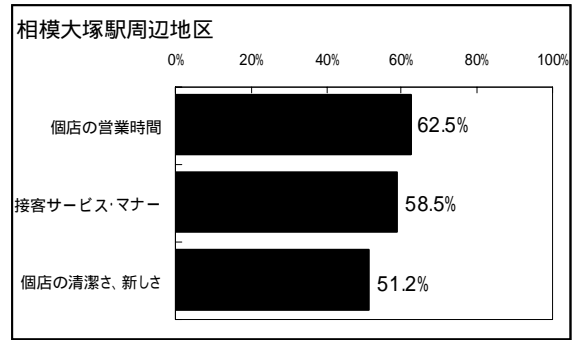


図2-4-22 最寄り駅周辺に必要な施設(相模大塚地区)

③地区の印象

個店の営業時間、接客サービス・マナー、
個店の清潔さ新しさについて満足度が高い。

商店街全体のにぎやかさ、飲食店の充実度、
値段に対する不満が多い結果となった。



商業地の満足度について、「とても満足」
「まあまあ満足」の合計 上位3位

図2 - 4 - 23 地区の印象（相模大塚地区）

④地元商店経営者の考える商店街の発展策

商店会組織が存在しないため、調査を実施していません。

4. e モニターによるアンケート

やまとeモニター

「商業」に関するアンケート集計結果

○実施概要

モニター数	860人
回答期間	9月30日(水)～10月6日(火)
回答件数	394件
回答率	45%

○備考

※各項目の割合は小数点以下切上げ表示しており、合計が100%にならない場合があります。(複数選択も100%を超える場合あり)
 ※自由記述欄及び【その他】意見欄については、掲載を省略させていただきました。なお、集計データや自由記述欄の意見については、担当課へ情報提供しています。

○実施の趣旨

買い物のしやすい魅力ある商店・商店街への改善を図るために、市民を対象に意見や要望を調査するもの。

○アンケート結果(設問ごとの回答件数は無回答は除く)

設問内容	選択肢内容	割合	回答件数	回答率と回答件数
Q1 大和市の商業施設は、利用しますか？ (単一選択)	(1) よく利用する(週に1回以上)	77%	303件	
	(2) たまに利用する(月1回～2回)	15%	59件	
	(3) 減多に利用しない(年に1回～2回)	5%	16件	
	(4) 利用したことはある	3%	8件	
	(5) 利用したことはない	2%	4件	
Q2 大和市内では、どの駅の商業施設をよく利用しますか？ (3つまで選択可)	(1) 大和駅	49%	191件	
	(2) つきみ野駅	15%	56件	
	(3) 中央林間駅	37%	143件	
	(4) 南林間駅	20%	76件	
	(5) 鶴間駅	52%	201件	
	(6) 桜ヶ丘駅	10%	39件	
	(7) 高座渋谷駅	13%	49件	
	(8) 相模大塚駅	5%	17件	
Q3 大和市内では、主にどのようなものを買いますか？ (3つまで選択可)	(1) 生鮮食料品	84%	328件	
	(2) 一般食料品	89%	350件	
	(3) 日用雑貨品	73%	284件	
	(4) 肌着・靴下類	7%	27件	
	(5) 紳士・婦人衣料	7%	24件	
	(6) 身の回り品	11%	40件	
	(7) 家電・家具	8%	29件	
	(8) 娯楽品	4%	13件	
Q4-1 次の(1)～(8)のものについて、普段どのような店で買いますか？それぞれ選んでください。	(1) 大型スーパー	88%	346件	
	(2) 専門店、商店	8%	29件	
	(3) デパート	1%	3件	
	(4) ディスカウントストア	3%	8件	
	(5) コンビニエンスストア	1%	1件	
	(6) 通信販売(TV・カタログ)	1%	1件	
	(7) インターネットショッピング	1%	1件	
	(8) 月賦販売店	1%	2件	

Q4-2	(2) 一般食料品	(1) 大型スーパー	88%	343件	
		(2) 専門店、商店	6%	21件	
		(3) デパート	1%	1件	
		(4) ディスカウントストア	4%	13件	
		(5) コンビニエンスストア	3%	10件	
		(6) 通信販売(TV・カタログ)	0%	0件	
		(7) インターネットショッピング	1%	1件	
		(8) 月賦販売店	1%	1件	
Q4-3	(3) 日用雑貨品	(1) 大型スーパー	56%	217件	
		(2) 専門店、商店	16%	63件	
		(3) デパート	2%	6件	
		(4) ディスカウントストア	25%	96件	
		(5) コンビニエンスストア	2%	4件	
		(6) 通信販売(TV・カタログ)	0%	0件	
		(7) インターネットショッピング	1%	1件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	
Q4-4	(4) 肌着・靴下類	(1) 大型スーパー	55%	216件	
		(2) 専門店、商店	19%	74件	
		(3) デパート	9%	34件	
		(4) ディスカウントストア	10%	39件	
		(5) コンビニエンスストア	0%	0件	
		(6) 通信販売(TV・カタログ)	4%	13件	
		(7) インターネットショッピング	2%	7件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	
Q4-5	(5) 紳士・婦人衣料	(1) 大型スーパー	39%	153件	
		(2) 専門店、商店	35%	136件	
		(3) デパート	16%	63件	
		(4) ディスカウントストア	4%	14件	
		(5) コンビニエンスストア	0%	0件	
		(6) 通信販売(TV・カタログ)	3%	10件	
		(7) インターネットショッピング	3%	8件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	
Q4-6	(6) 身の回り品	(1) 大型スーパー	49%	193件	
		(2) 専門店、商店	19%	72件	
		(3) デパート	7%	24件	
		(4) ディスカウントストア	20%	75件	
		(5) コンビニエンスストア	3%	8件	
		(6) 通信販売(TV・カタログ)	2%	4件	
		(7) インターネットショッピング	2%	7件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	

Q4-7	(7) 家電・家具	(1) 大型スーパー	9%	32件	
		(2) 専門店、商店	64%	250件	
		(3) デパート	1%	2件	
		(4) ディスカウントストア	17%	65件	
		(5) コンビニエンスストア	1%	1件	
		(6) 通信販売 (TV・カタログ)	2%	7件	
		(7) インターネットショッピング	7%	25件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	
Q4-8	(8) 娯楽品	(1) 大型スーパー	25%	95件	
		(2) 専門店、商店	39%	151件	
		(3) デパート	3%	10件	
		(4) ディスカウントストア	18%	68件	
		(5) コンビニエンスストア	3%	8件	
		(6) 通信販売 (TV・カタログ)	2%	7件	
		(7) インターネットショッピング	11%	41件	
		(8) 月賦販売店	0%	0件	
Q5	よく利用されている買物先に対して、どのような希望がありますか？ (2つまで選択可)	(1) イベントを開催し、にぎやかな店にしてほしい	11%	40件	
		(2) 子どもが遊べる空間を充実させてほしい	13%	48件	
		(3) 新しい発見が楽しめるような売場づくりを考えてほしい	22%	86件	
		(4) 地域独特の商品や食べ物を販売してほしい	38%	148件	
		(5) 駐車場などを利用し、新鮮野菜の直売をしてほしい	24%	92件	
		(6) 施設や設備をリニューアルしてほしい	7%	26件	
		(7) 接客態度やサービスの質を高めてほしい	24%	91件	
		(8) 消費者の声が発場に反映するような店にしてほしい	24%	94件	
		(9) 特に要望はない	10%	37件	
		(10) その他	7%	24件	
Q6	商店街が発展するために必要な条件はどのようなものだと思いますか？ (3つまで選択可)	(1) 共同売り出しやイベントの実施	37%	144件	
		(2) 駐車場、駐輪場の設置	61%	239件	
		(3) 商店の専門店化	27%	106件	
		(4) 業種構成の魅力化	31%	121件	
		(5) カラー舗装、小公園、休憩所設置	14%	53件	
		(6) 商店主の発想の転換	35%	134件	
		(7) 福祉や介護と連携したサービス	15%	59件	
		(8) デビットカード、クオカード等の新技術の導入	13%	49件	
		(9) インターネット活用システムの導入	16%	62件	
		(10) その他	6%	21件	
Q7	インターネットを利用して買物をされたことはありますか？ (単一選択)	(1) よく利用する	31%	121件	
		(2) 時々利用する	50%	197件	
		(3) 利用していない	19%	73件	

Q8	インターネットショッピングで不安なことは何ですか？ (単一選択)	(1) 現物が見られない	42%	162件	
		(2) クレジットカード等のセキュリティ	29%	112件	
		(3) 時間がかかる	4%	15件	
		(4) 不正・犯罪	16%	62件	
		(5) 不安はない	9%	34件	
		その他	2%	6件	
Q9	インターネットショッピングの今後の利用について (単一選択)	(1) もっと利用していきたい	18%	69件	
		(2) 今までと同じくらい利用していきたい	57%	224件	
		(3) 利用回数を少なくしていきたい	4%	12件	
		(4) 現在は利用していないが、今後は利用していきたい	6%	23件	
		(5) 今までは利用していたが、今後は利用をやめたい	2%	7件	
		(6) 今までと同じく利用する予定はない	13%	51件	
		その他	2%	4件	
Q10	普段、買物に行く主な手段は何ですか？ (単一選択)	(1) 徒歩	25%	95件	
		(2) 自転車・バイク	26%	99件	
		(3) 自家用車	49%	191件	
		(4) バス・タクシー	0%	0件	
		(5) 電車	2%	7件	
	自由記述欄	入力あり	31%	122件	

大和市商業動態調査概要報告書

平成22年(2010年)3月

発行 大和市
神奈川県大和市下鶴間1-1-1