

③来街者調査

I 調査概要

1. 調査目的

本調査は、新型コロナウイルス感染症が、商店街の景況感や消費者ニーズなどを与える変化及び商店街や来街者の実態を把握するため実施された「緊急商店街関連調査」のうち、商店街来街目的や商店街評価等を把握することを目的に実施した。

2. 調査の実施概要

- (1) 調査対象 市内 300 商店街の中から選定した 124 エリア
- (2) 調査方法 調査員による商店街での街頭調査（1 商店街あたりおおむね 1～2 日間、平日 9:00～16:30 の時間帯に実施）及び web 調査
- (3) 調査期間 令和 2 年 11 月 6 日～令和 3 年 1 月 8 日
- (4) 有効回収数：24,907 件
- (5) 報告書の見方
 - 図表中の構成比率は、小数点第 2 位以下を四捨五入している関係で、必ずしも 100.0%とはならないことがある。
 - 複数回答の設問は、回答が 2 つ以上ありうるため、合計は 100.0%を超えることもある。
 - 図表中の「N」とは回答件数の総数のことで、100.0%が何件の回答に相当するかを示す比率算出の基数である。
 - 回答が 5 以下のものに関しては参考値とし、原則コメントは省略している。
 - 本調査の分析に際し、平成 21 年度に実施した「来街者調査」と比較が可能なものに関し、経年比較を行っている。本文中『平成 21 年度調査』と表記のあるものについては、この調査を示している。

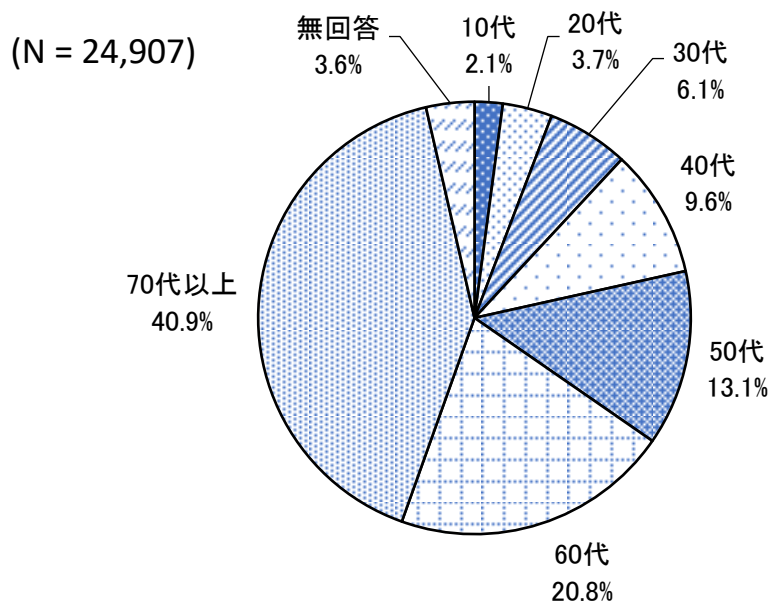
Ⅱ 来街者の属性

1. 年齢

年齢（〇は1つ）

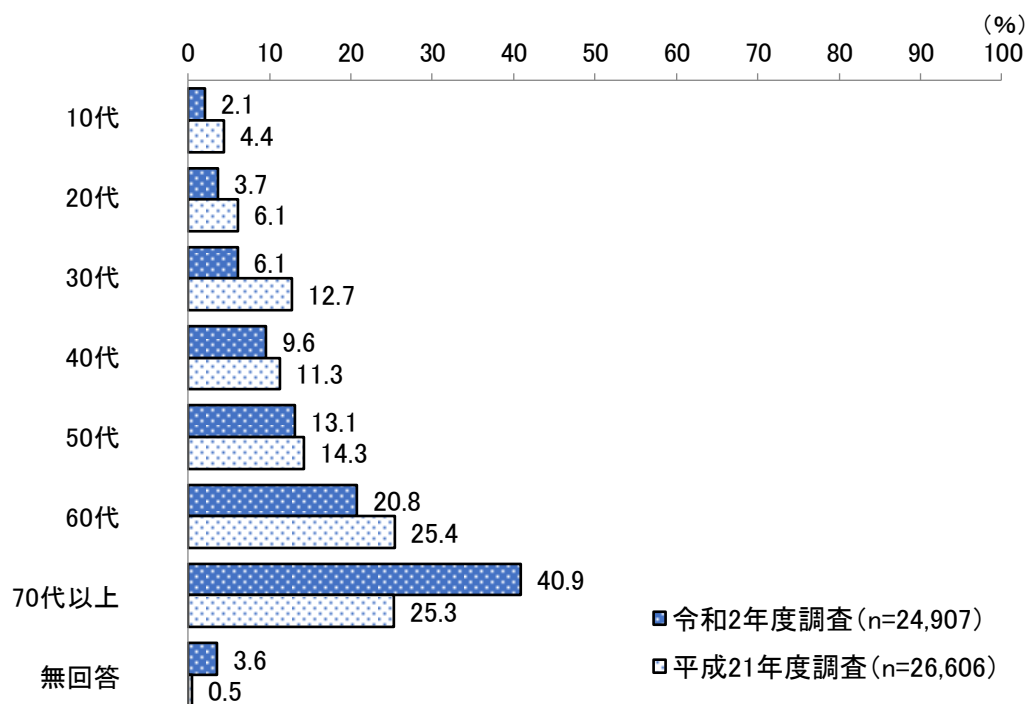
【全体】

「70代以上」が40.9%と最も高く、次いで「60代」が20.8%、「50代」が13.1%となっている。



【経年比較】

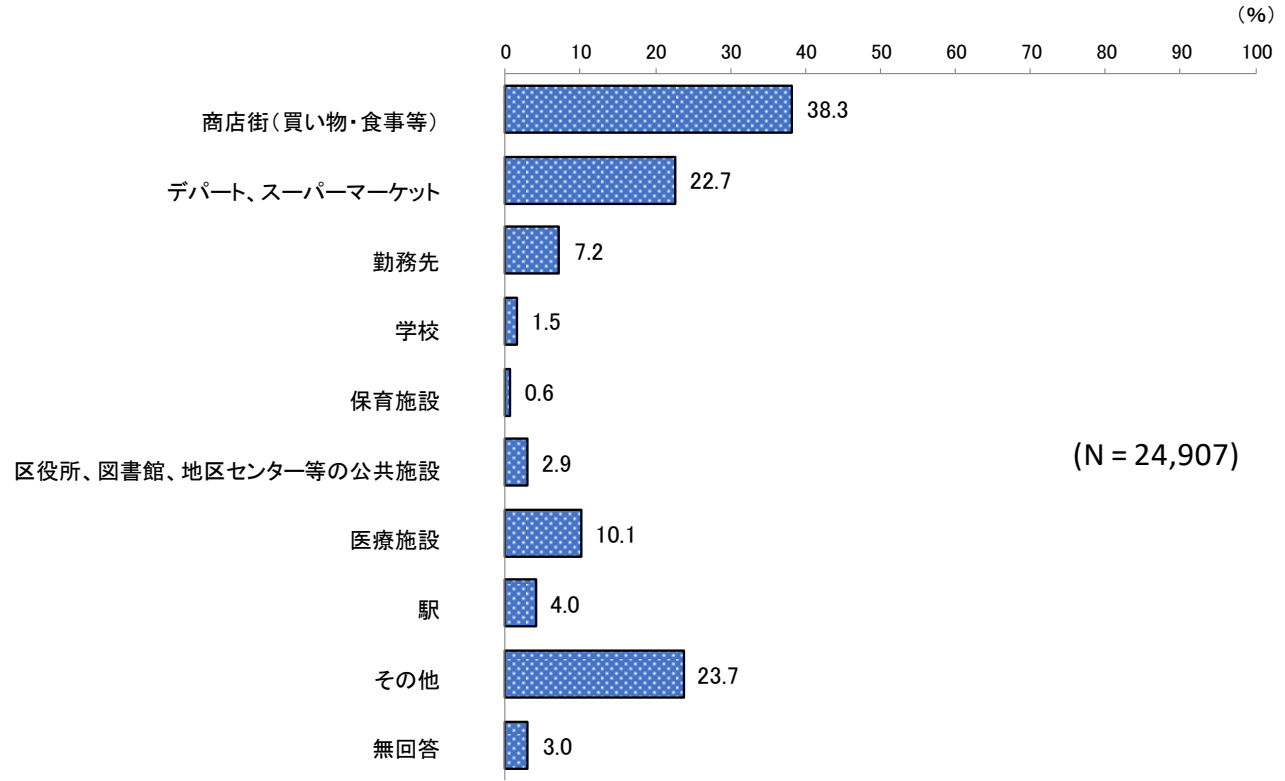
平成 21 年度調査と比較すると、60代以下は減少しているが、「70代以上」は15.6ポイント増加している。



2. 本日の目的地（問3）

問3 本日の目的地はどこですか？（複数回答）

「商店街（買い物・食事等）」が38.3%と最も高く、次いで「その他」が23.7%、「デパート、スーパーマーケット」が22.7%となっている。



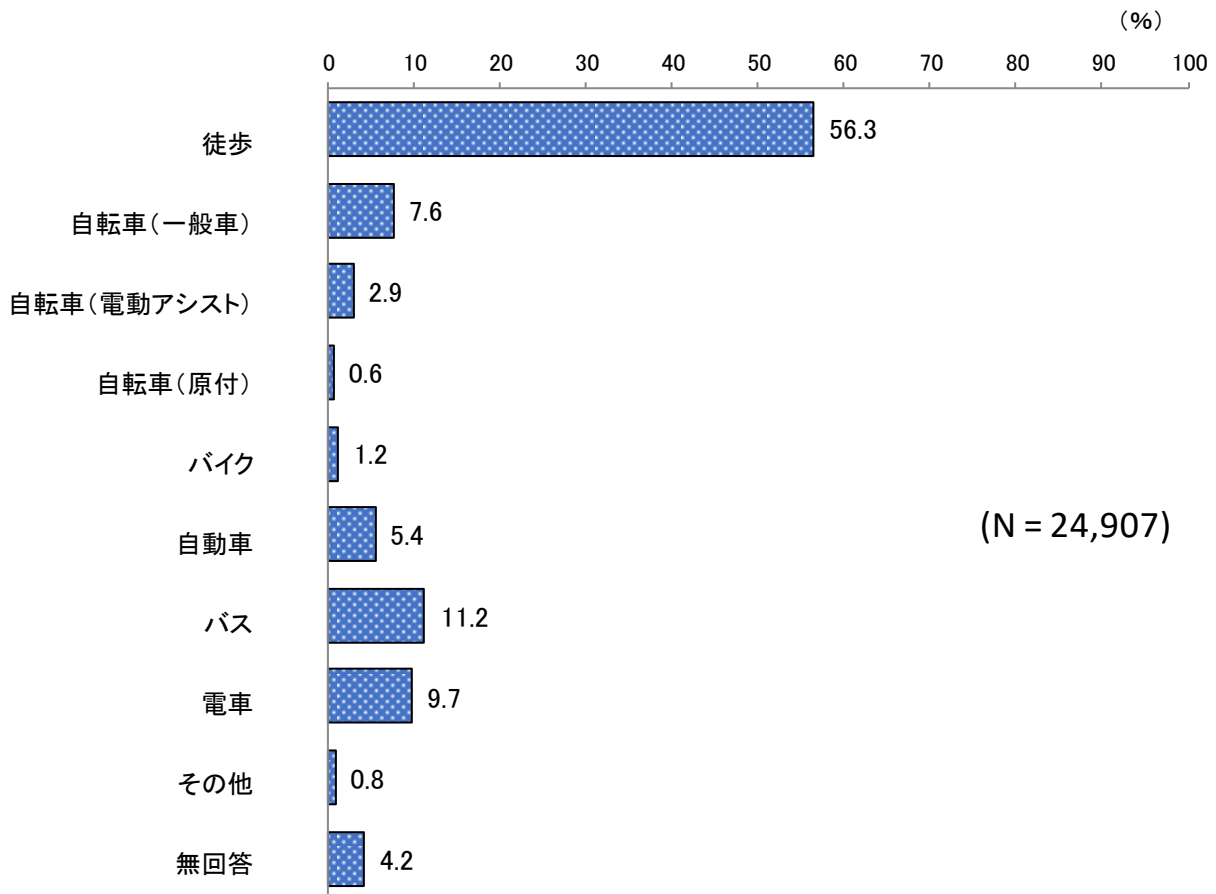
Ⅲ 商店街への交通手段と所要時間

1. 商店街への交通手段（問 1）

問 1 何を利用してこの商店街に来られましたか？（○は 1 つ）

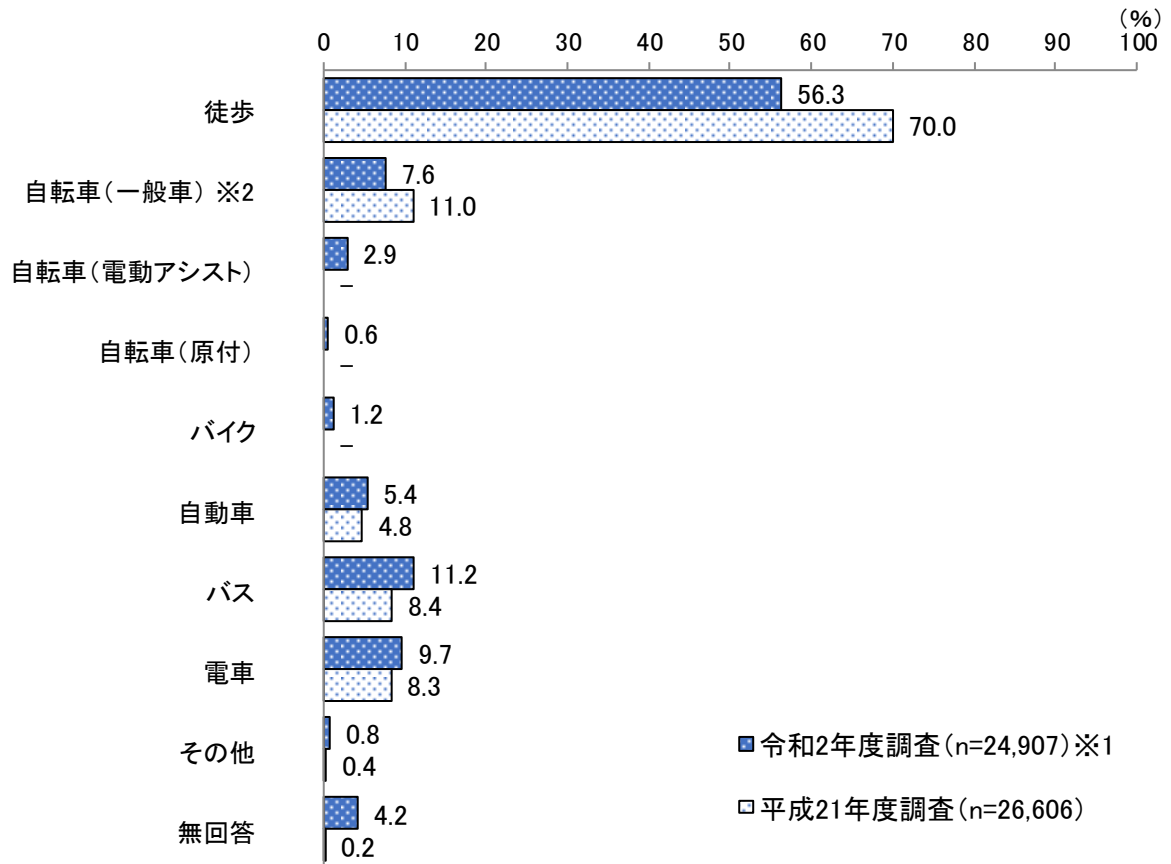
【全体】

「徒歩」が 56.3%と最も高く、次いで「バス」が 11.2%、「電車」が 9.7%となっている。



【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「徒歩」の割合が 13.7 ポイント減少している。



※1 平成 21 年度調査では複数回答の設問だが、令和 2 年度調査では単一回答としているため、あくまで参考値とされたい。

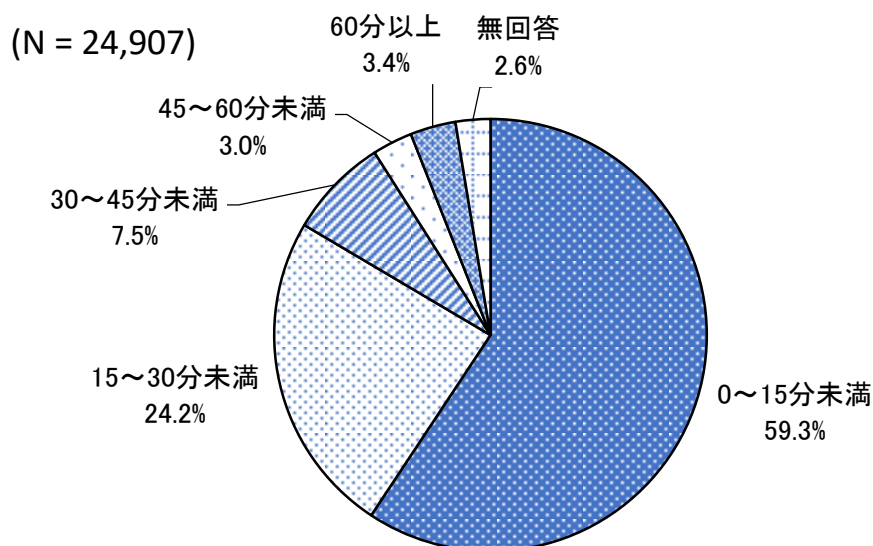
※2 平成 21 年度調査での「自転車・バイク」は令和 2 年度調査では「自転車（一般車）」・「自転車（電動アシスト）」・「自転車（原付）」・「バイク」と選択肢を分けて計上した。

2. 商店街までの所要時間（問 2）

問 2 問 1 の方法でご自宅から商店街までどれくらい時間がかかりますか？（○は 1 つ）

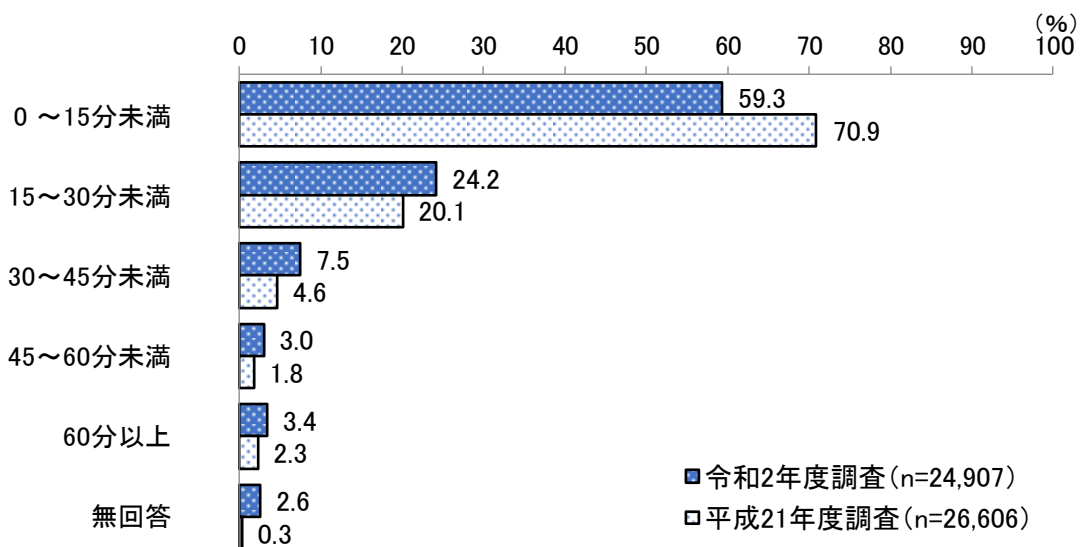
【全体】

「0～15分未満」が 59.3%と最も高く、次いで「15～30分未満」が 24.2%、「30～45分未満」が 7.5%となっている。



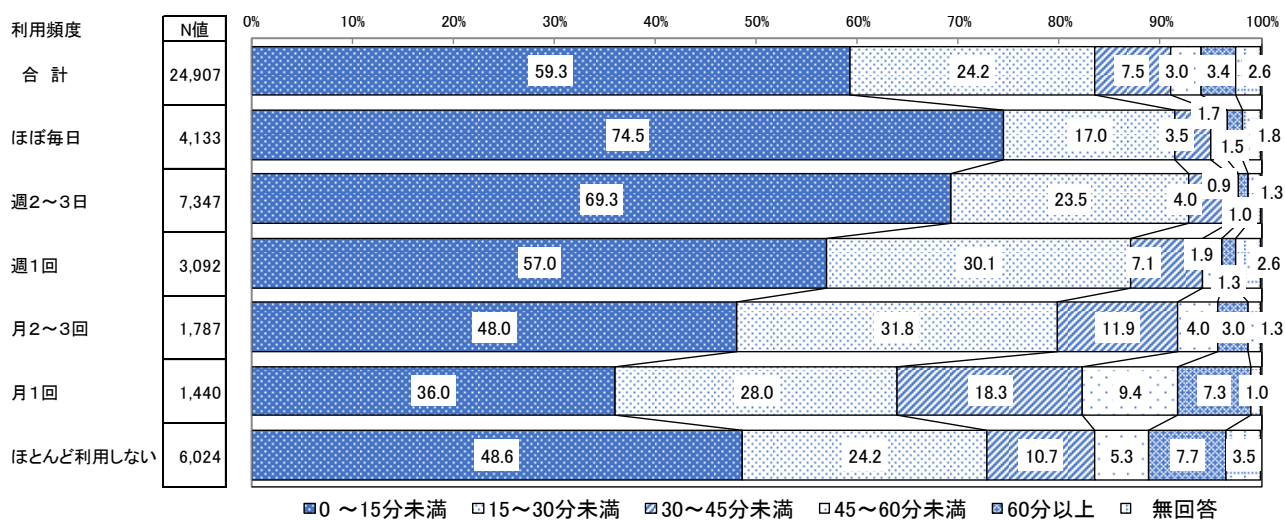
【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「0～15分未満」の割合は 11.6 ポイント減少している。



【利用頻度別】

いずれの区分も「0～15分未満」の割合が最も高く、次いで「15～30分未満」となっている。「ほとんど利用しない」を除き、利用頻度が高いほど「0～15分未満」の割合が高くなっており、「ほぼ毎日」では7割半ばとなっている。



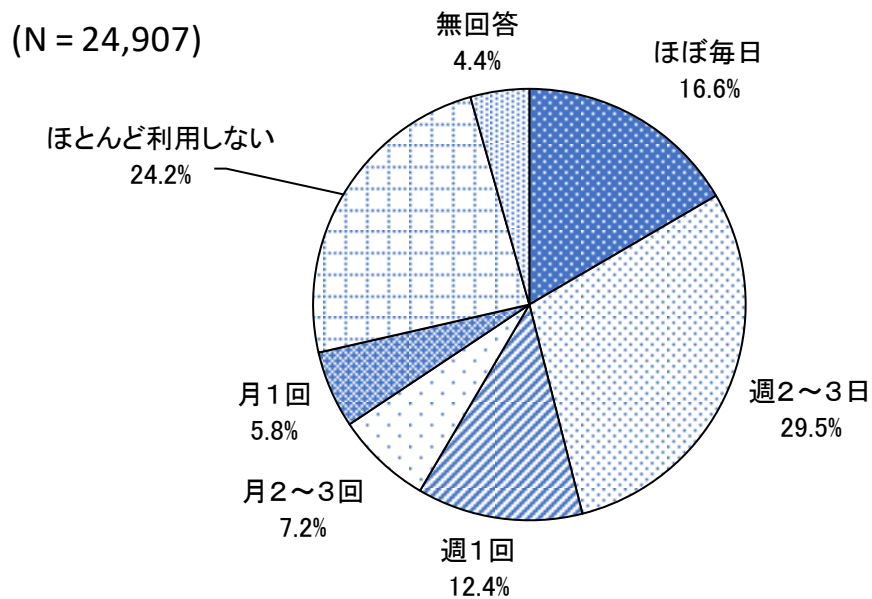
IV 商店街の利用頻度と買い物の内容

1. 商店街の利用頻度（問 5-1）

問 5-1 この商店街はどのくらいの頻度で利用（買い物）しますか？（○は1つ）

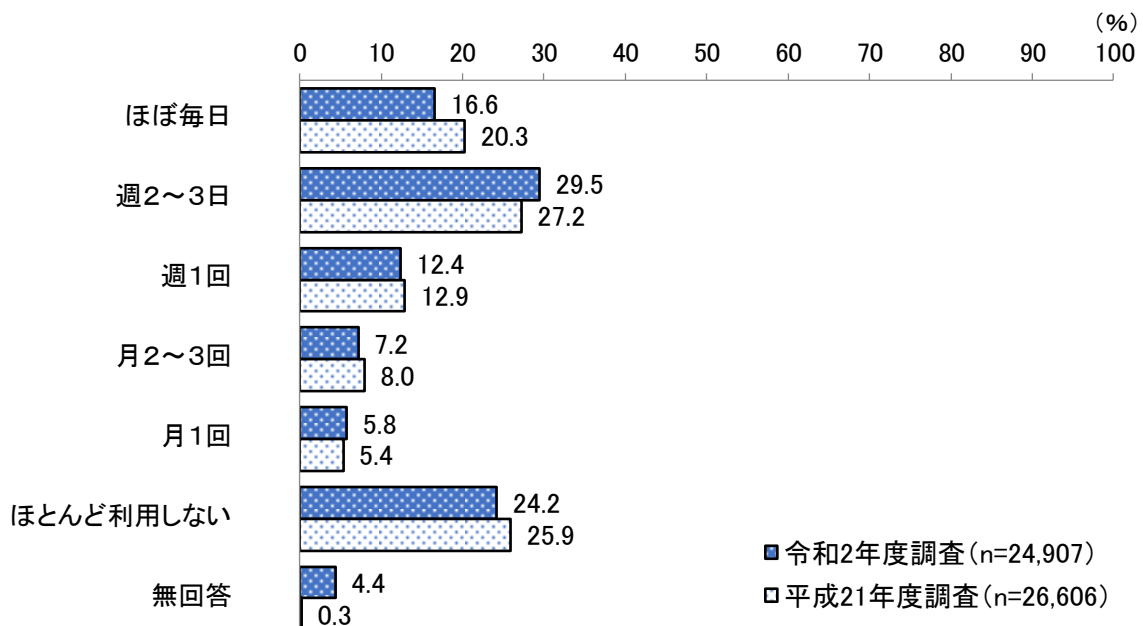
【全体】

「週2～3日」が29.5%と最も高く、次いで「ほとんど利用しない」が24.2%、「ほぼ毎日」が16.6%となっている。



【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、特に大きな変化は見られないが、「ほぼ毎日」が 3.7 ポイント減少している。

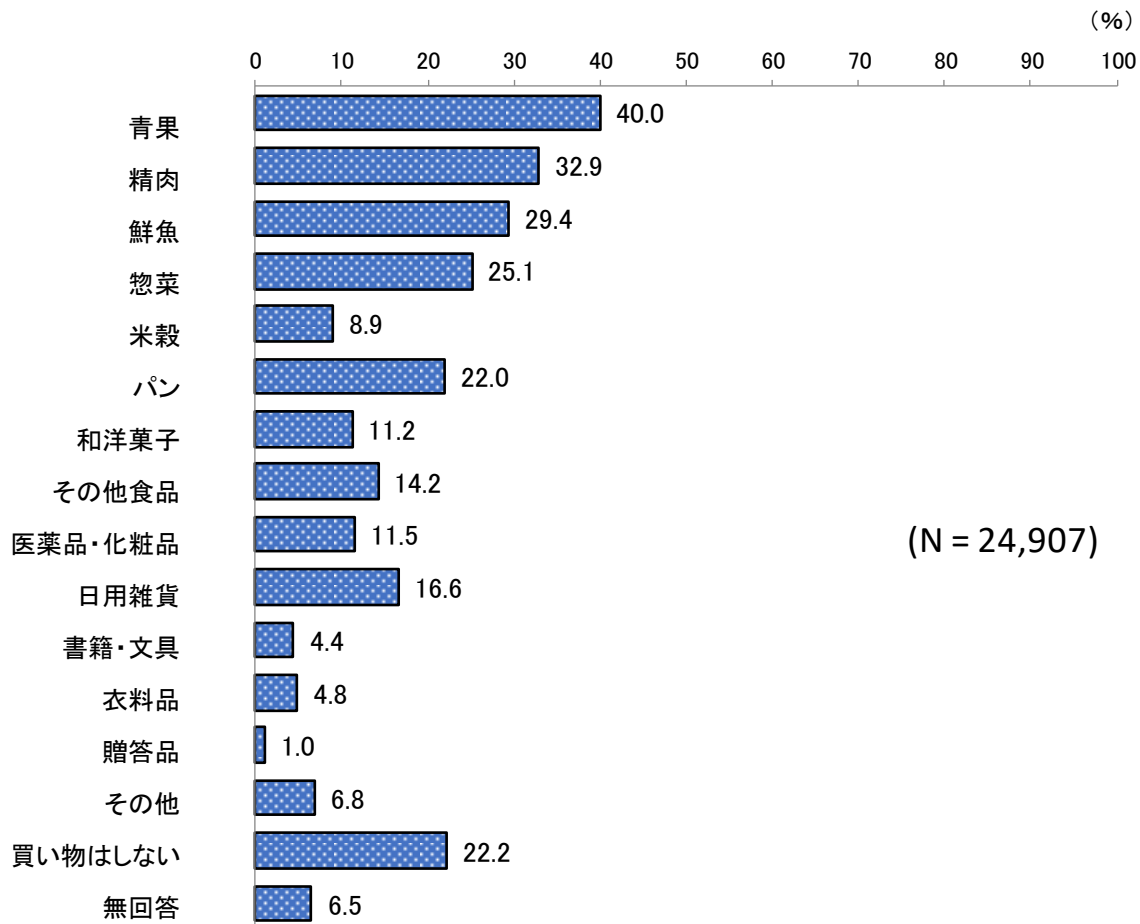


2. 商店街で主に購入するもの（問4）

問4 この商店街で買い物する場合は主に何を購入しますか。（複数回答）

【全体】

「青果」が40.0%と最も高く、次いで「精肉」が32.9%、「鮮魚」が29.4%となっている。



【年代別】

「10代」・「20代」では「買い物はしない」が、30代以上では「青果」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(24,907)	青果 40.0%	精肉 32.9%	鮮魚 29.4%	惣菜 25.1%	買い物はしない 22.2%
10代 n=(533)	買い物はしない 49.0%	パン 10.7%	書籍・文具 9.9%	その他食品 8.6%	日用雑貨 8.3%
20代 n=(920)	買い物はしない 33.7%	青果 21.0%	日用雑貨 17.2%	精肉 17.0%	パン 16.3%
30代 n=(1,531)	青果 37.2%	精肉 30.6%	パン 24.0%	惣菜 23.6%	買い物はしない 23.4%
40代 n=(2,401)	青果 38.5%	精肉 32.7%	鮮魚 27.2%	パン 26.0%	惣菜 24.9%
50代 n=(3,267)	青果 41.1%	精肉 34.9%	鮮魚 31.2%	惣菜 28.0%	パン 25.9%
60代 n=(5,183)	青果 43.0%	精肉 34.7%	鮮魚 31.5%	惣菜 25.7%	パン 22.9%
70代以上 n=(10,186)	青果 42.3%	精肉 34.4%	鮮魚 32.0%	惣菜 26.2%	買い物はしない 22.2%

【支払方法別】

いずれの支払方法においても、「青果」が1位、「精肉」が2位、「鮮魚」が3位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(17,799)	青果 53.7%	精肉 44.4%	鮮魚 39.7%	惣菜 33.9%	パン 29.6%
現金のみ n=(11,291)	青果 53.8%	精肉 43.0%	鮮魚 39.0%	惣菜 33.2%	パン 26.4%
クレジットカード n=(1,983)	青果 61.8%	精肉 55.0%	鮮魚 48.0%	惣菜 37.7%	パン 37.4%
電子マネー n=(820)	青果 47.7%	精肉 41.3%	鮮魚 33.8%	パン 32.7%	惣菜 31.0%
現金とクレジットや 電子マネーなどを併用する n=(2,447)	青果 54.1%	精肉 46.3%	鮮魚 39.9%	パン 38.5%	惣菜 37.0%

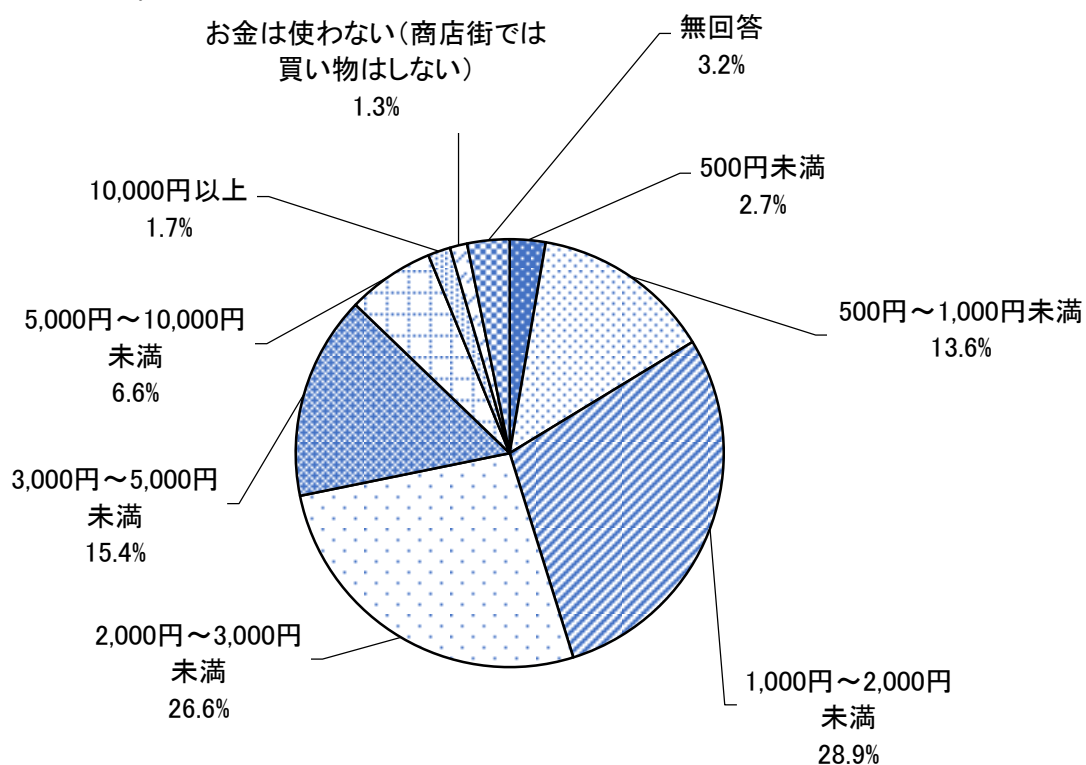
3. 商店街での消費額（問 5-1）

問 5-1 で「6. ほとんど利用しない」以外に○をつけた方にお尋ねします。

問 5-2 商店街への来訪時の消費額について教えてください。（○は 1 つ）

「1,000 円～2,000 円未満」が 28.9%と最も高く、次いで「2,000 円～3,000 円未満」が 26.6%、「3,000 円～5,000 円未満」が 15.4%となっている。

(N = 17,799)



V 商店街での支払い方法

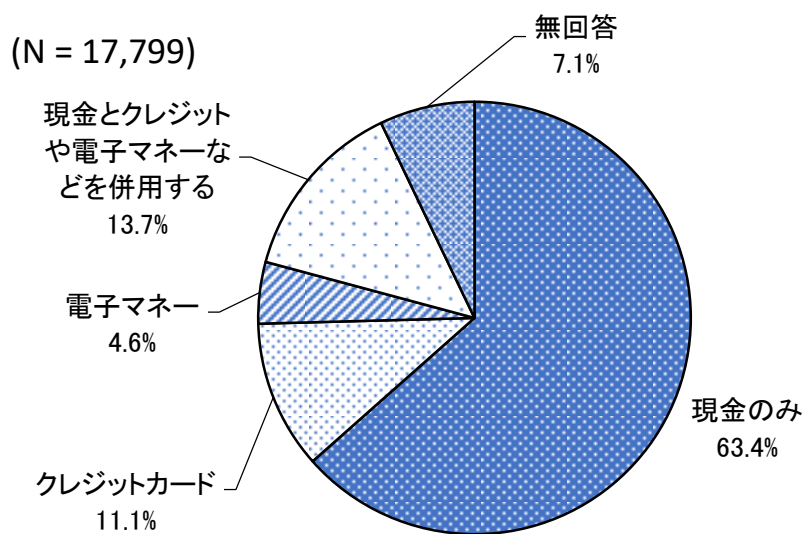
1. 商店街での買い物における支払方法（問 7-1）

問 5-1 で「6. ほとんど利用しない」以外に○をつけた方にお尋ねします。

問 7-1 商店街の買い物においての支払方法は何ですか。（○は 1 つ）

【全体】

「現金のみ」が 63.4%と最も高く、次いで「現金とクレジットや電子マネーなどを併用する」が 13.7%、「クレジットカード」が 11.1%となっている。



【年代別】

いずれの年代も「現金のみ」が1位となっている。2位は60代以下で「現金とクレジットや電子マネーなどを併用する」、70代以上では「クレジットカード」となっている。

	1位	2位	3位	4位
全体 n=(17,799)	現金のみ 63.4%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 13.7%	クレジットカード 11.1%	電子マネー 4.6%
10代 n=(277)	現金のみ 65.3%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 13.7%	電子マネー 8.3%	クレジットカード 4.0%
20代 n=(527)	現金のみ 46.3%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 26.4%	クレジットカード 13.5%	電子マネー 8.0%
30代 n=(1,083)	現金のみ 47.0%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 24.6%	クレジットカード 14.4%	電子マネー 6.1%
40代 n=(1,739)	現金のみ 46.1%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 22.8%	クレジットカード 14.4%	電子マネー 8.5%
50代 n=(2,408)	現金のみ 52.4%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 19.4%	クレジットカード 13.4%	電子マネー 6.5%
60代 n=(3,811)	現金のみ 61.4%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 13.7%	クレジットカード 12.0%	電子マネー 5.1%
70代以上 n=(7,335)	現金のみ 75.4%	クレジットカード 8.8%	現金とクレジットや 電子マネーなどを併 用する 7.7%	電子マネー 2.3%

2. キャッシュレス決済を使用しない理由（問 7-2）

問 7-1 で「1. 現金のみ」に○をつけた方にお尋ねします。

問 7-2 キャッシュレス決済を使用しない理由は何ですか。（○は1つ）

11,291 の回答者のうち、「必要性を感じない」が 1,202 件、「使用したいが対応している店舗が少ない」が 132 件、「その他」が 164 件となっている。

全 体	必要性を感じ ない	使用したい が対応して いる店舗が 少ない	その他
11,291	1,202	132	164

VI 商店街を利用する理由・しない理由

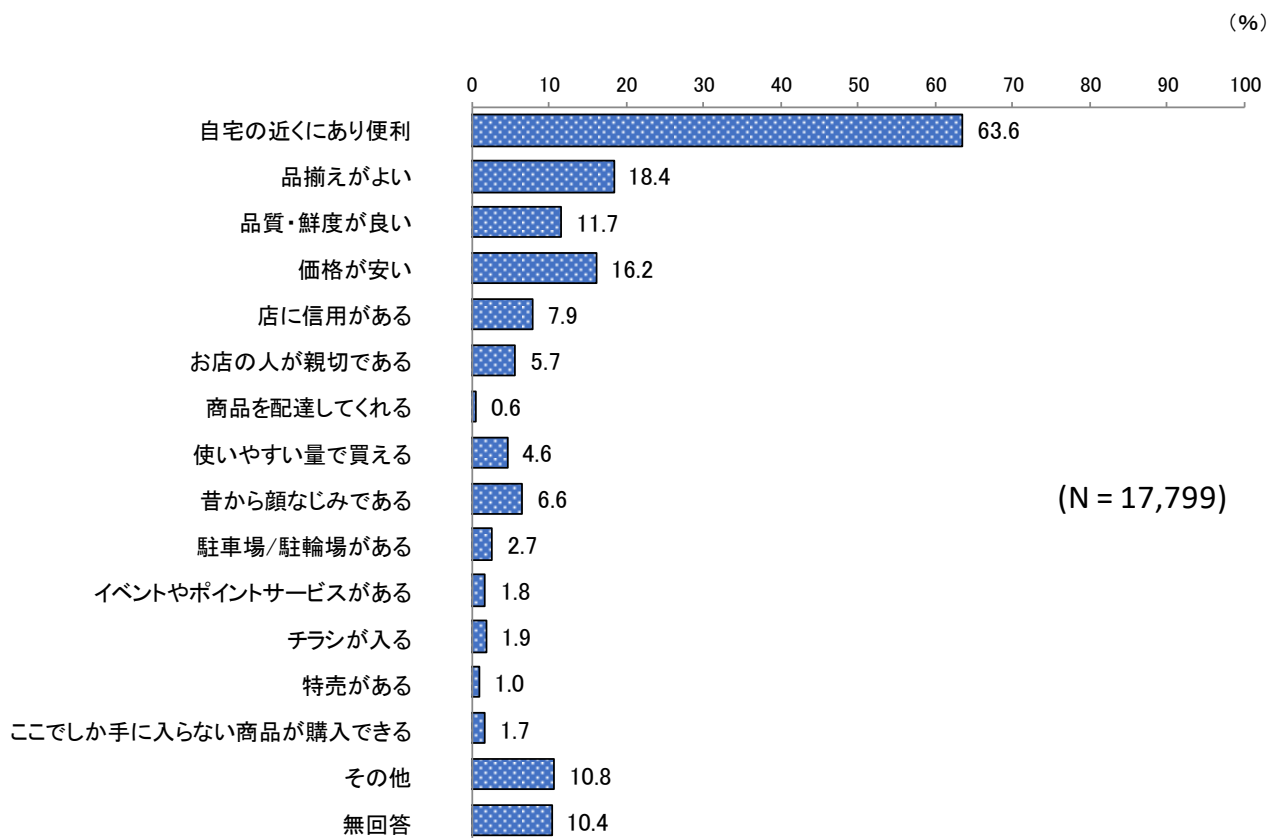
1. 商店街を利用する主な理由（問 6）

問 5-1 で「6. ほとんど利用しない」以外に○をつけた方にお尋ねします。

問 6 この商店街を利用する主な理由を3つまで選び○をつけてください。（○は3つ）

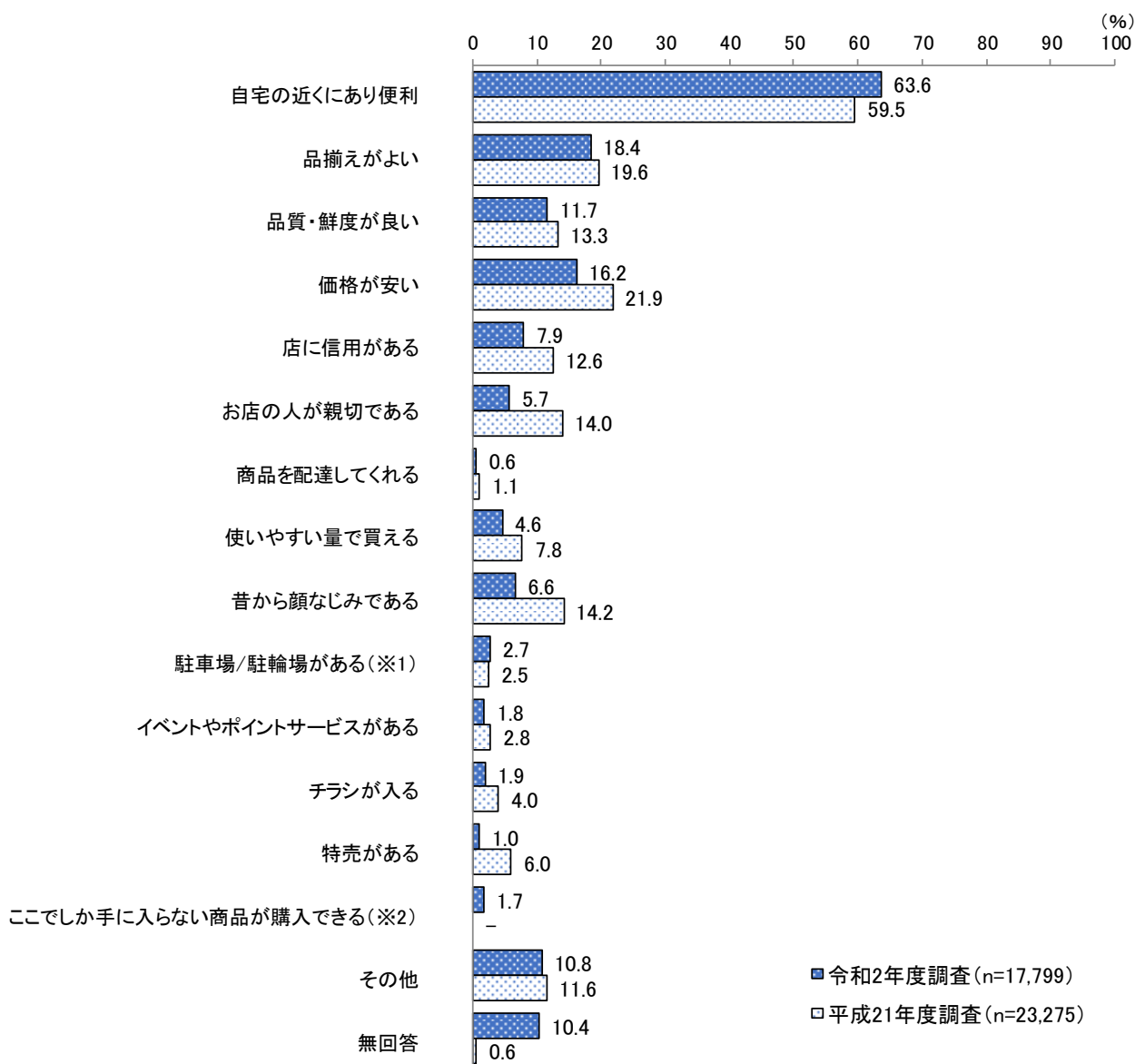
【全体】

「自宅の近くにあり便利」が63.6%と最も高く、次いで「品揃えがよい」が18.4%、「価格が安い」が16.2%となっている。



【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「価格が安い」・「お店の人が親切である」・「昔から顔なじみである」・「特売がある」は 5 ポイント以上減少している。一方、「自宅の近くにあり便利」は 4.1 ポイント増加している。



※1 平成 21 年度調査での「駐車場がある」は令和 2 年度調査では「駐車場/駐輪場がある」として計上した。

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

【年代別】

いずれの年代も「自宅の近くにあり便利」が1位となっている。これに次いで、30代以下では「価格が安い」が、40代以上では「品揃えがよい」が、2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(17,799)	自宅の近くにあり便利 63.6%	品揃えがよい 18.4%	価格が安い 16.2%	品質・鮮度が良い 11.7%	その他 10.8%
10代 n=(277)	自宅の近くにあり便利 64.3%	価格が安い 19.1%	品揃えがよい 14.4%	その他 14.4%	使いやすい量で買える 6.5%
20代 n=(527)	自宅の近くにあり便利 67.9%	価格が安い 19.0%	品揃えがよい 16.7%	その他 10.4%	品質・鮮度が良い 8.3%
30代 n=(1,083)	自宅の近くにあり便利 67.3%	価格が安い 16.4%	品揃えがよい 14.3%	その他 10.9%	品質・鮮度が良い 9.5%
40代 n=(1,739)	自宅の近くにあり便利 61.4%	品揃えがよい 19.0%	価格が安い 18.7%	品質・鮮度が良い 11.3%	その他 11.2%
50代 n=(2,408)	自宅の近くにあり便利 63.6%	品揃えがよい 21.0%	価格が安い 19.1%	品質・鮮度が良い 13.2%	その他 10.6%
60代 n=(3,811)	自宅の近くにあり便利 63.8%	品揃えがよい 17.4%	価格が安い 17.4%	品質・鮮度が良い 12.3%	その他 10.2%
70代以上 n=(7,335)	自宅の近くにあり便利 63.7%	品揃えがよい 18.7%	価格が安い 13.5%	品質・鮮度が良い 12.0%	その他 11.1%

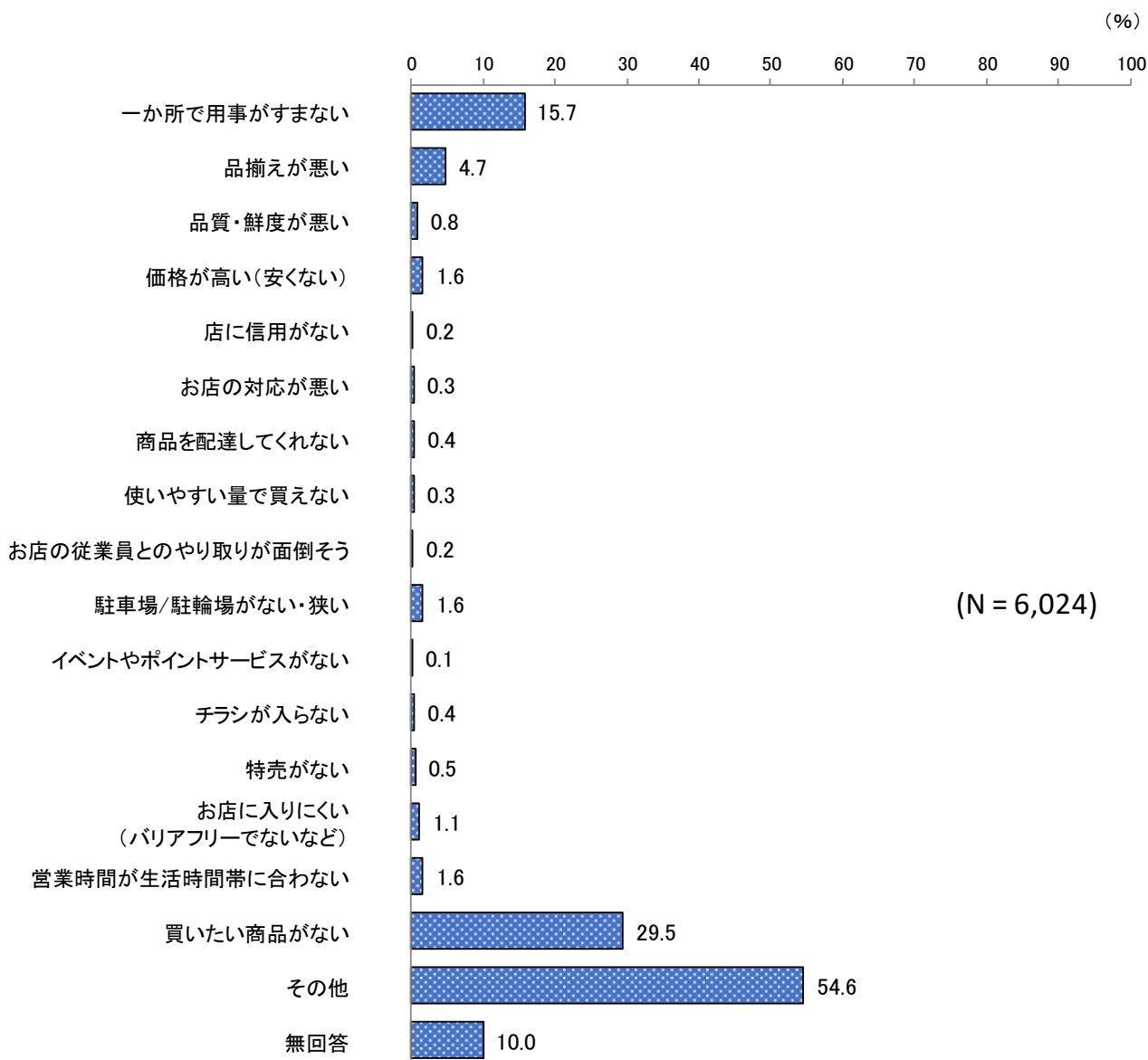
2. 商店街を利用しない主な理由（問 8）

問 5-1 で「6. ほとんど利用しない」に○をつけた方にお尋ねします。

問 8 この商店街を利用しない主な理由を3つまで選び○をつけてください。（○は3つ）

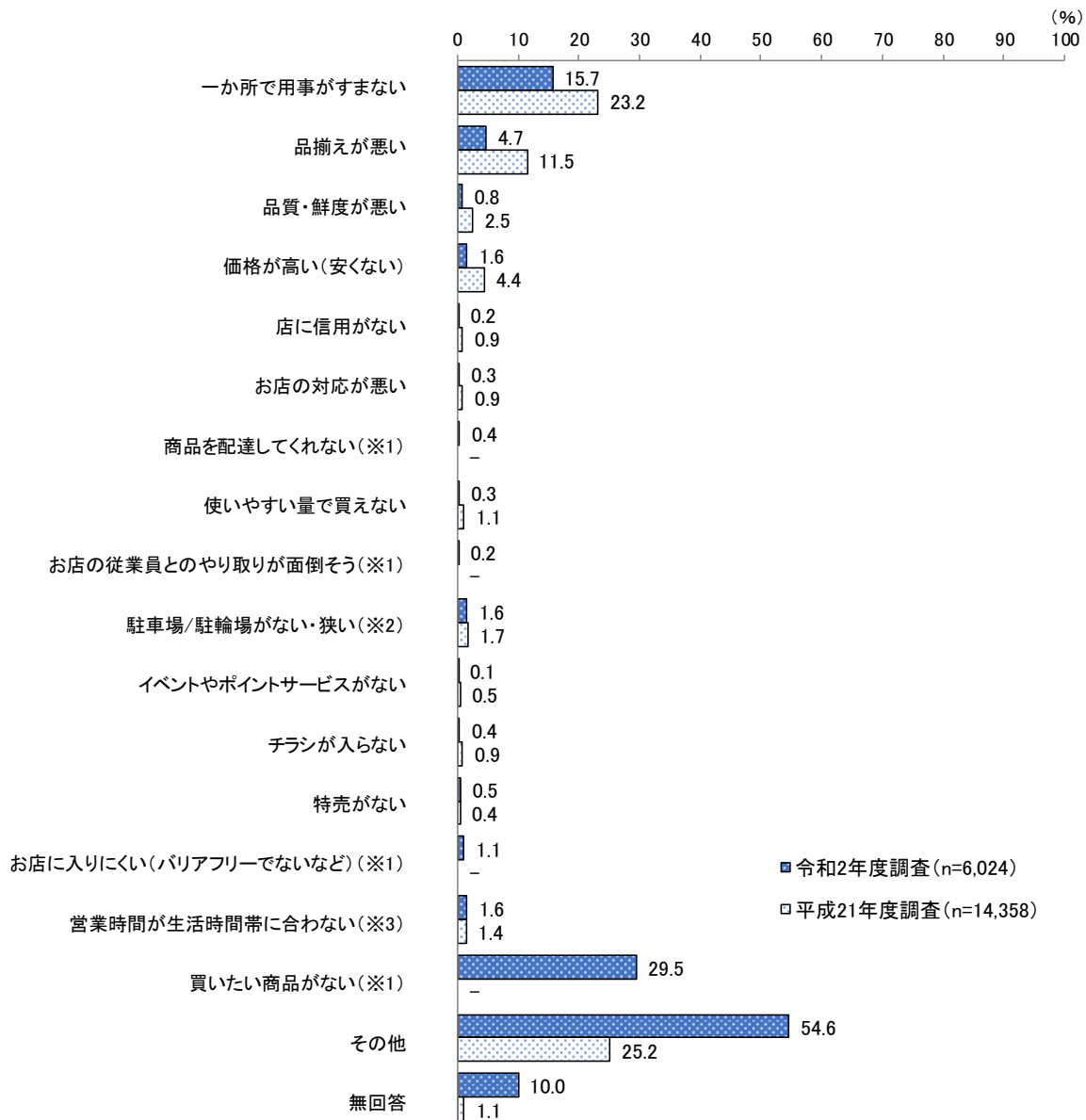
【全体】

「その他」が 54.6%と最も高く、次いで「買いたい商品がない」が 29.5%、「一か所で用事がすまない」が 15.7%となっている。



【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「1 か所で用事がすまない」は 7.5 ポイント、「品揃えが悪い」は 6.8 ポイント減少している。なお、「その他」は 29.4 ポイント増加している。令和 2 年度調査新設の「買いたい商品がない」は 29.5%で最も高くなっている。



※1 「商品を配達してくれない」・「お店の従業員とのやり取りが面倒そう」・「お店に入りにくい（バリアフリーでないなど）」・「買いたい商品がない」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

※2 平成 21 年度調査での「駐車場がない・狭い」は令和 2 年度調査では「駐車場/駐輪場がない・狭い」として計上した。

※3 平成 21 年度調査での「夜遅くまで営業していない」は令和 2 年度調査では「営業時間が生活時間帯に合わない」として計上した。

【年代別】

いずれの年代も「その他」が1位となっており、「買いたい商品がない」が2位となっている。

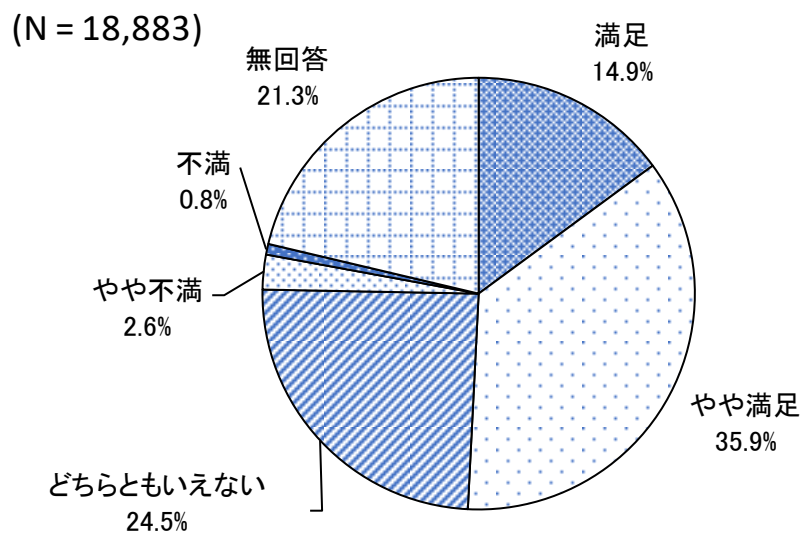
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(6,024)	その他 54.6%	買いたい商品がない 29.5%	一か所で用事がすま ない 15.7%	品揃えが悪い 4.7%	価格が高い(安くない) 1.6%
10代 n=(220)	その他 49.1%	買いたい商品がない 40.5%	一か所で用事がすま ない 3.6%	お店に入りにくい(バ リアフリーでないな ど) / 営業時間が生 活時間帯に合わない 2.7%	品揃えが悪い 2.3%
20代 n=(362)	その他 53.0%	買いたい商品がない 29.6%	一か所で用事がすま ない 7.7%	営業時間が生活時 間帯に合わない 3.3%	品揃えが悪い 2.5%
30代 n=(395)	その他 50.1%	買いたい商品がない 27.6%	一か所で用事がすま ない 10.9%	営業時間が生活時 間帯に合わない 5.1%	品揃えが悪い 3.5%
40代 n=(560)	その他 51.8%	買いたい商品がない 29.5%	一か所で用事がすま ない 15.2%	品揃えが悪い 3.6%	駐車場/駐輪場がな い・狭い 3.2%
50代 n=(741)	その他 53.6%	買いたい商品がない 26.9%	一か所で用事がすま ない 17.1%	品揃えが悪い 5.3%	営業時間が生活時 間帯に合わない 2.8%
60代 n=(1,168)	その他 51.5%	買いたい商品がない 34.3%	一か所で用事がすま ない 18.2%	品揃えが悪い 5.5%	駐車場/駐輪場がな い・狭い 1.7%
70代以上 n=(2,398)	その他 58.6%	買いたい商品がない 27.9%	一か所で用事がすま ない 17.3%	品揃えが悪い 5.3%	価格が高い(安くない) 1.3%

VII 商店街の満足度

1. 商店街の満足度（問9）

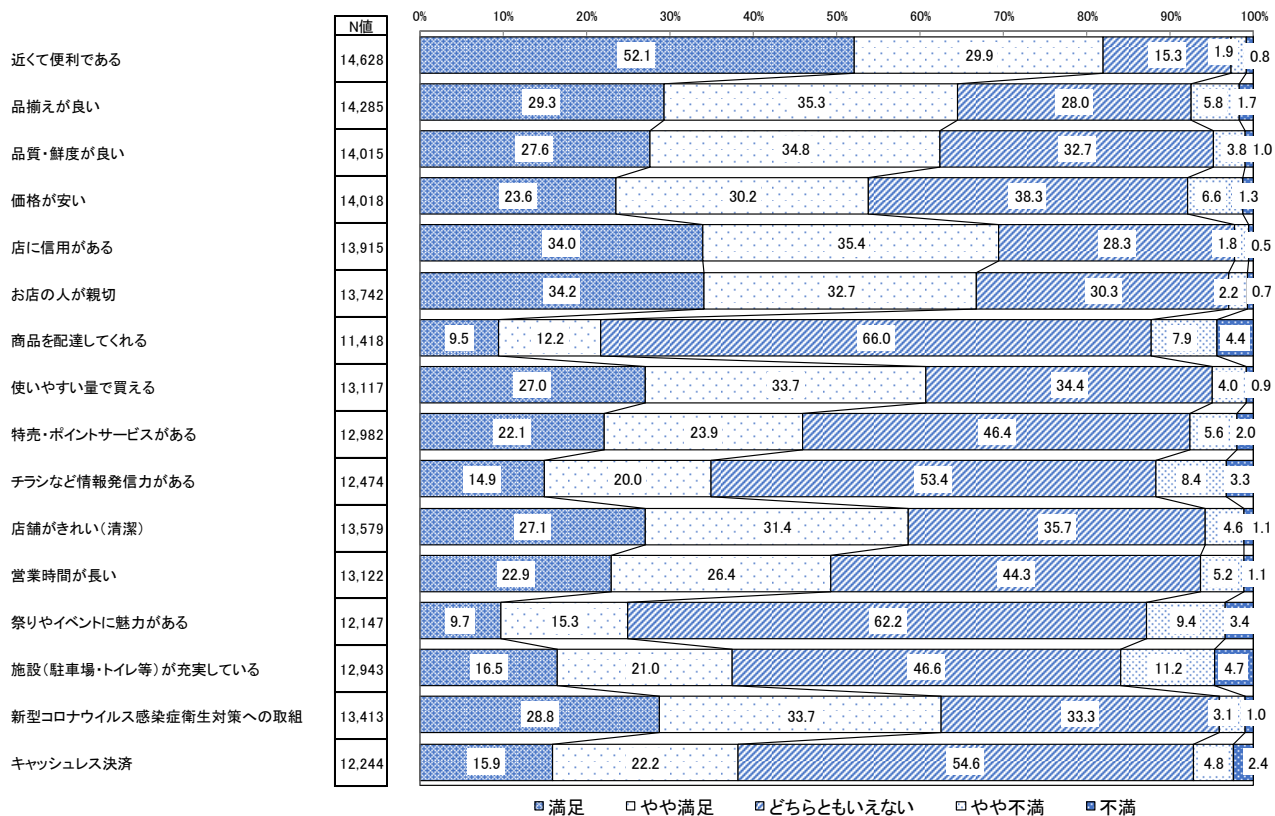
問9 この商店街の満足度（5:満足、4:やや満足、3: どちらともいえない、2:やや不満、1:不満）
に○をつけてください。（○は1つ）

総合満足度は、「やや満足」が最も多く 35.9%となっている。「満足している」は 50.8%（「満足」（14.9%）、「やや満足」（35.9%）の合計）で、「不満がある」は 3.4%（「やや不満」（2.6%）、「不満」（0.8%）の合計）となっている。



項目別に満足度をみると、「満足している」（「満足」・「やや満足」の合計）割合が最も高いのは、「近くて便利である」で82.0%となっている。「店に信用がある」（69.4%）・「店の人が親切」（66.9%）も他の項目に比べて満足度が高い。

一方、「不満がある」（「不満」・「やや不満」の合計）割合が最も高いのは「施設（駐車場・トイレ等）が充実している」で15.9%となっている。「祭りやイベントに魅力」（12.8%）・「商品を配達してくれる」（12.3%）も他の項目に比べて「不満がある」割合が比較的高くなっている。



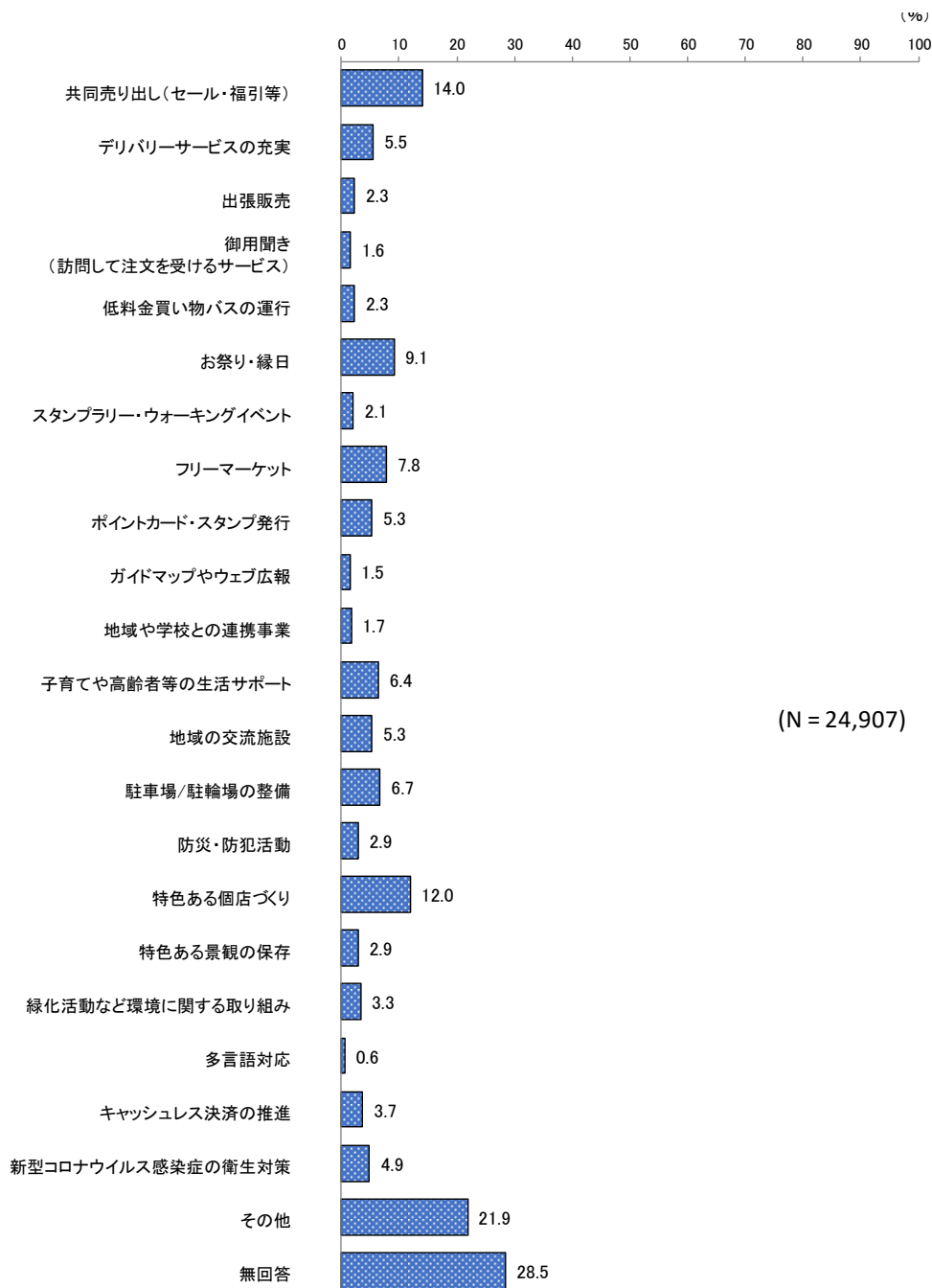
VIII 来街者が商店街の魅力をもとめるために必要と思うこと

1. 来街者が商店街の魅力をもとめるために必要と思うこと（問 10）

問 10 次のどのようなことが導入されると、あなたにとって、商店街の魅力が高まると思いますか。（〇は3つ）

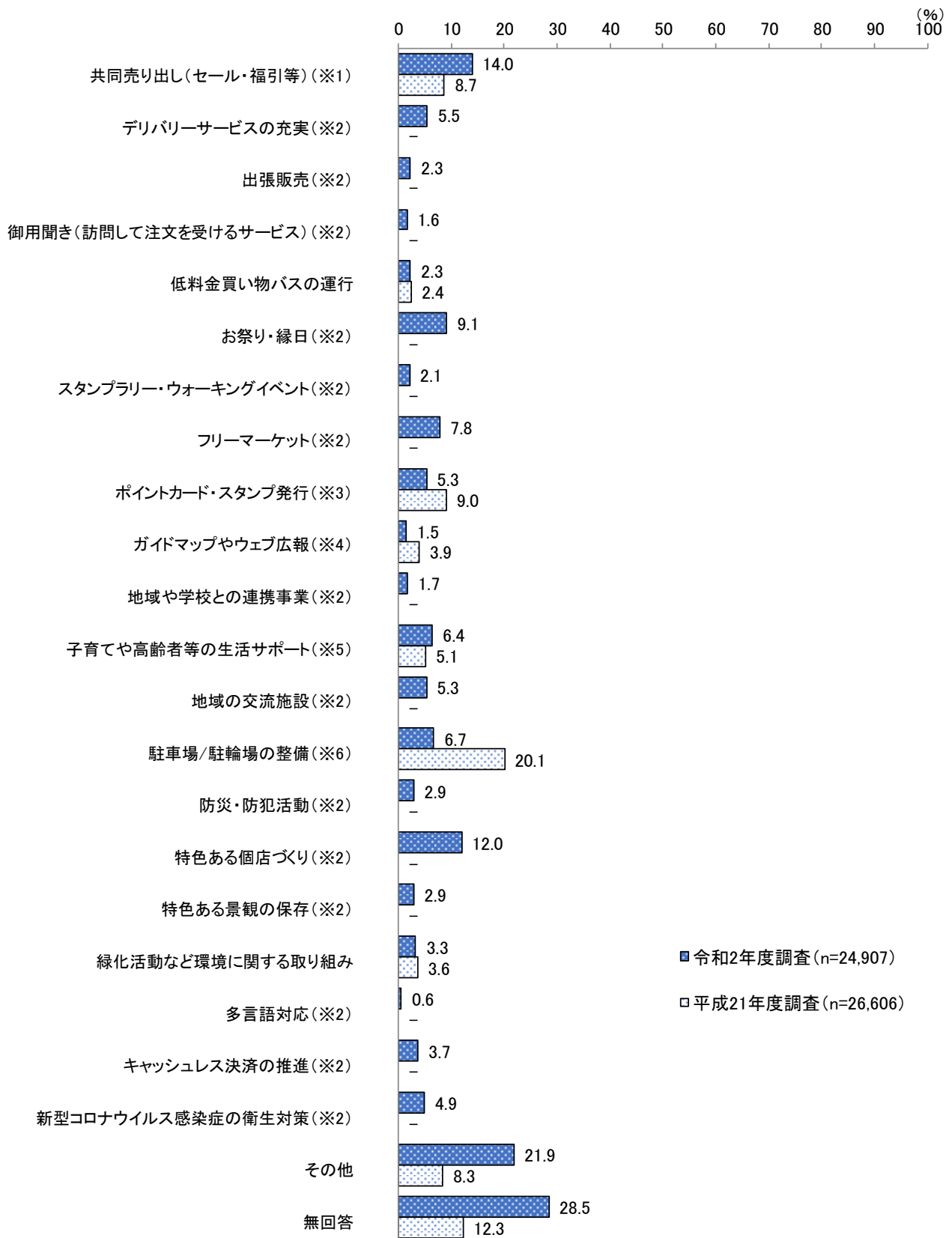
【全体】

「共同売り出し（セール・福引等）」が 14.0%と最も高く、「特色ある個店づくり」が 12.0%、次いで「お祭り・縁日」が 9.1%、となっている。



【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「共同売り出し（セール・福引等）」は 5.3 ポイント増加し、「駐車場／駐輪場の整備」は 13.4 ポイント減少している。令和 2 年度調査新設の項目では「特色ある個店づくり」・「お祭り・縁日」が 1 割前後で比較的高くなっている。



- ※1 平成 21 年度調査での「共同売り出し」は令和 2 年度調査では「共同売り出し（セール・福引等）」として計上した。
- ※2 「デリバリーサービスの充実」・「出張販売」・「御用聞き（訪問して注文を受けるサービス）」・「お祭り・縁日」・「スタンプラリー・ウォーキングイベント」・「フリーマーケット」・「地域や学校との連携事業」・「地域の交流施設」・「防災・防犯活動」・「特色ある個店づくり」・「特色ある景観の保存」・「多言語対応」・「キャッシュレス決済の推進」・「新型コロナウイルス感染症の衛生対策」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。
- ※3 平成 21 年度調査での「ポイントカード・スタンプ事業」は令和 2 年度調査では「ポイントカード・スタンプ発行」として計上した。
- ※4 平成 21 年度調査での「情報誌・ミニコミ誌発行」・「商店街ホームページ開設」は令和 2 年度調査では「ガイドマップやウェブ広報」として計上した。
- ※5 平成 21 年度調査での「子育て支援」は令和 2 年度調査では「子育てや高齢者等の生活サポート」として計上した。
- ※6 平成 21 年度調査での「駐車・駐輪場の整備」は令和 2 年度調査では「駐車場/駐輪場の整備」として計上した。

【年代別】

「10代」では「お祭り・縁日」が1位となっている。「20代」「30代」では「お祭り・縁日」・「共同売り出し（セール・福引等）」が、40代以上では「共同売り出し（セール・福引等）」・「その他」が、それぞれ上位3位に入っている。

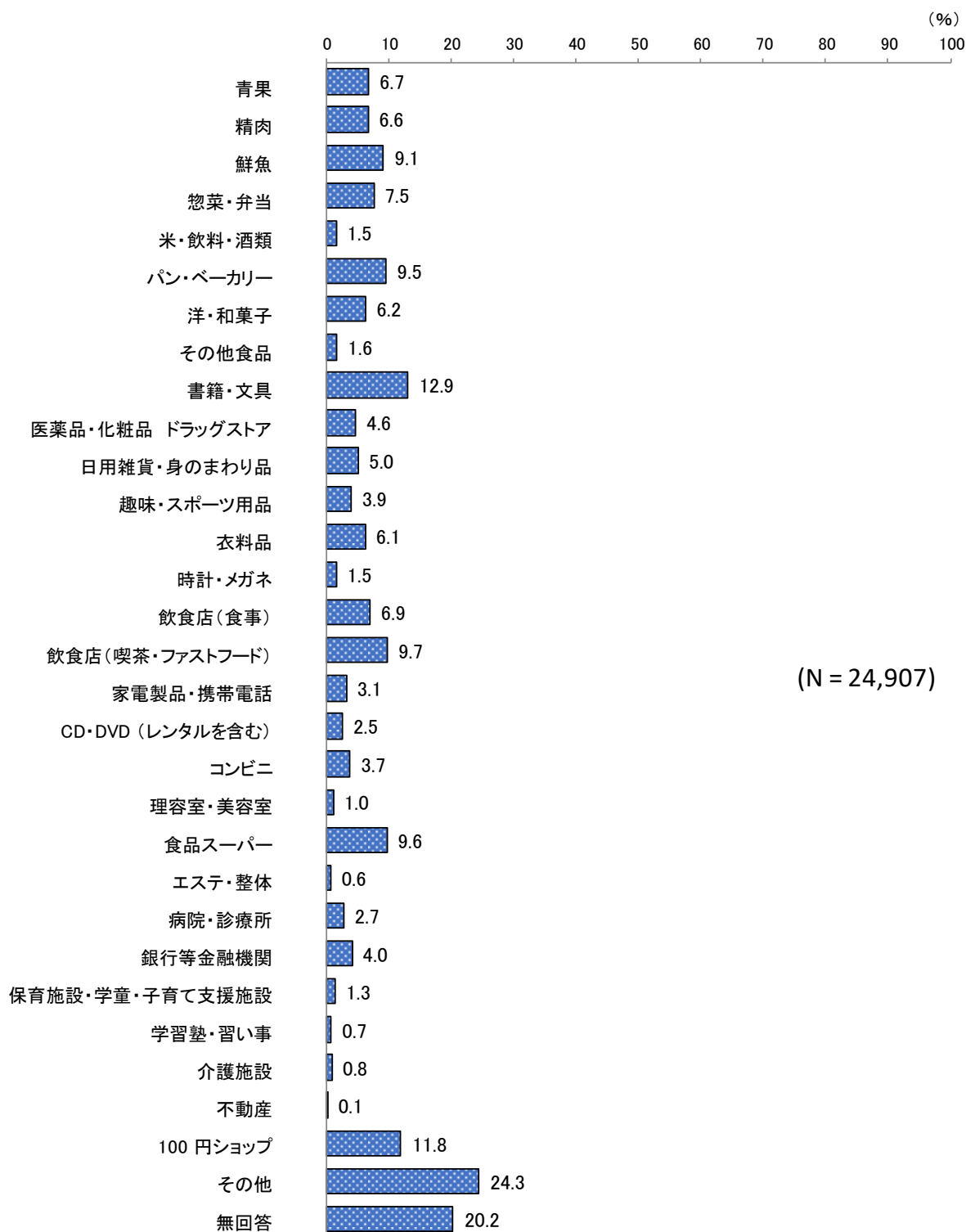
	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(24,907)	その他 21.9%	共同売り出し(セール・福引等) 14.0%	特色ある個店づくり 12.0%	お祭り・縁日 9.1%	フリーマーケット 7.8%
10代 n=(533)	お祭り・縁日 28.0%	無回答 20.6%	その他 19.1%	フリーマーケット 10.7%	特色ある個店づくり 10.3%
20代 n=(920)	お祭り・縁日 19.1%	共同売り出し(セール・福引等) 17.8%	フリーマーケット 12.6%	キャッシュレス決済の推進 11.6%	特色ある個店づくり 11.4%
30代 n=(1,531)	共同売り出し(セール・福引等) 15.9%	お祭り・縁日 15.8%	子育てや高齢者等の生活サポート 15.6%	その他 15.3%	駐車場/駐輪場の整備 11.2%
40代 n=(2,401)	共同売り出し(セール・福引等) 16.6%	その他 15.0%	特色ある個店づくり 13.0%	駐車場/駐輪場の整備 12.2%	お祭り・縁日 12.0%
50代 n=(3,267)	その他 18.5%	共同売り出し(セール・福引等) 17.9%	特色ある個店づくり 14.0%	駐車場/駐輪場の整備 9.2%	フリーマーケット 8.6%
60代 n=(5,183)	その他 20.7%	共同売り出し(セール・福引等) 15.9%	特色ある個店づくり 14.8%	フリーマーケット 8.9%	お祭り・縁日 7.9%
70代以上 n=(10,186)	その他 27.3%	共同売り出し(セール・福引等) 11.1%	特色ある個店づくり 10.7%	お祭り・縁日 6.6%	フリーマーケット 6.5%

2. 来街者が商店街に欲しい業種（問 11）

問 11 この商店街に欲しい業種（こういうモノ・サービスが欲しい）は何ですか？（複数回答）

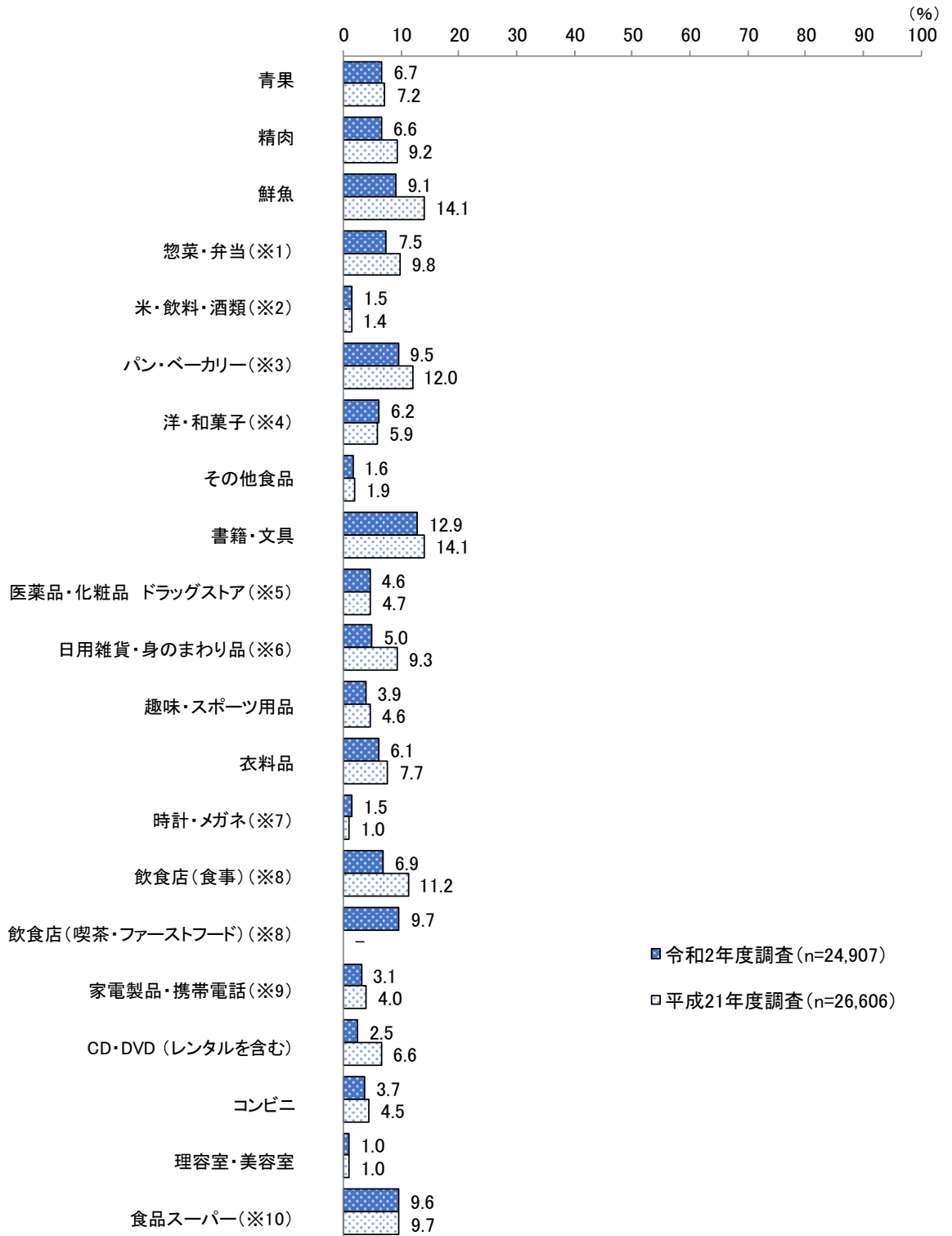
【全体】

「書籍・文具」が 12.9%と最も高く、次いで「100 円ショップ」が 11.8%、「飲食店（喫茶・ファストフード）」が 9.7%となっている。

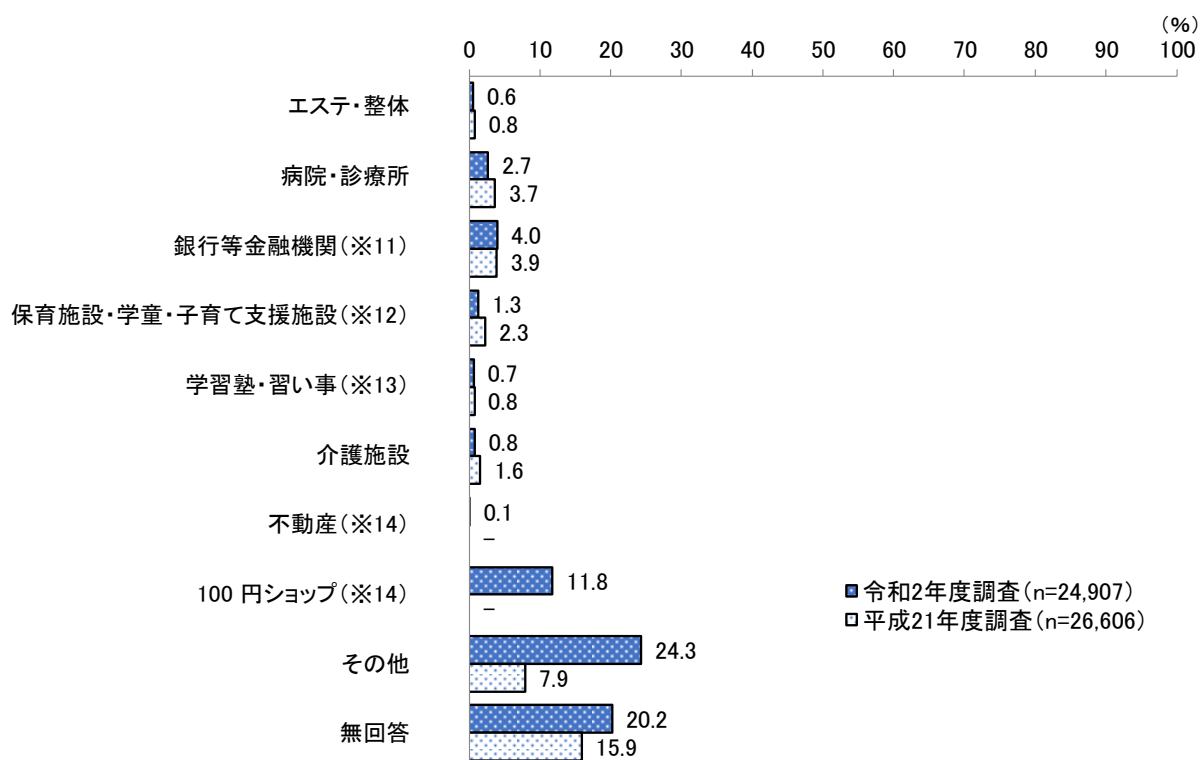


【経年比較】

平成 21 年度調査と比較すると、「鮮魚」が 5.0 ポイント減少している。なお、「その他」が 16.4 ポイント増加している。



[次ページに続く]



- ※1 平成 21 年度調査での「惣菜」は令和 2 年度調査では「惣菜・弁当」として計上した。
- ※2 平成 21 年度調査での「米穀」は令和 2 年度調査では「米・飲料・酒類」として計上した。
- ※3 平成 21 年度調査での「パン」は令和 2 年度調査では「パン・ベーカリー」として計上した。
- ※4 平成 21 年度調査での「和洋菓子」は令和 2 年度調査では「洋・和菓子」として計上した。
- ※5 平成 21 年度調査での「医薬品・化粧品」は令和 2 年度調査では「医薬品・化粧品 ドラッグストア」として計上した。
- ※6 平成 21 年度調査での「日用雑貨」は令和 2 年度調査では「日用雑貨・身のまわり品」として計上した。
- ※7 平成 21 年度調査での「時計・メガネ・身の回り品」は令和 2 年度調査では「時計・メガネ」として計上した。
- ※8 平成 21 年度調査での「飲食店」は令和 2 年度調査では「飲食店（食事）」・「飲食店（喫茶・ファーストフード）」として計上した。
- ※9 平成 21 年度調査での「家電製品」は令和 2 年度調査では「家電製品・携帯電話」として計上した。
- ※10 平成 21 年度調査での「スーパー」は令和 2 年度調査では「食品スーパー」として計上した。
- ※11 平成 21 年度調査での「金融機関(銀行等)」は令和 2 年度調査では「銀行等金融機関」として計上した。
- ※12 平成 21 年度調査での「保育施設・託児所」は令和 2 年度調査では「保育施設・学童・子育て支援施設」として計上した。
- ※13 平成 21 年度調査での「学習塾」は令和 2 年度調査では「学習塾・習い事」として計上した。
- ※14 「不動産」・「100円ショップ」の選択肢は、令和 2 年度調査で新設した。

【年代別】

「10代」では「書籍・文具」が1位、「100円ショップ」が2位となっている。「20代」・「30代」では「100円ショップ」が1位となっている。「40代」・「50代」・「60代」では「100円ショップ」・「書籍・文具」が2位または3位となり、「70代以上」では「鮮魚」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(24,907)	その他 24.3%	書籍・文具 12.9%	100円ショップ 11.8%	飲食店 9.7%	食品スーパー 9.6%
10代 n=(533)	書籍・文具 22.7%	100円ショップ 21.4%	その他 19.3%	飲食店 16.7%	趣味・スポーツ用品 15.6%
20代 n=(920)	100円ショップ 19.6%	その他 16.3%	飲食店 14.6%	書籍・文具 12.8%	パン・ベーカリー 12.1%
30代 n=(1,531)	100円ショップ 19.9%	パン・ベーカリー 18.6%	その他 18.3%	書籍・文具 17.7%	飲食店 14.7%
40代 n=(2,401)	その他 17.8%	100円ショップ 17.0%	書籍・文具 16.5%	パン・ベーカリー 15.4%	飲食店 11.7%
50代 n=(3,267)	その他 22.3%	書籍・文具 15.5%	100円ショップ 14.9%	パン・ベーカリー 12.7%	食品スーパー 10.7%
60代 n=(5,183)	その他 23.4%	書籍・文具 13.4%	100円ショップ 10.7%	鮮魚 10.6%	食品スーパー 10.4%
70代以上 n=(10,186)	その他 28.4%	鮮魚 10.2%	書籍・文具 9.7%	食品スーパー 9.6%	100円ショップ 8.1%

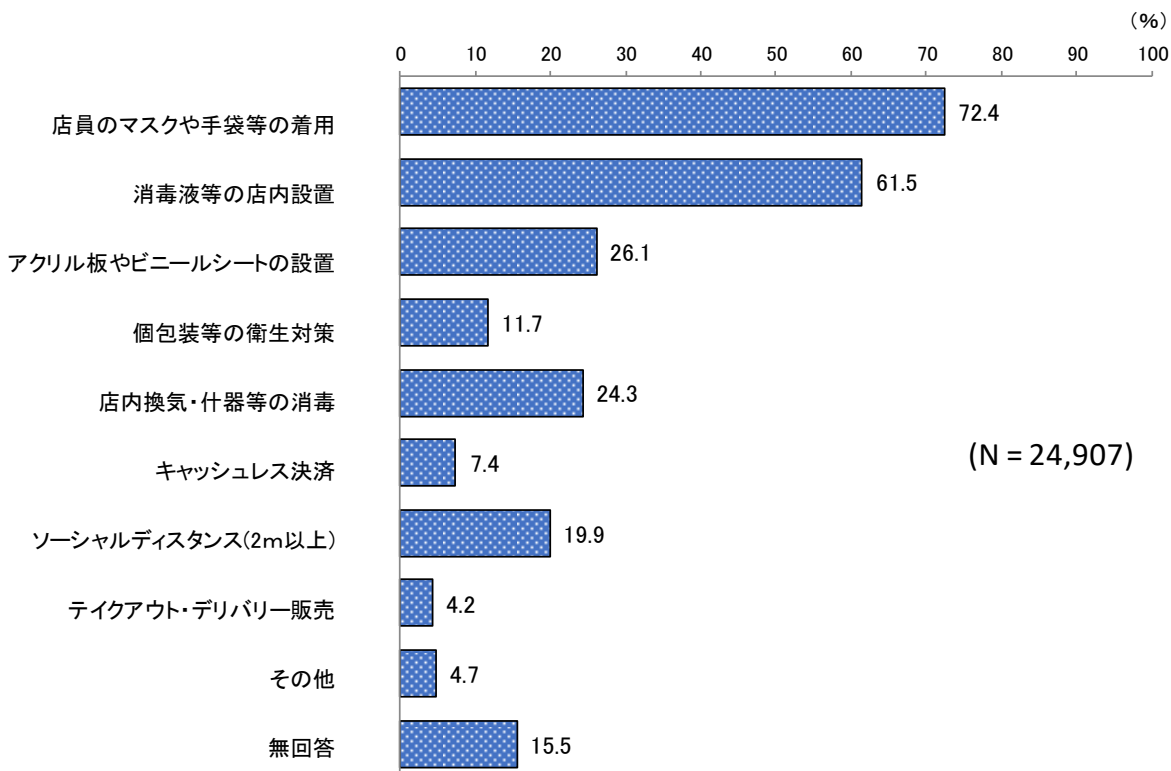
IX 新型コロナウイルス対策

1. 来街者が重視する新型コロナウイルス感染症の対策（問 12）

問 12 新型コロナウイルス感染症の衛生対策として重視するものは何ですか。（複数回答）

【全体】

「店員のマスクや手袋等の着用」が 72.4%と最も高く、次いで「消毒液等の店内設置」が 61.5%、「アクリル板やビニールシートの設置」が 26.1%となっている。



【年代別】

いずれの年代も「店員のマスクや手袋等の着用」が1位、「消毒液等の店内設置」が2位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 n=(24,907)	店員のマスクや手袋等の着用 72.4%	消毒液等の店内設置 61.5%	アクリル板やビニールシートの設置 26.1%	店内換気・什器等の消毒 24.3%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 19.9%
10代 n=(533)	店員のマスクや手袋等の着用 66.2%	消毒液等の店内設置 53.8%	店内換気・什器等の消毒 21.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 19.3%	アクリル板やビニールシートの設置 15.4%
20代 n=(920)	店員のマスクや手袋等の着用 69.0%	消毒液等の店内設置 57.6%	店内換気・什器等の消毒 28.3%	アクリル板やビニールシートの設置 19.6%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 17.7%
30代 n=(1,531)	店員のマスクや手袋等の着用 69.0%	消毒液等の店内設置 60.3%	店内換気・什器等の消毒 29.6%	アクリル板やビニールシートの設置 24.0%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.7%
40代 n=(2,401)	店員のマスクや手袋等の着用 69.3%	消毒液等の店内設置 61.3%	アクリル板やビニールシートの設置 28.9%	店内換気・什器等の消毒 28.8%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 20.8%
50代 n=(3,267)	店員のマスクや手袋等の着用 74.3%	消毒液等の店内設置 63.3%	アクリル板やビニールシートの設置 31.1%	店内換気・什器等の消毒 28.4%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 23.7%
60代 n=(5,183)	店員のマスクや手袋等の着用 75.8%	消毒液等の店内設置 64.5%	アクリル板やビニールシートの設置 29.8%	店内換気・什器等の消毒 24.9%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 21.1%
70代以上 n=(10,186)	店員のマスクや手袋等の着用 72.1%	消毒液等の店内設置 60.6%	アクリル板やビニールシートの設置 23.2%	店内換気・什器等の消毒 20.7%	ソーシャルディスタンス(2m以上) 17.9%

X CSポートフォリオ分析

1. 強み・課題・現状維持・要注意項目

CSポートフォリオ分析⁽¹⁾から、それぞれ強み・課題・現状維持・要注意の項目を表にまとめ比較したところ、下表の傾向がみられた。

現状維持項目	商店街の強み
<ul style="list-style-type: none">・近くて便利である	<ul style="list-style-type: none">・お店の人が親切・店に信用がある・新型コロナウイルス感染症衛生対策への取組・品揃えが良い・品質・鮮度が良い・店舗がきれい（清潔）・使いやすい量で買える
要注意項目	商店街の課題
<ul style="list-style-type: none">・価格が安い・特売・ポイントサービスがある・キャッシュレス決済・チラシなど情報発信力がある・商品を配達してくれる・祭りやイベントに魅力がある	<ul style="list-style-type: none">・営業時間が長い・施設（駐車場・トイレ等）が充実

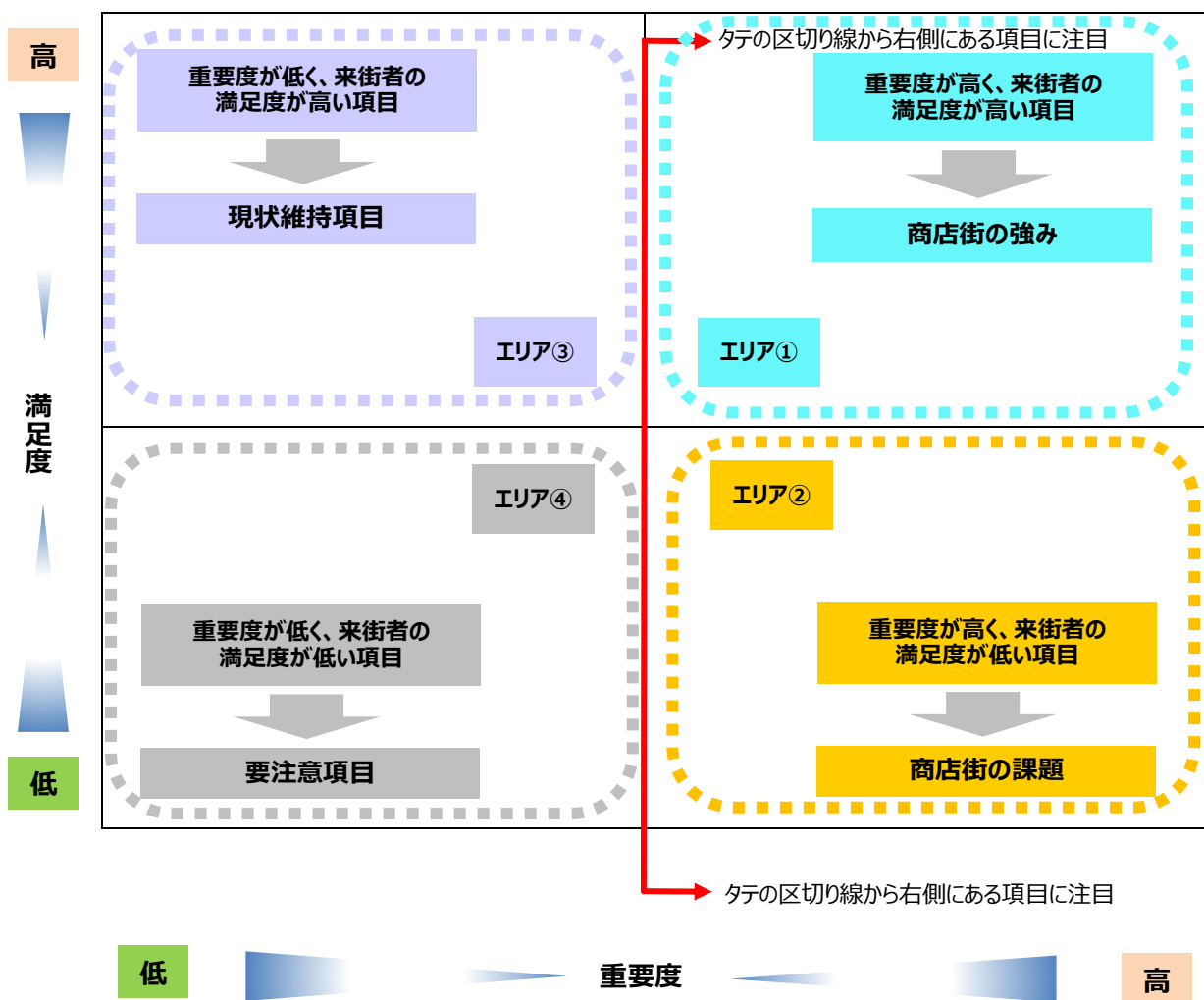
1 CSポートフォリオ分析とは、調査回答の点数（満足度）及び総合満足度への点数から、統計学的手法を駆使し「満足度偏差値」及び「重要度偏差値」を算出、各項目をプロットすることによって、視覚的に各項目のポジショニングを把握する手法。

【参考】CSポートフォリオの見方について

グラフの横軸は各基本要素が商店街全体の満足度に与える影響度合い（重要度）、縦軸は各基本要素それぞれの現在の満足率（満足度）である。

グラフは縦・横の中心線によって4つのエリアに分かれており、次のように考えることができる。

- 右上のエリア①：強みとなる項目（重要度が高く、お客様の満足度が高い）
- 右下のエリア②：課題となる項目（重要度が高く、お客様の満足度が低い）
- 左上のエリア③：現状維持で十分な項目（重要度が低く、お客様の満足度が高い）
- 左下のエリア④：要注意の項目（重要度が低く、お客様の満足度が低い）



2. CSポートフォリオ

