

平成 30 年 度

まちづくりに関する
アンケート
結果報告書

平成 31 年 1 月

福 島 県

目 次

	頁
I 調査の概要	
1. 調査の目的	1
2. 調査実施概要	1
3. 調査項目	1
4. 回答者の構成	2
II 調査結果の解説	
1. 「買い物」に関する状況について.....	7
(1) 日常生活の買い物の際に、特によく利用する店舗等	7
(2) 日常生活の買い物（食料品や日用品）の頻度について.....	8
(3) インターネット販売の利用頻度について.....	10
(4) 現在の買い物環境の満足度.....	11
(5) 満足している理由.....	12
(6) 満足していない理由.....	13
(7) 買い物に必要な店舗など.....	14
2. 「福島県商業まちづくり推進条例による大型店の立地調整」について.....	15
(1) 郊外への大型店の立地抑制に対する考え.....	15
(2) 抑制についての賛成理由.....	16
(3) 抑制についての反対理由.....	17
III 調査票様式	

●本報告書利用にあたっての注意点

1. 本文及び図表中の回答者の割合は百分比（％）で表し、小数点以下第2位を四捨五入してある。
したがって、四捨五入の結果、個々の比率の合計が100％にならないことがある。また、複数回答の質問では、比率の合計は100％を超えることがある。
2. 図表中の「n」は回答者総数（該当者への質問の場合は該当者数）のことで、100％が何人に相当するかを示す、比率算出の基数である。

I 調査の概要

1. 調査の目的

「買い物」に関する状況、「福島県商業まちづくり推進条例による大型店の立地調整」について県民の意識やニーズを調査し、今後のまちづくりの方向性や施策の検討にあたっての基礎的な資料とする。

2. 調査実施概要

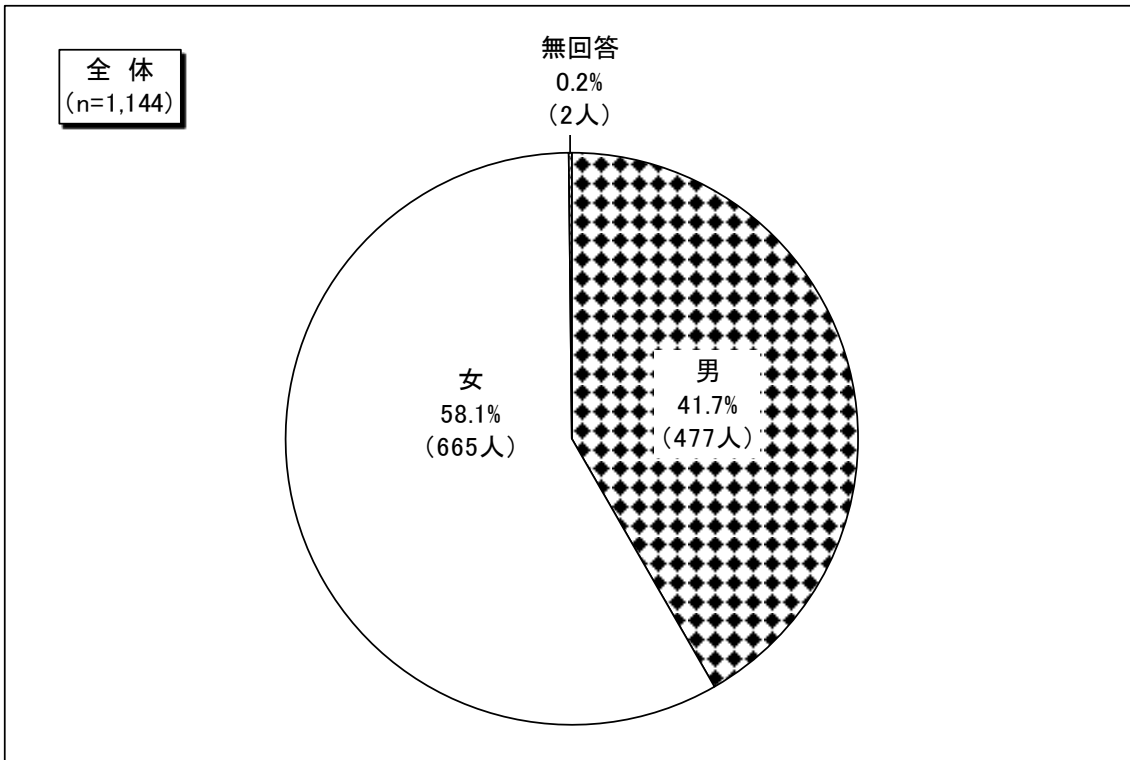
- | | |
|----------|---|
| (1) 調査地域 | 福島県全域（38市町村を抽出） |
| (2) 調査対象 | 満18歳以上の男女個人 |
| (3) 標本数 | 2,500（人） |
| (4) 抽出方法 | 層化二段無作為抽出
第1次抽出：「県北」「県中」「県南」「会津」「南会津」「相双」「いわき」の県内7地域をそれぞれ「総人口10万人以上の市」「総人口10万人未満の市」「郡部（町村）」の3グループに分け、各グループを1つの層とした。
各層の市町村別人口累積表により、等間隔に調査地点（市町村及び町丁・大字）を設定した。
第2次抽出：第1次抽出で得られた調査地点の住民基本台帳から、条件にあてはまる調査対象者個人を系統抽出した。 |
| (5) 基準日 | 平成30年10月1日
（抽出にあたっては上記年月日現在の満年齢を基準とした） |
| (6) 調査方法 | 郵送調査（自記式アンケート） |
| (7) 調査期間 | 平成30年10月31日～11月12日 |
| (8) 回収結果 | 有効回収数1,144（有効回収率45.8%） |

3. 調査項目

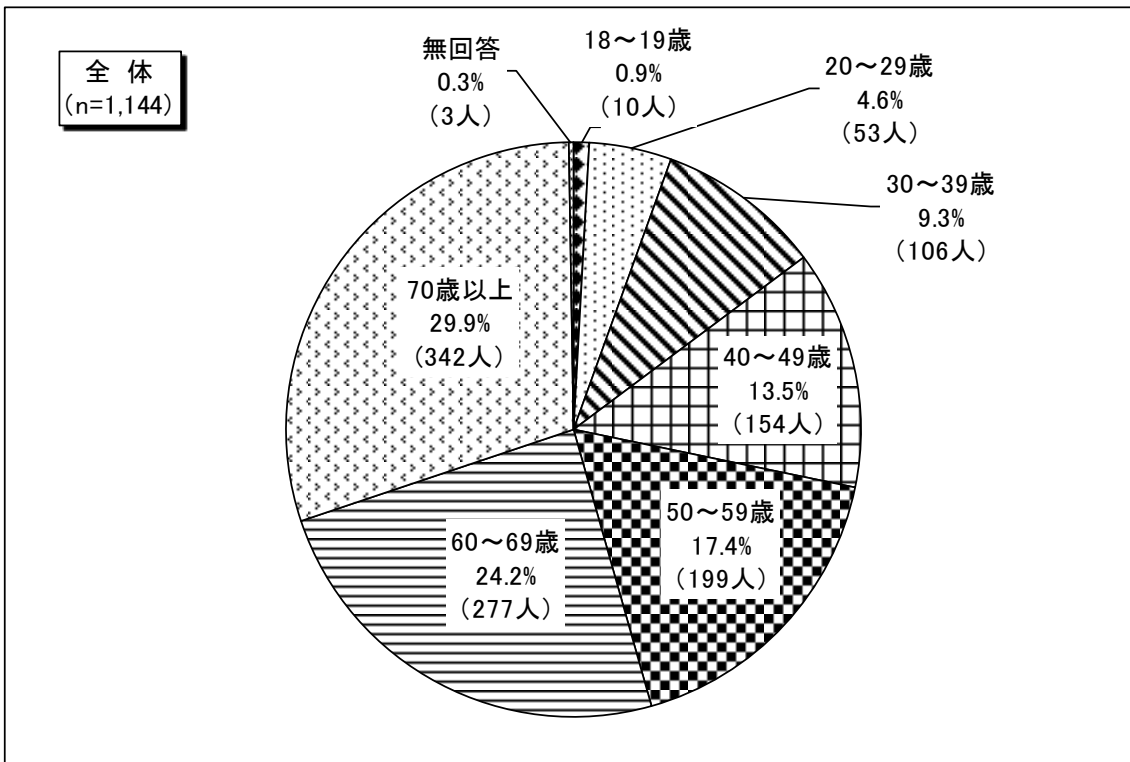
- (1) 「買い物」に関する状況について
- (2) 「福島県商業まちづくり推進条例による大型店の立地調整」について

4. 回答者の構成

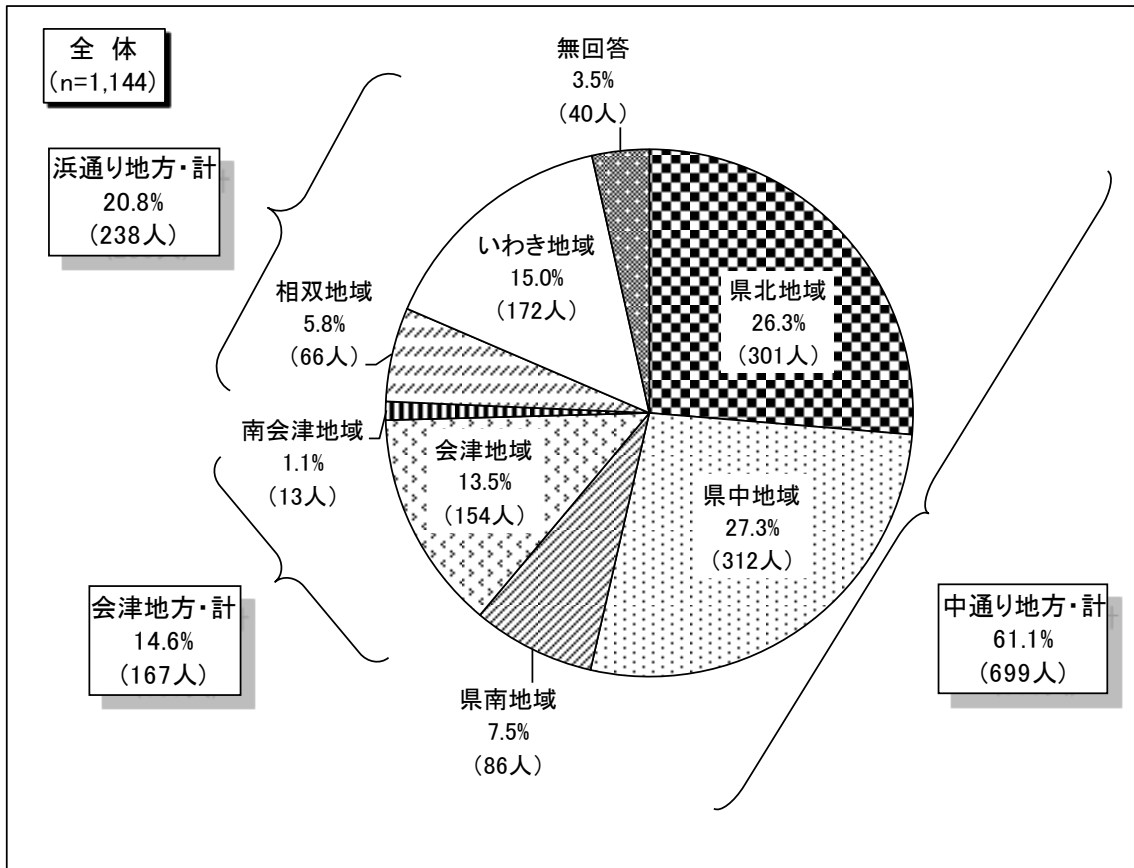
(1) 性別



(2) 年齢



(3) 居住地域



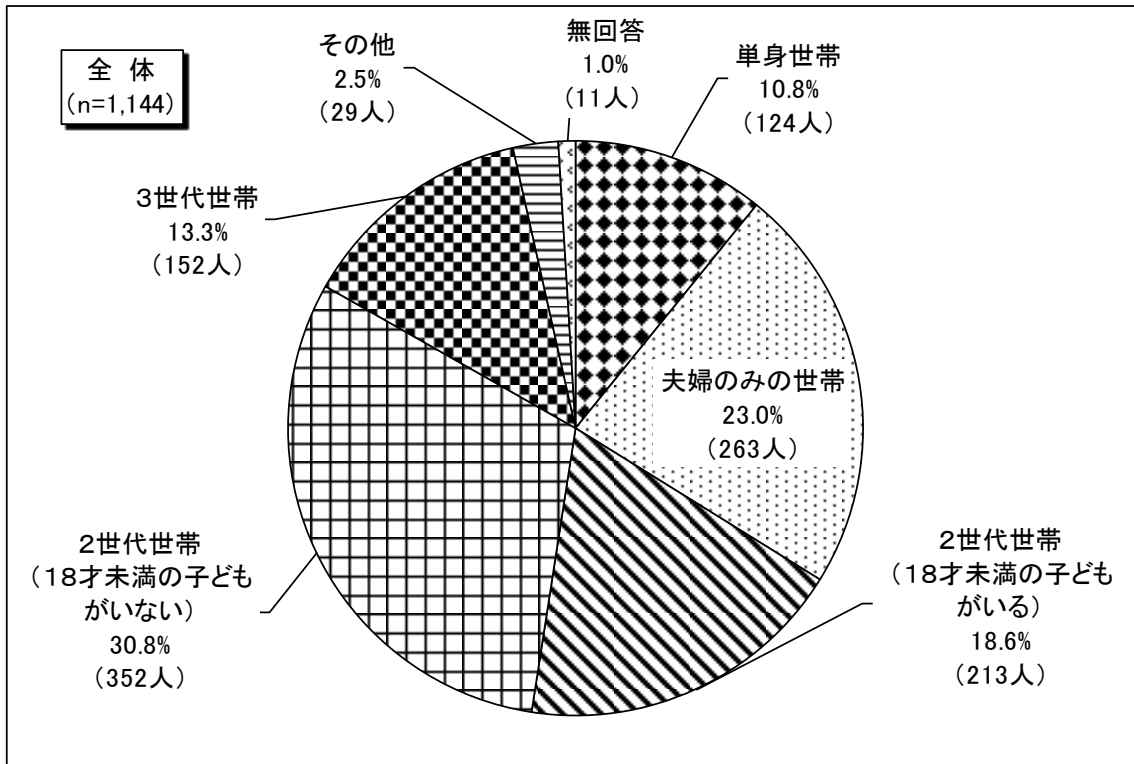
市町村別回答者数

		市町村名	回答者数 (人)	構成比 (%)
中通り 地方	県北 地域	福島市	174	15.2
		二本松市	38	3.3
		伊達市	44	3.8
		本宮市	12	1.0
		桑折町	11	1.0
		国見町	13	1.1
		川俣町	9	0.8
	県中 地域	郡山市	181	15.8
		須賀川市	52	4.5
		田村市	29	2.5
		鏡石町	7	0.6
		天栄村	9	0.8
		石川町	8	0.7
		平田村	9	0.8
県南 地域	三春町	17	1.5	
	白河市	41	3.6	
	西郷村	10	0.9	
	泉崎村	9	0.8	
	矢吹町	9	0.8	
	棚倉町	8	0.7	
	塙町	9	0.8	

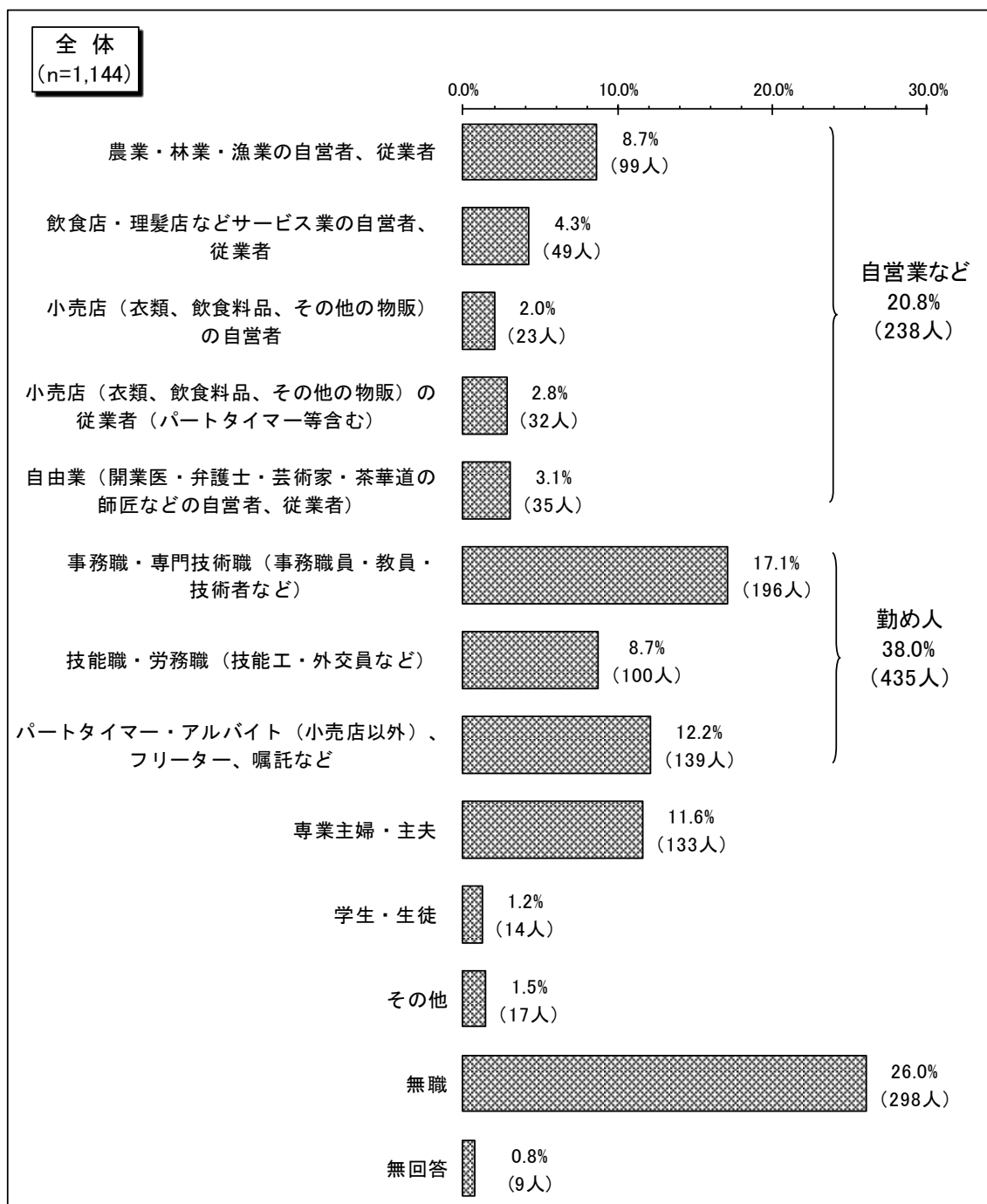
		市町村名	回答者数 (人)	構成比 (%)
会津 地方	会津 地域	会津若松市	78	6.8
		喜多方市	29	2.5
		北塩原村	7	0.6
		猪苗代町	10	0.9
		会津坂下町	11	1.0
		柳津町	12	1.0
		会津美里町	7	0.6
		A 下郷町	6	0.5
	南会津町	7	0.6	
	浜通 り地 方	相双 地域	相馬市	24
南相馬市			25	2.2
檜葉町			2	0.2
	富岡町	0	0.0	
	大熊町	0	0.0	
	浪江町	4	0.3	
	新地町	11	1.0	
	B いわき市	172	15.0	
	居住市町村別無回答	40	3.5	
	全体	1,144	100.0	

A 南会津地域
B いわき地域

(4) 家族構成



(5) 職業

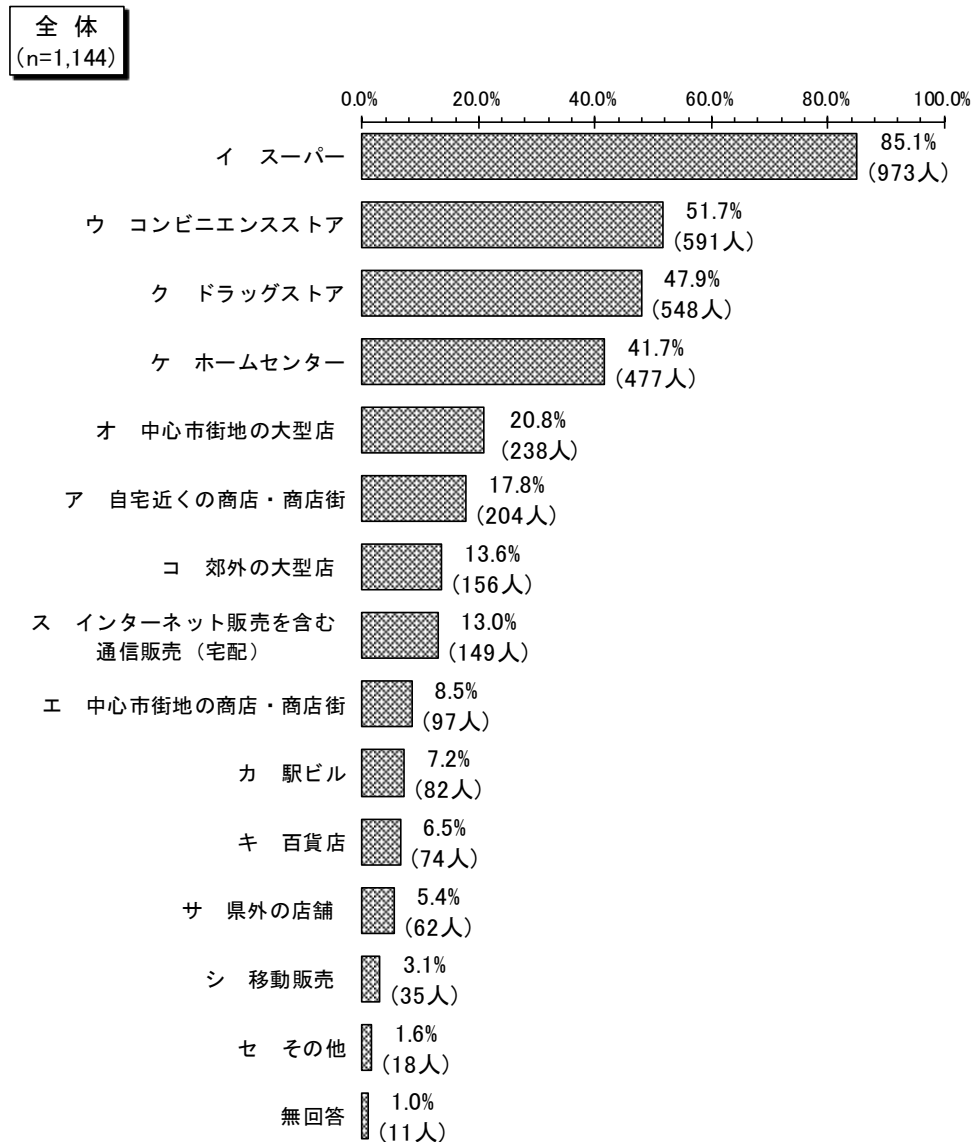


Ⅱ 調査結果の解説

1. 「買い物」に関する状況について

(1) 日常生活の買い物の際に、特によく利用する店舗等

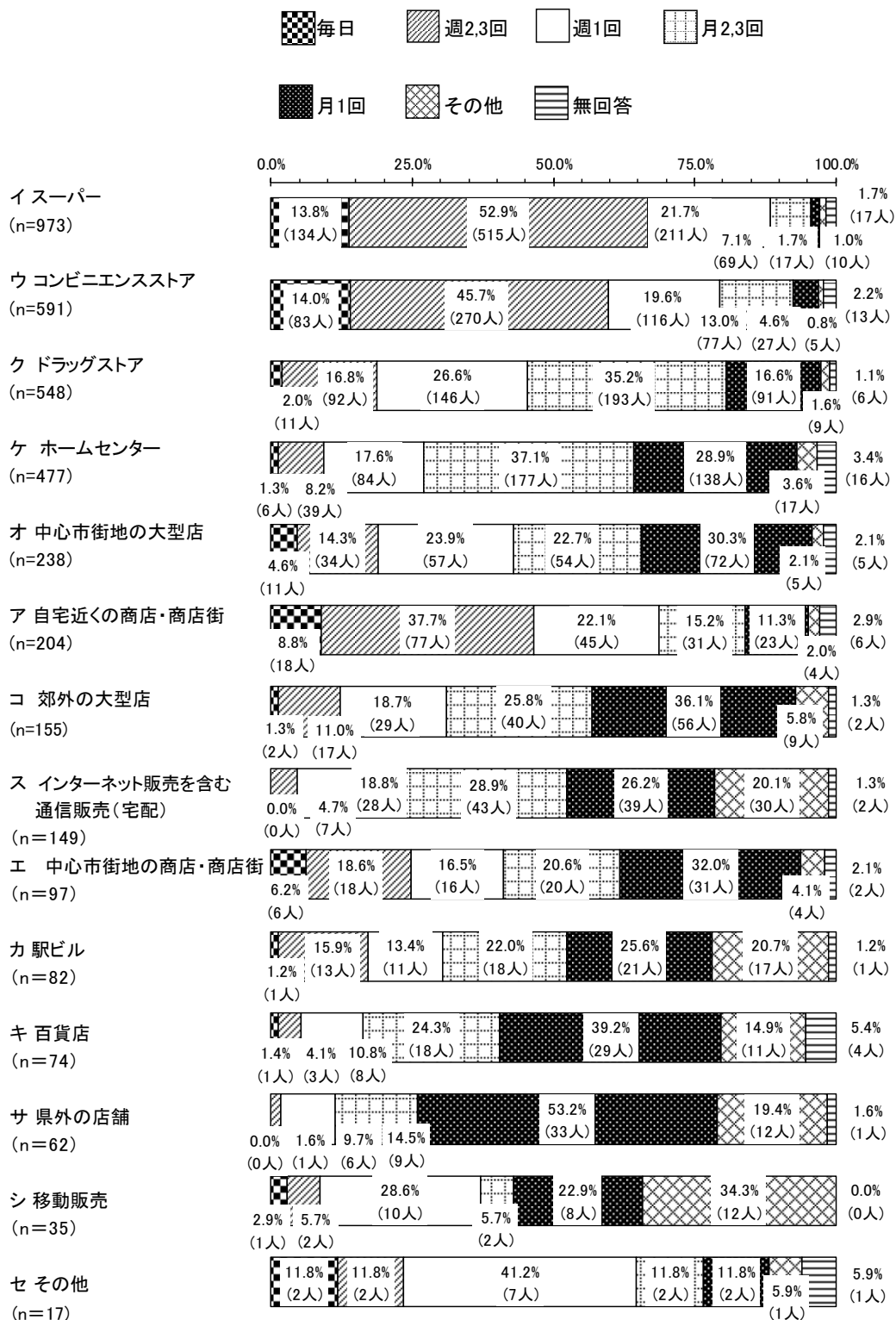
Q6-1 次のア～セの中で、あなたが日常生活の買い物（食料品や日用品）の際に、特によく利用するものはどれですか。（3つまで選択可）



日常生活の買い物（食料品や日用品）の際に、特によく利用するものは「イ スーパー」(85.1%) が最も多く、8割強となっている。以下、「ウ コンビニエンスストア」(51.7%) が5割台、「ク ドラッグストア」(47.9%) と「ケ ホームセンター」(41.7%) が4割台となっている。

(2) 日常生活の買い物（食料品や日用品）の頻度について

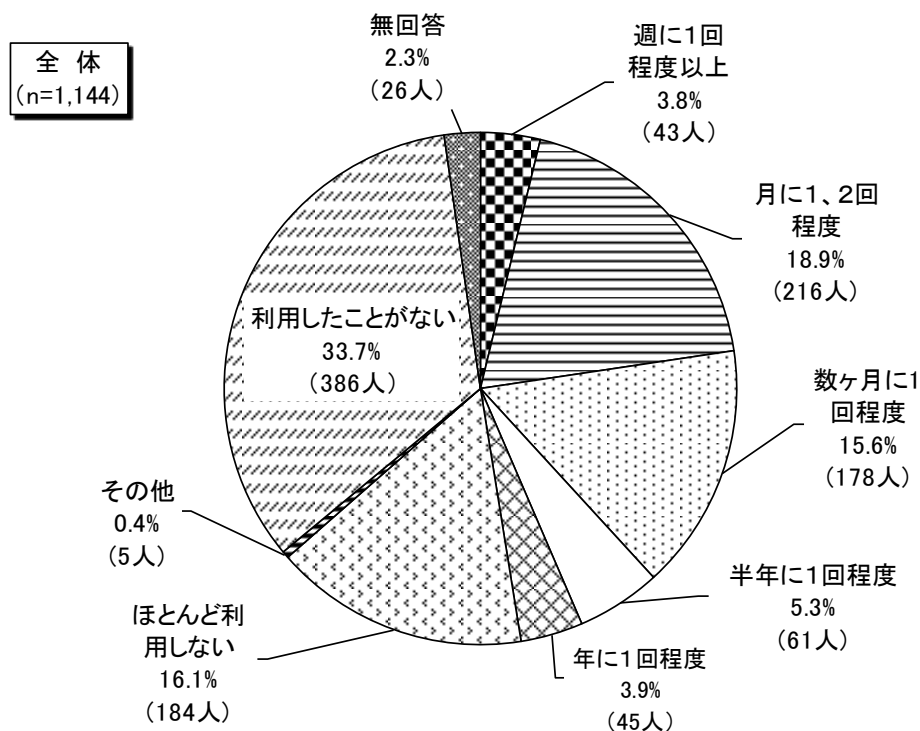
Q6-2 日常生活の買い物（食料品や日用品）の際、Q6-1 で選択したものはどのくらいの頻度で利用しますか。



日常生活の買い物(食料品や日用品)の頻度は、「イ スーパー」では「週 2,3 回」(52.9%)が最も多く、5割を超えている。「ウ コンビニエンスストア」、「ア 自宅近くの商店・商店街」は「週 2,3 回」(それぞれ 45.7%、37.7%)、「ク ドラッグストア」、「ケ ホームセンター」、「ス インターネット販売を含む通信販売(宅配)」は「月 2,3 回」(それぞれ 35.2%、37.1%、28.9%)、「オ 中心市街地の大型店」、「エ 中心市街地の商店・商店街」、「カ 駅ビル」、「キ 百貨店」、「サ 県外の店舗」は「月 1 回」(それぞれ 30.3%、32.0%、25.6%、39.2%、53.2%) で高くなっている。

(3) インターネット販売の利用頻度について

Q7 あなたは、食料品や日用品、それ以外の買い物も含めて、インターネット販売をどのくらいの頻度で利用しますか。

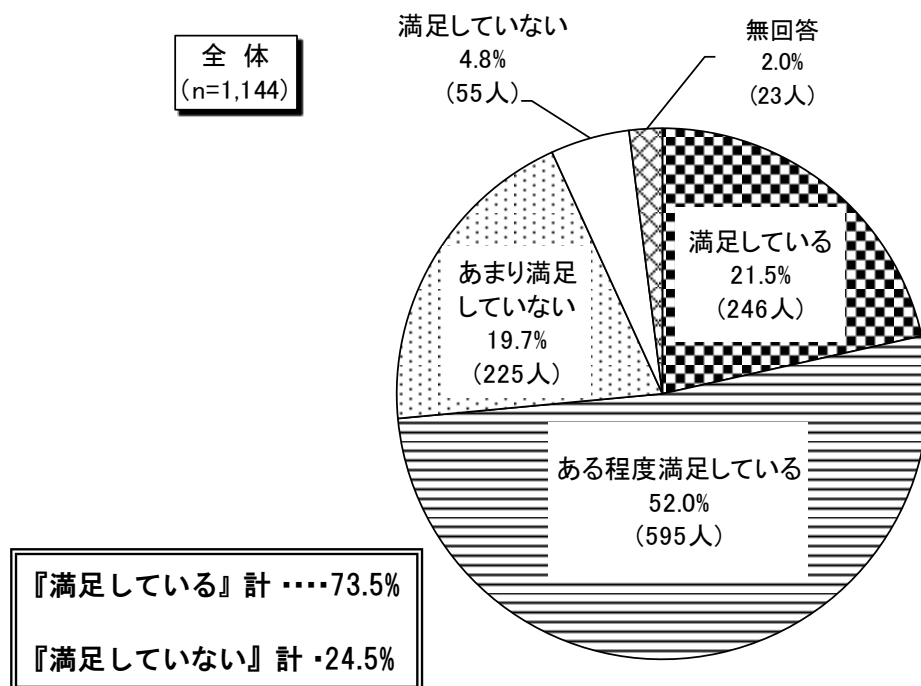


食料品や日用品、それ以外の買い物も含めて、インターネット販売の利用頻度について、「月に1、2回程度」(18.9%)が最も多く、以下、「数ヶ月に1回程度」(15.6%)が1割台、「半年に1回程度」(5.3%)、「年に1回程度以上」(3.9%)、「週に1回程度以上」(3.8%)が1割未満で続いている。

一方、「利用したことがない」(33.7%)の割合は、3割台となっている。「ほとんど利用しない」(16.1%)の割合は、1割台となっている。

(4) 現在の買い物環境の満足度

Q8 あなたは、現在の買い物環境（日常生活の買い物の場）に満足していますか。

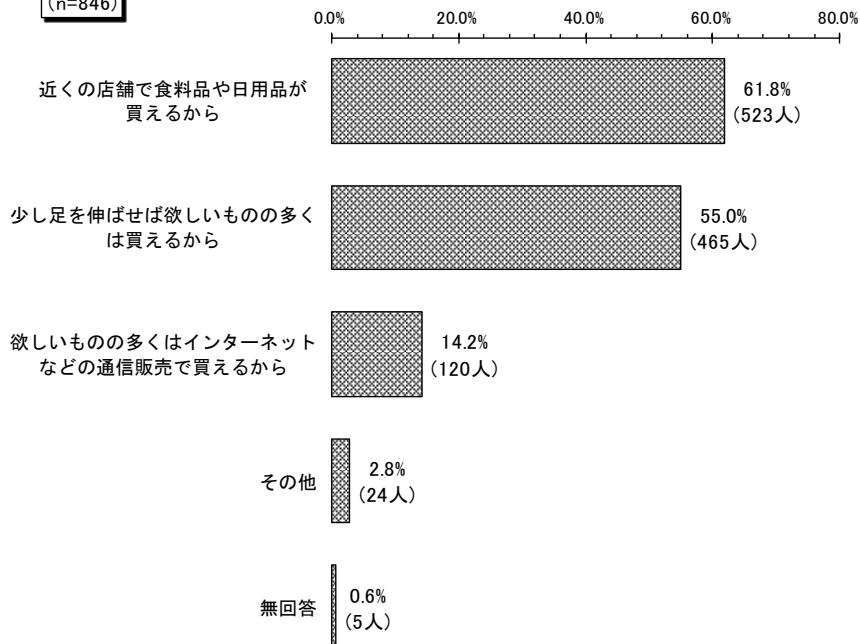


現在の買い物環境の満足度については、「ある程度満足している」（52.0％）の割合が最も多く、5割台になっている。これに「満足している」（21.5％）を合わせた『満足している』計の割合は73.5％となり、7割を超えている。「あまり満足していない」（19.7％）と「満足していない」（4.8％）を合わせた『満足していない』計の割合は24.5％となり、2割台となっている。

(5) 満足している理由

Q9-1 Q8で1又は2と回答した理由は何ですか。(複数選択可)

全体
(n=846)

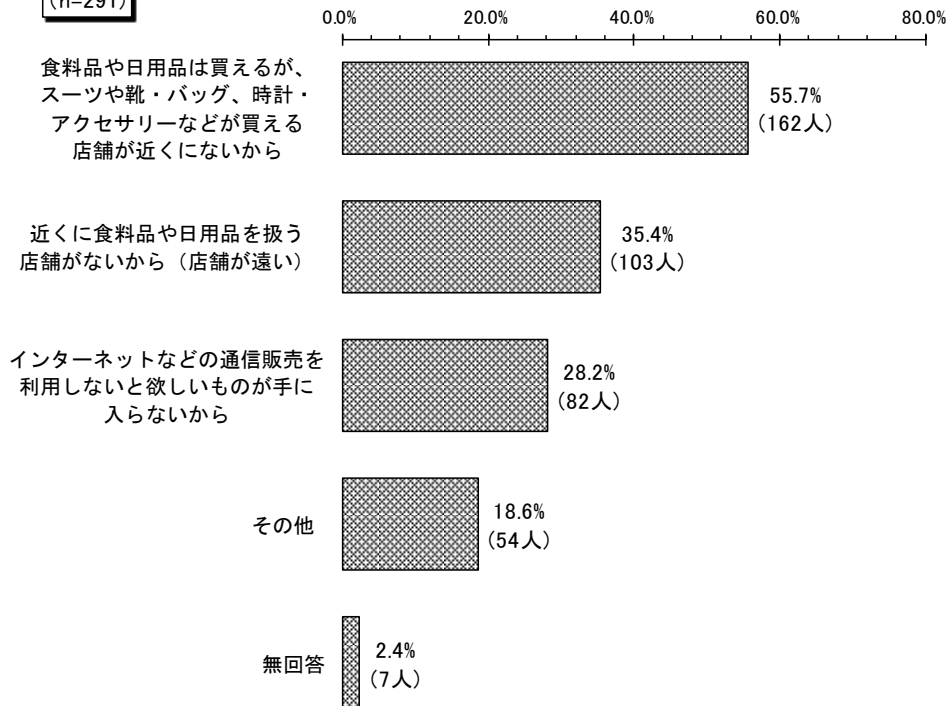


現在の買い物環境に満足している理由は、「近くの店舗で食料品や日用品が買えるから」(61.8%)が最も多く、6割台となっている。以下、「少し足を伸ばせば欲しいもの多くは買えるから」(55.0%)が5割台、「欲しいもの多くはインターネットなどの通信販売で買えるから」(14.2%)が1割台となっている。

(6) 満足していない理由

Q9-2 Q8で3又は4と回答した理由は何ですか。(複数選択可)

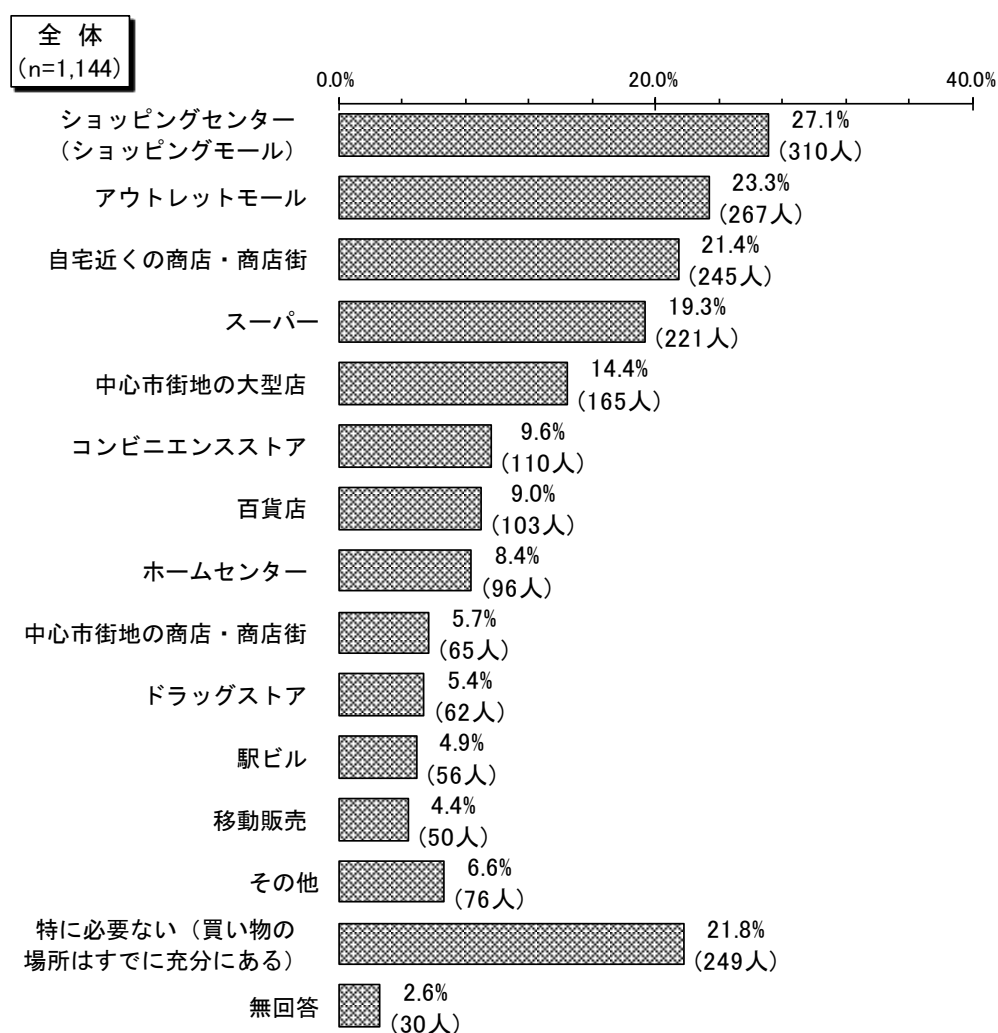
全体
(n=291)



現在の買い物環境に満足していない理由は、「食料品や日用品は買えるが、スーツや靴・バッグ、時計・アクセサリなどが買える店舗が近くにないから」(55.7%)が最も多く、5割台となっている。以下、「近くに食料品や日用品を扱う店舗がないから(店舗が遠い)」(35.4%)、「インターネットなどの通信販売を利用しないと欲しいものが手に入らないから」(28.2%)となっている。

(7) 買い物に必要な店舗など

Q10 あなたが買い物する上で、新たにどのようなものができたらよい（又は既存の店舗・施設が充実すればよい）と思いますか。（3つまで選択可）

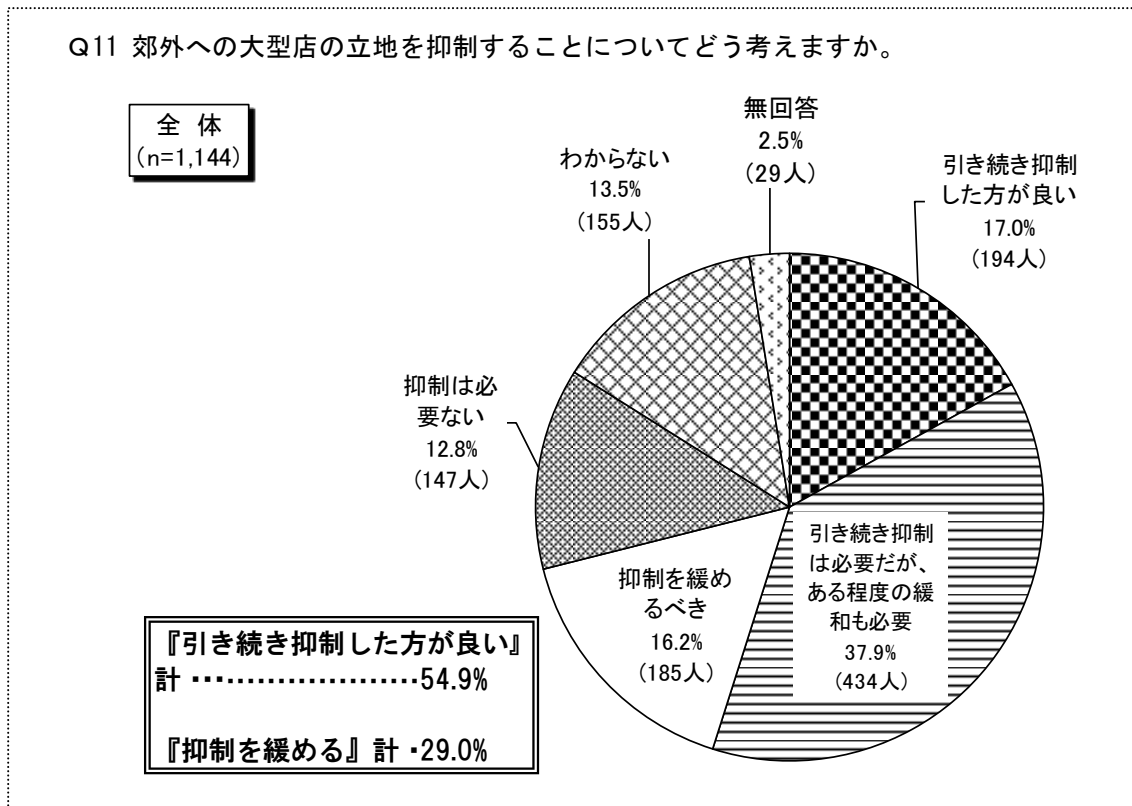


買い物に必要な店舗などは、「ショッピングセンター (ショッピングモール)」(27.1%)の割合が最も多く、以下、「アウトレットモール」(23.3%)、「自宅近くの商店・商店街」(21.4%)が2割台、「スーパー」(19.3%)、「中心市街地の大型店」(14.4%)が1割台となっている。

一方、「特に必要ない (買い物の場所はずでに充分にある)」(21.8%)の割合は、2割台となっている。

2. 「福島県商業まちづくり推進条例による大型店の立地調整」 について

(1) 郊外への大型店の立地抑制に対する考え

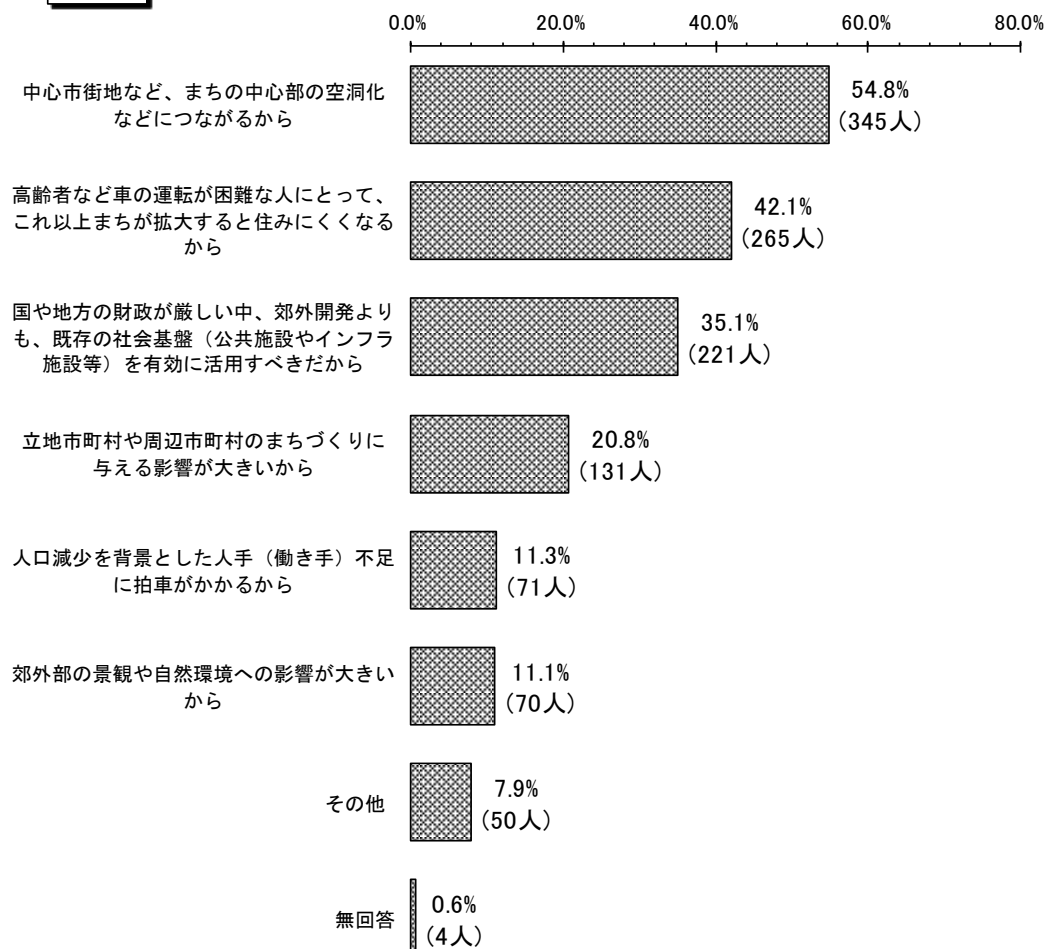


郊外への大型店の立地を抑制することについて、「引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要」(37.9%)が多く、3割強となっている。これに「引き続き抑制した方が良い」(17.0%)を合わせた『引き続き抑制した方が良い』計の割合は54.9%となり、5割を超えている。「抑制を緩めるべき」(16.2%)と「抑制は必要ない」(12.8%)を合わせた『抑制を緩める』計の割合は29.0%となり、約3割となっている。

(2) 抑制についての賛成理由

Q12-1 Q11で1又は2と回答した理由は何ですか。(複数選択可)

全体
(n=630)

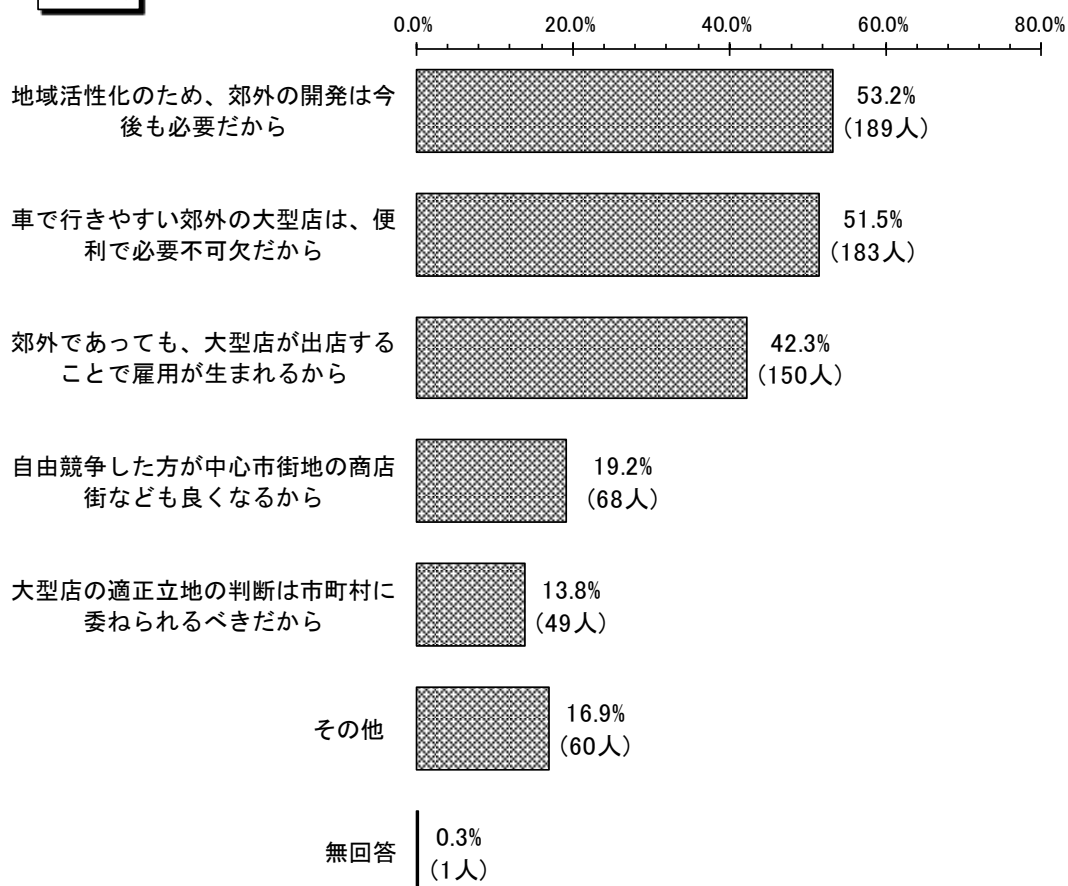


抑制についての賛成理由は、「中心市街地など、まちの中心部の空洞化などにつながるから」(54.8%)が最も多く、5割を超えている。以下、「高齢者など車の運転が困難な人にとって、これ以上まちが拡大すると住みにくくなるから」(42.1%)が4割台、「国や地方の財政が厳しい中、郊外開発よりも、既存の社会基盤（公共施設やインフラ施設等）を有効に活用すべきだから」(35.1%)が3割台、「立地市町村や周辺市町村のまちづくりに与える影響が大きいから」(20.8%)が2割台となっている。

(3) 抑制についての反対理由

Q12-2 Q11 で3又は4と回答した理由は何ですか。(複数回答可)

全体
(n=355)



抑制についての反対理由は、「地域活性化のため、郊外の開発は今後も必要だから」(53.2%)と「車で行きやすい郊外の大型店は、便利で必要不可欠だから」(51.5%)が多く、5割を超えている。以下、「郊外であっても、大型店が出店することで雇用が生まれるから」(42.3%)が4割台、「自由競争した方が中心市街地の商店街なども良くなるから」(19.2%)が約2割となっている。

福島県 まちづくりに関するアンケート

※該当する番号や記号（ア、イ、ウ…等）を○で囲んでください。

はじめに、あなたご自身のことについてお答えください。

Q 1 性別

1 男	2 女
-----	-----

Q 2 年齢

1 18～19才	2 20～24才	3 25～29才	4 30～34才
5 35～39才	6 40～44才	7 45～49才	8 50～54才
9 55～59才	10 60～64才	11 65～69才	12 70才～

Q 3 お住まいの市町村

() 市 町 村 (該当部分を○で囲んでください。)

Q 4 家族構成

1 単身世帯
2 夫婦のみの世帯
3 2世代世帯(18才未満の子どもが <u>いる</u>)
4 2世代世帯(18才未満の子どもが <u>いない</u>)
5 3世代世帯
6 その他 (具体的に : _____)

Q 5 職業

1 農業・林業・漁業の自営者、従業者
2 飲食店・理髪店などサービス業の自営者、従業者
3 小売店（衣類、飲食料品、その他の物販）の自営者
4 小売店（衣類、飲食料品、その他の物販）の従業者（パートタイマー等含む）
5 自由業（開業医・弁護士・芸術家・茶華道の師匠などの自営者、従業者）
6 事務職・専門技術職（事務職員・教員・技術者など）
7 技能職・労務職（技能工・外交員など）
8 パートタイマー・アルバイト（小売店以外）、フリーター、嘱託など
9 専業主婦・主夫
10 学生・生徒
11 その他（具体的に : _____）
12 無職

「買い物」に関する状況についてお答えください。

以下の質問で言う「大型店」とは、複数の市町村からの集客が期待できる規模のものを指します。

(例：ショッピングセンター（ショッピングモール）、アウトレットモールなど)

Q6-1 次のア～セの中で、あなたが日常生活の買い物（食料品や日用品）の際に、特によく利用するものはどれですか。 (3つまで選択可) ※食料品や日用品を買う際に、特によく利用するものに○。(3つまで)	Q6-2 日常生活の買い物（食料品や日用品）の際、Q6-1で選択したものはどのくらいの頻度で利用しますか。 ※食料品や日用品を買う際、左欄のQ6-1で選択したもののそれぞれについて、利用する頻度に○。(○はそれぞれ1つ)					
	毎日	週2,3回	週1回	月2,3回	月1回	その他
ア 自宅近くの商店・商店街	1	2	3	4	5	6 ()
イ スーパー	1	2	3	4	5	6 ()
ウ コンビニエンスストア	1	2	3	4	5	6 ()
エ 中心市街地の商店・商店街	1	2	3	4	5	6 ()
オ 中心市街地の大型店	1	2	3	4	5	6 ()
カ 駅ビル	1	2	3	4	5	6 ()
キ 百貨店	1	2	3	4	5	6 ()
ク ドラッグストア	1	2	3	4	5	6 ()
ケ ホームセンター	1	2	3	4	5	6 ()
コ 郊外の大型店	1	2	3	4	5	6 ()
サ 県外の店舗	1	2	3	4	5	6 ()
シ 移動販売	1	2	3	4	5	6 ()
ス インターネット販売を含む通信販売（宅配）	1	2	3	4	5	6 ()
セ その他 ()	1	2	3	4	5	6 ()

Q7 あなたは、食料品や日用品、それ以外の買い物も含めて、インターネット販売をどのくらいの頻度で利用しますか。

1 週に1回程度以上 2 月に1、2回程度 3 数ヶ月に1回程度 4 半年に1回程度 5 年に1回程度 6 ほとんど利用しない 7 その他（具体的に：) 8 利用したことがない
--



Q8 あなたは、現在の買い物環境（日常生活の買い物の場）に満足していますか。

- | | |
|--------------|-----------------|
| 1 満足している | } Q9-1へ進んでください。 |
| 2 ある程度満足している | |
| 3 あまり満足していない | } Q9-2へ進んでください。 |
| 4 満足していない | |

Q9-1

Q8で1又は2と回答した理由は何ですか。

Q9-2

Q8で3又は4と回答した理由は何ですか。



※どちらも複数選択可



- | |
|---------------------------------|
| 1 近くの店舗で食料品や日用品が買えるから |
| 2 少し足を伸ばせば欲しいものの多くは買えるから |
| 3 欲しいものの多くはインターネットなどの通信販売で買えるから |
| 4 その他 |

（具体的に：

- | |
|---|
| 1 食料品や日用品は買えるが、スーツや靴・バッグ、時計・アクセサリなどが買える店舗が近くにないから |
| 2 近くに食料品や日用品を扱う店舗がないから（店舗が遠い） |
| 3 インターネットなどの通信販売を利用しないと欲しいものが手に入らないから |
| 4 その他 |

（具体的に：

Q10 あなたが買い物する上で、新たにどのようなものができたらよい（又は既存の店舗・施設が充実すればよい）と思いますか。（3つまで選択可）

- | |
|----------------------------|
| 1 自宅近くの商店・商店街 |
| 2 スーパー |
| 3 コンビニエンスストア |
| 4 中心市街地の商店・商店街 |
| 5 中心市街地の大型店 |
| 6 駅ビル |
| 7 百貨店 |
| 8 ドラッグストア |
| 9 ホームセンター |
| 10 ショッピングセンター（ショッピングモール） |
| 11 アウトレットモール |
| 12 移動販売 |
| 13 その他（具体的に： |
| 14 特に必要ない（買い物の場所はすでに充分にある） |

「条例による大型店の立地調整」に関するあなたの考えをお答えください。

※「条例による大型店の立地調整」については、別紙カラー資料「福島県商業まちづくりの推進に関する条例について」の2ページ目、「2. 大型店の立地に関する広域の見地からの調整」をご参照ください。

Q11 郊外への大型店の立地を抑制することについてどう考えますか。

- | | |
|--------------------------|------------------|
| 1 引き続き抑制した方がよい | } Q12-1へ進んでください。 |
| 2 引き続き抑制は必要だが、ある程度の緩和も必要 | |
| 3 抑制を緩めるべき | } Q12-2へ進んでください。 |
| 4 抑制は必要ない | |
| 5 わからない | |

Q12-1

Q11で1又は2と回答した理由は何ですか。

Q12-2

Q11で3又は4と回答した理由は何ですか。

※どちらも複数選択可

- | |
|--|
| 1 高齢者など車の運転が困難な人にとって、これ以上まちが拡大すると住みにくくなるから |
| 2 中心市街地など、まちの中心部の空洞化などにつながるから |
| 3 立地市町村や周辺市町村のまちづくりに与える影響が大きいから |
| 4 郊外部の景観や自然環境への影響が大きいから |
| 5 人口減少を背景とした人手（働き手）不足に拍車がかかるから |
| 6 国や地方の財政が厳しい中、郊外開発よりも、既存の社会基盤（公共施設やインフラ施設等）を有効に活用すべきだから |
| 7 その他
（具体的に： |

- | |
|--------------------------------|
| 1 車で行きやすい郊外の大型店は、便利で必要不可欠だから |
| 2 地域活性化のため、郊外の開発は今後も必要だから |
| 3 郊外であっても、大型店が出店することで雇用が生まれるから |
| 4 自由競争した方が中心市街地の商店街なども良くなるから |
| 5 大型店の適正立地の判断は市町村に委ねられるべきだから |
| 6 その他 |

（具体的に：

アンケートは以上でおわりです。ご協力ありがとうございました。

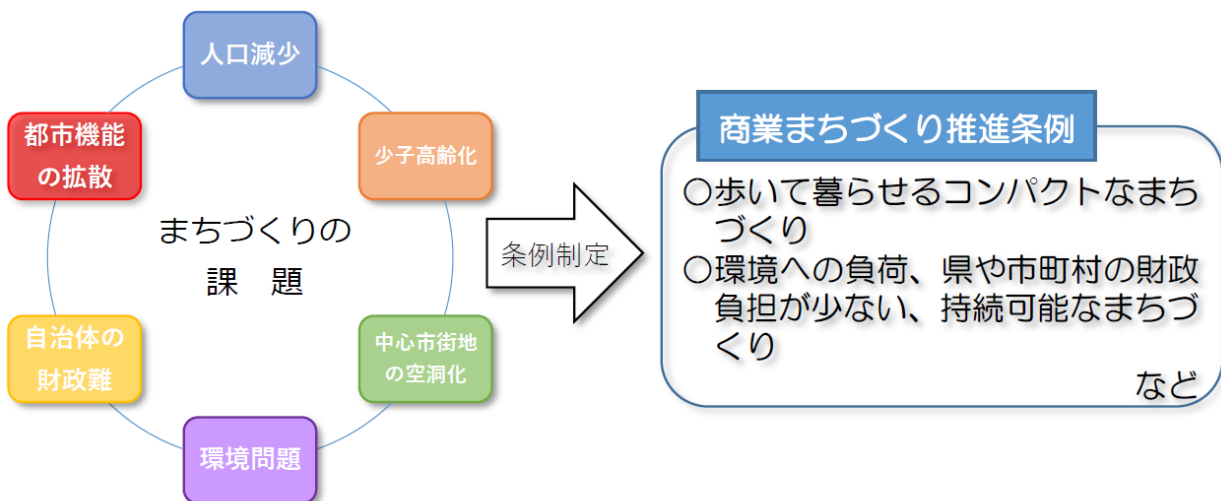
ご回答いただいたアンケートは、たいへんお手数ですが、11月12日（月）までに、同封した返信用封筒に入れ、切手を貼らずに投函してください。

福島県商業まちづくりの推進に関する条例について

福島県商業まちづくり課

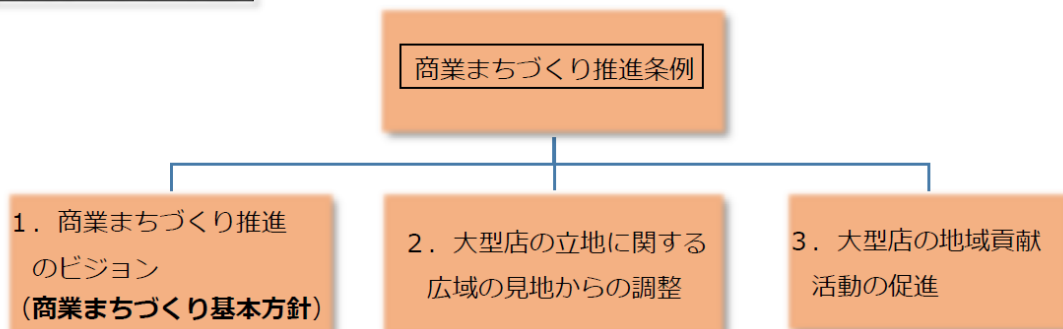
これまで、人口増加や車社会の進展等を背景に、郊外部での大規模商業施設の開発などによって、私たちが住んでいる「まち」は、郊外へと広がっていき一方で、中心市街地では空洞化が進んできました。

福島県では、平成9年頃から人口減少に転じましたが、市街地の拡大と中心市街地の空洞化には歯止めがかからず、さらには、人口減少や少子高齢化などを背景に、県や市町村の財政が厳しくなるとともに、地域コミュニティが弱くなってしまふなど、さまざまな「まちづくり」の課題が発生しました。



福島県では、こうした課題やこれからのまちづくりのあり方などを踏まえ、「歩いて暮らせる持続可能なまちづくり」を進めるため、平成17年に「福島県商業まちづくりの推進に関する条例」を制定しました。条例は次の3つの柱から構成されています。

条例の3つの柱

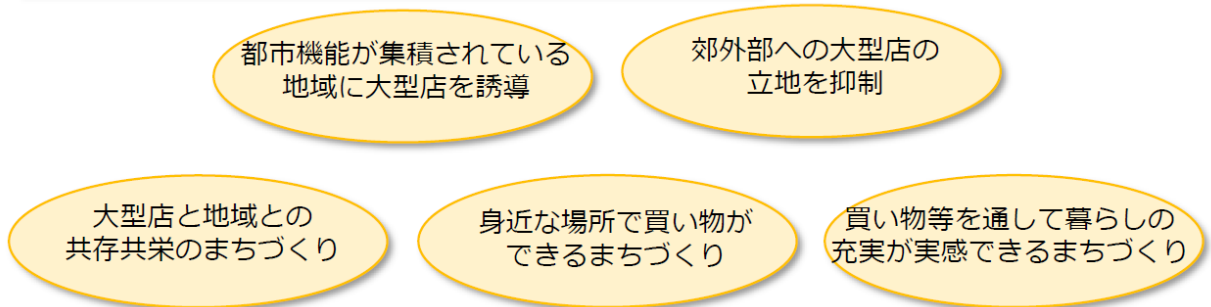


※この3つの柱については、裏面に示してあります。

1. 商業まちづくり推進のビジョン（商業まちづくり基本方針）について

県では、条例に基づき、商業まちづくりの推進のビジョンとして、商業まちづくり基本方針を策定しています。基本方針は、社会経済情勢の変化等を踏まえて、定期的な見直しを行っています。

商業まちづくり基本方針における基本的な方向性



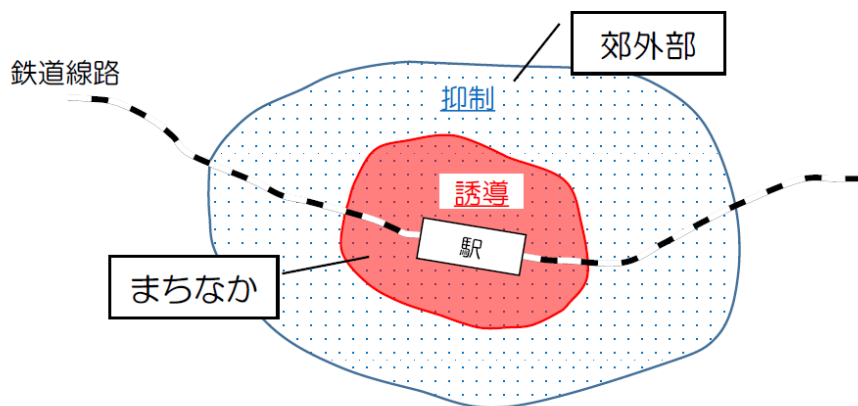
など

2. 大型店の立地に関する広域の見地からの調整

※別紙アンケートのQ11以降に関連する部分です。

市町村の区域を越えた広い範囲のまちづくりに影響が及ぶ可能性のある大型店（店舗面積6,000㎡以上）の立地について、市町村や地域の皆さんの意見もお聞きし、基本方針や審議会の意見を踏まえながら、郊外部への立地の抑制やまちなかへの立地の誘導を行っています。（郊外部への大型店の出店によって、さらにその周辺での開発を招き、新たなインフラ施設の整備が必要になることや自然環境、景観への影響も懸念されるため。）

そのため、該当する大型店の新設を行う場合、県への事前の届出が必要となります。



(イメージ)

3. 大型店の地域貢献活動の促進

大型店が地域から期待される役割、その立地によるまちづくりへの影響の大きさを考慮し、地域との共存共栄のまちづくりを促進するため、大型店に対して地域貢献活動の実施をお願いしています。

(例) 地域のイベントへの協力、災害時の物資の提供 など

平成30年度
まちづくりに関するアンケート
結果報告書

福島県 商業まちづくり課
〒960-8670 福島市杉妻町2番16号
電話(024)521-7126