

令和5年度
岩沼市消費購買動向調査
報告書

令和6年1月

岩沼市商工会

【目 次】

I. 調査概要

II. 調査結果の概要

III. 調査の結果

1. 回答者の属性

2. 品目別買物先

3. 買物におけるインターネットの利用

4. コロナ感染症収束における買物行動の変化

5. スタンプラリーの効果

IV. 資料

- ・アンケート調査票
- ・「消費購買動向調査報告書（宮城県の商圈）」（令和3年10月調査）抜粋

I. 調査概要

1. 調査目的 : 消費者ニーズが個性化・多様化する中で、大型店の進出、新しい業態の進展、商業集積間の競争激化など商業環境は大きく変化していることから、当会商業部会が実施している売出し事業と併せて岩沼市内の消費者購買行動を調査し、岩沼市の商業振興発展に寄与することを目的に実施した。
2. 調査対象者 : 「コンチャンの「倍返し」スタンプラリー」抽選会参加者
3. 調査方法 : スタンプラリー台紙及び倍返し商品券の引き換え時に調査票を配布し、スタンプラリー抽選時に抽選会場にて回収した。
4. 調査実施時期 : 令和5年11月27日（月）～12月10日（日）
5. 調査項目 : 別紙、調査票のとおり
 - ①品目別買物先、買物先選択理由、商店街魅力向上策等
 - ②買物におけるインターネット利用の有無等
 - ③コロナ感染症収束後の買物頻度、買物単価の変化
 - ④「コンチャンの「倍返し」スタンプラリー」継続希望の有無
6. 調査票有効回収数 : 206枚

II. 調査結果の概要

①回答者の属性

女性（72.8%）が7割強を占め、年代は60歳代（49.5）が最も多く50歳代を含めると73.8%と7割を超えている。居住地は、市内中心部が多く、鉄道東北本線で分断されているにも関わらずイベント参加者ということもあってその影響は見られない。世帯人数については、核家族化が進んでいると見られ2～4人で8割以上を占める。

②品目別買物先

最寄品については、食品スーパー・ドラッグストアが圧倒的に多いが、買回品については一般商店・専門店が多い。岩沼市外での購入が多い品目は、最寄品では「酒類」「米穀」、買回品では「玩具・ゲーム」「スポーツ・レジャー用品」「家具・インテリア用品」「CD・書籍・文房具」となっている。

③買物におけるインターネットの利用

インターネットの利用者はおよそ6割となっており、理由としては「配達してくれるから」「時間に縛られず好きな時に購入できるから」「価格が安いから」が上位となっている。

④コロナ感染症収束における買物行動の変化

買物頻度が「増えた」は3割強であり、買物単価が「増えた」は4割となった。買物単価が増えた背景としては、最近の物価高の影響も一部ある。

⑤スタンプラリーの効果

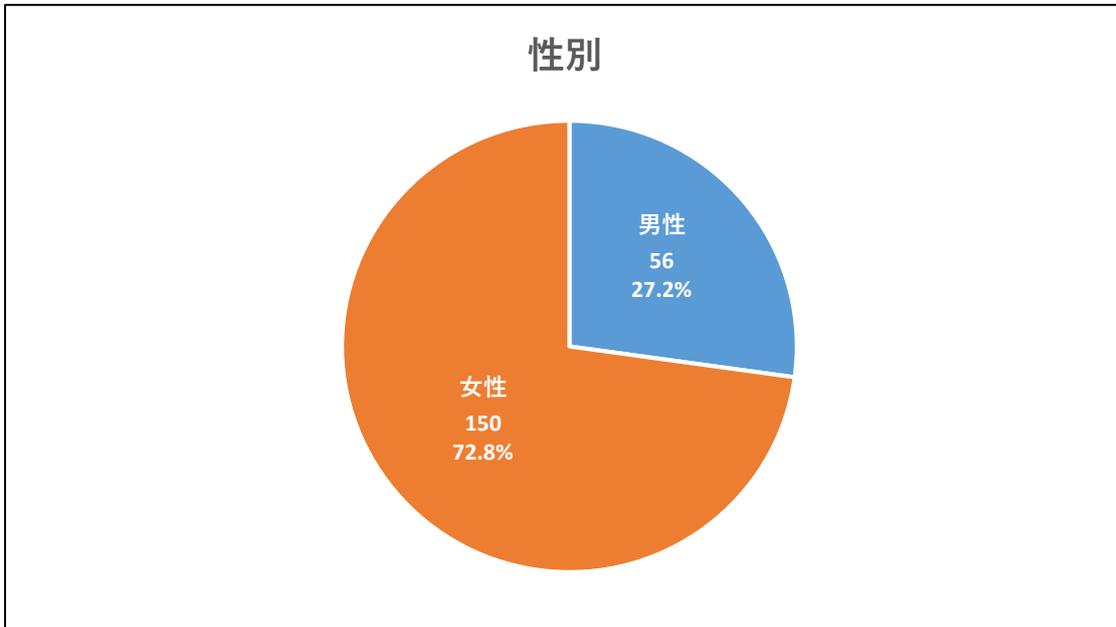
スタンプラリーの継続を希望する回答者は8割を超えている。イベント実施により参加店の知名度が向上し、新たな魅力を発見（認知度向上）する良い機会となった。

Ⅲ. 調査の結果

【回答者の属性】

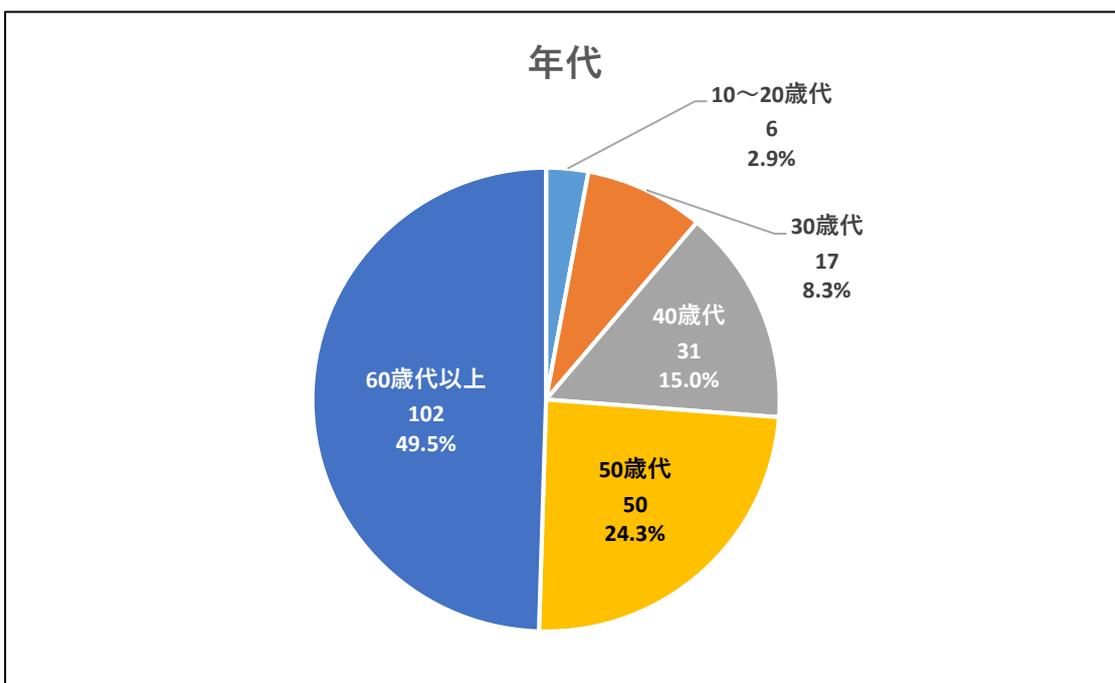
①性別

回答頂いた消費者は 206 名で、「男性」が 27.2%で 3 割弱、「女性」は 72.8%で 7 割強であった。



②年代

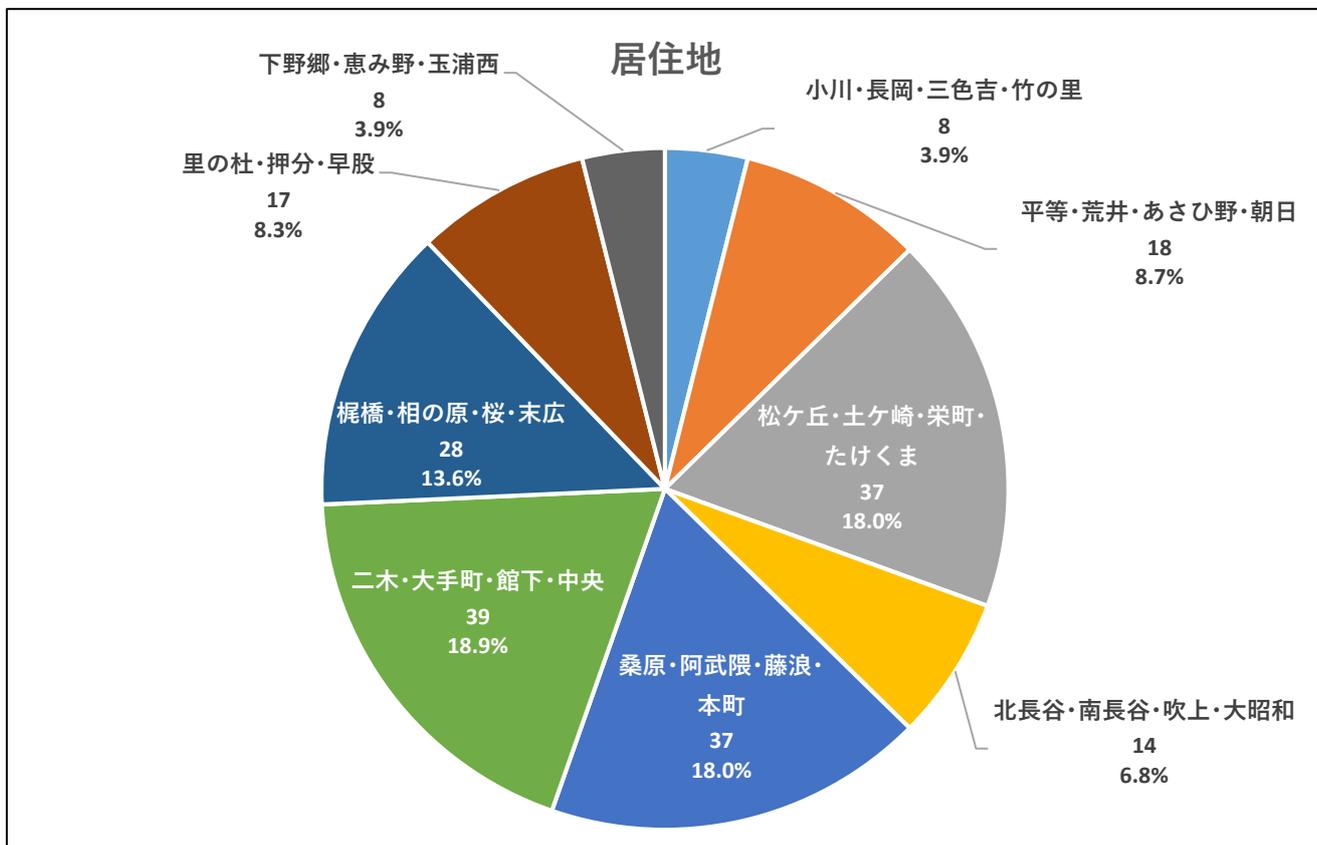
年代は、「60 歳代以上」が 49.5%と全体のおよそ半数を占め、次いで「50 歳代」が 24.3%、「40 歳代」が 15.0%となっている。



③居住地

中心商店街に最も近い「二木・大手町・館下・中央」(18.9%)が最も多く、次いで「松ヶ丘・土ヶ崎・栄町・たけくま」「桑原・阿武隈・藤浪・本町」(18.0%)であった。

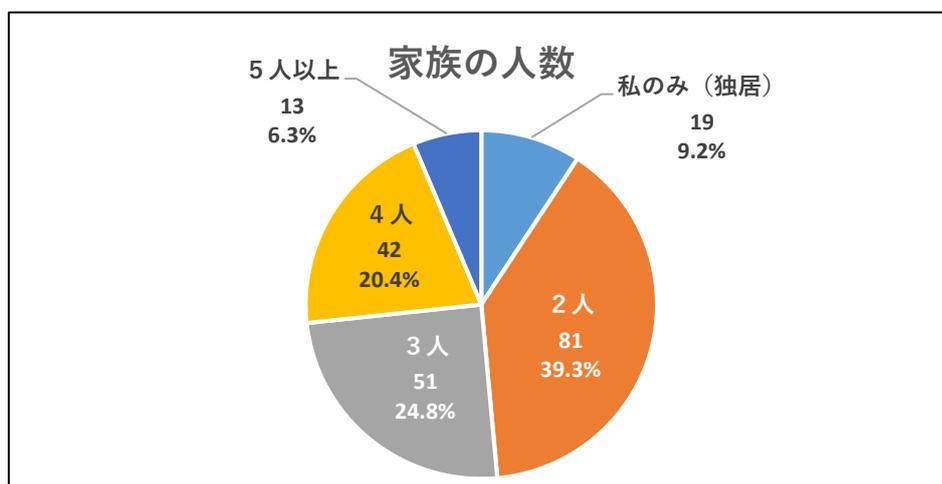
玉浦地区や「北長谷・南長谷・吹上・大昭和」地区の回答者は比較的少なかったが、各地区から平均的に回答を得た。



④家族の人数

同居の家族としては「2人」(39.3%)が最も多くおよそ4割を占めており、続いて「3人」(24.8%)、「4人」(20.4%)となっている。単身世帯も9.2%と1割程あった。

核家族化が進展していることが窺える



【品目別買物先】

一般商店・専門店の利用は、宮城県が実施している「消費購買動向調査（宮城県の商圈）」（令和3年10月実施）と比較すると、「日用雑貨品」「医薬品・化粧品」を除いて大幅に上回っている。

今回調査の中心年齢層は「50歳代～60歳代」であるが、宮城県の調査の中心年齢層は「30歳代～40歳代」となっており、調査対象者層の相違によるものと思われる。

①最寄品

最寄品においては食品スーパー・ドラッグストア等のシェアが突出しており、「医薬品・化粧品」においては、7割を超えている。

一般商店・専門店では、「精肉・鮮魚」「菓子・パン」「酒類」がシェアの2割程度を確保しており比較的高くなっている。

コンビニエンスストアのシェアは総じて低いが、「菓子・パン」「そうざい・弁当」におけるシェアは1割強となっている。

生協は全ての最寄品目でシェアを確保しており、中でも「野菜・果物」のシェアは高い。

岩沼市外での購入が多い品目は、「酒類」「米穀」でそれぞれ2割程となっている。

②買回品

買回品においては、最寄品のシェア構成とは逆転し、一般商店・専門店のシェアが非常に高く、一方食品スーパー・ドラッグストア等のシェアは「贈答品（ギフト）」を除いて低くなっている。

一般商店・専門店では、買回品目の全てにおいてシェアが高く、中でも「家電類」「家具・インテリア用品」「CD・書籍・文房具」のシェアが非常に高い。

コンビニエンスストアのシェアは総じて低いが、「CD・書籍・文房具」でシェアを確保している。

通信販売は、買回品目の全てにおいてシェアを確保しており、中でも「衣料品」においては2割程のシェアを確保している。

岩沼市外での購入が多い品目は、順に「玩具・ゲーム」「スポーツ・レジャー用品」「家具・インテリア用品」「CD・書籍・文房具」となっており、特に「玩具・ゲーム」の流出は5割に近い。

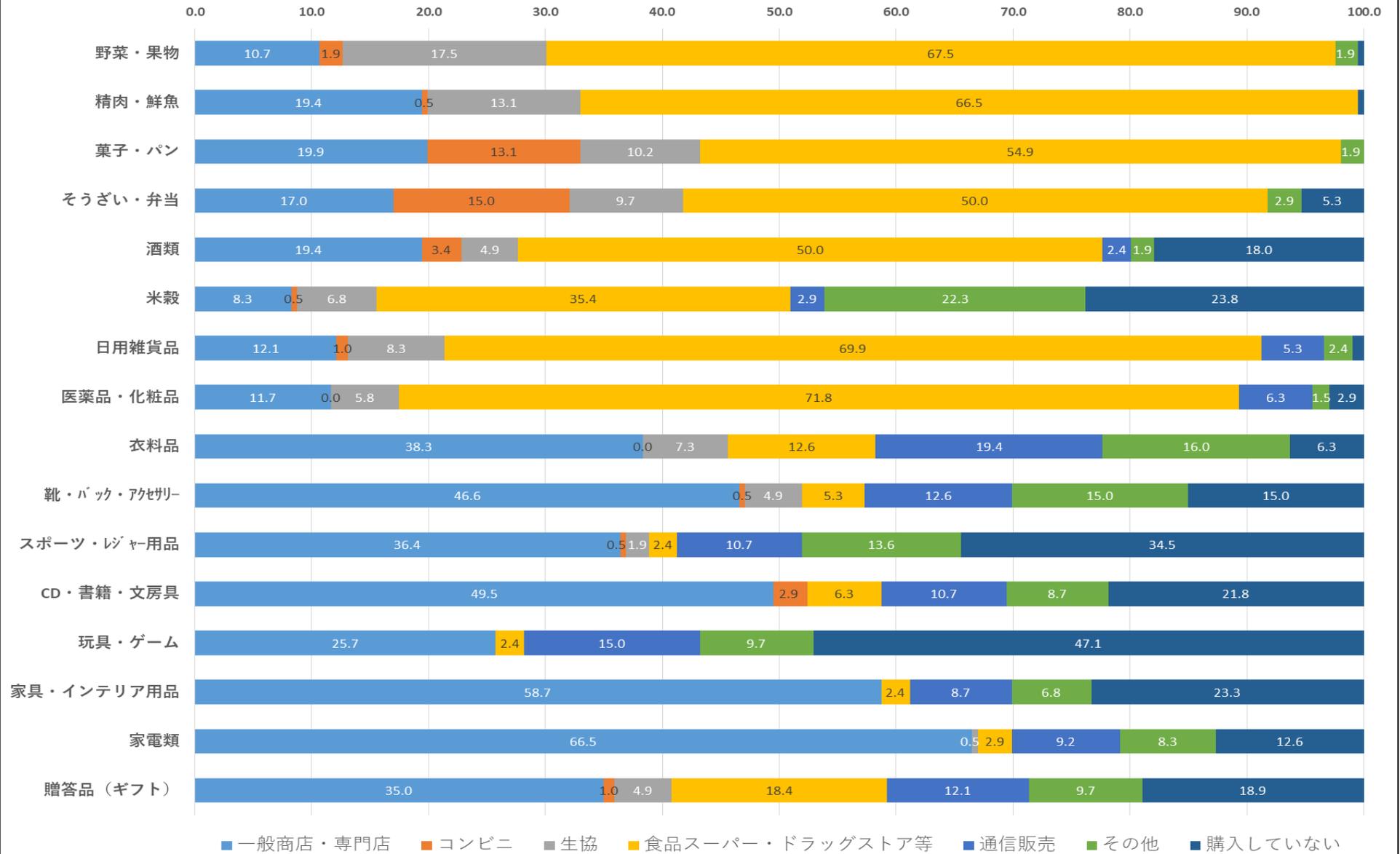
③その他

最寄品の「米穀」において、「その他」が買物先として突出していることは特徴的であり、縁者や知人からの贈答、購入と思われ、岩沼市の土地柄を反映している。

また、通信販売は最寄品の「酒類」「米穀」でシェアを確保しており、後述のインターネットを利用した買物理由として最も多かった「配達してくれるから」を考慮すると、高齢化社会の進展に伴い「飲料、酒類、米穀など高齢者にとって重いもの」の需要も増加するのではないかと推測される。

品目別買物先

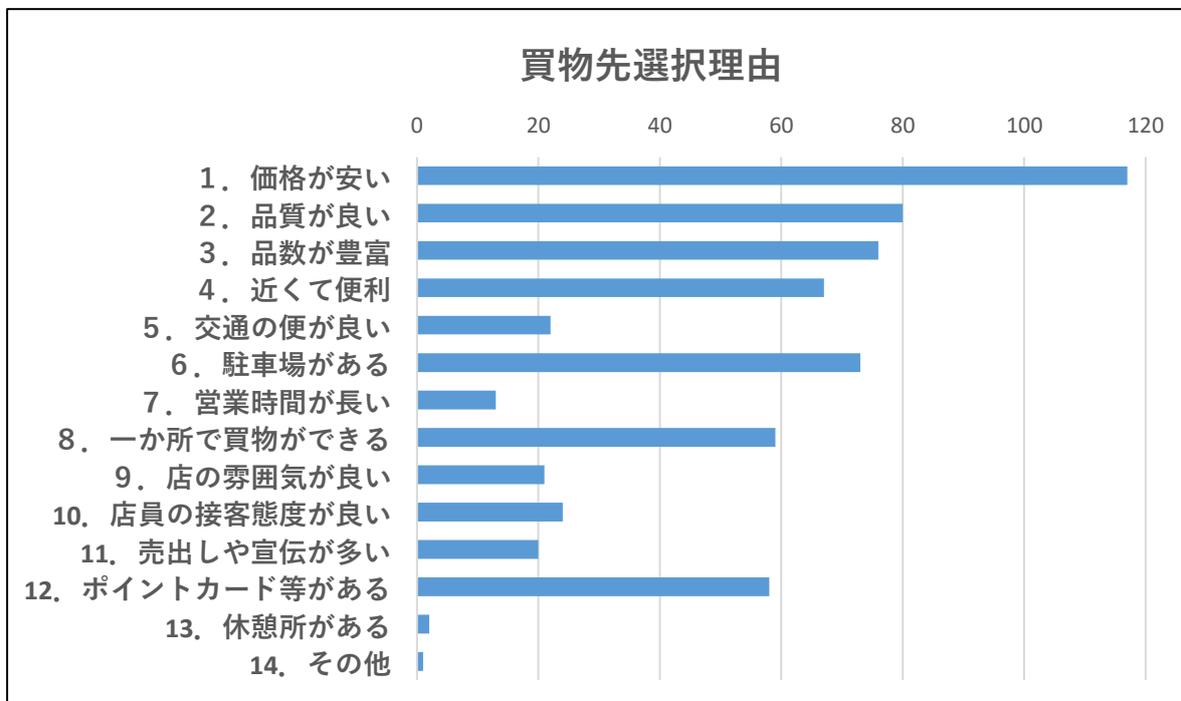
(グラフ内数字は「%」表示)



【買物先の選択理由】

買物先を選択する際の理由としては「価格が安い」が最も多く、次いで「品質が良い」「品数が豊富」「駐車場がある」「近くて便利」となっている。

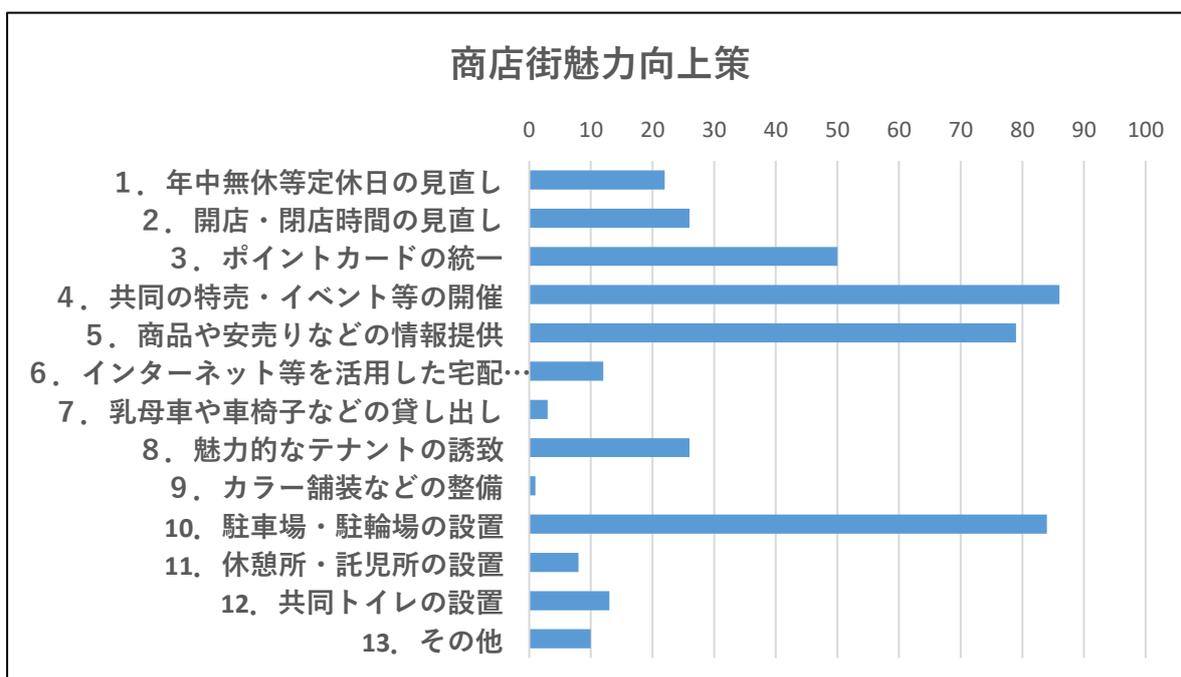
「一か所で買い物ができる」「ポイントカード等がある」は同数となっており、ポイントカード等の有無も大きな選択理由となっている。



<14. その他：信用できる>

【消費者視点からの商店街魅力向上策】

「共同の特売・イベント等の開催」が最も多く、次いで「駐車場・駐輪場の設置」「商品や安売りなどの情報提供」「ポイントカードの統一」となっている。消費者にとって、購買行動におけるポイントカードへの関心が高まっているものと思われる。

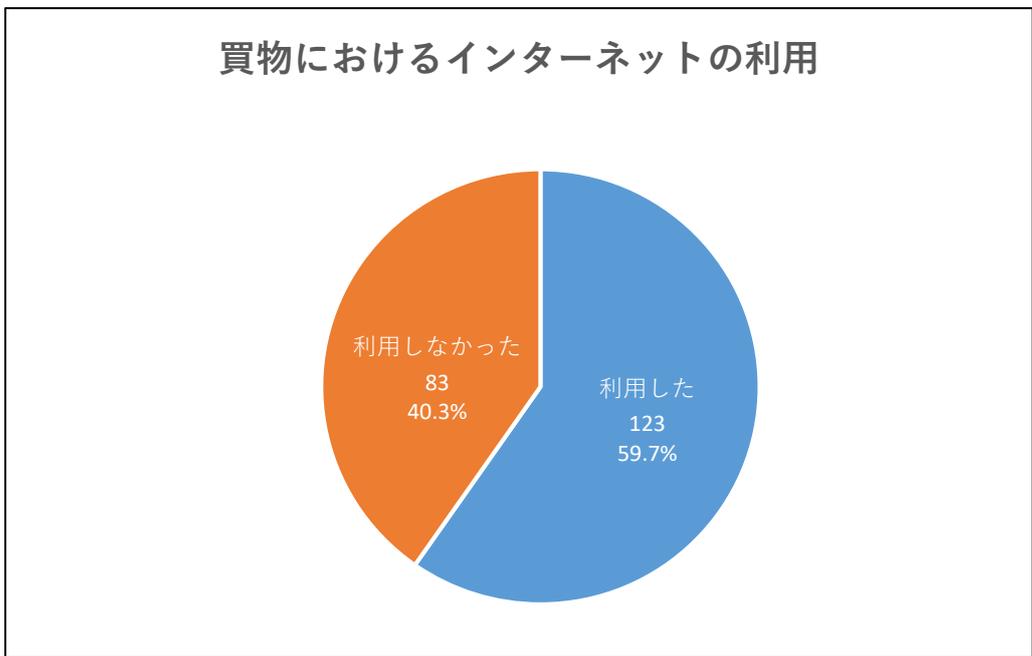


<13. その他>

- ・夜、夕方でも明るい歩道
- ・シャッターが閉まったままの店をなくす
- ・魚等種類が少なすぎる
- ・イベントの時くらい日曜に営業してほしい。定休日、営業時間をはっきり、「不定休」はやめて欲しい
- ・買物しやすい環境を整える。店内を整理し、商品を見やすくする
- ・集いたいと思わせること！
- ・商店街のコンセプト、統一感を打ち出す
- ・そのお店にしかない味や物がある
- ・大きな道の駅を作って、そこに店を出す
- ・テイクアウト、宅配、日曜もやる

【買物におけるインターネットの利用】

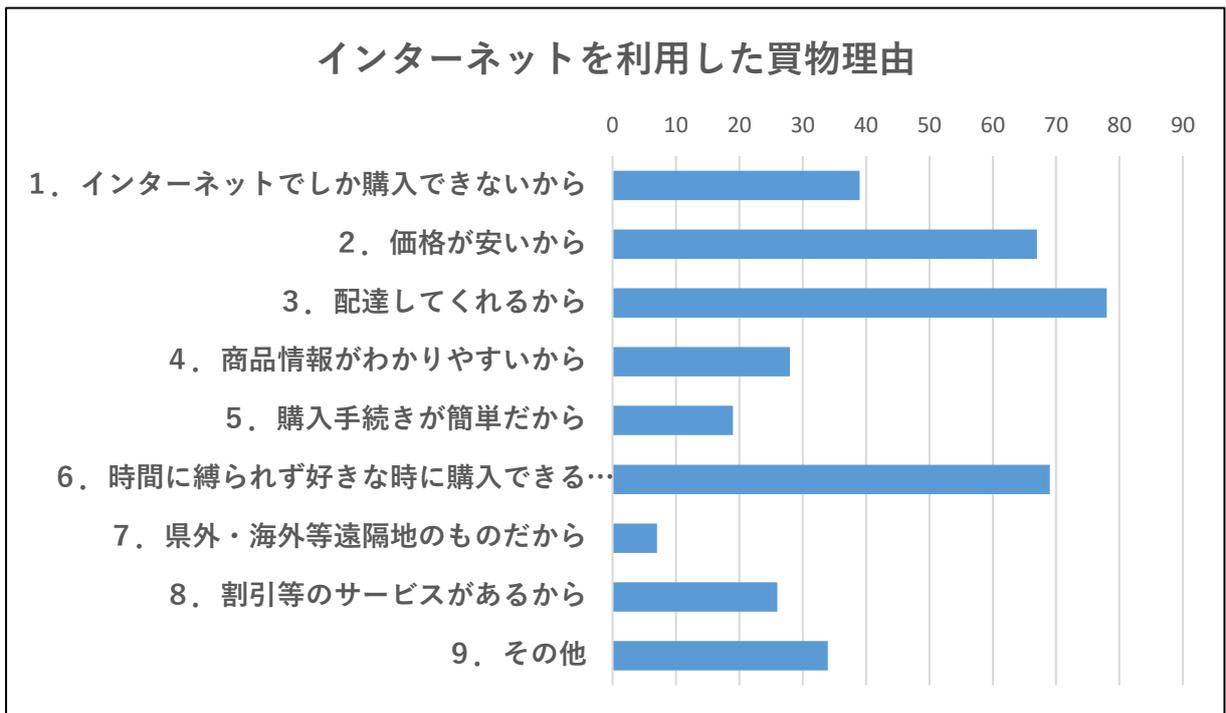
この一年間でインターネットを利用した買物については、「利用した」(59.7%)が6割弱となっており、通信媒体の多様性、利便性の高まりも相俟って今後もインターネットを利用した通信販売は今後も増加すると思われる。



【インターネットを利用した買物理由】

インターネットを利用した買物理由として最も多いのが「配達してくれるから」で、続いて「時間に縛られず好きな時に購入できるから」「価格が安いから」となっている。

高齢者には体力の衰え、若者世代にはタイムパフォーマンスの重視傾向等の背景が窺える。

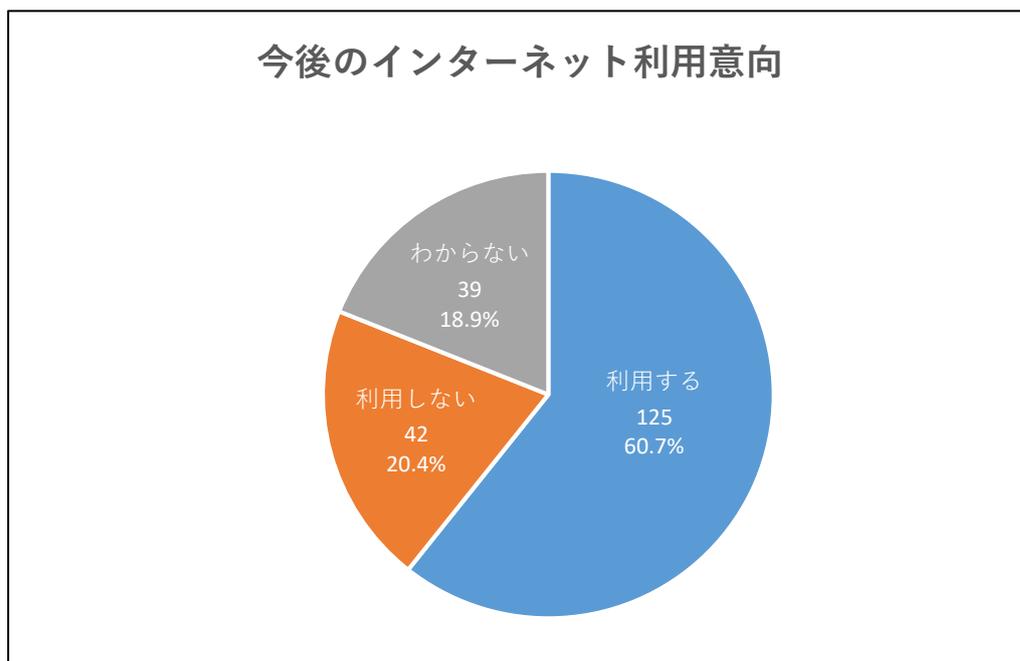


<9. その他>

- ・利用していない
- ・自分の生活スタイルに合わせやすいから
- ・多種あるから選べる
- ・自分では注文しないが、娘に頼んでの利用。早い、安い
- ・複数の店、商品と比較出来て選択の幅が広い
- ・品数が多い
- ・ポイントがたまる上、使えるから
- ・メルカリ等
- ・探すのが簡単だから

【インターネットを利用した買物意向】

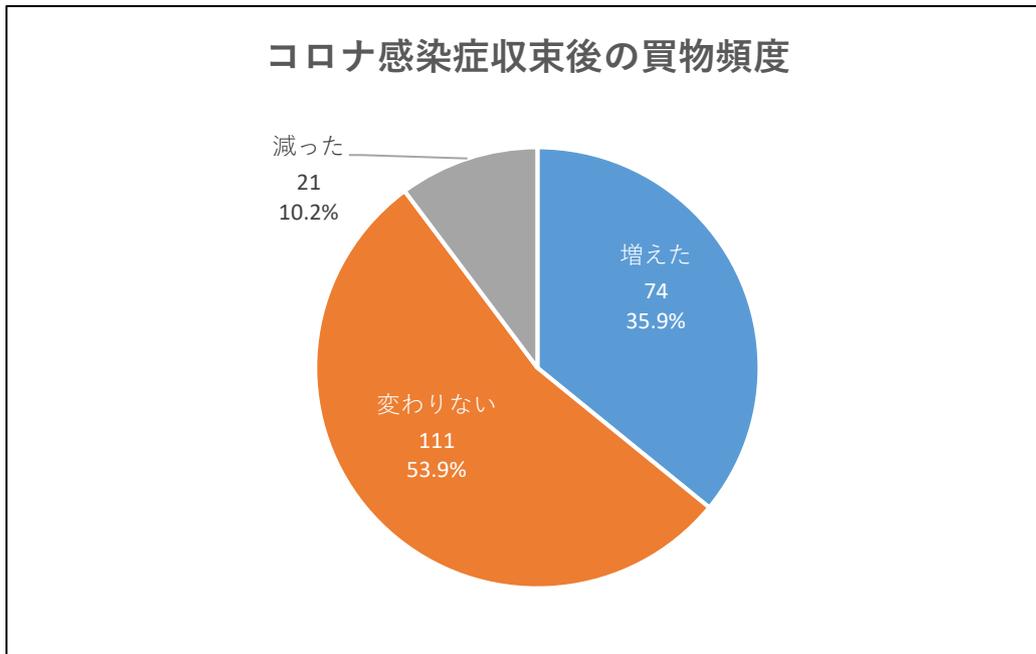
今後、インターネットを利用した買物意向としては「利用する」が60.7%と、現在の利用者と同様変化はない。一方、「利用しない」は20.4%と2割ほど存在している。



【コロナ感染症収束における買物行動の変化】

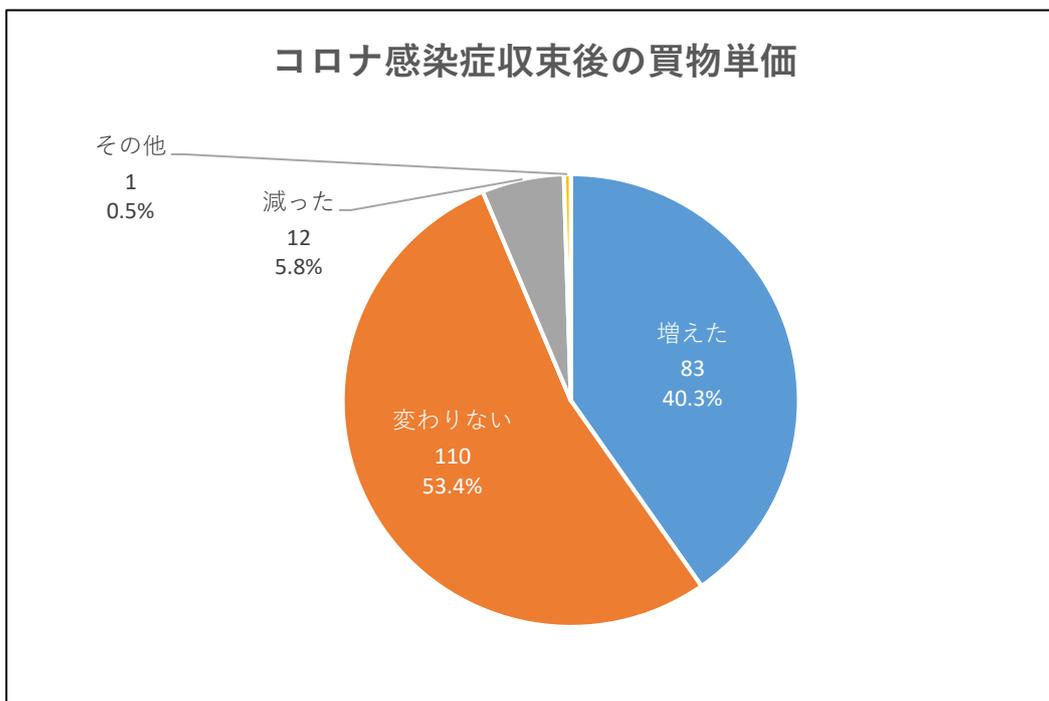
①買物頻度

「増えた」が35.9%と3割以上増加した一方、「減った」は10.2%と1割ほどとなっている。



②買物単価

「増えた」が40.3%と4割以上増加し、「減った」は5.8%となっている。コロナ感染症拡大時のまとめ買い傾向やコロナ情勢、原油高による物価の上昇が主な要因と思われる。

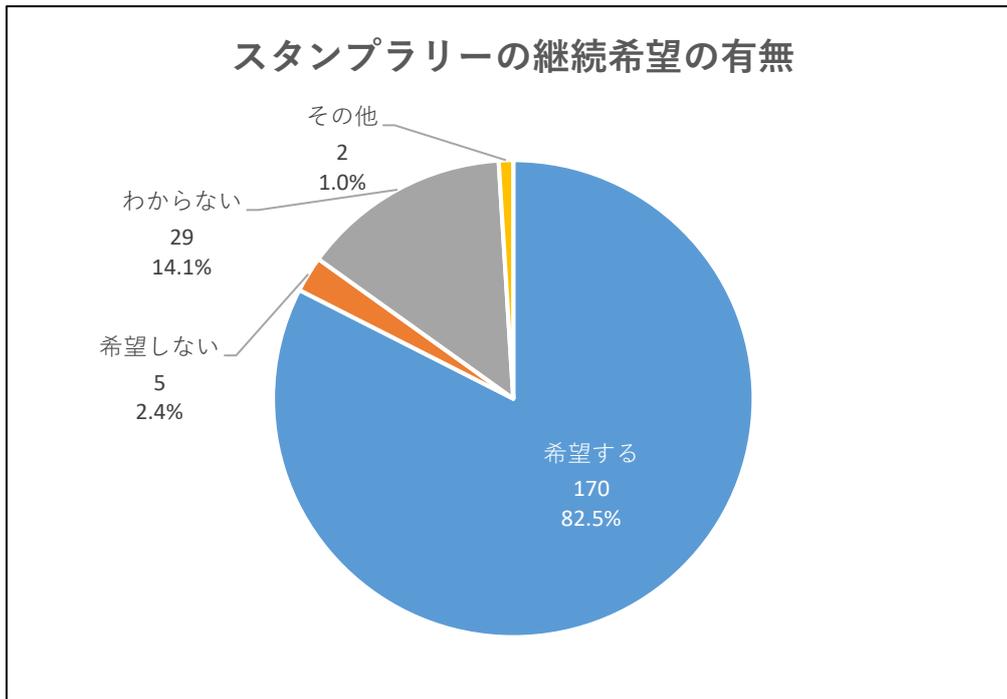


<4. その他>

- ・品数は変わらないが値上がりなどで支出が増えた

【スタンプラリー継続希望の有無】

「コンチャンの「倍返し」スタンプラリー」の継続希望については、「希望する」が82.5%と8割以上の回答者が継続を希望している。



<4. その他>

- ・継続を希望するが仕事をしていると、土曜日の2日間しか時間が取れないので改善を望む
- ・どちらでもよい

【その他のご意見、ご要望等】

<抜粋：イベントのみのご意見、ご要望については除外>

- ・いつも楽しんで参加させて頂いております。ありがとうございます
- ・コンチャンの倍返しは金額的に子供が楽しく遊びながら買い物が出来るととてもいいものだと思います。町を探検しながら出来るのが良いと思います。もっと岩沼の小中学校へのPRをして、1週間でも町に子供たちが沢山ゲームと同じようにしたら活気が出ると思いました。
- ・今回はじめて言った店があり楽しかった。
- ・市内駐車場があるお店が少ないため利用しづらいです。
- ・PayPayなどQRコード決済ができる店が増えると若者も利用しやすいと思います。
- ・初めて参加しましたが、今まで気づかなかった店や、気になっていた店に行くきっかけになり良かったです。

- ・各店舗の取扱い一覧があれば。各店舗ごとにチラシを出すのは大変だろうから、共同して一覧表（1枚にして）にし、2ヶ月1回とか出したらと思う。たとえば〇〇商店は〇月〇日は特売日です。営業時間も。
- ・期間を2週間程度にしてもらえたらゆっくりといろいろなお店を周れたと思いました。日、月曜定休日のお店が多く（行きたいと思った所で）いっぺんに何店舗も行ったので、もう少しゆとりを持って町内を回って見たかったです。今回初めて行ったお店で「行って良かった！」と思えたので、大変ありがたいイベントでした。来年も楽しみにしています。
- ・商店街を歩くきっかけになった。
- ・倍返しスタンプラリーの期間が短すぎる。仕事（フルタイム）で働いているので、土日しか買物できないから、大変！もっと店が増えるとよい。（商品券使える店）日曜休みの店が多すぎるので同じ店で3回使いたいくらい。
- ・岩沼に住んでいて知らない店が多かったので、宣伝も兼ねて今後も実施してほしい。食品と他に分けて実施するのも良いと思う。この金額で家具等は購入しないので。
- ・高齢者の一人世帯では、抽選会に参加する為プラスの金額と商店街までの道のりが大変でした。
- ・普段なかなか行く機会のないお店屋さんで良い商品を見つけることが出来ました。またこのような機会があれば参加して、開拓したいです。
- ・結婚して岩沼に住んで48年、年々商店が減ってゴーストタウンのようで残念です。年1.2回商工会主催の参加だけが多くなりました。まだ車の運転ができる間は名取市、仙台市の方へどうしても買出しに行ってしまう。もう少し商店も多く魅力的なお店があったら自然と足も岩沼へ向くと思いますが今年度企画は利用できる店も限定されかなり使いにくかった。
- ・こういう企画は貧乏人には助かります。今年は使える期間が延びてこれまた助かります。様々な店を利用させていただきました。
- ・商品券が使える期間が短くて困りました。平日は昼間仕事している為18時ころからつかえるお店が少なくて……。
- ・駅前周辺で商店街中に店が少なくなり淋しい限りです。以前駅前付近には本屋、ケーキ屋軽食喫茶があったのに駅前開発後はそれらが復活するかと思っていました。よい市の時には散歩がてら楽しめる商店街になってほしいものです。
- ・いつもは行かないお店を知るきっかけになってよかったです。
- ・楽しく参加致しました
- ・地元の商店を応援する企画、大好きです。たくさん参加したいです。
- ・A.Bブロックに分かれると非常に回りづらい。統一化して6店舗等にしてほしい。トイレ、駐車場問題何とかしてほしい。
- ・コンチャンの倍返しラリーとかイベント企画楽しみにしています。そちらをきっかけに商店街のお店を知り、利用するようになると思います。
- ・スタンプラリーがきっかけで気になっていた店に行くことができました。すごく良かったのでまた再来店します。
- ・コンチャンがなければ行かなかった店にも、魅力的な店がたくさんあることがわかりました。そういった店は継続して利用したいと思います。

- ・市外の人を呼び込まないと、イベント時のみになるのでは・・・と（AI 使って方法を試すなど・・・）
- ・駐車場を借りて歩行者天国のようなものはどうでしょう。（暖かい時あたり）
- ・商店（商工会）単独ではなく市として盛り上がりをも！”
- ・極端に暑かったり、寒さが厳しいと地元の商店を徒歩でまわり買物しようとは思えず、つい大規模スーパーへ車で向かってしまいます。仕事をしていると平日は、地元商店へ100%寄ることはありません。なるべく利用したいと思います。（つるやさんのたこやきや河村商店のコロケは岩沼に育った者のソウルフードだと思います！）
- ・専門家に頼らず、商工会職員自ら、繁盛している店、そうでない店の分析を！ここから何らかのヒントが。
- ・私は岩沼出身ではないので（結婚してこちらに来た）今回知らないところがたくさんあり、新しいお店を知れてまた行ってみようと思いました。
- ・年2回は実施してください。大変楽しかったです。新しい知らないお店に行くことが出来ました。
- ・駐車場や駐輪場があった方が便利で人も歩くし、歩道が狭いので歩道の整備もお願いします。
- ・歩きやすく車も止めやすい街づくりを！
- ・もっと多くの店に参加してもらえたらスタンプラリーに回りやすいと思いました。いったことのないお店に足を運ぼうと思うきっかけになりました。
- ・このイベントで初めて行ったお店もあり、地域のお店のも魅力に気付くことができた。今回で2度目だが、来年もぜひ参加して岩沼の商店街が活気づくことを期待したい。レトロブームもあるので、そうした街づくりでたくさんのお客さんに来てもらえるかも。岩沼係長をもうちょっとレトロっぽくしてみるとか。
- ・参加協力店を増やしてほしい。地元商店街の活性化の為、商工会には更に努力して頂きたい。
- ・年末のお忙しいところを企画ありがとうございます。もう少し期間があるとありがたいです。
- ・イベント期間中だけでも、閉店時間をおそくしたり、休日に開店するなどお客さんが買いやすい環境に取り組んで欲しかった。初めて入店するお店もあり、今回は少し有意義だった。来年も実施してほしい！
- ・シャッター街にならなうよう、多様なアドバイスを取り入れた竹駒神社を賛同するイベントを期待します。
- ・今まで小売店は入りにくく、何が売っているのかわかりづらく入りませんでした。今回参加していい店もたくさんあることがわかりました。もっといろんな機会でもアピールしてもらえたらと思いました。
- ・街の中あまり変化しない

資 料

- ・ アンケート調査票
- ・ 「消費購買動向調査報告書（宮城県の商圈）」（令和3年10月調査）抜粋

お買物しらべ調査票



この度は、ご来場いただき誠にありがとうございます。

皆様に、より一層ご愛顧いただくためにアンケートにご協力賜りますようお願いいたします。

※ 回答欄の該当する番号をひとつ〇で囲んでください。

Q 1. お客様の性別は？	
回答欄	1. 男性 2. 女性
Q 2. お客様の年代は？	
回答欄	1. 10～20歳代 2. 30歳代 3. 40歳代 4. 50歳代 5. 60歳代以上
Q 3. お客様のお住まいはどこですか？	
回答欄	1. 小川・長岡・三色吉・竹の里 2. 平等・荒井・あさひ野・朝日 3. 松ヶ丘・土ヶ崎・栄町・たけくま 4. 北長谷・南長谷・吹上・大昭和 5. 桑原・阿武隈・藤浪・本町 6. 二木・大手町・館下・中央 7. 梶橋・相の原・桜・末広 8. 里の杜・押分・早股 9. 下野郷・恵み野・玉浦西
Q 4. お客様が同居している家族の人数は？（お客様を含みます）	
回答欄	1. 私のみ（独居） 2. 2人 3. 3人 4. 4人 5. 5人以上

Q 5. お客様は下記の商品を、普段、岩沼市内のどちらで購入されていますか？

お買物先 商 品	① 一般商店・ 専門店	② コンビ ニ	③ 生協	④ 食品スー パー・ ドラッグ ストア等	⑤ 通信販 売	⑥ その 他	⑦ 購入して いない
野菜・果物	1	2	3	4	5	6	7
精肉・鮮魚	1	2	3	4	5	6	7
菓子・パン	1	2	3	4	5	6	7
そうざい・弁当	1	2	3	4	5	6	7
酒類	1	2	3	4	5	6	7
米穀	1	2	3	4	5	6	7
日用雑貨品	1	2	3	4	5	6	7
医薬品・化粧品	1	2	3	4	5	6	7
衣料品	1	2	3	4	5	6	7
靴・バック・アクセサリ	1	2	3	4	5	6	7
スポーツ・レジャー用品	1	2	3	4	5	6	7
CD・書籍・文房具	1	2	3	4	5	6	7
玩具・ゲーム	1	2	3	4	5	6	7
家具・インテリア用品	1	2	3	4	5	6	7
家電類	1	2	3	4	5	6	7
贈答品（ギフト）	1	2	3	4	5	6	7

「消費購買動向調査報告書（宮城県の商圈）」（令和3年10月調査）

○買物先別消費購買動向

岩沼市 上段:実数 下段:%	調査数	主な買物先																
		仙台市計	青葉区	中心部を除く		宮城野区	若林区	太白区	泉区	名取市	角田市	岩沼市	大河原町	柴田町	亶理町	山元町	福島県	その他
				中心部	中心部を除く													
全体	5,859 100.0	295 5.0	151 2.6	34 0.6	117 2.0	34 0.6	12 0.2	88 1.5	10 0.2	2,184 37.3	17 0.3	2,918 49.8	21 0.4	36 0.6	10 0.2	9 0.2	0 0.0	369 6.3
最寄品	2,547 100.0	36 1.4	15 0.6	3 0.1	12 0.5	6 0.2	2 0.1	13 0.5	0 0.0	230 9.0	9 0.4	2,188 85.9	1 0.0	27 1.1	6 0.2	9 0.4	0 0.0	41 1.6
食料品	1,879 100.0	23 1.2	5 0.3	1 0.1	4 0.2	6 0.3	2 0.1	10 0.5	0 0.0	152 8.1	9 0.5	1,626 86.5	1 0.1	26 1.4	6 0.3	7 0.4	0 0.0	29 1.5
野菜・果物	342 100.0	3 0.9	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	2 0.6	0 0.0	26 7.6	2 0.6	303 88.6	0 0.0	6 1.8	0 0.0	1 0.3	0 0.0	1 0.3
精肉・鮮魚	343 100.0	2 0.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0	24 7.0	2 0.6	305 88.9	0 0.0	6 1.7	1 0.3	1 0.3	0 0.0	2 0.6
菓子・パン	342 100.0	4 1.2	2 0.6	1 0.3	1 0.3	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0	36 10.5	2 0.6	293 85.7	0 0.0	5 1.5	1 0.3	1 0.3	0 0.0	0 0.0
そうざい・弁当	328 100.0	5 1.5	2 0.6	0 0.0	2 0.6	1 0.3	0 0.0	2 0.6	0 0.0	20 6.1	1 0.3	296 90.2	0 0.0	3 0.9	1 0.3	1 0.3	0 0.0	1 0.3
酒類	294 100.0	5 1.7	1 0.3	0 0.0	1 0.3	1 0.3	1 0.3	2 0.7	0 0.0	23 7.8	0 0.0	260 88.4	0 0.0	1 0.3	1 0.3	1 0.3	0 0.0	3 1.0
米穀	230 100.0	4 1.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.4	1 0.4	2 0.9	0 0.0	23 10.0	2 0.9	169 73.5	1 0.4	5 2.2	2 0.9	2 0.9	0 0.0	22 9.6
日用雑貨品	333 100.0	2 0.6	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	50 15.0	0 0.0	275 82.6	0 0.0	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0	4 1.2
医薬品・化粧品	335 100.0	11 3.3	9 2.7	2 0.6	7 2.1	0 0.0	0 0.0	2 0.6	0 0.0	28 8.4	0 0.0	287 85.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 0.3	0 0.0	8 2.4
買回品	3,023 100.0	243 8.0	130 4.3	30 1.0	100 3.3	28 0.9	8 0.3	67 2.2	10 0.3	1,810 59.9	7 0.2	609 20.1	18 0.6	9 0.3	4 0.1	0 0.0	0 0.0	323 10.7
衣料品	951 100.0	61 6.4	35 3.7	8 0.8	27 2.8	13 1.4	0 0.0	11 1.2	2 0.2	631 66.4	1 0.1	154 16.2	4 0.4	1 0.1	1 0.1	0 0.0	0 0.0	98 10.3
男性用衣料品	306 100.0	20 6.5	12 3.9	4 1.3	8 2.6	3 1.0	0 0.0	3 1.0	2 0.7	203 66.3	0 0.0	49 16.0	2 0.7	1 0.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	31 10.1
女性用衣料品	321 100.0	25 7.8	16 5.0	3 0.9	13 4.0	5 1.6	0 0.0	4 1.2	0 0.0	209 65.1	0 0.0	51 15.9	1 0.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	35 10.9
子供用衣料品	324 100.0	16 4.9	7 2.2	1 0.3	6 1.9	5 1.5	0 0.0	4 1.2	0 0.0	219 67.6	1 0.3	54 16.7	1 0.3	0 0.0	1 0.3	0 0.0	0 0.0	32 9.9
靴・バッグ・アクセサリ	307 100.0	35 11.4	24 7.8	7 2.3	17 5.5	4 1.3	1 0.3	4 1.3	2 0.7	197 64.2	1 0.3	35 11.4	4 1.3	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	35 11.4
スポーツ・レジャー用品	284 100.0	19 6.7	7 2.5	4 1.4	3 1.1	7 2.5	0 0.0	3 1.1	2 0.7	224 78.9	2 0.7	19 6.7	0 0.0	2 0.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	18 6.3
書籍・文房具	329 100.0	6 1.8	3 0.9	0 0.0	3 0.9	0 0.0	0 0.0	3 0.9	0 0.0	161 48.9	1 0.3	148 45.0	0 0.0	2 0.6	1 0.3	0 0.0	0 0.0	10 3.0
玩具・ゲーム	299 100.0	9 3.0	2 0.7	0 0.0	2 0.7	0 0.0	1 0.3	5 1.7	1 0.3	204 68.2	1 0.3	34 11.4	0 0.0	2 0.7	1 0.3	0 0.0	0 0.0	48 16.1
家具・インテリア用品	286 100.0	36 12.6	13 4.5	2 0.7	11 3.8	2 0.7	2 0.7	18 6.3	1 0.3	106 37.1	0 0.0	111 38.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	33 11.5
家電・パソコン類	291 100.0	35 12.0	16 5.5	2 0.7	14 4.8	1 0.3	2 0.7	15 5.2	1 0.3	143 49.1	0 0.0	71 24.4	7 2.4	0 0.0	1 0.3	0 0.0	0 0.0	34 11.7
贈答品	276 100.0	42 15.2	30 10.9	7 2.5	23 8.3	1 0.4	2 0.7	8 2.9	1 0.4	144 52.2	1 0.4	37 13.4	3 1.1	2 0.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	47 17.0
サービス(家族づれ外食)	289 100.0	16 5.5	6 2.1	1 0.3	5 1.7	0 0.0	2 0.7	8 2.8	0 0.0	144 49.8	1 0.3	121 41.9	2 0.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 1.7

○買物先店舗形態別・立地場所別消費購買動向

岩沼市	調査数	主な買物先の店舗形態								調査数	主な買物先店舗の立地場所		
		一般商店・専門店	コンビニエンスストア	大型専門店・量販店	食品スーパー	総合スーパー	百貨店・生協・農協	通信販売 (ネットショップ等)	その他		市区町村中心部	郊外 (バイパス沿い等)	その他
上段:実数 下段:%													
全体	5,212 100.0	564 10.8	17 0.3	1,558 29.9	1,470 28.2	888 17.0	59 1.1	566 10.9	90 1.7	3,851 100.0	1,889 49.1	1,471 38.2	491 12.7
最寄品	2,292 100.0	156 6.8	16 0.7	327 14.3	1,447 63.1	191 8.3	48 2.1	42 1.8	65 2.8	1,694 100.0	1,028 60.7	503 29.7	163 9.6
食料品	1,693 100.0	52 3.1	16 0.9	36 2.1	1,365 80.6	119 7.0	42 2.5	19 1.1	44 2.6	1,268 100.0	772 60.9	369 29.1	127 10.0
野菜・果物	305 100.0	3 1.0	0 0.0	1 0.3	270 88.5	20 6.6	9 3.0	1 0.3	1 0.3	231 100.0	143 61.9	70 30.3	18 7.8
精肉・鮮魚	305 100.0	4 1.3	0 0.0	2 0.7	269 88.2	20 6.6	8 2.6	2 0.7	0 0.0	228 100.0	143 62.7	67 29.4	18 7.9
菓子・パン	305 100.0	15 4.9	2 0.7	5 1.6	249 81.6	24 7.9	8 2.0	2 0.7	2 0.7	227 100.0	140 61.7	71 31.3	16 7.0
そうざい・弁当	295 100.0	12 4.1	12 4.1	1 0.3	240 81.4	23 7.8	5 1.7	1 0.3	1 0.3	216 100.0	136 63.0	66 30.6	14 6.5
酒類	261 100.0	9 3.4	2 0.8	15 5.7	208 79.7	17 6.5	3 1.1	4 1.5	3 1.1	193 100.0	126 65.3	52 26.9	15 7.8
米穀	222 100.0	9 4.1	0 0.0	12 5.4	129 58.1	15 6.8	11 5.0	9 4.1	37 16.7	173 100.0	84 48.6	43 24.9	46 26.6
日用雑貨品	299 100.0	38 12.7	0 0.0	152 50.8	46 15.4	41 13.7	4 1.3	8 2.7	10 3.3	212 100.0	124 58.5	71 33.5	17 8.0
医薬品・化粧品	300 100.0	66 22.0	0 0.0	139 46.3	36 12.0	31 10.3	2 0.7	15 5.0	11 3.7	214 100.0	132 61.7	63 29.4	19 8.9
買回品	2,920 100.0	408 14.0	1 0.0	1,231 42.2	23 0.8	697 23.9	11 0.4	524 17.9	25 0.9	1,996 100.0	794 39.8	887 44.4	315 15.8
衣料品	914 100.0	78 8.5	0 0.0	369 40.4	6 0.7	287 31.4	6 0.7	158 17.3	10 1.1	630 100.0	260 41.3	276 43.8	94 14.9
男性用衣料品	297 100.0	26 8.8	0 0.0	125 42.1	3 1.0	88 29.6	2 0.7	50 16.8	3 1.0	204 100.0	83 40.7	91 44.6	30 14.7
女性用衣料品	309 100.0	25 8.1	0 0.0	121 39.2	2 0.6	99 32.0	2 0.6	57 18.4	3 1.0	213 100.0	87 40.8	93 43.7	33 15.5
子供用衣料品	308 100.0	27 8.8	0 0.0	123 39.9	1 0.3	100 32.5	2 0.6	51 16.6	4 1.3	213 100.0	90 42.3	92 43.2	31 14.6
靴・バッグ・アクセサリ	305 100.0	22 7.2	0 0.0	123 40.3	2 0.7	97 31.8	1 0.3	60 19.7	0 0.0	203 100.0	78 38.4	95 46.8	30 14.8
スポーツ・レジャー用品	280 100.0	37 13.2	0 0.0	153 54.6	2 0.7	47 16.8	1 0.4	38 13.6	2 0.7	185 100.0	78 42.2	87 47.0	20 10.8
書籍・文房具	297 100.0	96 32.3	1 0.3	104 35.0	4 1.3	71 23.9	0 0.0	19 6.4	2 0.7	219 100.0	120 54.8	82 37.4	17 7.8
玩具・ゲーム	293 100.0	45 15.4	0 0.0	111 37.9	2 0.7	58 19.8	0 0.0	76 25.9	1 0.3	199 100.0	68 34.2	88 44.2	43 21.6
家具・インテリア用品	282 100.0	50 17.7	0 0.0	143 50.7	1 0.4	32 11.3	0 0.0	54 19.1	2 0.7	192 100.0	61 31.8	96 50.0	35 18.2
家電・パソコン類	286 100.0	41 14.3	0 0.0	158 55.2	2 0.7	25 8.7	0 0.0	57 19.9	3 1.0	193 100.0	64 33.2	99 51.3	30 15.5
贈答品	263 100.0	39 14.8	0 0.0	70 26.6	4 1.5	80 30.4	3 1.1	62 23.6	5 1.9	175 100.0	65 37.1	64 36.6	46 26.3
サービス(家族づれ外食)										161 100.0	67 41.6	81 50.3	13 8.1