

令和7年度  
岩沼市消費購買動向調査  
報 告 書

令和8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

## 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販売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7年12月13日（土）～20日（土）（8日間）
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 : 115枚

## II. 調査結果の概要

### ①回答者の属性

女性（70.4%）が7割を占め、年代は60歳代（73.0%）が最も多く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7割以上（無回答者を除く）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「米穀」「酒類」、買回品では「玩具・ゲーム」「スポーツ・レジャー用品」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6割となっており、前回調査より6.2ポイント増加している。今後とも増加する傾向にある。インターネット利用の理由としては、「配達してくれるから」「価格が安いから」「時間に縛られず好きな時に購入できるから」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」はおよそ5割となっており、買物単価が「増えた」も同様に4割を超えている。コロナ禍以前の買物行動に戻っていると思われるが、最近の物価高の影響による買物行動の変化が今後懸念される。

### ⑤スタンプラリーの効果

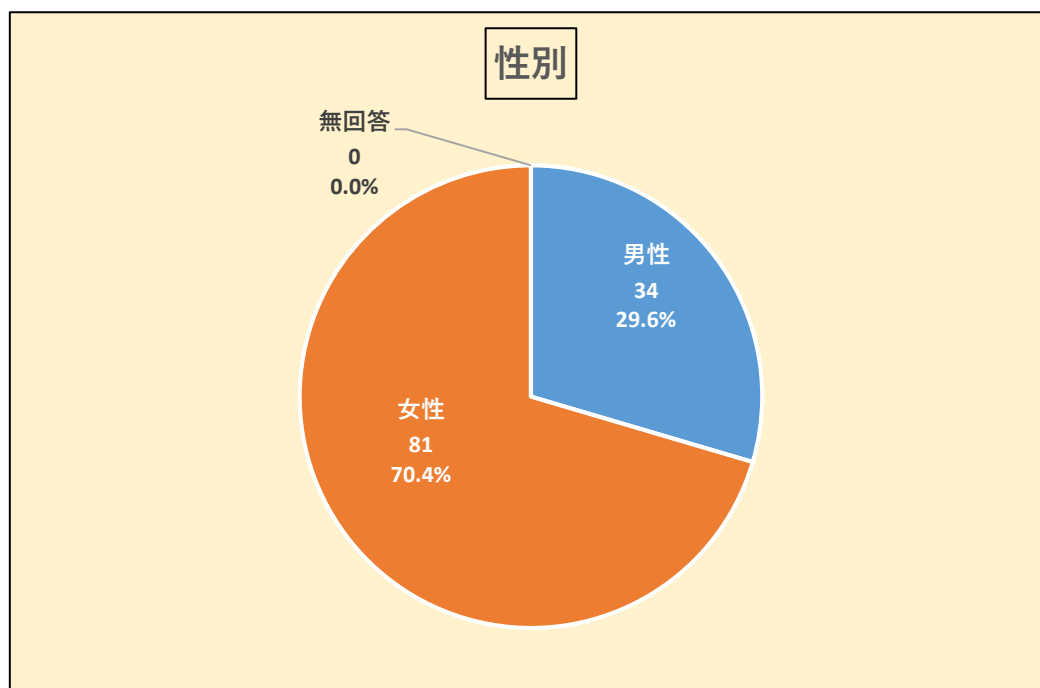
スタンプラリーの継続を希望する回答者はおよそ9割となっている。イベント実施により参加店の知名度が向上し、新たな魅力を発見（認知度向上）する良い機会となっている。

### Ⅲ. 調査の結果

#### 【回答者の属性】

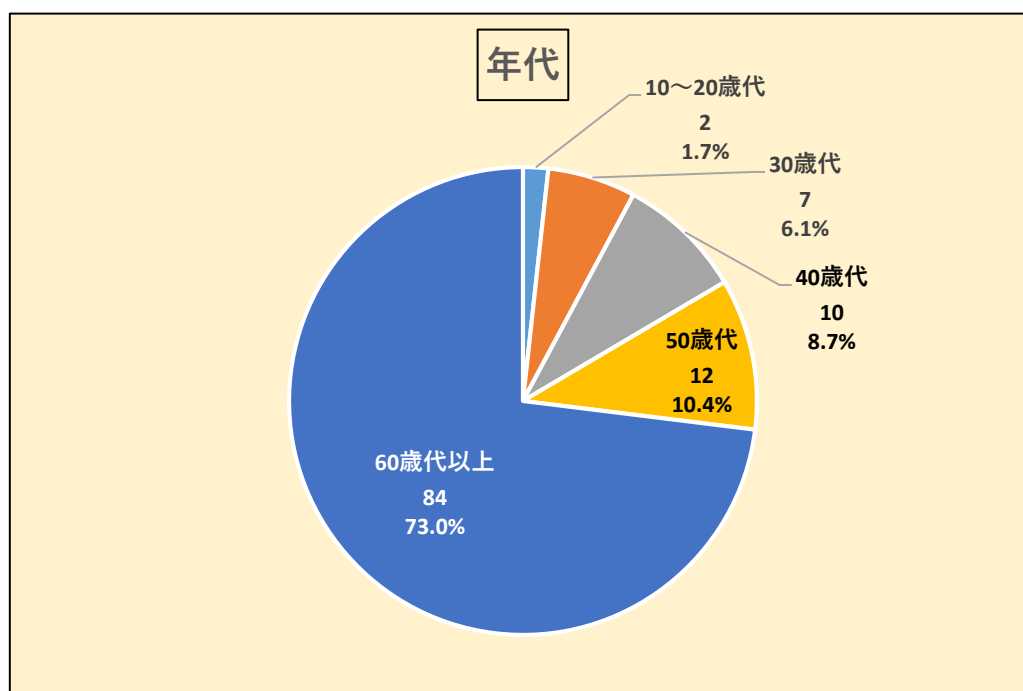
##### ①性別

回答頂いた消費者は 115 名で、「男性」が 29.6%、「女性」は 7 割を超え 70.4%であった。



##### ②年代

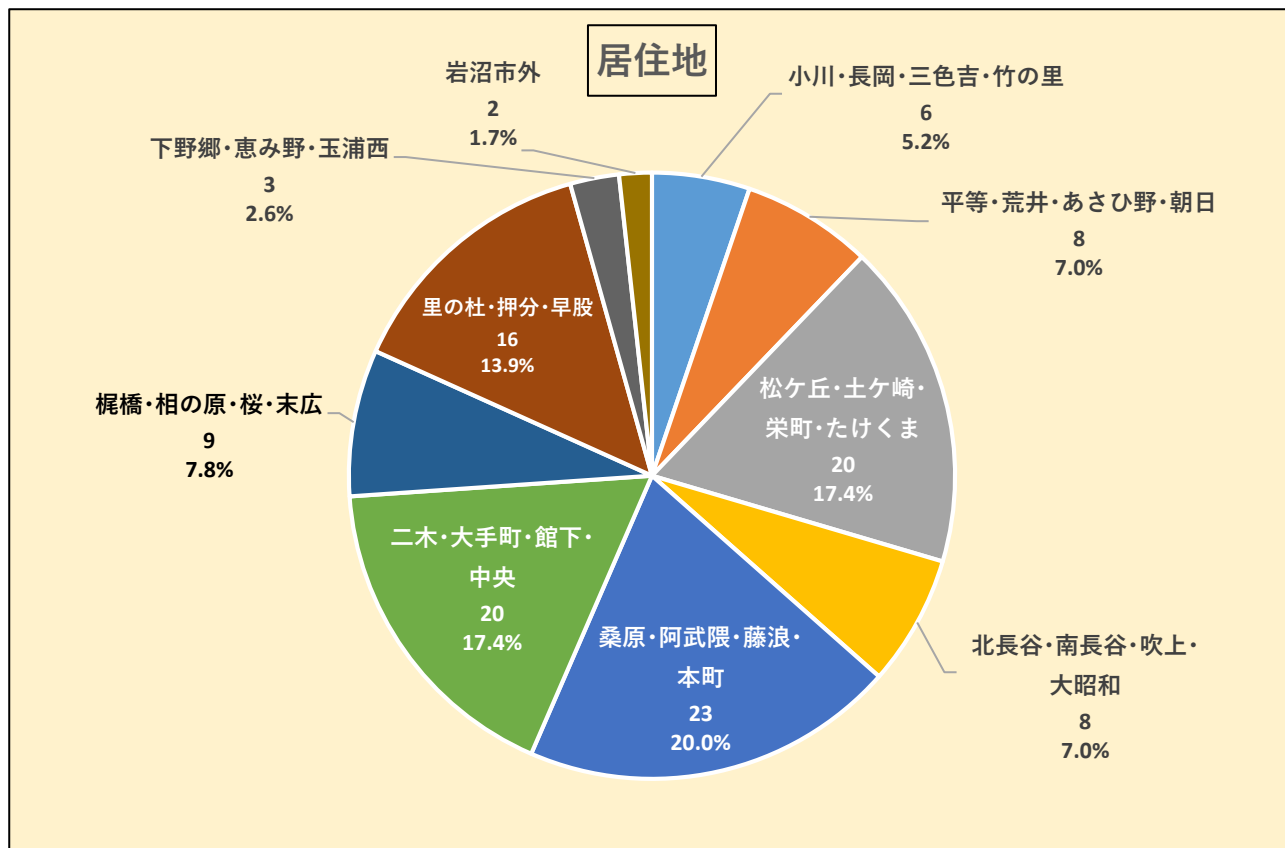
年代は、「60 歳代以上」が 73.0%と全体の 7 割以上を占め、次いで「50 歳代」「40 歳代」の順となっており、年代が低くなるにつれて、割合は少なくなっている。



### ③居住地

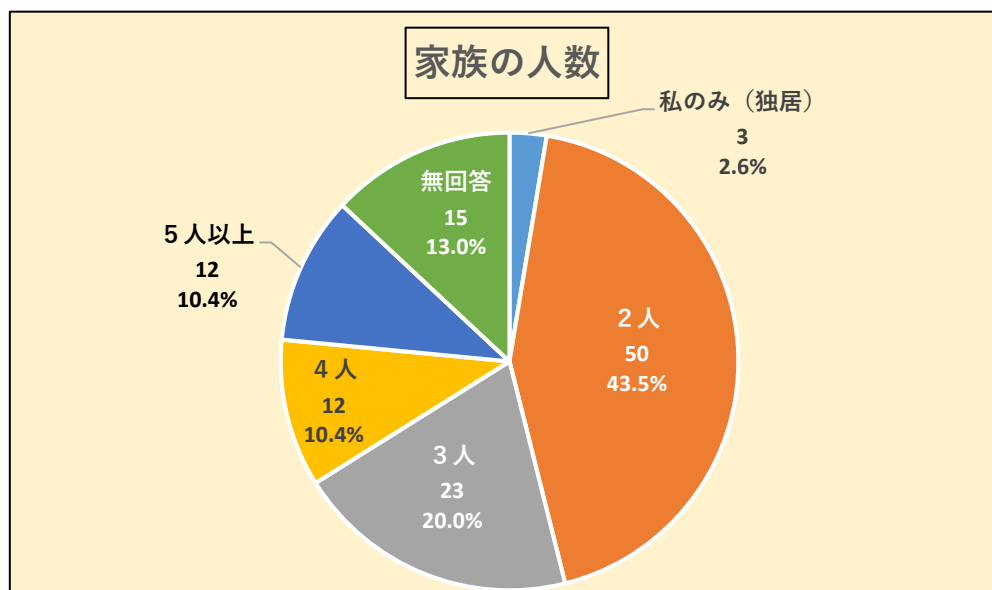
「桑原・阿武隈・藤浪・本町」(20.0%) が最も多く、次いで「松ヶ丘・土ヶ崎・栄町・たけくま」「二木・大手町・館下・中央」「里の杜・押分・早股」であった。

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、各地区から回答を得た。岩沼市外は、名取市堀内、仙台市太白区の2名であった。



### ④家族の人数

同居の家族としては「2人」(43.5%) が最も多く4割以上を占めており、次いで「3人」(20.0%)、「4人」(10.4%) となっている。核家族化が進展している。



## 【品目別買物先】

### 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、「日用雑貨品」「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、「酒類」がシェアの2割を超え、次いで「菓子・パン」が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」においては、シェアを1割弱ほど確保している。

生協は全ての最寄品目でシェアを確保しており、「野菜・果物」「精肉・鮮魚」は勿論のことであるが、中でも「そうざい・弁当」のシェアが比較的高い。

岩沼市外での購入が多い品目は、「米穀」(34.8%)、「酒類」(13.0%)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低くなっている。

一般商店・専門店では、買回品目の「玩具・ゲーム」を除いてシェアが高く、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」においてごく僅かながら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」のシェアが比較的高い。

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」「贈答品(ギフト)」「CD・書籍・文房具」となっており、特に「玩具・ゲーム」の流出は6割以上となっている。

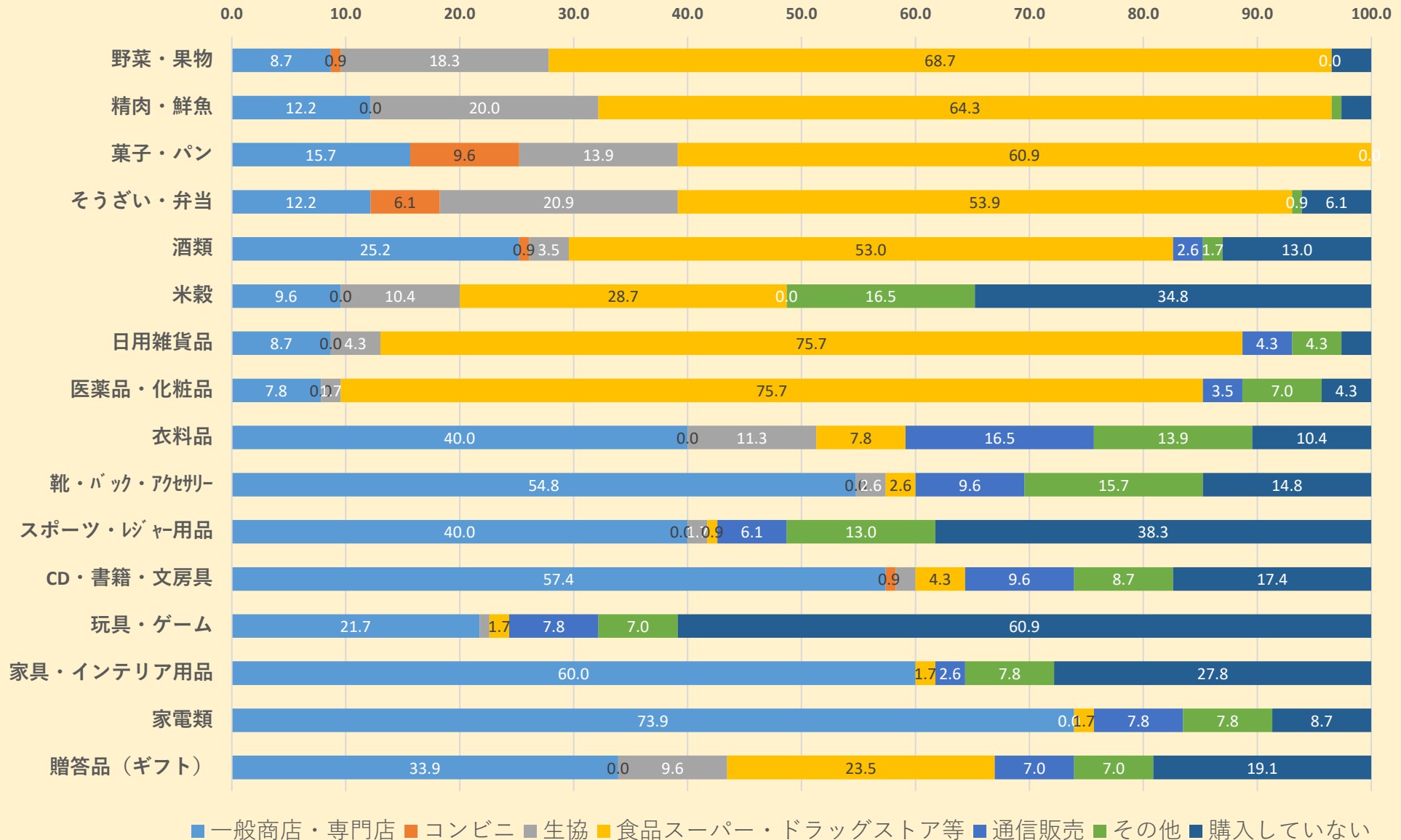
### ③その他

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」「日用雑貨品」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」や「かさばるもの」の需要も増加するのではないかと推測される。

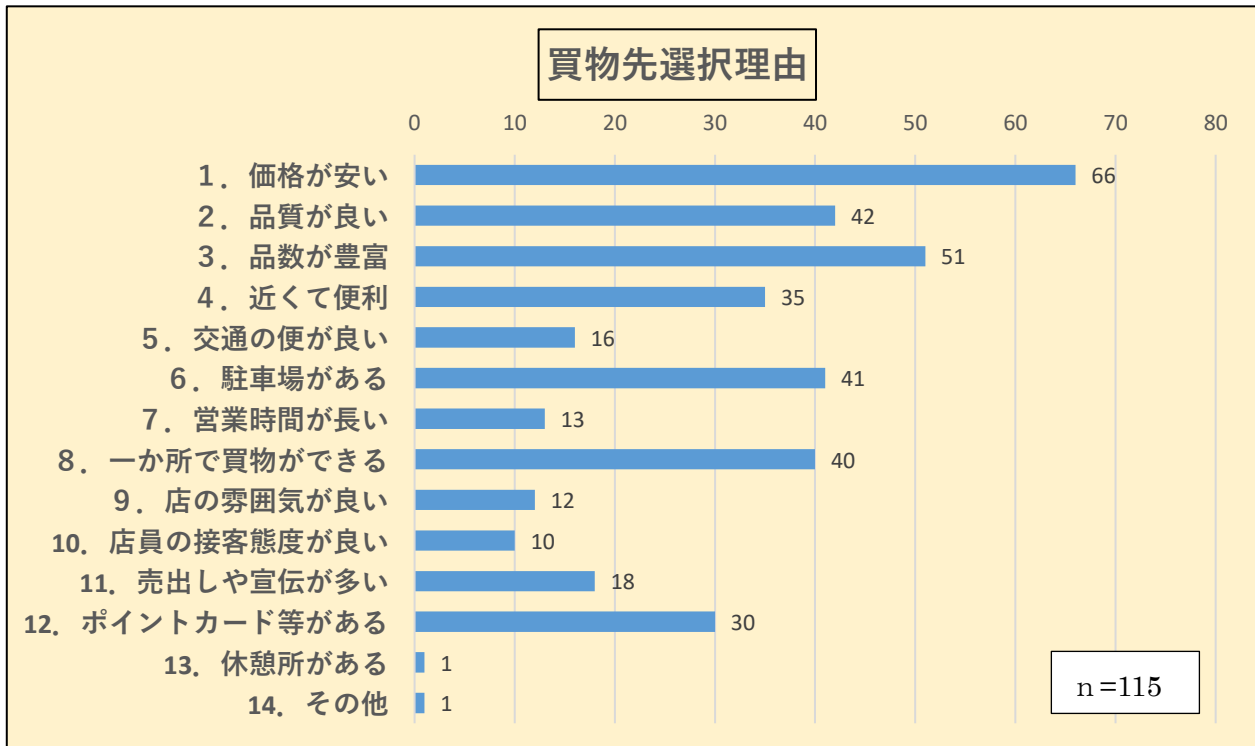
# 品目別買物先

(グラフ内数字は「%」表示)



## 【買物先の選択理由】

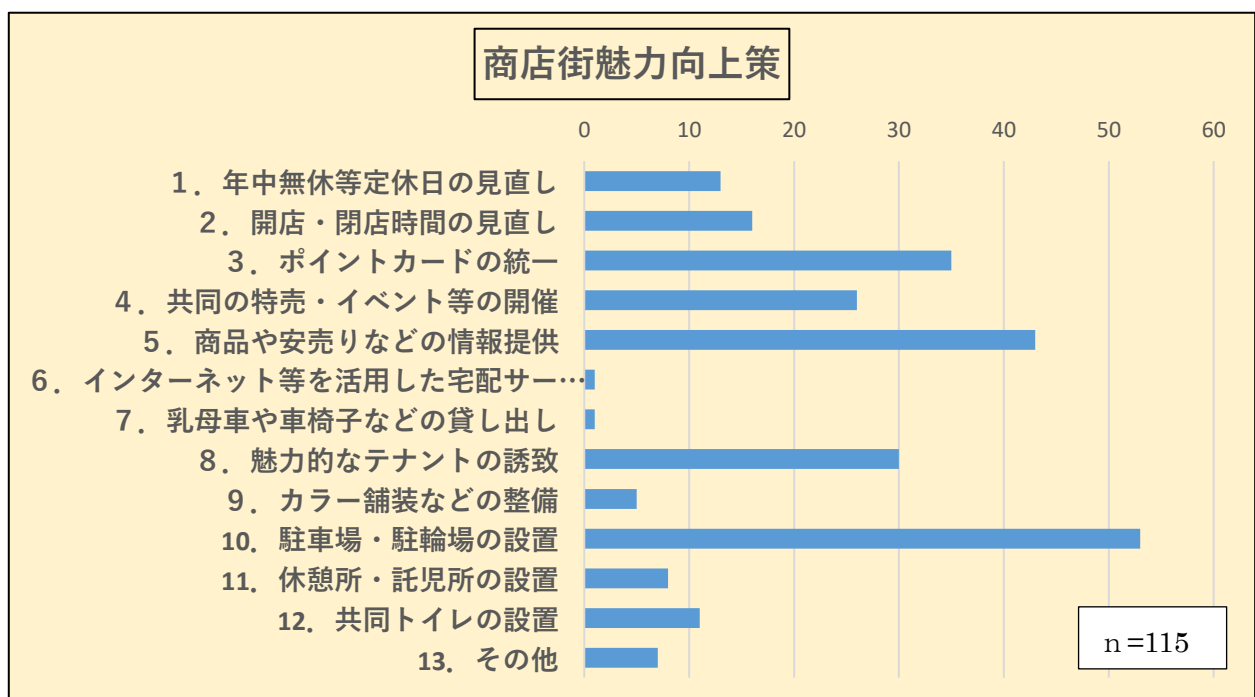
買物先を選択する際の理由としては「価格が安い」が最も多く、次いで「品数が豊富」「品質が良い」「駐車場がある」「一か所で買い物ができる」「近くて便利」「ポイントカード等がある」の順となっている。ポイントカード等の有無も大きな選択理由となっている。



<14. その他>：自分の価値観に合う

## 【消費者視点からの商店街魅力向上策】

「駐車場・駐輪場の設置」が最も多く、次いで順に「商品や安売りなどの情報提供」「ポイントカードの統一」「魅力的なテナントの誘致」「共同の特売・イベント等の開催」となっている。

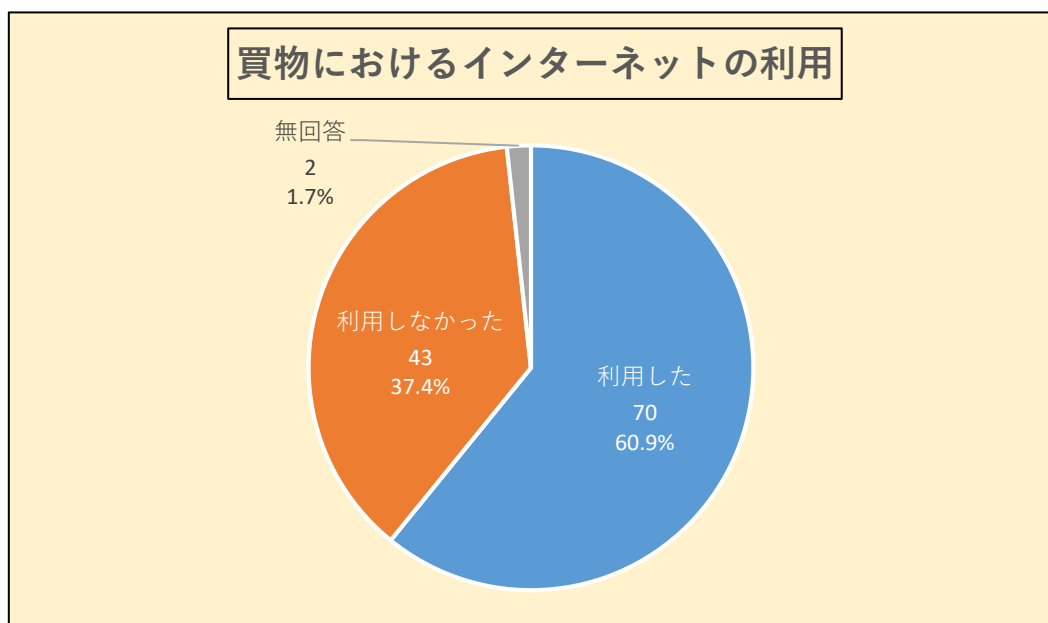




<13. その他>：接客態度／年代に応じた対応の接客業務／お店が少ない地域に誘致していただけるといいなと／入りやすい環境／イベントの開催／統一感、コンセプトがある／月1回のよい市だけでは栄えないと思う

### 【買物におけるインターネットの利用】

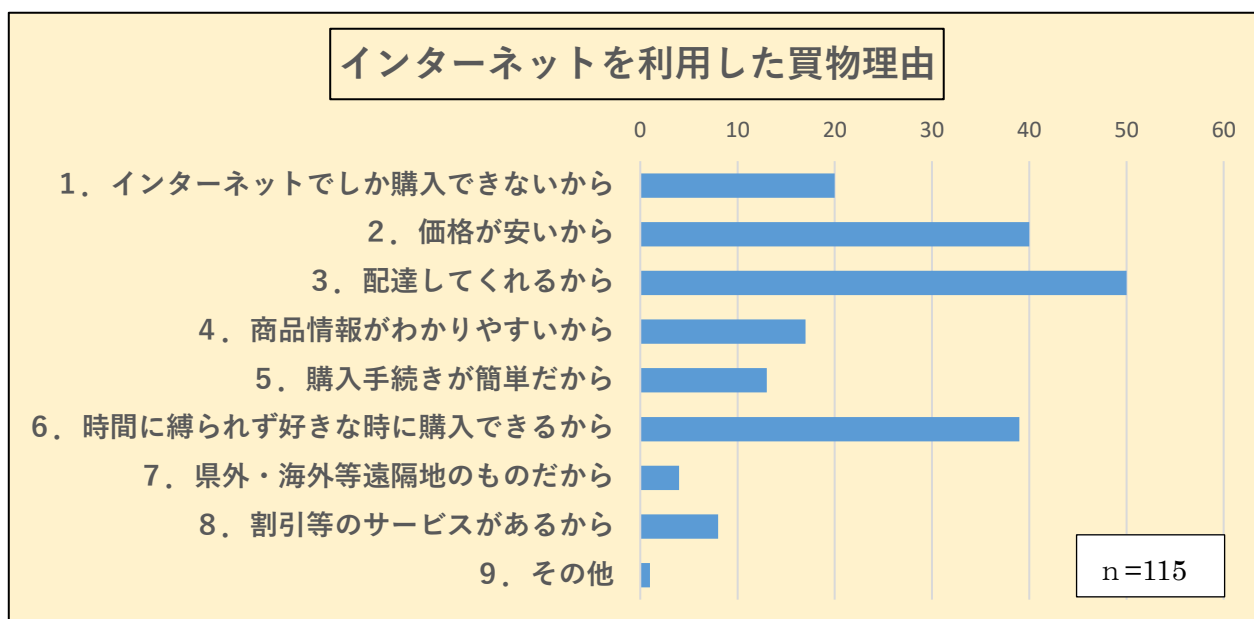
この一年間でインターネットを利用した買物については、「利用した」が60.9%（前回調査：54.7%）と6割を超えており、前回調査より6.2ポイント増加した。通信媒体の多様性、利便性の高まりも相俟ってインターネットを利用した通信販売は増加する傾向にある。



### 【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かったのは「配達してくれるから」で、次いで順に「価格が安いから」「時間に縛られず好きな時に購入できるから」となっている。

高齢者にとっては、「配達」もインターネット利用の一因となっていると推測される。

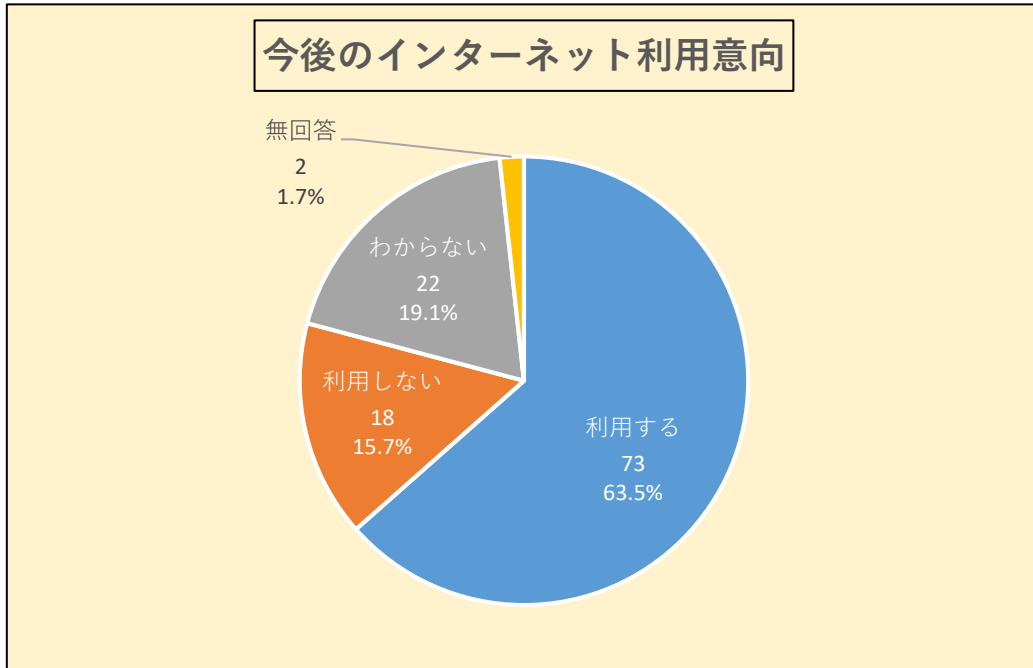


<9. その他>：選択肢が多い

### 【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63.5%（前回調査：54.8%）と、6割を超えており、前回調査より8.7ポイント増加している。

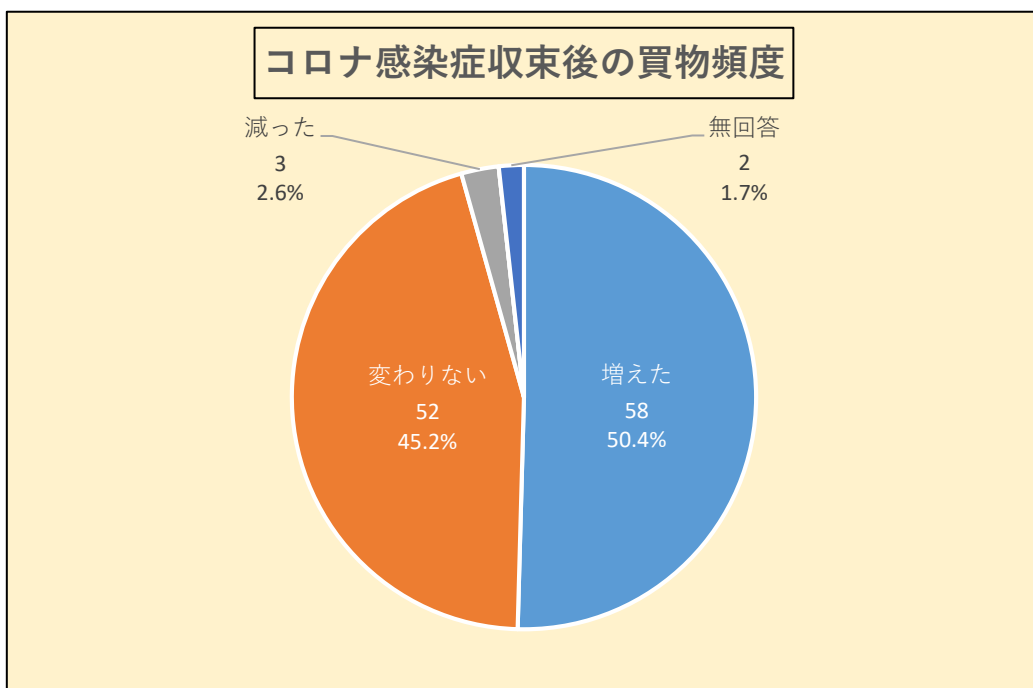
一方、「利用しない」は15.7%（前回調査：27.4%）と1割以上となっているものの、前回調査と比較すると11.7ポイント減少している。「わからない」の回答もおよそ2割となっているが、買物におけるインターネット利用は増加すると見込まれる。



### 【コロナ感染症収束における買物行動の変化】

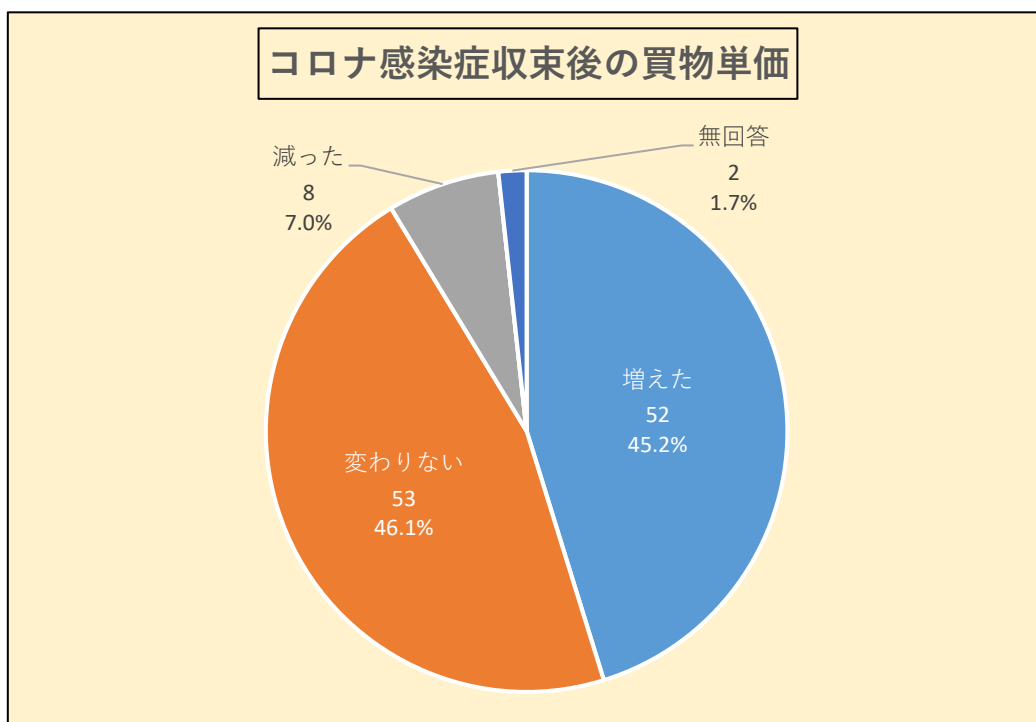
#### ①買物頻度

「増えた」が50.4%（前回調査：38.0%）と5割以上増加し、前回調査より12.4ポイント増加している。



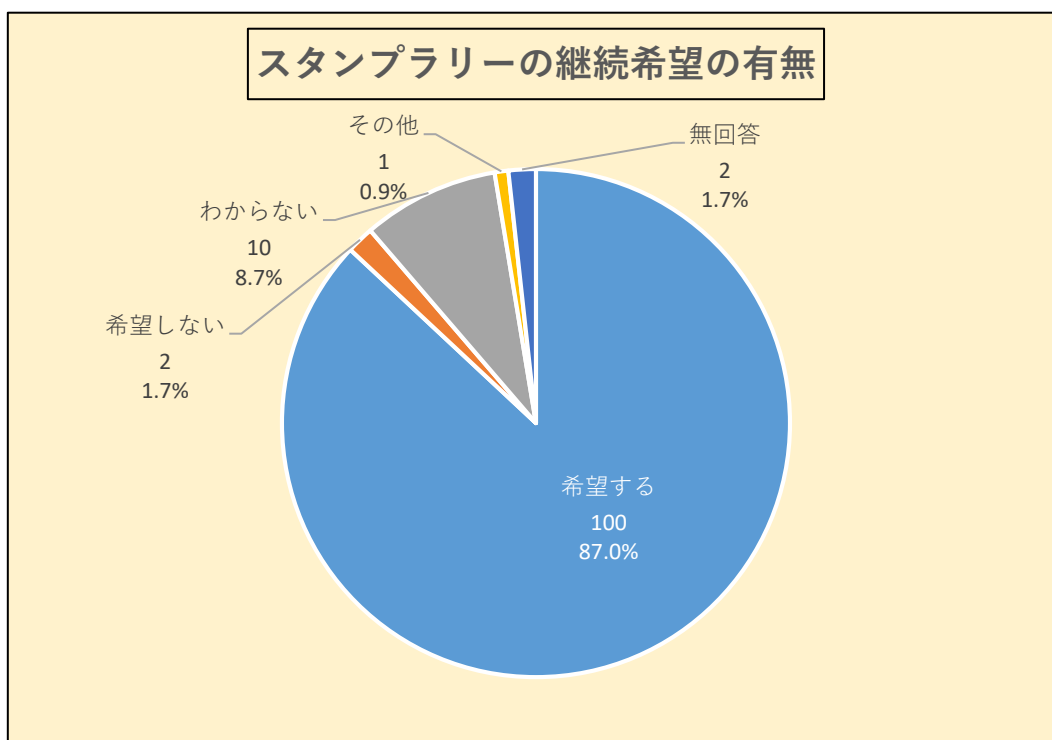
## ②買物単価

「増えた」が45.2%（前回調査：33.0%）と4割以上増加し、前回調査より12.2ポイント増加している。



## 【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」の継続については、「希望する」が87.0%となっており、およそ9割の回答者が継続を希望している。



**【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＞**

**（原文のとおり掲載）**

- ・商店街として店が集積されていくようにして欲しい。その為の歩道等整備、電柱の地中化など市に要望して欲しい。  
飲食店が毎年閉店して減っているので、計画的に集積を図って欲しい。まとまれば集客力が出ると思う。（男性：60歳以上）
- ・店の品数が少なくなり価格も高いので、どうしても足が向かない。（女性；60歳以上）
- ・塩釜市の直会横丁のように、古い店舗を集約し、新しい魅力ある店にしてほしい。（女性；50歳代）
- ・個人商店の皆さん、頑張ってください。（男性：60歳以上）
- ・後継者難などで閉店が多くなっているのが気がかりです。（男性：60歳以上）
- ・岩沼の商店の一部の方々に、接客マナーを勉強していただきたい。スタッフの方々より経営者の方々の考え方が接客態度にでるのだと思います。残念でなりません。恥ずかしい限りです。  
（女性；60歳以上）
- ・よい市やコンチャンラリーなどの挑戦してお買い物を楽しんでますが、余り魅力的な雰囲気ではない。（女性；60歳以上）
- ・猪股時計店、斎源さんなどのお店がなくなり、寂しいです。よい市でも斎源さんなど頑張っていた姿がみられました。（女性；60歳以上）
- ・商店街の活性化を継続してお願いします。（男性：60歳以上）
- ・住みやすい岩沼になるよう、これからもよろしくお願いします。（自転車で走りやすいとイイナァ）（女性；60歳以上）
- ・商店を生かしてほしい。市内店の魅力が全くない。残念（泣）（男性；60歳以上）
- ・駐車場がわかりづらいし、あったとしても細長い敷地で止めにくい。歩道がせまくて歩きづらい。（女性；60歳以上）
- ・竹駒神社付近の商店街が他県に比して活性化していない。（男性：60歳以上）
- ・空き店舗があるので魅力のある店の誘致をお願いしたいです！！（女性；60歳以上）
- ・来店時の無愛想店が多い。地元商店街だから近親感がほしい。（女性；60歳以上）
- ・近親的笑顔がない。（女性；60歳以上）
- ・共同の駐車場を示す案内書（男性：60歳以上）
- ・前の様に、「よい市」の時やイベントの時などはスピーカーを使って町の中を回って活気を付けた方が良くと思う。（女性；60歳以上）

# 資 料

- ・ アンケート調査票

この度は、「コンチャンの倍返しスタンプラリー」ご参加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○で囲んでください。

<b>Q 1. お客様の性別は？</b>	
回答欄	1. 男性                      2. 女性
<b>Q 2. お客様の年代は？</b>	
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
<b>Q 3. お客様のお住まいはどこですか？</b>	
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 10. 岩沼市外（                              ）
<b>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）</b>	
回答欄	1. 私のみ（独居）              2. 2人              3. 3人              4. 4人              5. 5人以上

Q5. 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

<b>Q 6. お客様が買物先を選択される時の理由を教えてください。</b>	
<b>回答欄</b>	1. 価格が安い      2. 品質が良い      3. 品数が豊富      4. 近くて便利 5. 交通の便が良い      6. 駐車場がある      7. 営業時間が長い 8. 一カ所で買物ができる      9. 店の雰囲気が良い      10. 店員の接客態度が良い 11. 売出しや宣伝が多い      12. ポイントカード等がある      13. 休憩所がある 14. その他（ ）
<b>Q 7. お客様が地元商店街を魅力的にするために必要と思われることは何ですか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 年中無休等定休日の見直し      2. 開店・閉店時間の見直し 3. ポイントカードの統一      4. 共同の特売・イベント等の開催 5. 商品や安売りなどの情報提供      6. インターネット等を活用した宅配サービス 7. 乳母車や車椅子などの貸し出し      8. 魅力的なテナントの誘致 9. カラー舗装などの整備      10. 駐車場・駐輪場の設置 11. 休憩所・託児所の設置      12. 共同トイレの設置 13. その他（ ）
<b>Q 8. お客様はこの１年間にインターネットを利用した買物を行ったことがありますか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 利用した      2. 利用しなかった
<b>Q 9. お客様は、インターネット利用して買物する理由は何だと思えますか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. インターネットでしか購入できないから      2. 価格が安いから 3. 配達してくれるから      4. 商品情報がわかりやすいから 5. 購入手続きが簡単だから      6. 時間に縛られず好きな時に購入できるから 7. 県外・海外等遠隔地のものだから      8. 割引等のサービスがあるから 9. その他（ ）
<b>Q 10. お客様は今後、インターネットを利用した買物を行いたいと思えますか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 利用する      2. 利用しない      3. わからない
<b>Q 11. コロナ感染症拡大時期と比較して、お買物に<u>出掛ける回数</u>は増えましたか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 増えた      2. 変わらない      3. 減った      4. その他（ ）
<b>Q 12. コロナ感染症拡大時期と比較して、<u>1回あたりのお買物する金額</u>は増えましたか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 増えた      2. 変わらない      3. 減った      4. その他（ ）
<b>Q 13. 共同大売出し「コンチャンの倍返しスタンプラリー」の継続を望みますか？</b>	
<b>回答欄</b>	1. 希望する      2. 希望しない      3. わからない 4. その他（ ）
<b>Q 14. その他ご意見、ご要望などがございましたらお聞かせください。</b>	
<b>回答欄</b>	