

令和3(2021)年度 商店街来街者実態調査 調査報告書

令和4(2022)年 2月10日

宇都宮商工会議所

調査概要

- 1 目的 来街者の消費者動向や商店街に対するニーズを明らかにすることで、中心市街地の商業に関する現状を把握し、商業振興施策や各商店経営及び商店街活動の基礎資料とする。
- 2 主催 宇都宮商工会議所
- 3 調査日 令和3(2021)年11月28日(日) / 11月29日(月) 10:00~19:00
- 4 調査場所 (1) バンバ市民広場
(2) オリオン通り曲師町イベント広場
(3) 東武宇都宮百貨店前交差点
- 5 調査対象 高校生以上の中心市街地来街者
- 6 調査手法 情報端末(タブレット)を活用した街頭アンケート方式
- 7 有効回答数 583件
 - (1) バンバ市民広場 190件
 - (2) オリオン通り曲師町イベント広場 209件
 - (3) 東武宇都宮百貨店前交差点 184件

※ 留意事項

- 1 調査地点は前回実施時の2か所(旧宇都宮パルコ前、JR宇都宮駅東西自由通路)から3か所(バンバ市民広場、オリオン通り曲師町イベント広場、東武宇都宮百貨店前交差点)に変更を行った。
- 2 本調査では、コロナ禍前と比較した消費動向の変化について調査を行った。
- 3 本調査では、オリオン通りを中心に半径400mを中心部とした。

令和3年度 来街者実態調査 分析・報告

1. まえがき

令和3年度の商店街来街者実態調査は、令和3(2021)年11月28日(日曜日)と同29日(月曜日)でバンバ広場・曲師町・東武宇都宮百貨店前の3地点で実施し、合計583のサンプルを収集した。

前回調査は令和元(2019)年7月28日(日曜日)と同29日(月曜日)に、JR宇都宮駅東西自由通路と旧宇都宮パルコ前の2か所で実施(サンプル数385)した。

(ア) 前回調査の概要

令和元年度調査は、それまでの通行量調査結果からJR宇都宮駅周辺の通行者数が増加傾向にあり、一方でバンバ広場やオリオン通り、東武宇都宮百貨店など、いわゆる中心市街地商店街通行者数が減少している状況を受けて、その2拠点の来街者実態調査を実施したものである。

・ 来街者の行動消費行動

(調査結果)

- ✓ 中心市街地商店街の来街者は過半が宇都宮市内居住者である。
- ✓ 来街目的は40%超が飲食を目的としており、買い物目的の来街は8%に止まる。
- ✓ 購買行動は、『食料品』は自宅や職場から近い利便性で購入し、『非食料品』は品ぞろえや価格を優先して、多少遠くとも車でアクセスしやすい、かつ、一カ所で買い物が済む郊外モール等が利用されている。

(考察)

- ✓ 調査時点の宇都宮市内居住者は増加傾向の一方で高齢化が進み、本庁地区に限っても65歳以上の人口が24.3%。今後さらに進むことが予想される高齢化に対する取り組みが必要である。

・ 2 極化の状況、今後の課題

(調査結果)

報告書では、JR宇都宮駅周辺とオリオン通りを中心とする中心市街地商店街の2極化が進んでいるなかで、「JR宇都宮駅の通行者は駅周辺で消費行動を行っており、中心市街地商店街への回遊性が低いこと」が明らかになった。

(考察)

上記調査結果とともに、計画が進んでいる「JR宇都宮駅東口開発」が中心市街地商店街に及ぼす影響を踏まえ、「パルコ跡地の活用」や「LRTのJR宇都宮西側方面への延伸」など開発行為のほか、多彩なイベントの開催や、歴史・文化資源を磨きあげるとともに、商店街や事業者のさらなる自助努力など、回遊性を高める取り組み回遊性向上に向けた取組みが課題である。

(イ) 令和3年度商店街来街者実態調査における環境変化

・ 調査地点

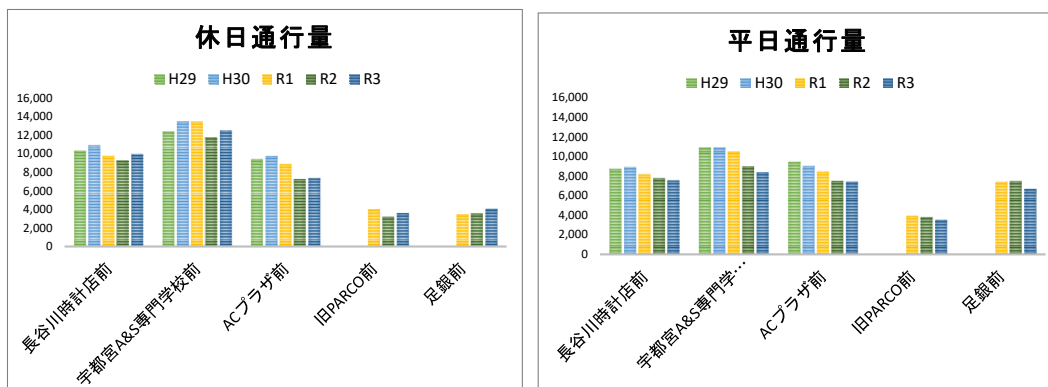
今回実施した商店街来街者実態調査は中心市街地商店街3か所のみで実施されている。前回調査結果を受けて、中心市街地商店街での消費者の購買行動の変化・実態を確認し、来街者の高齢化など環境変化に対する中心市街地商店街の取組のヒントとする。

・ コロナ禍前後の消費行動変化

調査時点で一服感がみられた昨年来のコロナ禍が、消費行動にどのように影響したかを設問に加え、コロナ禍前と比較した消費動向の変化を確認した。

・ 通行量

参考までに宇都宮市が定点観測している通行量の直近 5 年間(各年とも 11 月最終の日曜・月曜、バンバ付近 2 地点は令和元年設置)の推移を確認した。



- ✓ 全拠点で令和2年に通行量が落ち込み、コロナ禍の影響がみられる。
 - ✓ 令和3年の調査で通行量が回復したのは休日の曲師町地点とバンバ広場地点である。
 - ✓ 平日通行量は令和2年の通行量減少から回復していない。
 - ✓ 曲師町地点以外では、平日通行量が休日通行量を上回る。
- 過去の通行量調査に照らして中心市街地商店街の通行量減少傾向は確認されている。今般のコロナ禍がその傾向を加速させることになるのかどうか、今後の推移を注視したいところである。

2. 調査結果概要

(ア) 居住地・来街手段

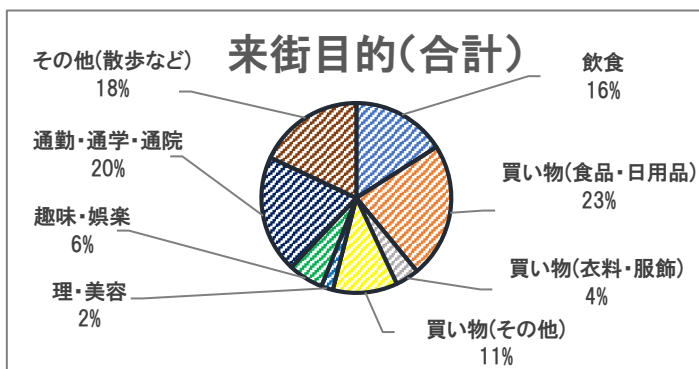
総サンプル 583 件のうち、市内居住者は 403 件、市外居住者が 180 件、約 70%が市内居住者である。

来街手段は、日曜日は車が 104/278 (37%)、徒歩が 84/278 (30%)、自転車・バイクが 32/278(12%)、JR 鉄道が 28/278(10%)、バス 27/278(10%)、月曜日は徒歩 91/305(30%)、車 73/305(24%)、バス 50/305(16%)、自転車・バイク 45/305(15%)、JR 鉄道 42/305(14%) である。(重複回答あり)

(イ) 来街目的

来街目的は、通勤・通学・通院とその他を除く、サンプル全体の 62%が何らかの消費目的である。

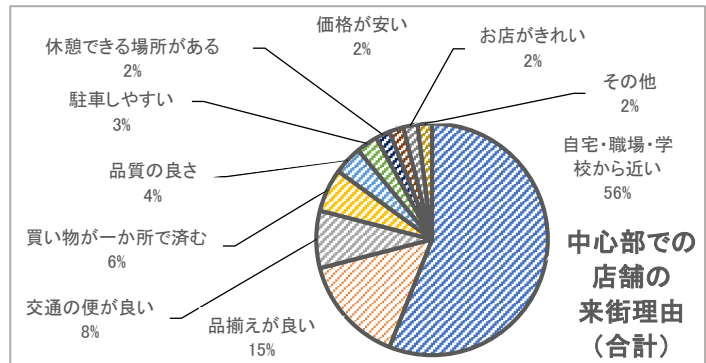
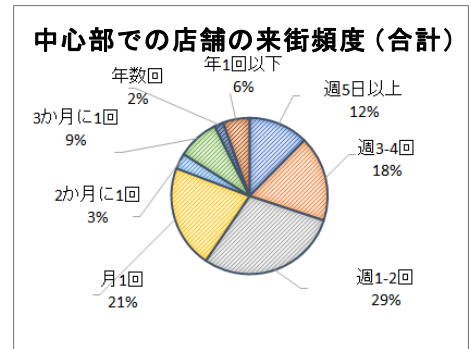
消費の内容は、買い物(食品・日用品)が 23%、飲食が 16%、買い物(衣料・服飾を除くその他)が 11%と、いわゆる飲食と最寄り品に充てられていることが分かる。



(ウ) 来街頻度・その理由

中心部の商店街を来街する頻度は、週1回以上が59%と多い。

- ・ 中心市街地を利用する理由は、「近い」あるいは「公共交通の便が良い」など立地条件に係るものが64%であるが、「品揃えの良さ」15%、「品質の良さ」4%、「価格が安い」2%、「お店がきれい」2%など、事業者の工夫に対する評価も少なからず見受けられる。

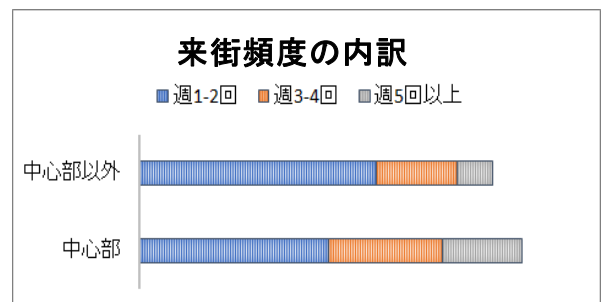
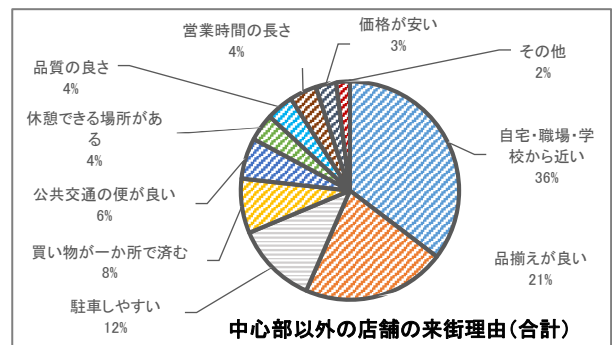
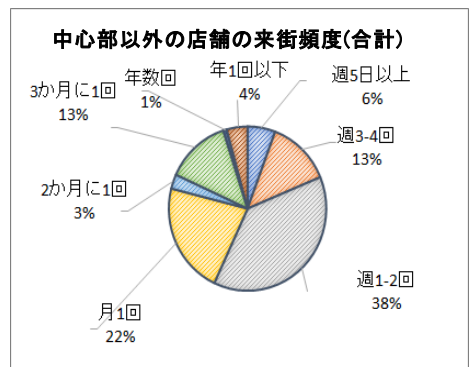


(エ) 中心部以外の店舗の来街頻度

中心部以外の店舗の来街頻度は、週1回以上が57%と中心部の商店街の店舗来街頻度の59%と肉薄している。

しかし、頻度の内容をみると、中心部の商店街では週3-4回・5回以上のヘビーユーザーが多く、中心部以外の店舗は週1-2回が過半を占めていることが分かる。これは、「近くて便利」という中心部の商店街の来街理由によるものと思われる。

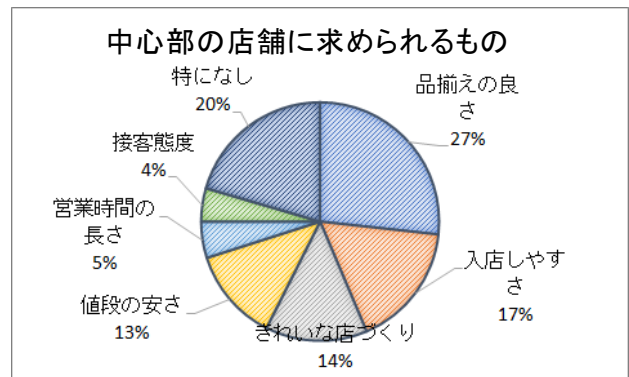
- ・ 中心部の商店街のこのような来街頻度の高さは大きな強みである。どのような層がどのような目的で来街しているのか、後段で確認したい。



(オ) 中心部の店舗で求められるもの

「中心部の店舗で求められるもの」については、「品揃えの良さ」が最も多く有効サンプルの 1/4 以上を占めた。その他、「入店しやすさ」「きれいな店づくり」「値段の安さ」が続く。

- ・ 「価格」よりも「品揃えの良い店」「入りやすい店」が求められている。
- ・ 「特になし(20%)」は現状に満足している中心部の各店舗にはそれぞれ

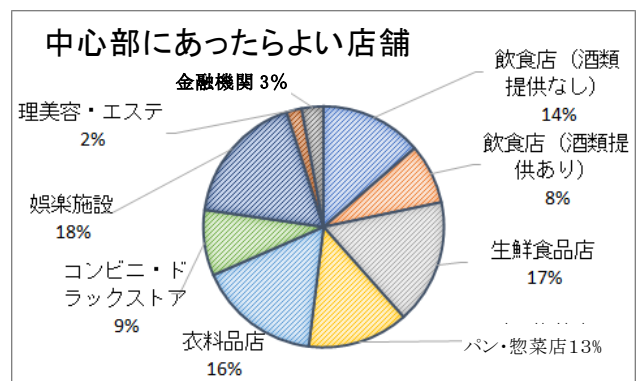


想定するターゲット層があり、一定の固定客層を形成しているものと考えられる。ターゲット層を想定して「品揃えの改善」「入店しやすさ」「きれいな店づくり」等、事業の磨き上げを推進したい。

(カ) 中心部の商店街にあったらよい店舗

「中心部の商店街にあったら良い店舗」については、「娯楽施設」「生鮮食料品店」「衣料品店」「飲食店(酒類提供なし)」「パン・惣菜店」があがった。

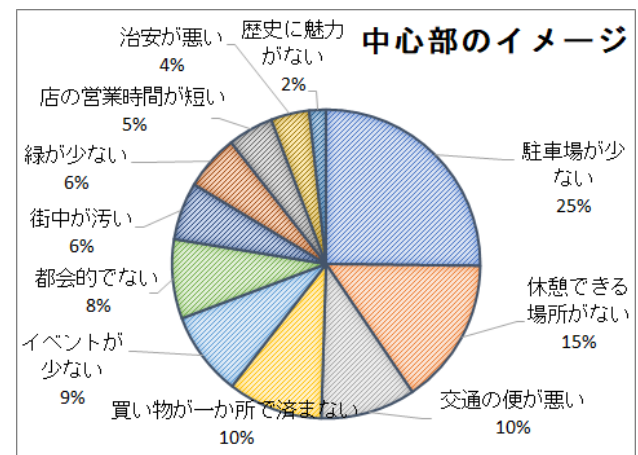
- ・ 「スーパー」「デパート」は選択肢になく、「娯楽施設」についても、パチンコ店あるいは映画館なのか、図書館や美術館など文化施設なのか判断に迷うところである。



(キ) 中心部の商店街のイメージ

中心部のイメージ調査は、回答選択肢がネガティブなものであったことから、「改善してほしい点」として受け取るべきであろう。

- ・ 過去の調査では減少傾向となっていた「駐車場が不足」とする回答が最も多くなっているのは、調査地点が中心部 3 地点に限られているからだろうか。



- ・ 「休憩できる場所がない」とする回答は、「中心部の商店街以外の店を利用する理由」で「休憩できる場所がある」とする回答が 4%程度占めることと対照的である。

(ク) キャッシュレス決済

前回調査では、キャッシュレス決済の普及を目指す政策の中で、その普及程度を確認するために設問が設けられた。今回調査では、その後の普及程度を確認した。

今回調査では、回答者の 40.5%が「キャッシュレスを利用する(した)」と回答しており、「キャッシュレス決済を利用しない」とした回答者も「今後検討する」との回答が「検討しない」を大きく

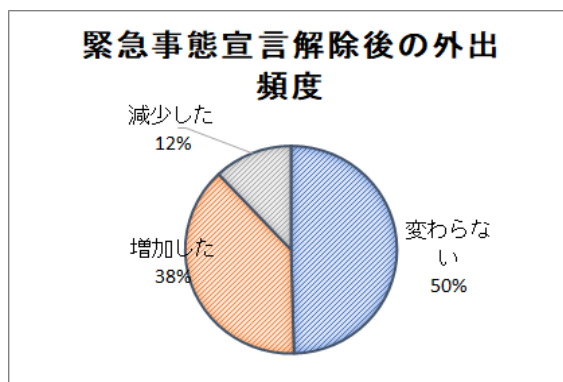
上回っている。これまでのキャッシュレス決済導入支援措置に加え、コロナ禍による非接触型運営の推進により、キャッシュレス決済の普及が進んでいることが確認できた。

(ケ) 緊急事態宣言解除後の行動変化

令和3(2021)年10月1日の緊急事態宣言解除後の中心部への外出頻度を聞いたところ、全体の38%が「増加した」とし、未だ50%は「変わらない」と回答している。

来街が「増加した」のは「感染者数が減ったこと」「ワクチンを接種し終えたこと」など、安心感が増したことが理由である。

※報告書作成の令和3年末時点、新規感染者は減少しコロナ禍の一服感が感じられるが、一方感染力の強い「オミクロン株」の蔓延が懸念されており、それが「安心感」を阻害して中心部への外出を控える動きにつながる可能性も否定できない。

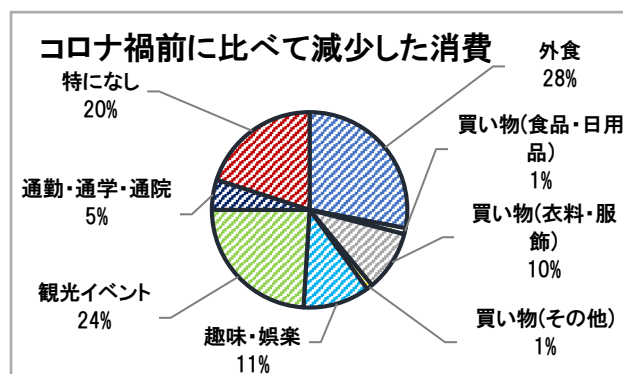


(コ) コロナ禍以前(令和2年1月16日以前)と比べた消費

コロナ禍前と比較して減少した消費と、感染者数が減少した調査時点で増加した消費を確認した。

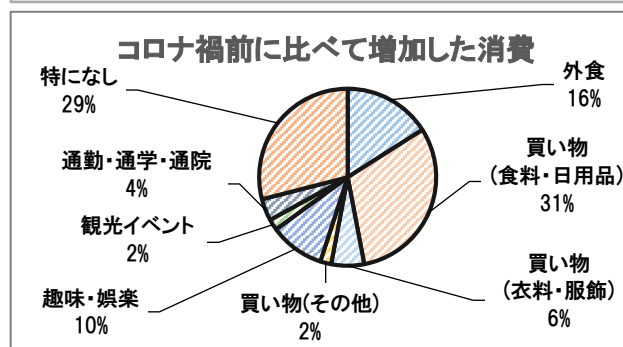
・ 減少した消費

減少した消費は、「外食」28%、「観光イベント」24%、「趣味・娯楽」11%、「買い物(衣服・服飾)」10%と、営業移管や酒類の提供・開催が制限された分野に多く見られ、「特になし」が20%となった。



・ 増加した消費

項目別に見て増加した消費は、「買い物(食品・日用品)」31%、「外食」16%、「趣味・娯楽」10%となっており、「特になし」は29%と、前項20%を超えている。



・ 考察

上記増減をみると、コロナ禍の一服感により、日常の買い物に出歩く頻度は増加したものの、消費者の不安感は依然として根強く、不要不急と言われ行動自粛を求められた非日常の消費行動(観光イベント・衣料・服飾の買い物、趣味・娯楽)等の消費回復は遅れていることが分かる。

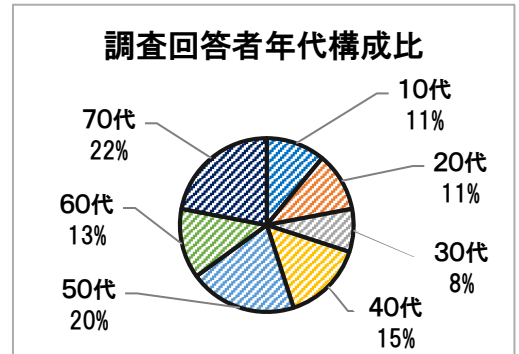
3. 年代別の視点

前項では調査の単純集計を見てきたが、冒頭で触れたように、中心部の商店街への来街者は近隣からの来街が多いこと・中心部の高齢化が進んでいることに鑑み、年代別にはどのような意識となっているか、再集計により商店街・商店の実態を分析した結果は次の通り。

(ア) 年代別来街頻度

前項単純集計で中心部の商店街の来街頻度の多さ(中心部以外の店舗対比)にふれたが、その年齢別の内訳はどうなっているのか。

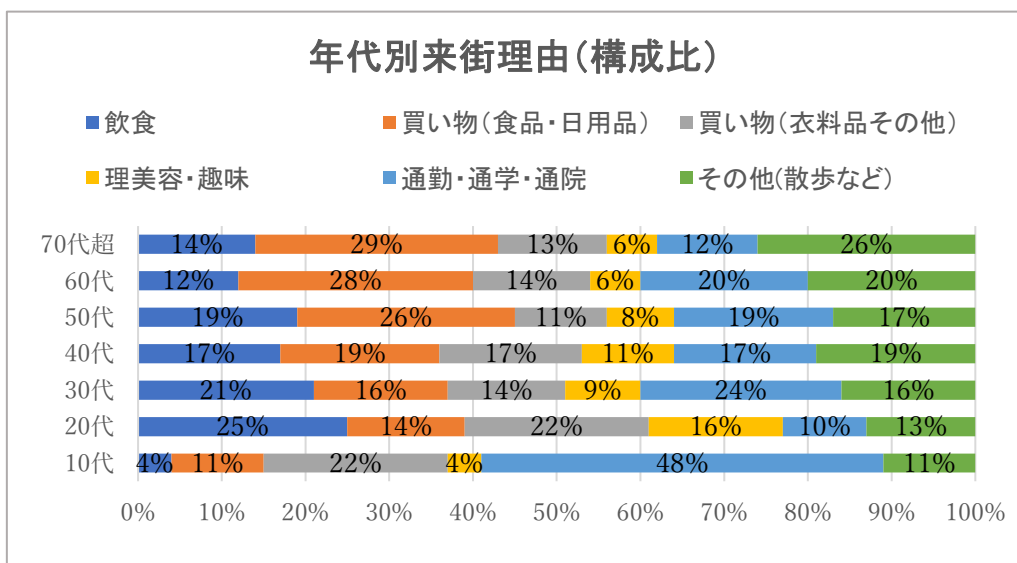
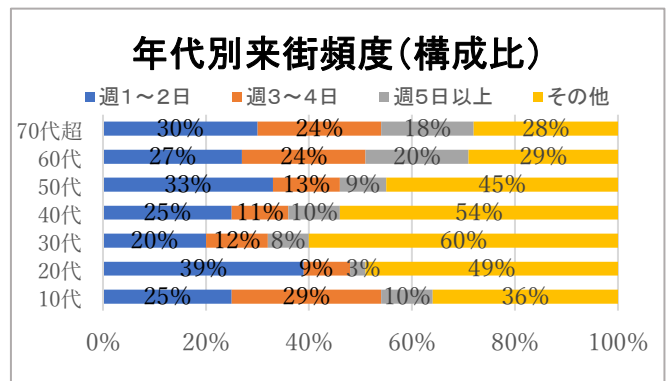
- ・ サンプル数の年代別構成は右の通り 70代が最も多く、50代、40代、60代と続いている。
- ・ その内訳を来街頻度で見たところ、40代以降の年代では加齢が進むとともに週3-4回、5回以上の割合が増加している。



(イ) 年代別来街理由

年代別で見た来街理由は次のとおり。

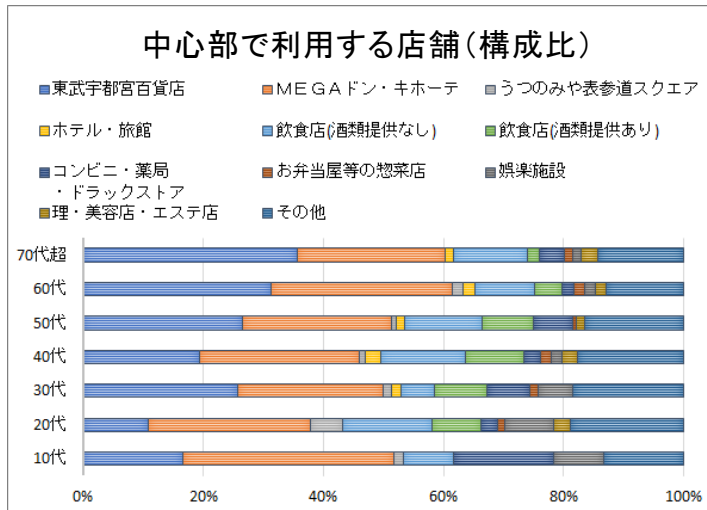
- ・ 「飲食」「買い物」「理美容・趣味」など消費目的の来街は 20代が飛び抜けるが、以後、30代から70代超まで 60%を超える割合となっている。
- ・ 「飲食」目的の来街は 20代が最も多く、それ以上の年代では低下傾向となる。
- ・ 「買い物:食品・日用品」目的は20代では少なく加齢するほど高い割合となり、特に50代以降の高い割合が印象的である。
- ・ 「買い物:衣料品」は10代-20代で高い割合となっている。
- ・ 消費以外の「その他散策等」は70代が最も多く、次いで60代・40代となり、高年代の割合が高い傾向が見えた。



(ウ) 中心部で利用する店舗

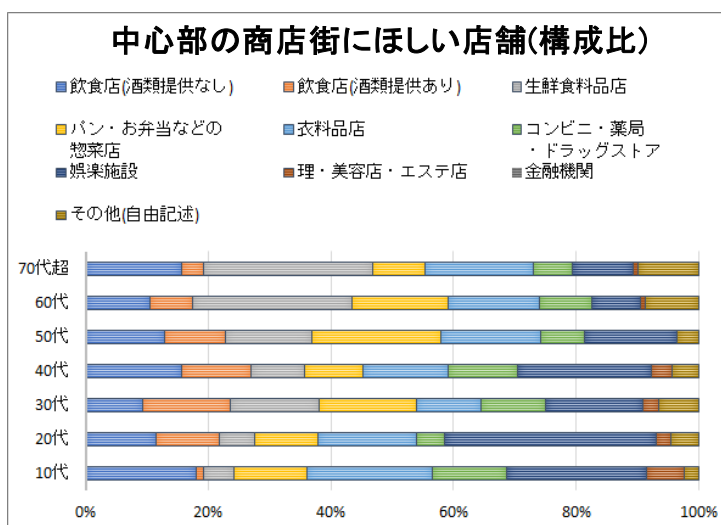
中心部で利用する店では、全年代で「東武宇都宮百貨店」「MEGA ドン・キホーテ」への集約化がみられた。当該2店舗への集約化は年代に比例しての比率が高まる傾向がある。

- ・ 高齢化するほど「食品・日用品」など最寄り品を対象とする来街目的が増加することに触れたが、それらの受け皿としてこの2大型店が利用されていることがうかがえる。



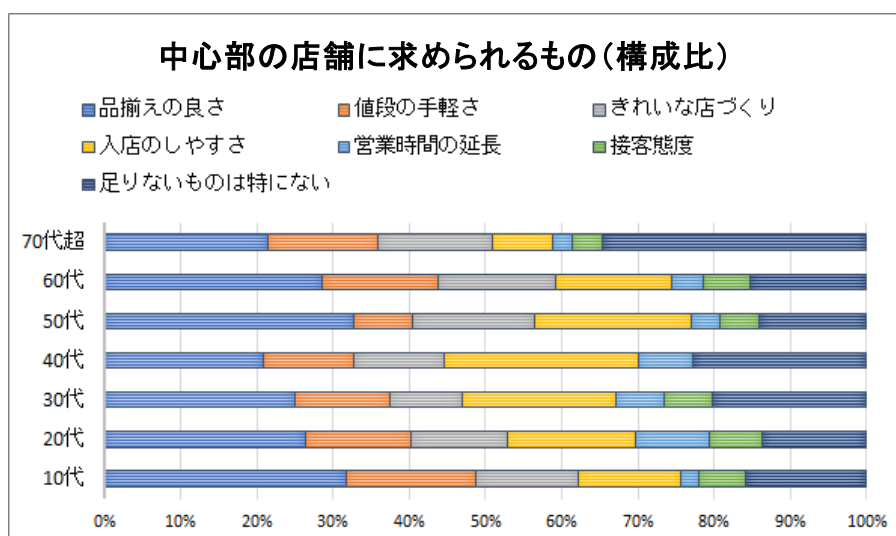
(エ) 中心部の商店街にほしい店舗(業種)

- ・ 60-70代超では「生鮮食料品店」を求める回答が多い。
- ・ 20-50代に向けて来街理由で多かった「飲食」関連は一定水準に抑えられており、来街者のニーズが一定程度充足されていることが想像される。
- ・ 一方、来街理由でも回答が多かった「食料品」については、ほしい店舗でも「生鮮食料品店」「パン・惣菜店」などがあがっている。先の設問で当該消費の受け皿は「東武宇都宮百貨店」「MEGA ドン・キホーテ」に集約していることに触れたが、消費ニーズは充足されていないことが想像される。
- ・ 「その他」回答には、「スーパー」や「デパート」とする回答がみられた。
- ・ 10-20代、40代で「娯楽施設」のニーズが高い。20代・40代では利用する店舗の回答が少なかったことから、当該ニーズは充足されていないものとみられる。



(オ) 年代別に見た中心部の店舗に求められるもの

- ・ 「品揃えの良さ」は 10 代で高く以降 40 代まで減少傾向となるが、50 代で大きく上昇し以降 70 代まで減少傾向となる。
- ・ 「入店のしやすさ」は各年代共に「品揃えの良さ」に次いで高い割合を示しており、「きれいな店づくり」も各年代共に一定の割合を示した。
- ・ 値段の手軽さについては各年代とも一定水準(50 代のみ縮小している)だが、上記「品揃えの良さ」ほどではなく、年代によっては「入店のしやすさ」や「きれいな店づくり」が優先している。来街者心理は「価格」よりも付加価値を求めている傾向がうかがえる。
- ・ 「足りないものは特にない」とする回答は、上記「品揃えの良さ」と関連している様子が見られる。「品揃え」に比較的満足している「なじみの店」を持つ年代が「足りないものは特にない」と回答していると考えられる。



(年代別来街頻度・消費性向の整理)

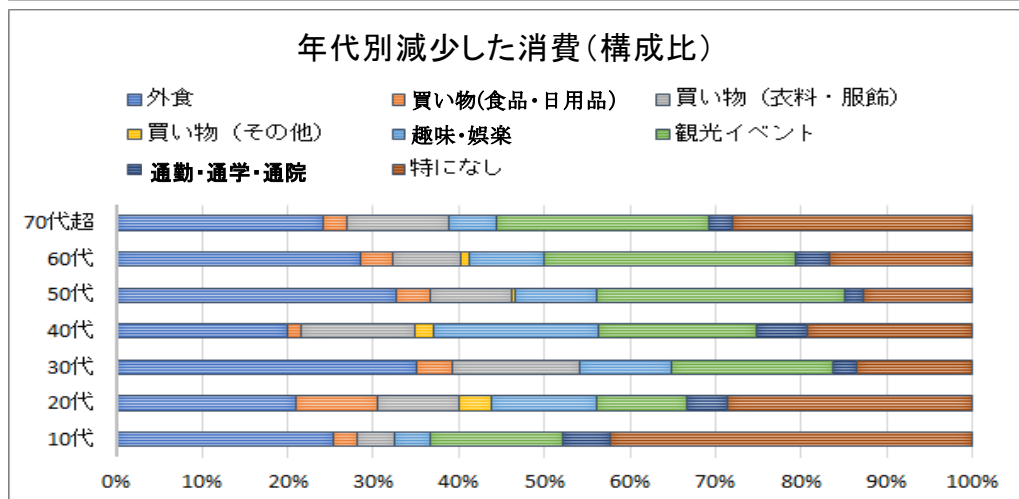
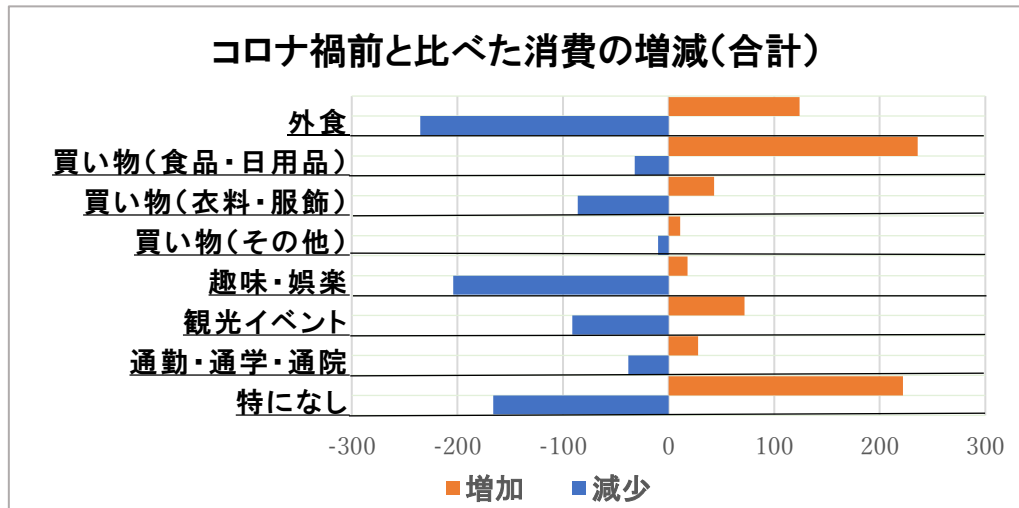
以上を年代別に整理すると以下ようになる。

年代層	来街頻度・目的	消費性向
10 代	高い ただし、通学目的	・衣料品等の消費性向が高い。 ・品揃えや値段の手軽さの要望が多い。
20 代	比較的高い 消費目的来街も高い	・消費は飲食が高く、次いで衣料品、理美容・趣味。 ・品揃えのほか、きれいな店、入店しやすさ、営業時間延長の要望も高い。
30 代	低い 通勤目的は高い	・消費目的来街は世代で最も低く、飲食目的が多い。 ・品揃えに次いで入店しやすさの要望が高い。
40 代	低い	・消費目的来街自体は低くない。消費は飲食・食料・日用品・衣料品・理美容・趣味などバランスが良い。 ・入店しやすさの要望が最も高く、品揃えの要望が最も低い世代である。
50 代	比較的高い 但し週 1-2 回が多い	・飲食よりも買い物目的来街が多い。 ・品揃えと入店のしやすさ、きれいな店舗を重視している。

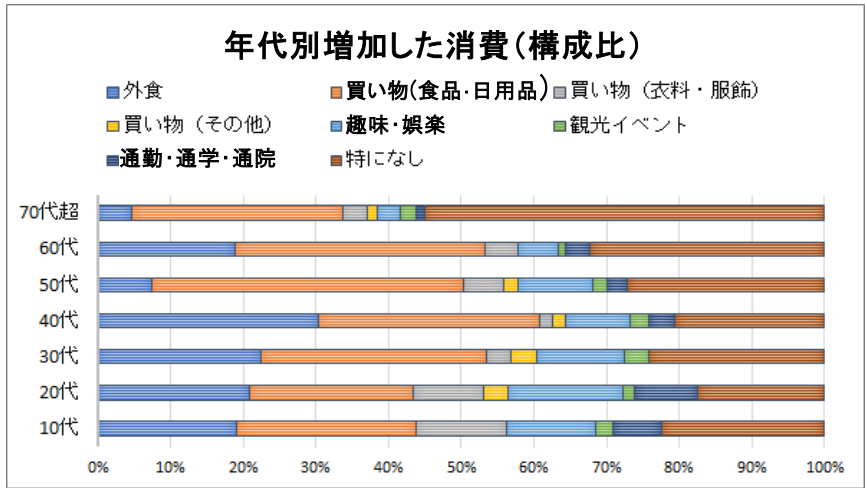
60代	高い 週 3-4 回以上が多い 消費目的来街は限定的	・飲食よりも買い物目的(食品・日用品)来街が 50 代より多い。 ・品揃えと入店のしやすさ、きれいな店舗のほか、価格の手頃さを重視している。
70代超	高い 週 3-4 回以上が多い 消費目的来街は少なくない	・飲食よりも買い物(食品・日用品・衣料品)目的来街が 50 代より多く、その他(散策等)の比率も高い。 ・品揃えときれいな店舗など要望もあるが、特にないとする割合が全世代で最も高い。

(カ) コロナ禍前と比較した消費動向の変化

合計では、コロナ禍前と比較して減少した消費と、感染者数が減少した調査時点で増加した消費を調査し、日常の買い物に出歩く頻度は増加したものの、不要不急と言われ行動自粛を求められた非日常の消費行動(観光イベント・衣料・服飾の買い物、趣味・娯楽)等の消費回復は遅れていることが分かった。なお、年代による動向の違いを分析した結果は次のとおり。



- ・最も回答割合が多かった「外食」は全年代で消費減少が見られるが、特に 30 代と 50 代に顕著である。次いで減少の多かった「観光・イベント」については、時間に余裕があり日常的に観光に出かける機会が多いと思われる 50 代以上で減少が多い。
- ・「買い物」については、全年代で「食品・日用品」の減少は少ないものの、「衣料・服飾等」の減少が 30 代から 40 代で高かった。
- ・40 代は併せて「趣味・娯楽」の減少が大きいのも特徴的である。



年代別で増加している消費行動は、20代から40代で増加の割合が高いが、50代以降「特になし」とする回答が多く、高齢者世代では依然として消費行動を控える傾向がみられた。

- 消費区分別に見ると全ての年代で「食品・日用品」の買い物が増加している。
- 減少の大きかった「外食」は40代に向けて増加とする割合が増えているが、50代・70代では限定的であり、減少の多かった「観光イベント」消費は未だ全年代において回復していない。

(キ) 考察

以上、年代別に、中心部の商店街の来街状況や消費性向、要望、および近年のコロナ禍が消費に及ぼした影響を見て、年代別の消費性向の違いを整理した。

- 全体像で、中心部の商店街の利用頻度の高さ、消費性向が最寄り品買い物と飲食に充てられていることを報告したが、来街頻度の高さ・最寄り品中心の消費性向は60代以上の高齢者が牽引していることが分かった。
また、それら消費行動は「東武宇都宮百貨店」「MEGA ドン・キホーテ」で行われているが、当該2店舗では充足されないニーズがあることも確認できた。
- 一方、外食消費については20代から50代が中心になっており、それらニーズは一定程度充足されていることが分かった。
- また、コロナ禍後の消費行動については未だ消費区分別にまだら模様の限定的な回復にとどまっており、その背景には特に50代から70代超の高齢者の慎重な消費行動があることも分かった。

4. LRT の利用意識

令和5年(2023)年開通予定のLRTについて利用の意識を聞くと、現状駅東路線については「頻繁に利用したい」9.6%、「時々利用したい」24.5%、「今の段階ではわからない」65.9%と、消極的な意見にとどまった。

対して将来駅西側に延伸した際の利用意向は、「頻繁に利用したい」10.5%、「時々利用したい」34.6%、「今の段階ではわからない」47.3%と、開通への期待がうかがえた。

5. まとめ

(ア) 環境変化

今回の商店街来街者実態調査結果は、来街者の中心部の商店街に対する意識と、消費行動の実態から、中心部商店街のこれまでの状況(課題)がさらに進展していることを浮き彫

りにするものとなった。

中心部の高齢化の進展や、コロナ禍による消費行動の萎縮など中心部の内部環境変化とともに、前回の令和元年度調査結果とその考察より JR 宇都宮駅周辺から中心部への来街者の回遊性が低く、さらにそのような動向に拍車をかける恐れのある同東口地区開発の進展など、中心部の商店街は中高齢者主体の最寄り品購買の場・飲食の場という傾向をさらに強くすることが懸念される。

参考【宇都宮市内「本庁地区」年齢区分別人口】

		H24. 12	H28. 12	R3. 12
0～14 歳	人数	17066 人	16317 人	14634 人
	割合	13%	12.51%	11.53%
15～64 歳	人数	86439 人	83828 人	80413 人
	割合	65.84%	64.27%	63.38%
65 歳～	人数	27785 人	30287 人	31835 人
	割合	21.16%	23.22%	25.09%
合計		131290 人	130432 人	126882 人

※宇都宮市ホームページより

(イ) 考察: 中心部に係る官民(商店・商店街等)の取るべき態度

上記の厳しい環境変化を受けて、中心部の商店街および店舗の課題と実態、活性化のための今後の方向性などを整理・考察したい。

・ 課題(外部・構造変化)

課題は、上記環境変化でふれたとおり、JR 宇都宮駅周辺開発の進展による、中心部の衰退の懸念である。前回調査で触れたように、JR 宇都宮駅周辺から中心部への回遊性を、何らかの方法で向上させることが望まれ、それにより、飲食業や小売業をはじめとした中心部での店舗全般の活性化を促す必要がある。

・ 実態(内部実態)

中心部居住者の高齢化が進んでおり、通勤・通学以外消費目的の来街が減少している。また、消費の内容も高齢者の日常の「最寄り品」購入がメインで、購入店舗も中心部の 2 大型店に集約しているが、「食品・日用品」の多様なニーズを充足しているとは言えない。

一方、高層マンションの建設ラッシュなどから、中心部に居住する新たなニーズが生まれていることも想像される。彼らはどのようなニーズを持ち、どのように充足させているのか、それらの消費性向・消費行動を確認することも有効である。

・ 今後の方向性

宇都宮市の中心部の商店街に限らず中心部は宇都宮市のみならず県都としての栃木県の顔である。現状陥りつつある近隣高齢者の最寄り品購買の場に甘んじることなく、新たな居住者や多様な目的で来街する来街者に対応できる、魅力あるエリアとして今後も発展させていくことが重要となる。

そのためには、回遊性回復のきっかけとなるハード面での整備と、同時並行的に来街者の受け皿となる商店街や、構成する店舗の多彩なイベントの開催や、歴史・文化資源を磨きあげるなど組織的な来街者の誘客の工夫が必要である。

加えて、商店街活動などとともに個々の商店の活力ある取り組みが望まれる。商店街はそれぞれ経営体の異なる商店等の集合体であることから、店揃えを計画・統制することは難しいが、意欲ある若手経営者が商店街の枠を離れて横断的な結集を促すことにより、

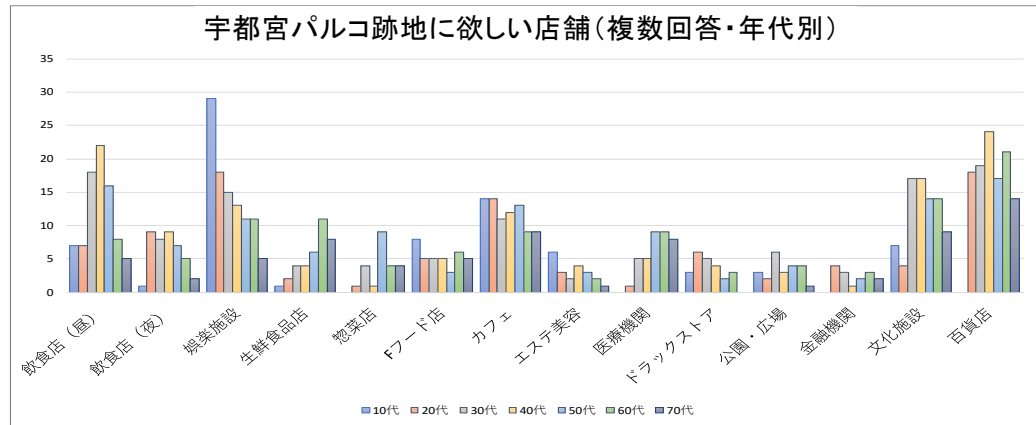
新たな企画やメディアを活用した誘客手法・連携した取り組みなど、来街者をわくわくさせる新たな取り組みが生まれるのではなかろうか。

このような、商店街・商店等・住民を巻き込んだ、新たな中心部の担い手の発掘・育成が重要である。

・ **その他(ハード面での整備)**

前回の調査では、旧宇都宮パルコ前から JR 宇都宮駅への回遊性が低いとの調査結果であったが、今回の調査では、JR 宇都宮駅西側への LRT 開通の期待がうかがえたことから、駅西側の LRT 開通により、旧宇都宮パルコ前から駅への回遊性の向上が期待できる。

参考: 令和元年度調査結果より: 宇都宮パルコ跡地にほしい店舗・施設



宇都宮パルコ跡地に欲しい店舗・施設を聞いたところ、「百貨店」「娯楽施設(映画館等)」「カフェ」「昼営業する飲食店」「文化施設」等の回答が多かった。

・ それらを年代別にみると、「百貨店」は 40 代・60 代を中心に全年代で多く、「娯楽施設」は 10 代のほか若年層ほど多い様子が分かる。「昼営業の飲食店」は 30 代～50 代が中心、「カフェ」は 10 代～50 代にまんべんなく回答を集めた。「文化施設」は 30 代～40 代を中心に中高年齢層の回答が多かった。

以上

令和3(2021)年度 商店街来街者実態調査

【属性】

性別	男性 ・ 女性 ・ 無回答
年齢	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代以上 8. 無回答
職業	1. 会社員(正社員) 2. 公務員 3. 派遣・契約社員 4. アルバイト・パート 5. 自営業 6. 無職 7. 学生 8. 主婦
お住まい	1 宇都宮市内 2. 栃木県内() 3. 県外()
誰と来たか	1. 一人 2. 親子 3. 夫婦 4. 友人 5. その他
来街手段 (複数回答)	1. JR鉄道 2. 東武鉄道 3. バス 4. タクシー 5. 自家用車 6. 自転車・バイク 7. 徒歩 8. その他

【来街目的】

【問1】今日の来街目的は？(複数回答)

1. 飲食(餃子)
2. 飲食(餃子以外)
3. 買い物(食品・日用品)
4. 買い物(衣料・服飾)
5. 買い物(その他)
6. 理・美容・エステ等
7. 趣味・娯楽
8. 通勤・通学・通院
9. その他(散歩)

【滞在時間】

【問2】本日の中心の滞在予定時間は？

1. 1時間以内
2. 2時間以内
3. 3時間以内
4. 4時間以内
5. 5時間以内
6. 5時間以上

【支出額】

【問3】本日の中心部での支出(予定額)は？

1. 0円
2. 1,000円以内
3. 3,000円以内
4. 5,000円以内
5. 10,000円以内
6. 10,001円以上

【来街頻度】

【問4】宇都宮の中心部の店舗に買い物に行く頻度は？

1. 週5日以上
2. 週3~4日
3. 週1~2日
4. 月1回
5. 2か月に1回
6. 3か月に1回
7. その他(年 回)

【問5】その理由は何ですか？

1. 自宅から近い
2. 職場・学校から近い
3. 駐車しやすい
4. 公共交通の便が良い
5. 品揃えの良さ
6. 品質のよさ
7. 価格が安い
8. 買い物が1か所で済む
9. 接客対応がよい
10. お店がきれい
11. 休憩できる場所がある
12. ポイントカードやスタンプがある
13. 営業時間の長さ

【問6】宇都宮の中心部以外のお店に買い物に行く頻度は？

1. 週5日以上
2. 週3～4日
3. 週1～2日
4. 月1回
5. 2か月に1回
6. 3か月に1回
7. その他(年 回)

【問7】その理由は何ですか？

1. 自宅から近い
2. 職場・学校から近い
3. 駐車しやすい
4. 公共交通の便が良い
5. 品揃えの良さ
6. 品質のよさ
7. 価格が安い
8. 買い物が1か所で済む
9. 接客対応がよい
10. お店がきれい
11. 休憩できる場所がある
12. ポイントカードやスタンプがある
13. 営業時間の長さ

【利用店舗】

【問8】本日、中心部で買い物・飲食などで支出するお店はどちらですか？（複数回答）

1. 東武宇都宮百貨店
2. MEGAドン・キホーテ
3. うつのみや表参道スクエア
4. ホテル・旅館
5. 飲食店（酒類提供なし）
6. 飲食店（酒類提供あり）
7. コンビニ・薬局・ドラッグストア
8. お弁当屋等の惣菜店
9. 娯楽施設
10. 理・美容店・エステ店
11. その他
12. 支出しない

【問9】宇都宮の中心部の店舗で、必要なものは何ですか？

1. 品揃えの良さ
2. 値段の手軽さ
3. きれいな店づくり
4. 入店のしやすさ
5. 営業時間の延長
6. 接客態度
7. 足りないものは特になし

【キャッシュレス決済】

【問10】本日、キャッシュレス決済を利用しますか？（しましたか？）

1. 利用する（利用した）
2. 利用しない（利用しなかった）

【問11】（利用しない方にお伺いします。）

今後、キャッシュレス決済の利用を検討しますか？

1. 検討する
2. 検討しない
3. わからない

【商店街】

【問12】中心部の商店街にどんな店舗があったらよいですか？（複数回答）

1. 飲食店（酒類提供なし）
2. 飲食店（酒類提供あり）
3. 生鮮食料品店
4. パン・お弁当などの惣菜店
5. 衣料品店
6. コンビニ・薬局・ドラッグストア
7. 娯楽施設
8. 理・美容店・エステ店
9. 金融機関
10. その他（自由記述）

【LRT】

【問13】2023年3月に開通するLRTについて、どのくらい利用しますか？

1. 頻繁に利用したい 2. 時々利用したい 3. 今の段階では分からない

【問14】LRTがJR宇都宮駅の西側に延伸したら利用しますか？

1. 頻繁に利用したい 2. 時々利用したい 3. 今の段階では分からない

【中心部】

【問15】宇都宮の中心部の商店街にどのようなイメージを持っていますか？

(複数回答)

1. 交通の便が悪い 2. 駐車場が少ない 3. 買物が1か所で済まない
4. 街中が汚い 5. イベントが少ない 6. 休憩できる場所が少ない
7. 店舗の営業時間が短い 8. 歴史に魅力がない 9. 緑が少ない
10. 都会的でない 11. 治安が悪い 12. その他(自由記述)

【コロナ禍の変化】

【問16】緊急事態宣言解除後(2021年10月1日以降)に中心部への外出は増えましたか？

1. 増加した 2. 減少した 3. 変わらない

【問17】(増加したと回答した方にお伺いします。)増加した理由は何ですか？

(複数回答)

1. 新型コロナウイルスの感染者数が減少したから
2. ワクチンを接種し終えたから
3. 感染対策を行うお店が増えたから
4. 自分でマスク・消毒等の感染対策を行っているから
5. これまでの外出自粛疲れの反動から
6. 仕事等で外に出る必要があるから
7. その他(自由記述)

【問18】(減少したと回答した方にお伺いします。)減少した理由は何ですか？

(複数回答)

1. 解除後であっても外出して感染するのが怖いから
2. 周囲の人も外出を控えているから
3. 自宅にいながら用事を済ませることができるから
(ネット通販やデリバリーの利用等)
4. 勤務先から外出自粛要請が出ているから
5. その他(自由記述)

【問19】コロナ禍前（2020年1月16日以前）と比較して増加した消費は何ですか？

（複数回答）

1. 外食
2. 買い物（食料品）
3. 買物（日用雑貨）
4. 買い物（衣料・服飾）
5. 買い物（市販薬）
6. 趣味・娯楽
7. 病院
8. 観光・イベント
9. 通勤にかかる交通費
10. 通学にかかる交通費
11. 特になし

【問20】コロナ禍前（2020年1月16日以前）と比較して減少した消費は何ですか？

（複数回答）

1. 外食
2. 買い物（食料品）
3. 買物（日用雑貨）
4. 買い物（衣料・服飾）
5. 買い物（市販薬）
6. 趣味・娯楽
7. 病院
8. 観光・イベント
9. 通勤にかかる交通費
10. 通学にかかる交通費
11. 特になし

～ ご協力ありがとうございました ～