

第 10 回地域消費動向調査

報告書

平成 23 年 11 月

甲 府 市 産 業 部

目 次

I. 甲府市の消費を取り巻く環境動向-----	1
1. 人口について-----	1
2. 消費支出について-----	3
3. 産業別事業所数・就労者数-----	4
4. 甲府市の商業動向-----	6
5. 参考資料-----	8
II. 第10回地域消費動向調査結果-----	11
1. 調査実施概要-----	11
2. 調査結果-----	12
III. 調査結果の要点とまとめ-----	80
1. 調査結果の要点-----	80
2. まとめ-----	84

I. 甲府市の消費を取り巻く環境動向

1. 人口について

1. 年齢別人口の推移

平成23年1月現在の甲府市の人口は192,779人で、4年前の平成19年と比較して1,491(0.8%)減少した。

なお、平成18年3月1日に旧中道町(平成17年国勢調査人口5,505人)及び旧上九一色村北部(同347人)と合併したが、合併前の平成18年1月1日現在の人口は188,580人で、当時と比較すると4,199人増加しているが、この大半は旧中道町・旧上九一色村北部と合併したためである。

年齢別構成では、65歳以上が全人口の25.2%を占めて年々高齢化が進んでいる一方、25歳以下の人口に占める比率は低下傾向にあり、いわゆる少子高齢化が進んでいる。

図表1-1-1

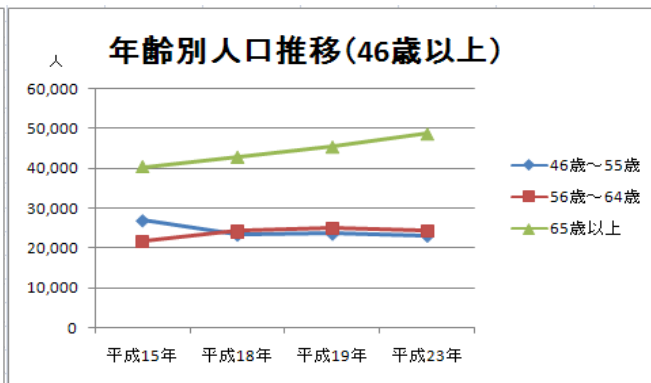
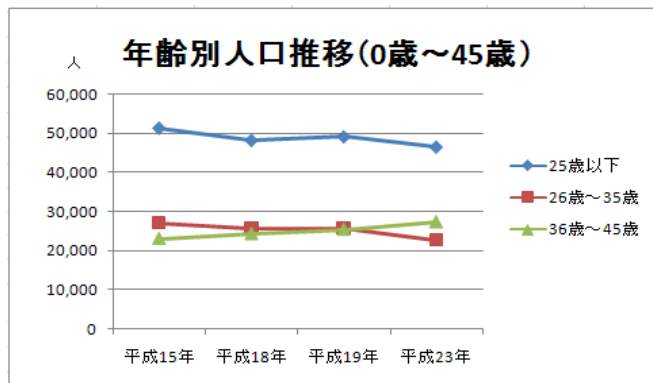
■年齢別人口の推移

単位：人、%

	平成15年		平成18年		平成19年		平成23年	
	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比	人口	構成比
25歳以下	51,274	26.9	48,217	25.6	49,099	25.3	46,553	24.1
26歳～35歳	27,149	14.2	25,645	13.6	25,835	13.3	22,754	11.8
36歳～45歳	23,113	12.1	24,372	12.9	25,448	13.1	27,390	14.2
46歳～55歳	26,986	14.2	23,361	12.4	23,580	12.1	23,084	12.0
56歳～64歳	21,789	11.4	24,240	12.9	24,963	12.9	24,361	12.6
65歳以上	40,338	21.2	42,745	22.7	45,345	23.3	48,637	25.2
合計	190,649	100.0	188,580	100.0	194,270	100.0	192,779	100.0

図表1-1-2

図表1-1-3



資料：住民基本台帳登録人口（各年1月1日現在）

2. 社会増減

転入者や転出者との関連で比較する社会増減については、下記統計資料をみると昭和 60 年以降連続して転入者より転出者の方が多くなっていたが、平成 21 年にはプラスに転じた。

図表 1-1-4

■社会増減

単位：人

年月/区分	転入	その他	計	転出	その他	計	増減
昭和 60 年	10,327	125	10,452	10,526	203	10,729	△277
平成元年	9,833	91	9,924	10,542	50	10,592	△668
平成 5 年	9,123	170	9,293	10,512	90	10,602	△1,309
平成 8 年	9,349	240	9,589	10,376	120	10,496	△907
平成 11 年	8,716	233	8,949	9,832	218	10,050	△1,101
平成 14 年	8,561	279	8,840	9,551	170	9,721	△881
平成 17 年	7,984	183	8,167	8,544	55	8,599	△432
平成 19 年	8,120	217	8,337	8,297	92	8,389	△52
平成 21 年	7,893	231	8,124	7,812	222	8,034	90

資料：甲府市ホームページ

3. (参考) 昼間人口

現段階においては平成 22 年度の国勢調査の詳細結果が公表されていないため、以下前回調査結果と同様の内容を参考に掲載する。

平成 17 年の国勢調査で見ると、甲府市の昼間人口は 225,175 人で 10 年前の平成 7 年の 235,880 人より 10,705 人 (4.5%) 減少している。

また、平成 17 年国勢調査による夜間常住人口は 194,163 人で、やはり平成 7 年より 6,961 人 (3.5%) 減少し、これに流出入を含めた全体の流出入状況においてもマイナスにはなっていないものの、平成 7 年当時よりは減少している。

なお、昼間人口対夜間常住人口比では平成 7 年が 117.3%で、平成 17 年は昼間人口の減少の大きさから 1.3 ポイント低下して 116.0%となっている。

図表 1-1-5

■昼間人口

人口/年		単位	平成 7 年	平成 12 年	平成 17 年
昼間人口		人	235,880	230,439	225,175
流出入状況	夜間常住人口	人	201,124	196,108	194,163
	流入人口	人	56,420	57,366	55,690
	流出人口	人	21,664	23,035	24,678
	増減	人	34,756	34,331	31,012
昼間人口/夜間常住人口		%	117.3	117.5	116.0

資料：国勢調査

2. 消費支出について

1. 1世帯あたりの1ヵ月間の支出

総務省「家計調査年報」から見た平成22年の甲府市全世帯の一世帯当たり平均1ヵ月間の消費支出は215,680円で、平成19年より30,532円(12.4%)減少した。

消費項目別構成比で平成19年と比較すると、増加しているのは「食料」、「家具・家事用品」、「保健医療」、「教育費」、「教養娯楽」、「被服及び履物」などで、一方減少している項目としては「住居」、「その他消費支出」等となっており、生活に密着している商品や健康、教育関連への消費構成比率の増加傾向が見られる。

ちなみに、平成22年のデータを全国平均との比較で見ると、甲府市は「食料」・「その他消費支出」などで全国平均を上回っており、「住居」・「交通・通信」等は全国平均を下回り、比較的地方都市としての特徴が表面化した状況といえる。

図表1-2-1

■一世帯当たり1ヵ月間の支出

	平成17年		平成19年		平成22年		平成22年 全国 人口5万人以上の市	
	円	%	円	%	円	%	円	%
消費支出	241,497	100.0	246,212	100.0	215,680	100.0	252,066	100
食料	58,807	24.4	54,445	22.1	53,992	25.0	58,832	23.3
住居	18,823	7.8	19,990	8.1	12,458	5.8	19,921	7.9
光熱・水道	17,198	7.1	18,380	7.5	16,393	7.6	18,279	7.3
家具・家事用品	7,375	3.1	6,488	2.6	6,465	3.0	8,408	3.3
被服及び履物	10,840	4.5	10,419	4.2	9,495	4.4	10,239	4.1
保健医療	8,945	3.7	9,429	3.8	9,398	4.4	10,549	4.2
交通・通信	28,971	12.0	29,383	11.9	24,646	11.4	32,732	13.0
教育等	8,586	3.6	8,590	3.5	8,381	3.9	8,716	3.5
教養娯楽	24,904	10.3	25,012	10.2	24,689	11.4	29,000	11.5
その他の消費支出	57,047	23.6	64,076	26.0	49,763	23.1	55,391	22.0

資料：総務省統計局「家計調査年報」

2. (参考) 1人あたりの市民所得の推移

甲府市の消費や経済力との関連性が高い1人あたりの市民所得の推移をみると、平成7年には3,482千円であったが、その後減少傾向が続いている。

これを県民所得及び全国平均と比較すると、平成7年及び平成12年はどちらも100%を上回っているが、平成17年は県民所得対比では高かったものの、全国平均と比べて100%を割り込み、甲府市の消費・経済力の低下が見られる。

図表1-2-2 ■1人あたりの市民所得の推移

	A 市民所得 (千円)	B 県民所得 (千円)	C 県民所得 全国平均 (千円)	A/B (%)	A/C (%)
平成7年	3,482	2,917	3,018	119.4	115.4
平成12年	3,392	2,952	3,117	114.9	108.8
平成17年	2,997	2,729	3,022	109.8	99.2

資料：甲府市「甲府市の市民所得」・内閣府「県民経済計算」

3. 産業別事業所数・就労者数

1. 事業所数

平成21年の甲府市の民営事業所数は12,689所で、平成18年と比較して218所(1.7%)増加している。

これを業種別の増減数で見ると、増加業種は「不動産業」が230所増と最も多く、以下「運輸・通信業」と「サービス業」が各63所増、「金融・保険業」(23所増)、「製造業」(15所増)、「建設業」(11所増)などの順で、反対に減少している業種は、「卸売小売業・飲食店」が201所と大幅減となっている。

図表1-3-1 ■産業別事業所数(甲府市、民営)

	事業所数	平成18年	平成21年	H21/H18 伸び率(%)	総民営事業所 数に占める 業種別比率 (H21)(%)
	全産業	12,471(所)	12,689(所)	1.7	
第一次産業	農林漁業	7	17	142.9	0.1
第二次産業	鉱業	—	2	—	0.0
	建設業	877	888	1.3	7.0
	製造業	1,005	1,020	1.5	8.0
第三次産業	電気ガス熱供給水道業	5	7	40.0	0.1
	運輸・通信業	244	307	25.8	2.4
	卸売小売業・飲食店	5,581	5,380	-3.6	42.4
	金融・保険業	279	302	8.2	2.4
	不動産業	715	945	32.2	7.4
	サービス業	3,758	3,821	1.7	30.1

資料：山梨県事業所企業統計調査報告書

2. 就労者数

甲府市の民営事業所へ就労している人数については、平成 21 年現在で 107,809 人となっており、3 年前の平成 18 年調査時と比較して 2,223 人 (2.1%) 増加している。

業種別では、「卸小売業・飲食店」(33.9%) と「サービス業」(33.2%) の合計で 67.1% と 2/3 以上を占めている。

なお、平成 21 年の数値を平成 18 年との増減率で比較すると、農林漁業が 330.6% と大幅に増加したほか、「不動産業」(48.9%増) や「金融・保険業」(10.0%増) などが増加し、「建設業」(12.0%減) や「製造業」(8.2%減) などは減少している。

図表 1-3-2

■産業別就労者数（甲府市、民営）

	就労者数	平成 18 年	平成 21 年	H21/H18 伸び率(%)	山梨県全体の 伸び率 H21/H18 (%)	甲府市の総民 営事業所数に 占める業種別 比率(H18, %)
	全産業	105,586	107,809	2.1	5.4	
第一次産業	農林漁業	62	267	330.6	109.4	0.2
第二次産業	鉱業	-	2	-	-27.5	0.0
	建設業	7,783	6,848	-12.0	-2.2	6.4
	製造業	14,635	13,435	-8.2	-6.1	12.5
第三次産業	電気ガス熱供給水道業	726	747	2.9	11.3	0.7
	運輸・通信業	5,878	6,368	8.3	28.8	5.9
	卸売小売業・飲食店	34,806	36,500	4.9	8.6	33.9
	金融・保険業	4,513	4,964	10.0	10.3	4.6
	不動産業	1,962	2,922	48.9	55.7	2.7
	サービス業	35,221	35,756	1.5	5.7	33.2

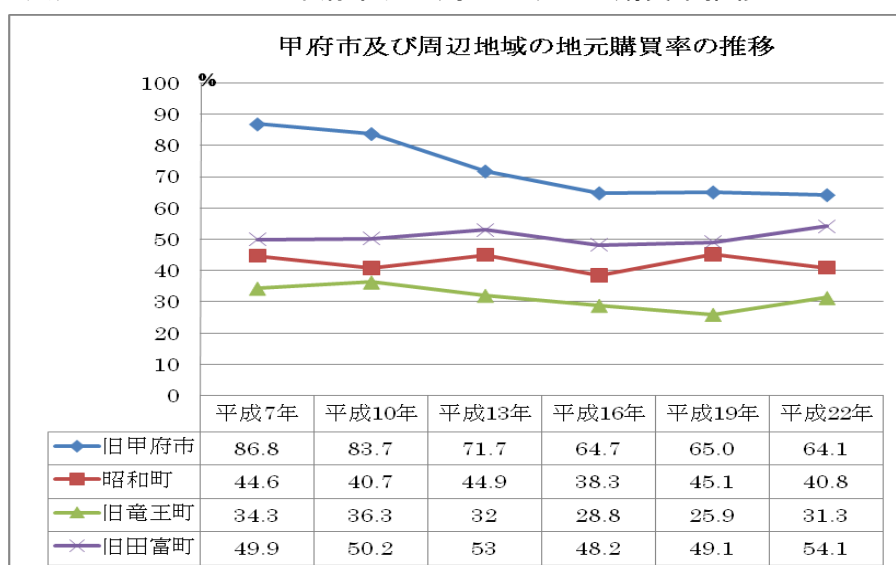
資料：山梨県事業所企業統計調査報告書

4. 甲府市の商業動向

1. 甲府市及び周辺地域の地元購買率の推移

「平成 22 年山梨県商圈実態調査結果報告書」から、甲府市及び周辺地域の地元購買率をみると、他の甲府市周辺部は多少の増減があるものの、旧甲府市は 64.1% と一応周辺部の町より高い数値を確保しているものの、平成 7 年当時の 86.8% と比べて 22.7 ポイントと大幅に落ち込んでいる。

図表 1-4-1 ■ 甲府市及び周辺地域地元購買率推移



資料：「平成 22 年度山梨県商圈実態調査結果報告書」

2. 大型店と大型店での買い物比率

(1) 大型店

甲府市における、店舗面積が 5,000 m²以上の大型店舗(休業中の店舗を含む)は下表のとおりである。

このうち、甲府銀座ビルは入居していたテナントが平成 21 年 2 月に撤退したため以降は閉鎖中である。

なお、近年はこれまでの大型店進出に加えて、平成 20 年 6 月中央市(旧玉穂町)にロックタウン山梨中央ショッピングセンター(店舗面積 18,300 m²)、平成 21 年 4 月甲斐市(旧双葉町)にラザーウォーク甲斐双葉(店舗面積 22,582 m²)、平成 23 年 3 月昭和町にイオンモール甲府昭和(店舗面積 28,000 m²)などの各大型ショッピングセンターが甲府市周辺部へ相次いで出店し、甲府市内の商店への影響が懸念される。

図表 1-4-2 ■甲府市内の大型店（店舗面積 5,000 m²以上、休業中も含む）

店 舗 の 名 称	店 舗 面 積	店 舗 の 名 称	店 舗 面 積
岡島百貨店	32,044	甲府銀座ビル（旧トポス）	9,057
山交百貨店	15,774	山梨交通貢川ショッピングセンター （コジマNEW甲府）	7,158
甲府国母再開発ビル（グランパーク）	10,773	ニトリ甲府店	6,787
オギノイーストモールショッピングセンター （バリオ）	10,740	甲府ステーションビル（エクラン）	5,774
山梨交通オギノ・湯村ショッピングセンター	10,588	ケーヨーデイツー甲府国母店	5,290
東京インテリア家具甲府店	9,452		

資料：山梨県及び甲府市データを参考に作成

(2) 大型店での買い物比率

過去 3 回の「山梨県商圈実態調査」からみた生活者の大型店での買い物比率については、平成 22 年調査において 85.3%と年々増加傾向が見られたが、一方で一般小売店の利用状況は低下している。

また、大型店で購入する商品としては、「衣料品が」が 82.3%を占めて最も多く、他の商品についても 70%台と高い比率を占めている。

図表 1-4-3 ■全品目の利用店舗推移（%）

	平成 16 年	平成 19 年	平成 22 年
大型店	81.9	84.0	85.3
一般小売店	10.4	8.1	7.7
訪問販売・通信販売	3.0	3.6	3.8
生協・農協	2.9	2.8	2.0
コンビニ・ミニスーパー	1.8	1.5	1.2

資料：「山梨県商圈実態調査結果報告書」

図表 1-4-4 ■大型店での商品別買い物比率比率（%）

	平成 16 年	平成 19 年	平成 22 年
衣料品	92.1	91.9	82.3
寝具	79.2	81.1	74.1
食料品	75.8	81.6	75.8
文化品	84.0	87.9	78.8
身の回り品	88.7	88.9	76.9
その他	89.1	89.3	79.2

資料：「山梨県商圈実態調査結果報告書」

5. 参考資料

以下の資料については、従来3年ごとに実施されていた商業統計調査が平成22年度は実施されず、前年（平成21年）7月に実施された経済センサス調査に振り替えられるとともに、内容も簡易なものとなった。

このため、これまでの商業統計調査と同様な調査結果での比較が不可能となったことから、前回と同様の平成19年の商業統計調査資料を基に作成したものを参考として掲載する。

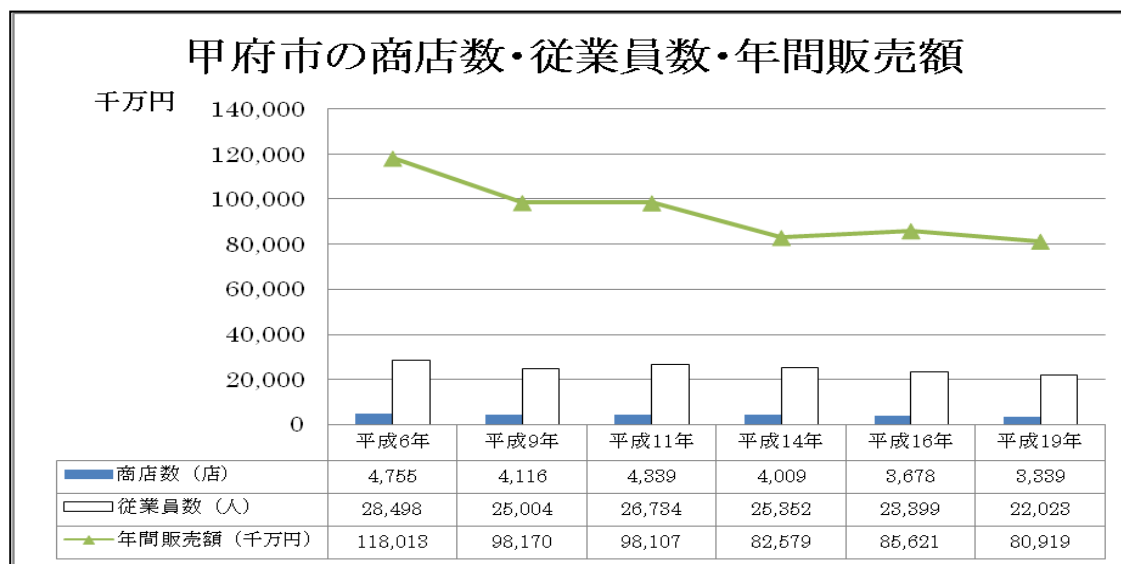
1. 商店数、従業員数、年間販売額（卸、小売業合計）

平成19年の商業統計調査結果による、甲府市の卸、小売合計の総商店数は3,339店で、年々減少化傾向にあり、10年前の平成9年と比較して777店（18.9%）少なくなっている。

これを年平均にすると86.3店が毎年閉店している状況にあり、約4日に1店が消えている状況である。

なお、これをうけて従業員数及び年間販売額も総じて減少傾向がみられる。

図表1-5-1 ■商店数、従業員数、年間販売額（卸、小売業合計）

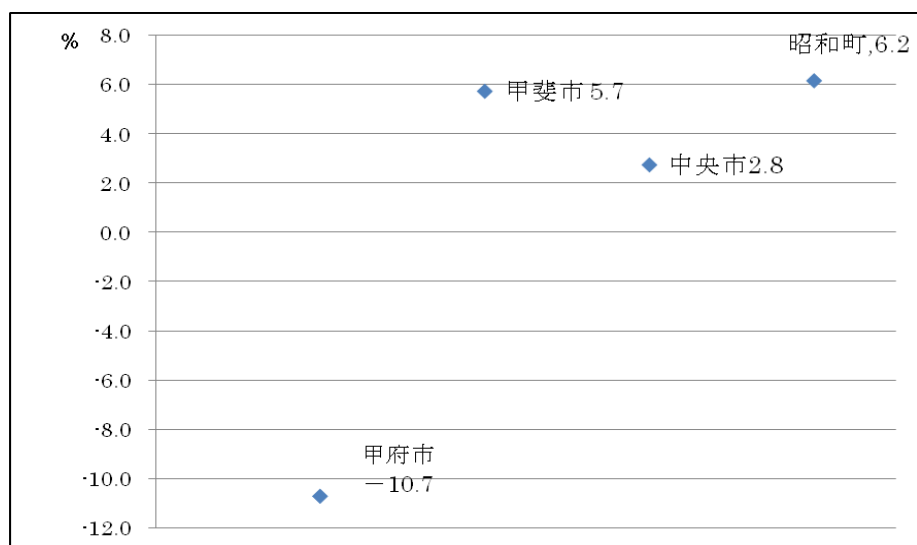


資料：商業統計調査

2. 甲府市及び周辺地域の「小売販売額」の伸び率

平成19年対16年対比の甲府市及び周辺地域の小売販売額の伸び率については、甲斐市、昭和町、中央市など周辺の市・町は増加しているが、甲府市はマイナス10.7と大幅に減少している。

図表1-5-2 ■甲府市及び周辺地域小売販売額の伸び率（H19/H16）

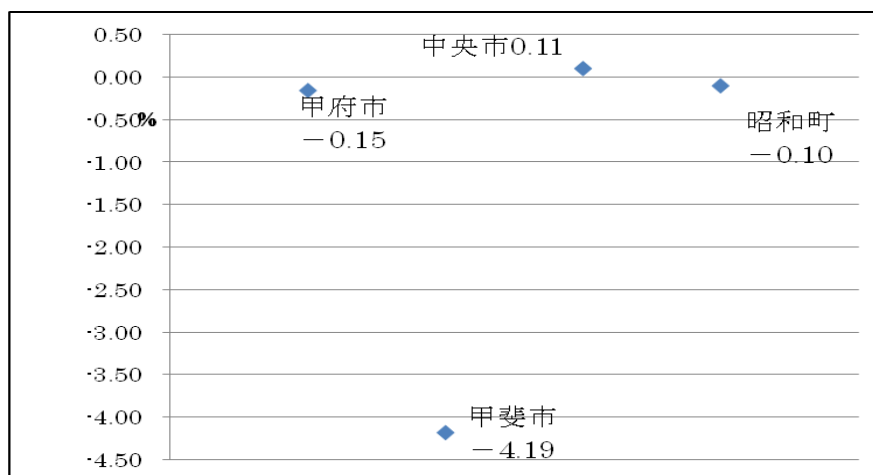


注. 平成16年の甲府市は甲府市と旧中道町合計、甲斐市は旧竜王町・旧敷島町・旧双葉町合計、中央市は旧田富町・旧玉穂町合計とした（旧豊富村は平成16年のデータなし）
資料：商業統計調査（平成16年及び平成19年）

3. 甲府市及び周辺地域の「小売売り場面積」の伸び率

平成19年対平成16年の甲府市及び周辺地域の小売売り場面積の伸び率については、中央市がプラス0.11%と若干増加しているものの、他の市・町はすべてマイナスとなっている。

図表1-5-3 ■甲府市及び周辺地域の小売売り場面積の伸び率（H19/H16）



注. 平成16年は甲府市は甲府市と旧中道町合計、甲斐市は旧竜王町・旧敷島町・旧双葉町合計、中央市は旧田富町・旧玉穂町・旧豊富村合計とした
資料：商業統計調査（平成16年及び平成19年）

4. 商業人口・小売吸引指数（流出入比率）

平成 19 年の商業調査結果を基に、地域商業力の強さを図るデータの一つとして商業人口を参考にみると、甲府市は 250,188 人であり、小売吸引指数（流出入比率）は 1.26 で 1.0 以上となっており、他地域からの流入が若干ながらあるといえる。

なお、甲府市周辺地域の状況については、昭和町が 3.07 で最も流入比率が高く、反対に甲斐市は 0.86 で流出地域であった。

図表 1-5-4 ■商業人口・小売吸引指数（流出入比率）

	商業人口（人）	小売吸引指数・ 流出入比率
甲府市	250,188	1.26
甲斐市	63,568	0.86
中央市	46,873	1.47
昭和町	52,675	3.07

商業人口：各市町小売総販売高／（山梨県小売総販売高／山梨県総人口）

小売吸引指数：商業人口／各市町総人口

資料：人口数は平成 19 年度山梨県常住人口調査結果報告（平成 19 年 10 月 1 日現在人口）

小売総販売高は平成 19 年商業統計調査

Ⅱ. 第10回地域消費動向調査結果

1. 調査実施概要

(1) 調査対象者

甲府市の住民登録をしている世帯主年齢が20歳代から60歳代までの年代別構成比を基に2,668世帯を無作為に抽出して郵送配布方式とした。

(2) 調査実施時期

平成23年6月下旬に郵送配布し、同年8月18日回収分までを集計した。

(3) 回収票

1,123票（回収率 42.1%）

(4) 甲府市統計情報と回収サンプルとの年代別構成比比較にみる調査結果の傾向について

甲府市の年代別人口構成比と今回の回答者結果を比較すると、20～30歳代は市の構成比を下回っているが、50～60歳代は上回っている。

特に60歳代は回答者全体の30.5%と1/3近くを占め、回答結果への影響も大きいといえる。

なお、前回の調査結果においても今回と概ね同様な傾向が見られたが、その中でやはり今回は60歳代の回答比率が前回より5.8ポイントと大幅に上昇したことが目立っている。

■地域消費動向調査回収結果

図表2-1-1

単位：人、%

	市人口 (H23/1)	構成比	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
			回答数	構成比	回答数	構成比
20歳代	20,205	16.7	128	11.4	156	12.8
30歳代	26,034	21.4	195	17.4	222	18.2
40歳代	25,429	20.9	218	19.4	242	19.9
50歳代	23,304	19.1	237	21.1	296	24.3
60歳代	26,720	22.0	343	30.5	301	24.7
無回答	-	-	2	0.2	-	-
合計	121,692	100.0	1,123	100.0	1,217	100.0

資料：甲府市統計情報（H23年1月1日現在）

2. 調査結果

1. 回答者属性

(1) 年代

回答者の年齢は、「60歳代」が30.5%、「50歳代」21.1%で、50歳代以上が過半数を占め、特に60歳代は回答者全体の1/3近くなっている。

(2) 男女別

「男性」が40.6%、「女性」59.4%で女性の方が多く、前回の調査結果と概ね同様であった。

ちなみに、平成23年11月1日現在の甲府市「住民基本台帳」によると甲府市人口の男女比は、男性48.5%、女性51.5%で、これと比較すると7.9ポイント男性が下回り、女性が上回っている。

(3) 家族の人数

家族の人数は、2人が28.8%を占めて最も多く、以下3人(26.6%)、4人(20.2%)の順となっている。

3年前に実施した前回調査結果との比較では、2人が4.9ポイント上昇し、4人が4.9ポイント低下している。

なお、平成23年11月1日現在の甲府市「住民基本台帳」では、一世帯当たりの人数は2.3人である。

(4) 職業

回答者の職業としては、「会社員」が29.5%と最も多く、以下「主婦」(22.2%)、「無職」(10.2%)、「公務員」(8.0%)などの順であった。

なお、前回調査結果との比較では、前回調査では「会社員」が今回と同様に30.2%で最も多かったが、「主婦」(前回調査14.7%)、「無職」(同6.8%)が今回は大幅に増加し、反対に、「自営業」(前回調査より4.4ポイント減)、「その他」(同7.5ポイント減)、「パート」(同4.8ポイント減)などが目立って減少している。

図表2-2-1

単位：人、%

性別	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
男性	456	40.6	518	42.6
女性	667	59.4	699	57.4
無回答	0	0.0	0	0.0
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表2-2-2

単位：人、%

家族構成	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
本人のみ	116	10.4	110	9.0
2人	320	28.8	291	23.9
3人	295	26.6	301	24.7
4人	224	20.2	305	25.1
5人以上	156	14.0	210	17.3
無回答	12	1.1	0	0.0
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-2-3

単位：人、%

職業	今回（H23 年）調査		前回（H20 年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
会社員	331	29.5	368	30.2
公務員	90	8.0	104	8.5
自営業	88	7.8	148	12.2
サービス業	52	4.6	45	3.7
パート	11	1.0	70	5.8
主婦	249	22.2	179	14.7
学生	23	2.0	28	2.3
無職	115	10.2	83	6.8
その他	89	7.9	187	15.4
無回答	75	6.7	5	0.4
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

2. 現在の生活状況について

(1) 現在の暮らし向きへの満足度について

現在の暮らし向きの満足度については、「まあ満足している」が41.9%で半数弱を占め、これに「満足している」の12.9%を加えると合計54.8%となり、過半数の人は何らかの形で満足している。

一方、「不満である」(10.0%)と「どちらかといえば不満である」(12.7%)合計は22.7%であり、この結果、不満より満足している人の割合の方が高くなっている。

これを前回調査と比較すると、前回は「満足」・「まあ満足」の満足派が合計41.1%で今回の調査結果の方が上回り、また、「不満である」・「どちらかという」と不満」の不満派は前回は合計33.9%で、今回はこれを11.5ポイント下回り、前回よりも暮らし的には満足していると回答した者の割合がかなり高くなっている。

なお、今回の調査結果を年代別で見ると、20歳代、30歳代は「満足」・「やや満足」など満足度の比率が平均値より高く、40歳代以上においては「不満」・「どちらかという」と不満」とする回答が多い傾向が見られた。また、男女別では男性より女性の方が若干満足度が高い結果となっている。

図表 2-2-4

単位：人、%

現在の暮らしの満足度	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
満足している	145	12.9	79	6.5
まあ満足している	471	41.9	421	34.6
どちらともいえない	233	20.7	281	23.1
どちらかといえば不満である	143	12.7	230	18.9
不満である	112	10.0	183	15.0
考えたことがない	7	0.6	11	0.9
無回答	12	1.1	12	1.0
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0%

図表 2-2-5

単位：人、%

表 頭(X軸) No. 6 現在の暮らしに満足していますか <S A> 6カテゴリ
表側 1(Y軸1) No. 1 年齢 <S A> 5カテゴリ

	満足している	まあ満足している	どちらともいえない	どちらかといえば不満である	不満である	考えたことがない	N
全体	13.1	42.3		21.0	12.9	10.1	1111
20代	20.3	35.2		22.7	14.8	7.0	128
30代	19.0	46.1		14.9	7.2	12.8	195
40代	11.2	44.1		18.6	14.0	11.6	215
50代	7.3	43.2		26.9	11.1	11.1	234
60代	12.2	41.5		21.4	15.7	7.7	337

注. 無回答 12 票を除いている

(2) 2, 3年前と比べた現在の暮らし向きについて

2, 3年前と比較しての暮らしの状況は、「変わらない」が34.2%で最も多く全体の1/3強を占めている。

次いで多い回答は「どちらかといえば悪くなった」で26.3%となっており、「悪くなった」も21.1%で、これらの悪化派を合計すると47.4%と回答者全体の半数弱を占め、総じて2, 3年前と比べて暮らしぶりは悪化している人が多い状況が判明した。

なお、「良くなった」(6.2%)、「どちらかといえば良くなった」(9.5%)などの好転派は合計15.7%であった。

前回調査との比較では、前回は「どちらかといえば悪くなった」(33.1%)・「悪くなった」(30.2%)の悪化派合計が63.3%、「良くなった」(2.5%)、「どちらかといえば良くなった」(7.8%)の好転派が10.3%で、これに比べると今回の調査結果の方が暮らし向きは良くなっている傾向が見られた。

図表 2-2-6

単位：人、%

2, 3年前と比較した 暮らし向き	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
良くなった	70	6.2	31	2.5
どちらかといえば良くなった	107	9.5	95	7.8
悪くなった	237	21.1	367	30.2
どちらかといえば悪くなった	295	26.3	403	33.1
変わらない	384	34.2	317	26.0
無回答	30	2.7	4	0.3
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

なお、年齢別では、40歳代を境として若い年代ほど好転派が多くなり、40歳代以上では、悪化派の割合が過半数を超える傾向が見られた。

ちなみに、良くなった理由としては、「収入の増加」・「結婚」・「子供の誕生」等が中心で、悪化した理由は「収入の減少」が圧倒的に多く、このほか「物価の高騰」、「失業・リストラ」などが上位を占めている。

図表2-2-7

単位：人

暮らし向きが良くなった理由 上位回答（含む複数回答）	回答数 (人)
収入が増えた	23
家族が増えた（子供が生まれた）	10
結婚した	8
家を建てた	6
居住環境の改善（引越しなど）	4

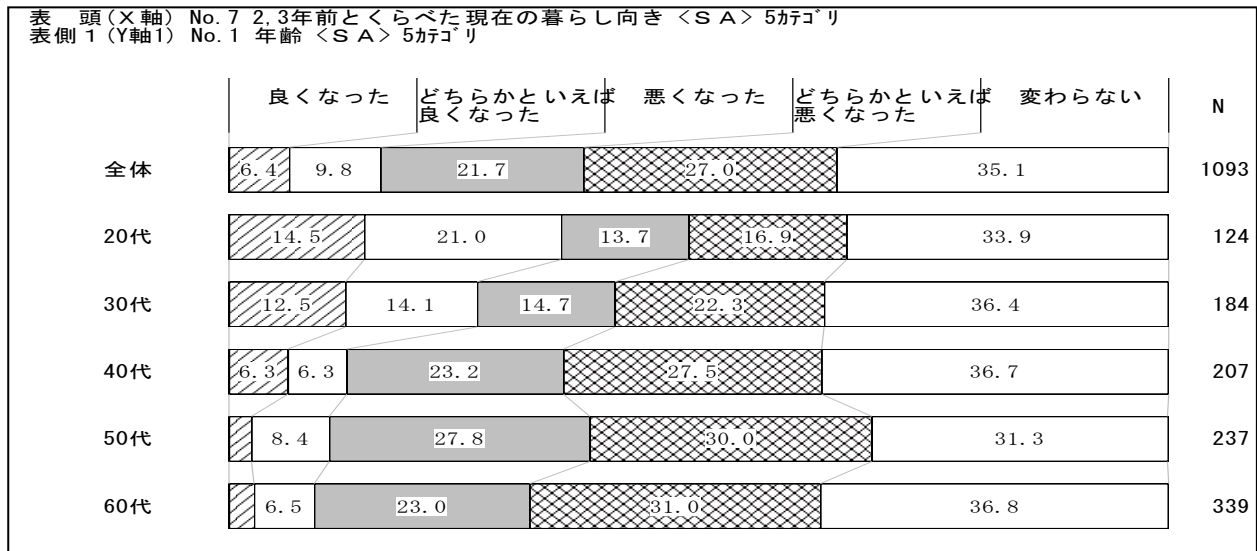
図表2-2-8

単位：人

暮らし向きが悪くなった理由 上位回答（含む複数回答）	回答数 (人)
収入の減少	111
物価の高騰	19
失業・リストラ	16
税金が増えた	8
教育費負担	4

図表 2-2-9

単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

(3) 現在関心を持っている事項について (複数回答)

現在関心を持っていることとしては、回答者に高齢者が多いためか、「年金」が42.2%と最上位となり、以下「健康」(28.9%)、「消費税など税金」(28.4%)が30%近い結果となっている。

また、原発や節電の影響を受けてか「自然環境(温暖化)」(22.6%)や、生活に密着した「物価」(22.4%)についても20%以上の回答があった。

このほかの上位回答には、「収入または売上」(19.1%)、「介護」(17.7%)、「医療」(17.0%)、「食の安全」(15.9%)、「雇用問題」(15.8%)、「教育」(15.6%)などがあった。

これを3年前に実施した前回調査と比較すると、「消費税など税金」(前回より9.5ポイント)、「雇用問題」(同6.0ポイント増)、「介護」(同5.9ポイント増)、「年金」(同4.3ポイント増)などの項目が増加しており、やはり高齢者の回答者が多いことや時代の流れから「税金」や「年金」、「介護」などへの関心が高まっている。

なお、年代別で見ると、高齢者になるほど「年金」、「介護」の比率が高くなり、20~30歳代は「雇用」・「収入・売上」等への関心が平均値より高い傾向が見られた。また、子供を養育中の30~40歳代は「教育」の数値が平均値より大幅に高く、「物価」や「消費税など税金」、「自然環境」、「食の安全」などは概ね全年代において関心が高くなっている。

このほか、男女別では「年金」、「収入・売上」、「税金」などは男性の回答率が平均値より高く、「自然環境」、「介護」、「食の安全」、「健康」、「医療」、などの項目については女性の方が男性の回答率を上回っている。

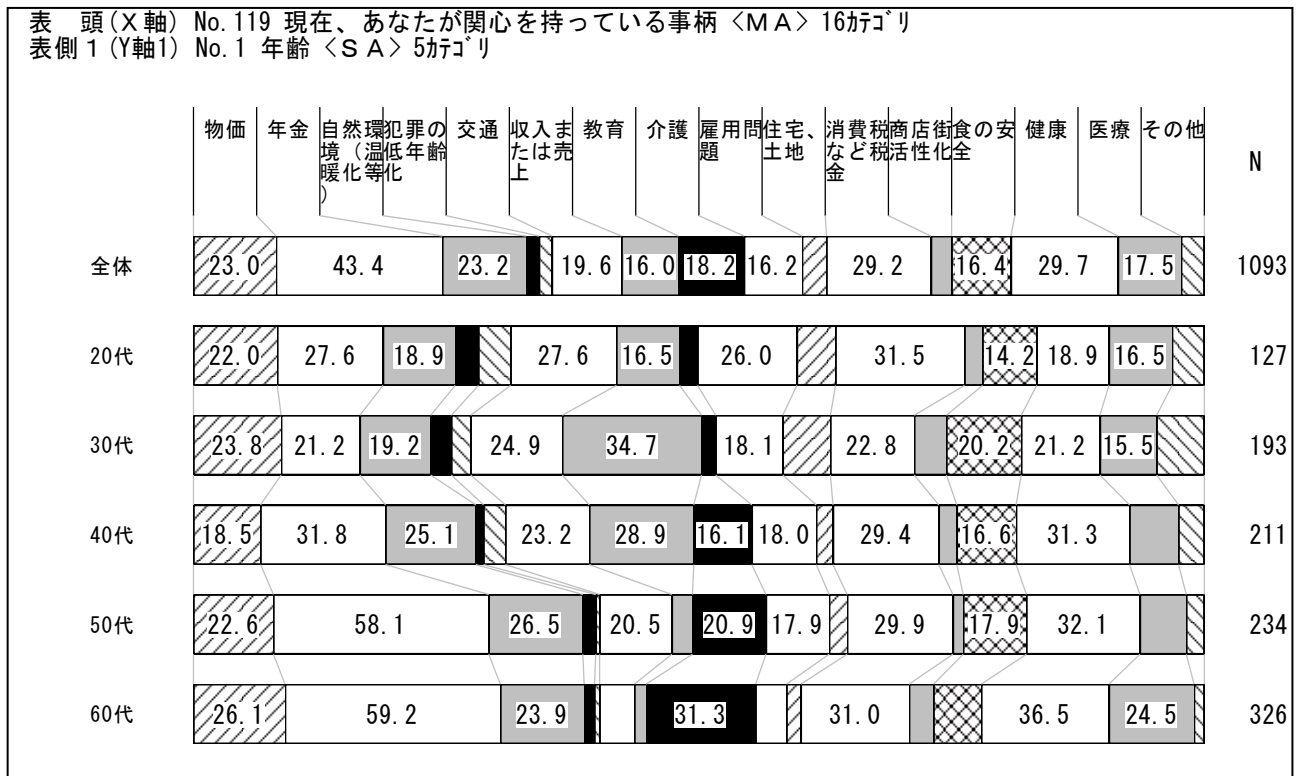
図表 2-2-10

単位：人、%

関心を持っていること（複数回答）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
物価	251	22.4	534	43.9
年金	474	42.2	461	37.9
自然環境（温暖化等）	254	22.6	304	25.0
犯罪の低年齢化	43	3.8	106	8.7
交通	42	3.7	28	2.3
収入または売上	214	19.1	280	23.0
教育	175	15.6	178	14.6
介護	199	17.7	143	11.8
雇用問題	177	15.8	119	9.8
住宅、土地	74	6.6	64	5.3
消費税など税金	319	28.4	230	18.9
商店街活性化	64	5.7	53	4.4
食の安全	179	15.9	332	27.3
健康	325	28.9	394	32.4
医療	191	17.0	214	17.6
その他	73	6.5	17	1.4
無回答	30	2.7	12	1.0
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-2-11

単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

(4) 現在、興味があること(複数回答)

回答者が現在興味を持っていることとして最も多かったのは、「国内外への旅行」で37.9%を占め、また、「友人・知人との交流」も32.7%と回答者全体の概ね1/3となっている。

このほかでは、「ショッピング」(23.5%)や「子供の教育」(17.6%)、「スポーツ全般」(17.0%)、「食べ歩き」(16.8%)、「パソコン」(16.6%)、「貯金」(15.6%)、「ガーデニング」(15.5%)などが上位を占めた。

また、前回調査との比較では、若干の数値上の差はあるものの概ね今回の調査結果と同じような状況であったが、「食べ歩き」(前回調査より2.0ポイント増)などは前回より増加し、一方、「パソコン」(同3.5ポイント減)や「友人・知人との交流」(3.1ポイント減)などは減少している。

これを年代別で見ると、「知人・友人との交流」・「ガーデニング」・「日曜大工」などは高齢化するほど比率が高くなり、「ショッピング」・「貯金」・「スポーツ全般」・「ゲーム」などは反対に若年層になるほど回答が多くなっている。また、「子供の教育」などは30歳代、40歳代に特出している。

男女別では、「パソコン」、「スポーツ」、「ドライブ」、「ゲーム」などは男性の回答比率が女性を上回り、「旅行」、「知人・友人との交流」、「ショッピング」、「ガーデニング」、「教育」等は反対に男性より女性の回答比率が高い結果となっている。

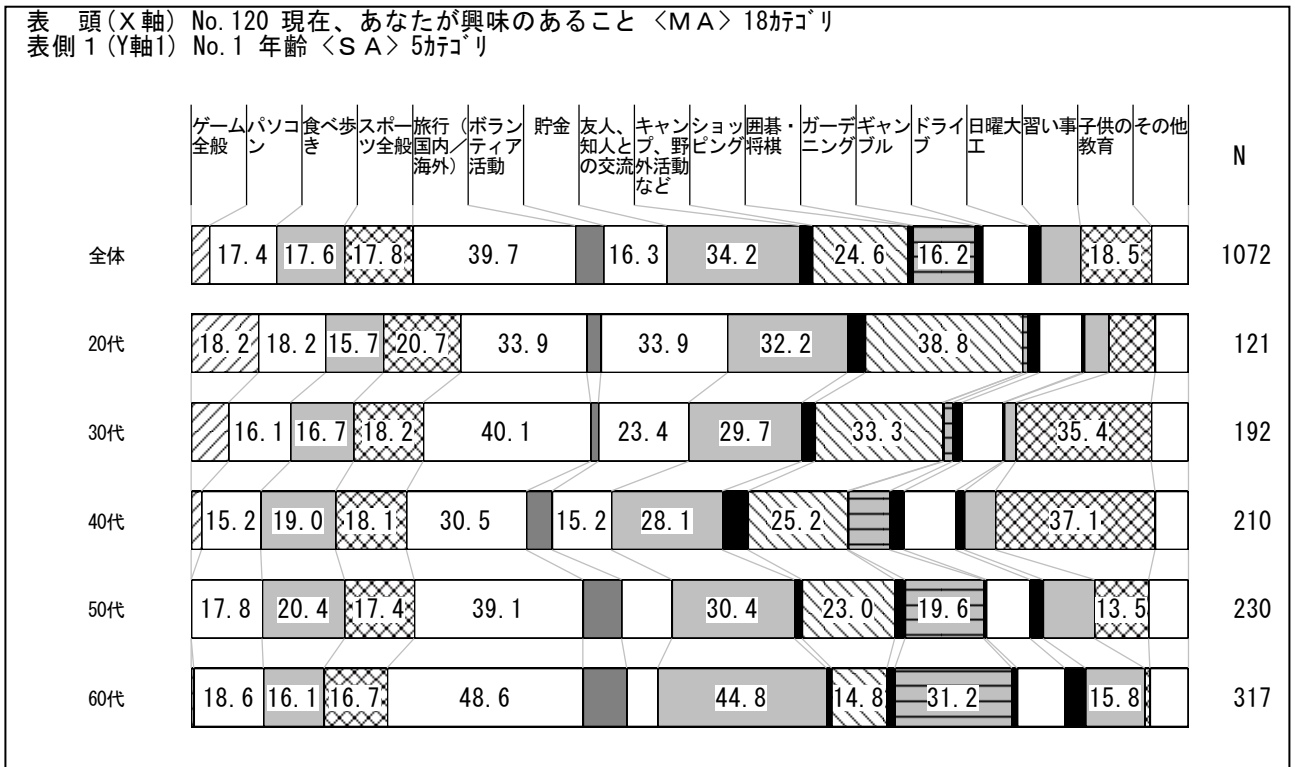
図表 2-2-12

単位：人、%

現在興味のあること (複数回答)	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
ゲーム全般	50	4.5	57	4.7
パソコン	186	16.6	245	20.1
食べ歩き	189	16.8	180	14.8
スポーツ全般	191	17.0	220	18.1
旅行(国内/国外)	426	37.9	460	37.8
ボランティア活動	82	7.3	93	7.6
貯金	175	15.6	170	14.0
友人、知人との交流	367	32.7	436	35.8
キャンプ、野外活動など	37	3.3	43	3.5
ショッピング(通販含む)	264	23.5	283	23.3
囲碁・将棋	15	1.3	8	0.7
ガーデニング	174	15.5	201	16.5
ギャンブル	24	2.1	38	3.1
ドライブ	129	11.5	126	10.4
日曜大工	33	2.9	33	2.7
習い事	112	10.0	119	9.8
子供の教育	198	17.6	219	18.0
その他	104	9.3	98	8.1
無回答	51	4.5	30	2.5
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-2-13

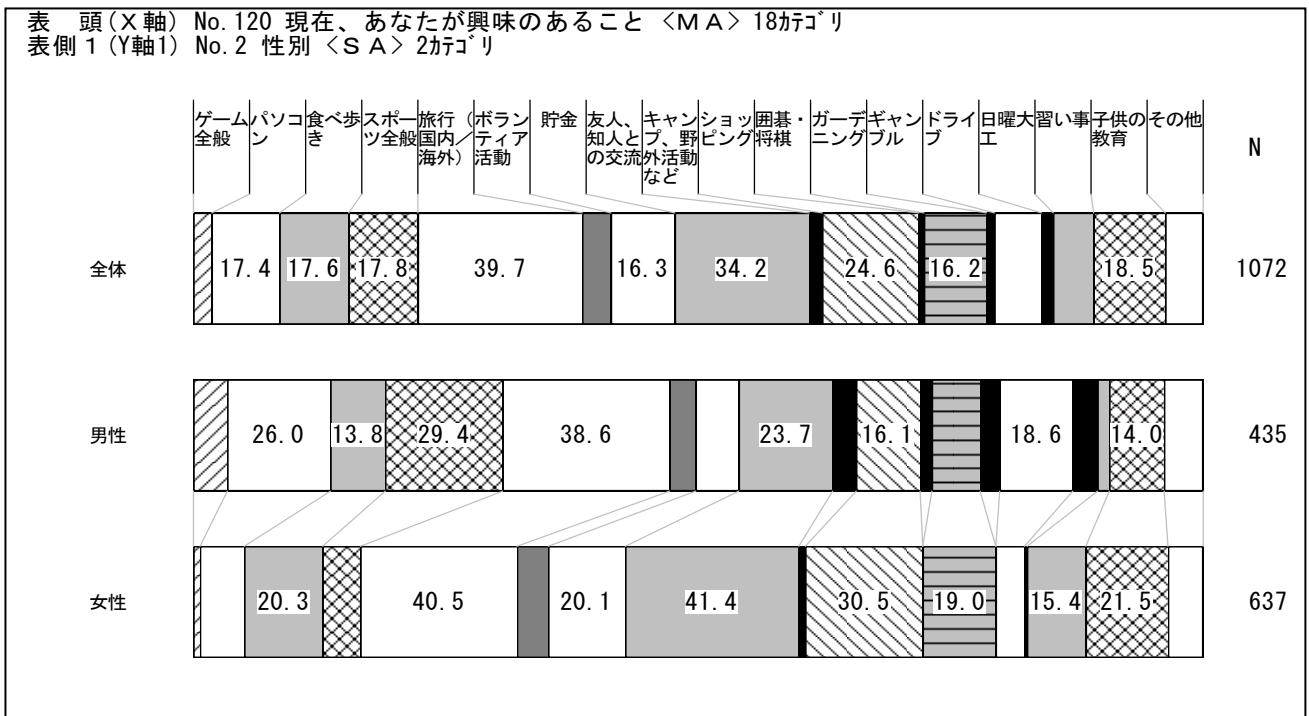
単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

図表 2-2-14

単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

(5) 現在欲しいと思っているもの(複数回答)

現在欲しいと思っているものは、「電化製品」(28.7%)、「国産自動車」(26.4%)、「衣料品」(25.6%)がトップ3位となっている。

このほかでは、「家(または別荘)」(18.8%)や「台所用家電」(12.6%)、「パソコン」(12.1%)、「バッグ・靴」(10.2%)などが上位を占めた。

これを3年前の前回調査と比較すると、総じて上位は概ね今回の調査結果と同様であったが、「携帯電話」(同3.1ポイント増)は前回より比較的增加率が高く、「国産自動車」(前回調査より1.7ポイント増)も増えている。一方、「電化製品」(9.7ポイント減)は大きく減少し、「家(または別荘)」(2.9ポイント減)なども前回調査より低下している。

年代別では、「家(別荘を含む)」、「衣料品」や「携帯電話」、「バック・靴類」などにおいて若い人の回答が多く、反対に「台所用家電」・「健康器具」等は高年代になるほど比率が高くなる傾向が見られる。

なお、男女別では、男性は「自動車」、「スポーツ用品」、「電化製品」、「パソコン」などにおいて、また女性は「衣料品」、「台所用家電」、「バッグ・靴」等で平均より高い回答率を示している。

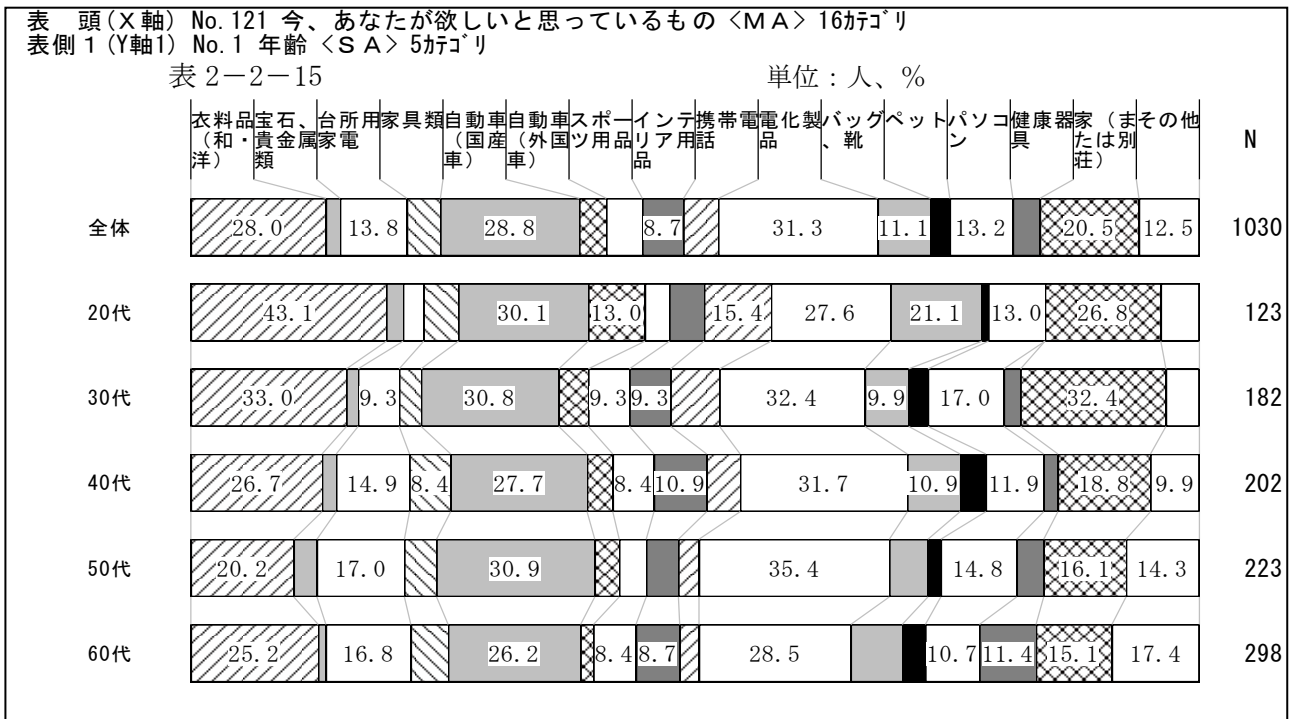
図表2-2-15

単位：人、%

現在欲しいもの (複数回答)	今回(H23年)調査		前回(H20年)調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
衣料品(和・洋)	288	25.6	326	26.8
宝石、貴金属類	31	2.8	42	3.5
台所用家電	142	12.6	167	13.7
家具類	72	6.4	113	9.3
自動車(国産車)	297	26.4	300	24.7
自動車(外国車)	58	5.2	48	3.9
スポーツ用品	78	6.9	71	5.8
インテリア用品	90	8.0	101	8.3
携帯電話	74	6.6	43	3.5
電化製品	322	28.7	467	38.4
バッグ、靴	114	10.2	130	10.7
ペット	41	3.7	40	3.3
パソコン	136	12.1	158	13.0
健康器具	59	5.3	71	5.8
家(または別荘)	211	18.8	264	21.7
その他	129	11.5	130	10.7
無回答	93	8.3	68	5.6
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-2-16

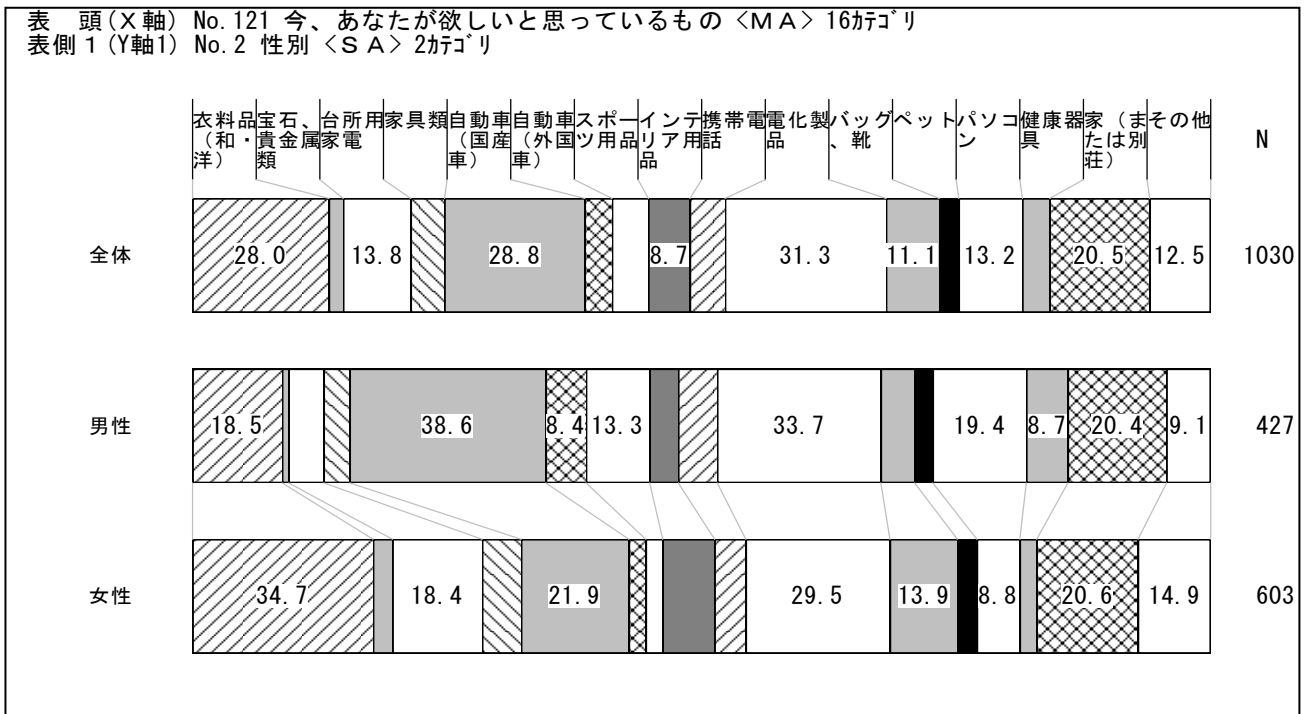
単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

図表 2-2-17

単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

(6) 欲しいものを買うために貯金をしているか

前記質問の「欲しいもの」を買うために貯金をしている割合は、「している」が29.0%で、「特にしていない」が59.8%となっており、貯金をしている人は回答者全体の1/3弱に過ぎなかった。

なお、この結果については前回の調査時でも概ね同様であった。

また年代別では、比較的若い層において貯金をしている人の回答が多く、高年代になるほど特にしていない人の割合が高くなっており、男女別においては、男性より女性の方が貯金をしている比率が高くなっている。

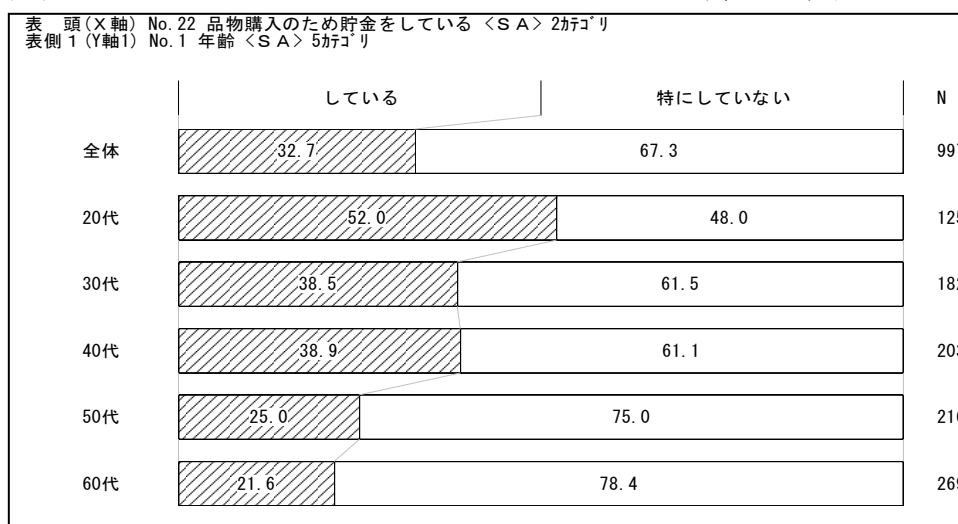
図表 2-2-18

単位：人、%

買うための貯金は	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
している	326	29.0	356	29.3
特にしていない	671	59.8	773	63.5
無回答	126	11.2	88	7.2
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-2-19

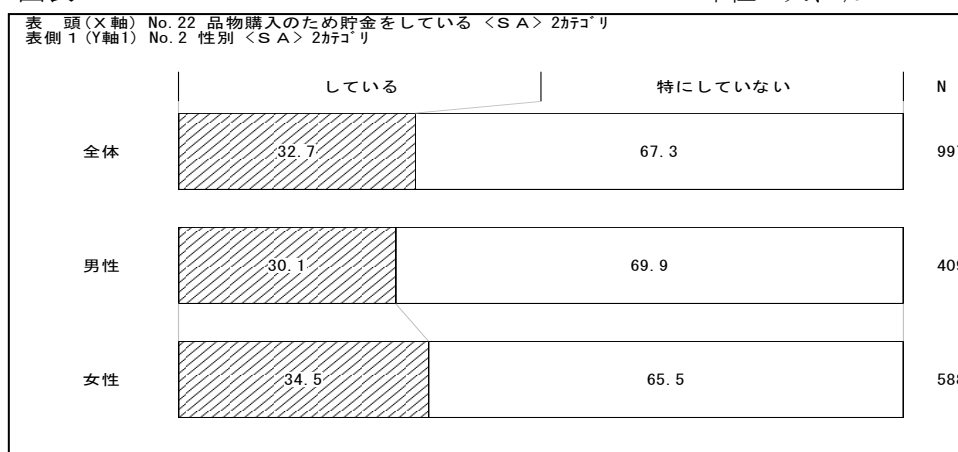
単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

図表 2-2-20

単位：人、%



注. グラフは無回答分を除いている

(7) 余暇の過ごし方について（複数回答）

余暇の過ごし方については、「ショッピング」が31.5%と最も多く、以下「友人との交遊」（22.2%）、「一家団らん」（22.1%）、「ごろ寝」（21.3%）、「読書・音楽鑑賞」（18.7%）、「スポーツ」（15.6%）などが上位となっている。

また、前回調査との比較では、回答傾向としては総じて同様な結果であるが、「ショッピング」・「旅行」などが微増し、反対に「ごろ寝」・「一家団らん」（各4.4ポイント減）、「映画・演劇鑑賞」（4.0ポイント減）、「友人との交遊」（3.4ポイント減）等が比較的減少幅が大きかった。

図表 2-2-21

単位：人、%

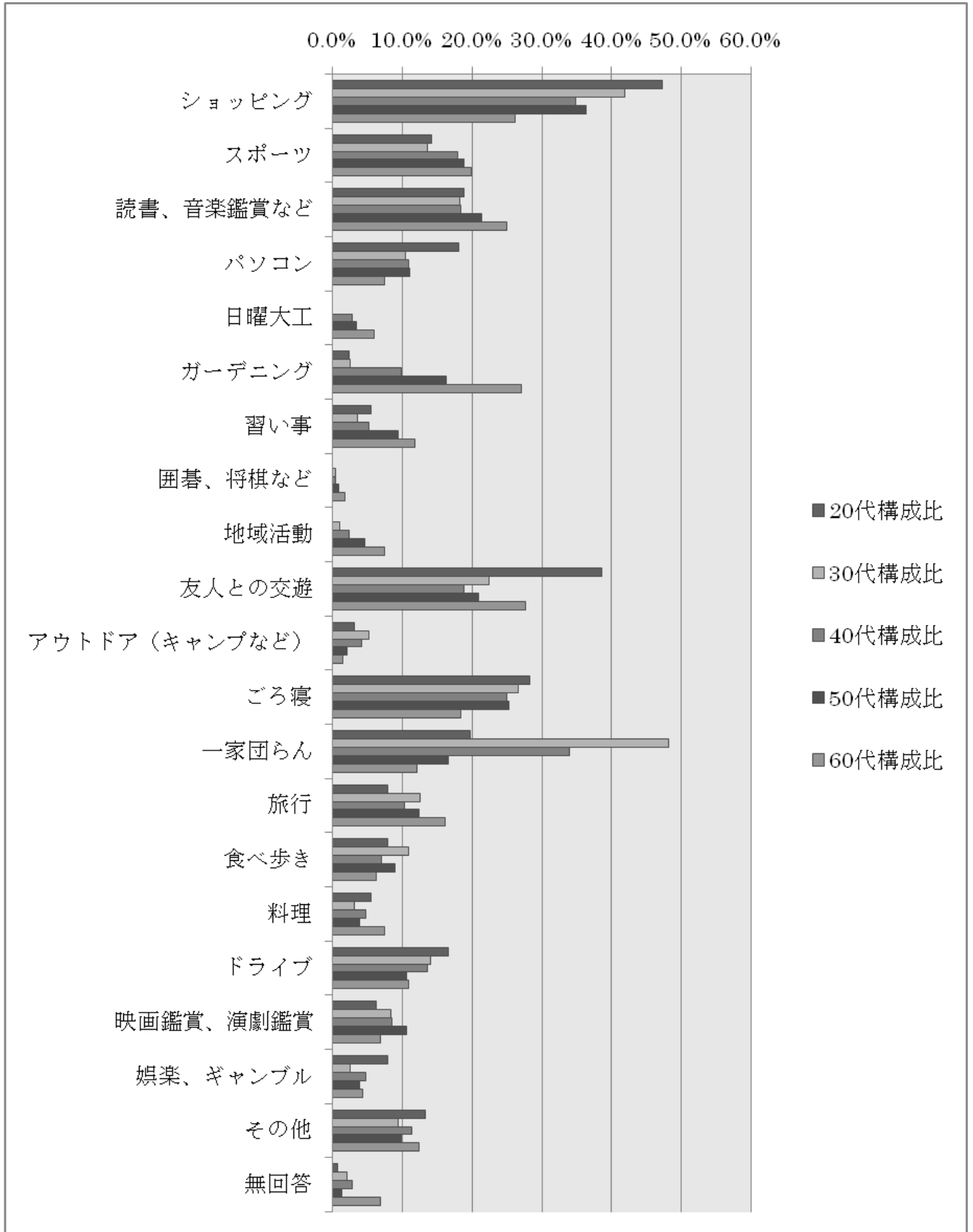
余暇の過ごし方 (複数回答)	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
ショッピング	383	31.5	365	30.0
スポーツ	190	15.6	190	15.6
読書、音楽鑑賞など	228	18.7	249	20.5
パソコン	116	9.5	140	11.5
日曜大工	34	2.8	24	2.0
ガーデニング	155	12.7	180	14.8
習い事	85	7.0	86	7.1
囲碁、将棋など	10	0.8	5	0.4
地域活動	42	3.5	60	4.9
友人との交遊	270	22.2	312	25.6
アウトドア (キャンプなど)	33	2.7	34	2.8
ごろ寝	259	21.3	313	25.7
一家団らん	269	22.1	322	26.5
旅行	137	11.3	128	10.5
食べ歩き	87	7.1	87	7.1
料理	56	4.6	81	6.7
ドライブ	137	11.3	134	11.0
映画鑑賞、演劇鑑賞	89	7.3	138	11.3
娯楽、ギャンブル	48	3.9	68	5.6
その他	122	10.0	123	10.1
無回答	36	3.0	17	1.4
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

年代別では、「ショッピング」や「友人との交遊」、「ごろ寝」、「一家団らん」等において若い年代の比率が高く、「ガーデニング」、「習い事」、「旅行」などは比較的高齢になるほど回答率が多くなっている。

また、男女別では「スポーツ」や「ごろ寝」、「ドライブ」などにおいては男性の方が女性より回答率が高く、「ショッピング」、「友人との交遊」、「一家団らん」、「読書・音楽鑑賞」等の項目では女性の回答率が男性を上回っている。

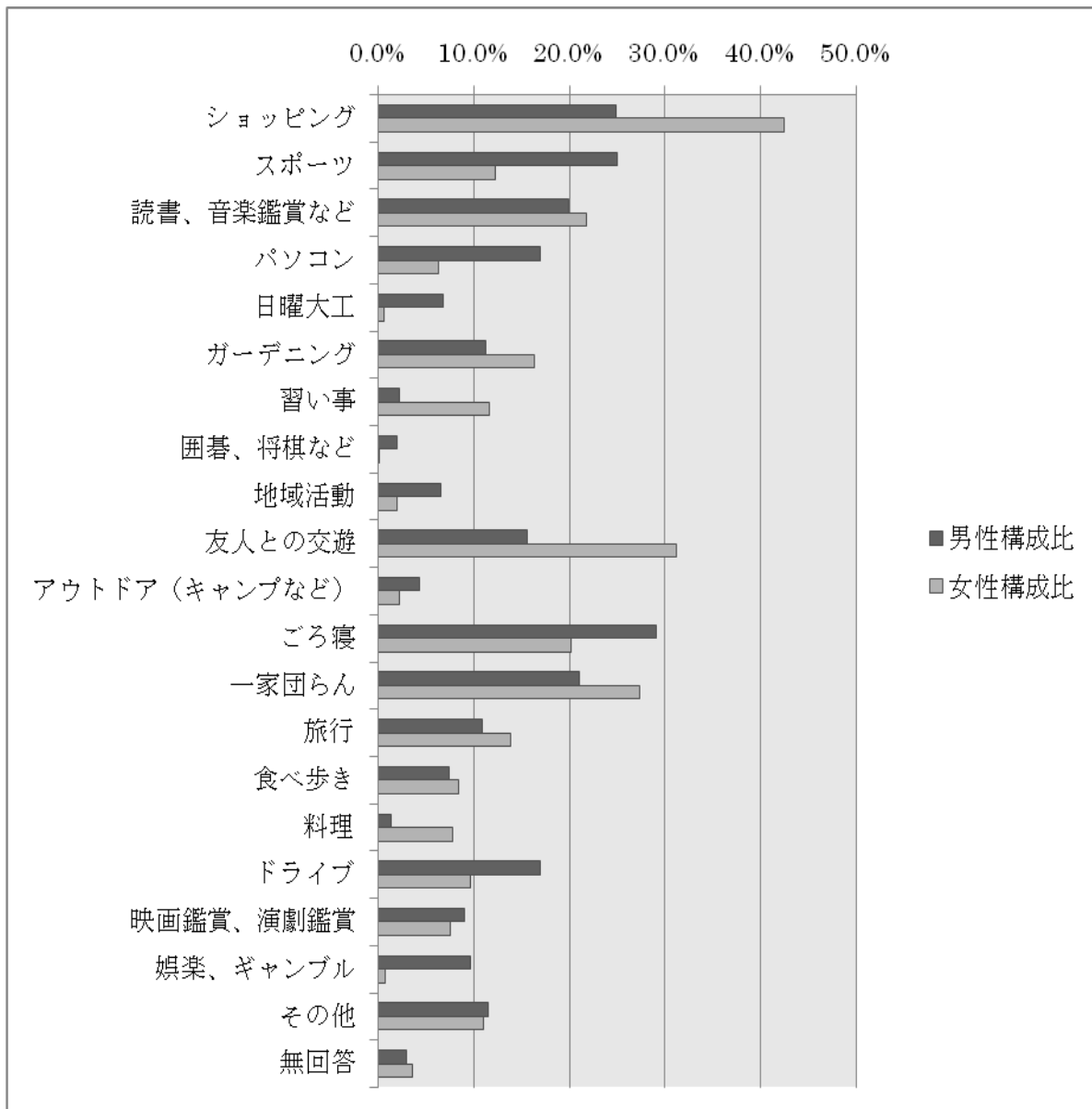
図表 2-2-22

単位：%



図表 2-2-23

単位：%



3. 買い物行動について

(1) 通信販売の利用状況

通信販売の利用については、「時々利用する」が 58.9%で、これに「よく利用する」(16.6%)を加えると、合計 75.5%と 4 人に 3 人は利用していることが判明した。なお今回の利用する人の合計数値は、3 年前の前回調査の 72.7%より若干ながら増加している。

図表2-3-1

単位：人、%

通信販売の利用の有無	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
よく利用する	186	16.6	158	13.0
時々利用する	661	58.9	727	59.7
全く利用したことがない	242	21.5	318	26.1
無回答	34	3.0	14	1.2
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

(2) 通信販売で購入する商品

通信販売を利用する人たちが購入する商品としては、「ファッションに関するもの」が 29.3%で、以下「趣味に関するもの」が 22.8%、「食に関するもの」18.3%となっている。

これは、前回調査の結果と同様の順番であるが、前回の方が「食に関するもの」を除くと各回答とも購入する人の比率が高い結果であった。

図表2-3-2

単位：人、%

通信販売での購入商品 (複数回答)	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
ファッションに関するもの	451	29.3	473	38.9
食に関するもの	281	18.3	224	18.4
趣味に関するもの	351	22.8	353	29.0
その他	173	11.2	177	14.5
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

(3) 通信販売の利用開始時期

通信販売の利用開始時期は、「3年以上」前からとする利用者が過半数を占め、「1年未満」とする最近になって始めた利用者は 3.4%であった。これは前回調査の結果も同様で、利用者はある程度長期にわたって活用し、通信販売はかなり定着しているといえる。

図表2-3-3

単位：人、%

通信販売の利用開始時期	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
1年未満	38	3.4	62	7.0
1年から3年未満	182	16.2	195	22.0
3年以上	596	53.1	614	69.4
無回答	307	27.3	14	1.6
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

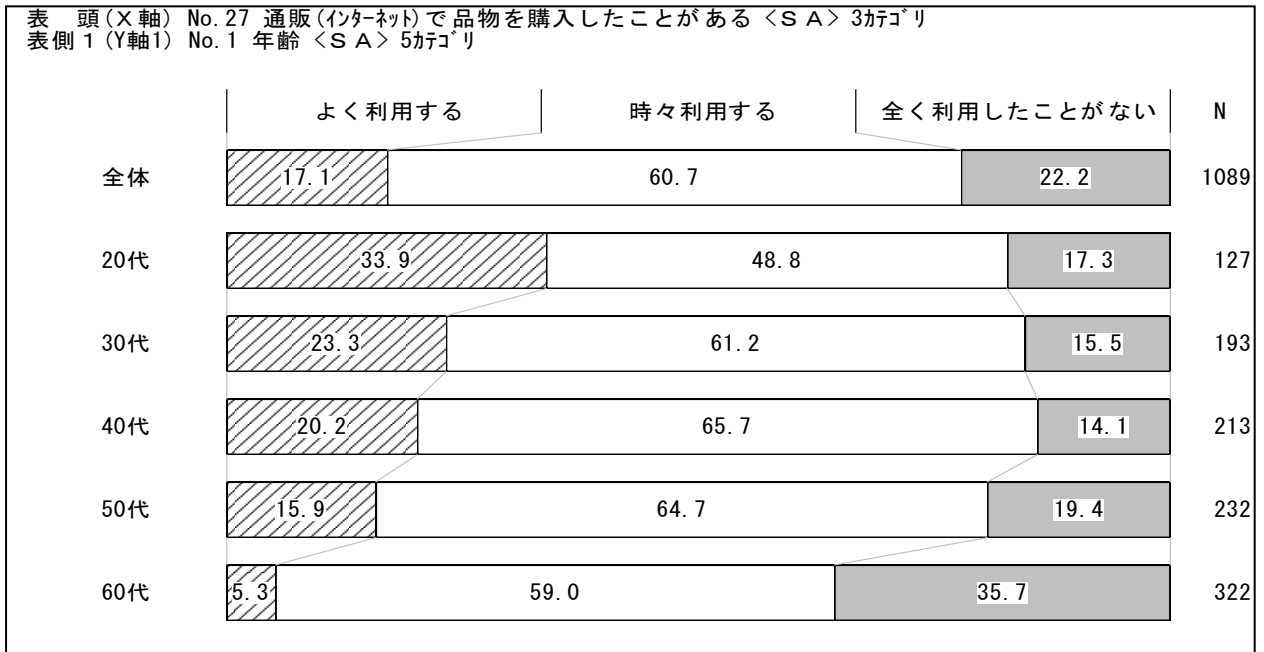
(4) 通信販売における年代別並びに男女別の利用者状況

年代別では、「よく利用する」は若い人たちがほど比率が高くなり、60歳代では「全く利用したことがない」が35.7%と1/3以上の人たちが利用していない結果となっている。

また、男女別の利用割合は、男性が「よく利用する」、「時々利用する」の合計で72.0%、女性が同合計81.7%となっており、女性の方が利用する人の割合が高かった。

図表2-3-4

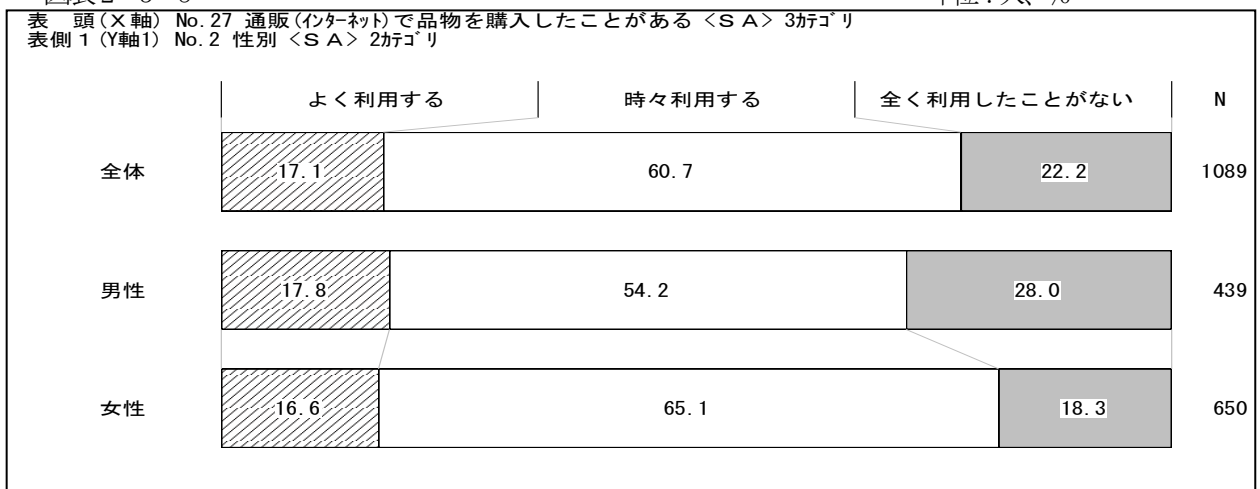
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表2-3-5

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(5) 日常生活において、主にお金をかけていること（複数回答）

普段のお金のかけ方については、「趣味」(30.1%)と「ファッション」(26.9%)、「友人などの交際費」(26.5%)が回答者全体の1/3近くを占め、個人の生活を豊かにする項目が上位となっている。

なお、このほかでは「外食」(26.4%)や「その他」(18.2%)、「教育費」(16.9%)など家族関連の項目も比較的高い回答結果を示している。

これを3年前に調査した前回調査結果と比較すると、傾向としては前回と同様であったが、「ファッション」(前回調査時より4.2ポイント増)などは前回より比較的增加率が高く、一方、「友人などとの交際費」(同7.6ポイント減)や「趣味」(同4.2ポイント減)などは前回より大幅に減少している。

図表 2-3-6

単位：人、%

お金をかけていること (複数回答)	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
ファッション (衣服、装飾品など)	302	26.9	276	22.7
趣味	338	30.1	417	34.3
習い事	77	6.9	111	9.1
外食	296	26.4	341	28.0
家具、インテリア	29	2.6	45	3.7
友人などの交際費	298	26.5	415	34.1
レジャー	154	13.7	190	15.6
娯楽	131	11.7	162	13.3
家	137	12.2	122	10.0
教育費	190	16.9	218	17.9
携帯電話	61	5.4	83	6.8
その他	204	18.2	130	10.7
無回答	54	4.8	41	3.4
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

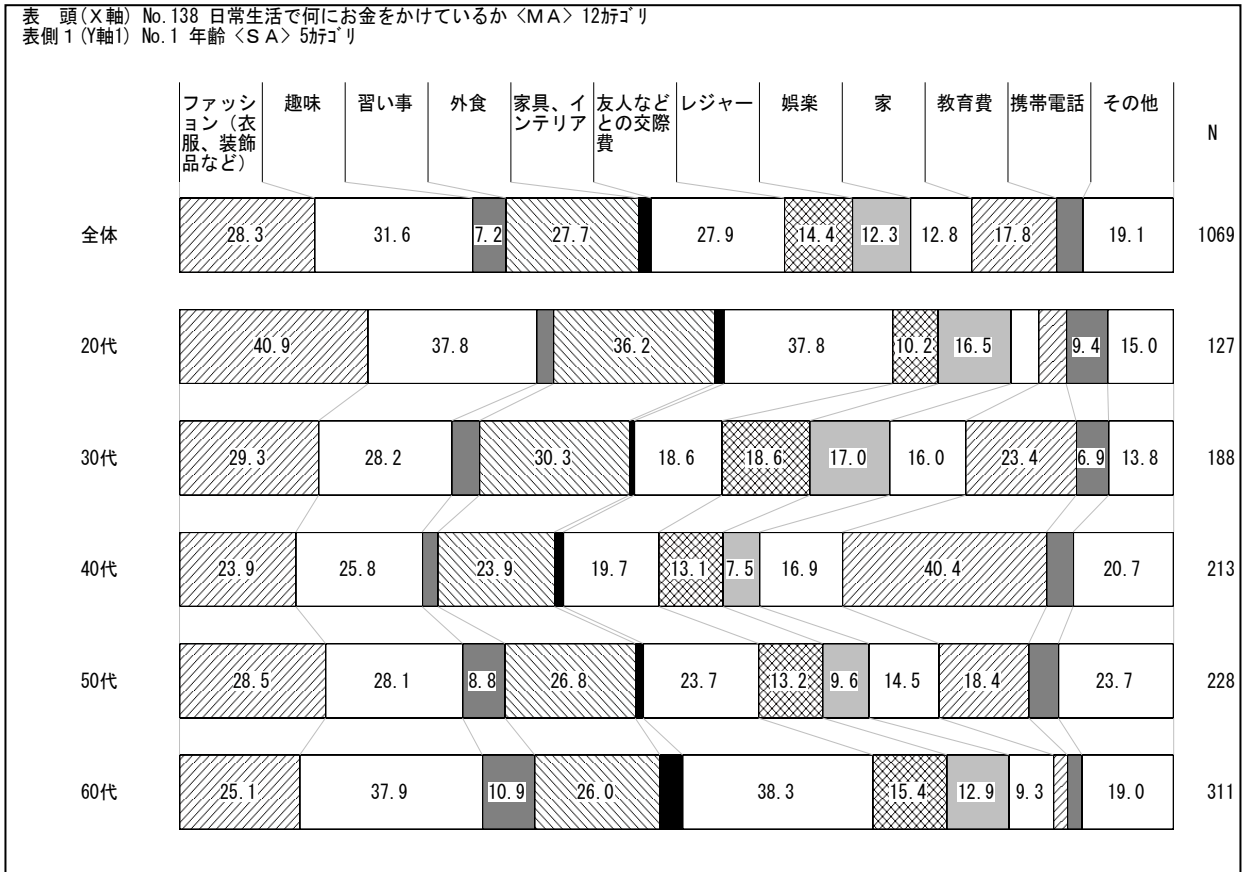
これを年代別に見ると、「ファッション」や「外食」、「娯楽」関係は20歳代、30歳代などの年代に回答比率が多く、「習い事」や「レジャー」では年齢層が高くなるに比例して増加傾向が見られる。

また、「教育費」は40歳代を中心に30歳代、50歳代で平均値より高い傾向となっている。

このほか、男女別では、男性は「趣味」や「外食」、「友人との交際費」、「娯楽」などに対して女性よりお金を使用している比率が高いのに対して、女性は「ファッション」や「習い事」、「教育費」などに比較のお金をかけている傾向が見られた。

図表 2-3-7

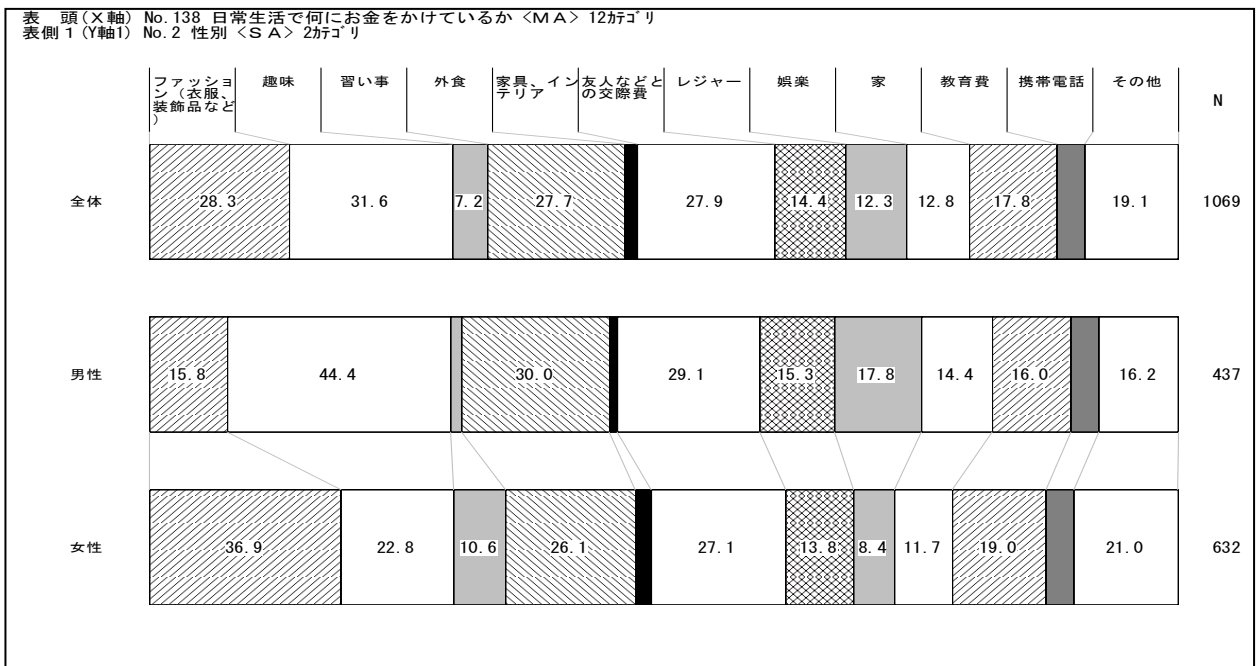
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-8

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(6) 買い物や食事をするときの情報源（複数回答）

買い物や外食等を行うときの情報源としては、「広告・チラシ・雑誌」が75.2%と3/4を占めて他の情報源を大きく引き離している。

以下、「友人の紹介」（46.4%）、「インターネット」（35.7%）、「テレビ・ラジオ」（26.8%）などの順であった。

前回の調査結果と比べると、「新聞」や「テレビ・ラジオ」の回答比率が低下して、「インターネット」が大幅に上昇したことが目立っている。

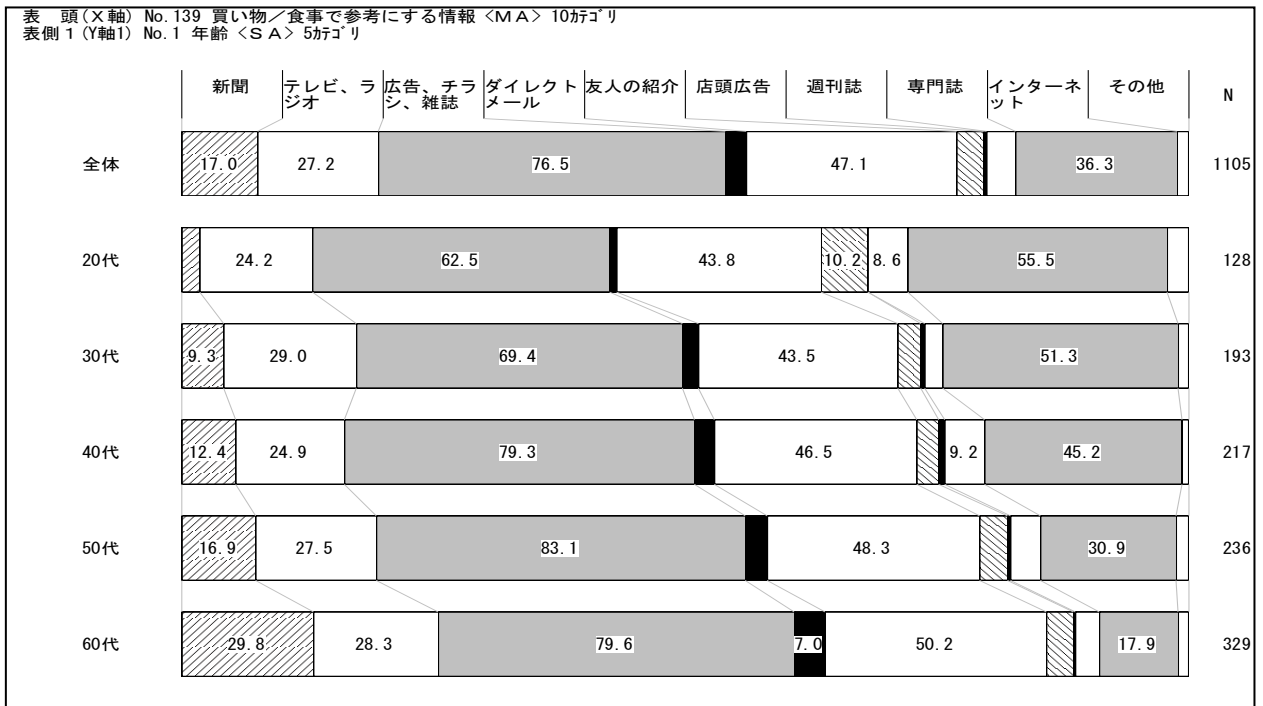
図表 2-3-9

単位：人、%

買い物や食事の情報源 (複数回答)	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
新聞	188	16.7	220	18.1
テレビ、ラジオ	301	26.8	333	27.4
広告、チラシ、雑誌	845	75.2	901	74.0
ダイレクトメール	54	4.8	50	4.1
友人の紹介	521	46.4	551	45.3
店頭広告	69	6.1	80	6.6
週刊誌	9	0.8	19	1.6
専門誌	73	6.5	134	11.0
インターネット	401	35.7	345	28.3
その他	31	2.8	44	3.6
無回答	18	1.6	31	2.5
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-10

単位：人



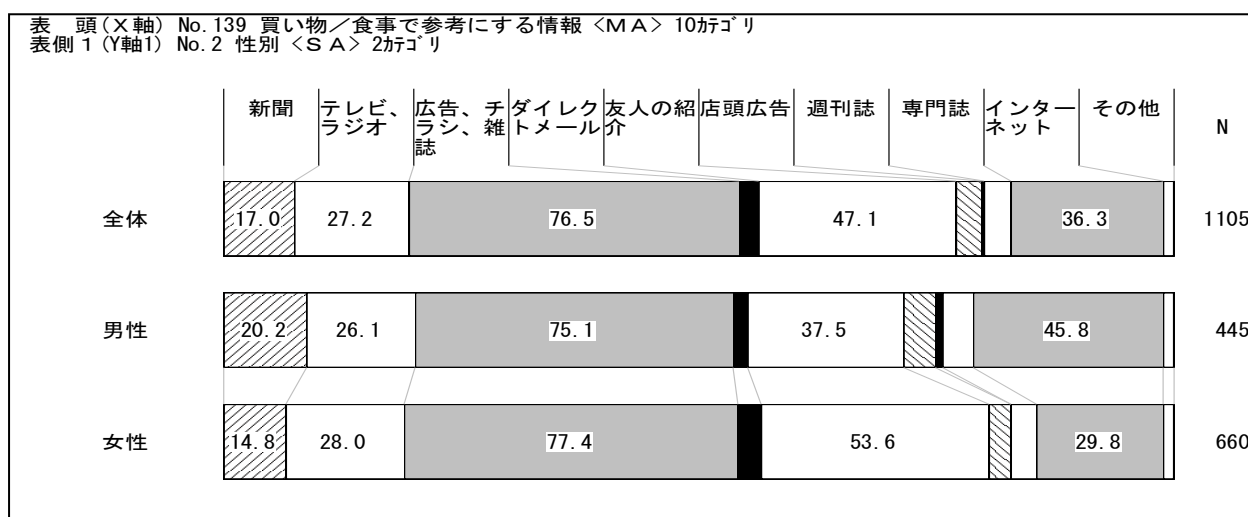
注. グラフには無回答分は含んでいない

年代別では、「広告・チラシ・雑誌」は各年代で満遍なく情報源とし、「新聞」は高齢者、「インターネット」は若い人たちが多く活用する。

また、男女別では、男性が「インターネット」や「新聞」、女性が「友人の紹介」を情報源としている比率が高く、「広告・チラシ、雑誌」は男女とも活用している。

図表 2-3-11

単位：人



注. グラフには無回答分は含んでいない

(7) 商品購入選択時の重視することについて (複数回答)

①最寄品 (複数回答)

食料品など生活必需品 (最寄品) を購入する時に重視する点は、「新鮮さ」が 61.2%と回答者全体の 2/3 近くを占めてトップとなっており、「安全性」も 41.0%と半数近い回答を集めた。

このほかでは、「価格」が 29.7%、また「品質と価格のバランス」が 20.5%であった。

これを 3 年前の前回調査結果と比較すると、上位回答の順番は同様であったが、回答数値面では「新鮮さ」は 61%台で今回と同じながら、2 番目の「安全性」は前回調査より 10 ポイント低下した。

一方で、「価格」(前回調査より 3.2 ポイント増) と「品質と価格のバランス」(同 1.8 ポイント増) などは回答比率が増加しており、今回の回答者の購入面での特徴が現れた形となった。

この傾向を年代別並びに男女別のクロス集計結果で見ると、20~30 歳代の若い年代は前記の上位回答以外に、「感覚・センスに合う」や「自分の好み」、「価格の安さ」などを重視する傾向が強く、年代が上がるほど「新鮮さ」や「安全性」の回答比率が高くなる傾向が見られた。

また、男女別においては、男性は「感覚・センスに合う」・「自分の好み」の回答者が比較的多く、女性は「新鮮さ」・「安全性」の比率が平均値より高くなっている。

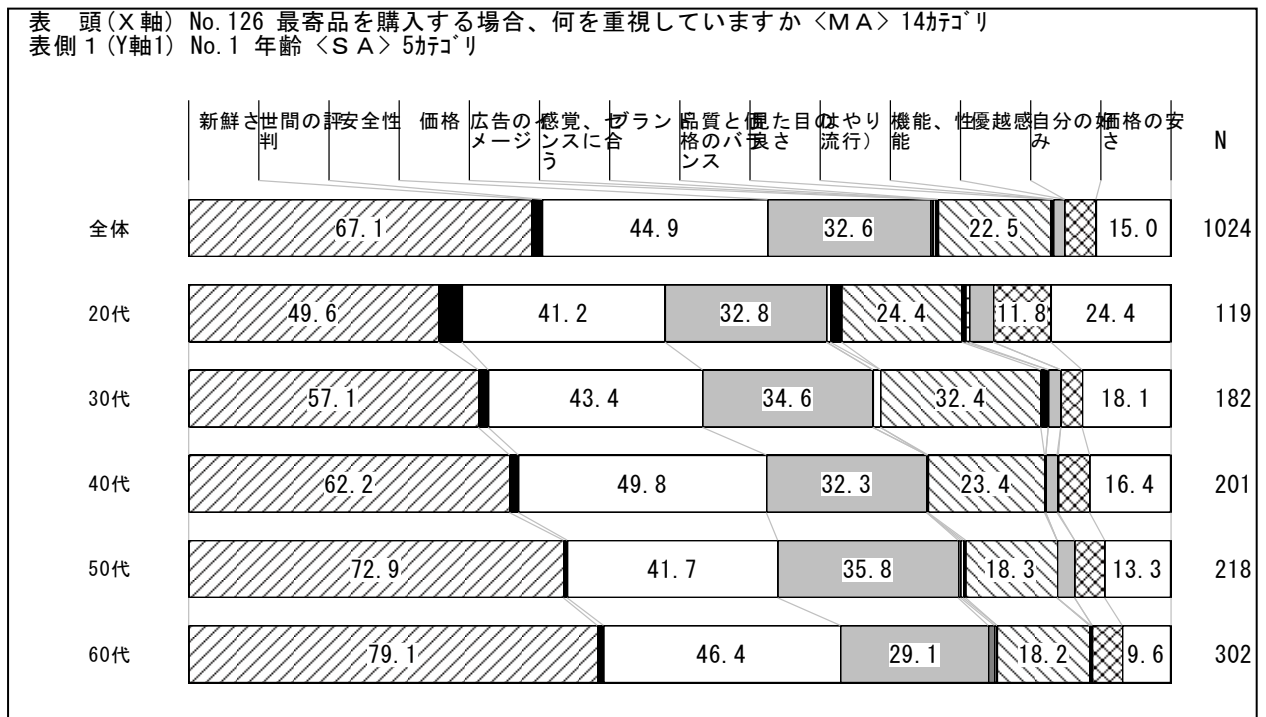
図表 2-3-12

単位：人、%

最寄品購入時の選択基準 (複数回答)	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
新鮮さ	687	61.2	749	61.5
世間の評判	20	1.8	16	1.3
安全性	460	41.0	621	51.0
価格	334	29.7	323	26.5
広告のイメージ	5	0.4	9	0.7
感覚、センスに合う	7	0.6	14	1.2
ブランド	5	0.4	13	1.1
品質と価格のバランス	230	20.5	228	18.7
見た目の良さ	5	0.4	4	0.3
はやり (流行)	2	0.2	7	0.6
機能、性能	25	2.2	42	3.5
優越感	1	0.1	1	0.1
自分の好み	66	5.9	89	7.3
価格の安さ	154	13.7	226	18.6
無回答	99	8.8	27	2.2
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

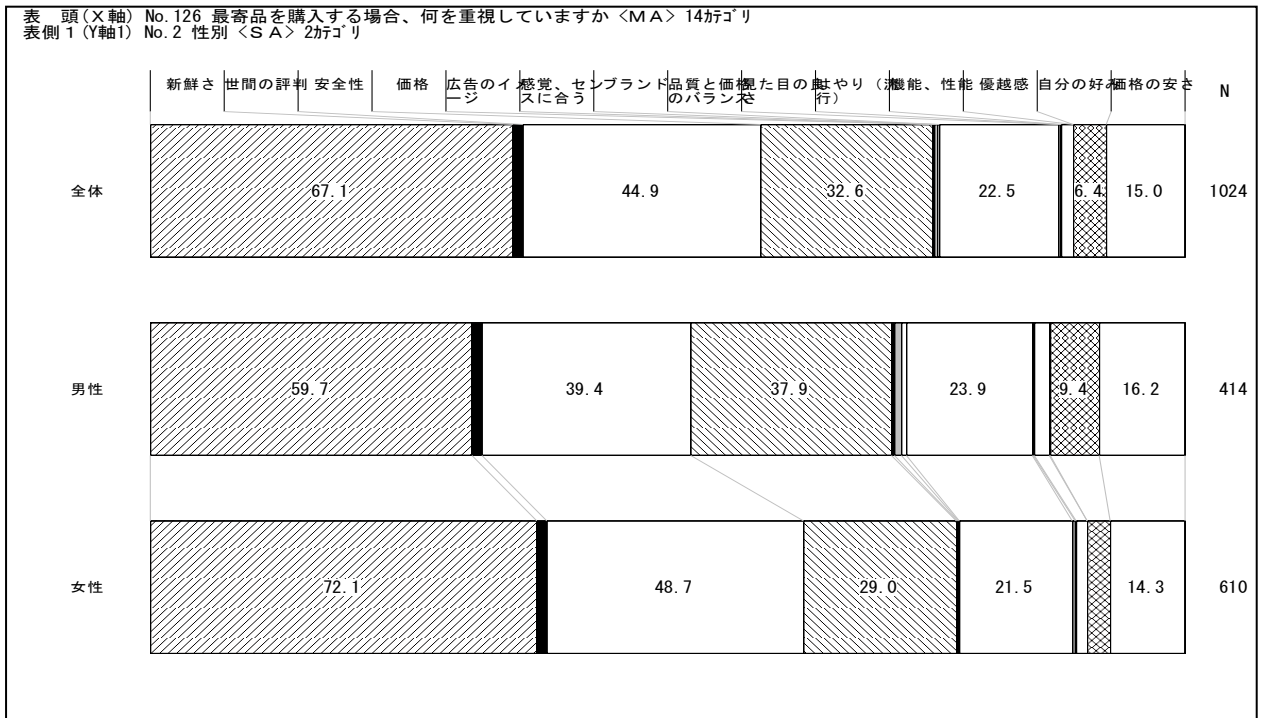
図表 2-3-13

単位：人、%



図表 2-3-14

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

②買回品 (複数回答)

装身具、ハンドバッグ等の買回品購入時に重視する点は、「自分の好み」が43.4%で半数近くを占めて最も多く、以下、「機能・性能」(28.0%)、「感覚・センスに合う」(24.9%)、「品質と価格のバランス」(22.2%)、「価格」(20.0%)などの順番であった。

これを前回調査と比較すると、「自分の好み」(前回調査より3.2ポイント減)と「機能・性能」(同2.6ポイント減)はそれぞれ前回より回答比率は低下したものの順位は1、2番であったが、前回3番目の回答比率であった「品質と価格のバランス」(同3.9ポイント減)が今回は4番目に落ち、変わりに前回4番目の「感覚・センスに合う」(同1.6ポイント増)が1ランク上昇した。

また、年代別では、「自分の好み」・「品質と価格のバランス」は20~30歳代の若い年代に回答が多く、「性能・機能」は高年代の回答が高い比率を示している。

男女別では、男性は「機能・性能」や「見た目の良さ」、「価格の安さ」、「ブランド」を、女性は「自分の好み」、「感覚・センスに合う」などをそれぞれ重視する傾向が見られた。

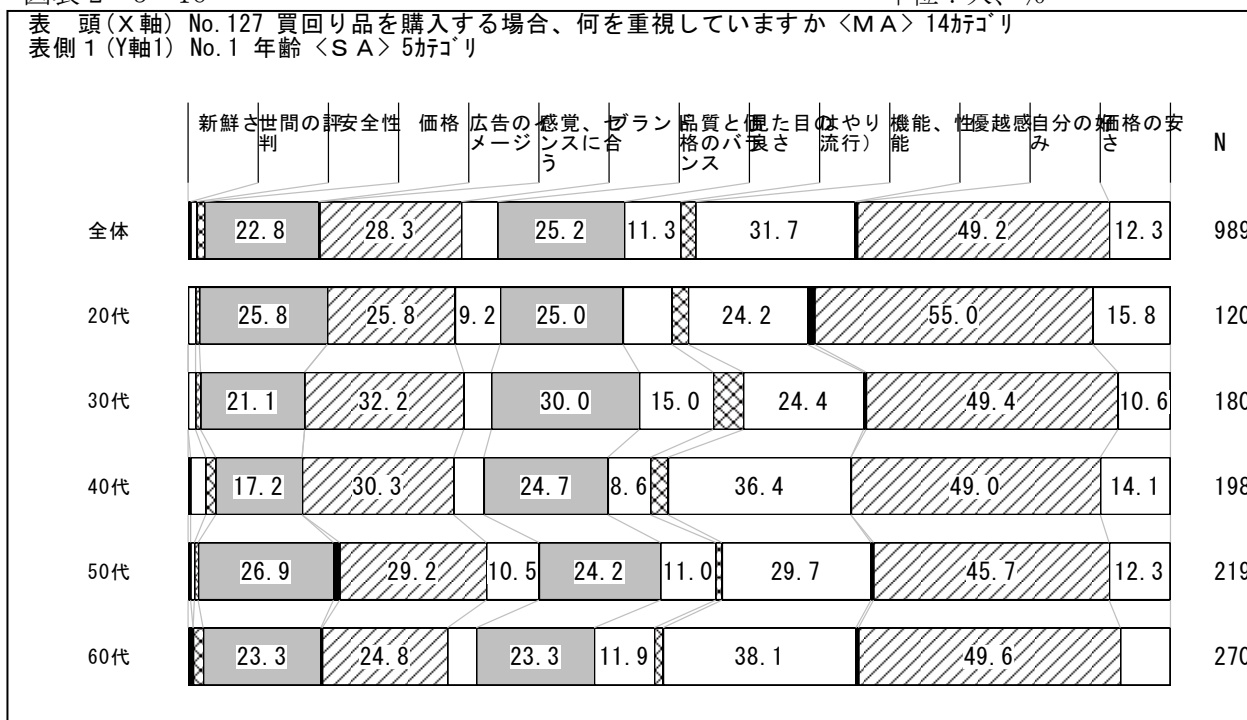
図表 2-3-15

単位：人、%

買回商品購入基準 (複数回答)	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
新鮮さ	5	0.4	14	1.2
世間の評判	13	1.2	16	1.3
安全性	15	1.3	24	2.0
価格	225	20.0	229	18.8
広告のイメージ	4	0.4	2	0.2
感覚、センスに合う	280	24.9	283	23.3
ブランド	72	6.4	79	6.5
品質と価格のバランス	249	22.2	318	26.1
見た目の良さ	112	10.0	139	11.4
はやり (流行)	30	2.7	50	4.1
機能、性能	314	28.0	372	30.6
優越感	6	0.5	4	0.3
自分好み	487	43.4	567	46.6
価格の安さ	122	10.9	149	12.2
無回答	134	11.9	71	5.8
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-16

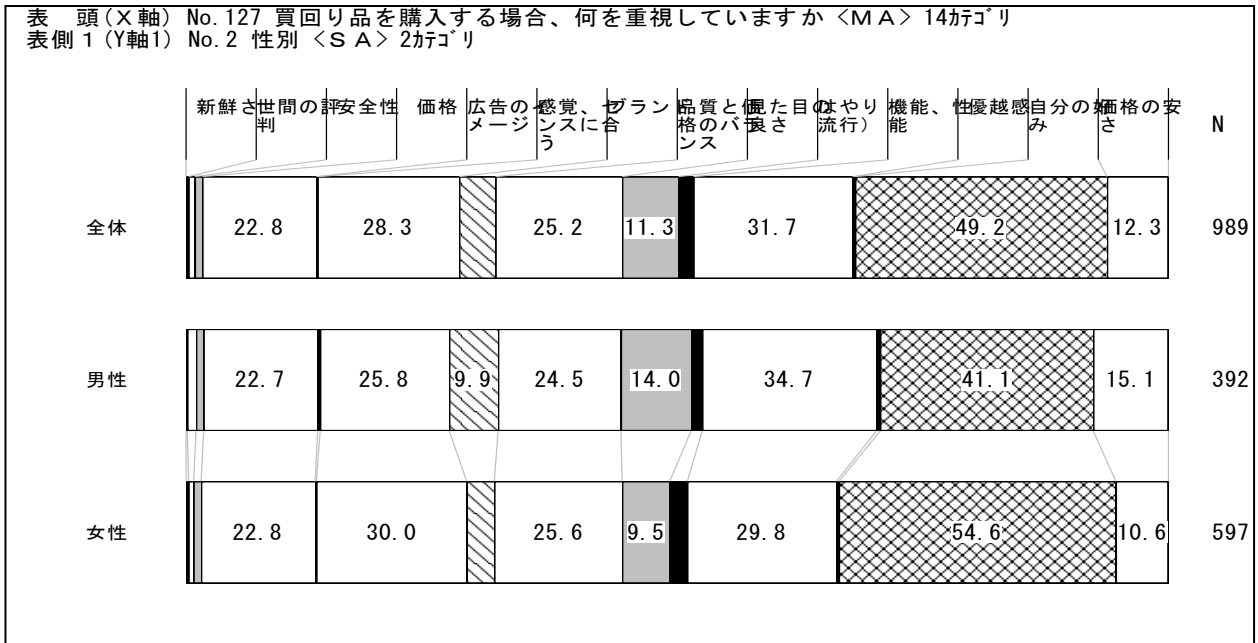
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-17

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(8) 県外への買い物状況

① 買い物頻度

交通網の発達と山梨県内の商業の衰退化、県外へ買い物に行く人が増加しているが、今回の調査結果からは県外へ「よく行く」人は回答者全体の 5.3%と少ないものの、「時々行く」(39.3%)を加えると合計 44.6%となり、前回の合計比率 41.8%より増加し、回答者の半数近い人が県外へ買い物に行っていることが判明した。

年代別では、20 歳代の 68.7%、30 歳代は 60.3%とかなり高い比率で県外に行っており、男女別でも女性の方が県外へ行っている割合が多くなっている。

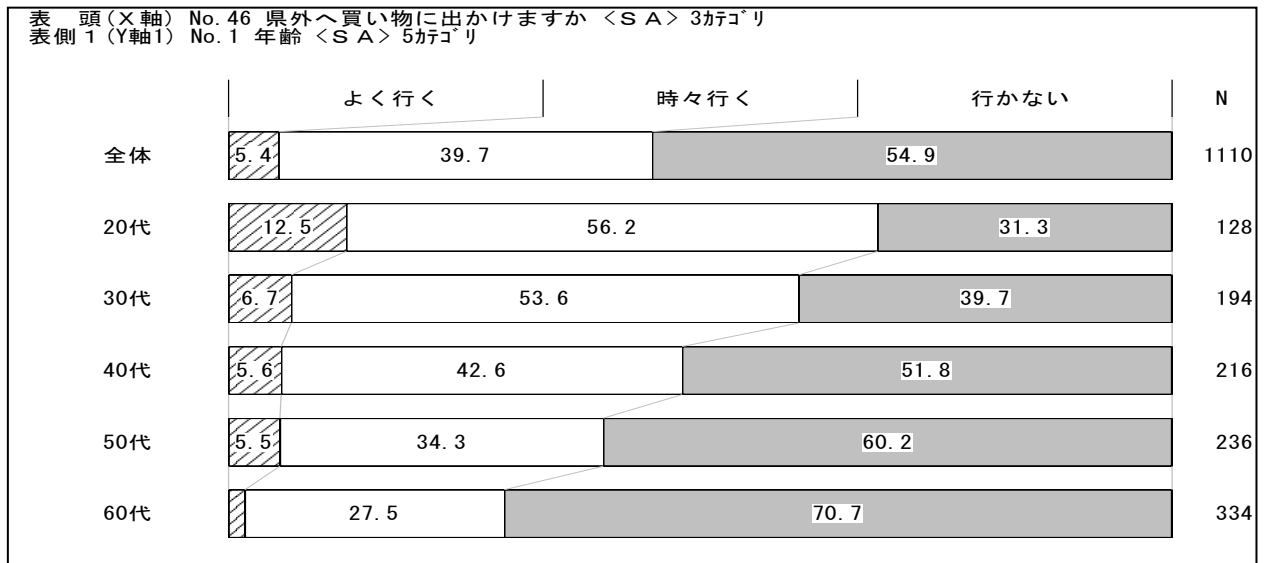
図表 2-3-18

単位：人、%

県外への買い物状況	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
よく行く	60	5.3	73	6.0
時々行く	441	39.3	436	35.8
行かない	609	54.2	688	56.5
無回答	13	1.2	20	1.6
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-19

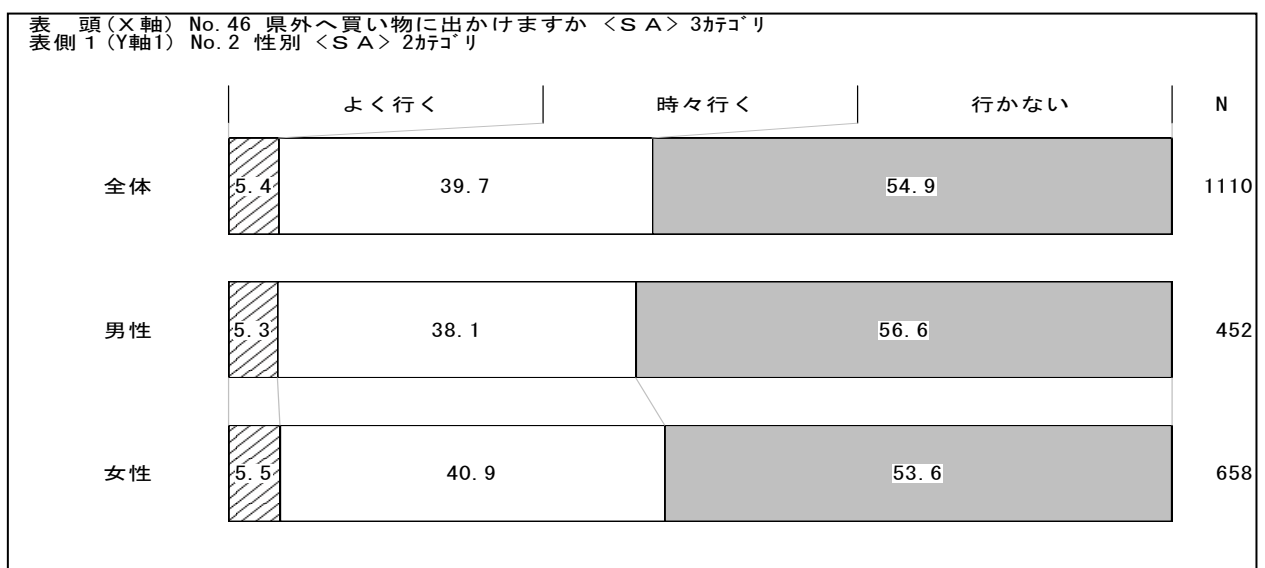
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-20

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

②県外へ買い物に行く理由（複数回答）

県外での買い物理由としては、「洋服を買うため」が26.2%で最も多く、このほか「ウインドウショッピング」(18.0%)、「食事をするため」(15.6%)などが上位であり、3年前の前回調査と比べると順番は前回も今回と同様な結果であった。

図表2-3-21

単位：人、%

県外へ買い物に行く目的 (複数回答)	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
洋服を買うため	294	26.2	334	35.9
食事をするため	175	15.6	192	20.6
映画等を観るため	32	2.8	43	4.6
宝くじ等の購入のため	3	0.3	5	0.5
贈答品の購入のため	39	3.5	44	4.7
ウインドウショッピング	202	18.0	198	21.3
その他	122	10.9	110	11.8
無回答	623	55.5	5	0.5
合 計	1,123	100.0	931	100.0

(9) 郊外の大型ショッピングセンター (SC) への買い物状況

① 買い物頻度

甲府市民が郊外の大型ショッピングセンターの買い物に「良く行く」と回答した人は 16.9%で、「時々行く」の 45.2%を合計すると 62.1%になり前回調査の 60.3%より 1.8 ポイント上昇した。

なお、「あまり行かない」は 27.2%で前回調査の 27.5%と概ね同様な回答比率で、このほか「全く行かない」は 8.8%で前回の 10.3%より 1.5 ポイント低下した。

年代別では、若い人になるほど「よく行く」・「時々行く」の割合が高く、特に 30 歳代では 73.7%と概ね 4 人に 3 人が郊外型大型 SC を利用し、最も利用状況が少ない 60 歳代でも 52.9%と過半数の回答者が「よく行く」・「時々行く」と答えている。

これを甲府市の地域別で見ると、「南部地域」が「よく行く」・「時々行く」合計で 69.4%と最も利用度比率が高く、以下「北部地域」(65.5%)、「西部地域」(63.1%)、「中央部地域」(55.2%)、「東部地域」(52.2%) の順となっている。

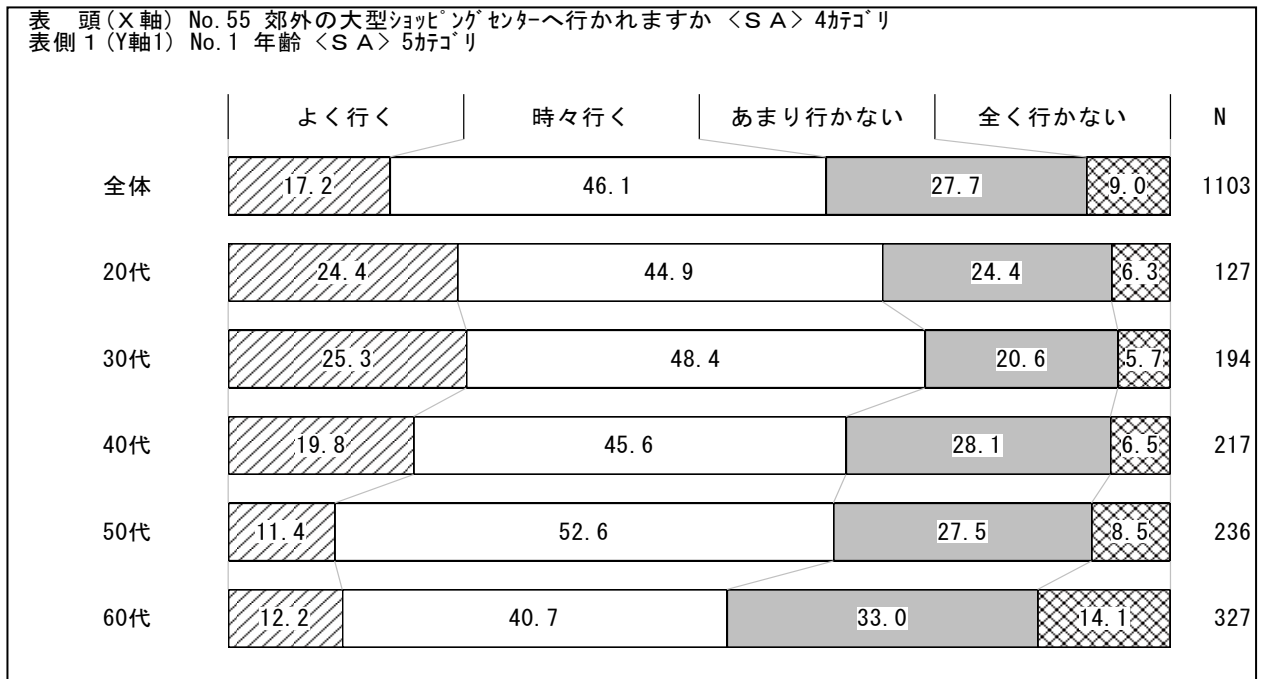
図表2-3-22

単位：人、%

郊外 SC 買い物頻度	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
よく行く	190	16.9%	222	18.2
時々行く	508	45.2%	512	42.1
あまり行かない	306	27.2%	335	27.5
全く行かない	99	8.8%	125	10.3
無回答	20	1.8%	23	1.9
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-23

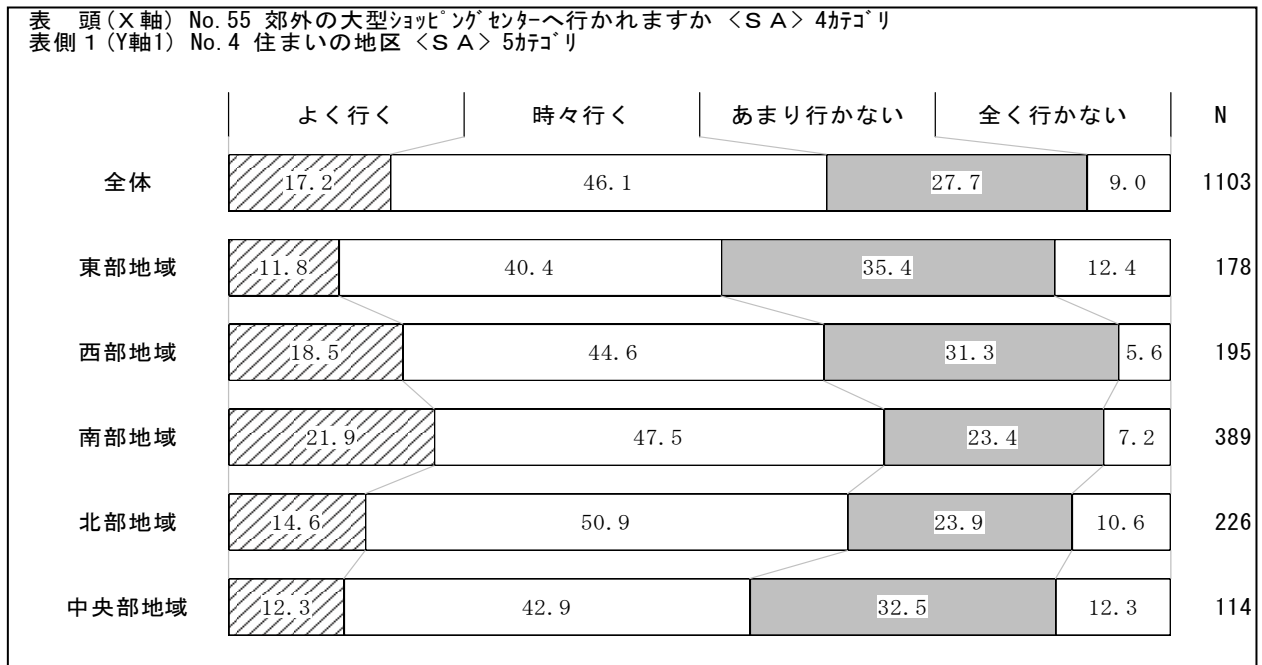
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-24

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

②買い物理由(複数回答)

郊外の大型ショッピングセンターへ行くと回答した人について、その理由を質問したところ、「品物の種類が豊富」が53.8%でトップ回答であり、以下「無料の駐車場がある」(29.5%)、「車が止め易い」(23.2%)、「品物の値段が安い」(14.4%)、「近場にあるため」(10.6%)などの順となっている。

これを、3年前に実施した前回調査と比較すると、上位の順位は同じような傾向となっているが、回答割合は、「品物の種類が豊富」(前回79.3%)が今回は25.5ポイントと大幅に比率が減少しているほか、「無料駐車場がある」も前回の50.3%から20.8ポイント減、「車が止めやすい」は40.2%から17.0ポイント減など総じて低下傾向が見られる

なお、回答比率が増加しているのは、「おいしいものがある」(0.8ポイント増)、「娯楽(映画・パチンコ等)」(3.0ポイント増)など一部項目に過ぎなかった。

ちなみに、年代別では高齢者になるほど「無料の駐車場がある」・「車が止め易い」などの車に関する項目が上位に入り、年齢層が若くなるにつれて「娯楽(映画・パチンコ等)」や「おいしいものがある」等が多くなる傾向が見られた。

このほか男女別では、男性は「車が止め易い」・「近場にあるため」・「品物の値段が安い」などが平均値を上回り、女性は「品物の種類が豊富」・「無料の駐車場がある」・「おいしいものがある」などが平均より高い回答比率を示している。

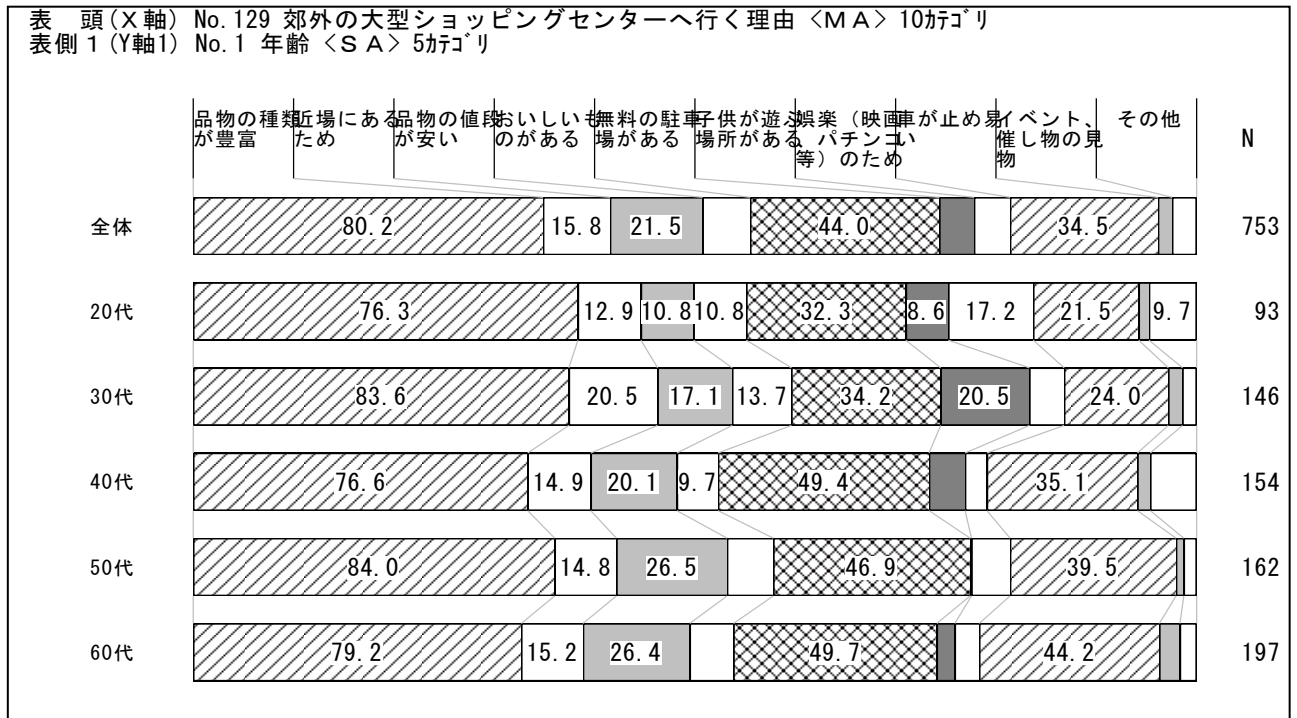
図表2-3-25

単位：人、%

郊外SCへ行く理由 (回答者限定・複数回答)	今回(H23年)調査		前回(H20年)調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
品物の種類が豊富	604	53.8	582	79.3
近場にあるため	119	10.6	117	15.9
品物の値段が安い	162	14.4	208	28.3
おいしいものがある	84	7.5	49	6.7
無料の駐車場がある	331	29.5	369	50.3
子供が遊ぶ場所がある	61	5.4	48	6.5
娯楽(映画、パチンコ等)のため	63	5.6	19	2.6
車が止め易い	260	23.2	295	40.2
イベント、催し物の見物	25	2.2	33	4.5
その他	44	3.9	34	4.6
無回答	370	32.9	0	0.0
合 計	1,123	100.0	734	100.0

図表2-3-26

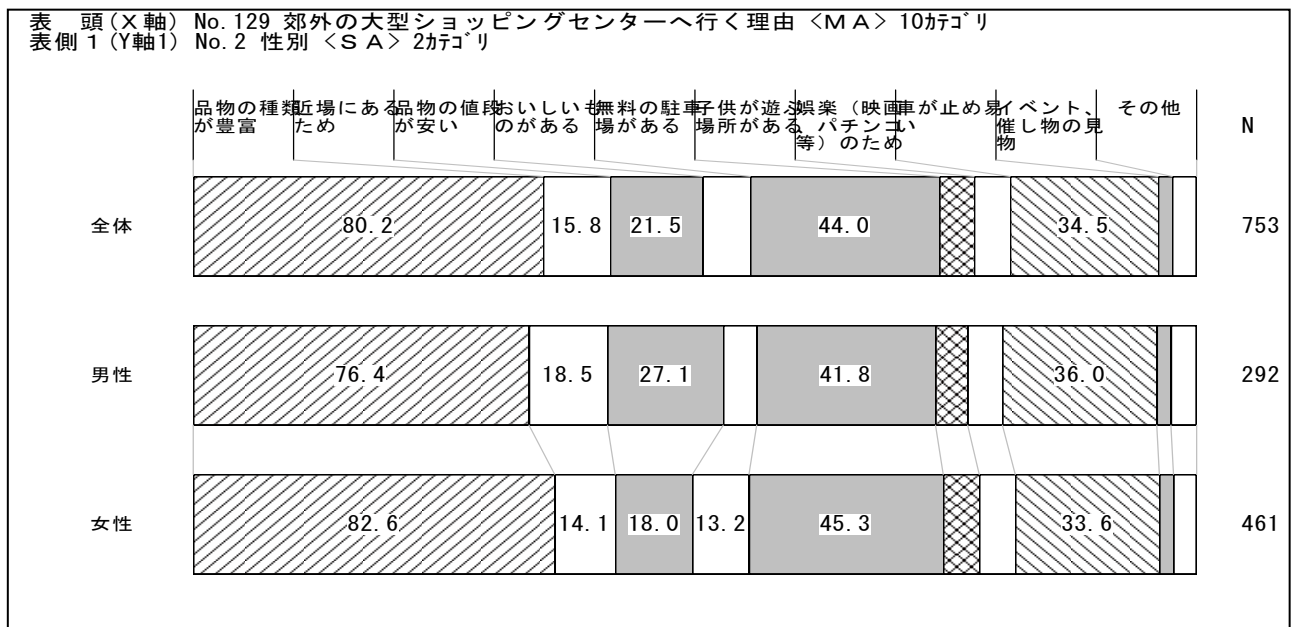
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表2-3-27

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(10) コンビニエンスストア利用状況

①週の利用回数

コンビニエンスストアを利用する状況としては「週に1～2回程度」が42.6%で最も多く、「ほとんど利用しない」は30.2%であった。

なお、「週3～4回程度」が18.3%、「週5回以上」が7.7%となっている。

これを前回の調査結果と比較すると、概ね同様な回答傾向が見られた。

年代別では高齢になるにつれてほとんど利用しない者の割合は増加する一方で、利用頻度は下がるものの、週に1～2回程度利用すると答えた者の割合も増加する傾向が見られた。

なお、男女別では男性の方が女性より利用度は高い傾向が見られた。

■今回調査結果

図表2-3-28 単位：人、%

コンビニエンスストアの利用状況	回答数	構成比
週1～2回程度	478	42.6
週3～4回程度	206	18.3
週5回以上	86	7.7
ほとんど利用しない	339	30.2
無回答	14	1.2
合計	1,123	100.0

■前回調査結果

図表2-3-29 単位：人、%

コンビニエンスストアの利用状況	回答数	構成比
週1～2回程度	559	45.9
週3～4回程度	148	12.2
週5回以上	90	7.4
ほとんど利用しない	396	32.5
無回答	24	2.0
合計	1,217	100.0

図表2-3-30

単位：人、%

表 頭(X軸) No. 60 コンビニエンスストアを利用されますか <SA> 4カテゴリ
表側1(Y軸1) No. 1 年齢 <SA> 5カテゴリ

	週1～2回程度	週3～4回程度	週5回以上	ほとんど利用しない	N
全体	43.0	18.6	7.8	30.6	1109
20代	33.5	31.3	16.4	18.8	128
30代	42.1	21.0	11.8	25.1	195
40代	40.5	21.7	9.7	28.1	217
50代	45.6	16.9	4.2	33.3	237
60代	47.3	11.5		37.9	330

注. グラフには無回答分は含んでいない

②購入する商品（複数回答）

コンビニエンスストアで購入する商品は、「弁当・パン・飲み物」が70.2%で最も多く、以下「公共料金の支払い」（33.2%）、「雑誌等」（14.6%）、「コピー機の利用」（13.1%）などの順となっている。

前回調査との比較でも順位に変化はないが、「公共料金の支払い」が前回より6.2ポイント上昇し、「雑誌等」は反対に4.6ポイント減少している。

なお、年代別においては、「公共料金の支払い」と「コピー機の利用」は高齢者になるほど回答比率が高まっているが、他の項目については若い年齢層ほど回答する割合が多くなっている。

このほか、男女別では男性が「弁当・パン・飲み物」・「雑誌等」において女性より高い数値を示しており、女性は「公共料金の支払い」や「コピー機の利用」、「チケット購入」で男性の回答数値を上回っている。

図表2-3-31

単位：人、%

コンビニエンスストアの利用目的	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
弁当、パン、飲み物	788	70.2	861	70.7
雑誌等	164	14.6	236	19.4
チケットの購入	67	6.0	73	6.0
公共料金の支払	373	33.2	328	27.0
コピー機の利用	147	13.1	187	15.4
その他	92	8.2	119	9.8
無回答	140	12.5	173	14.2
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表2-3-32

単位：人、%

表 頭(X軸) No.130 コンビニエンスストアで購入する物 <MA> 6カテゴリ
表側1(Y軸1) No.1 年齢 <SA> 5カテゴリ

	弁当、パン、飲み物	雑誌等	チケットの購入	公共料金の支払	コピー機の利用	その他	N	
全体	80.2			16.7	37.9	15.0	983	
20代	87.5			25.0	8.3	31.7	15.0	120
30代	80.3			14.6	10.1	36.0	10.7	178
40代	82.6			19.3	8.2	36.7	13.0	207
50代	80.4			17.1		40.7	16.1	199
60代	74.8			12.2		41.0	18.3	278

注. グラフには無回答分は含んでいない

(11) 地元商店に望むこと（複数回答）

地元に着した商店に対して、地域の生活者が求めることとしては、「良いものを安い値段で」が全体の 59.1%を占めて圧倒的に多くなっている。

このほかでは、「商品を豊富に（品揃えをよく）」が 36.0%で、以下「1カ所で何でもそろろう」（27.3%）、「常に新しい商品の提供（新鮮、流行）」（23.8%）、「商品の品質の向上」（23.2%）、「店舗を明るくきれいに」（20.7%）などの順となっている。

この結果を3年前の前回調査と比較すると、概ね前回と同様の結果となっているが、回答比率が大きく変化した項目としては、「接客・サービスの向上」（前回調査より 2.9ポイント増）と「1カ所で何でもそろろう」（同 1.9ポイント増）などが各増加し、反対に「営業時間延長・営業日数の増加」（3.4ポイント減）、「商品を豊富に」（2.6ポイント減）、「良いものを安い値段で」（同 2.2ポイント減）等はそれぞれ減少している。

これは、近隣にコンビニエンスストアなどが進出したことによる影響等もあると見られる。

図表 2-3-33

単位：人、%

地元の商店に望むこと （複数回答）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
店舗を明るくきれいに	232	20.7	251	20.6
良いものを安い値段で	664	59.1	746	61.3
1カ所で何でもそろろう	307	27.3	309	25.4
商品を豊富に（品揃えをよく）	404	36.0	470	38.6
商品の品質の向上	261	23.2	283	23.3
営業時間の延長、営業日数の増加	101	9.0	151	12.4
常に新しい商品の提供（新鮮、流行）	267	23.8	301	24.7
接客・サービスの向上	184	16.4	164	13.5
その他	75	6.7	64	5.3
無回答	32	2.8	42	3.5
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-34

単位：人、%

表 頭(X軸) No. 131 地元の商店に望む事 <MA> 9カテゴリ
表 側(Y軸) No. 2 性別 <SA> 2カテゴリ

	店舗を明るくきれいに	良いものを安い値段で	1カ所で何でもそろろう	商品を豊富に（品揃えをよく）	商品の品質の向上	営業時間の延長、営業日数の増加	常に新しい商品の提供（新鮮、流行）	接客・サービスの向上	その他	N
全体	21.3	60.9		28.1	37.0		23.9	24.5	16.9	1091
男性	20.9	60.2		27.0	35.0		18.4	21.1	19.3	440
女性	21.5	61.3		28.9	38.4		27.6	26.7	15.2	651

注. グラフには無回答分は含んでいない

これを男女別で見ると、男性は「接客・サービスの向上」が全体の結果を上回り、女性は「商品品質の向上」・「常に新しい商品の提供」などを求める回答が全体の結果より高い比率であった。

このほか、年代別での回答状況の特徴としては、「店舗を明るくきれいに」・「営業時間延長・営業日数の増加」・「接客・サービスの向上」などにおいては年齢が若くなるほど回答者比率が増加し、反対に「良いものを安い値段で」・「商品を豊富に」・「商品品質の向上」等は高齢者になるほど回答比率が増加する傾向が見られた。

図表 2-3-35

単位：人、%

表 頭(X軸) No. 131 地元の商店に望む事 <MA> 9カテゴリ											
表 側 1(Y軸1) No. 1 年齢 <SA> 5カテゴリ		店舗を明るくきれいに	良いものを安い値段で	1カ所でもいろいろ	商品が豊富に(品揃えをよく)	商品の品質の向上	営業時間の延長、営業日数の増加	常に新しい商品の提供(新鮮、流行)	接客・サービスの向上	その他	N
全体		21.3	60.9		28.1	37.0	23.9	9.3	24.5	16.9	1091
20代		30.7	52.0		22.8	27.6	13.4	14.2	23.6	15.0	127
30代		30.5	55.1		27.3	34.2	18.7		24.1	18.2	187
40代		19.2	57.3		28.2	39.0	25.8		21.6	20.7	213
50代		16.2	68.1		25.1	37.4	26.0	9.8	22.1	17.4	235
60代		17.1	64.5		33.0	40.4	28.4		28.7	14.1	327

注. グラフには無回答分は含んでいない

(12) 地元商店街への要望(複数回答)

地元の商店街に対する要望としては、前回調査と同様「駐車場の整備」が66.3% (前回67.1%) と全体の2/3を占めて最も多かった。

このほかでは、やはり前回の調査結果と同じ「ゆったりと買い物ができる」が35.0% (前回35.5%) で2番目となり、次いで「商店街の核となる店舗がほしい」が25.9% (前回23.3%) などの順であった。

ただ、前回の調査では4番目に多い回答率であった「夜も明るい商店街に」(前回22.0%) は14.5%と低下して6番目となり、代わりに「休憩できる場所を」が18.3% (前回16.0%) と増加して順位が逆転している。

その他では「共通商品券・ポイントカードの発行」が15.7% (前回14.1%) と増加し、「定期的な大売出しの実施」は13.4% (前回16.5%) で3.1ポイント低下した。

これを年代別で見ると、「商店街の核となる店舗がほしい」や「夜も明るい商店街に」、「イベントの実施」などについての回答は比較的若い年齢層に多くみられ、「駐車場の整備」、「ゆったりと買い物ができる」等は反対に高年代になるほど回答比率が高くなる傾向が見られた。

なお、男女別では、男性は「夜も明るい商店街に」・「休憩できる場所を」が全体の数値を上回り、女性は、「駐車場の整備」、「共通商品券・ポイントカードの発行」などが男性の結果を上回っている。

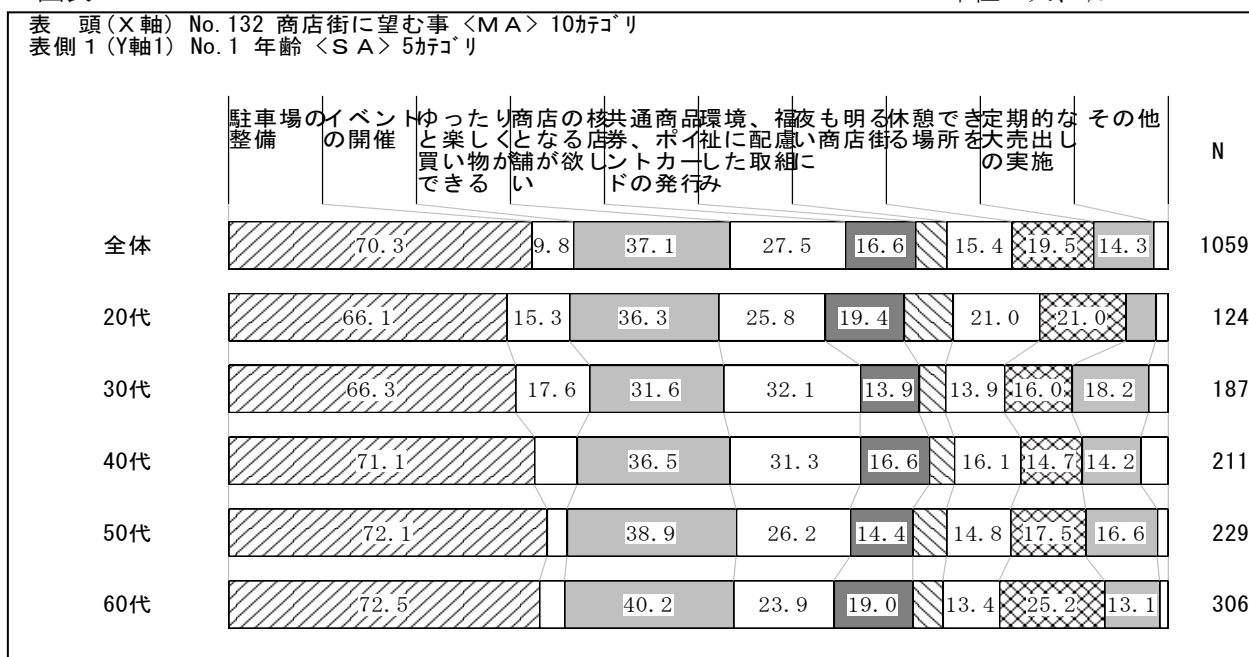
図表 2-3-36

単位：人、%

地元商店街に望むこと (複数回答)	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
駐車場の整備	745	66.3	816	67.1
イベントの実施	104	9.3	77	6.3
ゆったりと買い物ができる	393	35.0	432	35.5
商店街の核となる店舗がほしい	291	25.9	283	23.3
共通商品券、ポイントカードの発行	176	15.7	171	14.1
環境、福祉に配慮した取組み	80	7.1	102	8.4
夜も明るい商店街に	163	14.5	268	22.0
休憩できる場所を	206	18.3	195	16.0
定期的な大売出しの実施	151	13.4	201	16.5
その他	40	3.6	45	3.7
無回答	64	5.7	51	4.2
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-37

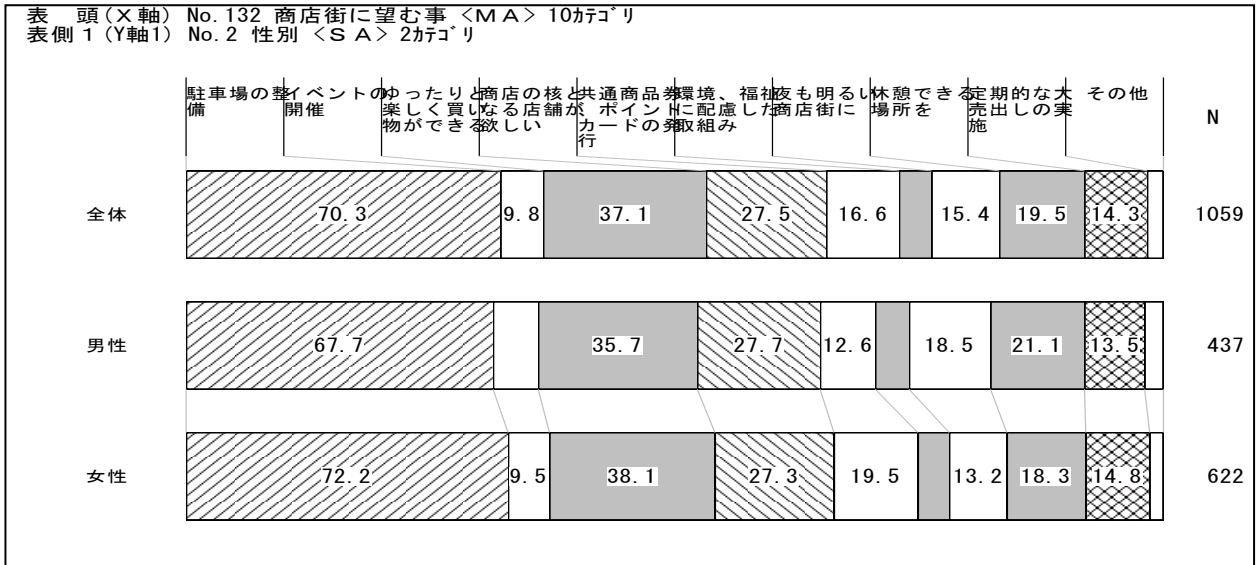
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-38

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(13) 地元商店・商店街で購入する商品の満足度

地元の商店や商店街での買い物満足度に関しては、「まあ満足している」が44.7%で、これに「満足している」(3.8%)を加えると合計48.5%と半数近くになっているが、前回の同合計数値の55.7%と比較すると7.2ポイント低下した。

一方、「やや不満」(22.3%)と「不満である」(15.1%)合計は37.4%となり、前回調査の合計数値35.3%と比べて2.1ポイント上昇し、地元の商店や商店街に対する厳しい見方が判明した。

これを年代別にみると、40歳代を境として、若くなるほど不満の回答割合が高く、高齢化するほど満足とする回答比率が上がっている。

なお男女別では、女性の方が男性より「満足している」とする回答比率が比較的高い傾向が見られる。

また満足している理由としては、「必要なものは入手できる。近所でとりあえず物がそろそろ。品物が豊富」との意見が最も多く、「品質が良い。新鮮でおいしい」、「親切。家庭的。接客が良い。」などの意見も複数であった。

一方、不満足の原因としては、「品揃えが余りよくない。欲しい物、買いたい物が無い」や「地元や近隣に商店街がない」などの回答のほか、「行かない。知らない。行きにくい」や「商品の質、新鮮さに不満がある」等の意見が上位となっている。

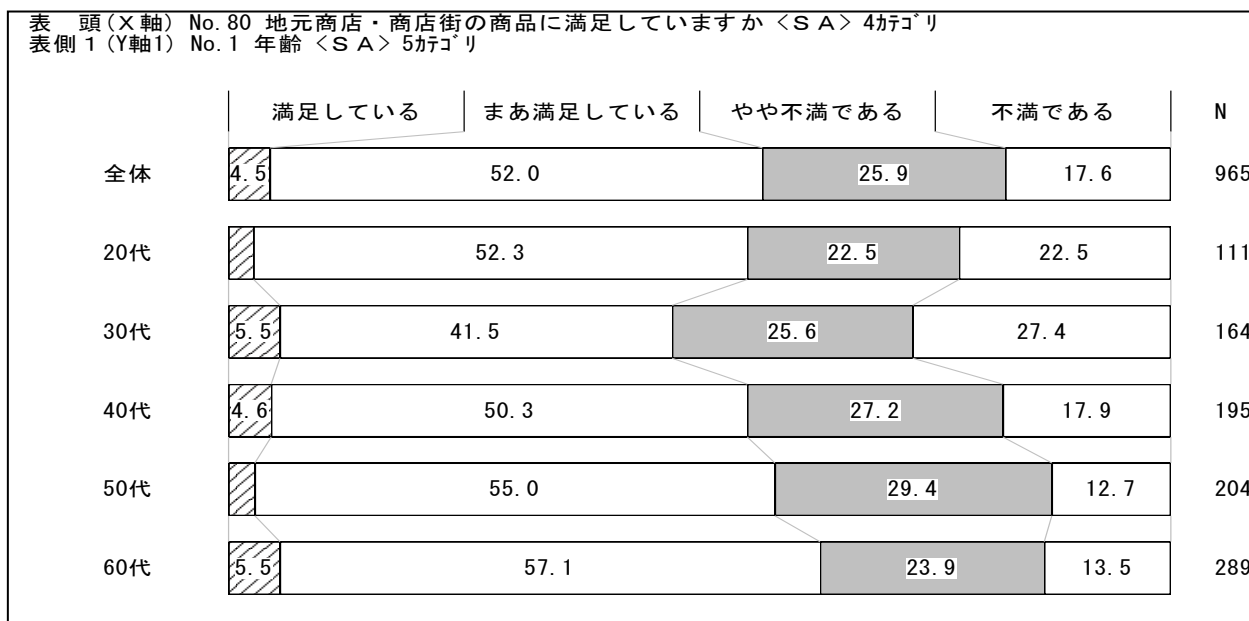
図表 2-3-39

単位：人、%

地元商店・商店街の 購入商品満足度	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
満足している	43	3.8	66	4.9
まあ満足している	502	44.7	591	50.8
やや不満である	250	22.3	295	24.2
不満である	170	15.1	150	11.1
無回答	158	14.1	115	9.0
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-40

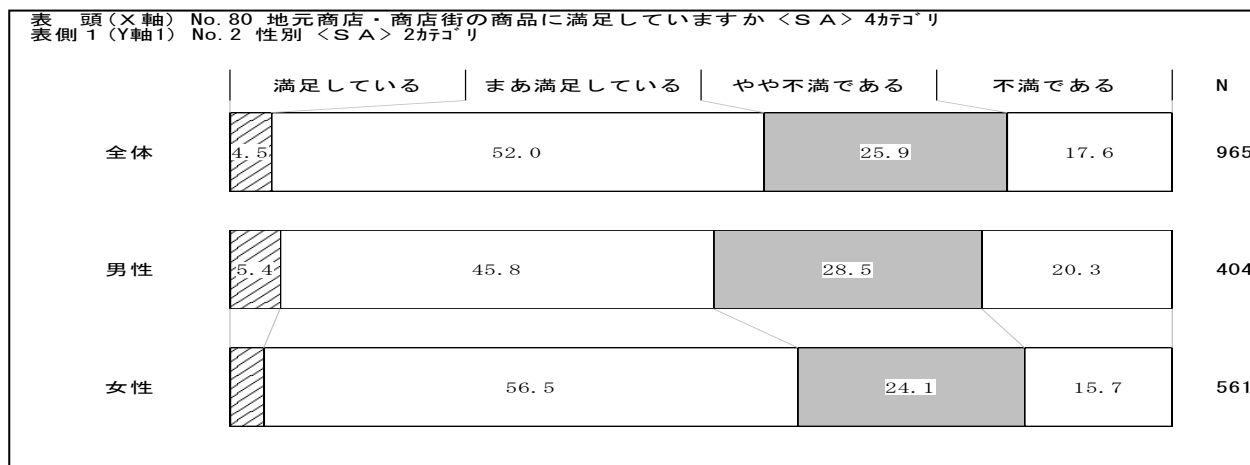
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-41

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(参考) 地元商店及び商店街で購入している商品に満足及び不満足の原因

(1) 満足している理由

- ・必要なものは入手できる。近所でとりあえず物がそろう。品物豊富。(同様意見、計 71)
- ・品質が良い。新鮮でおいしい。(同様意見 10)
- ・親切。家庭的。接客が良い。(同様意見 9)
- ・安売り、割引ポイントカード、タイムサービスがある。(同様意見 3)
- ・不満な点がない。(同様意見 2)
- ・24 時間営業なので。(同様意見 2)
- ・手作りなのが良い。(同様意見 2)
- ・車も止めやすく近い。
- ・オギノ城東店にしろサンドラッグにしろいろいろな品物がたくさんある。
- ・結構遅い時間まで営業している店が多いので助かります。
- ・個人の専門店もあり車さえあればスーパーの商品によりよい物が買える
- ・この地域は、ショッピングセンター、大型本屋などがある為。
- ・広告などを利用するので買いやすい。
- ・仕事の帰りで寄れるから。

(2) 不満足の原因

- ・品揃えが余りよくない。欲しい物、買いたい物が無い。(同様意見、計 116)
- ・地元商店街がない。近隣にない。(同様意見 68)
- ・行かない。知らない。行きにくい。(同様意見 31)
- ・商品の質、新鮮さに不満がある。(同様意見 17)
- ・価格が高い。(同様意見 14)
- ・活気がない。暗い。古い。(同様意見 12)
- ・駐車場代がかかる。車が止められない。(同様意見 5)
- ・店に入りにくい。(雰囲気) (同様意見 4)
- ・子連れむけではない。
- ・帰宅時にあいていない。
- ・放射性物質が多く飛来した地域の食材が多く購入するのに困る。
- ・魅力がない。
- ・個人商店が激減しており、専門性が無くなってしまった。
- ・移転して不便に。
- ・ポイントカードがない。
- ・総合的に取り揃えた食品店が、一店舗位しかないの。
- ・地元商店が隣接していなくて不便。
- ・特徴がない。どこでも買える。
- ・業種的に少ない。
- ・休みがありこまる。

(3) その他理由

- ・生協を利用しているので。(同様意見、計 2)
- ・年寄り向けになってきている気がする。
- ・品揃えと価格がわかりづらい。
- ・良くも悪くもないため。
- ・定番のものしか買わない。
- ・それを目当てに購入しているから。
- ・品物によって店を決めているため。
- ・近いのに遠い。
- ・時間がない為、ぎん味するような物を購入しない。
- ・CS の問題は、個人の価値観で商品等を選択しているの、満足出来るところから調達すればよい。
- ・接客、品物、価格。
- ・昔よりは商店街が閉ざされてしまっていますが、ないよりはいいと思う。
- ・衣服は、購入した事がない。
- ・通勤帰りに足りないものを買うだけなので。
- ・小さくても、専門店であってほしい。

(14) 甲府市中心商店街について

①中心商店街に望むこと（複数回答）

甲府市中心商店街へ望むこととしては、「無料駐車場」が76.8%で圧倒的に多かった。

このほかでは、「ゆったりと楽しく買い物」が26.7%で、以下、「核となる大型店舗の誘致」(23.9%)、「ウインドウショッピングができる」(21.2%)、「幅広い客層が集える場所」(16.8%)などの順となっている。

これを3年前の前回調査の結果と比較すると、「無料駐車場」は前回(76.5%)も今回と同様に高率の回答となっており、過去の結果を見ても常に70%台で上位となっている。総じて前回と同様な傾向が見られた。

この中で目立った変動項目としては「営業時間の延長」が5.4ポイント低下しているが、これは商店街等の調査結果と同様に24時間営業のコンビニエンスストアなどの増加により、生活者が特に不便を感じなくなったものといえる。

年代別では、「ウインドウショッピングができる」、「核となる大型店舗の誘致」、「営業時間の延長」などは若い年代層に回答する割合が多く、「ゆったりと楽しく買い物」「高齢者が安心して買い物ができる」等は年代が上がるにしたがって回答比率が高くなる傾向が見られた。

また男女別では、「無料駐車場」、「ウインドウショッピングができる」などは女性の回答比率が男性より高く、「核となる大型店舗の誘致」や「営業時間の延長」等は男性の回答率が女性を上回っている。

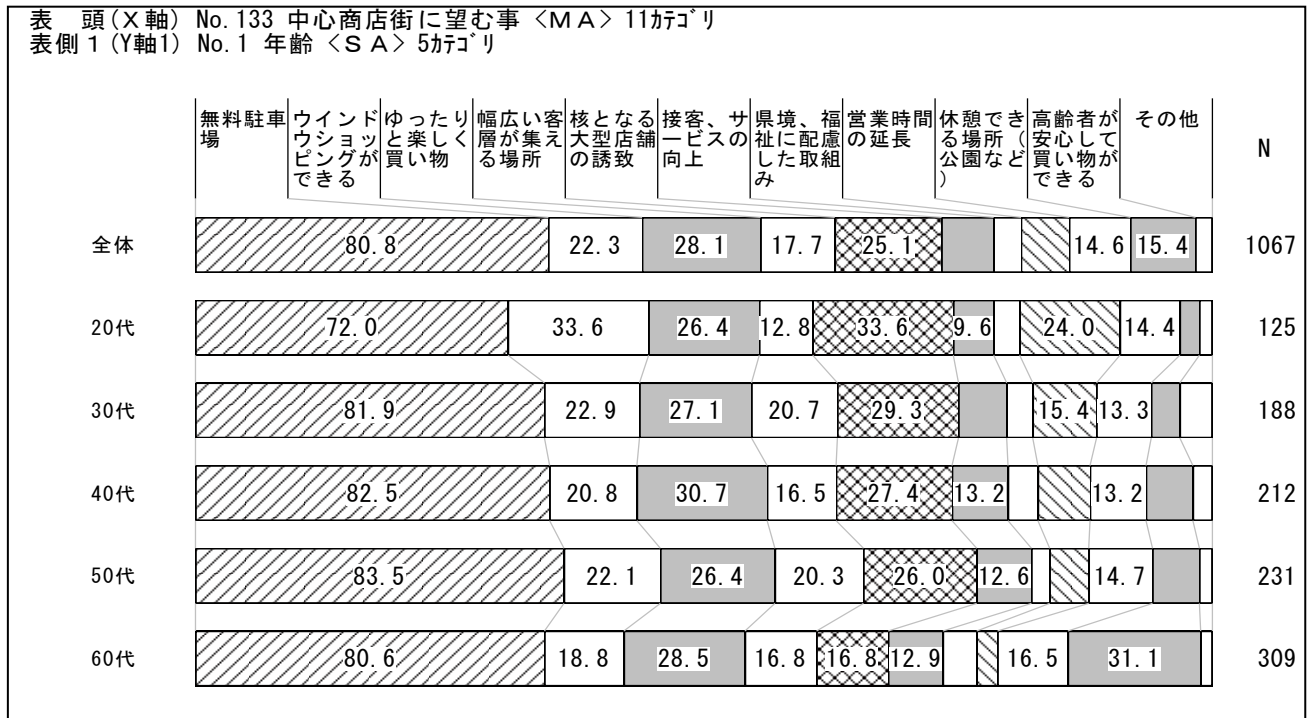
図表2-3-42

単位：人、%

甲府中心商店街に望むこと (複数回答)	今回 (H23年) 調査		前回 (H20年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
無料駐車場	862	76.8	931	76.5
ウインドウショッピングができる	238	21.2	223	18.3
ゆったりと楽しく買い物	300	26.7	339	27.9
幅広い客層が集える場所	189	16.8	218	17.9
核となる大型店舗の誘致	268	23.9	297	24.4
接客、サービスの向上	131	11.7	147	12.1
環境、福祉に配慮した取組み	71	6.3	94	7.7
営業時間の延長	122	10.9	198	16.3
休憩できる場所(公園など)	156	13.9	156	12.8
高齢者が安心して買い物ができる	164	14.6	164	13.5
その他	45	4.0	54	4.4
無回答	56	5	40	3.3
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-43

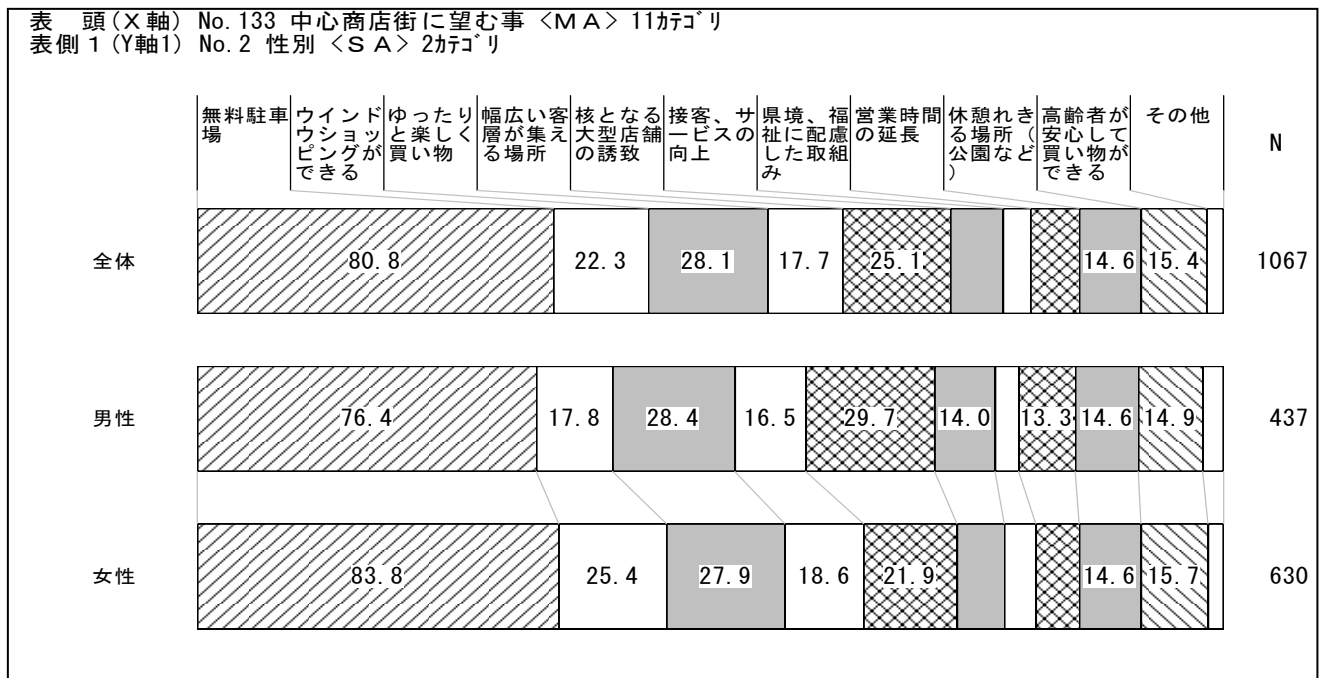
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-44

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

②中心商店街での商品購入満足度

「満足している」(1.8%)と「まあ満足している」(30.6%)を合計すると32.4%で、反対に「不満である」(21.9%)、「やや不満である」(28.0%)の合計は49.9%と半数を占め、多くの甲府市民は中心商店街での購入商品に不満を感じていることが判明した。

なお、この傾向は前回の調査結果においても「不満である」・「やや不満である」を合計すると48.1%であり、今回と同様に中心商店街での買い物に不満を感じている人が多いといえる。

年代別では若い年代に不満が多く、特に30歳代では「不満」・「やや不満」合計で73.2%とかなり高い比率となっている。

また男女別では、男性の方が不満とする回答が多かった。

なお、中心商店街での商品購入にあたって満足している理由としては、「品揃えが良い」、「個性的な店がある」、「品質が良い」などが多く、反対に不満足の原因としては、「駐車場の問題」が圧倒的に多く、以下「品揃えが悪い」、「行きたい店がない、魅力がない」、「行くことがあまりない」、「値段が高い等価格への不満」などが上位となっている。

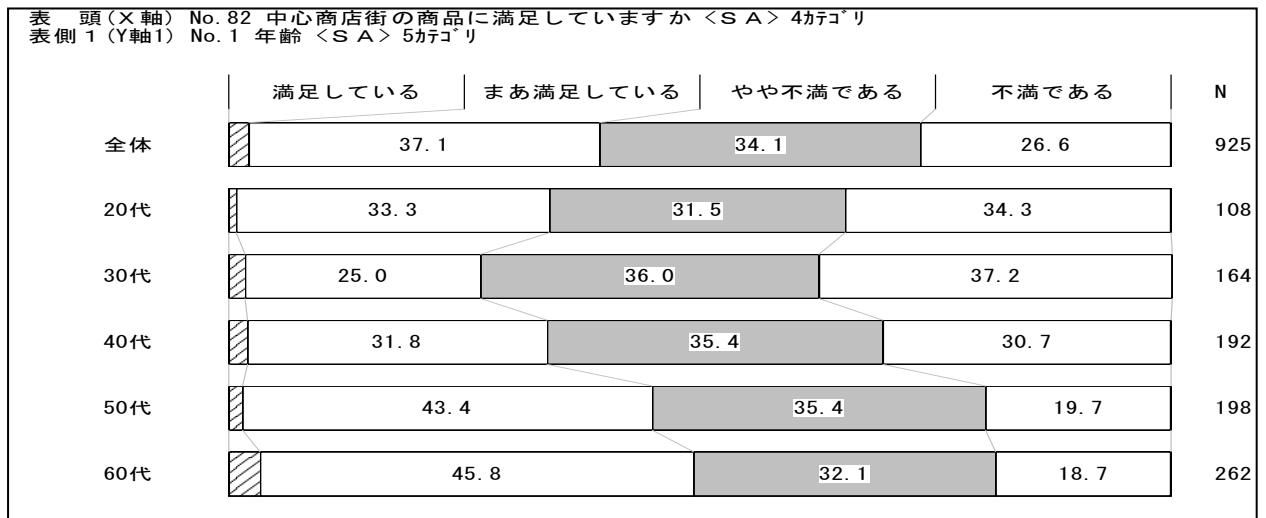
図表2-3-45

単位：人、%

中心商店街での商品 購入満足度	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
満足している	20	1.8	32	2.6
まあ満足している	344	30.6	443	36.4
やや不満である	315	28.0	370	30.4
不満である	246	21.9	216	17.7
無回答	198	17.6	156	12.8
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表2-3-46

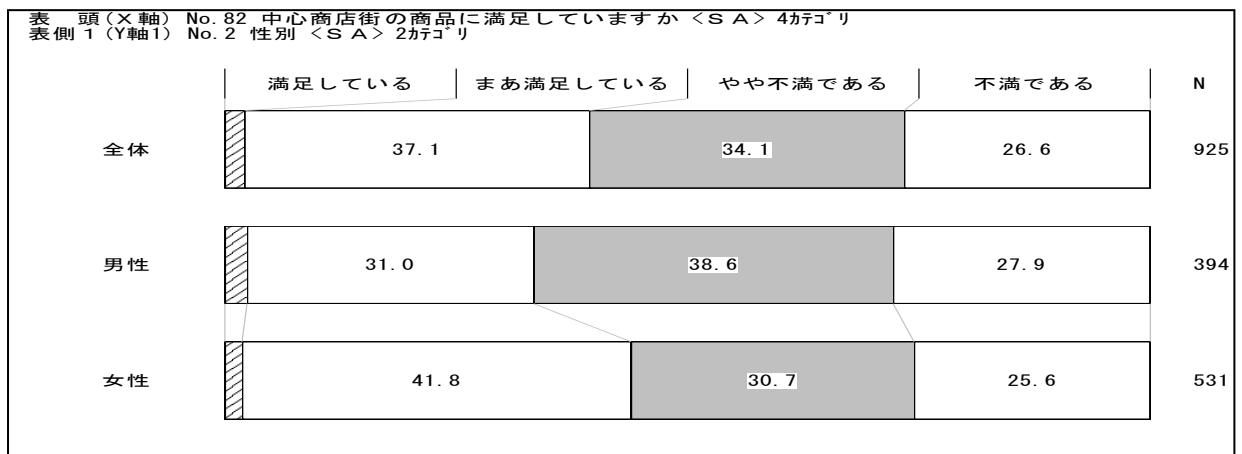
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表2-3-47

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(参考) 中心商店街で購入している商品に満足及び不満足の原因

(1) 満足している理由

- ・品揃えが良い。(同様意見、計 16)
- ・個性的な店がある。(同様意見 6)
- ・品質が良い。(同様意見 6)
- ・安心して買い物ができる。(同様意見 2)
- ・贈答品に安心して購入できる。(同様意見 2)
- ・イベントが多い。
- ・必要に応じて利用している。
- ・ゆったり楽しく買い物ができる。
- ・急に必要になった時に利用する。
- ・品質と価格のバランスがあっている。

(2) 不満足の原因

- ・駐車場の問題。(同様意見、計 108)
- ・品揃えが悪い。(同様意見 54)
- ・行きたい店がない、魅力がない。(同様意見 36)
- ・行くことがあまりない。(同様意見 36)
- ・値段が高い等、価格への不満。(同様意見 32)
- ・活気がない。(同様意見 22)
- ・欲しいものがない。(同様意見 16)
- ・空き店舗が多い、シャッター通りになってしまっている。(同様意見 10)
- ・交通手段が限られ不便である。(同様意見 9)
- ・店員の態度がわるい、入りにくい。(同様意見 8)
- ・店を知らない、行きにくい、行きたくない。(同様意見 6)
- ・楽しくない。(同様意見 5)
- ・店が消えていくとともに少ない、さびしい。(同様意見 5)
- ・遠い。(同様意見 5)
- ・コソリへの不満。(同様意見 5)
- ・流行にそぐわない。(同様意見 4)
- ・イベントや宣伝をやってほしい。(同様意見 4)
- ・品質が悪い。(同様意見 4)
- ・若者の店が欲しい。(同様意見 4)
- ・買ったことがない。(同様意見 4)
- ・ブランドショップがほしい。(同様意見 2)
- ・高級ブランドばかりで行きにくい。(同様意見 2)
- ・一か所で買い物が済まない。(同様意見 2)
- ・道路が狭い。
- ・大型店舗がない。
- ・中心街がわからない。
- ・マンネリ化している。
- ・暗いつまらない。入りづらい。いいものがない。若者には全く楽しくないし、何も買うものがない。年寄り中心になりつつあって若者のみのビルもないし東京からの物が全く入ってこない。山梨は確かに飽き症の人がたくさんいるけど1回やると同じことばかりで楽しくない。新しいことも取り入れた方がいい。
- ・核となる大型店舗の誘致・駐車場の整備。
- ・放射性物質が多く飛来した地域の食材が多く、購入するのに非常に困る。
- ・面倒くさい。

(3) その他

- ・ほとんど行かないのでわからない。(同様意見、計 8)
- ・百貨店があればよいのではないか。(同様意見 2)
- ・各店の努力。
- ・生協を利用しているので行かない。
- ・品揃え。
- ・CSの問題は、個人の価値観で商品等を選択しているので、満足出来るところから調達すればよい。
- ・仕方がない、頻繁に他に行けないし。
- ・郊外の大型店にない格調の高い店があれば楽しい。
- ・甲府駅周辺の商店街は年齢層が高い。
- ・自分で選択している。

(15) 商店街・百貨店・大型ショッピングセンターなどでの買い物選択動向

①購入商品の決定について

生活者が商品別に商店街や百貨店、大型店などによって購入商品を決めているかどうかについては、「決めている」人が 35.8%で前回の調査結果と比較して 3.7 ポイント低下し、反対に「決めていない」が 22.2%で前回調査より 0.4 ポイントと若干ながら増加した。

このほか、「別に気にしたことはない」が 33.4%と回答者全体の 1/3 を占め、「決めていない」と合わせると合計 55.6%の人が特に商品などを購入する店舗形態を考えていないことが判明した。

なお、これを年代別でみると高年代になるほど「決めている」割合が高く、若い年代は「気にしたことがない」との回答比率が高くなる傾向が見られた。

このほか男女別では、女性の方が「決めている」比率が高く、男性は「気にしたことがない」が最も高い結果となっている。

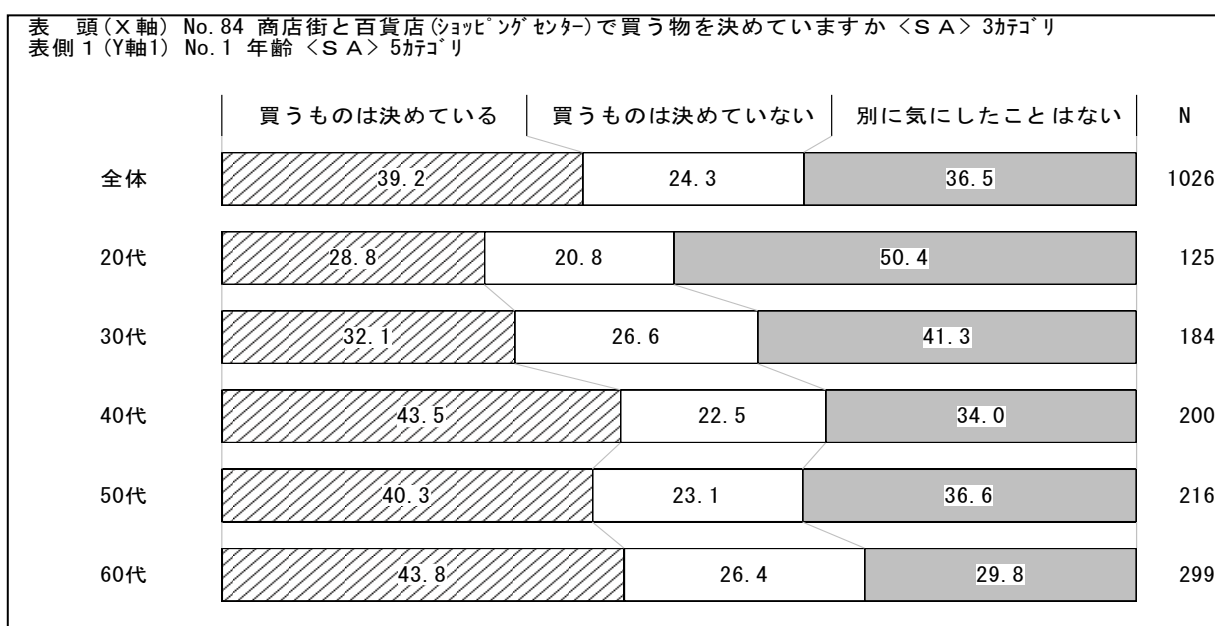
図表 2-3-48

単位：人、%

商店街・百貨店・大型 SC などを買うものを決めているか	今回 (H23 年) 調査		前回 (H20 年) 調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
買うものは決めている	402	35.8	481	39.5
買うものは決めていない	249	22.2	265	21.8
別に気にしたことはない	375	33.4	423	34.8
無回答	97	8.6	48	3.9
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-49

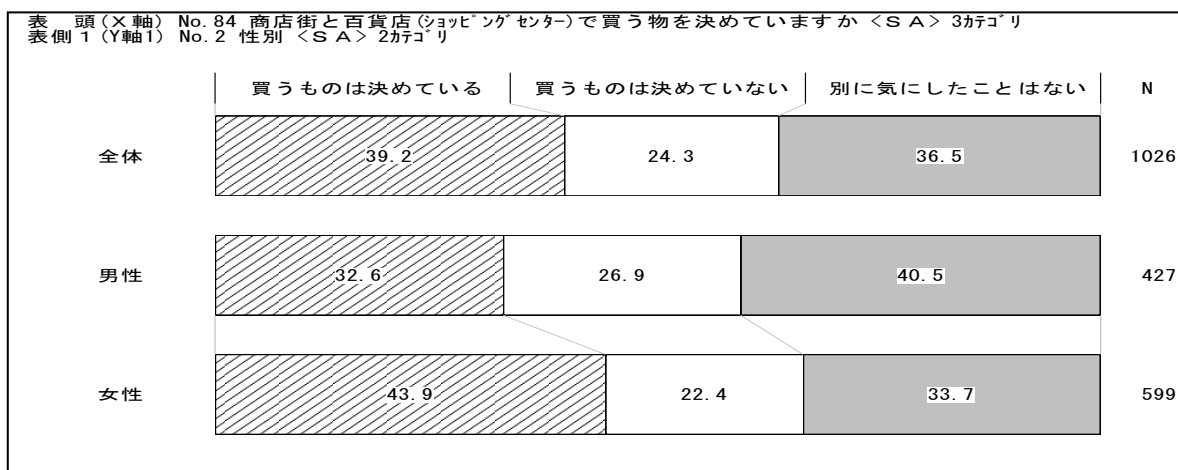
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表2-3-50

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

②商店街で買う商品について(複数回答)

商店街での購入商品は「食料品」が58.4%で圧倒的に多く、以下「日用雑貨類」(29.0%)、「酒類」(20.1%)、「台所用品」(14.4%)などいわゆる最寄品関連が中心となっている。

なお、この傾向は前回調査と概ね同様な結果となっている。

図表2-3-51

単位：人、%

商店街で買う商品(複数回答)	今回(H23年)調査		前回(H20年)調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
食料品	656	58.4	729	59.9
文具	151	13.4	178	14.6
衣料品	151	13.4	135	11.1
インテリア用品	18	1.6	24	2.0
電化製品	26	2.3	38	3.1
台所用品	162	14.4	176	14.5
家具・寝具	11	1.0	29	2.4
日用雑貨類	326	29.0	375	30.8
酒類	226	20.1	268	22.0
贈答品	41	3.7	44	3.6
その他	57	5.1	60	4.9
無回答	240	21.4	228	18.7
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

③百貨店・大型ショッピングセンターで買う商品（複数回答）

百貨店や大型ショッピングセンターなどで買い物をする商品としては、「衣料品」が63.1%と回答者全体の概ね2/3近くを占めて最も多く、このほか「食料品」も47.7%と半数近くを占めている。その他の上位商品としては、「贈答品」（35.4%）、「日用雑貨類」（25.3%）、「インテリア用品」（23.5%）、「電化製品」（18.7%）などをあげている。

これを3年前の前回調査の結果と比較すると、前回より増加傾向が高い商品は「インテリア用品」（前回調査より2.6ポイント増）で、一方比較的低下幅が高かったのは、「贈答品」（同4.7ポイント減）、「食料品」（同4.0ポイント減）、「電化製品」（同3.2ポイント減）などであった。

また年代別では、「インテリア用品」・「日用雑貨類」などは若い年代層になるほど購入比率が高く、「贈答品」・「食料品」等は反対に年齢層が高くなるに従って回答比率が上がっている。

図表2-3-52

単位：人、%

百貨店・大型ショッピングセンターで 買う商品（複数回答）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
食料品	536	47.7	629	51.7
文具	102	9.1	130	10.7
衣料品	709	63.1	792	65.1
インテリア用品	264	23.5	254	20.9
電化製品	210	18.7	267	21.9
台所用品	162	14.4	194	15.9
家具・寝具	149	13.3	171	14.1
日用雑貨類	284	25.3	337	27.7
酒類	90	8.0	119	9.8
贈答品	398	35.4	488	40.1
その他	21	1.9	25	2.1
無回答	138	12.3	120	9.9
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表2-3-53

単位：人、%

表頭(X軸) No.135 百貨店大型ショッピングセンターで買う物 <MA> 11カテゴリ
表側1(Y軸1) No.1 年齢 <SA> 5カテゴリ

	食料品	文具	衣料品	インテリア用品	電化製品	台所用品	家具・寝具	日用雑貨類	酒類	贈答品	その他	N
全体	54.4			72.0		26.8	21.3	16.4	28.8		40.4	985
20代	48.1			75.5		34.9	19.8		34.9		25.5	106
30代	59.5			77.9		33.1	20.2	20.2	37.4		34.4	163
40代	54.6	17.3		75.0		31.1	21.4	17.9	33.7		36.7	196
50代	53.7			73.4		22.4	22.0		22.9		47.7	214
60代	54.4			64.6		21.0	23.3	15.4	23.0		46.2	305

注. グラフには無回答分は含んでいない

(16) 消費に対する志向（好み、傾向）について（複数回答）

商品を購入する際の好みや傾向については、「値段と品質・性能とのバランスを重視」（52.4%）と「必要性を重視」（45.7%）がそれぞれ半数前後の回答比率を占めて多かった。

このほかでは、「価格を重視（安価）」（22.6%）や「多機能（幅広く使える）を重視」（14.6%）、「長持ち志向（堅実派）」（12.8%）なども10%以上の回答比率となっている。

前回調査の結果と比較すると、「こだわり志向」や「価格を重視（安価）」、「情報、時間を重視」などが若干ながら前回より回答比率が増加しているが、大半の項目においては前回より低下している。

これを年代別で見ると、20歳代、30歳代などの若い年代層では「多機能（幅広く使える）を重視」や「こだわり志向」、「同調、横並び志向」などにおいて回答比率が高く、「値段と品質・性能とのバランスを重視」、「必要性を重視」等は高年代になるほど回答比率が高い傾向が見られた。

このほか、男女別の特徴としては「個性、独自性を重視」、「こだわり志向」などは男性の方が女性より回答比率が高く、反対に「値段と品質・性能とのバランスを重視」等は女性の方が男性の回答比率を上回っている。

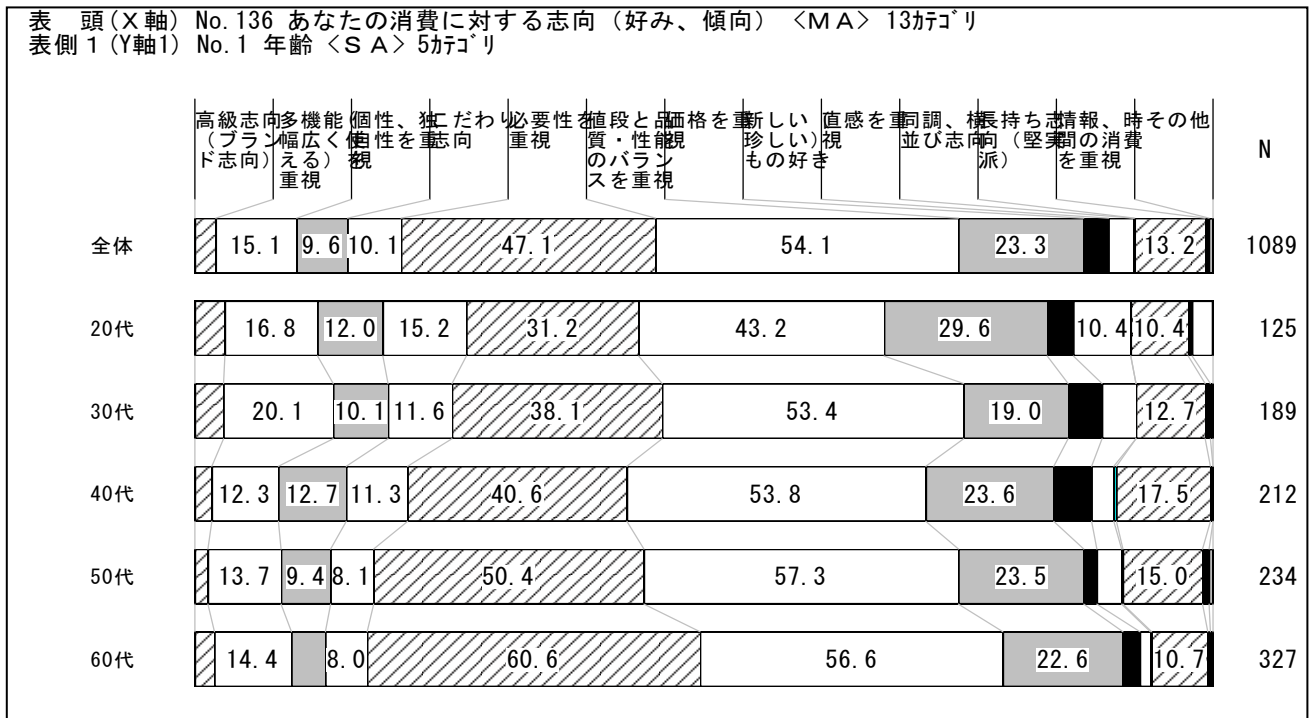
図表2-3-54

単位：人、%

消費に対する志向（好み、傾向） （複数回答）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
高級志向（ブランド志向）	42	3.7	50	4.1
多機能（幅広く使える）を重視	164	14.6	198	16.3
個性、独自性を重視	105	9.3	127	10.4
こだわり志向	110	9.8	117	9.6
必要性を重視	513	45.7	562	46.2
値段と品質・性能とのバランスを重視	589	52.4	652	53.6
価格を重視（安価）	254	22.6	273	22.4
新しいもの（珍しい）もの好き	50	4.5	57	4.7
直感を重視	52	4.6	77	6.3
同調、横並び志向	3	0.3	4	0.3
長持ち志向（堅実派）	144	12.8	158	13.0
情報、時間を重視	9	0.8	6	0.5
その他	10	0.9	2	0.2
無回答	34	3.0	16	1.3
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-55

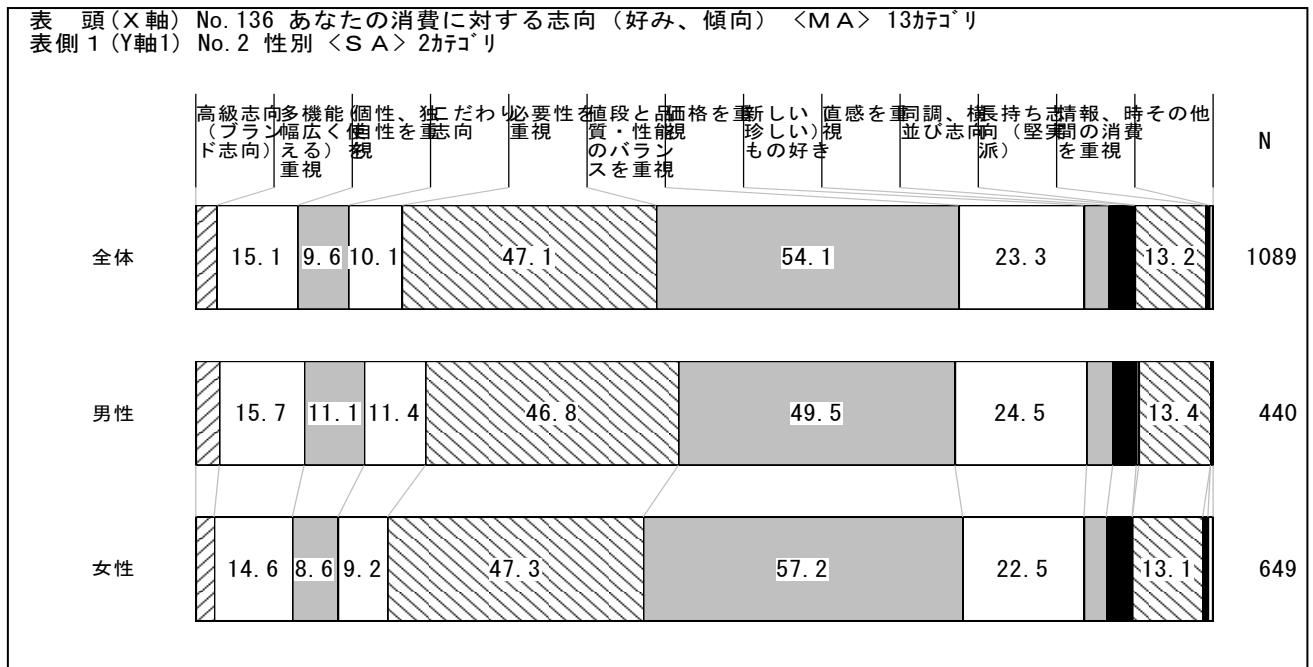
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表 2-3-56

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

(17) 食料品など最寄品の買い物の交通手段

食料品などの最寄品を買い物する場合の交通手段としては、「自家用車」が81.6%と前回調査の77.4%を4.2ポイント上回り、5人に4人以上が車を使用して買い物をしていることが判明した。一方でバスなどの公共交通機関利用者は全体で1%にも満たない非常に低い状況となっている。

なお、このほかでは「自転車」が10.0%、「徒歩」が4.4%であった。

年齢別では、全体の結果と同様に「自家用車」が圧倒的に多いが、「自転車」は20歳代で12.5%、60歳代で13.8%を占めるなどの特徴が見られた。

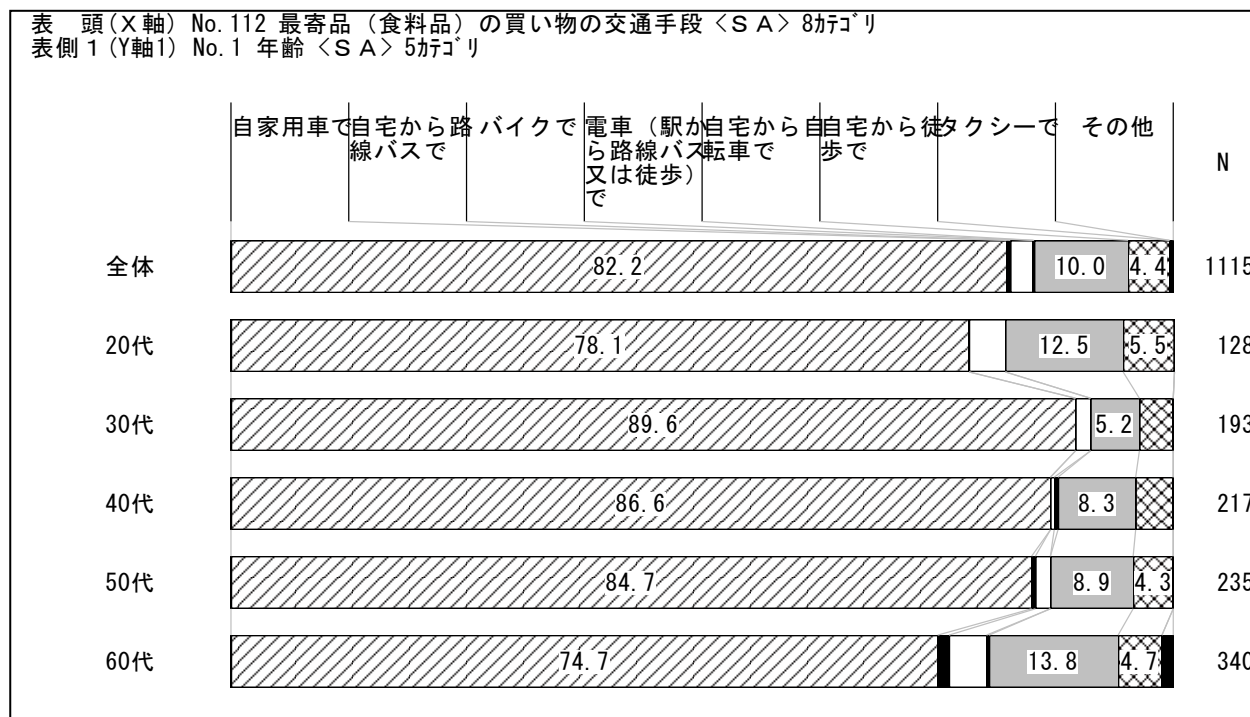
図表 2-3-57

単位：人、%

買い物交通手段（最寄品）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
自家用車で	916	81.6	942	77.4
自宅から路線バスで	5	0.4	7	0.6
バイクで	27	2.4	45	3.7
電車（駅から路線バス又は徒歩）で	2	0.2	14	1.2
自宅から自転車で	112	10.0	128	10.5
自宅から徒歩で	49	4.4	69	5.7
タクシーで	0	0.0	5	0.4
その他	4	0.4	1	0.1
無回答	8	0.7	6	0.5
合計	1,123	100.0	1,217	100.0

図表 2-3-58

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

4. 今後の心配ごとについて（複数回答）

東日本大震災や放射能問題、さらに景気低迷などの影響を受けて生活者の将来への不安はますます増大化を見せる中で、今回の調査結果において最も回答が多かった心配ごととしては「年金・介護問題」（43.8%）と「老後の生活」（43.5%）であった。

このほか、「税金（消費税等）」（25.2%）や「自然環境の破壊と汚染」（23.8%）、「医療（医療機関の対応）」（20.5%）などが20%台で、以下、「食品の安全性」（19.1%）、「雇用（就職難を含む）」（18.0%）、「社会、経済の急激な変化」（17.5%）、「安全、安心（交通、災害等）」などの順となっている。

これを、3年前に実施した前回調査の結果と比較すると、今回の調査で前回の結果より大幅に増加した項目としては、「税金（消費税等）」（前回調査より6.9ポイント増）、「雇用（就職難を含む）」（同6.3ポイント増加）、「年金・介護問題」（同3.8ポイント増）、「安全、安心（交通、災害等）」（同3.8ポイント増）などであり、反対に前回より大幅に低下した項目は、「食品の安全」（同10.7ポイント減）、「原油高」（同9.2ポイント減）、「日常必需品の価格」（同7.9ポイント減）、「医療（医療機関の対応）」（同4.4ポイント減）等となっている。

図表2-4-1

単位：人、%

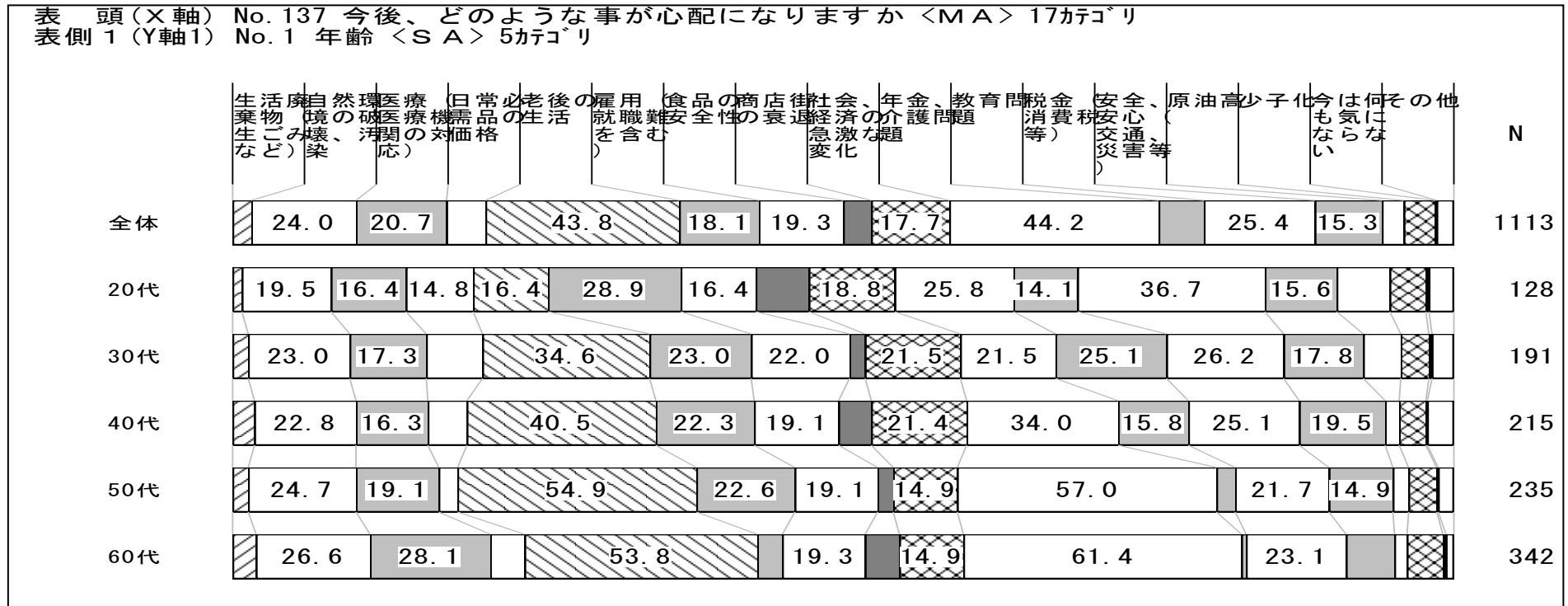
今後の心配事 （複数回答）	今回（H23年）調査		前回（H20年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
生活廃棄物（生ゴミなど）	50	4.5	64	5.3
自然環境の破壊、汚染	267	23.8	310	25.5
医療（医療機関の対応）	230	20.5	303	24.9
日常必需品の価格	100	8.9	204	16.8
老後の生活	488	43.5	540	44.4
雇用（就職難を含む）	202	18.0	142	11.7
食品の安全性	215	19.1	363	29.8
商店街の衰退	75	6.7	72	5.9
社会、経済の急激な変化	197	17.5	213	17.5
年金、介護問題	492	43.8	487	40.0
教育問題	115	10.2	141	11.6
税金（消費税等）	283	25.2	223	18.3
安全、安心（交通、災害等）	170	15.1	137	11.3
原油高	57	5.1	174	14.3
少子化	80	7.1	61	5.0
今は何も気にならない	8	0.7	3	0.2
その他	46	4.1	30	2.5
無回答	10	0.9	2	0.2
合 計	1,123	100.0	1,217	100.0

これを年代別で見ると、「老後の生活」、「年金・介護問題」などにおいては高年代になるに従って回答する比率が高くなっており、一方「雇用（就職難を含む）」、「税金（消費税等）」等は若い年代に回答する割合が多くなっている。

このほか男女別においては、「医療（医療機関の対応）」、「雇用（就職難を含む）」、「税金（消費税等）」等は男性の回答比率が全体の平均値を上回り、「食品の安全性」、「教育問題」、「安全、安心（交通、災害等）」、「老後の生活」などは女性の回答が男性より多くなっている。

図表2-4-2

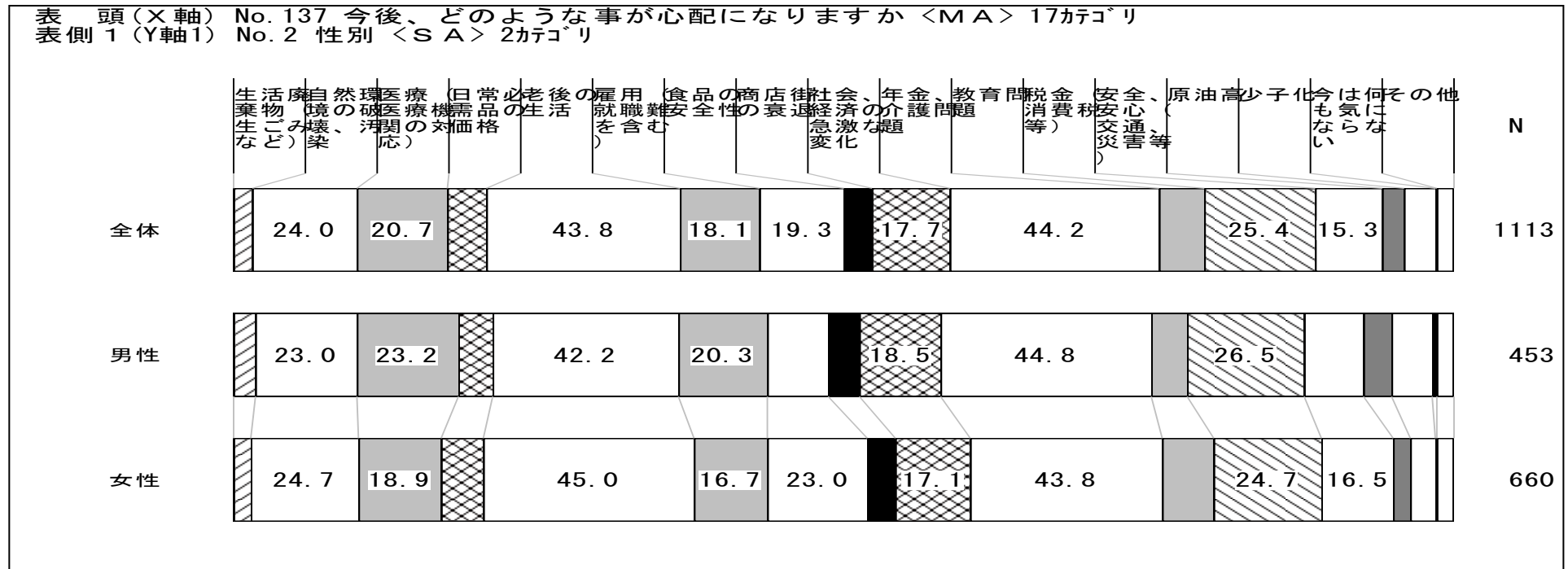
単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

図表2-4-3

単位：人、%



注. グラフには無回答分は含んでいない

5. その他甲府市の商業や商店街に対する自由意見

今回の調査を実施した結果、多くの回答者より自由意見としての記入があった。これらの意見は貴重なため以下にすべて羅列したが、全体を項目化すると概ね次のような内容といえる。

① ココリについての意見

ココリ事業の問題点を指摘した人や、現状のココリに対する市役所などの入居やユニクロやH&M等の衣料品店、飲食店などに期待する等の意見が多くあった。

② 中心街への意見

車が止めやすい無料駐車場の要望が圧倒的に多く、このほか、若者が楽しめる中心街、観光客に魅力ある甲府らしい街、イベント等の実施と情報発信不足、家族で楽しめる娯楽・集客施設設置、ネームバリューのある店や大型SCを導入などの提言や、その他暴力団関係などについての意見などがあった。

③ 商業者への意見

経営努力をしていない、接客を良くする、商品構成面や品数・陳列への注文などが聞かれた。

④ 地域商店の閉鎖について

地域の店が閉鎖し高齢者には心配、車で郊外まで行けるかどうか不安、近隣に小さいスーパーが欲しいなどの意見があった。

⑤ その他

高齢者も安心して乗れるようなコミュニティバス運行等の交通に関する意見や、集客を考えた甲府駅周辺の整備についての意見などが聞かれた。

(参考) 甲府市の商業や商店街に対する全自由意見

- ・ B1 の開催地ですが小瀬スポーツ公園などヶ所でやる事がベストだと思います。市の収益を考えて他県の人に文句を言われるより便利で楽しく行える事を優先した方が良いでしょう。
- ・ 中心部は無理だから、イオンとかの方に金かけたほうがいいと思う。他店の誘致とか。
- ・ 中心街については、もうひたすら、店舗の拡大や豊富な商品をそろえている大型店を誘致しようというのではなく、地域に向けた要は田舎なら田舎らしく地域に即した街として機能しても良いと思います。
- ・ 中心商店街には店、物、駐車場など何もない。魅力が何もない。治安も悪い。昔のスタイルにこだわるより、思い切った町おこしが必要。 大型ショッピングセンター、文化施設などの誘致、駅を中心とした街づくり、私電の整備、バスは不便すぎる。(本数、路線、終了時間)
- ・ もう少し市をあげて商店街を活発にして下さい。
- ・ ココリをどうにかするべき。
- ・ 若い人が楽しんで行ける様な場所を作ってほしい。若い人が出店できるような環境を作ってほしい。県外の賑わっている商店街に視察をしに行って山梨ならではの雰囲気を作り出してほしい。
- ・ 甲府の中心が寂しすぎるのももっとがんばってほしい。このままでは甲府は山梨の中心ではなくなってしまう。

- ・若者向きまたは全年齢に受けの良い店舗（ユニクロなど）誘致。
- ・中心市街地にイオンなどの大型店を誘致し活性化をはかる必要がある。
- ・萌えとアキバ・メイド喫茶を入れれば山梨はジパングになる。
- ・商店街への買い物に行く場合は駐車場などの無料化。
- ・自動車マナーの悪さ。山梨県は一番交通マナーが悪いと思う。改善してほしい。
- ・郊外にショッピングセンターを作りすぎだと思います。だから甲府市内の商店街など寂しくなり人も少なくなったと感じます。もちろん時代は変化しなければなりません。でも10年前の高校生だった頃の自分は甲府市内が好きでした。
- ・山梨県内の商店街では食品以外利用したことがない。生活用品を買う時は大型ショッピングセンターを利用する。
- ・甲府駅前の店舗がすぐ閉店してしまう。（特にココリ）が寂しいです。また中央に毎日警察官が立っていると危険意識が高まるので早く問題を解決してほしいです。
- ・我々の世代が頑張って甲府を盛り上げたい。
- ・甲府市の中心がさびれすぎていて人がいない。活性化が必要。企業などが入れるビルがあれば人が集まると思う。個人的には甲府市のココリはひどいと思う。計画性がない上に内容がひどい。
- ・駐車場がない。狭い。
- ・地元の間人以外が入りづらい雰囲気がすると思います。
- ・ココリ？ムダ。PASEOのほうが良かった。
- ・事業を起こす前に消費者ニーズをしっかりと考えてほしい。以前、旧オリオン通りの「ココリ」ですか？（名前もはっきり覚えていない）オープン時期に行き、品物の少なさと、欲しい品がなく、がっかりした覚えがあります。外観はオシャレ感があるので、店内も都会にある様なすてきなオシャレをすれば、客が集まるのではないのでしょうか。山梨初出店の店なんかは魅力を感じます。
- ・ココリが空きで気持ちが悪いです。保健センターとか子育て支援センター等、市の役所が入ればいいと思いました。（県外出身ですが、古くてびっくりしました。）中心部は、車が止め易くしてほしいです。
- ・駐車場を確保できるようにしてほしい。客のニーズに応じた商品を取り揃えた店を増やしてほしい。（今は似かよった店が多すぎる。20代女性が利用できる店がない。）（東京のルミネの様な取り揃えがあると嬉しい。）
- ・駅周辺には行くものの利用する場所が少ない。他県と比べ賑わいにかける。地元なので衰退する様子を見るのは寂しいので何とかしてほしい。
- ・買い物（食品）は自転車か徒歩で行ける所にしています。（主にオギノ、いちやま、ヨーカドー）私は自動車に乗れませんが夫はよく車でいろんなところに連れて行ってくれます。中心街にも行きたいのですが「駐車できない」と言っています。駐車場の無料化と整備をお願いします。
- ・中心で夜働いているけど、昼も夜も、もっと活性化してほしい。せっかくココリ作ったのに、あんなの何の意味もない。あれなら全部食べ物屋さんとかもっとターゲットとか目的を立ててしないと無駄。
- ・景気が悪く活気がない。暗い。ココリに税金を多額に投じた意味は皆無。がっかりする。何の意味もない。これでも県庁所在地と言えるのか？恥ずかしい。人気がなくガラガラ、買い物もする気にならないほど。商品のことをとやかく考える前に、駐車場の無料化（実施されていないのは駅周辺のみ）など客足を伸ばす努力をするべき。もっと反省して計画的に市民のお金を使ってください。
- ・甲府市の駅前はとともさびれていて寂しい。車を止めるところも少なくどうしても郊外に足が向いてしまいます。県庁や市役所があつた場所があると大きな施設の誘致が難しい。
- ・甲府の中心で子供（赤ちゃん）連れでも楽しめるような場所がほしい。
- ・都内にはあつて甲府市にはないものが多い。
- ・自家用車で出かけることがほとんどなので基本的に大型店に買い物に行きます。どこに駐車すれば良いのかわからない事も一つの要因です。県外から引越してきてしばらく経ちますが分からないことだらけなので色々な情報を示してもらえたら行く機会ができると思います。
- ・土日でもあまり人がいないので、子どもだけ女の子だけの行動が危険に感じます。明るく立ち寄りやすい街になってほしいです。

- ・駅近の場所にはもっと駐車場（無料）を完備してショップも増やしてもらいたい。とくに安価な洋服のショップが出来ればいいと思う。(H&M フォーエバー 21 イケア) など。
- ・イベントをたくさん行ってほしい。共通のポイントカードを作って欲しい。
- ・全く活気がない。中心街がつまらなくて若者が全く寄り付かない。駅の北口も南口ももっといろいろなお店があっても良いはずなのに全くきれいでもないし暗いしどうしようもない。何の意味もない灰色商店街。市役所とかも少し変わってても明るくした方がいい。市役所とかからやり始めないとどこもしない。中心に会社を建設するのはつまらない町づくりの始まりだと思う。
- ・銀座通りの活性化。(利用しやすく、子どもからお年寄りまで。) 核となる店舗。
- ・駅前や甲府駅の近くがもっと栄えてほしい。(一人暮らしで車がないため郊外のスーパーなどには出にくい。遊ぶ場所が少なく営業時間も短いので仕事帰りなどに寄れません)。マッサージ店、ゲームセンター、マンガ喫茶、ホームセンターがもっと家の近くにあっていいのと思います。ATMや銀行がもっとあると消費もすすむのではないのでしょうか。
- ・広い駐車場があった方がいいと思う。若者向けの洋服テナントを甲府中心街に開いたほうが良い。もしくは、ラウンド1 スポッチャか、室内プール、等のレジャー施設があったらもっと足を運ぶと思う。今後も甲府の為宜しくお願いします。いつもありがとうございます。
- ・トイレをきれいにしてください。(1番大事だと思います。品揃えが良くてもそれで印象が悪くなってしまいます。)
- ・甲府駅周辺の商店街が活性化することを望みます。
- ・まだ山梨に越してきたばかりなので商店街に行ったことがありません。ですが、意外と若い人向けの店が多いので良かったと思います。男性の若い人向けのファッション系の店が少ないと思います。女性の物はいろいろな系統の物がありますが男性向けが少なく県外で買っている人もいると聞いています。私の夫もそうです。大型ショッピングセンターにでも増やしてほしいです。
- ・甲府市中心商店街にもっと活気が欲しい。例えばココリにユニクロを入れるなど自家用車で買い物に行かなくても足を運べるようにしてもらいたい。郊外の大型ショッピングセンターに入っているような店をもっと中心街に持ってきたら良いと思う。レストランも同様。奈のはや大戸屋を中心に持ってくると客が入ると思います。
- ・車が無ければ不便な山梨県。駅周辺の商店街の活性化をして欲しい。車がある家庭と車が無い家庭、どちらも不便に思う点は違えど、何点かあると思います。私は車を持っていないので、電車を利用しますが、1回の買い物では済まないのととても不便です。駅から近い距離に商店があり、1ヶ所にさまざまな店があれば便利です。不便なのでネットで買物をしています。バスの本数も少ないので1回も利用したことがないです。
- ・イベント情報等、広報だけでなく、フリーペーパー等にも載せてほしい。(楽しそうに載せてほしい。) 自分に子供がいるので子供を遊ばせるスペースを増やしてほしい。(預けるのみの目的でなく、親子で遊べたり、休めるスペース。) 山梨にコストコ作ってほしい。県外にわざわざ行くため儲けはあると思う。(笑)
- ・もっとにぎやかで明るい商店街になればいいなと思います。
- ・里吉は商店街とかないうな・・・。車を利用すると駐車場がないと行きにくい。自転車だと少ししか買えないし。
- ・シャッターが閉まっている店も多く、裏路地など物騒に感じる場所が多い。
- ・商品の陳列を見やすく。(あまりゴタゴタしていない。) 購入を決めたり、アドバイスが欲しい時、接客して欲しい。
- ・ココリがうまく機能していないように思えて残念。中心街に昔から専門店があり、見ていて楽しいが、中途半端な品揃えの専門店もあり残念。
- ・商店街の必要性を感じてほしい。
- ・人がいなさすぎ。集客力のあるものがない。もっと県で考えていかないと衰退していく一方だと思う。
- ・地域の人がもっと地元を愛せるような取り組み。地元企業の活性化。
- ・自分たちは何の努力もせずに郊外の大型ショッピングセンターの出店に反対するのはおかしい。そういう店が潰れていくのはあたりまえ。魅力ある店なら駅前だろうが郊外だろうが人は集まる。企業や行政の責任や対策をしてもらうのではなく自分達でやるべき。

- ・国民健康保険料安くし、人口アップ。
- ・中心街は人が少ないですが、歩きやすく雰囲気が好きです。郊外のショッピングセンターと住み分けられるといいです。
- ・人口増につながる施設を何とかお願いします。
- ・甲府の商店街には、ブランド商品をもっと売り出すアピールがない。他県に何か送ろうと思っても種類が少ない。鳥もつが有名でも比較的他県の人に送るには好き嫌いがあったり料理方法がむずかしい。それより若い人が好むようなフルーツもメインにしたフルーツ盛り合わせやパフェなどもあちこちで食べられるような店を作ったり明るい照明を使ったりして若い人が好むような街づくりをして欲しい。ラーメン博物館ならぬほうとう博物館を作って売り物にしたらいいと思います。(そこでは様々なほうとうが食べられるような。) とにかく中心街の活性化が必要。
- ・無料駐車場の確保、商店街の活性化、若者がたくさん集客できる施設。
- ・甲府市の中心商店街は飲食おみやげ等観光客に喜ばれる場所に。人気店舗は市で補助をだし中心に入ってもらって競争意識をもたせる。
- ・4月に県外から転居しましたがほうとうや鳥もつ煮のイメージが強かったのですがあまり強調されておらず以外でした。
- ・魅力ある街づくりをしてください。
- ・ココリには飲食関連に期待していましたがその辺が全く無かったのが残念です。
- ・甲府市中心の活性化が必要。再度若い30代世代が永住できるような対策。また企業の積極的な誘致。競争性に欠く。
- ・マックスバリュの食品は鮮度が良くないので鮮度がよく低価格な食品を扱えるように努力するべき。そして実現させれば商店街に賑わいが戻ると思います。
- ・イベントを増やしてほしい。家族で行けるように。
- ・お店が減って品物も少ない。
- ・甲府中心商店街については駐車場が一番のネックで気軽に出かけてみようという気になれない。山梨は車社会なので時間を区切っても無料で利用できる駐車場が必要だと思う。
- ・山梨の中心甲府なのに、今はとても寂しい中心です。県外から来た人たちにも「甲府の良さ」を伝えられるような中心になってほしいものです。がんばってください。
- ・地方都市においては車が主な交通手段ですから、無料駐車場が止めやすい場所、便利な場所にあることが必要だと思います。また、それを広く認知してもらう必要もあると思われれます。
- ・わざわざ有料の駐車場を払ってまで中心の商店街に行く必要もおきません。
- ・私が高校のころは、PASEOや駅から銀座通りまでいっぱい服やアクセサリー、古着屋があったが、今は少ないし興味も薄くなった。COCORIが昔のPASEOかPARCO、ルミネみたいになったらいいのに。
- ・中心商店街に対しての行政の働きかけは少しは感じるところがあるが、肝心の中心商店街の人達の顔が全く見えてこない。もっと本人達に誰のための施策であるかを自覚してもらい、自覚できないようであるなら、前向きな撤退も必要なのではないのか。もっとお金を使うべき所は他にたくさんあると思う。
- ・自分の住む地域の商店街がシャッター街になっているのはとても寂しく残念に思いますが、これまで様々な対策をとってきても大きく変わることはなかったと思います。それは商店街の人自身が困っていないからではないでしょうか？外野があれこれ考えても難しいと思います。どうしたら人が集まるか、自分だったら何があれば買い物に行くか考えると口コミで評判になるようなおいしいものがあったら良いのでは？と思います。岡島が普段ガラガラなのに北海道物産展だけ大賑わいになるところをみてもみんなの関心が高いのはおいしいものなのではと思います。
- ・甲府の中心は車で行くとうとうしても駐車することが気になります。何かもっと人が集まるように無料駐車場の確保ができるといいと思います。
- ・甲府市内の商業に関して、今ひとつ魅力が無く、残念に思います。大型店への期待はあまりありませんが、地元密着の個人店舗などがこれ以上少なくなるのは、困るので行政として支えていってもらえる所は支えていてもらいたいです。店舗の費用負担といった目先のことでない何かが必要だと思います。
- ・いっそ年配の人の街にしてみても？街全体がバリアフリーでレストランのメニューも年寄り向けに。映画や音楽も昭和のものをかける。

- ・中心街は車で行きづらく、駐車場からも目的地が遠くなり利用しづらい。駐車料の割引もあるが多くは買い物をしないと有効ではなく、ちょっと足を運ぶというだけで行ってみようという気にならない。だから見に行かないし、良いところがあっても知らないし、利用しない。
- ・甲府市は決して広くない（どちらかと言えば道路は狭い所が多い）のであるから客の足となる公共交通のインフラを充実させる事と自転車道の整備・拡大が必須である。
- ・今回のアンケートで商店街や商店の事を中心にするのなら年金や雇用、環境破壊等の問題は切り離すべきです。各3つに選ぶような優先度の低い高いを決める内容ではない。どれも深刻な問題だからもっと内容を考えてほしい。
広い範囲の再開発が必要。古い商店街をさら地にすること。人の生活と一体となった街づくり。（商店街含む）公共交通の利用も考える。
- ・大型ショッピングモールがないため友人などは埼玉県まで買い物に出かける家族が増えていると思う。
- ・ここに行けばこれを買えるという情報が欲しい。移動にかかる時間や交通費など含めて割安感がないとなかなか出かける気になりません。
- ・大型店に無い商品サービスを提供してください。
- ・甲府市南部にも大型ショッピングセンターが必要。中心商店街は不要。（不便、欲しいものがない、駐車場代がかかる）。今はわざわざ昭和町や中央市まで行っています。
- ・中心商店街の再生を強く思う（我々の青春の思い出の地）。中心商店街がさびれていく事が非常に寂しく思います。以前より感じていた事です。中心の一番の問題は無料駐車場が無い事であり、駐車場組合のみを保護した為に全ての業種が共倒れとなってしまった感じがします。中心街の再生には無料駐車場を増やし、全業種が協力し大型ショッピングセンターを計画する事が大切だと思います。又、有料駐車場業者への金銭的な協力も合わせて行う事だと思います。
- ・ココリの大幅なリニューアルに期待しています。パセオに入居していたお店のほうがかよっぽど良かったと開店時に行った時は思いました。接客もひどかったし店構えも学校のバザーとかフリーマーケットみたいでガッカリというより客である自分のほうはずかしくなるような気がしました。甲府の中心街の核施設がこの程度かという意味で。
- ・中心街に行ってもワクワクしない。何の意味も無い。楽しい街づくりをお願いします。
- ・中心街に無料駐車場を。
- ・甲府市および山梨県産の物をなるべく購入したい。
- ・話題になる街にしてほしい応援しています。
- ・駐車場を無料にし、行きやすい道路状況にしてほしい。
- ・もっとオリジナルを作って流行にとらわれない様なものを考えて欲しい。食べ物にしても雑貨にしてもこの店でなければ買えないような。少しでもお得感があれば尚更良い。
- ・中心街に無料駐車場のあるショッピングセンターを建設することが必要。甲府駅北口に図書館を建設したら人が集まるはずはない。なんで図書館なんか作ったのか。市長さんしっかりしてください。
- ・東京都心で土地や物価が高い所で営業しているところがあるということはなにか必ず戦略があると思います。参考にしてみてもいい。
- ・ココリの失敗は残念でなりません。いつまであのままにしておくのか？たくさん税金を入れたのに何か手を打ってほしいです。無理か？半分中心商店街についてはあきらめています。
- ・「ココリ」どうするつもり？誰が責任とるの？税金投入して。市のトップの市政なんだからあそこに市役所機能移転したら。新しい市役所なんてムダでしょ。今の市役所の場所無料駐車場で解放したらどうですか？
- ・先例等にとらわれない革新的なアイデアで山梨をリードしてってもらいたい。
- ・甲府駅周辺に VFK の試合が出来るスタジアムを作ることや中心街に学校を誘致したり集客することを考え、昔のような活性化する街になってもらいたい。
- ・活気ある街づくりをする必要がある。
- ・大型ショッピングセンターの近くに住みたい。
- ・高齢者が買い物をする環境作り。（タクシー券の割引制度）
- ・何の意味も無い。
- ・比較的都会に残っている〇〇商店街などの様に活気ある主に食を中心とした商店街を目

- 指して欲しい。甲府銀座の空き店舗などは若いやる気ある人たちに数年間は安価な家賃にて開放するなど対策をとってほしい。外国人がたむろしては日中でも足は向かない。郊外大型店出店時には中心商店街に小型店舗の出店条件を出してはどうだろうか？
- ・中心の商店街については郊外との価格を意識した商売をし他店との価格競争をしなければならぬと思う。自分達が努力せず市の政策だけに頼っている気がする。それなら今の商店がすべて入る大型ショッピングセンターを作り駐車場を無料にして舞鶴城を中心とした観光も考えていった方がいい。
 - ・京都の錦市場のようなそれぞれの店がこだわりを前面にだして商品をアピールするようなエリアになるとよいと思います。商店街に人を呼ぶには商店側の工夫だけではなく市の政策としてエコな市であることをアピールするために路面電車を復活させたりすると人の流れも変化すると思う。
 - ・税金が増えるにともない物価上昇は不の連鎖である。
 - ・お金をかけなくても人を呼ぶ手はあると思います。人がいつも利用したくなるような商店街になってほしいです。
 - ・中心商店街で何かイベント等があっても事前に知らないことが多い。イベント内容や交通手段等の事前アピールがもっとあっても良いと思う。
 - ・東京の浅草の様に昔の中心都市の現在への移り変わりを考える必要はある。東京の巣鴨は40～50年前は普通の商店街だったが、計画的にシルバー街に移行をとげた。甲府市役所も真剣に考えるなら、行政主体で考えなくてはならない。
 - ・中心街は無料駐車場が無いので、必要が有る時、必要な物しか買い物できません。今、山梨は車社会なので、無料駐車場が無いと人が集まらないと思う。
 - ・郊外に比べて車はとめるのが面倒なうえに料金がかかるとなるとゆっくり行けず利用は遠のく。思い切って無理して子供もつれてゆっくり家族が入れ場所作りを考えた所にすれば少しは集客できるかもしれない。
 - ・ココリへの誘致。テナント料を試し期間として無料にしてでも一階には有名店（ユニクロ、H&M、ZARA）に入居してもらおう等、若しくはチェーン店の飲食店に入居してもらおうのも一案かと思う。ただしパーキングは確保して欲しい。シネマ5の活用をお願いしたい。音楽活動の発表の場・サークルの公演等小さな人数のキャパで対応できる催しには最適ではないでしょうか。
 - ・甲府の中心部には無料駐車場がないため郊外の大型スーパーに買い物に行くことがほとんどである。無料駐車場がもっとあれば気軽に出かけやすくなると思う。
 - ・駐車場の整備、映画館も無くなり商店街に行く機会がなくなりました。
 - ・無料の駐車場が無いため確実に買うものがあるときにしか中心商店街には行かない。ふらりと行って買う場合もあるし大型ショッピングセンターなどは特に目的も無く子どもを遊ばせに行ついでに食料品を買ってきたりするのにつけてついでそちらに足が向く。
 - ・商店街、中心商店街の位置づけがよくわからない。どのような店舗をさしているのか例示していただかないと混乱し正確なデータがとれないと思います。
 - ・ココリは期待はずれです。あまりのひどさに絶句したのはいうまでもありません。いまだき何であんなことになるのか不思議です。せっかく作ったのだから新鮮さを売りにすべきでした。あのスペースを工夫すべきです。
 - ・甲府駅前を含め中心街の商業（商店街）の衰退になかなか歯止めがかかっていない気がします。山梨県の県庁所在地としてほこれるような町にするべくもっと多くの人に意見を聞いて開発してほしいと思っています。
 - ・山梨での生活に車がなくては生活していけません。甲府中心街に行かなくては手に入らない物があるのなら行きたいと思うが駐車場は狭い、駐車料金が発生する、道路もせまく一方通行も多くとても中心街に・・・とは思えない。今のままではつまらない。他県を参考にして有効活用していただきたい。
 - ・昔の中心街は土日ともなればすごい人通り。今は活気も無く品物も古いもの、どうなってしまったのか寂しいです。
 - ・接客、サービスに問題があり。買い物を「楽しむ」ことも目的の一つであることを理解して欲しい。
 - ・郊外の大型ショッピングセンターは雨天でも気軽に買い物ができる上に無料駐車場があり大変便利です。ただ少しの食料品を買うには地元の商店がとても助かります。中心商

店街は駐車場がせまく分散しているうえに駐車場代もかかるのでよほどのことがないと行かなくなってしまいました。駐車場代無料か無料バスや路面電車があるともう少し行く機会が増えると思います。

- ・専門店が取り扱っている商品についてもう少し専門性を出すなり品揃え等この店ならではの打ち出し方がまったく不足していると思う。まるで趣味で店だけ開いているように見える。もっと県外の同じような地区でがんばっている所を見習うべきだ。だれの為に店を開いているのか？この先どうしたいのかわからない。
- ・交通機関。自家用車を使わずにいける手段が欲しい（深夜まで利用できるようにして欲しい）
- ・甲府中心街が寂しくなってほしくないです。またココリは失敗？すごく期待していたのに残念。テナントの質の悪さ（センスが無い）にびっくり、ガッカリ。ユニクロ・Right on 等上に宝石学校の生徒も入るのだから元気のあるお店を。また本当にお店がもう1つツタヤがココリにあったらわざわざ上石田まで行く必要が無い。結局その流れでイトーヨーカドー等に行って買い物してしまう。ココリをイトーヨーカドーにするべきだった。
- ・子供向けのイベントがもっとたくさんあるとうれしいと思います。
- ・シャッター街が多くて行く気が起きない。ヤクザのドンパチが終わったのか不安。
- ・甲府市南部（特に山城地区地域）に大型ショッピングセンターがあると便利と思える。子どもの数も多く、小・中学校共にマンモス校であるが、家庭において買い物をする場合商店が極端に少なく仕方なく遠くのスーパーに買出しに行くケースが多い。
- ・ココリはがっかりした。ダイソーを2階にして品数を増やした方が集客が見込めるのでは？（本当は東急ハンズとか誘致できると良いと思うが）雨でも子連れで行ける所を求めていると思うので子どもたちが遊べるスペース＋ファミレスなどがココリにあれば駐車場もあるし周りの商店街や百貨店にも足をのばしてもらえるのではないかと思います。
- ・交通手段、車利用の充実、シャトルバス・フリーバス・コミュニティバス等の充実を拡大 大型店舗ばかり充実させるより個売りや個人商店への保護や行政サポートを充実させ人のコミュニケーション、交流を図ることにより街や活性化するのでないかと思う。それなら税金も納得する。
- ・センターショッピングの設置 駐車場の設備の充実 他県の先進状況を勉強して若者が生きる希望を見出せる社会を作ってもらいたい。
- ・自らが行動を起こさなければ商店街の活性化はありえません。行政がなんとかする問題でなく当人が努力すべき。人任せではなく最大限の努力をすることから活性化が始まると思います。それがあって初めて行政の力を借りることに意味があるのでは。
- ・買い物をするにはやっぱり駐車場が必要だと思います。若者が買い物に行きやすいように改善すべきだと思います。
- ・中心に出来たココリにがっかりしています。何を考えどれだけのお金を使ったのかと思います。中心街活性の気持ちはわかりますが逆に郊外のショッピングモールの良さを思いしらされたようなもの。中心を活性化したいならまず交通の利便性ではないでしょうか。車がある者としては有料だからいけない、バスのステップは高い、本数少ない。木陰もないのでは何の魅力も感じないと思います。まずは、行ける手段をととのえてからお越しくださいではないのかな・・・と。表面だけをとりつくるっても1度行けば不便さは痛感し心に残り品物はすぐ飽きる。
- ・車が止められないのでショッピングモールなどに行ってしまう。不便は一番の問題だと思う。
- ・不便なところでも行きたくなるような町づくり店づくりをしていただければ賑わいが増えると思います。
- ・古いと思います。また一見さんに冷たい対応の店が多い気がします。また駐車場が少なく不便です。大型店舗を拒絶するのではなく共存することを考えてほしいと思います。
- ・甲府市の中心は一方通行が多く駐車場が有料なので時間が気になりゆっくり買い物ができないので大型ショッピングセンターへ行きます。
- ・高齢化が進むとわざわざ遠くのショッピングセンターまで買い物に行くより近場で済ませたくなるのでは。車の免許を返上した後も暮らしやすい町であってほしい。アンケートに答えたら甲府市ごみ袋を3枚もらえるととかそういう心遣いがあるのもいいのでは？
- ・私たちが子どもの頃は子ども同士で中心街へ行きショッピングをしたり映画を見たりしたが、今は人も少なく例え人がいても怖いお兄さん達がウロウロしているので子供も行

かせられないし自分も行きたいと思わない。また交通整備もあまりされていないのでバスも電車でも行きにくいところが多い。自転車も道路通行もなかなか危なく自転車で行くこともない。ゆえに自家用車で行くことになり車が止めやすく無料駐車場のある郊外店へ行ってしまう。

- ・ショッピングセンター、百貨店同じような店ばかり入っています。老舗ならではの良品、品揃えなど専門性の高い商店が集まっていて駐車場が無料で利用できれば中心商店街に人が集まると思います。最近の郊外大型ショッピングセンターに人気があるのはそうした条件を比較的備えているからです。
- ・無料駐車場が増えると中心商店街も行きやすくなると思います。
- ・中心部のココリの利用がもったいない。そこでしか買えない目玉商品がある等の工夫があるともっといいと思う。
- ・駅近くに人の集まるホールを作れば活性化するのではないのでしょうか。コンサートホールやイオンに負けない映画館、遊園地等、場所が確保されればの話ですが。
- ・無料の駐車場が欲しい。
- ・都内へ買い物に出た時に良く感じるのは山梨のあらゆる接客があまりにも貧しい。売り手側の態度がでかすぎて買う側は不快感を覚え、同じものでも東京へ出てから買うことが多い。”ホスピタリティ”&接客に対して学びなおす必要があるように思います。”教育”ですね。商人の心得を精神注入するべきです。大阪に学べ！
- ・中心商店街に魅力を感じません。有料駐車場を利用してまで行く必要がないです。もっと魅力的な店づくりを期待します。
- ・甲府の中心商店街の活性化するには、子供～大人まで対応できる商品（全国展開しているスーパーや衣料品）を売っている店を増やして欲しい。県庁所在地なのに魅力ある商店がない。駅の北口や武田通りも大型ショッピングセンターがあるとよいと思います。
- ・中心街の集客、北口の開発後の活性化について疑問があります。本当に集客を考えているのであればもっと違う方法があるのではないかと日々減少していく人口、中心街の閑散とした様子に不安を感じます。
- ・中心商店街に無料駐車場があれば。
- ・直に商業にむすびつくかわかりませんが、リニアの駅はどう考えても平和通りの南、甲府南インター近くが最適かと思います。甲府駅から車で直線、中央道にも隣接、車の無い方の利用のため平和通り上にモノレールを設置し市内に直結すべきだと思います。何と言っても甲府に人口が多いのですから甲府のためにお金をかけ、利用したほうがいいのか？身延線の近くに駅があっても意味がないと思います。
- ・甲府市のここでないと「絶対〇〇できない」等の「いのいち番」が何か欲しい。
- ・やっぱり駐車場が不便です。（時間や駐車代金が気になったり、買い物をしたい場所にかなり遠くまで歩かなくてはならない。）
- ・近所の商店がなくなると、買い物が不便になるので心配です。交通の便を良くしていただきたいです。
- ・活気があまりないと思うので活気づけられるように頑張ってください。
- ・郊外に大型ショッピングセンターがあるため、年々中心への集客が悪く行きたいお店もない。
- ・「ココリ」は全く税金のムダ使い。もっと出店ブランドなど建物自体センスが悪いので考慮した方がよいと思う。中心に大型ショッピングセンターを作るくらいの計画が建てられたら良いのでは？私は行きます。
- ・シャッターが降りている店が多いと寂しい。人が集まりやすいように無料駐車場などを確保すればもっと違っているように思う。甲府市役所の場所が駐車場になればほんとはよかったらと残念
- ・何も期待していません。悪くなるだけで良くなることなどあると思ってません。
- ・暴力団の抗争がなければ七夕祭りにも行きたかったけれども学校から近づかないようにとのお便りがあった。鳥もつはとても良い食べ物だと思います。これからもよろしくお願いします。地域の為に頑張ってください。
- ・甲府市のことではないけれど、大型ショッピングセンターばかり増えるけれど、どこもあまり魅力を感じない。甲府市内にある商店の情報が少ないのでは？大型ショッピングセンターとの差別化できる品質の良い品揃えの店が甲府市には必要だと思います。
- ・駐車場の整備。（無料）

- ・甲府商店街しかない魅力ある町作りの実現。(水晶、ほうとうを使った物等) 無料駐車場は当然とし、集客力を付け活性化させる。信玄に因んで武家屋敷風の店も有り色々な店作りをして欲しい。
- ・車社会ですので駐車場確保と無料化は必須です。そして、核となるメインの施設もあるといいのかも。
- ・今は車時代です。無料で止め易い駐車場が不可欠です。
- ・シャッター通りが増え、商店街自身にやる気が感じられない。他県では独自に考え、自分達で街づくりを行っている商店街も多くあるが、甲府の商店街にはやる気を全く感じられないのは、市民にとって非常に残念である。
- ・ココリのあり方、やり方等もう少し考えて欲しい。
- ・中心にあるまんなか市場が、大盛況しているので、現在シャッターが閉まっているテナントの賃貸料の価格を下げて、もっと庶民が生活しやすい環境を整えて欲しいと願います。
- ・ココリの失敗は誰が責任をとるのでしょうか。外国人がたむろしたり、ヤクザ対策の警官がいたり、なんという街でしょう。中心街に行きたいと思う人はいません。
- ・駐車場の整備等環境を整えることが必要です。
- ・地方自治体と商業地区、又は、地域の学校との協力による活性化。山梨学院は昭和町に毎年学生から提言を発しているようですが、中心街は、このような取組みはしていらっしゃいますか。(FM局は存じています。)
- ・市内のお店で買い物をしたいが、買いたい物が無いのと、あまりにもインターネットでの買い物が安く簡単に出来てしまうのも問題の様に思います。
- ・駅前から岡島に向かうさい、途中でウインドーショッピングができるような店舗も無く商店街としての魅力がほとんどないので行きたいと思わない。
- ・社会の歪、かく差が怖い。それによって消費が少なくなりそう。
- ・他県に比べ、甲府市内では、娯楽施設が少なく、夏など東京や静岡の大きなプールに出掛ける。中心にも、室内で楽しめるプールや遊具 商店や飲食店など複合施設があれば、若い人達が・・・。
- ・税金を無駄に使わないで!!ココリを何とかしてほしい!!人の金と思ってないか?
- ・甲府中心街に買物、レジャー等に行きたいのですが、バスの便や乗車賃が高く、どうしても自家用車で行くことになり、駐車場が確保しにくいので足が遠のきます。
- ・市場が小さいのでむずかしいとは思いますが、商店街は専門店の集まりであって欲しい。
- ・無料の駐車場がない。スペースが狭い。
- ・早く閉まりすぎる。週末金土ぐらいは、夜8時ぐらまでは、駅周辺の店ならやってほしいと思う。町があんなに早く暗くなってしまうと防犯上もよくないと思う。大規模店を誘致しても地元商店街がむやみに反対するばかりするのは良くない。甲府市の発展のためにも共存共栄の道を見つけるべきだと思う。
- ・甲府市商店街は駅から遠いので、非常に利用しづらいというデメリットがあると思うので、他県にない少々距離があっても、そこまで行きたくなるような魅力ある商店街を作ってもらいたい。
- ・駅近くにさいたまアリーナみたいなので集客すると便利だし、嬉しい。コンサートやイベントぜひ行きたい。
- ・甲府市及びその周辺に、気にいったブランドの服がなく、主に立川・新宿に行く。甲府市中心街には、車で行った場合、無料駐車場がないため、どうしても郊外の大型店に行く。
- ・商店街が空家やシャッターを降ろしている所が多いので、暗い感じがする。
- ・全てのバスを甲府始発終点にする。用事もないのに、人が集まるスペースを作る。
- ・大型店(個人商店の集合型)を作り、無料駐車場を整備し専門店数を多くすること。
- ・中心地商店街の活性化を特に重点を置いてスピード感を持って取り組む必要がある。今は、暴力団抗争のとぼっちりを受けて惨憺たる状況である。このままでは、本当に中心で頑張っている商店すら消えてしまう。
- ・甲府市中心街において暴力団の抗争関連事件がありますが、安全安心できる街づくりをさらにすすめて行って欲しい。駐車場において無料駐車場を増やすなどして、もっと行きやすい買物がしやすい街になってもらいたいと思います。
- ・甲府駅中心街の商店街の衰退が淋しい感じがする。映画館が無くなりシャッター街がふ

- えている。
- ・ココリにはがっかりです。税金の無駄遣いはやめて欲しいです。庶民の生活を考えて欲しい。
 - ・中心地が活性化するように、ココリの中にユニクロを入れたらいかがでしょう。
 - ・甲府市中央の街中にも「かっぱ寿し」や「サイゼリア」「ユニクロ」など出店して欲しい。
 - ・中心商店街でも大型ショッピングセンターみたいにもっとテナントを増やした店が良いと思う。
 - ・今ある商店街が衰退しないで欲しいです。
 - ・中央商店街の活性化を願っています。昭和の頃のような活気あふれる中心街に戻ってほしいと思います。郊外に大型店が林立している今、商店として対抗するのは、勝ち目があるとは思いません。是非とも、斬新な発想で甲府中心街に人を集め、元気な街を蘇らせてほしいと思います。
 - ・甲府中心街ココリの空き店舗の活用。岡島契約駐車場はココリが利用出来ませんが、2時間ではなく、3時間にしたい!!岡島の女性服の品揃えが悪いから買う物が無い。甲府中心街は駐車場が不便だから行かないと思います。無料駐車場の確保。
 - ・とにかく Parking 問題!何か購入しないと無料にならない駐車場では、行く気にならない。
 - ・中心街では駐車料金に見合う商品が少なく、好みに合うものがないし、値段も高い。どうしても東京や静岡へ行ってしまいますので、アトレやルミネ、マルイ等があればと思います。
 - ・郊外にお客が行ってしまい、甲府市内のお店が活気がない。高齢者たちのために徒歩で買い物が出来るように、商店街を作る。
 - ・南方面はスーパーが多くて、買い物が便利でうらやましい気がします。北口は住むには静かで良いと言いますが、スーパーがなく、コンビニばかりです。大型スーパーがあれば大変うれしいのですが、武田神社周辺は無理でしょうか。
 - ・接客教育ができてない。暗い、声が小さい。店の人が多く、ある店では店長からして「ありがとうございます」も言わない。返品の際にこそ「ありがとうございます」と言うべきなのに、こちらが「申し訳ございませんでした」と言っているのに、無視の店もある。トイレは絶対にきれいにしておくべき。店員がつきまどうのも困る。
 - ・駐車場の確保（ぶらりと寄る気になれない）。若者向けの店が無い為、活気がない。
 - ・ココリは期待していましたが、あまり魅力がありませんでした。何か、軸になる店舗を考えてほしいです。甲府市中心に人が集まる要素を考えていかなければと思います。
 - ・開発の方向性が時代にそぐわない。うつわから入る姿勢は古すぎる。もう少しセンスを持ってあるべき。鳥もつのキャラクターもひどい。美意識は大事。
 - ・大都市の中心商店街のように、はなやかでゆったりとした（品数多くゆっくり買い物）商店街がほしい。甲府市中心部には、浮浪者が休んでいたりして、一人での買い物に不安を感じます。
 - ・少し足を伸ばせば大型ショッピングセンターがある為、わざわざ甲府の中心にはほとんど行かない。駐車場もせまいし花類にしても食品にしても価格が高い為。
 - ・kokori どうなってしまうのか心配である。活性化して欲しいが、現状キビシイと思う。
 - ・皆様がもっと創意工夫されて、行きたくなるような、お店づくりを考えて頂きたい。明るくきれいで、楽しくなるような。また、気持ち良くお買い物出来るような、そんな店を望みます。
 - ・新鮮な地元の野菜が食べたい。
 - ・集客イベントなどで、中心街を活性化すべき。車のない弱者に配慮した街づくり。
 - ・東京などの商店街のようにいろんな店舗が並ぶ通りを作る事はできないのでしょうか。ただし山梨は車でのお買い物が多いので、商店街近くに無料駐車場が必要だと思います。
 - ・甲府市も山梨県も、甲府駅を中心とした立地状況に?マークです。県庁、市役所といったお役所をあの好立地の所に建てたのでは、観光客等の集客は望めないと思います。今ある県庁や市役所のところに複合施設（たとえば、福岡のキャナルシティ）のような、アミューズメントパーク構想があっても良いのではないかと?北口開発にしても放送局と図書館で人が集まるのでしょうか?車社会の山梨であればこそお役所は中心から離れて、街中心に人が集まるのが大切だと思います。
 - ・今やドーナツ現象で、ショッピングも郊外へ移りつつありますが、私は、子供の頃からお買い物は、下町で!中心地の活性化を強く望みます。中心地こそもっと人を呼び込む事

- が出来る「何か」をみんなで考えたいですね!
- ・ 駐車場整備。老齢化が進み買い物が大変になるので、商店街の人達が相談に乗ってあげてください。
 - ・ 地元の商店街には専門店がほしい。食品では、魚、肉、やさい、それぞれ新鮮なものを、それぞれのお店で買いたい。
 - ・ 無料駐車場をつくっていただきたいです。ゆっくりデパートで買い物ができるように。
 - ・ 無料バス等が少ない。JR2階から車が走るように。1階に歩いて降りて交差するのは危険。2階歩道を中央公園、岡島までつなげてもらいたい。タクシーが我が物顔で駅前に陣取っているの、中心、駅に行きたくない。
 - ・ 足が悪いので、ほとんど買い物に出かけません。
 - ・ 食料品などは運動をかねて徒歩でと心がけていますが、週一回は車で、重量のあるものを買いため。その時はついでに少し離れた食料品店にも行きます。車に乗れる内はいいと思いますが、10年先はと考えると大変不安を感じます。配達してもらうよりは、自分で見て買い物をしたい、コミュニティバスなどの運行を考えていただければと思います。
 - ・ 交通が便利。(駐車場、バスの運行等)
 - ・ 現在、家の廻り日常生活に必要とする商店街は、ほとんど姿を消してしまいました。今は、大型スーパーやSCへ出かけていますが、何十年後にはムリが出てくるでしょう。地元商店街の必要性、大切さが出てくるので、明るい活気ある入ってみようかなと思うような店作りをしてほしいです。
 - ・ 昔は町に買物に行って、素晴らしい場所のイメージでした。今は、甲府商店街に行くなら、ラザウォークかイオンへ行こうとなっていて。パセオのあとにできた建物の使い方あらためてほしい。魅力ある商店街になってほしい。
 - ・ ココリを有効活用し、中心部を活性化してほしい。
 - ・ 自分勝手かも知れませんが、自分の家庭は自分で守るしかないと思っています。誰も助けてくれません。一日一日一生懸命働いて食べていかればいいと常に考えています。今回の様な国内での災害には微力ながら寄付しました。この位しか一般人にはできないのです。これからも頑張ります!
 - ・ 行きやすく、魅力的な商店街の構築を期待します。
 - ・ 大型店が増えていくので、地元の小売店が、そのうちなくなってしまうのではないかと心配です。
 - ・ 中心商店街は、無料駐車場がないので、また、さびれた感じがするので行く気にならない。
 - ・ お年寄りが多くなるので、送り迎えや、荷物のお届け、お買物が終わったら、お友達、仲間と一緒に休憩出来て、お食事して、おしゃべりして、帰って頂くとゆうような、お買物プチツアー(日帰り)を企画!お買物アシスタンスのスタッフを用意して重たい荷物などを持ってあげたり、子供連れのママさん達もゆっくりできるよう、キッズルームを設ける。ミニ託児所を設ける。
 - ・ 無料駐車場。魅力的な商品。食べ歩きができるような飲食街。
 - ・ ココリは、お客さんもあまり入っていないそうです。素晴らしい建物の価値が低くなってしまうと思います。年配者は高級な品物を購入できる方もいらっしゃるの、年配向けのショッピングスペース(集い時間をすごせるスペース)は、集客できるか?と思われるます。
 - ・ 中心街が活性化する事。頑張ってください。
 - ・ 中心街は集客効果のある店、商品を集めて欲しい。そこでしか手に入らないネームバリューのある店があれば駐車場の不自由があっても、人は集まるのでは。
 - ・ 若い方々の協力、賛同。ひきつける魅力ある地域に根ざした活気あふれる、たのしく安全な商店街・・・。
 - ・ 甲府市の商業や商店街に付して、おなじお店でも本社とキャロットの品揃えの少なさにとても不満。
 - ・ 中心部の活性化のメインとなる存在がココリだと思いますので、回りのマンションや住宅街の人々の為のおしゃれな日常着や、通勤着、インテリア用品や食器店や、学生の為の書店など生活に必要な質の良い商品揃えを企画して出店させてほしいと思います。売り場が1F, 2Fと高層のショッピングセンターではないので、若い客層の方々も買物がし

やすいのではないかと思います。

- ・ 駐車場が狭かったり、有料だったり、探したりと車で行く気になりません。(一方通行だったり。) 駅ビルの閉店も早く、平和通りを下っても暗い感じで活気がなく残念です。治安は心配ですが、駅前にファミレスやカラオケやお土産屋とか、旅行客も遅くまで遊べる施設がもっとあればいいのではないのでしょうか。(無論、無料駐車場が併設さけていればいいです)。あと、会社帰りに行けるジム、習い事の学校とか・・・。
- ・ 朝日町商店街などは、小売店に専門店も多く、全体が協力して活性化しようとする思いが買い物客にも伝わってきて、再生に成功していると思います。岡島を中心とした中央部や、旧 SEIBU 周辺をなんとかしてほしい。
- ・ 無料駐車場を広くとるか、市内をバスでまわって老人を中心の商店街に行けるようにすれば良い。
- ・ 駐車場の整備 (大型ワゴン車等不便である)。
- ・ 中心街駐車場の無料化の場所、女性、老人がすぐに止められる場所、市外量販店の様な。
- ・ 先日七夕に孫と出掛けたが、昨年、一昨年と違った雰囲気で作りの“おまつり”と感じた。これを、契機に“味わいのある”“街の活性化”を図ると良いと思います。
- ・ ココリは、街の活性化につながらなかった。魅力に欠ける。
- ・ 道路と駐車場を整備することが必要。
- ・ 60 才以上になると、だんだん近所の店で買物をするようになります。なるべく 1~2 人用 (少量) の食品が必要になります (少し割高になってもいいと思います)。なんでも一個売りもいいですね。(ピーマンとかなすと) 発砲スチロールなどはあまり使わず、ビニール袋とか新聞紙、紙などゴミが少なくすむものにしてほしい。
- ・ 駐車場の拡大。閉鎖店の再開発。ココリの活用、今のままではつぶれる。
- ・ スーパーやショッピングセンターで欲しい物が全部買えるので、わざわざ商店街に行くことがない。歩いていけないので、駐車場の整備と魅力ある商品等の販売を。
- ・ 品数が少ない。センスが無い。ウォーキングしながらショッピング。休憩できるホール。イベント会場。無料駐車場が少ない。
- ・ フリーマーケットなど、遊休品や古着をもっと自由に手軽に回せる場があるといいかな。個人の人でも、売る事が可能な場とか。
- ・ 駐車場の無料化。
- ・ 中央商店街の弱体を含め活性化させる事は、行政としては無理である。せめて人の集う施設を中心に移動させる方法しか無い。病院、図書館等、家に行った者は帰らないが、統廃合の学校施設へ県の税務事務所や、その他の機能を移転すべきである。
- ・ 大甘のこんこんちきプロジェクト。貸駐車場業ばかりの中心街 (無策も策のうち、成行まかせも一案)。店はあれど人はおらず、人通りもない。再開発にしても、刀おれて商売沈没寸前。行政も商店組合も「いい汗」を本当にかいていないんですよ!! 甘い甘い施策、計画することに意義を感じている人ばかり。覚悟がないのよ!! 真剣勝負の!! これで甲府市税収でも喰ってけるの?
- ・ 大手スーパーが郊外に来て、市の中心がさびれてるが、何んとかならないか?
- ・ もっと商人として努力しなさい。人のせいにしなさい。
- ・ 中心商店は、営業して欲しい。(活性化)?
- ・ 若者が中心街に住めるような街づくりを!! 中心街に行くとまるで外国みたい。昔のにぎやかさをとりもどすため、商店が行政まかせでなく、頑張らないと悪くなる一方だと思う。
- ・ 中心街の活性化を望みます。
- ・ 私は、国母 5 丁目に住む人間ですが、近辺に商店が無いので老人 (特に女性) は、食品の買出しなどとても不自由をしていると良く耳にします。
- ・ 市街化の徹底したエコタウン化 (甲府駅東側の広域) (午前 7 時~午後 10 時)・歩行者、自転車以外進入禁止 (周辺駐車場の無料化又はモータープールの設置) / 甲府城南側 (東電、税務署等) の公園化 (イベント会場の充実) / 甲府城天守閣の建立 (むずかしい事はいわないで、塔の建立でもよいのでは) / 商店街を安心して歩ける街づくり (大人も子供も老人も)・・・車のシャットアウト。 / 甲府駅から中心までシャトルバス (電気自動車か太陽光発電車・・・売りにする) 等。
- ・ 無料駐車場があれば、もっと足が向くと思う。
- ・ 空洞化が心配。

- ・甲府駅南口タクシー駐車場について（案）①現タクシー駐車場を一般車送迎用駐車場とする。②現送迎用駐車場をタクシーの待機駐車場とする。③新しく出来た北口駐車場を参考に、長時間駐車する車には対価を支払う。
- ・甲府市内より市外への買物の回数が多い。やはり駐車場の無料を優先してしまう。
- ・商店街が一つになって、工夫した商品、売りになる商品をアピールする。商店街が全員で取り組む姿勢。（シャッター等がないように）
- ・北口がきれいになり便利になった。百貨店のように、駐車場を銀座あたりに、もつとふやしてほしい。少ない、高い。
- ・①無料駐車場を確保すること。（利便性の確保）②郊外等のショッピングCと対抗するためには、同種類の物を販売ではダメ。（絶対負ける）③特色あるものの陳列・販売では行く（そこにしかないもの）④残念ながらココリ等をはじめ、設置者、計画者等の頭を疑う。計画の時点で敗者である。市長、商工会議所、商店組合等は、他人本願である。
- ・甲府市中心街は今後増々衰退していくと思います。特に唯一の大型店が撤退でもすれば深刻な問題となります。市及び県等でも考えていると思いますが、お客を呼び起こす様にするならば、本当に真剣に考え中心商店街を一新し大改革する形で考えていかないと、山梨県の県庁所在地自体本当にだめになり、特に老人人口が多い地域の為、今後本当に買物難民地になり多方面に渡り、色々影響が出て来ると思う。（結論は、若い人が集客する地域起しを、新しい町作りをする事ですが、現実的には100%近い数値で無理だと思う。）
- ・甲府の中心街は新地にしてから出発しないと税金の無駄使いではないでしょうか。（北口問題、お城の復興を進める、駐車場、中心街）の4点を一緒に考えないで個々にやったら税金のムダ使いになります。
- ・無料駐車場の整備。
- ・中心商店街に魅力を感じない。無料駐車場が少ない。
- ・車で行きやすく、楽しくショッピングしたい。
- ・商店主が中心街に住んでなく、中心街の活性化を言うなど論外。
- ・最近の購買業者の中には、専門知識が不足している者が多いと感じる。
- ・現地区には、商店が少なく遠くへの買物でこまる。出来れば中型スーパー、薬局等ほしい。（コンビニでは物足りない）
- ・北口のコンピュータ会社の誘致による活性化など、箱物行政によって、休祭日の中心街の無人化をつくり出してきました。中心のお年寄りが若夫婦に小遣いをやって、郊外の若夫婦が大型ショッピングセンターで使うという構図です。県庁を現地点に建てかえる事を決定した時点で中心街の衰退も決定しました。居酒屋や昼食屋のみがもうかります。若い人達を中心に住まわせる方策をとらなければ、増々郊外型となると思います。リニア駅によって中心が南に移りますから、北は老人の街になるでしょう。
- ・シャッター街化している。心配している。市中心街に共同駐車場（ある程度広い）確保しない限り、死に体化するのでは・・・。若い経営者に期待します。
- ・私もう60過ぎです。市、国の年金問題がすごく気になります。店が遠くなり、今は車が使えますが、もし、車が使えなくなったらと思うと心配です。
- ・駐車場整備、無料。
- ・中心商店街は車をとめやすい環境にしてほしい。また、商店街の経営者がその場所で生活し、開店時間を延長して、明るい環境にしてほしい。
- ・デパートには無料駐車場が付設してあるが、それもスペースが狭く駐車しにくい。また、他の店舗を利用する場合は、有料駐車場を利用しなければならず、中心街にも商工会経営の無料駐車場があれば便利です。
- ・街中の活性化にイベントやヴァンフォーレを活用しては？
- ・「ココリ」を厳格に評価することが大切だと思います。
- ・この様な取組みは、過去に何回も行われていると思います。山梨県庁、甲府市役所も形だけのものに終わっています。要は、人々の増加と有力な企業を育てないために、経済が低迷していると思います。基礎を固めなければ解決できません。追伸、お願い文書があまりにもヒドイため、修正しました。
- ・高齢になった時の買物の手段の心配。
- ・「ココリ」になぜあんなに人が集まらないのかが良くわかりません。もう少し、工夫が必要なのではないでしょうか？
- ・小売商店は段々売上げが少なくなり、生活苦で大変です。これ以上大型店を増やすと生

- 活が出来なくなりますので止めてほしいと思います。(私の家の回りで老人が多く、若い人少なく、買物の量も少ないです。)
- ・甲府市北部の商店の少ないこと。中心地からそれ程遠くない地域の交通手段の少ないこと。年寄りには不便な地域となっている。
 - ・交通手段(路線バス等)が充実すれば、もっと頻繁に中心商店街に行きたいと思ってます。駐車場が確保できなければ足は遠のいてしまいます。
 - ・ココリにはがっかりした。空き店舗ばかりで、最初から店舗のクオリティーの低さが悪かったのでは。
 - ・やはり中心街の空洞化を防ぎ、甲府としての特徴ある、魅力ある街を希望いたしております。今後を期待したく思います。
 - ・駐車場がなく、買物がしづらい。駐車場の無料、商店街の整備、活気ある商店街になってほしい。
 - ・専用自転車道をふやしてもらえば、もっと中心街へも行きやすくなるのですが。
 - ・甲府の市中心商店街が活気がなくなり、心配になります。甲府の中心なのですから、活気を取り戻してほしいと思います。やはり駐車場の問題等、交通手段がネックになっていると思います。平日暇な中高年が集まれるような、楽しい場所が出来たら良いな・・・と思います。
 - ・他人の事は言えません。自分も含めて大人の感覚が、あまりにも自己中心で、目先の事ばかりの人が多すぎる様に思えます。商店街の事だけでなく生活する上で、皆がもう少し心を広く持てる社会であつたらなと思います。
 - ・中心地が中々発展しないので、イベントや、興味をひくような事を考えて欲しい。年を取ってからの健康や楽しみな事をみんなで企画、計画をして行くと良いと思います。
 - ・買物する側の立場になって、商店が協力しながら考えていくことだと思う。
 - ・今年は信玄公祭りが開催されなくて残念でした。イベントの中止は、甲府市全体の事も考えてほしい。各々商店の事も考えてほしいです。市長様がテレビのインタビューで甲州弁を使いますが品の良いものではありません。普段はかまいませんが・・・やめてほしいです。必ず市長様に伝言して下さい。
 - ・大型店反対です。
 - ・行政と商店街の確かな目標と、その実施、そして告知。
 - ・中心商店街の活性化を推めていらっしゃると思いますが、シャッターが閉まっていたり、人通りが少なかったり、活気が感じられない。VFKのサポーターなので、VFKのプラザには行きますが、買物を外の店へ寄って買ってこようとは思いません。
 - ・今中心街から映画館等郊外の大型店に移る傾向にあるが、なるべく近い所、特に高齢で映画好きな人達の楽しみが郊外などに行ってしまうと楽しみが半減してしまうので、中心商店街に娯楽の場も残してほしい。
 - ・独自性の興味の持てるお店が良いと思います。
 - ・交通の便が少なく、駐車場も苦になって、中心街に買物に行きたくても行きしづつてしまいます。
 - ・個人店が少なくなり大型店ばかりで、車利用しなくてはならないのが今から運転が不安になる年なので、町の店が昔みたいにあつたらいいですね。
 - ・甲府の商店街は、駐車場がせまく中には有料になるので敬遠しています。学校跡地など広い場所での総合ショッピングセンターなどで集客が計れるかと思っています。
 - ・駐車場の整備をして下さい。
 - ・若い時は遠くまで車ででも買物に行きますが、高齢になるとバス、電車、徒歩になります。路線バスの利用が多くなると思いますので、充実した交通機関に期待いたします。
 - ・交通の便が悪く出掛ける機会が少なく、買物にも不便。マイクロバスでも甲府市で出すことは出来ないのでしょうか。今は自転車が出掛けますが、年をとり乗れなくなった時を思うと不安です。
 - ・一ヶ所で食事が出来る。読書、新聞が読めるゆったりスペースが有り、ジムスペース有り。買物ができる。映画がみれるなど、買物以外のゆったりスペースを含んだすべてが間に合うこと。
 - ・市内商店街の活性に期待したココリにはがっかり、期待はずれです。ガレージセールのような商品、食料品の品数の少なさ価格の高さ、二度と行きたくないと思いました。又、オギノの空き店舗などをどうにかして下さい。岡島に買物に行きますが、トイレをど

うにかしてほしいです。

- ・買物が楽しくなる環境作りが必要。買物バスの割引券等、企画してみたら良いのでは。ショッピングが気軽に楽しくゆったりと出来る事が、集客につながるのではないのでしょうか？
- ・駐車場がない。せまい所へ行って事故すればなんにもならない。新しいスペースは広く69才の私でも車で行くのが楽しいですね。
- ・何故、中心街に買物に、又、食事等に行かないかを考えて欲しいです。もう何年も進展していません。
- ・甲府市は高齢化が進んでいるので、郊外にある様なショッピングセンターが中心にあれば便利です。
- ・中心街に高齢者にも駐車しやすいスペースをもっと確保して、甲府の街を活性化させて欲しいと思います。中心街でイベント等を沢山企画して市民が楽しみながら甲府市を活性化出来ると良いと思います。年をとると車ではなく、バス等で中心街に行くのも楽しみなのでバスの便も増やして欲しいです。
- ・商店街で買物しても、消費税を払います。小さい商店は、国に納めないそうです。それがとても腹がたちます。だから大型スーパーで買物をします。
- ・無料駐車場や利用しやすい広く安心な場所が必要。
- ・自分で必要としているところには行きますが、駐車場の問題もありノンビリ歩くことはありません。時間に余裕がある時に、ノンビリ歩いてみたくなるような商店街であると良いと思います。
- ・中心街が淋しいので出かけたと思うけど、車だと不具合が多い気がする。
- ・年金生活で食料品、生活用品以外は購入することはありません。消費税率が上がると・・・考えるだけで世の中暗くなります。
- ・60才台になり、このごろは身辺整理を少しずつはじめました。その為、今迄の手持ち物を少しずつ減らし身軽になろうと心掛けていますので、物欲があまり有りません。それでも欲しい品、必要な品は有りますので、中心の商店街にたまには行きたいと思いますが、このところ足が遠のいてしまったので、なかなか出掛ける気になりません。甲府の街が元気になると楽しみです。
- ・朝日町通りの駐車方法（コインパーキング）が、わずらわしく、ほとんど利用していない。
- ・駐車場の確保。（利用しやすいところ。）若い人の雇用の拡大（正規社員として）による町の活性化。
- ・浦安から転勤して10年位過ぎるが、都会と比べ商品の種類が少ない。多種情報を得にくい。他の地方都市と比べても色々の面で遅れている。（交通、通信、テレビ、ラジオ等が映りにくい、CATV独占等）高齢者が町中に行くのに幾つもの陸橋を渡って行かなければならない。
- ・魅力がない。シャッターの降りた店が多くては活気がない。
- ・甲府市中心商店街で商品を購入したいと思うが、駐車スペースが無いが、有料駐車場を利用しなければならないので、不便を感じ足が遠のく。
- ・甲府市の商店街に対してのことではないのですが、いつも思うことが有ります。ヴァンフォーレの球場を本当は、埼玉みたいに駅の所に作ったらいいのでは。賑やかになるし、1万5千人も6千人も集まるのですから活性化になると思います。小瀬は不便です。
- ・舞鶴公園に催し物（信玄公祭り）があり、周辺に知人の車を駐車したら15000円とられました。あまり良い思い出がないので、中心に行きません。
- ・車が無くても暮らせる生活がしたいです。それには、路線バス等の不足から。いずれは交通の便利な中心街に住みたいと思っています。そんな人達が高令化社会で多くなります。それには中心街に中高年以上の人達が住める簡素でいいですから年金で暮らせるような安い集合住宅がもっとたくさんほしいです。大型ショッピングセンターは若い人達のもの・・・中高年以上の人達で、みんなで甲府の中心街に住んで、甲府の町をおちついた格調高いすてきな街にしていきましょう!!まず、それには、街中の家賃の補助なども考えてほしいですね。
- ・甲府市内の商店街が昔と違いシャッターがおりている店が多いので、活性化を望みます。
- ・駅から南口～新しくなる市役所～岡島～商工会議所までの範囲の清涼感あふれる街作りを真剣に考えてほしい。中心に安心して家族が生活して、若い子育てママが託児に心配

する事のない様、時間に余裕のできた 60 歳以上が、ファミリーサポートに楽しく参加し、幼児とかかわる事が出来たら、どんなに楽しく笑顔がふえていくのでは・・・?美しい峰線と豊富な果実の地方都市を輝かせてほしい。

- ・商店街、中心街は節電、色々の事故等で、暗く人通りも少なく、又、暴力団の対立などで、関係者は大変だと思いますが、多方面の方の意見を参考にさせていただいて、住み良い甲府にしてくださる様、お願い致します。
- ・近所に商店街がないので、スーパー、またはデパートに買物に行く時自転車を使用しますが、歩道・車道ともに走るのが恐ろしいです。商店街（中央部）はシャッターの降りた店が目立ち他は特色がなく、昔からの店をそのまま・・・といった感じがします。本当は個人経営の店で言葉を交しながら買物をするのも楽しみと思うのですが、年老いた者のグチでしょうか、無言のまま品物を選び無言のまま支払をし帰ってくるのは、味気ない気がします・・・。
- ・甲府の商店街はいつ行っても活気がないです。レストランがありませんし（デパートしかなないです）街のさみしさを感じます。
- ・甲府市は駐車場が止めにくい所が多い。お城の周辺もいくら立派になっても車が自由に出入り出来なければ行く気にもなりません。
- ・近くに歩いて買物が出来る様な小さなスーパーが必要だと思います。
- ・店舗数が少ない。まとまってない。車をとめられない。中心に大型店舗が欲しい。
- ・デパート地下の充実。（スーパーで手に入らない品があるとか!）
- ・高齢者にもやさしい公営等の駐車場を増やしてもらえれば、もっと中心部（デパートなど）外出する機会が多くなると思う。
- ・甲府の商店街に買物に行っても駐車場の心配をするので、落ちついて買物ができない。
- ・甲府中心になかなか足を運ばないのは、やはり手軽さに少々欠けているからだだと思います。行くまでの交通・駐車場・店が点在しているため歩く距離が長くなったり、新たに車を駐車しなおさなければならなかったり・・・。しかしこれとは別に最近では駅北口の整備が進んでいてとても嬉しく思っています。これからも気軽に行ける中心街を目指して頑張ってください。私は最近ここ数年は駅利用以外に中心を歩いていません。しかし、これはただ私が知らないだけで実は本当はもっと素晴らしい魅力があるかもしれません。なので、普段中心に行かない人でも分かるような PR がもっと増えたらいいかもしれません。
- ・私は甲府で生まれ甲府で育ち今まで甲府から転出したことがありません。甲府の町や商業も寂しくなって行き、ココリも期待はずれで「こんなもんかな・・・」と思っていました。しかし最近、県外から来た方に甲府や山梨の魅力を教えられ、少し見方が変わってきました。まず、甲府駅に着いてお城の中に入っていくような駅はそうない。とてもおもしろいシチュエーションである事。晴天率が高く季節折々の山や木々や旧家など絵になる風情がたくさんある事。他にもワインも果物もほうとうも絶品で隠れた名品が数多くある。（県内では出回らない有名なワインなどあるらしい）そうです。甲府は魅力を十分に表現できていないのが残念です。素人的に考える事としては中途半端に近代化にしようせず、城下町の色で統一して、お城の中の駅を降りて街に歩き出した時、期待を失わせないことが楽しいのではないかと思います。タイムスリップしたような信玄がいそうな武将カフェもありです。甲府の商店街頑張ってください。
- ・ココリの建物自体はとても洗練された印象を受けましたが、入っているテナントにがっかりで、その後行く気になれません。正直どの世代をターゲットとしているのかわかりません。実際にお金を自由に使える世代を考えると 10 代～30 代独身女性やおじいちゃん、おばあちゃん世代だと思います。おじいちゃん、おばあちゃんは孫に対してお金を使うことも想定されます。高級ブランド（エルメスなど）までいかないまでも 10 代後半～世代が買えるブランドを取り入れるべき。（ウィルセレクション、レッセパッセ、カクアガール、スナイデル、アプワイザー、ジルスチュアート、ロクシタンなど）ルミネや丸井を参考にすべきです。そうでなければ電車代をかけても東京へ買い物へ行ってしまうため山梨にはお金が落ちない気がします。山梨の経済の為にも若者ブランドの誘致が必須かと思われます。安価な物を買うのであれば郊外大型ショッピングセンターへ行ってしまう。（駐車場が大きい、無料のため）住み分けが必要です。検討してください。

以上

Ⅲ. 調査結果の要点とまとめ

1. 調査結果の要点

1. 回答者属性から見た今回の調査の特徴としては60歳代が約1/3を占め、女性の比率が高い傾向にあった。

今回の回答者属性の特色としては、60歳代が全体の30.5%と約1/3を占めていることである。

また、男女別に見ても女性回答者が59.4%で、平成23年11月1日現在の甲府市住民基本台帳から見た女性の比率51.5%を大きく上回っている。

なお、3年前に実施した前回調査結果との比較では、男女別はやはり女性（前回調査57.4%）の比率が高い傾向であった。年代別では前回調査では60歳代が全体の24.7%であったが、今回は前回より5.8ポイントと大幅に増加し、50歳代が前回調査の24.3%から21.1%へ低下している。

2. 現在の暮らし向きについては、「満足」・「やや満足」とする回答比率が前回調査時より増加した。しかし、生活面ではここ2、3年前より悪化傾向にあるとする回答も半数近くを占め、高齢者は「年金・介護問題」、また若い年代では「雇用（就職難を含む）」などについて不安感を持っている。

現在の暮らしの満足度は、満足しているとの回答比率が54.8%で前回調査の41.1%と比較して大きく増加した。

しかし、暮らし向きについては収入減などにより2、3年前より悪化傾向とする回答が半数近くを占め、好転しているとの回答を大きく上回ったことから、総じて厳しい現状を映し出す結果となった。

このほか、現在の生活の中で関心を持っていることとしては、回答者の半数以上が50歳代以上ということもあってか、「年金」や「健康」などが上位を占めている。

なお、今後の心配ごとでは、高齢者を中心に「年金・介護問題」と「老後の生活」が上位の回答項目となっており、若い年代では「雇用（就職難を含む）」や「税金（消費税等）」等をあげた人も多かった。

3. 日常の生活ぶりは、「国内外への旅行」や「友人・知人との交流」に興味を持ち、余暇は「ショッピング」などで過ごしている。このほか、現在欲しいものとしては、家電製品や国産自動車など高額生活用品に関心を持ちながら、普段は、「趣味」や「ファッション」、「友人などとの交際」にお金をかけている。

現在興味を持っていることは「国内外への旅行」や「友人・知人との交流」などで回答者全体の概ね1/3を占め、余暇は「ショッピング」や「友人との交流」、「一家団らん」、「ごろ寝」などで過ごしている人が多かった。

また、普段お金をかけているとする項目は、「趣味」が最も多く30.1%を占め、「ファッション」や「友人などの交際費」など個人の生活を豊かにする項目が上位となっている。

なお、現在欲しいと思っている商品として、「電化製品」・「国産自動車」・「衣料品」など生活面で必要な高額商品が上位を占め、前回の調査時と比較して回答比率が最も大きく増加している商品は「携帯電話」で、「電化製品」は前回調査時より大幅に低下した。

4. 消費行動面では、「広告・チラシ・雑誌」などを情報源とし、通信販売を利用している人が4人に3人を占めているほか、20～30歳代では60%以上の人が県外に買い物に行っている。

買い物や外食時の情報源としては、「広告・チラシ・雑誌」が回答者全体の3/4を占め、このほか「友人の紹介」や、若い年代を中心に「インターネット」などを活用し、特に「インターネット」が前回の調査結果より7.4ポイントと大幅に増加している。

また商品購入の方法についても、カタログやインターネット、テレビ、新聞広告などの「通信販売」を利用している人が75.5%とかなり高い利用状況が判明した。

このほか、交通網の発達や山梨県内商業への不満などから全体の半数近い人が県外へ買い物に行き、特に20～30歳代は3人に2人が県外へ買い物に行っている状況にある。

5. 商店街での購入商品は「食料品」、「日用雑貨類」、「酒類」などで、百貨店や大型ショッピングセンターでは「衣料品」、「食料品」、「贈答品」等が多い。また、商品を購入する際に重視することは、最寄品は「新鮮さ」と「安全性」、買回品は「自分の好み」をあげている。

商店街や百貨店、大型店などによって購入商品を決めているかどうかについては、「決めている」と「決めていない」、「別に気にしたことはない」の3タイプの回答に分かれた。

ちなみに商店街での購入商品は「食料品」、「日用雑貨類」、「酒類」などが上位で、百貨店や大型ショッピングセンターは「衣料品」が概ね2/3近くを占め、このほか「食料品」、「贈答品」などが多かった。

このほか、商品を購入する際に重視する点としては、食料品など生活必需品（最寄品）は「新鮮さ」が回答者全体の2/3近くを占め、「安全性」なども41.0%と半数近い回答を集めた。また、衣料品等の買回品は「自分の好み」との回答が半数近くを占め、自分に合い、自分らしさを求める傾向が見られた。

6. 郊外型大型ショッピングセンターの利用状況は、「品物が豊富」や「無料駐車場がある」などの理由により前回の調査時より若干増加し、地域的には甲府市南部・北部・西部地域の生活者が多い傾向にある。

甲府市民が郊外型の大型ショッピングセンターへ「良く行く」・「時々行く」人の比率は62.1%で前回調査の60.3%より1.8ポイント上昇し、反対に「あまり行かない」・「全く行かない」合計は36.0%で前回調査の37.8%より若干ながら減少している。

地域別では、「南部地域」が「よく行く」・「時々行く」合計で69.4%と最も多く、以下「北部地域」（同項目の回答比率65.5%）、「西部地域」（同63.1%）となっており、「中央部地域」（同55.2%）、「東部地域」（同52.2%）は50%台であった。

なお、郊外型大型ショッピングセンターへ買い物に行く理由としては、前回の調査結果と同様に「品物の種類が豊富」、「無料の駐車場がある」等が上位の回答となっている。

コンビニエンスストアの利用状況は、「週に1~2回程度」が42.6%で最も多く、「ほとんど利用しない」は30.2%で、「週3~4回程度」が18.3%、「週5回以上」が7.7%であった。

7. 生活者の地域商店や商店街での買い物満足度は概ね半数の人が満足と答えており、商店への要望は「良いものを安い値段」で、また商店街に対しては「駐車場の整備」が最も多かった。

生活者の地元商店や商店街での買い物満足度については48.5%と半数近くの人が満足し、不満と思っている人は37.4%であった。

なお、前回調査と比較すると、満足が7.2ポイントと大きく減少し、反対に不満は2.1ポイント上昇となり、地元住民の地域商店や商店街に対する厳しい見方が増加している。

また、住民の地域の商店に対する要望としては「良いものを安い値段で」が半数以上を占め、「商品を豊富に（品揃えをよく）」、「1カ所で何でもそろろう」などの回答が上位となっている。

一方、地元の商店街に対する要望としては、前回調査と同様「駐車場の整備」が回答全体の2/3を占めて最も多く、このほか「ゆったりと買い物ができる」、「商店街の核となる店舗がほしい」などの順となっている。

ちなみに、「駐車場」については、比較的近隣で買い物をする傾向の強い最寄品を買い物する時の交通手段についても、「自家用車」を利用すると回答した人が81.6%とかなり高い回答比率で、都会と違う地方都市の買い物行動の特徴が出ている。

このほか、自由意見として「地域の店の閉鎖は高齢者には心配で、車で郊外まで行けるどうか不安」や「近隣に小さいスーパーが欲しい」、「高齢者も安心して乗れるようなコミュニティバスの運行」等の意見が聞かれた。

8. 甲府市中心商店街での買い物は不満とする回答が若い人を中心に半数近くを占め、要望としては「無料駐車場」が3/4以上を占めた。

甲府市中心商店街での商品購入に対する満足度としては、「満足している」・「まあ満足している」合計が32.4%で、一方「不満である」・「やや不満である」合計は若い世代を中心に49.9%と半数を占めている。これをうけて、甲府市中心商店街への要望としては、「無料駐車場」が76.8%と圧倒的に多く、以下「ゆったりと楽しく買い物」や「核となる大型店舗の誘致」、「ウインドウショッピングができる」などが上位となっている。

なお、中心商店街に関する自由意見の中には「ココリに対する批判や期待」、「商業者の経営努力」などの意見が多数聞かれた。

2. まとめ

1. 今回の調査は東日本大震災後の夏に実施され、節電の影響もあってか商店における「営業時間の延長」や商店街の「夜も明るい商店街に」などの回答項目については3年前に実施した前回の調査結果より回答比率は低下した。
しかし、回答比率が増加すると予想された「食品の安全性」や、「自然環境問題」などは反対に前回の調査結果より低下し、「年金」・「介護」・「雇用問題」・「消費税など税金問題」など身近なテーマへの回答比率が増加する傾向が見られた。
これは、今回の調査回答者の年齢が前回より高まったことと、景気低迷による国や県、市などの財政問題、それに就職難などの雇用問題の影響が表れた結果といえる。
2. 買い物行動面では、「品物の種類が豊富」や「車が止めやすい無料駐車場」などを理由として郊外の大型ショッピングセンターへの車で買い物する比率が前回の調査結果より増加した。
一方、地域の商店や商店街の買い物満足度は、「無料駐車場不足」、「品揃えがよくない」、「欲しい物、買いたい物が無い」などの理由で低下する傾向が見られ、これらはちょうど大型ショッピングセンターへ買い物に行く理由の裏返しの内容となっている。
3. しかしながら、地域の商店街や特に甲府市中心街ではここ数年の空き店舗の増加によりその跡地へ低価格の駐車場がかなりのペースで増加している。中には「24時間駐車で500円」（1時間20.8円となる）という低価格駐車場の看板が出ているところもあるが、しかし現状では来街者数に結びついていないと言いはし難い。
要は、駐車場自体が集客するのではなく、個別商店の魅力と、これらが集積した商店街としての顧客への満足度を高める必要があるといえる。
4. しかし、このように相次ぐ郊外への大型ショッピングセンターのオープンと、これに反比例した形で店舗が閉鎖していく地域並びに中心部商店街の現状であるが、今後の商業動向を考える時にこのままの状況でよいのかどうかという一抹の不安も出てくる。
5. すなわち、一部の大都市周辺部で起こっている、地域における個別商店の閉店とこれらに伴う商店街の衰退、さらに今後予想される競争激化の中で大型ショッピングセンターが撤退した時に、地域住民の買い物と生活はどうなるかという問題である。
今回の調査結果から、今後インターネットなどによる宅配便を利用した通信販売や、各種デリバリー（配達）サービスの充実が進化していくと予想されるが、これだけで地域住民の快適な生活は保てるだろうかという疑問である。
また、現在はある程度遠くても車で買い物に行ける生活者が、今後高齢化社会が進展した時に、自由意見で聞かれた「高齢になり自動車で行けるか不安」な人たちは、どのような買い物行動をとるかというテーマにも取り組んでいく必要がある。