

令和4年度
相模原市商業実態調査報告書
～通行量調査、買物行動調査及び来街者調査～

ダイジェスト版

令和5年2月

相 模 原 市

目次

第1章 調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査の項目	1
3. 通行量調査	1
(1) 調査日時	1
(2) 調査方法	1
(3) 調査対象地区及び地点	1
4. 買物行動調査	1
(1) 調査期間	1
(2) 調査方法	1
(3) 調査対象	2
(4) 用語等	2
(5) 商業地域	2
5. 来街者調査	3
(1) 調査日時	3
(2) 調査方法	3
(3) 調査対象	3
(4) 調査地区、サンプル数及び調査地点	3
6. 集計上の留意点	3

第2章 通行量調査結果	4
(1) 歩行者通行量	4
(2) 地点別の歩行者	5
(3) 歩行者の通行ランキング	6
(4) 二輪車通行量	7
(5) 地点別の二輪車	8
(6) 二輪車の通行ランキング	9
第3章 買物行動調査結果	10
1. 調査結果	10
(1) 回答者の属性	10
(2) 買物行動全般	17
(3) よく利用する商業地域・商業施設	46
(4) キャッシュレス決済	59
(5) コロナ禍での買物行動	63
(6) 前回調査との比較	70
(7) 最も利用している商業地域における買物行動	79
(8) 買物頻度	80
(9) 買回品の買物行動	86
(10) よく利用する商業地域で充実が望まれる施設の比較	89

第4章 来街者調査結果	90
1. 回答者の属性	90
(1) 性別	90
(2) 年代	90
(3) 居住地	91
(4) 職業	93
(5) グループ構成	93
2. 調査結果	94
(1) 主な交通手段	94
(2) コロナ前の主な交通手段	94
(3) コロナ禍の影響による交通手段の変化	95
(4) 来街目的	96
(5) 購入予定のもの（大型店舗）	97
(6) 購入予定のもの（個店・商店街）	97
(7) 消費金額	98
(8) 滞在予定時間	99
(9) 来街頻度	100
(10) 来街頻度の変化	101
(11) 来街所要時間	101
(12) 街の好感度	102
(13) 街のイメージ	103
(14) 買物の情報源	108
(15) 現在地以外によく行く街	110
(16) 現在地以外によく行く街の来街目的・来街頻度	112
(17) 相模原市のイメージ	115
(18) 店舗利用の際の重視	118
(19) コロナ前の決済方法	120
(20) コロナ禍での決済方法	121
(21) コロナ禍の影響による決済方法の変化	122

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

新型コロナウイルス感染症が市内商業に与えた影響を調査するため、市内商業地等における「通行量調査」、「買物行動調査」及び「来街者調査」を実施し、流行前の状況と比較して分析した。

2. 調査の項目

・通行量調査 ・買物行動調査 ・来街者調査

3. 通行量調査

(1) 調査日時

休日：令和4年10月23日（日）
平日：令和4年10月24日（月）
午前10時から午後8時まで（10時間調査）

(2) 調査方法

相模原市内における商業地の30地点を対象として、通過する中学生以上と見られる人数を、時間帯別・方向別・男女別（自転車・バイク・スクーター含む）で調査し、集計・分析を行った。

(3) 調査対象地区及び地点（3地区・30地点）

表1-1 調査対象地区及び地点

No	調査地区	地点数
①	橋本駅周辺	11地点
②	相模原駅周辺	7地点
③	相模大野駅周辺	12地点
	合計	30地点

4. 買物行動調査

(1) 調査期間

令和4年11月4日（金）～30日（水）

(2) 調査方法

市内消費者の買物行動を把握するため、買物行動の特徴、消費者の意識、商業地への要望など、40問程度のアンケート調査を抽出された消費者に対して、調査票を郵送で配布して回収し、

集計・分析を行った。

(3) 調査対象

住所、年齢に偏りがないよう配慮して、住民基本台帳から等間隔系統で抽出した市内在住者 3,000 人（15 歳～75 歳）

(4) 用語等

居住地区とは、相模原市の出張所管轄区域（本庁、橋本、大野北、大野中、大野南、大沢、田名、上溝、麻溝、新磯、相模台、相武台、東林、城山・津久井、相模湖・藤野の計 15 地区）に区分された地区を示す。

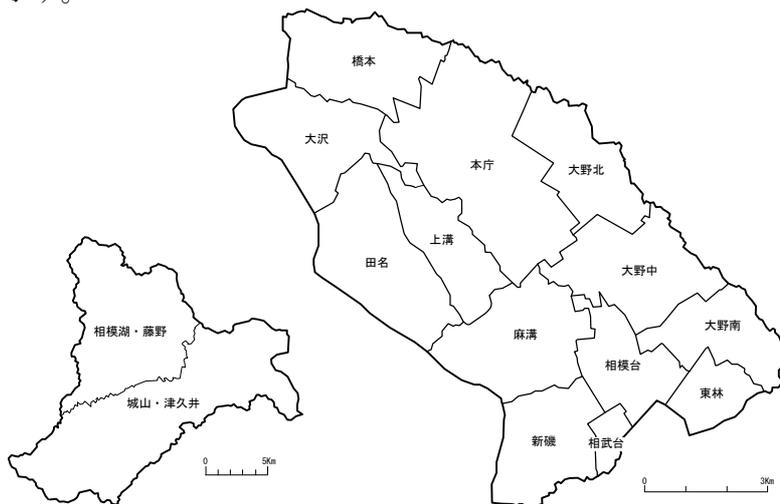


図 1-1 居住地区の位置

(5) 商業地域

以下の 17 の商業集積を商業地域として選定した。

表 1-2 調査対象とした相模原市内の商業地域

No.	調査地点名	出張所管轄区域	商業地の種類
1	橋本駅周辺	橋本	中心商業地
2	相模原駅周辺	本庁	中心商業地
3	相模大野駅周辺	大野南	中心商業地
4	淵野辺駅周辺	大野北	地区中心商業地
5	上溝地区	上溝	地区中心商業地
6	小田急相模原地区	大野中	地区中心商業地
7	東林間地区	東林	地区中心商業地
8	古淵地区	大野中	地区中心商業地
9	若松地区	大野中	近隣商業地
10	相武台地区	相武台	近隣商業地
11	南橋本地区	本庁	近隣商業地
12	相原・二本松地区	橋本	近隣商業地
13	城山・津久井地区	城山・津久井	
14	相模湖・藤野地区	相模湖・藤野	
15	緑区その他地域	大沢	
16	中央区その他地域	本庁	
17	南区その他地域	麻溝	

5. 来街者調査

(1) 調査日時

休日：令和4年11月6日（日）
平日：令和4年11月7日（月）
午前10時から午後8時まで（10時間調査）

(2) 調査方法

調査地区において来街する人に、居住地、来街目的、来街手段、来街頻度などについて聞き取り調査し、集計・分析を行った。

(3) 調査対象

調査地区に買物を目的に来街する高校生以上の男女

(4) 調査地区、サンプル数及び調査地点（4地区・1,600枚）

表1-3 調査地区、サンプル数及び調査地点

No	調査地区	サンプル数		調査地点
		平日	休日	
①	橋本北口	200	200	JR橋本駅北口ペDESTリアンデッキ上
②	橋本南口	200	200	JR橋本駅南口
③	相模原	200	200	JR相模原駅南口ペDESTリアンデッキ上・下
④	相模大野	200	200	小田急相模大野駅北口ペDESTリアンデッキ上
	合計	1,600		-

6. 集計上の留意点

- ・百分率（%）の計算は、小数第2位を四捨五入し、小数第1位まで表示した。したがって、単数回答（1つだけ選ぶ問）においても、四捨五入の影響で、合計100%にならない場合がある。
- ・複数回答（2つ以上選んでよい問）においては、合計が100%を超える場合がある。
- ・グラフ中、構成比が3%未満の場合は表記を省略している場合がある。
- ・無回答により、全体数と内訳が一致しない場合がある。
- ・本文、表、グラフは、表示の都合上、調査票の選択肢等の文言を一部簡略化している場合がある。
- ・回答者数が30未満の場合、比率が上下しやすいため、傾向を見るにとどめ、本文中では触れていない場合がある

第2章 通行量調査結果

(1) 歩行者通行量

全調査地点における歩行者通行量の合計は、休日が179,527人、平日が173,822人であり、休日の歩行者通行量が平日の歩行者通行量を5,705人上回っている。

表2-1 調査地区別の歩行者通行量

調査地区名		休日歩行者通行量			平日歩行者通行量			休日/平日
		男性	女性	合計	男性	女性	合計	
中心商業地	①橋本駅周辺 (11)	36,419	43,180	79,599	32,741	40,043	72,784	1.09
	②相模原駅周辺 (7)	10,247	7,626	17,873	10,409	9,320	19,729	0.91
	③相模大野駅周辺 (12)	40,414	41,641	82,055	33,330	47,979	81,309	1.01
全体 (30)		87,080	92,447	179,527	76,480	97,342	173,822	1.03

※()内の数字は地点数を示す

下記の図に全地点の歩行者通行量時間変動図を示す。

休日と平日の時間帯変動を比較すると、休日は10時台から16時台にかけての歩行者通行量が平日を上回っている。

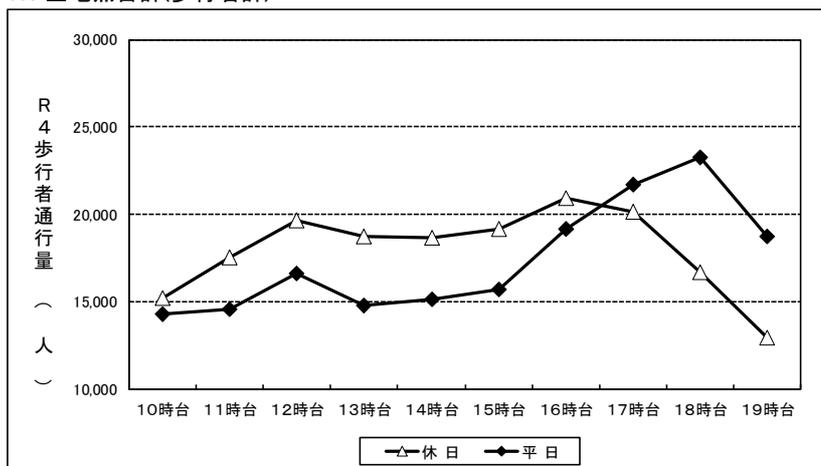
また、休日は10時台から12時台までは増加傾向で、その後14時台まで減少し、15時台から再び増加し、16時台にピークとなっている。

平日は10時台から12時台までは増加傾向で、その後一旦減少するが14時台から再び増加し、18時台にピークとなっている。

ピーク時間帯は休日が16時台、平日が18時台であった。

休日・平日ともに昼過ぎの時間帯に通行量が減少し、夕方にピークとなるまで増加傾向である。

R4 全地点合計(歩行者計)



【単位:人】

	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	18時台	19時台	合計
休日	15,166	17,528	19,635	18,696	18,650	19,132	20,921	20,171	16,670	12,958	179,527
平日	14,288	14,550	16,578	14,804	15,159	15,681	19,118	21,663	23,280	18,701	173,822

図2-1 全地点時間帯別の歩行者通行

(2) 地点別の歩行者

表 2-2 歩行者調査結果総括表

調査地区	No.	調査地点	歩行者通行量		休日	休日男女比		平日男女比		前回(R2)通行量		R4 / R2		
			休日(人)	平日(人)	平日	男性(%)	女性(%)	男性(%)	女性(%)	休日(人)	平日(人)	休日	平日	
中心商業地	① 橋本駅周辺 11箇所	1 イオン出入口	11,034	9,808	1.13	36.8	63.2	33.6	66.4	11,121	11,060	▲ 0.99	■ 0.89	
		2 ビーズモール前	4,856	5,899	0.82	51.7	48.3	49.8	50.2	5,568	6,130	■ 0.87	■ 0.96	
		3 CHALLENGER前	7,637	8,260	0.92	55.1	44.9	49.8	50.2	7,568	9,405	■ 1.01	■ 0.88	
		4 ミウイ出入口	19,093	17,283	1.10	38.6	61.4	34.8	65.2	16,328	14,496	■ 1.17	■ 1.19	
		5 ミウイ横	4,708	3,547	1.33	58.1	41.9	58.5	41.5	4,527	4,377	■ 1.04	■ 0.81	
		6 HK第4ビル前	6,897	4,542	1.52	47.6	52.4	47.2	52.8	8,327	5,602	■ 0.83	■ 0.81	
		7 きらぼし銀行橋本支店前	2,449	2,121	1.15	57.1	42.9	56.8	43.2	3,216	2,652	■ 0.76	■ 0.80	
		8 Okazaki BLD前	2,439	3,163	0.77	55.2	44.8	56.6	43.4	2,436	4,061	■ 1.00	■ 0.78	
		9 第一商事前	1,209	1,416	0.85	53.3	46.7	49.6	50.4	1,278	1,380	■ 0.95	■ 1.03	
		10 橋本駅南口階段前	8,544	9,297	0.92	52.6	47.4	56.1	43.9	9,573	12,505	■ 0.89	■ 0.74	
		11 やすらぎの道立体上	10,733	7,448	1.44	40.5	59.5	43.6	56.4	9,282	7,673	■ 1.16	■ 0.97	
	橋本駅周辺 合計			79,599	72,784	1.09	45.8	54.2	45.0	55.0	79,224	79,341	■ 1.00	■ 0.92
	② 相模原駅周辺 7箇所	12 カネコ時計店前	1,349	1,679	0.80	52.2	47.8	45.3	54.7	1,652	2,003	■ 0.82	■ 0.84	
		13 エイブル前	1,864	1,590	1.17	61.5	38.5	58.3	41.7	1,476	1,693	■ 1.26	■ 0.94	
		14 パチンコプラザ相模原前	5,050	5,275	0.96	58.4	41.6	53.4	46.6	4,999	6,555	■ 1.01	■ 0.80	
		15 T'S BRIGHTIA前	3,925	4,390	0.89	58.1	41.9	52.5	47.5	4,189	4,878	■ 0.94	■ 0.90	
		16 ツカサビル前	1,354	1,476	0.92	57.2	42.8	52.9	47.1	1,244	1,615	■ 1.09	■ 0.91	
		17 スポーツクラブS-C相模原前	2,306	3,040	0.76	55.0	45.0	53.3	46.7	2,146	2,472	■ 1.07	■ 1.23	
		18 セブイレブン相模原5丁目店前	2,025	2,279	0.89	55.5	44.5	52.6	47.4	2,372	2,446	■ 0.85	■ 0.93	
		相模原駅周辺 合計			17,873	19,729	0.91	57.3	42.7	52.8	47.2	18,078	21,662	■ 0.99
	③ 相模大野駅周辺 12箇所	19 ロビーファイブ前	3,117	4,542	0.69	47.8	52.2	24.9	75.1	2,789	4,533	■ 1.12	■ 1.00	
		20 ブラザンティ相模大野前	2,288	2,444	0.94	47.5	52.5	47.9	52.1	2,582	2,629	■ 0.89	■ 0.93	
		21 ボーノ前	27,179	22,333	1.22	44.1	55.9	40.4	59.6	27,456	27,060	■ 0.99	■ 0.83	
		22 大野銀座入口	5,342	5,059	1.06	53.3	46.7	46.6	53.4	5,433	4,816	■ 0.98	■ 1.05	
		23 エピカビル横	1,404	1,493	0.94	57.3	42.7	53.4	46.6	1,314	1,629	■ 1.07	■ 0.92	
		24 au前	8,945	12,475	0.72	52.1	47.9	30.6	69.4	8,798	14,951	■ 1.02	■ 0.83	
		25 コリドー入口	9,014	10,559	0.85	52.5	47.5	42.9	57.1	9,766	10,492	■ 0.92	■ 1.01	
		26 季節の橋下	4,007	4,809	0.83	50.9	49.1	35.7	64.3	4,648	4,471	■ 0.86	■ 1.08	
		27 くすりPaseos前	7,394	6,933	1.07	56.7	43.3	58.0	42.0	5,903	7,043	■ 1.25	■ 0.98	
		28 しんしん亭前	2,182	1,461	1.49	51.8	48.2	48.0	52.0	2,035	1,776	■ 1.07	■ 0.82	
		29 SWEETS O'CLOCK前	8,688	7,212	1.20	48.3	51.7	43.9	56.1	6,945	8,130	■ 1.25	■ 0.89	
		30 サンデッキ跨線橋上	2,495	1,989	1.25	51.0	49.0	45.8	54.2	2,527	2,372	■ 0.99	■ 0.84	
		相模大野駅周辺 合計			82,055	81,309	1.01	49.3	50.7	41.0	59.0	80,196	89,902	■ 1.02
中心商業地 合計			179,527	173,822	1.03	48.5	51.5	44.0	56.0	177,498	190,905	■ 1.01	■ 0.91	

※R4 / R2が増加した地点は左側に「▲」、減少した地点には「▼」、R4 / R2の比較対象外の地点は「-」を記載した。

(3) 歩行者の通行ランキング

歩行者通行量上位 15 位の調査地点別歩行者通行量を下記表に示す。
歩行者通行量の多かった地点は、休日と平日ともに「No. 21 ボーノ前」である。
第 2 位は休日と平日ともに「No. 4 ミウヰ出入口」である。

表 2-3 歩行者通行量上位 15 位までのランキング

休 日					平 日						
順位	地区名	No.	調査地点名	通行量(人)	前回通行量(人)	順位	地区名	No.	調査地点名	通行量(人)	前回通行量(人)
1	相模大野	21	ボーノ前	27,179	27,456	1	相模大野	21	ボーノ前	22,333	27,060
2	橋本	4	ミウヰ出入口	19,093	16,328	2	橋本	4	ミウヰ出入口	17,283	14,496
3	橋本	1	イオン出入口	11,034	11,121	3	相模大野	24	au前	12,475	14,951
4	橋本	11	やすらぎの道立体上	10,733	9,282	4	相模大野	25	コリドー入口	10,559	10,492
5	相模大野	25	コリドー入口	9,014	9,766	5	橋本	1	イオン出入口	9,808	11,060
6	相模大野	24	au前	8,945	8,798	6	橋本	10	橋本駅南口階段前	9,297	12,505
7	相模大野	29	SWEETS O'CLOCK前	8,688	6,945	7	橋本	3	CHALLENGER前	8,260	9,405
8	橋本	10	橋本駅南口階段前	8,544	9,573	8	橋本	11	やすらぎの道立体上	7,448	7,673
9	橋本	3	CHALLENGER前	7,637	7,568	9	相模大野	29	SWEETS O'CLOCK前	7,212	8,130
10	相模大野	27	くすりPaseos前	7,394	5,903	10	相模大野	27	くすりPaseos前	6,933	7,043
11	橋本	6	HK第4ビル前	6,897	8,327	11	橋本	2	ビーズモール前	5,899	6,130
12	相模大野	22	大野銀座入口	5,342	5,433	12	相模原	14	パチンコプラザ相模原前	5,275	6,555
13	相模原	14	パチンコプラザ相模原前	5,050	4,999	13	相模大野	22	大野銀座入口	5,059	4,816
14	橋本	2	ビーズモール前	4,856	5,568	14	相模大野	26	季節の橋下	4,809	4,471
15	橋本	5	ミウヰ横	4,708	4,527	15	橋本	6	HK第4ビル前	4,542	5,602

(4) 二輪車通行量

全調査地点における二輪車通行量の合計は、休日が 33,095 台、平日が 26,599 台であり、休日の二輪車通行量が平日の二輪車通行量を 6,496 台上回っている。

表 2-4 調査地区別の二輪車通行量

種別 調査地区名		単位:台						休日/平日
		休日二輪車通行量			平日二輪車通行量			
		自転車	バイク	合計	自転車	バイク	合計	
中心商業地	①橋本駅周辺 (11)	9,884	1,627	11,511	7,921	1,545	9,466	1.22
	②相模原駅周辺 (7)	5,530	1,727	7,257	5,215	1,239	6,454	1.12
	③相模大野駅周辺 (12)	13,411	916	14,327	10,004	675	10,679	1.34
全体 (30)		28,825	4,270	33,095	23,140	3,459	26,599	1.24

※()内の数字は地点数を示す

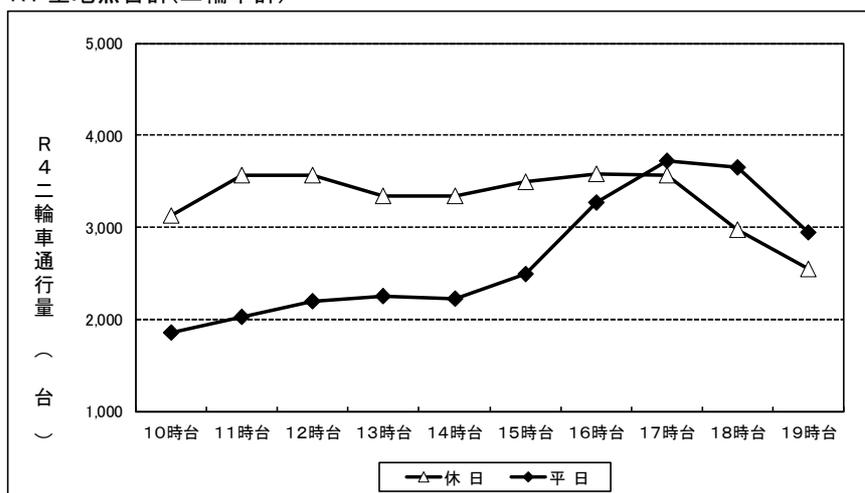
下記の図に全地点の二輪車通行量時間変動図を示す。

休日と平日の時間帯変動を比較すると、休日は 10 時台から 16 時台にかけての二輪車通行量が平日を上回っている。

また、休日は 11 時台から 17 時台まで二輪車通行量は横ばいで推移する傾向にあり、その後は大きく通行量が減少している。

平日は 14 時台から 17 時台にピークとなるまで二輪車通行量が増加を続けている。

R4 全地点合計(二輪車計)



【単位:台】

	10時台	11時台	12時台	13時台	14時台	15時台	16時台	17時台	18時台	19時台	合計
休日	3,132	3,563	3,572	3,337	3,336	3,494	3,576	3,566	2,978	2,541	33,095
平日	1,854	2,019	2,192	2,248	2,219	2,487	3,262	3,723	3,646	2,949	26,599

図 2-2 全地点時間帯別の二輪車通行量

(5) 地点別の二輪車

表2-5 二輪車通行量調査結果総括表

調査地区	No.	調査地点	二輪車通行量		休日 平日	休日構成比		平日構成比		前回(R2)通行量		R4 R2				
			休日(台)	平日(台)		自転車(%)	バイク(%)	自転車(%)	バイク(%)	休日(台)	平日(台)	休日	平日			
中心商業地	① 橋本駅周辺 11箇所	1 イオン出入口	0	0	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-		
		2 ビーズモール前	992	985	1.01	97.6	2.4	97.3	2.7	1,154	1,350	▲	0.86	▼	0.73	
		3 CHALLENGER前	1,485	1,197	1.24	98.4	1.6	97.6	2.4	1,622	1,751	▲	0.92	▼	0.68	
		4 ミウイ出入口	0	0	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	
		5 ミウイ横	911	601	1.52	96.3	3.7	95.5	4.5	755	925	▲	1.21	▼	0.65	
		6 HK第4ビル前	839	607	1.38	97.3	2.7	97.9	2.1	838	1,007	▲	1.00	▼	0.60	
		7 きらぼし銀行橋本支店前	1,706	1,347	1.27	76.8	23.2	72.9	27.1	1,626	1,897	▲	1.05	▼	0.71	
		8 Okazaki BLD前	1,162	977	1.19	71.2	28.8	69.5	30.5	1,273	1,429	▲	0.91	▼	0.68	
		9 第一商事前	1,381	1,320	1.05	77.7	22.3	78.7	21.3	1,334	1,683	▲	1.04	▼	0.78	
		10 橋本駅南口階段前	1,427	1,035	1.38	86.1	13.9	81.6	18.4	1,770	1,692	▲	0.81	▼	0.61	
		11 やすらぎの道立体上	1,608	1,397	1.15	82.3	17.7	77.5	22.5	1,407	1,772	▲	1.14	▼	0.79	
	橋本駅周辺 合計			11,511	9,466	1.22	85.9	14.1	83.7	16.3	11,779	13,506	▲	0.98	▼	0.70
	② 相模原駅周辺 7箇所	12 カネコ時計店前	841	1,092	0.77	94.1	5.9	95.2	4.8	1,035	1,505	▲	0.81	▼	0.73	
		13 エイブル前	903	590	1.53	44.7	55.3	50.8	49.2	740	970	▲	1.22	▼	0.61	
		14 パチンコブラザ相模原前	989	851	1.16	80.3	19.7	84.4	15.6	1,039	1,511	▲	0.95	▼	0.56	
		15 T'S BRIGHTIA前	2,047	1,795	1.14	84.7	15.3	85.9	14.1	1,899	2,739	▲	1.08	▼	0.66	
		16 ツカサビル前	656	502	1.31	94.1	5.9	95.2	4.8	589	877	▲	1.11	▼	0.57	
		17 スポーツクラブS・C相模原前	891	858	1.04	78.6	21.4	79.6	20.4	669	811	▲	1.33	▼	1.06	
		18 セブイレブン相模原5丁目店前	930	766	1.21	52.7	47.3	59.3	40.7	840	1,081	▲	1.11	▼	0.71	
	相模原駅周辺 合計			7,257	6,454	1.12	76.2	23.8	80.8	19.2	6,811	9,494	▲	1.07	▼	0.68
	③ 相模大野駅周辺 12箇所	19 ロビーファイブ前	2,088	1,589	1.31	91.7	8.3	92.1	7.9	2,795	3,237	▲	0.75	▼	0.49	
		20 プラザシティ相模大野前	1,148	1,133	1.01	96.9	3.1	96.6	3.4	1,385	1,496	▲	0.83	▼	0.76	
		21 ボーノ前	0	0	-	-	-	-	-	0	0	-	-	-	-	
		22 大野銀座入口	1,438	1,209	1.19	99.3	0.7	98.8	1.2	1,717	1,533	▲	0.84	▼	0.79	
		23 エピカビル横	2,027	1,397	1.45	93.0	7.0	89.5	10.5	1,889	2,279	▲	1.07	▼	0.61	
		24 au前	2,217	1,586	1.40	93.0	7.0	92.9	7.1	2,335	3,195	▲	0.95	▼	0.50	
		25 コリドー入口	630	401	1.57	96.7	3.3	99.0	1.0	556	708	▲	1.13	▼	0.57	
		26 季節の橋下	628	439	1.43	99.2	0.8	99.8	0.2	606	669	▲	1.04	▼	0.66	
		27 くずりPaseos前	1,497	962	1.56	79.4	20.6	81.4	18.6	1,388	1,152	▲	1.08	▼	0.84	
		28 しんしん亭前	1,555	936	1.66	98.6	1.4	97.5	2.5	1,499	1,572	▲	1.04	▼	0.60	
		29 SWEETS O'CLOCK前	372	307	1.21	88.7	11.3	90.2	9.8	333	469	▲	1.12	▼	0.65	
	30 サンデッキ跨線橋上	727	720	1.01	100.0	0.0	100.0	0.0	919	1,051	▲	0.79	▼	0.69		
	相模大野駅周辺 合計			14,327	10,679	1.34	93.6	6.4	93.7	6.3	15,422	17,361	▲	0.93	▼	0.62
中心商業地 合計			33,095	26,599	1.24	87.1	12.9	87.0	13.0	34,012	40,361	▲	0.97	▼	0.66	

※R4 / R2が増加した地点は左側に「▲」、減少した地点には「▼」、R4 / R2の比較対象外の地点は「-」を記載した。

(6) 二輪車の通行ランキング

二輪車通行量上位 15 位の調査地点別二輪車通行量を下記表に示す。

二輪車通行量の多かった地点は、休日は「No. 24 au 前」、平日は「No. 15 T' S BRIGHTIA 前」である。

第 2 位は休日と平日ともに「No. 19 ロビーファイブ前」である。

表 2-6 二輪車通行量上位 15 位までのランキング

休 日						平 日					
順位	地区名	No.	調査地点名	通行量 (台)	前回通行量 (台)	順位	地区名	No.	調査地点名	通行量 (台)	前回通行量 (台)
1	相模大野	24	au前	2,217	2,335	1	相模原	15	T' S BRIGHTIA前	1,795	2,739
2	相模大野	19	ロビーファイブ前	2,088	2,795	2	相模大野	19	ロビーファイブ前	1,589	3,237
3	相模原	15	T' S BRIGHTIA前	2,047	1,899	3	相模大野	24	au前	1,586	3,195
4	相模大野	23	エビカビル横	2,027	1,889	4	橋本	11	やすらぎの道立体上	1,397	1,772
5	橋本	7	きらぼし銀行橋本支店前	1,706	1,626	5	相模大野	23	エビカビル横	1,397	2,279
6	橋本	11	やすらぎの道立体上	1,608	1,407	6	橋本	7	きらぼし銀行橋本支店前	1,347	1,897
7	相模大野	28	しんしん亭前	1,555	1,499	7	橋本	9	第一商事前	1,320	1,683
8	相模大野	27	くすりPaseos前	1,497	1,388	8	相模大野	22	大野銀座入口	1,209	1,533
9	橋本	3	CHALLENGER前	1,485	1,622	9	橋本	3	CHALLENGER前	1,197	1,751
10	相模大野	22	大野銀座入口	1,438	1,717	10	相模大野	20	ブラザシティ相模大野前	1,133	1,496
11	橋本	10	橋本駅南口階段前	1,427	1,770	11	相模原	12	カネコ時計店前	1,092	1,505
12	橋本	9	第一商事前	1,381	1,334	12	橋本	10	橋本駅南口階段前	1,035	1,692
13	橋本	8	Okazaki BLD前	1,162	1,273	13	橋本	2	ピースモール前	985	1,350
14	相模大野	20	ブラザシティ相模大野前	1,148	1,385	14	橋本	8	Okazaki BLD前	977	1,429
15	橋本	2	ピースモール前	992	1,154	15	相模大野	27	くすりPaseos前	962	1,152

第3章 買物行動調査結果

1. 調査結果

(1) 回答者の属性

①現住所 [問1 単数回答]

問：あなたのお住まいはどちらですか？

アンケート調査票の配布は地区ごとの人口比率を考慮して行っており、有効回答についても居住地区に偏りなく得られている。

表3-1 現住所

	人口*	配布数	配布数	回収数	有効 回答数	有効回答数	有効回答数
			人口			配布数	人口
本 庁	111,817	595	0.53%	215	215	36.13%	0.19%
橋 本	56,730	321	0.57%	115	115	35.83%	0.20%
大 野 北	47,427	265	0.56%	95	95	35.85%	0.20%
大 野 中	46,265	263	0.57%	92	92	34.98%	0.20%
大 野 南	61,035	334	0.55%	104	104	31.14%	0.17%
大 沢	24,621	141	0.57%	43	43	30.50%	0.17%
田 名	22,824	124	0.54%	45	45	36.29%	0.20%
上 溝	25,371	137	0.54%	45	45	32.85%	0.18%
麻 溝	14,084	72	0.51%	30	30	41.67%	0.21%
新 磯	9,931	55	0.55%	19	19	34.55%	0.19%
相 模 台	33,848	193	0.57%	63	63	32.64%	0.19%
相 武 台	14,246	78	0.55%	28	28	35.90%	0.20%
東 林	32,127	175	0.54%	69	69	39.43%	0.21%
城 山・津久井	35,332	185	0.52%	70	70	37.84%	0.20%
相模湖・藤野	11,405	62	0.54%	25	25	40.32%	0.22%
不 明	—	—	—	28	28	—	—
合 計	547,063	3,000	0.55%	1,086	1,086	36.20%	0.20%

※令和4年10月1日現在の15歳以上75歳以下の人口

②性別比率 [問2 単数回答]

問：あなたの性別はどれですか？

性別比率は、地区全体で「男性」が36.9%、「女性」が61.2%となっている。

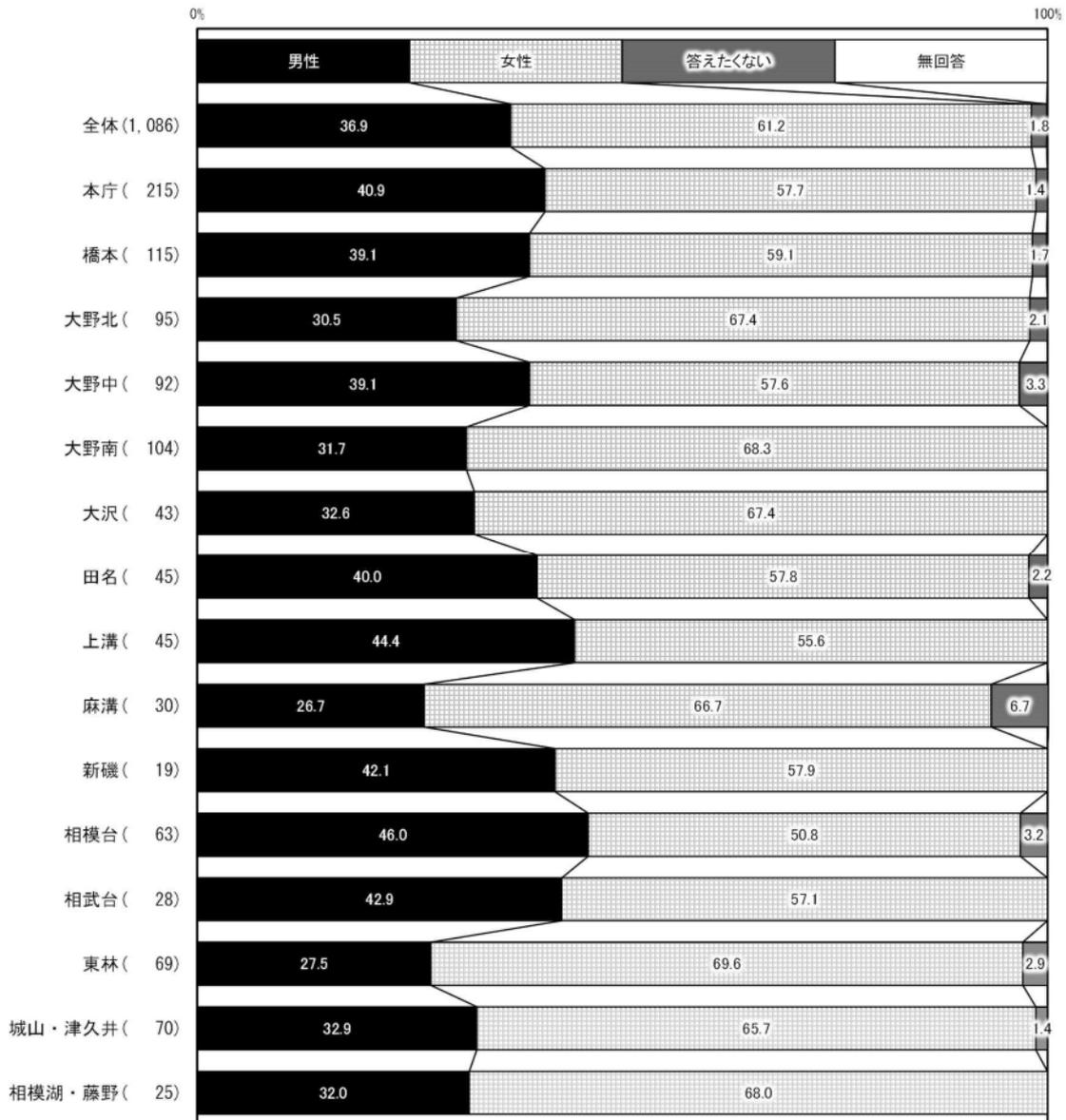


図3-1 性別比率

③年齢構成 [問3 令和4年10月1日時点]

問：あなたの年齢はおいくつですか？

年齢構成は、地区全体で「50代」（22.5%）が最も多くなっている。次いで「40代」（18.0%）、「60代」（17.8%）、「70代以上」（15.9%）、「30代」（13.8%）の順となっている。

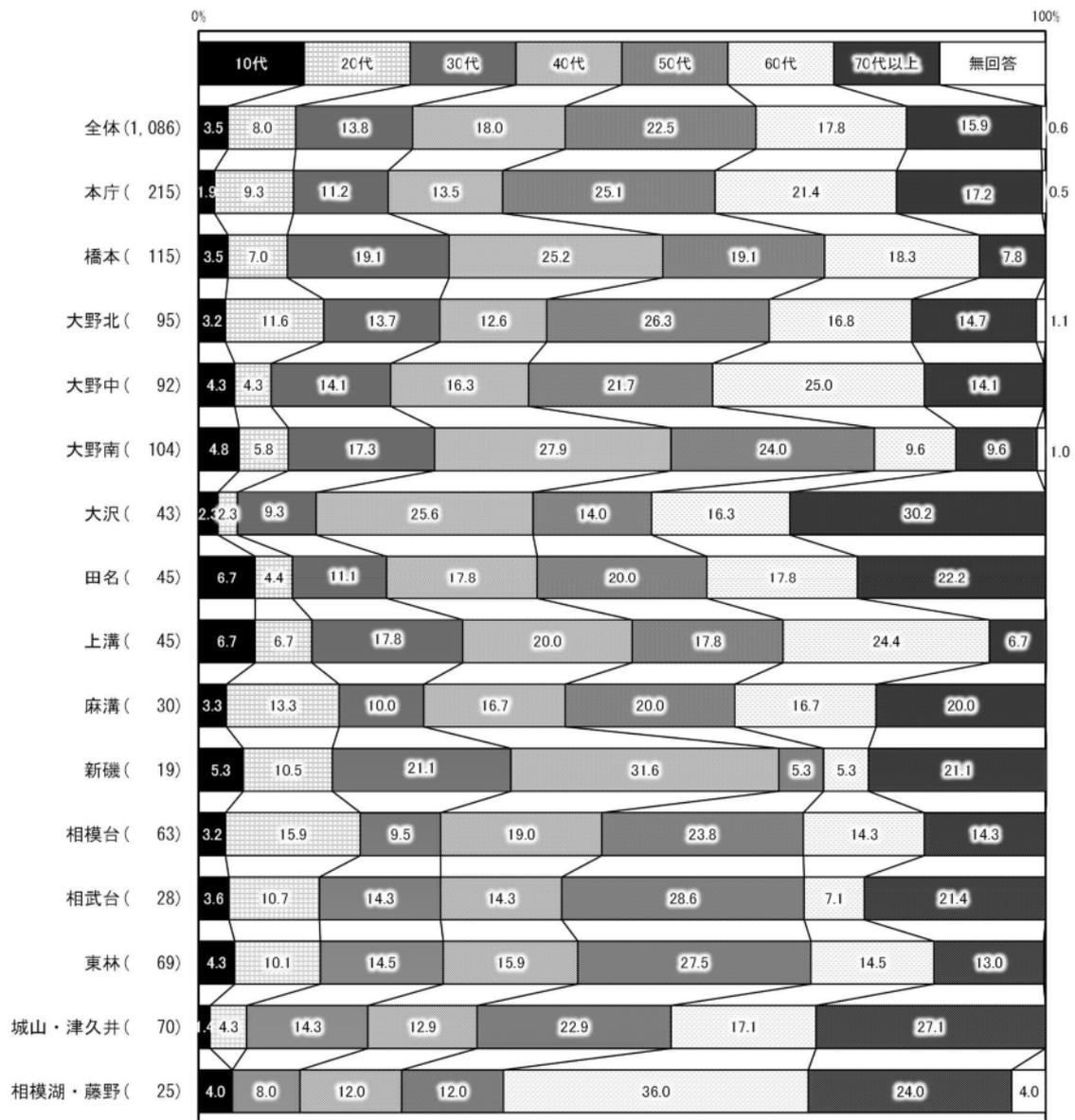


図3-2 年齢構成

④家族構成 [問4 単数回答]

問：あなたと同居しているご家族の構成は？

家族構成は、地区全体で「夫婦と子ども」（34.3%）が最も多くなっている。次いで「夫婦のみ」（25.5%）、「未婚で親と同居」（14.1%）の順となっている。

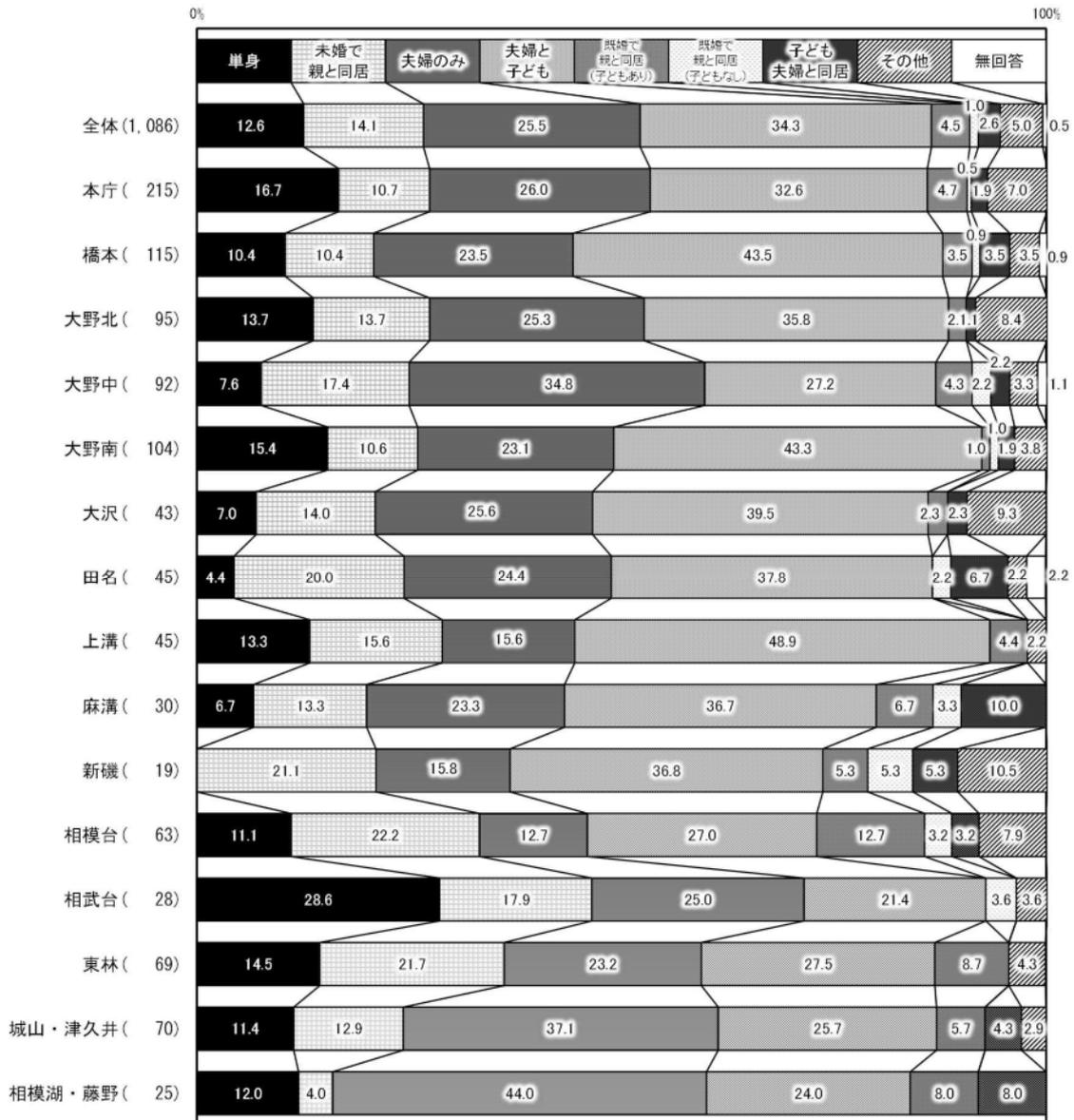


図3-3 家族構成

⑤職業 [問5 単数回答]

問：あなたのご職業は？

職業は、地区全体で「会社員・公務員」（36.7%）が最も多くなっている。次いで「パート・アルバイト」（19.7%）、「専業主婦・主夫」（15.9%）の順となっている。

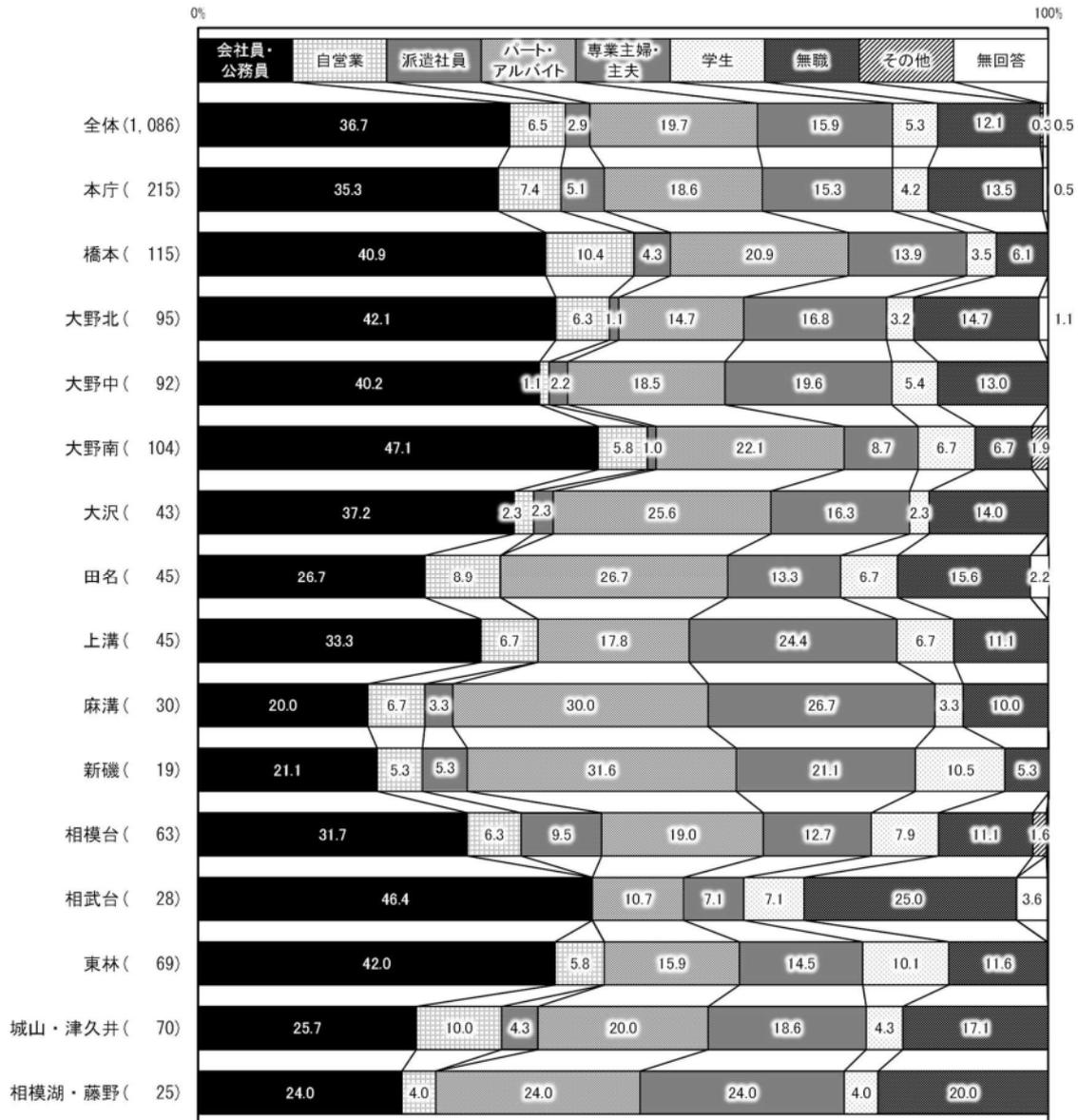


図3-4 職業

⑥ 外食等の飲食を除く買物に使う1ヶ月あたりの金額 [問6 単数回答]

問：あなたが1ヶ月にお買物（外食等の飲食除く）でお使いになる平均的な金額はどれくらいですか？

飲食を除く買物に使う1ヶ月あたりの金額は、地区全体で「5万円以下」(24.8%)が最も多くなっている。次いで「10万円以下」(17.1%)、「7万円以下」(14.0%)の順となっている。

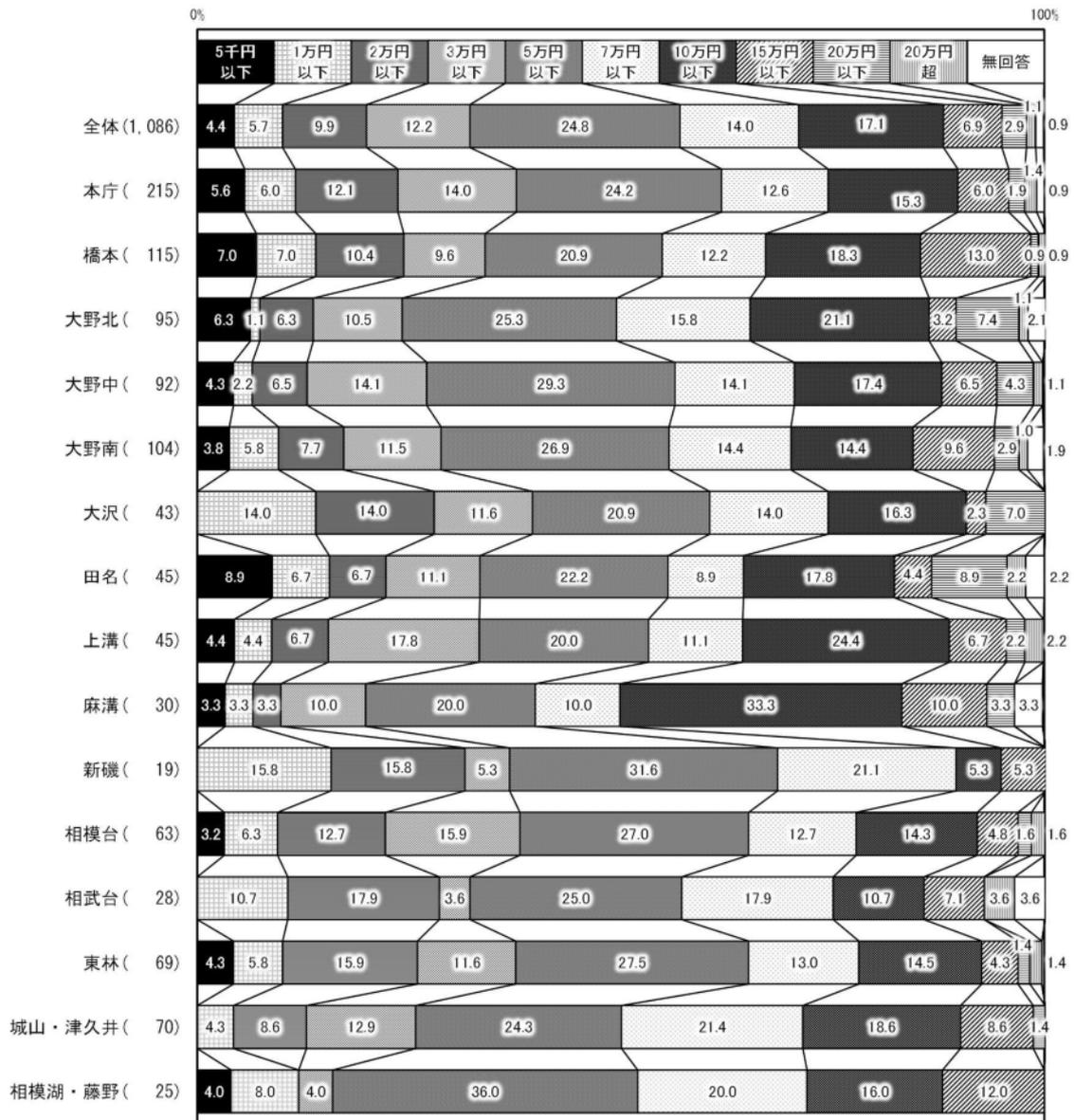


図3-5 飲食を除く買物に使う1ヶ月あたりの金額

⑦ 外食等の飲食に1ヶ月に使う金額 [問7 単数回答]

問：あなたが1ヶ月に外食等の飲食でお使いになる平均的な金額はどれくらいですか？

飲食に使う1ヶ月あたりの金額は、地区全体で「1万円以下」(30.3%)が最も多くなっている。次いで「5千円以下」(27.5%)、「2万円以下」(20.3%)の順となっている。

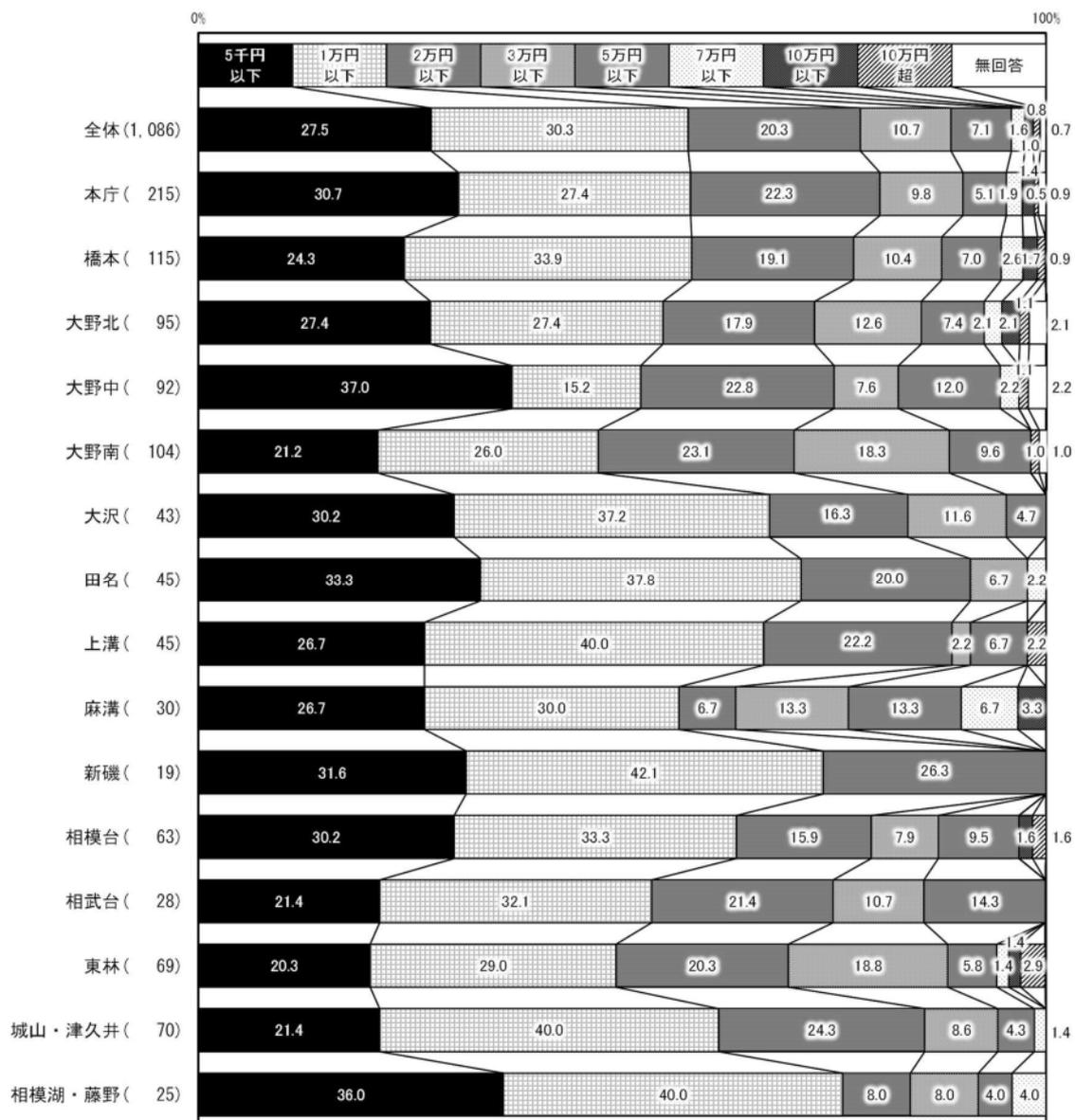


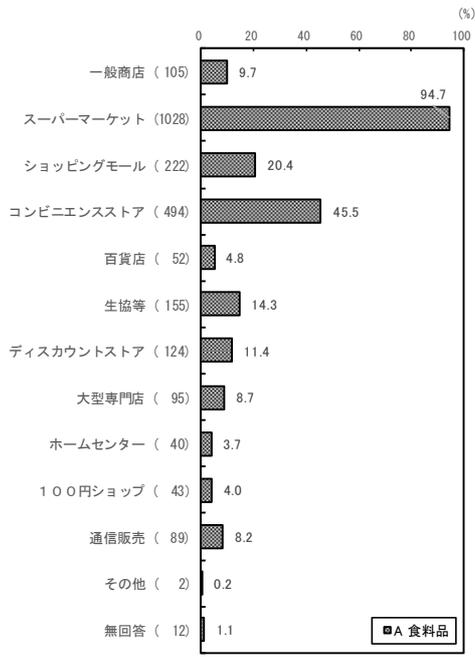
図3-6 飲食に1ヶ月に使う金額

(2) 買物行動全般

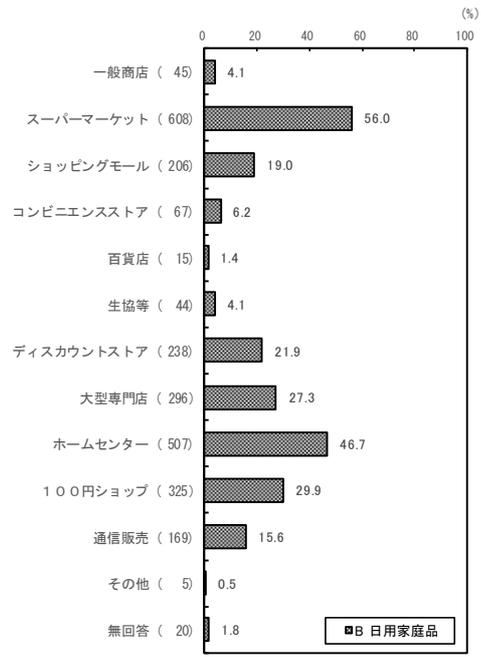
⑧商品別購入先の状況 [問8 複数回答]

問：あなたは、次の商品をどのようなお店でお買いになりますか？

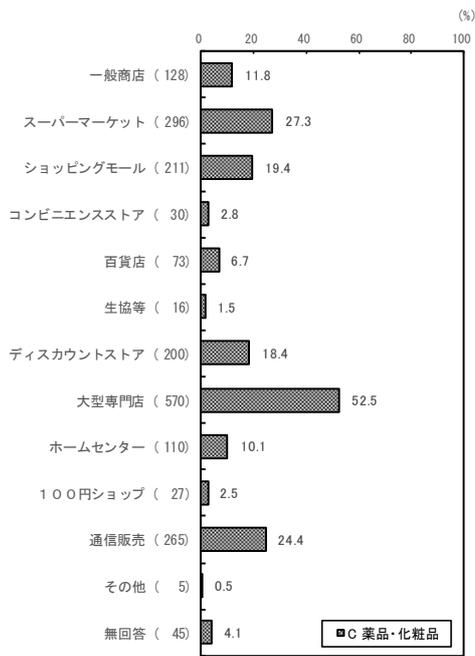
- 食料品は「スーパーマーケット」(94.7%)の利用が最も多くなっている。
- 日用家庭品は「スーパーマーケット」(56.0%)、「ホームセンター」(46.7%)の利用が多くなっている。
- 薬品・化粧品は「大型専門店」(52.5%)の利用が最も多くなっている。
- 日用衣料品、紳士用衣料品、婦人用衣料品、靴・履物は「ショッピングモール」の利用が最も多くなっており、次いで「大型専門店」となっている。
- 時計・メガネ・貴金属は「ショッピングモール」(41.5%)、「大型専門店」(39.2%)の利用が多くなっている。
- 家庭用電化製品は「大型専門店」(77.8%)の利用が最も多くなっている。
- 書籍・CD・DVDは「通信販売」(40.8%)の利用が最も多くなっている。次いで「ショッピングモール」(37.2%)、「大型専門店」(33.0%)の順となっている。
- 家具・インテリアは「大型専門店」(60.4%)の利用が最も多くなっている。
- 贈答品は「百貨店」(51.0%)の利用が最も多くなっている。次いで「ショッピングモール」(37.2%)、「通信販売」(33.7%)の順となっている。



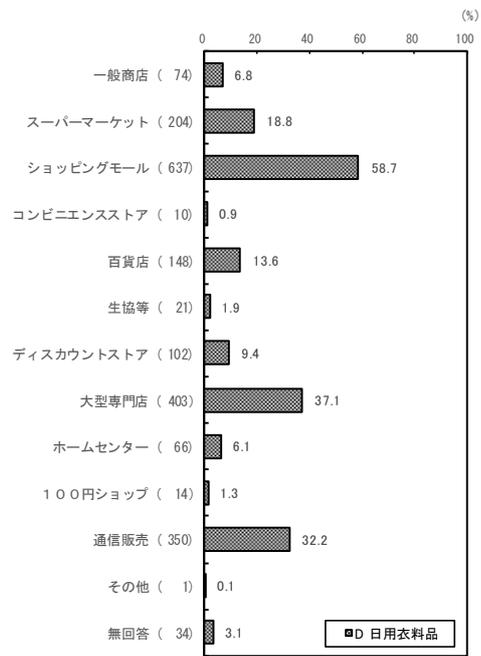
(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)

図3-7 商品別購入先の状況

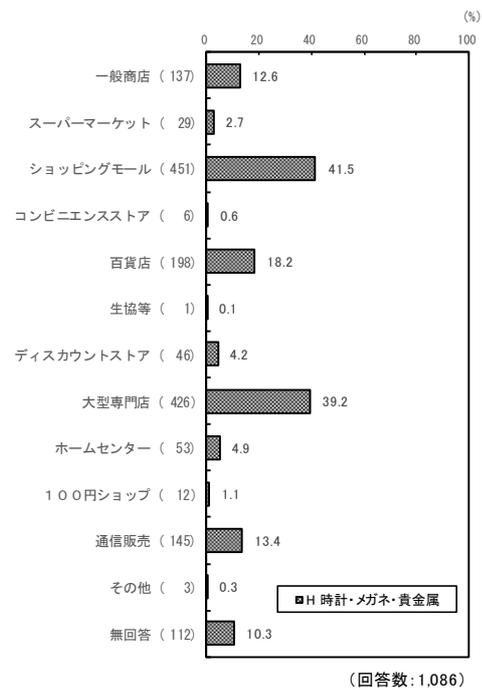
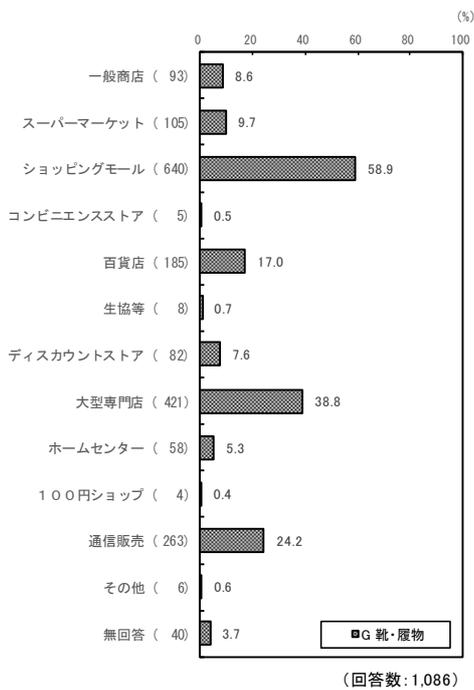
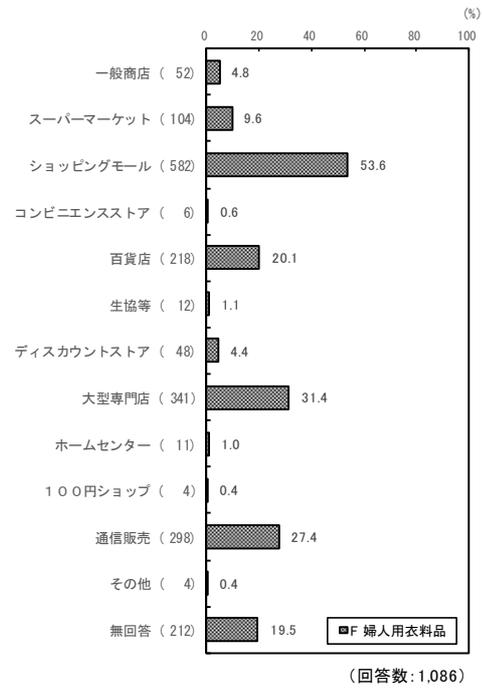
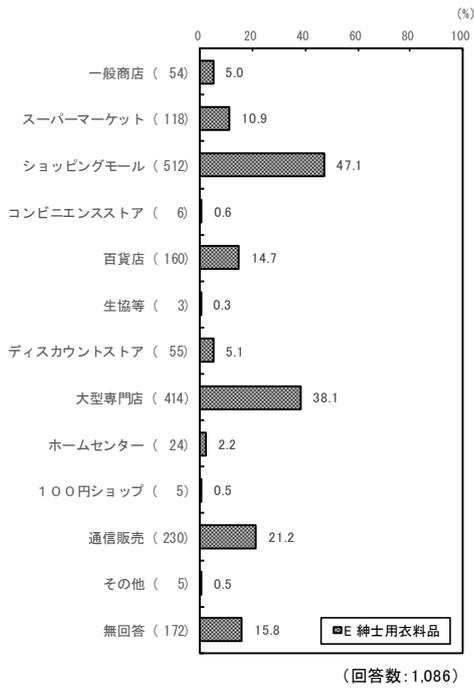


図3-8 商品別購入先の状況図

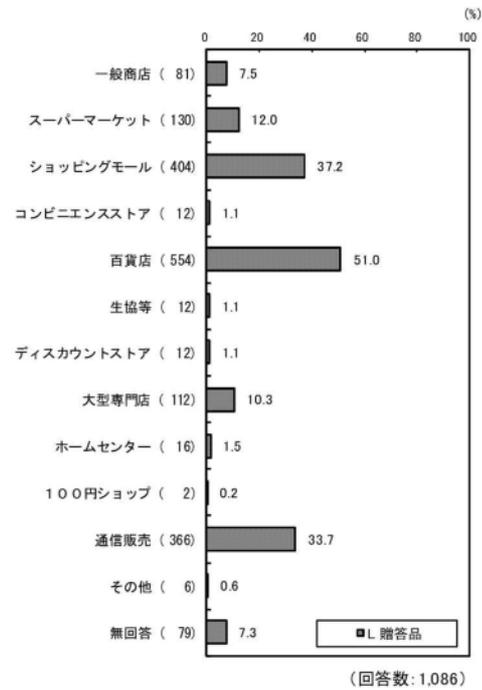
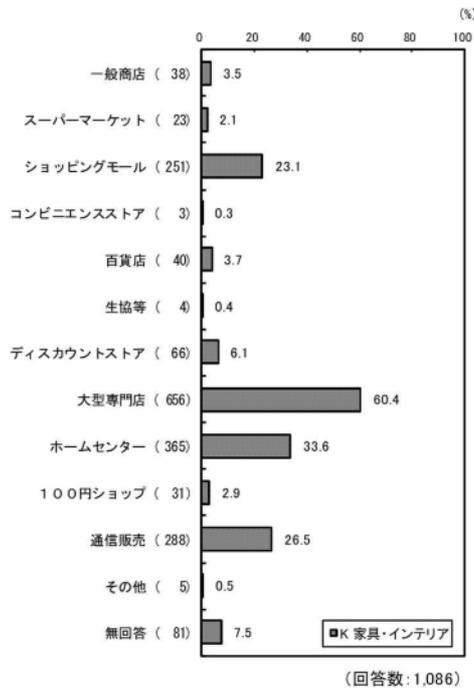
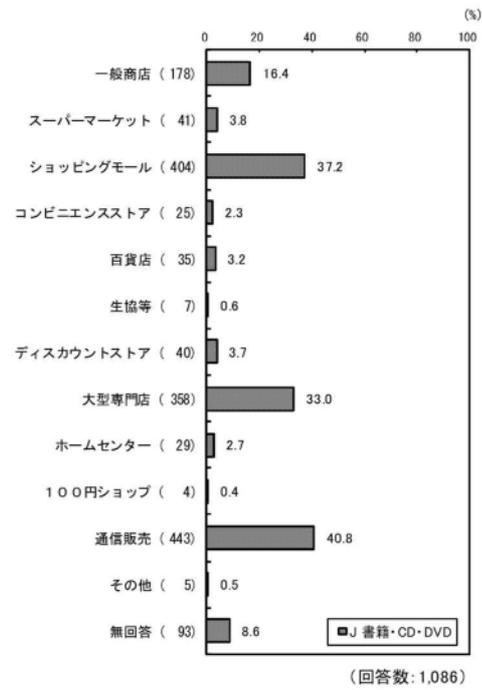
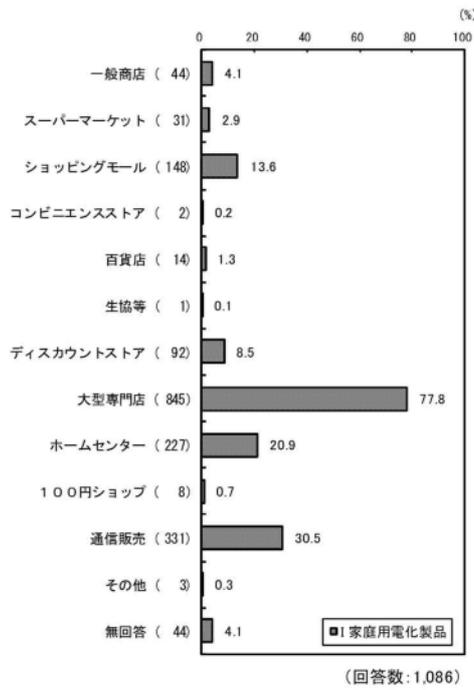


図3-9 商品別購入先の状況

⑨商品・サービス別の買物の頻度 [問9 単数回答]

あなたの、次の商品の購入利用頻度はどの程度ですか？

- 食料品の購入頻度は「1週間に2～3回程度」(49.2%)が最も多くなっている。次いで「ほぼ毎日」(24.9%)となっており、これを合わせた「1週間に2回以上」の合計割合は74.1%となっている。
- 日用家庭品の購入頻度は「1週間に1回程度」(32.9%)が最も多くなっている。次いで「2～3週間に1回程度」(26.2%)となっており、食料品に次いで多くなっている。
- 衣料品、時計・メガネ・貴金属、家庭用電化製品、家具・インテリア等の購入頻度は低くなっている。特に衣料品類は「1年に数回程度」となっている。また、時計・メガネ・貴金属、家具・インテリアでは「ほとんど買わない・利用しない」が最も多くなっている。
- 外食の利用頻度は「1ヶ月に1回程度」(23.7%)が最も多くなっている。次いで「2～3週間に1回程度」(20.0%)、「1週間に1回程度」(18.4%)の順となっている。

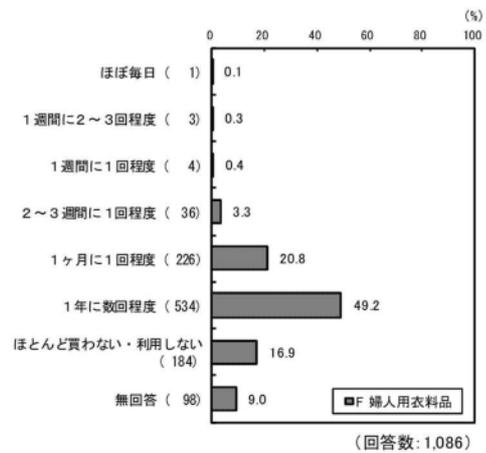
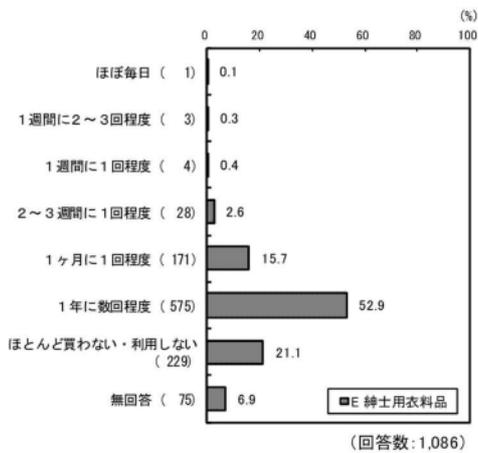
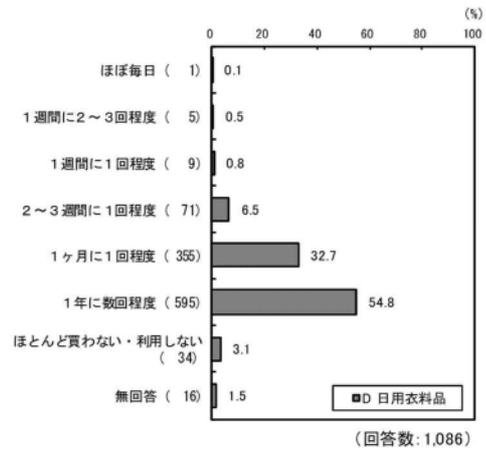
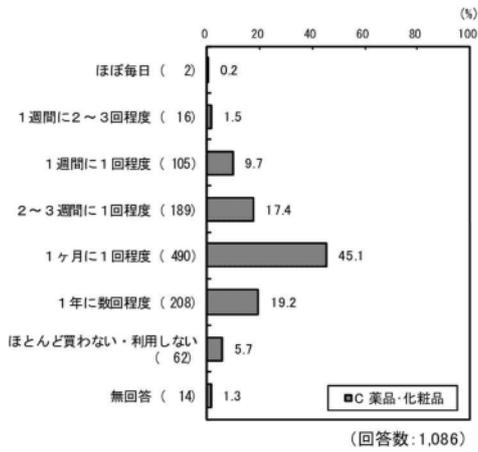
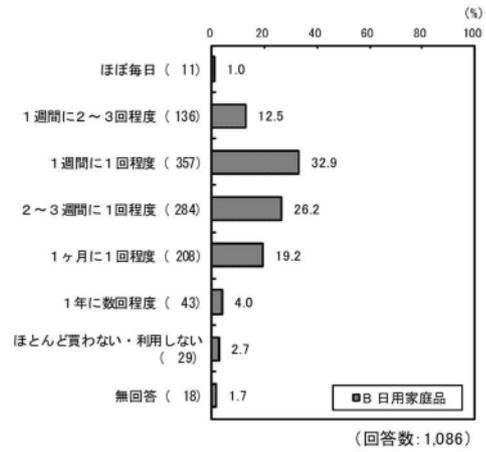
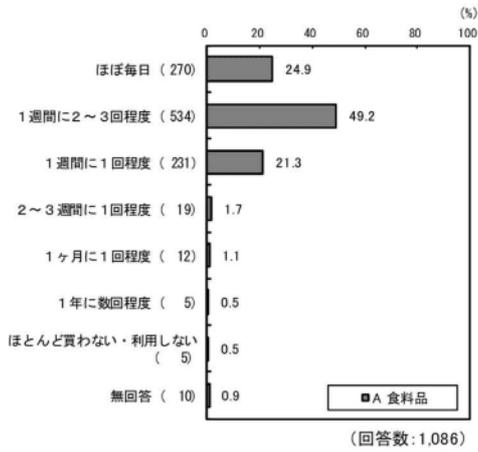


図3-10 商品・サービス別の買物の頻度

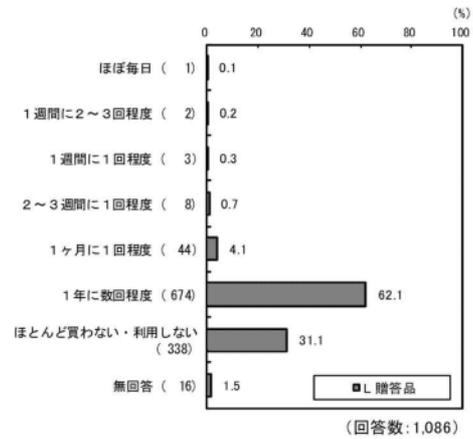
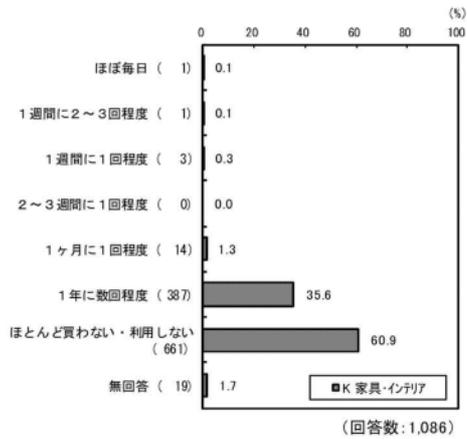
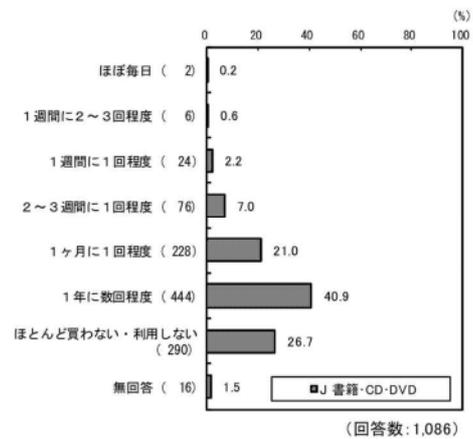
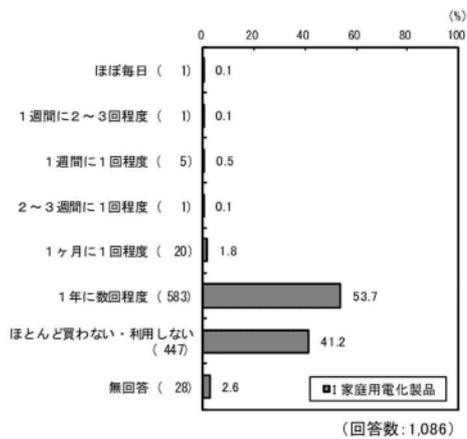
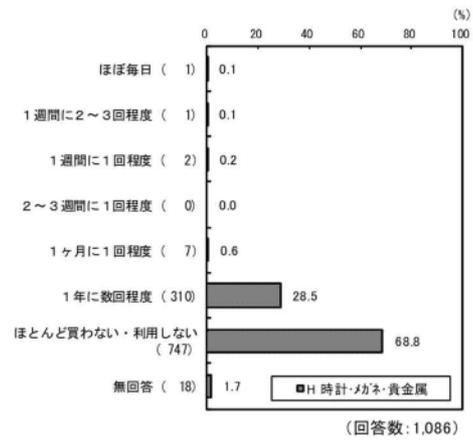
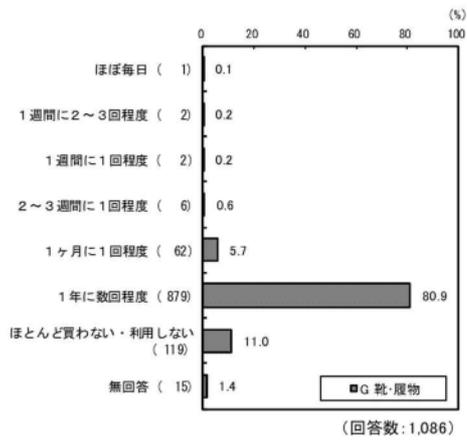


図3-11 商品・サービス別の買物の頻度

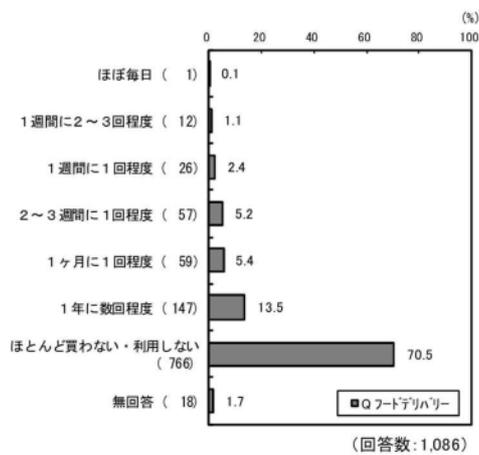
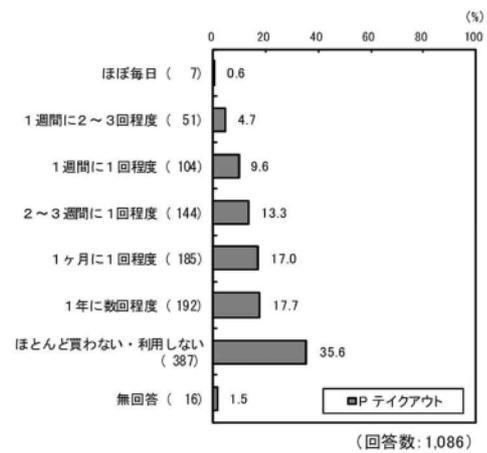
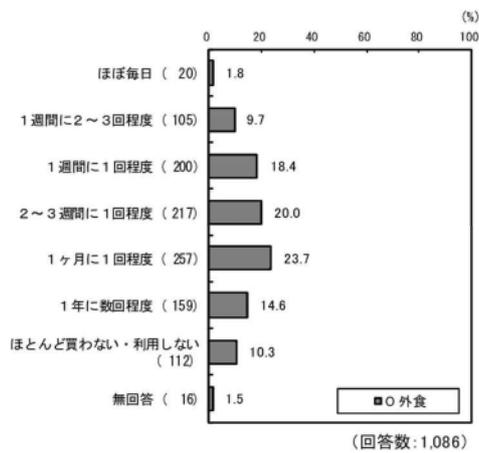
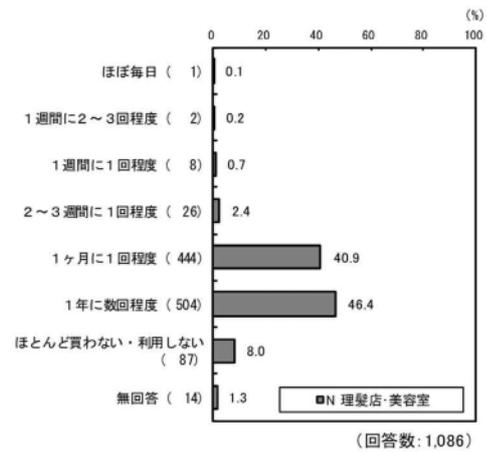
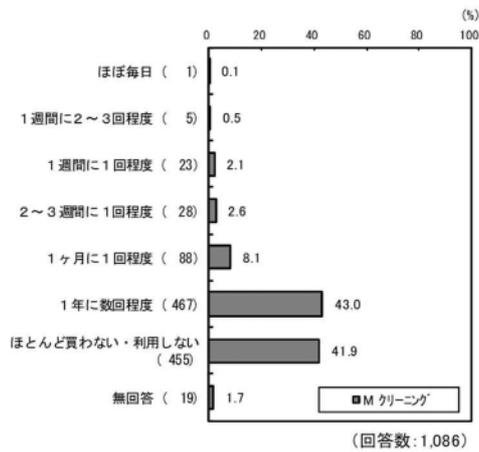


図3-12 商品・サービス別の買物の頻度

⑩商品別お店選択理由 [問 10 複数回答]

問：日頃、お買い物をするお店を決める理由をお答えください

- 多数の商品で「価格が安い」の理由が多くなっており、特に食料品（57.8%）、日用家庭品（59.0%）、日用衣料品（50.2%）、家庭用電化製品（43.7%）が多くなっている。
- 食料品は「価格が安い」（57.8%）の理由が最も多くなっている。次いで「自宅から近い」（51.5%）、「品ぞろえが豊富」（48.3%）、「品質・鮮度がよい」（43.0%）の順となっている。
- 薬品・化粧品、紳士用衣料品、婦人用衣料品、靴・履物、時計・メガネ・貴金属、家庭用電化製品、書籍・CD・DVD、家具・インテリア、贈答品は「品ぞろえが豊富」の理由が最も多くなっている。
- 高頻度で買物をする食料品、日用家庭品、薬品・化粧品は「自宅から近い」の理由が多くなっており、食料品（51.5%）、日用家庭品（44.8%）、薬品・化粧品（41.7%）の順となっている。
- 多数の商品で「駐車場がある」の理由が一定の割合となっている。

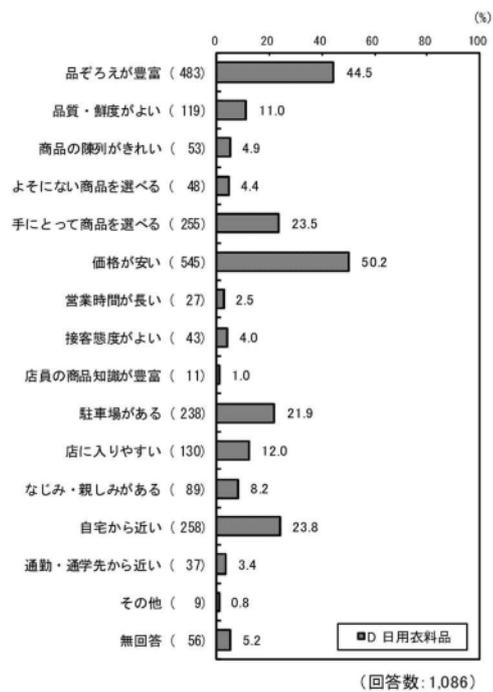
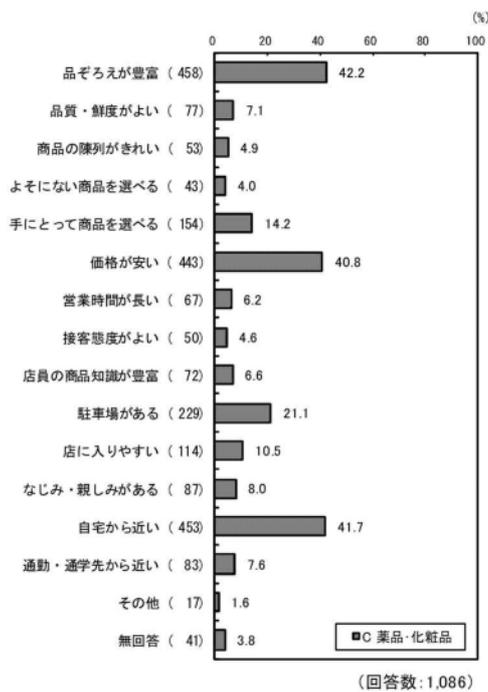
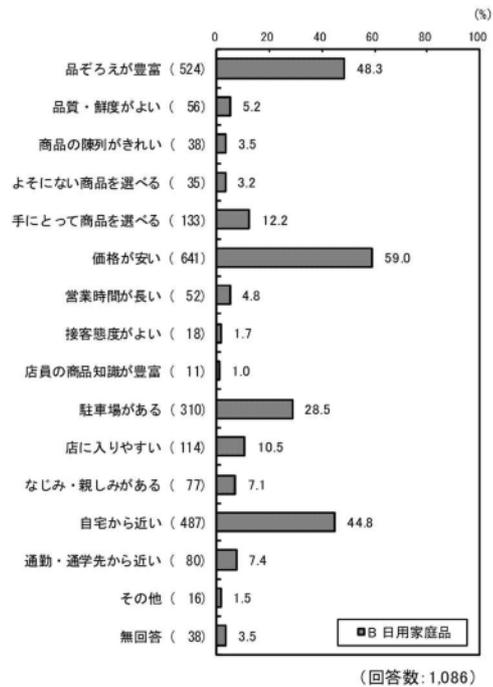
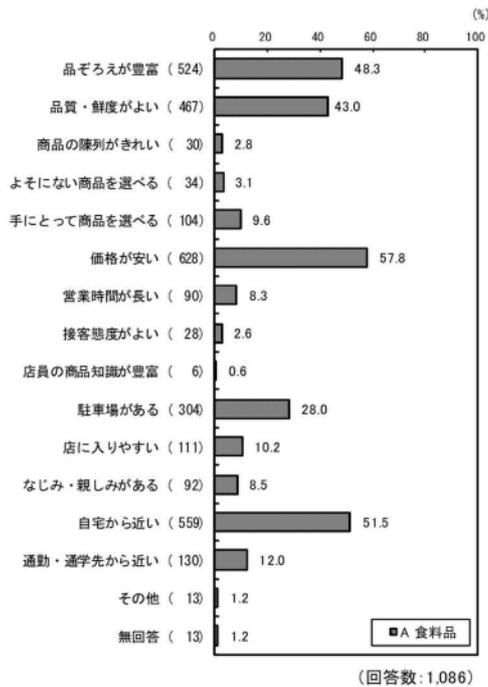


図 3-13 商品別お店選択理由

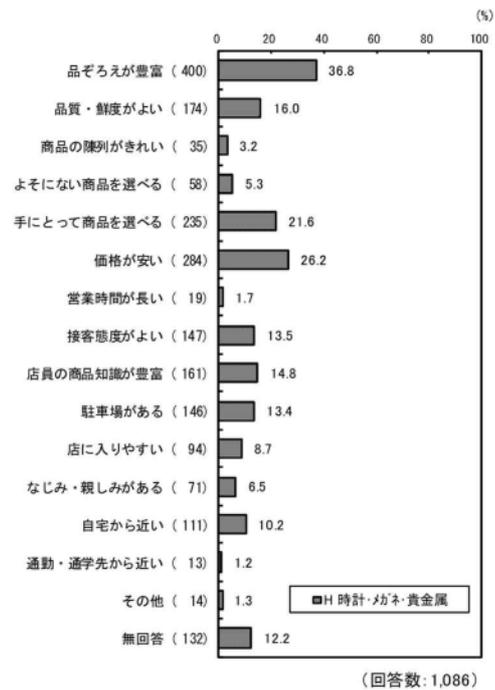
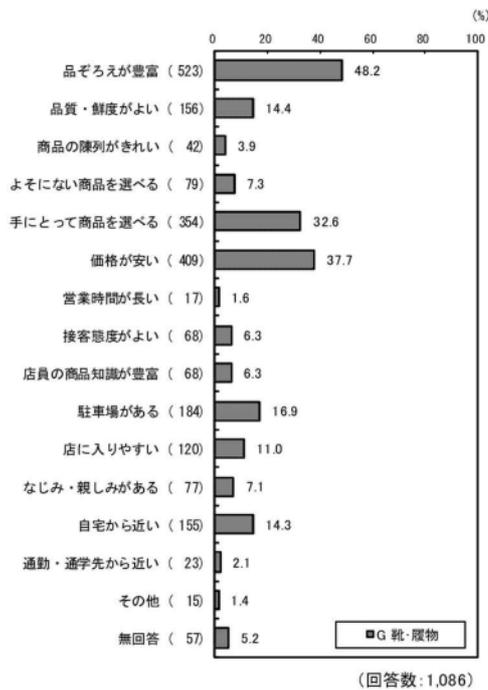
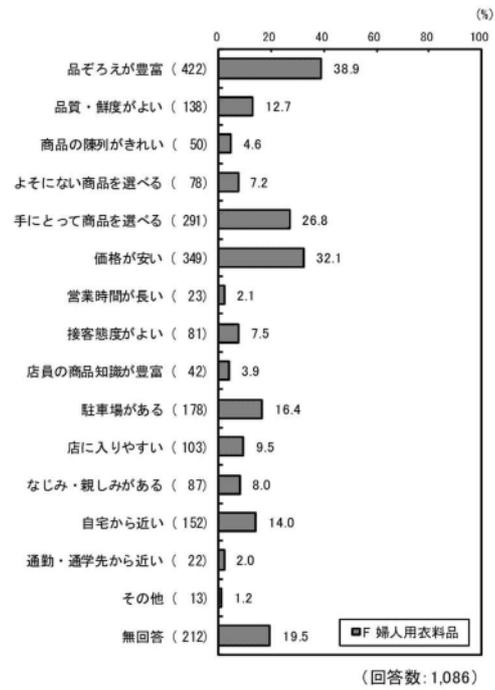
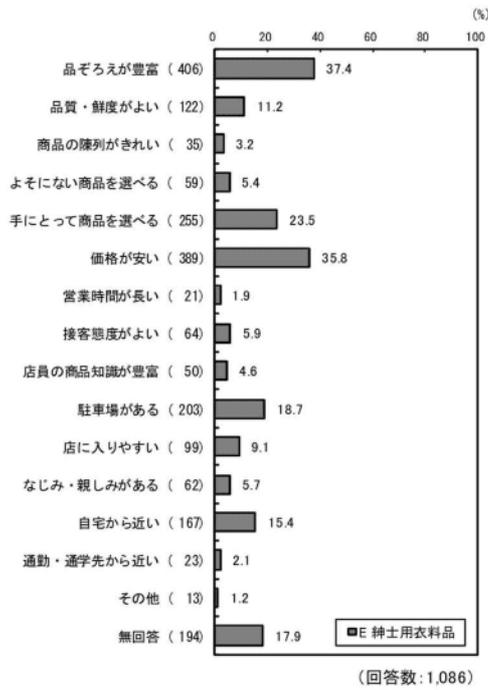


図3-14 商品別お店選択理由

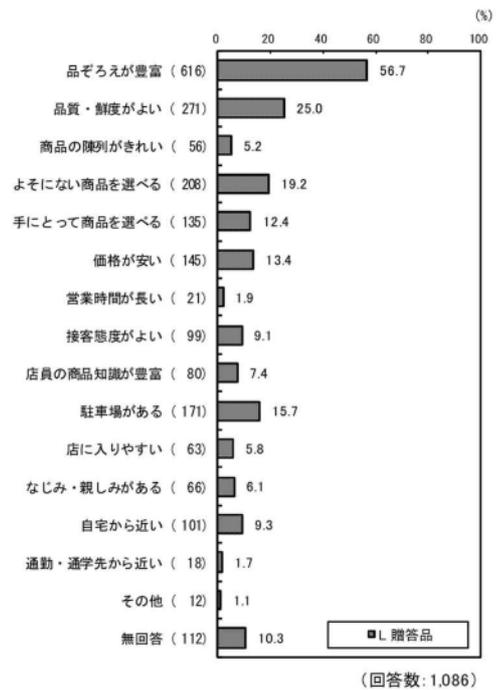
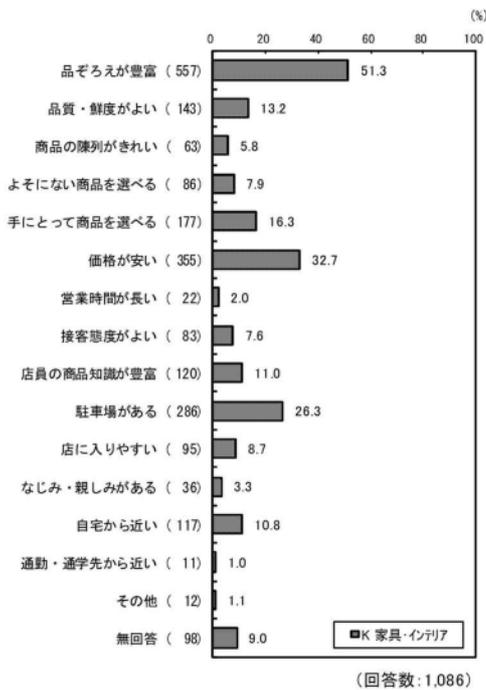
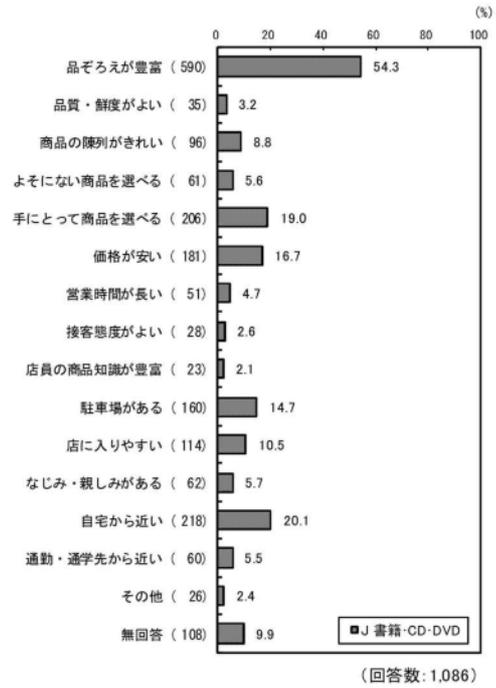
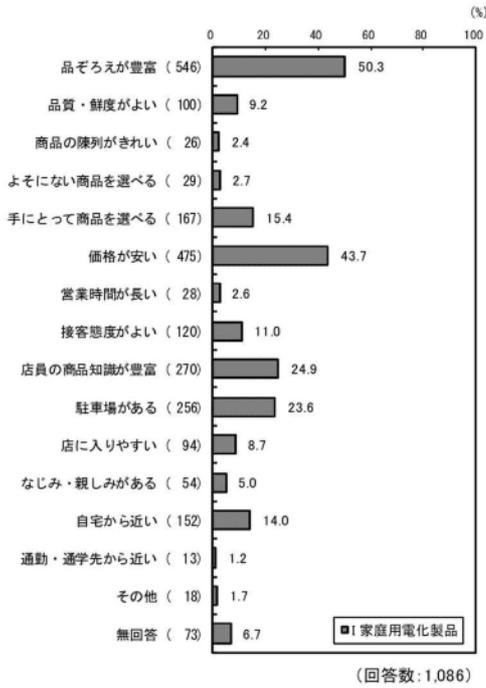


図 3-15 商品別お店選択理由

⑪商品購入時に重視するもの [問11 複数回答]

問：あなたが、次の商品を購入する際に、重視することは何ですか？

- 贈答品を除く全ての商品で「価格」の重視が最も多くなっており、特に食料品（84.9%）、日用家庭品（87.3%）、日用衣料品（82.5%）、家庭用電化製品（77.5%）が多くなっている。
- 贈答品は「品質・鮮度」（57.2%）の重視が最も多くなっている。食料品は「価格」（84.9%）に次いで、「品質・鮮度」（82.5%）の重視も多くなっている。
- 書籍・CD・DVDは「価格」（47.5%）の重視が最も多くなっており、次いで「流行」（28.3%）となっている。
- 食料品、薬品・化粧品は「健康・安全性」の重視も多くなっている。
- 靴・履物、時計・メガネ・貴金属、家庭用電化製品、贈答品は「ブランド」の重視も多くなっている。

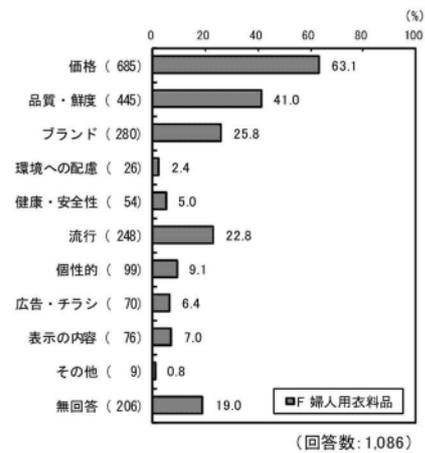
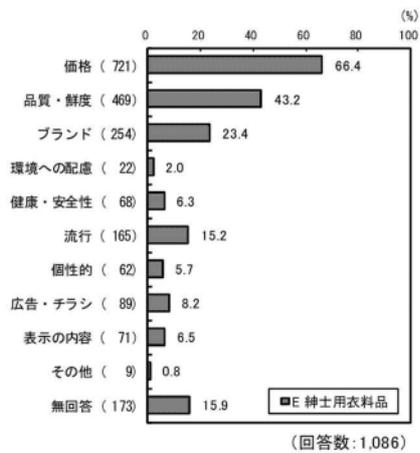
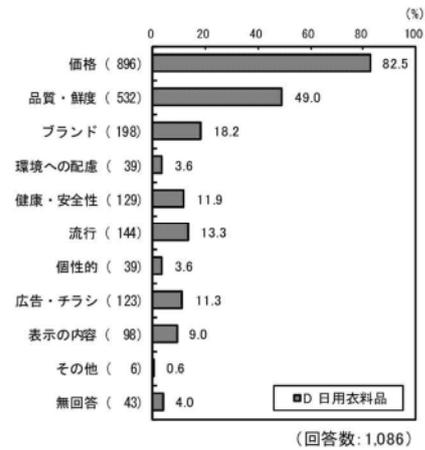
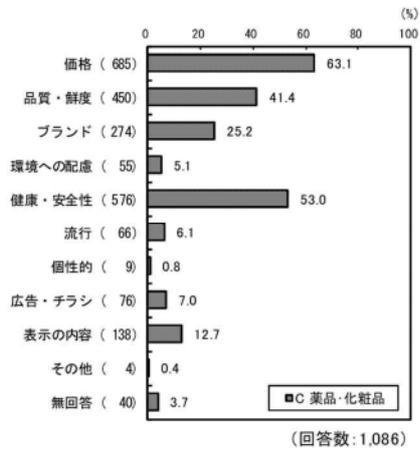
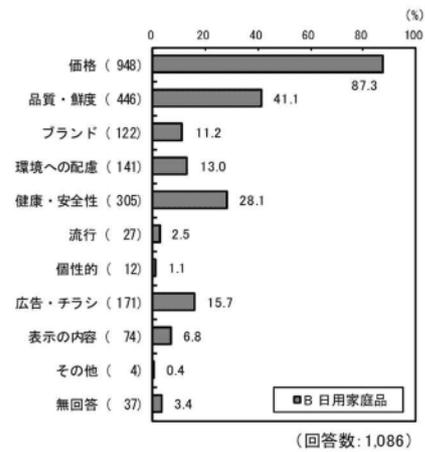
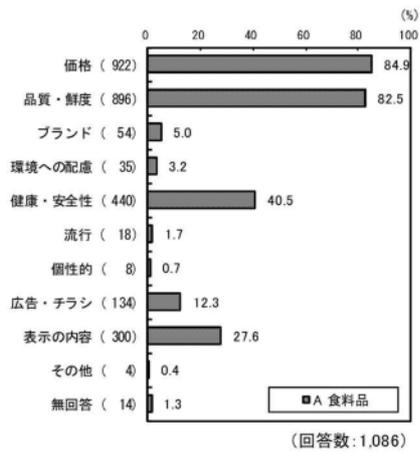


図3-16 商品購入時に重視するもの

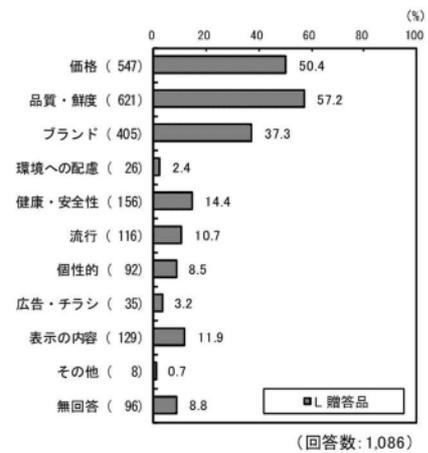
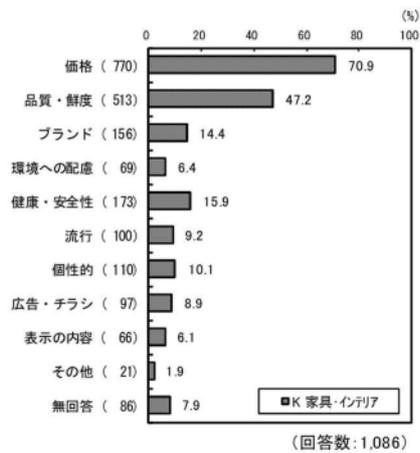
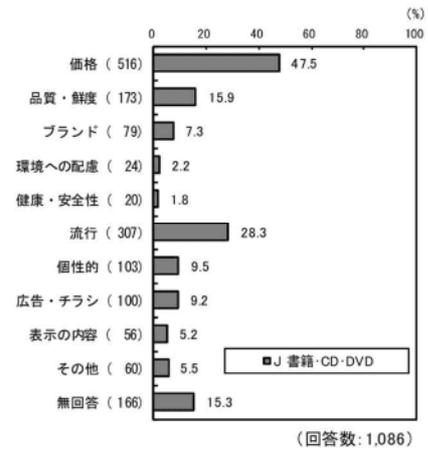
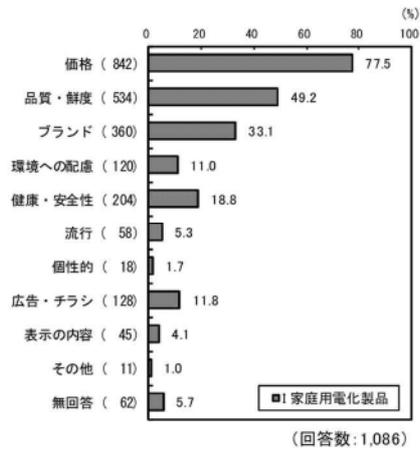
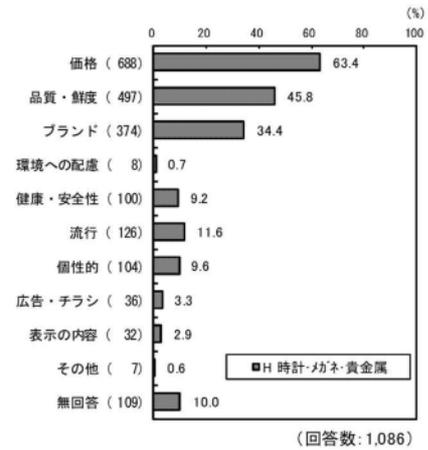
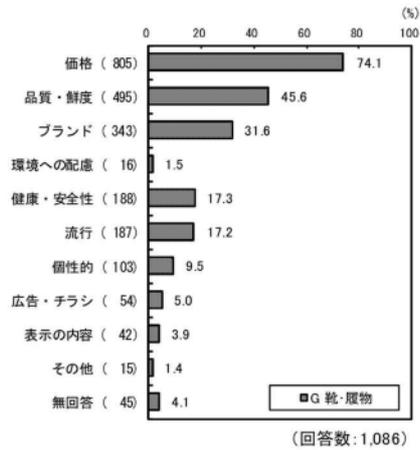


図3-17 商品購入時に重視するもの

⑫通信販売の利用 [問 12-1 複数回答]

問：あなたは、この1年間にどのような通信販売を利用して商品を購入したことがありますか？

- 通信販売の利用は「インターネットショッピング」(68.0%)が最も多くなっている。次いで「カタログ通信販売」(21.4%)、「テレビ・ラジオの通信販売」(14.7%)、「ネットスーパー」(11.2%)、「新聞・雑誌の広告、折り込みチラシの通信販売」(6.7%)の順となっている。
- 通信販売を利用して購入する商品は「化粧品・美容品・ヘルスケア用品」(50.0%)が最も多くなっている。次いで「食料品」(47.2%)、「日用家庭品」(43.6%)、「書籍・CD・DVD」(41.3%)の順となっている。
- 通信販売の利用率を年代別にみると、30代(87.3%)の利用が最も多くなっている。次いで40代(86.2%)、50代(85.2%)、20代(83.9%)の順となっており、20代から50代の利用率が高くなっている。

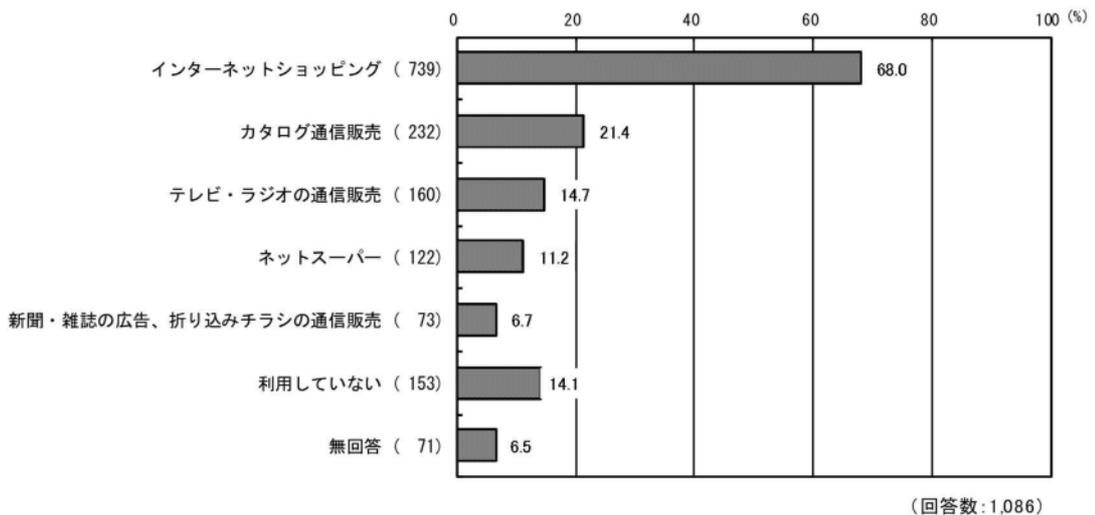
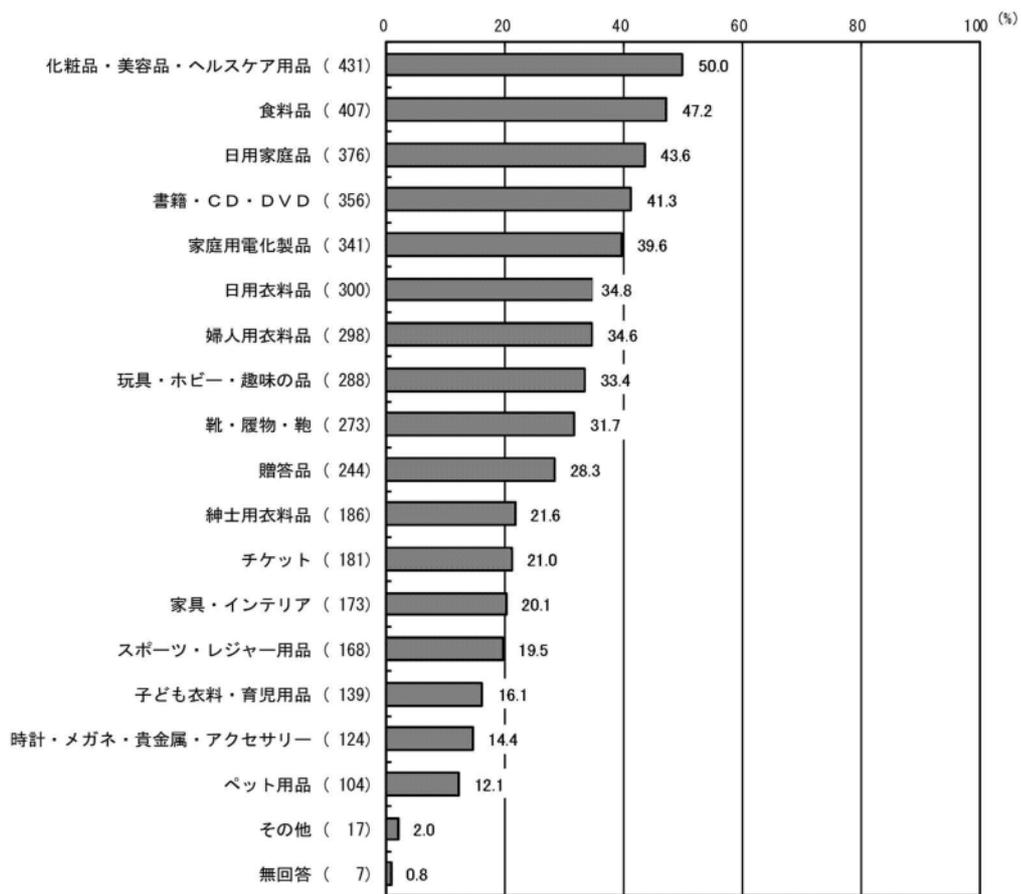


図3-18 通信販売の利用



(回答数: 862)

図 3-19 通信販売の利用

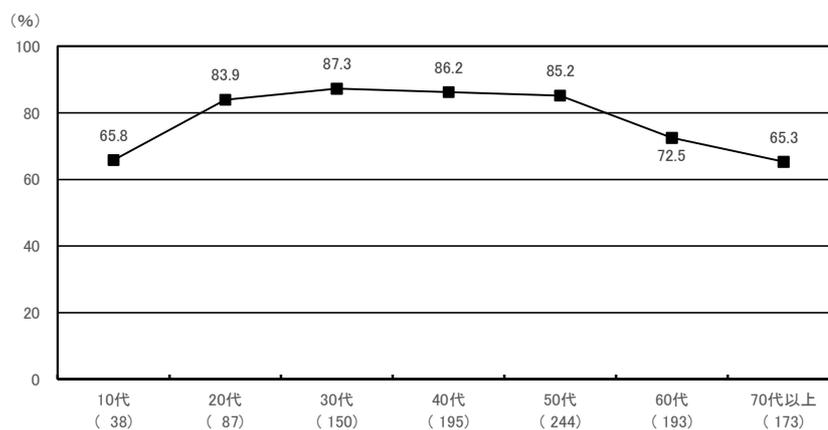


図 3-20 通信販売の利用

⑫通信販売の利用頻度 [問 12-2 単数回答]

どのくらいの頻度で通信販売を利用して商品を購入しますか？

●通信販売の利用頻度は、地区全体で「1年に数回程度」(38.4%)が最も多くなっている。次いで「1ヶ月に1回程度」(24.2%)、「2～3週間に1回程度」(18.9%)の順となっている。

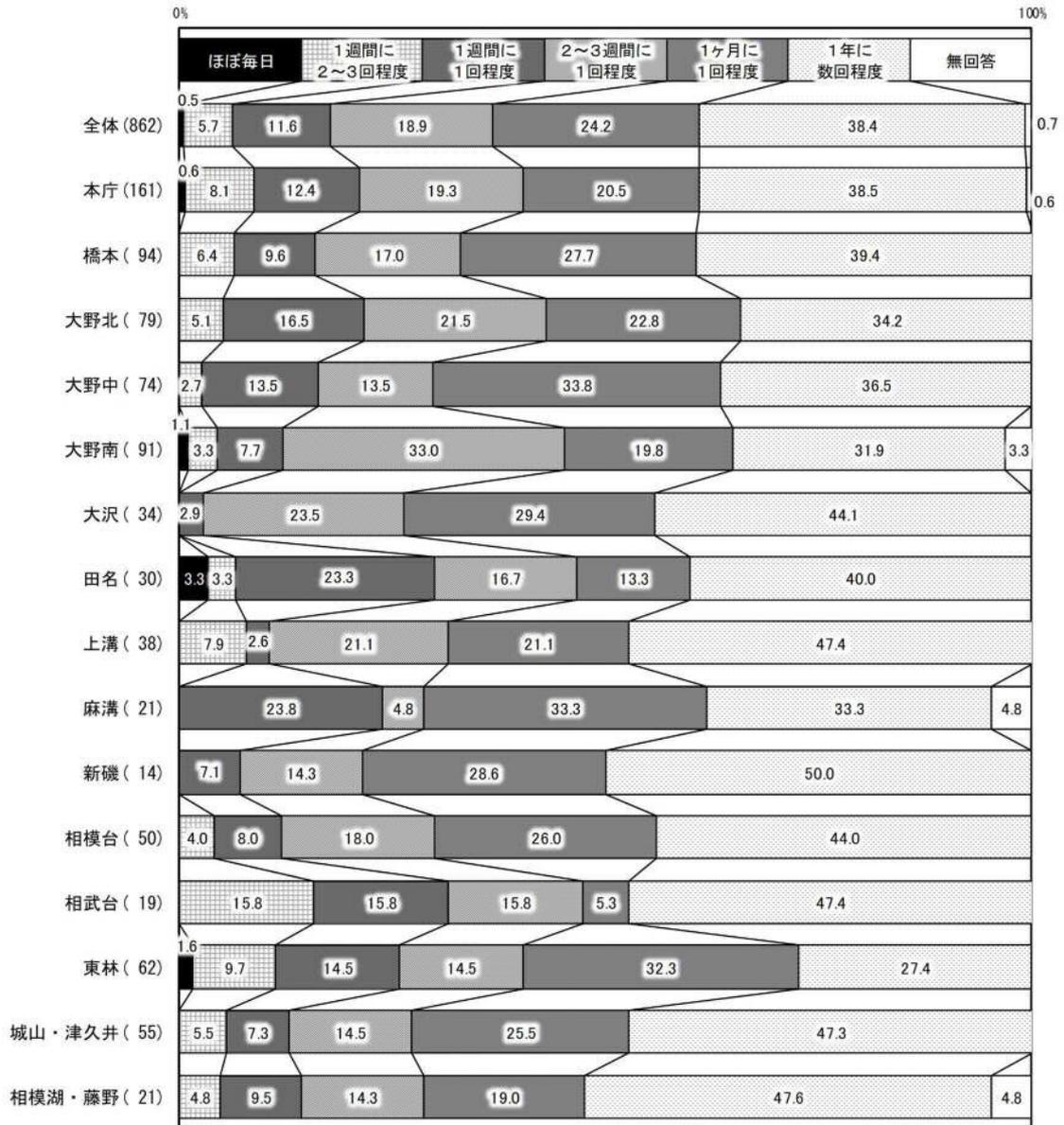


図 3-21 通信販売の利用頻度

⑫通信販売の利用額 [問 12-3 単数回答]

この1年間に、通信販売を利用して購入した金額は合計でどのくらいですか？

●通信販売を利用して購入した年間利用額の合計は、地区全体で「1万円～5万円未満」(31.0%)が最も多くなっている。次いで「5万円～10万円未満」(19.7%)、「20万円以上」(17.7%)の順となっている。

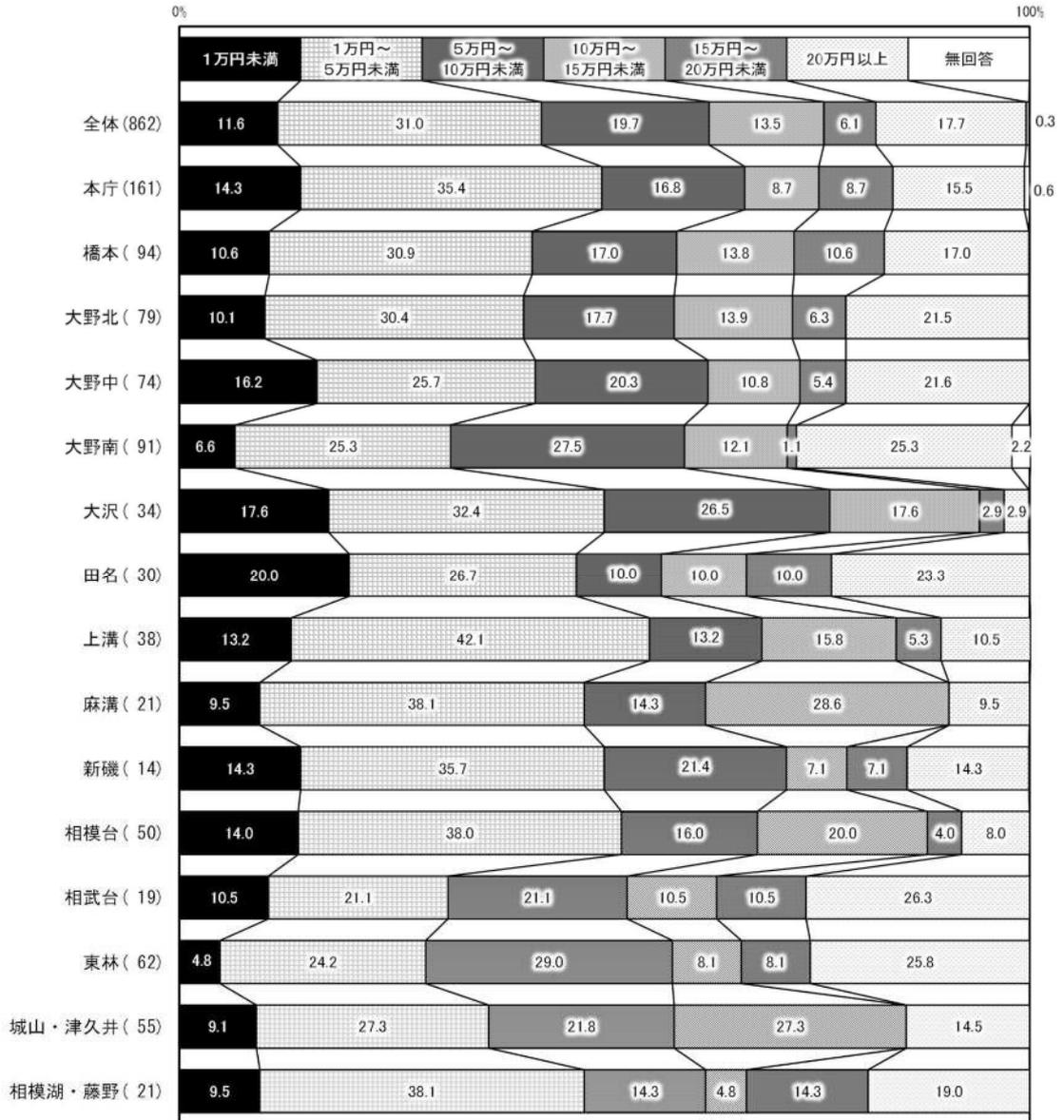


図3-22 通信販売の利用額

⑬日常生活品の買物での不便 [問13 単数回答]

あなたは普段、食品等の日常生活品の買物で不便を感じていますか？

- 地区全体で、食品等の日常生活品の買物で「不便を感じていない」(70.5%)が最も多く、一方「不便を感じているが、日常の買物には支障がない」(21.7%)、「不便を感じており、日常の買物が困難な状況にある」(2.6%)と、何かしらの不便を感じている人が24.3%となっている。
- 年代別では、全ての世代で「不便を感じていない」が最も多く、10代(81.6%)が特に多くなっている。一方、20代では「不便を感じているが、日常の買物には支障がない」(35.6%)が多くなっている。

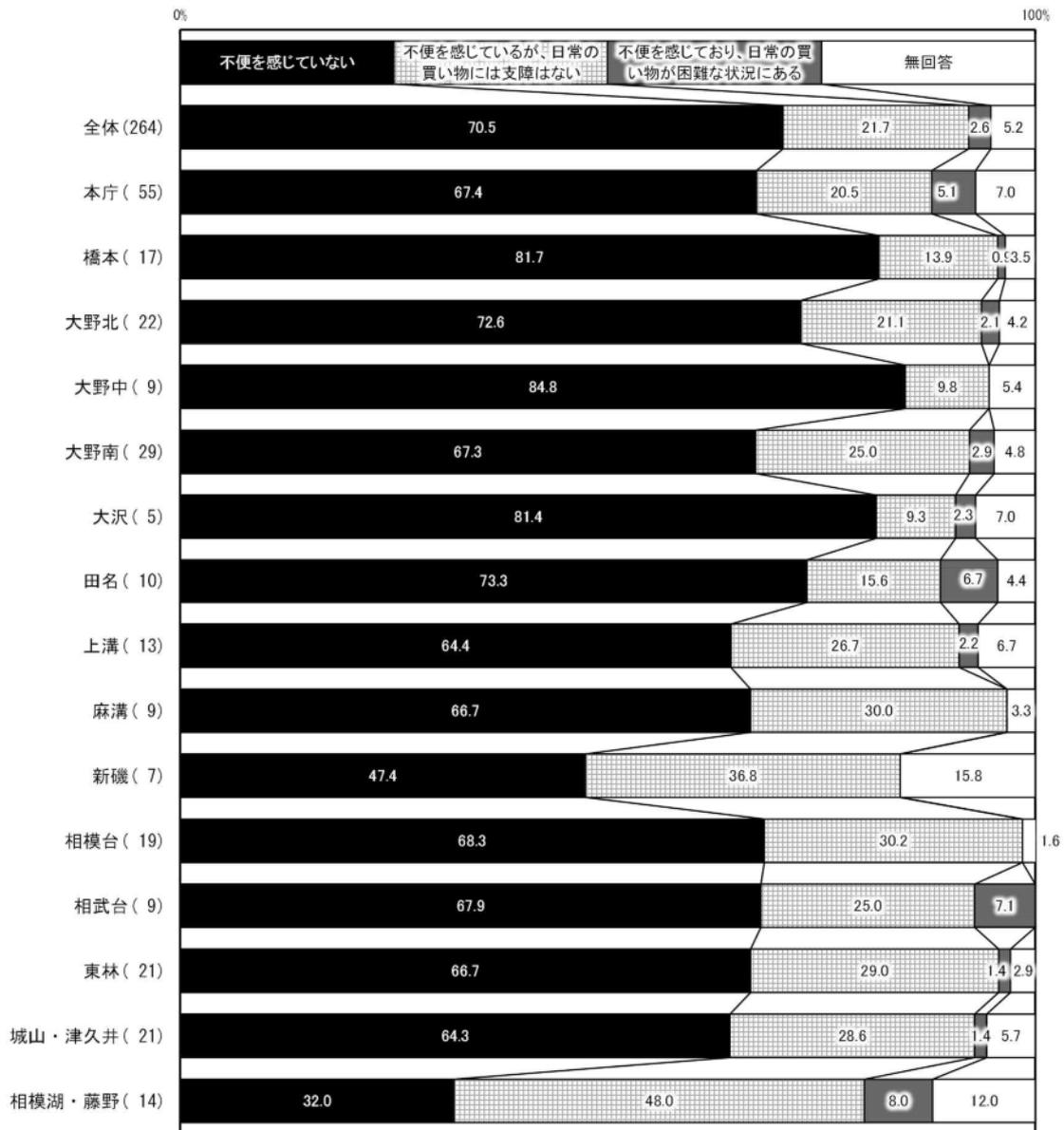


図3-23 日常生活品の買物での不便

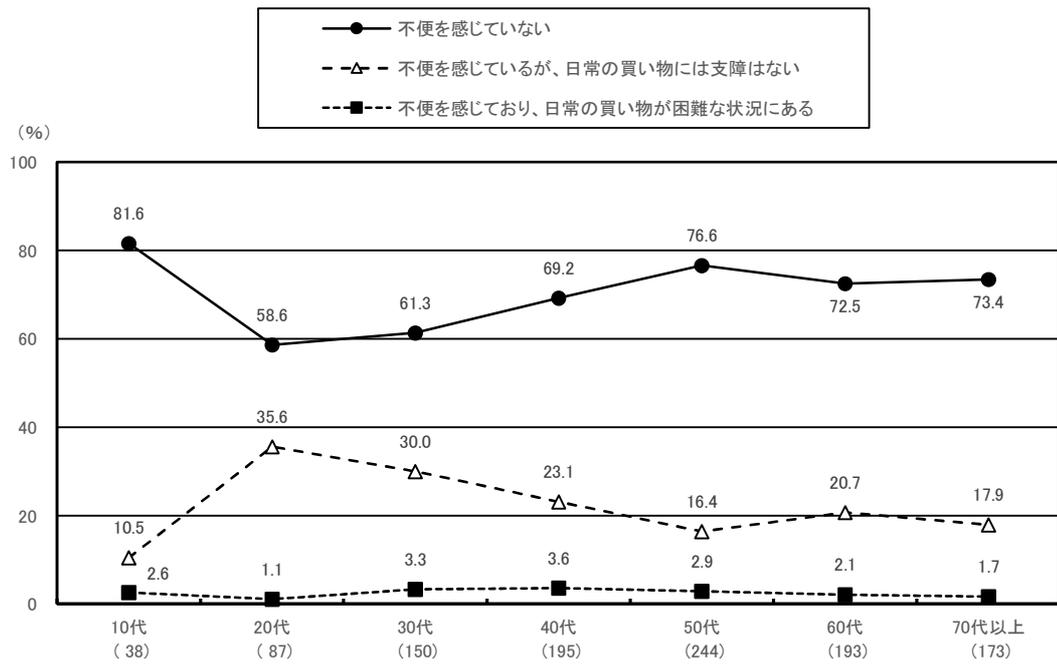


図3-24 日常生活品の買物での不便

⑬日常生活品の買物での不便の理由 [問 13-1 複数回答]

不便を感じている理由は何ですか？

●日常生活品の買物で、不便を感じている理由は「歩いていける場所にお店がない（近くにお店がない）」（36.0%）が最も多くなっている。次いで「重いものが持てないため、一度に少量しか買物できない」（24.6%）、「既存店の品揃えが良くない」（23.5%）の順となっている。

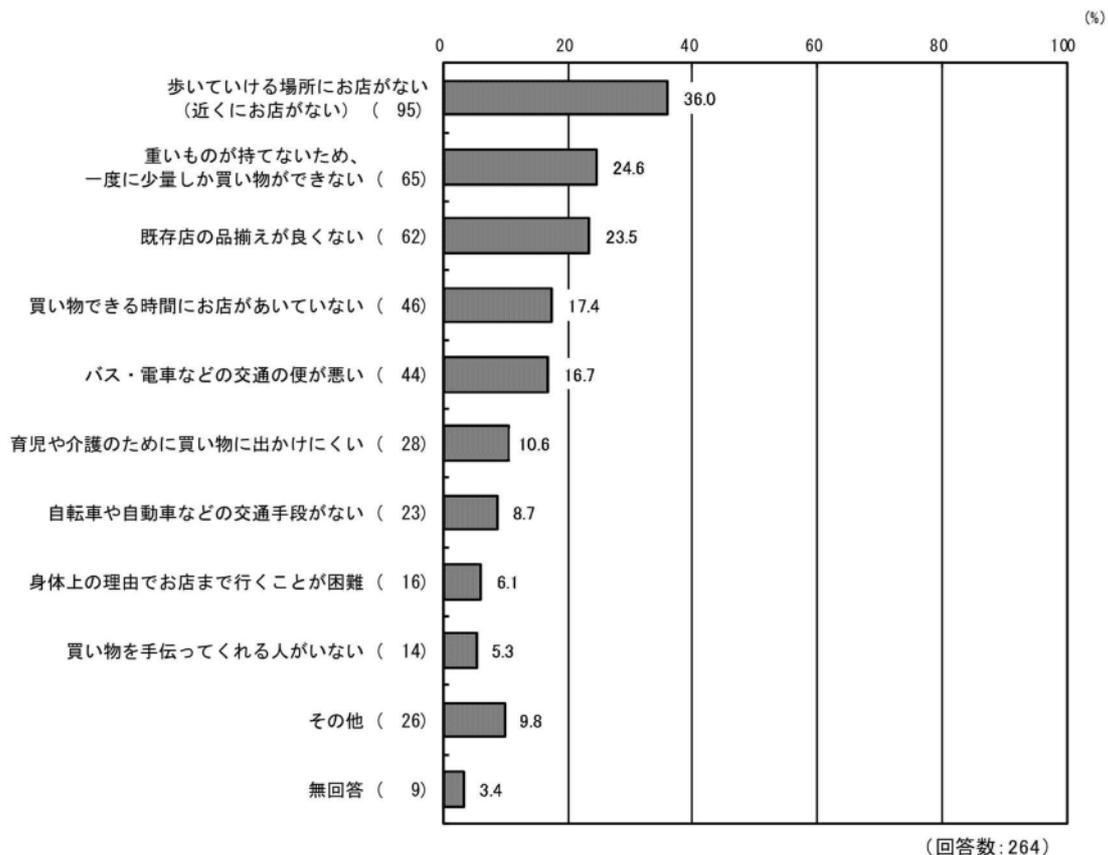


図 3-25 日常生活品の買物での不便の理由

⑬現在感じている不便への対処方法 [問 13-2 複数回答]

現在感じている不便に対して、どのように対処していますか？

●現在感じている不便への対処方法は「できるだけまとめ買いをする」(47.7%)が最も多くなっている。次いで「通信販売を利用する」(36.4%)、「無理をして買いに行っている」(25.0%)、「店にあるもので我慢している」(23.9%)の順となっている。

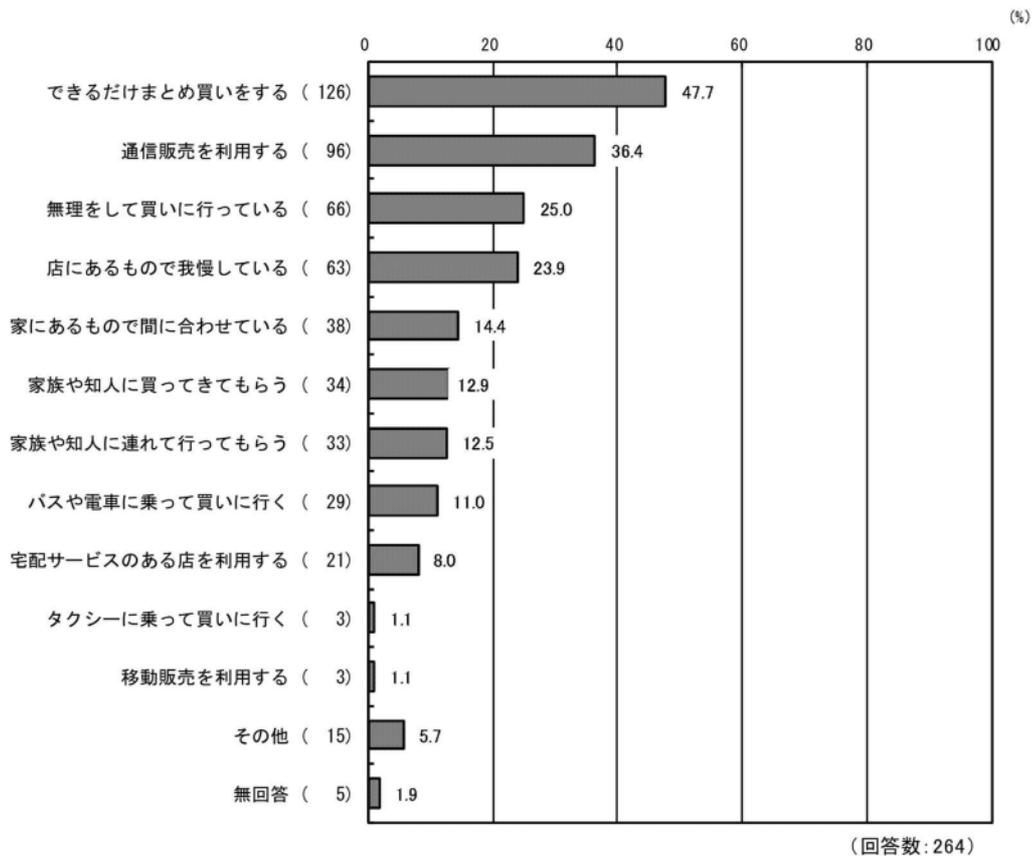


図 3-26 現在感じている不便への対処方法

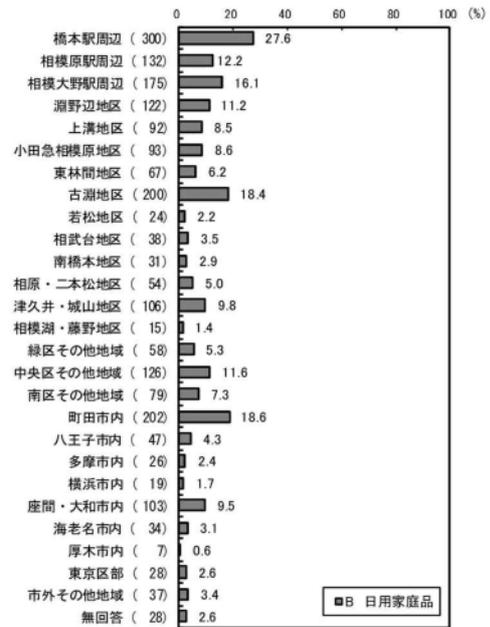
⑭買物場所 [問 14 複数回答]

次の商品を購入するときや、飲食やサービスの利用を、市内、市外のどの地域（大型店含む）でしていますか？

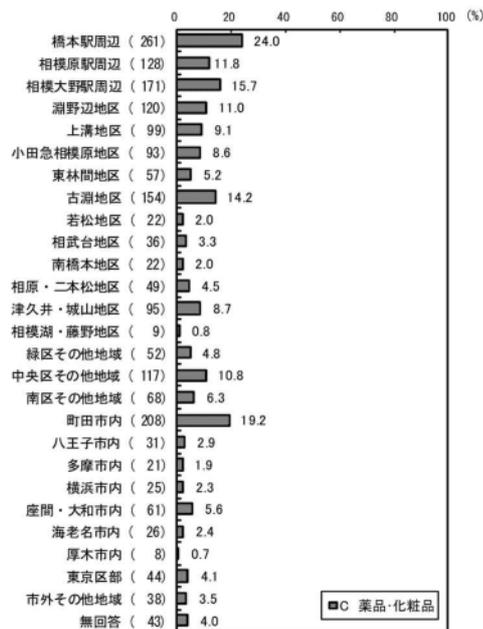
- 市内での買物場所は「橋本駅周辺」、「相模大野駅周辺」、「古淵地区」の利用が多くなっており、市外での買物場所は「町田市内」の利用が最も多くなっている。
- 贈答品は「町田市内」（35.0%）の利用が最も多くなっている。次いで「橋本駅周辺」（26.3%）、「相模大野駅周辺」（17.9%）の順となっている。
- 食事は「町田市内」（38.1%）の利用が最も多くなっている。次いで「橋本駅周辺」（37.2%）、「相模大野駅周辺」（25.7%）、「相模原駅周辺」（18.7%）の順となっている。
- 飲酒は「橋本駅周辺」（18.9%）の利用が最も多くなっている。次いで「町田市内」（18.3%）、「相模大野駅周辺」（12.5%）の順となっている。



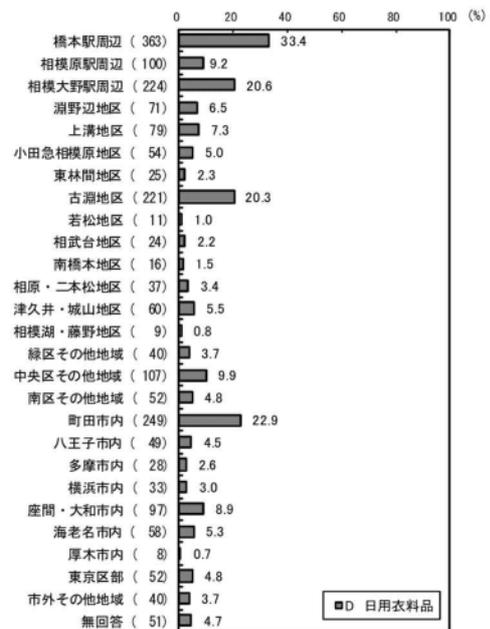
(回答数: 1,086)



(回答数: 1,086)

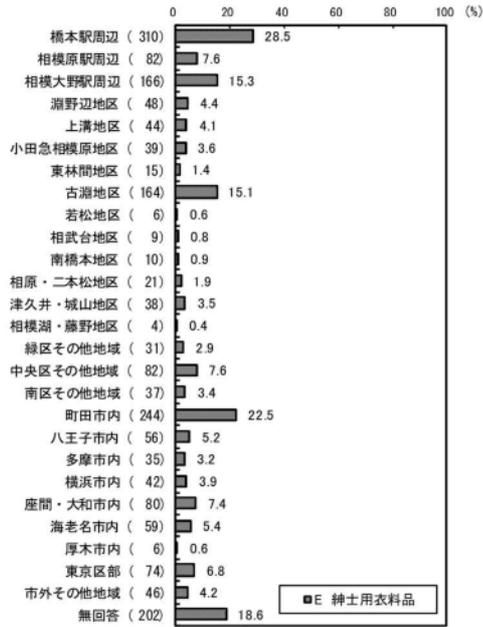


(回答数: 1,086)

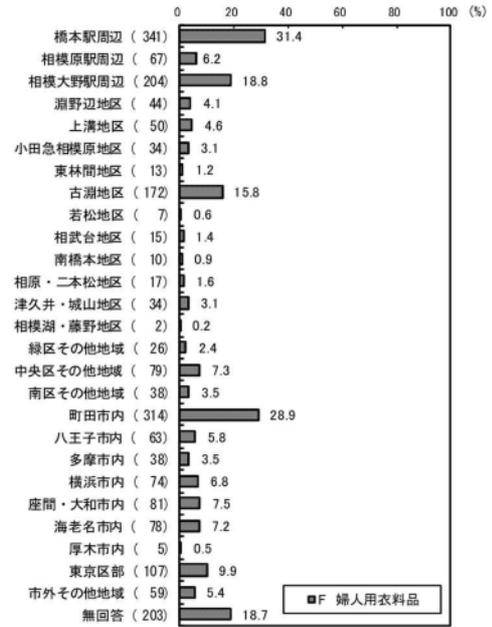


(回答数: 1,086)

図3-27 買物場所



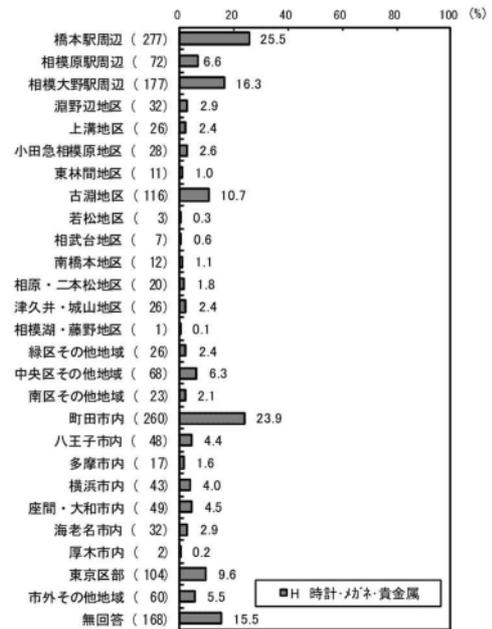
(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)

図3-28 買物場所

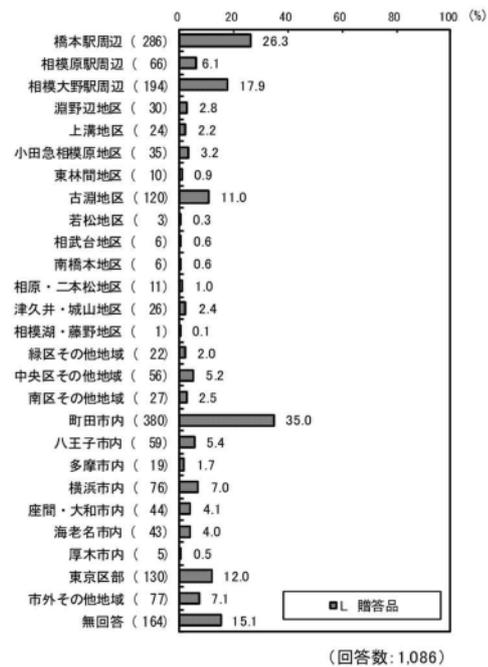
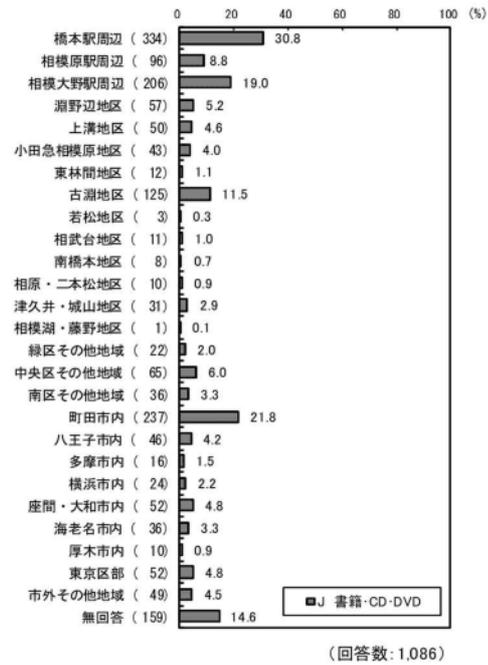
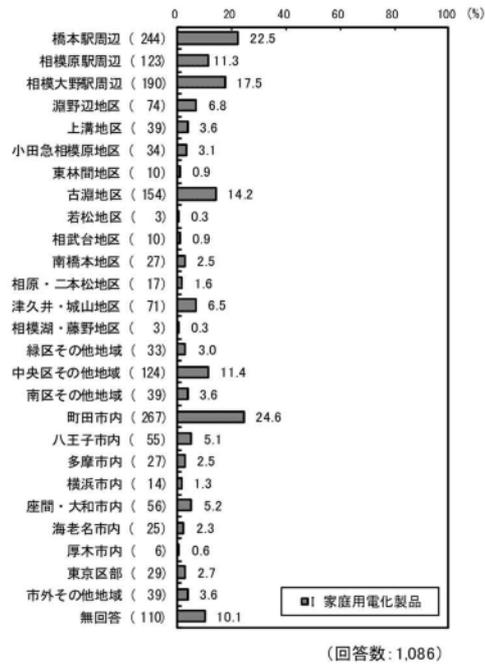
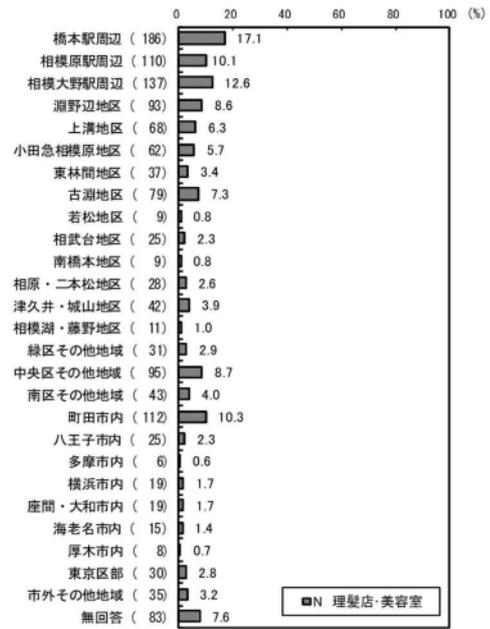


図3-29 買物場所



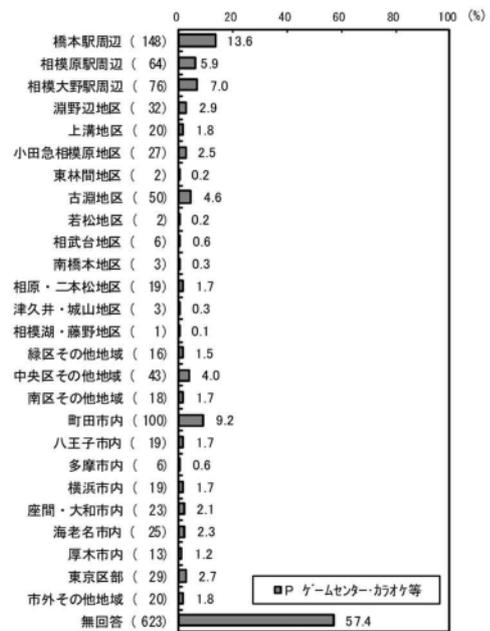
(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)



(回答数:1,086)

図3-30 買物場所

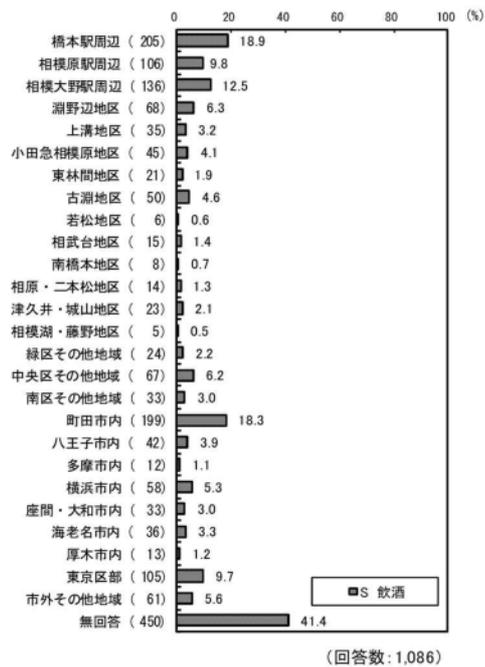
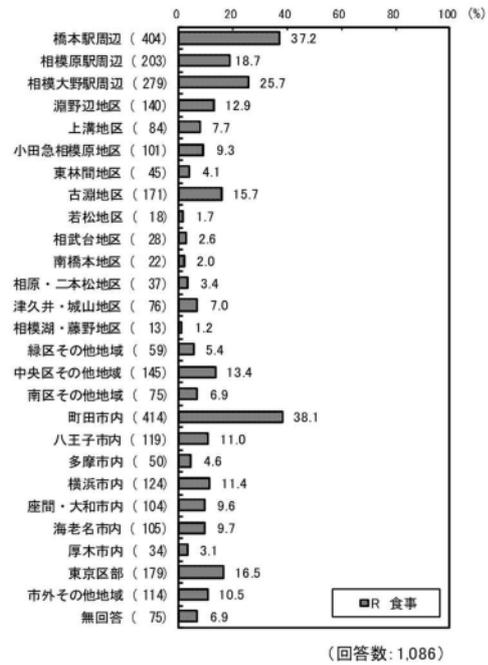
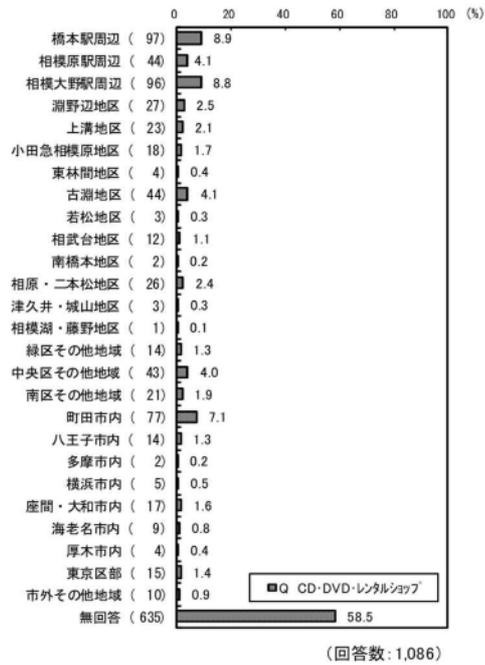


図3-31 買物場所

(3) よく利用する商業地域・商業施設

⑮よく利用する商業地域 [問 15 単数回答]

普段の食品や日用品のお買い物で、どこの商業地域（大型店を含む）を最も利用していますか？

- 普段の食品や日用品の買物は「橋本駅周辺」（19.8%）の利用が最も多くなっている。次いで「市外」（11.0%）、「相模大野駅周辺」（10.2%）、「古淵地区」（9.9%）の順となっている。
- 居住地区別にみると「新磯」（42.1%）、「相武台」（39.3%）、「相模湖・藤野」（32.0%）の3地区では、市外での買物の利用が多くなっている。

表 3-2 商業地域別の利用度

	全体	居住地区別														
		本 庁	橋 本	大 野 北	大 野 中	大 野 南	大 沢	田 名	上 溝	麻 溝	新 磯	相 模 台	相 武 台	東 林	津 城 久 山 井	藤 野 相 模 湖
合計	1,058	215	115	95	92	104	43	45	45	30	19	63	28	69	70	25
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
橋本駅周辺	19.8	19.1	82.6	3.2			41.9	31.1	22.2	6.7					32.9	16.0
相模原駅周辺	5.3	24.7			1.1	1.0		2.2		3.3						
相模大野駅周辺	10.2	1.4		1.1	7.6	65.4				6.7	10.5	22.2		15.9		
淵野辺地区	7.1	8.8		58.9	2.2											
上溝地区	5.1	7.4	0.9	1.1	1.1		2.3	8.9	51.1	16.7	5.3					
小田急相模原地区	4.2											34.9	7.1	31.9		
東林間地区	2.0					3.8								24.6		
古淵地区	9.9	3.7		23.2	64.1	5.8					5.3	12.7		1.4		
若松地区	0.6				4.3	1.0						1.6				
相武台地区	1.6											1.6	53.6			
南橋本地区	1.2	2.3		1.1			4.7	2.2	8.9							
相原・二本松地区	2.2	0.5	10.4				7.0								10.0	
津久井・城山地区	4.2		1.7				11.6								44.3	20.0
相模湖・藤野地区	0.6															28.0
緑区その他地域	2.5	0.9	2.6				25.6	8.9		3.3					7.1	4.0
中央区その他地域	7.9	25.6		1.1			2.3	40.0	11.1	3.3		1.6			1.4	
南区その他地域	3.6				4.3	6.7				53.3	36.8	4.8		1.4		
市外	11.0	4.2	1.7	9.5	15.2	16.3	2.3	4.4	6.7	6.7	42.1	20.6	39.3	23.2	2.9	32.0
無回答	0.8	1.4		1.1			2.3	2.2						1.4	1.4	

※表中の網掛けは、各居住地区内で利用者割合が高い（30%以上）商業地域

⑮よく利用する地域での平日・休日の買物状況 [問 15- 1 単数回答]

その地域でお買物をするのは、平日・休日どちらが多いですか？

- よく利用する商業地域での平日・休日の買物状況は、地区全体で「平日が多い」(45.2%)が最も多くなっている。次いで「土日・祝日が多い」(27.5%)、「どちらともいえない」(25.0%)の順となっている。

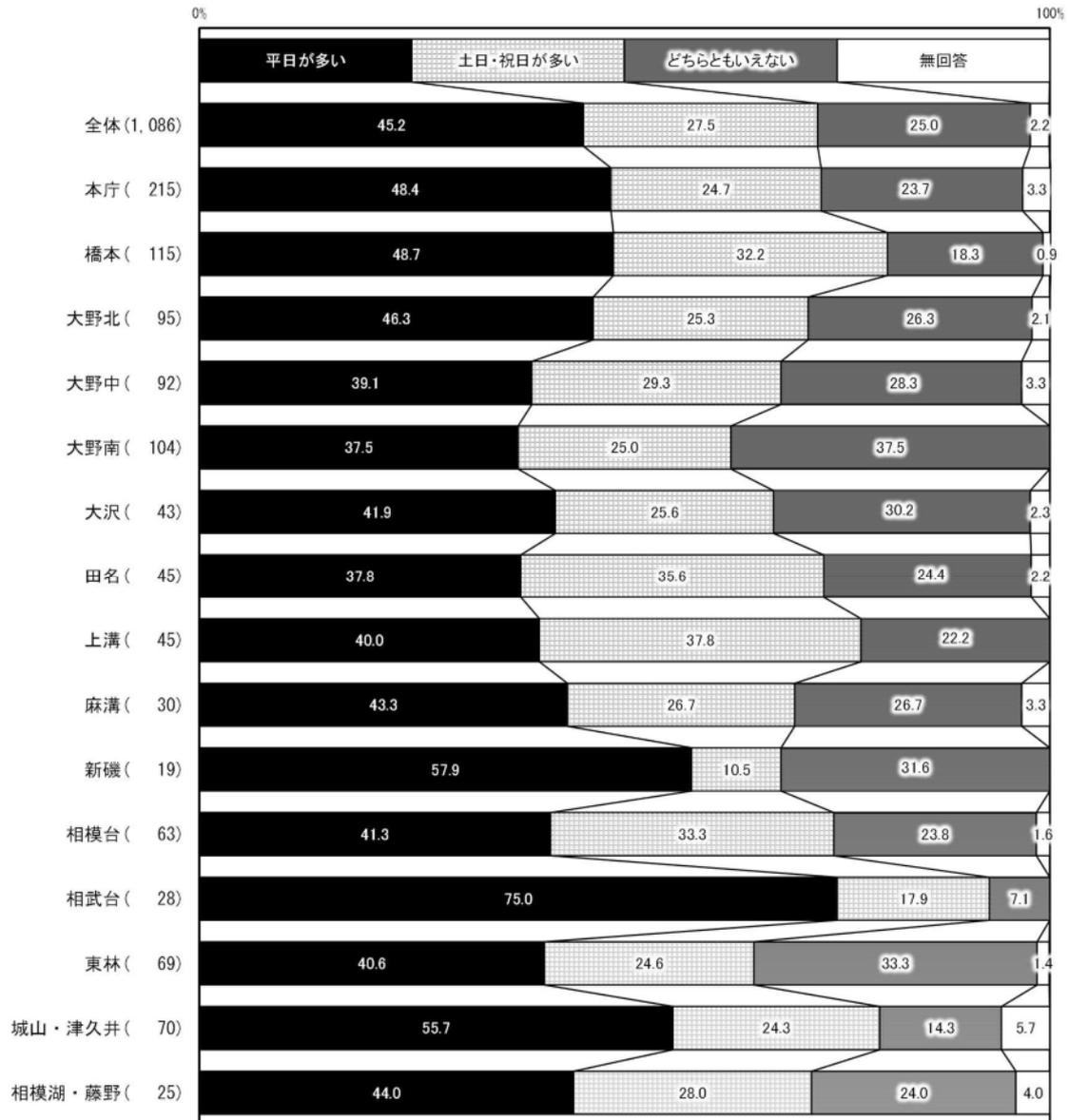


図 3-32 よく利用する地域での平日・休日の買物状況

⑮よく利用する商業地域での買物頻度 [問 15-2 単数回答]

その地域でのお買物の頻度はどの程度ですか？

- よく利用する商業地域での買物頻度は、地区全体で「1週間に2～3回程度」(41.2%)が最も多くなっている。次いで「1週間に1回程度」(26.6%)、「ほぼ毎日」(16.6%)の順となっている。
- 居住地区別にみると、買物頻度が「ほぼ毎日」は「大野南」(26.0%)で最も多くなっている。次いで「橋本」(25.2%)、「東林」(18.8%)の順となっている。

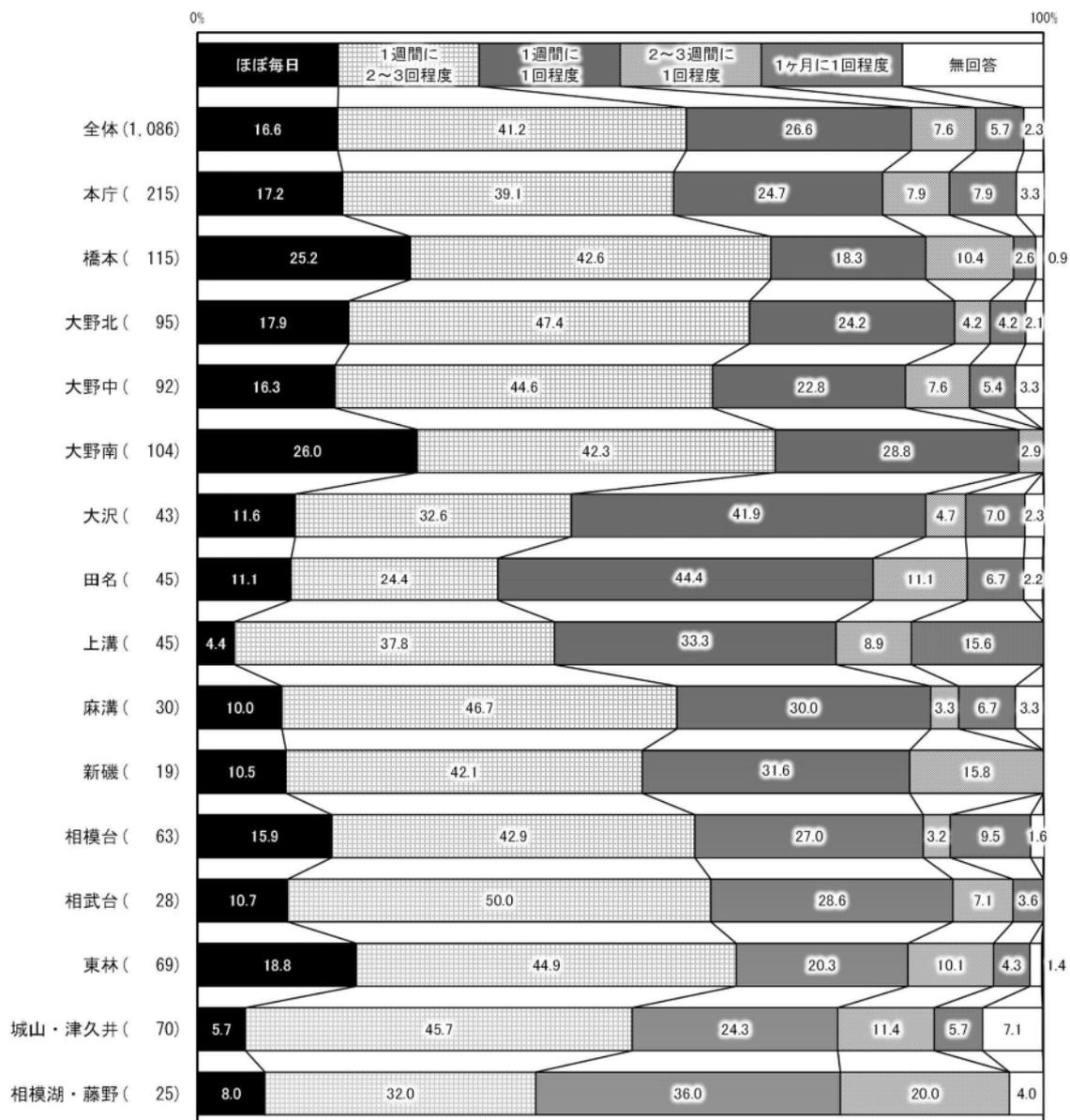


図3-33 よく利用する商業地域での買物頻度

⑮よく利用する商業地域での買物回数の増減 [問 15-3 単数回答]

その地域でのお買物回数は2～3年前より増えましたか、減りましたか？

- よく利用する商業地域での買物回数の増減は、地区全体で「以前と変わらない」(64.4%)が最も多くなっている。次いで「増えた」(18.8%)、「減った」(14.3%)の順となっている。
- 居住地区別にみると、買物回数が「増えた」は「新磯」(42.1%)で最も多くなっており、次いで「麻溝」(30.0%)となっている。一方、「減った」は「田名」(31.1%)が最も多くなっている。

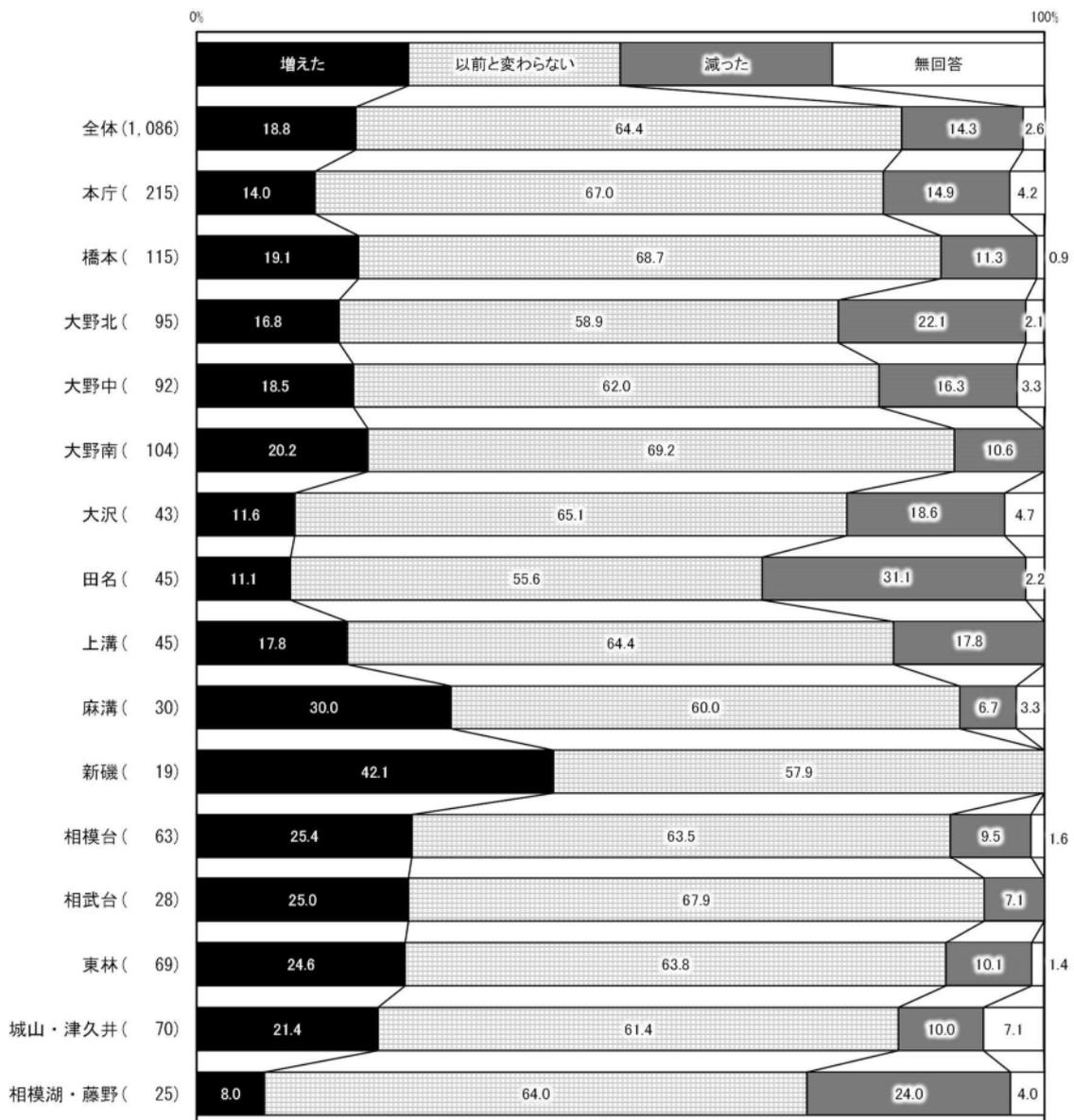


図 3-34 よく利用する商業地域での買物回数の増減

⑮よく利用する商業地域までの交通手段 [問 15- 4 単数回答]

その地域までの主な移動の手段は何ですか？

- よく利用する商業地域までの交通手段は、地区全体で「自動車」(45.8%)が最も多くなっている。次いで「徒歩」(27.7%)、「自転車」(16.7%)の順となっている。
- 居住地区別にみると、交通手段に差がみられる。「自動車」の利用が多い地区は、「新磯」(89.5%)、「相模湖・藤野」(88.0%)、「田名」(77.8%)、「城山・津久井」(71.4%)、「大沢」(69.8%)、「上溝」(68.9%)、「麻溝」(63.3%)の7地区となっている。「自転車」の利用が多い地区は、「東林」(26.1%)、「大野南」(24.0%)、「大野北」(22.1%)の3地区となっている。「徒歩」の利用が多い地区は、「大野南」(53.8%)、「東林」(46.4%)、「橋本」(40.9%)の3地区となっている。

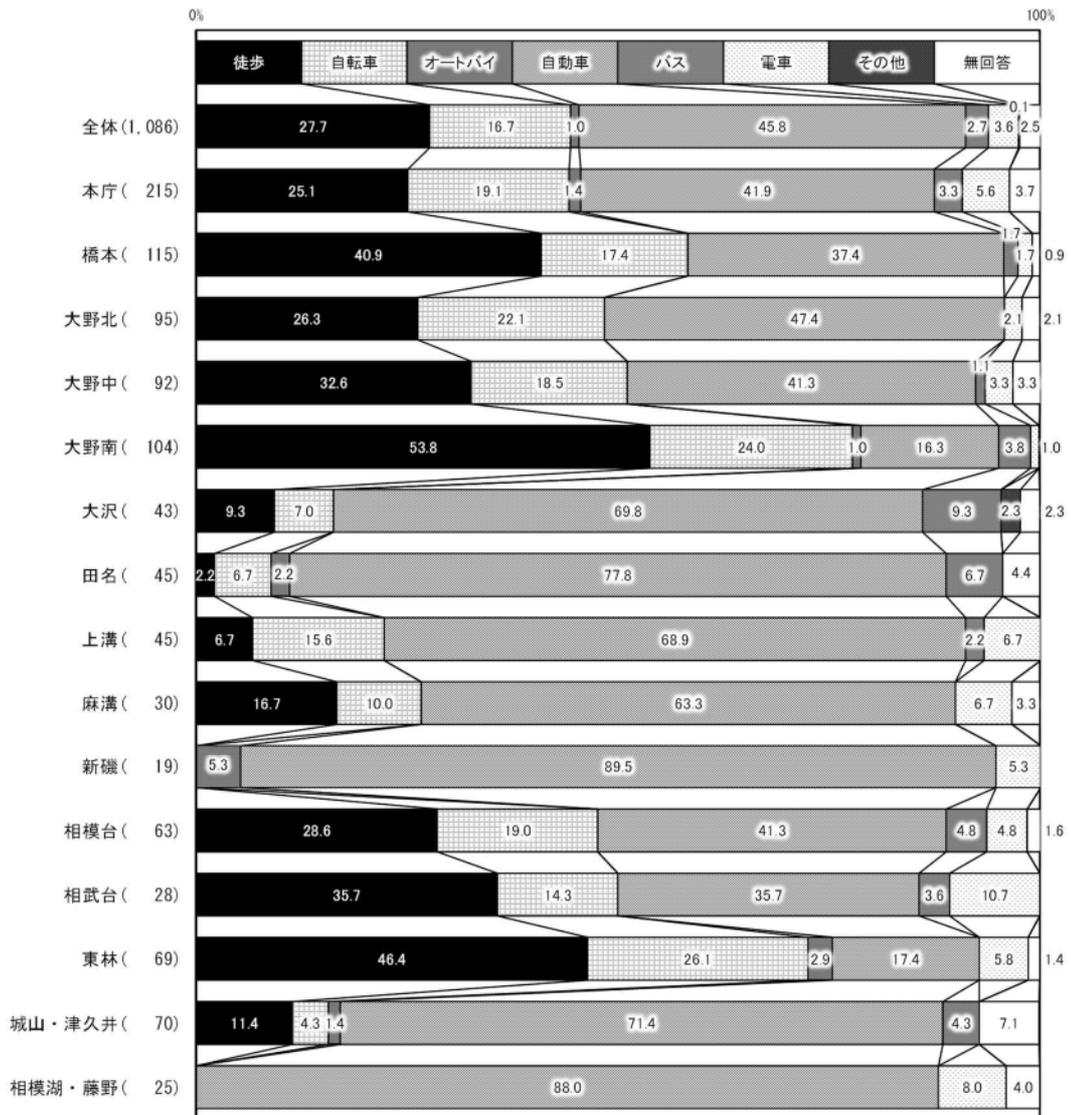


図3-35 よく利用する商業地域までの交通手段

⑮よく利用する商業地域までの所要時間 [問 15-5 単数回答]

ご自宅からその地域まで所要時間はどれくらいですか？

- よく利用する商業地域までの所要時間は、地区全体で「20分以内」(33.8%)が最も多くなっている。次いで「10分以内」(32.9%)、「5分以内」(15.1%)の順となっている。3つを合計すると、所要時間が20分以内は、81.8%となっている。
- 居住地区別にみると、所要時間が「10分以内」は「橋本」(50.4%)で最も多くなっている。次いで「大野北」(35.3%)、「東林」(34.8%)の順となっている。

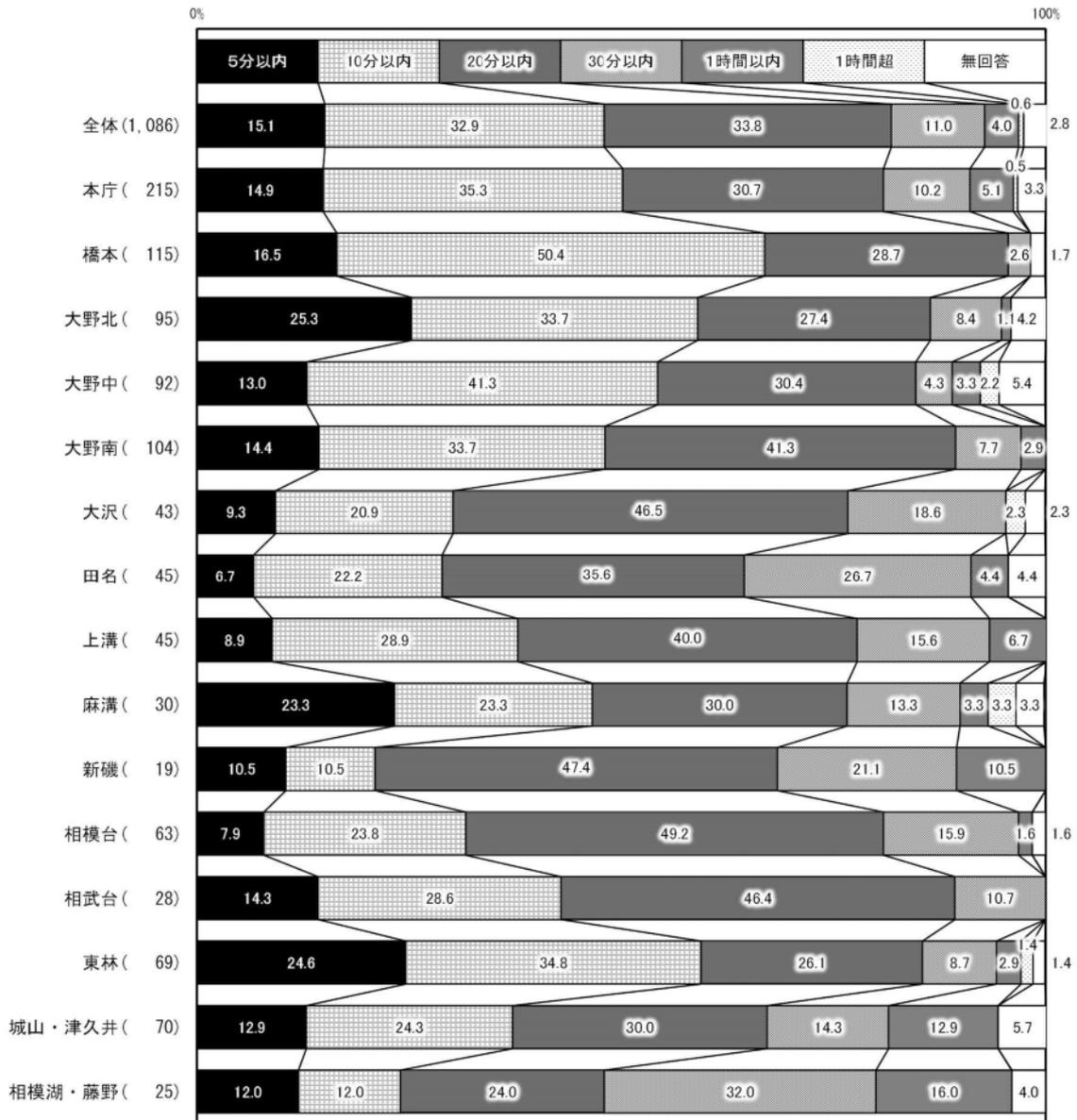


図 3-36 よく利用する商業地域までの所要時間

⑮よく利用する商業地域へ行く時間帯 [問 15-6]

その地域には主に何時頃行きますか？ [平日・休日]

- よく利用する商業地域での平日の買物時間帯は、「10時～12時30分」、「18時～19時30分」の午前と午後に二分している。午前のピーク時間帯は「11時」、午後のピーク時間帯は「18時」となっている。
- 休日の買物時間帯は「10時～17時30分」と、午前中から夕方までの比較的長い時間帯で利用されており、ピーク時間帯は「11時」となっている。

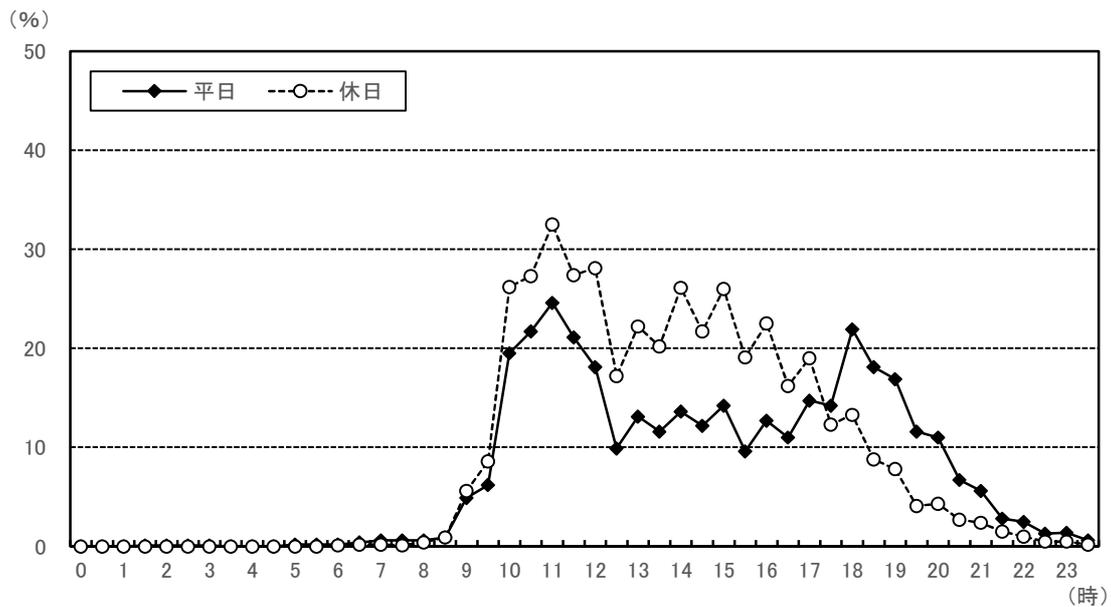


図3-37 よく利用する商業地域へ行く時間帯

表3-3 よく利用する商業地域へ行く時間帯

	全体	9時～9時半	9時半～10時	10時～10時半	10時半～11時	11時～11時半	11時半～12時	12時～12時半	12時半～13時	13時～13時半	13時半～14時	14時～14時半	14時半～15時	15時～15時半	15時半～16時
平日	1,086	4.9	6.2	19.5	21.7	24.6	21.1	18.1	9.9	13.1	11.6	13.6	12.2	14.2	9.6
休日	1,086	5.6	8.6	26.2	27.3	32.5	27.4	28.1	17.2	22.2	20.2	26.1	21.7	26.0	19.1

	全体	16時～16時半	16時半～17時	17時～17時半	17時半～18時	18時～18時半	18時半～19時	19時～19時半	19時半～20時	20時～20時半	20時半～21時	21時～21時半	21時半～22時	22時～22時半	22時半～23時
平日	1,086	12.7	11.0	14.7	14.2	21.9	18.1	16.9	11.6	11.0	6.7	5.6	2.8	2.5	1.3
休日	1,086	22.5	16.2	19.0	12.3	13.3	8.8	7.8	4.1	4.3	2.7	2.4	1.5	1.0	0.5

※表中の網掛けは、買物する利用割合が高い(15%以上)時間帯

⑮よく利用する商業地域での買物時間 [問 15-7 単数回答]

その地域での1回のお買物に要する時間はどれくらいですか？

- よく利用する商業地域での買物時間は、地区全体で「1時間以内」(39.1%)が最も多くなっている。次いで「30分以内」(23.4%)、「1時間超」(15.7%)の順となっている。買物時間が30分以内の合計は、42.7%となっている。
- 居住地区別にみると、買物時間が30分以内の合計は「相武台」(67.8%)が最も多くなっている。次いで「相模湖・藤野」(52.0%)、「大野北」(48.5%)の順となっている。

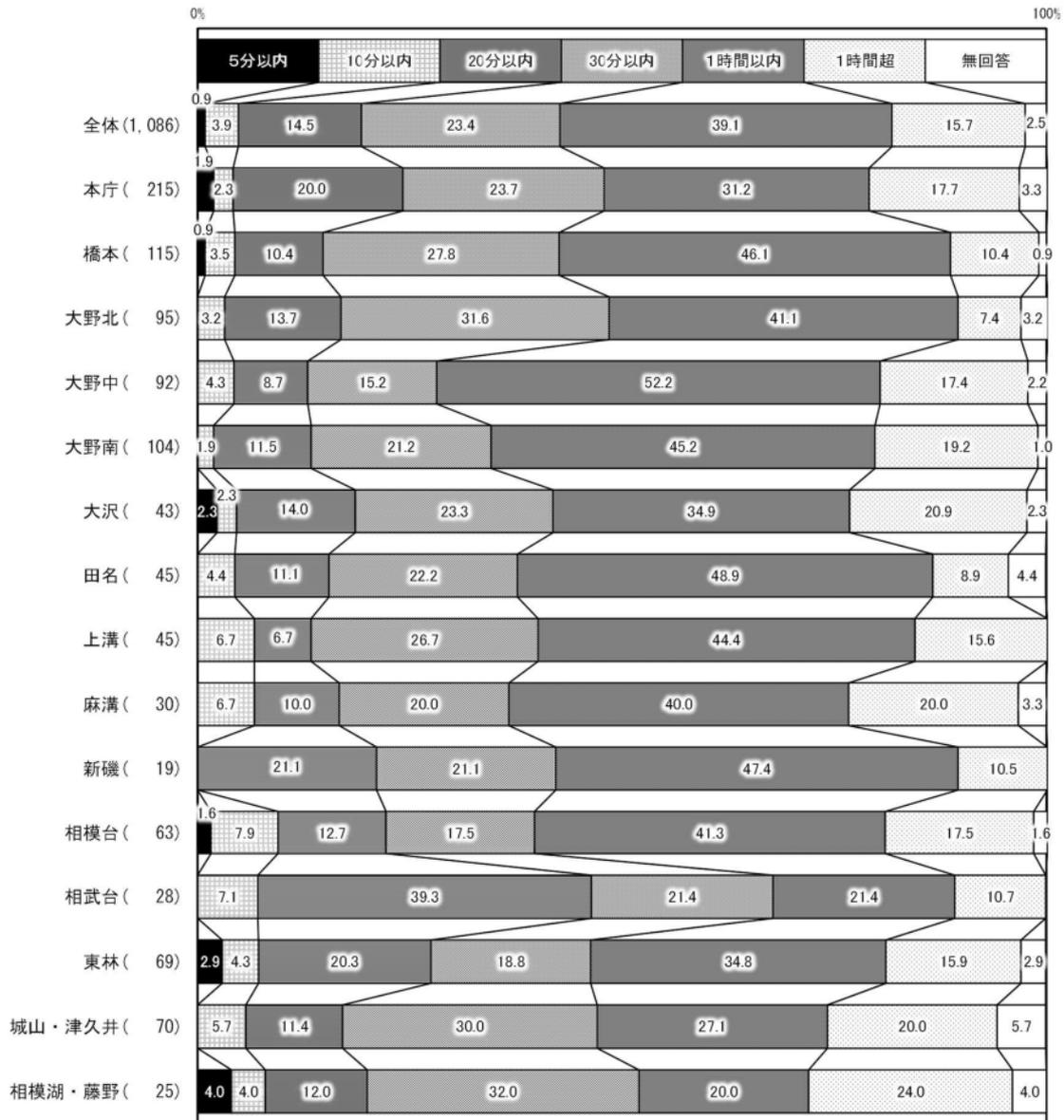
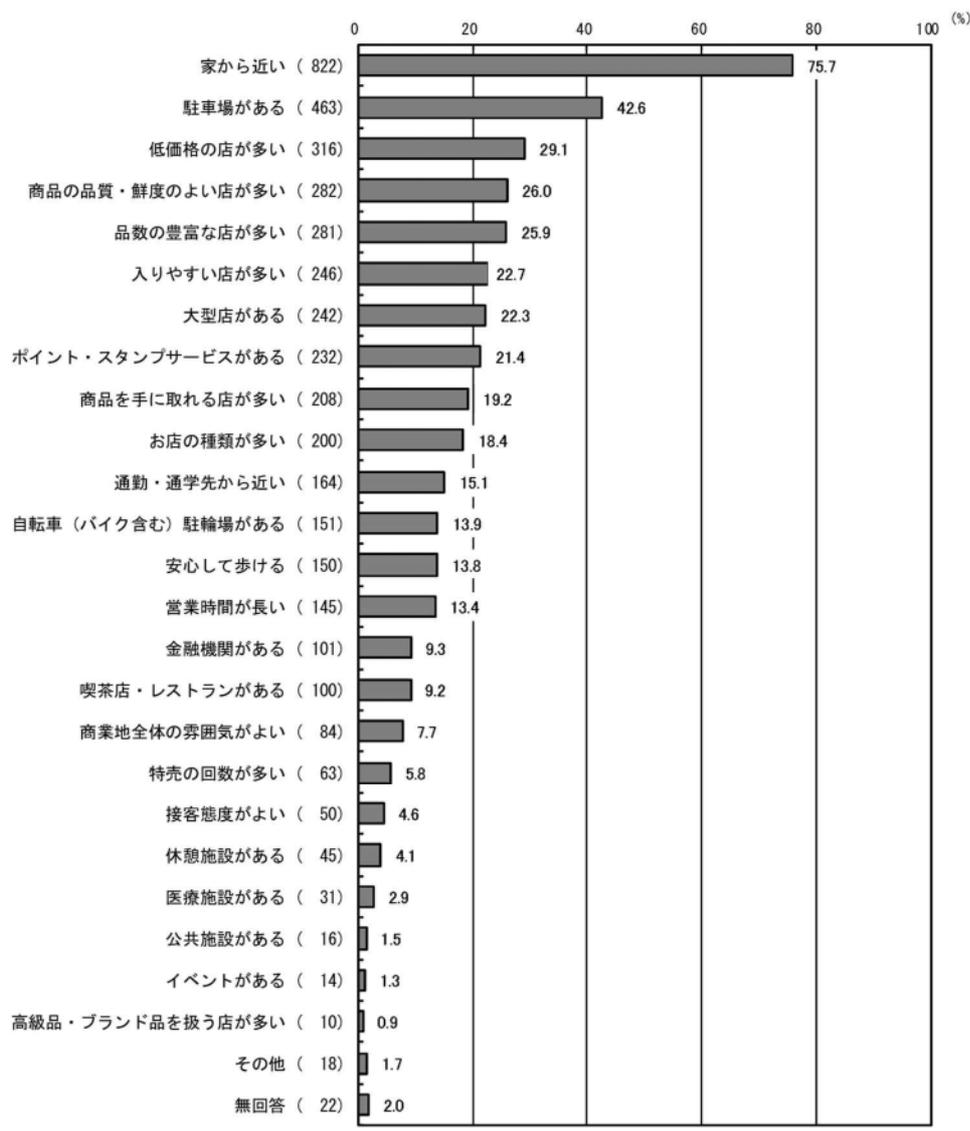


図3-38 よく利用する商業地域での買物時間

⑮よく利用する商業地域で買物をする理由 [問 15-8 複数回答]

その地域でお買物をする理由は何ですか？

●よく利用する商業地域で買物をする理由は、「家から近い」(75.7%)が最も多くなっている。次いで「駐車場がある」(42.6%)、「低価格の店が多い」(29.1%)、「商品の品質・鮮度のよい店が多い」(26.0%)、「品数の豊富な店が多い」(25.9%)の順となっている。



(回答数:1,086)

図 3-39 よく利用する商業地域で買物をする理由

⑮よく利用する商業地域で充実した方がよいもの

[問 15-9 複数回答]

その地域で、新たに、またはさらに充実するとよいと思うサービスや施設等はどれですか？

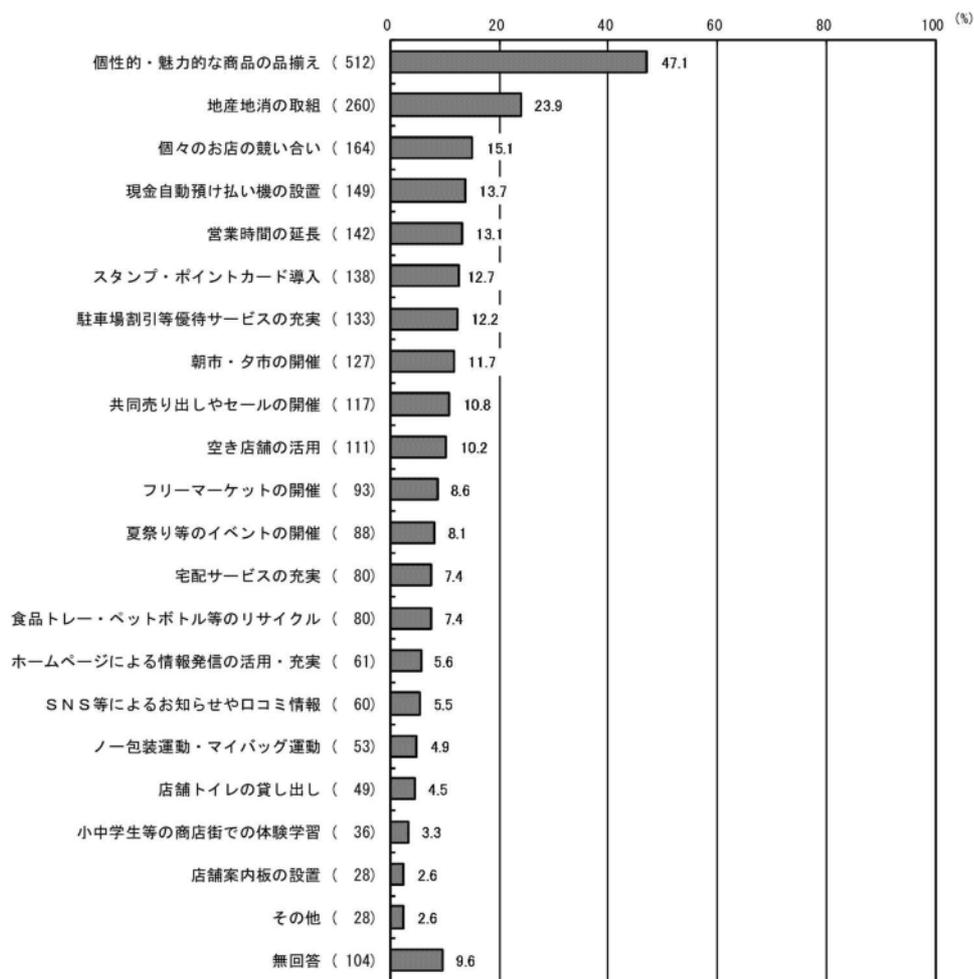
【商店・商店街のサービス等】

●よく利用する商業地域で、新たに、またはさらに充実して欲しいサービスは、「個性的・魅力的な商品の品揃え」(47.1%)が最も多くなっている。次いで「地産地消の取組」(23.9%)、「個々のお店の競い合い」(15.1%)の順となっている。

【施設整備・行政施策等】

●よく利用する商業地域で、新たに、またはさらに充実して欲しい施設は、「歩道の拡張・整備」(25.2%)が最も多くなっている。次いで「休憩施設・ベンチ」(25.0%)、「駐車場」(20.5%)の順となっている。

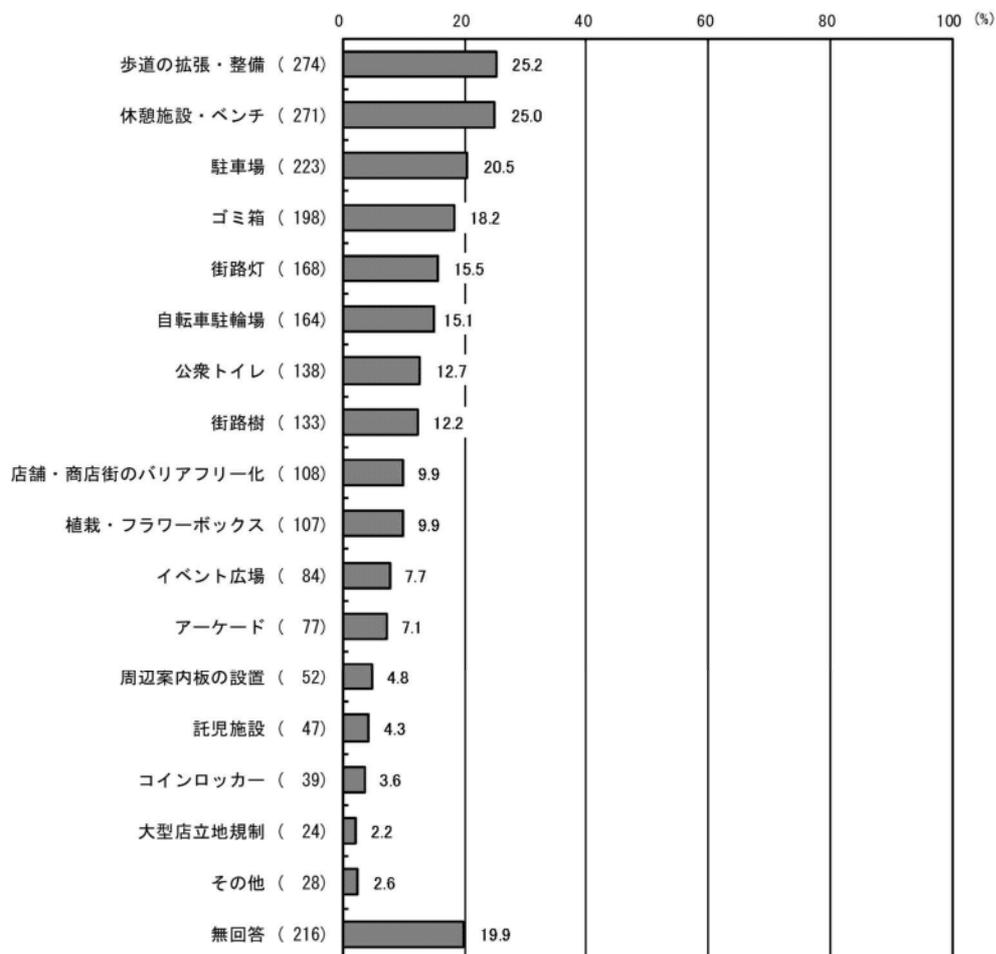
【商店・商店街のサービス等】



(回答数:1,086)

図3-40 よく利用する商業地域で充実した方がよいもの

【施設整備・行政施策等】



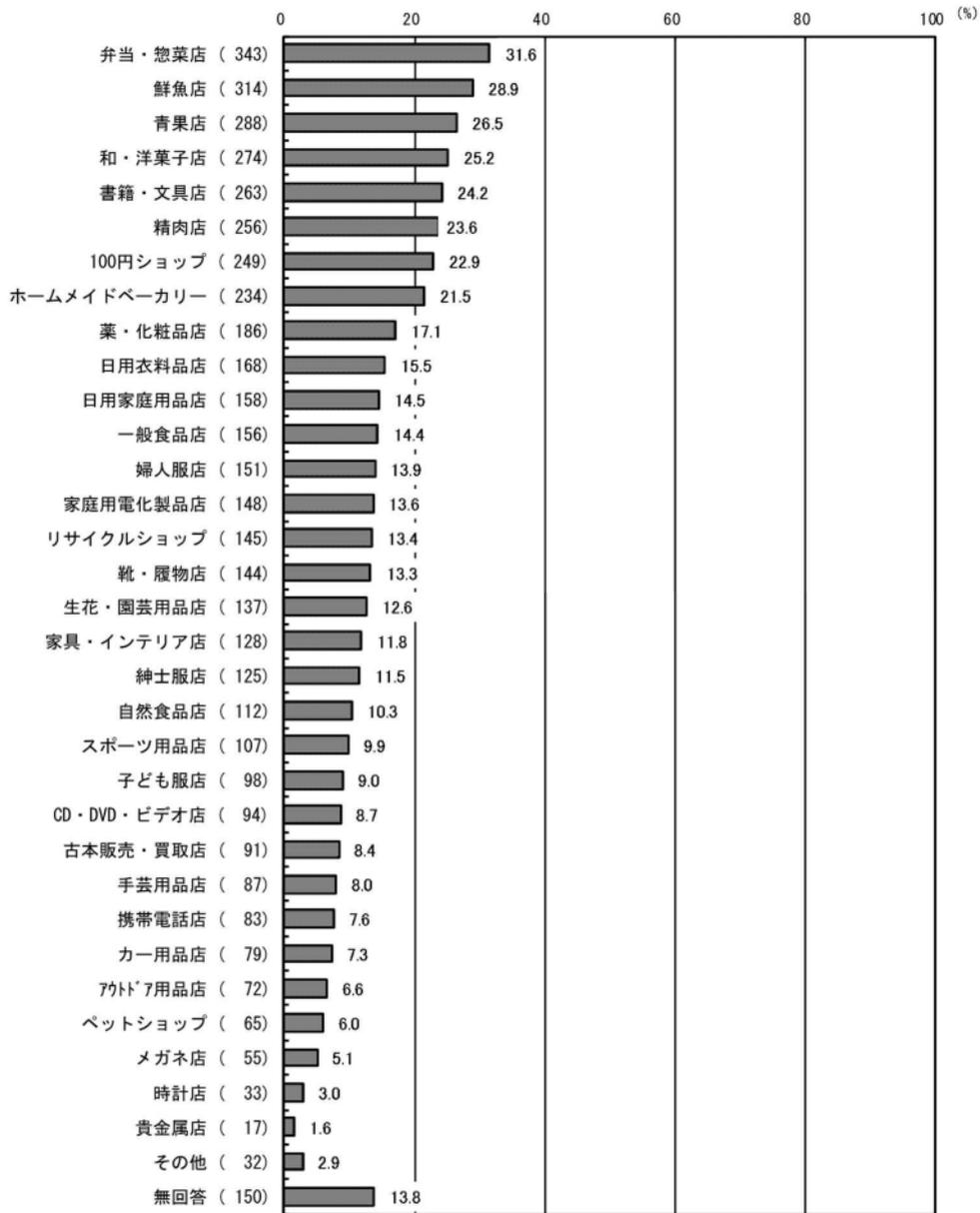
(回答数: 1,086)

図3-41 よく利用する商業地域で充実した方がよいもの

⑮よく利用する商業地域に欲しい物販店 [問 15-10 複数回答]

その地域でどんな商品を扱うお店があるとよいと思いますか？

●よく利用する商業地域に欲しい物販店は、「弁当・惣菜店」(31.6%)が最も多くなっている。次いで「鮮魚店」(28.9%)、「青果店」(26.5%)、「和・洋菓子店」(25.2%)、「書籍・文具店」(24.2%)の順となっている。



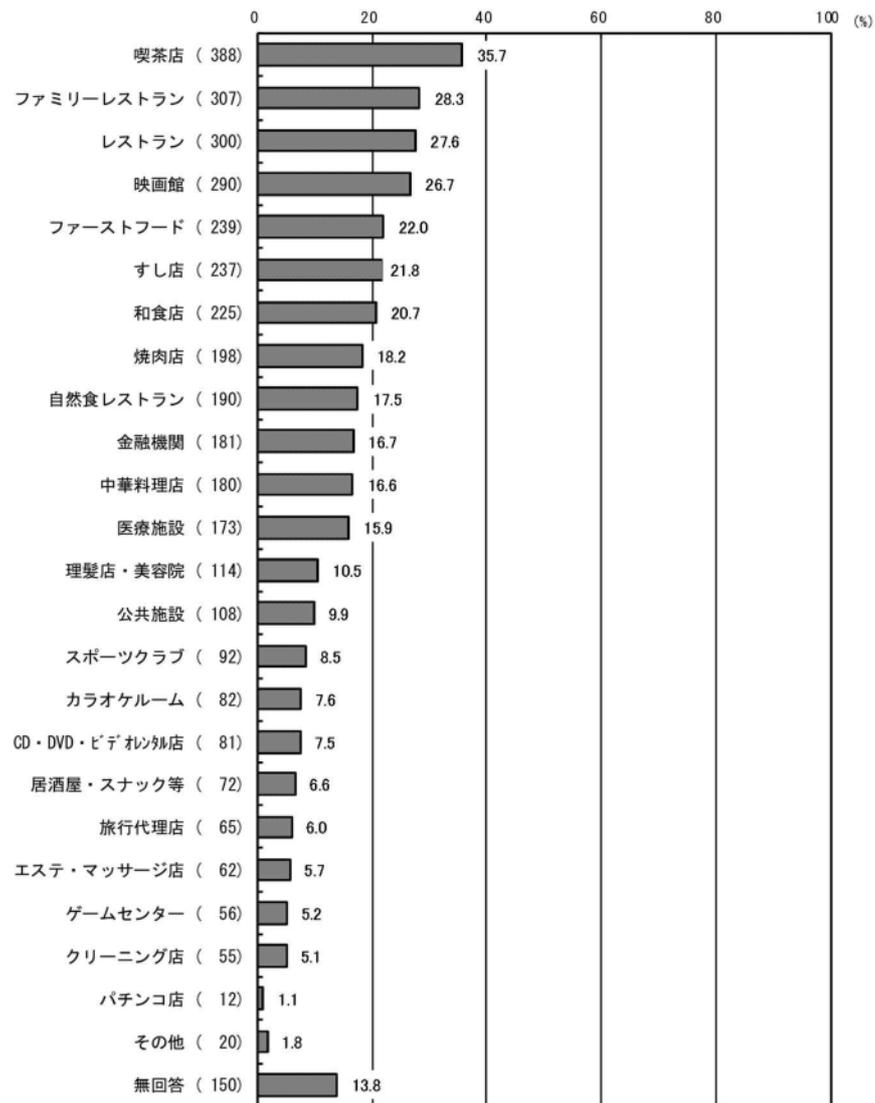
(回答数:1,086)

図3-42 よく利用する商業地域に欲しい物販店

⑮よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店 [問 15-11 複数回答]

その地域でどんな飲食・サービスを扱うお店があるとよいと思いますか？

- よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店は、「喫茶店」(35.7%)が最も多くなっている。次いで、「ファミリーレストラン」(28.3%)、「レストラン」(27.6%)の順となっている。
- 飲食店を除くと、「映画館」(26.7%)、「金融機関」(16.7%)、「医療施設」(15.9%)の割合も高くなっている。



(回答数:1,086)

図3-43 よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店

(4) キャッシュレス決済

⑩キャッシュレス決済利用の有無 [問 16 単数回答]

キャッシュレス決済を利用していますか？

- キャッシュレス決済利用者は、地区全体で77.3%となっており、非利用者は21.5%となっている。
- 居住地区別にみると、キャッシュレス決済利用者は「橋本」(85.2%)が最も多くなっている。次いで「東林」(84.1%)、「大野南」(83.7%)の順となっている。一方、非利用者は「麻溝」(43.3%)が最も多くなっている。次いで「相模湖・藤野」(40.0%)、「田名」(37.8%)の順となっている。

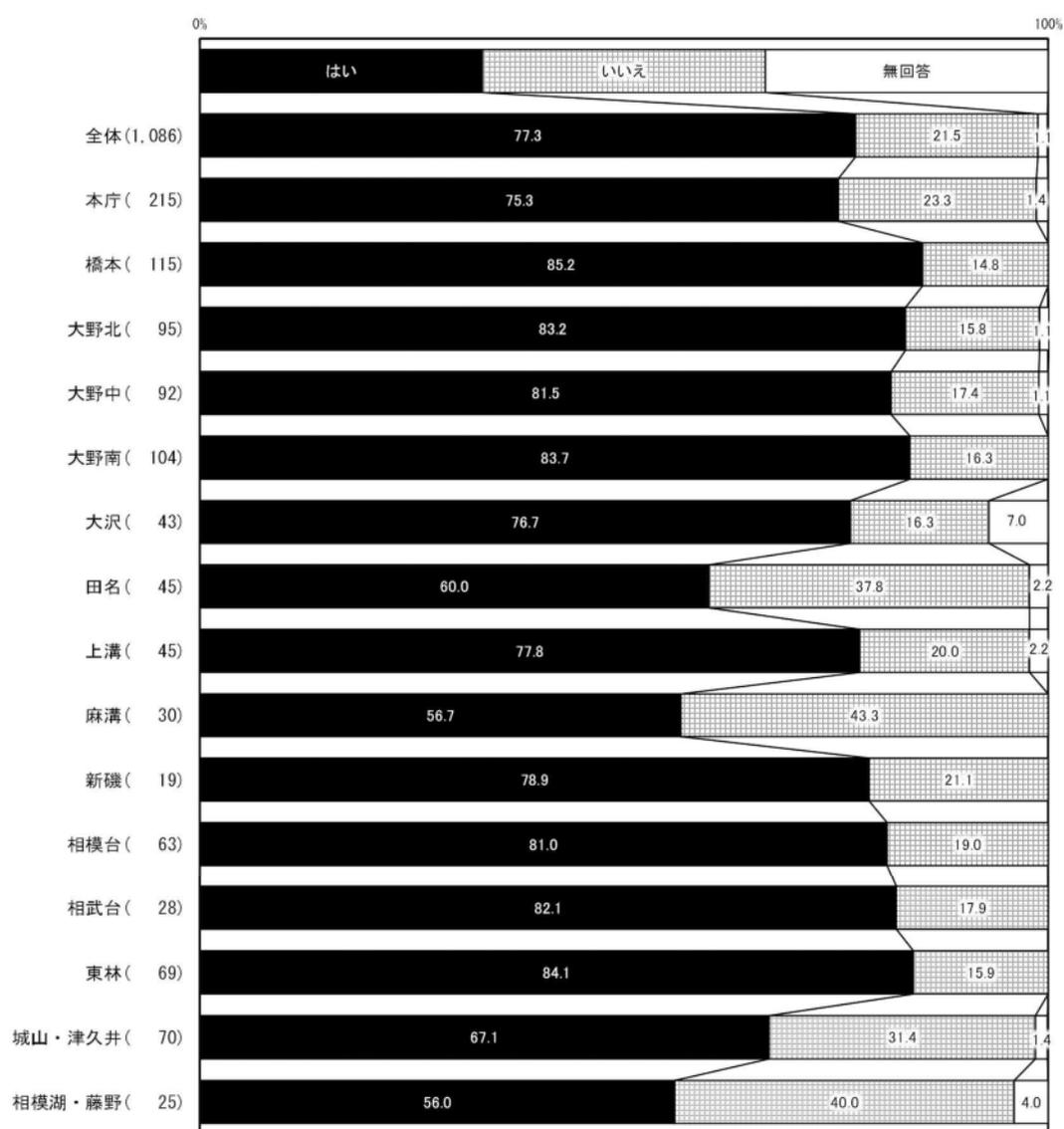


図3-44 キャッシュレス決済利用の有無

⑩利用しているキャッシュレス決済の種類 [問 16-1 複数回答]

現在、利用しているキャッシュレス決済の種類は何ですか？

●現在利用しているキャッシュレス決済の種類は、「クレジットカード」(83.6%)が最も多くなっている。次いで「電子マネー (Suica)」(55.2%)、「コード決済 (PayPay)」(47.5%)の順となっている。

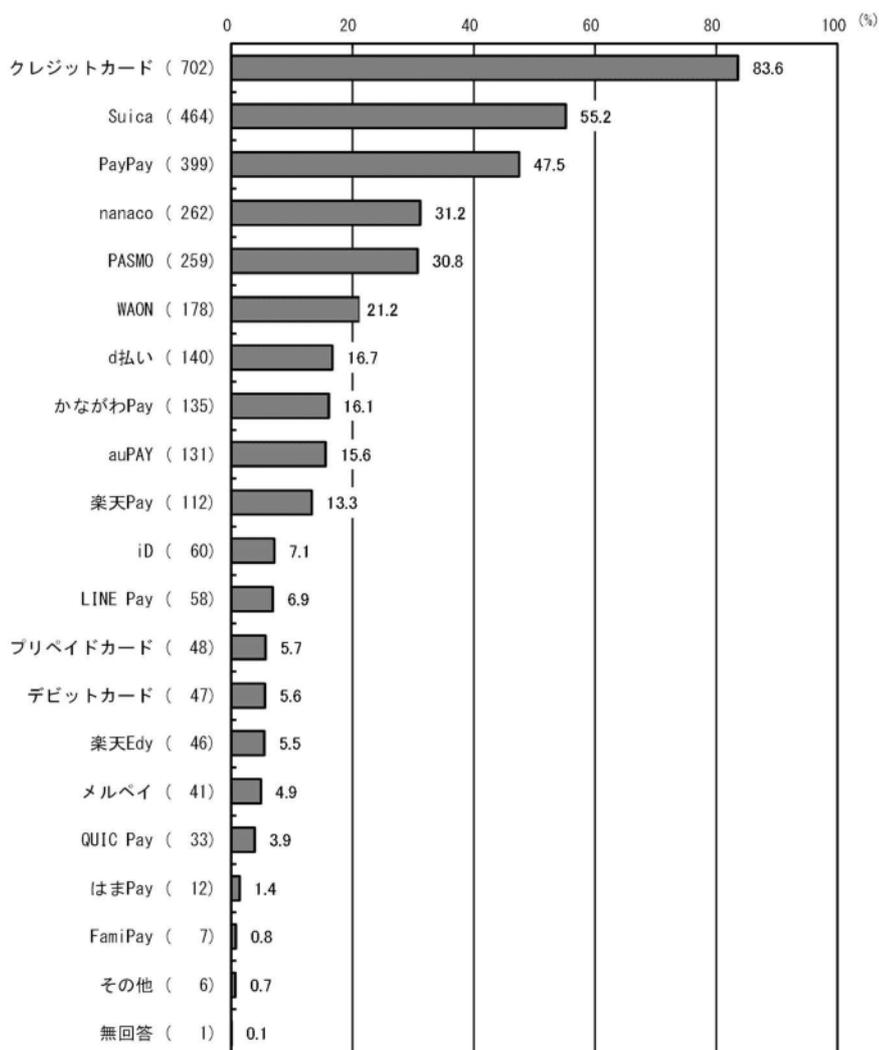


図 3-45 利用しているキャッシュレス決済の種類

⑩キャッシュレス決済事業者を選ぶ際に重視すること [問 16-2 複数回答]

キャッシュレス決済事業者を選ぶ際に、重視することは何ですか？

●キャッシュレス決済事業者を選ぶ際に重視することは、「使いやすさ」(56.9%)が最も多くなっている。次いで「ポイント還元率」(51.1%)、「安全性・信頼性」(41.4%)、「利用店の充実」(37.6%)の順となっている。

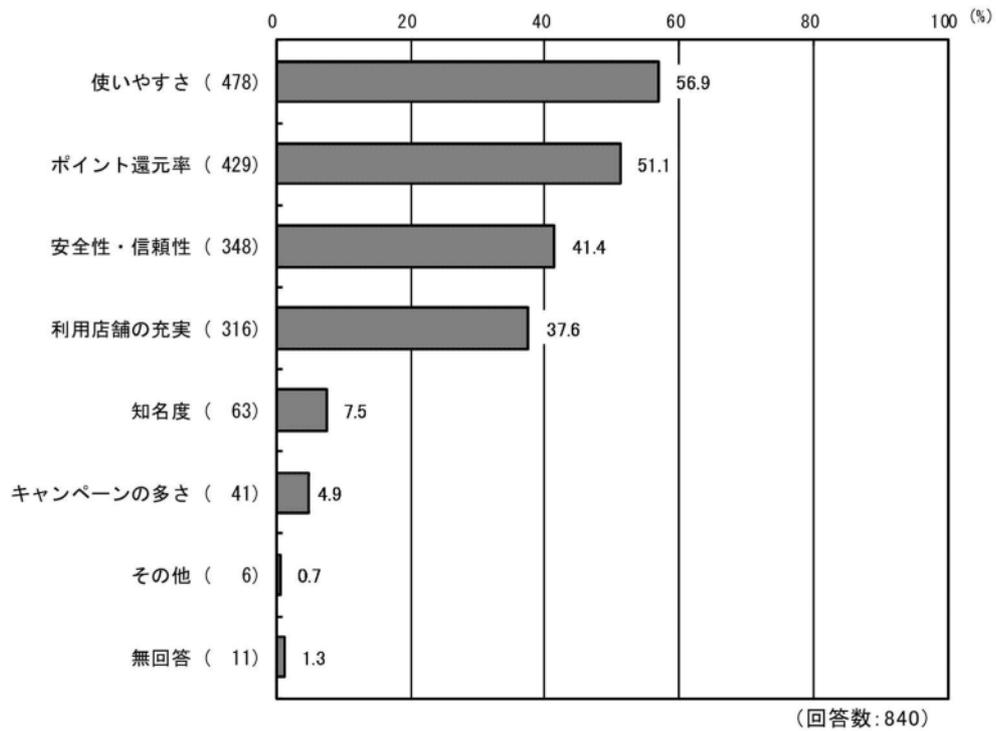


図3-46 キャッシュレス決済事業者を選ぶ際に重視すること

⑩キャッシュレス決済の利用意向 [問 16-3 単数回答]

今後キャッシュレス決済を利用したいですか? [問16でいいえと答えた人]

●現在キャッシュレス決済を利用していない人で、今後の利用意向は、地区全体で「はい」が18.4%、「いいえ」が70.5%となっており、今後も利用しないと回答した人が多くなっている。

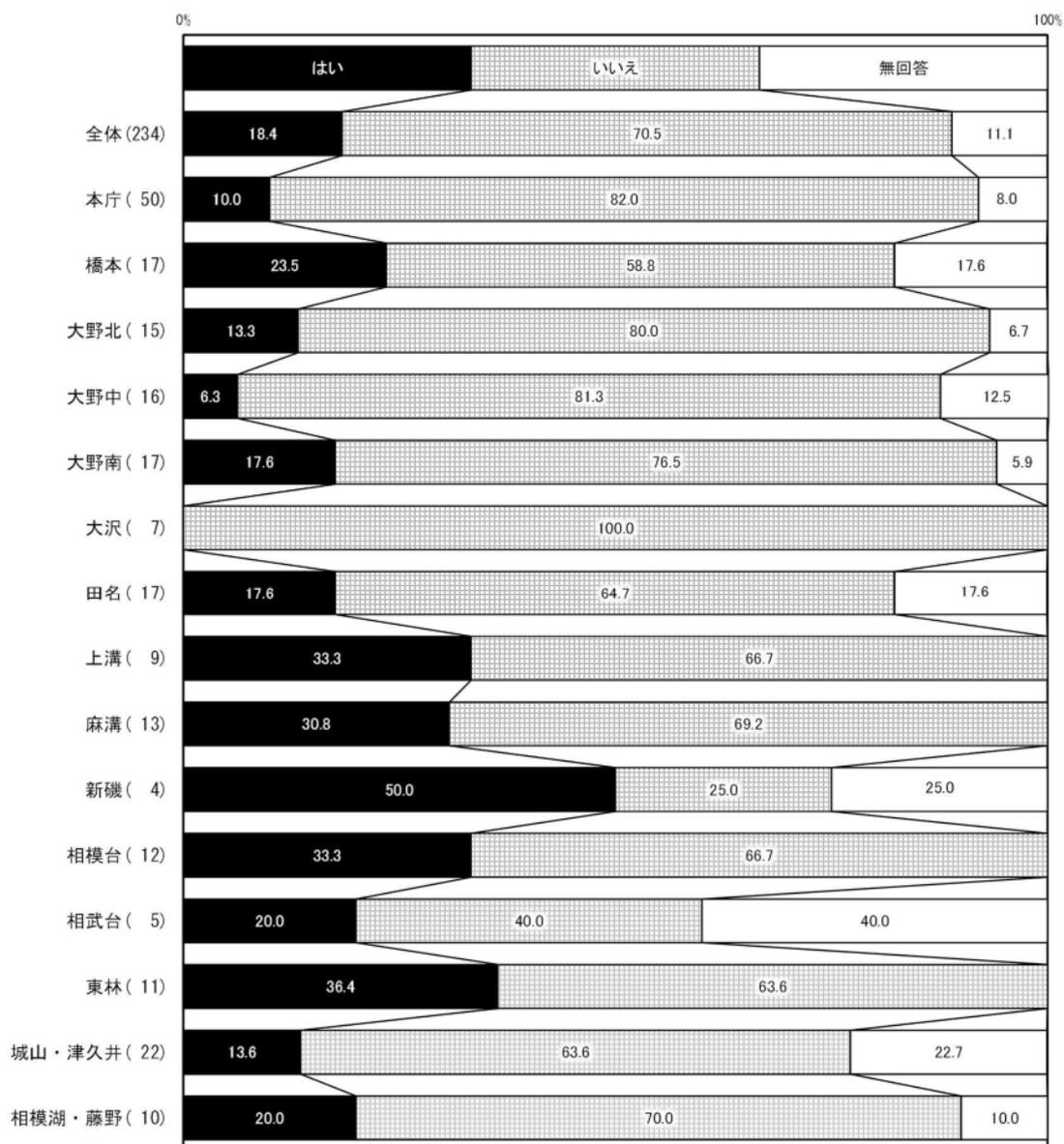


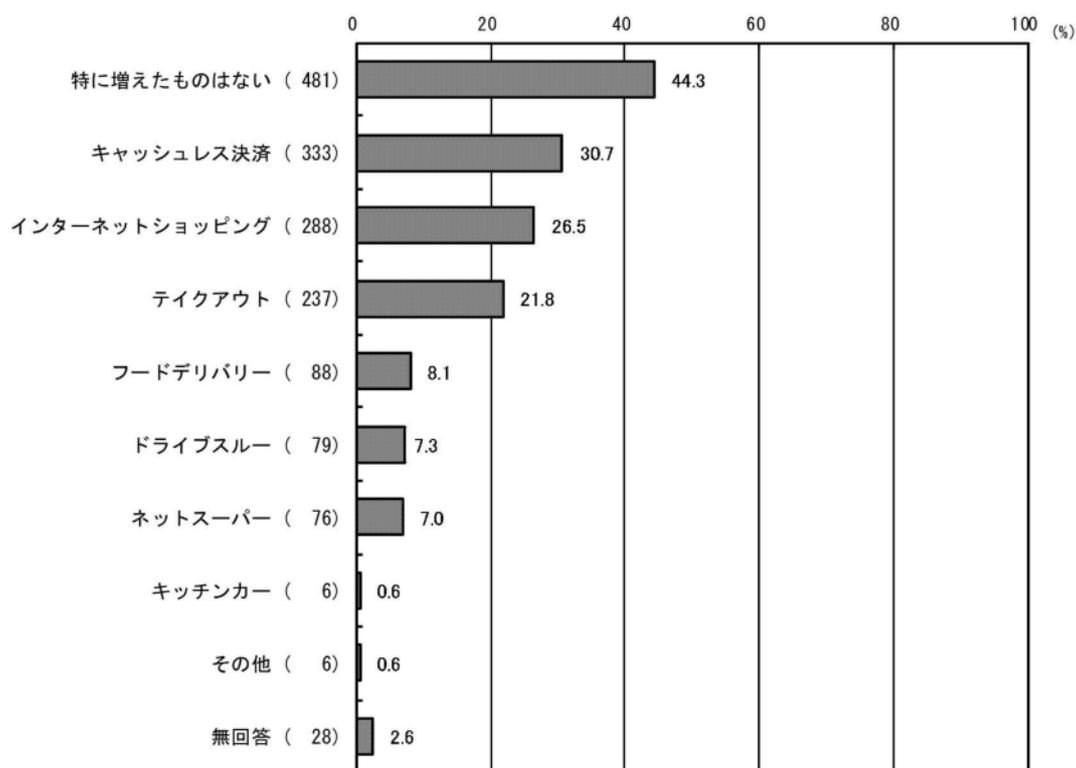
図 3-47 キャッシュレス決済の利用意向

(5) コロナ禍での買物行動

⑰ コロナ禍で増えた買物手段 [問 17 複数回答]

新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、買物手段でどのような利用が増えましたか？

● コロナ禍で買物手段の利用変化は、「特に増えたものはない」(44.3%)が最も多くなっている。次いで「キャッシュレス決済」(30.7%)、「インターネットショッピング」(26.5%)、「テイクアウト」(21.8%)の順となっている。



(回答数: 1,086)

図 3-48 コロナ禍で増えた買物手段

⑱ コロナ禍での買い物方法の変化 [問 18 単数回答]

新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、買い物方法にどのような変化がありましたか？

【A 頻度】

●コロナ禍で買い物頻度は、地区全体で「変わらない」(59.5%)が最も多くなっている。次いで「やや減った」(27.3%)、同値で「やや増えた」(5.0%)、「非常に減った」(5.0%)の順となっている。

【B 買物時間】

●コロナ禍で買物時間は、地区全体で「変わらない」(58.5%)が最も多くなっている。次いで「やや減った」(29.9%)、「非常に減った」(6.5%)の順となっている。

【C 移動時間】

●コロナ禍で移動時間は、地区全体で「変わらない」(73.8%)が最も多くなっている。次いで「やや減った」(15.0%)、「非常に減った」(6.0%)の順となっている。

【A 頻度】

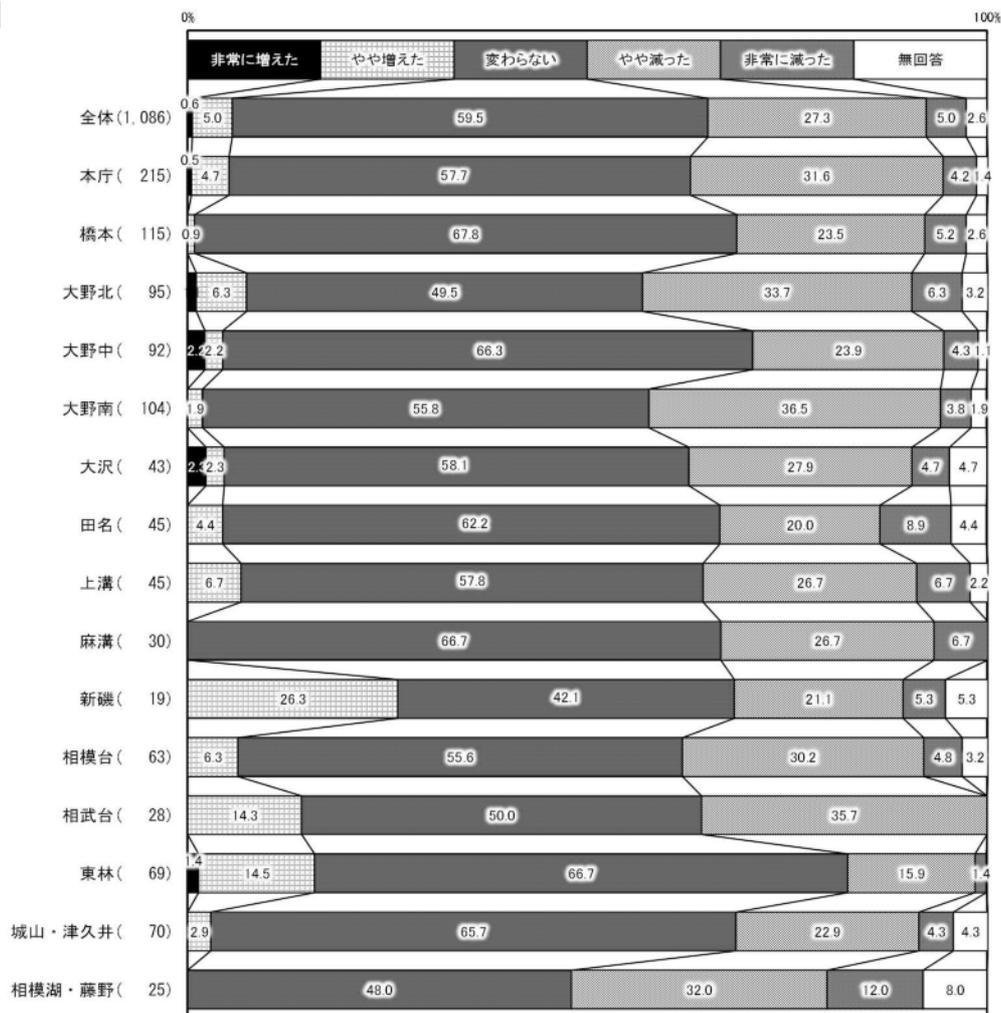


図3-49 コロナ禍での買い物方法の変化

【B 買物時間】

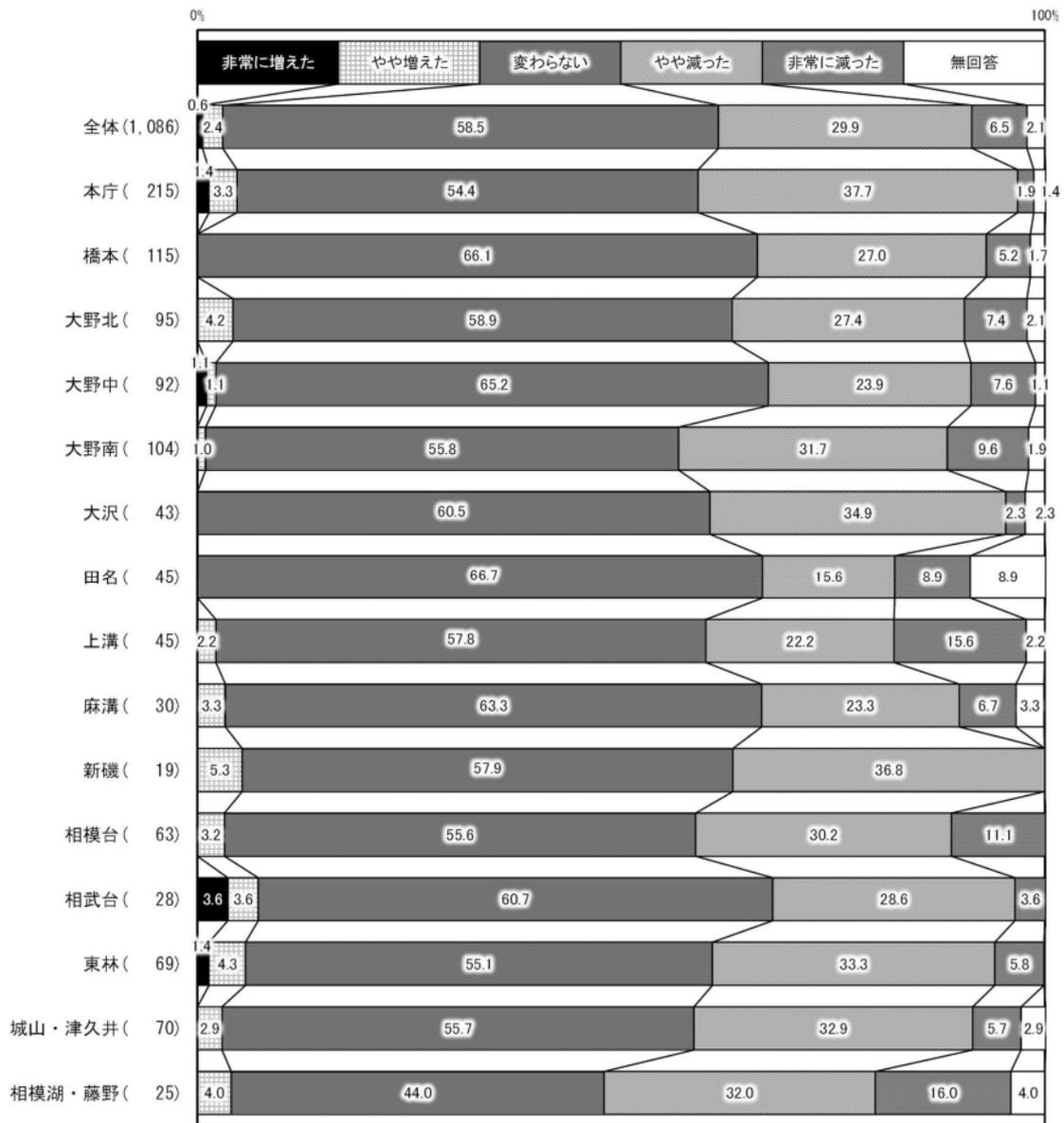


図3-50 コロナ禍での買い物方法の変化

【C 移動時間】

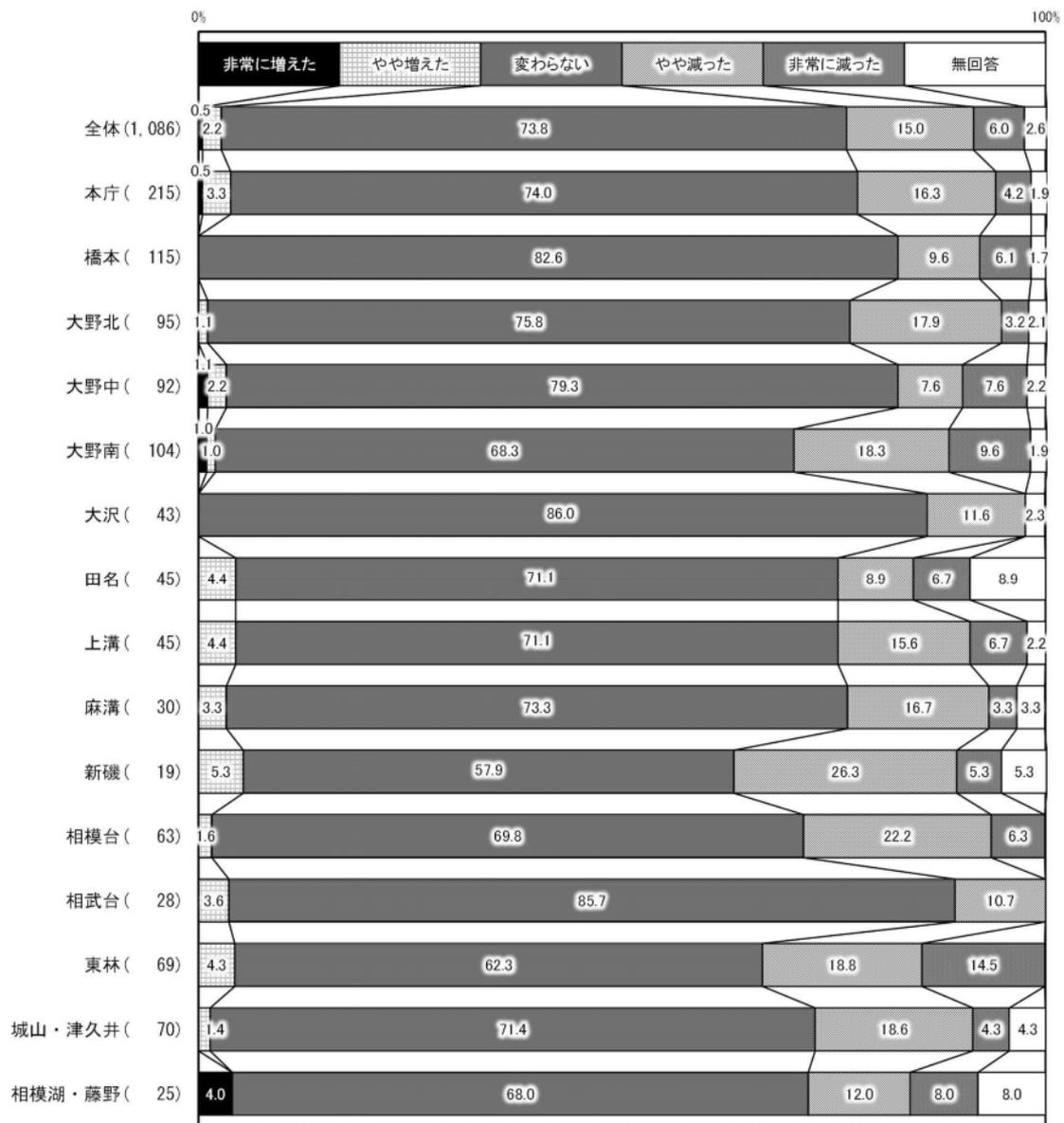


図3-51 コロナ禍での買い物方法の変化

⑱ コロナ禍での買物での意識 [問 19 複数回答]

コロナ禍の買物で意識していることは何ですか？

- コロナ禍の買物で意識していることは「密にならない時間帯」(38.7%)が最も多くなっている。次いで「時間をかけないこと」(38.3%)、「まとめ買い」(26.2%)の順となっている。
- 「1か所で済ませる」(19.2%)は最も少なくなっている。

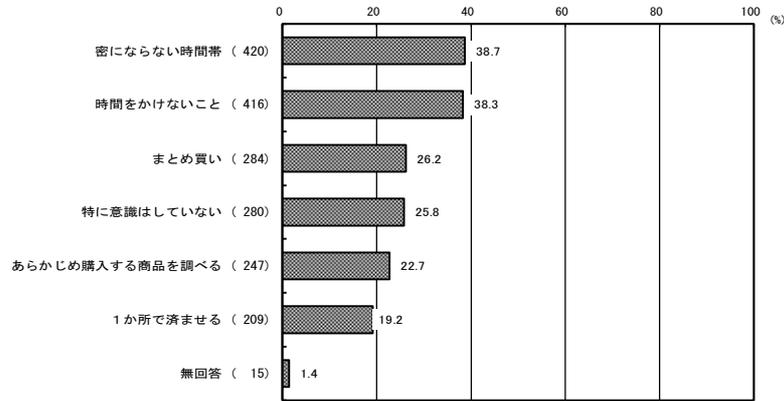


図3-52 コロナ禍での買物での意識

⑳ コロナ禍での店舗利用時に重視すること [問 20 複数回答]

店舗を利用する際に何を重視していますか？

- コロナ禍の店舗利用で重視していることは「消毒液等の設置」(48.6%)が最も多くなっている。次いで「店員のマスク等の着用」(38.2%)、「店内換気の実施」(36.7%)の順となっている。
- 「フードデリバリー販売」(1.5%)は最も少なくなっている。

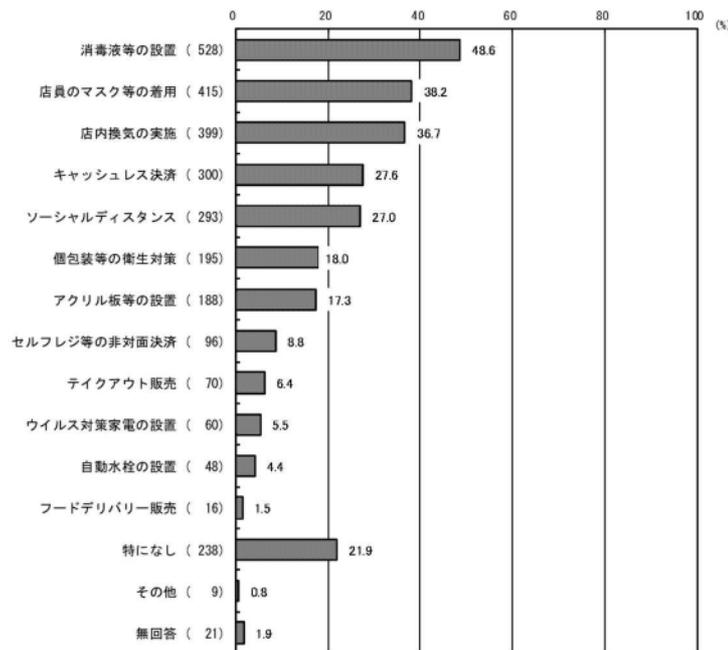


図3-53 コロナ禍での店舗利用時に重視すること

②1 コロナ前とコロナ禍の購入頻度の変化 [問 21 複数回答]

コロナ前とコロナ禍で購入頻度が増加した商品、減少した商品はなんですか？

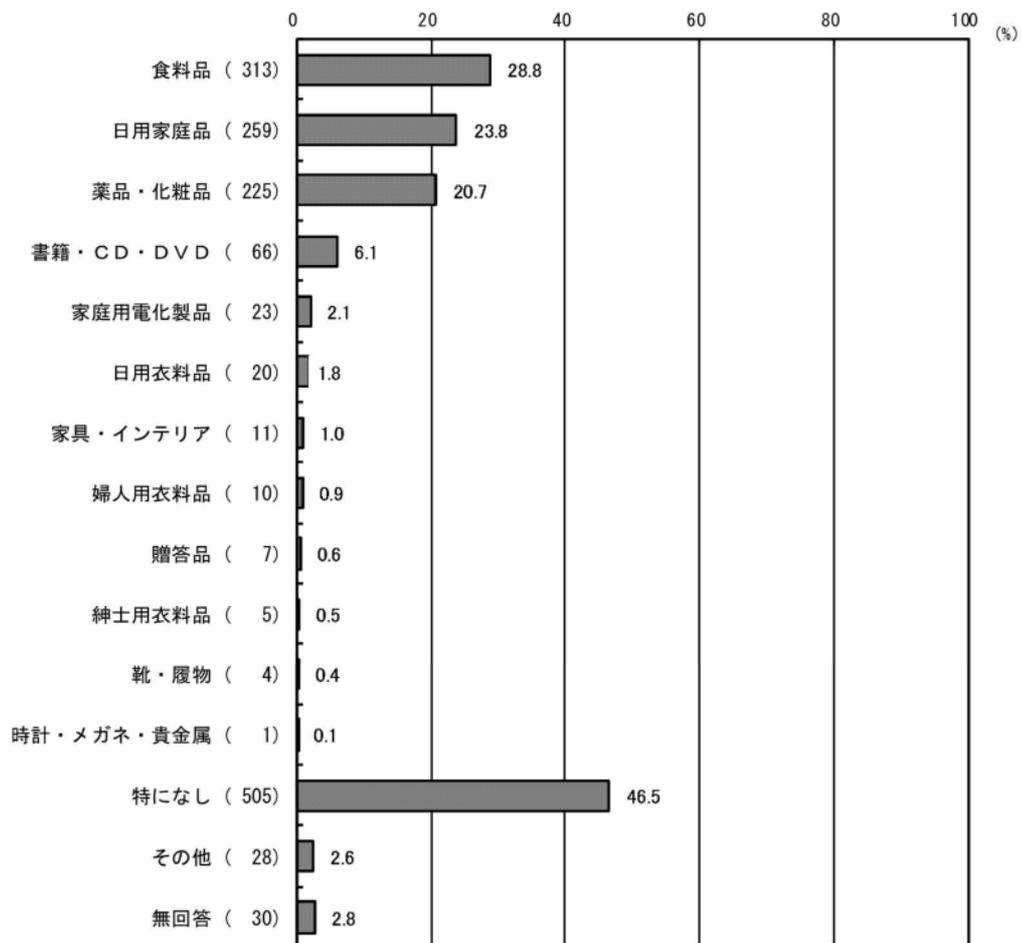
【購入頻度増加】

●コロナ前とコロナ禍で、購入頻度が増加した商品は「特になし」(46.5%)が最も多くなっている。次いで「食料品」(28.8%)、「日用家庭品」(23.8%)、「薬品・化粧品」(20.7%)の順となっている。

【購入頻度減少】

●コロナ前とコロナ禍で、購入頻度が減少した商品は「特になし」(53.7%)が最も多くなっている。次いで「婦人用衣料品」(23.4%)、「紳士用衣料品」(18.8%)、「靴・履物」(16.9%)の順となっている。

【購入頻度増加】



(回答数:1,086)

図3-54 コロナ前とコロナ禍の購入頻度の変化

【購入頻度減少】

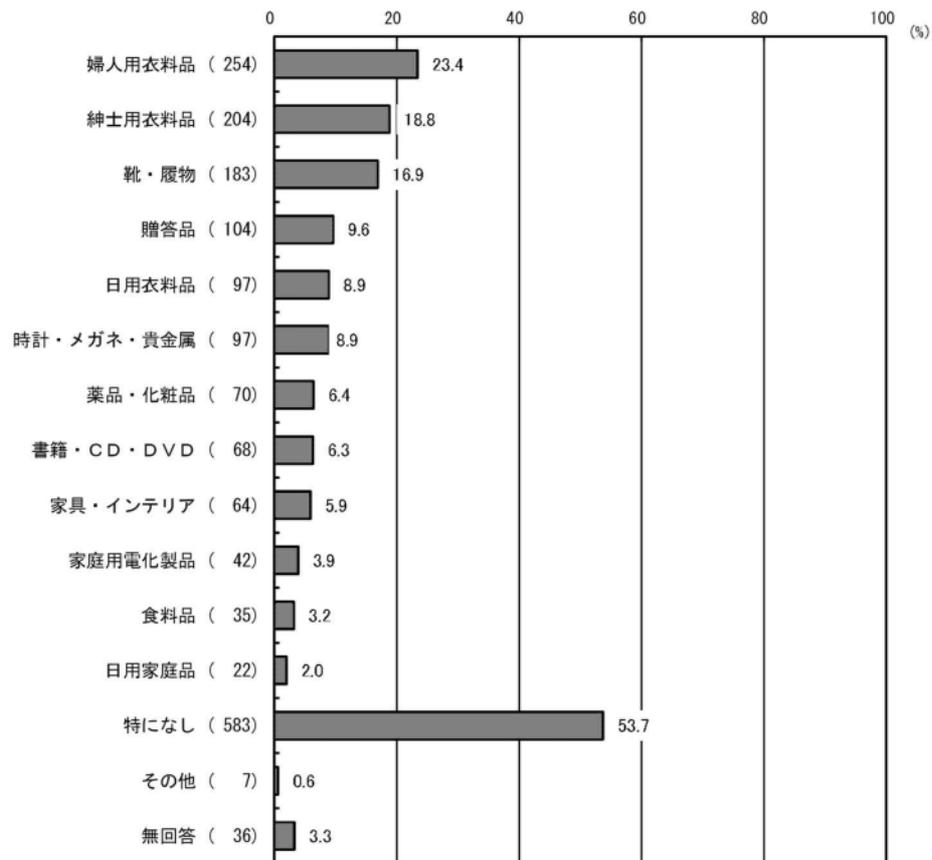


図3-55 コロナ前とコロナ禍の購入頻度の変化

(6) 前回調査との比較

今回調査を前回調査（「令和元年度相模原市商業実態調査報告書」＜令和2年3月＞）と比較した結果をまとめた。

飲食を除く買物に使う1ヵ月あたりの金額は「5万円以下」が増加し、「10万円以下」と「15万円以下」は減少している。

商品等を購入するお店では、「大型専門店」、「通信販売」が増加し、「スーパーマーケット」、「ショッピングモール」、「百貨店」が減少している。

よく利用する商業施設で充実した方がよいものでは「街路樹」、「植栽・フラワーボックス」と言った「自然・緑化」を求めている意見が多くみられる。

よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店では「喫茶店」、「レストラン」、「自然食レストラン」、「ファミリーレストラン」、「ファーストフード」、「和食店」、「すし店」、「中華料理店」、「焼肉店」と全般的に「飲食店」を求めている意見が多く、前回調査との変化は少なくなっている。

① 飲食を除く買物に使う1ヵ月あたりの金額（問6）

- 1ヵ月で使う金額（飲食を除く）は、「5万円以下」が最も多くなっている。
- 前回調査（令和元年度）に比べ、「5万円以下」までが増加し、「5万円超」の金額が全般的に減少している。

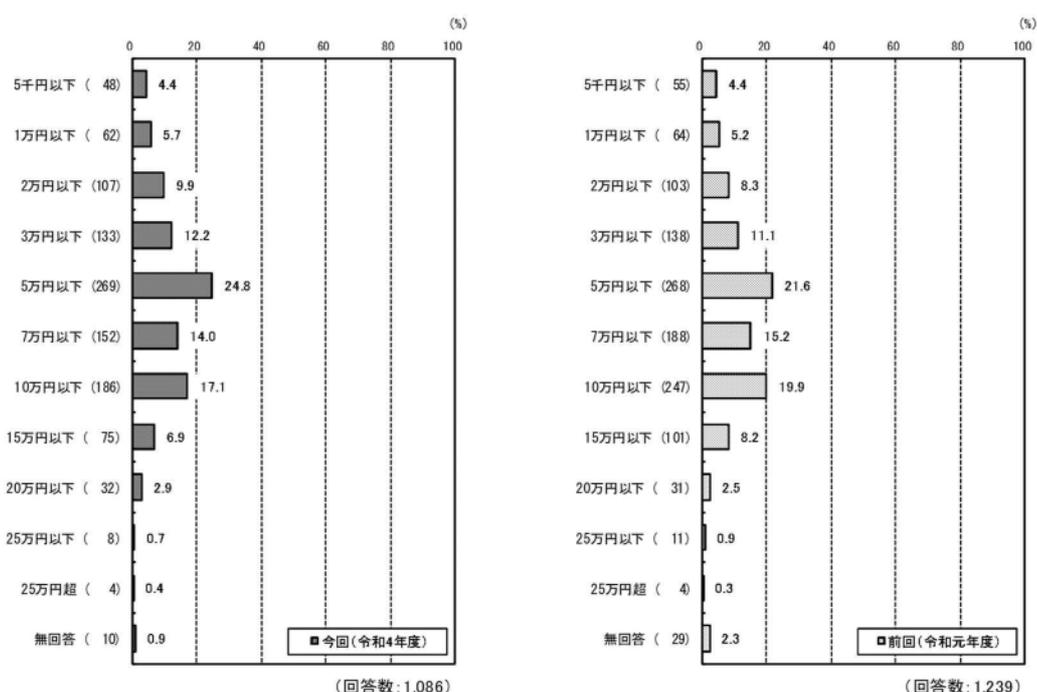


図3-56 飲食を除く買物に使う1ヵ月あたりの金額

② 飲食に使う1ヶ月あたりの金額（問7）

- 飲食に使う1ヶ月あたりの金額は、「1万円以下」が最も多くなっている。次いで「5千円以下」、「2万円以下」の順となっている。
- 前回調査（令和元年度）に比べ、「1万円以下」までが増加し、「1万円超」の金額が全般的に減少している。

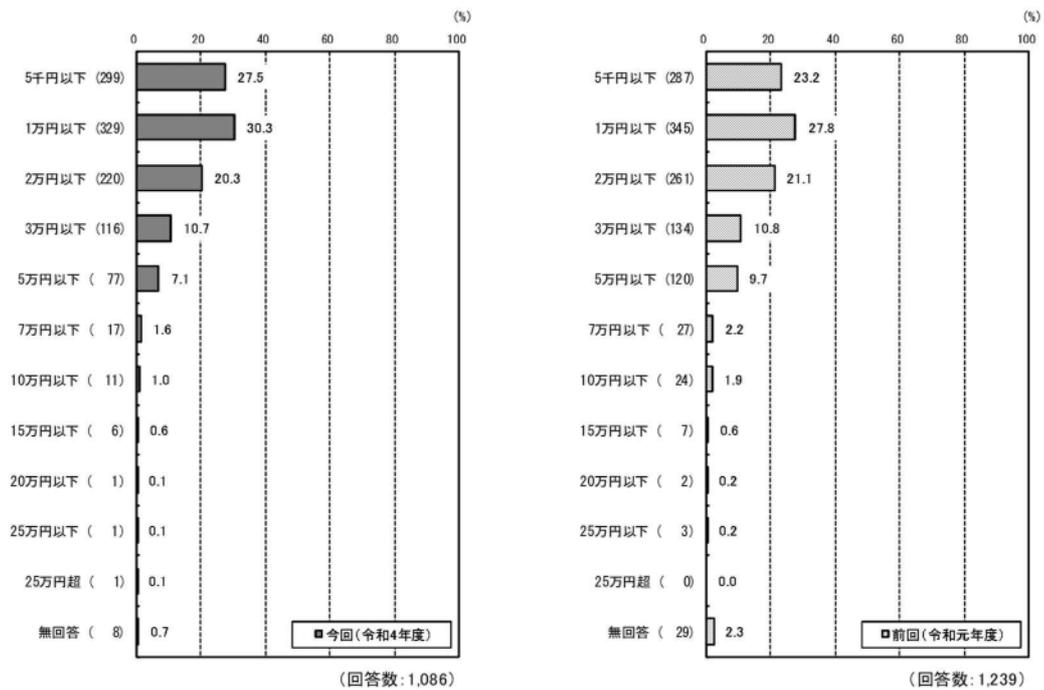
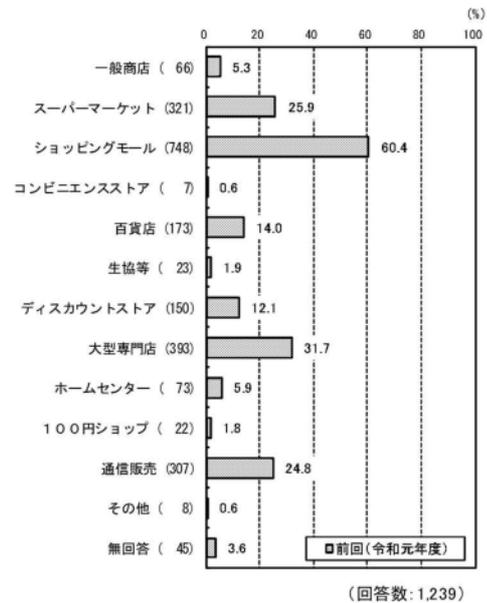
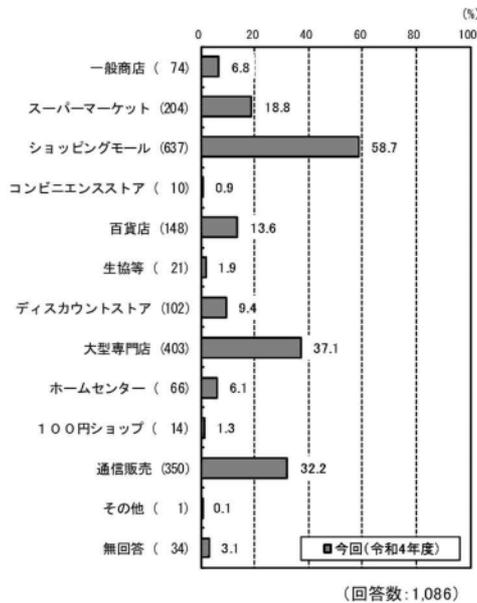


図3-57 飲食に使う1ヶ月あたりの金額

③ 商品等を購入するお店（問8）

●商品の購入先は、前回調査（令和元年度）に比べ、一般的に「大型専門店」、「通信販売」が増加し、「スーパーマーケット」、「ショッピングモール」が減少している。

D. 日用衣料品(3つまで選択)



E. 紳士用衣料品(3つまで選択)

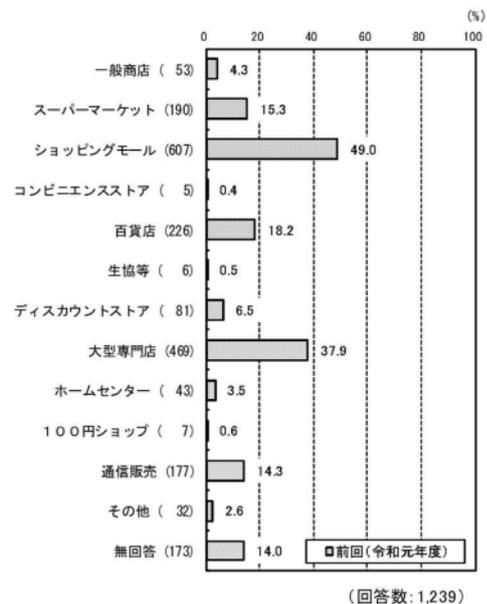
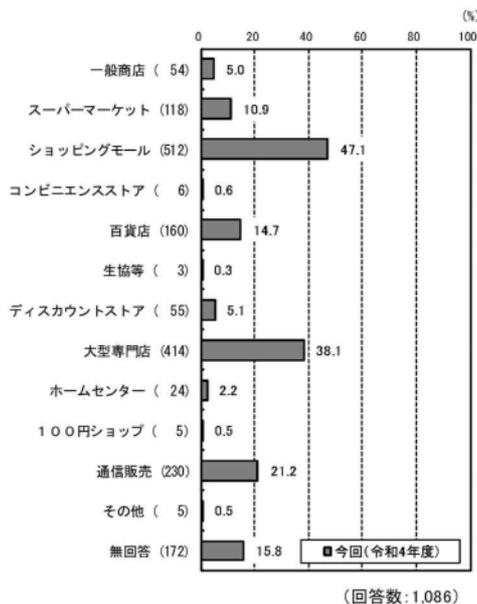
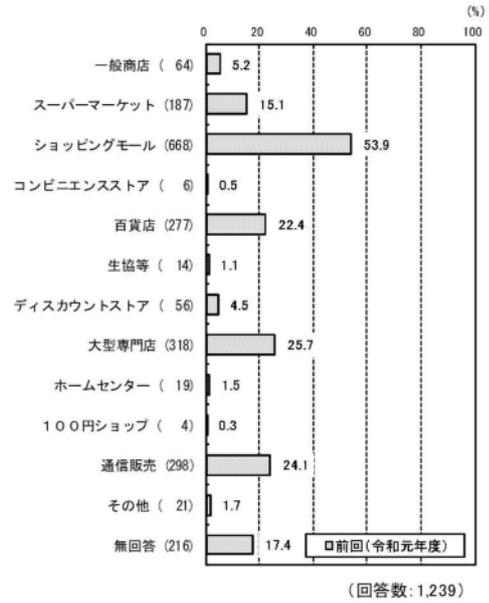
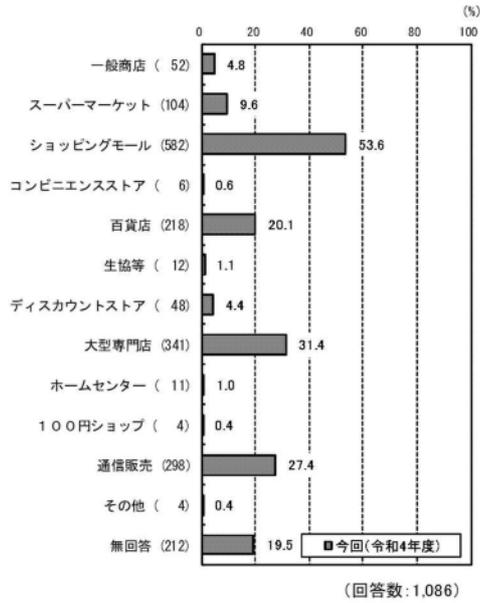


図3-58 商品等を購入するお店（1）

F. 婦人用衣料品(3つまで選択)



G. 靴・履物(3つまで選択)

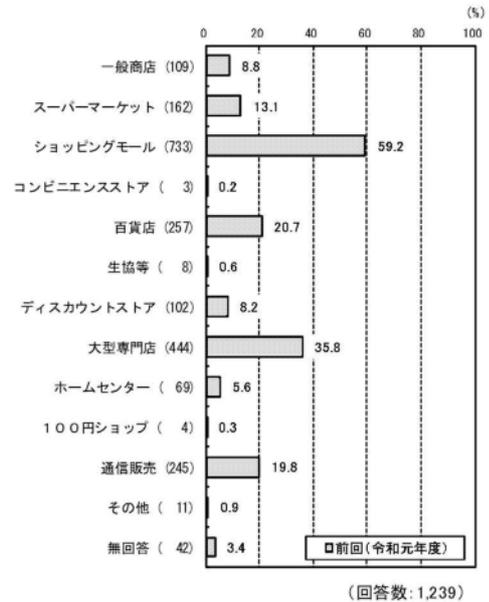
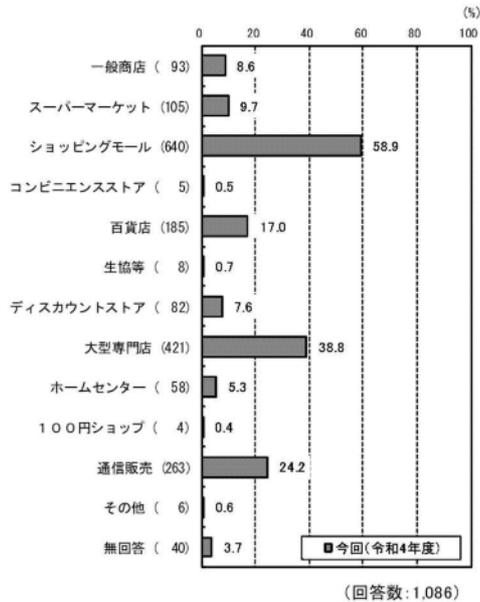
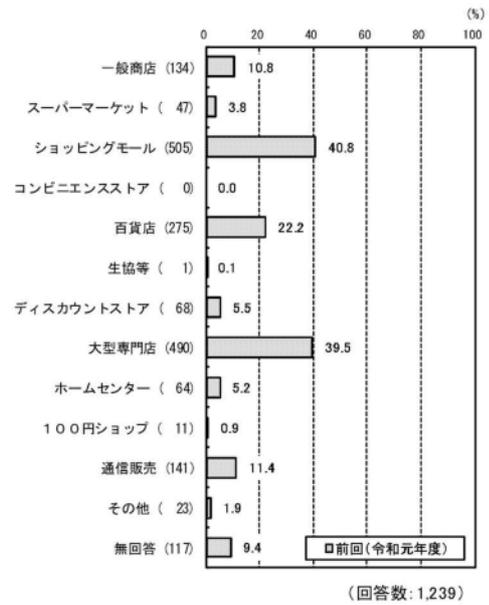
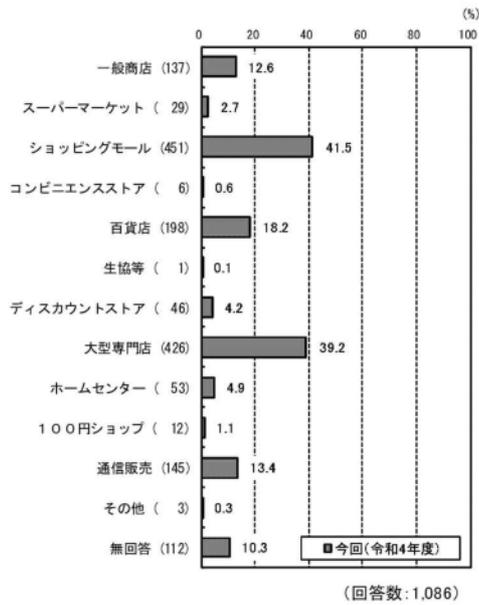


図3-59 商品等を購入するお店(2)

H. 時計・メガネ・貴金属(3つまで選択)



J. 書籍・CD・DVD(3つまで選択)

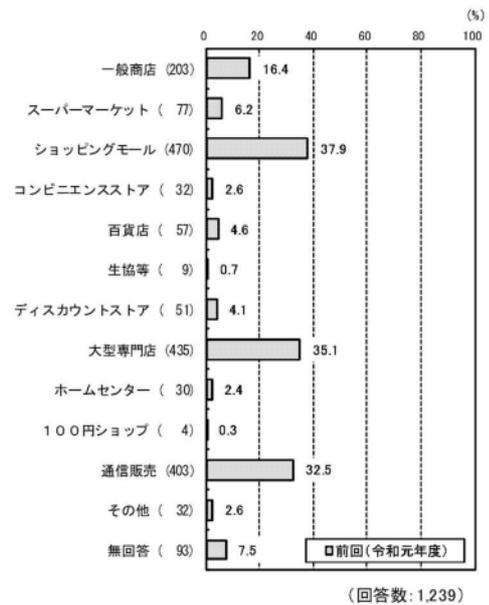
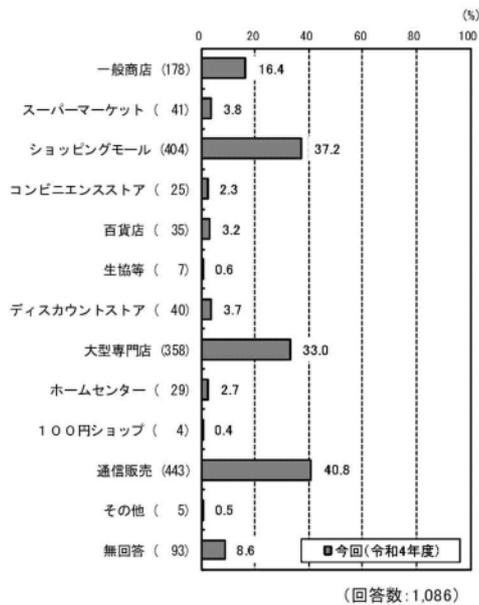


図3-60 商品等を購入するお店(3)

L. 贈答品(3つまで選択)

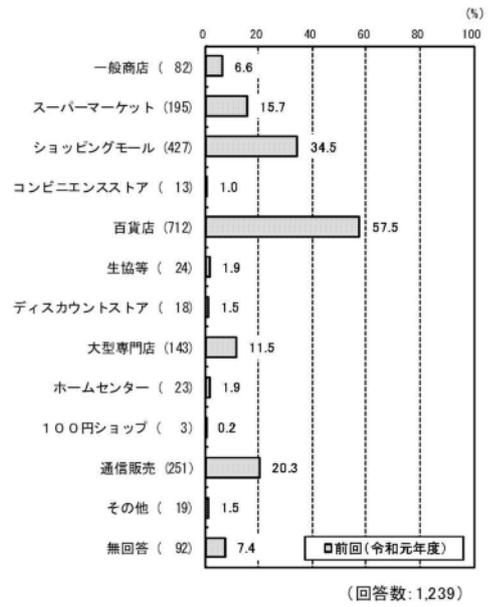
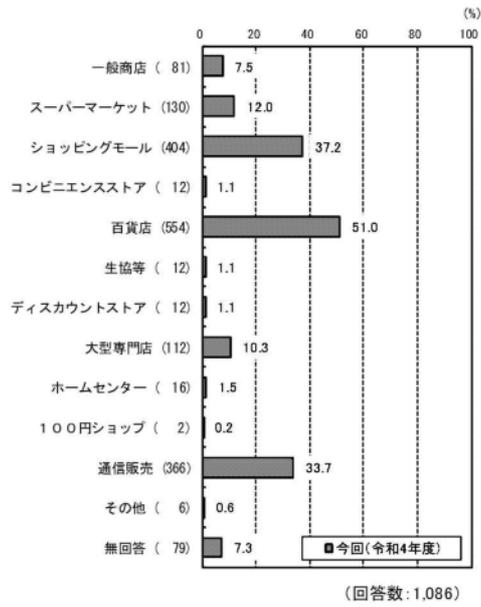


図3-61 商品等を購入するお店(4)

④ よく利用する商業施設で充実した方がよいもの
 (施設整備・行政施策等) (問 15-9 (2))

●よく利用する商業地域で充実した方がよいものでは、前回調査(令和元年度)に比べ、「街路樹」は2.6%、「植栽・フラワーボックス」は2.7%増加している。一方、「店舗・商店街のバリアフリー化」は2.6%、「街路灯」は1.5%減少している。

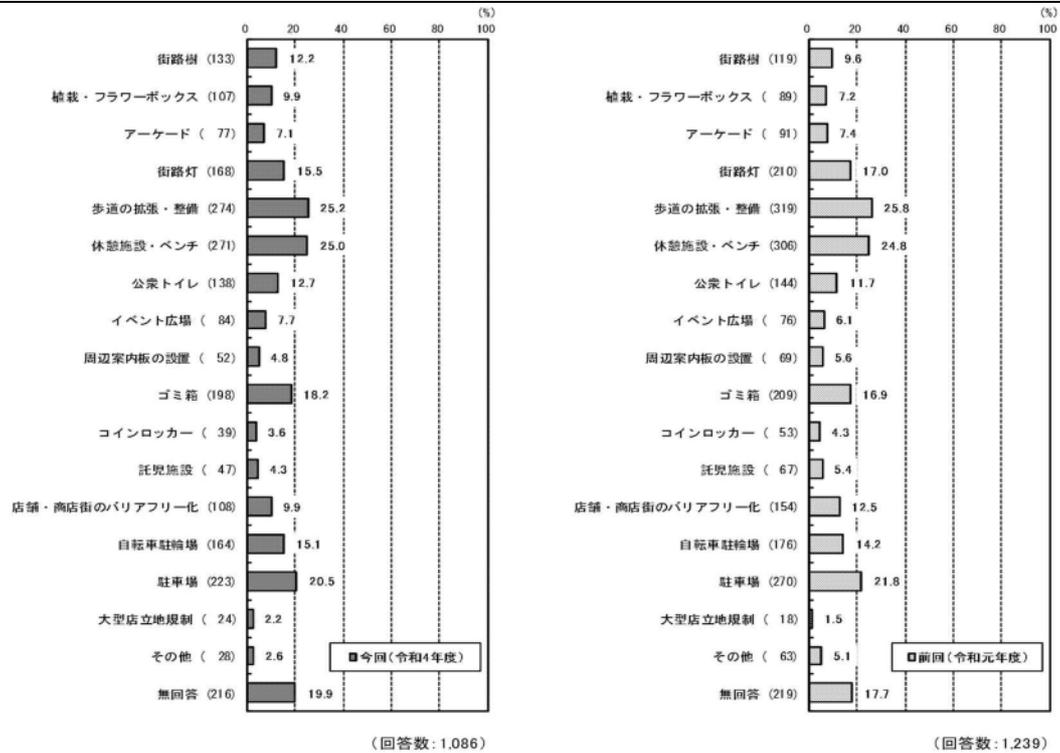


図3-62 よく利用する商業施設で充実した方がよいもの(施設整備・行政施策等)

⑤ よく利用する商業地域に欲しい物販店（問 15-10）

●よく利用する商業地域に欲しい物販店は、前回調査（令和元年度）に比べ、「弁当・惣菜店」は5.1%、「和・洋菓子店」は3.0%増加している。一方、「CD・DVD・ビデオ店」は3.1%、「スポーツ用品店」は2.7%減少している。

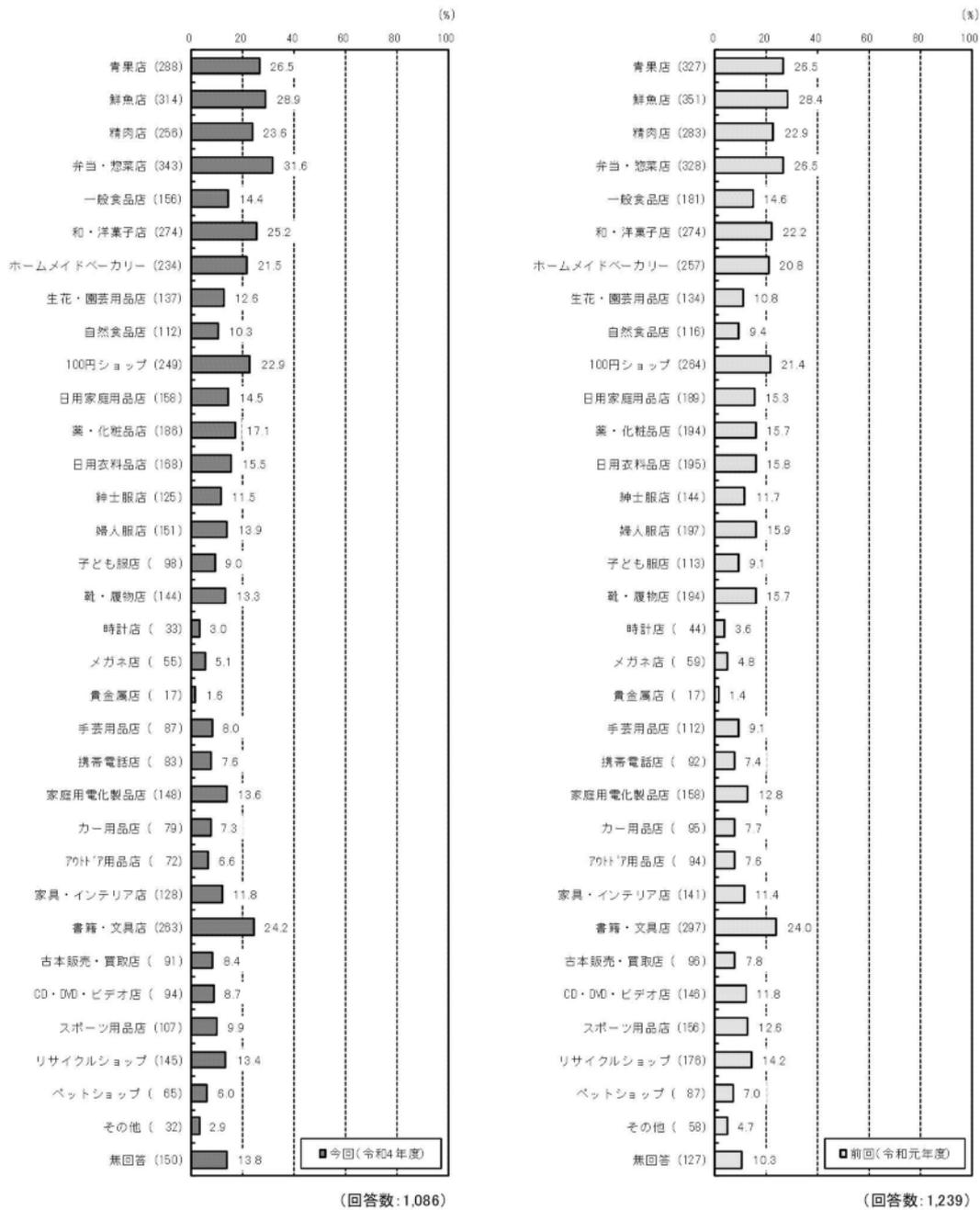


図3-63 よく利用する商業地域に欲しい物販店

⑥ よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店（問 15-11）

●よく利用する商業地域に欲しい物販店は、前回調査（令和元年度）に比べ、「ファーストフード」は3.8%、「焼肉店」は2.7%増加している。「映画館」は5.5%、「CD・DVD・ビデオレンタル店」は3.4%減少している。

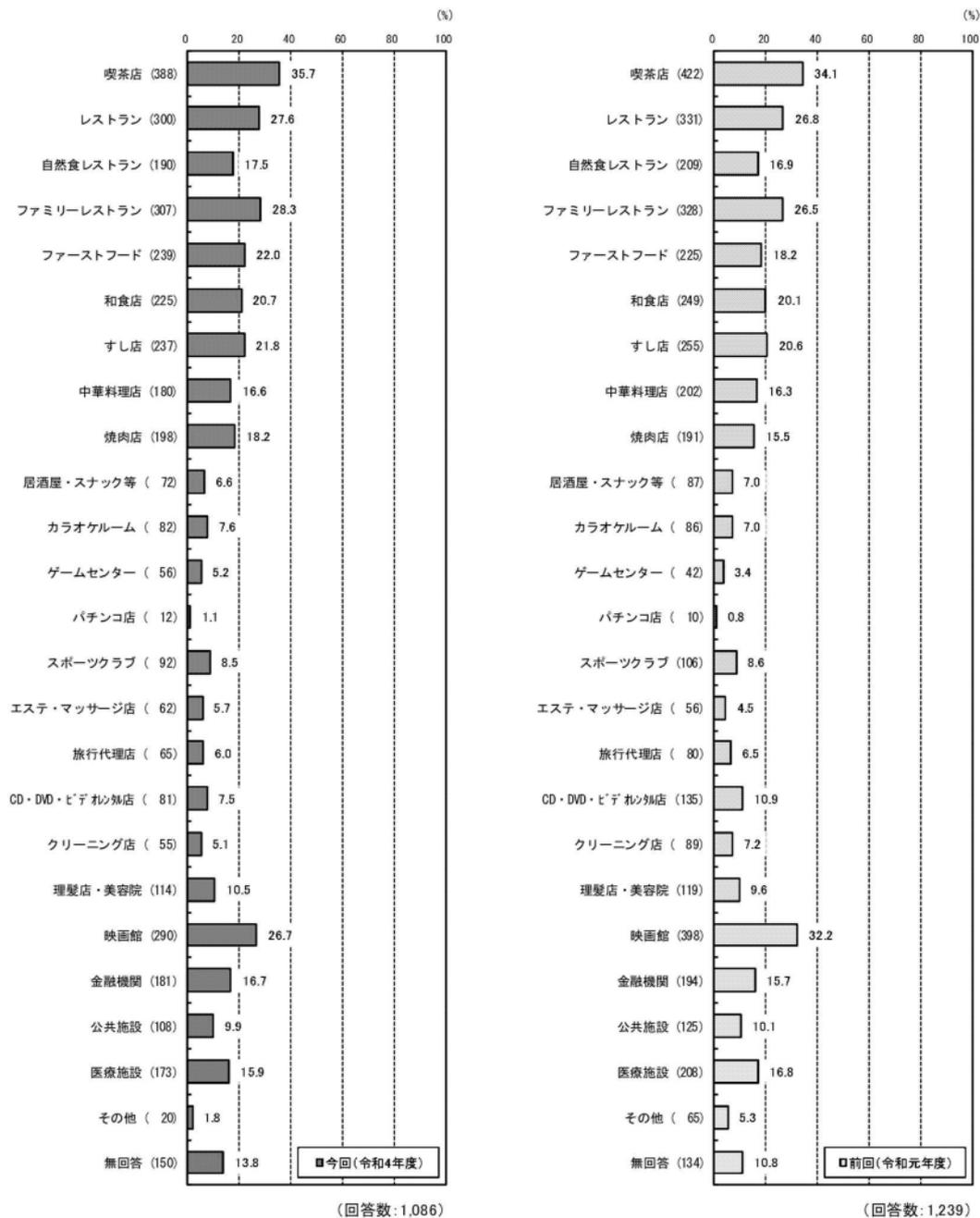


図 3-64 よく利用する商業地域に欲しい飲食・サービス店

(7) 最も利用している商業地域における買物行動

- 橋本駅周辺の利用率が19.8%で最も多く、相模大野駅周辺、古淵地区、中央区その他地域も利用率が1割前後となっている。また、市外の利用率も11.0%となっている。
- 前回調査(令和元年度)と比較すると、上溝地区の利用率が1.2ポイント増加している。

表3-4 市内商業地域利用率（利用率順）

No.	商業地域	令和4年度
1	橋本駅周辺	19.8%
2	相模大野駅周辺	10.2%
3	古淵地区	9.9%
4	中央区その他地域	7.9%
5	淵野辺地区	7.1%
6	相模原駅周辺	5.3%
7	上溝地区	5.1%
8	小田急相模原地区	4.2%
9	津久井・城山地区	4.2%
10	南区その他地域	3.6%
11	緑区その他地域	2.5%
12	相原・二本松地区	2.2%
13	東林間地区	2.0%
14	相武台地区	1.6%
15	南橋本地区	1.2%
16	若松地区	0.6%
17	相模湖・藤野地区	0.6%
	市外	11.0%
	無回答	0.8%

表3-5 市内商業地域利用率－前回との比較（増減率順）

No.	商業地域	令和4年度	令和元年度	増減率	↑増加 ↓減少
1	上溝地区	5.1%	3.9%	+1.2ポイント	↑
2	橋本駅周辺	19.8%	19.2%	+0.6ポイント	↑
3	淵野辺地区	7.1%	6.7%	+0.4ポイント	↑
4	小田急相模原地区	4.2%	4.0%	+0.2ポイント	↑
5	東林間地区	2.0%	1.8%	+0.2ポイント	↑
6	相模原駅周辺	5.3%	5.3%	±0.0ポイント	→
7	古淵地区	9.9%	10.3%	-0.4ポイント	↓
8	相模大野駅周辺	10.2%	12.4%	-2.2ポイント	↓

※前回との比較は中心商業地および地区中心商業地（2p参照）について比較した

(8) 買物頻度 (問9)

●前回調査(令和元年度)と比較し、食料品は「ほぼ毎日」が減少し、「1週間に2～3回程度」、「1週間に1回程度」が増加となっている。日用家庭品は「1週間に2～3回程度」、「1週間に1回程度」が減少し、「2～3週間に1回程度」、「1ヶ月に1回程度」が増加となっている。衣料品や家庭用電化製品等は「1年に数回程度」と減少し、高価格帯商品の時計・メガネ・貴金属や家具・インテリア等では「ほとんど買わない・利用しない」が増加となっている。

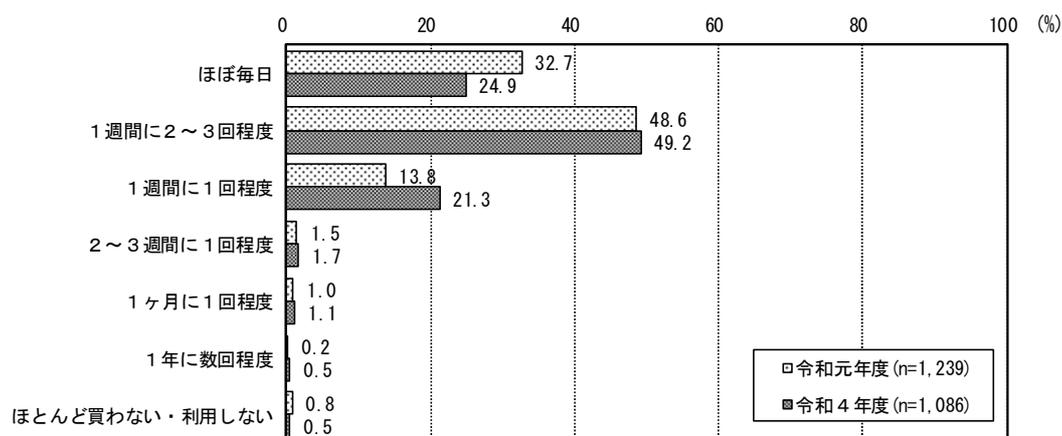


図3-71 買物行動 (食料品)

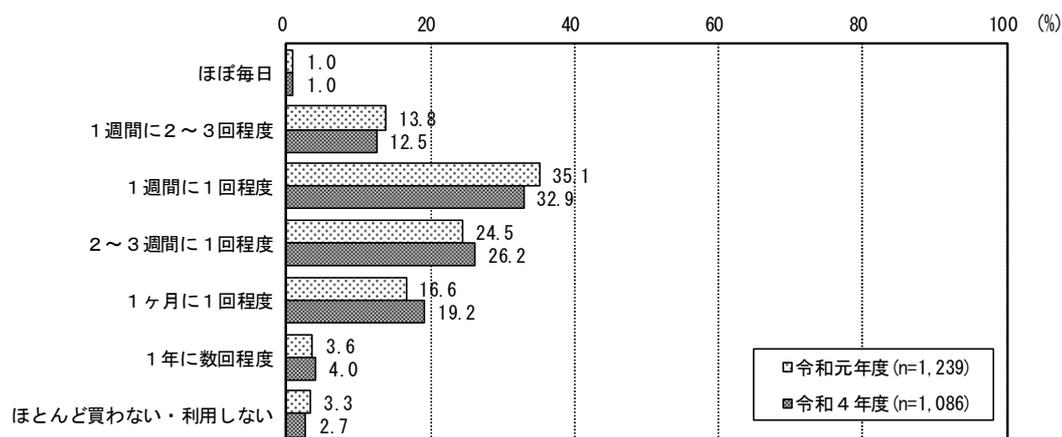


図3-72 買物行動 (日用家庭品)

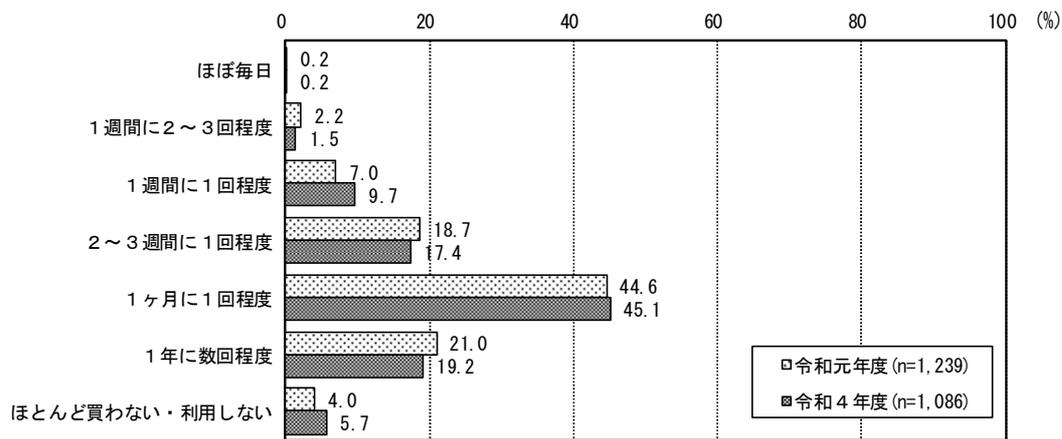


図3-73 買物行動（薬品・化粧品）

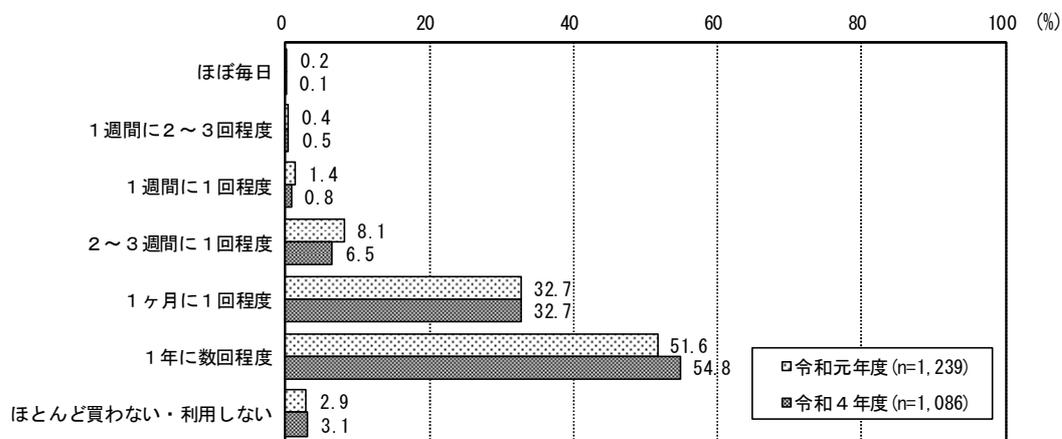


図3-74 買物行動（日用衣料品）

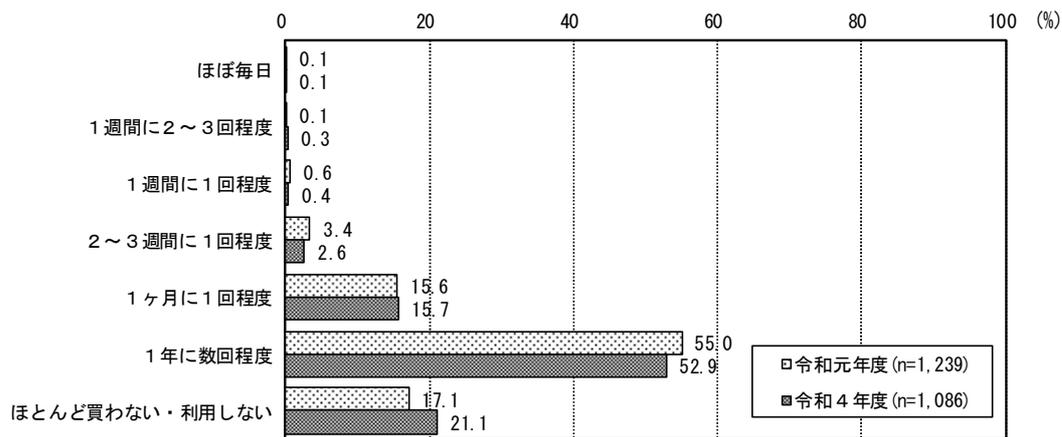


図3-75 買物行動（紳士用衣料品）

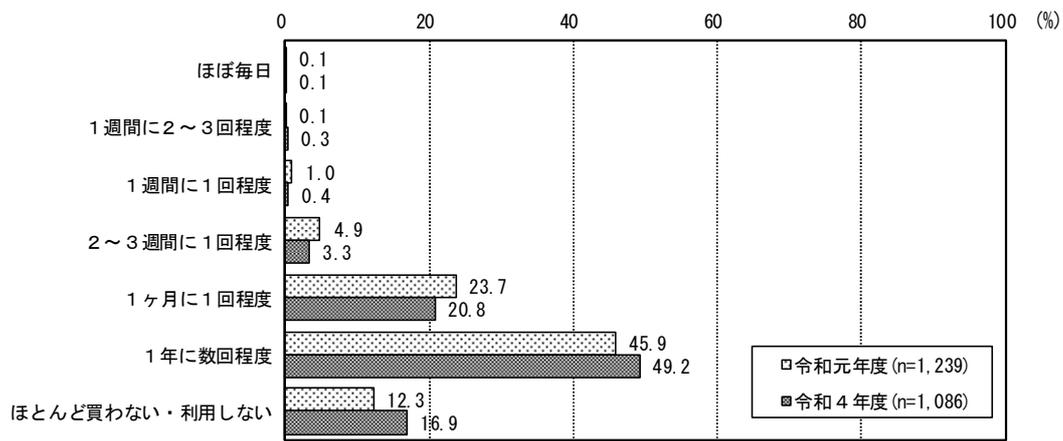


図3-76 買物行動（婦人用衣料品）

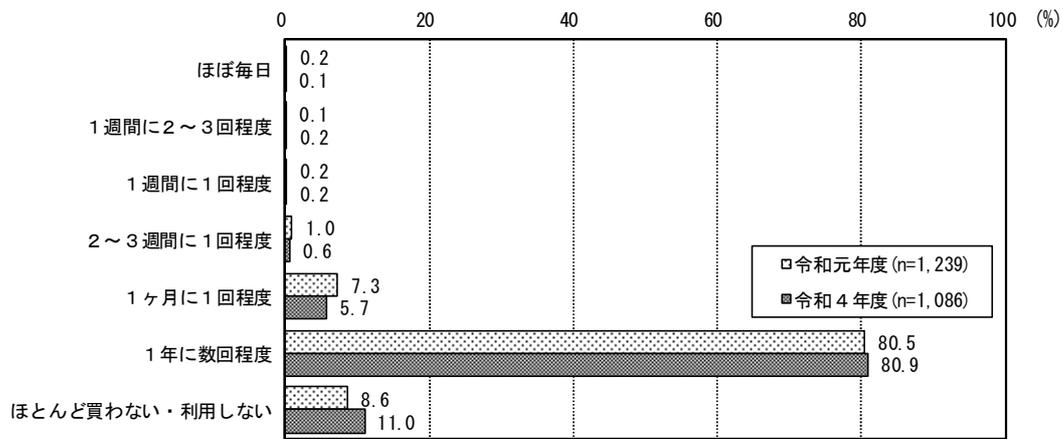


図3-77 買物行動（靴・履物）

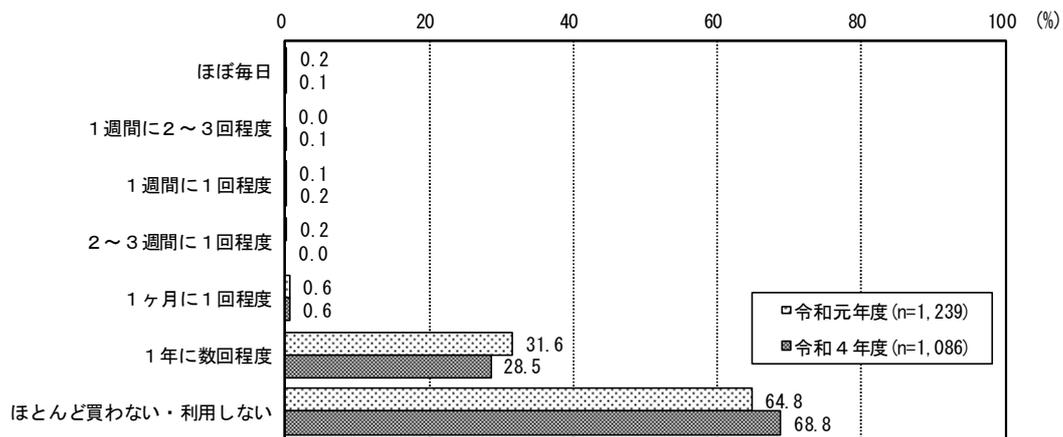


図3-78 買物行動（時計・メガネ・貴金属）

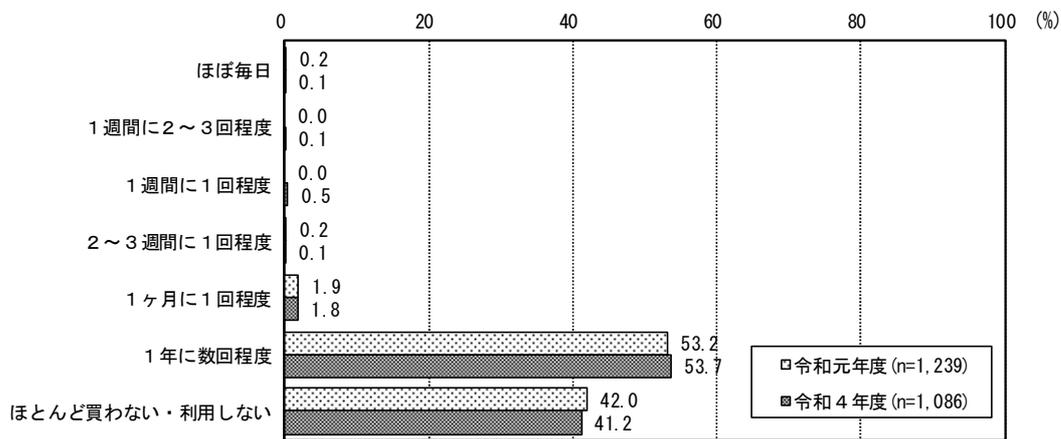


図3-79 買物行動（家庭用電化製品）

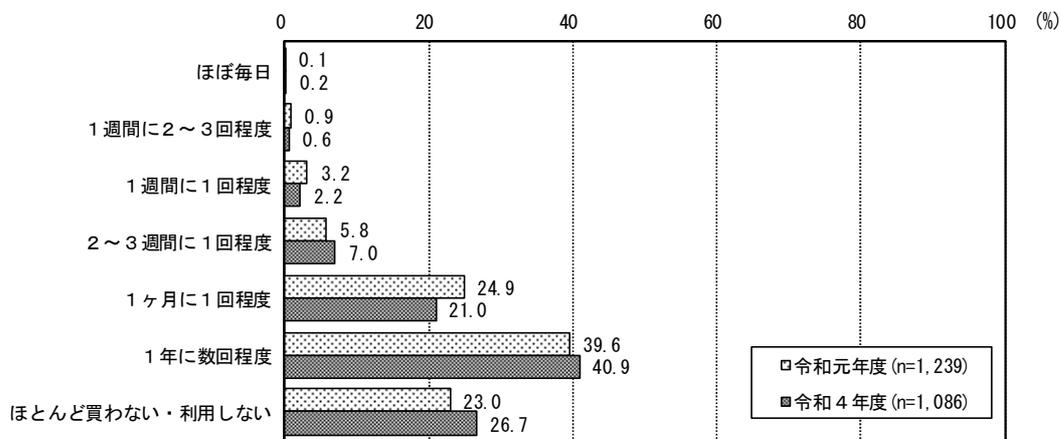


図3-80 買物行動（書籍・CD・DVD）

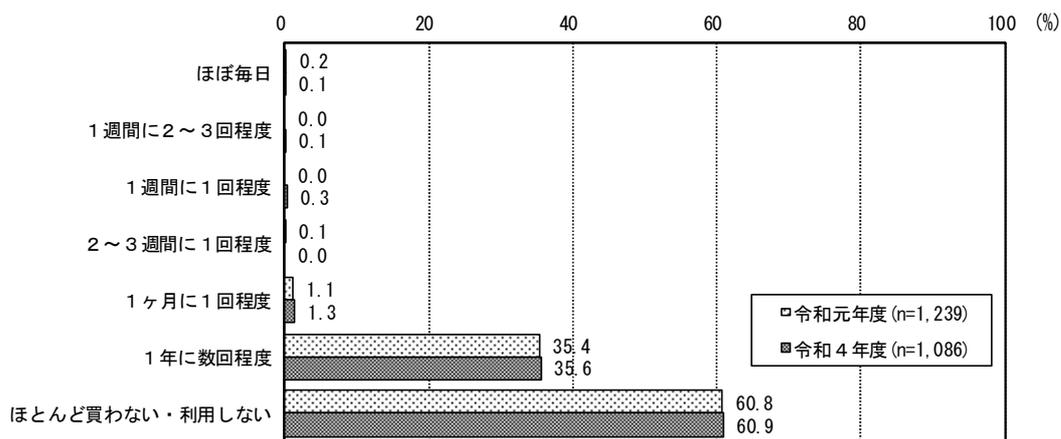


図3-81 買物行動（家具・インテリア）

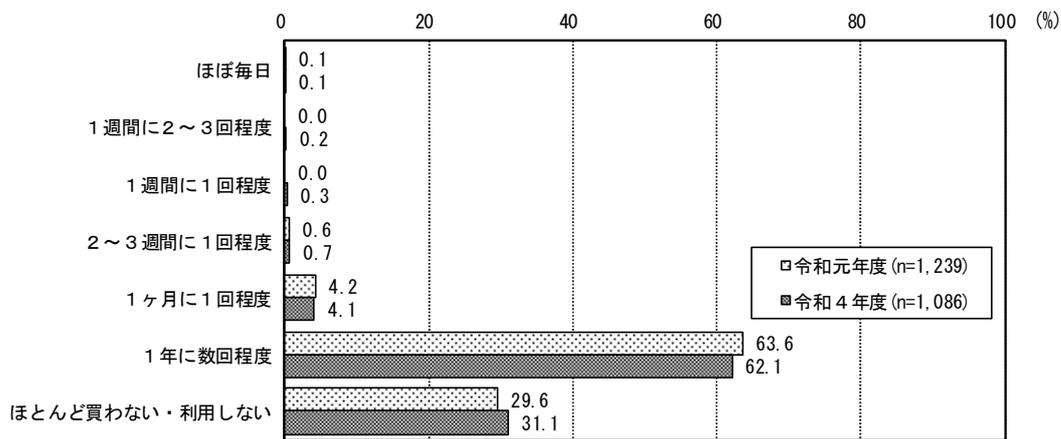


図3-82 買物行動（贈答品）

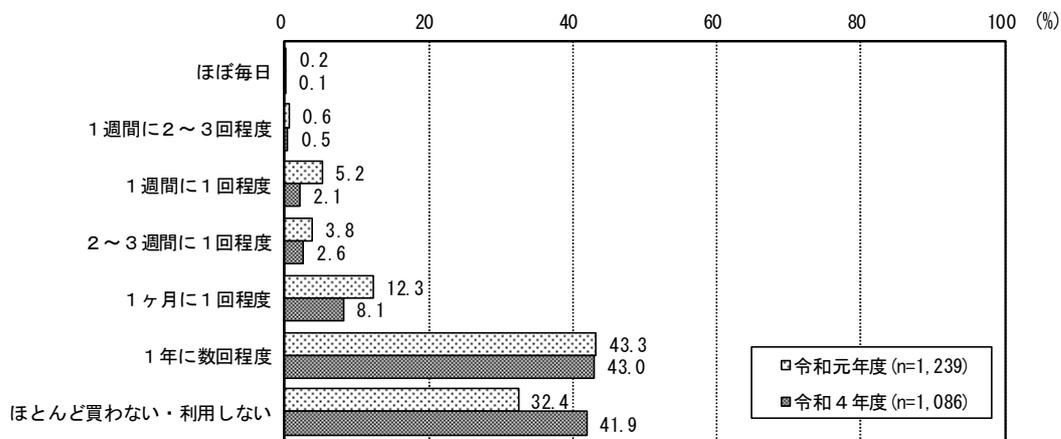


図3-83 買物行動（クリーニング）

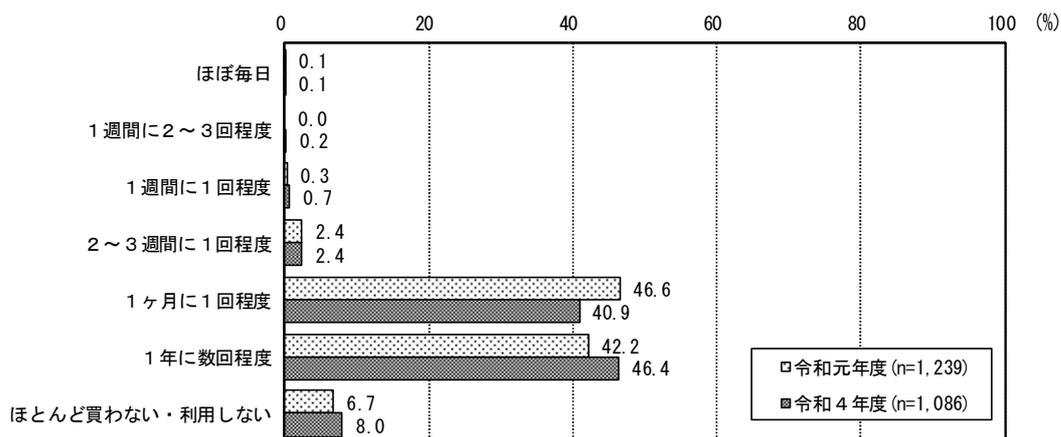


図3-84 買物行動（理髪店・美容院）

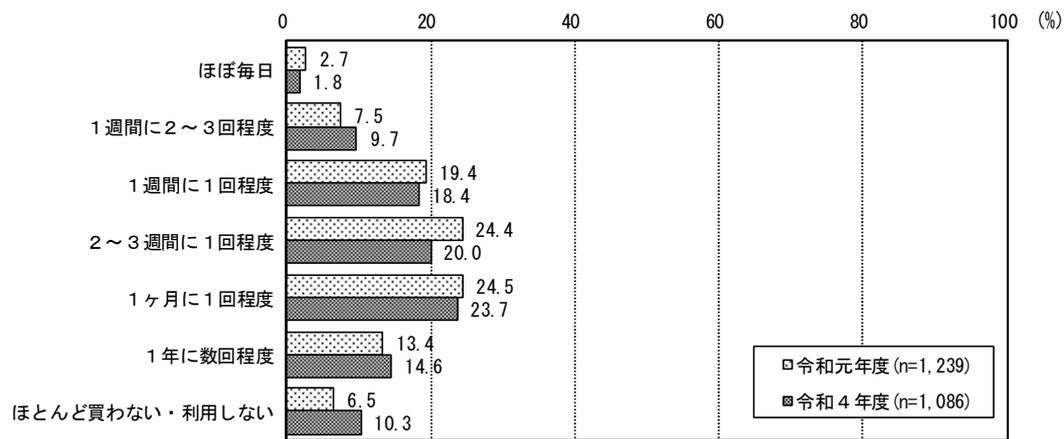


図3-85 買物行動（外食）

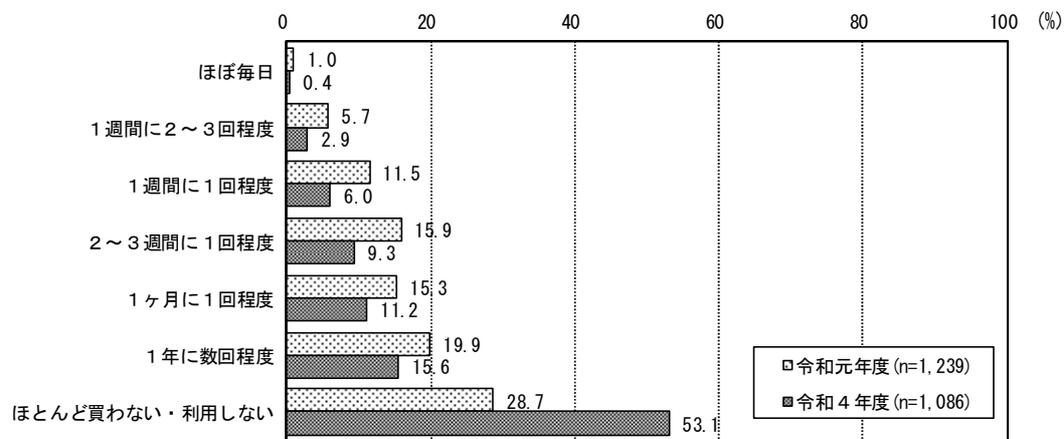


図3-86 買物行動（持帰り弁当・デリバリー）

(9) 買回品の買物行動 (問 14)

●買物行動地域は、前回調査(令和元年度)と比較し、主要な駅、地区である「橋本駅周辺」、「相模大野駅周辺」、「古淵地区」、「相模原駅周辺」が減少傾向にある。「古淵地区」は全ての買回品が減少している。

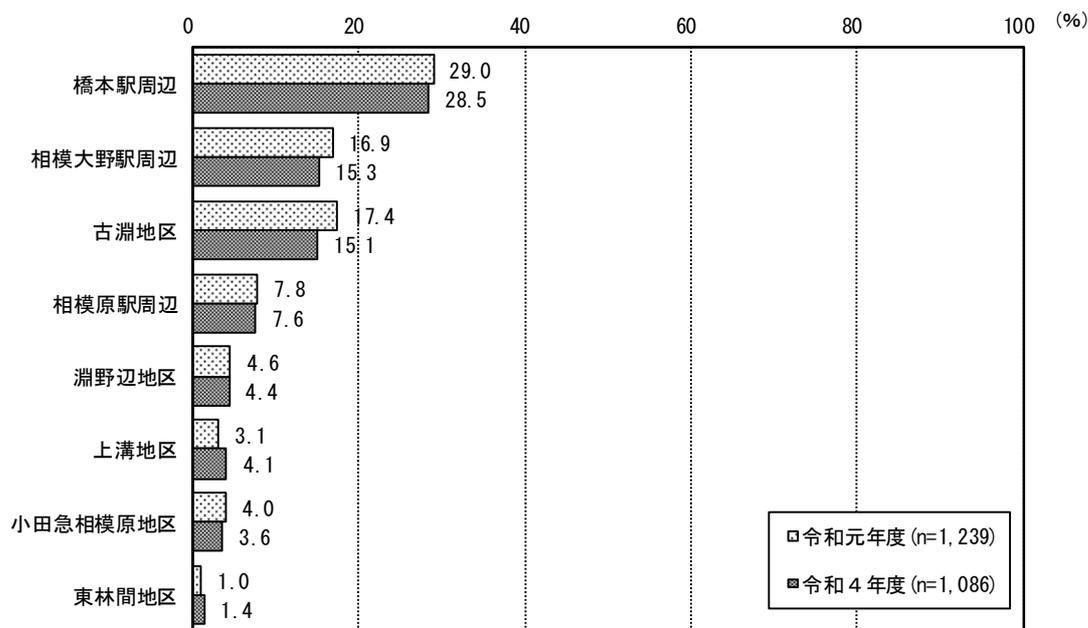


図3-65 利用地域 (紳士用衣料品)

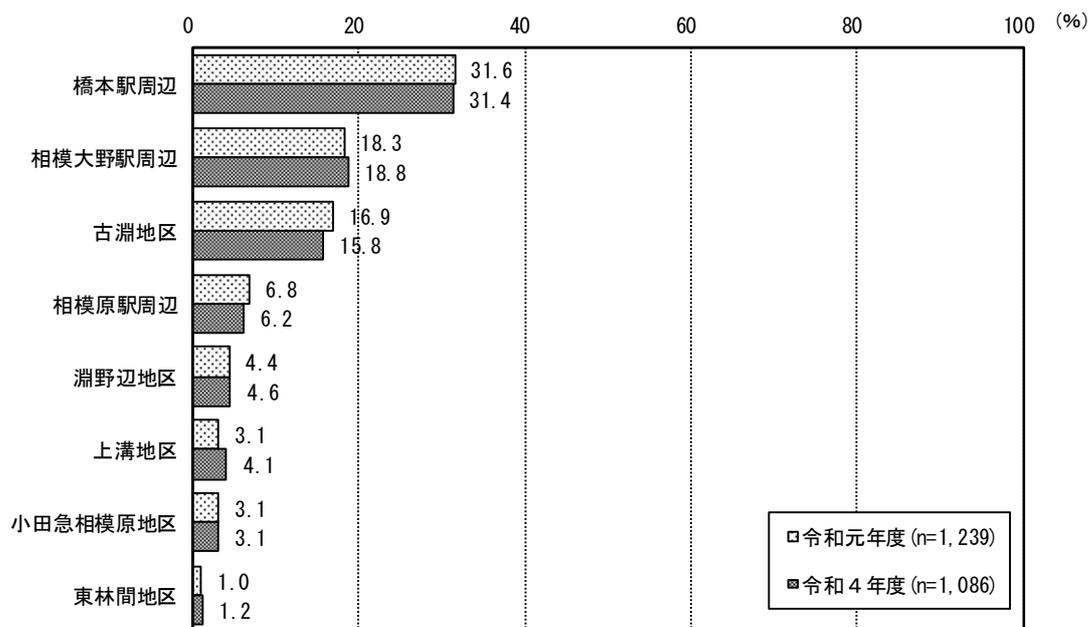


図3-66 利用地域 (婦人用衣料品)

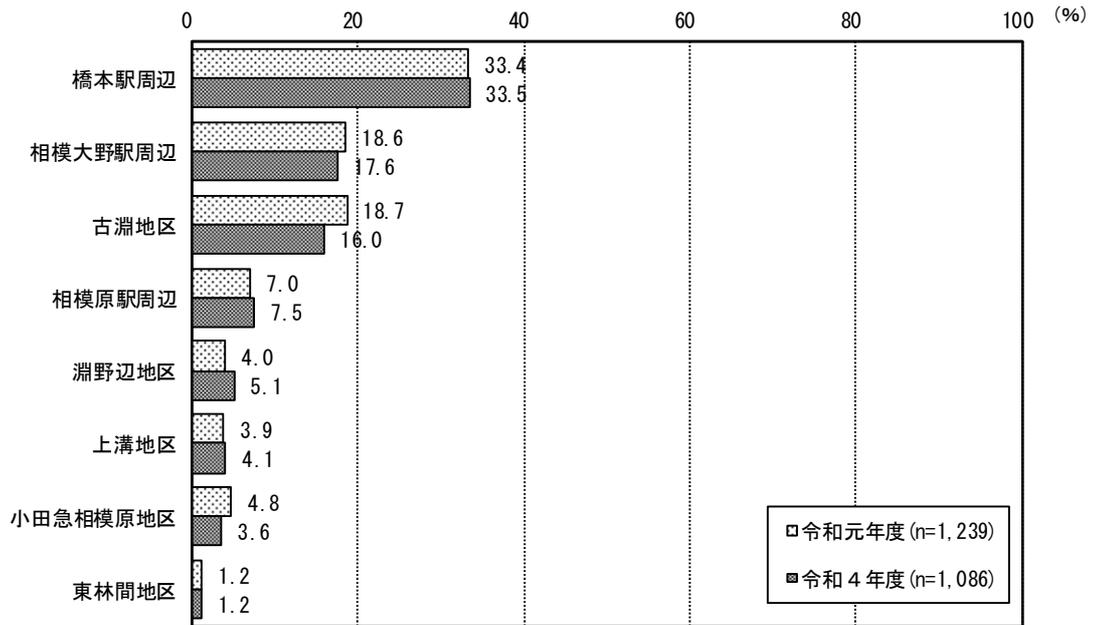


図3-67 利用地域（靴・履物）

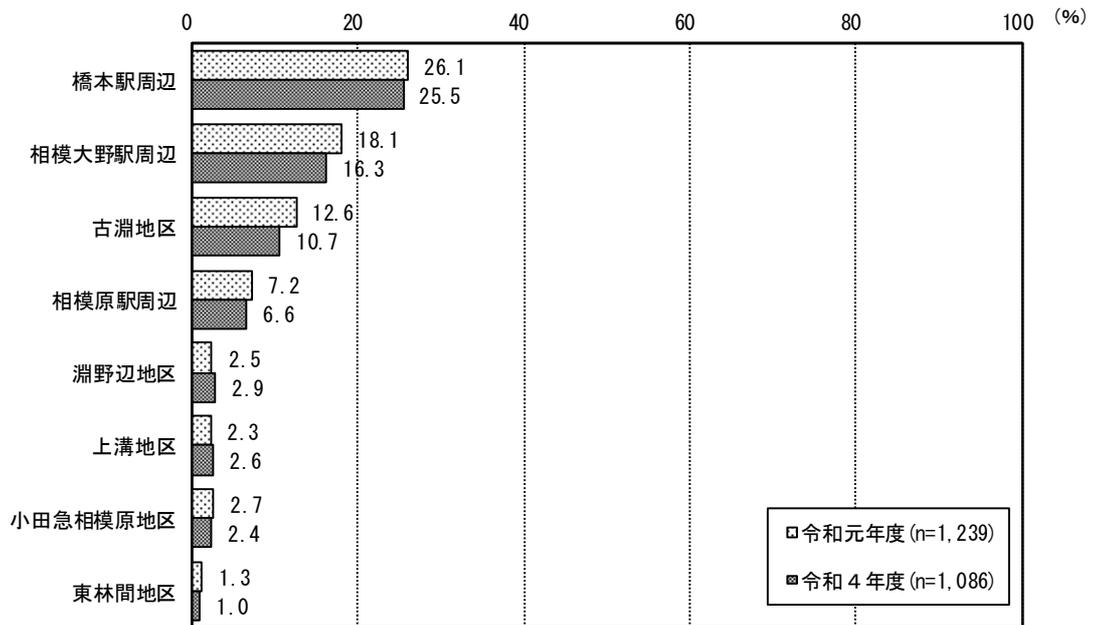


図3-68 利用地域（時計・メガネ・貴金属）

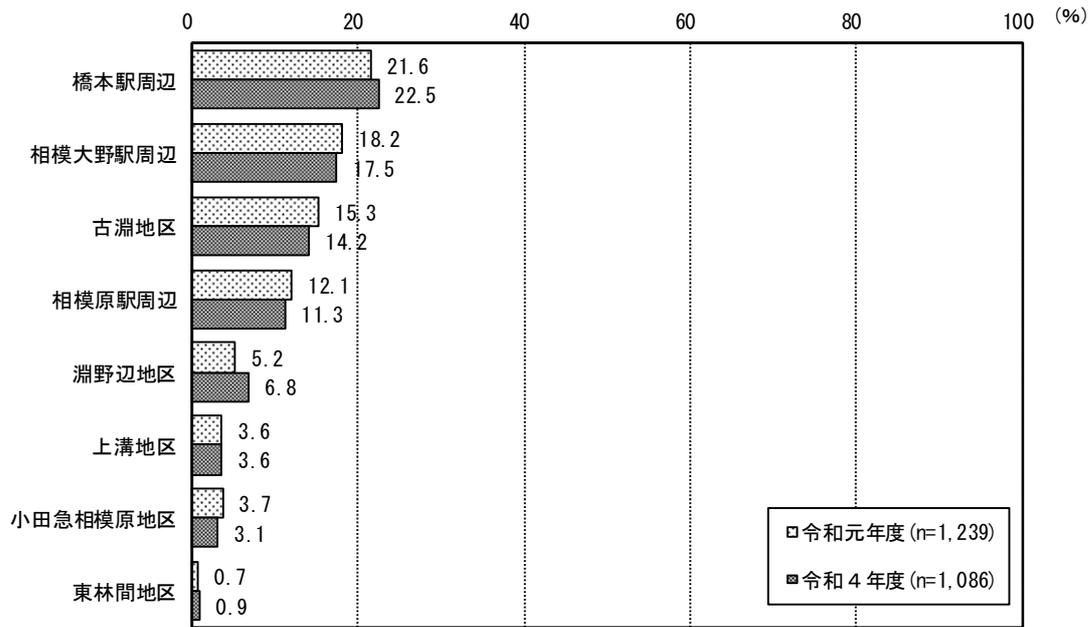


図3-69 利用地域（家庭用電化製品）

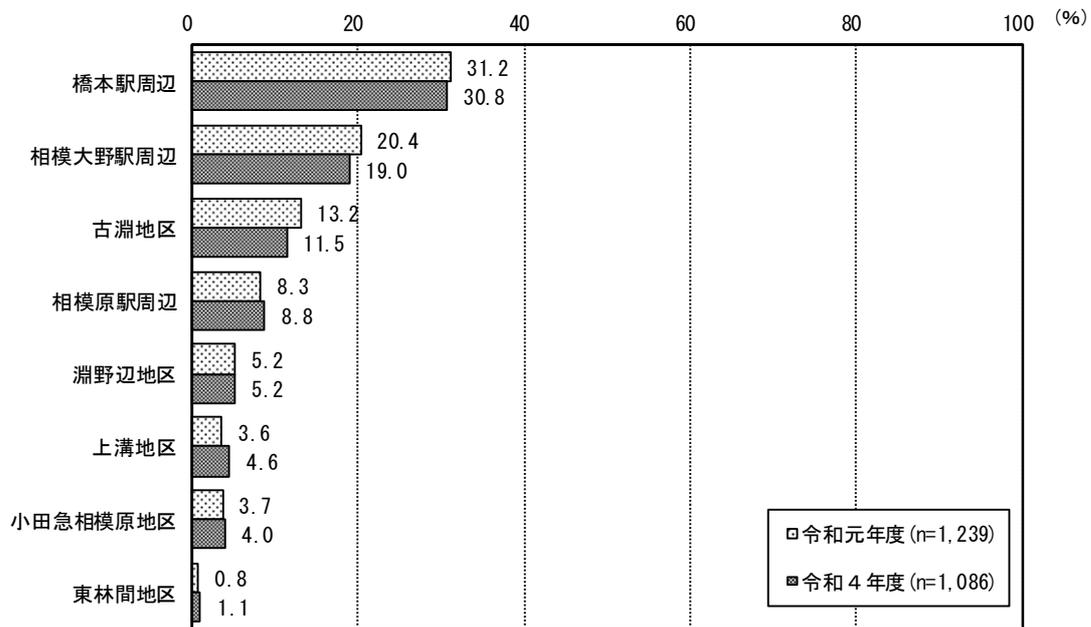


図3-70 利用地域（書籍・CD・DVD）

(10) よく利用する商業地域で充実が望まれる施設の比較

表 3-6 市内商業地域利用率—前回との比較（増減率順）

順位	令和4年度		令和元年度		↑増加 ↓減少
	望まれる施設	上段:回答数 下段:構成比	望まれる施設	上段:回答数 下段:構成比	
1	歩道の拡張・整備	274 (25.2%)	歩道の拡張・整備	319 (25.8%)	→
2	休憩施設・ベンチ	271 (25.0%)	休憩施設・ベンチ	306 (24.8%)	→
3	駐車場	223 (20.5%)	駐車場	270 (21.8%)	→
4	ゴミ箱	198 (18.2%)	街路灯	210 (17.0%)	→
5	街路灯	168 (15.5%)	ゴミ箱	209 (16.9%)	→
6	自転車（バイク含む）駐輪場	164 (15.1%)	自転車（バイク含む）駐輪場	176 (14.2%)	→
7	公衆トイレ	138 (12.7%)	店舗・商店街のバリアフリー化	154 (12.5%)	→
8	街路樹	133 (12.2%)	公衆トイレ	144 (11.7%)	→
9	店舗・商店街のバリアフリー化	108 (9.9%)	街路樹	119 (9.6%)	→
10	植栽・フラワーボックス	107 (9.9%)	アーケード	91 (7.4%)	→

*「↑増加 ↓減少」は構成比の差3ポイントを基準に増減を示している。

第4章 来街者調査結果

1. 回答者の属性

(1) 性別

平日休日ともに全地点で、「女性」の割合が高くなっている。
特に、休日の『相模大野』では、「女性」の割合が7割を超えている。

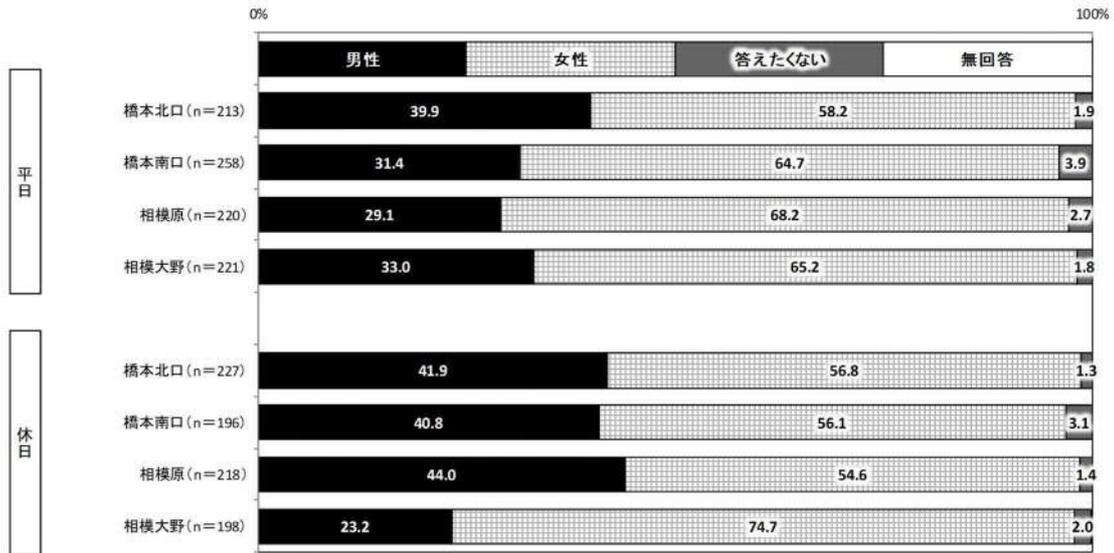


図4-1 性別

(2) 年代

平日の全地点で、「70代以上」の割合が最も高くなっている。
特に、平日の『橋本北口』、『橋本南口』では、「70代以上」の割合が3割を超えている。
平日休日ともに『相模原』、『相模大野』では、どの年代も約1~2割となっている。

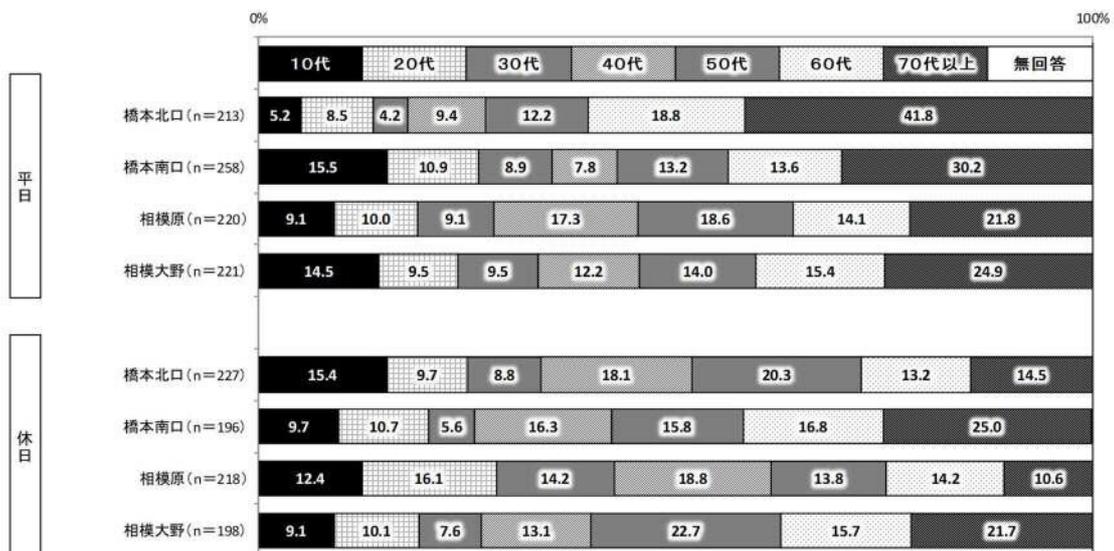


図4-2 年代

(3) 居住地

平日休日ともに『橋本北口』、『橋本南口』では、「緑区」在住者が約5～6割となっている。
 平日休日ともに『相模原』では、「中央区」在住者が約6～8割となっている。
 平日休日ともに『相模大野』では、「南区」在住者が約5～7割となっている。

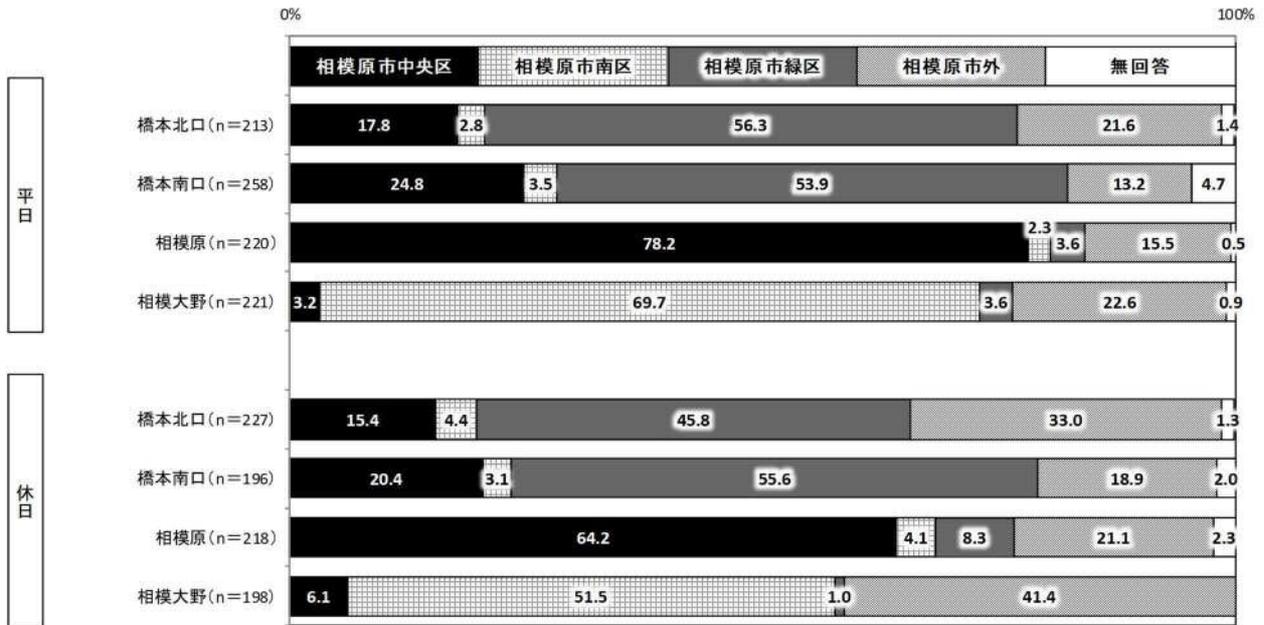


図4-3 居住地

以下に居住地の詳細をまとめた。

『橋本北口』では、「緑区」が最も高く、市外では「その他」が高くなっている。

『相模原』では、「中央区」が最も高く、市外では「町田市」、「横浜市」が高くなっている。

『相模大野』では、「南区」が最も高く、市外では「町田市」、「その他」が高くなっている。

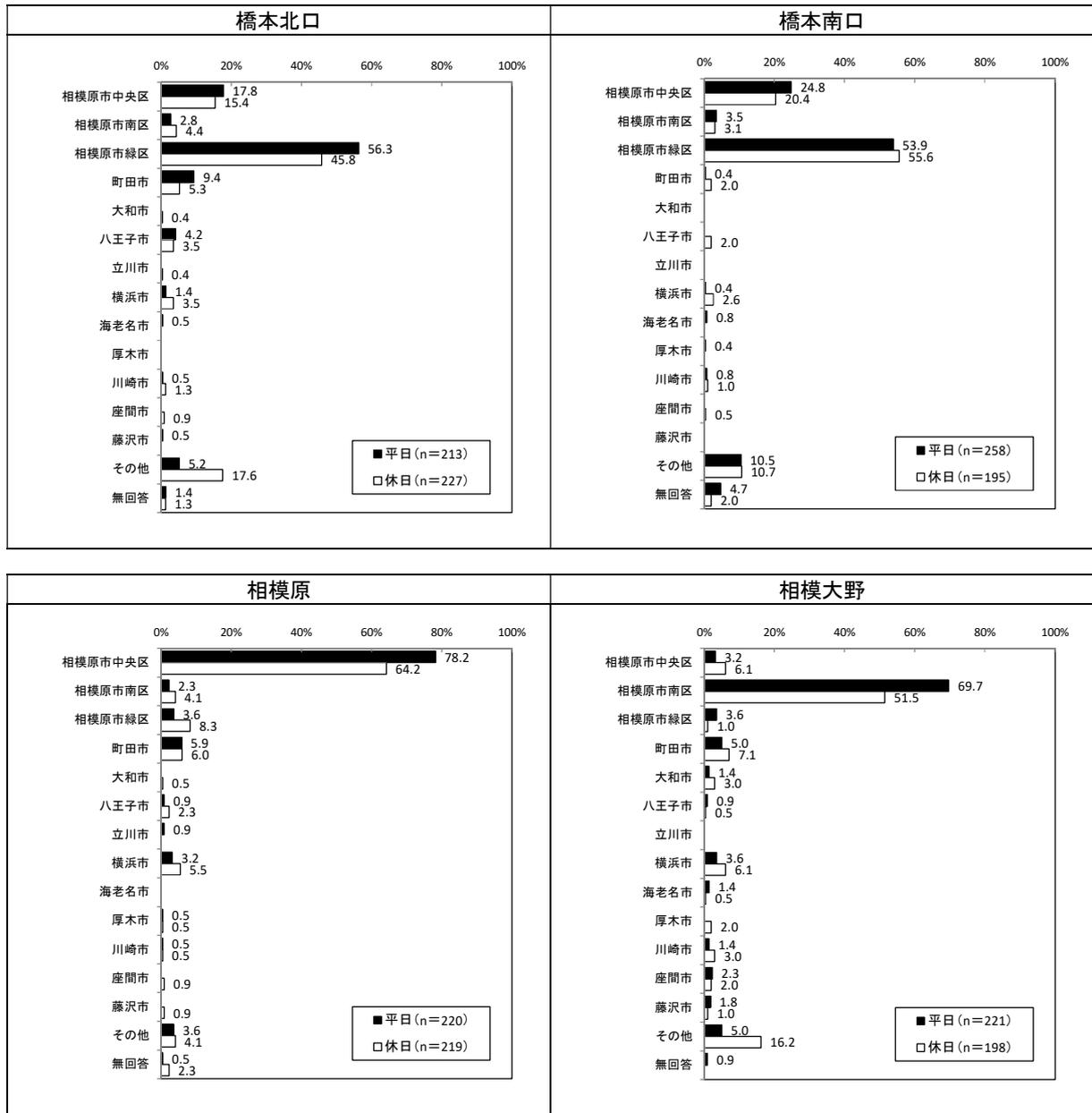


図 4 - 4 居住地 (詳細)

(4) 職業

平日の全地点で、「主婦」の割合が高くなっている。
 休日の全地点で、「会社員・公務員」の割合が最も高くなっている。

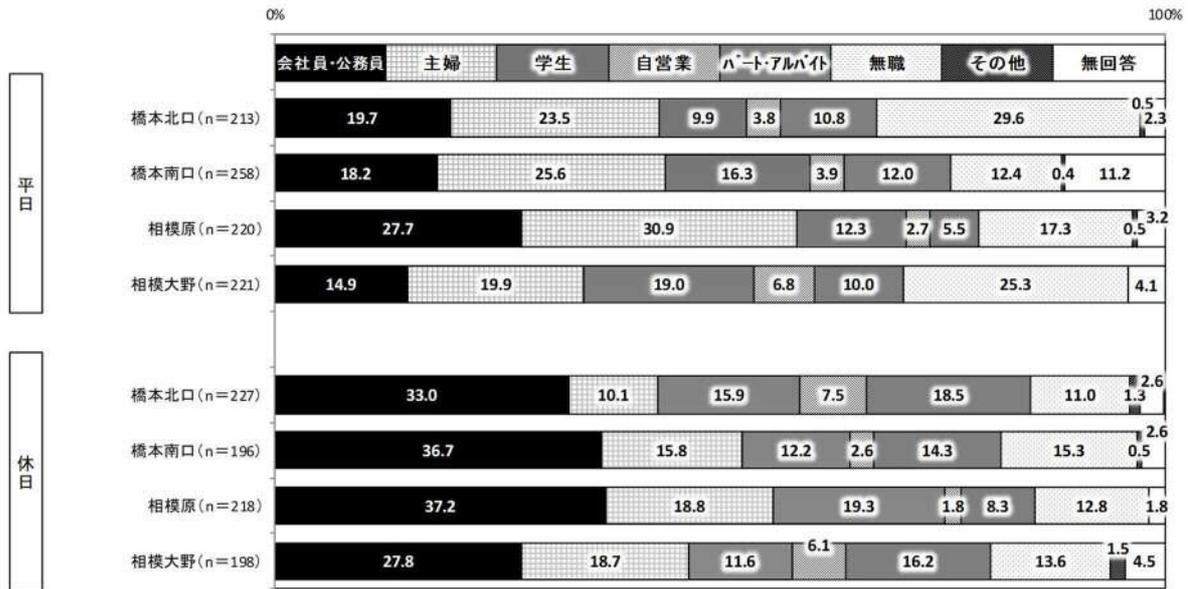


図4-5 職業

(5) グループ構成

平日休日ともに全地点で、「1人」での来街の割合が最も高くなっている。
 平日休日ともに『相模大野』では、他の地点と比較して、「グループ(友人等)」の割合が高くなっている。

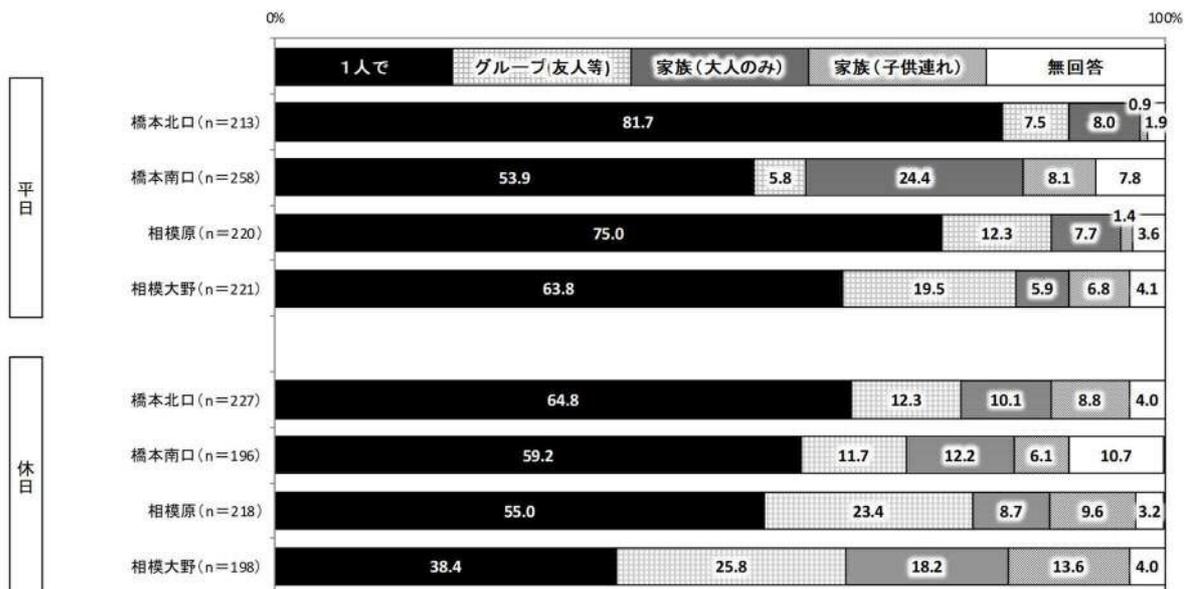


図4-6 グループ構成

2. 調査結果

(1) 主な交通手段 [問1 単数回答]

問：本日はどのような交通手段で来ましたか？

平日休日ともに『橋本北口』、『相模原』、『相模大野』では、「徒歩」、「電車」の割合が高くなっている。

平日休日ともに『橋本南口』では、「バス」、「電車」の割合が高くなっている。

平日休日ともに『橋本南口』では、他の地点と比較して、「バス」の割合が特に高くなっている。全地点で、休日の「自家用車」の割合が、平日を上回っている。

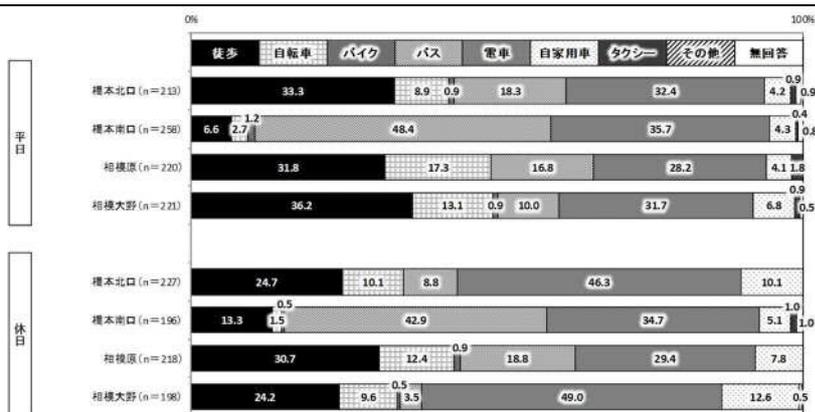


図4-7 主な交通手段

(2) コロナ前の主な交通手段 [問1-1 単数回答]

問：コロナ前はどのような交通手段で来ていましたか？

平日休日ともに『橋本北口』、『相模原』、『相模大野』では、「徒歩」、「電車」の割合が高くなっている。

平日休日ともに『橋本南口』では、「バス」、「電車」の割合が高くなっている。

平日休日ともに『橋本南口』では、他の地点と比較して、「バス」の割合が特に高くなっている。全地点で、平日の「バス」の割合が、休日を上回っている。

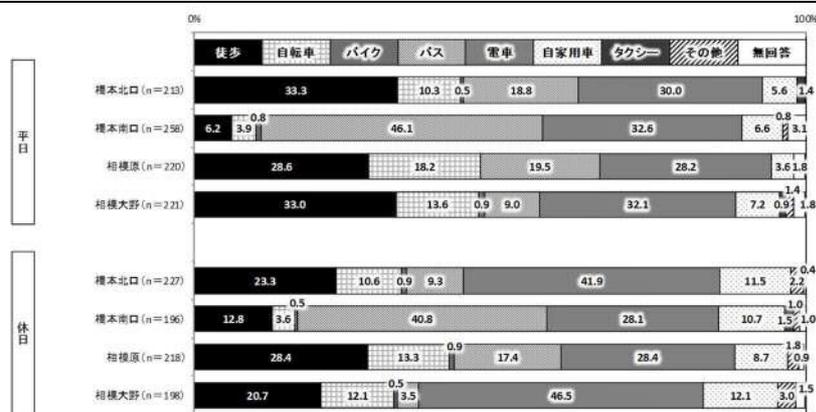


図4-8 コロナ前の主な交通手段

(3) コロナ禍の影響による交通手段の変化

全地点において、コロナ禍以前・以降で大幅な交通手段の変化はない。

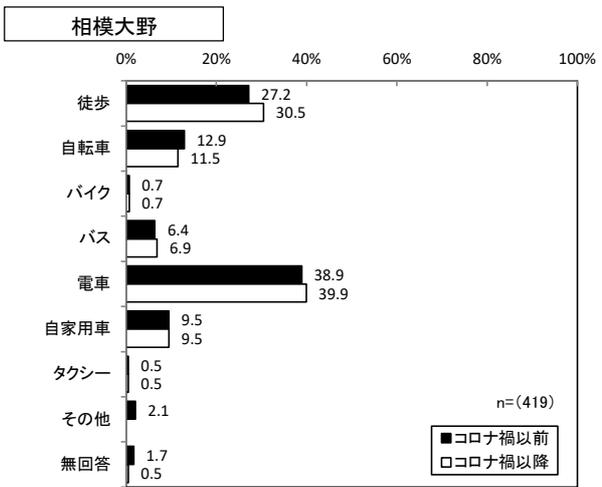
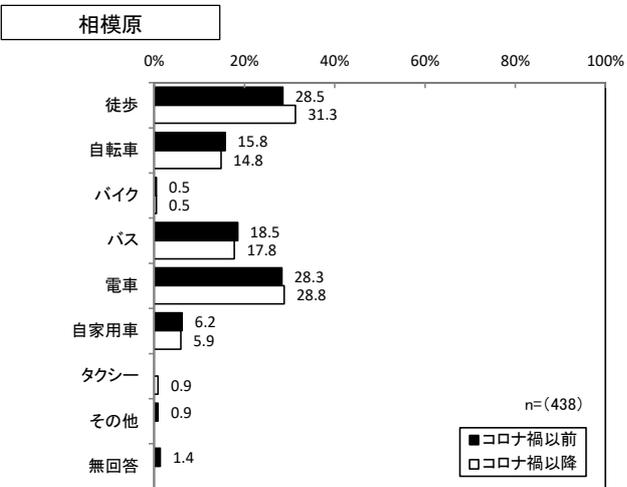
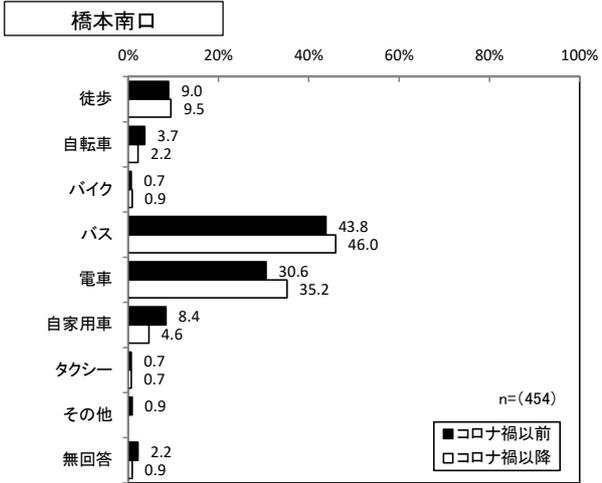
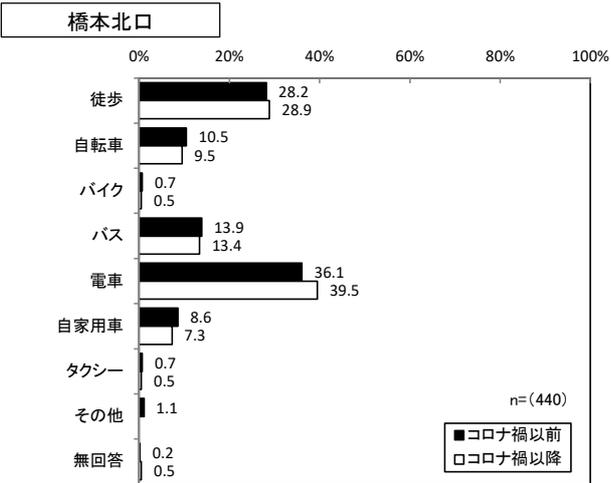
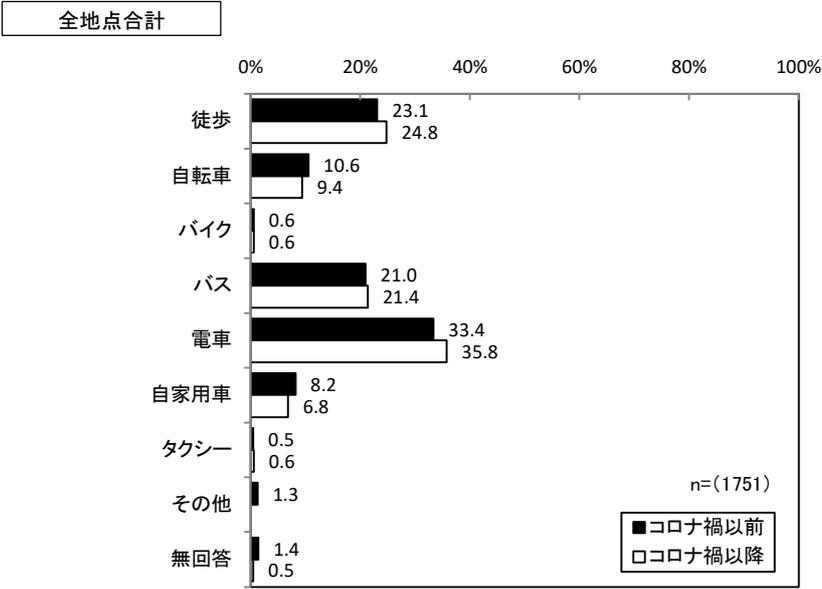


図 4-9 交通手段の変化

(4) 来街目的 [問2 複数回答]

問：本日、ここに来た目的はなんですか？

全地点の合計をみると、平日は「買物(大型店舗)」、「通勤・通学・業務」、「通院・見舞い」の順となっており、休日は「買物(大型店舗)」、「買物(個店・商店街)」、「食事・喫茶」の順となっている。

大型店舗での買物は、平日休日ともに『相模原』が約5～6割で最も高く、次いで『橋本北口』が高くなっている。

個店・商店街での買物は、休日の『相模大野』で約4割と高くなっている。また、全地点で休日の割合が平日を上回っている。

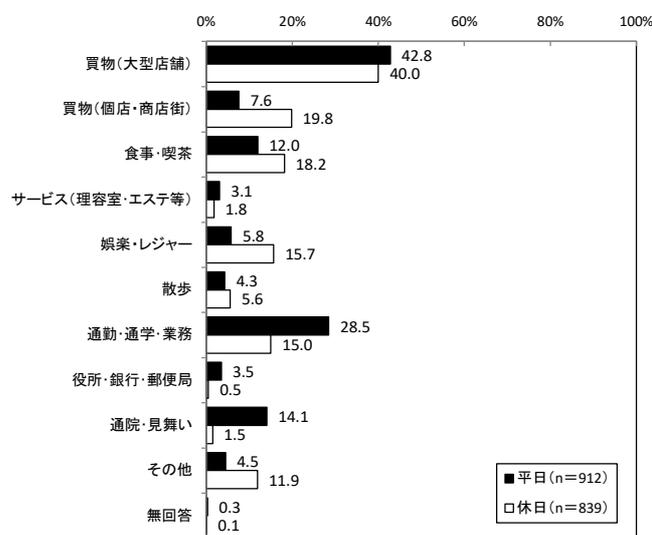


図4-10 来街目的(全地点合計)

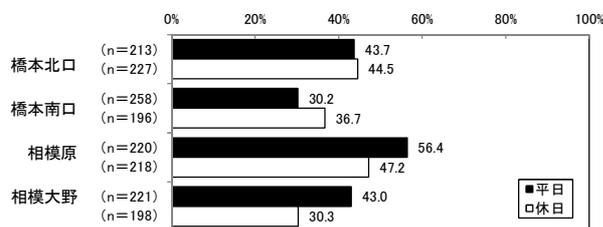


図4-11 来街目的(買物(大型店舗))

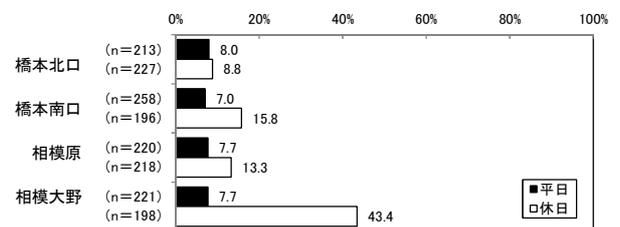


図4-12 来街目的(買物(個店・商店街))

(5) 購入予定のもの(大型店舗) [問2-1 複数回答]

問：(4)で「買物(大型店舗)」を選んだ方は購入済み、購入予定のものはなんですか？

全地点の合計をみると、平日休日ともに「食料品」、「日用雑貨品」、「衣料品(日用)」の順となっている。

「食料品」は『相模原』で約8割と最も高くなっている。

「日用雑貨品」は『相模原』で約5割と最も高くなっている。

「衣料品(日用)」は『橋本北口』、『橋本南口』で約2割となっている。

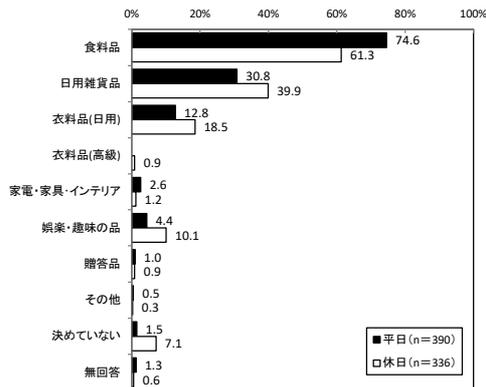


図4-13 購入予定のもの(大型店舗)

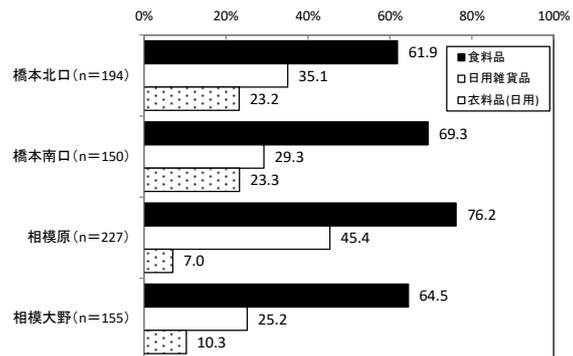


図4-14 購入予定のもの(大型店舗)-地点別

(6) 購入予定のもの(個店・商店街) [問2-2 複数回答]

問：(4)で「買物(個店・商店街)」を選んだ方は購入済み、購入予定のものはなんですか？

全地点の合計をみると、平日は「食料品」、「日用雑貨品」、同値で「衣料品(日用)」、「娯楽・趣味の品」の順となっているが、休日は「日用雑貨品」、「食料品」、「娯楽・趣味の品」の順となっている。

「食料品」は『橋本南口』、『相模原』で約5割と高くなっている。

「日用雑貨品」は『橋本北口』、『相模大野』で約4割と高くなっている。

「衣料品(日用)」は『橋本北口』で約3割と最も高くなっている。

「娯楽・趣味の品」は『相模大野』で約2割と最も高くなっている。

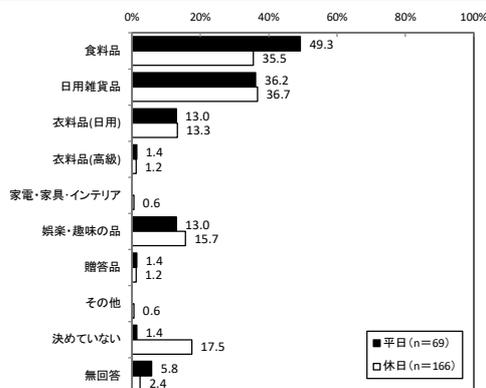


図4-15 購入予定のもの(個店・商店街)

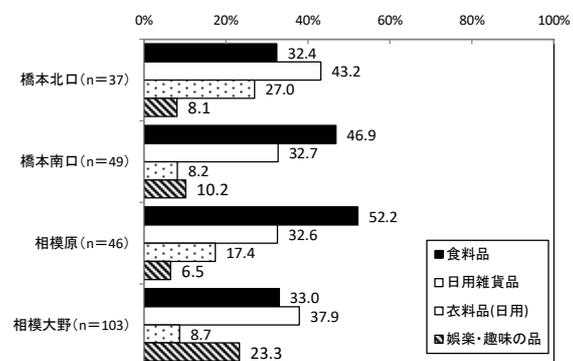
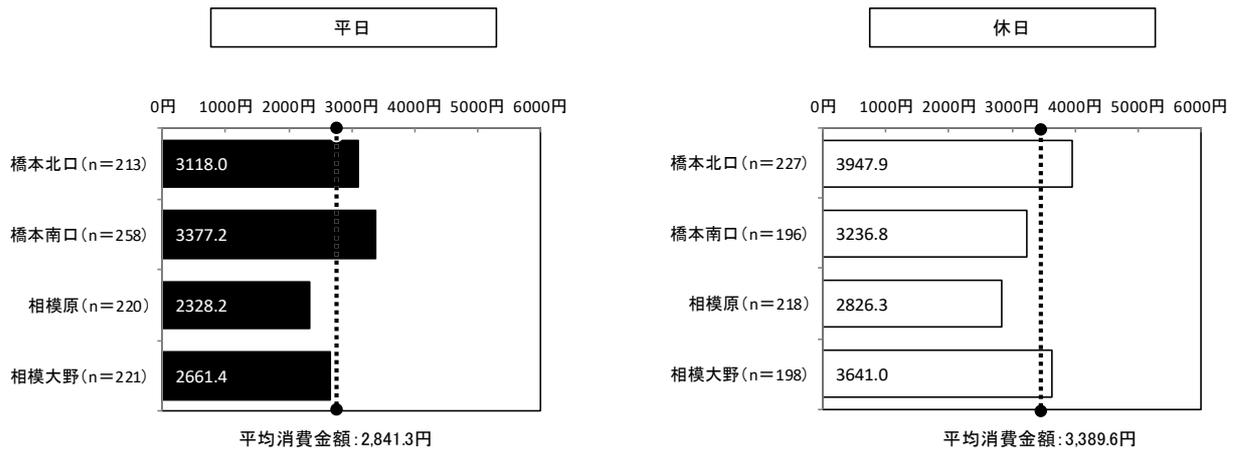


図4-16 購入予定のもの(個店・商店街)-地点別

(7)消費金額 [問3 単数回答]

問：ここでお使いになった(または予定の)金額はどのくらいですか？(買物、飲食、娯楽を含む)

全地点の消費金額を加重平均すると、平日2841.3円、休日3389.6円となっている。
 地点別の平均消費金額で比較すると、平日は『橋本南口』が3377.2円で最も高く、次いで『橋本北口』となっている。
 休日は『橋本北口』が3947.9円で最も高く、次いで『相模大野』となっている。



※平均消費金額の算出方法

各選択肢を以下のように換算し、加重平均を算出した。

- ・ 1,000円未満→500円
- ・ 1,000円～3,000円未満→2,000円
- ・ 3,000円～5,000円未満→4,000円
- ・ 5,000円～10,000円→7,500円
- ・ 10,000円以上→10,000円

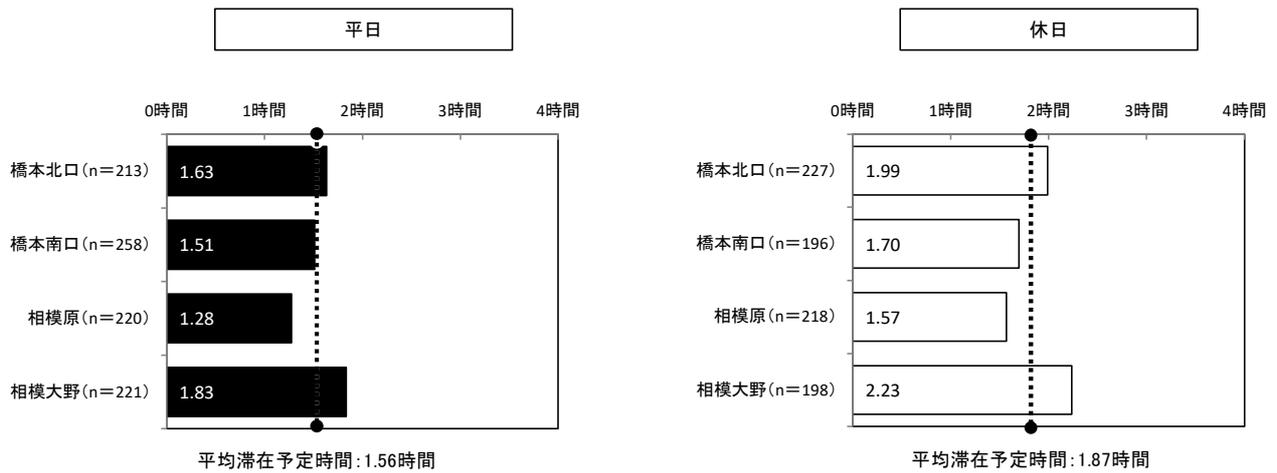
「決めていない」、「無回答」は除外して算出した。

図4-17 消費金額

(8) 滞在予定時間 [問4 単数回答]

問：本日は、ここに何時間ぐらい滞在する予定ですか？

全地点の滞在予定時間を加重平均すると、平日1.56時間、休日1.87時間となっている。
 地点別の平均滞在予定時間で比較すると、平日は『相模大野』が1.83時間で最も長く、次いで『橋本北口』となっている。
 休日は『相模大野』が2.23時間で最も長く、次いで『橋本北口』となっている。



※平均滞在予定時間の算出方法

各選択肢を以下のように換算し、加重平均を算出した。

- ・ 1時間未満→0.5時間
- ・ 1時間以上～2時間未満→1.5時間
- ・ 2時間以上～3時間未満→2.5時間
- ・ 3時間以上～4時間未満→3.5時間
- ・ 4時間以上→4時間

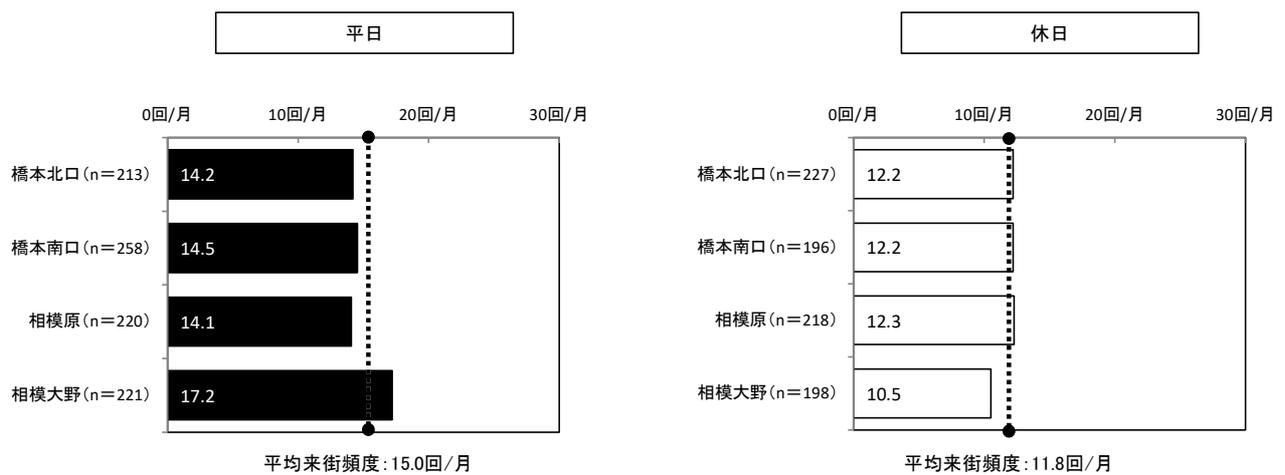
「無回答」は除外して算出した。

図4-18 滞在予定時間

(9) 来街頻度 [問5 単数回答]

問：ここに来る頻度はどれくらいですか？

全地点の来街頻度を加重平均すると、平日は月に15.0回、休日は月に11.8回となっている。
 地点別の平均来街頻度で比較すると、平日は『相模大野』が月に17.2回で最も多く、次いで『橋本南口』となっている。
 休日は『相模原』が月に12.3回で最も多く、次いで『橋本北口』、『橋本南口』が同値となっている。



※平均来街頻度の算出方法

各選択肢を以下のように換算し、加重平均を算出した。

- ・ほぼ毎日→30回/月
 - ・週2～3回→10回/月
 - ・週に1回→4回/月
 - ・月に2～3回→2.5回/月
 - ・月に1回→1回/月
 - ・3ヶ月に1回→0.25回/月
 - ・たまに(年1回程度)→0.1回/月
- 「初めて」、「無回答」は除外して算出した。

図4-19 来街頻度

(10) 来街頻度の変化 [問5-1 単数回答]

問：コロナ前と比べて、ここに来る頻度は変わりましたか？

平日休日ともに全地点で、「変わらない」の割合が約7～9割と最も高くなっている。

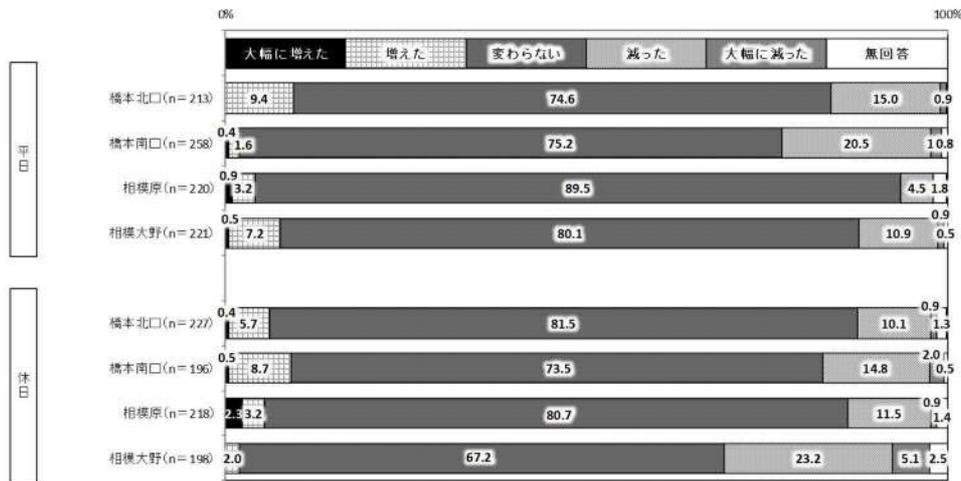
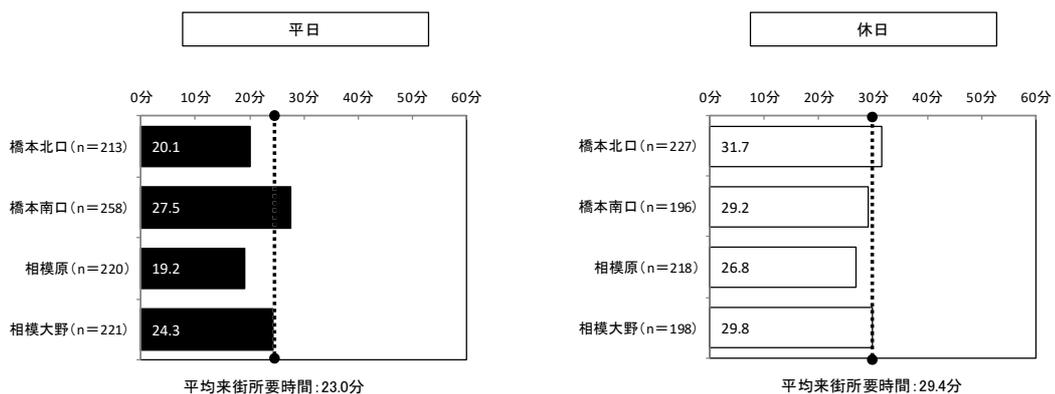


図4-20 来街頻度の変化

(11) 来街所要時間 [問6 単数回答]

問：お住まいの地域からここに来るまで、今日どのくらいの所要時間が掛かりましたか？

全地点の来街所要時間を加重平均すると、平日 23.0 分、休日 29.4 分となっている。
 地点別の平均来街所要時間を比較すると、平日は、『橋本南口』が 27.5 分で最も長く、次いで『相模大野』となっている。
 休日は、『橋本北口』が 31.7 分で最も長く、次いで『相模大野』となっている。



※平均来街所要時間の算出方法

各選択肢を以下のように換算し、加重平均を算出した。

- ・10分未満→5分
- ・10～20分未満→15分
- ・20～30分未満→25分
- ・30～40分未満→35分
- ・40～50分未満→45分
- ・50～60分未満→55分
- ・60～90分未満→75分
- ・90～120分未満→105分
- ・120分以上→120分

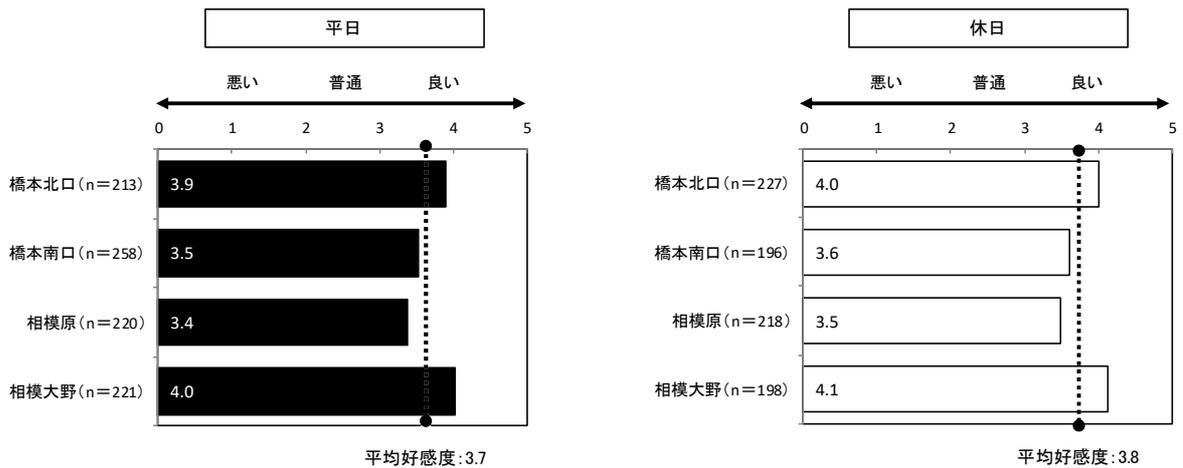
「無回答」は除外して算出した。

図4-21 来街所要時間

(12) 街の好感度 [問7 単数回答]

問：ここについてどのような印象(好感度)をお持ちですか？

全地点の好感度を加重平均すると、平日3.7点、休日3.8点となっている。
 地点別の平均好感度を比較すると、平日は、『相模大野』が4.0点で最も高く、次いで『橋本北口』となっている。
 休日は、『相模大野』が4.1点で最も高く、次いで『橋本北口』となっている。



※平均好感度の算出方法

各選択肢を以下のように換算し、加重平均を算出した。

- ・ 良い → 5点
 - ・ やや良い → 4点
 - ・ 普通 → 3点
 - ・ やや良くない → 2点
 - ・ 良くない → 1点
- 「無回答」は除外して算出した。

図4-22 街の好感度

(13) 街のイメージ [問 8 複数回答]

問：このイメージについてどう思いますか？

全地点における街のイメージについて、次の項目で取りまとめた。

①交通の便 ②高級感 ③活気 ④明るさ ⑤落ち着き ⑥治安 ⑦物価 ⑧イベント頻度

<①交通の便>

平日休日ともに、『橋本北口』、『相模大野』で「交通が便利」の割合が約7割となっている。

平日休日ともに、他の地点と比較して、『橋本南口』で「交通が不便」の割合が高くなっている。

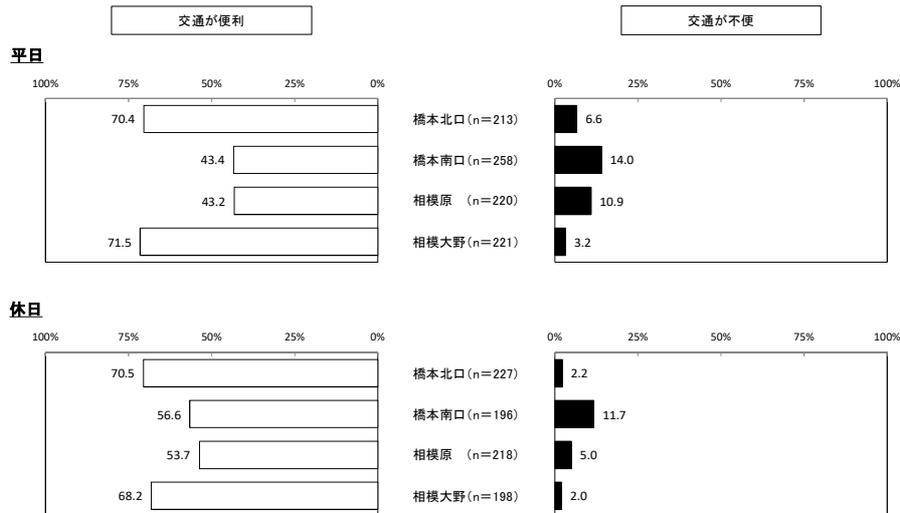


図 4-23 街のイメージ(①交通の便)

<②高級感>

平日休日ともに、『橋本北口』、『相模原』で「庶民的である」の割合が約3～5割となっている。

平日休日ともに全地点で、「高級感がある」が1%以下となっている。

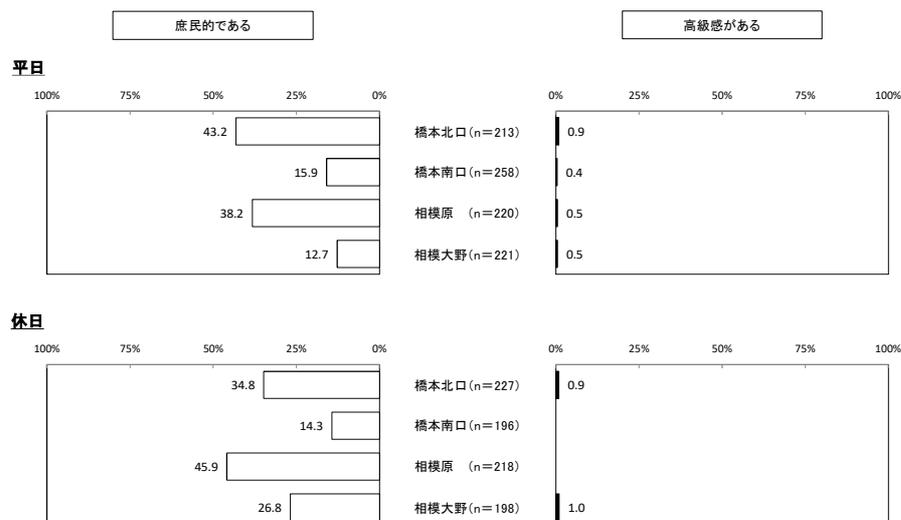


図 4-24 街のイメージ(②高級感)

<③活気>

全地点の「活気がある」の割合は、平日が休日を上回っている。

平日休日ともに、他の地点と比較して、『相模原』で「さびれている」の割合が高くなっている

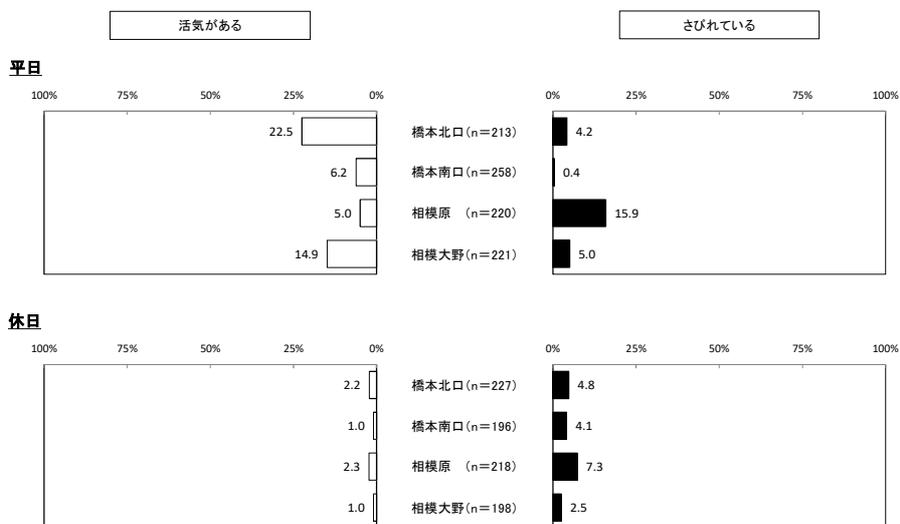


図 4-25 街のイメージ(③活気)

<④明るさ>

平日休日ともに、他の地点と比較して、『橋本北口』で「明るい」の割合が高くなっている。

平日休日ともに全地点で、「暗い」が3.7%以下となっている。

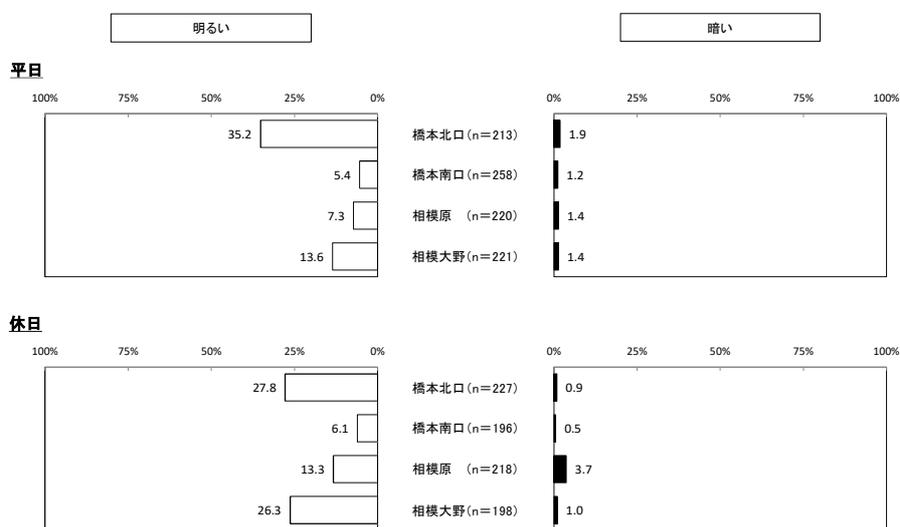


図 4-26 街のイメージ(④明るさ)

<⑤落ち着き>

平日休日ともに、他の地点と比較して、『橋本北口』で「落ち着ける」の割合が高くなっている。平日休日ともに全地点で、「落ち着けない」が2.6%以下となっている。

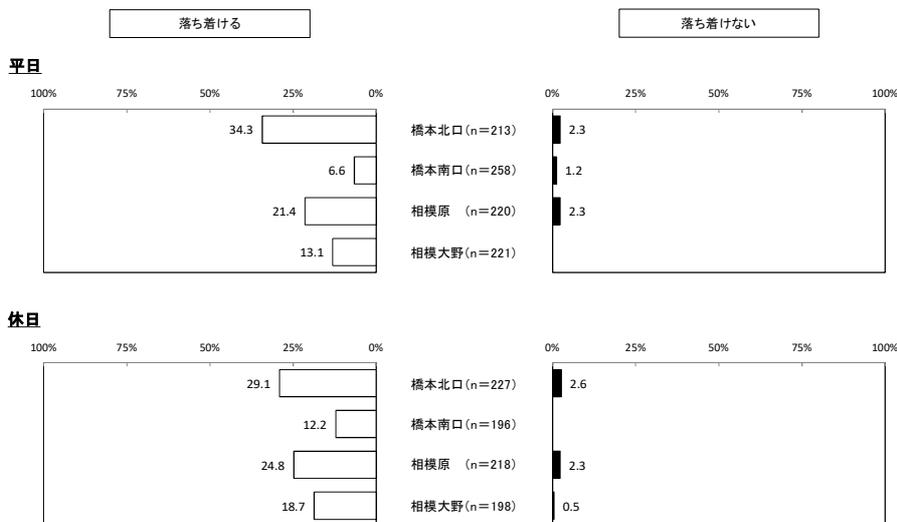


図 4-27 街のイメージ(⑤落ち着き)

<⑥治安>

平日休日ともに、他の地点と比較して、『相模原』で「治安が良い」の割合が高くなっている。平日休日ともに全地点で、「治安が悪い」が6.6%以下となっている。

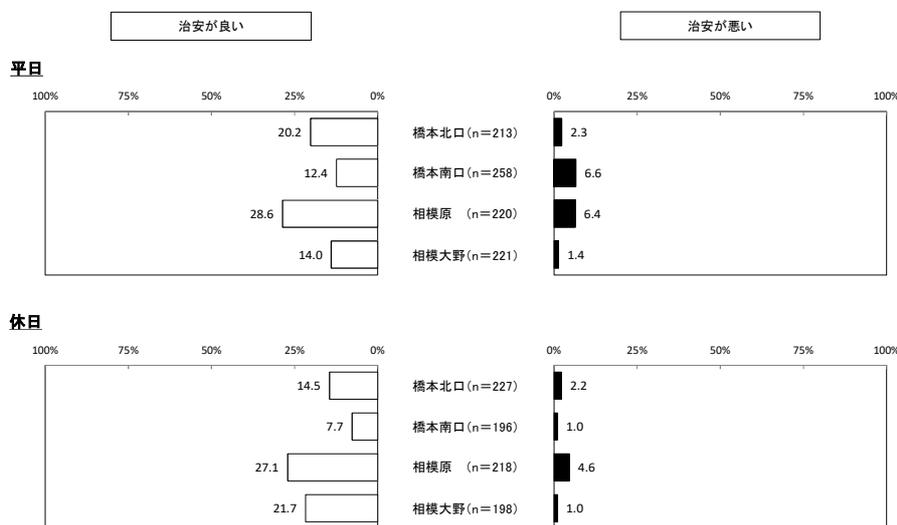


図 4-28 街のイメージ(⑥治安)

<⑦物価>

平日休日ともに、他の地点と比較して、『橋本北口』で「物価が安い」の割合が高くなっている。
平日では、他の地点と比較して、『橋本南口』で「物価が高い」の割合が高くなっている。

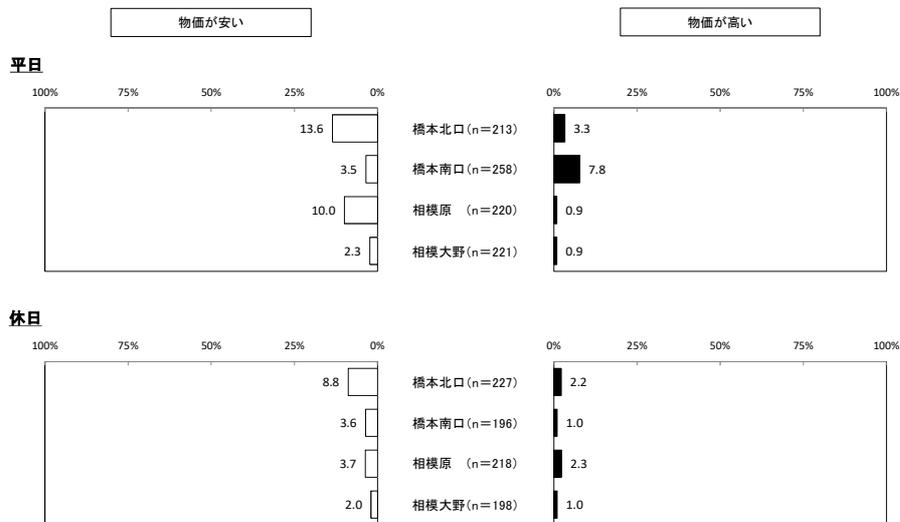


図 4-29 街のイメージ(⑦物価)

<⑧イベントの頻度>

平日休日ともに、他の地点と比較して、『相模大野』で「イベントが多い」の割合が高くなっている。

平日では、他の地点と比較して、『橋本北口』で「イベントが少ない」の割合が高くなっている。
休日では、他の地点と比較して、『相模原』で「イベントが少ない」の割合が高くなっている。

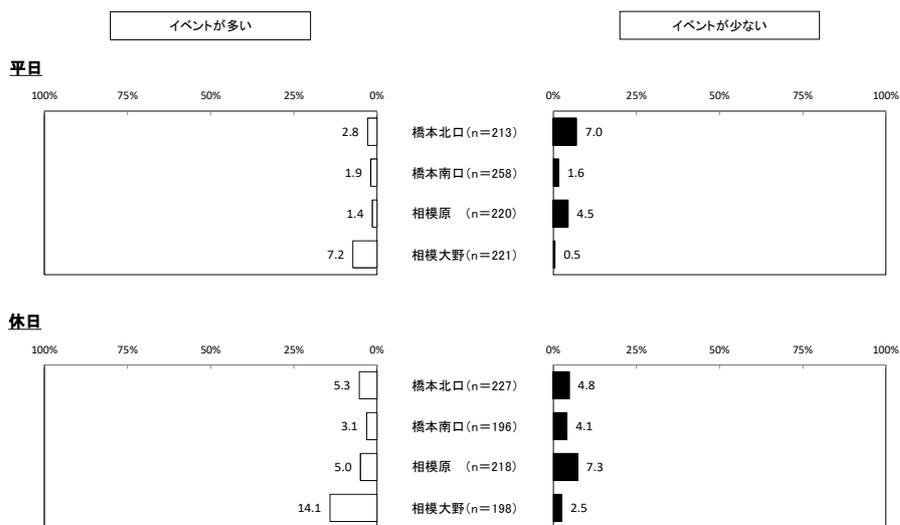


図 4-30 街のイメージ(⑧イベントの頻度)

[地点別にみる街のイメージ]

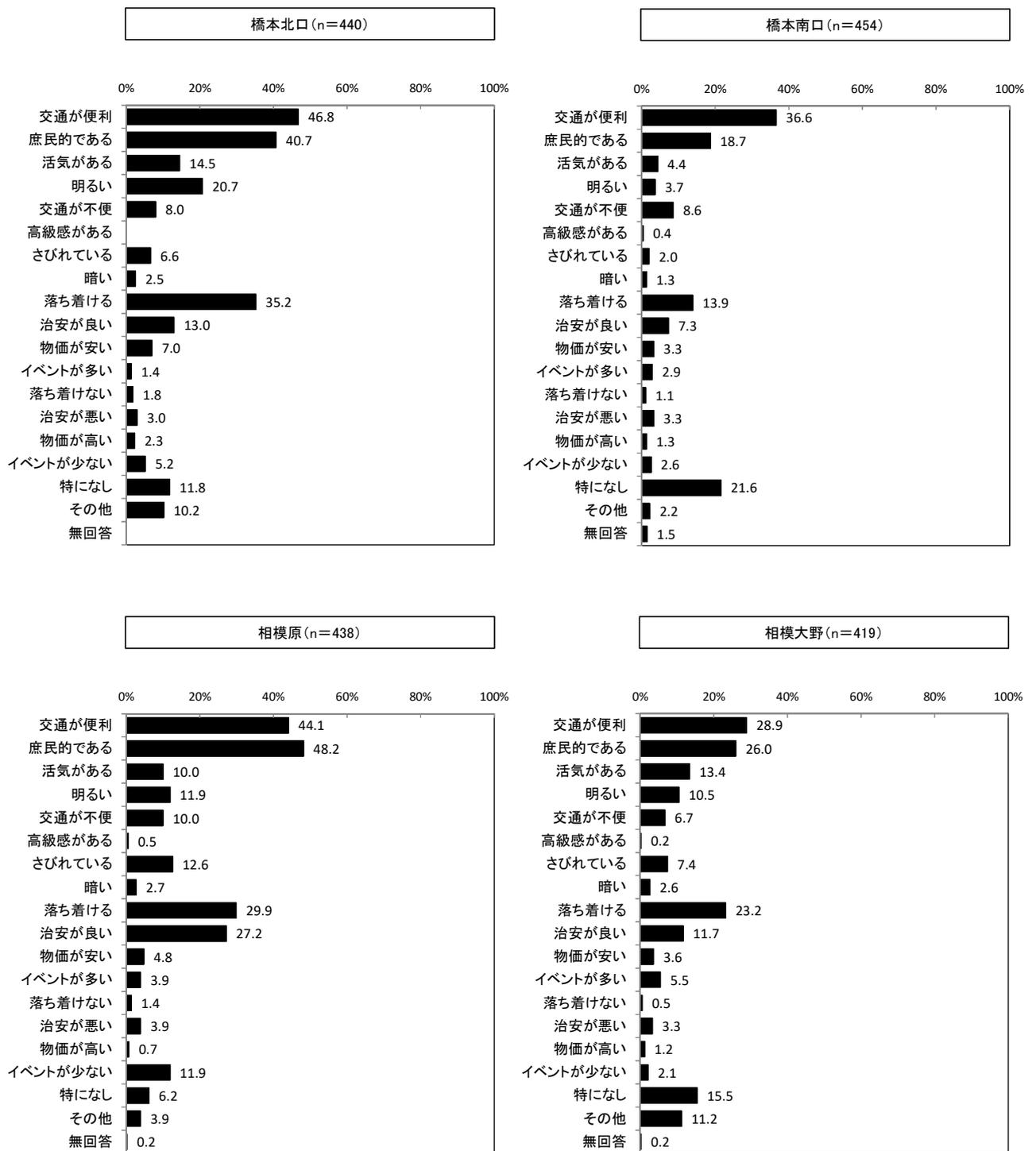
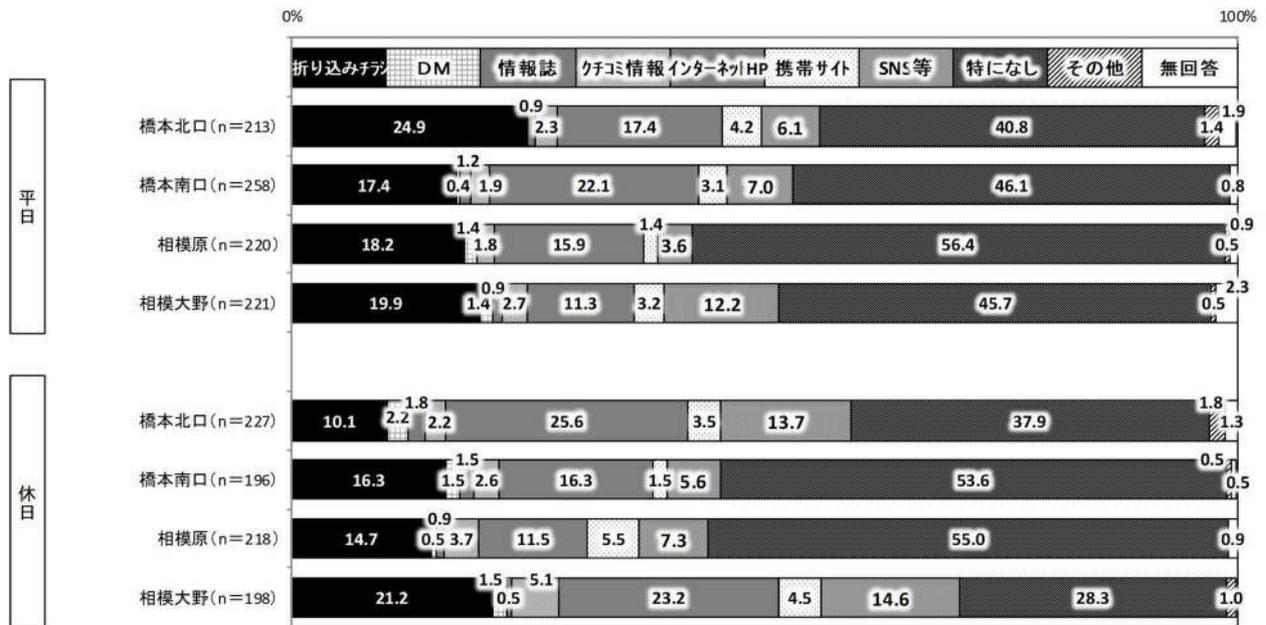


図 4-31 街のイメージ(市内地点別・平日休日合計)

(14) 買物の情報源 [問9 単数回答]

問：普段の買物で活用される情報源は何ですか？

平日休日ともに全地点で、「特になし」を除き、「折り込みチラシ」、「インターネットHP」、「SNS等」の割合が高くなっている。



※DM…ダイレクトメールの略

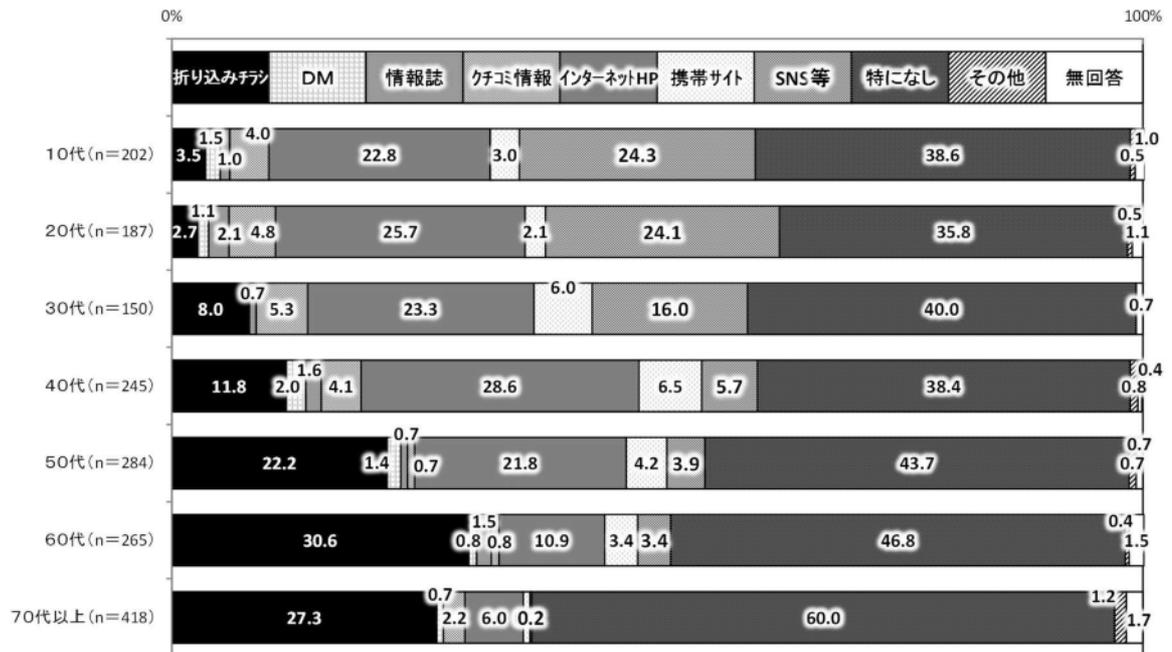
※SNS…ソーシャルネットワーキングサービスの略

図4-32 買物の情報源(調査地点別)

[年代別にみる買物の情報源]

「折り込みチラシ」は年代が上がるにつれて割合が高くなる傾向にあり、「特になし」を除き、『50代』以上で最も高くなっている。

一方、「インターネットHP」や「SNS等」は年代が下がるにつれて割合が高くなる傾向にあり、「特になし」を除き、『10代』は「SNS等」、『20代』、『30代』、『40代』は「インターネットHP」が最も高くなっている。



※DM…ダイレクトメールの略

※SNS…ソーシャルネットワーキングサービスの略

図4-33 買物の情報源(全地点合計・年代別)

(15) 現在地以外によく行く街 [問 10 単数回答]

問：現在地以外によく行く街はどこですか？

全地点の合計をみると、平日休日ともに「町田」の割合が最も高くなっている。
 特に、平日の『相模大野』では、「町田」の割合が約6割と高くなっている。
 また、『橋本北口』では「八王子」、『橋本南口』では「相模原」、『相模原』では「橋本」、『相模大野』では「海老名」の割合も高くなっている。

全地点合計

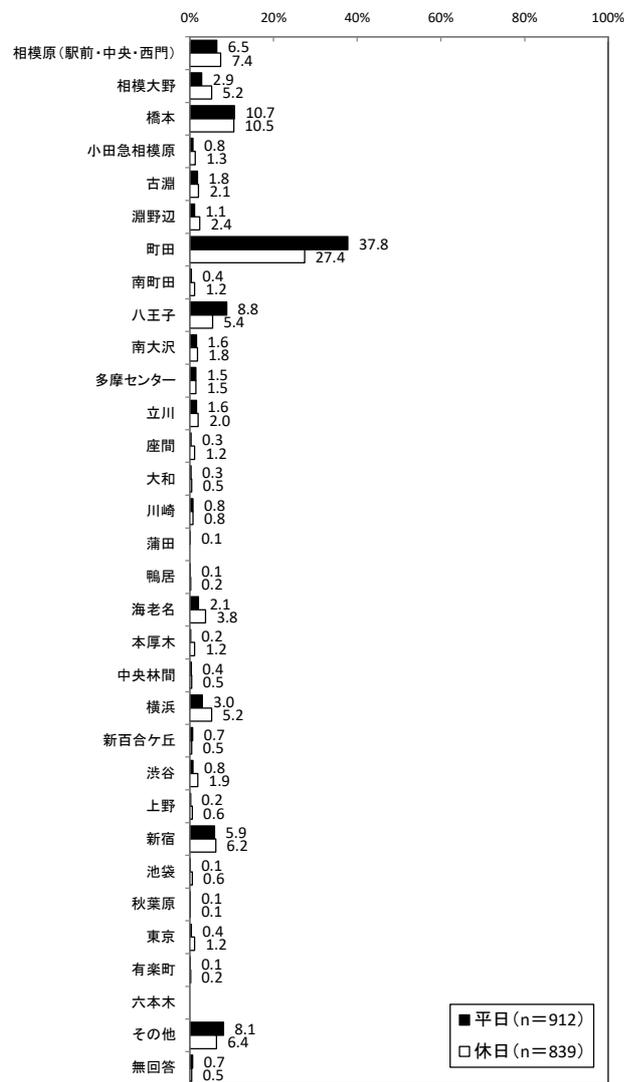
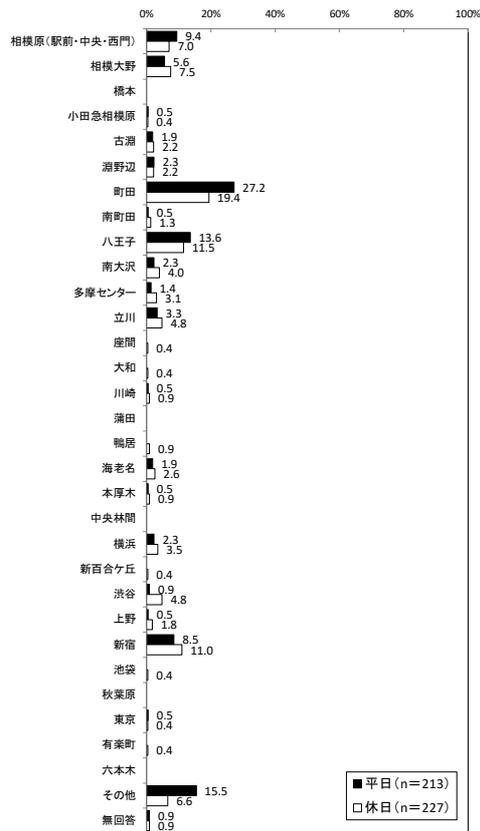
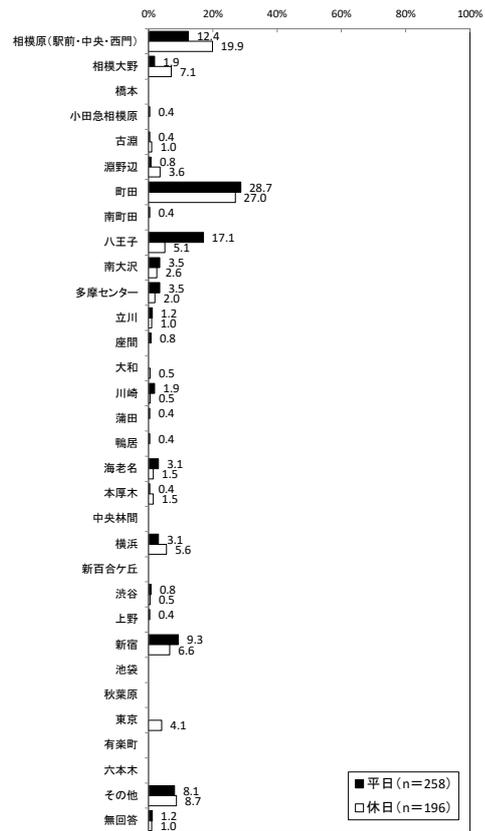


図 4-34 現在地以外によく行く街(1)

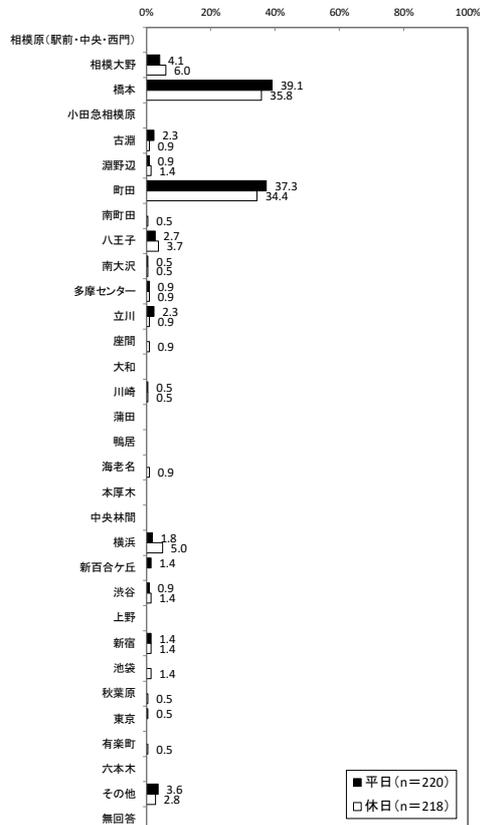
橋本北口



橋本南口



相模原



相模大野

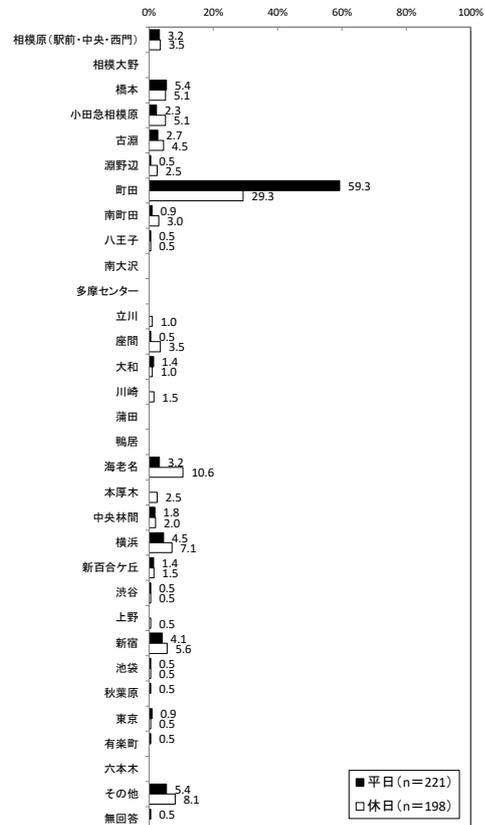


図 4-35 現在地以外によく行く街(2)

(16) 現在地以外によく行く街の来街目的 [問 11 複数回答]
 現在地以外によく行く街の来街頻度 [問 12 単数回答]

問：(15)で選んだ街に行く目的はなんですか？
 (15)で選んだ街に行く頻度はどれくらいですか？

「(15)現在地以外によく行く街」であげられた地点のうち、①「町田」、②「八王子」、③「横浜」、④「新宿」の各地点について、「来街目的」、「来街頻度」をまとめた。

<①町田について>

[来街目的] 「買物(大型店舗)」が約8割で最も多い。次いで「食事・喫茶」、「買物(個店・商店街)」の順となっている。

[来街頻度] 「月に1回」が最も多く、次いで「月に2～3回」となっている。

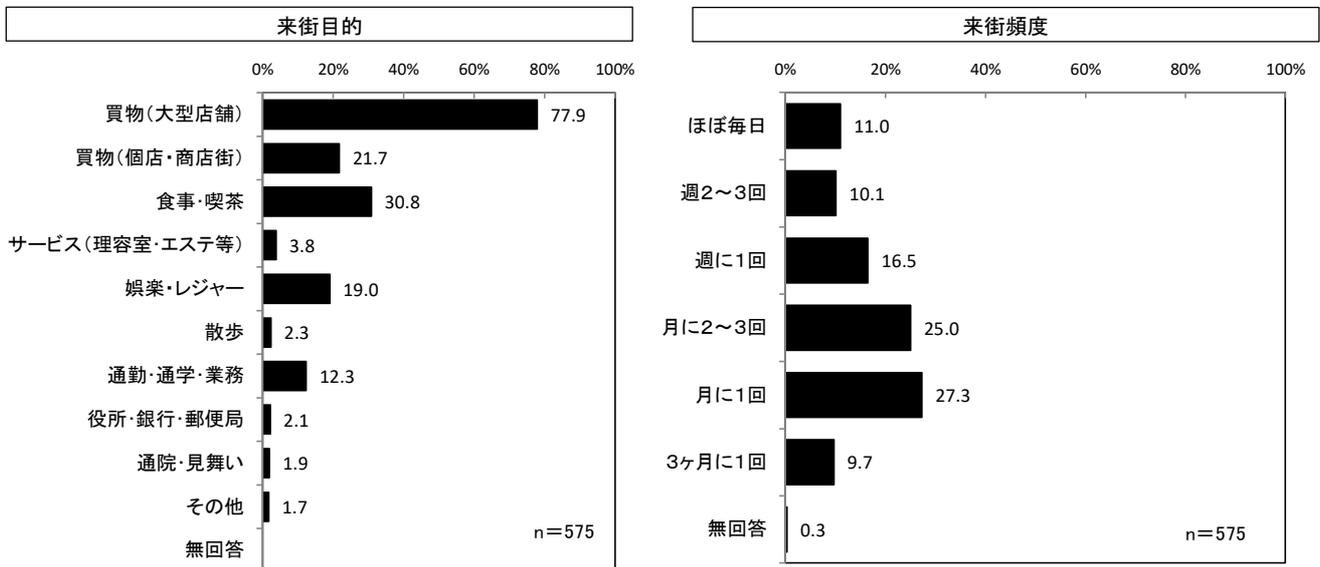


図 4-36 現在地以外によく行く街「町田」について(平日休日合計)

<②八王子について>

[来街目的] 「買物(大型店舗)」が約7割で最も多い。次いで「食事・喫茶」となっている。
 [来街頻度] 「ほぼ毎日」が最も多く、次いで「月に2～3回」、「月に1回」が同値となっている。

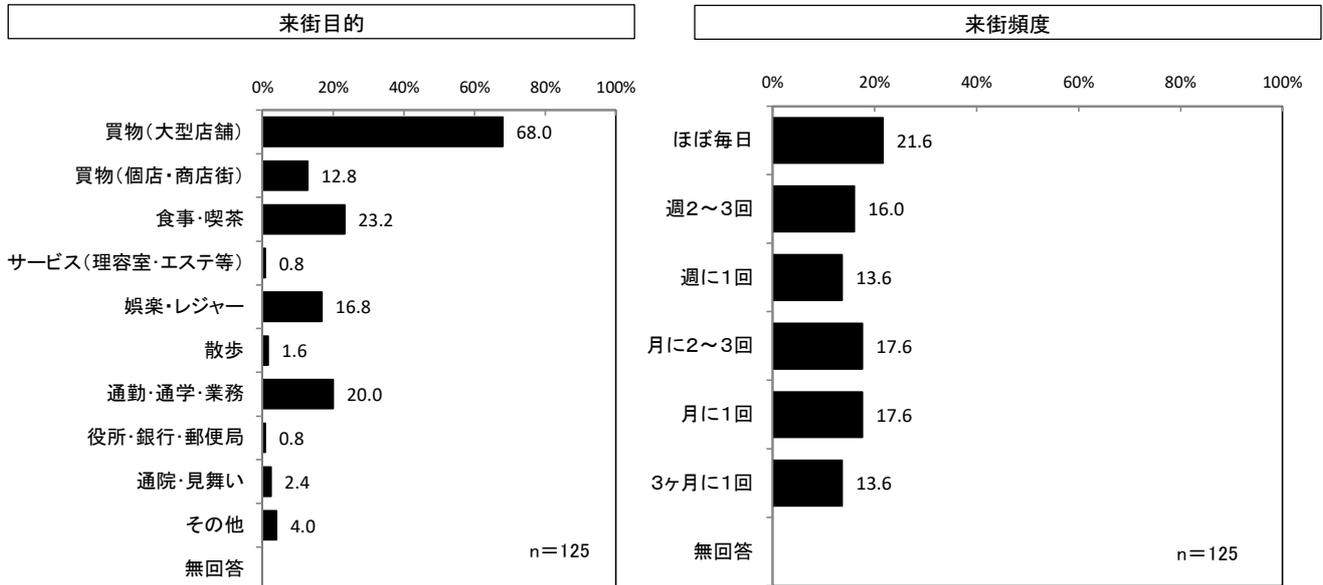


図4-37 現在地以外によく行く街「八王子」について(平日休日合計)

<③横浜について>

[来街目的] 「買物(大型店舗)」が約6割で最も多い。次いで「食事・喫茶」となっている。
 [来街頻度] 「ほぼ毎日」が最も多く、次いで「週2～3回」となっている。

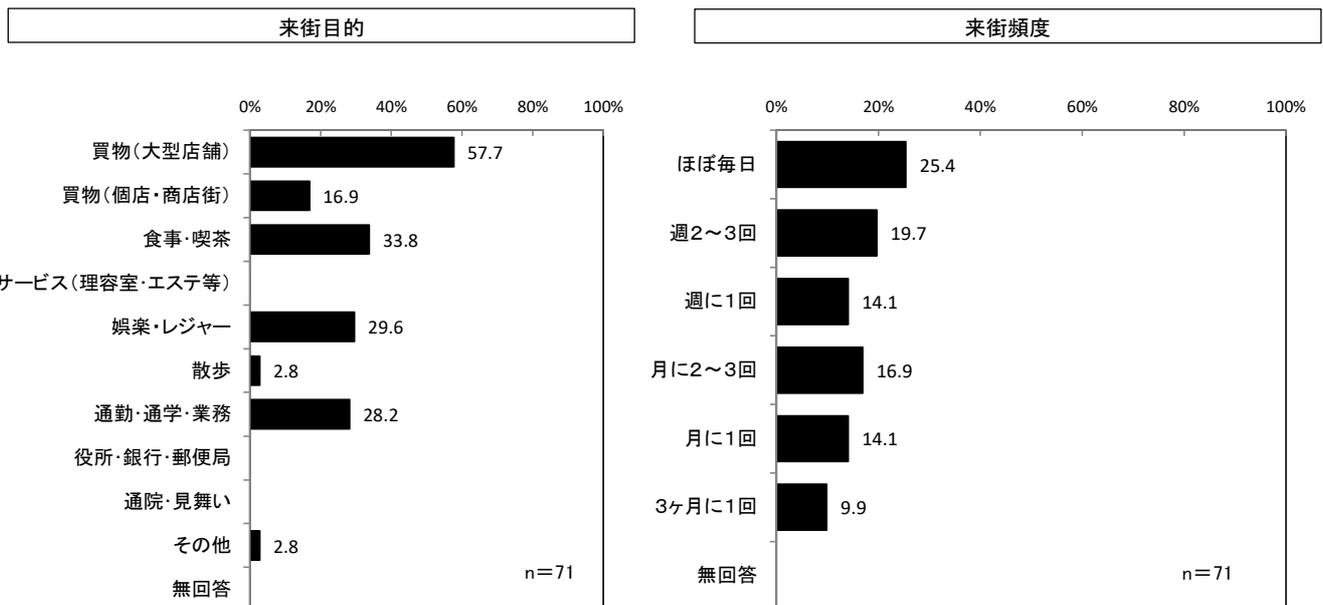


図4-38 現在地以外によく行く街「横浜」について(平日休日合計)

<④新宿について>

[来街目的] 「買物(大型店舗)」が約5割で最も多い。次いで「食事・喫茶」となっている。
 [来街頻度] 「月に2～3回」が最も多く、次いで「月に1回」となっている。

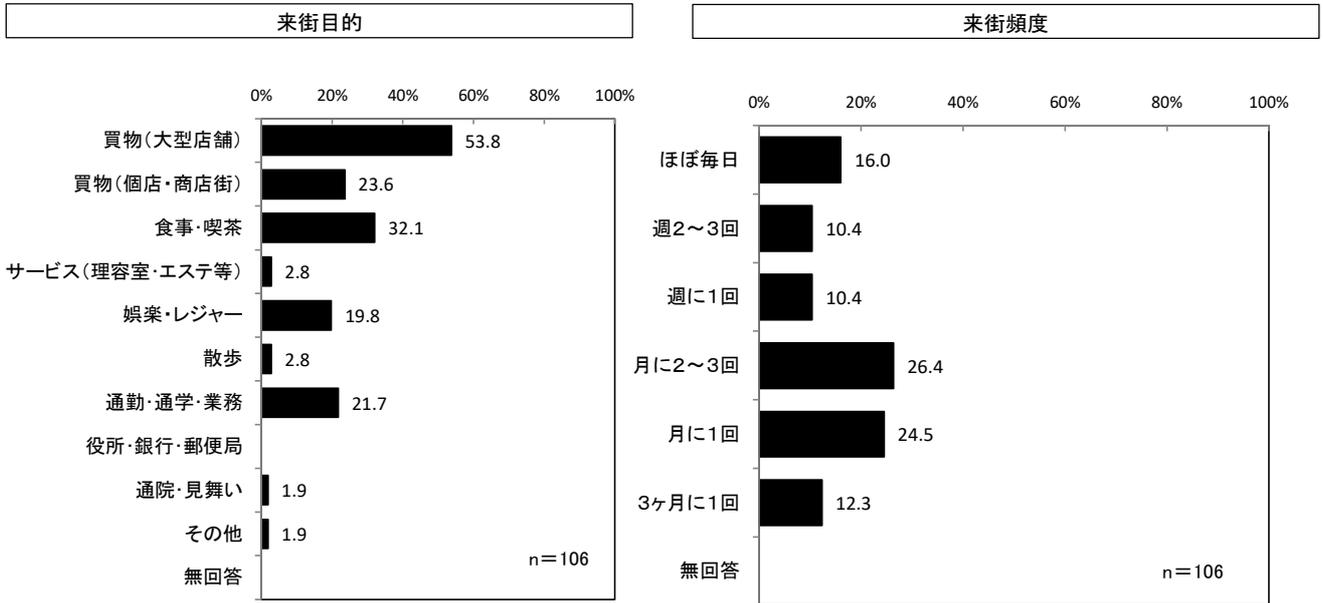


図4-39 現在地以外によく行く街「新宿」について(平日休日合計)

(17) 相模原市のイメージ [問 13 複数回答]

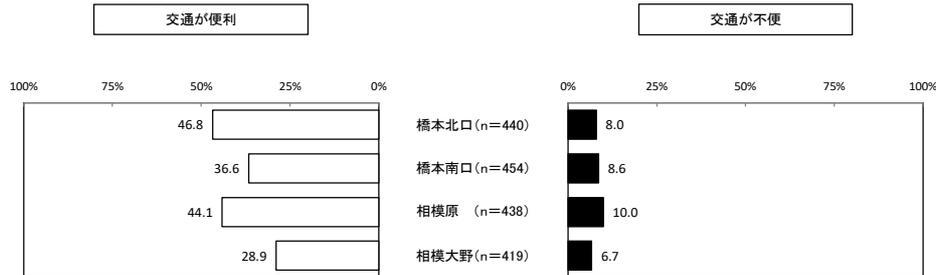
問：相模原市にはどのようなイメージをお持ちですか？

全地点における相模原市のイメージ(平日休日合計)について、次の項目で取りまとめた。

①交通の便 ②高級感 ③活気 ④明るさ ⑤落ち着き ⑥治安 ⑦物価 ⑧イベント頻度

<①交通の便>

『橋本北口』、『相模原』では、「交通が便利」の割合が、4割を超えている。全地点で「交通が不便」の割合は1割以下となっている。



4-40 相模原市のイメージ(①交通の便) (平日休日合計)

<②高級感>

『橋本北口』、『相模原』では、「庶民的である」の割合が、4割を超えている。全地点で「高級感がある」が0.5%以下となっている。

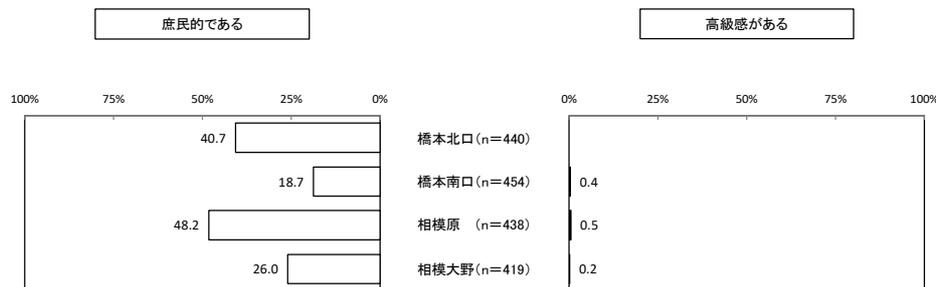


図 4-41 相模原市のイメージ(②高級感) (平日休日合計)

<③活気>

『橋本北口』では、他の地点と比較して、「活気がある」の割合が最も高く、次いで「相模大野」となっている。

『相模原』では、他の地点と比較して、「さびれている」の割合が最も高く、1割を超えている。

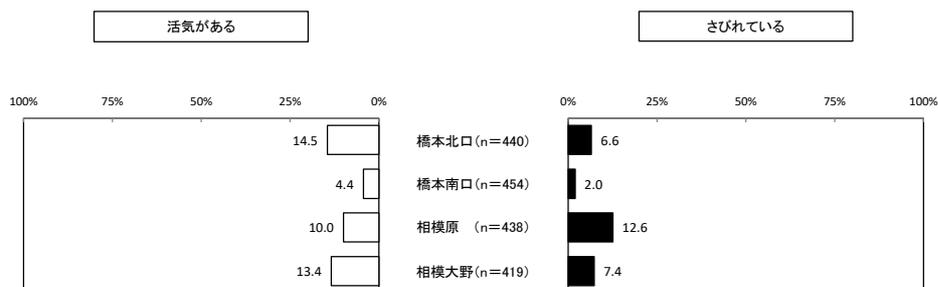


図 4-42 相模原市のイメージ(③活気) (平日休日合計)

<④明るさ>

『橋本北口』では、他の地点と比較して、「明るい」の割合が最も高く、2割を超えている。全地点で「暗い」が2.7%以下となっている。

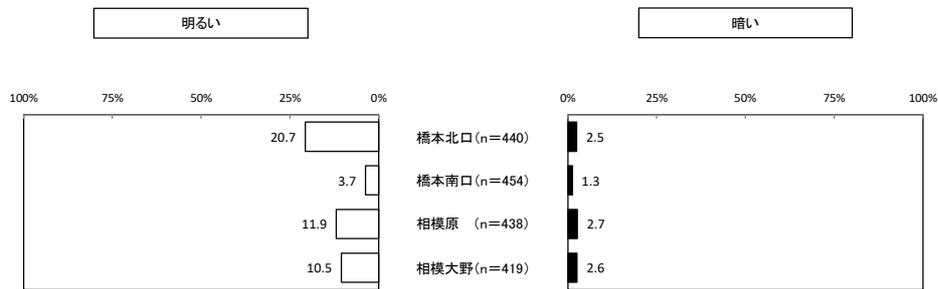


図4-43 相模原市のイメージ(④明るさ)(平日休日合計)

<⑤落ち着き>

『橋本北口』では、他の地点と比較して、「落ち着ける」の割合が最も高く、次いで『相模原』となっている。

全地点で「落ち着けない」が1.8%以下となっている。



図4-44 相模原市のイメージ(⑤落ち着き)(平日休日合計)

<⑥治安>

『相模原』では、他の地点と比較して、「治安が良い」の割合が最も高く、2割を超えている。全地点で「治安が悪い」が3.9%以下となっている。

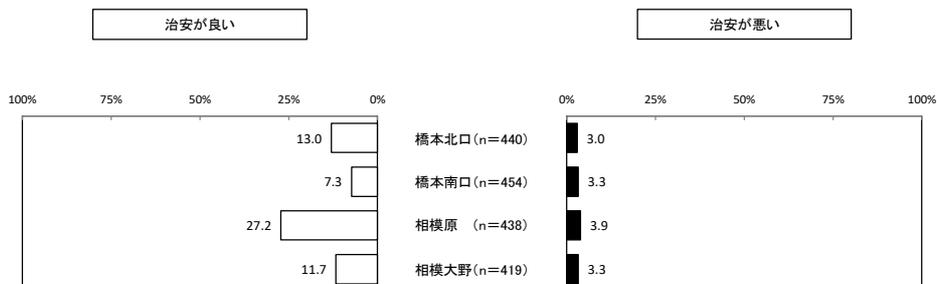


図4-45 相模原市のイメージ(⑥治安)(平日休日合計)

<⑦物価>

『橋本北口』では、他の地点と比較して、「物価が安い」の割合が最も高くなっている。全地点で「物価が高い」が2.3%以下となっている。

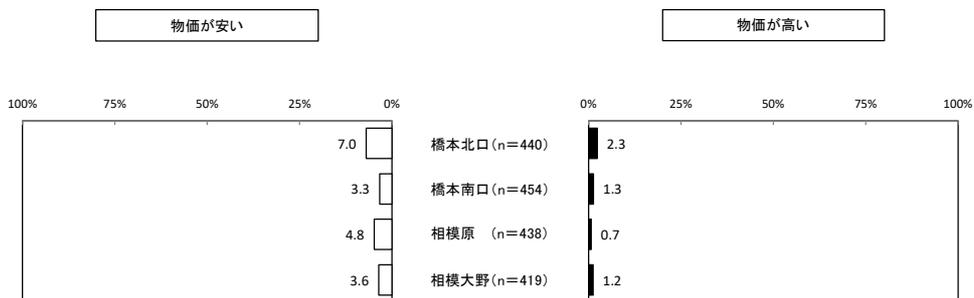


図 4-46 相模原市のイメージ(⑦物価) (平日休日合計)

<⑧イベントの頻度>

全地点において、「イベントが多い」が5.5%以下となっている。

『相模原』では、他の地点と比較して、「イベントが少ない」の割合が最も高くなっている。

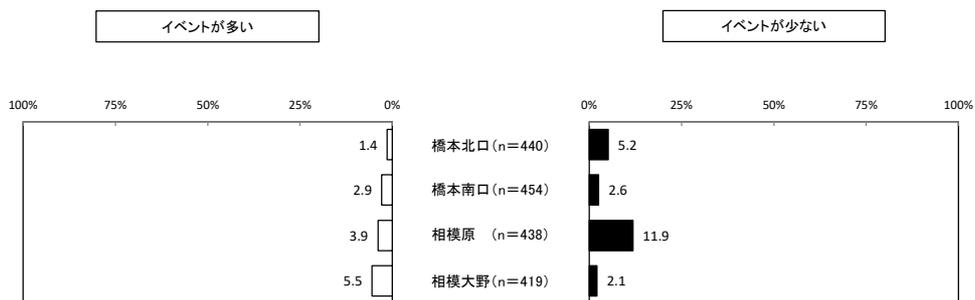


図 4-47 相模原市のイメージ(⑧イベントの頻度) (平日休日合計)

(18) 店舗利用の際の重視 [問 14 複数回答]

問：店舗を利用する際に何を重視していますか？

全地点の合計で見ると、「特になし」を除き、平日は「消毒液等の設置」、休日は「キャッシュレス決済」の割合が最も高くなっている。

また、平日休日ともに「店員のマスク等の着用」の割合も高くなっている。

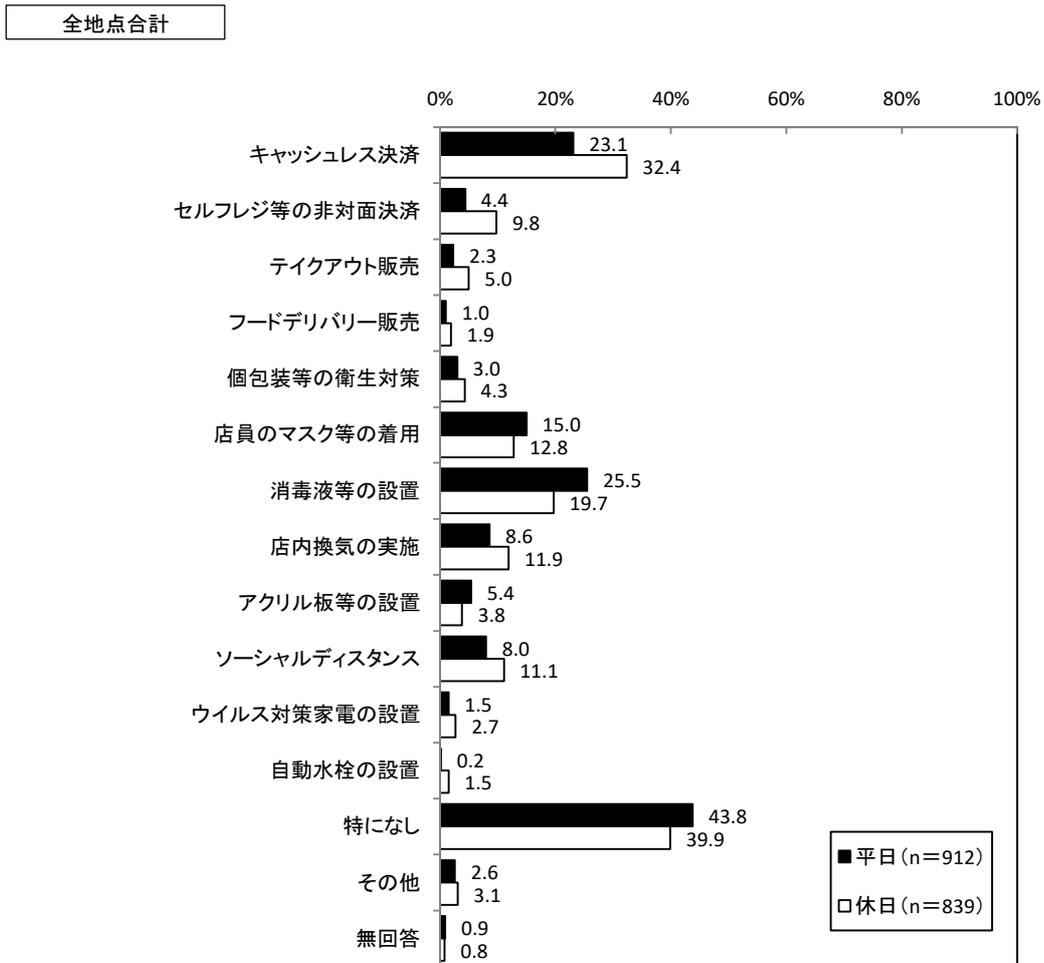
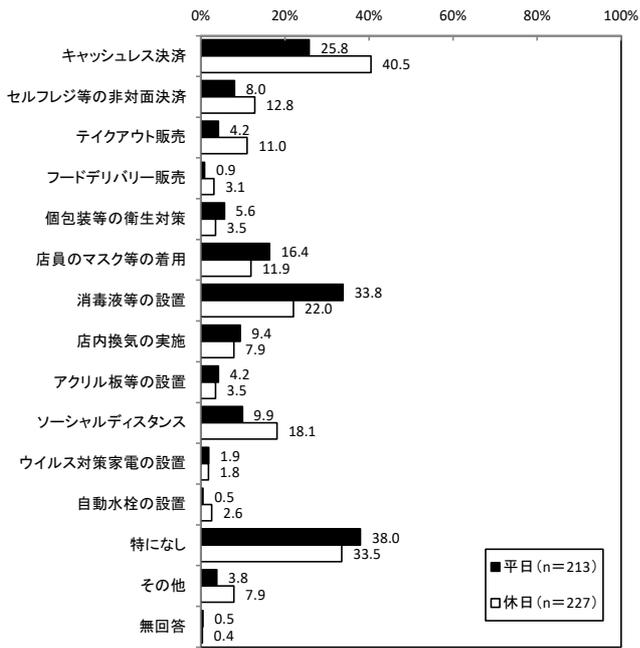
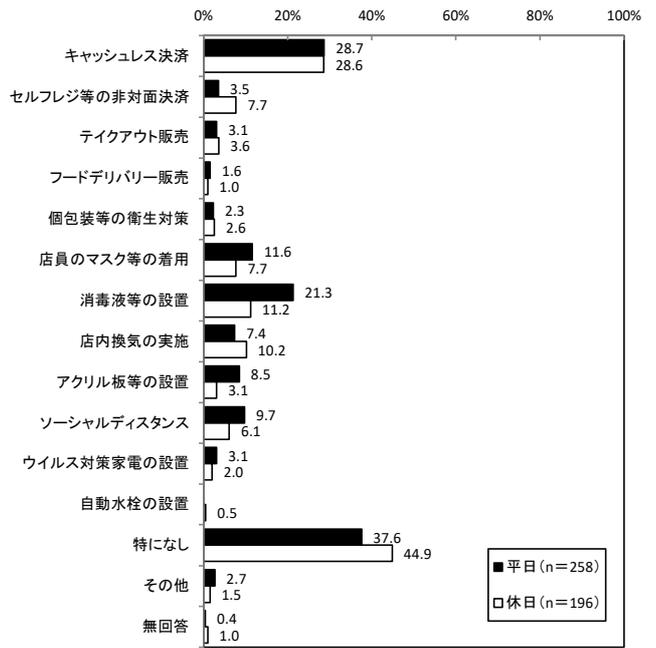


図 4-48 店舗利用の際の重視(1)

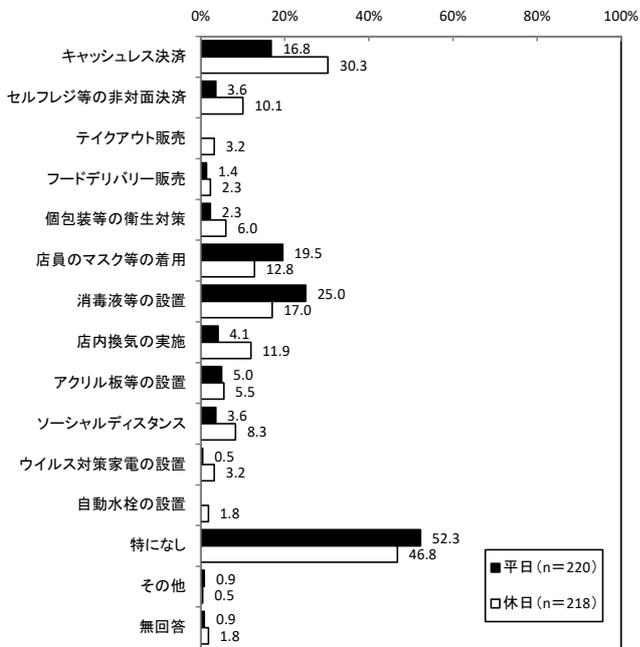
橋本北口



橋本南口



相模原



相模大野

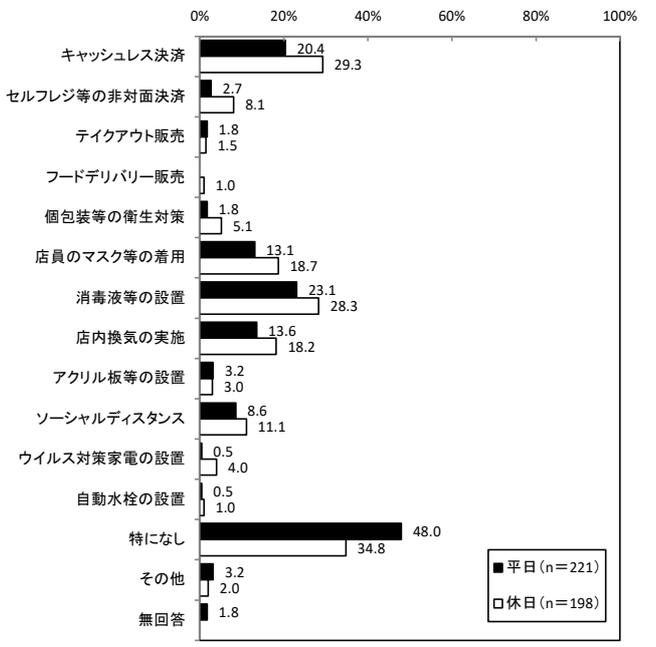


図 4-49 店舗利用の際の重視(2)

(19) コロナ前の決済方法 [問 15 複数回答]

問：コロナ前においてよく利用していた決済方法はなんですか？

全地点の合計をみると、平日休日ともに「現金」の割合が最も高く、約8割となっている。次いで「クレジットカード」の割合が約3割となっている。

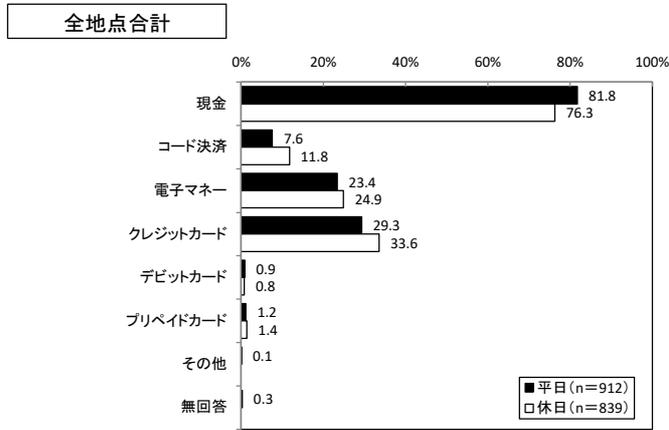


図 4-50 コロナ前の決済方法(1)

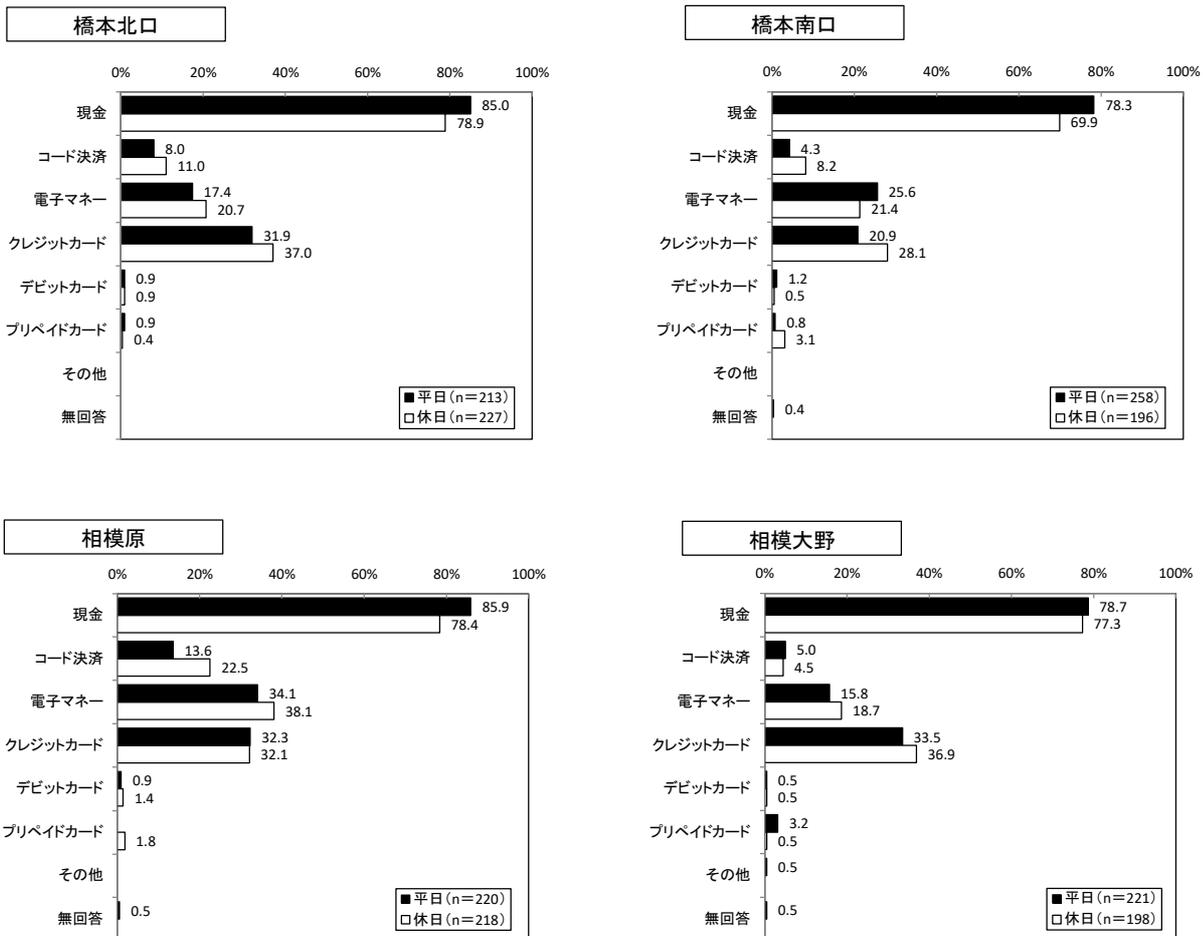


図 4-51 コロナ前の決済方法(2)

(20) コロナ禍での決済方法 [問 16 複数回答]

問：コロナ禍においてよく利用する決済方法はなんですか？

全地点の合計をみると、平日休日ともに「現金」の割合が最も高く、約6～7割となっている。次いで「クレジットカード」、「電子マネー」が3割を超えている。

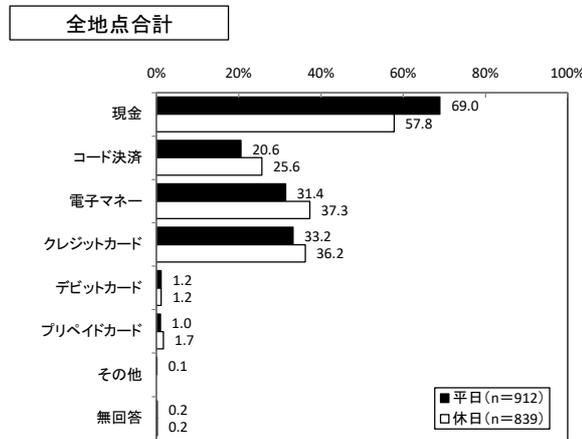


図 4-52 コロナ禍での決済方法(1)

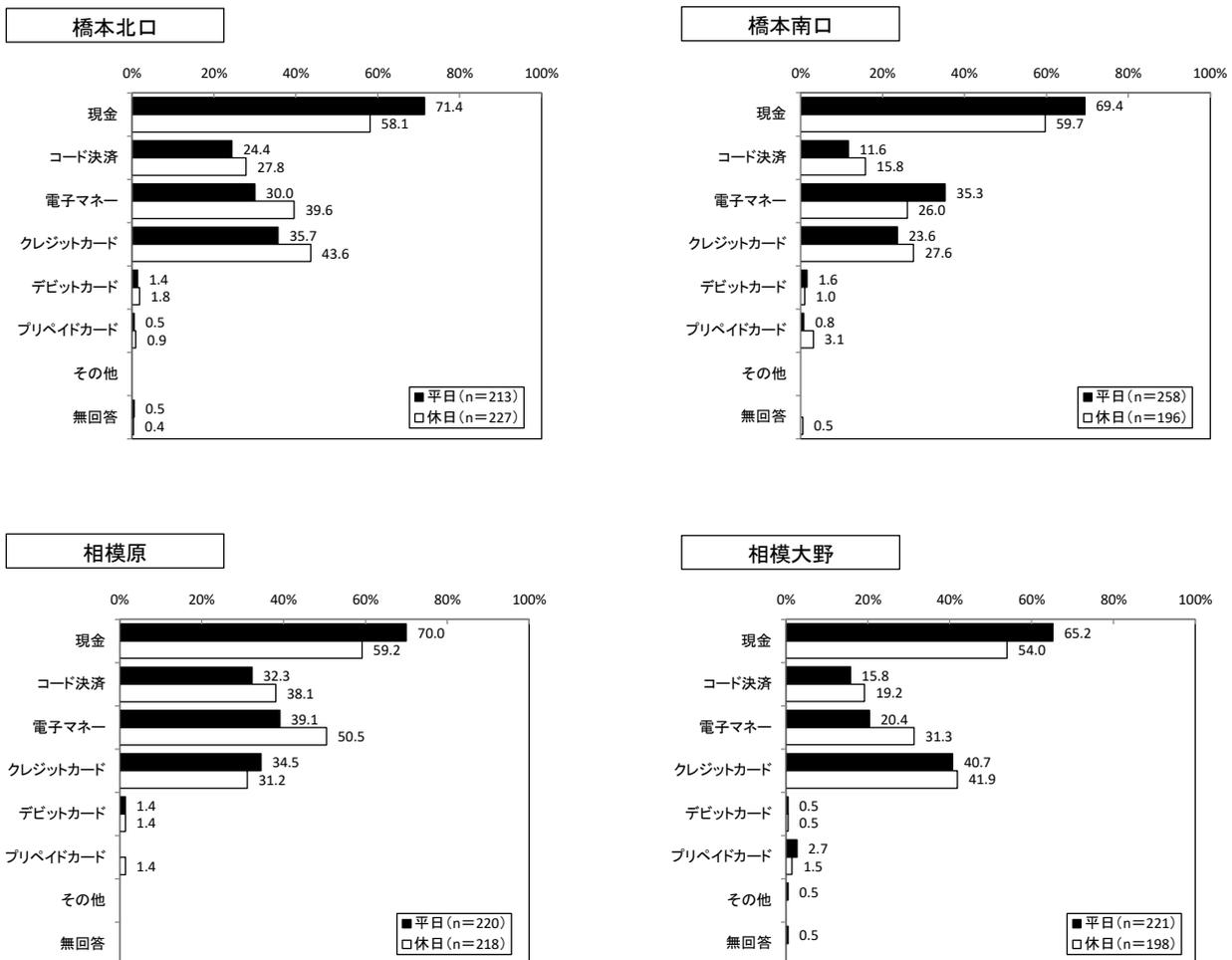


図 4-53 コロナ禍での決済方法(2)

(21) コロナ禍の影響による決済方法の変化

全地点の合計をみると、コロナ禍以前と比較して、「現金」の割合が約2割減少した。一方で、「コード決済」、「電子マネー」、「クレジットカード」等のキャッシュレス決済の割合が増加しており、特に「コード決済」の割合が大幅に増加した。

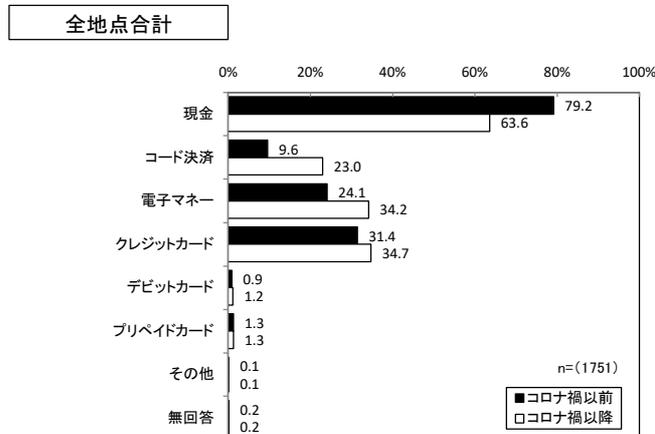


図4-54 決済方法の変化(1)

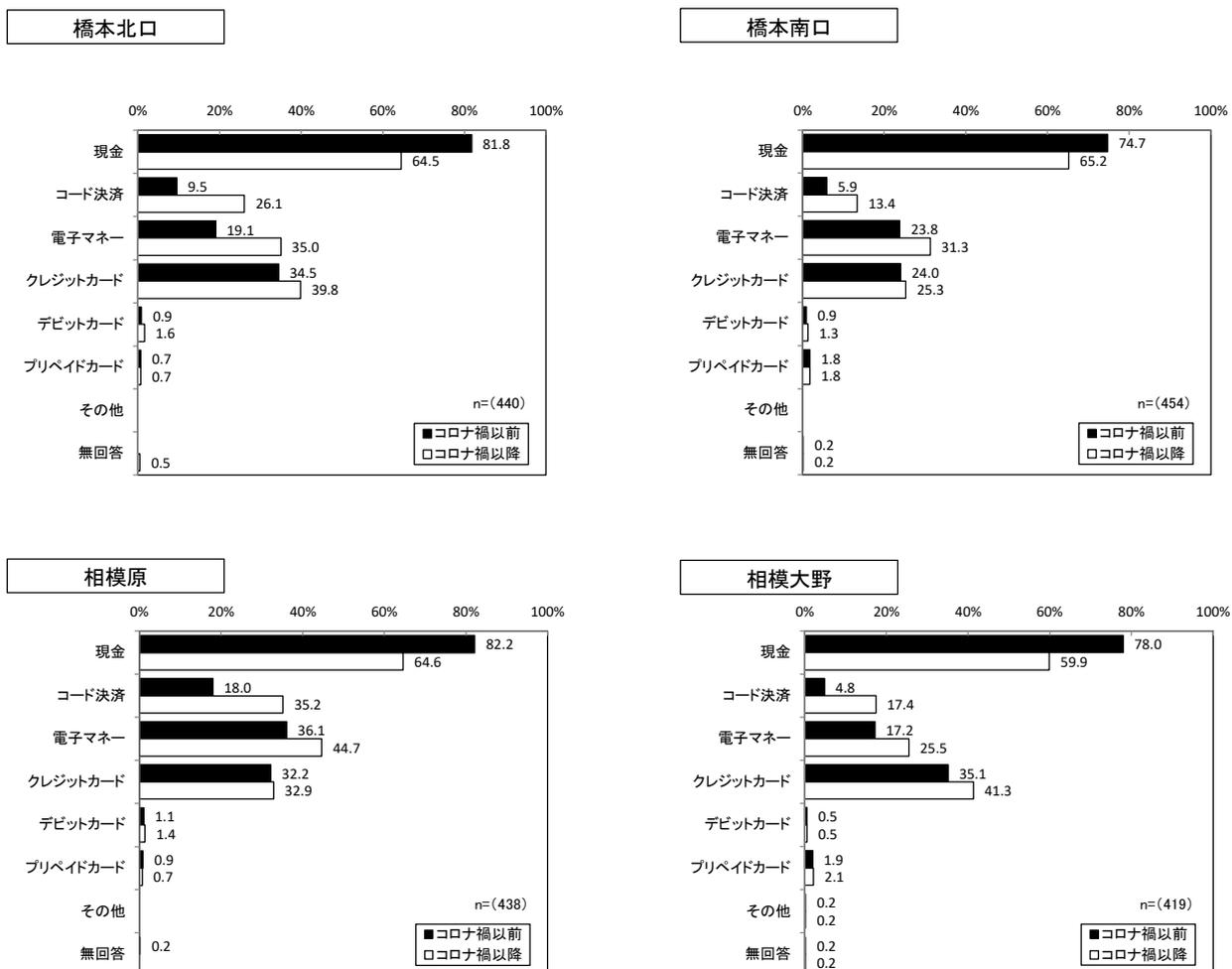


図4-55 決済方法の変化(2)

令和4年度 相模原市商業実態調査報告書
～通行量調査、買物行動調査及び来街者調査～
ダイジェスト版

令和5年2月発行

- 発行 相模原市 環境経済局 産業・雇用対策課 産業まちづくり班
相模原市中央区中央2丁目11番15号
電話 042-769-9255（直通）
- 調査機関 株式会社アーバントラフィックエンジニアリング 東京事務所
新宿区四谷1丁目20番
電話 03-3351-9551（代表）
-