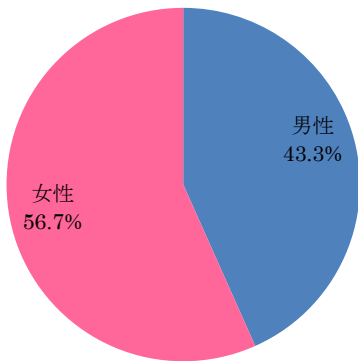


中心市街地の従業員を対象とした 消費購買アンケートの結果について

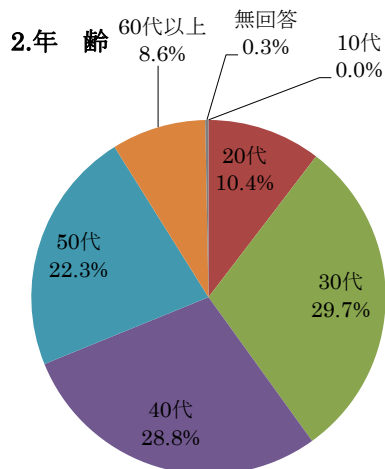
【調査の概要】

1. 目的 中心市街地で働く従業員を対象に消費購買動向に関するアンケートを実施し、今後の販売促進の参考とする。
- 2 調査期間 平成24年11月16日（金）～11月26日（月）
- 3 対象 中心市街地の事業所で勤務する従業員 784名
（中心市街地の事業所 284社）
- 4 調査方法 郵送による調査
- 5 回答数 337名（回収率42.9%）
- 6 回答者属性

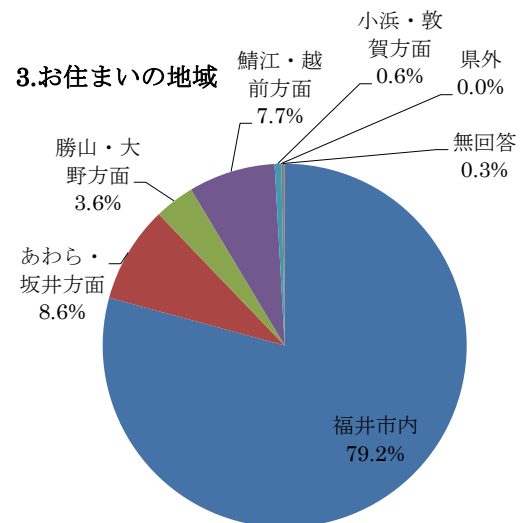
1.性別



2.年齢



3.お住まいの地域

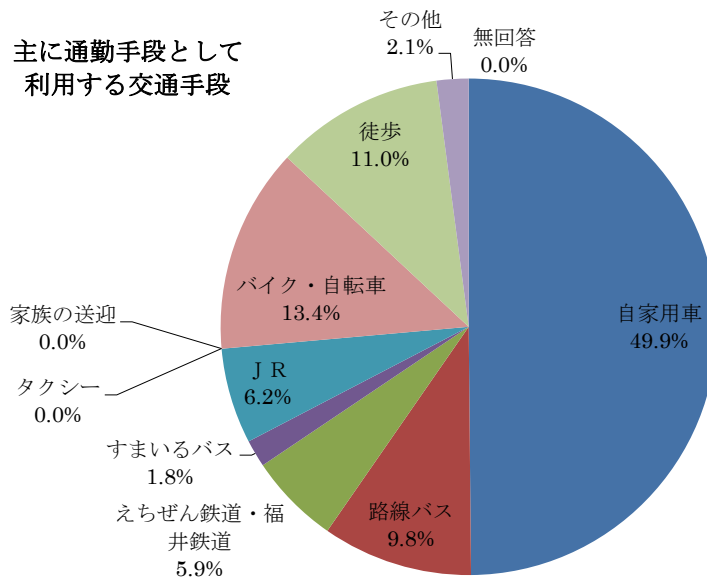


【調査結果】

通勤時の交通手段と駐車場について

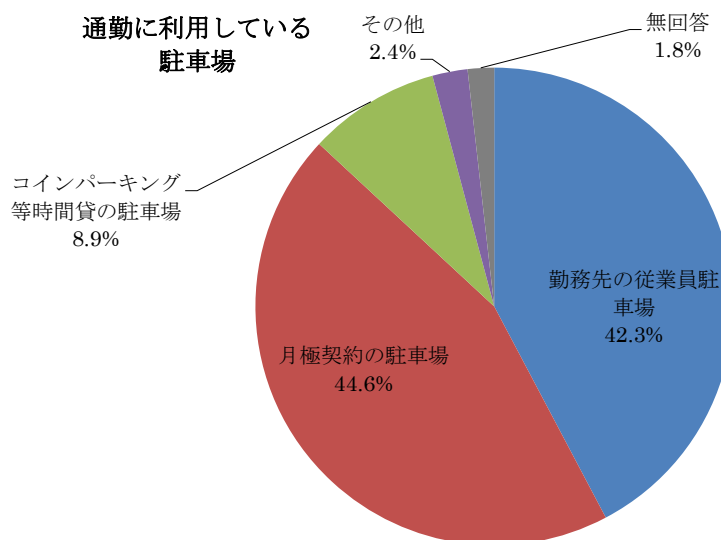
1. 通勤に利用する交通手段

「自家用車」が 49.9%と最も多くなっている。公共交通に関しては、「路線バス」9.8%、「JR」6.2%、「えちぜん鉄道・福井鉄道」5.9%、「すまいるバス」1.8%の合計で 23.7%となっている。



2. 通勤に利用している駐車場

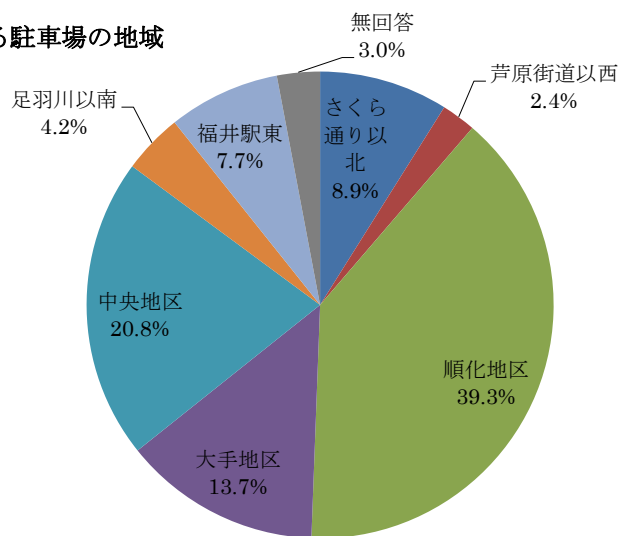
通勤に利用している駐車場は「月極契約の駐車場」44.6%が最も多く、次いで「勤務先の従業員駐車場」42.3%となっており、合計で 86.9%を占めている。また、「コインパーキング等時間貸の駐車場」8.9%も見受けられた。



3. 通勤に利用している駐車場の地域

通勤に利用している駐車場の地域は「順化地区」39.3%が最も多く、次いで「中央地区」20.8%、「大手地区」13.7%となっている。

通勤に利用している駐車場の地域

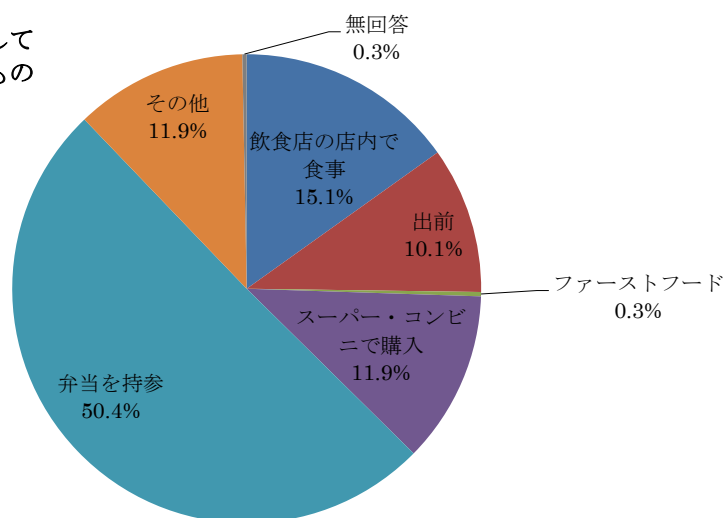


勤務日の昼食について

4. 勤務日の昼食について

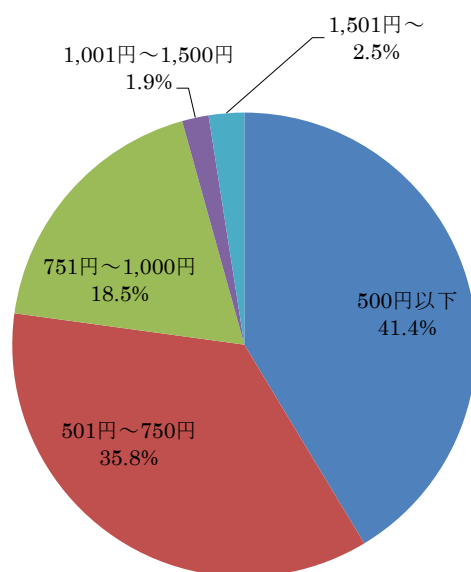
「弁当を持参」が50.4%と約半数を占め、次いで「飲食店の店内で食事」15.1%、「スーパー・コンビニで購入」11.9%となっている。

勤務日の昼食として最も頻度が高いもの



5. 「弁当を持参」する人以外の昼食の価格帯

勤務日の昼食の価格帯は「500円以下」が41.4%と最も多くなっている。また、750円以下の価格帯が全体の77.2%を占めている。



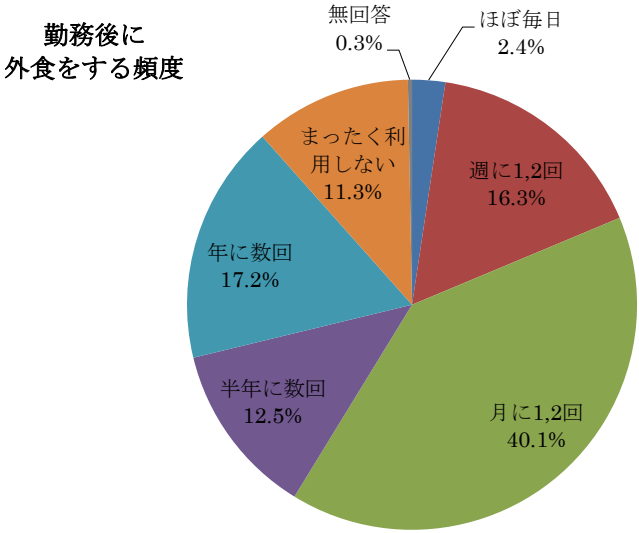
勤務日の昼食の
価格帯

※問7で「弁当を持参」と回答したものを除いて集計

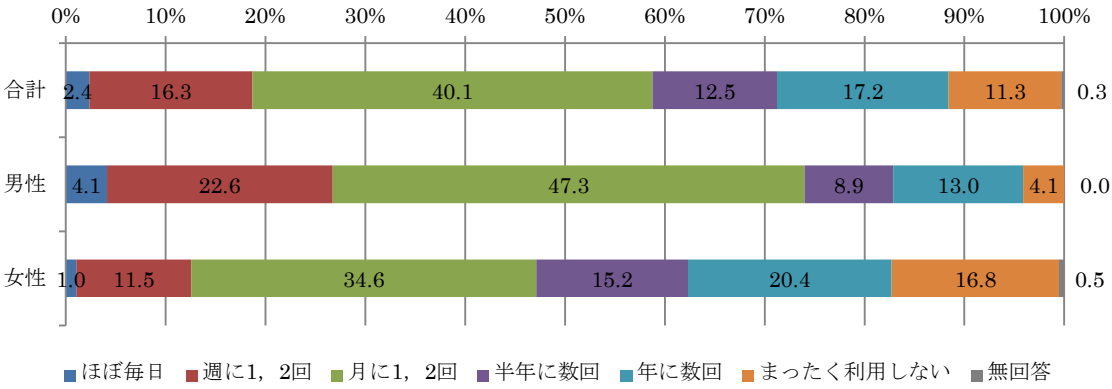
勤務後の外食について

6. 勤務後に外食をする頻度

勤務後に外食をする頻度については「ほぼ毎日」2.4%、「週に1,2回」16.3%と、週に1回以上が合計で18.7%となっている。男女別にみると、勤務後に週に1回以上外食する男性は26.7%、女性は12.5%となっており、男性が女性の2倍以上となっている。



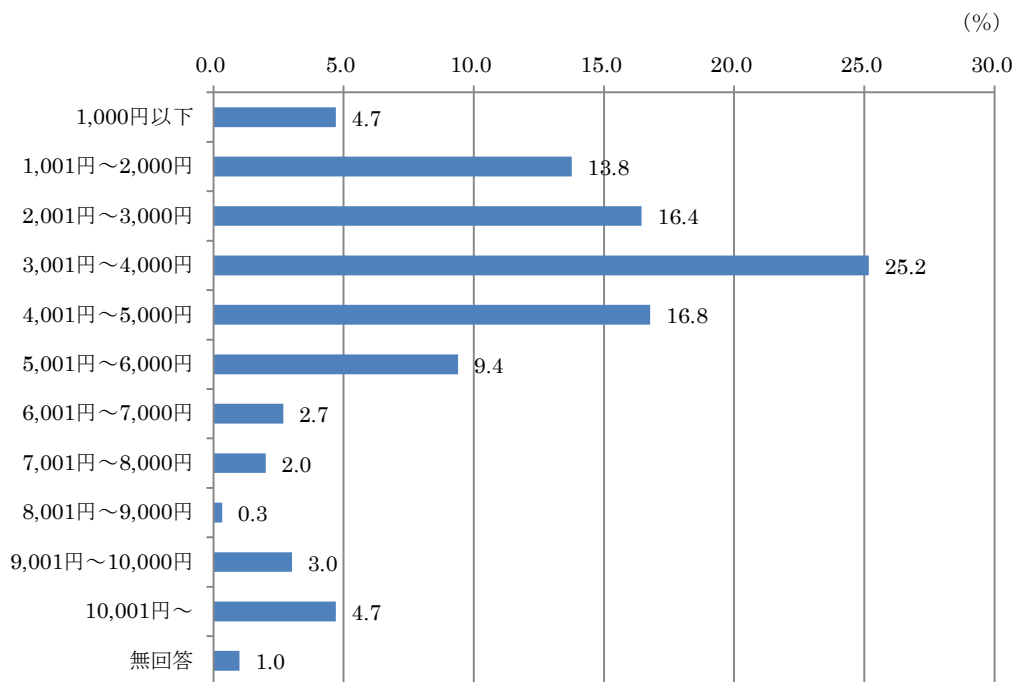
勤務後の夕食に飲食店等で外食する頻度（男女別）



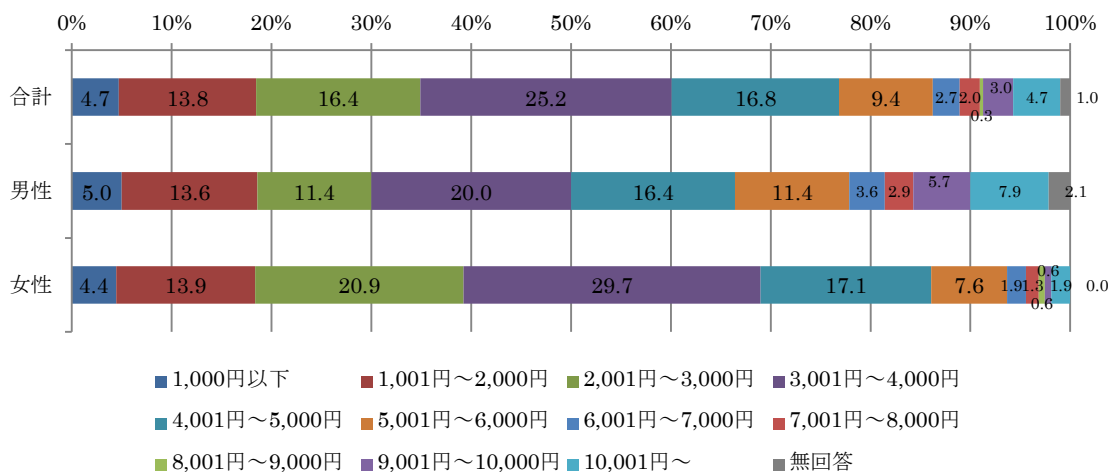
7. 勤務後の外食の支払い金額として最も多い価格帯

一回当たりの支払い金額は「3,001円～4,000円」が25.2%と最も多くなっている。男女別にみると、男性では4,000円以上の支払が合計で50.0%と半数を占めるのに対し、女性では合計で31.1%となっている。

勤務後の外食の支払金額（最も多い価格帯）



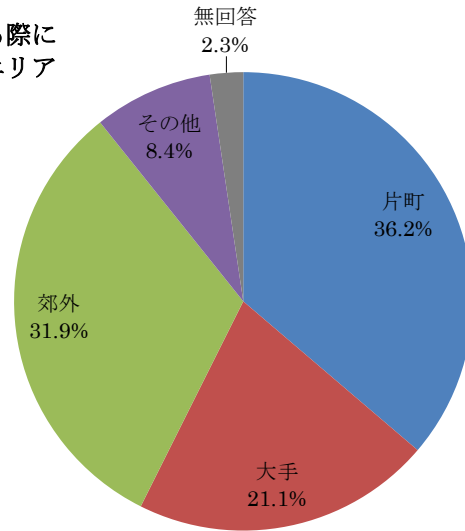
勤務後の外食の支払金額（最も多い価格帯）（男女別）



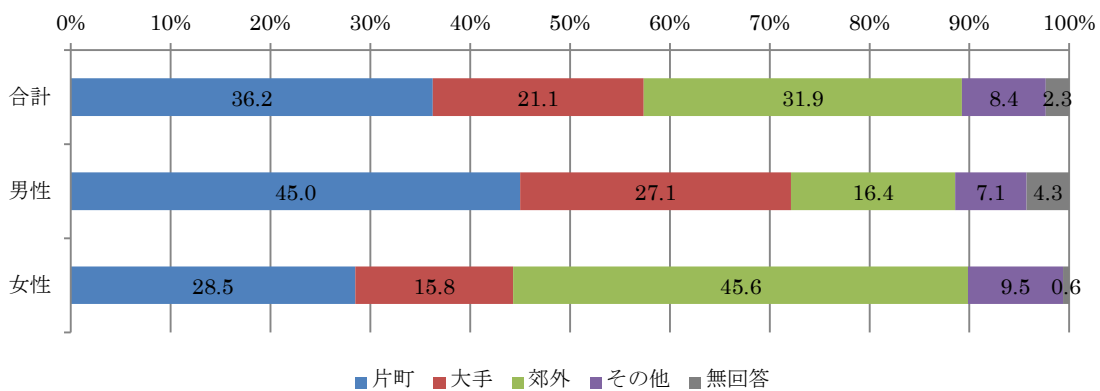
8. 勤務後に外食をする際に最もよく利用するエリア

「片町」36.2%、「郊外」31.9%、次いで「大手」21.1%の順となっている。男女別にみると、男性では「片町」が45.0%と最も多く、女性では「郊外」が45.6%と最も多くなっている。

勤務後に外食をする際に最もよく利用するエリア



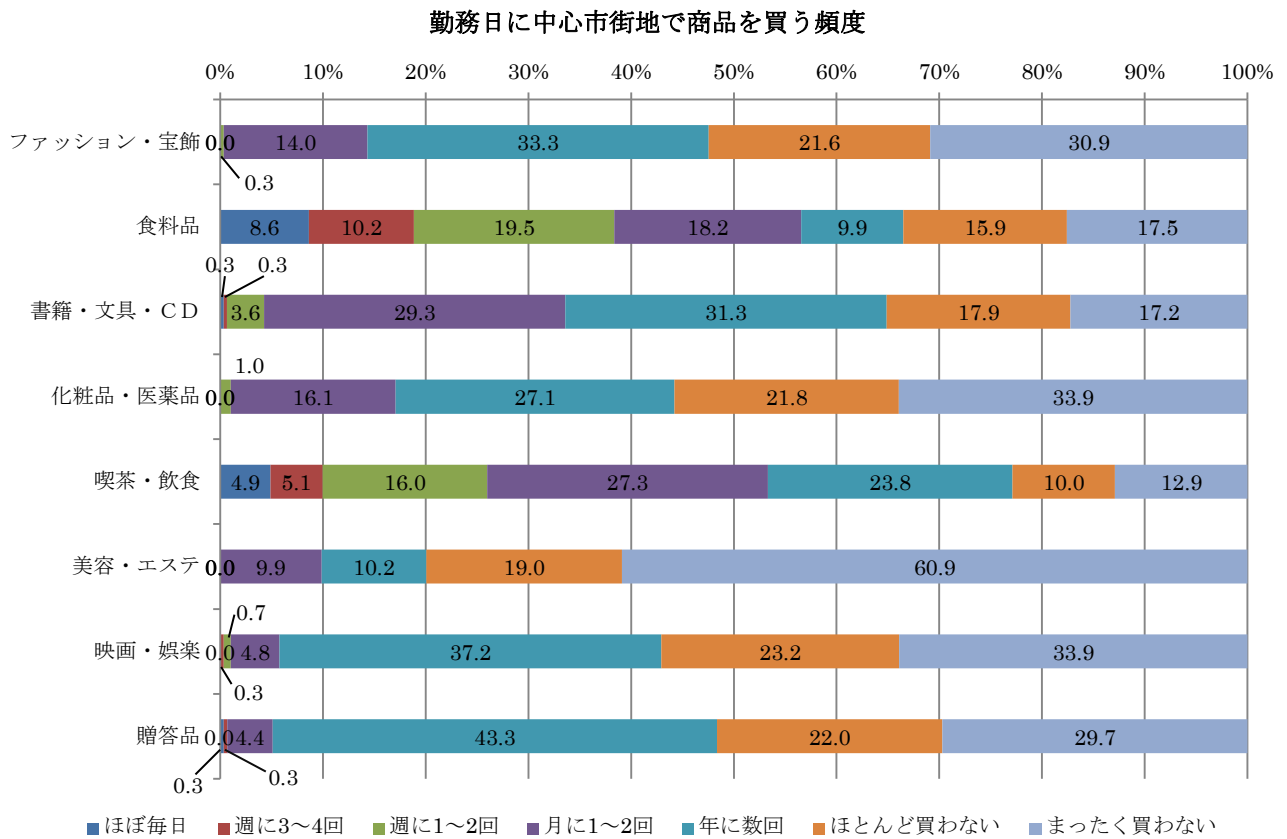
勤務後に飲食店等で夕食をとる際に最もよく利用するエリア



勤務後の中心市街地での買い物について

9. 勤務日に中心市街地で商品を買う頻度

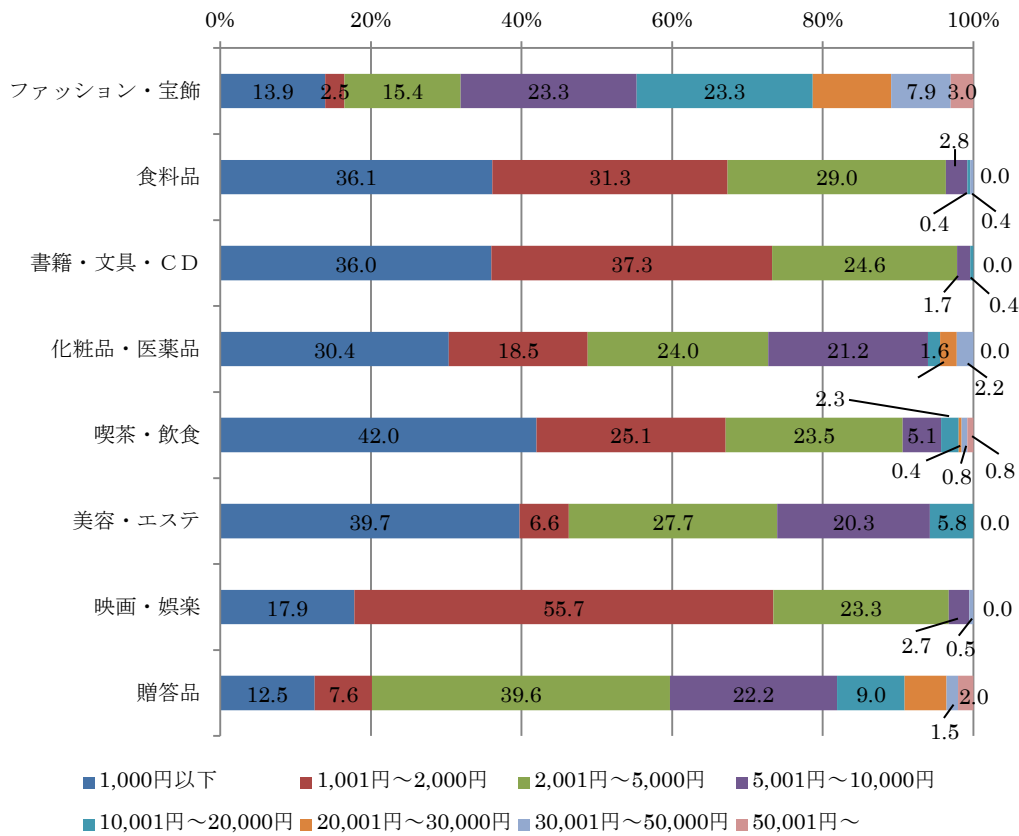
勤務日に中心市街地で週に1回以上の買い物をしている品目は「食料品」38.3%が最も多く、次いで「喫茶・飲食」26.0%となっている。



10. 勤務日に中心市街地で商品を買う際の一回当たりの金額

買い物一回当たりの金額については、2,000円未満の金額が多く、「映画・娯楽」では合計73.6%、「書籍・文具・CD」では合計73.3%、「食料品」では合計67.4%、「喫茶・飲食」では合計67.1%となっている。

勤務日に中心市街地で商品を買う際の一回当たりの金額



1 1. 休日の買い物で商品を買う頻度が高い場所

休日の買い物で商品を買う頻度が高い場所について、「ファッション・雑貨」では「郊外のショッピングセンター」が35.0%と最も多く、次いで「郊外の専門店」21.1%となっている。

「食料品」では「近所のお店」が59.3%と最も多く、次いで「郊外のショッピングセンター」20.8%となっている。「喫茶・飲食」では「郊外の専門店」が46.7%と最も多く、次いで「近所のお店」20.5%と「中心市街地のお店」20.2%が同程度となっている。

「美容・エステ」では、「郊外の専門店」が35.5%と最も多く、次いで「近所のお店」27.6%となっている。「映画・娯楽」では「中心市街地」が42.6%と最も多く、次いで「郊外のショッピングセンター」28.8%となっており、中心市街地と郊外の二極化がみられる。

