

調査結果報告書

集計数	全体	～20・30代	40・50代	60・70代～
	3,965	389	1,414	2,133

居住地及び商業地の地区割りについて

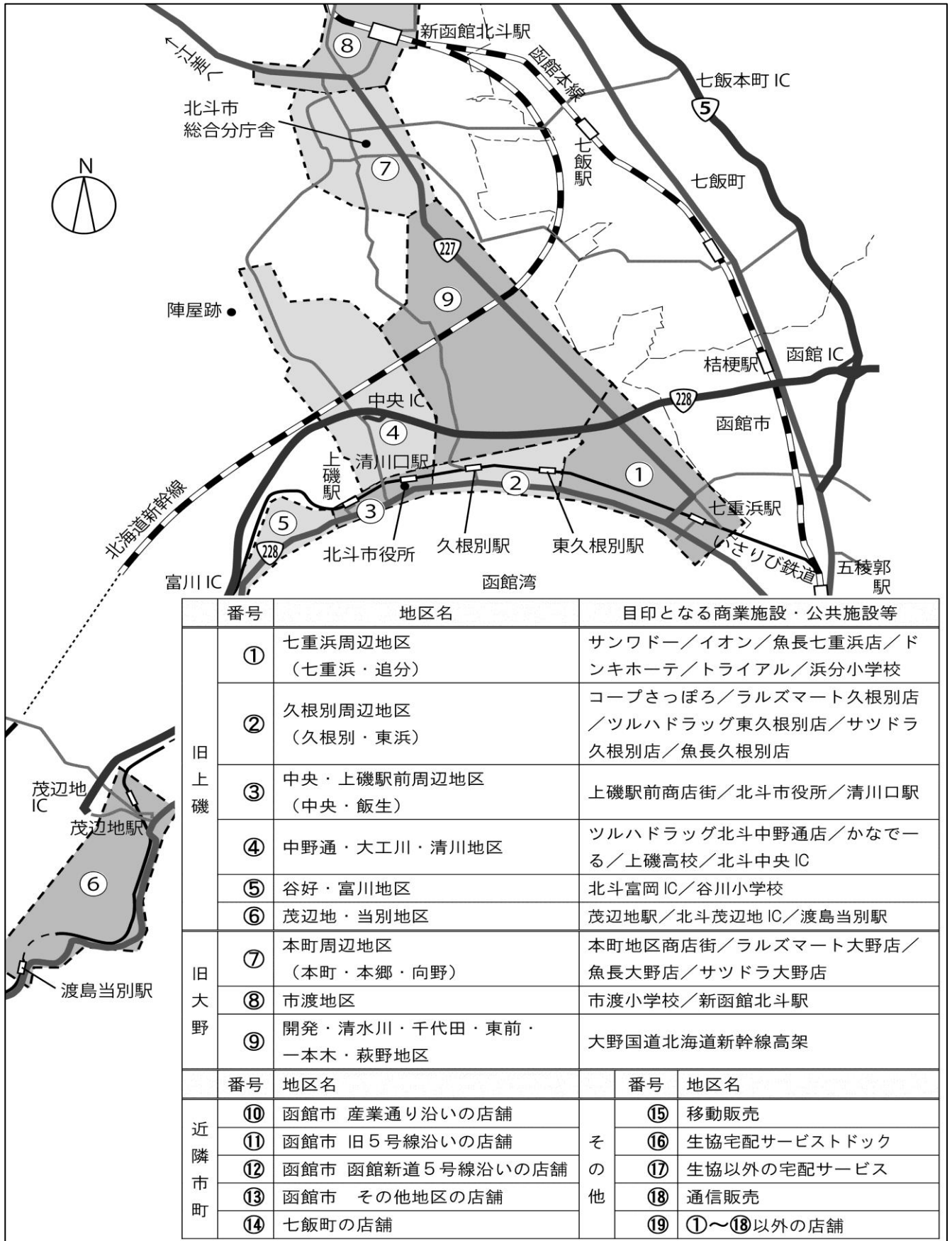
【居住地区分】

地区別分析で利用している居住地区分は下記のとおりとした。
 当消費動向調査を行う上で商業施設への導線に配慮した区分けのため、行政の区分と一部異なる。

地区名	地区に含む町名	地区に含む商業地									
旧 上 磯 町	① 浜分地区	01. 七重浜 02. 追分	① 七重浜周辺地区 (七重浜・追分)								
	② 久根別地区	03. 久根別 04. 東浜		② 久根別周辺地区 (久根別・東浜)							
		③ 中央・上磯駅前周辺南地区	05. 中央 07. 飯生 08. 常磐 09. 公園通 10. 昭和		③ 中央・上磯駅前周辺地区 (中央・飯生)						
	④ 中野通・沖川・上磯駅前周辺北地区		06. 中野通 11. 大工川 12. 押上 13. 中野 14. 野崎 15. 清川	④ 中野通・大工川・清川地区							
			⑤ 添山・桜岱・谷川地区			16. 添山 17. 水無 18. 三好 19. 桜岱 20. 峨朗 21. 戸切地 22. 谷好 23. 富川 24. 飯野	⑤ 谷好・富川地区				
						⑥ 茂辺地・石別地区		25. 矢不来 26. 茂辺地 27. 茂辺地市ノ渡 28. 当別 29. 三ツ石	⑥ 茂辺地・当別地区		
		⑦ 本町地区			30. 本町 31. 本郷 32. 白川 33. 細入 34. 村内 35. 文月 36. 向野			⑦ 本町周辺地区 (本町・本郷・向野)			
					⑧ 市渡・中山地区					37. 市渡 38. 稲里 46. 中山 47. 村山	⑧ 市渡地区
	⑨ 萩野・島川地区			39. 開発 40. 東前 41. 萩野 42. 一本木 43. 千代田 44. 清水川 45. 南大野						⑨ 開発・清水川・千代田・東前・一本木・萩野地区 (略記：萩野・島川地区)	

【商業地の地区割り】

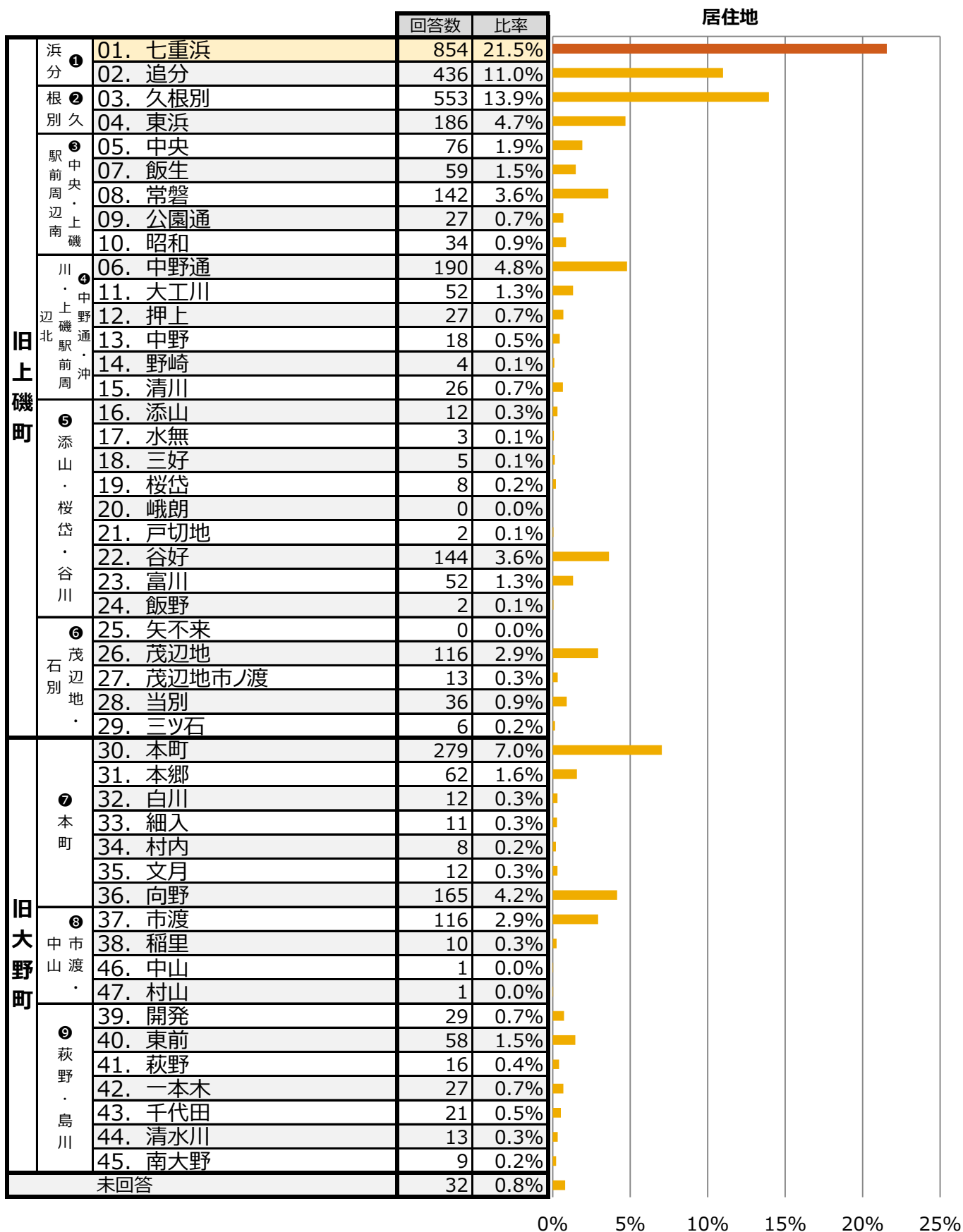
地域特性及び交通網などを考慮し、市内の商業地の区割りを下記のとおりとした。



回答者の居住地

【居住地】

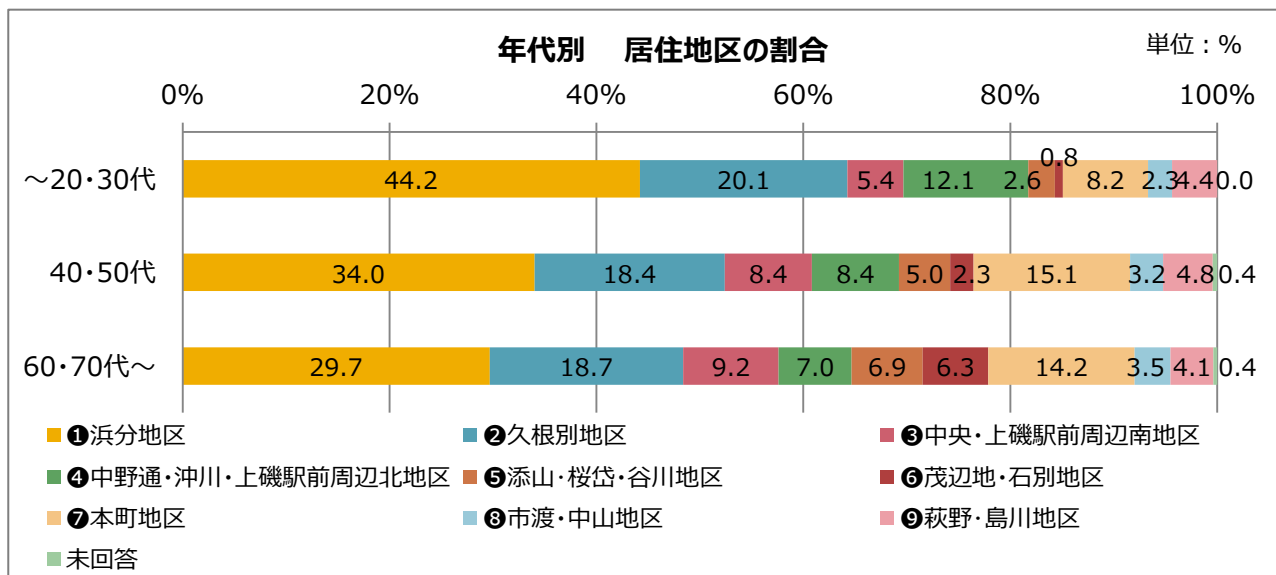
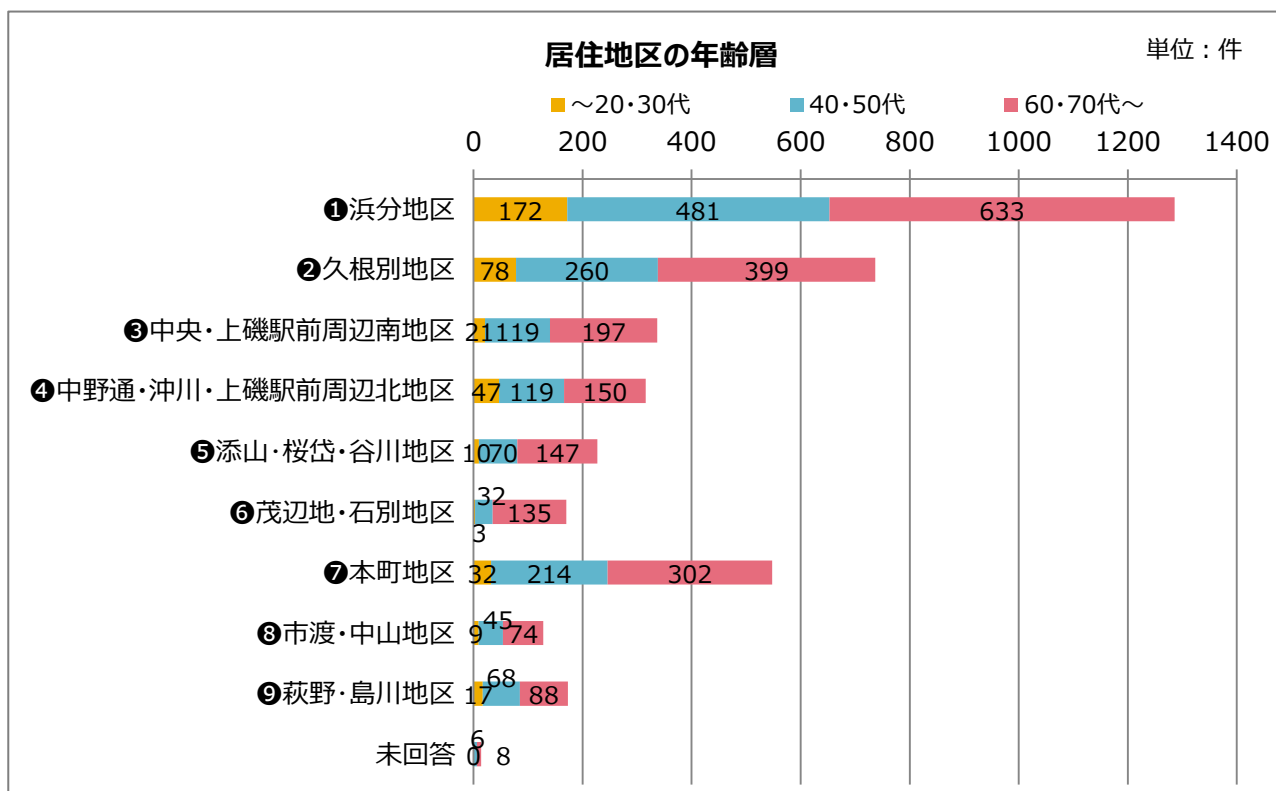
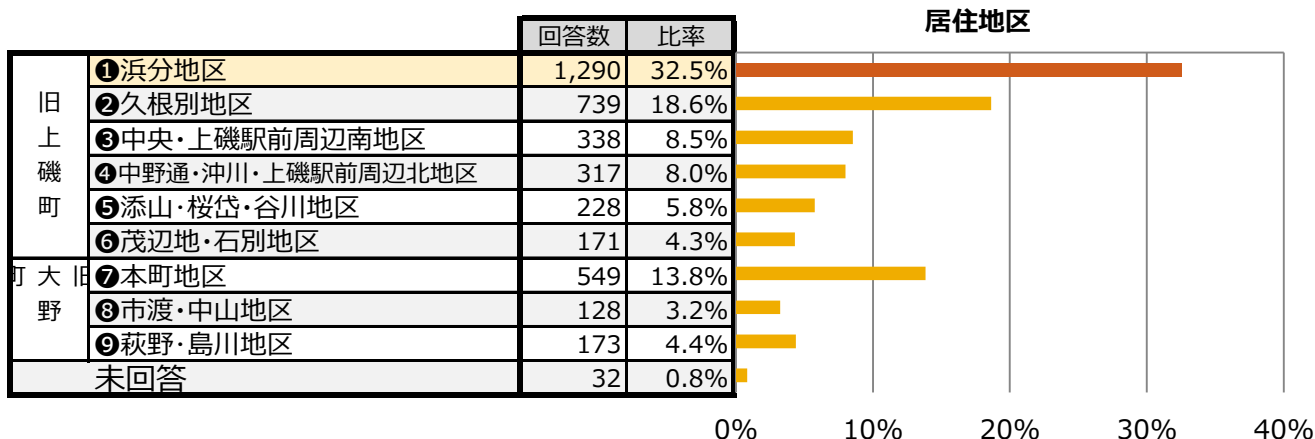
回答者の居住地は、七重浜が最も多く21.5%で、次いで久根別の13.9%であった。



0% 5% 10% 15% 20% 25%

【居住地区】

地区分けでは①浜分地区が32.5%で、隣接する久根別地区と合わせると50%を占める。
年代別では、特に20～30歳代が①浜分～④上磯駅前周辺北の旧上磯中心地に集中している。

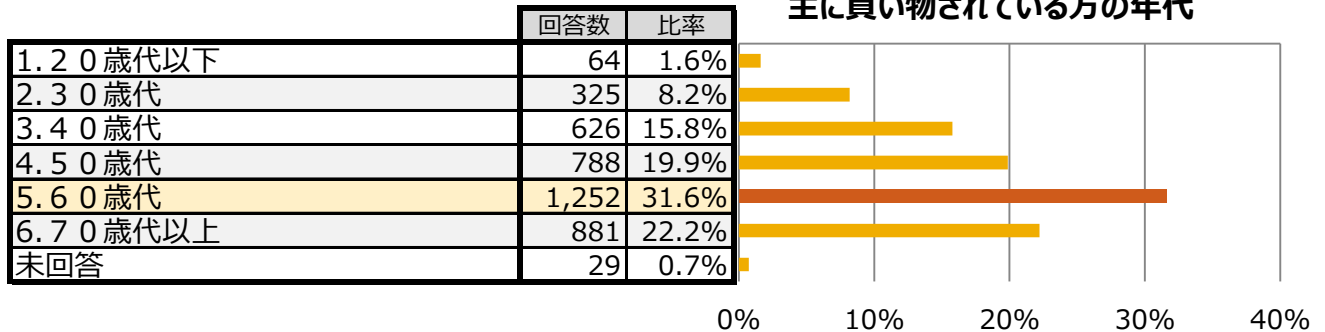


回答者の年代

回答者は、「60歳代」が最も多く、全体の31.6%になる。
 年代別集計は、下記の年代別回答者数を未回答を除き「20歳代以下・30歳代（～20・30代）」
 「40歳代・50歳代(40・50代)」 「60歳代・70歳代以上(60・70代～)」の3段階に区切って集計を
 行った。「60・70代～」が半数以上の54.2%にのぼった。

※今回のアンケート調査では、主に普段お買物されている方に回答を依頼したため、回答者の年代＝
 買い物されている方の年代となる。

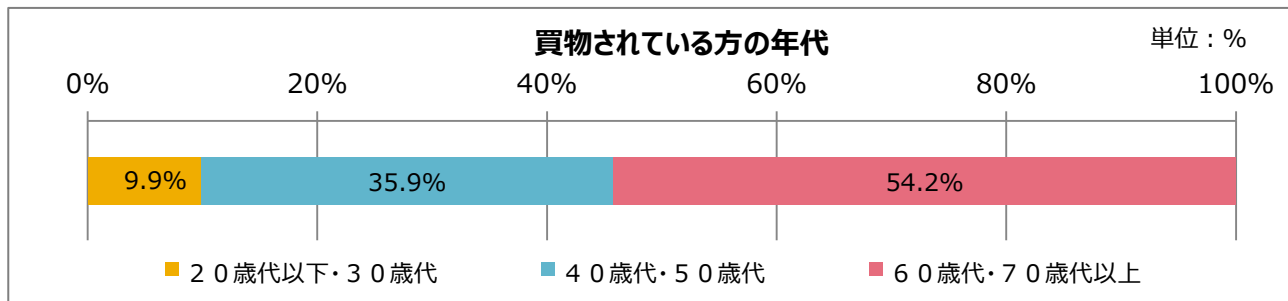
主に買い物されている方の年代



	回答数	比率
20歳代以下・30歳代	389	9.9%
40歳代・50歳代	1,414	35.9%
60歳代・70歳代以上	2,133	54.2%

買物されている方の年代

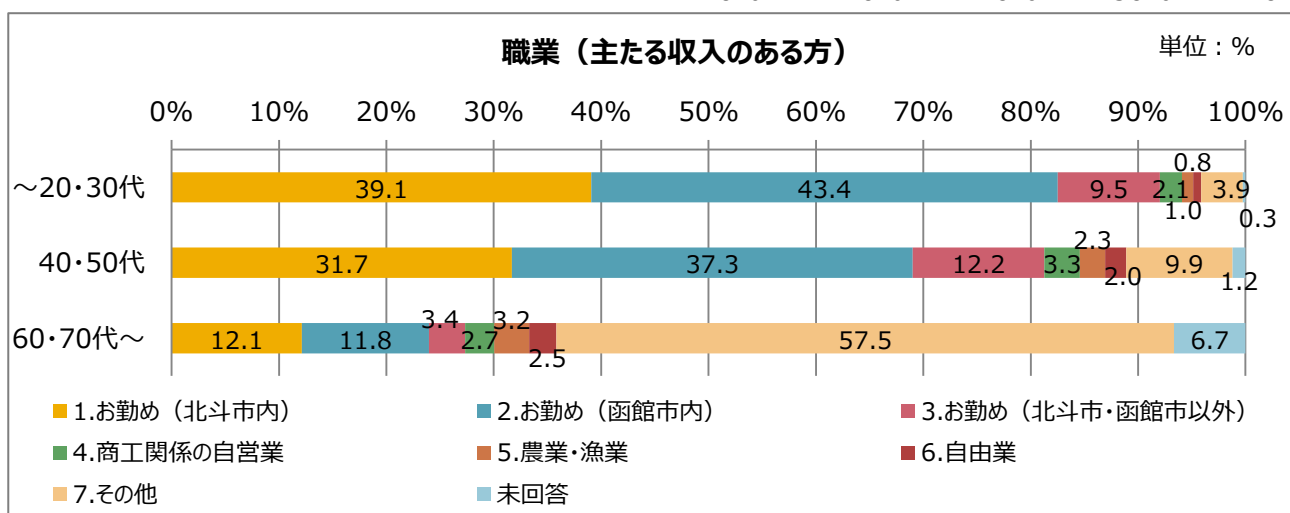
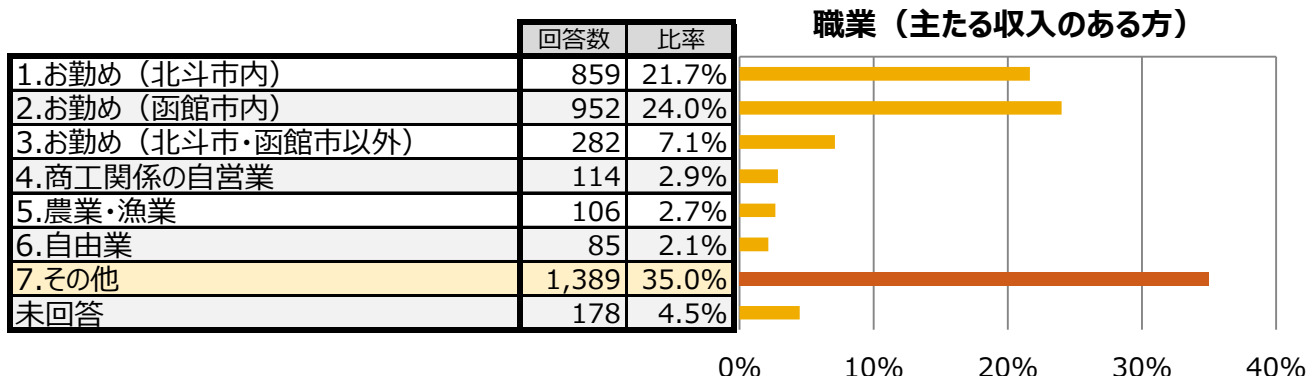
単位：%



職業

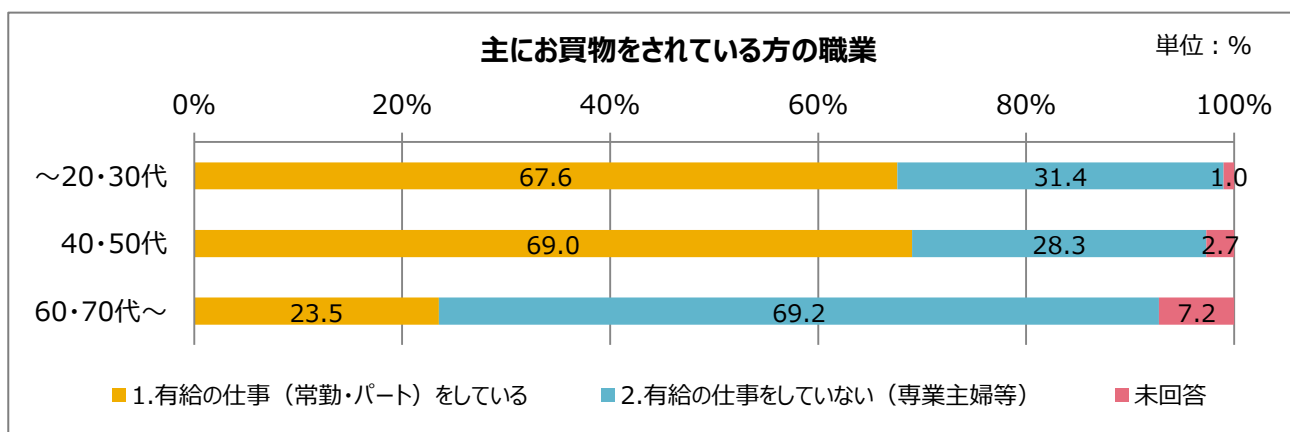
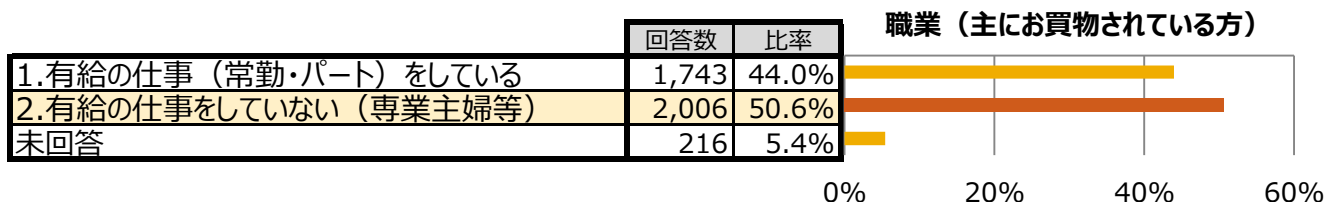
【主たる収入のある方の職業】

主たる収入のある方の職業は、「その他」が35%と一番多かった。これは、回答者の年齢層が「60・70代～」が半数以上であるためで、その他回答者の収入源が主に年金等とみられる。



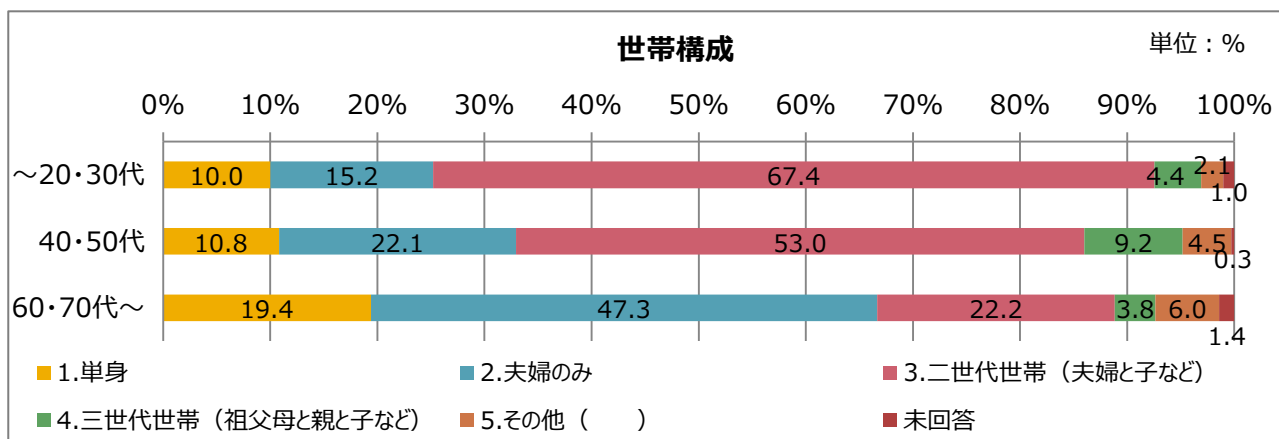
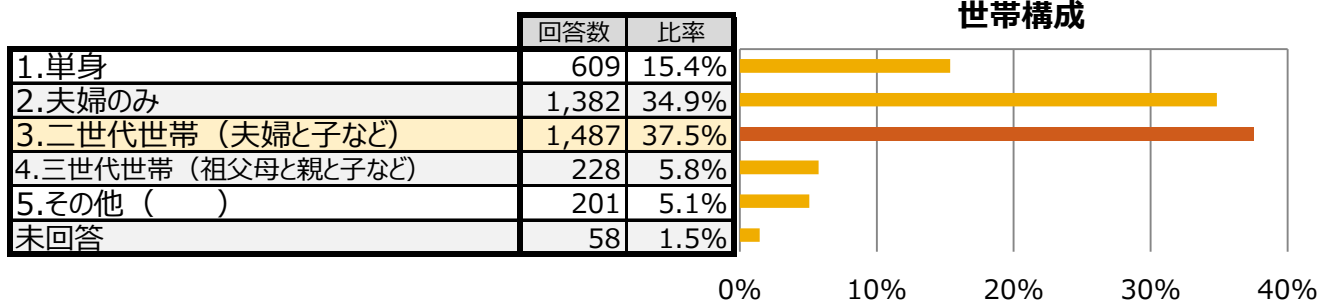
【主に買い物されている方の職業】

主に買い物されている方の職業は、「有給の仕事をしていない」が50.6%で、「有給の仕事をしている」の44%を少し上回っている。
年代別では、「～20・30代」「40・50代」で「有給の仕事をしている」が70%近くとなり、逆転している。



世帯構成

世帯構成では、「二世帯世帯」が37.5%で最も多く、次いで「夫婦のみ」の34.9%であった。
 年代別では、「～20・30代」「40・50代」で「二世帯世帯」が共に半数以上となっている。



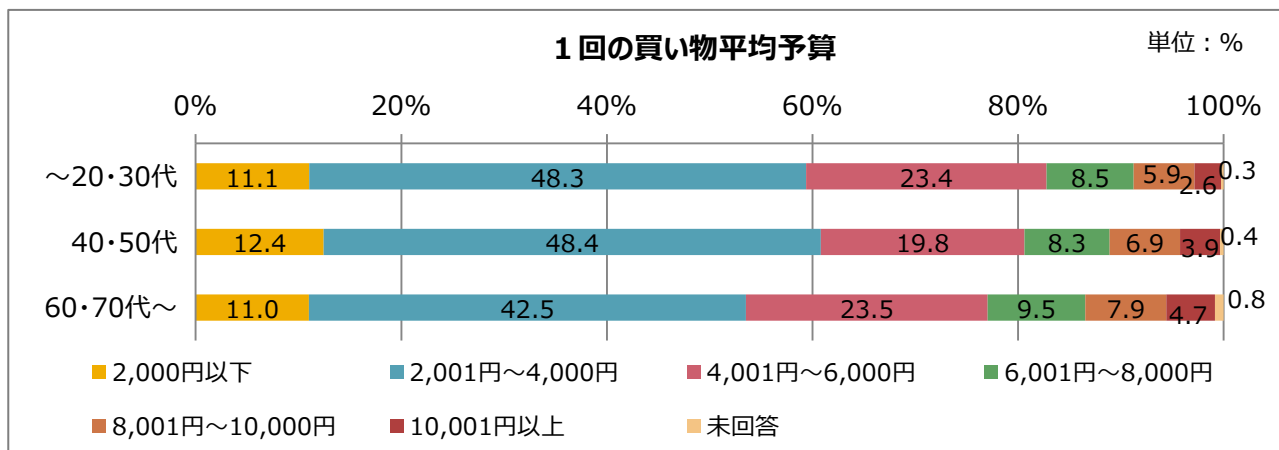
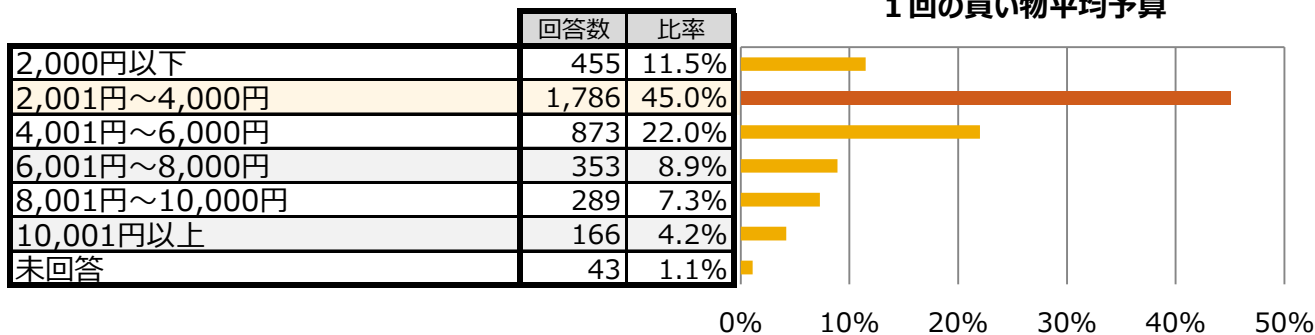
その他回答の内容

- | | |
|---------|--------|
| 兄弟・姉妹等 | 4 世帯 |
| 子供夫婦と同居 | 親の妹と同居 |
| 内縁 | 共同生活 |
| 片親と子 | |
| 孫と祖父母等 | |
| 同職場 | |

1回の買い物平均予算

1回の買い物平均予算は、「2,001円～4,000円」が最も多く、45%であった。
年代別でも大きな差はなかったが、「60・70代～」で平均予算が若干高めになっている。

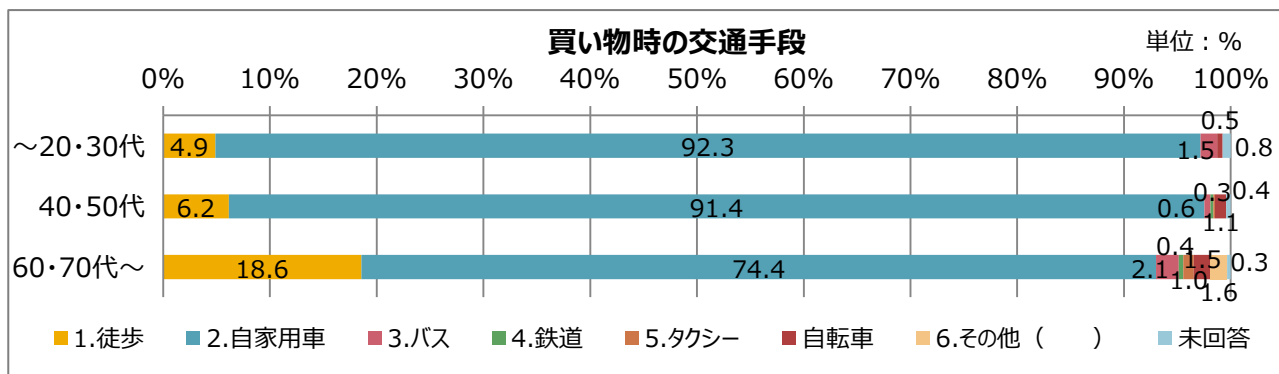
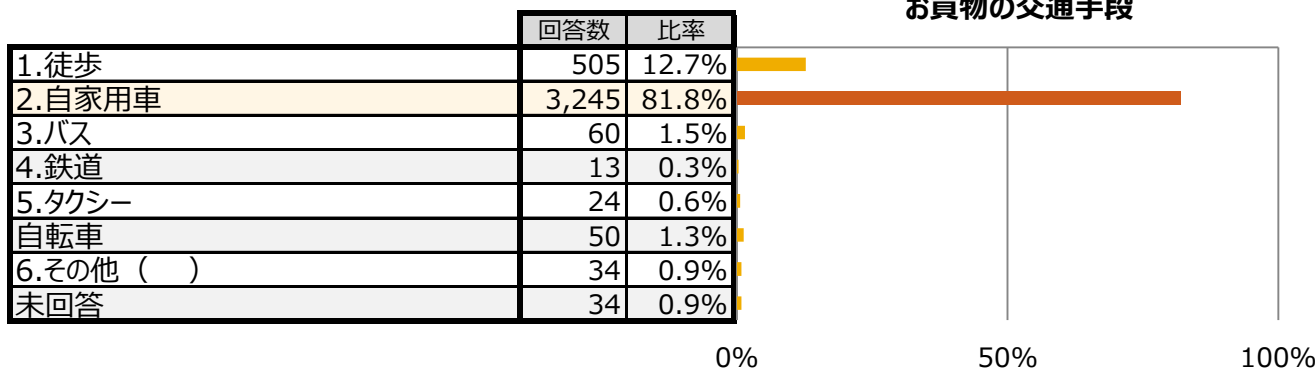
1回の買い物平均予算



買い物の主な交通手段

買物に出かける際に最も多く利用する交通手段は、「自家用車」が81.8%で、年代別にみても共通して非常に高い比率であった。次いで「徒歩」で、「60・70代～」では18.6%であった。

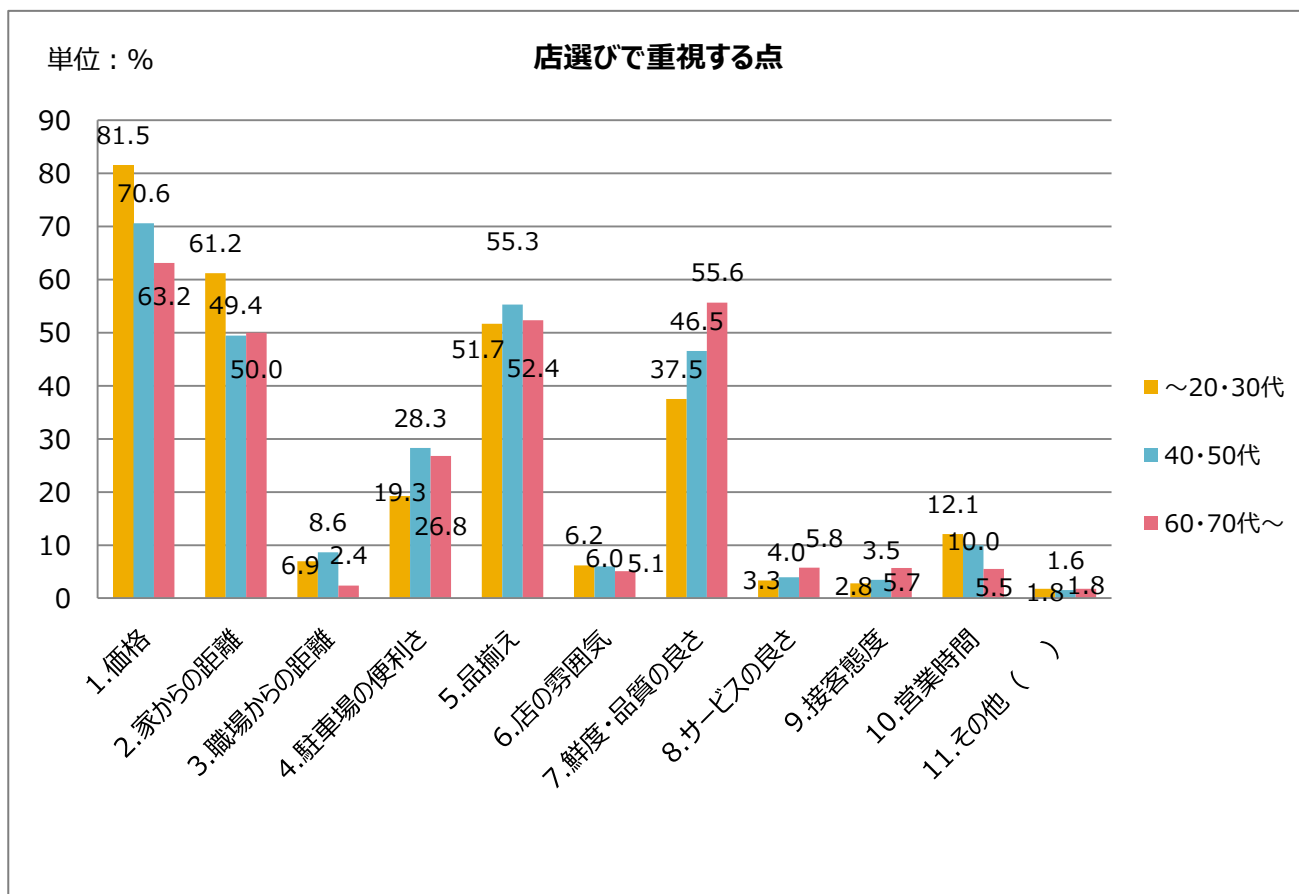
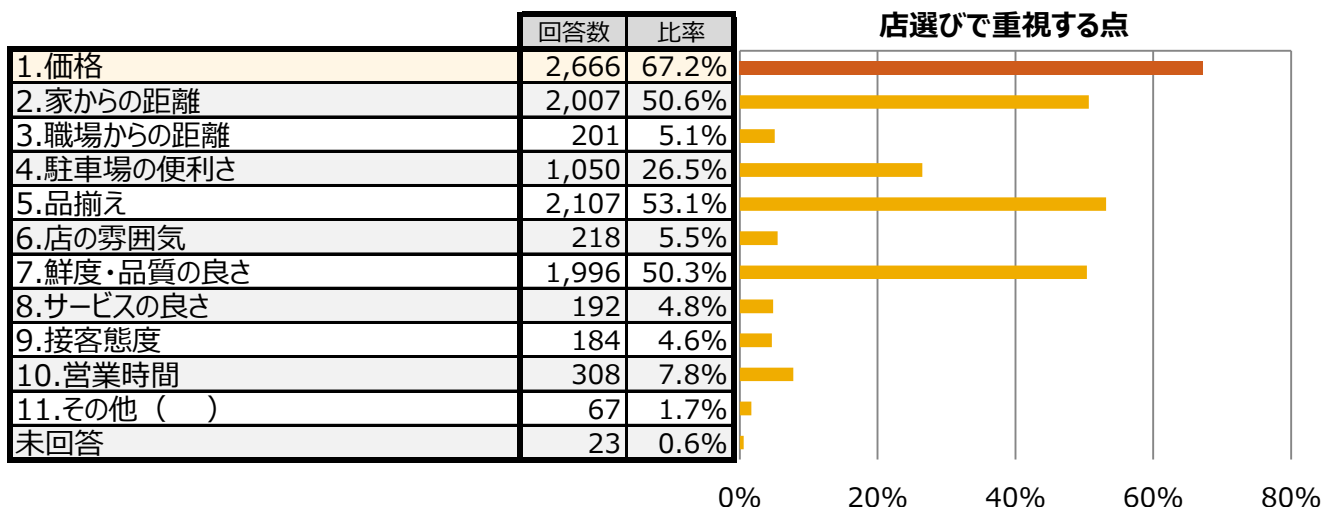
お買物の交通手段



その他回答	電話注文	友人の車
生協等の販売、移動販売	宅配無料	便乗・相乗り
病院のバス	子供の車で	

買物の店舗選びで重視する点

店選びで重視する点では、「価格」が最も多く、67.2%であった。次いで、「品揃え」、「家からの距離」、「鮮度・品質の高さ」で、50%程度の横並びとなった。
 年代別では、若い世代ほど「鮮度・品質の良さ」よりも「価格」が重視され、逆に年代があがるにつれ「鮮度・品質の良さ」が重視される傾向にある。



その他回答	良心的な販売であること	好みの食品
通院の帰りに寄りやすい	なれた場所	安心感
消費税込の価格表示をしているから	職場から帰路路線	食料品店は近くにない
ちらしで選ぶ場合有	病院から近い	生協の会員だから
宅配サービスがある、宅配無料など	ポイントがたまる	
品物の取り扱いの良し悪し特にレジ係	バス停から近い	
ポイント、チャージ、クレカ払いの出来る所	店の大きさが買い物に適している	

買い物・サービス利用状況

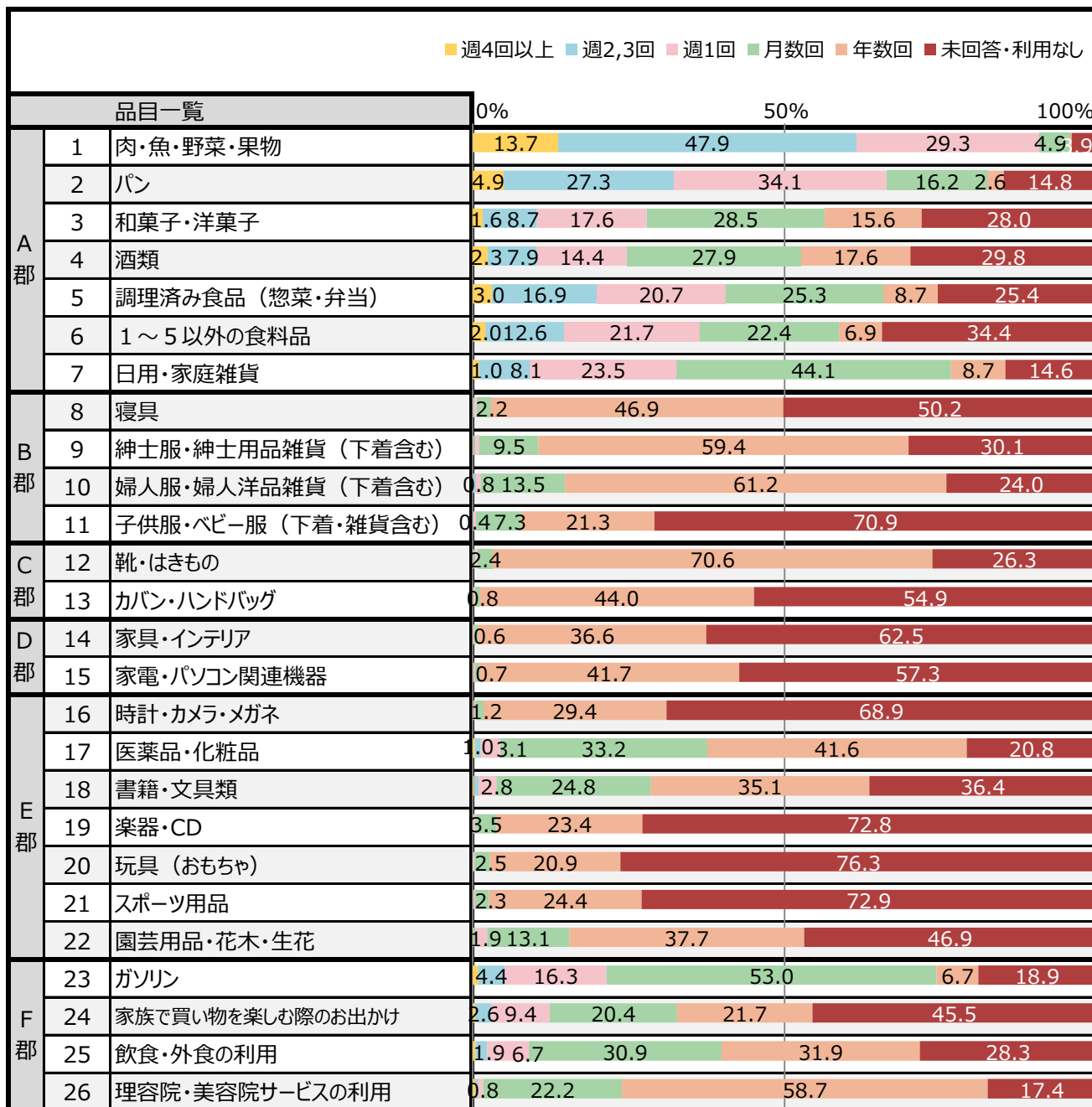
【買い物・サービスの利用頻度】

食品の利用頻度は、生鮮品が週2.3回以上が60%以上と高い頻度となっており、その他の品目も月数回、週1回という回答が多く、定期的な利用がみられる。

日用・家庭雑貨は月数回がもっとも多く44.1%となっている。

品目の中には、利用が一部の世帯に限られる物や、また利用する場合でも「年数回」という物も多く、需要があるタイミングでの販促が欠かせない品目といえる。

※品目の「ガソリン」は当初のアンケート調査票ではE群としていたが、集計結果と利用時の特性から、分析・報告にあたってF群に移行した。



【利用する地区】

利用する地区は品物・サービスによって異なる傾向にあり、A群の「食品」及び「日用・家庭雑貨」は居住地から近い商業地の利用が多いせいか、多数の地域に分かれている。
 B群・C群では、品揃えが豊富な「七重浜周辺地区」や「函館市」の利用が多くみられる。
 D群では、「函館市」の利用が70%前後で、市外流出が顕著となっている。

品物一覧		0%	50%	100%						
A 郡	1 肉・魚・野菜・果物	34.8	38.7	2.8 14.3 6.3 2.1						
	2 パン	32.8	35.4	4.6 1.3 13.5 9.6 1.8						
	3 和菓子・洋菓子	33.3	31.8	5.8 0.9 10.4 14.7 1.9						
	4 酒類	33.8	40.0	1.8 1.6 13.1 6.0 3.1						
	5 調理済み食品（惣菜・弁当）	33.5	38.9	2.9 1.0 12.9 7.9 1.8						
	6 1～5以外の食料品	40.1	32.0	1.6 0.6 10.1 10.5 4.2						
	7 日用・家庭雑貨	45.4	29.6	1.0 3.9 8.3 9.4 2.1						
B 郡	8 寝具	39.1	11.3	40.0	8.8					
	9 紳士服・紳士用品雑貨（下着含む）	49.4	12.5	30.9	6.4					
	10 婦人服・婦人洋品雑貨（下着含む）	47.0	13.8	29.5	8.9					
	11 子供服・ベビー服（下着・雑貨含む）	52.3	9.7	31.0	6.6					
C 郡	12 靴・はきもの	56.2	3.9	31.4	6.9					
	13 カバン・ハンドバッグ	44.7	4.3	36.4	13.5					
D 郡	14 家具・インテリア	22.8	1.3	67.0	8.4					
	15 家電・パソコン関連機器	14.4	1.4	75.2	7.4					
E 郡	16 時計・カメラ・メガネ	31.2	4.3	2.9	53.4	7.0				
	17 医薬品・化粧品	33.2	29.9	0.9	6.3	9.5	13.9	5.9		
	18 書籍・文具類	43.8	11.5	0.7	2.9	35.6	4.5			
	19 楽器・CD	26.3	4.7	50.4	17.8					
	20 玩具（おもちゃ）	23.4	2.5	66.4	7.4					
	21 スポーツ用品	19.1	1.7	71.1	7.3					
	22 園芸用品・花木・生花	51.5	10.4	4.0	3.0	27.2	2.2			
F 郡	23 ガソリン	29.5	20.1	6.6	1.8	12.2	1.9	5.6	20.6	1.1
	24 家族で買い物を楽しむ際のお出かけ	41.0	3.2	50.0	4.3					
	25 飲食・外食の利用	36.1	4.6	1.9	51.5	3.4				
	26 美容院・美容院サービスの利用	33.9	9.7	7.4	2.5	1.1	8.7	1.3	30.3	2.2

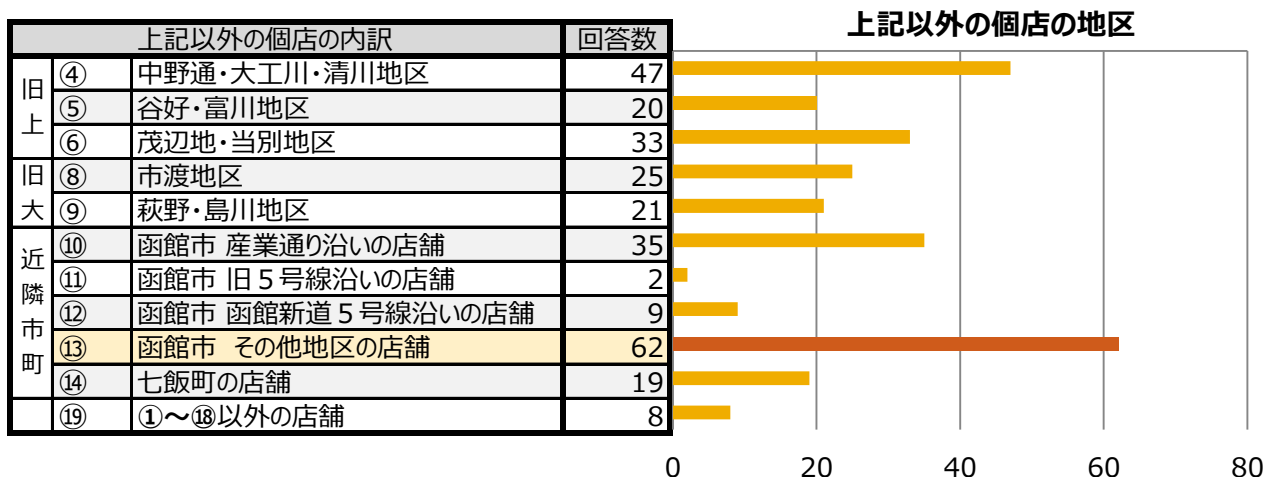
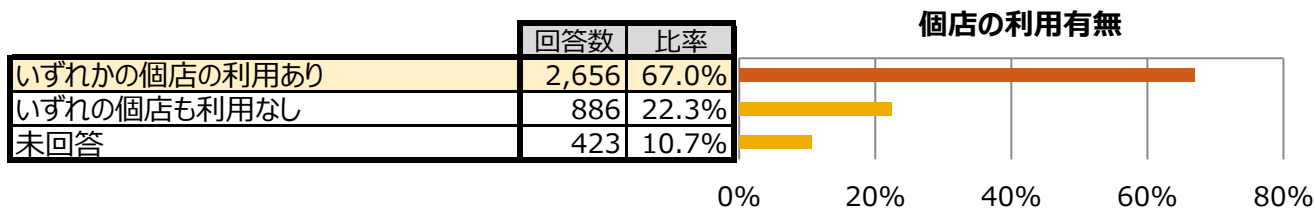
[回答数]

品物一覧		最も利用する店舗の地区																			合計
		①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩	⑪	⑫	⑬	⑭	⑮	⑯	⑰	⑱		
A郡	1 肉・魚・野菜・果物	1,252	1,392	100	14	18	1	515	3	4	48	18	23	120	16	1	63	5	0	6	3,599
	2 パン	1,045	1,126	146	41	14	2	430	3	13	44	12	37	181	32	5	31	4	1	15	3,182
	3 和菓子・洋菓子	913	872	159	26	4	17	286	2	5	58	14	24	278	28	0	30	2	1	20	2,739
	4 酒類	906	1,072	47	43	3	4	352	6	6	36	15	16	87	8	0	68	4	3	7	2,683
	5 調理済み食品（惣菜・弁当）	951	1,103	83	29	10	1	366	6	12	47	12	29	119	18	3	30	4	0	14	2,837
	6 1～5以外の食料品	1,015	811	41	16	4	7	256	0	9	74	11	28	137	17	3	78	5	8	13	2,533
	7 日用・家庭雑貨	1,463	954	33	124	1	2	267	4	4	83	11	49	134	24	0	51	3	7	5	3,219
B郡	8 寝具	745	215	3	2	0	0	8	0	1	510	20	18	213	1	2	38	0	90	37	1,903
	9 紳士服・紳士用品雑貨（下着含む）	1,294	328	2	4	0	0	8	1	3	473	23	22	287	4	0	26	1	79	62	2,617
	10 婦人服・婦人洋品雑貨（下着含む）	1,348	395	4	2	0	0	14	1	1	414	26	26	373	8	0	49	0	132	74	2,867
	11 子供服・ベビー服（下着・雑貨含む）	588	109	2	0	0	0	2	0	1	196	9	8	133	3	1	9	0	35	29	1,125
C郡	12 靴・はきもの	1,538	106	29	2	0	0	10	0	4	371	18	25	444	1	0	12	0	89	87	2,736
	13 カバン・ハンドバッグ	778	75	5	1	0	0	7	1	4	241	12	20	359	2	0	3	0	120	112	1,740
D郡	14 家具・インテリア	339	20	3	0	0	0	3	0	1	732	22	38	205	2	2	5	0	70	48	1,490
	15 家電・パソコン関連機器	241	24	11	2	0	0	12	0	2	739	185	123	210	2	1	0	1	87	35	1,675
E郡	16 時計・カメラ・メガネ	386	53	7	6	0	0	36	0	2	325	48	35	247	5	1	1	2	29	53	1,236
	17 医薬品・化粧品	990	891	28	188	0	1	284	3	4	118	22	28	226	20	2	15	2	124	32	2,978
	18 書籍・文具類	1,057	277	18	17	1	0	71	0	3	206	63	286	292	12	1	7	1	78	22	2,412
	19 楽器・CD	277	49	2	2	1	0	3	0	1	142	40	135	211	2	0	8	0	137	42	1,052
	20 玩具（おもちゃ）	215	23	0	0	0	0	1	1	1	465	19	29	97	1	1	1	0	47	19	920
	21 スポーツ用品	202	18	3	0	1	0	4	0	0	381	24	19	324	3	4	2	0	36	35	1,056
	22 園芸用品・花木・生花	1,036	209	80	8	5	2	61	2	17	118	27	201	150	50	0	7	1	8	29	2,011
F郡	23 ガソリン	893	608	199	15	6	53	369	58	169	272	62	74	198	16	1	2	0	1	29	3,025
	24 家族で買い物を楽しむ際のお出かけ	838	66	9	1	0	2	16	1	1	446	19	58	494	5	1	1	0	3	82	2,043
	25 飲食・外食の利用	964	122	35	1	2	2	51	10	18	367	64	52	858	32	0	2	0	4	84	2,668
	26 理容院・美容院サービスの利用	1,046	298	229	77	52	33	268	38	40	161	46	41	653	33	0	0	1	2	65	3,083

地区番号	①	七重浜周辺地区（七重浜・追分）
	②	久根別周辺地区（久根別・東浜）
	③	中央・上磯駅前周辺地区（中央・飯生）
	④	中野通・大工川・清川地区
	⑤	谷好・富川地区
	⑥	茂辺地・当別地区
	⑦	本町周辺地区（本町・本郷・向野）
	⑧	市渡地区
	⑨	開発・清水川・千代田・東前・一本木・萩野地区
	⑩	函館市 産業通り沿いの店舗
	⑪	函館市 旧5号線沿いの店舗
	⑫	函館市 函館新道5号線沿いの店舗
	⑬	函館市 その他地区の店舗
	⑭	七飯町の店舗
	⑮	移動販売
	⑯	生協宅配サービスドック
	⑰	生協以外の宅配サービス
	⑱	通信販売
		①～⑱以外の店舗

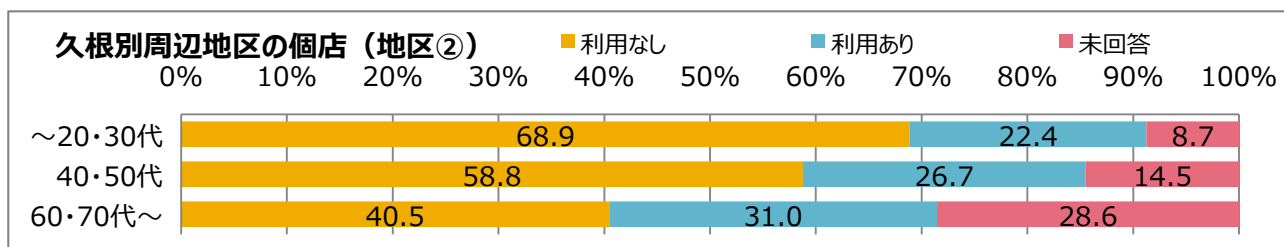
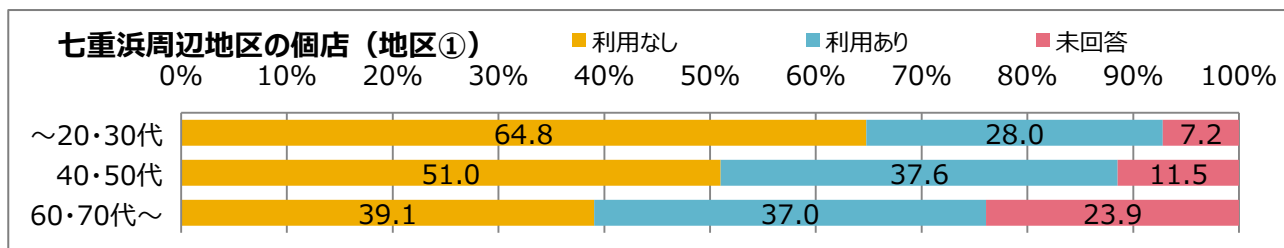
北斗市内の大型店・コンビニ以外の個店の利用状況

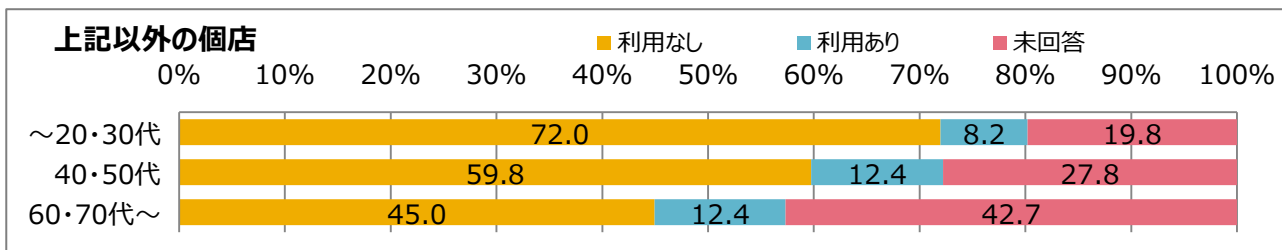
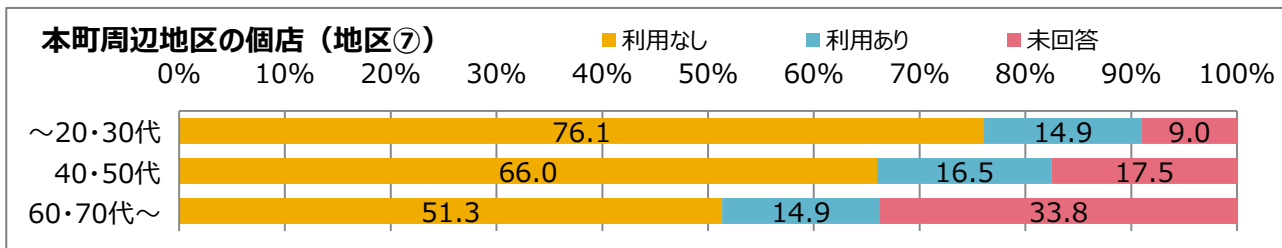
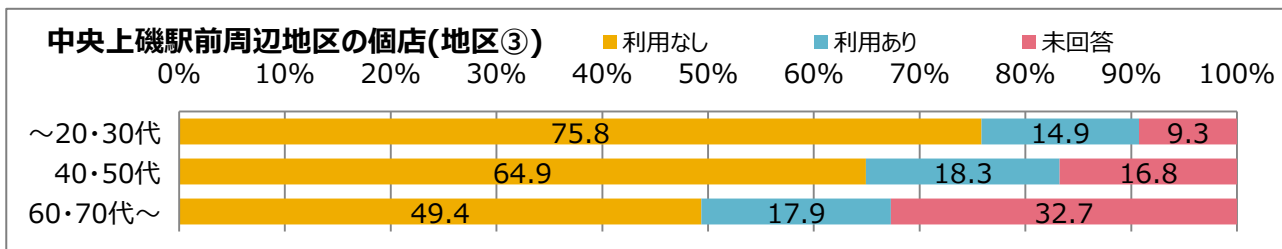
個店の利用状況では、地区に限らずいずれかの個店の利用がある方は67%であった。
 個店の地区別では、どの地区においても「利用なし」と答えた回答者が半数を占め、「利用あり」を上回った。



【年代別 個店利用の有無】

個店利用の有無について年代別にみると、若い世代ほど個店離れがみられるという結果になり、将来を見据えた顧客確保にあたっては、次世代の客層をいかに取り込むかが重要となってくる。





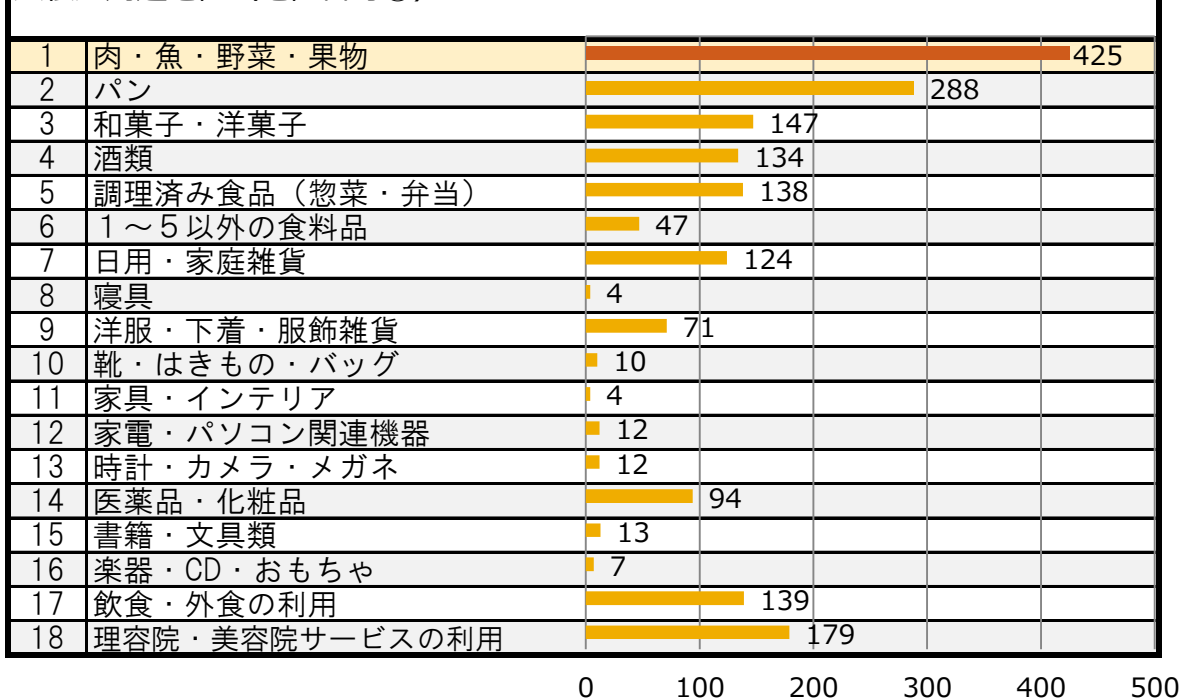
【個店の主な利用品目】

主な利用品目は、その地区にある店舗の内容によっても異なるが、概ね「食品類」及び「飲食・外食」「理美容サービス」の利用が多く見られる。

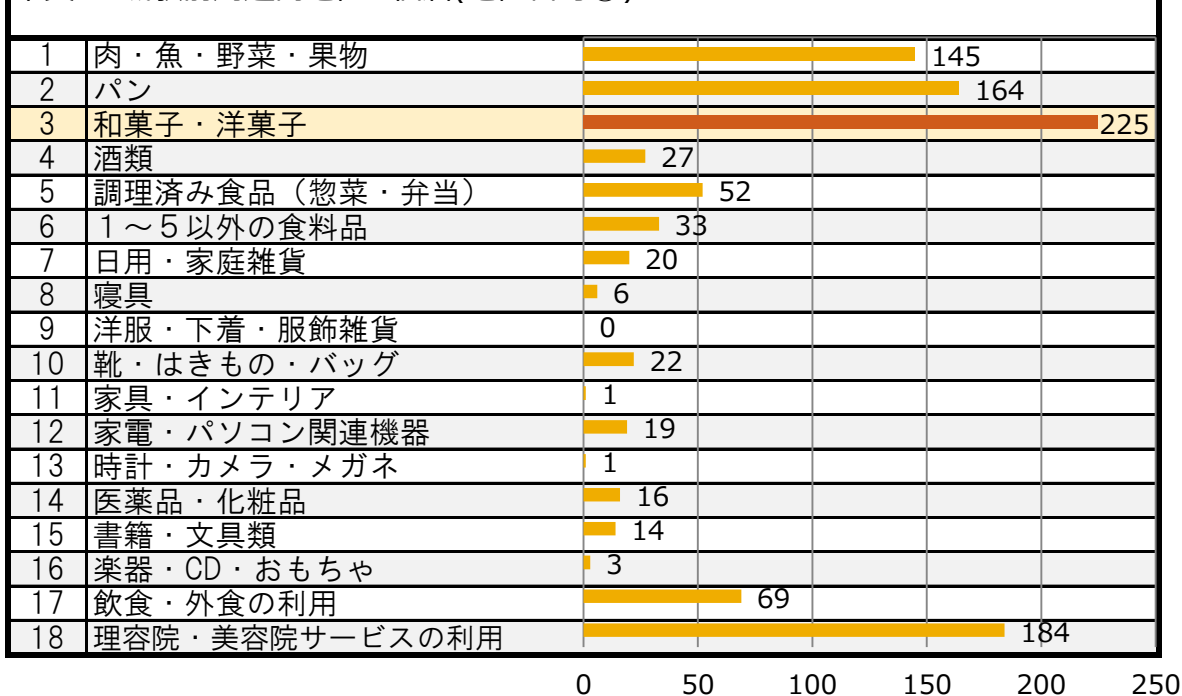
七重浜周辺地区の個店(地区番号①) 単位：件

1	肉・魚・野菜・果物	518
2	パン	221
3	和菓子・洋菓子	86
4	酒類	108
5	調理済み食品(惣菜・弁当)	115
6	1～5以外の食料品	68
7	日用・家庭雑貨	210
8	寝具	17
9	洋服・下着・服飾雑貨	130
10	靴・はきもの・バッグ	87
11	家具・インテリア	14
12	家電・パソコン関連機器	24
13	時計・カメラ・メガネ	17
14	医薬品・化粧品	68
15	書籍・文具類	96
16	楽器・CD・おもちゃ	13
17	飲食・外食の利用	299
18	美容院・美容院サービスの利用	310

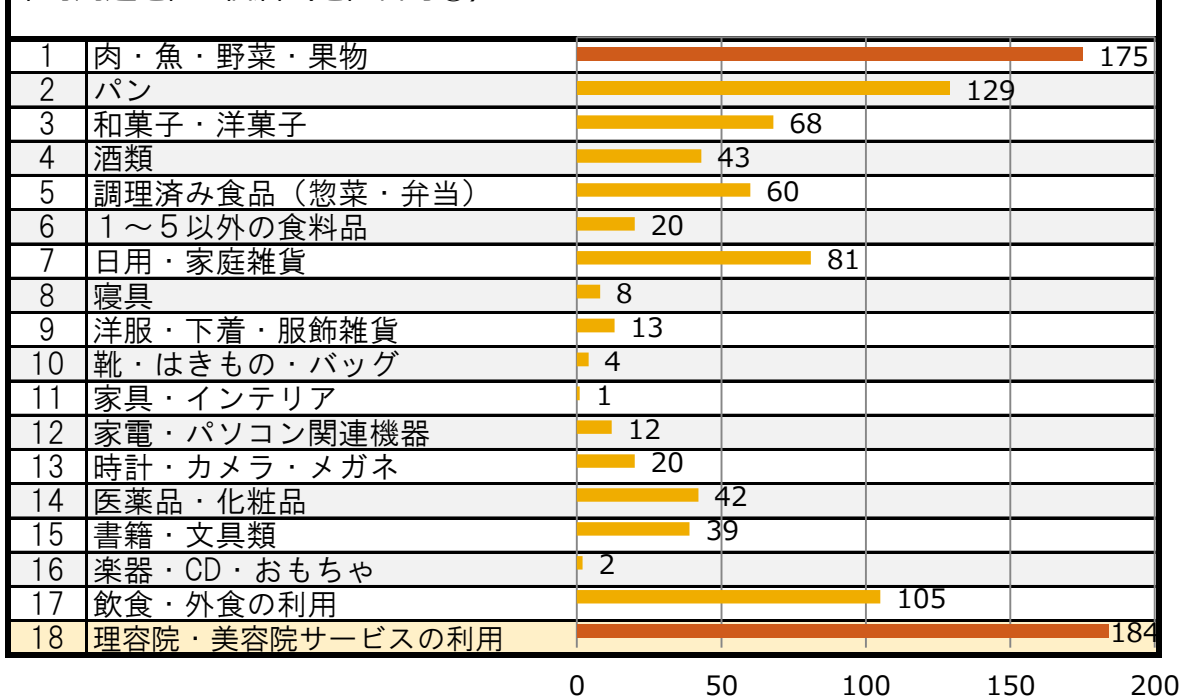
久根別周辺地区（地区番号②） 単位：件



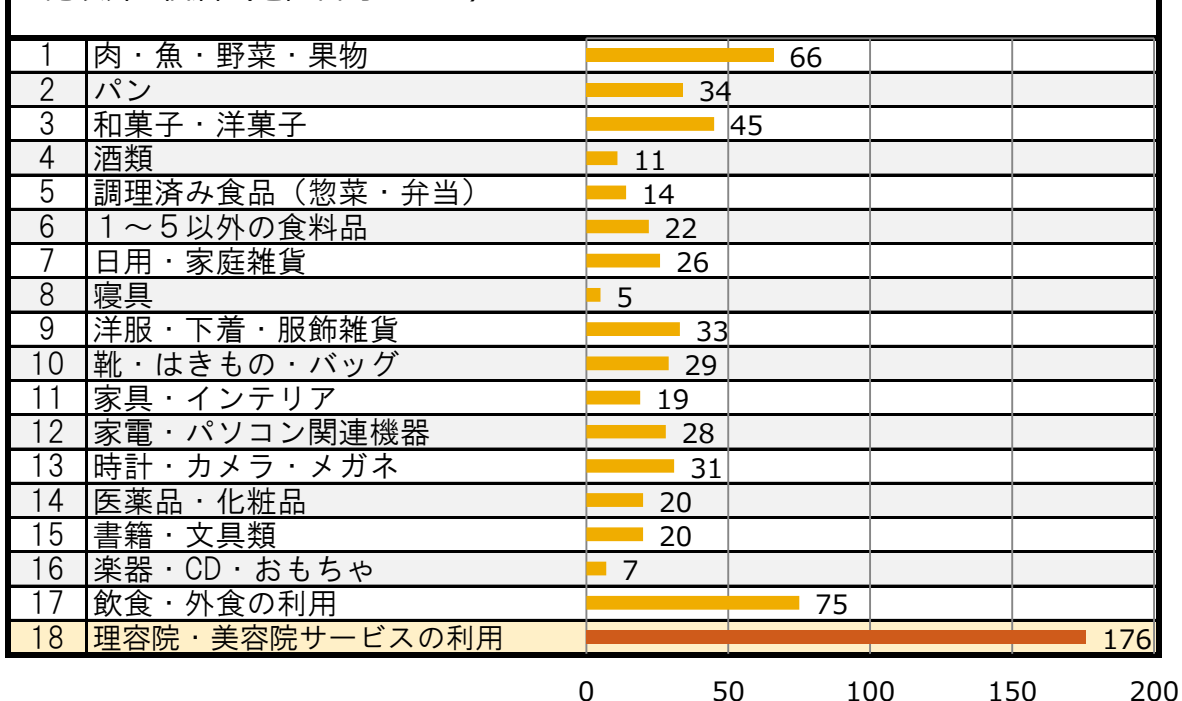
中央・上磯駅前周辺南地区の個店(地区番号③) 単位：件



本町周辺地区の個店 (地区番号⑦) 単位：件



上記以外の個店 (地区番号：) 単位：件



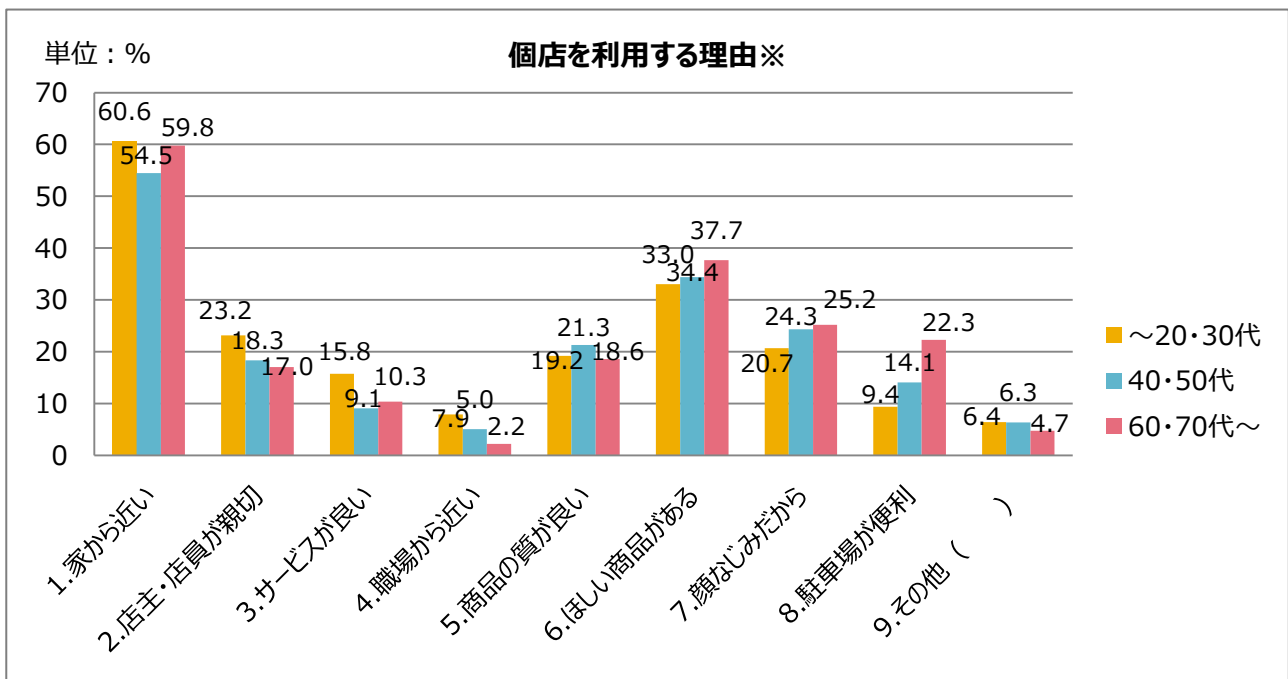
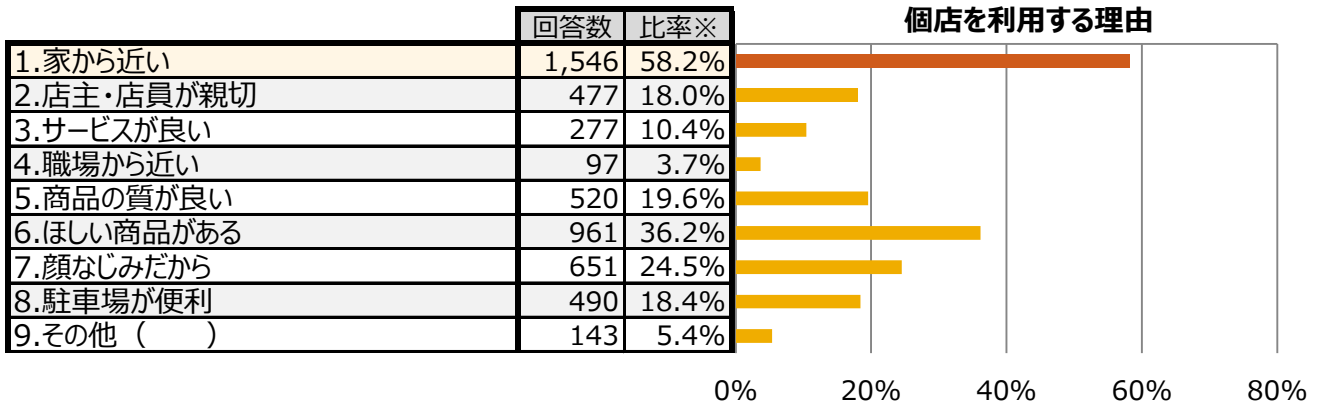
【個店を利用する理由（個店利用が有る方）】

個店を利用する理由は、「家から近い」の64.8%が最も多く、次いで「ほしい商品がある」「顔なじみ」に多く回答が集まっている。

「60・70代～」は「駐車場が便利」という回答の比率が他の年代より高くなっている。

「～20・30代」は「顔なじみ」より「店主・店員が親切」の比率が少し高くなっている。

※個店を利用すると答えた回答者のうちの比率

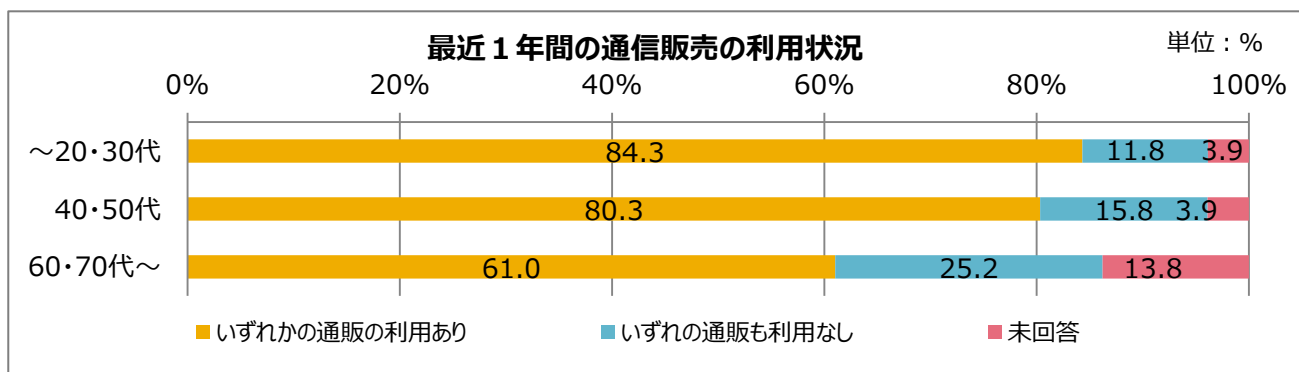
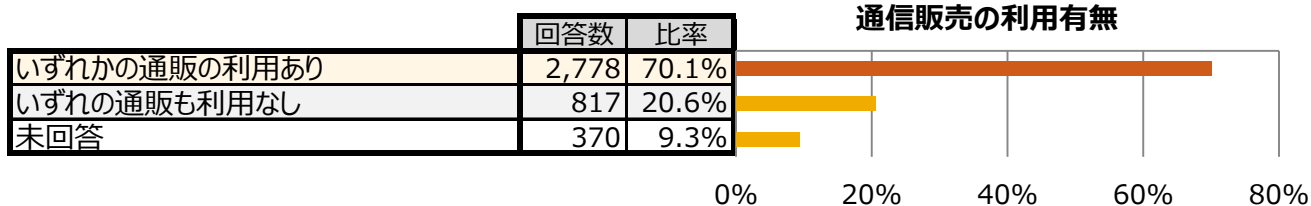


その他回答内容		
店が存続してほしいから	安いから	専門店だから
味がよい、おいしい	信用できる	品揃え
美容室技術が良いから	安さと速さ	ATMがあるから
親戚が経営している	ポイントがたまる	ゆっくりできる
美味しい店の情報をインターネットで探した。	話しやすい	美味しいパンなど
予約で待たなくてよい。気に行ったようにしてくれる	知人の付き合い	帰宅途中にある
病院の帰りの途中にあるから	品揃えが豊富	話しやすい
長年利用しているため、行きつけ	散髪後温泉に入る為	地元商店を利用したい
北斗市に転居前に利用していたので継続している	妹が気に入っている	店がきれい
バス利用のため、バス停の近くだから	好きな食べ物がある	1カ所で色々揃う
引っ越ししたばかりなので試しに数件利用	近い所に売っていないから	
人と人のつながりを大切にしてくれていると思うから。	故障など相談に乗ってくれる	
出かけたついでに寄りやすいから	おいしいケーキがあるから	
日替り品、割引商品があるから	地元のお店だから、お土産用として	
その商品を発注してくれるから、個人別に。	長年の付き合いがあるので。	
講習会の近くでお昼に利用したいから。	希望のところへ配達してくれるから	
かさばる物や重たい物を配達してくれるため	ラーメン店ですが、味が好みだから。	
	高いところを探している	

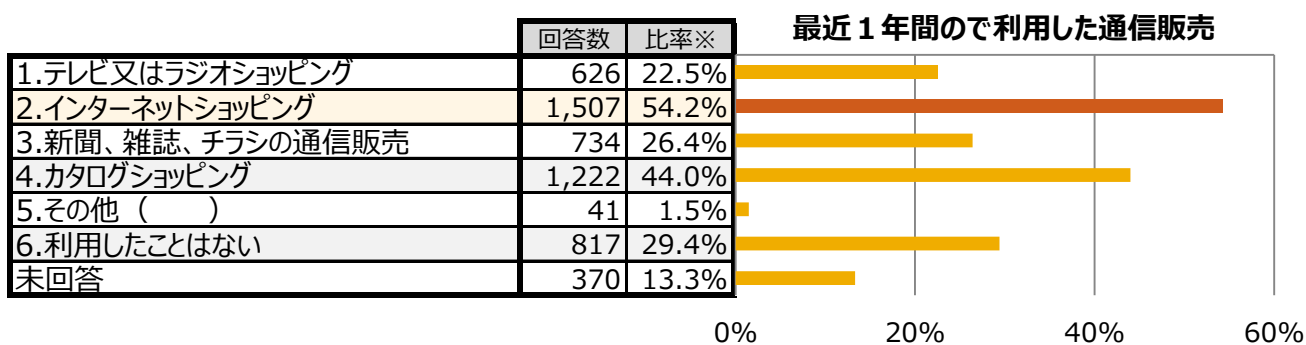
最近1年間の通信販売利用について

【通信販売の利用状況】

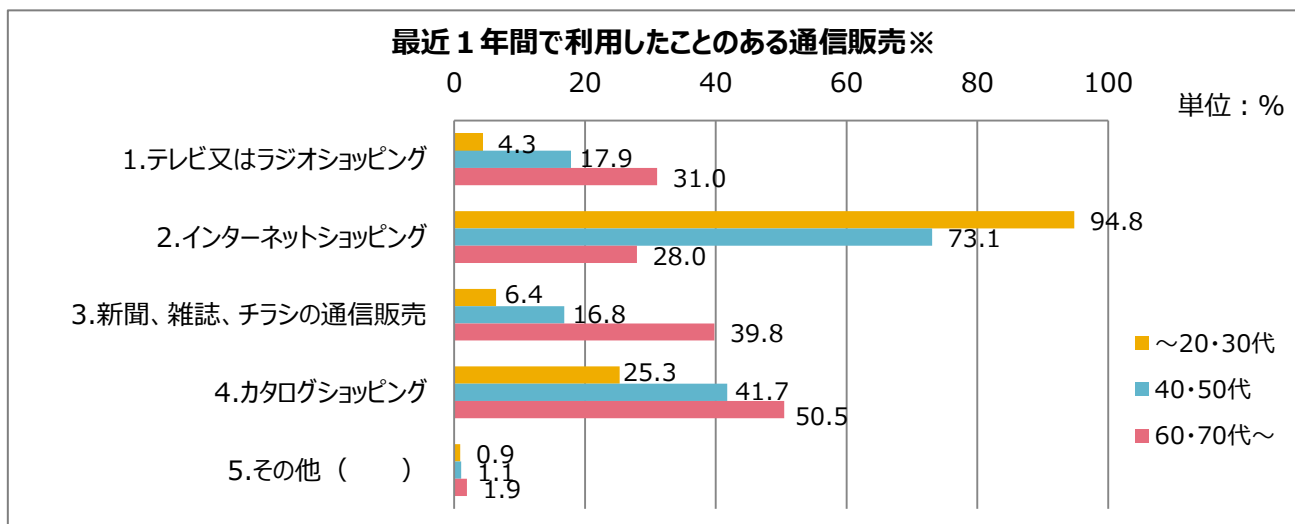
通信販売の利用の有無については、いずれかの通販の利用がある回答者は全体の70%に登り、年代が若くなるほど利用する比率が高くなるという結果になった。
 通信販売の種類については、「インターネットショッピング」が最も高く、54.2%で特に「～20・30代」の利用割合が非常に高かった。次いで「カタログショッピング」44%であるが、回答者のうち「60・70代～」は利用する通信販売の手段が多種に渡り、ばらつきがみられた。



※通信販売を利用すると答えた回答者のうちの比率



※通信販売を利用すると答えた回答者のうちの比率

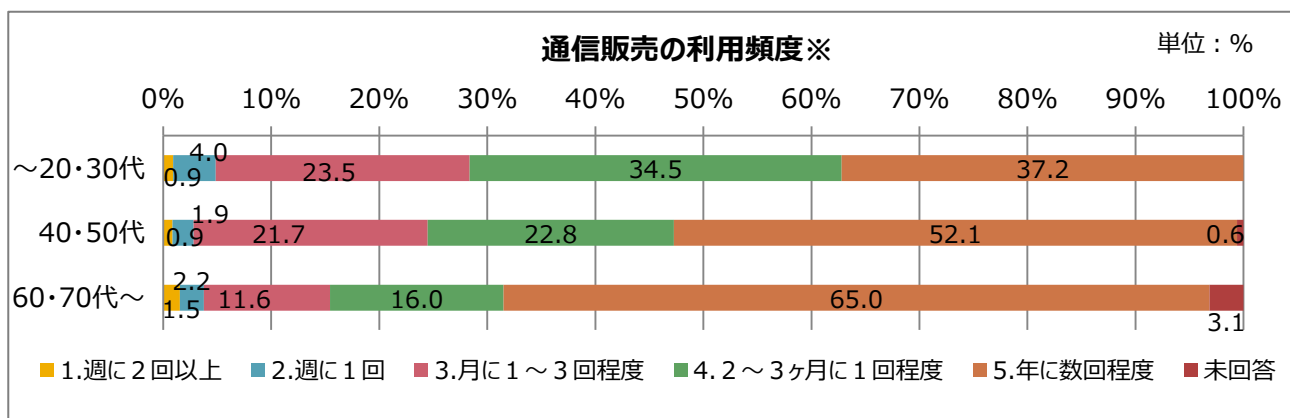
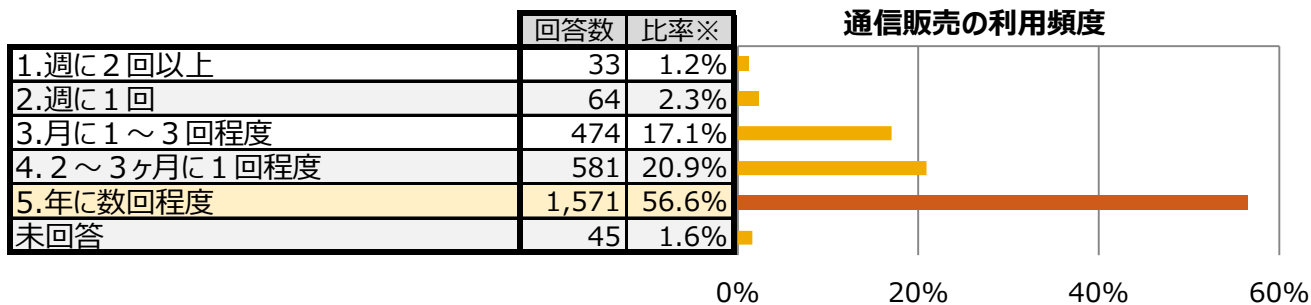


その他回答	旅行等で直接取引
頒布会利用	ネットオークション

【通信販売の利用頻度】

通信販売の利用頻度は、「年に数回程度」が最も多いが、世代が若くなるにつれ利用頻度が高まり、1つの買い物スタイルとして定着してきていることが読みとれる。

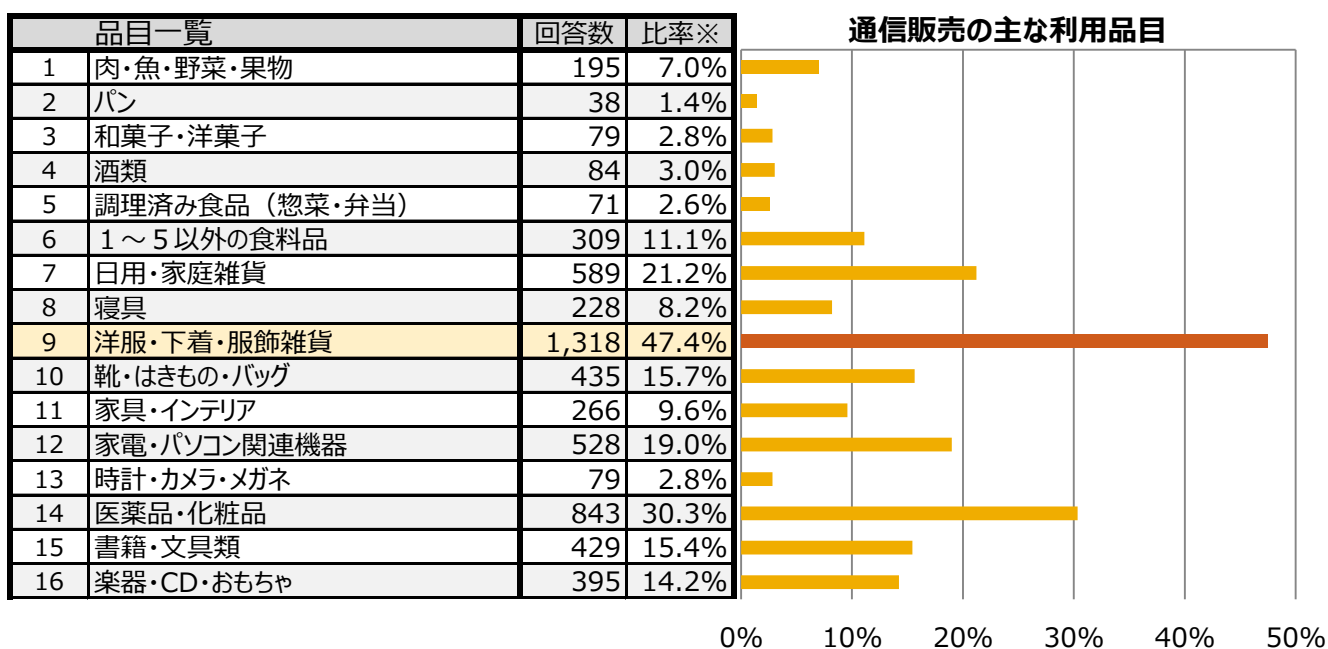
※通信販売を利用すると答えた回答者のうちの比率



【通信販売の主な利用品目】

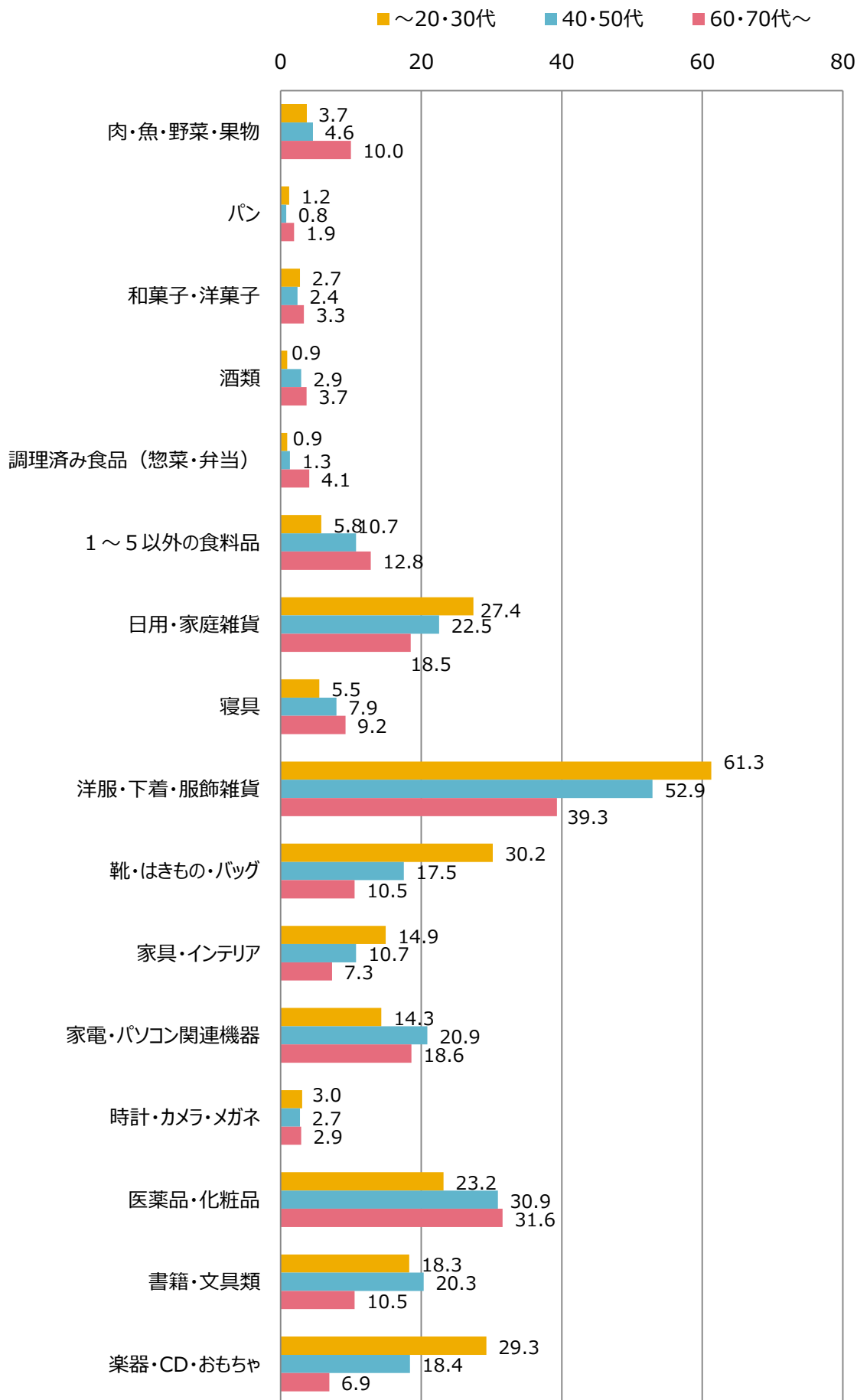
主な利用品目は、各年代共に「洋服・下着・服飾雑貨」が最も多く、次いで「医薬品・化粧品」「日用・家庭雑貨」が多かった。

※通信販売を利用すると答えた回答者のうちの比率



通信販売で購入する主な品目※

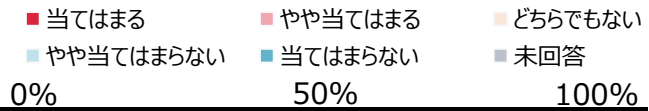
単位：%



買い物・理美容サービス・外食を利用の際の消費者意識

買い物・理美容サービス・外食を利用する歳の意識についての調査では、商品やメニューの魅力や付加価値に関する1・2・4の設問で、「当てはまる」「やや当てはまる」の回答が過半数をしめていることから、多少高価又は店が遠くても商品やメニューの魅力付けや満足感・安心感が重要であるとする消費者が多いと読みとれる。店舗の接客スタイルについては、「3 親切に相談に乗ってくれる店を利用したいと思う」で「当てはまる」「やや当てはまる」が過半数を占める反面、5・6の設問では積極的な店員との対話や対面販売をあまり好まないという回答者も多く、店員と消費者との適度な距離が必要といえる。8・9の設問の地場商品の選択については、「当てはまる」「やや当てはまる」が半数近くを占め、地場商品の利用に対する意識が比較的高いといえる。店選びの際の参考媒体については、11・12・13の設問から新聞や折り込みチラシ、口コミが効果的であることがわかる。ターゲットが若い世代の場合には、ネットやSNSでの情報発信が有効である。

消費者意識



		0%	50%	100%
1	こだわりや魅力のある商品・サービス・メニューであれば、多少高価でも利用する。	17.4	36.9	15.5 6.2 9.4 14.6
2	こだわりや魅力のある商品・サービス・メニューであれば、多少店が遠くても利用する。	22.7	40.2	11.1 5.2 7.7 13.1
3	親切に相談に乗ってくれる店を利用したいと思う。	27.5	30.9	19.6 3.4 4.6 14.0
4	価格の安さよりも品質や安全性の高い商品・メニューを選ぶ。	20.9	39.4	18.8 4.9 3.4 12.7
5	店員と対話したり説明を聞きながら買い物をするのが好きだ。	5.7	15.0	32.5 13.9 18.2 14.7
6	対面販売が苦手なので、自分で直接商品を手に取りれる方がよい。	21.0	26.9	26.8 5.5 5.6 14.1
7	画一的な商品よりもオリジナリティのある商品に魅力を感じる。	7.9	21.1	43.2 5.3 6.6 15.8
8	土産品・贈答品はできるだけ地場の商品を選ぶよう意識する。	25.7	31.3	20.1 3.8 5.7 13.4
9	北斗市内で生産された生鮮品や加工品を積極的に購入する。	15.1	27.3	31.4 6.3 7.3 12.6
10	できるだけ北斗市内の店舗で買い物をしている。	18.5	27.8	27.0 7.1 8.7 10.9
11	インターネットやSNSの情報を参考に店選びをしたことがある。	8.4	16.6	11.8 8.2 39.5 15.4
12	店選びの際に、新聞折込チラシを参考にすることがある。	26.4	37.7	11.0 4.9 8.2 11.8
13	店選びの際に、知人等からの口コミを参考にすることがある。	12.2	36.1	19.7 6.2 11.8 14.0
14	北斗市や商工会、商店街等主催の地域イベントによく出かける。	3.9	13.3	18.7 15.4 34.6 14.1

年代別消費者意識

■ 当てはまる ■ やや当てはまる ■ どちらでもない
 ■ やや当てはまらない ■ 当てはまらない ■ 未回答

		0%	50%	100%
1	こだわりや魅力のある商品・サービス・メニューであれば、多少高価でも利用する。	～20・30代	16.5 44.5 14.9 11.1 8.5 4.6	
		40・50代	20.5 41.6 16.3 5.8 9.2 6.6	
		60・70代～	15.5 32.8 15.2 5.6 9.5 21.4	
2	こだわりや魅力のある商品・サービス・メニューであれば、多少店が遠くても利用する。	～20・30代	27.0 49.9 7.2 7.2 4.4 4.4	
		40・50代	24.3 47.9 11.7 4.3 5.5 6.2	
		60・70代～	20.9 33.5 11.5 5.5 9.7 18.9	
3	親切に相談に乗ってくれる店を利用したいと思う。	～20・30代	34.7 33.9 19.8 3.9 3.1 4.6	
		40・50代	30.3 34.9 21.3 3.2 4.0 6.3	
		60・70代～	24.4 27.9 18.4 3.3 5.3 20.6	
4	価格の安さよりも品質や安全性の高い商品・メニューを選ぶ。	～20・30代	14.7 37.5 29.0 9.3 4.6 4.9	
		40・50代	17.0 43.6 23.6 6.3 3.2 6.3	
		60・70代～	24.6 37.1 13.8 3.2 3.1 18.1	
5	店員と対話したり説明を聞きながら買い物をするのが好きだ。	～20・30代	21.8 11.1 33.7 21.9 26.0 4.6	
		40・50代	31.7 15.4 36.6 16.8 21.0 6.4	
		60・70代～	7.4 15.6 29.7 10.6 15.0 21.8	
6	対面販売が苦手なので、自分で直接商品を手にとれる方がよい。	～20・30代	30.8 32.1 23.9 5.1 2.8 5.1	
		40・50代	21.9 29.9 32.5 5.0 4.4 6.2	
		60・70代～	18.7 24.1 23.8 5.9 6.8 20.7	
7	画一的な商品よりもオリジナリティのある商品に魅力を感じる。	～20・30代	8.5 20.3 54.0 8.2 3.9 5.1	
		40・50代	7.2 24.0 51.0 5.1 5.6 7.1	
		60・70代～	8.3 19.5 36.2 5.1 7.7 23.3	
8	土産品・贈答品はできるだけ地場の商品を選ぶよう意識する。	～20・30代	28.5 32.6 24.9 3.9 4.9 5.1	
		40・50代	26.0 36.4 22.3 3.9 5.0 6.4	
		60・70代～	25.1 27.8 17.8 3.8 6.3 19.2	
9	北斗市内で生産された生鮮品や加工品を積極的に購入する。	～20・30代	7.7 24.9 39.1 11.1 12.3 4.9	
		40・50代	12.9 27.4 38.4 7.2 7.9 6.2	
		60・70代～	18.0 27.8 25.5 4.8 5.9 18.0	
10	できるだけ北斗市内の店舗で買い物をするようにしている。	～20・30代	9.5 24.7 32.1 14.4 14.4 4.9	
		40・50代	13.1 27.4 34.2 8.6 11.2 5.6	
		60・70代～	23.8 28.7 21.4 4.9 6.0 15.2	
11	インターネットやSNSの情報を参考に店選びをしたことがある。	～20・30代	20.3 32.9 14.9 10.0 17.2 4.6	
		40・50代	11.3 26.1 16.6 9.5 29.6 6.9	
		60・70代～	4.5 7.6 8.1 7.0 50.2 22.7	
12	店選びの際に、新聞折込チラシを参考にすることがある。	～20・30代	22.9 38.0 12.6 6.9 15.2 4.4	
		40・50代	26.2 41.4 13.1 5.3 8.3 5.7	
		60・70代～	27.2 35.4 9.4 4.3 6.8 16.9	
13	店選びの際に、知人等からの口コミを参考にすることがある。	～20・30代	18.3 44.7 17.5 5.7 9.5 4.4	
		40・50代	13.8 42.6 21.3 6.0 9.8 6.6	
		60・70代～	9.9 30.5 19.0 6.5 13.6 20.4	
14	北斗市や商工会、商店街等主催の地域イベントによく出かける。	～20・30代	5.7 19.3 21.6 16.2 32.4 4.9	
		40・50代	3.4 12.3 20.7 18.5 38.0 7.1	
		60・70代～	4.0 12.9 16.8 13.2 32.8 20.3	