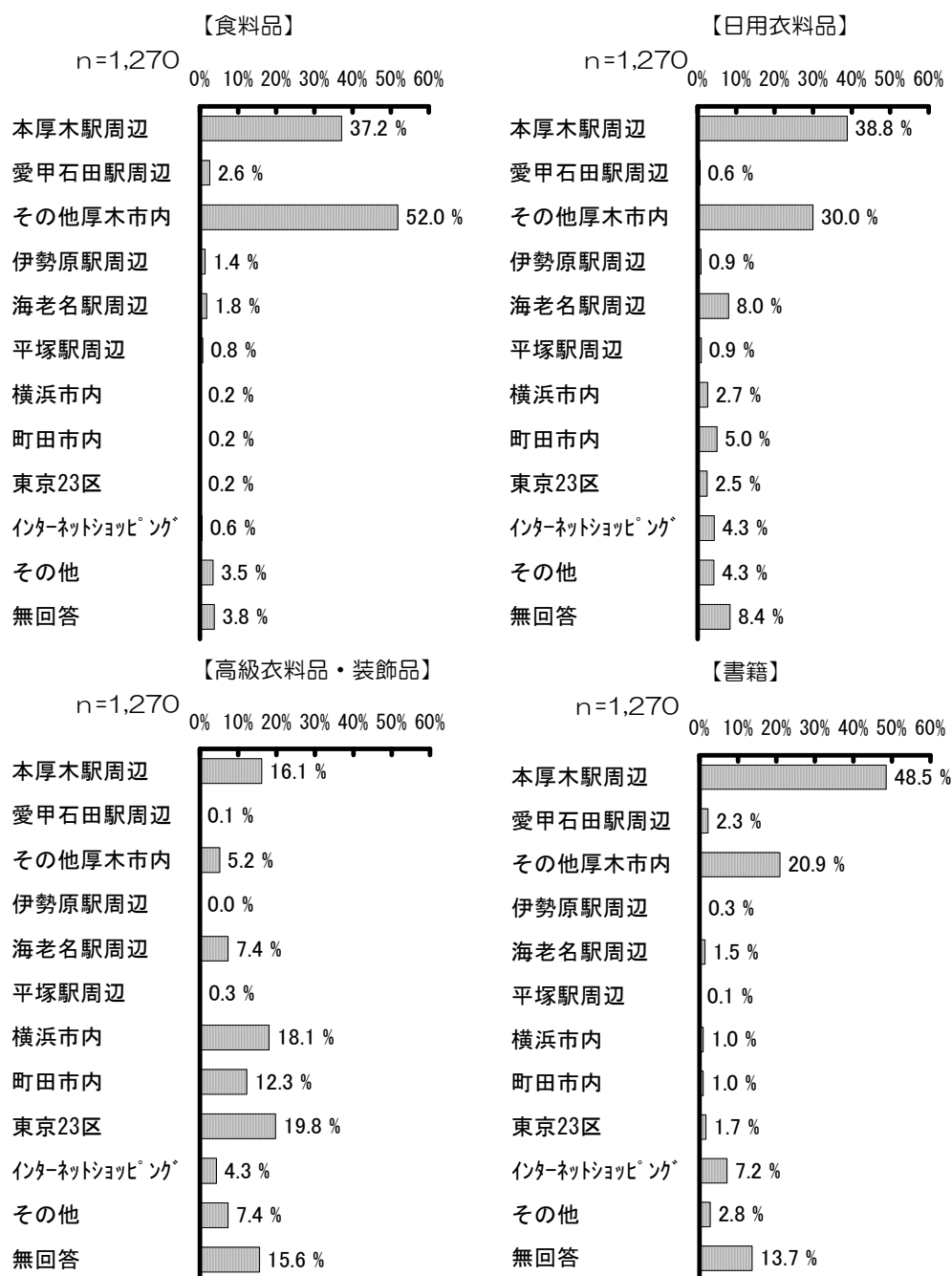


3 産業・商業

(1) 買い物をする場所 (A：問5)

問. ふだんどこで買物をしますか。(それぞれ該当するものを1つだけ)

図3-1-1 買い物をする場所



【全体】

「普段の買物をどこですか」品目別に聞いたところ、『食料品』は「その他厚木市内」(52.0%)が半数以上を占めている。『日用衣料品』は、「本厚木駅周辺」(38.8%)と「その他厚木市内」(30.0%)で、合わせて7割近くとなっている。『高級衣料品・装飾品』は、「東京23区内」(19.8%)が最も高いが「横浜市内」(18.1%)、「本厚木駅周辺」(16.1%)、「町田市内」(12.3%)が続き、回答が分散している。『書籍』は、「本厚木駅周辺」(48.5%)と「その他厚木市内」(20.9%)で、合わせて8割近くとなっている。

【経年変化】

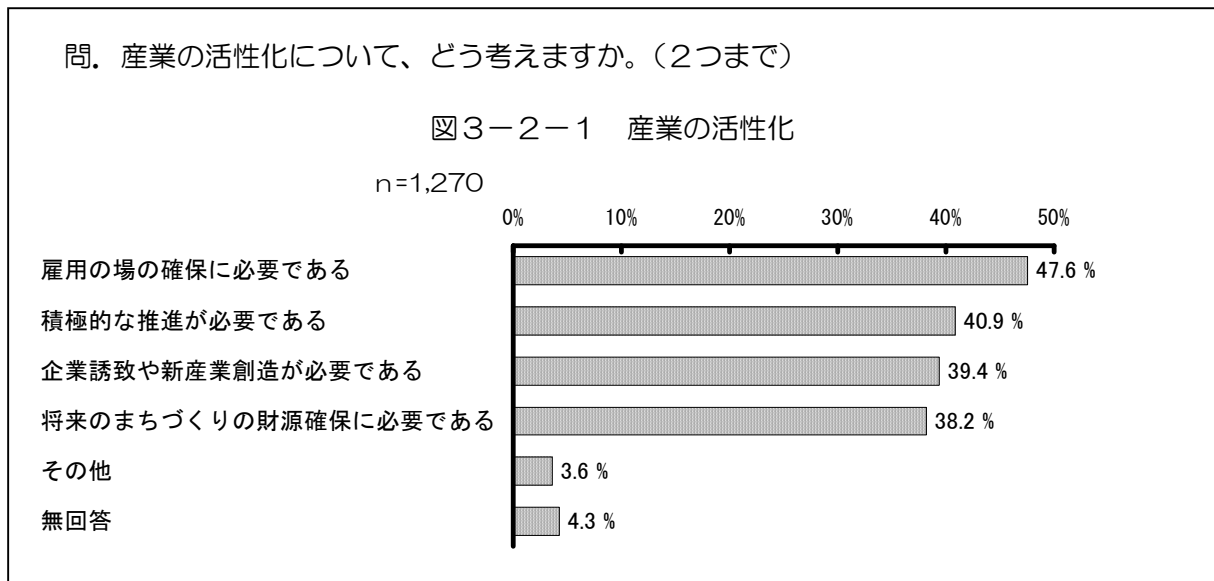
前回調査との比較を見ると、『高級衣料品・装飾品』では「東京23区」との回答が最も高くなっており、「本厚木駅周辺」が前回までの1位から3位と順位を落としている。

その他の品目では大きな差異は見られない。

表3-1-1 買い物をする場所—経年変化

(単位：%)		平成25年調査 (n=1,270)		平成23年調査 (n=815)		平成21年調査 (n=1,608)	
食料品	1	その他厚木市内	52.0	その他厚木市内	56.8	その他厚木市内	52.3
	2	本厚木駅周辺	37.2	本厚木駅周辺	30.3	本厚木駅周辺	33.1
	3	愛甲石田駅周辺	2.6	愛甲石田駅周辺	3.1	愛甲石田駅周辺	3.2
	4	海老名駅周辺	1.8	海老名駅周辺	1.0	海老名駅周辺	0.9
	5	伊勢原駅周辺	1.4	伊勢原駅周辺	0.7	伊勢原駅周辺	0.7
日用衣料品	1	本厚木駅周辺	38.8	本厚木駅周辺	38.2	本厚木駅周辺	40.2
	2	その他厚木市内	30.0	その他厚木市内	36.4	その他厚木市内	38.1
	3	海老名駅周辺	8.0	海老名駅周辺	5.2	海老名駅周辺	3.6
	4	町田市内	5.0	町田市内	3.3	町田市内	2.1
	5	インターネットショッピング	4.3	インターネットショッピング	2.1	インターネットショッピング	1.1
高級衣料品・装飾品	1	東京23区	19.8	本厚木駅周辺	20.0	本厚木駅周辺	23.6
	2	横浜市内	18.1	横浜市内	15.5	東京23区内	13.7
	3	本厚木駅周辺	16.1	東京23区内	13.5	横浜市内	13.4
	4	町田市内	12.3	町田市内	10.2	その他厚木市内	11.0
	5	海老名駅周辺	7.4	その他厚木市内	8.6	町田市内	9.6
書籍	1	本厚木駅周辺	48.5	本厚木駅周辺	46.3	本厚木駅周辺	48.6
	2	その他厚木市内	20.9	その他厚木市内	30.8	その他厚木市内	29.8
	3	インターネットショッピング	7.2	インターネットショッピング	4.7	愛甲石田駅周辺	2.6
	4	愛甲石田駅周辺	2.3	愛甲石田駅周辺	3.2	インターネットショッピング	2.5
	5	東京23区	1.7	横浜市内／ 東京23区内(同率)	1.1	東京23区内	1.4

(2) 産業の活性化 (A : 問6)



【全体】

産業の活性化についての考え方を聞いたところ、「雇用の場の確保に必要である」(47.6%)が最も高い。次いで、「積極的な推進が必要である」(40.9%)、「企業誘致や新産業創造が必要である」(39.4%)、「将来のまちづくりの財源確保に必要である」(38.2%)となっている。

【経年変化】

選択肢が異なっているため、経年変化は掲載していない。

【属性別】

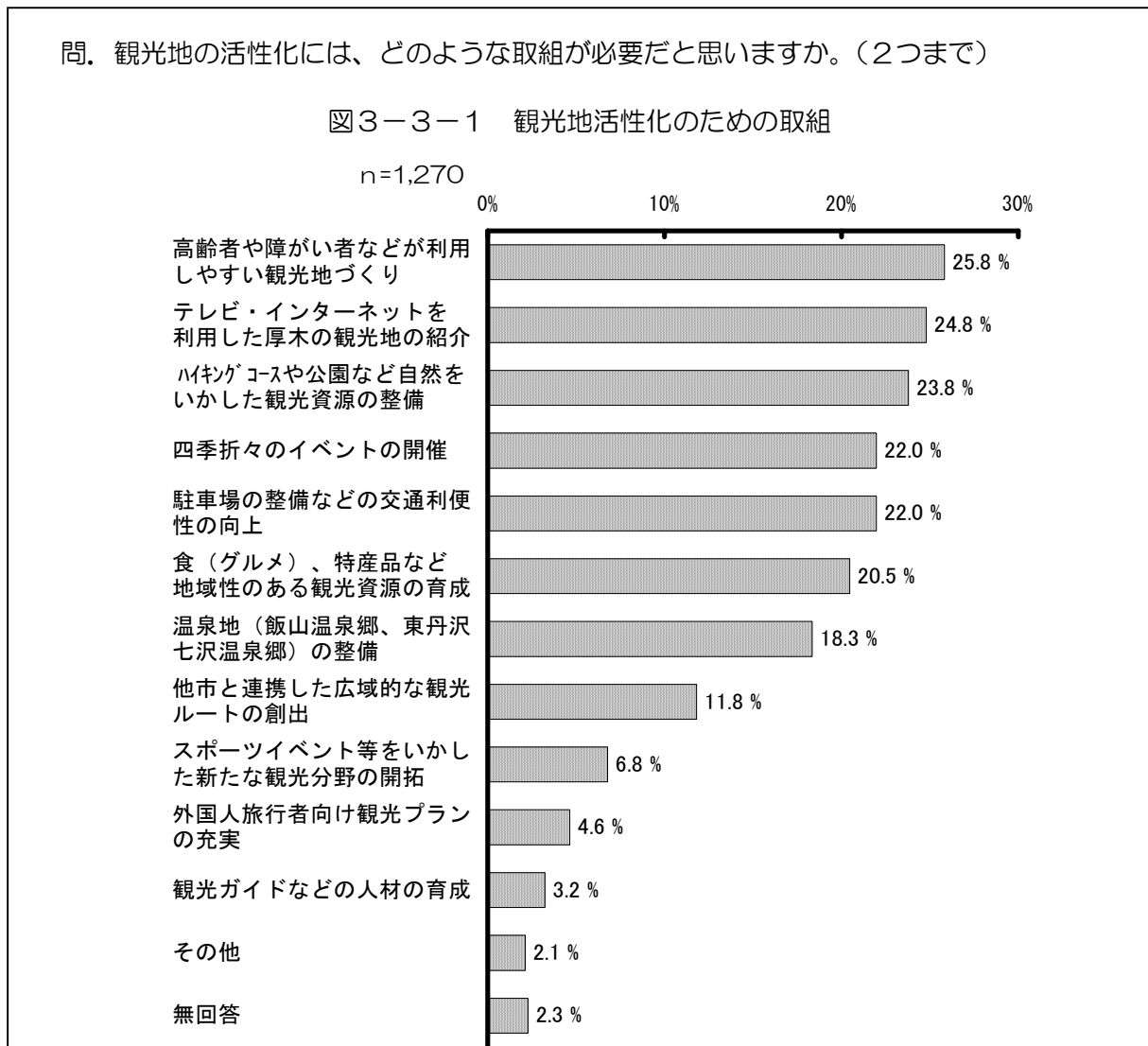
性別で見ると、男性では「企業誘致や新産業創造が必要である」（46.4％）が 12.8 ポイント女性よりも高くなっている。

年齢別で見ると、50 歳代で「雇用の場の確保に必要である」が、6割を超えて他の年齢層より高くなっている。

表3-2-1 産業の活性化—性別、年齢別

(単位：％)	積極的な推進が必要である	将来のまちづくりの財源確保に必要である	雇用の場の確保に必要である	企業誘致や新産業創造が必要である	その他	無回答
全体 (n=1,270)	40.9	38.2	47.6	39.4	3.6	4.3
男性 (n=556)	39.6	37.8	46.4	46.4	3.8	3.2
女性 (n=685)	41.5	39.0	48.6	33.6	3.6	5.0
20歳未満 (n=15)	40.0	26.7	40.0	40.0	13.3	0.0
20～29歳 (n=100)	36.0	42.0	40.0	32.0	8.0	1.0
30～39歳 (n=185)	43.2	41.6	48.1	31.9	3.8	0.5
40～49歳 (n=191)	36.1	48.7	48.2	39.8	2.1	1.6
50～59歳 (n=186)	35.5	32.8	63.4	39.8	2.2	1.1
60～69歳 (n=310)	45.2	35.2	46.1	45.2	3.5	4.8
70～79歳 (n=190)	44.2	37.4	40.0	42.1	4.2	8.9
80歳以上 (n=76)	39.5	30.3	42.1	32.9	2.6	18.4

(3) 観光地活性化のための取組 (A: 問7)



【全体】

観光地の活性化のための取組について聞いたところ、「高齢者や障がい者などが利用しやすい観光地づくり」(25.8%)が最も高い。次いで、「テレビ・インターネットを利用した厚木の観光地の紹介」(24.8%)、「ハイキングコースや公園など自然をいかした観光資源の整備」(23.8%)、「四季折々のイベントの開催」・「駐車場の整備などの交通利便性の向上」(ともに22.0%)、「食(グルメ)、特産品など地域性のある観光資源の育成」(20.5%)など、わずかな差の中で様々な取組が必要とされている。

【経年変化】

選択肢が異なっているため、経年変化は掲載していない。

【属性別】

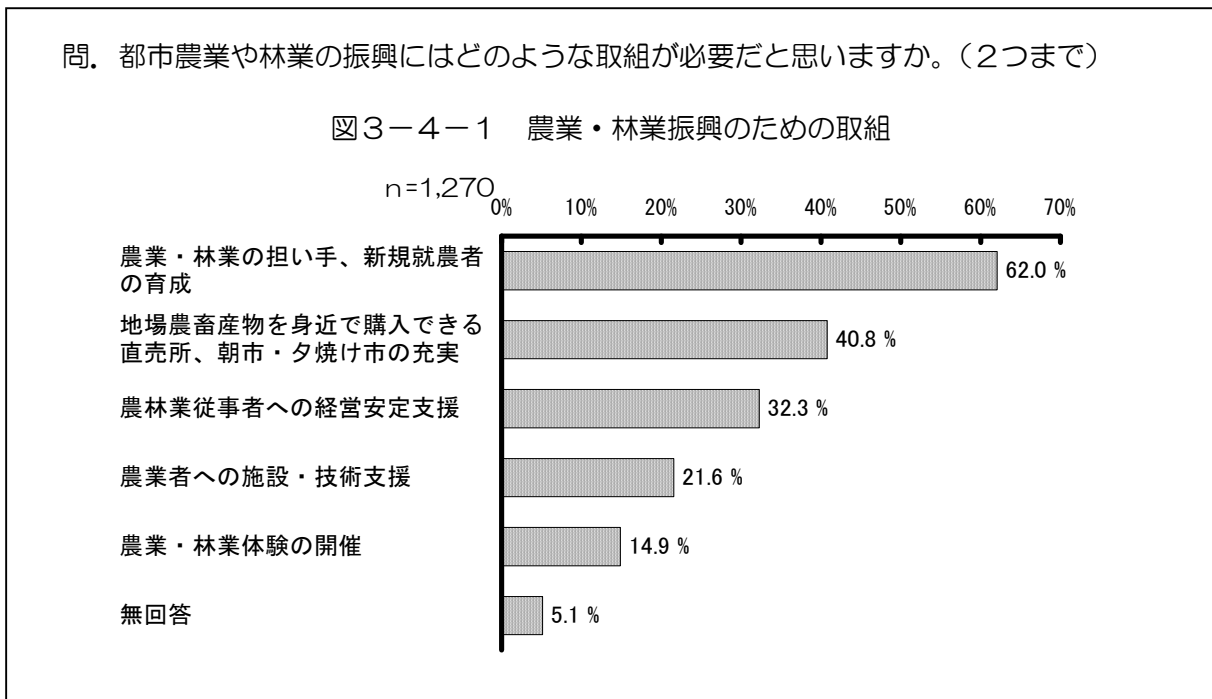
性別で見ると、男性では「ハイキングコースや公園など自然をいかした観光資源の整備」(26.8%)が5.3ポイント、「温泉地(飯山温泉郷、東丹沢七沢温泉郷)の整備」(21.2%)が5.1ポイント、女性よりも高くなっている。

年齢別で見ると、60歳以上で「高齢者や障がい者などが利用しやすい観光地づくり」が3割を超えて他の年齢層より高くなっている。29歳以下では「食(グルメ)、特産品など地域性のある観光資源の育成」が3割を超えて他の年齢層より高くなっている。

表3-3-1 観光地活性化のための取組—性別、年齢別

(単位：%)	テレビ・インターネットを利用した厚木の観光地の紹介	四季折々のイベントの開催	自然をいかした観光資源の整備	ハイキングコースや公園など	東丹沢七沢温泉郷)の整備	温泉地(飯山温泉郷、	地域性のある観光資源の育成	食(グルメ)、特産品など	交通便利性の向上	駐車場の整備などの	観光ガイドなどの人材の育成	観光ルートの創出	他市と連携した広域的な観光ルートの創出	高齢者や障がい者などが利用しやすい観光地づくり	外国人旅行者向け観光プランの充実	新たな観光分野の開拓	スポーツイベント等をいかした	その他	無回答
全体 (n=1,270)	24.8	22.0	23.8	18.3	20.5	22.0	3.2	11.8	25.8	4.6	6.8	2.1	2.3						
男性 (n=556)	25.5	19.6	26.8	21.2	18.5	21.9	3.6	11.7	22.7	4.5	8.3	2.7	1.8						
女性 (n=685)	23.9	24.2	21.5	16.1	22.2	22.0	2.9	12.3	27.6	4.7	5.7	1.8	2.5						
20歳未満 (n=15)	40.0	13.3	20.0	20.0	33.3	13.3	6.7	6.7	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0						
20~29歳 (n=100)	21.0	24.0	18.0	23.0	31.0	22.0	4.0	8.0	18.0	8.0	9.0	4.0	1.0						
30~39歳 (n=185)	24.9	24.3	18.4	27.0	22.7	18.9	1.6	11.9	14.6	8.6	9.2	3.8	1.1						
40~49歳 (n=191)	30.9	27.2	17.8	22.5	26.2	26.7	1.0	7.9	14.7	6.3	6.3	2.1	1.0						
50~59歳 (n=186)	23.1	21.0	29.6	16.7	18.8	25.3	3.8	12.4	21.5	3.2	9.1	2.2	0.5						
60~69歳 (n=310)	21.6	25.8	25.2	14.8	17.7	21.6	3.5	16.8	31.0	3.9	6.1	1.0	2.3						
70~79歳 (n=190)	23.7	12.6	32.1	9.5	16.3	22.1	4.7	11.6	40.0	1.1	4.2	1.6	5.3						
80歳以上 (n=76)	27.6	13.2	18.4	22.4	9.2	17.1	3.9	7.9	44.7	1.3	2.6	2.6	6.6						

(4) 農業・林業振興のための取組 (A: 問8)

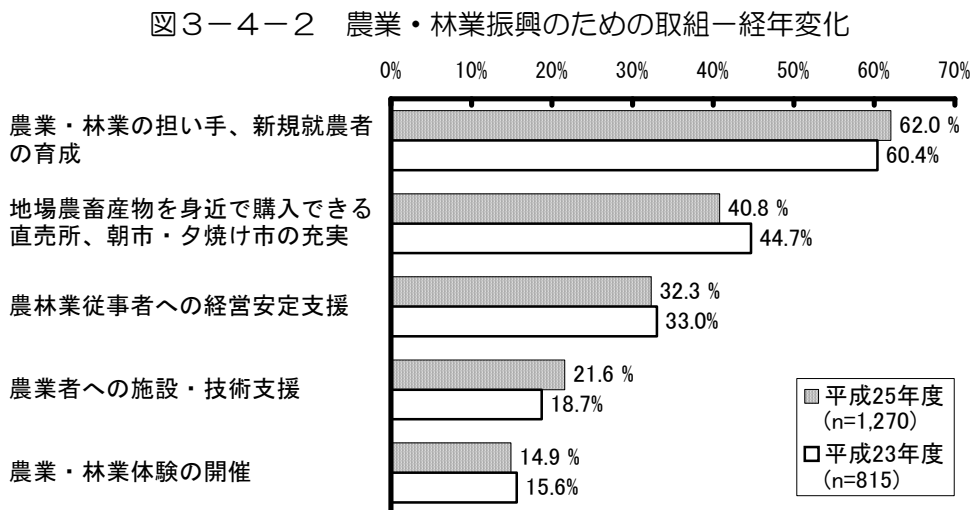


【全体】

都市農業や林業の振興のための取組について聞いたところ、「農業・林業の担い手、新規就農者の育成」(62.0%)が6割を超えて最も高くなっている。次いで、「地場農畜産物を身近で購入できる直売所、朝市・夕焼け市の充実」(40.8%)、「農林業従事者への経営安定支援」(32.3%)となっている。

【経年変化】

経年による大きな変化は見られない。



【属性別】

性別で見ると、女性では「地場農畜産物を身近で購入できる直売所、朝市・夕焼け市の充実」(44.5%)が男性より8.5ポイント高くなっている。一方、男性は「農業・林業の担い手、新規就農者の育成」(67.1%)が8.9ポイント、「農業者への施設・技術支援」(25.2%)が6.5ポイント女性よりも高くなっている。

年齢別で見ると、おおむね若い年代ほど「農業・林業体験の開催」についての意向が高くなっている。

表3-4-1 農業・林業振興のための取組—性別、年齢別

(単位：%)	農業・林業の担い手、 新規就農者の育成	農業・林業体験の開催	農業者への 施設・技術支援	地場農畜産物を身近で 購入できる直売所、 朝市・夕焼け市の充実	農林業従事者への 経営安定支援	無回答
全体 (n=1,270)	62.0	14.9	21.6	40.8	32.3	5.1
男性 (n=556)	67.1	13.8	25.2	36.0	33.3	3.1
女性 (n=685)	58.2	16.1	18.7	44.5	30.9	6.7
20歳未満 (n=15)	60.0	26.7	26.7	33.3	20.0	0.0
20～29歳 (n=100)	63.0	22.0	22.0	40.0	37.0	2.0
30～39歳 (n=185)	62.2	17.3	21.1	37.8	31.4	3.2
40～49歳 (n=191)	64.9	16.2	21.5	41.4	37.2	0.5
50～59歳 (n=186)	61.8	16.7	18.3	43.5	34.9	3.8
60～69歳 (n=310)	62.6	13.9	23.9	41.6	29.7	4.5
70～79歳 (n=190)	60.5	10.0	21.6	40.0	27.4	11.6
80歳以上 (n=76)	55.3	7.9	19.7	40.8	30.3	15.8