

平成 26 年度  
弘前市消費購買動向調査報告書

平成 27 年 3 月

弘 前 市

# 平成 26 年度弘前市消費購買動向調査報告書

## 目 次

### I. 来街者アンケート調査

1. 調査実施の概要	
1-1 調査の目的	1
1-2 調査設計	1
2. 調査結果の概要	
2-1 全体集計	3
3. 調査結果の詳細	
3-1 全体集計	5
(1) 回答者属性	5
(2) 問1 来店・来街の目的	6
(3) 問2 来店・来街の頻度	10
(4) 問3 来店・来街の理由	10
(5) 問4 来店・来街の交通手段	11
3-2 属性別集計	12
(1) 年齢別集計	12
(2) 性別集計	17
(3) 居住地別集計	23
(4) 平日・休日別集計	28

## 1. 調査実施の概要

### 1-1 調査の目的

消費者の消費購買動向や商圈を把握することにより、消費者ニーズに対応した商業振興施策の推進・展開を図ること。

### 1-2 調査設計

#### (1) 調査対象

弘前市内 10 個所の商業施設等を利用する買い物客または通行客。

#### (2) 標本数

1,945 (平日962 休日983)

#### (3) 調査実施日

平成27年1月25日(日)～2月1日(日)までの休日と平日

#### (4) 調査地点

- 1 ルネスアベニュー前(弘前市土手町78付近)
- 2 どってん広場(弘前市土手町134付近)
- 3 中三弘前店(弘前市土手町49-1)
- 4 イトーヨーカドー弘前店(弘前市駅前3-2-1)
- 5 ヒロロ(弘前市駅前町9-20)
- 6 さくら野百貨店弘前店(弘前市城東北3-10-1)
- 7 カブセンター弘前店(弘前市高田4-2-10)
- 8 マックスバリュー安原店(弘前市泉野14-5)
- 9 イオンタウン弘前樋の口店(弘前市樋の口2-9-6)
- 10 ユニバース堅田店(弘前市青山2-23-1)

## (5) 調査実施方法と内容

以下の設問について、来店者または来街者に対する直接ヒアリングによるアンケート調査を実施。各地点で平日、休日で100サンプルを目標に調査した。

<設問内容>

問1 来店・来街の目的

問2 来店・来街の頻度

問3 来店・来街の理由

問4 来店・来街の交通手段

問5 買い物への自由意見（各店舗に対する意見であるため非公開）

<回答者の属性>

問6 ・居住地

・性別

・年齢

## 2. 調査結果の概要

### 2-1 全体集計

#### (1) この調査の回答者（属性）

この調査の回答者は、弘前駅を中心とした大型店、土手町を中心とした大型店、住宅地にある百貨店、大型ショッピングセンター、スーパー等、弘前市内の10地点を平日と休日に訪れた客である。その8割は弘前市内在住であり、7割弱を女性が占めた。

年齢は40代と50代で4割を占めた。

この調査の結果は、弘前市内在住の40代から50代の女性の意見が多く反映されている。

#### (2) 来店・来街の目的

来店（来街）の目的で、もっとも多いのは「買い物」で8割を占めた。次いで「食事・喫茶」となっており、これは性別、年齢層別、市内・市外別、平日・休日別調査においても共通している。

「買い物」目的と答えた人の3分の2は「食品・日用品」を買うために訪れている。

「食事・喫茶」を目的に訪れた人の3分の2は「食事」、3分の1は「お茶」が目的であった。

「サービス」と答えた人の目的は「リラグゼーション・エステ」、「スポーツ・体操」がともに3割弱であった。

「娯楽」と答えた人の6割は「ゲームセンター」が目的で、2割が「映画」であった。

「公的サービス」と答えた人の3分の2は「役所・銀行・郵便局」の利用が目的であった。

「医療・福祉」では、回答者全員が「医院・病院（見舞いを含む）」であった。

#### (3) 来店・来街の頻度とその理由

回答者の4人に1人が「週に2～3度」、2割が「週に1回程度」、その店（場所）を訪れている。

年齢層別にみると、20代までの若い層は「月に2～3度」、30代以上は「週に2～3度」が多い。

性別では女性の方が、居住地別では弘前市内在住の方が来店（来街）頻度が高い。

来店（来街）の理由は「欲しい物があるから」と「自宅（または）職場」から近いから」が、ともに3割を超えて多い。

年齢層別にみると、40代までの層は「欲しいものがあるから」が多く、50代60代は「自宅または職場から近いから」が多い。

#### (4) 来店・来街の交通手段

回答者の半数は、その店（場所）に「自分で運転する自家用車」で訪れている。「同乗」

を加えると、6割強が「自家用車」利用であった。

次に多かったのは「徒歩・自転車」で3割弱であった。前問の来街方法「自宅（または）職場から近いから」が多い事を反映している。

年齢層別にみると、20代までの若い層は「徒歩・自転車」が多い。30代以上は「自分で運転する自家用車」が多い。

### 3. 調査結果の詳細

#### 3-1 全体集計

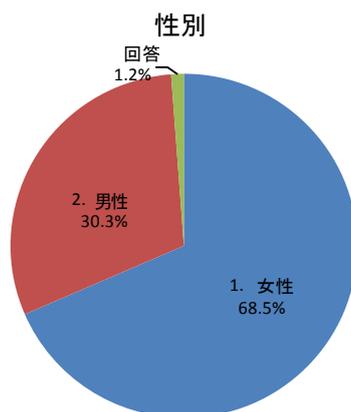
調査した弘前市内の 10 地点は、弘前駅を中心とした大型店、土手町を中心とした大型店、住宅地にある百貨店、大型ショッピングセンター、スーパー等である。

平成 27 年 1 月から 2 月にかけての平日と休日、買い物客または通行人に対するアンケート調査を直接聴き取りにより実施した。

##### (1) 回答者属性

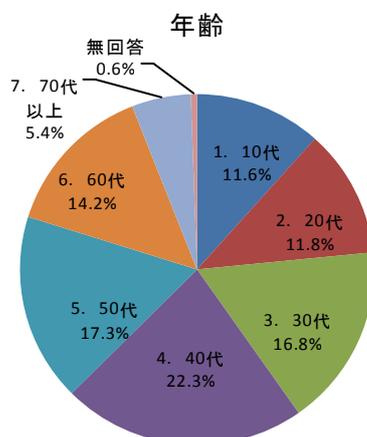
###### ● 女性が 7 割弱

回答者の性別は女性が 68.5% (1,332 人) と 7 割弱を占めた。男性は 3 割 (590 人 30.3%) であった。



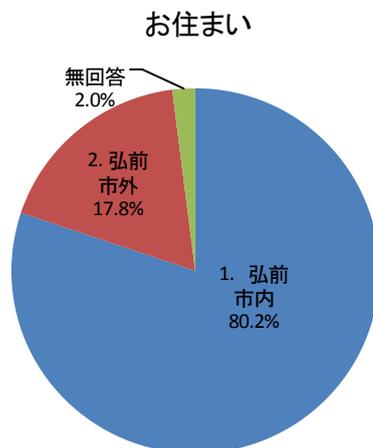
###### ● 40 代以上で 6 割

回答者の年齢層をみると、40 代が 2 割強 (433 人 22.3%) ともっとも多く、次いで 50 代 (337 人 17.3%) であった。40 代以上で全体の 6 割 (59.2%) を占めた。



● 8割は弘前市内在住

回答者の8割（80.2% 1,559人）は「弘前市内在住」である。



(2) 問1 来店・来街の目的（複数回答）

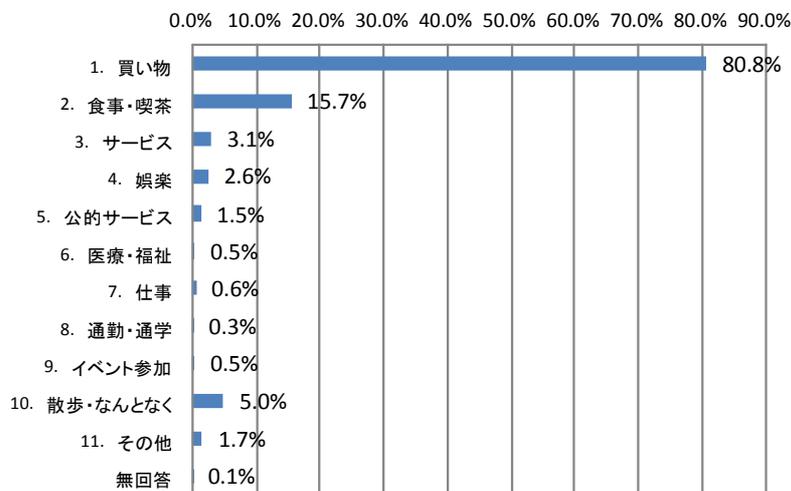
● 8割は「買い物」が目的。

来店の目的は「買い物」がもっとも多い（80.8%）。次いで「食事・喫茶」（15.7%）であった。これ以外では「散歩・なんとなく」が5.0%であった。

「イベント参加」の内容は「京都うまいもの市」と「弘前第一養護学校作品展」であった。

「その他」の内容は、「(家族の)買い物のつきそい」（8人）が多く、他には「通りがかり」、「駐車場利用」などであった。

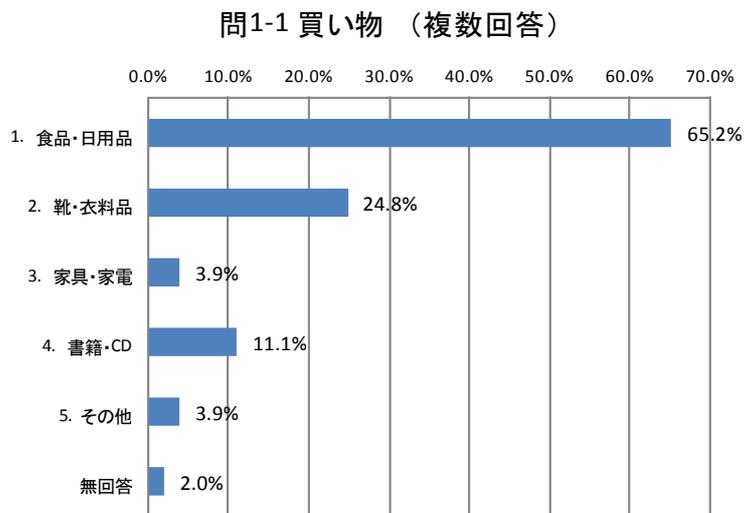
問1 今日は何のために？  
(来店・来街の目的 複数回答)



### ●買い物客の3分の2は「食品・日用品」が目的

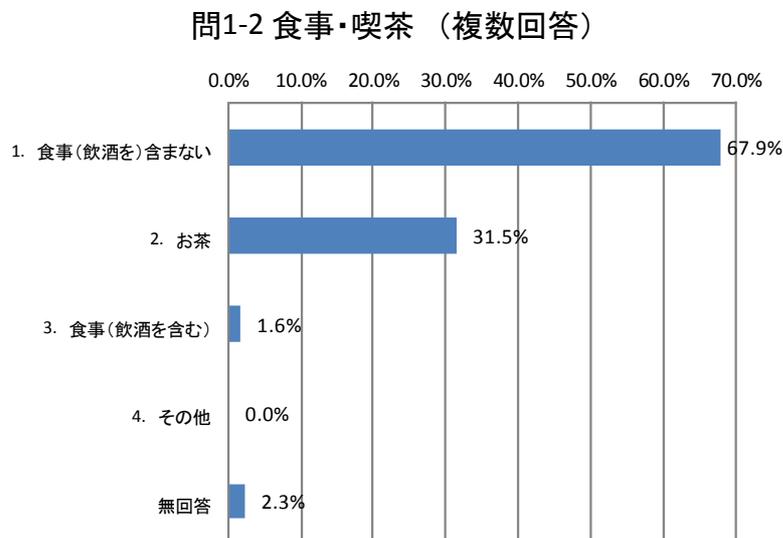
「買い物」と答えた人(1,571人)の3分の2(65.2%)は「食品・日用品」を買うために、4分の1(24.8%)は「靴・衣料品」を買うために訪れている。次いで「書籍・CD」が1割強(11.1%)であった。

「その他」の内容は、バレンタインデー直前の調査であったことから「プレゼント」(7人)が多かった。これに「化粧品」(6人)と「雑貨」(5人)が続いた。



### ●3分の2は「食事」、「お茶」は3割

「食事・喫茶」と答えた人(305人)の3分の2は「食事(飲酒を)含まない」(67.9%)であった。「お茶」と答えた人が3割強(31.5%)であった。

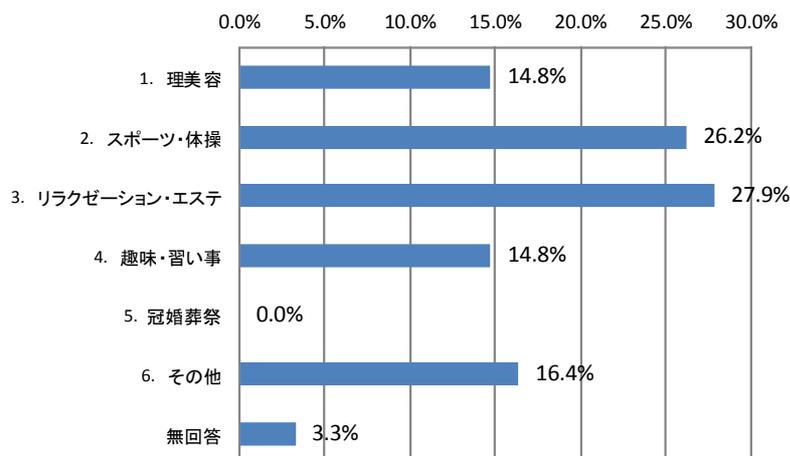


● 「サービス」 目的は「リラクゼーション・エステ」「スポーツ・体操」が多い

「サービス」と答えた人では「リラクゼーション・エステ」(27.9%)と「スポーツ・体操」(26.2%)どちらも3割弱と多い。次いで理美容(14.8%)であった。

「その他」の内容は、すべて「旅行会社」(6人)であった。

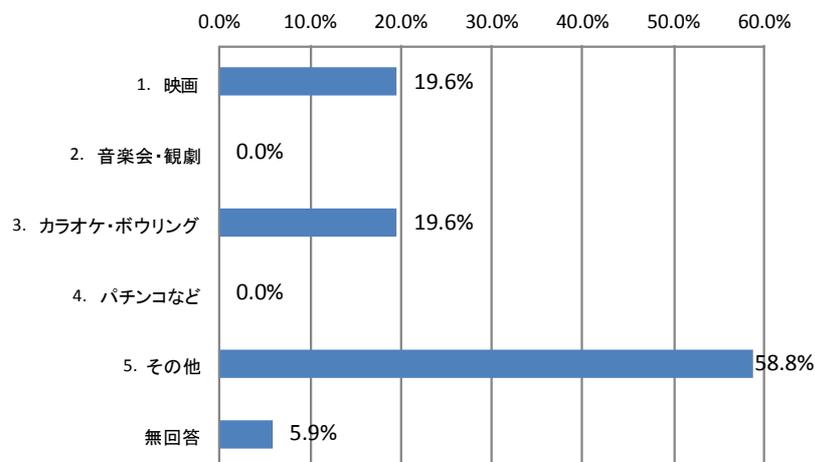
問1-3 サービス (複数回答)



● 「娯楽」 目的では「ゲームセンター」が6割弱

「娯楽」が目的と答えた人では「その他」(58.8%)がもっとも多かった。その内容は1人を除いて「ゲームセンター」(56.9%)であった。次いで「映画」(19.6%)、「カラオケ・ボウリング」(19.6%)であった。

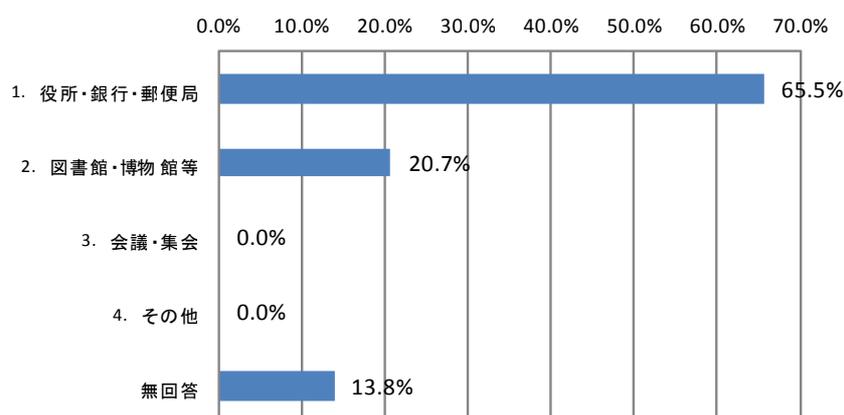
問1-4 娯楽 (複数回答)



● 3分の2が「役所・銀行・郵便局」、2割が「図書館・博物館等」

「公的サービス」と答えた人の目的は、3分の2弱が「役所・銀行・郵便局」(65.5%)、2割が「図書館・博物館等」(20.7%)であった。

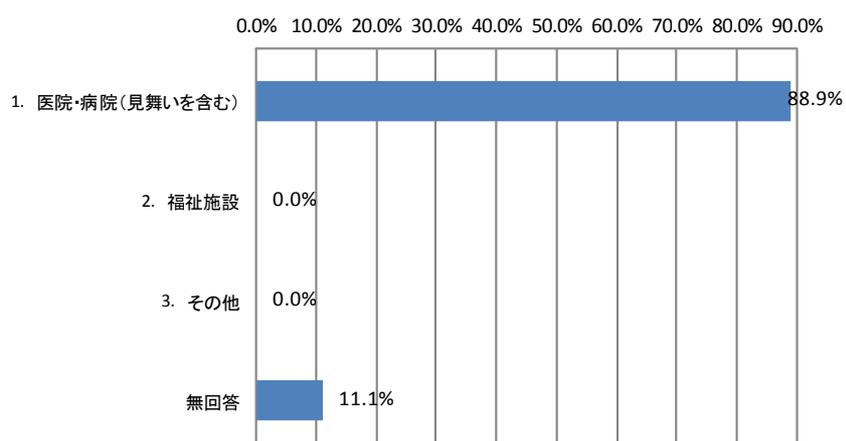
### 問1-5 公的サービス (複数回答)



● 9割が「医院・病院 (見舞いを含む)」

「医療・福祉」と答えた人の目的は、9割が「医院・病院 (見舞いを含む)」(88.9%)であった。

### 問1-6 医療・福祉 (複数回答)



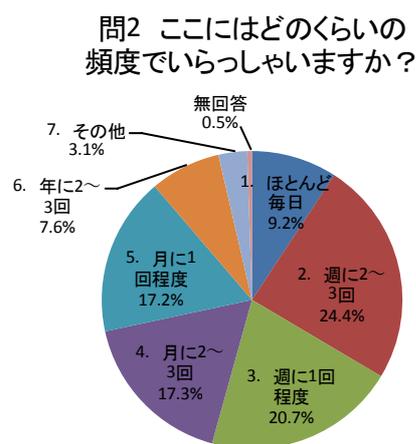
### (3) 問2 来店・来街の頻度 (複数回答)

#### ● 4分の1は「週に2～3回」、5分の1は「週に1回」訪れている

調査した店 (または地点) には、どのくらいの頻度で訪れているかを尋ねた。

もっとも多かったのは「週に2～3回」(24.4%) で4分の1を占め、次いで「週に1回程度」(20.7%) であった。これに「月に2～3回」(17.3%)、「月に1回程度」(17.2%) がほぼ同数で続いた。「ほとんど毎日」も1割程度あった(9.2%)。

「その他」の内容は「1年に1回程度」と「初めて」などであった。



### (4) 問3 来店・来街の理由 (複数回答)

#### ● 4割弱は「欲しいものがあるから」、3割強は「近いから」訪れている

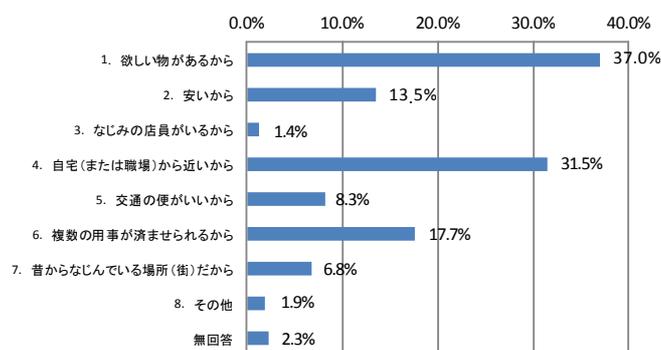
調査した店 (または地点) には、どんな理由で訪れているかを尋ねた。

もっとも多かったのは「欲しいものがあるから」で4割弱(37.0%)を占めた。次いで、「自宅(または職場)から近いから」(31.5%)が3割強であった。

これに「複数の用事が済ませられるから」(17.7%)、「安いから」(13.5%)が続き、やや離れて、「交通の便がいいから」(8.3%)、「昔からなじんでいる場所(街)だから」(6.8%)となった。

「その他」の内容は、「家族のつきそい」、「あそび」などであった。

問3 ここにいらっしゃる理由は何ですか？  
(複数回答)



(5) 問4 来店・来街の交通手段（複数回答）

●半数は「自分で運転」、3割弱は「徒歩または自転車」で訪れている

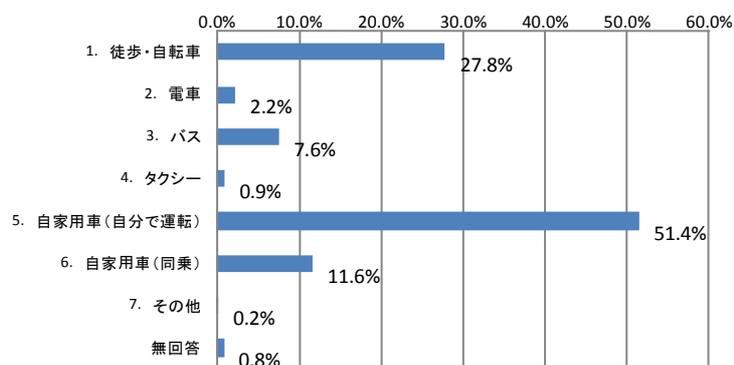
調査した店（または地点）に、どんな交通手段を利用して来たかを尋ねた。

もっとも多かったのは「自家用車（自分で運転）」で半数を越えた（51.4%）、「自家用車（同乗）」（11.6%）を合わせると、3分の2弱（63.0%）が自家用車を利用して訪れている。

次いで「徒歩・自転車」（27.8%）、「自家用車（同乗）」（11.6%）、「バス」（7.6%）であった。「電車」（2.2%）、「タクシー」（0.9%）は少ない。

「その他」の内容は「新幹線」であった。

問4 ここには何で(交通手段)でいらっしゃいましたか？  
(複数回答)



## 3-2 属性別集計

ここでは、性別や年齢別等の要素別にクロス集計した結果から、有意差のある項目に注目して整理した。

### (1) 年齢別集計

#### ● 問1 目的

どの年齢層も「買い物」「食事・喫茶」の順。10代と70代以上に「散歩」が多い

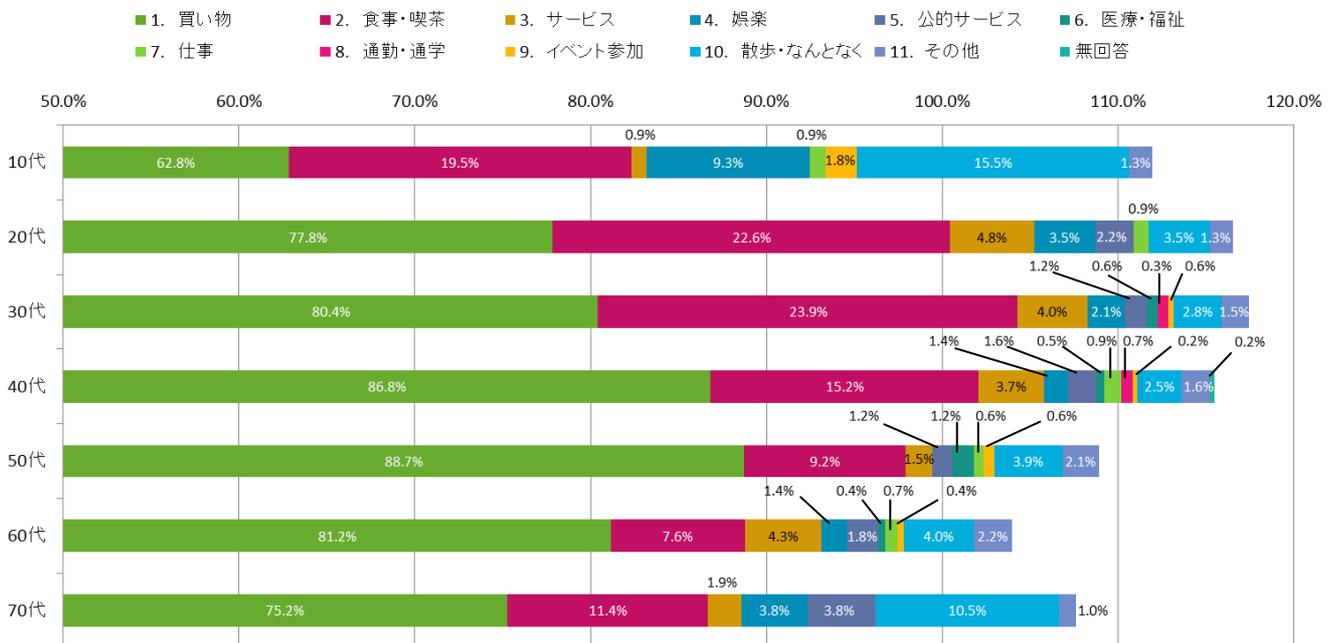
調査地点へ来た目的は、どの年齢層も「買い物」が多い。もっとも多いのは「50代」(88.7%)で、9割は「買い物」目的で訪れている。

一方、「10代」の「買い物」目的は6割強(62.8%)で、全年齢層でもっとも少なかった。

「食事・喫茶」を目的に訪れたのは「30代」(23.9%)、「20代」(22.6%)の順に多かった。

「散歩・なんとなく」多かったのは「10代」(15.5%)と「70代以上」(4.9%)であった。

問1 今日は何のために？  
(来店・来街の目的 複数回答)



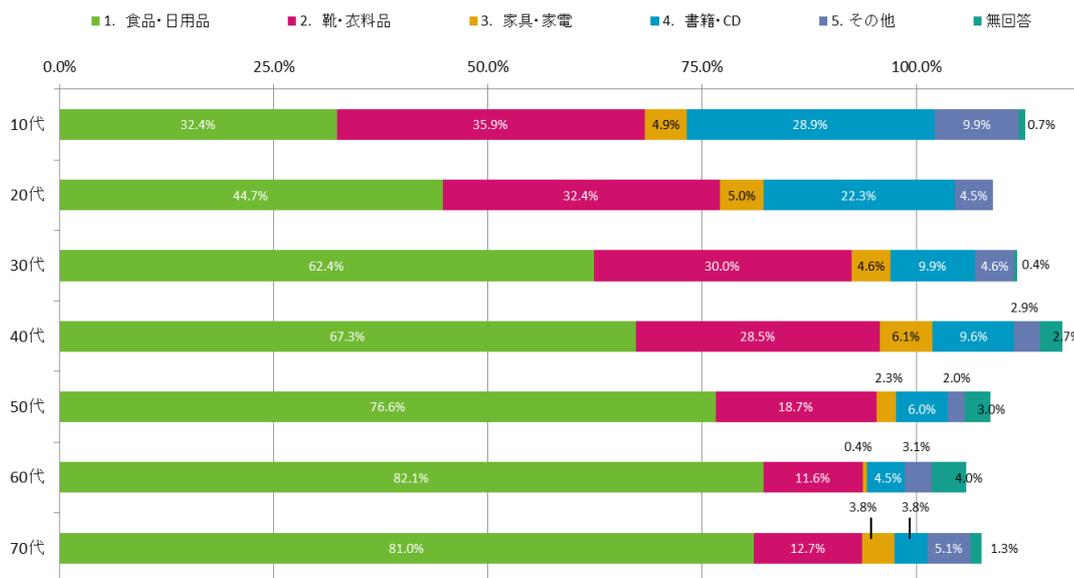
### (問1-1) 「買い物」

10代・20代は3分の1が「靴・衣料品」、60代以上は「食品・日用品」が8割

「買い物」が目的の各年齢層の特徴は、「10代」(32.4%)と20代で「食品・日用品」(44.7%)が半数を下回り、「靴・衣料品」が「10代」(35.9%)と「20代」(32.4%)で多いことである。

一方、「60代」以上では、「靴・衣料品」は1割程度となり、「食品・日用品」が8割を超えている。

問1-1 買い物 (複数回答)



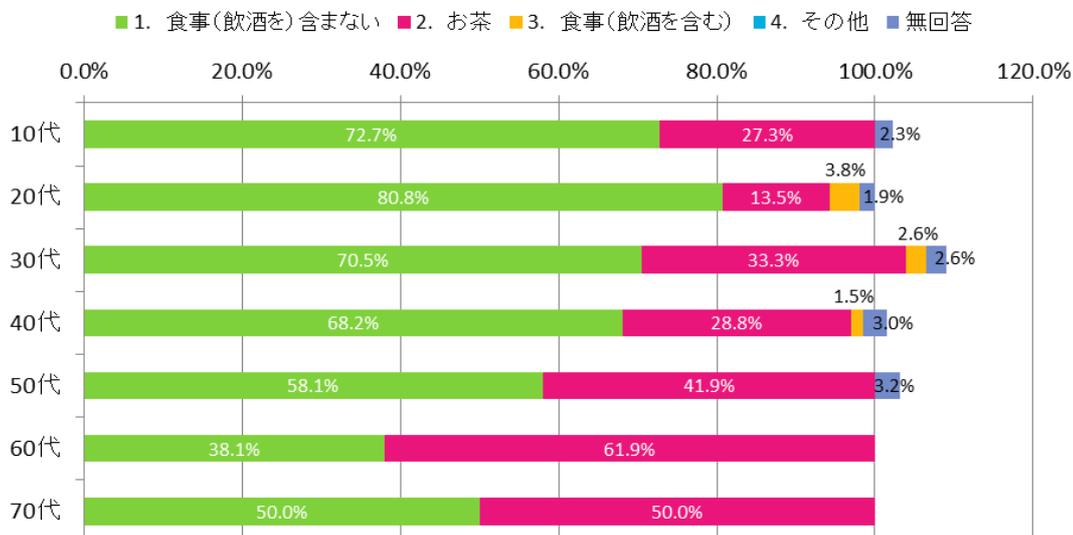
### (問1-2) 「食事・喫茶」

10代・20代は「食事」、60代以上は「お茶」

「食事・喫茶」が目的の各年齢層の特徴は、「10代」(72.7%)と「20代」(80.8%)、「30代」(70.5%)では7割を超えているが、60代以上では半数以下になる。

一方、「お茶」では「60代」は6割強(61.9%)と多く、「70代」は半数(50.0%)であった。

問1-2 食事・喫茶(複数回答)



### (問1-3)「サービス」

20代は「エステ」と「旅行」、30代・40代は「スポーツ」、50代・60代は「趣味・習い事」

「サービス」が目的の各年齢層の特徴は、「リラクゼーション・エステ」に「20代」(36.4%)と「30代」(30.8%)が多いことである。「20代」に多かった「その他」の内容は、すべて「旅行会社」であった。

20代の消費志向は「エステ」と「旅行」に向いている。

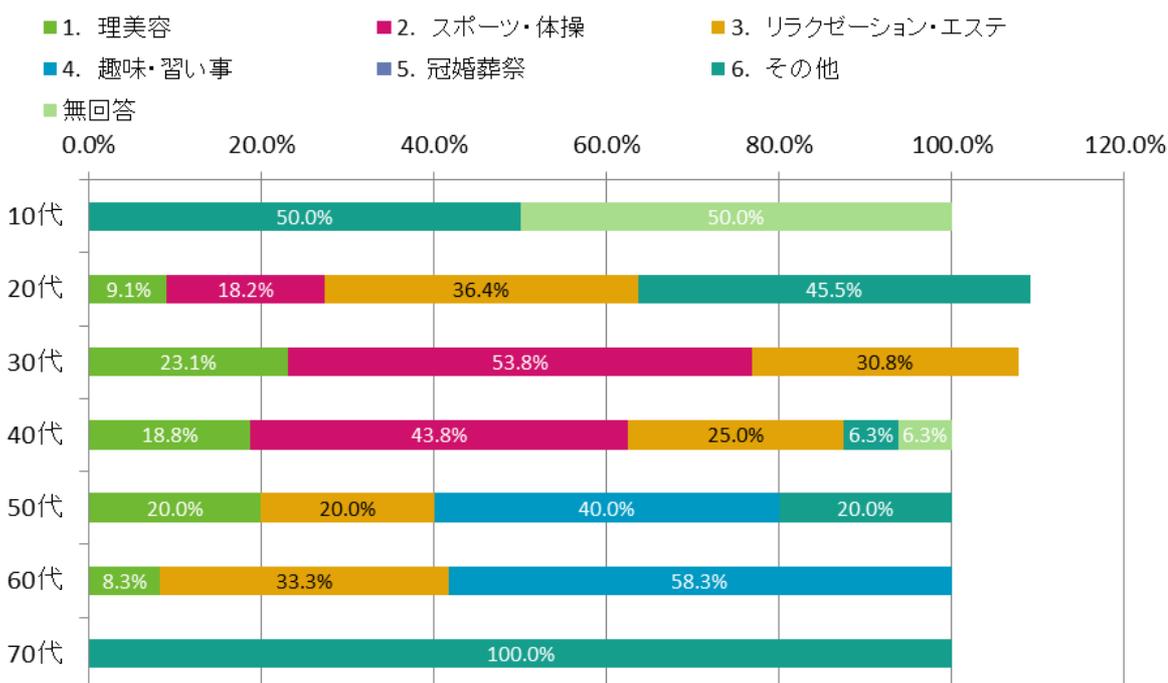
「スポーツ・体操」は、「30代」(53.8%)と「40代」(43.8%)が多い。次いで、「リラクゼーション・エステ」で、「30代」(30.8%)、「40代」(25.0%)と多かった。

30代と40代の20代の消費行動は「癒し」と「健康」に向いている。

「趣味・習い事」をみると、「60代」がもっとも多く、6割弱(58.3%)を占めた。「50代」(40.0%)でも4割と多かった。

50代以上の消費行動は「趣味・習い事」に向いている。

### 問1-3 サービス(複数回答)

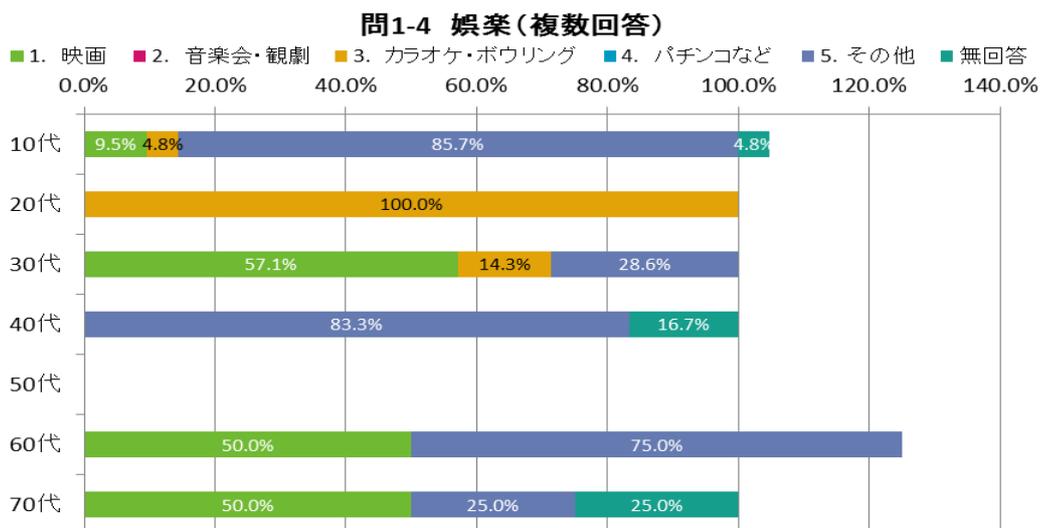


(問1-4)「娯楽」

10代は「ゲームセンター」、20代は「カラオケ」、30代は「映画」

「娯楽」が目的の各年齢層の特徴は、「ゲームセンター」に「10代」(85.7%)がもっとも多かった事であるが、10代だけでなく、「40代」(83.3%)や「60代」(75.0%)も多いことがわかった。

\*選択肢の「その他」は1人を除いて「ゲームセンター」であった。



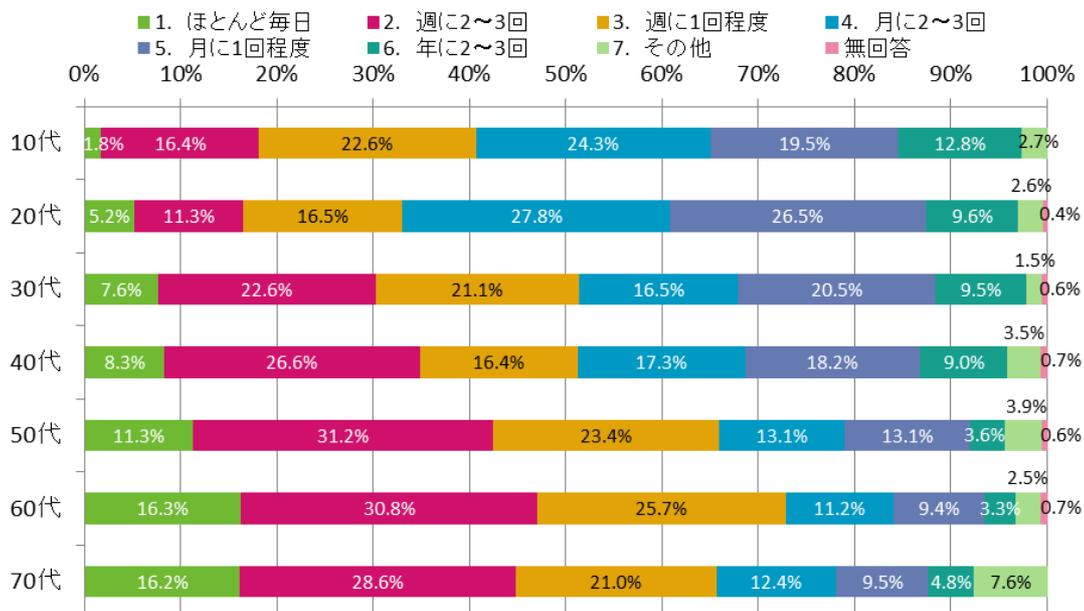
(問2) 来街頻度

10代・20代は「月に2~3回」、30代以上は「週に2~3回」

調査地点を訪れる頻度をみると、30代以上が「週に2~3回」または「週に1回程度」が多く合わせると、30代以上の半数は週に1回以上の頻度で訪れている。

10代と20代は30代以上に比べて来街頻度は低く、「月に2~3回」が多かった。

**問2 ここにはどのくらいの頻度でいらっしゃいますか？**



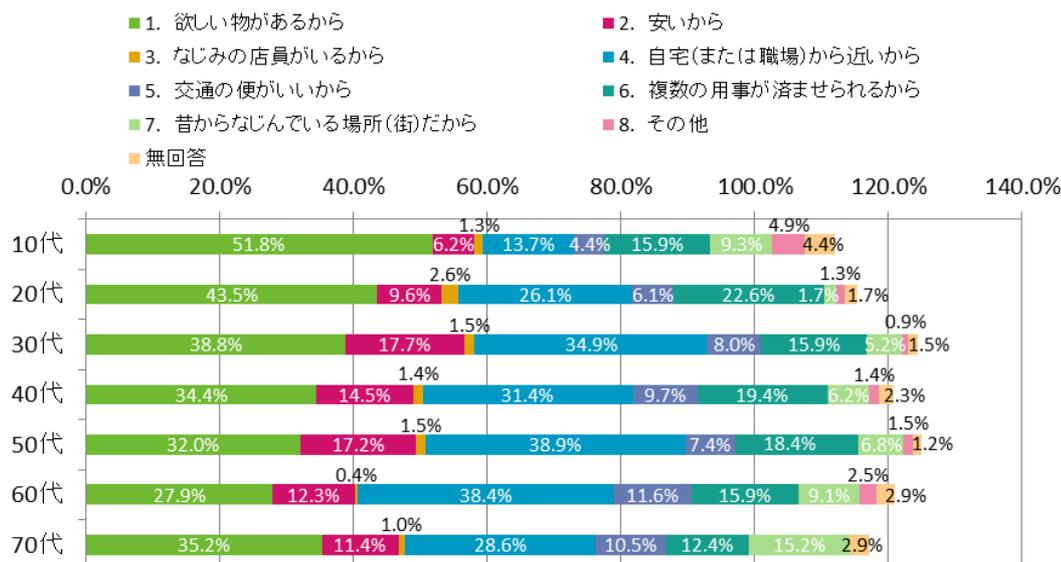
(問3) 来街理由

50代・60代は「近いから」、それ以外は「欲しいものがあるから」

調査地点を訪れる理由をみると、10代から40代までと70代以上が「欲しいものがあるから」が多かった。

これに対し、50代と60代は「週に1回程度」が「自宅（または職場）から近いから」が多かった。

問3 ここにいらっしゃる理由はなんですか？(複数回答)



(問4) 来街交通手段

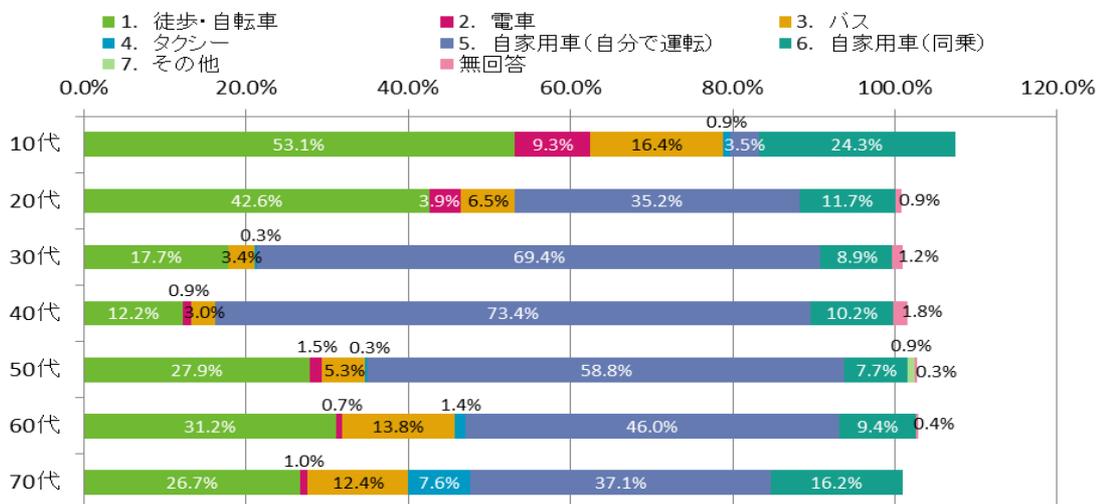
10代・20代は「徒歩・自転車」、それ以外は「自分で運転の自家用車」

調査地点を訪れた交通手段をみると、10代と20代は「徒歩・自転車」が多く、「10代」では半数強(53.1%)、「20代」で4割強(42.6%)であった。

30代以上はすべて「自家用車(自分で運転)」であった。

家族と一緒にの買い物や送迎による「自家用車(同乗)」は「10代」(24.3%)と「70代」(16.2%)に多い。

問4 ここには何で(交通手段)でいらっしゃいましたか？(複数回答)



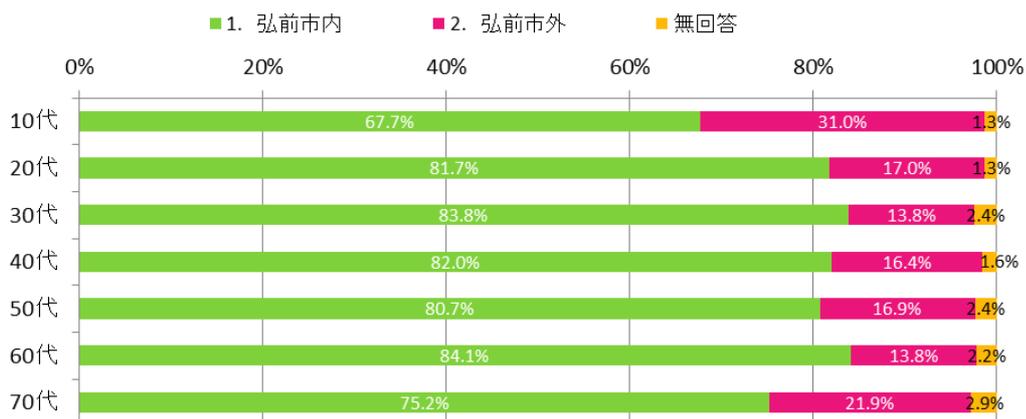
(問6) 居住地

10代と70代に「弘前市外から」が多い

調査地点に「どこから来たか」をみると、「弘前市外」から来ているのは「10代」が多い(31.0%)。3人に1人は弘前市以外から訪れている。

「70代」も「弘前市外」から来ている人が多く(21.9%)、5人に1人は弘前市以外から訪れている。

問6.1 お住まい

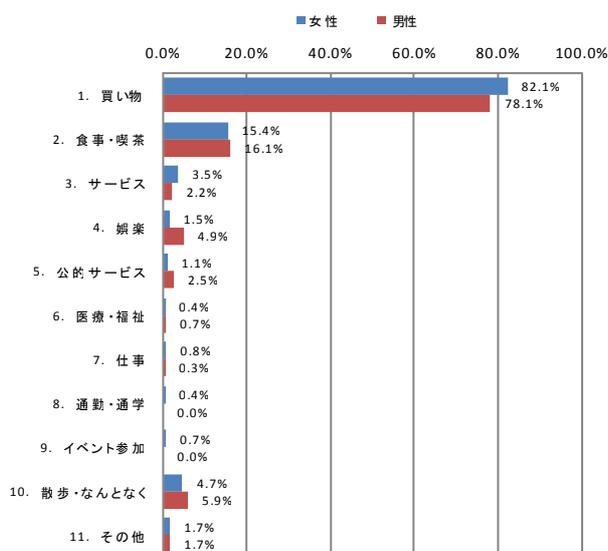


(2) 性別集計

● 問1 目的 男女とも「買い物」「食事・喫茶」の順、男性は女性より「娯楽」が多い  
 調査地点へ来た目的は、女性(82.1%)・男性(78.1%)とも「買い物」が8割前後と多い。次いで「食事・喫茶」で、合わせると女性は97.5%が、男性は94.2%が「買い物」か「食事・喫茶」を目的に訪れている。

「娯楽」目的で来ているのは、男性(4.9%)の方が女性(1.5%)より多い。

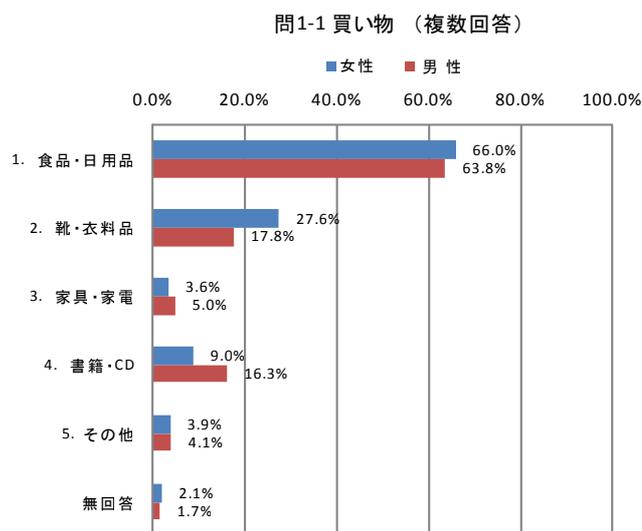
問1 今日は何のために?(来店・来街の目的 複数回答)



### (問1-1)「買い物」

女性は「靴・衣料品が目的」が男性より多い。「書籍・CDが目的」は男性に多い

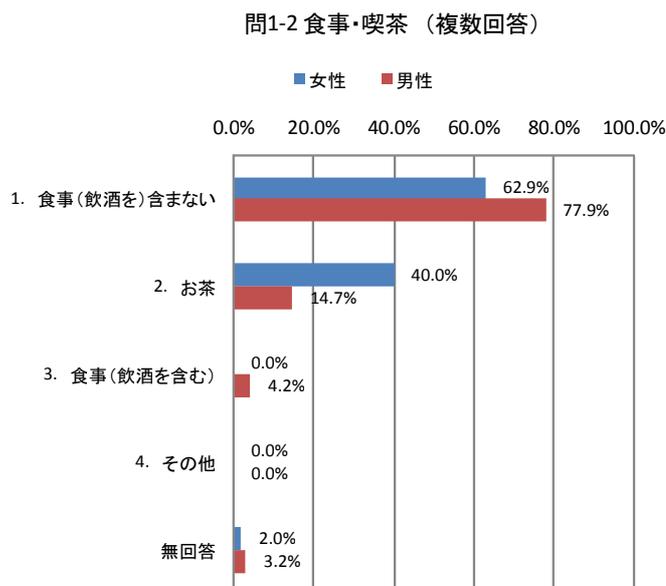
女性は3分の2が「食品・日用品」(66.0%)、次いで「靴・衣料品」(27.6%)であった。  
男性も6割強(63.8%)が「食品・日用品」であるが、女性に比べて「書籍・CD」が多い(16.3%)。



### (問1-2)「食事・喫茶」

女性は「お茶」が男性より多い。

男性は8割弱(77.9%)が「食事」を目的に、「お茶」目的は1割強(14.7%)であるのに対し、女性は4割(40.0%)が「お茶」を目的にしている。



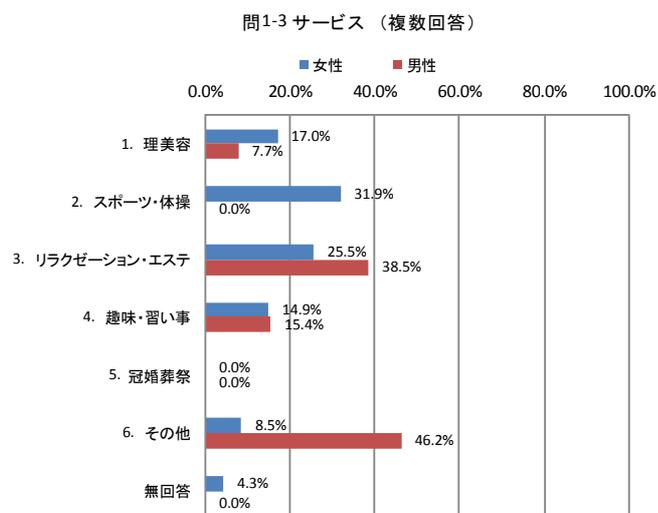
### (問1-3)「サービス」

#### 女性は「スポーツ・体操」、男性は「旅行会社」

女性は「スポーツ・体操」が3割強(31.9%)、次いで「リラクゼーション・エステ」(25.5%)であった。女性は健康志向が強い。

男性は「旅行会社」が多く(46.2%)、次いで「リラクゼーション・エステ」(38.5%)であった。

「その他」の内容はすべて「旅行会社」であった。

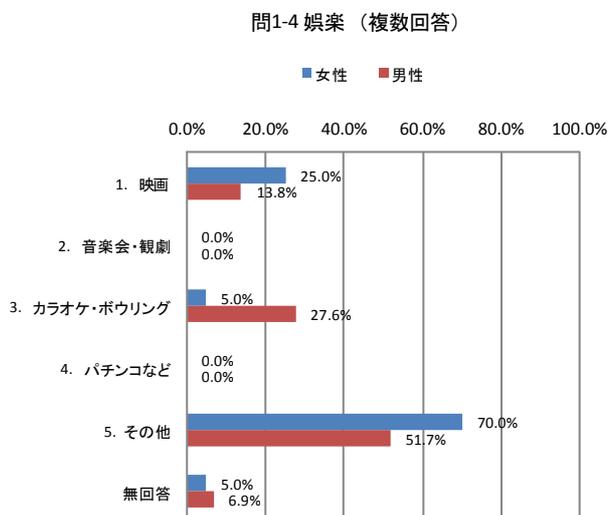


### (問1-4)「娯楽」

#### 女性は「ゲームセンター」と「映画」、男性は「ゲームセンター」と「カラオケ」

女性は7割(70.0%)、男性は半数強が「ゲームセンター」であった。次いで、女性は「映画」(25.0%)、男性は「カラオケ・ボウリング」(27.6%)であった。

\*「その他」の内容が1人を除いて「ゲームセンター」であった。

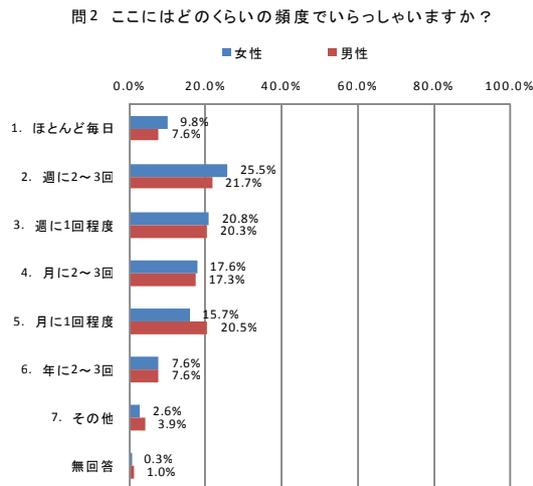


## (問2) 来街頻度

女性は「週に2～3回」、男性は「月に1回程度」

調査地点を訪れる頻度をみると、女性では4人に1人が「週に2～3回」と答えている(25.5%)。次いで、5人に1人が「週に1回程度」(20.8%)と答えた。

男性でも、「週に2～3回」が多い(21.7%)。「週に1回程度」が(20.3%)であった。次いで、「月に1回程度」(20.5%)であった。



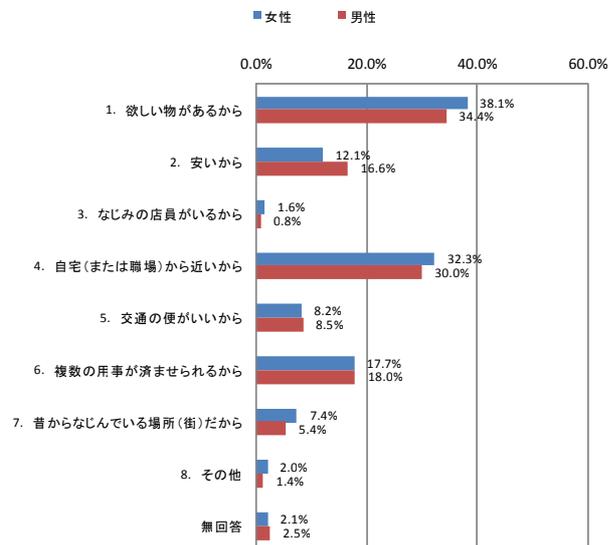
## (問3) 来街理由

「欲しいものがある」、「近いから」、「複数の用事」は男女とも変わらず

調査地点を訪れる理由をみると、男女とも「欲しいものがあるから」、「自宅(または職場)から近いから」、「複数の用事が済ませられるから」の順で多いことは変わらない。

「昔からなじんでいる場所(街)だから」(7.4%)と「なじみの店員がいるから」(1.6%)は、女性に多かった。

問3 ここにいらっしゃる理由は何ですか？(複数回答)



#### (問4) 来街交通手段

##### 男女とも「自家用車」が6割強、「徒歩・自転車」が3割

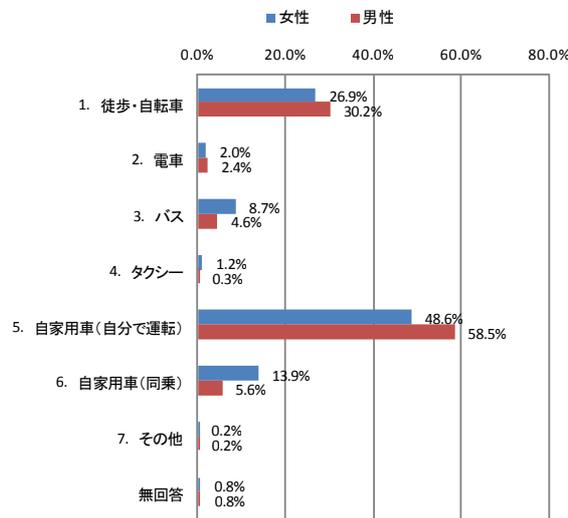
調査地点を訪れた交通手段をみると、女性は「自家用車（自分で運転）」が半数弱（48.6%）、「自家用車（同乗）」（13.9%）と合わせると6割強（62.5%）であった。

次いで「徒歩・自転車」（26.9%）であった。

男性も「自家用車（自分で運転）」がもっとも多く（58.5%）、「自家用車（同乗）」（5.6%）を合わせると6割強（64.1%）であった。

次いで「徒歩・自転車」（30.2%）で、女性よりやや多い。

問4 ここには何で(交通手段)でいらっしゃいましたか？  
(複数回答)



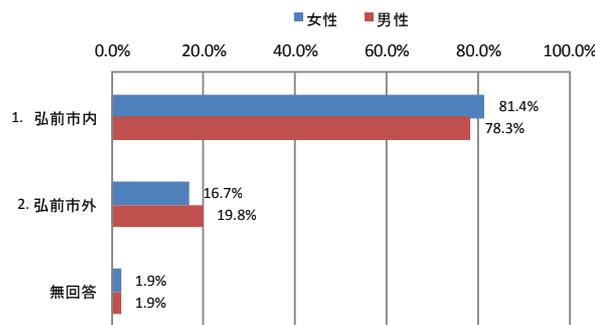
#### (問6-1) 居住地

##### 女性は「弘前市内」が8割を超え、男性よりやや多い

調査地点に「どこから来たか」をみると、男女とも8割が「弘前市内」が多いが、女性の方が男性よりやや多い（81.4%）。

「弘前市外」から来ているのは女性では6人に1人（16.7%）、男性では5人に1人（19.8%）であった。

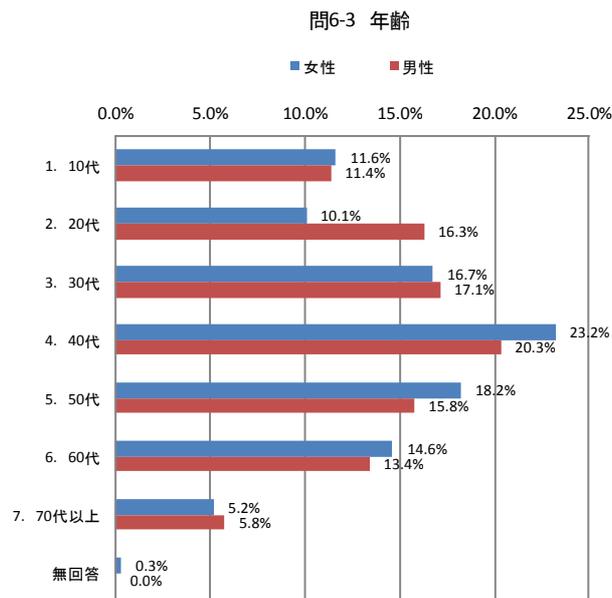
問6-1 お住まい



(問6-3) 年齢

女性は「弘前市内から」が8割を超え、男性よりやや多い

女性は「40代」(23.2%)、「50代」(18.2%)の順、男性は「40代」(20.3%)、「30代」(17.1%)の順に多かった。



### (3) 居住地別集計

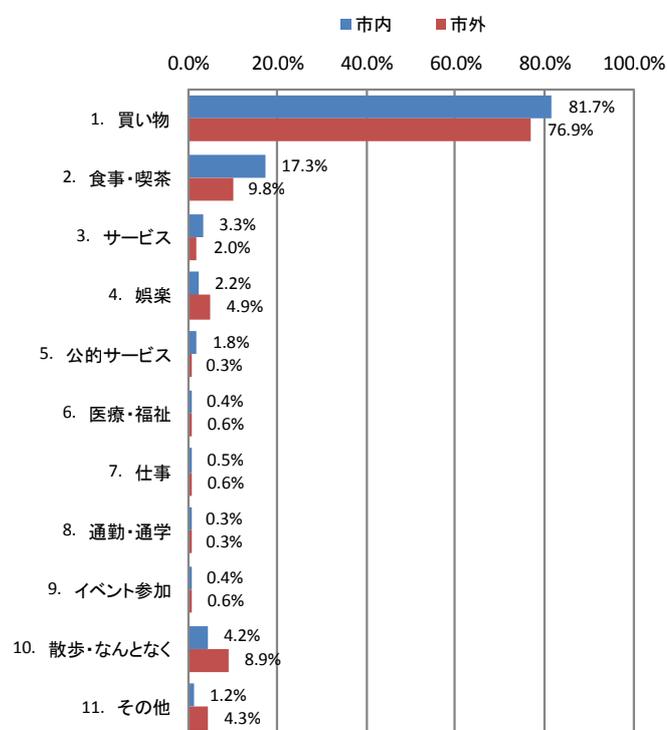
#### ● 問1 目的 市内・市外とも「買い物」「食事・喫茶」の順

回答者の居住地を「弘前市内」か「市外」かを尋ねた。

来店（街）の目的は、「弘前市内」に住む回答者の目的は「買い物」（81.7%）と「食事・喫茶」（17.3%）を合わせると99.0%であった。

「弘前市外」から来た人の目的は「買い物」（76.9%）、「食事・喫茶」（9.8%）の順で多く、合わせると86.7%であった。「弘前市外」から来た人は「買い物」と「食事・喫茶」以外の目的で来ている人も多い。

問1 今日は何のために？（来店・来街の目的 複数回答）



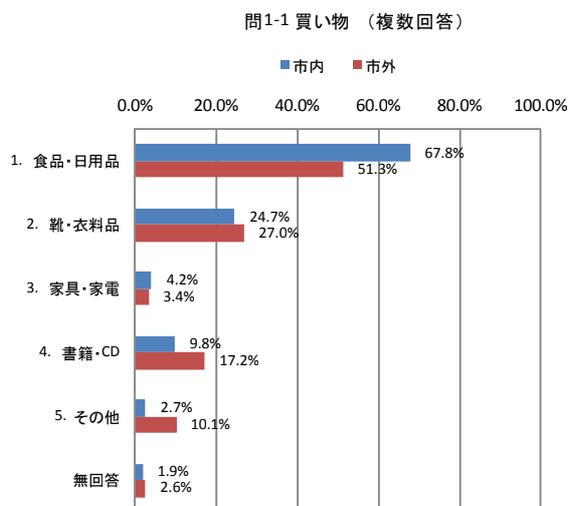
### (問1-1)「買い物」

弘前市外からの人は「靴・衣料品」、「書籍・CD」目的が多い

「食品・日用品」目的が「弘前市内」では3分の2（67.8%）であるのに対し、「弘前市外」は半数（51.3%）にとどまっている。

「靴・衣料品」では、「弘前市内」が（24.7%）、「弘前市外」が（27.0%）で、「弘前市外」の割合が高い。

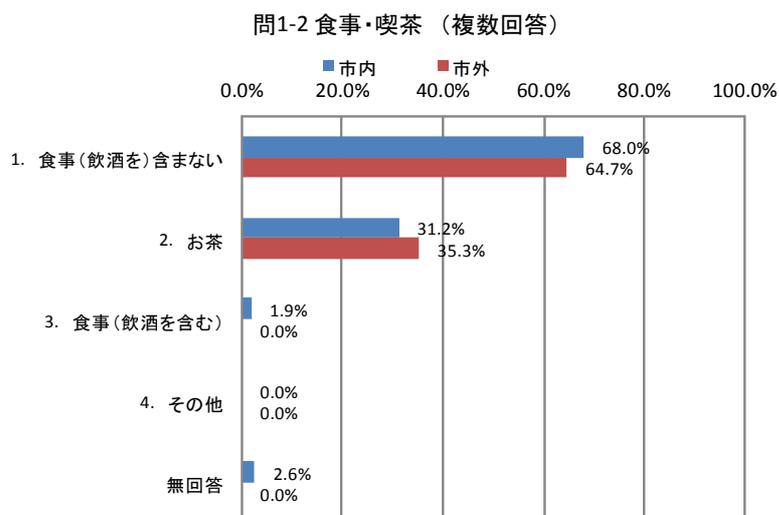
「書籍・CD」も同様に「弘前市外」の割合が高い。



### (問1-2)「食事・喫茶」

「食事・喫茶」の内容に居住地の違いはあまりない。

「食事・喫茶」の目的に、居住地の違いで差は見られなかった。

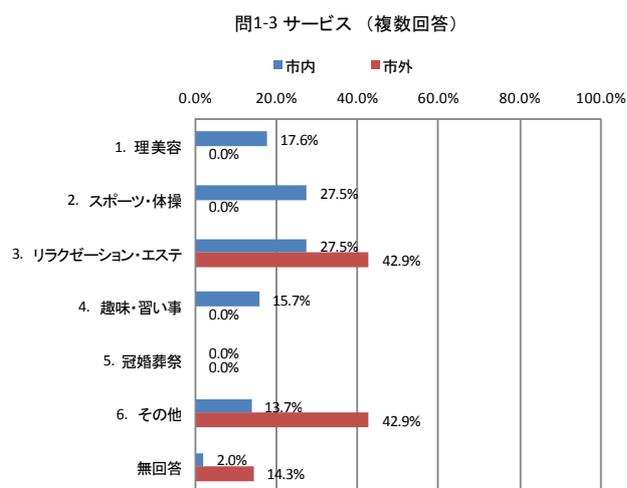


### (問1-3)「サービス」

市外は「リラクゼーション・エステ」と「旅行会社」、市内はまんべんなく

「市内」からは「スポーツ・体操」「リラクゼーション・エステ」がともに(27.5%)と多かった。

「市外」からは「リラクゼーション・エステ」と「旅行会社」がともに(42.9%)と多かった。\*「その他」の内容はすべて「旅行会社」であった。

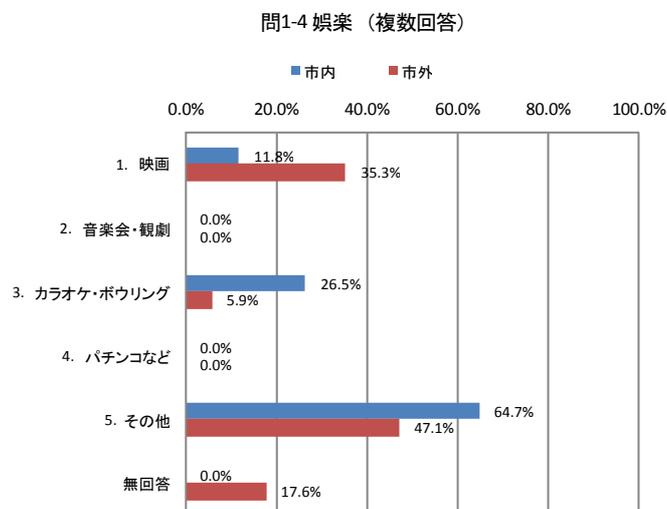


### (問1-4)「娯楽」

市内は「ゲームセンター」に「カラオケ・ボウリング」、市外は「ゲームセンター」に「映画」

市内・市外どちらも「ゲームセンター」が多いが、「カラオケ・ボウリング」に来るのは市内が市外より、「映画」に来るのは市外が市内より多い

\*選択肢「その他」の内容は1人を除いて「ゲームセンター」であった。



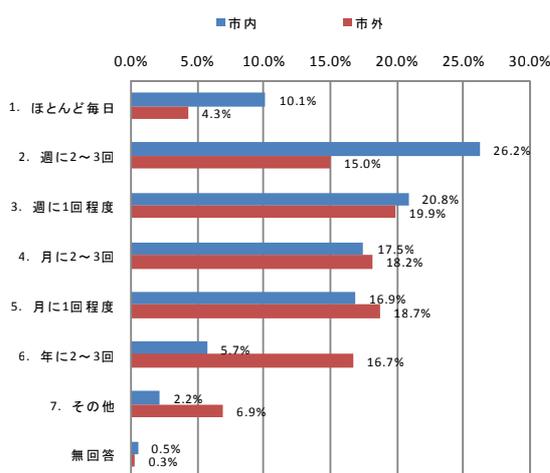
## (問2) 来街頻度

「週に1回以上」は市内の人で6割弱、市外の方は4割

調査地点を訪れる頻度をみると、弘前市内の人では「週に2~3回」がもっとも多い(26.2%)。一方、弘前市外の人では「週に1回程度」がもっとも多い(19.9%)。

「ほとんど毎日」、「週に2~3回」、「週に1回程度」を合わせると、弘前市内の方は6割弱(57.8%)、市外の方は4割(39.2%)であった。

問2 ここにはどのくらいの頻度でいらっしゃいますか？

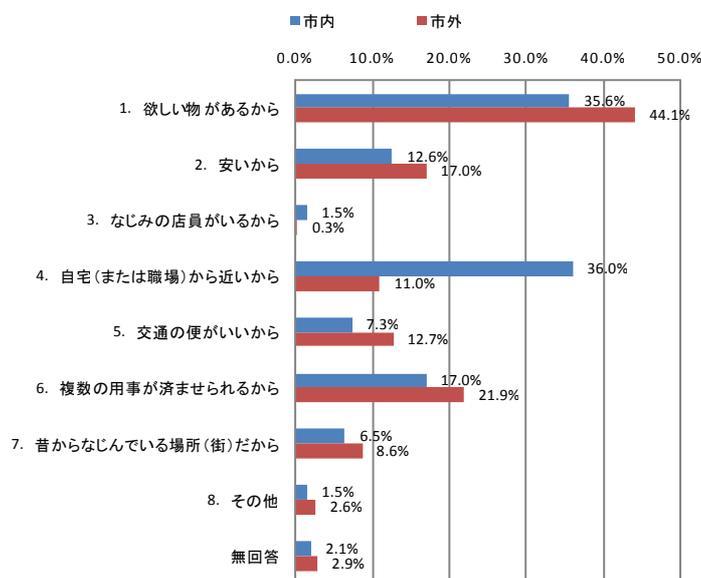


## (問3) 来街理由

弘前市外からは「欲しいもの」と「複数の用事を済ませる」ためが多い

調査地点を訪れる理由をみると、弘前市内・市外とも「欲しいものがあるから」が多いが、市外の方の理由には「複数の用事が済ませられるから」(21.9%)が多い。

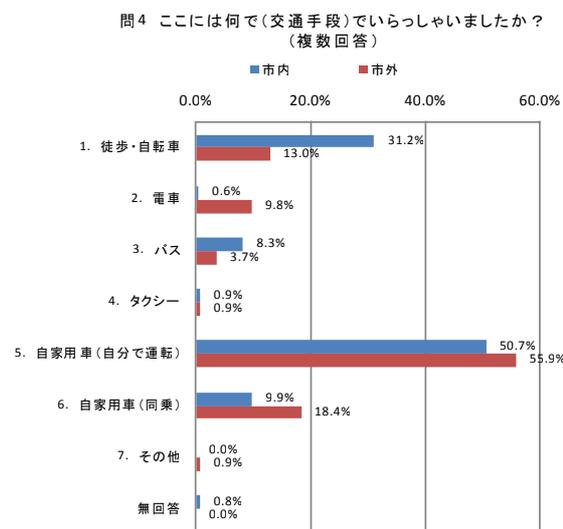
問3 ここにいらっしゃる理由は何ですか？(複数回答)



(問4) 来街交通手段

市外からは7割強が「自家用車」で来ている

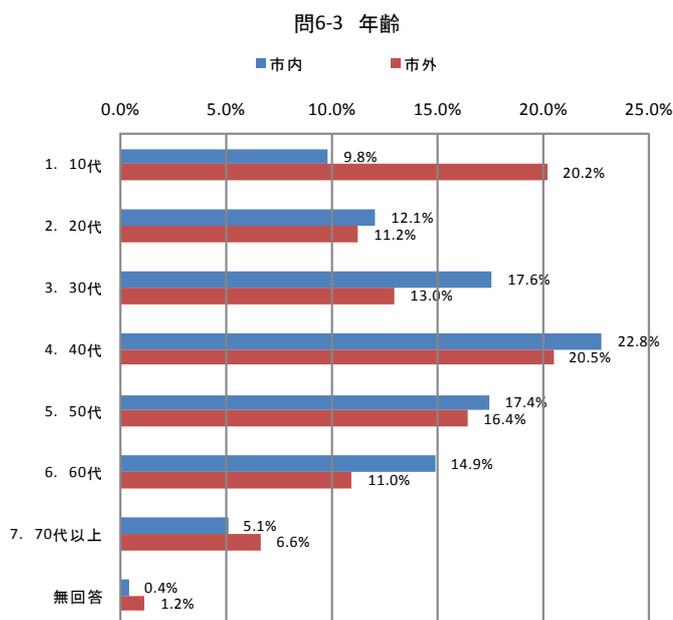
調査地点を訪れた交通手段をみると、市内・市外ともに「自家用車（自分で運転）」が半数を超えて多い。「自家用車（同乗）」と合わせると市内では6割(60.6%)、市外では7割強(74.3%)と市外が多い。



(問6-3) 年齢別

市外は10代と40代が多い。弘前市内はまんべんなく

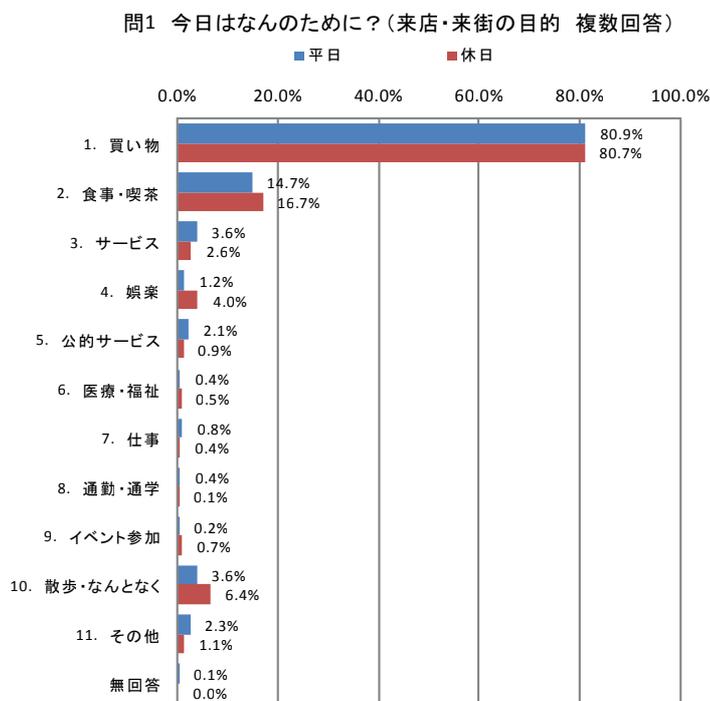
弘前市内の人は各年齢層まんべんなく分布しているのに対し、市外からの人は「10代」(20.2%)、「40代」(20.5%)が多い。



#### (4) 平日・休日別集計

##### ● 問1 目的 「娯楽」は休日に多い

来店・来街の目的に「平日・休日」に差は見られないが、「娯楽」をみると、休日（4.0%）は平日（1.2%）の3倍以上と多い。

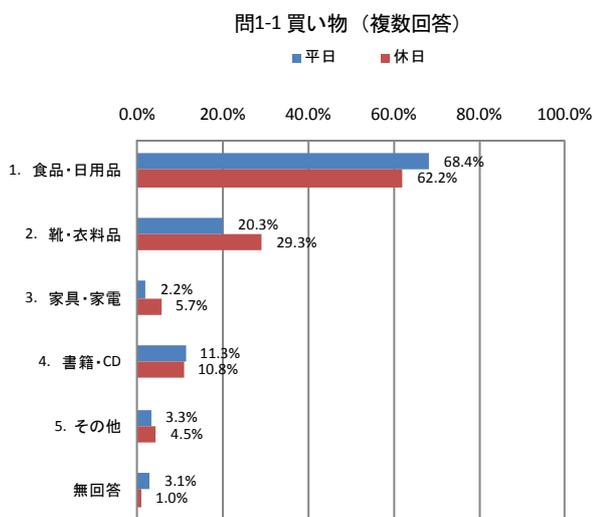


##### (問1-1) 「買い物」

休日は「靴・衣料品」、「家具・家電」の割合が増える

「靴・衣料品」目的が休日（29.3%）は平日（20.3%）の5割増と多い。

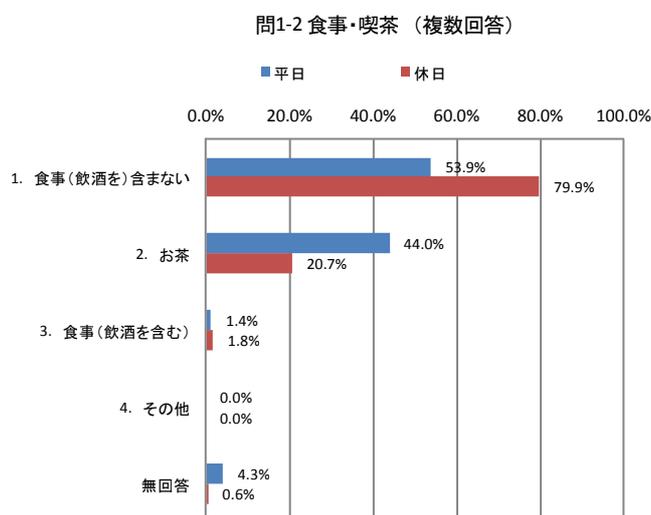
同様に「家具・家電」目的も休日（5.7%）は平日（2.2%）の2.6倍と多い。



## (問1-2)「食事・喫茶」

### 平日に「お茶」が多い

休日は「食事」が8割（79.9%）と多いのに対し、平日は「お茶」（44.0%）が多い。

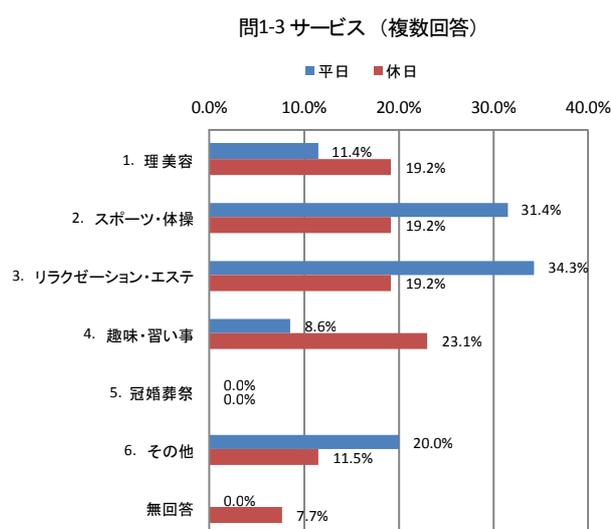


## (問1-3)「サービス」

### 平日は「リラクゼーション・エステ」と「スポーツ・体操」、休日はまんべんなく

平日は「リラクゼーション・エステ」（34.3%）、「スポーツ・体操」（31.4%）が多いのに対し、休日は各サービスがまんべんなく利用されていた。

\*「その他」の内容はすべて「旅行会社」であった。



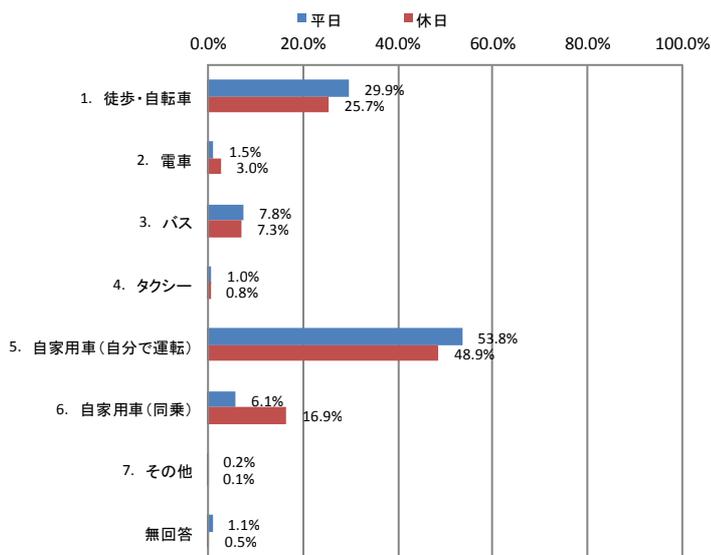
#### (問4) 来街交通手段

##### 休日は「徒歩・自転車」が減って「自家用車(同乗)」が増える

調査地点を訪れた交通手段をみると、休日は平日に比べて「徒歩・自転車」と「自家用車(自分で運転)」の割合が減って、「自家用車(同乗)」が増える。

その理由として、通勤、通学途中が減ることと、休日に家族で複数の人数で出かけている事が考えられる。

問4 ここには何で(交通手段)でいらっしゃいましたか？(複数回答)

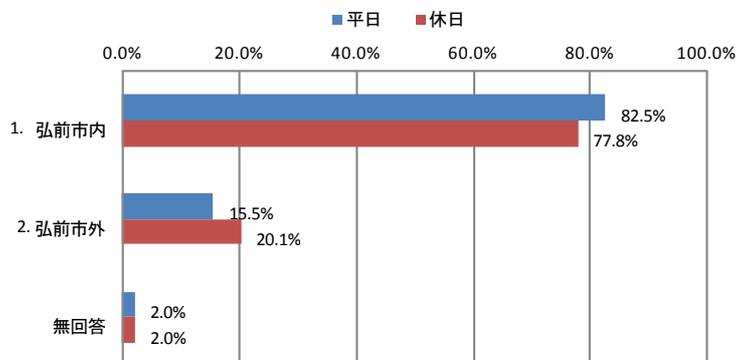


#### (問6-1) 居住地

##### 「弘前市外から」の人は休日に多い

調査地点に「どこから来たか」をみると、「弘前市外」の人は平日(15.5%)より休日(20.1%)に多く来ている。

問6-1 お住まい



(問6-3) 年齢

10代は休日に増える

10代は平日（8.6%）に対し、休日（14.5%）は1.7倍多い。

