

**第 14 回**

**消費購買動向調査結果報告書**

**平成 21 年度**

福島県商工労働部

## はじめに

県では、県内の商圈構造や消費購買動向などの実態を把握し、商業施策などの参考とするため、昭和45年より3年ごとに「消費購買動向調査」を実施しております。

近年の小売商業を取り巻く環境は、長引く景気の低迷により厳しい状況であり、最近では大型小売店舗においても販売不振店の整理と撤退が始まるなど、地域経済へ大きな影響を与えているとともに、日常生活必需品の購入に困る人が出るなど、生活環境にも影響が出てきております。

こうしたことから、県民の皆様の買物環境や、消費購買に対する意識を把握するために必要な調査を行いました。

この報告書が、商業者、商工団体、各市町村など関係機関をはじめ多くの方々に、消費者ニーズに対応した魅力ある商店・商店街づくりやまちづくり計画の基礎資料などとして御活用いただければ幸いと存じます。

最後に、本調査にあたり御協力をいただきました県教育委員会、各市町村、各市町村教育委員会、各公立中学校及び調査に回答をお寄せくださいました各家庭の皆様に対しまして、心から御礼申し上げます。

平成22年6月

福島県商工労働部長

齋 須 秀 行

# 目 次

I	調査の実施概要	1
1	調査の実施要領	1
2	今回調査の特徴	4
3	報告書利用上の注意点	4
4	調査票の配布及び回収状況	5
5	各市町村の世帯数と人口	6
II	調査結果の概要	9
III	調査結果	39
1	調査対象世帯の特性	39
(1)	家族の人数	39
(2)	月々の消費支出	40
2	商圏構造の動向	41
(1)	3つの商圏タイプ	41
(2)	商圏タイプ別にみた消費動向	42
(3)	商圏タイプ別にみた商圏人口	49
3	市町村別商圏人口の実勢	52
(1)	広域型商圏都市の商圏人口	52
(2)	地域型商圏都市の商圏人口	59
(3)	近隣型商圏都市の商圏人口	65
4	ブロック別の消費動向	71
(1)	ブロック別の流入流出状況	71
(2)	ブロック別の買物行動	86
5	買物場所（立地特性）別の消費購買行動	90
6	購買行動の特性	94
(1)	買物店舗形態	94
(2)	買物店舗の選択理由	116
7	通信販売の利用状況	152
(1)	家族人数別にみた通信販売の利用状況	152
(2)	買物支出別にみた通信販売の利用状況	152
(3)	ブロック別にみた通信販売の利用状況	153
(4)	品目別にみた通信販売の利用状況	154
8	居住地の買物環境の変化	155
(1)	市部・町村部別にみた居住地の買物環境の変化	155
(2)	ブロック別にみた居住地の買物環境の変化	156
(3)	ブロック別都市別にみた居住地の買物環境の変化	157
9	最近、特に注目していること	163
(1)	買物支出別にみた最近、特に注目していること	163
(2)	市部・町村別にみた最近、特に注目していること	164
(3)	ブロック別にみた最近、特に注目していること	164
10	中心市街地へ買物以外に出かける主な理由	172
(1)	買物支出別にみた中心市街地へ買物以外に出かける主な理由	172
(2)	市部・町村部別にみた中心市街地へ買物以外に出かける主な理由	173
(3)	ブロック別にみた中心市街地へ買物以外に出かける主な理由	173
11	歩いて暮らせる買物環境の状況	181
(1)	買物頻度にかかる分析	181
(2)	買物に利用する交通手段	226
(3)	最寄性の高い品目の買物場所について	254

卷末[図表]	
流入流出率図（品目別） .....	268
流入流出表（ブロック・品目別） .....	278