

## 第13回消費購買動向調査概要（平成18年度）

福島県商工労働部商業まちづくりグループ

## 1 調査の実施要領

## (1) 目的

県内の商圈構造や多様化する消費購買動向等の実態を把握し、今後の商業施策の参考とする。

## (2) 調査の概要

- ア 調査実施時期
  - ・平成18年10月（昭和45年より3年ごとに実施）
- イ 調査事項の主な内容
  - ・商圈構造の動向
  - ・商圈人口の実勢
  - ・ブロック別消費動向
  - ・立地特性別消費購買動向
  - ・購買行動特性
- ウ 調査買物品目
  - ・10品目（背広・スーツ、セーター・ブラウス、下着、靴・バッグ、本・CD、家電製品、日用品、医薬品・化粧品、食料品、家族づれの夕食）

## (3) 母集団の選定

消費活動は主たる購買者の消費購買態様として世帯単位で現れることに着目し、「世帯数」を調査単位とする。

## (4) 標本数及び標本の選定

標本数は、県全体の世帯数（715,439世帯、平成18年4月1日現在）に、有効抽出率（3.5%）を掛けた約25,000世帯を対象とした。

標本の選定については、県内すべての公立中学校の第1学年の学級に属する生徒のすべての世帯を基本とした。

## (5) 標本集計表

ブロック	世帯数	人口	配布数	有効標本数	有効回答率	有効抽出率
1 県北	174,226	511,092	6,083	5,008	82.3%	2.9%
2 県中	192,956	560,839	6,723	5,264	78.3%	2.7%
3 県南	48,625	153,158	1,755	1,499	85.4%	3.1%
4 会津	106,226	309,878	3,641	2,931	80.5%	2.8%
5 相双	64,609	200,489	2,247	1,758	78.2%	2.7%
6 いわき	128,797	352,417	4,508	3,819	84.7%	3.0%
合計	715,439	2,087,873	24,957	20,279	81.3%	2.8%

\*なお、人口、世帯数等は前回調査（平成15年度）と大きな変化がないため、実数の増減については考慮しないで分析を行った。

## 2 調査結果の概要

### (1) 商圏構造の動向

ア 商圏タイプ（買物場所）別の購買割合を10品目合計で見ると、広域型商圏都市60.5%、地域型商圏都市31.8%、近隣型商圏都市6.1%であり、前回調査（平成15年度調査のこと。以下同じ）と比較して大きな変化は無いが、広域型商圏都市では0.2ポイント、近隣型商圏都市では0.5ポイント減少し、地域型商圏都市では0.4ポイント増加した。

イ 地元購買率（居住地で買物する割合）は広域型商圏都市96.4%、地域型商圏都市65.9%、近隣型商圏都市17.3%となり、全体では65.6%と前回調査までの減少傾向から微増に転じた。

地域購買構成比（地元購買における商圏タイプ別の構成比）を品目別にみると、広域型商圏都市では、すべての品目で増加、地域型商圏都市では「背広・スーツ」「靴・バッグ」「家電製品」を除いたすべての品目で増加、近隣型商圏都市ではすべての品目で減少した。

ウ 商圏タイプ別の流動状況（品目総合）では、県内流動（居住地以外の県内都市での買物の割合）は、前回調査と比較して大きな変化はないが、地元購買と県外流出が微増した。

エ 県外は、買回性が高い品目で割合が増加しているが、10品目総合で1.5%と全体的に絶対値は小さい。

### (参考) 3つの商圏タイプ

#### 分類基準

広域型：商圏人口（品目総合） 20万人程度の都市  
 地域型：地元購買率（品目総合）40%以上で、かつ  
 商圏人口（品目総合） 1.5万人以上20万人未満、または、  
 吸引市町村（品目総合に関する吸収率5%以上）の数が3以上の都市  
 近隣型：広域型、地域型に属さない都市

商圏タイプ	居住人口	都 市 名
広域型	841,114 (842,799)	福島市、郡山市、会津若松市、いわき市平地区 計4市
地域型	659,562 (669,016)	川俣町、保原町、二本松市、本宮町、須賀川市、石川町、 小野町、船引町、白河市、矢吹町、棚倉町、喜多方市、 会津坂下町、田島町、相馬市、原町市、浪江町、富岡町、 いわき市常磐地区、小名浜地区、勿来地区 計21市町村・地区
近隣型	587,197 (599,626)	上記以外の町村、地区 計77町村・地区
合 計	2,087,873 (2,111,441)	計102市町村地区

都市は市町村合併前の旧90市町村（平成16年10月31日時点）及びいわき市においては、13地区（平、内郷、常磐、小名浜、勿来、四倉、久之浜・大久、小川、川前、三和、好間、遠野、田人）に区分した。

## (2) 商圏タイプ(買物場所)別にみた商圏人口

ア 商圏タイプ別の商圏人口(地元購買人口+流入人口)の規模を居住人口対商圏人口比率(商圏人口÷居住人口)として指標化すると、10品目平均では、広域型商圏都市1.47、地域型商圏都市1.04、近隣型商圏都市0.21となった。

なかでも、地域型商圏都市の「医薬品・化粧品」「日用品」はそれぞれ約1.30以上、近隣型商圏都市の「食料品」は0.62、「日用品」は0.45と他の品目よりも高くなった。

イ 広域型商圏都市及び地域型商圏都市に占める他都市からの吸引人口比率(商圏人口に占める居住者以外の割合)は、「背広・スーツ」と「家族づれの外食」では商圏タイプ間で差異はなかったが、「食料品」では10ポイント以上の差がみられた。

## (3) 商圏人口の実勢

ア 広域型商圏都市の商圏人口(地元購買人口+吸引人口)は、10品目平均では、郡山市(477,400人)が最も多く、福島市(366,400人)、会津若松市(201,900人)、いわき市平地区(188,200人)の順となっており、全体として前回調査と比較すると1.1ポイント減少した。内訳をみると、地元購買(居住地での購買)人口は0.4ポイント減少、吸引(居住地以外での購買)人口では2.3ポイント減少となった。

商圏人口、地元購買人口、吸引人口は前回に比較して全般的に減少したが、福島市の吸引人口、会津若松市の商圏人口・吸引人口、いわき市平地区の地元購買人口については微増となった。

イ 地域型商圏都市の商圏人口は、前回調査結果と比較すると、「セーター・ブラウス」で0.5ポイント増、「食料品」で0.7ポイント減となった。内訳をみると、「セーター・ブラウス」については、吸引人口が減少したものの、地元購買人口は増加した。一方、「食料品」は、地元購買人口、吸引人口とも減少した。

ウ 近隣型商圏都市の商圏人口は、前回調査結果と比較すると、「セーター・ブラウス」で18.3ポイント減、「食料品」で3ポイント減となった。内訳をみると、「セーター・ブラウス」は地元購買人口、吸引人口とも減少し、「食料品」は吸引人口が増加したが、地元購買人口は減少した。

## (4) ブロック別消費動向(セーター・ブラウス、家電製品、食料品)

ア 「セーター・ブラウス」、「家電製品」、「食料品」のブロック別地元購買率は、前回調査と比較すると、県北ブロックと相双ブロックでは3品目とも増加した一方で、県中ブロックでは3品目とも減少した。

イ ブロック別に「買物場所」、「立地場所」、「買物店舗の形態」、「買物店舗を選んだ理由」、「通信販売の利用」をみると、「買物場所」では、県南ブロックのみ居住地以外での買物割合が居住地の割合を上回った。

「立地場所」における中心商業地と郊外の消費購買動向の比較では、県北ブロックでは郊外が63.5%の一方、いわきブロックでは中心商業地が63.1%という特徴がみられた。

「買物店舗の形態」では、「専門店・一般商店」は会津ブロックが47.2%、「スーパー」はいわきブロックが34.5%、「デパート」は県南ブロックが26.

2%でそれぞれ最も高くなった。

「買物店舗を選んだ理由」では、ブロックごとの違いはほとんどなく、各ブロックとも「価格が安い」と「品数が多い」が両方とも約30%となった。

「通信販売の利用」では、前回調査と同様に、会津、相双ブロックが20%を超え利用割合が高かった。

#### **(5) 立地特性にみる買物場所別の消費行動**

買物場所が中心商業地か郊外かの立地特性別の買物割合は、前回調査と比較すると、広域型商圏都市と地域型商圏都市の全品目において、中心商業地での買物割合が上昇した。

#### **(6) 買物行動の特性**

ア 品目別の買物店舗形態は、「本・CD」「家電製品」は「専門店・一般商店」で買う割合が約85%、「食料品」については、「スーパー」が約87%と圧倒的な数値を占めた。また、「日用品」については、「スーパー」と「ホームセンター」が全体の約85%を占めた。

イ 商圏タイプ別にみた品目別買物店舗形態の利用割合は、10品目合計では、広域型及び地域型においては、「専門店・一般商店」が45%以上と最も大きく、近隣型では「スーパー」、県外では「デパート」がそれぞれ50%以上を占め最も多かった。

ウ 店舗形態別にみた買物店舗選択理由は、「専門店・一般商店」「デパート」では「品数が多い」、 「スーパー」「ホームセンター」では「価格が安い」、コンビニエンスストアでは「車で行きやすい」、 「農協・生協」では「行きつけ」がそれぞれ最も高くなった。

エ 品目別にみた買物店舗選択理由は、「背広・スーツ」「セーター・ブラウス」「靴・バッグ」「本・CD」では「品数が多い」、「下着」「家電製品」「日用品」「医薬品・化粧品」「食料品」では「価格が安い」の割合がそれぞれ最も高かった。

オ 商圏タイプ別に買物店舗選択理由をみると、広域型商圏都市では「品数が多い」、地域型商圏都市と近隣型商圏都市では「価格が安い」がそれぞれ最も高くなった。

#### **(7) 通信販売の利用状況**

通信販売の利用割合は、品目合計で2割弱と少ないが、方法別にみると、「カタログ・テレビで利用している」では、「セーター・ブラウス」や「下着」の衣料品が両方とも約27%の人が利用しており、「インターネットで利用している」では、「本・CD」の割合が唯一10%を超えた。

#### **(8) 居住地の買物環境の変化**

居住地の買物環境の変化については、市部・町村部の合計で、「何とも言えない」が約6割を占めた。市部と町村部の比較では、市部では「新しい店ができて便利になった」が36.0%を占め、町村部の22.8%よりも10ポイント以上高くなった。また、「空き店舗が増えて不便になった」も市部9.7%に対し、町村部11.6%と、相対的に市部の買物が便利になっている様子が伺えた。

#### **(9) 最近、特に注目していること**

ア 最近、特に注目していることについて、各ブロック合計では、前回調査と比較

すると、「百元ショップ」(40.1% 29.6%)、「リサイクル商品」(18.0% 11.8%)の割合の低下が目立つ一方、「インターネット販売」(8.3% 13.5%)、「ふるさと・地場産品」(16.9% 29.3%)の割合が増加した。

イ また、買物支出金額が大きくなるほど、インターネット販売への関心が増加するという特徴がみられた。

#### **(10) 中心市街地へ買物以外に出かける主な理由**

中心市街地へ買物以外に出かける主な理由としては、各ブロック合計では、順に「娯楽施設・映画館など」(34.9%)、「銀行・郵便局など」(25.6%)、「病院など」(25.3%)となった。

また、県北ブロックでは「娯楽施設・映画館など」が50%を超え、県南では「病院など」が約35%を占めるといった特徴がみられた。

#### **(11) 歩いて暮らせる買物環境の状況**

ア 各ブロックの拠点都市における「セーター・ブラウス」の買物頻度をみると、買物場所の合計では、中心商業地、郊外とも「半年に数回程度」が過半数を占めて最も多かった。「食料品」については、買物場所合計では、中心商業地が「ほぼ毎日」、郊外が「週に3~4回程度」で最も多かった。

イ 各ブロックの拠点都市における買物に利用する交通手段の割合を買物場所の合計でみると、「セーター・ブラウス」「食料品」とも、中心商業地、郊外いずれも「自家用車」が概ね90%以上と圧倒的に多かった。

また、福島市、郡山市、会津若松市では、「食料品」を中心商業地で購買する場合、「自転車」の割合が10%を超えているという特徴がみられた。

ウ 最寄り性の高い「食料品」「医薬品・化粧品」の買物場所を各ブロック合計で見ると、居住地が中心部・郊外のいずれの場合も、居住地の近くになる傾向がみられた。