

II 分析編

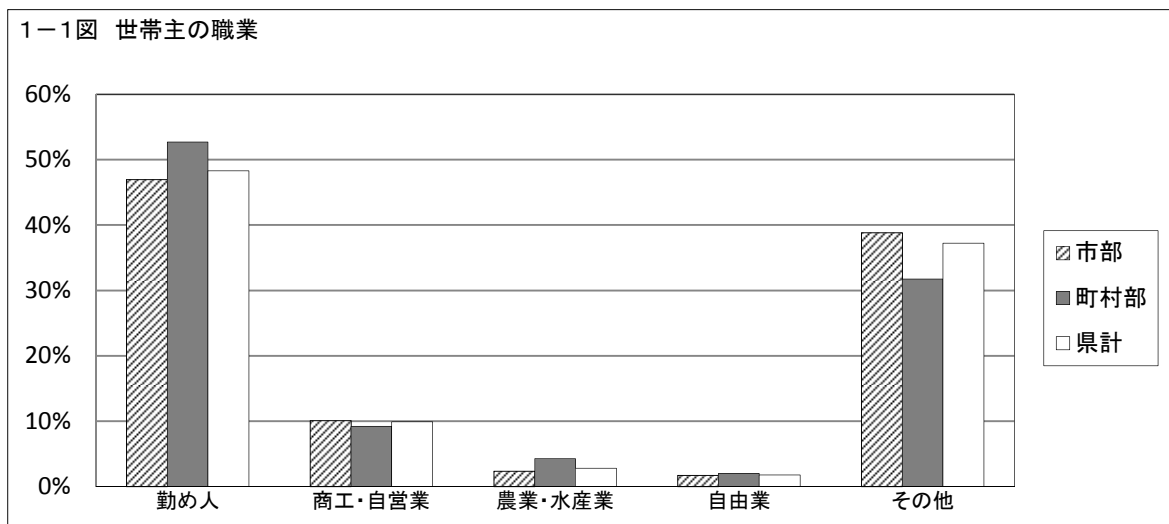
II 分析編

1. 調査サンプルの特性

(1) 世帯主の職業

1-1表 世帯主の職業

市・町村		職業	勤め人 (サラリーマン等)	商工 自営業	農業 水産業	自由業	その他	合計	不明
市部	人		2,993	645	151	109	2,475	6,373	107
	%		47.0	10.1	2.4	1.7	38.8	100.0	
町村部	人		988	173	80	38	595	1,874	27
	%		52.7	9.2	4.3	2.0	31.8	100.0	
県計	人		3,981	818	231	147	3,070	8,247	134
	%		48.3	9.9	2.8	1.8	37.2	100.0	
前回県計	人		3,634	840	260	165	2,513	7,412	143
	%		49.0	11.3	3.5	2.2	33.9	100.0	



本調査で得られたサンプル世帯における「世帯主の職業」は、県計で見ると「勤め人」が48.3%と最も高い割合を示しており、以下「その他」37.2%、「商工・自営業」9.9%、「農業・水産業」2.8%、「自由業」1.8%となっている。

県計に比較して、市部では「商工・自営業」、「その他」の割合が高く、町村部では「勤め人」、「農業・水産業」、「自由業」の割合が高くなっている。

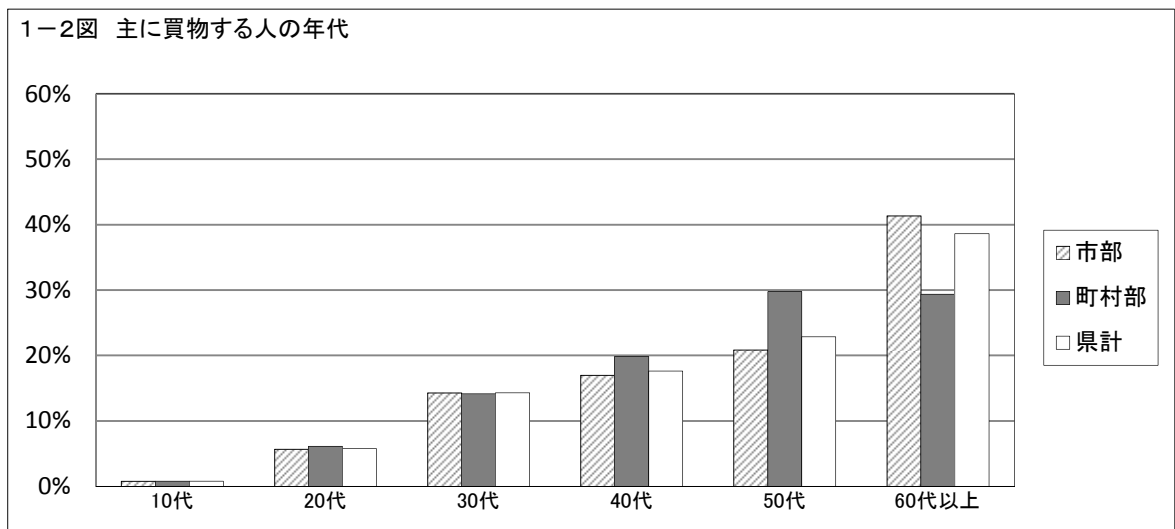
前回調査（平成22年度）と比較すると、「その他」の割合が増加、「勤め人」及び、「商工・自営業」、「農業・水産業」、「自由業」の割合が減少となっている。

(2) 主に買物する人の年代

1-2表 主に買物する人の年代

市・町村		年代						合計	不明
		10代	20代	30代	40代	50代	60代以上		
市部	人	52	365	921	1,093	1,341	2,659	6,431	49
	%	0.8	5.7	14.3	17.0	20.9	41.3	100.0	
町村部	人	15	116	268	375	563	556	1,893	8
	%	0.8	6.1	14.2	19.8	29.7	29.4	100.0	
県計	人	67	481	1,189	1,468	1,904	3,215	8,324	57
	%	0.8	5.8	14.3	17.6	22.9	38.6	100.0	
前回県計	人	65	538	1,107	1,519	2,120	2,137	7,486	69
	%	0.9	7.2	14.8	20.3	28.3	28.5	100.0	

1-2図 主に買物する人の年代



本調査で得られたサンプル世帯における「主に買物する人の年代」は、県計で見ると「60代以上」が38.6%と最も多く、次いで「50代」22.9%、「40代」17.6%、「30代」14.3%、「20代」5.8%、「10代」0.8%となっており、「30代」以上で全体の9割以上、「50代」以上で過半を占めている。

県計と比較した場合、町村部においては「50代」が29.7%と最も多くなっており、「60代以上」は29.4%と少なくなっている。また、市部では「60代以上」の41.3%が最も多く、「50代」も20.9%と高い割合になっている。

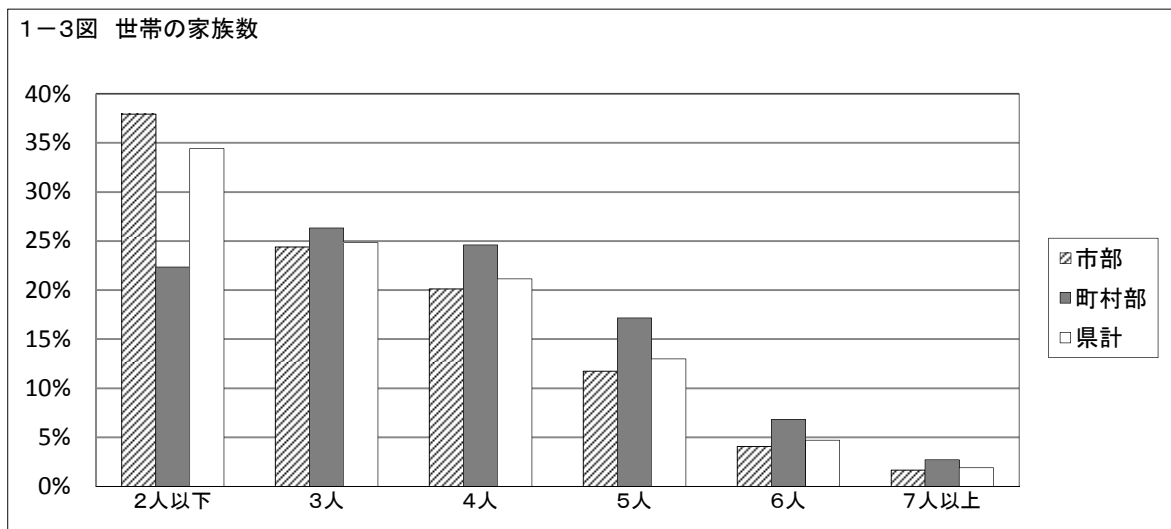
前回調査（平成22年度）と比較すると、「60代以上」の割合が増加し、「10代」、「20代」、「30代」、「40代」、「50代」の割合が減少している。

(3) 世帯の家族数

1-3表 世帯の家族数

市・町村		家族の人数						合計	不明
		2人以下	3人	4人	5人	6人	7人以上		
市部	人	2,443	1,570	1,296	757	262	108	6,436	44
	%	38.0	24.4	20.1	11.8	4.1	1.7	100.0	
町村部	人	422	497	464	324	129	51	1,887	14
	%	22.4	26.3	24.6	17.2	6.8	2.7	100.0	
県計	人	2,865	2,067	1,760	1,081	391	159	8,323	58
	%	34.4	24.8	21.1	13.0	4.7	1.9	100.0	
前回県計	人	2,195	1,700	1,726	1,217	442	209	7,489	66
	%	29.3	22.7	23.0	16.3	5.9	2.8	100.0	

1-3図 世帯の家族数



本調査で得られたサンプル世帯における「世帯の家族数」は、県計でみると、最も多いのが「2人以下」で34.4%、次いで「3人」24.8%、「4人」21.1%、「5人」13.0%、「6人」4.7%、「7人以上」1.9%となっている。

市部と町村部を比較すると、「2人以下」世帯は市部の割合が高く、「3人」、「4人」、「5人」、「6人」、「7人以上」世帯では町村部の割合が高くなっており、町村部の方が家族数が多くなっている。

前回調査（平成22年度）と比較すると、「2人以下」、「3人」世帯の割合は増加、「4人」、「5人」、「6人」、「7人以上」世帯の割合は減少している。

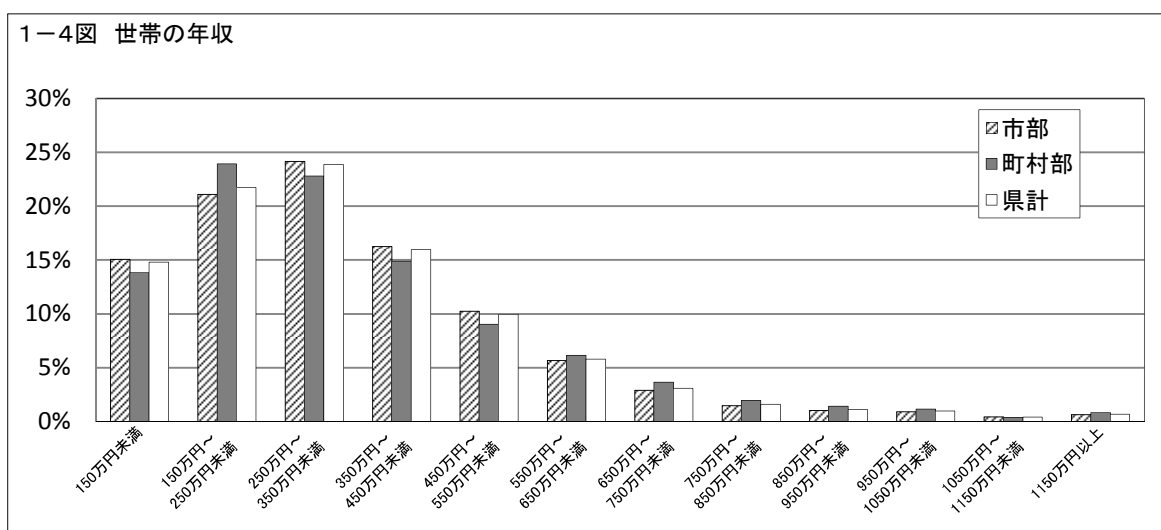
(4) 世帯の年収

1-4表 世帯の年収

市・町村		年収		150万円未満	150万円～250万円未満	250万円～350万円未満	350万円～450万円未満	450万円～550万円未満	550万円～650万円未満
		人	%						
市部	人	950			1,329	1,523	1,025	645	358
	%		15.1	21.1	24.2	16.3	10.2	5.7	
町村部	人	254			440	419	274	166	113
	%		13.8	23.9	22.8	14.9	9.0	6.1	
県計	人	1,204			1,769	1,942	1,299	811	471
	%		14.8	21.7	23.9	16.0	10.0	5.8	
前回県計	人	1,004			1,446	1,631	1,221	733	488
	%		14.0	20.1	22.7	17.0	10.2	6.8	

市・町村		年収							合計	不明
		650万円～750万円未満	750万円～850万円未満	850万円～950万円未満	950万円～1050万円未満	1050万円～1150万円未満	1150万円以上			
市部	人	184	93	66	58	27	40	6,298	182	
	%	2.9	1.5	1.0	0.9	0.4	0.6	100.0		
町村部	人	67	36	26	21	7	15	1,838	63	
	%	3.6	2.0	1.4	1.1	0.4	0.8	100.0		
県計	人	251	129	92	79	34	55	8,136	245	
	%	3.1	1.6	1.1	1.0	0.4	0.7	100.0		
前回県計	人	290	135	83	77	31	54	7,193	362	
	%	4.0	1.9	1.2	1.1	0.4	0.8	100.0		

1-4図 世帯の年収



本調査で得られたサンプル世帯における「世帯の年収」は、「250～350万円未満」が23.9%と最も多くなっており、次いで「150～250万円未満」21.7%、「350～450万円未満」16.0%、「150万円未満」14.8%、「450～550万円未満」10.0%と続いており、年収550万円未満の世帯がサンプル全体の8割以上を占めている。

市部と町村部を比較してみると、「150万円未満」、「250～350万円未満」、「350～450万円未満」、「450～550万円未満」の割合は市部が高く、「150～250万円未満」及び同率である「1050～1150万円未満」を除いた「550～650万円未満」以上の世帯の割合は町村部で高くなっている。

また、前回調査と比較すると、「250～350万円未満」以下の世帯については割合が増加、横ばいである「1050～1150万円未満」世帯を除いた「450～550万円未満」以上の世帯については割合が減少している。

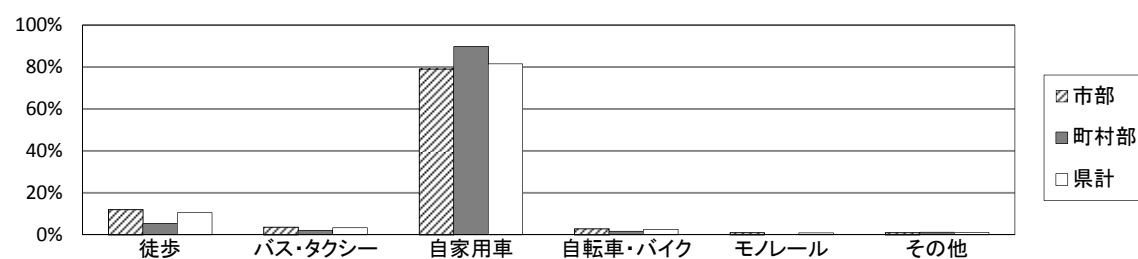
2. 買物交通手段

(1) 市部・町村部別買物交通手段

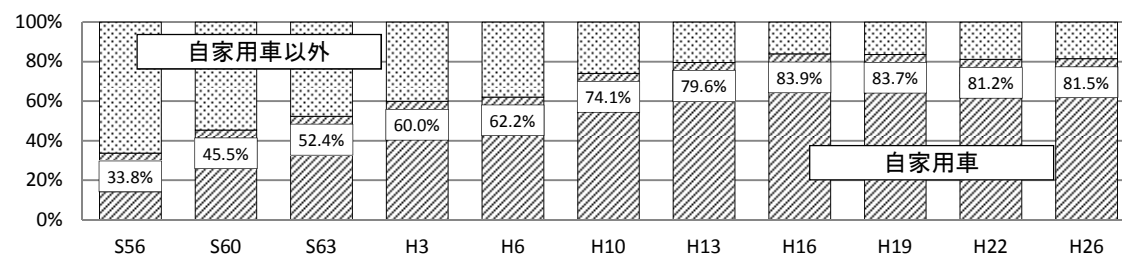
2-1表 買物交通手段

交通手段		徒歩	バス・タクシー	自家用車	自転車・バイク	モノレール	その他	合計	不明
市・町村									
市部	人	780	240	5,087	183	73	67	6,430	50
	%	12.1	3.7	79.1	2.8	1.1	1.0	100.0	
町村部	人	100	39	1,695	32	0	22	1,888	13
	%	5.3	2.1	89.8	1.7	0.0	1.2	100.0	
県計	人	880	279	6,782	215	73	89	8,318	63
	%	10.6	3.4	81.5	2.6	0.9	1.1	100.0	
前回県計	人	907	251	6,080	181	18	50	7,487	68
	%	12.1	3.4	81.2	2.4	0.2	0.7	100.0	

2-1-1図 市部・町村部別買物交通手段



2-1-2図 年度別自家用車利用率推移(県計)



2-1表及び2-1-1図は「買物に行く際の交通手段」の割合を、2-1-2図は「買物に行く際に自家用車を利用している割合(県計)」について、過去の調査年度別に推移を示したものである。

市部・町村部ともに「自家用車」と答えた割合が最も高く、県計では81.5%が「自家用車」で買物に出かけている状況となっているものの、その割合は、前回調査時(平成22年度)の81.2%から0.3ポイント減少している。

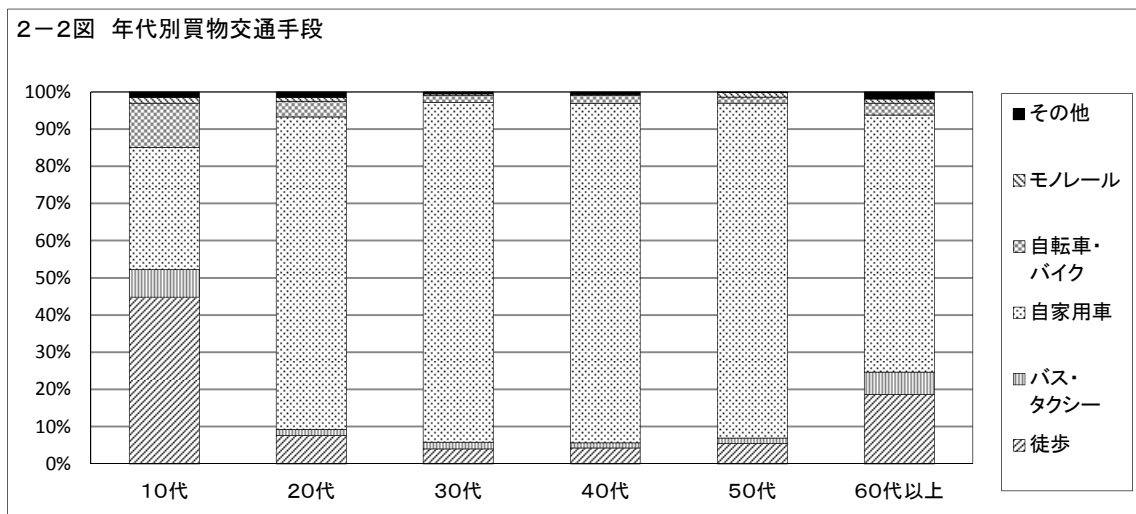
「自家用車」以外の買物交通手段を見てみると、その利用度は、「徒歩(10.6%)」、「バス・タクシー(3.4%)」、「自転車・バイク(2.6%)」、「その他(1.1%)」、「モノレール(0.9%)」となっており、前回調査と比較して「自転車・バイク」、「モノレール」、「その他」は割合が増加、「バス・タクシー」は横ばい、「徒歩」の割合は減少している。

(2) 年代別買物交通手段

2-2表 年代別買物交通手段

交通手段		徒歩	バス・タクシー	自家用車	自転車・バイク	モノレール	その他	合計	不明
10代	人	30	5	22	8	1	1	67	0
	%	44.8	7.5	32.8	11.9	1.5	1.5	100.0	
	前回	%	13.8	18.5	49.2	18.5	0.0	0.0	100.0
20代	人	36	8	399	20	5	7	475	6
	%	7.6	1.7	84.0	4.2	1.1	1.5	100.0	
	前回	%	7.9	2.8	83.0	5.6	0.4	0.4	100.0
30代	人	47	22	1,082	24	4	6	1,185	4
	%	4.0	1.9	91.3	2.0	0.3	0.5	100.0	
	前回	%	6.0	1.7	89.8	1.8	0.3	0.4	100.0
40代	人	62	21	1,333	31	4	10	1,461	7
	%	4.2	1.4	91.2	2.1	0.3	0.7	100.0	
	前回	%	7.7	2.1	88.1	1.8	0.1	0.2	100.0
50代	人	103	28	1,709	31	22	4	1,897	7
	%	5.4	1.5	90.1	1.6	1.2	0.2	100.0	
	前回	%	7.2	1.8	88.8	1.6	0.3	0.3	100.0
60代以上	人	596	194	2,212	101	37	61	3,201	14
	%	18.6	6.1	69.1	3.2	1.2	1.9	100.0	
	前回	%	24.3	6.3	64.8	2.7	0.2	1.6	100.0
合計	人	880	279	6,782	215	73	89	8,318	63
	%	10.6	3.4	81.5	2.6	0.9	1.1	100.0	
	前回	%	12.1	3.4	81.2	2.4	0.2	0.7	100.0

2-2図 年代別買物交通手段



上表及びグラフは「買物に行く際に利用する交通手段」について、年代別に集計したものである。

「20代」以上の年代については「自家用車」の利用割合が最も高く、「20代 (84.0%)」、「30代 (91.3%)」、「40代 (91.2%)」、「50代 (90.1%)」については「自家用車」利用割合は80%を超えている。前回調査と比較すると「20代」以上の年代については自家用車の利用割合が増加しているものの、「10代」については利用割合が減少している。

また、「自家用車」以外の買物交通手段として、「10代」及び「60代以上」で「徒歩」の利用割合が高く、特に「10代」については「徒歩」の利用割合が44.8%と最も高く、前回調査時 (平成22年度) の13.8%から31.0ポイント増加している。

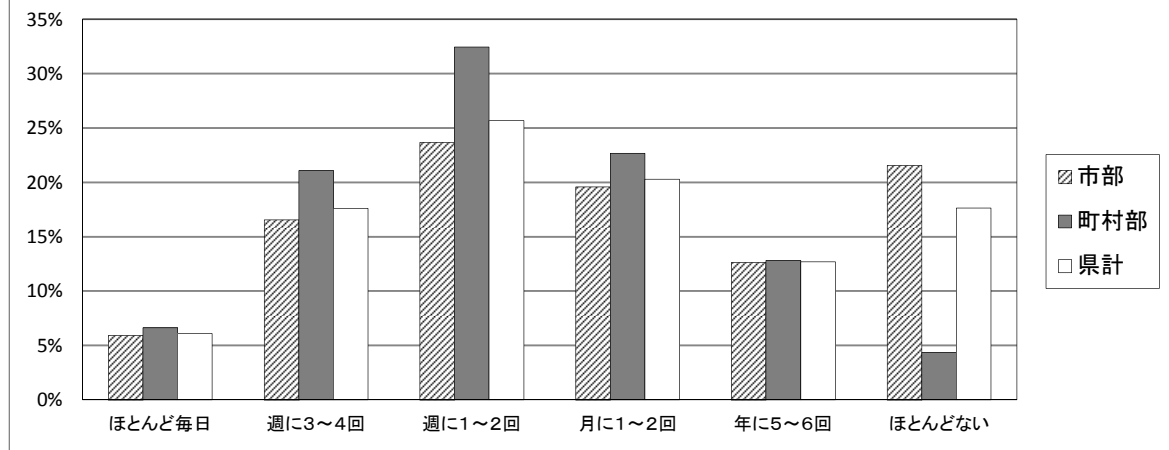
3. 他の市町村での買物頻度

(1) 市部・町村部別他の市町村での買物頻度

3-1表 他の市町村での買物頻度

買物頻度 市・町村		ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回	月に1~2回	年に5~6回	ほとんどない	合計	不明
		市部	人 377 % 5.9	人 1,051 % 16.6	人 1,502 % 23.7	人 1,243 % 19.6	人 803 % 12.7	人 1,368 % 21.6	6,344 100.0
町村部	人 125 % 6.6	人 397 % 21.1	人 611 % 32.4	人 427 % 22.7	人 241 % 12.8	人 82 % 4.4	1,883 100.0	18	
県計	人 502 % 6.1	人 1,448 % 17.6	人 2,113 % 25.7	人 1,670 % 20.3	人 1,044 % 12.7	人 1,450 % 17.6	8,227 100.0	154	
前回県計	人 512 % 6.9	人 1,373 % 18.6	人 1,946 % 26.3	人 1,536 % 20.8	人 793 % 10.7	人 1,241 % 16.8	7,401 100.0	154	

3-1図 市部・町村部別他の市町村での買物頻度



上表及びグラフは「他の市町村での買物頻度」を表している。

県計でみると、「週に1~2回」と答えた割合が最も多く25.7%、次いで「月に1~2回」20.3%、「週に3~4回」、「ほとんどない」17.6%、「年に5~6回」12.7%、「ほとんど毎日」6.1%となっている。他市町村での買物頻度を「週1回以上」（「ほとんど毎日」、「週に3~4回」、「週に1~2回」の合計）で集計した場合49.4%となり、前回調査時（平成22年度）の51.8%から2.4ポイント減少となっている。

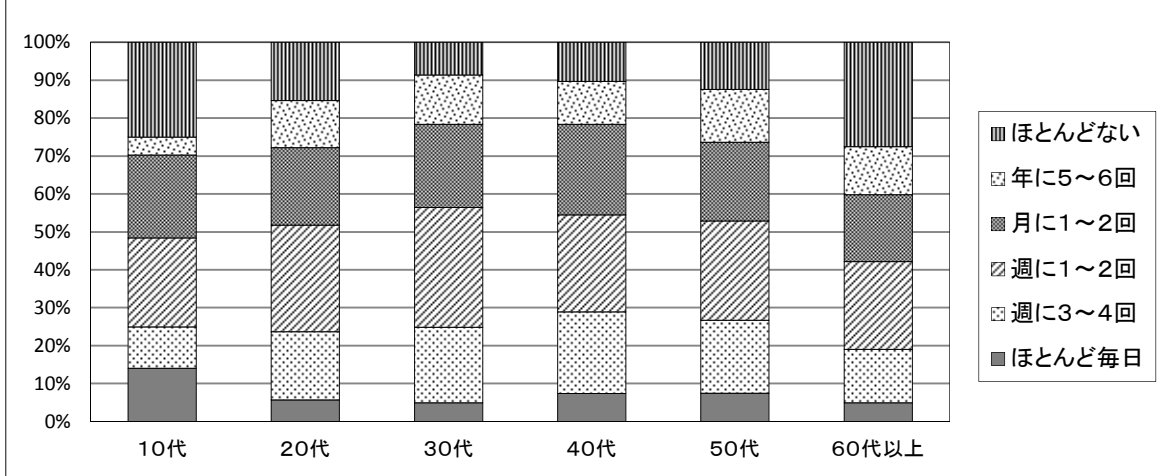
市部と町村部を比較してみると、「週1回以上」の割合が市部では46.2%となっているのに対し、町村部では60.1%となっている。また、「ほとんどない」の割合は市部が21.6%であるのに対し、町村部は4.4%となっており、町村部の方が他の市町村での買物頻度が多い傾向がうかがえる。

(2) 年代別他の市町村での買物頻度

3-2表 年代別他の市町村での買物頻度

買物頻度 年代		ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回	月に1~2回	年に5~6回	ほとんどない	合計	不明
10代	人	9	7	15	14	3	16	64	3
	%	14.1	10.9	23.4	21.9	4.7	25.0	100.0	
	前回	%	4.6	15.4	27.7	27.7	4.6	20.0	100.0
20代	人	27	84	132	96	58	72	469	12
	%	5.8	17.9	28.1	20.5	12.4	15.4	100.0	
	前回	%	3.6	17.8	35.7	24.8	7.2	11.0	100.0
30代	人	58	234	371	257	153	101	1,174	15
	%	4.9	19.9	31.6	21.9	13.0	8.6	100.0	
	前回	%	6.0	19.0	30.8	23.4	9.4	1.3	100.0
40代	人	108	312	372	347	165	149	1,453	15
	%	7.4	21.5	25.6	23.9	11.4	10.3	100.0	
	前回	%	8.8	20.8	25.4	21.2	10.3	13.5	100.0
50代	人	141	359	490	390	260	232	1,872	32
	%	7.5	19.2	26.2	20.8	13.9	12.4	100.0	
	前回	%	7.9	21.6	25.9	19.5	11.0	14.0	100.0
60代以上	人	157	447	730	558	402	870	3,164	51
	%	5.0	14.1	23.1	17.6	12.7	27.5	100.0	
	前回	%	5.9	14.0	22.4	19.3	12.4	26.0	100.0
合計	人	502	1,448	2,113	1,670	1,044	1,450	8,227	154
	%	6.1	17.6	25.7	20.3	12.7	17.6	100.0	
	前回	%	6.9	18.6	26.3	20.8	10.7	16.7	100.0

3-2図 年代別他の市町村での買物頻度



上表及びグラフは他の市町村での買物頻度を年代別に集計したものである。

「10代」では「ほとんどない」、「20代」から「50代」では「週に1~2回」、「60代以上」では「ほとんどない」と回答した割合が最も高くなっている。

それに続くのが、「10代」では「週に1~2回」、「20代」から「50代」では「月に1~2回」、「60代以上」では「週に1~2回」となっている。

4. 買物店舗

(1) 商品別買物店舗

4-1表 商品別買物店舗

商品	買物店舗	買物店舗											合計	不明
		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通(一般的)の店舗	共同購入(生協等)	通信・カタログ販売(ネットショッピング除く)	インターネットショッピング	その他			
婦人服	人	1,294	6,548	591	1,619	23	1,300	401	1,106	802	562	14,246	513	
	%	9.1	46.0	4.1	11.4	0.2	9.1	2.8	7.8	5.6	3.9	100.0		
	前回	%	10.2	44.9	5.8	12.6	0.1	8.9	2.5	8.3	3.5	3.3	100.0	
紳士服	人	765	5,701	460	1,582	5	862	90	438	397	433	10,733	1,477	
	%	7.1	53.1	4.3	14.7	0.0	8.0	0.8	4.1	3.7	4.0	100.0		
	前回	%	7.8	51.6	5.4	16.2	0.1	7.9	0.9	4.3	2.4	3.6	100.0	
子供服	人	404	4,313	410	970	4	551	82	426	401	303	7,864	3,247	
	%	5.1	54.8	5.2	12.3	0.1	7.0	1.0	5.4	5.1	3.9	100.0		
	前回	%	4.9	53.9	6.3	12.5	0.1	7.6	1.1	6.3	3.3	4.1	100.0	
呉服・寝具	人	282	4,908	432	1,222	6	500	198	420	267	257	8,492	2,122	
	%	3.3	57.8	5.1	14.4	0.1	5.9	2.3	4.9	3.1	3.0	100.0		
	前回	%	4.2	56.4	5.9	16.9	0.1	4.7	1.9	4.8	1.8	3.3	100.0	
シャツ・下着類	人	342	6,622	633	862	18	934	215	579	328	408	10,941	487	
	%	3.1	60.5	5.8	7.9	0.2	8.5	2.0	5.3	3.0	3.7	100.0		
	前回	%	3.8	58.6	8.0	7.7	0.1	8.5	2.1	5.8	2.0	3.5	100.0	
くつ・カバン	人	829	5,354	393	2,386	6	774	134	439	485	360	11,160	1,052	
	%	7.4	48.0	3.5	21.4	0.1	6.9	1.2	3.9	4.3	3.2	100.0		
	前回	%	8.9	45.5	4.2	24.0	0.0	6.4	1.2	4.3	2.8	2.8	100.0	
時計・メガネ・貴金属	人	411	2,565	167	4,068	7	354	24	122	254	275	8,247	2,232	
	%	5.0	31.1	2.0	49.3	0.1	4.3	0.3	1.5	3.1	3.3	100.0		
	前回	%	5.9	29.1	1.9	51.6	0.1	4.3	0.3	1.7	1.8	3.3	100.0	
家庭用電気器具	人	68	4,026	252	4,163	12	368	20	157	298	304	9,668	1,347	
	%	0.7	41.6	2.6	43.1	0.1	3.8	0.2	1.6	3.1	3.1	100.0		
	前回	%	1.0	39.7	2.6	47.0	0.1	3.5	0.2	1.3	1.8	2.6	100.0	
家具・室内装飾品	人	119	3,236	233	3,522	6	409	57	290	313	274	8,459	2,312	
	%	1.4	38.3	2.8	41.6	0.1	4.8	0.7	3.4	3.7	3.2	100.0		
	前回	%	1.6	38.4	3.0	42.7	0.1	4.1	0.7	3.6	2.3	3.6	100.0	
スポーツ・レジャー用品	人	80	3,170	268	3,225	10	326	38	187	333	261	7,898	2,714	
	%	1.0	40.1	3.4	40.8	0.1	4.1	0.5	2.4	4.2	3.3	100.0		
	前回	%	1.3	40.5	4.1	40.4	0.1	4.4	0.5	2.4	2.7	3.6	100.0	
書籍・CD・文具	人	166	3,287	317	3,846	234	697	108	111	533	359	9,658	1,676	
	%	1.7	34.0	3.3	39.8	2.4	7.2	1.1	1.1	5.5	3.7	100.0		
	前回	%	2.1	31.6	3.3	45.4	2.4	5.7	1.3	1.3	3.6	3.3	100.0	
化粧品・医薬品	人	274	4,159	1,039	3,448	208	784	264	411	371	605	11,563	767	
	%	2.4	36.0	9.0	29.8	1.8	6.8	2.3	3.6	3.2	5.2	100.0		
	前回	%	3.3	33.0	8.4	33.5	2.1	6.4	2.1	4.5	2.1	4.5	100.0	
日用雑貨	人	183	4,846	4,178	848	533	1,154	688	137	174	518	13,259	443	
	%	1.4	36.5	31.5	6.4	4.0	8.7	5.2	1.0	1.3	3.9	100.0		
	前回	%	1.5	35.8	32.9	6.0	4.5	10.1	4.1	1.2	0.8	3.1	100.0	
一般食料品	人	227	4,277	5,916	296	966	1,275	1,077	56	58	481	14,629	199	
	%	1.6	29.2	40.4	2.0	6.6	8.7	7.4	0.4	0.4	3.3	100.0		
	前回	%	1.7	28.3	38.9	2.3	6.6	10.2	7.0	0.4	0.3	3.0	100.0	
生鮮食料品	人	226	4,031	5,771	866	164	1,179	861	36	27	506	13,667	300	
	%	1.7	29.5	42.2	6.3	1.2	8.6	6.3	0.3	0.2	3.7	100.0		
	前回	%	1.9	28.2	41.1	8.2	1.4	9.9	5.6	0.3	0.1	3.3	100.0	
中元・歳暮等の贈答品	人	691	4,391	3,829	290	39	587	847	128	130	481	11,413	740	
	%	6.1	38.5	33.5	2.5	0.3	5.1	7.4	1.1	1.1	4.2	100.0		
	前回	%	7.0	36.2	34.5	2.7	0.5	6.3	6.3	1.5	0.7	3.8	100.0	
外食(食事)	人	430	3,280	358	3,192	172	1,696	24	4	12	1,539	10,707	1,413	
	%	4.0	30.6	3.3	29.8	1.6	15.8	0.2	0.0	0.1	14.4	100.0		
	前回	%	4.4	30.2	3.0	33.3	1.4	14.9	0.3	0.1	0.1	12.4	100.0	
合計	人	6,791	74,714	25,247	36,405	2,413	13,750	5,128	5,047	5,183	7,926	182,604	23,041	
	%	3.7	40.9	13.8	19.9	1.3	7.5	2.8	2.8	2.8	4.3	100.0		
	前回	%	4.3	39.5	14.2	21.8	1.4	7.6	2.5	3.0	1.8	4.0	100.0	

前掲の表は、買物に利用する店舗種類の割合を商品別に集計したものである。

「一般食料品」、「生鮮食料品」の2品目については「スーパーマーケット」が最も利用され、「時計・メガネ・貴金属」、「家庭用電気器具」、「家具・室内装飾品」、「スポーツ・レジャー用品」、「書籍・CD・文具」の5品目については「専門店」が最も利用され、その他の10品目については「大型ショッピングセンター」が最も利用されている結果となった。

商品別の詳細は下記のとおりである。

- 婦人服・・・「大型ショッピングセンター」が46.0%と最も割合が高く、「専門店」11.4%、「デパート・百貨店」、「普通（一般的）の店舗」が同率で9.1%と続いている。
- 紳士服・・・「大型ショッピングセンター」が53.1%と最も割合が高く、「専門店」14.7%、「普通（一般的）の店舗」8.0%と続いている。
- 子供服・・・「大型ショッピングセンター」が54.8%と最も割合が高く、「専門店」12.3%、「普通（一般的）の店舗」7.0%と続いている。
- 呉服・寝具・・・「大型ショッピングセンター」が57.8%と最も割合が高く、「専門店」14.4%、「普通（一般的）のお店」5.9%と続いている。
- シャツ・下着類・・・「大型ショッピングセンター」が60.5%と最も割合が高く、「普通（一般的）の店舗」8.5%、「専門店」7.9%と続いている。
- くつ・カバン・・・「大型ショッピングセンター」が48.0%と最も割合が高く、「専門店」21.4%、「デパート・百貨店」7.4%と続いている。
- 時計・メガネ・貴金属・・・「専門店」が49.3%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」31.1%、「デパート・百貨店」5.0%と続いている。
- 家庭用電気器具・・・「専門店」が43.1%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」41.6%、「普通（一般的）の店舗」3.8%と続いている。
- 家具室内装飾品・・・「専門店」が41.6%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」38.3%、「普通（一般的）の店舗」4.8%と続いている。
- スポーツ・レジャー用品・・・「専門店」が40.8%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」40.1%、「インターネットショッピング」4.2%と続いている。
- 書籍・CD・文具・・・「専門店」が39.8%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」34.0%、「普通（一般的）の店舗」7.2%と続いている。
- 化粧品・医薬品・・・「大型ショッピングセンター」が36.0%と最も割合が高く、「専門店」29.8%、「スーパーマーケット」9.0%と続いている。
- 日用雑貨・・・「大型ショッピングセンター」が36.5%と最も割合が高く、「スーパーマーケット」31.5%、「普通（一般的）の店舗」8.7%と続いている。
- 一般食料品・・・「スーパーマーケット」が40.4%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」29.2%、「普通（一般的）の店舗」8.7%と続いている。
- 生鮮食料品・・・「スーパーマーケット」が42.2%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」29.5%、「普通（一般的）の店舗」8.6%と続いている。
- 中元・歳暮等の贈答品・・・「大型ショッピングセンター」が38.5%と最も割合が高く、「スーパーマーケット」33.5%、「共同購入（生協等）」7.4%と続いている。
- 外食（食事）・・・「大型ショッピングセンター」が30.6%と最も割合が高く、「専門店」29.8%、「普通（一般的）の店舗」15.8%と続いている。

前回調査（平成22年度）と比較すると、「インターネットショッピング」は、すべての商品で利用割合が大きくなっており、「大型ショッピングセンター」は、「家具・室内装飾品」、「スポーツ・レジャー用品」を除いたすべての商品で利用割合が大きくなっている。逆に、「デパート・百貨店」は、「子供服」を除いたすべての商品で利用割合が減少している。

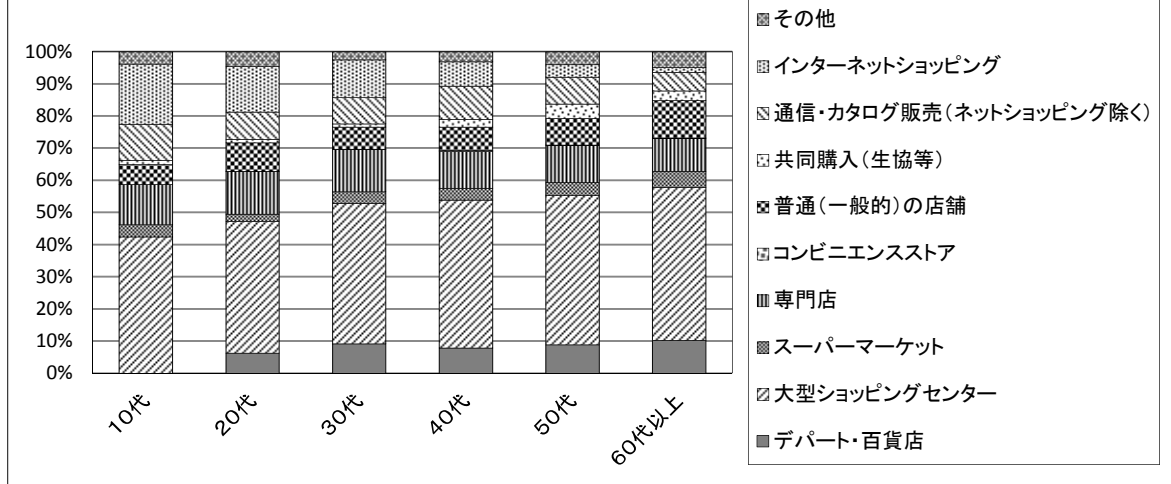
(2) 年代別買物店舗

①買回品（婦人服）

4-2-1表 商品・年代別買物店舗〔買回品（婦人服）〕

買物店舗		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売（ネットショッピング除く）	インターネットショッピング	その他	合計	不明
年代	人												
	10代	0	34	3	10	0	5	1	9	15	3	80	29
	%	0.0	42.5	3.8	12.5	0.0	6.3	1.3	11.3	18.8	3.8	100.0	
前回	%	1.4	49.3	7.2	18.8	0.0	2.9	0.0	8.7	7.2	4.3	100.0	
20代	人	55	358	20	116	1	78	9	74	124	40	875	44
	%	6.3	40.9	2.3	13.3	0.1	8.9	1.0	8.5	14.2	4.6	100.0	
前回	%	7.7	42.1	4.0	15.2	0.6	7.2	0.9	11.3	8.9	2.0	100.0	
30代	人	197	939	77	282	2	148	21	175	252	54	2,147	59
	%	9.2	43.7	3.6	13.1	0.1	6.9	1.0	8.2	11.7	2.5	100.0	
前回	%	836.0	44.1	4.8	13.8	0.1	6.0	1.8	11.3	7.3	2.3	100.0	
40代	人	209	1,209	97	300	10	190	64	270	201	80	2,630	52
	%	7.9	46.0	3.7	11.4	0.4	7.2	2.4	10.3	7.6	3.0	100.0	
前回	%	8.5	58.5	4.3	12.2	0.1	7.1	2.6	10.0	3.8	2.9	100.0	
50代	人	304	1,584	141	392	4	282	154	284	133	136	3,414	69
	%	8.9	46.4	4.1	11.5	0.1	8.3	4.5	8.3	3.9	4.0	100.0	
前回	%	10.7	44.9	6.2	12.1	0.2	8.9	3.9	7.8	2.2	3.1	100.0	
60代以上	人	517	2,385	249	511	6	585	151	289	73	245	5,011	255
	%	10.3	47.6	5.0	10.2	0.1	11.7	3.0	5.8	1.5	4.9	100.0	
前回	%	12.5	43.3	7.7	11.8	0.1	12.5	1.6	5.1	0.6	4.8	100.0	

4-2-1図 商品・年代別買物店舗〔買回品（婦人服）〕



上表及びグラフは、買物に利用する店舗種類について、年代別に集計したものである。ここでは、買回品の例として、「婦人服」を取り上げている。

「10代」から「60代以上」の6つの年代に分けているが、いずれの年代でも「大型ショッピングセンター」の割合が最も高く、全て40%台となっており、これに続くのは「10代」及び「20代」では「インターネットショッピング」、「30代」から「50代」では「専門店」、「60代以上」では「普通（一般的）の店舗」となっている。

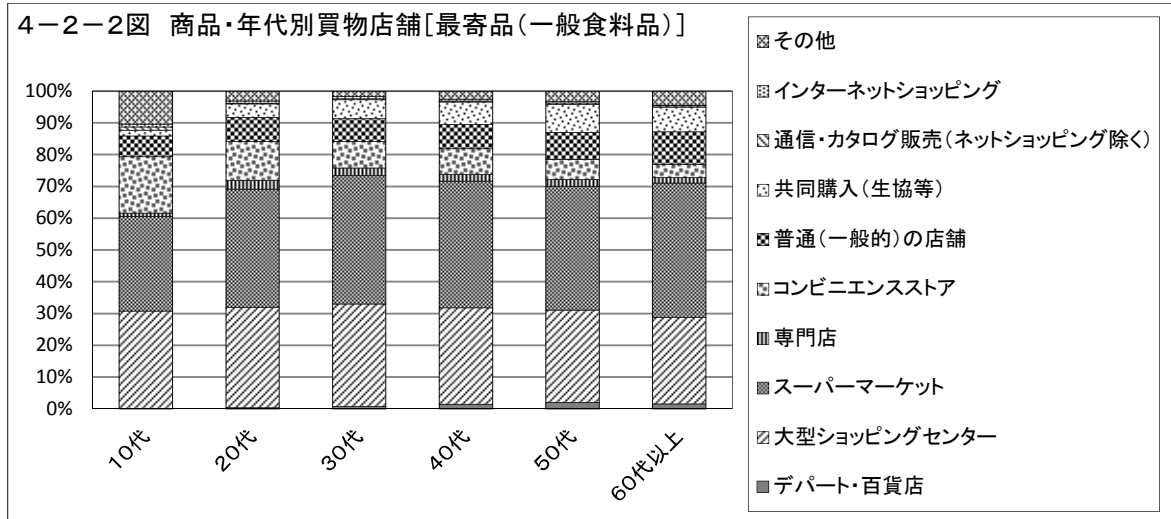
年代による利用店舗種類の違いを見てみると、「デパート・百貨店」は高い年代において利用割合が高い傾向があり、「インターネットショッピング」については、若い年代において利用割合が高い傾向が見られる。

②最寄品（一般食料品）

4-2-2表 商品・年代別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕

買物店舗 年代		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売（ネットショッピング除く）	インターネットショッピング	その他	合計	不明
		10代	人 0 % 0.0	33 30.8	32 29.9	1 0.9	19 17.8	7 6.5	2 1.9	1 0.9	1 0.9	11 10.3	107
前回	% 0.0	29.3	39.1	2.2	21.7	7.6	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0		
20代	人 4 % 0.5	260 31.6	305 37.1	23 2.8	101 12.3	62 7.5	35 4.3	1 0.1	6 0.7	25 3.0	822	44	
前回	% 1.3	29.2	41.3	2.5	12.7	7.0	3.7	0.3	0.2	1.8	100.0		
30代	人 17 % 0.8	686 32.3	860 40.4	51 2.4	178 8.4	152 7.1	127 6.0	6 0.3	16 0.8	34 1.6	2,127	59	
前回	% 1.2	30.9	40.0	2.5	7.7	7.6	7.0	0.4	0.4	2.3	100.0		
40代	人 42 % 1.5	822 30.3	1,081 39.9	59 2.2	218 8.0	208 7.7	190 7.0	10 0.4	15 0.6	66 2.4	2,711	52	
前回	% 1.0	29.9	41.1	2.4	7.3	7.4	7.6	0.8	0.4	2.1	100.0		
50代	人 73 % 2.1	1,008 29.1	1,350 39.0	74 2.1	220 6.3	293 8.5	306 8.8	16 0.5	13 0.4	112 3.2	3,465	69	
前回	% 1.6	27.5	39.1	2.5	6.1	11.0	8.7	0.3	0.2	3.0	100.0		
60代以上	人 89 % 1.7	1,440 27.2	2,246 42.4	88 1.7	222 4.2	541 10.2	415 7.8	22 0.4	7 0.1	231 4.4	5,301	255	
前回	% 2.6	25.8	41.0	2.1	3.9	14.0	5.9	0.5	0.1	4.2	100.0		

4-2-2図 商品・年代別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕



上表及びグラフは、買物に利用する店舗種類について、年代別に集計したものである。ここでは、最寄品の例として、「一般食料品」を取り上げている。

「20代」以上の年代で、利用割合が最も高いのは「スーパーマーケット」となっており、それに次ぐのが「大型ショッピングセンター」となっている。「10代」では「大型ショッピングセンター」の利用割合が最も高く、それに次ぐのが「スーパーマーケット」となっている。

「コンビニエンスストア」は、年代による差が大きく、「10代」で17.8%、「20代」で12.3%となっているが、「60代以上」では4.2%と、年代が高いほど利用割合は低くなっている。

前回調査（平成22年度）と比較すると、「大型ショッピングセンター」の利用割合がすべての年代で増加、「インターネットショッピング」の利用割合が「60代以上」を除くすべての年代で増加しており、「専門店」については、「20代」を除くすべての年代で利用割合が減少している。

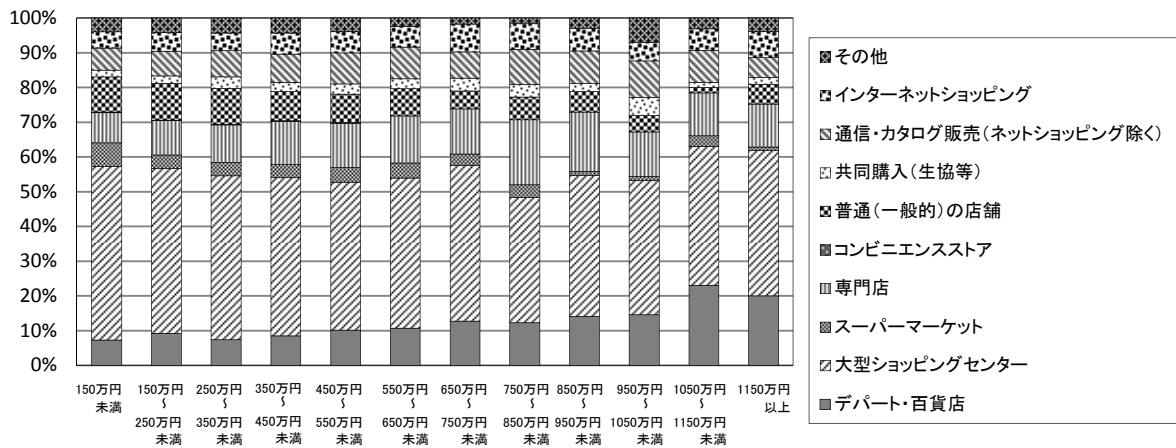
(3) 世帯年収別買物店舗

①買回品（婦人服）

4-3-1表 世帯年収別商品別買物店舗〔買回品（婦人服）〕

買物店舗 年収		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売（ネットショッピング除く）	インターネットショッピング	その他	合計	不明
		人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
150万円未満	人	122	836	114	145	3	170	33	106	78	66	1,673	127
	%	7.3	50.0	6.8	8.7	0.2	10.2	2.0	6.3	4.7	3.9	100.0	
150万円～250万円未満	人	257	1,319	107	275	3	295	60	195	150	116	2,777	132
	%	9.3	47.5	3.9	9.9	0.1	10.6	2.2	7.0	5.4	4.2	100.0	
250万円～350万円未満	人	246	1,558	129	357	7	341	109	248	169	142	3,306	100
	%	7.4	47.1	3.9	10.8	0.2	10.3	3.3	7.5	5.1	4.3	100.0	
350万円～450万円未満	人	200	1,075	90	292	5	197	64	191	143	102	2,359	50
	%	8.5	45.6	3.8	12.4	0.2	8.4	2.7	8.1	6.1	4.3	100.0	
450万円～550万円未満	人	158	658	66	196	4	126	46	138	95	60	1,547	39
	%	10.2	42.5	4.3	12.7	0.3	8.1	3.0	8.9	6.1	3.9	100.0	
550万円～650万円未満	人	99	398	40	125	0	72	26	84	55	22	921	20
	%	10.7	43.2	4.3	13.6	0.0	7.8	2.8	9.1	6.0	2.4	100.0	
650万円～750万円未満	人	59	208	15	60	0	24	17	35	37	8	463	9
	%	12.7	44.9	3.2	13.0	0.0	5.2	3.7	7.6	8.0	1.7	100.0	
750万円～850万円未満	人	34	100	10	52	0	18	10	28	21	4	277	4
	%	12.3	36.1	3.6	18.8	0.0	6.5	3.6	10.1	7.6	1.4	100.0	
850万円～950万円未満	人	24	69	2	29	0	10	4	16	11	5	170	4
	%	14.1	40.6	1.2	17.1	0.0	5.9	2.4	9.4	6.5	2.9	100.0	
950万円～1050万円未満	人	25	66	2	22	0	8	9	18	9	12	171	0
	%	14.6	38.6	1.2	12.9	0.0	4.7	5.3	10.5	5.3	7.0	100.0	
1050万円～1150万円未満	人	15	26	2	8	0	1	1	6	4	2	65	1
	%	23.1	40.0	3.1	12.3	0.0	1.5	1.5	9.2	6.2	3.1	100.0	
1150万円以上	人	21	44	1	13	0	6	2	6	8	4	105	1
	%	20.0	41.9	1.0	12.4	0.0	5.7	1.9	5.7	7.6	3.8	100.0	

4-3-1図 世帯年収別商品別買物店舗〔買回品（婦人服）〕



上表及びグラフは、買物で利用する店舗種類について世帯年収別に集計したものであり、買回品の例として「婦人服」を取り上げている。

全ての年収項目において、「大型ショッピングセンター」の割合が最も高くなっている。それに続くのが「150万円未満」、「150万円～250万円未満」では「普通（一般的）の店舗」、「250万円～350万円未満」、「350万円～450万円未満」、「550万円～650万円未満」、「650万円～750万円未満」、「750万円～850万円未満」、「850万円～950万円未満」では「専門店」、「950万円～1050万円未満」、「1050万円～1150万円未満」、「1150万円以上」では「デパート・百貨店」となっている。

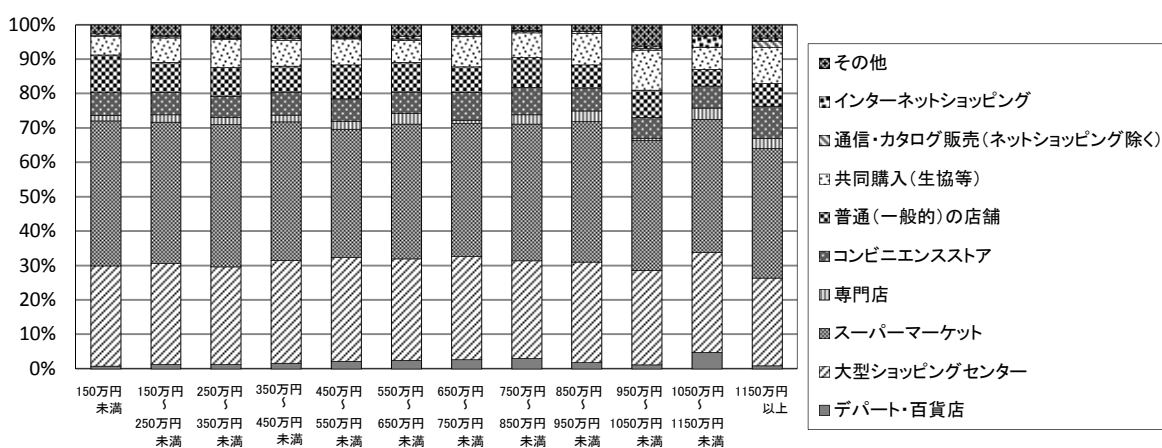
また、世帯年収が高くなるにつれ、「大型ショッピングセンター」の割合は下がり、逆に「デパート・百貨店」の割合は高くなる傾向がある。

②最寄品（一般食料品）

4-3-2表 世帯年収別商品別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕

買物店舗 年収		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売（ネットショッピング除く）	インターネットショッピング	その他	合計	不明
		人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
150万円未満	人	15	528	764	29	120	199	100	2	9	47	1,813	54
	%	0.8	29.1	42.1	1.6	6.6	11.0	5.5	0.1	0.5	2.6	100.0	
150万円～250万円未満	人	37	855	1,202	61	190	255	206	12	9	90	2,917	37
	%	1.3	29.3	41.2	2.1	6.5	8.7	7.1	0.4	0.3	3.1	100.0	
250万円～350万円未満	人	43	956	1,396	69	208	283	275	11	13	116	3,370	41
	%	1.3	28.4	41.4	2.0	6.2	8.4	8.2	0.3	0.4	3.4	100.0	
350万円～450万円未満	人	40	702	949	45	159	176	177	13	9	83	2,353	28
	%	1.7	29.8	40.3	1.9	6.8	7.5	7.5	0.6	0.4	3.5	100.0	
450万円～550万円未満	人	35	479	594	35	105	157	120	4	4	56	1,589	14
	%	2.2	30.1	37.4	2.2	6.6	9.9	7.6	0.3	0.3	3.5	100.0	
550万円～650万円未満	人	23	273	362	28	58	80	58	5	6	31	924	9
	%	2.5	29.5	39.2	3.0	6.3	8.7	6.3	0.5	0.6	3.4	100.0	
650万円～750万円未満	人	12	133	172	4	36	33	39	3	1	11	444	5
	%	2.7	30.0	38.7	0.9	8.1	7.4	8.8	0.7	0.2	2.5	100.0	
750万円～850万円未満	人	8	75	105	7	21	23	19	1	1	4	264	1
	%	3.0	28.4	39.8	2.7	8.0	8.7	7.2	0.4	0.4	1.5	100.0	
850万円～950万円未満	人	3	48	67	5	11	11	15	1	0	3	164	3
	%	1.8	29.3	40.9	3.0	6.7	6.7	9.1	0.6	0.0	1.8	100.0	
950万円～1050万円未満	人	2	45	62	1	10	13	19	1	1	10	164	1
	%	1.2	27.4	37.8	0.6	6.1	7.9	11.6	0.6	0.6	6.1	100.0	
1050万円～1150万円未満	人	3	18	24	2	4	3	4	0	2	2	62	1
	%	4.8	29.0	38.7	3.2	6.5	4.8	6.5	0.0	3.2	3.2	100.0	
1150万円以上	人	1	27	40	3	10	7	11	2	1	4	106	0
	%	0.9	25.5	37.7	2.8	9.4	6.6	10.4	1.9	0.9	3.8	100.0	

4-3-2図 世帯年収別商品別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕



上表及びグラフは、買物で利用する店舗種類について世帯年収別に集計したものであり、最寄品の例として「一般食料品」を取り上げている。

全ての年収項目において、「スーパーマーケット」の割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が続く結果となっている。

その次に多いのが、「普通（一般的）の店舗」や「共同購入（生協等）」、「コンビニエンスストア」である。

全ての買物店舗において、世帯年収別の大きな違いや傾向は見られない。

5. 買物場所選定理由

(1) 商品別買物場所選定理由

5-1表 商品別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表

商品	選定理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	今回	前回	理由	%	理由	%	理由	%	理由	%	理由	%
婦人服	今回	前回	駐車場がある	19.0	商品が豊富	12.9	近くて便利	10.6	特売・売出し・フェアがある	10.0	値段が安い	9.7
	今回	前回	駐車場がある	22.3	商品が豊富	13.5	近くて便利	12.3	値段が安い	9.9	特売・売出し・フェアがある	8.2
紳士服	今回	前回	駐車場がある	21.2	商品が豊富	14.3	近くて便利	10.6	特売・売出し・フェアがある	10.4	値段が安い	10.1
	今回	前回	駐車場がある	24.1	商品が豊富	14.3	近くて便利	12.0	値段が安い	10.5	特売・売出し・フェアがある	9.1
子供服	今回	前回	駐車場がある	21.9	商品が豊富	14.1	値段が安い	12.4	特売・売出し・フェアがある	10.9	近くて便利	10.4
	今回	前回	駐車場がある	23.8	商品が豊富	14.8	値段が安い	13.2	近くて便利	11.7	特売・売出し・フェアがある	9.5
呉服・寝具	今回	前回	駐車場がある	22.7	商品が豊富	14.5	値段が安い	11.8	近くて便利	11.0	特売・売出し・フェアがある	10.5
	今回	前回	駐車場がある	24.6	商品が豊富	13.7	値段が安い	12.0	近くて便利	11.3	特売・売出し・フェアがある	9.8
シャツ・下着類	今回	前回	駐車場がある	21.6	商品が豊富	15.4	値段が安い	12.7	近くて便利	12.5	特売・売出し・フェアがある	10.9
	今回	前回	駐車場がある	22.9	商品が豊富	15.0	値段が安い	13.9	近くて便利	13.1	特売・売出し・フェアがある	9.9
くつ・カバン	今回	前回	駐車場がある	20.9	商品が豊富	16.1	値段が安い	10.3	近くて便利	10.1	特売・売出し・フェアがある	9.8
	今回	前回	駐車場がある	21.9	商品が豊富	15.5	近くて便利	10.4	値段が安い	10.1	特売・売出し・フェアがある	8.8
時計・メガネ・貴金属	今回	前回	駐車場がある	20.6	店が信用できる	15.0	商品が豊富	13.8	近くて便利	8.6	値段が安い	7.6
	今回	前回	駐車場がある	21.1	店が信用できる	15.3	商品が豊富	12.7	近くて便利	8.6	値段が安い	7.7
家庭用電気器具	今回	前回	駐車場がある	22.2	商品が豊富	15.3	店が信用できる	10.2	特売・売出し・フェアがある	9.8	近くて便利	9.5
	今回	前回	駐車場がある	23.2	商品が豊富	14.1	店が信用できる	10.9	値段が安い	10.1	近くて便利	9.6
家具・室内装飾品	今回	前回	駐車場がある	23.6	商品が豊富	17.1	値段が安い	10.1	特売・売出し・フェアがある	9.4	近くて便利	8.5
	今回	前回	駐車場がある	24.7	商品が豊富	15.9	値段が安い	10.7	近くて便利	8.8	特売・売出し・フェアがある	8.7
スポーツ・レジャー用品	今回	前回	駐車場がある	23.6	商品が豊富	17.6	値段が安い	9.8	特売・売出し・フェアがある	9.5	近くて便利	9.0
	今回	前回	駐車場がある	24.5	商品が豊富	17.0	値段が安い	9.9	近くて便利	9.5	特売・売出し・フェアがある	9.0
書籍・CD・文具	今回	前回	駐車場がある	23.4	商品が豊富	18.6	近くて便利	12.9	買物を楽しめる	7.0	値段が安い	6.8
	今回	前回	駐車場がある	24.3	商品が豊富	18.1	近くて便利	13.2	買物を楽しめる	6.3	値段が安い	6.0
化粧品・医薬品	今回	前回	駐車場がある	20.9	商品が豊富	14.8	近くて便利	13.6	値段が安い	8.6	店が信用できる	7.2
	今回	前回	駐車場がある	21.0	近くて便利	13.8	商品が豊富	13.2	値段が安い	8.8	店が信用できる	8.4
日用雑貨	今回	前回	駐車場がある	21.2	近くて便利	16.9	商品が豊富	14.6	値段が安い	10.8	特売・売出し・フェアがある	9.2
	今回	前回	駐車場がある	22.9	近くて便利	17.9	商品が豊富	13.8	値段が安い	11.6	特売・売出し・フェアがある	8.6
一般食料品	今回	前回	駐車場がある	18.8	近くて便利	16.5	商品が豊富	12.6	品質・鮮度・味がよい	10.8	特売・売出し・フェアがある	9.4
	今回	前回	駐車場がある	21.5	近くて便利	18.2	商品が豊富	12.0	品質・鮮度・味がよい	10.5	値段が安い	9.0
生鮮食料品	今回	前回	駐車場がある	18.5	近くて便利	15.8	品質・鮮度・味がよい	14.2	商品が豊富	12.1	特売・売出し・フェアがある	8.7
	今回	前回	駐車場がある	20.7	近くて便利	16.9	品質・鮮度・味がよい	15.0	商品が豊富	11.1	値段が安い	8.5
中元・歳暮等の贈答品	今回	前回	駐車場がある	21.7	商品が豊富	16.8	近くて便利	14.6	値段が安い	8.0	特売・売出し・フェアがある	7.4
	今回	前回	駐車場がある	23.0	商品が豊富	16.1	近くて便利	14.8	値段が安い	8.7	特売・売出し・フェアがある	6.6
外食(食事)	今回	前回	駐車場がある	22.8	品質・鮮度・味がよい	13.4	商品が豊富	12.8	近くて便利	10.4	店舗がきれい	7.6
	今回	前回	駐車場がある	24.6	品質・鮮度・味がよい	14.3	商品が豊富	11.4	近くて便利	10.0	店舗がきれい	7.0

上の表は、買物場所を選定する際に重視する項目（選定理由）を商品別にみたものである。

今回調査では、全ての商品の選定理由で「駐車場がある」が1位となっており、2位は17商品中12商品で「商品が豊富」となっている。その他では「値段が安い」、「近くて便利」、「特売・売出し・フェアがある」なども、多くの商品で選定理由としてあげられている。

特徴的なものとして、「時計・めがね・貴金属」、「家庭用電気器具」、「化粧品・医薬品」では「店が信用できる」が、「書籍・CD・文具」では「買物を楽しめる」が、「一般食料品」、「生鮮食料品」、「外食(食事)」では「品質・鮮度・味がよい」が、「外食(食事)」では「店舗がきれい」がそれぞれ5番以内にあがっている。

(2) 年代別買物場所選定理由

①買回品（婦人服）

5-2-1表 年代別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[買回品(婦人服)]

買回品 (婦人服)	選定理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	年代			%		%		%		%		%
10代	今回	値段が安い	14.8	流行品がある	13.4	近くて便利	11.3	商品が豊富 特売・売出・フェアがある	10.6	10.6	-	
	前回	値段が安い 商品が豊富	14.7 14.7	-	-	駐車場がある 流行品がある	11.6 11.6	-	-	-	近くて便利 10.5	
20代	今回	駐車場がある	18.5	商品が豊富	11.8	値段が安い	11.2	流行品がある 買物を楽しめる	9.7	9.7	-	
	前回	駐車場がある	19.6	商品が豊富	14.7	値段が安い	11.2	近くて便利	11.0	11.0	流行品がある 10.7	
30代	今回	駐車場がある	19.7	商品が豊富	13.1	値段が安い	11.3	特売・売出・フェアがある	9.3	9.3	買物を楽しめる 9.3	
	前回	駐車場がある	21.7	商品が豊富	15.9	値段が安い	11.6	近くて便利	10.5	10.5	買物を楽しめる 8.0	
40代	今回	駐車場がある	20.3	商品が豊富	13.1	値段が安い	9.9	特売・売出・フェアがある	9.8	9.8	近くて便利 9.3	
	前回	駐車場がある	24.0	商品が豊富	14.3	近くて便利	11.2	値段が安い	10.1	10.1	買物を楽しめる 7.9	
50代	今回	駐車場がある	19.3	商品が豊富	13.4	特売・売出・フェアがある	10.4	買物を楽しめる	9.6	9.6	近くて便利 9.2	
	前回	駐車場がある	24.2	商品が豊富	12.3	近くて便利	11.9	値段が安い	8.7	8.7	特売・売出・フェアがある 8.3	
60代以上	今回	駐車場がある	18.0	近くて便利	12.8	商品が豊富	12.7	特売・売出・フェアがある	10.3	10.3	買物を楽しめる 9.7	
	前回	駐車場がある	19.9	近くて便利	15.0	商品が豊富	12.5	値段が安い	9.7	9.7	特売・売出・フェアがある 9.1	

上の表は、買回品（婦人服）における年代別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。

一般的に「商品が豊富」、「値段が安い」、「近くて便利」といった選定理由が上位にあげられているが、「駐車場がある」という選定理由は、「20代」以上の年代では1位となっているものの、「10代」では5位以内に入っていない。

また、「10代」、「20代」では「流行品がある」といった選定理由や「30代」以上の年代では「特売・売出・フェアがある」や「買物を楽しめる」といった選定理由があげられている。

②最寄品（一般食料品）

5-2-2表 年代別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[最寄品(一般食料品)]

最寄品 (一般食料品)	選定理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	年代			%		%		%		%		%
10代	今回	近くて便利	24.5	商品が豊富 品質・鮮度・味がよい 値段が安い 特売・売出・フェアがある	9.7 9.7 9.7 9.7	-	-	-	-	-	-	
	前回	近くて便利	23.4	商品が豊富	15.6	駐車場がある	14.1	品質・鮮度・味がよい 値段が安い	9.4 9.4	9.4	-	
20代	今回	駐車場がある	19.0	近くて便利	16.8	値段が安い	10.4	商品が豊富	10.3	10.3	特売・売出・フェアがある 9.2	
	前回	駐車場がある	20.3	近くて便利	19.8	商品が豊富	12.0	値段が安い	9.8	9.8	特売・売出・フェアがある 8.8	
30代	今回	駐車場がある	20.1	近くて便利	15.4	商品が豊富	12.1	値段が安い	10.3	10.3	品質・鮮度・味がよい 10.0	
	前回	駐車場がある	21.3	近くて便利	16.8	商品が豊富	13.7	値段が安い	10.6	10.6	品質・鮮度・味がよい 10.2	
40代	今回	駐車場がある	20.3	近くて便利	14.5	商品が豊富	12.9	品質・鮮度・味がよい	10.7	10.7	値段が安い 10.1	
	前回	駐車場がある	23.6	近くて便利	16.4	商品が豊富	11.4	品質・鮮度・味がよい	11.2	11.2	値段が安い 9.7	
50代	今回	駐車場がある	19.3	近くて便利	14.6	商品が豊富	13.5	品質・鮮度・味がよい	11.2	11.2	特売・売出・フェアがある 9.5	
	前回	駐車場がある	22.9	近くて便利	16.7	商品が豊富	11.7	品質・鮮度・味がよい	10.9	10.9	値段が安い 8.0	
60代以上	今回	近くて便利	18.9	駐車場がある	17.3	商品が豊富	12.6	品質・鮮度・味がよい	11.4	11.4	特売・売出・フェアがある 9.6	
	前回	近くて便利	21.6	駐車場がある	19.0	商品が豊富	11.5	品質・鮮度・味がよい	10.6	10.6	特売・売出・フェアがある 8.8	

上の表は、最寄品（一般食料品）における年代別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。

一般的に「近くて便利」、「駐車場がある」、「商品が豊富」、「品質・鮮度・味がよい」「値段が安い」、「特売・売出・フェアがある」といった選定理由が上位にあげられており、買回品とは異なり年代別で大きな違いは見られない。

(3) 世帯年収別買物場所選定理由

①買回品（婦人服）

5-3-1表 世帯年収別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[買回品（婦人服）]

世帯年収	選定理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	今回	前回		%		%		%		%		%
150万円未満	今回		駐車場がある	16.7	近くて便利	14.9	値段が安い	12.1	商品が豊富	10.2	特売・売出・フェアがある	9.5
	前回		駐車場がある	19.3	近くて便利	16.5	商品が豊富	12.0	値段が安い	12.0	特売・売出・フェアがある	8.2
150万円～250万円未満	今回		駐車場がある	19.9	商品が豊富	12.0	近くて便利	11.0	値段が安い	10.9	特売・売出・フェアがある	10.0
	前回		駐車場がある	21.7	近くて便利	13.5	商品が豊富	13.2	値段が安い	11.4	特売・売出・フェアがある	9.2
250万円～350万円未満	今回		駐車場がある	18.6	商品が豊富	13.2	特売・売出・フェアがある	11.5	近くて便利	10.3	値段が安い	10.1
	前回		駐車場がある	22.9	商品が豊富	12.9	近くて便利	12.8	値段が安い	10.6	特売・売出・フェアがある	8.1
350万円～450万円未満	今回		駐車場がある	19.0	商品が豊富	15.0	特売・売出・フェアがある	10.2	買物を楽しめる	10.1	近くて便利	8.4
	前回		駐車場がある	22.7	商品が豊富	13.8	近くて便利	10.2	値段が安い	9.5	買物を楽しめる	7.8
450万円～550万円未満	今回		駐車場がある	20.2	商品が豊富	13.9	買物を楽しめる	10.6	近くて便利	9.5	特売・売出・フェアがある	8.7
	前回		駐車場がある	23.1	商品が豊富	15.1	近くて便利	12.1	特売・売出・フェアがある	8.7	値段が安い	7.8
550万円～650万円未満	今回		駐車場がある	20.3	商品が豊富	12.2	近くて便利 買物を楽しめる	10.4 10.4	-	-	特売・売出・フェアがある	9.3
	前回		駐車場がある	22.8	商品が豊富	13.9	近くて便利	9.8	買物を楽しめる	9.7	特売・売出・フェアがある	8.0
650万円～750万円未満	今回		駐車場がある	20.8	商品が豊富	13.7	買物を楽しめる	10.7	近くて便利	9.6	値段が安い	9.0
	前回		駐車場がある	23.5	商品が豊富	14.5	特売・売出・フェアがある	8.6	近くて便利	8.5	店が信用できる	7.6
750万円～850万円未満	今回		駐車場がある	16.3	商品が豊富	14.1	特売・売出・フェアがある	11.7	流行品がある	10.0	値段が安い 買物を楽しめる	9.5 9.5
	前回		駐車場がある	22.4	商品が豊富	17.0	近くて便利	11.0	店が信用できる	8.2	流行品がある	7.9
850万円～950万円未満	今回		駐車場がある	21.1	商品が豊富	15.1	買物を楽しめる	11.2	特売・売出・フェアがある	9.2	近くて便利	7.6
	前回		駐車場がある	21.0	商品が豊富	16.1	近くて便利	12.7	買物を楽しめる	8.3	流行品がある 値段が安い 特売・売出・フェアがある	7.3 7.3 7.3
950万円～1050万円未満	今回		駐車場がある	16.1	商品が豊富	14.2	買物を楽しめる	11.8	流行品がある	9.4	特売・売出・フェアがある	9.1
	前回		駐車場がある	24.5	商品が豊富	16.5	近くて便利	9.0	値段が安い	8.0	流行品がある 買物を楽しめる	7.5 7.5
1050万円～1150万円未満	今回		駐車場がある	21.0	商品が豊富	17.0	流行品がある	12.0	買物を楽しめる	9.0	値段が安い 特売・売出・フェアがある	7.0 7.0
	前回		駐車場がある	24.4	商品が豊富	17.1	流行品がある	8.5	品質・鮮度がよい 値段が安い 買物を楽しめる	7.3 7.3 7.3	-	-
1150万円以上	今回		駐車場がある	19.0	商品が豊富	15.0	買物を楽しめる	14.4	店が信用できる	9.2	流行品がある	7.8
	前回		駐車場がある	20.9	商品が豊富	17.2	流行品がある	9.7	買物を楽しめる	9.0	近くて便利 品質・鮮度がよい	8.2 8.2

上の表は、買回品（婦人服）における世帯年収別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。

全ての年収項目において「駐車場がある」が1位となっており、次いで「商品が豊富」が「150万円未満」を除く全ての年収項目において2位となっている。

また、年収が低い世帯では「近くて便利」、「値段が安い」、「特売・売出・フェアがある」といった選定理由が多くあがっており、年収が高い世帯では「流行品がある」、「買物を楽しめる」、「1150万円以上」では「店が信用できる」といった選定理由があがっている。

②最寄品（一般食料品）

5-3-2表 世帯年収別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[最寄品（一般食料品）]

世帯年収	選定理由の順位	1位		2位		3位		4位		5位	
			%		%		%		%		%
150万円未満	今回	近くて便利	20.0	駐車場がある	15.7	商品が豊富	10.3	値段が安い	9.8	特売・売出・フェアがある	9.6
	前回	近くて便利	22.6	駐車場がある	17.7	商品が豊富	11.2	値段が安い	9.6	品質・鮮度・味がよい	9.0
150万円～250万円未満	今回	駐車場がある	19.6	近くて便利	17.3	商品が豊富	11.4	品質・鮮度・味がよい	9.9	特売・売出・フェアがある	9.8
	前回	駐車場がある	21.1	近くて便利	18.8	商品が豊富	11.4	品質・鮮度・味がよい	10.0	値段が安い	9.8
250万円～350万円未満	今回	駐車場がある	18.5	近くて便利	15.5	商品が豊富	13.5	品質・鮮度・味がよい	11.8	特売・売出・フェアがある	10.6
	前回	駐車場がある	21.4	近くて便利	17.8	商品が豊富	11.7	値段が安い	9.9	品質・鮮度・味がよい	9.3
350万円～450万円未満	今回	駐車場がある	18.7	商品が豊富	14.2	近くて便利	14.0	品質・鮮度・味がよい	11.2	特売・売出・フェアがある	9.5
	前回	駐車場がある	21.9	近くて便利	16.8	商品が豊富	12.0	品質・鮮度・味がよい	10.9	値段が安い	8.8
450万円～550万円未満	今回	駐車場がある	20.0	近くて便利	14.7	商品が豊富	13.9	品質・鮮度・味がよい	11.6	特売・売出・フェアがある	8.5
	前回	駐車場がある	22.7	近くて便利	17.7	商品が豊富	13.1	品質・鮮度・味がよい	13.0	特売・売出・フェアがある	7.5
550万円～650万円未満	今回	駐車場がある	20.4	近くて便利	17.0	商品が豊富	13.2	品質・鮮度・味がよい	10.3	特売・売出・フェアがある	8.5
	前回	駐車場がある	22.8	近くて便利	17.4	商品が豊富	12.4	品質・鮮度・味がよい	11.3	値段が安い	7.5
650万円～750万円未満	今回	駐車場がある	20.3	近くて便利	17.6	品質・鮮度・味がよい	12.4	商品が豊富	11.6	値段が安い	9.3
	前回	駐車場がある	25.4	近くて便利	14.8	商品が豊富	13.6	品質・鮮度・味がよい	11.4	特売・売出・フェアがある	8.3
750万円～850万円未満	今回	駐車場がある	21.6	近くて便利	17.3	品質・鮮度・味がよい	14.8	商品が豊富	12.1	値段が安い	8.2
	前回	駐車場がある	24.7	近くて便利	15.8	商品が豊富	14.1	品質・鮮度・味がよい	12.1	特売・売出・フェアがある	8.9
850万円～950万円未満	今回	駐車場がある	23.3	近くて便利	16.8	品質・鮮度・味がよい	12.0	商品が豊富	11.3	値段が安い	6.8
	前回	駐車場がある	21.5	近くて便利	18.7	品質・鮮度・味がよい	15.8	商品が豊富	12.0	特売・売出・フェアがある	7.7
950万円～1050万円未満	今回	駐車場がある	20.9	近くて便利	14.9	商品が豊富	14.1	品質・鮮度・味がよい	12.0	値段が安い	7.6
	前回	駐車場がある	26.0	近くて便利	16.5	商品が豊富	14.5	品質・鮮度・味がよい	12.0	値段が安い	8.5
1050万円～1150万円未満	今回	駐車場がある	21.4	近くて便利	16.3	商品が豊富	14.3	品質・鮮度・味がよい	12.2	値段が安い	8.2
	前回	近くて便利	23.8	—	—	品質・鮮度・味がよい	16.3	商品が豊富	11.3	値段が安い	7.5
1150万円以上	今回	駐車場がある	21.9	近くて便利	16.4	商品が豊富	15.1	品質・鮮度・味がよい	11.6	値段が安い	8.9
	前回	駐車場がある	19.6	近くて便利	17.4	—	—	品質・鮮度・味がよい	14.5	値段が安い	8.7

上の表は、最寄品（一般食料品）における世帯年収別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。

全般的に「近くて便利」、「駐車場がある」、「商品が豊富」、「品質・鮮度・味がよい」「値段が安い」、「特売・売出・フェアがある」といった選定理由が上位にあげられており、買回品とは異なり世帯年収別で大きな違いは見られない。

6. 地元購買率

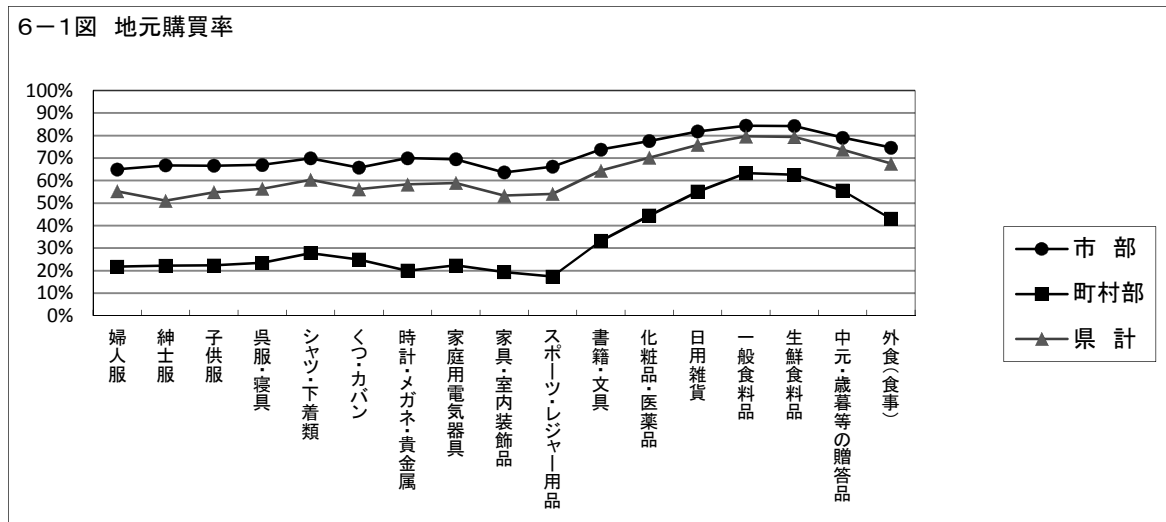
(1) 市部・町村部別地元購買率

6-1表 地元購買率

単位：%

商品	婦人服	紳士服	子供服	呉服・寝具	シャツ・下着類	くつ・カバン	金属 時計・メガネ・貴	家庭用電気器具	家具・室内装飾品	スポーツ・レジャー用品	書籍・文具	化粧品・医薬品	日用雑貨	一般食料品	生鮮食料品	答品 中元・歳暮等の贈	外食（食事）
市部	65.0	66.8	66.7	67.0	69.9	65.8	70.0	69.5	63.7	66.2	73.8	77.6	81.8	84.4	84.3	79.1	74.7
前回	62.7	63.5	63.8	63.5	66.8	63.5	67.5	68.5	62.3	65.7	72.8	75.3	79.4	83.1	83.2	77.3	71.8
町村部	21.8	22.2	22.3	23.5	27.8	25.0	20.0	22.3	19.3	17.4	33.2	44.4	55.1	63.3	62.6	55.5	43.0
前回	22.3	24.1	24.6	25.6	26.9	23.5	25.8	29.1	25.5	25.2	34.6	42.6	52.4	59.4	59.2	49.9	39.2
県計	55.2	51.1	54.8	56.4	60.4	56.2	58.3	58.9	53.3	54.1	64.4	70.2	75.9	79.7	79.4	73.7	67.6
前回	53.6	51.9	54.4	54.1	57.7	54.1	57.3	58.9	53.1	55.5	63.5	67.7	73.3	77.8	77.8	71.1	64.3

6-1図 地元購買率



上の表は、商品別の地元購買率を表している。

県計でみると、全ての商品で50%以上となっており、最寄性の高い商品ほど地元購買率が高くなる傾向にある。

市部では、全ての商品分類で地元購買率が60%を超えており、特に「日用雑貨」や「一般食料品」、「生鮮食料品」といった最寄性の高い商品は80%を超えている。

市部と町村部を比較すると、市部は町村部よりも、買回品で40ポイント程度、最寄品で20ポイント程度高くなっている。

前回調査（平成22年度）と比較すると、市部においては全ての商品で地元購買率が増加しており、町村部においては、買回品の地元購買率は減少傾向にあるが、最寄品は増加傾向にある。

(2) 市町村別地元購買率

6-2表 市町村別地元購買率

(単位：%)

市町村 コード	市町村	買回品（婦人服）					最寄品（一般食料品）				
		前回調査 （平成22年度）		今回調査 （平成26年度）		増 減	前回調査 （平成22年度）		今回調査 （平成26年度）		増 減
		地元	地元外	地元	地元外		地元	地元外	地元	地元外	
1	那覇市	81.9	18.1	83.9	16.1		87.1	12.9	89.5	10.5	
2	宜野湾市	24.1	75.9	39.5	60.5	◎	73.0	27.0	72.7	27.4	
3	石垣市	80.8	19.2	82.0	18.0		98.4	1.6	98.9	1.1	
4	浦添市	48.7	51.3	51.3	48.7		83.5	16.5	81.7	18.3	
5	名護市	81.4	18.6	78.6	21.4		97.1	2.9	94.7	5.3	
6	糸満市	49.8	50.2	49.3	50.7		82.9	17.1	78.7	21.3	
7	沖繩市	30.4	69.6	26.8	73.2		65.7	34.3	65.3	34.7	
8	豊見城市	49.2	50.8	51.3	48.7		76.6	23.4	77.8	22.2	
9	うるま市	90.3	9.7	82.8	17.2		94.0	6.0	93.6	6.4	
10	宮古島市	89.5	10.5	90.4	9.6		98.9	1.1	99.4	0.6	
11	南城市	10.1	89.9	17.8	82.2		50.8	49.2	67.7	32.3	◎
市部計		62.7	37.3	65.0	35.0		83.1	16.9	84.4	15.6	
12	国頭村	0.0	100.0	0.8	99.2		37.1	62.9	21.6	78.4	△
13	大宜味村	8.7	91.3	0.0	100.0		20.0	80.0	4.1	95.9	△
14	東村	0.0	100.0	0.0	100.0		4.2	95.8	37.5	62.5	◎
15	今帰仁村	0.0	100.0	2.4	97.6		40.6	59.4	43.3	56.7	
16	本部町	29.0	71.0	6.9	93.1	△	82.5	17.5	79.5	20.5	
17	恩納村	0.0	100.0	0.0	100.0		15.8	84.2	16.2	83.8	
18	宜野座村	0.0	100.0	1.3	98.7		20.2	79.8	51.9	48.1	◎
19	金武町	0.0	100.0	2.3	97.7		60.9	39.1	69.3	30.7	
20	伊江村	11.3	88.7	5.1	94.9		77.2	22.8	69.2	30.8	
21	読谷村	8.2	91.8	2.2	97.8		77.3	22.7	71.6	28.4	
22	嘉手納町	11.5	88.5	18.8	81.2		63.8	36.2	60.5	39.5	
23	北谷町	70.7	29.3	64.6	35.4		81.9	18.1	75.1	24.9	
24	北中城村	2.0	98.0	0.3	99.7		15.7	84.3	23.8	76.2	
25	中城村	0.8	99.2	4.6	95.4		46.8	53.2	43.6	56.4	
26	西原町	64.2	35.8	52.4	47.6	△	59.8	40.2	95.4	4.6	◎
27	与那原町	6.1	93.9	8.8	91.2		50.7	49.3	48.8	51.2	
28	南風原町	58.6	41.4	58.0	42.0		82.3	17.7	77.0	23.0	
29	渡嘉敷村	0.0	100.0	11.1	88.9	◎	50.0	50.0	44.2	55.8	
30	座間味村	0.0	100.0	0.0	100.0		30.9	69.1	26.7	73.3	
31	粟国村	6.3	93.7	2.5	97.5		30.0	70.0	28.5	71.5	
32	渡名喜村	0.0	100.0	0.0	100.0		30.5	69.5	20.4	79.6	△
33	南大東村	1.8	98.2	0.0	100.0		92.7	7.3	98.3	1.7	
34	北大東村	34.0	66.0	0.0	100.0	△	75.0	25.0	56.6	43.4	△
35	伊平屋村	0.0	100.0	0.0	100.0		82.4	17.6	73.3	26.7	
36	伊是名村	0.0	100.0	3.3	96.7		9.1	90.9	40.9	59.1	◎
37	久米島町	25.8	74.2	17.2	82.8		90.1	9.9	81.2	18.8	
38	八重瀬町	1.0	99.0	22.8	77.2	◎	57.5	42.5	64.7	35.3	
39	多良間村	12.5	87.5	0.0	100.0	△	93.8	6.2	78.9	21.1	△
40	竹富町	5.3	94.7	0.0	100.0		27.8	72.2	9.8	90.2	
41	与那国町	0.0	100.0	0.0	100.0		70.0	30.0	78.6	21.4	
町村部計		22.3	77.7	21.8	78.2		59.4	40.6	63.3	36.7	
合 計		53.6	46.4	55.2	44.8		77.8	22.2	79.7	20.3	

※「増減」欄は、地元購買率が前回調査時と比較して10ポイント以上高い場合＝「◎」、10ポイント以上低い場合＝「△」としている。
 ※サンプル数の少ない自治体があるため、比率の取り扱いには注意を要する。

前掲の表は、市町村別地元購買率を表している。

ここでは、「買回品」の例として「婦人服」を、「最寄品」の例として「一般食料品」を取り上げている。

①買回品（婦人服）

「買回品（婦人服）」の市部計は65.0%、町村部計は21.8%となっており、市部と町村部では大きな開きがある。ただし、市部の中でもバラツキはあり、「那覇市（83.9%）」や「石垣市（82.0%）」、「名護市（78.6%）」、「うるま市（82.8%）」、「宮古島市（90.4%）」、といった商業集積度の高い地域においては地元購買率が80%近くあるものの、商業集積度の低いと思われる地域については地元購買率が低く、特に「沖縄市」で26.8%、「南城市」で17.8%となっている。

逆に、町村部の中でも、「北谷町（64.6%）」、「西原町（52.4%）」、「南風原町（58.0%）」は高い水準となっている。

前回調査（平成22年度）との比較において、地元購買率が高まった自治体及び低下した自治体は、市部・町村部を問わず散在している。前回調査よりも10ポイント以上高くなったのは「宜野湾市（39.5%）」、「渡嘉敷村（11.1%）」、「八重瀬町（22.8%）」の3市町村で、逆に10ポイント以上低下したのは、「本部町（6.9%）」、「西原町（52.4%）」、「北大東村（0.0%）」、「多良間村（0.0%）」の4町村となっている。

②最寄品（一般食料品）

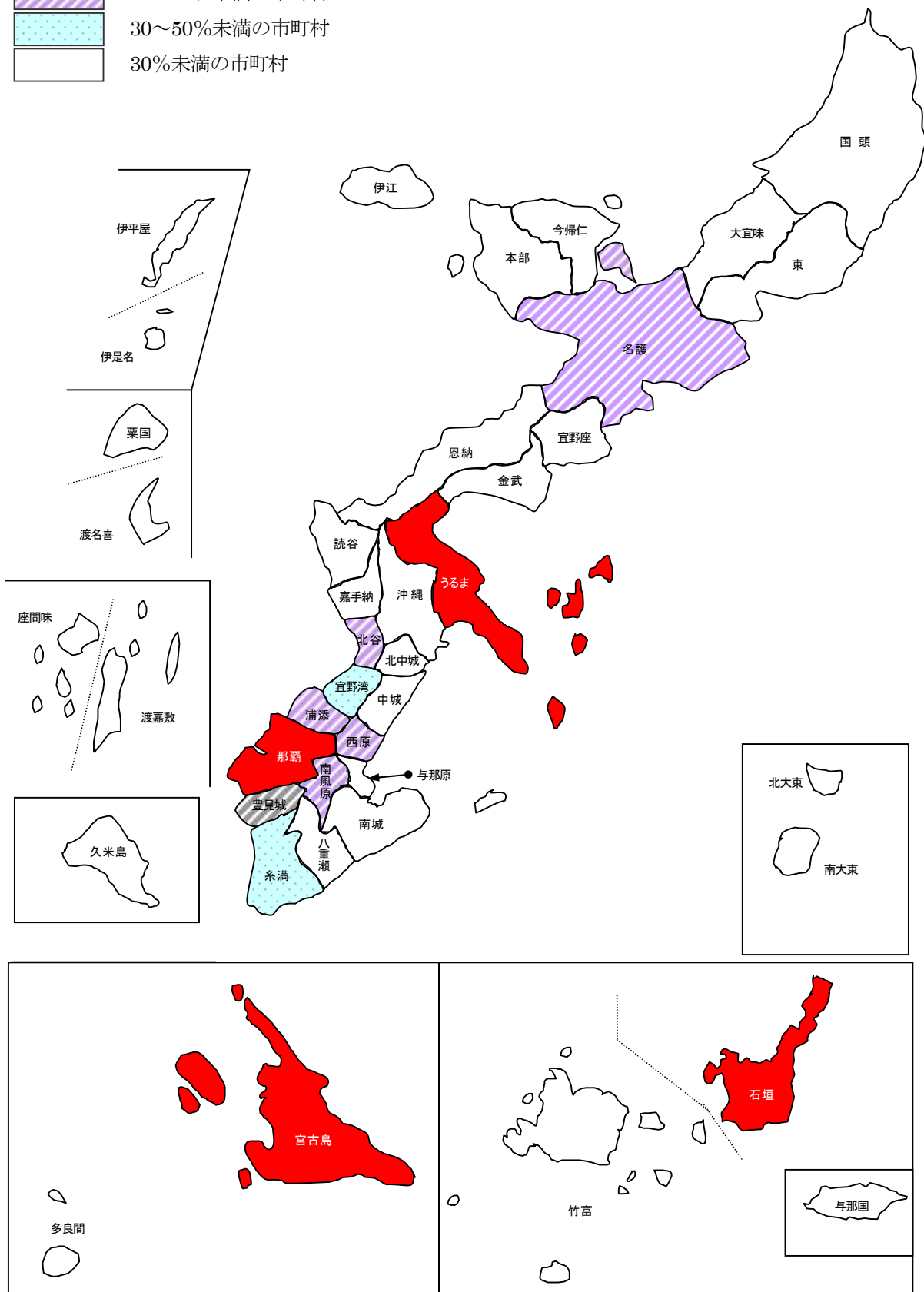
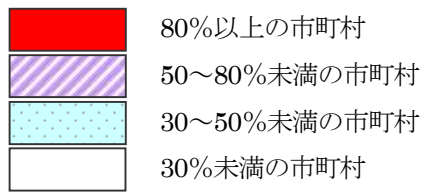
「最寄品（一般食料品）」の市部計は84.4%、町村部計は63.3%となっており、買回品よりも地元購買率は高く、また、市部と町村部との開きも小さい。

市部内でみると、最寄品は買回品ほど差は開いておらず、「沖縄市（65.3%）」、「南城市（67.7%）」を除くすべて市部で70%を上回っており、特に「石垣市（98.9%）」、「名護市（94.7%）」、「うるま市（93.6%）」、「宮古島市（99.4%）」は90%を上回る高い水準となっている。

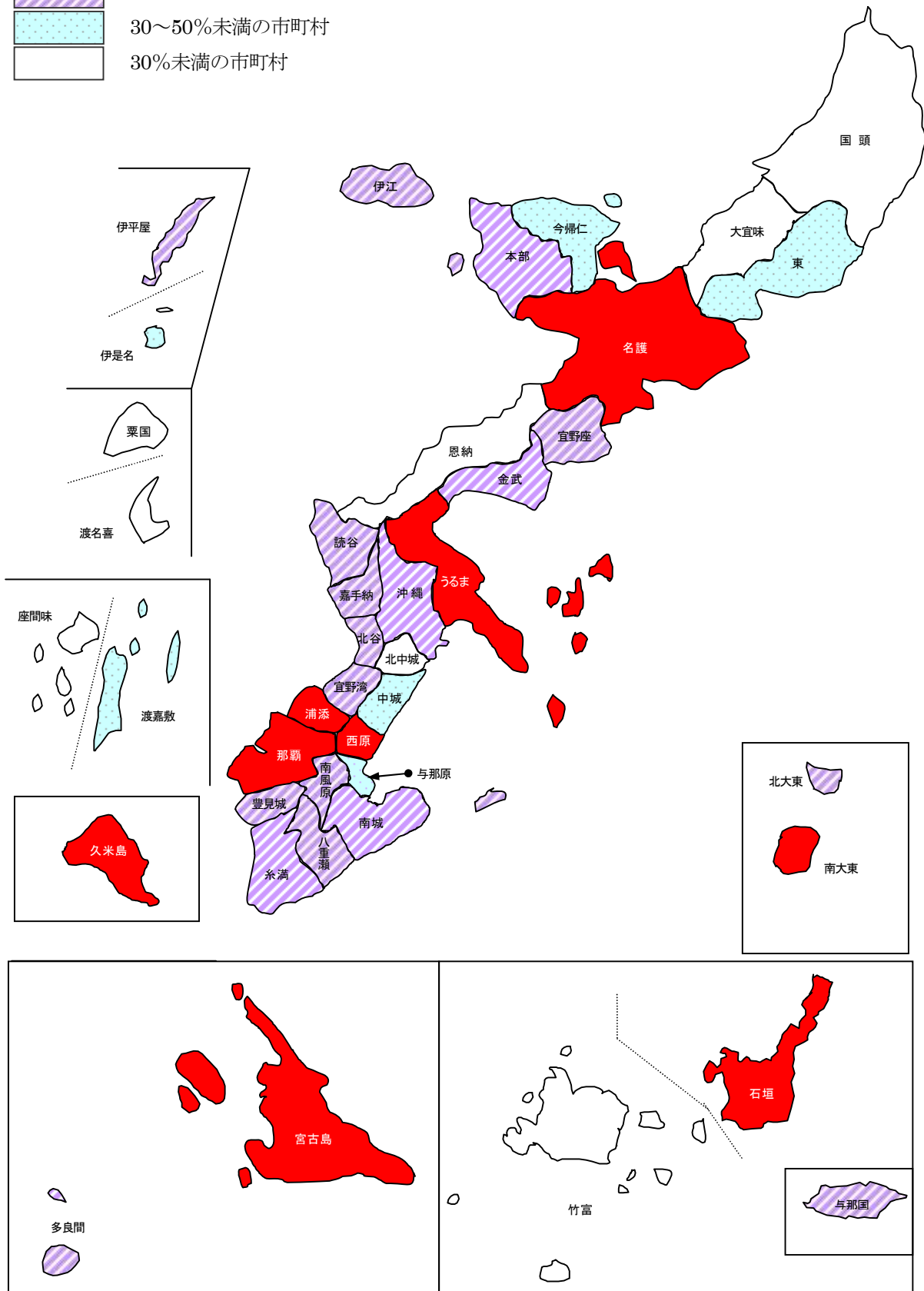
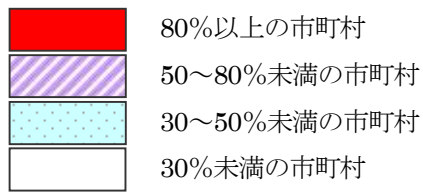
また、町村部では「大宜味村（4.1%）」や「竹富町（9.8%）」といった地域では非常に低い水準となっているものの、「北谷町（75.1%）」や「西原町（95.4%）」、「南風原町（77.0%）」といった商業集積度の高いと思われる地域や、「南大東村（98.3%）」、「久米島町（81.2%）」「多良間村（78.9%）」といった離島地域の一部では高い水準となっている。

前回調査（平成22年度）と比較して、10ポイント以上が高くなったのが「南城市（67.7%）」、「東村（37.5%）」、「宜野座村（51.9%）」、「西原町（95.4%）」、「伊是名村（40.9%）」の5市町村で、逆に10ポイント以上低下したのは「国頭村（21.6%）」、「大宜味村（4.1%）」、「渡名喜村（20.4%）」、「北大東村（56.6%）」、「多良間村（78.9%）」の5村となっている。

6-2図 地元購買率 買回品（婦人服）



6-3図 地元購買率 最寄品（一般食料品）



7. 主な市町村における吸引状況

「市町村別買物場所」（資料編 P 86～P121）をもとに、「婦人服」、「くつ・カバン」、「家具・室内装飾品」、「一般食料品」、「外食」といった5つの商品について、吸引状況（買物出向比率＝流出率）をまとめた表が「7-1表」から「7-5表」である。

また、本報告書では、買物出向比率（＝吸引率）30%以上を**1次商圈**、10～30%未満を**2次商圈**、5～10%未満を**影響圏**と設定しているが、県内各地域の中核的な7市町について、商品分類別（前述の5商品）に1次商圈内自治体を示したのが「7-1図」から「7-5図」までとなっている。

なお、下表「7表」は、中核的な7市町村について、商品分類別に1次商圈内自治体数を示したものである。その結果、「婦人服」、「くつ・カバン」では、「那覇市」が、また、「家具・室内装飾品」、「一般食料品」、「外食」では「名護市」が1次商圈に最も多くの自治体を擁していることがわかる。

7表 主な7市町における1次商圈内自治体数

（単位：自治体）

	婦人服	くつ・カバン	家具・ 室内装飾品	一般食料品	外食
那覇市	10(6)	11(6)	7(4)	4(1)	5(4)
沖縄市	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)	1(0)
うるま市	7(2)	7(3)	7(3)	1(1)	2(0)
北谷町	0(0)	1(0)	0(0)	0(0)	0(0)
名護市	7(7)	8(7)	8(7)	5(3)	6(4)
宮古島市	1(1)	1(1)	1(1)	0(0)	1(1)
石垣市	1(1)	1(1)	2(1)	1(1)	1(1)

※()内は、吸引率50%以上の自治体数

※当該自治体は含まない

（1）婦人服の吸引状況

- ①那覇市 1次商圈に、本島中南部地域及び本島周辺離島など10自治体を擁している。また、2次商圈も15自治体となっており、両者をあわせると全市町村の6割以上が含まれる結果となった。
- ②沖縄市 1次商圈に含まれている自治体はなく、2次商圈も「北中城村(14.5%)」のみとなっている。
- ③うるま市 1次商圈に、本島中北部地域の7自治体を擁し、さらに2次商圈にも2自治体を含んでいる。
- ④北谷町 1次商圈に含まれている自治体はないものの、本島中部地域の4自治体を2次商圈としている。
- ⑤名護市 本島北部地域や周辺離島を中心に、1次商圈が7自治体となっており、

すべての自治体で 50%以上の吸引率となっており、さらに 2 次商圏にも 2 自治体を含んでいる。

- ⑥宮古島市 宮古圏域において、宮古島市を除く唯一の自治体である「多良間村 (86.6%)」が 1 次商圏となっており、80%を超える吸引率となっている。
- ⑦石垣市 「竹富町 (69.1%)」が 1 次商圏、「与那国町 (17.8%)」が 2 次商圏となっている。

(2) くつ・カバンの吸引状況

- ①那覇市 1 次商圏に、沖縄本島中南部地域及び本島周辺離島など 11 自治体を擁している。また、2 次商圏についても 15 自治体を擁し、両者をあわせると全市町村の 6 割以上が含まれる結果となった。
- ②沖縄市 沖縄市を含め 1 次商圏に該当する自治体はなく、2 次商圏についても、沖縄市を除くと「北中城村 (11.6%)」のみとなっている。
- ③うるま市 本島中部地域の 7 自治体を 1 次商圏としており、2 次商圏にも 3 自治体を擁している。
- ④北谷町 「嘉手納町 (30.2%)」を 1 次商圏としており、2 次商圏にも 3 自治体を擁している。
- ⑤名護市 本島北部地域や周辺離島の 8 自治体を 1 次商圏としており、また、「伊是名村 (21.5%)」が 2 次商圏となっている。
- ⑥宮古島市 宮古圏域において、宮古島市を除く唯一の自治体である「多良間村 (66.6%)」が 1 次商圏となっており、60%を超える吸引率となっている。
- ⑦石垣市 「竹富町 (69.6%)」を 1 次商圏としており、2 次商圏となる自治体はない。

(3) 家具・室内装飾品の吸引状況

- ①那覇市 沖縄本島周辺離島 7 自治体が 1 次商圏となっており、2 次商圏にも、8 自治体が含まれている。
- ②沖縄市 1 次商圏に含まれている自治体はなく、2 次商圏には 5 自治体が含まれている。
- ③うるま市 本島中部地域の 7 自治体を 1 次商圏としており、2 次商圏にも 3 自治体を擁する。
- ④北谷町 1 次商圏に含まれている自治体はなく、2 次商圏には 3 自治体が含まれている。

- ⑤名護市 本島北部地域や周辺離島の 8 自治体を 1 次商圏としており、うち「今帰仁村 (88.3%)」、「東村 (87.5%)」、「大宜味村 (85.0%)」については、吸引率が 85%を超えている。2 次商圏は「宜野座村 (14.3%)」「金武町 (12.3%)」の 2 自治体となっている。
- ⑥宮古島市 宮古圏域において、宮古島市を除く唯一の自治体である「多良間村 (100.0%)」が 1 次商圏となっている。
- ⑦石垣市 「竹富町 (68.6%)」、「与那国町 (33.3%)」が 1 次商圏となっている。2 次商圏となる自治体はない。

(4) 一般食料品の吸引状況

- ①那覇市 1 次商圏は、「座間味村 (58.2%)」、「渡名喜村 48.3%」、「粟国村 45.7%」、「渡嘉敷村 34.1%」の 4 自治体となっており、2 次商圏は本島周辺離島及び近隣自治体など 4 自治体となっている。
- ②沖縄市 1 次商圏に該当する自治体はなく、「北中城村 (29.9%)」、「北谷町 (20.2%)」を含む 4 自治体が 2 次商圏となっている。
- ③うるま市 「恩納村 (66.4%)」が 1 次商圏となっており、本島中北部地域の 4 自治体が 2 次商圏となっている。
- ④北谷町 1 次商圏及び 2 次商圏に他の自治体は含まれていない。
- ⑤名護市 本島北部地域や周辺離島の 5 自治体を 1 次商圏としており、2 次商圏にも 2 自治体が含まれている。
- ⑥宮古島市 1 次商圏に該当する自治体はなく、「多良間村 (15.6%)」が 2 次商圏となっている。
- ⑦石垣市 「竹富町 (81.5%)」が 1 次商圏となっており、2 次商圏に該当する自治体はない。

(5) 外食の吸引状況

- ①那覇市 1 次商圏には本島周辺離島を中心に 5 自治体が含まれており、また、本島中南部地域を中心に 10 自治体が 2 次商圏となっている。
- ②沖縄市 1 次商圏は「北中城村 (40.3%)」のみとなっており、2 次商圏は「北谷町 (17.5%)」、「中城村 (15.9%)」、「うるま市 (10.0%)」の 3 自治体となっている。
- ③うるま市 1 次商圏に「恩納村 (47.4%)」、「金武町 (37.2%)」の 2 自治体、2 次商圏に「沖縄市 (28.3%)」など 5 自治体を擁している。
- ④北谷町 1 次商圏に該当する自治体はなく、2 次商圏に 5 自治体を擁している。
- ⑤名護市 1 次商圏に本島北部地域や周辺離島の 6 自治体、2 次商圏に「伊是名

村（25.7%）」、「伊平屋村（25.0%）」の2自治体を擁している。

⑥宮古島市 「多良間村（50.0%）」が1次商圏となっている。2次商圏に該当する自治体はない。

⑦石垣市 「竹富町（81.2%）」が1次商圏となっている。2次商圏は「与那国町（22.3%）」のみとなっている。

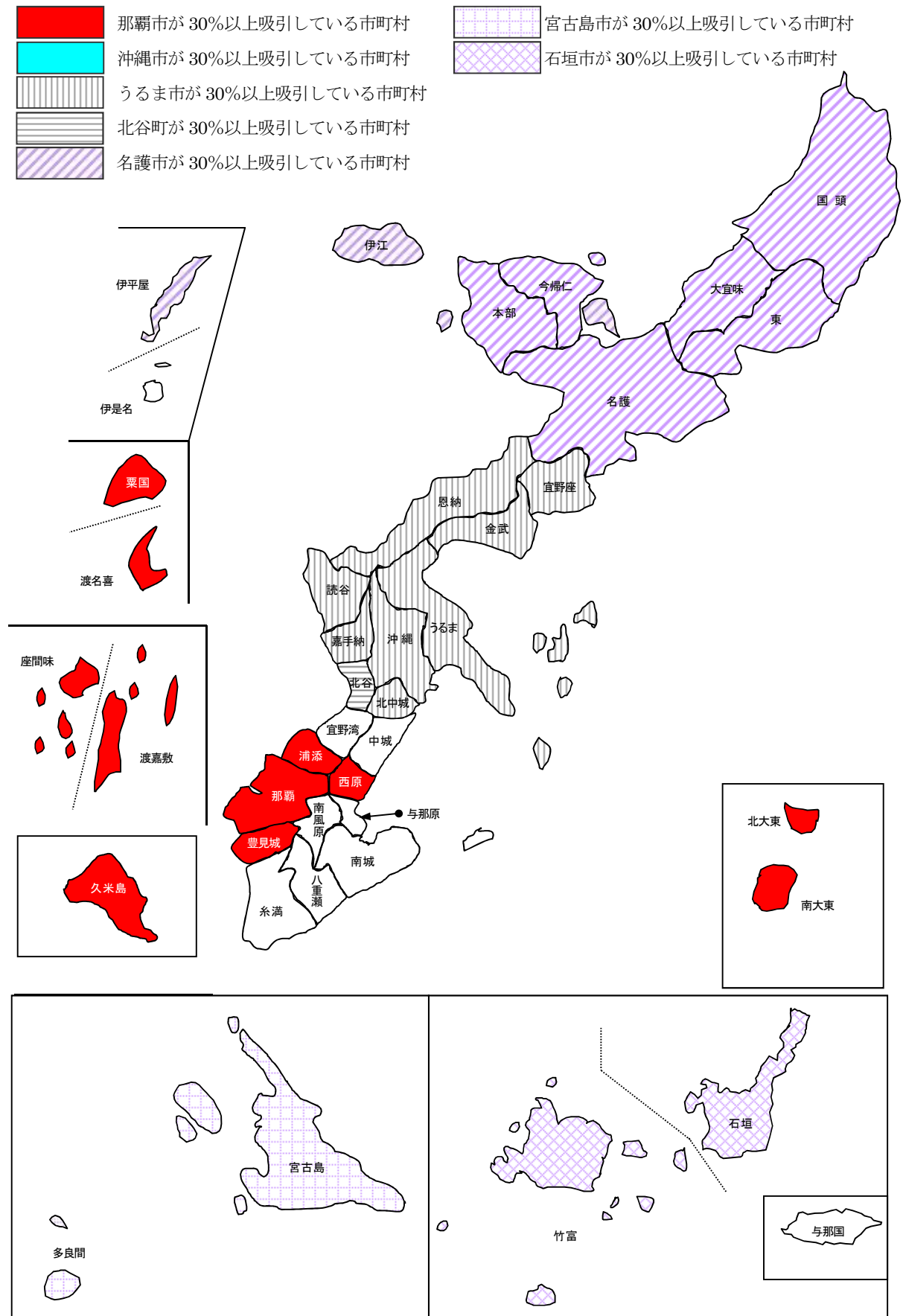
7-1表 主な市町村における吸引状況(婦人服)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏	影響圏					
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満	5~10%未満					
南部圏	那覇市	座間味村	86.2	渡嘉敷村	70.7	北大東村	49.6	与那国町	25.9	名護市	9.4
		(那覇市 83.9)		粟国村	65.2	西原町	43.3	伊平屋村	25.0	石垣市	9.2
				渡名喜村	63.9	浦添市	36.8	宜野湾市	23.8	金武町	8.8
				久米島町	57.2	豊見城市	33.6	伊是名村	21.7	竹富町	8.6
				南大東村	55.9			糸満市	21.5	北谷町	7.7
								八重瀬町	19.3	読谷村	7.6
								南風原町	17.8	嘉手納町	7.1
								伊江村	15.5	本部町	6.9
								今帰仁村	15.5	国頭村	6.7
								与那原町	14.5	恩納村	6.7
南部圏	浦添市			(浦添市 51.3)		与那国町	12.0	渡名喜村	7.1		
						伊是名村	10.8	宜野湾市	6.3		
						粟国村	10.8				
						南大東村	10.4				
						糸満市	18.2	南風原町	7.4		
						八重瀬町	14.5	南大東村	6.7		
南部圏	豊見城市			(豊見城市 51.3)		北大東村	13.6	那覇市	6.3		
						粟国村	11.5				
						糸満市	18.2				
						八重瀬町	14.5				
南部圏	糸満市			(糸満市 49.3)		八重瀬町	15.4				
南部圏	南風原町			(南風原町 58.0)	北大東村	36.8	八重瀬町	22.9	豊見城市	6.7	
					南城市	32.5			南大東村	6.7	
					与那原町	30.7					
中部圏	沖縄市					(沖縄市 26.8)	伊平屋村	7.5			
						北中城村	14.5	中城村	7.1		
								嘉手納町	6.1		
中部圏	うるま市	(うるま市 82.8)		金武町	67.9	宜野座村	48.7	中城村	16.2	伊平屋村	7.5
				恩納村	67.5	読谷村	45.5	北谷町	11.0		
						沖縄市	44.2				
						北中城村	36.6				
						嘉手納町	34.6				
中部圏	宜野湾市					(宜野湾市 39.5)	粟国村	10.0	中城村	8.8	
								浦添市	5.9		
								北中城村	5.1		
中部圏	北谷町			(北谷町 64.6)			読谷村	20.7	宜野湾市	9.3	
							嘉手納町	20.6	中城村	6.9	
							北中城村	11.0	南大東村	6.7	
中部圏	西原町			(西原町 52.4)	中城村	37.2	南城市	22.8	伊是名村	6.3	
					与那原町	33.0	北中城村	12.0	沖縄市	5.6	
北部圏	名護市	大宜味村	88.9	(名護市 78.6)			伊是名村	18.6	金武町	6.5	
		東村	84.1	国頭村	76.5		宜野座村	11.1			
北部圏	宮古島市										
		(宮古島市 90.4)									
山八圏重	石垣市										
		(石垣市 82.0)		竹富町	69.1			与那国町	17.8		

※一覽表については、資料編(P86、P87)を参照して下さい。

7-1 図 主要市別吸引状況 (婦人服)



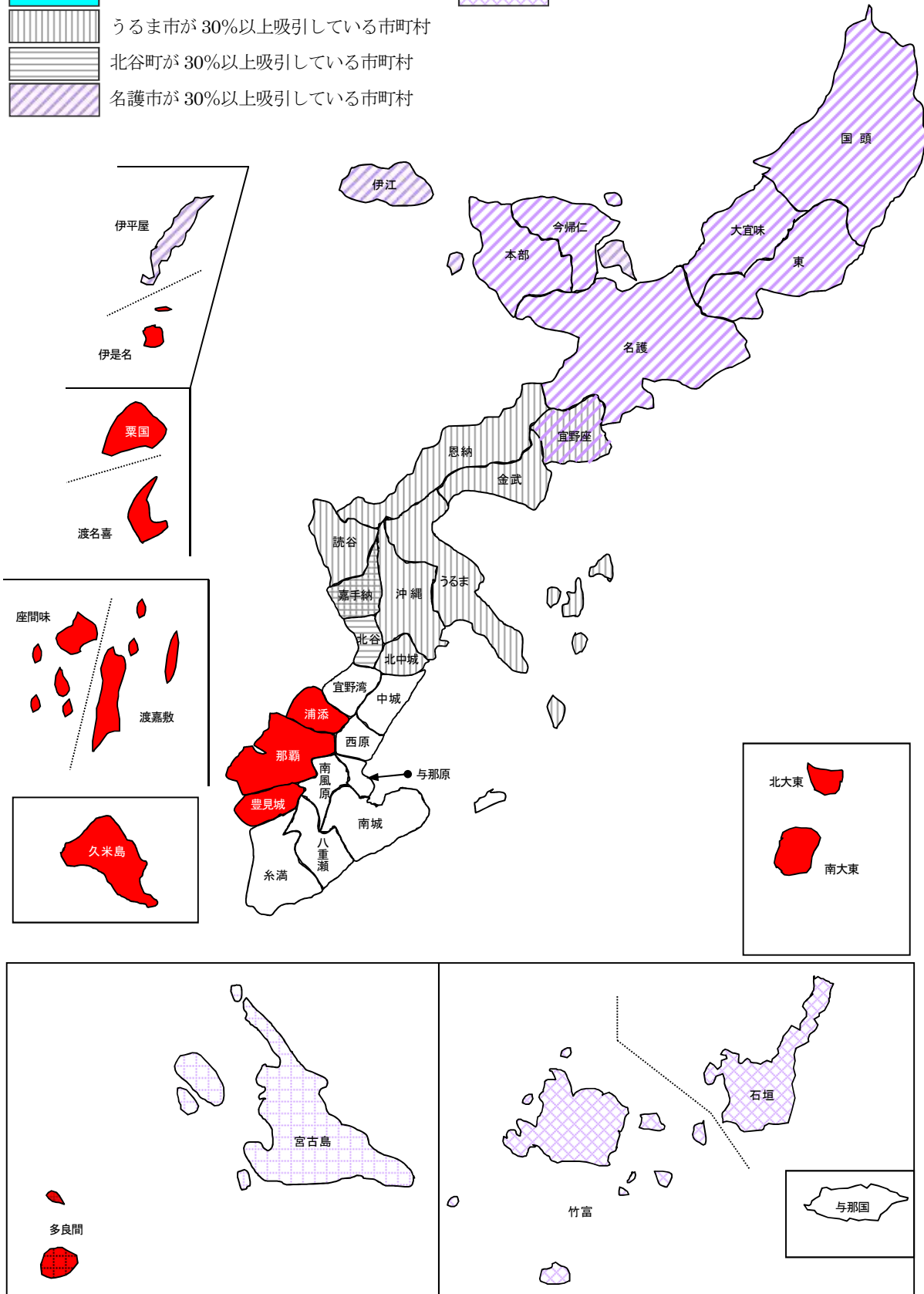
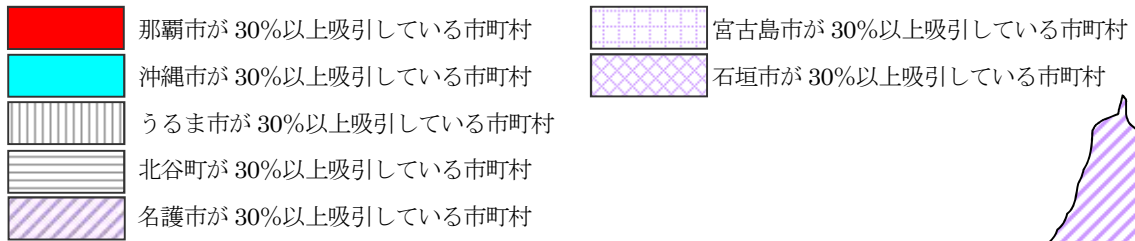
7-2表 主な市町村における吸引状況(くつ・カバン)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏	影響圏
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満	5~10%未満
南 部 圏	那覇市	(那覇市 84.3) 渡名喜村 80.9	座間味村 77.8 渡嘉敷村 72.2 北大東村 68.4 久米島町 68.0 粟国村 62.6	南大東村 46.1 伊是名村 43.3 浦添市 39.8 豊見城市 39.4 多良間村 33.4	糸満市 24.9 宜野湾市 24.3 八重瀬町 21.8 与那国町 21.4 南風原町 21.0 伊江村 15.9 伊平屋村 15.2 今帰仁村 14.9 竹富町 14.3 北中城村 13.9 与那原町 13.3 東村 12.5 金武町 12.2 沖縄市 10.6 南城市 10.4	北谷町 10.0 嘉手納町 9.5 西原町 8.9 石垣市 8.3 名護市 8.2 本部町 7.5 恩納村 6.6 中城村 6.5 うるま市 5.3 宮古島市 5.2
	浦添市			(浦添市 48.3)	与那国町 14.3 伊是名村 10.3 粟国村 10.0	
	豊見城市			(豊見城市 46.9)	粟国村 17.4 糸満市 17.4 八重瀬町 15.8 北大東村 13.6 南大東村 10.0	南風原町 9.8 那覇市 6.1 伊平屋村 5.7
	糸満市		(糸満市 54.1)		八重瀬町 12.7	
	南風原町		(南風原町 55.5)	南城市 33.4 与那原町 31.2	八重瀬町 24.5 北大東村 14.0 南大東村 10.0	豊見城市 7.4 渡名喜村 7.1
中 部 圏	沖縄市				(沖縄市 27.8) 北中城村 11.6	北谷町 6.1
	うるま市	(うるま市 84.7)	宜野座村 68.0 恩納村 67.0 金武町 66.3	読谷村 46.6 沖縄市 44.0 北中城村 43.7 嘉手納町 38.2	中城村 18.8 伊平屋村 16.7 北谷町 13.4	
	宜野湾市			(宜野湾市 40.8)	粟国村 10.0	南大東村 8.3 中城村 7.8 浦添市 5.3
	北谷町		(北谷町 58.9)	嘉手納町 30.2	読谷村 25.7 恩納村 14.0 北中城村 11.2	宜野湾市 9.3 伊是名村 8.3 沖縄市 6.1 中城村 6.0 南大東村 5.0
	西原町	(西原町 87.5)		中城村 46.1	与那原町 29.7 南城市 23.5 宜野湾市 10.1	北中城村 8.1
北 部 圏	名護市	大宜味村 89.1 東村 87.5 (名護市 82.4)	今帰仁村 79.7 本部町 74.3 国頭村 73.1 伊平屋村 58.3 伊江村 56.6	宜野座村 32.0	伊是名村 21.5	金武町 5.2
宮 古 圏	宮古島市	(宮古島市 92.3)	多良間村 66.6			
山 八 圏 重	石垣市	(石垣市 81.9)	竹富町 69.6			与那国町 7.1

※一覧表については、資料編(P96、P97)を参照して下さい。

7-2図 主要市別吸引状況（くつ・カバン）



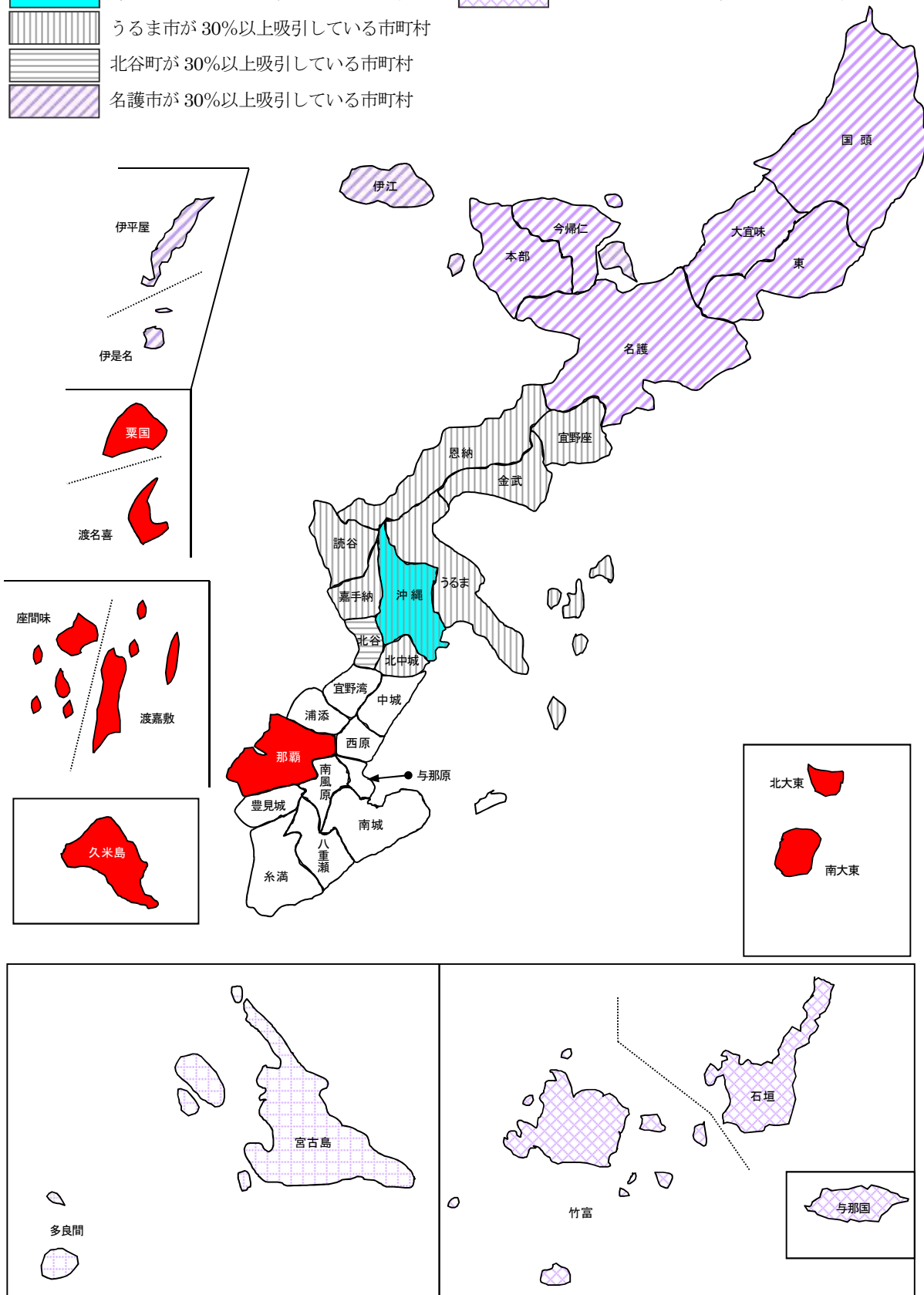
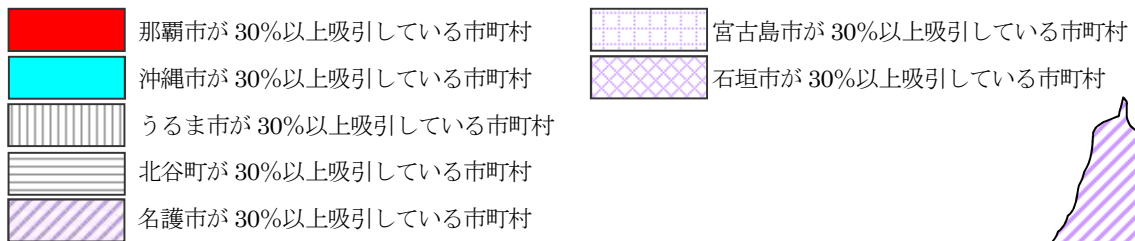
7-3表 主な市町村における吸引状況(家具・室内装飾品)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏	
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満	
南 部 圏	那覇市		(那覇市 69.9) 座間味村 66.7 粟国村 62.6 渡名喜村 57.1 渡嘉敷村 55.0	北大東村 41.5 南大東村 38.1 久米島町 30.3	豊見城市 26.8 浦添市 20.6 与那国町 16.7 糸満市 15.7 宜野湾市 12.5 伊平屋村 11.6 八重瀬町 10.9 伊是名村 10.0	南風原町 8.8 与那原町 8.3 伊江村 7.5 南城市 5.5 竹富町 5.1		
	浦添市		(浦添市 53.7)		伊是名村 10.0 粟国村 10.0	与那国町 8.3 南大東村 8.3 西原町 7.4 宜野湾市 7.1 渡嘉敷村 6.3		
	豊見城市			(豊見城市 47.4)	北大東村 21.0 八重瀬町 19.8 粟国村 17.4 座間味村 16.7 渡名喜村 14.3 糸満市 13.8	那覇市 9.3 渡嘉敷村 8.8 南大東村 5.0		
	糸満市		(糸満市 54.2)		八重瀬町 16.8			
	南風原町		(南風原町 66.2)	与那原町 39.1 南城市 37.7 北大東村 31.3	八重瀬町 29.3 南大東村 21.7 豊見城市 16.8 西原町 14.8 渡名喜村 14.3 伊是名村 13.3 那覇市 10.8 伊平屋村 10.0	糸満市 8.2		
中 部 圏	沖縄市			(沖縄市 38.6)	北中城村 27.5 北谷町 11.3 伊是名村 11.1 嘉手納町 11.0 恩納村 10.0	金武町 9.8 読谷村 9.3 中城村 8.7 うるま市 7.8 宜野湾市 7.2 国頭村 6.3 与那原町 5.6 西原町 5.1		
	うるま市	(うるま市 88.1) 宜野座村 85.7	恩納村 67.5 金武町 64.7	北中城村 46.8 読谷村 46.5 沖縄市 43.6 嘉手納町 41.5	中城村 17.6 東村 12.5 国頭村 11.3	北谷町 7.9 大宜味村 6.3 名護市 5.1		
	宜野湾市			(宜野湾市 42.6)	伊是名村 15.6 浦添市 12.2 粟国村 10.0	北谷町 8.9 中城村 5.0		
	北谷町		(北谷町 64.0)		読谷村 21.8 嘉手納町 20.5 恩納村 11.9	宜野湾市 8.4 北中城村 8.2 南大東村 5.0		
	西原町		(西原町 65.8)	中城村 44.7	与那原町 23.1 南城市 20.8	宜野湾市 7.9 北中城村 5.4		
北部圏	名護市	今帰仁村 88.3 東村 87.5 大宜味村 85.0 本部町 84.8 (名護市 81.6)	国頭村 75.5 伊平屋村 71.6 伊江村 59.2	伊是名村 32.2	宜野座村 14.3 金武町 12.3			
宮古圏	宮古島市	多良間村 100.0 (宮古島市 96.0)						
山八圏重	石垣市	(石垣市 87.8)	竹富町 68.6	与那国町 33.3				

※一覧表については、資料編(P102、P103)を参照して下さい。

7-3 図 主要市別吸引状況（家具・室内装飾品）



7-4表 主な市町村における吸引状況(一般食料品)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏	
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満	
南部圏	那覇市	(那覇市 89.5)	座間味村 58.2	渡名喜村 48.3 栗国村 45.7 渡嘉敷村 34.1	北大東村 23.4 浦添市 10.9 豊見城市 10.8 久米島町 10.5	南風原町 5.9 多良間村 5.6 宜野湾市 5.5 与那原町 5.2		
	浦添市	(浦添市 81.7)				栗国村 8.3 宜野湾市 5.8		
	糸満市		(糸満市 78.7)			八重瀬町 9.4		
	豊見城市		(豊見城市 77.8)		糸満市 13.1	栗国村 9.5 八重瀬町 6.3 座間味村 5.5		
	南風原町		(南風原町 77.0)		与那原町 22.8 北大東村 20.0 南城市 10.9 八重瀬町 10.6	渡名喜村 5.0		
中部圏	沖縄市		(沖縄市 65.3)		北中城村 29.9 北谷町 20.2 中城村 12.0 嘉手納町 11.7			
	うるま市	(うるま市 93.6)	恩納村 66.4		宜野座村 26.9 沖縄市 23.4 金武町 21.4 北中城村 14.6	嘉手納町 9.5 読谷村 8.8		
	宜野湾市		(宜野湾市 72.7)		北中城村 17.8 中城村 11.2	伊是名村 9.1 栗国村 8.0 浦添市 5.4		
	北谷町		(北谷町 75.1)			北中城村 6.6 嘉手納町 5.3		
	西原町	(西原町 95.4)			中城村 23.2 与那原町 17.4	南城市 5.5 座間味村 5.5		
北部圏	名護市	大宜味村 94.8 (名護市 94.7)	国頭村 76.5 東村 62.5	今帰仁村 42.3 伊是名村 38.7	本部町 18.9 伊江村 12.8	伊平屋村 8.3		
宮古圏	宮古島市	(宮古島市 99.4)			多良間村 15.6			
山八圏重	石垣市	(石垣市 98.9) 竹富町 81.5				与那国町 9.4		

※一覧表については、資料編(P112、P113)を参照して下さい。

7-5表 主な市町村における吸引状況(外食)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏		
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満		
南部圏	那覇市	(那覇市 87.8)	渡名喜村 78.4 渡嘉敷村 70.8 座間味村 61.0 粟国村 54.0	北大東村 41.5	豊見城市 28.0 浦添市 26.8 伊是名村 25.6 久米島町 22.2 伊江村 18.5 宜野湾市 18.5 伊平屋村 18.3 南大東村 18.2 南風原町 14.4 糸満市 11.1	八重瀬町 9.6 今帰仁村 8.1 与那原町 7.8 南城市 7.7 竹富町 6.0 与那国町 5.5 沖縄市 5.2			
	浦添市	(浦添市 62.6)					宜野湾市 7.4 伊是名村 7.0 伊平屋村 5.0		
	糸満市	(糸満市 75.6)				八重瀬町 16.9			
	豊見城市	(豊見城市 57.6)				八重瀬町 10.9 糸満市 10.7	粟国村 9.5 座間味村 8.3 那覇市 5.3		
	南風原町	(南風原町 71.0)		北大東村 33.5 与那原町 33.0		南城市 27.6 八重瀬町 18.8 多良間村 16.7 伊平屋村 10.0	渡名喜村 7.1 豊見城市 5.5		
中部圏	沖縄市	(沖縄市 50.1)		北中城村 40.3	北谷町 17.5 中城村 15.9 うるま市 10.0	嘉手納町 9.2 恩納村 5.5 読谷村 5.3			
	うるま市	(うるま市 82.6)		恩納村 47.4 金武町 37.2	沖縄市 28.3 読谷村 20.0 嘉手納町 16.9 北中城村 14.1 伊平屋村 12.5	中城村 9.2			
	宜野湾市	(宜野湾市 50.5)			中城村 10.0	伊平屋村 8.3 粟国村 8.0 北中城村 7.8 浦添市 6.6			
	北谷町	(北谷町 69.1)			嘉手納町 24.6 読谷村 23.1 恩納村 16.6 伊是名村 13.4 北中城村 12.0	沖縄市 9.2 渡嘉敷村 8.3 宜野湾市 8.1 金武町 5.4			
	西原町	(西原町 91.4)		与那原町 33.9 中城村 32.0	南城市 15.1	座間味村 8.3 北中城村 6.3			
北部圏	名護市	(名護市 92.4)	東村 79.1 国頭村 70.5 今帰仁村 52.1	伊江村 43.9 本部町 42.6	伊是名村 25.7 伊平屋村 25.0	金武町 5.2			
宮古圏	宮古島市	(宮古島市 98.5)	多良間村 50.0						
山八圏重	石垣市	(石垣市 95.6)	竹富町 81.2			与那国町 22.3			

※一覧表については、資料編(P118、P119)を参照して下さい。

8. 主な市町村における購買人口

今回調査した商品のうち、買回品6品目（婦人服、紳士服、子供服、呉服・寝具、シャツ・下着類、くつ・カバン）の平均買物出向比率（資料編P122、P123）を用い、買回品における吸引元自治体の購買人口及び吸引力指数を算出し、購買人口の上位12位までを抽出したのが下表である。

8表 主要市町村における購買人口等（買回品総合）

順位	市町村名	今回調査結果					前回調査(平成22年度)					
		購買人口 (人)	行政人口 (人)	吸引力指数	地元購買率 (%)	1次商圏自治体数	前回順位	購買人口 (人)	行政人口 (人)	吸引力指数	地元購買率 (%)	1次商圏自治体数
1	那覇市	430,114	320,581	1.34	84.1	9	1	415,167	315,530	1.32	82.2	7
2	うるま市	235,018	119,086	1.97	88.9	7	2	236,172	115,961	2.04	92.4	7
3	名護市	85,004	61,444	1.38	83.3	7	3	85,852	61,048	1.41	87.3	9
4	浦添市	76,138	112,505	0.68	52.3	0	6	79,326	109,853	0.72	52.9	0
5	豊見城市	74,502	60,771	1.23	51.6	0	8	66,252	57,116	1.16	51.8	0
6	南風原町	72,744	37,131	1.96	63.0	2	5	82,549	35,455	2.33	67.7	2
7	西原町	65,520	34,799	1.88	69.7	2	7	70,456	34,758	2.03	71.0	2
8	宜野湾市	64,999	94,774	0.69	43.4	0	13	31,061	92,929	0.33	25.0	0
9	北谷町	59,823	28,047	2.13	66.6	0	4	82,857	27,564	3.01	77.4	1
10	宮古島市	49,164	51,619	0.95	93.2	1	9	49,292	52,181	0.94	92.2	1
11	沖縄市	47,266	132,583	0.36	26.5	0	10	47,380	130,582	0.36	27.6	0
12	石垣市	43,460	47,037	0.92	85.0	1	11	42,256	46,922	0.90	85.0	1

※1 購買人口は、各市町村の行政人口に買物出向比率(=地元購買率、流出率)を乗じて算出したものであり、傾向をみるために便宜的に算出した。

※2 行政人口は、平成26年9月1日現在の県推計人口(県企画部統計課)を参照

※3 吸引力指数=購買人口/行政人口

※4 1次商圏自治体数は、買物出向比率(=流出率)が30%以上の自治体数とし、当該自治体は含めていない。

集計の結果、購買人口の最も多い自治体は「那覇市」の430,114人となっており、次いで「うるま市」の235,018人、「名護市」の85,004人となった。

前回調査時からの購買人口数の変動をみると、増加している市町村については、「宜野湾市」の33,938人が最大となっており、次いで「那覇市」が14,947人、「豊見城市」が8,250人の増加となっている。また、減少している市町村については、「北谷町」の▲23,034人が最大となっており、次いで「南風原町」が▲9,805人、「西原町」が▲4,936人となっている。

なお、北谷町は前回調査において4位であったが、購買人口を大幅に減らしたことから、今回の調査では9位まで順位を下げている。

自治体の吸引力を示す吸引力指数については、「北谷町」が2.13で、他の自治体を引き離して最大値を示したものの、前回調査時の3.01から0.88ポイント減少した。それに続くのが、「うるま市」の1.97、「南風原町」の1.96となっているが、ともに前回調査時から減少している。

一方で、「宜野湾市」は0.69と、前回調査時の0.33から0.36ポイント増加した。

広域型の大型ショッピングセンターや大型量販店ができた市町村については購買人口が増加傾向にあり、当該自治体の地元購買率の上昇は当然のことながら、周辺自治体住民の購買動向にも大きな影響を及ぼしたと考えられる。

9. 主な自治体の吸引状況

(1) 沖縄本島中部地域における主な自治体の吸引状況

前回調査報告において、「沖縄市」の吸引力低下や「うるま市」の吸引力上昇など本島中部地域における生活者の購買行動の変化についてふれたが、今回調査では以下のとおりとなっている。

「沖縄市」については、購買人口は微減、吸引力は変わらずで、前回調査時と比べると、低下幅は縮小している。

「うるま市」については、購買人口、吸引力指数も共に、県内自治体でもトップクラスの吸引力を誇っているものの、過去の調査における上昇傾向から、今回調査では減少へ転じている。

「宜野湾市」については、大型ショッピングセンターや大型量販店の新規出店があったこともあり、前述のとおり、今回の調査において1位となる33,938人の購買人口の増加があり、吸引力指数も0.33から0.69に倍増するなど、吸引力の大幅な上昇がみられる。

「北谷町」については、中部地域の自治体の中でも、依然として吸引力が高いことには変わりはないが、周辺自治体への大型ショッピングセンター等の新規出店があったこともあり、購買人口、吸引力指数が共に低下するなど、北谷町へ流入していた顧客が他の自治体に分散していることがうかがえる。

「西原町」については、前回の調査において吸引力の上昇が見られたものの、今回の調査においては、依然として高い吸引力を有しながらも、他の自治体への分散がうかがえる。

9-(1)-1表 購買人口及び吸引力指数

		H19年度	H22年度	H26年度
沖縄市	購買人口	52,068	47,380	47,266
	吸引力指数	0.41	0.36	0.36
うるま市	購買人口	216,132	236,172	235,018
	吸引力指数	1.90	2.04	1.97
宜野湾市	購買人口	32,168	31,061	64,999
	吸引力指数	0.35	0.33	0.69
北谷町	購買人口	108,270	82,857	59,823
	吸引力指数	3.99	3.01	2.13
西原町	購買人口	57,151	70,456	65,520
	吸引力指数	1.66	2.03	1.88

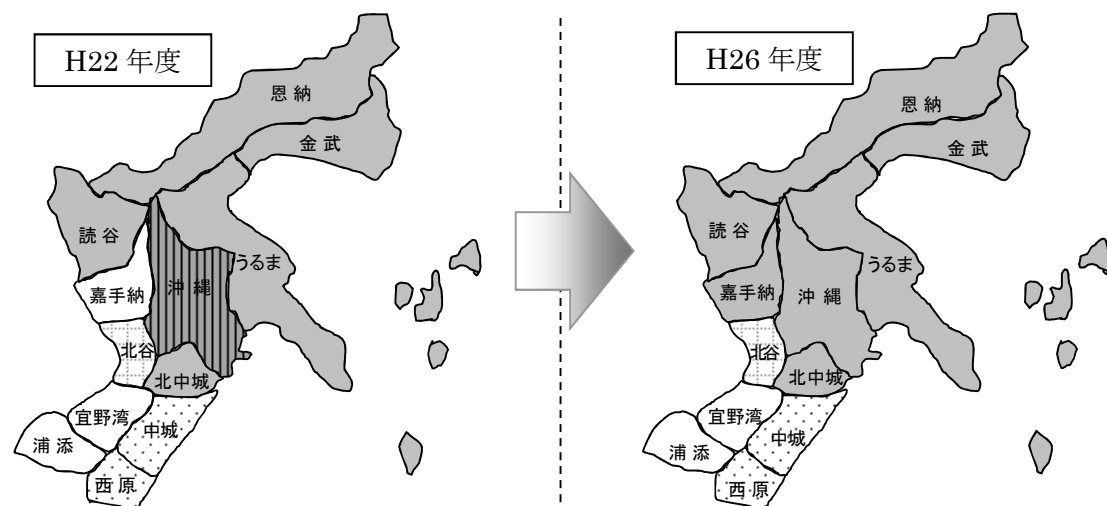
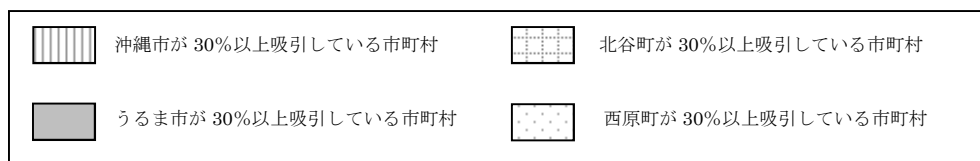
9-(1)-2 表 中部地域の主な自治体における商圏内自治体数 (単位：自治体)

		婦人服		くつ・カバン		家具・室内装飾品		一般食料品		外食	
		今回	前回	今回	前回	今回	前回	今回	前回	今回	前回
沖縄市	1次商圏	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1
	2次商圏	1	1	1	1	5	2	4	2	3	2
	合計	1	1	1	1	5	2	4	3	4	3
うるま市	1次商圏	7	6	7	7	7	6	1	1	2	3
	2次商圏	2	2	3	1	3	3	4	4	5	5
	合計	9	8	10	8	10	9	5	5	7	8
宜野湾市	1次商圏	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	2次商圏	1	0	1	0	3	0	2	2	1	0
	合計	1	0	1	0	3	0	2	2	1	0
北谷町	1次商圏	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0
	2次商圏	4	6	3	4	3	3	0	0	5	4
	合計	4	6	4	6	3	4	0	0	5	4
西原町	1次商圏	2	2	1	2	1	2	0	0	2	1
	2次商圏	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2
	合計	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3

※当該自治体は含まない

※1次商圏＝吸引率30%以上、2次商圏＝吸引率10～30%未満

9-(1)-1 図 中部地域の吸引状況 [買回品 (婦人服)]



「9－(1)－1図」は、「買回品（婦人服）」における、中部地域の主な市町村の吸引状況を示している。同図及び前述「7－1表」から、他の自治体から30%以上を吸引している中部地域の自治体は、「うるま市」、「西原町」の2自治体であることがわかる。

「沖縄市」については、地元購買率が30%を下回り、他の自治体では2次商圏に「北中城村」のみとなった。また、「沖縄市」から「うるま市」への流出割合は、44.2%となっており、「うるま市」の1次商圏となっている。

「うるま市」は、「恩納村」、「金武町」、「沖縄市」、「読谷村」、「北中城村」、「宜野座村」、「嘉手納町」の7自治体を1次商圏としており、また、2次商圏には、「中城村」、「北谷町」と中部地域を中心に広範囲に渡る商圏を形成している。図からもわかるように、「うるま市」の商圏は本島東側だけでなく、西側にまで広がっている。

「北谷町」は、前回調査において1次商圏とする他の自治体がなくなり、今回調査においては、2次商圏とする他の自治体が前回の6自治体から4自治体へ減少し、商圏の縮小傾向が続いている。

「西原町」は、「中城村」、「与那原町」の2自治体が前回調査と同様に1次商圏となっており、2次商圏は「南城市」、「北中城村」の2自治体となっている。

(2) 沖縄本島南部地域における主な自治体の吸引状況

前回調査報告においてもふれたように、本島南部地域においても、大型ショッピングセンターの出店のほか、主要幹線道路の整備や都市開発等が要因と考えられる商業環境の変化がみられる。後述する「那覇市」を除く本島南部地域の調査結果は以下のとおりになっている。

「浦添市」については、購買人口、吸引力指数共に、前回調査時の上昇から減少に転じている。

「糸満市」については、前回調査時と同様、購買人口及び吸引力指数が上昇しており、本島南部市町村を中心に吸引力が高まっていることがうかがえる。

「豊見城市」については、購買人口、吸引力指数共に増加し、1次商圏・2次商圏としている周辺市町村も依然として多く、比較的高い吸引力を誇っている。

「南城市」は、購買人口、吸引力指数共に堅調に増加しているものの、近隣の南風原町や豊見城市と比較するといずれも低い。南城市における買物者は、南風原町や西原町、那覇市等に多く吸引されている。

「与那原町」については、前回調査で購買人口、吸引力指数ともに増加したが、今回調査では、平成19年度調査時並みへ低下している。

「南風原町」については、行政人口が4.7%増加したにもかかわらず、購買人口が11.9%減少したことから、吸引力指数は平成22年度の2.33から、平成26年度には1.96と0.37ポイントの低下となっている。ただし、吸引力指数1.96は41市町村の中で「北谷町」、「うるま市」に次ぐ第3位であり、依然として高い吸引力となっている。

「八重瀬町」については、ショッピングセンターの新規出店が要因と考えられる商業環境の大きな変化がみられ、購買人口は平成22年度の328から10,562と約32倍増加し、吸引力指数も平成22年度の0.01から、0.37と0.36ポイント増加している。

9-(2)-1表 購買人口及び吸引力指数

		H19年度	H22年度	H26年度
那覇市	購買人口	441,643	415,167	430,114
	吸引力指数	1.41	1.32	1.34
浦添市	購買人口	65,170	79,326	76,138
	吸引力指数	0.60	0.72	0.68
糸満市	購買人口	35,001	37,802	40,204
	吸引力指数	0.62	0.66	0.69
豊見城市	購買人口	68,929	66,252	74,502
	吸引力指数	1.27	1.16	1.23
南城市	購買人口	5,286	6,345	8,117
	吸引力指数	0.13	0.16	0.20
与那原町	購買人口	2,654	4,395	2,655
	吸引力指数	0.17	0.27	0.15
南風原町	購買人口	81,739	82,549	72,744
	吸引力指数	2.37	2.33	1.96
八重瀬町	購買人口	354	328	10,562
	吸引力指数	0.01	0.01	0.37

(3) 那覇市の吸引状況

下の「9-(3)-1表」は、那覇市の購買人口及び吸引力指数の推移を、「9-(3)-2表」は、那覇市の「婦人服」、「買回品総合(婦人服、紳士服、子供服、呉服・寝具、シャツ・下着類、くつ・カバンの6品目の平均吸引率)」における周辺11市町村からの吸引率(前回調査(平成22年度)との比較)を示している。

9-(3)-1表 那覇市の購買人口及び吸引力指数

	H13	H16	H19	H22	H26
購買人口	413,958	457,764	441,643	415,167	430,114
(対前回調査比増減率(%))	—	(10.6)	(▲3.5)	(▲6.0)	(3.6)
吸引力指数	1.37	1.47	1.41	1.32	1.34

那覇市の購買人口の推移をみると、平成16年度457,764人を直近ピークとして、平成19年度は441,643人、平成22年度は415,167人と減少していたものの、今回調査では430,114人と増加に転じている。吸引力指数についても平成16年度1.47を直近ピークに平成19年度1.41、平成22年度1.32と減少していたものの、今回調査では1.34と増加に転じている。

また、「婦人服」及び「買回品総合」における周辺市町村からの吸引率は、いずれも11自治体中7自治体で減少しているものの、豊見城市や西原町からの吸引率は増加しており、全体としては、吸引力の低下傾向に歯止めがかかった可能性を示唆している。

他市町村における大型ショッピングセンター等の充実により、相対的に那覇市への依存度が低下している自治体もあるが、もともとの行政人口の大きさに加え、地元購買率が高いことや、商圈内自治体数の多さから、購買人口においては、2位の「うるま市」を大きく上回り、本県における商業活動の中心的役割を担っている。

9-(3)-2表 那覇市周辺11市町村からの吸引率(前回調査比較)

近郊 市町村	婦人服			買回品総合		
	前回調査 (H22) (%)	今回調査 (H26) (%)	増減	前回調査 (H22) (%)	今回調査 (H26) (%)	増減
与那原町	24.8	14.5	▲10.3	16.2	12.6	▲3.6
糸満市	27.4	21.5	▲5.9	24.6	21.1	▲3.5
八重瀬町	19.6	19.3	▲0.3	17.2	16.6	▲0.6
北谷町	8.3	7.7	▲0.6	5.2	5.3	0.1
浦添市	41.0	36.8	▲4.2	38.2	34.7	▲3.5
南城市	13.0	12.6	▲0.4	12.4	9.6	▲2.8
宜野湾市	22.0	23.8	1.8	19.8	19.8	0.0
南風原町	25.1	17.8	▲7.3	18.7	14.9	▲3.8
中城村	11.1	11.8	0.7	7.8	6.4	▲1.4
豊見城市	31.1	33.6	2.5	28.8	32.9	4.1
西原町	15.2	43.3	28.1	9.9	26.4	16.5