

第 15 回

消費購買動向調査結果報告書

平成 25 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」を実施していましたが、東日本大震災及び原子力災害の影響により、当初予定された調査年度を1年延期し、実施したところです。

震災以降、県では中小企業等の震災からの復旧・復興を支援するとともに、仮設住宅や帰還に向けての買物環境の確保に取り組んできたところではありますが、避難解除等区域における店舗等の再開状況や大規模小売店舗の新規出店等においては、未だ震災の影響が見られております。

こうした中、県民の皆様を取り巻く買物環境、消費購買に対する動向や意識、震災の影響等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、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として活用され、小売商業を中心とした地域経済の活性化、ひいては、本県の復興につなが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並びに本調査結果の分析に御助言をいただきました福島大学経済経営学類中村陽人准教授に対しまして、心から御礼申し上げます。

平成27年3月

福島県商工労働部長

星 春 男

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	5
3	報告書利用上の注意点	5
4	調査票の配布及び回収状況	7
5	各市町村の世帯数と人口	8
II	調査結果の概要	11
III	調査結果	40
1	調査対象世帯の特性	40
(1)	家族の人数	40
(2)	月々の消費支出	41
2	商圈構造の動向	42
(1)	3つの商圈タイプ	42
(2)	商圈タイプ別にみた消費動向	43
(3)	商圈タイプ別にみた商圈人口	50
3	市町村別商圈人口の実勢	53
(1)	広域型商圈都市の商圈人口	53
(2)	地域型商圈都市の商圈人口	60
(3)	近隣型商圈都市の商圈人口	66
4	ブロック別の消費動向	72
(1)	ブロック別の流入流出状況	72
(2)	ブロック別の購買行動	87
5	買物場所（立地特性）別の消費購買行動	92
6	購買行動の特性	96
(1)	買物店舗形態	96
(2)	買物店舗の選択理由	118
7	通信販売の利用状況	173
(1)	家族人数別にみた通信販売の利用状況	173
(2)	買物支出別にみた通信販売の利用状況	173
(3)	ブロック別にみた通信販売の利用状況	174
(4)	品目別にみた通信販売の利用状況	175
8	居住地の買物環境の満足度	176
(1)	市部・町村部別にみた居住地の買物環境の満足度	176
(2)	ブロック別にみた居住地の買物環境の満足度	177
(3)	ブロック別都市別にみた居住地の買物環境の満足度	178
(4)	転居者非転居者別ブロック別にみた居住地の買物環境の満足度	184
(5)	市部・町村部別にみた居住地の買物環境の満足度の理由	185
(6)	ブロック別にみた居住地の買物環境の満足度の理由	187
9	中心市街地へ買物以外に出かける主な理由	191
(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	191
(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	192
(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	192
10	震災後の買物で意識していること	200
(1)	市部・町村部別にみた震災後の買物で意識していること	200
(2)	ブロック別にみた震災後の買物で意識していること	201
11	歩いて暮らせる買物環境の状況	209
(1)	買物頻度にかかる分析	209
(2)	買物に利用する交通手段	254
(3)	最寄性の高い品目の買物場所について	282

巻末[図表]

流入流出率図（品目別）	296
流入流出表（ブロック・品目別）	306