

第17回

# 消費購買動向調査結果報告書

令和元年度

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「消費購買動向調査」を実施しており、今回が17回目の調査となります。

東日本大震災及び原子力災害から8年10か月が経過しました。これまで、県では、避難地域等において、中小企業・小規模事業者の事業再開・承継支援、新規創業の支援、避難されている方々の帰還に向けた買物環境の整備等に取り組んできました。しかしながら、避難指示が解除された地域においては、一部の事業者が地元に戻って再開しているものの、依然として商業機能の維持・回復が大きな課題となっています。

また、令和元年7月には、「商業まちづくり基本方針」を改定し、商業まちづくりを実現するための基本的な方向において、「身近な場所で最寄品を買えるまちづくり」や「買い物等を通して暮らしの充実や楽しさが感じられるまちづくり」などに加え、「若い世代が参画するまちづくり」や「歩いて健康的に暮らせるまちづくり」などを新たに掲げました。

こうした中、これらの環境をより良いものとするため、県民の皆様の買物環境、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、事業者、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及び各公立中学校・義務教育学校並びに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。

令和2年1月

福島県商工労働部長

# 目 次

I	消費購買動向調査の実施概要	1
1	調査の実施要領	1
2	今回調査の特徴	6
3	報告書利用上の注意点	7
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	9
II	調査結果の概要	12 ※
III	調査結果	36
1	調査対象世帯の特性	36
(1)	主に買物をする人の年代と性別、家族の人数	36
(2)	月々の買物支出	38
2	商圏構造の動向	40
(1)	県内の商圏構造（3つの商圏タイプ）	40
(2)	商圏タイプ別にみた消費動向	41 ※
(3)	商圏タイプ別にみた商圏人口と居住人口の比較	53
3	市町村別商圏人口の実勢	56
(1)	広域型商圏都市の商圏人口	56
(2)	地域型商圏都市の商圏人口	63
(3)	近隣型商圏都市の商圏人口	67
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)	ブロック別の購買動向	90 ※
5	買物場所（立地特性）別の消費購買行動	96
6	購買行動の特性	101
(1)	買物店舗形態	101
(2)	買物店舗の選択理由	125 ※
7	通信販売の利用状況	179
(1)	家族人数別にみた通信販売の利用状況	179
(2)	買物支出別にみた通信販売の利用状況	179
(3)	ブロック別にみた通信販売の利用状況	180
(4)	品目別にみた通信販売の利用状況	180
8	居住地の買物環境の満足度	182
(1)	市部・町村部別にみた居住地の買物環境の満足度	182
(2)	ブロック別にみた居住地の買物環境の満足度	183
(3)	ブロック別・都市別にみた居住地の買物環境の満足度	184
(4)	市部・町村部別にみた居住地の買物環境の満足度の理由	190
(5)	ブロック別にみた居住地の買物環境の満足度の理由	192
9	中心部商業地へ買物以外に出かける主な理由	196
(1)	買物支出別にみた中心部商業地へ買物以外に出かける主な理由	196
(2)	市部・町村部別にみた中心部商業地へ買物以外に出かける主な理由	196
(3)	ブロック別にみた中心部商業地へ買物以外に出かける主な理由	197
10	中心部商業地の商店街に望むもの	204
(1)	中心部商業地の商店街に望むもの	204
(2)	ブロック別にみた中心部商業地の商店街に望むもの	205
(3)	商圏タイプ（居住地）別にみた中心部商業地の商店街に望むもの	218

(4)買物店舗の立地特性別にみた中心部商業地の商店街に望むもの……………	219
(5)買物店舗形態別にみた中心部商業地の商店街に望むもの……………	232
(6)居住地の買物環境に不満と回答した者が中心部商業地の商店街に望むもの	254
11 震災後の買物で意識していること ……………	255
(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 ……………	255
(2) ブロック別にみた震災後の買物で意識していること ……………	256
12 歩いて暮らせる買物環境の状況 ……………	263
(1) 最寄性の高い品目の買物場所について ……………	263
(2) 買物に利用する交通手段 ……………	278
(3) 拠点都市における買物頻度にかかる分析 ……………	282

巻末[図表]

流入流出率図（品目別）……………	294
商圈図 ……………	305

※ 補正データあり

今回調査では、人口規模の大きい4市（福島市、郡山市、会津若松市、いわき市）について、標本数の調整を行っている。

前回調査と比較するために、4市の標本数を前回調査と同程度とした場合の補正数値を記載している。（参考値であることに留意。）