

山形県の買物動向

平成30年度山形県買物動向調査報告書

令和元年10月

山形県商工労働部

はじめに

近年の商業を取り巻く環境は、少子高齢化、消費者ニーズやライフスタイルの多様化、大型店の出店に伴う郊外への商業集積、インターネット取引の浸透などにより、大きく変貌を遂げており、消費者の買物動向は多様化、複雑化を続けています。

こうした消費者の買物動向の実態を明らかにするため、本県では3年ごとに買物動向調査を実施しており、この度、平成30年8月から10月に県内10,000世帯を対象に実施した調査の結果を取りまとめました。

今回の報告書においては、近年の新たな商業施設の設立による商圈の変化やインターネットショッピングを利用する人の割合の増加など、前回の調査以降の本県の買物動向をまとめております。

本報告書が、こうした消費者の買物動向を把握し、今後の地域商業や中心市街地の活性化の一助となりますよう、関係機関をはじめ多くの方々に広く御活用いただければ幸いに存じます。

結びに、この調査の実施にあたり、格別のご理解、御協力をいただきました各商工会議所、各商工会、各市町村の皆様及び調査票に御記入いただいた県民の皆様に対し、厚く御礼申し上げます。

令和元年10月

山形県商工労働部長 木村和浩

目 次

山形県買物動向調査の実施概要

1 調査の実施要領	1
2 調査のとりまとめにあたって	
3 報告書利用にあたっての注意点	2

山形県買物動向調査結果の概要

1 商圈の動向	4
2 買物をする店舗について	7
3 買物の際に重視する点	8
4 商店街等での買物状況	9
5 県外での買物状況	10
6 通信販売での買物状況	11

調査結果

第1章 標 本 特 性

1 標本の選定	12
2 標本の構成	

第2章 山形県の商圈の概要

1 調査方法	14
2 商圈の設定	15
3 山形県の商圈	
4 県外への買物流出	22
5 通信販売での買物	23
6 外食及びレジャー・娯楽商圈	24

第3章 商店街等・郊外店での買物状況

1 調査方法	25
2 商店街等・郊外店での買物割合	

第4章 店舗形態別の買物状況

1 調査方法	26
2 商品項目別の買物状況	27
3 家族構成別の買物状況	30
4 年齢別の買物状況	32

第5章 買物の際の重視する点

1 調査方法	34
2 最寄品を買う際に重視する点	

3	買回品を買う際に重視する点	35
第6章	商店街等での買物状況	
1	自市町村の商店街等の利用頻度	36
2	自市町村の商店街等を利用する際の交通手段	
3	他市町村の商店街等の利用頻度	37
4	商店街等を利用する理由	38
5	商店街等に必要なこと	39
第7章	県外での買物状況	
1	買物を目的として県外に出かけるか	40
2	買物を目的とした県外への外出頻度	
3	買物を目的として県外へ出かける人	41
4	宮城県仙台市での買物場所	
第8章	通信販売での買物状況	
1	インターネットの利用の有無	42
2	インターネットでの買物の有無	
3	インターネットでの買物頻度	43
4	カタログ通信販売やテレビショッピングでの買物の有無	44
5	カタログ通信販売やテレビショッピングでの買物頻度	
6	通信販売での買物理由	45
調査結果図表		
第1章	「標本特性」関係	
表1-1	各市町村別回答者数	46
表1-2	回答者家族数	47
表1-3	回答者家族構成	
表1-4	主に買物をする人の年齢	48
第2章	「山形県の商圈の概要」関係	
表2-1	自市町村購買依存率	49
表2-2	自市町村購買依存率（品目別）	50
表2-3	自市町村購買依存率（H24、H27、H30の比較）	52
図2-4	自市町村での購買行動割合	54
図2-5	自市町村での外食及びレジャー・娯楽割合	55
図2-6	山形市の商圈	56
図2-7	山形市の外食及びレジャー・娯楽商圈	57
図2-8	天童市の商圈	58
図2-9	天童市の外食及びレジャー・娯楽商圈	59
図2-10	寒河江市の商圈	60

図 2-1 1	寒河江市の外食及びレジャー・娯楽商圏	61
図 2-1 2	東根市の商圏	62
図 2-1 3	東根市の外食及びレジャー・娯楽商圏	63
図 2-1 4	尾花沢市の商圏	64
図 2-1 5	尾花沢市の外食及びレジャー・娯楽商圏	65
図 2-1 6	新庄市の商圏	66
図 2-1 7	新庄市の外食及びレジャー・娯楽商圏	67
図 2-1 8	米沢市の商圏	68
図 2-1 9	米沢市の外食及びレジャー・娯楽商圏	69
図 2-2 0	南陽市の商圏	70
図 2-2 1	南陽市の外食及びレジャー・娯楽商圏	71
図 2-2 2	長井市の商圏	72
図 2-2 3	長井市の外食及びレジャー・娯楽商圏	73
図 2-2 4	鶴岡市の商圏	74
図 2-2 5	鶴岡市の外食及びレジャー・娯楽商圏	75
図 2-2 6	酒田市の商圏	76
図 2-2 7	酒田市の外食及びレジャー・娯楽商圏	77
図 2-2 8	三川町の商圏	78
図 2-2 9	三川町の外食及びレジャー・娯楽商圏	79
表 2-3 0	商圏と吸引力（商品総合）	80
表 2-3 1	商圏と吸引力（最寄品）	82
表 2-3 2	商圏と吸引力（買回品）	84
表 2-3 3	外食商圏と吸引力	86
表 2-3 4	レジャー・娯楽商圏と吸引力	88
表 2-3 5	商圏と吸引力（H27 と H30 の比較）（商品総合）	90
表 2-3 6	商圏と吸引力（H27 と H30 の比較）（最寄品）	94
表 2-3 7	商圏と吸引力（H27 と H30 の比較）（買回品）	98
表 2-3 8	買物における市町村間流動（商品総合）	102
表 2-3 9	買物における市町村間流動（最寄品）	104
表 2-4 0	買物における市町村間流動（買回品）	106
表 2-4 1	外食における市町村間流動	108
表 2-4 2	レジャー・娯楽における市町村間流動	110
表 2-4 3	市町村別小売業吸引力係数	112
表 2-4 4	他市町村への買物等流出率（村山地域）	113
表 2-4 5	他市町村への買物等流出率（最上地域）	114
表 2-4 6	他市町村への買物等流出率（置賜地域）	115
表 2-4 7	他市町村への買物等流出率（庄内地域）	116
表 2-4 8	他県への買物等流出率（品目別）	117
表 2-4 9	他県への買物等流出率（地域別）	118
表 2-5 0	通信販売での買物割合（品目別）	119
表 2-5 1	通信販売での買物割合（商品総合）	120
表 2-5 2	通信販売での買物割合（最寄品）	121

表 2-53	通信販売での買物割合（買回品）	122
表 2-54	近年における大型店の出店状況	123

第3章 「商店街等・郊外店での買物状況」関係

図 3-1	品目別利用買物場所の割合	125
表 3-2	利用買物場所割合（品目別）	126
表 3-3	利用買物場所割合（地域別、各市別）	127
表 3-4	利用買物場所割合（家族構成、年齢別）	128

第4章 「店舗形態別の買物状況」関係

図 4-1	品目別利用買物店舗の割合	129
表 4-2	店舗形態別の買物割合（品目別）	130
表 4-3	店舗形態別の買物割合（商品総合）	131
表 4-4	店舗形態別の買物割合（最寄品）	132
表 4-5	店舗形態別の買物割合（買回品）	133
表 4-6	店舗形態別の買物割合（家族構成、年齢別）（商品総合）	134
表 4-7	店舗形態別の買物割合（家族構成、年齢別）（最寄品）	135
表 4-8	店舗形態別の買物割合（家族構成、年齢別）（買回品）	136

第5章 「買物の際の重視する点」関係

図 5-1	買物の際の重視する点（最寄品）	137
図 5-2	買物の際の重視する点（買回品）	138
表 5-3	買い物の際の重視する点（地域別）（最寄品）	139
表 5-4	買物の際の重視する点（地域別）（買回品）	140
表 5-5	買物の際の重視する点（家族構成別）（最寄品）	141
表 5-6	買物の際の重視する点（家族構成別）（買回品）	142
表 5-7	買物の際の重視する点（主に買物をする人の年齢別）（最寄品）	143
表 5-8	買物の際の重視する点（主に買物をする人の年齢別）（買回品）	144

第6章 「商店街等での買物状況」関係

表 6-1	自市町村の商店街等利用頻度（地域別、家族構成別）	145
表 6-2	自市町村の商店街等利用頻度（市別）	146
表 6-3	自市町村の商店街等利用における交通手段 （地域別、家族構成別、利用頻度別）	147
表 6-4	自市町村の商店街等利用における交通手段（市別）	148
表 6-5	他市町村の商店街等利用頻度（村山地域）	149
表 6-6	他市町村の商店街等利用頻度（最上地域）	150
表 6-7	他市町村の商店街等利用頻度（置賜地域）	151
表 6-8	他市町村の商店街等利用頻度（庄内地域）	152
表 6-9	他市町村の商店街等利用頻度（家族構成別）	153
図 6-10	商店街等を利用する理由	154
表 6-11	商店街等を利用する理由（地域別）	155

表 6-1-2	商店街等を利用する理由(家族構成別)	156
表 6-1-3	商店街等を利用する理由(主に買物をする人の年齢別)	157
図 6-1-4	商店街等に必要なこと	158
表 6-1-5	商店街等に必要なこと(地域別)	159
表 6-1-6	商店街等に必要なこと(家族構成別)	160
表 6-1-7	商店街等に必要なこと(主に買物をする人の年齢別)	161
第 7 章 「県外での買物状況」関係		
図 7-1	買物を目的とした県外への外出	162
表 7-2	買物を目的とした県外への外出	163
表 7-3	買物を目的とした県外への外出頻度	164
表 7-4	買物を目的として県外へ出かける人	165
表 7-5	宮城県仙台市での買物場所	166
第 8 章 「通信販売での買物状況」関係		
図 8-1	インターネットの利用	167
表 8-2	インターネットの利用	168
表 8-3	インターネットでの買物	169
表 8-4	インターネットでの買物頻度	170
表 8-5	カタログ通信販売やテレビショッピングでの買物	171
表 8-6	カタログ通信販売やテレビショッピングでの買物頻度	172
表 8-7	通信販売での買物	173
表 8-8	通信販売での買物頻度	
図 8-9	通信販売での買物理由	174
表 8-10	通信販売での買物理由(地域ごと)	175
表 8-11	通信販売での買物理由(家族構成ごと)	176
表 8-12	通信販売での買物理由(主に買物をする人の年齢ごと)	177
山形県買物動向調査票		178

