

は じ め に

近年、中小小売商業を取り巻く経営環境は、消費者ニーズの多様化や個性化、交通体系の整備、大型小売店舗の出店、まちづくり三法の改正、地域商店街活性化法の制定、インターネットの普及など、大きな変化の中にあります。

県内では、各地で相次いでいる駐車場を完備した郊外型大型小売店舗の出店により、新しい商業集積地が形成され、都市間及び都市内部における競争激化及び購買行動の流動化が進み、その結果、中小小売店は、厳しい経営状況を強いられ、既存の商店街等が衰退しております。

今後は、これまで以上に、消費者ニーズや消費者動向についての的確に把握し、迅速に対応することが求められます。

そこで、県では、昭和 56 年度以来、概ね 3 年に一度、消費者の買物交通手段、買物頻度、買物場所、買物理由等について調査を実施し、その結果を「買物動向調査報告書」として発行しており、今回の調査で12 回目となりました。

本報告書が、商店経営や市町村・商工団体等の地域商業の振興方策の一助としてご活用いただければ幸いです。

なお、本調査の実施にあたり、格別なご協力を賜った各関係機関及び、各市町村の皆様には深くお礼申し上げます。

また、調査票の記入にご協力いただきました多くの県民の皆様に、心からお礼申し上げます。

平成31年3月

沖縄県商工労働部長
屋比久 盛敏

I. 調査の概要 1

1. 調査の目的	1
2. 調査の概要	1
3. 調査票（※配付原本は A3 サイズ）	3
4. 市町村別調査票配布・回収状況	5
5. 買物出向比率の算出方法	6
6. 用語の定義について	6
7. 前回調査との主な変更点	7
(1) 調査標本	7
(2) 追加調査項目	7
(3) 削除調査項目	7

II. 分析編 8

1. 調査世帯の特性	8
(1) 世帯主の職業	8
(2) 世帯主の年代	9
(3) 世帯主の月間消費額	10
(4) 世帯の年収	11
2. 消費者の購買行動（購買地域）	12
(1) 地元・他市町村での買物	12
(2) 主な市町村における吸引状況	16
3. 消費者の購買行動（購買店舗）	21
(1) 主に買物する店舗の種類	21
(2) 買物店舗選択理由	23
4. 大規模小売店舗の利用状況	26
(1) 地区別の利用状況	26
5. 地元商店街の利用状況について	28
(1) 地元商店街の利用頻度	28
(2) 地元の商店街を利用する理由（3つまで複数回答）	29

(3) 地元の商店街を利用しない理由（３つまで複数回答）	30
(4) 地元の商店街に欲しい業種	31
(5) 地元の商店街に欲しい設備・施設	35
6. インターネット通販・無店舗販売の利用状況について.....	36
(1) 無店舗販売の利用頻度	36
(2) インターネット通販にて購入する主な商品（３つ以内）	37
(3) インターネット通販を利用する理由（３つ以内）	38
(4) インターネット通販を利用しない理由（３つ以内）	39

III. 資料編40

I. 調査の概要

1. 調査の目的

多種多様化する生活者の買物行動の実体を把握し、明らかにすることにより、中小小売商業者の経営活動及び市町村や商工団体等が 地域振興策を策定する際の参考資料を提供することを目的とする。

2. 調査の概要

◆調査の実施時期

平成 30 年 7 月(前回調査:平成 26 年 9 月) ※概ね3～4年ごとの調査

◆調査対象者

県内各市町村の世帯を対象とし、回答者は、原則として、消費行動の中心的役割を担っていると考えられる者とする。

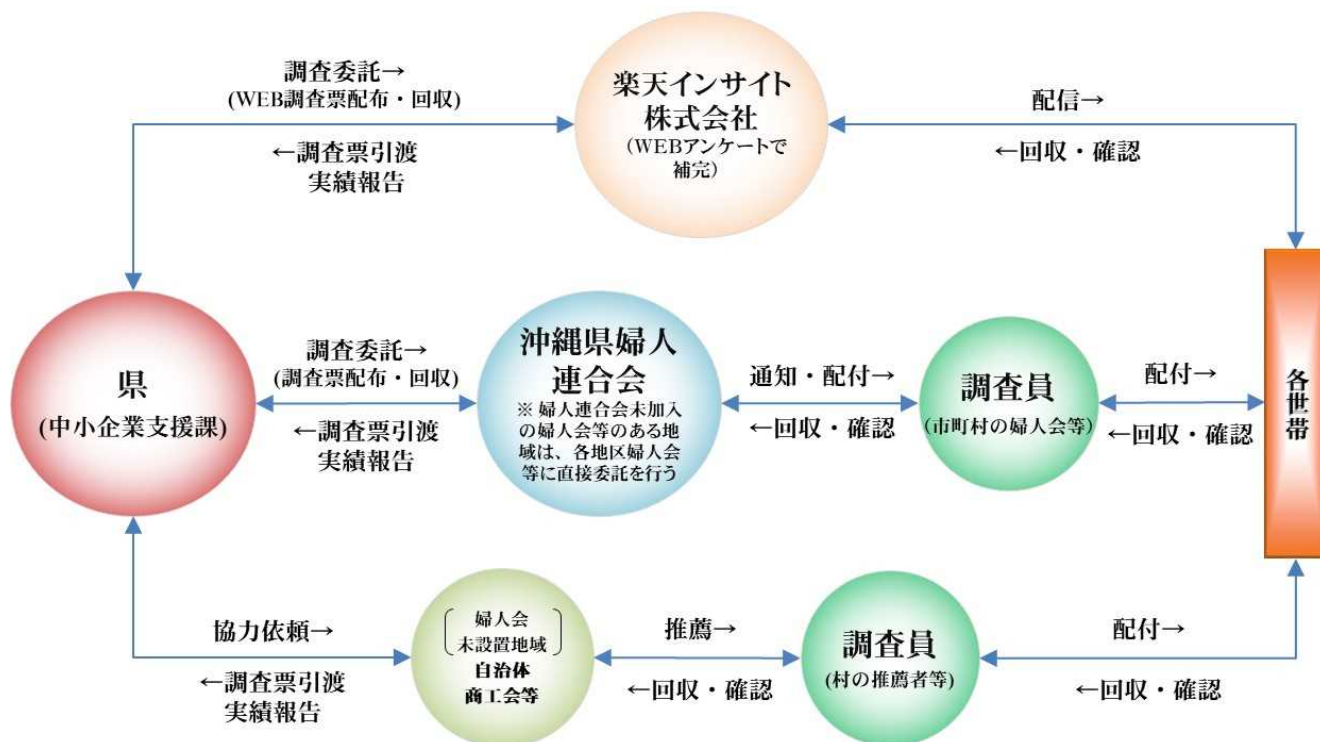
紙媒体による調査については、各市町村別調査対象世帯数の割当は、平成 30 年 4 月 1 日現在における推計世帯数の 1.67%相当とする。ただし、最低抽出世帯数は 10 世帯とする。

WEB 調査については、紙媒体による調査を補完するものとする。

◆調査方法

調査票配付および WEB 調査配信アンケート調査。(P2 図「平成 30 年度沖縄県買物動向調査の流れ」参照)

平成30年度 沖縄県買物動向調査の流れ



◆調査内容

- ・ 居住市町村
- ・ 世帯主の職業、主に買物する者の年代、世帯月間消費額、世帯年収
- ・ 買物地域、買物店舗種類、買物先選択理由
 - ※ 各々8品目に関して(飲食料品、日用品、実用衣料品、ファッション衣料品、身
回品、文化品、家具・家電、贈答用品)
- ・ 大規模小売店舗の利用頻度や主要スーパーの利用
- ・ 地元商店街の利用頻度、利用・非利用理由、商店街に求める業種・設備
- ・ 無店舗販売の利用、インターネット通販の購入品目、同利用・非利用理由

◆調査機関・委託機関・協力依頼機関等

- ・ 調査機関: 沖縄県(商工労働部中小企業支援課)
- ・ 調査票配付回収業務委託先: (一社)沖縄県婦人連合会、
- ・ WEB 調査配信回収業務委託先: 楽天インサイト株式会社
- ・ 協力依頼先: 各市町村

問4. 大規模小売店舗や主要スーパーについてお答えください。

4-1 以下の店舗の利用頻度(利用しない店舗は回答不要)

地 域	店 舗 名	利用頻度				
		ほとんど毎日	週に2~3回	週に1回	月に1回	3か月に1回
北部	1 イオン名護ショッピングセンター	1	2	3	4	5
	2 Living Design SQUARE awase (スクエア泡瀬)	○	○	○	○	○
	3 サンエー真志川メイシシティ	○	○	○	○	○
	4 イオン具志川ショッピングセンター	○	○	○	○	○
	5 サンエー宮野瀬コンベンションシティ	○	○	○	○	○
中部	6 サンエー緑塚シティ	○	○	○	○	○
	7 メイクマン浦添本店	○	○	○	○	○
南部	8 サンエーハンビータウン	○	○	○	○	○
	9 イオン北谷ショッピングセンター	○	○	○	○	○
	10 ネーブルカテナ	○	○	○	○	○
	11 イオン西原シティ	○	○	○	○	○
	12 イオンモール沖縄ライカム	○	○	○	○	○
中部	13 中城モーター	○	○	○	○	○
	14 サンエー那覇メインプレイス	○	○	○	○	○
	15 D'ngha (ジュンク堂、ダイソーなど)	○	○	○	○	○
	16 イオン那覇ショッピングセンター	○	○	○	○	○
	17 パレットくもじ	○	○	○	○	○
南部	18 サンエー豊見城ウイングシティ	○	○	○	○	○
	19 沖縄アウトレットモールあしひな	○	○	○	○	○
	20 豊崎ライフスタイルセンターTOMITON	○	○	○	○	○
	21 サンアラザいとまん	○	○	○	○	○
	22 サンエーしおさきシティ	○	○	○	○	○
北部	23 マリンプラザあがり浜	○	○	○	○	○
	24 サンエーつかさざんシティ	○	○	○	○	○
	25 イオン南風原ショッピングセンター	○	○	○	○	○

※上記店舗を一つも利用されない場合は、右の○を塗りつぶしてください。(チェックに使用)

5-3 利用しない理由 (3つ以内)

※5-1で「ほとんど利用しない」を選んだ方のみ回答

1 品揃えがよくない	○
2 商品の品質・鮮度がよくない	○
3 店員の対応が悪い	○
4 店・商店街の雰囲気が悪い	○
5 値段が高い	○
6 場所が不便	○
7 駐車場がない	○
8 営業時間が短い	○
9 クレジットカード・電子マネーが使えない	○
10 1か所で買物が済まない	○
11 ポイントや会員特典がよくない	○
12 何を売っているのかわからない	○
13 利用頻度がよくない	○
14 イベント等が開催されない	○
15 魅力のある店舗がない	○
16 地元・商店街がない	○
17 近くに大型商業施設(サンエー、イオン等)がある	○

問6. 無店舗販売の利用状況についてお答えください。

6-1 以下の購入方法の利用頻度(利用しない項目は回答不要)

購入方法	利用頻度	
	週1回以上	週1回未満
1 インターネット通販	1	2
2 テレビ・ラジオ通販	○	○
3 カタログ販売	○	○
4 新聞や雑誌などの広告販売	○	○
5 生協や農協などの共同購入	○	○

※上記の購入方法を一つも利用されない場合は、右の○を塗りつぶしてください。(チェックに使用)

4-2 主に利用する店舗(3つ以内)

1 イオン (食品売場)	○
2 Aコープ (農産)	○
3 タウンプラザかねひで	○
4 コープ (生協)	○
5 ザ・ビッグ	○
6 サンエー (食品売場、食品館)	○
7 マックスバリュ	○
8 丸大	○
9 ユニオン	○
10 りうぼうストア	○

※上記店舗を一つも利用されない場合は、右の○を塗りつぶしてください。(チェックに使用)

問5. 地元の商店街(○商店街、○通りなど)の利用状況についてお答えください。

5-1 利用頻度

1 ほとんど毎日	○
2 週に2~3回	○
3 週に1回くらい	○
4 月に1回くらい	○
5 3か月に1回	○
6 ほとんど利用しない	○

5-2 利用する理由(3つ以内) ※5-1で「ほとんど利用しない」「以外」を選んだ方のみ回答

1 品揃えが充実している	○
2 商品の品質・鮮度がいい	○
3 店員の対応がいい	○
4 店・商店街の雰囲気がいい	○
5 値段が安い	○
6 場所が便利	○
7 駐車場がある	○
8 営業時間が長い	○
9 クレジットカード・電子マネーが使える	○
10 周囲に様々な店舗が集まっている	○
11 ポイントや会員特典が充実している	○
12 顔なじみの店がある	○
13 地域の物産が購入できる	○
14 イベント等が開催されている	○
15 近くに大型商業施設(サンエー、イオン等)がない	○

5-4 商店街に欲しい業種(飲食系、身回り系、サービス・娯楽系、その他からそれぞれ2つ以内)

飲食系 (2つ以内)		サービス・娯楽系 (2つ以内)		その他 (2つ以内)	
1 食堂・レストラン	○	1 クリーニング店	○	1 書籍・文具屋	○
2 喫茶店・カフェ	○	2 理容室・美容室	○	2 CD・楽器店	○
3 専門料理店	○	3 エステ・ネイルサロン	○	3 スポーツ用品店	○
4 居酒屋	○	4 カルチャースクール(語学教室等)	○	4 雑貨屋	○
5 食品スーパー	○	5 託児所	○	5 化粧品・医薬品店	○
6 青果店・鮮魚店・精肉店	○	6 介護事業所	○	6 自転車屋	○
7 惣菜・弁当屋	○	7 花屋	○	7 学習塾	○
8 酒屋	○	8 スポーツ施設	○	8 金物店	○
9 菓子・パン屋	○	9 めがね店	○	9 食器店	○
10 コンビニ	○	10 服飾品・アクセサリー店	○	10 電気店	○
11 上記以外の店舗	○	11 上記以外の店舗	○	11 上記以外の店舗	○
12 特になし	○	12 特になし	○	12 特になし	○

6-2 インターネット通販についてお答えください。 ※インターネット通販を利用される方は①、②を、利用されない方は③をお答えください。

① インターネット通販にて購入する主な商品(3つ以内)		② インターネット通販を利用する理由(3つ以内)		③ インターネット通販を利用しない理由(3つ以内)	
1 飲食料品 (一般食料品・生鮮食品など)	○	1 近くの店では買えない商品がある	○	1 近隣の店である程度商品が揃う	○
2 日用品 (日用雑貨・化粧品・医薬品など)	○	2 商品を比較しやすい	○	2 商品を直接確認できない	○
3 実用衣料品 (下着・肌着・靴下など)	○	3 商品情報がわかりやすい	○	3 情報が多すぎて商品が選べにくい	○
4 ファッション衣料品 (外出着など)	○	4 値段が安い	○	4 送料がかかる	○
5 身用品 (くつ・カバン・時計・めがね・服飾品など)	○	5 外出する手間が省ける	○	5 商品の取り扱いがわからない	○
6 文化用品 (スポーツ・文房具・CD・文具など)	○	6 荷物を手元に届ける	○	6 決済方法に関する不安	○
7 家具・家電 (家具・室内装飾品・家電製品など)	○	7 時間を問わず購入できる	○	7 個人情報漏えいの不安	○
8 贈答用品 (中元・年賀状・記念品など)	○	8 他に買い物する方法がない	○	8 返品や苦情への対応が不安	○
	○	9 他に買い物する方法がない	○	9 インターネットを利用できない	○

裏

2

表面もご記入ください

4. 市町村別調査票配布・回収状況

市町村別配布・回収状況表

地区	市町村名	世帯数 (H30.4.1現在)	配布枚数 (※)			有効回収数 (※2)			回収率 (A/B)
			紙調査	WEB調査	計(B)	紙調査	WEB調査	計(A)	
北部地区	名護市	27,484	459	92	551	329	92	421	76%
	本部町	5,351	90	16	106	91	16	107	101%
	金武町	4,750	80	9	89	68	9	77	87%
	国頭村	1,997	34	3	37	29	3	32	86%
	大宜味村	1,250	21	0	21	21	0	21	100%
	東村	739	13	0	13	8	0	8	62%
	今帰仁村	3,590	60	7	67	6	7	13	19%
	恩納村	4,229	71	11	82	69	11	80	98%
	宜野座村	2,152	36	2	38	34	2	36	95%
	伊江村	1,934	33	6	39	32	6	38	97%
	伊平屋村	502	10	0	10	9	0	9	90%
	伊是名村	659	12	1	13	11	1	12	92%
中部地区	沖縄市	55,985	935	202	1,137	648	202	850	75%
	うるま市	44,891	750	126	876	701	126	827	94%
	宜野湾市	40,782	682	186	868	655	186	841	97%
	北谷町	11,230	188	62	250	130	62	192	77%
	嘉手納町	5,198	87	10	97	84	10	94	97%
	西原町	12,859	215	49	264	211	49	260	98%
	読谷村	14,394	241	51	292	243	51	294	101%
	北中城村	5,898	99	20	119	103	20	123	103%
	中城村	7,917	133	25	158	129	25	154	97%
南部地区	那覇市	139,520	2,330	677	3,007	2,138	677	2,815	94%
	浦添市	45,213	756	170	926	579	170	749	81%
	豊見城市	23,130	387	79	466	339	79	418	90%
	糸満市	22,172	371	91	462	367	91	458	99%
	南城市	15,453	259	70	329	191	70	261	79%
	与那原町	7,534	126	29	155	114	29	143	92%
	南風原町	13,769	230	50	280	196	50	246	88%
	八重瀬町	10,372	174	37	211	159	37	196	93%
	久米島町	3,337	56	7	63	40	7	47	75%
	渡嘉敷村	428	10	2	12	9	2	11	92%
	座間味村	463	10	2	12	9	2	11	92%
	粟国村	399	10	1	11	10	1	11	100%
	渡名喜村	257	10	0	10	8	0	8	80%
	南大東村	695	12	0	12	11	0	11	92%
	北大東村	311	10	1	11	10	1	11	100%
八重山古地・区	宮古島市	22,726	380	60	440	373	60	433	98%
	多良間村	472	10	0	10	8	0	8	80%
	石垣市	20,978	351	83	434	308	83	391	90%
	竹富町	2,144	36	10	46	34	10	44	96%
	与那国町	1,219	21	3	24	21	3	24	100%
合計		584,383	9,798	2,250	12,048	8,535	2,250	10,785	90%

※ 抽出率は1.67%、最低枚数10枚で1枚未満は切り捨て処理としている。

※2 各市町村調査地点で他市町村からの回答が若干数含まれることで、配布枚数を上回る回収となることがあるが、超過分は若干数であるため有効として扱う。

※ 回収数について…上記以外で調査票の居住地無回答者数 117 を含むと、総回収数は 10,902 となる。

5. 買物出向比率の算出方法

◆商品別買物場所の配分について

商品別の買物場所については、2つ以内を選ぶこととしているが、この集計に当たっては、1世帯の1商品についての買物場所が2か所の場合にはそれぞれ1として配分し、買物場所が1か所の場合には重みを2として配分している。

◆買物出向比率の算出について

回答者のうち、各居住市町村(A)から買物先市町村(B,C,D,...)へ出かける比率であり、例としてA、B、Cしか市町村がない場合に、Aに住むものの半数が買物先としてB、30%はCへ出かけると回答した場合、Bへの出向比率は50%、Cは30%、A(地元での買物)は20%となる。

6. 用語の定義について

◆買物出向比率

各居住地から、商店及び商業集積地へ買物に出かけていく割合であり、視点に応じて地元購買率、被吸引率、吸引率ともいう。

- ・地元購買率＝自市町村への買物出向比率
- ・被吸引率＝自市町村から他市町村への買物出向比率
- ・吸引率＝他市町村から自市町村への買物出向比率

◆商圈

ある地域の小売業者等が、どの地理的範囲から購買者を吸引しているかの広がりを示す概念。本報告書では、市町村単位の地元購買率または吸引率を参考に3種類の商圈を設定する。

1次商圈：地元購買率または吸引率が30%以上である市町村

2次商圈：地元購買率または吸引率が10%以上30%未満の市町村

影響圏：地元購買率または吸引率が5%以上10%未満の市町村

◆最寄品、買回品

最寄品とは、生活者によって頻繁かつ手軽に購入される商品のことであり、飲食料品や日用品等が代表的なものである。

買回品とは、生活者が商品を購入するに当たって、いくつかの商店を見てまわり、価格、品質、デザインなどを比較・検討してから購入する商品のことであり、ファッション衣料品や家具・家電等が代表的なものである。

7. 前回調査との主な変更点

(1) 調査標本

- 従来の調査回収方法に加え、WEB 調査を導入した。

(2) 追加調査項目

- 1度の調査で得られる情報量を増やすため、マークシート方式を導入。
- 追加された主な調査内容
 - ・【問 2-3】月間消費額
 - ・【問4】大規模小売店舗や主要スーパーの利用状況
 - ・【問5】地元商店街の利用状況
 - ・【問6】無店舗販売(インターネット通販等)の利用状況

(3) 削除調査項目

- ・買い物に行く際の主な交通手段
理由:交通機関の利用については他機関の調査で確認できるため
- ・地元以外での買物頻度
理由:他市町村での買い物は既存の調査項目で確認できるため

Ⅱ.分析編

1. 調査世帯の特性

(1) 世帯主の職業

地区・市町村部	勤め人	商工・自営業者	農林・水産業	自由業	その他
北部地区 (n=842)	56.5%	9.6%	4.4%	1.1%	28.4%
中部地区 (n=3536)	49.2%	7.5%	1.0%	1.7%	40.6%
南部地区 (n=5298)	48.1%	8.8%	1.5%	2.9%	38.7%
宮古・八重山地区 (n=853)	46.1%	11.5%	11.5%	2.2%	28.7%
市部 (n=8288)	47.6%	8.7%	2.1%	2.4%	39.2%
町部 (n=1364)	51.3%	8.4%	3.0%	2.0%	35.3%
村部 (n=877)	58.3%	8.4%	3.6%	1.6%	28.1%
県全体 (n=10529)	49.0%	8.7%	2.3%	2.3%	37.7%
(前回)県全体 (n=8247)	48.3%	9.9%	2.8%	1.8%	37.2%

県全体で世帯主の職業をみると、「勤め人」の割合が 49.0%と最も高く、以下「その他」が 37.7%、「商工・自営業者」が 8.7%、「農林・水産業」および「自由業」が 2.3%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、中部・南部地区で「その他」がそれぞれ 40.6%、38.7%と高く、北部地区や宮古・八重山地区で「商工・自営業者」が 9.6%、11.5%、「農林・水産業」が 4.4%、11.5%と高くなっている。

市・町・村部別にみると、「その他」については市部が最も高く、村部が最も低くなり、「勤め人」については村部が最も高く、市部が最も低くなる傾向がみられる。

前回調査（平成 26 年度）と比較すると、「勤め人」「自由業」「その他」の割合が増加し、「商工・自営業者」、「農林・水産業者」の割合が減少している。

(2) 世帯主の年代

地区・市町村部	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
北部地区 (n=849)	0.6%	6.6%	15.8%	21.1%	26.1%	22.3%	7.5%
中部地区 (n=3613)	0.6%	5.0%	14.3%	17.6%	20.8%	24.2%	17.6%
南部地区 (n=5365)	0.3%	5.2%	12.8%	20.4%	20.8%	22.5%	18.1%
宮古・八重山地区 (n=883)	0.3%	6.3%	18.1%	20.0%	20.3%	24.8%	10.1%
市部 (n=8413)	0.4%	5.4%	13.8%	18.8%	20.5%	23.5%	17.7%
町部 (n=1411)	0.2%	4.7%	14.2%	21.3%	21.1%	23.2%	15.2%
村部 (n=886)	0.5%	5.4%	15.0%	23.3%	28.2%	21.1%	6.5%
県全体 (n=10710)	0.4%	5.3%	13.9%	19.5%	21.2%	23.2%	16.4%
(前回)県全体 (n=8324)	0.8%	5.8%	14.3%	17.6%	22.9%	38.6%	

県全体で世帯主の年代をみると、「60代」の割合が23.2%と最も高く、以下「50代」が21.2%、「40代」が19.5%、「70代以上」が16.4%、「30代」が13.9%、「20代」が5.3%、「10代」が0.4%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、中部・南部地区において比較的高齢層が多く、北部・宮古・八重山地区において比較的若年層が多くなっている。

市・町・村部別にみると、市部では高齢層が多く、村部では若年層が多いといった傾向がみられる。

前回調査（平成26年度）と比較すると、「40代」および「60代以上（前回調査では70代以上の項目がないため合計して比較する）」が増加、それ以外の年齢層が減少している。

(3) 世帯主の月間消費額

地区・市町村部	5万円未満	5～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30万円以上
北部地区 (n=832)	26.3%	50.1%	14.1%	5.5%	2.0%	0.6%	1.3%
中部地区 (n=3557)	24.4%	36.7%	21.3%	11.1%	4.3%	1.6%	0.6%
南部地区 (n=5319)	19.8%	38.3%	24.5%	10.1%	4.0%	2.0%	1.4%
宮古・八重山地区 (n=868)	21.9%	34.0%	21.7%	12.2%	6.7%	2.4%	1.2%
市部 (n=8317)	21.0%	37.6%	23.7%	10.4%	4.4%	1.8%	1.2%
町部 (n=1397)	25.8%	39.6%	16.5%	11.3%	4.1%	1.9%	0.8%
村部 (n=862)	25.4%	43.6%	19.4%	7.2%	2.4%	1.2%	0.8%
県全体 (n=10576)	22.0%	38.3%	22.4%	10.2%	4.2%	1.8%	1.1%

※前回調査なし

県全体で世帯主の月間消費額をみると、「5万円以上～10万円未満」の割合が38.3%と最も高く、以下「10万円以上～15万円未満」が22.4%、「5万円未満」が22.0%、「15万円以上～20万円未満」が10.2%、「20万円以上～25万円未満」が4.2%、「25万円以上～30万円未満」が1.8%、「30万円以上」が1.1%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、北部地区において76.4%が10万円未満となっており、他地区の10万円未満が60%前後となっているのとは比べると高い割合となっている。一方で、比較的消費額が高い傾向は、宮古・八重山地区において特徴的となっている。

市・町・村部別にみると、市部では全体的に消費額が高い区分の割合が多い。

(4) 世帯の年収

地区・市町村部	100万円未満	100～200万円未満	200～300万円未満	300～400万円未満	400～500万円未満	500～600万円未満	600～700万円未満	700～800万円未満	800～1,000万円未満	1,000万円以上
北部地区 (n=830)	5.3%	23.4%	27.2%	19.5%	9.5%	5.9%	3.9%	2.0%	1.3%	1.9%
中部地区 (n=3532)	9.5%	19.9%	21.7%	18.3%	11.7%	7.2%	4.9%	2.7%	2.3%	1.8%
南部地区 (n=5309)	6.0%	17.4%	27.9%	20.5%	9.7%	6.7%	4.3%	2.8%	2.5%	2.3%
宮古・八重山地区 (n=865)	8.4%	21.5%	25.9%	21.0%	10.8%	5.2%	3.0%	1.7%	1.2%	1.3%
市部 (n=8276)	7.5%	19.4%	26.7%	19.6%	10.0%	6.5%	4.0%	2.4%	2.1%	2.0%
町部 (n=1395)	8.1%	19.4%	20.3%	21.2%	13.0%	6.8%	4.7%	2.6%	2.3%	1.6%
村部 (n=865)	4.5%	15.1%	23.6%	19.0%	11.0%	8.8%	6.7%	4.7%	3.9%	2.7%
県全体 (n=10536)	7.3%	19.0%	25.6%	19.7%	10.4%	6.7%	4.3%	2.6%	2.2%	2.0%

※前回調査と大きく区分を変更しているため、前回調査分の記載は省略。

県全体で世帯主の年収をみると、「200 万円以上～300 万円未満」の割合が 25.6%と最も高く、以下「300 万円以上～400 万円未満」が 19.7%、「100 万円以上～200 万円未満」が 19.0%、「400 万円以上～500 万円未満」が 10.4%、「100 万円未満」が 7.3%、「500 万円以上～600 万円未満」が 6.7%、「600 万円以上～700 万円未満」が 4.3%、他が 2%強となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、中部地区において「400 万円以上」の割合が高い傾向が見られる一方で、ボリューム層である「200 万円以上～300 万円未満」については、中部地区除く他地区の 26～27%に対し、中部地区は 21.7%となっている。

市・町・村部別にみると、市部で全体的に年収が低い区分の割合が多く、村部で全体的に年収が高い区分の割合が多くなる傾向にあるが、(1)の世帯主の職業において村部、町部、市部の順で勤め人の割合が低くなっていることも影響していると考えられる。

2. 消費者の購買行動(購買地域)

(1) 地元・他市町村での買物

① 地区ブロック別・市町村規模別地元購買率

	1 飲食料品	2 日用品	3 実用衣料品	4 ファッション衣料品	5 身回品	6 文化品	7 家具・家電	8 贈答用品
北部地区	71.1%	64%	51%	40.9%	42.5%	49.9%	46.2%	57.3%
中部地区	74.4%	72%	59%	50.7%	52.1%	59.3%	54.5%	64.3%
南部地区	85.6%	84%	77%	69.2%	71.3%	72.4%	69.5%	78.1%
宮古・八重山地区	92.1%	91%	87%	84.6%	85.1%	87.8%	88.3%	89.6%
市部	85.8%	84%	78%	70.3%	72.2%	75.5%	72.2%	79.5%
町部	69.3%	67%	51%	41.4%	42.2%	46.4%	43.5%	56.3%
村部	56.1%	46%	18%	12.4%	13.5%	22.7%	18.5%	32.1%
県全体	81.2%	79%	69%	61.6%	63.4%	67.2%	63.7%	72.7%

(単位：人数)

	1 飲食料品	2 日用品	3 実用衣料品	4 ファッション衣料品	5 身回品	6 文化品	7 家具・家電	8 贈答用品
北部地区	1,584	1,534	1,509	1,524	1,491	1,448	1,461	1,441
中部地区	7,182	7,122	7,018	7,072	6,986	6,872	6,948	6,988
南部地区	10,656	10,428	10,218	9,688	9,690	9,188	9,092	9,990
宮古・八重山地区	1,680	1,601	1,558	1,588	1,524	1,508	1,502	1,538
市部	16,640	16,315	16,004	15,594	15,462	14,882	14,826	15,768
町部	2,728	2,668	2,622	2,596	2,576	2,502	2,528	2,560
村部	1,734	1,702	1,677	1,682	1,653	1,632	1,649	1,629
県全体	21,102	20,685	20,303	19,872	19,691	19,016	19,003	19,957

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「1 飲食料品」、「2 日用品」、「3 実用衣料品」など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。

宮古・八重山地区については離島であることが影響し、すべての品目で 80%以上と高い割合となっており、次いで、南部地区においてもすべての品目で約 70%～80%と高い割合となっている。その一方で、北部地区は贈答品を除く買回品において、50%未満となっている。

市部では、全ての商品分類で地元購買率が 70%を超えており、特に「1 飲食料品」や「2 日用品」「3 実用衣料品」といった最寄性の高い商品は 80%前後となっている。

市・町・村部別にみると、どの品目においても市部で全体的に地元購買率が高く、村部で全体的に地元購買率が顕著に低くなっており、特に買回品については 10%台の品目があるなど、低い値となっている。

② 各市町村別地元購買率

市町村		1 飲食料品	2 日用品	3 実用衣料品	4 ファッション衣料品	5 身回品	6 文化品	7 家具・家電	8 贈答用品
北部地区	名護市	94.9%	95.9%	92.7%	74.8%	77.8%	88.7%	83.2%	91.4%
	本部町	77.3%	63.6%	12.4%	12.2%	11.4%	14.6%	10.8%	39.8%
	金武町	52.9%	36.2%	9.0%	4.6%	6.3%	9.0%	13.1%	24.1%
	国頭村	36.7%	19.0%	3.4%	8.3%	5.4%	5.6%	7.7%	17.3%
	大宜味村	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%
	東村	28.6%	21.4%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	今帰仁村	34.6%	19.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	13.0%
	恩納村	9.3%	2.8%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.5%
	宜野座村	47.1%	27.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%
	伊江村	73.6%	37.1%	14.7%	16.2%	17.1%	18.8%	12.1%	36.8%
	伊平屋村	28.6%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	伊是名村	45.5%	27.3%	9.1%	0.0%	0.0%	15.0%	5.6%	22.2%
中部地区	沖縄市	70.4%	64.6%	46.7%	37.5%	39.4%	48.0%	43.8%	56.1%
	うるま市	87.7%	86.8%	85.6%	81.4%	82.0%	84.2%	81.5%	86.5%
	宜野湾市	77.3%	74.9%	64.3%	51.7%	53.4%	62.4%	54.3%	64.9%
	北谷町	63.9%	66.1%	58.9%	53.1%	52.4%	57.6%	51.6%	60.1%
	嘉手納町	52.7%	56.6%	40.0%	28.4%	28.0%	45.9%	31.2%	47.1%
	西原町	74.1%	79.8%	79.8%	73.5%	78.0%	75.9%	79.2%	79.4%
	読谷村	79.1%	74.7%	29.1%	13.7%	17.1%	42.6%	34.5%	52.8%
	北中城村	40.0%	35.9%	36.0%	39.4%	38.6%	37.9%	29.6%	33.0%
南部地区	中城村	52.7%	40.5%	7.6%	3.6%	2.7%	2.4%	3.4%	21.9%
	那覇市	93.0%	92.8%	91.8%	89.8%	91.8%	90.4%	87.3%	92.6%
	浦添市	79.6%	78.0%	66.7%	55.3%	56.5%	60.7%	57.1%	64.5%
	豊見城市	85.5%	83.7%	74.6%	71.4%	71.5%	75.9%	74.6%	80.6%
	糸満市	79.0%	78.8%	67.9%	46.6%	50.9%	59.2%	56.9%	67.5%
	南城市	66.9%	59.2%	37.9%	33.5%	35.9%	37.8%	38.9%	49.2%
	与那原町	68.6%	59.8%	30.6%	11.1%	13.2%	22.4%	11.0%	27.6%
	南風原町	79.4%	82.0%	78.6%	64.1%	63.1%	63.1%	70.5%	73.3%
	八重瀬町	68.3%	57.5%	29.9%	11.2%	11.3%	16.8%	3.0%	44.8%
	久米島町	87.5%	85.0%	53.7%	44.4%	46.2%	41.7%	51.9%	57.7%
	渡嘉敷村	50.0%	18.2%	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	4.5%	5.0%
	座間味村	63.6%	45.5%	18.2%	18.2%	18.2%	18.2%	18.2%	18.2%
	粟国村	63.6%	54.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	渡名喜村	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	南大東村	90.9%	66.7%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%
	北大東村	72.7%	59.1%	30.0%	27.3%	27.3%	27.3%	27.3%	36.4%
八重山地区	宮古島市	97.5%	97.6%	96.8%	96.4%	95.9%	96.7%	97.1%	96.3%
	多良間村	87.5%	68.8%	14.3%	12.5%	16.7%	20.0%	16.7%	16.7%
	石垣市	92.8%	91.4%	88.1%	80.6%	84.5%	87.5%	90.2%	90.9%
	竹富町	35.9%	29.5%	16.2%	17.2%	13.2%	20.6%	12.1%	30.6%
	与那国町	78.6%	64.7%	26.7%	25.0%	11.8%	28.6%	26.5%	38.2%
県全体		81.2%	78.8%	69.4%	61.6%	63.4%	67.2%	63.7%	72.7%

県全体の平均を上回る割合は下線で表示しているが、市町村別に地元購買率をみると、北部地区では「名護市」、中部地区では「うるま市」、「西原町」、南部地区では「那覇市」、「豊見城市」、宮古・八重山地区では「宮古島市」、「石垣市」のように、各地区ブロックにおいて特定の市町の地元購買率が高くなっている傾向にある。

③ 市町村別地元購買率ランキング（最寄品）

1 飲食料品

市町村名	地元購買率	順位
宮古島市	97.5%	1
名護市	94.9%	2
那覇市	93.0%	3
石垣市	92.8%	4
南大東村	90.9%	5
うるま市	87.7%	6
久米島町	87.5%	7
多良間村	87.5%	8
豊見城市	85.5%	9
県全体	81.2%	
浦添市	79.6%	10
南風原町	79.4%	11
読谷村	79.1%	12
糸満市	79.0%	13
与那国町	78.6%	14
宜野湾市	77.3%	15
本部町	77.3%	16
西原町	74.1%	17
伊江村	73.6%	18
北大東村	72.7%	19
沖縄市	70.4%	20
与那原町	68.6%	21
八重瀬町	68.3%	22
南城市	66.9%	23
北谷町	63.9%	24
座間味村	63.6%	25
栗国村	63.6%	26
金武町	52.9%	27
嘉手納町	52.7%	28
中城村	52.7%	29
渡嘉敷村	50.0%	30
宜野座村	47.1%	31
伊是名村	45.5%	32
北中城村	40.0%	33
渡名喜村	37.5%	34
国頭村	36.7%	35
竹富町	35.9%	36
今帰仁村	34.6%	37
東村	28.6%	38
伊平屋村	28.6%	39
大宜味村	25.0%	40
恩納村	9.3%	41

2 日用品

市町村名	地元購買率	順位
宮古島市	97.6%	1
名護市	95.9%	2
那覇市	92.8%	3
石垣市	91.4%	4
うるま市	86.8%	5
久米島町	85.0%	6
豊見城市	83.7%	7
南風原町	82.0%	8
西原町	79.8%	9
糸満市	78.8%	10
県全体	78.8%	
浦添市	78.0%	11
宜野湾市	74.9%	12
読谷村	74.7%	13
多良間村	68.8%	14
南大東村	66.7%	15
北谷町	66.1%	16
与那国町	64.7%	17
沖縄市	64.6%	18
本部町	63.6%	19
与那原町	59.8%	20
南城市	59.2%	21
北大東村	59.1%	22
八重瀬町	57.5%	23
嘉手納町	56.6%	24
栗国村	54.5%	25
座間味村	45.5%	26
中城村	40.5%	27
伊江村	37.1%	28
金武町	36.2%	29
北中城村	35.9%	30
竹富町	29.5%	31
宜野座村	27.4%	32
伊是名村	27.3%	33
東村	21.4%	34
今帰仁村	19.2%	35
国頭村	19.0%	36
渡嘉敷村	18.2%	37
伊平屋村	14.3%	38
恩納村	2.8%	39
大宜味村	0.0%	40
渡名喜村	0.0%	

3 実用衣料品

市町村名	地元購買率	順位
宮古島市	96.8%	1
名護市	92.7%	2
那覇市	91.8%	3
石垣市	88.1%	4
うるま市	85.6%	5
西原町	79.8%	6
南風原町	78.6%	7
豊見城市	74.6%	8
県全体	69.4%	
糸満市	67.9%	9
浦添市	66.7%	10
宜野湾市	64.3%	11
北谷町	58.9%	12
久米島町	53.7%	13
沖縄市	46.7%	14
嘉手納町	40.0%	15
南城市	37.9%	16
北中城村	36.0%	17
与那原町	30.6%	18
北大東村	30.0%	19
八重瀬町	29.9%	20
読谷村	29.1%	21
南大東村	28.6%	22
与那国町	26.7%	23
座間味村	18.2%	24
竹富町	16.2%	25
伊江村	14.7%	26
東村	14.3%	27
多良間村	14.3%	28
本部町	12.4%	29
伊是名村	9.1%	30
金武町	9.0%	31
中城村	7.6%	32
渡嘉敷村	4.5%	33
国頭村	3.4%	34
恩納村	0.7%	35
大宜味村	0.0%	36
今帰仁村	0.0%	
宜野座村	0.0%	
伊平屋村	0.0%	
栗国村	0.0%	
渡名喜村	0.0%	

- 商業集積度が高いと思われる市町において地元購買率が高い傾向にある。
- 飲食料品では地元購買率が0%となっている市町村がないものの、最寄り性が低くなるにつれて、0%の市町村や、また50%以下の市町村数も多くなっている。

④ 市町村別地元購買率ランキング（買回品）

4ファッション衣料品			5身回品			6文化品			7家具・家電			8贈答用品		
市町村名	地元購買率	順位	市町村名	地元購買率	順位	市町村名	地元購買率	順位	市町村名	地元購買率	順位	市町村名	地元購買率	順位
宮古島市	96.4%	1	宮古島市	95.9%	1	宮古島市	96.7%	1	宮古島市	97.1%	1	宮古島市	96.3%	1
那覇市	89.8%	2	那覇市	91.8%	2	那覇市	90.4%	2	石垣市	90.2%	2	那覇市	92.6%	2
うるま市	81.4%	3	石垣市	84.5%	3	名護市	88.7%	3	那覇市	87.3%	3	名護市	91.4%	3
石垣市	80.6%	4	うるま市	82.0%	4	石垣市	87.5%	4	名護市	83.2%	4	石垣市	90.9%	4
名護市	74.8%	5	西原町	78.0%	5	うるま市	84.2%	5	うるま市	81.5%	5	うるま市	86.5%	5
西原町	73.5%	6	名護市	77.8%	6	豊見城市	75.9%	6	西原町	79.2%	6	豊見城市	80.6%	6
豊見城市	71.4%	7	豊見城市	71.5%	7	西原町	75.9%	7	豊見城市	74.6%	7	西原町	79.4%	7
南風原町	64.1%	8	県全体	63.4%		県全体	67.2%		南風原町	70.5%	8	南風原町	73.3%	8
県全体	61.6%		南風原町	63.1%	8	南風原町	63.1%	8	県全体	63.7%		県全体	72.7%	
浦添市	55.3%	9	浦添市	56.5%	9	宜野湾市	62.4%	9	浦添市	57.1%	9	糸満市	67.5%	9
北谷町	53.1%	10	宜野湾市	53.4%	10	浦添市	60.7%	10	糸満市	56.9%	10	南大東村	66.7%	10
宜野湾市	51.7%	11	北谷町	52.4%	11	糸満市	59.2%	11	宜野湾市	54.3%	11	宜野湾市	64.9%	11
糸満市	46.6%	12	糸満市	50.9%	12	北谷町	57.6%	12	久米島町	51.9%	12	浦添市	64.5%	12
久米島町	44.4%	13	久米島町	46.2%	13	沖縄市	48.0%	13	北谷町	51.6%	13	北谷町	60.1%	13
北中城村	39.4%	14	沖縄市	39.4%	14	嘉手納町	45.9%	14	沖縄市	43.8%	14	久米島町	57.7%	14
沖縄市	37.5%	15	北中城村	38.6%	15	読谷村	42.6%	15	南城市	38.9%	15	沖縄市	56.1%	15
南城市	33.5%	16	南城市	35.9%	16	久米島町	41.7%	16	読谷村	34.5%	16	読谷村	52.8%	16
嘉手納町	28.4%	17	嘉手納町	28.0%	17	北中城村	37.9%	17	嘉手納町	31.2%	17	南城市	49.2%	17
北大東村	27.3%	18	北大東村	27.3%	18	南城市	37.8%	18	北中城村	29.6%	18	嘉手納町	47.1%	18
与那国町	25.0%	19	座間味村	18.2%	19	与那国町	28.6%	19	北大東村	27.3%	19	八重瀬町	44.8%	19
座間味村	18.2%	20	伊江村	17.1%	20	北大東村	27.3%	20	与那国町	26.5%	20	本部町	39.8%	20
竹富町	17.2%	21	読谷村	17.1%	21	与那原町	22.4%	21	座間味村	18.2%	21	与那国町	38.2%	21
伊江村	16.2%	22	多良間村	16.7%	22	竹富町	20.6%	22	多良間村	16.7%	22	伊江村	36.8%	22
読谷村	13.7%	23	竹富町	13.2%	23	多良間村	20.0%	23	金武町	13.1%	23	北大東村	36.4%	23
多良間村	12.5%	24	与那原町	13.2%	24	伊江村	18.8%	24	伊江村	12.1%	24	北中城村	33.0%	24
本部町	12.2%	25	与那国町	11.8%	25	座間味村	18.2%	25	竹富町	12.1%	25	竹富町	30.6%	25
八重瀬町	11.2%	26	本部町	11.4%	26	八重瀬町	16.8%	26	与那原町	11.0%	26	与那原町	27.6%	26
与那原町	11.1%	27	八重瀬町	11.3%	27	伊是名村	15.0%	27	本部町	10.8%	27	粟国村	25.0%	27
国頭村	8.3%	28	金武町	6.3%	28	本部町	14.6%	28	国頭村	7.7%	28	金武町	24.1%	28
金武町	4.6%	29	国頭村	5.4%	29	金武町	9.0%	29	伊是名村	5.6%	29	伊是名村	22.2%	29
渡嘉敷村	4.5%	30	渡嘉敷村	4.5%	30	国頭村	5.6%	30	渡嘉敷村	4.5%	30	中城村	21.9%	30
中城村	3.6%	31	中城村	2.7%	31	渡嘉敷村	4.5%	31	今帰仁村	4.0%	31	座間味村	18.2%	31
大宜味村	0.0%	32	大宜味村	0.0%	32	中城村	2.4%	32	中城村	3.4%	32	国頭村	17.3%	32
東村	0.0%		東村	0.0%		大宜味村	0.0%	33	八重瀬町	3.0%	33	多良間村	16.7%	33
今帰仁村	0.0%		今帰仁村	0.0%		東村	0.0%		大宜味村	0.0%	34	今帰仁村	13.0%	34
恩納村	0.0%		恩納村	0.0%		今帰仁村	0.0%		東村	0.0%		大宜味村	10.0%	35
宜野座村	0.0%		宜野座村	0.0%		恩納村	0.0%		恩納村	0.0%		渡嘉敷村	5.0%	36
伊平屋村	0.0%		伊平屋村	0.0%		宜野座村	0.0%		宜野座村	0.0%		宜野座村	3.3%	37
伊是名村	0.0%		伊是名村	0.0%		伊平屋村	0.0%		伊平屋村	0.0%		恩納村	1.5%	38
粟国村	0.0%		粟国村	0.0%		粟国村	0.0%		粟国村	0.0%		東村	0.0%	39
渡名喜村	0.0%		渡名喜村	0.0%		渡名喜村	0.0%		渡名喜村	0.0%		伊平屋村	0.0%	
南大東村	0.0%		南大東村	0.0%		南大東村	0.0%		南大東村	0.0%		渡名喜村	0.0%	

- 最寄品と同様、商業集積度が高いと思われる市町において地元購買率が高い傾向にある。
- 最寄品と比べ地元購買率が0%となっている村が多く存在し、また50%以下の市町村数も、すべての分類で半数を超えている。

(2) 主な市町村における吸引状況

① 吸引市町村・被吸引市町村の説明等について

列の先頭に記載されている網掛け部分が他市町村から吸引している店舗の所在市町村（以下吸引市町村）であり、その下に連なるものが、被吸引市町村である。

被吸引市町村に表示されている数値は、どれだけの割合のものが吸引市町村に買物に出向しているかを示すものであり、100%であれば当該市町村の全員が、吸引市町村で買物をしているものと考えられる。

ここでは、市町村の吸引状況にするため、自市町村以外に2次圏を持つ市町村のみ抽出して挙げている。

② 北部地区における吸引状況（全品目）

北部地区

1 飲食料品

名護市	金武町
名護市 94.9%	金武町 52.9%
今帰仁村 57.7%	宜野座村 21.4%
国頭村 48.3%	
東村 42.9%	
伊是名村 36.4%	大宜味村
伊平屋村 35.7%	大宜味村 25.0%
本部町 20.7%	東村 14.3%
伊江村 15.3%	

2 日用品

名護市	本部町
名護市 95.9%	本部町 63.6%
大宜味村 93.3%	伊江村 15.7%
今帰仁村 69.2%	今帰仁村 11.5%
国頭村 67.2%	
東村 57.1%	
伊平屋村 42.9%	
伊江村 37.1%	
宜野座村 32.3%	
伊是名村 31.8%	
金武町 5.1%	

3 実用衣料品

名護市
名護市 92.7%
今帰仁村 84.0%
大宜味村 80.0%
本部町 77.6%
伊江村 73.5%
東村 71.4%
国頭村 70.7%
伊平屋村 28.6%
伊是名村 27.3%
金武町 5.2%

4 ファッション衣料品

名護市	本部町
東村 78.6%	本部町 12.2%
名護市 74.8%	粟国村 11.1%
大宜味村 73.5%	伊平屋村 7.1%
伊江村 61.8%	
本部町 61.7%	
今帰仁村 58.3%	
国頭村 46.7%	
伊是名村 30.0%	
宜野座村 28.3%	
伊平屋村 14.3%	

5 身回り品

名護市	本部町
東村 85.7%	本部町 11.4%
名護市 77.8%	粟国村 11.1%
大宜味村 76.5%	伊平屋村 7.1%
本部町 65.9%	
伊江村 62.9%	伊江村
今帰仁村 56.0%	伊江村 17.1%
国頭村 50.0%	伊是名村 10%
宜野座村 37.5%	東村 7.1%
伊平屋村 28.6%	宜野座村 5.4%
伊是名村 25.0%	
金武町 5.5%	

6 文化品

名護市	本部町
名護市 88.7%	本部町 14.6%
大宜味村 86.7%	与那国町 14.3%
東村 85.7%	粟国村 10.0%
今帰仁村 79.2%	伊平屋村 7.1%
伊江村 75.0%	
本部町 73.2%	
国頭村 57.4%	
宜野座村 46.4%	
伊平屋村 42.9%	
伊是名村 25.0%	
金武町 7.4%	

7 家具・家電

名護市	本部町
大宜味村 88.5%	粟国村 11.1%
東村 85.7%	本部町 10.8%
今帰仁村 84.0%	伊平屋村 7.1%
名護市 83.2%	
伊江村 80.3%	金武町
本部町 69.9%	伊平屋村 14.3%
国頭村 59.6%	金武町 13.1%
宜野座村 46.8%	
伊平屋村 35.7%	
伊是名村 33.3%	
金武町 7.4%	

8 贈答用品

名護市	本部町
名護市 91.4%	本部町 39.8%
大宜味村 90.0%	今帰仁村 13.0%
東村 85.7%	伊平屋村 8.3%
国頭村 61.5%	
伊江村 58.8%	金武町
今帰仁村 52.2%	金武町 24.1%
本部町 50.6%	粟国村 10.0%
伊是名村 33.3%	宜野座村 8.3%
宜野座村 31.7%	
伊平屋村 25.0%	
金武町 6.0%	

北部地区においては、どの品目においても「名護市」が吸引市町村となっており、次いで「本部町」や「金武町」が見られる。

被吸引市町村も北部地区であり、地区内での吸引状況となっており、後述する他の地区と比べて、特定市町村への集中度合いが非常に高くなっている。

③ 中部地区における吸引状況（飲食料品～ファッション衣料品）

1 飲食料品

沖縄市	うるま市	宜野湾市
沖縄市 70.4%	うるま市 87.7%	宜野湾市 77.3%
北中城村 21.7%	恩納村 58.0%	北中城村 18.3%
国頭村 5.0%	金武町 29.3%	北谷町 11.3%
	伊平屋村 28.6%	中城村 10.7%
	沖縄市 16.1%	
	北谷町 13.4%	
	北中城村 5.4%	

西原町	北谷町	読谷村
西原町 74.1%	北谷町 63.9%	読谷村 79.1%
中城村 19.0%	嘉手納町 12.9%	嘉手納町 16.1%
与那原町 9.9%	東村 7.1%	恩納村 14.0%

2 日用品

沖縄市	うるま市	宜野湾市
沖縄市 64.6%	うるま市 86.8%	宜野湾市 74.9%
北中城村 20.1%	恩納村 65.3%	北中城村 15.0%
大宜味村 6.7%	金武町 41.3%	北谷町 10.5%
宜野座村 6.5%	伊平屋村 28.6%	中城村 8.9%
金武町 5.1%	沖縄市 21.1%	
	宜野座村 16.1%	
	北谷町 13.4%	

西原町	北谷町	読谷村
西原町 79.8%	北谷町 66.1%	読谷村 74.7%
中城村 28.9%	東村 14.3%	恩納村 11.8%
与那原町 13.6%	嘉手納町 9.3%	嘉手納町 11.0%
	北中城村 6.4%	

3 実用衣料品

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 46.7%	うるま市 85.6%	宜野湾市 64.3%	北中城村 36.0%
北中城村 12.7%	恩納村 59.2%	北中城村 14.5%	中城村 14.2%
恩納村 12.7%	金武町 53.7%	北谷町 13.4%	
宜野座村 11.7%	沖縄市 34.4%	伊是名村 9.1%	
嘉手納町 9.4%	読谷村 29.6%	中城村 7.0%	
座間味村 9.1%	伊平屋村 28.6%		
金武町 7.5%	宜野座村 16.7%		
読谷村 6.8%	北中城村 16.2%		
大宜味村 6.7%	北谷町 13.7%		
	嘉手納町 10.0%		
	中城村 8.9%		

西原町	北谷町
西原町 79.8%	北谷町 58.9%
中城村 39.7%	嘉手納町 16.7%
与那原町 30.6%	読谷村 14.7%
南城市 9.0%	恩納村 7.7%
	宜野湾市 7.5%
	北中城村 6.6%

4 ファッション衣料品

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 37.5%	うるま市 81.4%	宜野湾市 51.7%	北中城村 39.4%
恩納村 19.9%	金武町 48.5%	北谷町 11.8%	中城村 14.9%
宜野座村 13.3%	恩納村 38.4%	伊是名村 10.0%	久米島町 13.0%
北中城村 11.5%	沖縄市 33.1%	北中城村 9.7%	沖縄市 13.0%
読谷村 9.1%	読谷村 29.6%	中城村 6.3%	今帰仁村 12.5%
座間味村 9.1%	伊平屋村 28.6%		北谷町 11.0%
嘉手納町 6.8%	宜野座村 26.7%		伊是名村 10.0%
金武町 6.2%	北中城村 13.7%		読谷村 9.6%
大宜味村 5.9%	北谷町 13.4%		嘉手納町 9.1%
中城村 5.6%	嘉手納町 10.2%		伊平屋村 7.1%
	中城村 9.3%		金武町 6.9%
			宜野湾市 5.8%
			本部町 5.6%
			国頭村 5.0%

西原町	北谷町
西原町 73.5%	北谷町 53.1%
中城村 35.4%	嘉手納町 21.0%
与那原町 34.2%	読谷村 16.5%
南城市 8.5%	恩納村 9.6%
伊是名村 5.0%	北中城村 7.5%
	宜野湾市 7.1%
	大宜味村 5.9%

中部地区の飲食料品、日用品、実用衣料品、ファッション衣料品の吸引状況について、「うるま市」の吸引が目立っており、他に「沖縄市」、「北谷町」、「西原町」、「宜野湾市」が見られる。

特徴的なものとしては、飲食料品や日用品では吸引市町村となっていなかった「北中城村」が、実用衣料品およびファッション衣料品で、吸引市町村となっているもので、とりわけファッション衣料品について顕著となっている。

中部地区においては、北部や南部エリアの市町村を吸引している状況も見られ、特に買回性が高いファッション衣料品については、国頭村や大宜味村、金武町、恩納村などからの吸引が散見される。

地区内の集中度合いは北部よりも穏やかであり、規模の差はあるものの地区内のほとんどの市町村が吸引市町村にもなるなど、比較的分散的な吸引状況となっている。

④ 中部地区における吸引状況（身回品～贈答用品）

5身回品

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 39.4%	うるま市 82.0%	宜野湾市 53.4%	北中城村 38.6%
恩納村 17.1%	金武町 48.4%	北谷町 10.8%	中城村 16.6%
北中城村 11.8%	沖縄市 32.5%	北中城村 8.3%	北谷町 12.4%
金武町 10.2%	読谷村 28.0%	伊是名村 5.0%	沖縄市 12.1%
読谷村 9.5%	宜野座村 23.2%		嘉手納町 10.7%
座間味村 9.1%	北中城村 14.5%		読谷村 10.4%
嘉手納町 7.7%	伊平屋村 14.3%		北大東村 9.1%
伊江村 7.1%	嘉手納町 13.7%		伊平屋村 7.1%
うるま市 5.6%	北谷町 12.6%		宜野湾市 6.0%
	中城村 10.5%		大宜味村 5.9%
	東村 7.1%		国頭村 5.4%
			本部町 5.1%
			伊是名村 5.0%

西原町	北谷町
西原町 78.0%	北谷町 52.4%
中城村 30.7%	嘉手納町 16.1%
与那原町 30.7%	読谷村 15.4%
南城市 7.2%	恩納村 9.3%
伊是名村 5.0%	北中城村 7.9%
	宜野湾市 6.6%
	大宜味村 5.9%

7家具・家電

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 43.8%	うるま市 81.5%	宜野湾市 54.3%	北中城村 29.6%
金武町 16.4%	恩納村 54.9%	北谷町 15.3%	粟国村 16.7%
北中城村 14.2%	金武町 37.7%	北中城村 11.1%	久米島町 13.5%
恩納村 14.1%	沖縄市 36.8%	伊是名村 5.6%	中城村 10.4%
うるま市 9.4%	宜野座村 17.7%		北谷町 9.0%
嘉手納町 9.4%	中城村 17.1%		宜野座村 8.1%
座間味村 9.1%	北谷町 14.6%		伊平屋村 7.1%
中城村 8.4%	伊平屋村 14.3%		沖縄市 6.7%
本部町 7.2%	嘉手納町 12.9%		伊是名村 5.6%
	国頭村 11.5%		宜野湾市 5.2%
	東村 7.1%		

西原町	北谷町
西原町 79.2%	北谷町 51.6%
中城村 36.2%	読谷村 12.5%
与那原町 25.2%	恩納村 9.9%
南城市 8.5%	嘉手納町 9.4%
	宜野湾市 6.0%
	北中城村 5.8%
	伊是名村 5.6%

6文化品

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 48.0%	うるま市 84.2%	宜野湾市 62.4%	北中城村 37.9%
北中城村 17.0%	恩納村 55.3%	中城村 13.4%	久米島町 14.6%
東村 14.3%	沖縄市 30.0%	北中城村 11.2%	粟国村 10.0%
金武町 13.1%	宜野座村 21.4%		北大東村 9.1%
恩納村 12.9%	読谷村 19.9%		北谷町 8.9%
座間味村 9.1%	伊平屋村 14.3%		沖縄市 8.3%
宜野座村 7.1%	中城村 13.0%		伊平屋村 7.1%
読谷村 6.9%	北谷町 12.6%		嘉手納町 7.0%
嘉手納町 6.4%	北中城村 11.6%		伊是名村 5.0%
中城村 5.5%	嘉手納町 9.9%		
うるま市 5.2%			

西原町	北谷町
西原町 75.9%	北谷町 57.6%
中城村 34.2%	恩納村 13.6%
与那原町 20.6%	嘉手納町 11.6%
南城市 5.9%	読谷村 9.3%
伊是名村 5.0%	宜野湾市 7.2%
	北中城村 5.8%

8贈答用品

沖縄市	うるま市	宜野湾市	北中城村
沖縄市 56.1%	うるま市 86.5%	宜野湾市 64.9%	北中城村 33.0%
北中城村 14.3%	恩納村 49.3%	北中城村 15.2%	久米島町 13.5%
恩納村 11.2%	金武町 34.5%	北谷町 12.2%	中城村 10.4%
渡嘉敷村 10.0%	沖縄市 21.5%	中城村 8.7%	粟国村 10.0%
宜野座村 8.3%	読谷村 16.0%		沖縄市 7.9%
読谷村 6.4%	東村 14.3%		北谷町 6.9%
嘉手納町 5.8%	北中城村 13.4%		嘉手納町 5.2%
	北谷町 13.0%		宜野座村 5.0%
	嘉手納町 10.5%		
	中城村 5.2%		

西原町	北谷町
西原町 79.4%	北谷町 60.1%
中城村 30.9%	恩納村 14.2%
与那原町 24.8%	読谷村 8.6%
南城市 7.1%	嘉手納町 8.1%
	北中城村 8.0%
	宜野湾市 5.7%
	伊是名村 5.6%

中部地区の身回品、文化品、家具・家電、贈答用品の吸引状況について、先述した品目と同様に「うるま市」の吸引が最も目立っているが、買回性の高い品目であることもあり、「北中城村」の吸引も多くなっている。その他、「沖縄市」、「北谷町」、「宜野湾市」が見られる。

地区内の集中度合いは、先述と同様である。

⑤ 南部地区における吸引状況（全品目）

1 飲食料品

那覇市	豊見城市	与那原町	南風原町
那覇市 93.0%	豊見城市 85.5%	与那原町 68.6%	南風原町 79.4%
渡嘉敷村 40.9%	渡名喜村 18.8%	西原町 14.3%	八重瀬町 13.7%
渡名喜村 31.3%	糸満市 9.5%	南城市 5.4%	南城市 9.7%
座間味村 27.3%		与那原町 8.4%	
粟国村 18.2%			
浦添市 13.1%			

2 日用品

那覇市	浦添市	豊見城市	南風原町
那覇市 92.8%	浦添市 16.2%	豊見城市 83.7%	南風原町 82.0%
渡嘉敷村 72.7%	伊平屋村 14.3%	渡名喜村 18.8%	八重瀬町 18.7%
渡名喜村 68.8%	北大東村 13.6%	糸満市 9.0%	南城市 12.0%
座間味村 40.9%	与那国町 8.8%		与那原町 11.0%
粟国村 22.7%	豊見城市 6.5%		
南大東村 22.2%	国頭村 5.2%		
伊是名村 18.2%	糸満市 5.1%		

3 実用衣料品

那覇市	糸満市	豊見城市
那覇市 91.8%	糸満市 14.3%	豊見城市 74.6%
渡嘉敷村 81.8%	多良間村 14.3%	渡名喜村 18.8%
座間味村 68.2%	八重瀬町 13.7%	
南大東村 57.1%	豊見城市 11.7%	南風原町 78.6%
北大東村 45.0%	南城市 11.3%	八重瀬町 24.0%
伊是名村 31.8%	南風原町 9.3%	与那原町 22.2%
伊平屋村 28.6%	与那原町 8.3%	南城市 18.9%
久米島町 27.8%	宜野湾市 6.3%	豊見城市 6.4%
浦添市 24.7%	西原町 5.8%	
与那国町 20.0%	宜野座村 5.0%	

4 ファッション衣料品

那覇市	豊見城市	南風原町
那覇市 89.8%	与那原町 17.5%	豊見城市 71.4%
渡嘉敷村 81.8%	宜野湾市 16.8%	八重瀬町 24.4%
粟国村 66.7%	豊見城市 15.8%	糸満市 9.9%
座間味村 63.6%	大宜味村 14.7%	宜野座村 5.0%
北大東村 45.5%	本部町 13.3%	豊見城市 6.8%
伊平屋村 35.7%	中城村 12.9%	
浦添市 35.2%	金武町 12.3%	
伊是名村 35.0%	石垣市 9.7%	
糸満市 33.3%	嘉手納町 9.7%	
八重瀬町 30.7%	西原町 9.5%	
久米島町 29.6%	読谷村 8.9%	
国頭村 26.7%	恩納村 8.9%	
与那国町 21.9%	伊江村 8.8%	
今帰仁村 20.8%	北中城村 7.5%	
南城市 19.7%	東村 7.1%	
	沖繩市 5.0%	

久米島町
久米島町 44.4%
多良間村 12.5%
南大東村 6.3%

5 身用品

那覇市	南城市	豊見城市
那覇市 91.8%	南城市 20.3%	豊見城市 71.5%
渡嘉敷村 81.8%	与那原町 19.3%	八重瀬町 14.8%
渡名喜村 81.3%	与那国町 17.6%	渡名喜村 12.5%
南大東村 80.0%	豊見城市 17.3%	糸満市 11.2%
粟国村 72.2%	宜野湾市 15.9%	北大東村 9.1%
座間味村 63.6%	中城村 13.9%	伊是名村 5.0%
伊是名村 40.0%	宜野座村 10.7%	
伊平屋村 35.7%	恩納村 10.0%	南風原町 63.1%
浦添市 33.9%	本部町 9.1%	南風原町 63.1%
多良間村 33.3%	大宜味村 8.8%	与那原町 24.1%
北大東村 31.8%	名護市 8.7%	八重瀬町 20.9%
八重瀬町 30.8%	嘉手納町 8.3%	南城市 14.3%
久米島町 30.8%	読谷村 8.3%	座間味村 9.1%
糸満市 29.1%	西原町 7.8%	豊見城市 6.0%
今帰仁村 28.0%	北中城村 7.5%	
南風原町 23.4%	石垣市 7.2%	
国頭村 21.4%	金武町 5.5%	

6 文化用品

那覇市	今帰仁村	豊見城市	南風原町
那覇市 90.4%	今帰仁村 16.7%	豊見城市 75.9%	南風原町 63.1%
南大東村 85.7%	糸満市 16.0%	八重瀬町 17.7%	与那原町 20.6%
渡嘉敷村 81.8%	豊見城市 13.1%	糸満市 16.2%	八重瀬町 14.9%
渡名喜村 81.3%	宜野湾市 9.5%	渡名喜村 12.5%	南城市 12.7%
粟国村 65.0%	西原町 9.0%	南風原町 7.1%	座間味村 9.1%
座間味村 63.6%	宜野座村 8.9%	伊是名村 5.0%	豊見城市 5.7%
北大東村 40.9%	中城村 8.6%		
伊是名村 35.0%	伊平屋村 7.1%		
久米島町 33.3%	北中城村 6.3%	糸満市 59.2%	
浦添市 30.5%	本部町 5.5%	八重瀬町 18.3%	
八重瀬町 21.7%			
南風原町 20.7%			
多良間村 20.0%			
南城市 19.6%			
国頭村 18.5%			
与那原町 18.2%			
与那国町 17.9%			

7 家具・家電

那覇市	浦添市	豊見城市
那覇市 87.3%	多良間村 16.7%	浦添市 57.1%
渡嘉敷村 77.3%	南城市 15.9%	伊平屋村 14.3%
渡名喜村 68.8%	豊見城市 15.5%	宜野湾市 11.7%
南大東村 66.7%	南風原町 13.8%	渡名喜村 25.0%
座間味村 63.6%	国頭村 13.5%	糸満市 21.5%
粟国村 55.6%	与那原町 13.3%	南大東村 16.7%
北大東村 50.0%	糸満市 12.8%	伊是名村 5.6%
伊是名村 33.3%	中城村 10.1%	南風原町 5.2%
浦添市 30.4%	宜野湾市 9.3%	
久米島町 23.1%	今帰仁村 8.0%	
与那国町 20.6%	伊平屋村 7.1%	
八重瀬町 19.5%	宜野座村 6.5%	

8 贈答用品

那覇市	浦添市	南風原町
那覇市 92.6%	多良間村 16.7%	浦添市 64.5%
渡嘉敷村 85.0%	南風原町 15.2%	伊平屋村 16.7%
座間味村 63.6%	与那国町 14.7%	渡名喜村 8.3%
渡名喜村 58.3%	南城市 14.4%	宜野湾市 5.7%
粟国村 50.0%	国頭村 13.5%	伊是名村 5.6%
北大東村 40.9%	豊見城市 12.5%	
浦添市 28.5%	与那原町 12.0%	豊見城市 80.6%
伊是名村 27.8%	南大東村 11.1%	豊見城市 80.6%
伊平屋村 25.0%	宜野湾市 10.5%	渡名喜村 25.0%
八重瀬町 20.3%	中城村 10.1%	南大東村 11.1%
久米島町 19.2%	宜野座村 10.0%	糸満市 7.8%
今帰仁村 17.4%	西原町 7.7%	伊是名村 5.6%
糸満市 16.9%	恩納村 7.5%	
	金武町 6.9%	

南部地区においては、どの品目においても「那覇市」が非常に強力な吸引市町村となっており、次いで「豊見城市」や「南風原町」「浦添市」が見られる。

被吸引市町村には中部地区だけでなく北部地区からの吸引もある点から「那覇市」の吸引力の高さがうかがえる。

「那覇市」の吸引力により、特定市町村への集中度合いは、中部地区と比較して高くなっているが、北部地区と比較して市部が多いこと、商業集積が進んでいることから、エリア内の市町村のうち、吸引力の高い市町村数は北部地区よりも若干多くなっている。

⑥ 宮古・八重山地区における吸引状況（全品目）

1 飲食料品

宮古島市		石垣市	
宮古島市	97.5%	石垣市	92.8%
多良間村	6.3%	竹富町	62.8%

2 日用品

宮古島市		石垣市	
宮古島市	97.6%	石垣市	91.4%
多良間村	31.3%	竹富町	67.9%
		与那国町	14.7%

3 実用衣料品

宮古島市		石垣市		竹富町	
宮古島市	96.8%	石垣市	88.1%	竹富町	16.2%
多良間村	71.4%	竹富町	82.4%	与那国町	13.3%
		与那国町	30.0%		

4 ファッション衣料品

宮古島市		石垣市	
宮古島市	96.4%	石垣市	80.6%
多良間村	50.0%	竹富町	78.1%
		与那国町	34.4%

5 身の回り品

宮古島市		石垣市		竹富町	
宮古島市	95.9%	石垣市	84.5%	与那国町	14.7%
多良間村	50.0%	竹富町	79.4%	竹富町	13.2%
		与那国町	32.4%		

6 文化用品

宮古島市		竹富町	
宮古島市	96.7%	竹富町	20.6%
多良間村	60.0%	与那国町	14.3%

7 家具・家電

宮古島市		石垣市	
宮古島市	97.1%	石垣市	90.2%
多良間村	50.0%	竹富町	84.8%
		与那国町	29.4%

8 贈答用品

宮古島市		石垣市	
宮古島市	96.3%	石垣市	90.9%
多良間村	50.0%	竹富町	69.4%
		与那国町	26.5%

石垣市	
石垣市	87.5%
竹富町	73.5%
与那国町	21.4%

宮古・八重山地区においては、離島である地理的・物理的要因が影響し、「宮古島市」「石垣市」が吸引市町村となり、非常に高い割合で吸引している状況にある。

被吸引市町村も宮古・八重山地区であり、「宮古島市」においては「多良間村」が、「石垣市」においては「竹富町」や「与那国町」などと吸引市町村と被吸引市町村の構造が非常に強固なものとなっている。

3. 消費者の購買行動(購買店舗)

(1) 主に買物する店舗の種類

① 飲食料品、日用品、実用衣料品、ファッション衣料品

飲食料品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=15467)	北部地区 (n=1193)	中部地区 (n=5382)	南部地区 (n=7584)	宮古・八重山地区 (n=1184)	市部 (n=11886)	町部 (n=2082)	村部 (n=1375)
ショッピングセンター・百貨店	24.6%	24.2%	32.3%	21.9%	5.8%	24.2%	28.2%	20.8%
スーパーマーケット	62.3%	57.8%	60.0%	64.6%	63.9%	62.8%	61.0%	61.2%
専門チェーン店	1.7%	2.3%	1.2%	1.3%	5.5%	1.6%	1.6%	2.3%
コンビニエンスストア	4.2%	4.4%	3.5%	4.0%	7.6%	4.2%	4.1%	3.6%
一般のお店・個人商店	5.3%	8.0%	1.7%	6.3%	12.8%	5.3%	3.2%	9.0%
無店舗販売（通信販売等）	1.9%	3.4%	1.3%	1.8%	4.4%	1.8%	1.9%	3.2%

日用品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=14752)	北部地区 (n=1122)	中部地区 (n=4950)	南部地区 (n=7459)	宮古・八重山地区 (n=1098)	市部 (n=11386)	町部 (n=1930)	村部 (n=1313)
ショッピングセンター・百貨店	36.0%	37.7%	45.4%	33.2%	9.5%	35.0%	39.9%	37.2%
スーパーマーケット	34.5%	26.3%	29.9%	39.0%	34.0%	35.3%	31.8%	31.8%
専門チェーン店	20.6%	26.6%	20.9%	17.3%	36.1%	20.5%	20.8%	21.6%
コンビニエンスストア	2.4%	1.1%	1.3%	2.5%	8.7%	2.7%	1.5%	1.4%
一般のお店・個人商店	3.8%	5.2%	0.9%	4.9%	7.2%	3.8%	2.8%	5.0%
無店舗販売（通信販売等）	2.7%	3.1%	1.6%	3.1%	4.6%	2.6%	3.2%	3.0%

実用衣料品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=14053)	北部地区 (n=1114)	中部地区 (n=4748)	南部地区 (n=6998)	宮古・八重山地区 (n=1073)	市部 (n=10758)	町部 (n=1885)	村部 (n=1290)
ショッピングセンター・百貨店	65.6%	69.5%	74.2%	65.4%	24.3%	63.9%	70.2%	73.1%
スーパーマーケット	13.9%	11.7%	12.1%	13.7%	24.6%	14.3%	13.2%	10.7%
専門チェーン店	13.1%	10.4%	9.5%	13.5%	29.8%	14.4%	8.8%	9.1%
コンビニエンスストア	0.9%	0.3%	0.3%	0.8%	4.9%	1.1%	0.6%	0.1%
一般のお店・個人商店	2.4%	2.3%	1.4%	2.5%	6.5%	2.5%	2.4%	1.8%
無店舗販売（通信販売等）	4.2%	5.8%	2.5%	4.2%	9.8%	3.9%	4.8%	5.2%

ファッション衣料品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=14162)	北部地区 (n=1142)	中部地区 (n=4889)	南部地区 (n=6862)	宮古・八重山地区 (n=1142)	市部 (n=10842)	町部 (n=1916)	村部 (n=1277)
ショッピングセンター・百貨店	69.5%	69.7%	74.8%	72.6%	27.2%	67.7%	74.1%	77.0%
スーパーマーケット	6.4%	5.3%	5.0%	5.9%	16.3%	6.7%	6.1%	4.6%
専門チェーン店	15.1%	16.0%	13.2%	14.1%	28.9%	16.6%	10.4%	10.0%
コンビニエンスストア	0.8%	0.2%	0.5%	0.4%	4.7%	0.9%	0.4%	0.1%
一般のお店・個人商店	3.0%	2.1%	2.7%	2.4%	8.8%	3.1%	2.7%	2.2%
無店舗販売（通信販売等）	5.2%	6.7%	3.8%	4.6%	14.0%	5.0%	6.4%	6.1%

県全体で主に買物する店舗の種類をみると、飲食料品では「スーパーマーケット（以下スーパー）」が 62.3%と非常に高く、日用品では「ショッピングセンター・百貨店（以下ＳＣ）」と「スーパー」が 35%前後の同水準となっている。

実用衣料品及びファッション衣料品では共に「ＳＣ」が 70%弱という高い値となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、飲食料品においては、宮古・八重山地区で「ＳＣ」が低い一方で、「一般のお店・個人商店（以下個人商店等）」の割合が高くなっており、日用品では「ＳＣ」が同様に低い一方で「専門チェーン店」の割合が高くなっている。実用衣料品及びファッション衣料品では、宮古・八重山地区において共に「ＳＣ」が低い分を、「スーパー」や「専門チェーン」が分かち合っているような割合となっている。

市・町・村部別にみると、飲食料品及び日用品に特徴的な差異は見られないが、実用衣料品及びファッション衣料品では、村部が「ＳＣ」の割合が最も高く、市部で最も低くなっている。

② 身回品、文化品、家具・家電、贈答用品

身回品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=13726)	北部地区 (n=1106)	中部地区 (n=4731)	南部地区 (n=6670)	宮古・八重山地区 (n=1098)	市部 (n=10545)	町部 (n=1827)	村部 (n=1233)
ショッピングセンター・百貨店	64.2%	64.1%	70.8%	66.9%	19.0%	62.4%	69.0%	72.2%
スーパーマーケット	6.1%	4.3%	4.8%	5.9%	15.3%	6.4%	6.0%	4.2%
専門チェーン店	22.1%	23.3%	19.1%	21.0%	41.1%	23.7%	17.1%	16.4%
コンビニエンスストア	0.9%	0.4%	0.6%	0.4%	4.8%	1.0%	0.3%	0.1%
一般のお店・個人商店	2.3%	1.8%	1.6%	1.9%	8.4%	2.4%	1.9%	1.5%
無店舗販売（通信販売等）	4.4%	6.1%	3.2%	3.9%	11.4%	4.1%	5.7%	5.6%

文化品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=13166)	北部地区 (n=1061)	中部地区 (n=4557)	南部地区 (n=6371)	宮古・八重山地区 (n=1062)	市部 (n=10084)	町部 (n=1758)	村部 (n=1209)
ショッピングセンター・百貨店	52.0%	53.0%	55.9%	55.6%	12.3%	50.8%	59.4%	51.1%
スーパーマーケット	6.1%	5.1%	5.1%	5.8%	13.4%	6.4%	5.3%	4.7%
専門チェーン店	33.3%	33.9%	33.5%	31.1%	45.3%	34.5%	25.0%	36.0%
コンビニエンスストア	1.1%	0.6%	0.7%	0.8%	5.4%	1.3%	0.7%	0.1%
一般のお店・個人商店	2.7%	2.5%	1.6%	2.3%	10.7%	2.7%	3.2%	2.4%
無店舗販売（通信販売等）	4.7%	4.9%	3.2%	4.4%	12.9%	4.3%	6.3%	5.7%

家具・家電

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=13203)	北部地区 (n=1075)	中部地区 (n=4716)	南部地区 (n=6234)	宮古・八重山地区 (n=1069)	市部 (n=10088)	町部 (n=1794)	村部 (n=1212)
ショッピングセンター・百貨店	41.5%	38.3%	46.3%	44.0%	7.4%	39.3%	50.1%	46.1%
スーパーマーケット	4.9%	3.1%	4.1%	4.7%	11.3%	5.0%	4.8%	3.5%
専門チェーン店	46.6%	50.0%	45.5%	45.2%	57.5%	48.9%	35.7%	44.6%
コンビニエンスストア	1.1%	0.4%	0.8%	0.8%	5.1%	1.3%	0.5%	0.2%
一般のお店・個人商店	2.6%	3.2%	1.6%	2.4%	7.4%	2.4%	4.2%	1.2%
無店舗販売（通信販売等）	3.4%	5.1%	1.8%	2.9%	11.3%	3.0%	4.6%	4.2%

贈答用品

主に買物する店舗の種類	県全体 (n=14035)	北部地区 (n=1072)	中部地区 (n=4937)	南部地区 (n=6834)	宮古・八重山地区 (n=1079)	市部 (n=10849)	町部 (n=1844)	村部 (n=1229)
ショッピングセンター・百貨店	55.3%	56.6%	61.8%	56.2%	17.5%	54.6%	60.4%	53.3%
スーパーマーケット	30.2%	24.8%	28.4%	31.4%	37.5%	31.1%	26.8%	28.3%
専門チェーン店	6.1%	6.1%	5.0%	5.3%	16.0%	6.4%	3.9%	6.3%
コンビニエンスストア	0.7%	0.2%	0.4%	0.4%	4.8%	0.8%	0.4%	0.2%
一般のお店・個人商店	2.5%	4.4%	1.4%	2.1%	8.7%	2.4%	2.0%	4.3%
無店舗販売（通信販売等）	5.1%	7.9%	3.0%	4.7%	15.4%	4.6%	6.6%	7.5%

県全体で主に買物する店舗の種類をみると、身回品では「ＳＣ」が64.2%と非常に高く、文化品では「ＳＣ」が52.0%と高いものの「専門チェーン店」も33.3%と大きな割合を占めている。家具・家電については「専門チェーン店」が「ＳＣ」を上回っているものの、ほぼ同程度となっている。贈答用品は「ＳＣ」が55.3%と高いものの「スーパー」も30.2%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、どの品目においても宮古・八重山地区で「ＳＣ」が比較的低くっており、その分だけ他の店舗種類の利用が増えている状況にある。市・町・村部別にみると、身回り品において「ＳＣ」は村部が最も高く、市部で最も低い一方で、「専門チェーン」は市部が最も高く、村部が最も低くなる傾向にある。

(2) 買物店舗選択理由

① 飲食料品、日用品、実用衣料品、ファッション衣料品

飲食料品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=38350)	北部地区 (n=2692)	中部地区 (n=13763)	南部地区 (n=18992)	宮古・八重山地区 (n=2557)	市部 (n=29981)	町部 (n=4858)	村部 (n=3165)
品揃えが充実している	27.2%	27.2%	27.7%	27.2%	24.5%	27.4%	27.6%	25.0%
商品の品質・鮮度がいい	14.0%	15.1%	12.8%	14.8%	13.5%	14.3%	13.0%	13.4%
店員の対応がいい	1.7%	2.1%	1.4%	1.7%	2.8%	1.7%	1.5%	1.8%
店の雰囲気がいい	1.8%	1.7%	1.6%	1.7%	3.6%	1.9%	1.2%	1.6%
値段が安い	11.6%	11.7%	11.2%	11.5%	14.3%	11.9%	10.0%	10.7%
場所が便利	17.7%	16.4%	18.4%	17.7%	16.1%	17.2%	19.6%	19.9%
駐車場がある	13.5%	10.7%	15.1%	13.4%	9.5%	13.8%	12.9%	12.4%
営業時間が長い	2.7%	3.6%	2.9%	2.3%	3.9%	2.5%	3.9%	3.0%
クレジットカード・電子マネーが使える	4.2%	4.7%	3.4%	4.5%	5.9%	4.0%	4.6%	5.2%
周囲に様々な店舗が集まっている	0.9%	1.5%	0.8%	1.0%	0.8%	0.8%	1.3%	1.6%
ポイントや会員特典が充実している	4.7%	5.2%	4.8%	4.3%	5.0%	4.5%	4.5%	5.4%

日用品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=33537)	北部地区 (n=2414)	中部地区 (n=11977)	南部地区 (n=16664)	宮古・八重山地区 (n=2175)	市部 (n=26251)	町部 (n=4136)	村部 (n=2843)
品揃えが充実している	30.7%	32.7%	30.6%	31.0%	26.0%	30.8%	30.6%	29.3%
商品の品質・鮮度がいい	6.8%	7.5%	6.5%	6.7%	7.8%	6.9%	6.5%	5.8%
店員の対応がいい	2.3%	2.7%	1.6%	2.6%	3.7%	2.4%	1.7%	1.9%
店の雰囲気がいい	2.3%	2.7%	2.0%	2.3%	3.8%	2.5%	1.6%	1.8%
値段が安い	12.2%	13.1%	12.3%	11.6%	15.3%	12.3%	10.6%	13.4%
場所が便利	17.5%	14.4%	17.8%	17.9%	17.4%	17.1%	20.4%	17.7%
駐車場がある	14.6%	12.1%	16.3%	14.5%	9.1%	14.9%	13.7%	13.4%
営業時間が長い	2.7%	3.5%	2.5%	2.6%	3.3%	2.5%	4.1%	2.3%
クレジットカード・電子マネーが使える	4.6%	4.6%	3.9%	4.9%	6.2%	4.4%	4.8%	6.1%
周囲に様々な店舗が集まっている	1.2%	2.3%	1.0%	1.1%	1.1%	1.0%	1.5%	2.4%
ポイントや会員特典が充実している	5.2%	4.4%	5.5%	4.8%	6.4%	5.1%	4.6%	6.0%

実用衣料品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=31094)	北部地区 (n=2273)	中部地区 (n=11004)	南部地区 (n=15555)	宮古・八重山地区 (n=1976)	市部 (n=24131)	町部 (n=3904)	村部 (n=2773)
品揃えが充実している	33.2%	36.5%	33.0%	33.5%	27.5%	32.9%	34.2%	34.1%
商品の品質・鮮度がいい	6.2%	5.6%	6.2%	6.2%	7.1%	6.4%	5.6%	5.4%
店員の対応がいい	2.4%	2.4%	1.7%	2.8%	2.9%	2.6%	1.4%	1.6%
店の雰囲気がいい	2.6%	2.2%	2.2%	2.7%	3.9%	2.7%	2.0%	2.3%
値段が安い	11.4%	13.1%	11.0%	10.7%	17.8%	11.6%	10.0%	12.5%
場所が便利	14.9%	11.9%	15.3%	15.2%	14.8%	15.0%	16.8%	12.2%
駐車場がある	15.0%	11.6%	17.0%	14.9%	9.4%	15.3%	14.3%	13.9%
営業時間が長い	2.6%	2.9%	2.2%	2.9%	2.3%	2.5%	3.7%	1.9%
クレジットカード・電子マネーが使える	4.7%	5.7%	4.1%	4.8%	6.4%	4.4%	4.8%	7.0%
周囲に様々な店舗が集まっている	2.1%	3.2%	2.0%	2.0%	1.8%	1.8%	2.7%	3.8%
ポイントや会員特典が充実している	4.9%	4.9%	5.4%	4.4%	6.0%	4.9%	4.5%	5.3%

ファッション衣料品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=32078)	北部地区 (n=2462)	中部地区 (n=11816)	南部地区 (n=15316)	宮古・八重山地区 (n=2197)	市部 (n=24847)	町部 (n=4078)	村部 (n=2866)
品揃えが充実している	33.6%	36.9%	33.6%	33.8%	28.6%	33.0%	35.0%	37.0%
商品の品質・鮮度がいい	7.0%	7.4%	7.3%	6.8%	6.8%	7.1%	7.3%	6.1%
店員の対応がいい	2.7%	3.3%	2.2%	2.8%	4.1%	2.9%	1.9%	2.2%
店の雰囲気がいい	3.3%	4.1%	3.0%	3.3%	4.6%	3.5%	3.0%	2.8%
値段が安い	9.4%	10.9%	8.7%	9.1%	14.1%	9.7%	7.4%	10.0%
場所が便利	12.3%	8.9%	13.1%	12.2%	12.7%	12.5%	13.4%	9.5%
駐車場がある	14.9%	11.0%	17.0%	14.6%	10.3%	15.3%	13.5%	13.3%
営業時間が長い	2.5%	2.6%	2.0%	2.9%	3.3%	2.5%	3.4%	1.5%
クレジットカード・電子マネーが使える	5.8%	6.5%	4.8%	6.1%	7.6%	5.5%	6.5%	6.8%
周囲に様々な店舗が集まっている	3.2%	4.8%	3.1%	3.3%	1.6%	2.8%	3.7%	5.7%
ポイントや会員特典が充実している	5.2%	3.6%	5.2%	5.2%	6.2%	5.2%	5.0%	5.1%

県全体で買物店舗選択理由をみると、どの品目でも「品ぞろえが充実している」が最も高く、30%前後となっており、次いで「場所が便利」、「駐車場がある」、「値段が安い」が概ね高くなっている。また、最寄性の高い商品の方が、「場所が便利」であることが重視されている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、どの品目においても宮古・八重山地区では「値段が安い」ことが比較的重要視されている。

市・町・村部別にみると、特徴的な差異は少ない。

② 身回品、文化品、家具・家電、贈答用品

身回品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=30190)	北部地区 (n=2257)	中部地区 (n=10947)	南部地区 (n=14712)	宮古・八重山地区 (n=2004)	市部 (n=23457)	町部 (n=3810)	村部 (n=2653)
品揃えが充実している	33.8%	37.1%	33.9%	34.0%	28.1%	33.3%	35.3%	36.6%
商品の品質・鮮度がいい	6.8%	8.0%	6.9%	6.6%	6.7%	6.8%	7.2%	6.7%
店員の対応がいい	3.0%	4.1%	2.5%	3.1%	4.0%	3.3%	1.7%	2.1%
店の雰囲気がいい	3.2%	3.7%	2.7%	3.3%	5.0%	3.4%	2.8%	2.7%
値段が安い	9.1%	10.1%	8.5%	9.0%	12.6%	9.3%	8.0%	9.5%
場所が便利	12.5%	9.0%	13.2%	12.3%	14.1%	12.6%	13.9%	9.7%
駐車場がある	15.5%	12.2%	17.9%	14.9%	10.7%	15.9%	13.9%	14.2%
営業時間が長い	2.4%	2.3%	1.8%	2.8%	2.9%	2.4%	3.2%	1.3%
クレジットカード・電子マネーが使える	5.7%	6.0%	4.9%	5.9%	7.3%	5.4%	6.1%	7.0%
周囲に様々な店舗が集まっている	2.8%	4.4%	2.6%	2.9%	1.2%	2.5%	3.0%	5.4%
ポイントや会員特典が充実している	5.2%	3.0%	5.0%	5.3%	7.2%	5.2%	5.0%	4.7%

文化品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=28345)	北部地区 (n=2149)	中部地区 (n=10406)	南部地区 (n=13633)	宮古・八重山地区 (n=1893)	市部 (n=22000)	町部 (n=3539)	村部 (n=2542)
品揃えが充実している	34.6%	37.5%	34.7%	35.1%	27.9%	34.3%	35.7%	36.6%
商品の品質・鮮度がいい	5.9%	6.8%	5.7%	6.0%	5.0%	5.8%	6.6%	5.5%
店員の対応がいい	2.2%	3.2%	1.7%	2.2%	3.6%	2.4%	1.3%	1.9%
店の雰囲気がいい	2.8%	3.7%	2.3%	2.7%	4.6%	2.9%	2.7%	2.2%
値段が安い	8.6%	9.5%	8.1%	8.3%	12.5%	8.7%	7.5%	9.5%
場所が便利	14.1%	11.1%	14.8%	13.8%	16.4%	14.0%	15.4%	12.9%
駐車場がある	15.9%	12.9%	18.5%	15.1%	11.3%	16.4%	13.8%	14.7%
営業時間が長い	3.0%	2.6%	2.4%	3.4%	3.6%	3.0%	3.9%	1.5%
クレジットカード・電子マネーが使える	5.4%	5.4%	4.5%	5.6%	7.5%	5.1%	5.8%	6.7%
周囲に様々な店舗が集まっている	2.3%	3.6%	2.2%	2.4%	1.1%	2.1%	2.6%	3.8%
ポイントや会員特典が充実している	5.2%	3.8%	5.1%	5.2%	6.5%	5.3%	4.6%	4.8%

家具・家電

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=29254)	北部地区 (n=2235)	中部地区 (n=11094)	南部地区 (n=13682)	宮古・八重山地区 (n=1978)	市部 (n=22579)	町部 (n=3729)	村部 (n=2681)
品揃えが充実している	33.8%	34.7%	34.1%	34.3%	27.2%	33.3%	35.1%	35.8%
商品の品質・鮮度がいい	6.0%	7.8%	6.1%	5.7%	5.9%	6.0%	6.3%	5.7%
店員の対応がいい	3.3%	4.8%	2.9%	3.2%	4.3%	3.3%	3.0%	3.3%
店の雰囲気がいい	2.6%	3.0%	2.1%	2.7%	4.4%	2.8%	1.8%	1.9%
値段が安い	10.4%	13.1%	9.7%	10.4%	11.9%	10.5%	9.5%	11.2%
場所が便利	12.5%	9.4%	13.4%	11.9%	15.6%	12.6%	13.4%	10.8%
駐車場がある	15.9%	12.2%	18.4%	15.3%	10.9%	16.4%	14.1%	14.5%
営業時間が長い	2.1%	1.8%	1.8%	2.4%	2.9%	2.1%	3.0%	1.0%
クレジットカード・電子マネーが使える	6.0%	6.4%	5.0%	6.3%	8.7%	5.7%	6.7%	7.5%
周囲に様々な店舗が集まっている	1.7%	2.9%	1.2%	2.1%	0.8%	1.6%	1.5%	2.8%
ポイントや会員特典が充実している	5.6%	3.8%	5.2%	5.9%	7.2%	5.6%	5.7%	5.5%

贈答用品

店舗を選ぶ理由	県全体 (n=31106)	北部地区 (n=2195)	中部地区 (n=11631)	南部地区 (n=14965)	宮古・八重山地区 (n=2039)	市部 (n=24363)	町部 (n=3794)	村部 (n=2673)
品揃えが充実している	34.7%	36.9%	34.4%	35.2%	30.6%	34.6%	35.2%	35.0%
商品の品質・鮮度がいい	8.1%	9.4%	7.6%	8.3%	8.7%	8.1%	8.1%	8.5%
店員の対応がいい	1.9%	3.2%	1.5%	1.9%	2.8%	1.9%	1.6%	2.3%
店の雰囲気がいい	1.7%	2.5%	1.3%	1.8%	3.1%	1.8%	1.4%	1.7%
値段が安い	9.7%	10.8%	10.5%	8.7%	12.2%	9.8%	8.6%	10.7%
場所が便利	14.0%	10.4%	15.2%	13.7%	13.5%	14.0%	14.9%	13.2%
駐車場がある	14.9%	10.4%	16.7%	14.8%	10.7%	15.3%	13.6%	13.6%
営業時間が長い	2.4%	2.6%	1.9%	2.6%	3.1%	2.4%	3.4%	0.9%
クレジットカード・電子マネーが使える	5.0%	5.6%	4.1%	5.3%	7.1%	4.7%	5.8%	6.2%
周囲に様々な店舗が集まっている	1.7%	3.0%	1.1%	2.0%	0.7%	1.6%	1.7%	2.5%
ポイントや会員特典が充実している	5.8%	5.3%	5.7%	5.6%	7.4%	5.8%	5.6%	5.3%

県全体で買物店舗選択理由をみると、先述の①で述べたものと同様、どの品目でも「品ぞろえが充実している」が最も高く、いずれも 30%を超えており、次いで品目によって多少差があるものの「駐車場がある」「場所が便利」「値段が安い」の順に高くなっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、どの品目においても北部において「品揃えが充実している」が最も高く、一方で宮古・八重山地区では最も低くなっており、また、先述の①と同様「値段が安い」ことが比較的重要視されている。

市・町・村部別にみると、特徴的な差異は少ないが、市部よりも町部、村部の方が「品揃えが充実している」ことを重視している傾向にある。

4. 大規模小売店舗の利用状況

(1) 地区別の利用状況

店舗名	利用頻度	県全体	北部	中部	南部	宮古・八重山
イオン名護ショッピングセンター	ほとんど毎日	0.5%	4.1%	0.2%	0.1%	0.2%
	週に2～3回	1.4%	13.5%	0.4%	0.3%	0.3%
	週に1回	2.4%	26.1%	0.4%	0.4%	0.2%
	月に1回	2.5%	24.2%	0.8%	0.6%	0.0%
	3か月に1回	2.9%	12.1%	2.7%	1.8%	0.6%
	上記未満(なし含む)	90.4%	20.0%	95.5%	96.8%	98.7%

店舗名	利用頻度	県全体	北部	中部	南部	宮古・八重山
Living Design SQUARE awase (スクエア泡瀬)	ほとんど毎日	0.2%	0.4%	0.3%	0.1%	0.1%
	週に2～3回	0.3%	0.1%	0.8%	0.0%	0.0%
	週に1回	0.4%	0.1%	1.0%	0.2%	0.1%
	月に1回	0.9%	2.1%	1.6%	0.4%	0.0%
	3か月に1回	6.2%	7.7%	11.2%	3.4%	0.4%
	上記未満(なし含む)	92.0%	89.6%	85.2%	95.8%	99.3%
イオン具志川ショッピングセンター	ほとんど毎日	0.2%	0.1%	0.6%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	1.3%	0.4%	3.5%	0.1%	0.1%
	週に1回	2.7%	1.4%	7.6%	0.2%	0.0%
	月に1回	6.2%	8.0%	15.4%	0.7%	0.2%
	3か月に1回	7.3%	13.8%	14.7%	2.3%	0.7%
	上記未満(なし含む)	82.2%	76.3%	58.3%	96.6%	99.0%
サンエー経塚シティ	ほとんど毎日	0.3%	0.1%	0.2%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	1.2%	0.0%	0.5%	2.0%	0.1%
	週に1回	2.0%	0.2%	1.0%	3.4%	0.0%
	月に1回	4.4%	1.2%	4.2%	5.9%	0.2%
	3か月に1回	6.1%	3.6%	6.3%	7.3%	0.4%
	上記未満(なし含む)	85.9%	94.8%	88.0%	81.0%	99.2%
サンエーハンビータウン	ほとんど毎日	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%
	週に2～3回	0.5%	0.2%	1.3%	0.1%	0.0%
	週に1回	1.4%	0.4%	3.5%	0.4%	0.1%
	月に1回	3.7%	1.2%	9.1%	1.0%	0.0%
	3か月に1回	6.2%	9.3%	10.7%	3.4%	0.6%
	上記未満(なし含む)	88.1%	88.9%	75.2%	95.0%	99.2%
ネーブルカデナ	ほとんど毎日	0.2%	0.1%	0.4%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	0.6%	0.1%	1.5%	0.1%	0.1%
	週に1回	0.7%	0.2%	1.8%	0.1%	0.0%
	月に1回	1.6%	1.6%	4.0%	0.2%	0.1%
	3か月に1回	3.0%	4.0%	5.8%	1.3%	0.2%
	上記未満(なし含む)	94.0%	93.9%	86.5%	98.2%	99.6%
イオンモール沖縄ライカム	ほとんど毎日	0.3%	0.2%	0.7%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	1.3%	0.2%	3.6%	0.2%	0.0%
	週に1回	3.1%	2.3%	7.2%	1.0%	0.1%
	月に1回	11.2%	15.0%	20.4%	6.2%	0.6%
	3か月に1回	14.5%	19.0%	17.2%	13.9%	2.6%
	上記未満(なし含む)	69.6%	63.2%	50.9%	78.5%	96.8%

店舗名	利用頻度	県全体	北部	中部	南部	宮古・八重山
サンエー具志川メインシティ	ほとんど毎日	0.5%	0.1%	1.3%	0.1%	0.1%
	週に2～3回	2.5%	0.6%	7.1%	0.1%	0.0%
	週に1回	3.5%	2.1%	9.5%	0.2%	0.0%
	月に1回	7.5%	12.3%	18.3%	0.8%	0.1%
	3か月に1回	7.6%	15.9%	15.4%	2.1%	0.8%
	上記未満(なし含む)	78.4%	69.0%	48.4%	96.8%	99.0%
サンエー宜野湾コンベンションシティ	ほとんど毎日	0.4%	0.1%	0.9%	0.2%	0.0%
	週に2～3回	1.7%	0.0%	4.4%	0.4%	0.1%
	週に1回	2.6%	0.4%	6.1%	1.0%	0.1%
	月に1回	5.9%	2.0%	12.0%	3.4%	0.0%
	3か月に1回	9.0%	10.4%	12.6%	7.7%	0.9%
	上記未満(なし含む)	80.4%	87.1%	63.9%	87.3%	98.9%
メイクマン浦添本店	ほとんど毎日	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%	0.1%
	週に2～3回	0.4%	0.1%	0.4%	0.5%	0.0%
	週に1回	0.9%	0.2%	0.9%	1.1%	0.0%
	月に1回	4.2%	0.9%	3.9%	5.6%	0.2%
	3か月に1回	9.0%	4.6%	9.2%	10.8%	0.7%
	上記未満(なし含む)	85.5%	93.9%	85.6%	81.9%	99.0%
イオン北谷ショッピングセンター	ほとんど毎日	0.1%	0.1%	0.2%	0.1%	0.1%
	週に2～3回	0.5%	0.4%	1.1%	0.1%	0.0%
	週に1回	1.3%	0.5%	3.4%	0.2%	0.2%
	月に1回	3.4%	2.6%	8.0%	1.0%	0.0%
	3か月に1回	6.9%	10.7%	10.6%	4.8%	0.9%
	上記未満(なし含む)	87.7%	85.8%	76.8%	93.8%	98.8%
サンエー西原シティ	ほとんど毎日	0.6%	0.1%	1.5%	0.2%	0.0%
	週に2～3回	1.8%	0.0%	4.3%	0.7%	0.0%
	週に1回	2.0%	0.1%	3.5%	1.5%	0.1%
	月に1回	4.8%	1.3%	6.9%	4.8%	0.2%
	3か月に1回	8.0%	5.3%	8.3%	9.4%	0.9%
	上記未満(なし含む)	82.8%	93.2%	75.6%	83.4%	98.8%
中城モール	ほとんど毎日	0.2%	0.2%	0.3%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	0.4%	0.0%	1.1%	0.1%	0.0%
	週に1回	0.7%	0.2%	1.3%	0.4%	0.1%
	月に1回	1.0%	0.5%	1.7%	0.9%	0.1%
	3か月に1回	3.1%	3.6%	4.5%	2.5%	0.4%
	上記未満(なし含む)	94.5%	95.4%	91.1%	96.0%	99.3%

北部エリアの大規模小売店舗では「イオン名護ショッピングセンター」の利用割合が顕著に高くなっている。

中部エリアの大規模小売店舗では全体的に中部地区の利用割合が高くなっているが、「サンエー具志川メインシティ」、「イオン具志川ショッピングセンター」においては北部地区の利用者も多くみられる。

店舗名	利用頻度	県全体	北部	中部	南部	宮古・八重山
サンエー那覇メインプレイス	ほとんど毎日	0.8%	0.2%	0.2%	1.4%	0.0%
	週に2～3回	2.8%	0.2%	0.4%	5.3%	0.1%
	週に1回	5.5%	0.2%	1.6%	9.9%	0.1%
	月に1回	13.0%	5.9%	5.9%	20.9%	0.7%
	3か月に1回	16.8%	18.5%	14.5%	19.6%	7.9%
	上記未満 (なし含む)	61.2%	74.9%	77.4%	43.0%	91.2%
イオン那覇ショッピングセンター	ほとんど毎日	1.3%	0.1%	0.1%	2.4%	0.0%
	週に2～3回	2.5%	0.0%	0.3%	4.7%	0.1%
	週に1回	5.3%	0.2%	0.4%	10.4%	0.0%
	月に1回	7.4%	1.2%	1.1%	13.9%	0.8%
	3か月に1回	8.8%	3.9%	4.7%	13.0%	3.8%
	上記未満 (なし含む)	74.7%	94.6%	93.4%	55.6%	95.3%
サンエー豊見城ウイングシティ	ほとんど毎日	0.4%	0.1%	0.1%	0.6%	0.0%
	週に2～3回	1.4%	0.0%	0.2%	2.5%	0.0%
	週に1回	2.4%	0.1%	0.2%	4.7%	0.1%
	月に1回	3.1%	0.5%	0.4%	5.8%	0.1%
	3か月に1回	4.2%	1.5%	1.6%	7.0%	0.2%
	上記未満 (なし含む)	88.5%	97.8%	97.4%	79.4%	99.6%
豊崎ライフスタイルセンター TOMITON	ほとんど毎日	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%
	週に1回	1.0%	0.0%	0.2%	1.9%	0.2%
	月に1回	2.7%	0.5%	0.7%	4.8%	0.1%
	3か月に1回	5.3%	2.3%	2.9%	8.2%	0.2%
	上記未満 (なし含む)	90.6%	97.1%	96.0%	84.6%	99.4%
サンエーしおぎシティ	ほとんど毎日	0.4%	0.1%	0.1%	0.7%	0.0%
	週に2～3回	1.5%	0.0%	0.2%	2.8%	0.0%
	週に1回	2.1%	0.0%	0.2%	4.1%	0.0%
	月に1回	2.2%	0.1%	0.2%	4.1%	0.3%
	3か月に1回	2.7%	1.9%	0.9%	4.3%	0.1%
	上記未満 (なし含む)	91.2%	97.9%	98.3%	84.0%	99.6%
サンエーつかざんシティ	ほとんど毎日	0.3%	0.1%	0.1%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	1.0%	0.0%	0.3%	1.8%	0.0%
	週に1回	2.4%	0.0%	0.4%	4.4%	0.2%
	月に1回	2.9%	0.1%	0.5%	5.5%	0.0%
	3か月に1回	3.8%	2.2%	1.3%	6.0%	0.3%
	上記未満 (なし含む)	89.7%	97.5%	97.5%	81.7%	99.4%
店舗名	利用頻度	県全体	北部	中部	南部	宮古・八重山
D-naha (ジュンク堂、ダイソーなど)	ほとんど毎日	0.2%	0.2%	0.1%	0.2%	0.1%
	週に2～3回	0.6%	0.2%	0.5%	0.9%	0.0%
	週に1回	1.5%	0.7%	1.0%	2.2%	0.2%
	月に1回	4.4%	2.0%	2.3%	7.0%	0.2%
	3か月に1回	7.9%	4.3%	4.3%	11.8%	1.3%
	上記未満 (なし含む)	85.4%	92.5%	91.9%	77.9%	98.1%
パレットくもじ	ほとんど毎日	0.3%	0.1%	0.1%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	0.8%	0.0%	0.3%	1.4%	0.0%
	週に1回	2.0%	0.1%	0.7%	3.4%	0.1%
	月に1回	6.5%	2.1%	3.2%	10.3%	0.8%
	3か月に1回	14.0%	8.5%	9.7%	19.1%	5.0%
	上記未満 (なし含む)	76.5%	89.1%	86.0%	65.4%	94.1%
沖縄アウトレットモールあしびなー	ほとんど毎日	0.1%	0.1%	0.1%	0.1%	0.0%
	週に2～3回	0.2%	0.0%	0.2%	0.3%	0.0%
	週に1回	0.9%	0.0%	0.2%	1.7%	0.0%
	月に1回	3.3%	1.6%	2.0%	5.0%	0.3%
	3か月に1回	12.4%	11.2%	10.4%	15.7%	2.0%
	上記未満 (なし含む)	83.0%	87.0%	87.1%	77.2%	97.7%
サンプラザいとまん	ほとんど毎日	0.3%	0.2%	0.1%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	1.1%	0.0%	0.2%	2.0%	0.0%
	週に1回	1.6%	0.0%	0.1%	3.1%	0.1%
	月に1回	2.1%	0.2%	0.3%	4.0%	0.0%
	3か月に1回	2.4%	1.6%	0.8%	3.9%	0.3%
	上記未満 (なし含む)	92.5%	97.9%	98.5%	86.5%	99.6%
マリンプラザあがり浜	ほとんど毎日	0.4%	0.1%	0.5%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	1.3%	0.1%	2.1%	1.1%	0.0%
	週に1回	1.6%	0.0%	1.7%	2.0%	0.2%
	月に1回	1.9%	0.2%	1.5%	2.7%	0.0%
	3か月に1回	2.9%	1.9%	2.2%	3.8%	0.2%
	上記未満 (なし含む)	91.9%	97.7%	92.0%	89.9%	99.6%
イオン南風原ショッピングセンター	ほとんど毎日	0.3%	0.1%	0.2%	0.5%	0.0%
	週に2～3回	1.0%	0.1%	0.2%	1.7%	0.1%
	週に1回	2.3%	0.1%	0.5%	4.2%	0.1%
	月に1回	5.3%	0.4%	2.4%	8.9%	0.3%
	3か月に1回	8.0%	5.0%	5.4%	11.3%	0.7%
	上記未満 (なし含む)	83.1%	94.3%	91.3%	73.4%	98.8%

南部エリアの大規模小売店舗でも全体的に南部地区の利用割合が高くなっており、特に「サンエー那覇メインプレイス」や「イオン那覇ショッピングセンター」は、南部の利用割合が高くなっている。

県全体では「サンエー那覇メインプレイス」の利用が最も高いが、「パレットくもじ」や「沖縄アウトレットモールあしびなー」など中部だけでなく北部地域からも利用割合が比較的高い店舗もみられる。

5. 地元商店街の利用状況について

(1) 地元商店街の利用頻度

商店街利用頻度	県全体 (n=10440)	北部地区 (n=811)	中部地区 (n=3514)	南部地区 (n=5195)	宮古・八重山地区 (n=829)	市部 (n=8151)	町部 (n=1346)	村部 (n=852)
ほとんど毎日	7.3%	9.6%	5.4%	6.9%	13.9%	6.6%	9.2%	9.9%
週に2～3回	15.0%	15.9%	11.4%	15.7%	25.2%	14.7%	14.8%	17.6%
週に1回くらい	8.9%	11.5%	5.7%	10.0%	13.3%	9.2%	7.7%	8.7%
月に1回くらい	5.2%	15.5%	3.0%	4.8%	7.1%	5.1%	5.8%	4.9%
3か月に1回	3.3%	4.4%	1.9%	4.1%	3.4%	3.5%	2.8%	2.3%
ほとんど利用しない	60.4%	43.0%	72.6%	58.5%	37.2%	60.9%	59.7%	56.6%

県全体で地元商店街の利用頻度をみると、「ほとんど利用しない」の割合が60.4%と最も高く、以下「週に2～3回」が15.0%、「週に1回くらい」が8.9%、「ほとんど毎日」が7.3%、「月に1回くらい」が5.2%、「3か月に1回」が3.3%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、週に1回までの頻度での利用割合は、宮古・八重山地区で52.4%と最も高く、次いで、北部地区37.0%、南部地区32.6%となっており、中部地区では22.5%と最も低くなっている。

市・町・村部別にみると、全体的には村部で利用頻度が最も高く、市部で利用頻度が最も低い傾向にあり、商業集積度が進んでいない地域においては、買物場所として比較的大きい役割を果たしていると考えられる。

(2) 地元の商店街を利用する理由(3つまで複数回答)

商店街を利用する理由	県全体 (n=9841)	北部地区 (n=1040)	中部地区 (n=2347)	南部地区 (n=5153)	宮古・八重山地区 (n=1224)	市部 (n=7640)	町部 (n=1309)	村部 (n=815)
品揃えが充実している	16.2%	7.7%	16.6%	17.3%	16.8%	16.4%	17.5%	10.8%
商品の品質・鮮度がいい	12.1%	13.2%	11.9%	12.5%	9.7%	12.5%	12.1%	7.9%
店員の対応がいい	4.2%	6.3%	4.8%	3.7%	3.1%	4.4%	3.0%	4.3%
店・商店街の雰囲気がいい	3.4%	4.7%	3.2%	3.2%	3.8%	3.8%	2.3%	1.6%
値段が安い	11.4%	5.5%	12.1%	12.4%	10.6%	11.8%	10.5%	9.0%
場所が便利	16.4%	17.5%	18.3%	15.6%	15.4%	15.0%	19.9%	24.5%
駐車場がある	10.1%	8.6%	11.3%	9.5%	11.2%	10.3%	9.0%	10.1%
営業時間が長い	2.7%	1.4%	2.5%	2.7%	3.9%	2.8%	2.8%	1.7%
クレジットカード・電子マネーが使える	3.0%	1.5%	2.8%	2.9%	5.3%	3.2%	3.0%	1.8%
周囲に様々な店舗が集まっている	1.7%	0.9%	0.9%	2.1%	2.6%	1.9%	1.2%	1.0%
ポイントや会員特典が充実している	2.4%	1.3%	3.0%	2.4%	2.8%	2.5%	2.1%	2.6%
顔なじみの店がある	8.3%	14.5%	6.8%	8.2%	6.0%	8.6%	6.6%	8.1%
地域の物産が購入できる	4.1%	7.1%	2.8%	3.9%	5.5%	4.1%	4.4%	4.9%
イベント等が開催されている	1.1%	2.3%	1.2%	1.1%	0.3%	1.2%	1.2%	0.4%
近くに大型商業施設(サンエー、イオン等)がない	2.9%	7.5%	1.7%	2.5%	3.0%	1.8%	4.4%	11.4%

県全体で地元商店街を利用する理由をみると、「場所が便利」の割合が16.4%と最も高く、以下「品揃えが充実している」が16.2%、「商品の品質・鮮度がいい」が12.1%、「値段が安い」が11.4%、「駐車場がある」が10.1%、「顔なじみの店がある」が8.3%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、どの地区も同じ傾向が見られるが、北部地区において「顔なじみの店がある」が14.5%と顕著に高くなっており、その反面「品揃えが充実している」が7.7%と低くなっている。また、「近くに大型商業施設がない」も7.5%と高くなっており、消極的な理由も利用状況に影響していると考えられる。

市・町・村部別にみると、村部で「場所が便利」の割合が顕著に高くなっており市部で低くなっているが、その一方で村部においては「近くに大型商業施設がない」という消極的な理由も最も高くなっているため、商業集積度が商店街利用に影響していると考えられる。

しかしながら「品揃えが充実している」や「商品の品質・鮮度がいい」や「値段が安い」などの割合も、概ね市部であるほど高い傾向にもあることから、商店街の店舗において、商品の差別化により集客をしていることも考えられる。

(3) 地元の商店街を利用しない理由(3つまで複数回答)

商店街を利用しない理由	県全体 (n=12089)	北部地区 (n=705)	中部地区 (n=4749)	南部地区 (n=5934)	宮古・八重山地区 (n=597)	市部 (n=9881)	町部 (n=1347)	村部 (n=757)
品揃えがよくない	6.8%	9.4%	6.8%	6.4%	7.4%	6.9%	5.8%	6.2%
商品の品質・鮮度がよくない	1.7%	1.1%	2.0%	1.7%	1.8%	1.8%	1.3%	1.3%
店員の対応が悪い	0.7%	0.3%	0.7%	0.8%	0.8%	0.7%	0.5%	0.4%
店・商店街の雰囲気が暗い	1.6%	1.8%	2.0%	1.2%	1.2%	1.8%	0.8%	0.5%
値段が高い	4.1%	8.5%	4.3%	3.1%	7.5%	4.0%	4.2%	4.5%
場所が不便	9.2%	10.8%	6.8%	11.0%	9.2%	10.1%	4.7%	5.5%
駐車場がない	11.0%	6.5%	10.2%	11.6%	16.2%	12.2%	5.5%	5.4%
営業時間が短い	1.6%	5.1%	1.0%	1.6%	2.8%	1.7%	1.2%	0.5%
クレジットカード・電子マネーが使えない	2.9%	3.1%	2.2%	3.4%	3.5%	3.0%	2.3%	2.4%
1か所で買物が済まない	6.2%	9.2%	5.5%	6.4%	7.2%	6.6%	4.9%	4.0%
ポイントや会員特典がよくない	0.9%	1.8%	0.7%	0.9%	0.3%	0.8%	0.9%	0.5%
何を売っているのかよくわからない	3.0%	3.7%	2.8%	3.1%	2.5%	3.1%	2.3%	2.0%
利用経験がなく不安	1.7%	2.1%	1.6%	1.7%	1.2%	1.8%	1.5%	1.1%
イベント等が開催されていない	0.3%	0.3%	0.3%	0.3%	0.0%	0.3%	0.0%	0.0%
魅力のある店舗がない	3.8%	6.1%	3.5%	3.6%	5.7%	3.9%	4.5%	2.2%
地元には商店街がない	17.1%	11.1%	18.3%	17.4%	10.6%	13.7%	25.2%	45.8%
近くに大型商業施設(サンエー、イオン等)がある	27.6%	19.0%	31.3%	26.2%	21.9%	27.4%	34.4%	17.6%

県全体で地元商店街を利用しない理由をみると、「近くに大型商業施設がある」の割合が27.6%と最も高く、大型商業施設が地元商店街に与える影響が垣間見られるが、一方で「地元には商店街がない」が17.1%と次に高くなっており、小規模な商店街も含めると各市町村での分布状況は低くはないため、地元商店街があることを知らないといった認知度の低さも影響していると考えられる。

また「駐車場がない」が11.0%となっており、先述の(2)で「駐車場がある」ことが商店街を利用する理由として高い値となっていること、後述(5)の項目で地元の商店街に欲しい設備・施設で「駐車場」と答えた割合が最も高かったことは、駐車場の重要性を改めて示唆しているものと考えられる。

さらに、「場所が不便」が9.2%と4番目に高く、「1か所で買物が済まない」も6.2%と6番目に高い値であることから、先の駐車場だけでない様々な利便性が、利用に影響を与えていることが推察される。

「近くに大型商業施設がある」と答えた割合は中部地区において31.3%と非常に高くなっており、県内有数の大型商業施設が中部地区にあることから理解できる結果となっている。

また、「地元には商店街がない」と答えた割合は、北部や宮古・八重山地区において11.1%、10.6%と低くなっている一方で、これらの地区では「品揃えがよくない」、「値段が高い」といった、商品そのものの魅力に関する理由が比較的高い割合となっている。

「駐車場がない」と答えた割合が宮古・八重山地区において16.2%と非常に高い値となっていることも、特徴的となっている。

市・町・村部別にみると、村部において「地元には商店街がない」が45.8%と突出した値になっており、県全体で最も高くなっていた「近くに大型商業施設があ

る」が非常に低い値となっていることを考慮すると、村部においては市部や町部と比べても、利便性よりも最も根本的な「買物場所がない」という制約が非常に大きいことがうかがえる。

(4) 地元の商店街に欲しい業種

① 飲食系

商店街に欲しい業種（2つ以内） 飲食系	県全体 (n=14548)	北部地区 (n=1176)	中部地区 (n=5047)	南部地区 (n=7070)	宮古・八重山地区 (n=1255)	市部 (n=11431)	町部 (n=1853)	村部 (n=1264)
食堂・レストラン	15.4%	12.5%	16.3%	15.0%	16.3%	15.4%	15.0%	15.5%
喫茶店・カフェ	14.4%	15.6%	14.9%	13.7%	14.3%	14.0%	16.1%	15.0%
専門料理店	6.0%	7.7%	6.0%	5.3%	7.3%	6.1%	5.9%	4.4%
居酒屋	3.1%	3.7%	3.1%	3.0%	3.9%	2.9%	3.9%	4.4%
食品スーパー	8.5%	11.9%	7.5%	9.0%	6.6%	7.7%	9.9%	14.1%
青果店・鮮魚店・精肉店	7.5%	5.5%	8.0%	7.7%	6.0%	6.8%	10.0%	9.4%
総菜・弁当屋	6.2%	6.0%	6.9%	5.7%	6.7%	6.3%	5.7%	6.0%
酒屋	0.9%	1.1%	1.0%	0.9%	0.6%	0.9%	0.9%	1.3%
菓子・パン屋	7.2%	7.6%	7.7%	6.9%	6.6%	7.1%	6.6%	9.0%
コンビニ	4.0%	4.2%	3.2%	4.4%	4.7%	3.9%	3.9%	5.1%
上記以外の店舗	2.2%	3.4%	2.2%	1.7%	4.3%	2.3%	1.7%	2.6%
特に不足はない	24.6%	20.9%	23.1%	26.7%	22.6%	26.6%	20.4%	13.2%

県全体で地元商店街にほしい業種（飲食系）をみると、「特に不足はない」が24.6%と最も高く、次いで「食堂・レストラン」が15.4%、「喫茶店・カフェ」が14.4%、「食品スーパー」が8.5%、「青果店・鮮魚店・精肉店」が7.5%。「菓子・パン屋」が7.2%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、北部において「食品スーパー」が11.9%と高くなっており、その一方で「食堂・レストラン」については12.5%と低くなっている。

市・町・村部別にみると、市部で「特に不足はない」と答えた割合が最も高く、村部で最も低くなっていることから、商業集積が進み様々な飲食サービスや飲食料小売店舗の需要が充足されていることが、このような結果の背景にあると考えられる。

さらに分析すると、この充足については、「(1)地元商店街の利用頻度」を合わせてみると、利用頻度が比較的低い中部や南部において高い値となっていることから、「商店街以外の店舗において需要が満たされるため、特に不足はない」という関係性が一定程度あるように思われる。

また村部において一般的に必需性の高い「食品スーパー」の割合が14.1%と高くなっていることについては、村部における「買物場所」に対する切実な需要がうかがえる。

② 身回系

商店街に欲しい業種（2つ以内） 身回系	県全体 (n=12842)	北部地区 (n=1019)	中部地区 (n=4383)	南部地区 (n=6182)	宮古・八重山地区 (n=1164)	市部 (n=10125)	町部 (n=1579)	村部 (n=1044)
呉服・寝具店	3.2%	4.1%	3.1%	2.6%	5.3%	3.1%	3.2%	4.1%
紳士服店	4.3%	3.2%	3.8%	4.4%	6.3%	4.2%	4.4%	5.4%
婦人服店	12.7%	14.8%	13.4%	11.5%	13.4%	12.0%	13.4%	16.9%
子供服店	6.2%	7.5%	6.5%	5.8%	6.5%	5.7%	7.0%	10.5%
下着店	4.9%	3.8%	4.4%	5.6%	3.7%	5.1%	4.2%	3.5%
くつ店	7.7%	7.8%	8.5%	7.2%	8.1%	7.6%	7.7%	9.6%
カバン店	3.9%	3.3%	4.4%	3.3%	5.6%	4.0%	3.0%	3.8%
時計店	2.3%	2.3%	2.1%	2.3%	2.6%	2.3%	2.6%	1.6%
めがね店	3.7%	5.3%	3.6%	3.6%	3.3%	3.4%	5.8%	3.9%
服飾品・アクセサリ店	5.9%	5.7%	6.8%	4.9%	7.6%	6.0%	4.6%	6.0%
上記以外の店舗	4.8%	5.5%	4.7%	4.5%	6.2%	4.7%	4.9%	6.0%
特に不足はない	40.5%	36.7%	38.6%	44.3%	31.5%	42.0%	39.2%	28.5%

県全体で地元商店街にほしい業種（身回系）をみると、「特に不足はない」が40.5%と最も高く、①の飲食系の24.6%や後述する他業種と比べてもこれは最も高い値となっていることから、商店街において少なくとも小売店舗かつこれ以上の身回系店舗を求める需要は比較的低いことがうかがえる。

次いで高い値となっているのは「婦人服店」の12.7%であるが、これは本調査が基本的に買物の中心と考えられる主婦を調査対象としていることも大いに影響していると思われるが、他業種の調査結果からも12.7%は高い値であることから、「婦人服店」を求める需要は高いものと思われる。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、全体として宮古・八重山地区において身回系の店舗需要が非常に高く、次いで北部が高くなっている。

市・町・村部別にみると、市部で「特に不足はない」と答えた割合が最も高く村部で最も低くなっており、先述の「①商店街にほしい業種（飲食系）」と同様に、商業集積が進んでいるほど、身回系業種の需要は充足されていることが、このような結果の背景にあるとも考えられる。この充足についても先述の「①商店街にほしい業種（飲食系）」と同様に、「(1)地元商店街の利用頻度」を合わせてみると、利用頻度が比較的低い中部や南部において、「特に不足はない」と答えた割合が高くなっていることから、「商店街以外の店舗において身回品需要が満たされるため、特に不足はないと感じている」という関係性があるように思われる。

③ サービス・娯楽系

商店街に欲しい業種（2つ以内） サービス・娯楽系	県全体 (n=13309)	北部地区 (n=1079)	中部地区 (n=4606)	南部地区 (n=6343)	宮古・八重山地区 (n=1178)	市部 (n=10446)	町部 (n=1637)	村部 (n=1123)
クリーニング店	10.1%	7.0%	12.0%	10.0%	6.3%	9.7%	10.3%	13.5%
理容室・美容室	11.4%	7.7%	13.8%	10.6%	9.2%	11.5%	9.8%	12.3%
エステ・ネイルサロン	4.1%	4.0%	3.8%	3.8%	6.5%	4.2%	3.2%	4.3%
カルチャースクール(語学教室等)	5.3%	6.3%	5.0%	4.7%	8.4%	5.1%	5.8%	6.1%
託児所	3.6%	3.1%	3.0%	3.9%	5.2%	3.6%	3.9%	3.7%
介護事業所	2.4%	2.1%	1.9%	2.9%	2.0%	2.5%	1.8%	2.7%
学習塾	1.4%	3.0%	1.4%	1.2%	1.3%	1.3%	1.5%	2.9%
スポーツ施設	9.9%	13.0%	9.5%	9.6%	9.2%	9.1%	11.9%	13.0%
映画館	12.5%	20.6%	12.9%	9.9%	18.3%	12.1%	14.9%	13.6%
遊技場(パチンコ店・ゲームセンター等)	1.7%	1.9%	1.7%	1.6%	2.3%	1.8%	1.5%	1.2%
上記以外の店舗	3.2%	3.2%	3.0%	3.2%	4.4%	3.1%	3.5%	4.5%
特に不足はない	34.4%	28.2%	32.1%	38.6%	27.1%	36.2%	31.8%	22.2%

県全体で地元商店街にほしい業種（サービス・娯楽系）をみると、これについても他業種と同様「特に不足はない」が34.4%と最も高く、次いで高い値となっているのは「映画館」12.5%、「理容室・美容室」11.4%、「クリーニング店」10.1%、「スポーツ施設」9.9%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、北部地区および宮古・八重山地区において「映画館」の割合がそれぞれ20.6%、18.3%と突出しており、北部地区における「スポーツ施設」の13.0%も高い値となっている。その一方で、北部地区や宮古・八重山地区においては、「クリーニング店」や「理容室・美容室」の割合が相対的に低いことも興味深い結果となっている。

市・町・村部別にみると、市部で「特に不足はない」と答えた割合が最も高く村部で最も低くなっており、先述の「①飲食系」「②身回系」と同様、商業集積が進み、「商店街以外の店舗において需要が満たされるため、特に不足はない」という関係性が一定程度あるように思われる。

「クリーニング」や「スポーツ施設」等、わずかながら村部へ行くほど割合が高まる傾向にあることを除いては、それ以外に特徴的な傾向は見受けられない。

④ その他

商店街に欲しい業種（2つ以内） その他	県全体 (n=13395)	北部地区 (n=1067)	中部地区 (n=4603)	南部地区 (n=6461)	宮古・八重山地区 (n=1167)	市部 (n=10470)	町部 (n=1672)	村部 (n=1156)
書籍・文具屋	16.7%	17.5%	18.0%	16.5%	12.4%	15.8%	18.5%	22.8%
CD・楽器店	5.5%	6.2%	5.5%	5.0%	8.4%	5.3%	6.6%	5.9%
スポーツ用品店	5.7%	5.2%	4.8%	5.3%	10.5%	5.0%	8.3%	6.8%
雑貨屋	10.7%	13.1%	12.2%	9.4%	9.9%	10.6%	10.2%	12.7%
化粧品・医薬品店	7.7%	7.7%	7.9%	7.7%	7.1%	7.8%	5.5%	10.8%
自転車屋	1.6%	2.1%	1.2%	1.5%	3.2%	1.6%	1.6%	1.7%
花屋	5.9%	6.0%	7.0%	5.4%	4.5%	6.1%	5.0%	5.9%
金物店	1.7%	1.1%	1.5%	1.8%	2.1%	1.8%	1.1%	1.7%
食器店	1.9%	1.6%	2.0%	1.7%	3.3%	2.0%	2.2%	1.2%
電器店	4.9%	5.7%	5.0%	4.9%	3.5%	4.2%	7.4%	7.3%
上記以外の店舗	2.7%	3.2%	2.5%	2.5%	4.5%	2.8%	2.3%	2.8%
特に不足はない	34.9%	30.6%	32.2%	38.4%	30.4%	37.1%	31.4%	20.4%

県全体で地元商店街にほしい業種（その他）をみると、他業種と同様「特に不足はない」が 34.9%と最も高く、次いで高い値となっているのは「書籍・文具店」16.7%、「雑貨屋」10.7%、「化粧品・医薬品店」7.7%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、宮古・八重山地区において「書籍・文具屋」は低く、「CD・楽器店」や「スポーツ用品店」等の娯楽性の高い商品の割合が多い傾向にある。

市・町・村部別にみると、市部で「特に不足はない」と答えた割合が最も高く村部で最も低くなっており、他業種と同様、商業集積との関係も同様にあると思われる。

地域の本屋が全国的に無くなっていく問題がニュース等で取り上げられて久しいが、村部において、「書籍・文具屋」の割合が 22.8%と非常に高いことは興味深い結果であると思われる。

(5) 地元の商店街に欲しい設備・施設

商店街に欲しい設備・施設 (3つ以内)	県全体 (n=20416)	北部地区 (n=1529)	中部地区 (n=7151)	南部地区 (n=9872)	宮古・八重山地区 (n=1704)	市部 (n=16284)	町部 (n=2336)	村部 (n=1636)
駐車場・駐輪場	22.3%	20.8%	25.1%	20.7%	21.1%	22.7%	21.8%	19.4%
アーケード	8.4%	6.4%	8.5%	8.5%	8.3%	8.3%	8.0%	9.4%
歩道と車道の分離	5.1%	3.9%	4.9%	5.3%	5.4%	5.2%	4.4%	4.9%
街路樹・緑化	3.8%	3.9%	4.0%	3.6%	3.3%	3.6%	4.5%	4.7%
街路灯・監視カメラ	5.0%	5.9%	5.2%	4.6%	5.2%	4.7%	4.9%	7.3%
イベント広場	4.5%	4.3%	4.8%	4.0%	6.8%	4.5%	4.7%	4.5%
休憩所・ベンチ	10.4%	9.9%	9.7%	10.8%	11.6%	10.6%	8.9%	10.4%
ごみ箱	2.5%	3.9%	1.7%	2.8%	3.3%	2.5%	2.5%	2.4%
公衆トイレ	9.4%	6.7%	9.5%	10.0%	7.8%	9.8%	7.4%	8.3%
案内板	1.5%	0.9%	1.6%	1.6%	1.2%	1.5%	1.8%	1.5%
送迎シャトルバス	4.2%	4.5%	4.0%	4.1%	5.2%	4.1%	4.7%	4.6%
イベント・催事	3.1%	4.2%	3.4%	2.7%	3.3%	3.1%	3.0%	3.5%
統一ポイントカード	3.4%	5.7%	3.3%	3.2%	3.3%	3.0%	5.4%	5.1%
荷物預り所	1.7%	2.3%	1.2%	1.8%	2.7%	1.8%	1.6%	1.3%
特に不足はない	14.7%	16.8%	12.9%	16.3%	11.4%	14.6%	16.5%	12.8%

県全体で地元商店街にほしい設備・施設をみると、「駐車場・駐輪場」が22.3%と最も高く、次いで高い値となっているのは「特に不足はない」14.7%、「休憩所・ベンチ」10.4%、「公衆トイレ」9.4%、「アーケード」8.4%、「歩道と車道の分離」5.1%となっている。

国内有数の車社会と言われる本県において、商店街についても「駐車場・駐輪場」が利用促進の糸口となることがうかがえ、また「(4)地元の商店街に欲しい業種」と比べ、「特に不足はない」の回答が著しく低くなっていることから、商店街におけるその他インフラを求める需要の高さがうかがえるが、全国的にも設備投資の費用負担の難しさなど課題も多い。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、「駐車場・駐輪場」について中部地区で25.1%と他地区と比べ5%程度高くなっている。

宮古・八重山地区において「イベント広場」や「休憩所・ベンチ」といった需要が高く、北部地区においては「統一ポイントカード」が他地区よりも高くなっている。

市・町・村部別にみると、「(4)地元の商店街に欲しい業種」と比べ、商業集積や人口規模と「特に不足はない」との相関関係は見出しづらくなっているなどとても興味深い結果となっている。これは、(4)で先述した商業集積によって業種が充足される関係とは異なり、商業集積や地価によって駐車場や公衆トイレが需要に対して整備できないなど（市部において「駐車場・駐輪場」や「公衆トイレ」の割合が比較的高い）、開発によって新たに課題が生じることが背景にあると推察される。

6. インターネット通販・無店舗販売の利用状況について

(1) 無店舗販売の利用頻度

インターネット通販の利用	県全体 (n=10902)	北部地区 (n=854)	中部地区 (n=3635)	南部地区 (n=5396)	宮古・八重山地区 (n=900)	市部 (n=8464)	町部 (n=1430)	村部 (n=891)
週1回以上	3.8%	3.7%	3.3%	3.9%	6.2%	4.0%	3.4%	3.5%
月1回以上週1回未満	17.4%	19.6%	16.4%	17.5%	20.7%	16.9%	18.5%	22.2%
半年1回以上月1回未満	18.2%	20.6%	18.4%	17.5%	19.0%	17.3%	19.9%	23.7%
利用無し	60.5%	56.1%	61.9%	61.1%	54.1%	61.8%	58.2%	50.6%
テレビ・ラジオ通販の利用	県全体 (n=10902)	北部地区 (n=854)	中部地区 (n=3635)	南部地区 (n=5396)	宮古・八重山地区 (n=900)	市部 (n=8464)	町部 (n=1430)	村部 (n=891)
週1回以上	0.3%	0.1%	0.3%	0.3%	0.2%	0.3%	0.2%	0.1%
月1回以上週1回未満	1.1%	1.1%	1.2%	0.9%	2.2%	1.1%	1.0%	1.1%
半年1回以上月1回未満	5.9%	8.0%	5.9%	5.0%	7.6%	5.4%	7.3%	6.6%
利用無し	92.7%	90.9%	92.6%	93.8%	90.0%	93.2%	91.5%	92.1%
カタログ通販の利用	県全体 (n=10902)	北部地区 (n=854)	中部地区 (n=3635)	南部地区 (n=5396)	宮古・八重山地区 (n=900)	市部 (n=8464)	町部 (n=1430)	村部 (n=891)
週1回以上	0.5%	0.4%	0.6%	0.4%	1.0%	0.5%	0.6%	0.7%
月1回以上週1回未満	2.3%	4.1%	1.6%	1.4%	8.1%	2.3%	1.8%	3.0%
半年1回以上月1回未満	11.6%	16.5%	10.5%	11.1%	13.8%	11.2%	11.3%	15.4%
利用無し	85.6%	79.0%	87.3%	87.1%	77.1%	86.1%	86.3%	80.9%
新聞や雑誌などの広告販売の利用	県全体 (n=10902)	北部地区 (n=854)	中部地区 (n=3635)	南部地区 (n=5396)	宮古・八重山地区 (n=900)	市部 (n=8464)	町部 (n=1430)	村部 (n=891)
週1回以上	0.6%	0.4%	0.5%	0.6%	1.0%	0.6%	0.4%	0.6%
月1回以上週1回未満	0.7%	0.8%	0.8%	0.6%	0.6%	0.6%	1.3%	0.9%
半年1回以上月1回未満	4.2%	4.4%	3.6%	4.6%	3.8%	4.3%	3.8%	3.8%
利用無し	94.5%	94.4%	95.0%	94.3%	94.7%	94.6%	94.5%	94.7%
生協や農協などの共同購入	県全体 (n=10902)	北部地区 (n=854)	中部地区 (n=3635)	南部地区 (n=5396)	宮古・八重山地区 (n=900)	市部 (n=8464)	町部 (n=1430)	村部 (n=891)
週1回以上	9.6%	16.3%	8.7%	9.8%	5.8%	8.4%	12.2%	17.5%
月1回以上週1回未満	3.9%	6.1%	3.2%	4.0%	3.9%	3.5%	5.2%	5.5%
半年1回以上月1回未満	4.9%	4.7%	3.7%	5.7%	4.6%	5.0%	4.0%	4.2%
利用無し	81.7%	73.0%	84.3%	80.6%	85.8%	83.1%	78.7%	72.8%

県全体で各無店舗販売の利用状況（利用なしを除いた割合）をみると、「インターネット通販」が 39.5%と最も高く、次いで「生協や農協などの共同購入」が 18.3%、「カタログ通販」が 14.4%、「テレビ・ラジオ通販」が 7.3%、「新聞や雑誌などの広告販売」が 5.5%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、「インターネット通販」について北部や宮古・八重山地区において、顕著に高くなっており、近隣実店舗からの購入が難しいなどの買物環境の違いも、要因となっていると考えられる。この傾向はカタログ通販にも見られる。

市・町・村部別にみると、やはり村部ほど「インターネット通販」の利用が多く、カタログ通販にも同様の傾向がある。また、村部であるほど生協・農協の共同購入の利用割合が高いことから、村部においては、商業施設へのアクセスの悪さ等の買物環境に順応する形で無店舗販売の利用が進んでいると考えられる。

(2) インターネット通販にて購入する主な商品(3つ以内)

選択項目	県全体	北部地区	中部地区	南部地区	宮古・八重山地区	市部	町部	村部
インターネット通販にて購入する主な商品(3つ以内)	県全体 (n=11290)	北部地区 (n=1032)	中部地区 (n=3564)	南部地区 (n=5452)	宮古・八重山地区 (n=1242)	市部 (n=8599)	町部 (n=1570)	村部 (n=1121)
飲食物品 (一般食料品・生鮮食料品など)	8.1%	6.3%	7.7%	8.3%	9.9%	8.1%	8.5%	6.5%
日用品 (日用雑貨・化粧品・医薬品など)	19.4%	17.8%	19.2%	19.8%	18.8%	19.4%	19.2%	20.7%
実用衣料品 (下着・肌着・靴下など)	9.6%	9.6%	8.2%	9.8%	12.2%	9.6%	9.6%	9.4%
ファッション衣料品 (外出着など)	20.6%	22.2%	22.1%	19.4%	20.1%	20.6%	20.8%	19.1%
身回品 (くつ・カバン・時計・めがね・服飾品など)	12.3%	14.2%	12.0%	12.0%	12.5%	12.3%	12.3%	12.0%
文化品 (スノーグローブ・用品・書籍・CD・文具など)	14.8%	15.6%	15.2%	15.1%	11.7%	14.8%	14.2%	16.6%
家具・家電 (家具・室内装飾品・家電製品・など)	9.7%	9.5%	10.2%	9.7%	8.7%	9.7%	9.5%	10.6%
贈答用品 (中元・年末用品・記念品など)	5.7%	4.7%	5.3%	6.0%	6.2%	5.7%	5.9%	5.1%

県全体でインターネット通販にて購入する主な商品をみると、「ファッション衣料品」が20.6%と最も高く、次いで「日用品」19.4%、「文化品」14.8%、「身回品」12.3%、「家具家電」9.7%、「実用衣料品」9.6%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、「ファッション衣料品」では南部が低くなっている。これは、「2.消費者の購買行動」において南部の那覇地区で多くの市町村を吸引していることからもうかがえるように、「ファッション衣料品」の需要を実店舗で充足できる反面、「インターネット通販」からの購入割合が相対的に少なくなることが要因と考えられる。

市・町・村部別にみると、特徴的な差異に欠けるが、村部において「ファッション衣料品」の割合が低いことは、実店舗購入での充足率の逆数としてのインターネット通販利用で考えると、矛盾する部分もある（村部において実店舗購入の充足率は高いとは考えられないため。）これには、吸引市町村の影響も大きいと思われるが、次回以降の調査課題としたい。

(3) インターネット通販を利用する理由(3つ以内)

選択項目	県全体	北部地区	中部地区	南部地区	宮古・八重山地区	市部	町部	村部
インターネット通販を利用する理由(3つ以内)	県全体 (n=7476)	北部地区 (n=701)	中部地区 (n=2265)	南部地区 (n=3711)	宮古・八重山地区 (n=799)	市部 (n=5712)	町部 (n=1068)	村部 (n=696)
近くの店では買えない商品がある	23.4%	27.1%	22.0%	23.2%	24.7%	23.4%	23.0%	23.1%
商品を比較しやすい	9.9%	7.7%	10.9%	10.7%	5.5%	9.9%	10.1%	9.4%
商品情報がわかりやすい	5.7%	4.3%	6.1%	5.7%	5.6%	5.7%	6.1%	4.7%
値段が安い	20.9%	17.4%	20.9%	22.6%	15.4%	20.9%	21.4%	20.4%
外出する手間が省ける	10.2%	11.7%	12.0%	9.2%	8.6%	10.2%	9.8%	11.4%
荷物を持ち帰る手間が省ける	6.0%	5.7%	5.2%	5.7%	9.8%	6.0%	6.2%	5.2%
時間を問わず購入できる	15.6%	17.8%	15.4%	14.9%	17.3%	15.6%	15.3%	15.7%
支払が簡単	5.6%	4.9%	5.6%	5.4%	7.0%	5.6%	5.8%	5.8%
他に買い物する方法がない	2.7%	3.4%	1.9%	2.5%	6.1%	2.7%	2.3%	4.2%

県全体でインターネット通販を利用する理由をみると、「近くの店では買えない商品がある」が23.4%と最も高く、次いで「値段が安い」が20.9%、「時間を問わず購入できる」15.6%、「外出する手間が省ける」10.2%、「商品を比較しやすい」9.9%、「荷物を持ち帰る手間が省ける」6.0%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、北部と宮古・八重山地区は「近くの店では買えない商品がある」、「他に買い物する手段がない」が高く、中部と南部地区では「商品を比較しやすい」「商品情報がわかりやすい」「値段が安い」が高くなっている。

これについて、「4.大規模小売店舗の利用状況」と対比させてみて分析すると、北部や宮古・八重山地区においては大規模小売店舗に乏しいことから、インターネット通販の利用者は「商品の入手」の用途で利用する傾向にあり、一方で大規模小売店舗が充実している中部や南部地区においては、インターネット通販の利用者は「商品の入手」自体は困難ではなく、「商品をより安く購入する」「より良い商品を購入する」という用途で利用しているという仮説が立てられる。このように考えると、先述した地区ブロック別の回答状況の特徴とも一致する。

市・町・村部別にみると、特徴的な差異や傾向に欠けるが、ひとつ言えることとして、インターネット通販の購買行動は、市町村毎の商業集積の度合よりも、やはり「大規模小売店舗」へのアクセスの影響が大きいことが考えられる。

これは、インターネット通販における多くの商品検索と大規模小売店舗内での商品検索が、消費者の行動の類型上は同一であることと関係していると考えられる。

(4) インターネット通販を利用しない理由(3つ以内)

インターネット通販を利用しない理由 (3つ以内)	県全体 (n=6113)	北部地区 (n=249)	中部地区 (n=2726)	南部地区 (n=2915)	宮古・八重山地区 (n=223)	市部 (n=4995)	町部 (n=672)	村部 (n=446)
近隣の店である程度商品が揃う	21.7%	20.5%	22.0%	21.4%	24.7%	21.7%	22.2%	22.5%
商品を直接確認できない	14.4%	16.9%	14.5%	14.0%	15.7%	14.4%	13.5%	16.8%
情報が多すぎて商品が選びにくい	5.5%	4.0%	5.6%	5.4%	8.5%	5.5%	5.8%	3.4%
送料がかかる	8.2%	8.8%	6.7%	9.6%	7.2%	8.2%	8.3%	6.3%
商品の受け取りがわずらわしい	5.2%	5.2%	4.8%	5.9%	2.2%	5.2%	5.4%	3.7%
決済方法に関する不安	2.9%	2.0%	2.6%	3.2%	4.9%	2.9%	2.6%	4.6%
個人情報漏えいの不安	6.7%	8.4%	7.3%	6.2%	4.5%	6.7%	6.7%	7.3%
返品や苦情等への対応が不安	4.2%	4.4%	4.5%	3.8%	5.8%	4.2%	3.7%	6.1%
インターネットを利用できない	31.1%	29.7%	32.1%	30.6%	26.5%	31.1%	31.6%	29.3%

県全体でインターネット通販を利用しない理由をみると、「インターネットを利用できない」が31.1%と最も高く、次いで「近隣の店である程度の商品が揃う」が21.7%、「商品を直接確認できない」が14.4%、「送料がかかる」が8.2%となっている。

県全体と比較した地区ブロック別の特徴をみると、北部と宮古・八重山地区は「商品を直接確認できない」が高く、南部、中部地区では「インターネットを利用できない」が高くなっている。

前者については、「(3)インターネット通販を利用する理由」との関係だが、あくまでインターネット通販を利用しないものに限定されること、「商品の直接確認」と「品質や価格の比較」は異なるため矛盾はせず、直接確認をしたい理由を掘り下げることが重要であると考ええる。

後者について、インターネット普及率や通信インフラが南部、中部地区の方が進んでいることを考慮すると、むしろ標本サンプルで南部、中部地区の年齢層が高いことによる影響もあると考えられる。

市・町・村部別にみると、特徴的な差異や傾向に欠けるが、同様に、インターネット通販の購買行動は、市町村毎の商業集積の度合よりも、やはり「大規模小売店舗」へのアクセスなど、他の影響が大きいことが考えられる。