

平成22年度

# 沖縄県買物動向調査報告書

平成23年3月

沖縄県観光商工部経営金融課

## 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10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、沖縄県婦人連合会並びに各市町村婦人連合会、各市町村、各商工会議所・各商工会等には格別なご協力を賜り、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23年3月

沖縄県観光商工部長

勝目 和夫

# 目 次

## I 調査実施の概要

1. 調査の目的	1
2. 調査実施方法	1
3. 買物出向比率の算出方法	2
4. 用語の定義について	2

## II 分析編

1. 調査サンプルの特性	7
(1) 世帯主の職業	7
(2) 主に買物する人の年代	8
(3) 世帯の家族数	9
(4) 世帯の年収	10
2. 買物交通手段	11
(1) 市部・町村部別買物交通手段	11
(2) 年代別買物交通手段	12
3. 他の市町村での買物頻度	13
(1) 市部・町村部別他の市町村での買物頻度	13
(2) 年代別他の市町村での買物頻度	14
4. 買物店舗	15
(1) 商品別買物店舗	15
(2) 年代別買物店舗	17
(3) 世帯年収別買物店舗	19
5. 買物理由	21
(1) 商品別買物理由	21
(2) 年代別買物店舗（業種業態）選定理由	22
6. 地元購買率	23
(1) 市部・町村部別地元購買率	23
(2) 市町村別地元購買率	24

7. 主な市町村における吸引状況	28
(1) 婦人服の吸引状況	28
(2) くつ・カバンの吸引状況	29
(3) 家具・室内装飾品の吸引状況	29
(4) 一般食料品の吸引状況	30
(5) 外食の吸引状況	30
8. 主な市町村における購買人口	42
9. 主な自治体の吸引状況	43
(1) 沖縄本島中部地域における主な自治体の吸引状況	43
(2) 沖縄本島南部地域における主な自治体の吸引状況	45
(3) 那覇市の吸引状況	47

### Ⅲ 資料編

1. 世帯主の職業（市町村別）	49
2. 主に買物する人の年代（市町村別）	50
3. 家族の人数（市町村別）	51
4. 世帯の年収（市町村別）	52
5. 買物交通手段（市町村別）	53
6. 他の市町村での買物頻度（市町村別）	54
7. 商品別買物理由	55
8. 商品別買物店舗（業態）選定理由	56
9. 年代別買物場所選定理由	57
10. 買物店舗（業態）別買物理由	58
11. 年代別買物場所選定理由	64
12. 年収別買物店舗（業態）	68
13. 年代別買物店舗（業態）	72
14. 主な市町村における吸引状況（買回品総合）	74
15. 市町村別買物場所	76
16. 購買人口（買回品総合）	112

# I 調査実施の概要

## I 調査実施概要

### 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、診断助言の基礎資料とするとともに、中小小売商業者の経営活動及び市町村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. 調査実施方法

#### (1) 実施機関

沖縄県観光商工部経営金融課

#### (2) 協力機関

各市町村、各商工会、各商工会議所

#### (3) 調査委託機関

調査票配付回収業務：(社)沖縄県婦人連合会、各市町村婦人連合会、各市町村

調査票集計等業務：沖縄商工会議所

#### (4) 調査対象

県内市町村各世帯を対象とするが、各市町村別調査対象世帯数の割当は、平成 22 年 9 月 1 日現在における推計世帯数の 1.66%相当とする。ただし、最低抽出世帯数は 10 世帯とする (P 4 参照)。また、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者とする。

#### (5) 調査期日

本調査は、概ね 3 年に一度実施しており、今回調査は、平成 22 年 9 月 1 日現在で調査した。

#### (6) 調査内容

「平成 22 年度沖縄県買物動向調査票」を用い、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する。なお、調査項目の中の買物場所については、地元の意向を聴取し選定するものとする。

#### (7) 調査方法

調査票の配付回収業務は、(社)沖縄県婦人連合会に委託する。委託の内容については、買物動向調査系統 (P 6 参照) のとおり、(社)沖縄県婦人連合会傘下の各市町村婦人会の選定した調査員が任意の調査対象世帯に調査票を配付し、配布後 2 週間程度後に回収する。これを (社)沖縄県婦人連合会がとりまとめ、県に送付するものとする。

但し、(社)沖縄県婦人連合会未加入の市町村婦人会等がある地域については直接市町村婦人会等へ委託し、市町村婦人会等未設置地域については各市町村に配布回収業務を依頼するものとする。

#### (8) 調査結果

県に送付されてきた調査票は内容を審査した後、調査項目ごとに全県及び市町村別に集計分析し、沖縄県買物動向調査報告書として速やかに公表する。

### 3. 買物出向比率の算出方法

#### (1) 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、5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を1.0とし、買物場所が1つの場合にはそれを1.0、2つの場合にはそれぞれ0.5ずつ、3つの場合には0.33、0.33、0.34、4つの場合には0.25ずつ、5つの場合には0.2ずつとして配分した。

#### (例) 調査票記入例と配分

	買物場所①	買物場所②	買物場所③	買物場所④	買物場所⑤	合計
婦人服	〇〇〇〇→1.0					1.0
紳士服	〇〇〇〇→0.5	××××→0.5				1.0
子供服	〇〇〇〇→0.33	××××→0.33	△△△△→0.34			1.0
呉服・寝具	〇〇〇〇→0.25	××××→0.25	△△△△→0.25	□□□□→0.25		1.0
シャツ・下着類	〇〇〇〇→0.2	××××→0.2	△△△△→0.2	□□□□→0.2	◇◇◇◇→0.2	1.0

※横の計が1.0になるように配分する。

#### (2) 集計について

上記のように配分された回答票を集計し、その合計数(=商品毎有効回答者数)で各店舗及び商店街合計数を割ることにより、購買率(=吸引率)を算出している。

#### (例) 購買率の算出

商品	○×市				△□町			合計
	〇〇〇〇	××××	△△△△	○×市計	□□□□	◇◇◇◇	△□町計	
婦人服	1	2	3	6	3	1	4	10
	10.0%	20.0%	30.0%	60.0%	30.0%	10.0%	40.0%	100.0%
紳士服	1.5	0.33	4	5.83	2.34	0.83	3.17	9
	16.7%	3.7%	44.4%	64.8%	26.0%	9.2%	35.2%	100.0%
子供服	0.5	2.5	0.5	3.5	2	1.5	3.5	7
	7.1%	35.7%	7.1%	50.0%	28.6%	21.4%	50.0%	100.0%
呉服・寝具	1.2	0.78	1.79	3.77	0.78	0.45	1.23	5
	24.0%	15.6%	35.8%	75.4%	15.6%	9.0%	24.6%	100.0%
シャツ・下着類	2.37	2.11	2.62	7.1	1.78	1.12	2.9	10
	23.7%	21.1%	26.2%	71.0%	17.8%	11.2%	29.0%	100.0%

### 4. 用語の定義について

#### (1) 買物出向比率

各居住地から、商店及び商業集積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または吸引率(流出割合)ともいう。

- ・ 地元購買率=自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
- ・ 流出割合=吸引率を流出元市町村側から言い直したもの

#### (2) 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 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 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
- ③ 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

### (3) 最寄品

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、食料品や日用雑貨品等が代表的なものである。

### (4) 買回品

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、婦人服や紳士服、呉服といった服飾品やくつ・カバン等が代表的なものである。

### (5) 購買人口

各自治体の行政人口に買物出向比率を乗じて算出したものを自治体毎に合計したものであり、具体的には下記の①と②を合計したものをいう。

①地元自治体の行政人口に地元購買率を乗じたもの

②吸引先自治体の行政人口に吸引率を乗じたもの

### (6) 吸引力係数

吸引力係数は、購買人口／対象自治体行政人口で算出したものであり、係数値が大きいほど対象自治体の行政人口に比して顧客を吸引しているといえる。



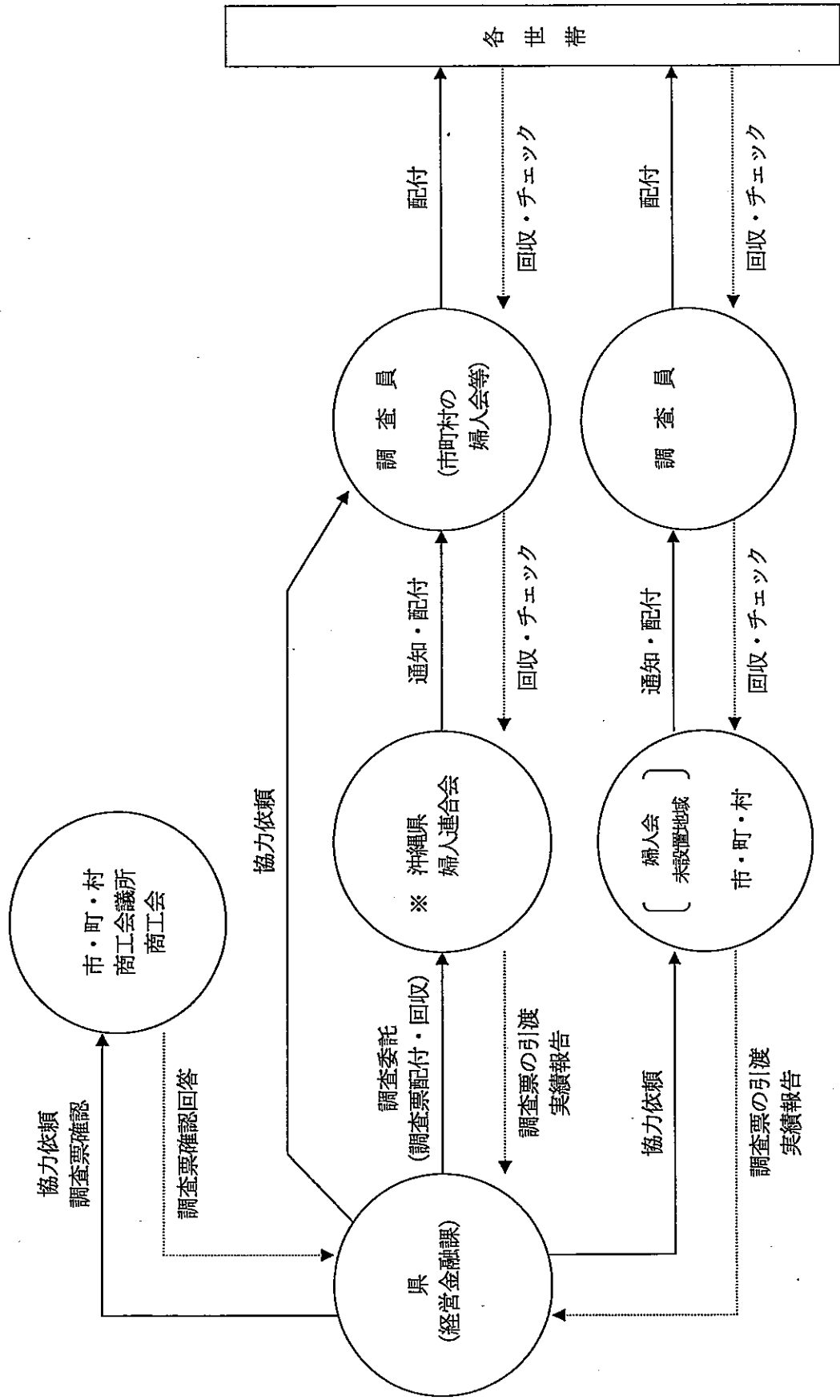
市町村別調査票配布回収状況

市町村	市町村名	平成22年 9月1日 現在世帯数 A	市町村別 配布枚数 B	市町村別 抽出率 (%) C=B/A	市町村別 調査票 回収枚数 D	市町村別 回収率 (%) E=D/B
1	那覇市	131,003	2,175	1.66%	1,853	85.2%
2	うるま市	41,131	680	1.65%	488	71.8%
3	宜野湾市	37,553	625	1.66%	398	63.7%
4	南城市	12,683	210	1.66%	190	90.5%
5	宮古島市	22,038	360	1.63%	261	72.5%
6	石垣市	19,630	325	1.66%	323	99.4%
7	浦添市	42,041	700	1.67%	603	86.1%
8	名護市	24,648	405	1.64%	322	79.5%
9	糸満市	19,941	330	1.65%	369	111.8%
10	沖縄市	49,189	815	1.66%	817	100.2%
11	豊見城市	19,948	325	1.63%	245	75.4%
12	国頭村	2,238	40	1.79%	40	100.0%
13	大宜味村	1,335	25	1.87%	23	92.0%
14	東村	777	15	1.93%	13	86.7%
15	今帰仁村	3,488	60	1.72%	52	86.7%
16	本部町	5,069	85	1.68%	58	68.2%
17	恩納村	3,904	65	1.66%	55	84.6%
18	宜野座村	1,884	35	1.86%	31	88.6%
19	金武町	4,535	75	1.65%	72	96.0%
20	伊江村	1,986	35	1.76%	31	88.6%
21	読谷村	13,047	215	1.65%	192	89.3%
22	嘉手納町	4,979	85	1.71%	62	72.9%
23	北谷町	10,299	170	1.65%	159	93.5%
24	北中城村	5,491	90	1.64%	82	91.1%
25	中城村	6,241	105	1.68%	90	85.7%
26	西原町	12,420	205	1.65%	152	74.1%
27	八重瀬町	8,576	145	1.69%	147	101.4%
28	与那原町	5,927	90	1.52%	78	86.7%
29	南風原町	11,667	195	1.67%	168	86.2%
30	渡嘉敷村	430	10	2.33%	9	90.0%
31	座間味村	492	10	2.03%	11	110.0%
32	粟国村	392	10	2.55%	16	160.0%
33	渡名喜村	292	10	3.42%	10	100.0%
34	南大東村	661	11	1.66%	11	100.0%
35	北大東村	312	10	3.21%	10	100.0%
36	伊平屋村	578	10	1.73%	10	100.0%
37	伊是名村	685	11	1.61%	11	100.0%
38	久米島町	3,541	60	1.69%	39	65.0%
39	多良間村	489	10	2.04%	8	80.0%
40	竹富町	2,127	35	1.65%	30	85.7%
41	与那国町	799	15	1.88%	16	106.7%
県計		534,466	8,887	1.66%	7,555	85.0%

※配布・回収枚数が少ない市町村があるため、データをご利用の際にはご注意ください。



平成 22 年度 沖縄県買物動向調査系統



※ 沖縄県婦人連合会未加入の市町村婦人会等がある地域については、直接市町村婦人会等に調査委託を行う