

## Ⅱ 分 析 編

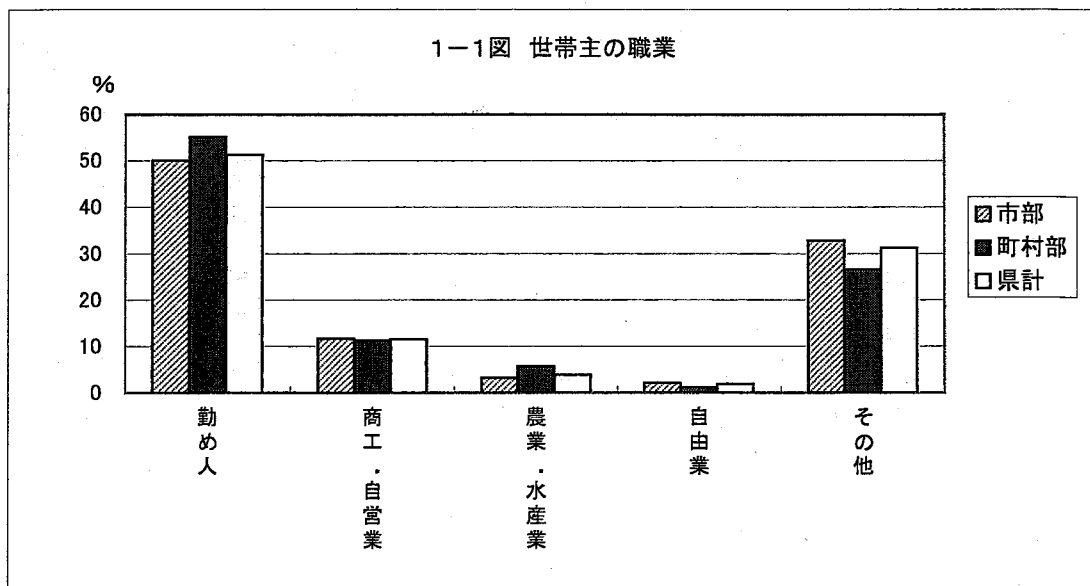
## II 分析編

### 1. 調査サンプルの特性

#### (1) 世帯主の職業

1-1表 世帯主の職業

市・町村		職業	勤め人 (サラリーマン等)	商工 自営業	農業 水産業	自由業	その他	合計	不明
市部	人		2,547	595	164	110	1,671	5,087	129
	%		50.1	11.7	3.2	2.2	32.8	100.0	
町村部	人		921	188	96	20	444	1,669	22
	%		55.2	11.3	5.8	1.2	26.6	100.0	
県計	人		3,468	783	260	130	2,115	6,756	151
	%		51.3	11.6	3.8	1.9	31.3	100.0	
前回県計	人		3,750	912	212	138	1,948	6,960	142
	%		53.9	13.1	3.0	2.0	28.0	100.0	



本調査で得られたサンプル世帯における「世帯主の職業」は、県計で見ると「勤め人」が51.3%と最も高い割合を示しており、以下「その他」31.3%、「商工・自営業」11.6%、「農業・水産業」3.8%、「自由業」1.9%となっている。

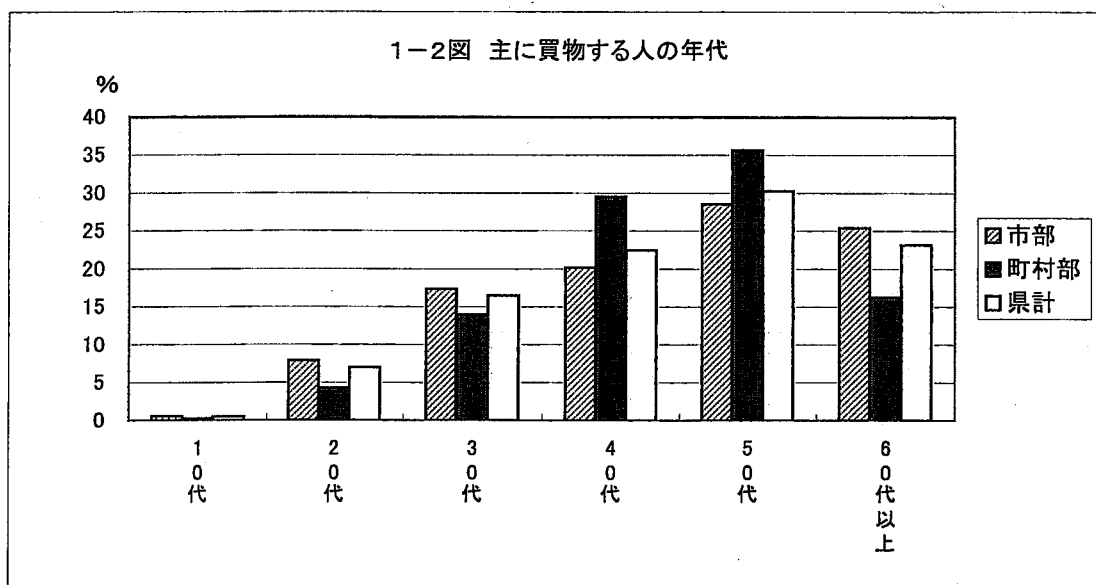
県計に比較して、市部では「商工・自営業」、「自由業」、「その他」の割合が高く、町村部では「勤め人」、「農業・水産業」の割合が高くなっている。

前回調査（平成16年度）と比較すると、「その他」が増加、「勤め人」及び「商工自営業」が減少となっている。

## (2) 主に買物する人の年代

1-2表 主に買物する人の年代

市・町村	年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	合計	不明
	市部	人	31	407	894	1,040	1,471	1,309	5,152
	%	0.6	7.9	17.4	20.2	28.6	25.4	100.0	
町村部	人	4	72	235	496	599	274	1,680	11
	%	0.2	4.3	14.0	29.5	35.7	16.3	100.0	
県計	人	35	479	1,129	1,536	2,070	1,583	6,832	75
	%	0.5	7.0	16.5	22.5	30.3	23.2	100.0	
前回県計	人	46	465	1,164	1,857	1,979	1,416	6,927	175
	%	0.7	6.7	16.8	26.8	28.6	20.4	100.0	



本調査で得られたサンプル世帯における「主に買物する人の年代」は、県計で見ると「50代」が30.3%と最も多く、次いで「60代以上」23.2%、「40代」22.5%、「30代」16.5%、「20代」7.0%、「10代」0.5%となっており、「30代」以上で全体の9割以上、「50代」以上で過半を占めている。

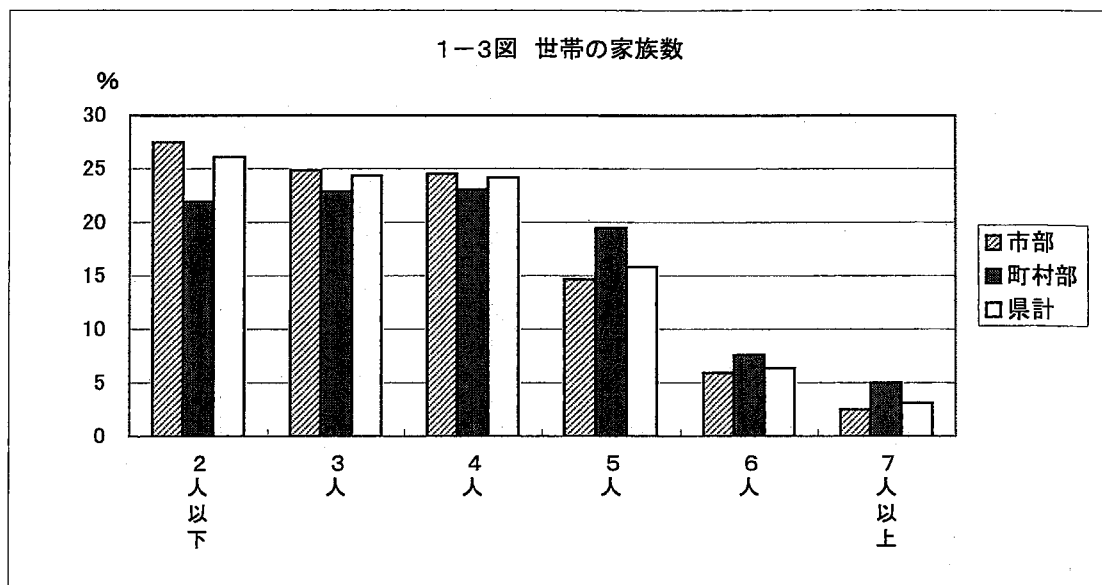
県計と比較した場合、町村部においては、「50代」が35.7%と最も多くなっており、「60代以上」が16.3%と少なくなっている。また、市部でも「50代」の28.6%が最も多く、「60代以上」も25.4%と高い割合になっている。

前回調査（平成16年度）と比較すると、「10代」、「20代」、「30代」、「40代」の割合が減少或いは横ばい、「50代」、「60代以上」の割合が増加した。

### (3) 世帯の家族数

1-3表 世帯の家族数

市・町村		家族の人数						合計	不明
		2人以下	3人	4人	5人	6人	7人以上		
市部	人	1,418	1,283	1,266	757	307	130	5,161	55
	%	27.5	24.9	24.5	14.7	5.9	2.5	100.0	
町村部	人	368	384	387	327	128	84	1,678	13
	%	21.9	22.9	23.1	19.5	7.6	5.0	100.0	
県計	人	1,786	1,667	1,653	1,084	435	214	6,839	68
	%	26.1	24.4	24.2	15.9	6.4	3.1	100.0	
前回県計	人	1,525	1,520	1,744	1,362	584	298	7,033	69
	%	21.7	21.6	24.8	19.4	8.3	4.2	100.0	



本調査で得られたサンプル世帯における「世帯の家族数」は、県計でみると、最も多いのが「2人以下」で26.1%、次いで「3人」24.4%、「4人」24.2%、「5人」15.9%、「6人」6.4%、「7人以上」3.1%となっている。

市部と町村部を比較すると、町村部の方が家族数が多くなっている。

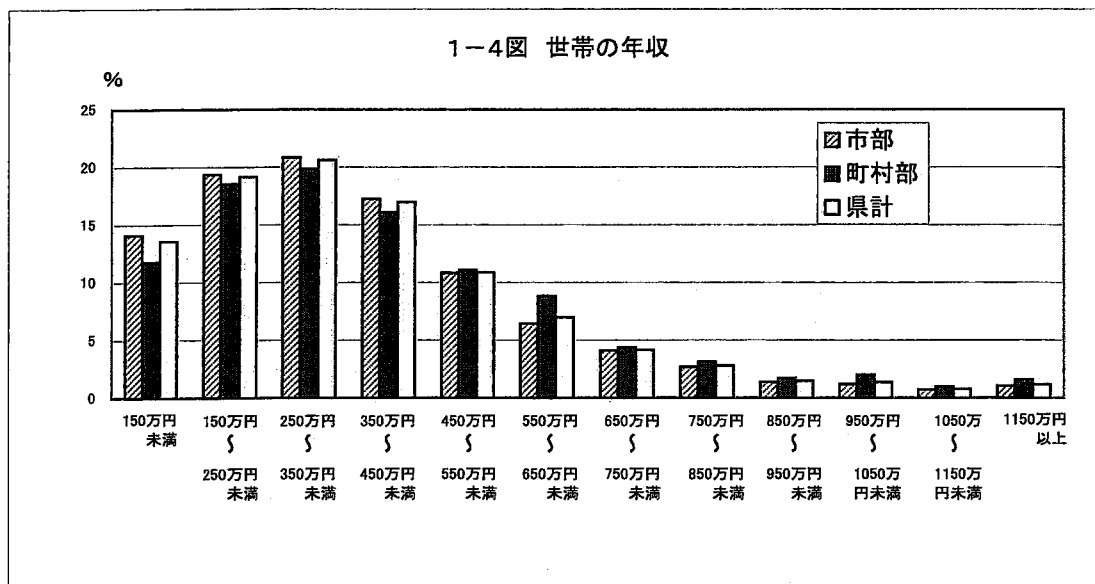
前回調査（平成16年度）よりも、今回調査のサンプル世帯の方が、「2人以下」、「3人」の世帯数の割合が高くなっている。

#### (4) 世帯の年収

1-4表 世帯の年収

市・町村		年収	150万円未満	150万円～250万円未満	250万円～350万円未満	350万円～450万円未満	450万円～550万円未満	550万円～650万円未満
			人	%	人	%	人	%
市部	人	699	959	1,032	854	537	319	
	%	14.1	19.4	20.8	17.2	10.8	6.4	
町村部	人	172	271	290	235	162	129	
	%	11.8	18.6	19.9	16.1	11.1	8.8	
県計	人	871	1,230	1,322	1,089	699	448	
	%	13.6	19.2	20.6	17.0	10.9	7.0	
前回県計	人	754	1,273	1,433	1,210	749	535	
	%	11.0	18.6	20.9	17.7	10.9	7.8	

市・町村		年収	650万円～750万円未満	750万円～850万円未満	850万円～950万円未満	950万円～1050万円未満	1050万円～1150万円未満	1150万円以上	合計	不明
			人	%	人	%	人	%	人	%
市部	人	203	134	69	59	36	52	4,953	263	
	%	4.1	2.7	1.4	1.2	0.7	1.0	100.0		
町村部	人	64	46	25	29	14	23	1,460	231	
	%	4.4	3.2	1.7	2.0	1.0	1.6	100.0		
県計	人	267	180	94	88	50	75	6,413	494	
	%	4.2	2.8	1.5	1.4	0.8	1.2	100.0		
前回県計	人	327	185	122	101	63	94	6,846	256	
	%	4.8	2.7	1.8	1.5	0.9	1.4	100.0		



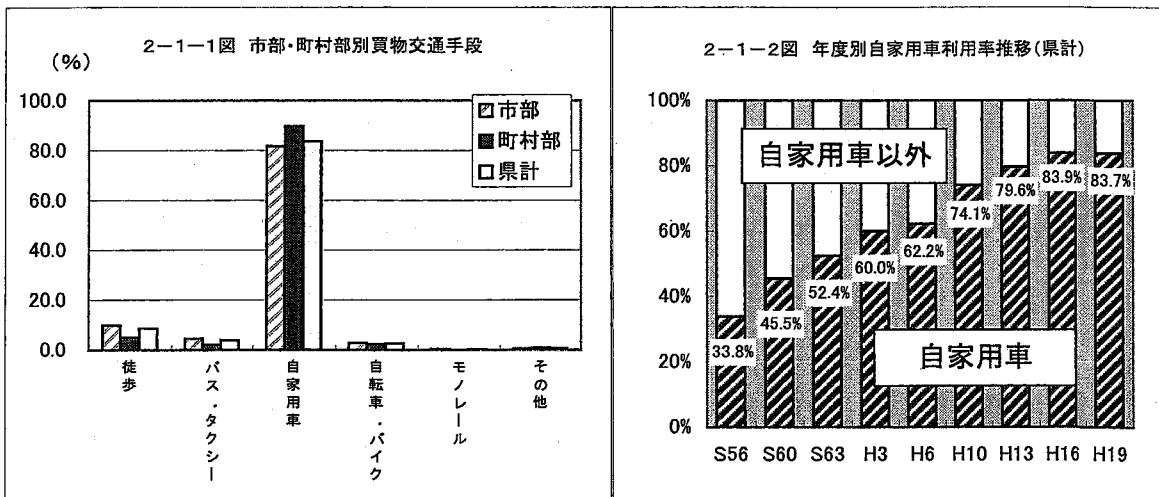
本調査で得られたサンプル世帯における「世帯の年収」は、「250～350万円未満」が20.6%と最も多くなっており、次いで「150～250万円未満」19.2%、「350～450万円未満」17.0%、「150万円未満」13.6%、「450～550万円未満」10.9%と続いており、年収550万円未満の世帯がサンプル全体の約8割を占めている。前回調査（平成16年度）と同様に「350～450万円未満」以下の世帯は市部に多く、「450～550万円未満」以上の世帯は町村部で多くなっている。

## 2. 買物交通手段

### (1) 市部・町村部別買物交通手段

2-1表 買物交通手段

交通手段		徒歩	バス・タクシー	自家用車	自転車・バイク	モノレール	その他	合計	不明
市・町村									
市部	人	507	239	4,190	144	18	28	5,126	90
	%	9.9	4.7	81.7	2.8	0.4	0.5	100.0	
町村部	人	85	34	1,510	38	1	14	1,682	9
	%	5.1	2.0	89.8	2.3	0.1	0.8	100.0	
県計	人	592	273	5,700	182	19	42	6,808	99
	%	8.7	4.0	83.7	2.7	0.3	0.6	100.0	
前回県計	人	578	204	5,576	176	12	100	6,646	456
	%	8.7	3.1	83.9	2.6	0.2	1.5	100.0	



2-1表及び2-1-1図は、買物に行く際の交通手段の割合を表している。

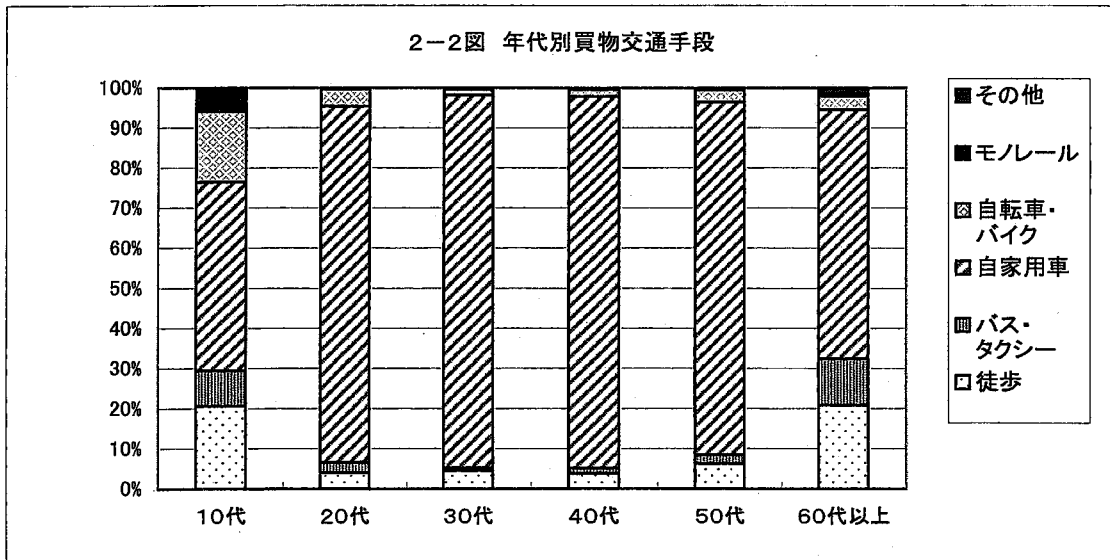
市部・町村部ともに「自家用車」と答えた割合が最も高くなっており、県計では83.7%が「自家用車」で買物に出かけている状況となっている。その割合は、前回調査（平成16年度）に比べて0.2ポイント減少しており、自家用車の利用度が僅少ではあるが昭和56年度の調査開始以来初めて減少に転じた。特に町村部で減少、市部で上昇となっている。また、前回調査より「バス・タクシー」「モノレール」の公共交通機関の利用度が上昇している。

2-1-2図は、買物に行く際に自家用車を利用している割合（県計）について、過去の調査年度別に推移を示したものである。

(2) 年代別買物交通手段

2-2表 年代別買物交通手段

交通手段		徒歩	バス・タクシー	自家用車	自転車・バイク	モノレール	その他	合計	不明
10代	人	7	3	16	6	2	0	34	1
	%	20.6	8.8	47.1	17.6	5.9	0.0	100.0	
前回	%	17.9	12.8	53.8	5.1	2.6	7.7	100.0	
20代	人	19	12	421	20	1	1	474	5
	%	4.0	2.5	88.8	4.2	0.2	0.2	100.0	
前回	%	4.0	1.8	89.1	2.9	1.1	1.1	100.0	
30代	人	50	8	1,039	16	1	4	1,118	11
	%	4.5	0.7	92.9	1.4	0.1	0.4	100.0	
前回	%	3.3	0.6	93.6	2.2	0.1	0.3	100.0	
40代	人	57	21	1,420	26	2	5	1,531	5
	%	3.7	1.4	92.7	1.7	0.1	0.3	100.0	
前回	%	3.7	2.2	91.4	1.8	0.1	0.4	100.0	
50代	人	129	46	1,810	61	2	10	2,058	12
	%	6.3	2.2	87.9	3.0	0.1	0.5	100.0	
前回	%	8.0	2.5	85.7	2.8	0.1	0.9	100.0	
60代以上	人	328	181	977	52	11	22	1,571	12
	%	20.9	11.5	62.2	3.3	0.7	1.4	100.0	
前回	%	23.0	7.4	60.8	3.4	0.2	5.1	100.0	
合計	人	592	273	5,700	182	19	42	6,808	99
	%	8.7	4.0	83.7	2.7	0.3	0.6	100.0	
前回	%	8.7	3.1	83.9	2.6	0.2	1.5	100.0	



上表及びグラフは、買物に行く際に利用する交通手段について、年代別に集計したものである。

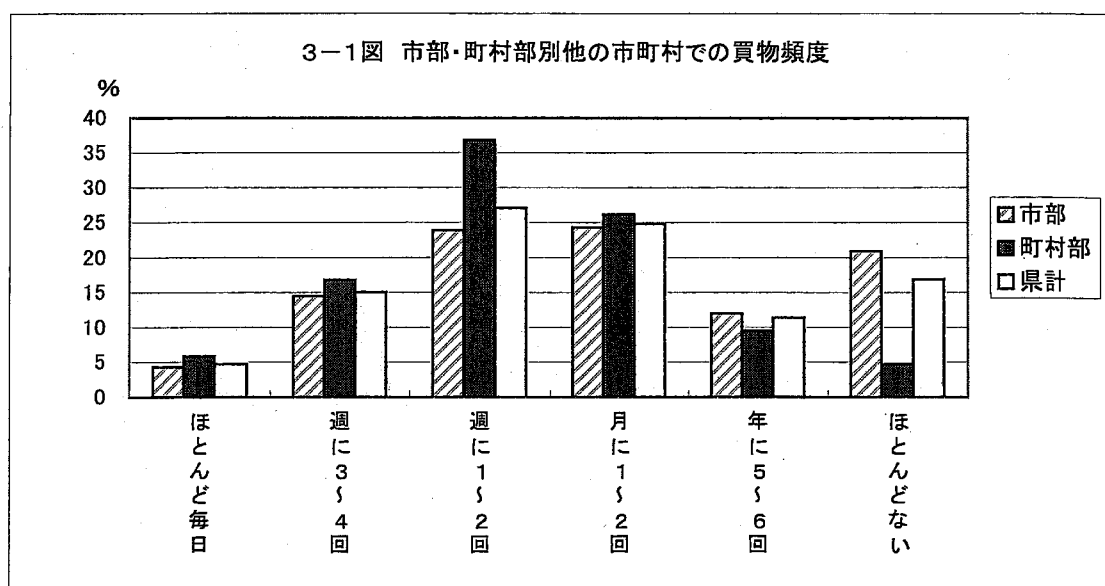
各年代とも「自家用車」の利用割合が最も高く、「30代」以下の世代で前回調査（平成16年度）よりも割合が低下、「40代」以上の世代で割合が高くなる結果となった。「30代」と「40代」については「自家用車」利用割合は90%を超えている。また、「10代」や「60代以上」では、「自家用車」以外の買物交通手段として「徒歩」（「10代」20.6%、「60代以上」20.9%）の割合が高くなっている。

### 3. 他の市町村での買物頻度

#### (1) 市部・町村部別他の市町村での買物頻度

3-1表 他の市町村での買物頻度

買物頻度		ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回	月に1~2回	年に5~6回	ほとんどない	合計	不明
市・町村									
市部	人	219	735	1,213	1,235	609	1,061	5,072	144
	%	4.3	14.5	23.9	24.3	12.0	20.9	100.0	
町村部	人	98	281	615	438	159	79	1,670	21
	%	5.9	16.8	36.8	26.2	9.5	4.7	100.0	
県計	人	317	1,016	1,828	1,673	768	1,140	6,742	165
	%	4.7	15.1	27.1	24.8	11.4	16.9	100.0	
前回県計	人	335	952	1,815	1,802	890	1,096	6,890	212
	%	4.9	13.8	26.3	26.2	12.9	15.9	100.0	



上表及びグラフは、他の市町村での買物頻度を表している。

県計でみると、「週に1~2回」と答えた割合が最も多く27.1%、次いで「月に1~2回」24.8%、「ほとんどない」16.9%、「週に3~4回」15.1%、「年に5~6回」11.4%、「ほとんど毎日」4.7%となっている。

「週1回以上」として集計した場合46.9%となり、これは前回調査（平成16年度）よりも1.9ポイント増加しているが、「ほとんどない」も1.0%増加しており、2極化が進んでいると言える。

市部では、「月に1~2回」（24.3%）が「週に1~2回」（23.9%）を上回っており、また「ほとんどない」（20.9%）についても町村部の4.7%に比べて高くなっている。「週1回以上」として集計すると42.7%となる。

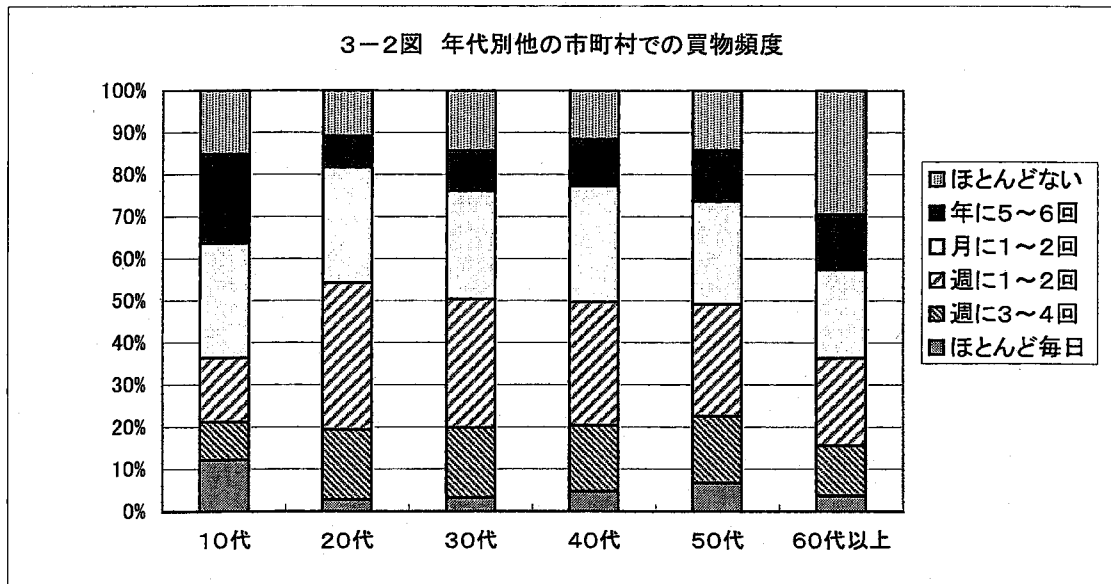
一方、町村部では、「週に1回以上」として集計すると59.5%となり、前回調査に比べるとわずかながら減少している。



(2) 年代別他の市町村での買物頻度

3-2表 年代別他の市町村での買物頻度

買物頻度 年代		ほとんど毎日	週に3~4回	週に1~2回	月に1~2回	年に5~6回	ほとんどない	合計	不明
10代	人	4	3	5	9	7	5	33	2
	%	12.1	9.1	15.2	27.3	21.2	15.2	100.0	
前回	%	8.9	22.2	15.6	35.6	8.9	8.9	100.0	
20代	人	13	78	164	129	35	51	470	9
	%	2.8	16.6	34.9	27.4	7.4	10.9	100.0	
前回	%	5.2	13.5	36.1	28.0	7.4	9.8	100.0	
30代	人	36	184	340	287	106	159	1,112	17
	%	3.2	16.5	30.6	25.8	9.5	14.3	100.0	
前回	%	3.6	15.3	29.3	29.1	11.2	11.5	100.0	
40代	人	71	238	445	419	169	176	1,518	18
	%	4.7	15.7	29.3	27.6	11.1	11.6	100.0	
前回	%	5.6	15.4	28.6	27.8	12.6	11.1	100.0	
50代	人	137	324	544	501	249	290	2,045	25
	%	6.7	15.8	26.6	24.5	12.2	14.2	100.0	
前回	%	5.5	13.6	26.4	25.6	14.2	14.6	100.0	
60代以上	人	56	185	320	325	202	456	1,544	39
	%	3.6	12.0	20.7	21.0	13.1	29.5	100.0	
前回	%	3.5	10.1	18.1	23.3	14.7	30.3	100.0	
合計	人	317	1,016	1,828	1,673	768	1,140	6,742	165
	%	4.7	15.1	27.1	24.8	11.4	16.9	100.0	
前回	%	4.9	13.8	26.3	26.2	12.9	15.9	100.0	



上表及びグラフは、他の市町村での買物頻度を年代別に集計したものである。

県計で見ると、「20代」から「50代」で「週に1~2回」と回答した割合が最も高くなっており、それに続くのが「月に1~2回」となっている。

また、「10代」では「月に1~2回」、「60代以上」では「ほとんどない」が最も高くなっている。これらの割合は前回調査（平成16年度）と同じ傾向が現れている。

#### 4. 買物店舗

##### (1) 商品別買物店舗

4-1表 商品別買物店舗

商品	買物店舗										合計	不明
	デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通(一般的)の店舗	共同購入(生協等)	通信・カタログ販売	その他			
婦人服	人	1,709	5,347	513	1,386	13	941	306	1,448	320	11,983	346
	%	14.3	44.6	4.3	11.6	0.1	7.9	2.6	12.1	2.7	100.0	
	前回	%	15.3	44.7	4.1	11.8	0.1	8.7	1.9	11.0	2.3	100.0
紳士服	人	1,203	4,720	395	1,554	9	641	121	677	242	9,562	983
	%	12.6	49.4	4.1	16.3	0.1	6.7	1.3	7.1	2.5	100.0	
	前回	%	13.1	49.3	4.0	17.2	0.1	7.8	1.1	5.2	2.3	100.0
子供服	人	765	3,966	384	795	7	484	112	762	252	7,527	2,171
	%	10.2	52.7	5.1	10.6	0.1	6.4	1.5	10.1	3.3	100.0	
	前回	%	11.2	53.8	5.5	9.5	0.0	7.9	1.1	7.9	2.9	100.0
呉服・寝具	人	638	4,203	341	1,202	4	319	156	574	193	7,630	1,513
	%	8.4	55.1	4.5	15.8	0.1	4.2	2.0	7.5	2.5	100.0	
	前回	%	8.5	54.0	4.4	16.8	0.0	5.5	2.2	5.9	2.6	100.0
シャツ・下着類	人	801	5,323	603	684	15	670	180	849	296	9,421	407
	%	8.5	56.5	6.4	7.3	0.2	7.1	1.9	9.0	3.1	100.0	
	前回	%	8.7	57.6	6.2	6.3	0.1	8.6	2.0	8.0	2.7	100.0
くつ・カバン	人	1,212	4,195	346	2,437	4	517	109	536	219	9,575	820
	%	12.7	43.8	3.6	25.5	0.0	5.4	1.1	5.6	2.3	100.0	
	前回	%	12.7	42.9	3.3	27.7	0.1	6.3	0.9	4.2	1.8	100.0
時計・メガネ・貴金属	人	681	2,157	125	3,963	11	259	25	208	205	7,634	1,431
	%	8.9	28.3	1.6	51.9	0.1	3.4	0.3	2.7	2.7	100.0	
	前回	%	9.2	26.5	1.6	52.8	0.1	4.6	0.6	2.2	2.4	100.0
家庭用電気器具	人	330	3,364	178	3,990	17	296	23	154	223	8,575	914
	%	3.8	39.2	2.1	46.5	0.2	3.5	0.3	1.8	2.6	100.0	
	前回	%	3.7	40.0	2.5	45.8	0.1	4.2	0.3	1.2	2.2	100.0
家具・室内装飾品	人	394	2,937	199	3,351	5	297	66	384	224	7,857	1,528
	%	5.0	37.4	2.5	42.6	0.1	3.8	0.8	4.9	2.9	100.0	
	前回	%	5.2	39.2	2.8	40.4	0.1	4.6	0.8	4.2	2.8	100.0
スポーツ・レジャー用品	人	325	2,987	242	3,084	9	276	64	234	206	7,427	1,768
	%	4.4	40.2	3.3	41.5	0.1	3.7	0.9	3.2	2.8	100.0	
	前回	%	4.2	40.0	3.6	40.3	0.2	5.2	0.8	2.5	3.3	100.0
書籍・CD・文具	人	363	2,540	228	3,887	150	498	126	236	229	8,257	1,212
	%	4.4	30.8	2.8	47.1	1.8	6.0	1.5	2.9	2.8	100.0	
	前回	%	4.6	28.7	2.8	48.4	2.3	7.0	1.5	1.7	3.1	100.0
化粧品・医薬品	人	519	3,093	742	3,349	154	586	284	567	454	9,748	615
	%	5.3	31.7	7.6	34.4	1.6	6.0	2.9	5.8	4.7	100.0	
	前回	%	5.2	30.3	7.1	35.5	1.8	7.1	3.1	5.0	5.1	100.0
日用雑貨	人	471	4,039	3,628	607	391	1,152	605	211	321	11,425	377
	%	4.1	35.4	31.8	5.3	3.4	10.1	5.3	1.8	2.8	100.0	
	前回	%	3.9	35.7	32.1	3.5	3.7	11.8	5.4	1.3	2.6	100.0
一般食料品	人	425	3,513	4,860	245	628	1,371	1,061	79	319	12,501	206
	%	3.4	28.1	38.9	2.0	5.0	11.0	8.5	0.6	2.6	100.0	
	前回	%	3.2	27.6	38.9	2.0	5.2	12.2	8.3	0.4	2.3	100.0
生鮮食料品	人	381	3,297	4,625	890	108	1,233	863	60	354	11,811	275
	%	3.2	27.9	39.2	7.5	0.9	10.4	7.3	0.5	3.0	100.0	
	前回	%	3.1	26.7	39.3	8.5	1.2	11.5	6.8	0.3	2.6	100.0
中元・歳暮等の贈答品	人	964	3,452	3,240	284	32	606	858	201	376	10,013	625
	%	9.6	34.5	32.4	2.8	0.3	6.1	8.6	2.0	3.8	100.0	
	前回	%	8.4	35.2	33.1	3.2	0.7	7.3	7.4	1.2	3.5	100.0
外食(食事)	人	534	2,505	255	3,053	96	1,193	16	4	1,215	8,871	1,153
	%	6.0	28.2	2.9	34.4	1.1	13.4	0.2	0.0	13.7	100.0	
	前回	%	6.0	25.9	2.7	36.5	1.2	15.4	0.2	0.0	12.0	100.0
合計	人	11,715	61,638	20,904	34,761	1,653	11,339	4,975	7,184	5,648	159,817	16,344
	%	7.3	38.6	13.1	21.8	1.0	7.1	3.1	4.5	3.5	100.0	
	前回	%	7.4	38.3	13.2	21.8	1.1	8.3	3.0	3.6	3.3	100.0

前項の表は、買物に利用する店舗種類の割合を商品別に集計したものである。

「一般食料品」、「生鮮食料品」の2品目については「スーパーマーケット」が最も利用され、「時計・メガネ・貴金属」、「家庭用電気器具」、「家具・室内装飾品」、「スポーツ・レジャー用品」、「書籍・CD・文具」、「化粧品・医薬品」、「外食（食事）」の7品目については「専門店」が最も利用され、その他の8品目については「大型ショッピングセンター」が最も利用されている結果となった。

商品別の詳細は下記のとおりである。

- 婦人服・・・「大型ショッピングセンター」が44.6%と割合が最も高く、「デパート・百貨店」が14.3%でそれに続いている。「通信・カタログ販売」も12.1%と他の商品に比べて割合は高い。
- 紳士服・・・「大型ショッピングセンター」が49.4%で割合が最も高く、「専門店」16.3%、「デパート・百貨店」12.6%と続いている。
- 子供服・・・「大型ショッピングセンター」が52.7%で割合が最も高く、「専門店」10.6%、「デパート・百貨店」10.2%、「通信・カタログ販売」10.1%と続いている。
- 呉服・寝具・・・「大型ショッピングセンター」が55.1%と割合が最も高く、「専門店」が15.8%で続いている。
- シャツ・下着類・・・「大型ショッピングセンター」が56.5%と割合が最も高く、「通信・カタログ販売」が9.0%で続いている。前回調査（平成16年度）で2位であった「デパート・百貨店」は8.5%で3位となっている。
- くつ・カバン・・・「大型ショッピングセンター」が43.8%と割合が最も高く、「専門店」が25.5%で続いている。
- 時計・メガネ・貴金属・・・「専門店」が51.9%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が28.3%で続いている。
- 家庭用電気器具・・・「専門店」が46.5%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が39.2%で続いている。
- 家具室内装飾品・・・「専門店」が42.6%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が37.4%で続いている。
- スポーツ・レジャー用品・・・「専門店」が41.5%、「大型ショッピングセンター」が40.2%と、それぞれ高い割合を示している。
- 書籍・CD・文具・・・「専門店」が47.1%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」が30.8%で続いている。
- 化粧品・医薬品・・・「専門店」が34.4%と最も割合が高く、「大型ショッピングセンター」が31.7%で続いている。
- 日用雑貨・・・「大型ショッピングセンター」が35.4%と割合が最も高く、「スーパーマーケット」が31.8%で続いている。
- 一般食料品・・・「スーパーマーケット」が38.9%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が28.1%で続いている。
- 生鮮食料品・・・「スーパーマーケット」が39.2%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が27.9%で続いている。
- 中元・歳暮等の贈答品・・・「大型ショッピングセンター」が34.5%と割合が最も高く、「スーパーマーケット」が32.4%で続いている。
- 外食（食事）・・・「専門店」が34.4%と割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が28.2%で続いている。大型ショッピングセンターは前回調査（平成16年）から2.3ポイント増加している。

前回調査（平成16年度）と比較すると、「通信・カタログ販売」は、すべての商品で利用割合が大きくなっている。逆に、「普通（一般的）の店舗」の割合は、すべての商品で減少している。

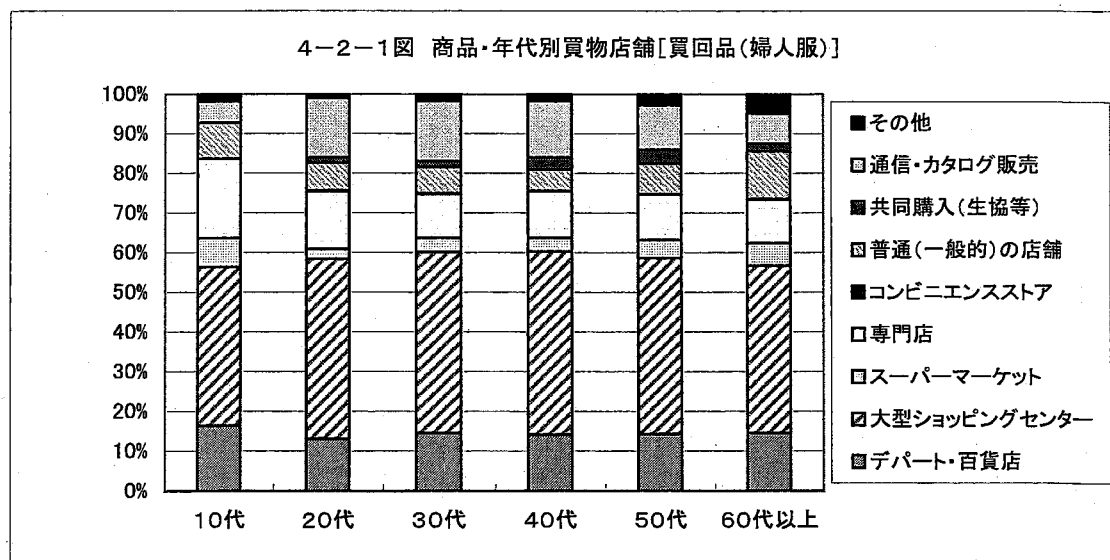
## (2) 年代別買物店舗

### ①買回品（婦人服）

4-2-1表 商品・年代別買物店舗〔買回品（婦人服）〕

年代	買物店舗											不明
	デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売	その他	合計		
10代	人	9	22	4	11	0	5	0	3	1	55	7
	%	16.4	40.0	7.3	20.0	0.0	9.1	0.0	5.5	1.8	100.0	
前回	%	9.3	48.8	2.3	11.6	0.0	9.3	0.0	16.3	2.3	100.0	
20代	人	108	376	21	121	1	58	11	125	8	829	41
	%	13.0	45.4	2.5	14.6	0.1	7.0	1.3	15.1	1.0	100.0	
前回	%	15.8	43.8	1.9	14.3	0.2	7.2	1.5	14.4	0.9	100.0	
30代	人	289	907	73	219	3	133	29	304	34	1,991	43
	%	14.5	45.6	3.7	11.0	0.2	6.7	1.5	15.3	1.7	100.0	
前回	%	15.7	46.2	3.5	10.2	0.0	7.4	0.9	14.5	1.6	100.0	
40代	人	390	1,276	95	324	2	149	86	392	48	2,762	35
	%	14.1	46.2	3.4	11.7	0.1	5.4	3.1	14.2	1.7	100.0	
前回	%	14.6	47.6	4.0	10.2	0.1	7.7	2.5	11.7	1.6	100.0	
50代	人	528	1,645	171	424	4	285	129	419	101	3,706	63
	%	14.2	44.4	4.6	11.4	0.1	7.7	3.5	11.3	2.7	100.0	
前回	%	15.6	43.5	4.8	12.5	0.1	8.8	2.4	9.6	2.6	100.0	
60代以上	人	369	1,076	143	280	3	309	48	194	126	2,548	139
	%	14.5	42.2	5.6	11.0	0.1	12.1	1.9	7.6	4.9	100.0	
前回	%	15.0	41.2	4.8	13.8	0.0	12.4	1.5	7.3	4.0	100.0	

4-2-1図 商品・年代別買物店舗〔買回品（婦人服）〕



上表及びグラフは、買物に利用する店舗種類について、年代別に集計したものである。ここでは、買回品の例として、「婦人服」を取り上げている。

「10代」から「60代以上」の6つの年代に分けているが、いずれの年代でも「大型ショッピングセンター」の割合が最も高く、全て40%台となっている。

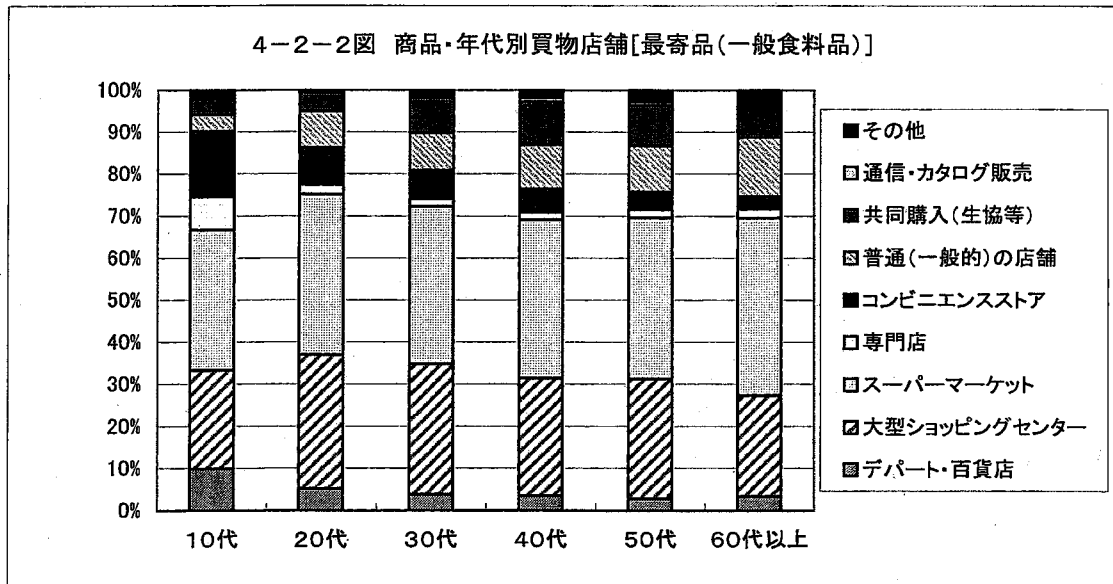
これに続くのは年代ごとに異なり、「50代」「60代以上」では「デパート・百貨店」、「10代」では「専門店」、「20代」「30代」「40代」では「通信・カタログ販売」が続いており、比較的年代による消費行動の違いが明確に現れている。

②最寄品（一般食料品）

4-2-2表 商品・年代別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕

買物店舗 年代		買物店舗										合計	不明
		デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売	その他			
10代	人	5	12	17	4	8	2	2	0	1	51	7	
	%	9.8	23.5	33.3	7.8	15.7	3.9	3.9	0.0	2.0	100.0		
前回	%	10.6	21.3	21.3	2.1	21.3	14.9	2.1	0.0	6.4	100.0		
20代	人	43	270	323	19	75	73	38	1	4	846	41	
	%	5.1	31.9	38.2	2.2	8.9	8.6	4.5	0.1	0.5	100.0		
前回	%	4.7	30.3	37.2	2.2	11.6	7.8	5.1	0.2	1.0	100.0		
30代	人	82	667	805	40	145	190	184	13	25	2,151	43	
	%	3.8	31.0	37.4	1.9	6.7	8.8	8.6	0.6	1.2	100.0		
前回	%	4.0	29.4	38.1	2.3	7.3	10.5	6.5	0.4	1.5	100.0		
40代	人	101	822	1,110	51	164	309	303	27	54	2,941	35	
	%	3.4	27.9	37.7	1.7	5.6	10.5	10.3	0.9	1.8	100.0		
前回	%	2.6	27.7	38.9	1.7	5.0	11.3	10.4	0.5	1.9	100.0		
50代	人	102	1,073	1,440	73	157	413	361	32	106	3,757	63	
	%	2.7	28.6	38.3	1.9	4.2	11.0	9.6	0.9	2.8	100.0		
前回	%	2.7	27.1	38.5	1.9	4.0	13.0	9.7	0.4	2.7	100.0		
60代以上	人	88	644	1,127	57	78	378	168	6	127	2,673	139	
	%	3.3	24.1	42.2	2.1	2.9	14.1	6.3	0.2	4.8	100.0		
前回	%	3.2	25.2	40.9	2.5	2.7	15.6	6.2	0.2	3.5	100.0		

4-2-2図 商品・年代別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕



上表及びグラフは、買物に利用する店舗種類について、年代別に集計したものである。ここでは、最寄品の例として、「一般食料品」を取り上げている。

すべての年代で、利用割合が最も高いのは「スーパーマーケット」となっており、それに次ぐのが「大型ショッピングセンター」となっている。

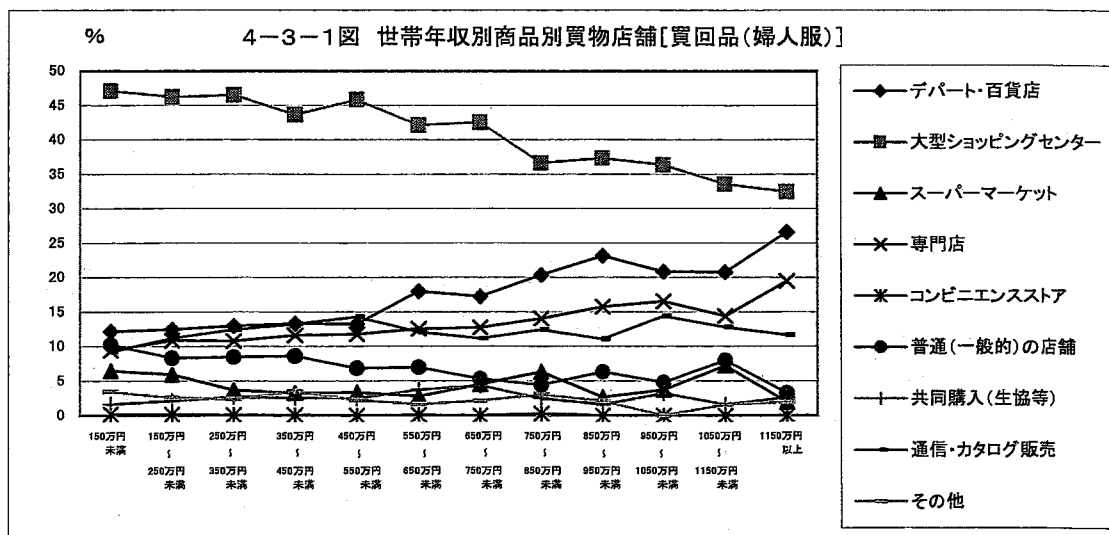
「コンビニエンスストア」は、年代による差が大きく、「10代」で15.7%、「20代」で8.9%となっているが、「60代以上」では2.9%と、年代が高いほど利用割合は低くなっている。

### (3) 世帯年収別買物店舗

#### ①買回品（婦人服）

4-3-1表 世帯年収別商品別買物店舗〔買回品（婦人服）〕

年収	買物店舗	デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通(一般的)の店舗	共同購入(生協等)	通信・カタログ販売	その他	合計	不明
		人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人
150万円未満	人	156	604	83	121	3	132	21	118	44	1,282	91
	%	12.2	47.1	6.5	9.4	0.2	10.3	1.6	9.2	3.4	100.0	
150万円～250万円未満	人	249	924	119	217	4	166	43	224	52	1,998	79
	%	12.5	46.2	6.0	10.9	0.2	8.3	2.2	11.2	2.6	100.0	
250万円～350万円未満	人	292	1,046	83	243	2	190	60	279	53	2,248	58
	%	13.0	46.5	3.7	10.8	0.1	8.5	2.7	12.4	2.4	100.0	
350万円～450万円未満	人	264	866	65	231	2	171	51	263	70	1,983	33
	%	13.3	43.7	3.3	11.6	0.1	8.6	2.6	13.3	3.5	100.0	
450万円～550万円未満	人	167	577	42	148	0	86	31	180	28	1,259	16
	%	13.3	45.8	3.3	11.8	0.0	6.8	2.5	14.3	2.2	100.0	
550万円～650万円未満	人	155	363	24	108	1	60	32	104	14	861	14
	%	18.0	42.2	2.8	12.5	0.1	7.0	3.7	12.1	1.6	100.0	
650万円～750万円未満	人	88	217	23	65	0	27	22	57	11	510	5
	%	17.3	42.5	4.5	12.7	0.0	5.3	4.3	11.2	2.2	100.0	
750万円～850万円未満	人	74	133	23	51	1	16	9	45	11	363	5
	%	20.4	36.6	6.3	14.0	0.3	4.4	2.5	12.4	3.0	100.0	
850万円～950万円未満	人	44	71	5	30	0	12	3	21	4	190	2
	%	23.2	37.4	2.6	15.8	0.0	6.3	1.6	11.1	2.1	100.0	
950万円～1050万円未満	人	39	68	7	31	0	9	6	27	0	187	1
	%	20.9	36.4	3.7	16.6	0.0	4.8	3.2	14.4	0.0	100.0	
1050万円～1150万円未満	人	26	42	9	18	0	10	2	16	2	125	0
	%	20.8	33.6	7.2	14.4	0.0	8.0	1.6	12.8	1.6	100.0	
1150万円以上	人	41	50	3	30	0	5	4	18	3	154	3
	%	26.6	32.5	1.9	19.5	0.0	3.2	2.6	11.7	1.9	100.0	



上表及びグラフは、買物で利用する店舗種類について世帯年収別に集計したものであり、買回品の例として「婦人服」を取り上げている。

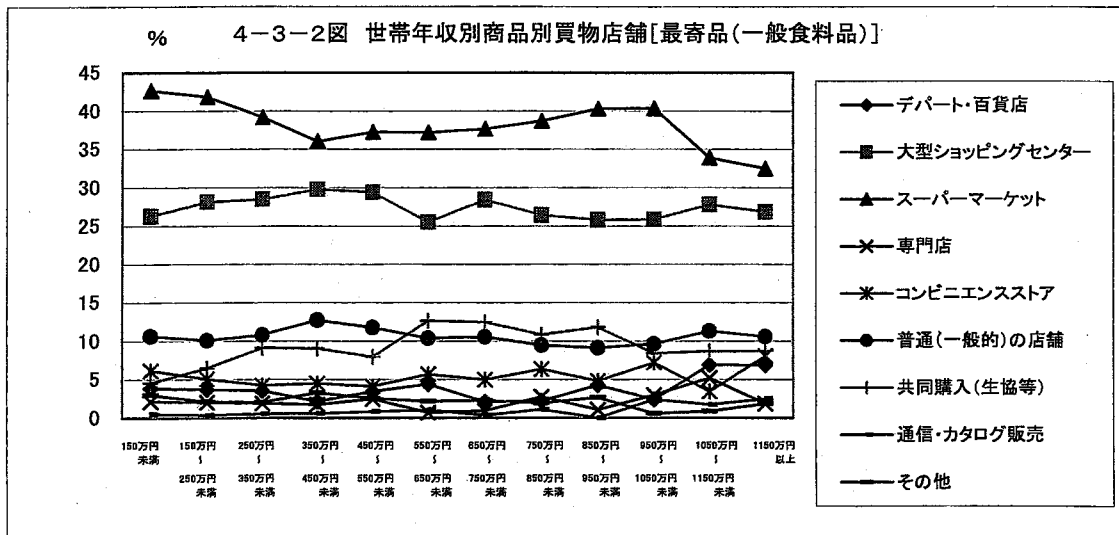
全ての年収項目において、「大型ショッピングセンター」の割合が最も高くなっている。「450～550万円未満」の年収世帯を除く各層では、それに「デパート・百貨店」が続き、「350～450万円未満」では「デパート・百貨店」と「通信・カタログ販売」が同順位、「450～550万円未満」では2位に「通信・カタログ販売」が入っている。

また、世帯年収が高くなるにつれ、「大型ショッピングセンター」の割合は下がり、逆に「デパート・百貨店」の割合は高くなる傾向がある。

②最寄品（一般食料品）

4-3-2表 世帯年収別商品別買物店舗〔最寄品（一般食料品）〕

年収	買物店舗	デパート・百貨店	大型ショッピングセンター	スーパーマーケット	専門店	コンビニエンスストア	普通（一般的）の店舗	共同購入（生協等）	通信・カタログ販売	その他	合計	不明
		人	人	人	人	人	人	人	人	人	人	人
150万円未満	人	54	366	593	30	86	148	64	7	42	1,390	38
	%	3.9	26.3	42.7	2.2	6.2	10.6	4.6	0.5	3.0	100.0	
150万円～250万円未満	人	77	586	871	43	106	210	136	8	44	2,081	37
	%	3.7	28.2	41.9	2.1	5.1	10.1	6.5	0.4	2.1	100.0	
250万円～350万円未満	人	85	682	937	46	102	259	219	13	49	2,392	38
	%	3.6	28.5	39.2	1.9	4.3	10.8	9.2	0.5	2.0	100.0	
350万円～450万円未満	人	45	614	743	36	93	263	187	12	68	2,061	32
	%	2.2	29.8	36.1	1.7	4.5	12.8	9.1	0.6	3.3	100.0	
450万円～550万円未満	人	46	390	494	33	55	156	106	11	34	1,325	14
	%	3.5	29.4	37.3	2.5	4.2	11.8	8.0	0.8	2.6	100.0	
550万円～650万円未満	人	38	218	318	6	49	89	108	9	19	854	10
	%	4.4	25.5	37.2	0.7	5.7	10.4	12.6	1.1	2.2	100.0	
650万円～750万円未満	人	11	148	196	5	26	55	65	2	12	520	3
	%	2.1	28.5	37.7	1.0	5.0	10.6	12.5	0.4	2.3	100.0	
750万円～850万円未満	人	8	95	139	10	23	34	39	4	7	359	3
	%	2.2	26.5	38.7	2.8	6.4	9.5	10.9	1.1	1.9	100.0	
850万円～950万円未満	人	8	48	75	2	9	17	22	0	5	186	0
	%	4.3	25.8	40.3	1.1	4.8	9.1	11.8	0.0	2.7	100.0	
950万円～1050万円未満	人	4	43	67	5	12	16	14	4	1	166	2
	%	2.4	25.9	40.4	3.0	7.2	9.6	8.4	2.4	0.6	100.0	
1050万円～1150万円未満	人	8	32	39	6	4	13	10	2	1	115	0
	%	7.0	27.8	33.9	5.2	3.5	11.3	8.7	1.7	0.9	100.0	
1150万円以上	人	11	43	52	3	13	17	14	4	3	160	1
	%	6.9	26.9	32.5	1.9	8.1	10.6	8.8	2.5	1.9	100.0	



上表及びグラフは、買物で利用する店舗種類について世帯年収別に集計したものであり、最寄品の例として「一般食料品」を取り上げている。

全ての年収項目において、「スーパーマーケット」の割合が最も高く、「大型ショッピングセンター」が続いている。

その次に多いのが、「普通の店舗」や「共同購入（生協等）」であり、「550万円～950万円未満」の世帯は「共同購入（生協等）」が、それ以外の世帯は「普通の店舗」が多くなっている。

## 5. 買物理由

### (1) 商品別買物理由

5-1表 商品別買物先選定理由上位5位の前回調査との比較表

商品	買物理由の順位	1位		2位		3位		4位		5位	
			%		%		%		%		%
婦人服	今回	駐車場がある	18.4	商品が豊富	16.9	近くて便利	9.6	値段が安い	9.3	センス・流行品がある	9.0
	前回	駐車場がある	18.1	商品が豊富	16.9	値段が安い	9.4	近くて便利	9.3	センス・流行品がある	8.9
紳士服	今回	駐車場がある	20.6	商品が豊富	19.0	値段が安い	9.7	近くて便利	9.3	センス・流行品がある	7.7
	前回	駐車場がある	20.2	商品が豊富	18.9	値段が安い	10.2	近くて便利	8.8	特売・売出がある	7.9
子供服	今回	駐車場がある	20.4	商品が豊富	19.0	値段が安い	12.5	近くて便利	9.2	特売・売出がある	8.3
	前回	駐車場がある	19.7	商品が豊富	18.8	値段が安い	12.5	特売・売出がある	9.5	近くて便利	9.0
呉服・寝具	今回	駐車場がある	21.7	商品が豊富	19.1	値段が安い	11.7	近くて便利	9.2	特売・売出がある	8.3
	前回	駐車場がある	21.5	商品が豊富	19.3	値段が安い	11.5	特売・売出がある	9.1	近くて便利	8.3
シャツ・下着類	今回	商品が豊富	20.2	駐車場がある	20.1	値段が安い	13.1	近くて便利	10.3	特売・売出がある	8.4
	前回	商品が豊富	20.5	駐車場がある	19.5	値段が安い	12.9	特売・売出がある	9.9	近くて便利	9.8
くつ・カバン	今回	商品が豊富	20.3	駐車場がある	19.8	センス・流行品がある	9.6	値段が安い	9.3	近くて便利	8.1
	前回	商品が豊富	20.3	駐車場がある	19.0	センス・流行品がある	9.6	値段が安い	8.9	近くて便利	8.0
時計・メガネ・貴金属	今回	駐車場がある	18.9	商品が豊富	17.3	店に信用がある	13.8	値段が安い	7.1	センス・流行品がある	6.8
	前回	駐車場がある	17.4	商品が豊富	16.8	店に信用がある	14.9	値段が安い	7.2	センス・流行品がある	7.2
家庭用電気器具	今回	駐車場がある	20.7	商品が豊富	19.6	値段が安い	10.8	店に信用がある	9.4	特売・売出がある	8.9
	前回	駐車場がある	20.4	商品が豊富	18.7	店に信用がある 値段が安い	9.9	-	-	特売・売出がある	9.2
家具・室内装飾品	今回	駐車場がある	22.5	商品が豊富	21.4	値段が安い	10.5	特売・売出がある	8.2	近くて便利	7.1
	前回	駐車場がある	22.0	商品が豊富	21.0	値段が安い	9.8	特売・売出がある	9.1	店に信用がある	6.9
スポーツ・レジャー用品	今回	駐車場がある	22.4	商品が豊富	21.9	値段が安い	9.7	特売・売出がある	8.1	近くて便利	7.7
	前回	商品が豊富	22.0	駐車場がある	21.9	値段が安い	9.4	特売・売出がある	8.1	近くて便利	7.7
書籍・CD・文具	今回	商品が豊富	23.2	駐車場がある	22.9	近くて便利	11.5	買物を楽しめる	6.3	営業時間が長い	6.2
	前回	商品が豊富	24.1	駐車場がある	22.1	近くて便利	11.0	営業時間が長い	7.0	買物を楽しめる	5.9
化粧品・医薬品	今回	駐車場がある	19.1	商品が豊富	16.9	近くて便利	11.7	値段が安い	8.2	店に信用がある	8.2
	前回	駐車場がある	17.4	商品が豊富	17.0	近くて便利	11.0	店に信用がある	8.6	値段が安い	8.1
日用雑貨	今回	駐車場がある	20.5	商品が豊富	17.6	近くて便利	15.1	値段が安い	10.7	特売・売出がある	9.0
	前回	駐車場がある	19.4	商品が豊富	18.1	近くて便利	15.1	値段が安い	10.6	特売・売出がある	9.3
一般食料品	今回	駐車場がある	18.6	商品が豊富	14.8	近くて便利	14.7	品質・鮮度がよい	10.4	特売・売出がある	9.3
	前回	駐車場がある	17.7	近くて便利	15.2	商品が豊富	14.9	品質・鮮度がよい	11.0	特売・売出がある	9.8
生鮮食料品	今回	駐車場がある	17.9	品質・鮮度がよい	14.8	商品が豊富	14.0	近くて便利	13.7	特売・売出がある	8.2
	前回	駐車場がある	16.7	品質・鮮度がよい	15.5	近くて便利	14.4	商品が豊富	14.0	特売・売出がある	9.0
中元・歳暮等の贈答品	今回	駐車場がある	20.5	商品が豊富	20.1	近くて便利	12.0	値段が安い	8.9	特売・売出がある	6.2
	前回	商品が豊富	20.5	駐車場がある	20.1	近くて便利	12.4	値段が安い	8.9	特売・売出がある	6.8
外食(食事)	今回	駐車場がある	24.8	店舗がきれい	11.1	近くて便利	9.1	品質・鮮度がよい	8.9	値段が安い	7.4
	前回	駐車場がある	24.5	店舗がきれい	11.7	品質・鮮度がよい	9.0	近くて便利	8.8	サービスがよい	7.2

上の表は、買物場所を選定する際に重視する項目（選定理由）を商品別にみたものである。

「生鮮食料品」、「外食（食事）」の2商品を除き、「駐車場がある」及び「商品が豊富」の2項目がいずれも2番目までにあげられており、また2つの割合に大きな差はない。

前述の2商品については、いずれも「駐車場がある」が最も多くなっており、「生鮮食料品」では「品質・鮮度がよい」が、「外食（食事）」では「店舗がきれい」が、その次に多くあげられている。

その他、「値段が安い」、「近くて便利」なども、多くの商品で選定理由としてあげられている。

また、「時計・めがね・貴金属」、「家庭用電気器具」、「化粧品・医薬品」では「店に信用がある」が、「婦人服」「紳士服」「くつ・カバン」「時計・メガネ・貴金属」では「センス・流行品がある」が、「書籍・CD・文具」では「営業時間が長い」及び「買物を楽しめる」がそれぞれ5番目以内にあがっていることも特徴といえる。



(2) 年代別買物店舗（業種業態）選定理由

①買回品（婦人服）

5-2-1表 年代別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[買回品(婦人服)]

買回品 (婦人服)	買物理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	年代			%		%		%		%		%
10代	今回	値段が安い	20.0	駐車場がある 商品が豊富 センス・流行品がある	15.3	-	-	-	-	-	近くて便利	8.2
	前回	商品が豊富 センス・流行品がある	19.1	-	-	買物を楽しめる	11.8	値段が安い	10.3	特卖・売出がある	7.4	-
20代	今回	駐車場がある	17.5	商品が豊富	17.2	センス・流行品がある	12.8	買物を楽しめる	11.3	値段が安い	9.6	-
	前回	駐車場がある	17.9	商品が豊富	17.3	センス・流行品がある	13.0	値段が安い	10.2	買物を楽しめる	8.4	-
30代	今回	駐車場がある	18.7	商品が豊富	17.7	センス・流行品がある	10.9	値段が安い	10.6	買物を楽しめる	8.5	-
	前回	駐車場がある	19.3	商品が豊富	16.2	値段が安い	11.3	センス・流行品がある	9.1	近くて便利	8.7	-
40代	今回	駐車場がある	19.9	商品が豊富	17.2	値段が安い	9.7	センス・流行品がある	9.2	近くて便利	8.8	-
	前回	駐車場がある	19.9	商品が豊富	16.5	値段が安い	9.4	近くて便利 買物を楽しめる	8.9	-	-	-
50代	今回	駐車場がある	19.3	商品が豊富	15.9	近くて便利	9.4	買物を楽しめる	8.8	値段が安い	8.6	-
	前回	駐車場がある	17.9	商品が豊富	16.7	近くて便利	9.2	センス・流行品がある	8.8	買物を楽しめる	8.6	-
60代以上	今回	商品が豊富	17.5	駐車場がある	15.4	近くて便利	12.4	買物を楽しめる	8.9	値段が安い	8.6	-
	前回	商品が豊富	18.5	駐車場がある	14.4	近くて便利	11.5	値段が安い	9.3	センス・流行品がある	8.5	-

上の表は、買回品（婦人服）における年代別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。「20代」から「50代」では、「駐車場がある」、「商品が豊富」の順に多くあげられており、「60代以上」では、その順番が逆で「商品が豊富」が最も多くあげられている。「10代」における「値段が安い」、「50代」及び「60代以上」における「近くて便利」の位置づけが特徴といえる。

②最寄品（一般食料品）

5-2-2表 年代別買物場所選定理由上位5位の前回調査との比較表[最寄品(一般食料品)]

最寄品 (一般食料品)	買物理由の順位		1位		2位		3位		4位		5位	
	年代			%		%		%		%		%
10代	今回	近くて便利	20.6	商品が豊富	17.5	値段が安い	14.3	駐車場がある	12.7	営業時間が長い	9.5	-
	前回	近くて便利	23.5	商品が豊富	14.7	値段が安い	13.2	通勤のついで 駐車場がある 営業時間が長い 買物を楽しめる	7.4	-	-	-
20代	今回	駐車場がある	18.8	近くて便利	14.4	商品が豊富	14.0	値段が安い	11.9	特卖・売出がある	9.0	-
	前回	駐車場がある	18.2	近くて便利	15.5	商品が豊富	13.9	値段が安い	11.2	特卖・売出がある	9.5	-
30代	今回	駐車場がある	19.8	商品が豊富	15.4	近くて便利	12.0	値段が安い	10.6	品質・鮮度がよい	10.2	-
	前回	駐車場がある	19.4	商品が豊富	14.4	近くて便利	14.1	特卖・売出がある	10.6	品質・鮮度がよい	10.1	-
40代	今回	駐車場がある	19.3	商品が豊富	14.2	近くて便利	13.8	品質・鮮度がよい	10.1	値段が安い	9.0	-
	前回	駐車場がある	19.2	商品が豊富	14.3	近くて便利	13.6	品質・鮮度がよい	11.2	特卖・売出がある	10.5	-
50代	今回	駐車場がある	20.0	商品が豊富	14.1	近くて便利	13.9	品質・鮮度がよい	11.1	特卖・売出がある	9.5	-
	前回	駐車場がある	17.8	近くて便利	15.4	商品が豊富	14.8	品質・鮮度がよい	11.5	特卖・売出がある	9.6	-
60代以上	今回	近くて便利	19.2	商品が豊富	16.1	駐車場がある	14.7	品質・鮮度がよい	10.5	特卖・売出がある	9.5	-
	前回	近くて便利	18.6	商品が豊富	17.0	駐車場がある	13.6	品質・鮮度がよい	12.3	特卖・売出がある	8.9	-

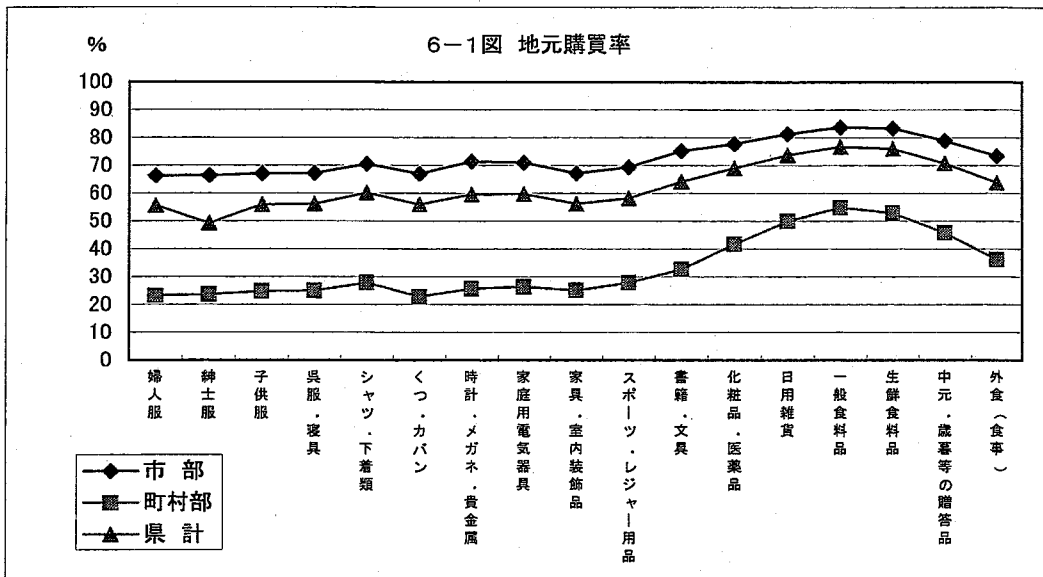
上の表は、最寄品（一般食料品）における年代別の選定理由上位5位以内を抽出したものである。「20代」から「50代」では「駐車場がある」が最も多くあげられているが、「10代」及び「60代以上」では「近くて便利」、「商品が豊富」の方が重視されている。

## 6. 地元購買率

### (1) 市部・町村部別地元購買率

6-1表 地元購買率

商品	単位：%																	
	婦人服	紳士服	子供服	呉服・寝具	シャツ・下着類	くつ・カバン	金属	時計・メガネ・貴	家庭用電気器具	家具・室内装飾品	スポーツ・レジャー用品	書籍・文具	化粧品・医薬品	日用雑貨	一般食料品	生鮮食料品	中元・歳暮等の贈答品	外食（食事）
市・町村																		
市部	66.3	66.5	67.1	67.2	70.5	67.0	71.5	71.1	67.2	69.5	75.3	77.8	81.3	83.8	83.4	79.0	73.4	
前回	65.4	66.3	66.5	66.9	69.3	67.1	71.6	75.4	69.2	70.5	79.4	80.2	82.6	85.1	84.9	80.4	74.7	
町村部	23.2	23.6	24.9	25.1	27.9	22.8	25.8	26.5	25.1	27.9	32.8	41.8	50.0	54.9	53.0	45.8	36.2	
前回	18.3	18.5	18.5	19.0	21.8	17.9	18.8	21.5	18.2	21.6	25.8	37.1	45.3	51.9	52.4	44.5	31.3	
県計	55.7	49.3	56.0	56.2	60.2	56.0	59.7	59.8	56.3	58.2	64.2	69.0	73.7	76.8	76.1	70.8	63.9	
前回	51.7	52.3	51.6	52.1	55.7	52.6	55.5	59.1	53.8	55.3	63.0	67.8	72.0	75.6	75.7	70.2	62.2	



上の表は、商品別の地元購買率を表している。

県計では、「紳士服」を除く全ての商品で50%を超える結果となった。商品別では、「婦人服」などの買回品で50%程度、「日用雑貨」、「一般食料品」、「生鮮食料品」など最寄性が高い商品で70%程度となっている。

市部と町村部を比較すると、市部は町村部よりも、買回品で45ポイント程度、最寄品で30ポイント程度高くなっている。

前回調査（平成16年度）と比べると、市部においてはほとんど変化が見られないが、町村部ではすべての商品で地元購買率が上昇しており、特に買回品での上昇が顕著である。

(2) 市町村別地元購買率

6-2表 市町村別地元購買率

(単位：%)

市町村 コード	市町村	買回品（婦人服）					最寄品（一般食料品）				
		前回調査 （平成16年度）		今回調査 （平成19年度）		増 減	前回調査 （平成16年度）		今回調査 （平成19年度）		増 減
		地元	地元外	地元	地元外		地元	地元外	地元	地元外	
1	那覇市	89.8	10.2	85.7	14.3		93.2	6.8	87.3	12.7	
2	うるま市	86.6	13.4	89.3	10.7		91.1	8.9	94.1	5.9	
3	宜野湾市	27.4	72.6	26.8	73.2		75.1	24.9	71.4	28.6	
4	南城市	12.8	87.2	7.5	92.5		64.8	35.2	56.8	43.2	
5	宮古島市	89.4	10.6	95.6	4.4		99.4	0.6	99.1	0.9	
6	石垣市	86.1	13.9	87.6	12.4		99.5	0.5	99.6	0.4	
7	浦添市	49.1	50.9	47.7	52.3		80.6	19.4	79.1	20.9	
8	名護市	85.2	14.8	87.0	13.0		98.4	1.6	98.3	1.7	
9	糸満市	19.9	80.1	47.8	52.2	◎	65.9	34.1	85.4	14.6	◎
10	沖縄市	39.8	60.2	33.7	66.3		71.2	28.8	67.2	32.8	
11	豊見城市	53.2	46.8	41.4	58.6	△	76.0	24.0	77.5	22.5	
	市部計	61.0	39.0	66.3	33.7		81.9	18.1	83.8	16.2	
12	国頭村	0.0	100.0	0.9	99.1		23.4	76.6	21.8	78.2	
13	大宜味村	0.0	100.0	0.9	99.1		16.8	83.2	19.0	81.0	
14	東村	0.0	100.0	0.0	100.0		2.0	98.0	14.2	85.8	◎
15	今帰仁村	8.2	91.8	5.7	94.3		59.9	40.2	39.4	60.6	△
16	本部町	11.7	88.3	13.6	86.4		85.4	14.6	78.5	21.5	
17	恩納村	0.6	99.4	2.5	97.5		10.8	89.2	11.9	88.1	
18	宜野座村	0.7	99.3	0.0	100.0		22.8	77.2	14.9	85.1	
19	金武町	7.0	93.0	5.4	94.6		45.9	54.1	77.8	22.2	◎
20	伊江村	6.9	93.1	12.7	87.3		81.7	18.3	70.0	30.0	△
21	読谷村	7.5	92.5	7.7	92.3		68.2	31.8	68.3	31.7	
22	嘉手納町	14.0	86.0	21.5	78.5		62.6	37.4	70.1	29.9	
23	北谷町	65.3	34.7	67.8	32.2		71.0	29.0	70.3	29.7	
24	北中城村	1.2	98.8	0.3	99.7		15.9	84.1	8.5	91.5	
25	中城村	0.5	99.5	3.5	96.5		22.1	77.9	35.9	64.1	◎
26	西原町	49.7	50.3	48.4	51.6		68.2	31.8	59.5	40.5	
27	八重瀬町	1.4	98.6	2.9	97.1		29.9	70.1	32.2	67.8	
28	与那原町	8.2	91.8	11.8	88.2		52.0	48.0	50.1	49.9	
29	南風原町	59.7	40.3	58.0	42.0		78.4	21.6	86.4	13.6	
30	渡嘉敷村	2.5	97.5	0.0	100.0		26.3	73.7	29.3	70.7	
31	座間味村	4.1	95.9	0.0	100.0		29.0	71.0	23.2	76.8	
32	粟国村	0.0	100.0	0.0	100.0		38.8	61.2	37.3	62.7	
33	渡名喜村	6.6	93.4	0.0	100.0		45.0	55.0	27.2	72.8	△
34	南大東村	20.9	79.1	8.0	92.0	△	95.1	4.9	92.2	7.8	
35	北大東村	0.0	100.0	0.0	100.0		68.8	31.2	45.8	54.2	△
36	伊平屋村	0.0	100.0	0.0	100.0		48.1	51.9	22.7	77.3	△
37	伊是名村	0.0	100.0	0.0	100.0		57.9	42.1	0.0	100.0	△
38	久米島町	31.3	68.8	14.9	85.1	△	90.0	10.0	91.0	9.0	
39	多良間村	8.3	91.7	0.0	100.0		84.1	15.9	80.0	20.0	
40	竹富町	4.5	95.5	3.6	96.4		22.3	77.7	44.6	55.4	◎
41	与那国町	3.7	96.3	12.0	88.0		83.3	16.7	90.6	9.4	
	町村部計	19.9	80.1	23.2	76.8		53.4	46.6	54.9	45.1	
	合計	51.7	48.3	55.7	44.3		75.6	24.4	76.8	23.2	

※「増減」欄は、地元購買率が前回調査時と比較して10ポイント以上高い場合＝「◎」、10ポイント以上低い場合＝「△」としている。

※「うるま市」「南城市」「宮古島市」「八重瀬町」の今回調査（平成19年度）はそれぞれ合併前の市町村のデータを再集計したものである。

※サンプル数の少ない自治体があるため、比率の取り扱いには注意を要する。

前項の表は、市町村別地元購買率を表している。

ここでは、「買回品」の例として「婦人服」を、「最寄品」の例として「一般食料品」を取り上げている。

「買回品（婦人服）」の市部計は66.3%、町村部計は23.2%となっており、市部と町村部では、かなり開きがある。ただし、市部の中でもバラツキはあり、11市のうち6市で50%を下回っており、特に「南城市」で7.5%、「宜野湾市」では26.8%となっている。

逆に、町村部の中でも「北谷町」、「南風原町」、「西原町」などでは高くなっている。

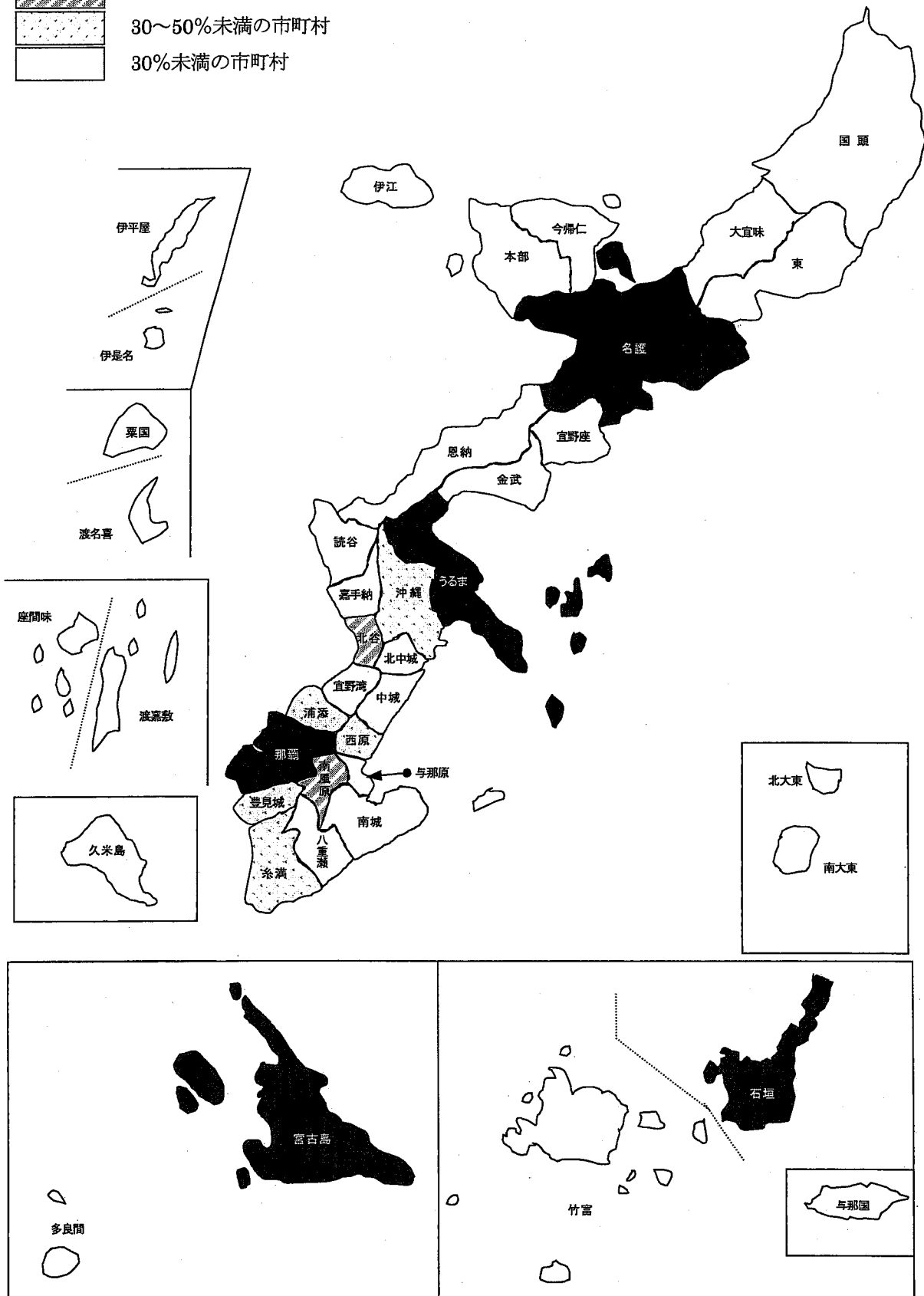
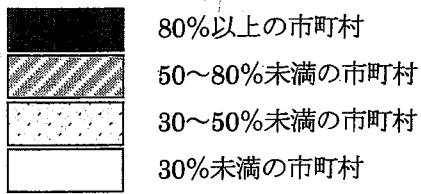
また、前回調査（平成16年度）との比較において、地元購買率が高まった自治体、及び低下した自治体は、市部・町村部を問わず散在している。特に前回調査よりも10ポイント以上高くなったのは「糸満市」（27.9ポイント上昇）のみで、逆に10ポイント以上低下したのは「南大東村」、「久米島町」など2町村である。

「最寄品（一般食料品）」の市部計は83.8%、町村部計は54.9%となっており、買回品よりも地元購買率は高く、また、市部と町村部との開きも小さい。

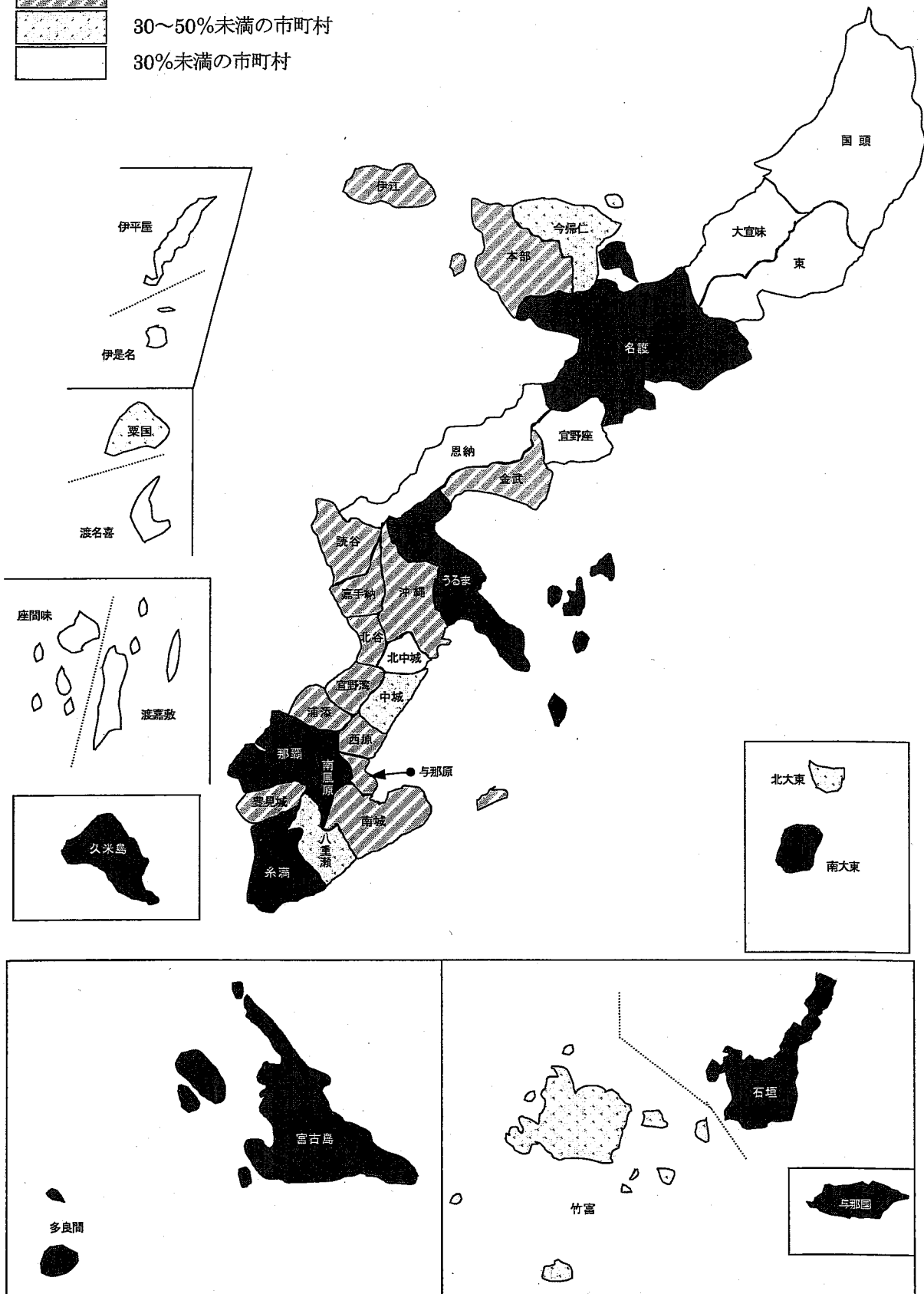
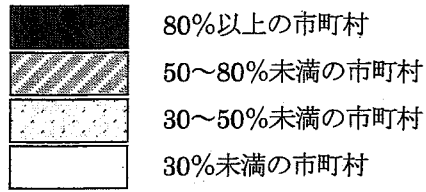
前回調査と比較して、10ポイント以上比率が上がったのが「糸満市」、「東村」、「金武町」、「中城村」、「竹富町」の5市町村で、逆に10ポイント以上下がったのが「今帰仁村」、「伊江村」など6村となっている。

今回調査では、買回品及び最寄品ともに「糸満市」の地元購買率の上昇が目立った。

6-2図 地元購買率 買回品（婦人服）



6-3図 地元購買率 最寄品（一般食料品）



## 7. 主な市町村における吸引状況

「市町村別買物場所」(資料編P76～P109)をもとに、「婦人服」、「くつ・カバン」、「家具・室内装飾品」、「一般食料品」、「外食」といった5つの商品について、吸引状況(買物出向比率=流出率)をまとめた表が「7-1表」から「7-5表」である。

また、本報告書では、買物出向比率(=吸引率)30%以上を1次商圈、10～30%未満を2次商圈、5～10%未満を影響圏と設定しているが、県内各地域の中核的な7市町について、商品分類別(前述の5商品)に1次商圈内自治体を示したのが「7-1図」から「7-5図」までとなっている。

なお、下表「7表」は、中核的な7市町について、商品分類別に1次商圈内自治体数を示したものである。その結果、「婦人服」、「くつ・カバン」、「外食」では「那覇市」が、また、「一般食料品」では「名護市」が、「家具・室内装飾品」では「那覇市」及び「名護市」が1次商圈に最も多くの自治体を擁していることがわかる。

7表 主な7市町における1次商圈内自治体数

(単位:自治体)

	婦人服	くつ・カバン	家具・ 室内装飾品	一般食料品	外食
那覇市	10 (6)	12 (7)	9 (5)	6 (2)	9 (5)
沖縄市	0 (0)	0 (0)	1 (0)	0 (0)	1 (0)
うるま市	5 (2)	5 (2)	5 (2)	1 (1)	2 (1)
北谷町	3 (1)	3 (1)	2 (0)	0 (0)	2 (1)
名護市	9 (7)	9 (7)	9 (8)	7 (5)	8 (4)
宮古島市	1 (1)	1 (1)	1 (1)	0 (0)	0 (0)
石垣市	2 (2)	2 (2)	2 (2)	1 (1)	1 (1)

※( )内は、吸引率50%以上の自治体数

※当該自治体は含まない

### (1) 婦人服の吸引状況

①那覇市 1次商圈に、本島南部地域及び本島周辺離島など10市町村を擁している。その中でも本島周辺離島の6町村からは50%以上吸引している。また、2次商圈まで含めると28市町村となり、全市町村の7割近くが含まれる結果となった。

②沖縄市 1次商圈に含まれている自治体はなく、今回比較した7市町の中で最も少ない。2次商圈も北中城村のみであった。

③うるま市 1次商圈に、本島中部地域の5市町村を擁し、さらに2次商圈にも4町村を含んでいる。

- ④北谷町 「読谷村」、「嘉手納町」「宜野湾市」といった本島中部地域の3市町村を1次商圏としており、2次商圏は2市村となっている。
- ⑤名護市 本島北部地域や周辺離島を中心に、1次商圏が9町村となっており、うち7町村は50%以上の吸引率となっている。特に「東村」、「大宜味村」は90%を超えている。
- ⑥宮古島市 多良間村が1次商圏となっており90%を超えている。
- ⑦石垣市 八重山地域の2町が1次商圏となっており、特に「竹富町」からの吸引率が77.3%と高くなっている。

## (2) くつ・カバンの吸引状況

- ①那覇市 1次商圏に、沖縄本島南部地域及び本島周辺離島など12市町村を擁している。2次商圏まで含めると30市町村を擁し、全市町村の7割以上が含まれる結果となった。
- ②沖縄市 前回調査（平成16年度）と同様に、今回調査でも1次商圏に該当する自治体はなく、2次商圏についても、「北中城村」1村のみであった。
- ③うるま市 本島中部地域の5市町村を1次商圏としており、2次商圏にも4町村を擁している。
- ④北谷町 本島中部地域の3市町村を1次商圏としており、2次商圏にも2村を擁している。
- ⑤名護市 本島北部地域の9町村が1次商圏となっており、中でも「大宜味村」、「東村」からは80%以上と高くなっている。
- ⑥宮古島市 多良間村が1次商圏となっており90%を超える吸引率を示している。
- ⑦石垣市 八重山地域の「竹富町」及び「与那国町」が1次商圏となっており、ともに70%を超えている。

## (3) 家具・室内装飾品の吸引状況

- ①那覇市 沖縄本島周辺離島を中心に9市町村が1次商圏となっており、特に「栗国村」からは90%以上と高い吸引率を示している。また、2次商圏にも、7市町村が含まれている。
- ②沖縄市 1次商圏としては、「北中城村」の1村。2次商圏には「北谷町」「中城村」の2町村が含まれている。



- ③うるま市 本島中部地域の5市町村を1次商圏としており、2次商圏にも4町村を擁する。
- ④北谷町 本島中部地域の2町村を1次商圏、3市村を2次商圏としている。
- ⑤名護市 本島北部地域の9町村を1次商圏としており、うち4町村については吸引率が80%以上と高くなっている。
- ⑥宮古島市 多良間村が1次商圏となっており90%を超える吸引率を示している。
- ⑦石垣市 八重山地域の2町が1次商圏となっており、いずれも80%を超えている。

#### (4) 一般食料品の吸引状況

- ①那覇市 1次商圏は、本島周辺離島の6村となっており、2次商圏は、本島周辺離島及び那覇市隣接自治体など4市町村となっている。
- ②沖縄市 1次商圏に該当する自治体はなく、2次商圏は、「北谷町」「北中城村」の2町村となっている。
- ③うるま市 1次商圏は「恩納村」の1村となっており、2次商圏には本島中部地域の3市町村を擁する。
- ④北谷町 1次商圏に該当する市町村はなく、2次商圏は「嘉手納町」など3市町村となっている。
- ⑤名護市 本島北部地域の7町村を1次商圏としており、2次商圏にも3町村が含まれている。
- ⑥宮古島市 1次商圏に該当する市町村はなく、2次商圏に多良間村が含まれる。
- ⑦石垣市 「竹富町」からの吸引率が55.4%で1次商圏となっている。

#### (5) 外食の吸引状況

- ①那覇市 1次商圏には本島周辺の離島を中心に9市村が含まれている。また、本島南部地域を中心に10市町村が2次商圏となっている。
- ②沖縄市 1次商圏は「北中城村」1村となっており、2次商圏には「中城村」や「うるま市」等近隣の3市町村を擁する。
- ③うるま市 1次商圏に本島中部地域の2町村、2次商圏に「沖縄市」など4市村を擁している。
- ④北谷町 1次商圏に2町村、2次商圏に2市村を擁している。
- ⑤名護市 本島北部地域の8町村が1次商圏となっている。

- ⑥宮古島市 1次圏及び2次圏に他の自治体が含まれていない。
- ⑦石垣市 1次圏に「竹富町」、2次圏に「与那国町」となっている。

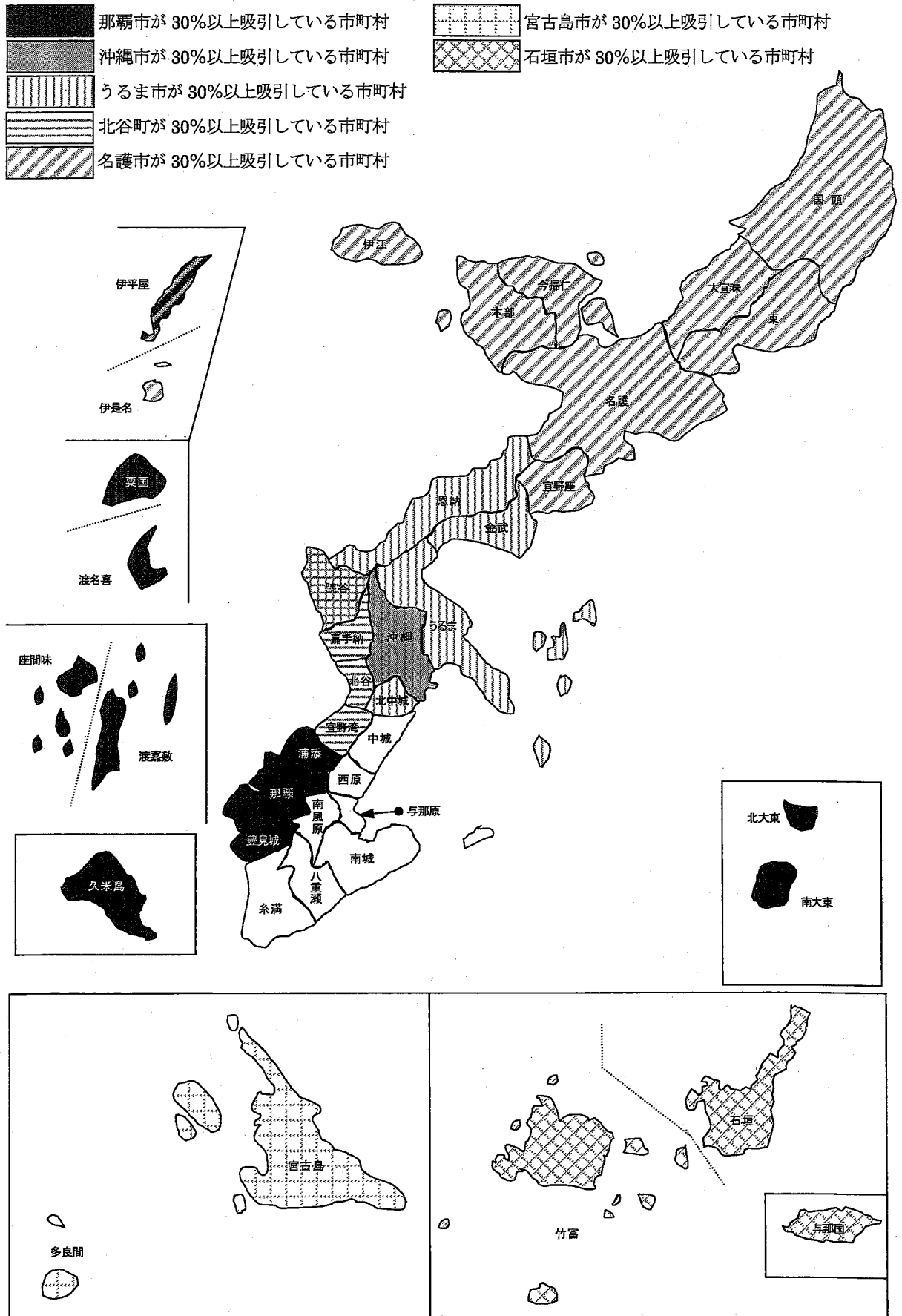
7-1表 主な市町村における吸引状況(婦人服)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏	
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満	
南 部 圏	那覇市	(那覇市 85.7)	座間味村 76.7	浦添市 40.9	宜野湾市 22.7	うるま市 6.2		
		渡嘉敷村 84.4	渡名喜村 69.9	豊見城市 41.7	南城市 23.1	名護市 8.9		
		粟国村 91.1	北大東村 62.0	南大東村 47.4	石垣市 12.0	大宜味村 6.8		
			久米島町 68.5	伊平屋村 39.0	糸満市 24.8	今帰仁村 6.1		
				沖繩市 10.4	読谷村 7.8			
				国頭村 18.5	嘉手納町 5.8			
				本部町 13.2	北谷町 9.7			
				宜野座村 14.1	北中城村 8.6			
				金武町 14.0	多良間村 6.7			
				伊江村 12.3				
				中城村 13.2				
				西原町 28.9				
			八重瀬町 20.6					
			与那原町 15.6					
			南風原町 29.3					
			伊是名村 29.4					
			竹富町 14.0					
			与那国町 12.0					
	浦添市			(浦添市 47.7)	座間味村 12.2	南大東村 7.5		
					久米島町 10.1	北大東村 6.1		
					与那国町 12.0	伊是名村 7.9		
	豊見城市			(豊見城市 41.4)	糸満市 22.7	那覇市 6.5		
					八重瀬町 30.3	座間味村 5.6		
					渡名喜村 16.2	粟国村 7.9		
					南大東村 18.2	久米島町 6.5		
					北大東村 20.5			
	糸満市			(糸満市 47.8)	八重瀬町 10.7	北大東村 9.2		
	南風原町		(南風原町 58.0)	南城市 44.8	豊見城市 12.4	渡名喜村 8.3		
					西原町 10.8	南大東村 9.4		
					八重瀬町 29.3	伊平屋村 5.7		
					与那原町 26.8	伊是名村 8.3		
					渡嘉敷村 11.1			
中 部 圏	沖繩市			(沖繩市 33.7)	北中城村 11.3	北谷町 6.6		
	うるま市	(うるま市 89.3)	恩納村 71.6	沖繩市 41.4	宜野座村 14.1	座間味村 5.6		
			金武町 65.8	読谷村 31.8	嘉手納町 20.3	南大東村 7.0		
				北中城村 44.3	北谷町 12.9	与那国町 8.0		
				中城村 13.9				
	北谷町		(北谷町 67.8)	宜野湾市 31.6	沖繩市 12.6	浦添市 6.1		
				読谷村 42.6	北中城村 20.2	本部町 6.2		
						恩納村 7.1		
						宜野座村 9.9		
						中城村 7.6		
						渡名喜村 5.6		
	西原町			(西原町 48.4)	南城市 19.6	宜野湾市 7.3		
					中城村 46.1	北中城村 6.0		
					与那原町 40.3			
北 部 圏	名護市	(名護市 87.0)	国頭村 70.5	伊平屋村 46.3	恩納村 10.7	金武町 9.1		
			本部町 62.8	伊是名村 49.9				
			宜野座村 57.3					
			伊江村 62.3					
宮 古 圏	宮古島市	(宮古島市 95.6)						
山 八 圏 重	石垣市	(石垣市 87.6)	竹富町 77.3					
			与那国町 52.0					

※上の表は、1次商圏及び2次商圏に他の自治体が含まれる市町村のみ記載している。  
 ※一覧表については、資料編(P76, P77)を参照して下さい。

7-1 図 主要市別吸引状況 (婦人服)



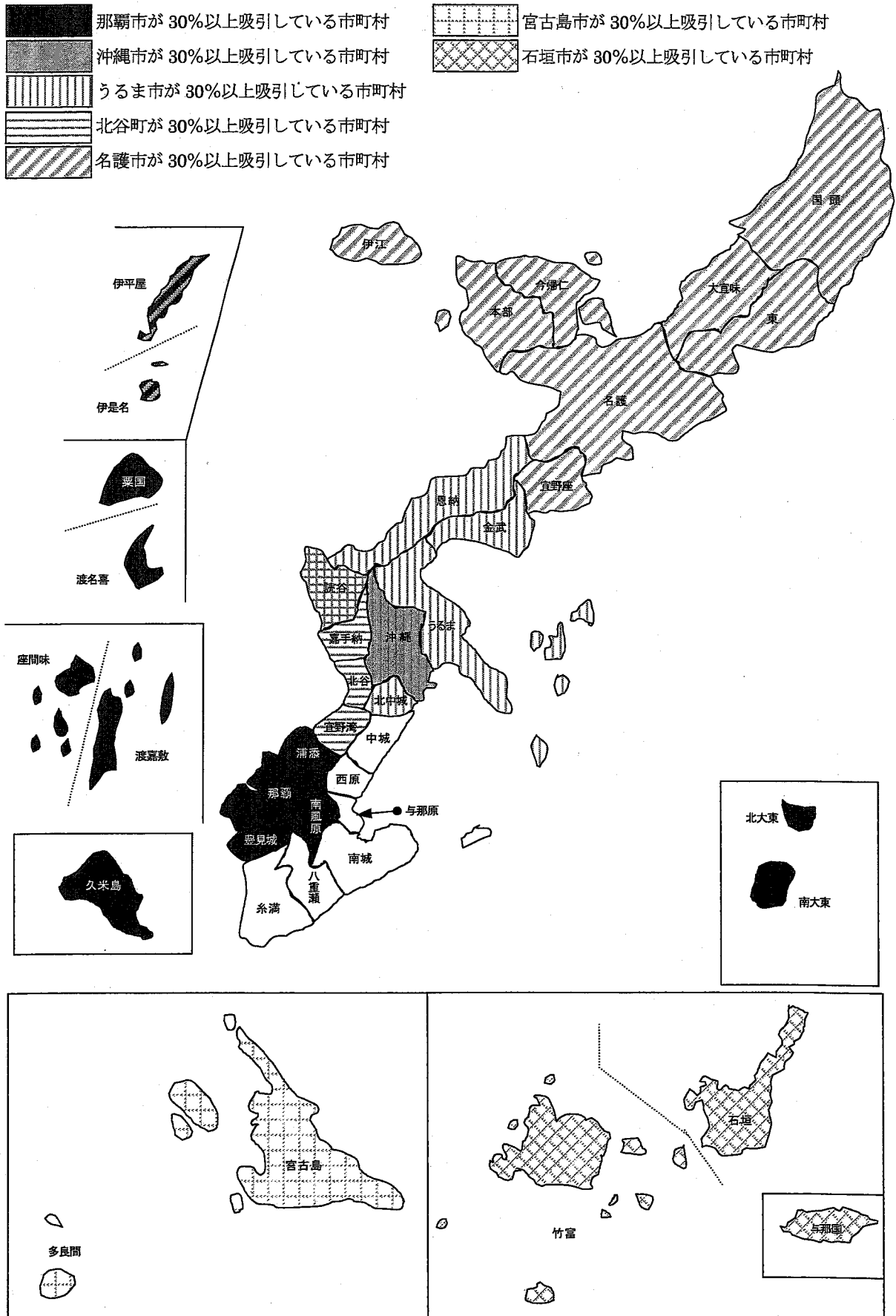
7-2表 主な市町村における吸引状況(くつ・カバン)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏	
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満	
南部圏	那覇市	(那覇市 86.8)	座間味村 67.5	浦添市 42.2	宜野湾市 23.7	うるま市 5.3		
		渡嘉敷村 86.1	渡名喜村 61.3	豊見城市 46.5	南城市 19.0	名護市 7.8		
		粟国村 88.9	南大東村 61.3	南風原町 33.0	石垣市 14.6	宜野座村 9.8		
		北大東村 83.3	久米島町 61.6	伊平屋村 41.0	糸満市 22.0	北中城村 9.8		
			伊是名村 36.1	沖繩市 10.1	多良間村 6.7			
				国頭村 25.2				
				大宜味村 10.5				
				今帰仁村 12.3				
				本部町 19.6				
				金武町 10.9				
				伊江村 15.2				
				読谷村 10.2				
			北谷町 10.2					
			中城村 16.4					
			西原町 25.9					
			八重瀬町 23.1					
			与那原町 12.6					
			与那国町 25.0					
南部圏	浦添市			(浦添市 48.3)	座間味村 13.8	北大東村 5.6		
					久米島町 10.9	伊平屋村 6.7		
	豊見城市			(豊見城市 40.4)	糸満市 21.9	那覇市 6.1		
					八重瀬町 29.2	久米島町 6.5		
				座間味村 12.5	竹富町 5.0			
				粟国村 11.1				
				渡名喜村 15.0				
				南大東村 14.5				
				北大東村 11.1				
	南風原町		(南風原 54.1)	南城市 40.2	八重瀬町 29.1	豊見城市 8.4		
					与那原町 28.4	西原町 9.1		
					渡嘉敷村 11.1	南大東村 9.3		
					渡名喜村 12.5	伊是名村 8.3		
中部圏	沖繩市			(沖繩市 34.8)	北中城村 14.1	北谷町 9.6		
						中城村 5.6		
	うるま市	(うるま市 87.5)	恩納村 68.4	沖繩市 44.0	宜野座村 14.6	北谷町 9.6		
			金武町 70.8	読谷村 33.6	嘉手納町 17.2	座間味村 6.3		
				北中城村 41.8	中城村 11.1	伊是名村 6.9		
	北谷町		(北谷町 68.5)	宜野湾市 30.8	宜野座村 13.7	浦添市 5.1		
			嘉手納町 58.5	読谷村 38.9	北中城村 24.4	沖繩市 9.6		
						東村 6.8		
						恩納村 7.1		
						中城村 7.0		
						渡名喜村 6.3		
	西原町		(西原町 52.9)	与那原町 45.2	南城市 23.3	宜野湾市 6.9		
			中城村 52.3					
北部圏	名護市	(名護市 88.1)	国頭村 64.9	伊平屋村 44.3	恩納村 15.0			
		大宜味村 86.8	今帰仁村 77.1	伊是名村 43.8	金武町 10.0			
		東村 93.2	本部町 60.6					
			宜野座村 60.9					
			伊江村 64.8					
宮古圏	宮古島市	(宮古島市 96.3)						
		多良間村 90.0						
山八圏重	石垣市	(石垣市 85.4)	与那国町 75.0					
		竹富町 87.5						

※上の表は、1次商圏及び2次商圏に他の自治体が含まれる市町村のみ記載している。  
 ※一覧表については、資料編(P86, P87)を参照して下さい。

7-2図 主要市別吸引状況（くつ・カバン）



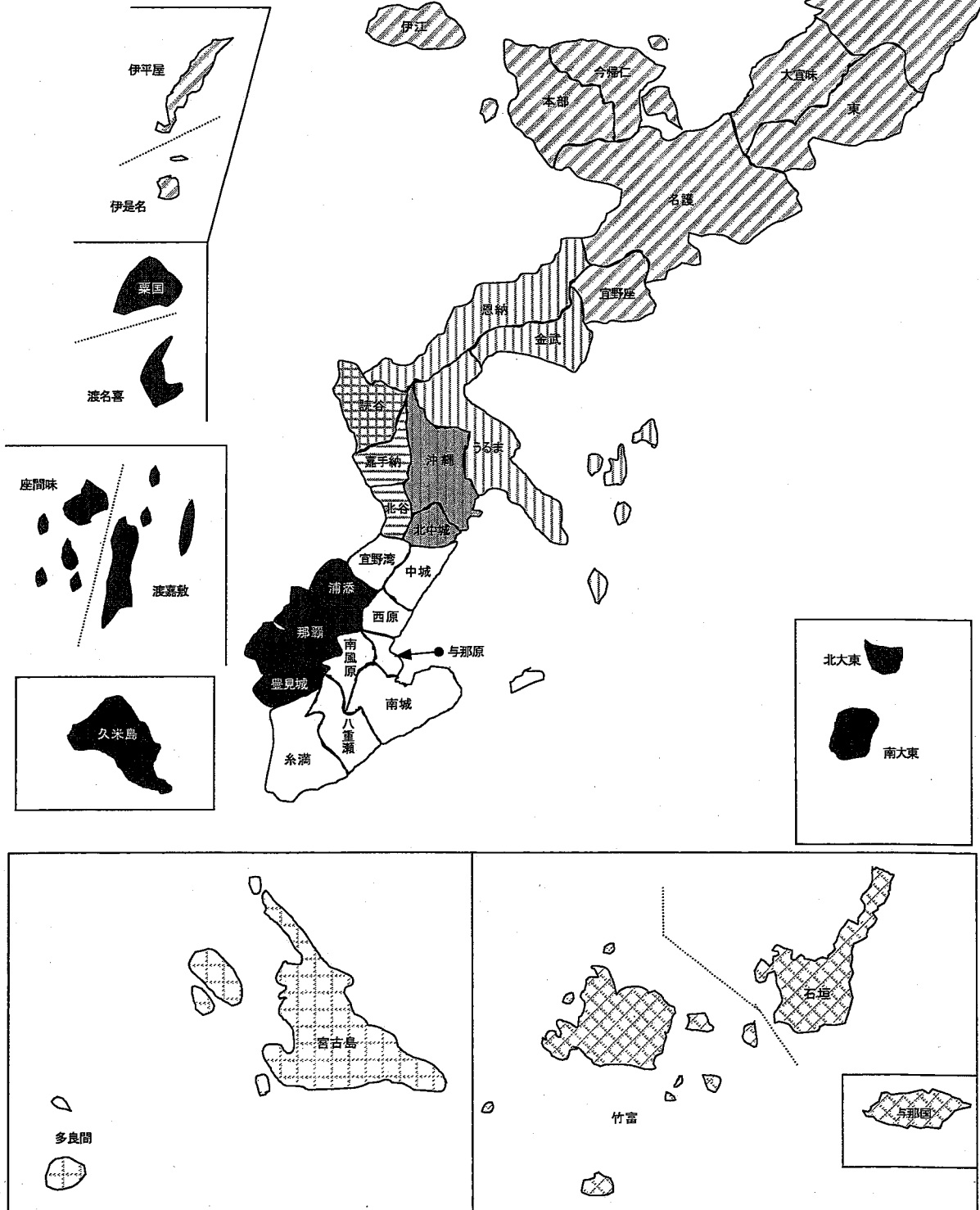
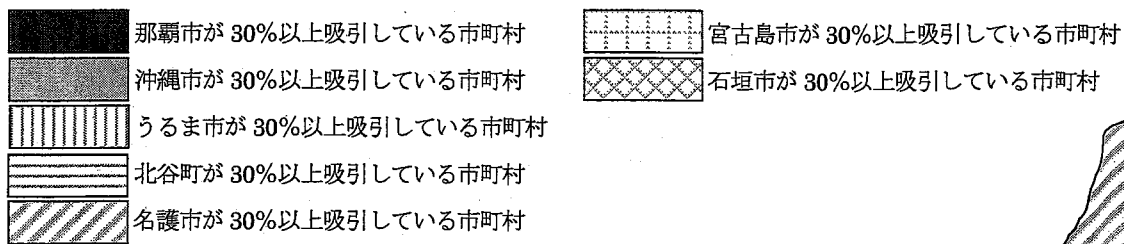
7-3表 主な市町村における吸引状況(家具・室内装飾品)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏		影響圏			
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満		5~10%未満			
南 部 圏	那覇市	粟国村 93.8	(那覇市 79.9)	浦添市 32.2	南城市 14.6	宜野湾市 9.3	国頭村 6.7	今帰仁村 7.1		
			渡嘉敷村 72.0	豊見城市 31.2	糸満市 19.8	本部町 7.3	宜野座村 5.4			
			座間味村 71.3	南大東村 40.0	西原町 14.5	伊平屋村 8.7	中城村 7.5			
			渡名喜村 60.8	久米島町 34.1	八重瀬町 18.1	与那原町 6.0	竹富町 8.3			
			北大東村 65.2		南風原町 22.0					
	浦添市	(浦添市 52.2)		座間味村 20.0	宜野湾市 7.6	北大東村 8.3	伊平屋村 6.7	伊是名村 6.8		
豊見城市		(豊見城市 42.2)	糸満市 16.2	那覇市 8.0	座間味村 6.3	粟国村 6.3	久米島町 7.0			
与那原町			八重瀬町 23.0	渡嘉敷村 11.3	渡名喜村 17.5	南大東村 10.0	北大東村 22.3	(与那原町 18.9)	西原町 6.2	八重瀬町 5.0
南風原町		(南風原町 61.2)	南城市 41.6	豊見城市 14.4	西原町 9.3	渡名喜村 8.8	伊是名村 9.1			
中 部 圏	沖縄市		(沖縄市 44.3)	北谷町 16.9	うるま市 7.5	宜野湾市 6.2	東村 9.1	宜野座村 5.3	読谷村 9.4	
			北中城村 34.1	中城村 14.5	うるま市 88.7	恩納村 74.6	沖繩市 41.2	大宜味村 13.3	国頭村 9.3	中城村 8.8
	うるま市	(うるま市 88.7)	恩納村 74.6	沖繩市 41.2	大宜味村 13.3	国頭村 9.3	中城村 8.8	南大東村 9.4	伊是名村 9.1	
	北谷町	(北谷町 63.0)	読谷村 38.1	嘉手納町 46.5	宜野湾市 25.3	沖繩市 6.7	国頭村 6.6	恩納村 7.1	渡名喜村 6.3	
西原町	(西原町 56.1)	中城村 43.4	与那原町 35.7	南城市 16.8	宜野湾市 6.1					
北部 圏	名護市	(名護市 92.9)	国頭村 73.7	伊是名村 47.7	恩納村 14.3					
宮古 圏	宮古島市	(宮古島市 98.3)	宜野座村 59.1		金武町 13.4					
山八 圏重	石垣市	(石垣市 95.3)	東村 90.9	伊江村 79.3						
			今帰仁村 90.1	伊平屋村 65.0						
			多良間村 90.0							
			竹富町 88.9							
			与那国町 100.0							

※上の表は、1次商圏及び2次商圏に他の自治体が含まれる市町村のみ記載している。  
 ※一覧表については、資料編(P92, P93)を参照して下さい。

7-3 図 主要市別吸引状況 (家具・室内装飾品)





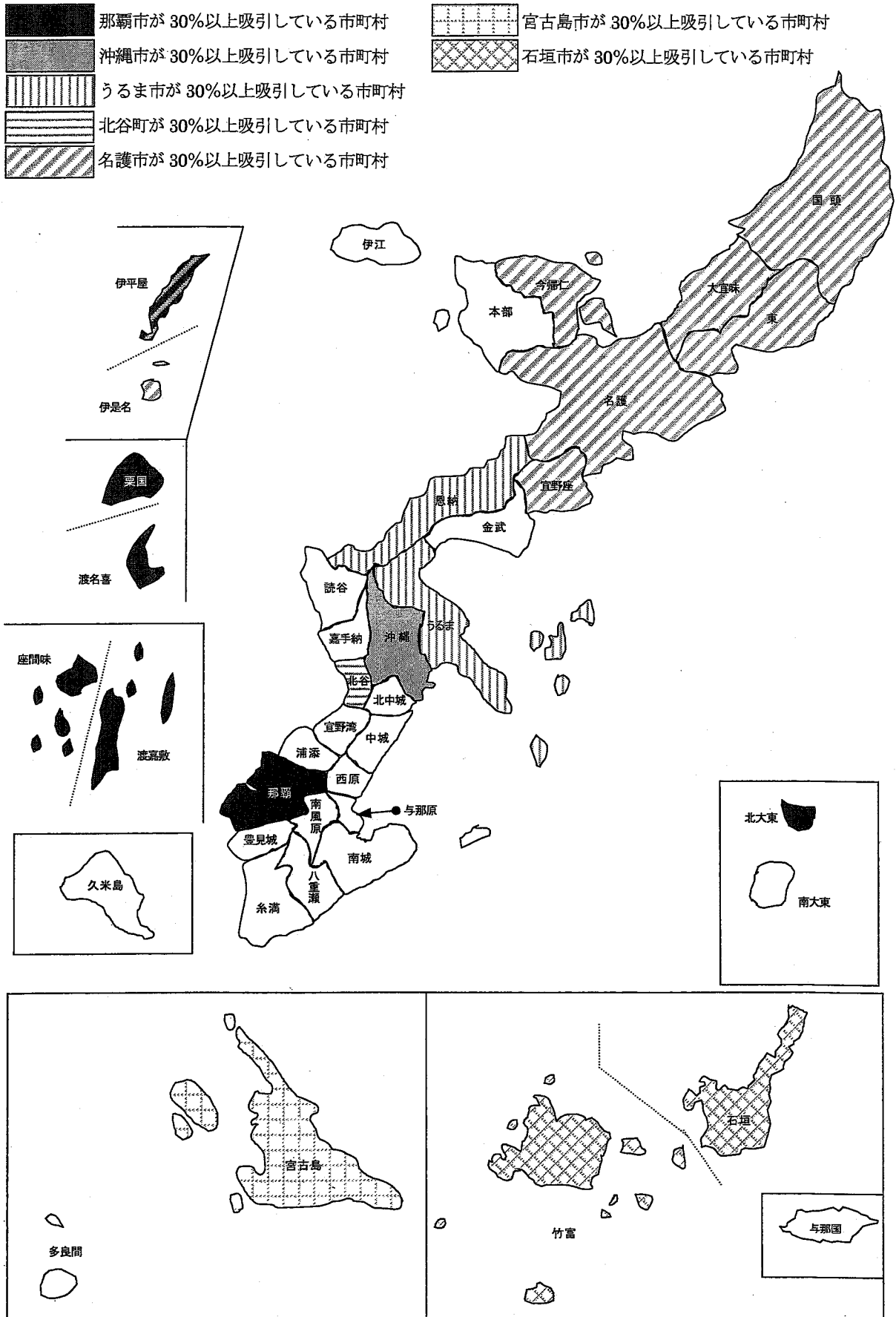
7-4表 主な市町村における吸引状況(一般食料品)

(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏	影響圏
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満	5~10%未満
南 部 圏	那覇市	(那覇市 87.3)	渡嘉敷村 58.2 粟国村 54.7	座間味村 47.9 渡名喜村 36.9 北大東村 30.0 伊平屋村 30.0	浦添市 15.7 豊見城市 11.0 西原町 11.6 伊是名村 16.6	八重瀬町 5.7 南風原町 6.5
	浦添市		(浦添市 79.1)		座間味村 18.3	宜野湾市 9.8 北大東村 5.0
	糸満市	(糸満市 85.4)			八重瀬町 11.8	北大東村 8.3
	豊見城市		(豊見城市 77.5)		八重瀬町 23.8 渡名喜村 18.9 北大東村 10.9	那覇市 5.6 糸満市 7.1
	与那原町		(与那原町 50.1)		西原町 18.8	
	南風原町	(南風原町 86.4)			南城市 29.2 八重瀬町 22.8 与那原町 19.3 渡嘉敷村 10.0 渡名喜村 11.4	豊見城市 8.6 西原町 5.4 伊是名村 9.1
中 部 圏	沖縄市		(沖縄市 67.2)		北谷町 22.0 北中城村 26.8	読谷村 5.9 嘉手納町 5.8 中城村 5.0
	うるま市	(うるま市 94.1)	恩納村 67.1		沖縄市 24.4 金武町 17.7 北中城村 16.2	宜野座村 8.0 読谷村 9.5
	宜野湾市		(宜野湾市 71.4)		北中城村 26.4 中城村 13.9	座間味村 5.6
	北谷町		(北谷町 70.3)		宜野湾市 10.8 嘉手納町 16.4 北中城村 12.7	読谷村 6.6
	西原町		(西原町 59.5)	中城村 33.0	与那原町 19.7	
北 部 圏	名護市	(名護市 98.3)	国頭村 73.9 大宜味村 77.7 今帰仁村 56.8 伊是名村 71.2	宜野座村 42.0 伊平屋村 42.3	本部町 18.2 恩納村 12.0 伊江村 17.3	
	金武町		(金武町 77.8)		宜野座村 28.9	
宮古圏	宮古島市	(宮古島市 99.1)			多良間村 20.0	
八重山圏	石垣市	(石垣市 99.6)	竹富町 55.4			与那国町 9.4

※上の表は、1次商圏及び2次商圏に他の自治体が含まれる市町村のみ記載している。  
 ※一覧表については、資料編(P102, P103)を参照して下さい。

7-4 図 主要市別吸引状況（一般食料品）



7-5表 主な市町村における吸引状況(外食)

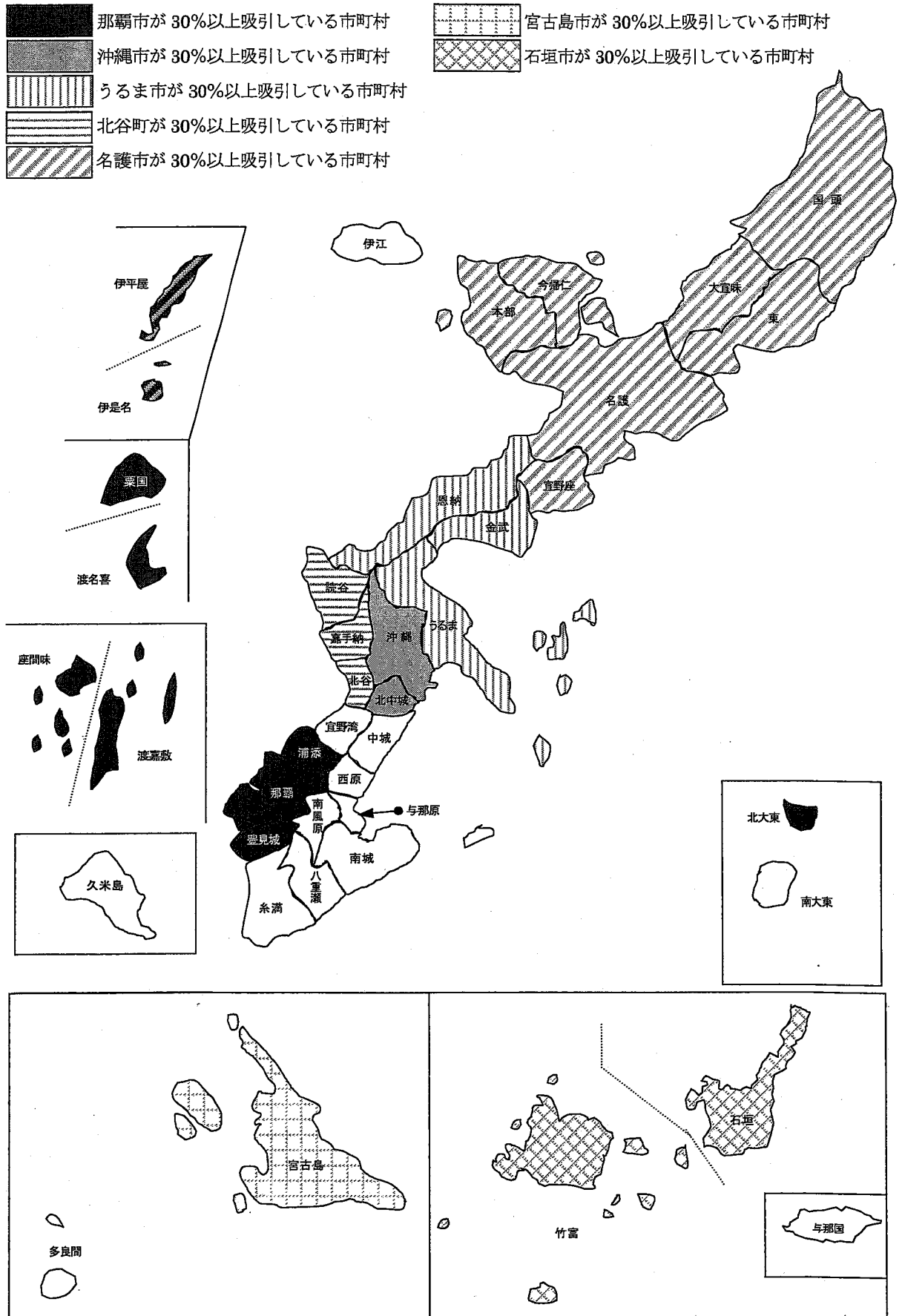
(単位:%)

区分	吸引率	1次商圏			2次商圏	影響圏					
		80%以上	50~80%未満	30~50%未満	10~30%未満	5~10%未満					
南部圏	那覇市	<b>(那覇市 86.5)</b>	渡嘉敷村	65.7	浦添市	32.1	宜野湾市	12.4	沖縄市	6.4	
			座間味村	58.1	豊見城市	37.0	南城市	18.1	大宜味村	8.3	
			粟国村	55.5	伊平屋村	46.4	糸満市	13.7	本部町	8.1	
			渡名喜村	59.6	伊是名村	38.3	伊江村	11.1	宜野座村	8.0	
	浦添市		<b>(浦添市 57.9)</b>	北大東村	64.5			西原町	24.0	金武町	5.6
								八重瀬町	14.9	読谷村	5.0
								与那原町	16.9	北中城村	5.7
								南風原町	22.2	中城村	8.4
	糸満市		<b>(糸満市 67.4)</b>					南大東村	22.4		
								久米島町	13.8		
								宜野湾市	11.2	座間味村	5.0
										粟国村	5.9
豊見城市					<b>(豊見城市 46.9)</b>	糸満市	13.3	北大東村	6.3		
							八重瀬町	23.3	伊是名村	5.0	
							渡名喜村	16.7	久米島町	5.5	
									多良間村	8.3	
南風原町		<b>(南風原町 67.3)</b>			南城市	32.8	八重瀬町	10.6	粟国村	5.9	
					八重瀬町	37.2			南大東村	6.3	
							西原町	11.3	豊見城市	8.8	
							与那原町	24.0	渡嘉敷村	7.1	
中部圏	沖縄市	<b>(沖縄市 57.9)</b>			北中城村	35.2	うるま市	11.5	恩納村	6.5	
							北谷町	16.0	宜野座村	6.5	
							中城村	14.7	読谷村	8.9	
									嘉手納町	6.8	
	うるま市	<b>(うるま市 80.7)</b>	恩納村	51.2	金武町	47.0	沖縄市	25.2	嘉手納町	8.6	
								宜野座村	10.6	北谷町	7.3
								読谷村	13.6	中城村	6.8
								北中城村	14.9		
	宜野湾市					<b>(宜野湾市 36.9)</b>	中城村	18.0	北中城村	9.4	
										北中城村	9.4
								宜野湾市	26.5	沖縄市	8.4
								北中城村	23.1	恩納村	9.8
北谷町		<b>(北谷町 71.0)</b>	嘉手納町	52.9	読谷村	37.2	宜野湾市	26.5	宜野座村	7.5	
							北中城村	23.1	中城村	6.1	
									宜野湾市	5.3	
西原町					<b>(西原町 48.4)</b>	南城市	11.8	金武町	8.7		
							中城村	28.0			
							恩納村	11.8			
							伊江村	28.6			
北部圏	名護市	<b>(名護市 92.5)</b>	東村	88.9	国頭村	59.8	本部町	35.9			
					大宜味村	69.9	宜野座村	35.1			
			今帰仁村	75.8	伊平屋村	41.1	伊是名村	43.4			
	金武町						<b>(金武町 28.2)</b>				
						宜野座村	17.8				
八重山圏	石垣市	<b>(石垣市 99.0)</b>	竹富町	76.3			与那国町	16.8			

※上の表は、1次商圏及び2次商圏に他の自治体が含まれる市町村のみ記載している。

※一覧表については、資料編(P108, P109)を参照して下さい。

7-5図 主要市別吸引状況（外食）



## 8. 主な市町村における購買人口

今回調査した商品のうち、買回品6品目（婦人服、紳士服、子供服、呉服・寝具、シャツ・下着類、くつ・カバン）の平均買物出向比率（資料編P110, P111）を用い、買回品における吸引元自治体の購買人口及び吸引力指数を算出し、購買人口の上位12位までを抽出したのが下表である。

8表 主要市町村における購買人口等(買回品総合)

市町村名	今回調査結果					前回調査(平成16年度)				
	購買人口 (人)	行政人口 (人)	吸引力指数	地元購買率 (%)	1次商圏自治体数	購買人口 (人)	行政人口 (人)	吸引力指数	地元購買率 (%)	1次商圏自治体数
那覇市	441,643	313,728	1.41	85.9	10	457,764	310,438	1.47	90.0	11
うるま市	216,132	114,038	1.90	92.1	5	206,297	112,752	1.83	87.9	-
北谷町	108,270	27,134	3.99	71.2	3	110,278	26,660	4.14	76.5	4
名護市	94,336	60,427	1.56	90.5	9	91,998	58,452	1.57	88.5	9
南風原町	81,739	34,474	2.37	64.6	3	59,388	33,926	1.75	65.5	3
豊見城市	68,929	54,253	1.27	43.1	0	80,104	52,997	1.51	54.8	1
浦添市	65,170	107,779	0.60	50.5	0	69,359	105,126	0.66	55.0	0
西原町	57,151	34,337	1.66	55.9	2	45,386	33,956	1.34	55.0	3
宮古島市	52,240	52,719	0.99	96.9	1	51,875	53,969	0.96	93.6	-
沖縄市	52,068	128,047	0.41	32.7	0	64,827	125,529	0.52	39.8	0
石垣市	46,919	46,292	1.01	90.3	2	44,969	44,553	1.01	90.1	2
糸満市	35,001	56,053	0.62	49.5	0	14,825	55,935	0.27	20.8	0

※1 購買人口は、各市町村の行政人口に買物出向比率(=地元購買率、流出率)を乗じて算出したものであり、傾向をみるために便宜的に算出した。

※2 行政人口は、平成19年9月1日現在の県推計人口(県企画開発部)を参照

※3 吸引力指数=購買人口/行政人口

※4 1次商圏自治体数は、買物出向比率(=流出率)が31%以上の自治体数とし、当該自治体は含めていない。

※5 「うるま市」と「宮古島市」の前回調査(平成16年度)はそれぞれ合併前の自治体のデータを再集計したものである。なお、「1次商圏自治体数」は合併により自治体数が減少していることから、単純比較出来ないため省略した。

集計の結果、購買人口の最も多い自治体は「那覇市」の441,643人となっており、次いで「うるま市」の216,132人、「北谷町」の108,270人となった。

自治体の吸引力を示す吸引力指数については、「北谷町」が3.99で、前回調査における指数4.14から下げたものの、他の自治体を引き離して最大値を示した。それに続くのが、「南風原町」の2.37、「うるま市」の1.90となっている。

また、「糸満市」の購買人口は、前回調査から倍以上となっており、逆に糸満市に隣接している「豊見城市」の購買人口は減少している。

「西原町」、「南風原町」、「糸満市」など、広域型の大型ショッピングセンターができた市町村の購買人口増加が顕著であり、当該自治体の地元購買率の上昇は当然のことながら、周辺自治体住民の購買動向にも大きな影響を及ぼしたと考えられる。

前回調査報告において吸引力の低下傾向を指摘した「沖縄市」については、低下傾向が引き続いてみるとみられ、それに加えて「浦添市」も若干低下傾向にあることが窺える。

## 9. 沖縄本島中部地域における主な自治体の吸引状況

前回調査報告において、「沖縄市」の吸引力低下や「具志川市」の吸引力上昇など本島中部地域における生活者の購買行動の変化についてふれたが、今回調査結果では以下のとおりとなっている。

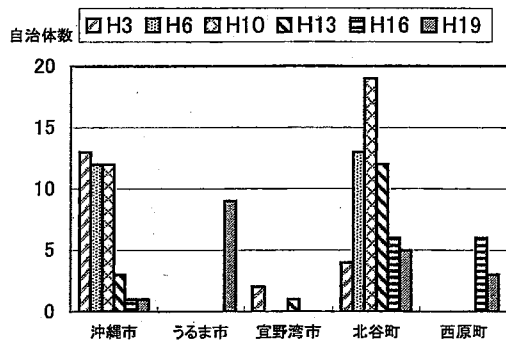
「沖縄市」については、今回調査結果においても1次・2次商圏内自治体数が「婦人服」で1村、「一般食料品」で2町村と変わらないが、「婦人服」の地元購買率で39.8%→33.7%、2次商圏である「北中城村」からの吸引率で17.2%→11.3%となるなど、前回報告でも述べた吸引力低下の状況は、引き続いているとみられる。

逆に「うるま市」の吸引力は高く、1次・2次商圏内自治体数は「婦人服」で9市町村、「一般食料品」で4市町と、中部地域の自治体の中では最も吸引力が高い。

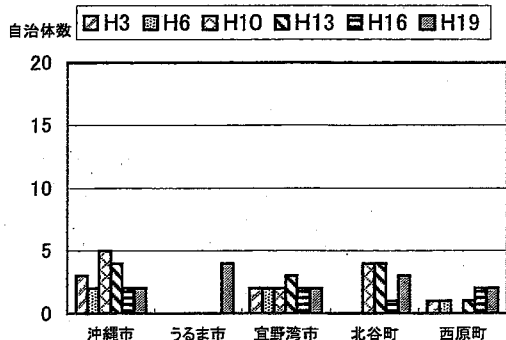
「北谷町」については、中部地域の自治体の中でも、依然として吸引力が高いことに変わりはないが、大型ショッピングセンターが県内全域に相次いで新規出店したこともあって、北谷町へ流入していた顧客が他の自治体にも分散していることがうかがえる。

「西原町」については、中部地域では隣接している「中城村」、そして本島南部地域の自治体からの吸引が高まっている。

9-1図 1次・2次商圏内自治体数の変化(婦人服)



9-2図 1次・2次商圏内自治体数の変化(一般食料品)



※「うるま市」は合併により過年度データはない

9表 中部地域の主な自治体における商圏内自治体数

(単位:自治体)

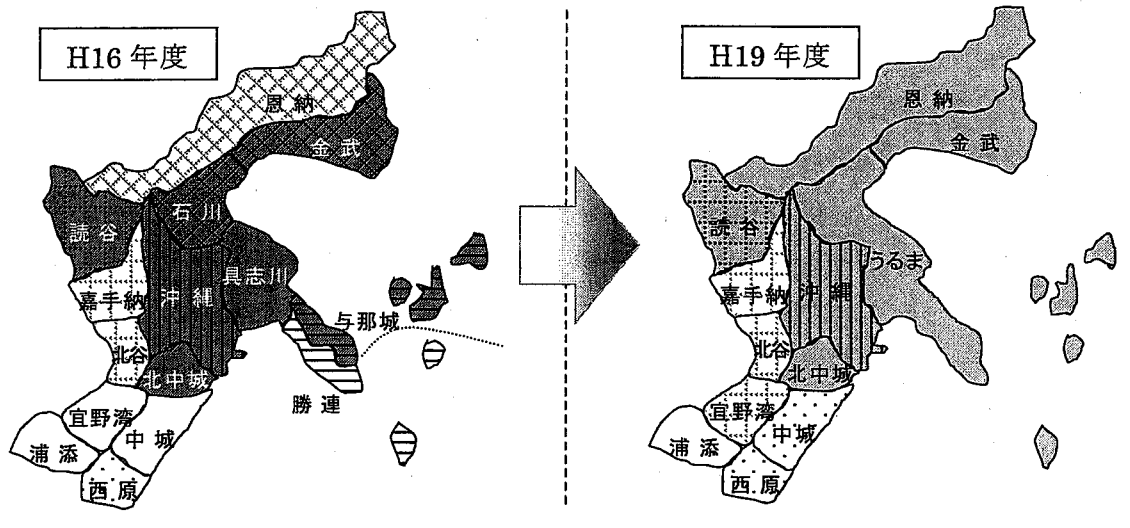
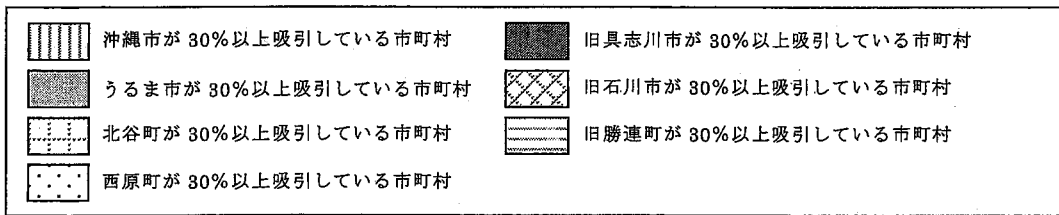
		婦人服	くつ・カバン	家具・室内装飾品	一般食料品	外食
沖縄市	1次商圏	0	0	1	0	1
	2次商圏	1	1	2	2	3
	合計	1	1	3	2	4
うるま市	1次商圏	5	5	5	1	2
	2次商圏	4	4	4	3	4
	合計	9	9	9	4	6
宜野湾市	1次商圏	0	0	0	0	0
	2次商圏	0	0	0	2	1
	合計	0	0	0	2	1
北谷町	1次商圏	3	3	2	0	2
	2次商圏	2	2	3	3	2
	合計	5	5	5	3	4
西原町	1次商圏	2	2	2	1	1
	2次商圏	1	1	1	1	2
	合計	3	3	3	2	3

※当該自治体は含まない

※1次商圏: 吸引率30%以上 2次商圏: 吸引率10~30%未満

(1) 買回品 (婦人服) の吸引状況

9-3図 中部地域の吸引状況 [買回品 (婦人服)]



上図「9-3図」は、「買回品 (婦人服)」における、中部地域の主な市町村の吸引状況を示している。上図及び前述「7-1表」から、他の自治体から30%以上を吸引している中部地域の自治体は、「うるま市」、「北谷町」、「西原町」の3市町であることがわかる(「西原町」の1次商圈は、「中城村」及び「与那原町」)。

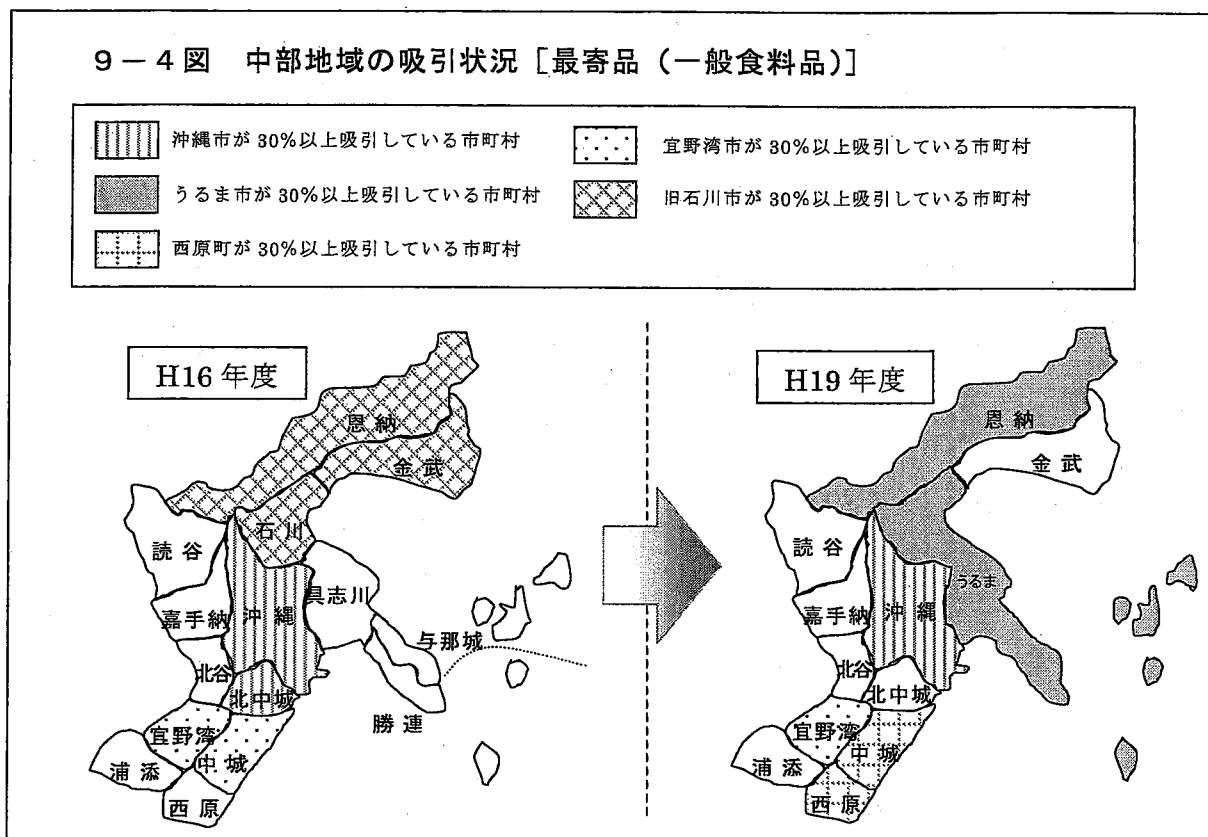
「沖縄市」については、1次商圈とする自治体はなく、2次商圈についても「北中城村」のみである。また、「沖縄市」から「うるま市」への流出割合は、41.4%となっており、「うるま市」の1次商圈に含まれるかたちとなっている。

「うるま市」は、「恩納村」、「金武町」、「沖縄市」、「読谷村」、「北中城村」の5市町村を1次商圈としており、また、2次商圈には、「嘉手納町」、「宜野座村」、「中城村」、「北谷町」など中部地域を中心に広範囲に渡る商圈を形成している。図からもわかるように、「うるま市」の商圈は本島東側だけでなく、西側にまで広がっている。

「北谷町」は、1次商圈として「嘉手納町」、「読谷村」、「宜野座市」の3市町村を擁しており、2次商圈についても「北中城村」、「沖縄市」など中部地域の2市村を擁している。

「西原町」は、前回調査に比べ「中城村」が新たに加わり、「中城村」「与那原町」の2町村が1次商圈、「南城市」が2次商圈となっている。

(2) 最寄品（一般食料品）の吸引状況



上図「9-4図」は、「最寄品（一般食料品）」における、中部地域の主な市町村の吸引状況である。

上図及び前述「7-5表」から、他の自治体から30%以上を吸引している中部地域の自治体は、「うるま市」、「西原町」の2市町であることがわかる。

前回調査（平成16年度）時に引き続き、「沖縄市」、「宜野湾市」の商圈縮小が見られる。

「西原町」は、今回、新たに「中城村」を「宜野湾市」から1次商圈に取り込む結果となった。

また、「北谷町」は、「買回品（婦人服）」では複数の自治体を1次商圈としていたが、「最寄品（一般食料品）」では、30%以上吸引する他の自治体はない。





## 1.1. 那覇市の吸引状況

下の「11-1表」は、那覇市の1次商圏及び2次商圏内自治体数を、「11-2表」は、那覇市の吸引率における前回調査（平成16年度）との比較を示している。

その中で、「婦人服」における那覇市の1次商圏自治体数は、平成6年が20市町村、平成10年が22市町村、平成13年が20市町村、平成16年が14市町村と推移していたが、今回調査結果では、10市町村に減少している。

前回調査では那覇市の1次商圏に該当し、今回調査では1次商圏非該当となった自治体は、本島南部地域の東側及び南側に位置する町村となっている。主な要因としては、「西原町」及び「南風原町」、「豊見城市」に商業集積が進み、「糸満市」にもショッピングセンターが出店したことによる商業環境の変化が起きていることが考えられる。それらの町村は、今回、2次商圏には含まれているものの、近隣商業地域への出向が増え、相対的に「那覇市」への依存度が薄れていることを表している。

また、商圏内自治体数や買物出向比率の低下だけでなく、『8. 主な市町村における購買人口』（P42）の「8表」のとおり、「那覇市」の購買人口及び吸引力指数は、前回調査よりも下がっている。これは、天久新都心地域への商業集積の服や、慢性的な交通渋滞への嫌気、郊外ショッピングセンターの充実などが要因として考えられる。

11-1表 那覇市の1次・2次商圏内自治体数の推移（婦人服）

（単位：自治体）

	H6	H10	H13	H16	H19
1次商圏	20	22	20	14	10
2次商圏	10	13	9	19	18

※当該自治体は含まない

11-2表 那覇市の吸引率における前回調査との比較

近 郊 市町村	婦人服			買回品総合		
	前回調査 (H16) (%)	今回調査 (H19) (%)	増減	前回調査 (H16) (%)	今回調査 (H19) (%)	増減
与那原町	30.1	15.6	▲ 14.5	27.1	12.3	▲ 14.8
糸満市	38.0	24.8	▲ 13.2	35.2	21.9	▲ 13.3
八重瀬町	31.8	20.6	▲ 11.2	30.8	19.9	▲ 10.9
北谷町	15.3	9.7	▲ 5.6	7.8	7.7	▲ 0.1
浦添市	44.3	40.9	▲ 3.4	39.5	38.8	▲ 0.7
南城市	25.1	23.1	▲ 2.0	23.1	18.1	▲ 5.0
宜野湾市	22.5	22.7	0.2	17.6	18.7	1.1
南風原町	28.4	29.3	0.9	25.2	24.9	▲ 0.3
中城村	11.2	13.2	2.0	10.2	12.2	2.0
豊見城市	39.6	41.7	2.1	37.4	38.9	1.5
西原町	22.5	28.9	6.4	20.9	24.4	3.5

※「南城市」、「八重瀬町」の前回調査(H16)は合併前の町村のデータを再集計している