

平成 27 年度
鹿児島県消費者購買動向調査報告書
(概要)

鹿児島県商工労働水産部

平成 27 年度鹿児島県消費者購買動向調査結果の概要

I 調査実施概要

1 調査目的

この調査は、県内全域における消費者の購買動向を把握し、消費者志向に沿った商店街を始めとするまちづくりや商業振興施策などのための資料を得ることを目的とする。

2 調査実施方法

(1) 実施機関

鹿児島県商工労働水産部商工政策課（民間調査会社に委託して実施）

(2) 協力機関

県内の各商工会議所及び各商工会，鹿児島県商工会議所連合会，鹿児島県商工会連合会，関係市町村

(3) 調査対象地域

県内市町村（合併前市町村単位。三島村，十島村を除く）

(4) 調査世帯数

① 調査世帯数

29,780 世帯

② 世帯抽出率

合併前市町村ごとに全世帯の 5%（旧鹿児島市は 0.75%）を抽出，下限 100 世帯（ただし，市町村によっては下限世帯の調整を行ったところがある）

③ 調査回収枚数

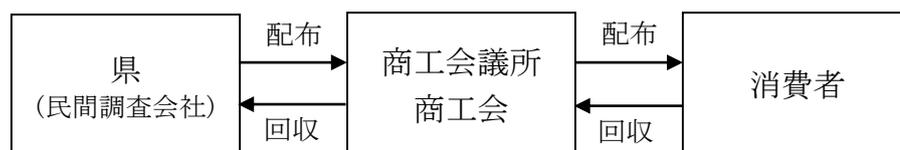
21,824 枚

④ 回収率

73.3%

(5) 調査方法

アンケートにより実施



(6) 集計方法

合併前市町村ごとに集計

II 調査結果の概要

1 商圏の動向

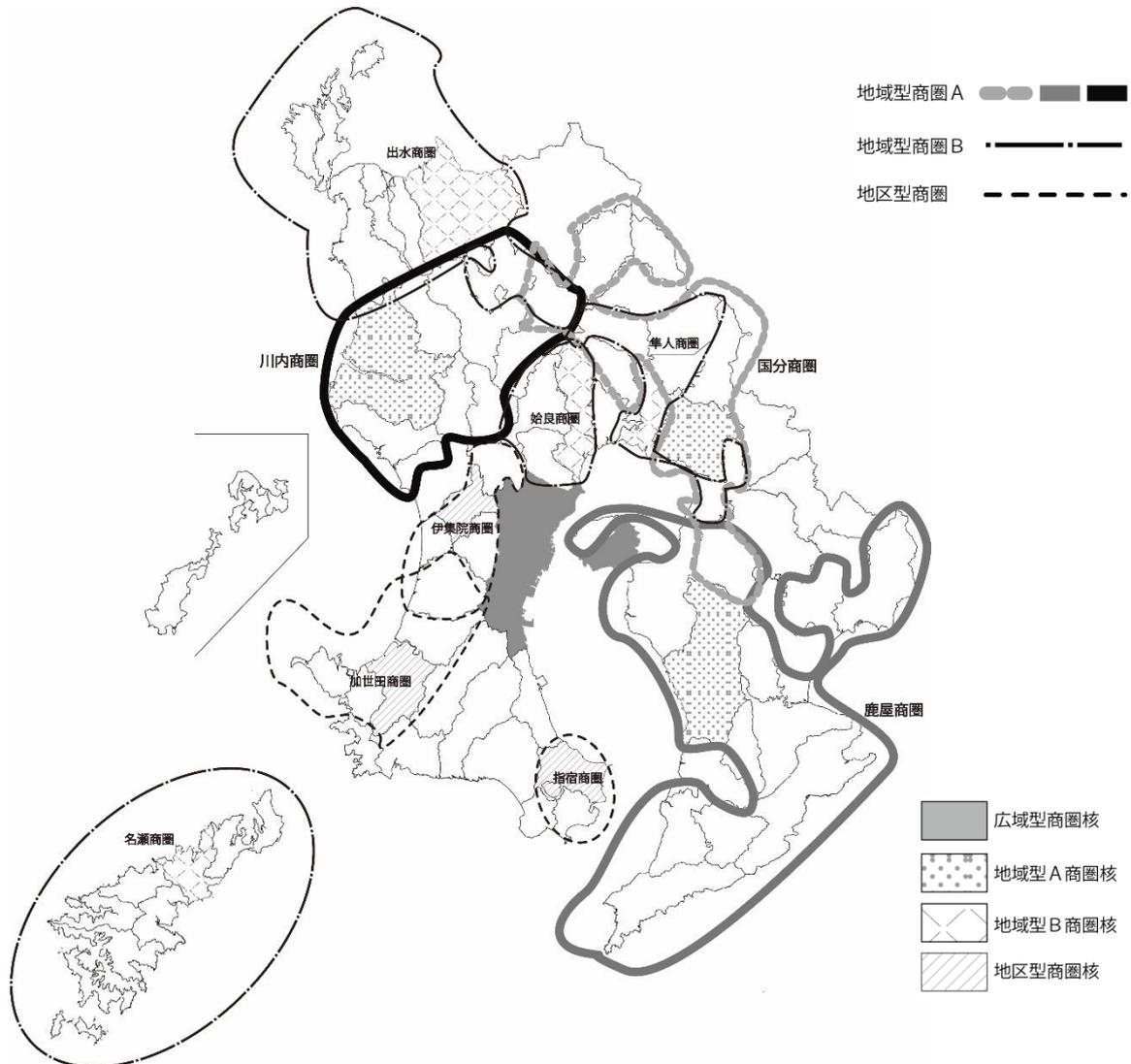
【ポイント】

- 本県は11の商圏を形成。前回調査（H24）から阿久根商圏が外れ、1商圏の減。
- 商圏規模の縮小や行政人口の減少に伴い、購買人口及び吸引力係数が低下している商圏が多い。

(1) 商圏の形成状況

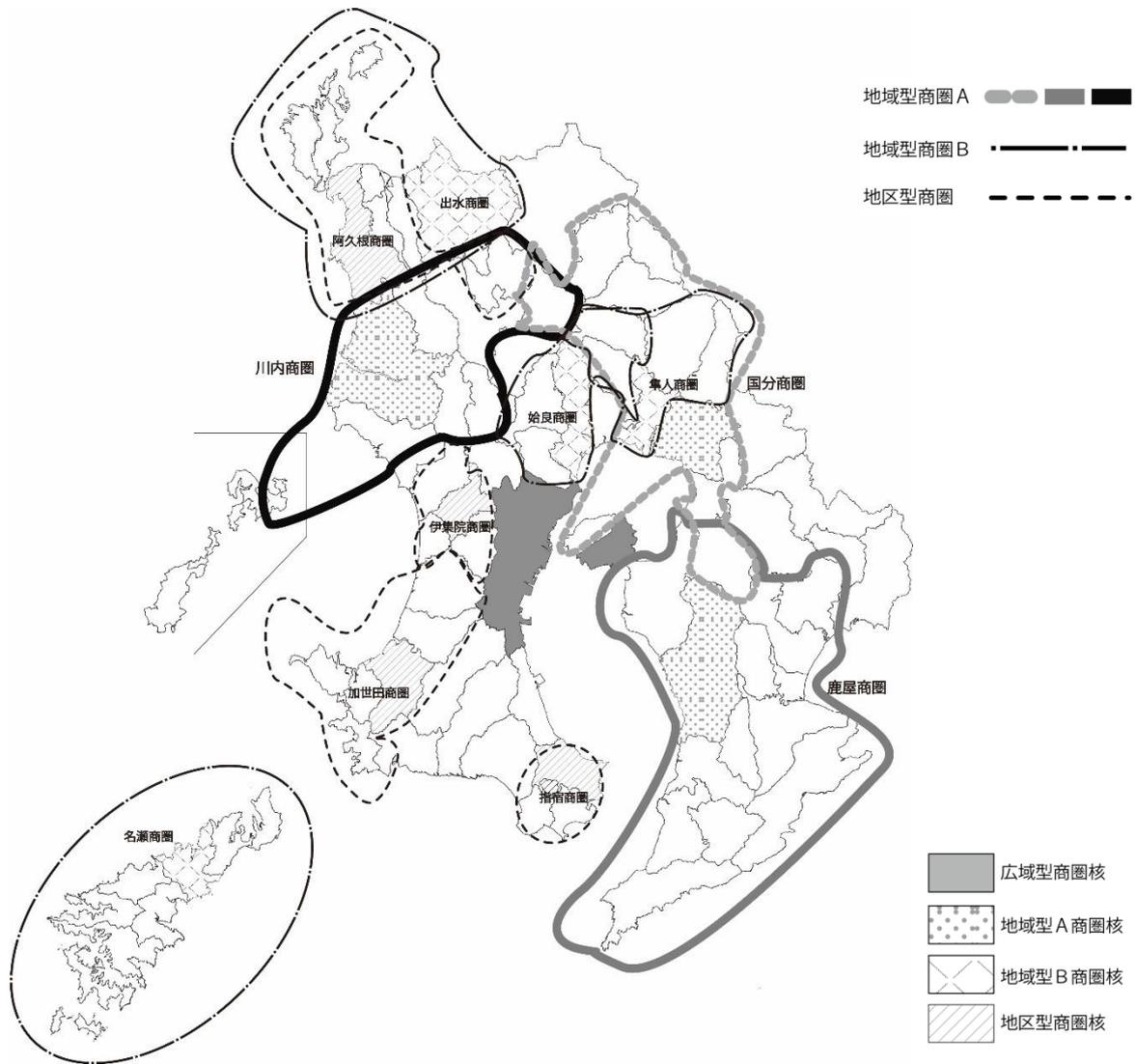
商圏タイプ (購買人口)	形成している商圏		商圏数
	前回 (H24)	今回 (H27)	
広域型商圏 (30万人以上)	鹿児島	鹿児島	1 → 1
地域型商圏Aタイプ (5万人以上)	鹿屋, 川内, 国分	鹿屋, 川内, 国分	3 → 3
地域型商圏Bタイプ (3万人以上)	名瀬, 出水, 始良, 隼人	名瀬, 始良, 出水, 隼人	4 → 4
地区型商圏 (2万人以上)	指宿, 加世田, 伊集院, 阿久根	伊集院, 指宿, 加世田	4 → 3
商圏数合計	12	11	12 → 11

注： は商圏タイプが移動した商圏



【参考】

24年度消費者購買動向調査による県内の商圈形成状況



(2) 商圈規模（購買人口）及び吸引力係数

商圈タイプ	商圈名	商圈構成市町村数		購買人口（人，%）			吸引力係数	
		H24	H27	H24	H27	増減率	H24	H27
広域型商圈	鹿児島	73	73	698,601	695,500	▲ 0.4	126	125
地域型商圈 Aタイプ	鹿屋	14	14	98,686	83,967	▲14.9	122	103
	川内	10	10	70,685	64,507	▲ 8.7	98	90
	国分	13	10	62,563	51,521	▲17.6	108	88
地域型商圈 Bタイプ	名瀬	7	7	47,140	43,041	▲ 8.7	123	114
	始良	5	3	37,837	40,976	8.3	84	86
	出水	6	8	40,325	37,867	▲ 6.1	108	102
	隼人	5	4	30,723	34,392	11.9	82	90
地区型商圈	伊集院	4	5	22,188	23,537	6.1	91	95
	指宿	3	2	28,422	21,475	▲24.4	100	77
	加世田	6	5	22,886	20,281	▲11.4	104	95

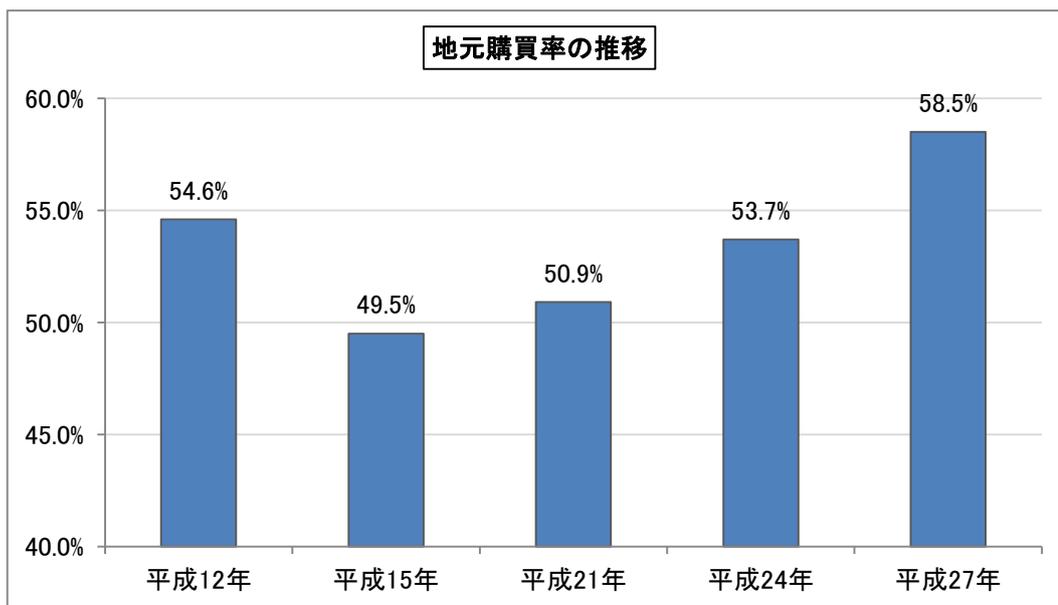
2 地元購買率の動向

【ポイント】

○県全体の地元購買率は 58.5%となっており、前回調査時と比べると 4.8 ポイント上昇している。

(1) 地元購買率の推移

	H12	H15	H21	H24	H27	H27－H24
県全体	54.6%	49.5%	50.9%	53.7%	58.5%	+4.8ポイント

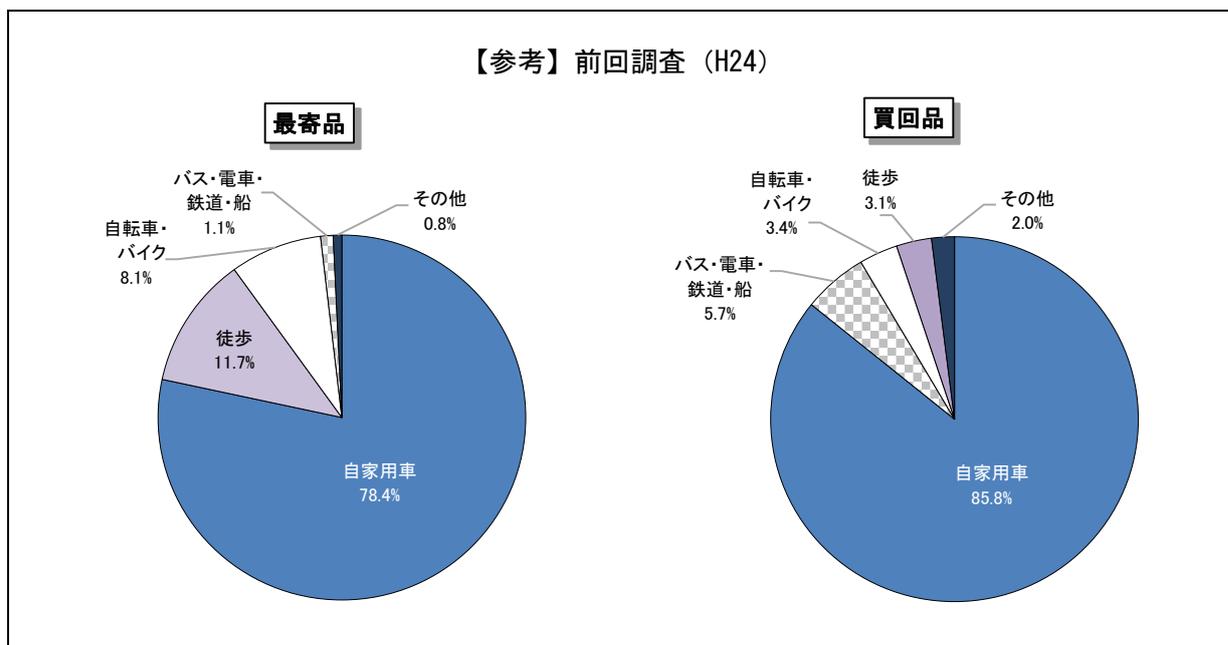
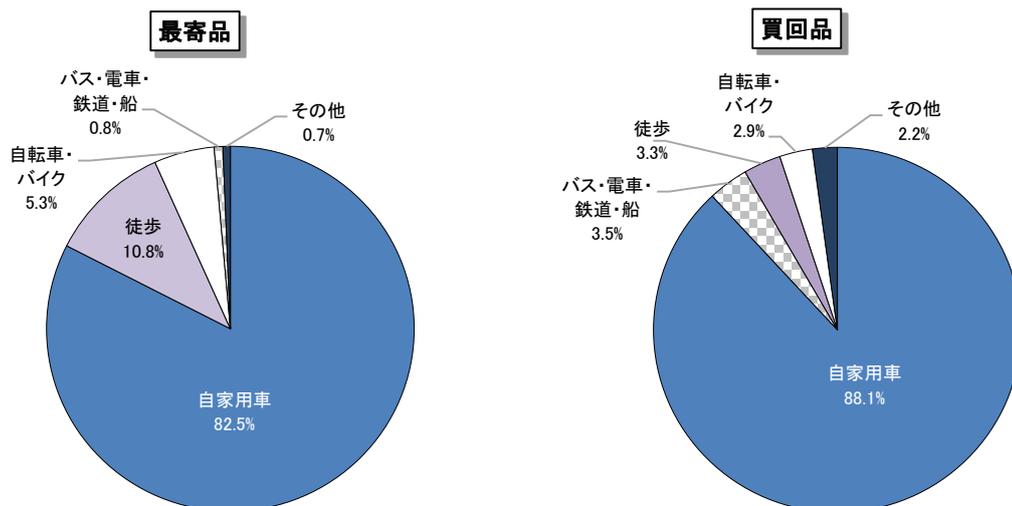


3 買物動向

(1) 交通手段

【ポイント】

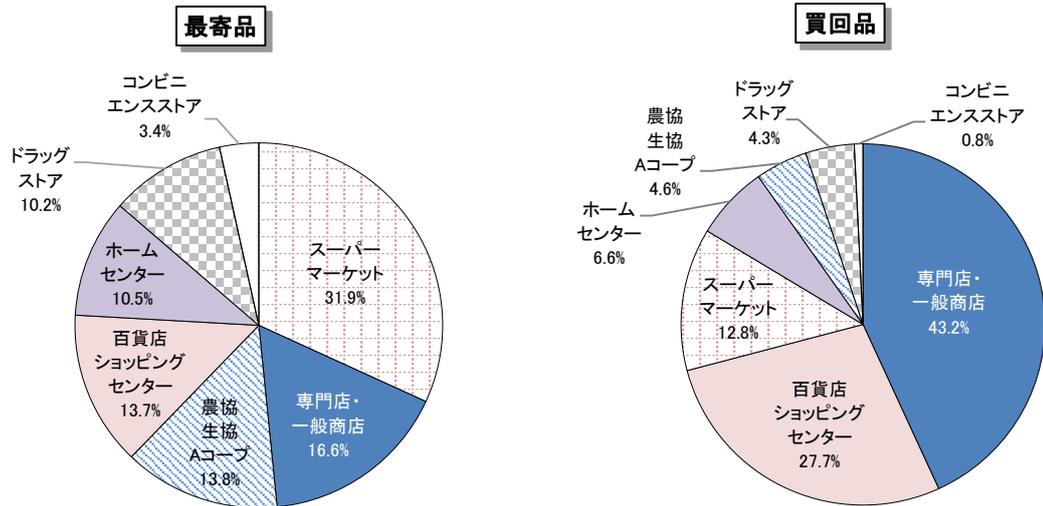
- 最寄品，買回品ともに「自家用車」を利用する割合が最も高い。
- 最寄品では、「徒歩」や「自転車・バイク」を利用する割合が比較的高く，買回品では「バス・電車・鉄道・船」や「徒歩」を利用する割合が比較的高い。



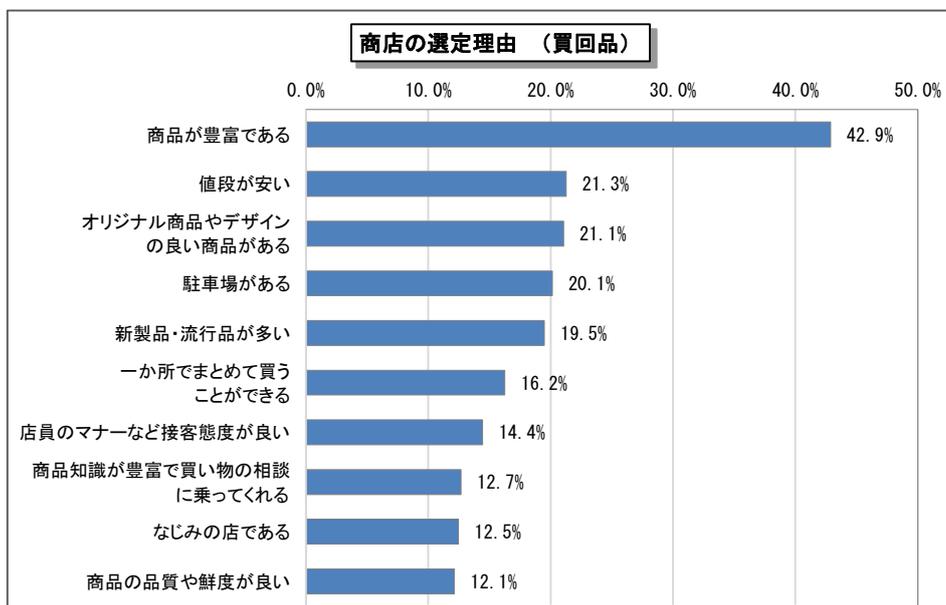
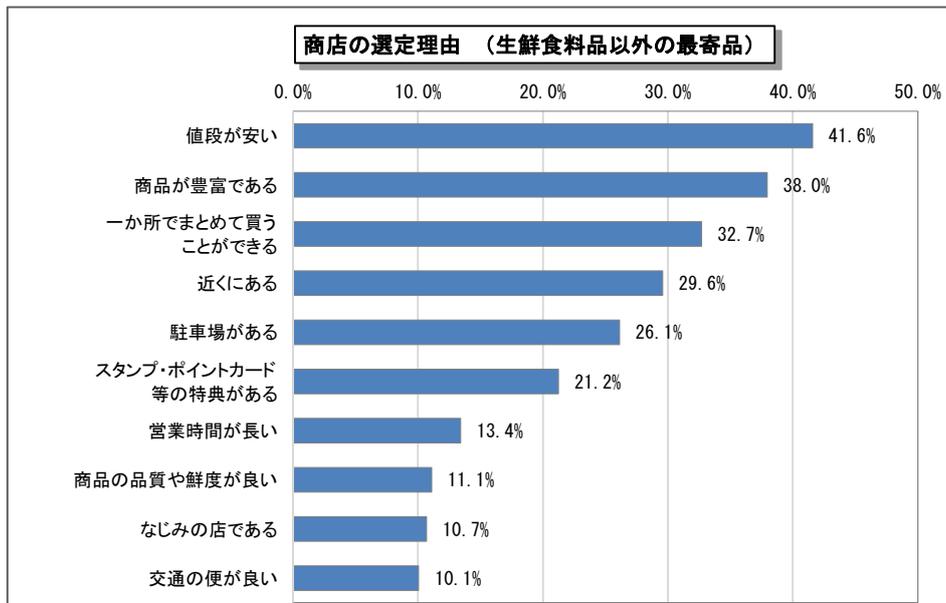
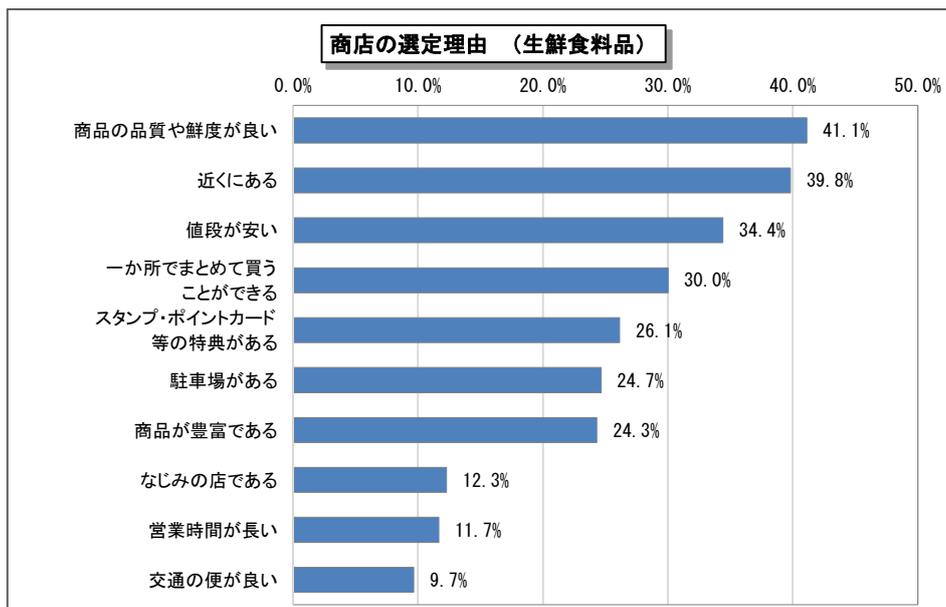
(2) 買物場所の状況

【ポイント】

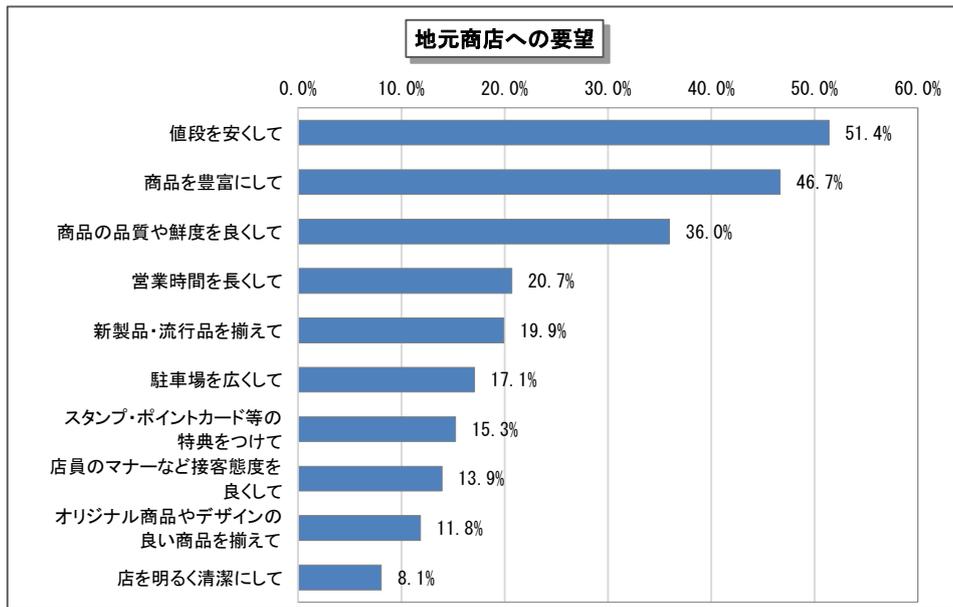
- 最寄品では「スーパーマーケット」を利用する割合が、買回品では「専門店・一般商店」を利用する割合がそれぞれ最も高い。
- 買回品では、最寄品に対して「専門店・一般商店」を利用する割合が高い。



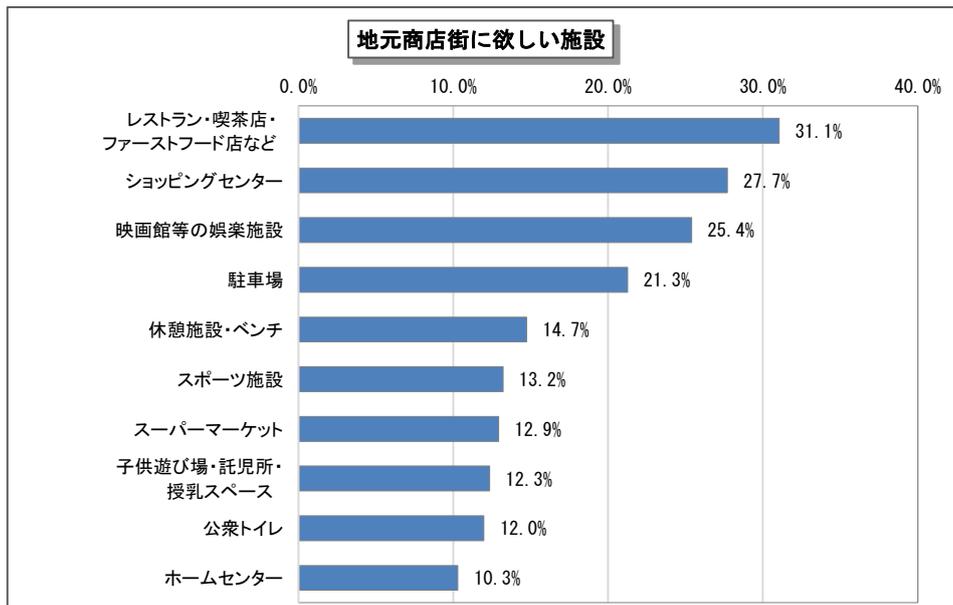
(3) 商店の選定理由



(4) 地元商店への要望



(5) 地元商店街に欲しい施設

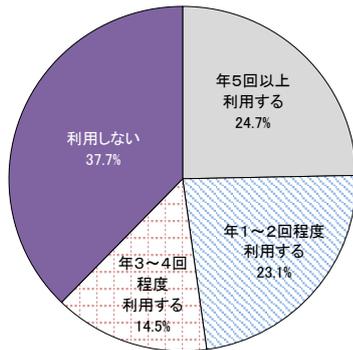


(6) 通信販売の利用状況

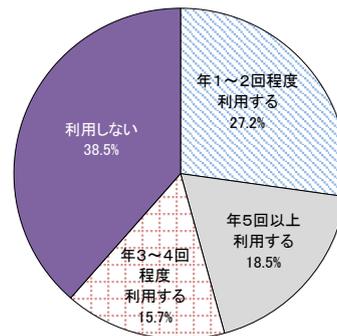
【ポイント】

- 通信販売を利用する消費者の割合は、前回調査時と比べると、「年5回以上利用する」割合が増加している。
- 圏域別の利用状況では、「熊毛圏域」、「大島圏域」の利用率が高い。
- 利用媒体別では「インターネット」の割合が前回調査時より増加している。

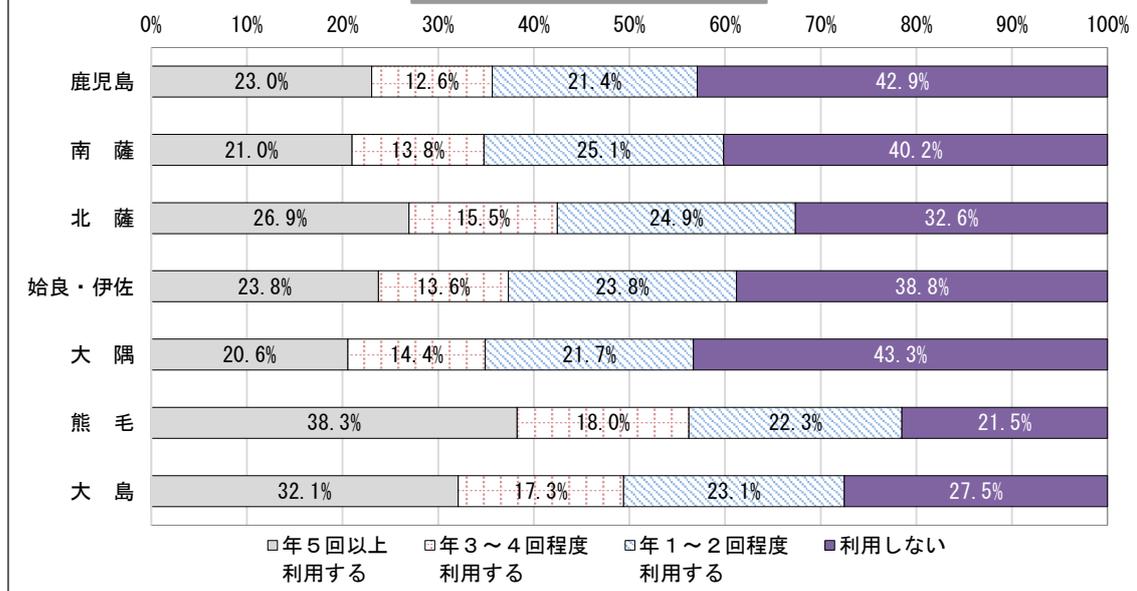
通信販売の利用状況



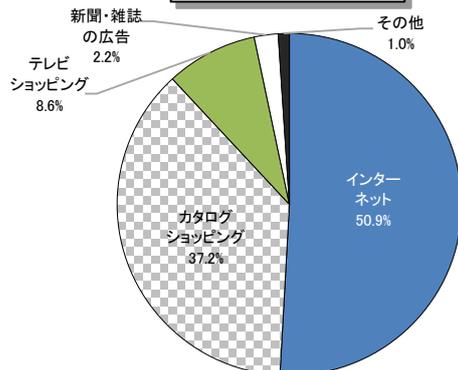
【参考】前回調査(H24)



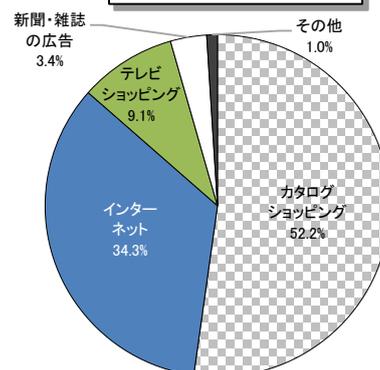
通信販売の利用状況（圏域別）



通信販売の利用媒体



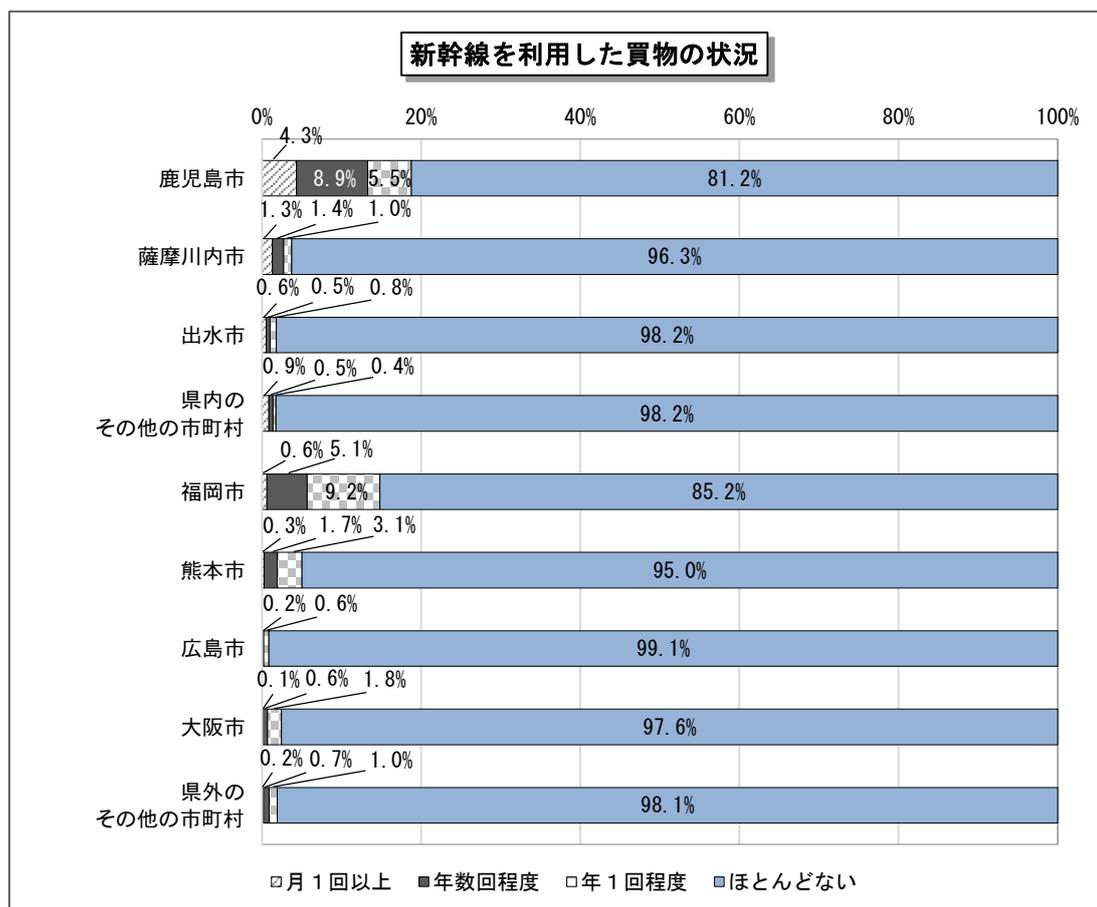
【参考】前回調査(H24)



(7) 新幹線を利用した買物の状況

【ポイント】

- 新幹線を利用して、年1回以上、鹿児島市へ買物に行く消費者の割合は18.7%となっており、福岡市へ買物に行く消費者の割合は14.9%となっている。
- 前回調査時と比べると、鹿児島市へ買物に行く消費者がやや多くなっている。



新幹線を利用した買物の状況(年1回以上)

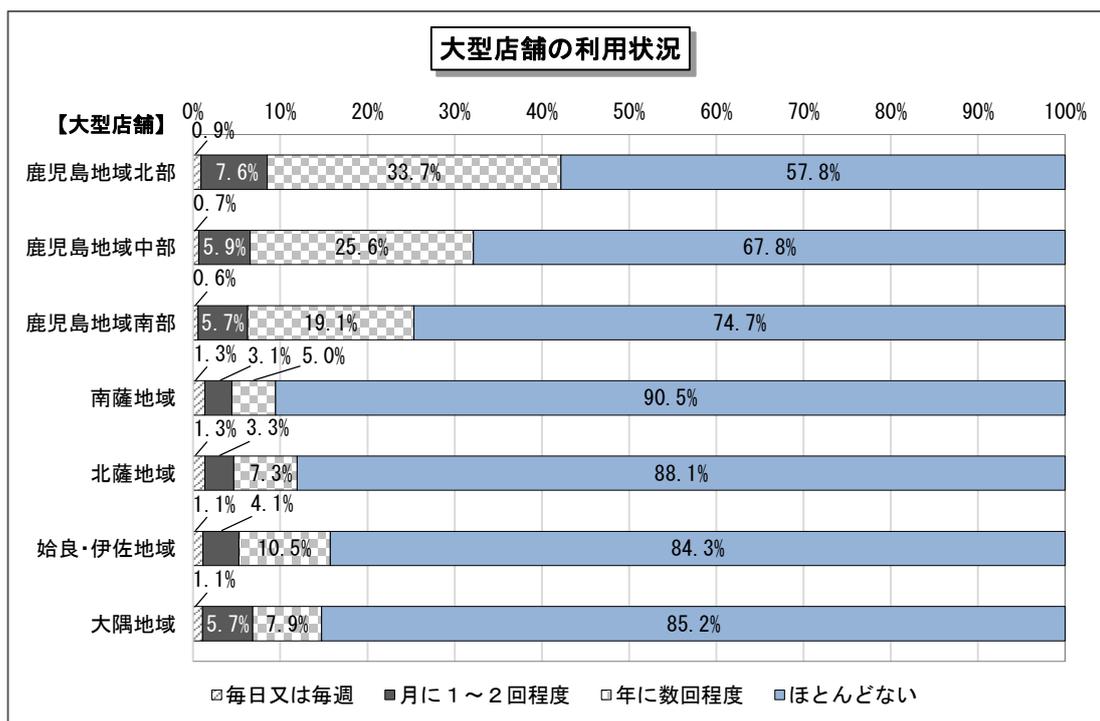
買物先	H27	H24	H27-H24 (ポイント)
鹿児島市	18.7%	11.5%	7.2
薩摩川内市	3.7%	2.8%	0.9
出水市	1.9%	1.2%	0.7
県内の その他の市町村	1.8%	0.7%	1.1
福岡市	14.9%	15.3%	-0.4
熊本市	5.1%	5.3%	-0.2
広島市	0.8%	1.0%	-0.2
大阪市	2.5%	2.7%	-0.2
県外の その他の市町村	1.9%	1.4%	0.5

(8) 大型店舗の利用状況

(※ 県内の店舗のうち店舗面積が10,000㎡超の店舗を対象に調査)

【ポイント】

- 「鹿児島地域北部の大型店舗」の利用が最も多く、次いで「鹿児島地域中部の大型店舗」、「鹿児島地域南部の大型店舗」の順となっている。
- 前回調査時と比べると、「大隅地域の大型店舗」、「北薩地域の大型店舗」の利用が多くなり、「鹿児島地域中部の大型店舗」、「鹿児島地域南部の大型店舗」、「鹿児島地域北部の大型店舗」の利用が少なくなっている。



(注) 鹿児島地域北部：鹿児島市の天文館地区を中心としたエリア
 鹿児島地域中部：鹿児島市の鹿児島中央駅を中心としたエリア
 鹿児島地域南部：鹿児島市の谷山地区を中心としたエリア

大型店舗の利用状況(年1回以上)

買物先	H27	H24	H27-H24 (ポイント)
鹿児島地域北部	42.2%	43.8%	-1.6
鹿児島地域中部	32.2%	34.9%	-2.7
鹿児島地域南部	25.4%	27.1%	-1.7
南薩地域	9.4%	8.9%	0.5
北薩地域	11.9%	10.6%	1.3
始良・伊佐地域	15.7%	14.9%	0.8
大隅地域	14.7%	12.5%	2.2

用語の定義

(1) 最寄品

消費者にとって毎日の生活に欠かせない商品で、購買頻度が高く、消費機会の多い身近なもの（大きく3つに分類）

分 類	商 品
食 料 品	生鮮食料品・菓子類・飲料・米・瓶缶詰・調味料など
日用雑貨品	金物・陶器・台所用品・日用品など
実用衣料品	下着・肌着・靴下など

(2) 買回品

購買頻度が少なく、比較的高額品で、好みが多様化している商品を購入するに当たって、店舗を選んだり、商品を比べて念入りに買うもの（大きく4つに分類）

分 類	商 品
高級衣料品	外出着・呉服・寝具など
身 回 品	靴・カバン・帽子・化粧品・服飾品など
文 化 品	時計・電化製品・書籍・CD・文具・薬・カメラ・家具など
贈答用品	中元・年末用品・記念品など

(3) 地元購買率

消費者が居住する市町村で買物をする比率

(4) 流出率

消費者が居住する市町村外で買物をする比率

(5) 流入率

流出率を流入先の市町村側からとらえた比率

(6) 商圈

個々の商店あるいは集積している商業施設が顧客を吸引する地理的範囲のこと

(7) 商圈核市町村

商圈を形成する市町村に対して吸引力を有し、商圈の中心となっている市町村（合併前市町村）

(8) 商圈の購買人口

次の2つを合計したもの

- ・ 圏内市町村の行政人口に商圈核市町村への流入率を乗じたもの
- ・ 圏核市町村においては、行政人口に地元購買率を乗じたもの

(9) 商圈区分

商圈核市町村への流入率により、圏内市町村を次の4つに区分

商圈区分	基 準
1次商圈	圏核市町村への流入率が30%以上である市町村
2次商圈	圏核市町村への流入率が20%以上30%未満である市町村
3次商圈	圏核市町村への流入率が10%以上20%未満である市町村
影響圏	圏核市町村への流入率が5%以上10%未満である市町村

また、商圈の購買人口を基準として、商圈を次の4つのタイプに分類

商圈タイプ	基 準
広 域 型 商 圏	購買人口が30万人以上
地域型商圈Aタイプ	購買人口が5万人以上
地域型商圈Bタイプ	購買人口が3万人以上
地 区 型 商 圏	購買人口が2万人以上

(10) 吸引力係数

商圈の購買人口を圏核市町村の行政人口で除したものを基準として、当該商圈における圏核市町村の商業力の強弱を係数として表示したもの