

# 南三陸町消費者アンケート調査

## 報 告 書

平成 29 年 2 月

南三陸商工会

●調査の実施方法

- 調査日 平成 28 年 9 月 28 日～平成 28 年 10 月 20 日
- 調査対象 南三陸町内全小学校児童保護者
- 調査方法 アンケート用紙配布による記述回答
- 分析アンケート数 294 件

●目次

I.消費者購買動向	2
1.主な買い物先の市町村	2
(1) 最寄品	2
(2) 買回り品	3
(3) サービス	4
2.主な買い物先の店舗形態（最寄品・買回り品）	5
3.南位三陸町の一般店舗・・専門店を主な買い物先とする消費者の選択理由	6
III.買い物先の選択理由	8
1.食料品の買物先選択理由	8
(1) 食料品の買物先選択理由（全体）	8
(2) 食料品の買物先選択理由（年代別）	9
(3) 食料品の年代別買物先市町村	9
2.衣料品の買物先選択理由	10
(1) 衣料品の買物先選択理由（全体）	10
(2) 衣料品の買物先選択理由（年代別）	11
(3) 衣料品の年代別買物先市町村	11
3.日用雑貨の買物先選択理由	12
(1) 日用雑貨の買物先選択理由（全体）	12
(2) 日用雑貨の買物先選択理由（年代別）	13
(3) 日用雑貨の年代別買物先市町村	13
III.月平均支出額	15
1.月平均支出額（全体）	15
2.月平均支出額（年代別）	15
IV.買い物の交通手段	17
V.回答者属性	18
1.回答者年代	18
2.回答者家族構成	18

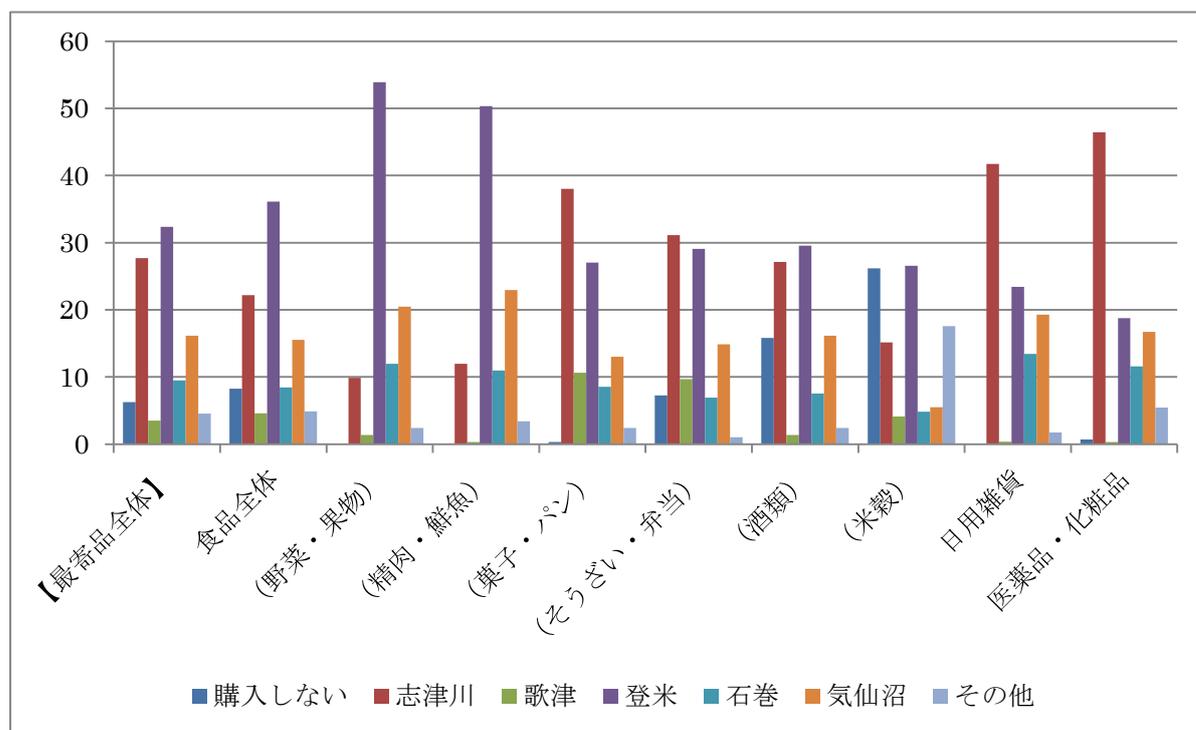
## I.消費者購買動向

### 1.主な買い物先の市町村

#### (1) 最寄品

最寄品（食料品・日用雑貨・医薬品・化粧品等）の町内居住者の買い物先は、志津川町内など地域内購入のほか、登米市が地元購入より多く、気仙沼市での購入も一定数認められる。内訳では、生鮮食品は登米市が主な購入先となっており、菓子類や惣菜、酒類等は地域内と登米市が同等程度となっている。日用雑貨・医薬品・化粧品等は地域内での購入傾向が強い。

集計実数値	購入しない	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	その他
【最寄品全体】	146	645	82	754	221	376	106
食品合計	144	388	80	631	148	271	85
（野菜・果物）	0	29	4	158	35	60	7
（精肉・鮮魚）	0	35	1	147	32	67	10
（菓子・パン）	1	111	31	79	25	38	7
（そうざい・弁当）	21	90	28	84	20	43	3
（酒類）	46	79	4	86	22	47	7
（米穀）	76	44	12	77	14	16	51
日用雑貨	0	121	1	68	39	56	5
医薬品・化粧品	2	136	1	55	34	49	16

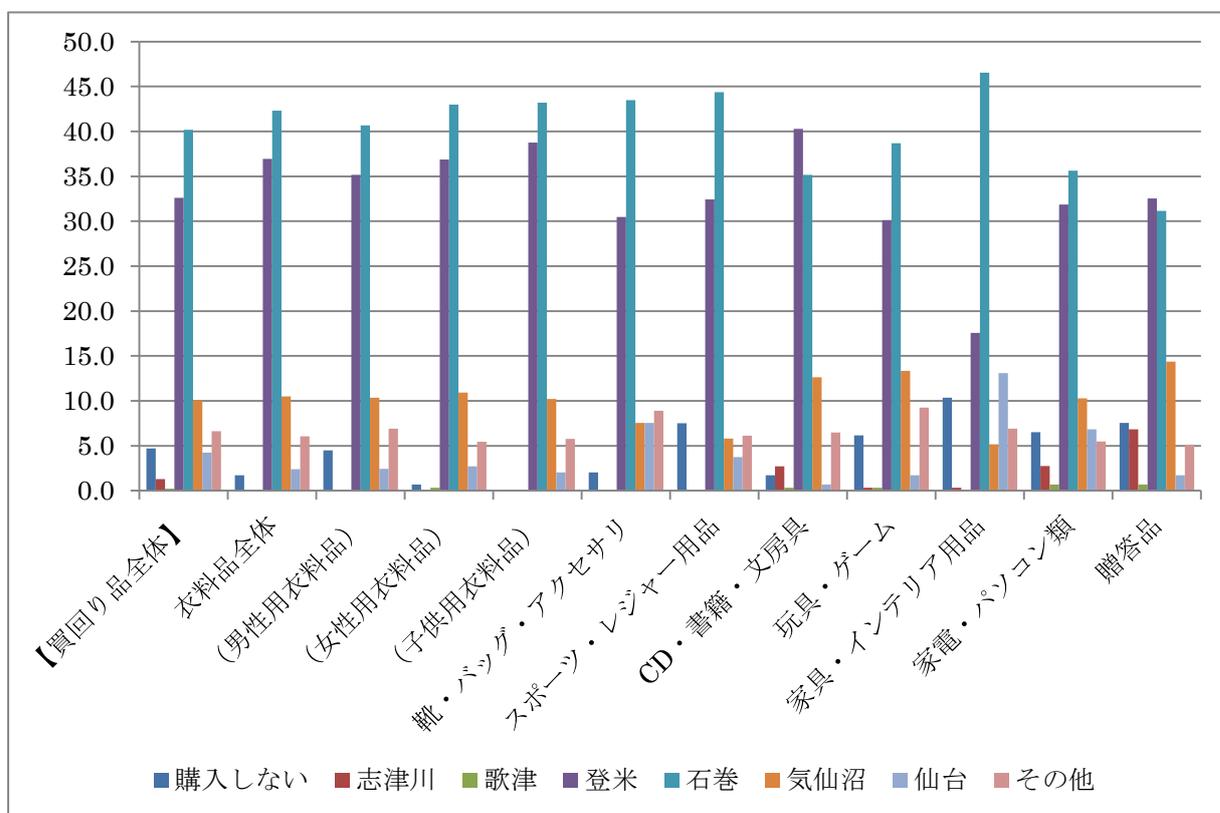


※グラフはパーセント表示。

(2) 買回り品

買回り品（衣料品・靴・バッグ・アクセサリ・スポーツレジャー用品・書籍・文房具・玩具・ゲーム・家具・インテリア・家電・PC・贈答品等）の地域内居住者の買い物先は、石巻市・登米市が主な購入先となっている。次に、各項目で気仙沼市が1割程度で続いており、贈答品以外は地元購入の傾向は殆どみられない。

集計実数値	購入しない	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	仙台	その他
【買回り品全体】	137	38	7	953	1174	294	124	194
衣料品全体	15	0	1	324	371	92	21	53
（男性用衣料品）	13	0	0	102	118	30	7	20
（女性用衣料品）	2	0	1	108	126	32	8	16
（子供用衣料品）	0	0	0	114	127	30	6	17
靴・バッグ・アクセサリ	6	0	0	89	127	22	22	26
スポーツ・レジャー用品	22	0	0	95	130	17	11	18
CD・書籍・文房具	5	8	1	118	103	37	2	19
玩具・ゲーム	18	1	1	88	113	39	5	27
家具・インテリア用品	30	1	0	51	135	15	38	20
家電・パソコン類	19	8	2	93	104	30	20	16
贈答品	22	20	2	95	91	42	5	15

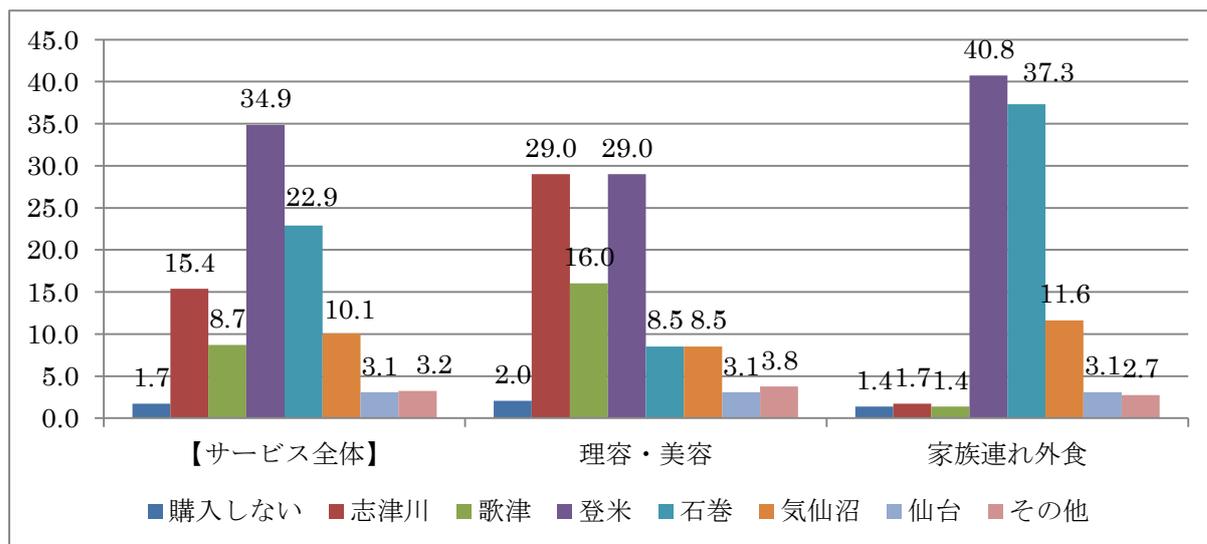


※グラフはパーセント表示。

(3) サービス

サービス（理容・美容・家族連れ外食）の地域居住者の買い物先は、理容・美容は地域内と登米市での消費が中心であり、家族連れ外食では登米市・石巻市が全体の8割弱を占める。

集計実数値	購入しない	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	仙台	その他
【サービス全体】	10	90	51	204	134	59	18	19
理容・美容	6	85	47	85	25	25	9	11
家族連れ外食	4	5	4	119	109	34	9	8



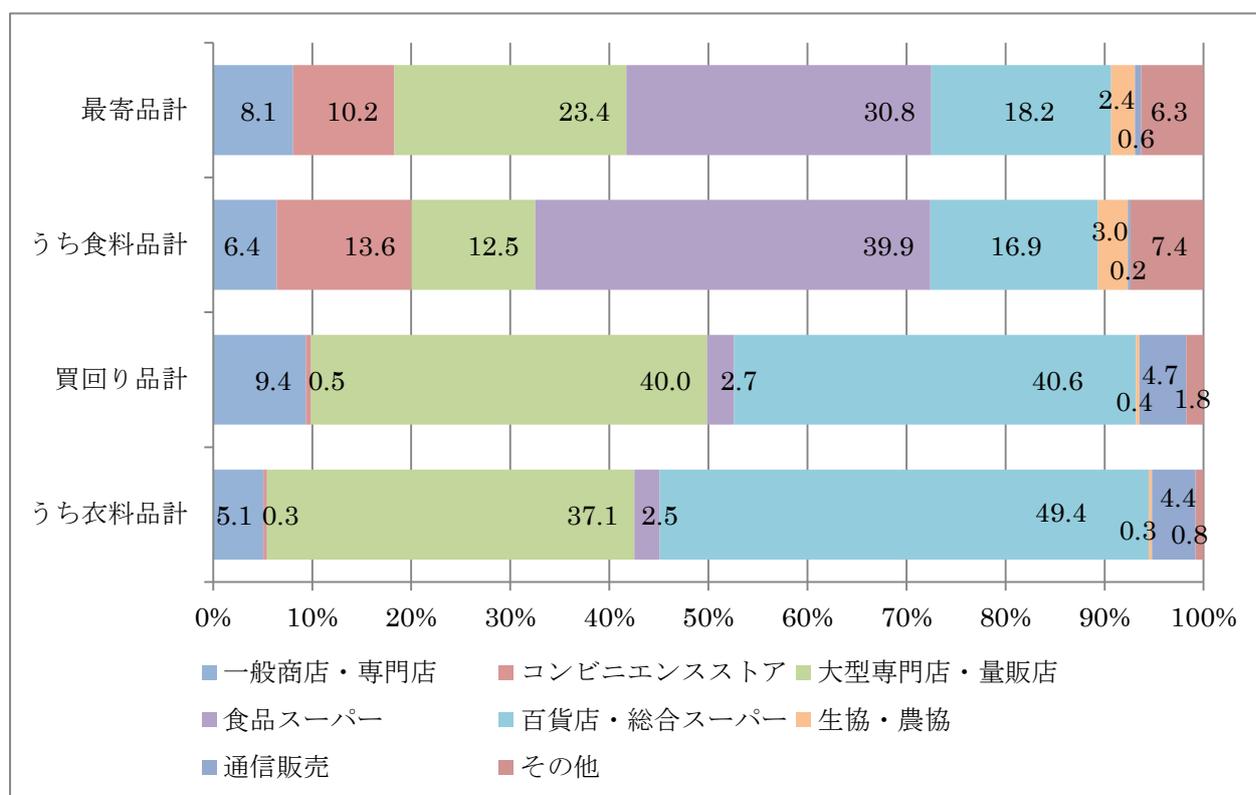
※グラフはパーセント表示。

## 2. 主な買い物先の店舗形態（最寄品・買回り品）

「最寄品」の主な買い物先の店舗形態は、「食品スーパー」「大型専門店・量販店」「百貨店・総合スーパー」の利用で7割強となっており、そのうち食料品に関しても約7割が同様の買い物先となっている。「一般商店」はともに1割に満たない状況であり、「コンビニエンスストア」の利用度の方が高くなっている。

「買回り品」の主な買い物先の店舗形態は、「大型専門店」「百貨店・総合スーパー」の利用が8割強となっており、そのうち衣料品に関しては約86.5%が同様の買い物先となっている。一般商店の活用はともに1割以下となっており、通信販売も5%弱を占めている。

集計実数値	最寄品計	うち食料品計	買回り品計	うち衣料品計
一般商店・専門店	177	104	261	44
コンビニエンスストア	225	221	15	3
大型専門店・量販店	514	203	1,115	321
食品スーパー	676	647	76	22
百貨店・総合スーパー	399	275	1,131	427
生協・農協	53	49	10	3
通信販売	13	4	132	38
その他	139	120	49	7
合計	2,196	1,623	2,789	865



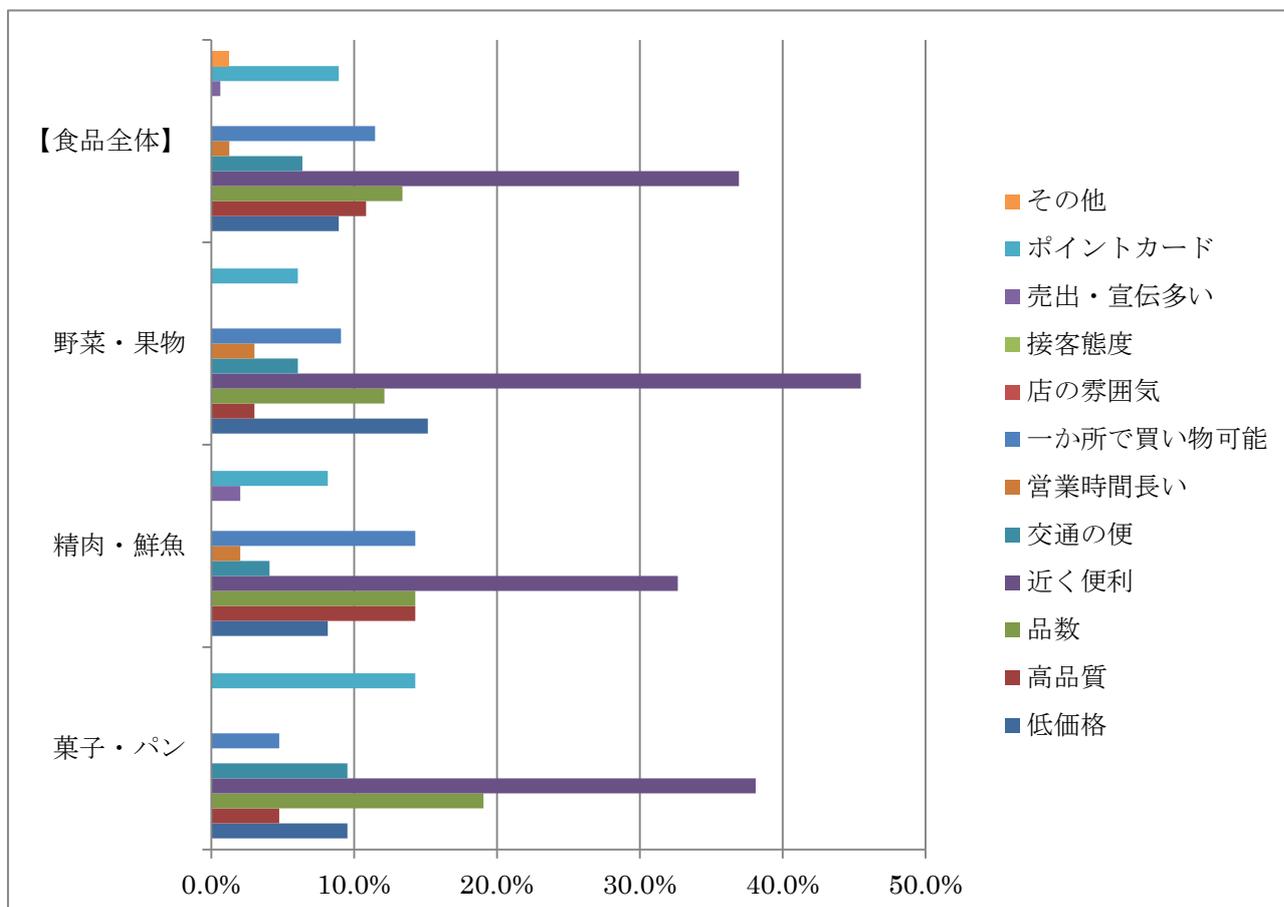
※グラフはパーセント表示。

### 3.南三陸町内の一般店舗・専門店を主な買い物先とする消費者の選択理由

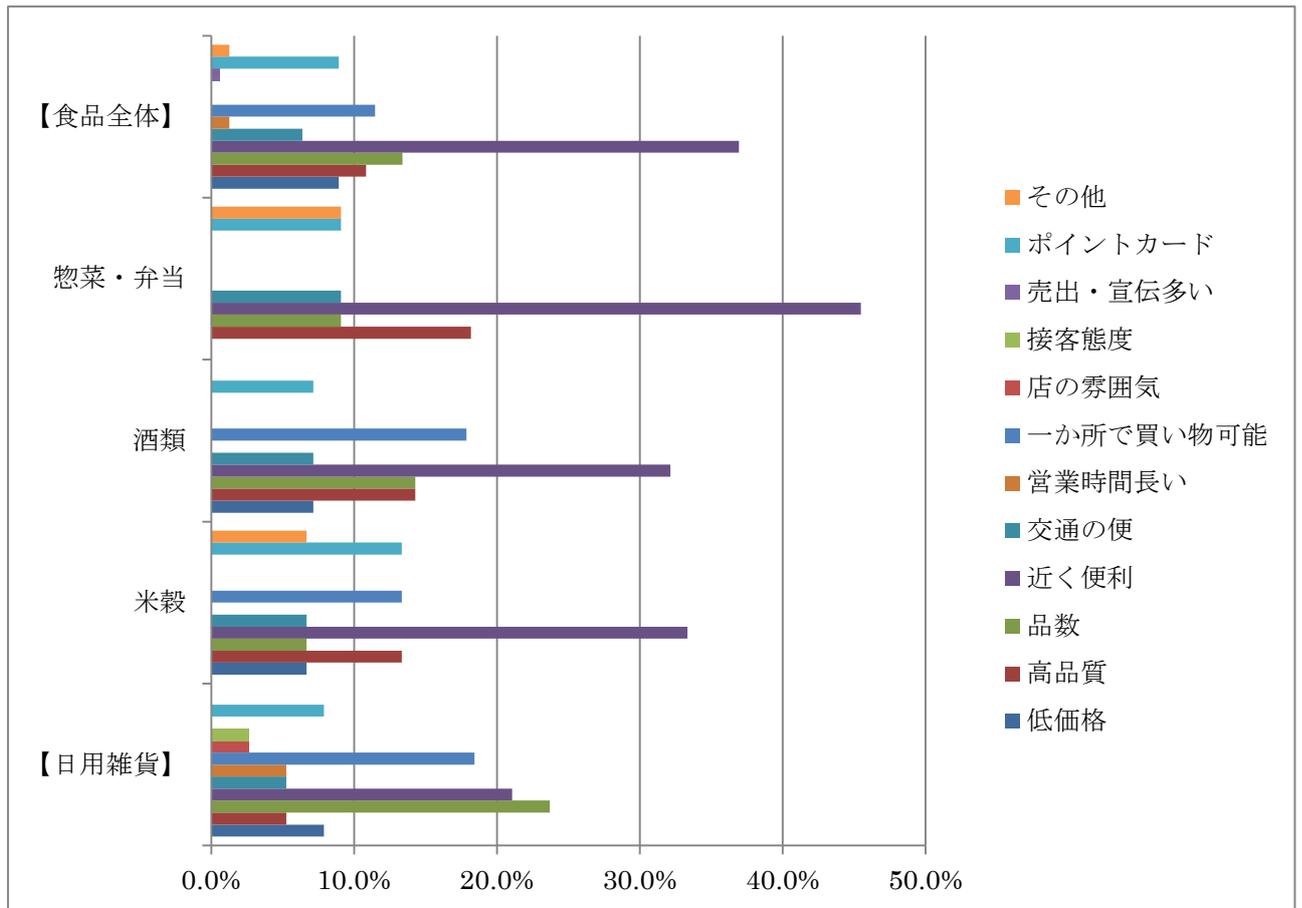
調査対象となった消費者のうち、「食料品」「日用雑貨」を主に南三陸町内の「一般商店・専門店」で購入していると回答した対象者の買物先選択理由を分析。サンプル数が少ないこともあるため、大まかな参考として考える必要はある。また、必ずしも各品目に対する直接的ニーズではない点にも注意。

	低価格	高品質	品数	近く便利	交通の便	駐車場	営業時間長い	一か所で買い物可能	店の雰囲気	接客態度	売出・宣伝多い	ポイントカード	その他	合計
【食料品全体】	14	17	21	58	10	0	2	18	0	0	1	14	2	157
野菜・果物	5	1	4	15	2	0	1	3	0	0	0	2	0	33
精肉・鮮魚	4	7	7	16	2	0	1	7	0	0	1	4	0	49
菓子・パン	2	1	4	8	2	0	0	1	0	0	0	3	0	21
惣菜・弁当	0	2	1	5	1	0	0	0	0	0	0	1	1	11
酒類	2	4	4	9	2	0	0	5	0	0	0	2	0	28
米穀	1	2	1	5	1	0	0	2	0	0	0	2	1	15
【日用雑貨】	3	2	9	8	2	0	2	7	1	1	0	3	0	38

(その1)



(その2)



全体を通し、「近く便利」を選択理由とする消費者が多く、「品数」「高品質」「一か所で買い物可能」「ポイントカード」等を挙げる消費者も多く見受けられる。一方で、「駐車場」「店の雰囲気」「接客態度」を理由とする回答はほぼ見られない。また、日用雑貨に関しては、利便性よりも「品数」を求めている消費者が多い。

## II. 買物先の選択理由

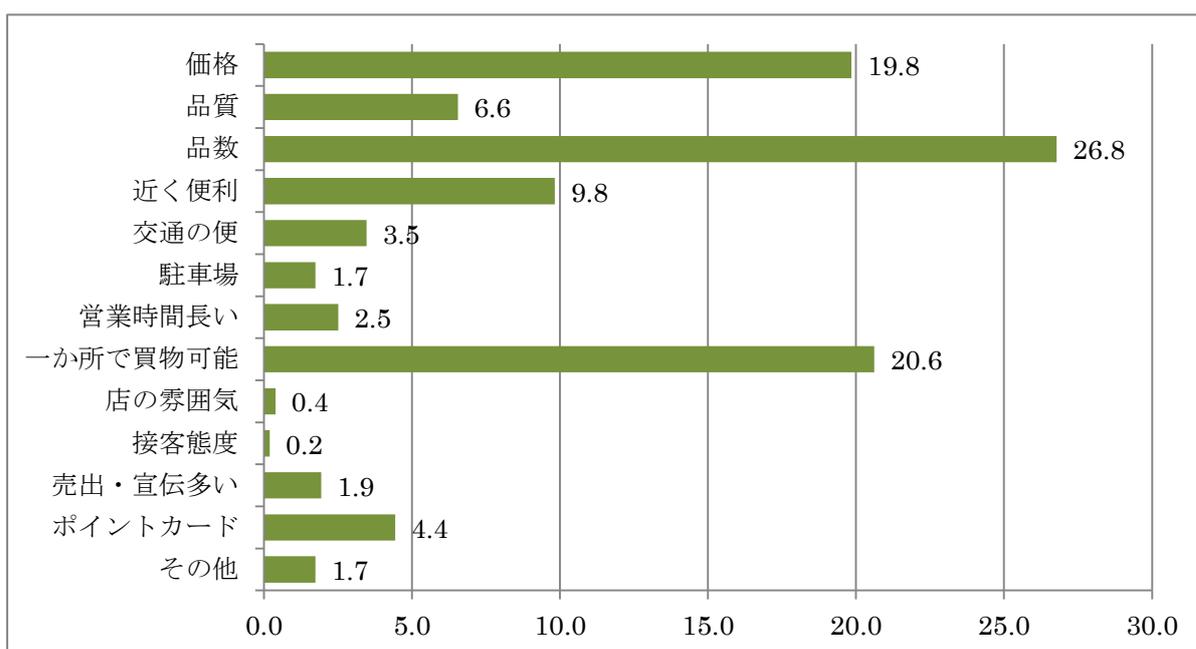
集計実数値	食料品	衣料品	日用雑貨
価格	103	92	90
品質	34	23	9
品数	139	189	136
近く便利	51	6	79
交通の便	18	12	11
駐車場	9	10	7
営業時間長い	13	14	8

集計実数値	食料品	衣料品	日用雑貨
一か所で買物可能	107	117	102
店の雰囲気	2	5	1
接客態度	1	3	3
売出・宣伝多い	10	8	8
ポイントカード	23	10	45
その他	9	11	5
合計	519	500	504

### 1. 食料品の買物先選択理由

#### (1) 食料品の買物先選択理由（全体）

「食料品」の買物先選択理由は、「品数」「価格」「一か所で買物可能」が主要な選択理由となっており、「近く便利」「品質」は比較的少数ながらも一定の支持を得ている。（グラフ：パーセント表示）

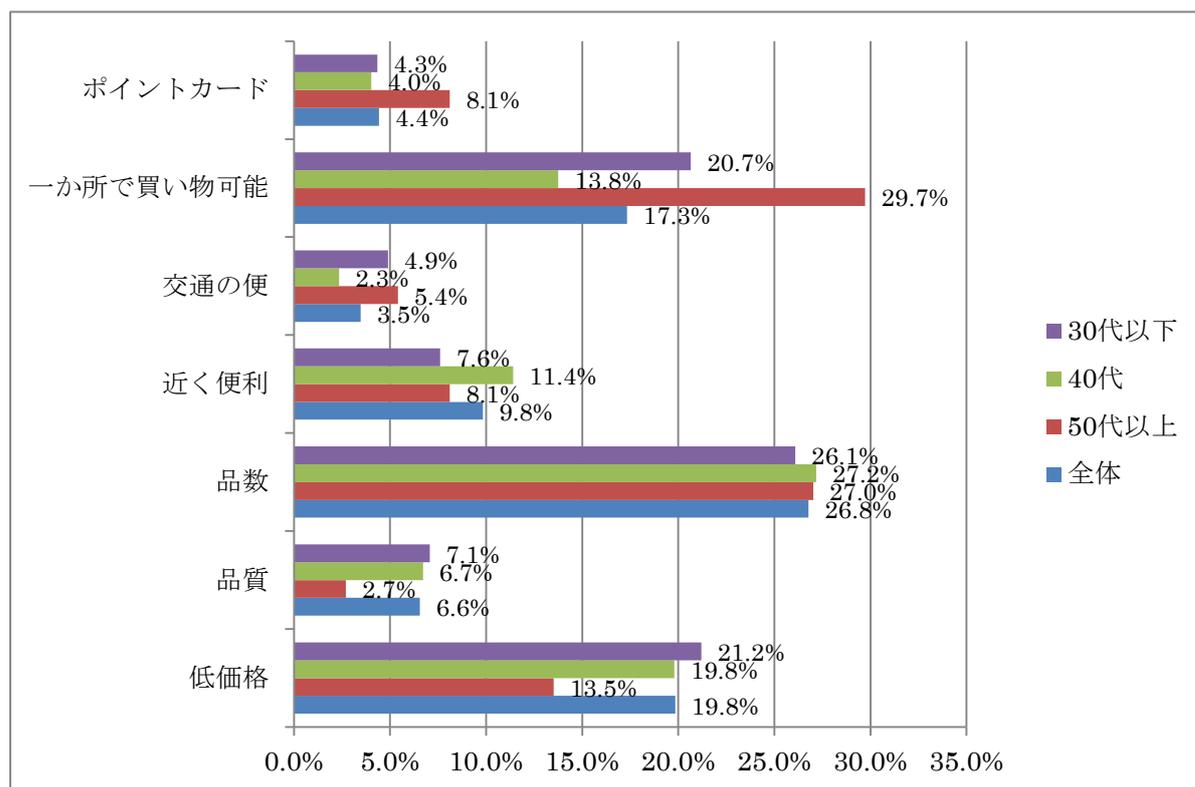


(2) 食料品の買物先選択理由（年代別）

年代別の食料品買物先を選択する理由を分析すると、全年代で「品数」に対するニーズが強い一方、その他の項目では年代により特徴が出ている。30代以下・40代では、「低価格」「一か所で買い物可能」といったニーズが高いなど、安さ・利便性・品揃えを求める傾向がある。50代以上では、比較的「低価格」を求めているが、「品質」も求めているが、「一か所で買い物可能」など利便性を一層強く求めている傾向にある。

主要購買理由(各年代において5%以上の回答があった項目／集計実数値)

	低価格	品質	品数	近く便利	一か所で買い物可能	ポイントカード	その他	総計
30代以下	39	13	48	14	38	8	24	184
40代	59	20	81	34	41	12	51	298
50代以上	5	1	10	3	11	3	4	37
全体	103	34	139	51	90	23	79	519

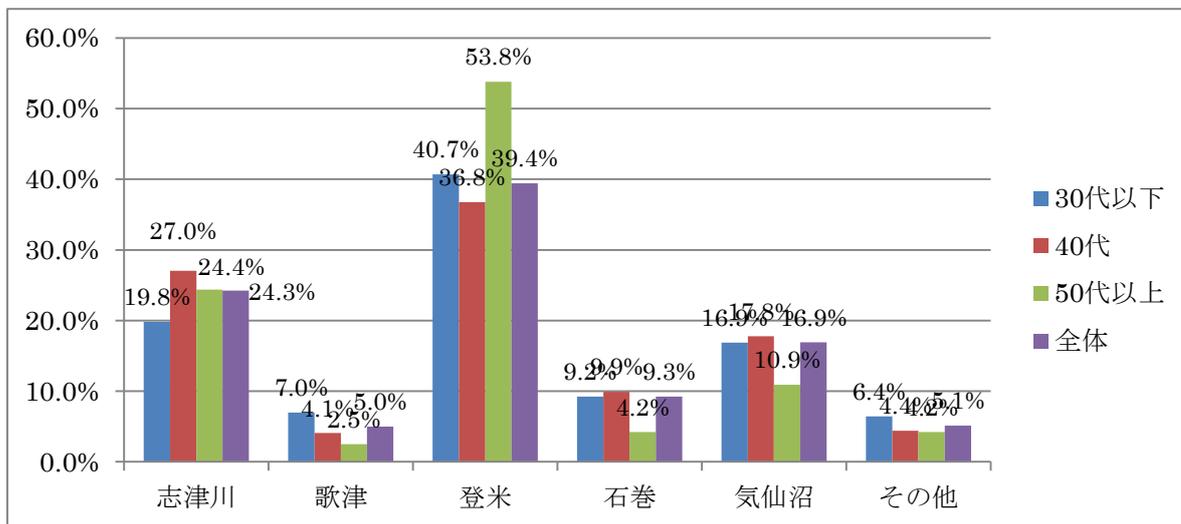


(3) 食料品の年代別買物先市町村

食料品の購入先市町村を年代別で分析すると、50代が登米地域で購買しているのに対し、20代・30代は気仙沼地域・石巻地域で購買している傾向がある。全年代とも登米地域・志津川地域での購買傾向が強い。

食料品 年代別主要買物先(集計実数)

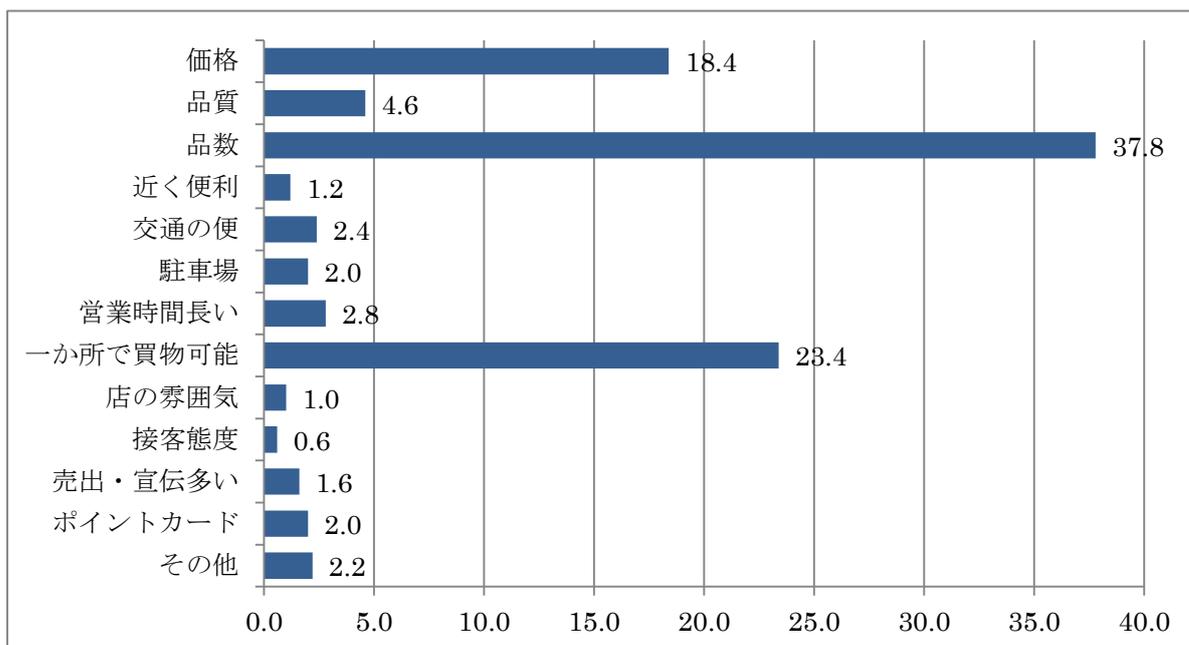
	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	その他	合計
30代以下	114	40	234	53	97	37	575
40代	245	37	333	90	161	40	906
40代	29	3	64	5	13	5	119
全体	388	80	631	148	271	82	1600



## 2.衣料品の買物先選択理由

### (1) 衣料品の買物先選択理由 (全体)

「衣料品」の買い物先選択理由は、「品数」が4割弱と最も多く、次いで「一か所で買い物可能」  
「価格」が2割前後を占めている。(グラフ：パーセント表示)

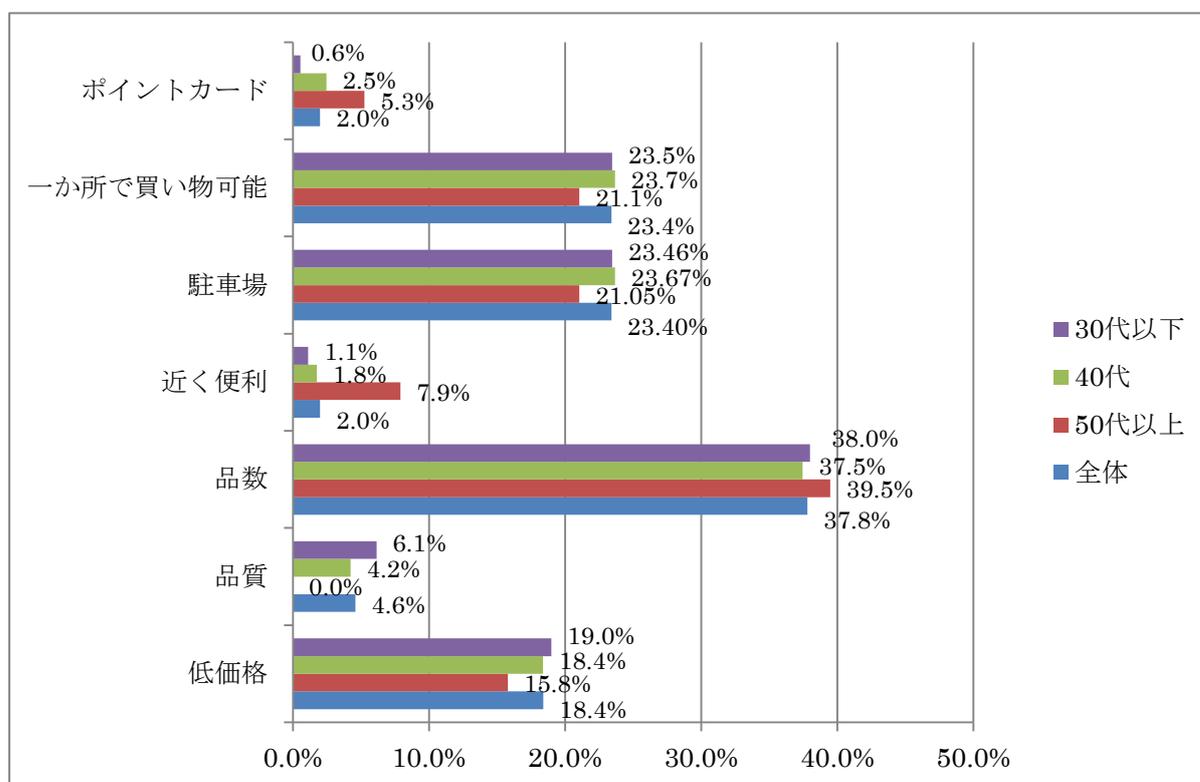


(2) 衣料品の買物先選択理由（年代別）

年代別の衣料品買物先を選択する理由を分析すると、全年代で「品数」「一か所で買い物可能」「駐車場」「低価格」のニーズが強く表れており、低価格・利便性・品揃えが求められている。年代別では、50代以上において、より「利便性」が求められている傾向が伺える。

主要購買理由(各年代において5%以上の回答があった項目／集計実数値)

	低価格	品質	品数	駐車場	一か所で買い物可能	ポイントカード	その他	総計
30代以下	34	11	68	2	42	1	21	179
40代	52	12	106	5	67	7	34	283
50代以上	6	0	15	3	8	2	4	38
全体	92	23	189	10	117	10	59	500

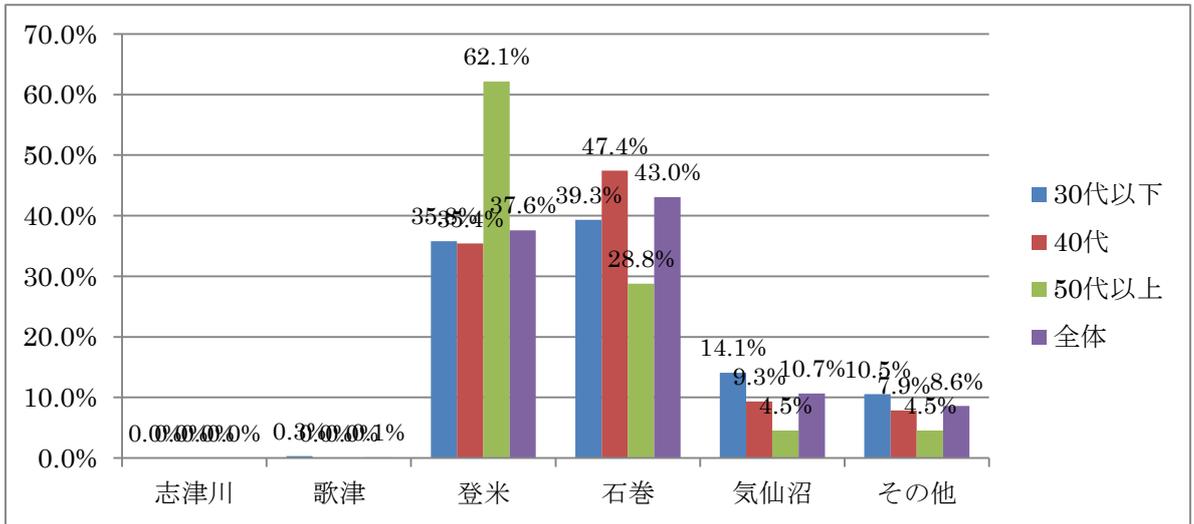


(3) 衣料品の年代別買物先市町村

衣料品の購入先市町村を年代別で分析すると、全体的には石巻地域・気仙沼地域での購買が多いが、30代以下・40代は石巻地域で、50代以上は登米地域で購入している傾向がある。衣料品に関しては、志津川地域・歌津地域ともほぼ買物先に選択されておらず、地元の需要の受け皿になっていない現状が伺える。

衣料品 年代別主要買物先(集計実数)

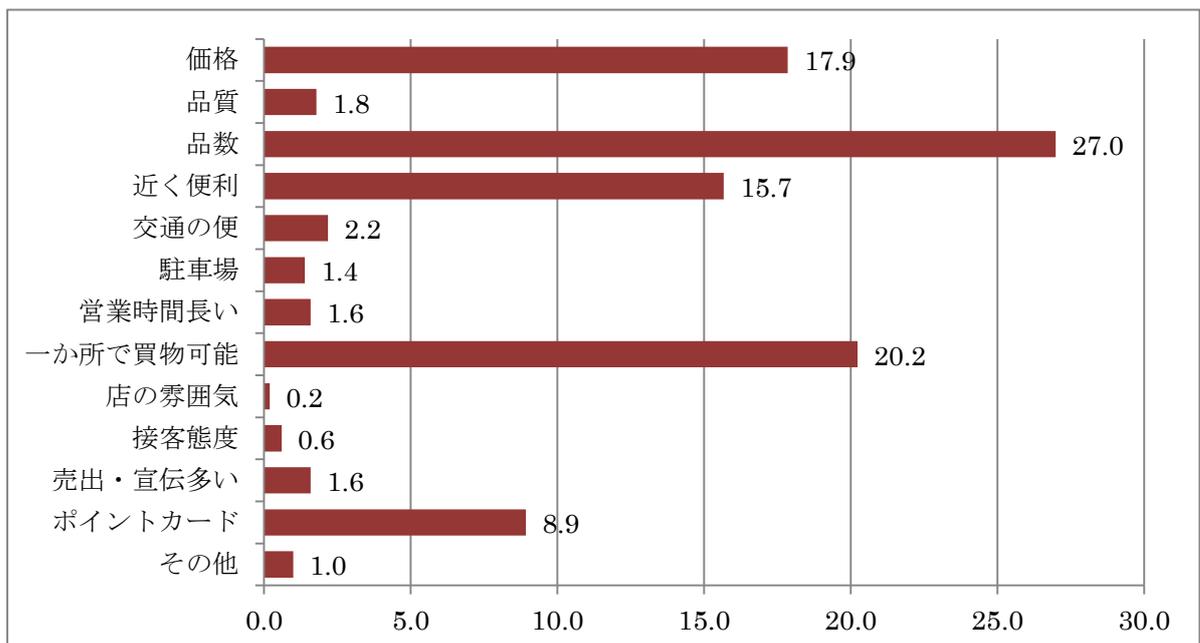
	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	その他	合計
30代以下	0	1	112	123	44	33	313
40代	0	0	171	229	45	38	483
50代以上	0	0	41	19	3	3	66
全体	0	1	324	371	92	74	862



### 3. 日用雑貨の買物先選択理由

#### (1) 日用雑貨の買物先選択理由 (全体)

「日用雑貨」の買い物先選択理由は、「品数」が最も多く、「一か所で買い物可能」「価格」「近く便利」が続いている。(グラフ：パーセント表示)

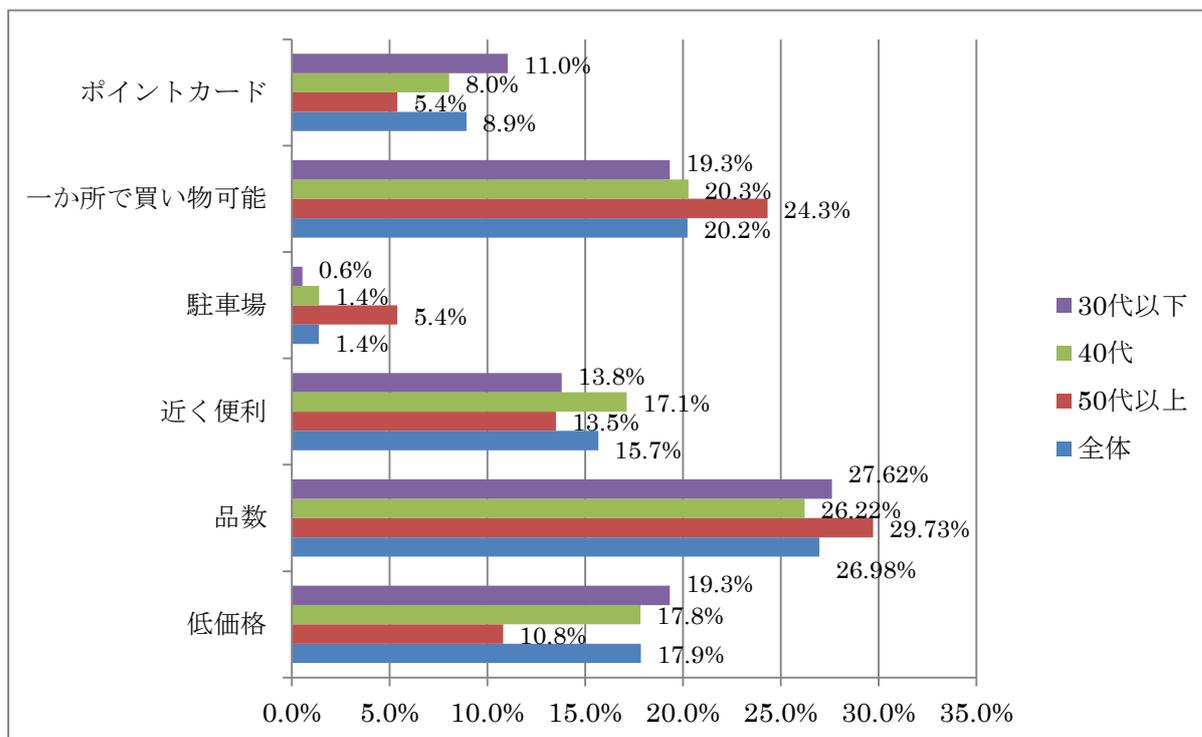


(2) 日用雑貨の買物先選択理由（年代別）

年代別の日用雑貨買物先を選択する理由を分析すると、「品数」「一か所で買い物可能」「低価格」「近くて便利」といった項目が強くニーズとして現れている。年代別では、若い世代ほど「低価格」「ポイントカード」といったお得感を求める傾向がみられ、50代以上では品揃えや利便性を求める傾向が伺える。

主要購買理由(各年代において5%以上の回答があった項目／集計実数)

	低価格	品数	近く便利	駐車場	一か所で 買い物 可能	ポイント カード	その他	総計
30代以下	35	50	25	1	35	20	15	181
40代	51	75	49	4	58	23	26	286
50代以上	4	11	5	2	9	2	4	37
全体	90	136	79	7	102	45	45	504

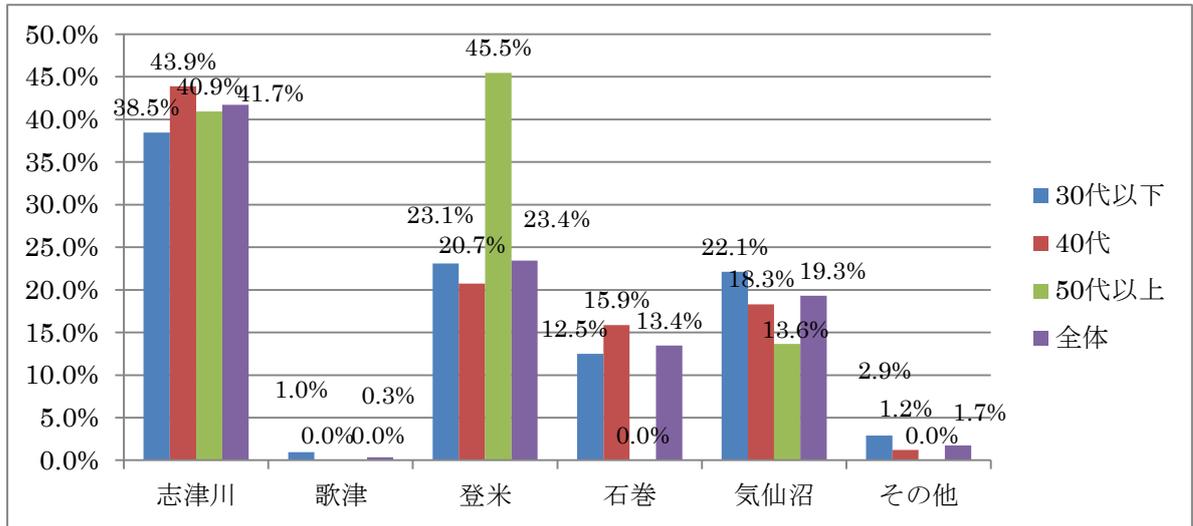


(3) 日用雑貨の年代別買物先市町村

日用雑貨の買物先町村を年代別で分析すると、全世代とも志津川地域で購買している傾向があるが、ここでも地域外の買物先では、30代以下・40代が登米・気仙沼・石巻の各地域に買物先が分散しているのに対し、50代が登米地域での購買の傾向が顕著に表れている。

日用雑貨 年代別主要買物先(集計実数)

	志津川	歌津	登米	石巻	気仙沼	その他	合計
30代以下	40	1	24	13	23	3	104
40代	72	0	34	26	30	2	164
50代以上	9	0	10	0	3	0	22
全体	121	1	68	39	56	5	290

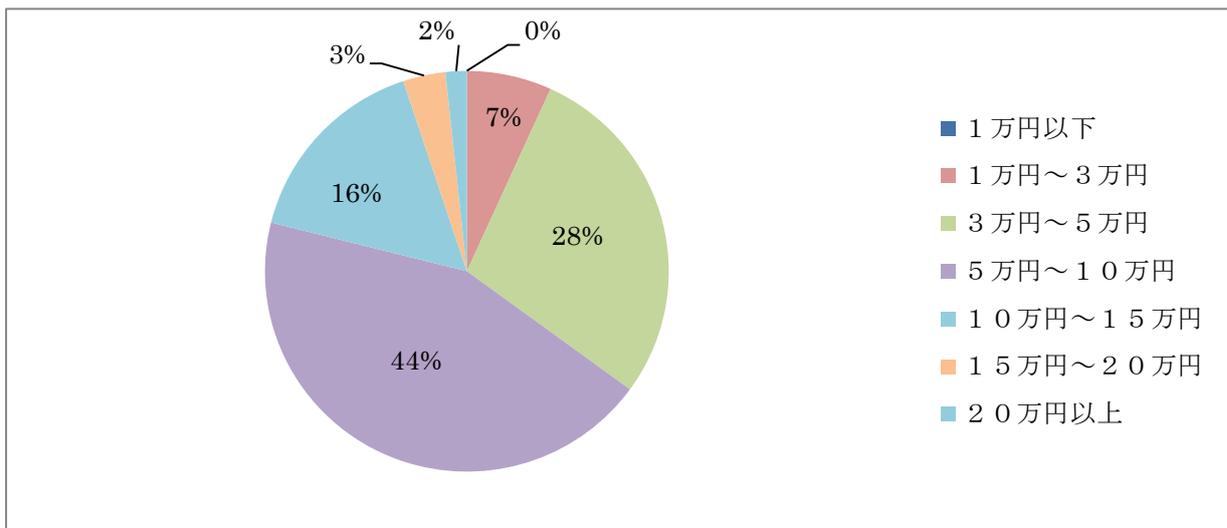


### Ⅲ.月平均支出額

#### 1.月平均支出額（全体）

最寄品・買回り品・サービスに対する一カ月の消費額は、5～10万円とする層が4割強と最も多く、3～5万（28%）、10～15万（16%）が続く。

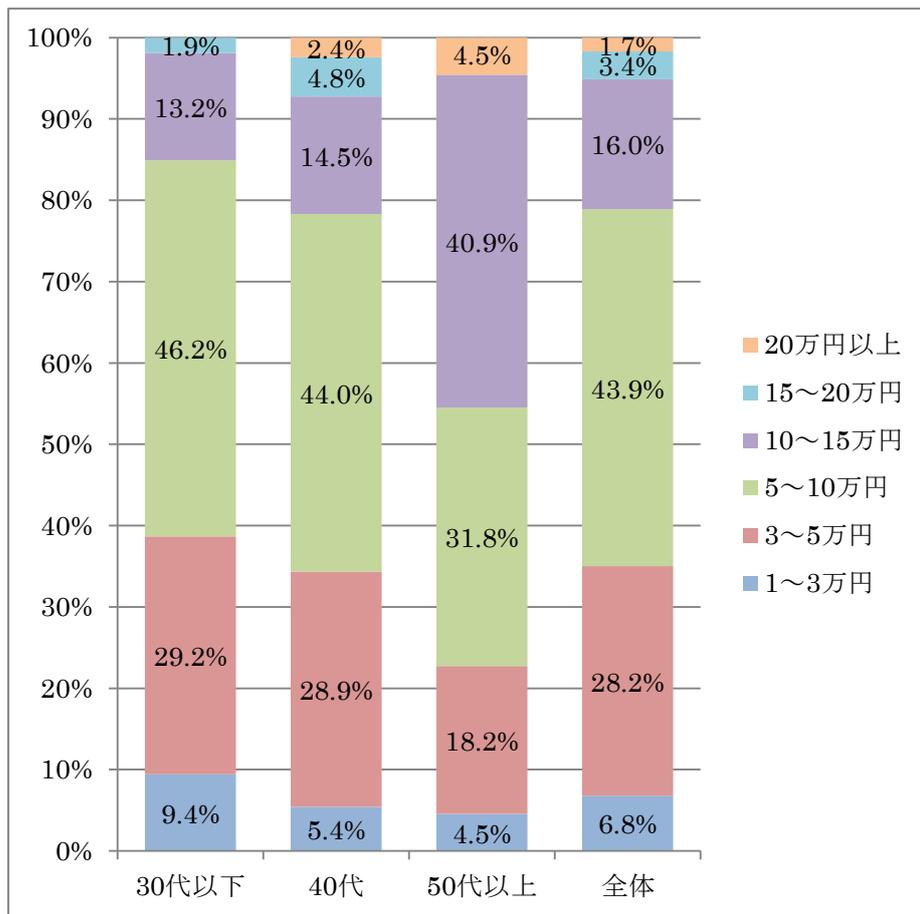
集計実数値	月平均支出額
1万円以下	0
1万円～3万円	20
3万円～5万円	83
5万円～10万円	129
10万円～15万円	47
15万円～20万円	10
20万円以上	5
合計	294



#### 2.月平均支出額（年代別）

最寄品・買回り品・サービスの月間支出額を年代別にみると、年代が上がるにつれ消費額も増加している。ただし、これは支出総額が多いことを指しており、消費性向自体は前項でみたとおり、必ずしも高品質・高単価商品を購入する意思があるものでないことに注意しなければならない。

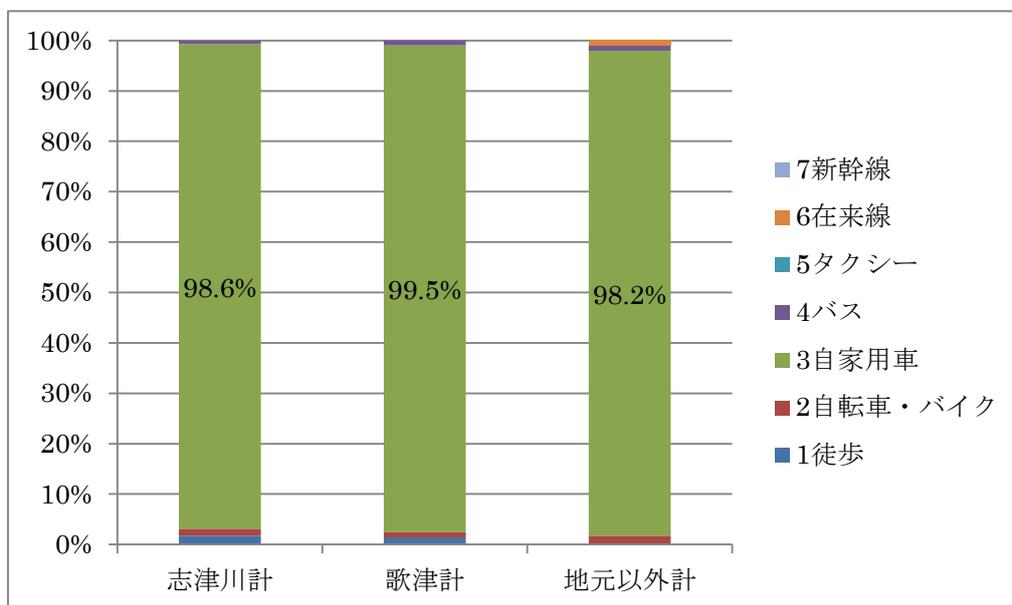
	1～3万円	3～5万円	5～10万円	10～15万円	15～20万円	20万円以上	合計
30代以下	10	31	49	14	2	0	106
40代	9	48	73	24	8	4	166
50代以上	1	4	7	9	0	1	22
全体	20	83	129	47	10	5	294



#### IV.買物の交通手段

買物時の各地域への移動手段に関しては、どの地域に対しても自家用車移動が100%近くを占めている。商業者にとって駐車場の整備等に関しては必須条件となるといえる。

集計実数値	志津川	歌津	地元以外
1 徒歩	5	3	0
2 自転車・バイク	4	2	5
3 自家用車	276	202	280
4 バス	2	2	3
5 タクシー	0	0	0
6 在来線	0	0	3
7 新幹線	0	0	0
合計	287	209	291



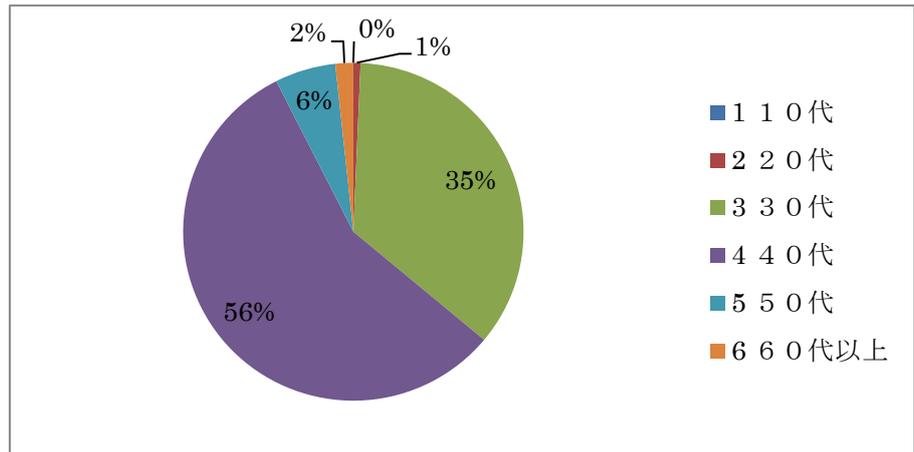
※グラフはパーセント表示。

## V.回答者属性

### 1.回答者年代

当調査の対象となった回答者の年代は、40代が全体の過半数を占め、次いで30代が全体の3割以上を占めている。調査対象が就学児童の主に父母であることから、当調査報告に関してもファミリー層の購買行動・需要を分析しているといえる。

集計実数値	年齢
1 10代	0
2 20代	2
3 30代	104
4 40代	166
5 50代	17
6 60代以上	5
合計	294



### 2.回答者家族構成

当調査の対象となった消費者の家族構成は、核家族（子供とその親のみの世帯）が約35%であり、その他の世帯が約65%となった。

集計実数値	家族構成
1 核家族	104
2 その他	190

