

Ⅲ. 統計資料等を活用した県内景気動向等の分析調査

Ⅲ.3. 商圏内の消費購買動向

1. 「宮城県の商圏（消費購買動向調査報告書）」の概要

以下に次の公表資料を掲載する。

<https://www.pref.miyagi.jp/documents/25909/20220520syokengaiyou.pdf>

宮城県の商圏（消費購買動向調査報告書）の概要について

1 調査の目的

- 県内における商圏の変化や消費購買動向の実態を明らかにし、地域商業の振興に活用する。
- 昭和53年の第1回調査から3年おきに実施（前回調査：平成30年度）。今回で15回目。

2 調査の概要

- (1) 調査実施時期 令和3年10月中旬
- (2) 調査方法 県内公立小学校3年生児童の保護者を対象としたアンケート調査
- (3) 調査数 有効回答数9,574／調査票配布数11,926（有効回答率80.3%）

《本調査における用語の定義》

- ・ 商 圏 = 商圏中心市区町村へ買回品の購入に訪れる人々の範囲。
〔買回品の購買先支持率を基準に地元購買率が30%以上で、かつ吸引率が15%以上の市区町村を有する場合、「商圏が形成されている」と定義。〕
 - ・ 商圏中心市区町村 = 地元及び周辺の市区町村から多くの人が買回品の購入に訪れる市区町村。商圏の中心。
 - ・ 吸 引 人 口 = 商圏人口のうち、商圏中心市区町村へ買回品の購入に訪れる人数。
 - ・ 買 回 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・インテリア用品、家電・パソコン類、贈答品。
- ※調査分析は、過去の調査との比較のため、平成14年以前の旧市区町村単位となっている。

3 調査結果の概要

(1) 商圏の変化

○商圏範囲の縮小による超広域型商圏の消滅

商圏類型	今回（R3）調査	前回（H30）調査
超広域型		仙台青葉
広域型	仙台青葉、仙台宮城野、仙台太白、仙台泉、旧石巻、名取、旧古川	仙台宮城野、仙台太白、仙台泉、旧石巻、名取、旧古川
地域型	旧気仙沼、多賀城、旧迫、大河原、利府、富谷	旧気仙沼、多賀城、旧迫、大河原、利府、富谷
地区型	旧築館	旧築館
合計	14商圏	14商圏

超広域型：広域型商圏の中でも広域行政圏を超えて広く県域を範囲とする商圏。
広域型：商圏範囲が主として広域行政圏的の広がりを持ち、吸引人口が10万人以上。
地域型：商圏範囲が主として広域行政圏に準ずるか若しくはその一部に相当する広がりを持ち、吸引人口が2万人以上。
地区型：上記以外の規模の小さな商圏。

○仙台中心部（駅前～一番町）の吸引人口の減少

	H20	H24	H27	H30	R3
構成市区町村数	18	14	8	16	5
吸引人口（人）	134,404	119,352	73,927	101,854	60,216

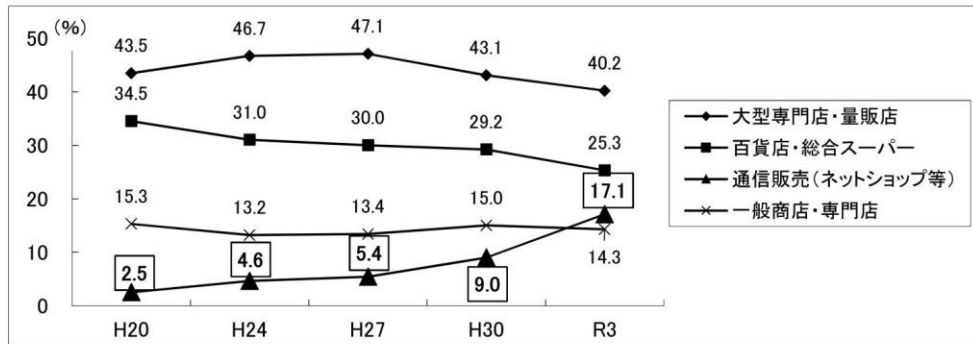
○吸引人口の増減状況（前回比較5%以上の変化） ※[]内は前回調査からの増減率

- ・増加した商圈・・・【3 商圈】利 府[+17.5%] 旧 築 館[+13.0%] 多 賀 城[+ 9.8%]
- ・減少した商圈・・・【5 商圈】仙台青葉[-19.1%] 仙台宮城野[-11.4%] 仙 台 泉[-11.2%]
仙台太白[-10.6%] 旧 石 巻[- 7.2%]

(2) 消費者の買物動向

○通信販売（ネットショップ等）の大幅増

- ・買物先店舗の形態別支持率（買回品）



○増加に転じた地元購買率

	H20	H24	H27	H30	R3
地元購買率（平均）	18.6%	16.9%	16.3%	15.9%	16.7%

- ・主な増加した市区町村 ※[]内は前回調査からの増減
利府町 62.8%[+11.3] 旧迫町 69.3%[+8.0] 旧築館町 39.0%[+6.5]
涌谷町 22.9%[+ 6.4] 亘理町 19.1%[+6.3] 名取市 71.7%[+5.2]

(3) 地元商店・商店街に求める役割

○消費者は、生活を支える役割を期待

- ・日用品・食料品の販売 29.6%
- ・オリジナル商品・限定品等の販売 11.3%
- ・外食サービスの提供 14.8%
- ・地域コミュニティの拠点 11.0%
- ・まちなにぎわい創出の担い手 13.2%

2. 大河原町を中心とした商圏の分析

2.1. 大河原商圏（=仙南 9 市町）



（上記図は宮城県の商圏「消費購買動向調査報告書」（令和 4 年 3 月：宮城県）より抜粋）

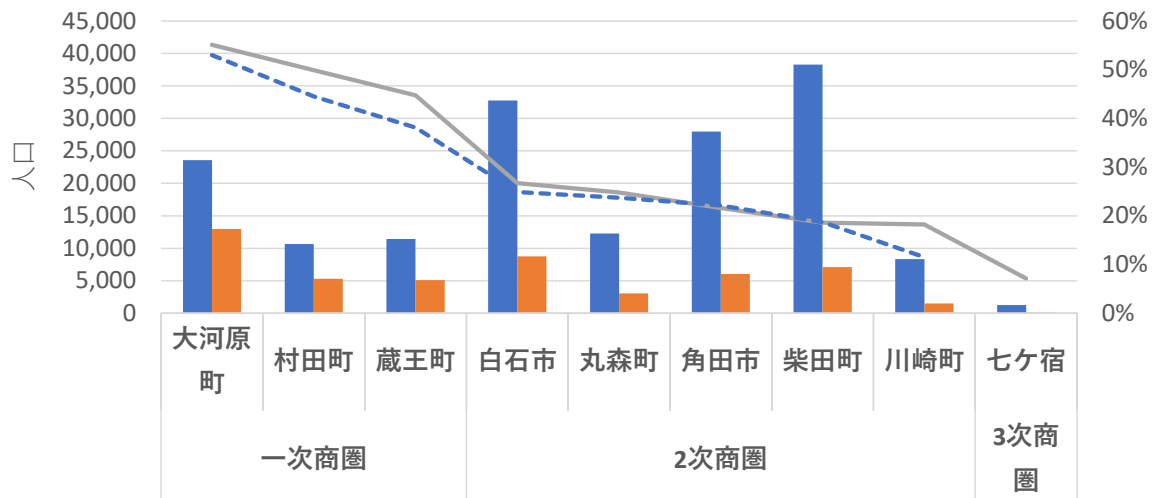
2.2. 商圏吸引率

・商圏吸引率＝買回品を商圏中心市区町村（ここでは大河原町）へ訪れる人数割合

商圏区分	市町	今回集計			前回集計との比較		商圏毎集計(今回)		
		吸引率	商圏人口	吸引人口	前回調査吸引率	吸引率増減	吸引率	商圏人口	吸引人口
一次商圏	大河原町	55.1%	23,571	12,988	53.0%	2.1	51.3%	45,655	23,414
	村田町	49.9%	10,666	5,322	44.5%	5.4			
	蔵王町	44.7%	11,418	5,104	38.1%	6.6			
2次商圏	白石市	26.7%	32,758	8,746	24.9%	1.8	22.1%	119,612	26,467
	丸森町	24.8%	12,262	3,041	23.7%	1.1			
	角田市	21.6%	27,976	6,043	22.1%	△ 0.5			
	柴田町	18.6%	38,271	7,118	18.7%	△ 0.1			
	川崎町	18.2%	8,345	1,519	11.5%	6.7			
3次商圏	七ヶ宿	7.1%	1,262	90		新規構成	7.1%	1,262	90
商圏計		30.0%	166,529	49,971	28.3%		30.0%	166,529	49,971

一次商圏（大河原町、村田町、蔵王町）では吸引率は 51.3%、商圏全体(仙南 9 市町では 30%の大河原町への吸引率となっている。

吸引元別元吸引データの比較（吸引先：大河原町）



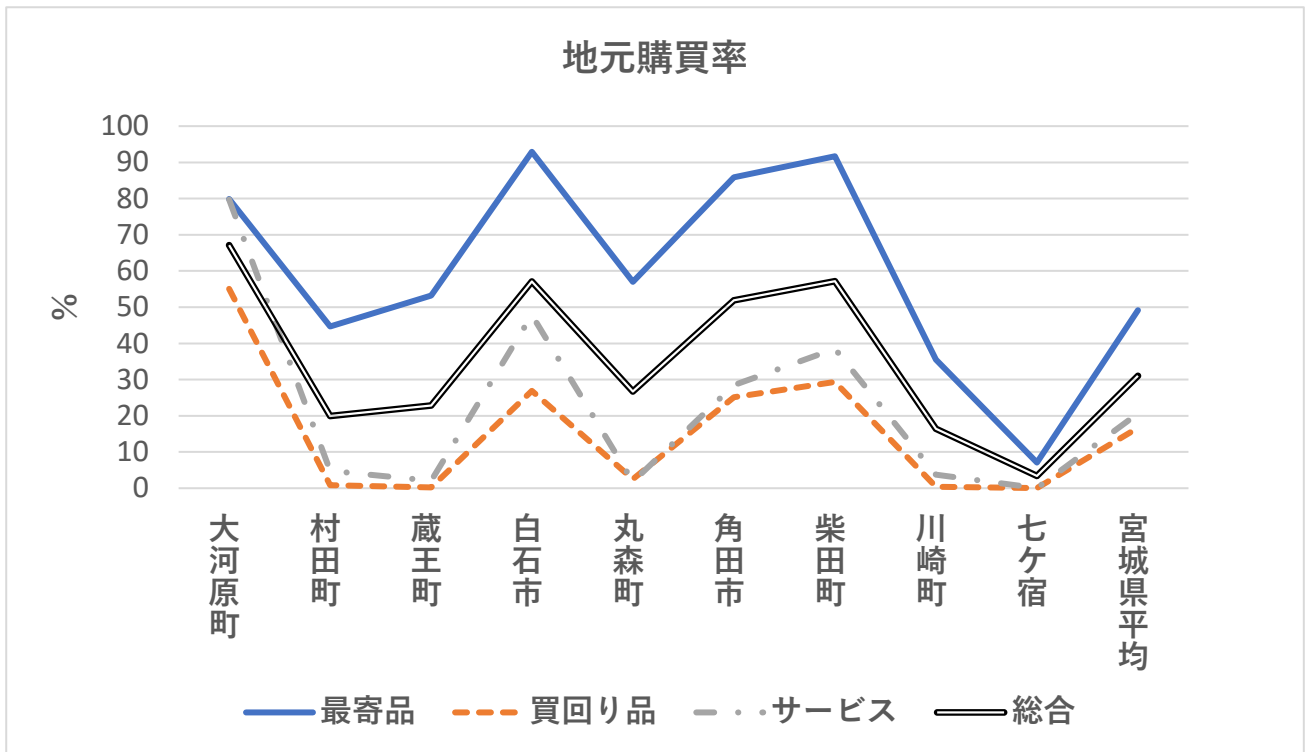
■ 商圏人口	23,571	10,666	11,418	32,758	12,262	27,976	38,271	8,345	1,262
■ 吸引人口	12,988	5,322	5,104	8,746	3,041	6,043	7,118	1,519	90
— 吸引率	55.1%	49.9%	44.7%	26.7%	24.8%	21.6%	18.6%	18.2%	7.1%
- - - 前回調査吸引率	53.0%	44.5%	38.1%	24.9%	23.7%	22.1%	18.7%	11.5%	

3. 仙南9地区別の地元購買率（最寄品、買回品、サービス、総合）

地元購買率：それぞれの地区で最寄品、買回り品、サービスを地元で購入する率

地元購買率一覧表（白石ブロック=仙南9市町）（大河原町への吸引率が大きい順）（単位：%）

商圏吸引率順位		最寄品	買回品	サービス	総合
1	大河原町	79.9	55.1	79.7	67.1
2	村田町	44.7	0.8	4.8	19.9
3	蔵王町	53.2	0.2	2.1	22.8
4	白石市	92.9	26.9	47.8	57.1
5	丸森町	57.0	2.5	1.8	26.7
6	角田市	85.9	25.1	28.5	51.9
7	柴田町	91.7	29.4	38.5	57.2
8	川崎町	35.5	0.4	3.7	16.4
9	七ヶ宿	7.1	0	0	3.4
参考	宮城県平均	49.2	16.7	20.6	31

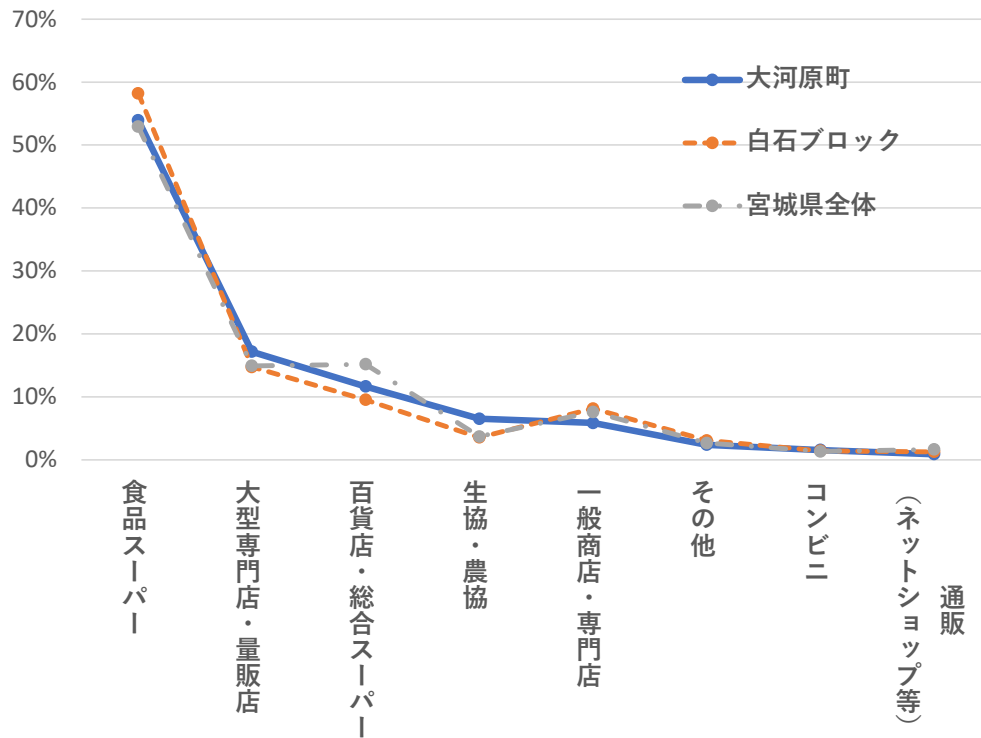


4. 買物先店舗形態の比較(大河原町、白石ブロック(仙南9地区)、宮城県全体)

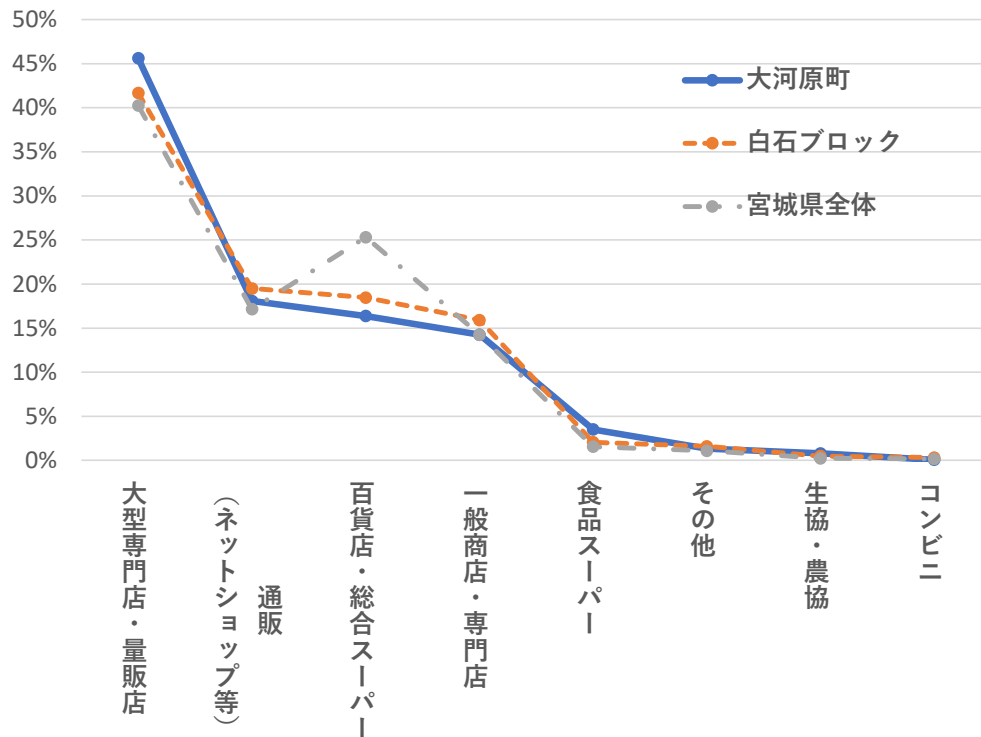
		一般商店・ 専門店	コンビニ	大型専門 店・量販店	食品スー パー	百貨店・総 合スーパ ー	生協・農協	通販(ネッ トショップ 等)	その他
最 寄 品	大河原町	5.9%	1.6%	17.2%	53.9%	11.6%	6.5%	0.9%	2.4%
	白石ブロック	8.2%	1.4%	14.8%	58.2%	9.5%	3.6%	1.3%	3.1%
	宮城県全体	7.6%	1.3%	14.9%	52.9%	15.2%	3.7%	1.7%	2.7%

		一般商店・ 専門店	コンビニ	大型専門 店・量販店	食品スー パー	百貨店・総 合スーパ ー	生協・農協	通販(ネッ トショップ 等)	その他
買 回 品	大河原町	14.3%	0.1%	45.6%	3.5%	16.4%	0.8%	18.1%	1.3%
	白石ブロック	15.9%	0.3%	41.7%	2.0%	18.5%	0.5%	19.5%	1.6%
	宮城県全体	14.3%	0.2%	40.2%	1.6%	25.3%	0.2%	17.1%	1.1%

買物先店舗形態（最寄品）



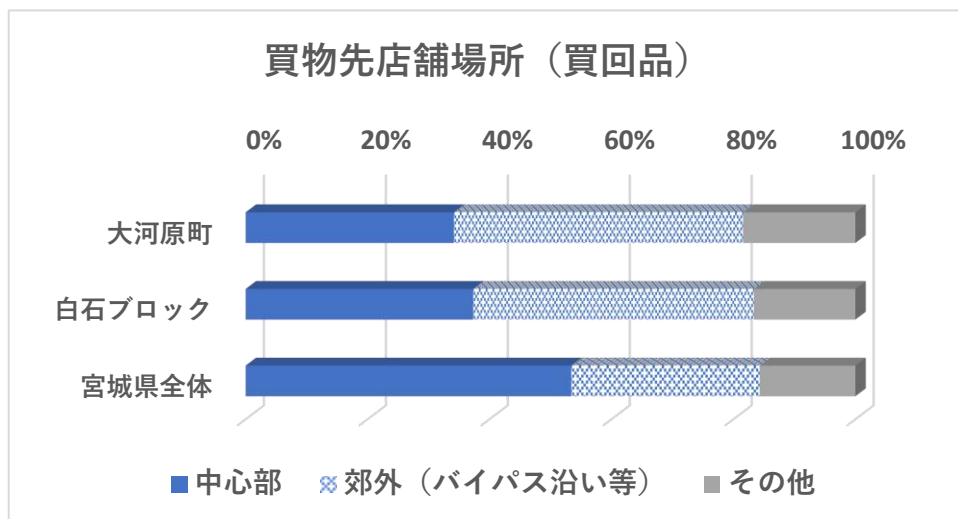
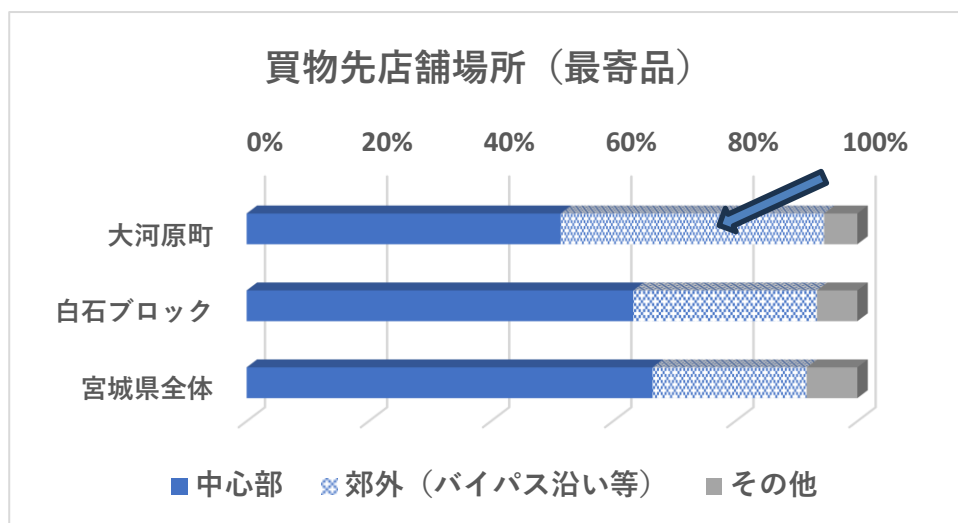
買物先店舗形態（買回品）

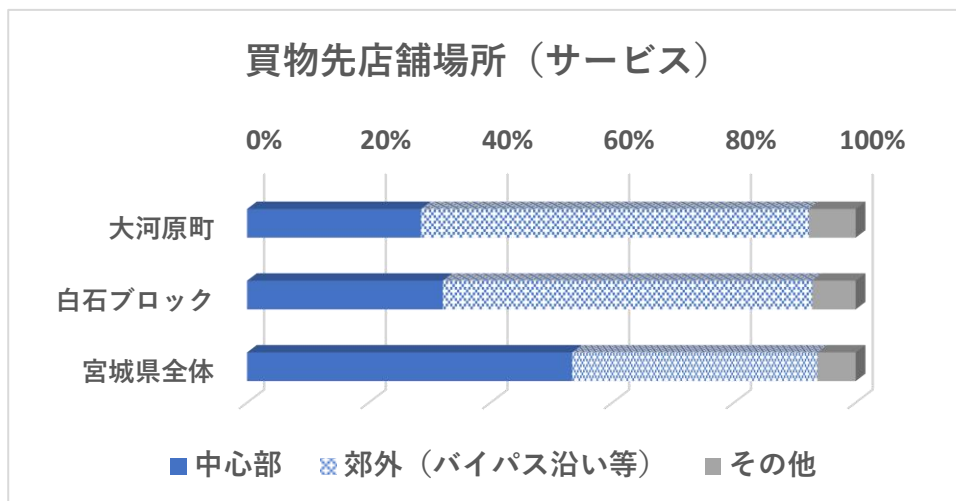


5. 買物先店舗場所の比較(大河原町、白石ブロック(仙南 9 地区)、宮城県全体)

		中心部	郊外 (バイパス沿い等)	その他
最寄品	大河原町	51.4%	43.1%	5.5%
	白石ブロック	63.3%	30.1%	6.6%
	宮城県全体	66.5%	25.2%	8.3%
買回品	大河原町	34.2%	47.4%	18.4%
	白石ブロック	37.3%	46.0%	16.7%
	宮城県全体	53.4%	30.9%	15.7%
サービス	大河原町	28.6%	63.7%	7.7%
	白石ブロック	32.1%	60.7%	7.1%
	宮城県全体	53.4%	40.3%	6.3%

・大河原町では最寄品の店舗橋は郊外(バイパス沿い等)が最も多い。





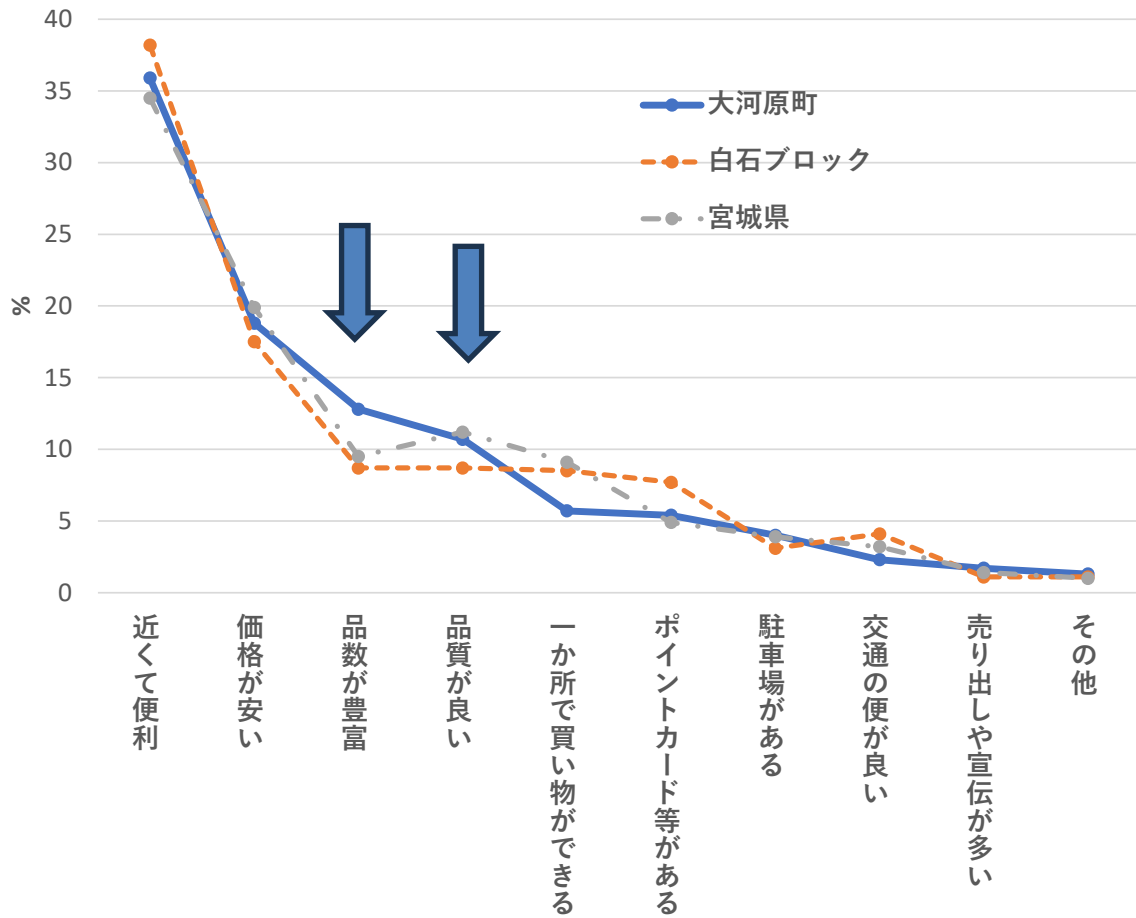
6. 買い物先の選択理由の比較(大河原町、白石ブロック(仙南 9 地区)、宮城県全体)

6.1. 食料品の買い物先選択理由

食料品	大河原	白石ブロック	宮城県
近くて便利	35.9	38.2	34.5
価格が安い	18.8	17.5	19.9
品数が豊富	12.8	8.7	9.5
品質が良い	10.7	8.7	11.2
一か所で買い物ができる	5.7	8.5	9.1
ポイントカード等がある	5.4	7.7	4.9
駐車場がある	4	3.1	3.9
交通の便が良い	2.3	4.1	3.2
売り出しや宣伝が多い	1.7	1.1	1.4
その他	1.3	1.1	1
営業時間が長い	0.7	0.5	0.6
店の雰囲気が良い	0.7	0.4	0.5
店員の接客態度が良い	0	0.3	0.2

・大河原町では「品数が豊富」、「品質が良い」の選択理由が白石ブロックの中では相対的に大きい。

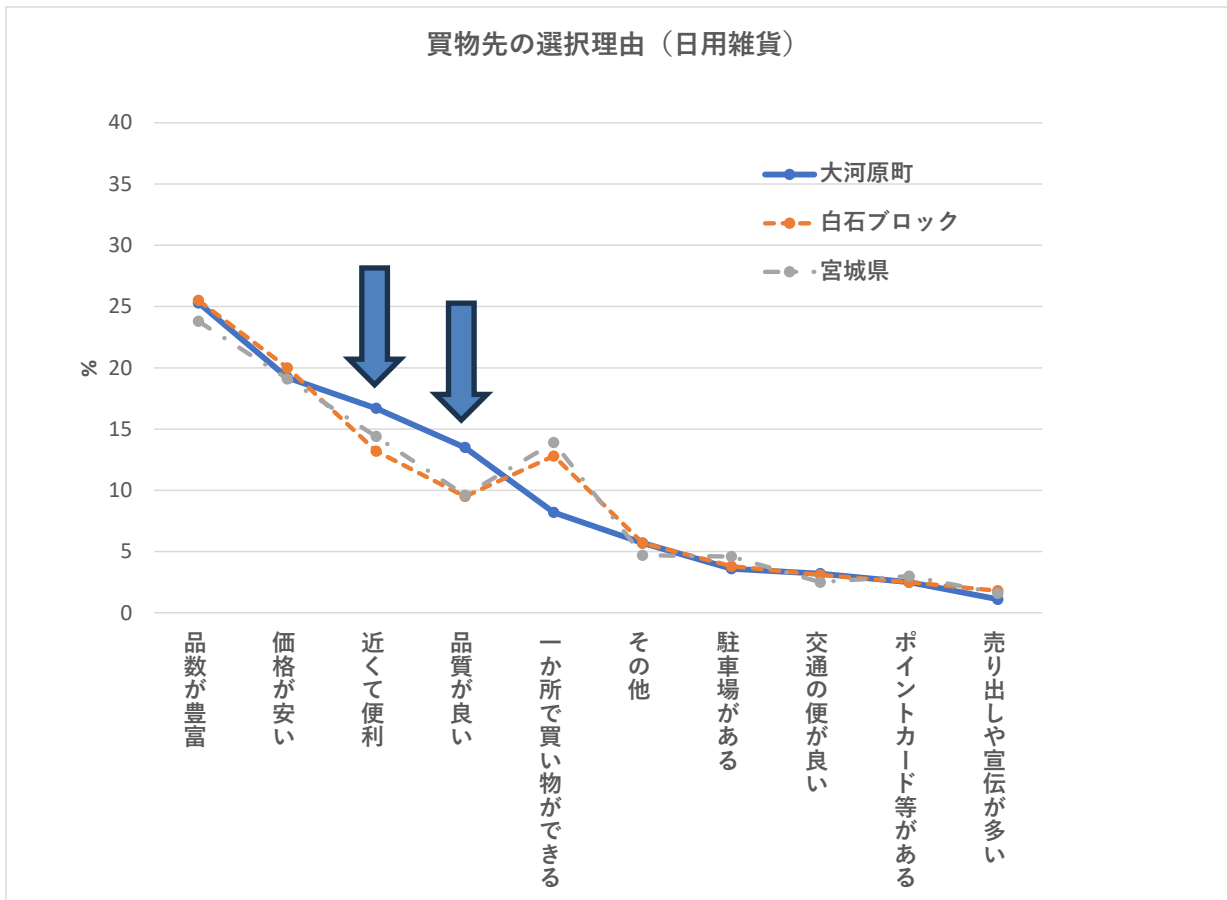
買物先の選択理由（食料品）



6.2. 日用雑貨の買い物先選択理由

日用雑貨	大河原	白石ブロック	宮城県
品数が豊富	25.3	25.5	23.8
価格が安い	19.2	20	19.1
近くて便利	16.7	13.2	14.4
品質が良い	13.5	9.5	9.6
一か所で買い物ができる	8.2	12.8	13.9
その他	5.7	5.7	4.7
駐車場がある	3.6	3.8	4.6
交通の便が良い	3.2	3.1	2.5
ポイントカード等がある	2.5	2.5	3
売り出しや宣伝が多い	1.1	1.8	1.6
店の雰囲気が良い	0.7	1.3	1.6
営業時間が長い	0.4	0.2	0.5
店員の接客態度が良い	0	0.5	0.5

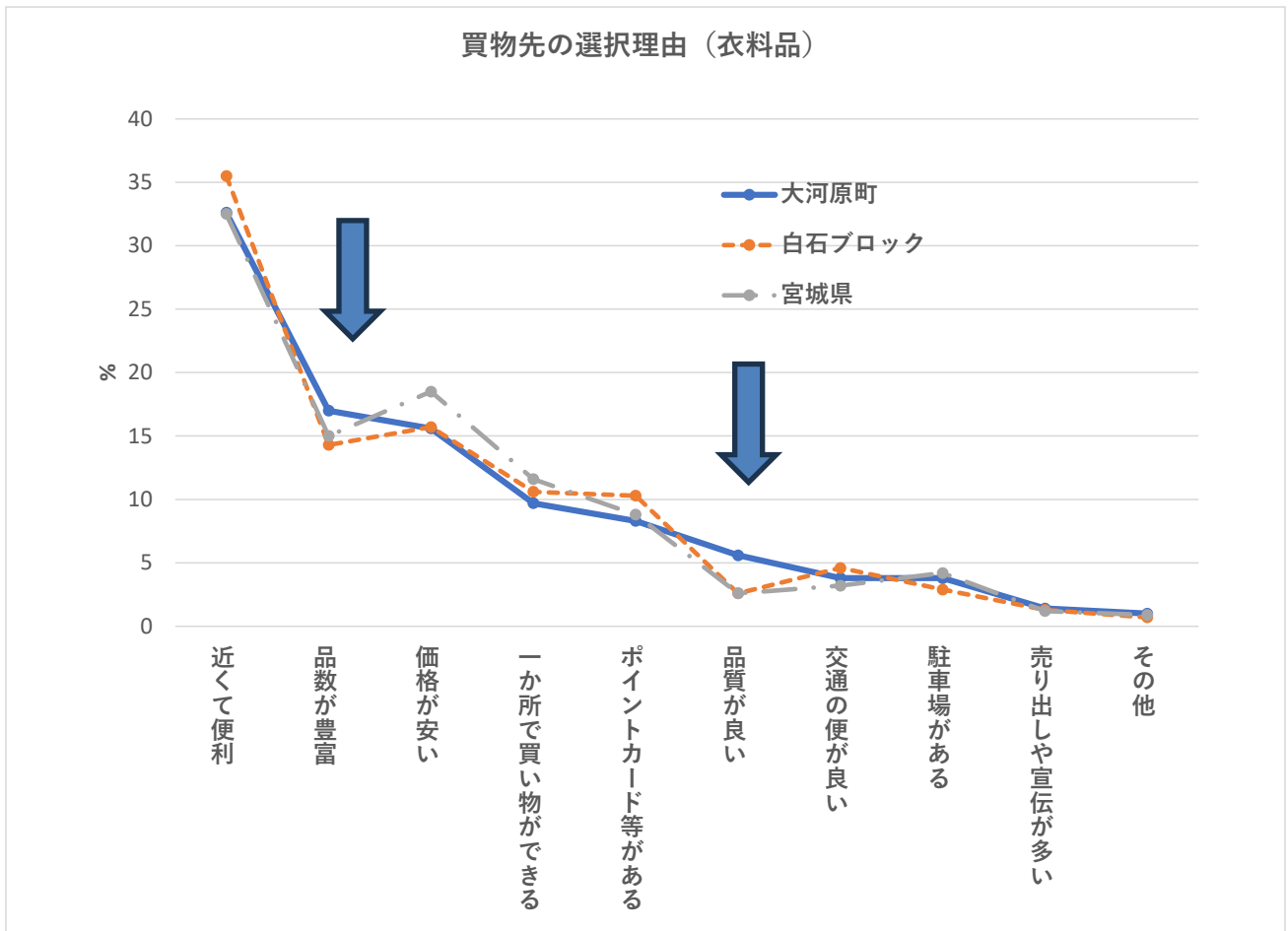
・大河原町では「近くて便利」、「品質が良い」の選択理由が他地区に比べ相対的に大きい。



6.3. 衣料品の買い物先選択理由

衣料品	大河原	白石ブロック	宮城県
近くて便利	32.6	35.5	32.5
品数が豊富	17	14.3	15
価格が安い	15.6	15.7	18.5
一か所で買い物ができる	9.7	10.6	11.6
ポイントカード等がある	8.3	10.3	8.8
品質が良い	5.6	2.6	2.6
交通の便が良い	3.8	4.6	3.2
駐車場がある	3.8	2.9	4.2
売り出しや宣伝が多い	1.4	1.3	1.2
その他	1	0.7	0.9
営業時間が長い	0.7	0.8	0.9
店の雰囲気が良い	0.3	0.5	0.5
店員の接客態度が良い	0	0.3	0.2

・大河原町では「品数が豊富」、「品質が良い」の選択理由が他地区に比べ相対的に大きい。

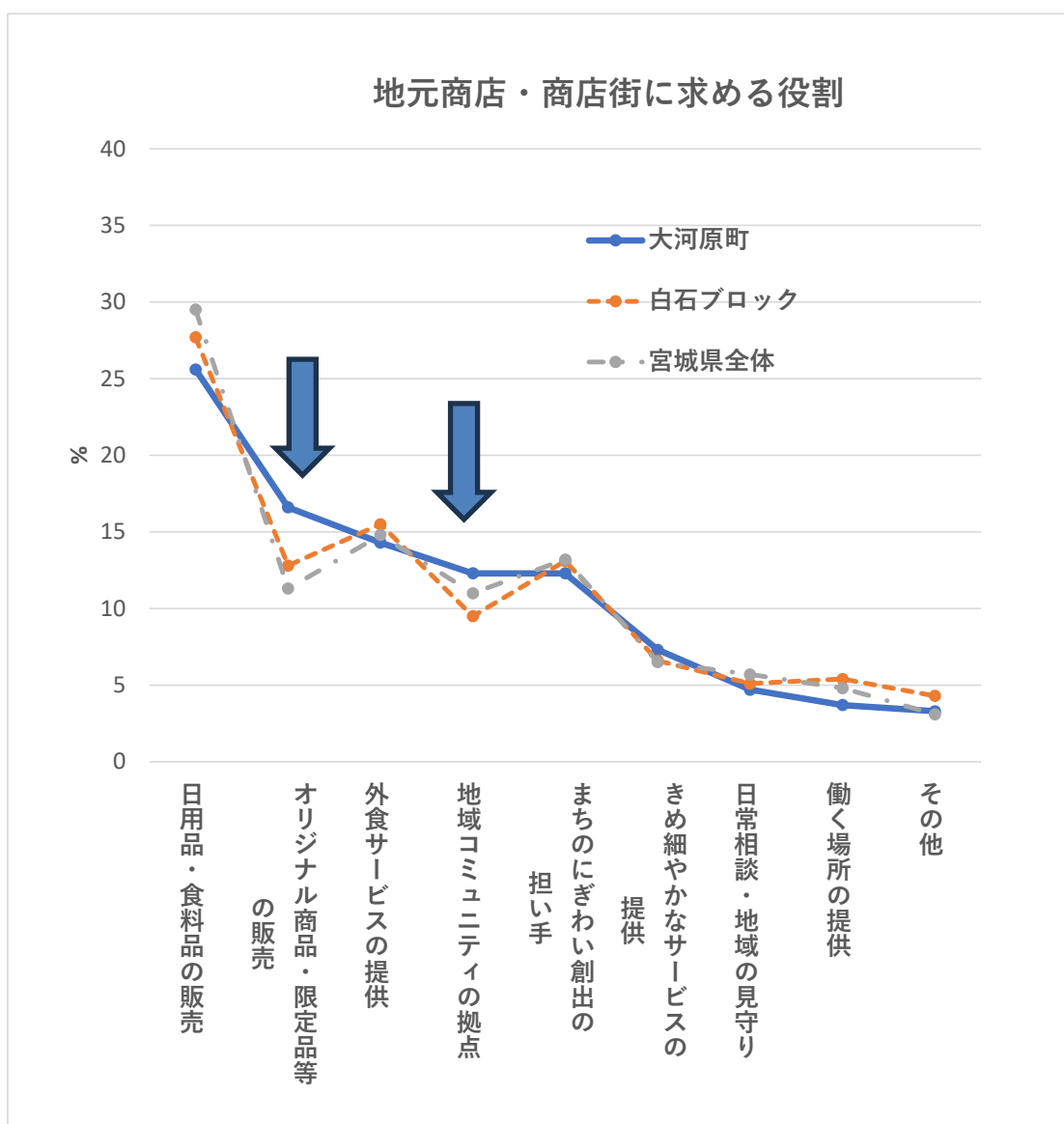


7. 地元商店・商店街に求める役割の比較

単位 (%)

	大河原町	白石ブロック	宮城県全体
日用品・食料品の販売	25.6	27.7	29.5
オリジナル商品・限定品等の販売	16.6	12.8	11.3
外食サービスの提供	14.3	15.5	14.8
地域コミュニティの拠点	12.3	9.5	11
まちのにぎわい創出の担い手	12.3	13.1	13.2
きめ細やかなサービスの提供	7.3	6.6	6.5
日常相談・地域の見守り	4.7	5.1	5.7
働く場所の提供	3.7	5.4	4.8
その他	3.3	4.3	3.1

・大河原町では「オリジナル商品・限定商品の販売」、「地域コミュニティの拠点」を求める(期待する)意見が相対的に他地域に比べ大きい。



8. まとめ

(1) 商圈（仙南地区の調査結果）

・仙南の30%が買回品を大河原町で購入（吸引率）、中でも、地元、村田町、蔵王町計では51%（吸引率）

(2) 大河原町内調査者の結果

	最寄品	買回品	サービス
地元購買率	79.9%	55.1%	79.7%
買物先店舗形態	① 食品スーパー(53.9%) ② 大型専門店・量販店(17.2%) ③ 百貨店・総合スーパー(11.6%) ④ 生協・農協(6.5%) ⑤ 一般商店・専門店(5.9%)	① 大型専門店・量販店(45.6%) ② ネットショップ等(18.1%) ③ 百貨店・総合スーパー(16.4%) ④ 一般商店・専門店(14.3%)	
買物先店舗場所	① 中心部(51.4%) ② 郊外(バイパス沿い等)(43.1%)(*) ③ その他(5.5%)	① 郊外(バイパス沿い等)(47.4%) ② 中心部(34.2%) ③ その他(18.4%)	① 郊外(バイパス沿い等)(63.7%) ② 中心部(28.6%) ④ その他(7.7%)
買物先の選択理由	(食料品)(上位4位まで) 近くて便利 35.9% 価格が安い 18.8% 品数が豊富(*) 12.8% 品質が良い(*) 10.7% (日用雑貨) 品数が豊富 25.3% 価格が安い 19.2% 近くて便利(*) 16.7% 品質が良い(*) 13.5%	(衣料品)(上位6位まで) 近くて便利 32.6% 品数が豊富(*) 17% 価格が安い 15.6% 一か所で買い物ができる 9.7% ポイントカード等がある 8.3% 品質が良い(*) 5.6%	
地元商店・商店街に求める役割(上位4位まで)	① 日用品・食料品の販売(25.6%) ② オリジナル商品・限定品等の販売(16.6%)(*) ④ 地域コミュニティの拠点(12.3%)(**), ④ まちのにぎわい創出の担い手(12.3%)		③ 外食サービスの提供(14.3%)

(*)白石ブロック平均に比べて大河原町に特有な選択理由・要望

・大河原町の買物先選択理由は「価格が安い」の他に、「品ぞろえや品質」で買物先を選択する割合が白石ブロック（仙南地区）内では相対的に大きい、

(**)地元商店・商店街には「地元ならではの商品・サービスの提供のニーズ」の他、「地域コミュニティの拠点（地域の交歓の場）を求めるニーズ」も大きい。今後の在り方を模索するうえでの大きなヒントとなる指摘である。