

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. 調査の目的	2
2. 「宮城県の商圏（消費購買動向調査報告書）」の概要	2
3. 大河原町を中心とした商圏の分析	4
3.1. 大河原商圏(=仙南 9 市町)	4
3.2. 商圏吸引率	5
4. 仙南 9 地区別の地元購買率(最寄品、買回品、サービス、総合)	6
5. 買物先店舗形態・買物(利用)先店舗場所の比較	7
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)	9
7. 地元商店・商店街に求める役割の比較	13
8. 仙南地域(白石商圏)各市町の購買先・利用先の分析(新たな分析)	14
8.1. 最寄品	14
8.2. 買回品	15
8.3. サービス(家族連れ外食)	16
9. まとめ	17
(参考資料) 競合店との競争力の計算方法(ハフモデルによる吸引率の計算式)	19

1. 調査の目的

大河原町を中心とした仙南地域の公立小学校 3 年生児童の保護者を対象とした消費購買動向アンケート結果を分析し、仙南地区における大河原町の立ち位置を定量的に求め、消費者から見た町内の BtoC 企業(中でも小規模企業、中小企業)の在り方を考えるための情報を抽出する。

2. 「宮城県の商圈（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>

・令和 3 年10月実施の報告書。

次回は令和6年10月実施のスケジュール(報告書は令和7年3月頃か)

宮城県の商圈（消費購買動向調査報告書）の概要について

1 調査の目的

- 県内における商圈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 = 商圈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、「商圈が形成されている」と定義。〕
- ・ 商圈中心市区町村 = 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。商圈の中心。
- ・ 吸引人口 = 商圈人口のうち、商圈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) 商圈の変化

○商圈範囲の縮小による超広域型商圈の消滅

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 商圈	14 商圈

超 広 域 型：広域型商圈の中でも広域行政圏を超えて広く県域を範囲とする商圈。
広 域 型：商圈範囲が主として広域行政圏の広がりを持ち、吸引人口が 10 万人以上。
地 域 型：商圈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圈。

○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

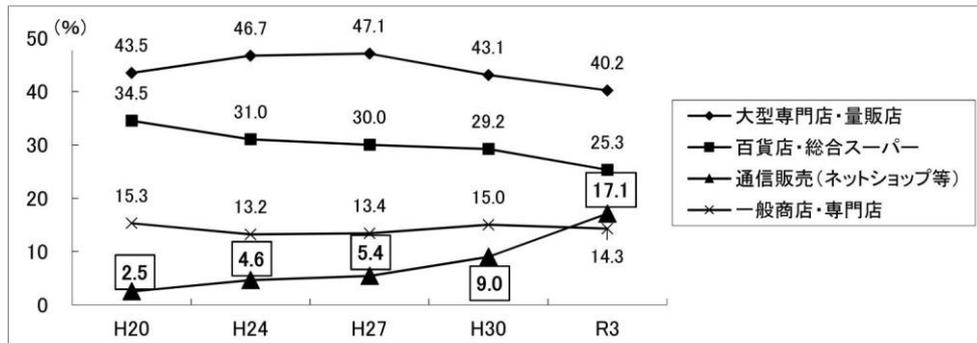
○吸引人口の増減状況（前回比較5%以上の変化） ※[]内は前回調査からの増減率

- ・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%
- ・まちのにぎわい創出の担い手 13.2%

3. 大河原町を中心とした商圈の分析

3.1. 大河原商圈(=仙南 9 市町)



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

3.2. 商圏吸引率[調査報告 p104]

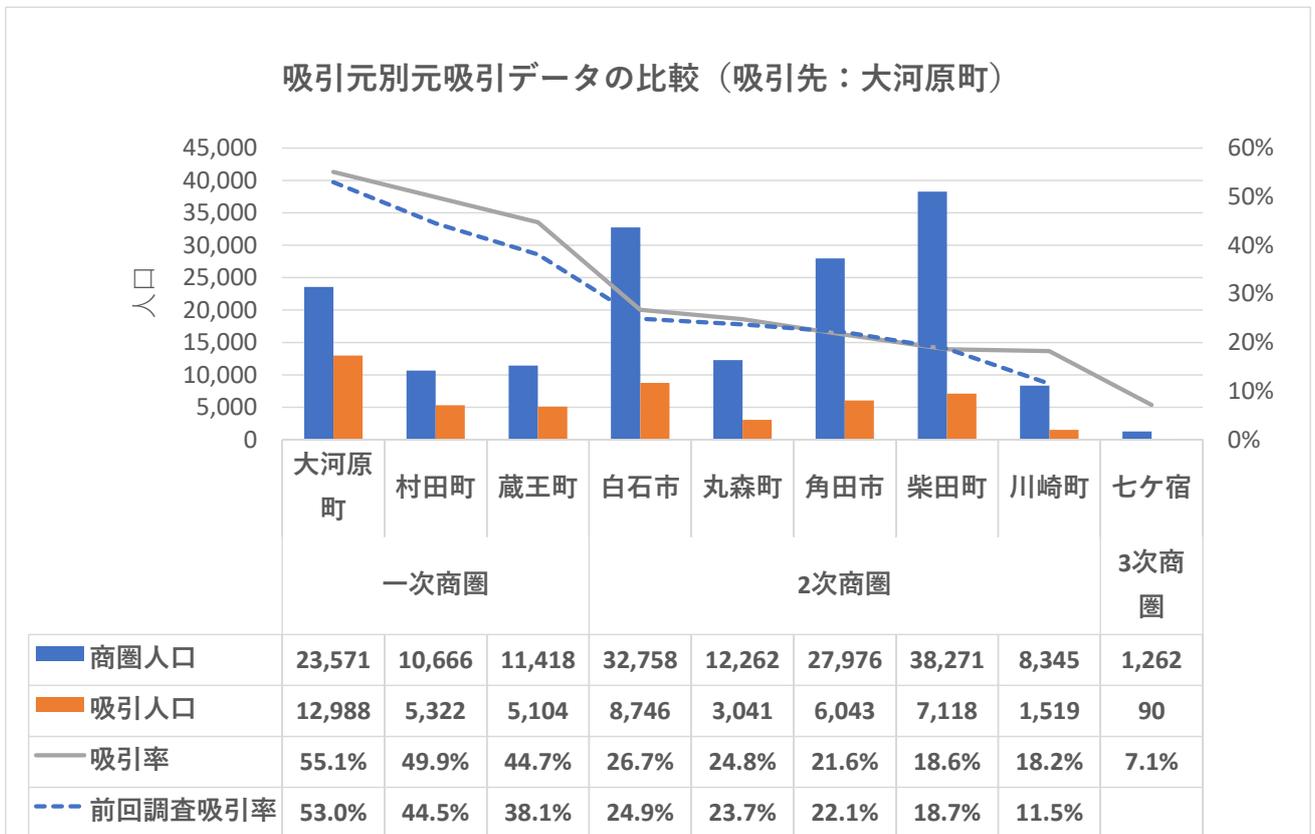
・商圏吸引率＝買回品を商圏中心市区町村(ここでは大河原町)へ訪れる人数割合

(買回品の大河原町依存率を意味する指標:筆注)

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
1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

【注】大河原町の吸引率は大河原町在住者が大河原町店舗で購買する割合

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。



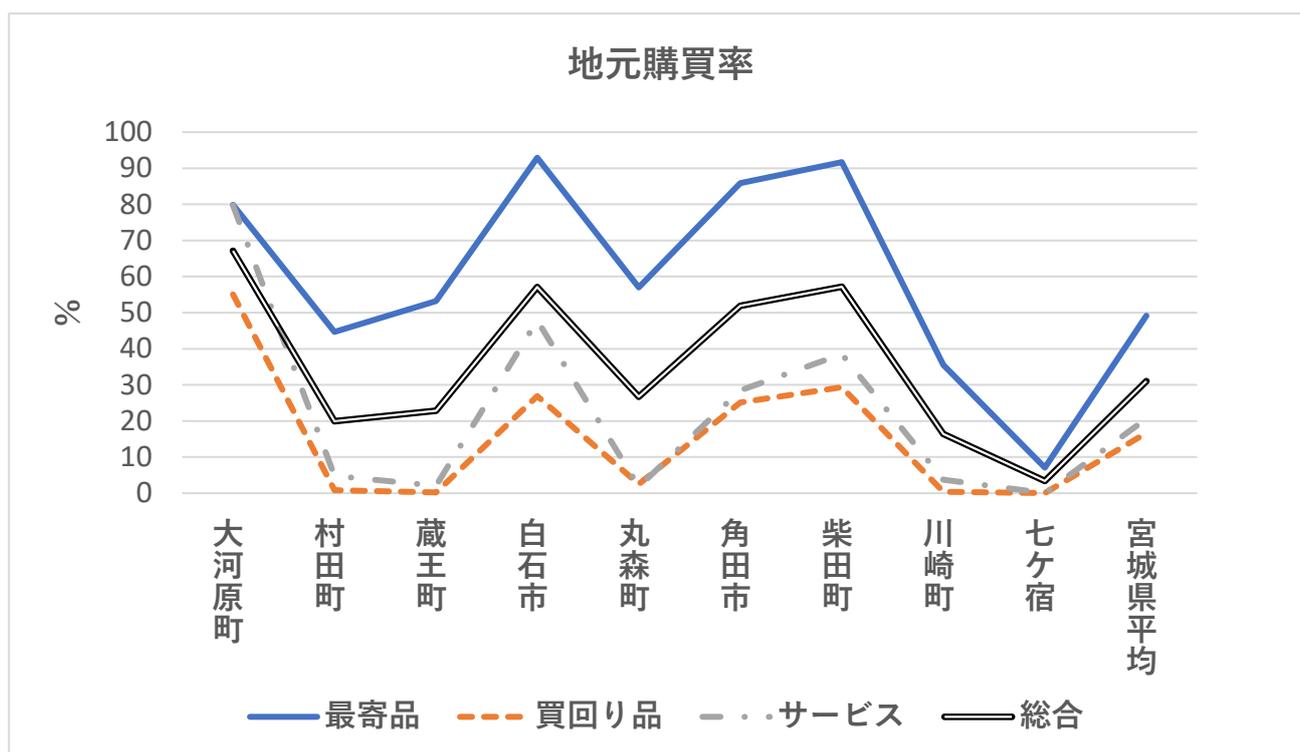
4. 仙南9地区別の地元購買率(最寄品、買回品、サービス、総合) [調査報告 p145]

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:%)

商圈吸引率順序		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

【注】地元以外の購買(利用先)の詳細分析は8章で実施(アンケート結果を分類集計)



5. 買物先店舗形態・買物(利用)先店舗場所の比較(大河原町、白石ブロック(仙南 9 地区)、宮城県全体の比較) [調査報告 p188,191.194]

● 大河原町

大河原町	買物先店舗形態								買物(利用)先店舗場所		
	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	中心部	郊外(バイパス沿い等)	その他
最寄品	5.9%	1.6%	17.2%	53.9%	11.6%	6.5%	0.9%	2.4%	51.4%	43.1%	5.5%
買回品	14.3%	0.1%	45.6%	3.5%	16.4%	0.8%	18.1%	1.3%	34.2%	47.4%	18.4%
サービス									28.6%	63.7%	7.7%

● 白石ブロック

白石ブロック	買物先店舗形態								買物(利用)先店舗場所		
	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	中心部	郊外(バイパス沿い等)	その他
最寄品	8.2%	1.4%	14.8%	58.2%	9.5%	3.6%	1.3%	3.1%	63.3%	30.1%	6.6%
買回品	15.9%	0.3%	41.7%	2.0%	18.5%	0.5%	19.5%	1.6%	37.3%	46.0%	16.7%
サービス									32.1%	60.7%	7.1%

● 宮城県全体

宮城県	買物先店舗形態								買物(利用)先店舗場所		
	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	中心部	郊外(バイパス沿い等)	その他
最寄品	7.6%	1.3%	14.9%	52.9%	15.2%	3.7%	1.7%	2.7%	66.5%	25.2%	8.3%
買回品	14.3%	0.2%	40.2%	1.6%	25.3%	0.2%	17.1%	1.1%	53.4%	30.9%	15.7%
サービス									53.4%	40.3%	6.3%

<データのポイント説明>

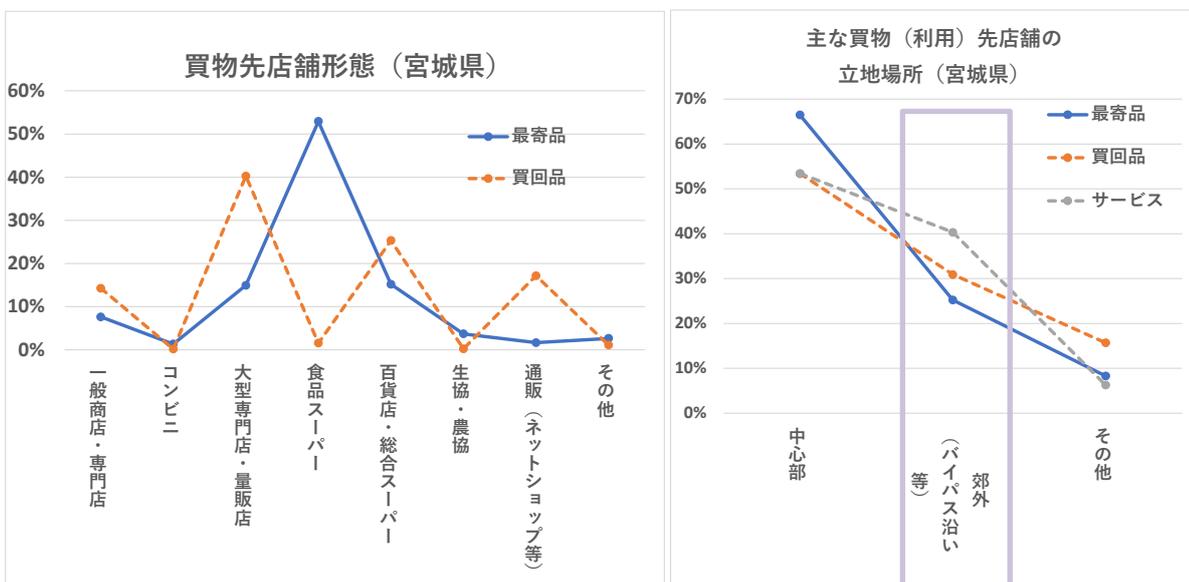
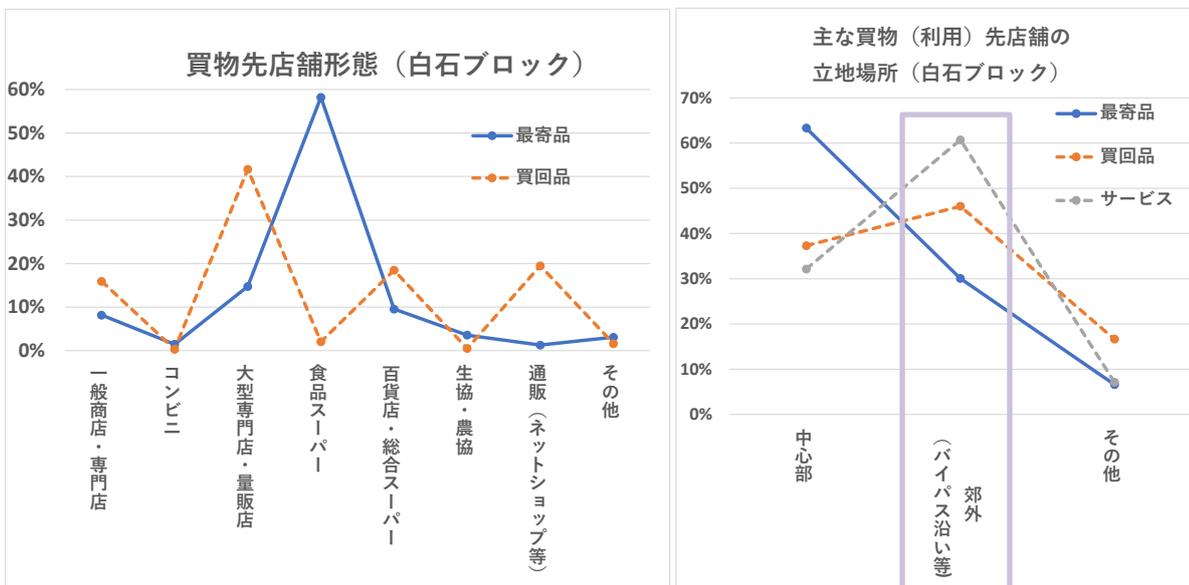
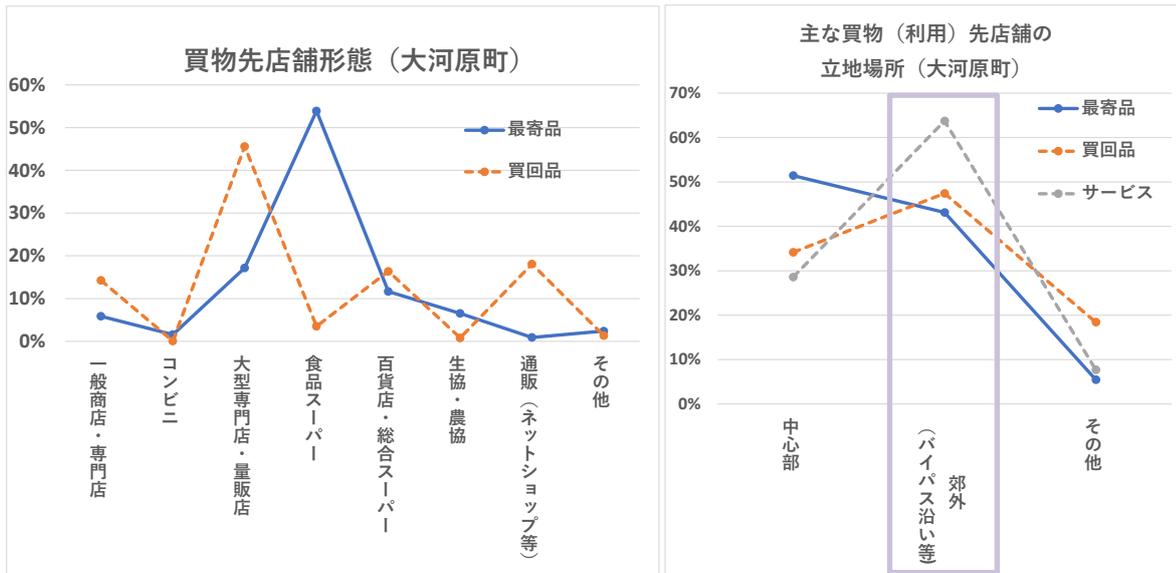
● 買物先店舗形態

- ・最寄品に関しては、いずれの地域でも「食品スーパー」が50%以上を占め、2位以下を圧倒している。
- ・買回品についても、いずれの地域でも一位は「大型専門店・量販店」で、2位、3位も「通販(ネットショップ等)」と「百貨店・総合スーパー」がいずれかが占めている。通販の占める割合は白石ブロックが最も大きい(20%弱)。

● 買物(利用)先店舗場所

- ・最寄品についてはいずれの地域でも「中心部」が最大である。
- ・買回品、サービスについては大河原町、白石ブロックでは「郊外(バイパス沿い等)」が最大であるのに対し、宮城県全体では「中心部」が最大である。

- 以下に上記表のグラフを一覧する。



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) [報告書
p200,203,206]

単位：%

● 大河原町	食料品	日用雑貨	衣料品
価格が安い	②18.8	②19.2	③15.6
品質が良い	10.7	13.5	5.6
品数が豊富	③12.8	①25.3	②17.0
近くて便利	①35.9	③16.7	①32.6
交通の便が良い	2.3	3.2	3.8
駐車場がある	4.0	3.6	3.8
営業時間が長い	0.7	0.4	0.7
一か所で買い物ができる	5.7	8.2	9.7
店の雰囲気が良い	0.7	0.7	0.3
店員の接客態度が良い	0.0	0.0	0.0
売り出しや宣伝が多い	1.7	1.1	1.4
ポイントカード等がある	5.4	2.5	8.3
その他	1.3	5.7	1.0

● 白石ブロック	食料品	日用雑貨	衣料品
価格が安い	②17.5	②20.0	③15.6
品質が良い	③8.7	9.5	5.6
品数が豊富	③8.7	①25.5	②17.0
近くて便利	①38.2	③13.2	①32.6
交通の便が良い	4.1	3.1	3.8
駐車場がある	3.1	3.8	3.8
営業時間が長い	0.5	0.2	0.7
一か所で買い物ができる	8.5	12.8	9.7
店の雰囲気が良い	0.4	1.3	0.3
店員の接客態度が良い	0.3	0.5	0.0
売り出しや宣伝が多い	1.1	1.8	1.4
ポイントカード等がある	7.7	2.5	8.3
その他	1.1	5.7	1.0

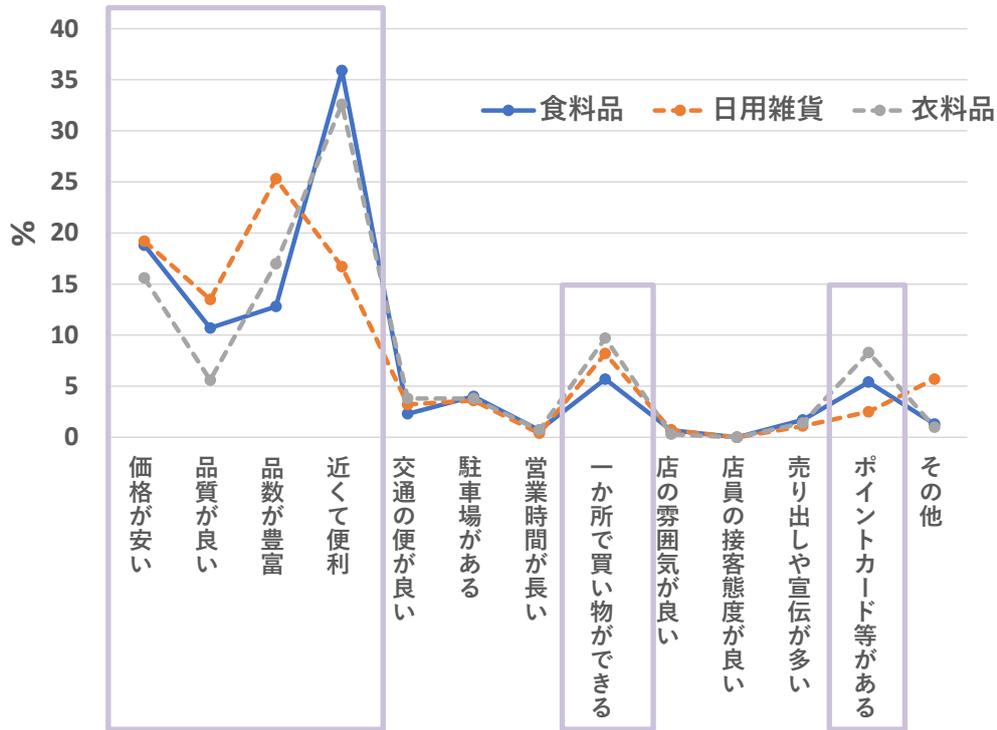
● 宮城県	食料品	日用雑貨	衣料品
価格が安い	②19.9	②19.1	②18.5
品質が良い	③11.2	9.6	2.6
品数が豊富	9.5	①23.8	③15.0
近くて便利	①34.5	③14.4	①32.5
交通の便が良い	3.2	2.5	3.2
駐車場がある	3.9	4.6	4.2
営業時間が長い	0.6	0.5	0.9
一か所で買い物ができる	9.1	13.9	11.6
店の雰囲気が良い	0.5	1.6	0.5
店員の接客態度が良い	0.2	0.5	0.2
売り出しや宣伝が多い	1.4	1.6	1.2
ポイントカード等がある	4.9	3.0	8.8
その他	1.0	4.7	0.9

<選択理由のポイント>

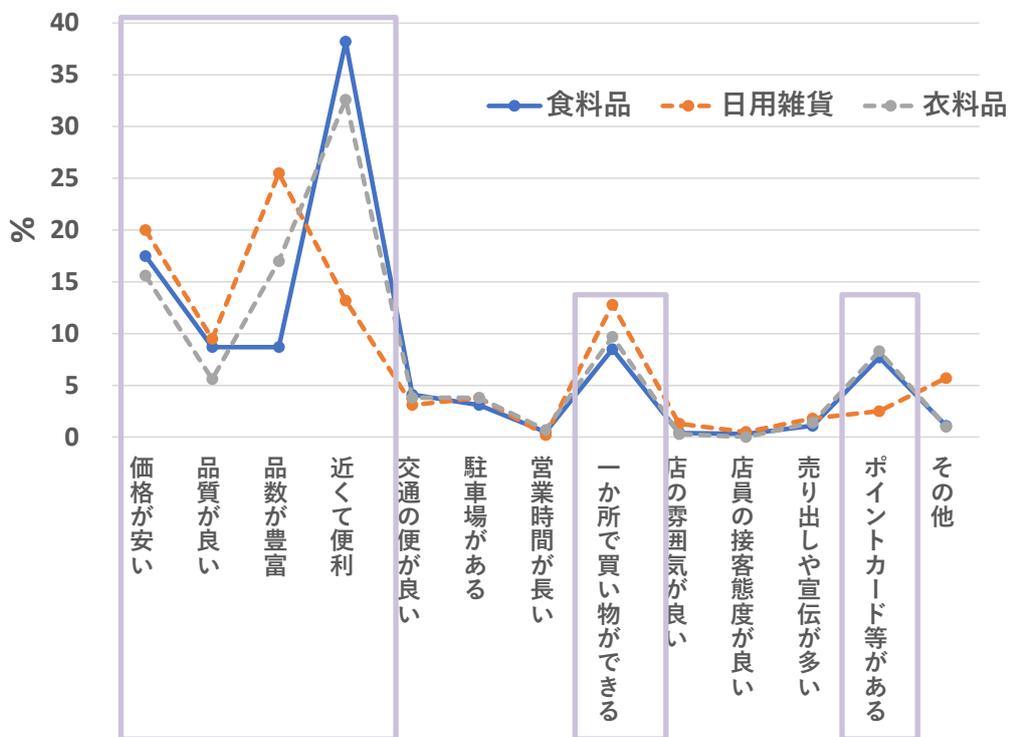
- 食料品:いずれの地区でも 1 位は「近くて便利」、2 位は「価格が安い」を選択。3 位は大河原町、白石ブロックが「品数が豊富」、宮城県が「品質がよい」を選択。
- 日用雑貨:いずれの地区も 1 位は「品数が豊富」、2 位は「価格が安い」、3 位は「近くて便利」を選択。
- 衣料品:いずれの地区も 1 位は「近くて便利」、2 位と 3 位で「品数が豊富」と「価格が安い」を選択
⇒いずれの商品区分でも選択基準に地域差は感じられない調査結果
⇒衣料品に関し、「品質が良い」を選択理由とする割合はいずれの地域でも大きくない。
- 「一か所で買い物ができる(ワンストップ性)」を選択理由とする意見は白石ブロック・宮城県全体ではいずれの商品区分でも 10%前後の割合で指摘されている。大河原町では 6-10%と比較的小さい。
- 「ポイントカード等がある」は食料品、衣料品についてはいずれの地域でも 5-9%程度の選択理由となっている。

上記表を以下にグラフで一覧する。

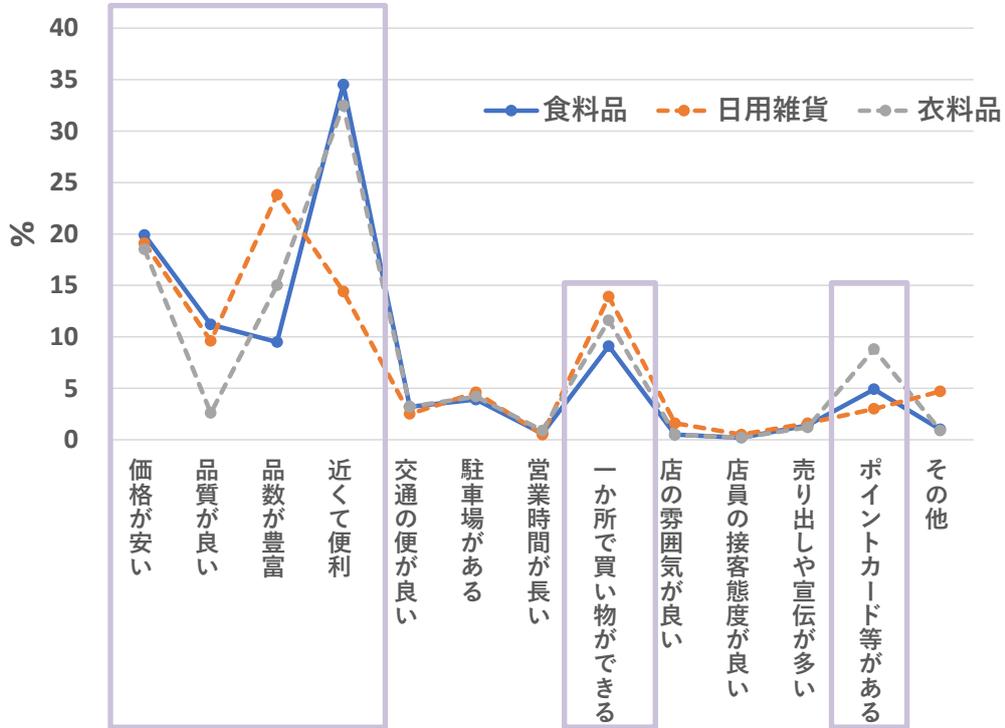
買物先選択理由(大河原町)



買物先選択理由(白石ブロック)



買物先選択理由(宮城県)

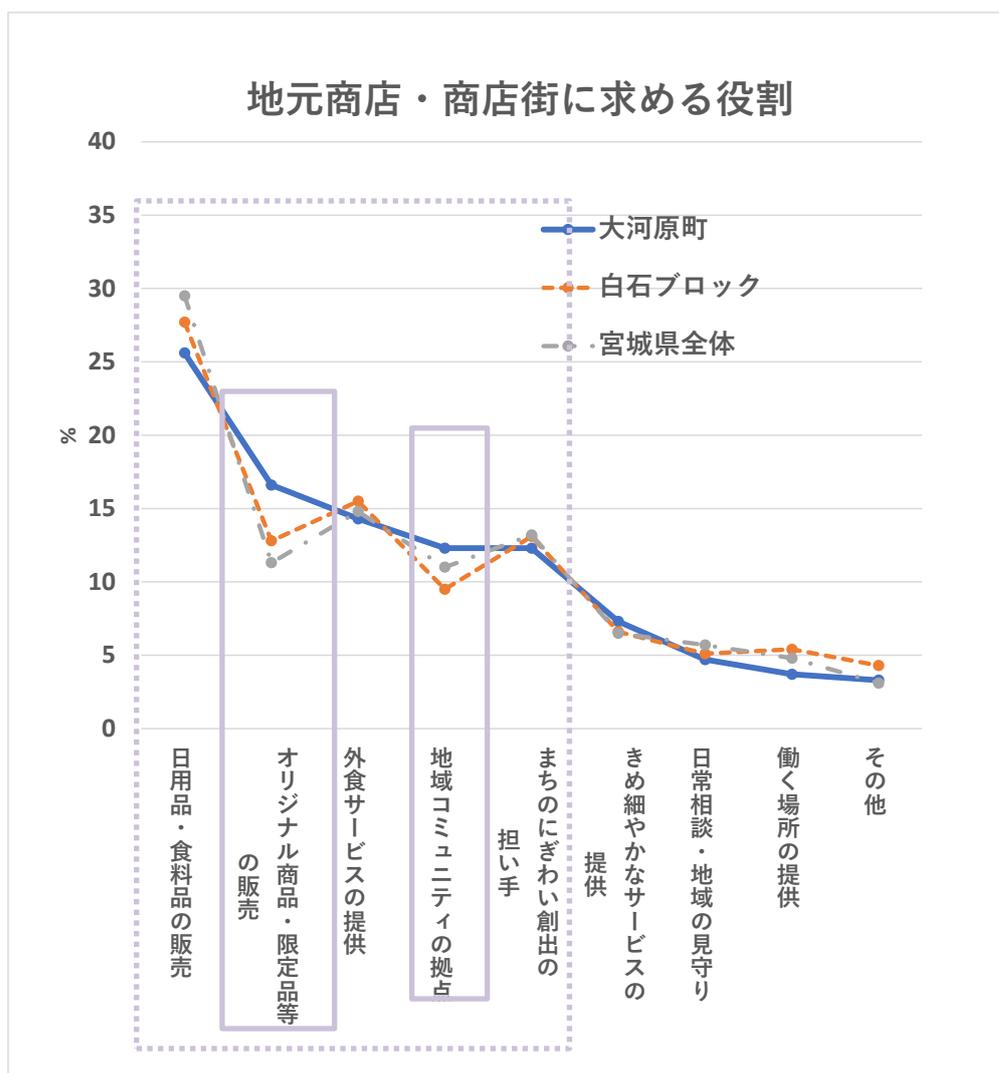


7. 地元商店・商店街に求める役割の比較[調査報告 p209]

単位(%)

項目	大河原町	白石ブロック	宮城県全体
日用品・食料品の販売	①25.6	①27.7	①29.5
オリジナル商品・限定品等の販売	②16.6	③12.8	11.3
外食サービスの提供	③14.3	②15.5	②14.8
地域コミュニティの拠点	12.3	9.5	11.0
まちのにぎわい創出の担い手	12.3	13.1	③13.2
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

- ・太枠項目はいずれの地域においても商店・商店街に求める重点的役割である。(下記グラフ点線の囲み)
- ・なかでも大河原町では「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。(下記グラフの実線囲い)



8. 仙南地域(白石商圈)各市町の購買先・利用先の分析(新たな分析) [調査報告 p217]

・調査報告の最寄品、買回品のリストは次のとおりである。

- ・最寄品:「食料品、日用雑貨品、医薬品・化粧品」計
- ・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」計

・以下の表は「購買元市町(from)」の住民が「どの購買(利用)先(to)」でどの割合で購買(利用)しているかを示す。(最寄品、買回品、サービス(家族連れ外食別))

8.1. 最寄品

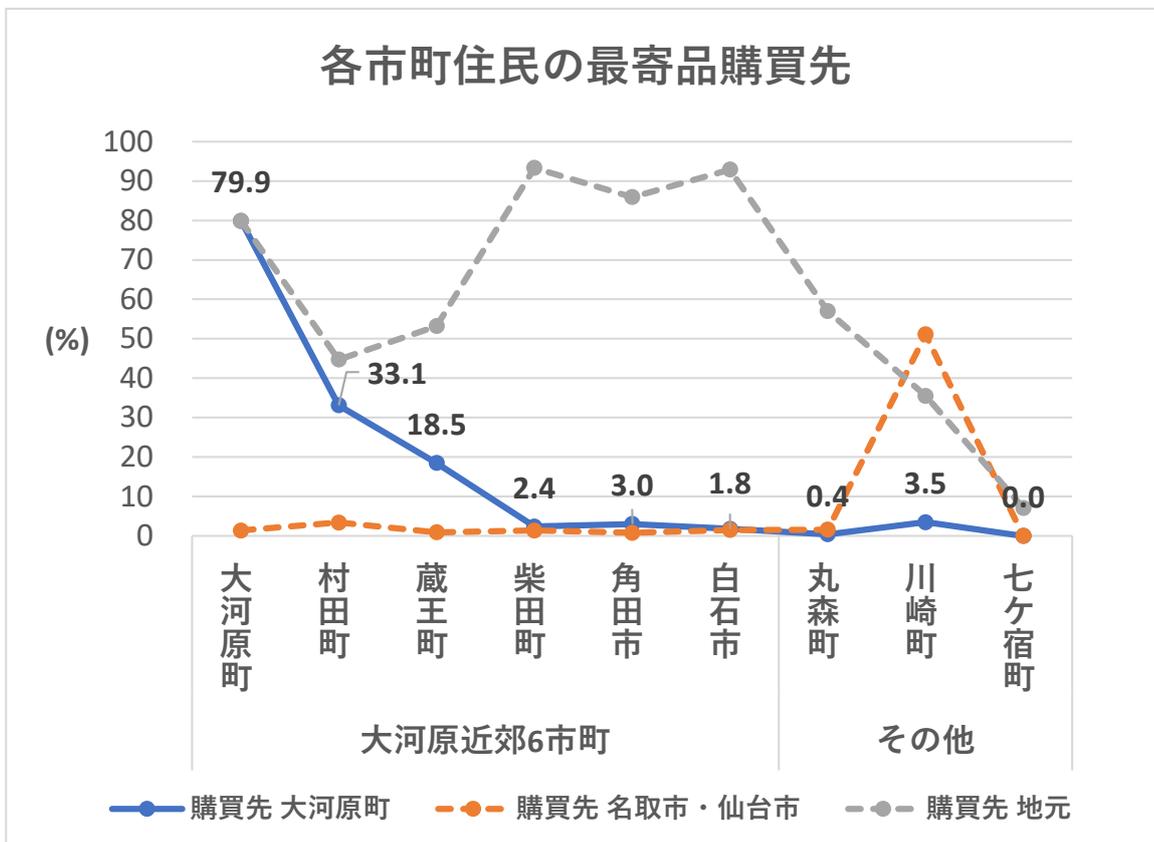
(単位:%)

区分		大河原近郊 6 市町						その他		
購買元市町		大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
購買先	大河原町	(=地元)	33.1	18.5	2.4	3.0	1.8	0.4	3.5	0.0
	名取市・仙台市	1.4	3.4	0.9	1.4	0.8	1.5	1.6	51.1	0.0
	地元	79.9	44.7	53.2	93.3	85.9	92.9	57.0	35.5	7.1
	その他	18.7	18.8	27.4	2.9	10.3	3.8	41.0	9.9	92.9

(色付けは各購買元の最大の購買先)

・地元の購買率が 50%未滿は村田町、川崎町、七ヶ宿町であるが、それぞれの主要外部購入先は大河原町、仙台市、白石市である。

・なお、大河原町の主要外部購入先は柴田町である(11.5%)。

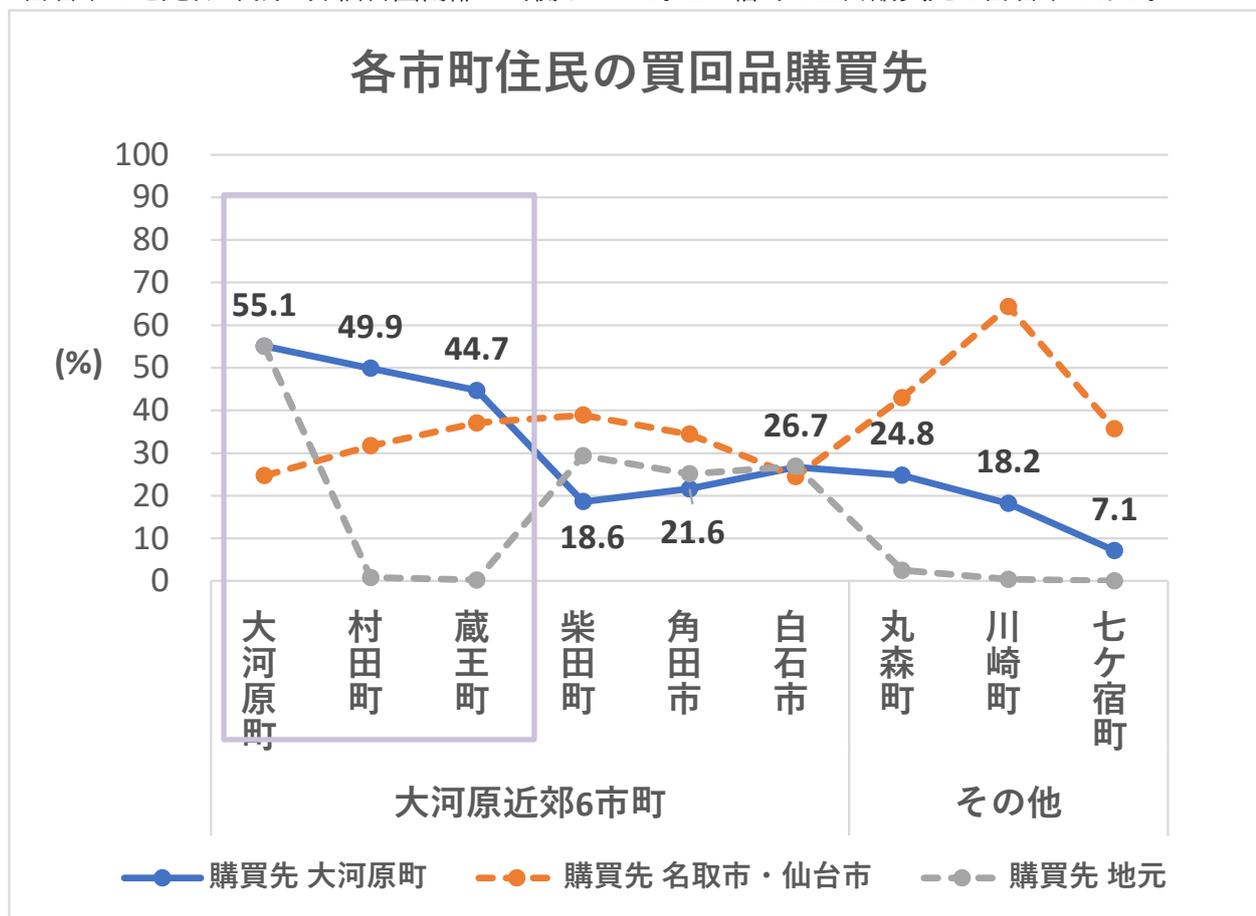


8.2. 買回品

区分		大河原近郊 6 市町						その他		
購買元市町		大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
購買先	大河原町	(=地元)	49.9	44.7	18.6	21.6	26.7	24.8	18.2	7.1
	名取市・仙台市	24.7	31.7	37.1	38.9	34.4	24.5	43.0	64.4	35.7
	地元	55.1	0.8	0.2	29.4	25.1	26.9	2.5	0.4	0
	その他	20.2	17.6	18.0	13.1	18.9	21.9	29.7	17.0	57.2

(色付けは購買元の最大の購買先)

- ・大河原町を除いた他市町村の地元購買率はすべて 30%未満である。
- ・大河原町を主力の購買先とするのは地元大河原町、村田町、蔵王町である一方、丸森町、柴田町、角田市、川崎町は仙台圏南部(仙台市、名取市)を主力購買先としている。(グラフの囲み部分)
- ・白石市は地元、大河原町、仙台圏南部が均衡している。七ヶ宿町の主力購買先は白石市である。

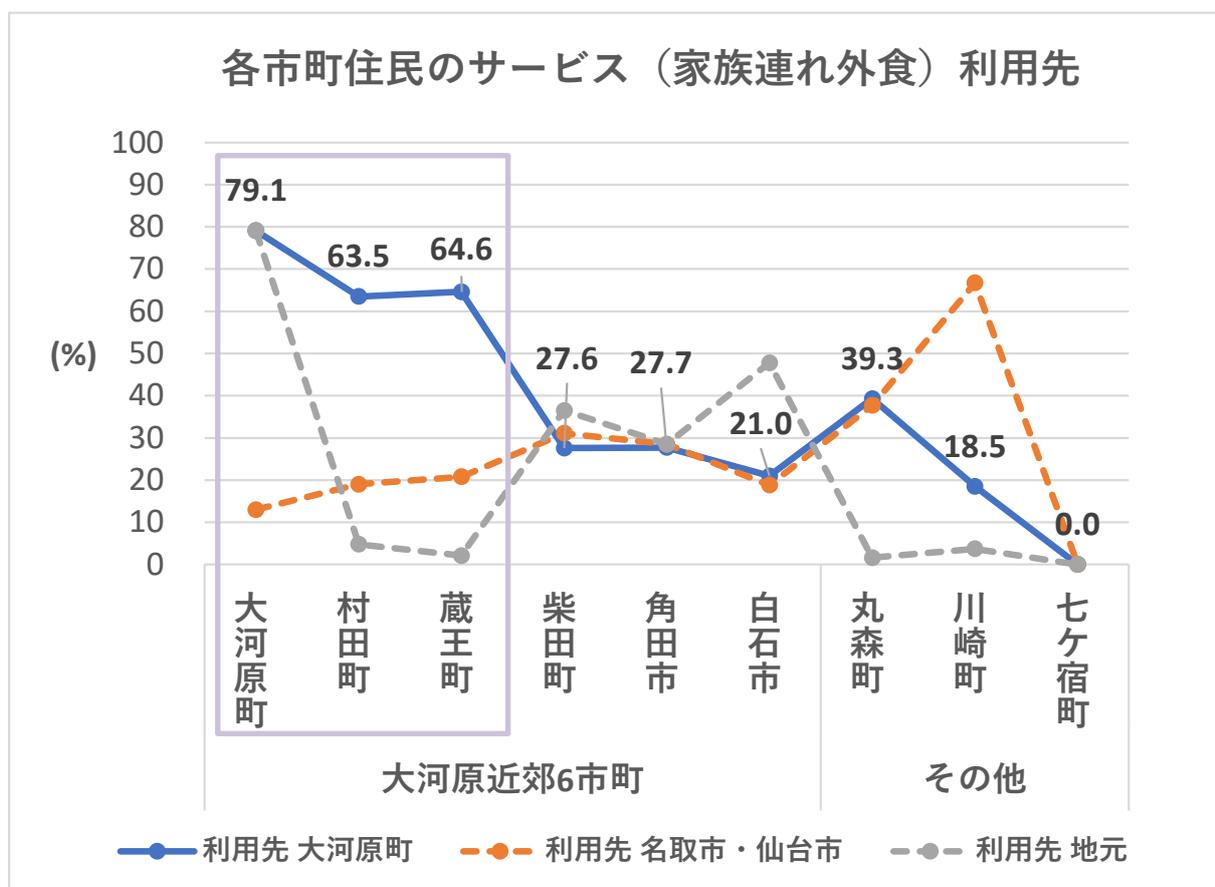


8.3. サービス(家族連れ外食)

区分		大河原近郊 6 市町						その他		
購買元市町		大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
利用先	大河原町	(=地元)	63.5	64.6	27.6	27.7	21.0	39.3	18.5	0.0
	名取市・仙台市	13.0	19.0	20.8	31.1	28.5	18.8	37.7	66.7	0.0
	地元	79.1	4.8	2.1	36.5	28.5	47.8	1.6	3.7	
	その他	7.9	12.7	12.5	4.8	15.3	12.4	21.4	11.1	100.0

(色付けは利用元の最大の利用先)

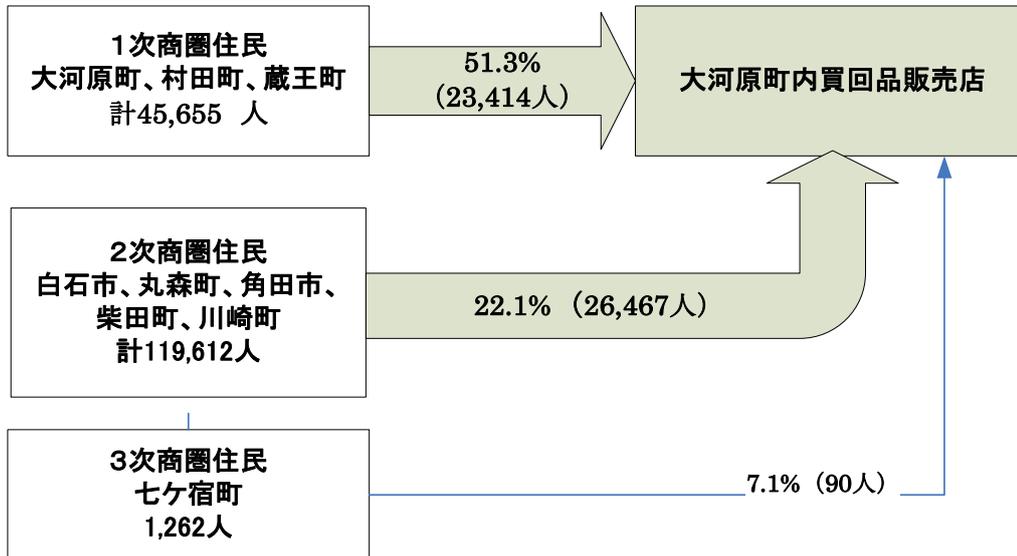
- ・大河原町を除き、地元の当該サービスの利用率はすべての市町で 50%未満である。
- ・大河原町に大きく利用先を依存しているのは村田町、蔵王町(ともに約 3 分の2の利用率)である。(グラフの囲み参照方)
- ・柴田町、角田市では地元、大河原町、仙台圏南部の利用率が均衡している。
- ・白石市は地元での利用率が約半数弱である。
- ・丸森町は大河原町、仙台圏南部の利用率が均衡している。
- ・なお、川崎町は仙台市、七ヶ宿町は白石市が主要利用先である。



9. まとめ

(1) 商圈（仙南地区の調査結果）

・ 商圈別の大河原町への吸引率（買回品の大河原町内での購入率）は次のとおりである。



・ 仙南全体での吸引率は約 30%で、仙南全体の住民の 3 割が大河原町内で買回品を調達していることを示す。

(2) 大河原町内調査対象者の集計結果

	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)	(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%	

	最寄品	買回品	サービス
	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%	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%)(**)		③外食サービスの提供(14.3%) ④まちのにぎわい創出の担い手(12.3%)

(*)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

・大河原町民の買物先選択理由には、「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）内で相対的に大きい。

(**)地元商店・商店街に「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」が大きい。

(3)大河原町への買物依存度、名取市・仙台市への買物依存度（色づけは30%以上）

（注：買回品への依存度は、それぞれの吸引力に一致する。）

● 市町別住民の最寄品の購入先（地元・大河原町の比較）

	大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
地元	79.9	44.7	53.2	93.3	85.9	92.9	57.0	35.5	7.1
大河原町	同上	33.1	18.5	2.4	3.0	1.8	0.4	3.5	0.0
大河原町への依存度	◎	○	△						

・最寄品は概して地元の利用が大きいですが、村田町では大河原町内の利用がかなり大きい。蔵王町でも20%弱が大河原町内を利用している。

● 市町別住民の買回品の購入先（大河原町・主要仙台圏との比較）

	大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
大河原町	55.1	49.9	44.7	18.6	21.6	26.7	24.8	18.2	7.1
名取市・仙台市	24.7	31.7	37.1	38.9	34.4	24.5	43.0	64.4	35.7
大河原町の優位性	◎	◎	◎			○			

・大河原町が主要仙台圏よりも購入先として優位性があるのは大河原町、村田町、蔵王町、白石市で、柴田町、角田市、丸森町、川崎町、七ヶ宿町では主要仙台圏を購入先としている。

● 市町別住民のサービス(家族連れ外食)利用先（大河原町・主要仙台圏の比較）

	大河原町	村田町	蔵王町	柴田町	角田市	白石市	丸森町	川崎町	七ヶ宿町
大河原町	79.1	63.5	64.6	27.6	27.7	21.0	39.3	18.5	0.0
名取市・仙台市	13.0	19.0	20.8	31.1	28.5	18.8	37.7	66.7	0.0
大河原町の優位性	◎	◎	◎	△	△	○	○		

・当該サービスにおいては、大河原町、村田町、蔵王町、白石市、丸森町で、柴田町、角田市でも主要首都圏並みに利用されている。

- 大河原町が仙台圏（名取市・仙台市）に対抗して、買回品、サービス（家族連れ飲食）の依存度を高めるためのポイントは次の通りである。
- ① 買回品については大河原町は特徴ある商品、あるいは付加価値としてのサービス提供（買い物のアドバイスなど）が必要である。
- ② サービス（家族連れ外食）は買回品に比べ、名取市・仙台市の影響は比較的小さい（地の利の優位性がある）。仙台圏で受けられるサービスと同等か、または特徴あるサービスの提供が依存度（吸引力）を高めるために必要となる。
- 購買者が店舗の魅力度と購買先までの所要距離（所要時間）を天秤にかけて選択するロジックに「ハフモデル」がある。この概要を以下に（参考資料）として示す。

（参考資料）競合店との競争力の計算方法（ハフモデルによる吸引率の計算式）

<https://business-map.esrij.com/glossary/2021/><https://business-map.esrij.com/glossary/2021/>

ハフモデル

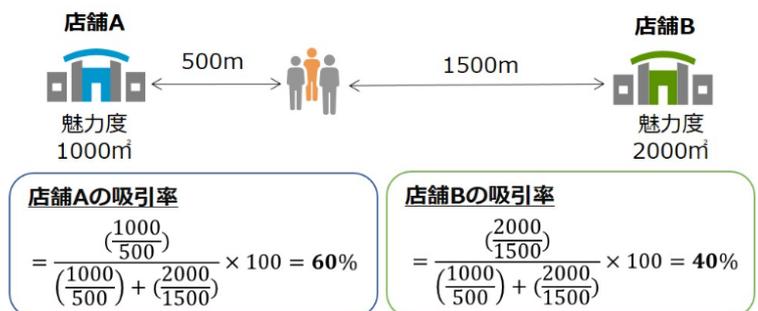
購買者が店舗 A,B のいずれが選択させる力が強い（吸引率）を示す式である。

店舗の魅力度に比例する一方、距離（訪れるに要する時間的距離）の

1~2 乗に反比例するという計算式である。

最寄り品では距離の 2 乗に逆比例するのに対し、買回品では距離の逆数に比例すると考えられている。（距離の抵抗係数）最寄り品は距離が近いことが優先されるのに対し、買回品では相対的に店舗の魅力度が優先されることを示している。

ハフモデルは「近くて魅力度の高い店舗ほど顧客を吸引できる」という仮定のもと、競合店やターゲット顧客や世帯が住んでいる地域の位置関係を加味した、店舗の需要予測を行う分析手法です。また、複数項目で魅力度を定義し、直線距離でなく道路距離や道路時間を用いたハフモデルである「アドバンス ハフ モデル」を行うことで、高精度な分析が実現できます。



距離抵抗係数

ハフモデルの計算式で表される距離抵抗係数を調整することで、買い回り品と最寄り品の調整を行うことができます。たとえば、食料品などの最寄り品では距離抵抗係数が高くなり、家具などの買い回り品では距離抵抗係数が低くなります。経済産業省（旧通商産業省）が規定をした「修正ハフモデル」は、距離抵抗係数を 2.0 に設定したハフモデルです。

ハフモデルの計算式

ハフモデルは以下の計算式で表されます。

$$\text{吸引率} = \frac{\text{魅力度} / \text{距離}^\alpha}{\sum (\text{魅力度} / \text{距離}^\alpha)}$$

※ α：距離の抵抗係数

α = 距離の離れているサイトの確率を低減させるために、距離に適用される指数。通常 1.5 から 2.0 までの値を指定します。

