

平成 26 年度
地域購買動向調査報告書の概要

平成27年3月

栃木県産業労働観光部

目次

第 1 調査の概要	1
1-1 調査の目的.....	1
1-2 調査時点.....	1
1-3 調査対象及び標本数.....	1
1-4 調査方法.....	1
1-5 調査項目.....	1
1-6 調査票の配布・回収状況.....	1
1-7 市町村の区分及び人口・世帯数.....	1
第 2 調査結果の概要	2
2-1 調査対象世帯の状況.....	2
2-2 購買動向.....	3
2-3 商店街・一般商店の利用頻度.....	8
2-4 通信販売等の利用.....	11
第 3 市町村別の商圈	14
3-1 市町村別の商圈の状況.....	14

第 1 調査の概要

1-1 調査の目的

県内消費者の購買動向を的確に把握するため、消費者の購買行動範囲、利用店舗の形態及び交通方法等を調査し、地域小売商業者の経営の活性化に必要な店づくり、商店街づくり、販売促進等の基礎資料とするほか、行政機関、支援機関における支援資料として活用することを目的とする。

1-2 調査時点

平成 26 年 7 月 1 日現在。

1-3 調査対象及び標本数

県内の市町立中学校（158 校）の第 1 学年在学生の全世帯 17,907 件。

1-4 調査方法

各市町立中学校の協力により、学校を介してアンケート調査票の配布・回収。

1-5 調査項目

図表－1 調査項目一覧

項目		概要
問1	基本属性Ⅰ	居住地、通学している中学校
問2	基本属性Ⅱ	家族人数、世帯主の職業、年齢、所得の担い手
問3	購買行動の状況	商品別買物場所別の買物割合、店舗形態、買物理由 買物場所別の利用交通機関、買物頻度
問4	商店街等の利用状況	商店街・一般商店の利用頻度、買物理由、商店街での買物条件
問5	通信販売等の利用状況	通信販売等の利用の有無、買物方法、買物比率、購入理由、 購入頻度、今後の利用見込み

1-6 調査票の配布・回収状況

【配布世帯数】 17,907 世帯

【回収世帯数】 12,968 世帯

【回収率】 72.4%

【有効回答世帯数】 12,819 サンプル

【有効回答率】 71.6%

1-7 市町村の区分及び人口・世帯数

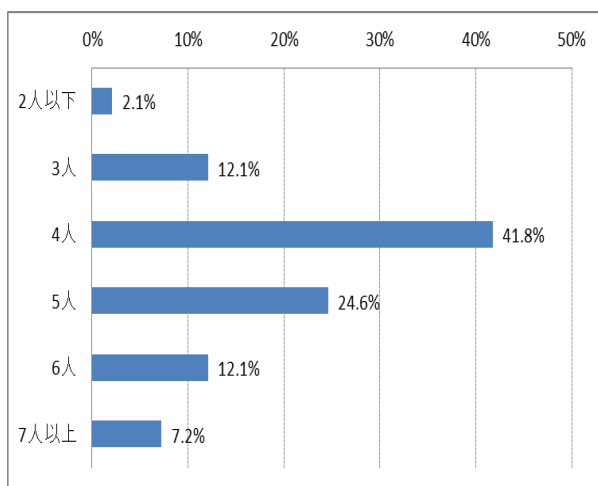
この報告書で用いる市町村の区分は、原則として、平成 17 年の市町村合併以前の区分（49 市町村）による。

第2 調査結果の概要

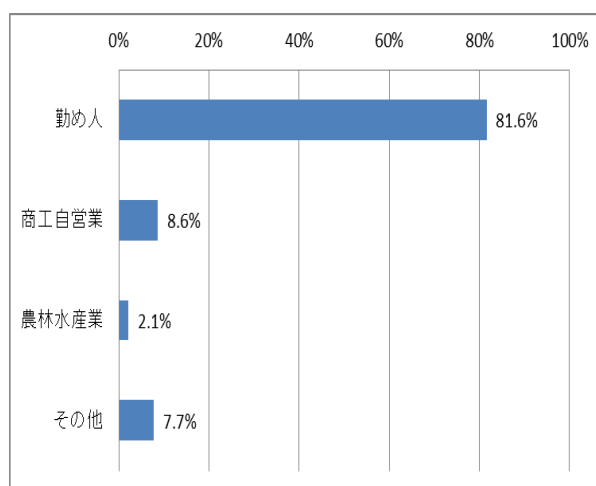
2-1 調査対象世帯の状況

- ・ 家族数（図表-2）では、「4人」が41.8%と最も多く、次いで「5人」（24.6%）、「3人」「6人」（ともに12.1%）等となっている。
- ・ 世帯主の職業（図表-3）では、「勤め人」が81.6%と最も多くなっている。
- ・ 世帯主の年齢（図表-4）では、「40～44歳」が35.0%と最も多く、次いで「45～49歳」（24.1%）、「39歳以下」（19.6%）等となっている。
- ・ 所得の担い手の割合（図表-5）では、「主に2人」が50.9%と最も多く、次いで「主に1人」（42.7%）等となっている。

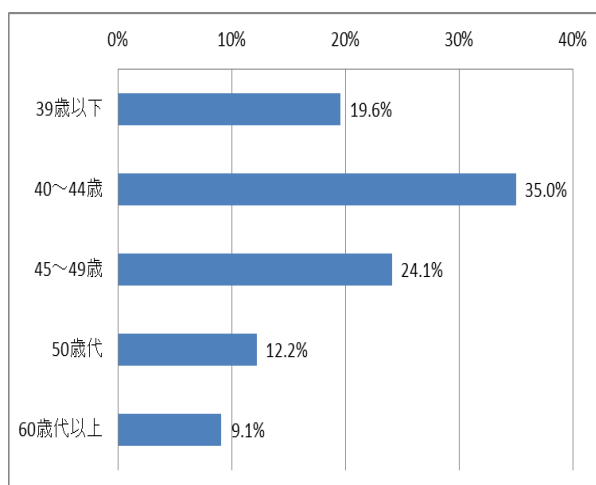
図表-2 家族数の割合（n=12,778）



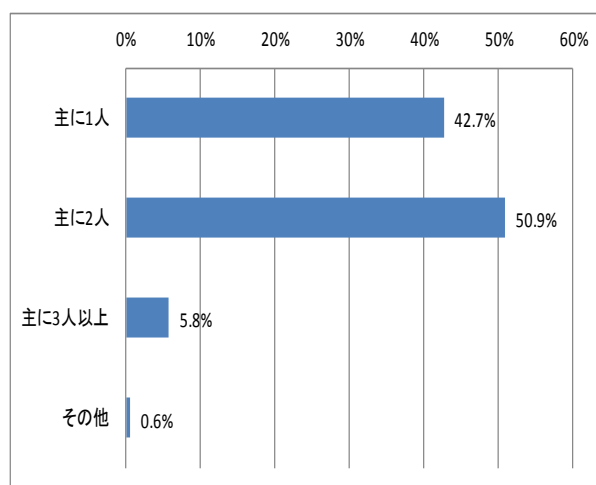
図表-3 世帯主の職業割合（n=12,712）



図表-4 世帯主の年齢（n=12,735）



図表-5 所得の担い手の割合（n=12,650）



2-2 購買動向

(1) 地元購買率

- ・ 栃木県内の購買率（商品総合）は96.2%となり、前回調査（平成21年度：96.8%）より0.6ポイント低下した。
- ・ 市町村別の地元購買率は、宇都宮市が97.2%と最も高く、次いで佐野市（89.7%）、小山市（84.6%）、黒磯市（80.7%）等となっている。
- ・ 地元購買率が低い市町村は、栗山村が0.3%と最も低く、次いで湯津上村（0.6%）、塩原町（2.1%）等となっている。

図表－6 市町村別地元購買率

<購買率の高い順>

市町村名				市町村名			
21年度調査	26年度調査	増減幅 26年度-21年度	(%)	21年度調査	26年度調査	増減幅 26年度-21年度	(%)
栃木県	96.8	96.2	▲ 0.6				
1 宇都宮市	97.4	97.2	▲ 0.2	26 那須町	18.3	17.2	▲ 1.1
2 佐野市	87.6	89.7	2.1	27 岩舟町	15.3	17.1	1.8
3 小山市	86.6	84.6	▲ 2.0	28 粟野町	15.1	16.5	1.4
4 黒磯市	80.3	80.7	0.4	29 上三川町	24.6	16.4	▲ 8.2
5 足利市	85.0	79.9	▲ 5.1	30 小川町	17.8	15.1	▲ 2.7
6 栃木市	80.5	75.5	▲ 5.0	31 藤岡町	18.4	14.8	▲ 3.6
7 大田原市	85.2	74.3	▲ 10.9	32 馬頭町	15.1	14.5	▲ 0.6
8 今市市	72.1	68.4	▲ 3.7	33 二宮町	15.2	13.8	▲ 1.4
9 真岡市	80.4	68.1	▲ 12.3	34 西方町	11.4	13.4	2.0
10 西那須野町	57.3	66.7	9.4	35 市貝町	13.6	11.8	▲ 1.8
11 鹿沼市	69.4	64.2	▲ 5.2	36 茂木町	21.7	11.5	▲ 10.2
12 氏家町	64.6	62.9	▲ 1.7	37 日光市	7.7	9.7	2.0
13 矢板市	69.5	56.9	▲ 12.6	38 喜連川町	11.6	9.4	▲ 2.2
14 烏山町	54.9	52.2	▲ 2.7	39 南那須町	10.2	8.4	▲ 1.8
15 大平町	37.2	44.4	7.2	40 藤原町	5.9	7.5	1.6
16 南河内町	42.5	40.9	▲ 1.6	41 足尾町	9.7	7.1	▲ 2.6
17 益子町	34.6	38.1	3.5	42 葛生町	9.9	6.8	▲ 3.1
18 壬生町	37.2	36.8	▲ 0.4	43 上河内町	11.4	6.0	▲ 5.4
19 石橋町	32.4	32.8	0.4	44 都賀町	7.3	5.5	▲ 1.8
20 野木町	32.1	30.9	▲ 1.2	45 塩谷町	10.0	5.2	▲ 4.8
21 高根沢町	34.7	28.4	▲ 6.3	46 黒羽町	11.0	5.0	▲ 6.0
22 芳賀町	20.7	25.5	4.8	47 塩原町	4.5	2.1	▲ 2.4
23 田沼町	23.4	23.2	▲ 0.2	48 湯津上村	1.0	0.6	▲ 0.4
24 河内町	19.2	19.0	▲ 0.2	49 栗山村	0.0	0.3	0.3
25 国分寺町	14.7	18.7	4.0				

※人口加重平均の地元購買率（H21 66.3%、H26 61.3%）

※人口加重平均の地元購買率は、「居住市町村で買物をする人の計」を「県人口」で割ることによって得られる数である。具体的な計算式は以下のとおりである。

$$\text{県全体の地元購買率}[\%] = \frac{\sum (\text{各市町村の地元購買率} \times \text{各市町村の人口})}{\text{県人口}} \times 100$$

- ・ 地元購買率が上昇した市町村は3市10町1村となっており、前回調査（平成21年度：3市8町）と比べて、2町1村増加している。
- ・ この14市町村のうち、6市町（大平町、芳賀町、益子町、佐野市、西方町、黒磯市）については、前回調査に引き続き、地元購買率が上昇している。

図表一七 地元購買率の増減幅上位10市町村

順位	上昇		低下	
1	西那須野町	9.4	矢板市	▲ 12.6
2	大平町	7.2	真岡市	▲ 12.3
3	芳賀町	4.8	大田原市	▲ 10.9
4	国分寺町	4.0	茂木町	▲ 10.2
5	益子町	3.5	上三川町	▲ 8.2
6	佐野市	2.1	高根沢町	▲ 6.3
7	日光市	2.0	黒羽町	▲ 6.0
8	西方町	2.0	上河内町	▲ 5.4
9	岩舟町	1.8	鹿沼市	▲ 5.2
10	藤原町	1.6	足利市	▲ 5.1

(2) 県外への流出状況

- ・ 「外食を除く10商品合計」及び「外食」について、いずれかの県外流出率が5%以上である市町村は2市6町となっており、前回調査（平成21年度：2市5町）と比べて、1町（足尾町）増加している。
- ・ 商品別の流出率をみると、最寄品※1よりも買回り品※2の流出率が比較的高くなっている。

※1「最寄品」・・・日常生活の中で購入頻度が高く、近くの商店で購入される商品

※2「買回り品」・・・購入頻度が比較的低く、品質やデザイン・ブランド・価格などを比較検討する商品

図表一八 県外への流出状況

（県外への流出率が5%以上である市町）

	地域	主な流出県	10商品			外食			(参考) 地元購買率 (%)
			今回調査 (%)	前回調査 (%)	増減 (ポイント)	今回調査 (%)	前回調査 (%)	増減 (ポイント)	
野木町	県南	茨城県	48.9	48.3	0.6	56.3	49.7	6.6	30.9
茂木町	県央	茨城県	19.7	19.4	0.3	25.2	25.5	▲ 0.3	11.5
那須町	県北	福島県	18.0	20.5	▲ 2.5	22.1	22.5	▲ 0.4	17.2
足尾町	県北	群馬県	16.1	-	-	27.5	-	-	7.1
足利市	県南	群馬県	15.0	10.5	4.5	16.7	15.1	1.6	79.9
藤岡町	県南	群馬県	9.7	13.5	▲ 3.8	11.4	14.4	▲ 3.0	14.8
二宮町	県央	茨城県	8.4	6.8	1.6	11.5	13.8	▲ 2.3	13.8
小山市	県南	茨城県	5.1	5.4	▲ 0.3	4.5	4.3	0.2	84.6

※前回調査では調査対象の品目数が9商品であったことに留意。

図表-9 市町村別・商品別地元購買率

(%)

	有効回答数	①食料品	②家電製品	③日用雑貨・台所用品	④医薬品・化粧品	⑤日用衣料（普段着）	⑥ファッション衣料（外出着）	⑦装飾品（時計、アクセサリー）・靴・カバン	⑧書籍・文具	⑨スポーツ用品・玩具・CD/DVD	⑩贈答品	⑪⑩合計	⑪外食	⑫⑪総合計
1. 宇都宮市	2,848	95.8	98.6	96.7	97.3	96.5	95.9	96.0	98.0	98.1	98.3	97.1	97.7	97.2
2. 足利市	837	89.0	92.8	91.0	91.6	70.1	56.7	56.5	87.7	92.4	70.1	80.0	78.8	79.9
3. 栃木市	584	84.0	82.0	83.6	92.8	73.1	50.2	52.3	91.3	60.2	74.1	75.1	79.6	75.5
4. 佐野市	494	94.4	93.8	94.5	96.8	88.2	81.6	82.4	96.4	77.2	89.8	89.7	90.0	89.7
5. 鹿沼市	653	86.4	71.5	88.2	88.1	52.9	32.8	35.1	84.7	41.6	51.0	64.0	66.4	64.2
6. 日光市	67	32.5	0.8	19.8	27.1	1.5	1.0	0.4	1.3	1.3	5.9	9.7	9.3	9.7
7. 今市市	361	89.3	79.0	86.9	88.4	67.8	49.6	47.3	82.6	33.9	56.8	69.2	59.7	68.4
8. 小山市	979	87.5	92.8	88.6	91.0	82.8	69.8	70.3	88.7	92.6	75.9	84.2	88.6	84.6
9. 真岡市	545	91.3	85.4	91.4	89.7	67.6	40.2	37.1	81.4	54.9	33.6	68.1	68.2	68.1
10. 大田原市	464	73.9	71.6	80.8	84.4	74.7	62.4	61.6	83.4	61.1	85.0	74.1	76.8	74.3
11. 矢板市	207	83.3	55.5	85.2	88.3	42.9	26.4	27.3	78.2	36.0	36.9	57.7	48.9	56.9
12. 黒磯市	377	93.2	94.5	94.0	94.8	79.0	64.4	69.5	93.1	58.3	61.9	81.2	76.0	80.7
13. 上三川町	302	52.2	5.1	41.7	32.4	2.7	2.0	1.0	18.7	2.1	7.4	16.8	11.6	16.4
14. 南河内町	162	66.9	0.8	68.9	77.5	35.1	16.2	6.6	69.4	48.9	13.8	41.3	37.0	40.9
15. 上河内町	70	29.3	0.4	21.5	0.4	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	2.4	6.4	2.6	6.0
16. 河内町	275	52.1	4.0	42.2	42.3	20.6	6.9	4.8	12.3	3.7	5.8	19.9	10.4	19.0
17. 西方町	41	55.0	7.4	21.9	21.9	3.9	3.6	3.6	4.2	2.2	8.3	14.2	5.3	13.4
18. 粟野町	28	46.0	0.4	55.9	47.9	3.8	3.9	0.0	10.0	4.1	2.0	17.6	6.1	16.5
19. 足尾町	10	19.8	1.3	3.5	0.0	5.1	7.0	6.7	9.1	2.9	10.4	6.8	10.0	7.1
20. 二宮町	125	32.1	0.6	35.4	48.4	0.1	0.0	0.1	12.1	1.3	3.7	14.3	8.1	13.8
21. 益子町	199	60.1	22.8	59.8	61.8	38.2	18.8	15.1	54.8	31.7	29.7	40.1	18.2	38.1
22. 茂木町	87	49.2	4.3	33.6	7.3	1.9	0.3	0.9	4.7	4.1	9.8	11.9	7.6	11.5
23. 市貝町	99	36.1	2.2	29.4	23.4	5.4	4.3	1.9	7.3	0.8	7.0	12.1	8.8	11.8
24. 芳賀町	131	59.5	1.5	59.0	66.7	26.6	13.7	6.2	17.6	3.8	16.6	27.2	8.2	25.5
25. 壬生町	244	73.7	12.4	67.7	72.6	29.6	14.1	9.3	57.5	7.9	15.4	37.1	33.1	36.8
26. 石橋町	231	67.0	3.4	57.6	64.2	43.3	21.8	13.6	34.6	10.5	14.0	34.0	20.8	32.8
27. 国分寺町	144	50.2	4.6	34.0	32.5	10.8	3.2	2.7	21.4	13.3	8.9	18.8	17.4	18.7
28. 野木町	132	68.1	4.9	58.2	66.3	26.1	12.6	8.0	48.4	5.0	14.7	32.2	17.8	30.9
29. 大平町	224	81.3	56.7	85.5	83.5	10.7	5.1	6.0	71.4	48.1	16.7	47.4	13.5	44.4
30. 藤岡町	119	28.2	2.8	27.3	40.0	22.6	12.9	5.2	2.9	1.2	4.2	15.7	5.6	14.8
31. 岩舟町	108	41.8	0.7	32.3	38.4	23.1	8.6	2.0	6.0	0.0	13.1	18.0	8.0	17.1
32. 都賀町	92	25.6	2.7	10.5	2.6	1.3	1.2	1.3	2.0	1.7	3.3	5.5	5.2	5.5
33. 栗山村	7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	0.3
34. 藤原町	53	36.2	0.0	17.3	2.7	0.0	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0	6.3	19.6	7.5
35. 塩谷町	91	29.9	2.0	12.9	0.3	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	3.9	5.3	4.6	5.2
36. 氏家町	138	89.8	67.9	89.1	91.4	57.5	31.0	31.5	87.6	45.9	31.6	63.1	60.1	62.9
37. 高根沢町	186	63.7	4.4	52.3	63.3	25.8	11.9	10.8	24.0	13.9	9.9	28.6	26.1	28.4
38. 喜連川町	55	41.7	1.4	22.1	15.0	1.3	0.4	0.4	5.2	0.9	5.6	10.0	3.2	9.4
39. 南那須町	72	36.3	2.1	21.4	12.6	0.0	0.0	0.0	3.5	0.0	4.1	8.6	6.1	8.4
40. 烏山町	83	77.1	53.4	82.8	81.0	42.5	29.0	28.8	66.3	33.2	37.2	53.3	40.2	52.2
41. 馬頭町	77	47.3	1.5	35.2	20.8	2.5	0.3	0.2	19.0	0.3	21.5	15.4	5.6	14.5
42. 小川町	35	44.7	0.7	45.4	55.1	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0	9.0	16.4	2.8	15.1
43. 湯津上村	26	3.1	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	1.9	0.6
44. 黒羽町	45	25.8	2.0	11.3	6.6	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	0.8	5.2	3.5	5.0
45. 那須町	100	43.9	1.5	40.7	30.6	6.7	3.9	3.3	12.4	1.3	21.5	17.1	17.5	17.2
46. 西那須野町	349	78.2	84.7	77.7	79.8	51.0	35.3	41.3	83.3	76.3	40.1	66.3	70.9	66.7
47. 塩原町	58	6.0	0.2	4.3	0.2	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	1.4	1.3	9.7	2.1
48. 田沼町	168	52.0	2.2	44.8	56.7	19.1	10.8	8.0	13.4	8.0	14.8	23.6	19.0	23.2
49. 葛生町	37	30.3	6.0	19.3	3.0	0.0	0.0	0.6	0.8	0.3	4.9	6.6	9.0	6.8

(3) 店舗形態

- ・ 店舗形態の利用状況をみると、居住市町村では、「専門チェーン店」が40.4%と最も多く、次いで「百貨店・総合スーパー」(30.6%)、「スーパー」(15.3%)となっている。
- ・ 居住市町村以外では、「百貨店・総合スーパー」が46.4%と最も多く、次いで「専門チェーン店」(35.3%)となっている。

図表－10 居住・非居住別店舗形態利用状況（11商品総合）

(%)

	居住市町村で 買物をする形態	居住市町村以外で 買物をする形態
百貨店・総合スーパー	30.6	46.4
スーパー	15.3	7.1
ホームセンター	5.1	4.1
専門チェーン店	40.4	35.3
コンビニエンスストア	0.4	0.1
一般商店・飲食店	8.2	7.0
計	100.0	100.0

※着色は、居住地・非居住地別で、最も利用の多い形態を示す。

(4) 買物理由

- ・ 買物理由をみると、居住市町村では、「自宅から近い」が21.3%と最も多く、次いで「値段が安い店舗がある」(21.1%)、「品揃えが豊富な店舗がある」(17.0%)となっている。
- ・ 居住市町村以外では、「品揃えが豊富な店舗がある」が23.5%と最も多く、次いで「値段が安い店舗がある」(22.1%)、「品質が良い店舗がある」(13.6%)となっている。

図表－11 居住・非居住別買物理由（11商品総合）

(%)

	居住市町村で 買物をする理由	居住市町村以外で 買物をする理由
値段が安い店舗がある	21.1	22.1
品質が良い店舗がある	8.5	13.6
駐車場がある（広い）	7.7	8.0
交通の便がいい	4.1	4.3
自宅から近い	21.3	8.8
勤務先から近い	2.1	2.1
品揃えが豊富な店舗がある	17.0	23.5
夜遅くまで営業している店舗がある	3.2	2.4
雰囲気・接客態度が良い店舗がある	2.3	2.7
様々なものをまとめて購入できる	7.0	7.9
買い物に関する情報が得やすい	2.0	1.8
他に適当な店舗がない	3.7	2.7
計	100.0	100.0

※着色は、居住地・非居住地別で、多い買物理由の上位3位までを示す。

(5) 利用交通機関

- ・ 利用交通機関をみると、居住市町村で買物をする場合では、「自家用車」が93.1%と最も多く、次いで「徒歩・自転車・バイク」(5.4%)、「鉄道」(0.7%)となっている。
- ・ 居住市町村以外で買物をする場合では、「自家用車」が93.3%と最も多く、次いで「鉄道」(4.2%)、「その他」(1.7%)となっている。

図表－12 居住・非居住別利用交通機関

(%)

	居住市町村で 買物をする場合		居住市町村以外で 買物をする場合	
	今回調査	前回調査	今回調査	前回調査
自家用車	93.1	92.9	93.3	97.7
徒歩・自転車・バイク	5.4	6.4	0.5	0.8
バス	0.5	0.4	0.3	0.2
鉄道	0.7	0.1	4.2	1.1
その他	0.3	0.2	1.7	0.2
計	100.0	100.0	100.0	100.0

※着色は、居住地・非居住地別で、最も多い利用交通機関を示す。

(6) 買物頻度

- ・ 買物頻度をみると、居住市町村で買物をする場合では、「週に2～3回程度」が21.3%と最も多く、次いで「月に2～3回程度」(18.1%)、「月に1回程度」(17.3%)となっている。
- ・ 居住市町村以外で買物をする場合では、「月に1回程度」が26.6%と最も多く、次いで「年に数回」(25.8%)、「月に2～3回程度」(20.4%)となっている。

図表－13 居住・非居住別買物頻度

(%)

	居住市町村で 買物をする場合		居住市町村以外で 買物をする場合	
	今回調査	前回調査	今回調査	前回調査
ほぼ毎日	16.4	7.7	6.0	1.9
週に2～3回程度	21.3	22.1	8.9	7.4
週に1回程度	15.5	27.4	12.3	19.0
月に2～3回程度	18.1	-	20.4	-
月に1回程度	17.3	29.7	26.6	41.5
年に数回	11.3	13.1	25.8	30.1
計	100.0	100.0	100.0	100.0

※着色は、居住地・非居住地別で、最も多い利用頻度を示す。

※「月に2～3回程度」は今回調査から追加した。

2-3 商店街・一般商店の利用頻度

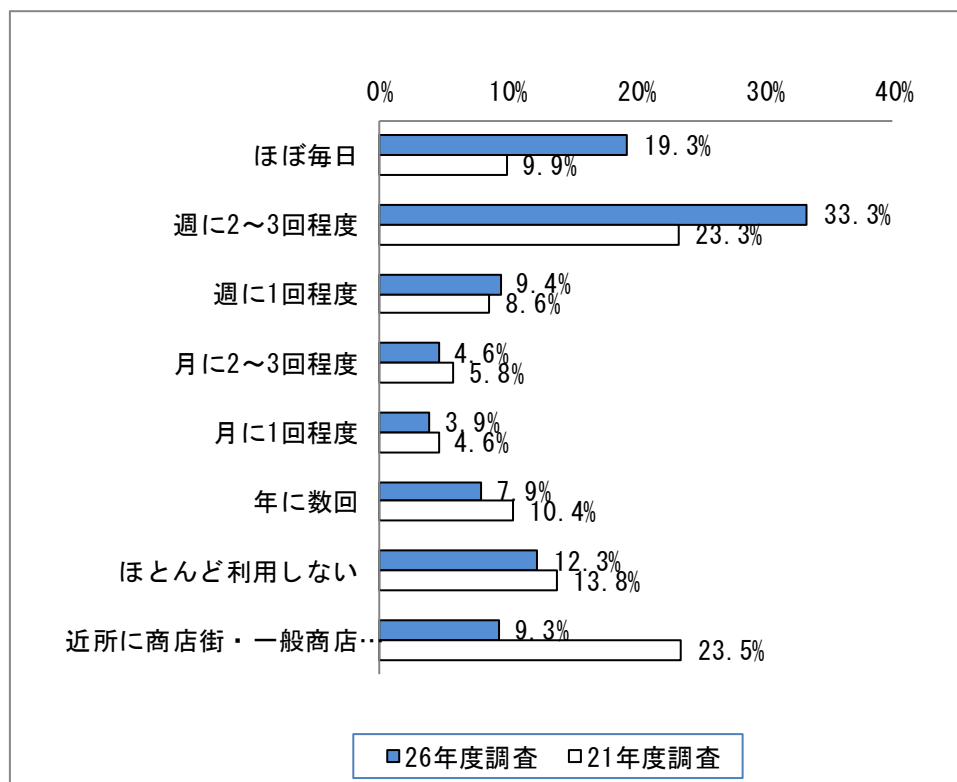
(1) 利用頻度

- ・ 近くにある商店街・一般商店※の利用頻度をみると、「週に2～3回程度」が33.3%と最も多く、次いで「ほぼ毎日」(19.3%)、「ほとんど利用しない」(12.3%)となっている。
- ・ 前回調査と比較すると、「週に2～3回程度」(23.3%→33.3%)が10.0ポイント上昇、「ほぼ毎日」(9.9%→19.3%)が9.4ポイント上昇となった。
- ・ 「近所に商店街・一般商店がない」(23.5%→9.3%)が14.2ポイント低下している。
- ・ 市町村別でみると、「足尾町」では「週に1回程度」が30.0%と最も多くなっている。
- ・ 「栗山村」(42.9%)、「湯津上村」(28.0%)では「近所に商店街・一般商店がない」が最も多くなっている。

※一般商店とは、商店街や住宅街で店を構える個人商店をいう（精肉店、八百屋、飲食店等）

図表-14 近くにある商店街等の利用頻度（全体）（n=12,674）

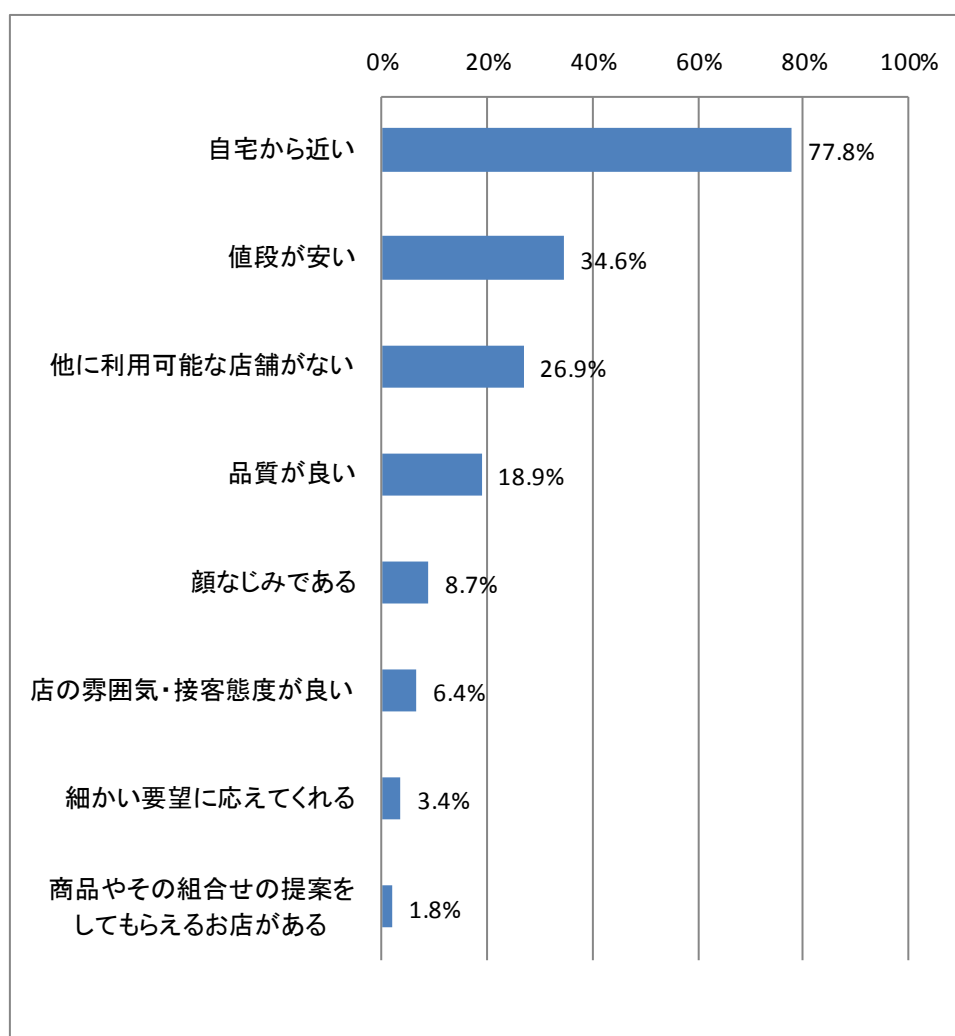
<前回調査との比較>



(2) 買物をする理由

- ・ 近くの商店街・一般商店で買物をする理由をみると、「自宅から近い」が77.8%と最も多く、次いで「値段が安い」(34.6%)、「他に利用可能な店舗がない」(26.9%)となっている。
- ・ 一方、「店の雰囲気・接客態度が良い」(6.4%)、「細かい要望に応じてくれる」(3.4%)、「商品やその組み合わせの提案をしてもらえるお店がある」(1.8%)など、本来、商店街や一般商店の特性といえる点が低い結果となっている。

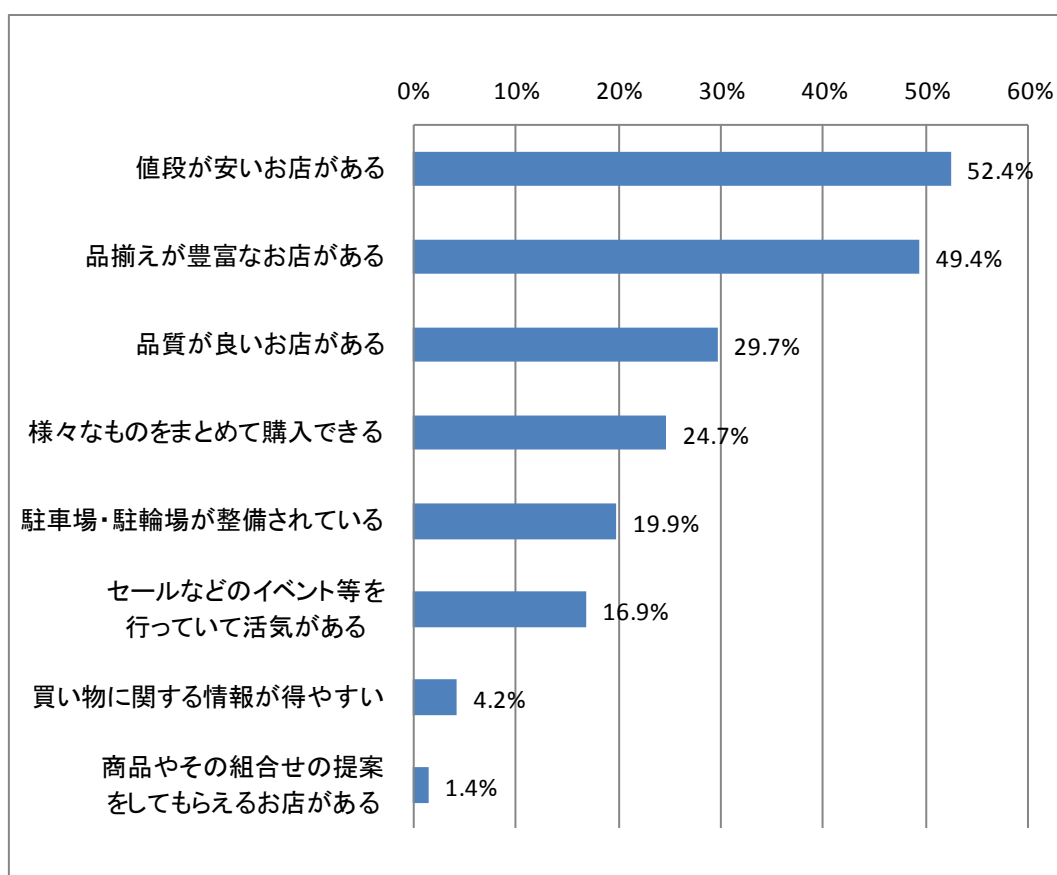
図表-15 近くの商店街・一般商店で買物をする理由（全体）
(n=11,090 2つまで選択)



(3) 買物をしたくなる条件

- ・ 近くの商店街・一般商店で買物したくなる条件をみると、「値段が安いお店がある」が52.4%と最も多く、次いで「品揃えが豊富なお店がある」(49.4%)、「品質が良いお店がある」(29.7%)となっている。

図表－16 近くの商店街・一般商店で買物をしたくなる条件（全体）
(n=12,173 2つまで選択)



2-4 通信販売等の利用

(1) 利用状況

- ・ 通信販売等の利用状況を「10 商品総合」で見ると、「利用する」が 29.4%、「利用しない」が 70.6%となり、約 3 割の人が通信販売等を利用している。
- ・ 商品別にみると、「⑤日用衣料（普段着）」が 39.6%と最も多く、次いで「⑥ファッション衣料（外出着）」（35.9%）、「⑨スポーツ用品・玩具・CD/DVD」（34.4%）となっている。
- ・ 商品別の買物方法をみると、「①食料品」は「生協・農協による定期宅配」（22.8%）、「②家電製品」は「インターネットショッピング（モール）」（11.8%）、「③日用雑貨・台所用品」は「生協・農協による定期宅配」（6.7%）、「④医薬品・化粧品」は「インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）」（9.7%）、「⑤日用衣料（普段着）」は「通販カタログ」（20.3%）、「ファッション衣料（外出着）」は「通販カタログ」（16.3%）、「⑦装飾品（時計、アクセサリ）・靴・カバン」は「インターネットショッピング（モール）」（11.0%）、「⑧書籍・文具」は「インターネットショッピング（モール）」（14.4%）、「⑨スポーツ用品・玩具・CD/DVD」は「インターネットショッピング（モール）」（18.2%）、「⑩贈答品」は「インターネットショッピング（モール）」（8.4%）、「10 商品総合」は「インターネットショッピング（モール）」（9.7%）がそれぞれ最も多くなっている。

図表-17 通信販売等利用状況（n=12,819）

	① 食料品	② 家電製品	③ 日用雑貨・ 台所用品	④ 医薬品・ 化粧品	⑤ 日用衣料（ 普段着）	⑥ ファッション 衣料 （外出着）	⑦ 装飾品・ 時計・ アクセサリ ・靴・ カバン	⑧ 書籍・ 文具	⑨ CD/DVD 用品・ 玩具・	⑩ 贈答品	10 商品総合
通信販売等を利用する	32.9	26.6	20.8	28.5	39.6	35.9	27.6	25.5	34.4	22.0	29.4
生協・農協による定期宅配	22.8	0.2	6.7	1.6	2.7	1.1	0.8	1.4	0.8	1.4	3.9
ネットスーパー等による宅配	1.2	0.8	0.6	0.6	0.4	0.4	0.6	0.9	1.2	0.6	0.7
通販カタログ	1.5	2.1	4.0	8.4	20.3	16.3	6.9	0.8	0.9	4.0	6.5
新聞等の折り込みチラシ・広告記事	0.7	1.4	0.6	1.3	0.5	0.3	0.3	0.2	0.3	0.3	0.6
テレホンショッピング（テレビ・ラジオ）	0.3	2.8	0.4	1.0	0.2	0.3	0.4	0.1	0.2	0.1	0.6
インターネットショッピング（モール）	3.5	11.8	5.8	6.0	8.4	9.1	11.0	14.4	18.2	8.4	9.7
インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）	2.9	7.7	2.7	9.7	7.1	8.5	7.6	7.7	12.9	7.2	7.4
利用しない	67.1	73.4	79.2	71.5	60.4	64.1	72.4	74.5	65.6	78.0	70.6
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

※着色は、商品別で、最も多い買物方法を示す。

(2) 買物比率

- ・ 買物比率をみると、すべての買物方法において、「通販など：実店舗＝1：9」（通販などでの買物は全体の1割程度）となっている。
- ・ 一方、「6：4」から「10：0」までの回答を合算すると、「インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）」は29.5%、「ネットスーパー等による宅配」は29.2%、「インターネットショッピング（モール）」は26.1%となり、買物方法によっては、約3割の人が、買物の半数以上に通信販売等を使用していることになる。

図表－18 通信販売等買物比率（10商品総合）

買物方法	買物比率											計
	10：0	9：1	8：2	7：3	6：4	5：5	4：6	3：7	2：8	1：9		
生協・農協による定期宅配	1.1	4.1	6.2	5.9	5.5	14.4	5.3	12.9	18.9	25.6	100.0	
ネットスーパー等による宅配	3.1	7.2	8.2	3.6	7.0	16.9	3.6	9.1	14.8	26.3	100.0	
通販カタログ	3.0	5.0	6.1	4.4	3.6	14.0	4.4	11.3	17.8	30.3	100.0	
新聞等の折り込みチラシ・広告記事	2.0	3.3	3.7	1.6	2.3	11.1	1.3	8.1	16.2	50.3	100.0	
テレホンショッピング (テレビ・ラジオ)	2.9	2.7	3.5	4.2	2.5	11.9	3.4	7.8	15.5	45.6	100.0	
インターネットショッピング（モール）	2.6	7.1	7.2	5.4	3.8	18.5	4.4	9.2	16.4	25.3	100.0	
インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）	3.3	8.6	8.2	5.8	3.6	18.7	3.7	9.2	15.2	23.7	100.0	

※着色は、買物方法別で、最も多い買物比率を示す。

(3) 買物理由

- ・ 買物理由をみると、「生協・農協による定期宅配」の「通販などでしか買えない商品がある」が23.3%と最も多く、次いで、「テレホンショッピング（テレビ・ラジオ）」の「通販などでしか買えない商品がある」（21.6%）、「新聞等の折り込みチラシ・広告記事」の「値段が安い」（20.4%）となっている。

図表－19 通信販売等買物理由（10商品総合・2つ回答）

買物方法	買物理由										計
	値段が安い	品揃えが豊富	通販などでしか買えない商品がある	地元では買えない商品がある	商品と比較しやすい	時間を問わず購入できる	外出する手間が省ける	荷物を持ち帰る手間が省ける	様々なものをまとめて購入できる	他に買物する方法がない	
生協・農協による定期宅配	13.1	13.1	23.3	6.3	4.7	13.2	15.6	6.3	3.9	0.3	100.0
ネットスーパー等による宅配	19.4	16.2	13.2	8.1	6.7	14.5	13.2	4.7	3.3	0.7	100.0
通販カタログ	16.1	16.5	18.7	6.9	6.4	15.2	10.4	4.7	4.7	0.6	100.0
新聞等の折り込みチラシ・広告記事	20.4	17.8	12.5	6.9	11.1	10.6	8.8	4.1	6.4	1.4	100.0
テレホンショッピング（テレビ・ラジオ）	13.6	11.9	21.6	10.9	7.0	12.7	11.3	5.7	4.3	0.9	100.0
インターネットショッピング（モール）	19.9	18.6	11.8	8.7	8.4	15.2	10.7	3.8	2.5	0.4	100.0
インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）	17.1	17.1	13.2	9.0	8.2	16.7	11.0	4.5	2.5	0.7	100.0

※着色は、買物方法別で、最も多い買物理由を示す。

(4) 購入頻度

- ・ 購入頻度をみると、「生協・農協による定期宅配」では「週に1回程度」が56.5%と多く、他は「年に数回」という回答が半数以上を占めている。

図表-20 通信販売等の購入頻度（10商品総合）

買物方法	購入頻度						計
	ほぼ毎日	週に2〜3回	週1回程度	月に2〜3回程度	月1回程度	年に数回	
生協・農協による定期宅配	0.8	4.1	56.5	9.5	11.3	17.8	100.0
ネットスーパー等による宅配	1.0	1.9	3.1	7.6	24.8	61.5	100.0
通販カタログ	0.1	0.2	0.9	2.3	19.9	76.5	100.0
新聞等の折り込みチラシ・広告記事	2.0	6.7	4.4	7.9	22.6	56.4	100.0
テレホンショッピング（テレビ・ラジオ）	0.1	0.0	0.6	3.1	12.4	83.7	100.0
インターネットショッピング（モール）	0.1	0.6	1.1	7.4	20.5	70.4	100.0
インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）	0.1	0.4	1.3	6.5	22.2	69.6	100.0

※着色は、買物方法別で、最も多い購入頻度を示す。

(5) 今後の利用

- ・ 今後の利用をみると、「現在利用している方」では「現在の利用率を維持したい」と回答した割合がすべての買物方法で多く、「現在利用していない方」では「今後も利用は考えていない」を回答した割合が多い。
- ・ 一方、「現在利用している方」で「現在の利用率を増やしたい」と「現在利用していない方」で「新たに利用を開始したい」との回答を合算した、今後の利用状況をみると、「通販カタログ」（1.9%、9.1%）が11.0%と最も多く、次いで「インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）」（3.5%、7.0%）が10.5%、「インターネットショッピング（モール）」（3.2%、6.5%）が9.7%等となっており、今後の通信販売等の利用には、潜在需要があると考えられる。

図表-21 通信販売等の今後の利用

買物方法	今後の利用							計
	現在利用している方				現在利用していない方			
	現在の利用率を増やしたい	現在の利用率を維持したい	現在の利用率を減らしたい	利用をやめたい	新たに利用を開始したい	今後も利用は考えていない		
生協・農協による定期宅配	1.9	26.0	1.7	0.8	5.2	64.4	100.0	
ネットスーパー等による宅配	1.1	6.5	0.5	0.2	8.0	83.7	100.0	
通販カタログ	1.9	41.4	4.5	0.6	9.1	42.5	100.0	
新聞等の折り込みチラシ・広告記事	1.6	16.0	1.8	0.6	5.2	74.8	100.0	
テレホンショッピング（テレビ・ラジオ）	0.5	10.1	2.1	0.7	5.1	81.5	100.0	
インターネットショッピング（モール）	3.2	35.8	2.4	0.3	6.5	51.8	100.0	
インターネットショッピング（個別店舗のホームページ）	3.5	36.8	2.1	0.2	7.0	50.4	100.0	

第3 市町村別の商圈

3-1 市町村別の商圈の状況

(1) 分析を行う市町村

- ・今回調査では、12市に、県全体の購買率に占める当該市町村の購買率（地元購買率と吸収率の和）が3.0%以上となる2町（氏家町、西那須野町）を加えた計14市町について分析を行った。

(2) 商圈等構成市町村の変化

- ・商圈の構成市町村数を前回と比較すると、増加したのは、氏家町（4町→6町）、西那須野町（1町→1市2町）、佐野市（4町→5町）の1市2町である。
- ・一方、減少したのは、真岡市（6町→4町）、足利市（1町→0）、栃木市（6町→5町）、鹿沼市（2町→1町）、大田原市（1市6町1村→1市5町1村）、矢板市（2町→1町）の6市である。なお、宇都宮市、日光市、今市市、小山市、黒磯市は構成数に変化はない。

図表-23 商圈等の構成市町村の変化（11商品総合）

	商圈					影響圏	
	第1次商圈	第2次商圈	第3次商圈	合計	増減	数	増減
1.宇都宮市	13 (11)	9 (6)	7 (12)	29 (29)	0	16 (14)	2
2.足利市	0 (0)	0 (0)	0 (1)	0 (1)	▲1	3 (2)	1
3.栃木市	2 (3)	2 (1)	1 (2)	5 (6)	▲1	4 (5)	▲1
4.佐野市	4 (4)	0 (0)	1 (0)	5 (4)	1	6 (6)	0
5.鹿沼市	1 (1)	0 (0)	0 (1)	1 (2)	▲1	5 (4)	1
6.日光市	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0	2 (1)	1
7.今市市	4 (4)	0 (0)	1 (1)	5 (5)	0	1 (1)	0
8.小山市	1 (1)	1 (1)	2 (2)	4 (4)	0	10 (8)	2
9.真岡市	1 (2)	1 (1)	2 (3)	4 (6)	▲2	3 (2)	1
10.大田原市	4 (4)	0 (2)	3 (2)	7 (8)	▲1	5 (5)	0
11.矢板市	0 (1)	1 (0)	0 (1)	1 (2)	▲1	3 (3)	0
12.黒磯市	1 (1)	0 (0)	2 (2)	3 (3)	0	6 (4)	2
13.氏家町	2 (2)	2 (1)	2 (1)	6 (4)	2	4 (6)	▲2
14.西那須野町	1 (1)	0 (0)	2 (0)	3 (1)	2	8 (5)	3

※()内は前回