

地方都市近郊地域における購買行動の特性

The specificity of the buying behavior in the suburb of the local city.

城 田 吉 孝, 稲 吉 正 実
Yoshitaka SHIROTA, Masami INAYOSHI

三重県小俣町が「中小小売商業活性化基本構想」^{註1)}を策定した際に実施した「買物に関するアンケート」^{註2)}の調査データを用いて購買行動についてデータ解析^{註3)}を行った。買物場所別購買行動としては、①近くの元町・宮川駅周辺地区で週2回程度という高頻度に食料品などの最寄品を購入する。②車での利便性の良い旧国道沿線地区では月1回から2～3回程度、家庭電化製品、家具など中心に購入する。③小規模な小売店しか立地していない明野駅前周辺地区では、近所の住民が最寄品を購入し、他の地域から買物に来ることはない。④大規模な小売店が多く立地する伊勢市には月に1回程度出かけて行き、靴・鞆、洋服・洋装品、スポーツ用品などの買回品や専門品を購入する。

さらに、この予備的とも言うべきデータ解析をもとに、商品20品目から購買回数の多い食料品、洋服・洋装品の2品目、地区別の買物頻度、場所別の買物理由について主成分分析を試み、地方都市近郊の小俣町に住む消費者としての住民の購買行動の特性について分析を行った。

キーワード：中小小売商業、購買行動、主成分分析、買物場所、買物理由
small and medium retailing, buying behavior,
principal component analysis, buying place, buying reason

はじめに

わが国の商業政策は、1960年までは自家用車がまだ普及しておらず、鉄道、路線バスによって中心地は結び付けられており、規模に応じた中心市街地の形成であった。1970年代は、高度経済成長期にあたり、駅前開発とともに都市は外部に向かって拡大した。1980年代には郊外にショッピングセンターが進出し、まちの状況が変化した。大規模小売店の出店調整は地元に影響があった。

1990年代からは、まちづくりの重要性が強調され始めた。郊外化から都市部に商業施設を設けるようになった。それは「福岡のキャナルシティ博多」^{註4)}、「恵比寿ガーデンプレイス」に見られる。

1998年、わが国の商業政策は転換期を迎えた。いわゆる「街づくり三法」の政策である。それは、都市計画法改正(1998年11月)により、従来は国で11種類の

特別用途地区を設けていたが、都市計画法に合致していれば都道府県や市町村が地域住民と一体となって、自主的に設定できるようになった。これが地域特性に応じたまちづくりを可能にした。

空洞化が進む中心市街地の活性化を図るため、地域の創意工夫を活かし、「市街地の整備改善」と「商業等の活性化」を柱とする「中心市街地活性化法」(1998年7月24日)が施行された。総合的・一体的に地域の振興と秩序ある整備を図り、市民生活の向上と市民経済の発展を図ろうとするものである。さらに、「大規模小売店舗立地法(大店立地法)」が大型店の周辺の地域における交通、騒音、廃棄物等の社会的問題に対応するため、2000(平成12)年6月1日に施行された。こうした商業環境にあって、各市町村では中小小売商業活性化基本構想を策定している。

三重県小俣町は「中小小売商業活性化基本構想」を

策定するため小俣町の住民を対象とした「買物に関するアンケート」を実施した。ここでは、消費者としての住民を対象とした「買物に関するアンケート」調査から(1)住民がどの地域に、どのような理由で商品を購入し、どのような要望を持っているか、さらに(2)食料品、洋服・洋装品について住居と買物場所の関係、(3)住居と買物場所とその頻度、(4)購買場所と買物理由との関係について、データ解析により小俣町住民・消費者としての行動を解明し、そこに住む住民と商業とが共存して豊かで魅力あるまちづくりのための指針に貢献しようとするものである。

そこで本稿は、三重県小俣町の概要、消費者購買行動の特性の分析、その分析結果から小俣町の中小小売商業の課題について論及した。

I. 三重県小俣町の概要

小俣町は三重県の中東部、伊勢平野南部の宮川左岸に位置する。人口は1960(昭和35)年以降、増加を続けている。1999(平成11)年3月現在、18,440人(男性8,964人、女性9,476人)である。就業構造は1995年でみると第1次産業は471人と年々減少し、1965年以降半数以下になっている、第3次産業は5,619人と約2.5倍以上の伸びである。小俣町の1997(平成9)年

の商業状況は卸売業48店、小売業178店、従業員は卸売業374人、小売業1,047人である。年間商品販売額は卸売業154億2900万円、小売業208億円となっている。

小俣町は伊勢市の第一次商圏に入っており、小俣町を中心とする大型店は第一種大規模小売店が10店舗、第二種大規模小売店舗は19店舗である。大型店舗の利用は約53%、中小小売店の利用は35%である。地元購買率は47%と高いほうである。^{註5)} 文化的には伊勢神宮があるが、小俣町地域では都市の要素が乏しく回遊性に欠ける。

小俣町は明野、元町、新村、相合、本町、宮前、湯田の7地区からなっている。主な鉄道交通機関は、近鉄山田線とJR参宮線である。幹線道路としては、県道鳥羽松阪線(旧国道)、国道23号線がある。

小俣町及びその周辺に立地する大規模小売店舗は、表1. 大規模小売店舗一覧、および図1. 大規模小売店舗の所在地の通りである。下記に小売商業施設の主な立地状況を述べる。

- ・大規模店舗の立地状況(1種と2種の境界店舗面積3000平方メートル)

旧国道沿いに駐車場を完備した大型店舗が立地し、玉城町には大型のショッピングセンターと家具店が立地している。伊勢市郊外、国道23号線沿いにも駐



図1. 大規模小売店舗の所在地

第1種大規模小売店舗

平成11年10月現在

	店舗の名称	所在地	店舗面積
1	玉城町ジャスコ	玉城町井倉カリコ334	8,950 m ²
2	丸大家具	玉城町世古	4,900 m ²
3	ギガスカンサス	玉城町久保251	5,000 m ²
4	道具辰	伊勢市上地町788	4,230 m ²
5	あさや	伊勢市一之木1-2046	3,585 m ²
6	三交百貨店伊勢店	伊勢市宮後1-1-1	11,734 m ²
7	ペリー御園	御園村長屋溝畑2136	5,840 m ²
8	ララパーク	伊勢市小木町曾根530	13,066 m ²
9	岡本総本店伊勢店	伊勢市神久2-912-1	4,200 m ²
10	ジャスコ桶部店	伊勢市桶部町2160	20,507 m ²

建設中または出店計画の大規模小売店舗

	店舗の名称	所在地	店舗面積
1	ハローマック・マックハウス小俣店	小俣町湯田896	999 m ²
2	ユーストア伊勢店	伊勢市上地町川西3118-1	6,891 m ²

第2種大規模小売店舗

	店舗の名称	所在地	店舗面積
1	ミスタージョン玉城店	玉城町世古東沢195	2,994 m ²
2	しまむら玉城店	玉城町世古東沢195	998 m ²
3	スーパーセンター玉城	玉城町世古308	2,004 m ²
4	マンヨー伊勢店	小俣町湯田218	756 m ²
5	キンロー伊勢西店	小俣町湯田266	978 m ²
6	グッディ勝田店	玉城町勝田橋上4872	1,281 m ²
7	玉城デパート	玉城町丸214-2	1,493 m ²
8	エイデン伊勢店	伊勢市上地町卯起2680	1,900 m ²
9	牛虎小俣ショッピングセンター	小俣町元町509-1	750 m ²
10	メンズファッショントリイ	小俣町宮前680	697 m ²
11	フレックス小俣	小俣町宮前296-1	1,277 m ²
12	洋服の青山	小俣町宮前688-1	809 m ²
13	Bax伊勢店	伊勢市中須町858	2,800 m ²
14	生鮮市場ペリー上口店	伊勢市浦口1-954	731 m ²
15	牛虎コア	伊勢市常磐2-1-11	1,416 m ²
16	北條うば車伊勢本店	伊勢市宮町1-3-10	735 m ²
17	ミスタージョン伊勢店	御園村大中島	2,100 m ²
18	牛虎ハイジー	伊勢市船江3-16-4	2,976 m ²
19	生鮮市場ペリー船江店	伊勢市船江3-11-6	803 m ²
20	ファッションプラザMINOYA	伊勢市吹上1-3-26	1,000 m ²
21	フレックス勢田店	伊勢市藤里町岩崎692	1,064 m ²
22	宇治山田ショッピングセンター	伊勢市岩瀬2-2-18	1,077 m ²
23	共栄家具	伊勢市岩瀬2-6-2	1,430 m ²
24	イセヤ家具	伊勢市神久2-6-13	927 m ²
25	ショッピングプラザやまと町店	伊勢市神田久志本1784	940 m ²
26	生鮮市場ペリー倭町店	伊勢市神田久志本1784-1	995 m ²
27	宮脇書店	伊勢市中村町36-2	730 m ²

表1. 大規模小売店舗一覧

車場を完備した大型店舗がある。

・元町・宮川駅前周辺地区

J R 宮川駅前周辺は空き店舗がめだち衰退傾向にある。また、小規模な個人商店が点在し、駐車場も少ない。旧商店街であるが、現在は空洞化している。元町は、ショッピングセンターを核に商業が小規模集積、駐車場が比較的完備されている。近隣に小俣町役場がある。

・明野駅前周辺地区

近鉄山田線明野駅前には、比較的小規模な食品スーパーや家電などの店舗が点在して数件あるのみである。近くに陸上自衛隊明野航空学校と、県立明野高校がある。

・旧国道沿線地区（湯田、本町、宮前）

ショッピングセンター、自動車、洋服、家具、家電等の大規模店舗が立地する。それらの大規模な店舗は広い駐車場を持っている。宮川にかかる度会橋近くの宮前周辺には店舗やオフィスが並んで立地している。

II. 小俣町住民の購買行動特性

アンケート調査の質問項目の回答データを用いて主成分分析を行い、導出された第1主成分および第2主成分の意味の解釈を行った。さらに、この主成分分析の結果をもとに、各地区の特性や、質問項目に対する回答のクロス集計の結果などを勘案し、詳細な分析を

試みた。主成分分析の結果をもとにクロス集計をすることによって、主要な特性を容易に把握することができた。

1. 買物場所別購買行動の特性

小俣町の買物地域は、(1)元町・宮川駅前周辺地区 (2)明野駅前周辺地区 (3)旧国道沿線地区 (4)伊勢市地域 (5)玉城町地域の5地域に分けられる（図2.買物場所を参照）。

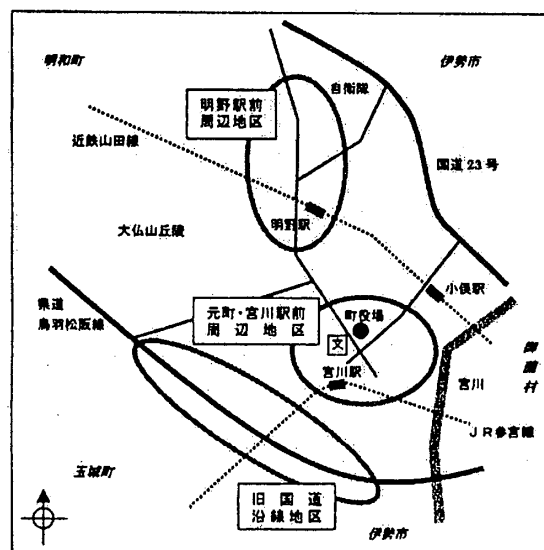


図2. 買物場所

「住民の買物場所の選定理由」、「店に対する要望」、「住所」を問う質問項目についての分析結果を次に示す。

(1) 元町・宮川駅前周辺地区の小売店

主成分分析の結果を表2に示す。第1主成分の負荷量が大きい項目としては、住所が「明野」であること、元町・宮川へ買物に行く頻度が「月2～3回以下」と少ないこと、「車の利便性」がよいことなどである。一方、マイナスの値が大きい項目としては、住所が「元町」であること、元町・宮川へ「週2回以上」高頻度に買物に行くこと、元町・宮川駅前周辺で買物する理由が「最寄り」であることなどとなっている。このことから第1主成分の意味するものは、プラスの値がマイカーで行くのに便利であること、マイナスの値は最寄りで便利であることを示しており、利便性を示す主成分といえる。第2主成分についてはその負荷量が大きい項目は、住所が「明野」であること、買物の理由が、「価格が安い」こと、「新鮮な食料品」があること、「品揃え」が豊富なことなどとなっている。一方、負荷量がマイナスの大きな値を示す項目は、買物の理由が「最寄り」であること、住所が「元町」であることなどである。このことから第2主成分は、買物場所の選択特性を示す主成分といえることができる。

次に、元町・宮川駅前周辺地区における主な購買行動を挙げる。

- ① 元町の小俣町役場周辺には、駐車場の完備した食品スーパーや、医薬品店などがあり、この地区の商店の規模は伊勢市郊外やロードサイドの大型店には及ばないがある程度の集客力があって、明野、湯田、本町あたりからも買物に来る。明野に住む回答者のなかに、月1回から2～3回ぐらいこの地区で買物をするという人が多い。その主な理由として、自動車で行くのに便利であるということを挙げている。元町の小俣町役場周辺に立地する商店までは、明野から2kmぐらいの距離で、自動車で行き易い距離である。
- ② 明野に住む回答者のなかに、最寄りの明野駅前周辺の店と比べて値段が安い、新鮮な食料品が豊富である、生鮮食料品の種類が豊富であるなどという理由で、この地区の商店に食料品を中心に週2回以上買物に来る人が多い。明野に住む回答者の約65%の人がこの元町・宮川駅周辺で食料品を買おうと答えている。この人たちのなかに、安売セールが増加、品揃えの増加、営業時間の延長を望む人が多い。

表2. 元町・宮川駅前周辺地区買物の主成分負荷量

主成分		1	2	
固有値の平方根		1.442	1.266	
累積寄与率		0.090	0.160	
項目74-1	住所	明野	0.589	0.422
項目74-2		新村	-0.024	-0.001
項目74-3		相合	-0.083	0.090
項目74-4		本町	-0.329	-0.091
項目74-5		宮前	0.103	-0.136
項目74-6		元町	-0.418	-0.253
項目74-7		湯田	0.243	-0.066
項目1-1	元町宮川	週2回以上	-0.677	0.360
項目1-2		週1回程度	0.164	-0.169
項目1-3		月2～3回	0.337	0.061
項目1-4		月1回程度	0.327	-0.147
項目33-1	理由	安い価格	-0.087	0.567
項目33-2		新鮮な食品	-0.099	0.539
項目33-4		品揃え	0.047	0.440
項目33-9		車の利便性	0.298	0.074
項目33-12		楽しさ	-0.017	0.084
項目33-13	要望	最寄り	-0.594	-0.339
項目39-1		営業時間	-0.032	0.138
項目39-2		品揃え増	-0.166	0.123
項目39-3		高級品	-0.054	0.038
項目39-4		安売セール	-0.400	0.404
項目39-11		飲食施設	-0.101	-0.041
項目39-12		駐車場	0.049	-0.068

- ③ 元町、本町に住む人のなかには、自宅のすぐ近くで便利なこともあって、週2回以上という高頻度でこの地区の店で買物をする人が多い。元町、本町に住む回答者の55%を越える人が週2回以上この地区で買物をする答えている。彼らは店に対して、安売セールをもっと多くやってほしい、取扱商品の種類を多くし、品揃えを増やしてほしいなどと思っている人が多い。近隣に住む人の多くは店が近くにあり便利だからここで購入しているが、品揃えや価格に必ずしも十分満足しているとはいえない。ニーズによりマッチした商品をより安い値段で購入するために、安売セールをしている店や品揃えの豊富な旧国道沿線や伊勢市や、玉城町などの店に出かけて行くこともある。
- ④ 宮川駅前周辺の旧商店街は、小規模な店舗が多く、品揃えは乏しく、道路も狭い。買物空間としては魅力に欠け、商店街の空洞化が進んでいる。
- ⑤ 元町・宮川駅前周辺の店では、元町、明野、本町、湯田などこの地区の近くに住民たちが主に生鮮食料品を中心に買物をしている。彼らは近くで便利だからここで買物をするが、商品の価格や品揃えに必ずしも十分満足しているとはいえない。彼らはこの地区の店に対して、低価格化、品揃えの増加等を望んでいる。

(2) 明野駅前周辺地区の小売店

主成分分析の結果は表3の通りである。第1主成分の負荷量が高い項目を挙げると、住所が「明野」であること、買物の理由が「昔なじみ」であること、「最寄り」であることなどとなっている。第1主成分は、最寄り性を示しているといえる。第2主成分の負荷量が高い項目は、買物理由が「車の利便性」のよいこと、買物回数が「月2～3回」と多くないこと。一方、負荷量がマイナスの大きな値を示す項目は、買物回数が「週2回以上」と多いこと、買物理由が「昔なじみ」「最寄り」などとなっている。このことから、第2主成分は、買物の利便性を示す主成分と考えられる。明野駅前周辺地区における主な購買行動は次の通りである。

- ① 明野駅周辺には、小規模な食品スーパーや、電気器具店や、医薬品店などが数店舗あるだけで、地区外から顧客を吸引できるような集客力のある店がない。主に明野に住む人たちが、自宅の近くで便利であるからという理由でこの地区で買物をしているが、単に近いという理由のみでなく、昔からのなじみとか、対面販売のよさなどという小規模店ならではの良さもある。
- ② この地区には集客力のある魅力的な店がないため、地区外の元町、本町、宮前、湯田、相合などに住む人たちが、この地区に来て買物することはほとんどない。また彼らからは、この地区の店に対する要望もない。
- ③ 明野に住む人のなかにも、駐車場が完備しているとか、品揃えが豊富、あるいは価格が安いなどという理由で、明野駅周辺よりも、元町・宮川駅周辺や旧国道沿線、伊勢市、玉城町などに行く人が多い。

(3) 旧国道沿線地区の小売店

主成分分析の結果を表4に示す。第1主成分の負荷量が高い項目は、買物理由が「安い価格」、「新鮮な品」、「車の利便性」、「品揃え」が豊富、「最寄り」などとなっており、買物理由の主要な項目すべてが大きな値を示している。第1主成分は、買物場所としての旧国道沿線の選択特性を示しているといえよう。第2主成分の負荷量の値が高い項目として、買物理由が「最寄り」であること、住所が「宮前」であること、買物頻度が「週2回以上」と高頻度であることなどがあげられる。負荷量がマイナスの大きな値を示す項目は、買物理由が「品揃え」の豊富なこと、「車の利便

性」がよいことなどとなっている。このことから第2主成分は、買物の利便性を示しているといえよう。

旧国道沿線における買物顧客の購買行動は次の通りである。

- ① 旧国道沿線地区には、郊外のロードサイドに、ショッピングセンターや、専門店などの大型店が立

表3. 明野駅前周辺地区買物顧客の主成分負荷量

主成分			1	2
固有値の平方根			1.928	1.217
累積寄与率			0.162	0.226
項目74-1	住 所	明野	0.825	-0.253
項目74-2		新村	0.051	0.260
項目74-3		相合	-0.131	0.145
項目74-4		本町	-0.266	0.031
項目74-5		宮前	-0.175	-0.198
項目74-6		元町	-0.253	0.160
項目74-7		湯田	-0.142	0.006
項目2-1	明 野 駅 前	週2回以上	0.439	-0.528
項目2-2		週1回程度	0.358	0.086
項目2-3		月2～3回	0.337	0.349
項目2-4		月1回程度	0.229	-0.091
項目34-7	理 由	対面販売	0.266	-0.042
項目34-8		昔なじみ	0.528	-0.416
項目34-9		車の利便性	0.102	0.243
項目34-13		最寄り	0.826	-0.211
項目34-14		通勤途中	0.231	0.074
項目34-15		理由なし	0.239	0.107
項目40-1	要 望	営業時間	0.328	0.391
項目40-2		品揃え増	0.634	0.197
項目40-4		安売セール	0.546	0.345
項目40-11		飲食施設	0.328	-0.054
項目40-12		駐車場	0.300	0.371
項目40-15		要望なし	-0.433	-0.316

表4. 旧国道沿線地区買物顧客の主成分負荷量

主成分		1	2	
固有値の平方根		1.451	1.378	
累積寄与率		0.091	0.174	
項目74-1	住所	明野	-0.152	-0.416
項目74-2		新村	0.176	-0.128
項目74-3		相合	0.001	-0.103
項目74-4		本町	0.131	0.254
項目74-5		宮前	0.320	0.476
項目74-6		元町	-0.306	-0.115
項目74-7		湯田	0.071	0.080
項目3-1	旧国道へ	週2回以上	0.446	0.514
項目3-2		週1回程度	0.309	-0.355
項目3-3		月2～3回	0.061	0.037
項目3-4		月1回程度	-0.099	-0.311
項目35-1	理由	安い価格	0.457	-0.281
項目35-2		新鮮な品	0.333	0.096
項目35-4		品揃え	0.314	-0.474
項目35-9		車の利便性	0.353	-0.377
項目35-12		楽しさ	0.039	-0.130
項目35-13		最寄り	0.378	0.554
項目41-1	要望	営業時間	0.346	-0.132
項目41-2		品揃え増	0.455	-0.114
項目41-3		高級品	0.229	-0.235
項目41-4		安売セール	0.556	-0.131
項目41-11		飲食施設	0.379	-0.032
項目41-12		駐車場	0.066	-0.126

地している。宮前、本町、新村に住む人たちが、この地区で比較的高頻度に買物をする。その理由は、自家用車で行くのに便利、自宅に近いなどという利便性もあるが、値段が安い、生鮮食料品の種類が豊富、品揃えが豊富など、商品の価格や品質に関して顧客のニーズにマッチした店が立地していることにもよる。宮前、本町に住む人のなかには、自宅に近いからという理由で、この地区で週に2回以上という高頻度に買物をする人が多い。

- ② 元町や明野に住む人たちは、この地区にあまり買物に行かない。行っても、週1回とか、月1回とかというように、回数が少ない。旧国道沿線ということもあって自家用車で行くのに便利であること、品揃えが豊富であること、値段が安いこと、買物以外にも楽しめるなど、魅力ある大規模店が多い。
- ③ 顧客がこの地区の店に望むことは、高級品の拡充、取扱商品の種類の拡充、営業時間の延長、安売セール増加、十分な駐車場の確保などと多岐にわたっている。

(4) 伊勢市地域の小売店

主成分分析の結果を表5に示す。第1主成分の負荷量の値が大きい項目は、買物理由が「品揃え」が豊富であること、買物以外の「楽しさ」、「車の利便性」がよいことなどであるが、買物理由の主な質問項目全体

表5. 伊勢市買物顧客の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.404	1.235
累積寄与率		0.086	0.152
項目74-1	住 所	0.116	0.084
項目74-2		0.017	0.184
項目74-3		-0.142	0.128
項目74-4		-0.153	-0.427
項目74-5		0.037	0.006
項目74-6		0.073	0.170
項目74-7		0.051	0.036
項目4-1	伊 勢 市 へ	0.140	0.242
項目4-2		0.193	0.333
項目4-3		0.375	0.019
項目4-4		-0.160	-0.527
項目36-1	理 由	0.208	0.416
項目36-2		0.202	0.424
項目36-4		0.616	0.219
項目36-9		0.337	-0.068
項目36-12		0.460	-0.246
項目36-13		-0.039	-0.229
項目42-1	要 望	0.409	-0.349
項目42-2		0.399	-0.265
項目42-3		0.246	-0.092
項目42-4		0.592	-0.165
項目42-11		0.291	-0.034
項目42-12		0.261	-0.247

がプラスの値を示している。このことから第1主成分の意味は、買物場所としての伊勢市地区の選択特性を示しているといえる。第2主成分の負荷量の大きい項目は、買物理由が「価格が安い」こと、「新鮮な食料品」が豊富なこと、「品揃え」が豊富なことなどである。一方、負荷量がマイナスの大きい値を示す項目は、「最寄り」であること、買物以外の「楽しさ」があることなどである。第2主成分は、買物特性を示すといえよう。

伊勢市における小俣町住民の主な購買行動は、次の通りである。

- ① 伊勢市はこの地域の商圈の中心都市として、商店街が形成され、郊外にはショッピングセンター、専門店などの大型店も立地し、周辺市町村から顧客を吸引する力が強い。小俣町のどの地区からも、伊勢市に買物にでかける人がかなりいる。なかでも、明野からは、近鉄山田線による鉄道の便と、国道23号線による道路交通の便がよいこと、近隣に魅力的な店が立地していないこともあって、高頻度に伊勢市へ買物に行く人が多い。逆に、相合、本町に住む人々には伊勢市へ買物に行く人は少ない。伊勢市で買物をする理由としては、品揃えが豊富、買物以外にも楽しめるということもあるが、値段が安い、新鮮な食料品が豊富など、いろいろな魅力があり、さらに自家用車で行くのに便利ということも大きな理由のひとつである。また、彼らは伊勢市の店に対して、安売セールの増加をはじめ、取扱商品の種類の拡充、営業時間の延長、高級品の拡充、飲食施設の拡充、十分な駐車場の確保など、要望も多岐にわたっている。

- ② 新村、相合、元町などには、週に1回あるいはそれ以上の回数で伊勢市に買物に出かける人がいる。彼らは、値段が安いこと、新鮮な食料品が豊富なこと、品揃えが豊富であることを、伊勢市に買物に行く主な理由として挙げている。

- ③ 町には、近くで買物以外にも楽しめるからという理由で伊勢市の店に行く人もいるが、その回数は、月1回程度と少ない。彼らの要望は、営業時間の延長、取扱商品の種類の拡充、駐車場の整備、安売セールの増加など、多岐にわたっている。

(5) 玉城町地域の小売店

主成分分析の結果を表6に示す。第1主成分の負荷量の値が大きい項目は、買物理由が、「車の利便性」

表6. 玉城町買物顧客の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.579	1.239
累積寄与率		0.108	0.175
項目74-1	住所	明野	0.159
項目74-2		新村	-0.395
項目74-3		相合	0.034
項目74-4		本町	0.119
項目74-5		宮前	-0.094
項目74-6		元町	0.158
項目74-7		湯田	-0.052
項目5-1	玉城町へ	週2回以上	-0.174
項目5-2		週1回程度	-0.154
項目5-3		月2～3回	0.204
項目5-4		月1回程度	0.597
項目37-1	理由	安い価格	0.275
項目37-2		新鮮な品	0.357
項目37-3		品揃え	0.231
項目37-4		車の利便性	0.402
項目37-5		楽しさ	0.264
項目37-6		最寄り	-0.072
項目37-7			0.201
項目43-1	要望	営業時間	-0.420
項目43-2		品揃え増	0.097
項目43-3		高級品	0.399
項目43-4		安売セール	-0.136
項目43-5		飲食施設	0.556
項目43-6		駐車場	-0.282
項目43-7			0.280
項目43-8			-0.225
項目43-9			0.228
項目43-10			0.287
項目43-11			-0.010
項目43-12			-0.172
			0.299
			-0.072
			0.138
			-0.072
			-0.006
			-0.072

がよいこと、「価格が安い」こと、「品揃え」が豊富なことをはじめ、買物理由全体の項目がプラスの大きな負荷量を示している。第1主成分は、買物場所としての玉城町地域の選択特性を示しているといえる。第2主成分の負荷量が大きな値を示す項目は、「新鮮な食料品」が豊富なこと、「最寄り」であることなどである。一方、マイナスの大きな値を示す項目は、「車の利便性」がよいこと、「買物以外の楽しさ」があることなどである。第2主成分は、買物の特性を示しているといえよう。

小俣町住民の玉城町地域における主な購買行動は次の通りである。

- ① 旧国道沿いの玉城町には、ショッピングセンターと専門店の大型店が集積して立地している。湯田、明野、新村には、玉城町に買物に行く人が比較的多く、元町には少ない。買物回数は、週2回以上の高頻度から月1回程度の低頻度までさまざまである。玉城町へ買物に行くのは、比較的近いうえに自家用車で行くのに便利であり、しかも品揃えが豊富で、値段が安いことによる。さらに、買物以外にも楽しめること、新鮮な食料品が豊富ということも、その理由になっている。玉城町の店に対しては、安売セールの増加をはじめ、取扱商品の種類の拡充、営業時間の延長、高級品の拡充、飲食施設の拡充、十分な駐車場の確保など、要望も多岐にわたっている。

- ② 近くて新鮮な食料品が手に入るからという理由で、玉城町の店に、週1回あるいはそれ以上の高頻度で買物に行く人が、湯田に多く見られる。

- ③ 明野、宮前、元町の人には、玉城町の大型店は、品揃えが豊富で、買物以外にも楽しめる、自家用車でのアクセスが良いなどという理由で、月1回程度と頻度は少ないが買物に出かける人がいる。彼らは、今よりもさらに取扱商品の種類が増えることを望んでいる。

2. 商品別購買行動の特性

「住民の商品別の買物場所」、「住所」を問う項目の回答データを用いて行った分析の結果は次の通りである。

(1) 食料品の購買行動

最寄品として挙げられる食料品の買物傾向についての主成分分析の結果は、表7の通りである。第1主成分の負荷量の値が大きい項目は、住所が「明野」であること、買物場所が「明野駅前」周辺地区となっている。一方、負荷量が大きなマイナスの値を示す項目は、住所が「本町」であること、買物場所が「生協」と「旧国道」沿線地区となっている。第1主成分は、食料品の買物場所が、明野駅前周辺と、旧国道沿線・生協とに分かれることを示している。第2主成分の負荷量が大きい項目は、住所が「明野」であること、買物場所が「明野駅前」周辺と「旧国道」沿線地区となっている。一方、負荷量がマイナスの大きな値を示す項目は、住所が「元町」であること、買物場所が「元町・宮川」駅前周辺、「伊勢市郊外」となっている。

表7. 食料品買物顧客の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.367	1.287
累積寄与率		0.125	0.235
項目74-1	住所	明野	0.700
項目74-2		新村	0.496
項目74-3		相合	-0.016
項目74-4		本町	-0.013
項目74-5		宮前	-0.024
項目74-6		元町	-0.058
項目74-7		湯田	0.177
項目13-1	食料品買物場所	元町・宮川	0.180
項目13-2		明野駅前	0.203
項目13-3		旧国道	-0.794
項目13-4		伊勢市街	0.203
項目13-5		伊勢郊外	-0.131
項目13-6		玉城町	0.056
項目13-7		コンビニ	0.119
項目13-8		生協	-0.522
項目13-9			0.540
項目13-10			0.505
項目13-11			0.293
項目13-12			0.173

第2主成分は、食料品の買物場所が、明野・旧国道沿線と、元町・宮川駅前周辺及び伊勢市郊外とに分かれることを示している。

食料品についての主な購買行動は次の通りである。

- ① 食料品の買物については、元町・宮川駅前周辺を中心に、玉城町、伊勢市(市街地および郊外)で買物をする元町、明野の人たちと、旧国道沿線、生協を中心に買う本町、宮前、湯田の人たちとに分かれる。
- ② 食料品は自宅近くの店で買う傾向が強く、明野の人たちは明野駅前周辺で買い、元町の人たちは元町・宮川駅前周辺で購入する傾向が強い。元町に住む回答者のうち9割近い人が元町・宮川周辺で食料品を買うと答えている。
- ③ 明野駅前の店で食料品を買うのは明野に住む人たちがほとんどで、他の地区から買いに来ることはまったくないといってよい。明野駅前周辺で食料品を買うと答えた人のなかで明野に住む人の占める割合は95%を超える。一方明野に住む回答者の約66%の人が食料品を元町・宮川駅前周辺に買いに行くと答えている。
- ④ 小俣町のどの地区に住む回答者も、5割以上の人たちが、元町・宮川駅前周辺で食料品を購入すると答えており、食料品に関しては、元町・宮川駅前周辺の顧客吸引力は高いといえる。その主な理由は、自宅に近いことと、新鮮な食料品が豊富なことにある。
- ⑤ 本町の人たちは自宅近くの生協で、旧国道沿線の宮前の人たちは、自家用車で行くのに便利な旧国道沿線の店で買う傾向が強い。生協で食料品を買うと答えた人の5割以上の人、本町に住む人たちである。宮前に住む回答者の5割以上の人、旧国道沿線の店でも食料品を買うと答えている。
- ⑥ 玉城町で買物をするのは、玉城町に近く、かつ旧国道に自家用車で出やすい相合、湯田、新村の住む人たちに多く見られる。

(2) 洋服・洋装品の購買行動

買回品に属する洋服・洋装品についての主成分分析の結果は、表8の通りである。第1主成分の負荷量の値が大きい項目は、住所が「元町」であること、買物場所が「元町・宮川」駅前周辺と「伊勢市街」となっている。一方、負荷量がマイナスの大きな値を示す項目は、買物場所が「伊勢市郊外」「松阪市郊外」となっている。第1主成分は、近隣・市街の店で買物をする人と、マイカーで郊外の大型店に行って買物する

表8. 洋服・洋装品買物顧客の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.255	1.167
累積寄与率		0.105	0.196
項目74-1	明野	-0.178	0.795
項目74-2	新村	-0.221	0.040
項目74-3	相合	-0.099	-0.025
項目74-4	本町	-0.275	-0.596
項目74-5	宮前	-0.005	-0.122
項目74-6	元町	0.621	0.043
項目74-7	湯田	-0.028	-0.202
項目16-1	元町・宮川	0.347	-0.030
項目16-3	旧国道	-0.069	-0.439
項目16-4	伊勢市街	0.478	0.001
項目16-5	伊勢市郊外	-0.525	-0.038
項目16-6	松阪市街	0.207	0.175
項目16-7	松阪市郊外	-0.414	0.288
項目16-8	玉城町	-0.350	0.049
項目16-11	大都市	0.237	0.049

人とに分かれることを示している。第2主成分の負荷量の値が大きい項目は、住所が「明野」であること、買物場所が「松阪市郊外」となっている。一方、大きなマイナスの値を示す項目は、住所が「元町」であること、買物場所が「旧国道」沿線となっている。第2主成分は、買物場所が「松阪市郊外」と、「旧国道」沿線とに分かれることを示している。

洋服・洋装品についての主な購買行動は次の通りである。

- ① 小俣町に住む人には、洋服・洋装品を伊勢市で買うという人が多い。小俣町のすべての地区において5割以上の人たちが伊勢市郊外の大型店で買うと答えている。なかでも本町の人たちは、伊勢市郊外を中心に、松阪市郊外、玉城町など、マイカーで行くのに便利な都市郊外やロードサイドの大型店に行く人が多い。一方、元町に住む人には、伊勢市や、松阪市の商店街に行く人が多い。
- ② 伊勢市に買物に行く理由として挙げた回答者の数が最も多いのが、品揃えの豊富なことで、約56%の人がこれを理由に挙げている。次に多いのが、約42%の人が挙げた自家用車で行くのに便利なことである。
- ③ 松阪市で洋服・洋装品を買う傾向が強いのは明野に住む人たちである。明野に住む回答者の約2割の人が、松阪市の店で買うと答えている。
- ④ 旧国道沿線の大型店で洋服・洋装品を買う傾向が強いのは、本町、宮前、湯田に住む人たちで、そこに住む回答者の15%以上の人たちが、旧国道沿線の店で買うと答えている。

- ⑤ 相合の人には、玉城町で洋服・洋装品を買う人が多く、相合に住む回答者の約3割の人が玉城町で買うと答えている。
- ⑥ 小俣町に住み、品揃えが豊富なことを理由に伊勢市で買物をするという回答者の約53%の人が旧国道でも、同じ理由で買物をし、また約32%の人が玉城町でも買うと答えている。品揃えの豊富な店を買い回ることが分かる。

3. 地区別購買頻度

「住民の各買物場所に行く回数」、「住所」を問う質問項目の回答データを用いた分析の結果は次の通りである。

主成分分析の結果を、表9に示す。第1主成分の負荷量の値が大きい項目は、住所が「明野」であること、「明野」駅前周辺での買物回数が「週2回以上」から「月2～3回」まで、買物回数の多いものから少ないものまで全般にわたっている。「元町・宮川」駅前周辺地区は「月2～3回と比較的回数が少ない。一方、負荷量が大きなマイナスの値を示す項目は、住所が「元町」と「本町」であること、「元町・宮川」駅前周辺での買物回数が「週2回以上」と高頻度であることが分かる。このことから第1主成分は、最寄りの買物場所が明野駅前周辺と、元町・宮川駅前周辺とに分かれることを示している。第2主成分の負荷量が大きい項目としては、住所が「湯田」「相合」「宮前」が挙げられる。また、買物場所が「旧国道」沿線地区、「伊勢市」、「玉城町」の3地区における買物回数が「週2～3回」と「週1回以上」が大きな負荷量となっており高頻度の買物であることを示している。一方、負荷量がマイナスの大きい値を示す項目は、住所が「元町」と「明野」となっており、買物場所が「旧国道」沿線地区と「伊勢市」の買物回数が「週2～3回」となっている。第2主成分の意味は、「旧国道」沿線地区、「伊勢市」、「玉城町」などの郊外店などへの買物傾向を示しているといえる。

地区別購買頻度についての主な購買行動は次の通りである。

- ① 明野に住む人たちが、近くの明野駅周辺の店に行く回数は、週2回以上の高頻度から、月2～3回の低頻度までさまざまである。やや離れている元町・宮川駅前周辺の店へは、月2～3回あるいは週1回程度と、比較的行く回数が少ない。
- ② 元町・宮川駅前周辺の店へ週2回以上の高頻度に

表9. 場所別買物頻度の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.401	1.299
累積寄与率		0.079	0.146
項目74-1	明野	0.784	-0.227
項目74-2	新村	0.029	0.158
項目74-3	相合	-0.156	0.240
項目74-4	本町	-0.290	0.003
項目74-5	宮前	-0.057	0.221
項目74-6	元町	-0.343	-0.349
項目74-7	湯田	0.008	0.277
項目1-1	元町 週2回以上	-0.594	-0.053
項目1-2	週1回程度	0.257	0.084
項目1-3	月2～3回	0.398	-0.048
項目2-1	明野 週2回以上	0.396	-0.155
項目2-2	週1回程度	0.464	0.018
項目2-3	月2～3回	0.267	-0.076
項目3-1	旧 週2回以上	0.022	0.353
項目3-2	国道 週1回程度	0.080	0.419
項目3-3	道 月2～3回	-0.049	-0.470
項目4-1	伊 週2回以上	-0.032	0.310
項目4-2	勢 週1回程度	0.041	0.361
項目4-3	市 月2～3回	0.027	-0.495
項目5-1	玉 週2回以上	0.075	0.323
項目5-2	城 週1回程度	0.073	0.380
項目5-3	町 月2～3回	-0.081	-0.104
項目6-1	松 週2回以上	0.220	0.094
項目6-2	阪 週1回程度	-0.013	-0.042
項目6-3	市 月2～3回	0.139	0.035

行く人は、近隣の元町、本町、相合に住む人たちに多く見られる。

- ③ 旧国道沿線や、伊勢市、玉城町に立地するショッピングセンターや専門店などの大規模店によく行く人は、湯田、相合、宮前、新村に住む人たちに多い。
- ④ 近所の店で買物を済ませる傾向が強い明野、元町の人たちのなかにも、月2～3回ぐらい、旧国道沿線や、伊勢市、玉城町の大規模店に行く人がいる。

4. 場所別購買理由

「住民の各買物場所に行く理由」を問う質問項目の回答データを用いて行った分析の結果は次の通りである。

主成分分析の結果は、表10の通りである。第1主成分についてみると、「元町・宮川」駅前周辺、「旧国道」沿線地区、「伊勢市」、「玉城町」などの主要な買物場所について、買物理由が「安い価格」、「品揃えが豊富」であること、「車の利便性」がよいことなどという質問項目の負荷量が大きな値を示している。負荷量がマイナスの大きな値を示す項目はみられない。このことから第1主成分は、買物場所の魅力を示す主成分であることを示していると考えられる。第2主成分についてみると、主な買物場所すべてにおいて、買物理由が「車の利便性」「最寄り」などの負荷量が大きい値となっている。一方、負荷量がマイナスの大きい値を示す項目は、主な買物場所すべてにわたって、買

物理理由が「新鮮な食料品」「安い価格」などの質問項目がマイナスの大きな負荷量を示している。このことから第2主成分は買物動機を示していると考えられる。

次に、小俣町住民の買物理由についての主な特徴を挙げる。

- ① 買物に行く理由としては、品揃えが豊富なこと、値段が安いこと、自家用車で行くのに便利なこと、という3つがどの地区においても主な理由として挙げられる。そのほかに、元町・宮川駅周辺地区は、自宅に近いこと、旧国道沿線地区は新鮮な食料品が

豊富なことと、買物以外でも楽しめることなどが挙げられている。伊勢市は買物以外でも楽しめること、玉城町は買物以外でも楽しめることと、新鮮な食料品が豊富なこと、さらに自宅に近いことも理由として挙げられている。元町・宮川駅周辺は、買物以外で楽しめることの負荷量がマイナスとなっており、単に買物をするだけでほかに楽しめるものがないことを示している。

- ② 買物をする理由は、自家用車で行くのに便利なこと、自宅に近いこと、という利便性を求める場合と、品揃え豊富なこと、値段が安いことというような品揃えや価格など商品を選ぶ楽しさを求める場合の2つに分かれる。

- ③ 第1主成分をX軸、第2主成分をY軸にして、プロットすると、図3の示す通り、品揃えの豊富なこと、車の利便性、最寄りであること、新鮮な食料品があること、価格が安いことなどの各項目ごとに、すべての買物場所の点が集まる傾向が見られる。これは、ある買物客は、品揃えの豊富な店を回り、また、ある買物客は、値段の安い店を回るというように、買物理由ごとに、よりよい店を探して買物をするということを示している。

主成分分析の第1主成分と第2主成分の解釈結果をもとに、アンケート調査の個々のデータに戻ってクロス集計を行った。その集計結果について下記に述べる。

- (1) 品揃えが豊富という理由では、伊勢市に買物に行く人が最も多く、249人で全回答者(546人)の約46%を占める。次いで旧国道沿線地区の200人で約37%と

表 10. 場所別買物理由の主成分負荷量

主成分		1	2
固有値の平方根		1.628	1.295
累積寄与率		0.110	0.180
項目33-1	安い価格	0.296	-0.057
項目33-2	新鮮な品	0.093	-0.164
項目33-4	品揃え豊富	0.115	-0.078
項目33-9	車の利便性	0.248	0.191
項目33-12	楽しさ	-0.120	-0.017
項目33-13	最寄り	0.200	0.211
項目35-1	安い価格	0.483	-0.333
項目35-2	新鮮な品	0.173	-0.366
項目35-4	品揃え豊富	0.509	-0.071
項目35-9	車の利便性	0.458	0.402
項目35-12	楽しさ	0.103	0.019
項目35-13	最寄り	-0.040	0.325
項目36-1	安い価格	0.301	-0.278
項目36-2	新鮮な品	0.032	-0.234
項目36-4	品揃え豊富	0.573	-0.033
項目36-9	車の利便性	0.464	0.452
項目36-12	楽しさ	0.326	0.301
項目36-13	最寄り	0.025	0.211
項目37-1	安い価格	0.443	-0.462
項目37-2	新鮮な品	0.126	-0.433
項目37-4	品揃え豊富	0.594	-0.184
項目37-9	車の利便性	0.522	0.267
項目37-12	楽しさ	0.286	0.108
項目37-13	最寄り	0.132	0.231

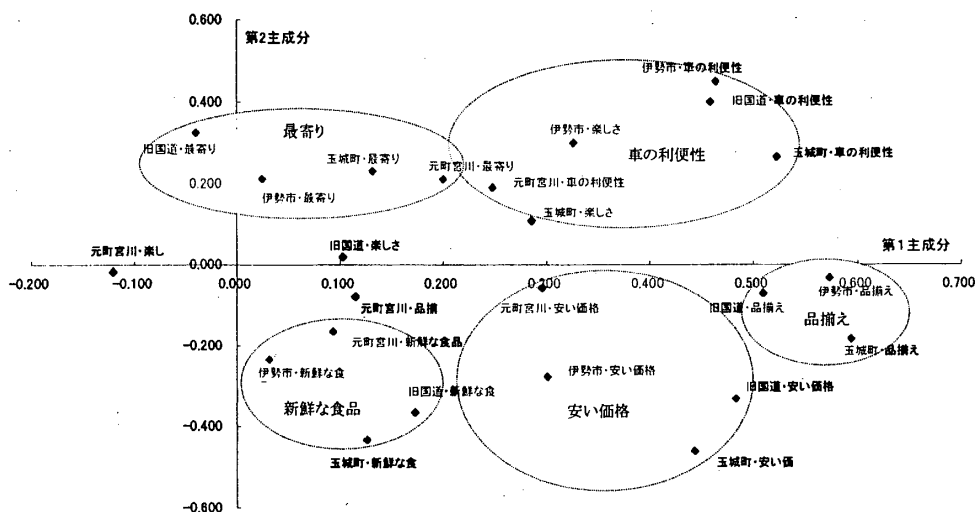


図 3 場所別買物理由の主成分負荷量

なっている。伊勢市と旧国道沿線地区の両方とも行く
と回答した人が132人おり、これは、品揃えが豊富と
いう理由で旧国道沿線地区に行く人の約3分の2を占
める。

(2) 価格が安いという理由では、旧国道沿線地区に行
く人が最も多く、170人で全回答者数の約31%を占め、
次いで元町・宮川駅前地区の103人で、約19%を占め
る。ただし、この理由で元町・宮川駅前地区に行く人
の約47%が旧国道沿線地区にも同じ理由で買物に行く
と答えている。

(3) 車の利便性という理由では、旧国道沿線地区が
210人、伊勢市が187人、玉城町が143人、元町・宮川
駅前地区が106人となっており、複数の地区をあげる
人が多い。この理由で元町・宮川駅前地区、旧国道沿
線地区、玉城町などに行く人の約半数の人が、伊勢市
へも同じ理由で買物に行くに答えている。買物に自家
用車を利用する人は、駐車場が整備されて車で利便性
が良ければ、かなり広い範囲に買物に行くことを示
している。

(4) 新鮮な食料品が豊富であるからという理由では、
元町・宮川駅前地区へ160人、約29%の人が行くに答
えている。そのうちの15人、約10%弱の人が旧国道沿
線へも同じ理由で行くと答えている。他の地区へはさ
らに少なく、元町・宮川駅前地区は、食料品の新鮮さ
において、他の地区よりも優れているといえる。

(5) 買物以外でも楽しめるという理由では、伊勢市が
164人、約30%で、次いで玉城町の52人、約10%と
なっている。この理由で玉城町へ買物に行く人の約
62%、32人の人が、同じ理由で伊勢市へも行くに答
えている。買物以外での楽しさでは伊勢市が優位に立っ
ているが、同じ顧客が反対方向の玉城町にも行くとい
うことから、この理由での買物客の行動範囲はかなり
広いことを示している。

(6) 自宅に近い（最寄り）だからという理由では、地
元の元町・宮川駅前地区で買物をするに答えた人が
291人で、全体の半数を超える53%に達している。次
いで旧国道沿線の101人で、回答者全体の約18%であ
る。この旧国道沿線の店へ行く人の約3分の2の67%
の人が元町・宮川駅前地区にも同じ理由で買物に行く
と答えている。

以上の結果から、小俣町の住民は、自宅に近く、新
鮮な食料品が豊富であることでは元町・宮川駅前地区
で買物をし、豊富な品揃えでは旧国道沿線や伊勢市に
出かける。買物以外で楽しもうと思う人は伊勢市まで

出かける、というのが一般的な買物行動である。

5. 住民の購買行動

小俣町における「買物に関するアンケート」の調査
データを用いた解析結果より、住民が買物をする地区
を選ぶ基準、小売店を選択する理由について、次のこ
とが明らかとなった。（図4．買物行動を参照）

(1) 顧客が店舗選択する主な基準とその優先順位につ
いて

顧客が店を選ぶ時の主な選択理由と、その優先順位
は、今回の分析の結果からすると、下記のような
といえる。

1. 自宅に近いこと
2. 価格が安い、品揃えが豊富、新鮮な食料品の種類
が豊富
3. 買物以外の楽しさ

小俣町における分析の結果や、立地状況などからみ
て、顧客の自宅の近くに立地することが店の強みと
なっている業種を挙げると次のものがある。

自宅の近くが強みの業種：食料品、理容室、美容院、
クリーニング業、開業医

顧客が、食料品を買う場合、休日などのように、時
間的な余裕がある場合には、安い価格、豊富な品揃え、
食料品が新鮮なものを置いているロードサイドや大都
市の大型店まで買物に出かけるが、ウィークデイは近
くて便利な最寄りの店で買物を済ませる傾向がある。

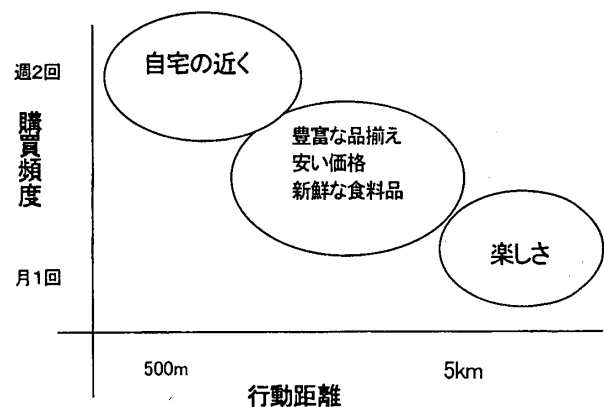


図4 購買行動

(2) 顧客の店舗選択理由について

顧客が、買物をする店を選ぶ主な理由としては、価格が安いこと、品揃えの豊富なこと、新鮮な食料品があることなどであるが、人によって、そのなかのある一つの理由で近隣の地区を買い回る傾向がある。これを小売店側から見れば、顧客の買物理由はさまざまであるが、これらの買物理由のうち少なくともどれか一つが商圈内において最もすぐれていないと、他のよりすぐれた店に顧客が吸引されることを今回の分析結果は示している。

(3) 中小小売企業存続の方策について

これまでの分析結果を踏まえて、中小小売企業の経営について、次のことがいえる。

中小小売企業経営において、利益を確保するためには、販売数量を増やすか、または一個当たりの利益を高めるかである。

販売数量を増やすには、①品揃えを豊富にする ②より良い商品を置く などの品揃えや商品の品質を良くして、店の集客力を高めること、商圈の拡大に努めることである。

一個当たりの利益は、競合店との価格競争によって決まる。安売り競争になれば利益は低下する。値段が高ければ、顧客は安い店に流れて販売数量が減少し、利益が低下する。

良く見かける現象であるが、隣の店でよく売れているのを見て自分の店も同じ商品を置くようなことをする経営者がいる。観光地のみやげ物店などでよく見かける。観光客からは、みやげ物屋はどこも同じようなものばかりで、自分のものをあまり買う気がしない、という声をよく耳にする。それでもやっていけるのは観光地としての集客力があるからである。観光地としての集客力をいいことに、商店街や店としての独自性を発揮するための経営努力が足りないといえる。

一般の商店街においては、隣の店と同じ商品を置くことは、複数の店で顧客を取り合うために、お互いの店の販売数量が減る。また、値下げ競争を激化させ、利益が減少する。

今回のアンケート調査データの解析結果からも明らかのように、顧客は、商店街やショッピングセンターなどの店に同じ商品が大量にあることを望んでいるのではなく、品揃えが豊富なことであって、これによって集客力を高め、顧客の数を増やし、商店街全体の販売量を増加させることが重要である。商店街の店が、協力して商店街全体としての品揃えを豊富にするよう

にお互いに協力し合うことである。お互いが競争して潰し合うことでなく、共同して相乗効果を働かせ、商店街の集客力を高めることが重要である。

このことは生物界においても見られる。生物界では縄張りや棲み分けが知られている。縄張りやテリトリー・領分ともいい、動物が行動域の一部または全域を占有し、同種の侵入者を排除・防衛する区域が、個体ごとにあるいは家族や社会ごとにみられることはよく知られている。棲み分けは、生活要求のほぼ等しい別種の生物が、生活する場所や時間を異にする現象、競争をさせて共存する一様式といわれている。中小小売企業についても、棲み分けのために自店の周囲の店に勝てるニッチ (niche) を構築して、目立つような差を築き(一番になる)縄張りを守ることが大切である。

Ⅲ. 要約

地方都市である伊勢市近郊の小俣町住民の購買行動について、今回の分析から次のことが明らかとなった。

- ① 食料品などの最寄品は、小俣町内で住宅に近い元町に立地するショッピングセンターで、近隣の元町、本町などに住む人が、高頻度で買う傾向が見られる。
- ② 旧国道沿線の店は、大規模な専門店やショッピングセンターが立地し、自動車で買物に行くのに便利であるために、新鮮な食料品、安い価格の品物、適切な商品などを、豊富な品揃えの中から選んで買うために、月に1回から週に1回ぐらいの中程度の頻度で、買物に出かけて行く。洋服などの買回品も食料品などの最寄品もここで買う。
- ③ 伊勢市には、市街地にも郊外にもショッピングセンターや専門店などの大規模な店が立地し、小俣町の住民は、洋服などの買回品を中心に、月2～3回程度以下の比較的低頻度で、買物に出かける。食料品が新鮮、値段の安い、豊富な品揃えなどという理由のほかに、買物以外の楽しさがあることも、伊勢市まで出かける主な理由となっている。
- ④ 住民が買物に行く店を選択するときに、値段が安いこと、食料品が新鮮なこと、品揃えが豊富なことなど理由はさまざまであるが、あるひとりの人は、その中の一つの理由でいろいろな場所に立地する店を買い回る傾向がある。
- ⑤ 住民が店を選ぶ理由の優先順位は、(1)近いこと、(2)豊富な品揃え・値段が安いこと・食料品が新鮮なこと、(3)買物以外の楽しさ、という順序になっている。また、この順序の上位になるほど買物に行く頻

度も高くなる。

以上が小俣町の消費者としての住民の購買行動の特性である。

これまでのデータ解析の結果を踏まえ、小俣町のまちづくりに関して2つのゾーンに類型化してみた。第1のゾーンとして、元町・宮川駅周辺地区は、小俣町役場や町民交流施設などのコミュニティ施設が立地する中心市街地であり、この地区には、コミュニティ活動、ボランティア活動などの地域生活者が集まる施設の充実、バリアフリー空間の整備、住民の憩いの散策コースやポケットパークなどの整備を進め、生活・地域密着型の商業文化ゾーンとする。

第2のゾーンは旧行動沿線地区であるが、この地区は、大型店、専門店、レストラン等の飲食施設、レジャー施設などの商業施設の集積と複合化を促進し、マイカーで出かけて楽しむ魅力ある複合型の商業文化ゾーンとする。

小俣町の小売商業者の特徴は、中高年の経営者が多く、日常用品を扱い、事業規模の零細な小売店が多い。店舗は元町・本町に集中している。売上の低迷が経営の主な課題となっており、その原因は来客数の減少と考えている。しかし、小俣町商工会をはじめ積極的な中小小売商業者も多数存在し、商店経営活動の共同化など中小小売商業の活性化に強い関心を持っている。

小俣町の中小小売商業活性化のためには、住民の購買行動の特性を踏まえて、小売商業者および住民（消費者・生活者）、行政が一体となって、買物の利便性の向上をめざし、住みよい魅力あるまちづくりに努め、さらに近隣の伊勢市や玉城町などとの地域間連携を図り、小売商業の活性化に向けた具体的な推進に取り組む必要がある。

引用

注1) 小俣町『小俣町中小小売商業活性化基本構想：活力ある21世紀の創造に向けた小俣町中小小売商業ビジョン』は平成10年12月11日から平成12年3月31日に小俣町中小小売商業活性化基本構想策定委員会が審議した報告書である。この委員会は松阪大学教授伊藤力行を委員長、名古屋文理短期大学教授城田吉孝ほか地元関係者15名のメンバーであった。

注2) 『買物に関するアンケート』調査の概要

- ・調査主体：小俣町役場企画振興課
- ・調査対象：小俣町内に住む20歳以上の住民1,000名
- ・住民基本台帳による無作為抽出法

- ・調査方法：郵便配布郵送法
- ・調査時期：平成11年1月
- ・回収率：回収数は546票であり、回収率は54.6%であった

調査の集計結果は、城田吉孝「三重県小俣町における商業経営者の意識と住民の買物行動調査について」日本産業経済学会研究論集第22集2000年3月31日 101～116ページ。

注3) 統計的分析の手法

今回の統計解析において、下記のような数量化の手法を用いた。

- ① 数量化（有／無を1／0に変換）
- ② 標準化（平均0，標準偏差1に変換）
- ③ 主成分分析
筆者（稲吉）が、MicrosoftのExcelでプログラミングをすることにより、統計パッケージを用いるよりもより深い詳細な分析が可能となった。
- ④ アンケート調査データの主成分寄与率
アンケート調査の質問項目に選択肢の中からどれか一つを選択するという項目が多いことなどのデータ特性により、寄与率が最大の主成分でも、比較的小さな数値を示すことがある。

注4) 石原武政著『まちづくりの中の小売業』有斐閣2000年6月を参照。

注5) 三重県小俣町『第4次小俣町総合計画』平成10年3月 5～8ページ。

三重県『買物傾向調査(商圈調査)報告書』平成8年3月。
三重県度会郡小俣町『平成11年度小俣町の概要』。

参考文献

- 1) 村田昭治監修『地域とマーケティング』
国元書房1993年6月。
- 2) 高橋郁夫著『消費者購買行動』
千倉書房1999年3月。
- 3) 田村明著『まちづくりの実践』
岩波書店1999年5月。
- 4) 柏木重秋編『消費者行動論』
白桃書房1990年9月。