

本号では、第5回茨城県生活行動圏調査の速報をお伝えする。

常陽アークでは、1970年（昭和45年）に県民の消費行動（買い物行動）調査を開始し、1997年からは余暇行動も含めた生活行動全般に領域を拡げ、3年ごとに調査を実施している。

調査方法は、県内公立中学校第1学年の生徒を子女を持つ世帯に対するアンケート方式で、「買い物」及び「余暇」の行動パターンを市町村単位で捉えている。

近年、県民の買い物・余暇行動は大きく変化している。モータリゼーションの進展、インフラの整備などを背景に、買い物のみならず余暇を楽しむことができる大型商業施設の立地、ロードサイド型の専門量販店の増加、アウトドア・スポーツ・観光施設の充実等によって買い物・余暇行動は郊外化、広域化が進んでいる。また、インターネットショッピングの普及によって店舗外での消費機会が拡大し、県民の買い物行動はより多様化している。

生活行動圏調査は、こうした買い物・余暇行動の変化を捉え、県内市町村の商圈・余暇圏について明らかにしている。

今回の調査内容は、前回（2006年）の調査内容を踏襲し、大きな変更点はない。商圈・余暇圏の特性をはじめ、買い物行動については店舗・店舗外業態別の利用状況、近隣県の主要都市への流出状況、県内における大型商業施設の利用状況といった詳細な点について調査・分析を実施したので、その概略を紹介する。

## 第1章 調査の概要

### 人の流れを市町村単位の流出率・吸収率で把握

まず、第5回生活行動圏調査の概要を説明する。

本調査では、「なに（買い物・余暇）をするために、どこ（特定場所）へ行ったか」という人の流れを、市町村単位の流出率・吸収率で把握し、市町村民の生活行動を明らかにしている。

調査はアンケート方式で、各回答項目に対して、

調査時点（2009年7月1日）までの1年以内に行ったことのある市町村を複数マークできる。従って、流出率・吸収率は頻度ではなく、1度でも行ったことがある経験を表している。

調査要領及び流出率・吸収率の算出方法、調査項目区分（表1）は次の通りである。

#### <調査要領>

- 調査時点 : 2009年7月1日（前回調査：2006年7月1日）
- 調査対象地域 : 茨城県内全域
- 調査対象 : 県内公立中学校第1学年生徒を子女にもつ全27,474世帯
- 有効回答数 : 19,243票（有効回答率：70.0%）

### <流出率・吸収率の算出方法>

$$\text{特定市町村への流出率} = \frac{\text{有効回答数の中で特定市町村をマークした数}}{\text{調査対象都市居住世帯の有効回答数}} \times 100$$

※「特定市町村への流出率」は、行き先となった特定市町村から見れば、逆に吸収率になる。  
「特定市町村＝調査対象都市」の場合、「特定市町村への流出率＝地元吸収率」となる。

【表1 調査項目区分】

項目種別	調査項目
買い物行動	①食料品・日用品：実用衣料（シャツ・肌着）・化粧品・クスリ・台所用品等
	②紳士服・婦人服：スーツ・コート等
	③身の回り品：靴・カバン・貴金属（時計・メガネを含む）
	④リビング用品：家具・インテリア商品・電化製品等
	⑤余暇・趣味関連商品：スポーツ・レジャー用品・玩具・書籍・文具・CD等
余暇行動	⑥芸術・文化活動：音楽・美術・演劇・カルチャースクール（習い事）等
	⑦娯楽活動：映画館・カラオケ・温泉・遊園地・パチンコ等
	⑧アウトドアライフ：キャンプ・ピクニック・ハイキング・釣り・公園等
	⑨スポーツ：野球・サッカー・テニス・スキー・ゴルフ・ボーリング等
	⑩家族連れの外食

## 第2章 商圈・余暇圏の特性

### 1. 商圈

まず、県内における商圈の特性について、項目別の吸収率（吸収人口／行政人口）の変化と、市町村別の吸収率の変化からみていく。

#### 項目別の吸収率の変化

吸収率の全県平均値をみると、「リビング用品」が前回からほぼ横這いで、他の4項目は前回比上昇した（表2）。

特に、「食料品・日用品」が前回比30.3ポイント上昇し、最も上昇幅が大きい。37市町村で吸収率が上昇し、前回に比べ上昇市町村数が大幅に増加した（表3）。50ポイント以上上昇した市町村も9に上る。

また、「余暇・趣味関連商品」も13.7ポイント上昇した。28市町で吸収率が上昇している。

「紳士服・婦人服」と「身の回り品」は、前回比8.2

ポイント上昇した。2項目ともに、上昇幅が50ポイント以上の市町村が増加する一方で、低下幅が50ポイント以上の市町村も増加している。

「リビング用品」は、前回に比べ0.1ポイントの上昇に留まり、買い物行動の項目別で最も上昇幅が小さい。低下幅が50ポイント以上の市町村が増加している。

#### 市町村別の吸収率の変化

吸収率が全項目で上昇した市町村は、水戸市、北茨城市、牛久市、つくば市、ひたちなか市、守谷市、稲敷市、神栖市、茨城町、大洗町、河内町、八千代町の12市町となった。

水戸市、守谷市、茨城町は全項目で25ポイント以上上昇し、ひたちなか市と大洗町は「リビング用品」を除く4項目で25ポイント以上上昇している。

【表2 市町村別吸収率一覧表（商圏）】

（吸収率：％、06年比：ポイント）

市町村	食料品・日用品		紳士服・婦人服		身の回り品		リビング用品		余暇・趣味関連商品	
	吸収率		吸収率		吸収率		吸収率		吸収率	
		06年比		06年比		06年比		06年比		06年比
水戸市	299.4	42.4	333.6	29.8	304.7	36.6	252.4	26.0	318.2	38.9
日立市	159.5	5.9	113.8	▲13.2	113.0	▲4.8	120.2	▲2.3	140.8	6.1
土浦市	309.6	50.4	219.1	6.1	214.5	8.0	176.3	▲6.5	251.5	16.3
古河市	130.0	▲5.9	104.5	▲10.9	107.9	▲2.5	103.7	4.5	122.8	▲3.0
石岡市	242.9	10.6	162.7	▲13.1	153.7	▲12.7	211.3	20.6	188.0	▲10.4
結城市	211.0	15.2	58.7	▲1.0	79.6	12.6	167.7	30.3	128.0	7.6
龍ヶ崎市	369.8	3.5	284.8	▲22.8	263.1	▲18.6	235.5	2.3	318.8	▲14.1
下妻市	544.5	50.6	445.2	▲3.7	408.9	9.8	246.4	30.2	446.3	41.1
常総市	199.1	▲76.0	81.4	▲62.8	97.3	▲50.7	89.8	▲51.5	128.9	▲57.4
常陸太田市	202.1	18.0	67.1	1.9	88.6	4.7	54.3	▲8.7	96.6	5.1
高萩市	351.4	16.1	189.7	▲21.6	177.3	▲30.1	114.0	▲33.4	191.9	▲28.1
北茨城市	165.4	27.0	63.6	8.3	78.8	0.7	93.0	34.9	105.8	15.2
笠間市	258.8	2.3	164.9	▲16.2	144.2	▲21.9	111.4	12.0	162.5	▲4.9
取手市	159.4	▲3.4	93.7	▲12.1	95.1	▲12.8	78.1	▲5.2	107.5	▲12.3
牛久市	299.8	46.5	146.1	6.4	152.0	11.1	266.1	45.9	211.2	22.7
つくば市	318.6	46.4	337.1	37.8	295.1	40.8	232.3	4.2	321.3	21.1
ひたちなか市	350.0	73.7	278.5	96.7	235.9	57.5	249.8	2.0	322.9	38.5
鹿嶋市	257.5	22.2	203.8	▲10.8	199.5	▲6.1	180.7	▲9.6	247.1	15.4
潮来市	235.5	29.0	76.0	0.1	98.0	8.8	70.3	▲0.4	123.9	▲2.9
守谷市	465.2	96.9	376.1	124.2	361.0	118.7	329.2	80.6	432.7	147.5
常陸大宮市	332.5	22.2	204.8	▲7.6	199.9	▲13.2	206.1	40.5	219.8	▲10.5
那珂市	351.3	50.1	184.2	16.8	174.8	10.5	79.8	▲2.5	191.8	4.8
筑西市	162.0	19.9	79.7	▲0.2	92.4	▲5.8	136.3	▲5.5	123.0	0.2
坂東市	166.6	▲22.5	70.0	▲24.1	80.3	▲17.2	36.8	▲13.3	98.2	▲15.7
稲敷市	280.8	31.1	164.9	20.7	166.1	13.3	146.6	15.1	208.4	23.3
かすみがうら市	210.2	0.7	58.0	▲19.0	59.9	▲20.7	72.6	▲11.1	113.7	▲8.6
桜川市	178.5	20.1	51.2	7.9	58.1	4.6	54.1	▲1.6	88.4	0.9
神栖市	173.2	18.8	122.8	21.2	127.5	19.3	142.6	12.3	153.7	16.3
行方市	222.4	20.2	51.4	▲4.8	78.1	0.6	35.5	▲9.7	96.8	9.2
鉾田市	214.1	35.1	71.8	14.0	94.1	15.8	78.4	▲6.9	133.6	16.2
つくばみらい市	258.2	38.9	88.8	15.6	56.6	11.1	50.7	▲128.7	59.3	13.3
小美玉市	218.8	36.4	47.2	13.4	44.9	▲3.3	16.8	▲6.7	40.4	3.1
茨城町	432.5	273.6	172.9	158.7	189.5	148.7	54.4	39.5	428.1	320.9
大洗町	449.6	128.8	310.2	156.8	322.7	181.5	44.2	0.7	207.0	55.4
城里町	166.2	12.0	8.1	▲5.1	15.6	6.2	6.9	▲0.3	31.7	7.2
東海村	385.9	▲37.0	210.6	▲47.1	179.1	▲55.5	89.8	▲4.4	222.3	▲37.5
大子町	177.8	44.9	57.6	14.5	54.9	▲10.8	75.1	▲18.7	73.4	3.9
美浦村	170.4	29.1	5.1	0.6	11.9	1.9	1.1	▲0.8	12.6	▲7.4
阿見町	263.7	▲0.5	86.2	▲18.6	118.5	1.1	34.6	▲16.6	145.9	▲13.3
河内町	91.8	63.4	4.7	0.5	10.8	5.1	5.3	1.1	12.7	6.2
八千代町	178.5	62.9	5.3	3.5	14.1	6.2	9.3	4.5	67.8	9.1
五霞町	116.1	30.7	5.7	▲0.1	10.2	6.9	3.7	▲1.4	28.6	9.5
境町	336.1	▲33.7	135.9	▲71.2	157.8	▲88.4	179.5	▲59.3	204.9	▲40.9
利根町	140.4	18.0	2.2	▲6.8	3.1	▲3.9	5.3	0.3	19.4	▲5.1
平均	254.7	30.3	136.4	8.2	136.1	8.2	112.5	0.1	167.0	13.7

25ポイント以上上昇

25ポイント以上低下

【表3 吸収率上昇・低下市町村数の推移（商圏）】

		吸収率上昇市町村数 (ゼロを含む)			吸収率低下市町村数		
		25～50 ポイント 未満	50 ポイント 以上		25～50 ポイント 未満	50 ポイント 以上	
食料品・日用品	2006年	16	3	1	28	3	2
	2009年	37	12	9	7	2	1
紳士服・婦人服	2006年	20	2	2	24	3	0
	2009年	22	2	4	22	1	2
身の回り品	2006年	15	1	1	29	3	0
	2009年	26	2	4	18	1	3
リビング用品	2006年	15	1	1	29	4	0
	2009年	20	6	1	24	1	3
余暇・趣味 関連商品	2006年	24	3	3	20	5	0
	2009年	28	3	3	16	3	1

一方、吸収率が全項目で低下した市町村は、常総市、取手市、坂東市、東海村、境町の5市町村となった。常総市と境町は、全項目で25ポイント以上低下し、東海村は「リビング用品」を除く4項目で25ポイント以上低下している。なお、高萩市も3項目で25ポイント以上低下している。

吸収率が大幅に上昇した市町村は、最近もしくはここ数年の間に大型商業施設や専門量販店等が相次いで新規出店している。一方、大幅に低下した

市町村は、近隣市町村や近隣都県に大型商業施設が新規出店している。過去の調査結果と同様に、大型商業施設や専門量販店等の立地動向が、吸収率に大きく影響していると推察される。

## 2. 余暇圏

次に、県内における余暇圏の特性について、項目別の吸収率（吸収人口／行政人口）の変化と、市町村別の吸収率の変化からみていく。

【表4 市町村別吸収率一覧表（余暇圏）】

（吸収率：％、06年比：ポイント）

市町村	芸術・文化活動		娯楽活動		アウトドアライフ		スポーツ		家族連れの外出	
	吸収率		吸収率		吸収率		吸収率		吸収率	
		06年比		06年比		06年比		06年比		06年比
水戸市	234.4	5.9	304.0	51.7	142.4	13.5	230.4	31.3	362.2	44.3
日立市	118.6	0.2	90.0	▲ 35.0	100.8	▲ 7.8	143.9	0.8	161.0	4.5
土浦市	142.3	▲ 5.6	176.7	▲ 3.7	131.8	▲ 5.6	212.8	5.1	305.6	32.9
古河市	95.6	8.9	59.9	▲ 28.8	74.7	▲ 10.6	118.4	▲ 1.1	125.3	▲ 0.5
石岡市	108.6	▲ 4.3	116.1	▲ 36.1	108.3	5.1	251.7	70.7	243.1	19.4
結城市	131.7	1.6	31.5	5.3	48.5	7.2	133.9	26.1	216.6	▲ 8.3
龍ヶ崎市	142.6	3.6	110.1	▲ 0.8	155.3	▲ 3.6	289.0	20.9	316.1	15.8
下妻市	171.2	49.2	302.7	169.0	195.2	22.0	271.3	19.7	393.4	43.7
常総市	79.1	▲ 3.2	43.7	▲ 12.5	71.8	▲ 11.9	139.5	12.3	153.9	▲ 37.0
常陸太田市	106.0	17.7	64.6	▲ 41.2	101.8	▲ 23.6	200.3	33.9	152.8	▲ 3.3
高萩市	112.3	6.0	46.9	▲ 25.0	98.7	▲ 28.1	197.6	41.9	270.7	▲ 1.7
北茨城市	113.1	9.5	59.8	▲ 17.4	88.9	▲ 10.4	124.9	16.6	130.0	20.1
笠間市	148.6	19.8	102.2	▲ 10.3	174.9	52.3	218.5	60.9	216.8	18.2
取手市	93.0	2.8	53.5	▲ 5.9	45.8	▲ 0.7	151.3	6.0	138.4	0.1
牛久市	130.4	▲ 7.7	89.2	3.7	80.8	▲ 6.5	192.5	23.5	304.9	33.0
つくば市	182.8	▲ 4.3	309.7	▲ 62.2	225.8	▲ 26.0	222.2	▲ 15.9	386.0	9.1
ひたちなか市	166.4	8.4	431.5	113.2	350.3	102.9	288.4	45.5	369.3	79.5
鹿嶋市	171.3	15.1	106.2	1.1	165.0	17.1	331.1	65.2	263.0	28.3
潮来市	95.3	23.2	69.2	9.8	90.7	19.2	127.6	20.6	193.0	23.2
守谷市	180.2	47.7	430.0	335.8	137.2	28.0	236.9	69.4	493.9	92.8
常陸大宮市	148.9	7.8	130.4	▲ 7.1	165.6	10.1	272.0	39.5	259.9	18.4
那珂市	89.2	5.8	91.4	▲ 20.3	105.7	▲ 45.8	187.8	25.6	285.4	▲ 11.8
筑西市	104.3	2.8	67.4	▲ 24.1	87.1	14.7	178.5	44.5	152.5	5.3
坂東市	116.5	▲ 19.9	168.0	▲ 127.3	65.3	▲ 36.7	186.9	▲ 18.7	139.7	▲ 28.4
稲敷市	100.3	22.1	299.9	120.1	93.6	▲ 19.9	148.0	▲ 3.7	173.2	33.6
かすみがうら市	79.2	8.6	24.2	▲ 7.5	123.8	28.1	171.6	32.2	103.8	▲ 17.8
桜川市	76.3	5.3	42.4	4.9	74.2	19.3	185.1	93.5	122.8	10.6
神栖市	100.0	7.0	69.5	▲ 5.4	93.1	2.6	132.7	9.4	195.8	32.0
行方市	64.3	4.2	26.7	6.5	107.0	19.7	156.7	36.8	111.9	21.9
鉾田市	96.0	1.5	59.2	▲ 9.8	98.1	15.4	165.5	18.7	129.3	0.6
つくばみらい市	77.0	26.5	54.5	23.4	86.3	19.3	151.0	50.7	135.1	18.4
小美玉市	93.3	15.2	12.2	▲ 5.5	53.9	13.8	145.2	66.4	83.4	19.2
茨城町	66.3	23.4	50.2	34.0	175.7	82.9	234.5	147.2	254.2	176.2
大洗町	201.0	▲ 54.4	279.5	▲ 35.4	1,071.7	287.3	334.0	127.3	576.2	132.7
城里町	74.0	7.5	98.4	▲ 66.4	193.3	▲ 99.7	203.0	▲ 9.2	53.3	2.2
東海村	130.8	▲ 10.4	65.8	4.1	113.8	▲ 10.9	239.6	2.5	322.2	▲ 44.9
大子町	193.9	20.2	256.7	50.1	615.5	220.4	224.6	107.0	198.2	88.0
美浦村	52.0	▲ 2.1	14.4	▲ 8.8	117.2	17.8	287.4	77.7	43.3	4.2
阿見町	82.4	15.7	46.0	▲ 1.5	76.6	12.5	153.6	14.7	179.2	▲ 17.8
河内町	26.0	13.1	3.3	▲ 1.0	38.1	25.0	102.8	54.1	16.1	8.4
八千代町	48.6	▲ 9.8	25.2	8.3	64.4	5.9	174.0	107.3	76.4	16.6
五霞町	32.5	0.1	21.9	17.7	39.1	15.2	122.6	53.4	81.3	17.5
境町	88.4	▲ 6.9	53.1	▲ 18.4	86.2	3.2	167.2	30.1	232.8	▲ 15.8
利根町	63.4	6.1	5.6	▲ 15.1	42.7	▲ 1.2	109.7	5.3	35.6	▲ 14.7
平均	112.0	6.5	112.8	7.4	144.9	16.6	193.5	37.9	208.1	19.7

25ポイント以上上昇

25ポイント以上低下

## 項目別の吸収率の変化

吸収率の全県平均値をみると、全項目で前回比上昇した（表4）。

特に、「スポーツ」は37.9ポイント上昇し、余暇行動の項目別で最も上昇幅が大きい。39市町村で吸収率が上昇しており、50ポイント以上上昇した市町村も14に上る（表5）。

また、「家族連れの外出」も19.7ポイント上昇した。32市町村が上昇しており、上昇幅が50ポイント以上の市町村が増加している。

「アウトドアライフ」は、16.6ポイント上昇した。上昇幅が50ポイント以上の市町村が増加し、低下幅が50ポイント以上の市町村が減少している。

「娯楽活動」は、7.4ポイント上昇した。上昇幅が

【表5 吸収率上昇・低下市町村数の推移（余暇圏）】

		吸収率上昇市町村数 (ゼロを含む)			吸収率低下市町村数		
		25～50 ポイント 未満	50 ポイント 以上		25～50 ポイント 未満	50 ポイント 以上	
芸術・文化 活動	2006年	26	1	0	18	1	1
	2009年	33	3	0	11	0	1
娯楽活動	2006年	15	2	3	29	8	3
	2009年	17	1	6	27	6	3
アウトドア ライフ	2006年	13	0	0	31	2	4
	2009年	27	3	5	17	4	1
スポーツ	2006年	32	3	1	12	0	0
	2009年	39	11	14	5	0	0
家族連れの 外出	2006年	25	3	1	19	2	0
	2009年	32	7	5	12	3	0

50ポイント以上の市町村が増加する一方で、低下幅が50ポイント以上の市町村も項目別で最も多い。

「芸術・文化活動」は6.5ポイント上昇したものの、余暇行動の項目別で最も上昇幅が小さい。33市町村で吸収率が上昇したが、上昇幅が25ポイント未満の市町村が多い。

## 市町村別の吸収率の変化

吸収率が全項目で上昇した市町村は、水戸市、下妻市、ひたちなか市、鹿嶋市、潮来市、守谷市、桜川市、行方市、つくばみらい市、茨城町、大子町、五霞町の12市町となった。

守谷市は全項目で25ポイント以上上昇し、ひたちなか市、茨城町、大子町は「芸術・文化活動」を除く4項目で25ポイント以上上昇している。

一方、吸収率が全項目で低下した市町村は坂東市で、4項目低下した市町村は、古河市、常総市、つくば市の3市となった。坂東市は3項目で25ポイント以上低下している。

吸収率の上昇幅が大きい市町村をみると、最近もしくはここ数年の間に新規出店、増床した大型商業施設に併設する娯楽施設や飲食店などが吸収していると考えられる。また、観光客が増加したことによる影響も大きいと推察される。

# 第3章 業態別の買い物行動

県民が、どのような商品をどこで（どの業態の店で）買い物をしたかについて、店舗6業態と店舗外3業態の計9業態別にみていく（表6・表7）。

なお、「インターネットショッピング」は、今回の調査から「パソコンインターネットショッピング」と「携帯インターネットショッピング」に分割した。

【表6 小売業態の区分】

一般商店・専門店	街中にある比較的小規模な商店・専門店 等	
スーパー	カスミ、セイブ、カドヤ、タイヨー、エコス、ヨークベニマル、かわねや、サンヨー 等	
百貨店・大型店	西武、京成、丸井、イトーヨーカドー、イオン（ジャスコ）、ベイシア、西友、長崎屋 等	
専門量販店	紳士服（青山他）、家電品（ケーズデンキ他）、衣料（しまむら他）、スポーツ用品（ビクトリア他）、クスリ（カワチ薬品他）、玩具（トイザラス他）、ホームセンター（ジョイフル本田他）、メガネ（パリーミキ他） 等	
コンビニ	セブンイレブン、ファミリーマート、ローソン 等	
農産物直売所	—	
カタログ・テレビショッピング	—	
インターネットショッピング	パソコン	パソコンからインターネットに接続して商品を購入
	携帯電話	携帯電話からインターネットに接続して商品を購入
生協等の共同購入・個別宅配	—	

【表7 業態別利用状況】

（利用状況：％、03年／00年比・06年／03年比・09年／06年比：ポイント）

項目	業態	店 舗						カタログ・テレビ ショッピング	店 舗 外			生協等の共同 購入・個別宅配
		一般商店・ 専門店	スーパー	百貨店・ 大型店	専門 量販店	コンビニ	農産物 直売所 （※1）		インターネットショッピング			
									パソコン	携帯	（区別なし） （※2）	
食料品・ 日用品		28.3	84.2	57.2	44.2	44.6	25.9	11.8	10.4	3.0	—	30.0
	03年／00年比	▲3.3	0.5	4.4	7.6	3.4	—	1.3	—	—	—	0.7
	06年／03年比	▲1.3	▲2.4	▲4.2	1.3	▲4.2	—	▲3.3	—	—	—	3.6
	09年／06年比	0.3	2.9	0.9	3.4	4.1	6.7	0.0	—	—	—	6.5
紳士服・ 婦人服		16.9	6.9	76.1	44.0	0.2	—	12.1	9.0	2.6	—	5.5
	03年／00年比	▲3.3	0.5	4.4	7.6	3.4	—	1.3	—	—	—	0.4
	06年／03年比	0.6	0.4	▲2.1	3.5	▲0.1	—	▲2.1	—	—	—	2.3
	09年／06年比	0.0	▲1.4	▲3.2	5.0	0.0	—	▲0.8	—	—	—	5.2
身の回り品		25.9	7.8	66.7	44.1	0.4	—	5.8	8.5	2.0	—	3.1
	03年／00年比	▲6.7	▲1.8	0.7	6.5	0.0	—	▲0.1	—	—	—	0.4
	06年／03年比	▲1.3	0.3	▲0.5	0.0	0.0	—	▲0.5	—	—	—	2.3
	09年／06年比	▲1.7	▲2.0	▲0.3	4.2	0.0	—	▲0.5	—	—	—	5.8
リビング 用品		13.6	3.3	33.3	76.1	0.4	—	7.5	9.1	1.1	—	2.7
	03年／00年比	▲10.4	▲1.9	▲2.3	10.6	▲0.9	—	0.5	—	—	—	0.7
	06年／03年比	▲1.6	▲0.1	0.3	0.3	▲0.2	—	0.2	—	—	—	2.3
	09年／06年比	▲3.1	▲0.9	0.8	1.8	0.0	—	▲0.4	—	—	—	5.4
余暇・趣味 関連商品		32.6	13.2	52.5	64.0	8.1	—	2.4	16.8	3.0	—	6.0
	03年／00年比	▲8.5	▲4.0	0.1	11.0	▲1.7	—	0.0	—	—	—	1.6
	06年／03年比	▲4.4	▲0.3	▲0.4	2.0	▲0.5	—	▲0.1	—	—	—	5.9
	09年／06年比	▲5.1	0.0	2.7	1.8	▲0.2	—	▲0.1	—	—	—	11.2

（※1）「農産物直売所」は2000年、2003年の調査において設問項目がないので、「03／00年比」、「06年／03年比」は掲載していない。

（※2）「インターネットショッピング」（区別なし）は、参考として「03／00年比」に2000年の割合（％）、「06年／03年比」に2003年の割合（％）、「09年／06年比」に2006年の割合（％）を掲載。

## 店舗における利用状況の変化

店舗では、専門量販店や農産物直売所の利用が増えている。

専門量販店は、「食料品・日用品」を除く全ての商品で、他の店舗業態の減少分を吸収していることが推察される。

また、全業態で「食料品・日用品」の利用が増

える中、農産物直売所は“新鮮”あるいは“安全・安心”など消費者のニーズに応える形で、利用率が最も上昇したと考えられる。

## 【一般商店・専門店】

項目別でみると、「余暇・趣味関連商品」を購入する目的で利用する割合が32.6%で最も高く、「食



料品・日用品」が28.3%で続いている。

利用状況の推移をみると、「身の回り品」、「リビング用品」、「余暇・趣味関連商品」の利用率が低下傾向にあり、特に「余暇・趣味関連商品」の低下幅が他項目に比べ大きい。

#### 【スーパー】

項目別でみると、「食料品・日用品」を購入する目的で利用する割合が84.2%で最も高く、「食料品・日用品」は業態別で比べても利用する割合が最も高い。

利用状況の推移をみると、前回に比べ「食料品・日用品」は上昇した。一方、「紳士服・婦人服」、「身の回り品」、「リビング用品」は低下し、「身の回り品」の前回からの低下幅は、業態別で最も大きい。

#### 【百貨店・大型店】

項目別でみると、「紳士服・婦人服」を購入する目的で利用する割合が76.1%で最も高く、「身の回り品」が66.7%で続いている。「紳士服・婦人服」、「身の回り品」は、業態別で最も利用率が高い。

利用状況の推移をみると、前回に比べ「食料品・日用品」、「リビング用品」、「余暇・趣味関連商品」が上昇し、「余暇・趣味関連商品」の前回からの上昇幅は、業態別で最も大きい。一方、「紳士服・婦人服」、「身の回り品」は低下し、「紳士服・婦人服」の前回からの低下幅は、業態別で最も大きい。

#### 【専門量販店】

項目別でみると、「リビング用品」を購入する目的で利用する割合が76.1%で最も高く、「余暇・趣味関連商品」が64.0%で続いている。「リビング用品」、「余暇・趣味関連商品」は、業態別で最も利用率が高い。

利用状況の推移をみると、全項目で利用率が上昇傾向にある。特に、「紳士服・婦人服」の上昇幅が大きい。

#### 【コンビニ】

項目別でみると、「食料品・日用品」を購入する目的で利用する割合が44.6%で最も高い。

利用状況の推移をみると、前回に比べ「食料品・日用品」が上昇している。

#### 【農産物直売所】

項目別でみると、「食料品・日用品」の利用率が25.9%で、「一般商店・専門店」とほぼ同水準となっている。

前回に比べ6.7ポイント上昇し、前回からの上昇幅は業態別で最大となっている。

#### 店舗外における利用状況の変化

店舗外では、インターネットショッピングの利用率が増えている。24時間いつでも購入が可能であるなど利便性が高く、また低価格といった点などから消費者に支持されていると考えられる。

また、カタログ・テレビショッピングや生協等の共同購入・個別宅配は、「食料品・日用品」等で安定した利用がみられる。

#### 【カタログ・テレビショッピング】

項目別でみると、「紳士服・婦人服」及び「食料品・日用品」を購入する目的で利用する割合が12%前後で高い。

利用状況の推移をみると、横ばいもしくは低下しているものの、低下幅は小さい。

#### 【インターネットショッピング】

「パソコンインターネットショッピング」は、項目別でみると「余暇・趣味関連商品」を購入する目的で利用する割合が16.8%で最も高い。

一方、「携帯インターネットショッピング」の利用率は各項目ともに1～3%の水準で、パソコンに比べ利用率は低くなっている。

前回までの調査と単純に比較できないものの、インターネットでの利用率が高まっていることが見てとれる。

#### 【生協等の共同購入・個別宅配】

項目別でみると、「食料品・日用品」を購入する目的で利用する割合が30.0%で最も高い。

利用状況の推移をみると、「食料品・日用品」、「紳士服・婦人服」が上昇傾向にある。

# 第4章 県外への買い物行動

過去の調査で、買い物・余暇行動が広く県外に及んでいることが明らかになっている。今回の調査でも、県外へ出かける県民の流れを確認している。以下では、買い物行動の変化をみでみる。

【表8 県外への流出口数（買い物行動）】

<食料品・日用品> (流出口数・06年比増減数：人、06年比増減率：%)

都県	流出人口	06年比	
		増減数	増減率
東京都	198,131	27,257	16.0
栃木県	263,507	53,848	25.7
福島県	76,509	8,226	12.0
埼玉県	124,417	45,146	57.0
千葉県	336,494	44,991	15.4
合計	999,058	179,468	21.9

<紳士服・婦人服>

都県	流出人口	06年比	
		増減数	増減率
東京都	289,943	▲ 22,780	▲ 7.3
栃木県	266,522	22,319	9.1
福島県	35,090	▲ 5,526	▲ 13.6
埼玉県	118,606	45,137	61.4
千葉県	399,971	2,850	0.7
合計	1,110,132	42,000	3.9

<身の回り品>

都県	流出人口	06年比	
		増減数	増減率
東京都	225,598	▲ 22,278	▲ 9.0
栃木県	209,354	27,895	15.4
福島県	30,419	▲ 4,317	▲ 12.4
埼玉県	84,188	34,193	68.4
千葉県	279,759	145	0.1
合計	829,318	35,638	4.5

<リビング用品>

都県	流出人口	06年比	
		増減数	増減率
東京都	83,845	6,626	8.6
栃木県	120,129	12,943	12.1
福島県	26,371	▲ 1,197	▲ 4.3
埼玉県	75,614	39,857	111.5
千葉県	189,163	40,341	27.1
合計	495,122	98,570	24.9

<余暇・趣味関連商品>

都県	流出人口	06年比	
		増減数	増減率
東京都	200,782	▲ 7,720	▲ 3.7
栃木県	215,798	16,815	8.5
福島県	49,732	▲ 4,654	▲ 8.6
埼玉県	85,914	34,220	66.2
千葉県	290,725	▲ 8,314	▲ 2.8
合計	842,951	30,347	3.7

## 他都県への流出状況

表8をみると、買い物行動で県外へ赴く県民が前回に比べ増加していることがわかる。全項目で前

【表9 県外都市への流出率（買い物行動）】

(流出率・市町村の流出率：%、06年比：ポイント)

県	市町村	流出率				
		06年比		流出率の高い市町村		
福島県	いわき市	4.3	0.5	北茨城市	高萩市	日立市
	郡山市	0.9	0.2	74.7	30.0	11.0
栃木県	小山市	8.7	0.5	北茨城市	大子町	常陸太田市
	宇都宮市	7.1	0.8	3.2	2.4	2.3
	佐野市	3.1	—	結城市	筑西市	古河市
	真岡市	3.0	▲ 0.1	92.2	57.8	55.5
	那須塩原市	2.0	—	結城市	筑西市	桜川市
	幸手市	1.8	0.5	50.0	34.7	30.6
埼玉県	越谷市	1.6	—	古河市	五霞町	結城市
	春日部市	1.4	0.1	13.4	6.5	5.7
	さいたま市	1.3	—	桜川市	筑西市	結城市
	羽生市	1.1	—	44.7	32.8	8.3
千葉県	柏市	11.3	▲ 0.3	大子町	東海村	常陸太田市
	成田市	9.4	▲ 0.1	9.6	5.2	5.1
	香取市	1.9	▲ 1.2	五霞町	境町	古河市
	流山市	1.7	—	88.7	31.9	20.6
	銚子市	1.6	0.1	坂東市	境町	守谷市
	千葉市	1.6	—	7.8	6.5	6.1
	印西市	1.5	—	五霞町	境町	坂東市
	松戸市	1.5	0.1	35.5	22.7	8.4
	野田市	1.3	—	古河市	境町	八千代町
	船橋市	1.3	—	12.0	5.9	4.5
取手市	1.1	—	古河市	五霞町	境町	
船橋市	1.1	—	18.3	14.5	7.0	
船橋市	1.1	—	62.7	56.4	43.4	
船橋市	1.1	—	河内町	稲敷市	神栖市	
船橋市	1.1	—	79.7	61.3	60.3	
船橋市	1.1	—	33.8	27.1	14.5	
船橋市	1.1	—	守谷市	つくばみらい市	取手市	
船橋市	1.1	—	14.5	8.4	6.7	
船橋市	1.1	—	神栖市	鹿嶋市	潮来市	
船橋市	1.1	—	30.2	6.0	3.6	
船橋市	1.1	—	神栖市	潮来市	河内町	
船橋市	1.1	—	7.4	6.7	4.3	
船橋市	1.1	—	利根町	龍ヶ崎市	河内町	
船橋市	1.1	—	52.8	16.2	13.0	
船橋市	1.1	—	取手市	龍ヶ崎市	牛久市	
船橋市	1.1	—	6.9	4.9	4.4	
船橋市	1.1	—	坂東市	境町	常総市	
船橋市	1.1	—	34.0	13.0	7.3	
船橋市	1.1	—	神栖市	鹿嶋市	龍ヶ崎市	
船橋市	1.1	—	3.7	3.6	2.9	

※特定の県外都市への流出率＝  

$$\frac{\text{全市町村における特定都市への流出人口（推計）の合計}}{\text{茨城県の人口}} \times 100$$

※市町村の流出率：15ページ参照

回比増加しており、特に「食料品・日用品」は約18万人増加した。

都県別では、全項目で栃木県と埼玉県への流出人口が増加している。

## 県外都市への流出状況

また表9は、県民が東京都を除く近隣県のどの都市で買い物をしているか調査した結果で、アンケート実施時に選定した13都市と、アンケートの回



答で手書き記入された都市のうち、流出率1%以上の9都市を掲載した。

前回と比較可能な12都市をみると、8都市で流出率が上昇した。一方、4都市で流出率が低下したものの、香取市を除き低下幅は僅かである。

県別にみると、千葉県は流出率が1%を超えた都市が10都市に上る。柏市が11.3%、成田市が9.4%で、全22都市のうち1、2番目に高いが、前回比では若干低下している。

栃木県と埼玉県で流出率が1%を超えた都市は

ともに5都市で、栃木県は小山市が8.7%、宇都宮市が7.1%で、全22都市のうち3、4番目に高い。宇都宮市は、前回比0.8ポイント上昇し、最も流出率が上昇した。

また、県外都市へ流出する市町村をみると、これまでの調査と同様に、対象都市の近隣市町村の流出率が高いことが確認できる。福島県の都市には県北地域から、栃木県と埼玉県の都市には県西地域から、そして千葉県には県南地域や鹿行地域・南部から流出している。

## 第5章 大型商業施設での買い物行動

県民の買い物行動に大きな影響を与えている大型商業施設での買い物動向を確認した。対象店舗は、店舗面積が20,000㎡以上の16店舗とした(表10)。そのうち、前回調査(2006年7月1日基準)時点での出店していた12店舗を「既存店舗」とし、前回調査時点から今回の調査(2009年7月1日基準)時点まで

【表10 店舗面積20,000㎡以上の大型店一覧表】

	市町村	店舗名
既存店舗	日立市	日立駅前ショッピングタウン(イトーヨーカ堂)
	ひたちなか市	ジョイフル本田ニューポートひたちなか店(ファッションクルーズニューポートひたちなかを含む)
	水戸市	京成百貨店
	水戸市	山新グランステージ水戸
	水戸市	イオン水戸内原ショッピングセンター
	笠間市	笠間ショッピングセンター(ボレボレシティ:イオン)
	つくば市	つくばクレオスクエア(西武・イオン・MOG・Q7)
	つくば市	山新グランステージつくば
	稲敷市	西代ショッピングセンター(アピタ・パルナ:ユニー)
	守谷市	ジョイフル本田守谷店
	古河市	古河サティ
	下妻市	新下妻ショッピングセンター(イオン)
新設店舗	茨城町	ロックシティ水戸南(カスミ・アルペン他)
	土浦市	イオン土浦ショッピングセンター
	つくば市	イーアスつくば(カスミ・フィットハウス・ユニクロ他)
	守谷市	ロックシティ守谷(カスミ・アルペン他)

※「ジョイフル本田ニューポートひたちなか店」に併設する「ファッションクルーズニューポートひたちなか」は2006年7月15日にオープンしたが、既存店舗に含めた。

で新規出店した4店舗を「新設店舗」とした。

### 大型商業施設での買い物動向

既存店舗へ出かける頻度をみると、「年に数回」が約343万人で最も多く、次いで「年に1回以下」が約186万人、「月に1回程度」が約136万人となっている(表11)。

2006年に比べ最も増加した頻度は「年に数回」で、約15万人増加した。一方、「年に1回以下」は約89万人減少した。

次に、新設店舗へ出かける頻度をみると、「年に数回」が約108万人で最も多く、次いで「年に1回以下」が約71万人、「月に1回程度」が約56万人となっている。

既存店舗と新設店舗の頻度を1店舗平均で比較すると、「年に数回」を除く全ての頻度で新設店舗が既存店舗を上回っている。

【表11 店舗面積20,000㎡以上の大型店に出かける頻度(買い物行動)】

(単位:人)

		週に3回以上	週に1~2回	月に2~3回	月に1回程度	年に数回	年に1回以下
既存12店舗	計	71,155	310,800	973,490	1,359,609	3,429,549	1,856,567
	(1店舗平均)	5,930	25,900	81,124	113,301	285,796	154,714
	2006年比	▲16,609	12,590	95,646	64,096	151,839	▲894,381
新設4店舗	計	46,557	167,047	444,222	551,158	1,080,876	708,760
	(1店舗平均)	11,639	41,762	111,055	137,789	270,219	177,190
	合計	117,712	477,847	1,417,712	1,910,767	4,510,425	2,565,326
(1店舗平均)		7,357	29,865	88,607	119,423	281,902	160,333

## 大型商業施設ヒアリング

水戸市の中心市街地で営業を展開している「京成百貨店」、発展著しいつくば市に一昨年オープンした「イーアスつくば」、そして県外都市の中で最も流出率が高い柏市のJR・東武鉄道柏駅に隣接する「高島屋柏店」に、業況や店舗づくり、課題等についてヒアリングを実施した。

### 京成百貨店（水戸市）

営業政策部営業企画担当課長 蛭田 三郎氏

#### 厳しさが続く百貨店業界

2006年3月に現在地に店舗移転して、約4年が経過しました。現在の来店客数は平日約9千人／日、休祝日1.5～2万人／日と、移転直後と大きな変動はありません。

売上は、百貨店業界全体の傾向と同様に、当店も厳しい状況で推移しています。

売上減少の要因のひとつに、総売上の約25%を占める婦人服販売の不調があります。もっとも、全国の百貨店全体の婦人服の減少幅に比べると、当店は健闘していると思われまます。

また、食料品に関しては、ほぼ横ばいで推移しています。食料品は単価が低く、売上全体への影響は婦人服に及ばないものの、業績を下支えしており、食料品の売上構成比も上昇傾向にあります。

#### 高品質な商品・サービスが百貨店の強み

県内では、イオン水戸内原ショッピングセンター、ジョイフル本田ニューポートひたちなか、イーアスつくばなど大型商業施設のオープンが相次ぎました。当店と部分的に競合するモノもありますが、本質的には競合しないと考えています。顧客の期待に応える商品・サービスを提供することで、ショッピングセンターとの棲み分けが出来ているといえます。

高速道路のETC休日割引（いわゆる高速道路1000円）の開始で売上減少が懸念されましたが、大きな影響はないと考えています。むしろ、水戸市中心市街地の動向が当店の業績に影響を及ぼすと考えています。2009年3月にリヴィン水戸店が

本店付商品開発担当課長 磯前 明寿氏

閉店しましたが、2009年の中元・歳暮商戦の実績が前年を上回ったという結果をみれば、当店にとって閉店の影響は多少なりともあったのではないのでしょうか。

#### 消費拡大を目指して

当店の商圈をみると、北は福島県いわき市、南は石岡市、東は鹿嶋市、西は桜川市と、移転時から大きな変化はありません。水戸市在住の顧客が最も多い点も変わっていません。

当店の中心となる顧客層は、昔からの固定客でもある中高年層であり、従来からメイン層として力を入れてきました。中高年層は他の年齢層に比べ所得も多い反面、モノについては一通り所有してしまっているため、新たな商品・サービスの提供という課題があります。今後は、モノだけではなくコトの提案を充実していくとともに、20～30歳代前半の若年層への取り組みも強化していく方針です。

#### 商品を「吟味」する傾向が強まる

顧客の消費動向をみると、景気悪化による所得減少要因があるものの、商品のデザインや機能など、時間をかけて「吟味」したうえで購入する傾向が強まっています。顧客は他の店舗をいくつも回り、最終的に購入するか判断するため、店舗側には他店に負けない接客が求められます。

また、インターネットの普及により、顧客は商品に関する情報を簡単に入手できるようになった反面、情報が多すぎて商品を選びきれないという

現象も起きてるものと思われます。接客する販売員は顧客が持つ情報を整理し、いくつかの選択肢(商品)を提案するスキルも必要となります。

### 誘客効果が高い「食」のイベント

イベントは定期的に行っていますが、特に「食」に関するイベントは根強い人気があります。北海道物産展やグルメ展などは、平日でも行列が出来るなど、誘客効果がある人気イベントとなっています。また、クリスマスコンサート等のシーズンイベントや、1階正面入り口での地域の方の発表の場となる様々なジャンルのイベント等を実施しています。

今後も多くのイベントを実施することで、顧客が常に新鮮な気持ちで来店してもらえるように努めていきます。

### ブランドを高める店舗づくり

当店は百貨店としての価値を維持するため、ブランド・ショップ等の入れ替えを実施する際も、当店にとって相応しいかどうかを判断基準として

重視しています。また、かつては展開できなかったブランドであっても、先方から展開に対しての打診があるなど、取引先からも地方の百貨店として相応の評価を得ていると感じています。

新しい売場構成も検討していく必要があります。現在はゾーンごとのフロア構成が基本となっていますが、用途ごとに商品を配置するブランドミックス型の売場の導入を検討しています。

今後は百貨店としての品揃えを活かし、顧客が生活するうえで「こうなったらいいな」と感じるものを提案しながら、より多くの方に来店していただけるように取り組んでいきたいと思えます。



催事場で行われた「大新潟まつり」

## イーアスつくば (つくば市)

支配人 佐々木 健雄氏

### 開業から1年経過 営業計画は概ね達成

イーアスつくばは、約220のショップや文化施設、レストランが一堂に集まる、北関東最大級のショッピングセンターです。「親子3世代で楽しむショッピングセンター」をコンセプトとして、2008年10月に開業し、1年余りが経過しました。

初年度は営業目標として売上高300億円、来店客数1,200万人を設定しました。2008年のリーマン・ショックによる影響もあり、売上高は目標をやや下回ったものの、来店客数は達成することができ、概ね営業計画通りとなりました。

2年目となる2009年12月以降の来店客数は、前年を上回って推移しており、ポイントカードの会員数も9万人に増加しています。

### 大型商業施設との競合

当店の商圈は、東はかすみがうら市、西は八千代町、北は筑西市、南は取手市(利根川)までの半径20kmと当初想定していましたが、実際は想定よりも広いと感じています。また当店のカード会員の住所地をみると、栃木、千葉、東京、神奈川の方が少なくありません。つくばエクスプレスの研究

学園駅から徒歩4分という好立地もあり、遠方から来店していただいていることが分かりました。

当店の近隣市町村には、県内ではイオン土浦ショッピングセンター（土浦市）、あみプレミアムアウトレット（阿見町）、県外では流山おおたかの森ショッピングセンター（流山市）、ららぽーと柏の葉（柏市）、イオンレイクタウン（越谷市）、ららぽーと新三郷（三郷市）などの大型商業施設が多数立地しています。しかし、利根川以南の施設は当店の商圈から外れており、もともと競合するとは考えていません。イオン土浦ショッピングセンターについては、ライバルとして明確に位置付け、当店が選ばれるような取り組みを行っています。

つくば市内にもLALAガーデンつくば、つくばクレオスクエアなどの商業施設がありますが、競合するのではなく、むしろ一体となつてつくばという地域を活性化させたいと考えています。

### イベントを来客の動機づけに

当店では、来店客の増加策の1つとして、毎週土・日のイベントを欠かさず実施しています。開業後しばらくの間はタレントなどを呼ぶことが多かったのですが、最近はキッズファッションショーや、地域住民から募集したコンテナガーデンでイーアスを彩るフラワーフェスタなど、地域密着型のイベントが中心となっています。

イベントを実施し続けることで、顧客は「イーアスに行けば何かやっている」という意識を持つようになります。これは、「どこに買い物に行こうか」と考えるうえで、重要な決め手の1つになるでしょう。

### テナント入れ替えにより店舗の新陳代謝を図る

テナントについては、「年間1割程度を入れ替える」方針にしています。テナントが随時入れ替わることで、ショッピングセンターとして、新陳代謝が図られると思います。

入れ替えがスムーズに行われるための仕組みも

重要です。当店ではテナントとの契約のなかで、中途退店が円滑にできるような取り決めをしています。テナントが撤退する理由の多くは、想定する売上が確保できないためです。これにはいろいろな理由がありますが、結局は顧客の支持が得られていないということなので、入居し続けることは、テナント、当店のどちらにとってもメリットはありません。従って、テナント側からの申し入れであっても、イーアス側からの申し入れであっても、申し入れた側が一方的にペナルティを負うことのないよう、平等な扱いをする仕組みとなっています。

全国的にショッピングセンターの営業環境が厳しいなかで、当店は健闘していることから、良質なテナントを確保できる環境にあります。顧客の期待に沿えるようなテナントを誘致できるよう、引き続き注力していきたいと思ひます。

### 地域のインフラとして機能する

当店が目指すのは、施設が地域のインフラとして機能することです。買い物や娯楽だけでなく、郵便局や税務署など、生活に必要な機能がすべて揃う施設となることが目標です。極端な例でいえば、イーアスに会社のオフィスがあっても良いでしょう。

地域の方々に、「イーアスに来ることが生活の一部である」と感じてもらえるような店舗づくりに努めてまいります。



開放感のある店内



## 高島屋柏店（柏市）

営業企画担当部長（取材時） 長谷川 晴久氏

### 2008年に新館がオープン

高島屋柏店は柏駅西口に立地し、T館および隣接するステーションモール（S館）内のTXで構成され、子会社の東神開発が運営するS館専門店街および新館専門店街（2008年10月オープン）との4館体制で、売り場面積53,000m<sup>2</sup>の駅隣接型ショッピングセンターを形成しています。

柏駅（JR、東武鉄道計）の乗降客数は約38万人/日です。つくばエクスプレスの開業により、東武柏駅の乗降客数は4～5%の減少が見られたものの、現在は大きな変化はありません。来店客数は、高島屋が約4.3万人/日で、S館・新館を含めると約7万人/日となります。T館とS館（TX・専門店街）を合わせた来店客数は、7～8年前に比べ約1万人減少しておりますが、新館のオープン効果もあり、全体の来店客数はそれほど減少していません。

茨城県内では、取手市や守谷市など県南地域の顧客が中心です。一時期、取手からの顧客が減少しましたが、現在は戻りつつあるようです。

2008年のリーマン・ショック以降の売上は減少しており、特にこの半年は前年比2桁の減少が続いています。レジ客数の減少が大きく、消費を控える動きが顕著となっています。

### 競合激しい柏市の商業

柏市では周辺地域を含め、2004年以降大型商業施設の出店が相次いでおり、競合が激しくなっています。モラージュ柏、イオン柏ショッピングセンター、ららぽーと柏の葉、流山おおたかの森ショッピングセンターなど、柏駅を中心とした半径5km圏内に合計134,000m<sup>2</sup>の店舗面積を有する商業施設が立地しています。

上記の大型商業施設がオープンした際、当店の売上は最大で2%減が3ヶ月間続くなどの影響を

受けました。

高島屋柏店にとって最大のライバルは、柏駅東口のそごう柏店ですが、ショッピングセンター全体では流山おおたかの森ショッピングセンターをはじめ、ららぽーと柏の葉、新三郷ららシティ、常磐線沿線の商業施設を視野に入れていきます。

当店は、柏駅直結という店舗特性から、電車を利用する顧客にとっては利便性が高い一方、自家用車で来店される顧客にとっては、以前から駅周辺の交通渋滞や、混雑で駐車場への入庫に時間がかかるなど利便性が低いという面もあります。自家用車を利用する顧客の中には、駐車しやすい郊外型ショッピングセンターを選ばれる方も多いと思います。従って、当店を含めた柏駅周辺の商業施設の商圏は狭まっている可能性があります。



2008年10月オープンした新館

### 消費動向

商品別の売上をみると、衣料品が厳しい状況です。百貨店の主要顧客である中高年層は「モノ」の購入が一巡し、財布のひもは固くなっています。

一方で、「食」の関心は高く、当店の売上に占める食料品の割合は約3分の1となっています。

### 今後の課題

現在はテナントの入れ替えが激しく、まずはテナントを確保することを優先しています。今後は、中長期的なビジョンに基づきテナントの入れ替えを実施していかなければなりません。

また、商品やサービスの購入時、自社カードの利用率は6年前の40%から57～58%に高まっています。当店の売上を下支えしている自社カード利

用者の購買データを活用することで、顧客のニーズをより深く把握する必要があると思います。

大型商業施設との競合については、当店とステーションモールが一体であると考えれば、百貨

店やショッピングセンターといった大規模商業施設は、郊外部への相次ぐ立地によって競合が激化し、景気後退等による消費低迷も重なり、厳しい経営状況にある。

ヒアリングした3先の経営状況も例外ではないが、それぞれの経営環境を踏まえ、強みを活かした営業戦略で現状打破を図っている。

特にイーアスつくばは、当初想定していた以上に広範囲から集客し、来店客数も目標を達成するなど、今回の調査におけるつくば市の商圈拡大に大きく寄与したと思われる。

イーアスつくばにおける特徴的な戦略の1つとして、週末に多彩なイベント実施を継続することで、「イーアスファン」づくりを展開していることが挙げられる。住民参加型のイベントなどを絶えず実施しており、顧客が来店する動機の一因と

店と専門店を併せ持つという、他の商業施設にはない強みがあります。このメリットを活かして、当店を訪れてくださる顧客との結びつきを更に深められるよう、取り組んでいきたいと思っています。

なっている。

こうした戦略が奏功し、2年目に入り来店客数は前年を上回って推移している。

京成百貨店と高島屋柏店についても、水戸市、柏市の中心部に立地する老舗百貨店として両市に買い物客を吸引する原動力になっている。こうした大型商業施設がさまざまな戦略によって来店客数の確保に注力していくことで、今後も県民の買い物・余暇行動は大型商業施設に大きく影響されていくと思われる。

また、イーアスつくばは物販・娯楽に加え、地域の生活インフラとしての機能を持つ施設にすることを目標としている。将来的には、集客力のある大型商業施設が、住民の生活全般を支える役割を担う可能性もあり得るだろう。（大倉・奥沢）

## 2010 茨城県生活行動圏調査報告書

### 茨城県内44市町村の生活行動が明らかに!

「なに（買い物・余暇）をするために、どこ（特定場所）へ行ったか」という人の流れを市町村単位の吸収率・流出率で把握し、各市町村の住民の生活行動を明らかにしています。

3月発行  
予定

#### ◆ 特徴

- ・ 県内市町村の商圈、余暇圏を色別表示
- ・ 「まちづくり」等の地域振興施策やマーケティングの基礎資料として利用価値大

#### ◆ 希望小売価格

- ・ A4版 21,000円（税込）

#### ◆ 掲載内容

- ・ 買い物、余暇行動の全県的な特徴
- ・ 市町村別の商圈、余暇圏の動向
- ・ 小売業態別の買い物動向
- ・ 県外都市部への買い物動向



お問い合わせ、ご購入の申し込みは、下記までお願いします。

財団法人 常陽地域研究センター

〒310-0801 茨城県水戸市桜川2-2-35 茨城県産業会館2階  
TEL 029-227-6181 http://www.arc.or.jp/ARC/  
FAX 029-231-0971 webmaster@arc.or.jp