

地方都市住民の買物行動に対する意識に関する研究

秋田大学 学生会員 ○佐藤誠之
秋田大学 正 会 員 日野 智
秋田大学 正 会 員 木村一裕

1. はじめに

近年、地方都市ではモータリゼーションや郊外化の進展に伴い、中心市街地の衰退が問題となっている。また、インターネット通信販売の市場拡大など、人々の買物行動が多様化しており、地方都市の商業が全体的に衰退しつつあることが懸念される。買物は主な余暇の行動と考えられ、その充実が生活の質の向上に寄与すると考えられる。また、商業の活性化は地域活力の向上にもつながる。

本研究では、地方都市住民の買物行動に着目した。そして、意識調査から余暇における買物行動の位置付けや満足度、街に出かける際に重要視する項目を把握した。そして、魅力ある地方都市の商業地域のあり方を提案することを目的とした。

2. 地方都市住民に対する意識調査の実施

(1) 意識調査の概要

本調査は、秋田市と由利本荘市の 2 地区を対象として実施した。由利本荘市は秋田市から距離が 40km 程であるため、買物を目的とした訪問をする人も多いと考え選定した。意識調査では主に、1) 余暇の過ごし方や商業施設の利用頻度、2) 日常生活での意識、3) 休日の満足度、4) 買物行動をする際に重要視する項目などを質問した。2 地区で 450 世帯 750 票を配布し、秋田市で 92 世帯 133 票、由利本荘市で 94 世帯 120 票の回答を回収した。

(2) 地方都市住民の休日の過ごし方・外出頻度

被験者に休日の過ごし方について質問した。「買物などに出かける」、「家で過ごす」がどちらも 4 割近くと多い。また、休日の外出頻度は「よく外出する」、「2 回に 1 回程度外出する」と答えた被験者が約 4 割を占めている。(図 1) これらのことから地方都市住民は休日に外出する際は買物などに出かけて過ごすことが多いということがわかる。

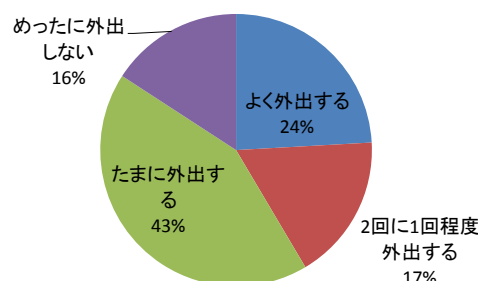


図 1 休日の外出頻度

(3) 外出頻度別にみた休日の満足度

休日に対する満足度を休日の外出頻度別にみると、外出頻度が高くなるにつれて、「たいへん満足である」、「どちらかといえば満足である」と答える被験者の割合が高くなっている。よって、買物などに出かけるなどの外出が、休日の満足度を向上させていると考えられる。(図 2)

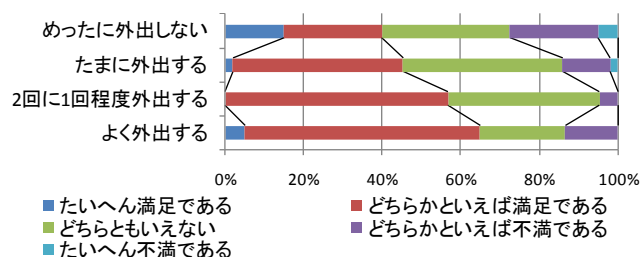


図 2 外出頻度別休日の満足度

3. 商業施設への外出頻度と通信販売の利用頻度

意識調査では、秋田市中心市街地、秋田市の郊外型大型店舗、他県の商業施設それぞれの外出頻度と通信販売の利用頻度を尋ねた。郊外型大型店舗の方が中心市街地より利用されている。また、約 2 割の被験者が他県の商業施設を年に数回以上利用すると答え、約 5 割の被験者が年に数回以上、通信販売を利用すると答えたことから、買物行動の多様化がうかがえる。購入することが多い商品については、商業施設では、食料品、衣料品、生活雑貨の割合が高く、通信販売では商業施設に比べて、家電製品、書籍・CD の割合が高くなっている。このことから、目

キーワード：意識調査分析、余暇、買物行動、ECR 法

連絡先：〒018-8502 秋田県秋田市手形学園町 1 番 1 号 TEL(018)-889-2767 FAX(018)-889-2975

的の商品に合わせて購入場所を選択していることがわかる。

4. 日常生活における意識・行動

日常生活における意識を7項目で質問した。多くの被験者が「人がいない閑静な場所が好き」、「自然が多い場所が好き」という意識持っている。このことから地方都市住民は日常生活では、自然が多く人が少ない場所を好む傾向にあることがわかる。余暇の外出に関する項目では、あまり外出したくない意識を持つ人も少なくない。一方で、買物に出かけることが好きという意識を持ち頻繁に外出する被験者もいる。このように、外出意欲は二分化される結果となった(図3)。

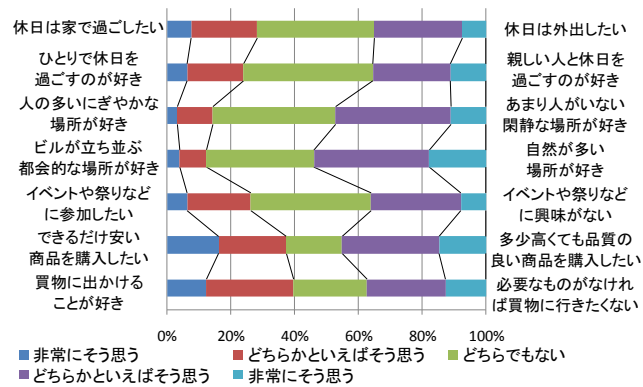


図3 日常生活での意識

5. ECR 法による買物行動に対する重要度評価

(1) 拡張寄与ルール(ECR)法の概要

集団の選好意識を明らかにする ECR 法¹⁾を用い、買物行動をする際に必要な項目の重要度を評価してもらった。本研究は生活する上で欠かせない施設を7つ提示し、合計が0となるように各項目に+5~-5点の点数を付けてもらった。 m 人の集団の項目 i の j に対する選好度は式(1)で表される。

$$g(c_{ij}^1, \dots, c_{ij}^m) = \sum_{l=1}^m w_l^i c_{ij}^l + \lambda \sum_{l=1}^m w_l^i \text{Min}(0, c_{ij}^l) - m\theta \quad (1)$$

ただし、 g : 集団の選好度

c_{ij}^l : 意思決定者 l による項目 i の項目 j に対する選好度

w_l^i : 意思決定者 l の重み(=1)

$\lambda (\geq 0)$: 大きいほど意見の一致度を高くする値

$\theta (\geq 0)$: 弱い関係を排除する閾値

ECR 法の結果は、上方にある項目ほど重要度が高く、下方ほど重要度が低くなるよう構造化される。

(2) 買物行動における重要度評価

外出頻度別にみた ECR 法による分析結果を図4に示す。両者とも上位は1)商品の品揃え、3)アクセスの良さ、5)価格の安さと、主に店舗に由来する項目の重要度が高くなった。しかし、「よく外出する」においては、 λ を大きくし、反対意見を多く考慮しても2)にぎわいが上位3つの次に位置する結果になった。このことから外出頻度の高い住民はイベントや活気などのにぎわいを重要視することがわかった。また「めったに外出しない」でも同様に λ を大きくすると、6)歩きやすさが上位3つの次に位置する結果になった。これは外出頻度が低い被験者は高齢者が多かったため、店舗間の距離やバリアフリーなど、買物しやすい環境が重要視されたと考えられる。

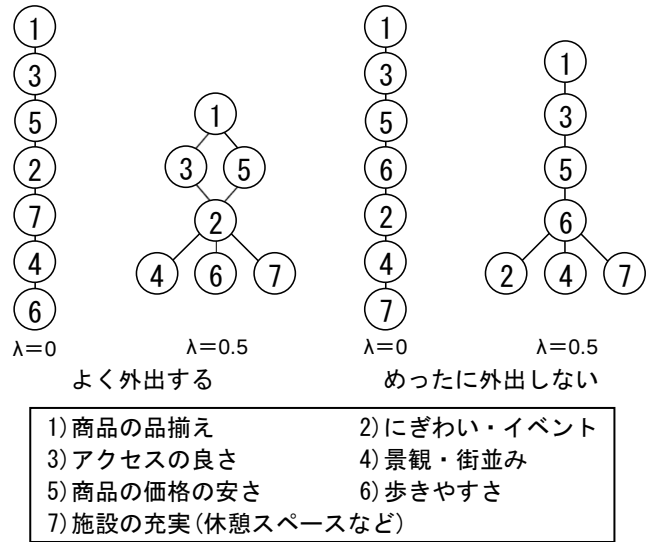


図4 買物行動をする際の重要度評価

6. おわりに

地方都市住民は休日に外出する際は買物などに出かけることが多く、外出することが休日の満足度に影響を与えている。すなわち、買物行動は生活の質の向上に寄与するといえる。また、よく外出する人は買物行動におけるにぎわいを重要視する傾向にある。その一方で、外出頻度が低く、あまり買物に出かけたくない意識を持つ人も少なくない。商業施設の魅力向上と同時に、にぎわいの創出などによる環境整備が地方都市における商業の活性化につながると考えられる。

参考文献

1) 榎木義一・井上紘一・守安隆: 集団意思決定者のための支援システム, オペレーションズ・リサーチ, 1980年10号, pp. 38-46, 1980.