

静岡県西部地域しんきん経済研究所トピックス

2014年2月19日

県西部地域 買い物動向調査結果

静岡県西部地域しんきん経済研究所（理事長 山本長行、以下県西部しんきん経済研究所）は、静岡県西部地域の住民を対象に行った「買い物動向調査」をまとめましたのでご案内します。

1. 調査概要

調査対象 静岡県西部地域の20歳以上の住民515名

調査方法 インターネット調査会社「マクロミル」を利用したインターネット調査

調査時期 2014年1月16～17日

年齢	N	%	世帯年収	N	%
20代	71	13.8	200万円未満	38	7.4
30代	145	28.2	200～400万円未満	101	19.6
40代	134	26.0	400～600万円未満	120	23.3
50代	102	19.8	600～800万円未満	82	15.9
60才以上	63	12.2	800～1000万円未満	55	10.7
全体	515	100	1000万円以上	36	7.0
			わからない/答えたくない	83	16.1
			全体	515	100
居住地	N	%	職業	N	%
浜松市	351	68.1	公務員	11	2.1
中区	129	25.0	経営者・役員	11	2.1
東区	68	13.2	会社員(事務系)	64	12.4
西区	42	8.2	会社員(技術系)	66	12.8
南区	39	7.6	会社員(その他)	69	13.4
北区	28	5.4	自営業	40	7.8
浜北区	36	7.0	自由業	9	1.7
天竜区	9	1.7	専業主婦(主夫)	104	20.2
磐田市	73	14.2	パート・アルバイト	70	13.6
袋井市	29	5.6	学生	7	1.4
掛川市	27	5.2	その他	64	12.5
湖西市	27	5.2	全体	515	100
菊川市	8	1.6			
全体	515	100			

2. 調査結果の概要

- ✓ 暮らし向きは依然厳しいものの、徐々に改善。所得が高い世帯ほどゆとりがでてきている。
- ✓ ネット通販・モール型SCでの支出が増加している。浜松駅周辺の店舗は苦戦。
- ✓ ネット通販は新規需要を喚起する一方、既存店舗の売り上げを侵食してきている。
- ✓ 小売業の競争環境はかつての「小規模店舗 VS 大規模商業施設」「駅前 VS 郊外」から「大型店 VS ネット通販」へと変化しつつある。

消費税率引き上げに伴い、物販は若干の駆け込み需要があり、増税後に節約志向が高まる。サービス業は駆け込み需要がほとんどなく、増税後に節約志向が高まるという傾向がみられる。

本件のお問い合わせ先

432-8036 浜松市中区東伊場2-7-1 浜松商工会議所会館9階

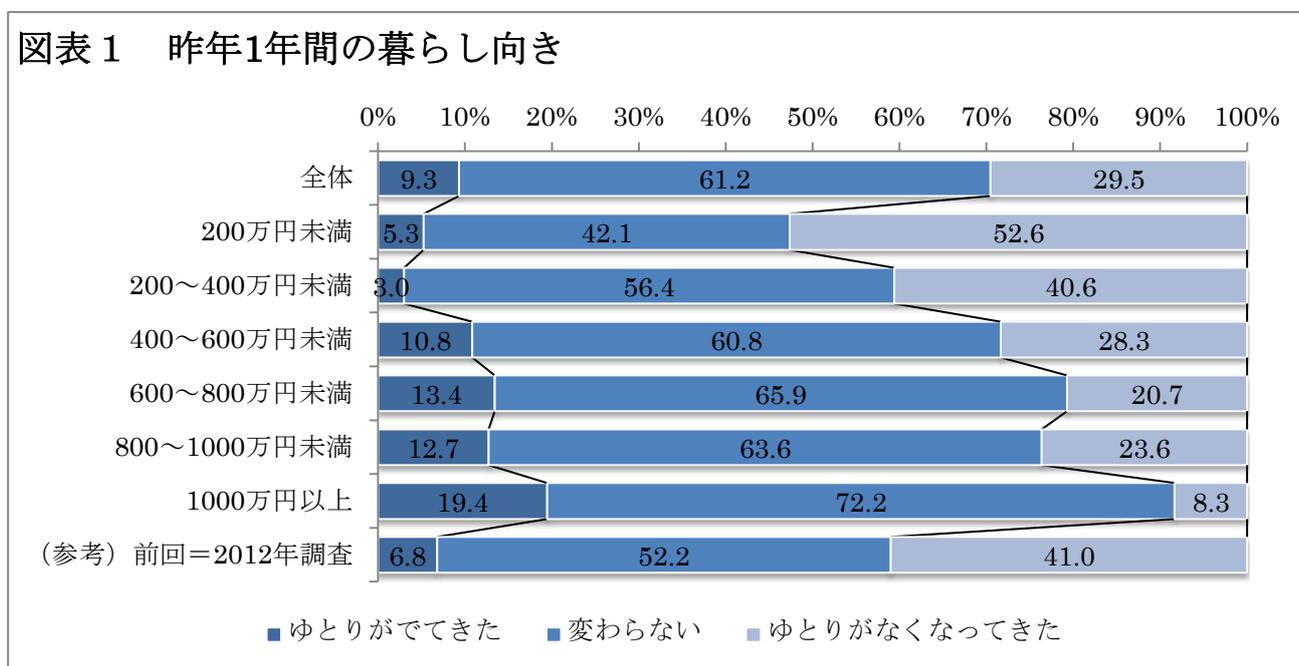
静岡県西部地域しんきん経済研究所 間淵 TEL 053-452-1510 FAX 053-401-6511

暮らし向きは徐々に改善

昨年（2013年）の暮らし向きについてたずねたところ、「ゆとりがでてきた」は9.3%にとどまり、「ゆとりがなくなってきた」の29.5%を20.2ポイント下回った。依然、厳しい状況にあるが、前回調査（2012年調査＝2011年の暮らし向き）と比較すると、「ゆとりがでてきた」が2.5ポイント増加し、「ゆとりがなくなってきた」が11.5ポイント減少している。少しずつではあるが、暮らし向きは改善してきているといえる。

世帯年収別にみると、年収が高まるに伴い、「ゆとりがでてきた」の回答割合が増加し、「ゆとりがなくなってきた」の回答割合が減少する傾向がみられる。年収200万円未満の世帯は、「ゆとりがなくなってきた」の回答割合が「ゆとりがでてきた」を47.3ポイント上回っているのに対し、年収1000万円以上の世帯は「ゆとりがでてきた」が「ゆとりがなくなってきた」を上回っている。

図表1 昨年1年間の暮らし向き



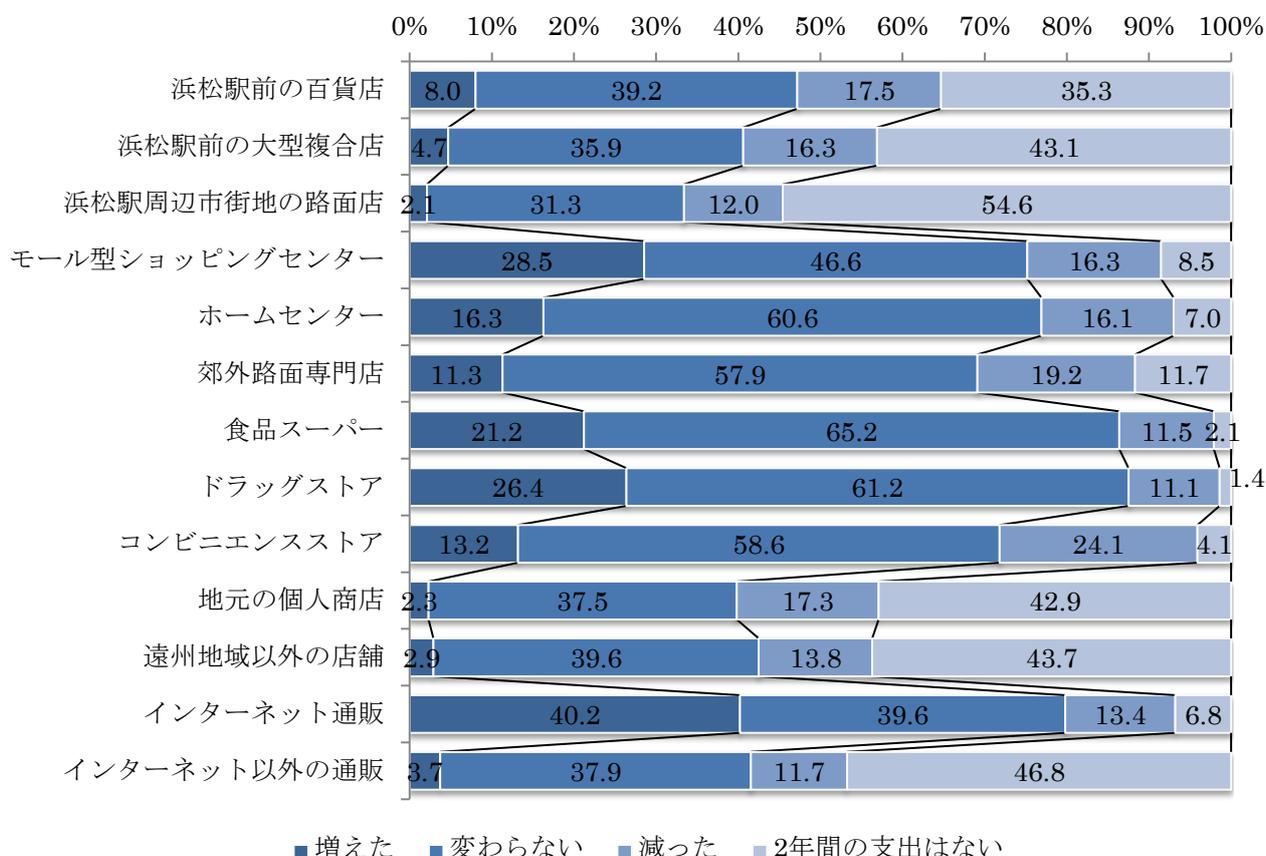
昨年1年間の支出 ネット通販・モール型SCでの支出は増加

昨年の店舗別の支出金額（図表2）をみると、「増えた」の割合が最も高かったのは、「インターネット通販」の40.2%。次いで、「モール型ショッピングセンター」(28.5%)、「ドラッグストア」(26.4%)の順となった。その他、「ホームセンター」「食品スーパー」も「増えた」が「減った」を上回った。

「減った」の割合が最も高かったのは、「コンビニエンスストア」の24.1%。次いで、「郊外路面専門店」の19.2%となった。

浜松駅周辺市街地の店舗も苦戦した。百貨店、大型複合店はいずれも、「減った」が「増えた」を上回った。浜松駅周辺市街地の路面店にいたっては、半分強（54.6%）の人が「2年間の支出はない」と回答している。

図表2 2013年の支出金額（2012年と比較して）

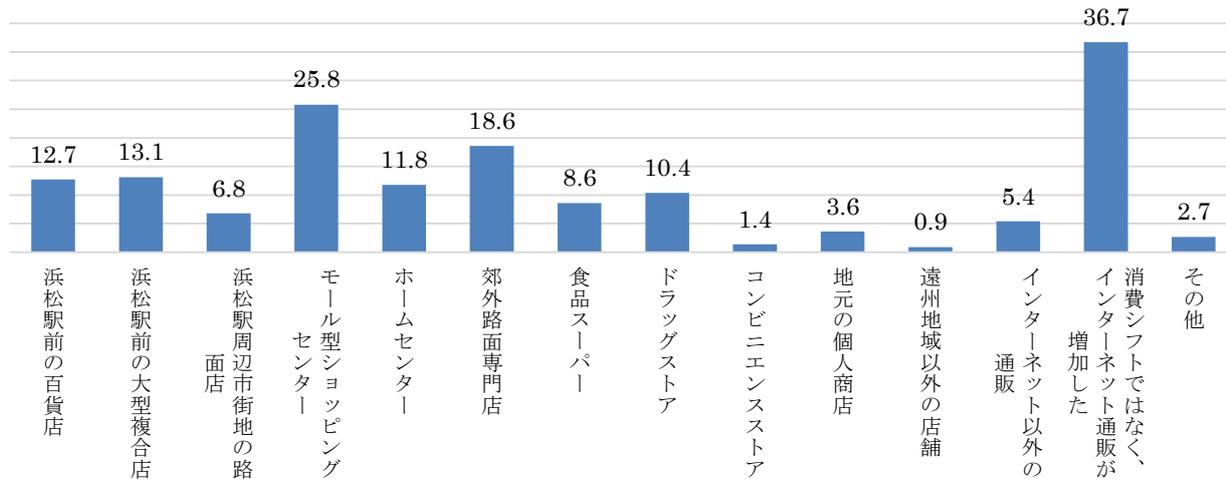


モール型 SC、郊外路面専門店からネット通販へ消費がシフト

消費が増加している「インターネット通販」はどの業態からの消費がシフトしたものなのかをたずねたところ（図表3）、「消費シフトではなく、インターネット通販が増加」したが36.7%で最も多かった。具体的な業態を挙げた回答をみると、「モール型ショッピングセンター」が25.8%で最も多く、次いで「郊外路面専門店」（18.6%）の順となった。品揃えが豊富なモール型ショッピングセンターや大型家電店などの郊外路面専門店では商品を確認し、ネット通販によって店頭より安い価格で購入する“ショールーミング”の動きがうかがえる。

ネット通販は新規の消費を喚起する一方、当地域に立地する既存店舗の売り上げを侵食してきている。小売業の競争環境はかつての「小規模店舗 VS 大規模商業施設」「駅前 VS 郊外」から「大型店 VS ネット通販」へと変化しつつある。

図表3 ネット通販への消費シフト（複数回答）

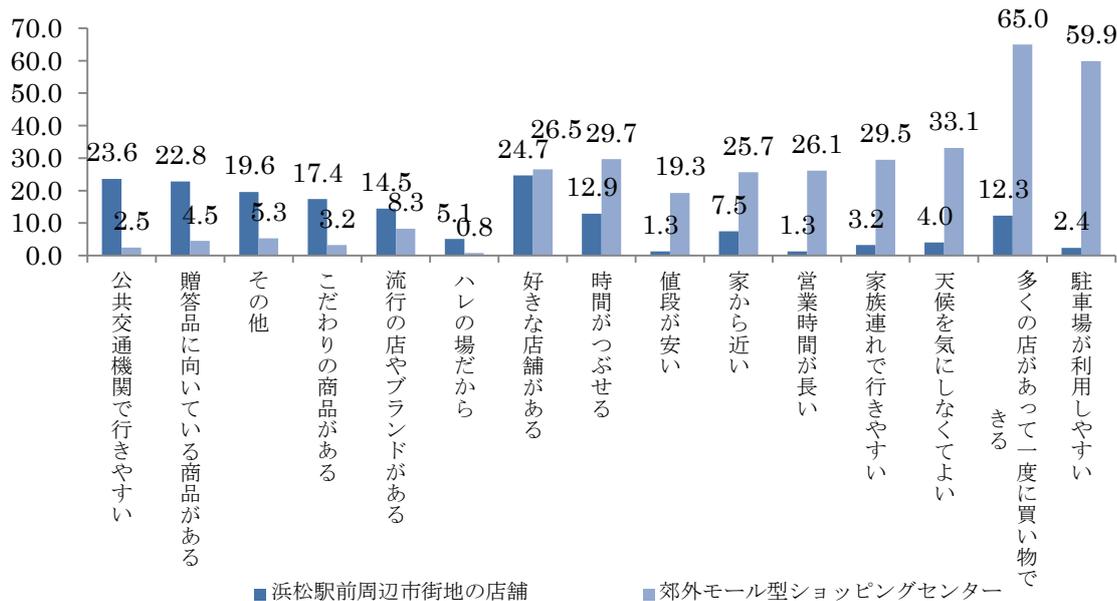


贈答品やこだわりの商品を求めるなら浜松駅前周辺市街地、利便性はモール型SC

浜松駅前周辺市街地を利用する理由の1位は「好きな店舗がある」(24.7%)。ただし、モール型SCも同項目の割合が26.5%あり、差別化要因となっていない(むしろ比較劣位である)。周辺市街地が相対的に高いのは、「公共交通機関で行きやすい」「贈答品に向いている商品がある」「こだわりの商品がある」などとなった。

モール型SCを利用する理由の1位は「多くの店があつて一度に買い物できる」(65.0%)。以下、「駐車場が利用しやすい」「天候を気にしなくてよい」「時間がつぶせる」「家族連れで行きやすい」「営業時間が長い」の順に高く、いずれも浜松駅前周辺市街地との差別化要因になっている。

図表4 浜松駅前周辺市街地とモール型SCの利用理由の比較（複数回答）

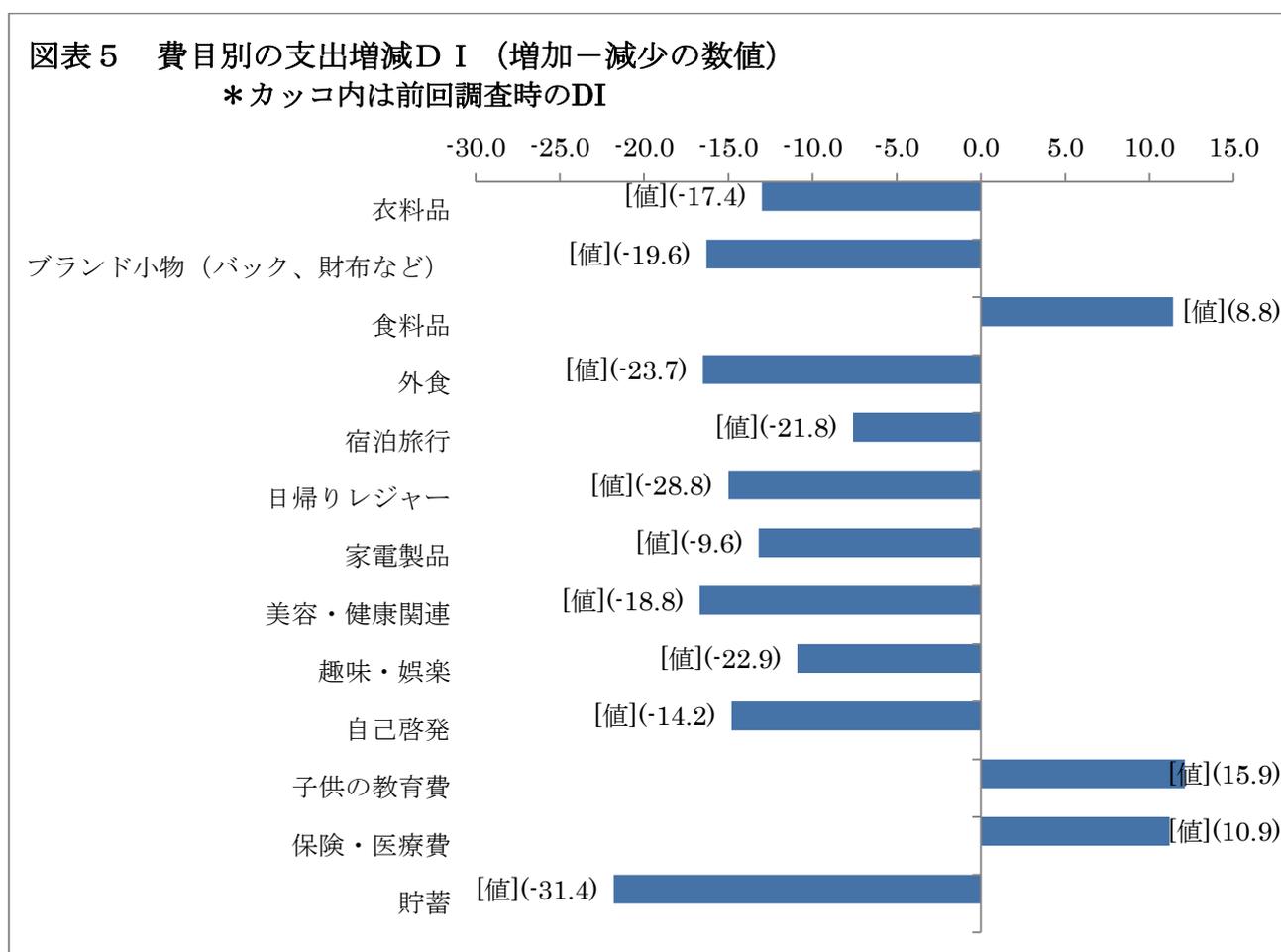


費目別の支出増減

費目別の支出増減D I（「増加と回答した割合」－「減少と回答した割合」の数値）をみると（図表5）、昨年実績でD Iがプラス（増加が減少を上回った）となったのは、「子供の教育費」「保険・医療費」「食料品」の3費目にとどまった。

昨年実績の数値が最も低かったのは、「貯蓄」（-21.8）。次いで、「美容・健康関連」「外食」「ブランド小物」の順に低かった。

マイナス水準となった費目は10費目あるが、前回調査と比較すると、うち8費目でマイナス幅が縮小している。特に「宿泊旅行」「日帰りレジャー」「趣味・娯楽」は10ポイント以上マイナス幅が縮小している。前回調査時は、東日本大震災直後の自粛ムードが漂った時期が含まれている点を考慮する必要があるが、消費者の財布の紐が徐々に緩くなってきていることがうかがえる。



消費税引き上げ前後の消費行動 物販とサービスで異なる行動

消費税が8%に引き上げられる2014年4月の前後で消費行動がどのように変化するかをたずねたところ、全費目で「消費行動に変化がない」の回答割合が最も高かった（図表6）。

「増税を見越して前倒して消費を行う（すでに消費した）」（いわゆる駆け込み需要）の回答割合が最も高い費目は、「家電製品」（17.5%）で、「食料品」（11.3%）、「衣料品」（8.7%）の順となった。残りの費目の回答割合はいずれも5%未満となっており、駆け込み需要はあまり期待できない。

「増税前に前倒し消費はしないが、増税後に節約する」の回答割合は、「外食」が43.1%で最も高く、次いで「衣料品」（41.2%）、「趣味・娯楽」（34.2%）の順となった。「子供の教育費」「保険・医療費」は「消費行動に変化はない」の回答割合が高かった。

物販は若干の駆け込み需要があり、増税後に節約志向が高まるのに対し、外食、旅行等のサービス業は駆け込み需要がほとんどなく、増税後に節約志向が高まるという傾向がみられる。

図表6 消費増税前後の消費行動

	増税を見越して前倒して消費を行う（すでに消費した）	増税前に前倒し消費はしないが、増税後に節約する	その他	消費行動に変化はない
衣料品	③8.7	②41.2	0.2	49.9
ブランド小物（バック、財布など）	4.9	30.9	1.2	63.1
食料品	②11.3	33.2	0.6	55.0
外食	1.4	①43.1	0.4	55.1
宿泊旅行	2.3	32.4	0.2	65.0
日帰りレジャー	1.9	33.6	0.2	64.3
家電製品	①17.5	34.0	0.4	48.2
美容・健康関連	4.7	33.0	0.2	62.1
趣味・娯楽	3.3	③34.2	0.2	62.3
自己啓発	1.2	27.2	0.2	③71.5
子供の教育費	1.2	16.3	2.1	①80.4
保険・医療費	0.8	22.9	1.0	②75.3