

## はじめに

最近の消費者の購買行動は、車社会の定着、大型商業施設の増加、さらにはインターネットの普及などにより、ますます広域化・多様化しています。また、地域開発の進展などにより商圈構造は激しく流動化しています。

一方、消費者の価値観も一様でなく、その時々の一必要性に基づき、感性豊かな商品や高品質の商品など多種多様な商品を求めて、広い範囲の様々な店舗を選び分けるようになってきています。

こうした商業集積の移り変わりや消費者の購買行動の変化を明らかにするため、緊急雇用創出事業基金事業の活用により、昨年度は三河部を、今回は尾張部を対象に、消費者が買物をする場所、利用する店舗とその理由などを調査しました。

本報告書が、市町村内外の商業力の実態、消費者の購買行動の特性などをあらわすものとして、各種行政施策はもとより、商業者、商業団体並びに関係機関において、広くご活用いただけることを期待しております。

なお、この調査の実施にあたり、格別のご理解、ご協力をいただきました関係の皆様へ厚くお礼を申し上げます。

平成23年1月

愛知県産業労働部商業流通課長

# 目 次

I	調査の概要	
1	調査の目的及び実施要領	1
2	調査結果利用上の注意	3
II	調査結果の概要	
1	10年間の商業施設の推移	5
2	尾張部における商圈の形成状況	7
3	尾張部各地域間の流出入動向	11
4	地元購買率の動向	12
	(1) 尾張西部地区	13
	(2) 尾張中部地区	13
	(3) 尾張北部地区	13
	(4) 尾張東部地区	13
	(5) 海部地区	14
	(6) 知多地区	14
5	利用店舗と買物理由	14
	(1) 買回品	16
	(2) 準買回品	16
	(3) 最寄品	16
	(4) 贈答品	16
6	近くの商店街の利用状況	17
	(1) 商店街の利用頻度	17
	(2) 利用頻度が高いと回答した人の主な理由	17
	(3) 利用頻度が低い(または利用しない)と回答した人の主な理由	18

資料編

1 上位流出先	1	(海部地区)	
2 消費者の流れ		津島市	74
(1) 尾張部		(旧)佐屋町	76
買回品	2	(旧)立田村	78
拡大図	3	(旧)八開町	80
準買回品	4	(旧)佐織町	82
拡大図	5	(旧)弥富町	84
最寄品	6	(旧)十四山村	86
拡大図	7	(旧)七宝町	88
贈答品	8	(旧)美和町	90
拡大図	9	(旧)甚目寺町	92
(2) 名古屋市への流れ		大治町	94
買回品	10	蟹江町	96
準買回品	11	飛鳥村	98
最寄品	12	(知多地区)	
贈答品	13	半田市	100
3 お買物しらべ集計表		常滑市	102
(1) 品目別の買物場所		東海市	104
買回品	14	大府市	106
準買回品	16	知多市	108
最寄品	18	阿久比町	110
贈答品	20	東浦町	112
(2) 市町村別集計表		南知多町	114
(尾張西部地区)		美浜町	116
(旧)一宮市	22	武豊町	118
(旧)尾西市	24	(3) 利用店舗別買物理由	
(旧)木曾川町	26	百貨店	120
(旧)稲沢市	28	大型店	120
(旧)祖父江町	30	スーパーマーケット	121
(旧)平和町	32	共同店舗・小売市場	121
(尾張中部地区)		農協・生協	122
(旧)清洲町	34	大型専門店	122
(旧)西枇杷島町	36	コンビニエンスストア	123
(旧)新川町	38	一般商店	123
(旧)春日町	40	訪問・行商・通信販売	124
(旧)師勝町	42	その他	124
(旧)西春町	44	(4) 商店街について	
豊山町	46	利用頻度	125
(尾張北部地区)		利用する理由	125
春日井市	48	利用しない理由	126
犬山市	50	4 調査票配布回収状況	127
江南市	52	5 調査対象の年齢	127
小牧市	54	6 (参考) 合併後市町村単位での集計表	
岩倉市	56	一宮市	128
大口町	58	稲沢市	130
扶桑町	60	清須市	132
(尾張東部地区)		北名古屋市	134
瀬戸市	62	愛西市	136
尾張旭市	64	弥富市	138
豊明市	66	あま市	140
日進市	68	7 調査票「お買物しらべ」(様式)	143
東郷町	70	8 尾張部市町村略図	144
長久手町	72		

# I 調査の概要

## 1 調査の目的及び実施要領

### (1) 調査の目的

車社会の定着、大型商業施設の増加などにより、消費者の購買行動は多様化・広域化している。こうした消費者の購買行動の変化を明らかにするため、消費者の利用する店舗や購買理由等について、調査を行う。

この調査結果により、地域における消費者の購買行動の実態とその流入・流出の動向を把握し、今後の市町村における商業集積や街づくり計画、商業者の出店計画などの重要な基礎データとして活用する。

なお、本調査は昭和47年度から平成12年度まで県下を三河部と尾張部に分けて3年毎にそれぞれ調査を行っていたが、今回、緊急雇用創出事業基金事業を活用して10年ぶりに実施するものである。

### (2) 調査地域

尾張部 22市 12町 1村 (調査時点)

尾張部市町村の状況

	今回調査時点 (平成22年10月)	前回調査時点 (平成12年7月)		今回調査時点 (平成22年10月)	前回調査時点 (平成12年7月)
尾張西部地区	一宮市	(旧)一宮市	海 部 地 区	津島市	
		(旧)尾西市		愛西市	(旧)佐屋町
		(旧)木曾川町			(旧)立田村
	稲沢市	(旧)稲沢市			(旧)八開村
		(旧)祖父江町		(旧)佐織町	
		(旧)平和町		弥富市	(旧)弥富町
清須市	(旧)清洲町	(旧)十四山村			
	(旧)西枇杷島町	あま市		(旧)七宝町	
	(旧)新川町			(旧)美和町	
(旧)春日町	(旧)甚目寺町				
尾張中部地区	北名古屋市	(旧)師勝町		大治町	
		(旧)西春町		蟹江町	
	豊山町	飛島村			
尾張北部地区	春日井市		知 多 地 区	半田市	
	犬山市			常滑市	
	江南市			東海市	
	小牧市			大府市	
	岩倉市			知多市	
	大口町			阿久比町	
	扶桑町			東浦町	
	瀬戸市			南知多町	
尾張東部地区	尾張旭市		美浜町		
	豊明市		武豊町		
	日進市				
	東郷町				
	長久手町				

(3) 調査の実施時期

平成 22 年 10 月（前回は平成 12 年 7 月に実施）

(4) 調査対象

尾張部の公立中学校 2 学年に在学する生徒を有する家庭

(5) 調査の内容

調査票「お買物しらべ」（様式は資料編 P143 参照）により、紳士服をはじめとする 10 品目について、買物場所、利用店舗、買物理由等を調査した。

(6) 調査の方法

市町村、公立中学校を經由して各家庭に調査票を配布し、郵送により回収した。

(7) 調査実施機関

- ア 調査機関 愛知県産業労働部商業流通課
- イ 調査委託先 株式会社 JTB サポート中部

(8) 協力機関

愛知県教育委員会、尾張部市町村及び市町村教育委員会  
公立中学校、商工会議所・商工会

(9) 調査票の配布と回収状況

調査票配布数 27, 126 枚

有効回収数 12, 882 枚（回収率 47. 5%）

市町村別の回収状況は資料編「4 調査票配布回収状況」に示した。

(10) 調査実績

回数	三河部	尾張部
第 1 回	昭和 47 年度	昭和 48 年度
第 2 回	昭和 50 年度	昭和 51 年度
第 3 回	昭和 53 年度	昭和 54 年度
第 4 回	昭和 56 年度	昭和 57 年度
第 5 回	昭和 59 年度	昭和 60 年度
第 6 回	昭和 62 年度	昭和 63 年度
第 7 回	平成 2 年度	平成 3 年度
第 8 回	平成 5 年度	平成 6 年度
第 9 回	平成 8 年度	平成 9 年度
第 10 回	平成 11 年度	平成 12 年度
第 11 回	平成 21 年度	平成 22 年度

## 2 調査結果利用上の注意

### (1) 商圏の定義

ある地区が他の市町村から 10%以上の購買率を吸引している場合、その地区を拠点都市、吸引されている市町村をその拠点都市の商圏とみなす。

さらに拠点都市から見て、当該拠点都市を最大流出先とする市町村を一次商圏、それ以外の市町村を二次商圏とする。

### (2) 調査区分の定義

前回調査（平成 12 年 7 月）以降今回調査までの間に、大規模な市町村合併が行われたが、本調査においてより詳細な消費者の動向を追うために、前回調査時の市町村単位を基準として調査を実施し集計を行った。

なお、合併後も市町村名が変わらない一宮市・稲沢市に関しては、合併前のエリアを（旧）一宮市・（旧）稲沢市と表記し、合併後は、（新）一宮市・（新）稲沢市と表記している。合併し調査時点で存在しない市町村名は頭に（旧）を付けて表記している。

### (3) 調査対象の区分

調査品目を次のように区分した。

区 分	調査品目
買 回 品	紳士服 婦人服 スポーツレジャー用品 電気製品
準買回品	下着 園芸用品 化粧品
最 寄 品	台所用品 日常食料品
贈 答 品	贈答品

※ 買回品……購買頻度が少なく、比較的高額で、好みが多様化している商品を購入するに当たって、複数の店舗に足を運び、価格・品質・デザインなどを比較検討して買うもの。

※ 最寄品……消費者にとって毎日の生活に欠かせない商品で、購買頻度が高く、消費機会の多い身近なもの。

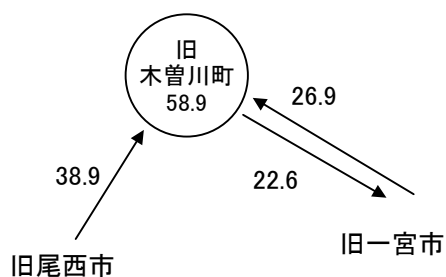
### (4) 表記方法など

ア 比率はすべてパーセントで表し、小数点以下第二位を四捨五入して算出した。このため合計が 100%にならない場合がある。

イ 本報告書の文章、表、グラフ等の見出しの回答選択肢は、本来の意味を損なわない程度に省略して掲載している場合がある。

ウ ゼロは、空白とし表記しないが、0.0 で表記されているものは、小数点第 2 位以下の小さい値である。

## (5) 地図の見方



丸で囲まれている地区は、地元購買率が 50%以上の地区である。なお、周辺地区の消費世帯の 10%以上を引き込んでいる場合、矢印に数字を添えて示している。

例：「旧木曾川町」の地元購買率は 58.9%で、「旧尾西市」の消費世帯のうち 38.9%が、「旧一宮市」では 26.9%が「旧木曾川町」で買い物をしている。また、「旧木曾川町」の消費世帯のうち 22.6%が「旧一宮市」で買い物をしている。

## (6) 調査対象の特性

調査対象世帯が中学 2 年生を有する家庭であるため、回答者の年代は 30～40 歳代が多い。

20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代以上	合計
0.1%	19.0%	75.5%	5.4%	100.0%

## Ⅱ 調査結果の概要

### 1 10年間の商業施設の推移

平成12年6月1日に、大型店と地域社会の融和の促進を図ることを目的とした『大規模小売店舗立地法』が施行されたことにより、尾張部では、大型資本の出店攻勢が活発化した。1つの単位として計画、開発、所有、管理運営される商業・サービス施設の集合体で、駐車場を備えるショッピングセンターと呼ばれる施設が多く建設された。

(社)日本ショッピングセンター協会定義(注1)によるショッピングセンターの中から、平成12年から今回調査までの間に出店した店舗のうち、規模が大きく、遠方の消費者を吸引し、地域の商業構成に影響を与え、商圈を変化させられると思われる店舗面積10,000㎡以上のものを表1・表2に示す。尾張部においては、店舗面積10,000～35,000㎡でGMS(総合スーパー)をキーテナントとする“地域型ショッピングセンター”が、13店出店。店舗面積35,000㎡以上で、より顧客吸引力の強い同じくGMSをキーテナントとする“広域型ショッピングセンター”が、6店出店している。また、今回の調査地域ではないが、隣接している名古屋市においては、“地域型ショッピングセンター”が、10店出店。“広域型ショッピングセンター”が、4店出店している。

これらの施設は、広範囲の消費者を吸引しており、市町村における購買先や地域間の流出入動向の変化に影響を与えた。

注1 (社)日本ショッピングセンター協会のショッピングセンター定義  
ショッピングセンターはディベロッパーにより計画・開発されるものであり次の条件を備えることを必要とする。

1. 小売業の店舗面積は、1,500㎡以上であること。
2. キーテナントを除くテナントが10店舗以上含まれていること。
3. キーテナントがある場合、その面積がショッピングセンター面積の80%程度を超えないこと。但し、その他テナントのうち小売業の店舗面積が1,500㎡以上である場合には、この限りではない。
4. テナント会(商店会)等があり、広告宣伝、共同催事等の共同活動を行っていること。



表 1

	地域	市町村名	旧市町村名	類型	店舗面積 (㎡)	オープン日
尾張地区	尾張西部	一宮市	(旧)木曾川町	広域型	48,500	平成16年06月
		稲沢市	(旧)稲沢市	広域型	42,384	平成12年06月
				地域型	10,400	平成18年10月
				広域型	50,088	平成21年03月
	尾張中部	豊山町	豊山町	広域型	35,346	平成20年10月
	尾張北部	春日井市	春日井市	地域型	34,443	平成17年05月
				地域型	10,373	平成16年01月
		江南市	江南市	地域型	25,400	平成17年06月
				地域型	10,072	平成18年02月
		小牧市	小牧市	地域型	17,770	平成12年03月
				地域型	14,066	平成19年11月
	扶桑町	扶桑町	広域型	35,397	平成15年08月	
	尾張東部	瀬戸市	瀬戸市	地域型	15,489	平成12年10月
		長久手町	長久手町	地域型	27,845	平成12年11月
	海部	弥富市	(旧)弥富町	地域型	22,362	平成12年09月
	知多	半田市	半田市	地域型	29,765	平成14年09月
地域型				17,426	平成14年10月	
地域型				20,000	平成20年04月	
広域型				45,512	平成13年07月	

**地域型SC:** 店舗面積10,000～35,000㎡、キーテナントはGMS。  
サブテナントはホームセンター、衣料品・雑貨などを扱う小売店やサービス業、飲食店、銀行など公共性の高い機能も組み込んでいる。

**広域型SC:** 店舗面積35,000㎡以上、キーテナントは百貨店、GMS。  
サブテナントはファッションをはじめコンセプトのはっきりした専門店飲食店などで構成される。

表 2

地域	市町村名	類型	店舗面積 (㎡)	オープン日
名古屋	千種区	地域型	16,380	平成17年05月
	東区	広域型	64,809	平成18年03月
	西区	地域型	19,540	平成18年11月
	西区	広域型	69,000	平成21年04月
	中村区	地域型	17,000	平成19年03月
	中区	地域型	29,000	平成17年03月
	熱田区	広域型	46,661	平成15年07月
	守山区	地域型	25,253	平成12年03月
	守山区	地域型	13,881	平成12年11月
	緑区	地域型	19,770	平成16年11月
	緑区	地域型	15,696	平成17年03月
	緑区	広域型	61,235	平成20年03月
	緑区	地域型	25,554	平成22年11月
	南区	地域型	24,000	平成22年03月

## 2 尾張部における商圈の形成状況

尾張部における買回品を中心とした拠点都市とその動向を見ると次のとおりとなる。

本調査の結果、前回調査（平成12年7月）で22市町であった拠点都市に5市町が加わり、7市町が外れ、20市町となった。（P8表3）

新たに拠点都市に加わったのは、（旧）木曾川町・扶桑町・瀬戸市・長久手町・東浦町の5市町で、それぞれの市町に広域型ショッピングセンターと地域型ショッピングセンターが出店している。

（旧）師勝町・犬山市・（旧）甚目寺町・大府市・知多市・阿久比町・武豊町の7市町は、吸引率が10%を割って拠点都市ではなくなり、他拠点都市に吸引されている。

商圈の拡がりについて、前回調査と比較して商圈内市町村数の増減をみると、商圈が拡大したのは、（旧）稲沢市・小牧市・津島市と新たに拠点都市に加わった（旧）木曾川町・扶桑町・瀬戸市・長久手町・東浦町である。（旧）稲沢市は、新たに（旧）甚目寺町を商圈に加え、商圈内9市町村は、尾張地区最多となり広域的商圈を形成している。小牧市は、2町を商圈に加え、3市町の吸引率が増加した。津島市は、新たに2町を商圈に加え、商圈範囲は広がっているが、既存5町村の吸引率は減少している。

これに対し、商圈が縮小したのは、大口町・蟹江町・東海市と拠点都市を外れた（旧）師勝町・犬山市・（旧）甚目寺町・大府市・知多市・阿久比町・武豊町である。大口町の縮小は、商圈であった扶桑町と江南市が地域型・広域型ショッピングセンターの出店によって拠点都市となり、商圈を外れたことによる。蟹江町は、（旧）七宝町・（旧）佐屋町・（旧）十四山村が商圈を外れ、その流出先は、名古屋市・津島市・弥富市で、今回最も高い減少率となっている。東海市は、大府市が商圈を外れ、その流出先は、名古屋市と東浦町となっている。東浦町は、今回最も高い吸引率を示している。

（旧）清洲町・日進市・半田市・江南市は、ほぼ横ばいで、（旧）一宮市・春日井市・尾張旭市は、マイナス方向に変動している。

### ○尾張部における拠点都市の流動化・広域化傾向

隣接地域間における購買力の流出は一般的傾向であるが、土地の形状が平坦で、市町村の区域が狭い尾張部では、特にこの傾向が強く、市町村相互間の流動性が極めて高い。前述の大型ショッピングセンターの出店に大きく左右され、拠点都市の新旧入れ替わりが容易に生じる傾向にある。また、拠点都市が前回22市町から20市町に減少した背景には、大規模な広域型ショッピングセンターに顧客が吸引され、商圈がより広域化している現象がある。地域型ショッピングセンター以下の店舗しか有しない拠点都市は一定の吸引率を有するものの、他拠点都市への流出もあり、買回品における吸引率は横ばいか減少傾向にある。

表3 拠点都市とその商圏内市町村の吸引率の変化（買回品）

区分	影響力							商圏内市町村数		
	減少	前回 12年	今回 22年	減少	増加	前回 12年	今回 22年	増加 (%)	前回 12年	今回 22年
拠点都市	市町村				市町村					
※(新)一宮市					◎江南市 ◎岩倉市	0.0 → 10.4 0.0 → 10.5	10.4 10.5	0 0	2 2	
(旧)一宮市	(旧)尾西市 (旧)木曾川町	26.3 → 34.6	18.3 → 22.6	-8.0 -12.0					2 2	
※(旧)木曾川町					◎(旧)一宮市 ◎(旧)尾西市	0.0 → 0.0	26.9 38.9	0 0	2 2	
(旧)稲沢市	(旧)春日町	27.3 →	16.0	-11.3	(旧)祖父江町 (旧)平和町 (旧)清洲町 (旧)美和町 (旧)尾西市 (旧)佐織町 (旧)八開村 ◎(旧)甚目寺町 (旧)八開村	40.4 → 25.0 → 16.9 → 11.0 → 10.3 → 13.8 → 13.5 → 0.0	53.0 → 35.3 → 23.1 → 27.9 → 10.3 → 19.1 → 30.4 → 23.0	12.6 10.3 6.2 16.9 0.0 5.3 16.9 23.0	8 9	
(旧)平和町									1 1	
(旧)清洲町	(旧)春日町 ◆(旧)甚目寺町	18.0 → 10.4	11.0 → 9.8	-7.0 -0.6	◎(旧)西枇杷島町 (旧)新川町	0.0 → 12.6	10.1 16.1	10.1 3.5	3 3	
((旧)師勝町)	◆(旧)西春町	23.9 →	6.4	-17.5					1 0	
春日井市	小牧市	16.2 →	12.3	-3.9					1 1	
(犬山市)	◆扶桑町	15.7 →	0.3	-15.4					1 0	
江南市	扶桑町	25.2 →	18.0	-7.2	大口町	13.3 →	14.4	1.1	2 2	
小牧市	◆春日井市 豊山町	14.5 → 29.5	6.1 → 26.8	-8.4 -2.7	◎(旧)師勝町 犬山市 岩倉市 大口町 ◎扶桑町	0.0 → 14.0 → 27.2 → 13.3 → 0.0	19.5 → 27.4 → 31.8 → 25.0 → 11.8	19.5 13.4 4.6 11.7 11.8	5 6	
大口町	◆江南市 ◆扶桑町	17.1 → 27.2	3.3 → 8.6	-13.8 -18.6	犬山市	10.4 →	10.6	0.2	3 1	
※扶桑町					◎犬山市 ◎江南市 ◎大口町 ◎尾張旭市	0.0 → 0.0 → 0.0 → 0.0	18.4 12.2 18.6 10.5	18.4 12.2 18.6 10.5	0 0 0 1	3
※瀬戸市									0 1	
尾張旭市	瀬戸市	27.6 →	15.5	-12.1					1 1	
日進市					東郷町	15.8 →	17.8	2.0	1 1	
※長久手町					◎瀬戸市	0.0 →	10.9	10.9	0 1	
津島市	(旧)平和町 (旧)佐屋町 (旧)立田村 (旧)八開村 (旧)佐織町	29.0 → 31.0 → 50.3 → 55.1 → 50.5	22.2 → 28.7 → 43.6 → 34.8 → 45.1	-6.8 -2.3 -6.7 -20.3 -5.4	◎(旧)七宝町 ◎(旧)美和町	0.0 → 0.0	14.5 → 19.3	14.5 19.3	5 7	
(旧)弥富町	(旧)十四山村 飛島村	32.4 → 18.4	24.1 → 16.9	-8.3 -1.5	◎(旧)佐屋町 ◎(旧)立田村	0.0 → 0.0	19.7 → 16.2	19.7 16.2	2 2	4
((旧)甚目寺町)	◆(旧)美和町 ◆(旧)新川町	11.7 → 12.1	1.3 → 0.3	-10.4 -11.8					2 0	
蟹江町	◆(旧)七宝町 ◆(旧)佐屋町 ◆(旧)十四山村 飛島村	17.4 → 13.1 → 29.6 → 26.2	0.0 → 3.2 → 8.0 → 10.2	-17.4 -9.9 -21.6 -16.0					4 1	
半田市	常滑市	40.3 →	31.7	-8.6	阿久比町 南知多町 美浜町 武豊町	30.5 → 56.5 → 51.4 → 32.4	31.6 → 57.8 → 54.2 → 44.6	1.1 1.3 2.8 12.2	5 5	
東海市	知多市 ◆大府市	20.0 → 11.0	19.2 → 4.9	-0.8 -6.1					2 0	1
(大府市)	◆東海市 ◆東浦町	15.8 → 14.9	6.0 → 7.0	-9.8 -7.9					2 0	
(知多市)	◆常滑市	11.4 →	1.4	-10.0					1 0	
(阿久比町)	◆東浦町	16.1 →	2.7	-13.4					1 0	
※東浦町					◎半田市 ◎大府市 ◎知多市 ◎阿久比町	0.0 → 0.0 → 0.0 → 0.0	21.9 → 14.8 → 11.9 → 22.2	21.9 14.8 11.9 22.2	0 0 0 0	4
(武豊町)	◆美浜町 ◆南知多町	24.0 → 17.6	3.6 → 3.9	-20.4 -13.7					2 0	

(注 1) 拠点都市：吸引率10%以上の市町村を持つ都市  
(注 2) ※印：新たに拠点都市に加わった市町村  
(注 3) ◎印：新たに商圏に加わった市町村  
(注 4) ◆印：商圏を外れた市町村  
(注 5) ( ) は拠点都市を外れた市町村

### ○名古屋市への流出指数からみた消費者の流れ（買回品）

名古屋市の商圈となる市町村は、36 市町村であるが、そのうち名古屋市への流出率が50%以上の市町村は、（旧）西枇杷島町・（旧）新川町・（旧）十四山村・大治町・豊明市・（旧）七宝町・蟹江町・飛島村の8市町村である。とりわけ大治町は、78.2%、（旧）西枇杷島町は、75.7%と非常に高くなっている。

名古屋市の地区で分割してみると、（旧）西枇杷島町・（旧）新川町は、主に西区に流出している。（旧）十四山村・大治町は、港区が主な流出先であり、豊明市は、緑区・（旧）七宝町・蟹江町・飛島村は、その他となっている。いずれも大型ショッピングセンターを有する地区で、名古屋駅や栄地区への流出傾向は、弱まっている。

尾張部全体の名古屋市への流出率は21.4%で、前回調査の17.1%と比べると、その影響力はやや大きくなっている。（表4・資料編P10）

表4 名古屋市とその商圈内市町村の吸引率の変化（買回品）

区分	影響力								商圈内市町村数				
	減少	前回 12年	今回 22年	減少	増加	前回 12年	今回 22年	増加	前回 12年	今回 22年			
拠点都市 名古屋市	長久手町	44.8	→	20.4	-24.4	豊明市	35.6	→	66.4	30.8	31	36	
	東郷町	50.6	→	28.6	-22.0	(旧)七宝町	33.0	→	58.4	25.4			
	日進市	43.4	→	24.4	-19.0	大府市	15.3	→	38.5	23.2			
	豊山町	39.6	→	22.5	-17.1	(旧)十四山村	29.6	→	52.2	22.6			
	(旧)弥富町	32.1	→	28.0	-4.1	大治町	56.1	→	78.2	22.1			
	(旧)佐織町	16.0	→	14.8	-1.2	蟹江町	41.4	→	58.6	17.2			
	(旧)稲沢市	12.6	→	11.4	-1.2	(旧)甚目寺町	30.8	→	47.2	16.4			
						(旧)春日町	23.8	→	40.0	16.2			
						(旧)清洲町	32.0	→	45.1	13.1			
						(旧)美和町	20.5	→	31.9	11.4			
						飛島村	50.5	→	61.9	11.4			
						美浜町	4.7	→	14.9	10.2			
						東海市	16.6	→	26.6	10.0			
						春日井市	11.2	→	19.8	8.6			
						知多市	10.9	→	19.2	8.3			
						津島市	17.5	→	25.4	7.9			
						(旧)新川町	51.0	→	58.6	7.6			
						(旧)八開村	4.5	→	12.0	7.5			
						武豊町	7.4	→	13.7	6.3			
						(旧)西枇杷島町	69.8	→	75.7	5.9			
						(旧)西春町	40.0	→	42.3	2.3			
						尾張旭市	37.6	→	43.2	5.6			
						阿久比町	7.1	→	12.0	4.9			
						岩倉市	19.0	→	22.3	3.3			
						常滑市	7.2	→	10.4	3.2			
						(旧)佐屋町	21.8	→	24.4	2.6			
						小牧市	8.9	→	10.7	1.8			
						(旧)師勝町	44.4	→	45.7	1.3			
						瀬戸市	16.3	→	17.6	1.3			
		◆(旧)立田村	14.4	→	8.4	-6.0							
		#(旧)平和町	9.8	→	5.8	-4.0	#半田市	8.2	→	8.7	0.5		
		#(旧)木曾川町	7.5	→	3.7	-3.8	#南知多町	9.2	→	9.5	0.3		
		#(旧)尾西市	6.6	→	3.6	-3.0	#大口町	8.6	→	8.7	0.1		
		#江南市	6.9	→	5.7	-1.2	#(旧)祖父江町	7.5	→	7.5	0.0		
		#扶桑町	8.2	→	7.1	-1.1							
		#犬山市	7.3	→	6.3	-1.0							
	#東浦町	9.8	→	9.1	-0.7								
	#(旧)一宮市	5.9	→	5.4	-0.5								

(注 1) ◆印は商圈を外れた市町村

(注 2) #印は商圈外の市町村

## ○尾張西部地区

尾張西部の拠点都市である（旧）一宮市の商圏は、前回漸減傾向にあったが、減少は更に進み、特に（旧）木曾川町においては12.0ポイント低下している。（旧）一宮市自体も、新たに拠点都市に加わった（旧）木曾川町の商圏に入っている。（旧）木曾川町は、広域型ショッピングセンターが出店したことにより（新）一宮市の（旧）一宮市・（旧）尾西市を商圏に加え、この地区において（旧）稲沢市に次ぐ吸引力のある拠点都市となった。

尾張部で最多9市町村の商圏を持つ（旧）稲沢市は、既存の広域型ショッピングセンターに加え、JR稲沢駅前に新たな広域型ショッピングセンターが出店し、影響力を増している。

## ○尾張中部地区

（旧）師勝町・（旧）西春町は、隣接する名古屋市西区にあった既存の広域型ショッピングセンターが建て替えにより、より吸引力のある大型ショッピングセンターとなったため、40%以上が流出しており、名古屋市商圏となっている。更に（旧）師勝町は、（旧）西春町が商圏を外れ、拠点都市でなくなった。

清須市の（旧）清洲町は、前回調査で大型店舗出店により、拠点都市に加わったが、商圏である（旧）春日町が名古屋市西区に、（旧）甚目寺町が名古屋市内その他地区に流出し、吸引率が減少した。

（旧）西枇杷島町・（旧）新川町も名古屋市西区へ流出しており、吸引率は増加したものの10%台と低迷している。また、（旧）稲沢市の商圏にも入るなど拠点都市としての吸引力は弱くなっている。

豊山町は、広域型ショッピングセンターが出店したものの、拠点都市とはなっていないが、名古屋市への流出率は10ポイント以上減少した。

## ○尾張北部地区

前回大型店舗の出店により拠点都市に加わった小牧市は、（旧）師勝町と扶桑町を商圏に加え、犬山市・岩倉市・大口町の吸引率が増加し、商圏を拡大している。

扶桑町は、広域型ショッピングセンターの出店により、新たに拠点都市に加わった。また、犬山市・江南市・大口町の3市町を商圏とするものの、小牧市の商圏にも加わっており、尾張北部は、流動的かつ互いに影響しあう複雑な様相をみせている。

## ○尾張東部地区

瀬戸市は、新たに拠点都市に加わったものの、商圏に入っているのは尾張旭市10.5%のみと拠点都市としての独立性は低く、長久手町の商圏にも加わっている。また瀬戸市が長久手町の商圏に加わったことで、尾張旭市への瀬戸市の吸引率は、12.1ポイント減少している。

長久手町も、新たに拠点都市として加わったものの、商圏に入っているのは瀬戸市

10.9%のみと拠点都市としての独立性は低く、影響力は弱い。

### ○ 海部地区

海部地区の最大の拠点都市である津島市は、商圏内市町村の（旧）稲沢市への流出が増加し、既存の商圏の吸引率は2.3～最大20.3ポイント減少している。しかし、新たに（旧）七宝町と（旧）美和町の2町を商圏に加え、7市町村を抱え影響力を維持している。

（旧）弥富町は、（旧）十四山村・飛島村の吸引率が減少したものの、新たに（旧）佐屋町・（旧）立田村を加え4町村を商圏にしている。

蟹江町は、（旧）七宝町・（旧）佐屋町・（旧）十四山村が商圏を外れ、飛島村のみとなり拠点都市としての影響力は、非常に弱くなっている。

### ○ 知多地区

東浦町は広域型ショッピングセンターが出店したことにより、半田市・大府市・知多市・阿久比町の4市町を商圏に入れ、新たに拠点都市となった。昨年調査の三河部へも影響を与えており、非常に広域な商業圏を形成している。

これまで、知多地区において最大の拠点都市であった半田市は、東浦町の商圏に入っているが、阿久比町・南知多町・美浜町・武豊町の吸引率を少しずつ増加させ、唯一常滑市の吸引率は低下したものの、5市町の商圏を維持している。

武豊町は、美浜町と南知多町が商圏を外れ、拠点都市でなくなった。

## 3 尾張部各地域間の流出入動向

今回の調査結果に基づく、地元購買率と各市町村への吸引率により、消費者にとって魅力的な買い物先として位置づけられる地区をわかりやすく示すために地図上に記す。  
(資料編 P2～P9)

10%以下の吸引率は地図上には表記していないため、10%以下の市町村については、資料編の表（P14～P21）を参照されたい。

#### 4 地元購買率の動向

尾張部全体でみた買回品における地元購買率の推移は、調査ごとに平成6年度：52.2%→平成9年度：51.4%→平成12年度：49.5%と漸減傾向にあった。前回調査から10年を経て行った今回の調査では、36.9%と40%を割り、さらに減少傾向にある。

名古屋市に大型ショッピングセンターが14店出店（表2）名古屋市の商圈に入っている市町村が5市町村増加し、流出率も増加傾向にあり、名古屋市の尾張部への影響力が非常に強くなっていることや、消費者が地元の地区を意識せず、自由に隣接地区の商業施設に移動していることを意味しており、消費者の行動は流動性がより高まっていると思われる。特に尾張部においては、隣接した地域に容易に移動できることや、尾張部内にも多くの広域型ショッピングセンターを有していることから、前年調査の三河部の58.4%よりさらに低下したと思われる。（表5）

なお、地元購買率の変化を見る上で、前回調査との比較で購買率の差がプラス、マイナス1%未満を「横ばい」とした。

表5 地元購買率の変化（買回品）

	低下(1ポイント以上)				横ばい(±1ポイント未満)				上昇(1ポイント以上)			
	市町村	12年	22年	前回比	市町村	12年	22年	前回比	市町村	12年	22年	前回比
尾張西部 地 区	(旧)尾西市	47.6	14.0	-33.6					(旧)木曾川町	27.8	58.9	31.1
	(旧)一宮市	72.5	40.7	-31.8								
	(旧)祖父江町	31.0	5.1	-25.9								
	(旧)稲沢市	73.5	66.3	-7.2								
	(旧)平和町	21.8	18.8	-3.0								
尾張中部 地 区	(旧)師勝町	31.6	8.5	-23.1	(旧)春日町	5.8	5.0	-0.8	豊山町	6.5	40.9	34.4
	(旧)清洲町	38.4	17.6	-20.8								
	(旧)西春町	26.2	7.4	-18.8								
	(旧)西枇杷島町	13.6	4.1	-9.5								
	(旧)新川町	6.6	1.0	-5.6								
尾張北部 地 区	大山市	50.8	10.7	-40.1	小牧市	68.3	67.6	-0.7	扶桑町	9.5	40.8	31.3
	大口町	53.3	26.1	-27.2								
	岩倉市	32.8	11.9	-20.9								
	江南市	62.3	51.4	-10.9								
	春日井市	72.9	67.6	-5.3								
尾張東部 地 区	豊明市	52.5	15.8	-36.7					長久手町	37.6	51.2	13.6
	尾張旭市	53.7	34.1	-19.6								
	東郷町	17.2	5.1	-12.1								
	日進市	39.7	32.0	-7.7								
	瀬戸市	48.7	46.3	-2.4								
海部地区	(旧)甚目寺町	33.6	5.2	-28.4	(旧)立田村	0.0	0.6	0.6				
	蟹江町	49.4	22.4	-27.0	(旧)八開村	0.0	0.0	0.0				
	大治町	19.7	1.8	-17.9	飛島村	0.0	0.0	0.0				
	(旧)弥富町	48.6	33.4	-15.2	(旧)十四山村	0.9	0.0	-0.9				
	(旧)美和町	17.9	3.1	-14.8								
	(旧)佐屋町	20.1	10.4	-9.7								
	(旧)七宝町	8.3	3.1	-5.2								
	津島市	48.0	43.8	-4.2								
	(旧)佐織町	9.2	8.0	-1.2								
知多地区	武豊町	55.2	16.5	-38.7					東浦町	16.5	65.5	49.0
	大府市	59.1	32.5	-26.6					東海市	51.6	55.2	3.6
	知多市	51.0	25.9	-25.1					常滑市	27.7	30.8	3.1
	半田市	75.1	53.2	-21.9								
	阿久比町	45.1	23.6	-21.5								
	南知多町	9.7	2.6	-7.1								
	美浜町	10.8	3.8	-7.0								

#### (1) 尾張西部地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、6市町のうち(旧)木曾川町のみが上昇、5市町が低下している。

(旧)一宮市・(旧)尾西市・(旧)祖父江町では、20～30ポイントの大幅な低下となっている。

(旧)稲沢市は減少しているものの高い地元購買率を維持している。

前回調査時の6市町が2市に合併し、地元購買率が60%を超える地区は、(旧)稲沢市、50%を超える市町村は(旧)木曾川町である。(旧)木曾川町は、前回調査で15.5ポイントの上昇を示し、今回さらに31.1ポイント上昇している。当地域での変動の振幅は、低下・上昇ともに20ポイントを超えており、非常に大きいものがある。

#### (2) 尾張中部地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、7市町のうち豊山町のみが上昇、6町が低下している。

前回調査時7市町村のうち6市町が合併し、3市町となった尾張中部地区で、地元購買率が50%を超える市町村は前回調査時に続きゼロである。

20ポイント以上低下した市町村は、(旧)清洲町・(旧)師勝町となっている。

前回調査で11.5ポイントの低下を示した豊山町は、今回は34.4ポイント上昇を遂げている。

#### (3) 尾張北部地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、7市町のうち扶桑町のみが上昇、6市町が低下している。

4市町で10～40ポイントの大幅な低下を見せている一方、前回調査で8.2ポイントの低下を示した扶桑町は31.3ポイントの上昇となっている。

地元購買率が60%を超える市町村は、春日井市及び小牧市である。

前回調査より10ポイント以上低下した市町村は江南市、20ポイント以上は、犬山市・大口町・岩倉市となっており、特に犬山市は40.1ポイント低下しており、今回最も減少している。

#### (4) 尾張東部地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、6市町のうち長久手町のみが上昇、5市町が低下している。

3市町で10～30ポイント以上の大幅な低下を見せている一方、前回調査で2ポイントの低下を示した長久手町は13.6ポイント上昇を遂げている。

地元購買率が50%を超える市町村は長久手町である。10ポイント以上低下した市町村は、豊明市・尾張旭市・東郷町となっており、特に豊明市は36.7ポイント



減少している。

#### (5) 海部地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、上昇を示した市町村はない。

(旧)立田村・(旧)八開村・飛島村・(旧)十四山村は、ほとんど地元購買率がなく横ばいで、他の9市町で低下を示している。

前回調査時13市町村のうち9町村が合併し、7市町村となった海部地域で、地元購買率が50%を超える市町村はない。

10ポイント以上低下した市町村は、(旧)弥富町・(旧)美和町・大治町で(旧)甚目寺町・蟹江町は、20ポイント以上低下している。

全体的に地元購買率が低い中、津島市は4.2ポイント低下したものの、この地区では最も高い43.8%を維持している。

#### (6) 知多地区

前回調査と比較して地元購買率の増減を見ると、10市町のうち3市町が上昇、7市町が低下している。

5市町で20~30ポイント以上の大幅な低下を見せている一方、前回調査で3.3ポイントの低下を示した東浦町が49.0ポイント上昇を遂げている。

地元購買率が60%を超える市町村は、東浦町であり、次いで半田市・東海市が50%を超えている。

地元購買率の変動幅では、20ポイント以上低下した市町村は、大府市・知多市・半田市・阿久比町で、30ポイント以上は、武豊町となっている。

前回調査から半田市は連続10ポイント以上低下となっている。

### 5 利用店舗と買物理由

消費者が利用する店舗は、総合では「大型店」(34.6%)・「大型専門店」(33.8%)あわせて68.4%と7割近くを占めており、特に衣料品(紳士服・婦人服・下着)での「大型店」の割合、及び電気製品・園芸用品・台所用品での「大型専門店」の割合は半数を超えている。「百貨店」の利用率は、贈答品のみ30.9%と高くなっているが、それであっても「大型店」の方が、49.6%と18.7ポイント多くなっている。店舗を選ぶ理由は、総合では「価格が安い」(19.3%)、次いで「近くて便利」(16.2%)、「その店で何でも揃う」(14.4%)となっている。(表6)

表6 買物する店及びそこで買物する理由（全体）

区分	品目別	買				準				最			贈	総	
		回	紳士服	婦人服	レスポージャ用品	電気製品	買回	下着	園芸用品	化粧品	寄	台所用品			日常食料品
買物する店舗	百貨店 (松坂屋・三越・名鉄・高島屋・丸栄など)	6.7	10.8	15.2	0.8	0.1	1.9	2.1	0.1	3.6	0.3	0.3	0.3	30.9	6.4
	大型店 (アピタ・ジャスコ・イオン・西友など)	40.8	53.4	65.8	37.6	6.4	30.6	63.1	10.6	17.8	20.6	19.0	22.3	49.6	34.6
	スーパーマーケット (ビアゴ・ヤマナカ・平和堂・カネスエ・アオキスーパー・ナフコ・スーパー三心など)	1.8	2.3	3.4	1.3	0.4	6.2	10.0	5.2	3.3	42.5	15.0	70.2	4.4	11.6
	共同店舗・小売市場	1.2	1.4	1.6	1.6	0.3	2.6	3.2	3.3	1.3	1.7	1.5	2.0	0.7	1.7
	農協・生協 (Aコープ・市民生協)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.8	0.1	7.2	1.2	1.2	0.5	2.0	0.1	1.1
	大型専門店 (エイデン・カーマ・AOKI・スギ薬局など)	41.3	24.6	4.2	48.7	87.6	35.7	7.9	65.5	33.9	31.0	60.6	1.4	3.8	33.8
	コンビニエンスストア	0.0	0.0		0.0		0.0	0.0		0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0
	一般商店	3.2	3.0	2.0	5.3	2.5	3.5	2.4	5.5	2.6	1.3	1.2	1.4	4.2	3.0
	訪問・行商・通信販売 (インターネット含む)	2.4	1.5	4.8	1.3	2.0	13.2	8.8	0.2	30.4	0.5	0.6	0.3	4.1	5.4
	その他	2.5	3.1	2.9	3.3	0.7	3.5	2.5	2.4	5.6	0.8	1.4	0.2	2.0	2.4
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
そこで買物する理由	価格が安い	16.8	17.6	13.9	8.8	26.9	21.2	28.2	21.3	14.0	29.0	26.5	31.5	4.3	19.3
	良い品物・新鮮な品物がある	3.6	5.4	3.8	4.0	1.3	4.2	2.2	5.9	4.5	8.7	1.3	16.1	19.5	6.4
	ブランド品・メーカー品のバーゲンがある	6.9	9.4	9.5	7.5	1.1	2.5	5.1	0.1	2.2	0.1	0.2	0.1	3.2	3.8
	電話・インターネットなどによる買物注文ができる	0.7	0.5	1.4	0.4	0.5	4.4	2.6	0.1	10.5	0.3	0.2	0.4	1.8	1.8
	ショッピングカード類の利用ができる	1.5	1.8	1.8	1.1	1.4	0.9	1.5	0.4	0.7	1.2	0.9	1.5	2.1	1.3
	商品説明や買物相談に応じてくれる	5.9	3.8	0.6	3.9	15.4	2.1	0.4	1.0	5.0	0.0	0.1	0.0	1.9	3.2
	遅くまで営業している	1.2	1.4	1.1	1.6	0.7	0.9	1.0	0.5	1.2	1.7	1.6	1.9	1.4	1.2
	近くて便利	9.8	10.9	7.9	9.6	11.0	17.1	14.2	25.0	12.1	29.4	25.8	32.9	12.2	16.2
	その店で何でも揃う	14.7	11.2	10.6	26.5	10.3	14.4	11.8	23.9	7.6	13.1	18.4	7.7	15.8	14.4
	気軽に品選びができる	14.1	12.9	15.2	17.4	11.0	15.6	17.8	15.7	13.4	5.3	7.6	2.9	16.8	13.1
	自分の好みやセンスにあった商品がある	16.6	20.9	31.9	12.3	1.4	9.9	12.0	2.5	15.1	0.8	1.2	0.4	16.1	11.4
	ポイントカードなど各種の特典や、サービスがある	7.2	3.3	1.8	5.5	18.4	5.6	2.4	1.1	13.3	9.6	15.5	3.7	4.0	6.9
	駐車しやすい・駐車料金がいらぬ	0.9	0.9	0.7	1.3	0.7	1.2	0.8	2.6	0.3	0.9	0.8	1.0	1.0	1.0
	子ども・お年寄りなどに安心な施設がある	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
合計	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

10.0 各品目区分の中で最も割合が高いもの

10.0 各品目の中で最も割合が高いもの

(1) **買回品**

紳士服・婦人服については「大型店」が最も多くなっている。店舗を選ぶ理由は、「自分の好みやセンスにあった商品がある」が最も多くなっている。

スポーツレジャー用品・電気製品においては「大型専門店」が最も多く、店舗を選ぶ理由としては、スポーツレジャー用品では「その店で何でも揃う」、電気製品は「価格が安い」となっている。

(2) **準買回品**

下着の利用店舗は「大型店」が63.1%で最も多く、店舗を選ぶ理由は、「価格が安い」次いで「気軽に品選びができる」、「近くて便利」となっている。

化粧品では「大型専門店」(33.9%)が最も多くなっているが、「訪問・行商・通信販売」も、30.4%と高い割合となっている。また店舗を選ぶ理由としては、「自分の好みやセンスにあった商品がある」、「価格が安い」、「気軽に品選びができる」の順となっている。

園芸用品では「大型専門店」が最も多く、店舗を選ぶ理由としては、「近くて便利」、「その店でなんでも揃う」、「価格が安い」となっている。

(3) **最寄品**

食料品は「スーパーマーケット」が7割を占めている。店舗を選ぶ理由としては「近くて便利」、「価格が安い」となっている。台所用品の買物で利用されるのは「大型専門店」が最も多く、店舗を選ぶ理由としては、「価格が安い」次いで「近くて便利」となっている。

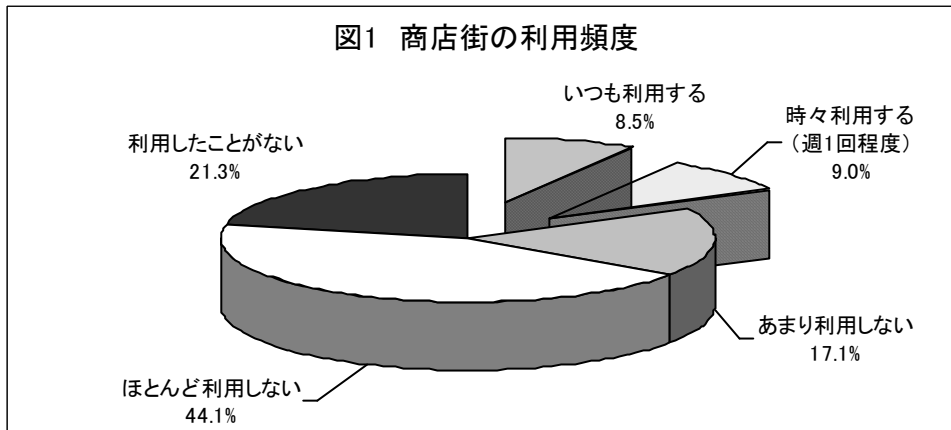
(4) **贈答品**

よく利用されるのは「大型店」が最も多く、次いで百貨店となっている。店舗を選ぶ理由は「良い品物・新鮮な品物がある」、「気軽に品選びができる」となっている。

## 6 近くの商店街の利用状況

### (1) 商店街の利用頻度

近くの商店街の利用状況について尋ねた結果、「いつも利用する」が8.5%「時々利用する」が9.0%で、合わせて17.5%の方が利用頻度が高いと答えており、反対に「あまり利用しない」が17.1%、「ほとんど利用しない」は44.1%、「利用したことがない」は21.3%で合わせて82.5%、約8割の方が商店街の利用頻度は低いと回答した。(図1)

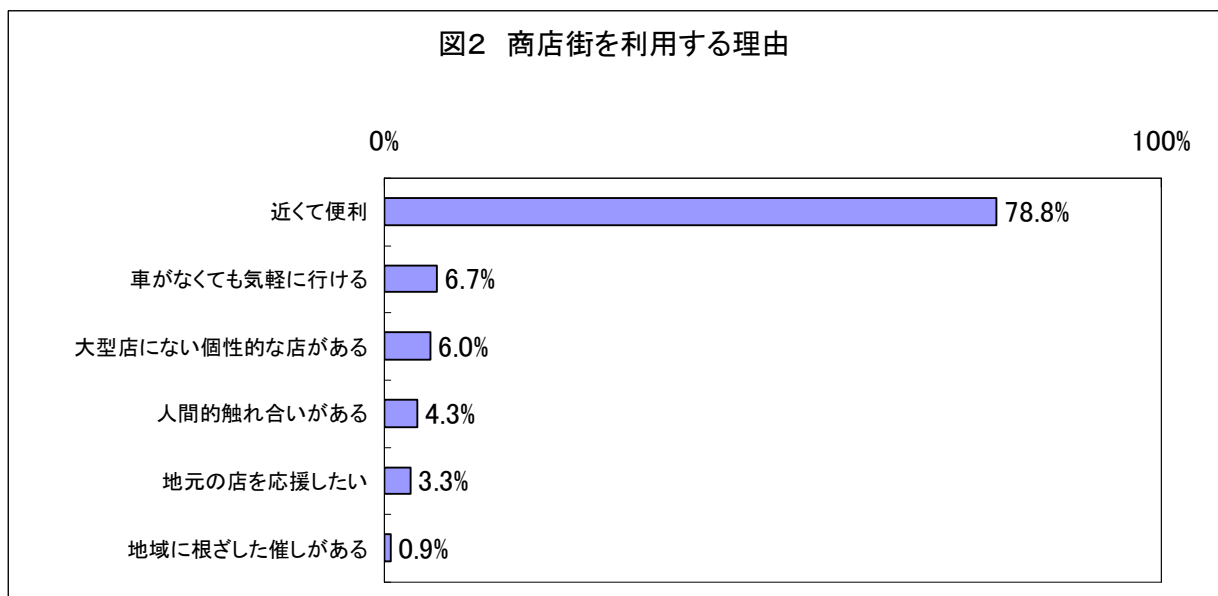


### (2) 利用頻度が高いと回答した人の主な理由

「いつも利用する」、「時々利用する」と回答した利用頻度が高い方の主な理由は、「近くて便利」が78.8%と8割近くを占めている。(図2)

その他の理由としては、「車がなくても気軽に行ける」(6.7%)や「大型店にない個性的な店がある」(6.0%)という回答も見られる。

今回の調査で、利用頻度が高いと答えた方が、30%を超えている市町村は、南知多町・飛島村・岩倉市・東郷町・(旧)美和町・(旧)七宝町・美浜町・大治町・東浦町となっている。



### (3) 利用頻度が低い（または利用しない）と回答した人の主な理由

「あまり利用しない」、「ほとんど利用しない」、「利用したことがない」という利用頻度の低い方の理由としては「魅力のある行きたい店がない」が 52.3%で最も多く、次いで、「駐車場が不便（駐車場がない）」(22.4%)、「業種が揃っていない」(8.3%)、「目玉がなく、全般的に価格が高い」(7.3%)と続いている。（図3）

