

平成25年度
登別市市内消費動向調査報告書

平成26年3月

登別市観光経済部商工労政グループ

1. 調査方法

調査対象世帯については、サンプルを抽出するにあたって、市内の住民分布を反映させるため、小学校区に基づく次の8地区ごとに住民登録している世帯数の構成比に応じて抽出世帯数を算出した。

その後、各地区に住民登録する世帯の中から上記により算出した抽出世帯数に応じて合計2,000件を無作為抽出し、それぞれの住民登録上の世帯主に調査票を郵送して、返信用封筒を用いて回答を回収した。

調査期間は平成26年2月17日から平成26年2月28日までの12日間とし、期間中に606人から回答があった。(回答率30.3%)

分析にあたっては、商店街がおおむね中学校区に一つの割合で形成されていることから、回答者を居住地に応じて次の5地区に分けて集計した。

なお、回答者606人のうち222人については、住所について回答が無かったことから、問2のうち2-4については、この222人を除外した384人の回答を分析の対象とした。

◎地区別世帯数及び抽出世帯数

地区名	町名	世帯数	抽出世帯数
旧登別温泉小学校区	カルルス町・上登別町・登別温泉町・中登別町(218番地～220番地)	660件	2.6% 52件
登別小学校区	中登別町(218番地～220番地除く)・登別東町・登別本町・登別港町・富浦町・札内町381番地	2,511件	10.0% 200件
幌別東小学校区 幌別小学校区	札内町(札内町381番地除く)・新栄町・幸町・千歳町・幌別町・来馬町・常盤町・中央町	4,433件	17.7% 354件
幌別西小学校区	柏木町・富士町・片倉町・新川町・鉾山町・川上町	4,055件	16.2% 324件
青葉小学校区	桜木町・青葉町・緑町・大和町1丁目 若山町1丁目・若山町2丁目	2,240件	9.0% 180件
富岸小学校区	大和町2丁目・若山町3丁目・若山町4丁目・富岸町・新生町・栄町3丁目・栄町4丁目	4,478件	17.9% 358件
鷺別小学校区	栄町1丁目・栄町2丁目・鷺別町	2,542件	10.2% 204件
若草小学校区	若草町・美園町・上鷺別町	4,104件	16.4% 328件
合計		25,023件	100% 2,000件

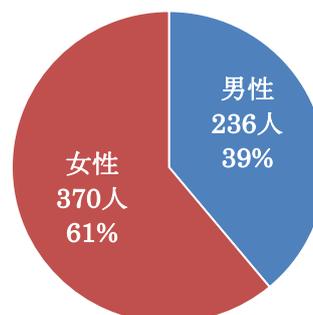
◎調査対象世帯抽出地区と集計時地区との対比表

抽出地区名	区分地区名
旧登別温泉小学校区	温泉地区
登別小学校区	登別地区
幌別東小学校区	幌別地区
幌別小学校区	
幌別西小学校区	
青葉小学校区	緑陽地区
富岸小学校区	
鷺別小学校区	鷺別地区
若草小学校区	

◎地区別回答者数 (単位：人)

	男 性	女 性	合 計
温泉地区	6	5	11
登別地区	13	19	32
幌別地区	57	107	164
緑陽地区	33	51	84
鷺別地区	35	58	93
小 計	144	240	384
地区不明	92	130	222
合 計	236	370	606

回答者割合



◎年齢別回答者数 (単位：人)

	20歳未満	20～29	30～39	40～49	50～59	60～64	65以上	合計
温泉地区	0	2	2	1	2	0	4	11
登別地区	0	2	2	2	5	3	18	32
幌別地区	1	9	17	17	27	22	69	162
緑陽地区	0	1	7	13	14	11	37	83
鷺別地区	0	2	8	15	13	10	40	88
地区不明	0	4	12	21	24	31	97	189
合 計	1	20	48	69	85	77	265	565

※41件の未回答があるため、回答者数合計と符合しない。

◎世帯収入別回答者数

(単位：件)

	200万 未満	200万～ 300万 未満	300万～ 400万 未満	400万～ 500万 未満	500万～ 600万 未満	600万 以上	合 計
温泉地区	4	2	2	1	1	0	10
登別地区	10	8	3	4	3	2	30
幌別地区	32	48	28	17	11	15	151
緑陽地区	13	24	15	8	10	7	77
鷺別地区	17	20	24	8	10	10	89
地区不明	35	58	39	14	15	17	178
合 計	111	160	111	52	50	51	535

※71件の未回答があるため、回答者数合計と符合しない。

2. 分析結果

2-1 買い物の曜日、時間帯、支払い手段について

(1) 最寄品

買い物をする曜日は「決まっていない」との回答が一番多かった。(約64%)

その一方で、決まった曜日に買い物をする消費者は、平日、あるいは日曜日の10時から18時までの間に行う傾向があり、土曜日に買い物をすると回答は、平日及び日曜日の半分以下であった。

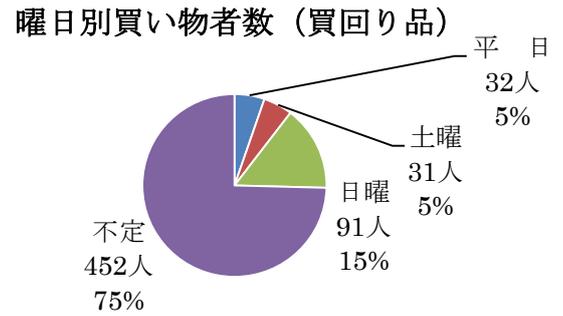
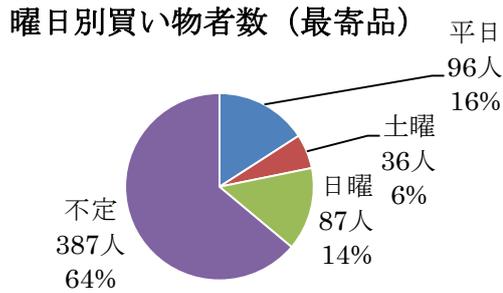
また、買い物をする時間帯は、全体の約84%が10時から18時までの時間帯に集中しており、18時以降の夜間帯に買い物をすると回答が約12%あった。利用する店舗は、10時から18時までの時間帯においては、大部分がスーパーやホームセンターとの回答であったものの、個人商店を利用すると回答も一部含まれていた。18時以降の時間帯にはドラッグストアを利用すると回答が増えていた。

◎最寄品の買い物における曜日、時間帯別回答者数 (単位：人)

	7~10時	10~12時	12~18時	18~20時	20時~	不定	合計
平日	2	51	33	9	1	0	96
土曜日	3	15	16	1	1	0	36
日曜日	5	47	31	3	0	1	87
不定	6	145	170	47	8	11	387
合計	16	258	250	60	10	12	606

◎最寄品の買い物における年代別、曜日別回答者数 (単位：人)

	平日	土曜日	日曜日	不定	合計
20歳未満	0	1	0	0	1
20~29歳	2	1	2	15	20
30~39歳	8	3	10	27	48
40~49歳	13	5	9	42	69
50~59歳	16	4	17	48	85
60~64歳	12	7	7	51	77
65歳以上	39	12	35	179	265
年齢未回答	6	3	7	25	41
合計	96	36	87	387	606



(2) 買回り品

買い物をする曜日は「決まっていない」との回答が一番多く（約64%）、決まった曜日がある消費者においては、日曜の正午から18時との回答が多かった。これは、購入商品を比較検討した上で決定する買回り品の性質から、買い物に比較的時間を取ることができる日曜の午後に買い物をする傾向が強いものと推測される。

年齢層で比較すると、30代から50代にかけては日曜の午後に買い物をする傾向があるのに対し、それ以上の世代においては、平日の午前に買い物をする傾向が窺われた。

◎買回り品の買い物における曜日、時間帯別回答者数 (単位：人)

	9～12時	12～18時	18～20時	不定	合計
平日	18	13	0	1	32
土曜日	6	23	1	1	31
日曜日	24	63	3	1	91
不定	101	281	21	49	452
合計	149	380	25	52	606

◎買回り品の買い物における年代別、曜日別回答者数 (単位：人)

	平日	土曜日	日曜日	不定	合計
20歳未満	0	1	0	0	1
20～29歳	2	0	1	17	20
30～39歳	4	5	15	24	48
40～49歳	4	4	20	41	69
50～59歳	2	9	20	54	85
60～64歳	4	2	11	60	77
65歳以上	13	6	19	227	265
合計	29	27	86	423	565

年代別曜日別買い物時間

◎最寄品 (①7～10時 ②10～12時 ③12～18時 ④18～20時 ⑤20時～)

(単位：人)

	平日					土曜日					日曜日					不定					合計				
	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
20歳未満	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
20～29歳	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	3	6	5	0	2	4	8	6	0
30～39歳	0	4	4	0	0	0	1	2	0	0	0	4	4	2	0	1	8	10	6	1	1	17	20	8	1
40～49歳	0	4	7	2	0	1	1	3	0	0	0	5	4	0	0	0	12	10	16	4	1	22	24	18	4
50～59歳	1	4	8	3	0	0	0	4	0	0	1	9	7	0	0	0	9	29	8	1	2	22	48	11	1
60～64歳	0	10	2	0	0	1	5	0	1	0	0	4	3	0	0	0	16	30	5	0	1	35	35	6	0
65歳以上	0	27	9	3	0	1	7	3	0	1	1	20	12	1	0	4	90	79	3	1	6	144	103	7	2
未回答	1	2	2	0	1	0	1	2	0	0	2	4	1	0	0	0	7	6	4	1	3	14	11	4	2
合計	2	51	33	9	1	3	15	16	1	1	5	47	31	3	0	6	145	170	47	8	16	258	250	60	10
総合計	99					36					86					376					594				

◎買回り品 (①9～12時 ②12～18時 ③18～20時) (単位：人)

	平日			土曜日			日曜日			不定			合計		
	①	②	③	①	②	③	①	②	③	①	②	③	①	②	③
20歳未満	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
20～29歳	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	12	5	0	15	5
30～39歳	2	2	0	1	4	0	4	10	1	8	13	2	15	29	3
40～49歳	1	2	0	1	2	0	4	15	0	7	28	5	13	47	5
50～59歳	1	1	0	1	8	0	7	12	1	8	41	3	17	62	4
60～64歳	4	0	0	1	1	0	1	9	1	13	45	0	19	55	1
65歳以上	8	5	0	2	4	0	6	13	0	59	131	6	75	153	6
未回答	2	1	0	0	3	1	2	3	0	6	11	0	10	18	1
合計	18	13	0	6	23	1	24	63	3	101	281	21	149	380	25
総合計	31			30			90			403			554		

※両表ともに買い物時間が決まっていない
回答者は除外した。

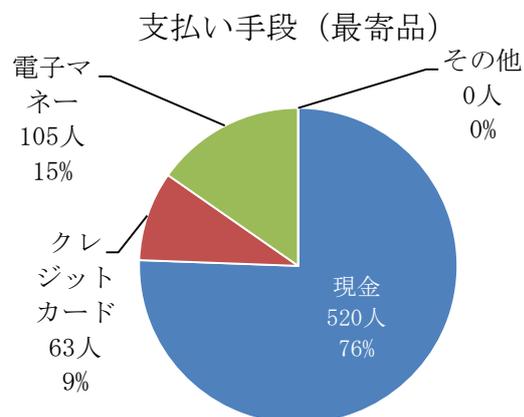
(3) 支払い手段

購入金額の多寡に関わらず現金で支払うとの回答が最も多かったものの、買回り品においては、購入金額が高額になるにつれて、クレジットカード決済を利用する割合が増加した。

電子マネーについては、1万円未満での買い物において利用されており、購入金額が高額になるにつれて利用割合も減少していった。

◎支払い手段（最寄品）

支払い手段	回答数
現金	520
クレジットカード	63
電子マネー	105
その他	0
合計	688



◎支払い手段（買回り品）

	5千円未満	1万円未満	2万円未満	2万円以上	合計
現金	464	414	350	317	1,545
クレジットカード	47	101	156	181	485
電子マネー	92	77	40	38	247
その他	1	0	1	1	3

※支払い手段に関する回答数については、重複回答があり他の設問との回答数と符合しない。

2-2 地区内購買率

地区内購買率とは、消費者が自らの居住する地区内で商品を購入する割合のことである。各地区の地区内購買率は次のとおりであった。

(1) 買い物

業種や店舗数が豊富な幌別地区及び緑陽地区については、今回調査した9品目について地区内購買率が高かったが、温泉地区及び鷺別地区については、ほぼ全品目において地区内購買率が低かった。

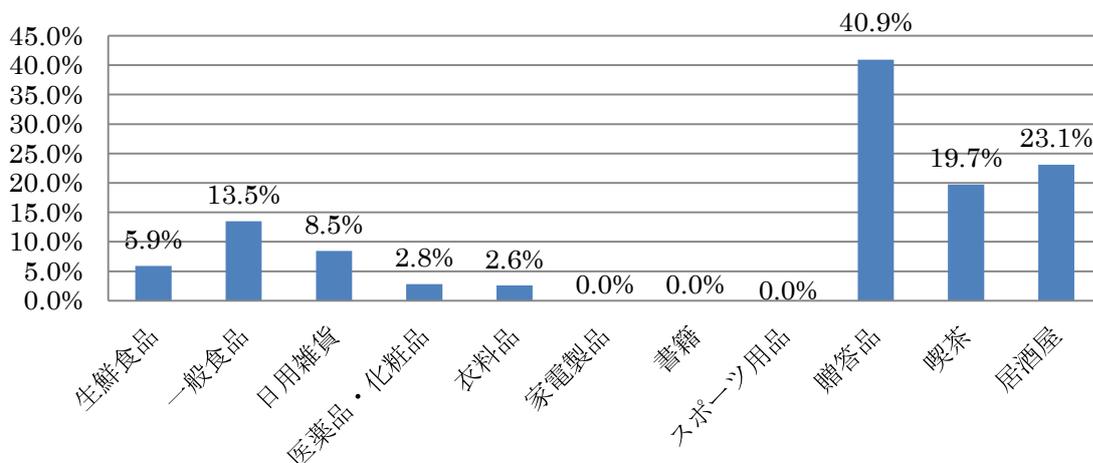
①温泉地区

生鮮食品については、約25%が宅配サービスを利用するほか、登別地区で購入するとの回答も多かった。また、一般食品及び日用雑貨についても登別地区で購入するとの回答が多かった。

家電製品については、購入場所として登別地区、室蘭市、苫小牧市との回答数が拮抗していた。

また、書籍やスポーツ用品については、インターネット販売を活用するとの回答が多かった。

地区内購買率（温泉地区）



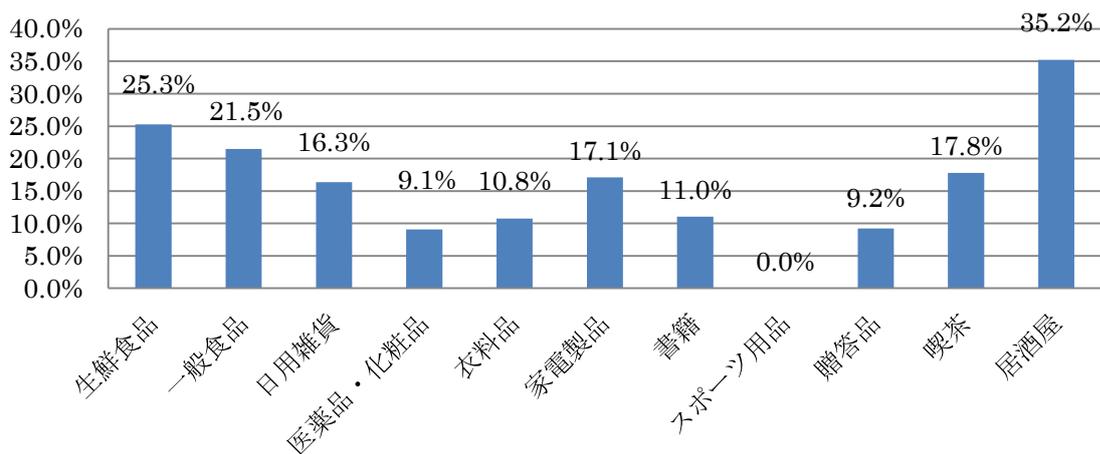
②登別地区

生鮮食品について、約25%が地区内で購入する一方で、約29%が室蘭市で購入していた。

また、家電製品は他の4地区よりも地区内で購入するとの回答の比率が多かった一方で、約46%が室蘭市で購入するとの回答であった。

これらのことから、地区内で購入するものと室蘭市で購入するものの二分化が進んでいる様子が伺われた。

地区内購買率（登別地区）

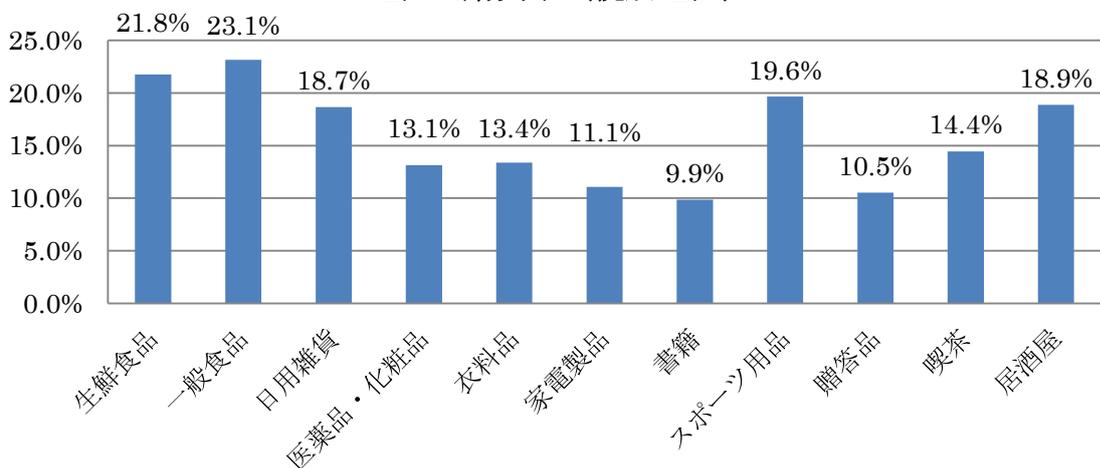


③幌別地区

駅から近く、また、バスが通っているなどの交通の便が良いことや、中心地に複数の金融機関等が立地していることから、そちらを利用したついでに近隣の店舗において買い物をすると回答があり、地区内購買率は緑陽地区について高かった。

自由回答の中には、先述のとおり交通の利便性を評価する回答があったことから、立地面の良さにより、比較的買い物をしやすい地域であることが伺われた。

地区内購買率（幌別地区）

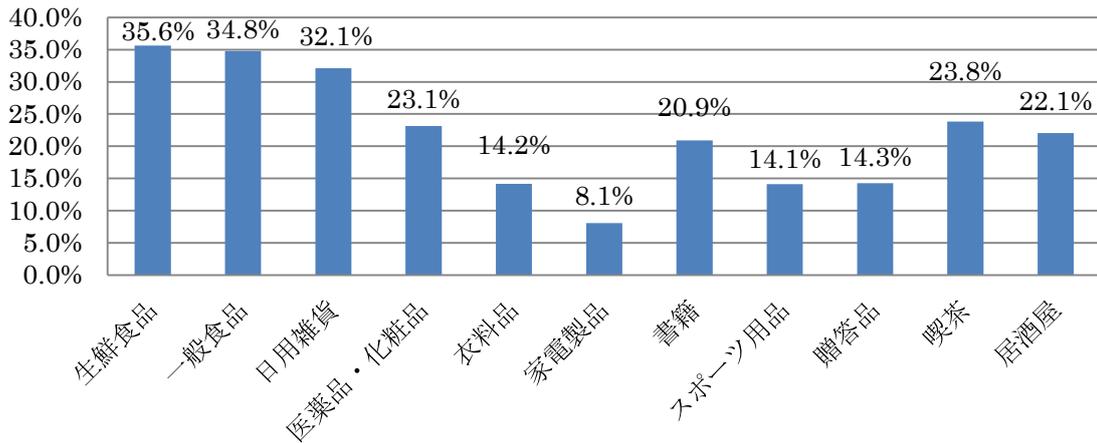


④緑陽地区

全品目において緑陽地区内での購買率（55.5%）は他地区と比較して高かったものの、地区内で購入できなかった場合には、市内の他地区ではなく、室蘭市や苫小牧市などで購入する傾向が強かった。

また、生鮮食品（14.1%）、一般食品（13.1%）、日用雑貨（20.9%）に関しては、市内で最も宅配サービスを利用している割合が高かった。

地区内購買率（緑陽地区）

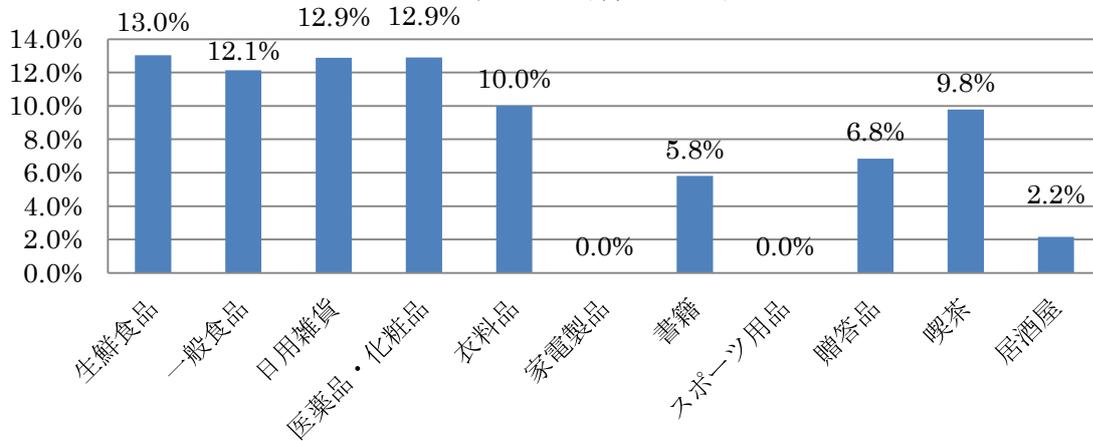


⑤ 鷺別地区

各品目ともに室蘭市で購入するとの回答の割合が最も高く、次いで、緑陽地区で購入するとの回答であった。そのため、地区内購買率は、今回区分した5地区の中で最も低かった。

地区内にある店舗数が少ないこと、また、バス路線が発達しており、室蘭市中島町まで一本のバスで行けることなどが地区内購買率を引き下げている要因と推測される。

地区内購買率（鷺別地区）



◎移動販売等利用率

	品目	温泉地区	登別地区	幌別地区	緑陽地区	鷲別地区
移動販売	生鮮食品	2.5%	0.0%	3.0%	0.0%	15.0%
	一般食品	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	8.9%
	日用雑貨	2.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	医薬品・化粧品	0.0%	0.0%	5.5%	1.4%	0.0%
	衣料品	0.0%	0.0%	0.0%	4.7%	2.3%
	家電製品	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	書籍	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	スポーツ用品	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	贈答品	0.0%	0.0%	0.0%	9.9%	0.0%
通信販売	生鮮食品	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	1.4%
	一般食品	0.0%	10.2%	0.0%	0.0%	3.0%
	日用雑貨	0.0%	10.4%	3.2%	4.0%	7.6%
	医薬品・化粧品	0.0%	4.1%	7.0%	14.3%	12.7%
	衣料品	5.2%	5.1%	6.4%	3.8%	5.7%
	家電製品	0.0%	2.6%	3.3%	1.7%	7.8%
	書籍	0.0%	0.0%	3.2%	3.4%	5.4%
	スポーツ用品	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%
	贈答品	9.1%	18.9%	11.6%	0.0%	6.8%
インターネット	生鮮食品	0.0%	0.0%	3.0%	0.5%	2.0%
	一般食品	0.0%	0.0%	2.4%	2.5%	3.5%
	日用雑貨	0.0%	0.0%	3.4%	2.8%	1.7%
	医薬品・化粧品	0.0%	2.1%	5.3%	11.4%	8.8%
	衣料品	5.2%	10.1%	7.1%	10.2%	9.8%
	家電製品	4.2%	11.8%	4.8%	11.0%	14.1%
	書籍	19.4%	7.8%	8.4%	19.3%	10.0%
	スポーツ用品	16.7%	0.0%	9.0%	14.2%	14.4%
	贈答品	31.8%	0.0%	9.2%	13.0%	7.8%
宅配	生鮮食品	25.3%	7.1%	10.3%	14.1%	5.9%
	一般食品	0.0%	9.5%	11.3%	13.1%	7.1%
	日用雑貨	0.0%	8.7%	11.7%	20.9%	9.7%
	医薬品・化粧品	0.0%	8.3%	5.5%	5.7%	11.5%
	衣料品	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	9.2%
	家電製品	0.0%	0.0%	8.2%	0.0%	0.0%
	書籍	0.0%	0.0%	6.4%	2.9%	0.0%
	スポーツ用品	0.0%	0.0%	0.5%	0.0%	0.0%
	贈答品	0.0%	10.1%	5.8%	6.9%	6.8%

(2) 飲食

飲酒を伴わない飲食については、緑陽地区に集まる傾向があり、飲酒を伴う飲食については、鷺別地区以外では、地区内の飲食店を利用する傾向にあった。鷺別地区については、主として蘭東地区の飲食店を利用する傾向が強かった。

◎地区別利用率（飲食関係）

（単位：％）

		温泉	登別	幌別	緑陽	鷺別	市内 合計	室蘭	札幌	苫小牧	胆振	その他
喫茶	温泉地区	19.7	19.7	0.0	15.8	3.9	59.2	15.8	11.8	9.2	0.0	3.9
	登別地区	2.7	17.8	13.5	10.0	13.5	57.4	15.6	9.0	9.9	2.7	5.4
	幌別地区	1.9	6.4	14.4	16.6	5.3	44.5	20.9	12.5	6.9	8.8	6.4
	緑陽地区	4.4	0.0	7.1	23.8	6.6	41.9	19.7	7.8	13.9	11.9	4.8
	鷺別地区	0.0	4.3	4.7	21.6	9.8	40.4	24.8	8.7	7.4	7.8	10.9
居酒屋	温泉地区	23.1	3.8	11.5	0.0	3.8	42.3	30.8	0.0	11.5	0.0	15.4
	登別地区	0.0	35.2	11.5	16.3	0.0	63.0	32.6	4.4	0.0	0.0	0.0
	幌別地区	0.0	9.1	18.9	12.1	6.8	46.8	22.9	12.8	3.0	3.8	10.6
	緑陽地区	0.0	0.0	17.1	22.1	3.0	42.2	32.1	4.0	8.7	8.7	4.4
	鷺別地区	2.2	0.0	5.6	24.6	2.2	34.5	29.2	10.4	3.2	14.5	8.1

◎品目別地区内購買率

（単位：％）

	平均	温泉地区	登別地区	幌別地区	緑陽地区	鷺別地区
生鮮食品	45.8	8.6	60.2	69.1	72.5	18.6
一般食品	44.8	15.7	53.6	64.0	73.4	17.2
日用雑貨	38.3	16.3	25.8	60.3	76.6	12.4
医薬品・化粧品	30.7	3.3	9.2	62.8	72.9	5.4
衣料品	13.5	1.5	3.9	15.1	43.7	3.1
家電製品	10.7	0.0	26.0	13.4	13.9	0.0
書籍	16.0	0.0	8.0	12.8	58.0	1.4
スポーツ用品	6.9	0.0	0.0	9.0	25.5	0.0
贈答品	24.0	30.0	5.5	21.0	63.1	1.0
喫茶	20.3	12.5	18.2	20.1	48.5	2.0
居酒屋	33.3	30.0	50.5	45.2	40.6	0.1

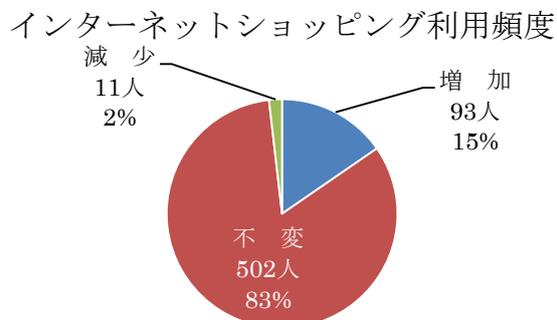
2-3 インターネットショッピングの利用頻度について

5年前とのインターネットに関する利用頻度の増減について回答を求めたところ、大部分は「変化はない」（83％）との回答であったものの、増加したとの回答が15％あった。

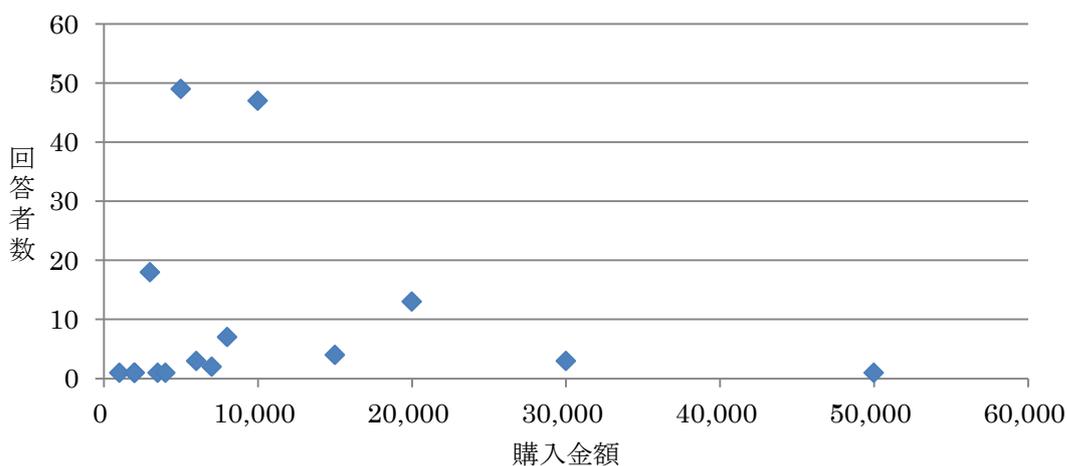
利用頻度の増加割合については、5年前と比較して約50%増加したとの回答であった。また、一回あたりの利用金額は、20,000円程度との回答が約8%あったが、大部分の回答者（約86%）が10,000円以内と回答している。

これらのことから5年前と比較してインターネットショッピングの利用頻度は増加しているものの、1回あたりの購入金額については、比較的低額に収まっているものと推測される。

区分	回答数	構成比
増加	93	15%
不変	502	83%
減少	11	2%
合計	606	100%



購入金額分布



3. 各地区の個人商店や飲食店等に対する消費者の意見

個人商店又は飲食店について、地区ごとに評価する点と、今後親族や知人にその店舗を勧めるために必要と考える取組みなどについて自由回答を求めたところ、次の回答があった。

全体を通して、「その地区にどのような店舗があるのか知らない」「地区、あるいは店舗の特徴を出す工夫が必要」「利用する店舗は、個人的なつながりがあるから」などといった意見が出された。

これらのことから、消費者を一層取り込んでいくために、まずは各商店街及び各店舗ともに、情報発信に積極的に取組み、自分の店、あるいは商店街の特徴に関する認知度の向上を図っていくことが必要と思われる。

	評価する点	今後の取組み
温泉地区	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗がバリエーションに富んでいて、見て楽しい。 ・接客態度が明るい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・路上駐車禁止にして、歩行者の安全を確保してほしい。 ・市民を対象にしたサービス等が増えると利用しやすくなる。
登別地区	<ul style="list-style-type: none"> ・おいしく、家庭の味に近い料理を出す飲食店が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・地元でとれた海産物や野菜などを駅周辺で販売してほしい ・日曜日に営業する店舗を増やしてほしい。 ・どこにどんな店があるのか、市民へのPRが必要だと思う。 ・駐車場の有無など利用のしやすさが重要だと思う。 ・キッズコーナーを設けると、利用しやすく、他者に勧めやすくなる。
幌別地区	<ul style="list-style-type: none"> ・交通の便が良く、おいしい店が多い。 ・価格が手ごろで、入りやすい店が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・どんな店があるのか一覧があると他者に勧めやすい。 ・大売り出しなどの情報発信を積極的に行ってほしい。 ・各店舗の印象が強まるような店づくりをしてほしい。 ・品ぞろえを豊富にしてほしい。
緑陽地区	<ul style="list-style-type: none"> ・大型店から個人商店まで集中しており、また、店舗の種類も豊富なため、買い物がしやすい地区だと思う。 ・家族連れで行きやすい店舗が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・商品や食堂のメニュー価格等のPRが必要だと思う。 ・市外、特に本州の人を連れて行きたくなるような地場産にこだわった店が欲しい。 ・お店の特徴やおすすめ商品の情報を多く発信して欲しい。

鷺別地区	<ul style="list-style-type: none">・店舗形態が、対面販売の店が多く、少量でも買いやすい。・価格が安く、おいしいお店が多い。	<ul style="list-style-type: none">・駐車場をもっと確保してほしい。・店舗に関する情報が少ないことから、もっと宣伝してほしい。
------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------