

商学研究所報

2014年9月

消費者への効率的な商品の提供方法の検討～首都圏の商業施設を対象として～

岩尾 詠一郎

消費者への効率的な商品の提供方法の検討

～首都圏の商業施設を対象として～

岩 尾 詠一郎

A Consideration of the efficient delivery System for Consumers
(for commercial facility in Metropolitan area)

Eiichiro Iwao

消費者への効率的な商品の提供方法の検討 ～首都圏の商業施設を対象として～

岩 尾 詠一郎

1. はじめに

1.1 本研究の目的と手順

今後、日本では、少子高齢化や過疎化が進むと考えられている。このような状況において、消費者に対していかに効率的に商品を提供するかが課題となる。

そこで本研究では、商品の販売場所として首都圏の大規模商業施設を取り上げ、大規模商業施設と消費者間の商品の提供方法に着目し、効率的な商品の提供方法の考え方を明らかにすることを目的とする。

1.2 本研究の手順

本研究は、以下の手順で進めていく。

まず、消費者の購入先の実態の変遷を明らかにする。(3章)

次に、本研究で対象とする市別の大規模商業施設の実態を明らかにする。(4章)

最後に、これらの市別の消費者の購入先の実態と商業施設の立地実態から、商業施設から消費者へ効率的と考えられる商品の提供方法の考え方を示していく。(5章)

1.3 本研究の位置付け

消費者への商品の提供方法に関する研究には、買い物弱者を対象に、都心部の買い物弱者の実態を明らかにし、買い物弱者を救済するための提案をしている研究¹⁾、中山間地域を対象に、買い物弱者の現状を把握し、その支援方法として、①宅配サービス、②移動販売、③店への移動手段の提供、④便利な店舗立地を取り上げ、これら実施のために、小売店や流通業者などの各主体の連携が必要となることを示した研究²⁾、買い物弱者対策のうち移動販売に着目し、この事業の継続性と自治体の政策支援のあり方について述べている研究³⁾などがある。また、インターネットでの購入者の出荷形態の違いに着目した在庫特性をシミュレーションで評価し考察している研究⁴⁾などがある。

本研究は、商業施設の立地動向の変化のみを明らかにするだけでなく、消費者への商品の提供方法の変化との相互関係を明らかにする点、および商業施設の立地場所別に効率的な商品の提供方法の考え方を明らかにしていく点に特徴がある。

2. 本研究で用いる用語の定義

2.1 商業施設

本研究では、商業施設を、商品の販売を主目的とした施設とする。なお、商業施設の種類は、一般小売店、スーパー、コンビニエンスストア（以下、コンビニとする。）、百貨店、生協・購買、ディスカウントストア・量販専門店の6つとする。

2.2 商品の提供方法

本研究では、商品の提供方法として、①消費者が自ら商業施設へ買い物に行く方法、②消費者の自宅へ、商業施設から配送をする方法を取り上げる。

なお、消費者の自宅へ商業施設から商品を配送する方法には、近年では、店舗から直接配送する方法以外に、物流センターから消費者の自宅へ商品を配送する方法がある。⁴⁾

3. 首都圏の消費者の購入先の実態分析

3.1 分析の目的と方法

本章では、首都圏の消費者（2人以上の世帯）が、どこで購入先でいくら購入しているかを明らかにすることを目的に、平成11年と平成16年と平成21年の消費者実態調査の埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県データを用いて、まず、①市別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移を示す。次に、②販売形態別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移を示す。最後に、③平成21年の消費実態調査のデータから、市別・購入先別の1世帯当たりの支出額を示す。

この分析から、市別に、商業施設への支出額の推移と、販売形態別の支出額の推移が明らかになるとともに、市内・市外別の商業施設の支出額が明らかとなる。

3.2 本分析で用いる調査の概要

(1) 調査の概要

全国消費実態調査は、昭和34年の第1回から5年ごとに実施されている。

全国消費実態調査の目的は、家計の収支および貯蓄・負債、耐久消費財、住宅・宅地などの家計資産を総合的に調査し、全国及び地域別の世帯の消費・所得・資産に係わる水準、構造などを明らかにすることにある。

本調査では、調査対象世帯を、2人以上の世帯と単身世帯に分け、①家計上の収入と支出、②品物の購入地域、③品物の購入先、④主要耐久消費財の所有量と取得時期、⑤年間収入及び貯蓄・借入金残高、⑥世帯及び世帯構成員、⑦現住居及び現住居以外の住宅・宅地に関する項目を調査している。

以下の分析では、平成11年、平成16年、平成21年の全国消費実態調査の調査結果を利用する。^{5)~7)}

(2) 分析の方法

本研究では、全国消費実態調査の2人以上の世帯の①品物の購入地域、および②品物の購入先の調査結果を用いて分析する。

このとき、まず、本分析で対象とする市を、販売形態別の支出額が示されていた44市(東京都：9市、神奈川県：12市、埼玉県：11市、千葉県：12市)とする。そして、①品物の購入先では、市別の購入したサービス以外の品物の購入額と、購入先の販売形態別の購入額を用いる。なお、購入先は、9つに分類されている。②品物の購入地域では、通信販売など以外で購入した全ての品物の購入地域別の購入額を用いる。なお、購入地域は、4つに分類されている(表1)。

3.3 消費者の購入先の実態分析の結果

(1) 埼玉県の分析結果

1) 市別1世帯当たりの1ヶ月間の支出額

分析の結果、埼玉県は、平均で見ると減少傾向が続いている。

次に、平成11年から平成21年の間の市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の変動傾向を見ると、①平成11年から平成21年にかけて減少している市(さいたま市、川越市、熊谷市、所沢市、春日部市、上尾市、草加市、越谷市)、②平成11年から平成16年は増加し、

表1 全国消費実態調査のデータの概要

調査事項	調査内容	分類項目	分類内容	
品物の購入地域に関する事項	・購入した全品物の購入先別購入額	対象市	埼玉県	さいたま市
				川越市
				熊谷市
				川口市
				所沢市
				春日部市
				狭山市
				上尾市
				草加市
				越谷市
				新座市
			千葉県	千葉市
				市川市
				船橋市
				松戸市
				野田市
				佐倉市
				習志野市
				柏市
				市原市
				流山市
				八千代市
			東京都	浦安市
				八王子市
				立川市
				三鷹市
				府中市
				調布市
				町田市
				小平市
				日野市
				西東京市
				神奈川県
横須賀市				
鎌倉市				
小田原市				
相模原市				
厚木市				
川崎市				
平塚市				
藤沢市				
茅ヶ崎市				
秦野市				
大和市				
購入先	現住所と同一市町村			
	県内の他の市町村			
	県外の他の市町村			
品物の購入先に関する事項	・購入した全品物の購入先の販売形態別購入額	販売形態	一般小売店	
			スーパー	
			コンビニエンスストア	
			百貨店	
			生協・購買	
			ディスカウントストア・量販専門店	
			通信販売(インターネット)	
			通信販売(その他)	
			その他	

その後、減少している市(新座市)、および③平成11年から平成16年にかけて減少したが、その後、増加している市(川口市、狭山市)の3つに分類できた(表2)。

2) 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、合計支出額は、平成16年は増加したが、平成21年は減少している。しかし、コンビニとディスカウントストア・量販専門店は、一貫として増加している。一方、一般小売店とその他は、一貫として減少している。スーパーは、平成16年は減少したが、平成21年は増加に転じた。百貨店と生協・購買は、平成16年は増加し、平成21年は減少している。

次に、合計比率で見ると、調査年に係わらず、スーパー、一般小売店、百貨店の順番で比率が高い。なお、スーパーと百貨店の比率は、平成16年は減少したが、平成21年は増加に転じた。一方、一般小売店は、一貫として減少傾向が続いている。

なお、インターネットを利用した通信販売は、平成16年度から調査されており、平成21年は、約1.83倍に増加している(表3)。

表2 市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移(商品(財)のみ)

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率
さいたま市	168,755	1.03	163,313	1.07	142,680	1.02
川越市	175,375	1.07	153,697	1.01	148,910	1.06
熊谷市	171,871	1.05	170,837	1.12	128,101	0.91
川口市	159,063	0.97	134,286	0.88	135,783	0.97
所沢市	172,375	1.05	159,794	1.05	146,925	1.05
春日部市	148,248	0.91	147,881	0.97	139,300	0.99
狭山市	159,725	0.98	146,399	0.96	147,939	1.05
上尾市	150,070	0.92	147,573	0.97	145,179	1.04
草加市	168,341	1.03	144,757	0.95	118,402	0.84
越谷市	159,681	0.98	135,966	0.89	132,280	0.94
新座市	167,111	1.02	171,048	1.12	157,079	1.12
11市平均	163,692	1.00	152,323	1.00	140,234	1.00

注1：平成11年のさいたま市のデータには、浦和市、大宮市、与野市、岩槻市のデータが含まれている

注2：平成16年のさいたま市のデータには、岩槻市のデータが含まれている。

注3：平成11年と平成16年の熊谷市のデータには、大里郡大里町、大里郡妻沼町、大里郡江南町のデータは含まれていない。

注4：平成11年の春日部市のデータには、北葛飾郡庄和町のデータが含まれている。

注5：平成16年の春日部市のデータには、北葛飾郡庄和町のデータが含まれていない。

表3 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移（埼玉県）

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	43,144	33.5%	41,255	30.8%	30,356	25.2%
スーパー	48,852	37.9%	43,713	32.6%	44,414	36.8%
コンビニエンスストア	2,440	1.9%	2,461	1.8%	2,513	2.1%
百貨店	11,596	9.0%	12,831	9.6%	10,507	8.7%
生協・購買	2,807	2.2%	6,457	4.8%	5,081	4.2%
ディスカウントストア・量販専門店	9,031	7.0%	16,020	12.0%	17,462	14.5%
通信販売(インターネット)	2,279	1.8%	959	0.7%	1,751	1.5%
通信販売(その他)			3,247	2.4%	2,277	1.9%
その他	8,615	6.7%	6,960	5.2%	6,294	5.2%
合計	128,764	100.0%	133,903	100.0%	120,655	100.0%

3) 市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の多い順番を見ると、狭山市を除き、スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。一方、狭山市は、一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。

このことから、市により消費者が主に商品を購入する大規模商業施設が異なることが明らかとなった(表4)。

4) 市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の比率は、市によらず、同一市での購入が最も多い。また、他の市町村での購入先別の支出額の比率は、高い順に新座市の約46.0%、狭山市の約42.5%、上尾市の約30.8%であった。なお、購入先を他の市町村(県内)と他の市町村(県外)別に見ると、他の市町村(県外)が購入先を他の市町村(県内)よりも多い市は、新座市と所沢市であった(表5)。

このことから、市によっては、同一市以外からの購入も多く見られる。

表4 市別・販売形態別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	さいたま市		川崎市		熊谷市		川口市		所沢市	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	30,940	25.3%	39,019	31.7%	30,476	29.2%	23,180	20.5%	28,033	21.3%
スーパー	40,370	33.0%	41,284	33.6%	37,570	36.0%	51,158	45.2%	47,794	36.3%
コンビニエンスストア	2,942	2.4%	3,300	2.7%	2,406	2.3%	2,099	1.9%	2,485	1.9%
百貨店	15,149	12.4%	11,183	9.1%	8,634	8.3%	10,135	9.0%	13,867	10.5%
生協・購買	5,820	4.8%	3,055	2.5%	2,211	2.1%	4,556	4.0%	5,259	4.0%
ディスカウントストア・量販専門店	17,445	14.3%	16,169	13.1%	15,230	14.6%	16,954	15.0%	21,444	16.3%
通信販売(インターネット)	2,084	1.7%	1,620	1.3%	1,567	1.5%	444	0.4%	2,266	1.7%
通信販売(その他)	2,030	1.7%	2,178	1.8%	2,124	2.0%	1,554	1.4%	3,360	2.6%
その他	5,538	4.5%	5,157	4.2%	4,263	4.1%	3,050	2.7%	7,042	5.4%
合計	122,318	100.0%	122,965	100.0%	104,481	100.0%	113,130	100.0%	131,550	100.0%
	春日部市		狭山市		上尾市					
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合				
一般小売店	38,132	32.3%	52,570	38.0%	22,360	18.1%				
スーパー	39,770	33.7%	41,430	29.9%	42,045	34.0%				
コンビニエンスストア	1,495	1.3%	2,342	1.7%	2,089	1.7%				
百貨店	7,204	6.1%	5,919	4.3%	14,290	11.6%				
生協・購買	5,449	4.6%	7,863	5.7%	8,350	6.8%				
ディスカウントストア・量販専門店	17,303	14.7%	19,714	14.2%	22,071	17.9%				
通信販売(インターネット)	2,207	1.9%	963	0.7%	3,546	2.9%				
通信販売(その他)	2,149	1.8%	3,093	2.2%	1,396	1.1%				
その他	4,380	3.7%	4,496	3.2%	7,447	6.0%				
合計	118,089	100.0%	138,390	100.0%	123,594	100.0%				
	草加市		越谷市		新座市		11市合計			
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合		
一般小売店	23,387	22.9%	25,939	25.7%	25,715	20.2%	406,949	26.3%		
スーパー	46,714	45.8%	44,108	43.7%	46,979	36.8%	569,190	36.8%		
コンビニエンスストア	1,578	1.5%	2,471	2.4%	2,742	2.1%	30,523	2.0%		
百貨店	5,928	5.8%	8,404	8.3%	12,354	9.7%	112,252	7.2%		
生協・購買	2,429	2.4%	2,471	2.4%	6,097	4.8%	64,227	4.1%		
ディスカウントストア・量販専門店	15,620	15.3%	13,684	13.5%	24,341	19.1%	202,995	13.1%		
通信販売(インターネット)	697	0.7%	1,483	1.5%	3,933	3.1%	21,114	1.4%		
通信販売(その他)	1,230	1.2%	2,006	2.0%	1,851	1.5%	26,775	1.7%		
その他	4,336	4.3%	461	0.5%	3,564	2.8%	114,614	7.4%		
合計	101,919	100.0%	101,027	100.0%	127,576	100.0%	1,548,639	100.0%		

表5 市別・購入先別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	同じ市町村		他の市町村(県内)		他の市町村(県外)		他の市町村(合計)		合計	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
さいたま市	93,894	79.5%	14,228	12.1%	9,927	8.4%	24,155	20.5%	118,049	100.0%
川崎市	87,496	73.5%	23,785	20.0%	7,786	6.5%	31,571	26.5%	119,067	100.0%
熊谷市	79,902	79.3%	15,349	15.2%	5,538	5.5%	20,887	20.7%	100,789	100.0%
川口市	78,167	70.4%	22,419	20.2%	10,449	9.4%	32,868	29.6%	111,035	100.0%
所沢市	91,732	72.9%	14,039	11.2%	20,017	15.9%	34,056	27.1%	125,788	100.0%
春日部市	92,594	81.5%	14,691	12.9%	6,329	5.6%	21,020	18.5%	113,614	100.0%
狭山市	77,161	57.5%	48,669	36.3%	8,388	6.2%	57,057	42.5%	134,218	100.0%
上尾市	81,757	69.2%	28,794	24.4%	7,626	6.5%	36,420	30.8%	118,177	100.0%
草加市	77,224	77.3%	11,383	11.4%	11,244	11.3%	22,627	22.7%	99,851	100.0%
越谷市	74,477	76.4%	15,620	16.0%	7,438	7.6%	23,058	23.6%	97,535	100.0%
新座市	65,774	54.0%	23,389	19.2%	32,628	26.8%	56,017	46.0%	121,791	100.0%

(2) 千葉県の分析結果

1) 市別1世帯当たりの1ヶ月間の支出額

分析の結果、千葉県は、平均で見ると減少傾向が続いている。

次に、平成11年から平成21年間の市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の変動傾向を見ると、①平成11年から平成21年にかけて減少している市(千葉市、市川市、船橋市、佐倉市、柏市)、②平成11年から平成16年は増加し、その後、減少している市(松戸市、流山市)、および③平成11年から平成16年にかけて減少したが、その後、増加している市(野田市、習志野市、市原市、八千代市、浦安市)の3つに分類できた(表6)。

表6 市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移(商品(財)のみ)

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率
千葉市	164,768	0.96	156,229	1.01	147,538	1.02
市川市	163,923	0.96	163,522	1.06	135,307	0.94
船橋市	169,747	1.00	146,883	0.95	128,099	0.89
松戸市	159,282	0.94	159,812	1.03	145,136	1.01
野田市	180,841	1.06	165,438	1.07	175,906	1.22
佐倉市	176,442	1.04	155,703	1.01	145,549	1.01
習志野市	175,868	1.03	151,401	0.98	152,291	1.06
柏市	170,258	1.00	154,755	1.00	143,981	1.00
市原市	168,064	0.99	147,387	0.95	189,443	1.32
流山市	175,058	1.03	182,368	1.18	163,098	1.13
八千代市	167,735	0.99	142,495	0.92	143,195	0.99
浦安市	182,414	1.07	145,989	0.94	158,276	1.10
12市平均	171,200	1.01	155,999	1.01	152,318	1.06

注1:平成11年の柏市のデータには、東葛飾郡沼南町のデータが含まれていない。

注2:平成16年の柏市のデータには、東葛飾郡沼南町のデータが含まれている。

注3:平成11年の野田市のデータには、東葛飾郡関宿町のデータが含まれている。

2) 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、合計支出額は、平成16年は増加し、平成21年は減少している。販売形態で見ると、一般小売店は、一貫として減少している。ディスカウントストア・量販専門店は、一貫として増加している。コンビニと百貨店と生協・購買とその他は、平成16年は増加し、平成21年は減少している。スーパーは、平成16年は減少したが、平成21年は増加に転じた。

次に、合計比率で見ると、平成11年から平成21年まで、スーパーの比率が最も高く、次に高いのは、一般小売店舗である。また、3番目に比率が高いのは、平成11年は百貨店であったが、平成16年からは、ディスカウントストア・量販専門店であった。

なお、インターネットを利用した通信販売は、平成16年度から調査されており、平成21年は、約1.69倍に増加している（表7）。

表7 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移（千葉県）

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	43,868	34.8%	41,994	30.3%	32,539	26.4%
スーパー	49,384	39.1%	44,880	32.4%	44,853	36.4%
コンビニエンスストア	2,498	2.0%	2,916	2.1%	2,786	2.3%
百貨店	11,058	8.8%	12,395	8.9%	8,479	6.9%
生協・購買	2,326	1.8%	7,704	5.6%	5,115	4.2%
ディスカウントストア・量販専門店	7,548	6.0%	14,647	10.6%	16,911	13.7%
通信販売(インターネット)	2,346	1.9%	962	0.7%	1,623	1.3%
通信販売(その他)			2,909	2.1%	2,624	2.1%
その他	7,123	5.6%	10,149	7.3%	8,208	6.7%
合計	126,151	100.0%	138,556	100.0%	123,138	100.0%

3) 市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の多い順番を見ると、野田市と市原市を除き、スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。一方、野田市と市原市は、一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。

このことから、市により消費者が主に商品を購入する大規模商業施設が異なることが明らかとなった（表8）。

4) 市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の比率は、流山市を除いて、同一市での購入が最も多い。また、他の市町村での購入先別の支出額の比率は、高い順に流山市の約58.2%、佐倉市の約27.1%、市原市の約32.0%であった。なお、購入先を他の市町村（県内）と他の市町村（県外）別に見ると、他の市町村（県外）が購入先を他の市町村（県内）よりも多

表8 市別・販売形態別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	千葉市		市川市		船橋市		松戸市		野田市	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	29,565	24.1%	29,310	25.8%	21,130	19.9%	29,000	24.2%	50,701	35.7%
スーパー	46,826	38.2%	44,575	39.3%	40,677	38.3%	42,354	35.3%	47,132	33.1%
コンビニエンスストア	2,501	2.0%	2,802	2.5%	2,206	2.1%	3,363	2.8%	2,398	1.7%
百貨店	10,507	8.6%	8,033	7.1%	9,206	8.7%	9,754	8.1%	7,240	5.1%
生協・購買	4,485	3.7%	4,123	3.6%	4,570	4.3%	6,171	5.1%	8,034	5.6%
ディスカウントストア・量販専門店	17,300	14.1%	15,595	13.8%	15,753	14.8%	17,241	14.4%	15,265	10.7%
通信販売(インターネット)	1,741	1.4%	1,157	1.0%	1,829	1.7%	1,049	0.9%	2,160	1.5%
通信販売(その他)	4,040	3.3%	2,480	2.2%	2,434	2.3%	3,182	2.7%	1,558	1.1%
その他	5,553	4.5%	5,340	4.7%	8,399	7.9%	7,851	6.5%	7,712	5.4%
合計	122,518	100.0%	113,415	100.0%	106,204	100.0%	119,965	100.0%	142,200	100.0%
	佐倉市		習志野市		柏市		市原市			
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合		
一般小売店	23,305	18.6%	25,547	20.0%	29,657	25.2%	71,878	44.0%		
スーパー	49,342	39.4%	53,297	41.8%	42,762	36.3%	48,820	29.9%		
コンビニエンスストア	2,933	2.3%	3,495	2.7%	2,293	1.9%	3,328	2.0%		
百貨店	14,194	11.3%	6,811	5.3%	11,224	9.5%	4,767	2.9%		
生協・購買	4,726	3.8%	4,072	3.2%	7,487	6.4%	4,702	2.9%		
ディスカウントストア・量販専門店	21,309	17.0%	16,074	12.6%	16,023	13.6%	15,218	9.3%		
通信販売(インターネット)	2,861	2.3%	2,391	1.9%	1,783	1.5%	1,190	0.7%		
通信販売(その他)	1,135	0.9%	1,898	1.5%	1,792	1.5%	2,564	1.6%		
その他	5,405	4.3%	13,996	11.0%	4,791	4.1%	11,042	6.8%		
合計	125,210	100.0%	127,581	100.0%	117,812	100.0%	163,509	100.0%		
	流山市		八千代市		浦安市		12市合計			
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合		
一般小売店	40,780	25.0%	23,867	21.7%	32,209	23.5%	406,949	26.3%		
スーパー	44,836	27.5%	49,302	44.8%	59,267	43.2%	569,190	36.8%		
コンビニエンスストア	1,784	1.1%	1,275	1.2%	2,145	1.6%	30,523	2.0%		
百貨店	10,411	6.4%	8,169	7.4%	11,936	8.7%	112,252	7.2%		
生協・購買	6,557	4.0%	5,196	4.7%	4,104	3.0%	64,227	4.1%		
ディスカウントストア・量販専門店	20,846	12.8%	13,059	11.9%	19,312	14.1%	202,995	13.1%		
通信販売(インターネット)	2,172	1.3%	1,372	1.2%	1,409	1.0%	21,114	1.4%		
通信販売(その他)	1,378	0.8%	2,438	2.2%	1,876	1.4%	26,775	1.7%		
その他	34,231	21.0%	5,315	4.8%	4,979	3.6%	114,614	7.4%		
合計	162,995	100.0%	109,993	100.0%	137,237	100.0%	1,548,639	100.0%		

表9 市別・購入先別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	同じ市町村		他の市町村(県内)		他の市町村(県外)		他の市町村(合計)		合計	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
千葉市	96,478	82.7%	14,189	12.2%	6,047	5.2%	20,236	17.3%	116,714	100.0%
市川市	78,300	71.6%	18,248	16.7%	12,876	11.8%	31,124	28.4%	109,424	100.0%
船橋市	75,248	74.0%	20,660	20.3%	5,814	5.7%	26,474	26.0%	101,722	100.0%
松戸市	86,069	74.6%	15,769	13.7%	13,580	11.8%	29,349	25.4%	115,418	100.0%
野田市	111,585	80.7%	12,555	9.1%	14,107	10.2%	26,662	19.3%	138,247	100.0%
佐倉市	81,621	67.4%	22,821	18.9%	16,597	13.7%	39,418	32.6%	121,039	100.0%
習志野市	87,143	70.7%	27,886	22.6%	8,165	6.6%	36,051	29.3%	123,194	100.0%
柏市	86,887	76.2%	16,678	14.6%	10,523	9.2%	27,201	23.8%	114,088	100.0%
市原市	108,602	68.0%	46,905	29.4%	4,186	2.6%	51,091	32.0%	159,693	100.0%
流山市	66,518	41.8%	76,357	48.0%	16,098	10.1%	92,455	58.2%	158,973	100.0%
八千代市	83,075	78.3%	14,102	13.3%	8,897	8.4%	22,999	21.7%	106,074	100.0%
浦安市	104,614	78.3%	13,599	10.2%	15,350	11.5%	28,949	21.7%	133,563	100.0%

い市は、野田市と浦安市であった(表9)。

このことから、市によっては、同一市以外からの購入も多く見られる。

(3) 東京都の分析結果

1) 市別1世帯当たりの1ヶ月間の支出額

分析の結果、東京都は、平均で見ると、減少傾向が続いている。

次に、平成11年から平成21年間の市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の変動傾向を見ると、①平成11年から平成21年にかけて減少している市(府中市、調布市、町田市、小平市)、②平成11年から平成16年は増加し、その後、減少している市(三鷹市、西東京市)、および③平成11年から平成16年にかけて減少したが、その後、増加している市(八王子市、立川市、日野市)の3つに分類できた(表10)。

表10 市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移(商品(財)のみ)

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率
八王子市	168,582	1.07	162,912	1.07	167,351	1.14
立川市	136,686	0.86	121,832	0.80	123,808	0.85
三鷹市	161,471	1.02	168,094	1.10	154,259	1.05
府中市	148,779	0.94	147,063	0.96	132,129	0.90
調布市	157,458	1.00	151,738	1.00	144,691	0.99
町田市	165,861	1.05	151,835	1.00	140,747	0.96
小平市	164,752	1.04	143,386	0.94	140,182	0.96
日野市	163,718	1.04	154,064	1.01	157,405	1.07
西東京市	156,167	0.99	170,939	1.12	157,539	1.08
9市平均	158,164	1.00	152,429	1.00	146,457	1.00

注：平成11年の西東京市は、保谷市と田無市のデータの平均値を用いた。

2) 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、支出額の合計は、平成16年は上昇したが、平成21年には減少している。なお、一般小売店とスーパーとコンビニとその他は、一貫として減少している。ディスカウントストア・量販専門店は、一貫として増加している。百貨店と生協・購買は、平成16年は増加し、平成21年は減少している。

次に、合計の比率で見ると、平成11年から平成21年までは、スーパーの比率が最も高い比率を示している。ただし、その比率は、平成16年は減少したが、それ以降増加している。

なお、インターネットを利用した通信販売は、平成16年度から調査されており、平成21年は、約1.99倍に増加している（表11）。

表11 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移（東京都）

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	41,898	34.9%	38,057	28.3%	32,133	26.2%
スーパー	44,890	37.4%	42,750	31.8%	42,436	34.6%
コンビニエンスストア	2,918	2.4%	3,126	2.3%	2,824	2.3%
百貨店	10,766	9.0%	16,178	12.0%	12,753	10.4%
生協・購買	2,627	2.2%	8,040	6.0%	6,410	5.2%
ディスカウントストア・量販専門店	6,442	5.4%	13,756	10.2%	14,009	11.4%
通信販売(インターネット)	2,148	1.8%	1,176	0.9%	2,337	1.9%
通信販売(その他)			3,542	2.6%	2,320	1.9%
その他	8,408	7.0%	7,874	5.9%	7,569	6.2%
合計	120,097	100.0%	134,499	100.0%	122,791	100.0%

3) 市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の多い順番を見ると、八王子市、立川市、町田市、小平市、日野市は、スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。三鷹市、西東京市は、一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。また、府中市、調布市は、スーパー、一般小売店、百貨店の順番であった。

このことから、市により消費者が主に商品を購入する大規模商業施設が異なることが明らかとなった（表12）。

表 12 市別・販売形態別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	八王子市		立川市		三鷹市		府中市		調布市	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	25,120	20.7%	20,245	19.3%	41,793	29.5%	25,316	21.3%	24,471	21.9%
スーパー	41,961	34.6%	40,195	38.3%	40,993	28.9%	43,797	36.8%	49,626	44.4%
コンビニエンスストア	2,380	2.0%	2,442	2.3%	2,382	1.7%	3,398	2.9%	2,626	2.3%
百貨店	11,493	9.5%	10,135	9.7%	14,283	10.1%	13,978	11.8%	10,951	9.8%
生協・購買	10,756	8.9%	6,940	6.6%	10,844	7.7%	4,944	4.2%	6,662	6.0%
ディスカウントストア・量販専門店	17,045	14.1%	16,806	16.0%	19,087	13.5%	12,255	10.3%	10,897	9.7%
通信販売(インターネット)	1,859	1.5%	236	0.2%	3,133	2.2%	1,231	1.0%	1,108	1.0%
通信販売(その他)	3,279	2.7%	1,520	1.4%	1,682	1.2%	1,295	1.1%	1,946	1.7%
その他	7,407	6.1%	6,421	6.1%	7,431	5.2%	12,744	10.7%	3,545	3.2%
合計	121,300	100.0%	104,940	100.0%	141,628	100.0%	118,958	100.0%	111,832	100.0%
	町田市		小平市		日野市		西東京市		9市合計	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	25,070	21.6%	27,377	22.5%	27,414	17.7%	43,694	31.3%	260,500	23.0%
スーパー	40,053	34.5%	46,417	38.1%	39,317	25.4%	40,901	29.3%	383,260	33.9%
コンビニエンスストア	2,090	1.8%	1,737	1.4%	2,796	1.8%	2,424	1.7%	22,275	2.0%
百貨店	13,048	11.2%	13,709	11.3%	17,438	11.2%	13,050	9.3%	118,085	10.4%
生協・購買	7,372	6.3%	8,544	7.0%	8,601	5.5%	13,202	9.5%	77,865	6.9%
ディスカウントストア・量販専門店	15,229	13.1%	14,832	12.2%	17,616	11.4%	13,376	9.6%	137,143	12.1%
通信販売(インターネット)	4,717	4.1%	2,185	1.8%	1,915	1.2%	5,491	3.9%	21,875	1.9%
通信販売(その他)	1,846	1.6%	2,148	1.8%	3,720	2.4%	1,715	1.2%	19,151	1.7%
その他	6,834	5.9%	4,755	3.9%	36,246	23.4%	5,742	4.1%	91,125	8.1%
合計	116,259	100.0%	121,704	100.0%	155,063	100.0%	139,595	100.0%	1,131,279	100.0%

4) 市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の比率は、市によらず、同一市での購入が最も多い。また、他の市町村での購入先別の支出額の比率は、高い順に西東京市の約47.2%、三鷹市の約44.9%、立川市の約41.0%であった。なお、購入先を他の市町村(県内)と他の市町村(県外)別に見ると、他の市町村(県外)が購入先を他の市町村(県内)よりも多い市は、町田市であった(表13)。

このことから、市によっては、同一市以外からの購入も多く見られる。

(4) 神奈川県の実績結果

1) 市別1世帯当たりの1ヶ月間の支出額

分析の結果、神奈川県は、平均で見ると減少傾向が続いている。

表 13 市別・購入先別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	同じ市町村		他の市町村(県内)		他の市町村(県外)		他の市町村(合計)		合計	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
八王子市	90,592	78.1%	19,054	16.4%	6,315	5.4%	25,369	21.9%	115,961	100.0%
立川市	60,863	59.0%	35,748	34.7%	6,488	6.3%	42,236	41.0%	103,099	100.0%
三鷹市	75,294	55.1%	53,748	39.3%	7,671	5.6%	61,419	44.9%	136,713	100.0%
府中市	77,654	66.8%	25,866	22.2%	12,764	11.0%	38,630	33.2%	116,284	100.0%
調布市	73,005	67.1%	31,296	28.8%	4,477	4.1%	35,773	32.9%	108,778	100.0%
町田市	74,762	68.4%	10,534	9.6%	24,040	22.0%	34,574	31.6%	109,336	100.0%
小平市	73,583	63.0%	37,824	32.4%	5,417	4.6%	43,241	37.0%	116,824	100.0%
日野市	92,812	62.2%	49,651	33.3%	6,830	4.6%	56,481	37.8%	149,293	100.0%
西東京市	69,717	52.8%	55,019	41.6%	7,428	5.6%	62,447	47.2%	132,164	100.0%

次に、平成11年から平成21年間の市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の変動傾向を見ると、①平成11年から平成21年にかけて減少している市(川崎市、横須賀市、茅ヶ崎市、厚木市)、②平成11年から平成16年は増加し、その後、減少している市(平塚市、相模原市、秦野市、大和市)、および③平成11年から平成16年にかけて減少したが、その後、増加している市(横浜市、鎌倉市、藤沢市、小田原市)の3つに分類できた。(表14)

表 14 市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移(商品(財)のみ)

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率	月間の支出額(円)	平均に対する比率
横浜市	172,536	1.05	151,217	0.97	156,293	1.07
川崎市	163,434	0.99	143,102	0.92	138,728	0.95
横須賀市	169,527	1.03	163,720	1.05	139,851	0.96
平塚市	153,599	0.93	167,393	1.08	150,481	1.03
鎌倉市	178,774	1.08	154,901	0.99	159,554	1.09
藤沢市	162,958	0.99	148,746	0.96	152,723	1.04
小田原市	152,222	0.92	149,300	0.96	157,322	1.08
茅ヶ崎市	160,699	0.97	154,069	0.99	139,093	0.95
相模原市	161,831	0.98	166,109	1.07	146,780	1.00
秦野市	168,482	1.02	169,800	1.09	142,588	0.98
厚木市	189,559	1.15	148,709	0.96	128,026	0.88
大和市	147,076	0.89	151,496	0.97	143,461	0.98
12市平均	165,058	1.00	155,714	1.00	146,242	1.00

注：平成11年と平成16年の相模原市のデータには、津久井町、相模湖町、藤野町、城山町のデータが含まれていない。

2) 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、支出額の合計は、一貫として減少している。なお、一般小売店は、一貫として減少している。ディスカウントストア・量販専門店は、一貫として増加している。百貨店とコンビニと生協・購買とその他は、平成16年は増加し、平成21年は減少している。

スーパーは、平成16年は減少し、平成21年は増加している。

次に、合計比率で見ると、平成11年から平成21年まで、スーパーの比率が最も高く、次に高い比率を示しているのは、一般小売店舗である。また、3番目に比率が高いのは、平成11年と平成16年は百貨店であったが、平成21年は、ディスカウントストア・量販専門店であった。

なお、インターネットを利用した通信販売は、平成16年度から調査されており、平成21年は、約1.2倍に増加している（表15）。

表15 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移（神奈川県）

	平成11年		平成16年		平成21年	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	41,729	32.6%	40,324	29.7%	36,020	27.8%
スーパー	43,784	34.2%	43,007	31.7%	45,461	35.0%
コンビニエンスストア	2,899	2.3%	3,000	2.2%	2,604	2.0%
百貨店	14,160	11.1%	14,704	10.8%	11,859	9.1%
生協・購買	4,775	3.7%	9,040	6.7%	6,633	5.1%
ディスカウントストア・量販専門店	8,297	6.5%	14,198	10.5%	17,324	13.3%
通信販売(インターネット)	2,691	2.1%	1,347	1.0%	2,192	1.7%
通信販売(その他)			3,756	2.8%	3,108	2.4%
その他	9,598	7.5%	6,181	4.6%	4,581	3.5%
合計	127,933	100.0%	135,557	100.0%	129,782	100.0%

注：平成11年は通信販売のインターネットとその他が区分されていない。

3) 市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の多い順番を見ると、鎌倉市、藤沢市、小田原市を除き、スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・量販専門店の順番であった。藤沢市と小田原市は、一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番であり、鎌倉市は、スーパー、一般小売店、百貨店の順番であった。

このことから、市により、消費者が主に商品を購入する大規模商業施設が異なることが明らかとなった（表16）。

表 16 市別・販売形態別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	横浜市		川崎市		横須賀市		平塚市		鎌倉市	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
一般小売店	38,617	28.6%	28,028	23.9%	28,209	23.8%	28,229	23.2%	36,115	26.1%
スーパー	46,404	34.4%	43,339	36.9%	43,885	37.0%	45,786	37.7%	48,119	34.8%
コンビニエンスストア	2,390	1.8%	2,809	2.4%	3,080	2.6%	3,005	2.5%	2,056	1.5%
百貨店	13,850	10.3%	12,328	10.5%	10,835	9.1%	11,009	9.1%	13,711	9.9%
生協・購買	6,343	4.7%	6,329	5.4%	7,708	6.5%	3,404	2.8%	8,084	5.8%
ディスカウントストア・量販専門店	16,196	12.0%	17,124	14.6%	17,661	14.9%	21,389	17.6%	12,795	9.2%
通信販売(インターネット)	2,470	1.8%	2,328	2.0%	2,285	1.9%	1,356	1.1%	2,105	1.5%
通信販売(その他)	3,934	2.9%	2,459	2.1%	2,636	2.2%	2,886	2.4%	1,966	1.4%
その他	4,589	3.4%	2,771	2.4%	2,346	2.0%	4,505	3.7%	13,515	9.8%
合計	134,793	100.0%	117,515	100.0%	118,645	100.0%	121,569	100.0%	138,466	100.0%
	藤沢市		小田原市		茅ヶ崎市		相模原市			
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合		
一般小売店	49,184	34.5%	52,248	38.3%	28,188	24.6%	25,819	21.8%		
スーパー	40,024	28.0%	37,976	27.8%	44,670	39.0%	47,834	40.4%		
コンビニエンスストア	2,169	1.5%	3,529	2.6%	2,495	2.2%	3,043	2.6%		
百貨店	10,123	7.1%	9,813	7.2%	4,566	4.0%	11,297	9.6%		
生協・購買	9,079	6.4%	8,387	6.1%	9,308	8.1%	4,460	3.8%		
ディスカウントストア・量販専門店	22,293	15.6%	16,996	12.5%	19,245	16.8%	17,828	15.1%		
通信販売(インターネット)	1,649	1.2%	2,245	1.6%	1,061	0.9%	2,183	1.8%		
通信販売(その他)	3,325	2.3%	3,448	2.5%	2,099	1.8%	2,208	1.9%		
その他	4,909	3.4%	1,738	1.3%	2,955	2.6%	3,605	3.0%		
合計	142,755	100.0%	136,380	100.0%	114,587	100.0%	118,277	100.0%		
	秦野市		厚木市		大和市		12市合計			
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合		
一般小売店	28,164	22.3%	20,110	19.3%	43,868	34.4%	406,779	27.1%		
スーパー	45,666	36.1%	37,734	36.2%	44,446	34.9%	525,883	35.0%		
コンビニエンスストア	2,293	1.8%	3,240	3.1%	1,990	1.6%	32,099	2.1%		
百貨店	17,059	13.5%	5,977	5.7%	8,409	6.6%	128,977	8.6%		
生協・購買	8,749	6.9%	11,361	10.9%	8,081	6.3%	91,293	6.1%		
ディスカウントストア・量販専門店	17,140	13.5%	19,138	18.4%	14,179	11.1%	211,984	14.1%		
通信販売(インターネット)	1,630	1.3%	658	0.6%	2,433	1.9%	22,403	1.5%		
通信販売(その他)	3,471	2.7%	1,437	1.4%	1,560	1.2%	31,429	2.1%		
その他	2,380	1.9%	4,523	4.3%	2,420	1.9%	50,256	3.3%		
合計	126,552	100.0%	104,178	100.0%	127,386	100.0%	1,501,103	100.0%		

4) 市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

市別購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の比率は、市によらず、同一市での購入が最も多い。また、他の市町村での購入先別の支出額の比率は、高い順に鎌倉市の約39.1%、茅ヶ崎市の約27.1%、秦野市の約27.0%であった。

なお、購入先を他の市町村(県内)と他の市町村(県外)別に見ると、他の市町村(県

外)が購入先を他の市町村(県内)よりも多い市は、横浜市と相模原市であった(表17)。

このことから、市によっては、同一市以外からの購入も多く見られる。

表17 市別・購入先別の1世帯当たり1ヶ月間の支出額(平成21年)

	同じ市町村		他の市町村(県内)		他の市町村(県外)		他の市町村(合計)		合計	
	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合	月間の支出額(円)	割合
横浜市	107,831	84.0%	9,444	7.4%	11,066	8.6%	20,510	16.0%	128,341	100.0%
川崎市	85,378	75.8%	13,821	12.3%	13,500	12.0%	27,321	24.2%	112,699	100.0%
横須賀市	97,023	85.4%	13,282	11.7%	3,347	2.9%	16,629	14.6%	113,652	100.0%
平塚市	95,656	81.6%	16,631	14.2%	4,934	4.2%	21,565	18.4%	117,221	100.0%
鎌倉市	81,824	60.9%	38,410	28.6%	14,163	10.5%	52,573	39.1%	134,397	100.0%
藤沢市	116,933	84.9%	15,086	11.0%	5,696	4.1%	20,782	15.1%	137,715	100.0%
小田原市	114,446	87.6%	11,561	8.9%	4,598	3.5%	16,159	12.4%	130,605	100.0%
茅ヶ崎市	81,141	72.9%	24,780	22.3%	5,319	4.8%	30,099	27.1%	111,240	100.0%
相模原市	90,029	79.2%	7,309	6.4%	16,376	14.4%	23,685	20.8%	113,714	100.0%
秦野市	88,608	73.0%	20,215	16.6%	12,627	10.4%	32,842	27.0%	121,450	100.0%
厚木市	80,954	79.6%	14,563	14.3%	6,169	6.1%	20,732	20.4%	101,686	100.0%
大和市	95,496	77.5%	18,933	15.4%	8,748	7.1%	27,681	22.5%	123,177	100.0%

(5) 首都圏の消費者の購入先の実態分析結果

1) 都県別の平均の1世帯当たり1ヶ月の支出額の推移

分析の結果、都県別の平均の1世帯当たり1ヶ月の支出額の推移には、違いが見られなかった。一方、市別の1世帯当たり1ヶ月の支出額の推移では、①一貫として減少している市、②平成16年は増加し、平成21年は減少している市、③平成16年は減少し、その後増加している市、の3つに分類することができた。また、都県にかかわらず、①一貫として減少としている市の数が最も多い傾向が見られた。なお、千葉県と神奈川県は、③平成16年は減少し、その後増加している市も多い傾向が見られた(表18)。

表18 市別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移の分類結果

	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
①一貫として減少	さいたま市、川越市、熊谷市、所沢市、上尾市、春日部市、草加市、越谷市	千葉市、市川市、船橋市、佐倉市、柏市	府中市、調布市、町田市、小平市	川崎市、横須賀市、茅ヶ崎市、厚木市
②平成16年は増加し、その後減少	新座市	松戸市、流山市	三鷹市、西東京市	平塚市、相模原市、秦野市、大和市
③平成16年は減少し、その後増加	川口市、狭山市	野田市、市原市、習志野市、浦安市、八千代市	八王子市、立川市、日野市	横浜市、鎌倉市、藤沢市、小田原市

2) 都県別の販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移

分析の結果、都県別の合計の販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移は、違いが見られなかった。一方、販売形態別の1世帯当たり1ヶ月の支出額の推移では、①一貫として減少している販売形態、②一貫として増加している販売形態、③平成16年は増加し、平成21年は減少している販売形態、④平成16年は減少し、その後増加している販売形態、の4つに分類できた。

また、都県にかかわらず、一般小売店は、①一貫として減少していること、ディスカウントストア・量販専門店は、②一貫として増加していること、百貨店と生協・購買は、③平成16年は増加し、平成21年は減少していることが明らかとなった。なお、スーパーは、東京都以外は、④平成16年は減少し、その後増加していたが、東京都は、①一貫として減少していた。また、その他は、埼玉県と東京都は、①一貫として減少していたが、千葉県と神奈川県は、③平成16年は増加し、平成21年は減少していた。なお、コンビニは、都県によって、支出額の推移が異なっていた（表19）。

表19 販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の推移の分類結果

	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
①一貫として減少	一般小売店 その他	一般小売店	一般小売店 スーパー コンビニエンスストア その他	一般小売店
②一貫として増加	ディスカウントストア コンビニエンスストア	ディスカウントストア	ディスカウントストア	ディスカウントストア
③平成16年は増加し、 その後減少	百貨店 生協・購買	百貨店 生協・購買 コンビニエンスストア その他	百貨店 生協・購買	百貨店 生協・購買 コンビニエンスストア その他
④平成16年は減少し、 その後増加	スーパー	スーパー	—	スーパー

注：表中のディスカウントストアは、ディスカウントストア・量販専門店を示している。

3) 都県別の市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、都県別の市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額を見ると、①スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・量販専門店の順番で販売額の多い市、②一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番で販売額の多い市、および③スーパー、一般小売店、百貨店の順番で販売額の多い市の3つに分類できた。

この分類から、都県にかかわらず、①スーパー、一般小売店、ディスカウントストア・

量販専門店の順番で販売額の多い市が最も多く、ほとんどの市がこの分類に含まれていることが明らかとなった。なお、②一般小売店、スーパー、ディスカウントストア・量販専門店の順番で販売額の多い市は、東京都を除き次に多く、③スーパー、一般小売店、百貨店の順番で販売額の多い市は、東京都と神奈川県のみが存在したことが明らかとなった(表20)。

表 20 都県別の市別・販売形態別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の順位分類

支出額の順位	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
①スーパー ②一般小売店 ③ディスカウントストア	さいたま市 川越市 熊谷市 川口市 所沢市 春日部市 上尾市 草加市 越谷市 新座市	千葉市 市川市 船橋市 松戸市 佐倉市 習志野市 柏市 流山市 八千代市 浦安市	八王子市 立川市 町田市 小平市 日野市	横浜市 川崎市 横須賀市 平塚市 茅ヶ崎市 相模原市 秦野市 厚木市 大和市
①一般小売店 ②スーパー ③ディスカウントストア	狭山市	野田市 市原市	三鷹市 西東京市	藤沢市 小田原市
①スーパー ②一般小売店 ③百貨店			府中市 調布市	鎌倉市

4) 都県別の市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額

分析の結果、都県別の市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額を、同一市以外の県内の支出が多い市、県外の市区町村での支出が多い市に分類すると、都県にかかわらず、同一市以外での支出額は、ほとんどの市は、県外よりも県内の支出額が多い。ただし、埼玉県の所沢市、新座市、千葉県の野田市、浦安市、東京都の町田市、神奈川県の横浜市、相模原市の合計7市は、県外の支出額が多いことが明らかとなった(表21)。

表 21 市別・購入先別1世帯当たり1ヶ月間の支出額の分類結果

	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
県内が多い	さいたま市 川越市 熊谷市 川口市 春日部市 上尾市 草加市 越谷市 狭山市	千葉市 市川市 船橋市 松戸市 佐倉市 習志野市 柏市 流山市 八千代市 市原市	八王子市 立川市 小平市 日野市 三鷹市 西東京市 府中市 調布市	川崎市 横須賀市 平塚市 茅ヶ崎市 三鷹市 厚木市 大和市 藤沢市 小田原市 鎌倉市
県外が多い	所沢市 新座市	野田市 浦安市	町田市	横浜市 相模原市

4. 首都圏の商業施設の実態分析

4.1 本分析の目的

本章では、3章の消費者の購入先の実態分析で対象とした、市を対象に、それらの市に出店している大規模商業施設の実態を明らかにすることを目的に、各都県の統計資料を用いて分析をすることで、市別の大規模商業施設の出店実態を明らかにする。

4.2 分析の方法

本分析では、都県別に、①市別の面積と世帯数を示し、次に②市別で大規模商業施設の出店数と売場面積と年間販売額から、市別の特徴を示す。そして、③市別の面積当たり世帯数とともに、大規模商業施設1店舗当たりの面積、世帯数、販売額および売場面積を算出し、平均値との大小で分類することで実態を示し、さらに④1世帯当たりの売場面積と販売額を算出し、平均値との大小で分類することで世帯別の特徴を示す。最後に⑤1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用いて、平均値を基準に高低で4つに分類し、その結果から、顧客の商品の購入方法の特徴を明らかにする。

4.3 本分析で用いるデータの概要

本分析では、市別の世帯数、面積、販売形態別の店舗数、大規模商業施設の売場面積と年間の商品販売額のデータを用いる。

このうち、世帯数は、千葉県は、千葉県のHPに掲載されていた人口⁸⁾を用いた。埼玉県は、人口調査⁹⁾のデータを用いた。東京都は、住民基本台帳による東京都の世帯と人口¹⁰⁾を用いた。神奈川県は、市区町村別の人口・世帯数、及び月間の市町村の人口移動を示した、平成19年の人口統計調査¹¹⁾を用いた。

各都県の市の面積は、国土地理院の「全国都道府県市区町村別面積調」に掲載されている、市区町村別の面積¹²⁾を用いた。

販売形態別の店舗数は、店舗面積が1000㎡を超える全国の大型小売店を対象に、店舗名の基礎情報、店舗面積や延床面積等の開店情報、業態や小売店数、主要販売品等の営業情報、核店舗情報、住所や立地タイプや駐車場収容台数等の立地情報を収集している「全国大型小売店総覧2007」¹²⁾のデータを用いた。なお、業態は、本調査では、百貨店、スーパー、ホームセンター、専門店、ショッピングセンター、寄合百貨店、小売市場、その他の8つ

に分類されているが、本研究では、百貨店、スーパー、専門店（専門店、ホームセンター）、その他（ショッピングセンター、寄合百貨店、小売市場、その他）の4つに再分類した。

販売形態別の売場面積、年間の商品販売額は、商業を営む事業所について、業態別、施設の面積の規模別、地域別等に、売場面積年間の商品販売額等を把握することを目的に実施している、平成19年商業統計調査¹³⁾の大規模小売店舗のデータを用いた。

4.4 商業施設の分析結果

(1) 埼玉県商業施設の分析結果

1) 面積と世帯数の実態

分析の結果、面積は、さいたま市が最も広く、全体の約25%を占めていた。世帯数はさいたま市が最も多く、全体の約31%を占めていることが明らかとなった（表22）。

2) 商業施設の実態

データ集計の結果、埼玉県の11市には、大規模商業施設が542店あり、そのうち、約52%の185店がスーパーであり、スーパーのうち約29%の82店がさいたま市に立地している。売場面積は、さいたま市が最も多く、全体の約35%を占めている。同様に、年間商品販売額は、さいたま市が最も多く、全体の約34%を占めていた。すなわち、埼玉県の11市では、店舗数、売り場面積、年間商品販売額ともに、さいたま市が最も大きい値を示していた。

このことから、さいたま市に大規模商業施設が集中し、店舗数に応じて多くの商品が販売されていることが想定される（表22）。

表22 市別の面積と世帯数と商業施設の実態（埼玉県）

	面積 (km ²)	世帯数 (世帯)	店舗数	百貨店	スーパー	専門店	その他 小売店	売場面積 (m ²)	年間商品 販売額 (百万円)
さいたま市	217.49	489,416	159	4	82	54	19	600,479	735,270
川越市	109.16	135,697	43	3	18	18	4	136,332	186,074
熊谷市	159.88	80,277	36	1	16	14	5	129,547	136,043
川口市	55.75	206,813	74	1	47	20	6	200,096	223,497
所沢市	71.99	141,295	48	2	21	18	7	112,714	154,255
春日部市	65.98	91,761	37	1	23	13	0	103,266	105,631
狭山市	49.04	63,784	17	0	7	6	4	61,676	73,677
上尾市	45.55	87,080	34	1	17	15	1	107,357	202,030
草加市	27.42	97,167	30	1	17	6	6	106,870	111,448
越谷市	60.31	125,380	38	0	22	12	4	97,023	135,442
新座市	22.80	64,110	26	0	14	9	3	80,556	78,225
合計	885.37	1,582,780	542	14	284	185	59	1,735,916	2,141,593

3) 商業施設の実態分析

a) 各指標の算出結果

ここでは、表 22 のデータから、面積当たり世帯数、1 店舗当たり面積と世帯数と売場面積と販売額、1 世帯当たり売場面積と販売額の 7 つを算出した (表 23)。

その結果、面積当たり世帯数は、さいたま市、川口市、草加市、越谷市、新座市が平均より高い。これは、これらの市が、世帯密度が高いことを示している。1 店舗当たりの面積は、川越市、熊谷市、狭山市が平均より高い。これは、これらの市の商業施設の販売対象地区の面積が広いことを示している。1 店舗当たりの世帯数は、さいたま市、川越市、所沢市、狭山市、草加市、越谷市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設の販売対象者が多いことを示している。1 店舗当たりの売場面積は、さいたま市、川越市、熊谷市、狭山市、上尾市、草加市が平均より高い。これは、これらの市の商業施設が、他の市と比較して、大型の商業施設が多いことを示している。1 店舗当たりの販売額は、さいたま市、川越市、狭山市、上尾市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設は、大型店舗で多くの商品を販売していることを示している。1 世帯当たり売場面積は、さいたま市、熊谷市、春日部市、上尾市、草加市、新座市が平均より高い。これは、これらの市の住民は、大規模な商業施設での購入が多いことを示している。1 世帯当たり販売額は、さいたま市、川越市、熊谷市、上尾市が平均より高い。これらの市は、他の市と比較して、大規模商業施設での消費が多いと考えられる。

b) 面積当たり世帯数と 1 店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積の分析結果

次に、表 23 に示す、面積当たり世帯数と 1 店舗当たり面積と世帯数と販売額について、項目を合計値との高低で分類した。

その結果、①面積当たり世帯数と 1 店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が高く、1 店舗当たり面積が低い「さいたま市」、②面積当たり世帯数と 1 店舗当たり世帯数と売場面積が高く、1 店舗当たり面積と販売額が低い「草加市」、③面積当たり世帯数と 1 店舗当たり世帯数が高く、1 店舗当たり面積と販売額と売場面積が低い「越谷市」、④面積当たり世帯数が低く、その他の 1 店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積が高い「川越市、狭山市」、⑤1 店舗当たり販売額と売場面積が高く、それ以外の面積当たり世帯数と 1 店舗当たり世帯数、面積が低い「上尾市」、⑥面積当たり世帯数が高く、その他の 1 店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積が低い「川口市、新座市」、⑦1 店舗当たり世帯数が高く、そ

れ以外の面積当たり世帯数と1店舗当たり販売額、面積と売場面積が低い「所沢市」、⑧全項目が低い「春日部市」、⑨面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額が低く、1店舗当たり面積と売場面積が高い「熊谷市」、の9つに分類できた。

このうち、①の「さいたま市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入が多いことを示している。②の「草加市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。③の「越谷市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。④の「川越市、狭山市」は、世帯密度が高い地域で、低密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入額も多いことを示している。⑤の「上尾市」は、世帯密度は低く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、市内居住者の購入額も多いが、1店舗当たり世帯数が低いことを示している。⑥の「川口市、新座市」は、世帯密度が低い地域で、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数は少なく、市内居住者の購入額も少ないことを示している。⑦の「所沢市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数が多いが、市内居住者の購入額が低いことを示している。⑧の「春日部市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たり世帯数が低く、さらに、市内居住者の購入額も少ないことを示している。⑨の「熊谷市」は、世帯密度が

表 23 市別の商業施設の実態分析結果

	面積 当たり 世帯数 (世帯/㎡)	1店舗 当たり 面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 世帯数 (世帯/店)	1店舗 当たり 売場面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 販売額 (百万円/店)	1世帯 当たり 売場面積 (㎡/世帯)	1世帯 当たり 販売額 (百万円/世帯)
さいたま市	2,250.29	1.37	3,078.09	3,776.60	4,624.34	1.23	1.50
川越市	1,243.10	2.54	3,155.74	3,170.51	4,327.29	1.00	1.37
熊谷市	502.11	4.44	2,229.92	3,598.53	3,778.98	1.61	1.69
川口市	3,709.65	0.75	2,794.77	2,704.00	3,020.23	0.97	1.08
所沢市	1,962.70	1.50	2,943.65	2,348.21	3,213.65	0.80	1.09
春日部市	1,390.74	1.78	2,480.03	2,790.97	2,854.90	1.13	1.15
狭山市	1,300.65	2.88	3,752.00	3,628.00	4,333.94	0.97	1.16
上尾市	1,911.75	1.34	2,561.18	3,157.56	5,942.07	1.23	2.32
草加市	3,543.65	0.91	3,238.90	3,562.33	3,714.94	1.10	1.15
越谷市	2,078.93	1.59	3,299.47	2,553.24	3,564.26	0.77	1.08
新座市	2,811.84	0.88	2,465.77	3,098.31	3,008.66	1.26	1.22
平均	2,064.13	1.82	2,909.05	3,126.20	3,853.02	1.10	1.35

注：灰色は、平均よりも高い値を示している項目を示す。

低い地域で、低密度で比較的大規模な店舗が多いが、1店舗当たりの世帯数が少ないため、結果として市内居住者の購入額も少なくなっていることを示している。

4) 1世帯当たり売場面積と販売額の分析

a) 分析の考え方

ここでは、1世帯当たりの売場面積と販売額を、平均値との大小で4つに分類した(図1)。

この分類では、第1象限は、1世帯当たりの売場面積が狭く、かつ販売額が少ないことを示している。これは、施設規模当たりの販売効率が良い店舗が多いが、同一市の住民の購入が少ないことを示している。第2象限は、1世帯当たりの売場面積が狭く、かつ販売額が多いことを示している。これは、施設規模当たりの販売効率が良い店舗が多く、同一市の住民の購入が多いことを示している。第3象限は、1世帯当たりの売場面積が広く、かつ販売額が多いことを示している。これは、施設規模当たりの販売効率が良いない店舗が多いが、同一市の住民の購入が多いことを示している。第4象限は、1世帯当たりの売場面積が広いが、販売額が少ないことを示している。これは、施設規模当たりの販売効率が良いない店舗が多いが、同一市の住民の購入が少ないことから、市外の購入者が多いことが想定される。

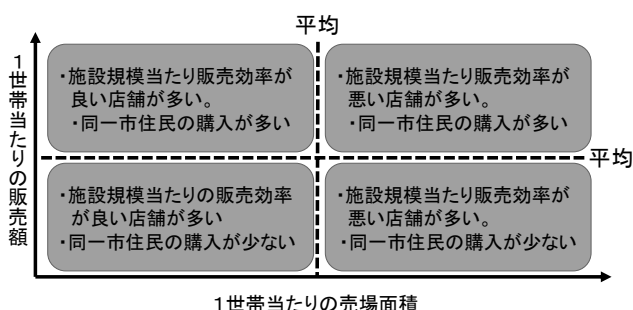


図1 1世帯当たりの販売額と売り場面積の分析の考え方

b) 分析の結果

1世帯当たり売場面積と1世帯当たり販売額を、平均値との大小で4つに分類した(図2)。

分析の結果、①2つの指標とも低い第1象限の「狭山市、川口市、越谷市、所沢市」、②1世帯当たりの売場面積が低く、販売額が高い第2象限の「川越市」、③二つの指標とも高

い第3象限の「上尾市、さいたま市、熊谷市」、および④1世帯当たりの売場面積が高く、販売額が低い第4象限の「春日部市、草加市、新座市」の4つに分類できた。

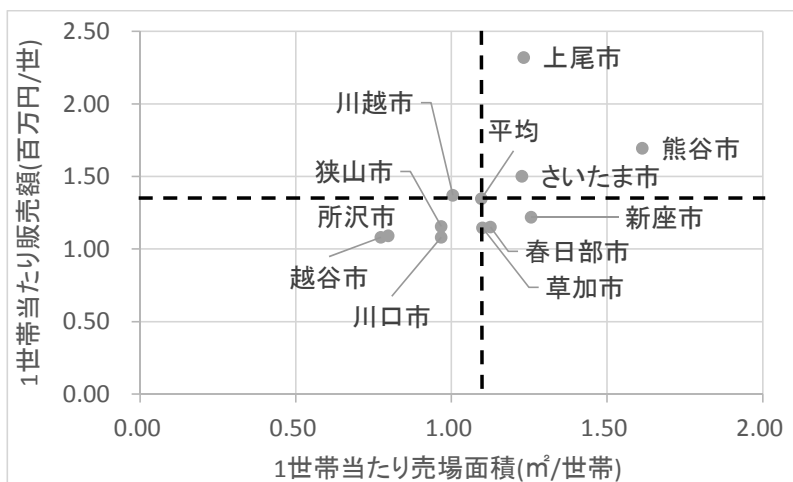


図2 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(埼玉県)

5) 1店舗当たりの面積と世帯数の分析

a) 分析の考え方

1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用い、平均値を基準に高低で4つに分類した。

この分類では、第1象限は、顧客密度が低く、顧客の移動距離が短いことを示している。第2象限は、顧客密度が高く、顧客の移動距離が短いことを示している。第3象限は、顧客密度が高く、顧客の移動距離が長いことを示している。第4象限は、顧客密度が低く、顧客の移動距離が長いことを示している(図3)。

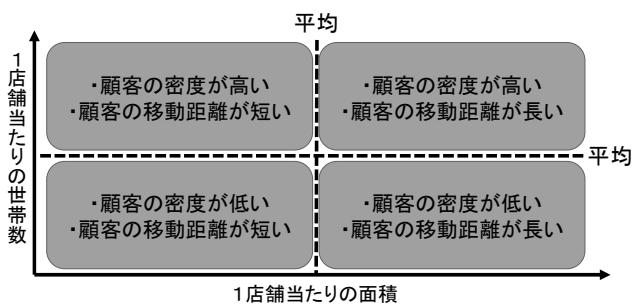


図3 1店舗当たりの面積と世帯数の分析の考え方

b) 分析の結果

1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用いて、平均値を基準に高低で4つに分類した。

分析の結果、第1象限には、「川口市、新座市、上尾市、春日部」が該当し、第2象限には、「草加市、さいたま市、所沢市、越谷市」が該当し、第3象限には、「川越市、狭山市」が該当し、第4象限には、「熊谷市」が該当する（図4）。

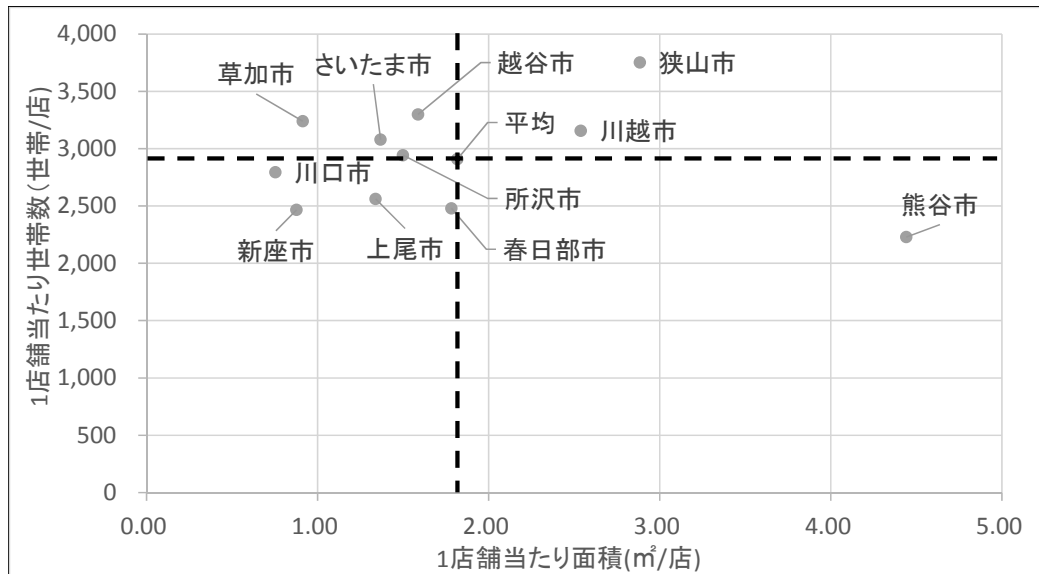


図4 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(埼玉県)

(2) 千葉県の分析結果

1) 面積と世帯数の実態

分析の結果、面積は、市原市が最も広く、全体の約29%を占めていた。世帯数は、千葉市が最も多く、全体の約23%を占めていることが明らかとなった（表24）。

2) 商業施設の概要

データ集計の結果、千葉県の12市には、大規模商業施設が530店あり、そのうち、約48%の252店がスーパーであり、スーパーのうち約20%の51店が千葉市に立地している。売場面積は、千葉市が最も多く、全体の約27%を占めている。同様に、年間商品販売額も、千葉市が最も多く、全体の約28%を占めていた。すなわち、千葉県の12市では、店舗数、売り場面積、年間商品販売額ともに、千葉市が最も大きい値を示していた。

このことから、千葉市に大規模商業施設が集中し、店舗数に応じて多くの商品が販売されていることが想定される（表 24）。

表 24 市別の面積と世帯数と商業施設の実態（千葉県）

	面積 (km ²)	世帯数 (世帯)	店舗数	百貨店	スーパー	専門店	その他 小売店	売場面積 (m ²)	年間商品 販売額 (百万円)
千葉市	272.08	402,562	134	2	51	52	29	634,607	483,918
市川市	57.40	213,329	39	0	22	11	6	194,215	125,948
船橋市	85.64	253,821	52	2	28	12	10	317,274	265,527
松戸市	61.33	213,834	57	1	38	16	2	179,771	137,983
野田市	103.54	59,320	26	0	12	12	2	93,326	46,676
佐倉市	103.59	69,561	27	0	16	11	0	97,043	44,559
習志野市	20.99	68,516	19	1	9	6	3	141,588	86,198
柏市	114.90	159,581	73	4	29	37	3	316,306	247,290
市原市	368.20	116,322	36	0	15	19	2	113,742	73,854
流山市	35.28	63,108	16	0	11	4	1	56,629	27,856
八千代市	51.27	75,707	26	0	13	10	3	136,504	81,842
浦安市	17.29	70,573	25	0	8	7	10	97,276	89,134
合計	1,291.51	1,766,234	530	10	252	197	71	2,378,281	1,710,785

3) 商業施設の実態分析

a) 各指標の算出結果

ここでは、表 24 のデータから、面積当たり世帯数、1 店舗当たり面積と世帯数と売場面積と販売額、1 世帯当たり売り場面積と販売額の 7 つを算出した（表 25）。

その結果、面積当たり世帯数は、市川市、船橋市、松戸市、習志野市、浦安市が平均より高い。これは、これらの市が、世帯密度が高いことを示している。1 店舗当たりの面積は、野田市、佐倉市、市原市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設の販売対象地区の面積が広いことを示している。1 店舗当たりの世帯数は、市川市、船橋市、松戸市、習志野市、流山市が平均より高い。これは、これらの市の商業施設の販売対象者が多いことを示している。1 店舗当たりの売場面積は、千葉市、市川市、船橋市、習志野市、八千代市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設が、他の市と比較して、大型の商業施設が多いことを示している。1 店舗当たりの販売額は、千葉市、市川市、船橋市、習志野市、柏市、八千代市、浦安市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設は、大型店舗で多くの商品を販売していることを示している。1 世帯当たり売場面積は、千葉市、野田市、佐倉市、習志野市、柏市、八千代市が平均より高い。これは、これらの市の住民は、大規模な商業施設での購入が多いことを示している。1 世帯当たり販売額は、千葉市、船橋市、習志野市、柏市、八千代市、浦安市が平均より高い。これら

の市は、他の市と比較して、大規模商業施設での消費が多いと考えられる。

b) 面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積の分析結果

次に、表 25 に示す、面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積について、項目を合計値との高低で分類した。

その結果、①面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が高く、1店舗当たり面積が低い「市川市、船橋市、習志野市」、②面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数が高く、1店舗当たり面積と販売額と売場面積が低い「松戸市」、③面積当たり世帯数と1店舗当たり販売額が高く、1店舗当たり面積と世帯数と売場面積が低い「浦安市」、④1店舗当たり世帯数が高く、それ以外の面積当たり世帯数と1店舗当たり販売額、面積と売場面積が低い「流山市」、⑤1店舗当たり販売額と売場面積が高く、それ以外の面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数、面積が低い「千葉市、八千代市」、⑥1店舗当たり販売額と売場面積が高く、それ以外の面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数、面積と売場面積が低い「柏市」、⑦面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が低く、1店舗当たり面積が高い「野田市、佐倉市、市原市」の7つに分類できた。

このうち、①の「市川市、船橋市、習志野市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入が多いことを示している。②の「松戸市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。③の「浦安市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的小規模な店舗が多く、市内居住者の購入額は多いが、1店舗当たりの世帯数が少ないことを示している。④の「流山市」は、世帯密度が低い地域で、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数が多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。⑤の「千葉市、八千代市」は、世帯密度は低く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、市内居住者の購入額も多いが、1店舗当たり世帯数が低いことを示している。⑥の「柏市」は、世帯密度が低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も、市内居住者の購入額も多いことを示している。⑦の「野田市、佐倉市、市原市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数は多いが、市内居住者の購入額が低いことを示している。

表 25 市別の商業施設の実態分析結果

	面積 当たり 世帯数 (世帯/㎡)	1店舗 当たり 面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 世帯数 (世帯/店)	1店舗 当たり 売場面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 販売額 (百万円/店)	1世帯 当たり 売場面積 (㎡/世帯)	1世帯 当たり 販売額 (百万円/世帯)
千葉市	1,479.57	2.03	3,004.19	4,735.87	3,611.33	1.58	1.20
市川市	3,716.53	1.47	5,469.97	4,979.87	3,229.43	0.91	0.59
船橋市	2,963.81	1.65	4,881.17	6,101.42	5,106.29	1.25	1.05
松戸市	3,486.61	1.08	3,751.47	3,153.88	2,420.75	0.84	0.65
野田市	572.92	3.98	2,281.54	3,589.46	1,795.24	1.57	0.79
佐倉市	671.50	3.84	2,576.33	3,594.19	1,650.34	1.40	0.64
習志野市	3,264.22	1.10	3,606.11	7,452.00	4,536.74	2.07	1.26
柏市	1,388.87	1.57	2,186.04	4,332.96	3,387.53	1.98	1.55
市原市	315.92	10.23	3,231.17	3,159.50	2,051.50	0.98	0.63
流山市	1,788.78	2.21	3,944.25	3,539.31	1,740.98	0.90	0.44
八千代市	1,476.63	1.97	2,911.81	5,250.15	3,147.78	1.80	1.08
浦安市	4,081.72	0.69	2,822.92	3,891.04	3,565.35	1.38	1.26
平均	2,100.59	2.65	3,388.91	4,481.64	3,020.27	1.39	0.93

注：灰色は、平均よりも高い値を示している項目を示す。

4) 1世帯当たり売場面積と販売額の分析

1世帯当たり売場面積と販売額を、平均値との大小で分類した(図5)。

分析の結果、①2つの指標とも低い第1象限の「松戸市、市原市、市川市、流山市」、②1世帯当たりの売場面積が低く、1世帯当たり販売額が高い、第2象限の「船橋市、浦安市」、③2つの指標とも高い、第3象限の「柏市、千葉市、習志野市、八千代市」、④1世帯当たりの売場面積が高く、1世帯当たり販売額が低い第4象限の「野田市、佐倉市」の4つに分類できた。

5) 1店舗当たりの面積と世帯数の分析

1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用いて、平均値を基準に高低で4つに分類した(図6)。

分析の結果、第1象限には、「千葉市、浦安市、八千代市、柏市」が該当し、第2象限には、「市川市、船橋市、松戸市、流山市、習志野市」が該当し、第3象限は、該当が無く、第4象限には、「佐倉市、市原市、野田市」が該当する(図6)。

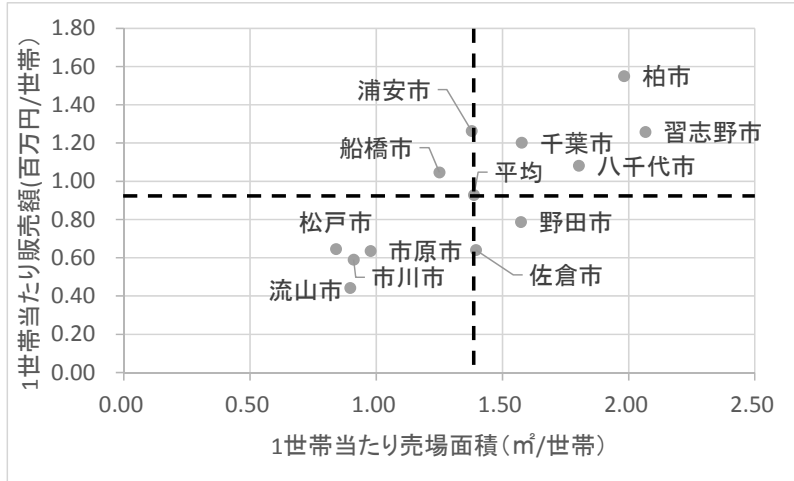


図5 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(千葉県)

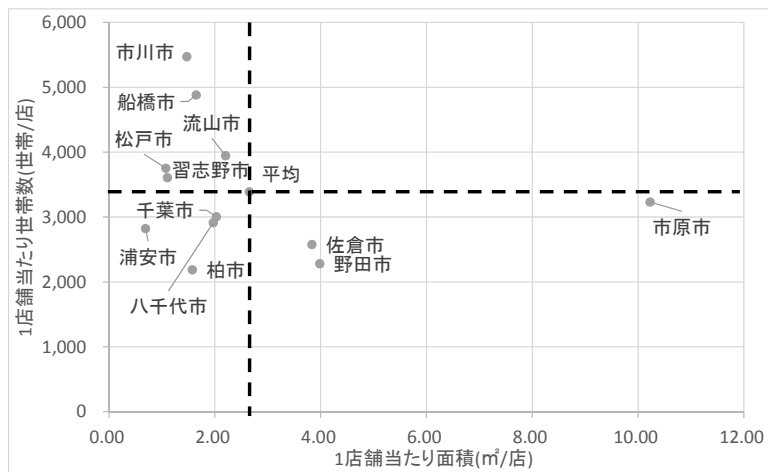


図6 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(千葉県)

(3) 東京都の分析結果

1) 面積と世帯数の実態

分析の結果、面積は、八王子市が最も広く、全体の約45%を占めていた。世帯数は、八王子市が最も多く、全体の約23%を占めていることが明らかとなった(表26)。

2) 商業施設の実態

データ集計の結果、東京都の9市には、大規模商業施設が259店あり、そのうち、約50%

の130店がスーパーであり、スーパーのうち約32%の42店が八王子市に立地している。売場面積は、八王子市が最も多く、全体の約27%占めている。同様に、年間商品販売額も、八王子市が最も多く、全体の約25%を占めていた。すなわち、東京都の9市では、店舗数、売り場面積、年間商品販売額ともに、八王子市が最も大きい値を示していた（表26）。

このことから、八王子市に大規模商業施設が集中し、店舗数に応じて多くの商品が販売されていることが想定される。

表26 市別の面積と世帯数と商業施設の実態（東京都）

	面積 (km ²)	世帯数 (世帯)	店舗数	百貨店	スーパー	専門店	その他 小売店	売場面積 (㎡)	年間商品 販売額 (百万円)
八王子市	186.31	236,120	69	1	42	23	3	540,863	568,574
立川市	24.38	79,876	30	3	8	13	6	273,043	295,174
三鷹市	16.50	86,093	15	0	7	6	2	92,880	129,052
府中市	29.34	110,283	21	1	9	10	1	219,175	229,797
調布市	21.53	103,831	19	1	14	3	1	146,588	196,391
町田市	71.63	172,449	67	5	22	27	13	438,488	504,840
小平市	20.46	80,182	14	0	10	4	0	103,683	132,419
日野市	27.53	77,137	12	0	9	3	0	84,709	99,072
西東京市	15.85	85,858	12	1	9	1	1	135,756	131,064
合計	413.53	1,031,829	259	12	130	90	27	2,035,185	2,286,383

3) 商業施設の実態分析

a) 各指標の算出結果

ここでは、表26のデータから、面積当たり世帯数、1店舗当たり面積と世帯数と売場面積と販売額、1世帯当たり売り場面積と販売額の7つを算出した（表27）。

その結果、面積当たり世帯数は、三鷹市、府中市、調布市、小平市、西東京市が平均より高い。これは、これらの市が、世帯密度が高いことを示している。1店舗当たりの面積は、八王子市と日野市が2つの指標とも平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設の販売対象地区の面積が広いことを示している。1店舗当たりの世帯数は、三鷹市、府中市、調布市、小平市、西東京市、日野市が平均より高い。これは、これらの市の商業施設の販売対象者が多いことを示している。1店舗当たりの売場面積は、立川市、府中市、西東京市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設が、他の市と比較して、大型の商業施設が多いことを示している。1店舗当たりの販売額は、立川市、府中市、調布市、小平市、西東京市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設は、大型店舗で多くの商品を販売していることを示している。1世帯当たり売場面積は、八王子市、

立川市、府中市、町田市が平均より高い。これは、これらの市の住民は、大規模な商業施設での購入が多いと言える。1世帯当たり販売額は、八王子市、立川市、町田市が平均より高い。これらの市は、他の市と比較して、大規模商業施設での消費が多いと考えられる。

b) 面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積の分析結果

次に、表 27 に示す、面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額について、項目を合計値との高低で分類した。

その結果、①面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が高く、1店舗当たり面積が低い「府中市、西東京市」、②面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数が高く、1店舗当たり面積と販売額と売場面積が低い「三鷹市」、③面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が高く、1店舗当たり面積と売場面積が低い「調布市、小平市」、④面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数が低く、1店舗当たり販売額と売場面積が高い「立川市」、⑤面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が低く、1店舗当たり面積が高い「八王子市」、⑥全項目が低い「町田市」、⑦面積当たり世帯数と1店舗当たり販売額と売場面積が低く、1店舗当たり面積と世帯数が高い「日野市」、の7つに分類できた。

このうち、①の「府中市、西東京市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入が多いことを示している。②の「三鷹市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。③の「調布市、小平市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入額も高いことを示している。④の「立川市」は、世帯密度は低く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、市内居住者の購入額も多いが、1店舗当たり世帯数が低いことを示している。⑤の「八王子市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数が多いが、市内居住者の購入額が低いことを示している。⑥の「町田市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たり世帯数が低く、さらに、市内居住者の購入額も少ないことを示している。⑦の「日野市」は、世帯密度が低い地域で、低密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。

表 27 市別の商業施設の実態分析結果

	面積 当たり 世帯数 (世帯/㎡)	1店舗 当たり 面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 世帯数 (世帯/店)	1店舗 当たり 売場面積 (㎡/店)	1店舗 当たり 販売額 (百万円/店)	1世帯 当たり 売場面積 (㎡/世帯)	1世帯 当たり 販売額 (百万円/世帯)
八王子市	1,267.35	2.70	3,422.03	7,838.59	8,240.20	2.29	2.41
立川市	3,276.29	0.81	2,662.53	9,101.43	9,839.13	3.42	3.70
三鷹市	5,217.76	1.10	5,739.53	6,192.00	8,603.47	1.08	1.50
府中市	3,758.79	1.40	5,251.57	10,436.90	10,942.71	1.99	2.08
調布市	4,822.62	1.13	5,464.79	7,715.16	10,336.37	1.41	1.89
町田市	2,407.50	1.07	2,573.87	6,544.60	7,534.93	2.54	2.93
小平市	3,918.96	1.46	5,727.29	7,405.93	9,458.50	1.29	1.65
日野市	2,801.93	2.29	6,428.08	7,059.08	8,256.00	1.10	1.28
西東京市	5,416.91	1.32	7,154.83	11,313.00	10,922.00	1.58	1.53
平均	3,654.23	1.48	4,936.06	8,178.52	9,348.15	1.86	2.11

注：灰色は、平均よりも高い値を示している項目を示す。

4) 1世帯当たり売場面積と販売額の分析

1世帯当たり売場面積と販売額を、平均値との大小で分類した(図7)。

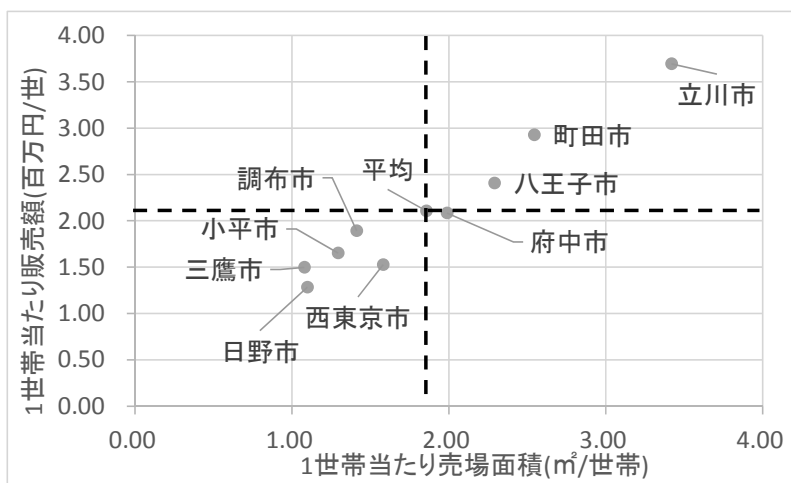


図7 世帯別の商業施設の利用実態の特徴(東京都)

分析の結果、①2つの指標とも低い第1象限の「三鷹市、調布市、小平市、日野市、西東京市」、②2つの指標とも高い第3象限の「八王子市、立川市、町田市」、および④1世帯当たりの売場面積が高く、販売額が低い第4象限の「府中市」の3つに分類できた。

5) 1店舗当たりの面積と世帯数の分析

1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用いて、平均値を基準に高低で4つに分類した。

分析の結果、第1象限には、「立川市、町田市」が該当し、第2象限には、「三鷹市、府中市、調布市、小平市、西東京市」が該当し、第3象限には、「日野市」が該当し、第4象限には、「八王子市」が該当する（図8）。

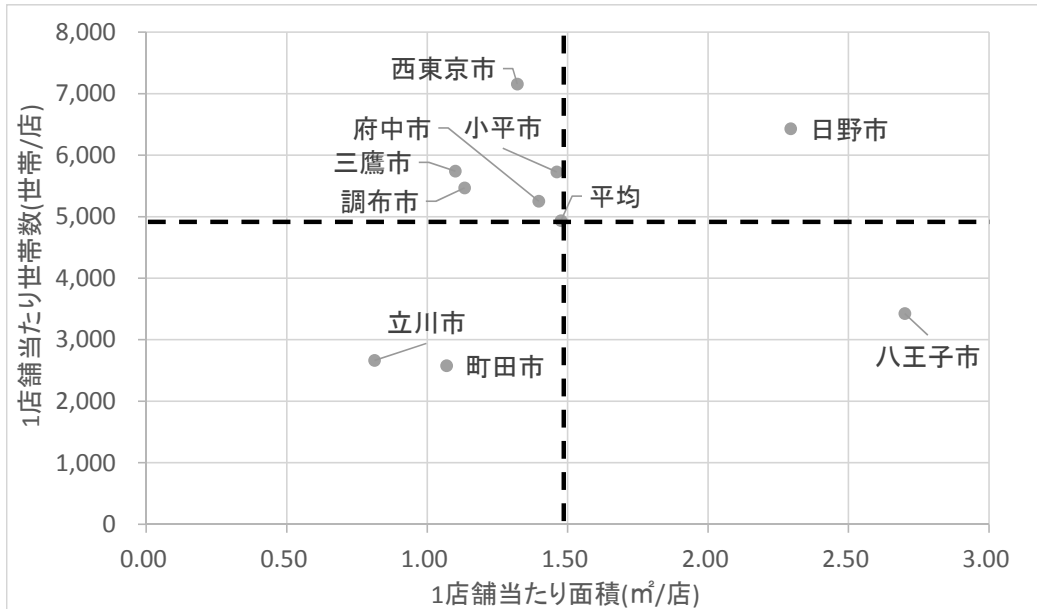


図8 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(東京都)

(4) 神奈川県の実態

1) 面積と世帯数の実態

分析の結果、面積は、横浜市が最も広く、全体の約28%を占めていた。世帯数は、横浜市が最も多く、全体の約45%を占めていることが明らかとなった（表28）。

2) 商業施設の実態

データ集計の結果、神奈川県は12市には、大規模商業施設が777店あり、そのうち、約49%の381店がスーパーであり、スーパーのうち約44%の167店が横浜市に立地している。売場面積は、横浜市が最も多く、全体の約49%を占めている。同様に、年間商品販売額も、横浜市が最も多く、全体の約54%を占めていた。すなわち、神奈川県は12市では、店舗数、

売り場面積、年間商品販売額ともに、横浜市が最も大きい値を示していた。

このことから、横浜市に大規模商業施設が集中し、店舗数に応じて多くの商品が販売されていることが想定される（表 28）。

表 28 市別の面積と世帯数と商業施設の実態（神奈川県）

	面積 (km ²)	世帯数 (世帯)	店舗数	百貨店	スーパー	専門店	その他 小売店	売場面積 (m ²)	年間商品 販売額 (百万円)
横浜市	437.38	1,534,190	333	12	167	97	57	1,359,139	1,249,017
川崎市	142.70	628,245	95	3	60	19	13	357,399	314,227
横須賀市	100.68	163,034	38	2	20	10	6	173,125	124,350
平塚市	67.83	102,982	29	1	11	14	3	72,549	43,418
鎌倉市	39.60	71,578	10	0	5	2	3	37,392	32,808
藤沢市	69.51	167,493	49	3	25	14	7	161,210	127,089
小田原市	114.09	76,667	31	1	13	11	6	86,070	48,953
茅ヶ崎市	35.71	90,956	20	0	10	6	4	80,753	42,647
相模原市	328.84	291,628	84	2	36	37	9	235,138	161,106
秦野市	103.61	67,882	22	0	10	11	1	46,207	33,500
厚木市	93.83	92,747	36	1	11	21	3	85,320	52,021
大和市	27.06	93,952	30	0	13	14	3	106,852	65,910
合計	1,560.84	3,381,354	777	25	381	256	115	2,801,154	2,295,046

3) 商業施設の実態分析

a) 各指標の算出結果

ここでは、表 28 のデータから、面積当たり世帯数、1店舗当たり面積と世帯数と売場面積と販売額、1世帯当たり売り場面積と販売額の7つを算出した（表 29）。

その結果、面積当たり世帯数は、横浜市、川崎市、藤沢市、茅ヶ崎市、大和市が平均より高い。これは、これらの市が、世帯密度が高いことを示している。1店舗当たりの面積は、横須賀市、鎌倉市、小田原市、相模原市、秦野市、厚木市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設の販売対象地区の面積が広いことを示している。1店舗当たりの世帯数は、横浜市、川崎市、横須賀市、鎌倉市、茅ヶ崎市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設の販売対象者が多いことを示している。1店舗当たりの売場面積は、横浜市、川崎市、横須賀市、鎌倉市、茅ヶ崎市、大和市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設が、他の市と比較して、大型の商業施設が多いことを示している。1店舗当たりの販売額は、横浜市、川崎市、横須賀市、鎌倉市、藤沢市が平均より高い。これは、これらの市の大規模商業施設は、大型店舗で多くの商品を販売していることを示している。1世帯当たり売場面積は、横浜市、横須賀市、藤沢市、小田原市、茅ヶ崎市、厚木市、大和市が平均より高い。これは、これらの市の住民は、大規模な商業施設

での購入が多いことを示している。1世帯当たり販売額は、横浜市、横須賀市、藤沢市、小田原市、大和市が平均より高い。これらの市は、他の市と比較して、大規模商業施設での消費が多いと考えられる。

b) 面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積の分析結果

次に、表 29 に示す、面積当たり世帯数と1店舗当たり面積と世帯数と販売額について、項目を合計値との高低で分類した。

その結果、①面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が高く、1店舗当たり面積が低い「横浜市、川崎市」、②面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と売場面積が高く、1店舗当たり面積と販売額が低い「茅ヶ崎市」、③面積当たり世帯数と1店舗当たり販売額が高く、1店舗当たり面積と世帯数と売場面積が低い「藤沢市」、④面積当たり世帯数が低く、その他の1店舗当たり面積と世帯数と販売額と売場面積が高い「横須賀市、鎌倉市」、⑤面積当たり世帯数と売場面積が高く、その他の1店舗当たり面積と世帯数と販売額が低い「大和市」、⑥面積当たり世帯数と1店舗当たり世帯数と販売額と売場面積が低く、1店舗当たり面積が高い「小田原市、相模原市、秦野市、厚木市」、⑦全項目が低い「平塚市」の7つに分類できた。

このうち、①の「横浜市、川崎市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入が多いことを示している。②の「茅ヶ崎市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多いが、市内居住者の購入額が少ないことを示している。③の「藤沢市」は、世帯密度が高く、高密度で比較的小規模な店舗が多く、市内居住者の購入額は多いが、1店舗当たりの世帯数が少ないことを示している。④の「横須賀市、鎌倉市」は、世帯密度が高い地域で、低密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数も多く、市内居住者の購入額も多いことを示している。⑤の「大和市」は、世帯密度が低い地域で、高密度で比較的大規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数は少なく、市内居住者の購入額も少ないことを示している。⑥の「小田原市、相模原市、秦野市、厚木市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たりの世帯数は多いが、市内居住者の購入額が低いことを示している。⑦の「平塚市」は、世帯密度は低い地域で、高密度で比較的小規模な店舗が多く、1店舗当たり世帯数が低く、さらに、市内居住者の購入額も少ないことを示している。

表 29 市別の商業施設の実態分析結果

	面積 当たり 世帯数 (世帯/m ²)	1店舗 当たり 面積 (m ² /店)	1店舗 当たり 世帯数 (世帯/店)	1店舗 当たり 売場面積 (m ² /店)	1店舗 当たり 販売額 (百万円/店)	1世帯 当たり 売場面積 (m ² /世帯)	1世帯 当たり 販売額 (百万円/世帯)
横浜市	3,507.68	1.31	4,607.18	4,081.50	3,750.80	0.89	0.81
川崎市	4,402.56	1.50	6,613.11	3,762.09	3,307.65	0.57	0.50
横須賀市	1,619.33	2.65	4,290.37	4,555.92	3,272.37	1.06	0.76
平塚市	1,518.24	2.34	3,551.10	2,501.69	1,497.17	0.70	0.42
鎌倉市	1,807.53	3.96	7,157.80	3,739.20	3,280.80	0.52	0.46
藤沢市	2,409.62	1.42	3,418.22	3,290.00	2,593.65	0.96	0.76
小田原市	671.99	3.68	2,473.13	2,776.45	1,579.13	1.12	0.64
茅ヶ崎市	2,547.07	1.79	4,547.80	4,037.65	2,132.35	0.89	0.47
相模原市	886.84	3.91	3,471.76	2,799.26	1,917.93	0.81	0.55
秦野市	655.17	4.71	3,085.55	2,100.32	1,522.73	0.68	0.49
厚木市	988.46	2.61	2,576.31	2,370.00	1,445.03	0.92	0.56
大和市	3,471.99	0.90	3,131.73	3,561.73	2,197.00	1.14	0.70
平均	2,040.54	2.57	4,077.00	3,297.98	2,374.72	0.86	0.59

注：灰色は、平均よりも高い値を示している項目を示す。

4) 1世帯当たり売場面積と販売額の分析

1世帯当たり売場面積と販売額を、平均値との大小で分類した(図9)。

分析の結果、①2つの指標とも低い第1象限の「川崎市、相模原市、秦野市、鎌倉市、平塚市」、②2つの指標とも高い、第3象限の「横浜市、横須賀市、藤沢市、大和市、小田原市」、および③1世帯当たりの売場面積が高く、1世帯当たり販売額が低い第4象限の「厚木市、茅ヶ崎市」の3つに分類できた。

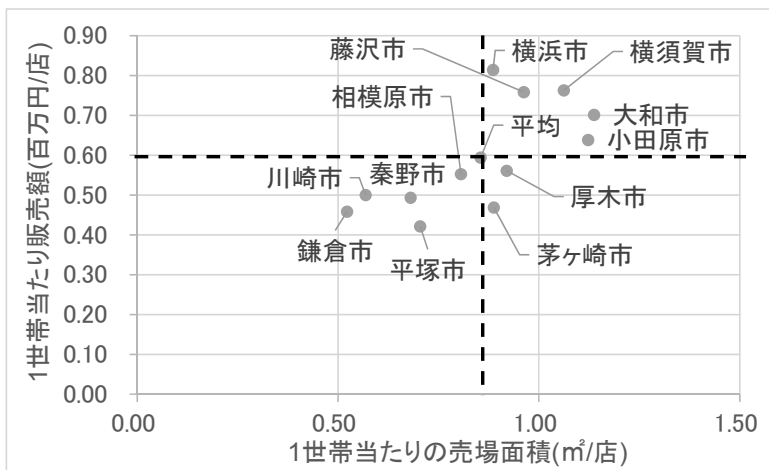


図9 世帯別の商業施設の利用実態の特徴(神奈川県)

5) 1店舗当たりの面積と世帯数の分析

1店舗当たりの面積と世帯数のデータを用いて、平均値を基準に高低で4つに分類した。

分析の結果、第1象限には、「大和市、藤沢市、平塚市」が該当し、第2象限には、「川崎市、横浜市、茅ヶ崎市」が該当し、第3象限には、「鎌倉市、横須賀市」が該当し、第4象限には、「厚木市、相模原市、小田原市、秦野市」が該当する（図10）。

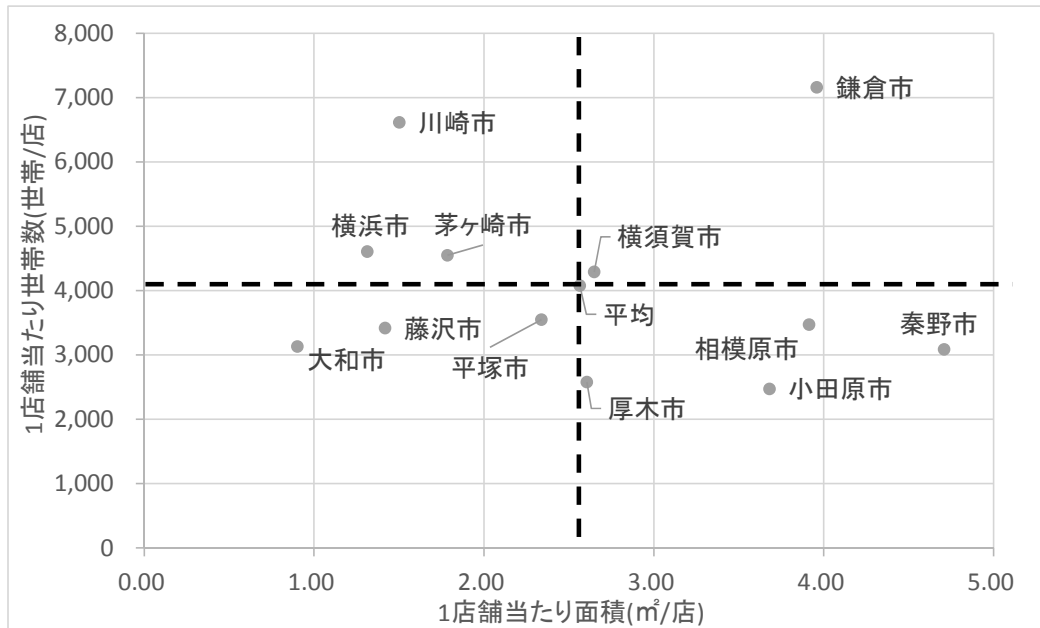


図10 1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果(神奈川県)

(5) 首都圏の商業施設の実態分析の結果

1) 1世帯当たり売場面積と販売額の分析

首都圏の1世帯当たり売場面積と販売額の分析の結果、1世帯当たりの売場面積が狭く、かつ販売額が少ないことを示している第1象限が、最も多く23市であった。1世帯当たりの売場面積が狭く、かつ販売額が多いことを示している第2象限は、3番目に多い6市であった。1世帯当たりの売場面積が広く、かつ販売額が多いことを示している第3象限は、2番目に多い12市であった。なお、最も少ないのは、1世帯当たり売場面積が広く、かつ販売額が多いことを示している第4象限の3市であった（図11）。

次に、都県別に分類すると、埼玉県は、11市のうち、半数以上の6市が第1象限で、次に多いのは、第2象限の4市であった。千葉県は、第2象限に対象となる市は無い。しか

しそれ以外の象限には、ほぼ同数の市が対象となった。東京都は、第3象限が最も多く、次に多いのは、第2象限で、この2つで全ての市を占めていた。神奈川県は、第1象限であった(表30)。

すなわち、埼玉県は、施設規模当たりの販売効率の良い店舗が多い傾向が見られる。千葉県は、施設規模当たりの販売効率の良い店舗もあれば、施設規模当たりの販売効率の悪い店舗もある。また、同一市内での購入が少ない市が多い傾向が見られる。東京都は、施設規模当たりの販売効率が良くかつ同一市の住民の購入が多い店舗が多い傾向が見られる。神奈川県は、全ての市が、施設規模当たりの販売効率の良いが、同一市の住民の購入額が少ない傾向が見られる。

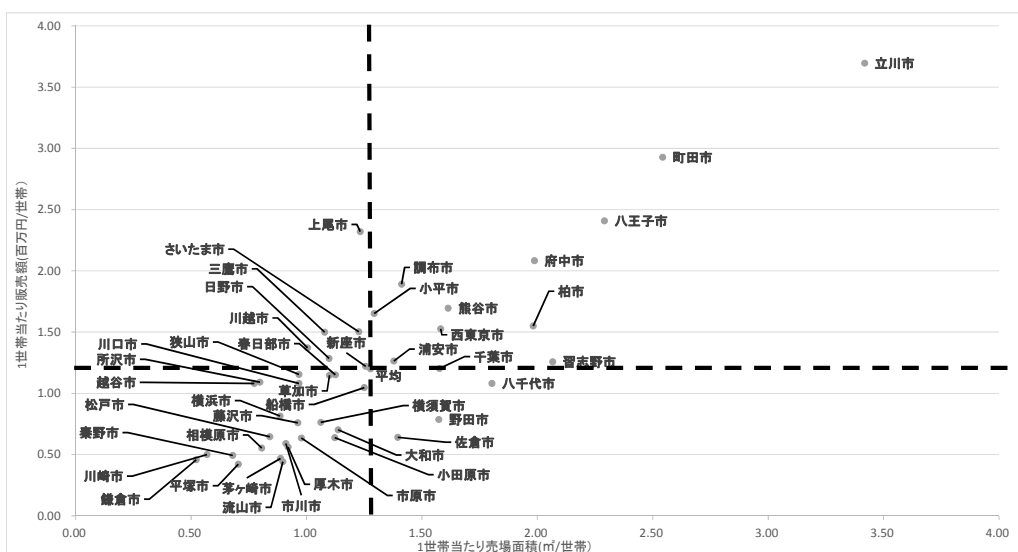


図 11 首都圏の1世帯当たり売場面積と販売額の分析結果

表 30 首都圏の1世帯当たり売場面積と販売額の分析結果

	埼玉県		千葉県		東京都		神奈川県			
第1象限	川口市 所沢市 春日部市	狭山市 草加市 越谷市	市川市 船橋市 松戸市	市原市 流山市			横浜市 川崎市 横須賀市	平塚市 鎌倉市 藤沢市	小田原市 茅ヶ崎市 相模原市	秦野市 厚木市 大和市
第2象限	さいたま市 川越市	上尾市 新座市			三鷹市 日野市					
第3象限	熊谷市		千葉市 習志野市	柏市 浦安市	八王子市 立川市 府中市 調布市	町田市 小平市 西東京市				
第4象限			野田市 佐倉市	八千代市						

以上のことから、①三鷹市と日野市を除く東京都と千葉県の子葉市、柏市、習志野市、浦安市は、1世帯当たりの売場面積が多い大規模商業施設での同一市の住民の購入が多い傾向が見られる。②神奈川県の対象12市と埼玉県の子口市、所沢市、春日部市、狭山市、草加市、越谷市、千葉県の子口市、船橋市、松戸市、市原市、流山市は、1世帯当たりの売場面積が狭い大規模商業施設に、同一市外の住民が買い物に來ている傾向が見られる。③埼玉県のさいたま市、川越市、上尾市、新座市、東京都の子鷹市、日野市は、1世帯当たりの売場面積が狭い大規模商業施設に、同一市内の住民が多く買い物に來ている傾向が見られる。④千葉県の野田市、佐倉市、八千代市は、1世帯当たりの売場面積が多い大規模商業施設に、同一市外の住民が買い物に來ている傾向が見られることが明らかとなった。

3) 1店舗当たりの面積と世帯数の分析

首都圏の1店舗当たり面積と世帯数の分析の結果、顧客密度が低く、顧客の移動距離が短いことを示している第1象限は、最も多く18市であった。顧客密度が高く、顧客の移動距離が短いことを示している第2象限は、3番目に多い10市であった。顧客密度が高いが、顧客の移動距離が長いことを示している第3象限は、最も少ない4市であった。顧客密度が低いが、顧客の移動距離が長いことを示している第4象限は、2番目に多い12市であった(図12)。

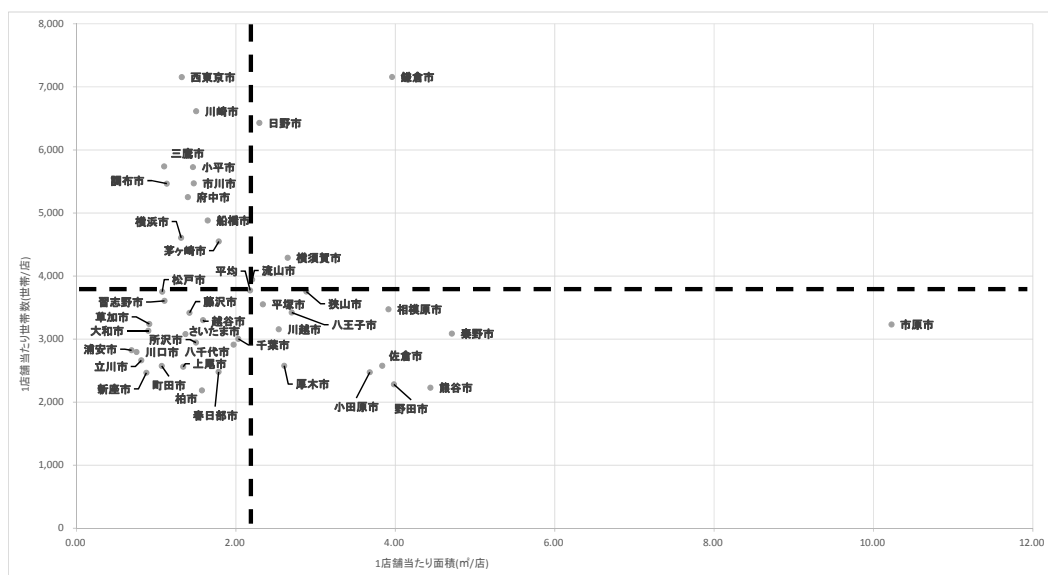


図12 首都圏の1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果

次に、都県別に分類すると、埼玉県は、11市のうち、半数以上の8市が第1象限で、次に多いのは、第4象限の3市であった。千葉県は、12市のうち、半数の6市が第1象限で、次に多いのは、第4象限の3市、その次に多いのは、第2象限の2市であった。東京都は、9市のうち、半数以上の5市が第2象限で、次に多いのは、第1象限の2市であった。神奈川県は、11市のうち、5市が第4象限で、次に多いのは、第2象限の3市であった(表32)。

表32 首都圏の1店舗当たりの面積と世帯数の分析結果

	埼玉県			千葉県		東京都		神奈川県	
第1象限	さいたま市 川口市 所沢市	春日部市 上尾市 草加市	越谷市 新座市	千葉市 松戸市 習志野市	柏市 八千代市 浦安市 市川市	立川市	町田市	藤沢市	大和市
第2象限					船橋市	三鷹市 府中市 調布市	小平市 西東京市	横浜市 川崎市	茅ヶ崎市
第3象限				流山市		日野市		横須賀市	鎌倉市
第4象限	川越市 熊谷市	狭山市		野田市 佐倉市	市原市	八王子市		平塚市 小田原市 相模原市	秦野市 厚木市

以上のことから、①埼玉県のさいたま市、川口市、所沢市、春日部市、上尾市、草加市、越谷市、新座市と千葉県の千葉市、松戸市、習志野市、柏市、八千代市、浦安市と東京都の立川市、町田市、および神奈川県の藤沢市、大和市は、顧客密度が低く、顧客の移動距離が短いことを示している。つまり、店舗で購入がしやすいことが考えられる。このことから、これらの市では、商品の提供方法としては、店舗での購入が適していると言える。

②千葉県の市川市、船橋市、東京都の三鷹市、府中市、調布市、小平市、西東京市、および神奈川県の横浜市、川崎市、茅ヶ崎市は、顧客密度が高いが顧客の移動距離が短いことを示している。つまり、少ない店舗であるが、店舗での購入がしやすいことが考えられる。このことから、これらの市では、商品の提供方法としては、店舗での購入が適していると言える。

③千葉県の流山市、東京都の日野市、および神奈川県の横須賀市、鎌倉市は、顧客密度が高く、顧客の移動距離が長いことを示している。つまり、限られた店舗へ、長距離移動して買い物をしていることが想定される。このことから、これらの市では、商品の提供方法として、店舗での購入よりも、宅配便や移動販売などが適していると考えられる。

④埼玉県の川越市、熊谷市、狭山市、千葉県の野田市、佐倉市、市原市、東京都の八王子市、および神奈川県の平塚市、小田原市、相模原市、秦野市、厚木市は、顧客密度が低く、顧客の移動距離が長いことを示している。つまり、多くの店舗へ、長距離移動して買い物

をしていることが想定される。このことから、これらの市では、商品の提供方法として、店舗での購入よりも、複数の店舗の商品を取り扱う拠点を設け、その拠点から宅配便や移動販売などで提供することが適していると考えられる。

5. 消費者への効率的な商品の提供方法の検討

ここでは、首都圏の1世帯当たり売場面積と販売額と1店舗当たり面積と世帯数の分析結果から、消費者への効率的な商品の提供方法を検討した。

その結果、①1世帯当たりの売場面積が狭い商業施設であり、かつ店舗での購入に適している地域（川口市、所沢市、春日部市、越谷市、草加市、松戸市、藤沢市、大和市、さいたま市、上尾市、新座市、市川市、船橋市、横浜市、川崎市、茅ヶ崎市、三鷹市）、②世帯当たりの売場面積が大きい商業施設であり、かつ店舗での購入に適している地域（千葉市、柏市、習志野市、浦安市、町田市、立川市、八千代市、小平市、府中市）、③1世帯当たりの売場面積が狭い商業施設であり、かつ宅配便や移動販売が適している地域（流山市、狭山市、平塚市、鎌倉市、小田原市、相模原市、市原市、横須賀市、秦野市、厚木市、日野市、川越市）④世帯当たりの売場面積が大きい商業施設であり、かつ宅配便や移動販売が適している地域（熊谷市、八王子市、野田市、佐倉市）の4つに分類できた（表33）。

表33 1世帯当たり売場面積と販売額と1店舗当たり面積と世帯数の分析結果

		1世帯当たり販売額と売場面積						
		第1象限		第2象限	第3象限		第4象限	
1 店 舗 当 た り 面 積 と 世 帯 数	第1象限	川口市	越谷市	藤沢市	さいたま市	千葉市	浦安市	八千代市
		所沢市	草加市	大和市	上尾市	柏市	町田市	
	第2象限	春日部市	松戸市		新座市	習志野市	立川市	
		市川市	船橋市	茅ヶ崎市	三鷹市	小平市	府中市	
第3象限	流山市	鎌倉市	横須賀市	日野市				
第4象限	狭山市	小田原市	秦野市	川越市	熊谷市	八王子市	野田市	
	平塚市	相模原市	厚木市				佐倉市	
		市原市						

以上のことから、①の分類は、複数の店舗での購入が適していると考えられる。②の分類は、大型店舗での購入、もしくは、大型店舗からの配送が適していると考えられる。③

の分類は、宅配用の拠点を設置した上で、顧客へ商品を宅配するか、移動販売をすることが適していると考えられる。④の分類は、大型店舗からの宅配か、移動販売が適していると考えられる。

<付記>

本稿は、平成 25 年度専修大学個人研究助成「消費者への効率的な商品提供方法に関する研究～商業施設を対象として～」による成果の一部である。

参考文献

- 1) 海老原、秋川（2012）：都市部における買い物弱者問題の実態と提案、日本物流学会誌、No.20、pp.277-284
- 2) 武田、小松、横溝（2011）：中山間地域における買い物弱者の現状と対策、農林業問題研究、47(2)、pp.255-259
- 3) 高橋、竹田、大内（2012）：移動販売事業を捉える二つの視点-ビジネスモデル構築と買い物弱者対策一、商経学叢、第 58 巻 第 3 号、pp.435-459
- 4) 金、増田（2013）：ネットスーパーの出荷形態とその在庫特性に関する基礎検討、日本物流学会誌、No.21、pp.191-198
- 5) 総務省統計局 HP:平成 21 年全国消費実態調査、
<http://www.stat.go.jp/data/zensho/2009/>（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 6) 総務省統計局 HP:平成 16 年全国消費実態調査、
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000000640096&cycode=0>
（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 7) 総務省統計局 HP:平成 11 年全国消費実態調査、
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?bid=000000640033&cycode=0>
（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 8) 千葉県 HP：町丁字別世帯数及び男女別、年齢(3 区分)別人口
<https://www.pref.chiba.lg.jp/toukei/toukeidata/nenreibetsu/h20/machichou.html>
（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 9) 埼玉県 HP：人口調査
<http://www.pref.saitama.lg.jp/site/a009/a009-07houkoku.html>（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 10) 東京都 HP：住民基本台帳による東京都の世帯と人口
<http://www.toukei.metro.tokyo.jp/juukiy/2012/jy12000001.htm>（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 11) 神奈川県 HP：神奈川県人口統計調査、<http://www.pref.kanagawa.jp/cnt/f6774/p520876.html>
（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 12) 国土地理院 HP：全国都道府県市区町村別面積調
<http://www.gsi.go.jp/common/000058326.pdf>（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 13) 国土交通省 HP：平成 19 年商業統計調査
<http://www.meti.go.jp/statistics/tyo/syogyo>（2014 年 8 月 27 日アクセス）
- 14) 東洋経済新報社：全国大型小売店総覧 2007、2006

平成26年9月30日 発行

専修大学商学研究所報

第46巻 第4号

発行所 専修大学商学研究所
〒214-8580
神奈川県川崎市多摩区東三田2-1-1

発行人 神 原 理

製 作 佐藤印刷株式会社
〒150-0001 東京都渋谷区神宮前2-10-2
TEL 03-3404-2561 FAX 03-3403-3409

Bulletin of the Research Institute of Commerce

Vol. 46 No.4

September 2014

A Consideration of the efficient delivery System for Consumers
(for commercial facility in Metropolitan area)

EIICHIRO IWAO

Published by
The Research Institute of Commerce
Senshu University

2-1-1 Higashimita, Tama-ku, Kawasaki-shi, Kanagawa, 214-8580 Japan