

平成13年度 釧路市商圈動向調査の概要

1 調査の目的

釧路市内の消費者購買行動を把握し、商圈の実態並びに動向を明らかにするとともに、今後の中小小売商業の経営のあり方や消費者にとって望ましい買物の場づくりのほか、まちづくりの資料として活用することを目的とする。

また、今回調査で得られたデータと過去の調査（昭和63年度、平成3年度、平成7年度実施）を時系列的なデータベースとしてまとめるもの。

2 調査の時期

平成13年11月14日から平成13年12月5日

3 調査対象

市内に居住する20代から70代までの世帯を対象とした。なお、過去に実施した調査が中学生を持つ世帯を対象としているため、集計にあたっては、30代から40代の世帯を抽出し行った。

4 調査の内容

商品別の買物場所とその買物割合及び地元での今後の買物傾向、買物で利用される交通手段、利用店舗、買物理由等

5 調査の方法

- (1) 18歳以上の一般求人応募者による戸別訪問によるアンケート調査
- (2) 市内児童館母親クラブの協力によるアンケート調査

6 調査票の配布回収状況

全回収枚数	30から40代サンプル数
3,735	1,164

7 調査結果の概要

釧路市内の商圈動向調査は、最近では平成7年度に実施されたが、過去に3回行なわれており、今回（平成13年度）で4回目となる。

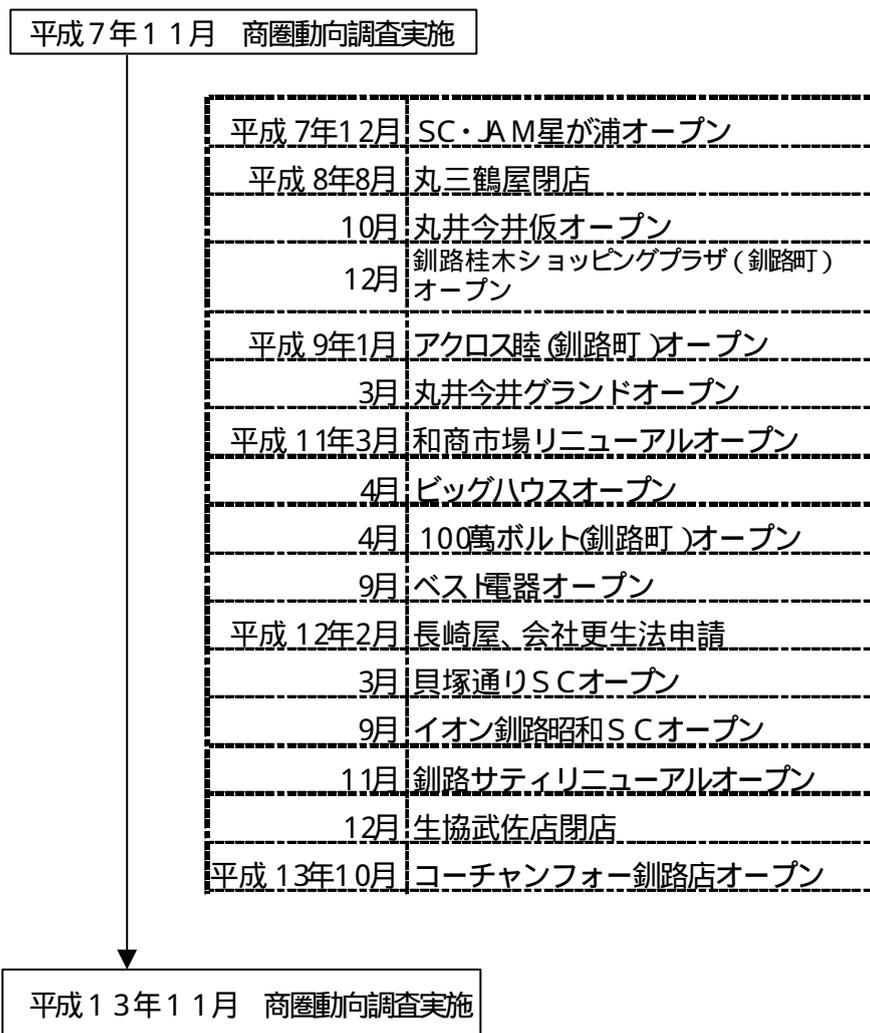
平成7年度調査から現在までの間、釧路商圈は、釧路市昭和地区と星が浦地区に大規模小売店舗が出店し、新たな商業集積地区が形成されている。また釧路町桂木地区の商業集積地域では、新たな大規模小売店舗の進出や既存店の増床等商業集積度を高めている。

今回の調査では、新たに「ジャスコを含むイオン釧路昭和SC周辺」と「びあざフ

クハラ・ホームック星が浦店周辺」の地区を設定し、その買物動向の実態を把握する。

また、消費者の買物動向に関連する要因として、ニーズの多様化、モータリゼーションの進展や自由時間の増大、生活時間の夜型化などがあげられるが、このような事象は前回調査時にも既に言及されていたところであり、今回調査では釧路商圏内の変化と相俟ってどのような購買行動が行われているのか、その実態把握を行うものである。

(参考)前回調査(平成7年度)から今回調査(平成13年度)までの商圏内の主な動き

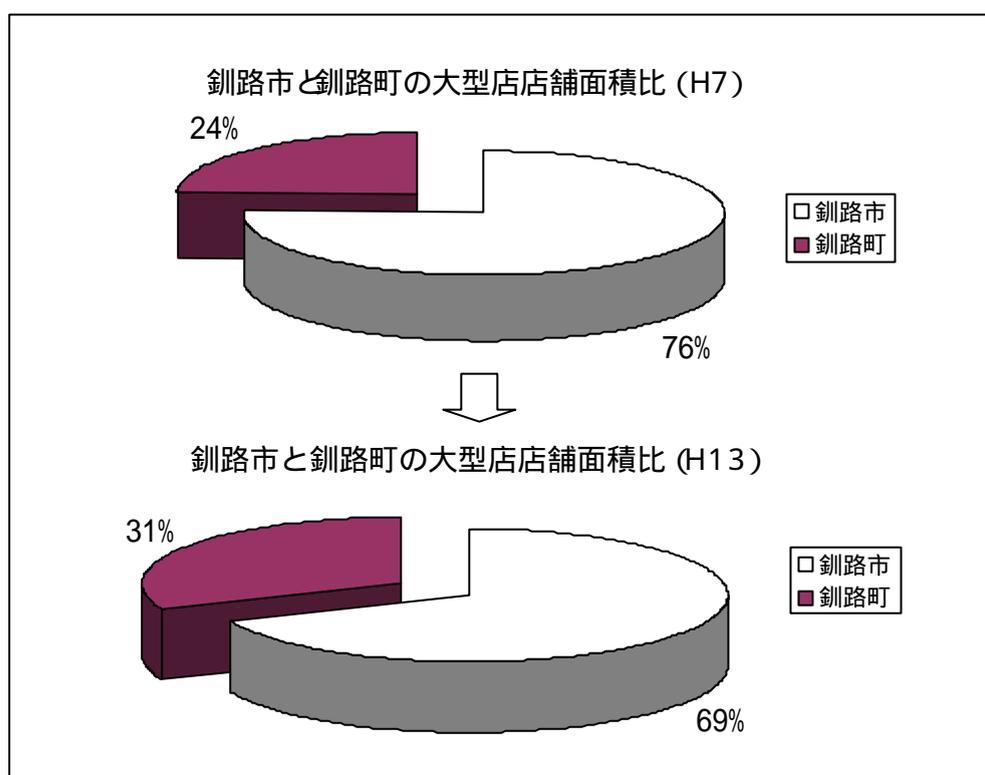


(参考)

1000㎡以上の大型店店舗面積の合計

	店舗面積の合計(㎡) (H13)	店舗面積の合計(㎡) (H7)	増加率
釧路市	145,922	99,756	46.2%
釧路町	65,611	32,297	103.1%
計	211,533	132,053	60.2%

店舗面積は大店法時の3条面積合計、釧路市調



- ・ 上記の資料は、釧路市と釧路町の1000㎡以上の大型小売店舗面積の合計について前回調査時の状況と比較したものであるが、釧路町の大型小売店舗面積の増加率が高い。
- ・ 釧路町の大型小売店舗の立地場所は、ほとんどが釧路サティを中心とした桂木地区に集中していることから、当該地区の商業集積が拡大していることが伺われる。

4 頁 (A 4 版横) . P D F のファイルより印刷し差し替えをお願いいたします。

(1) 商品別買物場所の傾向

生鮮食料品、一般食料品

生鮮食料品、一般食料品は、一般的に自宅地域の店舗での購買頻度が高い最寄品であるため「その他自宅付近」が39.3%、58.0%と高くなっているが、釧路市内のほとんどの商業集積地域でポイントを低下させている中で、「桜ヶ岡商店街」の買物割合は、前回調査時の水準を維持している。また、新たな商業集積地域である「ジャスコを含むイオン釧路昭和SC周辺」と「ぴあざフクハラ・ホームック星が浦店周辺」が高いポイントで計上されている。釧路町の商業集積地域である「釧路サティ周辺」の利用割合は着実に増加している。

	生鮮食料品			一般食料品		
	平成3年度	平成7年度	平成13年度	平成3年度	平成7年度	平成13年度
都心部地区の商店街	2.4	1.1	1.9	3.1	1.7	1.9
長崎屋・和商・朝市及び周辺商店街	10.4	6.4	2.3	6.5	4.6	1.4
新橋大通商店街	13.6	11.0	8.1	13.8	11.0	7.9
鳥取大通商店街	5.0	9.9	7.2	5.2	9.6	6.6
桜ヶ岡商店街	4.6	4.2	4.2	4.8	4.5	4.3
ダイエー釧路店周辺	10.6	9.0	5.2	10.2	8.3	5.0
ジャスコSC周辺			9.9			9.7
ホームック星が浦周辺			7.4			7.2
その他自宅付近	46.5	50.0	39.3	49.8	52.2	58.0
釧路サティ周辺	3.6	7.4	11.0	3.4	7.3	11.0
その他(市外)	2.5	0.2	2.3	2.4	0.1	2.5
通信販売	0.8	0.8	1.3	0.8	0.7	1.3

高級衣料、服飾品・アクセサリ

買回品である当該品目は、一般的に百貨店、専門店等が立地する中心商圈に立地する商業集積地で購買される傾向があり、過去の調査においても「都心部地区の商店街」、「新橋大通商店街(イトーヨーカドー含む)」、「釧路サティ周辺の商業地域」など百貨店、大型スーパーや専門店が集積する地域で高い利用割合を示していたが、今回調査においても同様の傾向となっているが、特に「釧路サティ周辺の商業地域」が大きく割合を高めているのに対し、「都心部地区の商店街」や「長崎屋・和商・朝市等及び周辺商店街」といった釧路市都心部の商業集積地域で大きく利用割合が低下している結果となっている。

	高級衣料			服飾品・アクセサリ		
	平成3年度	平成7年度	平成13年度	平成3年度	平成7年度	平成13年度
都心部地区の商店街	36.2	20.4	14.7	34.8	17.6	11.7
長崎屋・和商・朝市及び周辺商店街	18.7	14.5	1.6	19.4	17.2	2.1
新橋大通商店街	26.9	27.4	12.2	24.6	26.1	12.9
鳥取大通商店街	3.7	3.3	0.6	5.0	4.1	0.4
桜ヶ岡商店街	2.2	1.4	0.8	2.4	2.1	0.8
ダイエー釧路店周辺	0.7	4.1	4.5	1.1	3.0	5.6
ジャスコSC周辺			14.2			14.2
ホームック星が浦周辺			0.8			1.8
その他(市内)	2.7	5.7	1.9	2.7	8.2	1.9
釧路サティ周辺	2.0	17.6	36.9	2.6	15.6	34.6
その他(市外)	5.3	2.1	5.7	5.6	2.6	7.3
通信販売	1.6	3.5	6.2	1.8	3.5	6.6

(2) 買物場所利用割合の推移

都心部地区の商店街

釧路市の中心市街地に位置する当該地区は、全市的に顧客を吸引している商業集積を形成しているが、主力品目である買回品（高級衣料、呉服・反物、服飾品・アクセサリ、靴・カバン等）の買物割合が大きく低下している。

長崎屋・和商・朝市等及び周辺商店街

前述の都心部地区の商店街とともに全市的に顧客を取り込んでいる中心的な商業集積地である当該地区は、全品目で利用割合が低下している。この傾向は前回調査時（平成7年度）にも見られていたが、今回調査ではさらに大きく低下した。

新橋大通商店街（イトーヨーカドー含む）

当該地区は、平成3年度、平成7年度調査で釧路市第1位の商業集積地域の地位を確保していたが、今回の調査では、家庭電器製品を除く全品目で減少し、「釧路サティ周辺の商業地域」「ジャスコを含むイオン釧路昭和SC周辺」に次いで第3位となっている。

鳥取大通商店街

当該地区は、前回調査（平成7年度）では食料品、日用雑貨、医薬品・化粧品、書籍・文具など最寄品のシェアの増加で全体ベースでも増加傾向にあったが、今回調査では全品目でシェアを低下させている。

桜ヶ岡商店街

当該地区は、全体ベースの利用割合は前回調査と比べ減少しているが、食料品系の品目ではほぼ横ばいとなっている。

ダイエー釧路店周辺

当該地区は、ダイエーの吸引力により、全市的に顧客を集めているがその利用割合は全体的に低下しており、特に前回調査では大きくシェアを伸ばした家庭電気製品の利用割合が今回調査では大きく低下している。

ジャスコを含むイオン釧路昭和SC周辺

当該地区は、平成12年9月、ジャスコを中心としたショッピングセンターのオープンに伴い出現した商業集積であるが、全品目で8～15%の高水準な利用割合を示している。

ぴあざフクハラ・ホームック星が浦店周辺

当該地区は、平成7年12月、ホームック、フクハラ、ツルハ等の中規模店舗の集積により形成された商業集積地域であるが、全市的に顧客を集めており、特に食料品、日用雑貨、医薬・化粧品といった日常型品目の利用割合が高い。

(3) 地元での今後の買物傾向

- ・ 地元での今後の買物割合は大部分が「変わらない」としている。
- ・ 「多くなる」と答えた人は全体で4.2%と前回調査(7.2%)で回復したポイントを再び下げた結果となっている。
- ・ 「多くなる」と答えた品目で割合が比較的高いものは、生鮮食料品(7.8%)、一般食料品(7.4%)の最寄品となっている。また今回調査では、前回調査と比して、「多くなる」と答えた人の割合が全品目で低下している。
- ・ 「少なくなる」と答えている品目で割合が比較的高いものは、高級衣料(16.0%)、呉服・反物・寝具(18.7%)、服飾品・アクセサリ(17.2%)、家具・インテリア(16.2%)となっている。