

平成15年度広島県商圈調査⁽¹⁾

——吸引力の低下が続く広島市中心部——

財団法人広島地域社会研究センター 常務理事 増 岡 洋
財団法人広島地域社会研究センター 副所長 田 渡 雅 敏

1. はじめに

紙屋町・八丁堀など、「広島市中心部」の買い物客吸引力低下に歯止めがかからない。買回り品17品目のうち15品目が前回調査に比べ低下、特にこれまで吸引力が強かった「衣料品」にもかげりが見えるなど、「広島市中心部」の買い物客吸引力の凋落ぶりを示す結果が、「広島県商圈調査」で明らかになった。調査担当機関として、私見を交えながら紹介したい。ポイントは次の3点である。

- (1) 「広島市中心部」の吸引力は3調査期間連続して低下した。
- (2) 「広島市中心部」は、買回り品17品目中15品目の吸引率を前回調査比低下させている。特にこれまで吸引率の高かった「繊維・衣料」「身の回り品」についても吸引率が低下した。
- (3) 「広島市中心部」に隣接し人口数の多い府中町、佐伯区地区、祇園地区、高陽地区、廿日市市及び東広島市から「広島市中心部」への流出率が低下した。

2. 商圈とは

正確に言えば小売商圈のことで、大型店・商店街等の商業集積が消費者を吸引する範囲のことをいう。消費者の買物行動圏でもある。

広島県内の商圈は、広島市を中心とする「超広域型商圈の広島商圈」、福山市を中心とする「広域型商圈の福山商圈」、呉市を中心とする「準広域型商圈の呉商圈」、三次市を中心とする「準広域型の三次商圈」、東広島市を中心とする「準広域型の東広島商圈」、及び12の地域型商圈、14の地区型商圈

に分類される(表1)。

商圈は様々な要因で形成されるが次の要因が大きい。

- ①商業集積…広島市中心部をみればよくわかる。百貨店・専門店が集中的に立地すると、各種商品の品揃えが充実し、消費者は楽しみながら買回りができる。商業集積が高まれば、広範囲から消費者を集客することになる。
- ②交通要因…JR・バス・電車等の公共交通機関、高速道路・一般道路のアクセス、駐車場のキャパシティが充実すれば、買物に便利になる。
- ③商業集積以外の集積要因…私たちは買物だけでなく生活するわけではない。働き・学び・憩うことも大切だ。オフィス・学校・憩い楽しむ施設が充実すれば人は集まってくる。

この調査は県内約2万人を対象とした大規模なものであるが、どんなことに役立つのか。

「広島県商圈調査報告書」の後半部分には、調査単位の市町村ごとに、縦軸に26品目、横軸にこれらの品目が通常どこで購入されるのか、詳細な一覧表が掲載されており、小売業者のマーケティング戦略立案の基本的な資料になる。

次のような見方もできる。ここ2～3年県内では多くの市町村合併が行われた。これを詳細にみると同一商圈における市町村合併の組み合わせは比較的すんなりと合併に至った。ところが商圈が異なる合併の組み合わせの場合紆余曲折を経て結論に達するなど、商圈と行政区分には密接な関連がある。

このように「商圈調査報告書」は様々な活用方法がある。

ら、超広域型商圏が形成されている。

- ・「広島市中心部」の吸引率は平成6年26.8%、平成9年21.9%、平成12年20.8%、平成15年18.4%と年々低下している。吸引上位10市町村のうち、7市町村が前回調査に比べ「広島市中心部」への買物流出率が低下している。代表的な買物増加先は、佐伯区はアルパーク、府中町や坂町、祇園地区は八木地区の大型店などである。また、品目別にみると、17品目のうち15品目の吸引率が低下している。中心部が強かった「繊維・衣料品」「身の回り品」も低下した。
- ・品目別の吸引率をみると、「繊維衣料品」「身の回り品」が高く、「耐久消費財」「文化品」が低い。
- ・方面別推計吸引人口をみると、北方面（安古市地区、高陽地区、祇園地区等）及び東方面（府中町、東広島市、安芸地区等）に強く、西方面（佐伯区、廿日市市、大野町等）に弱い。
- ・「広島市中心部の拠点別」吸引率をみると、「広島駅前・段原」地区が上昇している。

「広域型商圏」

- ・福山商圏の商圏内市町村は、前回調査比3町増

加し21市町村となった。

- ・「福山市」の周辺部からの買回品吸引率は、前回比8.9ポイント増加し、28.0%となった。
- ・福山市民の買回品地元購入率は96.1%と高い。買回品購入場所は、商店街・専門店が42%、大型スーパーが25%と前回調査と大きな変化はないが、百貨店が5ポイント低下した。

「準広域型商圏」

- ・呉商圏は、商圏域を7市町村から10市町村へ拡大させたが、商圏の広域化等に伴って品目別吸引率は11ポイント低下した。
- ・三次商圏は、今回調査で庄原市を商圏域としたことから準広域型商圏を形成した。商圏内市町村は1市町村増加し15となった。三次市及び庄原市は今回調査で広島商圏に含まれることになった。
- ・東広島商圏は、東広島市への買回品流出率が20%超の町が5町となり「準広域型商圏」となった。東広島市の商業集積が高まっていることから、周辺市町村から吸引力を強めている。（図1）。



4. 「広島市中心部」の吸引率

「広島市中心部」は県北の三次市、庄原市も商圏にするなど吸引力は強力であるが、周辺部には様々な大型店が出店するなど魅力を高めており、吸引率は平成6年26.8%、平成9年21.9%、平成12年20.8%、平成15年18.4%と年々低下している。ここでは「広島市中心部」の現状について、品目別、方面別にみてみよう。

(1) 広島市中心部の品目別吸引率

- ・ 買回品計の吸引率は18.4%である(表2)。すなわち広島商圏内ではほぼ5人に1人が買回品を「広島市中心部」で購入していると推定される。
- ・ 17品目のうち15品目の吸引率が低下した。中心部が強かった「繊維・衣料品」「身の回り品」も低下している。
- ・ 品目別吸引率の推移をみると(表2)、前回調査と比較し低下幅が大きいものは、「紳士服・服地」が34.9%から28.4%へ6.5%ポイント、「カ

バン・袋物」が41.5%から36.4%へ5.1%ポイント、「婦人・子供服・服地」が31.6%から27.0%へ4.6ポイントそれぞれ低下した。なお、今回調査で最も吸引率の高い品目は、「カバン・袋物」36.4%、続いて「呉服・反物」33.7%、「紳士服・服地」28.4%となっている。

- ・ 「広島市中心部」がかつて強味を持っていた「婦人・子供服・服地」が今回調査で30%を割り27.0%に、「カバン・袋物」も40%を割り36.4%となった。
- ・ 「家庭用電気器具」は郊外のロードサイド大型店で購入する商品となっており、今回調査で吸引率は10%を割り9.3%となった。「書籍・文具」は前回調査以降、広島市内の老舗書店2店が閉店したように吸引率は12.2%まで下落した。
- ・ 前回調査に比べ増加した品目は17品目中2品目にとどまり、いずれも微増である。「自転車・子供乗物」が4.6%から6.2%へ1.6ポイント、「玩具・娯楽品」が12.9%から13.1%へ0.2ポイントそれぞれわずかに増加した。

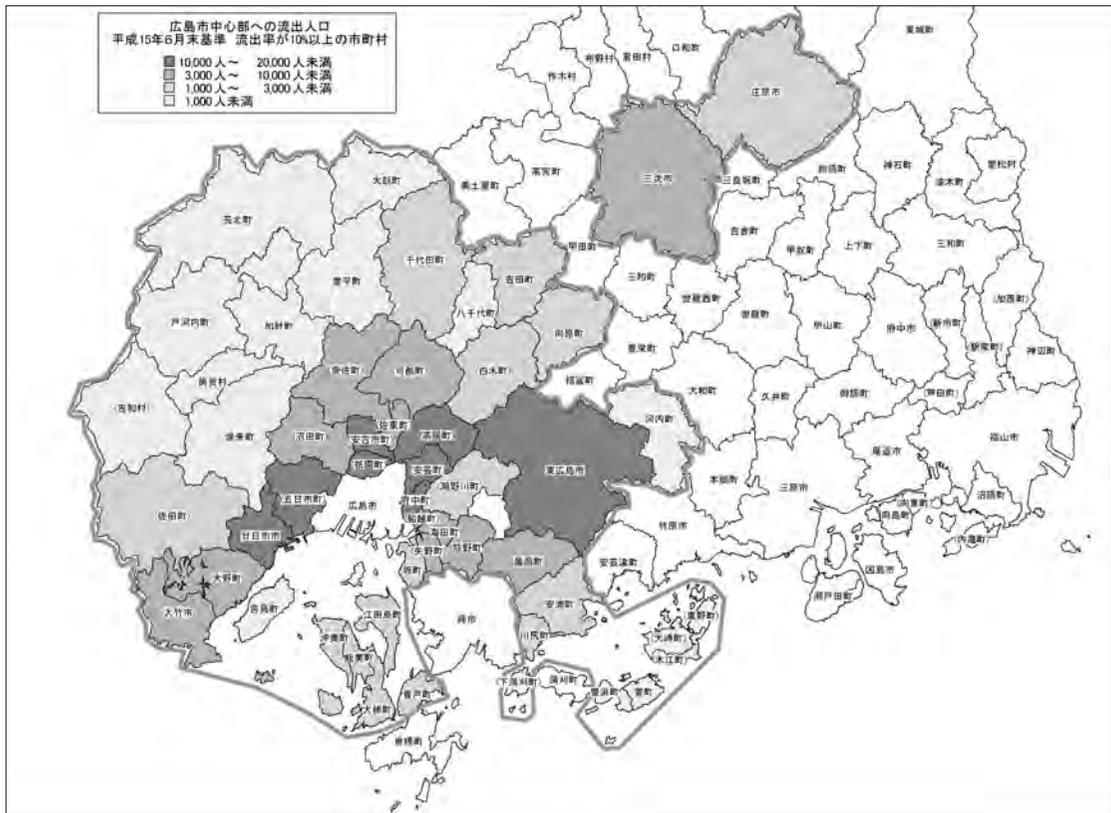


表2 広島市中心部の品目別吸引率

品目	平成6年	平成9年	平成12年	平成15年	平成15年
					前回調査比増減
呉服・反物	38.9	35.9	36.4	33.7	▲2.7
寝具・寝装品	21.0	16.5	15.2	12.2	▲3.0
紳士服・服地	43.4	37.7	34.9	28.4	▲6.5
婦人・子供服・服地	40.1	33.4	31.6	27.0	▲4.6
シャツ・下着・その他衣料	16.1	11.6	12.0	10.6	▲1.4
クツ・履物	38.8	34.2	31.4	27.6	▲3.8
カバン・袋物	50.2	42.9	41.5	36.4	▲5.1
化粧品・小間物	15.9	13.7	15.1	14.1	▲1.0
家具・敷物	26.3	22.5	18.2	14.8	▲3.4
家庭用電気器具	13.6	10.5	10.2	9.3	▲0.9
自転車・子供乗物	9.0	6.1	4.6	6.2	▲1.6
スポーツ・レジャー用品	21.8	16.2	14.5	12.8	▲1.7
玩具・娯楽品	21.5	14.0	12.9	13.1	0.2
楽器・CD	28.2	22.7	22.3	19.5	▲2.8
カメラ・写真材料	20.7	17.4	15.3	14.0	▲1.3
時計・メガネ	28.8	24.0	22.5	20.9	▲1.6
書籍・文具	18.1	13.3	14.3	12.2	▲2.1
買回品計	26.8	21.9	20.8	18.4	▲2.4

「広島市中心部」への流出率10%以上の市町村についての数値

(2) 「広島市中心部」の方面別、品目別吸引率の推移

「広島市中心部」はどの方面からどの程度吸引しているのか、それを品目別にどんな特徴があるのか検討してみよう(表3、表4)。

東西南北すべての方面が、前回調査に比べ吸引率が低下している。

東方面(府中町、東広島市等)に強く、西方面(佐伯区、廿日市市等)に弱い。

・東方面からの吸引率は前回調査に比べ2.0ポイント低下し、23.1%となった。四方面で最も吸引率の高い地域である。

品目別吸引率(東方面からの流出率)をみると、17品目のうち16品目の吸引率が低下した。特に「繊維・衣料」2.6ポイント、「文化品」2.1ポイン

トそれぞれ低下したのが目立った。吸引率の最も高い品目は「カバン・袋物」の43.2%である。

・西方面からの吸引率は前回調査に比べ3.0ポイント低下し、15.2%となった。四方面の中では最も低下幅が大きかった。「繊維・衣料」4.5ポイント、「身の回り品」3.4ポイントそれぞれ減少したのが目立つ。品目別にみると、「婦人・子供服・服地」、「カバン・袋物」の吸引率(西方面からの流出率)が他方面に比べ低い。

・南方面(音戸町、安浦町、大崎町等)からの吸引率は前回調査に比べ0.5ポイント低下し、15.1%となり、他方面に比べ低下は小幅にとどまった。

品目別にみると、「婦人・子供服・服地」、「呉服・反物」、「シャツ・下着・その他衣料」、「化粧品

表3 広島市中心部の方面別・品目別吸引率推移①

品目	東方面			西方面			南方面			北方面		
	平成9年	平成12年	平成15年									
呉服・反物	36.8	36.8	35.8	33.3	41.7	36.1	26.9	22.8	24.0	38.3	34.0	32.5
寝具・寝装品	17.8	17.7	16.0	14.5	12.9	10.0	12.9	11.9	11.3	17.4	15.3	10.9
紳士服・服地	41.1	39.2	34.5	30.9	32.1	26.1	30.3	26.7	25.2	40.5	34.2	25.9
婦人・子供服・服地	36.1	35.9	33.9	27.3	25.5	21.2	23.5	22.8	23.3	36.8	31.8	26.2
シャツ・下着・その他衣料	13.3	16.4	14.0	9.6	9.4	6.7	8.8	9.3	9.6	12.0	10.1	10.7
クツ・履物	36.5	37.1	35.9	26.8	24.8	20.7	25.9	21.4	23.1	38.5	30.8	26.5
カバン・袋物	45.1	45.4	43.2	34.6	34.7	29.3	41.0	30.8	29.4	46.9	43.4	36.8
化粧品・小間物	14.4	17.7	16.3	10.0	12.9	12.2	10.2	8.9	9.4	16.1	14.9	14.5
家具・敷物	23.5	20.9	17.5	19.5	15.8	11.4	10.4	10.3	9.3	25.2	17.8	15.8
家庭用電気器具	12.9	17.0	15.4	7.4	9.7	6.6	5.0	5.1	4.5	11.4	6.5	7.4
自転車・子供乗物	7.0	7.4	10.0	2.9	3.4	3.6	7.0	7.4	6.3	7.3	3.4	5.0
スポーツ・レジャー用品	19.4	19.3	17.5	12.5	12.3	11.4	22.7	19.2	15.5	15.2	12.3	9.9
玩具・娯楽品	18.0	18.7	18.6	11.1	10.6	10.7	17.2	17.5	15.5	12.2	10.3	10.0
楽器・CD	25.1	29.3	23.5	17.3	17.9	16.5	17.5	16.0	15.7	25.1	20.9	19.0
カメラ・写真材料	21.4	21.3	20.1	12.2	12.2	10.6	14.2	12.8	11.2	18.1	13.0	12.0
時計・メガネ	25.1	24.9	24.0	20.3	21.4	17.6	22.3	17.1	14.9	25.8	21.8	21.8
書籍・文具	13.9	18.0	16.0	11.0	12.6	10.5	8.5	8.1	9.5	15.0	13.2	10.9
買回品計	24.1	25.1	23.1	17.8	18.2	15.2	17.6	15.6	15.1	23.9	19.7	17.5

「広島市中心部」への流出率10%以上の市町村についての数値

表4 広島市中心部の方面別・品目別吸引率推移②

単位：(%)

品目	東方面			西方面		
	平成9年	平成12年	平成15年	平成9年	平成12年	平成15年
繊維・衣料	28.5	28.7	26.1	22.4	23.0	18.5
身の回り品	32.0	33.4	31.8	23.9	24.0	20.6
耐久消費財	14.5	15.7	14.5	10.0	9.7	7.2
文化品	20.3	21.9	19.8	14.1	14.6	13.0
買回品 計	24.1	25.1	23.1	17.8	18.2	15.2

品目	南方面			北方面		
	平成9年	平成12年	平成15年	平成9年	平成12年	平成15年
繊維・衣料	19.9	18.3	18.1	28.4	24.5	20.4
身の回り品	25.6	20.1	20.5	33.8	29.5	25.9
耐久消費財	7.4	7.5	6.5	14.7	9.2	9.4
文化品	16.5	14.8	13.5	18.6	15.2	13.9
買回品 計	17.6	15.6	15.1	23.9	19.7	17.5

「広島市中心部」への流出率10%以上の市町村についての数値

品・小間物」、「書籍・文具」が微増した。
 ・北方面（安古市地区、三次市、加計町等）からの吸引率は前回調査に比べ2.2ポイント低下し、17.5%となった。平成9年以降吸引率は6.4ポイント低下しており、他方面（西方面2.6ポイント低下、南方面2.5ポイント低下、東方面1.0ポイント低下）に比べ落ち込みが大きい。

品目別にみると、「シャツ・下着・その他衣料」、「家庭用電気器具」、「自転車・子供乗物」の吸引率が微増したものの他品目は低下した。吸引率の低下が著しい品目は、「紳士服・服地」が34.2%から25.9%へ8.3ポイント、「カバン・袋物」が43.4%から36.8%へ6.6ポイント、「婦人・子供

服・服地」が31.8%から26.2%へ5.6ポイントそれぞれ低下した。

5. 「広島市中心部拠点別」の吸引率

以下の調査は、次の条件で実施されたものである。①調査市町村は、東方面6、西方面1、北方面8、南方面未実施 ②紙屋町と八丁堀を同一拠点としてとらえる。結果は表5のとおりである。

紙屋町・八丁堀地区は東方面の吸引率が20.7%と最も高く、続いて北方面13.1%、西方面9.8%となっている。この地区の品目別吸引率をみると、「カバン・袋物」、「クツ・履物」、「婦人・子供服・

表5 広島市中心部拠点別の方面別・品目別吸引率

単位：(%)

品目	紙屋町・八丁堀			広島駅前・段原			その他の中心部		
	東方面	西方面	北方面	東方面	西方面	北方面	東方面	西方面	北方面
呉服・反物	33.3	23.4	24.5	7.2	2.9	3.9	9.4	9.4	7.6
寝具・寝装品	10.5	3.8	6.3	7.0	1.2	1.9	5.5	2.6	3.2
紳士服・服地	33.0	16.5	20.4	7.2	2.4	2.2	8.1	4.1	4.9
婦人・子供服・服地	33.8	14.9	21.3	8.2	1.0	2.0	5.6	2.7	3.8
シャツ・下着・その他衣料	11.5	3.4	7.9	5.5	0.4	1.8	3.9	1.2	1.9
クツ・履物	36.5	13.7	23.1	8.7	1.0	2.4	7.4	3.1	3.2
カバン・袋物	42.5	20.7	31.0	9.2	1.3	2.5	6.6	3.3	4.6
化粧品・小間物	17.4	7.9	11.6	3.8	1.3	1.4	4.3	2.6	3.6
家具・敷物	12.1	3.8	5.9	3.1	0.3	0.6	11.4	4.0	10.7
家庭用電気器具	10.9	5.7	4.7	9.6	0.8	1.0	7.6	2.3	2.5
自転車・子供乗物	4.8	0.3	1.8	3.6	0.3	0.4	7.5	1.1	2.3
スポーツ・レジャー用品	11.3	5.3	5.6	4.3	0.3	1.2	10.8	5.0	3.1
玩具・娯楽品	11.9	4.2	6.6	4.7	0.3	0.7	12.0	4.5	2.4
楽器・CD	22.9	14.0	14.6	7.7	1.6	1.3	9.5	3.1	4.4
カメラ・写真材料	18.0	10.3	8.2	6.5	0.8	1.3	8.7	1.6	4.1
時計・メガネ	25.1	12.9	17.9	4.6	1.4	1.7	6.8	3.4	4.4
書籍・文具	13.1	6.2	8.2	11.2	2.7	2.0	3.7	2.0	2.1
買回品 計	20.7	9.8	13.1	6.7	1.2	1.7	7.3	3.1	3.9

「広島市中心部」を「紙屋町・八丁堀」「広島駅前・段原」「その他の中心部」の3拠点に区分した市町村についての数値

服地]、「紳士服・服地」が高い。これらの品目は特に東方面の吸引率が高い。吸引率の低い品目は、「自転車・子供乗物」、「家庭用電気器具」、「家具・敷物」などである。

広島駅前・段原地区の吸引率は前回調査に比べ、東方面4.9ポイント、北方面0.8ポイント、西方面0.4ポイントとそれぞれ増加した。

6. 広島市中心部の吸引先上位市町村

広島市中心部は、52市町村（表6 注2、買回品流出率10%以上）から買物客を吸引している。人口に買回品流出率を乗じて買回品買物客の推計吸引人口、構成比及び累積構成比をみると表6のようになる。吸引人口の最も多いのが府中町で18,458人、商圏内推計吸引人口の7.1%を占める。続いて佐伯区（五日市町）17,875人、安古市地区（安古市町）15,870人等、広島市周辺の人口の多

い市町村で占められている。52市町村のうち、上位10市町村で推計吸引人口の過半をこえる53.1%、同じく20市町村で70.8%を占めている。前回調査では、上位18市町村で吸引人口の81.0%を占めていたが、今回調査では、上記のように上位市町村からの吸引率を低下させている。

「広島市中心部」の方面別吸引人口（商圏内52市町村）をみると、安古市地区、祇園地区、高陽地区など北方面が最も多く83,852人、続いて府中町、東広島市など東方面80,476人、佐伯区、廿日市市など西方面43,097人、音戸町、江田島町など南方面13,133人となっている。

7. 吸引力を強める広島市近郊のSC

安佐南区祇園、佐伯区、府中町、廿日市市、安佐北区高陽から、「広島市中心部」への買物客の流入が減少した。前回調査比、祇園が26.4%から

表6 広島市中心部の吸引人口の上位市町村

市町村	人口数	広島市中心部への流出率	推計吸引人口	構成比	累積構成比
府中町	50,023	36.9%	18,458	7.1%	7.1%
五日市町	126,771	14.1%	17,875	6.9%	13.9%
安古市町	81,385	19.5%	15,870	6.1%	20.0%
高陽町	66,722	23.0%	15,346	5.9%	25.9%
東広島市	120,671	12.3%	14,843	5.7%	31.6%
廿日市市	75,706	18.6%	14,081	5.4%	37.0%
安芸町	29,178	43.4%	12,663	4.9%	41.9%
祇園町	60,285	18.2%	10,972	4.2%	46.1%
可部町	56,969	16.3%	9,286	3.6%	49.7%
矢野町	29,635	30.2%	8,950	3.4%	53.1%
海田町	29,455	27.9%	8,218	3.2%	56.2%
沼田町	28,241	18.5%	5,225	2.0%	58.2%
佐東町	41,180	12.2%	5,024	1.9%	60.2%
熊野町	26,246	17.5%	4,593	1.8%	61.9%
三次市	39,256	11.0%	4,318	1.7%	63.6%
安佐町	23,770	17.6%	4,184	1.6%	65.2%
大野町	26,732	15.2%	4,063	1.6%	66.8%
船越町	10,774	36.0%	3,879	1.5%	68.2%
黒瀬町	24,727	13.6%	3,363	1.3%	69.5%
大竹市	30,749	10.4%	3,198	1.2%	70.8%
坂町	12,352	20.4%	2,520	1.0%	71.7%
白木町	10,159	24.1%	2,448	0.9%	72.7%
庄原市	20,802	11.1%	2,309	0.9%	73.6%
瀬野川町	7,665	29.5%	2,261	0.9%	74.4%
佐伯町	12,696	15.9%	2,019	0.8%	75.2%
音戸町	15,010	13.3%	1,996	0.8%	76.0%
江田島町	12,006	14.7%	1,765	0.7%	76.6%
吉田町	11,594	15.1%	1,751	0.7%	77.3%
大柿町	9,169	17.2%	1,577	0.6%	77.9%
千代田町	10,571	14.2%	1,501	0.6%	78.5%
安浦町	12,973	11.1%	1,440	0.6%	79.0%
能美町	6,293	20.6%	1,296	0.5%	79.5%
沖美町	4,093	31.5%	1,289	0.5%	80.0%

注1 「広島市中心分」への流出率10%以上の上位市町村についての数値

注2 「この調査は、商工会議所及び商工会単位で実施されており、行政区分とは一致しない。調査単位を市町村と呼ぶ。

18.2%へ8.2ポイント減、佐伯区が19.1%から14.1%へ5.0ポイント減、など目立った減少をみせた。

上記地区では、広島市近郊S Cに流出が増加しており、前回調査比祇園で7.3ポイント、佐伯区で5.1ポイント、府中町で4.1ポイントそれぞれ増加した。「広島市中心部」が吸引する上位10地区すべてにおいて、広島市近郊S Cに流出率の増加が目立っており、今回調査の特徴の1つとなっている。

8. 広島商圏における買物流出先別の買物先選択理由

広島商圏で特徴的なのは、他の商圏に比べて「値段が安いから」(5.2%)が圧倒的に低く、「品物が良いから」(15.5%)が高い。つまり、この商圏の消費者は、価格よりも品物の質を求めて広島市へ流入しており、低価格の商品や付加価値の低い商品は近場のロードサイド店やショッピングセンターで買い回り、高付加価値の商品を広島市で求める傾向にあると思われる(表7)。

また、広島商圏内市町村の選択理由の相関分析をすると、「楽しく買い物ができる」の割合と「サービスが良いから」の割合が正の相関を示す。(相関係数0.706)これは広島市における多様な商業集積が、消費者にとってアミューズメント効果をもたらしていることの表れであろう(表8)。

9. 広島市中心部拠点別・品目別の買物先選択理由

今回の調査で、買物流出先について広島市中心部を3拠点(紙屋町・八丁堀、広島駅前・段原、その他中心部)に区分した市町村を対象として、買回品の品目別に各拠点が買物先として支持される理由を集計したのが表9である。

各拠点における品目別の吸引率を比較すると、ファッション性の強い「紳士服・服地」、「婦人・子供服・服地」、「かばん・袋物」、「化粧品・小間物」は他の品目に比べ「紙屋町・八丁堀」が高い数値を示している。

次に、拠点ごとに買物先選択理由をみてる。紙屋町・八丁堀地区では、他の地区に比べて「品物が豊富だから」(9品目中8品目)、「品物が良い

から」(9品目中6品目)が高く、広島市中心部における品揃えや信頼性の優位性がみられる。

広島駅前・段原地区で特徴的なのは、「値段が安いから」(9品目中5品目)と「家や通勤場所に近いから」(9品目中5品目)で、「婦人・子供服・服地」、「カバン・袋物」、「家具・敷物」の数値が目立っている。当地区は交通手段が比較的便利であるという環境条件もあり、近年大型量販店を中心とする店舗集積における低価格でファッション性のある品物を中心に消費者の支持が定着しつつある。

その他の中心部では、「サービスが良いから」(9品目中5品目)、「楽しく買物ができるから」(9品目中4品目)、「駐車場があるから」(9品目中7品目)が目立っており、広い駐車スペースを確保し良質なサービスとアミューズメント性を消費者に提供するという戦略がみてとれる。

10. 提 言

(1) 「個店」の魅力づくり

中心部が再浮上するには「中心部の活性化」という抽象的な課題ではなく、中心部に立地する個々の企業(百貨店・商店等)が魅力ある店づくりをどのように構築するかにかかっている。かつて売り手はプロで、買い手はアマであった。今はどうだろうか、うっかりすると買い手がプロ、売り手がアマになってはいないか。消費者は常に進化し続けており、消費者の選択眼が洗練されることは、新たなビジネスチャンス到来でもある。

(2) ニュービジネスの創出

最近の家計調査報告(総務省統計局)を見ると、家計支出における消費財への支出が頭打ちであるのに対してサービスへの支出が伸びている。もちろん、不況下における消費財の買い控え現象もあるが、一方で消費者が「物」の満足から「サービス」の満足を追及する姿勢変化を示していると推察される。従って、広島市中心部商業地への吸引力を高めるためには、物販業の充実もさることながら、都市型生活関連売サービス業の集積も重要となってくるであろう。さらに、このようなサービス業がニュービジネスとして広島市中心部では創業機会があり有望であろう。

表7 買物流出先別にみた買物先選択理由—買回品平均—

単位:(%)

流出先	市町村	か値段が安い	品物が豊富な	品物が良い	サービスが良い	店に信用がある	楽しく買物ができる	家や通勤場所に近い	駐車場がある	その他	合計
広島市	府中町	7.2	52.1	10.9	1.5	12.9	7.4	2.6	3.1	2.3	100.0
	五日市町	4.1	54.8	14.7	2.0	14.8	2.7	4.3	0.4	2.2	100.0
	安古市町	5.0	51.9	15.2	1.6	15.1	4.4	2.1	1.0	3.7	100.0
	高陽町	3.0	45.8	18.0	3.3	14.9	6.5	3.6	2.5	2.4	100.0
	東広島市	3.2	45.7	19.9	4.6	17.7	4.6	2.4	1.2	0.7	100.0
	廿日市市	3.0	44.7	19.5	1.7	20.2	3.2	2.8	1.5	3.4	100.0
	安芸町	7.8	56.2	10.4	1.7	13.7	4.3	1.4	1.9	2.6	100.0
	祇園町	2.7	29.7	20.4	8.1	21.1	13.5	2.7	1.4	0.4	100.0
	可部町	3.3	59.5	15.6	1.4	11.5	5.0	1.1	1.1	1.5	100.0
	矢野町	7.4	52.3	12.9	1.9	13.3	5.7	2.4	2.1	2.0	100.0
	海田町	8.3	54.3	14.1	2.1	10.9	5.8	0.6	2.7	1.2	100.0
	沼田町	5.2	56.0	15.2	2.3	11.7	2.0	3.9	0.6	3.1	100.0
	佐東町	5.7	44.5	21.4	2.8	10.9	3.8	5.7	2.1	3.1	100.0
	熊野町	3.5	52.5	17.9	1.5	11.6	5.5	1.5	1.3	4.7	100.0
	三次市	10.4	57.0	16.0	0.2	9.0	3.2	1.2	1.2	1.8	100.0
	安佐町	3.3	55.5	12.4	2.1	13.9	4.6	3.8	2.0	2.4	100.0
	大野町	4.8	48.7	19.4	3.0	16.3	3.8	0.2	1.3	2.5	100.0
船越町	4.1	56.5	10.7	2.6	17.2	4.6	1.7	1.7	0.9	100.0	
黒瀬町	5.9	38.7	15.0	4.0	13.7	4.9	8.0	6.1	3.7	100.0	
大竹市	3.2	56.2	19.2	1.3	11.5	4.2	1.2	2.0	1.2	100.0	
小計		5.2	50.6	15.4	2.5	14.4	5.2	2.6	1.9	2.2	100.0

表8 広島圏における買物先選択理由の相関

N=20

	値段が安いから	品物が豊富な	品物が良い	サービスが良い	店に信用がある	楽しく買物ができる	家や通勤場所に近い	駐車場がある	その他
値段が安いから	1.000								
品物が豊富な	0.296	1.000							
品物が良い	-0.445	-0.553	1.000						
サービスが良い	-0.415	-0.847	0.399	1.000					
店に信用がある	-0.567	-0.609	0.233	0.655	1.000				
楽しく買物ができる	-0.182	-0.618	0.116	0.706	0.404	1.000			
家や通勤場所に近い	-0.113	-0.459	0.070	0.290	0.033	-0.056	1.000		
駐車場がある	0.226	-0.352	-0.188	0.149	-0.115	0.187	0.539	1.000	
その他	0.033	0.012	0.016	-0.357	-0.219	-0.385	0.361	0.165	1.000

表9 広島市中心部拠点別・品目別にみた買物先選択理由

品目	広島市中心部・拠点	吸引率	単位：(%)								
			値段が安いから	品物が豊富だから	品物が良いから	サービスが良いから	から信用がある	楽しく買物ができ	近いか	家や通勤場所に	駐車場があるか
紳士服・服地	紙屋町・八丁堀	22.6	1.4	47.3	24.5	0.8	20.6	2.4	0.6	1.2	1.2
	広島駅前・段原	3.4	10.4	39.0	15.6	3.9	18.8	3.2	5.2	1.3	2.6
	その他中心部	5.5	9.1	36.8	15.9	4.1	17.7	4.5	3.6	3.6	4.7
	中心部全体		3.6	44.7	22.2	1.6	19.9	2.8	1.6	1.6	2.0
婦人・子供服・服地	紙屋町・八丁堀	23.0	0.9	59.7	19.0	0.4	8.2	9.3	1.0	0.6	0.9
	広島駅前・段原	3.3	9.8	41.6	16.2	1.2	12.7	8.7	5.8	2.3	1.7
	その他中心部	4.0	4.9	45.9	15.3	1.1	4.9	16.9	3.3	4.4	3.3
	中心部全体		2.4	56.1	18.2	0.6	8.3	10.1	1.8	1.2	1.3
カバン・袋物	紙屋町・八丁堀	31.7	1.0	63.2	19.2	0.3	8.4	6.0	0.5	0.5	0.9
	広島駅前・段原	3.8	10.0	51.6	15.8	2.1	4.7	7.4	4.7	1.6	2.1
	その他中心部	4.8	6.4	49.7	15.0	2.1	7.0	9.6	4.8	3.7	1.7
	中心部全体		2.4	60.7	18.5	0.7	7.9	6.5	1.3	0.9	1.1
化粧品・小間物	紙屋町・八丁堀	12.3	13.7	41.9	12.4	5.5	11.4	9.2	1.6	0.9	3.4
	広島駅前・段原	1.9	10.3	27.8	13.4	10.3	11.3	9.3	10.3	4.1	3.2
	その他中心部	3.6	17.3	33.8	8.3	5.3	14.3	3.8	7.5	3.8	5.9
	中心部全体		13.9	38.8	11.9	6.1	11.9	8.3	3.7	1.8	3.6
家具・敷物	紙屋町・八丁堀	7.0	2.0	44.9	22.0	2.0	19.9	5.1	0.7	2.4	1.0
	広島駅前・段原	1.1	13.0	46.3	13.0	3.7	9.3	3.7	5.6	5.4	0.0
	その他中心部	9.6	4.4	47.8	18.4	3.5	13.7	2.3	2.3	3.2	4.4
	中心部全体		4.0	46.5	19.5	2.9	16.0	3.6	1.9	3.0	2.6
家庭用電気製品	紙屋町・八丁堀	6.4	8.6	53.6	3.0	10.3	17.2	3.3	0.7	2.0	1.3
	広島駅前・段原	3.0	17.0	41.8	3.3	12.4	11.1	3.9	2.0	5.2	3.3
	その他中心部	3.7	15.7	36.5	4.4	8.2	18.9	2.5	3.1	6.9	3.8
	中心部全体		12.5	46.3	3.4	10.3	16.1	3.3	1.6	4.1	2.4
スポーツ・レジャー用品	紙屋町・八丁堀	6.9	3.6	67.9	11.8	1.1	6.1	4.3	1.1	2.9	1.2
	広島駅前・段原	1.7	7.8	55.8	6.5	1.3	3.9	14.3	3.9	3.9	2.6
	その他中心部	5.3	9.6	58.4	4.1	1.5	8.1	6.6	4.1	5.1	2.5
	中心部全体		6.3	62.8	8.3	1.3	6.5	6.5	2.5	3.8	2.0
玩具・娯楽品	紙屋町・八丁堀	7.4	1.5	73.8	5.5	1.5	4.7	8.7	0.4	2.2	1.7
	広島駅前・段原	1.6	10.1	53.6	5.8	0.0	5.8	13.0	7.2	2.9	1.6
	その他中心部	5.1	18.1	53.1	4.0	4.5	1.7	8.5	2.8	3.4	3.9
	中心部全体		8.3	64.1	5.0	2.3	3.8	9.2	2.1	2.7	2.5
書籍・文具	紙屋町・八丁堀	9.0	1.2	77.0	3.0	1.2	2.2	5.2	5.4	2.7	2.1
	広島駅前・段原	4.3	0.9	76.0	2.7	1.3	4.4	4.9	8.0	0.4	1.4
	その他中心部	2.5	3.0	57.4	3.0	5.9	4.0	5.9	9.9	7.9	3.0
	中心部全体		1.4	74.0	2.9	1.9	3.2	5.2	6.8	2.7	1.9

注(1) 本報告は「平成15年広島県商圏調査結果報告書」(広島県商工労働部)の一部要約として発表するものである。この調査は財団法人広島地域社会研究センターが受託し主担当増岡洋と田渡雅敏が今回発表する。調

査のフルペーパーは下記広島県のホームページにて閲覧可能である。

<http://www.pref.hiroshima.jp/shoukou/keiei/shouken/index.html>