

(株)岡山毎日広告社、(株)アス、(株)ビザビデジタルコミュニケーションズ、(株)ビザビプロモーションから成る企業グループ「ビザビ」の調査研究部門である岡山情報文化研究所では、岡山の消費者動向を把握するため、様々なリサーチを行っています。

今回は「主婦の買物動向調査 2006」の結果のお知らせですが、本調査は2001年、2003年に続き3回目です。岡山、倉敷、津山周辺のエリアごとに食料品や日用雑貨、衣料品、贈答品など7種類の商品について、最もよく購入する店と理由を調査しました。また、インターネットやメールの利用状況についても聞いています。

「主婦の買物動向調査 2006」集計結果

食料品の購入店舗1位は、岡山、倉敷はマルナカ、津山周辺はマルイ。

日用雑貨品の1位はエリアによって異なるが、2位はどのエリアでもザグザグである。

倉敷、津山周辺は、家電をデオデオで購入する人が60%以上を占める。

普段着は大型スーパーで、1位は、岡山＝天満屋ハピータウン、倉敷＝イオン倉敷、津山＝ジャスコであり、外出着は岡山、倉敷は天満屋が30%を超えている。

■ 調査概要

(1) 調査期間

2006年6月20日～7月25日

(2) 調査方法

電話調査による聞き取り調査

(3) 調査対象者

岡山県在住の主婦を、右記のようにエリア別年代別に均等に抽出した。

※岡山、倉敷は合併前の旧市内を岡山=10地域、倉敷=5地域に分割し、各地域から同数のサンプルを抽出

※津山周辺は、津山市(75S)、美作市(50S)、鏡野町(25S)・勝央町・奈義町(50S)、美咲町・久米南町(50S)を抽出

エリア名	20代	30代	40代	50代	60代	計
岡山	50	50	50	50	50	250
倉敷	50	50	50	50	50	250
津山周辺	50	50	50	50	50	250
計	150	150	150	150	150	750

■ 各エリアの回答者の属性

【家族の人数】

		総数	1人	2人	3人	4人	5人	6人以上
岡山	(人)	250	4	59	67	65	37	18
	(%)	100.0	1.6	23.6	26.8	26.0	14.8	7.2
倉敷	(人)	250	3	62	50	74	32	29
	(%)	100.0	1.2	24.8	20.0	29.6	12.8	11.6
津山周辺	(人)	250	4	47	41	53	42	63
	(%)	100.0	1.6	18.8	16.4	21.2	16.8	25.2

【家族構成】

		総数	夫婦のみ	核家族	二世帯	その他
岡山	(人)	250	53	146	45	6
	(%)	100.0	21.2	58.4	18.0	2.4
倉敷	(人)	250	61	122	63	4
	(%)	100.0	24.4	48.8	25.2	1.6
津山周辺	(人)	250	43	79	98	30
	(%)	100.0	17.2	31.6	39.2	12.0

【仕事の有無】

		総数	有職	無職
岡山	(人)	250	131	119
	(%)	100.0	52.4	47.6
倉敷	(人)	250	134	116
	(%)	100.0	53.6	46.4
津山周辺	(人)	250	129	121
	(%)	100.0	51.6	48.4

【お問合せ先】

岡山情報文化研究所 研究員 青木恵 TEL.086-251-1902 E-mail::aoki@maico.co.jp

1 食料品

■食料品購入店舗

岡山エリアでの食料品の購入店舗は、岡山市内の店舗数が22店と最も多いマルナカが17.8%で最高率。以下、天満屋ハピータウン(10.0%)、おかやまコープ、ハローズ(9.2%)と続く(図表1)。ただし、食品を扱う店は多く、かなり分散している。

ハローズは前回調査した2003年以降に岡山市で6店舗がオープンし、前回よりも8.0ポイント高い値を示した。

分散しているのは倉敷エリアも同様で、倉敷市内に19店舗あるマルナカが26.4%で最も高く、次が同じく19店舗のニシナ(18.8%)。以下の店舗の回答率は10%未満でハローズ(9.6%)、おかやまコープ(8.8%)と続く(図表2)。

津山周辺エリアは、エリア内に8店舗あるマルイ(27.6%)が最も高い割合を占める。以下、マルナカ(17.6%)、おかやまコープ(11.6%)、アイム天満屋(8.4%)の順である(図表3)。

前回調査とは、市町村合併の影響でエリアが異なっているため、単純に比較はできないが、アイム天満屋は前回調査時には11店舗あったが、今回の調査時点では8店舗に減少したため、回答も5.2ポイント低くなった。

■食料品購入店舗選択理由

日常必要なものである食料品を購入する際は、どのエリアにおいても「家に近い」が店舗選択の最も高い理由である(図表4)。岡山は店舗数も多く各店舗の競争も激しいため、「家に近い」以外の項目は当然のこととして受け止められているためか、他のエリアに比べ低い。倉敷は「新鮮」よりも「値段が安い」の回答が高い。津山周辺は広域から買い物に行く人が多いため、「家に近い」が他のエリアよりも低い。また2番目に「駐車場がとめやすい」があり、車での食料品購入率が高いことが伺える。

図表5 食料品購入頻度

	岡山 (n=250)	倉敷 (n=250)	津山周辺 (n=250)
毎日	9.2	16.8	7.6
週に4~5回	21.6	26.0	20.0
週に2~3回	51.2	45.6	52.8
週に1回	17.6	11.6	18.8
その他	0.4		0.8

図表6 食料品購入曜日

	岡山 (n=173)	倉敷 (n=143)	津山周辺 (n=181)
月曜	16.8	8.4	11.6
火曜	18.5	31.5	26.5
水曜	10.4	10.5	11.6
木曜	8.7	7.0	6.1
金曜	6.9	3.5	8.3
土曜	18.5	15.4	14.4
日曜	20.2	23.8	21.5

図表1 岡山の食料品購入店舗

店舗名(n=250)	%
マルナカ	17.6
天満屋ハピータウン	10.0
おかやまコープ	9.2
ハローズ	9.2
わたなべ生鮮館	7.2
リョービプラッツ	6.0
テンマヤハピーマート	5.2
ハピーズ	4.8
デオ	4.4
マックスバリュー	4.0
ニシナ	3.2
その他	19.2

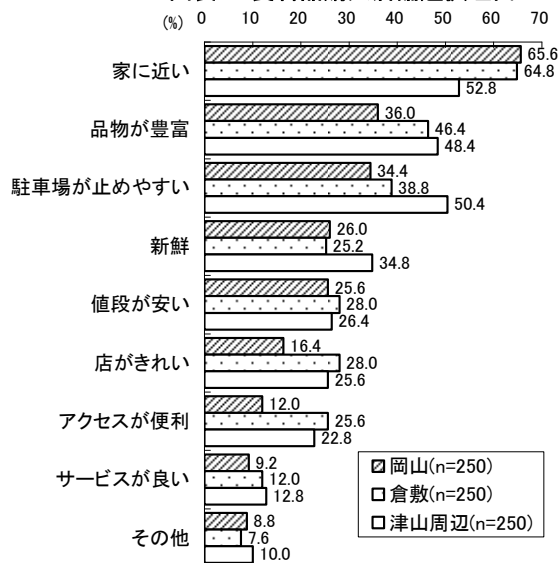
図表2 倉敷の食料品購入店舗

店舗名(n=250)	%
マルナカ	26.4
ニシナ	18.8
ハローズ	9.6
おかやまコープ	8.8
エブリイ	5.2
デオ	4.8
東久ストア	4.8
テンマヤハピーマート	4.0
天満屋ハピータウン	3.6
両備ストア	3.6
リョービプラッツ	3.2
その他	7.2

図表3 津山周辺の食料品購入店舗

店舗名(n=250)	%
マルイ	27.6
マルナカ	17.6
おかやまコープ	11.6
アイム天満屋	8.4
ジャスコ	6.8
イズミ	5.2
Aコープ	4.0
ハピッシュ	4.0
その他	14.8

図表4 食料品購入店舗選択理由



■食料品購入頻度

食料品の購入頻度は、「週に2~3回」が45.6%から52.8%と、どのエリアでも最も高い割合を占めた(図表5)。3つのエリアの中では、倉敷が食料品を購入する頻度が高く、津山周辺が低い(図表5)。年代が低いほど買い物頻度も低く、若い人ほど食料品のまとめ買いが多いようだ。

■食料品購入曜日

食料品を最もよく購入する曜日を、週に3回以下の頻度で食料品を買い物する人へのみに聞いた。土日の週末での買い物が岡山は38.7%、倉敷は39.2%、津山周辺は35.9%を占める。平日では、倉敷と津山周辺は火曜日が他の曜日に比べて高い(図表6)。

2 日用雑貨品

■日用雑貨品購入店舗

岡山では、特に高い割合をしめる店舗はなく、最も高いのがおかやまコープ(13.6%)。僅差で「ザグザグ」(10.8%)、「くすりのラブ」(10.4%)、「ひまわり」(8.8%)、マルナカ(8.4%)と続く(図表 7)。

前回よりも店舗数が増えたザグザグは 7.6 ポイント、ひまわりは 3.9 ポイント高くなった。

倉敷で最も高い割合を占めたのは、ひまわり(22.0%)。2~4番目は 10.4%の同率で、ザグザグ、おかやまコープ、マルナカ。ドラッグストアとスーパーでの購入がほとんどであり、ホームセンターでは、唯一タイムが 3%以上を占めた(図表 8)。

店舗数は前回と同じだが、ひまわりは前回より 13.8 ポイントと大きく増加した。ザグザグ、おかやまコープ、金光薬局も若干高くなった。

図表 7
岡山の日用雑貨品購入店舗

店舗名 (n=250)	%
おかやまコープ	13.6
ザグザグ	10.8
くすりのラブ	10.4
ひまわり	8.8
マルナカ	8.4
タイム	5.2
天満屋ハピータウン	3.6
金光薬局	3.6
ハローズ	3.2
セガミ	3.2
その他	29.2

図表 8
倉敷の日用雑貨品購入店舗

店舗名 (n=250)	%
ひまわり	22.0
ザグザグ	10.4
おかやまコープ	10.4
マルナカ	10.4
金光薬局	8.4
ニシナ	5.2
タイム	4.8
セイムズ	3.6
その他	24.8

図表 9
津山周辺の日用雑貨品購入店舗

店舗名 (n=250)	%
ナンバ	20.1
ザグザグ	16.1
おかやまコープ	10.0
マルイ	9.2
マルナカ	7.6
コメリ	5.6
ジャスコ	4.8
カインズホーム	4.0
イーストランド	3.6
その他	18.9

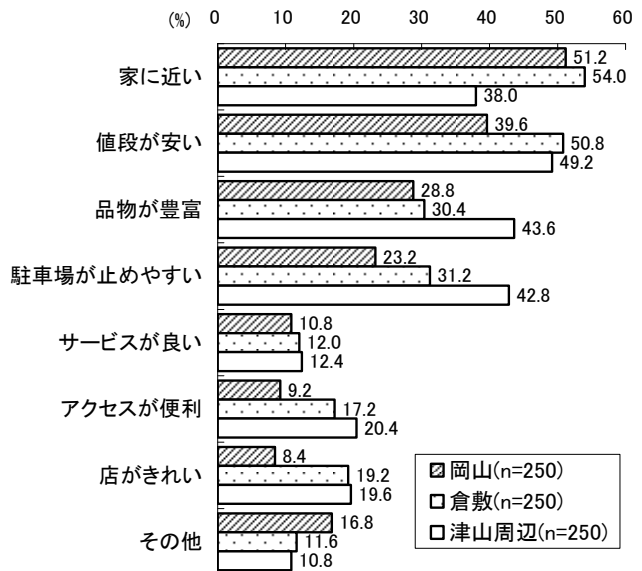
津山周辺で日用雑貨品を購入するのは、ナンバ(20.1%)、ザグザグ(16.1%)、おかやまコープ(10.0%)の順になっている(図表 9)。ホームセンターやドラッグストア、スーパーでの購入に分かれているが、ドラッグストアの種類が少ないエリアのためか、ホームセンターやスーパーの割合が高い。

前回調査時にはナンバは5店舗あったが、今回は3店舗になったため、7.4 ポイント減少した。ザグザグは前回、エリア内に店舗がなかったが今回は 5 店舗で 16.1%を占めた。

■日用雑貨品購入店舗選択理由

日用雑貨品を購入する店舗を選んでいる理由だが、岡山と倉敷は「家に近い」が最も高いのに対し、津山周辺は「値段が安い」(49.2%)が1位の理由。「値段が安い」は岡山も倉敷も2番目に高い。日用雑貨品を購入する際には、より安い店で購入したいという意識が伺える。津山は、食料品と同様「駐車場がとめやすい」(42.8%)や、また「アクセスが便利」(20.4%)が他のエリアよりも高い(図表 10)。

図表 10 日用雑貨品購入店舗の選択理由



3 日用衣料品

■日用衣料品購入店舗

普段着や下着などの日用衣料品を購入するのは、岡山では天満屋ハピータウン(22.8%)、しまむら(11.6%)、イトーヨーカドー(8.0%)、イトウゴフク(6.8%)の順で、大型スーパーとチェーンの衣料品店が上位である(図表 11)。

前回よりも、しまむらが 7.4 ポイント高くなった。

倉敷は、イオン倉敷(18.9%)での購入者が最も多い。以下、天満屋ハピータウン(13.3%)、しまむら(11.6%)、マルナカ(10.0%)の順だが、それぞれの主要店舗の値は 10%台で、多様な店で買い物している(図表 12)。なお、イオン倉敷

にはジャスコイオン倉敷店、メガマートイオン倉敷店は含まれていない。

前回も1位はイオン倉敷だったが、今回は前回より 7.2 ポイント低くなった。

津山周辺は、最も高いのはジャスコ(36.2%)。以下、通販(10.6%)、しまむら(10.2%)、イズミ(9.8%)の順(図表 13)。岡山や倉敷に比べ、店舗の種類も数も少ないため、回答のあった店舗も少ない。

前回よりもイズミが 7.5 ポイント低くなり、しまむらが 6.9 ポイント高くなるなどの変化が見られた。

■日用衣料品購入店舗選択理由

日用衣料品は、どのエリアも「品物が豊富」が、店舗選択の最も高い理由である。岡山と倉敷は、「家に近い」、「値段が安い」が続くが、津山周辺に関しては、2番目が「駐車場が止めやすい」で、3番目に「値段が安い」となった(図表 14)。家の近くに店が少ないこともあり、近さはあまり重要視してはいない。

図表 11
岡山の日用衣料品購入店舗

店舗名 (n=250)	%
天満屋ハピータウン	22.8
しまむら	11.6
イトーヨーカドー	8.0
イトウゴフク	6.8
天満屋	6.4
ジャスコ	6.0
通販	5.6
イオン倉敷	4.4
イズミヤ	4.0
マルナカ	3.2
その他	21.2

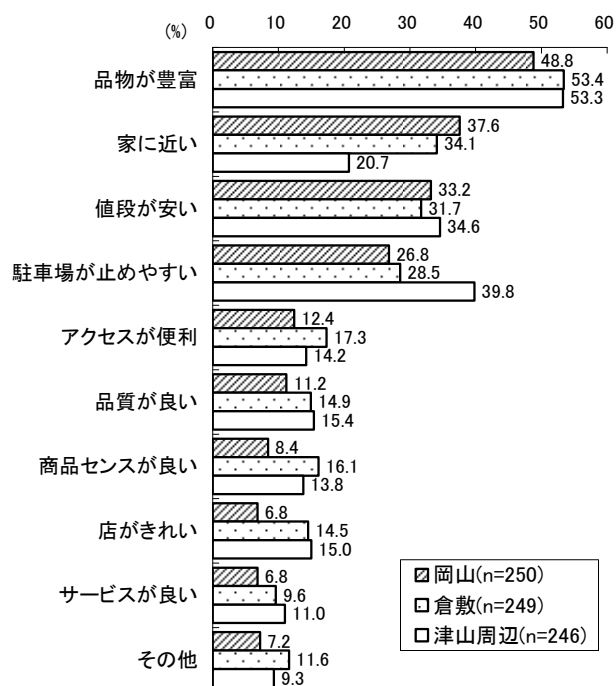
図表 12
倉敷の日用衣料品購入店舗

店舗名 (n=249)	%
イオン倉敷	18.9
天満屋ハピータウン	13.3
しまむら	11.6
マルナカ	10.0
天満屋	7.2
ジャスコ	6.8
通販	6.8
サブリーナ	4.4
イトウゴフク	4.0
その他	16.9

図表 13
津山周辺の日用衣料品購入店舗

店舗名 (n=246)	%
ジャスコ	36.2
通販	10.6
しまむら	10.2
イズミ	9.8
マルナカ	4.1
城山	4.1
アルネ津山	3.7
アイム天満屋	3.7
その他	17.9

図表 14 日用衣料品購入店舗の選択理由



4 家電品

■家電品購入店舗

岡山の家電品購入店舗は、店舗数の多いデオデオ(43.1%)が、最も高い割合を占めた。次がヤマダ電機(25.4%)である(図表 15)。

前回、コジマは調査時期がオープン直後だったことからほとんど回答がなかったが、今回は 5.6%を占めた。また、ニノミヤが前は 14.2%を占めていたが、調査後に閉店したことが、ヤマダ電機が 12.9ポイントも増加した一因と考えられる。

倉敷は、デオデオ(66.1%)が6割を超える。他はコジマ(7.3%)、ベスト電器(4.8%)など 10%未満と、デオデオが非常に高い割合を占める(図表 16)。

前回よりもデオデオは 30.7 ポイント高くなった。前回 2位だったニノミヤ(25.3%)が閉店したこと、前回調査以降にデオデオが4店舗をオープンさせたことが影響しているようだ。

図表 15
岡山の家電品購入店舗

店舗名 (n=248)	%
デオデオ	43.1
ヤマダ電機	25.4
ベスト電器	11.3
コジマ	5.6
その他	14.5

図表 16
倉敷の家電品購入店舗

店舗名 (n=248)	%
デオデオ	66.1
コジマ	7.3
ベスト電器	4.8
ヤマダ電機	2.8
その他	19.0

図表 17
津山周辺の家電品購入店舗

店舗名 (n=241)	%
デオデオ	66.8
ベスト電器	12.9
ジャスコ	2.9
ナンバ	1.7
その他	15.8

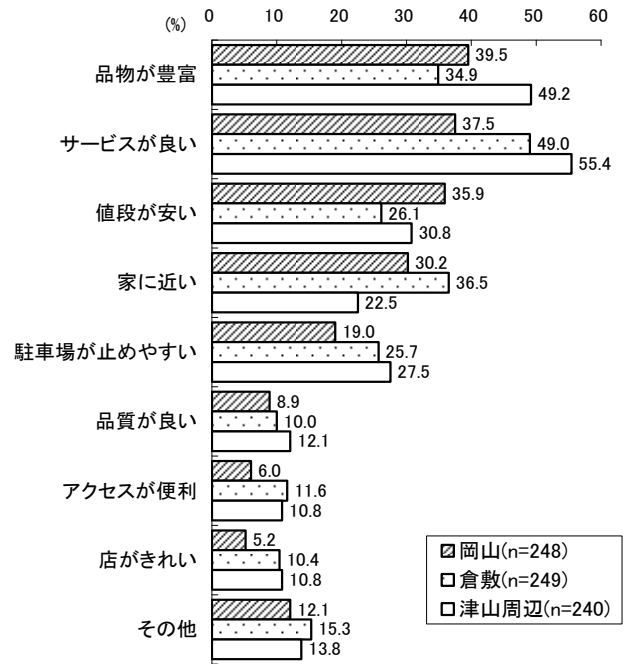
津山周辺は、「デオデオ」(66.8%)が7割近くを占め、次のベスト電器(17.9%)とは大きな差がある(図表 17)。

前回よりもデオデオは 16.8 ポイント高くなった。

■家電品購入店舗選択理由

家電品の購入店舗選択理由の上位は、エリアにより違いがある。それぞれベスト3をあげると、岡山では、「品物が豊富」(39.5%)、「サービスがよい」(37.5%)、「値段が安い」(35.9%)。倉敷は、「サービスがよい」(49.0%)、「家に近い」(36.5%)、「品物が豊富」(34.9%)。津山周辺は、「サービスがよい」(55.4%)、「品物が豊富」(49.2%)、「値段が安い」(30.8%) (図表 18) がベスト3。

図表 18 家電品購入店舗の選択理由



5 インテリア用品

■インテリア用品購入店舗

カーテンや寝具などのインテリア用品だが、岡山では、天満屋ハピータウン(11.6%)、「タイム」(10.3%)、通販(7.8%)の順だが、その購入店舗は様々で、「その他」も 39.7%を占める(図表 19)。

なお、インテリアの購入に関する設問は、今回調査から加えた設問のため、前年比較はない。

倉敷では、特に高い割合を占める店舗はなく、最も高いのは、イオン倉敷(13.6%)。他は、天満屋ハピータウン(8.9%)、通販(8.9%)、ナフコ(7.0%)などがあるが、どれも 10%未満である(図表 20)。

図表 19 岡山のインテリア用品購入店舗

店舗名(n=232)	%
天満屋ハピータウン	11.6
タイム	10.3
通販	7.8
おかやまコープ	5.6
イトーヨーカドー	5.2
ジャスコ	5.2
ニトリ	6
天満屋	4.3
メガマート	4.3
その他	39.7

図表 20 倉敷のインテリア用品購入店舗

店舗名(n=213)	%
イオン倉敷	13.6
天満屋ハピータウン	8.9
通販	8.9
ナフコ	7.0
タイム	6.1
メガマート	4.2
ナンバ	3.8
おかやまコープ	3.8
シュフレ	3.8
しまむら	2.8
その他	37.1

図表 21 津山周辺のインテリア用品購入店舗

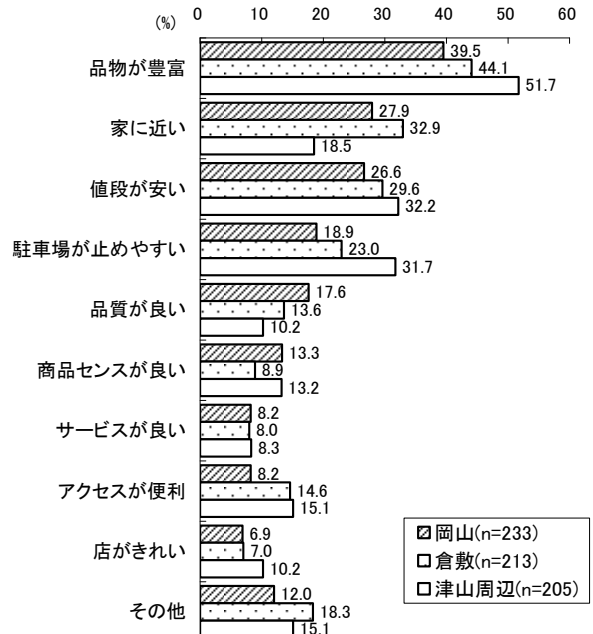
店舗名(n=232)	%
ジャスコ	32.0
ナンバ	24.6
通販	8.9
イズミ	7.4
その他	27.1

津山周辺は、ジャスコ(32.0%)、ナンバ(24.6%)、通販(8.9%)、イズミ(7.4%)の順で高く、主に、大型スーパーやホームセンターで購入している(図表 21)。

■インテリア用品購入店舗選択理由

インテリア用品を購入する店舗の選択理由は、「品物が豊富」がどのエリアでも最も高い。特に津山周辺では、回答率が半数を超えた。2番目は、岡山と倉敷では「家に近い」、津山周辺では「値段が安い」となった(図表 22)。

図表 22 インテリア用品購入店舗の選択理由



6 外出着

■外出着購入店舗

スーツやブラウスなどの外出着を購入する店舗で、岡山で最も高いのは、天満屋(34.4%)。そして、天満屋ハピータウン(13.9%)、高島屋(11.9%)、イトーヨーカドー(9.4%)と続き、デパートや大型スーパーの割合が高い(図表 23)。

前回より天満屋が 6.9 ポイント、高島屋が 3.0 ポイント低くなるなど、デパートが減少し、天満屋ハピータウンやイトーヨーカドーなど大型スーパーの値がやや増加した。

図表 23
岡山の外出着購入店舗

店舗名(n=244)	%
天満屋	34.4
天満屋ハピータウン	13.9
高島屋	11.9
イトーヨーカドー	9.4
ジャスコ	4.5
通販	3.7
その他	22.1

図表 24
倉敷の外出着購入店舗

店舗名(n=242)	%
天満屋	31.8
イオン倉敷	22.3
天満屋ハピータウン	7.4
高島屋	5.0
ジャスコ	4.5
サブリーナ	4.1
しまむら	3.7
通販	2.9
その他	18.2

図表 25
津山周辺の外出着購入店舗

店舗名(n=221)	%
ジャスコ	38.5
アルネ津山	11.8
通販	10.0
天満屋	8.1
イズミ	5.9
高島屋	3.2
その他	22.6

倉敷での外出着の購入店舗は、天満屋(31.8%)、イオン倉敷(22.3%)、天満屋ハピータウン(7.4%)の順。天満屋は、岡山店が 12.0%、倉敷店が 19.8%と、岡山市での買い物も少くない(図表 24)。

前回よりも天満屋は 3.8 ポイント増、イオン倉敷は 5.4 ポイント増であった。前回 15.6%を占めていた三越が閉店したこともあり、この二大主要店舗が占める割合が一層高くなったと考えられる。

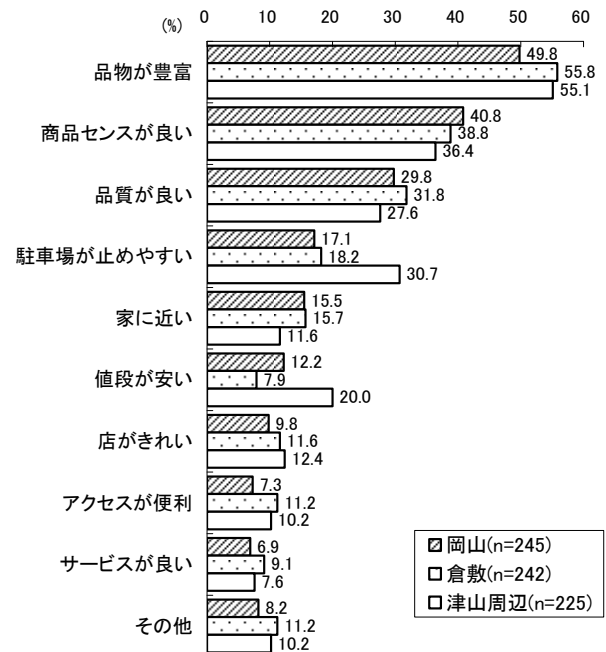
津山周辺はジャスコ(38.5%)が最も高く、以下、アルネ津山(11.8%)、通販(10.0%)、天満屋(8.1%)と続く(図表 25)。

前回よりもジャスコが 9.9 ポイント増加し、イズミが 12.2 ポイント減少した。

■外出着購入店舗選択理由

外出着の購入店舗を選択する理由のベスト2は、3エリアとも「品物が豊富」、「商品センスがよい」である。津山周辺は、他エリアと比べて「駐車場がとめやすい」、「値段が安い」が高い(図表 26)。

図表 26 外出着購入店舗の選択理由



7 贈答品

■贈答品購入店舗

岡山は、天満屋(34.0%)、高島屋(17.2%)、天満屋ハピータウン(16.4%)がベスト3(図表 27)。

前回よりも天満屋は 18.1 ポイント減少した。天満屋ハピータウンも 4.7 ポイント増加しているが、今回は前回に比べて「その他」の占める割合が高く、贈答品を購入する店は分散化している。

図表 27
岡山の贈答品購入店舗

店舗名(n=244)	%
天満屋	34.0
高島屋	17.2
天満屋ハピータウン	16.4
通販	6.1
シャディ・サラダ館	3.7
その他	22.5

図表 28
倉敷の贈答品購入店舗

店舗名(n=237)	%
天満屋	38.4
天満屋ハピータウン	12.2
イオン倉敷	11.4
高島屋	7.2
シャディ・サラダ館	6.3
通販	3.8
おかやまコープ	3.4
マルナカ	3.0
その他	14.3

図表 29
津山周辺の贈答品購入店舗

店舗名(n=215)	%
ジャスコ	15.3
アルネ津山	11.6
イリエ	10.2
マルイ	8.8
シャディ・サラダ館	8.8
おかやまコープ	4.7
通販	4.7
天満屋	2.8
その他	33.0

倉敷では、天満屋(38.4%)が4割近くを占める。高島屋(7.2%)などデパートを合計すると 45.6%となり、デパートでの贈答品の購入率は高い。天満屋の次は、天満屋ハピータウン(12.2%)、イオン倉敷(11.4%)で、ベスト3までの回答率は10%以上だった(図表 28)。

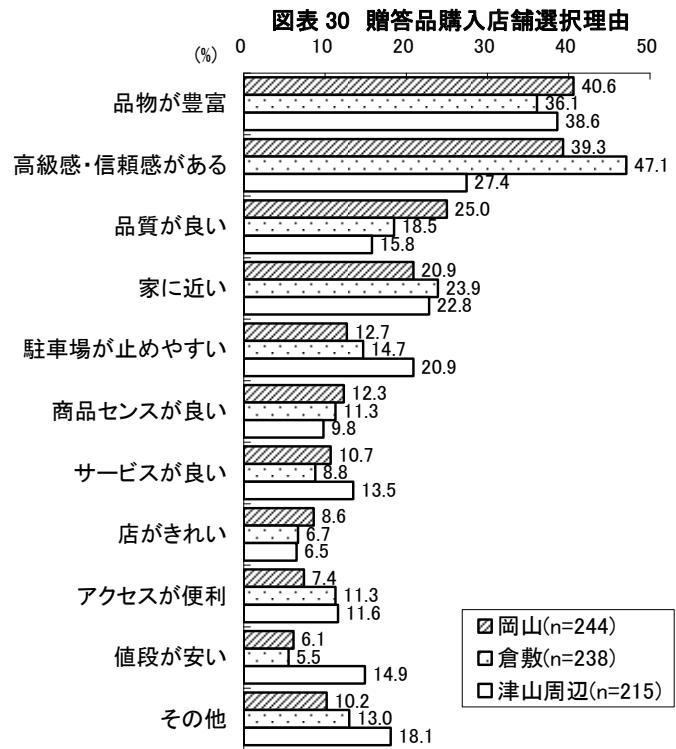
前回よりも、天満屋は4.1ポイント、天満屋ハピータウンは 5.4ポイント、イオン倉敷は 4.2ポイント増加した。前回 19.2%を占めた三越が閉店したことが影響しているようだ。

津山周辺は、ジャスコ(15.3%)、アルネ津山(11.6%)、イオン倉敷(10.2%)の順。4位以降は 10%未満の店舗ばかりである(図表 29)。

前回より、マルイが6.6ポイント増加した。

■贈答品購入店舗選択理由

贈答品を購入する店舗の選択理由で高いのは、「品物が豊富」、「高級感・信頼感がある」がどのエリアでも上位にあげられている。ただ、岡山と津山周辺は「品物が豊富」が1位の理由であるのに対し、倉敷は「高級感・信頼感がある」ことのほうを重視している。3番目の理由は、岡山は「品質が良い」、倉敷と津山周辺は「家に近い」である(図表 30)。



8 通信関連の利用状況

FAX以外の通信利用は、2003年に実施した前回調査よりも高くなっており、携帯電話もパソコンもネット環境を使いこなしている主婦が増えている。特に増加率が高いのが、「携帯電話でのメール」で 12.9ポイント増。また「PCでのインターネット」も9.6ポイント増加した。

携帯電話についてはメールもインターネットもエリアによる差はあまりないが、パソコン利用には地域間格差が見られ、岡山市は「PCでのメール」(26.8%)、「PCでのインターネット」(46.4%)に対し、津山周辺では「PCでのメール」(13.2%)、「PCでのインターネット」(25.2%)であり、県北の主婦の利用率の低さが伺える(図表 31)。

また、年代別による差も顕著であり、20代は「携帯電話でのメール」(92.0%)は9割を超え、ほぼ全員が使っているといってもよいだろう。インターネットはパソコンのほうの利用率は高く、「PCでインターネット」(51.3%)は半数を超えている。60代は「FAX」(30.0%)が最も高く、携帯電話でメールしているのは5人に1人である(図表 32)。

