

## 鳥取県民の消費購買行動～その調査結果と今後の対応

消費者購買トレンドリサーチ事業委員会委員長  
宮下 淳（大阪学院大学 教授）

平成16年度に鳥取県中小企業団体中央会は県からの受託事業として「鳥取県消費者購買トレンドリサーチ事業」を実施した。本県ではこの種の事業としては初めての試みとのことである。そこでは、いくつかの興味深い結果が明らかになった。

若い年代の人を中心に買い物に不満をもっている人が多かった。特に、婦人服やくつ、カバン、アクセサリといった商品を扱う魅力的な店が欲しいとの声が目立った。

中小商店（商店街など）で買い物する機会は少なく、県内の店舗としては、ショッピングセンター、専門店、百貨店が主力になっている。

ファッション商品等を県外に買い物に行く人が少なくない。内訳としては関西地区へ行く人が鳥取市など県東部地域を筆頭に多かった。ただし、県西部地域の人に関西地区以外にも松江や東京へ買い物に出向き、県中部の人は岡山にも買い物に行っている。

県内商店への消費者の要望・意見は多いものの、また、それは商品によって差があるものの、ほぼ満足しているという結果であった。

郡部地域では地元商店が比較的少なく、市部に買い物に出かけている。その比率が高かったのは岩美郡、日野郡等である。

その他にも注目すべき調査結果が出た。報告書には詳細なデータとそのクロス分析が掲載されている。

県内の商業施設の種類ごとの買い物比率、県外への買物流出率、インターネットや通信販売、コンビニエンスストア等での買い物率、曜日・時間帯別の買い物動向、年代や性別の消費者購買行動、および消費者満足度など。これらの数字が、どのようなトレンドを示すのだろうか？ 今後、定期的に調査して把握し分析する必要がある。

いずれにしても、今回の調査結果を踏まえて県内の商業者は改善の努力が必須である。例えば、商店は専門店化し「何か卓越したところがある」店にならなければならないし、中小スーパーは今後ともショッピングセンターとの競合に負けない取り組みが求められる。さらには、若年層や高齢者層および郡部の消費者への配慮も怠ってはならない。

消費者満足の質の向上を目指す努力が必要だ。地元消費者の日常の買い物だけを対象にした、消極的な商店経営では潜在的な不満は蓄積されるばかりである。消費者が県内や地元にはない商品を域外に買いに行くのはある程度やむを得ないにしても、独自の優れた商品を県内の商店が提供する。有名ブランド商品や一般的な商品を扱えばよいのではなく、店独自の個性的な商品を扱う専門店が県内に多数出現し、県の商業水準を高めれば顧客に満足され、ひいては県外からの「顧客流入」も図られよう。

鳥取県の小売商業の質（商業施設の適正なミックスや魅力的な経営）の向上が期待される。それにいかに応えることができるのか。商業者・消費者・行政のコラボレーション（協働）による鳥取県商業ビジョン（仮称）の策定と、それに基づく商業者自身の経営改善行動が求められる。そのための基礎資料が、この事業による調査結果であると考えられる。

調査結果はこちらから