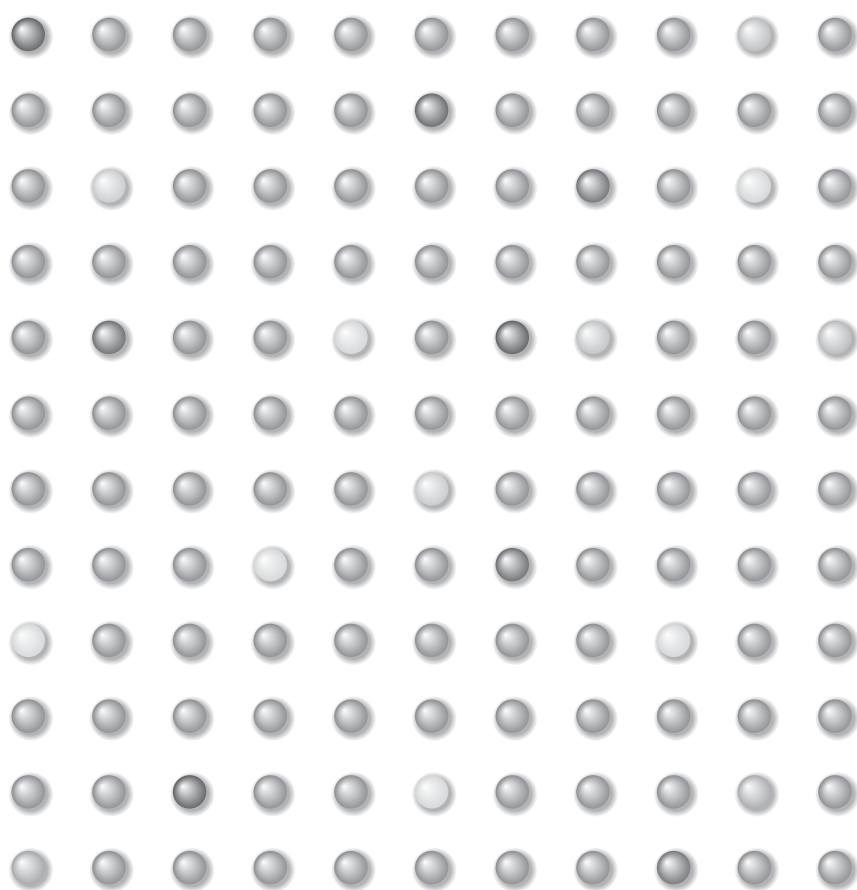


平成16年度 鳥取県委託事業

鳥取県消費者購買トレンドリサーチ事業報告書



平成17年3月

鳥取県中小企業団体中央会

は じ め に

近年の消費者購買行動は、デフレ経済下での長期不況、少子高齢化や核家族化の進展、高速交通網の整備、郊外型大型店や新業態店の進出などにより、意識やライフスタイルが大きく変化してきており、その購買行動も一層複雑化し、小売商業にとってどのように対応して行くべきか、先行きが見えづらくなっているのが現状です。

本会は、こうしたなか鳥取県の委託を受け、消費者の購買行動とニーズの把握という小売商業の基本的課題に対応すべく、『鳥取県消費者購買トレンドリサーチ事業』に取り組みました。

本報告書は、県全域における消費者購買実態を把握し、消費者の購買行動や意識を明らかにすることにより、今後の本県小売商業の活性化や行政の施策立案、ひいては小売商業のレベルアップによる県民生活水準の向上を図るための基礎資料とするためとりまとめたものです。本報告書が県下小売商業者をはじめ関係機関など各方面で幅広く活用され、地域商業の活性化に寄与できれば幸いです。

おわりに、本事業の実施にあたり格段のご協力いただきました県内の自治会をはじめとする各種団体、報告書のとりまとめにあたりご指導をいただきました大阪学院大学流通科学部教授宮下淳様ならびに事業委員会委員各位に深く感謝申し上げます。

平成17年3月

鳥取県中小企業団体中央会
会 長 加 藤 禮次郎

CONTENTS 目次

I 調査概要

1. 調査の目的	1
2. 調査の方法	1
3. 調査対象	1
4. 調査時点	1
5. 調査票の配布・回収方法	1
6. 調査項目	1
7. 回収結果	2

II 統計調査からみた消費環境

1. 都市構造	
(1) 鳥取県の位置	3
(2) 交通条件	3
(3) 鳥取県の人口動態と産業構造	9
2. 消費者構造	
(1) 人口1人当たり県民所得	14
(2) 実収入	14
(3) 家計消費支出額	15
(4) 貯蓄現在高	15
(5) 消費者物価地域差指数	16
3. 小売商業構造	
(1) 鳥取県の小売商業指数	16

III 消費者購買の特性

1. 消費者の購買トレンドの特徴	
(1) 品目別にみた購買特性	18
(2) 業態別（購買店舗別）にみた購買特性	24
2. 地域別特性と商圈動向	
(1) 地域別にみた購買特性	58
(2) 地域別にみた顧客満足	111
3. 年齢別にみた購買特性	
(1) 食料品（生鮮・一般）	119
(2) 日用雑貨	119
(3) 医薬品・化粧品	120
(4) 肌着・シャツ・普段着	120
(5) 婦人服	120
(6) くつ・カバン・バッグ	121
(7) 時計・メガネ・アクセサリー	122
(8) 家具・家電	122



4. 県外への買い物出向動向	123
5. 県内無店舗販売の購買動向	
(1) 訪問・移動販売	125
(2) 生協	127
(3) インターネット	129
(4) 通信販売	131

IV 調査結果（性・年齢別、居住地別）

1. 調査対象の特性	133
2. 品目別の調査結果	
(1) 食料品（生鮮・一般）	134
(2) 日用雑貨	142
(3) 医薬品・化粧品	149
(4) 肌着・シャツ・普段着	157
(5) 婦人服	165
(6) くつ・カバン・バッグ	173
(7) 時計・メガネ・アクセサリー	181
(8) 家具・家電	189
3. 県外への買い物頻度	197
4. 県外の買い物場所	198
5. 県外で買いたい商品	199
6. 県外に買い物に行く（行きたい）理由	200
7. 県外で買い物する理由	201
8. 自由意見の集約	202

V 消費者購買トレンドの方向性

1. 消費マーケットの動向	212
2. 消費者満足と購買動向	
(1) 消費者満足の捉え方	212
(2) 商業施設構造面	212
(3) 商業施設機能面	213
(4) 交通体系の整備と県外への購買力流出	213
3. 消費者購買のトレンドについて	214
4. テンドリサーチの継続的实施について	215

<資 料>

鳥取県消費者購買テンドリサーチ事業委員会委員名簿
消費者購買テンドリサーチアンケート

I. 調査概要

1. 調査の目的

- ・ 県内消費者の購買行動の実態を把握（検証）するとともに、ニーズの変化を読むことにより近い将来の購買行動を予測する。
- ・ 県内商業者、商店街関係者が商業活性化のために、また行政が施策に反映させるために活用できる基礎データを整備する。
- ・ 県内商業者の顧客満足を向上させることにより、県民生活の利便性等の向上を図る。

2. 調査の方法

- ・ アンケートによる定量分析（留め置き調査）
- ・ 全国同種調査との比較分析
- ・ 委員会における定性分析
- ・ 時系列分析への配慮

3. 調査対象

- ・ 調査対象数 10,000人
- ・ 調査標本 個人
- ・ 標本抽出方法 市郡別に人口按分し、男女別、世代別に抽出した。

4. 調査時点

- ・ 平成16年8月末日

5. 調査票の配布・回収方法

- ・ 調査票設計 A 4 判 4 ページ、設問数20問以内
- ・ 配布・回収方法 調査協力団体に配布・回収した。
- ・ 回収目標 8,000サンプル

6. 調査項目

- ・ 購買品目は中分類レベルとした。
- ・ 最寄り品と買い回り品の調査項目を分けなかった。
- ・ 実態調査項目では、購買品目毎に買い物の場所、頻度、所要時間、時間帯、交通手段等を把握することにより、現時点での消費者の購買行動特性を明らかにした。
- ・ ニーズ調査項目では、購買品目毎に購買先（業態）の選択基準、商品購買の決定要因により現在の行動理由を明らかにするとともに、満足度、判断材料等今後の行動に影響を与えると考えられる消費者意識を明らかにし、近い将来の購買行動を予測した。

7. 回収結果

- ・調査票配布件数 10,000件
- ・調査票回収件数 8,115件
- ・調査票回収率 81.2%
- ・市郡別、年代別の回収状況は以下のとおり。

《消費者購買トレンドリサーチ調査票回収状況》

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	合計	回収率
鳥取市	195	430	415	410	450	310	290	2,500	
	151	477	426	397	433	138	184	2,206	88.2%
倉吉市	65	100	100	120	155	125	135	800	
	55	98	86	97	104	101	172	713	89.1%
米子市	165	340	390	355	430	340	280	2,300	
	118	304	347	339	332	305	189	1,934	84.1%
境港市	40	80	95	90	120	95	80	600	
	21	61	78	69	90	116	60	495	82.5%
市計	465	950	1,000	975	1,155	870	785	6,200	
	345	940	937	902	959	660	605	5,348	
	74.2%	98.9%	93.7%	92.5%	83.0%	75.9%	77.1%	86.3%	
岩美郡	35	55	50	70	70	60	60	400	
	18	43	42	64	76	16	21	280	70.0%
八頭郡	65	90	90	130	150	135	140	800	
	38	65	71	134	154	81	62	605	75.6%
気高郡	35	45	50	70	70	60	70	400	
	20	42	40	50	72	17	17	258	64.5%
東伯郡	90	125	140	180	210	175	180	1,100	
	36	76	139	209	251	85	62	858	78.0%
西伯郡	60	95	95	125	160	135	130	800	
	40	76	107	146	104	27	11	511	63.9%
日野郡	20	25	25	45	55	60	70	300	
	12	23	34	54	58	40	34	255	85.0%
郡計	305	435	450	620	715	625	650	3,800	
	164	325	433	657	715	266	207	2,767	
	53.8%	74.7%	96.2%	106.0%	100.0%	42.6%	31.8%	72.8%	
県計	770	1,385	1,450	1,595	1,870	1,495	1,435	10,000	
	509	1,265	1,370	1,559	1,674	926	812	8,115	
	66.1%	91.3%	94.5%	97.7%	89.5%	61.9%	56.6%	81.2%	

注:①市及び郡は市町村合併前の標記

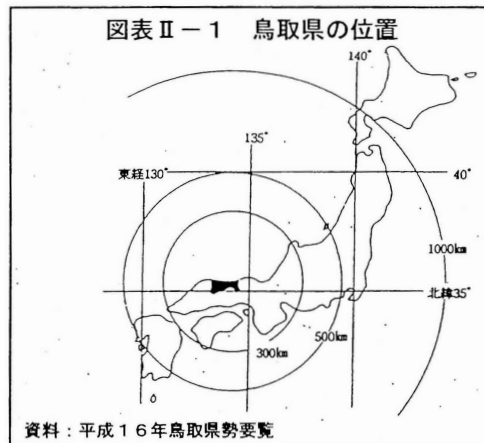
②上段は配布件数、下段は回収件数

II. 統計調査からみた消費環境

1. 都市構造

(1) 鳥取県の位置

鳥取県は、日本列島本島の西端に位置する中国地方の北東部に位置し、東西約120km、南北約20～50kmと、東西にやや細長い県である。北は日本海に面し、鳥取砂丘をはじめとする白砂青松の海岸線が続き、南には、中国地方の最高峰・大山をはじめ、中国山地の山々が連なっている。山地の多い地形ながら、三つの河川の流域に平野が形成され、それぞれ鳥取市、倉吉市、米子市が流域の中心都市として発達している。気候は比較的温暖で、春から秋は好天の日が多いが、冬には降雪もあるなど、四季の移り変わりは鮮やかで、また、台風などの自然災害が少なく、気候条件に比較的恵まれている。



図表Ⅱ－２ 鳥取県の経緯度

方位	地名	経緯度	距離
東端	八頭郡若桜町大字落折	東経 134 度 31 分	} 126km
西端	日野郡日南町大字新屋	" 133 度 08 分	
南端	日野郡日南町大字豊栄	北緯 35 度 03 分	} 62km
北端	岩美郡岩美町大字陸上	" 35 度 36 分	

資料：平成16年度鳥取県勢要覧

(2) 交通条件

①道路の整備状況

本県における高規格幹線道路については、平成4年、中国横断自動車道岡山米子線（米子自動車道）が全面開通したのをはじめ、中国横断自動車道姫路鳥取線では「志戸坂～西粟倉間」は既に供用済みで「智頭～志戸坂間」が平成18年の供用予定となっている。またその他の区間は現在事業中である。一方、山陰自動車道（山陰道）については、「青谷～羽合間」、「淀江～米子間」は既に供用済みで「名和～淀江間」が平成19年の供用目

図表Ⅱ－３ 鳥取県の高規格幹線道路区間別整備状況

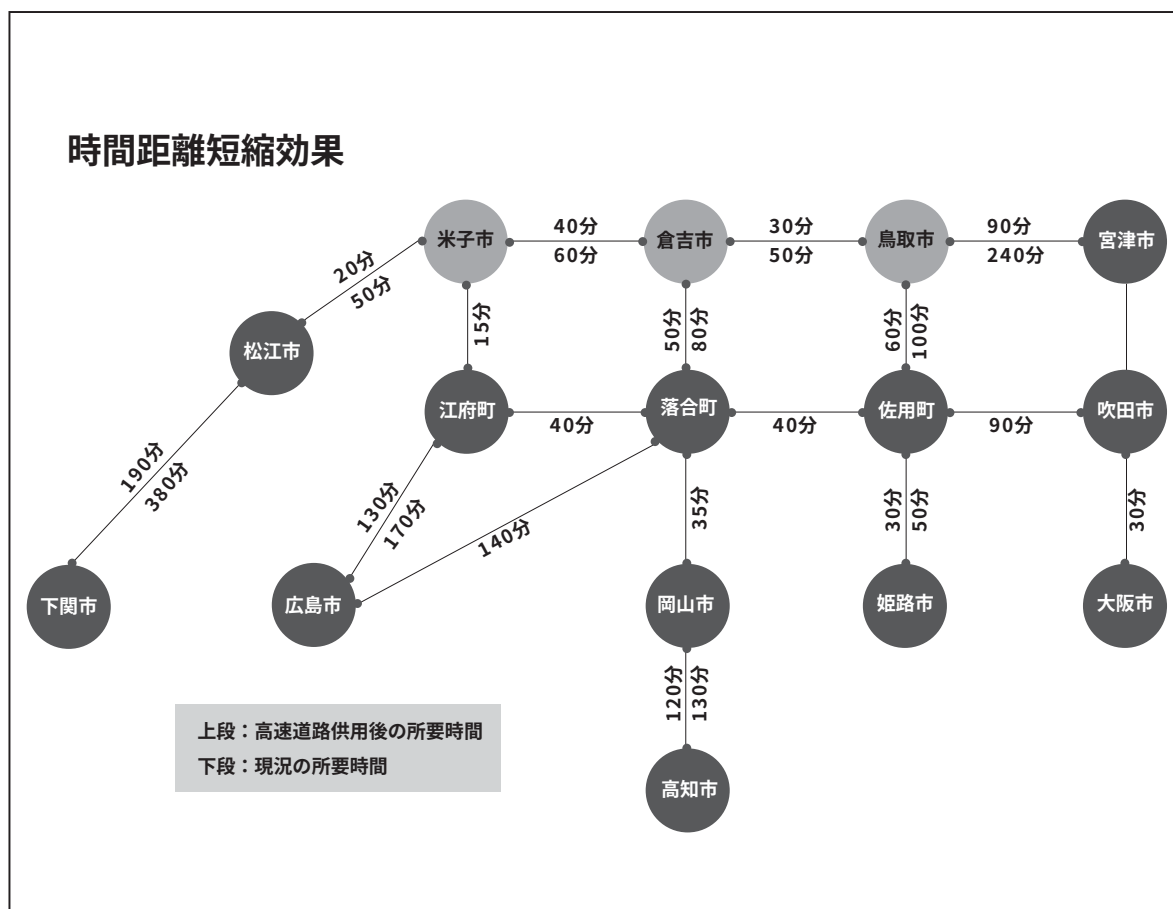
高規格幹線道路区間別整備状況
○中国横断自動車道姫路鳥取線
・鳥取～智頭間は事業中区間
・智頭～志戸坂間 H18 供用予定
・志戸坂～西粟倉間 H9.4 供用
・西粟倉～作用は事業中区間
○山陰自動車道（山陰道）
・鳥取～青谷間は未事業化区間
・青谷～羽合間 H15.3 供用
・羽合～赤碕中山間は事業中区間（H20 年代前半供用目標）
・赤碕中山～名和間は未事業化区間
・名和～淀江間は事業中区間（H19 供用目標）
・淀江～米子間 供用
○中国横断自動車道岡山米子線（米子自動車道）
・米子～江府間 H 元.12 供用
・江府～落合間 H4.12 供用（全面開通）

資料：鳥取県中小企業団体中央会調べ

標、「羽合～赤碕中山間」は平成20年代前半の供用目標となっている。ただし、「鳥取～青谷間」、「赤碕中山～名和間」は未事業化区間である。

これらの整備が完了すれば、鳥取～米子間は約70分の所要時間で結ばれ、約40分の時間短縮となるほか、県外各主要都市に対してもそれぞれ図表Ⅱ－４のような時間短縮が実現される。

図表Ⅱ－４ 道路整備における時間短縮効果



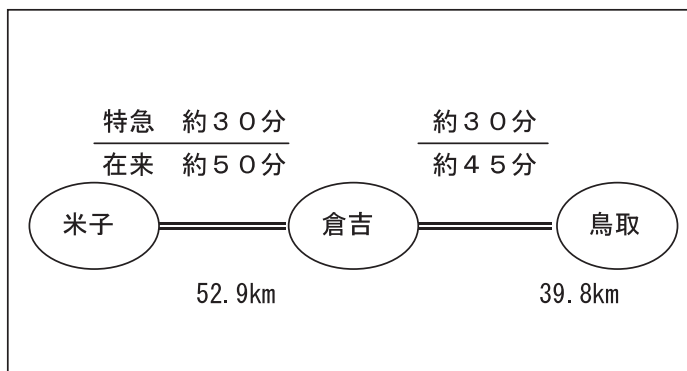
資料：鳥取県県土整備部道路課

②主要駅間の鉄道所要時間

県内主要駅を結ぶ鉄道の所要時間は、鳥取～米子間では在来線で約95分かかるものの、特急を利用すれば約60分で到達する。

また、鳥取、米子、倉吉から県外主要都市駅への所要時間をみると、大阪へは2時間20分～3時間10分、岡山へは1時間45分～2時間55分、広島へは2時間30分～3時間45分、東京へは5時間10分～5時間40分で県内各主要駅から到達することが可能である。

図表Ⅱ－6 県内主要駅間の鉄道所要時間



資料：鳥取県中小企業団体中央会調べ

図表Ⅱ－7 主要都市駅への鉄道所要時間

	大阪	岡山	広島	東京
鳥取	約2時間20分	約1時間45分	約2時間30分	約5時間10分
	210.7km	141.8km	303.1km	767.1km
米子	約3時間10分	約2時間00分	約2時間55分	約5時間35分
	343.2km	159.1km	320.4km	892.0km
倉吉	約2時間50分	約2時間55分	約3時間45分	約5時間40分
	250.5km	181.6km	342.9km	806.9km

資料：鳥取県中小企業団体中央会調べ

③国内主要空港への飛行機所要時間

鳥取空港並びに米子空港からの所要時間は、東京便で約1時間10分～15分、名古屋便で約55分～1時間05分となっている。また鳥取空港からは東京便が4往復／日、名古屋便が1往復／日、米子空港からは東京便が5往復／日、名古屋便が2往復／日設けられている。

図表Ⅱ－8 国内主要空港への所要時間

	東京便	名古屋便
鳥取空港	約1時間10分	約55分
	4往復	1往復
	667.0km	339.0km
米子空港	約1時間15分	約1時間05分
	5往復	2往復
	776.0km	363.0km

資料：鳥取県中小企業団体中央会調べ

④主要都市への高速バス所要時間

県外各主要都市を結ぶ高速バスについては、関西圏への便が最も多く、鳥取、米子、倉吉から大阪までの所要時間は約3時間10分～3時間35分となっている。また、岡山便ならびに広島便も比較的多く、岡山便については約2時間15分～3時間10分、広島便については約3時間25分～4時間30分の所要時間となっている。東京、福岡についてはそれぞれ1往復／日設けられており、所要時間は7時間50分～11時間25分となっている。

図表Ⅱ－９ 主要都市への高速バス所要時間

	大阪	岡山	広島	福岡	東京
鳥取	約3時間10分	約2時間55分	約4時間30分	10時間15分～	約10時間15分
	19往復	4往復	5往復	1往復	1往復
米子	約3時間35分	約2時間15分	約3時間25分	7時間50分～	約10時間30分
	18往復	7往復	5往復	1往復	1往復
倉吉	約3時間35分	約3時間10分	約3時間55分	9時間10分～	約11時間25分
	9往復	4往復	往路3、復路2	1往復	1往復

資料：鳥取県中小企業団体中央会調べ

⑤乗用車保有台数

本県の千世帯あたりの乗用車保有台数は平成9年（1,767両）、平成12年（1,812両）、平成14年（1,839両）と年々増加傾向にある。全国平均と比較しても大幅に上回っており、全国10位～11位の位置にある。本県においては乗用車が県民の主要交通手段であることがうかがえる。

図表Ⅱ－10 乗用車保有台数

項目		単位	平成9年		平成12年		平成14年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位
乗用車数（千世帯あたり）	全 国	両	1,314	—	1,325	—	1,332	—
	鳥取県		1,767	11位	1,812	10位	1,839	11位

資料：鳥取県企画部統計課「100の指標からみた鳥取県」

（３）鳥取県の人口動態と産業構造

①人口・世帯数の推移

平成16年の推計人口は609,894人、世帯数は210,764世帯で、平成7年と比較すると人口が4,441人減少、世帯数は21,359世帯増加している。また、一世帯あたりの員数をみると平成7年は3.24人、平成12年3.07人、平成14年は2.88人と3人を割り込み、「核家族化」が進展している。

図表Ⅱ－１１ 人口・世帯数の推移

項 目		単位	平成 7 年		平成 1 2 年		平成 1 4 年		平成 1 6 年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位	数値	順位
人口総数	全 国	千人	126,166,019	—	126,925,843	—	127,435,350	—	—	—
	鳥取県		614,335	47位	613,289	47位	612,047	47位	609,894	—
世帯数	全 国	世帯	44,107,856	—	46,782,383	—	48,637,789	—	—	—
	鳥取県		189,405	47位	199,988	47位	212,529	47位	210,764	—
1 世帯あたり員数	全 国	人	2.86	—	2.71	—	2.62	—	—	—
	鳥取県		3.24	—	3.07	—	2.88	—	—	—

資料：平成7年、12年は国勢調査

平成14年は総務省人口推計

平成16年度は鳥取県企画部統計課推計値（鳥取県人口移動調査 平成16年12月1日現在）

1世帯あたり員数は総務省社会生活統計指標

②人口動態

県内各市町村の拠点性を、人口動態における昼夜間人口比率によってみると、鳥取市（112.1%）、米子市（107.9%）、倉吉市（114.2%）、東伯町（100.9%）、日吉津村（103.2%）、日野町（106.4%）がそれぞれ100%を上回り、拠点性が高いことがわかる。また、自市町村就業率を市郡別でみると、4市（86.3%）ならびに日野郡（71.4%）は比較的高いものの、他郡においては40～50%代と低く、昼間人口の流動性が高いことがうかがえる。

次に、県内各市町村間の人口動態をみてみると、流入・流出人口の差引は鳥取市（17,344人）、米子市（7,120人）、倉吉市（6,839人）、東伯町（73人）、日吉津村（75人）、日野町（213人）がそれぞれ流入超過となっている。

図表Ⅱ－１２ 昼夜間人口及び自市町村就業率

市区町村	昼間人口	夜間人口	昼夜間人口比率	当地に常駐する就業者	自市町村就業者数	自市町村就業率
市 計	411,812	375,749	109.6	190,304	164,310	86.3
鳥取市	168,705	150,439	112.1	76,040	70,909	93.3
米子市	149,660	138,756	107.9	70,114	59,240	84.5
倉吉市	56,756	49,711	114.2	25,729	21,007	81.6
境港市	36,691	36,843	99.6	18,421	13,154	71.4
岩美郡計	20,845	26,086	79.9	13,590	6,577	48.4
国府町	6,332	8,620	73.5	4,553	1,659	36.4
岩美町	11,856	14,015	84.6	7,036	3,999	56.8
福部村	2,657	3,451	77.0	2,001	919	45.9
八頭郡計	41,670	50,167	83.1	26,721	14,410	53.9
郡家町	9,161	10,009	91.5	5,454	2,511	46.0
船岡町	3,293	4,664	70.6	2,502	1,106	44.2
河原町	6,372	8,382	76.0	4,683	2,286	48.8
八東町	4,270	5,572	76.6	3,074	1,614	52.5
若桜町	4,082	4,998	81.7	2,526	1,525	60.4
用瀬町	3,451	4,324	79.8	2,289	1,104	48.2
佐治村	2,186	2,835	77.1	1,579	937	59.3
智頭町	8,855	9,383	94.4	4,614	3,327	72.1
気高郡計	18,838	22,693	83.0	11,894	6,345	53.3
気高町	8,042	10,004	80.4	5,335	2,692	50.5
鹿野町	3,831	4,594	83.4	2,255	1,134	50.3
青谷町	6,965	8,095	86.0	4,304	2,519	58.5
東伯郡計	59,096	66,975	88.2	37,267	21,585	57.9
羽合町	6,736	7,767	86.7	4,019	1,828	45.5
泊 村	2,184	3,056	71.5	1,667	757	45.4
東郷町	5,011	6,558	76.4	3,824	2,021	52.9
三朝町	7,043	7,921	88.9	4,337	2,604	60.0
関金町	3,360	4,316	77.8	2,424	1,304	53.8
北条町	6,418	7,865	81.6	4,457	2,120	47.6
大栄町	8,434	9,050	93.2	5,259	3,199	60.8
東伯町	12,205	12,098	100.9	6,766	4,882	72.2
赤碕町	7,705	8,344	92.3	4,514	2,870	63.6
西伯郡計	42,150	51,094	82.5	28,515	13,844	48.5
西伯町	6,693	8,168	81.9	4,283	2,029	47.4
会見町	2,902	4,042	71.8	2,250	839	37.3
岸本町	5,506	7,271	75.7	4,014	1,635	40.7
日吉津村	3,066	2,971	103.2	1,636	539	32.9
淀江町	7,788	9,081	85.8	5,100	2,299	45.1
大山町	5,452	6,730	81.0	3,921	2,128	54.3
名和町	6,535	7,598	86.0	4,174	2,464	59.0
中山町	4,208	5,233	80.4	3,137	1,911	60.9
日野郡計	19,361	20,525	94.3	11,151	7,960	71.4
日南町	6,397	6,696	95.5	3,631	3,138	86.4
日野町	4,806	4,516	106.4	2,401	1,707	71.1
江府町	3,391	3,921	86.5	2,159	1,404	65.0
溝口町	4,767	5,392	88.4	2,960	1,711	57.8

資料：平成１２年国勢調査

③人口構成の推移

平成14年の年少人口割合（0～14才）は14.6%（全国平均14.2%、鳥取県の順位18位）、生産年齢人口割合（15～65才）は62.3%（全国平均67.3%、鳥取県の順位42位）、老年人口割合（65才以上）は23.0%（全国平均18.5%、鳥取県の順位8位）となっている。これを平成9年と比較すると、特に、年少人口割合が1.7ポイント減少し全国順位も平成9年の9位から18位（平成14年）に後退。また、老年人口割合は、2.5ポイント増加（全国順位は6位から8位へ）するなど「少子高齢化」が進展している様子がうかがえる。

図表Ⅱ—14 人口構成の推移

項目		単位	平成9年		平成12年		平成14年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位
年少人口割合 (0～14才)	全 国	%	15.3	—	14.6	—	14.2	—
	鳥取県		16.3	9位	15.3	15位	14.6	18位
生産年齢人口割合 (15～65才)	全 国	%	69.0	—	67.9	—	67.3	—
	鳥取県		63.2	44位	62.6	43位	62.3	42位
老年人口割合 (65才以上)	全 国	%	15.7	—	17.3	—	18.5	—
	鳥取県		20.5	6位	22.0	7位	23.0	8位

資料：鳥取県企画部統計課「100の指標からみた鳥取県」

④女性就業率および産業構造の変化

女性就業率をみると、平成12年は51.9%（全国平均46.2%、鳥取県の順位3位）、平成7年54.1%（全国平均47.3%、鳥取県の順位2位）で全国的にも「女性就業率の高さ」、その結果として「共働き世帯」が多い。

また、平成12年の産業構造を就業者数によってみると、特に第1次産業が11.5%（全国平均5.0%、鳥取県の順位第7位）、第3次産業は58.3%（全国平均64.3%、鳥取県の順位32位）となっており、「第1次産業の従事比率が高く、第3次産業の従事比率が低い」ことがうかがえる。この傾向は、平成7年と比較しても変わらない。

図表Ⅱ—15 女性就業率および産業構造の変化

項目		単位	平成7年		平成12年	
			数値	順位	数値	順位
女性就業率	全 国	%	47.3	—	46.2	—
	鳥取県		54.1	2 位	51.9	3 位
第1次産業就業者比率	全 国	%	6.0	—	5.0	—
	鳥取県		14.0	7 位	11.5	7 位
第2次産業就業者比率	全 国	%	31.6	—	29.5	—
	鳥取県		30.4	29 位	29.7	23 位
第3次産業就業者比率	全 国	%	61.8	—	64.3	—
	鳥取県		55.5	32 位	58.3	32 位

資料：国勢調査

第1次産業とは、農業、林業、漁業を統合したもの

第2次産業とは、鉱業、建設業、製造業を統合したもの

第3次産業とは、電気・ガス・熱供給・水道業、運輸・通信業、卸売・小売業、飲食店、金融・保険業、不動産業、サービス業(公務を含む)を統合したもの

2. 消費者構造

(1) 人口1人当たり県民所得

人口1人当たり県民所得は、平成13年度は2,524千円で全国平均(2,971千円)に比べ、実額で447千円少なく全国33位である。また、平成9年度(2,645千円)と比較してみると、実額で121千円減少しており、「所得の低さ」がうかがえる。

図表Ⅱ—16 人口1人当たり県民所得

項 目		単位	平成9年度		平成12年度		平成13年度	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位
人口1人当たり	全 国	千円	3,096	—	2,999	—	2,971	—
県民所得	鳥取県		2,645	34位	2,623	36位	2,524	33位

資料：総務省社会生活統計指標

(2) 実収入（一世帯あたり年平均1ヶ月間《勤労者世帯》）

勤労者世帯の一世帯あたり年平均1ヶ月間の実収入をみると、平成8年は701,681円で全国平均(579,641円)を大きく上回り「全国第1位」であった。しかし、平成11年には568,156円で第26位、平成14年には、419,349円(全国平均538,277円)で「第46位にまで大きく後退」し、実額で282,332円実収入が減少した。なお、平成15年は、500,780円(全国平均524,542円、鳥取県の順位35位)で若干上昇傾向にあることがうかがえる。

図表Ⅱ—17 実収入（一世帯あたり年平均1ヶ月間《勤労者世帯》）

項目		単位	平成8年		平成11年		平成14年		平成15年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位	数値	順位
実収入（1世帯あたり年平均1ヶ月間勤労者世帯）	全 国	円	579,641	—	574,676	—	538,277	—	524,542	—
	鳥取県		701,681	1位	568,156	26位	419,349	46位	500,780	35位

資料：総務省統計局「家計調査年報」

数値は県庁所在市のデータ

（3）家計消費支出額（一世帯あたり年平均1ヶ月間《全世帯》）

全世帯の一世帯あたり年平均1ヶ月間の家計消費支出額をみると、平成8年は343,289円で全国平均（328,849円）を上回り全国第9位であった。しかし、上記実収入の減少とともに家計消費支出額も減少し、平成14年には260,629円（全国平均306,129円）で第46位にまで大きく後退し、実額で82,660円減少した。また、平成15年は271,992円（全国平均302,623円、鳥取県の順位44位）であり、近年の家計消費支出は「低調に推移している」ことがうかがえる。

図表Ⅱ—18 家計消費支出額（一世帯あたり年平均1ヶ月間《全世帯》）

項目		単位	平成8年		平成11年		平成14年		平成15年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位	数値	順位
家計消費支出額（1世帯あたり年平均1ヶ月間全世帯）	全 国	円	328,849	—	323,008	—	306,129	—	302,623	—
	鳥取県		343,289	9位	301,933	35位	260,629	46位	271,992	44位

資料：総務省統計局「家計調査年報」

数値は県庁所在市のデータ

（4）貯蓄現在高（一世帯あたり《全世帯》）

全世帯の一世帯あたりの貯蓄現在高は、平成11年が14,877千円（全国平均14,848千円、鳥取県の順位24位）で、平成6年（13,779千円、鳥取県の順位21位）に比較して実額で1,098千円増加している。このことは、前述の実収入および家計消費支出の実態から推察すると、実収入が減少する中、家計消費支出を抑えて貯蓄に回していることがうかがえる。

図表Ⅱ—19 貯蓄現在高（一世帯あたり《全世帯》）

項 目		単位	平成6年		平成11年	
			数値	順位	数値	順位
貯蓄現在高（一世帯あたり 全世帯）	全 国	千円	13,631	—	14,848	—
	鳥取県		13,779	21位	14,877	24位

資料：鳥取県企画部統計課「100の指標からみた鳥取県」

（5）消費者物価地域差指数（総合）

全国平均を100とした消費者物価地域差指数は、平成9年(98.6、鳥取県の順位7位)、平成12年(99.6、鳥取県の順位8位)、平成14年(99.3、鳥取県の順位5位)とも100を下回り、消費者物価が低水準で推移している。

図表Ⅱ—20 消費者物価地域差指数（総合）

項 目		単位	平成9年		平成12年		平成14年	
			数値	順位	数値	順位	数値	順位
消費者物価地域差指数 (総合) (全国平均=100)	全 国	—	100.0	—	100.0	—	100.0	—
	鳥取県		98.6	7位	99.6	8位	99.3	5位

資料：鳥取県企画部統計課「100の指標からみた鳥取県」

3. 小売商業構造

（1）鳥取県の小売商業指数

鳥取県内4市（鳥取市、米子市、倉吉市、境港市）の平成14年6月1日現在の主な小売商業指標をみると、図表Ⅱ—21のとおりである。

小売業の吸引力を示す顧客流入比率（商業人口÷行政人口）は、鳥取市が135.3%で最も高く、次いで倉吉市129.0%、米子市121.6%、境港市102.2%の順となっている。

また、人口1人当たり販売額も、鳥取市が1,488,385円で最も多く、次いで倉吉市1,419,162円、米子市1,337,458円、境港市1,123,866円となっている。

大型店（1,000㎡以上）の売場面積占有率を平成16年8月末現在の状況でみると、米子市が73.9%と最も高く、次いで鳥取市56.2%、倉吉市55.0%、境港市54.9%と各市で大型店の占有率が5割を超え、なかでも米子市の大型店占有率が極めて高いことが特筆される。

図表Ⅱ— 2 1 鳥取県内各市における商業指標

項 目		算出方法・時点	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市
人 口	行政人口（A）	平成14年5月末 （住民基本台帳）	149,309 人	140,141 人	49,588 人	37,824 人
	商業人口（B）	（E）／県民1人 当販売額	202,027 人	170,393 人	63,975 人	38,644 人
小 売 業	商店数（C）	平成14年商業統計	1,868 店	1,632 店	826 店	467 店
	売場面積（D）	平成14年商業統計	260,415 m ²	232,299 m ²	103,462 m ²	54,469 m ²
		平成16年8月現在	同上	246,141 m ²	同上	72,675 m ²
	年間販売額（E）	平成14年商業統計	22,222,930 万円	18,743,280 万円	7,037,342 万円	4,250,911 万円
各 市 の 商 業 指 数	顧客流入比率	（B）／（A）	135.3%	121.6%	129.0%	102.2%
	小売業支持人口	（B）／（D）	0.78 人	0.73 人	0.62 人	0.71 人
	人口1人当販売額	（E）／（A）	1,488,385 円	1,337,458 円	1,419,162 円	1,123,866 円
	人口1人当売場 面積	（D）／（A）	1.74 m ²	1.66 m ²	2.09 m ²	1.44 m ²
	売場1m ² 当人口	（A）／（D）	0.57 人	0.60 人	0.48 人	0.69 人
	売場1m ² 当販売額	（E）／（D）	853,366 円	806,860 円	680,186 円	780,428 円
大 型 店 （1000 m ² 以上）	店舗数（F）	平成14年5月末	35 店	43 店	19 店	7 店
		平成16年8月現在	同上	45 店	同上	9 店
	売場面積（G）	平成14年5月末	146,453 m ²	168,034 m ²	56,860 m ²	21,720 m ²
		平成16年8月現在	同上	181,876 m ²	同上	39,926 m ²
	1m ² 当消費者数（H）	（B）／（G）	1.38 人	1.01 人	1.13 人	1.78 人
	占有率	（G）／（D）	56.2%	72.3%	55.0%	39.8%
		平成14年5月末	同上	73.9%	同上	54.9%
		平成16年8月現在	同上	73.9%	同上	54.9%

※商業人口＝年間販売額（E）／鳥取県人口1人当たり年間販売額

鳥取県人口1人当たり年間販売額＝68,027,150万円／618,653人≒110万円

III. 消費者購買の特性

1. 消費者の購買トレンドの特徴

毎日性の高い食料品は、地元での消費が若干高いものの、全品目にわたり、市部での消費が多いことがうかがえる。

買い物の時間帯では、平日の午後、土日祝日の午後が多い。一方でコンビニエンスストア等の深夜営業や生活習慣の変化により、若者では平日の夜の利用が多くなってきている。また、年齢が高くなるに従い、平日午前での買い物の時間帯も多くなっていることが特徴的である。

店に対する満足度は、全般的に高いものの、買い回り品である「婦人服」や「くつ・カバン・バッグ」や「時計・メガネ・アクセサリ」が鳥取市などで不満度が高くなっており、その要因の解消の一つに県外への買い物につながっていることがうかがえる。

中心市街地や郊外住宅地では、食料品など毎日性の高い品目を取り扱う店舗が少ないことから不満が高いこともうかがえる。

商品の選択基準は、品目によってさまざまではあるが、食料品においては、近年のBSE問題や食品偽装問題等により、「品質」や「安全性・信頼性」への関心が以前よりもまして高まりつつある。また、商品選択の際には、媒体としてインターネットの評価を情報源にする比率が若い世代で高くなってきている。

以下、品目別に着目し特徴をみてみる。

(1) 品目別にみた購買特性

①食料品（生鮮・一般）

- ・食料品の買い物先は、市部の「中小スーパー」に集中している。ただし10歳代の若年層では「コンビニエンスストア」の利用が比較的高く、70歳以上の男女ではそれぞれ約11.0%が「中小商店」を利用しており、その他の年代と異なる業態を利用している。
- ・購買頻度は、毎日を加えて週数回以上が7割となっている。
- ・買い物形態（買い物の同伴者、以下同じ）は、「1人」が6割を占めているが、10歳代男性では30.8%、10歳代女性で28.9%が「友達と」行き、「夫婦で」は60歳代の男性で51.8%、70歳代の男性で45.7%、50歳代の男性で44.5%と高くなっている。また「親子で」は10歳代の女性が32.5%と一番高くなっている。
- ・買い物時間は30分以内が6割以上であり、市部に比べ郡部の方が総じて短めである。
- ・買い物の時間帯は、平日の午後を中心として、平日の購入者が7割である。
- ・買い物先の選択は、家に近いことが条件で、駐車場と値段が重視されている。また、女性の30歳代以上と70歳代以上男性で「ポイントなどの特典がある」が他の年代に比べ比率が高い。10歳代男性では「店がきれい」が15.7%と唯一10.0%を超えており他の年代と比較して異なっている。
- ・店に対する不満の度合いが高いのは、30歳代から60歳代まですべて11.0%前後の数

値を示しており、市郡別では気高郡（15.9%）、八頭郡（17.3%）、東伯郡（13.6%）、西伯郡（11.4%）および日野郡（18.4%）といった、郡部地域の人々の不満度が高い。

- ・商品選択の理由は、価格と品質（新鮮さ）が選択理由になっている。
- ・商品に対する不満の度合いが高いのは、10歳代女性の14.1%である。また、市郡別では気高郡（17.5%）、八頭郡（19.0%）、東伯郡（15.7%）、西伯郡（13.9%）および日野郡（17.1%）の、郡部地域の人々の不満度が高い。
- ・交通手段は自家用車・バイクが75.9%と高い比率であるが、「徒歩・自転車」での利用が他の品目での購買時と比較して高くなっている。特に、10歳代男性（67.0%）と70歳代女性（56.9%）で5割を超える高い数値を示している。

②日用雑貨

- ・買い物先は、ホームセンターが最も多く、次いでショッピングセンター、中小スーパーを合わせると8割を占める。
- ・買い物の頻度は、月に1回程度が4割を占める。一方、買い物頻度が「毎日」と「週に数回程度」を合わせて比較的高い数値を示しているのは境港市（20.4%）、日野郡（17.8%）、西伯郡（16.2%）である。
- ・買い物時間は、30分以内が多い。
- ・買い物形態は「1人で」の買い物が5割強を占めるなか、10歳代から40歳代の女性で「親子で」と回答した比率が高くなっている。その中でも10歳代と30歳代では3割近くの数値を示している。
- ・買い物にかかる時間は、10歳代女性で「1時間以内」が42.3%、「2時間以内」が12.0%となっており、他と比較して長い時間をかけて買い物していることがうかがえる。
- ・買い物の時間帯は、土日祝日の午後か平日の午後に集中し、特に、50歳代以上の女性と60歳代以上男性で「平日の午後」が5割前後の高い数値を占めている。
- ・買い物先は、品揃え、値段と近いお店という基準で選択されており、品揃えはすべての年代層で3位以内に入っている。
- ・商品選択は、価格、機能、安全性を重視しており、特に「価格」はすべての年代層で7割以上を占め第1位となっている。また、「デザイン」を重視するとの回答が20歳代（37.1%）と30歳代（24.7%）の女性で高い比率を占めている。50歳代と60歳代の女性では「ポイントなどの特典がある」が他に比べ比率が高くなっている。
- ・店の不満足度の度合いが高いのは、10歳代男性（18.2%）、10歳代女性（15.4%）、20歳代男性（12.9%）、20歳代女性（11.3%）となっており、若い層の不満が高い。
- ・商品の不満足度の度合いは若年層で高く、最も不満度が高い比率を占めたのは男女ともに10歳代でそれぞれ19.5%と15.8%である。
- ・商品購入の判断は、チラシを見るか、店頭で判断している。

③医薬品・化粧品

- ・買い物先は、専門店利用がほぼ半数にのぼり、男女を問わずどの年齢層においても「専門店」が第1位となっている。特異な傾向としては、10歳代と70歳以上の男性で「中小スーパー」、70歳以上男性と60歳代女性で「中小商店」、10歳代女性で「百貨店」、30歳代男性で「ホームセンター」が比較的高い比率を示していることがあげられる。
- ・買い物先は、市部に集中しており、買い物の頻度は、「月に1回程度」が6割近くである。「週に1回程度以上」の買い物頻度が1割を超えたのは、10歳代男性（16.7%）、女性では20歳代（13.1%）、30歳代（12.1%）、10歳代（10.5%）となっており、若年層での購買頻度は他の年代と比較して高いことがうかがえる。
- ・買い物のスタイルは「1人で」が最も多いが、10歳代女性の「親子で」が3割を占めている。
- ・買い物の所要時間は「30分以内」が6割以上あるものの、女性の10歳代から20歳代、70歳以上で「1時間以内」が4割前後を占め、他の年代と比較して時間をかけて購買していることがうかがえる。
- ・買い物の時間帯は「土日祝日」が最も多いが、男性の60歳以上と女性の50歳以上では4割から6割弱が「平日の午後」と回答している。一方、境港市で「平日の午後」（44.0%）が第1位を占めたのを除き、全市郡とも「土日祝日の午後」が第1位となっている。
- ・交通手段は県下全域でみると「自家用車・バイク」が圧倒的に多く、気高郡、東伯郡及び西伯郡では9割を超えている。倉吉市では「徒歩・自転車」が唯一2割を超えている。
- ・買い物先を選択する理由は、すべての年代層の共通項目は「品揃えがよい」であり、その他は年代により微妙に違いがみられる。女性のすべての年代で共通して比較的高い比率を示しているのは、「ポイントなどの特典がある」と「欲しい商品が気軽に選べる」である。
- ・商品を選択する理由は、商品の価格、安全性・信頼性を重視している。年代によって、それぞれの順位が逆転しており価値観の違いが顕著に現れている。
- ・店ならびに商品に対する不満の度合いは、10歳代から20歳代の若い層で高い。
- ・商品購入の判断は、直接店頭で確認して購入する人が多い。

④肌着・シャツ・普段着

- ・購入先は、ショッピングセンターが多いものの10歳代男性（56.8%）と20歳代男性（42.7%）では「専門店」が第1位となっている。特徴的なのは、30歳代女性が「通信販売」で11.7%と唯一二桁の比率を示していることである。
- ・購入場所は、市部に集中し、郡部すべてにおいて5割を下回り、特に岩美郡（1.8%）と気高郡（17.4%）では居住地での買い物率は低くなっている。
- ・買い物頻度は、月に1回程度が大半であるが、郡部に比べ市部の購入頻度が若干高くなっている。
- ・買い物スタイルは、「1人」で買い物する人が大半である。特徴的なのは、男性の30歳代以上が「夫婦で」が第1位を占めているのに対し、女性の20歳代以上は「1人」

が5～7割強と高い比率で1位を占めている。

- ・買い物時間は、男性40歳代以上では「30分以内」が5割前後と短時間であるのに対し、他の男女の年代で「1時間以内」が5割前後を占めている。なかでも、特に20歳代以下の男女では長い時間をかけて買い物する傾向がうかがえる。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日」の午前または午後が多いものの、男女とも60歳代以上は「平日の午後」が5割前後を占めている。
- ・買い物先の条件は、品揃えがよく、値段が安いことと、駐車場があることが高い比率となっているが、年齢別により差異がみられる。また、すべての年代で男性より女性の方が「欲しい商品を気軽に選べる」を買い物先の選定基準として重要視している向きがみられる。
- ・商品購入の判断は、値段とデザインを重視しており、特にすべての年代で「価格」が6割から7割強を占めている。
- ・店に対する不満足の数値は、鳥取市（14.1%）、倉吉市（15.2%）、および東伯郡（13.1%）に居住する人の不満足度の割合が高い。
- ・商品に対する不満足の数値でも若い層の不満が多く、居住地別では鳥取市（16.6%）、倉吉市（16.0%）、気高郡（15.0%）および東伯郡（15.0%）の割合が高くなっている。
- ・商品購入の判断は、20歳代以下の男女では「書籍・雑誌」、30歳代の女性では「カタログ」を情報源にする比率が他の年代より高くなっている。

⑤婦人服

- ・購入先は、百貨店（デパート）、ショッピングセンター、専門店とさまざまな業態に分散している。10歳代、40歳代、50歳代では「ショッピングセンター」、20歳代、30歳代、60歳代、70歳以上では、「百貨店（デパート）」が最も多くなっている。一方、八頭郡と日野郡では「中小商店」の利用度が比較的高い。「百貨店」の利用について、東・中部地域で1～2割台に止まっているのに対し、西部地域では4割を超えている。一方、八頭郡と日野郡では「中小商店」の利用度が比較的高い。
- ・買い物頻度は、月1回未満が多く、季節等を反映した頻度となっているものの、20歳代以下では「月に1回程度」が約46.0%となっており、他の年代より購買頻度が高くなっている。
- ・買い物スタイルは、10歳代、20歳代は「友達と」が多く、その他の年代では「1人」が過半数を占めている。
- ・買い物時間は、3人に1人が1時間以上かけている。
- ・買い物の時間帯は、土日祝日の午後を中心としているが、60歳代以上では「平日の午後」が過半数を占め第1位となっている。また、地域別でみると、境港市で「平日の午後」が唯一3割を超えており、特徴的であるといえる。
- ・交通手段は、「自家用車・バイク」の利用が圧倒的に多いものの、10歳代の若年層と60歳代以上の高齢者層では、「徒歩・自転車」が比較的高い比率を示している。
- ・店の選択基準は、20歳代以下と60歳代以上では「良い商品がある」、30歳代と40歳代では「品揃えがよい」、50歳代では「駐車場がある」が最も高い比率となっている。

- ・商品の選択基準は、「デザイン」、「流行・センス」、「ブランド」を重視しており、20歳代と30歳代での「デザイン」を重視する回答は7割を超えている。併せて、この年代では、ブランド志向が他の年代と比較して高いことがうかがえる。
- ・商品購入の判断は、店頭で直接商品を見て判断している。
- ・店に対する不満足の数割合は、年齢が若くなるほど高くなる傾向がみられる。
- ・商品に対する不満足の数割合は、今回の調査の中で最も高い比率であった。居住地別でも鳥取市（23.0%）と倉吉市（19.8%）の割合が他の市と比較して高い。

⑥くつ・カバン・バッグ

- ・購入先は、専門店、百貨店、あるいはショッピングセンターに分散している。一方、「県外の専門店・百貨店」の利用においては20歳代男女で高い比率を示している。さらに、他の商品に比べ「インターネット」の利用度が若干高いことが特徴的である。
- ・買い物頻度は、「月1回未満」が多く、時期を限定しない購入が多いなかで20歳代以下の男女と30歳代女性で「月に1回程度」が他の年代より比較的高い比率を示している。
- ・買い物時間は、1時間以内が8割を占めている。
- ・買い物の時間帯は、総じて「土日祝日の午後」の利用者が多いが、60歳代以上の男女とも「平日の午後」が4～5割を占め第1位となっている。また、60歳代以上の高齢者では「平日の午前」の比率も高くなっている。
- ・店の選択基準は、品揃え、良い商品、値段等に加えて、楽しみながら買い物ができる店を選択している。
- ・商品の選択基準は、30歳代男性以上の「価格」以外に、すべての年代において「デザイン」が最も高い比率となっている。また、デザイン、流行・センス、ブランドを重視して選択している。
- ・店に対する不満足の数割合は、倉吉市（20.5%）、鳥取市（18.7%）および東伯郡（18.0%）の居住者の不満の割合が高い。
- ・商品に対する不満の数割合はどの年代でも高く、今回調査した品目の中で「婦人服」に次いで二番目に高くなっている。
- ・商品購入の判断は、店頭で直接商品を見て判断している。20歳代以下の男女と30歳代では「書籍・雑誌」を情報源にする比率が他の年代より高くなっている。

⑦時計・メガネ・アクセサリ

- ・購入先は、専門店が圧倒的に多く、女性20歳代以下を除き、男女を問わずすべての年代で「専門店」を過半数以上が利用している。県外専門店等も比較的に利用している。
- ・買い物頻度は、「月1回未満」が9割を占め、時期に限らず必要なときに購入しているようである。
- ・買い物時間は、「1時間以内」が7割を占めており、特に、男性の50歳代以上で「30分以内」が約4割を占め買い物の所要時間は短い。一方、女性の20歳代と10歳代では所要時間が長く「2時間超」が、それぞれ16.7%、16.6%となっている。

- ・買い物の時間帯は、「土日祝日」の時間帯を7割以上が利用しているが、60歳代以上では「平日の午後」が5割前後を占め最も高くなっている。加えて、70歳代以上では「平日の午前」の比率も高くなっている。
- ・買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」（86.1%）の利用が圧倒的に多い。
- ・店の選択基準は、品揃え、良い商品、値段等に加えて、楽しさや接客といった商品以外のサービス・雰囲気なども選ぶ基準としている。
- ・商品は、デザイン、流行・センス、ブランドを重視して選択しているなかで、30歳代以下の女性7割が「デザイン」、30歳代以上の男性過半数が「価格」と回答しているのが特徴的である。
- ・店ならびに商品に対する不満足の度合いは、10歳代から30歳代で高い。
- ・商品購入の判断は、店頭で直接商品を見て判断しているが、男性は女性と比較し若干「チラシ」の比率が高くなっている。また、わずかではあるが、40歳代以下の男性で「インターネットの評価」を情報源にする比率が高い。

⑧家具・家電

- ・購入先は、専門店が圧倒的に多く、全市郡で「専門店」が7割以上の利用率となっている。そうしたなかで、気高郡と岩美郡では「ホームセンター」の利用が1割を超えている。
- ・買い物先は、「鳥取市」（38.1%）、「米子市」（35.6%）、「倉吉市」（14.3%）と3市部に集中し、全体の9割弱（88.0%）を占めており、買い物頻度は、月1回未満が9割以上を占め、時期を限定しない購入が多い。
- ・買い物は、2人に1人が「夫婦で」買い物をしているが、10歳代から20歳代男性では「1人で」、10歳代から20歳代女性では「親子で」の買い物する比率が高くなっている。
- ・買い物時間は、半数以上が1時間以内に行っており8割弱を占めている。男性はすべての年代で「30分以内」が3割前後を占め買い物の所要時間は短い。一方、女性はいずれの年代で「2時間以内」の比率が2割前後もあり所要時間が長くなっている。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日」の時間帯を8割弱が利用している。特徴的では、境港市の居住者「平日の午後」が28.7%、岩美郡では「土日祝日の午前」が30.3%と他の市郡に比べ高い比率を示している。
- ・交通手段は、全市郡で「自家用車・バイク」が9割を超えている。
- ・商品の品揃え、値段が中心だが、サービスやポイント特典の有無も加味して選んでいる。特に「ポイントなどの特典がある」の比率が高いのは20歳代から50歳代の女性となっている。
- ・商品は、機能や価格とともにデザインを重視して選択している。また、男女とも年齢が高くなるほどに「安全性・信頼性」を求める傾向があることが特徴的である。
- ・店ならびに商品に対する不満足の度合いは、年齢が若いほど高く、市郡別では鳥取市、八頭郡、日野郡の居住者が高い。
- ・商品購入の判断は、チラシを主な情報源とし、店頭で直接商品を見て判断している。特徴的には比率的にはわずかであるが、40歳代以下の男女で「インターネットの評価」を情報源にする比率が高く、これは今回調査した商品の中で最も高い。

（２）業態別（購買店舗別）に見た購買特性

①中小商店

【要約】

- ・医薬品・化粧品、食料品（生鮮・一般）、肌着・シャツ・普段着が中小商店で多く買われている。
- ・徒歩、自転車でも行けるような利便性の高い店を選択している。

- ・中小商店で「医薬品・化粧品」（24.7％）を購入する人が最も多く、次いで「食料品（生鮮・一般）」（16.2％）、「肌着・シャツ・普段着」（15.1％）となっている。
- ・最も利用されている「医薬品・化粧品」をみると、「鳥取市」に居住する人が24.4％と最も多く、次いで「米子市」の15.1％、「八頭郡」の13.4％と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が64.8％あり、年代別にみると50歳代が26.9％利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が26.9％で次いで「米子市」の16.6％、「倉吉市」の13.9％と続いている。
- ・購入頻度は、「月に１回程度」が54.7％と最も多く、次いで「その他」39.5％、「週に１回程度」3.7％と続いている。
- ・買い物にかかる時間は、「30分以内」が73.6％と最も多く利用時間は、「平日の午後」が43.0％となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が68.7％と最も多い。次いで「徒歩・自転車」が28.8％あり比較的多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「近くて便利」が54.6％と最も多く、「駐車場がある」が22.1％、「品揃えがよい」が18.0％と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「安全性・信頼性」が51.8％と最も多く次いで「価格」が41.4％、「品質」が20.7％と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が54.9％と最も多く、次いで「チラシ」22.1％、「その他」の10.8％となっている。

〈図表Ⅲ－1 中小商店で「医薬品・化粧品」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	八頭郡
有効回答数 464 人	回答数(人)	113	70	62
	比率(%)	(24.4)	(15.1)	(13.4)
性 別		女性	男性	
有効回答数 463 人	回答数(人)	300	163	
	比率(%)	(64.8)	(35.2)	
年 齢		50歳代	70歳代	60歳代
有効回答数 464 人	回答数(人)	125	83	75
	比率(%)	(26.9)	(17.9)	(16.2)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 453 人	回答数(人)	122	75	63
	比率(%)	(26.9)	(16.6)	(13.9)
商 品 の 購 入 頻 度		月に1回程度	その他	週に1回程度
有効回答数 433 人	回答数(人)	237	171	16
	比率(%)	(54.7)	(39.5)	(3.7)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 440 人	回答数(人)	363	32	27
	比率(%)	(82.5)	(7.3)	(6.1)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 428 人	回答数(人)	315	98	14
	比率(%)	(73.6)	(22.9)	(3.3)
買 い 物 時 間 帯		平日の午後	土日祝日の午後	平日の午前
有効回答数 426 人	回答数(人)	183	102	58
	比率(%)	(43.0)	(23.9)	(13.6)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 434 人	回答数(人)	298	125	7
	比率(%)	(68.7)	(28.8)	(1.6)
お 店 を 選 ぶ 理 由		近くて便利	駐車場がある	値段が安い
有効回答数 434 人	回答数(人)	237	96	70
	比率(%)	(54.6)	(22.1)	(16.1)
商 品 を 選 ぶ 基 準		安全性・信頼性	価格	品質
有効回答数 411 人	回答数(人)	213	170	85
	比率(%)	(51.8)	(41.4)	(20.7)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	その他
有効回答数 408 人	回答数(人)	224	90	44
	比率(%)	(54.9)	(22.1)	(10.8)

②中小スーパー

【要約】

- ・ 中小スーパーは、食料品（生鮮・一般）を購入する人が多く、週に数回利用し最寄り性が高いことがうかがえる。
- ・ 店の選択基準は近くて便利なところであるが、交通手段は車・バイク利用が多い。
- ・ 商品の選択理由は、価格志向が強いものの、BSE問題や食品表示偽装問題等による食の安全・信頼性への関心も高まりつつあることがうかがえる。
- ・ 商品購入の判断材料としては新聞折込等のチラシの利用が多い。

- ・ 中小スーパーでは「食料品（生鮮・一般）」（62.7%）を購入する人が圧倒的に多く、次いで「日用雑貨」（18.8%）、「肌着・シャツ・普段着」（7.8%）となっている。
- ・ 最も利用されている「食料品（生鮮・一般）」で見ると、「鳥取市」に居住する人が27.6%と最も多く、次いで「米子市」の23.4%、「東伯郡」の10.4%と続いている。
- ・ 性別では、「女性」の利用が61.3%と高く、年代別にみると50歳代が22.1%利用している。
- ・ 最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が31.5%、次いで「米子市」の25.6%、「倉吉市」の13.3%と続いている。
- ・ 購入頻度は、「週に数回程度」が48.7%と最も多く、次いで「毎日」24.9%、「週に1回程度」18.9%と続いている。
- ・ 買い物は「1人で」行く人が過半を超え61.6%で、買い物にかかる時間は、「30分以内」が66.4%と最も多く、利用時間は「平日の午後」が39.0%となっている。
- ・ 交通手段とは、「自家用車利用」が77.7%と最も多い。
- ・ 店の選択理由（複数回答）は、「近くて便利」が70.0%と最も多く、「駐車場がある」が37.2%、「値段が安い」が36.3%と続いている。
- ・ 商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が78.3%と最も多く、次いで「品質」が69.7%、「安全性・信頼性」が33.4%と続いている。
- ・ 商品を購入する時の判断材料は、「チラシ」が56.3%と最も多く、次いで「店頭・ウインドウ」39.3%、「その他」の3.0%となっている。

〈図表Ⅲ－２ 中小スーパーで「食料品(生鮮・一般)」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 4,830 人	回答数(人)	1,331	1132	504
	比率(%)	(27.6)	(23.4)	(10.4)
性 別		女性	男性	
有効回答数 4,817 人	回答数(人)	2,952	1,865	
	比率(%)	(61.3)	(38.7)	
年 齢		50歳代	40歳代	30歳代
有効回答数 4,834 人	回答数(人)	1,067	976	851
	比率(%)	(22.1)	(20.2)	(17.6)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 4,774 人	回答数(人)	1,505	1,222	635
	比率(%)	(31.5)	(25.6)	(13.3)
商 品 の 購 入 頻 度		週に数回程度	毎日	週に1回程度
有効回答数 4,755 人	回答数(人)	2,314	1,186	897
	比率(%)	(48.7)	(24.9)	(18.9)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 4,739 人	回答数(人)	2,920	991	640
	比率(%)	(61.6)	(20.9)	(13.5)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 4,733 人	回答数(人)	3,143	1,431	141
	比率(%)	(66.4)	(30.2)	(3.0)
買 い 物 時 間 帯		平日の午後	平日の夜	土日祝日の午後
有効回答数 4,712 人	回答数(人)	1,839	1,070	905
	比率(%)	(39.0)	(22.7)	(19.2)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 4,755 人	回答数(人)	3,697	1,021	33
	比率(%)	(77.7)	(21.5)	(0.7)
お 店 を 選 ぶ 理 由		近くて便利	駐車場がある	値段が安い
有効回答数 4,745 人	回答数(人)	3,322	1,767	1,723
	比率(%)	(70.0)	(37.2)	(36.3)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	品質(新鮮さ)	安全性・信頼性
有効回答数 4,706 人	回答数(人)	3,684	3,282	1,573
	比率(%)	(78.3)	(69.7)	(33.4)
判 断 材 料		チラシ	店頭・ウィンドウ	その他
有効回答数 4,627 人	回答数(人)	2,604	1,820	141
	比率(%)	(56.3)	(39.3)	(3.0)

③専門店

【要約】

- ・家具・家電、医薬品・化粧品、時計・メガネ・アクセサリーの購入で専門店を利用する人が多い。
- ・専門店を利用する人は、総じて土日祝日の午後の利用者が多い。

- ・専門店で「家具・家電」（29.0％）を購入する人が最も多く、次いで「医薬品・化粧品」（22.1％）、「時計・メガネ・アクセサリー」（17.9％）、「くつ・カバン・バッグ」（14.6％）と続いている。

＜家具・家電＞

- ・まず、最も利用されている「家具・家電」でみると、「米子市」に居住する人が26.4％と最も多く、次いで「鳥取市」の26.3％、「東伯郡」の10.8％と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が54.5％と男性と比較してやや多く、年代別にみると40歳代が23.1％利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「米子市」が38.6％で次いで「鳥取市」の36.7％、「倉吉市」の15.4％と続いている。
- ・購入頻度は、「その他」が94.0％と圧倒的に多く購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・買い物は「夫婦で」行く人が46.7％で買い物にかかる時間は、「1時間以内」が54.9％と最も多い。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」が62.7％となっている。
- ・交通手段としては、「自家用車利用」が94.6％と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が45.1％と最も多く、次いで「値段が安い」が41.9％、「駐車場がある」が33.6％と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が68.9％と最も多く次いで「安全性・信頼性」が27.5％、「デザイン」が21.4％と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が40.2％と最も多く、次いで「チラシ」37.9％、「カタログ」の7.2％となっている。

〈図表Ⅲ－3 専門店で「家具・家電」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		米子市	鳥取市	東伯郡
有効回答数 4,417 人	回答数(人)	1,168	1,163	477
	比率(%)	(26.4)	(26.3)	(10.8)
性 別		女性	男性	
有効回答数 4,404 人	回答数(人)	2,401	2,003	
	比率(%)	(54.5)	(45.5)	
年 齢		40歳代	50歳代	20歳代
有効回答数 4,421 人	回答数(人)	1,023	950	624
	比率(%)	(23.1)	(21.5)	(14.1)
店 の 所 在 地		米子市	鳥取市	倉吉市
有効回答数 4,334 人	回答数(人)	1,671	1,590	667
	比率(%)	(38.6)	(36.7)	(15.4)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 1,588 人	回答数(人)	1,493	80	10
	比率(%)	(94.0)	(5.0)	(0.6)
買 い 物 の ス タ イ ル		夫婦で	1人で	親子で
有効回答数 4,271 人	回答数(人)	1,996	1,173	774
	比率(%)	(46.7)	(27.5)	(18.1)
買 い 物 に か ける 時 間		1時間以内	30分以内	2時間以内
有効回答数 4,238 人	回答数(人)	2,326	976	684
	比率(%)	(54.9)	(23.0)	(16.1)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	土日祝日の午前	平日の午後
有効回答数 4,221 人	回答数(人)	2,645	678	606
	比率(%)	(62.7)	(16.1)	(14.4)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 4,285 人	回答数(人)	4,052	179	27
	比率(%)	(94.6)	(4.2)	(0.6)
お 店 を 選 ぶ 理 由		品揃えがよい	値段が安い	駐車場がある
有効回答数 4,234 人	回答数(人)	1,908	1,772	1,422
	比率(%)	(45.1)	(41.9)	(33.6)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	機能	安全性・信頼性
有効回答数 4,204 人	回答数(人)	2,897	2,272	1,156
	比率(%)	(68.9)	(54.0)	(27.5)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	カタログ
有効回答数 3,755 人	回答数(人)	1,508	1,423	270
	比率(%)	(40.2)	(37.9)	(7.2)

<医薬品・化粧品>

- ・「医薬品・化粧品」でみると、「米子市」に居住する人が27.1%と最も多く、次いで「鳥取市」の26.4%、「東伯郡」の9.5%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が56.7%で、年代別にみると40歳代が20.6%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が34.8%で次いで「米子市」の34.4%、「倉吉市」の14.7%と続いている。
- ・購入頻度は、「月に1回程度」が59.2%となっている。
- ・買い物は「1人で」行くが69.2%で、買い物にかかる時間は、「30分以内」が68.9%と最も多い。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」が39.4%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が85.3%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）としては、「品揃えがよい」が42.0%最も多く、次いで「駐車場がある」が32.8%、「値段が安い」が32.4%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が54.9%と最も多く次いで「安全性・信頼性」が52.5%、「品質」が23.9%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が50.9%と最も多く、次いで「チラシ」30.2%、「その他」の6.0%となっている。

〈図表Ⅲ－４ 専門店で「医薬品・化粧品」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		米子市	鳥取市	東伯郡
有効回答数 3,365 人	回答数(人)	912	890	318
	比率(%)	(27.1)	(26.4)	(9.5)
性別		女性	男性	
有効回答数 3,351 人	回答数(人)	1,899	1,452	
	比率(%)	(56.7)	(43.3)	
年齢		40歳代	30歳代	50歳代
有効回答数 3,368 人	回答数(人)	694	691	652
	比率(%)	(20.6)	(20.5)	(19.4)
店の所在地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 3,325 人	回答数(人)	1,157	1,144	489
	比率(%)	(34.8)	(34.4)	(14.7)
商品の購入頻度		月に1回程度	その他	週に1回程度
有効回答数 3,276 人	回答数(人)	1,941	1,061	228
	比率(%)	(59.2)	(32.4)	(7.0)
買い物のスタイル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 3,271 人	回答数(人)	2,262	500	345
	比率(%)	(69.2)	(15.3)	(10.5)
買い物にかける時間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 3,258 人	回答数(人)	2,245	875	108
	比率(%)	(68.9)	(26.9)	(3.3)
買い物時間帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 3,236 人	回答数(人)	1,275	945	411
	比率(%)	(39.4)	(29.2)	(12.7)
交通手段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 3,293 人	回答数(人)	2,808	433	37
	比率(%)	(85.3)	(13.1)	(1.1)
お店を選ぶ理由		品揃えがよい	駐車場がある	値段が安い
有効回答数 3,228 人	回答数(人)	1,356	1,060	1,046
	比率(%)	(42.0)	(32.8)	(32.4)
商品を選ぶ基準		価格	安全性・信頼性	品質(新鮮さ)
有効回答数 3,169 人	回答数(人)	1,741	1,663	757
	比率(%)	(54.9)	(52.5)	(23.9)
判断材料		店頭・ウインドウ	チラシ	その他
有効回答数 3,153 人	回答数(人)	1,604	953	190
	比率(%)	(50.9)	(30.2)	(6.0)

＜時計・メガネ・アクセサリ＞

- ・続いて「時計・メガネ・アクセサリ」でみると、「鳥取市」に居住する人が28.4%と最も多く、次いで「米子市」の22.4%、「東伯郡」の10.5%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が58.6%で、年代別にみると50歳代が22.9%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が40.9%で次いで「米子市」の32.6%、「倉吉市」の17.0%と続いている。
- ・購入頻度は、「その他」が93.8%と圧倒的に多く購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・買い物は「1人で」行くが53.9%で、買い物にかかる時間は、「1時間以内」が54.3%と最も多い。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」が58.1%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が88.2%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」と「良い商品がある」が同率の35.1%と最も多く、次いで「駐車場がある」が26.3%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が52.8%と最も多く次いで「価格」が48.4%、「流行・センス」が25.8%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が63.4%と最も多く、次いで「チラシ」14.2%、「書籍・雑誌」の6.6%となっている。

〈図表Ⅲ－5 専門店で「時計・メガネ・アクセサリ」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 2,733 人	回答数(人)	777	612	287
	比率(%)	(28.4)	(22.4)	(10.5)
性 別		女性	男性	
有効回答数 2,720 人	回答数(人)	1,593	1,127	
	比率(%)	(58.6)	(41.4)	
年 齢		50歳代	40歳代	30歳代
有効回答数 2,735 人	回答数(人)	627	604	442
	比率(%)	(22.9)	(22.1)	(16.2)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 2,675 人	回答数(人)	1,093	871	455
	比率(%)	(40.9)	(32.6)	(17.0)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に数回程度
有効回答数 2,609 人	回答数(人)	2,448	136	12
	比率(%)	(93.8)	(5.2)	(0.5)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 2,602 人	回答数(人)	1,403	565	333
	比率(%)	(53.9)	(21.7)	(12.8)
買 い 物 に か ける 時 間		1時間以内	30分以内	2時間以内
有効回答数 2,590 人	回答数(人)	1,406	633	413
	比率(%)	(54.3)	(24.4)	(15.9)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 2,558 人	回答数(人)	1,485	522	356
	比率(%)	(58.1)	(20.4)	(13.9)
交 通 手 段		自家用車・バス	徒歩・自転車	鉄道
有効回答数 2,629 人	回答数(人)	2,318	216	49
	比率(%)	(88.2)	(8.2)	(1.9)
お 店 を 選 ぶ 理 由		良い商品がある	品揃えがよい	駐車場がある
有効回答数 2,567 人	回答数(人)	901	900	676
	比率(%)	(35.1)	(35.1)	(26.3)
商 品 を 選 ぶ 基 準		デザイン	価格	流行・センス
有効回答数 2,570 人	回答数(人)	1,358	1,243	663
	比率(%)	(52.8)	(48.4)	(25.8)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	書籍・雑誌
有効回答数 2,317 人	回答数(人)	1,470	328	152
	比率(%)	(63.4)	(14.2)	(6.6)

<くつ・カバン・バッグ>

- ・また、「くつ・カバン・バッグ」でみると、「鳥取市」に居住する人が31.0%と最も多く、次いで「米子市」の22.3%、「東伯郡」の9.9%と続いている。
- ・性別では、「男性」の利用が52.5%と若干女性を上回り、年代別にみると40歳代が21.6%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が43.8%で次いで「米子市」の34.5%、「倉吉市」の13.4%と続いている。
- ・購入頻度は、「その他」が89.7%と圧倒的に多く購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・買い物は「1人で」行くが52.9%で、買い物にかかる時間は「1時間以内」が51.0%と最も多い。
- ・買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」が59.9%となっている。
- ・交通手段としては、「自家用車利用」が87.1%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が48.8%と最も多く、次いで「良い商品がある」35.5%、「駐車場がある」28.1%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が58.6%と最も多く次いで「価格」が52.2%、「流行・センス」が30.0%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が62.6%と最も多く、次いで「チラシ」18.2%、「書籍・雑誌」の6.4%となっている。

〈図表Ⅲ－6 専門店で「くつ・カバン・バッグ」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 2,226 人	回答数(人)	689	497	221
	比率(%)	(31.0)	(22.3)	(9.9)
性 別		男性	女性	
有効回答数 2,217 人	回答数(人)	1,164	1,053	
	比率(%)	(52.5)	(47.5)	
年 齢		40歳代	50歳代	20歳代
有効回答数 2,227 人	回答数(人)	482	433	395
	比率(%)	(21.6)	(19.4)	(17.7)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 2,177 人	回答数(人)	953	752	292
	比率(%)	(43.8)	(34.5)	(13.4)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 2,139 人	回答数(人)	1,918	194	16
	比率(%)	(89.7)	(9.1)	(0.7)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 2,133 人	回答数(人)	1,129	384	317
	比率(%)	(52.9)	(18.0)	(14.9)
買 い 物 に か ける 時 間		1時間以内	30分以内	2時間以内
有効回答数 2,125 人	回答数(人)	1,084	698	270
	比率(%)	(51.0)	(32.8)	(12.7)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 2,111 人	回答数(人)	1,264	398	280
	比率(%)	(59.9)	(18.9)	(13.3)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	鉄道
有効回答数 2,149 人	回答数(人)	1,872	190	48
	比率(%)	(87.1)	(8.8)	(2.2)
お 店 を 選 ぶ 理 由		品揃えがよい	良い商品がある	駐車場がある
有効回答数 2,130 人	回答数(人)	1,040	757	598
	比率(%)	(48.8)	(35.5)	(28.1)
商 品 を 選 ぶ 基 準		デザイン	価格	流行・センス
有効回答数 2,103 人	回答数(人)	1,232	1,098	631
	比率(%)	(58.6)	(52.2)	(30.0)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	書籍・雑誌
有効回答数 1,884 人	回答数(人)	1,180	342	121
	比率(%)	(62.6)	(18.2)	(6.4)

④ショッピングセンター

【要約】

- ・肌着・シャツ・普段着、日用雑貨、くつ、カバン、バッグを購入する人が多く、食料品等はあまり利用されていない。
- ・交通手段は自動車・バイクが多く、店を選ぶ理由として、総じて駐車場があるからといった利便性の良さや品揃えの豊富さをあげている。

- ・ショッピングセンターでは、「肌着・シャツ・普段着」（29.7%）を購入する人が最も多く、次いで「日用雑貨」（15.9%）、「くつ・カバン・バッグ」（14.4%）と続いている。

<肌着・シャツ・普段着>

- ・まず、最も利用されている「肌着・シャツ・普段着」でみると、「鳥取市」に居住する人が28.9%と最も多く、次いで「米子市」の23.2%、「東伯郡」の11.4%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が64.4%で、年代別にみると50歳代が22.8%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が42.0%で次いで「米子市」の27.9%、「倉吉市」の14.8%と続いている。
- ・購入頻度としては、「その他」が55.3%で次いで「月に1回程度」が40.7%であり購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・買い物は「1人で」行く人が48.9%で約半数にのぼる。
- ・買い物にかかる時間は、「1時間以内」が48.7%と最も多く利用時間は、「土日祝日の午後」が53.2%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が89.9%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が45.8%と最も多く、次いで「値段が安い」が44.1%、「駐車場がある」が39.2%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が74.8%と最も多く次いで「デザイン」が41.1%、「機能」が22.4%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が61.3%と最も多く、次いで「チラシ」28.6%、「その他」の3.9%となっている。

〈図表Ⅲ－７ ショッピングセンターで「肌着・シャツ・普段着」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数	回答数(人)	921	742	363
3,192 人	比率(%)	(28.9)	(23.2)	(11.4)
性別		女性	男性	
有効回答数	回答数(人)	2,053	1,133	
3,186 人	比率(%)	(64.4)	(35.6)	
年齢		40歳代	50歳代	30歳代
有効回答数	回答数(人)	765	728	622
3,193 人	比率(%)	(24.0)	(22.8)	(19.5)
店の所在地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数	回答数(人)	1,322	876	466
3,145 人	比率(%)	(42.0)	(27.9)	(14.8)
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数	回答数(人)	1,714	1,260	90
3,099 人	比率(%)	(55.3)	(40.7)	(2.9)
買い物のスタイル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数	回答数(人)	1,503	720	613
3,075 人	比率(%)	(48.9)	(23.4)	(19.9)
買い物にかける時間		1時間以内	30分以内	2時間以内
有効回答数	回答数(人)	1,498	1,165	347
3,073 人	比率(%)	(48.7)	(37.9)	(11.3)
買い物時間帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数	回答数(人)	1,620	617	456
3,044 人	比率(%)	(53.2)	(20.3)	(15.0)
交通手段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	鉄道
有効回答数	回答数(人)	2,782	238	36
3,096 人	比率(%)	(89.9)	(7.7)	(1.2)
お店を選ぶ理由		品揃えがよい	値段が安い	駐車場がある
有効回答数	回答数(人)	1,410	1,355	1,205
3,076 人	比率(%)	(45.8)	(44.1)	(39.2)
商品を選ぶ基準		価格	デザイン	機能
有効回答数	回答数(人)	2,259	1,240	676
3,019 人	比率(%)	(74.8)	(41.1)	(22.4)
判断材料		店頭・ウインドウ	チラシ	その他
有効回答数	回答数(人)	1,847	862	118
3,012 人	比率(%)	(61.3)	(28.6)	(3.9)

＜日用雑貨＞

- ・次に、「日用雑貨」でみると、「米子市」に居住する人が27.2%と最も多く、次いで「鳥取市」の25.9%、「東伯郡」の11.0%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が61.5%で、年代別にみると50歳代が20.1%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が34.3%で次いで「米子市」の28.1%、「倉吉市」の15.8%と続いている。
- ・購入頻度は、「月に1回程度」が41.7%と最も多い。
- ・買い物は「1人で」行くが49.7%で、最も多い。
- ・買い物にかかる時間は「30分以内」が51.5%と最も多く、利用時間は「土日祝日の午後」が38.1%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が84.7%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が43.5%と最も多く、次いで「駐車場がある」が42.9%、「近くて便利」が34.6%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が78.8%と最も多く、次いで「機能」が24.6%、「安全性・信頼性」が22.8%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」と「チラシ」が同率の45.6%と最も多く合計すると9割を占めている。

〈図表Ⅲ－8 ショッピングセンターで「日用雑貨」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		米子市	鳥取市	東伯郡
有効回答数 1,709 人	回答数(人)	464	443	188
	比率(%)	(27.2)	(25.9)	(11.0)
性 別		女性	男性	
有効回答数 1,701 人	回答数(人)	1,046	655	
	比率(%)	(61.5)	(38.5)	
年 齢		50歳代	40歳代	30歳代
有効回答数 1,709 人	回答数(人)	343	316	288
	比率(%)	(20.1)	(18.5)	(16.9)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 1,667 人	回答数(人)	572	469	263
	比率(%)	(34.3)	(28.1)	(15.8)
商 品 の 購 入 頻 度		月に1回程度	週に1回程度	週に数回程度
有効回答数 1,641 人	回答数(人)	685	559	229
	比率(%)	(41.7)	(34.1)	(14.0)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 1,637 人	回答数(人)	814	429	251
	比率(%)	(49.7)	(26.2)	(15.3)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 1,630 人	回答数(人)	839	661	109
	比率(%)	(51.5)	(40.6)	(6.7)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 1,621 人	回答数(人)	618	474	215
	比率(%)	(38.1)	(29.2)	(13.3)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 1,642 人	回答数(人)	1,391	219	20
	比率(%)	(84.7)	(13.3)	(1.2)
お 店 を 選 ぶ 理 由		品揃えがよい	駐車場がある	値段が安い
有効回答数 1,638 人	回答数(人)	713	702	626
	比率(%)	(43.5)	(42.9)	(38.2)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	機能	安全性・信頼性
有効回答数 1,593 人	回答数(人)	1,248	392	364
	比率(%)	(78.3)	(24.6)	(22.8)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ/チラシ		その他
有効回答数 1,593 人	回答数(人)	727		47
	比率(%)	(45.6)	()	(3.0)

<くつ・カバン・バッグ>

- ・また、「くつ・カバン・バッグ」でみると、「鳥取市」に居住する人が23.8%と最も多く、次いで「米子市」の21.7%、「東伯郡」の15.1%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が67.1%あり、年代別にみると40歳代が25.2%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が38.0%で次いで「米子市」の30.1%、「倉吉市」の16.9%と続いている。
- ・購入頻度は、「その他」が86.3%と圧倒的に多い。
- ・買い物は「1人で」行くが43.9%、買い物にかかる時間は「1時間以内」が55.5%と最も多く、利用時間は「土日祝日の午後」が57.7%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が91.7%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が45.8%と最も多く、次いで「駐車場がある」36.7%、「値段が安い」30.4%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が65.6%と最も多く次いで「デザイン」が55.8%、「流行・センス」が30.1%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が64.5%と最も多く、次いで「チラシ」22.2%、「書籍・雑誌」の4.8%となっている。

〈図表Ⅲ－９ ショッピングセンターで「くつ・カバン・バッグ」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 1,541 人	回答数(人)	367	334	232
	比率(%)	(23.8)	(21.7)	(15.1)
性別		女性	男性	
有効回答数 1,537 人	回答数(人)	1,032	505	
	比率(%)	(67.1)	(32.9)	
年齢		40歳代	50歳代	30歳代
有効回答数 1,542 人	回答数(人)	388	357	301
	比率(%)	(25.2)	(23.2)	(19.5)
店の所在地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 1,506 人	回答数(人)	573	453	254
	比率(%)	(38.0)	(30.1)	(16.9)
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 1,487 人	回答数(人)	1,284	166	19
	比率(%)	(86.3)	(11.2)	(1.3)
買い物のスタイル		1人で	親子で	夫婦で
有効回答数 1,473 人	回答数(人)	646	330	307
	比率(%)	(43.9)	(22.4)	(20.8)
買い物にかける時間		1時間以内	30分以内	2時間以内
有効回答数 1,473 人	回答数(人)	817	369	228
	比率(%)	(55.5)	(25.1)	(15.5)
買い物時間帯		土日祝日の午後	土日祝日の午前	平日の午後
有効回答数 1,470 人	回答数(人)	848	246	233
	比率(%)	(57.7)	(16.7)	(15.9)
交通手段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	鉄道
有効回答数 1,486 人	回答数(人)	1,363	85	25
	比率(%)	(91.7)	(5.7)	(1.7)
お店を選ぶ理由		品揃えがよい	駐車場がある	値段が安い
有効回答数 1,467 人	回答数(人)	672	538	446
	比率(%)	(45.8)	(36.7)	(30.4)
商品を選ぶ基準		価格	デザイン	流行・センス
有効回答数 1,460 人	回答数(人)	958	814	439
	比率(%)	(65.6)	(55.8)	(30.1)
判断材料		店頭・ウインドウ	チラシ	書籍・雑誌
有効回答数 1,305 人	回答数(人)	842	290	63
	比率(%)	(64.5)	(22.2)	(4.8)

⑤百貨店（デパート）

【要約】

- ・ 買い回り性の高いくつ・カバン・バッグ、婦人服、肌着・シャツ・普段着等を購入している。
- ・ 東部と西部を比較した場合、西部地域の方が百貨店を利用する人が多い。

- ・ 百貨店（デパート）では、「くつ・カバン・バッグ」（28.9%）が最も多く、次いで「婦人服」（27.0%）、「肌着・シャツ・普段着」（19.0%）と続いている。

<くつ・カバン・バッグ>

- ・ まず、最も利用されている「くつ・カバン・バッグ」でみると、「米子市」に居住する人が33.8%と最も多く、次いで「鳥取市」の19.9%、「東伯郡」の9.4%と続いている。
- ・ 性別では、「女性」の利用が76.6%で、年代別にみると50歳代が20.3%利用している。
- ・ 最も多く利用されている店の場所は、「米子市」が59.8%で過半を占め、次いで「鳥取市」の26.9%、「県外」の7.5%と続いている。
- ・ 購入頻度としては、「その他」が84.9%、次いで「月に1回程度」が13.7%であり、購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・ 買い物は「1人で」行くが47.7%である。
- ・ 買い物にかかる時間は「2時間以内」が22.8%と最も多く、利用時間は「土日祝日の午後」が58.6%となっている。
- ・ 交通手段は、「自家用車利用」が85.4%と最も多い。
- ・ 店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が45.2%と最も多く、次いで「良い商品がある」が44.5%、「駐車場がある」が23.7%と続いている。
- ・ 商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が65.0%と最も多く次いで「流行・センス」が40.8%、「価格」が40.5%と続いている。
- ・ 商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が68.7%と最も多く、次いで「チラシ」11.5%、「書籍・雑誌」の9.3%となっている。

【図表Ⅲ－10】百貨店(デパート)で「くつ・カバン・バッグ」を購入する人の特性

居 住 地		第1位	第2位	第3位
米子市		鳥取市	東伯郡	
有効回答数	回答数(人)	505	298	140
1,494 人	比率(%)	(33.8)	(19.9)	(9.4)
性 別		女性	男性	
有効回答数	回答数(人)	1,144	350	
1,494 人	比率(%)	(76.6)	(23.4)	
年 齢		30歳代	50歳代	20歳代
有効回答数	回答数(人)	315	304	282
1,494 人	比率(%)	(21.1)	(20.3)	(18.9)
店 の 所 在 地		米子市	鳥取市	県外
有効回答数	回答数(人)	879	395	110
1,470 人	比率(%)	(59.8)	(26.9)	(7.5)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数	回答数(人)	1,234	199	13
1,453 人	比率(%)	(84.9)	(13.7)	(0.9)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	友達と
有効回答数	回答数(人)	696	256	237
1,459 人	比率(%)	(47.7)	(17.5)	(16.2)
買 い 物 に か ける 時 間		1時間以内	2時間以内	30分以内
有効回答数	回答数(人)	753	330	245
1,447 人	比率(%)	(52.0)	(22.8)	(16.9)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	平日の午前
有効回答数	回答数(人)	839	269	81
1,431 人	比率(%)	(58.6)	(18.8)	(5.7)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数	回答数(人)	1,246	91	58
1,459 人	比率(%)	(85.4)	(6.2)	(4.0)
お 店 を 選 ぶ 理 由		品揃えがよい	良い商品がある	駐車場がある
有効回答数	回答数(人)	650	596	340
1,437 人	比率(%)	(45.2)	(41.5)	(23.7)
商 品 を 選 ぶ 基 準		デザイン	流行・センス	価格
有効回答数	回答数(人)	928	583	579
1,428 人	比率(%)	(65.0)	(40.8)	(40.5)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	書籍・雑誌
有効回答数	回答数(人)	860	144	116
1,252 人	比率(%)	(68.7)	(11.5)	(9.3)

<婦人服>

- ・次に「婦人服」でみると、「米子市」に居住する人が34.3%と最も多く、次いで「鳥取市」の20.6%、「境港市」の8.5%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が87.8%で、年代別にみると50歳代が20.5%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「米子市」が60.4%で、次いで「鳥取市」の27.9%、「県外」の5.1%と続いている。
- ・購入頻度は、「その他」が66.4%、次いで「月に1回程度」が31.8%であり購入頻度が低いことがうかがえる。
- ・買い物は「1人で」行く人が50.0%である。
- ・買い物にかける時間は、「1時間以内」が47.8%と最も多く利用時間は、「土日祝日の午後」が54.8%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が84.6%と最も多い。
- ・店の選択理由（複数回答）としては、「良い商品がある」が38.2%と最も多く、次いで「品揃えがよい」が36.6%、「楽しみながら買い物ができる」が24.9%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が66.6%と最も多く次いで「流行・センス」が51.7%、「価格」が42.3%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が69.1%と最も多く、次いで「チラシ」11.9%、「書籍・雑誌」の8.2%となっている。

〈図表Ⅲ－11 百貨店(デパート)で「婦人服」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		米子市	鳥取市	境港市
有効回答数 1,392 人	回答数(人)	477	287	118
	比率(%)	(34.3)	(20.6)	(8.5)
性 別		女性	男性	
有効回答数 1,392 人	回答数(人)	1,222	170	
	比率(%)	(87.8)	(12.2)	
年 齢		50歳代	30歳代	40歳代
有効回答数 1,392 人	回答数(人)	285	276	244
	比率(%)	(20.5)	(19.8)	(17.5)
店 の 所 在 地		米子市	鳥取市	県外
有効回答数 1,364 人	回答数(人)	824	381	70
	比率(%)	(60.4)	(27.9)	(5.1)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 1,337 人	回答数(人)	888	425	17
	比率(%)	(66.4)	(31.8)	(1.3)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	友達と	親子で
有効回答数 1,345 人	回答数(人)	673	239	223
	比率(%)	(50.0)	(17.8)	(16.6)
買 い 物 に か け る 時 間		1時間以内	2時間以内	2時間超
有効回答数 1,342 人	回答数(人)	642	415	145
	比率(%)	(47.8)	(30.9)	(10.8)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 1,334 人	回答数(人)	731	284	179
	比率(%)	(54.8)	(21.3)	(13.4)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 1,348 人	回答数(人)	1,141	100	54
	比率(%)	(84.6)	(7.4)	(4.0)
お 店 を 選 ぶ 理 由		良い商品がある	品揃えがよい	楽しみなから買い物ができる
有効回答数 1,337 人	回答数(人)	511	490	333
	比率(%)	(38.2)	(36.6)	(24.9)
商 品 を 選 ぶ 基 準		デザイン	流行・センス	価格
有効回答数 1,345 人	回答数(人)	896	695	569
	比率(%)	(66.6)	(51.7)	(42.3)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	書籍・雑誌
有効回答数 1,310 人	回答数(人)	905	156	108
	比率(%)	(69.1)	(11.9)	(8.2)

⑥コンビニエンスストア

【要約】

- ・最寄り性の高い食料品（生鮮・一般）、日用雑貨での利用が多い。
- ・男性で若年層の利用が高く、買い物時間帯は深夜が多い。
- ・交通手段は、徒歩・自転車の利用も比較的高いことから、近隣店の利用が多いことがうかがえる。

- ・コンビニエンスストアでは、「食料品」（62.8％）を購入する人が最も多く、次いで「日用雑貨」（23.7％）、「医薬品・化粧品」（9.7％）と続いている。
- ・最も利用されている「食料品」でみると、「米子市」に居住する人が25.4％と最も多く、次いで「鳥取市」の23.2％、「西伯郡」の9.9％と続いている。
- ・性別では、「男性」の利用が77.7％で圧倒的に多く、年代別にみると20歳代が30.3％利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が31.5％、次いで「米子市」の30.2％、「倉吉市」の10.5％と続いている。
- ・購入頻度としては、「週に数回程度」が46.8％、次いで「週に1回程度」が26.8％となっている。
- ・買い物は「1人で」行くが74.5％である。
- ・買い物にかかる時間は「30分以内」が88.8％と最も多く利用時間は、「平日の夜」が41.7％となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が66.6％と最も多く、次いで「徒歩・自転車」が32.2％あり、比較的近隣での利用が多いことがうかがえる。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「近くて便利」が70.1％と最も多く、次いで「駐車場がある」が30.0％、「品揃えがよい」が23.6％と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が68.5％と最も多く次いで「品質」が48.3％、「安全性・信頼性」が22.1％と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が70.2％と最も多く、次いで「チラシ」13.9％、「その他」の6.8％となっている。

〈図表Ⅲ－12 コンビニエンスストアで「食料品(生鮮・一般)」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		米子市	鳥取市	西伯郡
有効回答数 617 人	回答数(人)	157	143	61
	比率(%)	(25.4)	(23.2)	(9.9)
性 別		男性	女性	
有効回答数 613 人	回答数(人)	476	137	
	比率(%)	(77.7)	(22.3)	
年 齢		20歳代	10歳代	30歳代
有効回答数 617 人	回答数(人)	187	152	127
	比率(%)	(30.3)	(24.6)	(20.6)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 612 人	回答数(人)	193	185	64
	比率(%)	(31.5)	(30.2)	(10.5)
商 品 の 購 入 頻 度		週に数回程度	週に1回程度	毎日
有効回答数 613 人	回答数(人)	287	164	115
	比率(%)	(46.8)	(26.8)	(18.8)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	友達と	親子で
有効回答数 611 人	回答数(人)	455	98	31
	比率(%)	(74.5)	(16.0)	(5.1)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 608 人	回答数(人)	540	51	11
	比率(%)	(88.8)	(8.4)	(1.8)
買 い 物 時 間 帯		平日の夜	平日の午後	土日祝日の午後
有効回答数 599 人	回答数(人)	250	159	80
	比率(%)	(41.7)	(26.5)	(13.4)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	鉄道
有効回答数 608 人	回答数(人)	405	195	5
	比率(%)	(66.6)	(32.1)	(0.8)
お 店 を 選 ぶ 理 由		近くて便利	自由な時間に買い物ができる	駐車場がある
有効回答数 606 人	回答数(人)	425	190	182
	比率(%)	(70.1)	(31.4)	(30)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	品質(新鮮さ)	安全性・信頼性
有効回答数 596 人	回答数(人)	408	288	132
	比率(%)	(68.5)	(48.3)	(22.1)
判 断 材 料		店頭・ウインドウ	チラシ	その他
有効回答数 588 人	回答数(人)	413	82	40
	比率(%)	(70.2)	(13.9)	(6.8)

⑦ホームセンター

【要約】

- ・「日用雑貨」を購入する人が多い。
- ・交通手段は自動車・バイクでの利用が圧倒的に多い。
- ・商品購入の判断材料として、チラシをみての利用が多い。

- ・ホームセンターでは、「日用雑貨」（74.2%）を購入する人が最も多く、次いで「医薬品・化粧品」（11.3%）、「家具・家電」（8.7%）と続いている。
- ・最も利用されている「日用雑貨」でみると、「鳥取市」に居住する人が27.0%と最も多く、次いで「米子市」の20.6%、「東伯郡」の12.8%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が53.4%と若干男性を上回っており、年代別にみると50歳代が23.7%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が38.2%で次いで「米子市」の25.7%、「倉吉市」の14.1%と続いている。
- ・購入頻度は、「月に1回程度」が48.9%で次いで「週に1回程度」が34.0%となっている。
- ・買い物は「1人で」行くが52.5%である。
- ・買い物にかかる時間は「30分以内」が56.0%と最も多く利用時間は、「土日祝日の午後」が44.1%となっている。
- ・交通手段としては、「自家用車利用」が93.2%と圧倒的に多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃えがよい」が52.1%と最も多く、次いで「値段が安い」が46.8%、「駐車場がある」が44.4%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が80.9%と圧倒的に多く次いで「機能」が27.2%、「安全性・信頼性」が20.3%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「チラシ」が52.6%と最も多く、次いで「店頭・ウインドウ」40.3%、「その他」の3.7%となっている。

〈図表Ⅲ－13 ホームセンターで「日用雑貨」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 3,113 人	回答数(人)	840	641	399
	比率(%)	(27.0)	(20.6)	(12.8)
性 別		女性	男性	
有効回答数 3,110 人	回答数(人)	1,660	1,450	
	比率(%)	(5.4)	(46.6)	
年 齢		50歳代	40歳代	30歳代
有効回答数 3,116 人	回答数(人)	737	717	666
	比率(%)	(23.7)	(23.0)	(21.4)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 3,072 人	回答数(人)	1,173	788	432
	比率(%)	(38.2)	(25.7)	(14.1)
商 品 の 購 入 頻 度		月に1回程度	週に1回程度	その他
有効回答数 3,033 人	回答数(人)	1,482	1,032	309
	比率(%)	(48.9)	(34.0)	(10.2)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 3,018 人	回答数(人)	1,584	814	481
	比率(%)	(52.5)	(27.0)	(15.9)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 3,014 人	回答数(人)	1,689	1,172	133
	比率(%)	(56.0)	(38.9)	(4.4)
買 い 物 時 間 帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 3,004 人	回答数(人)	1,325	731	508
	比率(%)	(44.1)	(24.3)	(16.9)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 3,041 人	回答数(人)	2,833	193	11
	比率(%)	(93.2)	(6.3)	(0.4)
お 店 を 選 ぶ 理 由		品揃えがよい	値段が安い	駐車場がある
有効回答数 3,035 人	回答数(人)	1,581	1,420	1,347
	比率(%)	(52.1)	(46.8)	(44.4)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	機能	安全性・信頼性
有効回答数 2,977 人	回答数(人)	2,409	809	603
	比率(%)	(80.9)	(27.2)	(20.3)
判 断 材 料		チラシ	店頭・ウィンドウ	その他
有効回答数 2,953 人	回答数(人)	1,552	1,190	110
	比率(%)	(52.6)	(40.3)	(3.7)

⑧農 協

【要約】

- ・食料品（生鮮・一般）を購入することが多く、東伯郡で農協利用率が他の地域と比較して高い。
- ・ポイントなどの特典を受けられることからを選択の理由としている割合が多い。

- ・農協では、「食料品（生鮮・一般）」（56.8%）を購入する人が最も多く、次いで「日用雑貨」（13.0%）、「肌着・シャツ・普段着」（8.3%）と続いている。
- ・最も利用されている「食料品（生鮮・一般）」でみると、「東伯郡」に居住する人が26.9%と最も多く、次いで「八頭郡」の23.3%、「鳥取市」の19.4%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が73.0%と大きく男性を上回っており、年代別にみると50歳代が26.4%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「東伯郡」が25.7%で次いで「鳥取市」の21.2%、「西伯郡」の11.9%と続いている。
- ・購入頻度としては、「週に数回程度」が50.2%で過半を超え、次いで「毎日」が26.9%となっている。
- ・買い物は「1人で」行くが68.0%である。
- ・買い物にかかる時間は「30分以内」が73.3%と最も多く、利用時間は「平日の午後」が48.4%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が73.3%であるが、「徒歩・自転車利用」も26.2%あり比較的多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「近くて便利」が79.9%と最も多く、次いで「駐車場がある」が33.5%、「ポイントなどの特典がある」が27.2%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が69.1%で次いで「品質」が65.5%、「安全性・信頼性」が31.4%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「チラシ」が58.1%と最も多く、次いで「店頭・ウインドウ」38.6%、「その他」の1.9%となっている。

〈図表Ⅲ－14 農協で「食料品(生鮮・一般)」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		東伯郡	八頭郡	鳥取市
有効回答数 227 人	回答数(人)	61	53	44
	比率(%)	(26.9)	(23.3)	(19.4)
性 別		女性	男性	
有効回答数 226 人	回答数(人)	165	61	
	比率(%)	(73.0)	(27.0)	
年 齢		40歳代	50歳代	60歳代
有効回答数 227 人	回答数(人)	62	60	36
	比率(%)	(27.3)	(26.4)	(15.9)
店 の 所 在 地		東伯郡	鳥取市	西伯郡
有効回答数 226 人	回答数(人)	58	48	27
	比率(%)	(25.7)	(21.2)	(11.9)
商 品 の 購 入 頻 度		週に数回程度	毎日	週に1回程度
有効回答数 227 人	回答数(人)	114	61	33
	比率(%)	(50.2)	(26.9)	(14.5)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	夫婦で	親子で
有効回答数 225 人	回答数(人)	153	44	23
	比率(%)	(68.0)	(19.6)	(10.2)
買 い 物 に か ける 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 225 人	回答数(人)	165	55	5
	比率(%)	(73.3)	(24.4)	(2.2)
買 い 物 時 間 帯		平日の午後	平日の午前	平日の夜
有効回答数 221 人	回答数(人)	107	41	30
	比率(%)	(48.4)	(18.6)	(13.6)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 225 人	回答数(人)	165	59	1
	比率(%)	(73.3)	(26.2)	(0.4)
お 店 を 選 ぶ 理 由		近くて便利	駐車場がある	ポイントなどの特典がある
有効回答数 224 人	回答数(人)	179	75	61
	比率(%)	(79.9)	(33.5)	(27.2)
商 品 を 選 ぶ 基 準		価格	品質(新鮮さ)	安全性・信頼性
有効回答数 223 人	回答数(人)	154	146	70
	比率(%)	(69.1)	(65.5)	(31.4)
判 断 材 料		チラシ	店頭・ウィンドウ	その他
有効回答数 215 人	回答数(人)	125	83	4
	比率(%)	(58.1)	(38.6)	(1.9)

⑨県外の専門店・百貨店

【要約】

- ・県外の専門店・百貨店では、買い回り性の高いくつ・カバン・バッグを購入する人が多い。
- ・県外の専門店・百貨店で購入するのは鳥取市に居住する人の利用が多い。
- ・若い年代は友人との同伴での購買するスタイルが多い。
- ・交通手段は鉄道を利用する人が比較的多い。
- ・商品の選択基準では、デザイン性、流行、ブランド商品を求めている。
- ・買い物所要時間は長時間となる傾向があり、時間消費の購買行動がうかがえる。
- ・商品購入時の判断材料は、書籍・雑誌を見ての判断が比較的多い。

- ・県外の専門店・百貨店では「くつ・カバン・バッグ」（33.7％）を購入する人が最も多く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」（23.3％）、「婦人服」（19.6％）と続いている。

<くつ・カバン・バッグ>

- ・「くつ・カバン・バッグ」でみると、「鳥取市」に居住する人が45.7％と最も多く、次いで「米子市」が21.2％、「倉吉市」が7.7％と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が62.3％で年代別にみると20歳代が49.2％と最も多く利用している。
- ・購入頻度としては、「その他」が89.8％で次いで「月に1回程度」が9.9％となっている。
- ・買い物は「1人で」ならびに「友達と」が32.3％の同率で最も多い。
- ・買い物にかかる時間は、「2時間超」が33.3％と最も多い。利用時間は、「土日祝日の午後」が74.6％となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が59.9％と最も多いが、「鉄道」も24.9％と比較的多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「良い商品がある」が48.0％と最も多く、次いで「品揃えがよい」が45.3％、「この店にしかない商品がある」が37.0％と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が72.2％と多く、次いで「流行・センス」が44.5％、「ブランド」が39.8％と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が60.8％と最も多く、「書籍・雑誌」が28.1％と続いている。

〈図表Ⅲ－15 県外の専門店・百貨店で「くつ・カバン・バッグ」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 311 人	回答数(人)	142	66	24
	比率(%)	(45.7)	(21.2)	(7.7)
性別		女性	男性	
有効回答数 310 人	回答数(人)	193	117	
	比率(%)	(62.3)	(37.7)	
年齢		20歳代	30歳代	40歳代
有効回答数 311 人	回答数(人)	153	68	34
	比率(%)	(49.2)	(21.9)	(10.9)
店の所在地		県外	鳥取市/米子市	
有効回答数 302 人	回答数(人)	282	9	
	比率(%)	(93.4)	(3.0)	()
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に数回程度
有効回答数 303 人	回答数(人)	272	30	1
	比率(%)	(89.8)	(9.9)	(0.3)
買い物のスタイル		1人で/友達と		夫婦で
有効回答数 303 人	回答数(人)	98		50
	比率(%)	(32.3)	()	(16.5)
買い物にかける時間		2時間超	1時間以内	2時間以内
有効回答数 303 人	回答数(人)	101	96	77
	比率(%)	(33.3)	(31.7)	(25.4)
買い物時間帯		土日祝日の午後	平日の午後	土日祝日の午前
有効回答数 299 人	回答数(人)	223	35	34
	比率(%)	(74.6)	(11.7)	(11.4)
交通手段		自家用車・バイク	鉄道	バス
有効回答数 297 人	回答数(人)	178	74	26
	比率(%)	(59.9)	(24.9)	(8.8)
お店を選ぶ理由		良い商品がある	品揃えがよい	この店にしかない商品がある
有効回答数 300 人	回答数(人)	144	136	111
	比率(%)	(48.0)	(45.3)	(37.0)
商品を選ぶ基準		デザイン	流行・センス	ブランド
有効回答数 299 人	回答数(人)	216	133	119
	比率(%)	(72.2)	(44.5)	(39.8)
判断材料		店頭・ウインドウ	書籍・雑誌	友達や知人が持っていた/その他
有効回答数 278 人	回答数(人)	169	78	6
	比率(%)	(60.8)	(28.1)	(2.2)

＜時計・メガネ・アクセサリ＞

- ・「時計・メガネ・アクセサリ」でみると、「鳥取市」に居住する人が41.9%と最も多く、次いで「米子市」が20.0%、「倉吉市」が9.8%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が63.3%、年代別にみると20歳代が55.8%と最も多く利用している。
- ・購入頻度としては、「その他」が92.4%、次いで「月に1回程度」が7.1%となっている。
- ・買い物は「1人で」が34.0%と最も多いが、「友達と」が33.5%とほぼ同率である。
- ・買い物にかかる時間は、「1時間以内」が37.5%と最も多い。利用時間は、「土日祝日の午後」が75.4%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が61.3%と最も多いが、「鉄道」が24.5%と比較的多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「良い商品がある」が45.2%と最も多く、次いで「品揃えがよい」が42.3%、「この店にしかない商品がある」が36.1%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が72.8%と多く、次いで「流行・センス」が46.1%、「ブランド」が35.9%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が56.3%と最も多く、「書籍・雑誌」が26.8%と続いている。

〈図表Ⅲ－16 県外の専門店・百貨店で「時計・メガネ・アクセサリー」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 215 人	回答数(人)	90	43	21
	比率(%)	(41.9)	(20.0)	(9.8)
性別		女性	男性	
有効回答数 215 人	回答数(人)	136	79	
	比率(%)	(63.3)	(36.7)	
年齢		20歳代	30歳代	40歳代
有効回答数 215 人	回答数(人)	120	35	28
	比率(%)	(55.8)	(16.3)	(13.0)
店の所在地		県外	米子市	鳥取市
有効回答数 207 人	回答数(人)	192	10	4
	比率(%)	(92.8)	(4.8)	(1.9)
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 211 人	回答数(人)	195	15	1
	比率(%)	(92.4)	(7.1)	(0.5)
買い物のスタイル		1人で	友達と	夫婦で
有効回答数 212 人	回答数(人)	72	71	32
	比率(%)	(34.0)	(33.5)	(15.1)
買い物にかける時間		1時間以内	2時間超	2時間以内
有効回答数 208 人	回答数(人)	78	67	43
	比率(%)	(37.5)	(32.2)	(20.7)
買い物時間帯		土日祝日の午後	土日祝日の午前	平日の午後
有効回答数 203 人	回答数(人)	153	27	19
	比率(%)	(75.4)	(13.3)	(9.4)
交通手段		自家用車・バイク	鉄道	バス
有効回答数 204 人	回答数(人)	125	50	17
	比率(%)	(61.3)	(24.5)	(8.3)
お店を選ぶ理由		良い商品がある	品揃えがよい	この店にしかない商品がある
有効回答数 208 人	回答数(人)	94	88	75
	比率(%)	(45.2)	(42.3)	(36.1)
商品を選ぶ基準		デザイン	流行・センス	ブランド
有効回答数 206 人	回答数(人)	150	95	74
	比率(%)	(72.8)	(46.1)	(35.9)
判断材料		店頭・ウインドウ	書籍・雑誌	その他
有効回答数 190 人	回答数(人)	107	51	9
	比率(%)	(56.3)	(26.8)	(4.7)

<婦人服>

- ・また「婦人服」でみると、「鳥取市」に居住する人が40.3%と最も多く、次いで「米子市」が16.6%、「倉吉市」が9.9%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が92.3%、年代別にみると20歳代が54.7%と最も多く利用している。
- ・購入頻度としては、「その他」が72.2%で次いで「月に1回程度」が27.3%となっており、買い回り品としては県外への頻度が比較的高いことがうかがえる。
- ・買い物は「友達と」が36.9%で最も多い。
- ・買い物にかかる時間は、「2時間超」が52.5%と最も多く、利用時間は、「土日祝日の午後」が68.8%となっている。
- ・交通手段は、「自家用車利用」が57.5%と最も多いが、次いで「鉄道」が28.2%と比較的多い。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「品揃え」が45.1%と最も多く、次いで「良い商品がある」が41.6%、「この店にしかない商品がある」が35.3%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「デザイン」が78.7%と多く、次いで「流行・センス」が55.7%、「ブランド」並びに「価格」が34.5%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「店頭・ウインドウ」が58.6%と最も多く、「書籍・雑誌」が24.1%と続いている。

〈図表Ⅲ－17 県外の専門店・百貨店で「婦人服」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 181 人	回答数(人)	73	30	18
	比率(%)	(40.3)	(16.6)	(9.9)
性別		女性	男性	
有効回答数 181 人	回答数(人)	167	14	
	比率(%)	(92.3)	(7.7)	
年齢		20歳代	30歳代	50歳代
有効回答数 181 人	回答数(人)	99	29	19
	比率(%)	(54.7)	(16.0)	(10.5)
店の所在地		県外	米子市	鳥取市
有効回答数 180 人	回答数(人)	162	8	5
	比率(%)	(90.0)	(4.4)	(2.8)
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 176 人	回答数(人)	127	48	1
	比率(%)	(72.2)	(27.3)	(0.6)
買い物のスタイル		友達と	1人で	親子で
有効回答数 179 人	回答数(人)	66	47	30
	比率(%)	(36.9)	(26.3)	(16.8)
買い物にかける時間		2時間超	1時間以内	2時間以内
有効回答数 177 人	回答数(人)	93	38	37
	比率(%)	(52.5)	(21.5)	(20.9)
買い物時間帯		土日祝日の午後	土日祝日の午前	平日の午後
有効回答数 173 人	回答数(人)	119	27	23
	比率(%)	(68.8)	(15.6)	(13.3)
交通手段		自家用車・バイク	鉄道	バス
有効回答数 174 人	回答数(人)	100	49	19
	比率(%)	(57.5)	(28.2)	(10.9)
お店を選ぶ理由		品揃えがよい	良い商品がある	この店にしかない商品がある
有効回答数 173 人	回答数(人)	78	72	61
	比率(%)	(45.1)	(41.6)	(35.3)
商品を選ぶ基準		デザイン	流行・センス	価格/ブランド
有効回答数 174 人	回答数(人)	137	97	60
	比率(%)	(78.7)	(55.7)	(34.5)
判断材料		店頭・ウインドウ	書籍・雑誌	チラシ
有効回答数 174 人	回答数(人)	102	42	8
	比率(%)	(58.6)	(24.1)	(4.6)

2. 地域別特性と商圈動向

(1) 地域別にみた購買特性

①地元購買の状況

【要約】

- ・市部においては全品目において高い地元購買率を示している。
- ・食料品の地元購買率は県下全般に高く50%を超えている。
- ・岩美郡では地元購買率が低く、全品目平均値で2割を下回っている。

地元購買率は、地元の人々が地元の商店や商店街で買い物をする割合を示したものである。まず、8品目の単純平均である「全品目」を見ると、「鳥取市」が92.3%で最も高く、次いで「米子市」が91.8%、「倉吉市」が83.8%、「境港市」が60.1%となっている。

地元購買率が30%未満の地域は、岩美郡、気高郡、日野郡など人口規模が小さく大規模商業施設が立地していない地域である。また地元購買率が50%未満の地域は八頭郡、東伯郡、西伯郡など3地域あり、合計で6地域となり、郡部地域での地元購買率は低いことがうかがえる。

新たな大規模商業施設の進出や、道路交通網の整備などで商圈の広域化が進む中、地元購買率の二極化が進む傾向がみられる。

「最寄品」である食料品（生鮮・一般食料品）は、いずれの地域も全品目に比べて地元購買率が高く、80%以上の地域は鳥取市、倉吉市、米子市、境港市、日野郡の5地域。70%台が気高郡、八頭郡の2地域、60%台が東伯郡、西伯郡の2地域で、50%未満となっている地域はない。

次に品目毎に特徴を挙げてみる。

ア. 食料品（生鮮・一般）

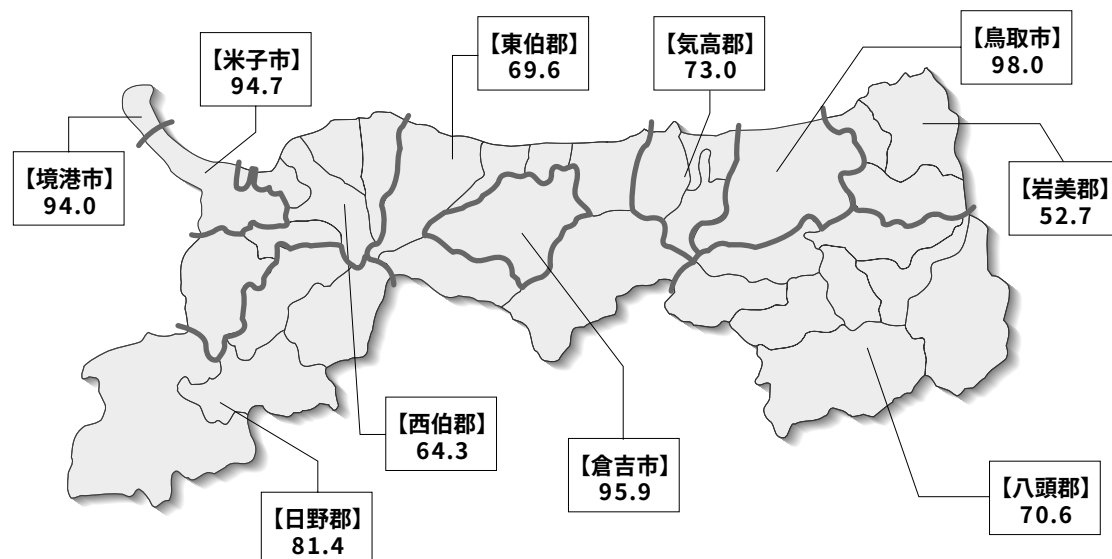
食料品は県全域で地元購買率が高い。「鳥取市」での地元購買率が98.0%と最も高く、次いで「倉吉市」の95.9%、「米子市」の94.7%、「境港市」の94.0%と県下4市全てが90%以上という高い地元購買率である。次いで80%台が「日野郡」、70%台が「気高郡」、「八頭郡」となっている。

図表Ⅲ－18 品目別地元購買率マトリックス「食料品（生鮮・一般）」

数	店の所在地:食料品(生鮮・一般) × 居住地											
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	7,617	2,351	1,975	902	452	179	152	427	596	361	192	30
	100	30.9	25.9	11.8	5.9	2.4	2.0	5.6	7.8	4.7	2.5	0.4
鳥取市	2,012	1972	5	4	1	5	3	18	—	1	—	3
	100	98.0	0.2	0.2	0.0	0.2	0.1	0.9	—	0.0	—	0.1
米子市	1,825	6	1729	1	33	—	—	—	—	51	1	4
	100	0.3	94.7	0.1	1.8	—	—	—	—	2.8	0.1	0.2
倉吉市	680	8	7	652	2	—	—	1	10	—	—	—
	100	1.2	1	95.9	0.3	—	—	0.1	1.5	—	—	—
境港市	435	—	26	—	409	—	—	—	—	—	—	—
	100	—	6.0	—	94.0	—	—	—	—	—	—	—
気高郡	233	56	1	5	—	170	—	—	—	—	—	1
	100	24.0	0.4	2.1	—	73.0	—	—	—	—	—	0.4
岩美郡	277	126	—	—	—	1	146	2	1	—	—	1
	100	45.5	—	—	—	0.4	52.7	0.7	0.4	—	—	0.4
八頭郡	575	167	—	—	1	—	—	406	—	—	—	1
	100	29.0	—	—	0.2	—	—	70.6	—	—	—	0.2
東伯郡	831	8	2	240	—	1	—	—	578	2	—	—
	100	1	0.2	28.9	—	0.1	—	—	69.6	0.2	—	—
西伯郡	476	1	153	—	2	2	2	—	7	306	3	—
	100	0.2	32.1	—	0.4	0.4	0.4	—	1.5	64.3	0.6	—
日野郡	231	1	41	—	—	—	—	—	—	1	188	—
	100	0.4	17.7	—	—	—	—	—	—	0.4	81.4	—
県外	42	6	11	—	4	—	1	—	—	—	—	20
	100	14.3	26.2	—	9.5	—	2.4	—	—	—	—	47.6

図表Ⅲ－19 市郡別地元利用率一覧図（食料品（生鮮・一般））

（単位%）



イ. 日用雑貨

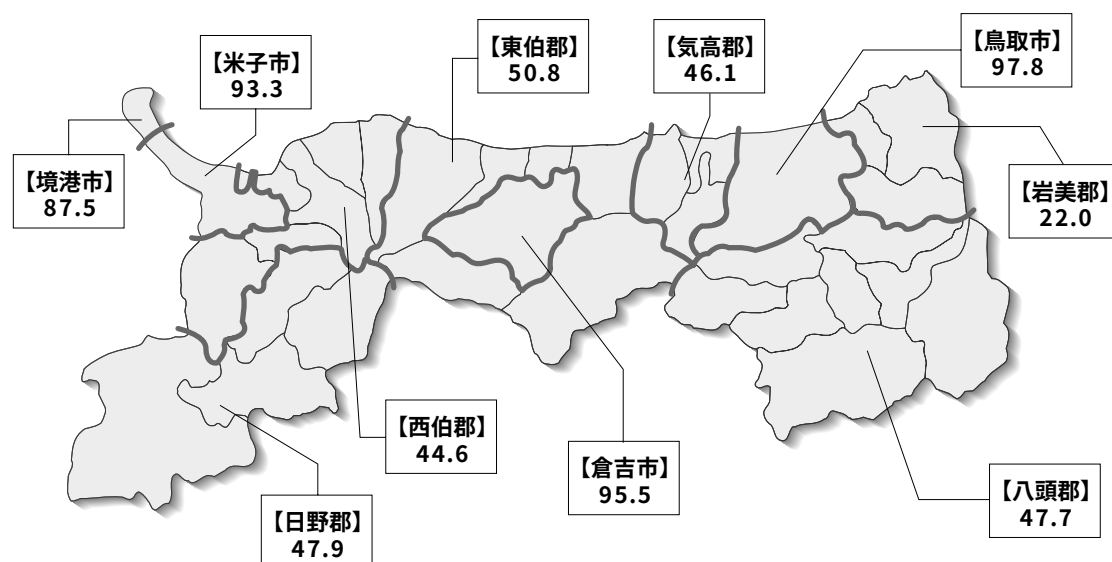
「鳥取市」の97.8%を最高に、90%台では「倉吉市」(95.5%)、「米子市」(93.3%)、80%台では「境港市」の87.5%となっている。郡部地域では「日野郡」、「八頭郡」、「気高郡」、「西伯郡」が40%台であるものの、「岩美郡」では22.0%と低率となっている。

図表Ⅲ-20 品目別地元購買率マトリックス「日用雑貨」

数	店の所在地:日用雑貨 × 居住地												
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外	
合計	7,419	2,543	2,117	1,006	408	107	59	282	444	294	103	56	
	100	34.3	28.5	13.6	5.5	1.4	0.8	3.8	6	4	1.4	0.8	
鳥取市	1,944	1,902	8	4	1	-	-	11	-	-	-	18	
	100	97.8	0.4	0.2	0.1	-	-	0.6	-	-	-	0.9	
米子市	1,796	9	1675	1	30	-	-	-	-	75	-	6	
	100	0.5	93.3	0.1	1.7	-	-	-	-	4.2	-	0.3	
倉吉市	641	13	6	612	2	-	-	-	5	-	-	3	
	100	2.0	0.9	95.5	0.3	-	-	-	0.8	-	-	0.5	
境港市	423	1	50	-	370	-	-	-	-	-	1	1	
	100	0.2	11.8	-	87.5	-	-	-	-	0.2	-	0.2	
気高郡	230	107	3	12	-	106	-	-	2	-	-	-	
	100	46.5	1.3	5.2	-	46.1	-	-	0.9	-	-	-	
岩美郡	264	205	-	-	-	-	58	1	-	-	-	-	
	100	77.7	-	-	-	-	22.0	0.4	-	-	-	-	
八頭郡	566	286	1	1	-	-	-	270	-	-	-	8	
	100	50.5	0.2	0.2	-	-	-	47.7	-	-	-	1.4	
東伯郡	833	12	18	376	2	-	-	-	423	2	-	-	
	100	1.4	2.2	45.1	0.2	-	-	-	50.8	0.2	-	-	
西伯郡	466	2	240	-	-	1	1	-	14	208	-	-	
	100	0.4	51.5	-	-	0.2	0.2	-	3	44.6	-	-	
日野郡	215	-	103	-	-	-	-	-	-	8	103	1	
	100	-	47.9	-	-	-	-	-	-	3.7	47.9	0.5	
県外	41	6	13	-	3	-	-	-	-	-	-	19	
	100	14.6	31.7	-	7.3	-	-	-	-	-	-	46.3	

図表Ⅲ-21 市郡別地元利用率一覧図（日用雑貨）

(単位%)



ウ. 医薬品・化粧品

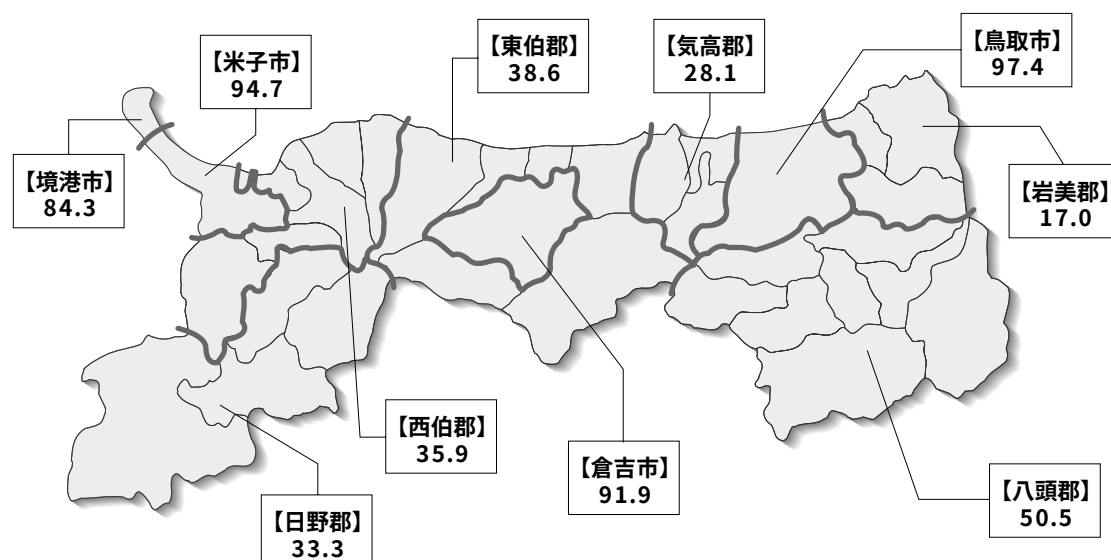
市部では各地域とも高率であり、「鳥取市」の97.4%を筆頭に「倉吉市」91.9%、「米子市」が93.3%と続いており、次いで80%台に「境港市」が84.3%と続いている。郡部では市部と比較して低く、大半が購買率30%以下であるが、「八頭郡」は50.5%と郡部の中では高い地元購買率となっている。

図表Ⅲ－22 品目別地元購買率マトリックス「医薬品・化粧品」

数	店の所在地: 医薬品・化粧品 × 居住地											
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	6,622	2,299	2,048	942	350	61	43	255	282	204	65	73
	100	34.7	30.9	14.2	5.3	0.9	0.6	3.9	4.3	3.1	1	1.1
鳥取市	1,750	1,704	17	2	-	1	1	10	1	-	-	14
	100	97.4	1	0.1	-	0.1	0.1	0.6	0.1	-	-	0.8
米子市	1,632	10	1,545	3	16	-	-	-	-	44	-	14
	100	0.6	94.7	0.2	1	-	-	-	-	2.7	-	0.9
倉吉市	583	16	15	536	2	-	-	-	4	-	-	10
	100	2.7	2.6	91.9	0.3	-	-	-	0.7	-	-	1.7
境港市	388	-	56	-	327	-	-	-	-	-	2	3
	100	-	14.4	-	84.3	-	-	-	-	0.5	-	0.8
気高郡	203	128	1	14	-	57	-	-	1	-	-	2
	100	63.1	0.5	6.9	-	28.1	-	-	0.5	-	-	1
岩美郡	235	192	-	-	-	-	40	1	-	-	-	2
	100	81.7	-	-	-	-	17.0	0.4	-	-	-	0.9
八頭郡	481	231	-	1	-	2	-	243	-	-	-	4
	100	48.0	-	0.2	-	0.4	-	50.5	-	-	-	0.8
東伯郡	702	11	24	385	2	-	-	-	271	5	-	4
	100	1.6	3.4	54.8	0.3	-	-	-	38.6	0.7	-	0.6
西伯郡	415	1	254	1	-	1	1	-	5	149	-	3
	100	0.2	61.2	0.2	-	0.2	0.2	-	1.2	35.9	-	0.7
日野郡	195	-	124	-	-	-	-	-	-	4	65	2
	100	-	63.6	-	-	-	-	-	-	2.1	33.3	1
県外	38	6	12	-	3	-	1	1	-	-	-	15
	100	15.8	31.6	-	7.9	-	2.6	2.6	-	-	-	39.5

図表Ⅲ－23 市郡別地元利用率一覧図（医薬品・化粧品）

（単位%）



エ. 肌着・シャツ・普段着

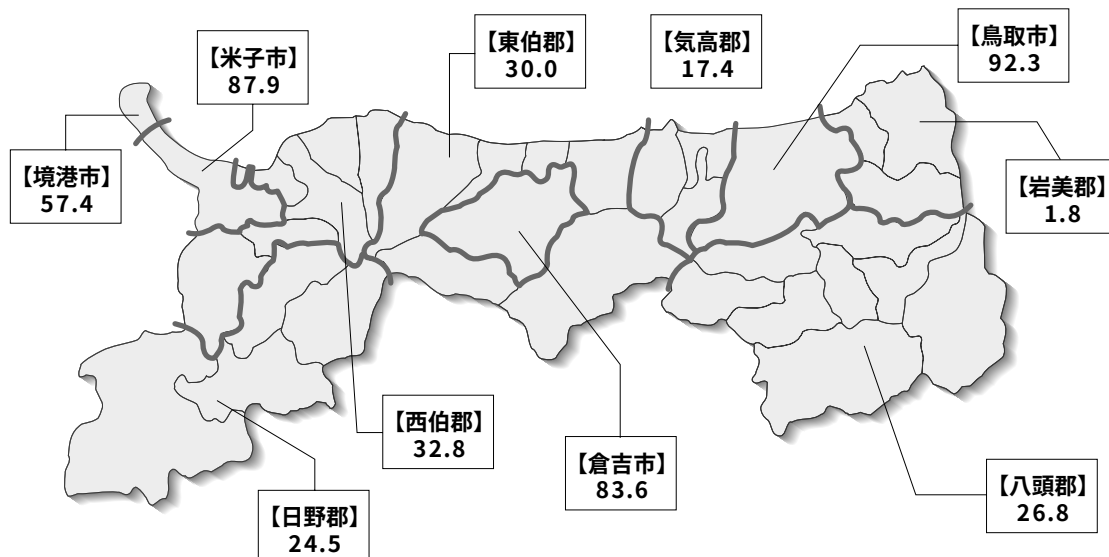
市部は「境港市」を除き高率であり、「鳥取市」92.3%、「米子市」87.9%、「倉吉市」83.6%となっている。「境港市」では他の市部と比較して低く57.4%となっている。郡部では「西伯郡」が30%台、「東伯郡」が20%台、「八頭郡」、「日野郡」が10%台となっている。「岩美郡」は1.8%と最も低く、域外への購買力の流出が顕著である。

図表Ⅲ-24 品目別地元購買率マトリックス「肌着・シャツ・普段着」

数	店の所在地:肌着・シャツ・普段着 × 居住地											
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	6607	2384	2122	888	239	40	4	132	235	280	53	230
	100	36.1	32.1	13.4	3.6	0.6	0.1	2	3.6	4.2	0.8	3.5
鳥取市	1753	1618	24	5	-	-	-	9	-	-	-	97
	100	92.3	1.4	0.3	-	-	-	0.5	-	-	-	5.5
米子市	1606	11	1412	1	11	1	-	-	-	120	1	49
	100	0.7	87.9	0.1	0.7	0.1	-	-	-	7.5	0.1	3.1
倉吉市	584	28	41	488	2	-	-	-	5	-	-	20
	100	4.8	7	83.6	0.3	-	-	-	0.9	-	-	3.4
境港市	385	1	154	2	221	-	-	-	-	3	-	4
	100	0.3	40	0.5	57.4	-	-	-	-	0.8	-	1
気高郡	213	156	1	14	-	37	-	-	-	-	-	5
	100	73.2	0.5	6.6	-	17.4	-	-	-	-	-	2.3
岩美郡	220	206	-	-	-	-	4	1	-	-	-	9
	100	93.6	-	-	-	-	1.8	0.5	-	-	-	4.1
八頭郡	456	322	-	-	-	1	-	122	-	-	-	11
	100	70.6	-	-	-	0.2	-	26.8	-	-	-	2.4
東伯郡	733	34	79	376	3	-	-	-	220	10	-	11
	100	4.6	10.8	51.3	0.4	-	-	-	30.0	1.4	-	1.5
西伯郡	415	1	255	2	-	1	-	-	10	136	2	8
	100	0.2	61.4	0.5	-	0.2	-	-	2.4	32.8	0.5	1.9
日野郡	204	-	142	-	-	-	-	-	-	11	50	1
	100	-	69.6	-	-	-	-	-	-	5.4	24.5	0.5
県外	38	7	14	-	2	-	-	-	-	-	-	15
	100	18.4	36.8	-	5.3	-	-	-	-	-	-	39.5

図表Ⅲ-25 市郡別地元利用率一覧図（肌着・シャツ・普段着）

（単位%）



オ. 婦人服

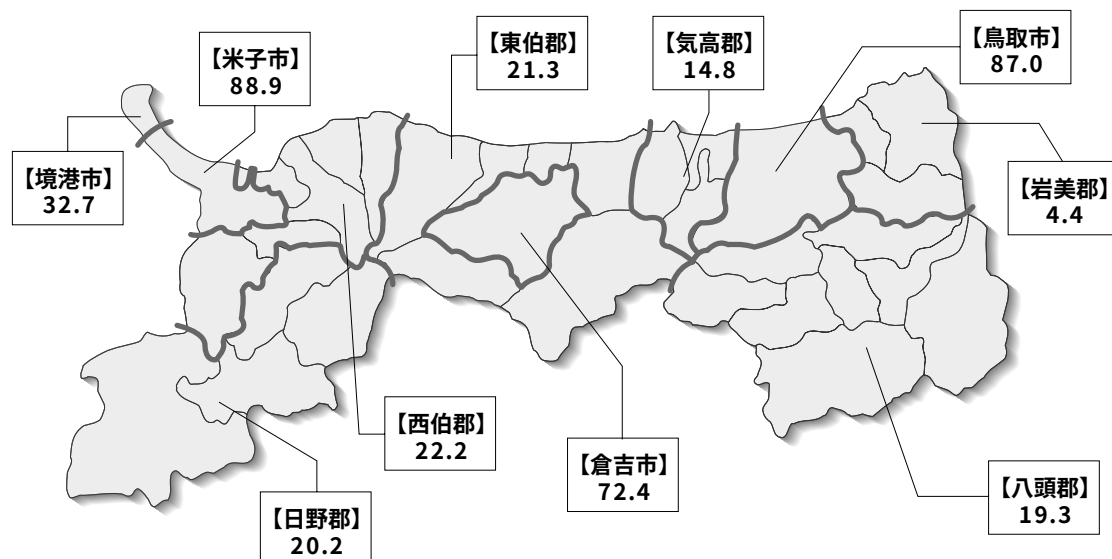
婦人服では、市部の「米子市」が88.9%と最高で、次いで「鳥取市」87.0%、「倉吉市」の72.4%となっている。「境港市」は32.7%と他の市部と比較して低率となっている。郡部では20～30%台が大半であるが、「岩美郡」は4.4%と低率である。

図表Ⅲ－26 品目別地元購買率マトリックス「婦人服」

数	店の所在地: 婦人服 × 居住地											
下段: %	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	4350	1466	1554	572	95	25	8	64	120	124	27	295
	100	33.7	35.7	13.1	2.2	0.6	0.2	1.5	2.8	2.9	0.6	6.8
鳥取市	1057	920	19	2	-	-	-	1	-	-	-	115
	100	87	1.8	0.2	-	-	-	0.1	-	-	-	10.9
米子市	1025	2	911	1	1	1	-	-	-	53	1	55
	100	0.2	88.9	0.1	0.1	0.1	-	-	-	5.2	0.1	5.4
倉吉市	409	24	55	296	1	-	-	-	2	-	-	31
	100	5.9	13.4	72.4	0.2	-	-	-	0.5	-	-	7.6
境港市	281	-	172	2	92	-	-	-	-	3	-	12
	100	-	61.2	0.7	32.7	-	-	-	-	1.1	-	4.3
気高郡	155	113	2	12	-	23	-	-	-	-	-	5
	100	72.9	1.3	7.7	-	14.8	-	-	-	-	-	3.2
岩美郡	159	139	-	-	-	1	7	1	-	-	-	11
	100	87.4	-	-	-	0.6	4.4	0.6	-	-	-	6.9
八頭郡	322	235	1	-	-	-	-	62	-	-	-	24
	100	73	0.3	-	-	-	-	19.3	-	-	-	7.5
東伯郡	522	32	99	258	-	-	-	-	111	5	-	17
	100	6.1	19	49.4	-	-	-	-	21.3	1	-	3.3
西伯郡	270	-	188	1	-	-	1	-	7	60	1	12
	100	-	69.6	0.4	-	-	0.4	-	2.6	22.2	0.4	4.4
日野郡	124	-	95	-	-	-	-	-	-	3	25	1
	100	-	76.6	-	-	-	-	-	-	2.4	20.2	0.8
県外	26	1	12	-	1	-	-	-	-	-	-	12
	100	3.8	46.2	-	3.8	-	-	-	-	-	-	46.2

図表Ⅲ－27 市郡別地元利用率一覧図（婦人服）

（単位%）



カ. くつ・カバン・バッグ

市部では「米子市」の88.1%を最高に、「鳥取市」が83.2%と高率で続いている。「倉吉市」は66.8%と「境港市」の地元購買率が27.4%と低く、他の市部と比較し大幅に低率である。

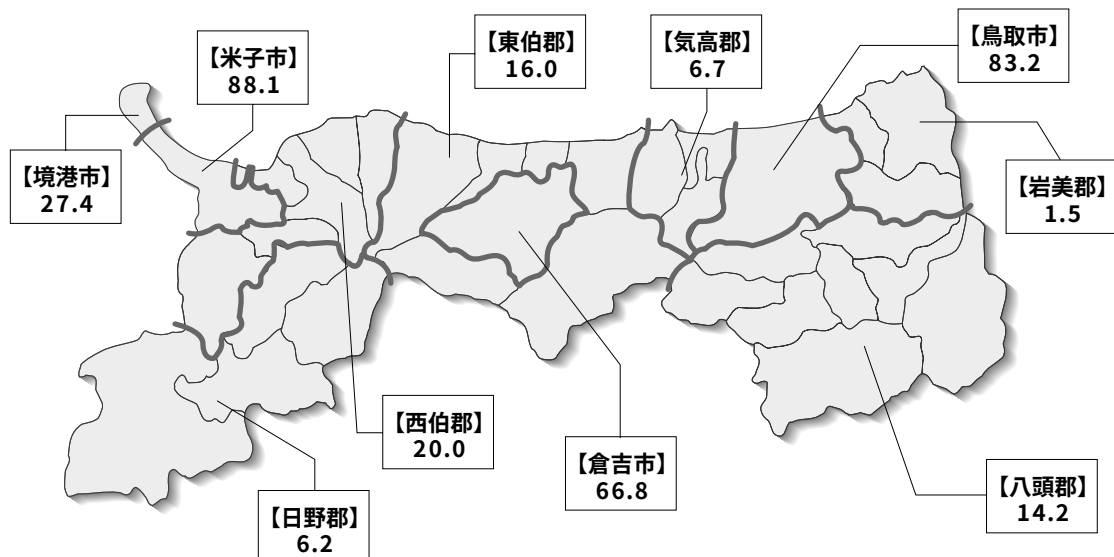
郡部では二極化しており、「西伯郡」、「東伯郡」、「八頭郡」はそれぞれ20.0%、16.0%、14.2%と10～20%程度あるものの、「気高郡」、「日野郡」、「岩美郡」においては10%を切り、特に「岩美郡」においては、1.5%と低く、全品名中でも最低地元購買率となっている。

図表Ⅲ－28 品目別地元購買率マトリックス「くつ・カバン・バッグ」

数	店の所在地:くつ・カバン・バッグ × 居住地												
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外	
合計	6021	2128	2228	670	107	16	5	65	112	152	11	527	
	100	35.3	37	11.1	1.8	0.3	0.1	1.1	1.9	2.5	0.2	8.8	
鳥取市	1609	1339	35	2	—	2	—	2	—	—	—	229	
	100	83.2	2.2	0.1	—	0.1	—	0.1	—	—	—	14.2	
米子市	1483	6	1307	—	5	—	—	—	—	60	1	104	
	100	0.4	88.1	—	0.3	—	—	—	—	4	0.1	7	
倉吉市	500	45	72	334	1	—	—	—	1	—	—	47	
	100	9.0	14.4	66.8	0.2	—	—	—	0.2	—	—	9.4	
境港市	354	1	230	2	97	—	—	—	—	3	—	21	
	100	0.3	65	0.6	27.4	—	—	—	—	0.8	—	5.9	
気高郡	195	156	5	8	1	13	—	—	—	—	—	12	
	100	80.0	2.6	4.1	0.5	6.7	—	—	—	—	—	6.2	
岩美郡	198	174	—	—	—	—	3	—	—	—	—	21	
	100	87.9	—	—	—	—	1.5	—	—	—	—	10.6	
八頭郡	443	345	—	—	—	1	1	63	—	—	—	33	
	100	77.9	—	—	—	0.2	0.2	14.2	—	—	—	7.4	
東伯郡	652	56	134	322	2	—	—	—	104	6	—	28	
	100	8.6	20.6	49.4	0.3	—	—	—	16	0.9	—	4.3	
西伯郡	390	—	288	2	—	—	1	—	7	78	—	14	
	100	—	73.8	0.5	—	—	0.3	—	1.8	20	—	3.6	
日野郡	161	—	142	—	—	—	—	—	—	5	10	4	
	100	—	88.2	—	—	—	—	—	—	3.1	6.2	2.5	
県外	36	6	15	—	1	—	—	—	—	—	—	14	
	100	16.7	41.7	—	2.8	—	—	—	—	—	—	38.9	

図表Ⅲ－29 市郡別地元利用率一覧図（くつ・カバン・バッグ）

（単位%）



キ. 時計・メガネ・アクセサリ

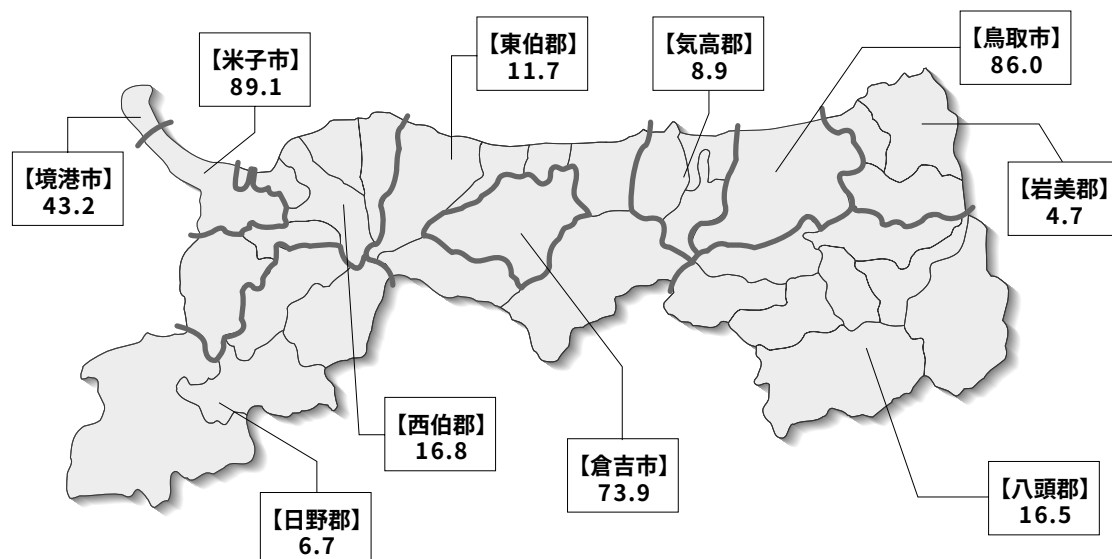
「米子市」の89.1%を最高に、「鳥取市」86.0%、「倉吉市」73.9%と続いている。10%以下では「気高郡」8.9%、「日野郡」6.7%、「岩美郡」4.7%となっている。

図表Ⅲ－30 品目別地元購買率マトリックス「時計・メガネ・アクセサリ」

数	店の所在地:時計・メガネ・アクセサリ × 居住地											
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	4557	1593	1612	639	112	14	9	53	62	91	9	363
	100	35	35.4	14	2.5	0.3	0.2	1.2	1.4	2	0.2	8
鳥取市	1192	1025	14	6	-	-	1	1	-	-	1	144
	100	86	1.2	0.5	-	-	0.1	0.1	-	-	0.1	12.1
米子市	1124	11	1001	1	3	-	-	-	-	27	-	81
	100	1	89.1	0.1	0.3	-	-	-	-	2.4	-	7.2
倉吉市	421	28	42	311	-	-	-	-	2	-	-	38
	100	6.7	10	73.9	-	-	-	-	0.5	-	-	9
境港市	243	-	121	2	105	-	-	-	-	-	-	15
	100	-	49.8	0.8	43.2	-	-	-	-	-	-	6.2
気高郡	157	127	1	11	-	14	-	-	-	-	-	4
	100	80.9	0.6	7	-	8.9	-	-	-	-	-	2.5
岩美郡	150	131	-	2	-	-	7	-	-	-	-	10
	100	87.3	-	1.3	-	-	4.7	-	-	-	-	6.7
八頭郡	315	245	-	-	-	-	-	52	-	-	-	18
	100	77.8	-	-	-	-	-	16.5	-	-	-	5.7
東伯郡	486	23	75	303	2	-	-	-	57	3	-	23
	100	4.7	15.4	62.3	0.4	-	-	-	11.7	0.6	-	4.7
西伯郡	321	1	246	3	-	-	1	-	3	54	-	13
	100	0.3	76.6	0.9	-	-	0.3	-	0.9	16.8	-	4
日野郡	119	1	99	-	1	-	-	-	-	7	8	3
	100	0.8	83.2	-	0.8	-	-	-	-	5.9	6.7	2.5
県外	29	1	13	-	1	-	-	-	-	-	-	14
	100	3.4	44.8	-	3.4	-	-	-	-	-	-	48.3

図表Ⅲ－31 市郡別地元利用率一覧図（時計・メガネ・アクセサリ）

（単位%）



ク. 家具・家電

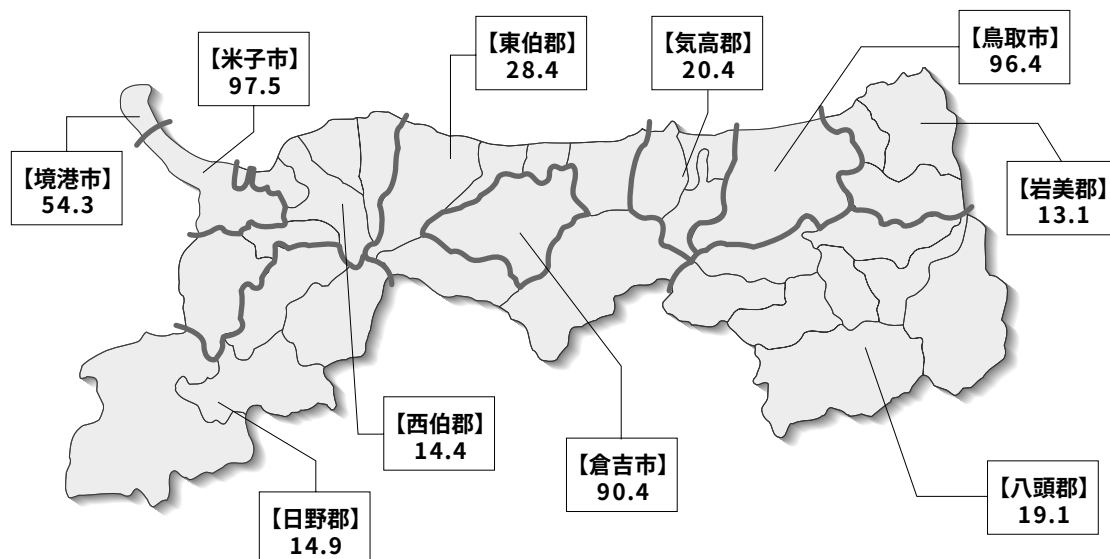
市部の「米子市」、「鳥取市」、「倉吉市」が90%以上の高率の地元購買率である。「境港市」は54.3%となっており、他の市部と比較して低率である。郡部では、買い回り品の中では唯一全地域にわたり10%以上の地元購買率となっている。

図表Ⅲ－32 品目別地元購買率マトリックス「家具・家電」

数	店の所在地:家具・家電 × 居住地											
下段:%	合計	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡	県外
合計	5481	2088	1953	786	172	36	25	86	175	62	23	75
	100	38.1	35.6	14.3	3.1	0.7	0.5	1.6	3.2	1.1	0.4	1.4
鳥取市	1505	1451	14	4	—	1	1	9	1	—	—	24
	100	96.4	0.9	0.3	—	0.1	0.1	0.6	0.1	—	—	1.6
米子市	1352	8	1318	1	3	—	—	—	—	7	—	15
	100	0.6	97.5	0.1	0.2	—	—	—	—	0.5	—	1.1
倉吉市	479	19	13	433	1	—	—	1	5	2	—	5
	100	4	2.7	90.4	0.2	—	—	0.2	1	0.4	—	1
境港市	302	—	133	2	164	—	—	—	—	—	—	3
	100	—	44	0.7	54.3	—	—	—	—	—	—	1
気高郡	167	123	—	7	—	34	—	—	1	—	—	2
	100	73.7	—	4.2	—	20.4	—	—	0.6	—	—	1.2
岩美郡	176	150	—	—	—	—	23	—	—	—	—	3
	100	85.2	—	—	—	—	13.1	—	—	—	—	1.7
八頭郡	398	316	—	—	—	1	—	76	1	—	—	4
	100	79.4	—	—	—	0.3	—	19.1	0.3	—	—	1
東伯郡	564	15	44	338	2	—	—	—	160	—	—	5
	100	2.7	7.8	59.9	0.4	—	—	—	28.4	—	—	0.9
西伯郡	361	1	297	1	—	—	1	—	7	52	1	1
	100	0.3	82.3	0.3	—	—	0.3	—	1.9	14.4	0.3	0.3
日野郡	148	—	124	—	—	—	—	—	—	1	22	1
	100	—	83.8	—	—	—	—	—	—	0.7	14.9	0.7
県外	29	5	10	—	2	—	—	—	—	—	—	12
	100	17.2	34.5	—	6.9	—	—	—	—	—	—	41.4

図表Ⅲ－33 市郡別地元利用率一覧図（家具・家電）

(単位%)



②購買力流出の状況

【要約】

- ・鳥取市、倉吉市、米子市の流出率は比較的低いものの、境港市では、4割近い流出率である。
- ・鳥取市では買い回り品での流出率が比較的高い。
- ・岩美郡の流出率は全ての品目で県全域の中で最も高く、地元商業力は非常に弱い。
- ・県外への流出は、買い回り品での流出率が比較的高い。特に東部地域での比率が高い。

買い物するために他市町村へ流出する割合を「流出率」と言う。流出率は地元購買率と表裏一体の関係になっており、地元購買率の高い市町村では、流出率が低く、逆に地元購買率の低い市町村は流出率が高い。ここでは、流出状況を県内の地域別と県外への流出状況に着目してみる。

ア. 県内各市郡における流出状況

a. 市 部

全品目平均（単純）でみると、市部では「鳥取市」7.7%、「米子市」8.2%、「倉吉市」16.2%となっており流出率は低い。「境港市」では39.1%となっており、域外への流出が他の市部と比較して高いことがうかがえる。

品目別でみると、各市部とも「婦人服」、「くつ・カバン・バッグ」、「時計・メガネ・アクセサリ」などの買い回り品は他の品目と比較して高い流出率である。

「鳥取市」では総じて流出率は低いものの、流出率の高いものをみると、「くつ・カバン・バッグ」16.8%、「婦人服」13.0%、「時計・メガネ・アクセサリ」14.0%の順となっている。

「倉吉市」では流出率の高いものとして「くつ・カバン・バッグ」3.2%、「婦人服」27.6%、「時計・メガネ・アクセサリ」26.1%の順となっている。

「米子市」では鳥取市と同様に流出率は低く、全品目でも8.2%と1割を切っており地元での購買が高いことがうかがえる。その中でも流出率の高いものをみると「肌着・シャツ・普段着」12.1%、「くつ・カバン・バッグ」11.9%、「婦人服」11.1%の順となっている。

「境港市」では買い回り品である「くつ・カバン・バッグ」72.6%、「婦人服」67.3%、「時計・メガネ・アクセサリ」56.8%の流出率が半数を超えている。

b. 郡 部

全品目平均（単純）でみると、郡部では総じて高い流出率で、概ね70%台の流出率となっているが、「岩美郡」は85.3%と非常に高い。

品目別でみると、買い回り品の流出率が高いものの、「食料品」、「日用雑貨」、「医薬品・化粧品」など最寄品の流出率は各地域とも低く、特に「食料品」では各地域とも流出率は50%を下回っている。

「岩美郡」の流出率はすべての品目で県全域の中で最も高く、地元商業は非常に弱い状況であることがうかがえる。特に、「くつ・カバン・バッグ」98.5%、「肌着・シャツ・普段着」98.2%、「婦人服」95.6%、「時計・メガネ・アクセサリ」95.3%となっており、その流出は著しい。

「八頭郡」は鳥取市との距離が近いものの、他の郡部と比較して比較的流出率が低い。また、「医薬品・化粧品」の流出率は50%を下回っている。

「気高郡」では、「くつ・カバン・バッグ」の流出率が93.3%と最も高く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」の91.1%、「婦人服」の85.2%と続いている。「食料品」は27.0%の流出率であり、他の品目と比較して低率である。

「東伯郡」の品目別流出率は、「時計・メガネ・アクセサリ」が88.3%、「くつ・カバン・バッグ」の84.0%と高い比率となっている。「食料品」30.4%、「日用雑貨」49.2%はそれぞれ過半数を下回っている。

「西伯郡」では、「家具・家電」の流出率が85.6%と最も高く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」の83.2%、「くつ・カバン・バッグ」の80.0%と続いている。「食料品」は35.7%と全品目の中で最も低率となっている。

「日野郡」では、「食料品」の流出率は18.6%と低く、郡部地域の中では唯一10%台の低い比率となっている。一方、「くつ・カバン・バッグ」93.8%、「時計・メガネ・アクセサリ」93.3%はほとんど域外へ流出していることがうかがえる。

イ. 県外への流出状況

県外への流出状況について品目別にみると、買い回り品で県外へ流出している傾向がうかがえる。特に東部地域に居住する人の県外への流出率が比較的高い。

「婦人服」では「鳥取市」に居住する人が県外流出10%を超え、10.9%となっている。

「くつ・カバン・バッグ」で10%を超える県外への流出率は、「鳥取市」に居住する人の14.2%と「岩美郡」の10.6%となっている。

「時計・メガネ・アクセサリ」では「鳥取市」に居住する人が県外へ12.1%流出し、他の地域と比較して最も高い比率となっている。

③県内の品目別商圈動向

【要約】

- ・鳥取市、米子市では広範囲から消費者を集客しており商圈が広い。
- ・境港市は他の市部と比較して商圈が比較的狭い。
- ・郡部では、全体として当該地域のための商圈が多く、非常に狭い範囲での商圈であることがうかがえる。
- ・岩美郡においては、地元で買われていないものがある。これは品目によっては当該商品が地元で売られていない場合や取り扱われている場合でも買われていないケースがあるものと推察される。

商圈動向における商圈設定については、第一次商圈を流入率30%以上、第二次商圈を10～30%未満、第三次商圈を5～10%未満とし、品目別に動向を着目した。

ア. 食料品（生鮮・一般）

食料品を最も多く利用する店の所在地は、「鳥取市」が30.9%と最も高く、次いで「米子市」の25.9%、「倉吉市」の11.8%、「東伯郡」の7.8%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圈が鳥取市98.0%、岩美郡45.5%、二次商圈が八頭郡29.0%、気高郡24.0%、県外14.3%であり比較的広い商圈であることがうかがえる。

「米子市」では、一次商圈が米子市94.7%、西伯郡32.1%、二次商圈が日野郡17.7%、県外26.2%、三次商圈が境港市の6.0%であり比較的広い商圈である。

「倉吉市」では、一次商圈は倉吉市のみで95.9%、二次商圈は東伯郡の28.9%となっており商圈は比較的狭いことがうかがえる。

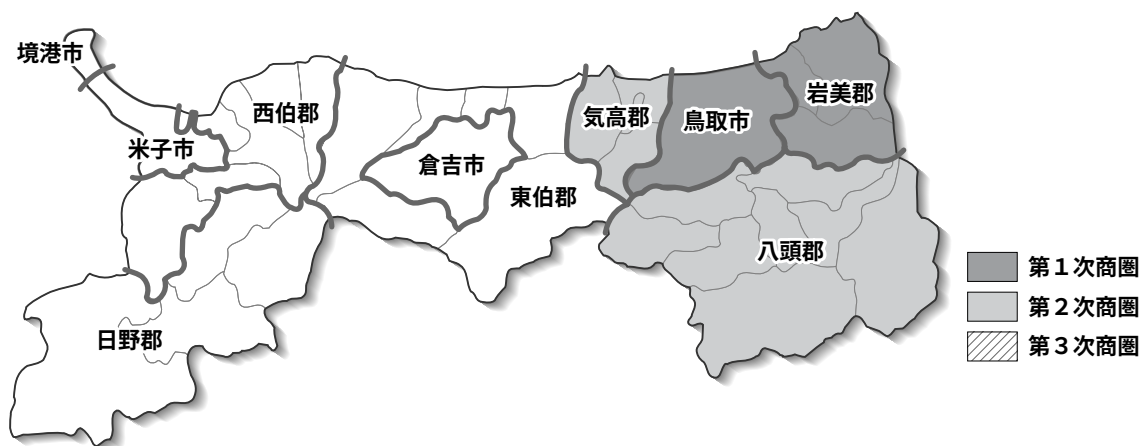
「境港市」では、一次商圈は境港市のみで94.0%、二次商圈はなく、三次商圈として県外が9.5%ある。

郡部別でみると、全郡部とも当該地域のみが一次商圈で、二次商圈、三次商圈がなく、非常に狭い範囲の商圈であることがうかがえる。

図表Ⅲ－35 市郡別商圈 食料品(生鮮・一般)

商 圏 流入率	第1次商圈 30%以上		第2次商圈 10～30%未満		第3次商圈 5～10%未満	
鳥取市	鳥取市	98.0%	八頭郡	29.0%	—	
	岩美郡	45.5%	気高郡	24.0%	—	
			県外	14.3%	—	
米子市	米子市	94.7%	日野郡	17.7%	境港市	6.0%
	西伯郡	32.1%	県外	26.2%		
倉吉市	倉吉市	95.9%	東伯郡	28.9%	—	
境港市	境港市	94.0%	—		県外	9.5%
気高郡	気高郡	73.0%	—		—	
岩美郡	岩美郡	52.7%	—		—	
八頭郡	八頭郡	70.6%	—		—	
東伯郡	東伯郡	69.6%	—		—	
西伯郡	西伯郡	64.3%	—		—	
日野郡	日野郡	81.4%	—		—	

図表Ⅲ－36 食料品（鳥取市）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－37 食料品（米子市）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－38 食料品（倉吉市）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－39 食料品（境港市）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－40 食料品（気高郡）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－41 食料品（岩美郡）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－42 食料品（八頭郡）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－43 食料品（東伯郡）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－44 食料品（西伯郡）（生鮮・一般）



図表Ⅲ－45 食料品（日野郡）（生鮮・一般）



イ. 日用雑貨

日用雑貨で最も多く利用する店の所在地は、「鳥取市」が34.3%と最も高く、次いで米子市の28.5%、倉吉市の13.6%、東伯郡の6.0%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圏が鳥取市97.8%、岩美郡77.7%、八頭郡50.5%、気高郡46.5%であり、かなり広範囲から流入しており強い商圏強度であることがうかがえる。二次商圏は県外が14.6%あり県外からの吸引も比較的高いことがうかがえる。

「米子市」では、一次商圏が米子市94.7%、西伯郡51.5%、日野郡47.9%、県外31.7%であり、県外からの吸引が他の市部と比較して高く、商圏が広いことがうかがえる。二次商圏は境港市で11.8%、三次商圏はない。

「倉吉市」では、一次商圏は倉吉市95.5%、東伯郡45.1%、二次商圏はなく、三次商圏に気高郡が5.2%となっている。

「境港市」では、一次商圏は境港市のみで87.5%、二次商圏はなく、三次商圏として県外が7.3%であり他の市部と比較して商圏は狭い。

郡部別でみると、岩美郡を除き各郡とも当該地域のみが一次商圏で、二次商圏、三次商圏がない。「岩美郡」は地元地域も一次商圏に入っておらず、二次商圏22.0%であり、商圏が狭い。

図表Ⅲ－46 市郡別商圏 日用雑貨

商 圏 流入率	第1次商圏 30%以上		第2次商圏 10～30%未満		第3次商圏 5～10%未満	
鳥取市	鳥取市 岩美郡 八頭郡 気高郡	97.8% 77.7% 50.5% 46.5%	県外	14.6%	—	
米子市	米子市 西伯郡 日野郡 県外	93.3% 51.5% 47.9% 31.7%	境港市	11.8%	—	
倉吉市	倉吉市 東伯郡	95.5% 45.1%	—		気高郡	5.2%
境港市	境港市	87.5%	—		県外	7.3%
気高郡	気高郡	46.1%	—		—	
岩美郡	—	—	岩美郡	22.0%	—	
八頭郡	八頭郡	47.7%	—		—	
東伯郡	東伯郡	50.8%	—		—	
西伯郡	西伯郡	44.6%	—		—	
日野郡	日野郡	47.9%	—		—	

図表Ⅲ－47 日用雑貨（鳥取市）



図表Ⅲ－48 日用雑貨（米子市）



図表Ⅲ－49 日用雑貨（倉吉市）



図表Ⅲ－50 日用雑貨（境港市）



図表Ⅲ－51 日用雑貨（気高郡）



図表Ⅲ－52 日用雑貨（岩美郡）



図表Ⅲ－53 日用雑貨（八頭郡）



図表Ⅲ－54 日用雑貨（東伯郡）



図表Ⅲ－55 日用雑貨（西伯郡）



図表Ⅲ－56 日用雑貨（日野郡）



ウ. 医薬品・化粧品

医薬品・化粧品を最も多く利用する店の所在地は「鳥取市」が34.7%と最も高く、次いで「米子市」の30.9%、「倉吉市」の14.2%、「境港市」の5.3%と市部に集中している。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圈が鳥取市97.4%、岩美郡81.7%、気高郡63.1%、八頭郡48.0%であり、非常に強い商圈強度であり、特に岩美郡からの吸引力は非常に高いことがうかがえる。二次商圈は県外が15.8%あり県外からの吸引も比較的高いことがうかがえる。

「米子市」では、一次商圈が米子市94.7%、日野郡63.6%、西伯郡61.2%、県外31.6%あり、県外からの吸引が他の市部と比較して高く商圈強度が強いことがうかがえる。二次商圈は境港市で14.4%、三次商圈はない。

「倉吉市」では、一次商圈は倉吉市91.9%、東伯郡54.8%、二次商圈はなく三次商圈に気高郡が6.9%となっている。

「境港市」では、一次商圈は境港市のみで84.3%、二次商圈はなく、三次商圈として県外が7.3%である。地元が第一次商圈に入っているものの、他の市部と比較して商圈は狭い。

郡部別でみると、気高郡、岩美郡を除き各郡とも当該地域のみが一次商圈で二次商圈、三次商圈がない。「気高郡」、「岩美郡」は地元地域も一次商圈に入っておらず、二次商圈であり、特に「岩美郡」では二次商圈でも流入率17.0%と非常に商圈が狭いことがうかがえる。

図表Ⅲ－57 市郡別商圈 医薬品・化粧品

商 圏 流入率	第1次商圈 30%以上		第2次商圈 10～30%未満		第3次商圈 5～10%未満	
鳥取市	鳥取市 岩美郡 気高郡 八頭郡	97.4% 81.7% 63.1% 48.0%	県外	15.8%	—	
米子市	米子市 日野郡 西伯郡 県外	94.7% 63.6% 61.2% 31.6%	境港市	14.4%	—	
倉吉市	倉吉市 東伯郡	91.9% 54.8%	—		気高郡	6.9%
境港市	境港市	84.3%	—		県外	7.9%
気高郡	—		気高郡	28.1%	—	
岩美郡	—	—	岩美郡	17.0%	—	
八頭郡	八頭郡	50.5%	—		—	
東伯郡	東伯郡	38.6%	—		—	
西伯郡	西伯郡	35.9%	—		—	
日野郡	日野郡	33.3%	—		—	

図表Ⅲ－58 医薬品・化粧品（鳥取市）



図表Ⅲ－59 医薬品・化粧品（米子市）



図表Ⅲ－60 医薬品・化粧品（倉吉市）



図表Ⅲ－61 医薬品・化粧品（境港市）



図表Ⅲ－62 医薬品・化粧品（気高郡）



図表Ⅲ－63 医薬品・化粧品（岩美郡）



境港市
米子市
西伯郡
倉吉市
東伯郡
気高郡
鳥取市
岩美郡
八頭郡
日野郡

第1次商圈
第2次商圈
第3次商圈

図表Ⅲ－67 医薬品・化粧品（日野郡）



エ. 肌着・シャツ・普段着

肌着・シャツ・普段着を最も多く利用する店の所在地は「鳥取市」が36.1%と最も高く、次いで「米子市」の32.1%、「倉吉市」の13.4%、「西伯郡」の4.2%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圈が岩美郡93.6%、鳥取市92.3%、気高郡73.2%、八頭郡70.0%であり、周辺部から流入率が7割強あり非常に強い商圈強度であることがうかがえる。特に岩美郡からの吸引力は非常に高く、地元より高い比率である。二次商圈は県外が18.4%であり県外からの吸引も比較的高いことがうかがえる。

「米子市」では、一次商圈が米子市87.9%、日野郡69.6%、西伯郡61.4%、境港市40.0%、県外36.8%であり、隣接する境港市からの吸引も高く、加えて県外からの吸引も他の市部と比較して高い。二次商圈は東伯郡で10.8%、三次商圈は倉吉市7.0%である。

「倉吉市」では、一次商圈は倉吉市83.6%、東伯郡51.3%、二次商圈はなく、三次商圈に気高郡が6.6%となっている。

「境港市」では、一次商圈は境港市のみで57.4%、二次商圈はなく、三次商圈として県外が5.3%である。地元が第一次商圈に入っているものの、他の市部と比較して商圈が狭い。

郡部別でみると、「気高郡」、「岩美郡」、「日野郡」は地元が一次商圈となっておらずそれぞれ二次商圈で17.4%、26.8%、24.5%となっており、吸引力は非常に弱いことがうかがえる。

「東伯郡」は地元が一次商圈である。西伯郡は、地元の一次商圈と三次商圈に米子市、日野郡が入っており、当該地域に立地している大型店が他地域を吸引していることがうかがえる。

「岩美郡」においては、地元で買われていないものがある。これは品目によっては当該商品が地元で売られていない場合や取り扱われている場合でも買われていないケースがあるものと推察される。

図表Ⅲ－68 市郡別商圈 肌着・シャツ・普段着

商 圏 流入率	第1次商圈 30%以上		第2次商圈 10～30%未満		第3次商圈 5～10%未満	
鳥取市	岩美郡 鳥取市 気高郡 八頭郡	93.6% 92.3% 73.2% 70.6%	県外	18.4%	—	—
米子市	米子市 日野郡 西伯郡 境港市 県外	87.9% 69.6% 61.4% 40.0% 36.8%	東伯郡	10.8%	倉吉市	7.0%
倉吉市	倉吉市 東伯郡	83.6% 51.3%	—	—	気高郡	6.6%
境港市	境港市	57.4%	—	—	県外	5.3%
気高郡	—	—	気高郡	17.4%	—	—
岩美郡	—	—	—	—	—	—
八頭郡	—	—	八頭郡	26.8%	—	—
東伯郡	東伯郡	30.0%	—	—	—	—
西伯郡	西伯郡	32.8%	—	—	米子市 日野郡	7.5% 5.4%
日野郡	—	—	日野郡	24.5%	—	—

図表Ⅲ－69 肌着・シャツ・普段着（鳥取市）



図表Ⅲ－70 肌着・シャツ・普段着（米子市）



図表Ⅲ－71 肌着・シャツ・普段着（倉吉市）



図表Ⅲ－72 肌着・シャツ・普段着（境港市）



図表Ⅲ－73 肌着・シャツ・普段着（気高郡）



図表Ⅲ－74 肌着・シャツ・普段着（岩美郡）



図表Ⅲ－75 肌着・シャツ・普段着（八頭郡）



図表Ⅲ－76 肌着・シャツ・普段着（東伯郡）



図表Ⅲ－77 肌着・シャツ・普段着（西伯郡）



図表Ⅲ－78 肌着・シャツ・普段着（日野郡）



オ. 婦人服

「婦人服」を最も多く利用する店の所在地は「米子市」が35.7%と最も高く、次いで「鳥取市」の33.7%、「倉吉市」の13.2%、「県外」の6.8%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圏が岩美郡87.4%、鳥取市87.0%、八頭郡73.2%、気高郡72.9%である。二次商圏はないが三次商圏に東伯郡6.1%、倉吉市5.9%あり、広範囲から吸引していることがうかがえる。

「米子市」では、一次商圏が米子市88.9%、日野郡76.6%、西伯郡69.6%、境港市61.2%、県外46.2%であり、隣接する境港市や中山間地である日野郡からの吸引も高く、加えて県外からの吸引も他の市部と比較して高い。二次商圏は東伯郡19.0%、倉吉市13.4%で三次商圏はない。

「倉吉市」では、一次商圏は倉吉市72.4%、東伯郡49.4%、二次商圏はなく三次商圏に気高郡が7.7%となっている。

「境港市」では、一次商圏は境港市のみで32.7%、二次商圏はなく、三次商圏として県外が5.3%である。地元がかろうじて第一次商圏に入っているものの、他の市部と比較して商圏は非常に狭い。

郡部別でみると、全郡部とも一次商圏はなく、「気高郡」14.8%、「八頭郡」19.3%、「東伯郡」21.3%、「西伯郡」22.2%、「日野郡」20.2%が二次商圏からとなっている。「西伯郡」においては、隣接する米子市が三次商圏に入っている。

「岩美郡」では地元が一次、二次、三次すべてにおいて商圏に入っておらず危機的状況にあることがうかがえる。

図表Ⅲ－79 市郡別商圏 婦人服

商 圏 流入率	第1次商圏 30%以上		第2次商圏 10～30%未満		第3次商圏 5～10%未満	
鳥取市	岩美郡	87.4%	—		東伯郡	6.1%
	鳥取市	87.0%			倉吉市	5.9%
	八頭郡	73.2%				
	気高郡	72.9%				
米子市	米子市	88.9%	東伯郡	19.0%	—	
	日野郡	76.6%	倉吉市	13.4%		
	西伯郡	69.6%				
	境港市	61.2%				
	県外	46.2%				
倉吉市	倉吉市	72.4%	—		気高郡	7.7%
	東伯郡	49.4%				
境港市	境港市	32.7%	—		県外	5.3%
気高郡	—		気高郡	14.8%	—	
岩美郡	—		—		—	
八頭郡	—		八頭郡	19.3%		
東伯郡	—		東伯郡	21.3%	—	
西伯郡	—		西伯郡	22.2%	米子市	5.2%
日野郡	—		日野郡	20.2%	—	

図表Ⅲ－80 婦人服（鳥取市）



図表Ⅲ－81 婦人服（米子市）



図表Ⅲ－82 婦人服（倉吉市）



図表Ⅲ－83 婦人服（境港市）



図表Ⅲ－84 婦人服（気高郡）



図表Ⅲ－85 婦人服（岩美郡）



図表Ⅲ－86 婦人服（八頭郡）



図表Ⅲ－87 婦人服（東伯郡）



図表Ⅲ－88 婦人服（西伯郡）



カ. くつ・カバン・バッグ

くつ・カバン・バッグを最も多く利用する店の所在地は「米子市」が37.0%と最も高く、次いで「鳥取市」の35.3%、「倉吉市」の11.1%、「県外」の8.7%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圏が岩美郡87.9%、鳥取市83.2%、気高郡80.0%、八頭郡77.9%であり商圏は非常に広い。二次商圏は県外で16.7%、三次商圏に倉吉市9.0%、東伯郡8.6%あり広範囲から吸引していることがうかがえる。

「米子市」では、一次商圏が日野郡88.2%、米子市88.1%、西伯郡73.8%、境港市65.0%、県外41.7%であり、中山間地である日野郡からの商圏強度が地元よりも高く、加えて県外からの吸引も他の市部と比較して高い。二次商圏は東伯郡20.6%、倉吉市14.4%で三次商圏はない。

「倉吉市」では、一次商圏は倉吉市66.8%、東伯郡49.4%、二次商圏及び三次商圏はない。

「境港市」では、市部で唯一地元の一次商圏がなく二次商圏で27.4%となっている三次商圏はなく非常に弱い商圏強度であることがうかがえる。

郡部別でみると、全郡部とも一次商圏はなく、「八頭郡」14.2%、「東伯郡」16.0%、「西伯郡」20.0%が二次商圏からとなっている。

「気高郡」および「日野郡」は一次、二次商圏ともなく、「岩美郡」では一次、二次、三次すべてにおいて商圏と呼べる数値になっておらず地元購買率は非常に低い。

図表Ⅲ－90 市郡別商圏 くつ・カバン・バッグ

商 圏 流入率	第1次商圏 30%以上		第2次商圏 10～30%未満		第3次商圏 5～10%未満	
鳥取市	岩美郡	87.9%	県外	16.7%	倉吉市	9.0%
	鳥取市	83.2%			東伯郡	8.6%
	気高郡	80.0%				
	八頭郡	77.9%				
米子市	日野郡	88.2%	東伯郡	20.6%	—	
	米子市	88.1%	倉吉市	14.4%		
	西伯郡	73.8%				
	境港市	65.0%				
	県外	41.7%				
倉吉市	倉吉市	66.8%	—		—	
	東伯郡	49.4%				
境港市	—		境港市	27.4%	—	
気高郡	—		—		気高郡	6.7%
岩美郡	—		—		—	
八頭郡	—		八頭郡	14.2%		
東伯郡	—		東伯郡	16.0%	—	
西伯郡	—		西伯郡	20.0%	—	
日野郡	—		—		日野郡	6.2%

図表 1-3-2 米子市の「3つの商圏」(米子市)

第1次商圏
第2次商圏
第3次商圏

境港市
米子市
西伯郡
倉吉市
東伯郡
気高郡
鳥取市
岩美郡
八頭郡
日野郡

図表Ⅲ－94 くつ・カバン・バッグ（境港市）



図表Ⅲ－95 くつ・カバン・バッグ（気高郡）



図表Ⅲ－96 くつ・カバン・バッグ（岩美郡）



図表Ⅲ－97 くつ・カバン・バッグ（八頭郡）



図表Ⅲ－98 くつ・カバン・バッグ（東伯郡）



図表Ⅲ－99 くつ・カバン・バッグ（西伯郡）



図表Ⅲ－100 くつ・カバン・バッグ（日野郡）



キ. 時計・メガネ・アクセサリー

時計・メガネ・アクセサリーを最も多く利用する店の所在地は「米子市」が35.4%と最も高く、次いで「鳥取市」の34.9%、「倉吉市」の14.0%、「県外」の8.0%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圏が岩美郡87.3%、鳥取市86.0%、気高郡80.9%、八頭郡77.8%であり商圏は非常に広い。二次商圏は県外で16.7%、三次商圏には倉吉市が6.7%あり広範囲から吸引していることがうかがえる。

「米子市」では、一次商圏が米子市89.1%、日野郡83.2%、西伯郡76.6%、境港市49.8%、県外44.8%であり、多くの地域を第一次商圏としており商圏強度がきわめて強いことがうかがえる。二次商圏は東伯郡15.4%、倉吉市10.0%で三次商圏はない。

「倉吉市」では、一次商圏は倉吉市73.9%、東伯郡62.3%、二次商圏及び三次商圏はない。

「境港市」では、商圏は境港市（43.2%）の一次商圏のみで二次、三次商圏はない。

郡部別でみると、全郡部とも一次商圏はなく、「八頭郡」16.5%、「東伯郡」11.7%が二次商圏のみとなっている。

「西伯郡」は、地元を二次商圏16.8%とし、三次商圏には隣接する日野郡を5.9%の流入率で吸引している。

「気高郡」および「日野郡」は一次、二次商圏ともなく、三次商圏のみであり、「岩美郡」にいたっては一次、二次、三次すべてにおいて商圏と呼べる数値は示していない。

図表Ⅲ－101 市郡別商圏 時計・メガネ・アクセサリー

商 圏 流入率	第1次商圏 30%以上		第2次商圏 10～30%未満		第3次商圏 5～10%未満	
鳥取市	岩美郡	87.3%	県外	16.7%	倉吉市	6.7%
	鳥取市	86.0%				
	気高郡	80.9%				
	八頭郡	77.8%				
米子市	米子市	89.1%	東伯郡	15.4%	—	
	日野郡	83.2%	倉吉市	10.0%		
	西伯郡	76.6%				
	境港市	49.8%				
	県外	44.8%				
倉吉市	倉吉市	73.9%	—		—	
	東伯郡	62.3%				
境港市	境港市	43.2%	—		—	
気高郡	—		—		気高郡	8.9%
岩美郡	—		—		—	
八頭郡	—		八頭郡	16.5%		
東伯郡	—		東伯郡	11.7%	—	
西伯郡			西伯郡	16.8%	日野郡	5.9%
日野郡	—		—		日野郡	6.7%

図表Ⅲ-102 時計・メガネ・アクセサリー（鳥取市）



図表Ⅲ-103 時計・メガネ・アクセサリー（米子市）



図表Ⅲ-104 時計・メガネ・アクセサリー（倉吉市）



図表Ⅲ-105 時計・メガネ・アクセサリー（境港市）



図表Ⅲ-106 時計・メガネ・アクセサリー（気高郡）



図表Ⅲ-107 時計・メガネ・アクセサリー（岩美郡）



境港市

米子市

西伯郡

倉吉市

東伯郡

気高郡

鳥取市

岩美郡

八頭郡

日野郡

第1次商圏

第2次商圏

第3次商圏

図表Ⅲ－111 時計・メガネ・アクセサリー（日野郡）



ク. 家具・家電

家具・家電を最も多く利用する店の所在地は「鳥取市」が38.1%と最も高く、次いで「米子市」の35.3%、「倉吉市」の14.3%、「境港市」並びに「東伯郡」の3.2%と続いている。

市部別でみると、「鳥取市」では一次商圈が鳥取市96.4%、岩美郡85.2%、八頭郡79.4%、気高郡73.7%と商圈は非常に広く、他の地域と比較して特に地元流入は高い。二次商圈は県外で16.7%、三次商圈に倉吉市6.7%である。

「米子市」では一次商圈が米子市97.5%、日野郡83.8%、西伯郡82.3%、境港市44.0%、県外34.5%であり、米子市も鳥取市同様地元の商圈強度は非常に強い。中山間地である日野郡は隣接地である西伯郡よりも高い流入率で商圈強度が強いことがうかがえる。二次商圈はなく三次商圈に東伯郡7.8%となっている。

「倉吉市」では、一次商圈は倉吉市90.4%、東伯郡59.9%、二次商圈及び三次商圈はない。

「境港市」では、一次商圈が境港市43.2%で二次、三次商圈はなく倉吉市と同様に商圈はさほど広くない。

郡部別でみると、全郡部とも一次、三次商圈はなく、全て二次商圈のみとなっており、商圈が狭い。それぞれ、「気高郡」20.4%、「岩美郡」13.1%、「八頭郡」19.1%、「東伯郡」28.4%、「西伯郡」14.4%、「日野郡」14.9%である。

図表Ⅲ－112 市郡別商圈 家具・家電

商 圏 流入率	第1次商圈 30%以上		第2次商圈 10～30%未満		第3次商圈 5～10%未満	
鳥取市	鳥取市 岩美郡 八頭郡 気高郡	96.4% 85.2% 79.4% 73.7%	県外	16.7%	倉吉市	6.7%
米子市	米子市 日野郡 西伯郡 境港市 県外	97.5% 83.8% 82.3% 44.0% 34.5%	—		東伯郡	7.8%
倉吉市	倉吉市 東伯郡	90.4% 59.9%	—		—	
境港市	境港市	43.2%	—		—	
気高郡	—		気高郡	20.4%	—	
岩美郡	—		岩美郡	13.1%	—	
八頭郡	—		八頭郡	19.1%	—	
東伯郡	—		東伯郡	28.4%	—	
西伯郡	—		西伯郡	14.4%	—	
日野郡	—		日野郡	14.9%	—	

図表Ⅲ－113 家具・家電（鳥取市）



図表Ⅲ－114 家具・家電（米子市）



図表Ⅲ－115 家具・家電（倉吉市）



図表Ⅲ－116 家具・家電（境港市）



図表Ⅲ－117 家具・家電（気高郡）



図表Ⅲ－118 家具・家電（岩美郡）



図表Ⅲ－119 家具・家電（八頭郡）



図表Ⅲ－120 家具・家電（東伯郡）



図表Ⅲ－121 家具・家電（西伯郡）



図表Ⅲ－122 家具・家電（日野郡）



（２）地域別にみた顧客満足

店および商品に対する顧客満足度を品目別にみると、それぞれ総じて満足度は高く、「大変満足している」と「どちらかという満足している」を加えると80%を超える。「どちらかという不満がある」および「かなり不満がある」の合計値を中心に考察し、不満度の数値変化で顧客満足（不満足度）をみることにする。

①食料品

店に対する不満足度で全市郡平均10.5%を超えたのは、日野郡（18.4%）、八頭郡（17.3%）、気高郡（15.9%）、東伯郡（13.6%）、西伯郡（11.4%）に居住する人となっており、郡部での不満度が高いことがうかがえる。最も比率の高い日野郡では、10歳代、20歳代、50歳代が20%を超えている。次いで高い八頭郡では40歳代、60歳代が20%を超えている。

商品に対する不満足度は、「どちらかという不満がある」「かなり不満がある」の合計値が全市郡平均12.1%を超えたのは、八頭郡（19.0%）、気高郡（17.5%）、日野郡（17.1%）、東伯郡（15.7%）、西伯郡（13.9%）となっており、郡部地域での不満度が高いことがうかがえる。八頭郡では、30歳代（25.0%）が最も高い。

図表Ⅲ－123 お店についての満足度 食料品

数	お店についての満足度：食料品 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	7558	851	5912	742	53
	100	11.3	78.2	9.8	0.7
鳥取市	1992	252	1553	169	18
	100	12.7	78	8.5	0.9
米子市	1825	205	1462	148	10
	100	11.2	80.1	8.1	0.5
倉吉市	654	80	515	56	3
	100	12.2	78.7	8.6	0.5
境港市	427	49	352	25	1
	100	11.5	82.4	5.9	0.2
気高郡	238	22	178	37	1
	100	9.2	74.8	15.5	0.4
岩美郡	269	34	226	9	—
	100	12.6	84	3.3	—
八頭郡	573	53	421	86	13
	100	9.2	73.5	15	2.3
東伯郡	833	86	634	109	4
	100	10.3	76.1	13.1	0.5
西伯郡	474	49	371	54	—
	100	10.3	78.3	11.4	—
日野郡	233	16	174	42	1
	100	6.9	74.7	18	0.4
県外	40	5	26	7	2
	100	12.5	65	17.5	5

図表Ⅲ－124 商品についての満足度「食料品（生鮮・一般）」

数	商品についての満足度：食料品 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらか言う不満である	かなり不満がある
合計	6952	734	5377	790	51
	100	10.6	77.3	11.4	0.7
鳥取市	1861	220	1439	178	24
	100	11.8	77.3	9.6	1.3
米子市	1676	165	1337	170	4
	100	9.8	79.8	10.1	0.2
倉吉市	598	79	463	54	2
	100	13.2	77.4	9	0.3
境港市	377	42	308	25	2
	100	11.1	81.7	6.6	0.5
気高郡	228	18	170	40	—
	100	7.9	74.6	17.5	—
岩美郡	239	26	198	15	—
	100	10.9	82.8	6.3	—
八頭郡	516	48	370	90	8
	100	9.3	71.7	17.4	1.6
東伯郡	768	67	580	114	7
	100	8.7	75.5	14.8	0.9
西伯郡	434	48	326	58	2
	100	11.1	75.1	13.4	0.5
日野郡	217	15	165	36	1
	100	6.9	76	16.6	0.5
県外	38	6	21	10	1
	100	15.8	55.3	26.3	2.6

②日用雑貨

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均9.0%を超えたのは、日野郡（15.0%）、気高郡（11.6%）、八頭郡（10.9%）、鳥取市（9.3%）、倉吉市（9.9%）、東伯郡（9.9%）である。最も高かった日野郡では10歳代から20歳代の若年層（45.5%、21.1%）での不満度が高くなっている。

商品に対する不満足度では、合計すると、全市郡平均9.2%を超えたのは、日野郡（13.4%）、気高郡（12.5%）、八頭郡（10.9%）、東伯郡（10.6%）、鳥取市（9.4%）、倉吉市（9.3%）である。最も高かった日野郡では10歳代から20歳代の若年層（54.5%、16.7%）での不満度が高くなっている。

図表Ⅲ－125 お店についての満足度 日用雑貨

数	お店についての満足度:日用雑貨 × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	7212	720	5845	610	37
	100	10	81	8.5	0.5
鳥取市	1921	219	1523	166	13
	100	11.4	79.3	8.6	0.7
米子市	1760	171	1457	119	13
	100	9.7	82.8	6.8	0.7
倉吉市	594	64	471	59	—
	100	10.8	79.3	9.9	—
境港市	410	40	343	26	1
	100	9.8	83.7	6.3	0.2
気高郡	224	20	178	26	—
	100	8.9	79.5	11.6	—
岩美郡	249	24	211	14	—
	100	9.6	84.7	5.6	—
八頭郡	531	52	421	56	2
	100	9.8	79.3	10.5	0.4
東伯郡	808	71	657	76	4
	100	8.8	81.3	9.4	0.5
西伯郡	463	37	392	32	2
	100	8	84.7	6.9	0.4
日野郡	213	18	163	30	2
	100	8.5	76.5	14.1	0.9
県外	39	4	29	6	—
	100	10.3	74.4	15.4	—

図表Ⅲ－126 商品についての満足度 「日用雑貨」

数	商品についての満足度:日用雑貨 × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらか言う不満である	かなり不満がある
合計	6677	625	5441	573	38
	100	9.4	81.5	8.6	0.6
鳥取市	1799	184	1446	148	21
	100	10.2	80.4	8.2	1.2
米子市	1626	139	1371	110	6
	100	8.5	84.3	6.8	0.4
倉吉市	556	62	442	49	3
	100	11.2	79.5	8.8	0.5
境港市	362	31	305	23	3
	100	8.6	84.3	6.4	0.8
気高郡	216	21	168	27	—
	100	9.7	77.8	12.5	—
岩美郡	221	21	180	20	—
	100	9.5	81.4	9	—
八頭郡	494	44	396	53	1
	100	8.9	80.2	10.7	0.2
東伯郡	744	63	602	76	3
	100	8.5	80.9	10.2	0.4
西伯郡	421	35	353	33	—
	100	8.3	83.8	7.8	—
日野郡	201	18	156	26	1
	100	9	77.6	12.9	0.5
県外	37	7	22	8	—
	100	18.9	59.5	21.6	—

③医薬品・化粧品

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均7.7%を超えたのは、八頭郡（10.8%）、日野郡（10.3%）、鳥取市（8.4%）、東伯郡（8.3%）である。最も高かった八頭郡では、30歳代（12.5%）の不満足度が最も高い。

商品に対する不満足度では、合計してみると、全市郡平均7.7%を超えたのは、八頭郡（10.9%）、西伯郡（8.7%）、鳥取市（8.5%）、および日野郡（8.2%）である。最も高かった八頭郡では、20歳代（16.7%）の不満足度が最も高い。

図表Ⅲ－127 お店についての満足度 医薬品・化粧品

数	お店についての満足度:医薬品・化粧品 × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	6643	866	5265	472	40
	100	13	79.3	7.1	0.6
鳥取市	1772	243	1379	135	15
	100	13.7	77.8	7.6	0.8
米子市	1646	221	1315	99	11
	100	13.4	79.9	6	0.7
倉吉市	561	88	431	42	—
	100	15.7	76.8	7.5	—
境港市	375	49	307	16	3
	100	13.1	81.9	4.3	0.8
気高郡	207	29	168	10	—
	100	14	81.2	4.8	—
岩美郡	222	26	185	10	1
	100	11.7	83.3	4.5	0.5
八頭郡	472	59	362	49	2
	100	12.5	76.7	10.4	0.4
東伯郡	722	75	587	54	6
	100	10.4	81.3	7.5	0.8
西伯郡	432	50	349	31	2
	100	11.6	80.8	7.2	0.5
日野郡	195	18	157	20	—
	100	9.2	80.5	10.3	—
県外	39	8	25	6	—
	100	20.5	64.1	15.4	—

図表Ⅲ－128 商品についての満足度「医薬品・化粧品」

数	商品についての満足度:医薬品・化粧品 × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらか言う不満である	かなり不満がある
合計	6177	777	4924	437	39
	100	12.6	79.7	7.1	0.6
鳥取市	1663	202	1319	122	20
	100	12.1	79.3	7.3	1.2
米子市	1530	190	1236	96	8
	100	12.4	80.8	6.3	0.5
倉吉市	524	79	412	31	2
	100	15.1	78.6	5.9	0.4
境港市	336	43	275	16	2
	100	12.8	81.8	4.8	0.6
気高郡	195	27	160	8	—
	100	13.8	82.1	4.1	—
岩美郡	201	28	159	14	—
	100	13.9	79.1	7	—
八頭郡	442	50	344	46	2
	100	11.3	77.8	10.4	0.5
東伯郡	666	74	534	56	2
	100	11.1	80.2	8.4	0.3
西伯郡	400	53	321	24	2
	100	13.3	80.3	6	0.5
日野郡	183	22	146	14	1
	100	12	79.8	7.7	0.5
県外	37	9	18	10	—
	100	24.3	48.6	27	—

④肌着・シャツ・普段着

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均12.6%を超えたのは、倉吉市(15.2%)、鳥取市(14.1%)、および東伯郡(13.1%)である。最も高かった倉吉市では、10歳代(28.3%)が最も高い。

商品に対する不満足度では、合計してみると、全市郡平均13.7%を超えたのは、鳥取市(16.6%)、倉吉市(16.0%)、気高郡(15.0%)および東伯郡(15.0%)である。最も高かった倉吉市では、10歳代(27.5%)が最も高い。

図表Ⅲ－129 お店についての満足度「肌着・シャツ・普段着

数	お店についての満足度：肌着・シャツ・普段着 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	6713	648	5219	764	82
	100	9.7	77.7	11.4	1.2
鳥取市	1781	171	1327	248	35
	100	9.6	74.5	13.9	2
米子市	1638	163	1314	140	21
	100	10	80.2	8.5	1.3
倉吉市	566	59	421	78	8
	100	10.4	74.4	13.8	1.4
境港市	389	38	315	34	2
	100	9.8	81	8.7	0.5
気高郡	224	24	175	25	—
	100	10.7	78.1	11.2	—
岩美郡	217	18	177	19	3
	100	8.3	81.6	8.8	1.4
八頭郡	468	45	365	54	4
	100	9.6	78	11.5	0.9
東伯郡	756	67	590	94	5
	100	8.9	78	12.4	0.7
西伯郡	436	41	351	41	3
	100	9.4	80.5	9.4	0.7
日野郡	202	16	162	23	1
	100	7.9	80.2	11.4	0.5
県外	36	6	22	8	—
	100	16.7	61.1	22.2	—

図表Ⅲ－130 商品についての満足度「肌着・シャツ・普段着

数	商品についての満足度：肌着・シャツ・普段着 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	6253	614	4787	760	92
	100	9.8	76.6	12.2	1.5
鳥取市	1682	157	1246	232	47
	100	9.3	74.1	13.8	2.8
米子市	1515	149	1204	145	17
	100	9.8	79.5	9.6	1.1
倉吉市	536	58	392	81	5
	100	10.8	73.1	15.1	0.9
境港市	343	33	280	27	3
	100	9.6	81.6	7.9	0.9
気高郡	213	23	158	32	—
	100	10.8	74.2	15	—
岩美郡	196	24	151	18	3
	100	12.2	77	9.2	1.5
八頭郡	441	44	340	53	4
	100	10	77.1	12	0.9
東伯郡	698	56	537	98	7
	100	8	76.9	14	1
西伯郡	401	43	309	46	3
	100	10.7	77.1	11.5	0.7
日野郡	194	22	150	19	3
	100	11.3	77.3	9.8	1.5
県外	34	5	20	9	—
	100	14.7	58.8	26.5	—

⑤婦人服

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均16.3%を超えたのは、鳥取市（20.2%）と倉吉市（17.9%）である。最も高かった鳥取市では10～30歳代の若年層（28.6%、27.3%、25.4%）が多い。

商品に対する不満足度では、合計してみると、全市郡平均18.7%を超えたのは、鳥取市（23.0%）と倉吉市（19.8%）である。最も高かった鳥取市では10～50歳代まで20%を超える率である。

鳥取市は店・商品に対する不満足感から、後述する県外への流出へつながっていることがうかがえる。

図表Ⅲ－131 お店についての満足度「婦人服」

数	お店についての満足度：婦人服 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	4519	550	3235	631	103
	100	12.2	71.6	14	2.3
鳥取市	1097	138	737	188	34
	100	12.6	67.2	17.1	3.1
米子市	1066	127	772	137	30
	100	11.9	72.4	12.9	2.8
倉吉市	415	63	278	65	9
	100	15.2	67	15.7	2.2
境港市	276	30	204	40	2
	100	10.9	73.9	14.5	0.7
気高郡	161	20	125	15	1
	100	12.4	77.6	9.3	0.6
岩美郡	159	17	126	14	2
	100	10.7	79.2	8.8	1.3
八頭郡	325	36	239	42	8
	100	11.1	73.5	12.9	2.5
東伯郡	574	63	431	73	7
	100	11	75.1	12.7	1.2
西伯郡	295	40	218	30	7
	100	13.6	73.9	10.2	2.4
日野郡	124	13	92	17	2
	100	10.5	74.2	13.7	1.6
県外	27	3	13	10	1
	100	11.1	48.1	37	3.7

図表Ⅲ－132 商品についての満足度「婦人服」

数	商品についての満足度：婦人服 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	4211	493	2929	675	114
	100	11.7	69.6	16	2.7
鳥取市	1034	126	671	195	42
	100	12.2	64.9	18.9	4.1
米子市	991	119	701	141	30
	100	12	70.7	14.2	3
倉吉市	394	48	268	67	11
	100	12.2	68	17	2.8
境港市	248	26	179	41	2
	100	10.5	72.2	16.5	0.8
気高郡	154	19	114	18	3
	100	12.3	74	11.7	1.9
岩美郡	146	21	107	16	2
	100	14.4	73.3	11	1.4
八頭郡	311	36	217	52	6
	100	11.6	69.8	16.7	1.9
東伯郡	524	48	385	83	8
	100	9.2	73.5	15.8	1.5
西伯郡	266	34	189	37	6
	100	12.8	71.1	13.9	2.3
日野郡	117	14	85	15	3
	100	12	72.6	12.8	2.6
県外	26	2	13	10	1
	100	7.7	50	38.5	3.8

⑥くつ・カバン・バッグ

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均17.6%を超えたのは、鳥取市(21.4%)、倉吉市(20.5%)、および東伯郡(18.0%)である。最も高かった鳥取市では10歳代から40歳代まで20%を超えている。

商品に対する不満足度では、全市郡平均18.4%を超えたのは、鳥取市(22.4%)と倉吉市(20.4%)、である。最も高かった鳥取市では10歳代から50歳代で20%を超え、特に10歳代では30%を超える不満足である。こうした不満足が県外への流出の要因となっていることがうかがえる。

図表Ⅲ－133 お店についての満足度「くつ・カバン・バッグ」

数	お店についての満足度:くつ・カバン・バッグ × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	6158	663	4412	942	141
	100	10.8	71.6	15.3	2.3
鳥取市	1670	190	1123	307	50
	100	11.4	67.2	18.4	3
米子市	1501	162	1107	194	38
	100	10.8	73.8	12.9	2.5
倉吉市	484	62	323	89	10
	100	12.8	66.7	18.4	2.1
境港市	353	32	271	45	5
	100	9.1	76.8	12.7	1.4
気高郡	199	19	153	26	1
	100	9.5	76.9	13.1	0.5
岩美郡	204	16	155	28	5
	100	7.8	76	13.7	2.5
八頭郡	434	47	316	63	8
	100	10.8	72.8	14.5	1.8
東伯郡	696	71	500	114	11
	100	10.2	71.8	16.4	1.6
西伯郡	416	47	315	43	11
	100	11.3	75.7	10.3	2.6
日野郡	165	14	129	20	2
	100	8.5	78.2	12.1	1.2
県外	36	3	20	13	—
	100	8.3	55.6	36.1	—

図表Ⅲ－134 商品についての満足度「くつ・カバン・バッグ」

数	商品についての満足度:くつ・カバン・バッグ × 居住地				
下段:%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	5729	642	4030	912	145
	100	11.2	70.3	15.9	2.5
鳥取市	1568	176	1040	292	60
	100	11.2	66.3	18.6	3.8
米子市	1391	153	1007	197	34
	100	11	72.4	14.2	2.4
倉吉市	457	57	307	83	10
	100	12.5	67.2	18.2	2.2
境港市	313	36	232	41	4
	100	11.5	74.1	13.1	1.3
気高郡	190	20	137	30	3
	100	10.5	72.1	15.8	1.6
岩美郡	187	22	134	27	4
	100	11.8	71.7	14.4	2.1
八頭郡	405	51	285	65	4
	100	12.6	70.4	16	1
東伯郡	644	66	462	104	12
	100	10.2	71.7	16.1	1.9
西伯郡	381	43	285	43	10
	100	11.3	74.8	11.3	2.6
日野郡	159	16	122	17	4
	100	10.1	76.7	10.7	2.5
県外	34	2	19	13	—
	100	5.9	55.9	38.2	—

⑦時計・メガネ・アクセサリ

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均14.7%を超えたのは、唯一鳥取市（17.3%）だけである。年代別では、10歳代（23.5%）、20歳代（24.6%）、30歳代（22.1%）と若年層での不満足度が高い。

商品に対する不満足度では、合計してみると、全市郡平均15.3%を超えたのは、鳥取市（18.3%）と倉吉市（17.7%）、のみであり、市部で高くなっている。最も高かった鳥取市では10～30歳代まで20%を超えている。

図表Ⅲ－135 お店についての満足度「時計・メガネ・アクセサリ」

数	お店についての満足度：時計・メガネ・アクセサリ × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	4849	584	3556	599	110
	100	12	73.3	12.4	2.3
鳥取市	1295	163	908	182	42
	100	12.6	70.1	14.1	3.2
米子市	1189	137	881	141	30
	100	11.5	74.1	11.9	2.5
倉吉市	419	59	293	58	9
	100	14.1	69.9	13.8	2.1
境港市	253	23	194	31	5
	100	9.1	76.7	12.3	2
気高郡	163	22	127	14	—
	100	13.5	77.9	8.6	—
岩美郡	148	18	116	8	6
	100	12.2	78.4	5.4	4.1
八頭郡	332	42	235	49	6
	100	12.7	70.8	14.8	1.8
東伯郡	533	61	406	62	4
	100	11.4	76.2	11.6	0.8
西伯郡	359	41	278	33	7
	100	11.4	77.4	9.2	1.9
日野郡	128	13	102	12	1
	100	10.2	79.7	9.4	0.8
県外	30	5	16	9	—
	100	16.7	53.3	30	—

図表Ⅲ－136 商品についての満足度「時計・メガネ・アクセサリ」

数	商品についての満足度：時計・メガネ・アクセサリ × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	4508	547	3269	591	101
	100	12.1	72.5	13.1	2.2
鳥取市	1217	153	842	175	47
	100	12.6	69.2	14.4	3.9
米子市	1095	124	814	135	22
	100	11.3	74.3	12.3	2
倉吉市	401	55	275	62	9
	100	13.7	68.6	15.5	2.2
境港市	220	25	167	23	5
	100	11.4	75.9	10.5	2.3
気高郡	157	21	120	15	1
	100	13.4	76.4	9.6	0.6
岩美郡	134	19	96	15	4
	100	14.2	71.6	11.2	3
八頭郡	315	38	228	44	5
	100	12.1	72.4	14	1.6
東伯郡	489	57	370	60	2
	100	11.7	75.7	12.3	0.4
西伯郡	330	38	253	36	3
	100	11.5	76.7	10.9	0.9
日野郡	122	14	91	15	2
	100	11.5	74.6	12.3	1.6
県外	28	3	13	11	1
	100	10.7	46.4	39.3	3.6

⑧家具・家電

店に対する不満足度は、「どちらかと言うと不満がある」および「かなり不満がある」の合計値でみると、全市郡平均11.2%を超えたのは、日野郡（15.7%）、鳥取市（12.4%）および八頭郡（11.5%）である。最も高かった日野郡では10歳代が55.6%、次いで70歳以上が33.3%であり、米子市に大半が流出していることから店舗までの距離が長いことによる不満足度であることがうかがえる。

商品に対する不満足度は、合計してみると、全市郡平均11.0%を超えたのは、日野郡（13.9%）、鳥取市（12.8%）、倉吉市（12.2%）である。最も高かった日野郡では10歳代（55.6%）が最も多い。

図表Ⅲ－137 お店についての満足度「家具・家電」

数	お店についての満足度：家具・家電 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	5601	679	4296	550	76
	100	12.1	76.7	9.8	1.4
鳥取市	1561	184	1183	162	32
	100	11.8	75.8	10.4	2
米子市	1386	175	1061	131	19
	100	12.6	76.6	9.5	1.4
倉吉市	455	68	337	46	4
	100	14.9	74.1	10.1	0.9
境港市	309	32	256	19	2
	100	10.4	82.8	6.1	0.6
気高郡	173	21	138	12	2
	100	12.1	79.8	6.9	1.2
岩美郡	174	26	129	18	1
	100	14.9	74.1	10.3	0.6
八頭郡	391	47	292	44	8
	100	12	74.7	11.3	2
東伯郡	595	61	469	60	5
	100	10.3	78.8	10.1	0.8
西伯郡	374	39	300	32	3
	100	10.4	80.2	8.6	0.8
日野郡	153	20	109	24	—
	100	13.1	71.2	15.7	—
県外	30	6	22	2	—
	100	20	73.3	6.7	—

図表Ⅲ－138 商品についての満足度「家具・家電」

数	商品についての満足度：家具・家電 × 居住地				
下段：%	合計	大変満足している	どちらかと言うと満足している	どちらかと言うと不満である	かなり不満がある
合計	5211	635	4005	495	76
	100	12.2	76.9	9.5	1.5
鳥取市	1467	175	1103	156	33
	100	11.9	75.2	10.6	2.2
米子市	1281	171	976	120	14
	100	13.3	76.2	9.4	1.1
倉吉市	427	56	319	43	9
	100	13.1	74.7	10.1	2.1
境港市	274	31	223	17	3
	100	11.3	81.4	6.2	1.1
気高郡	167	21	134	12	—
	100	12.6	80.2	7.2	—
岩美郡	161	23	124	10	4
	100	14.3	77	6.2	2.5
八頭郡	366	48	279	33	6
	100	13.1	76.2	9	1.6
東伯郡	550	56	439	51	4
	100	10.2	79.8	9.3	0.7
西伯郡	346	35	281	29	1
	100	10.1	81.2	8.4	0.3
日野郡	144	17	107	19	1
	100	11.8	74.3	13.2	0.7
県外	28	2	20	5	1
	100	7.1	71.4	17.9	3.6

3. 年齢別にみた購買特性

購買特性は、年代によって家族構成等様々な要因によって違っている。ここでは、県内における年齢別の購買特性を品目から着目してみる。

(1) 食料品（生鮮・一般）

- ・最も多く利用する店として、全年代とも「中小スーパー」を挙げている。ただし10歳代、20歳代では「コンビニエンスストア」の利用が多く中小スーパーに迫る比率となっている。その他の世代は「ショッピングセンター」が「中小スーパー」に次いでいる。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「週に数回程度」が最も多い。年代が上がるにつれ購入頻度が高く「毎日」の比率が比較的高くなっている。
- ・買い物は、全年代とも「1人で」が最も多い。10歳代では「友達と」の比率が30%近くある。
- ・購入時間帯は全年代とも「平日の午後」が最も多い。年代の高い60歳代以上では「平日の午前」での利用も多い。
- ・食料品の買い物における交通手段は20歳代から60歳代では「自家用車」の利用が最も多く、10歳代、70歳以上は「徒歩、自転車」が多い。
- ・お店を選ぶ理由としては、各年代ともに「近くて便利」が最も多い。次に多い理由として10歳代から30歳代の若い年代は「値段が安い」をあげ、40歳代以上は「駐車場がある」をあげている。
- ・商品を選ぶ基準としては各年代で「価格」「品質」の比率が高いが、比率の差は若い年代ほど大きく価格志向が強いことがうかがえる。

(2) 日用雑貨

- ・最も多く利用する店として、10歳代では「ショッピングセンター」、20歳代から60歳代においては「ホームセンター」、70歳代以上は「中小スーパー」が多く利用されている。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「月に1回程度」が最も多くなっている。
- ・買い物は、全年代とも「1人で」が最も多い。10歳代では「友達と」の比率が30%近くある。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が最も多く、60歳代以上では「平日の午後」が最も多い。年代の高い60歳代以上では「平日の午前」での利用も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多く30歳代から50歳代では90%を超えている。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代では「近くて便利」が最も多く、次いで「品揃えがよい」を挙げている。20歳代から30歳代では「品揃えがよい」が最も多く、次いで「値段が安い」を挙げている。40歳代では「品揃えがよい」が最も多く、次いで「駐車場がある」を挙げている。50歳代では「駐車場がある」が最も多く、次いで「近く

て便利」を挙げている。50歳代から60歳代以上は「近くて便利」が最も多く、次いで「駐車場がある」を挙げている。

- ・商品を選ぶ基準は、各年代とも「価格」を重要視しており、最も多い比率となっている。次いで多いのが10歳代では「デザイン」、20歳代から40歳代では「機能」、50歳代以上では「安全性・信頼性」を選択している。

(3) 医薬品・化粧品

- ・最も多く利用する店として、全年代とも「専門店」が最も多い。
- ・商品の購入頻度は全世代とも「月に1回程度」が最も多くなっている。
- ・買い物は、全年代とも「1人で」が最も多い。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が最も多く、60歳代以上では「平日の午後」が最も多い。次いで多いのが10歳代から50歳代では「平日の午前」、60歳代以上では「平日の午前」となっている。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多い。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代から30歳代では多い順に「品揃えがよい」、「値段が安い」を挙げている。40歳代では「品揃えがよい」が最も多く、次いで「駐車場がある」を挙げている。50歳代以上では「駐車場がある」「近くて便利」のどちらかが最も多い比率となっている。
- ・商品を選ぶ基準は、各年代とも「価格」、「安全性・信頼性」を重要視しており高い比率となっている。10歳代から40歳代では「価格」が「安全性・信頼性」を上回っている。

(4) 肌着・シャツ・普段着

- ・最も多く利用する店として、全世代とも「ショッピングセンター」が最も多く、30歳代から50歳代では50%を超えている。
- ・商品の購入頻度は10歳代、20歳代が「月に1回程度」が最も多く、それ以外の年代は「その他」が多く購入頻度は低い。
- ・買い物は、10歳代は「親子で」が最も多く、その他の年代は「1人で」が最も多い。30歳代、40歳代では親子や夫婦での同伴も多くなっている。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が最も多く、その率は高い。60歳代以上では「平日の午後」が過半を超え最も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多い。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代から40歳代では「品揃えがよい」、「値段が安い」が高い比率となっている。50歳代から60歳代では「駐車場がある」、「品揃えがよい」を挙げている。70歳以上では「近くて便利」が最も多く利便性を求めており、次いで「品揃えがよい」と続いている。
- ・商品を選ぶ基準は、各年代とも「価格」、「デザイン」を重要視しており高い比率となっ

ている。10歳代では「デザイン」が「価格」を上回っている。

(5) 婦人服

- ・最も多く利用する店として、10歳代、40歳代、50歳代では「ショッピングセンター」を最も多く利用し、20歳代、30歳代、60歳代、70歳以上では「百貨店」が最も多い。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「その他」が最も多くなっている。
- ・買い物は、10歳代、20歳代では「友達と」が最も多く、その他の年代は「1人で」が最も多い。10歳代、30歳代、40歳代では親子での比率が高く60歳、70歳代では夫婦での同伴も多くなっている。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が最も多く、その率は高い。60歳代以上では「平日の午後」が最も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多い。10歳代では他の年代と比較すると、「鉄道」での利用が多く10%を超えている。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代では「良い商品がある」が最も多く次いで「楽しみながら買い物ができる」をあげている。20歳代から30歳代では「良い商品がある」、「品揃えがよい」が高い比率となっている。40歳代から50歳代では「駐車場がある」、「品揃えがよい」をあげている。60歳代では「品揃えがよい」「楽しみながら買い物ができる」の順で多く、70歳以上では「良い商品がある」が最も多く、次いで「近くて便利」と続いている。
- ・商品を選ぶ基準としては、各年代とも「デザイン」が最も多い。次いで多いのは「価格」並びに「流行・センス」でその比率は各年代とも拮抗している。

(6) くつ・カバン・バッグ

- ・最も多く利用する店として全年代とも「専門店」が最も多くなっている。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「その他」が最も多く、30歳代以上の年代はその比率が80%を超えている。
- ・買い物は10歳代が「友達と」が最も多く、その他の年代は「1人で」が最も多い。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が最も多く、その率は高い。60歳代以上では「平日の午後」が最も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多い。10歳代では他の年代と比較すると、「鉄道」での利用が多く10%を超えている。
- ・お店を選ぶ理由としては、40歳代、50歳代を除く各年代で「品揃えがよい」が最も多く、次いで「良い商品がある」をあげている。40歳代から50歳代でも「品揃えがよい」が最も多いが、次いで多いのは「駐車場がある」をあげている。
- ・商品を選ぶ基準としては各年代とも「価格」、「デザイン」の比率が高く、次いで「流行・センス」となっている。10歳代から30歳代の若い年代ではブランド志向も高い。

(7) 時計・メガネ・アクセサリ

- ・最も多く利用する店として全年代とも「専門店」が最も多く利用されており30歳代以上は過半数を超えている。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「その他」が最も多く、30歳代以上の世代はその比率が90%を超えている。
- ・買い物は10歳代が「友達と」が最も多く、その他の年代は「1人で」が最も多くその比率は高年代ほど高い。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が過半数を超え最も多い。60歳代以上では「平日の午後」が過半数を超え最も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多い。10歳代では他の年代と比較すると、「鉄道」での利用が多く10%を超えている。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代から40歳代では「良い商品がある」「品揃えがよい」が高い比率であり、50歳代以上では「駐車場がある」「品揃えがよい」を挙げており、若い年代では商品力、高い年代では利便性を選択していることがうかがえる。
- ・商品を選ぶ基準としては、各年代とも高い比率で「価格」、「デザイン」をあげているが、10歳代から30歳代では「価格」よりも「デザイン」の方を重要視している。

(8) 家具・家電

- ・全年代とも「専門店」が最も多く利用され、すべて過半数を超えている。
- ・商品の購入頻度は全年代とも「その他」が最も多く、全年代でその比率が80%を超えている。
- ・買い物は10歳代が「親子で」、20歳代は「1人で」、その他30歳代以上の年代は「夫婦で」が最も多い。年代が高くなるにつれ既婚者が多いため家具・家電が「家族のもの」として購入していることがうかがえる。
- ・購入時間帯は10歳代から50歳代までは「土日祝日の午後」が半数を超え最も多い。60歳代以上では「平日の午後」が最も多い。
- ・交通手段は全年代とも「自家用車・バイク」での利用が最も多く、全品目の中でもその比率は最も高い。
- ・お店を選ぶ理由としては、10歳代から40歳代では「良い商品がある」「品揃えがよい」が高い比率であり、50歳代から70歳以上では「駐車場がある」「品揃えがよい」を挙げており、若い年代では商品力、高い年代では利便性を選択していることがうかがえる。
- ・商品を選ぶ基準として各年代とも「価格」が最も多く、次いで「機能」となっている。また、「安全性・信頼性」も次いで高く、その比率は年代が高いほど大きい傾向がある。加えて10歳代から20歳代では「デザイン」も重要視している。

4. 県外への買い物出向動向

今回の調査において、県外への買い物出向は全品目を通じて鳥取市、岩美郡と東部地域で20歳代から30歳代の若者層が多かった。今後、東部地域に高速道路網が整備されると利便性が向上し、買い回り品の購入頻度が高まり、一段と県外への流出に拍車がかかることが予想される。

最も多く県外で購入されているものは、単純集計からみると、「くつ・カバン・バッグ」が8.7%と最も多く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」8.0%、「婦人服」6.8%と続き、買い回り品購入として県外への出向傾向がみられる。

最も多かった「くつ・カバン・バッグ」では、年代別にみると、20歳代が25.1%と最も多く、次いで30歳代10.3%、10歳代9.8%と続き、若者層の県外買い物出向がみられる。居住地別では、鳥取市（14.2%）が最も多く、次いで岩美郡（10.6%）となっている。特に岩美郡では、地元購買率（1.5%）の約7倍が県外に流出している。

図表Ⅲ－139

県外への年代別買い物出向動向 くつ・カバン・バッグ

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
実数値	33	258	115	46	52	18	5
%	9.8	25.1	10.3	3.7	4.2	2.8	1.2

注：%は各年代の実数値の合計を100とした中での割合

図表Ⅲ－140

県外への地区別買い物出向動向 くつ・カバン・バッグ

	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡
実数値	229	104	47	21	12	21	33	28	14	4
%	14.2	7	9.4	5.9	6.2	10.6	7.4	4.3	3.6	2.5

注：%は各地区買い物出向動向の実数値の合計を100とした中での割合

次に県外への買い物出向が多かった「時計・メガネ・アクセサリ」では、年代別に見てみると、20歳代が23.0%と最も多く、次いで10歳代が12.9%、30歳代が8.3%と続き、ここでも若者層での県外出向がみられる。居住地別では、鳥取市（12.1%）が最も多く、次いで倉吉市（9.0%）、米子市（7.2%）の順となっており、市部居住者の流出が多い。

図表Ⅲ－141

県外への年代別買い物出向動向 時計・メガネ・アクセサリ

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
実数値	33	192	64	37	23	11	3
%	12.9	23.0	8.3	4.0	2.5	2.3	0.8

注：%は各年代の実数値の合計を100とした中での割合

図表Ⅲ－142

県外への地区別買い物出向動向 時計・メガネ・アクセサリ

	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡
実数値	144	81	38	15	4	10	18	23	13	3
%	12.1	7.2	9.0	6.2	2.5	6.7	5.7	4.7	4.0	2.5

注：%は各地区買い物出向動向の実数値の合計を100とした中での割合

また、「婦人服」では、年代別にみると、20歳代が25.1%と最も多く、次いで10歳代10.4%、30歳代6.9%と続き、若者層での県外出向がみられる。居住地別では、鳥取市（10.9%）が最も多く、次いで倉吉市（7.6%）、八頭郡（7.5%）、岩美郡（6.9%）の順となっており、東部地域の県外流出が他の地域と比較して多いことがうかがえる。

図表Ⅲ－143

県外への年代別買い物出向動向 婦人服

	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
実数値	17	157	52	23	30	14	2
%	10.4	25.1	6.9	2.6	3.1	2.5	0.5

注：％は各年代の実数値の合計を100とした中での割合

図表Ⅲ－144

県外への地区別買い物出向動向 婦人服

	鳥取市	米子市	倉吉市	境港市	気高郡	岩美郡	八頭郡	東伯郡	西伯郡	日野郡
実数値	115	55	31	12	5	11	24	17	12	1
%	10.9	5.4	7.6	4.3	3.2	6.9	7.5	3.3	4.4	0.8

注：％は各地区買い物出向動向の実数値の合計を100とした中での割合

5. 県内無店舗販売の購買動向

無店舗販売とは訪問販売やカタログやテレビ等による通販などである。また、近年インターネットの普及とともにネットショッピングが無店舗販売の中でシェアを広げつつある中で、これら無店舗販売での購買動向について着目してみた。

(1) 訪問・移動販売

【要約】

- ・ 訪問・移動販売では女性の利用が多く、医薬品・化粧品での購入が比較的多い。
- ・ なじみの人がいたり、サービスがよいとの理由で店を選択していることから接客を重要視している。
- ・ 安全性・信頼性を重要視して商品を購入している。

- ・ 訪問・移動販売を利用する人の商品支持率は、「医薬品・化粧品」(54.3%)が最も多く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」(11.7%)と続いている。
- ・ 最も利用されている「医薬品・化粧品」でみると、「鳥取市」に居住する人が18.4%と最も多く、次いで「米子市」および「東伯郡」が同率で16.0%と続いている。
- ・ 性別では、「女性」の利用が87.1%で年代別にみると50歳代が31.2%利用している。
- ・ 購入頻度は、「その他」が51.8%で次いで「月に1回程度」が45.6%となっている。
- ・ 買い物にかかる時間は、「30内」が69.2%最も多く、利用時間は「平日の午後」が43.5%となっている。
- ・ 店の選択理由(複数回答)は、「店になじみの人がいる」が23.5%最も多く、次いで「この店にしかない商品がある」が21.4%「サービスがよい」が17.3%と続いている。
- ・ 商品を選ぶ基準(複数回答)では、「安全性・信頼性」が71.0%圧倒的に多く次いで「価格」が36.0%「品質」が17.0%続いている。
- ・ 商品を購入する時の判断材料は、「その他」が38.6%最も多く、次いで「店頭・ウィンドウ」20.8%、「友達や知人がもっていた」の11.9%となっている。

〈図表Ⅲ－145 訪問・移動販売で「医薬品・化粧品」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市/東伯郡	
有効回答数 125 人	回答数(人)	23	20	
	比率(%)	(18.4)	(16.0)	()
性 別		女性	男性	
有効回答数 124 人	回答数(人)	108	16	
	比率(%)	(87.1)	(12.9)	
年 齢		50歳代	60歳代	40歳代
有効回答数 125 人	回答数(人)	39	26	21
	比率(%)	(31.2)	(20.8)	(16.8)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	倉吉市
有効回答数 112 人	回答数(人)	34	27	17
	比率(%)	(30.4)	(24.1)	(15.2)
商 品 の 購 入 頻 度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数 114 人	回答数(人)	59	52	2
	比率(%)	(51.8)	(45.6)	(1.8)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	その他	友達と/夫婦で
有効回答数 109 人	回答数(人)	91	8	4
	比率(%)	(83.5)	(7.3)	(3.7)
買 い 物 に か け る 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 104 人	回答数(人)	72	26	5
	比率(%)	(69.2)	(25.0)	(4.8)
買 い 物 時 間 帯		平日の午後	土日祝日の午後	平日の夜
有効回答数 92 人	回答数(人)	40	25	10
	比率(%)	(43.5)	(27.2)	(10.9)
交 通 手 段		自家用車・バイク	徒歩・自転車	バス
有効回答数 75 人	回答数(人)	60	14	1
	比率(%)	(80.0)	(18.7)	(1.3)
お 店 を 選 ぶ 理 由		店になじみの人がいる	この店にしかない商品がある	サービスがよい
有効回答数 98 人	回答数(人)	23	21	17
	比率(%)	(23.5)	(21.4)	(17.3)
商 品 を 選 ぶ 基 準		安全性・信頼性	価格	品質(新鮮さ)
有効回答数 100 人	回答数(人)	71	36	17
	比率(%)	(71.0)	(36.0)	(17.0)
判 断 材 料		その他	店頭・ウインドウ	友達や知人が持っていた
有効回答数 101 人	回答数(人)	39	21	12
	比率(%)	(38.6)	(20.8)	(11.9)

(2) 生 協

【要約】

- ・生協利用者は、食料品（生鮮・一般）の購入が多く、週に1回程度利用している。
- ・商品の選択基準は、品質、安全・信頼性が多く価格を上回っている。
- ・商品を購入する判断材料として、チラシ、カタログ利用が多い。

- ・生協利用では、「食料品（生鮮・一般）」（48.1%）を購入する人が最も多く、次いで「肌着・シャツ・普段着」（14.8%）、「日用雑貨」（14.5%）と続いている。
- ・最も利用されている「食料品（生鮮・一般）」でみると、「鳥取市」に居住する人が21.0%と最も多く、次いで「米子市」の20.4%、「東伯郡」の14.8%と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が85.1%と大きく男性を上回っており、年代別にみると50歳代が32.1%利用している。
- ・最も多く利用されている店の場所は、「鳥取市」が33.1%と最も多く、次いで「米子市」の24.8%、「東伯郡」の15.9%と続いている。
- ・購入頻度は、「週に1回程度」が66.0%で過半数を超え、次いで「週に数回程度」が30.2%となっている。
- ・買い物は「1人で」行く人が63.0%で、買い物にかかる時間は、「30分以内」が59.4%と最も多く利用時間は、「平日の午後」が44.9%となっている。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「良い商品があるから」が42.9%と最も多く、次いで「近くて便利」が38.3%、「品揃えがよい」が20.8%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「品質」が67.3%で次いで「安全性・信頼性」が62.3%、「価格」が50.3%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「チラシ」が53.5%と最も多く、次いで「カタログ」26.5%、「店頭・ウインドウ」の14.8%となっている。

〈図表Ⅲ－146 生協で「食料品(生鮮・一般)」を購入する人の特性〉

		第1位	第2位	第3位
居 住 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 162 人	回答数(人)	34	33	24
	比率(%)	(21.0)	(20.4)	(14.8)
性 別		女性	男性	
有効回答数 161 人	回答数(人)	137	24	
	比率(%)	(85.1)	(14.9)	
年 齢		50歳代	40歳代	30歳代
有効回答数 162 人	回答数(人)	52	44	28
	比率(%)	(32.1)	(27.2)	(17.3)
店 の 所 在 地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 145 人	回答数(人)	48	36	23
	比率(%)	(33.1)	(24.8)	(15.9)
商 品 の 購 入 頻 度		週に1回程度	週に数回程度	毎日
有効回答数 159 人	回答数(人)	105	48	5
	比率(%)	(66.0)	(30.2)	(3.1)
買 い 物 の ス タ イ ル		1人で	親子で	夫婦で
有効回答数 146 人	回答数(人)	92	21	16
	比率(%)	(63.0)	(14.4)	(11.0)
買 い 物 に か け る 時 間		30分以内	1時間以内	2時間以内
有効回答数 138 人	回答数(人)	82	47	7
	比率(%)	(59.4)	(34.1)	(5.1)
買 い 物 時 間 帯		平日の午後	平日の午前	平日の夜/土日祝日の午後
有効回答数 127 人	回答数(人)	57	25	18
	比率(%)	(44.9)	(19.7)	(14.2)
交 通 手 段		自家用車・バス	徒歩・自転車	
有効回答数 119 人	回答数(人)	84	35	
	比率(%)	(70.6)	(29.4)	()
お 店 を 選 ぶ 理 由		良い商品がある	近くて便利	品揃えがよい
有効回答数 154 人	回答数(人)	66	59	32
	比率(%)	(42.9)	(38.3)	(20.8)
商 品 を 選 ぶ 基 準		品質(新鮮さ)	安全性・信頼性	価格
有効回答数 159 人	回答数(人)	107	99	80
	比率(%)	(67.3)	(62.3)	(50.3)
判 断 材 料		チラシ	カタログ	店頭・ウインドウ
有効回答数 155 人	回答数(人)	83	41	23
	比率(%)	(53.5)	(26.5)	(14.8)

(3) インターネット

【要約】

- ・インターネット利用者は、最寄品と比較すると買い回り品や専門品での購入が多い。
- ・女性よりも男性の利用が多く、年代別では若い年代の利用が多い。
- ・店の選択理由は、価格とともに気軽さで選択している。
- ・商品の選択理由は、デザイン、価格、ブランドが重要視されている。
- ・商品の判断基準はバーチャルだけではなくリアルでも判断している。

- ・インターネットを利用して「くつ・カバン・バッグ」(24.0%)を購入する人が最も多く、次いで「時計・メガネ・アクセサリ」(22.0%)および「家具・家電」(22.0%)が同率で続いており、買い回り品での購入が比較的多いことがうかがえる。
- ・最も利用されている「くつ・カバン・バッグ」でみると、「鳥取市」に居住する人が31.3%と最も多く、次いで「東伯郡」の19.2%、「米子市」の12.1%と続いている。
- ・性別では、「男性」の利用が55.6%と女性を上回り、年代別にみると30歳代の37.4%が最も多く、次いで20歳代の28.3%と比較的若い年代で利用している。
- ・購入頻度は、「その他」が81.9%と圧倒的に多い。
- ・店の選択理由(複数回答)は、「値段が安い」が31.6%と最も多く、次いで「欲しい商品が気軽に選べる」が29.5%と続いている。
- ・商品を選ぶ基準(複数回答)では、「デザイン」が54.8%で次いで「価格」が39.8%、「流行・センス」が32.3%と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「インターネット」が33.3%と最も多く、次いで「書籍・雑誌」の21.8%、「カタログ」17.2%となっておりネットサーフィンで判断するとともに書籍・雑誌、カタログなどの他の媒体により商品を確認購入していることがうかがえる。

〈図表Ⅲ－147 インターネットで「くつ・カバン・バッグ」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	東伯郡	米子市
有効回答数	回答数(人)	31	19	12
99 人	比率(%)	(31.3)	(19.2)	(12.1)
性別		男性	女性	
有効回答数	回答数(人)	55	44	
99 人	比率(%)	(55.6)	(44.4)	
年齢		30歳代	20歳代	40歳代
有効回答数	回答数(人)	37	28	16
99 人	比率(%)	(37.4)	(28.3)	(16.2)
店の所在地				
有効回答数	回答数(人)			
人	比率(%)			
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に1回程度
有効回答数	回答数(人)	77	16	1
94 人	比率(%)	(81.9)	(17.0)	(1.1)
買い物のスタイル				
有効回答数	回答数(人)			
人	比率(%)			
買い物にかかる時間				
有効回答数	回答数(人)			
人	比率(%)			
買い物時間帯				
有効回答数	回答数(人)			
人	比率(%)			
交通手段				
有効回答数	回答数(人)			
人	比率(%)			
お店を選ぶ理由		値段が安い	欲しい商品が気軽に選べる	良い商品がある
有効回答数	回答数(人)	30	28	27
95 人	比率(%)	(31.6)	(29.5)	(28.4)
商品を選ぶ基準		デザイン	価格	流行・センス
有効回答数	回答数(人)	51	37	30
93 人	比率(%)	(54.8)	(39.8)	(32.3)
判断材料		インターネットの評価	書籍・雑誌	カタログ
有効回答数	回答数(人)	29	19	15
87 人	比率(%)	(33.3)	(21.8)	(17.2)

（４）通信販売

【要約】

- ・通信販売では、肌着・シャツ・普段着、婦人服、医薬品・化粧品購入での利用が多い。
- ・通信販売利用者は、圧倒的に女性が多く、中高年代層（30歳代から50歳代）年代で利用されている。
- ・商品が気軽に選べ、好きな時にみて買い物出来る理由から通信販売が利用されている。

- ・通信販売で「肌着・シャツ・普段着」（28.8％）を購入する人が最も多く、次いで「婦人服」（21.6％）、「医薬品・化粧品」（19.9％）と続いている。
- ・最も利用されている「肌着・シャツ・普段着」で見ると、「鳥取市」に居住する人が20.7％と最も多く、次いで「米子市」の19.1％、「東伯郡」の16.4％と続いている。
- ・性別では、「女性」の利用が86.5％と男性の13.5％を大幅に上回り、年代別にみると30歳代の27.6％が最も多く、次いで20歳代、40歳代が同率で20.4％と中高年代層で利用されている。
- ・購入頻度は、「その他」が71.6％と最も多く、次いで「月に1回程度」が26.6％となっている。
- ・店の選択理由（複数回答）は、「値段が安い」が37.9％で最も多く、次いで「欲しい商品がある」が33.6％、「自由な時間に買い物ができる」が28.2％と続いている。
- ・商品を選ぶ基準（複数回答）では、「価格」が61.7％で次いで「デザイン」が45.5％、「機能」が26.7％と続いている。
- ・商品を購入する時の判断材料は、「カタログ」が71.6％と最も多く、次いで「店頭・ウインドウ」11.2％、「チラシ」の6.1％となっており、カタログ中心で他の媒体との比較は少ないことがうかがえる。

〈図表Ⅲ－148 通信販売で「肌着・シャツ・普段着」を購入する人の特性〉

居住地		第1位	第2位	第3位
居住地		鳥取市	米子市	東伯郡
有効回答数 304 人	回答数(人)	63	58	50
	比率(%)	(20.7)	(19.1)	(16.4)
性別		女性	男性	
有効回答数 303 人	回答数(人)	262	41	
	比率(%)	(86.5)	(13.5)	
年齢		30歳代	20歳代／40歳代	
有効回答数 304 人	回答数(人)	84	62	
	比率(%)	(27.6)	(20.4)	()
店の所在地				
有効回答数 人	回答数(人)			
	比率(%)			
商品の購入頻度		その他	月に1回程度	週に数回程度／週に1回程度
有効回答数 278 人	回答数(人)	199	74	2
	比率(%)	(71.6)	(26.6)	(0.7)
買い物のスタイル				
有効回答数 人	回答数(人)			
	比率(%)			
買い物にかかる時間				
有効回答数 人	回答数(人)			
	比率(%)			
買い物時間帯				
有効回答数 人	回答数(人)			
	比率(%)			
交通手段				
有効回答数 人	回答数(人)			
	比率(%)			
お店を選ぶ理由		値段が安い	欲しい商品が気軽に選べる	自由な時間に買い物ができる
有効回答数 277 人	回答数(人)	105	93	78
	比率(%)	(37.9)	(33.6)	(28.2)
商品を選ぶ基準		価格	デザイン	機能
有効回答数 277 人	回答数(人)	171	126	74
	比率(%)	(61.7)	(45.5)	(26.7)
判断材料		カタログ	店頭・ウィンドウ	チラシ
有効回答数 278 人	回答数(人)	199	31	17
	比率(%)	(71.6)	(11.2)	(6.1)

IV. 調査結果（性・年齢別、居住地別）

1. 調査対象の特性

（１）現在の住まい（有効回答数8,102）

① 鳥取市	26.1%	⑦ 八頭郡	7.9%
② 米子市	23.5%	⑧ 東伯郡	11.3%
③ 倉吉市	8.8%	⑨ 西伯郡	6.3%
④ 境港市	5.7%	⑩ 日野郡	3.0%
⑤ 気高郡	3.1%	⑪ 県外	0.5%
⑥ 岩美郡	3.7%		

（２）性別（有効回答数8,075）

① 男性	43.2%	② 女性	56.8%
------	-------	------	-------

（３）年齢（有効回答数8,115）

① 10歳代	6.3%	⑤ 50歳代	20.6%
② 20歳代	15.6%	⑥ 60歳代	11.4%
③ 30歳代	16.9%	⑦ 70歳以上	10.0%
④ 40歳代	19.2%		

（４）職業（有効回答数8,084）

① 会社員 (公務員、パート・アルバイト含む)	58.8%	⑤ 専業主婦	8.8%
② 自営業	8.9%	⑥ 無職	9.2%
③ 農林漁業	2.0%	⑦ その他	2.3%
④ 学生	10.0%		

（５）勤めや学校の場所（有効回答数6,219）

【(4)で ① 会社員(公務員、パート・アルバイト含む)、② 自営業、④ 学生と答えた方のみ回答】

① 鳥取市	29.7%	⑦ 八頭郡	7.2%
② 米子市	23.6%	⑧ 東伯郡	11.7%
③ 倉吉市	7.6%	⑨ 西伯郡	6.1%
④ 境港市	4.8%	⑩ 日野郡	2.8%
⑤ 気高郡	3.1%	⑪ 県外	0.5%
⑥ 岩美郡	3.1%		

2. 品目別の調査結果

(1) 食料品（生鮮・一般）

【要約】

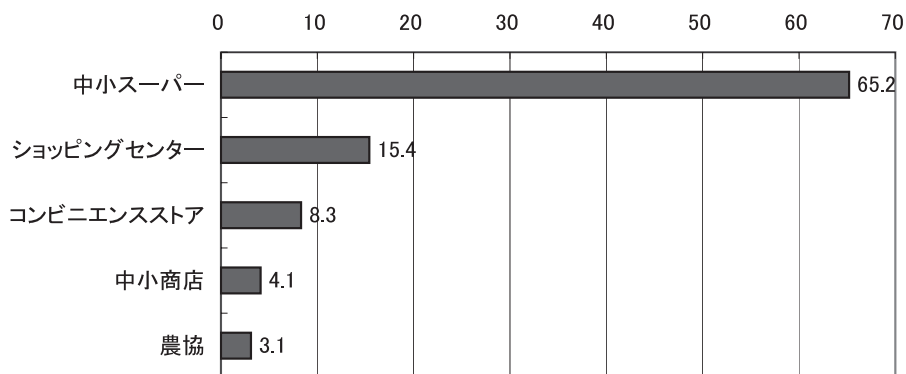
- ・ 買い物先は、中小スーパーが圧倒的に多く 6 割以上を占める。
- ・ 買い物先の場所は、市部に集中し 4 市で 7 割以上を占めている。
- ・ 買い物の頻度は、毎日の人を加えて週数回以上が 7 割。
- ・ 買い物のスタイルは、1 人での買い物が 6 割。
- ・ 買い物の所要時間は、30 分以内が 6 割以上。
- ・ 買い物の時間帯は、平日の午後を中心として、平日の購入者が 7 割。
- ・ 買い物先の選択理由は、家に近いことが条件で、駐車場と値段が安いことも必要。
- ・ 商品選択の理由は、価格と品質（新鮮さ）が条件。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、圧倒的に「中小スーパー」が多く、約 3 分の 2 の 65.2% が利用している。次いで「ショッピングセンター」が 15.4% と続いているが、特筆すべき点として「コンビニエンスストア」（8.3%）の利用が「中小商店」（4.1%）を上回っている。

図表Ⅳ-1 買い物先の業態（%）



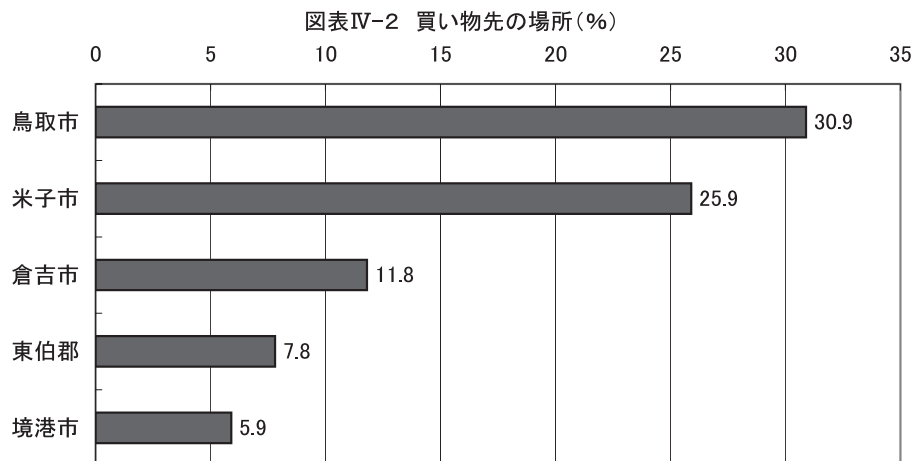
性・年齢別にみると、10歳代男性の「コンビニエンスストア」の利用が44.0%と多いほかは、すべての年代で「中小スーパー」が第1位を占めている。

ちなみに10歳代女性も「コンビニエンスストア」28.3%と比較的高い数値を示している。また、70歳以上の男女ではそれぞれ約11.0%が「中小商店」を利用しており、その他の年代と異質の業態を利用している。

居住地別にみると、すべての居住地において「中小スーパー」が第1位を占めているものの、「中小商店」の利用は、日野郡で15.0%、八頭郡で13.5%と高くなっている。また「コンビニエンスストア」の利用は、岩美郡で13.3%、西伯郡で12.9%で高い。

イ. 買い物先の場所

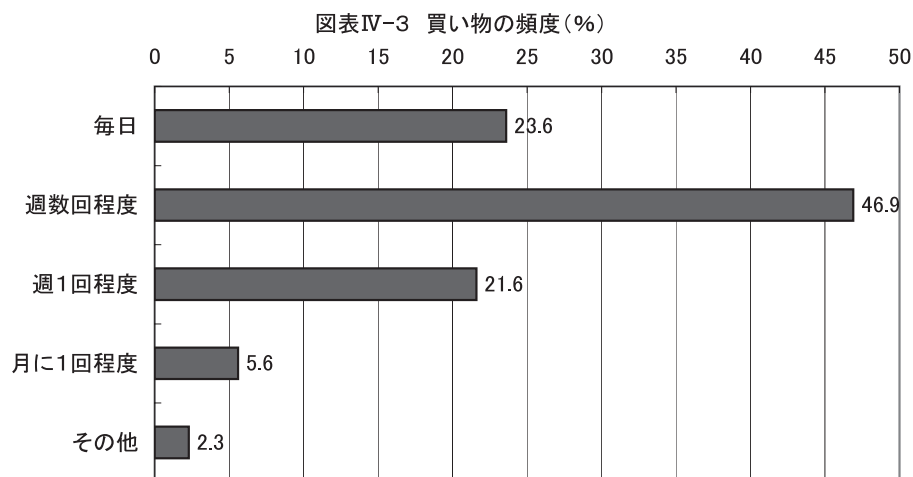
買い物先は、市部に集中し「鳥取市」(30.9%)、「米子市」(25.9%)、「倉吉市」(11.8%)、「境港市」(5.9%)と4市で7割以上(74.5%)を占めている。郡部では東部地域で「八頭郡」(5.6%)、中部地域で「東伯郡」(7.8%)、西部地域で「西伯郡」(4.7%)が他郡と比較して若干シェアが高い。



居住地別にみると、地元購買率「以下、居住地買い物率という」が80.0%を超える地域は、鳥取市(98.0%)、倉吉市(95.9%)、米子市(94.7%)、境港市(94.0%)、日野郡(81.4%)となっている。一方、岩美郡(52.7%)と西伯郡(64.3%)では低くなっており、主な買い物先はそれぞれ鳥取市と米子市である。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「週数回程度」(46.9%)が最も多く、「毎日」(23.6%)を加えると、ほぼ毎日(週に数回以上)の頻度で利用する人が7割(70.5%)となっている。

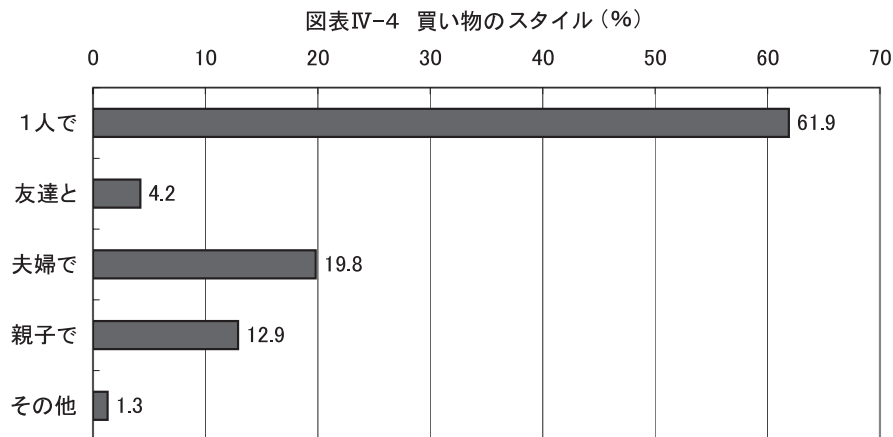


性・年齢別にみると、「毎日」が高い比率を占めるのは40歳代女性（37.9%）、50歳代女性（37.5%）、60歳代女性（36.5%）、10歳代男性（32.4%）となっている。一方、「週に1回程度」が高い比率を占めるのは40歳代男性（39.2%）、30歳代男性（38.3%）、50歳代男性（34.4%）となっている。

居住地別にみると、鳥取市と気高郡で4人に1人以上が「毎日」と回答していることが特徴的である。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは「(本人のみ) 1人で」(61.9%) が圧倒的に多く、同伴者では「夫婦で」(19.8%)、「親子で」(12.9%) の回答が多くなっている。

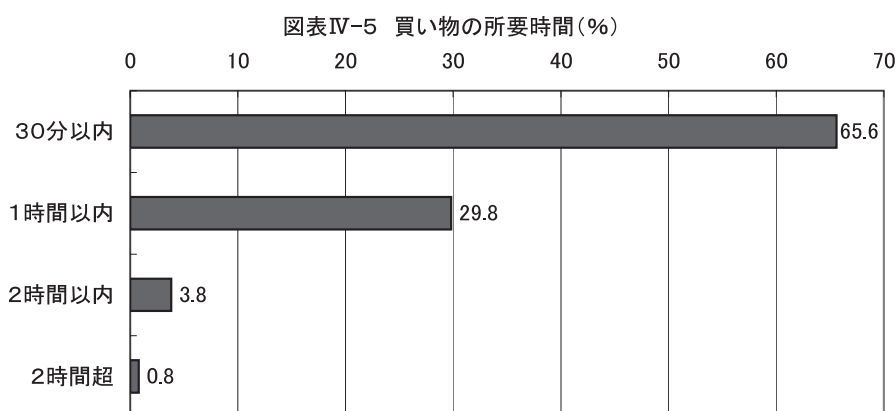


性・年齢別にみると、「友達と」は10歳代男性で30.8%、10歳代女性で28.9%と高く、「夫婦で」は60歳代男性で51.8%、70歳代男性で45.7%、50歳代男性で44.5%と高くなっている。また「親子で」は10歳代女性が32.5%と一番高くなっている

居住地別にみると、「(本人のみ) 1人で」が唯一7割を越えているのは気高郡（70.5%）である。また、西伯郡では「親子で」の比率が19.5%で他市郡より若干高い数値を示している。「夫婦で」は、市部の米子市、鳥取市および倉吉市で2割を超えている。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は「30分以内」(65.6%)が最も多く、次いで「1時間以内」(29.8%)と、1時間以内が9割以上（95.4%）となっている。

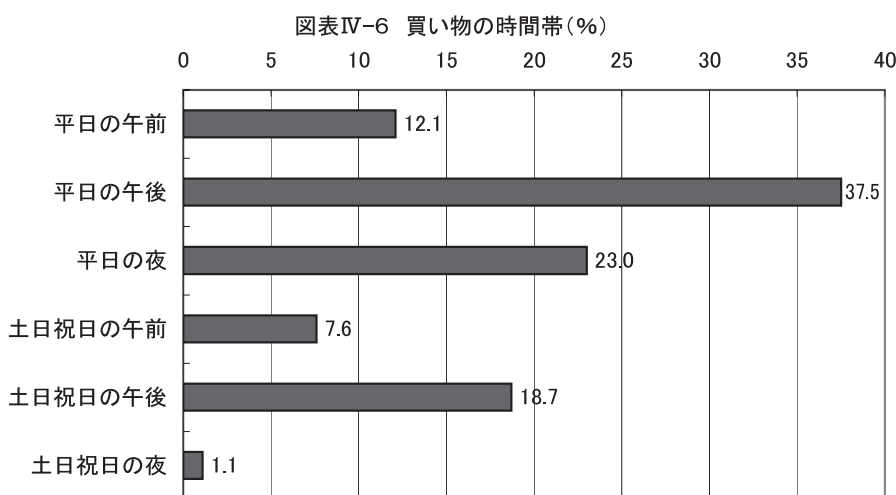


性・年齢別での特徴はみられない。

居住地別にみると、買い物にける所要時間は市部に比べ郡部の方が通勤・通学時間などもあることから総じて短めである。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は「平日の午後」(37.5%)、「平日の夜」(23.0%)、「平日の午前」(12.1%)と平日が7割以上(72.6%)を占めているが、特に「平日の夜」の比率が比較的高いことが注目される。

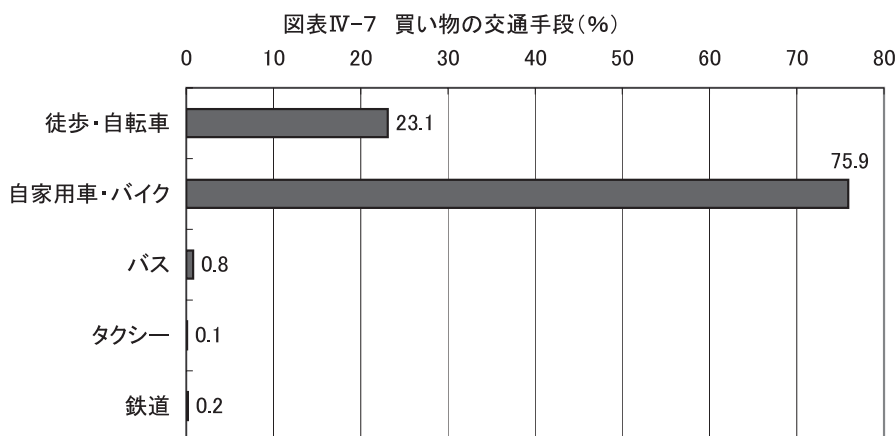


性・年齢別にみると、各時間帯で高い比率を示したのは、「平日の午前」であり、70歳代以上女性44.9%、70歳代以上男性35.1%および60歳代女性32.9%となっている。「平日の午後」は、男性では10歳代、60歳代および70歳代、女性ではすべての年代で3割強から6割弱を占めた。「平日の夜」は、男性では10歳代と20歳代、女性では20歳代が4割弱を占めた。一方、「土日祝日の午後」では、男性の30歳代から50歳代までで4割前後の高い比率を占めているのが特徴的である。

居住地別にみると、日野郡で「平日の午前」、鳥取市で「土日祝日の午後」が唯一２割を超えており、他地域とは若干違う動きがうかがえる。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」（75.9%）が圧倒的に多く、次いで「徒歩・自転車」（23.1%）となっている。



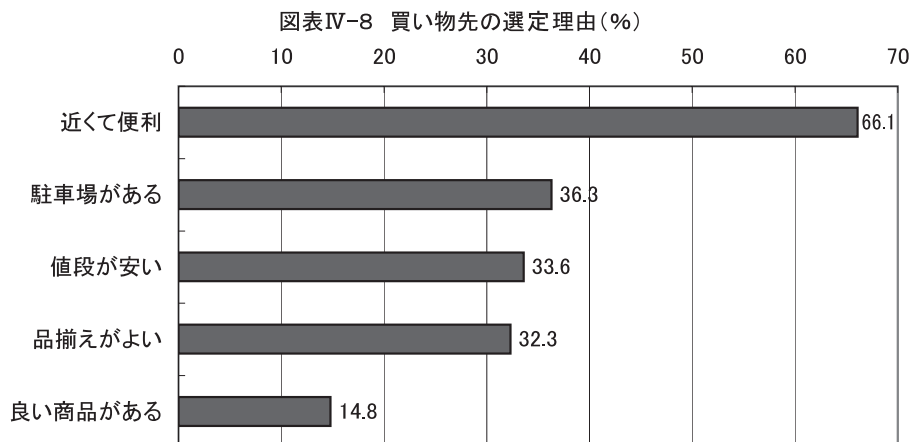
性・年齢別にみると「徒歩・自転車」で10歳代男性（67.0%）と70歳代女性（56.9%）で5割を超える高い数値を示している。

居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で唯一３割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「近くて便利」（66.1%）とお店が家に近いことを最も重視しており、次いで「駐車場がある」（36.3%）、「値段が安い」（33.6%）、「品揃えがよい」（32.3%）、「ポイントなどの特典がある」（14.1%）などの理由が続いている。

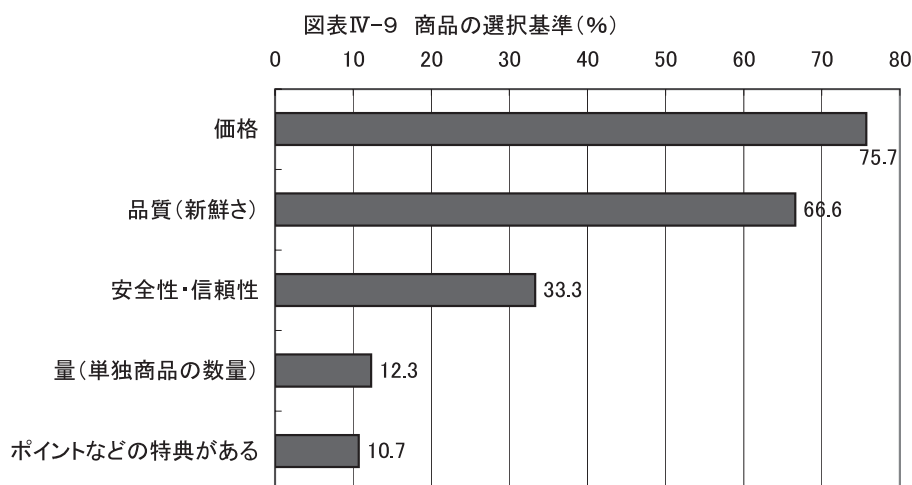


性・年齢別にみると、30歳代以上の女性と70歳以上の男性で「ポイントなどの特典がある」が他に比べ比率が高く生活感がうかがえる。また、「ほしい商品が気軽に選べる」は70歳代以上の男性と50歳代以上の女性で他に比べ比率が高くなっている。特に異質なのは、10歳代男性で「店がきれい」が15.7%と唯一10.0%を超えていることである。

居住地別にみると、「良い商品がある」は概ね全地域で高い比率を占め、「ポイントなどの特典がある」は鳥取市、倉吉市、気高郡、岩美郡、東伯郡で2割前後を占めた。また、「自由な時間に買い物ができる」は境港市、八頭郡、東伯郡、西伯郡、日野郡で比較的高い数値を占めている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(75.7%)、「品質(新鮮さ)」(66.6%)がトップ項目として上がっており、次いで「安全性・信頼性」(33.3%)、「量(単独商品の数量)」(12.3%)と続き、ほぼ毎日の買物だけに「価格」を最も重要視し、食料品本来の「品質」「安全性・信頼性」も重要な選択基準としている。



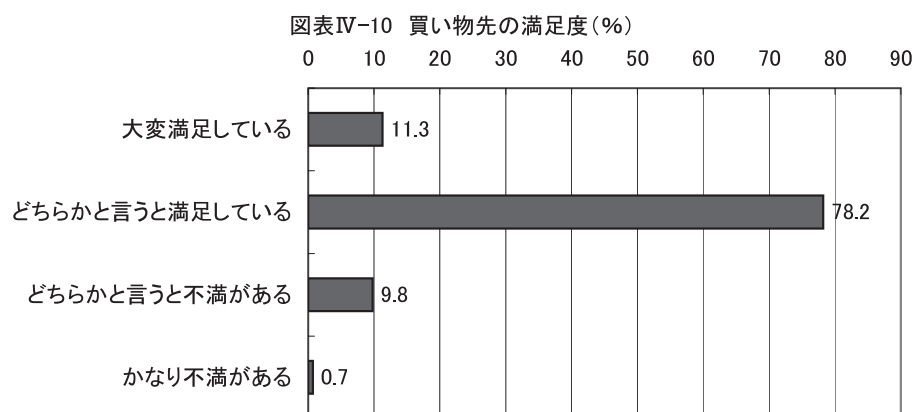
性・年齢別にみると、他の年代が「価格」、「品質(新鮮さ)」、「安全性・信頼性」が上位3位を占めているのに対し、10歳代の男女は「安全性・信頼性」より「量」を重視しており、それぞれ3位に入っていることが特筆される。また、買い物先を選ぶ基準と同じく女性の30歳代以上と70歳代以上男性で「ポイントなどの特典がある」が他に比べ比率が高い。

居住地別にみると、「量」で気高郡(7.6%)が唯一1割以下の数値を示すとともに、「ポイントなどの特典がある」では米子市、境港市、西伯郡を除く地域で比較的高い比率を占めた。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は高い。「満足」(11.3%)、「どちらかと言うと満足している」(78.2%)の合計で、ほぼ9割(89.5%)を占めている。

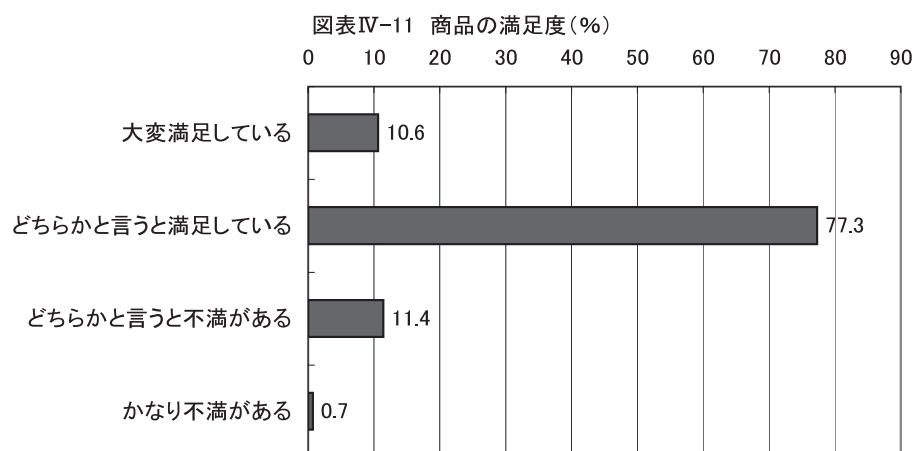


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると全体では10.5%であった。年代別では10歳代男性(15.6%)、10歳代女性(12.6%)、20歳代男性(14.2%)、20歳代女性(11.8%)となっており、若い層の不満が高いことがうかがえる。加えて、買い物の主体である女性は男性に比べ不満の割合が高く30歳代から60歳代までの年代で11.0%前後が不満であると回答している。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、全市郡平均10.5%を超えたのは、気高郡(15.9%)、八頭郡(17.3%)、東伯郡(13.6%)、西伯郡(11.4%)および日野郡(18.4%)となっており、郡部地域での不満度が高いことがうかがえる。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は、「満足」(10.6%)、「どちらかと言うと満足している」(77.3%)を合計すると、ほぼ9割(87.9%)を占めている。



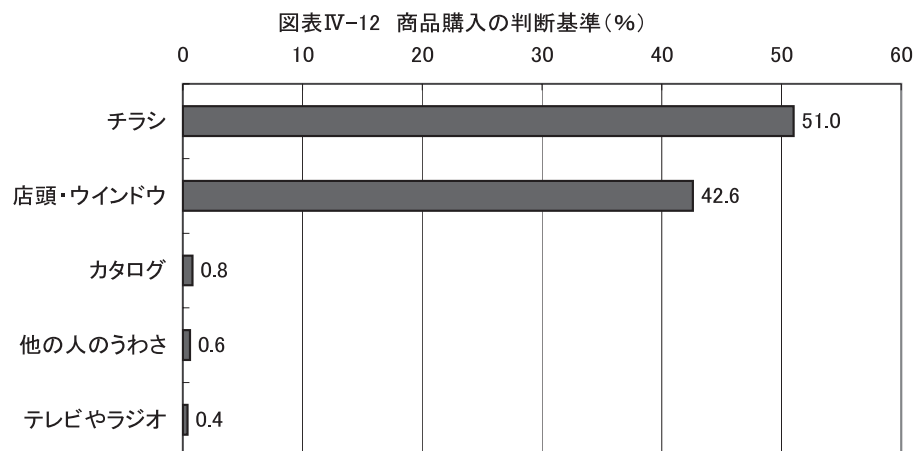
性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、男性は10歳代、20歳代、30歳代で1割を超えている。また、女性は70歳代を除くすべての年代で「不満足」との回答が1割を超えている。

最も不満度が高い比率を占めたのは10歳代女性の14.1%である。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均12.1%を超えたのは、気高郡（17.%）、八頭郡（19.0%）、東伯郡（15.7%）、西伯郡（13.9%）および日野郡（17.1%）となっており、郡部地域での不満度が高いことがうかがえる。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「チラシ」（51.0%）、「店頭・ウインドウ」（42.6%）等を判断材料としている傾向が強い。



性・年齢別、居住地別での特徴はみられない。

(2) 日用雑貨

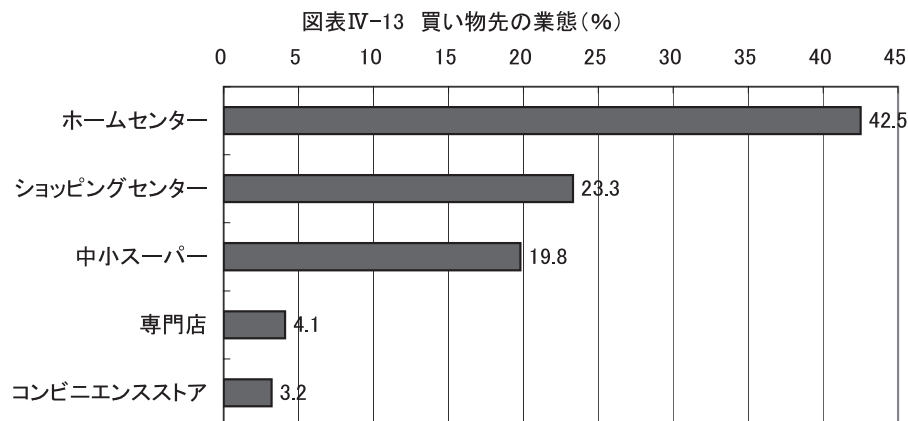
【要約】

- ・ 買い物先は、ホームセンター、ショッピングセンター、中小スーパーで8割を占める。
- ・ 買い物の頻度は、月に1回程度が4割を占める。
- ・ 買い物の所要時間は、30分以内が多く、1人で買い物。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の午後か平日の午後に集中
- ・ 買い物先の選択は、品揃え、値段と近いお店。
- ・ 商品選択は、価格、機能、安全性を重視。
- ・ お店や商品の満足度は、9割以上が「満足」している。
- ・ 商品購入の判断材料は、チラシを見るか、店頭で商品を見て判断している。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「ホームセンター」が42.5%と最も多く、次いで「ショッピングセンター」(23.3%)、「中小スーパー」(19.8%)と続いており、上位3業態で8割以上(85.6%)を占めている。

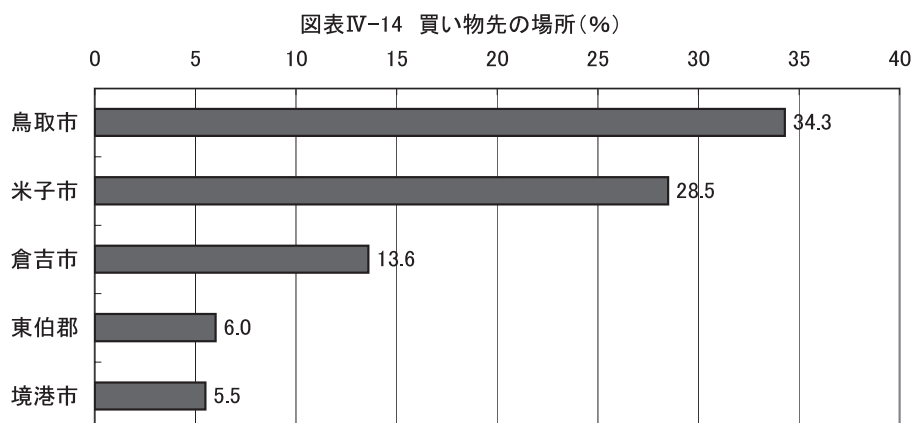


性・年齢別にみると、男女を問わずどの年代においても「ホームセンター」、ショッピングセンター、「中小スーパー」の比率が高くなっている。10歳代男性で「コンビニエンスストア」が21.6%、「百貨店」が10.8%、また10歳代女性で「百貨店」が12.7%と高い比率を示していることが注目される。

居住地別にみると、全市郡で「ホームセンター」が第1位を占めており、その中でも東部3郡では過半数を超えているのに対し、西部地域の全市郡においては3割台にとどまっている。

イ. 買い物先の場所

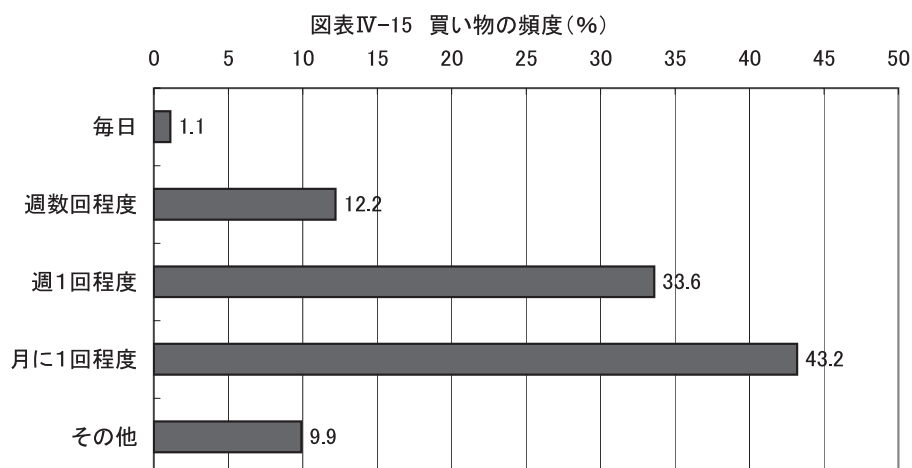
買い物先は、3市部に集中し「鳥取市」(34.3%)、「米子市」(28.5%)、「倉吉市」(13.6%)と7割強(76.4%)を占めている。郡部では東部地域で「八頭郡」(3.8%)、中部地域で「東伯郡」(6.0%)、西部地域で「西伯郡」(4.0%)が他郡部と比較して若干シェアが高い。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、鳥取市(97.8%)、倉吉市(95.5%)、米子市(93.3%)、境港市(87.5%)となっている。一方、5割を下回っているのは岩美郡(22.0%)、西伯郡(44.6%)、気高郡(41.6%)、八頭郡(47.7%)、日野郡(47.9%)となっており、主な買い物先は東部地域では鳥取市、西部地域では米子市である。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「月に1回程度」(43.2%)が最も多く、次いで「週に1回程度」(33.6%)となっている。

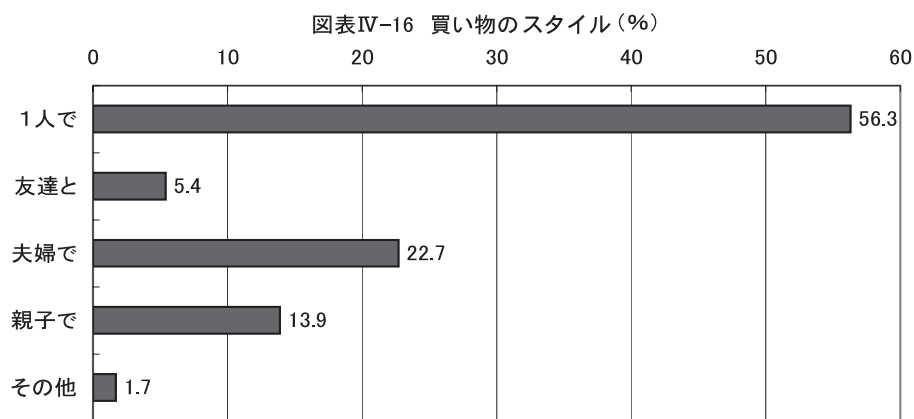


性・年齢別にみると、「週に1回程度」が最も高い比率を占めるのは女性の30歳代（43.5%）、40歳代（43.1%）、50歳代（38.2%）となっている。他の年代は男女を問わず「月に1回程度」が4割を超え第1位となっている。

居住地別にみると、全市郡で「月に1回程度」と「週に1回程度」上位占めている。一方、買い物頻度が「毎日」と「週に数回程度」を合わせて比較的高い数値を示しているのは境港市（20.4%）、日野郡（17.8%）、西伯郡（16.2%）である。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「（本人のみ）1人で」（56.3%）が最も多く、次いで「夫婦で」（22.7%）の形態となっている。

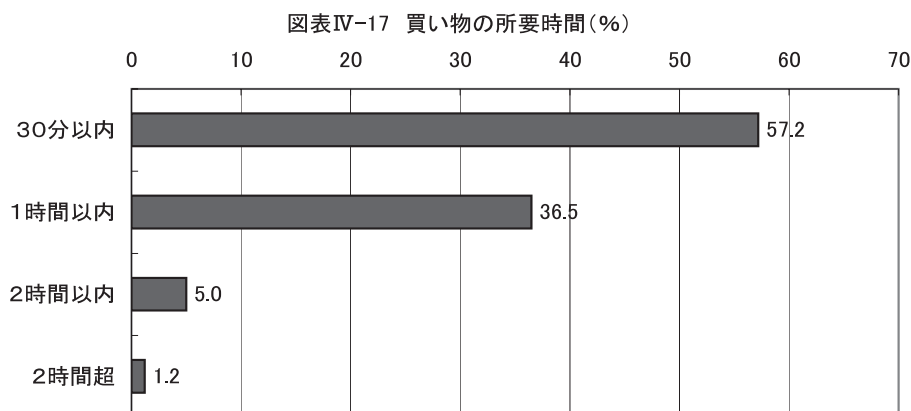


性・年齢別にみると、男女を問わずすべての年代で「（本人のみ）1人で」が第1位を占めた。特徴的なのは、10歳代から40歳代の女性で「親子で」と回答した比率が高いことであった。その中でも10歳代と30歳代では3割近くの数値を示している

居住地別にみると、「（本人のみ）1人で」が全市郡で過半数を超えおり、次いで「夫婦で」という同じ形態となっている。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は、「30分以内」（57.2%）が最も多く、次いで「1時間以内」（36.5%）と、1時間以内が9割以上（93.7%）となっている。

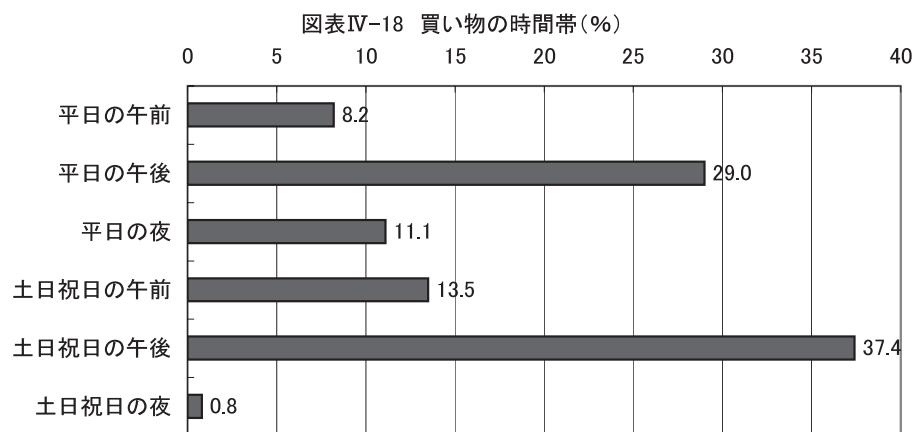


性・年齢別にみると、10歳代女性で「1時間以内」が42.3%、「2時間以内」が12.0%となっており、他に比べ長い時間をかけて買い物していることがうかがえる。

居住地別にみると、買い物にかける所要時間は全市郡で「30分以内」が過半数を超えている。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(37.4%)が最も多く、次いで「平日の午後」(29.0%)と続き、平日または土日祝日の午後の時間帯を利用する人が6割以上(66.4%)を占めている。

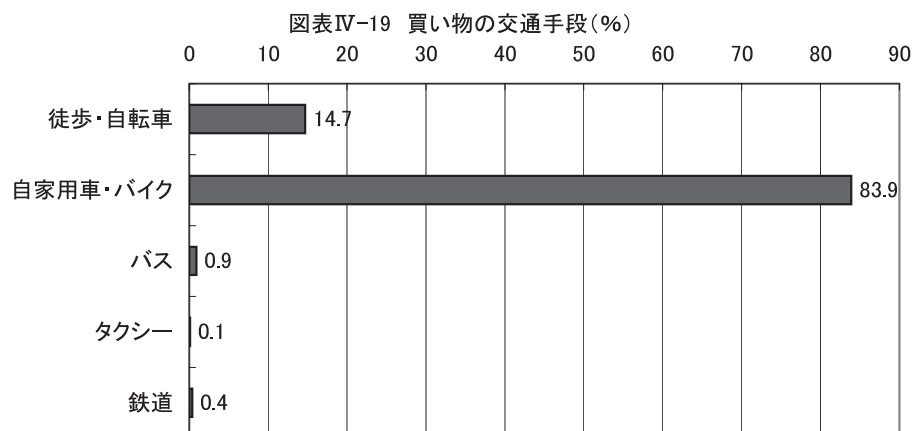


性・年齢別にみると、50歳代以上女性と60歳代以上男性で「平日の午後」が5割前後の高い数値を占めている。また70歳以上の男女では「平日の午前」が3割前後を占めている。

居住地別にみると、境港市で「平日の午後」(44.4%)が第1位を占めたのを除き、全市郡とも「土日祝日の午後」が第1位となっている。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(83.9%)が圧倒的に多い。



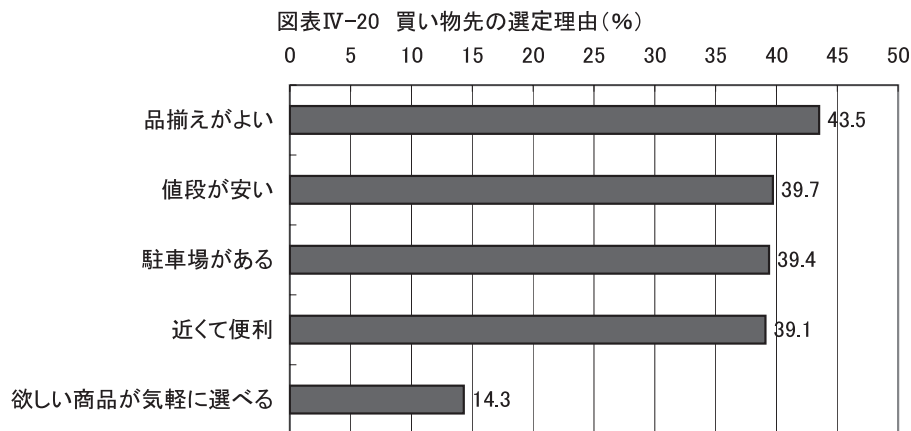
性・年齢別にみると「徒歩・自転車」が10歳代男性で56.8%と第1位を占めたのを除き、すべての年代で「自家用車・バイク」が第1位となっている。

居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で唯一2割を超えている。また、東伯郡と西伯郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「品揃えがよい」(43.5%)、「値段が安い」(39.7%)、「駐車場がある」(39.4%)、「近くて便利」(39.1%)の順となっている。品揃えのよさや値段が安いことに加えて、駐車場があること、お店が家の近くにあることがあげられる。また、「欲しい商品が気軽に選べる」(14.3%)ことも選ぶポイントとなっている。

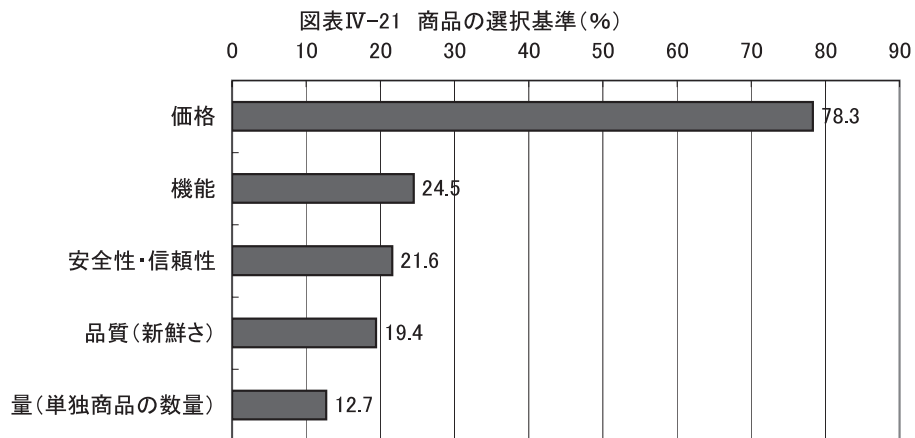


性・年齢別の選定理由を上位3位でみると、すべての年代の共通項目は「品揃えがよい」である。その他は年代により微妙に違いがみられ、10歳代と20歳代の男女と70歳以上の女性では「近くて便利」と「値段が安い」、30歳代と40歳代の男女では「値段が安い」と「駐車場がある」、50歳代と60歳代の男女と70歳以上の男性では「近くて便利」と「駐車場がある」となっている。

居住地別にみると、微妙に違いがみられるものの、総じて選定理由は同じ理由となっている。強いて特徴的なことを言えば、境港市で「近くて便利」、岩美郡で「駐車場がある」がそれぞれ5割を超える高い数値を示している。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(78.3%)を最も重視しており、次いで「機能」(24.5%)、「安全性・信頼性」(21.6%)、「品質」(19.4%)が続き、価格を重視しつつも商品の機能・安全性も大きなウエイトを占めている。



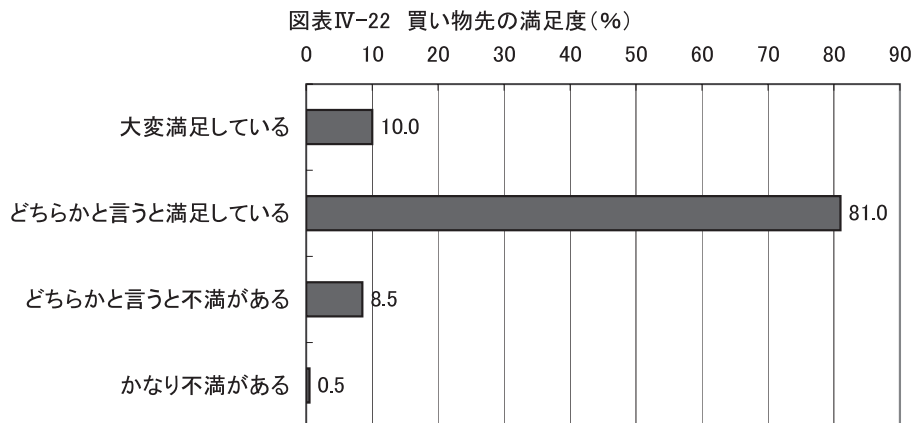
性・年齢別にみると、すべての年代で「価格」が総じて7割以上を占め第1位となっている。特徴的なのは、「デザイン」が20歳代(37.1%)と30歳代(24.7%)の女性で高い比率を占めている。50歳代と60歳代の女性では「ポイントなどの特典がある」が他に比べ比率が高くなっている。

居住地別にみると、「価格」、「機能」、「安全性・信頼性」、「品質」の選択基準を除き、総じて市部では「デザイン」、郡部では「量」を選択基準にする向きがうかがえる。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」10.0%、「どちらかと言うと満足している」81.0%)という意見が9割(91.0%)を占めている。



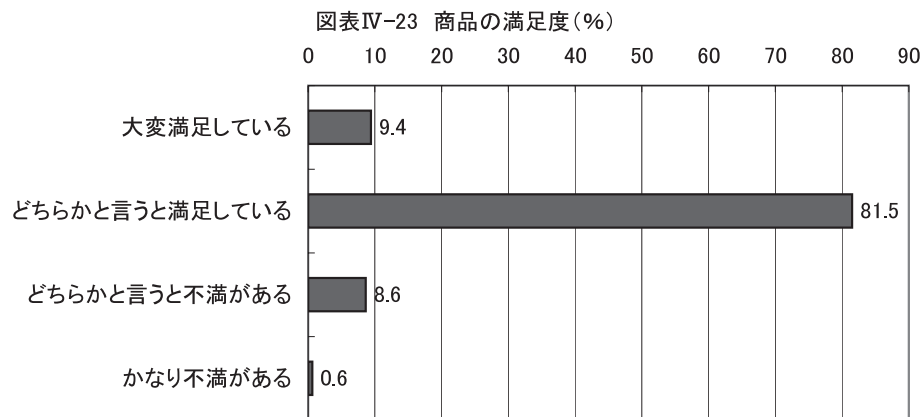
性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、10歳代男性(18.2%)、10歳代女性(15.4%)、20歳代男性(12.9%)、20歳代女性(11.3%)となっており、若い層の不満が高いことがうかがえる。他の年代は男女とも1割以下の低い比率となっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合

計してみると、全市郡平均9.0%を超えたのは、鳥取市(9.3%)、倉吉市(9.9%)、気高郡(11.6%)、八頭郡(10.9%)、東伯郡(9.9%)および日野郡(15.0%)である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」(「満足」9.4%、「どちらかと言うと満足している」81.5%)という意見が9割(90.9%)を占めている。

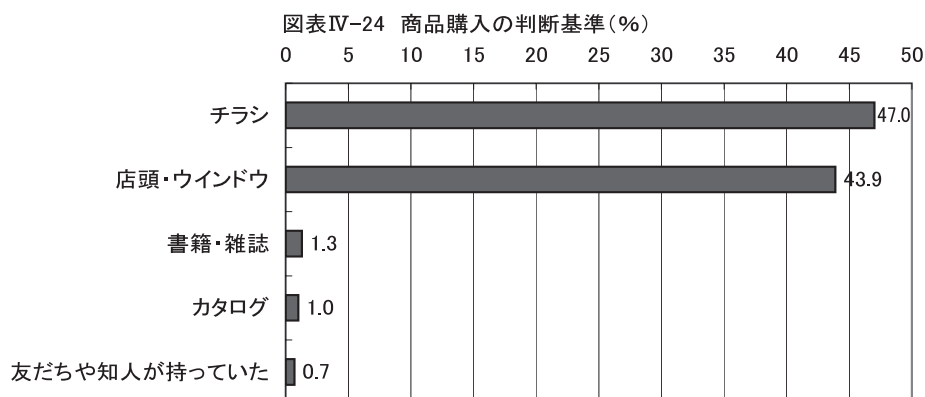


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性は10歳代、20歳代、30歳代、女性は10歳代、20歳代で1割を超えている。最も不満度が高い比率を占めたのは男女ともに10歳代でそれぞれ19.5%と15.8%である。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均9.0%を超えたのは、鳥取市(9.4%)、倉吉市(9.3%)、気高郡(12.5%)、八頭郡(10.9%)、東伯郡(10.6%)および日野郡(13.4%)である。

エ. 商品購入の判断材料(決め手となる情報源)

商品を購入する場合、「チラシ」(47.0%)、「店頭・ウインドウ」(43.9%)等を判断材料としている。



性・年齢別、居住地別での特徴はみられない。

(3) 医薬品・化粧品

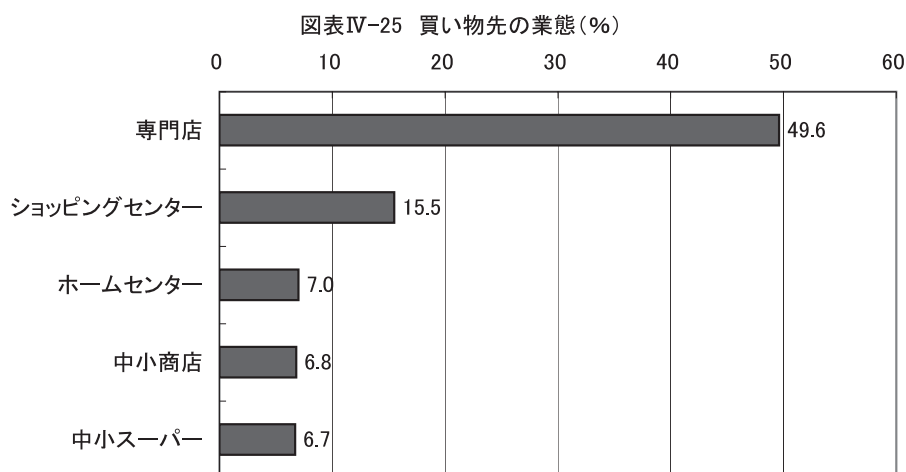
【要約】

- ・ 買い物先は、専門店がほぼ半数。
- ・ 買い物先の場所は、市部に集中。
- ・ 買い物の頻度は、月に1回程度が6割近く。
- ・ 買い物のスタイルは1人で、所要時間は30分以内が6割以上。
- ・ 買い物先を選択する理由は、品揃えがよく、値段が安いことに加えて、家に近いこと。
- ・ 商品を選択する理由は、商品の価格、安全性・信頼性を重視している。
- ・ 商品購入の判断材料は、直接店頭で商品を確認して購入する。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「専門店」が49.6%とほぼ半数を占め、次いで「ショッピングセンター」(15.5%)、「ホームセンター」(7.0%)、「中小商店」(6.8%)、「中小スーパー」(6.7%)と続いており、専門店を中心とした買い物先となっている。

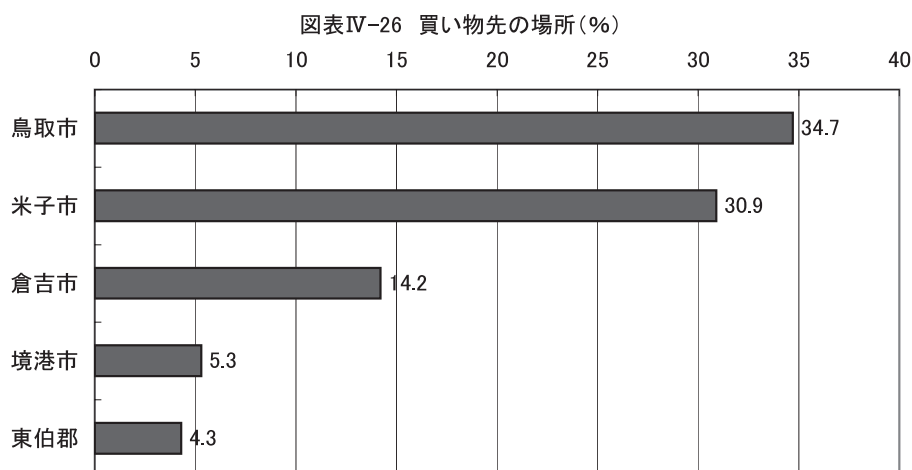


性・年齢別にみると、男女を問わずどの年代においても「専門店」が第1位となっている。第2位は10歳代と20歳代の男性を除き「ショッピングセンター」となっている。特徴的な傾向としては、10歳代と70歳以上の男性で「中小スーパー」、70歳以上男性と60歳代の女性で「中小商店」、10歳代女性で「百貨店」、30歳代男性で「ホームセンター」が比較的高い比率を示していることがあげられる。

居住地別にみると、日野郡(16.6%)と八頭郡(12.4%)で「中小商店」が第2位を占め、他の市郡の第2位「ショッピングセンター」とは異なっている。

イ. 買い物先の場所

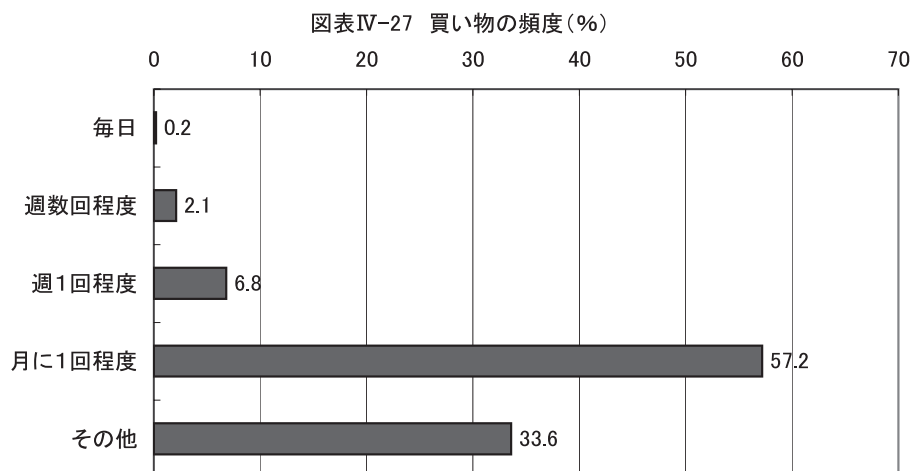
買い物先は、「鳥取市」(34.7%)、「米子市」(30.9%)、「倉吉市」(14.2%)と3市部に集中し8割弱(79.8%)を占めている。郡部では東部地域で「八頭郡」(3.8%)、中部地域で「東伯郡」(4.3%)、西部地域で「西伯郡」(3.1%)が他郡部と比較してややシェアが高い。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、鳥取市(97.4%)、米子市(94.7%)、倉吉市(91.9%)、境港市(84.3%)となっている。一方、5割を下回っているのは岩美郡(17.0%)、気高郡(28.1%)、日野郡(33.3%)、西伯郡(35.9%)、東伯郡(38.6%)となっており、主な買い物先は東部地域では鳥取市、中部地域では倉吉市、西部地域では米子市である。

ウ. 買い物の頻度

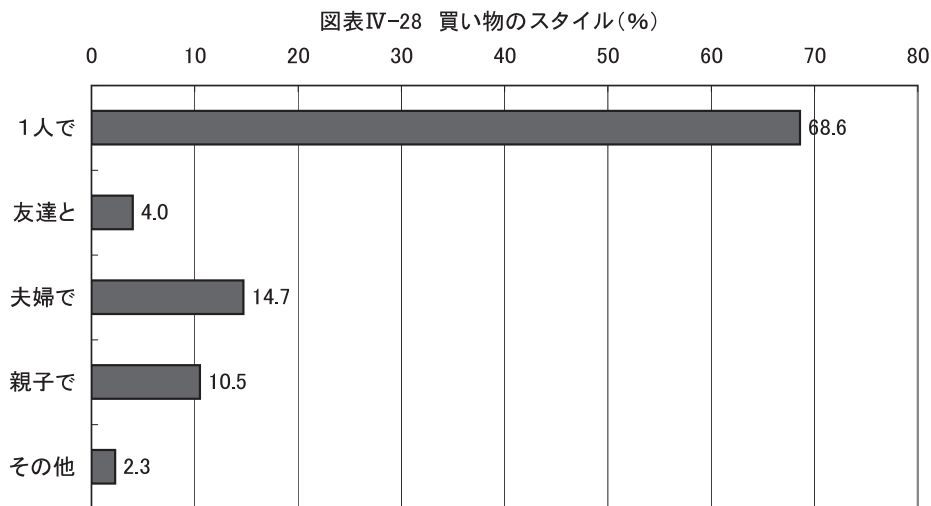
買い物の頻度は、「月に1回程度」(57.2%)が最も多く、次いで「その他」(33.6%)となっていることから、月に1回未満など必要なときに購入している状況がうかがえる。



性・年齢別にみると、「週に1回程度以上」の買い物頻度が1割を超えたのは、10歳代男性（16.7%）、女性では20歳代（13.1%）、30歳代（12.1%）、10歳代（10.5%）となっている。
居住地別での特徴はみられない。

エ. 買い物のスタイル

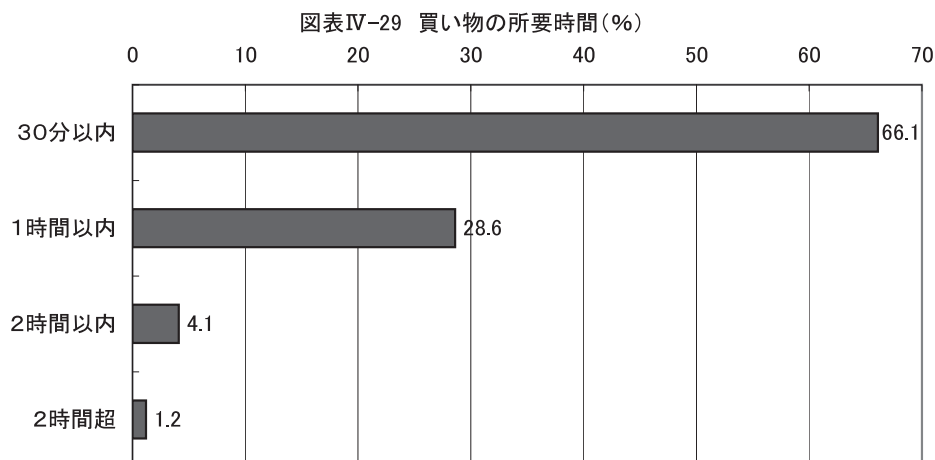
買い物のスタイルは、「（本人のみ）1人」（68.6%）が7割近くを占めており、「夫婦で」（14.7%）を圧倒的に上回り、個人（1人）消費の形態が強い。



性・年齢別にみると、10歳代女性の「親子で」が3割を占めている。また10歳代は男女とも「友達と」がそれぞれ16.2%、28.0%と比較的高い比率を占めている。
居住地別では、特徴的なことは見当たらない。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は、「30分以内」（66.1%）が最も多く、次いで「1時間以内」（28.6%）と、ほとんどの人が30分以内の所要時間であり、1時間以内でみると9割以上（94.7%）を占めている。

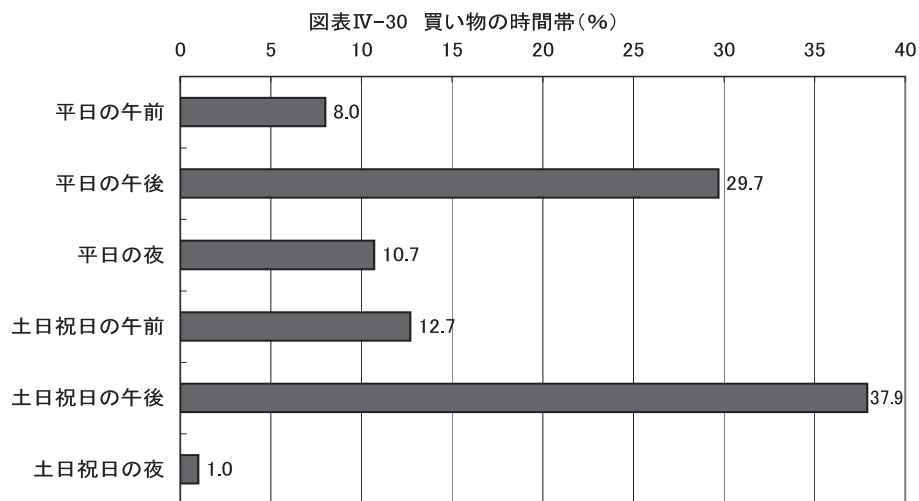


性・年齢別にみると、女性の10歳代、20歳代、70歳以上で「1時間以内」が4割前後を占め、他に比べ長い時間をかけて買い物していることがうかがえる。

居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(37.9%)が最も多く、次いで「平日の午後」(29.7%)と続き、平日または土日祝日の「午後」の時間帯を利用する人が7割近く(67.6%)を占めている。

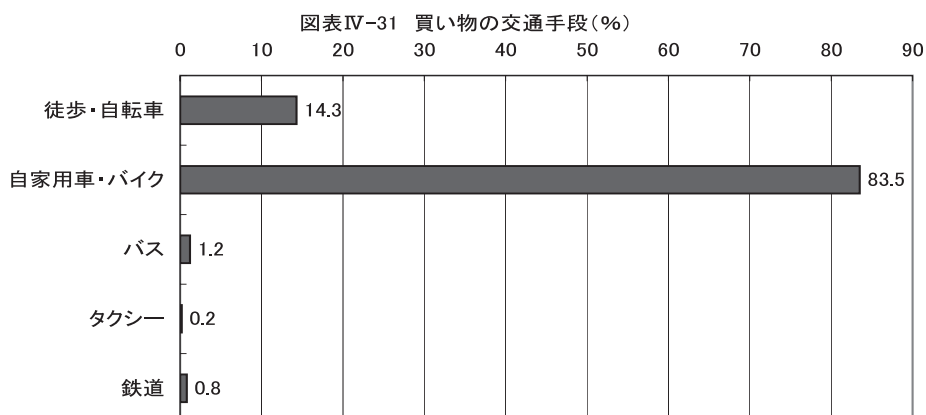


性・年齢別にみると、男性の10歳代から50歳代で3割から5割強、また女性の10歳代から40歳代で4割前後から6割弱が「土日祝日の午後」と回答しているのに対し、男性の60歳以上と女性の50歳以上では4割から6割弱が「平日の午後」と回答している。

居住地別にみると、境港市で「平日の午後」(44.0%)が第1位を占めたのを除き、全市郡とも「土日祝日の午後」が第1位となっている。また、鳥取市と気高郡では「平日の午後」買い物する比率が他の市郡に比べ低くなっているのが特徴である。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(83.5%)が圧倒的に多い。



性・年齢別にみると「徒歩・自転車」が70歳以上女性で44.0%と第1位を占めたのを除き、すべての年代で「自家用車・バイク」が第1位となっている。

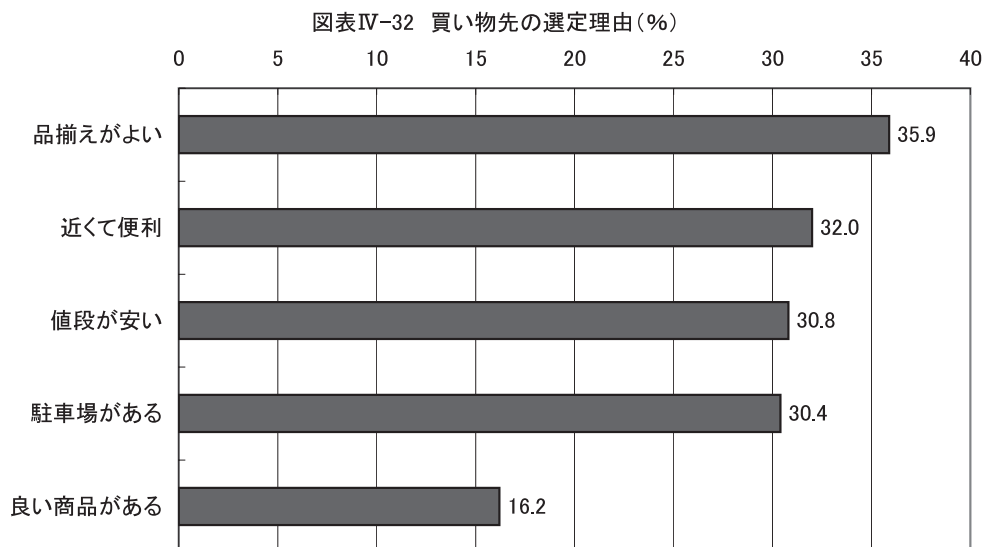
特に、30歳代と40歳代の男女の「自家用車・バイク」での買い物は9割を超えている。

居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で唯一2割を超えている。また、気高郡、東伯郡および西伯郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「品揃えがよい」(35.9%)、「近くて便利」(32.0%)、「値段が安い」(30.8%)、「駐車場がある」(30.4%)、と続き、品揃えが良くて値段が安く、お店が家に近く駐車場があることを選定理由としている。

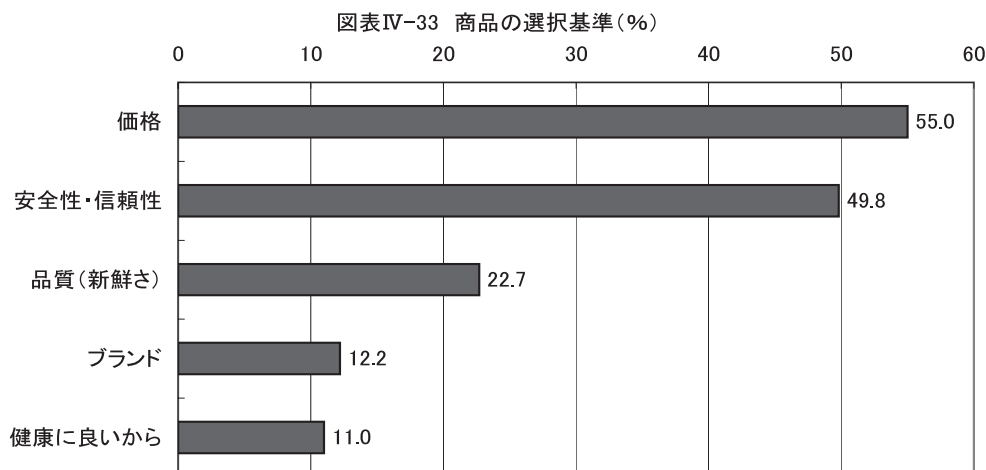


性・年齢別の選定理由を上位3位でみると、すべての年代の共通項目は「品揃えがよい」である。その他は年代により微妙に違いがみられ、10歳代女性は「良い商品がある」と「値段が安い」、20歳代から40歳代の女性は「値段が安い」と「近くて便利」、50歳代以上の男女では「近くて便利」と「駐車場がある」となっている。また、女性のすべての年代で共通して比較的高い比率を示しているのは、「ポイントなどの特典がある」と「欲しい商品が気軽に選べる」である。

居住地別にみると、微妙に違いがみられるものの、総じて選定理由は同じ理由となっている。強いて特徴的なこと言えば、米子市で「品揃えが良い」、岩美郡で「駐車場がある」それぞれ4割を超える高い数値を占めている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(55.0%)を最も重視しているものの、同様に「安全性・信頼性」(49.8%)と「品質」(22.7%)も高い比率を示している。また、「ブランド(メーカー)」(12.2%)、「健康に良いから」(11.0%)という点も選択基準に加味されている。



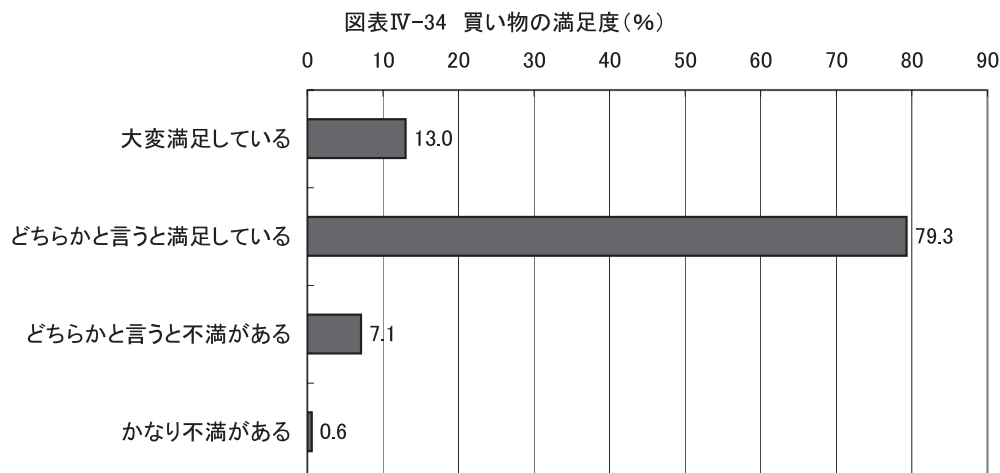
性・年齢別にみると、男性の10歳代から50歳代と女性の10歳代から30歳代が「価格」を第1位にあげているのに対し。男性の60歳代以上と女性の40歳代以上では「安全性・信頼性」を第1位にあげており年代によって価値観の違いが顕著に現れている。

居住地別にみると、全市郡で「価格」、「安全性・信頼性」、「品質」が1位から3位の順となっている。

ウ. 満足度

ア. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」13.0%、「どちらかと言うと満足している」79.3%)という意見が9割(92.3%)を占めている。

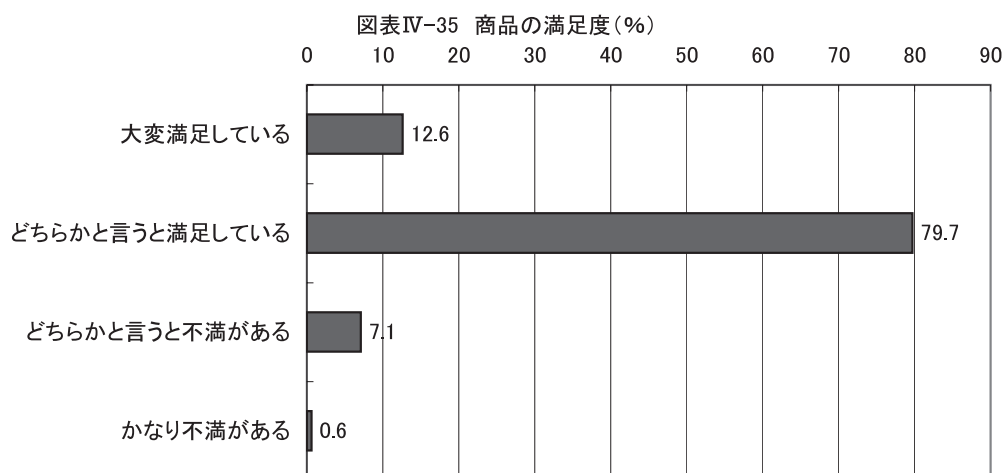


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、10歳代男性（14.4%）、10歳代女性（11.4%）、20歳代男性（11.2%）、20歳代女性（10.7%）となっており、若い層の不満が高いことがうかがえる。他の年代は男女とも1割以下の低い比率となっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均7.7%を超えたのは、鳥取市（8.4%）、八頭郡（10.8%）、東伯郡（8.3%）および日野郡（10.3%）である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」12.6%、「どちらかと言うと満足している」79.7%）という意見が9割（92.3%）を占めている。



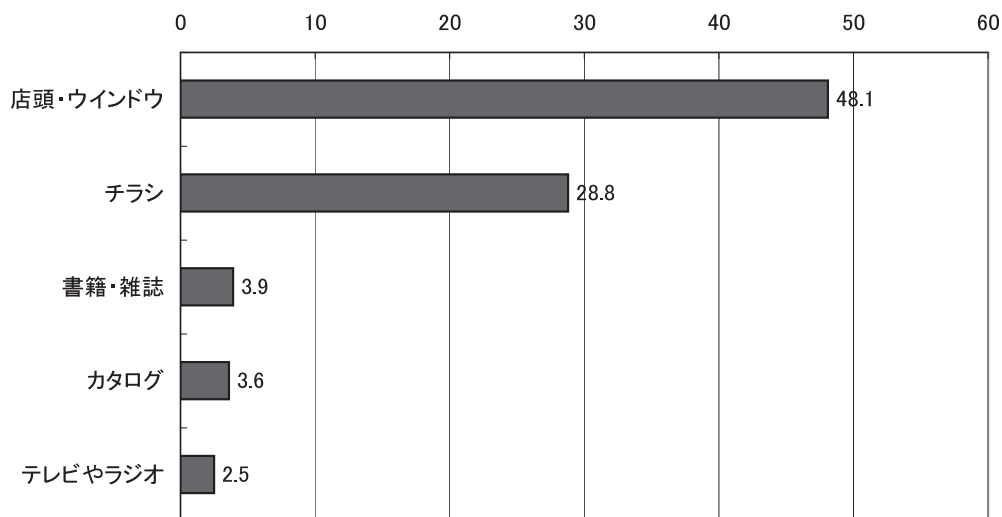
性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、10歳代男性（18.1%）、10歳代女性（11.4%）、20歳代男性（10.5%）、20歳代女性（10.7%）となっており、若い層の不満が高いことがうかがえる。他の年代は男女とも1割以下の低い比率となっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均7.7%を超えたのは、鳥取市（8.5%）、八頭郡（10.9%）、西伯郡（8.7%）、および日野郡（8.2%）である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合は、「店頭・ウインドウ」（48.1%）が半数近くを占め、次いで「チラシ」（28.8%）となっており、商品の性格上、店頭で商品の確認、相談等により購入の判断を行っている。

図表Ⅳ-36 商品購入の判断基準（%）



性・年齢別、居住地別での特徴はみられない。

(4) 肌着・シャツ・普段着

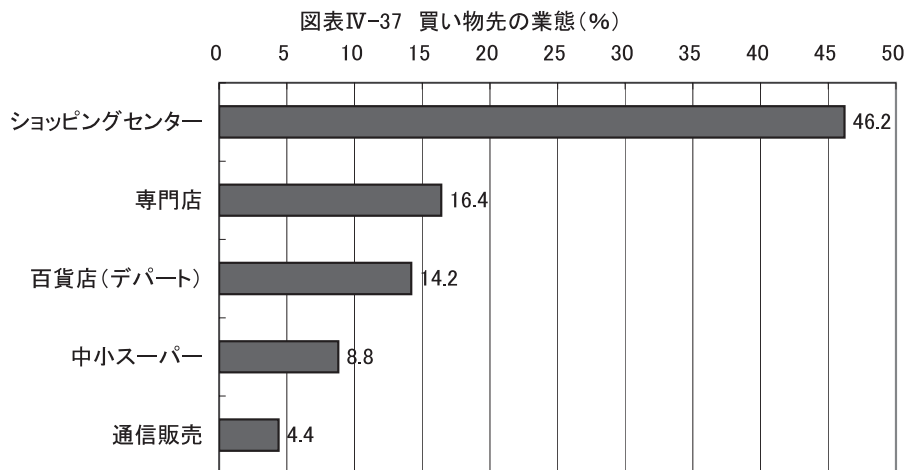
【要約】

- ・ 買い物先は、ショッピングセンターでの購入が多い。
- ・ 買い物先の場所は、市部に集中。
- ・ 買い物の頻度は、月に1回程度、1人で買い物。
- ・ 買い物の所要時間は、1時間以内。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の午前または午後。
- ・ 買い物先の選択理由は、品揃えがよく、値段が安いことと、駐車場があること。
- ・ 商品購入の際には、価格とデザインを重視している。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「ショッピングセンター」が46.2%と半数近くを占め、次いで「専門店」(16.4%)、「百貨店(デパート)」(14.2%)、「中小スーパー」(8.8%)の順となっている。

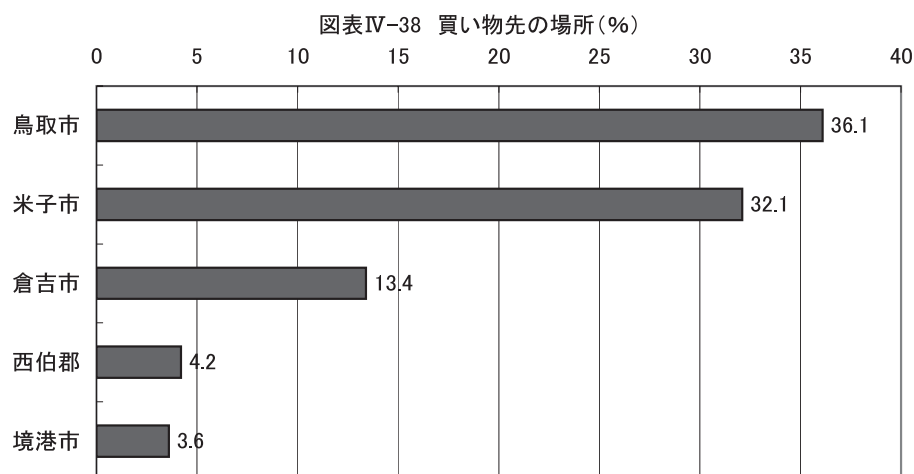


性・年齢別にみると、男性の10歳代(56.8%)と20歳代(42.7%)で「専門店」が第1位となっているほか、すべての年代で「ショッピングセンター」が1位となっている。また、30歳代女性では「通信販売」が11.7%と二桁の比率を示している。

居住地別にみると、日野郡(13.5%)と八頭郡(12.2%)で「中小商店」が3位を占めている。また、鳥取市と八頭郡では「百貨店(デパート)」の利用が1割に達していないのが特徴的である。

イ. 買い物先の場所

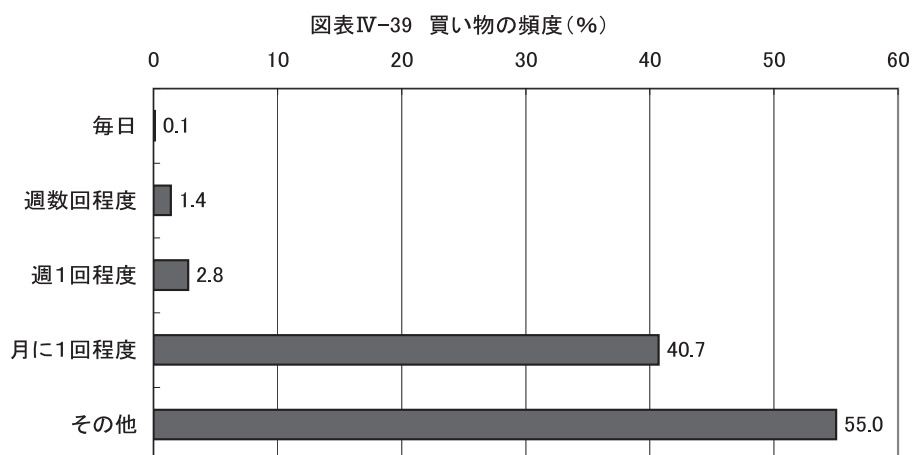
買い物先は、「鳥取市」(36.1%)、「米子市」(32.1%)、「倉吉市」(13.4%)と3市部に集中し、全体の8割強(81.6%)を占めている。郡部では、中部地域で「東伯郡」(3.6%)、西部地域で「西伯郡」(4.2%)が他郡と比較して若干シェアが高い。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、鳥取市(92.3%)、米子市(87.9%)、倉吉市(83.6%)となっている。一方、郡部はすべて5割を下回っており、特に岩美郡(1.8%)と気高郡(17.4%)の買い物率は低く、それぞれの鳥取市での買い物率は93.6%、70.6%となっている。また、西部地域の1市2郡の米子市での買い物率も4割から約7割に達している。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「月に1回程度」(40.7%)が4割程度あるものの、「その他」(55.0%)と半数以上を超えていることから、商品的にみて必要になった時に時期は限定せず購入しているようである。

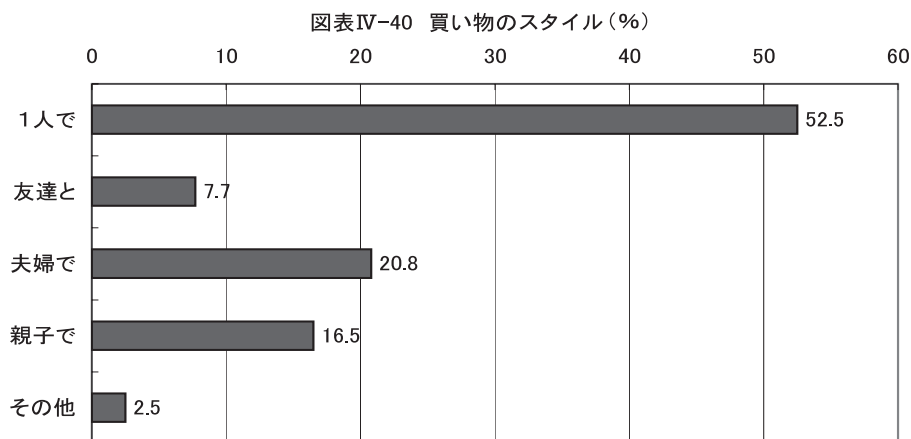


性・年齢別での特徴はみられない。

居住地別にみると、郡部に比べ市部の購入頻度が若干高まっている。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「(本人のみ) 1人」(52.5%)が最も多く、次いで「夫婦で」(20.8%)、「親子で」(16.5%)の形態となっている。

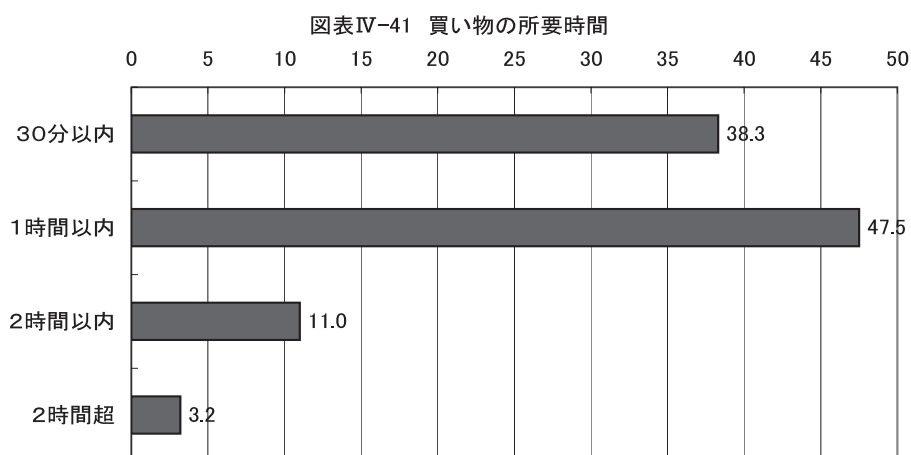


性・年齢別にみると、10歳代と20歳代の男性では「友達と」がそれぞれ36.1%、23.4%を占め第2位となっている。また、10歳代女性は「親子で」が46.7%で第1位となっている。さらに男性の30歳代以上が「夫婦で」が第1位を占めているのに対し、女性の20歳代以上は「(本人のみ) 1人」が5割から7割強と高い比率で第1位を占めている。

居住地別での特徴はみられない。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は、「1時間以内」(47.5%)が最も多く、次いで「30分以内」(38.3%)と、30分以内の買い物もあるものの、比較的1時間以内での買い物が多いようである。

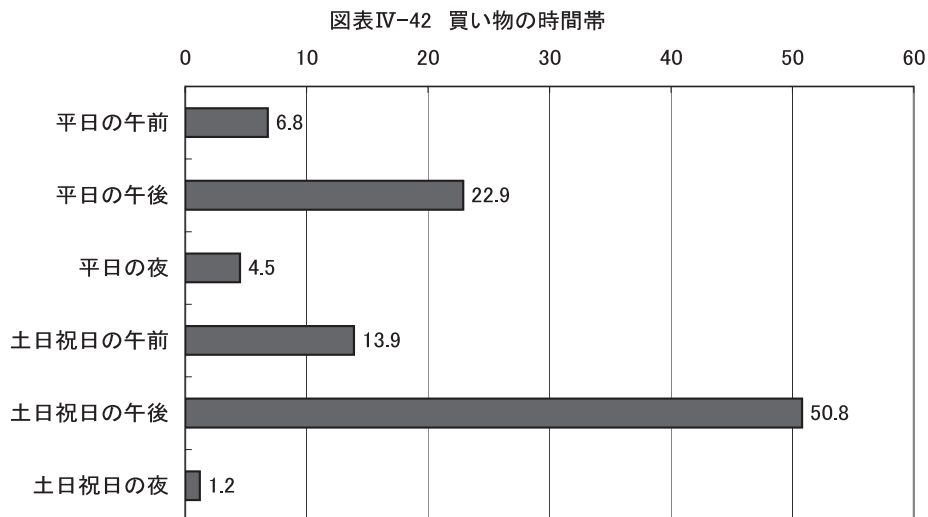


性・年齢別にみると、男性の40歳代以上で「30分以内」が5割前後と短時間であるのに対し、他の男女の年代では「1時間以内」が5割前後を占めており、その中でも、特に20歳代以下の男女では長い時間をかけて買い物する傾向がうかがえる。

居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(50.8%)が最も多く、次いで「平日の午後」(22.9%)、「土日祝日の午前」(13.9%)と続き、2人以上で買い物する形態が多いことから、土日祝日の午前又は午後の時間帯を利用する人が6割以上を占めている。



性・年齢別にみると、男女とも60歳代以上は「平日の午後」が5割前後を占め第1位であるのに対し、その他の年代ではすべて「土日祝日の午後」が第1位となっている。なお、50歳代女性では「土日祝日の午後」と「平日の午後」が4割弱とほぼ同じ比率を占めている。

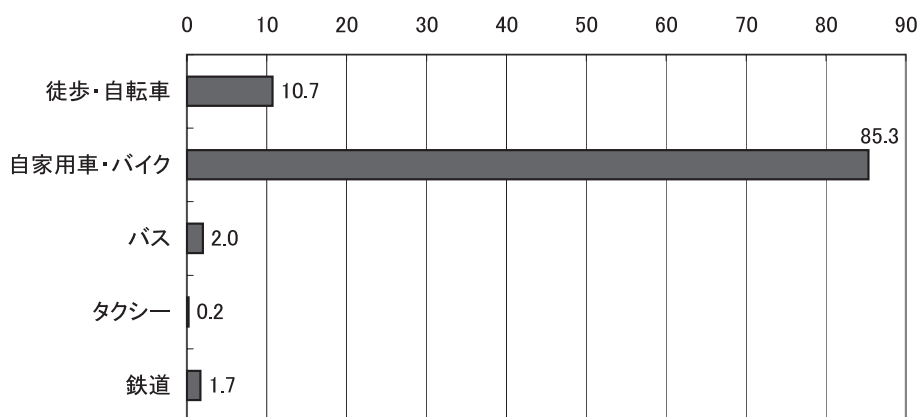
居住地別にみると、気高郡で「土日祝日の午前」(19.4%)が「平日の午後」(16.0%)を上回り第2位となっているが、その他のすべての市郡では「平日の午後」が第2位である。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(85.3%)が圧倒的に多い。

性・年齢別にみると、「徒歩・自転車」が10歳代男性(30.1%)と70歳代以上女性(37.3%)と3割を超えている。特に、30歳代と40歳代の男女の「自家用車・バイク」での買い物は9割を超えている。

図表Ⅳ-43 買い物の交通手段(%)



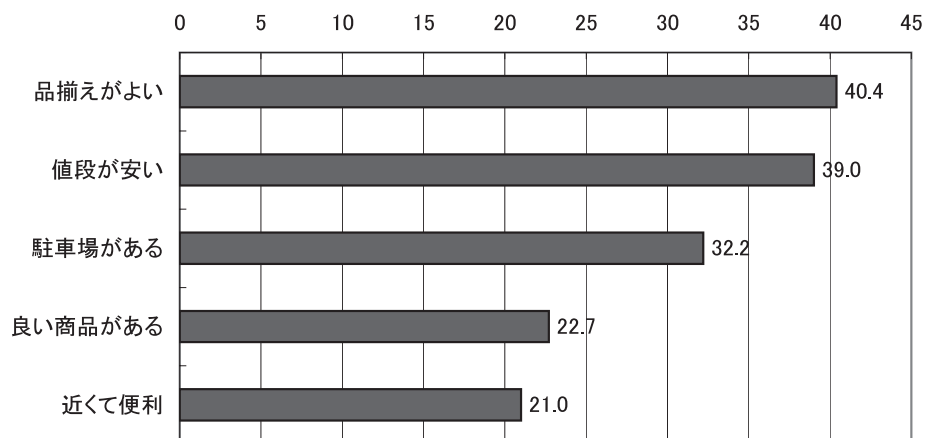
居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で唯一2割を超えている。また、東伯郡および西伯郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「品揃えがよい」(40.4%)、「値段が安い」(39.0%)、「駐車場がある」(32.2%)、「よい品物がある」(22.7%)と続き、お店が家に近いということより、品揃えや値段が安いこと、またお店が近くにあり良い商品を気軽に選べることも必要な点としてあげている。

図表Ⅳ-44 買い物先の選定理由(%)

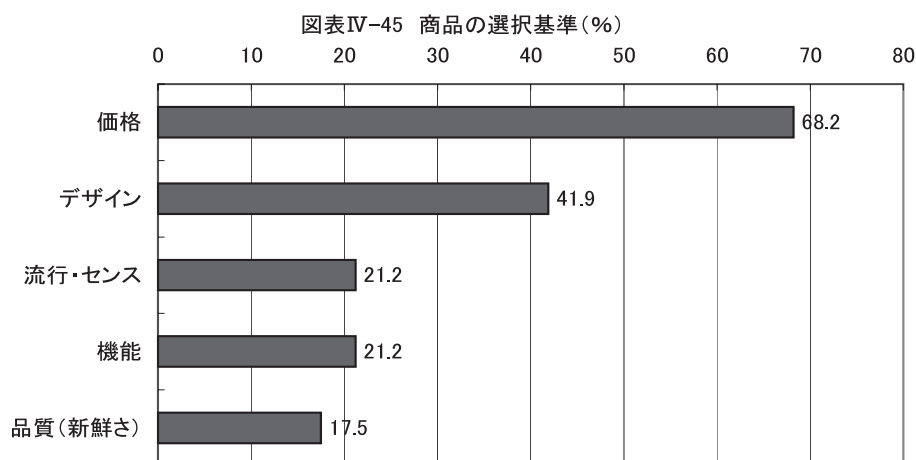


性・年齢別に選定順位の第1位をみると、男性の10歳代から30歳代と女性の30歳代では「品揃えがよい」、男性の40歳代以上と女性の50歳代では「駐車場がある」、女性の20歳代以下と40歳代と60歳代では「値段が安い」、男性の70歳以上では「近くて便利」となっており、理由に差異がみられる。また、すべての年代で男性より女性の方が「欲しい商品を気軽に選べる」を買い物先の選定理由として重要視している向きがみられる。

居住地別に選定順位の第1位をみると、鳥取市、米子市、境港市、気高郡および日野郡では「品揃えが良い」、倉吉市、八頭郡、東伯郡および西伯郡では「値段が安い」、唯一岩美郡では「駐車場がある」となっている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(68.2%)を最も重視しているものの、「デザイン」(41.9%)も大きな選択基準として捉えており、加えて「機能」「流行・センス」(21.2%)も重視している。



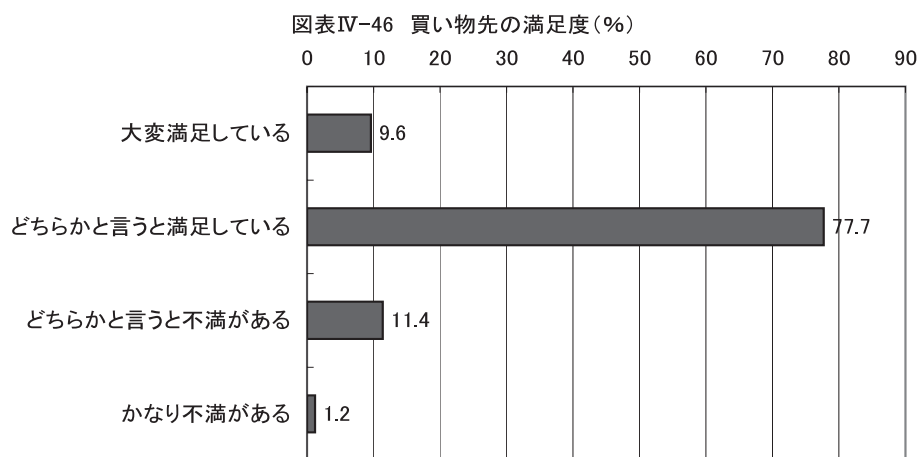
性・年齢別にみると、男性の10歳代と20歳代、女性の10歳代で「デザイン」が6割前後を占め第1位となっている。一方、男女を問わずすべての年代で「価格」が6割から7割強を占め第1位となっている。また、「流行・センス」を重要視しているのは10歳代の男女が約4割を占めているのに対し、他は全体として2割程度の比率に止まっている。

居住地別にみると、すべての市郡で「価格」が6割から7割を占め第1位、「デザイン」が4割台で第2位と同質化している。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」（「満足」9.6%、「どちらかと言うと満足している」77.7%）という意見が9割弱（87.3%）を占めている。

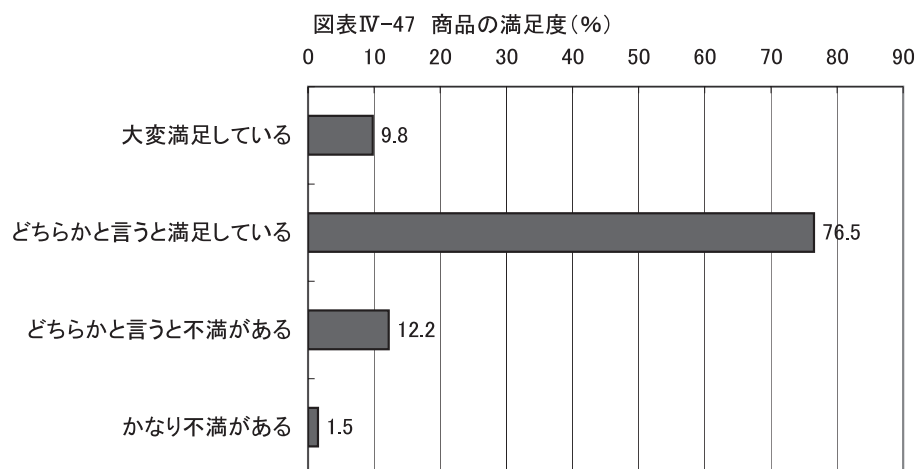


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（22.2%）、20歳代（19.6%）30歳代（11.8%）、また女性では10歳代（26.2%）、20歳代（19.1%）、30歳代（12.6%）となっており、男女とも年齢が若くなるほど不満足度が高くなる傾向がみられる。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均12.6%を超えたのは、鳥取市（14.1%）、倉吉市（15.2%）、および東伯郡（13.1%）である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」9.8%、「どちらかと言うと満足している」76.5%）という意見が9割弱（86.3%）を占めている。

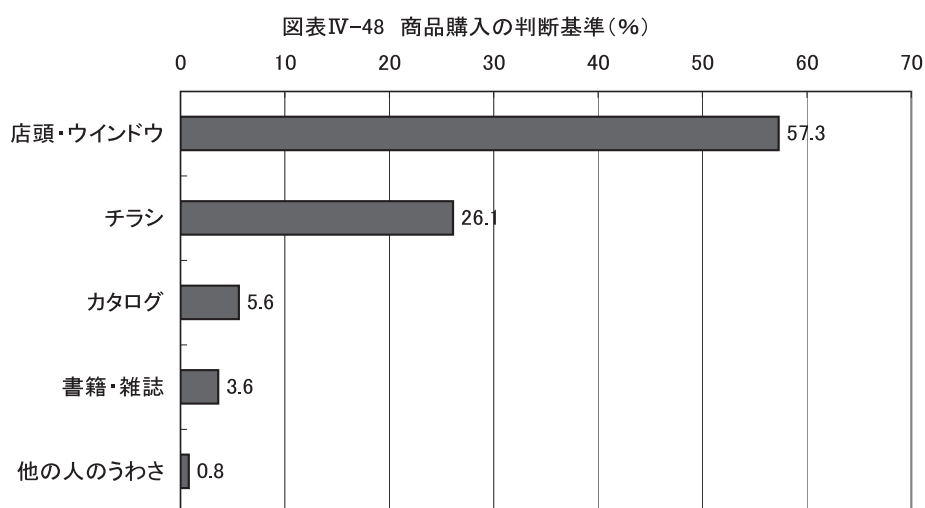


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性の10歳代（21.3%）、20歳代（21.8%）、また女性の10歳代女性（27.0%）と2割を超えており、若い層の不満が高いことがうかがえる。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均13.7%を超えたのは、鳥取市（16.6%）、倉吉市（16.0%）、気高郡（15.0%）および東伯郡（15.0%）である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「店頭・ウインドウ」（57.3%）が6割近くを占め、直接店頭で購入の判断をしている。



性・年齢別にみると、20歳代以下の男女では「書籍・雑誌」、30歳代の女性では「カタログ」を情報源にする比率が他の年代より高くなっている。

居住地別での特徴はみられない。

（５）婦人服

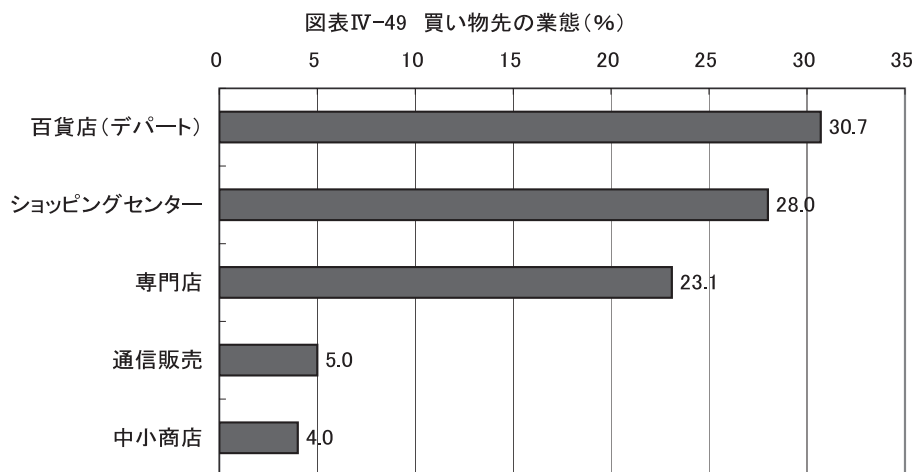
【要約】

- ・ 買い物先が、百貨店（デパート）、ショッピングセンター、専門店で分散している。
- ・ 買い物の頻度は、月１回未満が多く、季節等を加味した頻度となっている。
- ・ 買い物の所要時間は、３人に１人が１時間以上かけている。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の午後を中心としている。
- ・ お店は、値段、品揃え、良い商品等に加えて、楽しみながら買い物ができる店を選択。
- ・ 商品は、デザイン、価格、流行・センス、ブランドを重視して選択。
- ・ 商品購入の判断材料は、店頭で直接商品を見て判断している。

①消費者の買い物実態

ア．買い物先の業態

買い物先の業態は、「百貨店（デパート）」（30.7%）、「ショッピングセンター」（28.0%）、「専門店」（23.1%）と利用先が分散している。また、僅かであるが「通信販売」（5.0%）、「県外の専門店・百貨店」（4.0%）という実態もみられる。

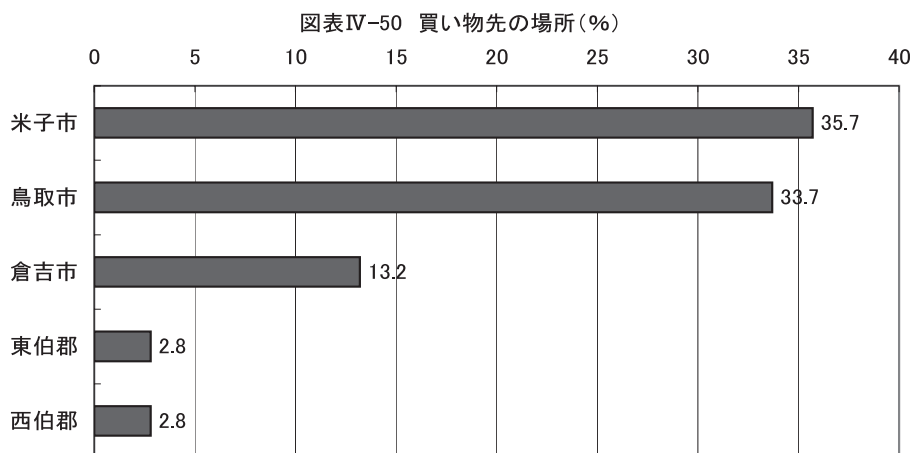


女性の年齢別での業態別利用先第１位をみると、「ショッピングセンター」は10歳代（45.9%）と40歳代（35.0%）および50歳代（29.3%）、「百貨店（デパート）」は20歳代（36.5%）、30歳代（35.6%）、60歳代（35.2%）、および70歳以上（30.1%）となっている。その他、利用先の特徴は20歳代で「県外の専門店・百貨店」（16.1%）、また70歳以上で「中小商店」（14.3%）が唯一二桁の比率を示している。さらに、「通信販売」は30歳代と40歳代での利用度が高い。

居住地別にみると、八頭郡（15.7%）と日野郡（11.9%）で「中小商店」の利用度が高い。「百貨店（デパート）」の利用について、東・中部地域で１割台から２割台に止まっているのに対し、西部地域では４割を超えているのが特徴的である。

イ. 買い物先の場所

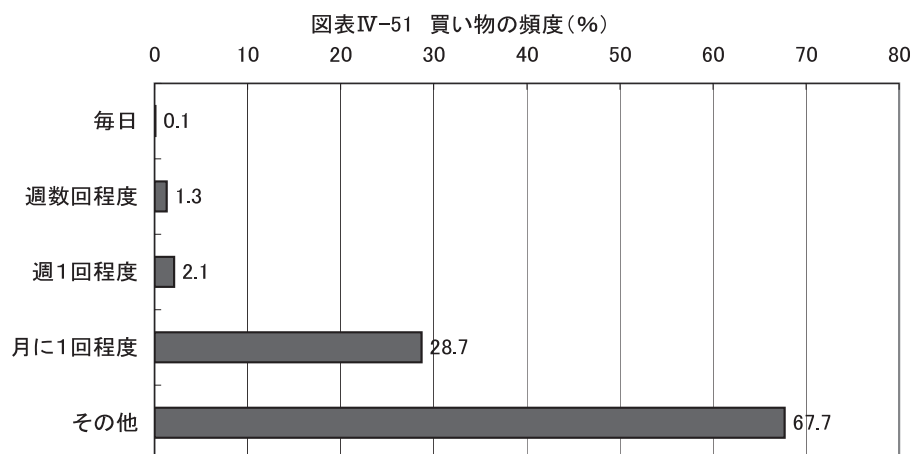
買い物先は、「鳥取市」(33.7%)、「米子市」(35.7%)、「倉吉市」(13.2%)と3市部に集中し、全体の8割以上(82.6%)を占めている。また、「県外」(6.8%)が各郡部の比率と比較してかなり高い数値を示している。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、鳥取市(88.8%)、米子市(87.0%)となっている。一方、倉吉市(72.4%)を除き、すべての市郡で5割を下回っており、特に岩美郡に至っては(4.4%)に止まっている。また、倉吉市と東伯郡の買い物先が東西どちらに吸引されているかをみると、米子市へは倉吉市から13.4%、東伯郡から19.0%、逆に鳥取市へは倉吉市から5.9%、東伯郡から6.1%となっており、人の流れは米子に向かっていることがわかる。また、すべての市郡の中で鳥取市が唯一「県外」が10.9%と二桁の比率を示している。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「その他」(67.7%)が7割近くあり、次の「月に1回程度」(28.7%)を圧倒的に上回っていることから、商品的にみて季節・流行等を加味し、購入しているようである。

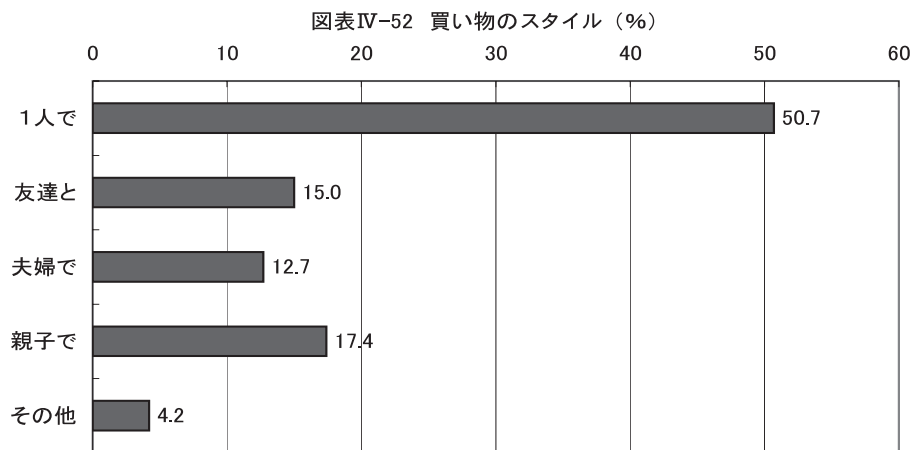


女性を年齢別にみると、20歳代以下で「月に1回程度」が約46.0% になっており、他の年代より購買頻度が高い。また、年齢を追うごとに購買頻度は低くなる傾向が顕著に現れている。

居住地別での特徴はみられない。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「(本人のみ) 1人」(50.7%) が最も多く、次いで「親子で」(17.4%)、「友達と」(15.0%)、「夫婦で」(12.7%) の順となっている。

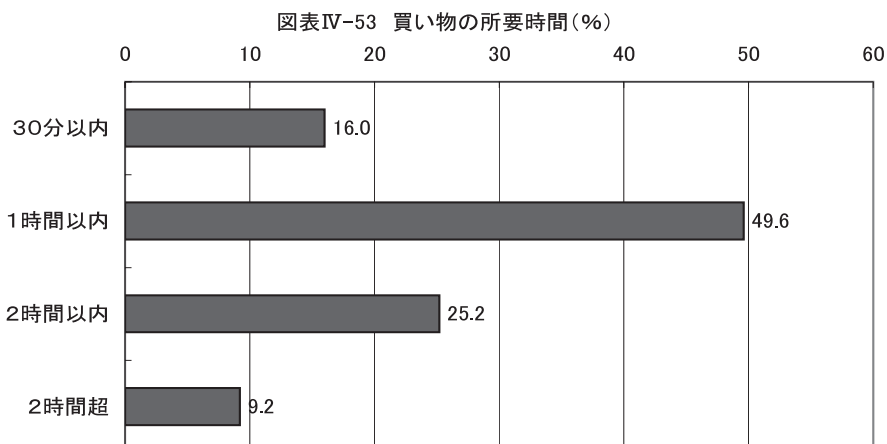


女性を年齢別にみると、10歳代と20歳代は「友達と」がそれぞれ39.6%、38.7%、その他の年代では「(本人のみ) 1人」が過半数を占め第1位となっている。また、10歳代(37.1%)と40歳代(23.5%)で「親子で」が高い比率を示している。

居住地別にみると、他の市郡では「(本人のみ) 1人」が第1位、「親子で」が第2位となっている中で倉吉市と西伯郡では「友達と」が第2位となっている。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は、「1時間以内」(49.6%) が最も多いものの、次いで「2時間以内」も25.2%あり、1時間以上かけて買い物をしている人が3分の1を占めている。

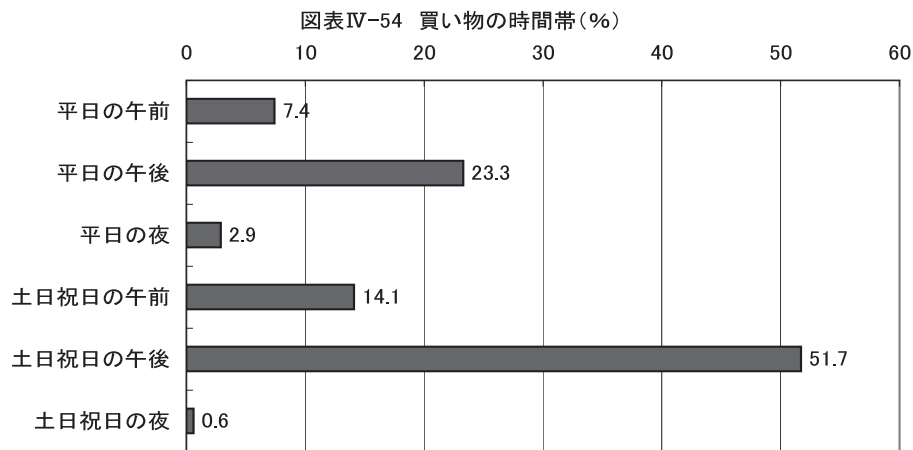


女性を年齢別にみると、すべての年代で「1時間以内」が第1位、「2時間以内」が第2位を占めている。特に所要時間の長いのは20歳代と10歳代で「2時間超」が、それぞれ24.5%、20.6%となっている。

居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(51.7%)が最も多く、次いで「平日の午後」(23.3%)、「土日祝日の午前」(14.1%)と続いており、土日祝日の午前・午後または夜の時間帯に利用する人が6割以上(66.4%)を占めている。

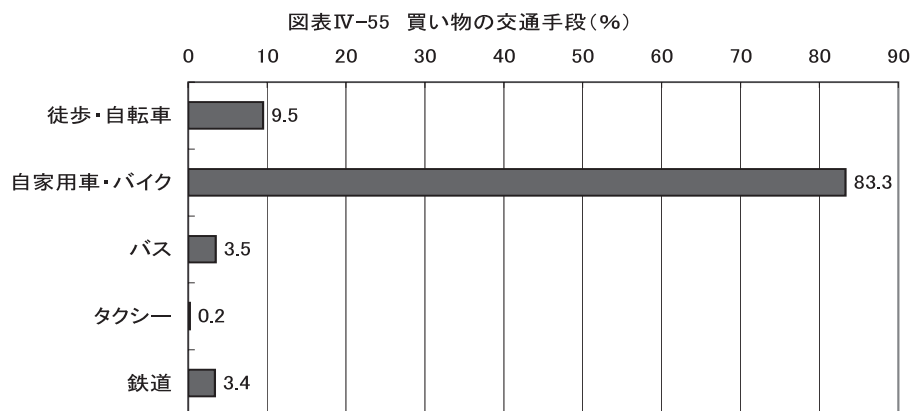


女性を年齢別にみると、40歳代以下は「土日祝日の午後」が過半数を占め第1位であるのに対し、60歳代以上では「平日の午後」が過半数を占め第1位となっている。なお、50歳代では「土日祝日の午後」が45.8%、「平日の午後」が28.1%と他の年代に比べ近い比率となっている。

居住地別にみると、境港市で「平日の午後」が唯一3割を超えている。また、「土日祝日の午前」に買い物する比率は市部に比べ郡部の方が若干高くなっている。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(83.3%)が圧倒的に多い。



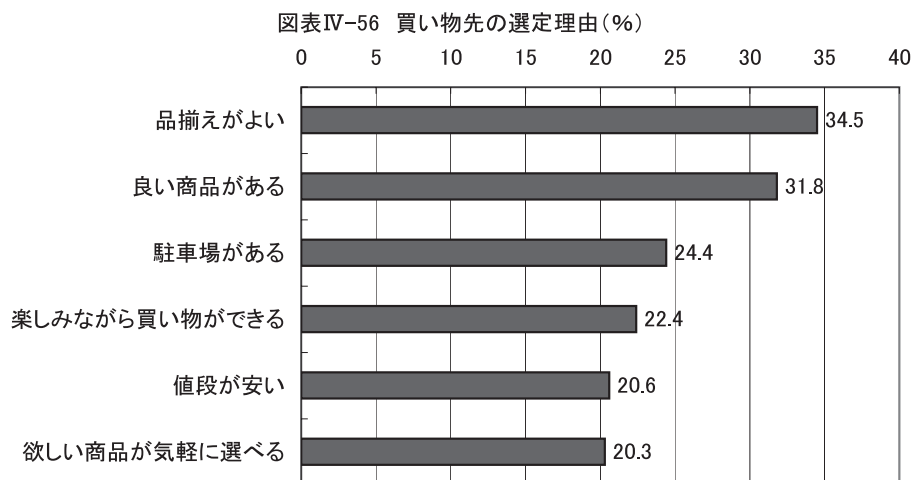
女性を年齢別にみると、「徒歩・自転車」が10歳代（16.0%）、60歳代（21.2%）70歳以上（29.2%）と高い比率を示している。特に注目されるのは、70歳以上で「バス」が16.1%と高い比率を示していることである。

居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で17.1%と高い比率を示している。また、東伯郡および西伯郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「品揃えがよい」（34.5%）、「良い商品がある」（31.8%）、「値段が安い」（20.6%）、「欲しい商品が選べる」（20.3%）など、商品に対する内容に加え「楽しみながら買い物ができる」（22.4%）、「店になじみの人がいる」（8.0%）という意見もみられる。

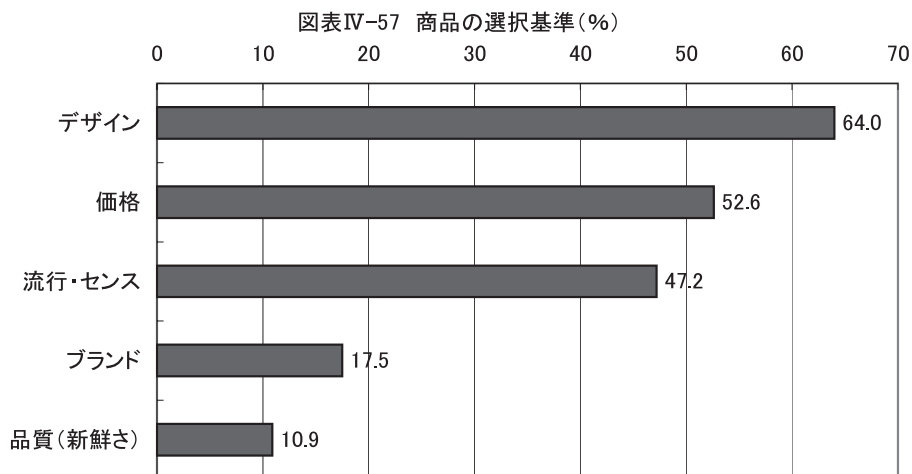


女性の年齢別での選定理由の第1位をみると、20歳代以下と60歳代以上では「良い商品がある」、30歳代と40歳代では「品揃えがよい」、50歳代では「駐車場がある」となっている。また、20歳代から40歳代では「この店しかない商品がある」、50歳代以上では「店になじみの人がいる」を重視する向きもうかがえる。

居住地別に選定順位の第1位をみると、鳥取市と倉吉市では「良い商品がある」、岩美郡では「駐車場がある」、その他の市郡では「品揃えが良い」となっている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「デザイン」(64.0%)はもちろんのこと、「価格」(52.6%)、「流行・センス」(47.2%)、「ブランド」(17.5%)などの商品自体の基準も重視している。

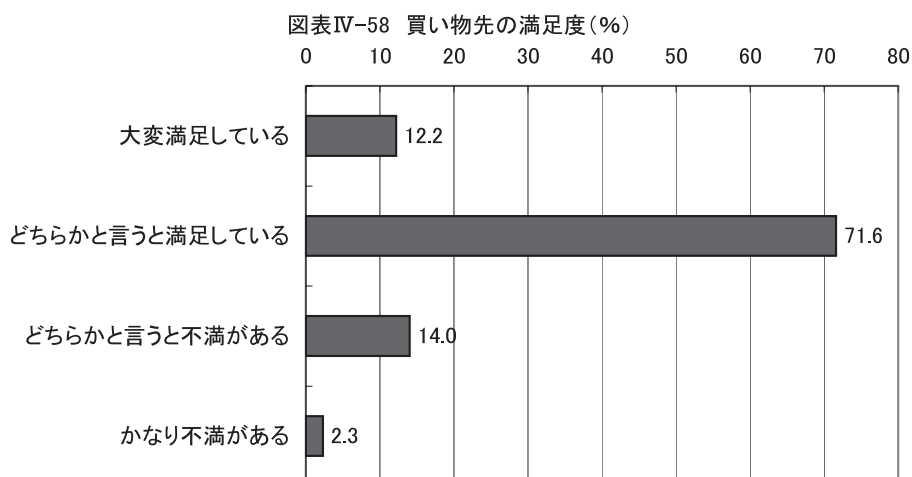


女性を年齢別にみると、すべての年代で「デザイン」、「価格」、「流行・センス」が上位3位を占めている。その中でも20歳代と30歳代での「デザイン」を重視する回答は7割を超えている。加えて、この年代は「ブランド」に対する意識も他の年代に比べ高い。居住地別での特徴はみられない。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」12.2%、「どちらかと言うと満足している」(71.6%)という意見が8割強(83.8%)を占めているが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も14.0%ある。

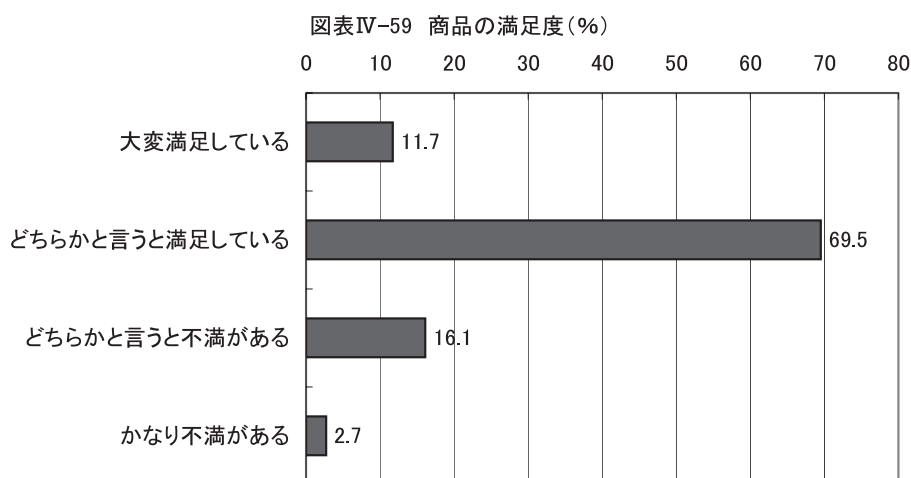


女性の年齢別での不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、10歳代（29.0%）、20歳代（24.3%）、30歳代（18.3%）、40歳代（16.1%）、50歳代（13.0%）、60歳代（10.8%）、70歳以上（8.4%）となっており、年齢が若くなるほど不満度が高くなる傾向がみられる。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均16.3%を超えたのは、鳥取市（20.2%）と倉吉市（17.9%）である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」11.7%、「どちらかと言うと満足している」69.5%）が8割強（81.2%）あるが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も16.1%ある。

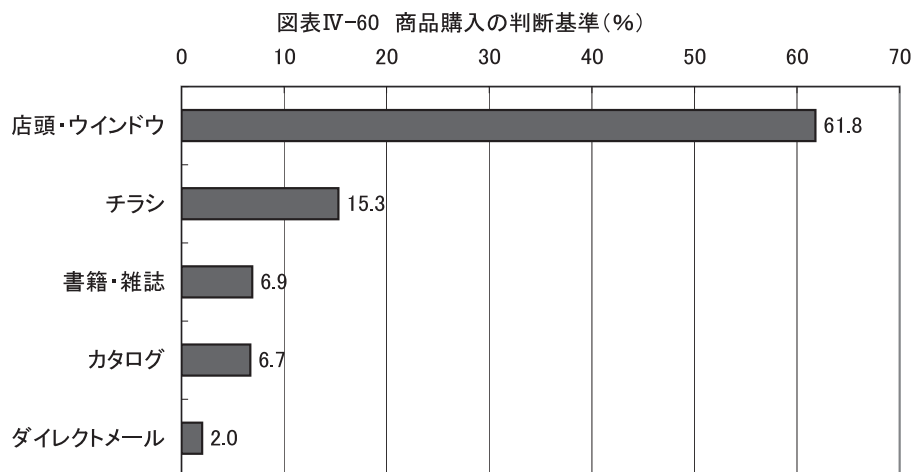


女性の年齢別での不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、10歳代（32.9%）、20歳代（24.1%）、30歳代（21.6%）、40歳代（20.3%）、50歳代（15.6%）、60歳代（12.0%）、70歳以上（9.9%）となっており、今回の調査した品目の中で最も不満度が高くなっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均18.7%を超えたのは、鳥取市（23.0%）と倉吉市（19.8%）である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「店頭・ウインドウ」（61.8%）が6割強を占め、直接店頭で判断している比率が高い。



女性を年齢別にみると、20歳代以下では「書籍・雑誌」、30歳代以上では「チラシ」を情報源にする比率が第2位をとっている。

居住地別での特徴はみられない。

(6) くつ・カバン・バッグ

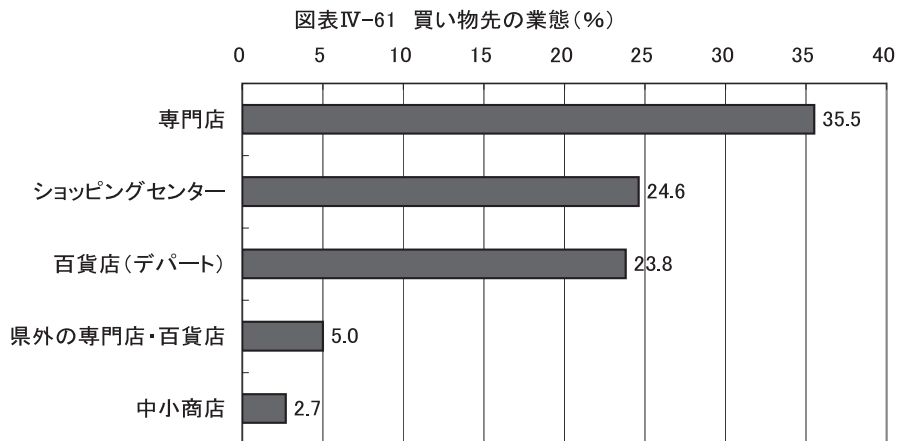
【要約】

- ・ 買い物先は、専門店、百貨店(デパート)、ショッピングセンターに分散している。
- ・ 買い物の頻度は、月1回未満が多く、時期を限定しない購入が多い。
- ・ 買い物の所要時間は、1時間以内が8割を占めている。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の時間帯を利用している。
- ・ お店は、品揃え、良い商品、値段等に加えて、楽しみながら買い物ができる店を選択。
- ・ 商品は、デザイン、流行・センス、ブランドを重視して選択。
- ・ 商品の判断材料は、店頭で直接商品を見て判断している。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「専門店」(35.5%)が最も多いものの、「ショッピングセンター」(24.6%)、「百貨店(デパート)」(23.8%)などにも買い物利用先が分散している。また、僅かであるが「県外の専門店・百貨店」(5.0%)という実態もみられる。

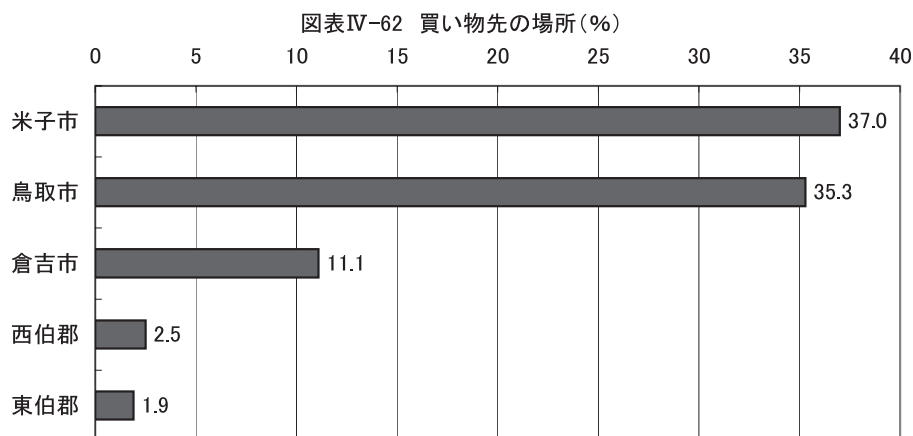


性・年齢別にみると、「ショッピングセンター」は女性の30歳代(28.6%)と40歳代(33.6%)および50歳代(29.1%)で第1位となっているものの、その他は男女を問わず「専門店」が第1位となっている。また、「県外の専門店・百貨店」の利用は20歳代の男女で高く、それぞれ10.7%、17.2%となっている。さらに、他の商品に比べ「インターネット」の利用度も若干高い。

居住地別の第1位業態をみると、「専門店」とする市郡は、鳥取市(41.2%)、倉吉市(39.0%)、気高郡(37.7%)、岩美郡(38.5%)、八頭郡(39.7%)および西伯郡(30.1%)、「百貨店(デパート)」とする市郡は、米子市(33.3%)、境港市(37.9%)、日野郡(38.7%)、「ショッピングセンター」とする市郡は、東伯郡(32.2%)となっており、東部地域と西部地域では利用する業態に違いがみられる。

イ. 買い物先の場所

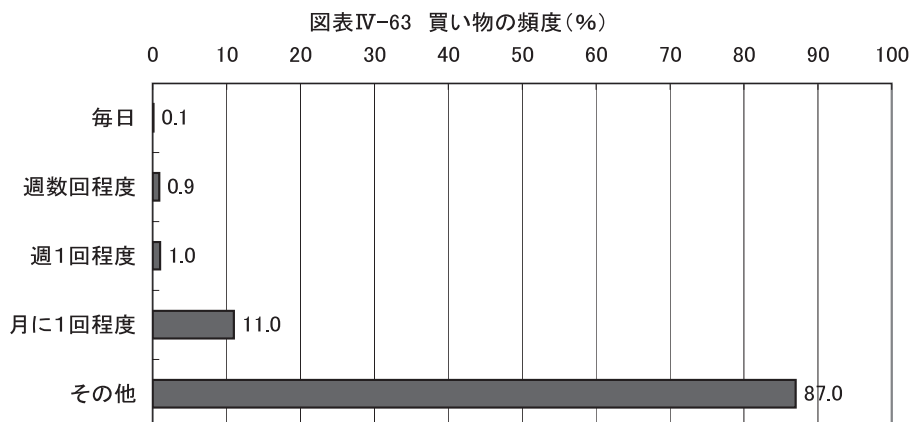
買い物先は、「鳥取市」(35.3%)、「米子市」(37.0%)、「倉吉市」(11.1%)と3市部に集中し、全体の8割以上(83.4%)を占めている。また、「県外」(8.7%)が各郡部の比率と比較してかなり高い数値を示している。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、米子市(88.1%)と鳥取市(83.2%)、となっている。一方、倉吉市(66.8%)を除き、すべての市郡で5割を下回っており、特に岩美郡と日野郡ではそれぞれ1.5%、6.2%に止まっている。また、倉吉市と東伯郡の買い物先が東西どちらに吸引されているかをみると、米子市へは倉吉市から14.4%、東伯郡から20.6%、逆に鳥取市へは倉吉市から9.0%、東伯郡から8.6%となっており、婦人服と同じく人の流れは米子に向かっていることがわかる。また、すべての市郡の中で鳥取市(14.2%)と岩美郡(10.6%)で「県外」が二桁の比率を示している。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「その他」(87.0%)が9割近くを占め、次の「月に1回程度」(11.0%)を大きく上回っていることから、商品的にみて季節・流行等を加味し、購入しているようである。

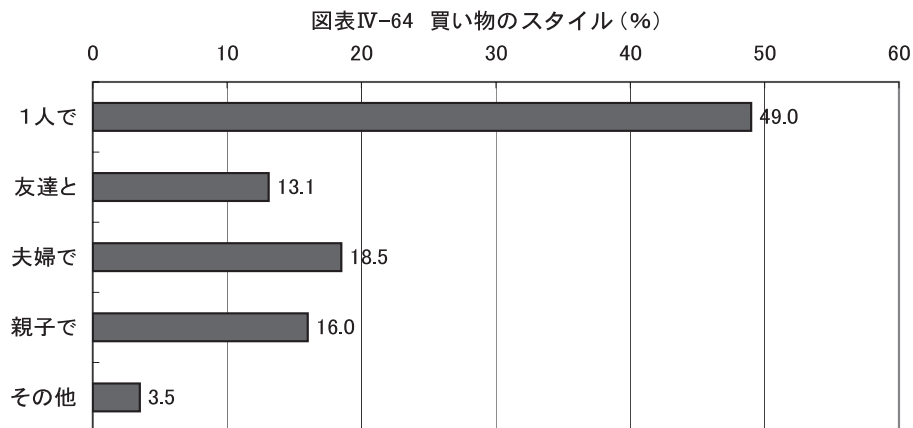


性・年齢別にみると、男女の20歳代以下と女性の30歳代で「月に1回程度」が他の年代より比較的高い比率を示している。

居住地別にみると、境港市と東部地域の郡部が他の市郡に比べ購入頻度が若干低くなっている。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「(本人のみ) 1人」(49.0%) が最も多く、次いで「夫婦で」(18.5%)、「親子で」(16.0%)、「友達と」(13.1%) の順となっており、1人で買い物をしている形態が半数を占めている。

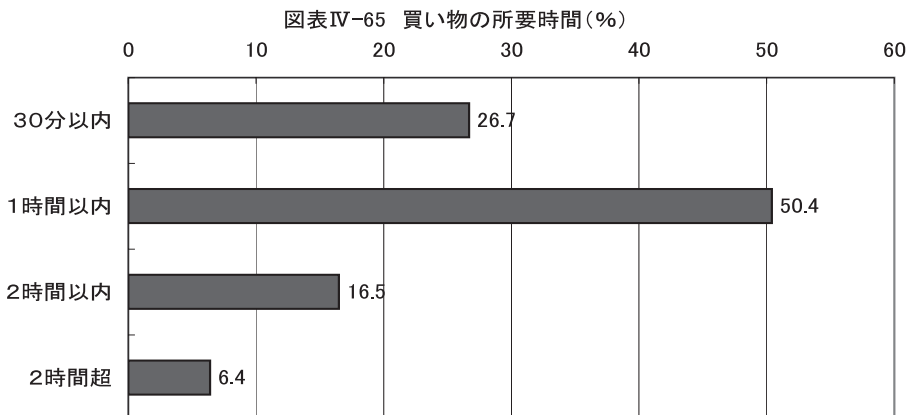


性・年齢別にみると、10歳代男性(44.0%)と20歳代女性(38.0%)では「友達と」、女性の10歳代(43.7%)では「親子で」、その他の年代では「(本人のみ) 1人」が第1位となっている。また、男性の30歳代以上では「夫婦で」、30歳代および40歳代では「親子で」が高い比率を示している。

居住地別での特徴はみられない。

オ. 買い物の所要時間

買い物の所要時間は、「1時間以内」(50.4%) が最も多く、次いで「30分以内」(26.7%) となっており、1時間以内が8割弱を占めている。

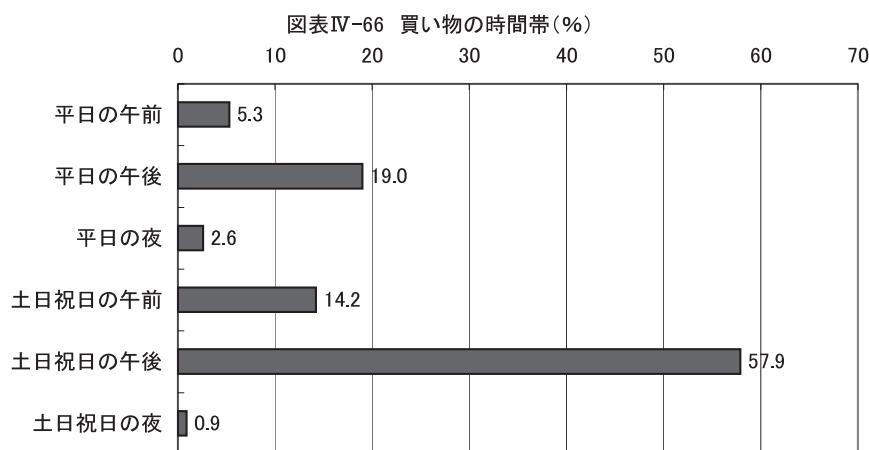


性・年齢別にみると、男性の50歳代以上で「30分以内」が第1位のほか、すべての年代で「1時間以内」が第1位、となっている。また、「2時間以内」の比率は男性に比べ女性の方が圧倒的に高く、なかでも所要時間の長いのは20歳代と10歳代で「2時間超」が、それぞれ18.3%、14.6%となっている。

居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(57.9%)が最も多く、次いで「平日の午後」(19.0%)、「土日祝日の午前」(14.2%)と続いており、土日祝日の時間を利用する人が7割以上(73.0%)を占めている。

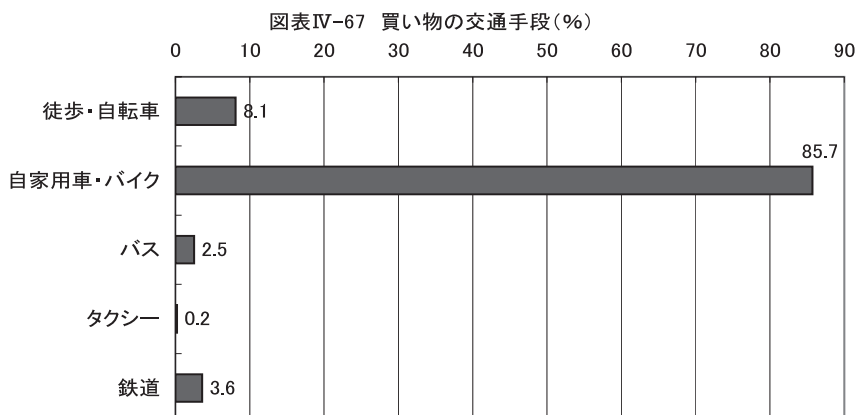


性・年齢別にみると、男女とも50歳代以下は「土日祝日の午後」が総じて過半数を占め第1位であるのに対し、男女とも60歳代以上では「平日の午後」が4割から5割を占め第1位となっている。なお、男女の60歳代以上では「平日の午前」の比率も高い。

居住地別にみると、境港市で4人に1人が「平日の午後」としている。また、「土日祝日の午前」に買い物する比率は市部に比べ郡部の方が若干高くなっている。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(85.7%)の利用が圧倒的に多い。



性・年齢別にみると、「徒歩・自転車」が10歳代男性と70歳以上女性で3割を占めている。また、70歳以上女性で「バス」利用が14.0%と高い比率を示している。

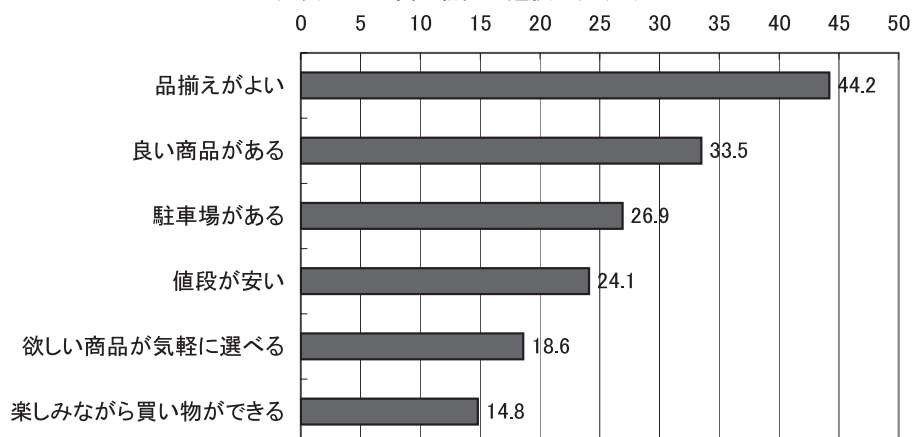
居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市で14.3%と高い比率を示している。また、東伯郡および西伯郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「品揃えがよい」(44.2%)、「良い商品がある」(33.5%)、「駐車場がある」(26.9%)、「値段が安い」(24.1%)など、良い商品を数多くの中から選ぶことができ、しかも値段が安いことなどを第一の理由としている。また、その他の理由として「欲しい商品が選べる」(18.6%)、「楽しみながら買い物ができる」(14.8%)、「この店にしかない商品がある」(10.7%)など、店の独自性も選ぶ理由としてあがっている。

図表Ⅳ-68 買い物先の選択理由(%)

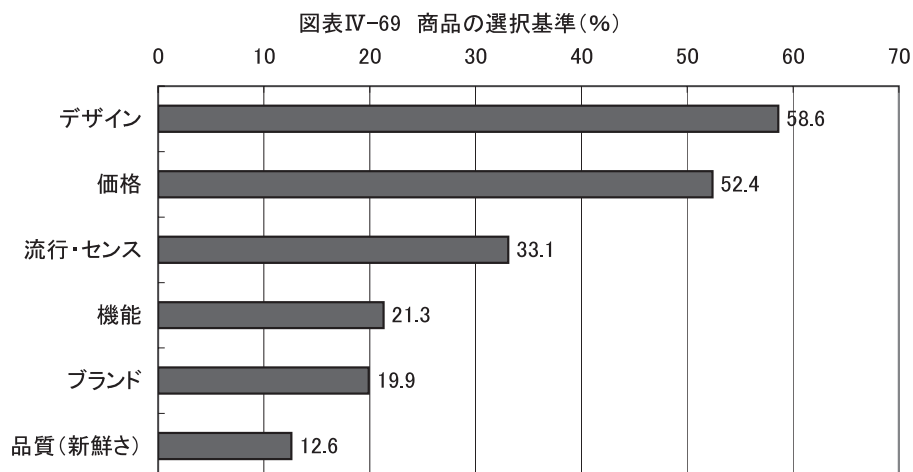


性・年齢別に選定理由の第1位をみると、70歳以上男性で「駐車場がある」が41.3%で第1位となった以外、男女を問わずすべての年代で「品揃えがよい」が第1位となっている。また、「値段が安い」に対する意識は男性の方が、一方「楽しみながら買い物ができる」や「欲しい商品が気軽に選べる」に対する意識は女性の方が強い傾向がうかがえる。

居住地別にみると、「駐車場がある」が第2位となっているのは岩美郡と八頭郡だけで3割を超えている、その他の市郡では「品揃えが良い」が第2位となっている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(52.4%)をベースとしながらも、「デザイン」(58.6%)、「流行・センス」(33.1%)、「機能」(21.3%)、「ブランド」(19.9%)など、取り扱っている商品のファッション性・機能性などの個性的部分を選ぶ基準としている。



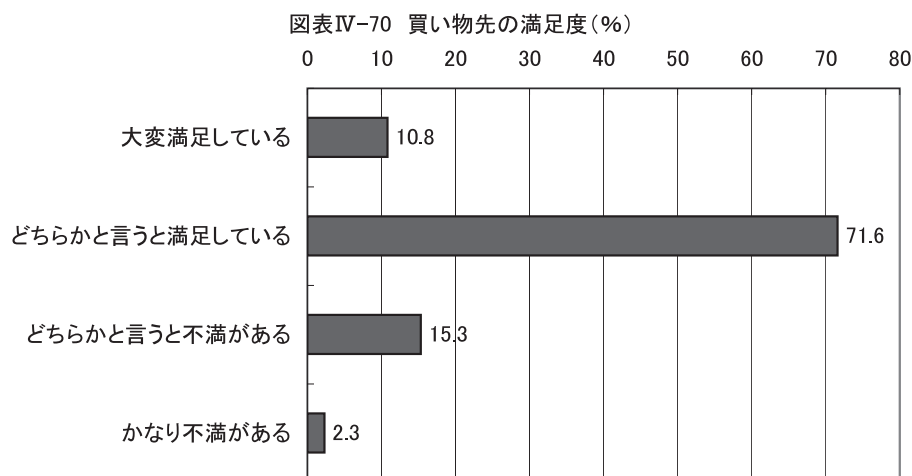
性・年齢別にみると、男性の30歳代以上が「価格」を第1位にあげた以外、男女を問わずすべての年代で「デザイン」が第1位をとなっている。また、「駐車場がある」を除けば、男性は「ブランド」、女性は「流行・センス」が選択基準にしていることがうかがえる。

居住地別での特徴はみられない。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」10.8%、「どちらかと言うと満足している」(71.6%)という意見が8割強(82.4%)を占めているが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も15.3%ある。

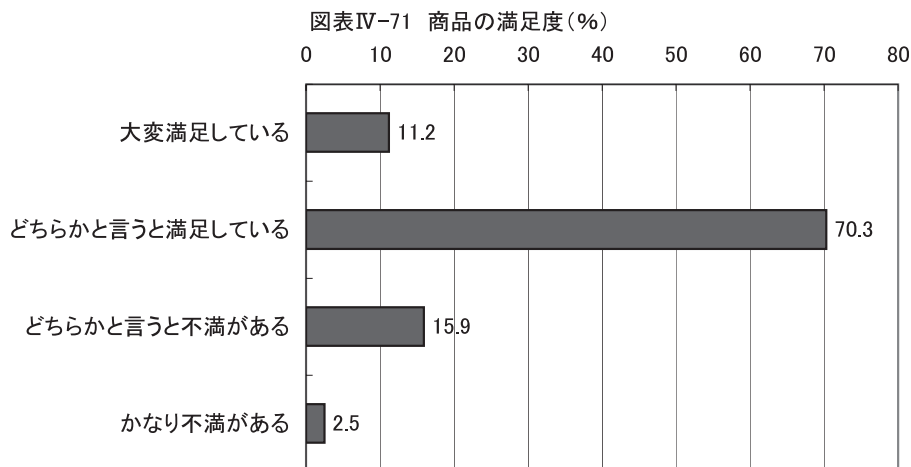


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（24.1%）、20歳代（25.1%）30歳代（20.6%）、また女性では10歳代（28.1%）、20歳代（27.2%）、30歳代（19.8%）となっており、今回調査した品目の中で最も不満度が高くなっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均17.6%を超えたのは、鳥取市（21.4%）、倉吉市（20.5%）および東伯郡(18.0%)である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」11.2%、「どちらかと言うと満足している」70.3%）が8割強（81.5%）を占めているが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も15.9%ある。

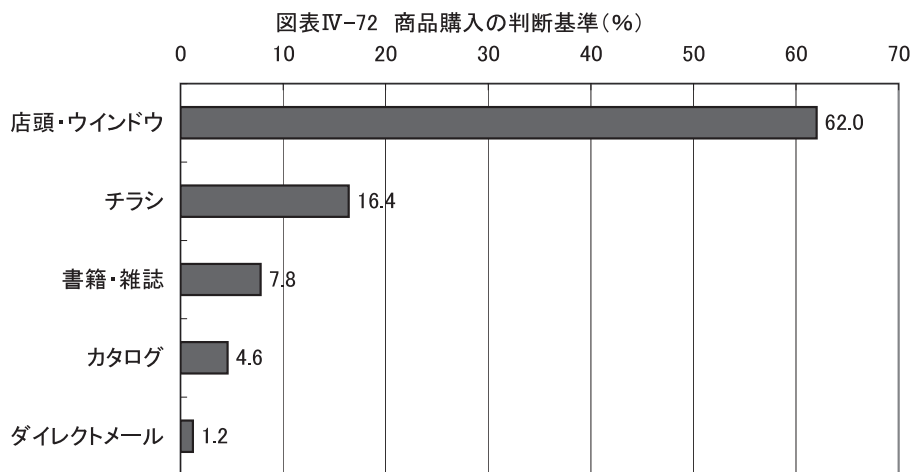


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（22.1%）、20歳代（22.7%）30歳代（21.3%）、また女性では10歳代（31.2%）、20歳代（25.1%）、30歳代（22.1%）など総じてどの年代でも不満度は高く、かつ今回調査した商品の中で二番目に不満度が高くなっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均18.4%を超えたのは、鳥取市(22.4%)と倉吉市(20.4%)、である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「店頭・ウインドウ」（62.0%）が6割強を占め、直接店頭で判断している比率が高い。続く「チラシ」は16.4%に止まっている。



性・年齢別にみると、20歳代以下の男女と30歳代では「書籍・雑誌」、情報源にする比率が他の年代より高くなっている。

居住地別での特徴はみられない。

(7) 時計・メガネ・アクセサリ

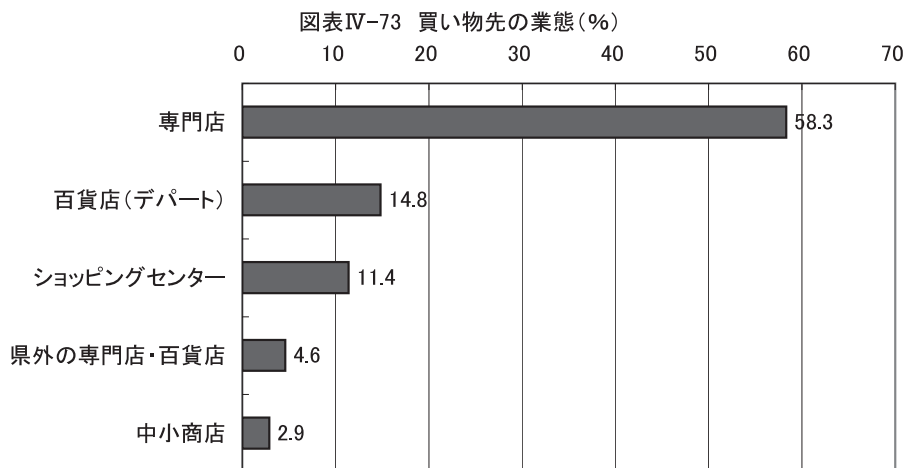
【要約】

- ・ 買い物先は、専門店が圧倒的に多いが、県外専門店等も比較的に利用している。
- ・ 買い物の頻度は、月1回未満が9割を占め、時期を限定しない購入が多い。
- ・ 買い物の所要時間は、1時間以内が7割を占めている。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の時間帯を7割以上が利用している。
- ・ お店は、品揃え、良い商品、値段等に加えて、楽しさや接客なども選ぶ基準。
- ・ 商品は、デザイン、価格、流行・センス、ブランドを重視して選択。
- ・ 商品購入の判断材料は、店頭で直接商品を見て判断している。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「専門店」(58.3%)が圧倒的に多く、その他の「百貨店(デパート)」(14.8%)、「ショッピングセンター」(11.4%)を大きく上回っている。また、「県外の専門店・百貨店」(4.6%)、そして無店舗販売である「インターネット」(1.6%)、「通信販売」(0.9%)等も低い比率ながら買い物先としてあがっている。

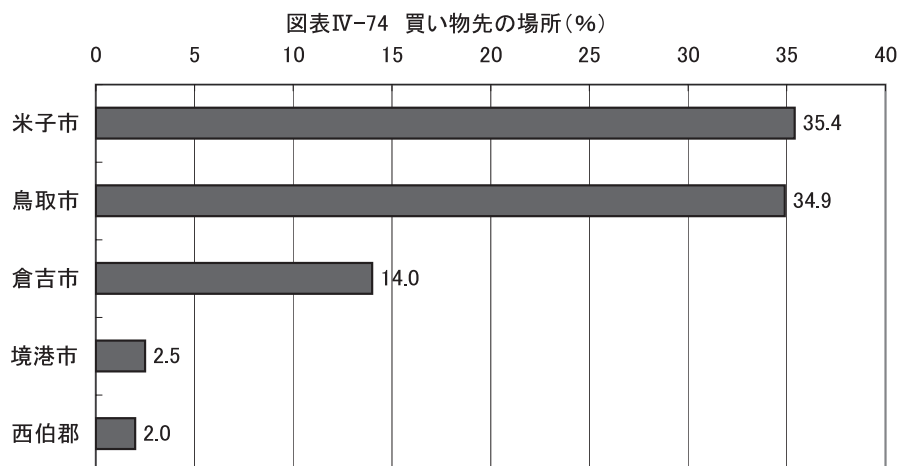


性・年齢別にみると、女性の20歳代以下を除き、男女を問わずすべての年代で「専門店」を過半数以上が利用している。また、10歳代女性では「専門店」(31.4%)と「ショッピングセンター」(29.6%)、20歳代女性では「専門店」(36.3%)と「百貨店(デパート)」(29.3%)の利用度が高くなっている。さらに、他の商品に比べ「インターネット」の利用度が若干高い。

居住地別の第1位業態をみると、すべての市郡で「専門店」となっている。また、米子市、西伯郡および日野郡では「百貨店(デパート)」の利用が2割を超えている。

イ. 買い物先の場所

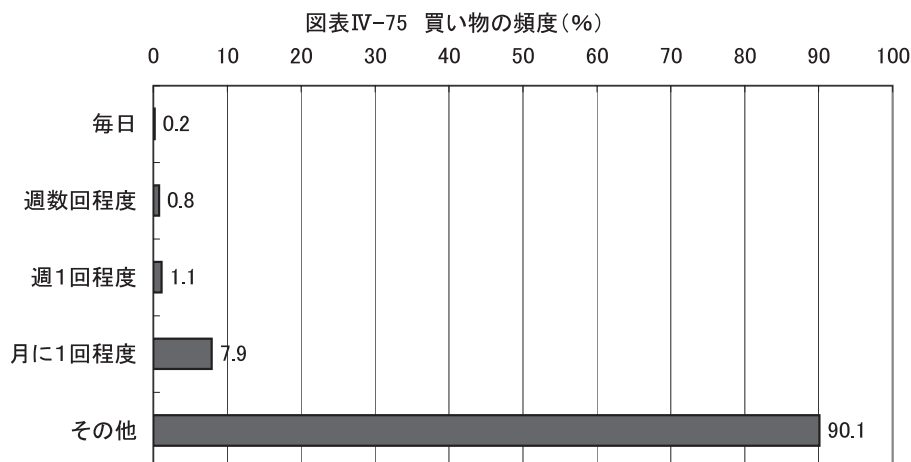
買い物先は、「鳥取市」(34.9%)、「米子市」(35.4%)、「倉吉市」(14.0%)と3市部に集中し、全体の8割以上(84.3%)を占めている。また、「県外」(8.0%)は、各郡部の比率と比較してかなり高い数値を示している。



居住地別にみると、居住地買い物率が80.0%を超える地域は、米子市(89.1%)と鳥取市(86.0%)、となっている。一方、倉吉市(73.9%)を除いたすべての市郡で5割を下回っており、特に岩美郡と日野郡ではそれぞれ4.7%、6.7%に止まっている。また、倉吉市と東伯郡の買い物先が東西どちらに吸引されているかをみると、米子市へは倉吉市から10.0%、東伯郡から15.7%、逆に鳥取市へは倉吉市から6.7%、東伯郡から4.7%となっており、婦人服やくつ・カバン・バッグほどではないものの、人の流れは米子に向かっていることがわかる。また、すべての市郡の中で鳥取市が唯一「県外」に二桁の12.1%が流出している。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「その他」(90.1%)が9割を占め、次の「月に1回程度」(7.9%)を大きく上回っていることから、時期に関係なく必要なときに購入しているようである。

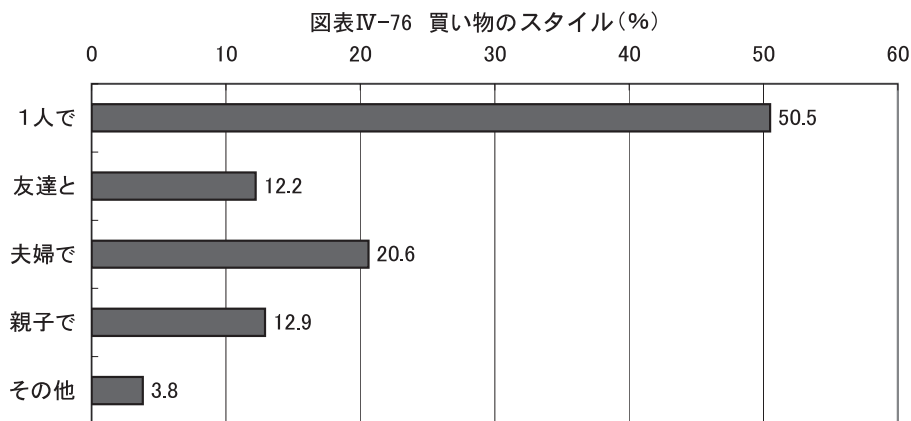


性・年齢別にみると、10歳代以下で「月に1回程度」が男性（22.0%）、女性（32.0%）となっており、他の年代より購買頻度が比較的高い。

居住地別での特徴はみられない。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「(本人のみ) 1人」(50.5%) が最も多く、次いで「夫婦で」(20.6%)、「親子で」(12.9%)、「友達と」(12.2%) の順となっており、圧倒的に1人で買い物をしている形態が多い。

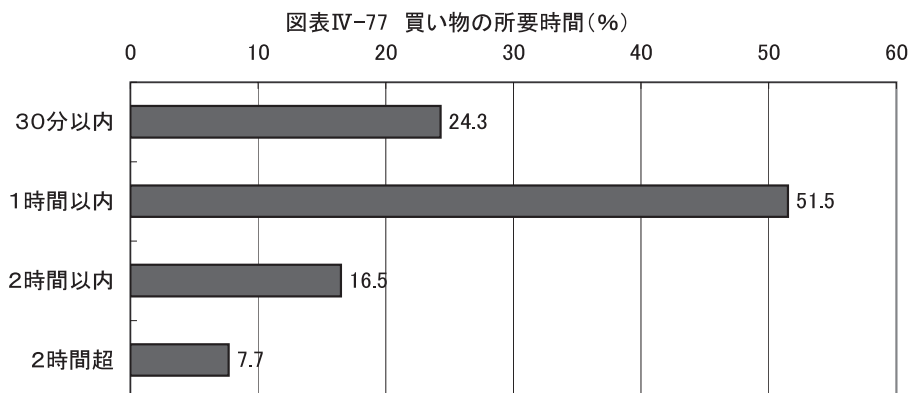


性・年齢別にみると、10歳代男性（30.4%）、10歳代女性（43.4%）20歳代女性（34.9%）では「友達と」となっている。また、30歳代以上の男性では「夫婦で」、10歳代の女性では「親子で」がそれぞれ3割となっている。

居住地別での特徴はみられない。

オ. 買い物の所要時間

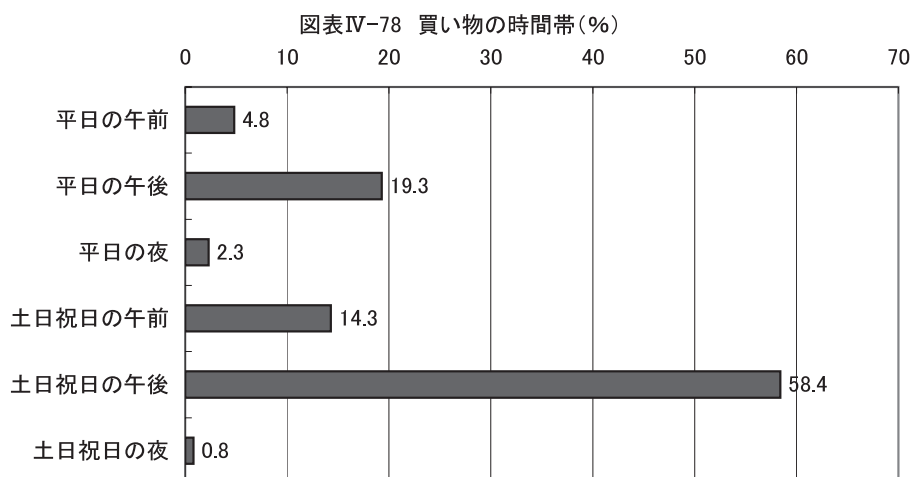
買い物の所要時間は、「1時間以内」(51.5%) が最も多く、次いで「30分以内」(24.3%) となっており、1時間以内が7割以上を占めている。



性・年齢別にみると、男性の50歳代以上で「30分以内」が約4割を占め買い物の所要時間は短い。一方、女性の20歳代と10歳代では所要時間が長く「2時間超」が、それぞれ16.7%、16.6%となっている。20歳代は「2時間以内」も23.0%と高い比率を示している。居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」（58.4%）が最も多く、次いで「平日の午後」（19.3%）、「土日祝日の午前」（14.3%）と続いており、土日祝日の時間を利用する人が7割以上（73.5%）となっている。

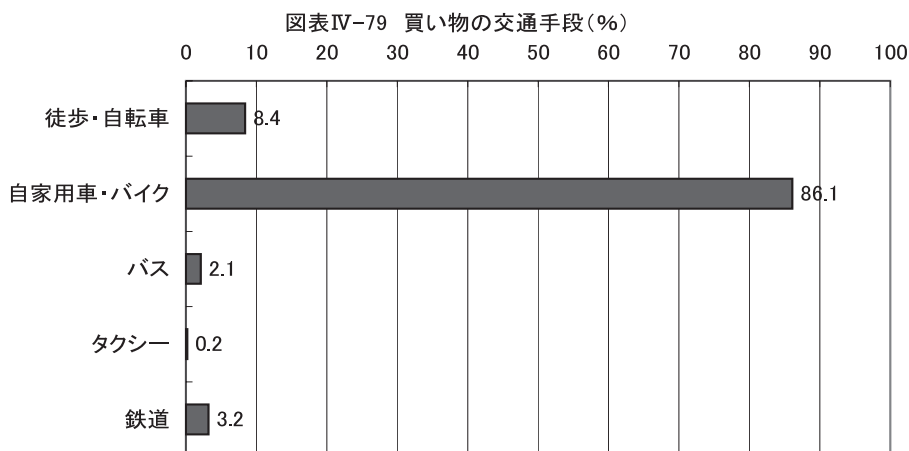


性・年齢別にみると、男女とも50歳代以下は「土日祝日の午後」が過半数を占め第1位であるのに対し、男女とも60歳代以上では「平日の午後」が5割前後を占め第1位となっている。なお、男女の70歳以上では「平日の午前」の比率も高い。

居住地別にみると、境港市で3人に1人が「平日の午後」としている。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」（86.1%）の利用が圧倒的に多い。



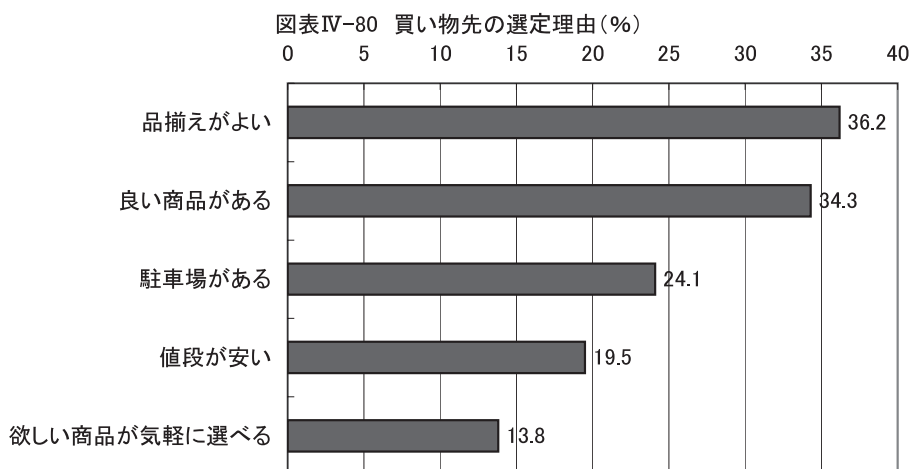
性・年齢別にみると、「徒歩・自転車」が10歳代男性と70歳以上女性で3割前後を占めている。また、70歳以上女性で「バス」利用が12.1%と高い比率を示している。

居住地別にみると、「徒歩・自転車」が倉吉市（14.3%）と鳥取市（11.1%）で比較的高い比率を示している。また、八頭郡を除くすべての郡では「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「駐車場がある」（24.1%）を別として「品揃えがよい」（36.2%）、「良い商品がある」（34.3%）、「値段が安い」（19.5%）、「この店にしかない商品がある」（10.7%）など、取り扱っている商品を基準にした意見のほか、「欲しい商品が選べる」（13.8%）、「楽しみながら買い物ができる」（11.0%）、「接客が良い」（10.6%）、「店になじみの人がいる」（9.3%）など、商品以外のサービス、雰囲気等に対する理由もみられる。

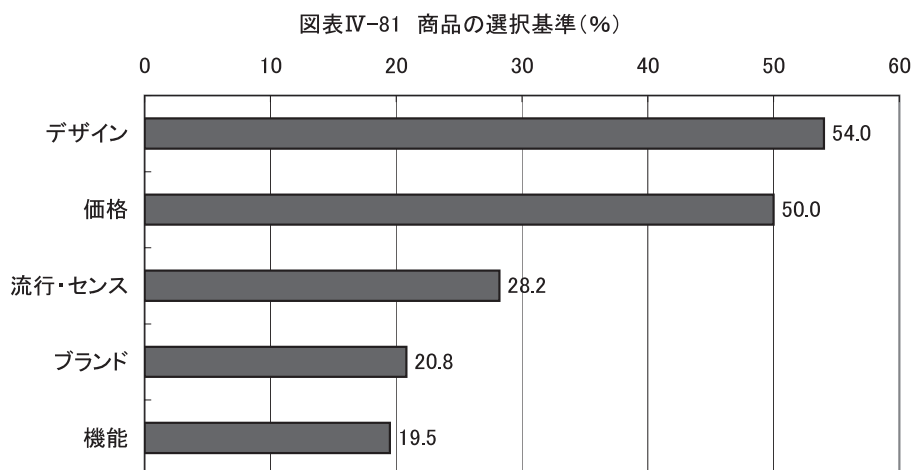


性・年齢別に選定理由の第1位をみると、50歳代以上の男性と50歳代女性で「駐車場がある」、20歳代の男女で「良い商品がある」、その他男女を問わずすべての年代で「品揃えがよい」が第1位となっている。また、「値段が安い」に対する意識は男性の方が、一方「楽しみながら買い物ができる」に対する意識は女性の方が強い傾向がうかがえる。さらに、40歳代以上の女性では「店になじみの人がいる」の比率が高くなっている。

居住地別にみると、鳥取市では「良い商品がある」（36.1%）、岩美郡では「駐車場がある」（34.5%）が第1位となっているものの、その他の市郡ではすべて「品揃えがよい」が第1位となっている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「デザイン」(54.0%)と「価格」(50.0%)を基準とする意見が多く、その他には「流行・センス」(28.2%)、「ブランド」(20.8%)、「機能」(19.5%)など、商品のオリジナル性・ファッション性・機能性なども選ぶ基準としている。



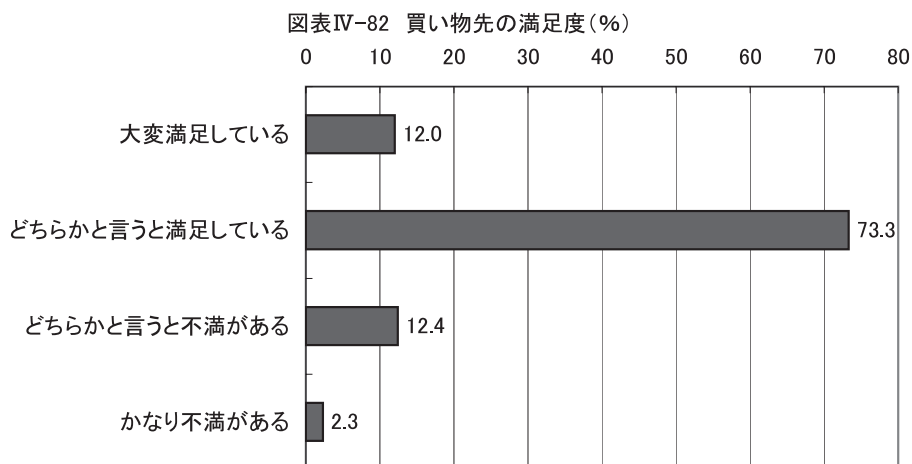
性・年齢別にみると、30歳代以下の女性の7割が「デザイン」、30歳代以上の男性の過半数が「価格」と回答しているのが特徴的である。

居住地別についてみると、比率は5割前後で拮抗しているものの、市部と西伯郡では「デザイン」、一方郡部では「価格」が第1位を占めているのが特徴的である。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」12.0%、「どちらかと言うと満足している」(73.3%)という意見が8割以上(85.3%)を占めているが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も12.4%ある。

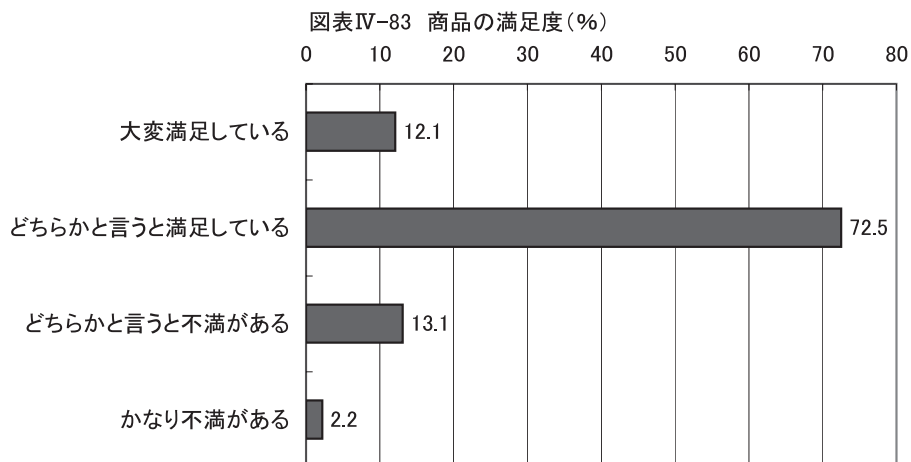


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（22.1%）、20歳代（21.0%）、30歳代（18.1%）、また女性では10歳代（20.6%）、20歳代（22.1%）、30歳代（17.0%）となっており、不満足度の高い商品といえる。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均14.7%を超えたのは、唯一鳥取市（17.3%）だけである。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」12.1%、「どちらかと言うと満足している」72.5%）が8割以上（84.6%）を占めているが、「どちらかと言うと不満がある」という意見も13.1%ある。

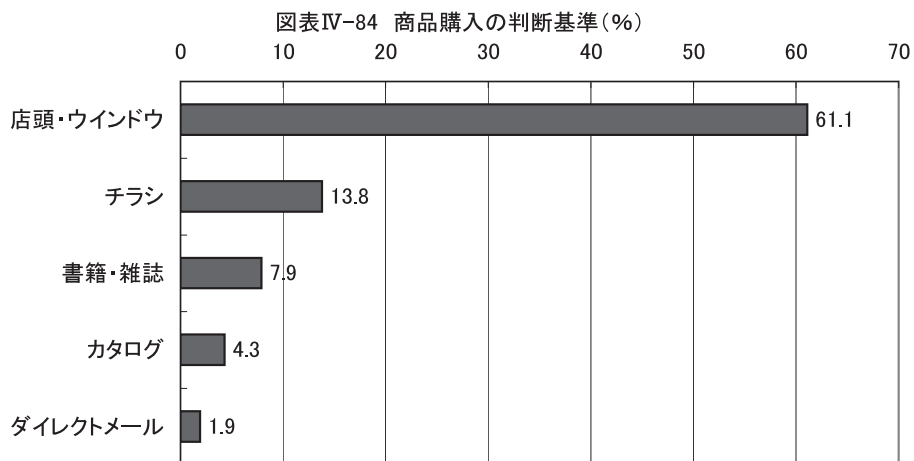


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（19.2%）、20歳代（22.2%）30歳代（18.6%）、また女性では10歳代（24.5%）、20歳代（21.5%）、30歳代（17.0%）など若い年代の不満足度は高くなっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計してみると、全市郡平均15.3%を超えたのは、鳥取市（18.3%）と倉吉市（17.7%）、である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「店頭・ウインドウ」（61.1%）が6割強を占め、直接店頭で判断している比率が高い。



性・年齢別にみると、女性では6割以上と圧倒的に「店頭・ウインドウ」であるのに対し、男性は意外と「チラシ」の比率が高い。また、比率はわずかではあるが、40歳代以下の男性で「インターネットの評価」を情報源にする比率が高くなっている。

居住地別での特徴はみられない。

(8) 家具・家電

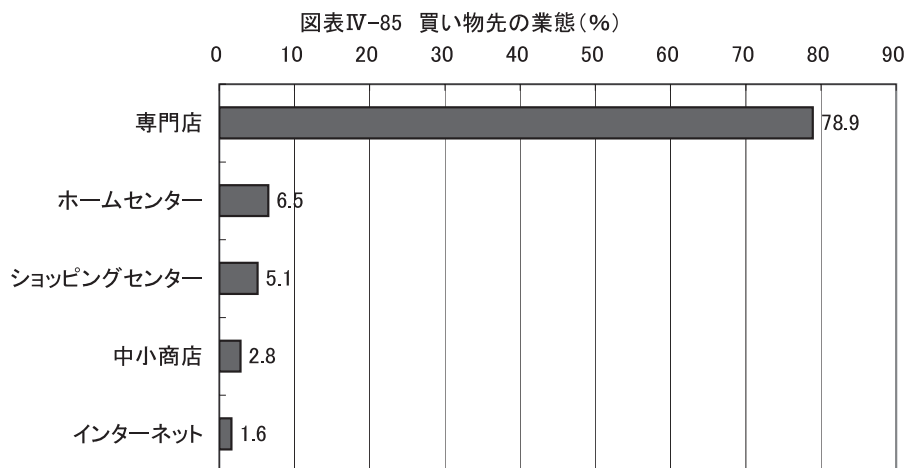
【要約】

- ・ 買い物先は、専門店が圧倒的に多い。
- ・ 買い物の頻度は、月1回未満が9割以上を占め、時期を限定しない購入が多い。
- ・ 買い物のスタイルは、2人に1人が夫婦で買い物をしている。
- ・ 買い物の所要時間は、半数以上が1時間以内に行っている。
- ・ 買い物の時間帯は、土日祝日の時間帯を8割弱が利用している。
- ・ 商品の品揃え、値段が主な買い物基準だが、サービスやポイント特典の有無も加味して選んでいる。
- ・ 商品は、機能や価格とともにデザインを重視して選択。
- ・ 商品は、チラシを主な情報源とし、店頭で直接商品を見て判断している。

①消費者の買い物実態

ア. 買い物先の業態

買い物先の業態は、「専門店」(78.9%)が圧倒的に多く、その他の「ホームセンター」(6.5%)、「ショッピングセンター」(5.1%)を大きく上回っている。

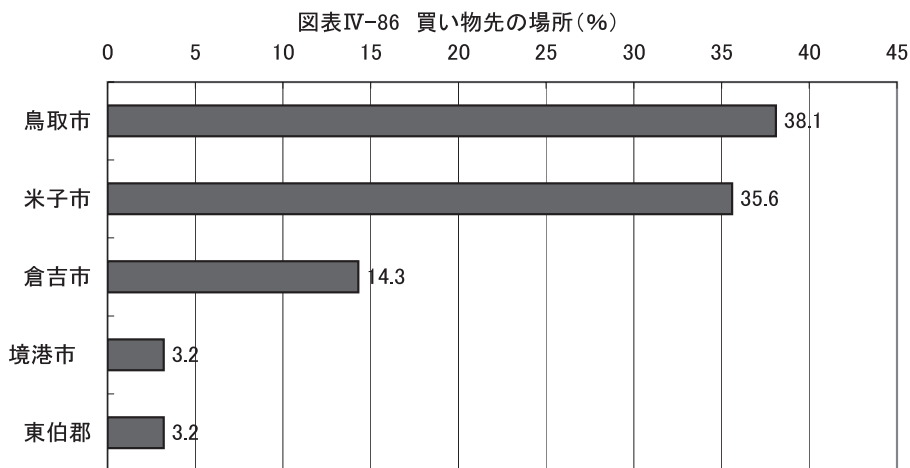


性・年齢別にみると、10歳代女性では58.1%と若干低い比率であったものの、男女を問わずすべての年代で「専門店」が7割以上を占め圧倒的に1位を占めた。また、10歳代男女と20歳代女性では「ホームセンター」、70歳以上男性ではの「中小商店」利用率が1割強ある。

居住地別の第1位業態をみると、すべての市郡で「専門店」が7割以上の利用率となっている。また、気高郡と岩美郡では「ホームセンター」の利用が1割を超えている。

イ. 買い物先の場所

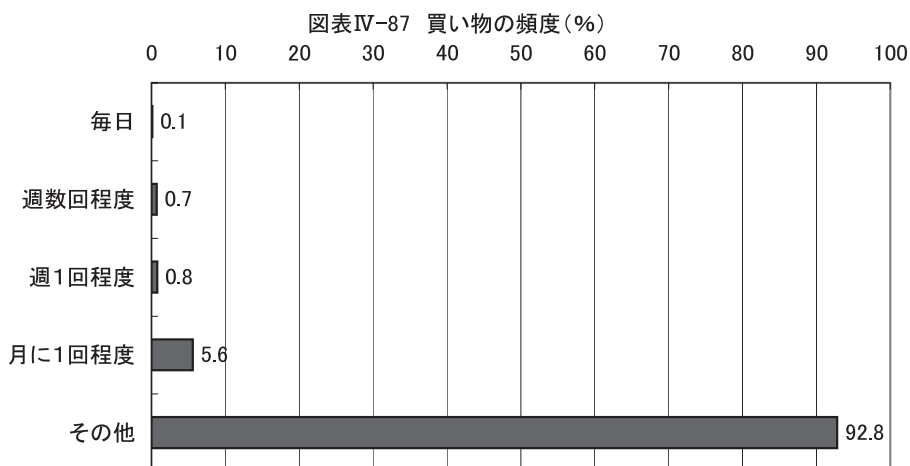
買い物先は、「鳥取市」(38.1%)、「米子市」(35.6%)、「倉吉市」(14.3%)と3市部に集中し、全体の9割弱(88.0%)を占めている。



居住地別にみると、居住地買い物率が90.0%を超える地域は、米子市(97.5%)、鳥取市(96.4%)および倉吉市(90.4%)、となっている。一方、境港市(54.3%)を除いたすべての市郡で5割を下回っている。また、米子市の西部地域郡部からの吸引率は8割以上、鳥取市の東部地域郡部からの吸引率は7割以上、倉吉市の東伯郡からの吸引率は6割となっている。

ウ. 買い物の頻度

買い物の頻度は、「その他」(92.8%)が9割強を占め、次の「月に1回程度」(5.6%)を大きく上回っており、時期に関係なく必要なときに購入しているようである。

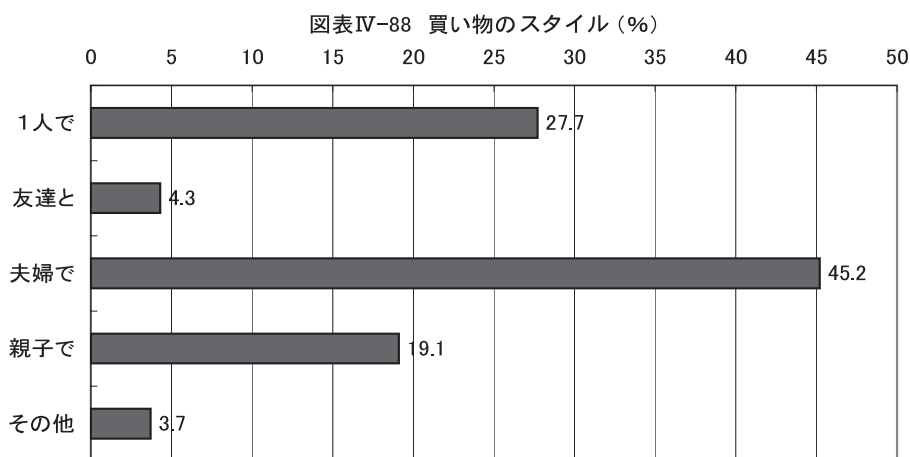


性・年齢別にみると、男性の20歳代、30歳代および60歳代、女性の10歳代で「月に1回程度」が、他の年代より比較的高い比率を示している。

居住地別での特徴はみられない。

エ. 買い物のスタイル

買い物のスタイルは、「夫婦で」(45.2%)が最も多く、次いで「1人で(本人のみ)」(27.7%)、「親子で」(19.1%)と続き、ほぼ2人に1人は夫婦で買い物をしている形態となっている。

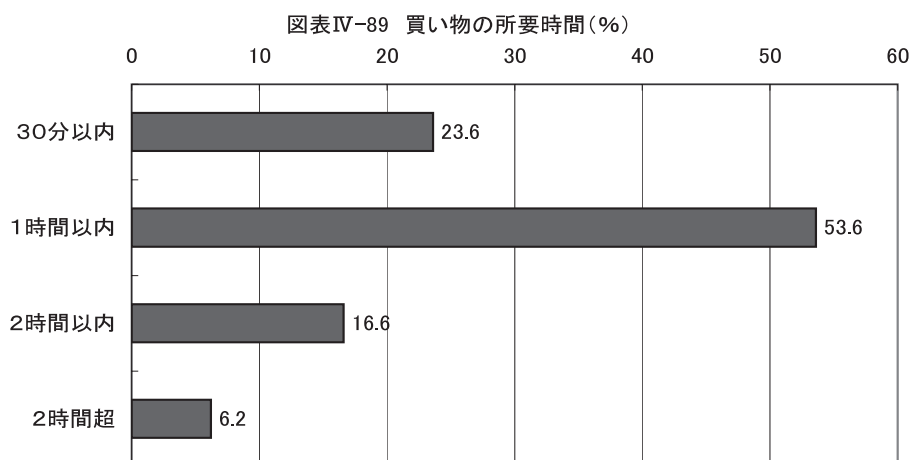


性・年齢別にみると、男性の10歳代(41.0%)と20歳代(58.6%)では「1人で(本人のみ)」、女性の10歳代(68.3%)と20歳代(36.7%)では「親子で」が第1位となっているほかは、男女を問わずすべての年代で「夫婦で」が4割から6割強を占め第1位となっている。

居住地別での特徴はみられない。

オ. 買い物の所要時間

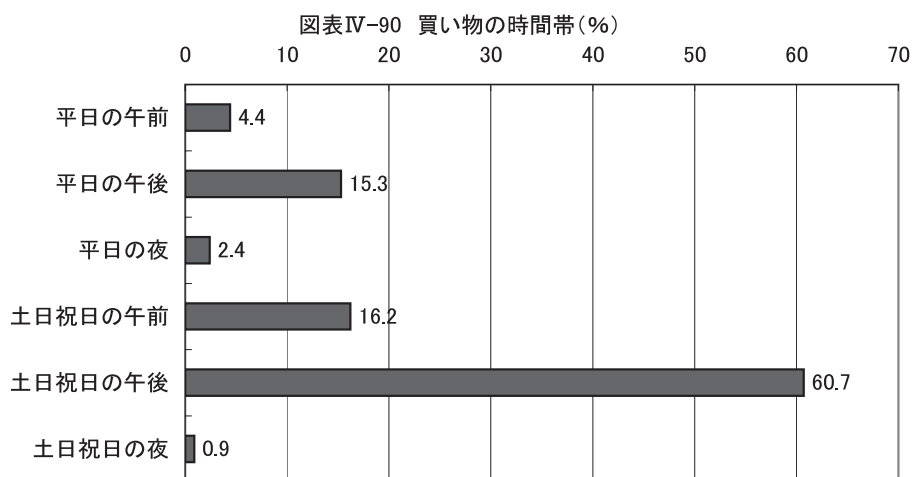
買い物の所要時間は、「1時間以内」(53.6%)が最も多く、次いで「30分以内」(23.6%)となっており、1時間以内が8割弱を占めている。



性・年齢別にみると、男性はすべての年代で「30分以内」が3割前後を占め買い物の所要時間は短い。一方、女性はすべての年代で「2時間以内」が2割前後を占め所要時間が長くなっている。特に10歳代と70歳以上では「2時間超」が1割を占めている。居住地別での特徴はみられない。

カ. 買い物の時間帯

買い物の時間帯は、「土日祝日の午後」(60.7%)が最も多く、次いで「土日祝日の午前」(16.2%)、「平日の午後」(15.3%)と続いており、土日祝日の時間を利用する人が8割弱(77.8%)となっている。

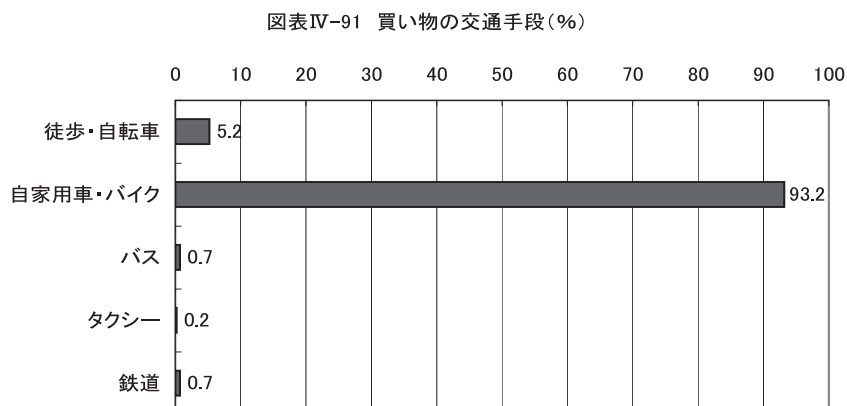


性・年齢別にみると、男女とも50歳代以下は「土日祝日の午後」が過半数を占め第1位であるのに対し、男女とも60歳代以上では「平日の午後」が4割から5割を占め第1位となっている。なお、男女の70歳代以上では「平日の午前」の比率も高い。

居住地別にみると、境港市では「平日の午後」が28.7%、岩美郡では「土日祝日の午前」が30.3%と他の市郡に比べ高い比率を示している。

キ. 買い物の交通手段

買い物の交通手段は、「自家用車・バイク」(93.2%)の利用が圧倒的に多い。



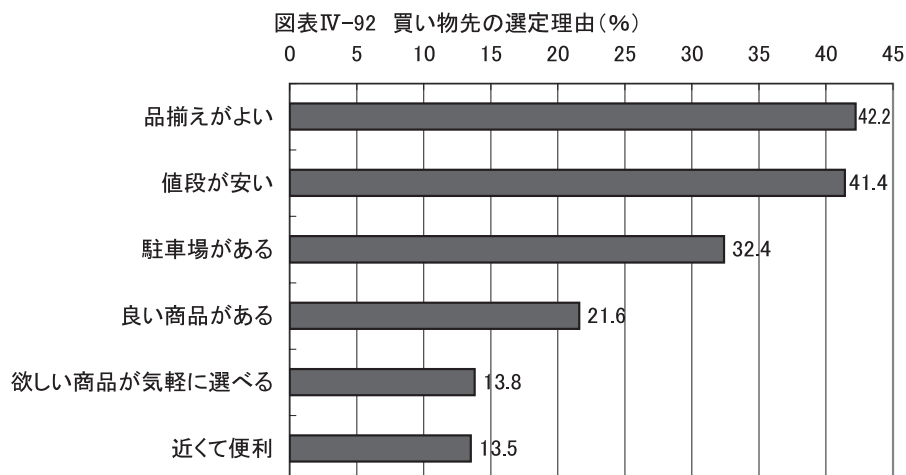
性・年齢別にみると、「徒歩・自転車」が10歳代と70歳以上の男女で比較的高い比率を示している。また、70歳以上女性では今回調査した他の買い回り品目に比べ「バス」の利用は少ない。

居住地別にみると、今回調査した品目の中で唯一、全市郡で「自家用車・バイク」が9割を超えている。

②買い物に対する消費者のニーズ

ア. 買い物先の選定理由

買い物先を選ぶ理由は、「駐車場がある」(32.5%)を別として、「品揃えがよい」(42.2%)、「値段が安い」(41.4%)、「良い商品がある」(21.6%)、「欲しい商品が選べる」(13.8%)など、商品の選択肢と価格を重視しており、その他には、「近くて便利」(13.5%)、「サービスがよい」(11.2%)、「ポイントなどの特典がある」(10.4%)等店のサービス面や特典の有無も選定理由としてあげている。

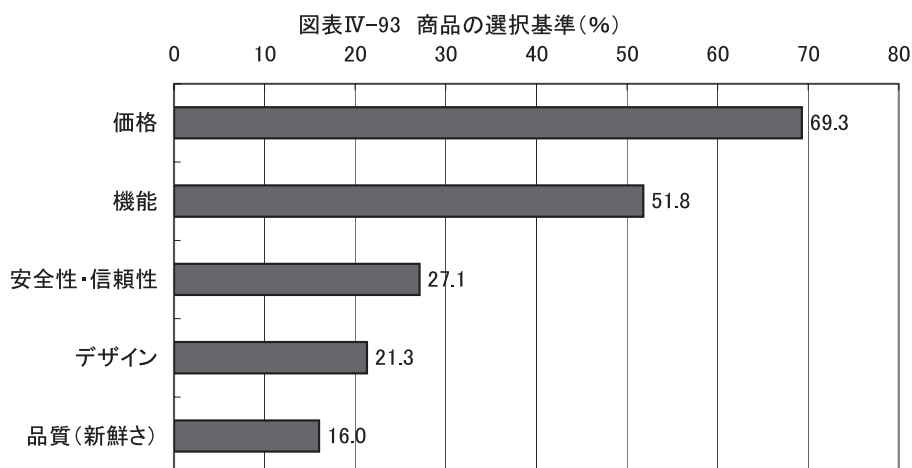


性・年齢別に選定理由の第1位をみると、50歳代以上の男性と50歳代女性では「駐車場がある」、40歳代以下男性と20歳代女性では「値段が安い」、その他の女性のすべての年代では「品揃えがよい」が第1位となっている。また、「近くて便利」の比率が高いのは70歳以上の男女であるが、すべての年代を通じて女性より男性の方が選択理由として重要視している。さらに、「ポイントなどの特典がある」の比率が高いのは20歳代から50歳代の女性となっている。

居住地別にみると、鳥取市では(47.7%)と東伯郡(36.4%)では「値段が安い」が第1位となっているものの、その他の市郡ではすべて「品揃えが良い」が第1位となっている。また、鳥取市、米子市、気高郡、岩美郡および八頭郡では「駐車場がある」が3割を超え、なかでも岩美郡は唯一4割を超えている。

イ. 商品の選択基準

商品を選ぶ基準は、「価格」(69.3%)を最も重視しており、次いで「機能」(51.8%)、「安全性」(27.1%)、「品質」(16.0%)等の商品の性能や「デザイン」(21.3%)、にポイントを置いて選んでいる。



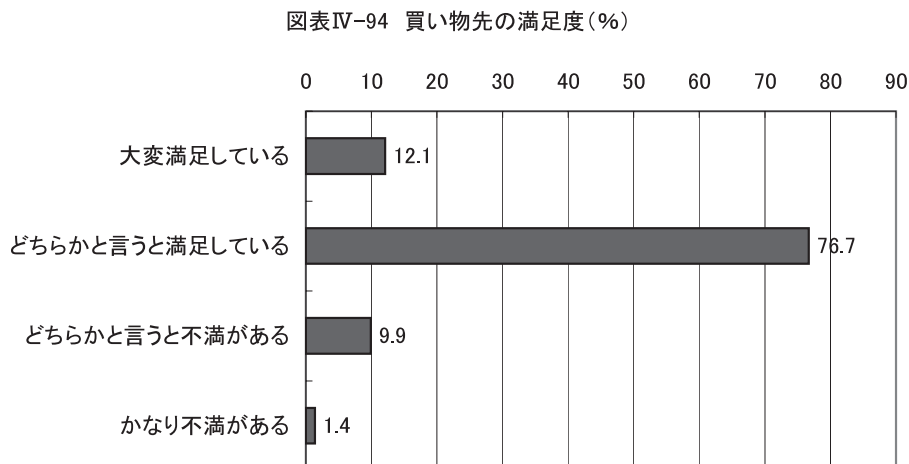
性・年齢別にみると、男女を問わずすべての年代で「価格」が6割から7割強を占め第1位、続いて「機能」が4割から5割強を占め第2位となっている。また、「ブランド」の意識が高いのは年代に関係なく男性が高く、男女とも年齢を追うごとに「安全性・信頼性」を求める傾向があることが特徴的である。

居住地別についてみると、東部地域の3郡では他の市郡に比べ「デザイン」に対する比率が若干低くなっている。

ウ. 満足度

a. 買い物先の満足度

お店に対する満足度は「満足」(「満足」12.1%、「どちらかと言うと満足している」76.7%)という意見が9割弱(88.8%)を占めている。

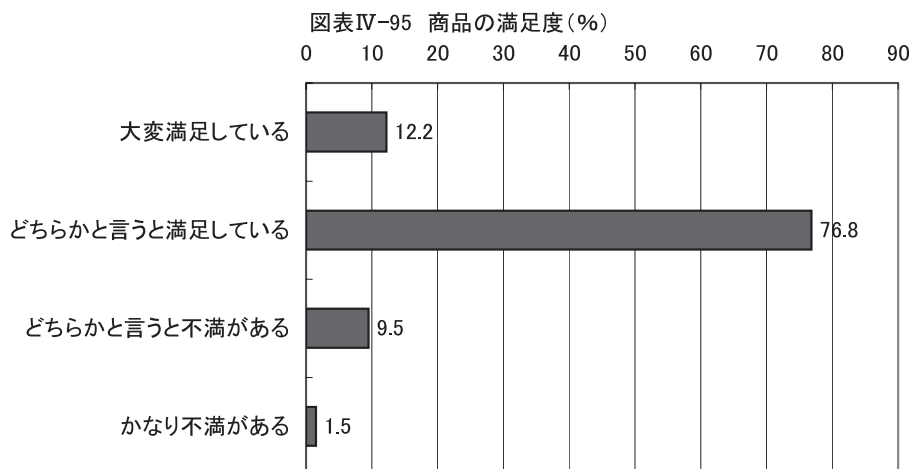


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（21.2%）、20歳代（21.8%）、また女性では10歳代（22.0%）、20歳代（14.4%）となっており、年齢が若いほど不満度の高い商品といえる。また、男女とも50歳代以上では不満度は低い。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、全市郡平均11.2%を超えたのは、鳥取市（12.4%）八頭郡（11.5%）および日野郡（15.7%）である。

b. 商品の満足度

商品に対する満足度は「満足」（「満足」12.2%、「どちらかと言うと満足している」76.8%）という意見が約9割（89.0%）を占めている。

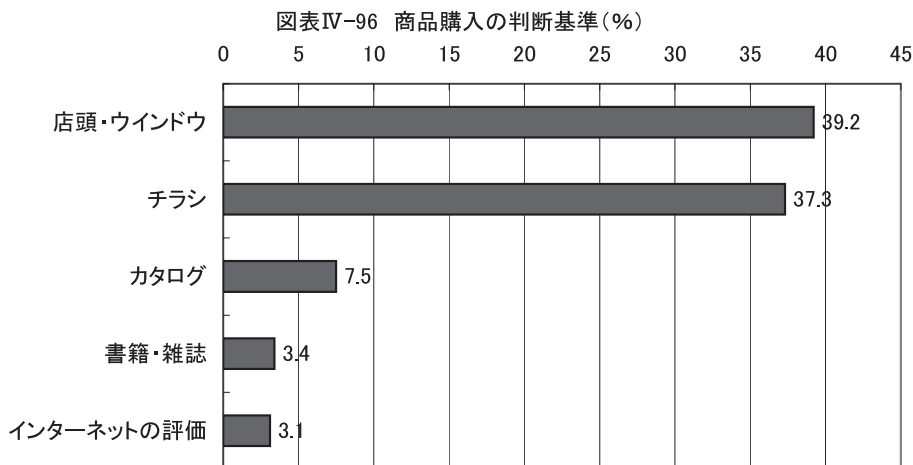


性・年齢別の不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、男性では10歳代（21.1%）、20歳代（17.5%）、また女性では10歳代（21.8%）、20歳代（14.3%）など若い年代の不満足が高くなっている。

居住地別不満足度を「どちらかと言うと不満がある」と「かなり不満がある」を合計すると、全市郡平均11.0%を超えたのは、鳥取市（12.8%）、倉吉市（12.2%）および日野郡（13.9%）である。

エ. 商品購入の判断材料（決め手となる情報源）

商品を購入する場合、「店頭・ウインドウ」（39.2%）、「チラシ」（37.3%）とチラシ等で商品情報を得、店頭において商品を確認し、購入の判断を行っている。



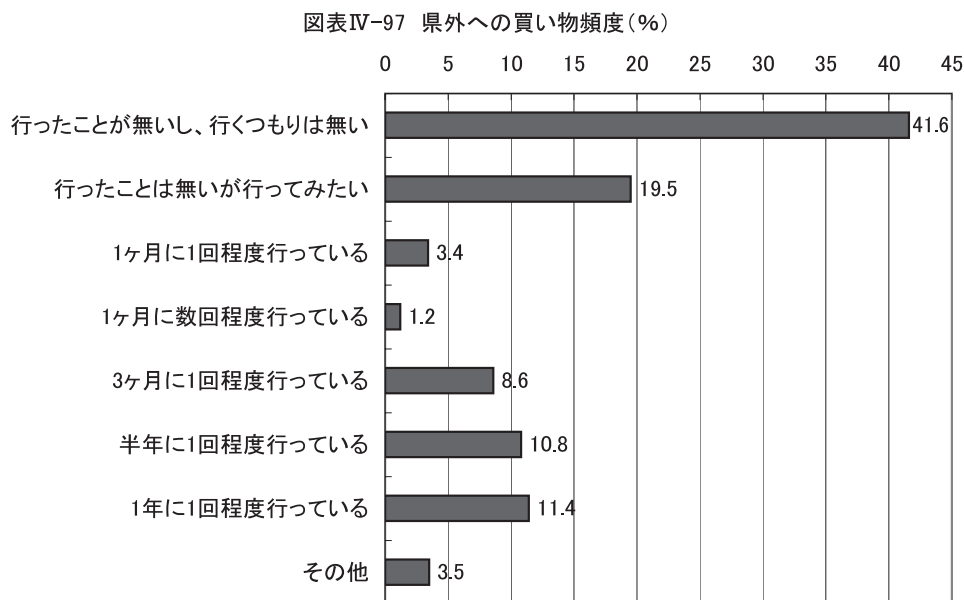
性・年齢別にみると、男性の10歳代、30歳代および40歳代、女性では40歳代で「チラシ」、その他男女を問わずすべての年代では「店頭・ウインドウ」が第1位となっている。また、女性の70歳以上では「カタログ」の比率が若干高い。さらに特筆すべきは、比率的にはわずかであるが、40歳代以下の男女で「インターネットの評価」を判断材料（情報源）にする比率が他の品目と比べ高く、これは今回調査した品目の中で最も高い。

居住地別にみると、鳥取市、境港市および東伯郡で「チラシ」が4割前後を占め第1位となっているほか、すべての市郡で「店頭・ウインドウ」が4割前後を占め第1位となっている。また、すべての郡で「新聞」が判断材料（情報源）としてまったく利用されていないのが特徴的である。

3. 県外への買い物頻度

県外への買い物頻度は、「行ったことが無いし、行くつもりは無い」が、41.6%と最も多く、「行ったことは無いが行ってみたい」(19.5%)を大きく上回っている。なお、県外で買い物する人の比率は38.9%であった。

その買い物頻度は、「1年に1回程度行っている」(11.4%)、「半年に1回程度行っている」(10.8%)、「3ヶ月に1回程度行っている」(8.6%)を占め、「1ヶ月に数回程度行っている」は僅か1.2%であった。



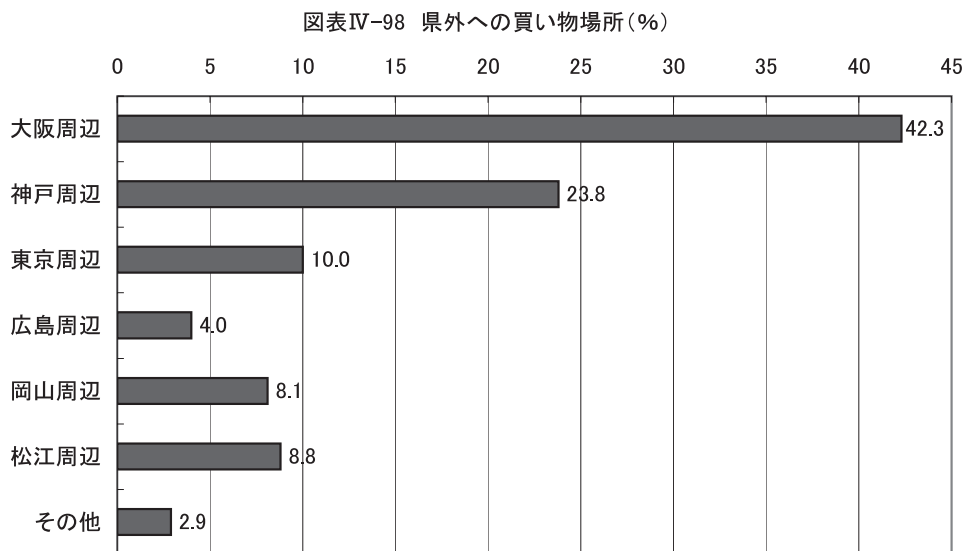
性・年齢別にみると、「行ったことは無いが行ってみたい」が10歳代女性で36.1%と最も高く、続いて40歳代女性(27.0%)、10歳代男性(26.7%)、50歳代女性(25.5%)となっている。

また、県外に買い物に出掛けている比率が高い年代は、男性では20歳代(66.8%)、30歳代(60.5%)、女性では20歳代(76.2%)、30歳代(56.0%)となっており、頻度も他の年代に比べ高い比率を示している。そのなかでも20歳代女性は「1ヶ月に1回程度行っている」が1割もある。この結果、県外への購買力流出は20歳代と30歳代が中心となっていることがわかる。

居住地別にみると、高い比率を占めている「半年に1回程度行っている」と「1年に1回程度行っている」を合わせた比率は、郡部平均が18.8%であるのに対し、市部平均は24.0%と高くなっている。また、地域別にみた買い物頻度は鳥取市を中心とした東部地域が最も高い。

4. 県外の買い物場所

県外へ最も行く（行きたい）買い物の場所は、「大阪周辺」（42.3%）、「神戸周辺」（23.8%）など関西圏が66.1%と高い比率を示している。また、「東京周辺」が10.0%を占めているのに対し、近県の「松江周辺」、「岡山周辺」および「広島周辺」の比率はそれより低く、大都市圏への関心度が高いことがうかがえる。

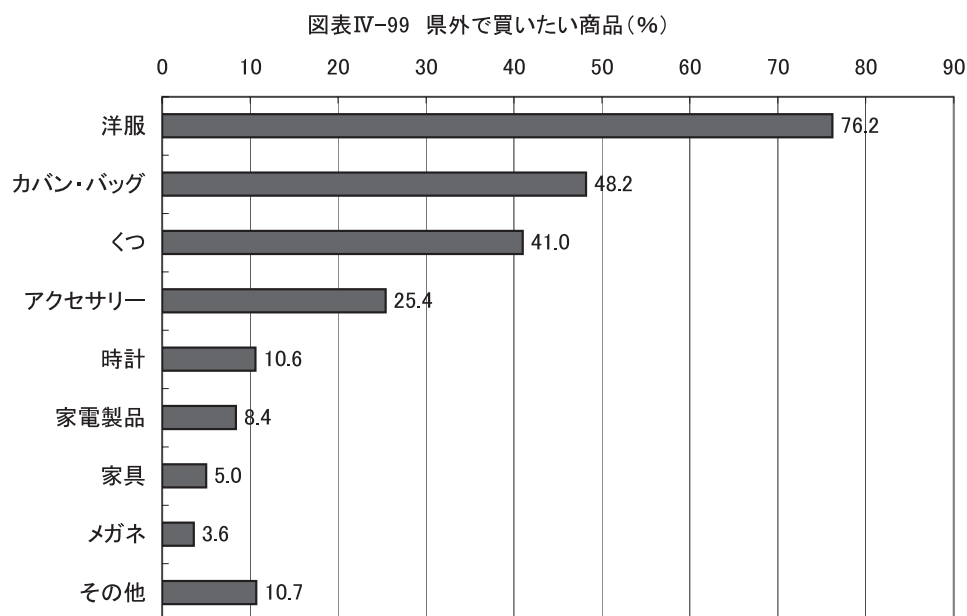


性・年齢別にみると、男女ともすべての年代で「大阪周辺」が多いものの、男性の20歳代と30歳代および女性の30歳代以上では「神戸周辺」の比率が高くなっている。また、男性の60歳代以上では、「松江周辺」が2割を超えている。さらに、男性の10歳代、20歳代、40歳代、女性の10歳代、60歳代で「東京周辺」の比率が高くなっている。

住地別にみると、すべての市郡で「大阪周辺」が第1位を占めており、特に岩美郡と東伯郡では過半数を超えている。また、都市別にみると「神戸周辺」は鳥取市、気高郡、岩美郡および八頭郡が3割前後、「松江周辺」は境港市で3割を超えるとともに、米子市と西伯郡でも2割近く、「岡山周辺」は倉吉市と八頭郡で15.8%を占めており、居住地から近い都市への買い物動向がうかがえる。さらに、「東京周辺」の比率が高いのは、米子市（14.3%）、日野郡（14.3%）、境港市（13.4%）、気高郡（12.1%）および西伯郡（10.5%）となっており、西部地域が中心となっていることがわかる。

5. 県外で買いたい商品

県外のお店で買いたい商品は、「洋服」(76.2%)が圧倒的に多く、次いで「カバン・バッグ」(48.2%)、「くつ」(41.0%)、「アクセサリー」(25.4%)、「時計」(10.6%)と続いている。

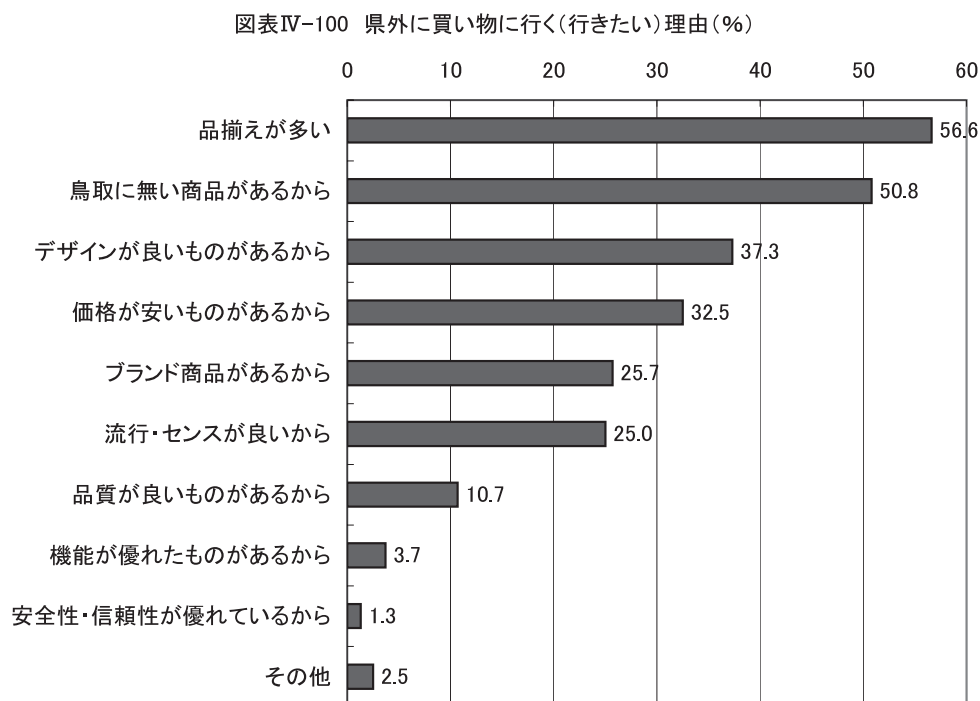


性・年齢別にみると、男女とも各年代で「洋服」の比率が圧倒的に多く、なかでも女性の20歳代と10歳代では、いずれとも9割前後を占めている。また、女性の10歳代から30歳代では、「くつ」と「カバン・バッグ」の比率が高いのが特徴的であり、「洋服」に合わせて「くつ」、「カバン」などをトータルにコーディネートしたいという意識が高いことがうかがえる。

居住地別での特徴はみられない。

6. 県外に買い物に行く（行きたい）理由

県外で買い物に行く（行きたい）理由は、「品揃えが多い」が56.6%と最も高く、次いで「鳥取に無い商品があるから」（50.8%）、「デザインが良いものがあるから」（37.3%）、「価格が安いものがあるから」（32.5%）と続いている。

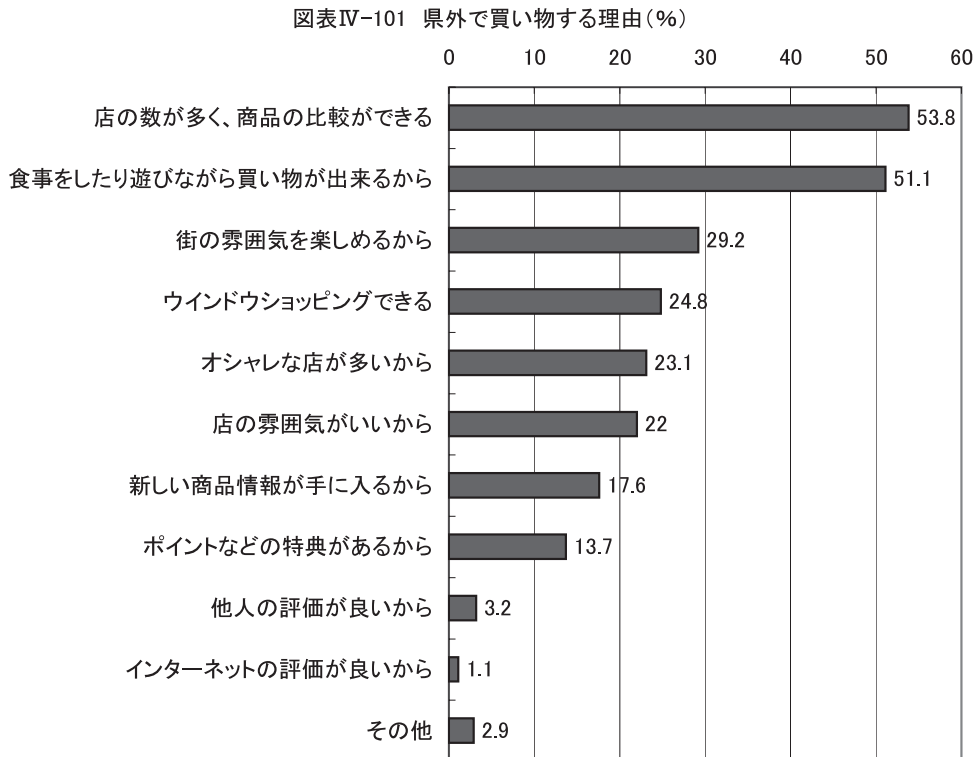


性・年齢別にみると、男性の10歳代から30歳代ならびに女性の10歳代と20歳代では、「鳥取に無い商品があるから」の比率が最も高いのに対して、男性の40歳代以上と女性の30歳代以上では、「品揃えが多い」の比率が最も高く、商品に対する購入意識の違いが現れている。また、価格面とデザイン面を比較した場合、男性では、20歳代を除くすべての年代で「価格が安いものがあるから」、女性ではすべての年代で「デザインが良いものがあるから」を重視しており、性別により商品の購入理由が異なることも特徴的である。さらに、男女とも20歳代と30歳代では「ブランド」に対する意識も高くなっている。

居住地別にみると、鳥取市、気高郡、岩美郡で「鳥取に無い商品があるから」が最も高い比率を示しているのに対して、米子市、倉吉市、境港市、八頭郡、東伯郡、西伯郡、日野郡では、「品揃えが多い」の比率が最も高く、東部地域と中・西部地域での意識の違いがうかがえる。

7. 県外で買い物する理由

県外で買い物する理由は、「店の数が多く、商品の比較ができる」が53.8%と最も比率が高く、次いで「食事や遊びながら買い物ができるから」(51.1%)、「街の雰囲気を楽しめるから」(29.2%)、「ウインドウショッピングできる」(24.8%)の順となっており、街の雰囲気やウインドウショッピングを楽しみ、食事をしたり遊びながら比較購入できることに高い関心が示されていることがうかがえる。



性・年齢別にみると、男性のすべての年代では「店の数が多く、商品の比較ができる」の比率が最も高いのに対して、女性の20歳代(60.3%)を除く各年代では「食事や遊びながら買い物ができるから」が最も高い比率を示しており、性別により買い物する理由が異なることがうかがえる。また、男性の50歳代と70歳以上では「新しい商品情報が手に入るから」、女性の10歳代と20歳代では「オシャレな店が多いから」、40歳代から60歳代では「ウインドウショッピングできる」が高い比率を示している。

居住地別にみると、鳥取市、米子市、境港市では「店の数が多く、商品の比較ができる」が最も高い比率を示しているのに対し、気高郡、東伯郡、西伯郡、日野郡など郡部では「食事や遊びながら買い物ができるから」の比率が最も高く、市部と郡部での意識の違いがうかがえる。また、西伯郡で「店の雰囲気がいいから」、気高郡で「ウインドウショッピングできる」がそれぞれ3割を超えているのが特徴である。

8. 自由意見の集約

鳥取市

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	女性	・コンビニエンスストアの品揃えを充実してほしい
20歳代	男性	・センスの良い服や靴の専門店、百貨店が少な過ぎるのでしかたなく県外まで出かけてしまう ・商店街に元気のなさが目立つ、もう少し頑張してほしい ・環境に配慮したエコ商品やサービスを増やしてほしい ・ほしいものがあれば、インターネットで価格を調べ、市内の店と比較し、安い方で買う ・鳥取の書店は品揃えがよくない、ネット通販を利用することが多い
	女性	・食料品に欠品が多すぎる ・鳥取には消費者の心をつかむ店が少なすぎる、だから県外へ出かけなければならない、若者向けの店を増やしてほしい、本当は鳥取で買い物したいのに ・車で買い物はつまらない、歩いて楽しめるモールがほしい ・大規模なフリーマーケット、イベントを望む
30歳代	男性	・鳥取には魅力的な店が少なすぎる ・ポイントカードを発行している店が多くあれば、また行こうという気になる ・とにかく商店街に活気がない、大型のショッピングモールがほしい
	女性	・オリジナリティ、品揃え、接客どれをとっても満足できる専門店が少な過ぎる、必要最小限のものを除き、県外へ出かけなければならないのは残念。この悪循環が店舗数を減少させる原因では…。
40歳代	男性	・品質が良く適当な価格の紳士靴の店がない ・品揃えが中途半端な店、基本的な接客が出来ていない店が多すぎる
	女性	・とにかく接客がなっていない、入りやすく、自由に商品が選べる店づくりが課題 ・商店街に無料駐車場がほしい ・経営者のセンスやお店のコンセプトが分かる店づくりが必要 ・郊外に店がでてしまい、車でないと買い物ができなくなった ・アウトレットモールがほしい
50歳代	男性	・商店街は同じような品揃えの店が並んでいて選ぶ楽しさがなく、同じジャンルでも特徴を持たせた方がよいと思う、常に改善しようとする意識を持ってもらいたい ・鳥取は人口の割りに店が多すぎる、経営上店の淘汰が必要ではないか ・行くだけで楽しめるショッピングモールがほしい
	女性	・鳥取の店は全体的に接客マナーが悪い、これが販売不振に影響しているのでは…
60歳代	男性	・市街地に駐車場が少ないため、買い物に不自由、商店街活性化のための一考を望みます ・他県からきて6年になる、鳥取県人は覇気に欠ける、売る気があるのか疑いたくなる、買いたい気分にさせてくれない、値が高い、転勤が多かったが最も高い
	女性	・輸入食材は鮮度の悪いものが多い、食品は鮮度が一番、対面販売の店がもっと多ければ ・接客に関して県外の店と比べると格段の差がある、殿様商売といわれる鳥取では、お客が買わせて下さいというのを待っている店が多い ・衣料品は、価格より品質が良い商品を品揃えすべき ・ホームセンターが広すぎてどこに商品があるかわからない、いたるところに案内図を置いてほしい
70歳代 以 上	男性	・高額な商品を買うとき商品が少ない ・信頼できる商品、サービスは二の次で良い
	女性	・鳥取の店では店内にお客が少なく入りづらい ・洋服はどの店も同じような商品しかなく、他人と同じものを着たくないのに残念だ

米子市 1

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	男性	・都会みたいに駅から歩いてすぐのところに店が集まっていほしい、また何も買わなくてもまちに出て行きたくなるような雰囲気をつくってほしい、とにかく遊ぶところがない
	女性	・米子は医薬品店や化粧品店は沢山あるがアクセサリー等の店が少なくもっと増やしてほしい ・米子は流行の服が売っていない、その辺を考えてほしい
20歳代	男性	・とにかくサイズがない、品揃えが良くともサイズがなければ意味がない ・自分の周りの友達はインターネットで買い物をしている人が大半、やはり安い方を買うのはしかたないこと、私は地域の小売店には安さよりサービスを充実させて頑張ってもらいたいと思っています、安さより安心して買い物したいから ・デパートが2店ありますが若者向けの男性ショップがありません、アンケートをもっと実施するなどして住民の求める商品を品揃えしてほしい、また大型店より「買い物を楽しめる店」をつくるべき ・米子には店員の対応が悪い店が多いように思う、接客の基本マナーを勉強すべき ・食料品の価格は東京より高い、価格競争がないからだと思う、商店街はあるが汚い、品がない、価格が高いではまったく行く気にならない
	女性	・車やバイクがなければ買い物づらい、料金一律の公共交通機関の整備を望む ・多くの店が集まり、のんびりと買物ができ、食事もできて、広場のあるショッピングモールがほしい ・小さなサイズやブランド品を扱う店が多ければ県外に出ることもない、百貨店があってもショップが入っていないので品揃えやブランドも少な過ぎる ・他都市と比べて平常価格も高いが、バーゲン価格はもっと高すぎる ・店員のセンスがイマイチ、流行も遅い ・商売は接客の良さが一番のサービスです
30歳代	男性	・個人商店は、店に入ると何か買って出ないといけな雰囲気があり行きづらい ・休日の買い物が中心、やはり駐車場がないところは寄り付きにくい ・一箇所で商品が揃うショッピングセンターが買い物の中心だが込み合うのが嫌い ・生鮮品で安いものがあるが、外国産が多く、本当に安全基準を満たしているか表示してもらいたい、県内産の商品をもっと安価で提供してもらいたい
	女性	・旧市街地に住んでいますが店が郊外に移り大変不便です ・ポイント制等特典のある店が少ない、もっと還元してくれる店があるといい ・洋服や靴はどの店も同じような商品しかなく購買意欲がなくなる ・デパートに行くと客が少なく店員にジロジロみられ、すぐそばにこられるのでいや ・スーパーのマニュアル化されたセルフどうにかならないか、毎日買い物して顔をしているのだから、商品も最近悪くなってきたし、価格表示もわかりづらい ・価格競争がなく商品が他都市と比べて高い気がする ・小さいサイズがあまりにもなさすぎ ・遊びながら買い物できるところが少ない
40歳代	男性	・最近インターネットで買い物をすることが多くなった ・商店街は大型店と同じ土俵で勝負しても勝ち目はない、①駐車場があること②他と違う分野（例えば特定商品分野のサイズはすべて揃っている）で特化することなどが必要では… ・大型店は増えたが必要性をかんじない、買い物がしたくなる街並みをつくってほしい ・米子の商店街は車社会なのに車を排除している、人通りもないのでから一方通行にしては空き店舗の前が駐車スペースで良いのだが ・日本の買い物、特に食料品はゴミが多く出る、リサイクルも限界があるので考えてほしい

米子市 2

年 代	性別	自 由 意 見
40歳代	女性	・ 中小店に頑張れとエール送りたい、米子には中途半端な大型店が多すぎ、商品も垢抜けない ・ 買い物は商品を買うだけでなく、その時間を楽しみにするもの、BGMや店の雰囲気、店員さんとのやり取りができる専門店が多くあればうれしい ・ どの店をみても品揃えが似通っている、オリジナリティを必要 ・ 衣料品、食料品の価格が高い、アウトレットやリサイクルショップがほしい
50歳代	男性	・ 商品を見ているとすぐ店員が近づいてくる、そのような店には行かない、米子の商店はすぐ文句をいうところが多い ・ 自宅近くに店がないので非常に不便、陸の孤島状態、どなたか出店してください ・ 小さな家電店、水道工事店などアフターの技術を売る店がどんどんなくなってきていることが大変残念である、大型安売り店ばかりが生き残っても地域はよくなるのではないのでは…
	女性	・ 食品は価格や量より安心できる品質が第一、地元のものを選んで買います ・ 新鮮な生鮮食品を売る店がほしい ・ 高齢化社会に向けて地域で歩いて買い物できる小さな店を大切にしてほしい ・ 市内に2つのデパートがあるが中高年を相手にするセンスのある店や活気のある店がない ・ 店員の態度・サービス・笑顔が良いともう一度いきたくります
60歳代	男性	・ 大型店の出店は住民にとって選択肢が広がるが、人口規模（マーケット）を考慮すべき、計画的な開発をしないと、米子市の開発が適当か疑問に思う ・ 地域内に食料品、日用品を買うスーパーがない、これから歳をとると買い物に出れなくなる不安がある ・ 店の人について来られると大変買いにくい、自由にみて買いたいののに、こちらが声をかけるまでまってほしい ・ 夜遅くまで店を開けておくことは電力の無駄遣いや子どもの風紀上良くないと思う ・ 店員の商品知識の欠如、接客態度等勉強すべき店が多く見受けられる、特に若い女性店員さんに清潔感がなく服装、化粧、態度等に経営者は注意すべき
	女性	・ 店に入った雰囲気の良さ、商品の豊富さ、もう一度行ってみたいと思う魅力的な店が少ない ・ 永江団地内のスーパーが倒産して以来マイカーでの買い物を余儀なくされている、夫婦ともに病気がちなので運転ができなくなるのが不安です ・ 肥満体型なのでサイズがなく、ほしい商品がえらべない ・ 商店街はサービス、向上心に欠けています、待っていても客はきません、楽しみながら買い物とは程遠いです、買い物に行きたい気持ちにさせてほしいものです
70歳代 以 上	男性	・ たまに通信販売を利用するが、一度として満足できない、やはり商品を直接みて買うこと ・ 会社帰りに買い物をしたいのですが閉店時間が早く間に合わない、営業時間の延長を ・ お店が少なく困っている車で20分以上走らないと店がない、共同駐車場のある専門店の集積があれば助かる、商店街は子どもやお年寄りに優しい店づくりをしてほしい ・ 米子駅前商店街の活気が戻るとまち全体がよくなると思う、駐車場がなければバス停を増やすとか、路面電車を復活させるとか、徒歩で動き回れる範囲を広げたら良いと思う
	女性	・ 老夫婦になると近くのお店が大切になります。〇〇のおばあちゃん元気でした、まあいい娘さんになってと、話を出来る楽しさが、まちにとって良いことのように思います。 ・ 今、私の住んでいる団地は鳥取で一番いいといわれていますが、近くに店がありません。皆高齢化してきて買い物が大変です。若い人と住んでいる人はよいのですが独居老人や老夫婦の暮らしは大変です。 ・ シルバー世代になると広大な店は疲れるばかり、近くで親しんできた店が一番いきやすい ・ ショッピングセンターや百貨店には老人向けのセンスの良い商品が少なすぎる ・ 店の人と楽しく話しながら買物のできる「なんでも屋」のような店があるとよい

倉吉市

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	男性	・行くだけで楽しめる複合的なショッピングモールがほしい
	女性	・倉吉は店が限られているので店を増やしてほしい、商品も少ないのが嫌だ
20歳代	男性	・市が中心となって新たな買い物地区をつくるべき ・商店数が少なく競争がないからものが高い、品揃えも接客も悪い
	女性	・最近の傾向として、駐車場の有無・便利さから大型店に流れていますが、昔の商店街の賑わいがなつかしく思います、何らかの工夫・アイデアでかつての賑わいが戻り、のんびりと歩きながらショッピングできるような街並みになってくれればと切に思います、無料駐車場を ・土日の都合が悪く買い物は平日になります但し閉店時間が早く困るし、人と同じものを着たくないなので個性的な色やデザインの一点ものがある店があればグッド ・洋服のサイズで小さなものを扱う店がなく、カタログやネットショッピングに頼っている ・都会の店と比べこのあたりの店の店員の接客態度の悪さ、商品知識の低さにあきれる
30歳代	男性	・行政が主体で魅力的な商店街をつくるのはいいかなものか、ヤル気のある民間を支援するのが行政の仕事、生半可な民間要望に応えるのは税金の無駄遣いになるのでは ・店頭で商品を飾るより、ほしい商品の取次ぎや保守サービスに力を入れるべき、ネットショッピングが圧倒的に便利な時代、物理的なサービスに特化しなければ実店舗の意味がない ・流行品の選択が限られ、県外にわざわざ行かなければならない、県内小売業が真剣に商売をしてくれれば「県外に金を落とさなくて」済むのに残念だ ・「販売・旧商品引取り」を一体に考えたビジネスを考えてほしい ・大型店が賑やかなって…そんな安っぽいまちになってほしくない、専門店が頑張らないと ・県内に授乳室やおむつ交換室を備えた店が少ない
	女性	・倉吉は買い物や食事するにも店が少な過ぎるので米子か鳥取まで行くことが多い ・最近ではインターネットで大概のものを買っているが、やはり商品を手にとって買い物するのがショッピングの楽しみ、消費者は商品だけでなくその店の雰囲気と空気を一緒に買っていると思う ・倉吉は食料品やガソリンが他都市より価格が高過ぎる、アウトレットや激安店の誘致を望む
40歳代	男性	・子ども服の店が少なく鳥取まで買い物に行かなければならない ・子どものために夫婦の衣料購入は我慢せざるを得ない ・食品の安全性、特に無農薬なのか無添加なのか気になる ・ショッピングが楽しめる商店街ができないものか
	女性	・大阪に在住していたことがあり倉吉に来て購買意欲が減退した、競合がないせいか価格も高く接客も悪い、しかし今では行きつけの店があり特色を出し努力すれば中小商店の生き残りの道はあると感じる
50歳代	女性	・ホームセンターが広いわりに店員が少ない、重いものを買ってもレジでの声かけもなく、売るばかりで駐車場まで商品を運ぶといったサービス精神を欠いている ・百貨店で店員に気軽に相談できない態度を何回か経験した大変不愉快でした ・商店街を活性化させるため高齢者の皆さんの知恵や力を借りてみてはどうでしょう
60歳代	女性	・倉吉では大型店も中小店もほとんどの店で接客態度が悪い、経営者は店員の教育をすべき
70歳代 以 上	女性	・何でもいいから売りたいという態度がみられ、商品がゆっくりみえない、店員さんの話しかけによって、逆に買う気が失せてしまう。 ・商売する気があるかわからない店が多い、情熱を感じる店が増えると良いのでは ・昨今、サービス面は大型店の方が良いと感じる中小店は個性を打ち出す工夫をすることで活路が見出せるのではないかと ・行きたい専門店が点在していて困る、中心街に新たな商店エリアを作してほしい、大型店だけでは商品に個性がない、中小店は行政を頼るだけでないまちづくりを考えるべきだ

境港市

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	女性	・ 境港は不便すぎる、映画や買い物に行くのにも米子まで出掛けなければいけない、学生の移動には鉄道しか使えないからお金がかかってしまう。 ・ 大型のデパートやポイントを発行する店が多くあればよい
20歳代	女性	・ 小さな子どもがいるので授乳室がある店があるとありがたい、境港は買い物に不便、米子まで行かなくて済むようになればうれしい ・ 車で行かなければならない郊外の量販店はそろそろ魅力が感じられなくなってきた、そうかといって中心街の専門店も専門性に乏しく、もっと魅力的な専門店をつくってほしい ・ 若者向けの商店がどうあるべきかアンケートなどとして勉強してほしい、県外の良い店をマネするところから始めてもよいのでは
30歳代	男性	・ 個人商店の常連客と一見客に対する接客のあからさまに違う店や商品の整理整頓ができていない店からは自然と足が遠のいてしまう
40歳代	女性	・ 境港は交通の便が良く住みやすいところだと思うが、ことショッピングに関しては気に入ったものがなく米子まで出掛けなくてはならない、市内に気の効いた飲食店や専門店を増やしてほしい
50歳代	男性	・ 安全、安心、安価な商品を買いたい、流行は追わず機能重視
	女性	・ 近くに店がないので歩いて15分から20分かけて買い物に出掛けなければならない
60歳代	男性	・ 食品や日用雑貨は商店街で買っていますが、衣料品は魅力的な店がないし駐車場がないので他のまちに買いに行かなければならない ・ 商品情報はインターネットで簡単に得られます、しかし何時も実物の商品がみられることも重要です ・ 地方だからしかたないこともあるが、店が点在していて移動時間が多くかかることが問題、アウトレットのような商業集積ができれば買い物しやすい
	女性	・ スーパーやドラッグストアの開店時間を一時間でも早めてほしい ・ 食品は安全性が一番、スーパーは高齢者に賞味期限など表示を見やすくしてほしい ・ 高齢者向けのセンスの良いLLサイズの洋服を扱う店が地元にあるとありがたい、わざわざ遠くまで出掛けるのは苦痛です ・ 大型店出店すると地元の個人商店が閉店してしまう、単に価格が安ければ良いのではなく、魅力的な商品がほしいのであって、個性ある専門店が増えるまちづくりを進めてほしい ・ 流行遅れの商品を押し付け販売されない店を選びます ・ 店員さんが笑顔で迎えてくれる店がほしい
70歳代 以 上	男性	・ 地域において専門的な要素のある商店が増えたり、充実したらよい ・ 通信販売でクーリングオフ制度が充実しうれしい
	女性	・ 昔のように買い物カゴを持っていけるようになれば、ゴミがでなくてすみます ・ 加齢とともに近くの店を利用することが多くなったが、大型店の進出で近くの店がどんどん少なくなっている、顔馴染みの店が少なくなると楽しい買い物ができなくなる ・ 食料品は産地を明記してほしい

岩美郡

年 代	性別	自 由 意 見
20歳代	女性	・鳥取の店は競争がないため接客が悪く価格も高い店が多い、せめてサービスに力を入れてほしい、もっと従業員教育が必要です ・今のままなら若い人は商店街に行かない
	男性	・鳥取にはショッピングセンターぐらいしかないので買い物する気になれない
30歳代	女性	・デパートとまではいわないが、多くのブランドショップの入ったビルがほしい、そこにオシャレなカフェでもあれば若い人が集まるのでは
40歳代	女性	・賞味期限切れの食料品が時々置いてあるのでチェックしてほしい、洋服はもう少し都会的なものを仕入れてもらいたい
50歳代	女性	・鳥取では靴、鞆の品揃えがとにかく少ないので買い物の選択肢がない
60歳代	男性	・手にとって実際にみたり、使ったりして買う商品を決めたい、品数を多くしてほしい
70歳代以上	女性	・食料品は正しく賞味期限を表示してほしい
	男性	・たまに県外に出て買い物したくなる

気高郡

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	女性	・まちの一角にいろんな店が沢山ある「店の遊園地」みたいな所がほしいですね
20歳代	女性	・県内の店は競争意識が薄く接客が悪い、そういう意味で買い物は県外に行きたい ・とにかく価格が高い、安くする努力をしてほしい
	男性	・鳥取にはもっとブランドショップを誘致してほしい
30歳代	男性	・買い物を一箇所ですませたい、大きな駐車場があって子どもに安全で安心なみせがほしい ・鳥取には同じような店が集まったショッピングセンターを作っても意味がない、個性的な専門店が集まった所を作るべきだ
	女性	・食料品は地元のものが安心なので地産のものが多く置いてある店で買います、洋服や特に靴と鞆は選択肢がないので時間や交通費をかけても県外で買うが満足している
40歳代	女性	・小、中学生の着るような服が町内にあればわざわざ鳥取まで買い物に出なくてすむのに
50歳代	女性	・時間帯によるが中小スーパーのレジ待ち時間を短くしてほしい ・使いやすい駐車場、商品の数を増やし選ぶ楽しさのある店を増やしてほしい ・百貨店の中に書籍や文房具がないのはおかしい ・婦人服の場合は、適度のコーディネート提案があるとうれしい、会話の中から専門知識(情報)が得られると値頃感があれば購入してしまう
	男性	・昔からある商店は、問屋の言いなりで品揃えが悪く、商品知識も低い、自店の利益も大切だが時には消費者の利益も考えてほしい

八頭郡

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	男性	・ 近くにコンビニがなくて不便
	女性	・ 大阪に鳥取にないブランドを買いにわざわざ行きます、鳥取にあれば便利なのに ・ 店も少なく、品揃えが悪い、雑誌に載っているようなブランド品を扱う店を増やしてほしい
20歳代	男性	・ とにかく閉店時間を遅くまでしてほしい
	女性	・ 衣料品を買うとき店員さんにつきまとわれるのが嫌い、もっとゆっくりみて買いたい ・ 大きいサイズで良いデザインの洋服を安く品揃えしてほしい ・ 鳥取の商店街には活気がない、本当に売る気があるか疑問に思うことがある
30歳代	男性	・ 小さな町の小さな店ほど客を呼ぶ努力をしていないように思う、もっと意識してほしい ・ 買い物するとポイントなどがもらえて得する気分を味わいたい
	女性	・ 大型店の多さが目立って個人商店の良さが出てこない、大型店の商品は偏りがあり他人と同じものは持ちたくない、個人商店は流行ではなく特色のある商品を取り扱ってほしい ・ 赤ちゃん用品を買うために鳥取まで行かなくてはならず不便を感じる ・ 気軽に出入りができ、買いやすく、商品の豊富な店があれば便利だ
40歳代	男性	・ スポーツ用品や趣味でほしいものが手に入りにくい、ネットで買えば簡単だが極力実物を確かめたいので専門店を増やしてほしい ・ 不景気のためか店頭の照明を節約したり、店頭で従業員同士が立ち話をしている姿をみるとその店には行きたくなる ・ 必要にかられて買い物に行くことが多いが、大型店の返品対応など大変良く、消費者として意識を変えることも大切だと感じています
	女性	・ 土、日、祝日の開店時間が30分でも早ければ助かる ・ 地元で買い物をするのが一番だと思うが商品が揃わないので大型店に行ってしまう
50歳代	男性	・ 地域の良い産品が県外に出てしまっており、地元で手に入らない、手に入っても高額、これではだめ、地元をもっと大切にしてほしい
	女性	・ 地域の店だと何でも相談でき、アフターもしっかりしていて、配達もしてくれるし便利 ・ 数量、デザイン、サイズがなく不自由が多い ・ 田舎の店でも食料品は新鮮なものを置くようにしてほしい、スパイスやハーブなど手に入りやすい商品も需要に問題があるかもしれないができれば置いてもらいたい
60歳代	男性	・ 共同で良いもっと大きな駐車場の大きな店がほしい
70歳代 以 上	男性	・ 食料品について賞味期限が切れたものを店頭に並べないようにしてほしい
	女性	・ 毎日の買い物する場に家庭で使わなくなったものを交換するリサイクルの広場があったらとても便利 ・ 必要なものがあれば、家族に車に乗せてもらって買い物にいくので困ることはない

東伯郡

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	女性	・買い物は楽しい、でも中部には良いものがなさすぎ、米子に行って買うしかないのが残念 ・鳥取の店は都会の店に比べて接客が悪いので改善してほしい
20歳代	男性	・新商品の入荷が遅すぎる、情報が消費者の方が早いのはおかしいのでは ・中部地区にはオシャレな店がなさすぎ
	女性	・鳥取は商品の入荷が遅いので県外に買い物に行きます、安くて良い商品がたくさんあります ・近くに良い商品がなさすぎ、米子の店のようにアピールが東伯には足りない ・店員さんの笑顔や気の効いた会話で感動して買ったことがあります、最近多くの店では温かみがないと思う、接客の悪い店には二度といきたくありません ・親子づれで買い物し易い雰囲気の店が多くなったと感じる、店を選ぶうえでこの点が重要
30歳代	男性	・鳥取の店は接客が悪いから見に行くだけ、買うのは米子に行くようにしている ・店の競争意識が希薄、値引き交渉してもおもしろみがない ・都会に負けないくらいの品揃えするような店を一店でも多くしてもらいたい、
	女性	・どの店に関しても営業時間の延長とサービスの充実をお願いしたい ・県内でショッピングできるのは米子ぐらい、倉吉も鳥取も良い商品がない ・環境に配慮した商品を期待したい、安全性が消費者の重要な視点 ・中部にも子どもを遊び場や一時預りしてくれる施設のある大型店があればありがたい ・大型店に押され、小さな店が次々に閉店していく、小さな町の小さな店は小さいながらのイベントやサービスに努力して生き残ってほしい ・収入減のこの時代、食料品や日用品は安価が一番、美容院は価格より接客重視
40歳代	男性	・セールをしても品数が少なくがっかりすることが多い、客寄せだけならやめてくれ
	女性	・米子の店は接客が良いが中部の店は接客が悪く気分が悪くなる、従業員教育が一番重要 ・笑顔の「いらっしゃいませ」の一言で商品を手にとってしまう、接客って重要ですね ・スーパーの割引商品などレジの打ち込みやバーコードが間違っていることが多い ・中部には一箇所で買い物できる大型店がなく困る ・何日か後に安売りするなら親切に教えてほしい、だまされたように感じる ・お年寄りから「字が小さくて見えません、読んでください」と頼まれます、表示は大きく
50歳代	男性	・とにかく山陰のショップはサービス精神に欠ける、シャイなのか、もっと大きな声で挨拶 ・大阪や東京のショップを見学してほしい ・大栄町には何もない、車でよそに買い物にいくしかない、残念だ
	女性	・店員さんの気遣いや目配り、さりげない親切が迷っている時ありがたいものです ・東伯郡は店が少なく米子や鳥取のように激安店やデパートがほしい ・価格表示で税込価格が本体価格より小さな字で書いてある店があるので大きな字で書いて ・地元のお店ももっと県外に出て陳列や接客を勉強してレベルをあげてください、センスも磨かれ、買い物しようとする気分になれると思います ・スーパーのレジでの価格違いのトラブルが多い、パートや社員の教育を徹底してほしい ・中部地区は女性物、男性物ともにあまり品揃えが少なく、良いデザインやサイズも限られ、価格も高く、私も含めて鳥取、米子に行く人が多いようです、頭の高い店員さんも多い
60歳代	女性	・欠品があっても2、3日入荷していない店がある、もっと仕入れをしっかりとしてほしい ・なるべく地元で買い物するよう心がけている ・食料品は新鮮・安全・安心が第一であるが、他の商品については何よりコミュニケーションを大切にしている、店の大型化ばかりが良いのではない
70歳代 以 上	男性	・家族が買い物してくれるので自分が買い物する機会がほとんどない
	女性	・車に乗らないで買い物できる中小商店を補助金を出してでも残していただきたい

西伯郡

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	男性	・ポイントがもらえる店が多かったらよいと思う ・全体的に品揃えを良くしてほしい
	女性	・自分が本当にほしいものが店に行ってみてもない、品数は少ないし、価格も高い ・お店はもっと身障者に配慮すべき、身障者用の駐車スペースに健常者の車を平気で止めさせている、店の人が注意すべきではないか
20歳代	男性	・品揃えも悪く、価格が高いように感じる
	女性	・米子の店はどの店も同じ流行品しか置いていない、流行に左右されない商品を置いてほしい ・店頭でディスプレイされた商品と購入して持ち帰る商品は新しいものにしてほしい
30歳代	男性	・ビンテージ物などの品揃えを多くしてほしい
	女性	・「ポイントを集めると〇〇がもらえます」というサービスに引かれます、少々価格が高くてもついその店に行ってしまう ・同じ商品ばかり扱う店が多くてつまらない
40歳代	男性	・インターネットでの買い物、オークションは楽しくて大変便利
	女性	・どこでも使える共通ポイントカードがあったらうれしい ・家族で楽しめて、買い物をすませる所であれば少々遠くても出掛けます、食料品は地産地消がベストです
50歳代	男性	・買い物の中心は仕事、交通、時間を考慮すると米子が中心となります
	女性	・わが町には本屋がないのが残念、他のものは品揃えが悪いが大体間に合います、わが町の中小商店、中小スーパーは価格では大型店には勝てませんが、ひとり一人の真心のサービスは大型店以上のものがあります ・店頭には新商品を陳列したり、ディスプレイを変えるなどして新鮮なイメージ常に心がけてほしい、スタッフの明るい笑顔の対応も
60歳代	女性	・店員の商品知識がない、プロとして勉強不足者が多い、小さい店ほど商品管理が悪く、食料品の賞味期限切れが多くみられる

日野郡

年 代	性別	自 由 意 見
10歳代	女性	・もっと学生に買いやすい価格にしてほしい、また都会にある専門店があればうれしい ・溝口町で買い物することがほとんどなくなった、わざわざ米子に行かなくても友達とおやつタイムが楽しめるスペースがあれば利用したい ・洋服を買うとき店員がアドバイスしてくれるのは良いが、求めてもいないのに近くにこられるのは圧迫感があり、自由に選べない
20歳代	男性	・基本的に西部地域の店は接客が悪く、品揃えも悪い、商売する気があるとは思えない
	女性	・商品を選ぶ時じっくり時間をかけたいので接客に気をつけてほしい
40歳代	男性	・気軽に立ち寄れる雰囲気のお店が多くなれば、まちにも活気と魅力が出るのでは
	女性	・仕事帰りに食料品を買うことが日課だが店が少なく困る ・良質の衣類を買うにはデパートしか満足感が得られない
50歳代	男性	・地元商店はサービスが悪い ・日野郡内にデパート方式の共同店舗があれば便利だと思う
	女性	・楽しみながら自由に買い物したい時、しつこく商品を奨める店員さんはおことわり
60歳代	男性	・駐車場がある店しか使いません
	女性	・なるべく地元で購入したいのですが、年々個人商店が消えて行くのが残念です ・ほとんどのものが地元の中小商店で、新鮮な食料品は朝市で間に合います

V 消費者購買トレンドの方向性

1. 消費マーケットの動向

立地産業である小売商業にとって最重要事項である消費マーケットの動向については、人口が減少する中で少子高齢化と核家族化が進展し、デフレ経済下での長期不況により家計の実収入や消費支出はやや減少しつつあり、量的な拡大は期待しがたい状況にある。しかし、ライフスタイルとして個性化やブランド商品への欲求の高まりなど質的な側面で期待できる部分もある。

また、県民の従来のライフスタイルは、日常の買い物は昼間、買い回り品や専門品の買い物は「土日祝日」に行われるという実態とイメージがあり昼間人口が重要視されてきたが、若年層や共働き世帯を中心に買い物時間が「平日の夜」に移行する動きもみられ、これからは夜間人口の規模とトレンドを把握し対応する必要がある。

2. 消費者満足と購買動向

(1) 消費者満足の捉え方

消費者満足とは何か。その捉え方は経済的、心理的あるいは社会的等いろいろな要因を加味しなければならないが、本調査では単純に次のように捉えたい。

消費者の期待<結果 期待以上 満足

消費者の期待=結果 期待通り 普通

消費者の期待>結果 期待以下 不満

(2) 商業施設構造面

商業施設の構造面に対する消費者満足度は、本調査では8割から9割が満足していると回答しているが、その中身を分析すると大半が「どちらかといえば満足している」とするもので、「この店しかない」または「少しは不満があるがしかたない」といった消極的満足度であることを考慮しなければならない。これが少しでも不満足にシフトすることがあれば数値は一瞬のうちに逆転するであろう。

商業施設構造を構成（業態）と配置（立地）という視点でみると、まず構成については、概ね満足できるものであるが、厳選した商品のコーディネートを提案する「セレクトショップ」、若者向けの「ブランド専門店」や環境に配慮した「リサイクルショップ」といった新業態店の増加や、本県にない「アウトレットモール」といった新業態の誘致を望む声が強い。

その他、買い回り品を取り扱う店に対する「入りやすく、よい雰囲気の中で、自由に買い物ができる」店づくりや大規模店舗における商品の所在がわかるサインの設置や所々に休憩できる場所の設置を望む声が強く、今後の店づくりの課題といえよう。

次に配置については、自動車の保有台数が多く、特に女性の就業率が高い本県では、駐車場を完備した郊外型のショッピングセンターや大型専門店等が買い物先としてウ

エイトが高く満足度も比較的高い。一方、「交通弱者」といわれる車を持たない若年層と高齢者層は大規模店舗の出店等により近隣の店舗が徐々になくなり買い物先の確保に苦慮している実態が表面化している。特に毎日の食料品購入に困る中心市街地や郊外の新設住宅地域の高齢者が毎日の食料品購入において「不満」というより「不安感」を強く抱いており、大型店の占有率が高まる中で、今後の小売商業施策の重要な課題の一つといえる。

（３）商業施設機能面

商業施設の機能面では衣料・身の回り品を中心に不満度が高い。

本調査における消費者の不満内容は、「小売商業者に消費者ニーズを把握しようとする姿勢がみられない」、また「小売商業者は大小に関わらず競争がないから顧客満足に努力しようとしていない」ということに集約できよう。

小売商業者の機能強化には、商品の鮮度、品揃え、価格、営業時間、接客、アフターフォロー等店舗経営のすべての基点を消費者に置き、消費者の自店に対する評価に真摯に耳を傾けることや消費者の欲求を先取りして行くことが重要であり、今までの独りよがりになりがちな経営から脱却することこそ最大の課題といえる。

（４）交通体系の整備と県外への購買力流出

近年、本県と国内主要都市を結ぶ高速交通体系の整備状況は、国や地方公共団体の財政難から当初計画からは遅れをみせているものの着実に進んでおり、本県商業は本格的な「都市間競争」にさらされることになる。

まず、陸路である鉄道と道路についてみると、鉄道は智頭線の開通と因美線の高速化により西日本主要都市への所要時間が大幅に短縮された。加えて、山陰線の高速化が進められ鳥取・米子間の所要１時間が実現された。また、高規格幹線道路は平成４年の中国横断自動車道岡山米子線の全面開通を皮切りに、現在近い将来の開通を目指し中国横断自動車道姫路鳥取線と山陰自動車道の整備が進められており、全面開通すれば国内主要都市までの所要時間を大幅に短縮されることになる。

次に、空路についてはわが国における人口最少県でありながら鳥取、米子と２つの空港が整備され、それぞれ東京と名古屋に路線が確保され、近年便数も増便されている。

こうしたなか、本調査によると県外での買い物率は全体で38.9%を占め、その中核層は20歳代と30歳代となっている。特に、関西圏への購買力流出がみられ、その中でも鳥取市を中心とした東部地域の流出が顕著となっている。また、西部地域では空路の利便性から東京へ足を伸ばしているケースもみられる。その理由は、多くの店の中から商品やデザインあるいは価格の選択肢を広げたいという「比較購買の実現」だけでなく、食事や遊びながら楽しく買い物したいという副次的な価値も加味されている。

本格的な都市間競争に向けて、本県小売商業が消費者に県外での買い物以上の満足を与え、購買力流出を阻止するという課題の解決行動に着手しなければ、高速交通網

が整備され、さらなる時間と経済のコスト軽減を考慮すれば、県外への若者を中心とした購買力の流出はより加速化されるものと予測される。

3. 消費者購買のトレンドについて

消費購買のトレンドについては、消費者サイドと小売商業者サイドの2つの側面から考察する必要があるだろう。

まず消費者サイドの側面については、本調査により消費者の購買に対する欲求をみると、次のようなことが浮かび上がってくる。

- ・無料駐車場の整備や公共交通機関の充実
- ・気の効いた接客、入りやすく、気軽に、自由に商品が選択できる買い物が楽しくできる店づくり
- ・大型店ばかりではなく、便利な近隣店舗の存立
- ・食料品に対する「新鮮・安全・安心」
- ・買回り品に対する「他人と同じものは身につけたくない」など品揃えの充実
- ・買回り品に対するブランド志向
- ・商品だけでなく付加価値サービスの充実
- ・営業時間の延長
- ・インターネット等でのバーチャル（情報収集）と、リアル（実際に商品を見て、触って購入したい）の使い分け
- ・経済的負担が軽減できる県内での購買
- ・歩いて楽しい買い物や食事の時間が過ごせる商店街やショッピングモール整備
- ・エコショップ、リサイクルショップといった環境配慮型店舗やアウトレットモール等新業態誘致

これからの消費者は単に満たされない欲求を小売商業者に向けるだけでなく、自らが小売商業を育て購買環境を充実させていくため、より良いサポーターとして機能するという視点が重要と考えられる。

次に商業者サイドの側面については、本調査をみると消費者は県内小売商業を総じて「競争がないから商売人は努力もしない、よって価格が高くて品揃えや接客も悪い」とイメージしている感がうかがえる。

大半の良識的な小売商業者は、いわゆる「殿様商売」に代表されるような受動的な商売をやっているのは生き残れないことは当然わかっており、その対応策を頭では日夜真剣に考えてはいるものの、現状を革新する計画策定やそれを具現化する行動に移していないのが実態であろう。その一方で多様な情報を入手し、いろいろな購買体験を積んでいる消費者は、その実態をさめた目でみているように映る。

県内小売商業者が、こうした消費者に支持されるためにはどうしたらよいのか。現実をみた場合、本県の一世代当りの実収入や貯蓄率の高さを全国比較すると厳しさはあるものの持ち直し傾向にあり、また県外への購買理由である「本当は県内で買い物したい

が…」といった経済的負担軽減を望む欲求を考慮すればまだまだビジネスチャンスはある。それには、小売商業者は消費者ニーズ（消費者の声に耳を傾ける）を捉え、満足を与えるための独自性と整合性のあるコンセプトとマーチャンダイジングを基本とした経営に転換するという不退転の自己改革が先決である。後は自店経営にあったスキルの向上を図るだけである。

近年、「先行きが不安」、「買うものがない」といった理由から個人消費は低迷し、売れない状況が続いている。こうしたとき、いかにトレンドを捉え、「消費者の欲求」（買う気）×「購買力」（財布の中身）＝「小売店の売上」という方程式、いわゆる価格に価値をつけていかに「買う気」を喚起させるかが、経営者やスタッフに問われる時代になったといえる。

4. トレンドリサーチの継続的实施について

今回のトレンドリサーチは県内消費者の購買行動を知るうえで画期的であったが、その分析にあたっては大変残念かつ苦慮したことがある。それは本県では過去にこの種の調査がまったく行われておらず、短中期あるいは長期の期間比較ができなかったことである。

本来、こうした消費者の購買行動調査は、県民ニーズやライフスタイルの実態を把握するためには必要不可欠のもので、他の都道府県、関心度の高い市町では既に3年おき程度で実施、データベース化され、期間比較（時系列分析）が可能な状態にあり、各方面で活用されている。

本県においても、県内商業者、商店街関係者の商業活性化推進や行政の施策立案のための基礎データとしての整備、ひいては商業のレベルアップによる県民生活水準の向上を図るため、今後とも継続的なデータの収集分析とその活用が必要である。

資 料

鳥取県消費者購買トレンドリサーチ事業委員会委員名簿

N0	氏 名	役 職	所 属	備 考
1	宮 下 淳	教 授	大阪学院大学流通科学部	専 門 家 (委員長)
2	前 田 修	課 長	鳥取県経済交流課	行 政
3	吉 田 彰 男	事務局長	(財)鳥取県産業振興機構	支援機関
4	那 須 俊 明	幹 事 長	鳥取県商工会議所連合会	支援機関
5	穂 田 誠一郎	事務局長	鳥取県商工会連合会	支援機関
6	布 野 真由美	コーディネーター	東部地域中小企業支援センター	支援機関
7	渡 辺 博	副 会 長	鳥取商店街連合会	商業団体
8	小 林 健 治	会 長	倉吉商店会連合会	商業団体
9	築 谷 敏 郎	副 会 長	米子市商店街連合会	商業団体
10	板 倉 博	会 長	境港商店街連合会	商業団体
11	金 居 恵理子	会 長	まちづくりレディース鳥取	商業団体
12	西 村 和 子	会 長	プロジェクト米子	商業団体
13	房 安 寿美枝	会 長	鳥取県中小企業女性懇話会	女性団体
14	清 水 徹 男	事務局次長	鳥取県中小企業団体中央会	実施機関

●CD-Rの使い方●

CD-Rをパソコンのトレイにセットします。マイコンピュータ内にあるCDのアイコンを開き、それぞれのファイルをダブルクリックしてご覧ください。



『鳥取県消費者購買トレンドリサーチ事業報告書』（鳥取県委託事業）

平成17年3月発行

編集・発行 鳥取県中小企業団体中央会
〒680-0845 鳥取市富安一丁目96番地
TEL 0857-26-6671
FAX 0857-27-1922

印刷・製本 中央印刷株式会社
〒689-1121 鳥取市南栄町34番地
TEL 0857-53-2221
FAX 0857-53-2201