

農村地域における生活空間の構造と 買物行動の特性について

—山形県村山市を事例として—

佐藤 佑 樹

I. はじめに

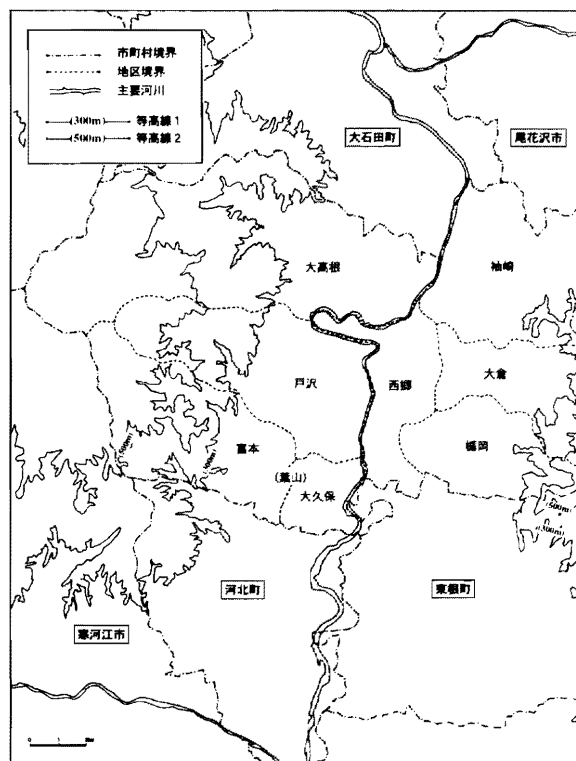
(1) 研究の目的

消費者買物行動については、これまでに多くの研究がなされている。その中でも農村地域の研究においては、モータリゼーションの進展による自家用車の普及が買物行動のみならず生活全般に影響を与え、住民の行動圏を拡大し行動そのものも多様化させたことが明らかになっている（松村ほか、1992）。このモータリゼーションの進展により全国的なレベルで中心市街地の空洞化が進行している。そのため各市町村では住民の買物行動を調査し、その対応策を検討しているのが実状である。この調査においてはこと細かく商品の購入先が調べられてはいるが、有効な対策を施すにはその購入先を調査するだけでなく、その店舗の選択理由とその背景にある住民の生活空間を把握することが重要であろう。

そこで本研究では山形県村山市の農村地域を事例に、住民の買物行動と通勤行動の両面から生活空間の構造を分析することを目的とする。またこれをもとにして、消費者から見て魅力の感じられる商業地についても検討する。

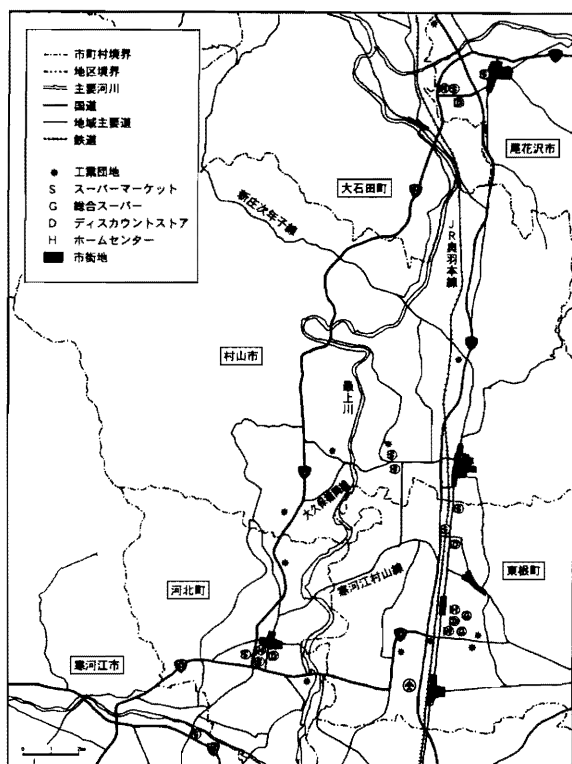
(2) 研究対象地域の概要

村山市は山形県の中央部に位置し、東西22km、南北15kmであり、東を奥羽山脈、西を出羽丘陵に囲まれ、中央を最上川が北流している。鉄道では、むらやま駅を中心として山形新幹線（JR奥羽本線）が南北に通っており、それと平行して国道13号線、国道347号線が通っている。村山市は山形盆地の北端に位置する北村山地方の中心地であり、国道13号線の東側に市街地が広がっている。旧13号線に沿って発展した商店街を中心に



対象地域の地形及び地区区分

第1図 研究対象地域の概要



対象地域の交通及び市街地、
主要小売店舗、工業団地の分布
第1図 研究対象地域の概要

の価値は高いと思われる。このアンケート結果を基にこの地域における買物行動と通勤行動、子供の買物行動を把握し、生活空間の構造をとらえる。そして消費者の購買動機、購買行動の状況についても分析し、魅力ある商業地について検討考察する。

Ⅱ. 買物行動の空間的構造

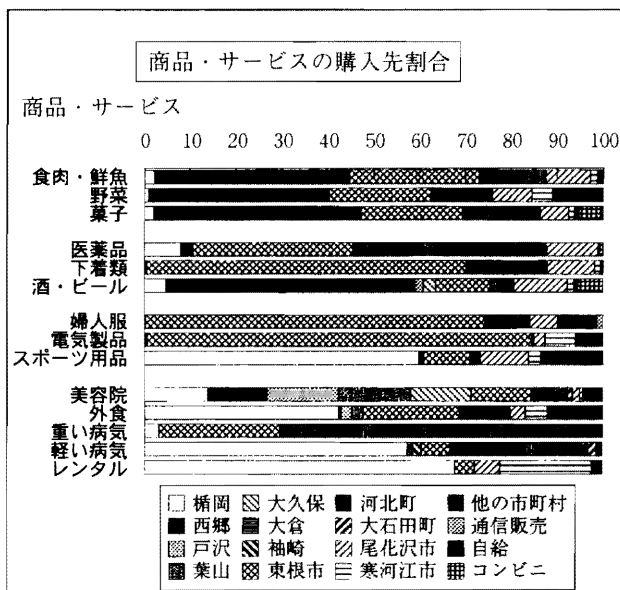
(1) 買物行動の分析

アンケート結果より住民の買物行動の状況を第2図と第3図に表した。購買行動の発地は対象地区である4地区であり、その着地は上記の4地区の他に市内の3地区と隣接する5市町村である。買物商品は「最寄品」、「中間的商品」、「買回品」に区分し分析する。

賑わいを見せたが、郊外型の大型店の出店により客足が遠のき、現在では空洞化の一途をたどっている。市の基幹産業は工業で市内にいくつかの工業団地が分布している。隣接した市町村でも多くの工業団地が分布していることもあり、製造業への従事者が多い。その反面、全世帯数の半数を農家が占めており、市の西側と北側に農村地域が広がっている。研究の対象地域となるのは、西側に広がる農村地域の西郷、大高根、戸沢、大久保、富並の5地区である(第1図)。

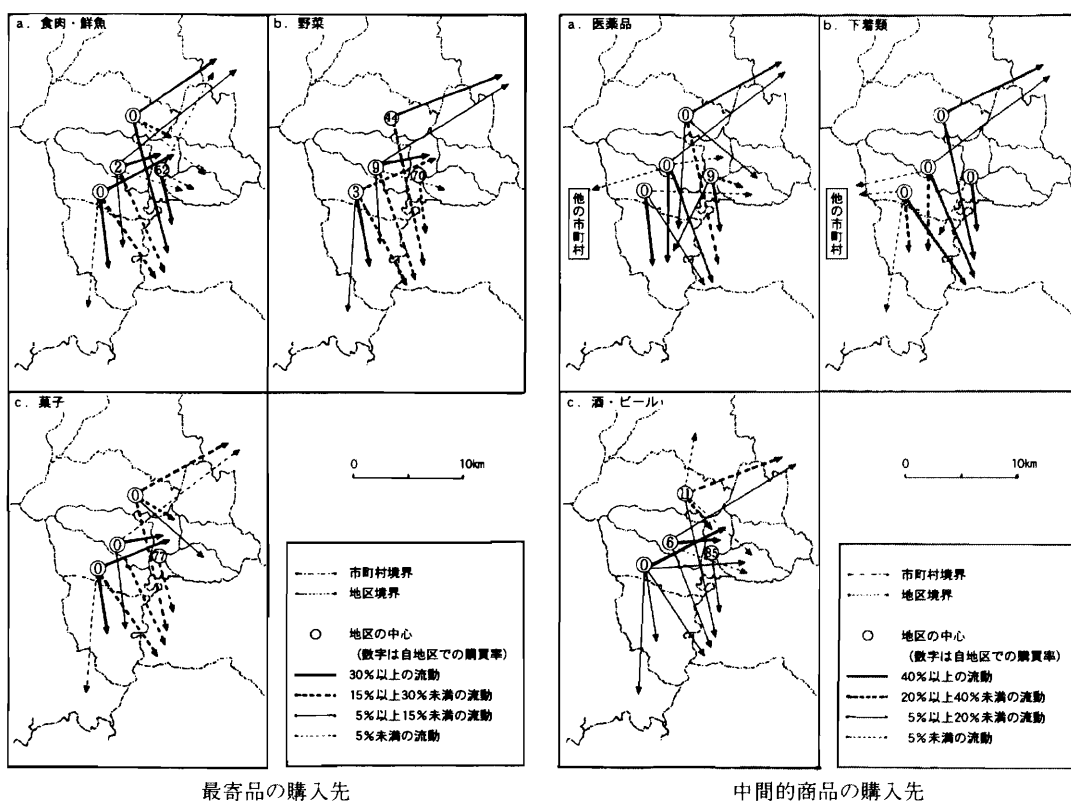
(3) 研究の方法

2000年12月に市内4つの中学校(葉山中、戸沢中、大高根中、西郷中)の1、2年生とその父母を対象にアンケート調査を実施した。アンケートの有効回答数は配布枚数416枚中296枚であり、これは対象地域の全世帯数の約8%に当たるため資料として



第2図 対象地域における商品・サービスの購入先割合

資料：アンケート調査による



第3図 各商品の購入先と各種サービスの利用先

資料：アンケート調査による

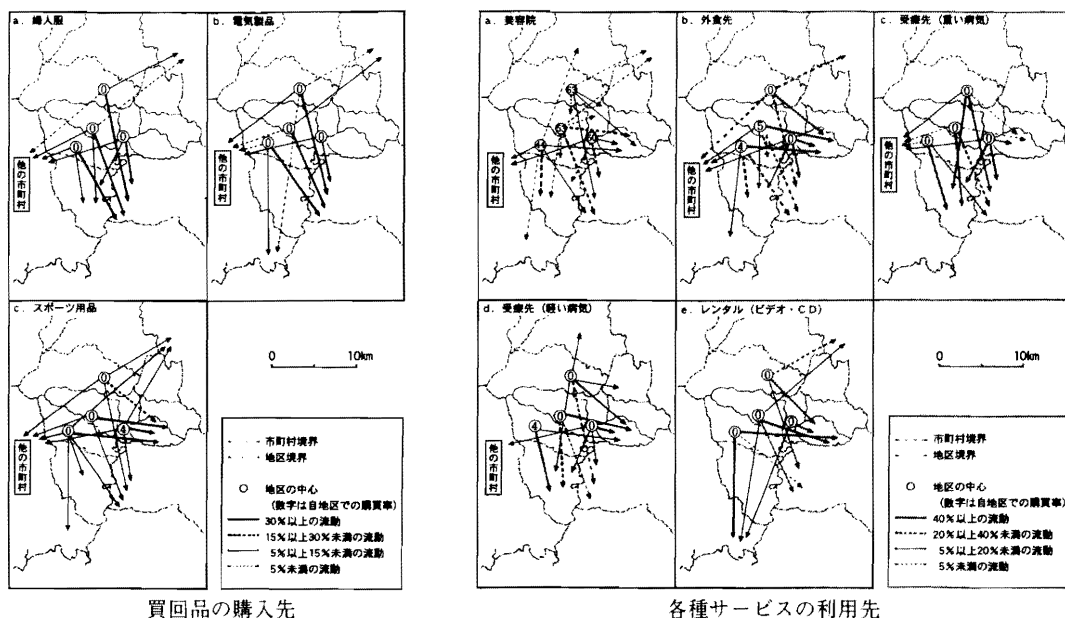
本研究で最寄品としたのは「食肉・鮮魚」、「野菜」、「菓子」の3品目。中間的商品は「医薬品」、「下着・シャツ類」、「酒・ビール」の3品目。買回品は「婦人服」、「電気製品」、「スポーツ用品」の3品目とした。これに加え、各種サービスの利用として「美容院」、「外食先」、「医療機関」、「レンタルビデオ・CD」の4施設、計9品目、4施設について分析を行った。

①最寄品の購入

最寄品の購入においては購買頻度が多いことから、自宅から近い商業地の利用が多く見られた。野菜に関しては自給している世帯も多く、市内で約50%近くの買物行動が完結している。特に高い流動を示すのは西郷地区と東根市であり、商店街のある楢岡地区の利用はほとんど見られない。利用される店舗の種類の内訳はスーパーマーケットやディスカウントストアとなっており、個人商店の利用は見られなかった。

②中間的商品の購入

最寄品と比較すると、市内での購入が大幅に減少し東根市への流動が第1位となっている。中間の商品の場合、購入する店舗によって品質は変わらないためより安く購入できるディスカウントストアが好まれる傾向にある。そのためこの種の店舗が多く立地している商業地への流動が多くなったと考えられる。酒・ビールに関しては、最寄品を購入する店舗で安く販売されていたり、



第3図 各商品の購入先と各種サービスの利用先

資料：アンケート調査による

その近くに安売り店が位置していることなどもあり最寄品と同様の流動形態となっている。

③買回品の購入

買回品の購入に関しては、スポーツ用品を除き周辺市町村への流動がほとんどを占めている。その流動は東根市、天童市、寒河江市と南方向への流動が主であり、指向する店舗は大規模小売店舗や量販店となっている。これに対しスポーツ用品では周辺市町村での購入はほとんど見られず、市内での購入の割合が高くなっている。これには近くに大型の量販店が存在しないこともあり、楢岡地区の商店街内にあるスポーツ用品店での購入が約60%を占めている。

④各種サービスの利用

美容院の利用においては、各地区共通して自地区内の施設を利用する傾向が強くなっている。外食先に関しては市内での利用が約40%、残りは周辺市町村である。市外への流動パターンは買回品の流動パターンに酷似していることから、市外の店舗の利用は買物行動を伴った余暇活動と考えることができる。

(2) 子供の買物行動

子供の買物行動に次のような特徴が見受けられた。農村地域においては、公共交通機関が未発達でうまく機能していない。そのため子供自身がそれらを利用して購買行動を行うのは困難な状態にある。そこでこの地域では親の買物に同行して商品を購入したり、親などに自分の代わりに商品を購入してきてもらうという購買パターンが一般化している。また、商品を購入するために親に自家用車等で店舗まで連れていってもらおうという購買方法も比較的多くなっているようであ

る。

Ⅲ．生活空間の構造とその特徴

この章においては、購買行動の
パターンの背景にある店舗の選択
理由や購買動機について、アンケ
ート調査によって得られた各家庭
の購買状況を細かく分析すること
により導き出し、この地域におけ
る生活空間の構造を明らかにする。

分析対象としては購買頻度の高い
最寄品の購入について扱う。その
結果を踏まえた上で魅力を感じる
商業地について考察していきたい。

(1) サンプル世帯の属性

今回アンケート調査の対象にな
った296世帯の家族の属性を第1
表に表した。これによると、2世
帯以上の同居率は80%以上であり
中学生及び小学生又は高校生と世
帯主夫婦、祖父母の計6～7人が
標準的な家族と考えられる。この
2世代同居の家族構成により、家
事を祖母と分担して軽減されるこ
とや育児に手間がかから

なくなったこと、金銭的
な理由などにより主婦の
就業が一般的なものにな
っている。また、自家用
車の保有台数は1世帯当
たり約4台であり、これ
は通勤や日常的な買物行
動に使用されている。

第1表 サンプル世帯について

サンプル世帯における2世帯以上の同居率

地 区 名	サンプル世帯数	同居世帯数	同居率(%)
西郷地区	63	63	100.0
戸沢地区	78	63	80.8
葉山地区	92	76	82.6
大高根地区	63	60	95.2
対象地域全体	296	262	88.5

アンケート調査による(平成12年)

サンプル世帯構成員の就業状況

職 業	男(常勤)	女(常勤)	男(パート)	女(パート)	性別不明	合計
会社員・会社役員	191	118	3	36	1	349
公務員・団体職員	57	45	1	6	-	109
製造業	10	9	-	4	-	23
サービス業	7	13	-	7	-	27
自営業	44	31			-	75
農業・林業	108	79			-	187
園児・児童・生徒	281	366			10	657
主婦	-	38			-	38
無職	62	123			-	185
不明	27	53			1	81
合計	787	875	4	53	12	1,731

アンケート調査による(平成12年)

サンプル世帯における主婦の就業率

地 区 名	サンプル数	就業者数	就業率(%)
西郷地区	63	54	85.7
戸沢地区	76	70	92.1
葉山地区	90	78	86.7
大高根地区	63	59	93.7
対象地域全体	292	261	89.4

アンケート調査による(平成12年)

最寄品の購入者

主に最寄品を購入する人(主)

購入者	人数	割合(%)
母	279	91.5
父	5	1.6
子供	1	0.3
祖母	14	4.6
祖父	4	1.3
不明	2	0.7
計	305	100.0

最寄品を購入する人(副)

複数の家族が購入する世帯数		200
購入する世帯の割合		69.6%
購入者	人数	割合(%)
母	13	5.6
父	56	23.9
子供	8	3.4
祖母	114	48.7
祖父	42	17.9
不明	1	0.4
計	234	100.0

アンケート調査による(平成12年)

第2表 勤務先と購買店舗の所在地分布

① 会社員・公務員・自営業従事者（自宅から勤務地が離れている場合）

勤務地	買 物 先 の 店 舗 所 在 地 (%)												
	桶岡地区	大倉地区	袖崎地区	西郷地区	戸沢地区	葉山地区	大高根地区	東根市	河北町	大石田町	尾花沢市	寒河江市	他の市町村
桶 岡 地 区	1.1	-	-	50.5	-	-	-	31.9	5.5	-	9.9	-	1.1
大 倉 地 区	-	-	-	55.9	-	-	-	26.5	14.7	-	2.9	-	-
神 崎 地 区	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
西 郷 地 区	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
戸 沢 地 区	-	-	-	66.7	4.8	-	-	9.5	9.5	-	9.5	-	-
葉 山 地 区	4.0	-	-	32.0	-	-	-	22.0	30.0	-	2.0	8.0	2.0
大高根地区	4.8	-	-	38.1	-	-	-	23.8	-	-	33.3	-	-
東 根 地 区	-	-	-	46.9	-	-	-	29.7	10.9	-	12.5	-	-
河 北 町	2.5	-	-	40.0	-	-	-	15.0	40.0	-	2.5	-	-
大 石 田 町	7.7	-	-	7.7	-	-	-	7.7	23.1	-	53.8	-	-
尾 花 沢 町	-	-	-	38.5	-	-	-	23.1	7.7	-	30.8	-	-
寒 河 江 市	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
他の市町村	-	-	-	37.9	-	-	-	27.6	17.2	-	-	6.9	10.3

アンケート調査による（平成12年）

② 主婦・農業・自営業者（自宅と勤務地が近い場合）

勤務地	買 物 先 の 店 舗 所 在 地 (%)												
	桶岡地区	大倉地区	袖崎地区	西郷地区	戸沢地区	葉山地区	大高根地区	東根市	河北町	大石田町	尾花沢市	寒河江市	他の市町村
西郷地区	10.0	-	-	55.0	-	-	-	30.0	-	-	5.0	-	-
戸沢地区	1.9	-	-	51.9	3.8	-	-	30.8	5.8	-	5.8	-	-
葉山地区	1.8	-	-	35.1	-	1.8	-	22.8	36.8	-	-	1.8	-
大高根地区	2.7	-	-	21.6	-	-	2.7	32.4	-	-	40.5	-	-

アンケート調査による（平成12年）

（2）買物行動と生活空間の構造

各世帯において最寄品の買物をする人の就業地と購買店舗の所在地、買物をするときの状況を分析した結果、対象地域において次のような生活空間の構造を成していることが分かった（第2表）。

この地域における標準的な家族構成は、父母とその子供、祖父母からなる2世代同居の家族である。この2世代同居という家族形態が主婦の家庭内での負担を軽減し、主婦の就業を一般的なものにした。しかし、会社等に勤務することにより家事にかけられる時間が制限されるため、家事の代行や買物の工夫によって家事の効率化を図っている。買物の工夫とは帰宅途中の買物や一定期間分の最寄品のまとめ買いなどである。これにより特に最寄品において、勤務地と買物先が同一の方向性をもったり、まとめ買いのしやすいスーパーマーケットが好まれ、これが立地する商業地を中心とした買物行動が一般的なものになっている。

（3）消費者から見た魅力ある商業地とは

消費者が魅力を感じる商業地とはどんなものであろうか。それは今回の研究からも明らかであるが、購買者の生活空間と要望に対応できている商業地である。前述した生活空間の構造をふまえた上でこの地域における魅力ある商業地には、会社等に勤務している主婦の買物行動に合わせた、主要道路に隣接した立地と会社帰りでも利用できる営業時間、まとめ買いに適した多種多様な品揃えと食料品以外の商品も豊富に取り扱っていることが条件となる。つまり大型スーパーや総合スーパーを核として周辺に専門店が集まった商業地が好まれるであろう。しかし、これはこの地域の買物行動の特徴に合わせたものであり、地域が変わればその地域の生活空間と買物行動

に合わせた商業地を検討する必要があると考える。

IV. おわりに

本論文において、村山市西部地域における商品ごとの消費者購買パターンと住民の生活空間の構造について考察した結果、次のようなことが明らかになった。

この地域において一般的な2世帯同居という家族構成が主婦の就業率を高め、主婦の就業は家事に費やす時間を制限した。主婦は家事の効率化のため、日常的な買物は帰宅途中に済ませたり、一定期間分をまとめ買いするなど買物行動を工夫している。これにより購買店舗として選択されるには、帰宅途中に利用できる営業時間と店舗の立地、まとめ買いに適した多種多様な商品を扱っていることが最低条件として満たされていることが必要である。また農村地域では、子供自身の買物行動において次のような購買パターンが一般化している。公共交通機関の利用が不自由であるため、親の買物に同行して購入したり、他の人に買物を代行してもらうという購買パターンである。消費者が魅力を感じる商業地に関しては、その地域の生活空間の構造と購買パターンに対応した店舗展開と経営の工夫が必要である。

アンケート調査をもとに分析を進め、上記のような結果となったが、これは中学生をもつ家族の買物行動に的を絞ったものである。実際にはこれ以外にも多くの家族形態があり、それによって買物行動のパターンや商業地に求めるものが変わってくるはずである。特に消費者が魅力を感じる商業地について考える際には、万人が魅力を感じるものにすることがあるだろう。その点から様々な年齢層と家族形態の生活空間の構造を明らかにし、それらを総合的に考える必要性があるだろう。

【謝 辞】

本論文を作成するにあたり、アンケート調査にご協力いただいた中学校（大高根中学校、戸沢中学校、西郷中学校、葉山中学校）の先生方、生徒のみなさんとその保護者の方々に厚く御礼申し上げます。また、快く資料等を提供して下さった村山市役所企画調整課ならびに同市役所、東根市役所、尾花沢市役所、河北町役場の商工観光課の方々にも御礼申し上げます。さらに、日常からご指導いただいた後藤雄二先生、水野裕先生に深く感謝致します。

【参考文献】

- ・川瀬 正樹（1999）：千葉県柏市における既婚者の通勤行動の都市農村間比較
筑波大学人文地理学研究, 23, 1～18.
- ・栗島 秀明（1999）：福岡県久留米市の商業環境と住民の買物行動
筑波大学地域調査報告, 21, 189～204.

- ・ 田子 由紀（1994）：工場進出に伴う就業女性の生活変化に関する時間地理学的考察
 －神奈川県津久井町青野原地区を事例に－
 人文地理, 46－4, 20～43.
- ・ 田谷 浩介（1999）：山形市を中心とした通勤・通学流動の分析
 東京都立大学理学部地理学教室 地理学調査法研究報告
 －山形の地域研究－, 56～66.
- ・ 中山そのみ（1997）：千葉市郊外における大規模小売店舗「ゆみ～る」の進出と
 購買行動の変化（要旨）
 千葉大学教育学部地理学研究報告, 8, 76～78.
- ・ 松村公明・田林 明・石井英也（1997）：農村地域における生活空間の構造とその変化
 －茨城県協和町における消費者買物行動の事例－
 筑波大学人文地理学研究, 16, 33～57.
- ・ 山川 充夫（1997）：農村地域中心商店街の活性化戦略の展開－福島県川俣町の場合－
 福島地理論集, 40, 42～49.