

---

# 和歌山県(市)域における 消費市場構造・消費者行動について

— 平成10年度Bプロジェクト研究の中間報告 —

チーフ 崎 山 頌 一  
(和歌山社会経済研究所)

平成9年度の和歌山地域経済研究機構の研究では、A、Bプロジェクトとも「製造業」を取り上げ、それぞれ、和歌山の製造業の特性であるとか、環境変化に立ち向かう経営戦略等について研究した。

平成10年度は、昨年度のA、Bプロジェクトの研究テーマをふまえながら、和歌山県経済の持つ特性を「経済循環の地域的な特性」という形で把握していこうという基本的な目標を持ちながら、「和歌山市の消費構造」に照準を合わせ、これの研究に取り組むことにした。

日本経済は長期にわたり不況から脱することができないでいる。GDP(国内総生産)の約6割を占める個人消費の落ち込みがその大きな原因の一つであると言われている。社会の成熟化が本格的になるに伴い、消費の多様化・個性化が進む一方で、所得の伸び悩みを反映し、消費低迷がここ10年以上続いて来た。特に最近では、企業収益の悪化により、賃上げゼロの状態が続いており、ボーナスも多くの企業で減少がみられる。株価の下落・低迷、不動産価格の下落等による逆資産効果、加えて、従業員の解雇、雇用情勢の悪化、さらには年金問題がある。将来の年金額の切り下げ、支給年齢の先延ばしなど、消費者にとって不安な材料ばかりである。このような状況下では積極的な消費行動は期待できない。個人消費に直接的に接している小売業やサービス業では、販売価格の低下もあって、売上減少もしくは停滞を余儀なくされている。

和歌山県、市における小売業も例外ではなく、全国以上の低迷の状態にある。和歌山県の県内総生産に占める第二次産業の比率は全国水準に比べかなり少ないといえる。

さて、和歌山市の商業の話に移りたい。

和歌山市は、古くから和歌山県の県都として発達してきた。昭和40年代頃までは、和歌山市の周辺市町村の商業は発展しておらず、買い回り品を中心に、人々は和歌山市へやってき

---

て、買い物や娯楽を楽しんだものである。当時の和歌山市の商業は和歌山県内全域はもちろん、大阪府南部までを商圈としていた。また、商業だけでなく金融機関をはじめ多くのサービス業でも同様な傾向が見られた。和歌山市は人々を集める機能と魅力、県都としてのステータスを持ち合わせていたのである。和歌山市は文字通り広域的な経済、文化の中心地であった。

和歌山市内にまだスーパーマーケットが数少ない頃、スーパーの広告チラシが周辺市町村にも広域に配布され、スーパーの商圈も非常に広いものがあつた。しかし、その後周辺市町村にスーパーマーケットができ、またショッピングセンターも出店する事態となり、さらに高速道路が開通したことにより、和歌山市の周辺市町村の住民は和歌山を越え、または反対方向に、大阪まで買い物に行くことも多くなったと言われている。また、消費行動の多様化・個性化の進展は、和歌山市民を大阪など市外での購買行動に向かわせた。これに伴い、和歌山市の商圈は縮小し、和歌山市商業は全体的に低迷傾向を続けている。さらには、ディスカウント店やコンビニ等の新業態の出現もあり、古くからあつた和歌山市の多くの商店街等では買い物客は激減し、ぶらくり丁に代表される中心市街地の空洞化が加速され、今日に至っている。

これまで述べてきた和歌山市商業の商圈の変遷については、間違いのないものである。しかし、一部きわめて感覚的なものであると言わざるを得ない。というのは、これまで、和歌山市の消費の流入・流出の実態について調査したものが無いからである。

一方、和歌山県経済の根本的な問題として、県内における「民間消費の低さ」、「消費意欲の圧倒的低下（いわゆる限界消費性向の低下）」が指摘されている。（※「和歌山県におけるベンチャービジネス創出の諸条件に関する研究」平成9年7月 和歌山大学経済学部）

このことを含め、和歌山の消費構造を別の角度からマクロ的数量的に分析するとともに、「商業者の状況」、「消費者の行動」などの側面もあわせ、より具体的に消費構造全般について理解を深めるために、調査研究しようとするものである。

我々の調査・研究内容の概要は、以下のとおりである。

1. 和歌山県経済の問題点として消費支出の少なさや県内GDPに占める商業のウエイトの少なさが存在するが、和歌山市（県）の消費構造をマクロ的に分析する。
2. 和歌山市の商圈がどれくらいであるか、和歌山市周辺の市町村の住民は「和歌山市の商業をどの様に見ているのか」、また「和歌山市でどれくらい買い物をしているのか」

を当該住民に直接アンケート調査することにより、和歌山市小売業の商圈を把握するとともに、和歌山市の小売商店等の機能や魅力がどの様に評価されているのかを調査する。加えて、和歌山市民に対しては市外での買い物の状況についてアンケート調査し、「購買の流出」の実態についても調査する。

※なお、今年2月はじめに、和歌山市および和歌山市の周辺市町村（泉佐野市以南の大阪府の市町村、紀北の全市町村、御坊市以北の市町村）の住民に対し5,000通のアンケート票を送付し、約1,750の回答を得ることができた。

現在データの処理作業を実施している所である。

3. 「マクロ的数量的」把握、および「消費者の行動」・「商業者・商店街等の実態」の側面の把握を併せて、和歌山市の消費構造の特性と、小売商業の課題を明確にする。

