

沖縄県伊江島における消費者購買行動

山本 耕三*

Purchasing Behavior Patterns in Ie Island, Okinawa Prefecture in Japan

Kozo YAMAMOTO

Abstract

After observing the purchasing behavior on the people who live in Ie Island, the following became in the clarifying. It is possible to say that the Ie Island is an edge side part in the living area in the daily life, particularly Nago City, in the purchasing behavior. In Ie Island, the use percentage of the online shopping and door-to-door sales are high. Therefore, at one point of view, Ie Island is isolated. However, Ie Island is an outside part in the commuting area of Nago City. But, from the questionnaire results, the people who live in Ie Island often go to shopping to Nago City. Therefore, at another point of view, Ie Island is not isolated.

はじめに

消費者購買行動に関しては、すでに行政機関による調査が継続的に行われており、「商圈調査」「買物動向調査」等の名称で知られているところである。行政機関による調査のため回答数が多く、ある商業中心地の「商圈」を画定したり、商圈の消長を明らかにする、という点においては有意義な調査である。しかし、この調査の対象者は、世帯を単位とし、その中で主に買い物を担っていると想定される主婦とすることから¹⁾、この調査の結果についても、消費者購買行動のすべてを反映しているわけではなく、一定のバイアスがかかっていることは否めない。さらに、地元購買率と吸引率(流出割合)によって「1次商圈」「2次商圈」などと区分されるが²⁾、その区分点として用いられる数値には、なぜその数値が適切なのかという明確な根拠がなく目安にすぎない、といった問題点もある。

そこで、地理学における消費者購買行動に関する研究動向をふり返ると、2つの潮流があるように見受けられる。1つは、多変量解析の利用によって商圈の階層区分の精緻化を図ろうというもので、石澤(2002)に代表される研究である。これは、商業ないしは消費者購買行動を通して、都市システムを明らかにすることに主眼があると言えることができる。

もう1つは、消費者購買行動そのものに関心を寄せ、行政機関による調査では補足しきれていない特定の対象や小地域を取り上げたものである。生徒や

学生の購買行動を取り上げた例として、荒木(1997)や和田(2000)、小地域の詳細な分析として宮澤(1996)や福田(2001)が代表例として挙げられる。この中でも宮澤(1996)は、周辺地域の消費者購買行動を取り上げた研究の中で唯一離島を事例としている点においてユニークではあるが、離島といっても本土との隔絶性の程度や島内の人口(あるいは商業)集積の程度はさまざまである。すなわち、本土へ通勤・通学できるか否か、日常生活に必要な財やサービスが島内で一通り揃うか否か、の2つを指標に離島の性格を分けて考える必要がある。宮澤(1996)の研究対象地域である五島列島(旧)岐宿町は、本土との隔絶性に関しては、隣接する(旧)福江市と長崎市を結ぶ航路は、毎日の通勤・通学には使えないが、日帰りでの出張や買い物・余暇活動には利用可能なダイヤで運航されている。また、いわゆる「平成の大合併」以前から市制を敷いていた自治体が存在する島の中での周辺的な地域であり、日常生活に必要な財やサービスが、島内で一通り揃うものと想定される。

そこで本稿においては、宮澤(1996)とは条件が異なる離島を事例として、消費者購買行動がいかに関係しているかを明らかにすることを目的とする。

研究方法

調査者記入型アンケートを移動(訪問)型により実施した。この方法は、サンプル数を稼げないというデメリットがあるものの、質的情報に関しては詳細な情報が得られるというメリットがある。サンプル数を稼げる被調査者記入型アンケートは、本稿で

* 社会科教育講座

事例とする伊江島を含む沖縄県においては、『沖縄県買物動向調査報告書』が3年ごとに刊行されており、その報告書では分からない傾向を浮かび上がらせることが、本稿の目的でもある。アンケート調査は2003年8月上旬の2日間で実施した³⁾。有効回答数は30である。被調査者をあらかじめ抽出しておくことはせず、調査日に調査者が島内を巡回し、在宅が確認できる方や、事業所等で手空きの時を見計らって協力していただいた。

回答者の性別の内訳は男8名、女22名である。年齢層の内訳は、20歳台1名、30歳台3名、40歳台9名、50歳台7名、60歳台4名、70歳以上6名である。世帯単位で主に買い物をしている人を調査対象としたため、女性が多く、回答者に未成年はいなかった。職業の内訳は、農業と漁業を兼業している人をそれぞれ0.5人とみなして計上すると、農業9.5人、公務員6人、飲食・サービス業5人、小売業3人、漁業1.5人で、保育士、会社員、専業主婦、無職(年金生活者)がそれぞれ1名ずつである。また、既婚者で夫婦同居であると確認できた18例のうち、共働きが14世帯を占めた。

研究対象地域の概観

本稿では、研究対象地域として沖縄県伊江島を選定した。その理由としては、宮澤(1996)における五島列島に比べ、人口規模が小さい島であることである。2000年国勢調査人口では、長崎県岐宿町4,310人、岐宿町を含む現五島市域48,533人であり、現五島市域の中核である福江市は、いわゆる「平成の大合併」以前から市制を施行していた。それに対して、伊江島の人口は5,112人であり、全島1自治体(伊江村)である。楕円形の島で、沖縄本島の本部半島から約9km離れている(図1)。東西約8km、南北約3kmの広がりを持つ。島の南海岸のやや東寄りに伊江港があり、その後背地に役場集落がある。島の西端に米軍演習場がある。村役場の背後の城山(標高172.2m)を除けば、ほぼ平坦な珊瑚礁の島である。

2000年国勢調査により、伊江島(村)民の就業状況を産業大分類単位で見ると、農業従業者の比率が最も高く36.1%であり、日本全国のそれが4.5%であることと比べて著しく高い。伊江島の農業は、従来さとうきび栽培が盛んであったが、葉たばこへの転換が急速に進んでいる。島内にある製糖工場は2004年度をもって操業を停止した。葉たばこに次いで盛んであるのが牛の肥育であり、これは奄美・琉球諸島に共通して盛んである。他に従業者率が高いのは、サービス業19.5%、建設業15.0%、卸売・小売業・

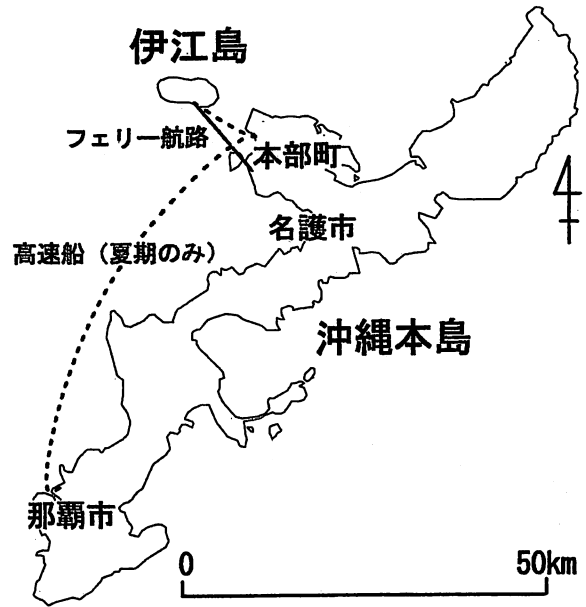


図1 研究対象地域

飲食店13.3%である。島の最高所より伊江島の全景を見渡せば、伊江港から村役場にかけての集落のほかは、畑と米軍演習場が広がっていて、畑作地帯に小集落と牛舎が点在する様子がわかる。

商業、サービス業については、伊江港から村役場にかけてのエリアに商店が散在するが、景観上、商店街を形成しているとまでは言えない。全国チェーンのコンビニエンスストアが存在するが、スーパーマーケットは、小規模な食品スーパーマーケットレベルの店舗でしかない。役場集落以外では、各集落に小売商店が1つある程度である。伊江島に診療所はあるが、そこで対応できない治療は島外の医療機関に出向かなければならない。学校については、義務教育まででしかなく、高校進学者は島外にある高校へ進学することになる。

観光については、砂浜海岸に乏しい珊瑚礁の島のため、マリンレジャーに関しては海水浴ではなくダイビングが中心である。もう一つ、沖縄戦やその後の米軍の駐留に関する有名な資料館があり、また、島内に戦跡が散在するので、平和学習を目的とする観光もこの島の特徴である。本土や沖縄本島と空路で結ばれていない反面、航路での沖縄本島との便数が、他の沖縄県の離島と比べると多いので、観光客が殺到することはないがほどほどの数が訪れるという印象であり、乱開発と言いたくなるような観光開発は行われていない。

伊江島外との交通は、沖縄本島北部の本部港とのフェリーが通常期4往復・多客期7往復あり、所要30分、伊江港からの往復旅客運賃は本部港から往復

する場合の1,110円より安く、990円である。軽自動車等3m級の車両の航送料金は往復5,190円である。本部港は本部町の中心市街地から外れ、国道沿いに港湾施設があるだけという立地であり、沖縄本島北部の中心都市である名護市までは、バスに乗り継いで約30分かかる。フェリーの伊江港始発便は8:00発・本部港8:30着、本部港発最終便は17:00発・伊江港17:30着である⁴⁾。始発便のフェリーに乗っても、名護市街入りできるのは9:00頃となるので、伊江島民にとって、一般的な始業・終業時刻の事業所や高校への通勤・通学には利用できない。沖縄県立本部高等学校が本部港から北へ3km強の場所にあるが、本部港から名護市とは逆方向のため、路線バスの接続が良くなく、始業時刻が8:45である同高校への通学も困難である。したがって、伊江島の中学卒業生は、高校進学の際には島を離れて沖縄本島の下宿や寮、親類宅に住むことになる。

このほか、4～9月の間のみの運航であるが、那覇・泊港との間の高速船が2往復ある。所要1時間10分、片道運賃4,000円である。那覇を拠点として1隻の船が2往復するため、伊江島民にとっては那覇・泊港からの最終便が早い(15:00発)ということになり、那覇側から伊江島を往復するのに便利なダイヤになっているが、船会社への聞き取りでは、伊江島民が那覇市への往復に利用する方が、那覇市から(あるいは本土から那覇市を経て)伊江島へ往復する客よりも、数はやや多いという。

また、伊江島には空港はあるが、定期便はない。高速船就航以前の一時期、小型飛行機により、那覇

空港との間に不定期路線が、所要25分、片道運賃8,500円で存在した。

伊江島内は伊江港を起終点に、島の西～北西にかけての小集落を結ぶ路線バスが、平日で8往復走っている。学休日は減便される。

伊江島民の購買行動の概観とその変化

ここでは、1991年度と2001年度の『沖縄県買物動向調査報告書』(沖縄県)により、伊江島民の購買行動の概観を捉え、両年度間の変化を考察する(表1, 2)⁵⁾。

この10年間に於いて、村内で購買する比率が全般に低下している。同時に、那覇市への流出も低下している。1991年度の場合、那覇市への流出率は名護市のそれよりやや低い程度の品目が多かったが、2001年度では両市への流出率のポイントの差が開いている。すなわち、伊江村は、1991年度の時点では、婦人服をはじめとする買回品に関しては名護市の商圏であると同時に那覇市の商圏でもあり、かつ村内での購買率も決して低くはない、ということが観察される。それ以降の10年間で、伊江村は名護市の1次商圏への従属性が強まり、吸引力の差が大きく開いて那覇市の2次商圏に属している、ということが観察される。この間、北谷町で米軍跡地再開発などによる大型ショッピングセンターや各種娯楽施設が開業した結果、北谷町が商圏を形成する吸引中心の1つとなり、それが2001年度の伊江島民の買物先にも現れている。浦添市は、市域の狭い那覇市から市街地が連続して、主にロードサイドショップが

表1 伊江村の購買行動流出先(2001年度) 単位: %

品目	1次商圏*	2次商圏*	影響圏*
婦人服	名護市(63.6)	那覇市(24.6)	村内(5.9)
紳士服	名護市(64.4)	那覇市(20.6)	村内(8.8)
子供服	名護市(85.9)		
呉服・寝具	名護市(71.9)	浦添市(12.5)	北谷町(9.4), 那覇市(6.3)
シャツ・下着類	名護市(66.2)	那覇市(10.0)	村内(9.4), 浦添市(9.0), 北谷町(5.4)
くつ・カバン	名護市(68.4)	那覇市(21.7)	北谷町(7.5)
時計・メガネ・貴金属	名護市(54.2)	那覇市(27.1), 浦添市(12.5)	北谷町(6.3)
家庭用電気器具	名護市(61.8)	村内(21.6)	那覇市(5.3)
家具・室内装飾品	名護市(53.3)	北谷町(11.1), 浦添市(10.0)	那覇市, 具志川市, 糸満市, 村内(各6.7)
スポーツ・レジャー用品	名護市(74.9)	那覇市(14.6)	村内(5.3)
書籍・文具	名護市(41.7)	村内(29.2), 浦添市(11.1)	那覇市(9.7), 北谷町(5.6)
化粧品・医薬品	村内(63.1)	名護市(16.6)	浦添市(9.6), 北谷町(7.1)
日用雑貨	村内(51.8), 名護市(38.5)		
一般食料品	村内(67.2)	名護市(25.4)	
生鮮食料品	村内(72.9)	名護市(22.9)	
中元・歳暮等の贈答品	村内(46.0), 名護市(30.7)	那覇市(15.3)	
外食	村内(43.5)	名護市(28.3), 那覇市(11.1)	浦添市(6.0), 糸満市(5.6), 北谷町(5.6)
買回品総合**	名護市(70.0)	那覇市(14.6)	北谷町(5.6)

沖縄県(2002):『平成13年度 沖縄県買物動向調査報告書』より筆者作成

*注1)参照。

**「婦人服」「紳士服」「子供服」「呉服・寝具」「シャツ・下着類」「くつ・カバン」の6品目の単純平均。

表2 伊江島の購買行動流出先(1991年度) 単位：%

品目	1次商圈*	2次商圈*	影響圏*
婦人服	名護市(34.0),那覇市(30.6)	村内(26.4)	浦添市(5.6)
男子服	名護市(39.6),那覇市(34.2)	村内(18.9)	
呉服・寝具	名護市(32.4),村内(31.4)	那覇市(28.6)	
シャツ・下着類	村内(44.5)	名護市(28.1),那覇市(20.3)	
くつ・カバン	村内(33.9),名護市(30.6)	那覇市(29.0)	
時計・メガネ・貴金属	那覇市(41.2)	名護市(29.4),村内(21.2)	
家庭用電気器具	村内(57.4)	名護市(20.2),那覇市(19.1)	
家具・室内装飾品	村内(37.6)	名護市(28.7),那覇市(26.7)	
スポーツ・レジャー用品	村内(47.2),名護市(30.6)	那覇市(17.6)	
書籍・文具	村内(56.4)	名護市(26.5),那覇市(14.5)	
化粧品・医薬品	村内(77.9)	那覇市(12.6)	名護市(8.4)
日用雑貨	村内(92.1)		名護市(5.8)
一般食料品	村内(93.2)		
生鮮食料品	村内(91.3)		名護市(5.5)
中元・歳暮等の贈答品	村内(94.0)		
外食	村内(66.7)	名護市(16.1),那覇市(11.8)	

沖縄県(1992)：『平成3年度 沖縄県買物動向調査報告書』より筆者作成

*注1)参照。

消費者を吸引していると想起されるので、独立した吸引中心とはみなさないのが適当であろう。また、この間、那覇市の中心商店街である国際通りでは、3軒あるデパートのうち1軒が撤退して空きビルのままになっていたり、買回品を扱う店舗が減少し、それにとって代わって本土からの観光客をあてにした土産品店が増加して土産品店街化しており(山本, 2002)、沖縄県内各地から買い物目的で訪れる商業中心地としての那覇市の中心市街地の魅力度は低下していると考えられる。

買物交通手段は自家用車が多く、1991年度87%、2001年度73.5%である。次いで徒歩がそれぞれ7%、17.6%である。ただし、島外で買い物する場合は自宅等から伊江港までの交通手段であって、自家用車をフェリーに載せるか港に置いて人間のみがフェリーに乗るかの区別はできない。2001年度の回答数が少ないことから、同年度は被調査者が役場集落住民に偏りがあった可能性が想像されるが、確かなことは言えない。この間、沖縄県全体では自家用車が60.0%から79.6%に増加しており、その増加分は、バス・タクシー利用および徒歩の著しい減少と対応している。

買い物する店舗を選択する理由としては、品目別に16の選択肢から3つを選ぶようになっている⁹⁾。伊江島としての集計は公表されておらず、沖縄県全体の傾向である。ここでは2001年度の結果であるが、全品目を通して多く選択されている回答は、「近くて便利」「駐車場ある」「商品が豊富」「値段が安い」の4つである。これらのうち、買回品は「近くて便利」以外の3つが選ばれ、最寄品は「値段が安い」以外の3つが選ばれる傾向にある。最寄

品の中では、生鮮食料品は、「品質・鮮度がよい」が選ばれるが、16の選択肢から3つ選べという設問のため、その代わりに「商品が豊富」が選ばれない傾向にある。そもそも、調査実務の都合もあって実質的には主婦を対象とした調査であるにもかかわらず、主婦以外の属性の人々が多く選び、むしろ主婦にとっては重要でなさそうな選択肢があったり、買回品を買うついでにそこやその近くの店で最寄品を購入する、「~のついで」というケースが通勤以外は想定されていないなど、理由に関する項目は再検討の余地があるように思われる。

アンケート調査からみた伊江島民の購買行動

本章では、アンケート調査結果から、伊江島民の購買行動を、購入場所、移動手段の2つの要素から検討する。なお、品目分類は、『沖縄県買物動向調査報告書』の分類とは一部異なっている。「時計・メガネ・貴金属」が代表的な例であるが、昔ながらの商店は別として、現在の現実の各小売商店で扱う商品の範囲と上記報告書の各分類が一致しない場合が見受けられるため、現実により適合するように分類を見直した。ただし、表3の「婦人服・紳士服」は、アンケートにおいては「『シャツ・下着類』『子供服』以外の衣類」という設問としたものである。分類を細分化しすぎると煩雑な印象を与え、回答者を一定数確保できなくなると考え、一部の分類は上記報告書よりも粗く分類した。同様に、分類数を減らすために「外食」は問わなかった。

購入場所(流出先)

表1の2001年度の場合と2004年度の表3を比較すると、伊江島は食料品等の最寄品を除いて、おおむ

表3 伊江村の購買行動流出先(2004年度) 単位: %

品目	1次商圈*	2次商圈*	影響圏*
婦人服・紳士服	名護市(56.5)	那覇市(26.1), 村内(17.4)	
シャツ・下着類	名護市(55.8), 村内(30.8)	那覇市(13.5)	
子供服	名護市(50.0), 那覇市(30.6)	村内(19.4)	
くつ・カバン	名護市(53.8), 那覇市(30.8)	村内(15.4)	
時計	名護市(52.6)	村内(28.9), 那覇市(18.4)	
メガネ	名護市(77.8)	那覇市(13.9)	村内(8.3)
貴金属	那覇市(50.0), 名護市(31.3)	村内(18.8)	
家庭用電気器具	名護市(66.0)	村内(17.9), 那覇市(16.0)	
家具・室内装飾品	名護市(63.9)	那覇市(27.8)	村内(8.3)
スポーツ・レジャー用品	名護市(66.7)	村内(24.7)	那覇市(6.7)
玩具	名護市(90.9)		那覇市(9.1)
書籍	名護市(62.0)	村内(28.5)	那覇市(8.0)
文具	村内(68.8)	名護市(27.1)	
化粧品	村内(55.6), 名護市(38.9)		那覇市(5.6)
医薬品	村内(90.4)		名護市(9.6)
日用雑貨	村内(71.4)	名護市(23.2)	那覇市(5.4)
一般食料品	村内(89.7)	名護市(10.3)	
酒類	村内(91.7)		名護市(8.3)
生鮮食料品	村内(87.8)	名護市(11.1)	
中元・歳暮等の贈答品	村内(46.3), 名護市(38.9)	那覇市(14.8)	

アンケート調査により筆者作成(n=30)。

*注1) 参照。

ね名護市の1次商圈下にあることに変わりはない。ただし、那覇市・名護市以外の商圈の影響下にあることは、アンケートでは認められなかった。

「シャツ・下着類」は、表3のアンケートでは村内の比率が名護市に次いでいるものの大きい。これは、戸別訪問の販売業者が沖縄本島から定期的に訪問するほか、戸別には訪問しないが、JA(農協)や公民館等の場所を借りて営業を行う業者も沖縄本島から定期的に来島しており、それらの利用が、村内の比率に反映している。訪問販売業者においても、顧客宅にカタログを置き、注文があれば来島時にその商品を届けるという、実質的には通信販売に似た方法をとる業者もいる。そして、通信販売も61.8%もの回答者が利用している。通信販売の媒体は、通信販売業者のカタログ利用と、テレビショッピング利用が大半を占め、両者のシェアは2:1であり、インターネットや新聞広告の利用はわずかである。つまり、人口5,000人あまりの離島である伊江村においては、衣類に関しては品揃えが豊富な常設店舗は存在しないが、沖縄本島に行かなくとも、訪問販売や通信販売によって欲しい物が手に入りうる状況である。

次に、「子供服」は表1では名護市の独占に近かったが、表3では那覇市の比率も大きい。子供服は親が着るものではないので、子供が気に入るかどうかの問題や、サイズの面で実際に試着する必要性が親自身が着る物より高かったりするので、通信販売よりも実際に買いに行くという傾向が強いようである。表3で那覇市の比率が大きくなったのは、子

が那覇市に下宿して那覇市内の高校に通っている場合に、子が一方的に帰省するのではなく、親が子を訪ねることがあり、その時に家族でショッピングをした場合が反映されているものと思われる。伊江島には自宅通学できる高校がないので高校進学者は沖縄本島へ出ることになるが、名護市内の高校よりも那覇市内の高校を選択する者が多いという。親世代も高校生当時に那覇市に下宿した経験を持つ者が多く、伊江島に戻ってから時折那覇市に出ては、都会的雰囲気を楽しんでいることがうかがわれる。

2004年度では一部の分類を細分化したために、2001年度では見えなかった傾向が見られる。

「時計・メガネ・貴金属」を細分してみると、伊江村は「貴金属」が那覇市の1次商圈に属することが分かる。ここでは安価なアクセサリも含めて「貴金属」としているが、那覇市に出ることも名護市に出ることも両方ある人々にとって、これは那覇市まで足を延ばした場合に買う傾向にある。つまり、名護市での買い物は、買回品の中でも生活必需品的なもの、那覇市での買い物は買回品の中でも生活にうまいおもたらしもの、という違いがあるのではないかと推察される。ただし貴金属は、「買わない」という回答が7割近くあった。

「時計」に関しては、高価な腕時計は「貴金属」と同様の購買行動があると思われるが、安価な実用品については名護市や村内で十分であろう。腕時計で安価なものは、携帯電話を持つようになってからは買わなくなったという回答も何人かから寄せられた。

「メガネ」に関しては、名護市の眼科医に通院してそこで買うという回答が多かった。伊江村内には診療所があるが、眼科に関しては沖縄本島の眼科医へ通院する必要がある。

アンケートでは「玩具」の項目を新たに設けてみたが、伊江島内では「食玩」程度のものでしか買えないようであり、名護市で買うのが大半である。この項目は、玩具を買い与える年齢層の子や孫がいない世帯は買わないので、6割強が「買わない」と回答した。

また、アンケートでは「書籍」と「文具」を分離して問うた。「書籍」は、コンビニエンスストアでも扱っている雑誌類は村内で買うが、村内のコンビニエンスストアで扱わない雑誌・単行本は名護市内の書店で買う、と回答したケースが多かった。「文具」は伊江村内の文具店やコンビニエンスストアで十分という回答が多い。

「化粧品・医薬品」も、アンケートでは分けて問うてみた。「化粧品」は村内での購入が過半数とはいえ、品揃えの豊富さの点で満足できず、名護市へ出た際に買う人も4割近くいる。男性や高齢女性など、買わない人も多い。「医薬品」は、家庭用常備薬は訪問販売、村内の医療機関で処方されたものは村内の薬局で十分間に合うので、9割以上は村内で購入するという結果が出た。

最寄品である食料品類は村内での購買率が高いことには変わりはないが、アンケートでは「酒類」という項目を設けてみた。自家用車をフェリーに載せて沖縄本島に渡った際に、安売り店で「ケース買い」するような行動があるかどうか確かめてみたかったからである。しかし、それを明瞭に観察することはできなかった。村内のコンビニエンスストアと従来型の商店で十分間に合うという意見が多い。ビールや発泡酒を買う店の1つとしてのコンビニエンスストアに関しては、「一般食料品」に含まれるカップ麺も同様であるが、コンビニエンスストアが伊江島にできてからは、都会と時間差なく新発売の商品が島で買えるようになったという評価の声が複数寄せられた。

「中元・歳暮等の贈答品」については、村内に次いで名護市への流出率も高い。これは、伊江島の産品を贈ることに意味がある場合や、村民どうしの中元・歳暮の場合は村内で買い、親密な人へのプレゼントは品揃えの豊富な名護市へ出て、相手が喜ぶであろう物を買う、という購買地の使い分けがなされている。

購入頻度に関しては、表3の分類に従うと、「日用雑貨」「一般食料品」「酒類」「生鮮食料品」は、

毎日買うから週1回買うまでの範囲内での購買行動が大半である（表省略）。それら以外は、月1回以上の間隔で購入している。伊江島は、品揃えを問わなければ島内で一通りのモノが揃う人口規模の島であるので、また、名護市へは、通勤・通学は困難とはいえ、通院や買い物では無理なく日帰りできる、隔絶性の高くない島であるので、離島でない地域に比べて最寄品・買回品ともに購入頻度が著しく低い、という地域ではないと思われる。

アンケート回答者が沖縄本島へ出るときの第1の目的は、親族訪問24.1%、仕事・通院各22.4%、買い物17.2%、その他（パチンコ等）10.3%、そして島の外へ出ない3.4%であり、沖縄本島での買い物は、買い物以外の主な用事の「ついでに」行うことが多い。親族訪問は、前節で述べたように、主に高校生の子への訪問であり、一部の商店主や飲食店主は仕入れのために高頻度で本島に渡っている。また、通院で名護市へ通う人も少なくない。最終学歴が高卒以上の人は那覇市や名護市に住んだ経験もある。これらのことから、伊江島民の消費生活において、離島であることにより買い物頻度が著しく低くなっていることはないかと推察される。

各品目について、購買店舗の選択理由についても問うている。上記において、アンケート回答者が沖縄本島へ出るときは買い物以外の主目的があって、買い物はそのついでであることが多いことが判明しているが、各品目ごとに購買店舗の選択理由を問うと、「他の用事のついで」という回答の比率が他の理由よりも高かったのは、那覇市が最大流出先である「貴金属」に限られる⁷⁾。ただし「貴金属」の場合、「品揃えが豊富」と同率首位である。名護市よりも遠い那覇市へ出る場合に、他に用事があって買い物はそのついで、という意味合いが強くなるのではないかとと思われる。

「貴金属」以外については、買回品はいずれも「品揃えが豊富」が購買店舗の選択理由で最も多く、最寄品は「島内で間に合う」か「自宅・職場に近い」が多数意見である。「他の用事のついで」は比率としては小さくはないが、選択率はそれらを下回る。「行きつけ」や「値段が安い」「品質・鮮度がよい」などは選択理由としてそれらほどには重視されない。

沖縄本島に行った時の購買行動の位置付けを全体的に問われれば、他の用事のついでであることが多いが、個別の商品について問われれば、島内の店舗と比較するようになり、他の用事のついでということが意識に上ってこないのではないかとと思われる。

移動手段

移動手段については、表4において、品目ごとに、島内・島外の区別なく手段別の構成比を求めた。役場集落の住民など、自宅のすぐ近くに商店がある場合、島内での買い物に徒歩移動のケースが現れるが、島内での買い物にあっては自動車での利用が大半である。ある回答者が「100m先に行くにも車を使う」と自嘲気味に語ったように、大人の移動手段としては自家用車が大前提となっている。バスは車の運転ができない高齢者の移動手段と化している。バスは役場集落から遠い集落をもれなく1本の路線で結ぼうとするため、たいていの場合、自家用車での移動と比べると遠回りになり、事実上、もっぱら交通弱者のためのものになっている。港から村役場にかけての役場集落に坂があることもあって自転車利用はなかった。自転車は中学生以下の子供が乗っているのと、観光客が利用する貸し自転車を見かける程度である。

島外へ出る手段として、那覇・泊港行き的高速船の利用を回答した人はいなかった。冬期には運航されないこと、航路としての歴史も浅いことから、那覇へ出る交通機関として、一般的な交通機関の1つとしては認識されていないと思われる。

フェリーで本部港に出る場合、本部港は港湾施設があるだけの場所なので、そこから先への移動手段が必要となる。フェリーは本部港と名護市街を結ぶ路線バスに必ず接続しているが、その手段を利用している人は極めて少なく、ほとんどの場合、フェリーに自家用車を載せ、本部港から先へは自家用車で移動している。本部港～名護市街間の路線バス運

賃は片道630円であるから、1人で移動する場合、フェリーに自家用車を載せることは路線バス利用に比べて割高となるが、家族で街へ出かけ、買い物で帰りの荷物が多くなると予想されるような場合は、フェリーに自家用車を載せることを選択しよう。また、沖縄本島側での目的地が路線バスでは行きにくい場合、タクシーかフェリーに自家用車を載せるかを比較考量すれば、金額面でフェリーに自家用車を載せることの割高感を感じないであろう。名護市で買い物する場合に店名のよく挙げた家電量販店などのロードサイドショップは、路線バス利用は便利でない立地である場合が多い。

表4においてフェリー利用が50%以上である品目の購入頻度は月1回以上の間隔であるから、仕入れや通院で比較的高頻度に沖縄本島に渡る人を除いて、多くの場合沖縄本島に渡る機会が年数回といったところであり、荷物や移動の自由さから、バス利用が選択肢に最初から入っていないであろうと思われる。

島外に出ないと回答した高齢者が1名いたが、島外へ出なければならぬ買い物は子が沖縄本島へ出る際に頼んでおり、回答者の消費生活が島の中で完結しているわけではない。

おわりに

本稿では、沖縄県伊江島の住民の購買行動について論じてきた。伊江島の場合、人口が5,000人あまりいるので、品揃えの豊富さを問題にしなれば、雑誌以外の書籍や家具等の一部の品目を除き、一通りの商品を島内で購入することができる商業環境にある。全国チェーンのコンビニエンスストアも2軒

表4 伊江島民の購買行動時の移動手段(2004年度) 単位：%

品目	徒歩	バス	バイク	自動車	フェリー+自動車	フェリー+バス
婦人服・紳士服			7.1	11.9	76.2	4.8
シャツ・下着類	6.0	4.0	6.0	8.0	72.0	4.0
子供服	5.9		8.8		79.4	5.9
くつ・カバン			2.1	14.6	70.8	12.5
時計				26.5	67.6	5.9
メガネ				8.8	85.3	5.9
貴金属				18.8	68.8	12.5
家庭用電気器具				17.3	76.9	5.8
家具・室内装飾品				10.7	82.1	7.1
スポーツ・レジャー用品				25.0	68.8	6.3
玩具					90.0	10.0
書籍				25.0	75.0	
文具	9.1		2.3	54.5	34.1	
化粧品	6.7			46.7	46.7	
医薬品	4.0			6.0	80.0	10.0
日用雑貨	4.0		6.0	54.0	32.0	4.0
一般食料品	9.3	1.9	5.6	75.9	7.4	
酒類	15.0	2.2	6.5	71.7	4.3	
生鮮食料品	8.9	1.8	5.4	73.2	10.7	
中元・歳暮等の贈答品	4.1		4.1	36.7	51.0	4.1

アンケート調査により筆者作成(n=30)。

あり、そこで扱われる商品に関しては、都会と同じように新製品が手に入る。名護市は通勤圏とは言えないが、日帰りでの買い物を含む「お出かけ」先である。名護市はデパートが立地するほどの大きな都市ではないが、「カテゴリーキラー」と呼ばれることもある、ロードサイド型の専門量販店は一通りあり、比較的大きなスーパーマーケットもある。一方で那覇市は、中心市街地の空洞化が進みつつある。したがって買い物が主目的の場合、島内で間に合わない場合は那覇市まで出なくても名護市まで出れば事足りる状況にあり、時間的な変化としては、伊江村に対しては名護市の影響力が強まり、那覇市のそれが弱まる傾向にある。よって、伊江村は名護市を中心とする日常生活圏の縁辺部であると言える。離島であることによる隔絶性は、フェリーの運航ダイヤに制約されて名護市の通勤・通学圏に入れないことに現れるが、購買行動に関しては、離島であることによる隔絶性は明瞭には観察できない。ある都市の通勤・通学圏の外側であるが、その都市への日帰り商圏の縁辺部であるという地域は、離島であるか否かを問わず存在する。これが、購買行動からみた伊江島の位置付けであり、必ずしも離島ならではの隔絶性の論理で説明できるものではない。

また、高卒以上の島民は島の外での居住歴が必ずあり、多くの場合、那覇市か名護市で高校生活を送った経験を持ち、これらの都市への親近感を持っている。子や孫が高校生である場合、家族の一員が現にこれらの都市に住んでいるし、親族・友人が住んでいたりもする。したがって、仕事の上で島の外に出る必要がない人でも、彼らへの訪問を目的として沖縄本島に出る機会は少なくない。以上のことから、伊江島は離島ではあっても意識面では隔絶性が高いとは言えないのではないだろうか。

ただし、伊江島における購買行動の中で、離島としての隔絶性を感じさせることとして、通信販売や訪問販売の利用率の高さが挙げられる。本稿では他地域との比較の視点では十分な考察ができなかったが、名護市と陸続きの名護市の商圏の縁辺部と比較すれば、例えば郊外型ショッピングセンターの利用頻度と、その裏返しとして通信販売や訪問販売の利用率に差が認められるかもしれない。

注

- 1) 『沖縄県買物動向調査報告書』では、その冒頭の「調査実施概要」において調査対象を主婦とすることが明記され、調査票の配布・回収は、原則として各市町村の婦人会が委託されている。また、公立小中学校の児童・

生徒を通じて調査票を配布し、その保護者のうち買い物を主に担っている者に回答を求める県や市もある。

- 2) 行政機関による「商圈調査」「買物動向調査」等と称する調査においては、地元購買率または吸引率が30%以上である市町村を「1次商圈」、地元購買率または吸引率が10%以上30%未満である市町村を「2次商圈」、地元購買率または吸引率が5%以上10%未満である市町村を「影響圏」ないしは「3次商圈」と称するのが一般的である。
- 3) 2004年度集中講義「地理学調査実習Ⅱ」および「文化実地研究Ⅲ」の受講学生10名が調査者となった。
- 4) 多客期はその30分後の便が最終便となる。
- 5) 伊江村における本調査の回答者数は、1991年度100人、2001年度35人である。特に2001年度は回答数が少ないため、伊江村全体の傾向と当該調査結果とが乖離している恐れがあることを付言しておく。
- 6) ①近くて便利、②通勤ついで、③駐車場ある、④店の人と親しい、⑤店に信用がある、⑥商品が豊富、⑦品質・鮮度がよい、⑧センス・流行品がある、⑨値段が安い、⑩特売・売出しがある、⑪サービスが良い、⑫営業時間が長い、⑬店舗がきれいな、⑭買物を楽しめる、⑮スタンプがもらえる、⑯その他、である。表は沖縄県(2002):『平成13年度 沖縄県買物動向調査報告書』p.57参照。表1、2のように筆者独自の加工は必要としないので、本稿では表省略とする。
- 7) 購買店舗の選択理由は、調査票にいくつかを例示しているが、自由記述してもらった。記述内容からは、①品揃えが豊富、②島内で間に合う(島内で買う場合そこしかない)、③自宅・職場に近い(便利、通勤経路上含む)、④他の用事のついで、⑤行きつけ(親族・友人の店含む)、⑥値段が安い、⑦品質・鮮度がよい、⑧共同出資している店舗だから、に要約できた。⑧の店舗は、主に役場集落でない集落に存在する。

文 献

- 荒木俊之(1997):若者の購買行動からみた購買地とその行動パターン—京都市に通学する高校生・大学生を例として—。立命館地理学, no.9, pp.41~53.
- 石澤 孝(2002):『都市の類型と商圈構造』大明堂。
- 福田和雄(2001):松本市郊外における住民の消費行動—壽台住宅団地を事例として—。地域調査報告(筑波大学), no.23, pp.43~56.
- 宮澤 仁(1996):離島における消費者購買行動の一考察—長崎県五島列島岐宿町の事例—。経済地理学年報, vo.1.42, pp.44~57.
- 山本耕三(2002):沖縄県那覇市における中心商店街の機能変化—国際通りの場合—。熊本大学教育学部紀要(自然科学), no.51, pp.57~66.
- 和田弘子(2000):富山県西部における高校生のファッション関連の購買行動。砺波散村地域研究所研究紀要, no.17, pp.15~26.