

第4章 商圈からみたビジョン実現による効果

ここまで見てきたとおり行田市におけるビジョンは、各産業の施策を通して産業の振興を推進し、雇用の創出、人口及び市税収入の増加によって市民生活の向上を図り、元気のある「ひと」「地域」「まち」の実現を目指しています。このように元気のある「ひと」「地域」「まち」を、目に見える形で実現するには、多くの人が行き交う盛んな商業活動の展開や地産地消を中心とした地域の特色ある「もの」「ひと」による商業圏の活用が必要となります。

そこで本章では商業圏の消費力・購買力に着目し、ビジョンの実現によってどのような商業的効果が期待できるか予測してみました。

1 商圈と商圈人口(世帯数)

ここでいう商圈とは、行田市役所を中心として、ここから自動車ですら15及び30分圏内の地域をそれぞれ15分圏(以下「一次圏」という)、30分圏(以下「二次圏」といいます。また商圈人口とは、一次圏及び二次圏それぞれの圏内に存在する世帯数をいいます。

[1] 行田市の商圈世帯数

行田市における商圈人口(世帯数)は、行田市役所から車で15分圏内(一次圏)については62,612世帯、車で30分圏内(二次圏)については237,211世帯となっています(図表20参照)。

図表20 行田市の商圈人口

商圈	行田市役所からの商圈人口(世帯数)
一次圏(車で15分圏)	62,612世帯
二次圏(車で30分圏)	237,211世帯

資料:GIS商圈調査レポート

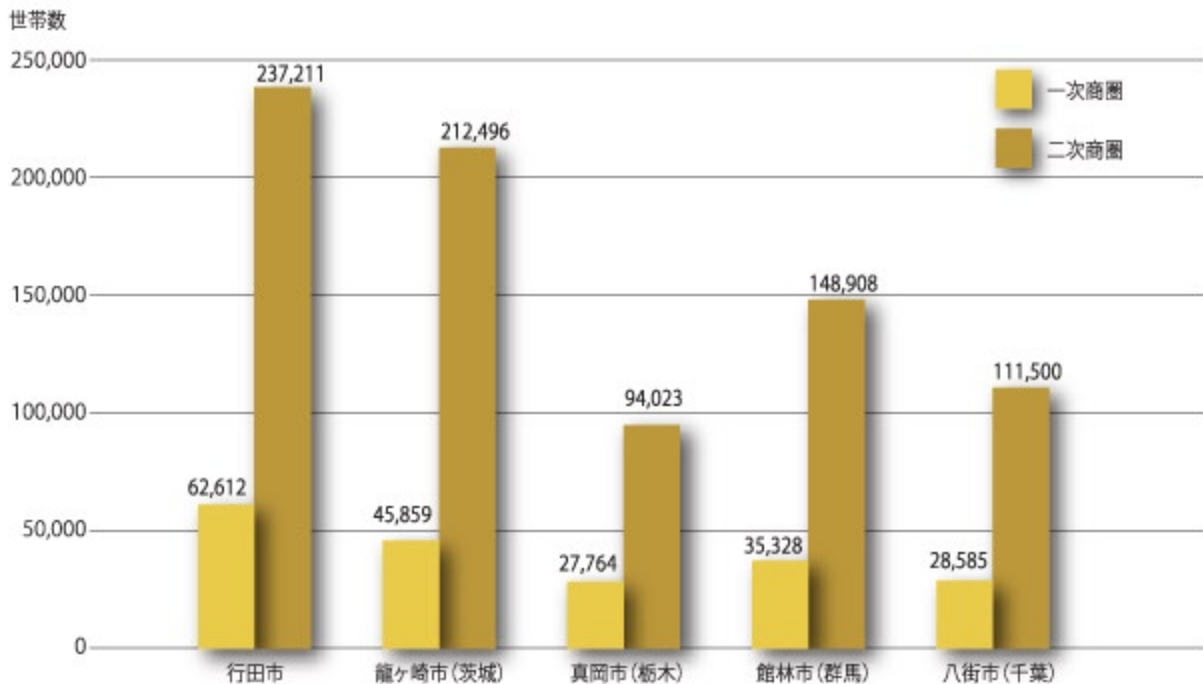


[2] 商圏世帯数比較

行田市の商圏人口は、一次商圏及び二次商圏ともに近隣県の同規模自治体(人口8万人前後)に比して極めて多いことがわかります(図表21参照)。これは行田市を中心とした商圏において、潜在的に購買力が存在しているといえる一方で、行田市の商圏と重複する商圏を持つ近隣自治体とは、競争・競合関係となり、消費者の奪い合いが生じることにもなっています。行田市の人口及び財政規模、経済力等に鑑みると、商圏を同じくする近隣自治体との熾烈な経済競争に勝ち残ることは困難な状況にあります。

そのため、大量生産、大量消費の価格競争による対抗手段を講ずるよりも、特色、強みを活かした産業振興を目指すことが求められるといえます。

図表 21 商圏比較



資料:GIS商圏調査レポート

このように行田市を中心とした地域には大きな商圏が存在していることから、この商圏を取り込み、活発な商業活動の展開によって中心市街地の賑わいを創出し、元気なまちへと変わる可能性を十分に秘めているといえます。

2 消費支出

[1] 消費支出内訳

行田市には、地域の元気、まちの元気をつくるだけの十分な商圈が存在することがわかりました。次に、この商圈を生かすために、購買力が必要となります。そこで埼玉県消費支出から行田市の消費支出をみてみます。

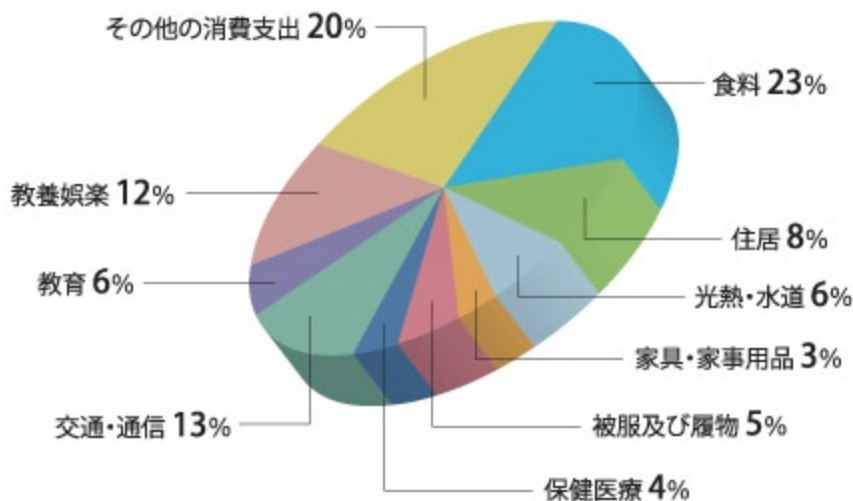
埼玉県の消費支出は、平成 21年度月額平均 281,648円となっています(図表22、23参照)。

図表 22 埼玉県の消費支出額内訳(総世帯の月額平均支出)

食料	64,928 (外食費 14,144円含む)
住居	23,213
光熱・水道	15,695
家具・家事用品	8,873
被服及び履物	13,144
保健医療	11,756
交通・通信	36,789
教育	16,041
教養娯楽	32,515
その他の消費支出	58,694
合計	281,648

資料：政府統計—平成21年全国消費実態調査

図表 23 埼玉県全体の消費支出割合(総世帯の月額平均支出割合)



[2] 近隣県との比較

埼玉県消費支出の合計額は、近隣県のそれより高く、食料全体の支出金額も64,928円/月と最も高くなっています(図表24参照)。また埼玉県では、食料カテゴリの内、「生鮮野菜」、「飲料」及び「外食」の3項目で近隣県と比較して最も高い支出金額となっています(図表24、25参照)。

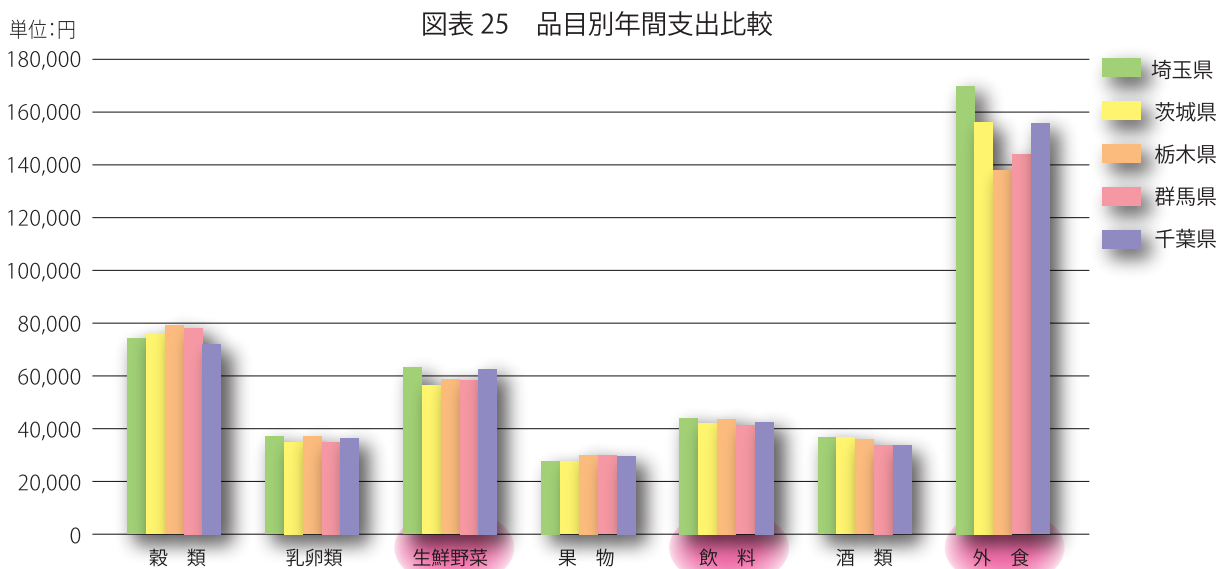
埼玉県の消費支出のうち、「教育」や「教養娯楽」に対する支出額も近隣県と比較して高い数字となっており、埼玉県民の食や教育に対する高い関心がうかがわれます。

このように埼玉県は、近隣県と比較して購買力があるといえます。

図表24 近隣県との消費支出比較

	一世帯当たりの品目別支出金額(単位:円)				
	埼玉県	茨城県	栃木県	群馬県	千葉県
	月間	月間	月間	月間	月間
食料	64,928	61,498	61,569	59,859	62,903
穀類	6,068	6,159	6,446	6,377	5,945
乳卵類	2,910	2,755	2,956	2,743	2,795
生鮮野菜	5,176	4,599	4,781	4,775	5,129
果物	2,367	2,326	2,524	2,555	2,512
飲料	3,715	3,587	3,680	3,511	3,598
酒類	2,884	2,921	2,811	2,597	2,620
外食	14,144	12,903	11,489	12,120	12,903
これ以外	27,664	26,248	26,882	25,181	27,401
住居	23,213	16,563	15,825	11,613	22,187
光熱・水道	15,695	17,394	17,487	17,073	15,915
家具・家事用品	8,873	9,274	9,096	8,144	8,280
被服及び履物	13,144	10,973	11,672	11,725	11,105
保健医療	11,756	12,607	12,202	11,031	12,645
交通・通信	36,789	46,655	49,054	39,332	40,648
教育	16,041	9,517	9,499	10,538	12,572
教養娯楽	32,515	29,463	31,788	30,800	34,419
その他の消費支出	58,694	62,571	64,699	67,217	56,333
消費支出合計	281,648	276,516	282,893	267,332	277,006

資料:政府統計一平成21年全国消費実態調査



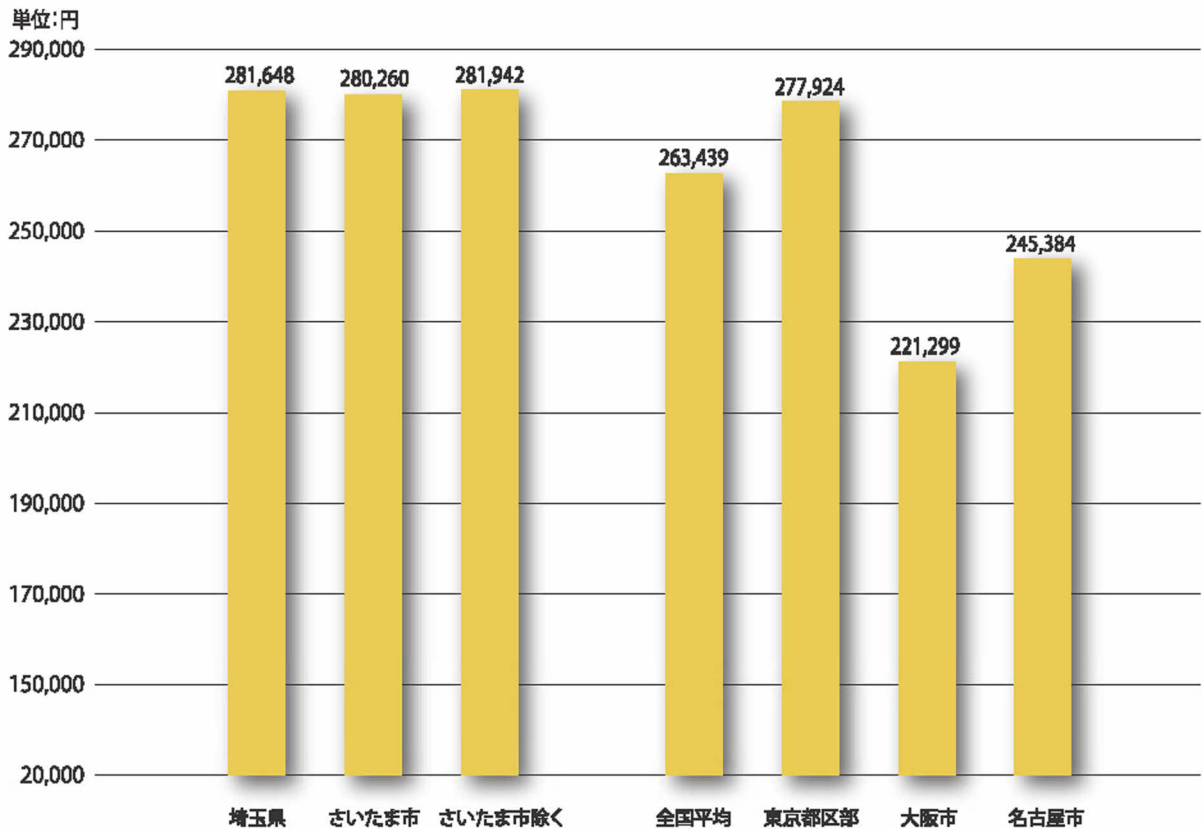
資料:埼玉県市町村勢概要

[3] 全国比較

全国の一世代当たりの月額消費支出は、263,439円となっていることから、埼玉県全体の消費支出額281,648円は、全国的にも高い水準にあることがわかります。他方、三大都市圏の消費支出金額は、東京都区部を除いて全国平均を下回っています。このことから、全国平均を上回る埼玉県の購買力は、大都市と比較しても高いと言えます(図表26参照)。また、埼玉県全体の消費支出はさいたま市よりも高く、さいたま市を除いた埼玉県内市町村の額の方が高くなっています。

つまり大都市よりも地方の小規模自治体の方が、家計支出において購買力があるといえます。

図表 26 全国及び大都市との支出比較



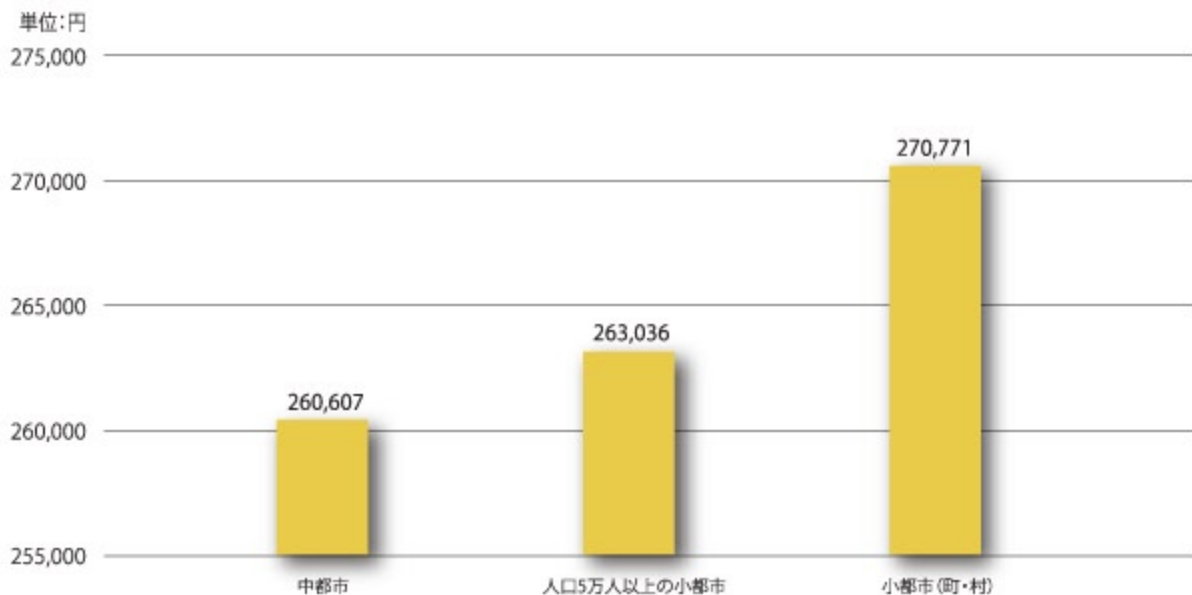
資料:政府統計—平成21年全国消費実態調査



[4] 都市規模ごとの比較

最後に、消費支出の額を都市規模ごとに比較してみます。これによると消費支出の金額は、都市の規模で比較しても、小都市の方が大きくなっているのがわかります(図表27参照)。図表27のグラフでは、行田市は「人口5万人以上の小都市」に位置づけられます。このように都市の規模が小さいほど、家計の世帯支出は大きく、小規模自治体や地方において家計の購買力の強さが見てとれます。

図表 27 都市規模別消費支出比較グラフ



資料:政府統計—平成21年全国消費実態調査

[5] 行田市における消費支出

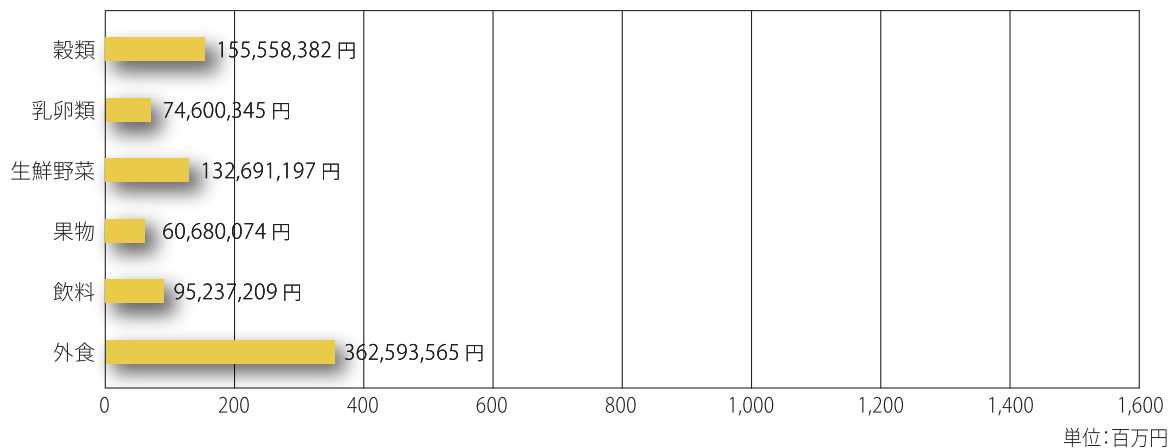
これまでみてきたデータによれば、埼玉県全体が全国的にも高い消費支出水準にあること、小規模の都市ほど消費支出が高いこと、さいたま市は埼玉県全体よりも消費支出が少ないことから、行田市の消費支出は、「さいたま市を除く県内市町村」の消費支出金額(281,942円)に近似した金額になると推測できます。

3 売上予測

行田市は、近隣県と比較して、商圈世帯数が最も多い地域でした。また購買力も埼玉県という全国的に高い地域に属していることから、これらのデータを元に、消費支出の高かった一部の項目について、仮にこれを販売した場合の年間売上予測額を算出します。

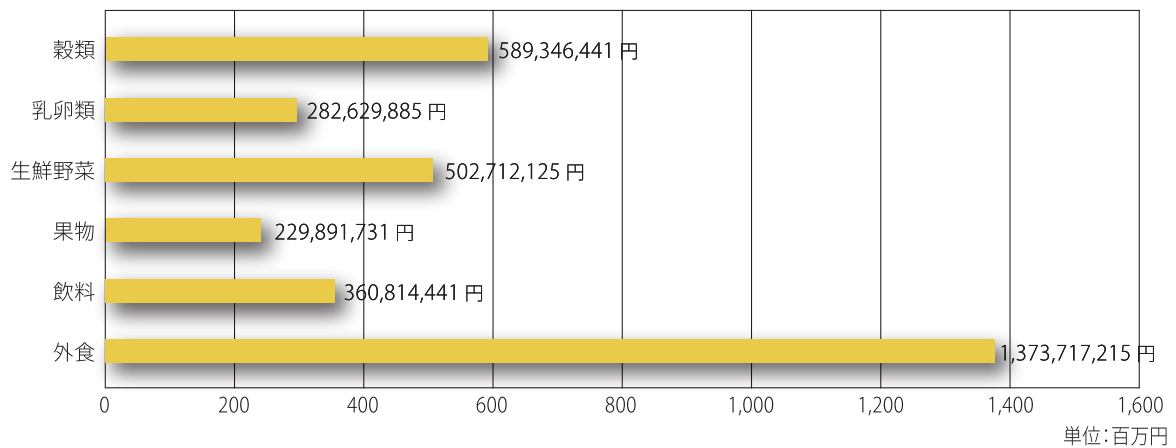
[1] 一次商圈

図表 28 売上予測(一次商圈)



[2] 二次商圈

図表 29 売上予測(二次商圈)



[3] 売上予測結果

上記グラフの予測結果は、穀類などを販売した場合に、行田市を中心とした商圈において一年間に購入が予測される合計金額です。これをみると消費力・購買力が高いことがわかります(図表28、29参照)。

行田市が掲げる「ひとの元気」「地域の元気」「まちの元気」の実現のため、行田市の商圈と購買力を十分に活用し、地域産業の実りある発展・振興に役立てます。