

横浜市郊外の住宅地における消費購買行動

——旭区若葉台を事例として——

石澤 亜紀子

横浜市旭区は市西部に位置する典型的な郊外住宅地域で、区内の鉄道は横浜を起点とする相模鉄道線のみであるため、買い回り品は「横浜」で購入されることが多い。ところが、区内の若葉台では「町田」や「渋谷」への出向も多いと聞き、日頃から関心のあった消費購買行動をアンケート調査を中心に若葉台をフィールドとして研究することにした。研究にあたっては、まず、文献調査によって神奈川県内と横浜市内の消費購買行動の概要を掴み、次いでアンケート結果から、若葉台居住者の消費購買行動について考察した。

県内では、津久井郡を除き、どこでも地域の主要商業集積が多く利用されるが、贈答品などの買い回り性の高い商品の購入では、東京都と隣接する市町村では都内への流出が多くなる傾向にある。市内では「横浜」が圧倒的なシェアを持つ中で、郊外区の緑区と栄区では市外流出率が高く、特に緑区は「横浜」への出向が少なくなっている。これは「横浜」よりも「町田」や東京都内に出る方が交通の便の良い地域が区内に多いためである。

フィールドの若葉台は旭区内でも緑区との境界にあり、バスの最寄駅も多く、多方面への足回りが確保されていることから、「横浜」「町田」「渋谷」などへ出向することが多いものと予想された。アンケート調査は婦人洋服、男子洋服、靴、贈答品と映画鑑賞について、商品購入場所や購入店舗などを尋ね、あわせて回答者の属性の指標となる項目についても調査し、クロス集計を行って、「なぜ、どこで買い物をするのか」を考察した。

映画鑑賞を除き、若葉台居住者の多くは、「横浜」「町田」「若葉台内」で買い回り性商品を購入しており、贈答品のように買い回り性の強い商品程「横浜」への出向が多く、靴のように近隣で購入される事も多い商品では「若葉台内」での購入が多くなる傾向にある。若葉台からは、時間的にも距離的にも「町田」の方が「横浜」より近いの

ではあるが、「横浜」へも電車の乗換なしに出られ、商業集積としての規模にも大きな開きがあることから、全体としては「横浜」への出向が多くなるものと考えられる。

「横浜」への出向率が高い家庭の特徴としては、比較的年代が高く、前住地や勤務地などが「横浜」である率の高い市内の各区であることが挙げられる。「町田」の場合は、出向する家庭としない家庭とははっきり分かれている。クロス集計の結果からは、年代が若く、緑区や横浜線沿線に以前住んでいた、或は現在勤めている家庭で「町田」への出向率が高くなっている。「若葉台内」での購入は、前住地や勤務地が地元での購入に影響するとは考えにくく、年代の若い家庭で多い他には購入を促す要素は見つからない。

「渋谷」への出向は予想に反して少なかったが、これは、回答者が主に主婦層であったため、20代の回答者が多ければ、通勤、通学などの途中という形で「渋谷」での購入がもっと多くなるものと考えられる。「たまプラーザ」はどの商品でもほぼ一定の出向がみられ、少数ながらも定着した「たまプラーザ」ファンがいるようだ。前住地や勤務地が緑区で、自家用車を持つ家庭の出向率が高い。

購入店舗は全般に百貨店で多く、購入店舗を決定する要素は認めにくい、年代の若い家庭では百貨店での購入は少なかったようである。

映画鑑賞になると、「町田」が大きく後退して「渋谷」が躍進するのが特徴的で、商業集積としてはかなりの集客力のある「町田」も、文化面ではまだまだ立ち遅れているということであろう。

消費購買行動を決定づける要因としては様々な事象が考えられ、クロス集計で設定した7項目のどれもが「なぜ」を追及する決定打とはいえないものの、年齢と家族構成、前住地、勤務地が比較的購入場所に影響すると思われた。