

長野県商圈調査報告書

令和 6 年度

(訂正版)

長野県産業労働部

は じ め に

新たな産業集積の形成や大型店の出店、インターネットショッピングの普及等により、消費者の買物行動は多様化を続けています。

こうした状況のなか、事業者の販売・出店戦略や市町村の商業振興施策等の検討の際には、消費者の買物動向の現状を的確に把握することが必要不可欠です。

「長野県商圈調査」は昭和45年度から調査を開始し、市町村の商業機能が及ぼす影響の範囲や消費者の買物行動を、広域的、時系列的に取りまとめています。関係機関の皆様に、参考資料として広くお役立ていただければ幸いです。

終わりに、アンケートにご回答いただきました皆様方並びに本調査の実施にあたりご協力いただきました中学校、市町村、市町村教育委員会、県教育委員会の関係各位に厚く御礼申し上げます。

令和7年3月

長野県産業労働部長

田中 達也

目 次

I	調査実施概要	5
II	調査資料の利用にあたって	9
III	調査結果の要約	15
IV	調査結果	29
1	長野県の商圈動向	31
(1)	商 圏	31
(2)	地元滞留率	38
(3)	吸引人口	41
(4)	吸引力係数	41
2	地域別商圈動向	45
(1)	北信地区	45
(2)	東信地区	58
(3)	中信地区	73
(4)	南信地区	97
3	県内消費者の県外への流出	119
4	無店舗販売の利用	121
5	業態別利用店舗	129
6	インターネットを利用した買物状況	137
7	県産品の購入状況について	140
V	資料	141
資料 1	市町村別の吸引人口と吸引力係数	
資料 2	市町村の商圈人口・地元滞留率・吸引力係数（降順）	
資料 3	市町村別地元滞留率の推移	
資料 4	市町村別県外への流出・無店舗販売の利用状況	
資料 5	市町村別商圈動向	
資料 6	市町村別買物状況	
資料 7	インターネットを利用した買物状況	
資料 8	業態別利用店舗の現況	
資料 9	お買物調査票	

I 調査実施概要

I 調査実施概要

1 調査の目的

消費者の買物行動は、新たな商業集積の形成、大型店の出店並びに消費者ニーズの多様化、生活価値観の変化等の影響を受け、これまでの商圈構造を大きく変えている。

こうした現状をふまえ、県下一斉に消費者の買物行動を調査し、広域的商圈の動向を把握することにより、中小小売業の振興施策の基礎資料とする。

2 調査機関

(1) 調査実施機関

協同組合長野シーアイ開発センター

(2) 調査協力機関

県内公立中学校 市町村教育委員会 長野県教育委員会

3 調査対象

県内公立中学校 184 校の 2 年生の家庭（1 校につき 1 ～ 3 学級）

4 調査サンプル数

7,735 世帯

5 調査票回収状況

(1) 世帯抽出率

$$\begin{aligned} & \{ \text{「サンプル数」} \div \text{「令和 6 年 4 月 1 日現在の長野県内全世帯数」} \\ & \quad (\text{長野県毎月人口異動調査結果 (県情報政策課) による}) \} \times 100 \\ & = (7,735 \div 850,398) \times 100 \approx 0.91\% \end{aligned}$$

(2) 調査票回収枚数

5,155

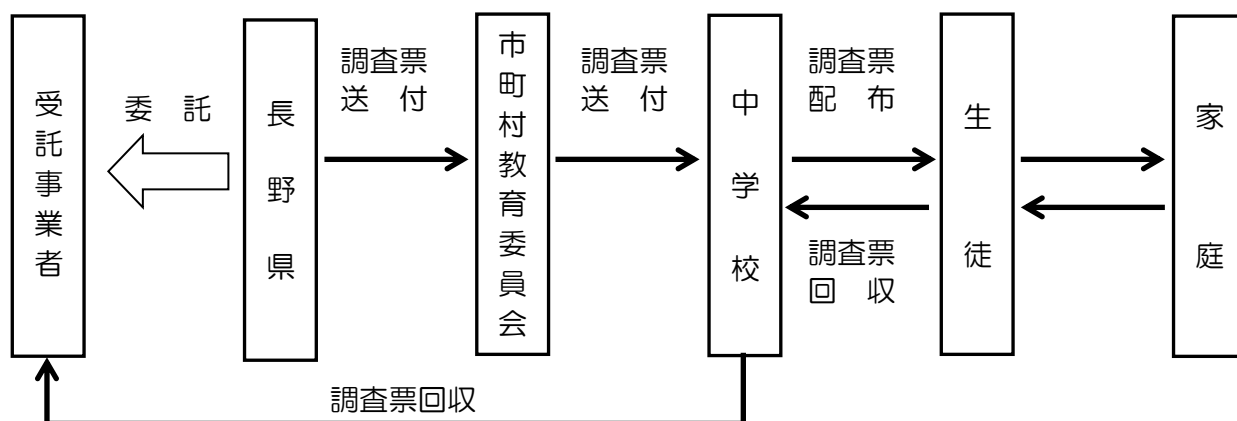
(3) 回収率

66.6%

(4) その他

市町村については前回調査等との比較のため、合併前の旧市町村単位（平成 15 年 8 月 31 日現在）119 調査で調査を行っている。

6 調査票配布及び回収経路



7 調査内容

「お買物調査票」のとおり（P439～440 参照）

8 調査期間

令和6年9月9日（月）から令和6年9月20日（金）まで

9 調査票について

本調査を実施するにあたって、県下を8地区に分け、それぞれ8種類の調査票を使用した。（図1）

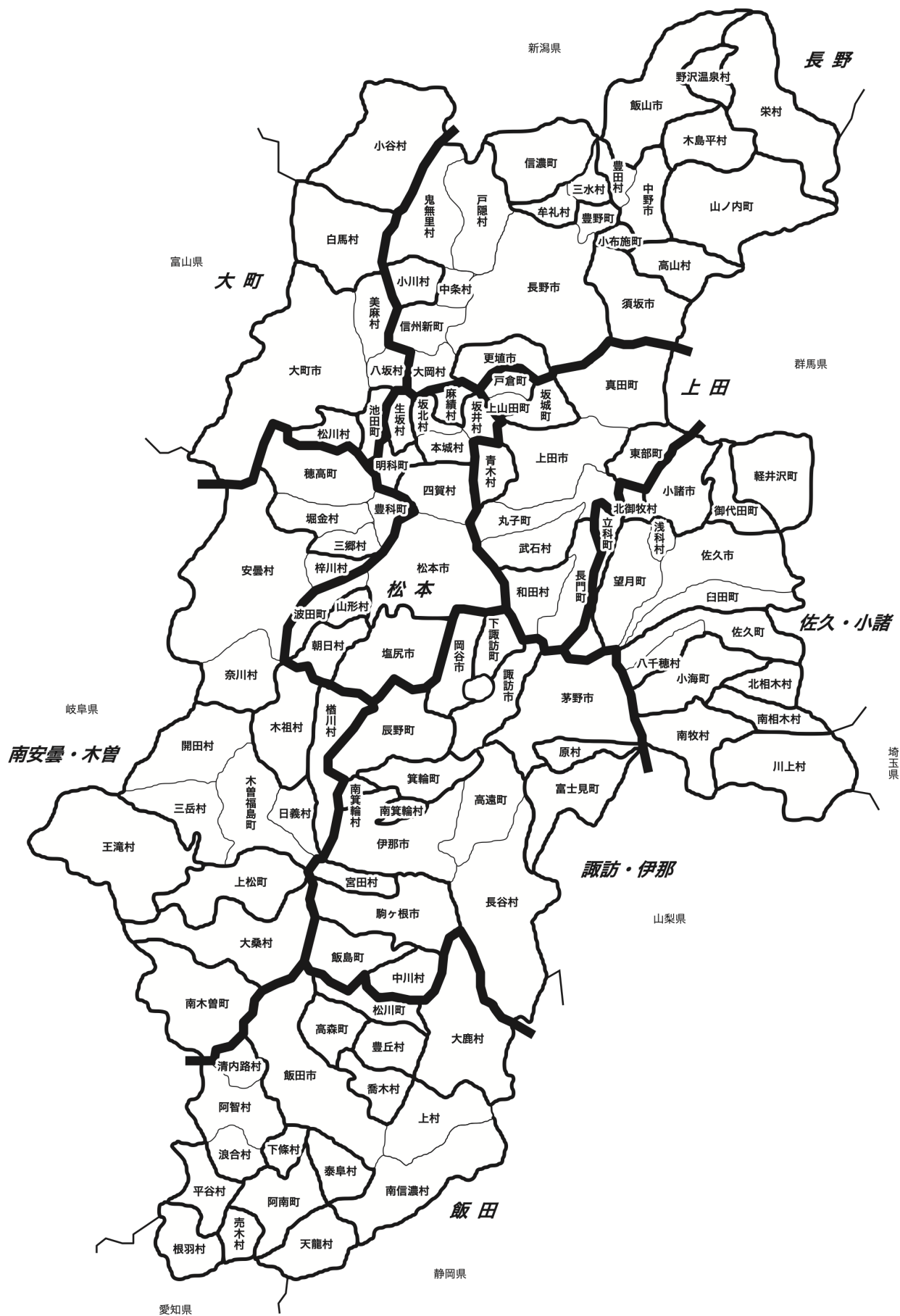
各調査票中の「買物する場所（市町村等）」の選択肢に記載した当該地区以外の市町村は次表のとおり。（表1）

なお、市町村については前回調査等との比較のため、合併前の旧市町村単位119市町村（平成15年8月31日現在）で調査を行った。以下、現在の市町村名を（ ）内に記載し、合併後も市町村名が変わらなかったものは（ ）内に「合併前」と記す。

表1 「買物する場所」の選択肢に記載した当該地区以外の市町村等

調査地区名	当該地区以外の市町村名等
佐久・小諸	上田市（合併前）、旧東部町（東御市）、長野市（合併前）、茅野市、諏訪市、松本市（合併前）
上田	長野市（合併前）、松本市（合併前）、佐久市（合併前）、小諸市、旧更埴市（千曲市）
諏訪・伊那	松本市（合併前）、塩尻市（合併前）、飯田市（合併前）、松川町、高森町
飯田	伊那市（合併前）、駒ヶ根市
松本	長野市（合併前）、岡谷市、諏訪市、辰野町、大町市（合併前）、池田町、旧穂高町（安曇野市）、旧豊科町（安曇野市）、旧梓川村（松本市）、旧三郷村（安曇野市）、上田市（合併前）、旧更埴市（千曲市）
南安曇・木曽	松本市（合併前）、塩尻市（合併前）、大町市（合併前）、池田町、山形村、飯田市（合併前）、伊那市（合併前）
大町	旧穂高町（安曇野市）、旧明科町（安曇野市）、旧豊科町（安曇野市）、松本市（合併前）、塩尻市（合併前）、長野市（合併前）、旧信州新町（長野市）、旧梓川村（松本市）、旧三郷村（安曇野市）、旧堀金村（安曇野市）、上田市（合併前）、旧更埴市（千曲市）
長野	松本市（合併前）、上田市（合併前）
各地区共通	無店舗販売、その他県内、県外

図1 調査地区区分



Ⅱ 調査資料の利用にあたって

Ⅱ 調査資料の利用にあたって

1 用語の定義

(1) 地元滞留率

居住する地元市町村（平成 15 年 8 月 31 日現在の旧市町村単位）内で主に買物をする世帯の割合（％）

(2) 流出率

地元市町村以外で主に買物をする世帯の割合（％）

(3) 吸引率

流出率を流出先の市町村側からとらえた割合（％）

（例）A 市	地元滞留率	70%
	B 市への流出率	20%
	C 市への流出率	10%
	合 計	100%
B 市は A 市からの吸引率		20%

(4) 居住人口

令和 6 年 10 月 1 日現在の「長野県人口推計」（情報政策課）による。

（合併により旧市町村単位の人口が不明のものについては、令和 2 年 10 月 1 日実施の国勢調査における旧市町村の人口を使用し、案分により算出した。）

（例）

合併した市町村の場合

R6. 10. 1 現在の人口①		→	旧市町村名	R2 国勢調査人口	割合②	案分人口①×②
佐久穂町	9, 683		佐久町	6, 745	66. 0%	6, 392
			八千穂村	3, 473	34. 0%	3, 291

 本報告書で使用している人口

(5) 地元滞留人口

居住人口×地元滞留率

(6) 流入人口

吸引している市町村の居住人口とその吸引率から次式により求めた人口

（例）A 市 流入人口

$$\begin{aligned} &= \{(B \text{ 市の居住人口}) \times (B \text{ 市からの吸引率})\} + \{(C \text{ 市の居住人口}) \times \\ &\quad (C \text{ 市からの吸引率})\} + \{(D \text{ 町の居住人口}) \times (D \text{ 町からの吸引率})\} \\ &\quad + \cdots + \{(Z \text{ 村の居住人口}) \times (Z \text{ 村からの吸引率})\} \end{aligned}$$

（ただし、B 市、C 市、D 町・・・Z 村は、吸引率 2 %以上の市町村）

（７）吸引人口

地元滞留人口＋流入人口

（８）吸引力係数

$(\text{吸引人口} \div \text{居住人口}) \times 100$

居住人口に対する吸引人口の百分比であり、数値が大きいほど地元滞留率並びに他市町村からの流入人口の割合が高いことを示す。

（９）商圈

商業施設・集積等が顧客を吸引する地理的な範囲を示す。

本調査では、各地域から当該商業施設・集積への流出率に注目して次の３区分に分類している。

ア 一次商圈

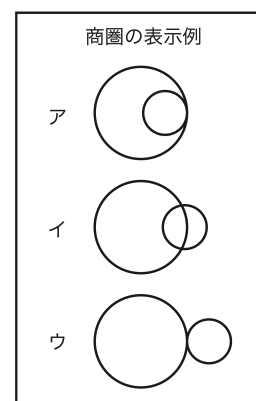
地域の消費需要の **30%以上** を吸引している地域

イ 二次商圈

地域の消費需要の **10%以上 30%未満** を吸引している地域

ウ 三次商圈

地域の消費需要の **5 %以上 10%未満** を吸引している地域



（１０）商圈人口

商圈内の居住人口。

ただし、地元滞留率が 5 %未満の市町村は当該市町村の居住人口とする。

（１１）影響圏

地域の消費需要の **2 %以上 5 %未満** を吸引している地域

商圈に次ぐ顧客を吸引する地理的な範囲

2 比率の算出方法

本調査は、各世帯に商品 6 群 19 品目の主な買物場所（市町村単位等）及び主な購入店舗（6 業態店）について、それぞれ 1 つずつ回答を得たものを、居住地（市町村単位）別に集計し、品目ごとに有効回答数を分母として比率（%）を算出した。

算出例：長野市（合併前）の地元滞留率

$$\begin{aligned} &= \left(\text{「長野市（合併前）居住者のうち市内で買い物をした有効回答数」} \right. \\ &\quad \left. \div \text{「長野市（合併前）居住の有効回答数」} \right) \times 100 \\ &= (16,998 \div 18,630) \times 100 \\ &\div 91.2\% \end{aligned}$$

3 本調査資料の解説

(1) 資料1 市町村別の吸引人口と吸引力係数

居住人口、地元滞留率、吸引率から求めた全品目平均の吸引人口と吸引力係数を市町村別に掲載している。

(2) 資料2 市町村の商圈人口・地元滞留率・吸引力係数（降順）

(3) 資料3 市町村別地元滞留率の推移

全品目平均と衣料品、身の回り品、文化品、飲食料品、日用品及び贈答品の6商品群の市町村別地元滞留率について、平成元年調査以降27年間の推移を示している。

(4) 資料4 市町村別県外への流出、無店舗販売の利用状況

市町村別県外への流出率と主な商品群について、市町村別無店舗販売の利用率を掲載している。

(5) 資料5 市町村別商圈動向

今回調査の全品目平均と6商品群について、市町村別地元滞留率と他市町村からの吸引率を掲載している。

(6) 資料6 市町村別買物状況

市町村別、品目（19品目）別に、買物場所（市町村等）と購入店舗（6業態店）の比率を掲載している。

(7) 資料7 インターネットを利用した買物状況

(8) 資料8 お買物調査票（アンケート用紙）

今回使用した調査票（8地区別）のうち、佐久・小諸地区について掲載している。なお、他7地区の調査票の内容は、地区に応じて設定してある買物場所（市町村等）の選択肢以外、全て同じものである。

（注）

- ・本調査資料中に掲載してある図及び表の市町村名に関しては、前回調査等との比較のため、平成15年8月31日現在の旧市町村単位での表記となっている。
- ・一部の調査資料には、参考として山口村（現在の岐阜県中津川市）の過去データを記載している。
- ・本調査資料中に掲載してある地図の太線は現在の市町村（合併後）界を、細線は旧市町村（合併前）界を示す。
- ・今回の調査では、天龍村、平谷村、旧大岡村（長野市）での回答が得られず、集計の対象外となる。

4 当県における過去の商圈調査及び買物行動調査

調査年度	調査内容（テーマ）	商圈調査の際に併せて行った調査
昭和４５年度	一般家庭を対象とした商圈調査	—
４６	若い独身者を対象とした商圈調査	—
４７	一般家庭を対象とした商圈調査	—
４８	若い独身者を対象とした商圈調査	—
４９	衣料品についての買物行動調査	—
５０	一般家庭を対象とした商圈調査	—
５１	食料品についての買物行動調査	—
５２	一般家庭を対象とした商圈調査	—
５３	勤労女性を対象とした衣料品商圈調査	—
５４	一般家庭を対象とした商圈調査	地元の商店街・商店に対する意見要望
５５	勤労者を対象とした食生活の調査	—
５６	一般家庭を対象とした商圈調査	地元の商店街・商店に対する意見要望
５７	勤労女性を対象とした買物行動調査	—
５８	一般家庭を対象とした商圈調査	地元の商店街・商店に対する意見要望
５９	若い勤労者を対象とした買物行動調査	—
６０	一般家庭を対象とした商圈調査	地元の商店街・商店に対する意見要望
６１	独身勤労者を対象とした買物行動調査	—
６２	一般家庭を対象とした商圈調査	通信販売の利用状況、購入した商品
６３	無店舗販売利用の実態調査	—
平成元年	一般家庭を対象とした商圈調査	クレジットカード保有状況、利用状況
２	車社会における勤労者の買物行動調査	—
３	一般家庭を対象とした商圈調査	高速道路を利用した買物状況
４	若い勤労者を対象とした買物行動調査	—
５	一般家庭を対象とした商圈調査	スタンプの収集状況、満足度等
６	業態別店舗利用動向調査	—
７	一般家庭を対象とした商圈調査	品目別利用業態別店内滞留時間
８	シルバー世代の買物行動調査	—
９	一般家庭を対象とした商圈調査	高速道路を利用した買物状況
１０	働く女性の買物行動調査	—
１２	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
１３	一般消費者を対象とした買物行動調査	商店街活性化に対する意見・要望
１５	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
１８	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
２１	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
２４	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
２７	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
３０	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況
令和３年	一般家庭を対象とした商圈調査	インターネットを利用した買物状況

Ⅲ 調査結果の要約

Ⅲ 調査結果の要約

1 商圏人口 ～上位7市で全県の過半を占める

商圏人口は、市町村の商業機能の影響が及ぶ範囲を表す指標である。平成の合併前の市町村別に商圏人口をみると、県下最大規模の松本市（合併前）（617千人）を筆頭に、長野市（合併前）（607千人）、上田市（合併前）（234千人）、佐久市（合併前）（233千人）の順となっている。町村部においては、旧穂高町（安曇野市）（147千人）と旧豊科町（安曇野市）（133千人）が10万人を超え、箕輪町（58千人）、高森町（36千人）、旧梓川村（松本市）（31千人）と続いている（表1）。

上位7市で、全商圏人口（4,021千人）の55.3%を占めている。

表1 市町村別商圏人口（上位25位）《全品目平均》と商圏構成市町村数

（人、％）

順位	市町村名	商 圏 人 口					商圏構成市町村数	
		合計	一次商圏	二次商圏	三次商圏	増減率	市町村数	増減
1	松本市（合併前）	617,436	332,876	135,088	149,472	2.9	38	2
2	長野市（合併前）	607,424	483,192	103,360	20,872	-4.4	28	-3
3	上田市（合併前）	234,294	207,889	25,008	1,397	-1.8	16	1
4	佐久市（合併前）	232,512	203,359	4,539	24,614	-2.8	17	-2
5	諏訪市	187,370	47,128	94,824	45,418	-2.4	6	0
6	伊那市（合併前）	186,654	90,318	96,336	0	-4.9	16	-1
7	飯田市（合併前）	159,311	145,517	5,240	8,554	-4.7	18	-2
8	旧穂高町（安曇野市）	146,728	39,634	62,234	44,860	-1.0	15	1
9	旧豊科町（安曇野市）	132,640	29,809	83,351	19,480	5.6	15	1
10	岡谷市	128,073	63,501	17,444	47,128	-3.3	4	0
11	茅野市	123,869	62,881	13,860	47,128	-1.8	4	0
12	中野市（合併前）	114,126	51,117	47,250	15,759	-2.6	12	0
13	塩尻市（合併前）	97,958	65,821	6,475	25,662	-3.8	8	1
14	須坂市	65,269	54,632	10,637	0	-1.8	3	0
15	旧更埴市（千曲市）	59,923	35,663	24,260	0	-5.5	4	-2
16	箕輪町	58,128	24,481	33,647	0	-4.1	3	-1
17	駒ヶ根市	52,531	48,084	4,447	0	-2.9	4	0
18	小諸市	40,406	40,406	0	0	-35.0	1	-2
19	高森町	36,056	0	35,142	914	-16.2	5	-1
20	大町市（合併前）	35,347	24,500	0	10,847	-23.5	5	-1
21	旧梓川村（松本市）	31,400	0	13,623	17,777	-32.8	3	-1
22	飯山市	30,234	26,552	3,682	0	-6.0	5	0
23	旧東部町（東御市）	29,153	0	29,153	0	-2.3	2	0
24	旧丸子町（上田市）	28,864	1,488	27,376	0	-2.6	4	0
25	山形村	28,734	8,244	4,053	16,437	-3.4	4	-1

- （注） ・ 一次商圏：地域の消費需要の30%以上を吸引している地域
・ 二次商圏：地域の消費需要の10%以上30%未満を吸引している地域
・ 三次商圏：地域の消費需要の5%以上10%未満を吸引している地域
・ 商圏人口：商圏内の居住人口

表 2 市町村別商圏人口（上位 25 位）《全品目平均》の推移

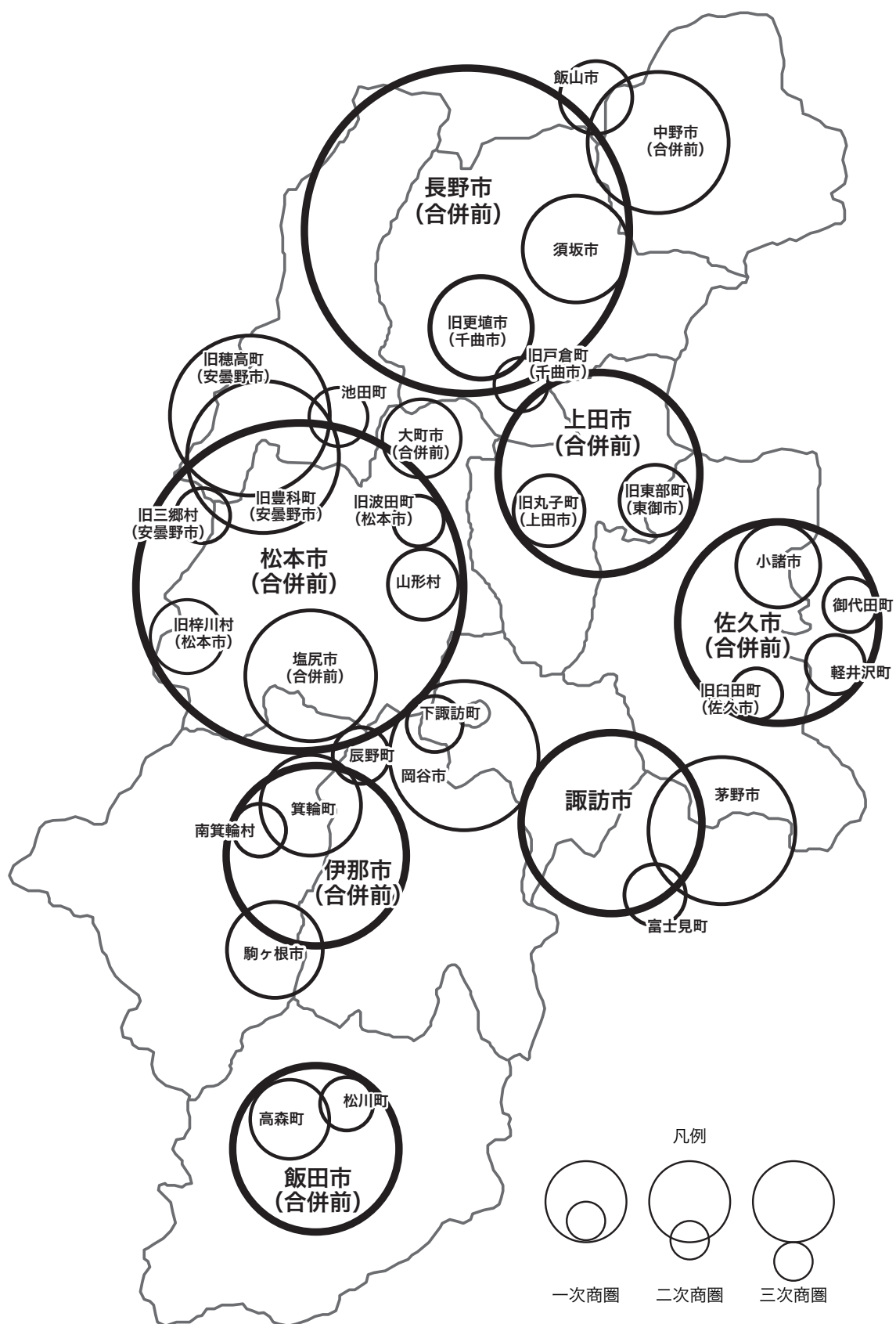
順位	市町村名	令和 6 年	増減率 (%)	令和 3 年		増減率 (%)	平成 30 年	
		商圏人口		商圏人口	順位		商圏人口	順位
1	松本市（合併前）	617,436	2.9	600,204	2	-2.3	614,635	2
2	長野市（合併前）	607,424	-4.4	635,498	1	3.3	615,485	1
3	上田市（合併前）	234,294	-1.8	238,638	4	-16.9	287,121	3
4	佐久市（合併前）	232,512	-2.8	239,303	3	0.7	237,613	4
5	諏訪市	187,370	-2.4	192,064	6	-0.1	192,259	6
6	伊那市（合併前）	186,654	-4.9	196,320	5	0.4	195,537	5
7	飯田市（合併前）	159,311	-4.7	167,145	7	-1.0	168,909	7
8	旧穂高町（安曇野市）	146,728	-1.0	148,195	8	-3.4	153,393	8
9	旧豊科町（安曇野市）	132,640	5.6	125,659	11	-16.9	151,303	9
10	岡谷市	128,073	-3.3	132,510	9	-1.5	134,575	10
11	茅野市	123,869	-1.8	126,091	10	1.2	124,585	11
12	中野市（合併前）	114,126	-2.6	117,219	12	8.7	107,822	13
13	塩尻市（合併前）	97,958	-3.8	101,778	13	-10.5	113,665	12
14	須坂市	65,269	-1.8	66,484	14	-0.3	66,674	14
15	旧更埴市（千曲市）	59,923	-5.5	63,379	15	-1.4	64,277	15
16	箕輪町	58,128	-4.1	60,628	17	4.5	57,998	16
17	駒ヶ根市	52,531	-2.9	54,075	18	0.2	53,990	18
18	小諸市	40,406	-35.0	62,200	16	11.2	55,957	17
19	高森町	36,056	-16.2	43,018	21	14.8	37,475	21
20	大町市（合併前）	35,347	-23.5	46,202	20	-5.7	48,991	19
21	旧梓川村（松本市）	31,400	-32.8	46,745	19	55.7	30,020	24
22	飯山市	30,234	-6.0	32,153	22	-15.4	38,028	20
23	旧東部町（東御市）	29,153	-2.3	29,847	24	2.1	29,234	25
24	旧丸子町（上田市）	28,864	-2.6	29,641	26	-3.6	30,752	22
25	山形村	28,734	-3.4	29,731	25	-1.1	30,073	23

県内上位 25 市町村の商圏人口と前回調査を比べると、1 市 1 町で商圏人口が増加、16 市 5 町 2 村で商圏人口が減少している。特に、2 市 1 町 1 村では、10%以上の増減がみられた（表 2）。

最も増加率が高い旧豊科町（安曇野市）では、前回調査で商圏となっていなかった旧安曇村（松本市）（吸引率 0.0%）からの吸引率を 5.2%、白馬村（吸引率 4.8%）からの吸引率を 5.3%とし、商圏人口が約 7 千人増加した。

次に、増加率が高い松本市（合併前）では、旧高遠町（伊那市）（吸引率 1.5%）からの吸引率を 5.2%とするなど、1 町 3 村を商圏に加えたことにより、商圏人口が約 1 万 7 千人増加した。

図1 長野県の商圈構造（概念図）



（注）円の大きさは商圈の規模を表す。17市と商圈人口上位20町村を記載。
太字は、商圈人口15万人以上の商圈を表す。

減少率が最も高い小諸市では、前回商圏であった御代田町 3.4%（前回吸引率 6.5%）と旧浅科村（佐久市）4.0%（前回吸引率 7.4%）が商圏外となったことにより、商圏人口が約 2 万 2 千人減少した。

減少率が 2 番目に高い旧梓川村（松本市）では、前回商圏であった旧波田町（松本市）3.3%（前回吸引率 5.3%）が商圏外となったことから、商圏人口が約 1 万 5 千人減少した。

また、3 番目に減少率が高い大町市（合併前）では、前回商圏であった松川村 4.7%（前回吸引率 8.8%）が商圏外となったことから、商圏人口が約 1 万 1 千人減少した。

2 地元滞留率 ～町村部の約 9 割超が 30%未満

消費者が居住市町村で買物をする割合を示す地元滞留率をみると、80%を超えた市は 17 市中 6 市と、前回調査と同様の結果となっている。一方、16 市で地元滞留率が減少している。また、諏訪市では前回と同じ地元滞留率となっている。（表 3）。

減少率が最も高い大町市（合併前）の流出状況をみると、無店舗販売への流出率が 23.7%（前回調査 17.1%）と前回よりも増加している。

町村部の地元滞留率をみると、今回調査ができた 99 町村のうち 28 町村において増加した一方で、53 町村で減少がみられる。このうち、25 町村は、前回調査に引き続きの減少となっている。

地元滞留率別に町村数の推移をみると、昭和 60 年度以降増加している「30%未満」の町村数が 15 年ぶりに減少し 94 町村となった。「30%以上 50%未満」の町村数は、前回よりも 1 村増え、3 町村となった（図 2）。

商品別地元滞留率の県平均をみると、飲食料品と日用品については、今回も 70%を超える状態が維持されている（表 4）。一方で、全品目の県平均が 5 割を割り込んでいる。

表 3 市町村別地元滞留率（上位 30 位）《全品目平均》の推移

順位	市町村名	令和 6 年	増減	令和 3 年		増減	平成 30 年	
		地元滞留率		地元滞留率	順位		地元滞留率	順位
1	長野市（合併前）	86.2	-3.6	89.8	1	-1.4	91.2	1
2	飯田市（合併前）	84.9	-4.3	89.2	2	1.1	88.1	5
3	松本市（合併前）	83.7	-3.8	87.5	3	-3.0	90.5	2
4	上田市（合併前）	82.1	-4.6	86.7	4	-2.5	89.1	3
5	佐久市（合併前）	81.5	-2.6	84.1	5	-4.4	88.5	4
6	伊那市（合併前）	80.5	-0.6	81.1	6	-0.1	81.2	6
7	諏訪市	61.9	0.0	61.9	9	-8.7	70.6	8
8	中野市（合併前）	61.3	-3.0	64.3	8	-3.9	68.2	9
9	岡谷市	59.9	-6.2	66.1	7	-5.4	71.5	7
10	駒ヶ根市	54.4	-6.3	60.7	10	-3.3	64.0	10
11	旧豊科町（安曇野市）	54.0	3.0	51.0	14	0.6	50.4	15
12	旧穂高町（安曇野市）	52.2	-0.3	52.5	11	-2.2	54.6	13
13	茅野市	47.5	-4.1	51.6	13	-3.5	55.1	12
14	旧更埴市（千曲市）	43.2	-5.4	48.6	15	3.2	45.4	19
15	飯山市	41.0	-6.4	47.4	16	-7.8	55.2	11
16	箕輪町	41.0	-5.9	46.9	17	-4.2	51.1	14
17	須坂市	40.3	-1.9	42.2	19	-3.2	45.4	18
18	塩尻市（合併前）	39.5	-5.6	45.1	18	-4.3	49.4	17
19	大町市（合併前）	38.5	-13.5	52.0	12	1.9	50.1	16
20	小諸市	34.5	-5.3	39.8	20	1.2	38.6	20
21	山形村	31.5	6.7	24.8	28	-6.2	30.9	23
22	旧木曽福島町（木曽町）	31.0	8.1	22.9	32	1.4	21.5	33
23	軽井沢町	28.9	-4.9	33.8	21	-1.0	34.7	22
24	旧東部町（東御市）	28.9	-0.3	29.2	23	2.3	26.9	24
25	富士見町	27.3	-2.2	29.5	22	-8.3	37.8	21
26	高森町	24.8	-1.5	26.3	27	0.7	25.6	28
27	立科町	24.3	-2.2	26.5	26	5.2	21.3	34
28	白馬村	23.4	0.6	22.8	33	2.0	20.8	35
29	旧堀金村（安曇野市）	23.4	2.4	21.0	36	-5.8	26.8	25
30	旧佐久町（佐久穂町）	22.7	4.2	18.5	39	-4.1	22.6	31

図 2 地元滞留率階級別町村数の推移

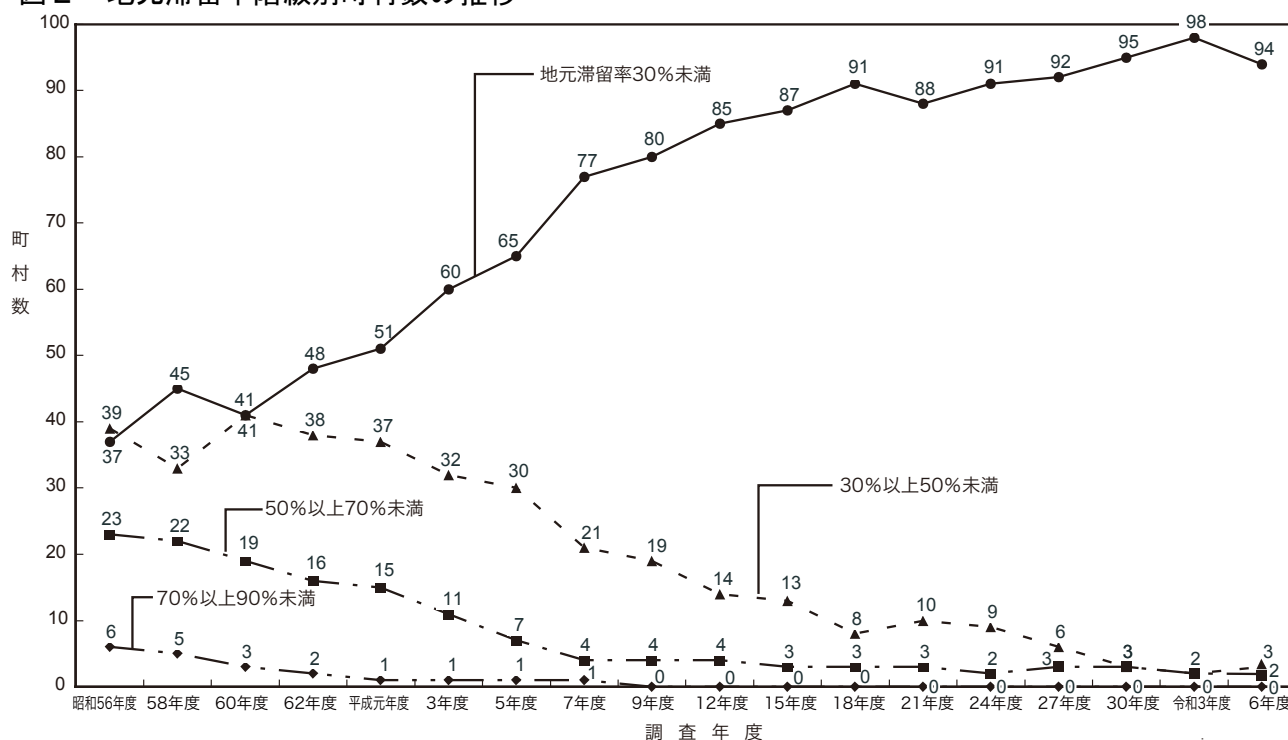


表 4 商品別の地元滞留率

(%)

	衣料品	身の回り品	文化品	飲食料品	日用品	その他	全品目平均
市 部 平 均	65.6	60.2	66.4	94.2	95.2	65.4	71.3
町 村 部 平 均	8.3	11.1	5.9	40.9	43.9	15.1	15.7
県 平 均	42.6	40.4	42.1	72.8	74.6	45.2	49.0

(注)

- ・衣料品：紳士服・婦人服・子供服等
- ・文化品：電化製品・時計・眼鏡・書籍等
- ・日用品：日用雑貨・医薬品
- ・身の回り品：化粧品・靴・カバン等
- ・飲食料品：生鮮食料品・その他食料品
- ・その他：贈答品（中元・歳暮等）

3 吸引力係数 ～100%を超えたのは10市町

市町村の商業力の基本的な指標の一つとなる吸引力係数については、前回調査と同じく佐久市（合併前）（185.1%）が最も高い（表5）。

吸引力係数が100%を超える市町村は、他市町村から消費者を集め、自らの居住人口を上回る集客力を持っているため、その地域商業における中核的な役割を果たしていると考えられる。吸引力係数が100%を超えているのは、市部で8市、町村部では、旧豊科町（安曇野市）（120.7%）と旧穂高町（安曇野市）（101.8%）の2町である。このうち、8市で吸引力係数が減少した。

前回と比べると、市部では、増加した市が無かった。一方、佐久市（合併前）（185.1%）で2.3ポイント、須坂市（47.8%）で2.5ポイント、飯山市（64.7%）で3.7ポイント、長野市（合併前）（113.0%）で4.4ポイント、諏訪市（107.7%）で5.3ポイント、伊那市（合併前）（139.3%）で5.4ポイント、小諸市（42.0%）で5.8ポイント、松本市（合併前）（133.5%）で6.8ポイント、中野市（合併前）（108.6%）で6.9ポイント、塩尻市（合併前）（46.0%）で7.3ポイント、上田市（合併前）（129.6%）で7.9ポイント、旧更埴市（千曲市）（58.4%）で8.1ポイント、駒ヶ根市（78.5%）で8.5ポイント、茅野市（62.8%）で9.1ポイント、飯田市（合併前）（122.0%）で9.7ポイント、岡谷市（96.9%）で10.3ポイント、大町市（合併前）（47.7%）で17.3ポイント減少した。17市全てにおいて集客力が低下しているといえる。

町村部では、旧堀金村（安曇野市）（33.6%）、旧本城村（筑北村）（27.3%）、旧上山田町（千曲市）（20.1%）で10ポイント以上増加している。一方、高森町（53.5%）で12.3ポイント、旧梓川村（松本市）（31.2%）で15.5ポイント、旧安曇村（松本市）（1.7%）で15.7ポイントと10ポイント以上減少した。

全町村のうち、29町村で前回調査よりも吸引力係数を増加させているが、旧豊科町（安曇野市）と旧穂高町（安曇野市）を除く町村は、吸引力係数が100%未満（吸引人口が居住人口を下回る）となっている。

表 5 市町村別吸引力係数（上位 30 位）《全品目平均》の推移

順位	市町村名	令和 6 年	増減	令和 3 年		増減	平成 30 年	
		吸引力係数		吸引力係数	順位		吸引力係数	順位
1	佐久市(合併前)	185.1	-2.3	187.4	1	-13.3	200.7	1
2	伊那市(合併前)	139.3	-5.4	144.7	2	-0.5	145.2	3
3	松本市(合併前)	133.5	-6.8	140.3	3	-1.8	142.1	4
4	上田市(合併前)	129.6	-7.9	137.5	4	-7.9	145.4	2
5	飯田市(合併前)	122.0	-9.7	131.7	5	-1.7	133.4	5
6	旧豊科町(安曇野市)	120.7	1.6	119.1	6	-5.4	124.5	7
7	長野市(合併前)	113.0	-4.4	117.4	7	-2.5	119.9	9
8	中野市(合併前)	108.6	-6.9	115.5	8	-6.9	122.4	8
9	諏訪市	107.7	-5.3	113.0	9	-12.7	125.7	6
10	旧穂高町(安曇野市)	101.8	2.4	99.4	11	-3.9	103.3	10
11	岡谷市	96.9	-10.3	107.2	10	7.1	100.1	11
12	駒ヶ根市	78.5	-8.5	87.0	12	-7.9	94.9	12
13	飯山市	64.7	-3.7	68.4	14	-12.6	81.0	13
14	山形村	63.3	9.5	53.8	19	-11.9	65.7	16
15	茅野市	62.8	-9.1	71.9	13	4.2	67.7	15
16	旧木曽福島町(木曽町)	58.7	6.4	52.3	21	14.2	38.1	26
17	箕輪町	58.6	-5.0	63.6	18	-12.7	76.3	14
18	旧更埴市(千曲市)	58.4	-8.1	66.5	15	2.1	64.4	17
19	高森町	53.5	-12.3	65.8	16	4.5	61.3	19
20	須坂市	47.8	-2.5	50.3	22	-3.2	53.5	21
21	大町市(合併前)	47.7	-17.3	65.0	17	0.8	64.2	18
22	塩尻市(合併前)	46.0	-7.3	53.3	20	-5.8	59.1	20
23	小諸市	42.0	-5.8	47.8	23	6.2	41.6	24
24	立科町	34.2	-3.3	37.5	27	-0.4	37.9	27
25	旧佐久町(佐久穂町)	34.0	-8.1	42.1	25	5.6	36.5	28
26	旧堀金村(安曇野市)	33.6	12.6	21.0	40	-18.3	39.3	25
27	軽井沢町	33.4	-1.1	34.5	30	-0.2	34.7	30
28	池田町	32.8	-1.8	34.6	29	4.9	29.7	36
29	旧東部町(東御市)	32.6	-0.2	32.8	32	4.2	28.6	38
30	旧梓川村(松本市)	31.2	-15.5	46.7	24	16.2	30.5	33

4 商圏変動の類型 ～縮小商圏が約8割を占める

自市町村以外にも商圏を有する17市及び20町村について、それぞれの商圏人口と吸引人口の増減率から商圏の変動状況を分析すると、次のパターンに分類できる。

なお、前回調査と比較して、分析状況に大きな変化はないものの、縮小商圏は前回よりもやや増加し、全体の約8割を占める結果となった。

Iのゾーン 『成長商圏』

商圏人口、吸引人口ともに増加し、拡大傾向にある商圏

IIのゾーン 『吸引商圏』

商圏人口は減少したが、吸引人口は増加した商圏

IIIのゾーン 『流動商圏』

商圏人口は増加したが、吸引人口が減少した商圏

IVのゾーン 『縮小商圏』

商圏人口、吸引人口ともに減少し、低落傾向にある商圏

図3及び図4から、これら4つのゾーンに属する市町村をまとめると次のようになる。

I 『成長商圏』：2町村（△8）

旧本城村（筑北村）、旧豊科町（安曇野市）

II 『吸引商圏』：5町村（±0）

小海町、旧木曽福島町（木曽町）、旧穂高町（安曇野市）、山形村、白馬村

III 『流動商圏』：1市（△11）

松本市（合併前）

IV 『縮小商圏』：29市町村（+14）

長野市（合併前）、上田市（合併前）、岡谷市、飯田市（合併前）、諏訪市、須坂市、小諸市、伊那市（合併前）、駒ヶ根市、中野市（合併前）、大町市（合併前）、飯山市、茅野市、塩尻市（合併前）、旧更埴市（千曲市）、佐久市（合併前）

旧臼田町（佐久市）、旧佐久町（佐久穂町）、立科町、旧丸子町（上田市）、旧東部町（東御市）、富士見町、箕輪町、松川町、高森町、阿智村（合併前）、旧日義村（木曽町）、旧梓川村（松本市）、池田町

※（ ）内は前回調査と比較した市町村数の増減

図3 商圈変動の類型（17市）

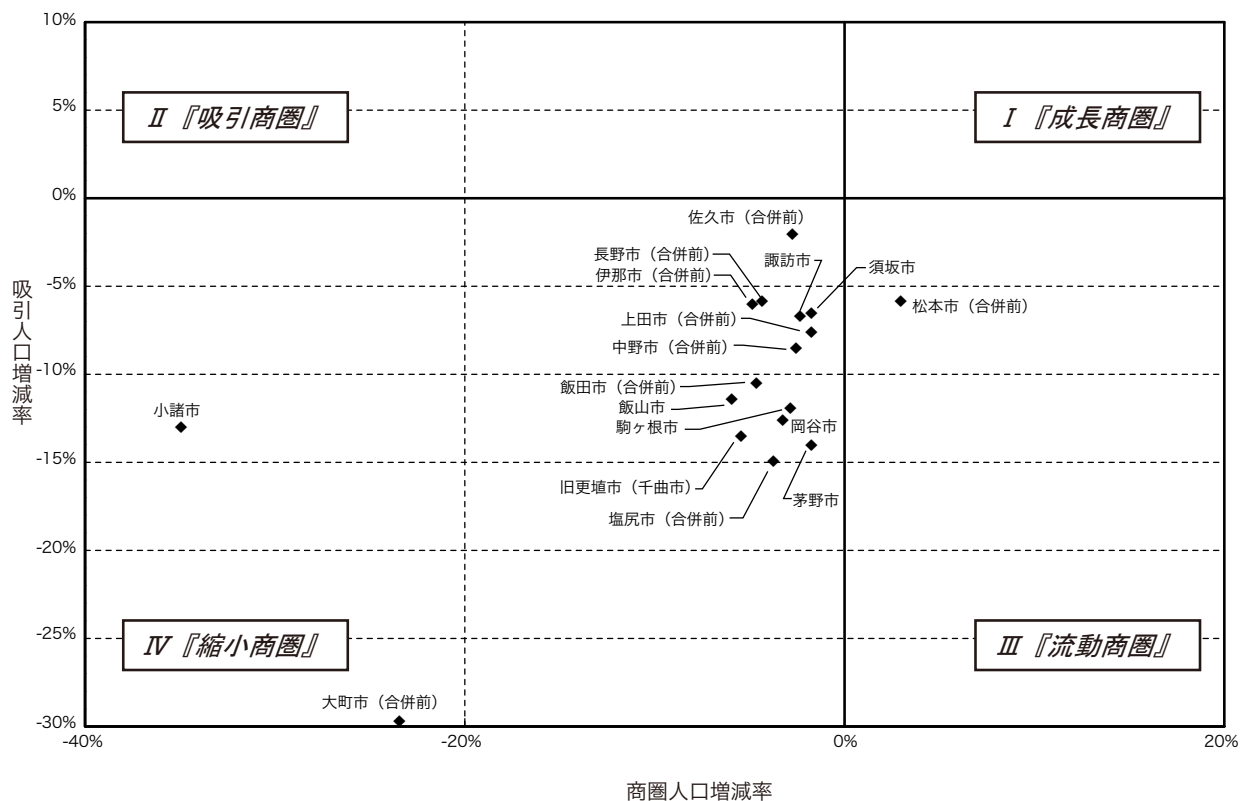
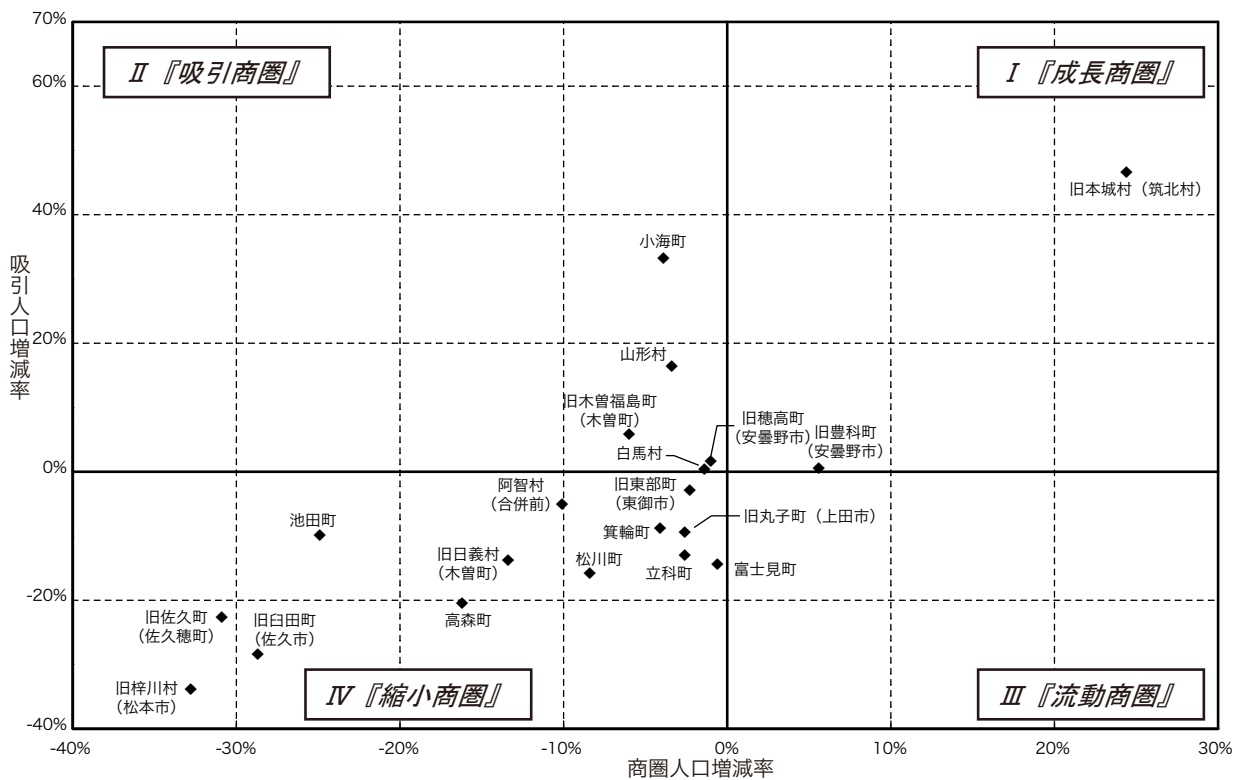


図4 商圈変動の類型（自町村以外にも商圈を有する20町村）



5 県外流出率 ～流出率が増加した町村数の増加

県外への流出率が高く 20%を超えている町村は、南木曽町 (87.7%)、根羽村 (73.7%)、大桑村 (46.7%)、売木村 (46.3%)、旧八坂村 (大町市) (35.2%)、南牧村 (33.2%)、川上村 (31.1%) の 7 町村となる (表 6)。

流出率が 5 %を超えるのは、22 町村 (前回調査比 + 8) であった。

前回調査と比較すると、県外への流出率が増加した市町村数が 66 市町村となり、減少した市町村数を上回っている。

表 6 市町村別県外への流出率 (上位 10 位)

順位	市町村名	令和 6 年	増減	令和 3 年		増減	平成 30 年	
		流出率		流出率	順位		流出率	順位
1	南木曽町	87.7	14.8	72.9	1	-12.8	85.7	1
2	根羽村	73.7	43.7	30.0	4	0.3	29.7	6
3	大桑村	46.7	-3.3	50.0	2	-4.9	54.9	2
4	売木村	46.3	46.3	0.0	86	-7.0	7.0	15
5	旧八坂村(大町市)	35.2	27.2	8.0	8	6.9	1.1	81
6	南牧村	33.2	12.3	20.9	6	-10.2	31.1	5
7	川上村	31.1	-1.4	32.5	3	0.5	32.0	4
8	栄村	19.5	-3.7	23.2	5	-9.6	32.8	3
9	小谷村	16.8	16.4	0.4	75	-7.7	8.1	10
10	原村	12.2	7.6	4.6	16	-3.4	8.0	12

6 無店舗販売の利用 ～利用がさらに拡大

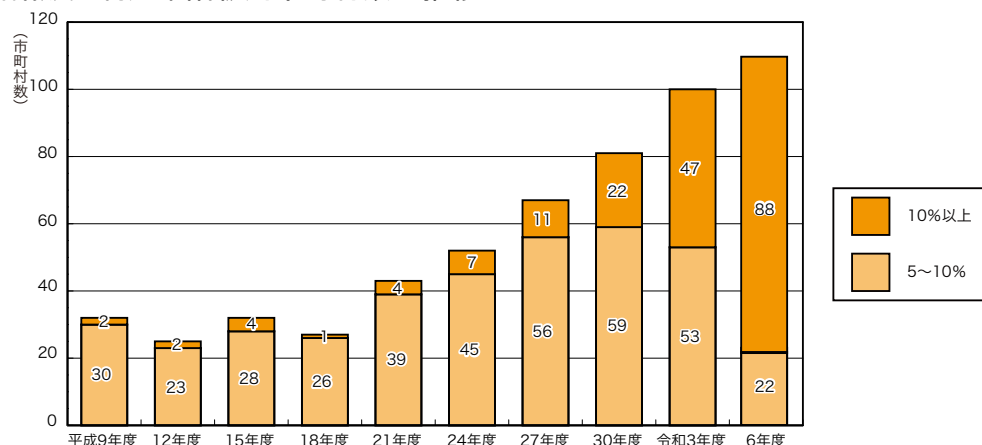
無店舗販売^{注)}の利用率が 5 %以上を占めているのは、旧奈川村 (松本市) (92.3%)、王滝村 (52.6%)、旧清内路村 (阿智村) (42.9%)、北相木村 (35.4%)、旧開田村 (木曽町) (31.2%) など 110 市町村 (前回調査比 + 10) である。

前回調査でも無店舗販売の影響を受ける市町村が大きく増加しているが、今回もさらに増加し、消費需要に大きな影響を与える買物形態になったといえる (図 5)。

商品群でみると、5 %以上の消費需要があったのは、身の回り品 (化粧品・靴・鞆など) で 111 市町村 (前回調査比 + 7)、衣料品で 100 市町村 (前回調査比 + 9)、飲食料品で 6 村 (前回調査比 △ 1) であった。

注) 無店舗販売：通信販売 (カタログ、TVショッピング、インターネットショッピング)、訪問販売、移動販売等

図 5 無店舗販売利用率階級別市町村数の推移



7 業態別利用店舗 ～専門スーパー利用割合が約5割に

主に買物をする業態店を商品群別に尋ねたところ、飲食料品、その他（贈答品）で大規模スーパーの、衣料品、身の回り品、文化品、日用品では専門スーパーの利用割合が高かった（図6）。

利用店舗の推移をみると、大規模スーパーの利用割合がやや低下し、専門スーパーの利用割合がやや増加している。また、一般小売店の利用割合は、やや増加している（図7）。

図6 商品群別業態別利用店舗（全県平均）

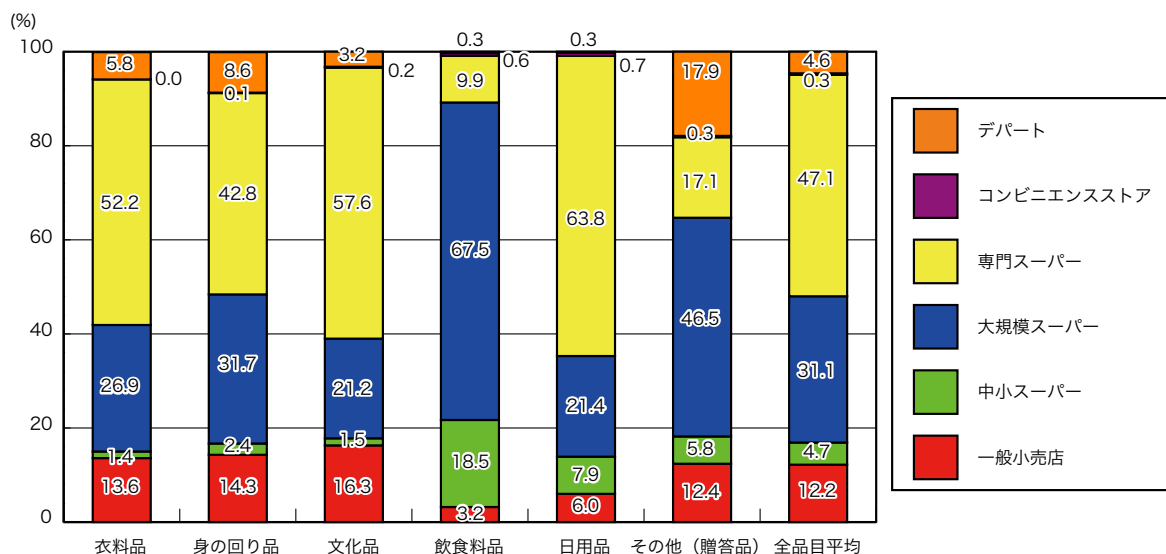
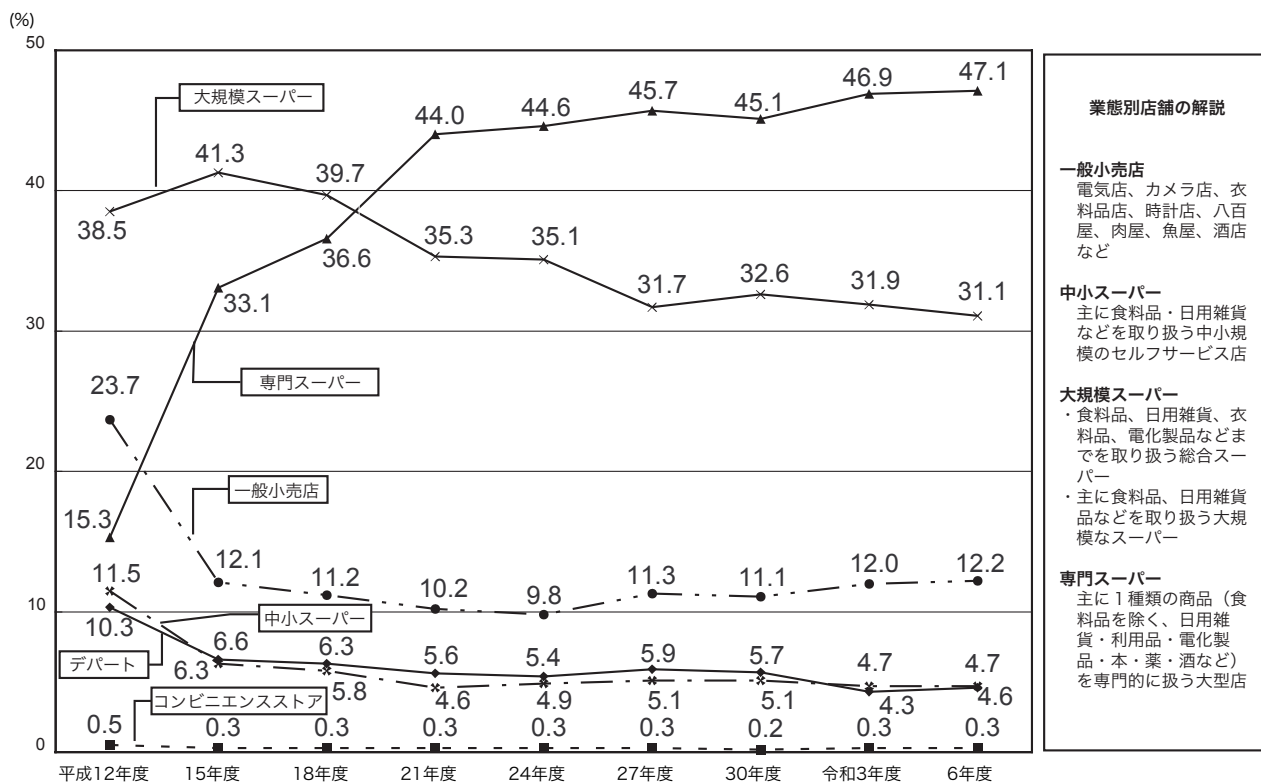


図7 利用店舗割合（全品目平均・全県平均）の推移



8 インターネットを利用した買物状況

～利便性などから身近なツールとして利用が定着

過去1年間にインターネットを利用したと回答した人は97.0%と、前回調査よりさらに利用が拡大していることが分かる。また、インターネット利用による買物をした人の割合は、前回調査からさらに0.4ポイント増加した（図8、9）。

インターネットで買物をしたいという意向を持っている回答者に買物理由を尋ねたところ、前回同様に、「他では手に入らない」が最も多く、次に、「配達してくれる」、「割引等のサービスがある」の順となっている。「他では手に入らない」、「配達してくれる」は前回とほぼ同じ回答割合となるが、「割引等のサービスがある」が2.6ポイント、「購入手続きが簡単」が2.2ポイント、「商品情報がわかりやすい」が1.1ポイント増加している（図10）。

図8 過去1年間のインターネット利用状況

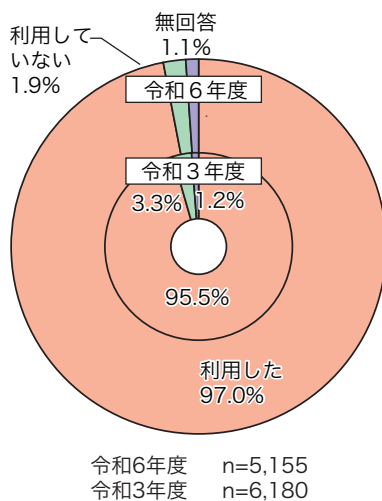


図9 過去1年間のインターネットを利用した買物の利用者割合

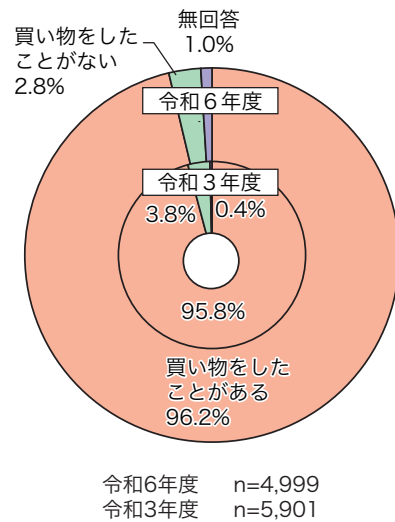


図10 インターネットを利用して買物をした（したい）理由（複数回答）

