

【2回目調査報告書】

なみか・ほろかカード 利用実績調査

【第2四半期報告】

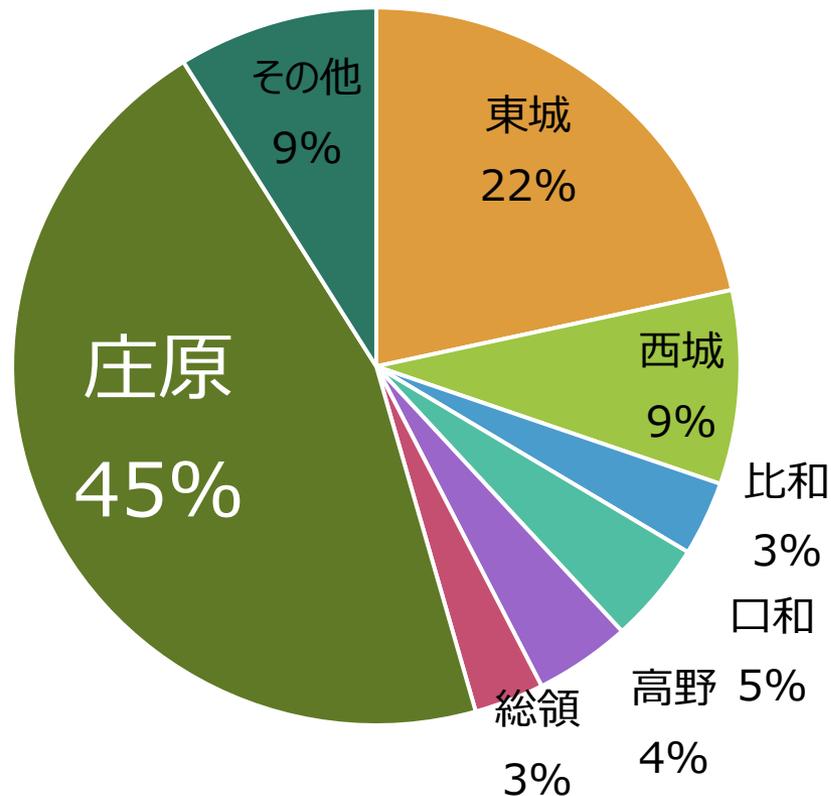


調査時期：2022年7月～9月

1. 居住地別「なみか・ほろか」の保有状況

【カード保有者の居住地】

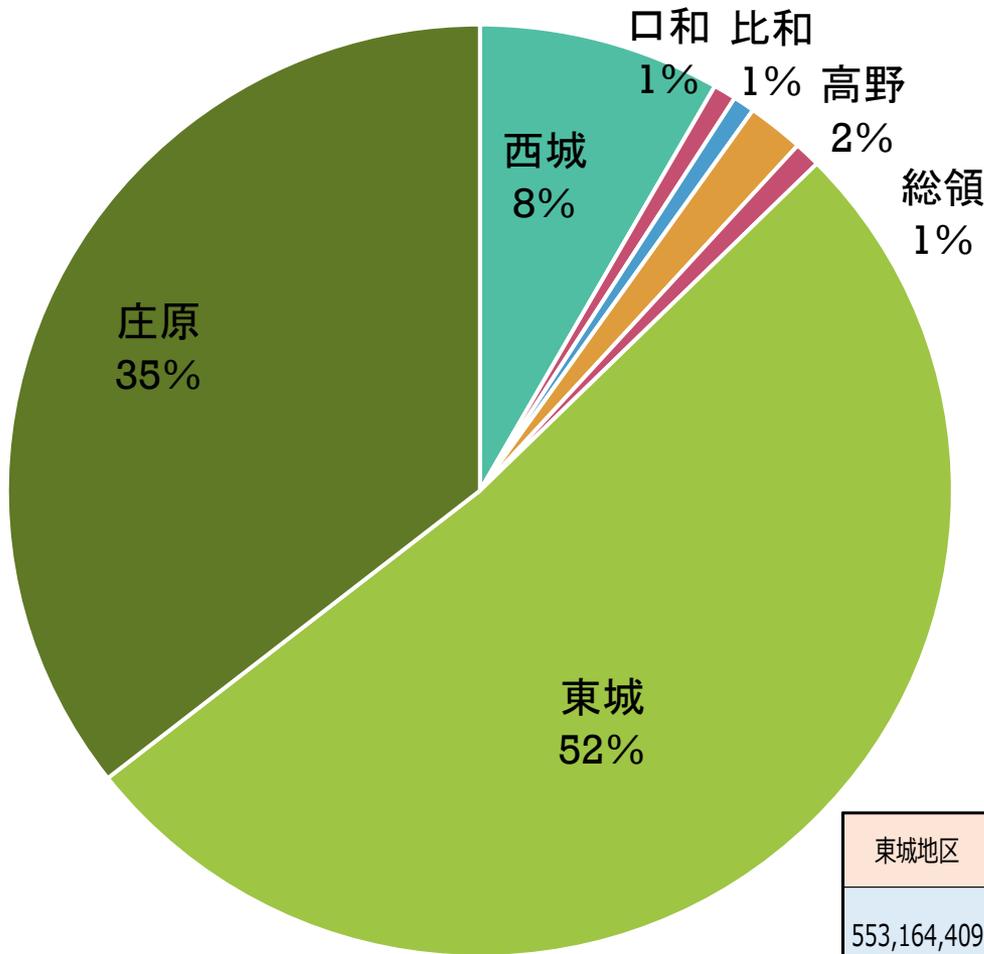
- ・保有者全体の45%が「庄原地区」に居住している。
- ・次いで「東城地区」が22%、「西城地区」が9%となっている。
- ・庄原市以外となる「その他」の地区も9%と一定の割合を占めており、上記3地区以外の4地区よりも多くなっている。



東城	西城	比和	口和	高野	総領	庄原	その他	全体人数
7464人	3020人	1157人	1577人	1481人	1072人	15745人	3072人	34588人

2. 居住地別「なみか・ほろか」の利用状況（金額）

【地区別の購入金額構成比】



- ・カード保有者数が45%と最も多い「庄原地区」の利用が約35%、保有者数22%の東城地区が約52%となるなど、保有者の居住地と利用場所にギャップが見られる。
- ・東城地区については、元々の金額規模が大きいことに加え、庄原市以外の「その他」の居住者が購入した金額の87.7%が東城地区で購入しており、売上構成比を高める要因となっている。

単位:円

東城地区	西城地区	比和地区	口和地区	高野地区	総領地区	庄原地区
553,164,409	88,343,520	7,914,632	8,331,696	20,622,108	9,587,076	379,969,319

3. 居住地別「なみか・ほろか」流出入状況（金額%）

【居住地毎の購入金額と居住者購入金額から算出した流出入率】

単位:円

	東城地区	西城地区	比和地区	口和地区	高野地区	総領地区	庄原地区
居住地毎の購入金額	553,164,409	88,343,520	7,914,632	8,331,696	20,622,108	9,587,076	379,969,319
居住者購入金額	562,726,510	123,453,860	20,520,376	20,602,641	11,876,844	13,196,495	195,614,327
流出入率	98.3%	71.6%	38.6%	40.4%	173.6%	72.6%	194.2%

流出=流入 流出>流入 流出>流入 流出>流入 流出<流入 流出>流入 流出<流入

10.8%が庄原地区に流入
87.7%が東城地区に流入

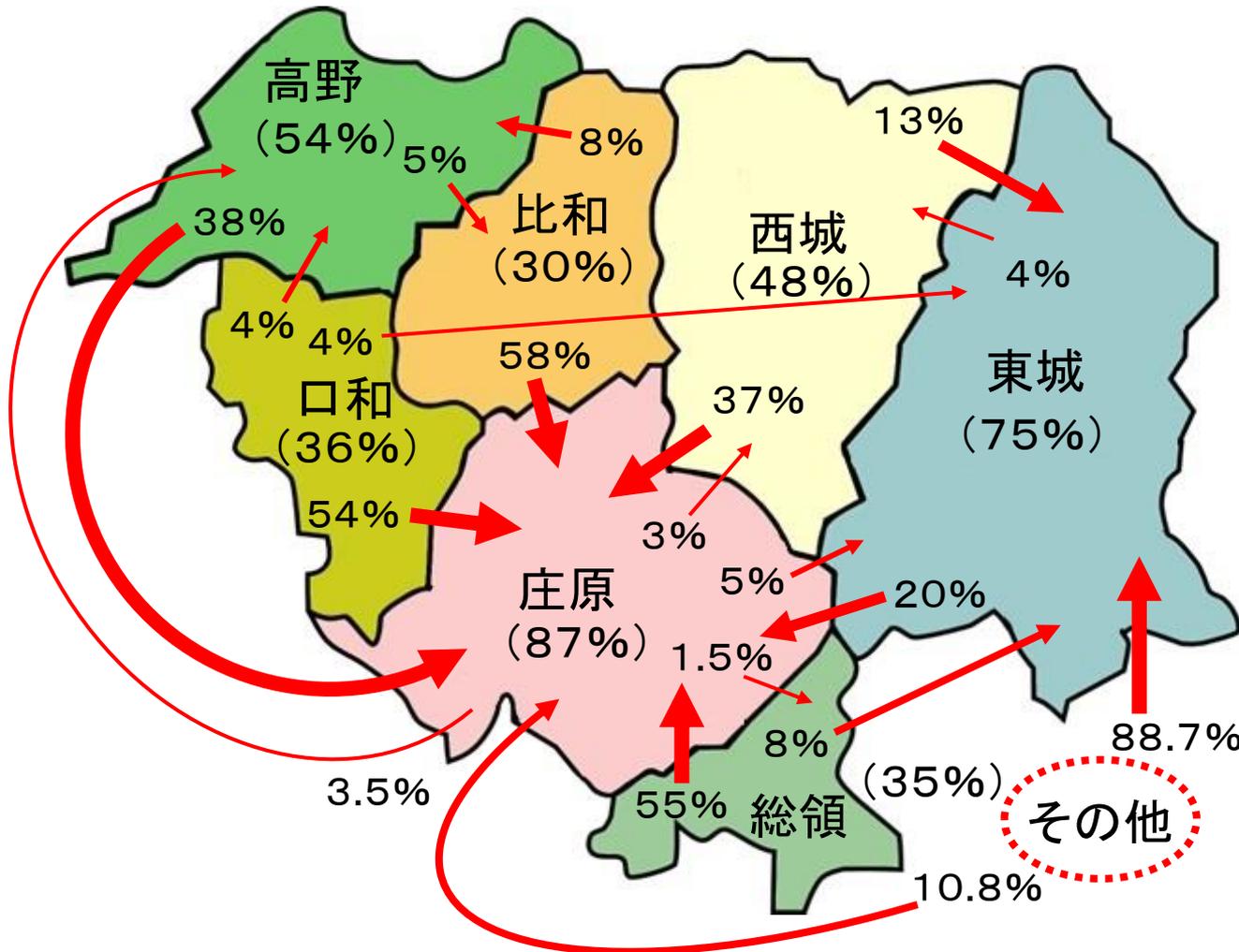
庄原市以外の
居住者購入金額

119,941,707
円

- ・居住地毎の購入金額と居住者購入金額から流出入率を算出すると上の表の通りとなる。
- ・商業集積が大きい「庄原地区」への流入は194.2%と大幅な流入超過となっており、次いで「道の駅」がある高野地区も173.6%と大幅な流入超過となっている。「東城地区」は流出入がほぼ同じ。
- ・「西城、総領地区」は30%弱の流出、その他大幅な流出超過。
- ・庄原市以外に居住しているカード保有者の購入金額が約1億2,000万円あり、その87.7%が東城地区で利用されている。

4. 居住地別「なみか・ほろか」流出入状況（地図）

【居住地別利用場所の流出入（金額%）】



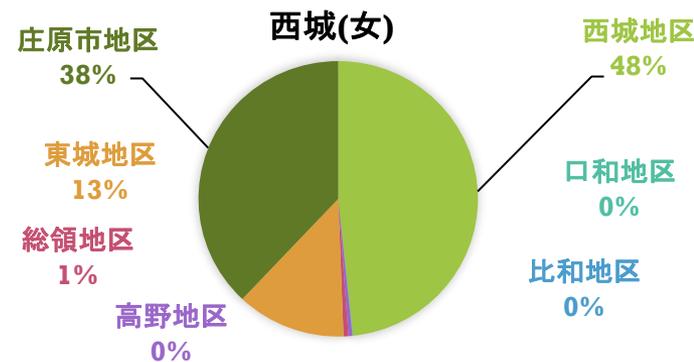
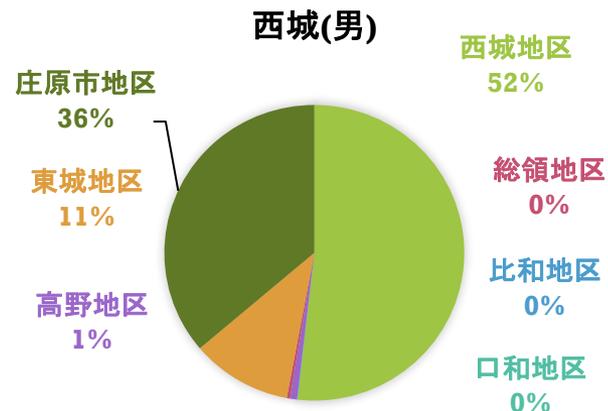
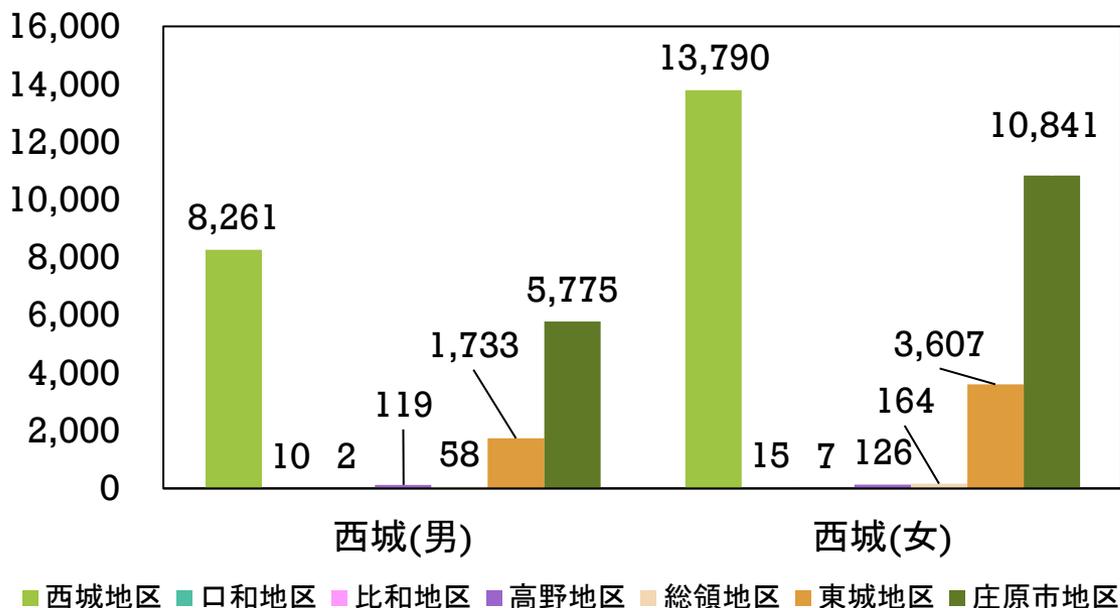
- ・カード保有者が居住地域内で利用している割合は「庄原地区87%」「東城地区75%」が高く、次いで「高野地区54%」「西城地区48%」となっている。
- ・それ以外の地区については50%以上が「庄原地区」へ流出している。
- ・「庄原地区」「東城地区」への流入が多い。
- ・「その他」地域の88.7%が東城地区で利用していることから、東城地域の利用金額が極めて高い状況になっている。西城や総領から流入もある。

※地図は庄原市自治振興連合会のダウンロードページより引用し、加工して使用

5. 西城地区居住者の購入場所分析

① 西城地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(西城)



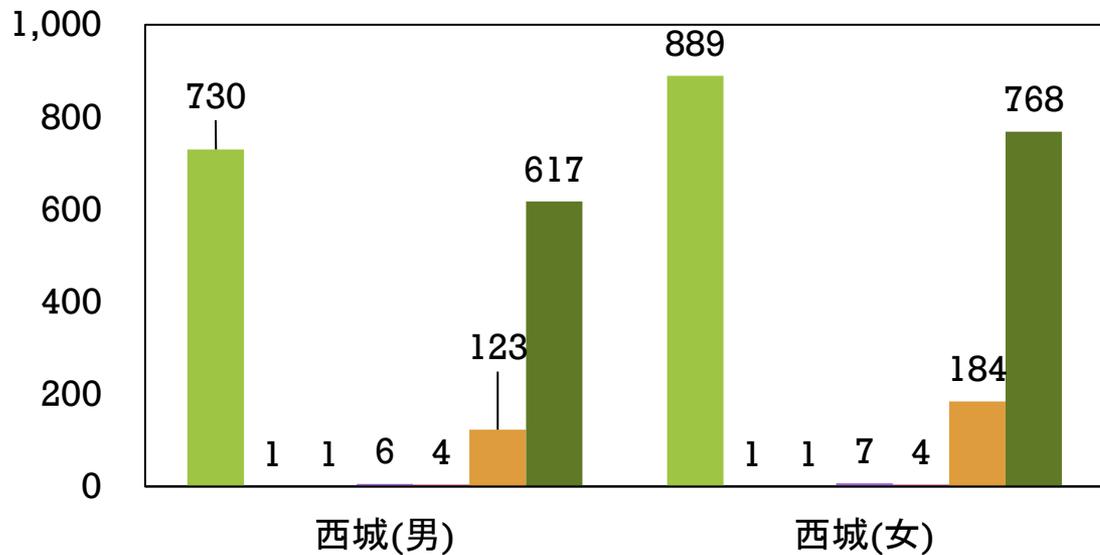
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

・西城地区居住者については、購入回数は男女ともに西城地区で50%前後が利用されている。次いで庄原地区での利用が男性で36%、女性で38%が利用されている。
 ・また、東城地区では男性が11%、女性が13%利用されている。

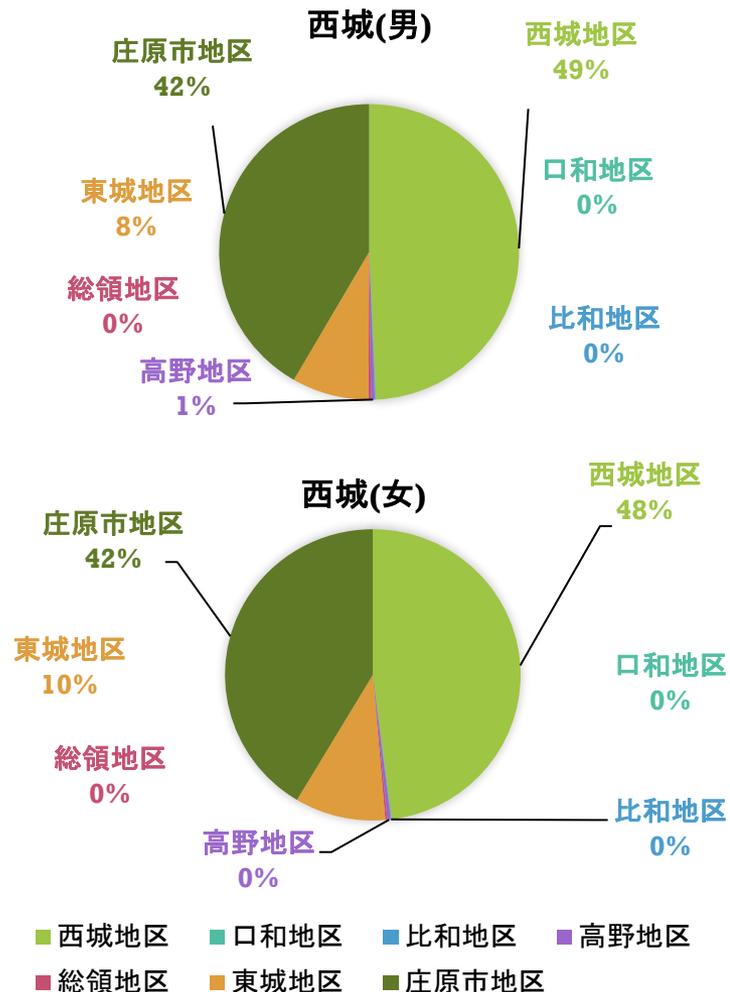
5. 西城地区居住者の購入場所分析

② 西城地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(西城)



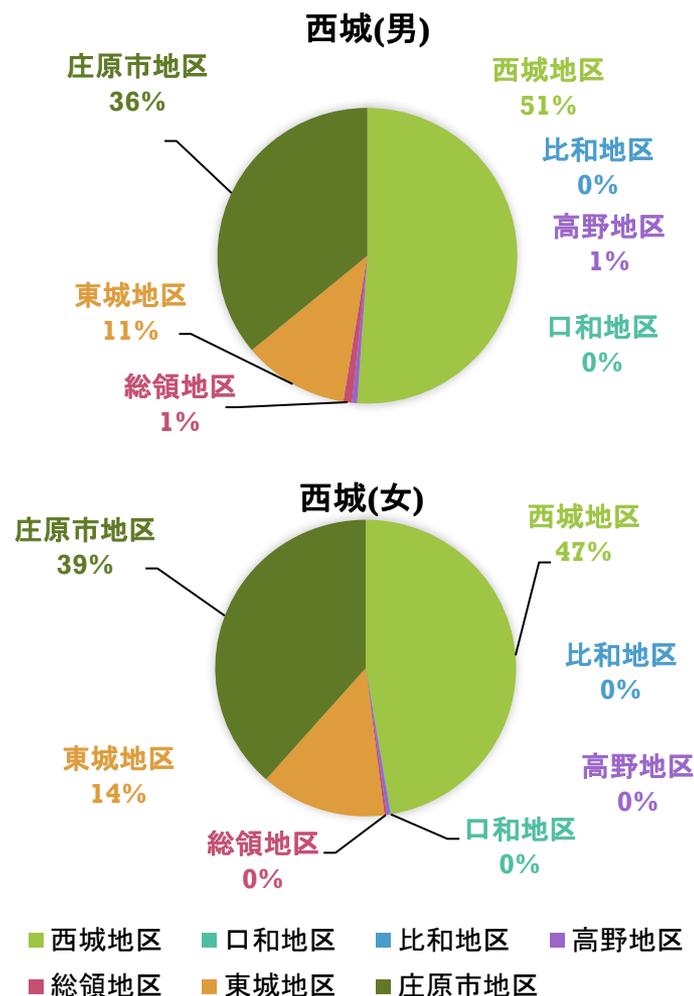
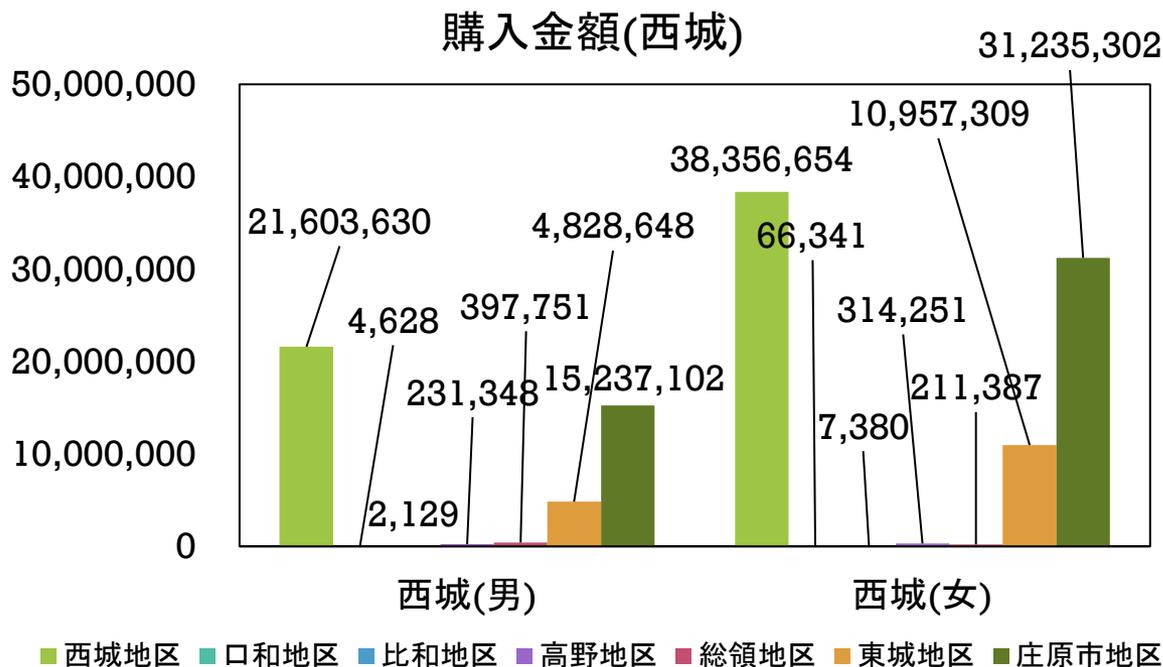
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



・西城地区居住者については、購入人数は男女合わせて西城地区で約48%が利用されている。次いで庄原地区での利用が男女ともに42%になっている。東城地区での利用も約9%ある。
 ・購入回数よりも、購入人数の方が庄原地区での利用が多い。

5. 西城地区居住者の購入場所分析

③ 西城地区居住者の購入金額(7~9月)

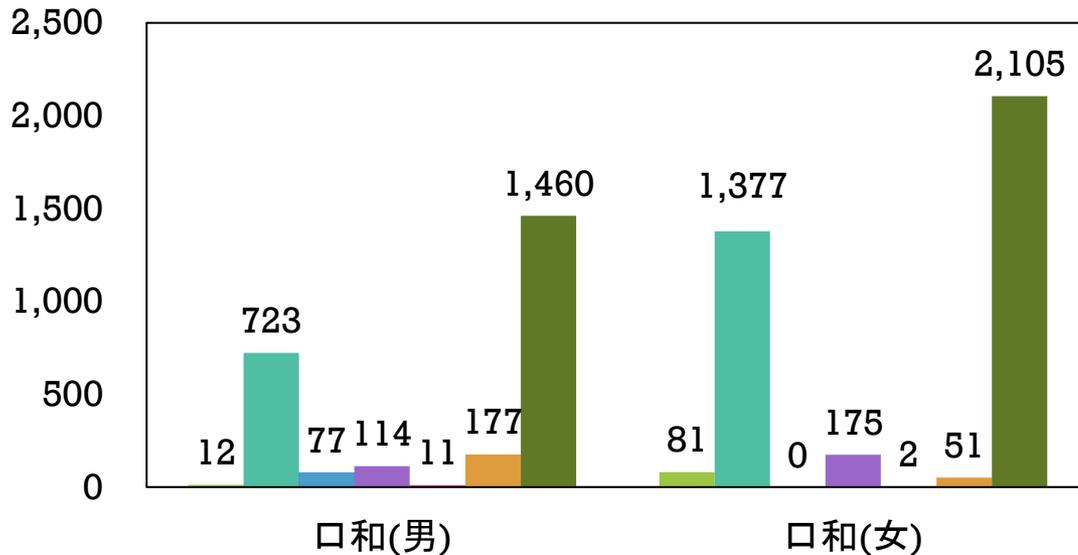


・西城地区居住者については、購入金額は男女合わせて西城地区で約49%が利用されている。次いで庄原地区での利用が約38%、東城地区での利用が男性で11%、女性が14%となっている。
 ・購入金額、購入回数、購入人数の差異は比較的小さい。

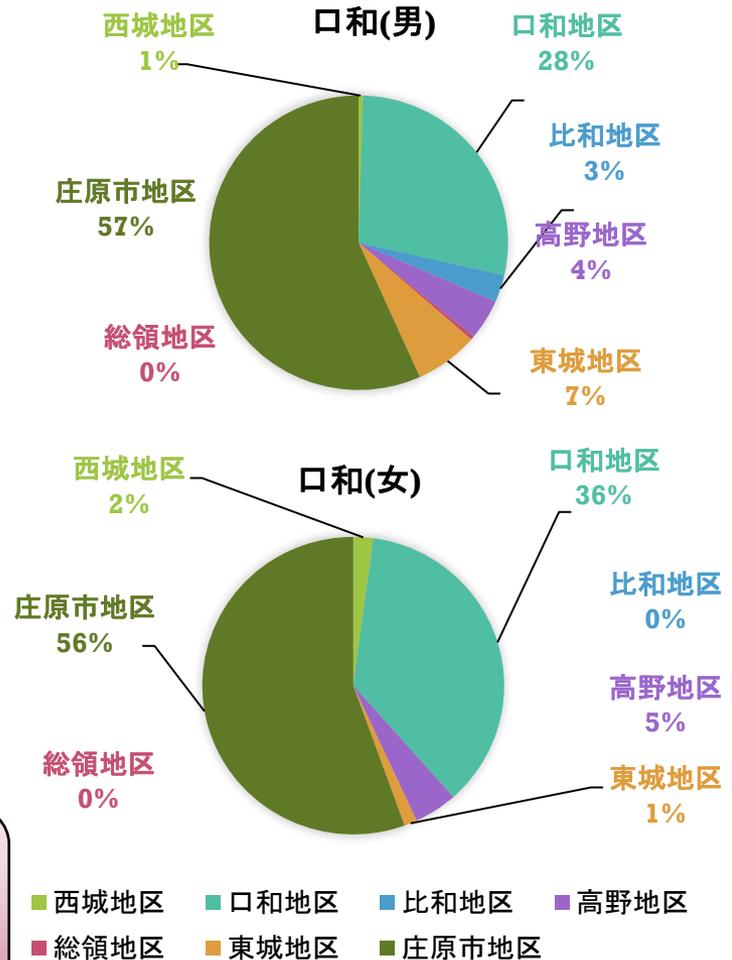
6. 口和地区居住者の購入場所分析

① 口和地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(口和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

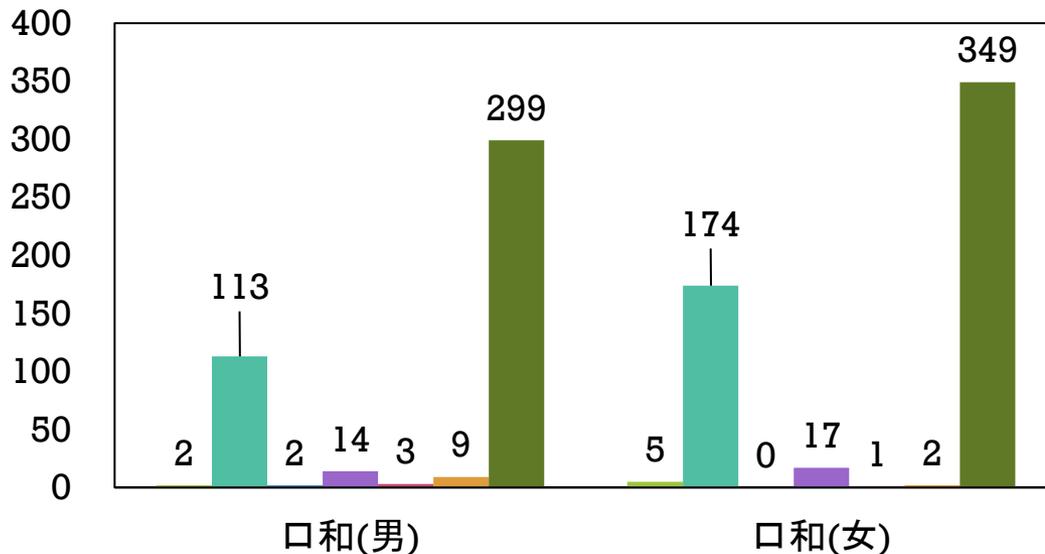


- ・口和地区居住者については、購入回数は男女合わせて庄原地区で約56%が利用されている。次いで当エリアである口和地区での利用が男性が28%、女性が36%となっている。
- ・当地区は地域外への流出が多い状況となっている。

6. 口和地区居住者の購入場所分析

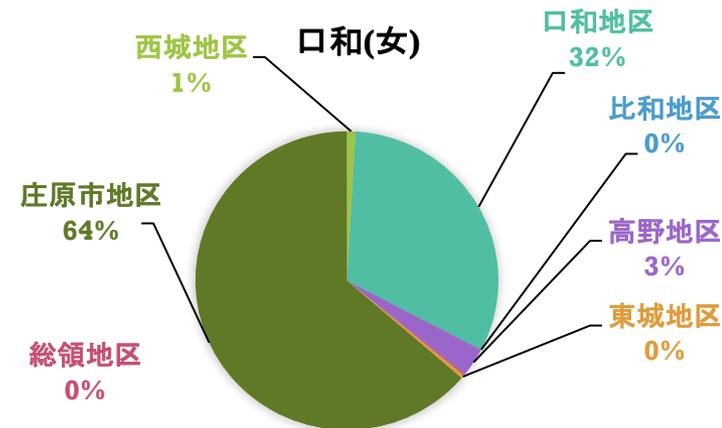
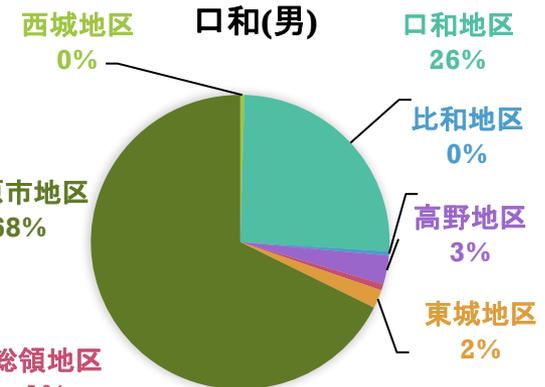
② 口和地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(口和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

- ・口和地区居住者については、購入人数は庄原地区で男性が68%、女性が64%が利用されている。次いで当エリアである口和地区での利用が男性で26%、女性で32%となっている。
- ・購入回数よりも、購入人数の方が庄原地区での利用が多い。

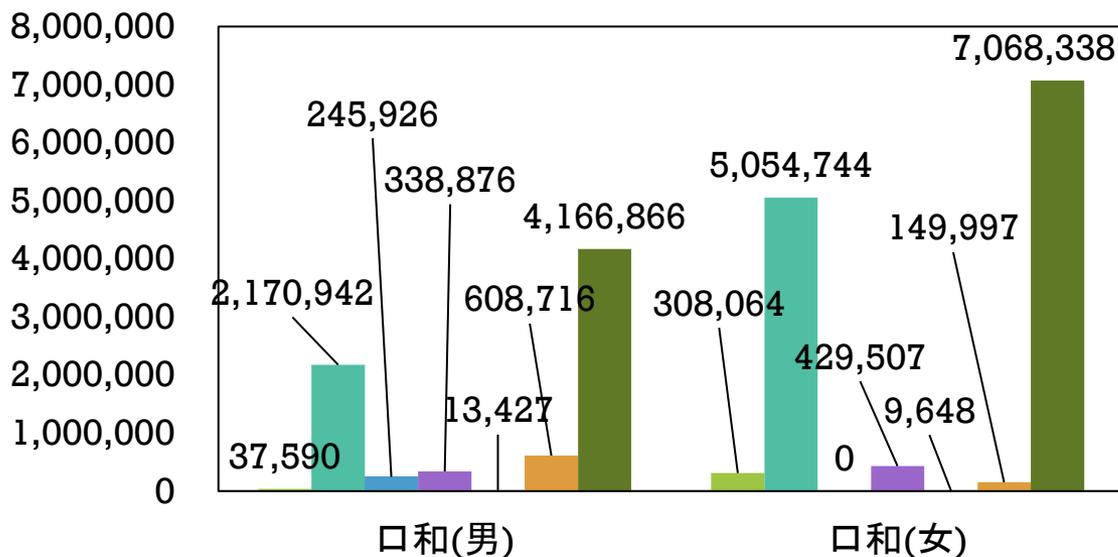


■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

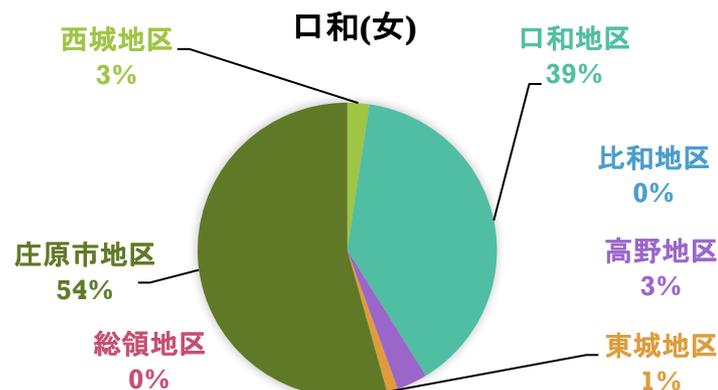
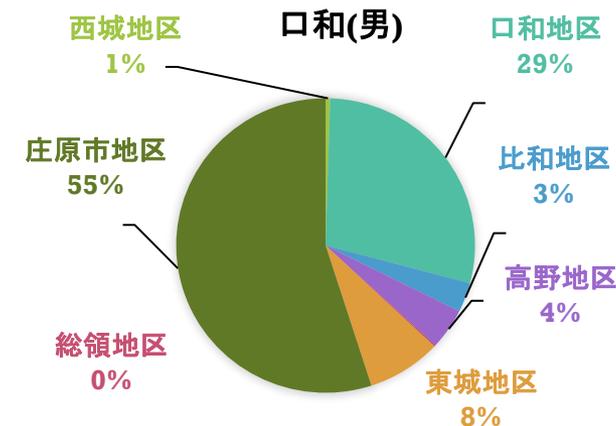
6. 口和地区居住者の購入場所分析

③ 口和地区居住者の購入金額(7~9月)

購入金額(口和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



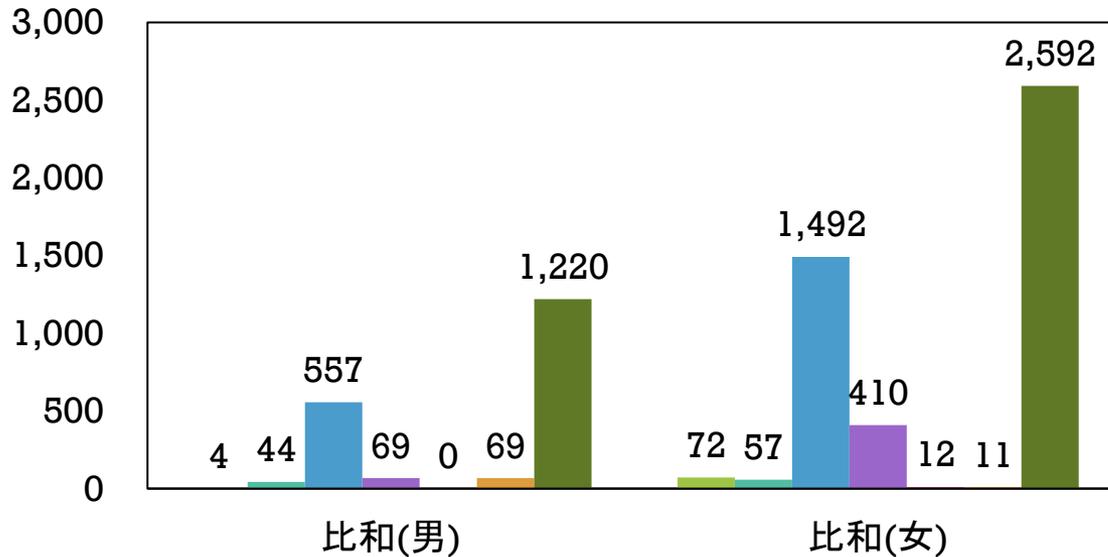
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

- ・口和地区居住者については、購入金額は庄原地区で男性が55%、女性が54%が利用されている。次いで当エリアである口和地区での利用が男性で29%、女性で39%となっている。
- ・購入回数との差異は少ないが、購入人数とはやや差異がある。

7. 比和地区居住者の購入場所分析

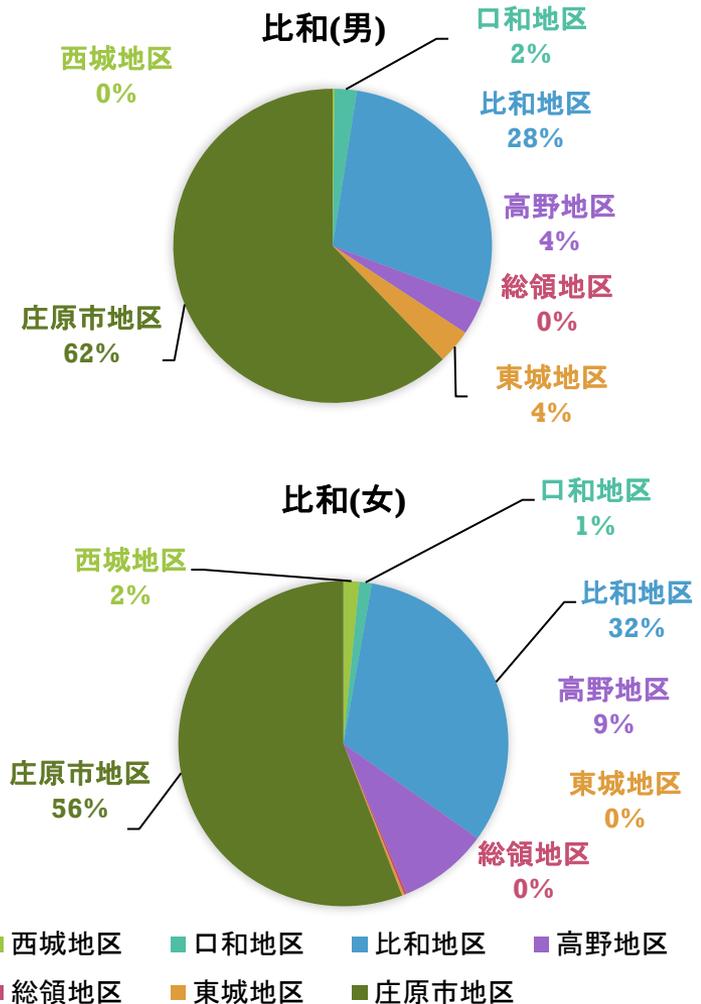
① 比和地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(比和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

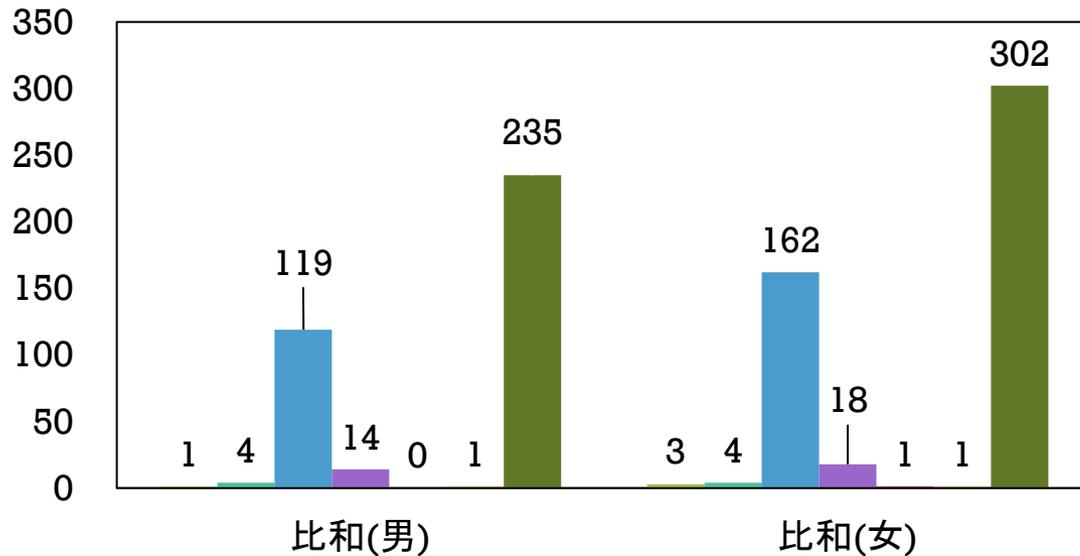
- ・比和地区居住者については、購入回数は庄原地区で男性が62%、女性が56%が利用されている。男性の方がやや多くなっている。
- ・次いで当エリアである比和地区での利用が男性で28%、女性で32%となっており、地域外への流出が多い状況となっている。



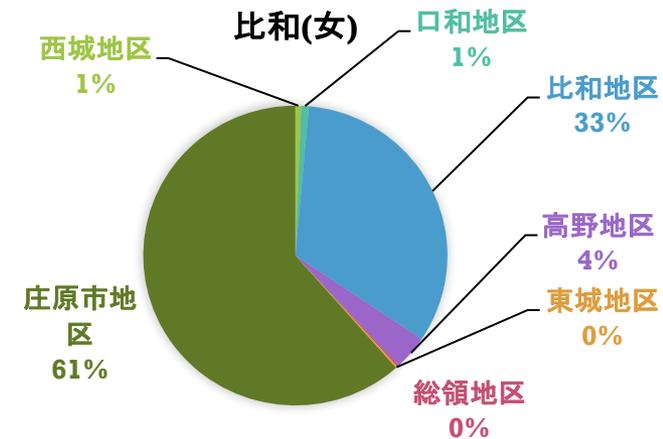
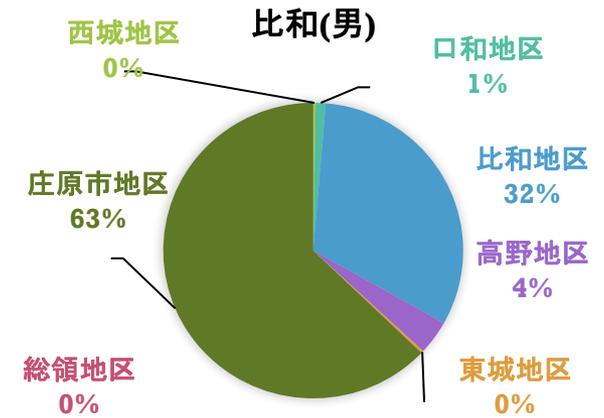
7. 比和地区居住者の購入場所分析

② 比和地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(比和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



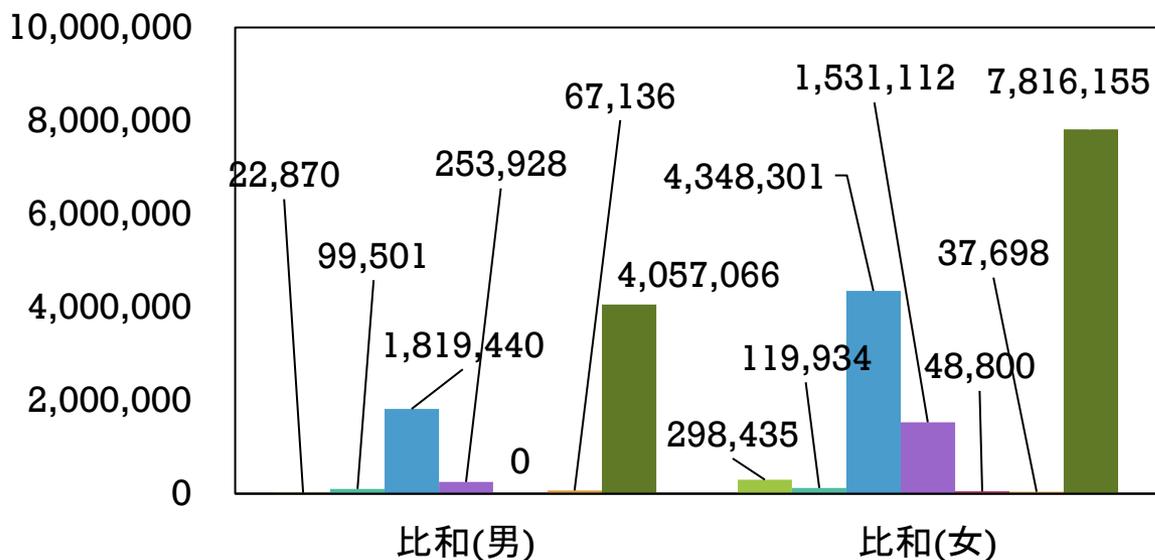
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

・比和地区居住者については、購入人数は庄原地区で男性が63%、女性が61%が利用されている。次いで当エリアである比和地区での利用が男性で32%、女性で33%となっている。
・購入回数よりも、購入人数の方が庄原地区での利用が多い。

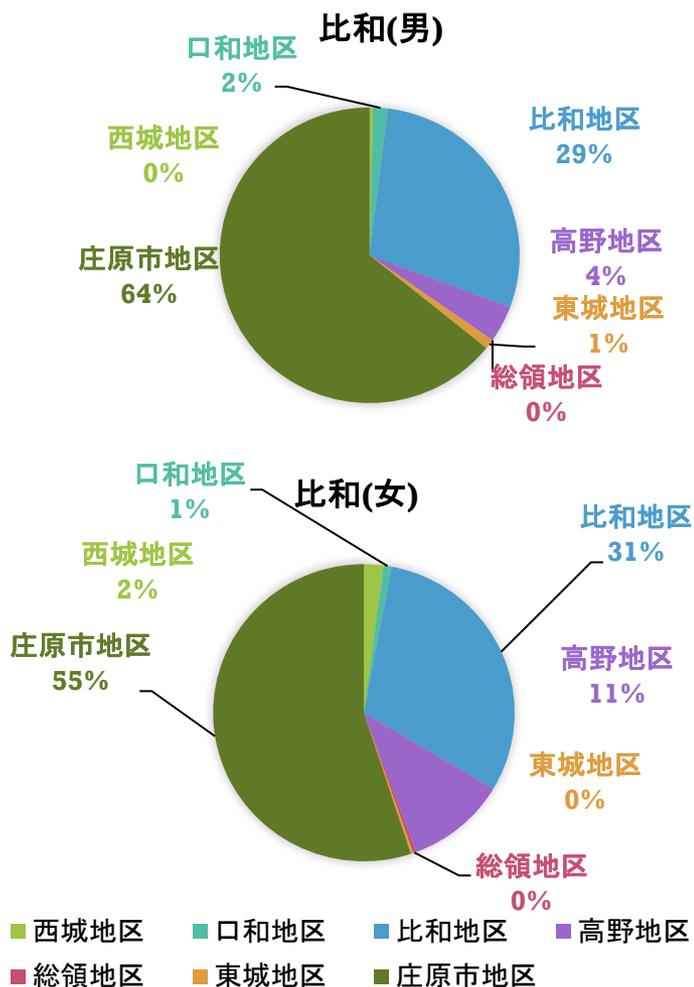
7. 比和地区居住者の購入場所分析

③ 比和地区居住者の購入金額(7~9月)

購入金額(比和)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

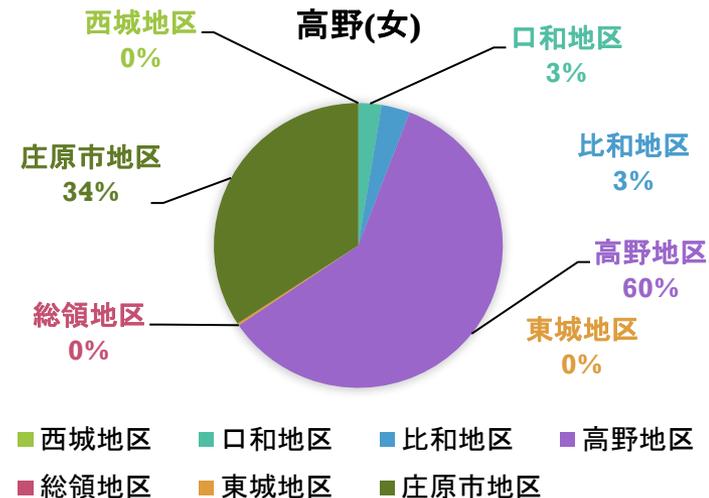
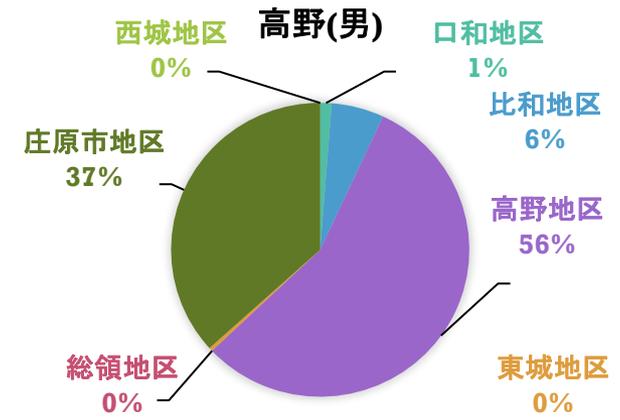
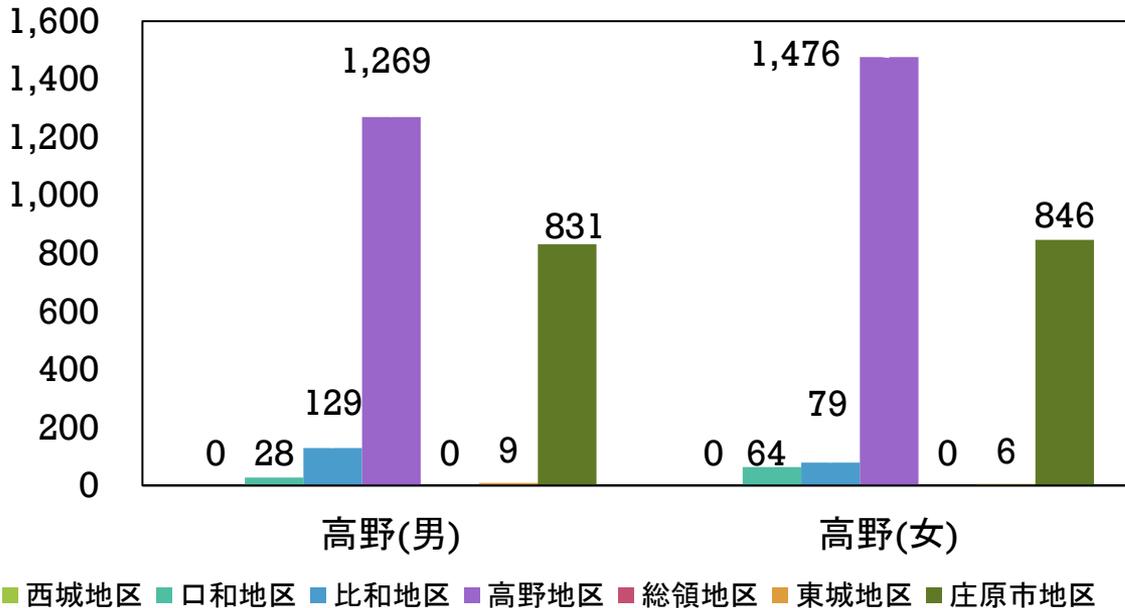


・比和地区居住者については、購入金額は庄原地区で男性が64%、女性が55%が利用されている。次いで当エリアである比和地区での利用が男性で29%、女性で31%となっている。
 ・購入回数との差異は少ないが、購入人数とはやや差異がある。

8. 高野地区居住者の購入場所分析

①高野地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(高野)

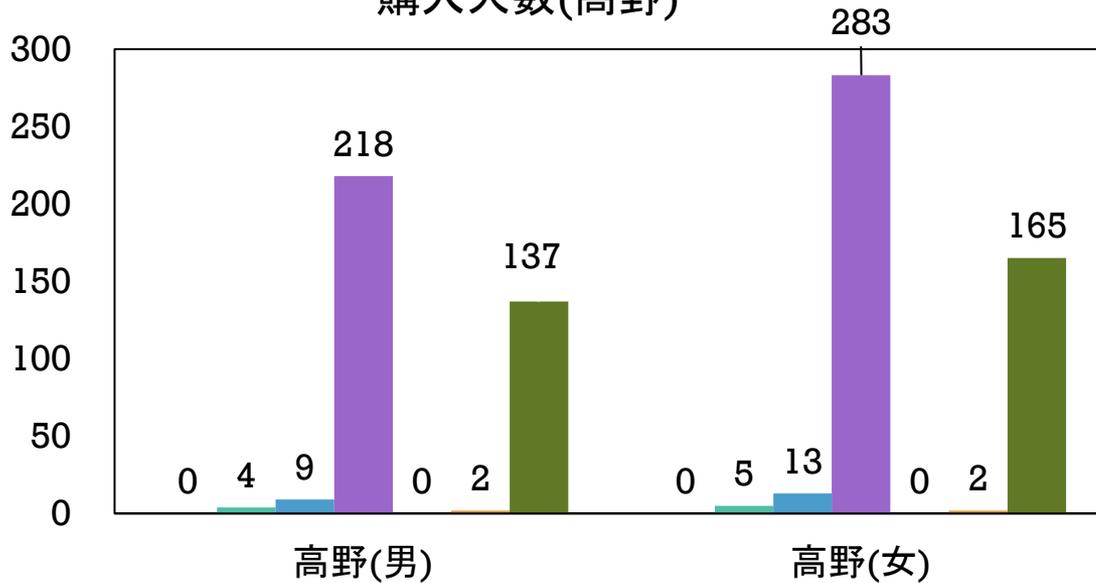


- ・高野地区居住者については、購入回数は高野地区で男性が56%、女性が60%が利用されている。次いで庄原地区での利用が男性が37%、女性が34%となっている。
- ・高野地区居住者については、比較的、地域内での利用が多い。

8. 高野地区居住者の購入場所分析

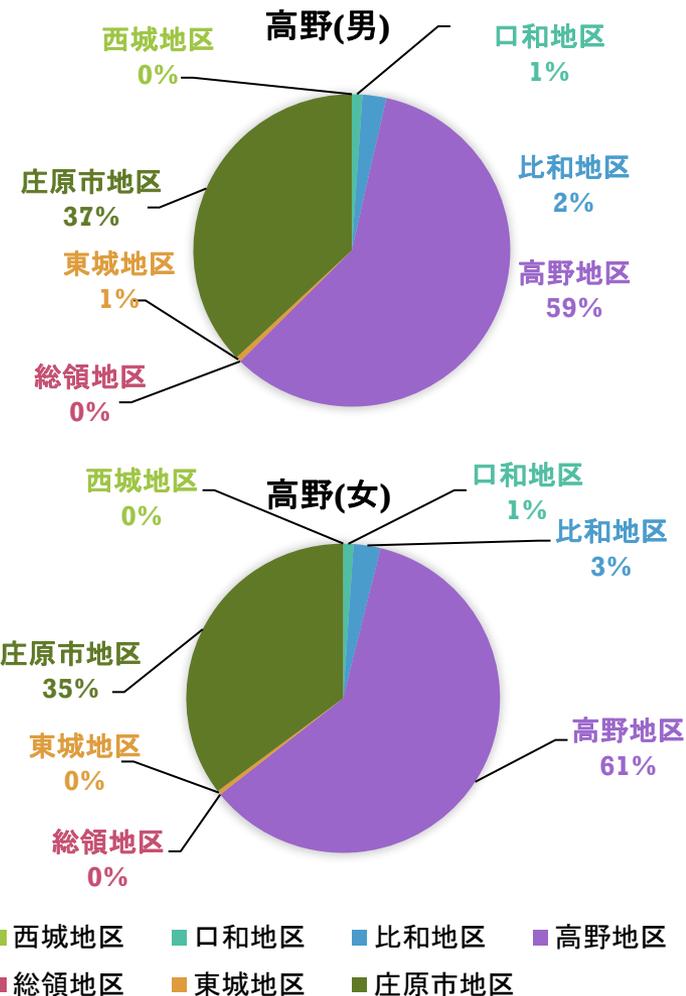
②高野地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(高野)



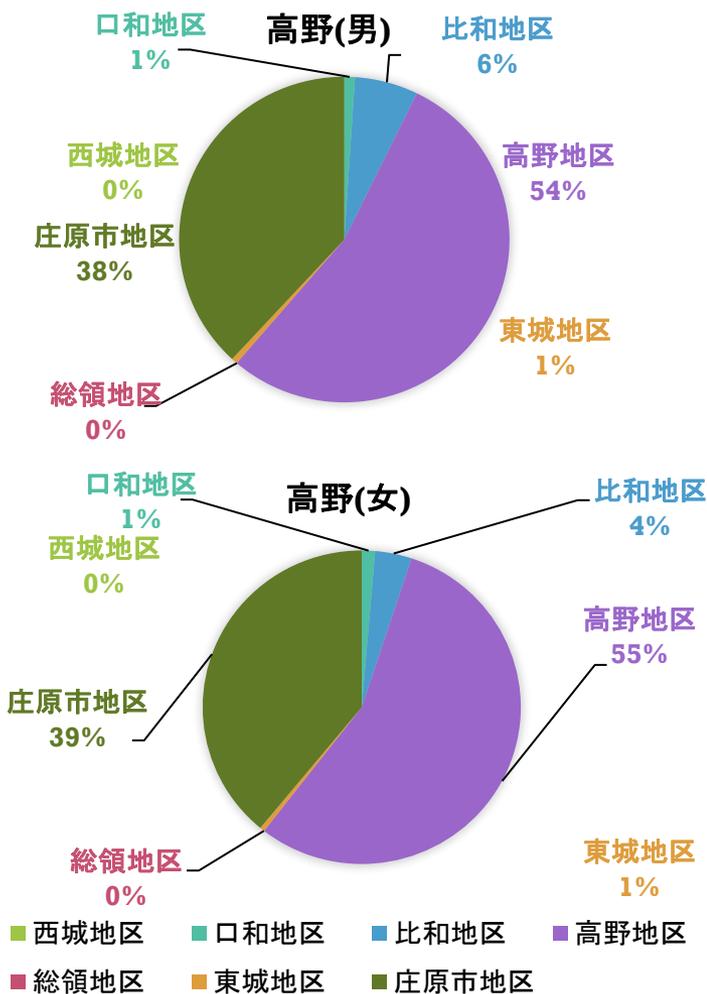
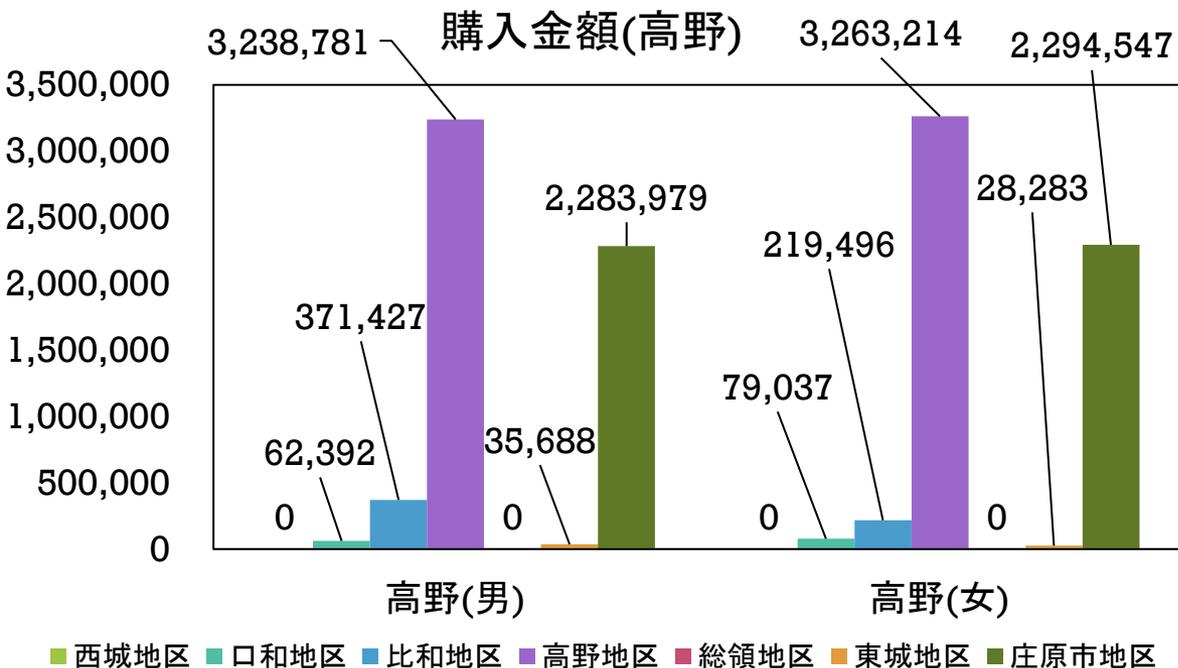
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

- ・高野地区居住者については、購入人数は男女合わせて高野地区で約60%が利用されている。次いで庄原地区で約36%が利用されている。
- ・購入回数よりも、購入人数の方が地域内での利用がやや多い。



8. 高野地区居住者の購入場所分析

③ 高野地区居住者の購入金額(7~9月)

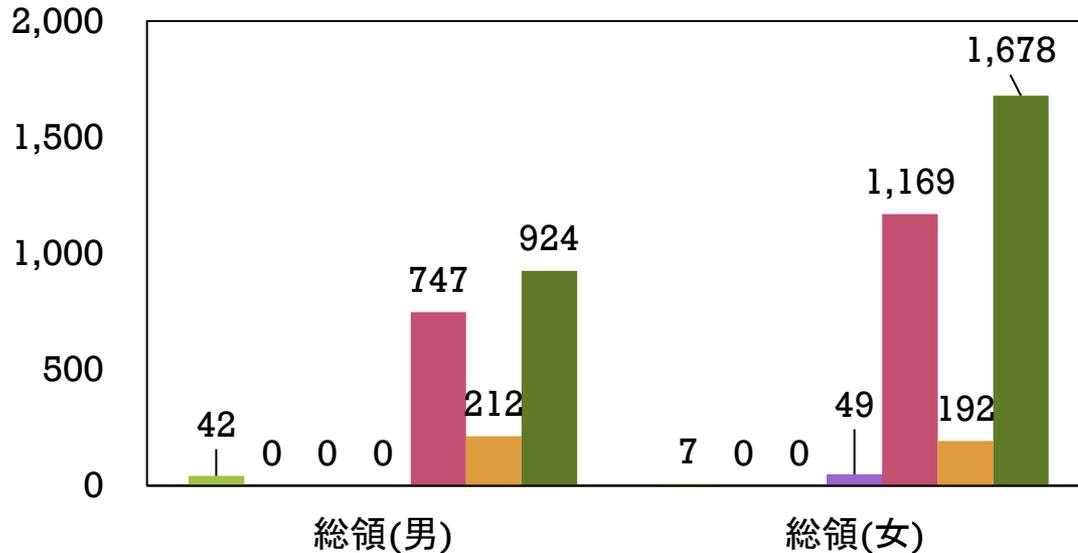


- ・高野地区居住者については、購入金額は高野地区で男女合わせて約55%が利用されている。次いで庄原地区での利用が男女合わせて約39%となっている。
- ・購入回数、購入人数より高野地区での利用がやや少なくなっている。

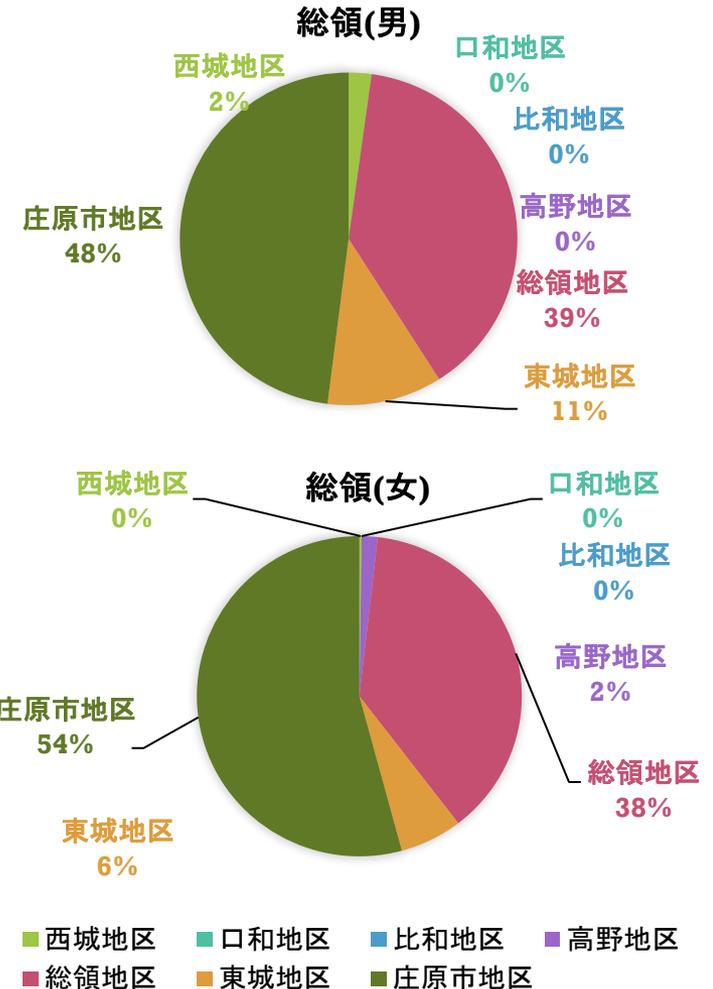
9. 総領地区居住者の購入場所分析

① 総領地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(総領)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

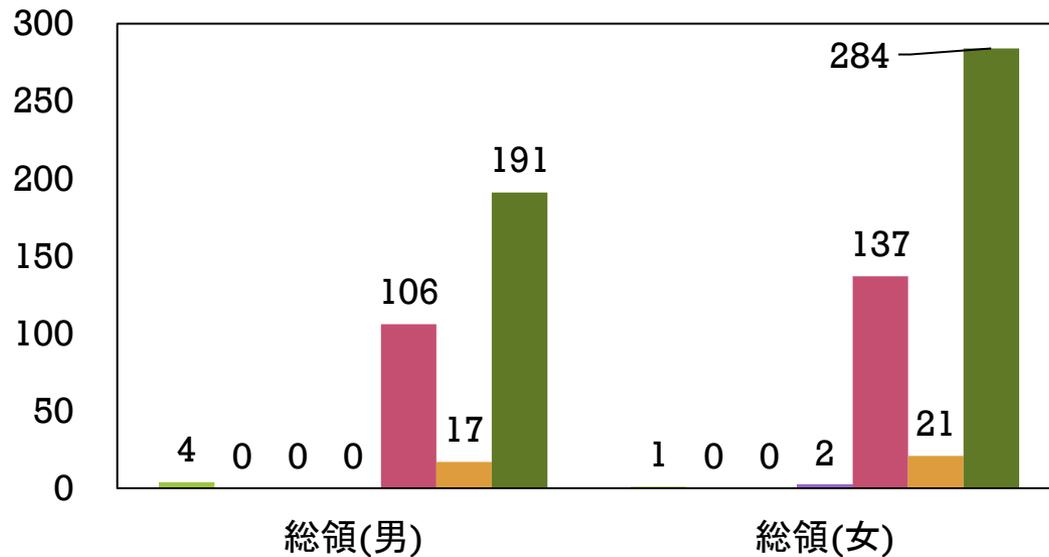


・総領地区居住者については、購入回数が庄原地区で男性が48%、女性が54%が利用されている。次いで当エリアである総領地区での利用が男性で39%、女性で38%となっている。
・購入回数で見ると、地域外での利用がやや多いことがわかる。

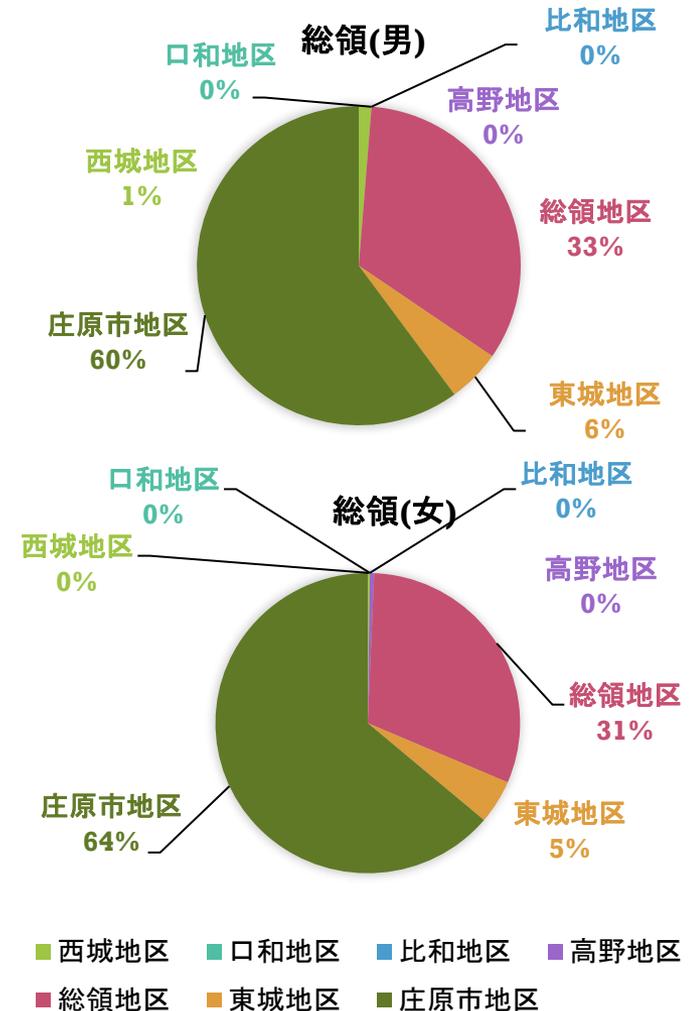
9. 総領地区居住者の購入場所分析

② 総領地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(総領)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



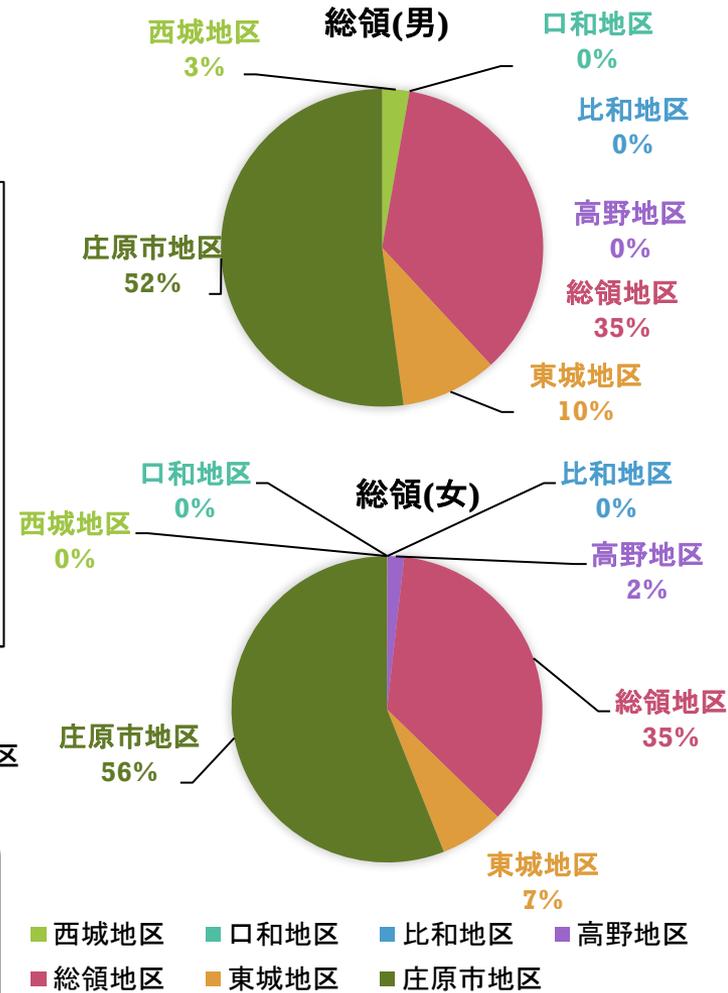
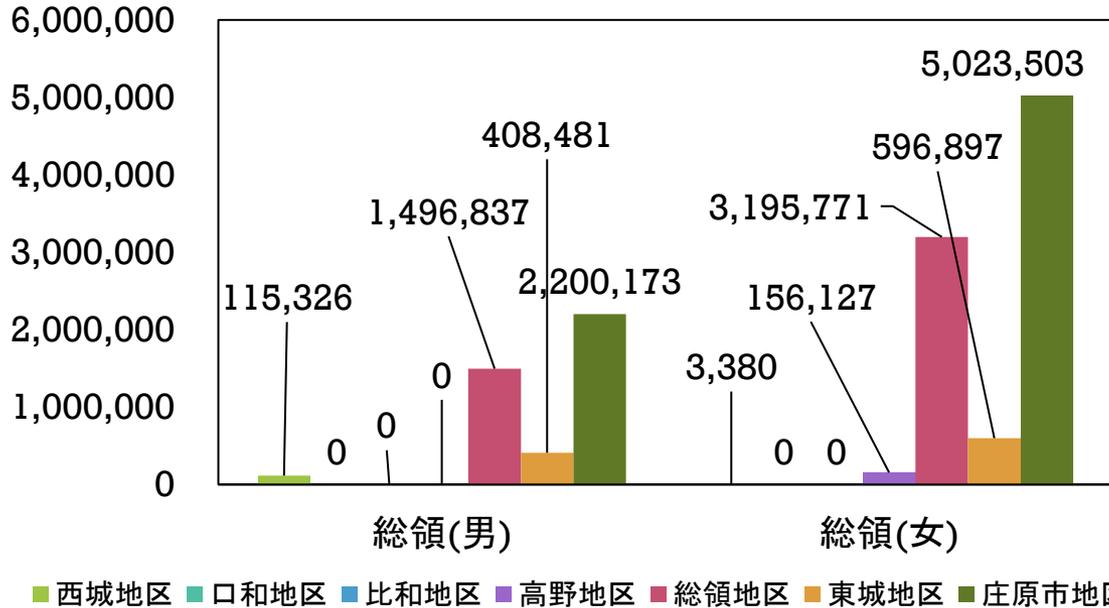
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

・総領地区居住者については、購入人数は庄原地区で男性が60%、女性が64%が利用されている。次いで当エリアである総領地区での利用が男性で33%、女性で31%となっている。
・購入回数よりも、購入人数の方が庄原地区での利用が多い。

9. 総領地区居住者の購入場所分析

③ 総領地区居住者の購入金額(7~9月)

購入金額(総領)

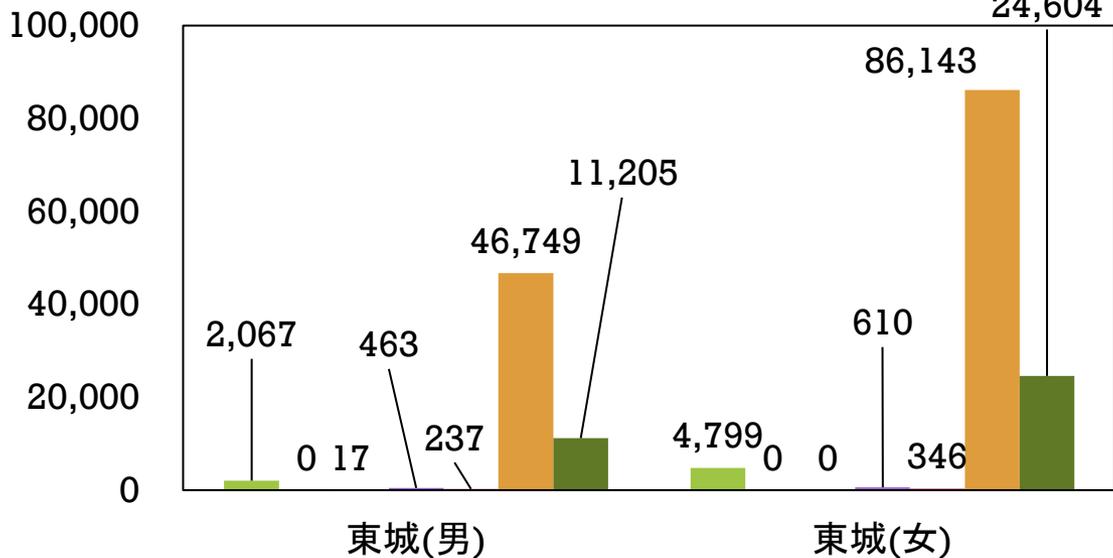


・総領地区居住者については、購入金額は庄原地区で男性が52%、女性が56%が利用されている。次いで当エリアである総領地区での利用が男女ともに35%となっている。
 ・購入金額、購入回数、購入人数に多少のバラツキが見られる。

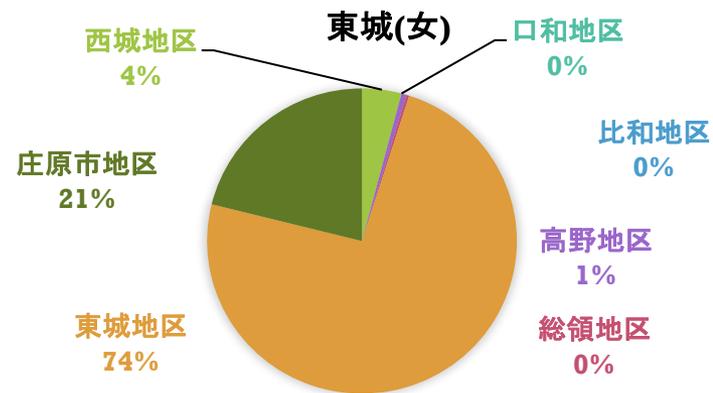
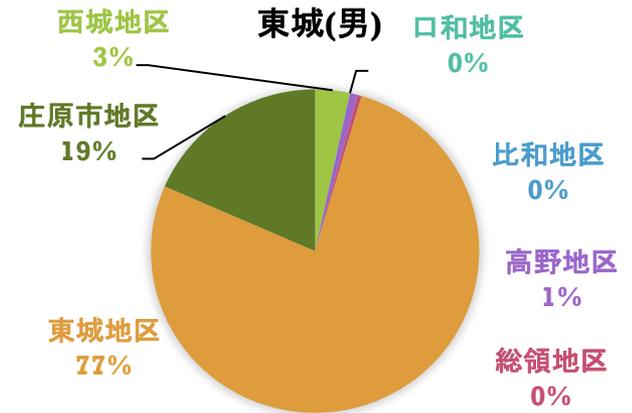
10. 東城地区居住者の購入場所分析

①東城地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(東城)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



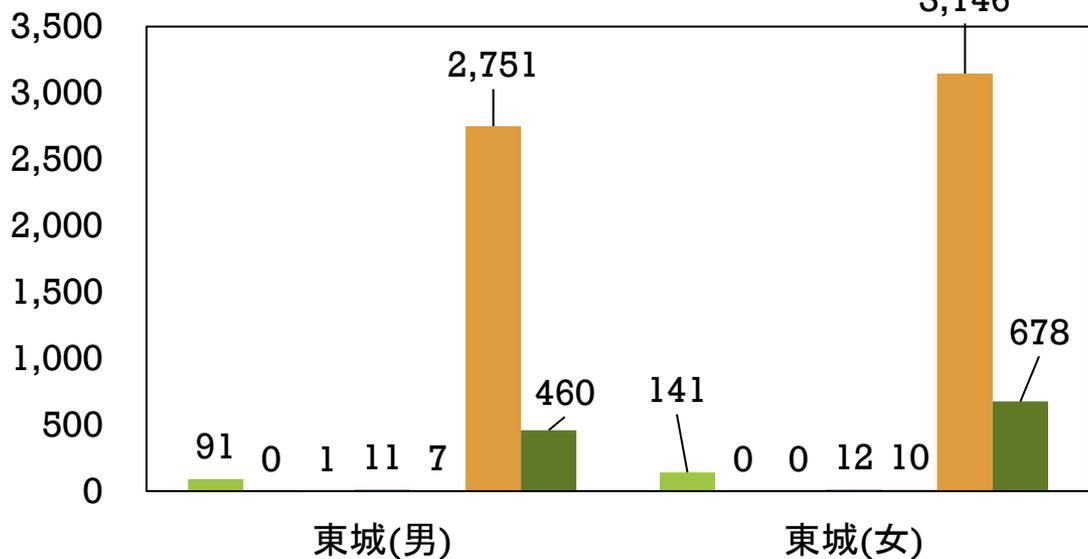
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

- ・東城地区居住者については、購入回数が東城地区で男性が77%、女性が74%が利用されている。次いで庄原地区での利用が男性で19%、女性で21%となっている。
- ・東城地区居住者については、地域内での利用が極めて多い。

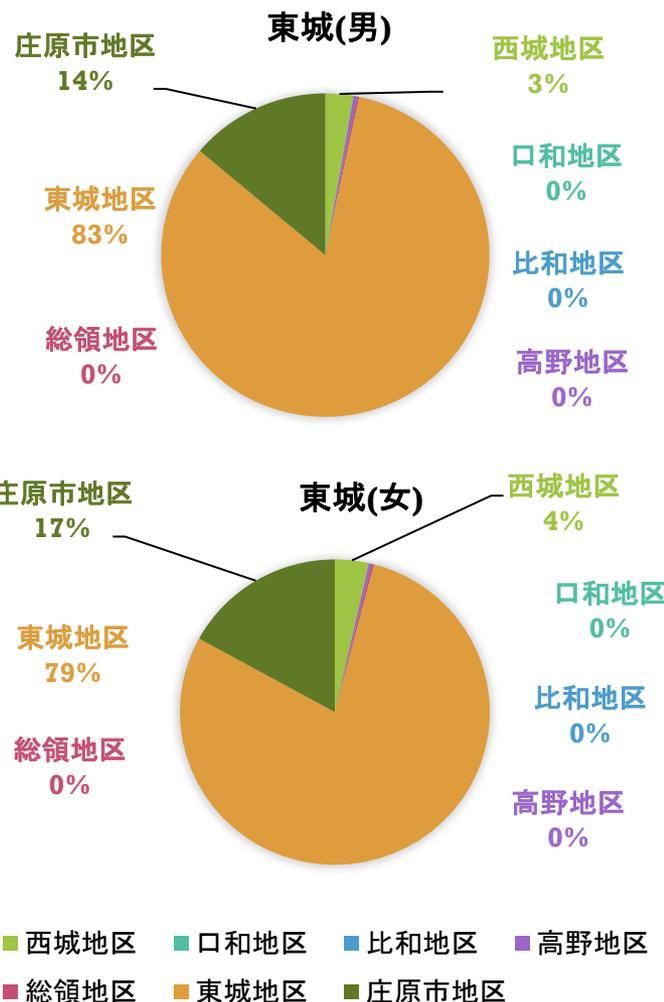
10. 東城地区居住者の購入場所分析

②東城地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(東城)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

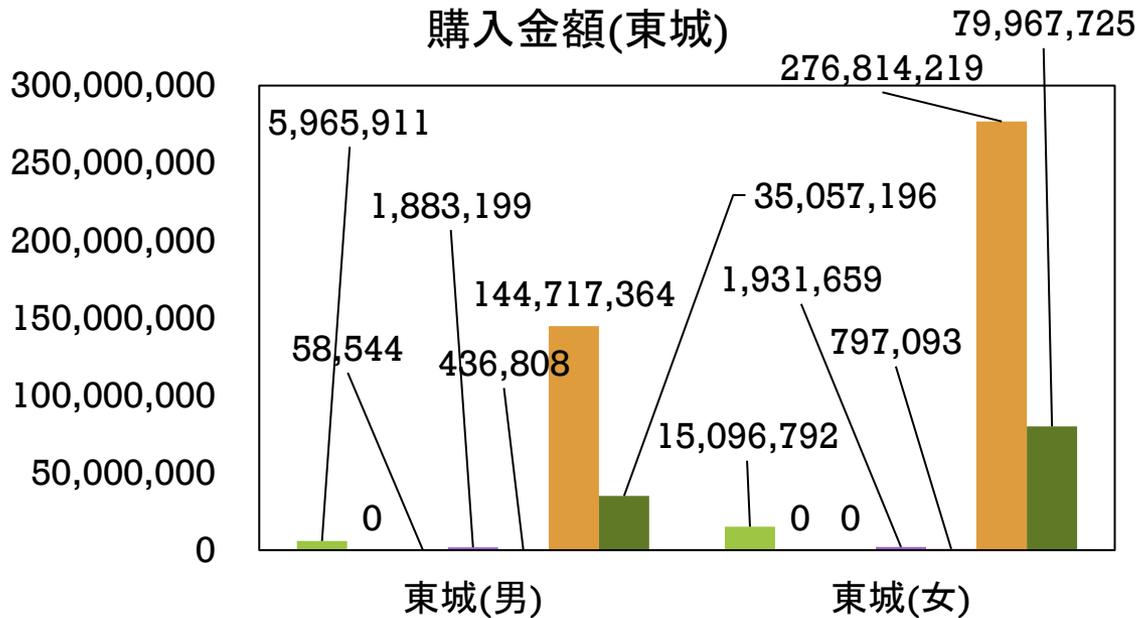


・東城地区居住者については、購入人数が東城地区で男性が83%、女性が79%が利用されている。次いで庄原地区での利用が男性が14%、女性が17%となっている。
 ・東城地区については、購入回数と同様、地域内利用が極めて多い。

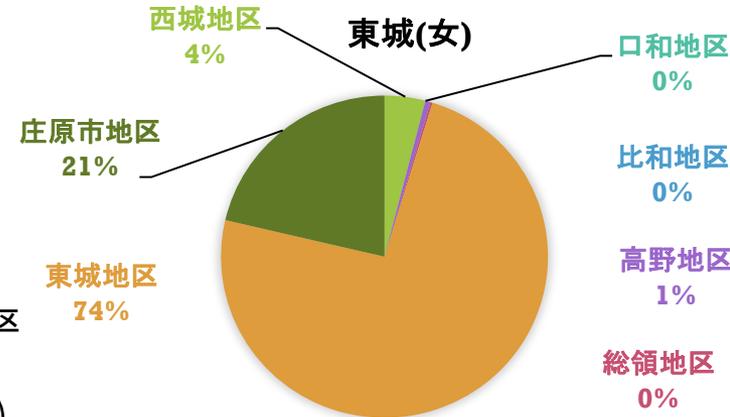
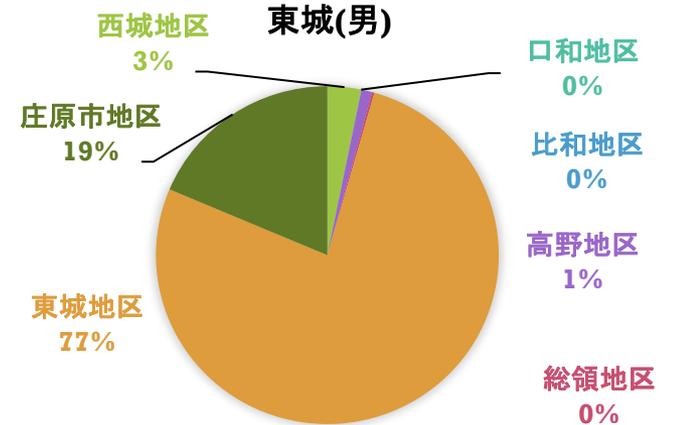
10. 東城地区居住者の購入場所分析

③東城地区居住者の購入金額(7~9月)

購入金額(東城)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区



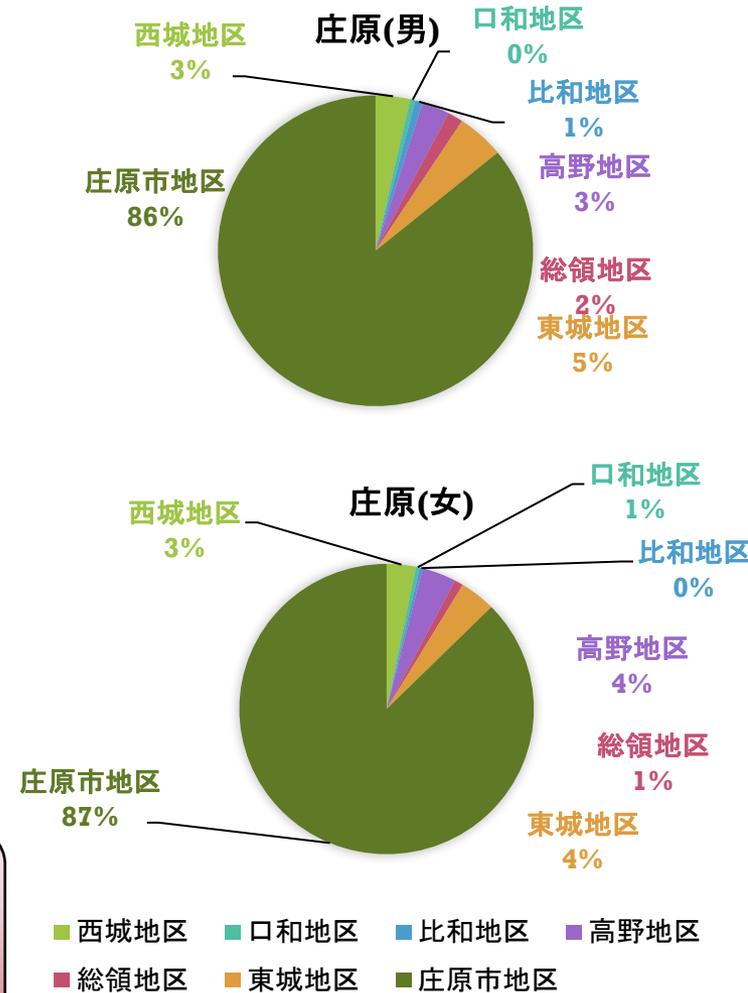
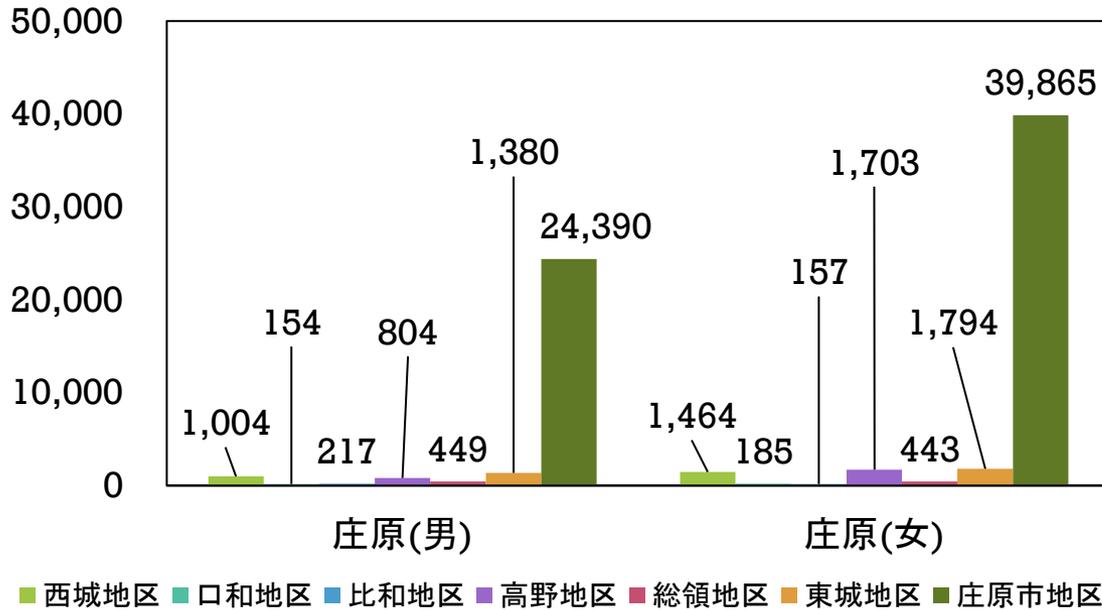
■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区
■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

・東城地区居住者については、購入金額は東城地区で男性が77%、女性が74%利用されている。次いで庄原地区での利用が男性が19%、女性が21%となっている。
・東城地区は、回数、人数、金額とも地域内利用が極めて多い。

11. 庄原地区居住者の購入場所分析

① 庄原地区居住者の購入回数(7~9月)

購入回数(庄原)

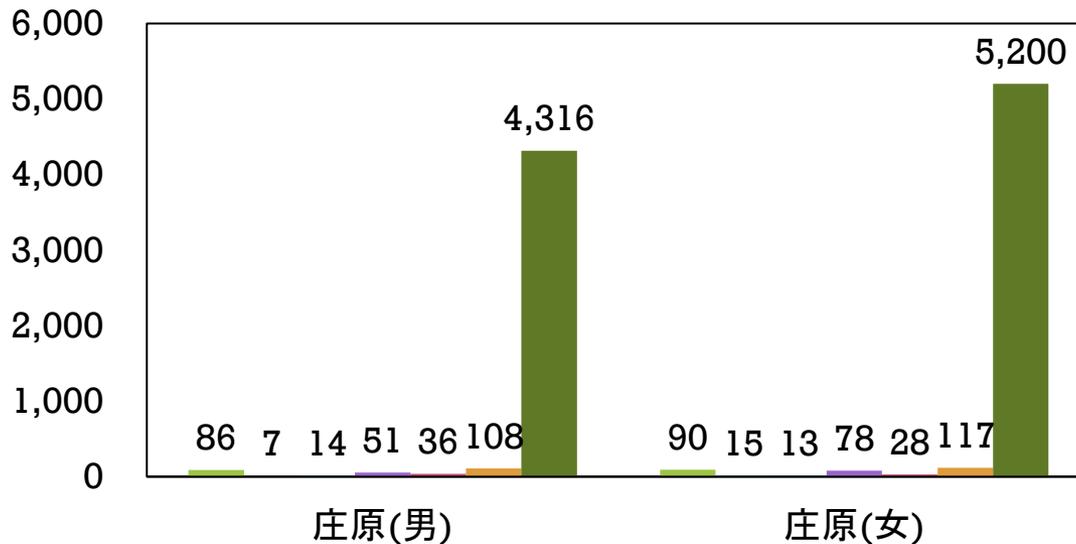


・庄原地区居住者については、購入回数は男女ともに庄原地区で80%超が利用されているなど、地域内での利用が極めて多い。
 ・東城、西城、高野で3~5%の利用があるが、全体の購入回数が多いので、他地区へも相当程度の買物移動があると思われる。

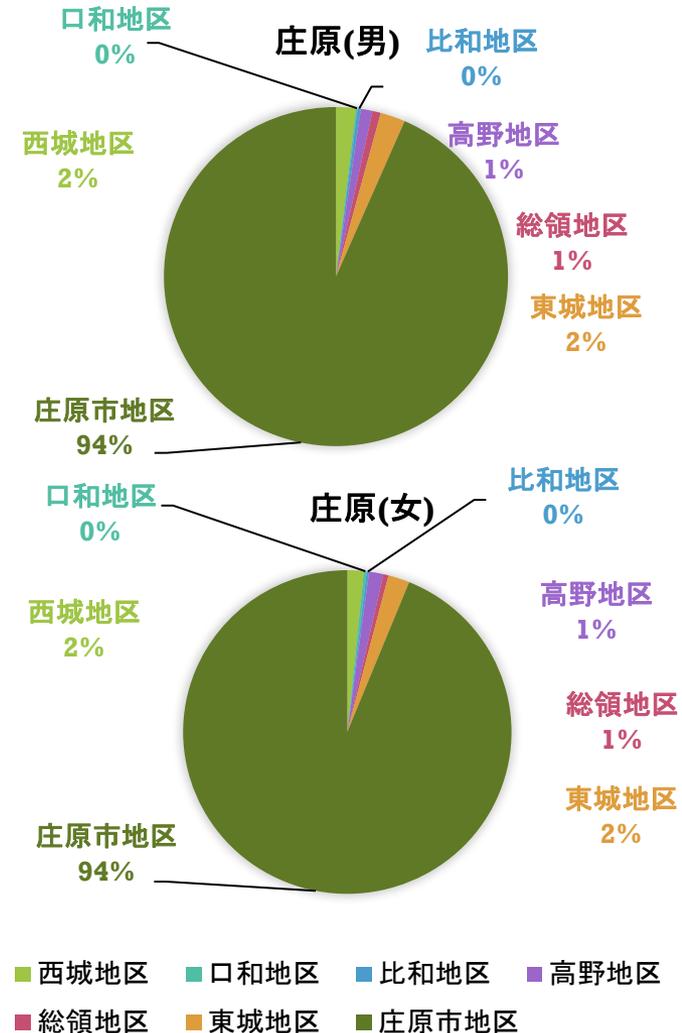
1 2. 庄原地区居住者の購入場所分析

② 庄原地区居住者の購入人数(7~9月)

購入人数(庄原)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

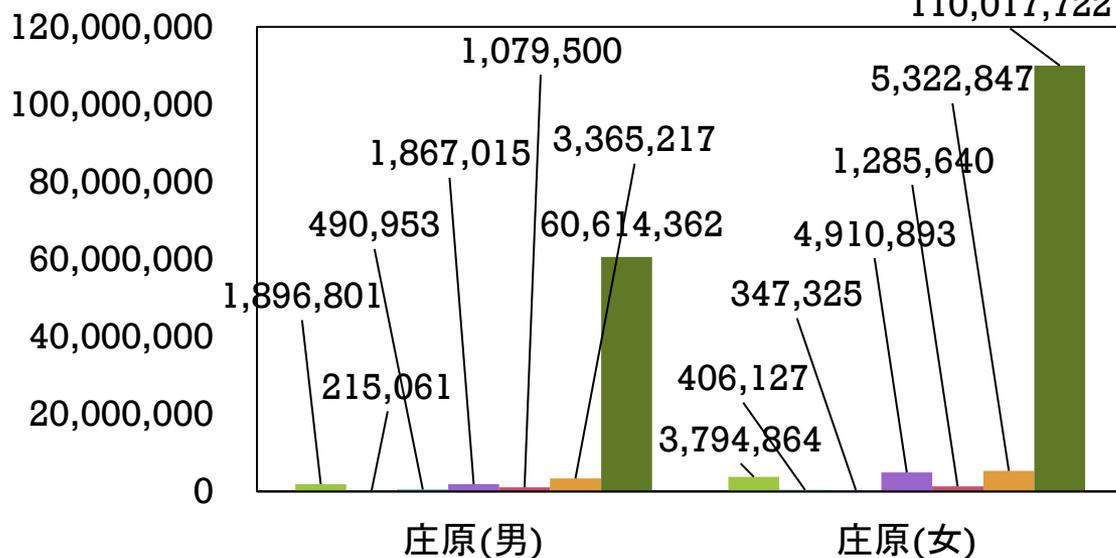


- ・庄原地区居住者については、購入人数は男女ともに庄原地区で94%が利用されているなど、地域内での利用が極めて多い。
- ・購入回数よりも、購入人数の方が地域内での利用が多くなっている。

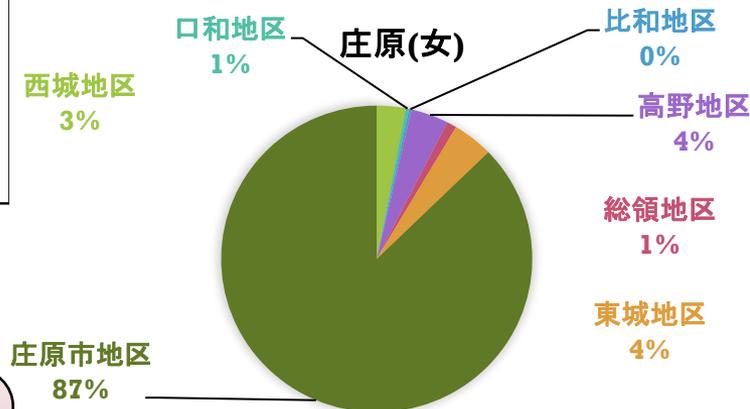
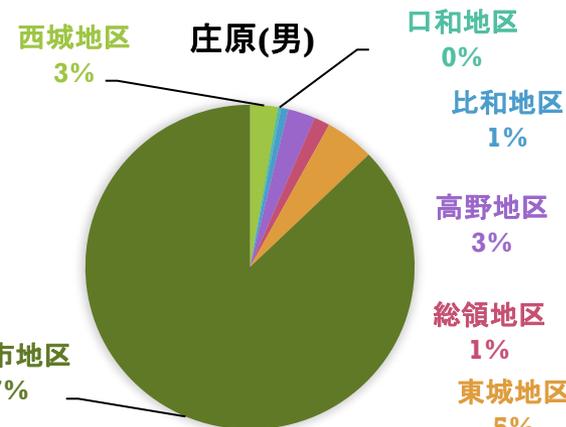
11. 庄原地区居住者の購入場所分析

③ 庄原地区居住者の購入金額(7~9月)

購入金額(庄原)



■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

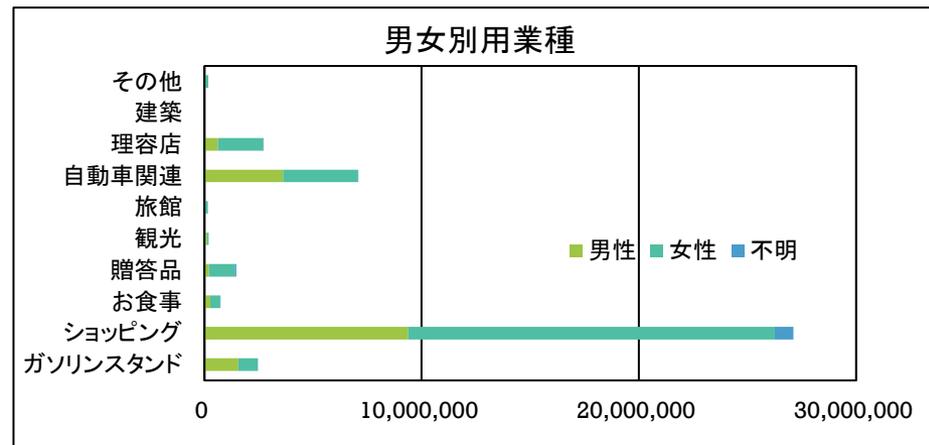
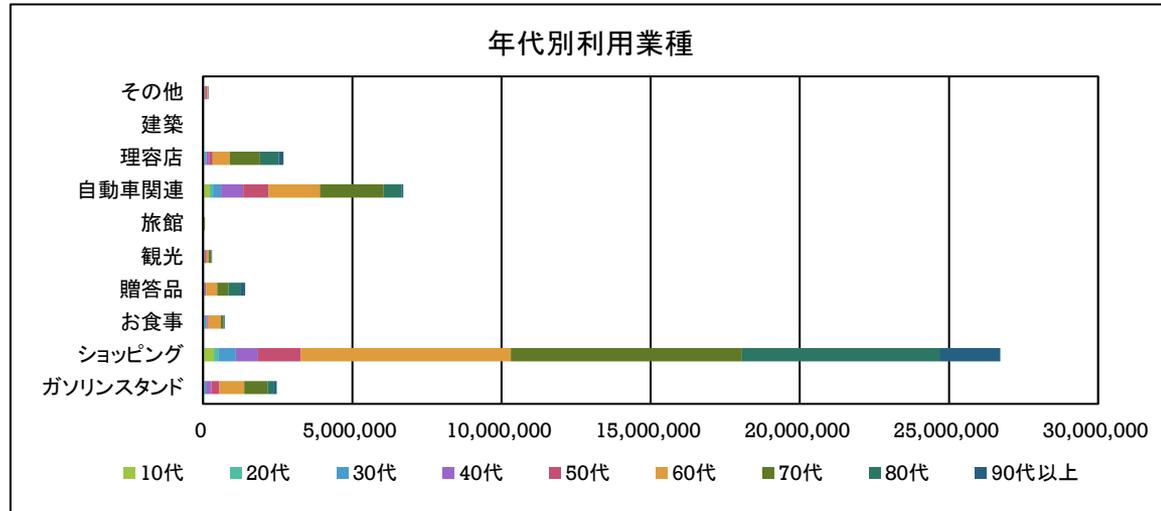
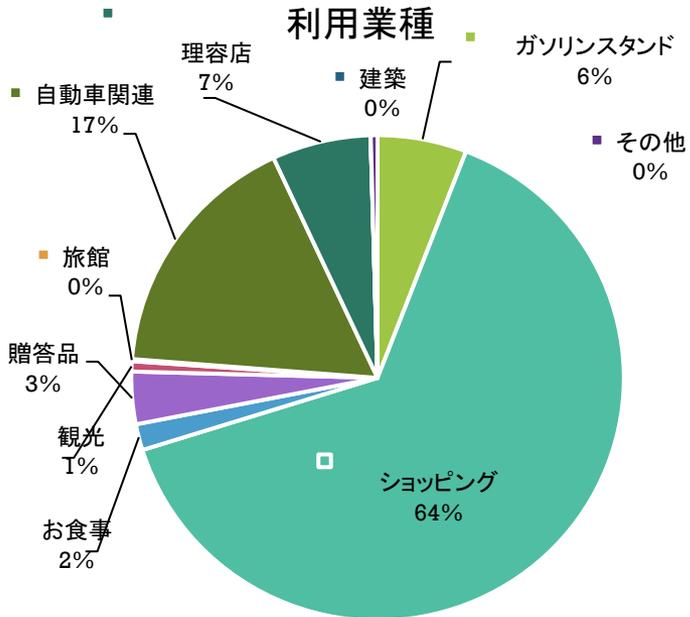


■ 西城地区 ■ 口和地区 ■ 比和地区 ■ 高野地区 ■ 総領地区 ■ 東城地区 ■ 庄原市地区

・庄原地区居住者については、購入金額は男女ともに庄原地区で87%が利用されているなど地域内での利用が極めて多い。
 ・東城、西城、高野で3~6%の利用があるが、全体の購入金額が多いので、数%でも数百万円の金額となるなど影響力は高い。

12. 居住エリア別の業種別利用状況について

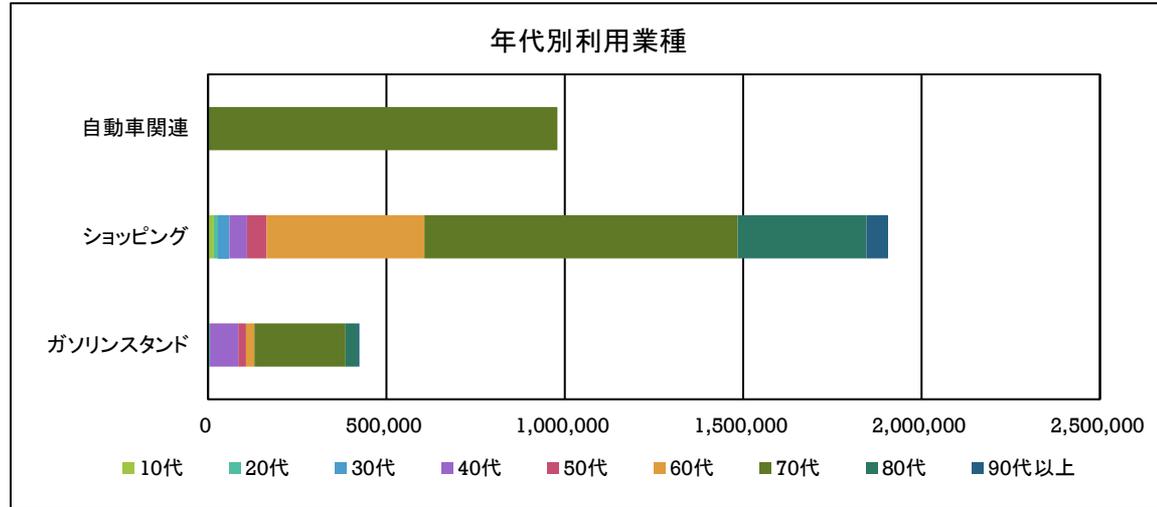
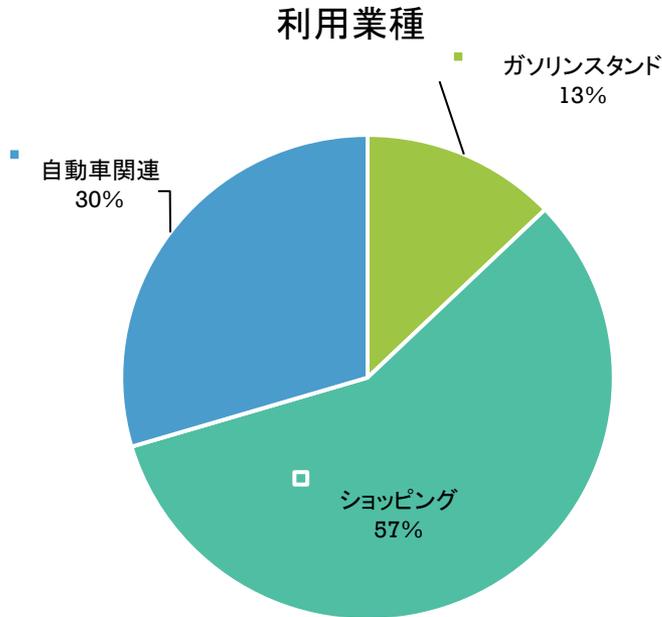
① 西城地区の業種別利用状況(7~9月)



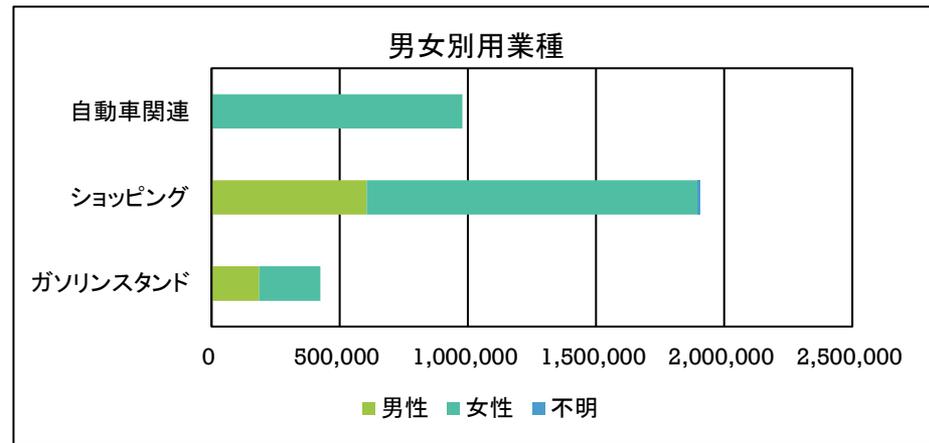
- ・西城地区の利用者はショッピングで64%を利用しており、次いで自動車関連、ガソリンスタンドが多くなっている。
- ・ショッピングについては女性の割合が高いが、自動車関連、ガソリンスタンドは男性の利用者が多い。

12. 居住エリア別の業種別利用状況について

② 口和地区の業種別利用状況(7~9月)

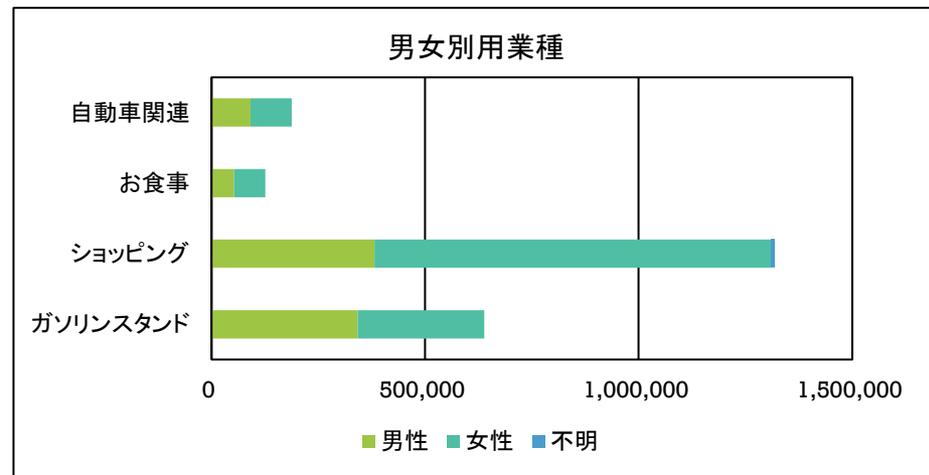
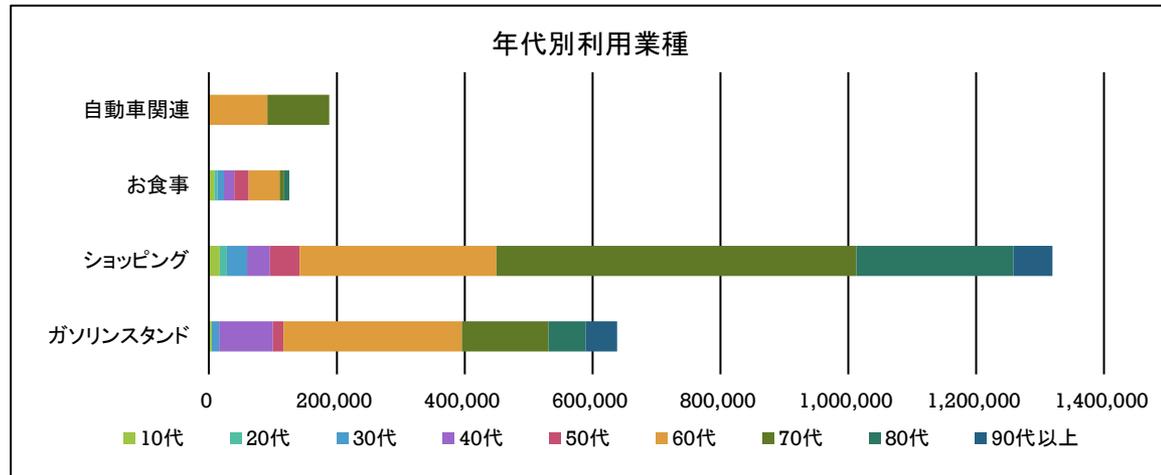
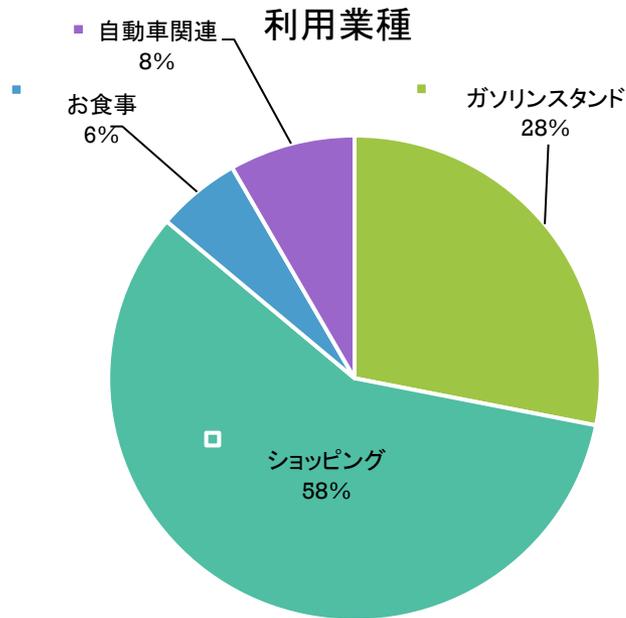


- ・口和地区の利用者はショッピングで57%を利用しており、次いで自動車関連が30%、ガソリンスタンドが13%となっている。いずれについても女性の割合が高くなっている。
- ・口和地区はこの3業種のみ利用となっている。



12. 居住エリア別の業種別利用状況について

③ 比和地区の業種別利用状況(7~9月)

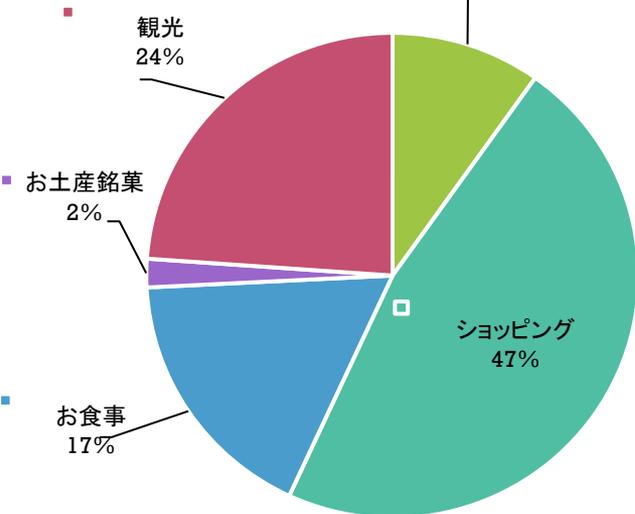


- ・比和地区の利用者はショッピングで58%を利用しており、次いでガソリンスタンドが28%となっている。
- ・ショッピングについては女性の割合が高いが、ガソリンスタンドは男性の利用者の方が多くなっている。

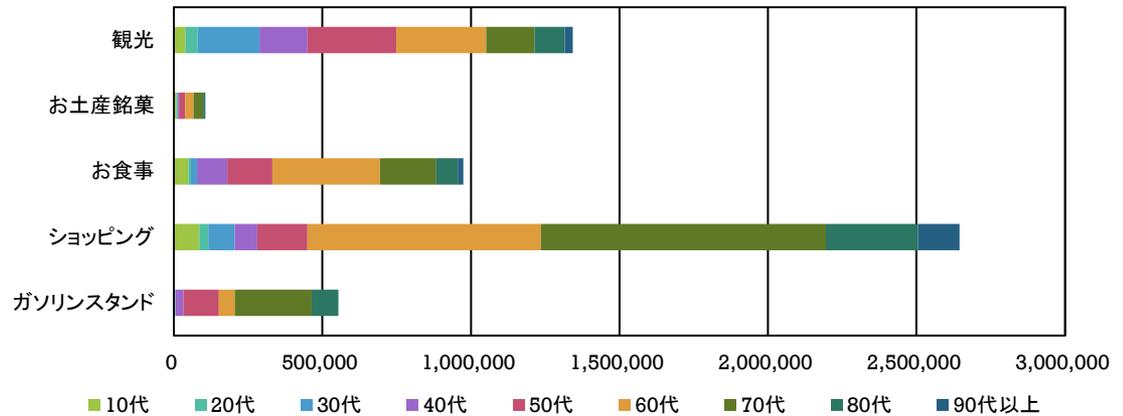
12. 居住エリア別の業種別利用状況について

④ 高野地区の業種別利用状況(7~9月)

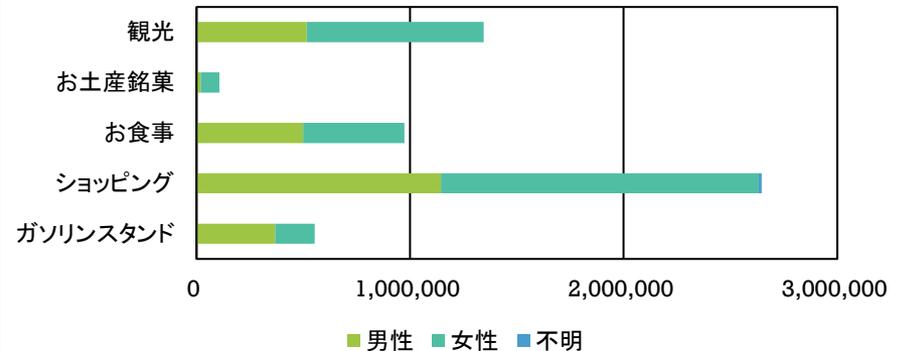
利用業種



年代別利用業種



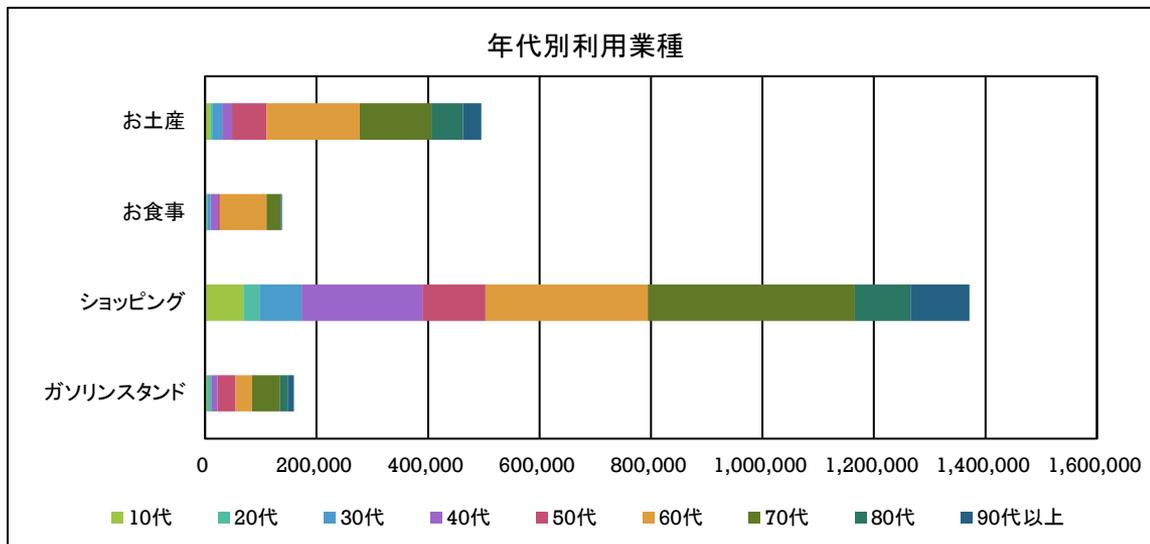
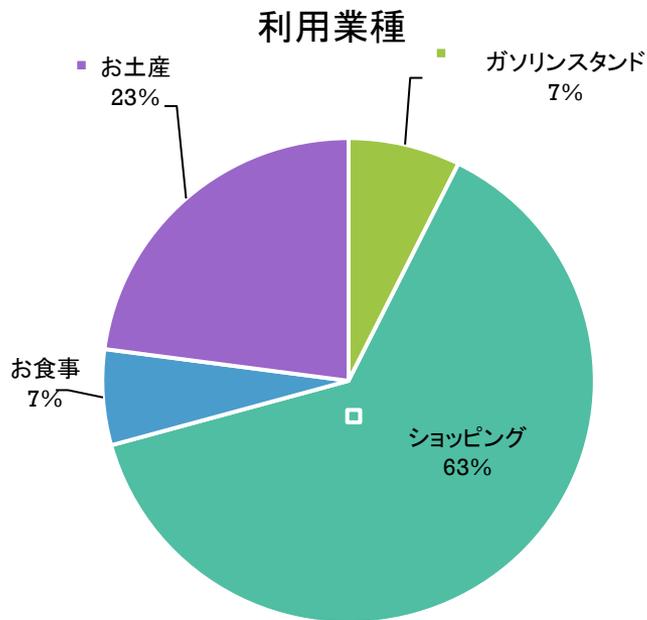
男女別用業種



- ・高野地区の利用者はショッピングで47%を利用しており、次いで観光、ガソリンスタンドが多くなっている。
- ・その他、お食事やお土産銘菓についても一定の利用があるなど利用のバリエーションが豊富。
- ・全体的に女性の利用者が多くなっている。

12. 居住エリア別の業種別利用状況について

⑤ 総領地区の業種別利用状況(7~9月)



- ・総領地区の利用者はショッピングで63%を利用しており、次いでお土産が23%となっている。その他、お食事、ガソリンスタンドが7%ずつとなっている。
- ・ショッピングについては女性の利用者が多いが、お土産やお食事、ガソリンスタンドについては男性の利用者の利用も比較的多くなっている。

