

1 消費者購買動向の調査方法

(1) 調査方法

ア 調査目的

本県を取り巻く商業環境は、大型商業施設の県内各地への進出や消費者ニーズの多様化に加えて、人口減少に伴う消費などの需要規模の縮小や高齢化社会の進展などにより、著しく変化している。

こうした状況を踏まえ、本調査では、県内居住者の購買動向の実態を明らかにするとともに、その相互に関連する県内商圈を把握し、今後の地域商業活性化のための基礎資料とすることを目的とする。

イ 調査対象

以下の対象に対して調査を実施した。

- (ア) 県内の公立中学校に通う中学1、2年生の子供を持つ世帯
(以下、「中学生世帯」という。)
- (イ) 県内に住む、就学中の子供を持たない20歳以上の世帯
(以下、「子供のいない世帯」という。)

※ (イ) については、調査対象 (ア) と比較検証するため設定した。

ウ 調査対象品目

調査対象品目は、買回品商品群と最寄品商品群のうち、一般の消費生活に密接する商品15種類に、贈答品、飲食(外食)、理・美容サービスを加えた以下の18種類とした。

図表 1 調査対象品目

買回品	衣料品	1. 紳士服 2. 婦人服 3. 子供・ベビー服 4. 実用衣料(シャツ・下着・靴下等)
	文化品	5. 靴・カバン 6. 貴金属・時計・眼鏡 7. レジャー・スポーツ用品 8. DIY用品・生花・園芸用品 9. 書籍・文具
	耐久品	10. 電化製品 11. 家具・インテリア・寝具類
最寄品	家庭日用品	12. クスリ・化粧品 13. 日用雑貨品
	食料品	14. 生鮮食料品 15. その他食料品
-	その他	16. 贈答品 17. 飲食(外食) 18. 理・美容サービス

エ 調査項目

- ・市町村別・商品別の購買地、店舗形態、購買理由、交通手段
- ・商店街の利用頻度、商店街を利用する理由・利用しない理由、商店街に求める役割
- ・大型ショッピングセンター・ショッピングモールの利用状況 等

オ 調査方法

(ア) 中学生世帯

県内の全市町村から抽出した公立中学校に対して、当該地域の商工会・商工会議所を介して調査票を配布・回収した。

(イ) 子供のいない世帯

インターネットによるウェブ・アンケート調査（ウェブ・アンケート実施会社に登録しているモニターを対象に、インターネットによるアンケート調査を実施）を行った。

カ 調査サンプルと配布数

(ア) 中学生世帯

- 同一地区における標本世帯は同一の購買地選考を行うという前提のもとで、非確率有意標本抽出のうち割当標本法を採用した。
- 配布総数 20,000 件を目途とし、県内の全市町村を対象に、以下に示す世帯数別の調査票配布数基準を目安として、各市町村別に配布数を設定した。

図表 2 世帯数による調査票配布数基準

世帯数	配布数
30万超	720
20万超 ～ 30万	600
10万超 ～ 20万	520
5万超 ～ 10万	440
1万超 ～ 5万	400
5千超 ～ 1万	240
5千以下	160

○各市町村別の調査票配布数に基づき、各市町村から調査対象とする中学校を選定し、最終的に配布数を決定した。なお、中学校の選定にあたっては、以下の条件を考慮した。

- ・調査票が各市町村内の概ね全域にわたること。
- ・対象とした中学校では1、2年生の全クラスに調査票が配布されること。なお、調査票配布基準に満たない場合は、1年生を加えるものとする。

(イ) 子供のいない世帯

地域分散を極力考慮し、かつ統計情報に値するに十分なモニター数を確保することを考慮し、地区・年代別にウェブ・アンケート調査回収目標数の設定を行った。

キ 調査実施期間

平成 24 年 7 月～平成 24 年 9 月

ク 調査機関

(ア) 調査機関 千葉県商工労働部

(イ) 調査委託先 株式会社ちばぎん総合研究所

(ウ) 協力機関 千葉県教育庁、各市町村教育委員会、千葉県市長会、
千葉県町村会、各市町村、千葉県商工会連合会、

(一社) 千葉県商工会議所連合会、各商工会、各商工会議所

ケ 調査ブロック

今回の調査では、集計・分析の便宜上、県内を 6 地区 11 ブロックに分けて、地域別に調査票（後掲）を設計した。

地区	ブロック	市町村
(1)千葉・印旛地区	①千葉ブロック	千葉市
		習志野市
		市原市
		八千代市
	②印旛ブロック	成田市
		佐倉市
		四街道市
		八街市
		印西市
		白井市
		富里市
		酒々井町
		栄町
		(2)葛南・東葛地区
船橋市		
浦安市		
④東葛ブロック	松戸市	
	野田市	
	柏市	
(3)海匝・香取地区	⑤香取ブロック	流山市
		我孫子市
		鎌ヶ谷市
		香取市
	⑥海匝ブロック	神崎町
		多古町
		東庄町
		銚子市
		匝瑳市
		旭市

地区	ブロック	市町村
(4)山武地区	⑦山武ブロック	東金市
		山武市
		大網白里町
		九十九里町
		横芝光町
		芝山町
(5)長生・夷隅地区	⑧長生ブロック	茂原市
		一宮町
		睦沢町
		長生村
		白子町
		長柄町
	⑨夷隅ブロック	長南町
		勝浦市
		いすみ市
		大多喜町
(6)安房・君津地区	⑩安房ブロック	御宿町
		館山市
		鴨川市
		南房総市
	⑪君津ブロック	鋸南町
		木更津市
		君津市
		富津市
		袖ヶ浦市

(2) 商圏設定の方法

ア 商圏設定の基準

商圏の設定は、調査対象品目のうち衣料品〔4品目：紳士服、婦人服、子供・ベビー服、実用衣料（シャツ・下着・靴下等）〕に対する消費者の購買地への吸引率（他市町村からみれば流出率）を基準として、前回調査と同様に、以下のとおりとした。

図表 4 商圏の分類

第1次商圏	消費需要の30%以上を吸引していると目される市町村
第2次商圏	消費需要の10%以上30%未満を吸引していると目される市町村
第3次商圏	消費需要の5%以上10%を吸引していると目される市町村

イ 商業中心都市・準商業中心都市・単独商圏都市

衣料品の吸引状況から、商業中心性の高い市町村を選定した。選定基準については前回調査（平成18年）と同様に、以下のとおりとした。

図表 5 商圏設定の選定基準

商業中心都市	①地元購買率70%以上で外部5市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村 ②地元購買率80%以上で外部3市町村以上からそれぞれ10%以上吸引している市町村
準商業中心都市	①地元購買率60%以上で外部2市町村以上からそれぞれ10%以上を吸引している市町村 ②地元購買率70%以上で外部1市町村以上からそれぞれ10%以上を吸引している市町村のうち、商業中心都市に該当しない市町村
単独商圏都市	地元購買率60%以上で、外部特定都市への流出率が20%未満の市町村

(3) 用語の説明

本調査において使用する用語を、以下のとおり定義する。

・『商圈』

特定市町村の顧客吸引力が及ぶ範囲であって、その需要の一定割合が常時特定市町村における買い物として実現している地域であり、現に売上高として寄与している顧客の分布する地域。

・『流出率（吸引率）』

衣料品（4品目）において消費者が居住地の市町村以外で購買する割合。有効回答者数中における居住地以外で購買する消費者数の割合で示す。

$$\text{流出率 (吸引率)} = \frac{\text{居住地外で購買する消費者数(衣料品)}}{\text{有効回答者数(衣料品)}} \times 100\%$$

・『地元購買率』

衣料品において、消費者が居住地で購買する割合。

$$\text{地元購買率} = \frac{\text{居住地で購買する消費者数(衣料品)}}{\text{有効回答者数(衣料品)}} \times 100\%$$

・『商圈人口』

商業中心都市又は準商業中心都市が商圈とする市町村の全行政人口。

・『吸引人口』

商業中心都市又は準商業中心都市の行政人口に地元購買率を乗じたものと、当該中心都市の商圈内の各市町村の行政人口に、それぞれ当該中心都市への流出率を乗じたものの合計。

$$\text{吸引人口} = \text{商業中心都市又は準商業中心都市の行政人口} \times \text{中心都市の地元購買率} + \sum \left[\text{商圈内各市町村の行政人口} \times \text{商圈内各市町村の中心都市への流出率} \right]$$

・『吸引力』

商業中心都市・準商業中心都市において、他の市町村から吸引した人口の、当該中心都市の行政人口に対する割合。

$$\text{吸引力} = \frac{\text{吸引人口}}{\text{商業中心都市又は準商業中心都市の行政人口}} \times 100\%$$