

# 目 次

<b>1 消費者購買動向の調査方法</b> .....	<b>1</b>
(1) 調査方法 .....	1
(2) 商圏設定の方法 .....	5
(3) 用語の説明 .....	6
<b>2 千葉県における商業の動向</b> .....	<b>7</b>
(1) 千葉県の人口 .....	7
(2) 千葉県の商業 .....	10
<b>3 調査結果の概要</b> .....	<b>15</b>
(1) 調査票の回収状況 .....	15
(2) 千葉県の主要商圏の概要 .....	17
(3) 県外商圏との関係 .....	26
(4) 地元購買状況（商品グループ別） .....	31
(5) 今後の調査に向けて .....	38
<b>4 主要商圏の構造</b> .....	<b>39</b>
(1) 千葉商圏（商業中心都市） .....	39
(2) 成田商圏（商業中心都市） .....	47
(3) 船橋商圏（商業中心都市） .....	53
(4) 茂原商圏（商業中心都市） .....	57
(5) 館山商圏（商業中心都市） .....	61
(6) 市原商圏（準商業中心都市） .....	65
(7) 八千代商圏（準商業中心都市） .....	69
(8) 印西商圏（準商業中心都市） .....	73
(9) 柏商圏（準商業中心都市） .....	77
(10) 銚子商圏（準商業中心都市） .....	81
(11) 旭商圏（準商業中心都市） .....	85
(12) 東金商圏（準商業中心都市） .....	89
(13) 木更津商圏（準商業中心都市） .....	93
<b>5 アンケート結果</b> .....	<b>97</b>
(1) 回答者属性 .....	97
(2) 商品・サービスの購入で利用する店の種類 .....	100
(3) 商品・サービスの購入で店を利用する理由 .....	106
(4) 買い物をする店への交通手段 .....	113
(5) 商店街の利用頻度 .....	117
(6) 商店街を利用する理由 .....	121

(7)	商店街を利用しない理由 .....	125
(8)	商店街に求める役割 .....	129
(9)	総合スーパー・SC、コンビニエンスストア、通信販売の利用状況 .	132
(10)	大型SC・SMの利用状況 .....	135
6	調査データ（中学生世帯調査） .....	157
7	調査データ（インターネット調査） .....	569
8	調査票 .....	647