

目次

第1章 消費者購買動向の調査方法	1
1. 消費者購買動向調査の概要	3
(1) 調査目的	3
(2) 調査方法	3
(3) 前回調査	8
2. 商圏の設定方法	9
(1) 商圏の定義	9
(2) 商圏設定の基準	9
(3) 商業中心都市・準商業中心都市・単独商圏都市	9
(4) その他の用語の説明	10
第2章 千葉県における商業の動向	13
1. 千葉県の人口	15
(1) 都道府県別人口比較	15
(2) ブロック別人口比較	15
(3) ブロック別世代別人口比較	17
2. 千葉県の商業の動向	18
(1) 小売業	18
(2) 大型店の出店・退店状況	19
第3章 調査結果の概要	21
1. 調査票の回収状況	23
(1) 県内中学生世帯調査の回収状況	23
(2) 県外在住者調査の回収状況	23
2. 千葉県の主要商圏概要	24
(1) 千葉県の主要商圏	24
(2) 商圏構造の変化	28
3. 地元購買状況	33
(1) 品目別の地元購買率	33
(2) 自ブロック内購買状況と変化	34
(3) 市町村別の地元購買状況	35
4. 県外商圏との関係	36
(1) 流出状況（県内中学生世帯）	36
(2) 流入状況（県外在住者）	36
5. 店舗販売と通信販売等との関係性	37
(1) 店舗販売と通信販売等との利用状況（品目別）	37
(2) インターネットショッピング利用状況（ブロック別）	38
(3) 店舗販売とインターネットショッピングの利用頻度比較（世帯人数別）	39

6. コト消費（レジャー）の状況	40
(1) 県内中学生世帯	40
(2) 県外在住者	41
7. 勤務先と買物場所の関係性	42
8. 県内大型小売店の利用状況	43

第4章 主要商圏の構造

1. 千葉商圏（商業中心都市）	47
(1) 商圏の概要	47
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	50
2. 成田商圏（商業中心都市）	54
(1) 商圏の概要	54
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	57
3. 印西商圏（商業中心都市）	60
(1) 商圏の概要	60
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	62
4. 船橋商圏（商業中心都市）	65
(1) 商圏の概要	65
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	67
5. 柏商圏（商業中心都市）	69
(1) 商圏の概要	69
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	71
6. 木更津商圏（商業中心都市）	73
(1) 商圏の概要	73
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	75
7. 市原商圏（準商業中心都市）	77
(1) 商圏の概要	77
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	79
8. 東金商圏（準商業中心都市）	81
(1) 商圏の概要	81
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	83
9. 茂原商圏（準商業中心都市）	85
(1) 商圏の概要	85
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	87
10. 館山商圏（準商業中心都市）	89
(1) 商圏の概要	89
(2) その他品目における商圏内市町村の具体的な変化	91
11. 単独商圏都市（八千代商圏、佐倉商圏、松戸商圏、野田商圏、銚子商圏）	93
(1) 各商圏の概要	93

第5章 県外商圏との関係	95
1. 県外との流出・流入状況（都県別）	97
(1) 東京都との関係性	97
(2) 茨城県との関係性	99
(3) 埼玉県との関係性	102
(4) 神奈川県との関係性	103
2. 県外からの流入状況（品目グループ別）	104
(1) 衣料品	104
(2) 文化品	107
(3) 耐久品	109
(4) 贈答品	111
(5) レジャー	113
第6章 アンケート結果	119
※表の見方※	121
1. 回答者属性	122
(1) 同居の状況	122
(2) 世帯人数	123
(3) 家計を支えている人の職業	125
(4) 日頃、買物をされる方の就業状況	127
(5) 日頃、買物をされる方の勤務先	129
2. 購買意識・行動	130
(1) 商品の買物（利用）場所	130
(2) 買物で利用する店の種類	134
(3) その店を利用する理由 ※複数回答	139
(4) 店への交通手段	145
(5) 通信販売等の利用状況 ※複数回答	150
(6) 店舗販売とインターネットショッピングの利用頻度比較	155
(7) 地元商店街の利用頻度	160
(8) 地元商店街を利用する理由 ※複数回答	161
(9) 地元商店街を利用しない理由 ※複数回答	163
(10) 身近な場所（帰宅経路や駅前等）に欲しいお店やサービス ※主なもの3つまで	165
(11) 大型小売店の利用状況	169
■ 資料編 ■	199
※集計表の見方※	201

