

# I 調査設計

## 1 調査の目的

県内消費者の商品を購入する行動範囲、普段の買物の利便性、地元の商店街やインターネットショッピング利用状況等を分析し、中小小売商業施策の基礎資料の収集を目的とする。

## 2 調査の方法

### (1)調査実施期間

調査票発送 平成 29 年 9 月 11 日  
提出締切(ポスト投函期限) 平成 29 年 9 月 30 日

### (2)調査対象者

住民基本台帳から無作為抽出した、県内に居住する 20 歳以上の女性 5,800 人を対象に実施

### (3)調査方法・回収状況

調査対象者へ郵送にて調査票を配布し、返信用封筒にて回収

|       |         |
|-------|---------|
| 有効回答数 | 2,058 件 |
| 有効回答率 | 35.5%   |

## 3 調査の内容

アンケート調査の内容は、回答者の属性(問1)のほか、商品種別の購入場所(問2)、商品購入時に重視する点(問3)、商品購入時の情報源(問4)、商品購入時の支払い方法(問5)、居住地の買い物利便性(問6)、居住地域の商店街の利用状況(問7)、インターネットショッピングの利用状況(問8)である。

※アンケート調査票参照

#### 4 集計について

図中の「N」は質問に対する回答者数で、割合(%)を算出する際の基数となる。なお、割合(%)は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%とはならない。

また、本報告書で用いる「商圈」とは、地元購入率が50%以上の市町村であり、商品種別については次のように分類した。

##### ①最寄品(生鮮食料品・菓子類・飲料・米・調味料・台所用品・日用品・医薬品・化粧品 等)

手近に、頻繁に購入され、1回の購入単位が比較的少額で、かつ早く消費される商品であり、身近な店舗(地元の店舗)で購入されることの多い商品である。一般的には食料品や日用雑貨等に代表される。

##### ②買回品(洋服・下着・靴下・靴・かばん・帽子・服飾品 等)

スタイル、デザイン等を重視して商品の選択を行うものであり、消費者が気に入ったものが見つかるまで探すことが多い商品である。一般的には婦人服・紳士服等の衣服や装身具等に代表される。

##### ③専門品(家電製品・家具・インテリア・貴金属・時計・玩具・スポーツ用品・レジャー用品 等)

長期間使用し、単価も高額であるため、消費者は購入に際し、その特性、性能、品質、デザイン等を吟味して購入することが多い商品である。一般的には家庭電気製品等の耐久消費財に代表される。

##### ④贈答品(中元・歳暮・プレゼント 等)

(表 I-1)市町村別対象者数と有効回収状況表

|       | 配布数   | 有効回収数 | 有効回収率 |
|-------|-------|-------|-------|
| 県全体   | 5,800 | 2,058 | 35.5% |
| 大分市   | 2,000 | 734   | 36.7% |
| 別府市   | 600   | 194   | 32.3% |
| 中津市   | 400   | 116   | 29.0% |
| 日田市   | 300   | 105   | 35.0% |
| 佐伯市   | 400   | 157   | 39.3% |
| 臼杵市   | 200   | 78    | 39.0% |
| 津久見市  | 100   | 38    | 38.0% |
| 竹田市   | 100   | 45    | 45.0% |
| 豊後高田市 | 100   | 31    | 31.0% |
| 杵築市   | 200   | 68    | 34.0% |
| 宇佐市   | 300   | 84    | 28.0% |
| 豊後大野市 | 200   | 74    | 37.0% |
| 由布市   | 200   | 63    | 31.5% |
| 国東市   | 200   | 72    | 36.0% |
| 姫島村   | 100   | 32    | 32.0% |
| 日出町   | 200   | 80    | 40.0% |
| 九重町   | 100   | 29    | 29.0% |
| 玖珠町   | 100   | 34    | 34.0% |
| 無回答   | —     | 24    | —     |