

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、キャッシュレス決済や地元の商店街の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

令和4年9月21日(水)～令和4年10月21日(金)

(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18歳以上の方6,300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、返信用封筒またはWEBサイトにて回収
有効回答数 2,168件(有効回答率 34.4%)

(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	6,300	2,168	34.4%
大分市	2,540	914	36.0%
別府市	650	221	34.0%
中津市	500	158	31.6%
日田市	350	124	35.4%
佐伯市	400	144	36.0%
臼杵市	200	44	22.0%
津久見市	100	28	28.0%
竹田市	100	39	39.0%
豊後高田市	150	50	33.3%
杵築市	150	49	32.7%
宇佐市	300	84	28.0%
豊後大野市	200	77	38.5%
由布市	200	66	33.0%
国東市	150	58	38.7%
姫島村	10	8	80.0%
日出町	150	33	22.0%
九重町	50	21	42.0%
玖珠町	100	34	34.0%
無回答	-	16	-

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)、商品購入時の支払い方法(問4)、キャッシュレス決済について(問5)、インターネットショッピングの利用状況(問6)、コロナ禍の買い物行動の変化について(問7)、居住地域の商店街について(問8)である。(アンケート調査票参照)

4 集計について

図表中の「N」は回答者全員、「n」は限定された回答者数(母数)であり、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%以上かつ2つ以上の市町村からの流入がある市町村であり、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)