

# 第1部 調査の実施要領

## 1. 調査方法の概要

- (1) 調査実施期間 平成19年7月9日～7月19日
- (2) 調査地域 入間市全域
- (3) 調査対象 入間市に居住する外国人と単身者を除く世帯
- (4) 調査方法 留置き法によるアンケート調査方式  
調査員による調査対象世帯への直接配布・回収
- (5) 調査世帯の抽出と回収状況

### ア. 年代別世帯抽出方法

平成19年5月1日現在における住民基本台帳から、外国人と単身者を除く世帯の中から、年代別・地区別の二段階無作為抽出法及び確率比例抽出法により、1,000世帯を無作為抽出。

表 1-1 年代別の世帯抽出区分

年代	総世帯数		抽出世帯数	
	実数	構成比	実数	抽出率
10～20歳代	3,612世帯	6.32%	64世帯	1.77%
30歳代	9,409	16.46	164	1.74
40歳代	9,316	16.30	162	1.74
50歳代	13,234	23.15	232	1.75
60歳以上	21,594	37.77	378	1.75
計	57,165世帯	100.00%	1,000世帯	1.75%

### イ. 調査票の地区別・年代別配布と回収状況

配布数1,000世帯、回収939世帯、回収率93.9%

表 1-2 地区別配布数（世帯数）と回収数

地区	年代					配布総数 (世帯総数)	回収数	回収率 (%)
	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上			
豊岡	7 (389)	19 (1,097)	22 (1,262)	22 (1,240)	31 (1,796)	101 (5,784)	93	92.1
東町	9 (507)	26 (1,473)	24 (1,388)	39 (2,205)	58 (3,291)	156 (8,864)	144	92.3
黒須	7 (425)	18 (1,052)	20 (1,152)	31 (1,775)	49 (2,787)	125 (7,191)	116	92.8
東金子	7 (375)	17 (961)	16 (924)	27 (1,546)	49 (2,830)	116 (6,636)	109	94.0
金子	3 (153)	9 (495)	11 (619)	17 (986)	24 (1,383)	64 (3,636)	61	95.3
宮寺	4 (253)	12 (694)	10 (564)	15 (836)	29 (1,668)	70 (4,015)	67	95.7
上藤沢	4 (206)	10 (597)	11 (607)	14 (784)	21 (1,197)	60 (3,391)	54	90.0
下藤沢	12 (677)	31 (1,788)	27 (1,564)	34 (1,935)	62 (3,535)	166 (9,499)	159	95.8
仏子	6 (352)	9 (534)	9 (532)	14 (818)	25 (1,407)	63 (3,643)	58	92.1
野田	5 (275)	13 (718)	12 (704)	19 (1,109)	30 (1,700)	79 (4,506)	78	98.7
合計	64 (3,612)	164 (9,409)	162 (9,316)	232 (13,234)	378 (21,594)	1,000 (57,165)	939	93.9

(6) 居住地区及び商業集積地（買物場所）区分

図 1-1 居住地区区分図



表 1-3 居住地区と、含まれる町（丁）大字名

No.	居住地区名	含まれる町(丁)大字名
①	豊岡	豊岡1～5丁目、扇町屋1～5丁目
②	東町	大字扇町屋、大字善蔵新田、東町1～7丁目 扇台1～6丁目、久保稻荷1～5丁目、向陽台1～2丁目
③	黒須	大字黒須、黒須1～2丁目、河原町、春日町1～2丁目 宮前町、鍵山1～3丁目、大字高倉、高倉1～5丁目
④	東金子	牛沢町、小谷田1～4丁目、上小谷田1～3丁目 森坂、大字小谷田、大字新久、大字狭山ヶ原
⑤	金子	大字木蓮寺、大字南峯、大字寺竹、金子中央、大字西三ツ木 三ツ木台、大字上谷ヶ貫、大字下谷ヶ貫、大字花ノ木、大字中神、大字根岸
⑥	宮寺	宮寺、大字二本木、大字高根、大字駒形富士山、大字狭山台
⑦	上藤沢	大字上藤沢
⑧	下藤沢	大字下藤沢、東藤沢1～8丁目
⑨	西武 野田	大字野田、大字新光
⑩	西武 仏子	大字仏子

<注> 西武地区は、地区内居住者の実際の買物行動の流れを考慮して、[野田]と[仏子]の2地区に便宜的に分割してある。

図 1-2 商業集積地（買物場所）区分図



表 1-4 商業集積地（買物場所）と、含まれる商店会・大型店名

No.	居住地区名	商店会名称	大型店
1	豊岡	アポポ商店街振興組合 町屋通りまちづくり商店街振興組合	丸広百貨店入間店 ペペ(入間市駅ビル) いなげや扇町屋店 しまむら入間店 サイオス
2	東町		
3	黒須	鍵山商店街	入間リバーサイドショッピングセンター いなげや春日町店 鍵山ショッピングセンター 吉沢家具店 ブルドッグ入間店
4	東金子	八ツ池商店街	ドイト入間店 ニトリ入間店 さえき食品館
5	金子		マミーマート金子店
6	宮寺	武蔵ショッピングセンター	しまむら宮寺店
7	上下藤沢	グリーンヒルショッピングプラザ 藤沢中央通り商店会 藤沢駅前商店会	ヨークマート武蔵藤沢店 ヨークマート入間店 ヤオコー下藤沢店 しまむら下藤沢店 カワチ薬品入間店 ワンダーゲー入間店 イオン入間ショッピングセンター ジャパンホームセンター入間店 ハードオフ入間藤沢店・オフハウス入間藤沢店 ケーヨーデイツー・スーパーアルプス入間下藤沢店
8	東藤沢	角栄商店街 サンロード商店街 すずらん通り商店街 東藤沢西部商店会	グリーンガーデン武蔵藤沢 ヤマダ電機入間店 ぐるぐる大帝国入間店
9	西野田		入間野田モール シャンブル・アベイル入間野田店
10	西武仏子		ヤオコー入間仏子店

<注> 1. 西武地区は、地区内居住者の実際の買物行動の流れと、商業集積地の分布状況を考慮して、  
[野田]と[仏子]の2商業集積地に便宜的に分割してある。  
2. 大型店は平成19年7月1日現在

## 2. 調査対象者の概要

### (1) 職業構成

調査対象世帯で、主な収入のある方です。

表 1-5

(%)

職業 年次	おつとめ					商 工 自営業	自由業	農 業	その他	計
	入 間 市 内	県 内 他都市	東 京 23区内	東 京 都 下	その他 県 外					
平成 19 年	15.0	19.2	16.5	11.7	3.6	5.2	3.5	0.6	24.7	100.0
平成 16 年	17.4	20.1	14.8	10.3	5.2	7.2	3.7	0.9	20.4	100.0
平成 13 年	16.4	21.1	21.7	8.6	3.1	8.0	3.2	1.5	16.4	100.0
平成 10 年	19.3	18.2	21.7	8.0	2.3	8.9	4.1	1.4	16.1	100.0
平成 8 年	19.2	20.8	20.5	9.7	3.0	8.1	3.4	2.5	12.8	100.0

### (2) 年齢構成

ふだん、主に買物を担当している方の年齢です。

表 1-6

(%)

年齢 年次	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳以上	計
平成 19 年	5.2	17.8	16.9	27.6	32.5	100.0
平成 16 年	7.6	18.6	18.8	29.1	25.9	100.0
平成 13 年	6.7	19.7	22.7	28.7	22.2	100.0
平成 10 年	7.1	19.1	29.8	25.0	19.0	100.0
平成 8 年	8.4	21.7	31.2	38.7		100.0

### (3) 買物担当者の有職状況

ふだん、主に買物を担当している方が、勤めやパートなどの有給の仕事に就いているかどうかの状況です。

表 1-7

(%)

仕事	年代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	計
	有給の仕事をもっている	H19	46.9	46.4	67.7	58.8	20.4
H16		48.6	51.7	68.4	59.6	19.5	48.5
H13		34.9	50.3	70.4	53.0	22.9	48.6
H10		44.3	47.1	62.1	59.4	16.7	48.7
有給の仕事をもっていない	H19	53.1	53.6	32.3	41.2	79.6	55.0
	H16	51.4	48.3	31.6	40.4	80.5	51.5
	H13	65.1	49.7	29.6	47.0	77.1	51.4
	H10	55.7	52.9	37.9	40.5	83.3	51.3

### 3. 調査対象とした商品など

埼玉県が実施している「広域消費動向調査」と比較しやすいように、同じ基準で分類しています。

商品 5 群 22 商品、買物行動特性は 1 群 3 項目に分類しています。

表 1-8 商品区分表

大分類	商品名
A 群	<肉・魚・野菜・果物> <一般の飲食料品> <調理済み食品> <日用・家庭雑貨>
B 群	<呉服・反物> <寝具> <紳士服・紳士用品雑貨> <婦人服・婦人用品雑貨> <子供服・ベビー服> <下着・肌着>
C 群	<靴・履物> <かばん・ハンドバッグ>
D 群	<家具・インテリア> <家庭用電気機器> <自転車>
E 群	<時計・カメラ・メガネ> <医薬品・化粧品> <書籍・文具類> <楽器・CD> <玩具> <スポーツ用品> <園芸用品・花木・生花>

表 1-9 買物行動特性区分表

F 群	<家族で買物を楽しむ場合> <飲食(外食)を楽しむ場合> <新しい流行を知る場合>
-----	---

## 4. 調査資料利用上の注意

この調査は、各世帯における商品別買物場所や、消費に対する意識や態度などを、居住地別、商業集積地別などに区分し、その結果を集計したものです。

本文中の集計方法や用語は次の通りです。

### (1) 比率

集計結果は、小数第2位を四捨五入して、小数第1位までを算出したので、合計欄が100.0にならない場合があります。

### (2) 集計単位

最小単位として「居住地区別」「商業集積地別」「買物年代別」に集計しています。

### (3) 大型店

大型店は、集客力が大きいため、それぞれの地区内で独立した商業集積地として取り扱っています。

### (4) 使用した用語

#### ア. 吸引率

①全市的にみる場合は、入間市民が市内の商業集積地（商店街など）で買物する割合をいい、算式は[買物世帯数÷調査回答世帯数×100]で表します。

②居住地区別にみる場合は、居住者が同一地区内（地元）にある商業集積地で買物する割合をいい、算式は①と同じです。

#### イ. 流出率

①全市的にみる場合は、入間市民が他都市の商業集積地で買物する割合をいい算式は[他都市での買物世帯数÷調査回答世帯数×100]で表します。

②居住地区別にみる場合は、居住者が他地区にある商業集積地で買物する割合をいい、算式は①と同じです。

### (5) 商圏区分

#### ア. 商圏範囲

どの地区を商圏としているか、その広がりを示す用語として「地域型商圏」「近隣型商圏」などの区分法があります。詳細は14ページ「(1)ア. 商業集積地別の商圏区分」を参照してください。

#### イ. 商圏力

同じ商圏内でも、吸引率の程度によって、商圏としての安定度が異なります。その力関係を示す用語として「第1次商圏」「第2次商圏」などの呼称があり、下記の区分によっています。

- ・第1次商圏：吸引率20%以上の地区
- ・第2次商圏：吸引率5%以上20%未満の地区