

# 消費者行動の地域連関分析

吉 村 弘

## 1 はしがき

消費者は各種の消費財を自分の常住する地域で購入するばかりでなく、その付近の他の地域からも購入している。このことを消費財供給者（小売業）の側からみれば、小売業者は消費財を自分の事業所のある地域だけでなく、他地域の消費者へも販売しているといってもよい。このように消費者行動は地域的な結びつきをもっているが、その結びつきは、消費額に占めるウエートからみても、また地域的広がりからみても、近年急速に拡大し、重要性を増してきた。

これを反映して、消費者行動の地域的連関の態様を把握する必要がしばしば生じてきているにもかかわらず、その具体的な方法はいまだ確立されていないように思われる。そこで、本稿は、消費者行動の地域的連関について、それを利用可能なデータから具体的に把握する方法を提示し、併せて、その方法を適用したケース・スタディを示そうとするものである。

## 2 利用可能な資料と入手しうる情報

消費者行動の地域的連関を把握するために利用可能な資料は種々あるが、それらはいずれも異なった目的のために作成されたものであるから、どれも、1つだけでは地域連関を把握するための十分な情報を与えるものではない。

(イ) まず需要（購入）の側からみると主要なものとして次のような資料がある。

総理府『家計調査』

農林水産省『農家経済調査報告』、『農家生計費統計』

経済企画庁『国民経済計算年報』、『国民所得統計年報』、『県民所得統計』、

都道府県『県民所得統計』、『市町村民所得統計』

市町村『市町村民所得統計』

これらの資料は、地域の消費者の消費総額ないし品目別消費額を推計するのに役立つが、これによって、その消費財をどの地域から購入したかを把握することはできない。

(ロ) 他方、供給（販売）の側からみると、

通商産業省『商業統計調査』

より、小売商品販売額という形で、消費財の供給総額および品目別供給額を知ることができる。しかし、これもそれら消費財がどの地域に販売されたものかを明らかにするものではない。

(ハ) 以上の資料は、もともと地域間の取引を把握しようとする意図されて作成されたものではない。これに対して、主に地域間の消費者行動をとらえるために企画されたものとして、

『買物動向調査』

などがある。これは、消費財の地域別購入「割合」を示しているので、貴重な情報を提供してくれるが、しかしこれから直ちに地域別購入「額」を知ることができない。なぜなら、消費財の地域別購入額の総額（品目別にせよ、すべての品目を合計したものにせよ）を示す資料がないからである。なるほど、さきに述べた『家計調査』等から消費額を知ることができるが、その消費額をすぐに購入額と同一視することはできないからである。

(ニ) 以上の資料と、それより入手しうる情報を一覧表にしたのが表1である。

これより、消費者行動の地域連関を把握する方法として次の2つが考えられる。

#### 1. 買物動向調査と商業統計調査を結合する方法

2. 買物動向調査と家計調査・所得統計を結合する方法

以下ではこれらを順次考察しよう。

表1 資料と入手可能な情報  
(○印は入手可能を示す)

資料 \ 情報	地域別購入割合	消費額	販売額
買物動向調査	○		
家計調査		○	
所得統計		○	
商業統計調査			○

3 消費者行動の地域連関分析 (その1 — 買物動向調査と商業統計調査の結合)

(イ) 理論的フレームワーク

$S_{ij}$   $j$ 地域の消費者 (買手) の  $i$ 地域の小売店 (売手) からの購入額

$S_i = \sum_{j=1}^n S_{ij}$   $i$ 地域の小売店の販売総額

$E_j = \sum_{i=1}^n S_{ij}$   $j$ 地域の消費者の購入総額

以上のように記号を定義すると、消費者行動の地域連関表は表2のように表わされる。

ここで、

$$a_{ij} = S_{ij}/E_j$$

とすると、 $a_{ij}$  は  $j$ 地域の消費者の購入額のうち  $i$ 地域の小売店から購入する割合を示す。これを「消費者行動の地域連関係数」とよぶことにする。これより、表2の連関表の列和・行和の

表2 消費者行動の地域連関表

買手 \ 売手	地 域				計	
	1	2	...	$n$		
地 域	1	$S_{11}$	$S_{12}$	...	$S_{1n}$	$S_1$
	2	$S_{21}$	$S_{22}$	...	$S_{2n}$	$S_2$
	⋮	⋮	⋮		⋮	⋮
	$n$	$S_{n1}$	$S_{n2}$	...	$S_{nn}$	$S_n$
計		$E_1$	$E_2$	...	$E_n$	

条件は次のように表わされる。

$$\text{列和} \quad a_{1j} + a_{2j} + \cdots + a_{nj} = 1 \quad (j = 1, 2, \dots, n)$$

$$\text{行和} \quad a_{i1}E_1 + a_{i2}E_2 + \cdots + a_{in}E_n = S_i \quad (i = 1, 2, \dots, n)$$

ここで、

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{pmatrix} ; \quad E = \begin{pmatrix} E_1 \\ E_2 \\ \vdots \\ E_n \end{pmatrix} ; \quad S = \begin{pmatrix} S_1 \\ S_2 \\ \vdots \\ S_n \end{pmatrix}$$

とおくと、さきの行和の条件は

$$AE = S$$

となる。

さて、買物動向調査より  $A$  を、また商業統計調査より  $S$  を知ることができるので、 $A$  の逆行列が存在するなら、

$$E = A^{-1}S$$

として、購入額  $E$  を求めることができる。これより、

$$S_{ij} = a_{ij}E_j$$

として地域別購入額  $S_{ij}$  を求め、よって表 2 に示した「消費者行動の地域連関表」を作成することができる。

(ロ) ケース・スタディ (その1——飲食料品)

以上の方法を山口県内の大島郡 4 町に適用した結果を次に示す。

$A$  と  $S$  のデータは、

$A$  ……山口県商工指導センター『山口県買物動向調査報告書、51年 5月

1) これと類似した方法で、山口県商工指導センターの中本恵喜氏が購入額を求めている(未公開)。もとより、作業は互に独立に行なわれたものである。

実施, 52年3月刊』

S……山口県『山口県の商業——昭和51年商業統計調査結果報告書』より求め, 表3に示したとおりである。

表3 消費者行動の地域連関係数と販売額 (飲食料品) (51年)

買手 売手		大 島 郡				他 の 山口県	県 外	販 売 額 (万円)
		久賀町	大島町	東和町	橘 町			
大 島 郡	久賀町	.967	.017	.087	.042	0	0	105,506
	大島町	0	.876	0	.002	0	0	102,939
	東和町	0	0	.835	0	0	0	96,157
	橘 町	0	.011	.025	.929	0	0	74,210
他の山口県		.028	.090	.040	.020	.990	0	22,945,101
県 外		.005	.006	.013	.007	.010	1.000	
計		1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	

左の太枠…A, 右の太枠…S

これより,  $A^{-1}$  は次のようになる。

$$A^{-1} = \begin{bmatrix} 1.0341 & -0.0195 & -0.1064 & -0.0467 & 0 \\ 0 & 1.1416 & 0 & -0.0025 & 0 \\ 0 & 0 & 1.1976 & 0 & 0 \\ 0 & -0.0135 & -0.0322 & 1.0765 & 0 \\ -0.0292 & -0.1030 & -0.0447 & -0.0202 & 1.0101 \end{bmatrix}$$

したがって, 購入額  $E$  は,

$$E = A^{-1}S = (93407, 117338, 115158, 75394, 23157492)$$

として求められ, 連関表は表4に示す如く作成される。

表4 消費者行動の地域連関表(飲食料品)(51年) (万円)

買手 売手		大 島 郡				他の山口県	県外	販 売 額 計
		久賀町	大島町	東和町	橘 町			
大 島 郡	久賀町	90,325	1,995	10,019	3,167	0	0	105,506
	大島町	0	102,788	0	151	0	0	102,939
	東和町	0	0	96,157	0	0	0	96,157
	橘 町	0	1,291	2,879	70,040	0	0	74,210
他の山口県		2,615	10,560	4,606	1,508	22,925,812	0	22,945,101
県 外		467	704	1,497	528	231,680	$\alpha$	$\alpha + 234,876$
購入額 計		93,407	117,338	115,158	75,394	23,157,492	$\alpha$	$\alpha + 23,558,789$

太枠…E

このように連関表が作成されるなら、これは種々の分析に利用することができる。その1例を表5に示した。

販売倍率はその地域の小売店が同地域の常住者の購入額の何倍の販売をなしたかを示している。地域によって大きな差がみられる。同様に1人当り購入額や購入・所得比も地域によって違いが大きい。

また販売額と地元販売額の差は地元以外からの購買力の流入であり、他方、購入額と地元購入額の差は購買力の流出であるが、これらも同様に求めうる。さらに流入率と流出率の差は、その地域の小売店の一種の魅力度を表わすものであり、しかも周囲の地域との関連における、その地域の魅力度であるから、これは相対的魅力度ということができよう。

さらに、小売支配人口は、その地域の購買力に換算する場合と換算しない場合とでは、絶対数が違うだけでなく、各地域のあいだの順位も変化することがある。換算する場合としない場合を比べて、どちらがその地域の小売業の実力を示す指標として適切であるかは一概に断定しえないが、地域の特殊性を加味する点では換算する方が適切であろう。

以上の指標は、「消費者行動の地域連関表」を作成したために導出することが可能となったものである。

表5 購入・販売の諸指標 (飲食料品) (51年)

	久賀町	大島町	東和町	橋町	他の山口県	山口県	全 国	単位
購入額	93,407	117,338	115,158	75,394	23,157,492	23,558,789	165,860(億円)	万円
販売額	105,506	102,939	96,157	74,210	22,945,101	23,323,913	165,860(億円)	万円
人口	6,128	10,620	8,316	8,796	1,530,495	1,564,355	113,086(千人)	人
個人所得	684,874	1,204,826	794,323	822,053	187,997,259	191,503,335	1,467,063(億円)	万円
販売倍率	113.0	87.7	83.5	98.4	99.1	99.0	100.0	%
1人当り購入額	15.2	11.0	13.8	8.6	15.1	15.1	14.7	万円
1人当り個人所得	111.8	113.4	95.5	93.5	122.8	122.4	129.7	万円
購入・所得比	13.6	9.7	14.5	9.2	12.3	12.3	11.3	%
町民購買力に換算した	6,941	9,358	6,968	8,629	1,519,543	1,544,630	113,086(千人)	人
小売支配人口	113.0	87.7	83.5	98.4	99.1	99.0	100.0	%
地元購入率	96.7	87.6	83.5	92.9	99.0	99.0	100.0	%
地元購入額	90,325	102,788	96,157	70,040	22,925,812	23,323,201	165,860(億円)	万円
流入率	14.4	1.5	0.0	5.6	0.1	0.0	0.0	%
流出率	3.3	12.4	16.5	7.1	1.0	1.0	0.0	%
相対的魅力度	11.1	-10.9	-16.5	-1.5	-0.9	-1.0	0.0	%
小売支配人口	7,076	6,904	6,449	4,977	1,538,948	1,564,355	113,086(万人)	人
小売支配人口率	115.5	65.0	77.5	56.6	100.6	100.0	100.0	%

S<sub>0</sub>…山口県の販売額, P<sub>0</sub>…山口県の人口, i…第i地域

(ハ) ケース・スタディ (その2——小売商品合計)

同様の分析を小売商品合計について行なった結果は次のとおりである。

表6 消費者行動の地域連関係数と販売額 (小売商品合計) (51年)

買手 売手		大 島 郡				他 の 山口県	県 外	販 売 額 (万円)
		久賀町	大島町	東和町	橘 町			
大 島 郡	久賀町	.846	.019	.113	.058	0	0	273,488
	大島町	0	.720	0	.003	0	0	268,408
	東和町	0	0	.678	0	0	0	211,055
	橘 町	0	.019	.049	.826	0	0	224,016
他の山口県		.128	.216	.098	.084	.990	0	79,032,445
県 外		.026	.026	.062	.029	.010	1.000	
計		1.00	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	

左の太枠…A, 右の太枠…S

$$A^{-1} = \begin{bmatrix} 1.1820 & -0.0290 & -0.1910 & -0.0829 & 0 \\ 0 & 1.3890 & 0.0004 & -0.0050 & 0 \\ 0 & 0 & 1.4749 & 0 & 0 \\ 0 & -0.0320 & -0.0875 & 1.2108 & 0 \\ -0.1528 & -0.2966 & -0.1140 & -0.0909 & 1.0101 \end{bmatrix}$$

表7 消費者行動の地域連関表 (小売商品合計) (51年) (万円)

買手 売手		大 島 郡				他の山口県	県外	販 売 額 計
		久賀町	大島町	東和町	橘 町			
大 島 郡	久賀町	217,087	7,064	35,175	14,162	0	0	273,488
	大島町	0	267,675	0	733	0	0	268,408
	東和町	0	0	211,055	0	0	0	211,055
	橘 町	0	7,064	15,252	201,700	0	0	224,016
他の山口県		32,844	80,305	30,506	20,511	78,868,279	0	79,032,445
県 外		6,672	9,666	19,297	7,081	796,649	$\alpha$	$\alpha + 839,365$
購買額 計		256,603	371,774	311,285	244,187	79,664,928	$\alpha$	$\alpha + 80,848,777$

太枠…E



表8 購入・販売の諸指標 (小売商品合計) (51年)

	久賀町	大島町	東和町	橋町	他の山口県	山口県	全 国	単位
購入額	256,603	371,774	311,285	244,187	79,664,928	80,848,777	559,880(億円)	万円
販売額	273,488	268,408	211,055	224,016	79,032,445	80,009,412	559,880(億円)	万円
人口	6,128	10,620	8,316	8,796	1,530,495	1,564,355	113,086(千人)	人
個人所得	684,874	1,204,826	794,323	822,053	187,997,259	191,503,335	1,467,063(億円)	万円
販売倍率	106.6	72.2	67.8	91.7	99.2	99.0	100.0	%
1人当り購入額	41.9	35.0	37.4	27.8	52.1	51.7	49.5	万円
1人当り個人所得	111.8	113.4	95.5	93.5	122.8	122.4	129.7	万円
購入・所得比	37.5	30.9	39.2	29.7	42.4	42.2	38.2	%
町民購買力に換算した小売支配人口率	6,532	7,667	5,639	8,070	1,518,395	1,548,170	113,086(千人)	人
	106.6	72.2	67.8	91.7	99.2	99.0	100.0	%
地元購入率	84.6	72.0	67.8	82.6	99.0	99.0	100.0	%
地元購入額	217,087	267,675	211,055	201,700	78,868,279	80,009,412	559,880(億円)	万円
流入率	20.6	0.3	0.0	10.0	0.2	0.0	0.0	%
流出率	15.4	28.0	32.2	17.4	1.0	1.0	0.0	%
相対的魅力度	5.2	-27.7	-32.2	-7.4	-0.8	-1.0	0.0	%
小売支配人口	5,347	5,248	4,127	4,380	1,545,253	1,564,355	113,086(千人)	人
小売支配人口率	87.3	49.4	49.6	49.8	101.0	100.0	100.0	%

ここで、表6において、小売商品全体についての連関係数  $a_{ij}$  は次のようにして求めた。

$$a_{ij} = \sum_r w_r a_{ij}^r$$

$a_{ij}^r$  …… $r$ 品目についての「消費者行動の地域連関係数」

$w_r$  ……消費支出にしめる  $r$ 品目の割合

すなわち、『買物動向調査』に示されている各品目毎の  $a_{ij}^r$  を『家計調査』から得られる消費割合  $w_r$  でウェイト付けし、その加重平均として、小売商品合計の連関係数を導出した。具体的には、ウェイト  $w_r$  は、『昭和51年家計調査年報』第14表（全世帯平均）より、上述の『山口県買物動向調査報告書』の調査対象品目を選び出し、その対象品目に対する支出総額にしめる各品目の割合として求めた。その結果は表9のとおりである。

なお、「贈答品」については次のようにして求めた。まず、『家計調査』の用途分類（中分類）より交際費を算出し（『51年家計調査年報』441頁参照）、

これを『買物動向調査』の調査対象品目の支出額に応じてその品目に比例配分し、これを贈答用に用いられたものとみなす。「贈答品」に対する支出はこれら贈答用に用いられた品目に対する支出の合計であり、他方、「飲食料品」等各品目に対する支出は、品目分類より求めた各品目への支出から、いま求めた贈答用の支出を差し引いて求めた。

表7・表8についても、さきの表4・表5と同様の分析が可能であるが、ここでは割愛する。

表9 ウェート (%)

飲 食 料 品	54.80
肌 着・下 着 類	4.20
紳 士 服・婦人服類	7.28
呉服・反物・ふとん類	3.99
靴・カ バ ン 類	1.49
装 身 具・メ ガ ネ 時 計・貴 金 属	2.29
荒 物・台 所 用 品	2.87
医 薬・化 粧 品	3.97
家 具・ベ ッ ド	2.02
電 気 器 具	3.44
文 化 品	8.41
贈 答 品	5.24
計	100.00

#### 4 消費者行動の地域連関分析（その2——買物動向調査と家計調査・所得統計の結合）

さきに第2節でのべたように、『買物動向調査』より「消費者行動の地域連関係数」 $A$ が得られるので、もし何らかの方法で各地域に常住する消費者の消費総額 $E$ が求められるなら、直ちに地域連関表を作成することができる。そこで、消費総額 $E$ を求めるために『家計調査』と『所得統計』を利用しようというのが本節のねらいである。

$E_i$   $i$ 地域の消費者の購入総額

$Y_i$   $i$ 地域の（個人）所得

$P_i$   $i$ 地域の人口（または世帯数）

$S_i$   $i$ 地域の小売店の販売総額

添字 $i$ は地域（市町村）、 $0$ はそれら地域を含むより広域の地域（県）を示すものとする。記号を以上のように定めると、購入総額 $E_i$ は次のように表わされる。

$$E_i = \left(\frac{E_i}{Y_i}\right)\left(\frac{Y_i}{P_i}\right)P_i \quad (1)$$

$$= \left(\frac{E_0}{P_0}\right)\left(\frac{E_i/Y_i}{E_0/Y_0}\right)\left(\frac{Y_i/P_i}{Y_0/P_0}\right)P_i \quad (2)$$

さらに、広域の地域については $E_0 \doteq S_0$ とみなしうるとすれば、(2)は次のようになる。

$$E_i = \left(\frac{S_0}{P_0}\right)\left(\frac{E_i/Y_i}{E_0/Y_0}\right)\left(\frac{Y_i/P_i}{Y_0/P_0}\right)P_i \quad (3)$$

(1)は、消費総額 $E_i$ を（一種の）消費性向 $(E_i/Y_i)$ 、1人あたり所得 $(Y_i/P_i)$ 、および人口 $P_i$ より求めようとするものである。(2)は同じく消費総額 $E_i$ を、消費性向の県平均からの格差、1人あたり所得の県平均からの格差、県民1人あたり消費額、および人口から求めようとしている。(3)は、(2)のうち1人あたり消費額を1人あたり販売額で代用したものである。

人口と1人あたり所得についてのデータは比較的容易に入手しうるので、問題は(一種の)消費性向( $E_i/Y_i$ ),または、その県平均からの格差( $E_i/Y_i$ )/( $E_0/Y_0$ )をいかにして求めるかである。 $(E_i/Y_i)$ は地域差が大きいと予想されるが(たとえば表8参照),その原因は次のように分解して把えることができる。

$$\frac{E_i}{Y_i} = \left(\frac{E_i}{B_i}\right)\left(\frac{B_i}{C_i}\right)\left(\frac{C_i}{Y_i^d}\right)\left(\frac{Y_i^d}{Y_i}\right) \quad (4)$$

ただし,  $Y_i^d$  可処分所得

$C_i$  家計消費支出

$B_i$  家計消費支出のうち現金支出

この式の右辺のカッコ内の値を直接把握することは、少なくとも市町村レベルでは、望みえない。しかし、これらの値はその地域の特性に応じてある値をとると考えられるので、各地域がどんな特性をもつかを知ることで、その地域についての値を推計することができるであろう。その特性として重要な点は、所得水準、農家非農家比率、農家経済地帯(農林省『農家生計費統計』参照)である。これらの特性によって(4)式の右辺にはちがいがみられる。たとえば、家計消費支出に占める現金支出の割合( $B_i/C_i$ )は表10に示すように特性によって違いがある。

このように、 $(E_i/Y_i)$ が地域によって異なることは明らかであるが、特定の地域のそれを実際に推計するには資料の整備が不十分であり、なお検討の余地がある。

そこで、ここでは1次接近として、 $(E_i/Y_i)$ のちがいを無視して(すなわち、(3)式において、 $E_i/Y_i = E_0/Y_0$ として)山口県内56市町村について $E_i$ を求めた。この $E_i$ を利用して、前節と同様に、地元購入額、流入率、流出率、相対的魅力度を求めて、表11に示した。なお表11は相対的魅力度の高い順に並べられている。

この表は $(E_i/Y_i)$ の相違を無視しているので単なる1次接近にすぎないが、それでも相対的魅力度の指標は1つの興味ある結果を示している。

相対的魅力度は、前節でのべたように、地域の小売店が地域外の消費者を引きつける程度と、地域の消費者が地域外の小売店に引き抜かれる程度の差である。地域の小売店がそれ自身魅力があっても、隣の地域の小売店にもっと魅力があれば、消費者からみるとこの地域の小売店の魅力は相対的に小さく映る。相対的魅力度はこの事情を反映している。

ちなみに、長門市と光市を比べた場合、それぞれを孤立させて比較すれば、小売店数でみると長門市591店、光市778店であるから、光市の方が充実しているであろう。事実、流入率は光市29.6、長門市25.3であり、光市の方が大きい。けれども、長門市の近くにはより魅力的な都市がないのに対して、光市の近くには徳山市のような魅力的な都市があるので、流出率は光市の方が高い。それゆえ、各々の地域を孤立したものとしてではなく、周囲の地域との関連でとらえた相対的魅力度では光市は長門市より小さくなる。

表10 消費支出にしめる現金支出の割合 (%)

食料費支出	所得水準別	家計調査世帯	第Ⅰ分位階級	92.0
			第Ⅴ分位階級	88.1
			年間収入 100 万円未満	91.3
			年間収入 600 万円以上	86.4
米類への支出	農家・非農家別	家計調査の全世帯	89.8	
		家計調査の勤労者世帯	90.0	
		農家経済調査の農家	74.4	
小麦粉への支出	農家経済地帯別	都市近郊	76.4	
		平地農村	82.4	
		農山村	89.3	
		山村	94.1	

『51年家計調査年報』第1表・第8表、『51年度農家生活費統計』(8)表より作成。

(万円, %)

表11 地元購入額と相対的魅力度

順位	地名	地元購入額	流入率	流出率	相対的魅力度	地元購入率	順位	地名	地元購入額	流入率	流出率	相対的魅力度	地元購入率
1	徳山市	5,219,165	37.3	11.6	25.7	88.4	29	三隅町	85,693	51.6	72.6	-21.0	27.4
2	柳井市	1,761,269	29.8	4.8	25.0	95.2	30	小野田市	1,325,014	20.3	41.5	-21.2	58.5
3	小郡町	671,179	56.8	31.8	25.0	68.2	31	楠町	162,323	33.4	57.5	-24.1	42.5
4	長門市	1,272,515	25.3	8.5	16.8	91.5	32	美東町	188,376	36.3	61.3	-25.0	38.7
5	宇部市	8,440,066	18.7	2.6	16.1	97.4	33	周東町	281,973	31.5	57.6	-26.1	42.4
6	萩市	2,524,306	18.7	5.2	13.5	94.8	34	旭村	32,794	47.7	74.4	-26.7	25.6
7	岩国市	5,495,070	16.4	5.5	10.9	94.5	35	東和町	170,188	19.4	48.7	-29.3	51.3
8	防府市	5,117,647	16.1	7.1	9.0	92.9	36	日置町	90,589	31.6	62.5	-30.9	37.5
9	下関市	13,027,988	8.8	4.9	3.9	95.1	37	山陽町	517,127	27.2	59.0	-31.8	41.0
10	山口市	4,614,463	25.3	21.9	3.4	78.1	38	鹿野町	174,494	7.3	39.7	-32.4	60.3
11	秋芳町	238,855	41.9	41.4	0.5	58.6	39	田布施町	369,323	21.3	55.2	-33.9	44.8
12	新南陽市	935,858	50.7	50.5	0.2	49.5	40	油谷町	271,530	15.8	50.0	-34.2	50.0
13	久賀町	205,455	24.9	28.2	-3.3	71.8	41	菊川町	189,671	14.2	48.8	-34.6	51.2
14	玖珂町	236,610	42.0	46.0	-4.0	54.0	42	阿武町	146,271	18.0	52.7	-34.7	47.3
15	錦町	191,086	23.9	29.6	-5.7	70.4	43	美川町	49,085	29.0	63.9	-34.9	36.1
16	光市	1,634,200	29.6	36.8	-7.2	63.2	44	美和町	125,868	19.3	56.1	-36.8	43.9
17	むつみ村	32,640	67.6	75.4	-7.8	24.6	45	豊浦町	415,353	18.4	56.2	-37.8	43.8
18	豊田町	337,289	7.1	19.6	-12.5	80.4	46	橘町	251,260	-12.2	26.8	-39.0	73.2
19	川上村	9,515	72.8	86.1	-13.3	13.9	47	和木町	110,867	32.8	73.6	-40.8	26.4
20	大島町	47,973	64.9	78.3	-13.4	21.7	48	大和町	157,544	19.0	61.7	-42.7	38.3
21	阿東町	270,766	37.6	51.1	-13.5	48.9	49	豊北町	513,555	1.8	40.9	-42.7	59.1
22	田万川町	139,278	30.0	44.5	-14.5	55.5	50	由宇町	166,779	6.6	55.1	-48.5	44.9
23	阿知須町	196,428	39.3	56.0	-16.7	44.0	51	平生町	221,669	15.9	64.9	-49.0	35.1
24	美祢市	776,094	13.0	30.8	-17.8	69.2	52	大島町	281,965	-5.1	44.0	-49.1	56.0
25	下松市	1,794,773	22.5	40.9	-18.4	59.1	53	須佐町	120,735	-10.6	42.2	-52.8	57.8
26	秋穂町	209,401	33.1	51.9	-18.8	48.1	54	本郷村	43,697	-10.2	43.9	-54.1	56.1
27	穂地町	242,354	33.9	52.8	-18.9	47.2	55	熊毛町	188,662	7.3	70.1	-62.8	29.9
28	福栄村	28,718	63.1	82.3	-19.2	17.7	56	上関町	144,715	-22.5	52.7	-75.2	47.3

もとより、このようにして  $E$  が求められれば、

$$S_{ij} = a_{ij}E_j$$

として地域別購入額が得られるので、県内56市町村についての「消費者行動の地域連関表」を作成することは容易ではあるが、ここでは割愛する。

## 5 むすび

(1) 以上の分析はまだ検討の余地を残している。第3節で示した方法については、さらに多くの地域についてケース・スタディを積み重ねることによって、有用性を確めることが必要であり、第4節の方法は  $(E_i/Y_i)$  を推計する実際的な方法を見い出さねばならない。にもかかわらず、地域の消費購入額を推計し、それによって消費者行動の地域連関を把握する具体的な方法を示すという点で一定の意義を有するものと思われる。

(2) 以上の作業の難しさの1つの原因は、各種資料の結合にさいして、(品目)分類が不統一なことである。それぞれの資料が特有の調査目的と歴史をもっている点は尊重されなくてはならないが、それを認めたくえでなお(品目)分類を比較可能にする余地が多く残されている。『家計調査』『農家経済調査』『買物動向調査』『商業調査(小売業)』は、いずれも消費者行動(これだけではないが少なくとも消費者行動)のある側面をとらえるという点で共通点をもっているのであるから、調査にさいして互に比較可能・結合可能にする努力が払われることが望ましい。

(1979. 9 .29)