

1に示すように、北海道以外の6地域については、総務省統計局の人口推計<sup>3)</sup>を用いて、人口分布割合の最も大きい都府県(宮城県、東京都、愛知県、大阪府、広島県および福岡県)を選び、さらに各都道府県での人口分布と利便性を考慮して、札幌市、仙台市、多摩市、名古屋市、大阪市、広島市、福岡市を選択した。図-1のデータは2005(平成17)年の国勢調査の結果を用いたものであるが、最新の2009(平成21)年1月1日現在のデータを用いて計算すると、この7都市の人口の合計は1,059万人になり、日本全体(12,765万人)の8.3%をカバーしている計算になる。

### 1.3 購入店舗の選択

店舗の選択も地域の選択と同様に、

- ① 販売高の多い店舗を全体の代表と見なす
- ② 販売高が少ない店舗も含め、できるだけ多様な業態の店舗で購入するようにする

という考え方に大別される。

我々が行ったマーケットバスケット方式の調査では、上記①の考え方を採り、大型スーパーマーケットで原則としてすべての食品を購入することにした。上記1.2項で選択した7地域におけるスーパーマーケットの食品販売高<sup>4)</sup>を調べ、各地域で食品販売総額が大きいスーパーマーケットをそれぞれ5件前後抽出し(図-2)、購入店舗候補リストを作成した。最上位の店舗に商品がない場合は、リスト中のスーパーマーケットで購入した。その際、他地域の系列店とできるだけ重複しないように留意した。表-2には実際に試料を購入した店舗を示す。各地域ともほぼ重複なく、89~99%の食品を購入店舗候補リストの第1位の系列店で購入した。

### 1.4 購入方法

あらかじめ購入店舗での売れ筋商品が明らかな場合はそれを購入し、不明な場合は、陳列量の最も多い商品を選択した。地域特異的な食品ではなく、かつ、生産・販売シェアの統計データが入手できる場合はそれを用いてもよいこととした。購入にあたっては、店舗名、購入日時、陳列時および購入後の輸送中の温度帯、製品名、製造・販売会社・産地、ロット番号、製造年月日/喫食期限、購入量を記録した。すべての食品を1日で購入するのは困難であったため、2日ないしは3日に分けて購入し

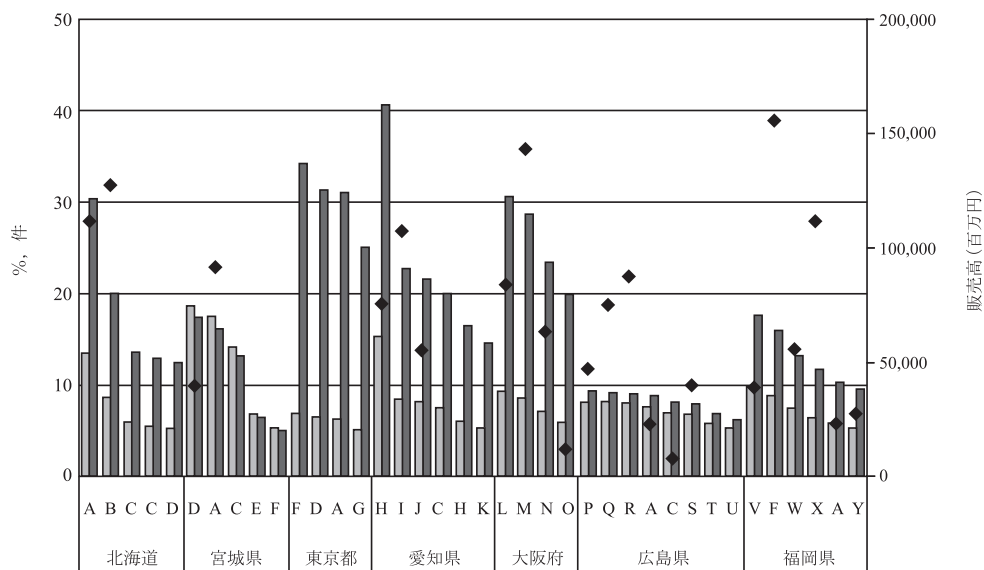


図-2 各都道府県で食品販売高の多いスーパーマーケット<sup>4)</sup>

■：シェア、■：食品販売高、◆：市内店舗数

各地域で食品販売総額が大きいスーパーマーケットをそれぞれ5件前後抽出した。広島県では食品販売高、シェアが拮抗していたため8件を候補とした。図中のアルファベットはスーパーマーケットを表し、同じ文字の場合は系列が同じであることを示す。店舗数は各道府県庁所在地の都市における数を示した。