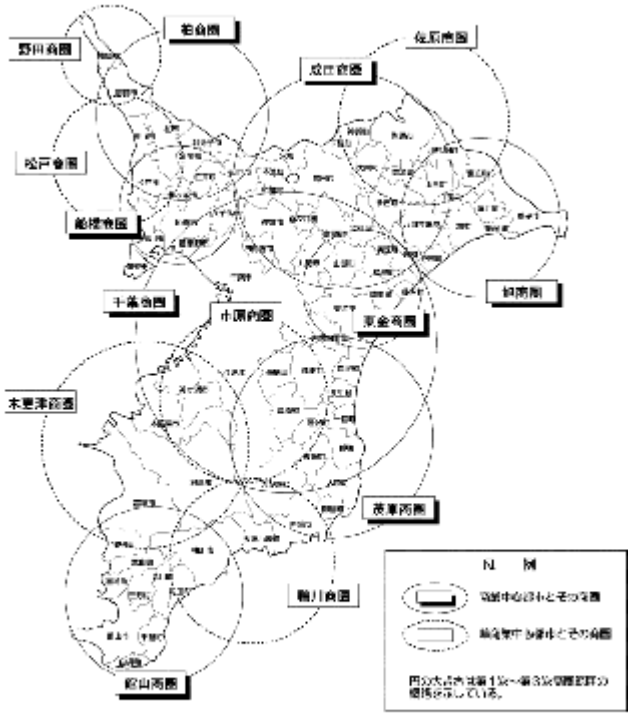
別紙

主要商圏の分布

商圏：当該市町村の顧客吸引力が及ぶ範囲



※成田商圏商圏：八千代市、八街市、佐倉市、酒々井町、四街道市、富里市、芝山町、栗山町
　千葉県平均（小売りと下回る市町村の商圏の吸引力が2分の1以上減少する市町村）

（注）商圏について
　調査項目は、ショッピングの対象物：衣料品（洋服、和服、子供・ベビー服、
　下着、洋品雑貨、履物）、レジャーの対象物：観劇（映画を含めて）とした。以下のように定義した。
　「第1次商圏」　消費額が80%以上を吸引していると認められる市町村
　「第2次商圏」　消費額が10%以上80%未満を吸引していると認められる市町村
　「第3次商圏」　消費額が5%以上10%未満を吸引していると認められる市町村