

## Ⅲ 区民調査の基礎集計

### 1 本章の目的

本章では、区民を対象とした「港区における買い物環境・食事行動に関する実態調査」のデータを用いて、基礎的な集計結果をみていく。主な項目の単純集計の結果を示したのちに、区民の基本属性として、居住地区、年齢、所得、世帯構成を軸とした各種クロス集計の主な結果をみていく。なお、クロス集計については、5%水準を基準 ( $p < 0.05$ ) に統計的有意性を検出した結果のみを示し、傾向を読み取っていく。

なお、クロス集計の実践手順は、第Ⅱ章末尾に掲載しているコラム⑦(1)を参照されたい。

(節の構成)

- 2 基本属性の分布とクロス集計の有意性一覧
- 3 買い物環境の満足
- 4 品目別の買い物先
- 5 食料品、日用品・消耗品の買い物時に重視する要素
- 6 インターネットによる購買行動のコロナ禍前からの変化
- 7 現在及びコロナ禍前の各時点の食事行動
- 8 スマイル商品券の利用経験
- 9 示唆される課題と対応の方向性

第2節では基本属性の分布と本章の全クロス集計の統計的有意性の結果の概要一覧をみていく。第3節では食料品及び日用品・消耗品の買い物環境満足度、第4節では品目別の買い物先、第5節では食料品、日用品・消耗品の買い物時に重視する要素、第6節では品目別のインターネットによる購買行動のコロナ禍前からの変化、第7節では現在とコロナ禍前の各時点での食事行動、第8節ではスマイル商品券の利用経験についての基礎集計の具体的な結果をみていく。最終節では、区民調査データの基礎的な集計結果から示唆される課題と対応の方向性を検討していく。

### 2 基本属性の分布とクロス集計の有意性一覧

#### (1) 基本属性

高輪地区、芝浦港南地区居住者、高齢者、18歳以下の子どもがいない世帯が多い

図表3-1 区民の基本属性

居住地区		n=1049	所得5分位		n=979
芝		18.40	第一・五分位		19.10
麻布		19.54	第二・五分位		20.63
赤坂		12.68	第三・五分位		18.39
高輪		25.26	第四・五分位		21.96
芝浦港南		24.12	第五・五分位		19.92

  

年齢		n=1075	世帯構成		n=1093
30歳未満		9.77	6歳未満の子どもあり世帯		9.15
30-39歳		14.23	6-18歳子どもあり世帯		12.72
40-49歳		19.35	その他の世帯		78.13
50-59歳		18.7			
60-69歳		15.07			
70歳以上		22.88			

図表3-1は、居住地区、年齢、所得、世帯構成についての単純集計の結果である。

区民の基本属性の分布をみると、居住地区については「高輪」が25.26%と最も高く、次いで「芝浦港南」は24.12%、「麻布」は19.54%、「芝」は18.40%、「赤坂」は12.68%となっている。

年齢については、「70歳以上」が22.88%と最も高く、次いで「40-49歳」が19.35%、「50-59歳」が18.70%となっている。

所得については、世帯年収を世帯人数の平方根で除した「等価所得」であり、五分位化（2割程度ずつに等分化）した情報を載せている。なお、「第一・五分位」は288万円未満、「第二・五分位」は288～492万円未満、「第三・五分位」は492～700万円未満、「第四・五分位」は700～1203万円未満、「第五・五分位」は1203万円以上が該当する。

世帯構成については、「その他の世帯」が78.13%と構成比が最も高く、次いで、「6～18歳子どもがいる世帯」が12.72%、「6歳未満子どもがいる世帯」が9.15%となっている。

(2) クロス集計の有意性一覧

全体を通して、年齢と世帯構成で比較的多くの購買行動・食事行動に有意な差が示されている

第3節以降における、基本属性を軸にしたクロス集計の結果の概要は図表3-2のとおりである。

図表3-2 区民データのクロス集計の有意性一覧

	食料品の買い物環境満足度						日用品・消耗品の買い物環境満足度						買い物先			食料品店舗		食料品・日用品・消耗品の買い物で重視する要素	
	価格	品揃え	距離	営業時間	情報発信	電子決済整備	価格	品揃え	距離	営業時間	情報発信	電子決済整備	服飾品	耐久消費財	日用品・消耗品	食料品	移動手段		距離
居住地区	○	○	○	○			○	○	○	○			○	○	○	○		○	
年齢	○	○		○	○	○				○	○	○	○	○	○	○			
所得						○	○					○	○	○	○	○			
世帯構成				○		○				○		○	○	○	○	○	○		

  

	インターネットによる購買行動の変化							現在の食事行動					コロナ禍前の食事行動					スマイル商品券の利用
	生鮮食料品	加工食料品	飲料	日用品・消耗品	耐久消費財	教育・教養娯楽	旅行	家で調理	総菜・弁当	インスタント食品	デリバリー	外食	家で調理	総菜・弁当	インスタント食品	デリバリー	外食	
居住地区										○					○			
年齢	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
所得	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
世帯構成	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	

注：○は、 $\chi^2$ 検定により5%水準(p<0.05)で有意な関連が示された項目。

軸として着目した区民の基本属性の変数は、居住地区（5地区）、年齢（6層）、所得（5分位）、世帯構成（3区分）である。図表3-2にある「○」の印は、5%水準(p<0.05)で統計的に有意な差が示された項目を示している。

例えば、図表左上の価格に「○」が付されているのは、居住地区（5地区）によって近隣店舗の食料品価格に対する満足度に有意な差が存在することを示している。居住地区の行をみると、買い物に係る満足度や買い物先についての地区差があることが示されているものの、食事行動やインターネット通販を通じた購買行動についてはほとんど地区差がみられない。

全体としては、年齢による差が多く示されていることから、港区では買い物行動や食事行動の多くが年齢層によって異なることを意味している。

### 3 買い物環境の満足

#### ■単純集計

「商品の価格」、「品揃え」、「店舗までの距離」の「不満」が比較的多く、いずれの項目も同割合が1割前後となっている

図表3-3 食料品、日用品・消耗品の買い物環境への満足度合（％）

食料品の買い物環境	n	満足	どちらか		不満
			といえば満足	といえば不満	
店舗の商品の価格	1091	6.42	40.42	41.15	12.01
店舗の品揃え	1094	14.90	43.69	31.63	9.78
店舗までの距離	1090	31.47	40.55	20.55	7.43
店舗の営業時間	1092	46.89	45.33	6.04	1.74
店舗のウェブ情報発信	1026	14.04	56.34	24.27	5.36
店舗の電子決済の整備	1054	34.16	48.10	13.19	4.55
日用品・消耗品の買い物環境	n	満足	どちらか		不満
店舗の商品の価格	1091	7.97	47.11	33.82	11.09
店舗の品揃え	1092	13.00	46.25	29.67	11.08
店舗までの距離	1093	25.62	41.90	22.14	10.34
店舗の営業時間	1092	35.53	50.09	11.54	2.84
店舗のウェブ情報発信	1023	16.32	55.82	22.39	5.47
店舗の電子決済の整備	1046	35.28	48.28	12.24	4.21

図表3-3は、食料品と日用品・消耗品の近隣店舗の買い物環境についての項目別満足度の単純集計の結果を示している。

「満足」の割合は、両品目ともに、店舗までの距離、営業時間、電子決済の整備の項目が高い傾向にある。食料品の買い物環境の「満足」の割合については、「店舗の営業時間」が46.89%と最も高く、次いで「店舗の電子決済の整備」が34.16%、「店舗までの距離」が31.47%の値を示している。日用品・消耗品の買い物環境の「満足」の割合については、「店舗の営業時間」が35.53%と最も高く、次いで「店舗の電子決済の整備」が35.28%、「店舗までの距離」が25.62%の値を示している。

「不満」の割合は、両品目ともに、商品の価格、品揃え、店舗までの距離が高い傾向にある。食料品の買い物環境の「不満」の割合については、「店舗の商品の価格」が12.01%と最大の値を示し、次いで「店舗の品揃え」が9.78%、「店舗までの距離」が7.43%の値を示している。日用品・消耗品の買い物環境の「不満」の割合については、「店舗の商品の価格」が11.09%と最大の値を示し、次いで「店舗の品揃え」が11.08%、「店舗までの距離」が10.34%の値を示している。

続いて、項目別の買い物環境満足度と基本属性とのクロス集計の結果をみていく。

■クロス集計

(1) 地区別

食料品、日用品・消耗品の買い物環境ともに、価格、品揃え、店舗までの距離、営業時間の項目で満足度の地区差が示され、全体を通して、赤坂地区で「不満」の割合が高い

図表3-4 居住地区別の食料品、日用品・消耗品の買い物環境への満足度合 (%)

		(食料品の買い物環境)																		
		価格				品揃え				距離				営業時間						
	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満
芝	190	5.26	43.16	38.95	12.63	192	13.02	33.85	39.06	14.06	191	30.89	38.74	21.47	8.90	191	43.46	48.69	5.24	2.62
麻布	202	10.40	39.60	36.63	13.37	203	21.67	39.41	29.56	9.36	202	37.62	33.66	22.28	6.44	203	48.77	40.89	10.34	0.00
赤坂	133	3.76	29.32	42.11	24.81	133	14.29	30.08	36.84	18.80	132	15.15	32.58	34.85	17.42	133	34.59	48.12	12.03	5.26
高輪	260	6.15	39.62	46.15	8.08	259	12.74	54.05	27.80	5.41	259	35.52	39.00	20.08	5.41	260	49.23	45.77	3.46	1.54
芝浦港南	251	6.77	44.22	39.44	9.56	251	14.74	51.39	27.89	5.98	250	34.00	51.60	11.20	3.20	249	55.02	41.37	2.81	0.80

  

		(日用品・消耗品の買い物環境)																		
		価格				品揃え				距離				営業時間						
	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	n	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満
芝	191	8.38	45.03	32.46	14.14	192	14.06	37.50	31.77	16.67	192	23.96	40.63	21.88	13.54	191	34.03	47.64	15.18	3.14
麻布	202	12.38	42.08	33.17	12.38	203	20.20	42.36	27.59	9.85	203	34.98	34.48	21.67	8.87	203	41.38	43.84	12.81	1.97
赤坂	132	7.58	44.70	28.79	18.94	133	10.53	45.11	30.08	14.29	133	19.55	40.60	27.07	12.78	133	24.81	54.14	14.29	6.77
高輪	258	8.91	46.12	37.60	7.36	258	11.63	54.65	24.81	8.91	259	23.94	40.54	25.87	9.65	259	37.45	50.58	10.04	1.93
芝浦港南	251	4.78	51.79	35.46	7.97	251	9.96	47.41	34.66	7.97	251	26.29	49.40	15.94	8.37	250	38.00	51.20	8.80	2.00

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-4は、居住地区と食料品、日用品・消耗品についての近隣店舗の項目別の買い物環境満足とのクロス集計の結果であり、食料品、日用品・消耗品ともに価格、品揃え、距離、営業時間の項目で有意な地区差が示されている。

上段の食料品の買い物環境の「不満」の割合をみると、価格の「不満」の割合は、「赤坂」が24.81%と最大の値を示し、次いで「麻布」が13.37%、「芝」が12.63%、「芝浦港南」が9.56%、「高輪」が8.08%の値を示している。

品揃えの「不満」の割合は、「赤坂」が18.80%と最大の値を示し、次いで「芝」が14.06%、「麻布」が9.36%、「芝浦港南」が5.98%、「高輪」が5.41%の値を示している。

店舗までの距離の「不満」の割合は、「赤坂」が17.42%と最大の値を示し、次いで「芝」が8.90%、「麻布」が6.44%、「高輪」が5.41%、「芝浦港南」が3.20%の値を示している。

営業時間の「不満」の割合は、「赤坂」が5.26%と最大の値を示し、次いで「芝」が2.62%、「高輪」が1.54%、「芝浦港南」が0.80%、「麻布」が0.00%の値を示している。

下段の日用品・消耗品の買い物環境の「不満」の割合をみると、価格の「不満」の割合は、「赤坂」が18.94%と最大の値を示し、次いで「芝」が14.14%、「麻布」が12.38%、「芝浦港南」が7.97%、「高輪」が7.36%の値を示している。

品揃えの「不満」の割合は、「芝」が16.67%と最大の値を示し、次いで「赤坂」が14.29%、「麻布」が9.85%、「高輪」が8.91%、「芝浦港南」が7.97%の値を示している。

店舗までの距離の「不満」の割合は、「芝」が13.54%と最大の値を示し、次いで「赤坂」が12.78%、「高輪」が9.65%、「麻布」が8.87%、「芝浦港南」が8.37%の値を示している。

営業時間の「不満」の割合は、「赤坂」が6.77%と最大の値を示し、次いで「芝」が3.14%、「芝浦港南」が2.00%、「麻布」が1.97%、「高輪」が1.93%の値を示している。

(2) 年齢別

- ・食料品の買い物環境について、価格、品揃え、営業時間、情報発信、電子決済整備の項目の満足度で年齢差が示され、多くの項目で、年齢が高いほど「満足」の割合が低い
- ・日用品・消耗品の買い物環境について、品揃え、営業時間、情報発信、電子決済整備の項目の満足度で年齢差が示され、いずれも概ね年齢が高いほど「満足」の割合が低い

図表3-5 年齢別の食料品、日用品・消耗品の買い物環境への満足度合 (%)

食料品の買い物環境																					
年齢	n	価格				品揃え				営業時間				情報発信				電子決済整備			
		満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満
30歳未満	104	6.73	33.65	49.04	10.58	20.19	39.42	29.81	10.58	52.88	39.42	4.81	2.88	21.15	58.65	17.31	2.88	45.19	38.46	12.50	3.85
30-39歳	153	8.50	34.64	41.18	15.69	20.26	32.03	33.33	14.38	52.94	37.91	7.19	1.96	18.42	47.37	25.66	8.55	43.79	36.60	14.38	5.23
40-49歳	208	6.25	33.65	45.67	14.42	14.90	39.90	36.04	9.13	56.73	34.13	7.21	1.92	15.20	54.41	25.47	3.92	43.96	42.03	9.66	4.35
50-59歳	200	5.30	38.50	47.00	9.50	13.50	45.50	29.50	12.00	45.23	49.75	3.02	2.01	12.18	61.93	20.30	5.58	35.00	51.50	9.50	4.00
60-69歳	159	5.66	45.28	37.11	11.95	8.18	48.43	35.39	10.06	41.14	53.99	5.70	1.27	8.72	62.42	25.50	3.36	34.18	47.52	15.69	2.61
70歳以上	236	5.51	52.54	31.78	10.17	13.39	52.72	28.13	5.86	37.66	54.39	6.69	1.26	12.04	55.50	25.65	6.81	18.36	57.97	16.91	6.76

  

日用品・消耗品の買い物環境																			
年齢	n	品揃え				営業時間				情報発信				電子決済整備					
		満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満	満足	どちらかといえば満足	どちらかといえば不満	不満		
30歳未満	103	20.39	42.72	27.18	9.71	40.78	42.72	9.71	6.80	19.42	57.28	17.48	5.83	43.69	44.66	6.80	4.85		
30-39歳	153	16.99	35.29	30.72	16.99	40.52	37.91	16.99	4.58	24.18	45.10	25.49	5.23	49.67	36.60	9.15	4.58		
40-49歳	208	16.83	47.12	26.44	9.62	45.19	40.38	12.02	2.40	19.51	57.07	19.02	4.39	52.17	36.23	8.70	2.90		
50-59歳	200	8.00	48.00	30.50	13.50	34.50	53.50	9.00	3.00	12.37	61.34	18.56	7.73	30.15	56.78	9.05	4.02		
60-69歳	159	7.55	50.31	32.70	9.43	27.67	61.01	11.32	0.00	11.41	62.42	23.49	2.68	22.88	58.82	14.38	3.92		
70歳以上	238	11.34	50.42	28.57	9.66	27.31	59.66	10.50	2.52	13.54	53.65	26.56	6.25	16.92	56.72	21.39	4.98		

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-5は、年齢と食料品、日用品・消耗品についての近隣店舗の項目別の買い物環境満足とのクロス集計の結果であり、食料品では価格、品揃え、営業時間、情報発信、電子決済整備の項目で、日用品・消耗品では品揃え、営業時間、情報発信、電子決済整備の項目で有意な年齢差が示されている。

上段の食料品の買い物環境をみると、価格の「不満」の割合は、「30-39歳」が15.69%と最大の値を示し、「50-59歳」が9.50%と最小の値を示している。

品揃えの「満足」の割合については、「30-39歳」が20.26%と最大の値を示し、「60-69歳」が8.18%と最小の値を示している。

営業時間の「満足」の割合については、「40-49歳」が56.73%と最大の値を示し、「70歳以上」が37.66%と最小の値を示している。

情報発信の「満足」の割合については、「30歳未満」が21.15%と最大の値を示し、「60-69歳」は8.72%と最小の値を示している。

電子決済整備の「満足」の割合については、「30歳未満」が45.19%と最大の値を示し、「70歳以上」が18.36%と最小の値を示している。

下段の日用品・消耗品の買い物環境をみると、品揃えの「満足」の割合は、「30歳未満」が20.39%と最大の値を示し、「60-69歳」が7.55%と最小の値を示している。

営業時間の「満足」の割合については、「40-49歳」が45.19%と最大の値を示し、「70歳以上」が27.31%と最小の値を示している。

情報発信の「満足」の割合については、「30-39歳」が24.18%の値を示し、「60-69歳」が11.41%と最小の値を示している。

電子決済整備の「満足」の割合については、「40-49歳」が52.17%と最大の値を示し、「70歳以上」が16.92%と最小の値を示している。

### (3) 所得別

- ・ 食料品の買い物環境について、概ね所得が高いほど店舗までの距離、電子決済整備の「不満」の割合が低い
- ・ 日用品・消耗品の買い物環境について、概ね所得が高いほど価格、電子決済整備の「不満」の割合が低い

図表3-6 所得別の食料品、日用品・消耗品の買い物環境への満足度合 (%)  
 (食料品の買い物環境)

	距離					電子決済整備				
	n	満足	どちらかといえば		不満	n	満足	どちらかといえば		不満
			満足	不満				満足	不満	
第一・五分位	184	20.65	45.11	24.46	9.78	170	22.94	55.29	12.94	8.82
第二・五分位	200	35.50	39.50	16.00	9.00	190	32.11	48.42	16.32	3.16
第三・五分位	177	32.77	45.76	15.82	5.65	173	38.15	47.98	10.40	3.47
第四・五分位	215	35.35	34.88	23.26	6.51	213	39.91	44.13	11.27	4.69
第五・五分位	194	34.02	40.72	18.04	7.22	190	35.79	46.84	14.21	3.16

  

	価格					電子決済整備				
	n	満足	どちらかといえば		不満	n	満足	どちらかといえば		不満
			満足	不満				満足	不満	
第一・五分位	185	5.95	41.62	36.76	15.68	167	23.95	52.10	14.97	8.98
第二・五分位	201	7.96	47.76	30.85	13.43	189	30.69	48.68	17.46	3.17
第三・五分位	177	5.08	46.89	39.55	8.47	173	38.73	47.98	10.40	2.89
第四・五分位	215	11.63	40.93	36.74	10.70	212	39.15	48.11	9.43	3.30
第五・五分位	192	8.85	55.73	28.13	7.29	191	43.46	43.98	8.90	3.66

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<.05)。

図表3-6は、所得と食料品、日用品・消耗品についての近隣店舗の項目別の買い物環境満足とのクロス集計の結果であり、食料品では店舗までの距離と電子決済整備の項目で、日用品・消耗品では価格と電子決済整備の項目で有意な所得差が示されている。

上段の食料品の買い物環境をみると、店舗までの距離の「満足」の割合は、「第二・五分位」が35.50%と最大の値を示し、「第一・五分位」が20.65%と最小の値を示している。電子決済整備の「満足」の割合については、「第四・五分位」が39.91%と最大の値を示し、「第一・五分位」が22.94%と最小の値を示している。

下段の日用品・消耗品の買い物環境をみると、価格の「不満」の割合は、「第一・五分位」が15.68%と最大の値を示し、「第五・五分位」が7.29%と最小の値を示している。電子決済整備の「不満」の割合については、「第一・五分位」が8.98%と最大の値を示し、「第三・五分位」が2.89%と最小の値を示している。

### (4) 世帯構成別

- ・ 食料品の買い物環境について、若い子どもがいる世帯で営業時間の「満足」の割合が高い
- ・ 日用品・消耗品の買い物環境について、子どもがいる世帯で営業時間と電子決済整備の「満足」の割合が高い

図表3-7 世帯構成別の食料品、日用品・消耗品の買い物環境への満足度合（％）

(食料品の買い物環境)									
営業時間									
	n	満足	どちらかといえ ば満足	どちらかといえ ば不満	不満				
6歳未満の子どもあり世帯	100	61.00	33.00	3.00	3.00				
6-18歳子どもあり世帯	139	53.24	41.01	5.04	0.72				
その他の世帯	842	44.54	47.27	6.53	1.66				

  

(日用品・消耗品の買い物環境)										
営業時間					電子決済整備					
	n	満足	どちらかといえ ば満足	どちらかといえ ば不満	不満	n	満足	どちらかといえ ば満足	どちらかといえ ば不満	不満
6歳未満の子どもあり世帯	100	47.00	39.00	9.00	5.00	100	55.00	33.00	7.00	5.00
6-18歳子どもあり世帯	139	41.01	48.92	7.19	2.88	139	38.13	48.92	9.35	3.60
その他の世帯	842	33.49	51.31	12.71	2.49	797	32.37	50.19	13.30	4.14

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-7は、世帯構成と食料品、日用品・消耗品についての近隣店舗の項目別の買い物環境満足とのクロス集計の結果であり、食料品では営業時間、日用品・消耗品では営業時間と電子決済整備の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

上段の食料品の買い物環境をみると、営業時間の「満足」の割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が61.00%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が53.24%、「その他の世帯」が44.54%の値を示している。

下段の日用品・消耗品の買い物環境をみると、営業時間の「満足」の割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が47.00%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が41.01%、「その他の世帯」が33.49%の値を示している。電子決済整備の「満足」の割合については、「6歳未満の子どもがいる世帯」が55.00%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が38.13%、「その他の世帯」が32.37%の値を示している。

#### 4 品目別の買い物先

##### ■単純集計

- ・ 服飾品及び耐久消費財は「スーパー・ショッピングセンター」「百貨店・デパート」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」が上位の買い物先を占めている
- ・ 日用品・消耗品は「ドラッグストア」「スーパー・ショッピングセンター」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」が上位の買い物先を占めている
- ・ 食料品は「スーパー・ショッピングセンター」「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」が上位の買い物先を占めている

図表3-8 品目別の買い物先（％）

	服飾品	耐久消費財	日用品・消耗品	食料品
n=	1039	1002	1047	1042
スーパー・ショッピングセンター	67.47	56.79	55.97	95.39
コンビニエンスストア	14.44	2.00	17.96	38.10
百貨店・デパート	61.31	40.82	9.65	25.53
商店街	10.30	8.28	4.87	17.18
ドラッグストア	15.30	2.99	86.53	10.56
100円均一ショップ	8.66	5.19	12.03	2.50
生協や農協などの共同購入・宅配	6.83	2.30	10.51	19.10
料理メニュー食材セットの宅配サービス	0.19	0.20	0.00	3.26
個人商店の配送サービス	0.77	1.50	0.48	1.34
移動販売	0.10	0.00	0.00	0.67
スーパーのオンライン販売の配送サービス	2.21	3.29	4.58	8.06
店舗以外のインターネット販売の配送サービス	54.96	64.37	40.40	13.24
その他	3.66	13.17	1.62	1.73

図表3-9 普段最も利用する食料品の購入店舗への移動手段と店舗までの距離（％）

食料品店舗までの移動手段	n=	990
徒歩		72.63
自転車		15.15
路線バス		1.62
タクシー		0.51
電車		1.82
店舗の送迎サービス		0.20
自動車・二輪自動車（自分で運転）		4.75
自動車・二輪自動車（家族が運転）		3.13
その他		0.20

  

食料品店舗までの距離	n=	954
500m未満		51.57
500m以上		48.43

図表3-8は、品目別の買い物先の単純集計の結果である。

「服飾品」の購入先については、「スーパー・ショッピングセンター」が67.47%と最大の値を示し、次いで「百貨店・デパート」が61.31%、「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」が54.96%の値を示している。

「耐久消費財」の購入先については、「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」が64.37%と最大の値を示し、次いで「スーパー・ショッピングセンター」が56.79%、「百貨店・デパート」が40.82%の値を示している。

「日用品・消耗品」の購入先については、「ドラッグストア」が86.53%と最大の値を示し、次いで「スーパー・ショッピングセンター」が55.97%、「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」が40.40%の値を示している。

「食料品」については、「スーパー・ショッピングセンター」が95.39%と最大の値を示し、次いで「コンビニエンスストア」が38.10%、「百貨店・デパート」が25.53%の値を示している。食料品については、補足的に、最も利用する店舗までの移動手段と距離も併せてみていく。図表3-9をみると、「徒歩」が72.63%と最も高く、次いで「自転車」が15.15%、「自動車・二輪自動車（自分で運転）」が4.75%の値を示している。利用する店舗までの距離は「500m未満」が51.57%となっている。

続いて、品目別の買い物先と基本属性とのクロス集計の結果をみていく。



## ■クロス集計

### (1) 服飾品の購入先

#### ア 地区別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「商店街」の利用割合で地区差が示されている
- ・「スーパー・ショッピングセンター」は芝浦港南地区、「商店街」は麻布地区において利用割合が最大となっている

図表3-10 居住地区別の服飾品の購入先 (%)

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食料セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
芝	186	68.28	16.67	60.79	8.60	17.20	9.68	9.68	1.08	1.08	0.00	1.08	55.91	2.69
麻布	192	63.02	13.02	62.50	16.67	14.06	6.77	7.29	0.00	0.52	0.00	3.13	54.69	3.65
赤坂	129	62.79	18.60	64.34	10.08	11.63	6.20	10.08	0.00	1.55	0.00	0.00	51.16	3.88
高輪	247	61.54	12.15	64.78	9.31	16.60	10.12	5.67	0.00	0.81	0.00	3.24	55.06	5.26
芝浦港南	244	78.28	13.93	56.56	8.20	14.75	9.84	4.92	0.00	0.41	0.41	2.46	58.20	3.28

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-10は、居住地区と服飾品の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」と「商店街」の項目で有意な地区差が示されている。

「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合は、「芝浦港南」が78.28%と最大の値を示し、次いで「芝」が68.28%、「麻布」が63.02%、「赤坂」が62.79%、「高輪」が61.54%の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「麻布」が16.67%と最大の値を示し、次いで「赤坂」が10.08%、「高輪」が9.31%、「芝」が8.60%、「芝浦港南」が8.20%の値を示している。

#### イ 年齢別

- ・「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」「生協や農協などの共同購入・宅配」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で年齢差が示されている
- ・概ね年齢が高いほど「商店街」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」等の利用割合が高く、「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が低い

図表3-11 年齢別の服飾品の購入先 (%)

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食料セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
30歳未満	103	67.96	18.45	61.17	12.62	8.74	8.74	0.97	0.97	0.97	0.00	1.94	70.87	3.88
30-39歳	149	65.10	14.09	61.07	4.03	15.44	6.71	4.70	0.00	0.67	0.00	5.37	63.76	0.00
40-49歳	208	63.46	10.58	65.38	4.81	9.62	6.25	3.37	0.48	0.48	0.00	1.92	71.15	4.33
50-59歳	200	69.50	9.50	66.00	7.00	10.50	4.50	7.00	0.00	8.00	0.00	2.00	64.50	4.50
60-69歳	148	70.27	12.84	60.81	16.89	22.30	12.84	12.84	0.00	0.68	0.00	1.35	40.54	2.70
70歳以上	204	69.12	23.53	51.47	16.18	24.02	13.73	11.27	0.00	0.49	0.49	1.47	55.00	4.41

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-11は、年齢と服飾品の購入先とのクロス集計の結果であり、「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」「生協や農協などの共同購入・宅配」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な年齢差が示されている。

「コンビニエンスストア」の利用割合については、「70歳以上」が23.53%と最大の値を示し、「50-59

歳」が9.50%と最小の値を示している。

「百貨店・デパート」の利用割合は、「50-59歳」が66.00%と最大の値を示し、「70歳以上」が51.47%と最小の値を示している。

「商店街」の利用割合については、「60-69歳」が16.89%と最大の値を示し、「30-39歳」が4.03%と最小の値を示している。

「ドラッグストア」の利用割合については、「70歳以上」が24.02%と最大の値を示し、「30歳未満」が8.74%と最小の値を示している。

「100円均一ショップ」の利用割合については、「70歳以上」が13.73%と最大の値を示し、「50-59歳」が4.50%と最小の値を示している。

「生協や農協などの共同購入・宅配」の利用割合については、「60-69歳」が12.84%と最大の値を示し、「30歳未満」が0.97%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」については、「40-49歳」が71.15%と最大の値を示し、「70歳以上」が25.00%と最小の値を示している。

## ウ 所得別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「百貨店・デパート」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で所得差が示されている
- ・概ね所得が高いほど「スーパー・ショッピングセンター」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」の利用割合が低く、「百貨店・デパート」と「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が高い

図表3-12 所得別の服飾品の購入先 (%)

	n	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
第一・五分位	159	73.58	22.01	42.77	11.32	28.93	16.35	5.66	0.00	0.00	0.63	1.26	35.85	2.52
第二・五分位	191	68.06	15.18	57.07	15.71	17.28	8.90	8.90	0.00	2.09	0.00	2.09	50.26	1.05
第三・五分位	176	73.86	11.36	60.80	7.95	12.50	9.09	7.39	1.14	0.57	0.00	3.98	59.66	2.84
第四・五分位	212	61.79	12.74	67.92	8.02	10.38	5.19	6.60	0.00	0.00	0.00	1.89	62.74	4.25
第五・五分位	192	63.54	13.02	72.92	8.33	10.42	5.21	5.73	0.00	1.56	0.00	2.60	63.54	4.69

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-12は、所得と服飾品の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」「百貨店・デパート」「ドラッグストア」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な所得差が示されている。

「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合については、「第三・五分位」が73.86%と最大の値を示し、「第四・五分位」が61.79%と最小の値を示している。

「百貨店・デパート」の利用割合については、「第五・五分位」が72.92%と最大の値を示し、「第一・五分位」が42.77%と最小の値を示している。

「ドラッグストア」の利用割合については、「第一・五分位」が28.93%と最大の値を示し、「第四・五分位」が10.38%と最小の値を示している。

「100円均一ショップ」の利用割合については、「第一・五分位」が16.35%と最大の値を示し、「第四・五分位」が5.19%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合については、「第五・五分位」が

63.54%と最大の値を示し、「第一・五分位」が35.85%と最小の値を示している。

## エ 世帯構成別

- ・「商店街」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で世帯構成差が示されている
- ・幼い子どもがいる世帯では「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が高く、「商店街」「100円均一ショップ」の利用割合が低い

図表3-13 世帯構成別の服飾品の購入先（％）

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食材セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
6歳未満の子どもあり世帯	99	66.67	11.11	65.66	1.01	12.12	2.02	7.07	0.00	1.01	0.00	4.04	73.74	1.01
6-18歳子どもあり世帯	138	67.39	10.87	57.97	5.80	12.32	6.52	7.25	0.00	0.72	0.00	4.35	65.22	4.35
その他の世帯	796	67.71	15.58	61.18	12.31	16.33	9.92	6.78	0.25	0.75	0.13	1.63	50.75	3.77

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-13は、世帯構成と服飾品の購入先とのクロス集計の結果であり、「商店街」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

「商店街」の利用割合については、「その他の世帯」が12.31%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が5.80%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が1.01%の値を示している。

「100円均一ショップ」の利用割合については、「その他の世帯」が9.92%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が6.52%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が2.02%の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合については、「6歳未満の子どもがいる世帯」が73.74%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が65.22%、「その他の世帯」が50.75%の値を示している。

## (2) 耐久消費財の購入先

### ア 地区別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「個人商店の配送サービス」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合で地区差が示されている
- ・「スーパー・ショッピングセンター」は芝浦港南地区、「個人商店の配送サービス」及び「スーパーのオンライン販売の配送サービス」は芝地区において利用割合が最大となっている

図表3-14 居住地区別の耐久消費財の購入先（％）

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食材セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
芝	179	50.28	1.12	44.69	7.82	2.23	6.70	3.35	0.00	3.91	0.00	6.70	69.27	13.97
麻布	182	52.20	1.65	44.51	10.44	1.65	4.40	2.20	0.55	0.55	0.00	2.20	64.84	9.34
赤坂	124	55.65	3.23	41.13	9.68	3.23	9.68	2.42	0.00	0.00	0.00	3.23	58.87	12.10
高輪	240	58.75	2.92	42.50	6.67	3.75	2.92	2.08	0.00	2.08	0.00	2.50	65.83	16.25
芝浦港南	236	66.53	1.69	33.90	8.05	3.39	4.66	1.69	0.42	0.85	0.00	1.69	62.71	13.14

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-14は、居住地区と耐久消費財の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」「個人商店の配送サービス」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の項目で有意な地区差が示されている。

「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合は、「芝浦港南」が66.53%と最大の値を示し、次いで「高輪」が58.75%、「赤坂」が55.65%、「麻布」が52.20%、「芝」が50.28%の値を示している。

「個人商店の配送サービス」の利用割合は、「芝」が3.91%と最大の値を示し、次いで「高輪」が2.08%、「芝浦港南」が0.85%、「麻布」が0.55%、「赤坂」が0%の値を示している。

「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合は、「芝」が6.70%と最大の値を示し、次いで「赤坂」が3.23%、「高輪」が2.50%、「麻布」が2.20%、「芝浦港南」が1.69%の値を示している。

## イ 年齢別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」「その他」の利用割合で年齢差が示されている
- ・概ね年齢が高いほど「商店街」の利用割合が高く、「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が低い

図表3-15 年齢別の耐久消費財の購入先（%）

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー・食材セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
30歳未満	99	65.66	1.01	51.52	5.05	5.05	9.09	0.00	0.00	2.02	0.00	5.05	76.77	6.06
30-39歳	143	58.74	0.70	38.46	2.10	1.40	3.50	0.70	0.00	0.70	0.00	4.90	77.62	6.29
40-49歳	204	53.43	0.49	32.35	4.41	1.96	3.92	1.47	0.00	3.43	0.00	2.94	78.43	15.20
50-59歳	197	58.88	1.52	39.09	4.06	2.54	4.57	3.05	0.51	0.51	0.00	3.05	70.56	17.26
60-69歳	143	62.24	2.80	46.15	11.19	4.20	6.29	4.90	0.00	0.70	0.00	2.80	52.45	12.59
70歳以上	190	47.89	4.74	42.63	18.95	3.16	6.32	3.16	0.53	1.58	0.00	2.63	37.89	15.26

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-15は、年齢と耐久消費財の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」「その他」の項目で有意な年齢差が示されている。

「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合は、「30歳未満」が65.66%と最大の値を示し、「70歳以上」が47.89%と最小の値を示している。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「70歳以上」が4.74%と最大の値を示し、「40-49歳」は0.49%と最小の値を示している。

「百貨店・デパート」の利用割合は、「30歳未満」が51.52%と最大の値を示し、「40-49歳」が32.35%と最小の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「70歳以上」が18.95%と最大の値を示し、「30-39歳」が2.10%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合は、「40-49歳」が78.43%と最大の値を示し、「70歳以上」が37.89%と最小の値を示している。

「その他」の利用割合は、「50-59歳」が17.26%と最大の値を示し、「30歳未満」が6.06%と最小の値を示している。

## ウ 所得別

- ・「商店街」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で所得差が示されている
- ・概ね所得が高いほど「商店街」と「100円均一ショップ」の利用割合が低い

図表3-16 所得別の耐久消費財の購入先 (%)

	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
第一・五分位	151 54.97	2.65	41.06	12.58	3.31	12.58	1.32	0.00	0.66	0.00	1.99	52.32	17.22
第二・五分位	182 57.69	1.65	37.91	12.64	3.30	4.95	3.30	0.00	0.55	0.00	3.85	58.79	10.44
第三・五分位	168 61.90	2.38	41.07	7.74	3.57	4.76	2.38	0.00	2.38	0.00	3.57	71.43	11.31
第四・五分位	210 58.57	2.38	38.57	4.76	2.86	3.33	1.90	0.48	0.95	0.00	4.29	73.33	11.43
第五・五分位	189 51.85	1.59	46.56	4.23	2.65	4.76	1.59	0.53	2.65	0.00	3.17	67.20	13.76

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-16は、所得と耐久消費財の購入先とのクロス集計の結果であり、「商店街」「100円均一ショップ」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な所得差が示されている。

「商店街」の利用割合については、「第二・五分位」が12.64%と最大の値を示し、「第五・五分位」が4.23%と最小の値を示している。

「100円均一ショップ」の利用割合については、「第一・五分位」が12.58%と最大の値を示し、「第四・五分位」が3.33%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合は、「第四・五分位」が73.33%と最大の値を示し、「第一・五分位」が52.32%と最小の値を示している。

## エ 世帯構成別

- ・「百貨店・デパート」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で世帯構成による差が示されている
- ・若い子どもがいる世帯では「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が高く、「商店街」の利用割合が低い

図表3-17 世帯構成別の耐久消費財の購入先 (%)

	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
6歳未満の子どもあり世帯	93 62.37	0.00	37.63	0.00	2.15	1.08	1.08	0.00	0.00	0.00	6.45	82.80	5.38
6-18歳子どもあり世帯	136 56.62	1.47	27.94	6.62	1.47	3.68	2.21	0.74	1.47	0.00	2.94	69.12	13.24
その他の世帯	767 56.32	2.35	43.42	9.52	3.39	6.00	2.48	0.13	1.69	0.00	3.00	61.54	13.95

図表3-17は、世帯構成と耐久消費財の購入先とのクロス集計の結果であり、「百貨店・デパート」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

「百貨店・デパート」の利用割合については、「その他の世帯」が43.42%と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が37.63%、「6-18歳の子どものいる世帯」が27.94%の値を示している。

「商店街」の利用割合については、「その他の世帯」が9.52%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どものいる世帯」が6.62%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が0%の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合については、「6歳未満の子どもがいる

世帯」が82.80%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が69.12%、「その他の世帯」が61.54%の値を示している。

### (3) 日用品・消耗品の購入先

#### ア 地区別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「コンビニエンスストア」「商店街」の利用割合で地区差が示されている
- ・「スーパー・ショッピングセンター」は芝浦港南地区、「コンビニエンスストア」は赤坂地区が、「商店街」は麻布地区において利用割合が最大となっている

図表3-18 地区別の日用品・消耗品の購入先 (%)

	n	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
芝	188	54.26	22.34	9.57	2.13	87.23	13.83	12.23	0.00	1.06	0.00	3.19	40.96	2.13
麻布	191	55.50	20.42	9.42	7.85	86.39	10.99	8.90	0.00	0.00	0.00	4.71	38.74	1.57
赤坂	129	46.51	23.26	10.85	5.43	85.27	7.75	10.85	0.00	0.78	0.00	3.88	41.86	1.55
高輪	251	54.98	13.55	10.76	5.98	88.84	13.15	9.96	0.00	0.40	0.00	5.58	41.83	1.20
芝浦港南	246	65.04	14.63	8.54	2.85	85.37	12.60	10.98	0.00	0.00	0.00	4.47	40.24	2.03

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-18は、居住地区と日用品・消耗品の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」「コンビニエンスストア」「商店街」の項目で有意な地区差が示されている。

「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合は、「芝浦港南」が65.04%と最大の値を示し、次いで「麻布」が55.50%、「高輪」が54.98%、「芝」が54.26%、「赤坂」が46.51%の値を示している。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「赤坂」が23.26%と最大の値を示し、次いで「芝」が22.34%、「麻布」が20.42%、「芝浦港南」が14.63%、「高輪」が13.55%の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「麻布」が7.85%と最大の値を示し、次いで「高輪」が5.98%、「赤坂」が5.43%、「芝浦港南」が2.85%、「芝」が2.13%の値を示している。

#### イ 年齢別

- ・「コンビニエンスストア」「商店街」「ドラッグストア」「生協や農協などの共同購入・宅配」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で年齢差が示されている
- ・概ね年齢が高いほど「商店街」と「生協や農協などの共同購入・宅配」の利用割合が高く、「ドラッグストア」と「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が低い

図表3-19 年齢別の日用品・消耗品の購入先 (%)

	n	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
30歳未満	100	55.00	34.00	15.00	0.00	88.00	17.00	2.00	0.00	0.00	0.00	7.00	47.00	1.00
30-39歳	150	52.67	20.67	4.67	0.67	89.33	12.67	8.67	0.00	0.67	0.00	6.00	56.67	1.33
40-49歳	208	53.85	13.94	12.02	0.48	90.38	10.10	8.65	0.00	1.44	0.00	5.29	46.15	1.92
50-59歳	200	58.50	10.50	11.00	6.00	88.50	10.00	10.00	0.00	0.00	0.00	4.50	48.00	1.50
60-69歳	154	50.65	17.53	9.09	5.19	85.71	12.34	18.83	0.00	0.00	0.00	4.55	35.71	1.95
70歳以上	206	63.11	19.42	7.77	13.11	78.16	11.17	13.11	0.00	0.49	0.00	1.94	15.53	1.94

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-19は、年齢と日用品・消耗品の購入先とのクロス集計の結果であり、「コンビニエンスストア」「商店街」「ドラッグストア」「生協や農協などの共同購入・宅配」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な年齢差が示されている。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「30歳未満」が34.00%と最大の値を示し、「50-59歳」が10.50%と最小の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「70歳以上」が13.11%と最大の値を示し、「30歳未満」が0%最小の値を示している。

「ドラッグストア」の利用割合は、「40-49歳」が90.38%と最大の値を示し、「70歳以上」が78.16%と最小の値を示している。

「生協や農協などの共同購入・宅配」の利用割合は、「60-69歳」が18.83%と最大の値を示し、「30歳未満」が2.00%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合は、「30-39歳」が56.67%と最大の値を示し、「70歳以上」が15.53%と最小の値を示している。

## ウ 所得別

- ・「商店街」「100円均一ショップ」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で所得差が示されている
- ・概ね所得が高いほど「商店街」の利用割合が低く、「スーパーのオンライン販売の配送サービス」と「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が高い

図表3-20 所得別の日用品・消耗品の購入先 (%)

	スーパー・ n	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
第一・五分位	168	52.98	22.62	8.33	7.14	85.71	17.26	7.74	0.00	0.00	1.19	23.81	1.79
第二・五分位	191	62.83	17.28	10.99	8.38	83.25	8.90	12.04	0.00	1.05	3.14	32.98	1.05
第三・五分位	175	49.71	17.14	8.57	3.43	88.00	12.00	13.14	0.00	0.00	4.57	49.71	0.57
第四・五分位	211	60.66	17.06	5.69	2.37	90.52	14.22	8.06	0.00	0.95	4.27	45.97	1.42
第五・五分位	194	56.70	18.04	10.82	4.12	85.57	7.22	9.79	0.00	0.52	9.28	44.85	3.09

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-20は、所得と日用品・消耗品の購入先とのクロス集計の結果であり、「商店街」「100円均一ショップ」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な所得差が示されている。

「商店街」の利用割合は、「第二・五分位」が8.38%と最大の値を示し、「第五・四分位」が2.37%と最小の値を示している。

「100円均一ショップ」の利用割合は、「第一・五分位」が17.26%と最大の値を示し、「第五・五分位」は7.22%と最小の値を示している。

「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合は、「第五・五分位」が9.28%と最大の値を示し、「第一・五分位」は1.19%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合は、「第三・五分位」が49.71%と最大の値を示し、「第一・五分位」が23.81%と最小の値を示している。

エ 世帯構成別

- ・「コンビニエンスストア」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合で世帯構成差が示されている
- ・若い子どもがいる世帯では「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が高く、「コンビニエンスストア」と「商店街」の利用割合が低い

図表3-21 世帯構成別の日用品・消耗品の購入先 (%)

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食材セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
6歳未満の子どもあり世帯	99	55.56	13.13	11.11	0.00	87.88	9.09	12.12	0.00	1.01	0.00	9.09	59.60	0.00
6-18歳子どもあり世帯	139	58.99	12.23	5.04	4.32	90.65	11.51	13.67	0.00	1.44	0.00	5.76	43.17	2.16
その他の世帯	803	55.54	19.55	10.34	5.60	85.68	12.58	9.59	0.00	0.25	0.00	3.86	37.48	1.74

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-21は世帯構成と日用品・消耗品の購入先とのクロス集計の結果であり、「コンビニエンスストア」「商店街」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「その他の世帯」が19.55%と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が13.13%、「6-18歳の子どもがいる世帯」が12.23%の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「その他の世帯」が5.60%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が4.32%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が0%の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が59.60%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が43.17%、「その他の世帯」が37.48%の値を示している。

(4) 食料品の購入先

ア 地区別

- ・「スーパー・ショッピングセンター」「商店街」「料理メニュー食材セットの宅配サービス」の利用割合で地区差が示されている
- ・「スーパー・ショッピングセンター」は高輪地区、「商店街」は麻布地区、「料理メニュー食材セットの宅配サービス」は芝浦港南地区において利用割合が最大となっている

図表3-22 居住地区別の食料品の購入先 (%)

	n	スーパー・ショッピングセンター	コンビニエンスストア	百貨店・デパート	商店街	ドラッグストア	100円均一ショップ	生協や農協などの共同購入・宅配	料理メニュー食材セットの宅配サービス	個人商店の配送サービス	移動販売	スーパーのオンライン販売の配送サービス	店舗以外のインターネット販売の配送サービス	その他
芝	187	94.65	37.97	24.60	17.65	14.97	1.60	17.11	2.14	0.53	0.00	8.56	15.51	2.14
麻布	191	95.29	35.60	25.13	24.61	8.38	1.57	21.47	4.19	2.09	0.00	7.33	13.61	0.52
赤坂	128	89.06	42.97	29.69	14.06	10.16	2.34	16.41	3.13	1.56	2.34	9.38	15.63	2.34
高輪	249	97.99	35.34	26.10	20.48	7.63	3.21	20.08	0.80	1.61	0.80	8.84	13.25	2.01
芝浦港南	246	97.15	40.24	23.98	9.76	13.01	3.25	19.51	5.69	0.81	0.41	6.50	9.76	1.63

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-22は居住地区と食料品の購入先とのクロス集計の結果であり、「スーパー・ショッピングセンター」「商店街」「料理メニュー食材セットの宅配サービス」の項目で有意な地区差が示されている。



「スーパー・ショッピングセンター」の利用割合は、「高輪」が97.99%と最大の値を示し、次いで「芝浦港南」が97.15%、「麻布」が95.29%、「芝」が94.65%、「赤坂」が89.06%の値を示している。

「商店街」は「麻布」の割合が24.61%と最大の値を示し、次いで「高輪」が20.48%、「芝」が17.65%、「赤坂」が14.06%、「芝浦港南」が9.76%の値を示している。

「料理メニュー食材セットの宅配サービス」の利用割合は、「芝浦港南」が5.69%と最大の値を示し、次いで「麻布」が4.19%、「赤坂」が3.13%、「芝」が2.14%、「高輪」が0.80%の値を示している。

## イ 年齢別

- ・「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「ドラッグストア」「生協や農協などの共同購入・宅配」「料理メニュー食材セットの宅配サービス」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」「その他」の利用割合で年齢差が示されている
- ・概ね年齢が高いほど「百貨店・デパート」「商店街」の利用割合が高く、「コンビニエンスストア」「ドラッグストア」「料理メニュー食材セットの宅配サービス」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合が低い

図表3-23 年齢別の食料品の購入先 (%)

	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエ ンスストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオンラ イン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他	
30歳未満	102	92.16	65.69	20.59	8.82	14.71	3.92	6.86	5.88	0.98	0.00	10.78	21.57	2.94
30-39歳	150	94.00	36.67	14.67	14.67	14.67	4.67	22.67	5.33	3.33	0.00	10.67	14.67	4.67
40-49歳	208	96.15	35.58	25.00	9.62	14.42	1.44	19.23	4.81	1.44	0.48	11.54	15.87	0.96
50-59歳	200	97.50	39.50	29.50	21.00	8.00	1.50	23.00	2.50	0.50	1.00	10.00	10.50	1.00
60-69歳	153	96.08	32.68	32.03	26.80	5.88	2.61	22.22	0.00	0.65	0.65	3.92	12.42	0.65
70歳以上	201	94.53	29.85	27.86	18.91	7.96	1.99	16.92	1.99	1.00	1.00	2.99	8.46	0.50

注：下線部は有意確率が5未満(p.<0.05)。

図表3-23は年齢と食料品の購入先とのクロス集計の結果であり、「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「ドラッグストア」「生協や農協などの共同購入・宅配」「料理メニュー食材セットの宅配サービス」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の項目で有意な年齢差が示されている。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「30歳未満」が65.69%と最大の値を示し、「70歳以上」が29.85%と最小の値を示している。

「百貨店・デパート」の利用割合は、「60-69歳」が32.03%の最大の値を示し、「30-39歳」が14.67%と最小の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「60-69歳」が26.80%と最大の値を示し、「30歳未満」が8.82%と最小の値を示している。

「ドラッグストア」の利用割合は、「30歳未満」が14.71%と最大の値を示し、「60-69歳」が5.88%と最小の値を示している。

「生協や農協などの共同購入・宅配」の利用割合は、「50-59歳」が23.00%と最大の値を示し、「30歳未満」が6.86%と最小の値を示している。

「料理メニュー食材セットの宅配サービス」の利用割合は、「30歳未満」が5.88%と最大の値を示し、「60-69歳」が0%と最小の値を示している。

「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合は、「40-49歳」が11.54%と最大の値を示し、「70歳以上」が2.99%と最小の値を示している。

「店舗以外のインターネット販売の配送サービス」の利用割合は、「30歳未満」が21.57%と最大の値を示し、「70歳以上」が8.46%と最小の値を示している。

### ウ 世帯構成別

- ・「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「生協や農協などの共同購入・宅配」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合で世帯構成の差が示されている
- ・幼い子どもがいる世帯では「生協や農協などの共同購入・宅配」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合が高く、「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」の利用割合が低い

図表3-24 世帯構成別の食料品の購入先（％）

	n	スーパー・ ショッピングセ ンター	コンビニエンス ストア	百貨店・デ パート	商店街	ドラッグストア	100円均一 ショップ	生協や農協など の共同購入・宅 配	料理メニュー食 材セットの宅配 サービス	個人商店の配 送サービス	移動販売	スーパーのオン ライン販売の配送 サービス	店舗以外のイン ターネット販売の 配送サービス	その他
6歳未満の子どもあり世帯	99	94.95	27.27	14.14	5.05	17.17	3.03	35.35	4.04	2.02	0.00	16.16	11.11	3.03
6-18歳子どもあり世帯	139	94.24	30.94	18.71	17.27	10.79	4.32	34.53	5.04	2.16	1.44	10.07	12.95	1.44
その他の世帯	798	95.61	40.73	28.32	18.80	9.77	2.13	14.16	2.88	1.13	0.63	6.64	13.53	1.50

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-24は世帯構成と食料品の購入先とのクロス集計の結果であり、「コンビニエンスストア」「百貨店・デパート」「商店街」「生協や農協などの共同購入・宅配」「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

「コンビニエンスストア」の利用割合は、「その他の世帯」が40.73%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が30.94%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が27.27%の値を示している。

「百貨店・デパート」の利用割合は、「その他の世帯」が28.32%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が18.71%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が14.14%の値を示している。

「商店街」の利用割合は、「その他の世帯」が18.80%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が17.27%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が5.05%の値を示している。

「生協や農協などの共同購入・宅配」の利用割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が35.35%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が34.53%、「その他の世帯」が14.16%の値を示している。

「スーパーのオンライン販売の配送サービス」の利用割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が16.16%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が10.07%、「その他の世帯」が6.64%の値を示している。

## 5 食料品、日用品・消耗品の買い物時に重視する要素

### ■単純集計

- 食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素は、「商品の品質がいいこと」「品揃えがいいこと」「値段が安いこと」「自宅から近いこと」「店が清潔であること」が5割を超える上位項目となっている

図表3-25 食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素（％）

重視する要素	n= 1093
値段が安いこと	66.06
品揃えがいいこと	70.36
商品の品質がいいこと	79.14
各地の特産品があること	6.77
手に取って商品を選ぶこと	36.78
店が清潔であること	50.59
営業時間が長いこと	21.23
店員が親切であること	20.31
顔なじみが通うこと	1.37
自宅から近いこと	64.50
自宅への配送サービスがあること	9.79
当該商品の専門店であること	2.74
その他	1.92

図表3-25は、食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素についての単純集計の結果である。

買い物時に重視する要素として、「商品の品質がいいこと」が79.14%と最大の値を示し、次いで「品揃えがいいこと」が70.36%、「値段が安いこと」が66.06%、「自宅から近いこと」が64.50%、「店が清潔であること」が50.59%の値を示している。

続いて、食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素と基本属性とのクロス集計の結果をみていく。

## ■クロス集計

### ア 地区別

- ・「値段が安いこと」「営業時間が長いこと」を重視する割合で地区差が示されている
- ・「値段が安いこと」は芝浦港南地区、「営業時間が長いこと」は芝地区において重視する割合が最大となっている

図表3-26 居住地区別の食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素（％）

n	値段が安いこと	品揃えがいいこと	商品の品質がいいこと	各地の特産品があること	手に取って商品を選ぶこと	店が清潔であること	営業時間が長いこと	店員が親切であること	顔なじみが通うこと	自宅から近いこと	自宅への配送サービスがあること	当該商品の専門店であること	その他
芝	66.67	72.92	73.96	8.85	34.38	48.44	25.52	21.88	1.56	65.63	7.81	3.13	1.56
麻布	64.04	69.46	81.28	7.88	40.39	48.77	21.67	19.70	1.97	60.59	12.81	3.45	3.45
赤坂	64.66	76.69	81.20	3.76	39.10	49.62	21.80	25.56	0.75	65.41	11.28	3.01	1.50
高輪	62.07	69.73	78.93	6.90	35.63	52.49	14.18	18.77	1.15	65.52	10.34	3.45	2.30
芝浦港南	74.50	68.13	81.27	5.58	35.86	52.59	24.30	17.93	0.40	64.54	5.98	1.20	1.20

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-26は居住地区と食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素とのクロス集計の結果であり、「値段が安いこと」と「営業時間が長いこと」の項目で有意な地区差が示されている。

「値段が安いこと」を重視する割合は、「芝浦港南」が74.50%と最大の値を示し、次いで「芝」が66.67%、「赤坂」が64.66%、「麻布」が64.04%、「高輪」が62.07%の値を示している。

「営業時間が長いこと」を重視する割合は、「芝」が25.52%と最大の値を示し、次いで「芝浦港南」が24.30%、「赤坂」が21.80%、「麻布」が21.67%、「高輪」が14.18%の値を示している。

イ 年齢別

- ・「値段が安いこと」「商品の品質がいいこと」「手に取って商品を選ぶこと」「店が清潔であること」「営業時間が長いこと」「店員が親切であること」「顔なじみが通うこと」「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合で年齢差が示されている
- ・概ね年齢が高いほど「手に取って商品を選ぶこと」「店員が親切であること」「顔なじみが通うこと」「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合が高く、「値段が安いこと」「営業時間が長いこと」を重視する割合が低い

図表3-27 年齢別の食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素（％）

n	値段が安いこと	品揃えがいいこと	商品の品質がいいこと	各地の特産品があること	手に取って商品を選ぶこと	店が清潔であること	営業時間が長いこと	店員が親切であること	顔なじみが通うこと	自宅から近いこと	自宅への配送サービスがあること	当該商品の専門店であること	その他	
30歳未満	103	83.50	68.93	64.08	2.91	21.36	31.07	27.18	8.74	0.00	75.73	4.85	1.94	0.00
30-39歳	152	75.00	75.66	78.95	9.87	28.29	51.97	27.63	15.79	0.66	67.76	5.26	1.32	2.63
40-49歳	208	68.27	69.71	82.21	7.21	27.88	48.56	21.63	14.90	0.48	63.94	4.33	0.48	2.88
50-59歳	200	69.00	69.50	82.50	7.50	39.50	53.00	19.50	22.00	1.00	62.00	9.00	3.50	1.50
60-69歳	161	61.49	75.16	85.09	7.45	45.96	60.87	20.50	31.06	0.62	60.87	12.42	3.11	1.86
70歳以上	238	51.26	68.07	75.63	5.04	47.48	50.00	14.29	25.63	3.78	62.61	18.49	4.20	2.10

注：下線部は5％水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-27は年齢と食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素とのクロス集計の結果であり、「値段が安いこと」「商品の品質がいいこと」「手に取って商品を選ぶこと」「店が清潔であること」「営業時間が長いこと」「店員が親切であること」「顔なじみが通うこと」「自宅への配送サービスがあること」の項目で有意な年齢差が示されている。

「値段が安いこと」を重視する割合は、「30歳未満」が83.50％と最大の値を示し、「70歳以上」が51.26％と最小の値を示している。

「商品の品質がいいこと」を重視する割合は、「60-69歳」が85.09％と最大の値を示し、「30歳未満」が64.08％と最小の値を示している。

「手に取って商品を選ぶこと」を重視する割合は、「70歳以上」が47.48％と最大の値を示し、「30歳未満」が21.36％と最小の値を示している。

「店が清潔であること」を重視する割合は、「60-69歳」が60.87％と最大の値を示し、「30歳未満」が31.07％と最小の値を示している。

「営業時間が長いこと」を重視する割合は、「30-39歳」が27.63％と最大の値を示し、「70歳以上」が14.29％と最小の値を示している。

「店員が親切であること」を重視する割合は、「60-69歳」が31.06％と最大の値を示し、「30歳未満」が8.74％と最小の値を示している。

「顔なじみが通うこと」を重視する割合は、「70歳以上」が3.78％と最大の値を示し、「30歳未満」が0％と最小の値を示している。

「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合は、「70歳以上」が18.49％と最大の値を示し、「40-49歳」が4.33％と最小の値を示している。

## ウ 所得別

- ・「値段が安いこと」「商品の品質がいいこと」「手に取って商品を選べること」「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合で所得差が示されている
- ・概ね所得が高いほど「商品の品質がいいこと」を重視する割合が高く、「手に取って商品を選べること」と「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合が低い

図表3-28 所得別の食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素（％）

n	値段が安いこと	品揃えがいいこと	商品の品質がいいこと	各地の特産品があること	手に取って商品を選べること	店が清潔であること	営業時間が長いこと	店員が親切であること	顔なじみが通うこと	自宅から近いこと	自宅への配送サービスがあること	当該商品の専門店であること	その他
第一・五分位 187	66.84	64.17	74.33	8.56	48.13	49.20	25.13	24.60	2.67	61.50	15.51	4.81	2.67
第二・五分位 201	71.64	70.65	74.13	4.98	42.29	48.76	17.41	15.42	1.00	64.18	10.45	2.49	1.49
第三・五分位 179	74.30	69.83	76.54	7.82	32.40	53.07	21.79	21.23	0.00	65.92	5.03	2.23	0.56
第四・五分位 215	63.72	73.49	80.00	5.58	34.42	44.65	25.12	14.88	0.93	66.98	5.12	2.79	0.47
第五・五分位 194	52.58	74.74	89.69	6.70	26.29	53.61	20.10	18.56	1.03	59.79	10.31	1.55	3.61

注：下線部は5％水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-28は所得と食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素とのクロス集計の結果であり、「値段が安いこと」「商品の品質がいいこと」「手に取って商品を選べること」「自宅への配送サービスがあること」「その他」の項目で有意な所得差が示されている。

「値段が安いこと」を重視する割合は、「第三・五分位」が74.30％と最大の値を示し、「第五・五分位」が52.58％と最小の値を示している。

「商品の品質がいいこと」を重視する割合は、「第五・五分位」が89.69％と最大の値を示し、「第二・五分位」が74.13％と最小の値を示している。

「手に取って商品を選べること」を重視する割合は、「第一・五分位」が48.13％と最大の値を示し、「第五・五分位」が26.29％と最小の値を示している。

「自宅への配送サービスがあること」を重視する割合は、「第一・五分位」が15.51％と最大の値を示し、「第三・五分位」が5.03％と最小の値を示している。

「その他」を重視する割合は、「第五・五分位」が3.61％と最大の値を示し、「第四・五分位」が0.47％と最小の値を示している。

## エ 世帯構成別

- ・「手に取って商品を選べること」「店員が親切であること」を重視する割合で世帯構成の差が示されている
- ・「その他の世帯」は、「手に取って商品を選べること」「店員が親切であること」を重視する割合が高い

図表3-29 世帯構成別の食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素（％）

n	値段が安いこと	品揃えがいいこと	商品の品質がいいこと	各地の特産品があること	手に取って商品を選べること	店が清潔であること	営業時間が長いこと	店員が親切であること	顔なじみが通うこと	自宅から近いこと	自宅への配送サービスがあること	当該商品の専門店であること	その他
6歳未満の子どもあり世帯 100	72.00	65.00	81.00	5.00	25.00	49.00	15.00	15.00	0.00	68.00	7.00	1.00	3.00
6-18歳子どもあり世帯 139	70.50	74.10	82.01	5.76	32.37	50.36	17.27	13.67	1.44	63.31	6.47	1.44	1.44
その他の世帯 845	64.85	70.53	78.34	6.86	38.93	50.53	22.72	22.01	1.18	64.38	10.53	3.20	1.89

注：下線部は5％水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-29は世帯構成と食料品、日用品・消耗品の購入時に重視する要素とのクロス集計の結果であり、「手に取って商品を選べること」「店員が親切であること」の項目で有意な世帯構成の差が示されている。

「手に取って商品を選べること」を重視する割合は、「その他の世帯」が38.93%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が32.37%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が25.00%の値を示している。

「店員が親切であること」を重視する割合は、「その他の世帯」が22.01%と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が15.00%、「6-18歳の子どもがいる世帯」が13.67%の値を示している。

## 6 インターネットによる購買行動のコロナ禍前からの変化

### ■単純集計

- ・「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」について、インターネット通販を通じた購買をコロナ禍前も今も行っていない層が多く、いずれも3～4割程度を占める
- ・「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」のインターネット通販を通じた購買が増えた層が多く、いずれも3割程度となっている

図表3-30 コロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化 (%)

	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も 購買を行っていない
生鮮食料品	1073	6.15	11.37	34.30	1.03	1.40	45.76
加工食料品	1069	6.45	13.84	37.23	1.31	1.78	39.38
飲料	1073	12.86	17.71	37.84	0.65	1.21	29.73
日用品・消耗品	1077	9.10	20.43	44.38	1.39	1.76	22.93
服飾品	1075	10.14	19.63	36.65	5.02	8.19	20.37
耐久消費財	1071	4.76	12.32	48.74	1.96	6.07	26.14
教育・教養娯楽	1074	8.29	17.32	43.67	4.10	4.10	22.53
旅行	1074	1.86	3.91	24.39	9.40	39.20	21.23

図表3-30は、項目別のコロナ禍前（2020年2月以前）からのインターネット通販による商品の購買の変化についての単純集計の結果である。

「コロナ禍前も今も購買を行っていない」の割合は、「生鮮食料品」が45.76%と最大の値を示し、次いで「加工食料品」が39.38%、「飲料」が29.73%の値を示している。

「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「飲料」が30.57%（12.86+17.71）と最大の値を示し、次いで「服飾品」が29.77%（10.14+19.63）、「日用品・消耗品」が29.53%（9.10+20.43）の値を示している。なお、「旅行」については同値が5.77%（1.86+3.91）と最小の値を示し、さらに、「減った」の割合は39.20%と最大の値を示している。

■クロス集計

ア 年齢別

- ・「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」のインターネット通販での購入増加割合で年齢差が示されている
- ・「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」は30歳代、40歳代の増加割合が高く、「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」は20～40歳代の増加割合が高い

図表3-31 年齢別のコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化（％）

生鮮食料品								加工食料品							
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
30歳未満	102	4.90	12.75	19.61	0.98	1.96	59.80	30歳未満	103	4.85	14.56	25.24	1.94	1.94	51.46
30-39歳	152	11.84	17.76	37.50	0.00	1.32	31.58	30-39歳	152	12.50	21.71	42.11	0.00	1.97	21.71
40-49歳	208	7.21	14.42	43.27	1.92	1.44	31.73	40-49歳	208	8.65	15.38	47.60	2.40	0.96	25.00
50-59歳	200	4.00	13.00	36.50	1.00	0.50	45.00	50-59歳	200	5.50	13.50	41.50	0.50	1.00	38.00
60-69歳	158	7.59	6.33	30.38	1.90	1.27	52.53	60-69歳	159	6.29	13.84	26.42	1.89	1.26	50.31
70歳以上	223	3.59	6.28	31.39	0.00	2.24	56.50	70歳以上	218	2.29	6.88	34.86	0.92	3.67	51.38

  

飲料								日用品・消耗品							
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
30歳未満	103	9.71	19.42	29.13	0.97	0.97	39.81	30歳未満	102	8.82	29.41	36.27	0.98	0.98	23.53
30-39歳	152	20.39	24.34	39.47	0.66	1.32	13.82	30-39歳	152	19.08	28.95	38.82	1.97	1.32	9.87
40-49歳	207	16.43	24.15	41.55	0.97	1.93	14.98	40-49歳	208	11.54	25.48	49.52	1.92	0.96	10.58
50-59歳	200	13.00	16.00	42.00	0.00	2.00	27.00	50-59歳	200	8.50	21.00	50.00	2.00	0.00	18.50
60-69歳	160	14.37	17.50	29.38	1.25	0.63	36.88	60-69歳	160	6.88	17.50	43.75	0.00	2.50	29.38
70歳以上	221	4.98	8.60	38.46	0.45	0.45	47.06	70歳以上	225	3.11	8.00	41.78	0.89	4.44	41.78

  

服飾品								耐久消費財							
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
30歳未満	103	12.62	28.16	36.89	2.91	4.85	14.56	30歳未満	103	7.77	18.45	44.66	1.94	0.00	27.18
30-39歳	152	23.03	22.37	42.11	2.63	4.61	5.26	30-39歳	152	9.21	19.74	53.95	2.63	3.29	11.18
40-49歳	208	13.94	27.40	38.46	6.73	6.25	7.21	40-49歳	207	8.21	15.94	60.87	1.45	2.42	11.11
50-59歳	200	5.50	22.50	43.50	6.50	6.00	16.00	50-59歳	200	2.00	11.00	59.00	2.50	6.00	19.50
60-69歳	159	6.92	14.47	35.22	6.92	8.81	27.67	60-69歳	158	3.16	10.13	43.04	0.63	8.86	34.18
70歳以上	224	4.02	8.04	25.00	3.57	15.18	44.20	70歳以上	221	0.90	3.62	32.13	2.71	11.76	48.87

  

教育・教養娯楽								旅行							
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
30歳未満	103	13.59	22.33	39.81	3.88	1.94	18.45	30歳未満	103	3.88	5.83	30.10	16.50	26.21	17.48
30-39歳	152	14.47	25.00	45.39	2.63	3.29	9.21	30-39歳	152	5.92	6.58	34.21	9.21	37.50	6.58
40-49歳	208	11.06	25.48	50.48	2.88	1.92	8.17	40-49歳	207	1.45	1.45	34.78	13.04	39.13	10.14
50-59歳	200	6.00	16.00	51.50	5.00	3.00	18.50	50-59歳	199	1.01	7.04	19.10	11.06	41.71	20.10
60-69歳	159	5.03	14.47	40.25	4.40	6.92	28.93	60-69歳	159	1.26	4.40	19.50	8.18	44.65	22.01
70歳以上	223	3.59	5.38	32.29	5.83	6.73	46.19	70歳以上	224	0.00	0.45	12.50	3.57	40.63	42.86

注：下線部は5％水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-31は、年齢とコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化とのクロス集計の結果である。

「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」の品目で有意な年齢差が示されている。全体に共通する傾向として、「コロナ禍前も今も購買を行っていない」の割合について、概ね「30歳未満」と「70歳以上」で高く、30～69歳（中でも30～49歳）で低い傾向が示されている。

次に、インターネット通販による購買が増えた者の割合を年齢別にみていく。

「生鮮食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が29.60% (11.84+17.76) と最大の値を示し、「70歳以上」が9.87% (3.59+6.28) と最小の値を示している。

る。

「加工食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が34.21% (12.50+21.71) と最大の値を示し、「70歳以上」が9.17% (2.29+6.88) と最小の値を示している。

「飲料」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が44.73% (20.39+24.34) と最大の値を示し、「70歳以上」が13.58% (4.98+8.60) と最小の値を示している。

「日用品・消耗品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が48.03% (19.08+28.95) と最大の値を示し、「70歳以上」が11.11% (3.11+8.00) と最小の値を示している。

「服飾品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が45.40% (23.03+22.37) と最大の値を示し、「70歳以上」が12.06% (4.02+8.04) と最小の値を示している。

「耐久消費財」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が28.95% (9.21+19.74) と最大の値を示し、「70歳以上」が4.52% (0.90+3.62) と最小の値を示している。

「教育・教養娯楽」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が39.47% (14.47+25.00) と最大の値を示し、「70歳以上」が8.97% (3.59+5.38) と最小の値を示している。

「旅行」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「30-39歳」が12.50% (5.92+6.58) と最大の値を示し、「70歳以上」が0.45% (0.00+0.45) と最小の値を示している。

#### イ 所得別

- ・「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」のインターネット通販での購入増加割合で所得差が示されている
- ・概ね所得が高いほど「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「教育・教養娯楽」のインターネット通販での購入増加割合が高い
- ・中でも顕著に「第五・五分位」（上位20%層）の「生鮮食料品」「加工食料品」の増加割合が高い（ともに次点よりも8%ポイント以上高い）



図表3-32 所得別のコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化 (%)

生鮮食料品							加工食料品								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
第一・五分位	179	5.03	5.03	30.73	1.12	1.68	56.42	第一・五分位	178	3.37	5.62	34.27	1.12	1.69	53.93
第二・五分位	201	5.97	9.95	30.85	1.00	1.00	51.24	第二・五分位	200	6.50	10.50	35.00	2.50	2.00	43.50
第三・五分位	178	5.06	9.55	39.33	1.69	1.12	43.26	第三・五分位	178	5.06	19.66	38.20	0.56	1.12	35.39
第四・五分位	213	5.16	12.68	38.97	1.41	2.35	39.44	第四・五分位	213	8.45	11.74	43.19	0.94	3.29	32.39
第五・五分位	195	10.26	18.97	31.79	0.51	1.03	37.44	第五・五分位	195	9.74	23.59	34.87	1.03	1.54	29.23
飲料							日用品・消耗品								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
第一・五分位	180	7.78	10.00	31.11	1.11	2.22	47.78	第一・五分位	181	5.52	13.81	36.46	2.21	2.76	39.23
第二・五分位	200	11.00	11.50	41.00	0.50	0.50	35.50	第二・五分位	200	8.00	14.50	46.00	1.00	3.00	27.50
第三・五分位	179	11.17	22.35	37.43	0.56	0.56	27.93	第三・五分位	179	8.38	22.91	45.25	2.23	1.12	20.11
第四・五分位	214	14.95	22.43	36.92	0.93	1.40	23.36	第四・五分位	213	9.39	25.35	47.89	1.41	1.41	14.55
第五・五分位	193	21.24	21.24	39.38	0.52	1.04	16.58	第五・五分位	195	12.82	26.67	44.62	0.00	0.51	15.38
服飾品							耐久消費財								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
第一・五分位	180	8.33	11.67	24.44	6.11	10.56	38.89	第一・五分位	178	2.81	7.30	32.02	2.25	9.55	46.07
第二・五分位	200	10.50	15.00	36.00	3.50	8.00	26.00	第二・五分位	200	5.00	9.00	46.50	1.50	7.50	30.50
第三・五分位	178	11.24	24.16	40.45	2.81	7.30	14.04	第三・五分位	178	5.62	8.54	51.12	1.12	3.93	19.66
第四・五分位	215	10.23	22.33	41.40	5.58	8.84	11.63	第四・五分位	212	4.72	12.74	57.55	1.42	5.19	18.40
第五・五分位	195	11.28	23.08	39.49	6.67	6.15	13.33	第五・五分位	195	5.13	15.90	58.46	2.05	3.59	14.87
教育・教養娯楽							旅行								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っていない
第一・五分位	180	7.78	7.22	29.44	4.44	7.22	43.89	第一・五分位	180	1.67	2.78	16.67	5.00	33.89	40.00
第二・五分位	200	8.50	5.00	40.00	3.50	5.50	27.50	第二・五分位	200	1.50	3.50	22.50	8.00	36.00	28.50
第三・五分位	178	7.87	17.98	48.88	4.49	2.81	17.98	第三・五分位	178	2.81	5.62	28.09	8.43	41.57	13.48
第四・五分位	214	8.41	19.16	51.40	4.21	3.27	13.55	第四・五分位	214	2.34	1.87	25.70	16.36	38.79	14.95
第五・五分位	195	8.21	26.15	48.21	3.59	0.51	13.33	第五・五分位	194	2.06	5.15	28.35	12.37	41.24	10.82

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-32は、所得とコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化とのクロス集計の結果である。

「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」の品目で有意な所得差が示されている。全体に共通する傾向として、「コロナ禍前も今も購買を行っていない」の割合について、概ね所得が高い人ほど割合が低い傾向が示されている。

次に、インターネット通販による購買が増えた者の割合を所得別にみていく。

「生鮮食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第五・五分位が29.23% (10.26+18.97) と最大の値を示し、第一・五分位が10.06% (5.03+5.03) と最小の値を示している。

「加工食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第五・五分位が33.33% (9.74+23.59) と最大の値を示し、第一・五分位が8.99% (3.37+5.62) と最小の値を示している。

「飲料」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第五・五分位が42.48% (21.24+21.24) と最大の値を示し、第一・五分位が17.78% (7.78+10.00) と最小の値を示している。

「日用品・消耗品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第五・五分位が39.49% (12.82+26.67) と最大の値を示し、第一・五分位が19.33% (5.52+13.81) と最小の値を示している。

「服飾品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第三・五分位が35.40% (11.24+24.16) と最大の値を示し、第一・五分位が20.00% (8.33+11.67) と最小の値を示している。

「耐久消費財」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第三・五分位が24.16% (5.62+18.54) と最大の値を示し、第一・五分位が10.11% (2.81+7.30) と最小の値を示している。

「教育・教養娯楽」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第五・五分位が34.36% (8.21+26.15) と最大の値を示し、第一・五分位が15.00% (7.78+7.22) と最小の値を示している。

「旅行」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、第三・五分位が8.43% (2.81+5.62) と最大の値を示し、第四・五分位が4.21% (2.34+1.87) と最小の値を示している。

## ウ 世帯構成別

- ・「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」のインターネット通販での購入増加割合で世帯構成の差が示されている
- ・子どもがいる世帯では、「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」のインターネット通販での購入増加割合が高い
- ・中でも顕著に「6歳未満の子どもがいる世帯」の「服飾品」の増加割合が高い

図表3-33 世帯構成別のコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化 (%)

生鮮食料品							加工食品								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている
6歳未満の子どもあり世帯	100	12.00	22.00	45.00	0.00	0.00	21.00	6歳未満の子どもあり世帯	100	13.00	22.00	48.00	0.00	1.00	16.00
6-18歳子どもあり世帯	138	10.87	17.39	39.13	2.17	1.45	28.99	6-18歳子どもあり世帯	138	11.59	18.12	44.20	1.45	0.72	23.91
その他の世帯	827	4.59	8.95	32.16	0.97	1.57	51.75	その他の世帯	823	4.74	12.03	34.99	1.34	2.07	44.84
飲料							日用品・消耗品								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている
6歳未満の子どもあり世帯	459	17.17	24.24	43.43	1.01	0.00	14.14	6歳未満の子どもあり世帯	100	6.00	26.00	44.00	3.00	0.00	11.00
6-18歳子どもあり世帯	420	19.57	21.01	39.86	0.72	2.17	16.67	6-18歳子どもあり世帯	138	13.77	21.74	50.72	1.45	1.45	10.87
その他の世帯	144	11.23	16.30	36.71	0.60	1.21	33.94	その他の世帯	830	7.23	19.64	43.25	1.20	2.05	26.63
服飾品							耐久消費財								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている
6歳未満の子どもあり世帯	100	29.00	24.00	38.00	2.00	4.00	3.00	6歳未満の子どもあり世帯	99	11.11	18.18	60.61	1.01	2.02	7.07
6-18歳子どもあり世帯	138	10.14	27.54	46.38	5.80	2.90	7.25	6-18歳子どもあり世帯	138	5.80	12.32	66.67	1.45	3.62	10.14
その他の世帯	828	7.73	17.75	34.90	5.07	9.66	24.88	その他の世帯	825	3.76	11.52	44.73	2.18	6.67	31.15
教育・教養娯楽							旅行								
	n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている		n	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	コロナ禍前も今も購買を行っている
6歳未満の子どもあり世帯	100	15.00	20.00	50.00	2.00	4.00	9.00	6歳未満の子どもあり世帯	100	4.00	4.00	42.00	10.00	33.00	7.00
6-18歳子どもあり世帯	138	10.87	24.64	52.90	4.35	1.45	5.80	6-18歳子どもあり世帯	136	0.74	4.41	29.41	11.76	44.12	9.56
その他の世帯	828	7.00	15.82	41.30	4.35	4.47	27.05	その他の世帯	829	1.81	3.86	21.23	9.05	39.08	24.97

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-33は、世帯構成とコロナ禍前からのインターネット通販による商品購買の変化とのクロス集計の結果である。

「生鮮食料品」「加工食料品」「飲料」「日用品・消耗品」「服飾品」「耐久消費財」「教育・教養娯楽」「旅行」の品目で有意な世帯構成の差が示されている。全体に共通する傾向として、「その他の世帯」は「コロナ禍前も今も購買を行っていない」の割合が高い傾向が示されている。

次に、インターネット通販による購買が増えた者の割合を世帯構成別にみていく。

「生鮮食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が34.00% (12.00+22.00) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」

帯」が28.26% (10.87+17.39)、「その他の世帯」が13.54% (4.59+8.95) の値を示している。

「加工食料品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が35.00% (13.00+22.00) の最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が29.71% (11.59+18.12)、「その他の世帯」が16.77% (4.74+12.03) の値を示している。

「飲料」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が41.41% (17.17+24.24) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が40.58% (19.57+21.01)、「その他の世帯」が27.53% (11.23+16.30) の値を示している。

「日用品・消耗品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が42.00% (16.00+26.00) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が35.51% (13.77+21.74)、「その他の世帯」が26.87% (7.23+19.64) の値を示している。

「服飾品」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が53.00% (29.00+24.00) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が37.68% (10.14+27.54)、「その他の世帯」が25.48% (7.73+17.75) の値を示している。

「耐久消費財」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が29.29% (11.11+18.18) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が18.12% (5.80+12.32)、「その他の世帯」が15.28% (3.76+11.52) の値を示している。

「教育・教養娯楽」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が35.51% (10.87+24.64) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が35.00% (15.00+20.00)、「その他の世帯」が22.82% (7.00+15.82) の値を示している。

「旅行」については、「増えた」及び「やや増えた」の割合を足し合わせた値は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が8.00% (4.00+4.00) と最大の値を示し、次いで「その他の世帯」が5.67% (1.81+3.86)、「6-18歳の子どもがいる世帯」が5.15% (0.74+4.41) の値を示している。

## 7 現在及びコロナ禍前の各時点の食事行動

### ■単純集計

- ・ 現在時点、コロナ禍前とも「週に5日以上」の割合が高いのは「家で調理した料理を家で食べる」となっている
- ・ 現在時点、コロナ禍前とも「全くない」の割合が高いのは「料理を配達してもらい、家で食べる」となっている

図表3-34 現在とコロナ禍前の食事行動別の頻度 (%)

	n	現在					
		週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
家で調理して作った料理を家で食べる	1090	62.17	22.22	9.55	2.94	1.19	1.93
総菜・弁当を買い、家で食べる	1054	4.17	12.43	35.86	26.28	15.84	5.41
インスタント食品を買い、家で食べる	1037	1.25	3.66	17.84	28.45	30.57	18.23
料理を配達してもらい、家で食べる	1031	0.97	2.13	6.60	14.16	30.84	45.30
飲食店で外食をする	1059	2.83	7.93	23.80	34.56	20.59	10.29
		コロナ禍前					
	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
家で調理して作った料理を家で食べる	1082	54.71	24.86	12.85	3.70	1.66	2.22
総菜・弁当を買い、家で食べる	1053	3.80	12.06	35.14	25.17	17.09	6.74
インスタント食品を買い、家で食べる	1041	0.96	3.65	18.35	26.61	29.88	20.56
料理を配達してもらい、家で食べる	1036	0.39	2.22	5.31	13.61	29.34	49.13
飲食店で外食をする	1062	4.99	14.88	30.41	29.10	14.12	6.50

図表3-34は、現在とコロナ禍前（2020年2月以前）の食事行動の頻度についての単純集計の結果である。

上段の現在の食事行動別の頻度をみると、最大の割合は次のとおりとなっている。「家で調理した料理を家で食べる」頻度は「週に5日以上」が62.17%、「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度は「週に1～2日」が35.86%、「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度は「月に1日以下」が30.57%、「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度は「全くない」が45.30%、「飲食店で外食をする」頻度は「月に2～3日」が34.56%の値となっている。

下段のコロナ禍前の食事行動別の頻度をみると、最大の割合は次のとおりとなっている。「家で調理した料理を家で食べる」頻度は「週に5日以上」が54.71%、「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度は「週に1～2日」が35.14%、「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度は「月に1日以下」が29.88%、「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度は「全くない」が49.13%、「飲食店で外食をする」頻度は「週に1～2日」が30.41%の値となっている。

### ■クロス集計

#### (1) 「家で調理した料理を家で食べる」頻度

##### ア 年齢別

現在時点、コロナ禍前とも概ね年齢が高いほど「家で調理した料理を家で食べる」頻度が高い

図表3-35 年齢別の現在とコロナ禍前の「家で調理した料理を家で食べる」頻度 (%)

	n	年齢（現在）						n	年齢（コロナ禍前）						
		週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない		週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない	
30歳未満	103	43.69	24.27	19.42	8.74	1.94	1.94	30歳未満	102	39.22	27.45	14.71	11.76	2.94	3.92
30-39歳	153	50.33	30.07	13.73	2.61	1.31	1.96	30-39歳	151	38.41	33.11	19.21	6.62	0.00	2.65
40-49歳	208	58.65	28.85	8.17	2.40	1.44	0.48	40-49歳	208	46.63	31.73	14.42	3.85	2.40	0.96
50-59歳	200	66.00	21.00	7.50	2.50	1.50	1.50	50-59歳	198	57.07	24.24	14.65	1.52	1.52	1.01
60-69歳	159	67.92	16.98	10.06	1.26	1.89	1.89	60-69歳	160	60.62	23.13	10.63	1.88	1.88	1.88
70歳以上	237	74.68	14.77	4.22	2.95	0.00	3.38	70歳以上	233	73.82	15.02	5.58	0.86	1.29	3.43

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-35は年齢と「家で調理した料理を家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在の食事行動及びコロナ禍前の食事行動の両方で有意な年齢差が示されている。

現在の「週に5日以上」の割合は、「70歳以上」が74.68%と最大の値を示し、「30歳未満」が43.69%と最小の値を示している。

コロナ禍前の「週に5日以上」の割合については、「70歳以上」が73.82%と最大の値を示し、「30-39歳」が38.41%と最小の値を示している。

##### イ 所得別

コロナ禍前時点において、概ね所得が高いほど「家で調理した料理を家で食べる」頻度が低い

図表3-36 所得別の現在とコロナ禍前の「家で調理した料理を家で食べる」頻度 (%)

	n	所得 (現在)					全くない	n	所得 (コロナ禍前)					全くない
		週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下								
第一・五分位	185	68.65	18.38	7.57	1.62	1.62	2.16	183	66.67	18.58	8.20	0.55	2.73	3.28
第二・五分位	199	66.33	18.09	7.04	4.02	1.01	3.52	197	62.94	20.30	10.15	2.54	1.52	2.54
第三・五分位	180	55.00	30.00	11.11	2.22	0.56	1.11	179	46.37	32.40	15.08	3.35	0.56	2.23
第四・五分位	213	56.34	23.47	12.21	4.69	1.88	1.41	213	45.07	28.64	16.43	7.04	1.88	0.94
第五・五分位	194	61.34	22.16	12.37	2.58	0.52	1.03	195	47.18	26.67	16.92	5.13	2.05	2.05

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-36は所得と家での食事の頻度とのクロス集計の結果であり、コロナ禍前の食事行動で有意な所得差が示されている。

コロナ禍前の「週に5日以上」の割合については、「第一・五分位」が66.67%と最大の値を示し、「第四・五分位」が45.07%と最小の値を示している。

## ウ 世帯構成別

現在時点において、「家で調理した料理を家で食べる」頻度は「6-18歳の子どもがいる世帯」が最も高い

表3-37 世帯構成別の現在とコロナ禍前の「家で調理した料理を家で食べる」頻度 (%)

	n	世帯構成 (現在)					全くない	n	世帯構成 (コロナ禍前)					全くない
		週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下								
6歳未満の子どもあり世帯	100	64.00	28.00	6.00	1.00	0.00	1.00	100	48.00	37.00	13.00	1.00	1.00	0.00
6-18歳子どもあり世帯	139	76.98	19.42	1.44	0.72	0.72	0.72	138	65.94	28.26	3.62	0.00	0.72	1.45
その他の世帯	841	59.45	22.00	11.41	3.45	1.43	2.26	835	53.65	22.75	14.37	4.67	1.92	2.63

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-37は世帯構成と「家で調理した料理を家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在の食事行動で有意な世帯構成の差が示されている。

現在の「週に5日以上」の割合は、「6-18歳の子どもがいる世帯」が76.98%と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が64.00%、「その他の世帯」が59.45%の値を示している。

## (2) 「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度

### ア 年齢別

現在時点、コロナ禍前とも「30歳未満」は「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度が高い

図表3-38 年齢別の現在とコロナ禍前の「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度 (%)

	n	年齢 (現在)					全くない	n	年齢 (コロナ禍前)					全くない
		週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下	週に5日以上週に3~4日週に1~2日週に1~2日月に2~3日 月に1日以下								
30歳未満	102	1.96	19.61	40.20	17.65	12.75	7.84	101	2.97	22.77	38.61	15.84	11.88	7.92
30-39歳	153	4.58	13.07	43.14	25.49	11.11	2.61	151	3.31	8.61	41.06	24.50	15.89	6.62
40-49歳	203	3.94	15.27	35.47	28.57	13.79	2.96	204	4.90	10.78	38.73	25.00	15.69	4.90
50-59歳	195	3.59	11.28	35.90	31.28	14.87	3.08	196	2.04	12.76	36.73	28.57	16.33	3.57
60-69歳	155	5.16	7.74	40.00	23.87	20.00	3.23	158	5.06	9.49	34.18	30.38	16.46	4.43
70歳以上	219	5.48	10.05	26.94	26.48	19.18	11.87	216	4.63	11.57	25.93	22.22	23.15	12.50

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-38は年齢と「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な年齢差が示されている。

現在の「週に3～4日」及び「週に5日以上」の割合を足し合わせた値は、「30歳未満」が21.57% (1.96+19.61) と最大の値を示し、「60-69歳」が12.90% (5.16+7.74) と最小の値を示している。

コロナ禍前の「週に3～4日」及び「週に5日以上」の割合を足し合わせた値は、「30歳未満」が25.74% (2.97+22.77) と最大の値を示し、「30-39歳」が11.92% (3.31+8.61) と最小の値を示している。

### イ 世帯構成別

現時点において、幼い子どもがいる世帯は「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度が高い

図表3-39 世帯構成別の現在とコロナ禍前の「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度 (%)

	世帯構成 (現在)							世帯構成 (コロナ禍前)						
	n	週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない
6歳未満の子どもあり世帯	99	5.05	13.13	43.43	26.26	11.11	1.01	99	2.02	12.12	40.40	26.26	15.15	4.04
6-18歳子どもあり世帯	136	1.47	8.82	29.41	41.18	15.44	3.68	136	1.47	8.09	30.88	34.56	16.91	8.09
その他の世帯	811	4.44	13.07	35.88	23.80	16.52	6.29	810	4.32	12.84	35.31	23.21	17.41	6.91

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-39は世帯構成と「総菜・弁当を買い、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在の食事行動で有意な世帯構成の差が示されている。

現在の「月に1日以下」及び「全くない」の割合を足し合わせた値は、「その他の世帯」が22.81% (16.52+6.29) と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が19.12% (15.44+3.68)、「6歳未満の子どもがいる世帯」が12.12% (11.11+1.01) の値を示している。

### (3) 「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度

#### ア 地区別

現時点において、赤坂地区は「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度が低い

図表3-40 地区別の現在とコロナ禍前の「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度 (%)

	地区 (現在)							地区 (コロナ禍前)						
	n	週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上	週に3～4日	週に1～2日	月に2～3日	月に1日以下	全くない
芝	182	2.20	3.30	23.08	34.07	20.88	16.48	181	1.66	3.87	20.44	33.70	22.65	17.68
麻布	188	1.06	4.26	14.89	24.47	32.98	22.34	189	0.53	3.17	16.93	25.40	29.10	24.87
赤坂	122	0.00	4.10	13.93	26.23	38.52	17.21	123	0.00	5.69	17.89	20.33	36.59	19.51
高輪	253	0.40	2.77	17.79	24.11	34.39	20.55	255	1.18	1.96	18.43	22.35	31.76	24.31
芝浦港南	244	2.05	3.69	18.44	33.20	27.87	14.75	247	1.21	4.05	18.22	31.17	29.96	15.38

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-40は地区と「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在の食事行動で有意な地区差が示されている。

現在の「月に1日以下」及び「全くない」の割合を足し合わせた値は、「赤坂」が55.73% (38.52+17.21) と最大の値を示し、次いで「麻布」が55.32% (32.98+22.34)、「高輪」が54.94% (34.39+20.55)、「芝浦港南」が42.62% (27.87+14.75)、「芝」が37.36% (20.88+16.48) の値を示している。

## イ 年齢別

現在時点、コロナ禍前とも概ね年齢が高いほど「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度が低い

図表3-41 年齢別の現在とコロナ禍前の「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度 (%)

	n	年齢 (現在)						年齢 (コロナ禍前)					
		週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
30歳未満	100	1.00	6.00	33.00	23.00	22.00	15.00	0.00	10.00	36.00	24.00	14.00	16.00
30-39歳	151	1.99	4.64	18.54	38.41	19.87	16.56	2.00	2.00	23.33	36.67	20.00	16.00
40-49歳	202	0.50	3.96	16.34	30.20	34.65	14.36	0.49	2.94	19.69	26.47	35.29	19.12
50-59歳	194	1.03	2.58	17.01	27.32	34.02	18.04	0.52	2.58	19.07	26.80	30.41	20.62
60-69歳	154	1.30	2.60	18.18	29.22	36.36	12.34	1.28	2.56	16.03	26.92	35.90	17.31
70歳以上	210	1.90	3.81	11.43	23.33	30.00	29.52	1.43	4.76	9.52	20.95	32.86	30.48

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-41は年齢と「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な年齢差が示されている。

現在の「月に1日以下」及び「全くない」の割合を足し合わせた値は、「70歳以上」が59.52% (30.00+29.52) と最大の値を示し、「30-39歳」が36.43% (19.87+16.56) と最小の値を示している。

コロナ禍前の「月に1日以下」及び「全くない」の割合を足し合わせた値は、「70歳以上」が63.34% (32.86+30.48) と最大の値を示し、「30歳未満」が30.00% (14.00+16.00) と最小の値を示している。

## ウ 世帯構成別

コロナ禍前は「6-18歳の子どもがいる世帯」の「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度が低い一方、現在時点では「6-18歳の子どもがいる世帯」の「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度が高い

図表3-42 世帯構成別の現在とコロナ禍前の「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度 (%)

	n	世帯構成 (現在)						世帯構成 (コロナ禍前)					
		週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
6歳未満の子どもあり世帯	100	48.00	37.00	13.00	1.00	1.00	0.00	2.04	3.06	16.37	37.76	21.43	17.35
6-18歳子どもあり世帯	138	65.94	28.26	3.62	0.00	0.72	1.45	0.74	1.47	10.29	25.00	42.65	19.85
その他の世帯	835	53.65	22.75	14.37	4.67	1.92	2.63	0.87	4.12	19.85	25.47	28.59	21.10

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-42は世帯構成と「インスタント食品を買い、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な世帯構成の差が示されている。

現在の「週5日以上」及び「週3~4日」の割合を足し合わせた値は、「6-18歳の子どもがいる世帯」が94.20% (65.94+28.26) と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が85.00% (48.00+37.00)、「その他の世帯」が76.40% (53.65+22.75) の値を示している。

コロナ禍前の「月に1日以下」及び「全くない」の割合を足し合わせた値は、「6-18歳の子どもがいる世帯」が62.50% (42.65+19.85) と最大の値を示し、次いで「その他の世帯」が49.69% (28.59+21.10)、「6歳未満の子どもがいる世帯」が38.78% (21.43+17.35) の値を示している。

(4) 「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度

ア 年齢別

現在時点、コロナ禍前とも概ね年齢が高いほど「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度が低い

図表3-43 年齢別の現在とコロナ禍前の「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度 (%)

	年齢 (現在)							年齢 (コロナ禍前)						
	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない		n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	
30歳未満	101	0.99	2.97	14.85	20.79	26.73	33.66	100	1.00	4.00	10.00	19.00	21.00	45.00
30-39歳	151	1.32	5.30	9.93	27.15	31.13	25.17	151	0.00	4.64	9.27	21.85	33.77	30.46
40-49歳	203	0.49	2.96	8.87	17.24	39.41	31.03	204	0.00	2.94	5.39	17.16	37.75	36.76
50-59歳	194	0.52	0.00	4.64	10.31	35.57	48.97	193	0.00	1.04	4.15	12.44	31.09	51.30
60-69歳	155	0.65	0.65	1.29	11.61	31.61	54.19	157	0.00	0.64	1.91	12.10	29.30	56.05
70歳以上	201	1.99	1.99	1.99	3.98	18.41	71.64	204	1.47	1.47	2.94	2.94	20.10	71.08

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-43は年齢と「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な年齢差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「70歳以上」が71.64%と最大の値を示し、「30-39歳」が25.17%と最小の値を示している。

コロナ禍前の「全くない」の割合は、「70歳以上」が71.08%と最大の値を示し、「30-39歳」が30.46%と最小の値を示している。

イ 所得別

現在時点、コロナ禍前とも概ね所得が高いほど「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度が高い

図表3-44 所得別の現在とコロナ禍前の「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度 (%)

	所得 (現在)							所得 (コロナ禍前)						
	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない		n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	
第一・五分位	167	1.80	1.80	2.99	8.38	20.36	64.67	168	1.19	1.19	3.57	10.12	16.67	67.26
第二・五分位	189	1.06	1.06	4.76	10.05	32.28	50.79	188	0.53	2.13	1.06	11.70	30.85	53.72
第三・五分位	170	0.00	2.35	4.71	13.53	33.53	45.88	174	0.00	0.00	5.75	12.07	32.18	50.00
第四・五分位	203	0.99	3.94	10.84	15.76	27.59	40.89	207	0.00	2.90	8.21	15.46	30.43	43.00
第五・五分位	190	1.58	2.11	7.37	24.21	35.26	29.47	190	0.53	3.68	4.74	18.42	35.26	37.37

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-44は所得と「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な所得差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「第一・五分位」が64.67%と最大の値を示し、「第五・五分位」が29.47%と最小の値を示している。

コロナ禍前の「全くない」の割合は、「第一・五分位」が67.26%と最大の値を示し、「第五・五分位」が37.37%と最小の値を示している。



ウ 世帯構成別

現在時点、コロナ禍前とも幼い子どもがいる世帯ほど「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度が高い

図表3-45 世帯構成別の現在とコロナ禍前の「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度 (%)

	世帯構成 (現在)						世帯構成 (コロナ禍前)							
	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
6歳未満の子どもあり世帯	97	0.00	5.15	13.40	29.90	34.02	17.53	99	0.00	3.03	6.06	28.28	38.38	24.24
6-18歳子どもあり世帯	138	0.00	1.45	3.62	16.67	44.20	34.06	137	0.00	1.46	3.65	15.33	43.07	36.50
その他の世帯	788	1.27	1.90	6.22	11.93	27.79	50.89	792	0.51	2.27	5.56	11.11	25.88	54.67

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-45は世帯構成と「料理を配達してもらい、家で食べる」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な世帯構成の差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「その他の世帯」が50.89%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が34.06%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が17.53%の値を示している。

コロナ禍前の「全くない」の割合は、「その他の世帯」が54.67%と最大の値を示し、次いで「6-18歳の子どもがいる世帯」が36.50%、「6歳未満の子どもがいる世帯」は24.24%の値を示している。

(5) 「飲食店で外食をする」頻度

ア 年齢別

現在時点、コロナ禍前とも概ね年齢が高いほど「飲食店で外食をする」頻度が低い

図表3-46 年齢別の現在とコロナ禍前の「飲食店で外食をする」頻度 (%)

	年齢 (現在)						年齢 (コロナ禍前)							
	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
30歳未満	101	4.95	14.85	38.61	29.70	9.90	1.98	101	4.95	24.75	31.68	28.71	7.92	1.98
30-39歳	153	2.61	3.07	33.99	32.03	13.07	5.23	152	7.24	20.39	42.11	22.37	6.58	1.32
40-49歳	205	1.95	4.88	27.80	43.41	18.54	3.41	206	6.80	15.53	38.35	27.67	10.19	1.46
50-59歳	196	2.55	9.18	22.96	34.18	20.92	10.20	196	3.57	16.84	30.61	32.65	12.24	4.08
60-69歳	157	2.55	7.64	14.65	36.94	28.03	10.19	158	5.06	10.13	25.95	37.34	13.92	7.59
70歳以上	219	3.20	3.20	11.42	30.14	27.40	24.66	221	2.71	6.79	17.19	27.15	27.60	18.55

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-46は年齢と「飲食店で外食をする」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な年齢差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「70歳以上」が24.66%と最大の値を示し、「30歳未満」が1.98%と最小の値を示している。

コロナ禍前の「全くない」の割合は、「70歳以上」が18.55%と最大の値を示し、「30-39歳」が1.32%と最小の値を示している。

イ 所得別

現在時点、コロナ禍前とも概ね所得が高いほど「飲食店で外食をする」頻度が高い

図表3-47 所得別の現在とコロナ禍前の「飲食店で外食をする」頻度 (%)

	所得（現在）						所得（コロナ禍前）							
	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	週に2~3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	週に2~3日	月に1日以下	全くない		
第一・五分位	173	2.89	4.05	13.29	33.53	26.59	19.65	174	2.87	8.62	18.97	31.61	21.84	16.09
第二・五分位	193	2.59	6.22	19.17	31.61	24.87	15.54	195	2.56	9.74	23.99	34.36	21.03	8.72
第三・五分位	177	2.26	5.65	19.77	38.42	27.68	6.21	178	5.62	11.80	34.27	31.46	14.04	2.81
第四・五分位	209	3.35	11.96	29.19	37.80	11.96	5.74	211	8.53	18.01	37.44	25.12	8.06	2.84
第五・五分位	193	4.15	10.88	33.16	32.64	13.99	5.18	193	6.74	24.35	34.72	24.87	6.74	2.59

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-47は所得と「飲食店で外食をする」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な所得差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「第一・五分位」が19.65%と最大の値を示し、「第五・五分位」が5.18%と最小の値を示している。

コロナ禍前の「全くない」の割合は、「第一・五分位」が16.09%と最大の値を示し、「第五・五分位」が2.59%と最小の値を示している。

## ウ 世帯構成別

現在時点、コロナ禍前とも「その他の世帯」の「飲食店で外食をする」頻度が低い

図表3-48 世帯構成別の現在とコロナ禍前の「飲食店で外食をする」頻度 (%)

	世帯構成（現在）						世帯構成（コロナ禍前）							
	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	週に2~3日	月に1日以下	全くない	n	週に5日以上週に3~4日	週に1~2日	週に2~3日	月に1日以下	全くない		
6歳未満の子どもあり世帯	99	1.01	6.06	27.27	42.42	17.17	6.06	99	3.03	13.18	39.39	31.31	7.07	1.01
6-18歳子どもあり世帯	138	0.72	3.62	26.09	42.03	22.46	5.07	137	1.46	8.76	44.53	29.93	12.41	2.92
その他の世帯	814	3.44	8.97	23.10	32.31	20.52	11.67	818	5.87	15.65	26.77	28.97	15.04	7.70

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-48は世帯構成と「飲食店で外食をする」頻度とのクロス集計の結果であり、現在及びコロナ禍前の食事行動で有意な世帯構成の差が示されている。

現在の「全くない」の割合は、「その他の世帯」が11.67%と最大の値を示し、次いで「6歳未満の子どもがいる世帯」が6.06%、「6-18歳子どもがいる世帯」が5.07%の値を示している。

現在の「全くない」の割合は、「その他の世帯」が7.70%と最大の値を示し、次いで「6-18歳子どもがいる世帯」が2.92%、「6歳未満の子どもがいる世帯」が1.01%の値を示している。

## 8 スマイル商品券の利用経験

### ■単純集計

- ・約半数が過去にスマイル商品券を利用し、そのうち7割が紙媒体の利用となっている
- ・商品券購入後の半年間は商店街の訪問頻度が高まり、半年以後も同傾向が一定程度持続している

図表3-49 スマイル商品券の利用経験の有無、利用媒体、商店街の訪問頻度（％）

スマイル商品券の利用の有無(n=1093)		スマイル商品券利用媒体(n=473)	
はい	44.19	紙媒体	71.25
いいえ	55.81	電子媒体	8.88
		紙・電子媒体の両方	19.87

  

スマイル商品券購入前後の商店街利用							
	n	週に5日以上	週に3~4日	週に1~2日	月に2~3日	月に1日以下	全くない
商品券の購入前	470	4.47	17.87	32.98	19.79	16.60	8.3
商品券の購入後の半年間	470	7.23	27.45	35.74	18.09	9.57	1.91
商品券の購入半年以後から現在まで	469	5.97	22.39	36.25	15.99	13.22	6.18

図表3-49は、スマイル商品券（プレミアム付 区内共通商品券）の利用経験の有無、商品券の利用媒体、商品券購入前後の近隣の商店街を訪れた頻度についての単純集計の結果である。

スマイル商品券を利用したことのある者の割合は44.19%、利用媒体は「紙媒体」が71.25%と最大の値を示している。

商品券の購入前後の商店街へ訪れた頻度については、「週に5日以上」と回答した割合をみると、「商品券の購入前」は4.47%、「商品券の購入後の半年間」は7.23%、「商品券の購入後半年以後から現在まで」は5.97%の割合となっている。

続いて、スマイル商品券の利用の有無と基本属性とのクロス集計の結果をみていく。

## ■クロス集計

### ア 年齢別

年齢が高いほどスマイル商品券の利用経験割合が高い

図表3-50 年齢別のスマイル商品券の利用経験（％）

	年齢	
	n	はい
30歳未満	105	20.95
30-39歳	152	41.45
40-49歳	207	43.48
50-59歳	197	46.70
60-69歳	162	47.53
70歳以上	238	53.36

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-50は、年齢とスマイル商品券の利用の有無とのクロス集計の結果であり、有意な年齢差が示されている。

スマイル商品券の利用経験割合は、「70歳以上」が53.36%と最大の値を示し、「30歳未満」が20.95%と最小の値を示している。

### イ 世帯構成別

子どもがいる世帯ではスマイル商品券の利用経験割合が高い

図表3-51 世帯構成別のスマイル商品券の利用経験 (%)

	世帯構成	
	n	はい
6歳未満の子どもあり世帯	99	54.55
6-18歳子どもあり世帯	139	48.92
その他の世帯	843	42.35

注：下線部は5%水準の有意確率(p.<0.05)。

図表3-51は、世帯構成とスマイル商品券の利用の有無とのクロス集計の結果であり、有意な世帯構成の差が示されている。

スマイル商品券の利用経験割合は、「6歳未満の子どもがいる世帯」が54.55%と最大の値を示し、次いで「6-18歳未満の子どもがいる世帯」が48.92%、「その他の世帯」が42.35%の値を示している。

## 9 示唆される課題と対応の方向性

区民調査データの集計結果の概要と示唆される課題への対応の可能性をまとめていく。

### ア 買い物環境満足度と買い物行動

- ・食料品と日用品・消耗品の買い物環境満足度については、営業時間、電子決済の整備への満足度が高い一方で、価格、品揃え、店舗までの距離に対する満足度が低い傾向にある。居住地区別に見ると、価格、品揃え、店舗までの距離に対する不満は赤坂地区において特に顕著である。
- ・食料品の上位の購入先として、95.39%がスーパー・ショッピングセンター、38.10%がコンビニエンスストア、25.53%が百貨店・デパートを利用している。
- ・日用品・消耗品の上位の購入先として、86.53%がドラッグストア、55.97%がスーパー・ショッピングセンター、40.40%がインターネット通販の配送サービスを利用している。
- ・これらの結果から、区民の買い物の利便性の向上のため、食料品や日用品・消耗品について、スーパー・ショッピングセンターやドラッグストア等における日常的な利用を想定した価格帯の商品の品揃えを充実させることが重要となると考えられる。

### イ 食事行動の変化、インターネット通販の利用の変化

- ・外食の頻度はコロナ禍前後で大きく低下した一方、家で調理した料理を食べる（自炊）頻度は上昇している。行動変容の持続性は定かではないものの、感染症流行時にはこうした区民の行動変容に対応した環境整備に取り組む必要があると考えられる。
- ・インターネット通販の利用は、コロナ禍前も今も行っていない区民を除くと、旅行以外のすべての品目で増加傾向がみられる。特に飲料、日用品・消耗品、服飾品では「やや増えた」「増えた」の合計が約3割となっている一方、食料品、耐久消費財は相対的に増加割合が低くなっている。
- ・食料品のインターネット通販の利用割合は全体では13.24%にとどまるものの、30歳未満では21.57%と比較的高くなっている。一方、全体で64.37%を占める耐久消費財購入でのインターネット通販の利用は60～69歳では52.45%、70歳以上では37.89%となっており、高齢層の利用率が相対的に低い。
- ・これらの結果から、特に高齢者の買い物の利便性を維持・向上するため、区内小売業の事業所に対するインターネット通販実施の支援と、高齢者に対するインターネット通販利用の支援が併せて有効だと考えられる。

## ウ 商店街の利用

- ・麻布地区、高輪地区では食料品購入時に商店街を利用している区民が少ないことが明らかになった。また、商店街訪問の頻度がスマイル商品券購入後に高まり、スマイル商品券の購入から半年後にも一定程度商店街の訪問頻度が持続する傾向が示された。
- ・この結果から、区内の実店舗での購買が大部分を占める日常的な食料品の買い物の場として、区内商店街の活用の可能性が示唆された。そのためには、区内商店街において、区民のニーズに即した価格帯や品揃えの食料品の供給に取り組むことが求められる。