

港区における買い物環境改善に向けた
調査研究報告書

令和5年（2023年）3月

港区政策創造研究所
Minato Policy Creation Research Institute

港区平和都市宣言

かけがえのない美しい地球を守り、世界の恒久平和を願う人びとの心は一つであり、いつまでも変わることはありません。

私たちが真の平和を望みながら、文化や伝統を守り、生きがいに満ちたまちづくりに努めています。

このふれあいのある郷土、美しい大地をこれから生まれ育つ子どもたちに伝えることは私たちの務めです。

私たちは、我が国が『非核三原則』を堅持することを求めるとともに、ここに広く核兵器の廃絶を訴え、心から平和の願いをこめて港区が平和都市であることを宣言します。

昭和60年8月15日

港 区

はじめに

令和3年度の「新型コロナウイルス感染症による港区の在住者、滞在人口の動向と都市機能への影響に関する研究」をはじめとして、当研究所がこれまでに実施した区民の実態とニーズに関する調査において、区の買い物環境に大きな課題があること、区の生活環境に対する区民の総合満足度と買い物環境満足度が居住環境選択の重要な要素となっていることが明らかになりました。

こうした過年度の調査分析の結果を踏まえ、区の買い物環境と、区民の行動とニーズの実態をより詳細に把握し、課題の明確化と対応策を検討するため、区民と事業者の両者を対象とした、買い物行動、買い物環境に係るアンケート調査を実施し、分析を行いました。本報告書は、この調査研究の結果を取りまとめたものです。

第I章では、調査の概要や調査の対象とした事業所、区民の標本特性を整理しています。

第II章では、事業所に対する調査の基礎集計の結果を取りまとめており、コロナ禍による多大な影響を受け、インターネット通販への取組を強化するとともに、区内の食料品小売業の半数は引き続き店舗販売に注力する意向であることが明らかになりました。一方で、区民の外出頻度の低下により、外食産業のほとんどが売上の減少に直面している実態も把握されました。

第III章は、区民（個人）に対する調査の基礎集計の結果を取りまとめています。区民は価格や品揃えに不満はあるものの、食料品の買い物を概ね区内で行っており、区民の生活利便性の向上に向けて、こうした日常的な買い物環境の充実が求められていることが明らかになりました。

また、コロナ禍の影響としてインターネット通販の利用頻度の増加と外出頻度の低下がみられますが、高齢者はインターネット通販の利用頻度が低いことも明らかになりました。さらに、スマイル商品券の利用者は非利用者と比較して、区内商店街の利用頻度が一定程度高まっていることが把握され、目的に即した効果が得られたことも確認されました。

第IV章では、事業所の買い物支援サービスへの参画意向、区民の買い物支援サービスへのニーズのそれぞれに関する設問の自由記述回答内容を用いて計量テキスト分析を行った結果、事業所調査ではサービス、販売、区民調査ではスーパー、サービスなどの単語の出現率が高いことが明確になりました。

第V章では区民、事業所の19地区別集計値を用いて、働き方や消費、食事に係る行動、買い物困難者割合などの指標と他の要因との相関を分析し、地域ごとの特性が買い物に関連する区民の特性とどのような関係性にあるのかを把握しました。これにより、在宅勤務が増

加した人が多い地域や、食料品のインターネット通販利用が増加した人が多い地域ほど、デリバリーの食事利用者の増加やデリバリー売上増の事業所が多いなど、ライフスタイルの変化が食のデリバリー化につながっていることが明確になりました。

一方で、食料品の買い物環境満足度が低い地域ほど生鮮食料品のインターネット通販の利用が増加しており、食料品の買い物利便性をインターネットで補完している実態があるものの、買い物困難者が多い地域は高齢者が多く、こうした地域ではインターネットでの補完がなされていない状況も明らかになりました。

第VI章では、重回帰分析により、区民の買い物環境満足度と、居住地区、家計の将来見通し、区からの転出意向との関係について分析しました。その結果、さまざまな条件による影響を制御した上で比較すると、地区別に買い物環境満足度に明確な差があることが明らかになり、芝地区、赤坂地区で食料品、日用品・消耗品の買い物環境満足度が低いことが明らかになりました。

また、家計の将来見通しが良好な人ほど買い物環境満足度が高く、物価上昇を予想している人ほど買い物環境満足度が低いなど、家計の見通しに関する不安と買い物環境満足度が関係性を有していることが把握されました。さらに、買い物環境満足度が高い人ほど転出意向が低いことも明確になりました。

第VII章では、再分配選好（経済困難者の支援は行政の責任とする考え方）と累進性選好（高額所得者の税金は低いとする考え方）を把握し、回答者の年齢、所得、家計の向上見通しとの関係を分析しました。また、日本全体を捉えた類似の既存調査データとの比較により、港区の特性を明らかにしました。これにより、港区は、年齢が高いほど、また所得が低いほど、再分配選好と累進性選好が強いことが明確になりました。一方、将来の所得増加見通しが良好なほど累進性選好が弱いことが明確になりました。

今後、本調査によって得られたこれらの知見を活用し、区の生活環境の魅力向上を図る取組を的確で効果的なものとするために求められる取組について、引き続き検討してまいります。

本報告書が、買い物環境を中心とした、区を便利で魅力ある地域とすることに対する問題意識を有するすべての方々のご参考となれば幸いです。

最後になりましたが、本調査にご回答いただきました調査対象者の皆様に改めて深く感謝いたします。ご協力誠にありがとうございました。

港区政策創造研究所 所長 大塚 敬

目 次

第一部 調査の概要、標本特性、基礎集計

第Ⅰ章 調査の概要と標本の特性

1 調査概要	1
2 調査研究のプロセス	4
3 回答データのクリーニング	4
4 標本の位置づけと特性	6
コラム① 個票データと集計データ	11
コラム② 各種データへのアクセス	12
コラム③ 推定と検定	15
コラム④ 記述統計	18

第Ⅱ章 事業所調査の基礎集計

1 本章の目的	21
2 事業所属性の分布とクロス集計の有意性一覧	21
3 事業所売上の変化	23
4 事業展開の方向性	25
5 公的支援の利用状況とニーズ	36
6 地域とのかかわり	42
7 示唆される課題と対応の方向性	45
コラム⑤ データの尺度	45
コラム⑥ 2つの要因の関係の可視化	47
コラム⑦ クロス集計分析と相関分析の実践	48

第Ⅲ章 区民調査の基礎集計

1 本章の目的	54
2 基本属性の分布とクロス集計の有意性一覧	54
3 買い物環境の満足	56
4 品目別の買い物先	60
5 食料品、日用品・消耗品の買い物時に重視する要素	71
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	75
7 現在及びコロナ禍前の各時点の食事行動	80
8 スマイル商品券の利用経験	87
9 示唆される課題と対応の方向性	89

第IV章 区内事業所と区民の自由記入回答データの計量テキスト分析	
1 本章の目的	91
2 分析に用いるテキスト回答データ	91
3 分析の方法と基本属性データ	93
4 事業所調査のテキストデータの分析	94
5 区民調査のテキストデータの分析	98
6 テキスト分析の結果の概要	102

第二部 個別テーマの分析

第V章 食事行動、働き方、インターネットによる消費行動—地区別集計値による相関分析	
1 本章の目的	111
2 食事行動の個票データによる基礎集計	111
3 分析の方法と変数：地域別各種指標の作成	116
4 行動変化の指標（動態的指標）と他の要因との相関	118
5 現在時点の状態の指標（静態的指標）と他の要因との相関	122
6 示唆される課題と対応の方向性	126

第VI章 買い物環境満足度の規定要因	
1 本章の目的	131
2 買い物環境満足度の測定方法と規定要因の候補の検討	131
3 推計の方法と変数	133
4 買い物環境満足度の主な分析結果	137
5 補足分析：買い物環境満足度スコアと転出意向	140
6 示唆される課題と対応の方向性	142
コラム⑧ 第3の要因の検討の重要性—2つの要因の関係だけで解釈することの問題	144
コラム⑨ 量的データの被説明変数の回帰モデル	145
コラム⑩ 2値（該当・非該当）の質的データの被説明変数の回帰モデル	152

第VII章 家計と所得再分配政策の選好—港区と日本、各国との比較	
1 本章の目的	158
2 各国の所得再分配政策の機能と人々の政策選好	159
3 再分配選好の規定要因に係る既存の調査研究の概要	164
4 推計に用いるデータ、方法、変数	165
5 分析の主な結果	171
6 示唆される課題と対応の方向性	179
コラム⑪ 所得分布の指標	181

第三部 資料

質問紙調査に係る想定問答と問合せ記録	199
データクリーニング—値の再割当て、論理制約	201
単純集計値付調査票	203
港区政策創造研究所の概要	224