

V クロス集計結果

V章では、IV章までで紹介した調査結果をさらに細かく検討するため、世帯主年齢別、世帯年収別、民間住宅の臨海部・内陸部別、世帯類型別、近隣商店街への認識・利用状況別のクロス集計を行う。また、個別テーマとして、プレミアム付きスマイル商品券の利用状況、買い物に出かける際の交通手段についてもクロス集計で分析を行う。これらのクロス集計により、区内の消費環境と区民の消費動向を明らかにし、行政機関のほか、区内事業者等にとっても有用なデータを示すことを目的とする。

1 世帯主の年齢による分析

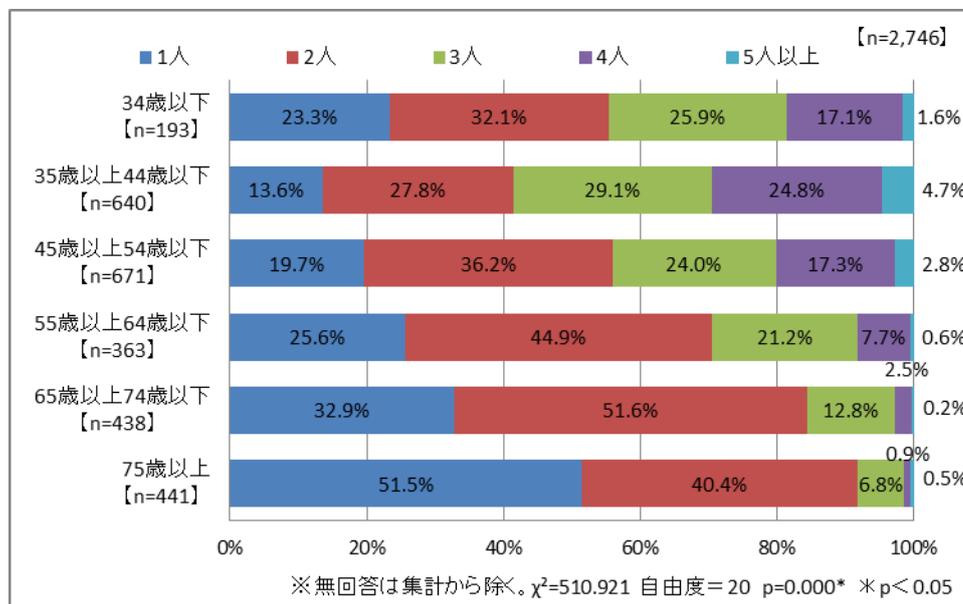
調査票の間1の世帯主の年齢区分（平成27年7月1日現在の年齢、「34歳以下」「35歳以上44歳以下」「45歳以上54歳以下」「55歳以上64歳以下」「65歳以上74歳以下」「75歳以上」の6区分）を利用したクロス集計結果の中から、特徴的なものを取り上げる。

(1) 概要

ア 世帯

世帯人員数の割合が2割を超えるのは、「34歳以下」では1～3人世帯、「35歳以上44歳以下」では2～4人世帯、「45歳以上54歳以下」では2人世帯と3人世帯、「55歳以上64歳以下」では1～3人世帯、「65歳以上74歳以下」では1人世帯と2人世帯、「75歳以上」では1人世帯と2人世帯となる（図表5-1-1）。

図表 5-1-1 世帯主年齢×世帯人員数



世帯主年齢と世帯人員数との関係を見ると、第1に世帯主年齢が64歳以下までは「2人世帯」「3人世帯」の割合が高いことが分かる。「2人世帯」の多くは夫婦からなり、3人以上になると、夫婦に子供が含まれると考えられる。そこで、3人以上の世帯に18歳以下の世帯員がいるかどうかを見ると、世帯主年齢が54歳以下までの比較的若い世帯の世帯員数の多さと18歳以下の有無は密接に関わっていることが分かる（図表5-1-2）。

世帯員が3人以上で世帯主年齢が54歳以下の75%以上に18歳以下の世帯員がいる。特に多いのは「35歳以上44歳以下」の「4人世帯」、「34歳以下」の「5人以上世帯」であり、全ての世帯に18歳以下の世帯員がいる。一方で、世帯主年齢が55歳以上になると「18歳以下」は急減する。55歳以上では、子供の年齢が18歳を超えるためだと見られる。

図表 5-1-2 世帯人員数×世帯主年齢×18歳以下がいる世帯・75歳以上がいる世帯

		18歳以下の有無				75歳以上の有無			
		いる		いない		いる		いない	
		実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
3人	34歳以下	49	98.0%	1	2.0%	0	0.0%	50	100.0%
	35歳以上44歳以下	177	95.2%	9	4.8%	2	1.1%	184	98.9%
	45歳以上54歳以下	121	75.2%	40	24.8%	4	2.5%	157	97.5%
	55歳以上64歳以下	18	23.4%	59	76.6%	6	7.8%	71	92.2%
	65歳以上74歳以下	4	7.1%	52	92.9%	12	21.4%	44	78.6%
	75歳以上	-	0.0%	30	100.0%	30	100.0%	0	0.0%
合計		369	65.9%	191	34.1%	54	9.6%	506	90.4%
4人	34歳以下	32	97.0%	1	3.0%	0	0.0%	33	100.0%
	35歳以上44歳以下	159	100.0%	-	0.0%	0	0.0%	159	100.0%
	45歳以上54歳以下	103	89.6%	12	10.4%	2	1.7%	114	98.3%
	55歳以上64歳以下	10	35.7%	18	64.3%	3	10.7%	25	89.3%
	65歳以上74歳以下	3	27.3%	8	72.7%	0	0.0%	11	100.0%
	75歳以上	1	25.0%	3	75.0%	4	100.0%	0	0.0%
合計		308	88.0%	42	12.0%	9	2.6%	342	97.4%
5人以上	34歳以下	3	100.0%	-	0.0%	0	0.0%	3	100.0%
	35歳以上44歳以下	28	93.3%	2	6.7%	1	3.3%	29	96.7%
	45歳以上54歳以下	18	94.7%	1	5.3%	0	0.0%	19	100.0%
	55歳以上64歳以下	1	50.0%	1	50.0%	1	50.0%	1	50.0%
	65歳以上74歳以下	-	0.0%	1	100.0%	0	0.0%	1	100.0%
	75歳以上	2	100.0%	-	0.0%	2	100.0%	0	0.0%
合計		52	91.2%	5	8.8%	4	7.0%	53	93.0%

※無回答は集計から除く。

【3人】 $\chi^2=305.872$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【4人】 $\chi^2=150.399$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【5人以上】 $\chi^2=15.587$ 自由度=5 $p=0.008^*$ * $p<0.05$

※無回答は集計から除く。

【3人】 $\chi^2=320.816$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【4人】 $\chi^2=165.114$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【5人以上】 $\chi^2=34.523$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

第2に世帯主年齢が65歳以上になると、世帯人員「1人」「2人」の合計が80%を超える（Ⅶ資料2【図表 年齢1】参照）。この多くは1人暮らし又は夫婦2人暮らしで、子供や孫との2世代、3世代同居はほとんどないと思われる。

第3に3世代同居が非常に少ない。世帯人員「3人」「4人」「5人以上」の世帯で75歳以上の世帯員が「いない」割合は、大半の世帯主年齢層で約90%～100%である（図表5-1-2）。これは、集合住宅という住宅形態の制約によるものなのか、港区全般の特性であるのかはここからはわからないが、3世代同居が想像以上に少ないことは、区民の生活実態を捉える上で見過ごすことのできない事実である。

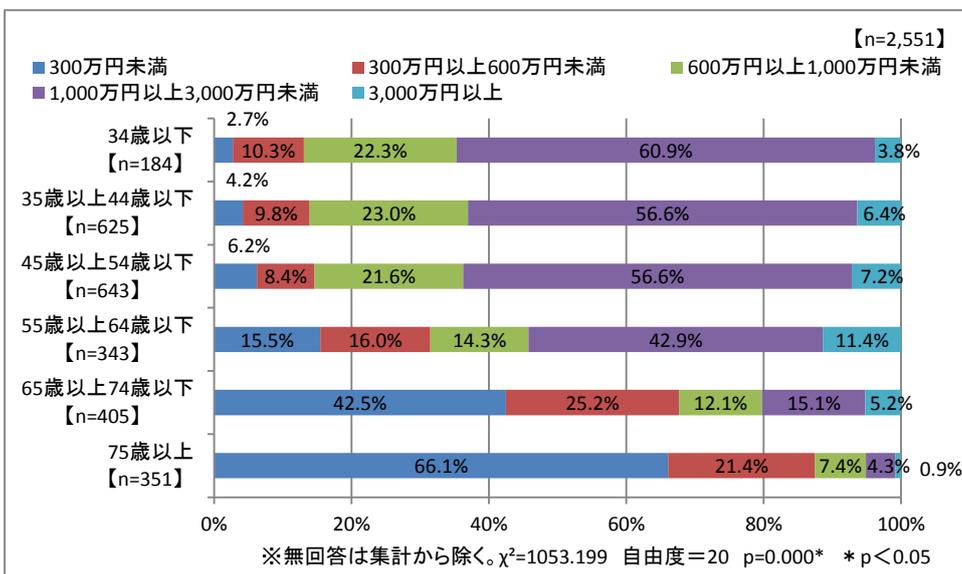
イ 収入

世帯年収は、世帯主年齢が64歳以下までは年齢の上昇とともに増加傾向にある（図表5-1-3）。1,000万円以上は50%～60%を占めるが、年齢が上がるに連れ「3,000万円以上」の割合が3.8%～11.4%に増加する。一方、65歳以上になると世帯の年間収入は減少に転じる。「300万円未満」と答える割合は、「65歳以上74歳以下」で42.5%、「75歳以上」では半数を超える66.1%である。

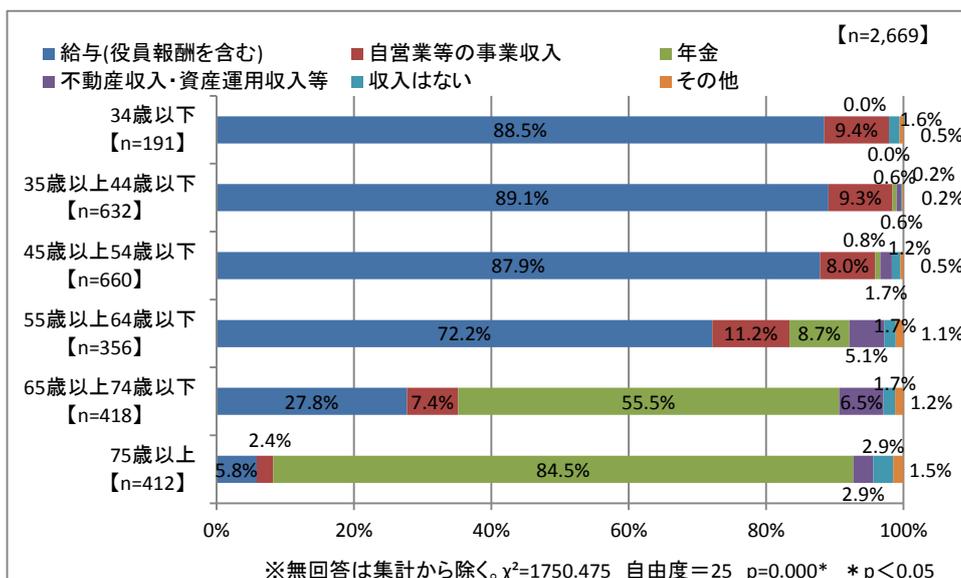
収入の種類は、世帯主年齢が64歳以下では7～9割が主な収入の種類を「給与（役員報酬を含む）」と答える（図表5-1-4）。一方、世帯主年齢が65歳以上になると主な収入

の種類を「年金」と答える割合が5割を超える。世帯主年齢が65歳以上の世帯では、世帯の主な収入源が年金になることがわかる。

図表 5-1-3 世帯主年齢×世帯年収



図表 5-1-4 世帯主年齢×世帯の主な収入の種類



次に、収入のある人数を見たい（図表 5-1-5）。

「1人の収入」と答える割合は、全ての世代で4～6割を超えている。

「2人(夫婦、パートナー)の収入」(=共働き)は特定の年齢で特になくなっており、世帯主年齢が「34歳以下」「35歳以上44歳以下」「45歳以上54歳以下」では4～5割に達している。最も割合が高い「35歳以上44歳以下」では、「1人の収入」を「2人(夫婦、パートナー)の収入」が7ポイントほど上回っている。「2人(夫婦、パートナー)の収入」は、「55歳以上64歳以下」と「75歳以上」で28.7%になっており、最も低くなっている。

る。「65歳以上74歳以下」でやや上昇しているのは、おそらく夫婦で年金を受給する世帯が多く含まれ（図表5-1-4）、その割合が1人世帯の多い「75歳以上」と比べて高いことが関係しているためだと見られる（図表5-1-1参照）。

図表5-1-5 世帯主年齢×収入がある人数

	1人の収入		2人(夫婦、パートナー)の収入		2人(親子)の収入		3人以上の収入		その他		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	93	49.7%	88	47.1%	2	1.1%	2	1.1%	2	1.1%	187	100.0%
35歳以上 44歳以下	286	45.6%	330	52.6%	5	0.8%	5	0.8%	1	0.2%	627	100.0%
45歳以上 54歳以下	338	51.8%	281	43.1%	17	2.6%	11	1.7%	5	0.8%	652	100.0%
55歳以上 64歳以下	194	55.6%	100	28.7%	36	10.3%	17	4.9%	2	0.6%	349	100.0%
65歳以上 74歳以下	207	51.6%	126	31.4%	36	9.0%	24	6.0%	8	2.0%	401	100.0%
75歳以上	218	60.7%	103	28.7%	22	6.1%	8	2.2%	8	2.2%	359	100.0%
合計	1,336	51.9%	1,028	39.9%	118	4.6%	67	2.6%	26	1.0%	2,575	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=195.391$ 自由度=20 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

ウ 居住の状況

居住年数は、世帯主年齢とともに長くなる（図表5-1-6）。世帯主年齢が「34歳以下」では、居住年数「1年未満」が21.6%、「1年以上3年未満」が39.2%であり、3年に満たない世帯が60%を上回る。35歳～64歳では、「5年以上10年未満」が50～60%を占める。「75歳以上」では、「15年以上」が49.3%である。

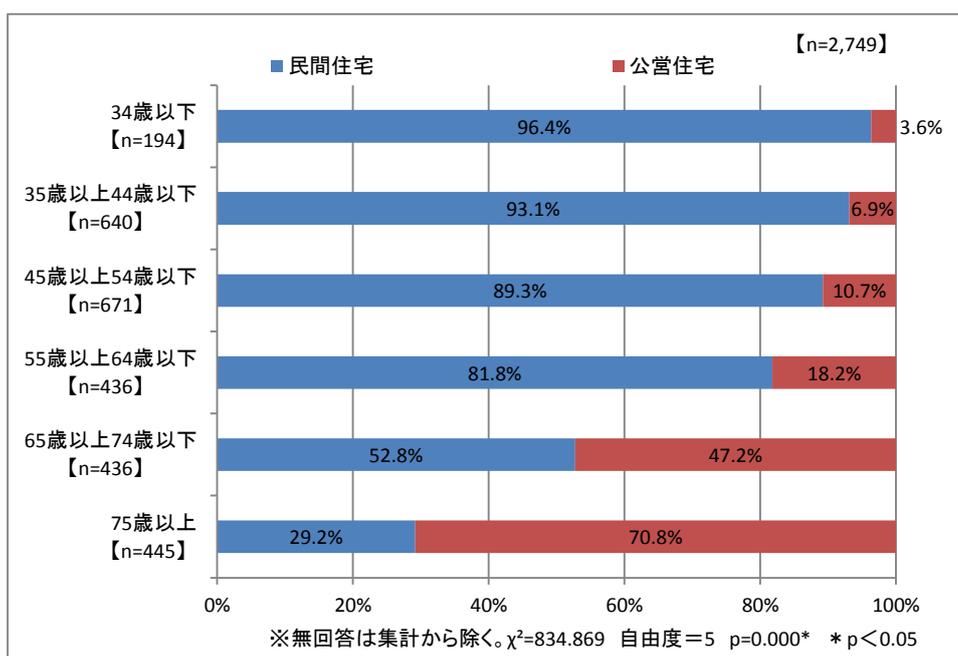
居住する住宅は、世帯主年齢が64歳以下では約80～90%が民間住宅に住んでいるのに対し、「65歳以上74歳以下」の47.2%、「75歳以上」の70.8%は「公営住宅」に住んでいる（図表5-1-7）。調査対象となった集合住宅には、近年になって港区に居住するようになった民間住宅の比較的若い世帯と、港区に長く居住する公営住宅の高齢者世帯の2つのグループの存在があることを示している。

図表5-1-6 世帯主年齢×居住年数

	居住年数 1年未満		居住年数 1年以上 3年未満		居住年数 3年以上 5年未満		居住年数 5年以上 10年未満		居住年数 10年以上 15年未満		居住年数 15年以上		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	42	21.6%	76	39.2%	40	20.6%	35	18.0%	-	0.0%	1	0.5%	194	100.0%
35歳以上 44歳以下	49	7.7%	95	14.9%	105	16.5%	355	55.7%	22	3.5%	11	1.7%	637	100.0%
45歳以上 54歳以下	33	4.9%	58	8.6%	81	12.1%	413	61.5%	59	8.8%	27	4.0%	671	100.0%
55歳以上 64歳以下	11	3.0%	35	9.7%	31	8.6%	199	55.0%	45	12.4%	41	11.3%	362	100.0%
65歳以上 74歳以下	15	3.4%	24	5.5%	31	7.1%	171	39.2%	67	15.4%	128	29.4%	436	100.0%
75歳以上	11	2.5%	18	4.1%	22	5.0%	117	26.6%	55	12.5%	217	49.3%	440	100.0%
合計	161	5.9%	306	11.2%	310	11.3%	1,290	47.1%	248	9.1%	425	15.5%	2,740	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=1079.824$ 自由度=25 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表 5-1-7 世帯主年齢×居住する集合住宅の民間住宅・公営住宅の割合



エ 店舗の状況

「近隣に商店街がある」と答える世帯は、4～6割である（図表 5-1-8）。中でも世帯主年齢「75歳以上」が61.3%と最も高い。

「近隣に商店街がある」と答えた世帯で、その商店街に「活気がある」と答えた割合は年齢が上がるほど増加し、世帯主年齢「75歳以上」では45.2%となっている（図表 5-1-9）。他方で「活気がない」には、世帯主年齢による差はそれほど見られない。回答の違いを決定づけているのは、「活気があるかどうか分からない」であり、世帯主年齢が54歳以下でそれぞれ40%台前後と高くなっている。とりわけ世帯主年齢「34歳以下」で高く、46.2%が「活気があるかどうか分からない」と答えており、その存在を認知はしていても近隣の商店街に対して無関心であることがわかる。

図表 5-1-8 世帯主年齢×近隣商店街の存在

	近隣に商店街がある		近隣に商店街があるかどうか分からない		近隣に商店街はない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	81	43.3%	34	18.2%	72	38.5%	187	100.0%
35歳以上 44歳以下	267	44.0%	67	11.0%	273	45.0%	607	100.0%
45歳以上 54歳以下	327	51.3%	37	5.8%	274	42.9%	638	100.0%
55歳以上 64歳以下	195	56.4%	19	5.5%	132	38.2%	346	100.0%
65歳以上 74歳以下	239	58.7%	12	2.9%	156	38.3%	407	100.0%
75歳以上	241	61.3%	16	4.1%	136	34.6%	393	100.0%
計	1,350	52.4%	185	7.2%	1,043	40.5%	2,578	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=92.531$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表 5-1-9 世帯主年齢×近隣商店街の状況認識

	活気がある		活気がない		活気があるかどうか分からない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	22	28.2%	20	25.6%	36	46.2%	78	100.0%
35歳以上 44歳以下	75	28.3%	94	35.5%	96	36.2%	265	100.0%
45歳以上 54歳以下	89	28.1%	99	31.2%	129	40.7%	317	100.0%
55歳以上 64歳以下	74	39.4%	56	29.8%	58	30.9%	188	100.0%
65歳以上 74歳以下	90	39.0%	70	30.3%	71	30.7%	231	100.0%
75歳以上	99	45.2%	57	26.0%	63	28.8%	219	100.0%
計	449	34.6%	396	30.5%	453	34.9%	1298	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=32.165$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

次に、「近隣に商店街がある」と回答した世帯を対象として、近隣の商店街の利用状況を見たい（図表 5-1-10）。

「頻繁に買い物に行く」と「ときどき買い物に行く」は、世帯主年齢が上がるほど概ね増加する傾向がある。

「ほとんど買い物にいかない」は、20～40%台で世帯主年齢が上がるほど減少する傾向があり、世帯主年齢「34歳以下」「35歳以上 44歳以下」では半数近くに達している。

若年層ほど近隣の商店街に対して無関心であり、日常的に商店街を利用することが少ないことがわかる。

図表 5-1-10 世帯主年齢×近隣商店街の利用状況

	頻繁に 買い物に行く		ときどき 買い物に行く		ほとんど 買い物に行かない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	10	12.8%	30	38.5%	38	48.7%	78	100.0%
35歳以上 44歳以下	31	11.7%	109	41.1%	125	47.2%	265	100.0%
45歳以上 54歳以下	32	10.1%	152	47.9%	133	42.0%	317	100.0%
55歳以上 64歳以下	35	18.4%	93	48.9%	62	32.6%	190	100.0%
65歳以上 74歳以下	45	19.6%	121	52.6%	64	27.8%	230	100.0%
75歳以上	47	20.7%	130	57.3%	50	22.0%	227	100.0%
計	200	15.3%	635	48.6%	472	36.1%	1,307	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=58.330$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

(2) 生鮮食品を中心とした買い物行動

ア 普段の買い物の場所

普段の買い物の場所では、「近隣のスーパー・量販店」が商品の種類に限らず最も利用されており、「野菜」「肉類・鮮魚」「日用品」では、全ての世帯主年齢で 50%を上回っている（図表 5-1-11）。「近隣のスーパー・量販店」の利用は「34 歳以下」で特に高く、「野菜」「肉類・鮮魚」で 8 割が購入している。他の世帯主年齢と比べて「近隣のスーパー・量販店」の利用割合が低いのは、世帯主年齢「75 歳以上」である。「医薬・化粧品」が最も低く 28.7%である。

「近隣のスーパー・量販店」の次に利用されているのが、「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」と「近隣以外の店舗」である。特に「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」を積極的に利用しているのが、世帯主年齢 35 歳～54 歳であり、「野菜」「酒類」「日用品」の 2 割前後をこの方法で購入している。また、「酒類」については、世帯主年齢 55 歳～74 歳も「近隣のスーパー・量販店」の次に「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」を利用している。一方、世帯主年齢「75 歳以上」では、「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」はほとんど選択されていない。

「近隣以外の店舗」の利用は、幅広く見られるが、特に世帯主年齢 55 歳～74 歳で高くなっている。「野菜」「日用品」のように、世帯主年齢 35 歳～54 歳が「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」を用いて購入している商品についても、世帯主年齢 55 歳～74 歳は「近隣以外の店舗」で購入する割合が高い。「医薬・化粧品」のように商品特性から、世帯主年齢にかかわらず、「近隣以外の店舗」を購入場所に挙げる割合の高い商品もある。

「近隣の商店街・個人商店」の利用は、世帯主年齢「75 歳以上」の世帯で高くなっている。世帯主年齢「75 歳以上」では「近隣の商店街・個人商店」を、「野菜」「肉類・鮮魚」「医薬・化粧品」「日用品」の 1 位～3 位で用いている。特に「医薬・化粧品」では世帯主年齢「75 歳以上」の 28.7%が「近隣の商店街・個人商店」を利用している。世帯主年齢「34 歳以下」、45 歳～74 歳でも、「医薬・化粧品」の買い物の場所の 3 位に「近隣の商店街・個人商店」が挙がっている。

「移動販売車」は世帯主年齢「75 歳以上」で 10%を超えるものの、他の世帯主年齢ではほとんど利用されていない。高齢者は「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」の代わりに、「移動販売車」「近隣の商店街・個人商店」を利用していることがわかる。

図表 5-1-11 世帯主年齢×主な購入先

世帯主年齢別の買い物の場所(野菜)						
	1位		2位		3位	
34歳以下	近隣のスーパー・量販店	80.0%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	8.9%	近隣以外の店舗	4.7%
35歳以上 44歳以下	近隣のスーパー・量販店	65.9%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	19.0%	近隣以外の店舗	7.8%
45歳以上 54歳以下	近隣のスーパー・量販店	66.1%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	15.4%	近隣以外の店舗	11.1%
55歳以上 64歳以下	近隣のスーパー・量販店	71.6%	近隣以外の店舗	10.9%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	10.0%
65歳以上 74歳以下	近隣のスーパー・量販店	68.3%	近隣以外の店舗	10.1%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	6.7%
75歳以上	近隣のスーパー・量販店	61.9%	移動販売車	10.1%	近隣の商店街・個人商店	9.8%
世帯主年齢別の買い物の場所(肉類・鮮魚)						
	1位		2位		3位	
34歳以下	近隣のスーパー・量販店	78.9%	近隣以外の店舗	7.9%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	7.4%
35歳以上 44歳以下	近隣のスーパー・量販店	69.2%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	14.3%	近隣以外の店舗	11.5%
45歳以上 54歳以下	近隣のスーパー・量販店	69.3%	近隣以外の店舗	13.7%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	12.3%
55歳以上 64歳以下	近隣のスーパー・量販店	71.8%	近隣以外の店舗	15.5%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	6.6%
65歳以上 74歳以下	近隣のスーパー・量販店	72.0%	近隣以外の店舗	15.6%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	5.5%
75歳以上	近隣のスーパー・量販店	63.6%	近隣以外の店舗	16.9%	近隣の商店街・個人商店	5.8%
世帯主年齢別の買い物の場所(酒類)						
	1位		2位		3位	
34歳以下	近隣のスーパー・量販店	56.1%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	10.6%	近隣のコンビニ	5.8%
35歳以上 44歳以下	近隣のスーパー・量販店	43.0%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	19.9%	近隣以外の店舗	8.3%
45歳以上 54歳以下	近隣のスーパー・量販店	39.8%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	23.9%	近隣以外の店舗	9.6%
55歳以上 64歳以下	近隣のスーパー・量販店	44.9%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	17.5%	近隣以外の店舗	8.7%
65歳以上 74歳以下	近隣のスーパー・量販店	51.3%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	12.0%	近隣以外の店舗	9.2%
75歳以上	近隣のスーパー・量販店	38.0%	近隣以外の店舗	8.6%	近隣の商店街・個人商店	7.0%
世帯主年齢別の買い物の場所(医薬・化粧品)						
	1位		2位		3位	
34歳以下	近隣のスーパー・量販店	49.2%	近隣以外の店舗	18.0%	近隣の商店街・個人商店	14.8%
35歳以上 44歳以下	近隣のスーパー・量販店	51.1%	近隣以外の店舗	21.1%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	12.3%
45歳以上 54歳以下	近隣のスーパー・量販店	51.4%	近隣以外の店舗	21.8%	近隣の商店街・個人商店	10.8%
55歳以上 64歳以下	近隣のスーパー・量販店	43.9%	近隣以外の店舗	23.1%	近隣の商店街・個人商店	18.8%
65歳以上 74歳以下	近隣のスーパー・量販店	40.4%	近隣以外の店舗	21.9%	近隣の商店街・個人商店	21.4%
75歳以上	近隣のスーパー・量販店 近隣の商店街・個人商店	28.7% 28.7%	-	-	近隣以外の店舗	24.3%
世帯主年齢別の買い物の場所(日用品)						
	1位		2位		3位	
34歳以下	近隣のスーパー・量販店	64.4%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	20.2%	近隣以外の店舗	5.9%
35歳以上 44歳以下	近隣のスーパー・量販店	56.6%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	21.9%	近隣以外の店舗	12.8%
45歳以上 54歳以下	近隣のスーパー・量販店	56.2%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	17.7%	近隣以外の店舗	16.8%
55歳以上 64歳以下	近隣のスーパー・量販店	56.5%	近隣以外の店舗	15.4%	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	11.9%
65歳以上 74歳以下	近隣のスーパー・量販店	63.9%	近隣以外の店舗	13.3%	近隣の商店街・個人商店	11.9%
75歳以上	近隣のスーパー・量販店	55.4%	近隣の商店街・個人商店	20.1%	近隣以外の店舗	10.8%

※問9の買い物の場所9項目のうち1位～3位を掲載した。

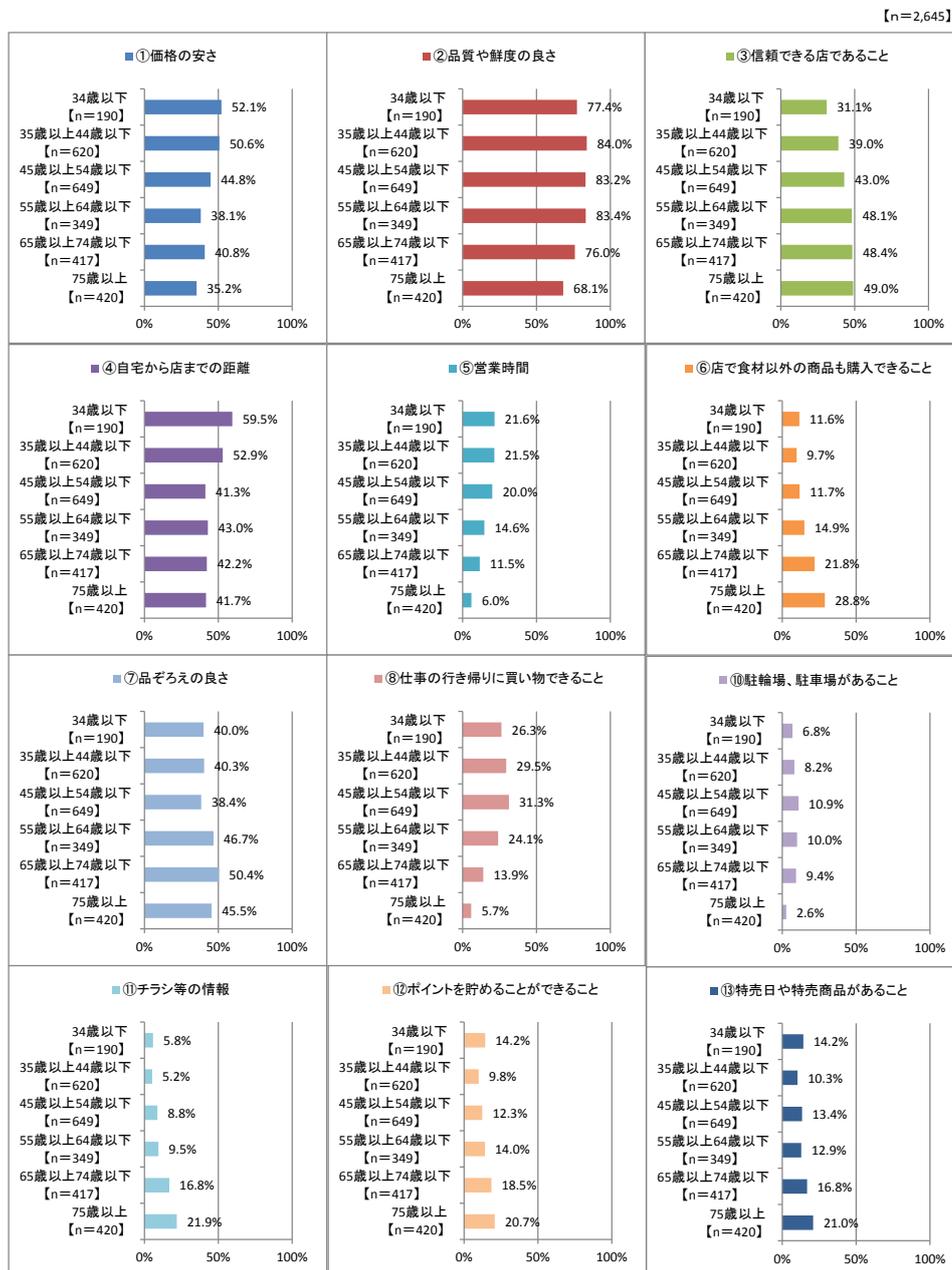
イ 買い物で重視していること

生鮮食品の買い物で重視していることでは、「⑨宅配サービスがあること」「⑭外国語

の表記があること」「⑩その他」を除いて世帯主年齢による差が確認できた(図表 5-1-12)。

「①価格の安さ」「②品質や鮮度の良さ」「④自宅から店までの距離」「⑦品ぞろえの良さ」について、各世帯主年齢のそれぞれ半数近く以上が「重視している」とする。特に「②品質や鮮度の良さ」は、世帯主年齢 35 歳～64 歳の 80%以上が「重視している」とし、割合が高い。

図表 5-1-12 世帯主年齢×生鮮食品の買い物で重視していること(複数回答・抜粋)



世帯主年齢が上がるに連れて「重視している」と答える割合が高まるのは、「③信頼できる店であること」「⑥店で食材以外の商品も購入できること」「⑦品ぞろえの良さ」「⑪チラシ等の情報」「⑫ポイントを貯めることができること」「⑬特売日や特売商品があること」などである。

「①価格の安さ」「④自宅から店までの距離」「⑤営業時間」「⑧仕事の行き帰りに買い

物できること」などは、若い世帯ほど「重視している」と答える割合が高い。「④自宅から店までの距離」「⑤営業時間」「⑧仕事の行き帰りに買い物できること」の高さは、若い世帯には共働きが多く、仕事をしながら家事をすることが関係していると見られる。

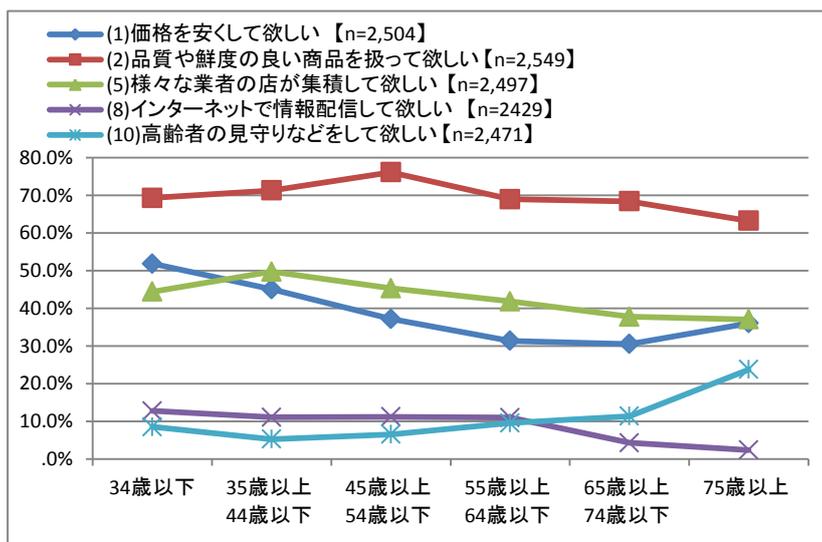
ウ 近隣商店街や店・スーパーについて

近隣の商店街または店・スーパー等への要望の多い項目は、「(1)商品の価格を安くして欲しい」「(2)品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい」「(5)様々な業種の店が集積して欲しい」である(図表 5-1-13)。特に「(2)品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい」は、「とてもそう思う」が6~7割とかなり高い。

世帯主年齢が若いほど、「とてもそう思う」「まあそう思う」が全体的に高い傾向にあるが、特徴のある項目は「(1)商品の価格を安くして欲しい」「(5)様々な業種の店が集積して欲しい」「(8)インターネットで情報配信して欲しい」である。「(1)商品の価格を安くして欲しい」のような価格の安さに関する要望は、先述の生鮮食品の買い物で重視していることにも対応する。また、若い世帯であるほど「(5)様々な業種の店が集積して欲しい」が高くなっているのは、新たに転居してきた若い世帯の多くが居住する近年開発された集合住宅のある地域で、日常的に利用できる店舗が少ないことが関係していると見られる。「(8)インターネットで情報配信をして欲しい」は、世帯主年齢64歳以下までは10%前後で世帯主年齢による差は小さいが、インターネットとのなじみが薄いと見られる世帯主年齢65歳以上の世帯で5%以下に落ち込んでいる。

「(10)高齢者の見守りなどをして欲しい」は、年齢が上がるほど割合が高くなる数少ない項目である。世帯主年齢「75歳以上」では23.8%と突出して高いものの、64歳以下では10%を下回っている。

図表 5-1-13 世帯主年齢×近隣の商店街または店・スーパー等への要望
(「とてもそう思う」の割合・抜粋)



※無回答は集計から除く。

【(1) 価格を安くして欲しい】	$X^2=68.103$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(2) 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい】	$X^2=39.913$	自由度=20	$p=0.005^*$	* $p<0.05$
【(5) 様々な業種の店が集積して欲しい】	$X^2=51.942$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(8) インターネットで情報配信して欲しい】	$X^2=191.648$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(10) 高齢者の見守りなどをして欲しい】	$X^2=174.486$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$

既に確認したように、世帯主年齢が若い方が商店街を利用する機会は少ない傾向にある。一方、商店街の側では、イベントやお祭りを企画して集客力を高めようと努力している。このような商店街側からの働きかけとの関係について見たい。

近隣の商店街のイベントやお祭りへの参加状況は、近隣の商店街の利用状況とは異なっている（Ⅶ資料2【図表 年齢34】参照）。まず、最もイベントやお祭りに参加しているのは、「35歳以上44歳以下」で、「よく参加している」「時々参加している」は、それぞれ12.4%、46.3%と最も高い。「34歳以下」「45歳以上54歳以下」「55歳以上64歳以下」も、「よく参加している」「時々参加している」の合計が50%前後である。「イベントやお祭りの存在は知っているが、行ったことはない」は、「65歳以上74歳以下」「75歳以上」でいずれも40%前後である。近隣の商店街を利用した買い物状況とは対照的に、普段商店街を利用しない世帯がイベントやお祭りには参加していると見られる。

そこで、商店街の利用状況とイベントやお祭りへの参加状況との関係を見たい（図表5-1-14）。世帯主年齢54歳以下の階層では、商店街の利用状況にかかわらず、イベントやお祭りに40～60%が「時々参加する」としている。世帯主年齢54歳以下は、普段の買い物で商店街を利用することは少ないものの、イベントやお祭りには「時々参加する」としている。日常的に商店街を利用する世帯主年齢65歳以上の世帯も40%がイベントやお祭りには参加していない。

図表 5-1-14 近隣商店街の利用状況×世帯主年齢×近隣の商店街のイベントお祭り

		よく参加		時々参加		不参加		合計	
		実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
頻繁に 買い物に 行く	34歳以下	1	10.0%	6	60.0%	3	30.0%	10	100.0%
	35歳以上44歳以下	9	29.0%	14	45.2%	8	25.8%	31	100.0%
	45歳以上54歳以下	5	15.6%	17	53.1%	10	31.3%	32	100.0%
	55歳以上64歳以下	7	20.6%	12	35.3%	15	44.1%	34	100.0%
	65歳以上74歳以下	3	7.1%	21	50.0%	18	42.9%	42	100.0%
	75歳以上	6	13.0%	20	43.5%	20	43.5%	46	100.0%
	合計	31	15.9%	90	46.2%	74	37.9%	195	100.0%
時々 買い物に 行く	34歳以下	4	13.3%	20	66.7%	6	20.0%	30	100.0%
	35歳以上44歳以下	23	21.1%	62	56.9%	24	22.0%	109	100.0%
	45歳以上54歳以下	25	16.8%	67	45.0%	57	38.3%	149	100.0%
	55歳以上64歳以下	4	4.4%	52	57.1%	35	38.5%	91	100.0%
	65歳以上74歳以下	11	9.2%	55	46.2%	53	44.5%	119	100.0%
	75歳以上	9	7.2%	47	37.6%	69	55.2%	125	100.0%
	合計	76	12.2%	303	48.6%	244	39.2%	623	100.0%
ほとんど 買い物に 行かない	34歳以下	2	5.4%	18	48.6%	17	45.9%	37	100.0%
	35歳以上44歳以下	22	17.6%	64	51.2%	39	31.2%	125	100.0%
	45歳以上54歳以下	9	6.8%	58	43.6%	66	49.6%	133	100.0%
	55歳以上64歳以下	-	0.0%	26	42.6%	35	57.4%	61	100.0%
	65歳以上74歳以下	3	4.7%	21	32.8%	40	62.5%	64	100.0%
	75歳以上	2	4.2%	12	25.0%	34	70.8%	48	100.0%
	合計	38	8.1%	199	42.5%	231	49.4%	468	100.0%

※無回答は集計から除く。

【頻繁に買い物に行く】 $\chi^2=10.877$ 自由度=10 $p=0.367$

【時々買い物に行く】 $\chi^2=46.320$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【ほとんど買い物に行かない】 $\chi^2=44.697$ 自由度=10 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

(3) 家族での外食

家族での外食の頻度を見たい。世帯主年齢が下がると外食の頻度は上がり、世帯主年齢が上がると外食の頻度が下がる傾向がある（図表 5-1-15）。

世帯主年齢 54 歳以下までは、「週に 1 回程度」以上と答える世帯が半数以上を占める。若い世帯ほど頻繁に家族での外食をしており、世帯主年齢 34 歳以下では「週に 2 回以上」が 34.7%に達している。

一方、世帯主年齢「75 歳以上」になると、「ほとんどしない・しない」が 35.6%、「数か月に 1 回程度」が 10.6%と、1 か月に 1 度の外食も行わない世帯が半数近くに及んでいる。

図表 5-1-15 世帯主年齢×家族での外食の頻度

	週に 2回以上		週に 1回程度		月に 2~3回程度		月に 1回程度		数か月に 1回程度		ほとんど しない・ しない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	66	34.7%	62	32.6%	36	18.9%	16	8.4%	4	2.1%	6	3.2%	190	100.0%
35歳以上 44歳以下	196	31.0%	199	31.4%	137	21.6%	42	6.6%	21	3.3%	38	6.0%	633	100.0%
45歳以上 54歳以下	162	24.5%	181	27.4%	151	22.9%	79	12.0%	47	7.1%	40	6.1%	660	100.0%
55歳以上 64歳以下	69	19.4%	81	22.8%	87	24.5%	47	13.2%	21	5.9%	50	14.1%	355	100.0%
65歳以上 74歳以下	52	12.4%	74	17.6%	94	22.4%	79	18.8%	45	10.7%	76	18.1%	420	100.0%
75歳以上	35	8.6%	51	12.5%	70	17.2%	63	15.5%	43	10.6%	145	35.6%	407	100.0%
計	580	21.8%	648	24.3%	575	21.6%	326	12.2%	181	6.8%	355	13.3%	2,665	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=449.536$ 自由度=25 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

次に、家族での外食の際に重視する項目を見たい（図表 5-1-16）。

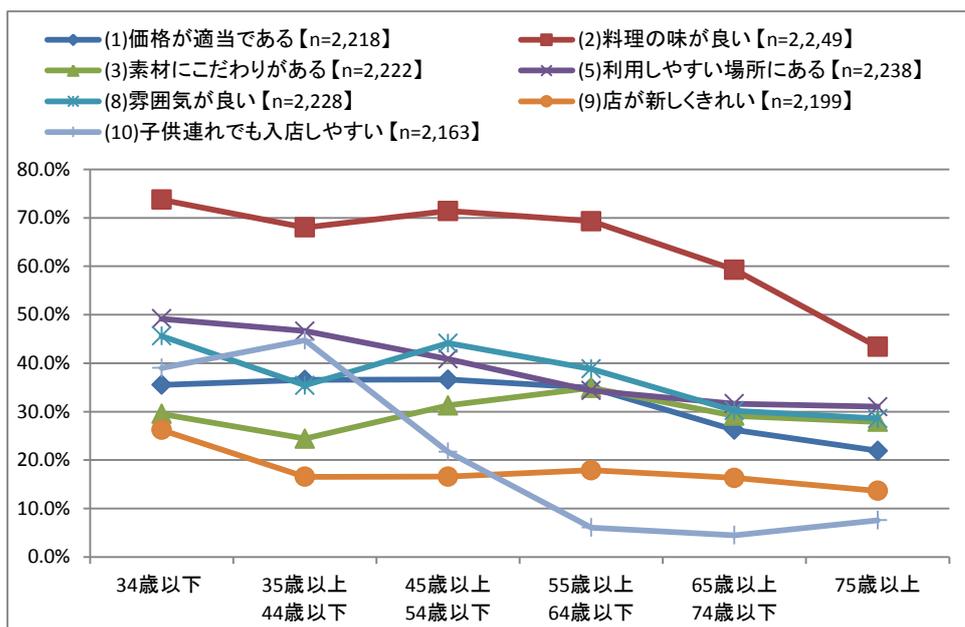
「とてもそう思う」と答える割合の高い項目を見ると、「(1)価格が適当である」「(2)料理の味が良い」「(5)利用しやすい場所にある」「(8) 雰囲気が良い」がある。

「(1)価格が適当である」「(2)料理の味が良い」「(5)利用しやすい場所にある」「(8) 雰囲気が良い」「(9) 店が新しくきれい」「(10)子供連れでも入店しやすい」は、世帯主年齢が低い世帯で「とてもそう思う」と答える割合が高い傾向がある。

「(2)料理の味が良い」は世帯主年齢「34 歳以下」の 73.8%が「とてもそう思う」と答えている。

「(10)子供連れでも入店しやすい」は、子供を世帯員に含む割合が高いと思われる世帯主年齢が 44 歳以下の年齢層で特に高い。世帯主年齢が「34 歳以下」と「35 歳以上 44 歳以下」の「とてもそう思う」は、それぞれ 39.0%、44.7%と他の階層に比べて高くなっているが、世帯主年齢が 55 歳以上になると 10%を下回る。

図表 5-1-16 世帯主年齢×家族での外食の際に重視していること
 (「とてもそう思う」の割合・抜粋)



※無回答は集計から除く。

【(1) 価格が適当である】	$X^2=64.131$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(2) 料理の味が良い】	$X^2=117.155$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(3) 素材にこだわりがある】	$X^2=46.536$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(5) 利用しやすい場所にあること】	$X^2=59.459$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(8) 雰囲気が良い】	$X^2=63.797$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(9) 店が新しくきれい】	$X^2=56.945$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$
【(10) 子供連れでも入店しやすい】	$X^2=404.928$	自由度=20	$p=0.000^*$	* $p<0.05$

(4) インターネットを利用した買い物

インターネットを利用した買い物の状況について見たい (図表 5-1-17)。

インターネットを利用した買い物を1か月に1回以上行う世帯は、世帯主年齢 54 歳以下では、8 割を超える。一方、世帯主年齢「75 歳以上」になると、1か月に1回以上行う世帯は 10.7%と 70 ポイントほど下がり、「インターネットを利用していない」「インターネットを利用した買い物をしない」の合計も 70%弱で、大部分の世帯がそもそもインターネットで買い物をしていない。

図表 5-1-17 世帯主年齢×最近1年間のインターネットを利用した買い物の頻度

	週に2回以上		週に1回程度		月に2~3回程度		月に1回程度		数か月に1回程度		ほとんど利用しない		買い物には利用していない		利用していない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	29	15.2%	46	24.1%	56	29.3%	39	20.4%	8	4.2%	7	3.7%	5	2.6%	1	0.5%	191	100.0%
35歳以上 44歳以下	102	16.1%	159	25.2%	179	28.3%	111	17.6%	47	7.4%	18	2.8%	11	1.7%	5	0.8%	632	100.0%
45歳以上 54歳以下	81	12.3%	155	23.4%	177	26.8%	116	17.5%	73	11.0%	22	3.3%	22	3.3%	15	2.3%	661	100.0%
55歳以上 64歳以下	28	7.9%	41	11.5%	91	25.6%	60	16.9%	53	14.9%	23	6.5%	31	8.7%	28	7.9%	355	100.0%
65歳以上 74歳以下	13	3.2%	20	4.9%	46	11.2%	45	11.0%	71	17.3%	42	10.2%	76	18.5%	97	23.7%	410	100.0%
75歳以上	3	0.8%	5	1.4%	11	3.0%	20	5.5%	27	7.4%	47	12.9%	70	19.2%	182	49.9%	365	100.0%
合計	256	9.8%	426	16.3%	560	21.4%	391	15.0%	279	10.7%	159	6.1%	215	8.2%	328	12.5%	2,614	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=1242.117$ 自由度=35 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

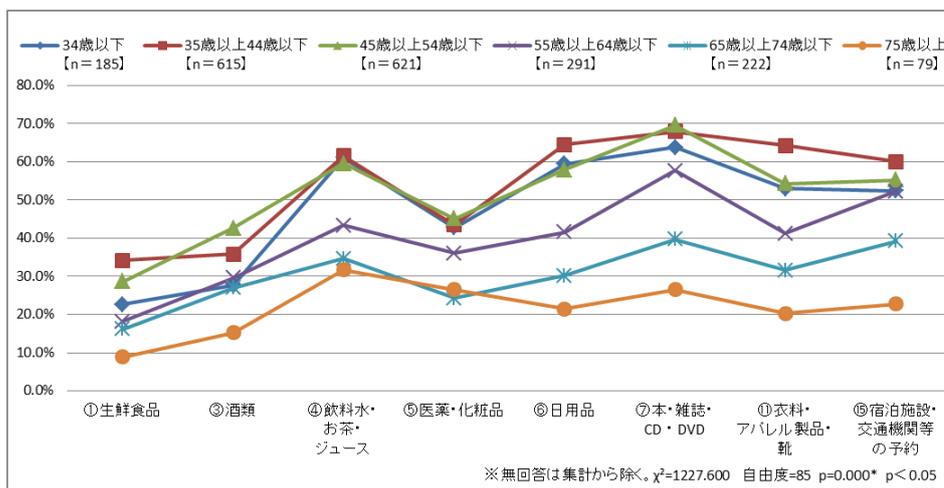
インターネットを利用した買い物をすると回答した世帯を対象として、最近1年間にインターネットで購入した商品について質問したところ、全ての商品で世帯主年齢による差が見られた(図表5-1-18)。

商品別では、「④飲料水・お茶・ジュース」「⑦本・雑誌・CD・DVD」「⑮宿泊施設・交通機関の予約」「⑥日用品」「⑪衣料・アパレル製品・靴」などが多い。これらの商品の一部は、年齢によって購入すると答える割合に30~40ポイントの差が存在する。

「④飲料水・お茶・ジュース」「⑦本・雑誌・CD・DVD」「⑥日用品」「⑮宿泊施設・交通機関の予約」「⑪衣料・アパレル製品・靴」を購入する世帯主年齢54歳以下の世帯は50%~70%である。これに対して、世帯主年齢「75歳以上」でこれらの商品を購入する世帯は20%~30%に過ぎず、商品によっては50ポイント近い差が生じている。

「①生鮮食品」「③酒類」「⑤医薬・化粧品」は、世帯主年齢54歳以下の世帯でもインターネットの利用率は50%に満たない。この結果、世帯主年齢による差は小さくなっており、最も利用する割合の低い世帯主年齢「75歳以上」との差も30ポイント以下となっている。

図表5-1-18 世帯主年齢×最近1年間にインターネットで購入したもの(複数回答・抜粋)



数年後のインターネットを利用した買い物の購入額について、「大幅に増える」及び「やや増える」と回答した割合は、世帯主年齢が高くなるほど低下するが、「65歳以上74歳以下」の世帯でも4割近くに上っている(図表5-1-19)。数年後には、高齢者世帯も含めたほとんどの世帯でインターネットを利用した買い物が増加していることを示している。

図表5-1-19 世帯主年齢×数年後のインターネットを利用した買い物の購入額

	大幅に増える		やや増える		変わらない		やや減る		大幅に減る		わからない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	56	29.2%	88	45.8%	42	21.9%	2	1.0%	0	0.0%	4	2.1%	192	100.0%
35歳以上44歳以下	128	20.3%	315	49.9%	165	26.1%	5	.8%	1	.2%	17	2.7%	631	100.0%
45歳以上54歳以下	133	20.1%	311	47.0%	189	28.5%	1	.2%	4	.6%	24	3.6%	662	100.0%
55歳以上64歳以下	62	17.4%	158	44.4%	95	26.7%	4	1.1%	2	.6%	35	9.8%	356	100.0%
65歳以上74歳以下	27	6.7%	130	32.0%	128	31.5%	9	2.2%	9	2.2%	103	25.4%	406	100.0%
75歳以上	15	4.3%	40	11.5%	88	25.4%	4	1.2%	5	1.4%	195	56.2%	347	100.0%
合計	421	16.2%	1,042	40.2%	707	27.3%	25	1.0%	21	.8%	378	14.6%	2,594	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=810.372 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

2 世帯年収による分析

調査票の問 21 の世帯の年間収入（「300 万円未満」「300 万円以上 600 万円未満」「600 万円以上 1,000 万円未満」「1,000 万円以上 3,000 万円未満」「3,000 万円以上」の 5 区分）を利用したクロス集計結果の中から特徴的なものを取り上げたい。

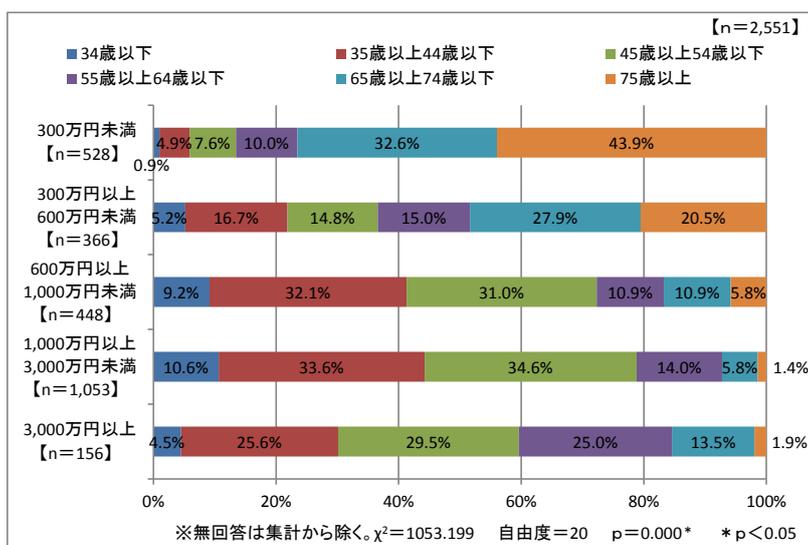
(1) 概要

ア 世帯構成

はじめに、世帯年収と世帯主年齢との関係を確認したい（図表 5-2-1）。

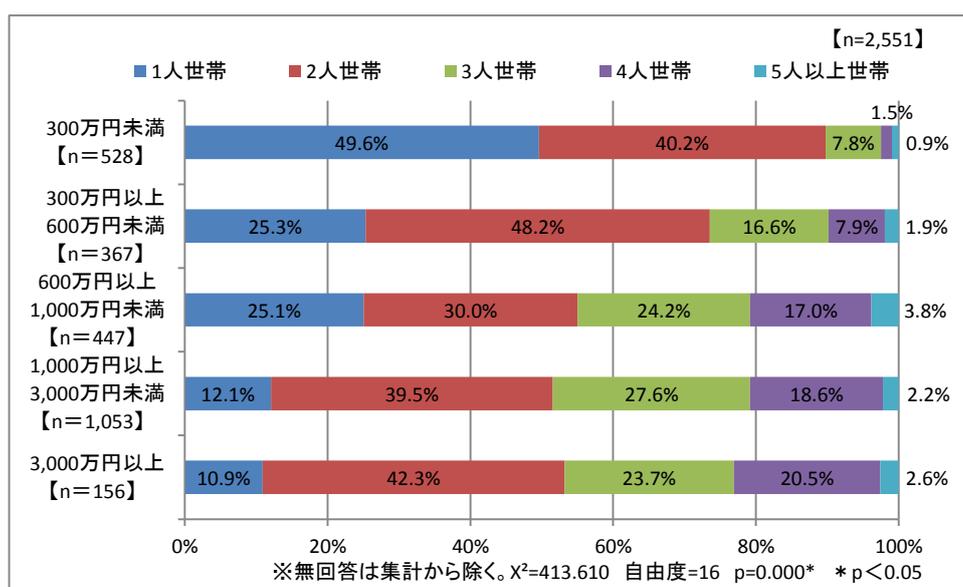
世帯年収は 600 万円を境に、世帯年収と世帯主年齢との関係が大きく変化する。600 万円未満では世帯主年齢 65 歳以上の世帯の割合が高いが、600 万円以上になると世帯主年齢 35 歳～54 歳が 60%前後を占める。「600 万円以上 1,000 万円未満」では世帯主年齢「35 歳以上 44 歳以下」32.1%、「45 歳以上 54 歳以下」31.0%、「1,000 万円以上 3,000 万円未満」では世帯主年齢「35 歳以上 44 歳以下」33.6%、「45 歳以上 54 歳以下」34.6%、「3,000 万円以上」では世帯主年齢「35 歳以上 44 歳以下」25.6%、「45 歳以上 54 歳以下」29.5%、「55 歳以上 64 歳以下」25.0%である。一方、600 万円未満の世帯で世帯主年齢 65 歳以上の割合は「300 万円未満」76.5%、「300 万円以上 600 万円未満」48.4%である。

図表 5-2-1 世帯年収×世帯主年齢



次に、世帯人員との関係をみたい（図表 5-2-2）。世帯人員は、世帯年収が上がるに連れて増加する傾向がある。「V 1 世帯主年齢による分析」で見たように「1人世帯」の多くは年金で生活する高齢者であり、「300 万円未満」の約半数が「1人世帯」となっている。世帯年収が上昇するに連れて「1人世帯」の数は減少し、3人以上の世帯が増加する。600 万円以上の世帯では3人以上の世帯が4割を超える。

図表 5-2-2 世帯年収×世帯人員数



世帯年収の増加に伴う世帯員数の増加は、18歳以下の世帯員(≒子供)の増加によるものと考えられる。そこで、3人以上の世帯に「18歳以下」の世帯員が含まれる割合について見たい。

「18歳以下」の世帯員を含む世帯の割合(図表 5-2-3)は、世帯年収の増加とともに増加する傾向にある。3人以上の世帯が多い600万円以上の世帯を見ると、「3人世帯」では「600万円以上1,000万円未満」73.1%、「1,000万円以上3,000万円未満」76.6%、「3,000万円以上」62.2%、「4人世帯」では「600万円以上1,000万円未満」92.0%、「1,000万円以上3,000万円未満」90.8%、「3,000万円以上」81.3%、「5人以上世帯」では「600万円以上1,000万円未満」82.4%、「1,000万円以上3,000万円未満」95.7%、「3,000万円以上」100.0%である。

一方、「75歳以上」を含む世帯は、世帯年収の増加とともに減少する。600万円以上の世帯ではいずれも「75歳以上」を世帯員に含む割合が10%を下回る(VII資料2【図表 年収3】参照)。

図表 5-2-3 世帯人員数×世帯年収×18歳以下の世帯員がいる世帯

		いる		いない		合計	
		実数	%	実数	%	実数	%
3人	300万円未満	12	29.3%	29	70.7%	41	100.0%
	300万円以上 600万円未満	20	32.8%	41	67.2%	61	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	79	73.1%	29	26.9%	108	100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	223	76.6%	68	23.4%	291	100.0%
	3,000万円以上	23	62.2%	14	37.8%	37	100.0%
	合計	357	66.4%	181	33.6%	538	100.0%
	4人	300万円未満	5	62.5%	3	37.5%	8
300万円以上 600万円未満		21	72.4%	8	27.6%	29	100.0%
600万円以上 1,000万円未満		69	92.0%	6	8.0%	75	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満		178	90.8%	18	9.2%	196	100.0%
3,000万円以上		26	81.3%	6	18.8%	32	100.0%
合計		299	87.9%	41	12.1%	340	100.0%
5人以上		300万円未満	5	100.0%	0	0.0%	5
	300万円以上 600万円未満	6	85.7%	1	14.3%	7	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	14	82.4%	3	17.6%	17	100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	22	95.7%	1	4.3%	23	100.0%
	3,000万円以上	4	100.0%	0	0.0%	4	100.0%
	合計	51	91.1%	5	8.9%	56	100.0%

※無回答は集計から除く。

【3人世帯】 $\chi^2=72.341$ 自由度=4 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

【4人世帯】 $\chi^2=15.520$ 自由度=4 $p=0.004^*$ * $p<0.05$

【5人以上世帯】 $\chi^2=3.312$ 自由度=4 $p=0.507$

イ 収入

1,000万円未満までは、「1人の収入」が50%~70%と最も高い(図表5-2-4)。世帯年収が上がるに連れて「2人(夫婦、パートナー)の収入」の割合が上がる傾向がある。「1,000万円以上3,000万円」では「2人(夫婦、パートナー)の収入」の割合が最も高くなっており、54.2%で半数を超える。ところが、「3,000万円以上」になると、再度「1人の収入」が「2人(夫婦、パートナー)の収入」を上回り、「1人の収入」44.5%、「2人(夫婦、パートナー)の収入」43.9%となる。「3,000万円以上」では僅かに減少するものの、世帯年収が高い世帯には、夫婦共働きの世帯も多くなると見られる。

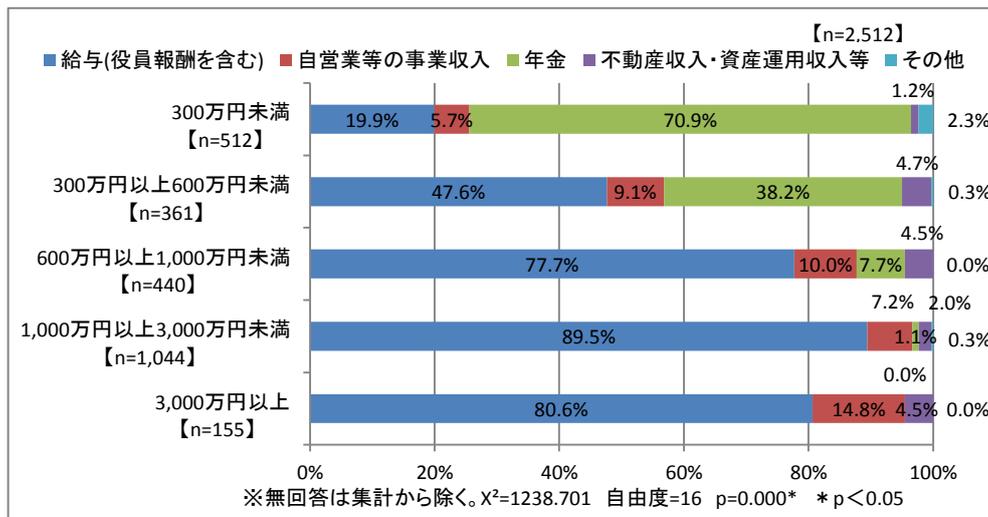
図表 5-2-4 世帯年収×世帯で収入がある人数

	1人の収入		2人(夫婦、パートナー)の収入		2人(親子)の収入		3人以上の収入		その他		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	349	70.2%	96	19.3%	31	6.2%	4	0.8%	17	3.4%	497	100.0%
300万円以上 600万円未満	184	51.5%	126	35.3%	30	8.4%	16	4.5%	1	0.3%	357	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	246	56.2%	155	35.4%	22	5.0%	13	3.0%	2	0.5%	438	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	431	41.1%	568	54.2%	23	2.2%	24	2.3%	2	0.2%	1,048	100.0%
3,000万円以上	69	44.5%	68	43.9%	9	5.8%	9	5.8%	0	0.0%	155	100.0%
合計	1,279	51.3%	1,013	40.6%	115	4.6%	66	2.6%	22	0.9%	2,495	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=259.372$ 自由度=16 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

「300万円未満」の70.9%は、「年金」が主な収入である(図表 5-2-5)。「300万円以上600万円未満」では「年金」が38.2%に下がり、「給与(役員報酬を含む)」が47.6%に上がる。「600万円以上1,000万円未満」「1,000万円以上3,000万円未満」「3,000万円以上」では、「給与(役員報酬を含む)」が70%~80%を占めている。一方、「3,000万円以上」では「自営業等の事業収入」が14.8%と他と比べて高い。

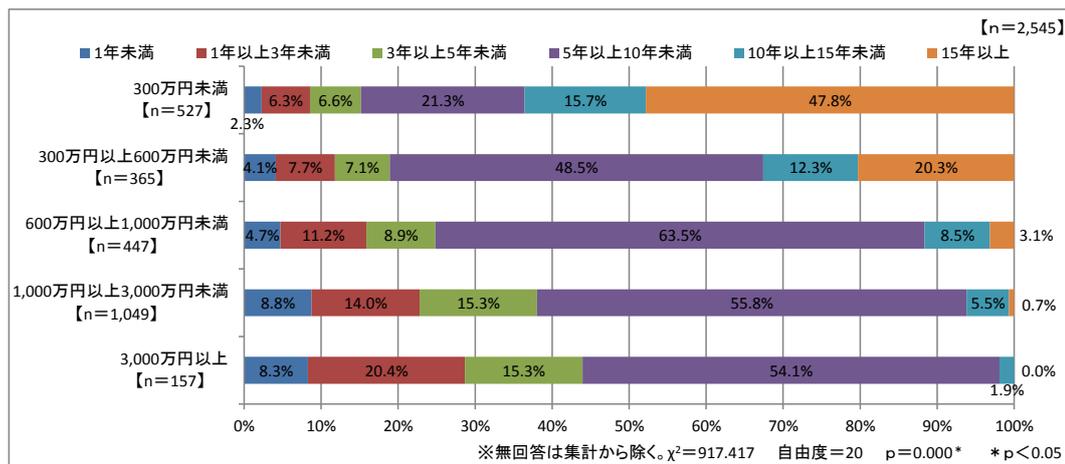
図表 5-2-5 世帯年収×世帯の主な収入の種類



ウ 居住の状況

まず、居住年数を見たい(図表 5-2-6)。「300万円未満」は、居住年数「15年以上」が47.8%である。一方、300万円以上になると居住年数「5年以上10年未満」が5割弱から6割を占める。さらに、「3,000万円以上」では、40%以上が5年未満である。近年、転入した世帯の多くが高収入世帯であり、その傾向は強まりつつあることがわかる。

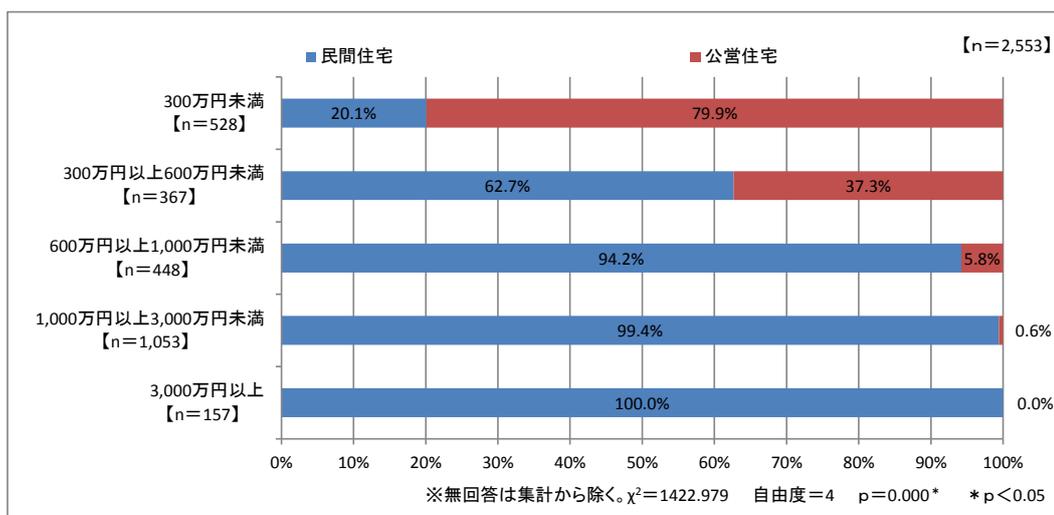
図表 5-2-6 世帯年収×居住年数



世帯年収の高い世帯の多くは「民間住宅」に居住する（図表 5-2-7）。600 万円以上の世帯では、90%以上が「民間住宅」の居住者である。

一方、「300 万円未満」の 79.9%は「公営住宅」に居住する。「300 万円以上 600 万円未満」では 37.3%となり、それよりも世帯年収が高い階層では 10%を下回る。

図表 5-2-7 世帯年収×居住する集合住宅の民間住宅・公営住宅の割合



エ 店舗の状況

近隣の店舗の状況では 50%前後が「近隣に商店街がある」と答える（図表 5-2-8）。商店街の現状に対する評価について、「V 1 世帯主の年齢による分析」で行った世帯主年齢別の差に比べて、世帯年収による差は小さい。収入が高い世帯では「商店があるかどうか分からない」は高い傾向にあり、600 万円以上の世帯では「300 万円未満」の 3.7%に比べて 2 倍以上になっている。

「近隣に商店街がある」と回答した世帯に商店街の状況を聞いたところ、「活気がある」と回答した割合と「活気がない」と回答した割合は、ともに 30%前後であった（図表 5-2-9）。

図表 5-2-8 世帯年収×近隣商店街の存在

	近隣に商店街がある		近隣に商店街があるかどうか分からない		近隣に商店街はない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	273	56.2%	18	3.7%	195	40.1%	486	100.0%
300万円以上 600万円未満	178	52.5%	14	4.1%	147	43.4%	339	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	197	46.2%	39	9.2%	190	44.6%	426	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	508	50.7%	89	8.9%	404	40.4%	1,001	100.0%
3,000万円以上	86	57.7%	11	7.4%	52	34.9%	149	100.0%
合計	1,242	51.7%	171	7.1%	988	41.1%	2,401	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=28.039$ 自由度=8 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表 5-2-9 世帯年収×近隣商店街の状況認識

	活気がある		活気がない		活気があるかどうか分からない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	91	35.3%	89	34.5%	78	30.2%	258	100.0%
300万円以上 600万円未満	51	30.0%	66	38.8%	53	31.2%	170	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	63	32.8%	55	28.6%	74	38.5%	192	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	181	36.6%	141	28.5%	173	34.9%	495	100.0%
3,000万円以上	29	33.7%	21	24.4%	36	41.9%	86	100.0%
合計	415	34.6%	372	31.0%	414	34.5%	1,201	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=12.956$ 自由度=8 $p=0.113$

「近隣に商店街がある」と回答した世帯に商店街の利用状況を聞いたところ、「頻繁に買い物に行く」は、1,000万円未満が10%台半ば、「1,000万円以上3,000万円未満」が13.3%、「3,000万円以上」が9.6%で10%を下回る（図表 5-2-10）。一方、「ときどき買い物に行く」は、世帯年収による差は小さく、いずれも50%前後である。

図表 5-2-10 世帯年収×近隣商店街の利用状況

	頻繁に買い物に行く		ときどき買い物に行く		ほとんど買い物に行かない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	51	19.5%	140	53.4%	71	27.1%	262	100.0%
300万円以上 600万円未満	29	16.9%	76	44.2%	67	39.0%	172	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	32	16.6%	91	47.2%	70	36.3%	193	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	66	13.3%	229	46.1%	202	40.6%	497	100.0%
3,000万円以上	8	9.6%	42	50.6%	33	39.8%	83	100.0%
合計	186	15.4%	578	47.9%	443	36.7%	1,207	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=18.272$ 自由度=8 $p=0.019^*$ * $p<0.05$

(2) 生鮮食品を中心とした買い物行動

ア 買い物の場所

全ての商品において、各世帯は「近隣のスーパー・量販店」を普段の買い物の場所に行っている（図表 5-2-11）。とりわけ、「野菜」「肉類・鮮魚」などの生鮮食品は、「近隣のスーパー・量販店」の利用率が 60%～70%と高い。また、「野菜」「肉類・鮮魚」「医薬・化粧品」では、世帯年収の高い世帯ほど「近隣のスーパー・量販店」を利用する割合が高い。「野菜」「医薬・化粧品」では、「3,000 万円以上」と「300 万円未満」で 10 ポイント以上の差が存在する。

図表 5-2-11 世帯年収×主な購入先

世帯年収別の買い物の場所(野菜)						
	1位		2位		3位	
300万円未満	近隣のスーパー・量販店	59.6%	移動販売車	10.1%	近隣以外の店舗	8.9%
300万円以上 600万円未満	近隣のスーパー・量販店	65.1%	近隣以外の店舗	10.1%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	9.9%
600万円以上 1,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	68.0%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	14.6%	近隣以外の店舗	11.6%
1,000万円以上 3,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	71.1%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	14.4%	近隣以外の店舗	8.7%
3,000万円以上	近隣のスーパー・量販店	75.5%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	13.2%	近隣以外の店舗	7.3%
世帯年収別の買い物の場所(肉類・鮮魚)						
	1位		2位		3位	
300万円未満	近隣のスーパー・量販店	63.7%	近隣以外の店舗	16.3%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	7.3%
300万円以上 600万円未満	近隣のスーパー・量販店	69.2%	近隣以外の店舗	15.8%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	8.8%
600万円以上 1,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	70.2%	近隣以外の店舗	14.9%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	11.2%
1,000万円以上 3,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	72.8%	近隣以外の店舗	11.8%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	10.4%
3,000万円以上	近隣のスーパー・量販店	72.2%	近隣以外の店舗	11.9%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	9.3%
世帯年収別の買い物の場所(酒類)						
	1位		2位		3位	
300万円未満	近隣のスーパー・量販店	40.5%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	8.8%	近隣のコンビニ 近隣以外の店舗	6.5% 6.5%
300万円以上 600万円未満	近隣のスーパー・量販店	42.0%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	13.9%	近隣以外の店舗	10.1%
600万円以上 1,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	49.8%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	16.5%	近隣以外の店舗	7.8%
1,000万円以上 3,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	44.2%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	21.3%	近隣以外の店舗	9.1%
3,000万円以上	近隣のスーパー・量販店	41.3%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	23.3%	近隣以外の店舗	12.0%
世帯年収別の買い物の場所(医薬・化粧品)						
	1位		2位		3位	
300万円未満	近隣のスーパー・量販店	35.6%	近隣以外の店舗 近隣の商店街・個人商店	22.5% 22.5%	-	-
300万円以上 600万円未満	近隣のスーパー・量販店	44.9%	近隣以外の店舗	23.5%	近隣の商店街・個人商店	17.4%
600万円以上 1,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	47.7%	近隣以外の店舗	23.9%	近隣の商店街・個人商店	13.6%
1,000万円以上 3,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	49.8%	近隣以外の店舗	20.5%	近隣の商店街・個人商店	13.5%
3,000万円以上	近隣のスーパー・量販店	45.7%	近隣以外の店舗	25.8%	近隣の商店街・個人商店	12.6%
世帯年収別の買い物の場所(日用品)						
	1位		2位		3位	
300万円未満	近隣のスーパー・量販店	55.6%	近隣の商店街・個人商店	17.2%	近隣以外の店舗	5.9%
300万円以上 600万円未満	近隣のスーパー・量販店	63.0%	近隣以外の店舗	13.2%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	11.2%
600万円以上 1,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	63.0%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	14.2%	近隣以外の店舗	12.6%
1,000万円以上 3,000万円未満	近隣のスーパー・量販店	56.4%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	17.6%	近隣以外の店舗	15.5%
3,000万円以上	近隣のスーパー・量販店	58.0%	近隣の商店街・個人商店以外の 宅配サービスネット通販	20.7%	近隣以外の店舗	9.3%

一方、それ以外によく用いられるのが、「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」と「近隣以外の店舗」である。「野菜」「酒類」「日用品」では世帯の収入が多いほど、「近隣のスーパー・量販店」に次いで「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」を利用する割合が高い。「1,000万円以上3,000万円未満」は「酒類」、「3,000万円以上」は「酒類」「日用品」で、その利用が20%を超えている。

これに対し、「近隣以外の店舗」は「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販」と同様に「近隣のスーパー・量販店」に次いで用いられているものの、世帯年収が上がるに連れて利用率が上がるわけではない。「野菜」「肉類・鮮魚」「日用品」では世帯年収が増加するとその利用は減少している。例外的に「医薬・化粧品」では差が小さい。高級化粧品を扱うデパートや直営店と、廉価品を扱うドラッグストアの双方が「近隣以外の店舗」に含まれているためではないかと考えられる。

「近隣の商店街・個人商店」については、「医薬・化粧品」を除いて、日常的な買い物にはほとんど用いられていない。比較的利用しているのは「300万円未満」だけであり、22.5%が「医薬・化粧品」を、17.2%「日用品」を「近隣の商店街・個人商店」で購入する。

最後に、「移動販売車」は「300万円未満」で「野菜」の購入に10.1%が用いられている。世帯主年齢別で確認したように、「移動販売車」を利用する割合は、世帯主年齢「75歳以上」で高い。「移動販売車」は、「近隣の商店街・個人商店」とともに、高齢の年金生活者の世帯が主として利用していると考えられる。

イ 買い物の時間

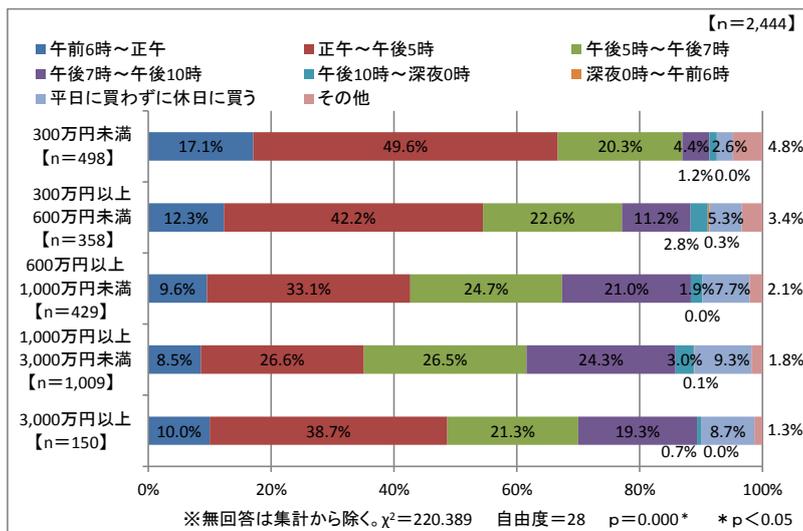
生鮮食品の買い物の時間帯には、世帯年収による差が見られる（図表 5-2-12）。

「正午～午後5時」は世帯年収が上がるほど減少し、「300万円未満」49.6%と「1,000万円以上3,000万円未満」26.6%との間で20ポイント以上の差が開いている。

一方、「3,000万円以上」になると「正午～午後5時」が38.7%に上昇する。「2人（夫婦、パートナー）の収入」（＝共働き）は、「1,000万円以上3,000万円未満」の方が「3,000万円以上」よりも10ポイントほど高い（図表 5-2-4 参照）。「正午～午後5時」に買い物に行くことができる専業主婦等の存在の有無が、買い物時間帯の差に表れていると考えられる。

世帯年収の多い世帯に共働きが多いことと連動するように、「午後7時～午後10時」に買い物をすると答える世帯は、世帯年収が上がるほど増加する。「300万円未満」では4.4%、600万円以上では20%前後となり、「1,000万円以上3,000万円未満」では24.3%に達している。

図表 5-2-12 世帯年収×平日の生鮮食品の買い物をする時間



ウ 買い物で重視していること

買物で重視していることについては、「②品質や鮮度の良さ」で「重視している」の割合が高く、300万円以上の世帯では約8割が「重視している」と回答している（図表5-2-13）。

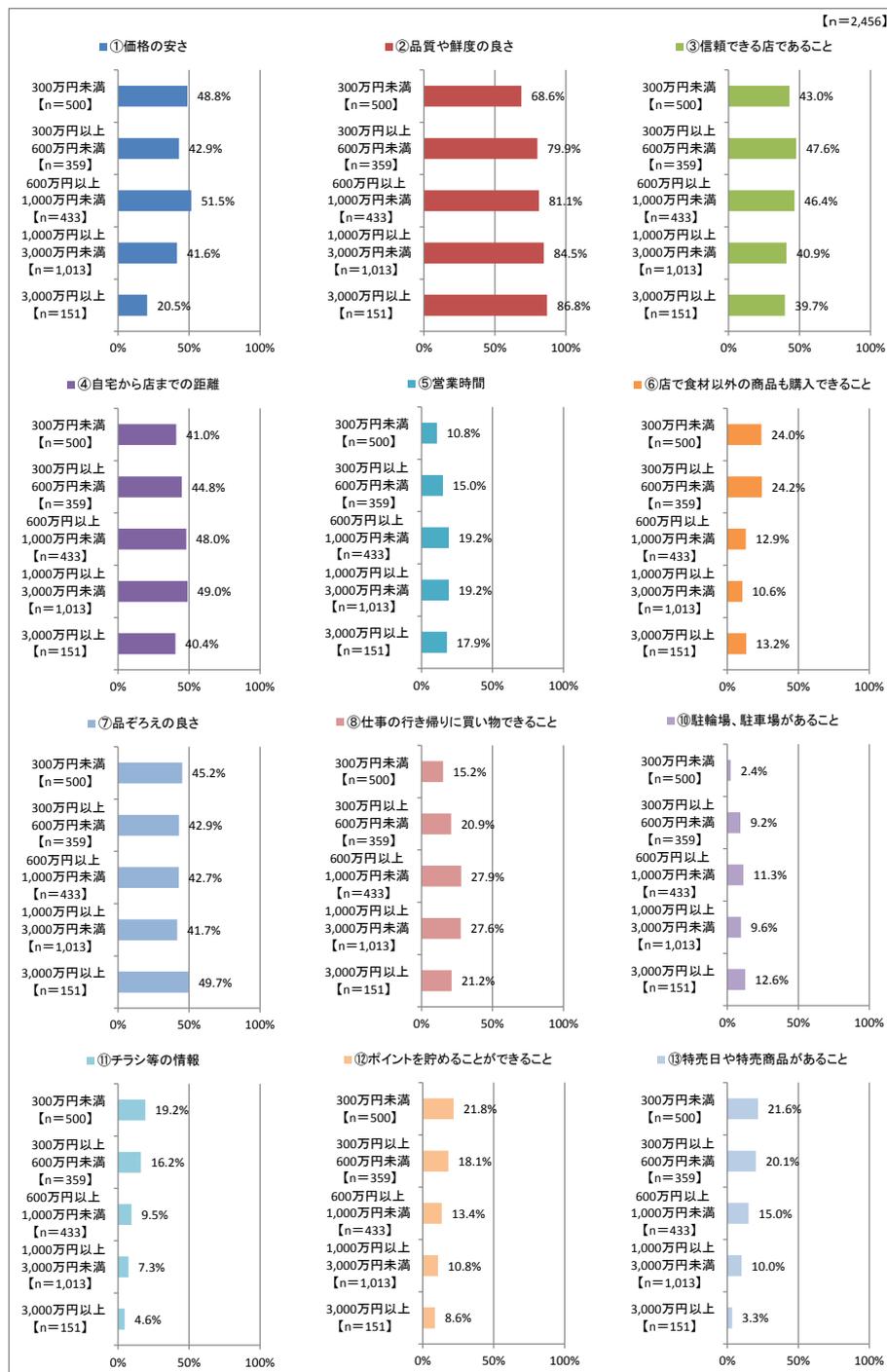
「③信頼できる店であること」「⑦品ぞろえの良さ」「⑨宅配サービスがあること」では世帯年収による差が小さい。

世帯年収による差が極端に大きい項目として「①価格の安さ」がある。「①価格の安さ」は「3,000万円以上」を除くと40%～50%が重視しているが、「3,000万円以上」では半減して20.5%となる。

世帯年収が増えるほど高まる項目と、下がる項目がある。高まる項目は「②品質や鮮度の良さ」「⑧仕事の行き帰りに買い物できること」「⑩駐輪場、駐車場があること」である。高収入であるほど「2人（夫婦、パートナー）の収入」（＝共働き）の割合が高くなる傾向があるため、仕事と家庭の両立を可能にするような「⑧仕事の行き帰りに買い物できること」を重視する割合も高くなると見られる。また、高収入であるほど、価格よりも質を重視する傾向も見られる。例えば、「3,000万円以上」は「①価格の安さ」を重視すると答える割合が20.5%に過ぎないが、「②品質や鮮度の良さ」は86.8%が重視すると答えている。

一方、世帯年収が上がるほど重視する割合が下がる項目は、「⑥店で食材以外の品物も購入できること」「⑪チラシ等の情報」「⑫ポイントを貯めることができること」「⑬特売日や特売商品があること」である。これらは、いかに節約して買い物をするかにかかわる項目であるため、世帯年収が少ない世帯ほど重視することにつながっているものと思われる。

図表 5-2-13 世帯年収×生鮮食品の買い物で重視していること（複数回答・抜粋）



エ 近隣商店街や店・スーパーについて

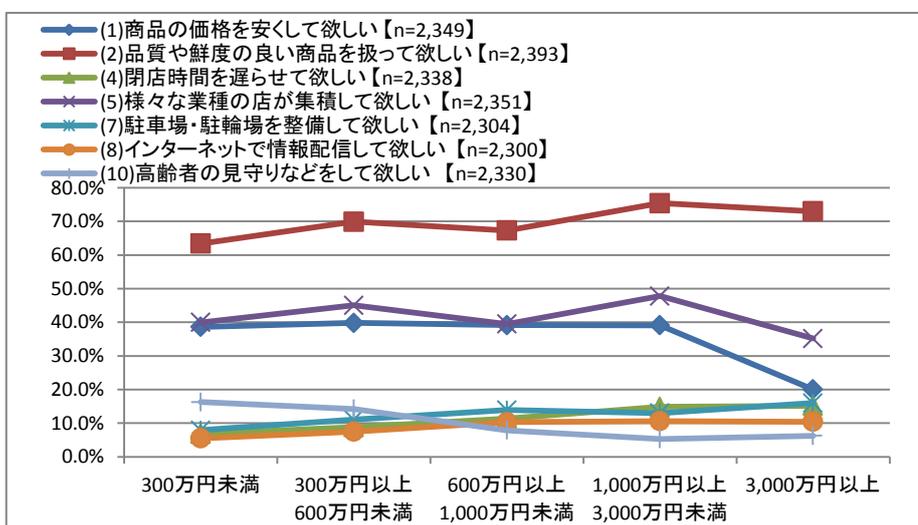
「近隣の商店街や店・スーパー等」に対する要望（図表 5-2-14）で、「とてもそう思う」が多いのは、「(1)商品の価格を安くしてほしい」「(2)品質や鮮度の良い商品を扱ってほしい」「(5)様々な業種の店が集積してほしい」などである。この中で「(2)品質や鮮度の良い商品を扱ってほしい」とする要望が各階層で60%を超えている。

世帯年収別に要望を見ると「(2)品質や鮮度の良い商品を扱ってほしい」「(4)閉店時間

を遅らせて欲しい」「(7)駐輪場、駐車場を整備して欲しい」「(8)インターネットで情報配信して欲しい」などは世帯年収が上昇すると要望が高まる傾向にある。閉店時間の問題や駐輪場・駐車場の整備は、先述の生鮮食品の買い物で重視する(図表 5-2-13 参照)とした「⑧仕事の行き帰りに買い物できること」や「⑩駐輪場・駐車場があること」に対応している。

一方、世帯年収が下がるほど要望が高まるのは「(1)商品の価格を安くして欲しい」「(10)高齢者の見守りを増やして欲しい」である。「(1)商品の価格を安くして欲しい」は「3,000万円以上」を除く階層では4割前後だが、「3,000万円以上」では20ポイントほど落ち込んで20.0%となっている。「(10)高齢者の見守りをして欲しい」が600万円未満に多いのは、この収入階層に世帯主年齢65歳以上の年金生活者が含まれるためだと考えられる。

図表 5-2-14 世帯年収×近隣の商店街または店・スーパー等への要望
 (「とてもそう思う」の割合・抜粋)



※無回答は集計から除く。

【(1)商品の価格を安くして欲しい】	$\chi^2=52.133$	自由度=16	$p=0.000 *$	* $p < 0.05$
【(2)品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい】	$\chi^2=40.133$	自由度=16	$p=0.001 *$	* $p < 0.05$
【(4)閉店時間を遅らせて欲しい】	$\chi^2=61.132$	自由度=16	$p=0.000 *$	* $p < 0.05$
【(5)様々な業種の店が集積して欲しい】	$\chi^2=38.466$	自由度=16	$p=0.001 *$	* $p < 0.05$
【(7)駐輪場・駐輪場を整備して欲しい】	$\chi^2=49.061$	自由度=16	$p=0.000 *$	* $p < 0.05$
【(8)インターネットで情報配信して欲しい】	$\chi^2=85.257$	自由度=16	$p=0.000 *$	* $p < 0.05$
【(10)高齢者の見守りなどをして欲しい】	$\chi^2=117.514$	自由度=16	$p=0.000 *$	* $p < 0.05$

次に、近隣の商店街のイベントやお祭りへの参加状況を見たい(図表 5-2-15)。

300万円～3,000万円未満で「よく行っている」9%前後、「時々行っている」40%台前半、合わせて約半数がイベントやお祭りに参加している。「3,000万円以上」では「よく行っている」7.1%、「時々行っている」35.3%とやや減少する。「3,000万円以上」は「イベントやお祭りが行われているかどうか分からない」が25.6%であり、イベントやお祭りが行われているかどうかを知らない世帯が他の収入階層に比べて7～10ポイントほど高い。また、商店街を最も利用している「300万円未満」がイベントやお祭りにあまり参加していないこともわかる。「300万円未満」は「知っているが行ったことはない」が

40.6%と高く、イベントやお祭りの存在を知りながらそれらに参加していない。

図表 5-2-15 世帯年収×近隣商店街のイベントやお祭り

	よく 行っている		時々 行っている		知っているが 行った ことはない		行われていな い		行われて いるかどうか 分からない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	22	4.3%	177	34.8%	206	40.6%	17	3.3%	86	16.9%	508	100.0%
300万円以上 600万円未満	29	8.1%	149	41.9%	116	32.6%	6	1.7%	56	15.7%	356	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	37	8.4%	197	44.6%	118	26.7%	6	1.4%	84	19.0%	442	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	96	9.3%	443	42.7%	316	30.5%	12	1.2%	170	16.4%	1,037	100.0%
3,000万円以上	11	7.1%	55	35.3%	46	29.5%	4	2.6%	40	25.6%	156	100.0%
合計	195	7.8%	1,021	40.9%	802	32.1%	45	1.8%	436	17.4%	2,499	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=53.800$ 自由度=16 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

(3) 家族での外食

家族での外食の回数には、世帯年収により大きな差が存在する（図表 5-2-16）。「週に 2 回以上」の外食をする世帯は「300 万円未満」では 8.0%に過ぎない。世帯年収の増加に連れて頻度も上がり、「3,000 万円以上」では「週に 2 回以上」が 41.7%を占める。「3,000 万円以上」の世帯では、かなり頻繁に家族での外食を行っている実態が明らかになった。

図表 5-2-16 世帯年収×家族での外食頻度

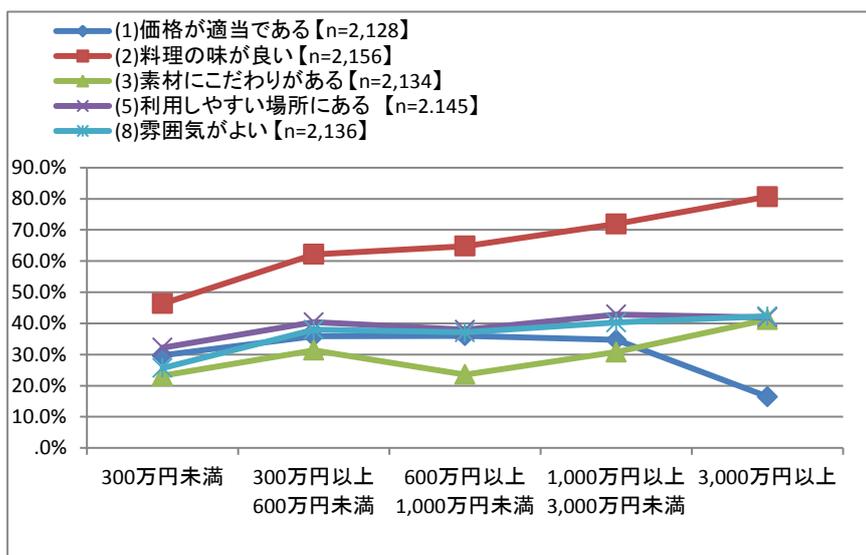
	週に 2回以上		週に 1回程度		月に 2~3回程度		月に 1回程度		数か月に 1回程度		ほとんど しない・ しない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	40	8.0%	55	11.0%	91	18.2%	84	16.8%	59	11.8%	171	34.2%	500	100.0%
300万円以上 600万円未満	65	18.1%	69	19.2%	80	22.2%	70	19.4%	37	10.3%	39	10.8%	360	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	106	24.3%	119	27.2%	115	26.3%	45	10.3%	30	6.9%	22	5.0%	437	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	281	27.0%	337	32.4%	232	22.3%	97	9.3%	36	3.5%	57	5.5%	1,040	100.0%
3,000万円以上	65	41.7%	40	25.6%	31	19.9%	10	6.4%	4	2.6%	6	3.8%	156	100.0%
合計	557	22.3%	620	24.9%	549	22.0%	306	12.3%	166	6.7%	295	11.8%	2,493	100.0%

※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=517.485$ 自由度=20 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

「家族での外食の際に重視していること」で「とてもそう思う」と答える割合が高かった主な項目は、「(1) 価格が適当である」「(2) 料理の味が良い」「(3) 素材にこだわりがある」「(5) 利用しやすい場所にある」「(8) 雰囲気が良い」などである（図表 5-2-17）。

世帯年収の上昇により「重視している」割合が高まる主な項目には、「(2) 料理の味が良い」「(3) 素材にこだわりがある」「(8) 雰囲気がよい」がある。中でも「(2) 料理の味が良い」は、「重視している」と答える割合が最も高い「3,000 万円以上」80.7%と、最も低い「300 万円未満」46.3%との間は 30 ポイント以上開いている。「(3) 素材にこだわりがある」「(8) 雰囲気がよい」についても、「3,000 万円以上」と「300 万円未満」との間に 20 ポイント弱の差が存在する。「(1) 価格が適当である」は、「3,000 万円以上」で 16.4%と目立って低くなっており、300 万円～3,000 万円未満との間に 20 ポイント弱の差が生じている。

図表 5-2-17 世帯年収×家族での外食の際に重視していること
 (「とてもそう思う」の割合・抜粋)



※無回答は集計から除く。

【(1) 価格が適当である】	$\chi^2=52.899$	自由度=16	p=0.000*	*p<0.05
【(2) 料理の味が良い】	$\chi^2=115.281$	自由度=16	p=0.000*	*p<0.05
【(3) 素材にこだわりがある】	$\chi^2=62.201$	自由度=16	p=0.000*	*p<0.05
【(5) 利用しやすい場所にある】	$\chi^2=26.712$	自由度=16	p=0.045*	*p<0.05
【(8) 雰囲気がよい】	$\chi^2=70.697$	自由度=16	p=0.000*	*p<0.05

(4) インターネットを利用した買い物

インターネットを利用した買い物の頻度は、世帯年収の上昇とともに増加する(図表 5-2-18)。最近1年間に1か月に1回以上買い物をしている世帯は、600万円以上で70%~80%に達する。一方、「300万円未満」では、インターネットを利用した買い物をしていない世帯(「ほとんど利用しない」「買い物には利用していない」「利用していない」の合計)が7割近く存在する。

図表 5-2-18 世帯年収×最近1年間のインターネットを利用した買い物の頻度

	週に2回以上		週に1回程度		月に2~3回程度		月に1回程度		数か月に1回程度		ほとんど利用しない		買い物には利用していない		利用していない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
300万円未満	9	1.9%	11	2.3%	43	8.9%	26	5.4%	60	12.5%	46	9.6%	86	17.9%	200	41.6%	481	100.0%
300万円以上 600万円未満	11	3.1%	38	10.9%	69	19.7%	62	17.7%	53	15.1%	36	10.3%	37	10.6%	44	12.6%	350	100.0%
600万円以上 1,000万円未満	36	8.2%	86	19.6%	113	25.7%	82	18.7%	63	14.4%	21	4.8%	27	6.2%	11	2.5%	439	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	157	15.2%	241	23.3%	282	27.2%	178	17.2%	86	8.3%	33	3.2%	44	4.2%	15	1.4%	1,036	100.0%
3,000万円以上	36	23.1%	31	19.9%	35	22.4%	28	17.9%	11	7.1%	7	4.5%	5	3.2%	3	1.9%	156	100.0%
合計	249	10.1%	407	16.5%	542	22.0%	376	15.3%	273	11.1%	143	5.8%	199	8.1%	273	11.1%	2,462	100.0%

※無回答は集計から除く。

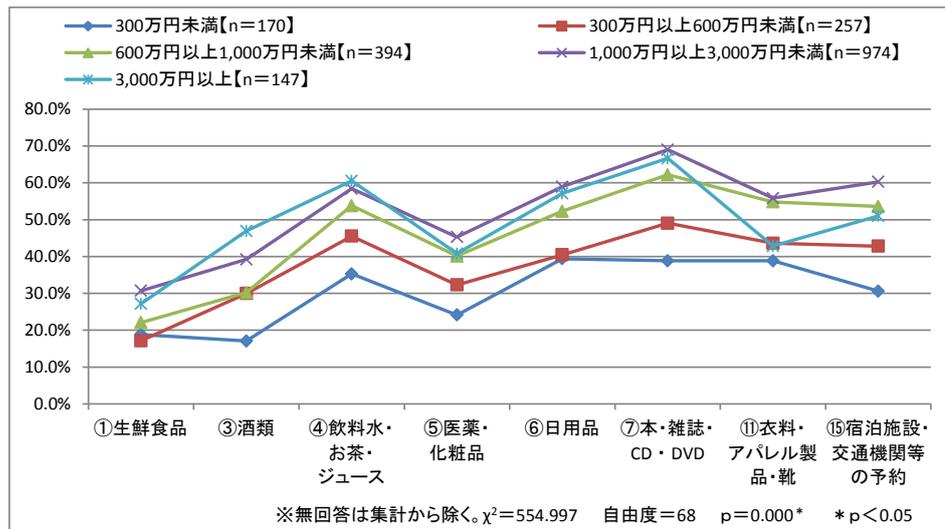
$\chi^2=966.908$ 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

最近1年間のインターネットを利用して購入した商品を見ると、「⑨家電製品・AV機器」「⑩家具・インテリア」「⑪その他」を除いて、世帯年収による差が存在する(図表 5-2-19)。

多くの商品で世帯年収の高い世帯ほどインターネットを利用して「購入した」と答える割合が高く、商品によっては30ポイントほどの開きがある。「⑦本・雑誌・CD・DVD」「④

飲料・水・お茶・ジュース」「⑥日用品」「⑪衣料・アパレル製品・靴」「⑮宿泊施設・交通機関等の予約」は、世帯年収が高い世帯でインターネットを利用して購入していると答える割合が高い商品である。これらの商品を最も購入しているのは、「1,000万円以上3,000万円未満」「3,000万円以上」である。一方、「3,000万円以上」では、「⑪衣料・アパレル製品・靴」のように、商品によっては「600万円以上1,000万円未満」「1,000万円以上3,000万円未満」と比べて10ポイントほど下回っているものも見られる。

図表 5-2-19 世帯年収×最近1年間にインターネットで購入したもの（複数回答・抜粋）



3 臨海部と内陸部の民間住宅の分析

近年、港区では臨海部の開発が進み、民間集合住宅の建築が増加した結果、臨海部の民間集合住宅に新たな居住者が急増している。臨海部に開発された集合住宅は、日常の買い物で利用する商店街とは距離が離れていることがあり、内陸部とはやや異なる買い物環境におかれていると考えられる。

以下では、今回の調査対象となった臨海部（「芝浦・港南地域」「台場地域」）と内陸部（「麻布地域」「赤坂・青山地域」「高輪・白金地域」）の民間住宅に居住する世帯について、消費動向の違いを考察する（「芝地域」は、調査対象とした民間住宅がないため、ここでの分析の対象には含まれていない。）。

(1) 概要

はじめに、調査対象の臨海部と内陸部の民間住宅（合計 2,041 世帯）の内訳を見たい。臨海部に居住する世帯は 1,409 世帯、内陸部に居住する世帯は 632 世帯である。

居住年数別に見ると、臨海部は、ほぼ全てに相当する 1,395 世帯が居住年数 10 年に満たない世帯である（他に居住年数の無回答 8 世帯）（図表 5-3-1）。一方、内陸部には、居住年数 10 年以上の世帯が 140 世帯（22.3%）存在する。居住年数が 10 年以上の世帯は内陸部に偏在している。

図表 5-3-1 臨海部・内陸部（民間住宅）×居住年数

	居住年数 5年未満		居住年数 5年以上 10年未満		居住年数 10年以上 15年未満		居住年数 15年以上		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	474	33.7%	921	65.5%	11	.8%	-	.0%	1,406	100.0%
内陸部	197	31.4%	290	46.3%	118	18.8%	22	3.5%	627	100.0%
合計	671	33.0%	1,211	59.6%	129	6.3%	22	1.1%	2,033	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=299.345$ 自由度=3 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

この違いは、開発の時期と密接に関わっている。臨海部の民間住宅開発は、近年急速に進行した。その結果、調査対象の臨海部の民間住宅の築年数は、全て「10年未満」となっている（図表 2-14 参照）。これに対し、内陸部の集合住宅は、「10年未満」が 39.6%、「10年以上 15年未満」が 57.8%、「15年以上」が 2.7%であり、約 6割が築 10年以上の集合住宅である。

築年数は、居住者の転入の時期と密接に関わっている。居住者の多くは新築、築浅時に入居する。このため、築年数が長い住宅ほど、居住年数も長くなる傾向がある（図表 5-3-2）。例えば「居住年数 5年未満」「居住年数 5年以上 10年未満」の世帯が「築年数 5年以上 10年未満」の住宅に住む割合は 80%台半ば、「居住年数 10年以上 15年未満」の世帯が「築年数 10年以上 15年未満」の住宅に住む割合は 90%弱になっている。

図表 5-3-2 居住年数×築年数

	築年数 5年以上 10年未満		築年数 10年以上 15年未満		築年数 25年以上		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
居住年数5年未満	581	86.6%	86	12.8%	4	0.6%	671	100.0%
居住年数5年以上10年未満	1,063	87.8%	143	11.8%	5	0.4%	1,211	100.0%
居住年数10年以上15年未満	11	8.5%	116	89.9%	2	1.6%	129	100.0%
居住年数15年以上	-	0.0%	16	72.7%	6	27.3%	22	100.0%
計	1,655	81.4%	361	17.8%	17	0.8%	2,033	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=747.177$ 自由度=6 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

調査対象の臨海部と内陸部とは、住宅開発の時期の違いから居住年数にも違いが見られる。調査対象とした民間住宅には、築年数が10年を超えるものは内陸部にしか存在しないため（図表 2-14 参照）、居住年数が10年を超える世帯については、臨海部と内陸部との比較はできない。そこで、分析の対象を居住年数が10年未満の臨海部と内陸部の世帯（臨海部 1,395 世帯、内陸部 487 世帯、合計 1,882 世帯）に絞り、臨海部と内陸部の買い物行動を比較分析したい。

(2) 世帯主年齢・世帯年収・世帯構成・店舗の状況（居住年数10年未満の臨海部・内陸部の民間住宅に居住する世帯）

まず、世帯主年齢、世帯年収、世帯構成、店舗の状況について確認する。

第1に、世帯主年齢を見たい（図表 5-3-3）。臨海部の方が世帯主年齢は低くなる傾向がある。臨海部では、「35歳以上44歳以下」が30%を超えて最も高くなっている。内陸部では、44歳以下が臨海部よりも10ポイント以上低く、55歳以上74歳以下が臨海部を10ポイント上回っている。

図表 5-3-3 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×世帯主年齢

	34歳以下		35歳以上 44歳以下		45歳以上 54歳以下		55歳以上 64歳以下		65歳以上 74歳以下		75歳以上		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	153	11.0%	461	33.1%	415	29.8%	169	12.1%	126	9.0%	70	5.0%	1,394	100.0%
内陸部	34	7.0%	118	24.3%	140	28.8%	93	19.1%	68	14.0%	33	6.8%	486	100.0%
計	187	9.9%	579	30.8%	555	29.5%	262	13.9%	194	10.3%	103	5.5%	1,880	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=38.233$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

第2に、世帯年収を見たい（図表 5-3-4）。臨海部、内陸部ともに、世帯年収「1,000万円以上3,000万円未満」の割合は50%を超える。「3,000万円以上」は、内陸部が17.0%で、臨海部を10ポイント以上上回っており、高所得世帯がより多く居住している。

主な収入の種類を「給与（役員報酬を含む）」と答えた割合は、臨海部の80.8%に対し、内陸部は70.4%と10ポイントも低い（図表 5-3-5）。内陸部は、「不動産収入・資産運用収入等」で4ポイント、「自営業等の事業収入」と「年金」がそれぞれ2~3ポイント高くなっている。内陸部の方が給与所得者の割合は低いと考えられる。

収入のある人数については、「1人の収入」が臨海部47.5%、内陸部53.8%、「2人（夫婦・パートナー）の収入」が臨海部47.4%、内陸部39.2%である。臨海部は内陸部に比べ共働きが多いことがわかる。（図表 5-3-6）。

図表 5-3-4 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×世帯年収

	300万円未満		300万円以上 600万円未満		600万円以上 1,000万円未満		1,000万円以上 3,000万円未満		3,000万円以上		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	57	4.2%	155	11.5%	316	23.5%	744	55.2%	75	5.6%	1,347	100.0%
内陸部	27	5.8%	50	10.8%	69	14.9%	239	51.5%	79	17.0%	464	100.0%
計	84	4.6%	205	11.3%	385	21.3%	983	54.3%	154	8.5%	1,811	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=68.177$ 自由度=4 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表 5-3-5 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×主な収入の種類

	給与(役員報酬を含む)		自営業等の 事業収入		年金		不動産収入・ 資産運用収入等		収入はない		その他		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	1,108	80.8%	107	7.8%	114	8.3%	29	2.1%	11	0.8%	2	0.1%	1,371	100.0%
内陸部	338	70.4%	48	10.0%	53	11.0%	31	6.5%	4	0.8%	6	1.3%	480	100.0%
計	1,446	78.1%	155	8.4%	167	9.0%	60	3.2%	15	0.8%	8	0.4%	1,851	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=40.619$ 自由度=5 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表 5-3-6 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×収入のある人数

	1人の収入		2人(夫婦、パートナー)の収入		2人(親子)の収入		3人以上の収入		その他		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	643	47.5%	641	47.4%	36	2.7%	28	2.1%	5	0.4%	1,353	100.0%
内陸部	254	53.8%	185	39.2%	15	3.2%	12	2.5%	6	1.3%	472	100.0%
計	897	49.2%	826	45.3%	51	2.8%	40	2.2%	11	0.6%	1,825	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=13.403$ 自由度=4 $p=0.009^*$ * $p<0.05$

第3に、世帯構成を見たい。臨海部の方が内陸部と比べて世帯員数が多い傾向がある(図表 5-3-7)。世帯員数が3人以上の世帯は、臨海部 43.8%、内陸部 35.4%であり、臨海部の方が8ポイントほど高くなっている。1人世帯、2人世帯の割合は、臨海部が内陸部をそれぞれ4ポイント下回っている。

世帯員数ごとの18歳以下の世帯員の有無を見ると、臨海部、内陸部ともに3人以上の世帯では70%~90%が18歳以下を世帯員に含んでいる(図表 5-3-8)。

図表 5-3-7 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×世帯人員数

	1人世帯		2人世帯		3人世帯		4人世帯		5人以上世帯		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	268	19.2%	516	37.0%	337	24.2%	238	17.1%	35	2.5%	1,394	100.0%
内陸部	113	23.3%	201	41.4%	108	22.2%	56	11.5%	8	1.6%	486	100.0%
計	381	20.3%	717	38.1%	445	23.7%	294	15.6%	43	2.3%	1,880	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=13.521$ 自由度=4 $p=0.009^*$ * $p<0.05$

図表 5-3-8 世帯人員数×臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×18歳以下がいる世帯

		いる		いない		合計	
		実数	%	実数	%	実数	%
2人世帯	臨海部	17	3.3%	504	96.7%	521	100.0%
	内陸部	5	2.0%	242	98.0%	247	100.0%
3人世帯	臨海部	250	73.5%	90	26.5%	340	100.0%
	内陸部	98	71.0%	40	29.0%	138	100.0%
4人世帯	臨海部	220	92.4%	18	7.6%	238	100.0%
	内陸部	66	84.6%	12	15.4%	78	100.0%
5人以上世帯	臨海部	32	91.4%	3	8.6%	35	100.0%
	内陸部	7	87.5%	1	12.5%	8	100.0%

※無回答は集計から除く。

【2人世帯】 $\chi^2=0.924$ 自由度=1 $p=0.336$

【3人世帯】 $\chi^2=0.314$ 自由度=1 $p=0.576$

【4人世帯】 $\chi^2=4.183$ 自由度=1 $p=0.041^*$ * $p<0.05$

【5人以上世帯】 $\chi^2=0.119$ 自由度=1 $p=0.730$

第4に、近隣の店舗の状況を見たい（図表5-3-9）。「近隣に商店街がある」と答える割合は、臨海部の39.9%に対して、内陸部は73.2%と1.8倍ほどに高くなっている。

「近隣に商店街がある」と答えた世帯のうち、買い物に行くと答えた割合も内陸部が高い（図表5-3-10）。内陸部では、「頻繁に買い物に行く」は20.1%、「ときどき買い物に行く」は50.0%で、合わせて70%を超えている。

一方、臨海部では「頻繁に買い物に行く」が8.6%、「ときどき買い物に行く」が42.8%、合わせて50%程度である。臨海部は、近隣に日常の買い物に利用できる商店街がないか、あったとしても内陸部と比べて利用していない世帯が多いと見られる。

図表5-3-9 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×近隣商店街の存在

	近隣に商店街がある		近隣に商店街があるかどうか分からない		近隣に商店街はない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	529	39.9%	132	10.0%	664	50.1%	1,325	100.0%
内陸部	341	73.2%	25	5.4%	100	21.5%	466	100.0%
計	870	48.6%	157	8.8%	764	42.7%	1,791	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=153.138$ 自由度=2 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

図表5-3-10 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×近隣商店街の利用状況

	頻繁に買い物に行く		ときどき買い物に行く		ほとんど買い物に行かない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	44	8.6%	220	42.8%	250	48.6%	514	100.0%
内陸部	67	20.1%	167	50.0%	100	29.9%	334	100.0%
計	111	13.1%	387	45.6%	350	41.3%	848	100.0%

※無回答は集計から除く。

$\chi^2=39.900$ 自由度=2 $p=0.000^*$ * $p<0.05$

(3) 生鮮食品を中心とした買い物行動（居住年数10年未満の臨海部・内陸部の民間住宅に居住する世帯）

世帯の消費行動を分析するに当たって、まず普段の買い物の場所について見たい（図表5-3-11）。臨海部、内陸部ともに、全ての商品で、「近隣のスーパー・量販店」で購入すると答える割合が最も高くなっており、その差はほとんどみられない。臨海部と内陸部とでやや傾向が異なるのは「酒類」で、臨海部の48.3%に対し、内陸部は39.3%で、9.0ポイント低くなっている。

臨海部では「近隣以外の店舗」で購入する商品を、内陸部では「近隣の商店街・個人商店」で購入している。例えば、臨海部では「近隣以外の店舗」で「医薬・化粧品」を購入している割合が内陸部より9.7ポイント高いが、内陸部では「近隣の商店街・個人商店」が臨海部よりも8.1ポイント高い。「野菜」「肉類・鮮魚」「酒類」「日用品」でも同様の傾向が確認できる。つまり、臨海部では「近隣以外の店舗」で購入する商品を、内陸部では「近隣の商店街・個人商店」で購入していると考えられる。

図表 5-3-11 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×主な購入先

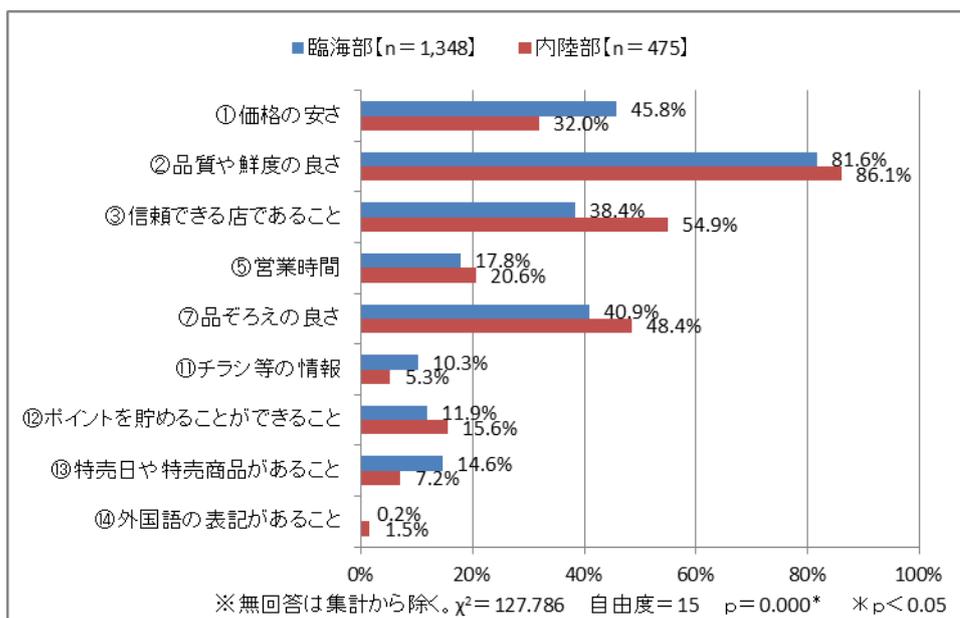
		近隣の商店街・個人商店	近隣のスーパー・量販店	近隣のコンビニ	近隣以外の店舗	近隣の商店街・個人商店の宅配サービス	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	移動販売車	購入しない	その他
野菜 n=1,822	臨海部 n=1,348	1.4%	73.3%	0.7%	9.4%	1.0%	13.0%	0.2%	0.4%	0.5%
	内陸部 n=474	4.9%	71.7%	1.3%	5.7%	0.8%	12.7%	0.6%	1.1%	1.3%
	差引	-3.4%	1.6%	-0.6%	3.7%	0.2%	0.3%	-0.4%	-0.6%	-0.7%
肉類・鮮魚 n=1,823	臨海部 n=1,348	1.4%	72.8%	0.2%	13.4%	0.7%	9.9%	0.2%	0.6%	0.7%
	内陸部 n=475	3.4%	72.4%	0.4%	10.3%	1.1%	9.1%	0.4%	1.7%	1.3%
	差引	-2.0%	0.4%	-0.2%	3.0%	-0.4%	0.9%	-0.2%	-1.1%	-0.5%
酒類 n=1,793	臨海部 n=1,330	1.5%	48.3%	4.8%	10.0%	2.6%	18.9%	0.0%	12.3%	1.6%
	内陸部 n=463	6.3%	39.3%	6.0%	5.6%	5.0%	17.9%	0.0%	17.5%	2.4%
	差引	-4.8%	9.0%	-1.2%	4.4%	-2.4%	1.0%	0.0%	-5.2%	-0.8%
医薬・化粧品 n=1,810	臨海部 n=1,339	11.7%	49.1%	0.5%	23.7%	0.1%	9.6%	0.0%	0.6%	4.6%
	内陸部 n=471	19.7%	48.2%	1.7%	14.0%	0.2%	9.6%	0.0%	1.1%	5.5%
	差引	-8.1%	0.9%	-1.2%	9.7%	-0.1%	0.1%	0.0%	-0.5%	-1.0%
日用品 n=1,812	臨海部 n=1,342	4.8%	60.5%	0.9%	15.1%	0.8%	16.2%	0.0%	0.1%	1.6%
	内陸部 n=470	11.9%	55.7%	2.1%	9.6%	0.4%	17.0%	0.0%	0.2%	3.0%
	差引	-7.1%	4.8%	-1.2%	5.5%	0.4%	-0.8%	0.0%	-0.1%	-1.4%

※無回答は集計から除く。

【野菜】 $\chi^2=32.287$ 自由度=8 $p=0.000^*$ $*p<0.05$ 【肉類・鮮魚】 $\chi^2=17.429$ 自由度=8 $p=0.000^*$ $*p<0.05$
 【酒類】 $\chi^2=57.336$ 自由度=7 $p=0.000^*$ $*p<0.05$ 【医薬・化粧品】 $\chi^2=39.846$ 自由度=7 $p=0.000^*$ $*p<0.05$
 【日用品】 $\chi^2=44.509$ 自由度=7 $p=0.000^*$ $*p<0.05$

生鮮食品の買い物では、臨海部は内陸部と比べて价格的な要素を重視している（図表 5-3-12）。「①価格の安さ」「⑩チラシ等の情報」「⑬特売日や特売商品があること」は、臨海部の方が重視すると答える割合が高くなっている。これに対して、内陸部では、どちらかといえば質的な要素を重視している。「②品質や鮮度の良さ」「③信頼できる店であること」「⑦品ぞろえの良さ」などで、臨海部よりも高い割合を占めている。特に、「③信頼できる店であること」では 16.6 ポイント、「⑦品ぞろえの良さ」では 7.5 ポイント、臨海部に比べて高くなっている。

図表 5-3-12 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×生鮮食品の買い物で重視していること（複数回答・抜粋）



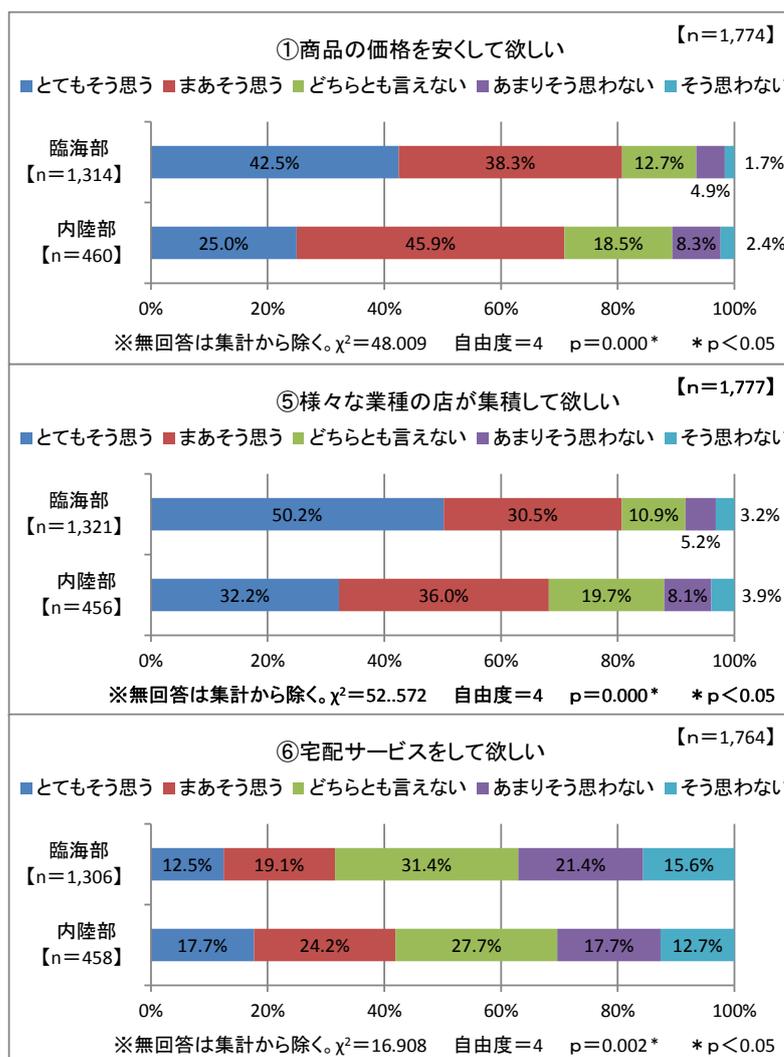
同様に「近隣の商店街または店・スーパー等」に対する要望についても見たい（図表 5-3-13）。次の3項目を除いて、臨海部と内陸部との間に差は見られない。違いが見られた項目は、「①商品の価格を安くして欲しい」「⑤様々な業種の店が集積して欲しい」「⑥宅配サービスをして欲しい」である。

臨海部では、「とてもそう思う」と答える割合が、内陸部に比べ「①商品の価格を安くして欲しい」で17.5ポイント、「⑤様々な業種の店が集積して欲しい」で18ポイント高くなっている。

臨海部は、内陸部に比べて、居住者を対象とした商店の数や種類が少ないためか、買い物をする店舗の選択肢が限られてしまい、特定のスーパー等に依存せざるを得ない状況が生じているのではないかと考えられる。自由回答にも、臨海部の世帯から近隣の店舗についての意見が多数寄せられており、買い物に対する要望が強い地域であると見られる。

内陸部では、「⑥宅配サービスをして欲しい」という要望が「とてもそう思う」「まあそう思う」とも臨海部よりも5ポイントほど高くなっている。

図表 5-3-13 臨海部・内陸部（10年未満・民間住宅）×
近隣商店街または店・スーパー等への要望



(4) 家族での外食（居住年数 10 年未満の臨海部・内陸部の民間住宅に居住する世帯）

次に、家族での外食について見たい（図表 5-3-14）。家族での外食の回数が「週に 2 回以上」と答える割合は、内陸部が臨海部を 7 ポイント上回る。内陸部には、日常的に家族での外食をする世帯が多いと見られる。「週に 1 回程度」「月に 2~3 回程度」と答える割合では、臨海部が内陸部をそれぞれ 3 ポイントほど上回っている。

図表 5-3-14 臨海部・内陸部（10 年未満・民間住宅）×家族での外食の頻度

	週に 2 回以上		週に 1 回程度		月に 2~3 回程度		月に 1 回程度		数か月に 1 回程度		ほとんどしない・しない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	352	25.6%	411	29.9%	320	23.3%	135	9.8%	70	5%	86	6.3%	1,374	100.0%
内陸部	157	32.6%	126	26.2%	100	20.8%	45	9.4%	18	4%	35	7.3%	481	100.0%
合計	509	27.4%	537	28.9%	420	22.6%	180	9.7%	88	5%	121	6.5%	1,855	100.0%

※無回答は集計から除く。

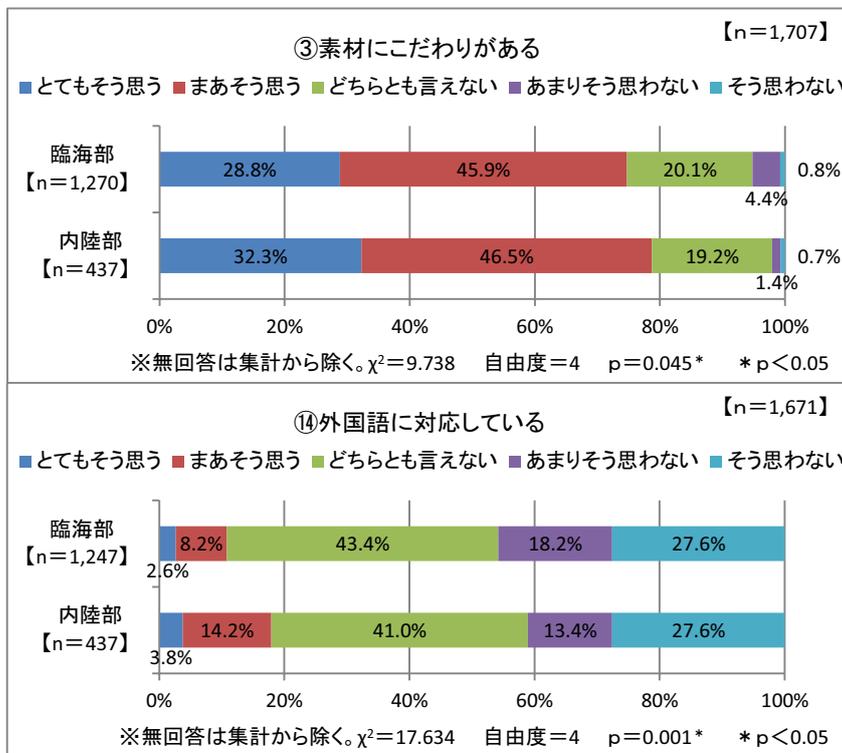
$\chi^2=11.106$ 自由度=5 $p=0.049^*$ * $p<0.05$

家族での外食の際に重視していることで、臨海部と内陸部との間に差が見られるのは、次の 2 項目である（図表 5-3-15）。

「③素材にこだわりがある」は、「とてもそう思う」が内陸部で 32.3%で、臨海部の 28.8%に比べて 4 ポイントほど高くなっている。

「⑭外国語に対応している」も、「とてもそう思う」は内陸部で 3.8%、臨海部で 2.6%、「まあそう思う」は内陸部で 14.2%、臨海部で 8.2%で、内陸部が臨海部より高い。

図表 5-3-15 臨海部・内陸部（10 年未満・民間住宅）×家族での外食の際に重視していること



(5) インターネットを利用した買い物状況（居住年数 10 年未満の臨海部・内陸部の民間住宅に居住する世帯）

インターネットを利用した買い物の状況について見たい（図表 5-3-16）。最近 1 年間にインターネットを利用した買い物を「月に 1 回程度」以上行う世帯は、臨海部で 76.7%、内陸部で 71.2%で、臨海部が 5 ポイントほど上回っている。しかし、「週に 2 回以上」行う世帯は、内陸部で 16.0%、臨海部で 11.5%で、内陸部が 4.5 ポイント上回っている。

図表 5-3-16 臨海部・内陸部（10 年未満・民間住宅）×最近 1 年間のインターネットを利用した買い物の頻度

	週に 2 回以上		週に 1 回程度		月に 2~3 回程度		月に 1 回程度		数か月に 1 回程度		ほとんど利用しない		買い物には利用していない		利用していない		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
臨海部	158	11.5%	290	21.2%	366	26.7%	237	17.3%	136	9.9%	62	4.5%	76	5.6%	44	3.2%	1,369	100.0%
内陸部	76	16.0%	84	17.7%	100	21.1%	78	16.4%	55	11.6%	32	6.7%	36	7.6%	14	2.9%	475	100.0%
合計	234	12.7%	374	20.3%	466	25.3%	315	17.1%	191	10.4%	94	5.1%	112	6.1%	58	3.1%	1,844	100.0%

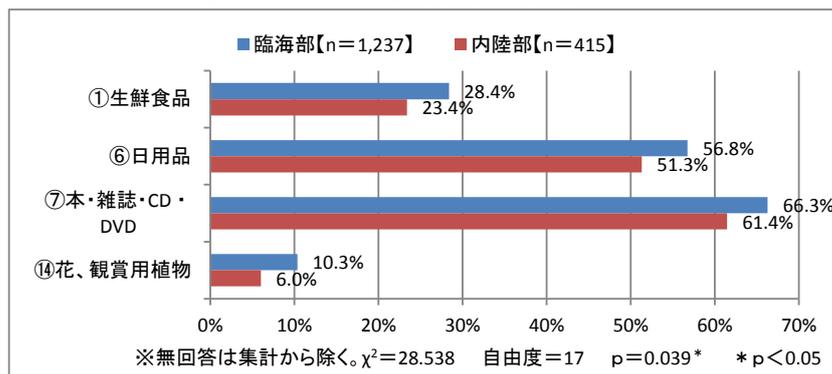
※無回答は集計から除く。
 $\chi^2=19.083$ 自由度=7 $p=0.08$

最近 1 年間のインターネットを利用して購入した商品の中で、臨海部と内陸部との間に差が見られたのは、「①生鮮食品」「⑥日用品」「⑦本・雑誌・CD・DVD」「⑭花、観賞用植物」の 4 項目である（図表 5-3-17）。

この 4 項目は、いずれも臨海部の「購入した」が、内陸部を 5 ポイントほど上回っている。臨海部では、「野菜」や「肉類・鮮魚」といった生鮮食品や「日用品」を近隣以外の店舗で購入する世帯の割合が、内陸部と比べて高い傾向がある（図表 5-3-11 参照）。

インターネットを利用した買い物が、近隣に商店が少ない臨海部で内陸部よりも盛んに行われているのは、店舗の集積状況とも関係していると見られる。

図表 5-3-17 臨海部・内陸部（10 年未満・民間住宅）×最近 1 年間にインターネットで購入したもの（複数回答・抜粋）



4 世帯類型と消費についての分析

ここでは、調査対象世帯を「世帯主年齢」「世帯人員数」「世帯稼得形態」の視点から5つの世帯類型に分け、世帯類型と消費の関係についての特徴を示す。

(1) 世帯類型

最初に本節で分析に利用する5つの世帯類型について概観しておきたい。

本節で世帯類型を考える際に利用する基準は、「世帯主年齢(問1)」「世帯人員数(問2)」「世帯稼得形態(問20)」の3つである。この3つの基準により図表5-4-1のとおり5つの世帯類型のカテゴリーを設定する。

図表 5-4-1 世帯類型のカテゴリー

	タイプ区分	世帯類型	世帯数
①	タイプA	単身世帯・世帯主64歳以下	357世帯
②	タイプB	単身世帯・世帯主65歳以上	371世帯
③	タイプC	2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下	573世帯
④	タイプD	2人以上の世帯・共働き・世帯主64歳以下	799世帯
⑤	タイプE	2人以上の世帯・世帯主65歳以上	358世帯

世帯人員数別の世帯数は、単身世帯が730世帯(26.5%)、2人以上の世帯が2,021世帯(73.3%)である(図表3-3参照)。

単身世帯の比率は、世帯主年齢層で異なり、「75歳以上」(51.5%)、「65歳以上74歳以下」(32.9%)と高齢者層で高く、「55歳以上64歳以下」(25.6%)、「45歳以上54歳以下」(19.7%)、「35歳以上44歳以下」(13.6%)と世帯主年齢が若くなるにしたがって低くなっているが、「34歳以下」(23.3%)では高くなる。単身世帯全体に占める世帯主が65歳以上の割合は51.0%で半数以上となっている(図表5-1-1参照)。

次に、2人以上の世帯(問2)で収入がある場合(問19)、問20で「1人の収入」と回答した世帯が703世帯(36.4%)、「2人(夫婦、パートナー)の収入」と回答した世帯(「共働き」世帯という。)が1,027世帯(53.2%)、「2人(親子)の収入」「3人以上の収入」「その他」を合わせた件数は201世帯(10.4%)となっている(図表5-4-2)。

「共働き」世帯の比率は、44歳以下で約6割と高く、「55歳以上64歳以下」が最も低い(38.5%)、65歳以上になると再び上昇し、「75歳以上」で55.7%となっている。ただし、収入の内容は、65歳以上になると給与ではなく年金の比率が高く、必ずしも「共働き」ということはできない(「V1世帯主年齢による分析」参照)。このように、本調査の調査対象集合住宅では、特に、世帯主年齢が54歳以下の層で半数以上(57.6%)が「共働き」世帯である点の一つの特徴となっている。

図表 5-4-2 「世帯主年齢」「世帯人員数」「世帯稼得形態」と世帯類型のカテゴリー

	タイプA	タイプB	タイプC	タイプD	タイプE				合計
	単身世帯	2人以上の世帯							
		1人収入	共働き	それ以外	計				
34歳以下	45	52	36.1%	88	61.1%	4	2.8%	144	189
35歳以上44歳以下	87	202	37.2%	330	60.8%	11	2.0%	543	630
45歳以上54歳以下	132	213	40.5%	281	53.4%	32	6.1%	526	658
55歳以上64歳以下	93	106	40.8%	100	38.5%	54	20.8%	260	353
65歳以上74歳以下	144	84	30.5%	126	45.8%	65	23.6%	275	419
75歳以上	227	46	25.1%	102	55.7%	35	19.1%	183	410
合計	728	703	36.4%	1,027	53.2%	201	10.4%	1,931	2,659

※無回答は集計から除く。

図表 5-4-3 「世帯主年齢」と「18歳以下の有無」(2人以上の世帯)

	2人以上の世帯				計
	18歳以下がいる	18歳以下がいない			
34歳以下	86	58.1%	62	41.9%	148
35歳以上44歳以下	382	69.1%	171	30.9%	553
45歳以上54歳以下	255	47.4%	283	52.6%	538
55歳以上64歳以下	30	11.2%	239	88.8%	269
65歳以上74歳以下	8	2.7%	285	97.3%	293
75歳以上	4	1.9%	209	98.1%	213
合計	765	38.0%	1,249	62.0%	2,014

※無回答は集計から除く。

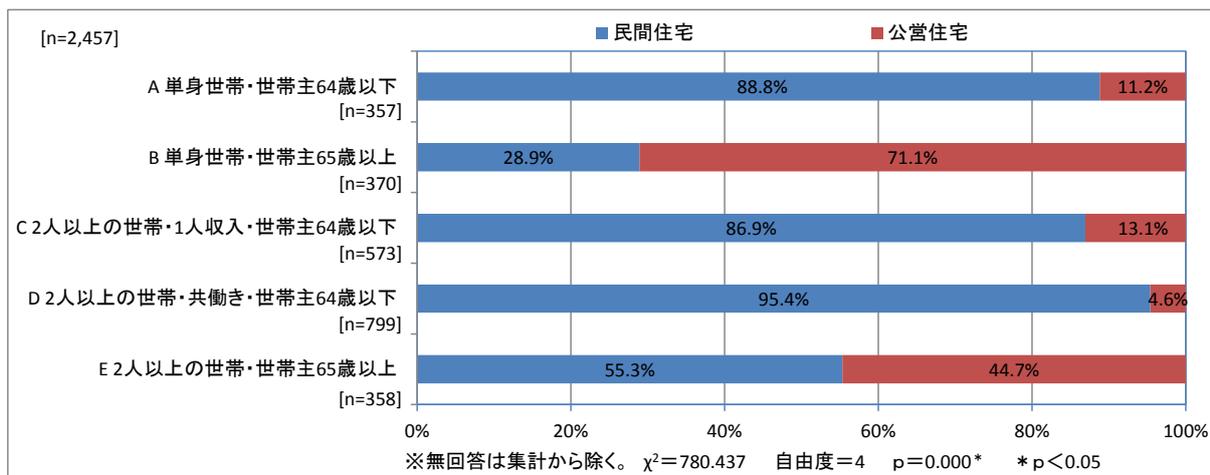
5つの世帯類型ごとの住居の別（公営住宅か民間住宅か）及び年間収入額については、図表 5-4-4 及び図表 5-4-5 のとおりである。

住居の比率は、世帯類型ごとに大きく異なっている（図表 5-4-4）。「2人以上の世帯・共働き・世帯主 64歳以下」（タイプ D）の 95.4%、「単身世帯・世帯主 64歳以下」（タイプ A）の 88.8%、「2人以上の世帯・1人収入・世帯主 64歳以下」（タイプ C）の 86.9%が民間住宅に居住し、民間比率が非常に高い。「2人以上の世帯・世帯主 65歳以上」（タイプ E）は民間住宅と公営住宅がほぼ半分、「単身世帯・世帯主 65歳以上」（タイプ B）では公営住宅が3分の2を占めている（図表 5-4-4）。

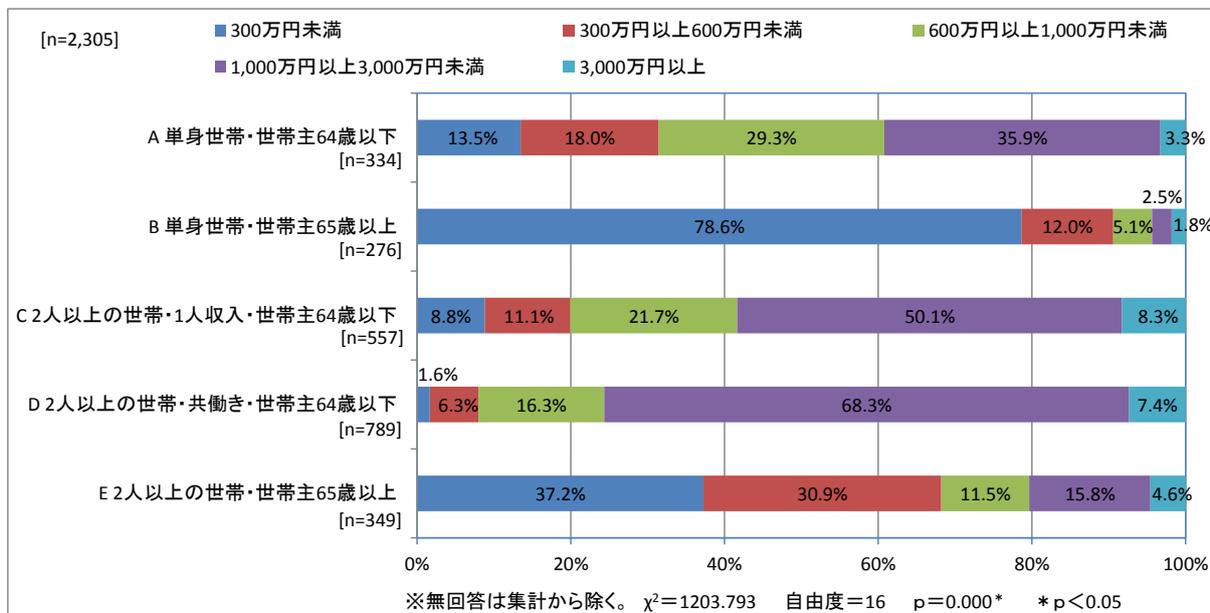
世帯年間収入額も世帯類型による違いが大きい（図表 5-4-5）。「単身世帯・世帯主 65歳以上」（タイプ B）では「300万円未満」が約8割を占め、「2人以上の世帯・世帯主 65歳以上」（タイプ E）でも「300万円未満」は 37.2%と高いが、1,000万円以上も約2割存在している。「2人以上の世帯・共働き・世帯主 64歳以下」（タイプ D）は「1,000万円～3,000万円未満」が 68.3%で、1,000万円以上が全体の4分の3を占めている。「2人以上の世帯・1人収入・世帯主 64歳以下」（タイプ C）は「1,000万円～3,000万円未満」が約半数となっている。「単身世帯・世帯主 64歳以下」（タイプ A）は「1,000万円～3,000万円未満」が 35.9%と最も多いが、他の類型と比較して年間収入額に分散がみられる。

以下、5つの世帯類型ごとに、買い物の具体的な状況、買い物に対する要望などについて特徴を示していく。

図表 5-4-4 世帯類型別の居住集合住宅



図表 5-4-5 世帯類型別の世帯年間収入額



(2) 世帯類型別の主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的帰宅時間帯

図表 5-4-6 は、主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的な帰宅時間帯を世帯類型別に示したものである。ここから、世帯類型によって帰宅時間帯に違いがあることを示すことができる。

第1に、世帯主が65歳以上の世帯については、単身世帯（タイプB）であっても2人以上世帯（タイプE）であっても、午後5時以前の帰宅が4割を超えている。また、両者とも「基本的に在宅している」の割合も高い。

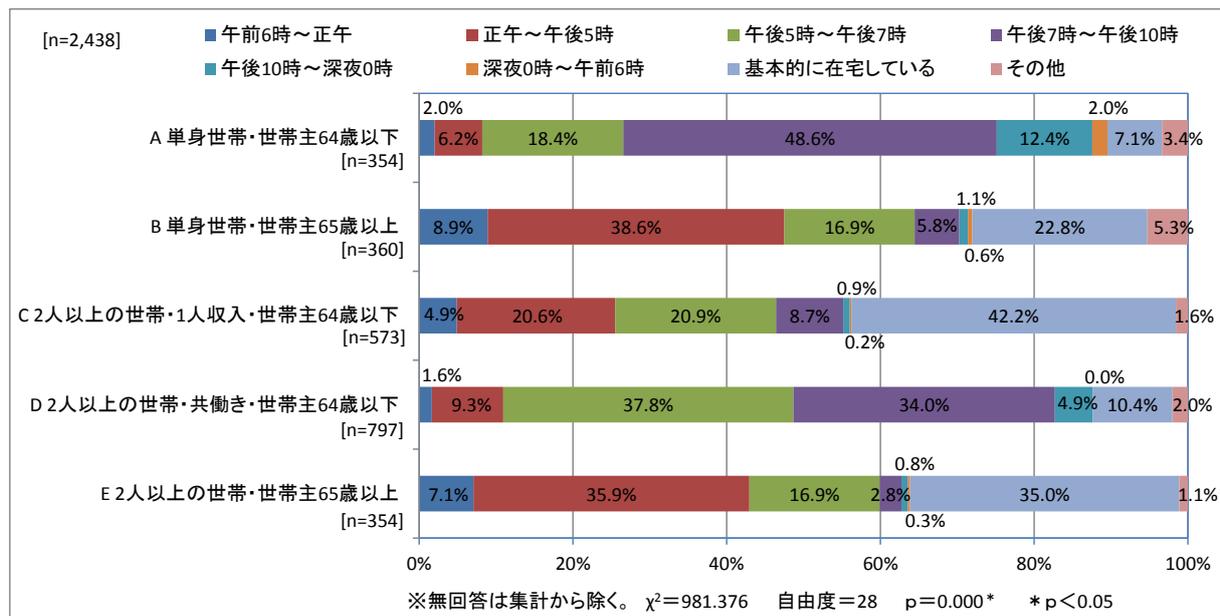
第2に、世帯主が64歳以下の2人以上世帯では、「1人収入」世帯（タイプC）と「共働き」世帯（タイプD）で帰宅時間が異なっている。「1人収入」世帯では、「基本的に在宅している」が4割を超え、5つのタイプの中では最も高い。一方、「共働き」世帯では、「午

後5時～7時」が37.8%、「午後7時～10時」が34.0%となっており、帰宅時間帯が遅い。世帯主が同世代の世帯であっても、「1人収入」世帯と「共働き」世帯では、主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的な帰宅時間帯は大きく異なっている。

第3に、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）では、「午後7時～10時」が48.6%で約半数を占め、「午後10時～深夜0時」も12.4%を占めるなど、帰宅時間帯は最も遅い。

こうした平日の帰宅時間帯の違いは、後述するように生鮮食品の買い物時間帯にも影響していくことになる。

図表 5-4-6 世帯類型別の主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的な帰宅時間帯



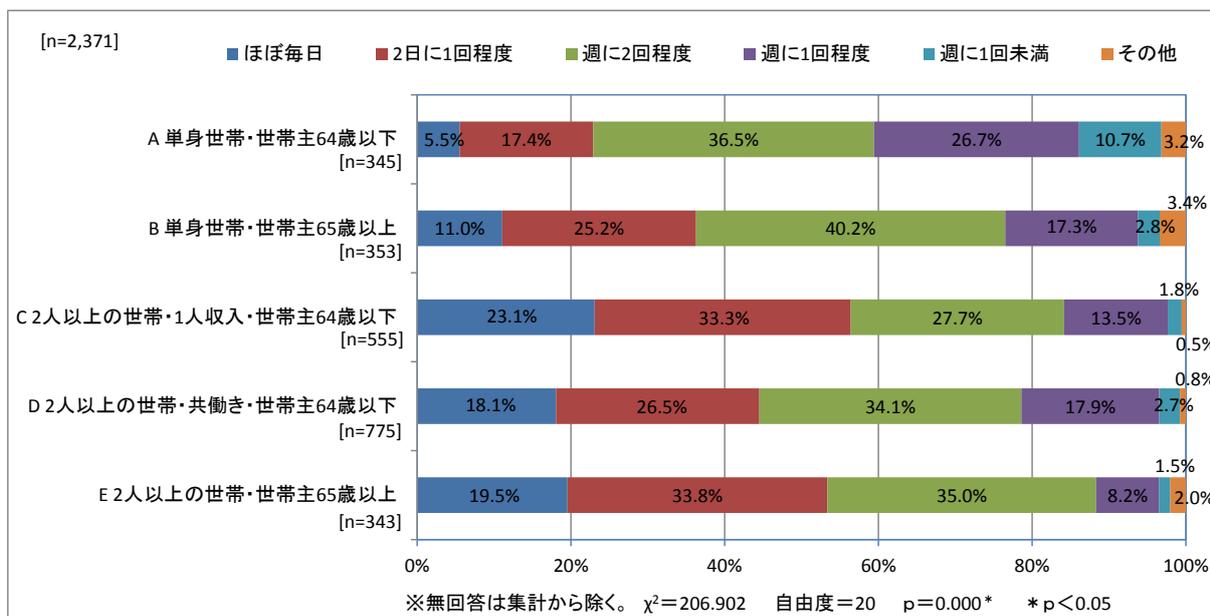
(3) 世帯類型別の生鮮食品の買い物回数

生鮮食品の買い物回数は、世帯類型によって次のような特徴が見られる（図表 5-4-7）。第1に、世帯主65歳以上の世帯については、2人以上の世帯（タイプE）は「ほぼ毎日」19.5%、「2日に1回程度」33.8%と、2日に1回以上が53.3%であるのに対し、単身世帯（タイプB）では、それぞれ11.0%、25.2%であり、2日に1回以上は36.2%と差が見られる。この差は、単身世帯では必要な食材の量が減ることや外出の機会が減ることによるのかもしれない。

第2に、世帯主64歳以下で2人以上の世帯では、「1人収入」世帯（タイプC）と「共働き」世帯（タイプD）を比べると、「1人収入」世帯の方が買い物頻度は高い。「共働き」世帯では、週に1回程度以下の割合が2割を超えている。「1人収入」世帯と「共働き」世帯とでは、必要とする生鮮食品の量や内容に大きな違いがあるとは考えられないが、買い物のパターンはかなり異なっていることが示される。

第3に、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）は、他の世帯類型と比べると著しく買い物頻度が低く、週に1回程度以下が37.4%を占めている。この世帯類型は、帰宅時間帯も遅く、他の類型と比べてまとめ買いが多い。

図表 5-4-7 世帯類型別の生鮮食品の買い物回数



(4) 平日の生鮮食品の買い物をする時間帯

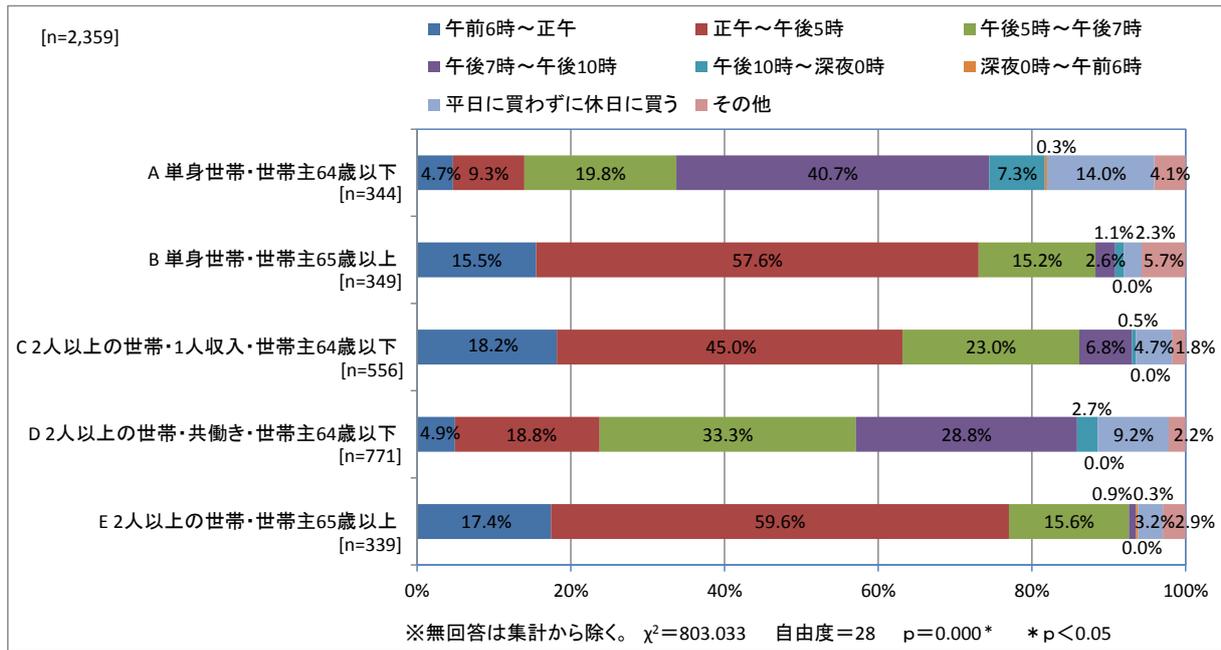
平日の生鮮食品の買い物をする時間帯については、世帯類型によって次のような特徴が見られる（図表 5-4-8）。

第1に、世帯主65歳以上世帯では、単身世帯（タイプB）と2人以上の世帯（タイプE）で大きな差は見られない。いずれも正午～午後5時の時間帯が最も多く、過半数を占めている。午後7時以降や休日のまとめ買いの比率は低い。

第2に、世帯主64歳以下・2人以上世帯では、「1人収入」世帯（タイプC）と「共働き」世帯（タイプD）とを比べるとその違いが大きい。「1人収入」世帯では、「午前6時～正午」が18.2%であり、午前中に買い物をする比率が相対的に高い。また、「正午～午後5時」も45.0%を占めている。午後7時以降から深夜の時間帯は7.3%、まとめ買いは4.7%と低い。一方「共働き」世帯は、午後5時～午後7時、午後7時～午後10時が買い物時間帯の中心であり、二つの時間帯を合わせると62.1%となっている。また、まとめ買いも9.2%あり、「1人収入」世帯の2倍となっている。

第3に、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）の買い物時間帯は、午後7時～10時が最も多く40.7%を占めている。また、まとめ買いも14.0%と、他のいずれの世帯類型よりも高い。タイプAは、買い物頻度が低いこと（図表 5-4-7）に加えて、買い物時間帯についても他の世帯との違いが大きい。

図表 5-4-8 世帯類型別の平日の生鮮食品の買い物をする時間帯



(5) 野菜の主な購入先

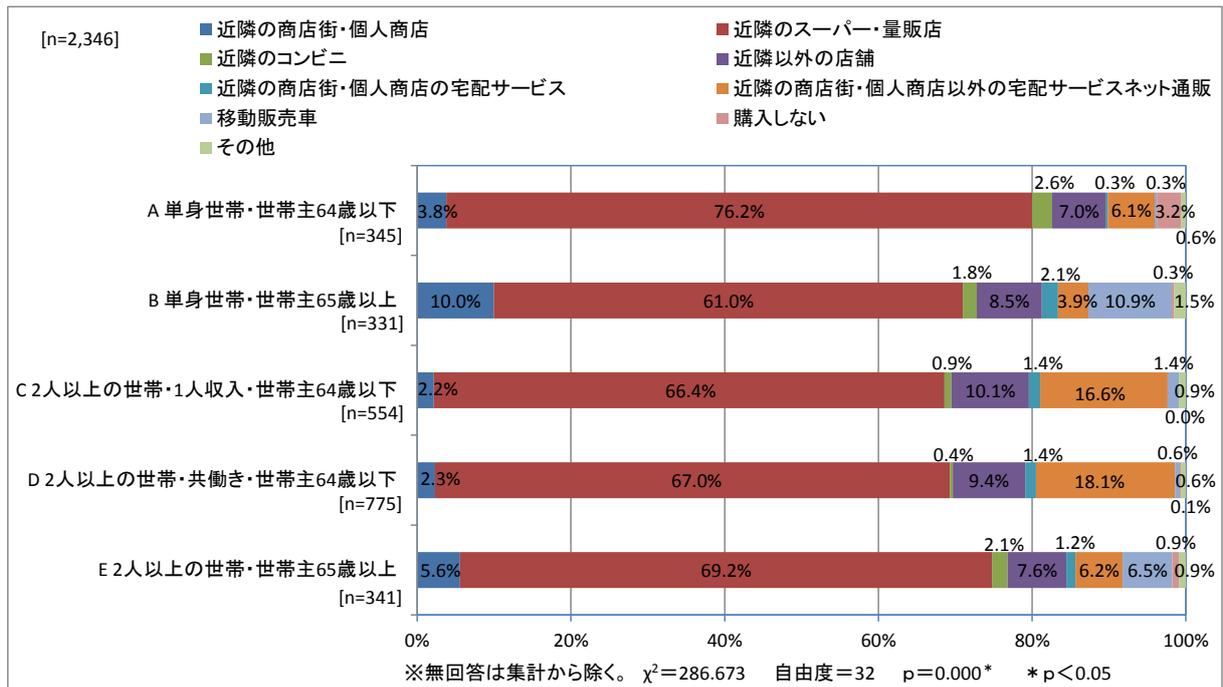
生鮮食品の中で野菜の主な購入先については、世帯類型によって次のような特徴が見られる(図表 5-4-9)。

第1に、全ての世帯タイプで「近隣のスーパー・量販店」の比率が最も高い。ただし、その水準は、単身世帯・世帯主64歳以下(タイプA)が76.2%と最も高いのに対し、単身世帯・世帯主65歳以上(タイプB)は61.0%と約15%の差がある。

第2に、単身世帯・世帯主65歳以上(タイプB)は、他の世帯タイプと比べて「近隣のスーパー・量販店」の比率が低い分、「近隣の商店街・個人商店」が10.0%、「移動販売車」が10.9%となっており、他の世帯類型と比べて著しく高くなっている。

第3に、2人以上の世帯・世帯主64歳以下では、「1人収入」世帯(タイプC)及び「共働き」世帯(タイプD)のいずれも「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス、ネット通販」の割合が、それぞれ16.6%、18.1%と高くなっている。

図表 5-4-9 世帯類型別の野菜の主な購入先



(6) 生鮮食品の買い物の際に重視していること

問 10 (3) で質問した「生鮮食品の買い物の際に重視している」項目は、「その他」を除いて 14 項目あり、項目によって重視していると回答した割合の差が大きいことは、既に基本集計で見たとおりである (図表 3-23)。

それぞれの項目について世帯類型別に重視している割合を見ると、世帯類型間で差が小さい項目と差が大きい項目があることがわかる (図表 5-4-10、5-4-11)。重視している割合が最も高い世帯類型の重視割合から最も低い世帯類型の重視割合を引いたポイントが 20 を超えた項目は、「品質や鮮度の良さ」「営業時間」「店で食材以外の商品も購入できること」「仕事の行き帰りに買い物できること」「チラシ等の情報」の 5 つであった。

「品質や鮮度の良さ」は、全体の重視割合が 79.4%と最も高い項目だったが、2 人以上の世帯・世帯主 64 歳以下 (タイプ C、タイプ D) が 87.6%、83.6%と 8 割を超えているのに対し、単身世帯・世帯主 65 歳以上 (タイプ B) では 64.6%となっていた。

「営業時間」は、全体の重視割合は 16.2%と高くはないが、単身世帯・世帯主 64 歳以下 (タイプ A) が 32.5%と重視する割合が高いのに対し、2 人以上の世帯・世帯主 65 歳以上 (タイプ E) では 7.6%となっている。前述したように、帰宅時間帯の差、買い物頻度の差が「営業時間」の位置付けの違いとなっている。

「店で食材以外の商品も購入できること」は、全体の重視割合は 16.1%と高くはないが、単身世帯・世帯主 65 歳以上 (タイプ B) では 28.9%と他の世帯類型よりも高くなっている。買い物の利便性を重視していることがわかる。一方、2 人以上世帯・共働き・世帯主 64 歳以下 (タイプ D) では、重視割合は 9.0%と低い。

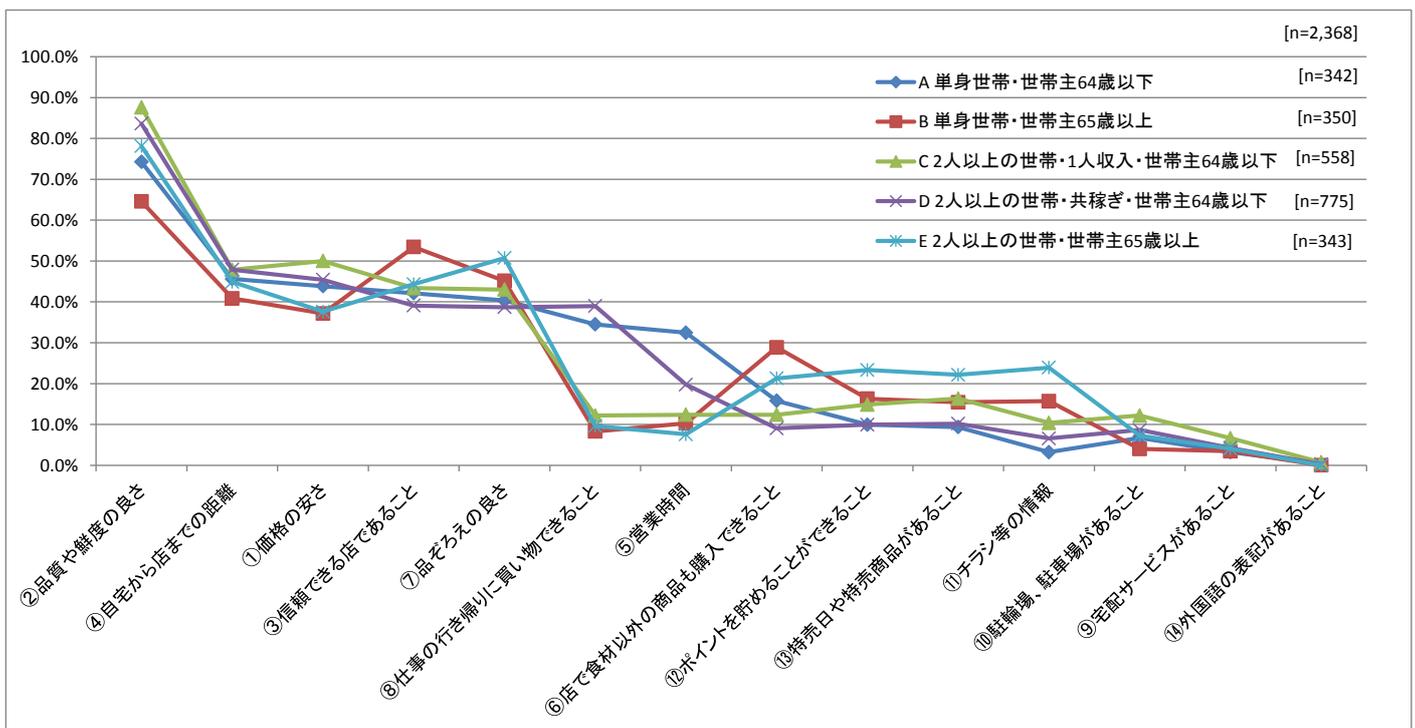
「仕事の行き帰りに買い物できること」は、全体の重視割合は 22.8%であったが、2 人以上世帯・共働き・世帯主 64 歳以下 (タイプ D) では 39.0%と最も高い。前述したように、

この世帯類型の買い物頻度は、2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下（タイプC）より少ないものの、週2回程度以上が78.7%となっており（図表5-4-7）、効率的な買い物を行うため、通勤経路の動線上での買い物を重視する割合が高くなっていると考えられる。

「チラシ等の情報」は、全体の重視割合は11.1%と高くなかったものの、世帯類型別の差は大きく、2人以上の世帯・世帯主65歳以上（タイプE）では23.9%であったのに対し、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）では3.2%であった。買い物におけるチラシの意味が世帯類型によってかなり異なっていることがわかる。

また、いずれの世帯類型でも「品質や鮮度の良さ」が第1位であるが、2位以下の順番は微妙に異なっている。世帯主65歳以上では、単身世帯（タイプB）、2人以上の世帯（タイプE）のいずれも2～4位には「信頼できる店であること」「自宅から店までの距離」「品ぞろえの良さ」を挙げている。2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下（タイプC）では、2位「価格の安さ」の順位と比率が他の世帯類型より高い。単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）、2人以上世帯・共働き・世帯主64歳以下（タイプD）の上位項目がほぼ同じである、などの特徴が見られる。

図表 5-4-10 世帯類型別の生鮮食品の買い物の際に重視していること（複数回答）



※①価格の安さ	無回答は集計から除く。 $\chi^2=21.155$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※②品質や鮮度の良さ	無回答は集計から除く。 $\chi^2=84.997$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※③信頼できる店であること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=20.521$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※④自宅から店までの距離	無回答は集計から除く。 $\chi^2=5.769$	自由度=4	$p=0.217$	
※⑤営業時間	無回答は集計から除く。 $\chi^2=104.679$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑥店で食材以外の商品も購入できること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=85.402$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑦品ぞろえの良さ	無回答は集計から除く。 $\chi^2=15.730$	自由度=4	$p=0.003^*$	* $p < 0.05$
※⑧仕事の行き帰りに買い物できること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=249.643$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑨宅配サービスがあること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=8.352$	自由度=4	$p=0.079$	
※⑩駐輪場、駐車場があること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=21.227$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑪チラシ等の情報	無回答は集計から除く。 $\chi^2=104.315$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑫ポイント貯めることができること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=42.005$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑬特売日や特売商品があること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=37.424$	自由度=4	$p=0.000^*$	* $p < 0.05$
※⑭外国語の表記があること	無回答は集計から除く。 $\chi^2=5.451$	自由度=4	$p=0.244$	
※「⑮その他」を除く。				

図表 5-4-11 世帯類型別の生鮮食品の買い物の際に重視していること（複数回答）（重視順位）

重視 順位	A 単身世帯 世帯主64歳以下		B 単身世帯 世帯主65歳以上		C 2人以上の世帯 1人収入 世帯主64歳以下		D 2人以上の世帯 共働き 世帯主64歳以下		E 2人以上の世帯 世帯主65歳以上	
	重視 順位	割合	重視 順位	割合	重視 順位	割合	重視 順位	割合	重視 順位	割合
1位	②品質や鮮度の良さ	74.3%	②品質や鮮度の良さ	64.6%	②品質や鮮度の良さ	87.6%	②品質や鮮度の良さ	83.6%	②品質や鮮度の良さ	78.1%
2位	④自宅から店までの距離	45.6%	③信頼できる店であること	53.4%	①価格の安さ	50.0%	④自宅から店までの距離	47.9%	⑦品ぞろえの良さ	50.7%
3位	①価格の安さ	43.9%	⑦品ぞろえの良さ	45.1%	④自宅から店までの距離	47.8%	①価格の安さ	45.4%	④自宅から店までの距離	44.9%
4位	③信頼できる店であること	42.1%	④自宅から店までの距離	40.9%	③信頼できる店であること	43.4%	③信頼できる店であること	39.1%	③信頼できる店であること	44.3%
5位	⑦品ぞろえの良さ	40.4%	①価格の安さ	37.1%	⑦品ぞろえの良さ	43.0%	⑧仕事の行き帰りに買い物できること	39.0%	①価格の安さ	37.6%
6位	⑧仕事の行き帰りに買い物できること	34.5%	⑥店で食材以外の商品も購入できること	28.9%	⑬特売日や特売商品があること	16.3%	⑦品ぞろえの良さ	38.7%	⑪チラシ等の情報	23.9%
7位	⑤営業時間	32.5%	⑫ポイントを貯めることができること	16.3%	⑫ポイントを貯めることができること	14.9%	⑤営業時間	19.7%	⑫ポイントを貯めることができること	23.3%
8位	⑥店で食材以外の商品も購入できること	15.8%	⑪チラシ等の情報	15.7%	⑤営業時間	12.4%	⑬特売日や特売商品があること	10.2%	⑬特売日や特売商品があること	22.2%
9位	⑫ポイントを貯めることができること	9.9%	⑬特売日や特売商品があること	15.4%	⑥店で食材以外の商品も購入できること	12.4%	⑫ポイントを貯めることができること	9.9%	⑥店で食材以外の商品も購入できること	21.3%
10位	⑬特売日や特売商品があること	9.4%	⑤営業時間	10.3%	⑧仕事の行き帰りに買い物できること	12.2%	⑥店で食材以外の商品も購入できること	9.0%	⑧仕事の行き帰りに買い物できること	9.6%
11位	⑩駐輪場、駐車場があること	6.7%	⑧仕事の行き帰りに買い物できること	8.3%	⑩駐輪場、駐車場があること	12.2%	⑩駐輪場、駐車場があること	8.6%	⑤営業時間	7.6%
12位	⑨宅配サービスがあること	3.2%	⑩駐輪場、駐車場があること	4.0%	⑪チラシ等の情報	10.4%	⑪チラシ等の情報	6.6%	⑩駐輪場、駐車場があること	7.3%
13位	⑪チラシ等の情報	3.2%	⑨宅配サービスがあること	3.4%	⑨宅配サービスがあること	6.6%	⑨宅配サービスがあること	4.3%	⑨宅配サービスがあること	4.1%
14位	⑭外国語の表記があること	0.3%	⑭外国語の表記があること	0.0%	⑭外国語の表記があること	0.7%	⑭外国語の表記があること	0.3%	⑭外国語の表記があること	0.0%

※「⑮その他」を除く。

(7) 近隣の商店街または店・スーパー等に対する要望

世帯類型別に近隣の商店街または店・スーパー等に対する要望を見たものが図表 5-4-12 である。図表は、「とてもそう思う」を3点、「まあそう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」を-1点、「そう思わない」を-3点として、合計点を回答者数で割った数値を示している。

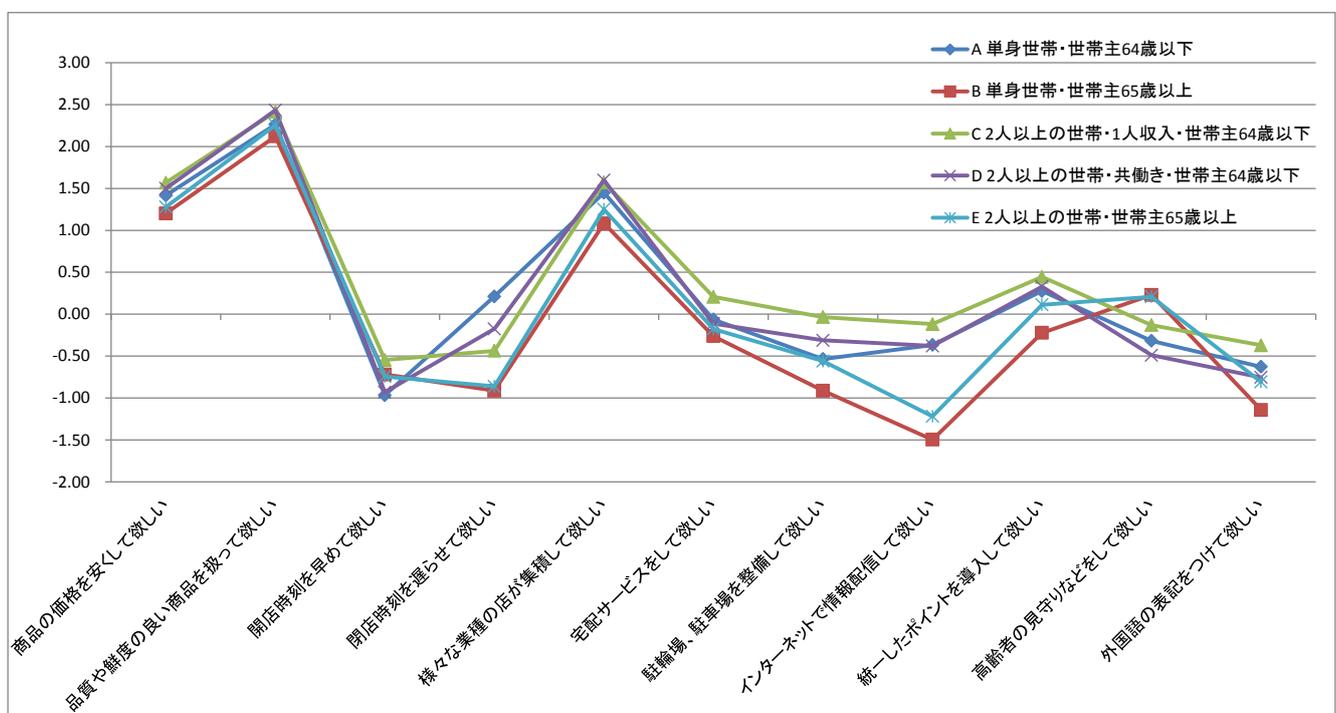
図表にあるように、項目によって、世帯類型を超えてほぼ同じである場合と、世帯類型によって差がある場合がある。特徴的な項目を取り上げると次のとおりである。

「閉店時刻を遅らせて欲しい」は、単身世帯・世帯主64歳以下(タイプA)だけがプラスであり、他の世帯類型は全てマイナスになっている。前述したように単身世帯・世帯主64歳以下は、帰宅時間帯が遅く、買い物時間帯も遅いことから、閉店時刻に対しても遅い時刻を希望している。

「駐輪場、駐車場を整備して欲しい」は、全てマイナスだが、2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下(タイプC)がほぼゼロに近いのに対し、単身世帯・世帯主65歳以上(タイプB)は大きくマイナスになっている。買い物のスタイルの違いが駐輪場、駐車場への要望の違いになっている。

「インターネットで情報配信して欲しい」も全てマイナスであるが、最上位の2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下(タイプC)と、最下位の単身世帯・世帯主65歳以上(タイプB)では大きく異なる。後述するように、単身世帯・世帯主65歳以上の買い物へのインターネット利用率が最も低いことが影響している。

図表 5-4-12 世帯類型別の近隣商店街または店・スーパー等に対する要望



※各項目の点数は、「とてもそう思う」を3点、「まあそう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」を-1点、「そう思わない」を-3点として、合計点を回答者数で割った数値

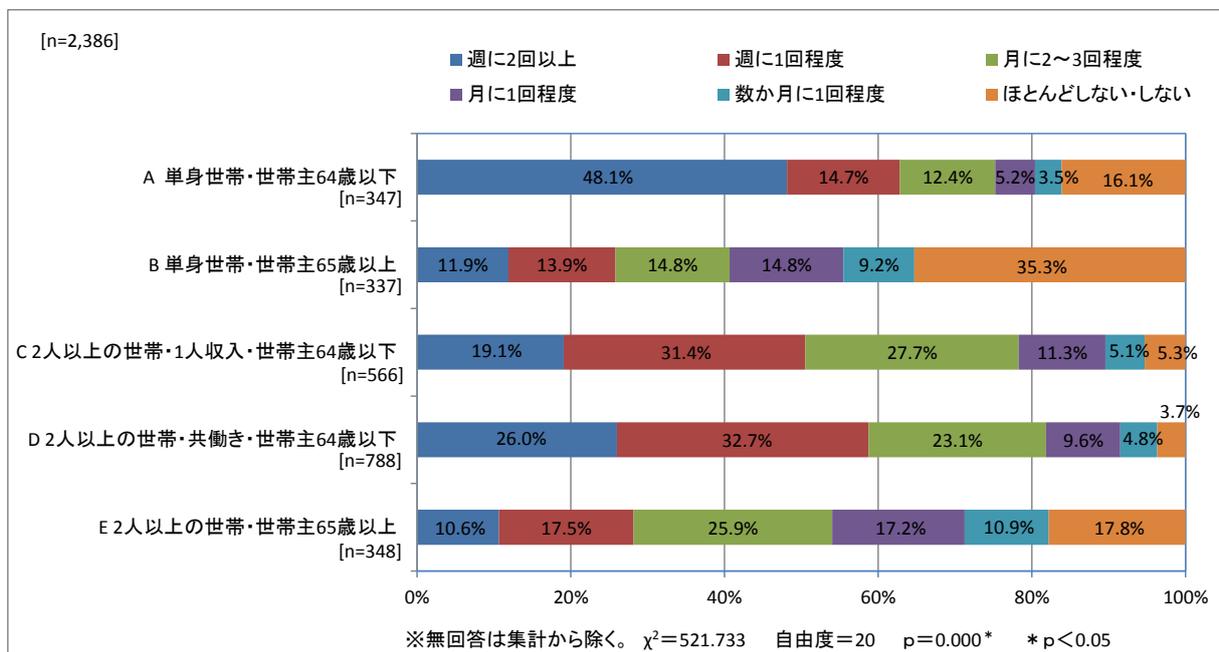
(8) 家族での外食について

世帯類型別の家族での外食は、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）が最も回数が多く、約半数が「週2回以上」と回答している。ただし、この類型では「ほとんどしない・しない」も16.1%存在しており、外食の頻度が高い人が多い一方で、ほとんどしない人も少なからず存在している。

世帯主65歳以上は、単身世帯（タイプB）で「ほとんどしない・しない」が35.3%存在しており、他の世帯類型と比べて多い。2人以上の世帯（タイプE）でも17.8%存在しているが、その差は大きい。また、両者とも週に1回以上が3割近く存在している点にも留意したい。比較的多く外食をする層とほとんどしない層に分かれている。

2人以上の世帯・世帯主64歳以下では、「共働き」世帯（タイプD）の方が「1人収入」世帯（タイプC）よりもやや外食の頻度は高いものの、比較的よく似た状況になっている。

図表 5-4-13 世帯類型別の家族での外食の頻度



世帯類型別に外食の際に重視していることを見たのが図表 5-4-14 である。図表は、「とてもそう思う」を3点、「まあそう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」を-1点、「そう思わない」を-3点として、合計点を回答者数で割った数値を示している。

図表にあるように、項目によって、世帯類型を超えてほぼ同じである場合と世帯類型によって差がある場合がある。

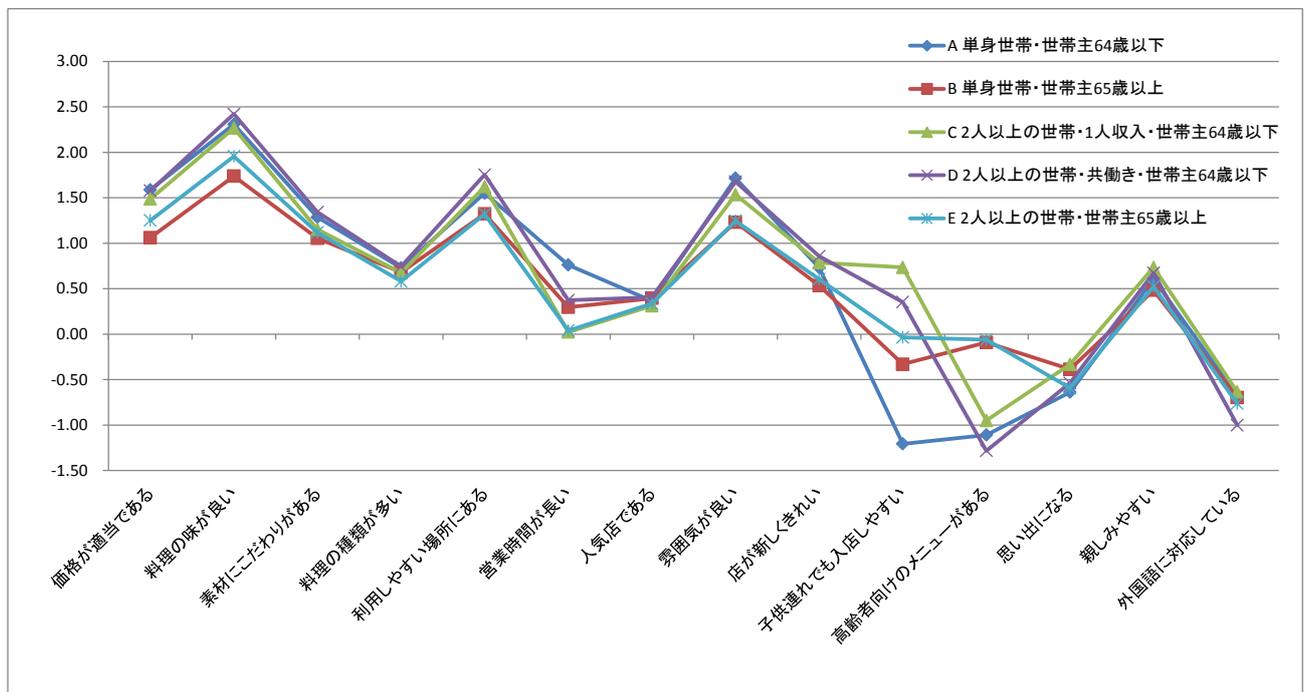
特に差が大きいのは、「子供連れでも入店しやすい」「高齢者向けのメニューがある」であり、それぞれ子育て世代、高齢者世帯とそれ以外で差が大きい。

「価格が適当である」「料理の味が良い」「利用しやすい場所にある」については、世帯主64歳以下の世帯と世帯主65歳以上の世帯とで違いが見られ、世帯主64歳以下の世帯の方がより重視している。

「営業時間が長い」については、単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）が重視してい

るのに対し、2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下（タイプC）や2人以上の世帯・世帯主65歳以上（タイプE）は低い数値になっている。

図表 5-4-14 世帯類型別の家族での外食で重視していること



※各項目の点数は、「とてもそう思う」を3点、「まあそう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」を-1点、「そう思わない」を-3点として、合計点を回答者数で割った数値

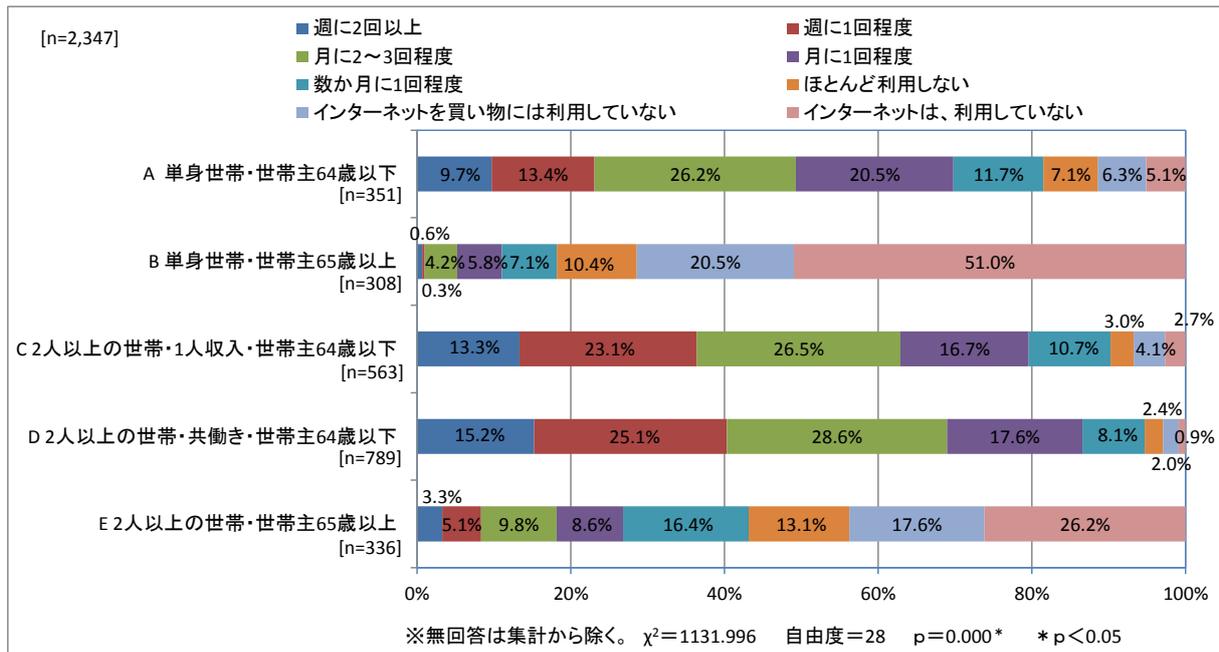
(9) インターネットを利用した買い物について

世帯類型別に見た最近1年間のインターネットを利用した買い物は、単身世帯・世帯主65歳以上（タイプB）が最も頻度が低い。約8割が利用しておらず、月1回以上の利用は10.9%に過ぎない。次いで低いのが2人以上の世帯・世帯主65歳以上（タイプE）で、56.9%が利用しておらず、月1回以上の利用は26.8%である。前述した買い物回数と同様に、同じ世帯主65歳以上の世帯でも、単身世帯と2人以上世帯とで差が大きい。

一方、2人以上の世帯・世帯主64歳以下では、買い物にインターネットを利用していない割合（「ほとんど利用しない」「インターネットを買い物には利用していない」「インターネットは、利用していない」の合計）が「1人収入」世帯（タイプC）で9.8%、「共働き」世帯（タイプD）で5.3%であり、どちらも9割以上が買い物にインターネットを利用している。また、両世帯類型ともに他の世帯類型と比べて利用頻度が高いが、「共働き」世帯の方がより頻度が高い。前述した買い物回数では「1人収入」世帯の方が頻度が高かったことを考えると、「共働き」世帯は実際に買い物に行くことができなかった分をインターネットを通じて購入しているものと思われる。

単身世帯・世帯主64歳以下（タイプA）は、2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下（タイプC）、2人以上の世帯・共働き・世帯主64歳以下（タイプD）と比べると利用頻度は低いものの、買い物にインターネットを利用していない割合は18.5%であり、多くが利用している。

図表 5-4-15 世帯類型別のインターネットを利用した買い物の頻度



商品ごとに、世帯類型別に最近1年間にインターネットで購入した割合を見たのが図表 5-4-16、購入順位を示したのが図表 5-4-17 である。この設問（問 17 (2)）は、問 17 (1) で「週に2回以上」「週に1回程度」「月に2~3回程度」「月に1回程度」「数か月に1回程度」「ほとんど利用しない」と回答した世帯が母数となっている。ここから示されるのは、次の点である。

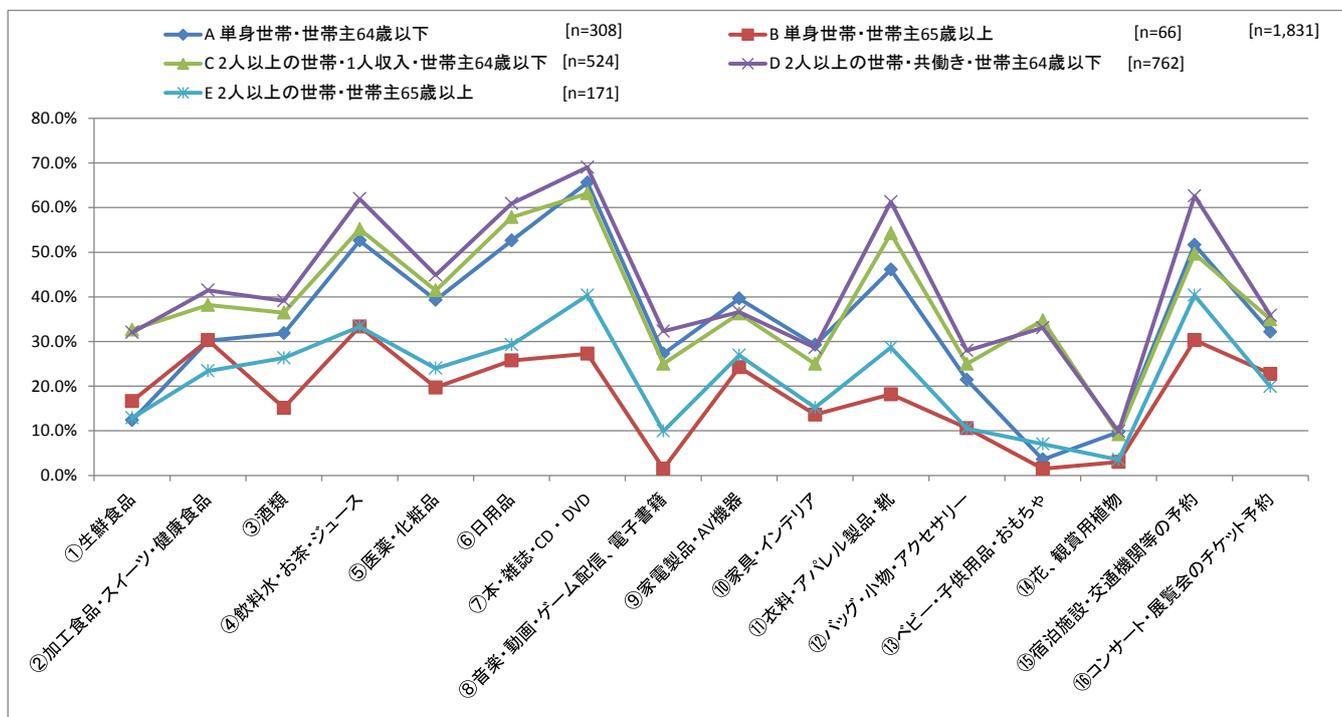
第1に、ほとんどの商品で単身世帯・世帯主65歳以上（タイプB）、2人以上の世帯・世帯主65歳以上（タイプE）が他の世帯類型と比べて購入割合が低くなっている。その中で世帯主65歳以上の世帯の購入割合が約3割以上なのが、「加工食品・スイーツ・健康食品」（単身世帯<タイプB>30.3%）、「飲料水・お茶・ジュース」（単身世帯<タイプB>33.3%、2人以上世帯<タイプE>33.3%）、「日用品」（2人以上世帯<タイプE>29.2%）、「本・雑誌・CD・DVD」（単身世帯<タイプB>27.3%、2人以上世帯<タイプE>40.4%）、「家電製品・AV機器」（2人以上世帯<タイプE>26.9%）、「衣料・アパレル製品・靴」（2人以上世帯<タイプE>28.7%）、「宿泊施設・交通機関等の予約」（単身世帯<タイプB>30.3%、2人以上世帯40.4%<タイプE>）となっている。

第2に、約5割以上の購入比率となっているのが、いずれも世帯主64歳以下の世帯であり、次の商品である。「飲料水・お茶・ジュース」（単身世帯<タイプA>52.6%、2人以上・「1人収入」世帯<タイプC>55.2%、2人以上・「共働き」世帯<タイプD>61.9%）、「日用品」（単身世帯<タイプA>52.6%、2人以上・「1人収入」世帯<タイプC>57.8%、2人以上・「共働き」世帯<タイプD>60.9%）、「本・雑誌・CD・DVD」（単身世帯<タイプA>65.6%、2人以上・「1人収入」世帯<タイプC>63.2%、2人以上・「共働き」世帯<タイプD>69.0%）、「衣料・アパレル製品・靴」（2人以上・「1人収入」世帯<タイプC>54.2%、2人以上・「共働き」世帯<タイプD>61.3%）、「宿泊施設・交通機関等の予約」（単身世帯<タイプA>51.6%、2人以上・「1人収入」世帯<タイプC>49.6%、2人以上・「共働き」

世帯<タイプD>(62.6%) となっている。

ここにあるように、商品別に見ても、2人以上の世帯・共働き・世帯主64歳以下(タイプD)のインターネットを利用した購入比率は概して最も高い。

図表 5-4-16 世帯類型別の最近1年間にインターネットで購入したもの(複数回答)



※①生鮮食品	無回答は集計から除く。 $\chi^2=73.283$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※②加工食品・スイーツ・健康食品	無回答は集計から除く。 $\chi^2=27.790$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※③酒類	無回答は集計から除く。 $\chi^2=24.581$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※④飲料水・お茶・ジュース	無回答は集計から除く。 $\chi^2=60.393$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑤医薬・化粧品	無回答は集計から除く。 $\chi^2=37.664$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑥日用品	無回答は集計から除く。 $\chi^2=81.292$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑦本・雑誌・CD・DVD	無回答は集計から除く。 $\chi^2=86.023$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	無回答は集計から除く。 $\chi^2=59.391$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑨家電製品・AV機器	無回答は集計から除く。 $\chi^2=11.947$	自由度=4	p=0.018*	* p<0.05
※⑩家具・インテリア	無回答は集計から除く。 $\chi^2=20.275$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑪衣料・アパレル製品・靴	無回答は集計から除く。 $\chi^2=99.217$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑫バッグ・小物・アクセサリ	無回答は集計から除く。 $\chi^2=31.602$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	無回答は集計から除く。 $\chi^2=177.215$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑭花・観賞用植物	無回答は集計から除く。 $\chi^2=10.166$	自由度=4	p=0.038*	* p<0.05
※⑮宿泊施設・交通機関等の予約	無回答は集計から除く。 $\chi^2=55.109$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※⑯コンサート・展覧会のチケット予約	無回答は集計から除く。 $\chi^2=20.194$	自由度=4	p=0.000*	* p<0.05
※「⑰その他」を除く。				

図表 5-4-17 世帯類型別の最近1年間にインターネットで購入したもの（複数回答）（購入順位）

購入 順位	A 単身世帯 世帯主64歳以下		B 単身世帯 世帯主65歳以上		C 2人以上の世帯 1人収入 世帯主64歳以下		D 2人以上の世帯 共働き 世帯主64歳以下		E 2人以上の世帯 世帯主65歳以上	
	品名	割合	品名	割合	品名	割合	品名	割合	品名	割合
1位	⑦本・雑誌・CD・DVD	65.6%	④飲料水・お茶・ジュース	33.3%	⑦本・雑誌・CD・DVD	63.2%	⑦本・雑誌・CD・DVD	69.0%	⑦本・雑誌・CD・DVD	40.4%
2位	④飲料水・お茶・ジュース	52.6%	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	30.3%	⑥日用品	57.8%	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	62.6%	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	40.4%
3位	⑥日用品	52.6%	②加工食品・スイーツ・健康食品	30.3%	④飲料水・お茶・ジュース	55.2%	④飲料水・お茶・ジュース	61.9%	④飲料水・お茶・ジュース	33.3%
4位	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	51.6%	⑦本・雑誌・CD・DVD	27.3%	⑪衣料・アパレル製品・靴	54.2%	⑪衣料・アパレル製品・靴	61.3%	⑥日用品	29.2%
5位	⑪衣料・アパレル製品・靴	46.1%	⑥日用品	25.8%	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	49.6%	⑥日用品	60.9%	⑪衣料・アパレル製品・靴	28.7%
6位	⑨家電製品・AV機器	39.6%	⑨家電製品・AV機器	24.2%	⑤医薬・化粧品	41.4%	⑤医薬・化粧品	44.9%	⑨家電製品・AV機器	26.9%
7位	⑤医薬・化粧品	39.3%	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	22.7%	②加工食品・スイーツ・健康食品	38.2%	②加工食品・スイーツ・健康食品	41.5%	③酒類	26.3%
8位	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	32.1%	⑤医薬・化粧品	19.7%	③酒類	36.5%	③酒類	39.1%	⑤医薬・化粧品	24.0%
9位	③酒類	31.8%	⑪衣料・アパレル製品・靴	18.2%	⑨家電製品・AV機器	36.3%	⑨家電製品・AV機器	36.6%	②加工食品・スイーツ・健康食品	23.4%
10位	②加工食品・スイーツ・健康食品	30.2%	①生鮮食品	16.7%	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	34.9%	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	35.8%	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	19.9%
11位	⑩家具・インテリア	29.2%	③酒類	15.2%	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	34.7%	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	33.1%	⑩家具・インテリア	15.2%
12位	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	27.3%	⑩家具・インテリア	13.6%	①生鮮食品	32.6%	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	32.3%	①生鮮食品	12.9%
13位	⑫バッグ・小物・アクセサリ	21.4%	⑫バッグ・小物・アクセサリ	10.6%	⑩家具・インテリア	25.0%	①生鮮食品	32.0%	⑫バッグ・小物・アクセサリ	10.5%
14位	①生鮮食品	12.3%	⑭花、観賞用植物	3.0%	⑫バッグ・小物・アクセサリ	25.0%	⑩家具・インテリア	28.6%	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	9.9%
15位	⑭花、観賞用植物	9.7%	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	1.5%	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	25.0%	⑫バッグ・小物・アクセサリ	28.0%	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	7.0%
16位	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	3.6%	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	1.5%	⑭花、観賞用植物	9.2%	⑭花、観賞用植物	9.8%	⑭花、観賞用植物	3.5%

※「⑰その他」を除く。

5 近隣商店街への認識と商店街の利用についての分析

ここでは、「あなたの世帯の近隣に商店街はありますか」（問 11(1)）及び「近隣の商店街の利用について」（問 11(3)）の回答を使いながら、近隣商店街の存在や認識、商店街の利用状況の差による買い物動向の違いなどについて考察していく。

(1) 居住地域別の近隣商店街の認識状況（問 7×問 11(1)関係）

まず、回答全体では、「近隣（徒歩または自転車で 10 分程度の範囲）に商店街がある」と回答したのは 49.0%、「近隣に商店街があるかどうか分からない」が 6.7%、「近隣に商店街がない」が 37.9%であった（残りの 6.3%は無回答）（図表 3-25 参照）。これを居住地域別に見ると図表 5-5-1 のようになる。

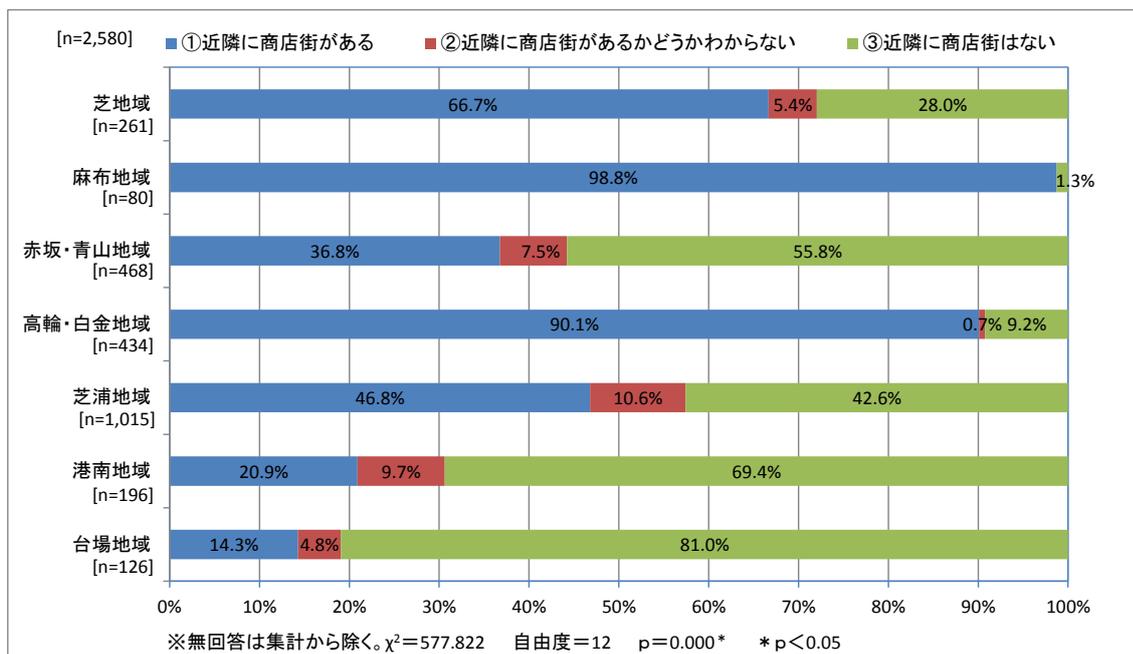
麻布地域、高輪・白金地域では 9 割以上の回答者が近隣に商店街があると回答しているのに対し、台場地域は 14.3%、港南地域は 20.9%と低い。麻布地域は、加盟商店会員数 346 店の麻布十番商店街の存在感が大きく、住民も商店街を意識しやすい。高輪・白金地域は、調査対象となった集合住宅に近接して多様な商品を販売している新旧の商店街が存在している。一方、港南地域と台場地域の調査対象集合住宅の近隣地域には、商店街は存在しておらず（図表 2-14 参照）、商店街の有無の認識はこうした状況を反映したものと考えられる。

芝地域、赤坂・青山地域、芝浦地域では近隣商店街への認識が分かれている。芝地域では、調査対象となったのは 1 か所の公営住宅であり、近隣に商店街は存在している。しかし、自由回答の分析で紹介したように、商店街の店の多くは飲食店であり、日常的に買い物で使うことが少ないため、商店街として認識されていない場合が多いことが影響していると考えられる。

赤坂・青山地域は集合住宅によっては商店街から少し離れていることや商店街に飲食店が多いこと、芝浦地域も飲食店が多く、必ずしも目に見える商店街としての集積にはなっていないことなどが商店街の認識を分けていると思われる。

なお、赤坂・青山地域では、集合住宅ごとの「近隣に商店街がある」と「近隣に商店街はない」の比率が 50.8%と 37.7%、44.8%と 45.7%、25.2%と 70.4%であり、拮抗しているところがある。また、芝浦地域でも、41.0%と 51.2%、34.9%と 47.3%、58.2%と 34.4%、51.3%と 32.2%というように拮抗しているところが多い。商店街の存在への認識の有無は、居住している集合住宅の場所が影響していることは言うまでもないが、同じ居住場所であっても認識に差があることにも留意しておきたい。

図表 5-5-1 居住地域別の商店街認識状況（問 7×問 11(1)関係）



（2）近隣商店街の認識と買い物動向（問 11(1)×問 9・問 10 関係）

近隣に商店街があるかどうかについての認識によって、実際の買い物動向にどのような差があるのか、次に検討したい。

第 1 に、近隣に商店街があるかどうかについての認識と、生鮮食品の買い物頻度との関係である。図表 5-5-2 にあるように、商店街の存在への認識の有無は買い物頻度には強い影響を与えていない。近くに商店街があるかどうかに関係なく、住民は買い物を行っている。

第 2 に、生鮮食品の買い物の際の交通手段との関係である。図表 5-5-3 にあるように、こちらも大きな差は見られない。近隣に商店街がない場合でも、近隣のスーパーなどで買い物をしたり、少し遠くても歩いて出かけたりしていることによると考えられる。

第 3 に、商品別の購入先の状況である。「近隣に商店街があるかどうかわからない」あるいは「近隣に商店街はない」と回答しながら、「近隣の商店街・個人商店」から購入しているとする回答も少なくないが、これらについては商店街という強い認識はないまま、実際は商店街あるいは商店街に属しているかもしれない個人商店から購入しているものと思われる。

図表 5-5-4 から示されるように、どの回答も「近隣のスーパー・量販店」が多いが、その水準は、基本集計の該当箇所（図表 3-16 から 3-20 まで）でも指摘したように、商品によって異なり、「野菜」「肉類・鮮魚」は 6 割から 7 割台、「日用品」は約 6 割、「酒類」「医薬・化粧品」は 5 割前後となっている。

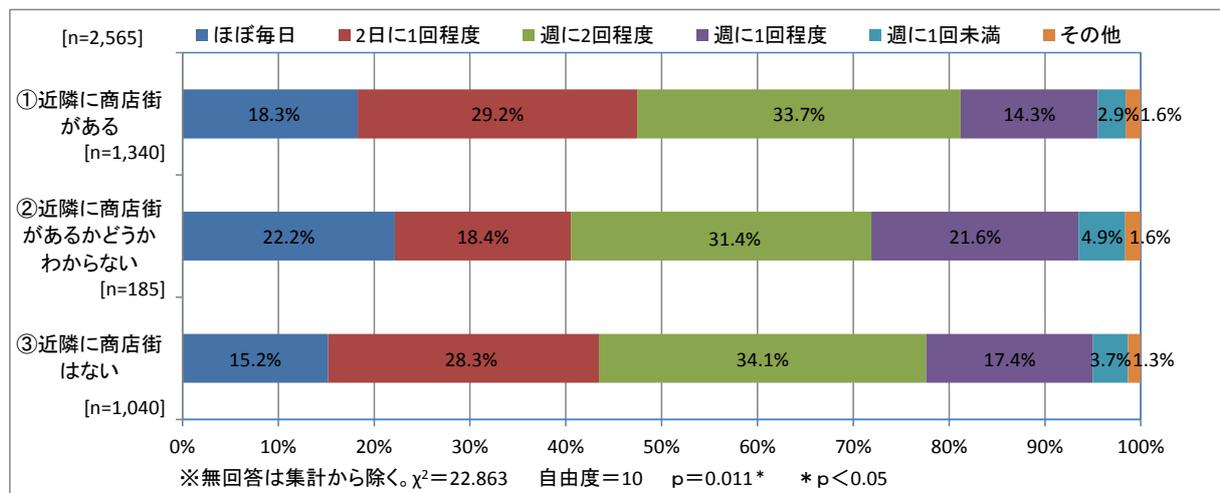
一方、「近隣の商店街・個人商店」は、「近隣に商店街がある」という回答者であっても「野菜」「酒類」は 5%程度、「肉類・鮮魚」は 3.6%に過ぎず、高い数値ではない。ただし、「医薬・化粧品」は 2 割、「日用品」でも 1 割を超えており、購入比率は高い。また、どの

商品でも、「近隣に商店街があるかどうかわからない」「近隣に商店街はない」の回答者よりも「近隣に商店街がある」と回答している回答者の方が購入比率は高い。

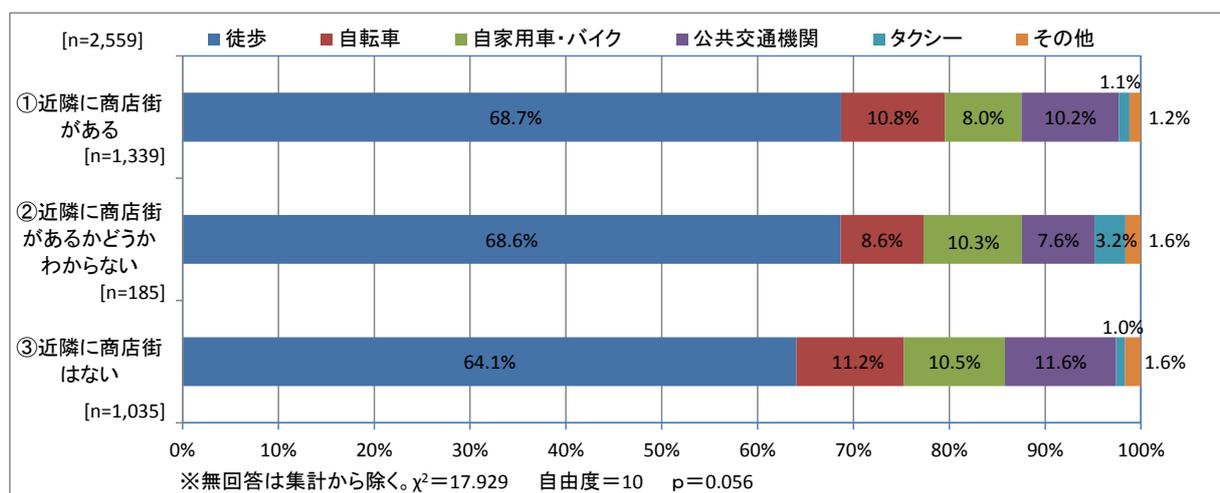
逆に「近隣以外の店舗」については、概して「近隣に商店街はない」の回答者の方が数値が高い。特に、「医薬・化粧品」では10%以上の差となっている。

「近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販」については、「近隣に商店街はない」という回答者の方が概して数字は大きいものの、その差は小さい。近隣に商店街があるかどうかにかかわらず、宅配サービスやネット通販を利用する世帯は一定数存在していることを示している。

図表 5-5-2 近隣商店街の認識と生鮮食品の買い物の回数（問 11(1) × 問 10(1) 関係）



図表 5-5-3 近隣商店街の認識と生鮮食品の買い物の際の交通手段（問 11(1) × 問 10(4) 関係）



図表 5-5-4 近隣商店街の認識と商品別の購入先（問 11(1) × 問 9 関係）

近隣商店街の認識	商品の購入先								
	近隣の商店街・個人商店	近隣のスーパー・量販店	近隣のコンビニ	近隣以外の店舗	近隣の商店街・個人商店の宅配サービス	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	移動販売車	購入しない	その他
(1)野菜 [n=2,541]									
①近隣に商店街がある	5.6%	68.6%	1.8%	7.9%	1.2%	11.4%	2.3%	0.5%	0.7%
②近隣に商店街があるかどうかわからない	0.0%	77.2%	1.1%	9.2%	1.1%	8.7%	1.6%	1.1%	0.0%
③近隣に商店街はない	3.2%	64.9%	0.7%	10.6%	1.5%	13.1%	4.4%	0.7%	1.1%
(2)肉類・鮮魚 [n=2,539]									
①近隣に商店街がある	3.6%	71.7%	0.9%	11.3%	1.3%	8.8%	0.5%	1.1%	0.9%
②近隣に商店街があるかどうかわからない	0.5%	73.9%	0.5%	14.7%	1.1%	7.6%	0.0%	1.1%	0.5%
③近隣に商店街はない	1.9%	67.0%	0.3%	17.2%	0.8%	10.6%	0.1%	1.0%	1.2%
(3)酒類 [n=2,420]									
①近隣に商店街がある	5.1%	42.9%	5.9%	7.5%	3.8%	16.4%	0.0%	16.6%	1.8%
②近隣に商店街があるかどうかわからない	1.7%	50.3%	6.7%	5.0%	1.7%	18.4%	0.0%	14.5%	1.7%
③近隣に商店街はない	1.7%	44.5%	5.5%	10.2%	3.4%	17.4%	0.0%	15.3%	1.9%
(4)医薬・化粧品 [n=2,495]									
①近隣に商店街がある	21.0%	46.1%	1.5%	17.2%	0.1%	7.1%	0.0%	1.9%	5.2%
②近隣に商店街があるかどうかわからない	11.6%	49.7%	0.0%	22.1%	0.0%	8.3%	0.0%	2.8%	5.5%
③近隣に商店街はない	10.2%	44.2%	0.5%	27.8%	0.5%	9.4%	0.0%	1.2%	6.2%
(5)日用品 [n=2,516]									
①近隣に商店街がある	12.3%	59.3%	2.6%	10.8%	0.7%	11.9%	0.0%	0.2%	2.2%
②近隣に商店街があるかどうかわからない	4.4%	58.2%	2.2%	13.7%	1.6%	17.0%	0.0%	0.5%	2.2%
③近隣に商店街はない	5.4%	57.7%	1.2%	16.6%	0.7%	16.2%	0.1%	0.1%	1.9%

※(1)野菜 無回答は集計から除く。χ²=46.654 自由度=16 p=0.000* * p<0.05
 ※(2)肉類・鮮魚 無回答は集計から除く。χ²=38.557 自由度=16 p=0.001* * p<0.05
 ※(3)酒類 無回答は集計から除く。χ²=33.391 自由度=14 p=0.003* * p<0.05
 ※(4)医薬・化粧品 無回答は集計から除く。χ²=94.980 自由度=14 p=0.000* * p<0.05
 ※(5)日用品 無回答は集計から除く。χ²=70.472 自由度=16 p=0.000* * p<0.05

(3) 近隣商店街の利用状況（問 11(3)関係）

問 11(1)で「近隣に商店街がある」と回答した世帯のみを対象として、問 11(3)で「近隣の商店街の利用について」を尋ねたところ、「頻繁に買い物に行く」14.8%、「ときどき買い物に行く」47.0%、「ほとんど買い物に行かない」35.0%であった（残りの3.2%は無回答）（図表 3-27 参照）。それぞれの回答者の買い物行動についてクロス集計を行った結果は、次のとおりである。

第 1 に、生鮮食品の買い物頻度との関係では、近隣の商店街に「頻繁に買い物に行く」世帯の方が生鮮食品の買い物頻度は高いことが示される（図表 5-5-5）。

第 2 に、生鮮食品の買い物の際の交通手段との関係では、近隣の商店街に「頻繁に買い物に行く」世帯の方が「徒歩」や「自転車」の割合が高く、逆に「自家用車・バイク」の割合が低い。近隣の商店街を利用する場合は、当然のことであるが「徒歩」や「自転車」で買い物が可能であり、それらの数値が高くなる（図表 5-5-6）。

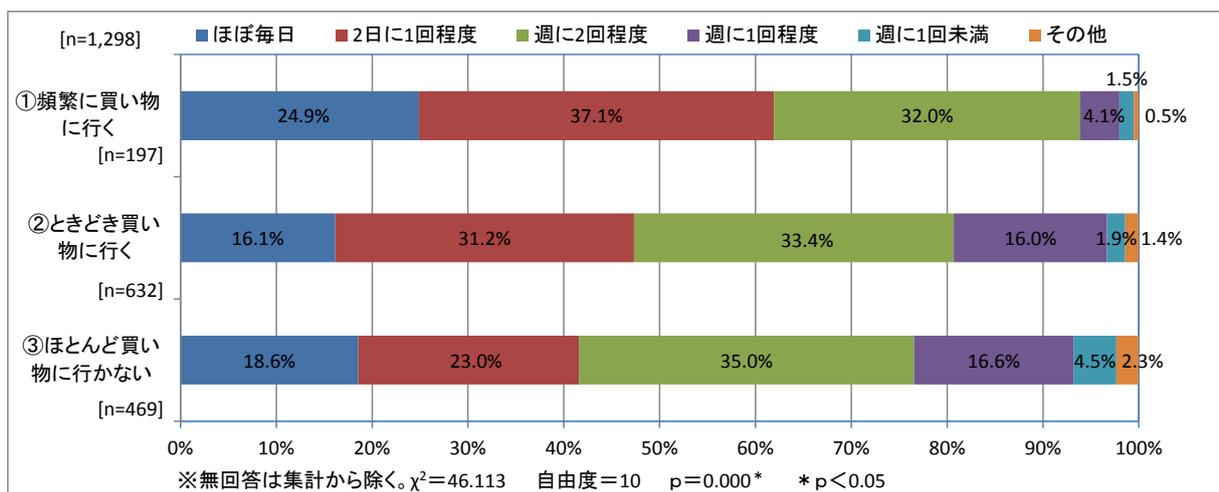
第 3 に、商品別の買い物先である。こちら、全体としては「近隣のスーパー・量販店」の比率が高いものの、「頻繁に買い物に行く」と回答した世帯の「近隣の商店街・個人商店」の比率も高くなっていることがわかる。前述した問 11(1)で「近隣に商店街がある」と回答した世帯全体の「近隣の商店街・個人商店」の買い物比率が「野菜」5.6%、「肉類・鮮魚」3.6%、「酒類」5.1%、「医薬・化粧品」21.0%、「日用品」12.3%であるのに対し（図表 5-5-3）、問 11(3)で「頻繁に買い物に行く」と回答した世帯はそれぞれ 13.3%、10.2%、15.4%、30.7%、17.2%となっており（図表 5-5-7）、特に「野菜」「肉類・鮮魚」「酒類」

で2～3倍以上になっている。「近隣の商店街・個人商店」の利用は、居住地域による違いだけでなく、同じ地域であっても世帯による対応の違いが大きいことがわかる。

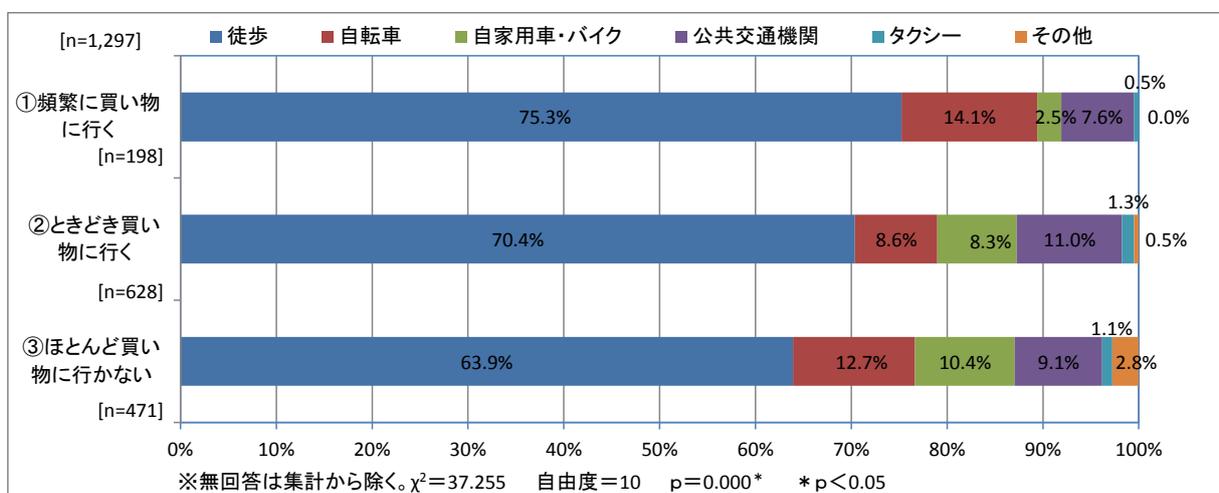
第4に、「近隣の商店街または店・スーパー等に対する要望」についてである。図表5-5-8では、各要望項目について「とてもそう思う」を3点、「そう思う」を1点、「どちらとも言えない」を0点、「あまりそう思わない」を-1点、「そう思わない」を-3点として、合計点を回答数で割った数値を示している。ここで示されているように、近隣商店街の利用状況の差は、「近隣の商店街または店・スーパー等に対する要望」の違いに大きく影響しているわけではない。「価格」「品質」「様々な業種の店の集積」などは、若干の数字の違いはあるが、いずれの世帯も要望度は高い。一方、「駐輪場、駐車場の整備」「インターネットでの情報発信」は、「商店街に頻繁に買い物に行く」世帯の方が要望度は低くなっている。

第5に、インターネットでの買い物との関係である。「最近1年間のインターネットを利用した買い物回数」は、近隣の商店街に「ほとんど買い物に行かない」世帯で高く、逆に「頻繁に買い物に行く」世帯で低いことが示される（図表5-5-9）。

図表 5-5-5 近隣商店街の利用状況と生鮮食品の買い物の回数（問11(3)×問10(1)関係）



図表 5-5-6 近隣商店街の利用状況と生鮮食品の買い物の際の交通手段（問11(3)×問10(4)関係）

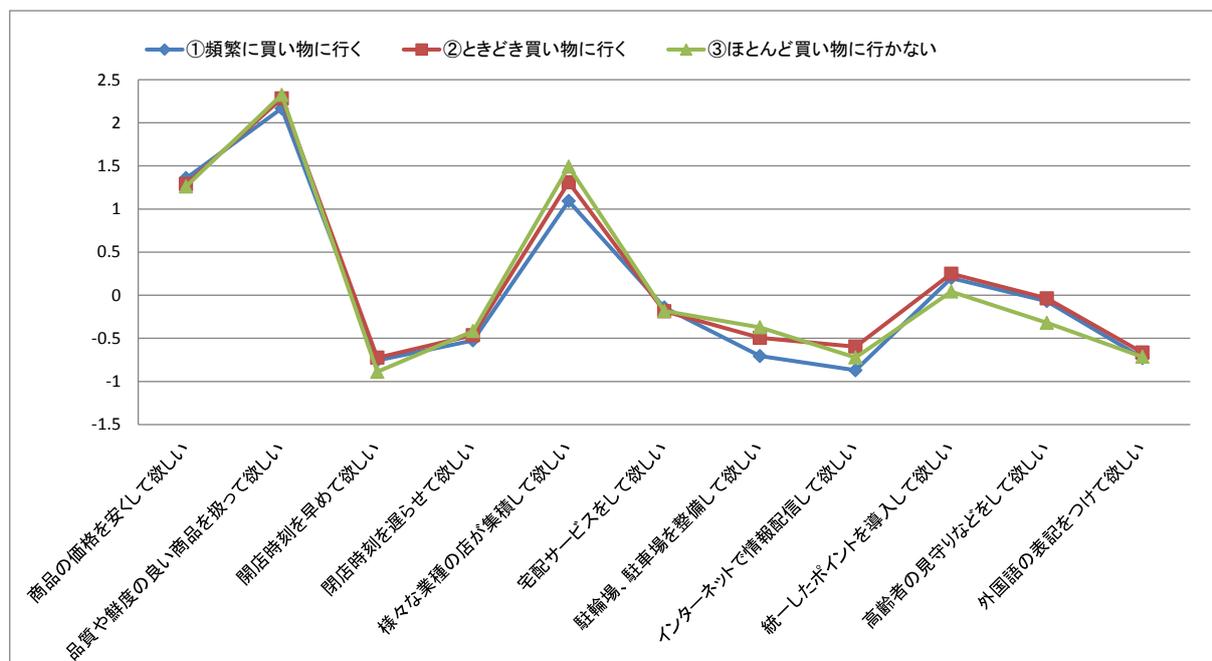


図表 5-5-7 近隣商店街の利用状況と商品別の購入先（問 11(3) × 問 9 関係）

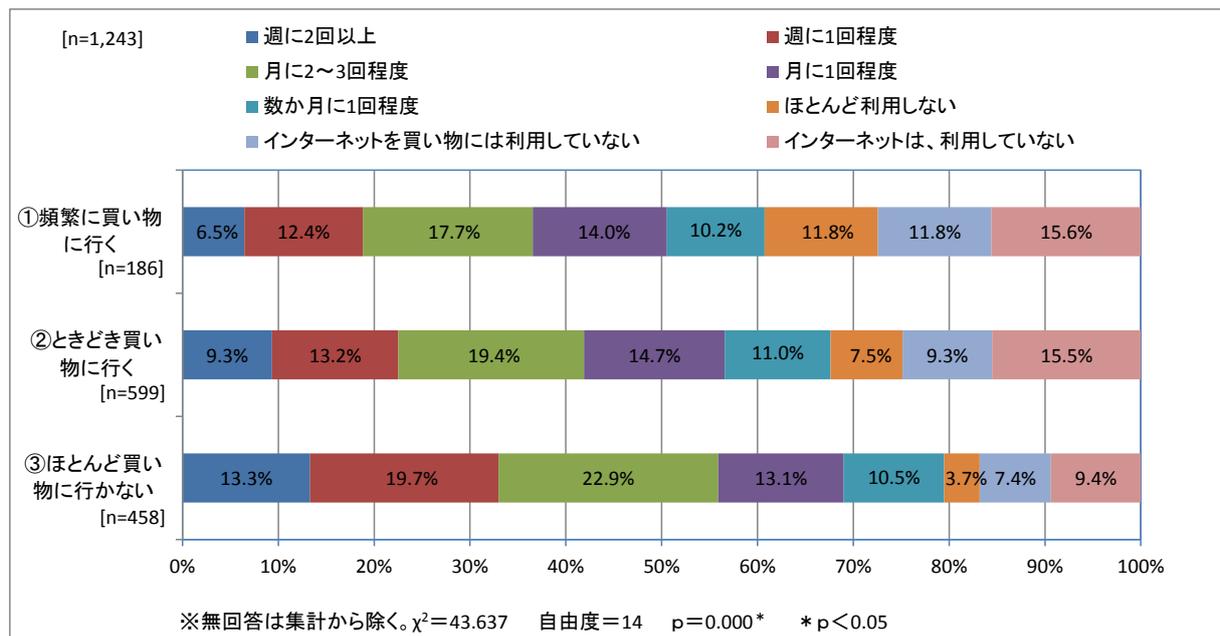
商品の購入先 近隣商店街の利用状況	商品の購入先								
	近隣の商店街・個人商店	近隣のスーパー・量販店	近隣のコンビニ	近隣以外の店舗	近隣の商店街・個人商店の宅配サービス	近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービスネット通販	移動販売車	購入しない	その他
(1)野菜 [n=1,286]									
①頻繁に買い物に行く	13.3%	71.3%	2.6%	2.1%	1.5%	6.2%	3.1%	0.0%	0.0%
②ときどき買い物に行く	6.6%	69.6%	1.6%	6.9%	1.9%	9.8%	3.2%	0.0%	0.5%
③ほとんど買い物に行かない	0.4%	66.2%	1.3%	12.2%	0.2%	16.1%	1.1%	1.3%	1.3%
(2)肉類・鮮魚 [n=1,286]									
①頻繁に買い物に行く	10.2%	74.6%	1.0%	5.6%	2.5%	4.1%	0.5%	1.0%	0.5%
②ときどき買い物に行く	3.7%	73.7%	1.0%	10.0%	1.6%	7.7%	0.6%	1.0%	0.8%
③ほとんど買い物に行かない	0.2%	68.0%	0.2%	15.7%	0.4%	12.7%	0.0%	1.5%	1.3%
(3)酒類 [n=1,209]									
①頻繁に買い物に行く	15.4%	45.1%	4.9%	2.2%	7.1%	8.8%	0.0%	14.8%	1.6%
②ときどき買い物に行く	4.2%	45.5%	7.0%	7.7%	3.3%	14.3%	0.0%	16.7%	1.4%
③ほとんど買い物に行かない	1.5%	38.9%	4.4%	9.9%	3.1%	22.3%	0.0%	17.2%	2.6%
(4)医薬・化粧品 [n=1,259]									
①頻繁に買い物に行く	30.7%	41.7%	3.1%	13.5%	0.5%	6.3%	0.0%	1.6%	2.6%
②ときどき買い物に行く	26.9%	43.0%	1.3%	15.9%	0.0%	5.0%	0.0%	2.0%	6.0%
③ほとんど買い物に行かない	9.3%	51.1%	1.1%	20.3%	0.0%	10.6%	0.0%	1.9%	5.6%
(5)日用品 [n=1,270]									
①頻繁に買い物に行く	17.2%	62.0%	4.7%	9.9%	0.5%	5.7%	0.0%	0.0%	0.0%
②ときどき買い物に行く	16.3%	58.2%	2.9%	10.5%	0.8%	9.0%	0.0%	0.0%	2.3%
③ほとんど買い物に行かない	4.9%	60.1%	1.3%	11.8%	0.6%	17.6%	0.0%	0.6%	3.0%

※(1)野菜 無回答は集計から除く。χ²=109.129 自由度=16 p=0.000* * p<0.05
 ※(2)肉類・鮮魚 無回答は集計から除く。χ²=82.282 自由度=16 p=0.000* * p<0.05
 ※(3)酒類 無回答は集計から除く。χ²=94.524 自由度=14 p=0.000* * p<0.05
 ※(4)医薬・化粧品 無回答は集計から除く。χ²=82.941 自由度=14 p=0.000* * p<0.05
 ※(5)日用品 無回答は集計から除く。χ²=74.711 自由度=14 p=0.000* * p<0.05

図表 5-5-8 近隣商店街の利用状況と「近隣商店街または店・スーパー等に対する要望」（問 11(3) × 問 12 関係）



図表 5-5-9 近隣商店街の利用状況と「最近1年間のインターネットを利用した買い物回数」
 (問 11(3) × 問 17(1) 関係)



6 商品券の分析

港区商店街連合会では、販売価格に10パーセントの上乗せを付けた「プレミアム付き港区内共通商品券（スマイル商品券）」を毎年販売している。区は、「プレミアム付き港区内共通商品券」の発行に要する事業運営経費の一部を支援している。

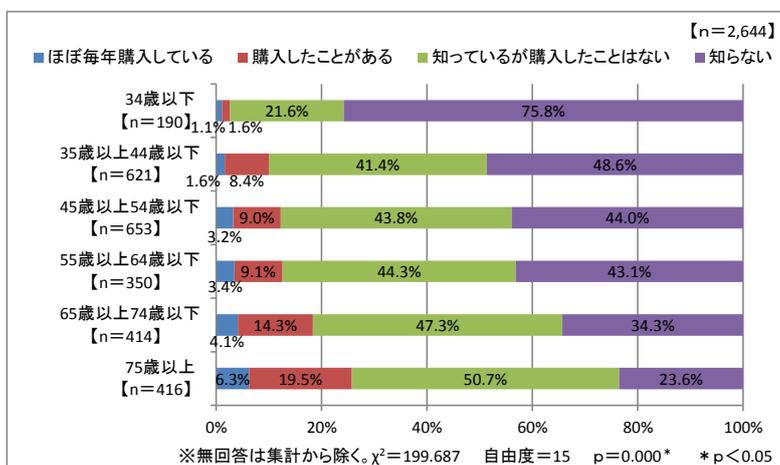
プレミアム付き港区内共通商品券の利用状況について、クロス集計を用いて分析した。

(1) 世帯構成との関係

ア 世帯主の年齢別に見た商品券の購入・認知の状況（問1×問13関係）

世帯主年齢別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況（「ほぼ毎年購入している」、「購入したことがある」、「知っているが購入したことはない」、「知らない」の4区分）を集計したのが図表5-6-1である。

図表5-6-1 世帯主年齢×商品券の購入状況



図表5-6-1から世帯主年齢が低いほど「知らない」と回答する割合が高いことがわかる。「知らない」と回答した割合が、世帯主年齢が「34歳以下」の世帯では75.8%であるのに対して、「75歳以上」の世帯では23.6%で、プレミアム付き港区内共通商品券の認知度には約3倍の差が生じている。

購入経験があると回答した割合（「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計）は、世帯主年齢が「34歳以下」の世帯ではわずかに2.7%である。世帯主年齢が35歳以上64歳以下の世帯では1割程度、「64歳以上74歳以下」の世帯では18.4%、「75歳以上」の世帯では25.8%という結果であった。

イ 世帯人員数別に見た商品券の購入・認知の状況（問2×問13関係）

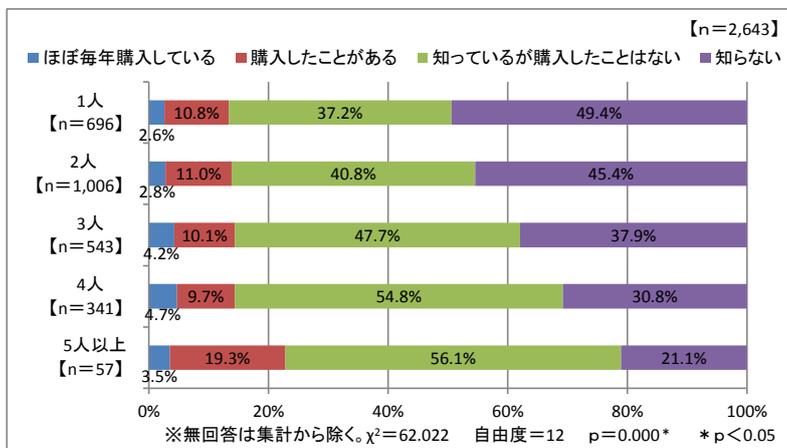
世帯人員数別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計したのが図表5-6-2である。

図表5-6-2から世帯人員数が少ない世帯ほど「知らない」と回答する割合が高いことがわかる。

購入経験があると回答した割合（「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」

の合計) は、世帯人員数が1~4人では1割強であったが、「5人以上」では22.8%であった。

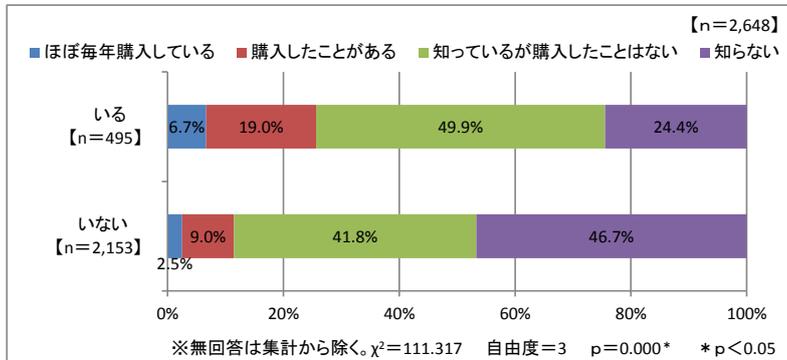
図表 5-6-2 世帯人数×商品券の購入状況



ウ 75歳以上世帯員の有無別に見た商品券の購入・認知の状況 (問4×問13関係)

75歳以上の世帯員の有無別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計したのが図表 5-6-3 である。

図表 5-6-3 75歳以上の世帯員の有無×商品券の購入状況



図表 5-6-3 から商品券を「知らない」と回答した世帯は、75歳以上の世帯員が「いる」世帯では24.4%であったが、75歳以上の世帯員が「いない」世帯では46.7%と割合が大幅に増加する結果であった。

購入経験があると回答した割合(「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計)は、75歳以上の世帯員が「いる」世帯では25.7%であったのに対し、「いない」世帯では11.5%で、2倍以上の差が生じている。

(2) 居住環境との関係

ア 居住年数別に見た商品券の購入・認知の状況 (問5×問13関係)

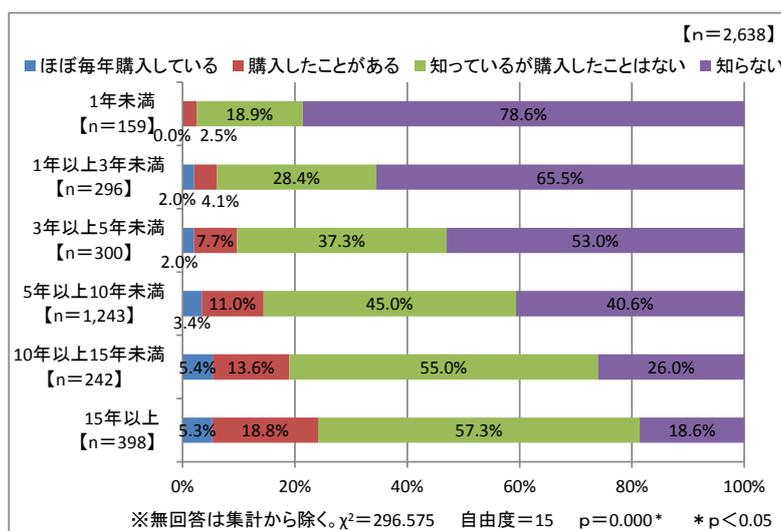
居住年数別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計すると、居

住年数が短いほど商品券を「知らない」と回答する割合が高いことがわかる(図表5-6-4)。

商品券を「知らない」と回答した割合は、居住年数が「1年未満」では78.6%、「15年以上」では18.6%で、約4倍の差が生じている。

購入経験があると回答した割合(「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計)についても、居住年数が「1年未満」では2.5%、「15年以上」では24.1%で、約10倍の差が生じている。

図表 5-6-4 居住年数×商品券の購入状況



イ 調査対象集合住宅別に見た商品券の購入・認知の状況

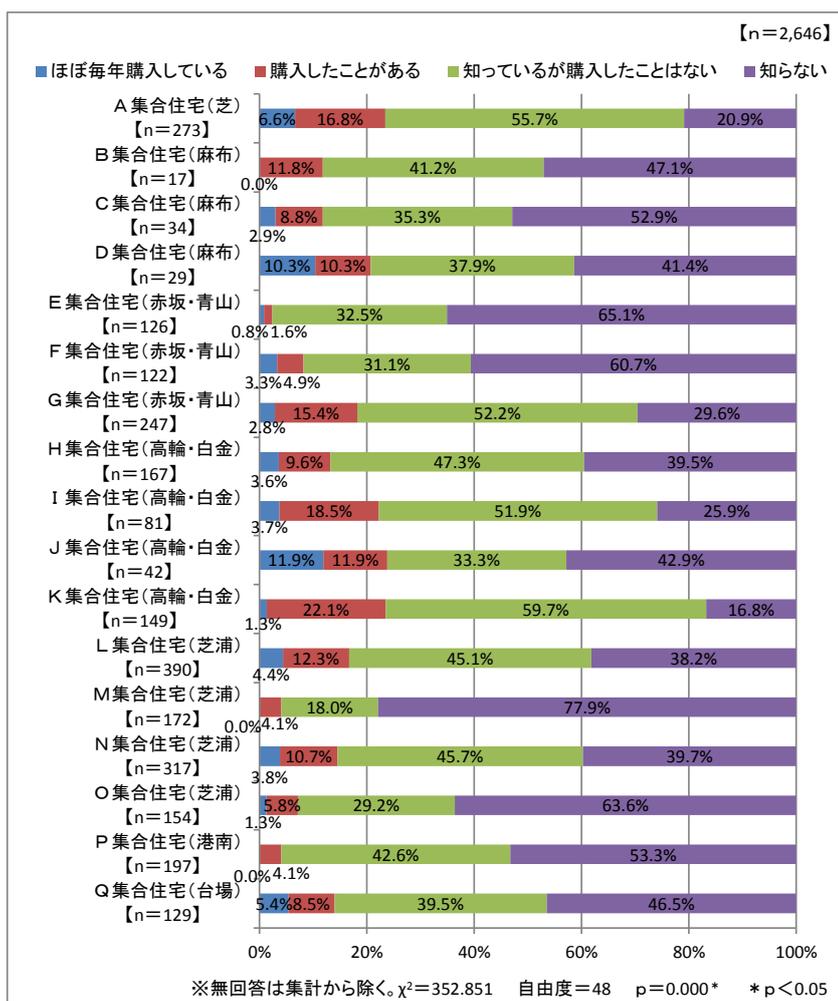
調査対象集合住宅別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計すると、購入経験(「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計)と認知の状況(「知らない」と回答した割合)ともに、集合住宅によって大きく異なることがわかる(図表5-6-5)。

「知らない」と回答した世帯の割合は、公営住宅である(図表2-14参照)A集合住宅(20.9%)、G集合住宅(29.6%)、K集合住宅(16.8%)では低い傾向を示しているが、民間住宅では2割半~8割弱と集合住宅によって大きな差が生じている。

購入経験があると回答した割合については、公営住宅であるA集合住宅(23.4%)、G集合住宅(18.2%)、K集合住宅(23.4%)では高い傾向を示している。一方、民間住宅では全体的には低い傾向を示しているが、D集合住宅(20.6%)、I集合住宅(22.2%)、J集合住宅(23.8%)のように一部で高い割合を示している。

調査対象集合住宅のうちP集合住宅及びQ集合住宅には近隣に商店街がない(図表2-16参照)。近隣に商店街がないという同一の条件だが、P集合住宅の購入経験は4.1%であるのに対し、Q集合住宅は13.9%と高いことがわかる。

図表 5-6-5 調査対象集合住宅×商品券の購入状況



(3) 買い物環境との関係

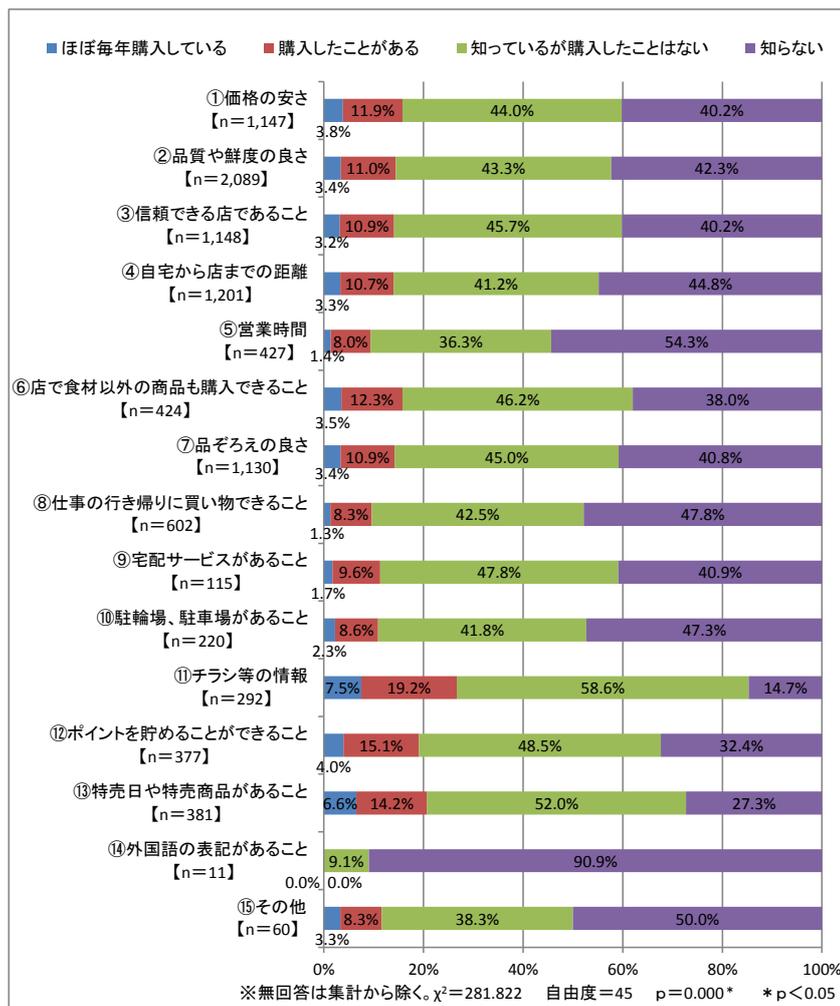
ア 生鮮食品の買い物で重視していること別に見た商品券の購入・認知の状況 (問 10 (3) × 問 13 関係)

生鮮食品の買い物で重視していること (複数回答) 別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計したのが図表 5-6-6 である。

ほとんどの項目で「知らない」と回答した世帯の割合は 4~5 割程度のところ、「⑪チラシの情報」を重視していると回答した世帯では 14.7%、「⑫ポイントを貯めることができる」を重視していると回答した世帯では 32.4%、「⑬特売日や特売商品があること」を重視していると回答した世帯では 27.3%であった。

購入経験があると回答した割合 (「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計) は、ほとんどの項目で 1 割~1 割半程度であったが、「⑪チラシの情報」を重視していると回答した世帯では 26.7%、「⑫ポイントを貯めることができる」を重視していると回答した世帯では 19.1%、「⑬特売日や特売商品があること」を重視していると回答した世帯では 20.8%であった。

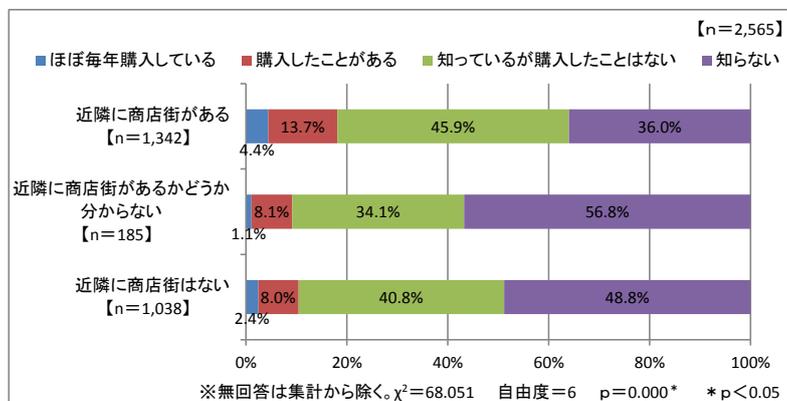
図表 5-6-6 生鮮食品の買い物で重視していること（複数回答）×商品券の購入状況



イ 商店街の認識別にみた商品券の購入・認知の状況（問 11（1）×問 13 関係）

商店街の認識別にプレミアム付き港区内共通商品券の購入・認知の状況を集計したのが図表 5-6-7 である。

図表 5-6-7 商店街の認識×商品券の購入状況



図表 5-6-7 から「近隣に商店街があるかどうか分からない」「近隣に商店街はない」と回答した世帯では商品券を「知らない」割合がそれぞれ 56.8%、48.8%であったのに対し、「近隣に商店街がある」と回答した世帯では商品券を「知らない」割合が 36.0%であった。

購入経験があると回答した割合（「ほぼ毎年購入している」と「購入したことがある」の合計）は、「近隣に商店街があるかどうか分からない」「近隣に商店街はない」と回答した世帯では 1 割程度であるが、「近隣に商店街がある」と回答した世帯では 18.1%と高い傾向を示している。

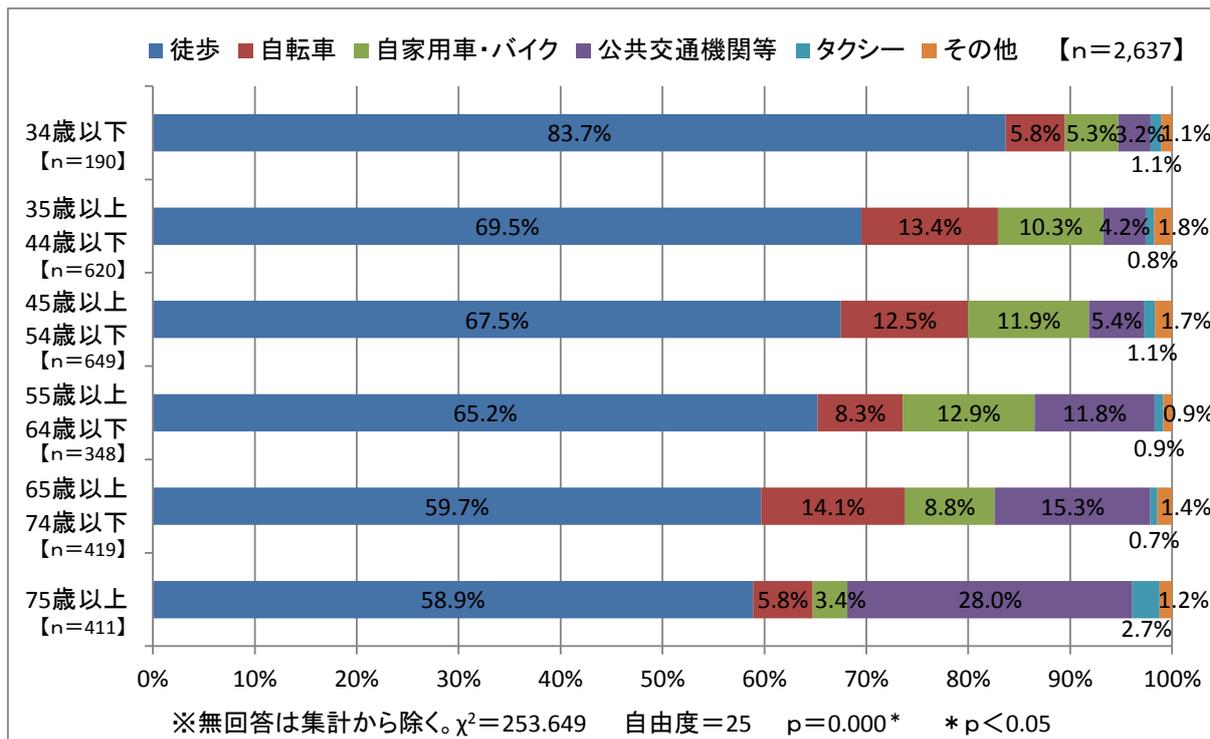
7 交通手段をめぐる分析

生鮮食品の買い物に出かける際の「交通手段」をめぐる区民の生活実態について、世帯主の年齢、居住地、生鮮食品の買い物回数、年間収入額の視点からクロス集計を用いて分析した。

(1) 世帯主の年齢と交通手段（問1×問10（4）関係）

世帯主の年齢別に生鮮食品の買い物に出かける際の交通手段（「徒歩」、「自転車」、「自家用車・バイク」、「公共交通機関等」、「タクシー」、「その他」の6区分）を集計した。

図表 5-7-1 世帯主年齢別に見た生鮮食品の買い物際の交通手段（問1×問10（4）関係）



「徒歩」は、最も多いのが「34歳以下」で83.7%、続いて「35歳以上44歳以下」で69.5%、「45歳以上54歳以下」で67.5%、「55歳以上64歳以下」で65.2%、「65歳以上74歳以下」で59.7%、最も少ないのが「75歳以上」で58.9%である。

「自転車」は、「65歳以上74歳以下」で14.1%、「35歳以上44歳以下」で13.4%、「45歳以上54歳以下」で12.5%、「55歳以上64歳以下」で8.3%、「34歳以下」及び「75歳以上」では5.8%である。

「自家用車・バイク」は、世帯主の年齢が35歳以上64歳以下の世帯で10%台が利用している。

「公共交通機関等」は、最も多いのが「75歳以上」で28.0%、続いて「65歳以上74歳以下」で15.3%、「55歳以上64歳以下」で11.8%、「45歳以上54歳以下」で5.4%、「35歳以上44歳以下」で4.2%、最も少ないのが「34歳以下」で3.2%である。

世帯主の年齢が上がるほど「徒歩」で買い物に出かける割合が低下し、「公共交通機関等」を利用する割合が高くなるのがわかる。特に、世帯主が「75歳以上」の世帯では、「自転車」、「自家用車・バイク」の割合も非常に低く、買い物における「公共交通機関等」

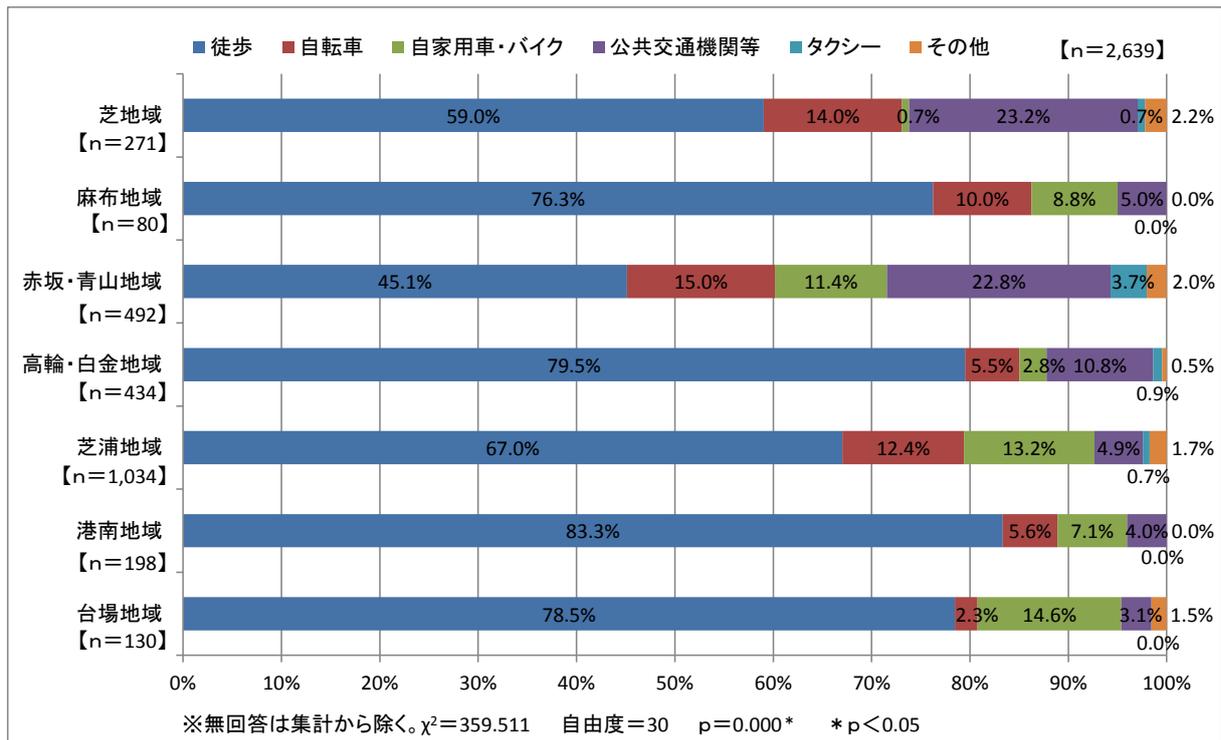
の果たす役割が重要であることがわかる。

若い年齢層では、買い物のために「自転車」等で行かせるのではなく、仕事帰り等に買い物をしている実態が浮かび上がる。買い物に「自転車」を利用する割合は、前期高齢者の年齢層で最も高い。比較的健康的な前期高齢者の年齢層では買い物以外の日常生活にも「自転車」を活用している可能性が高いことが想像できる。

(2) 居住地域と交通手段（問7×問10（4）関係）

居住地域別に生鮮食品の買い物に出かける際の交通手段（「徒歩」、「自転車」、「自家用車・バイク」、「公共交通機関等」、「タクシー」、「その他」の6区分）を集計した。

図表 5-7-2 居住地域別に見た生鮮食品の買い物際の交通手段（問7×問10（4）関係）



居住地域によって生鮮食品の買い物に出かける際の交通手段にかなりの違いがある。

「徒歩」は、最も少ないのが赤坂・青山地域で 45.1%、続いて芝地域で 59.0%、芝浦地域で 67.0%である。

「自転車」は、最も多いのが赤坂・青山地域で 15.0%、続いて芝地域で 14.0%、芝浦地域で 12.4%である。「徒歩」が少ない地域で「自転車」の割合が高い。徒歩圏内に生鮮食品を販売する店舗がないか少ない場合は、自転車を利用することで買い物圏を拡大させていることがわかる。

「自家用車・バイク」は、最も多いのが台場地域で 14.6%、続いて芝浦地域で 13.2%、赤坂・青山地域で 11.4%である。台場地域は、道路状況、地理的条件等から「自家用車・バイク」で他区等へ買い物に出かけることが多いと考えられる。

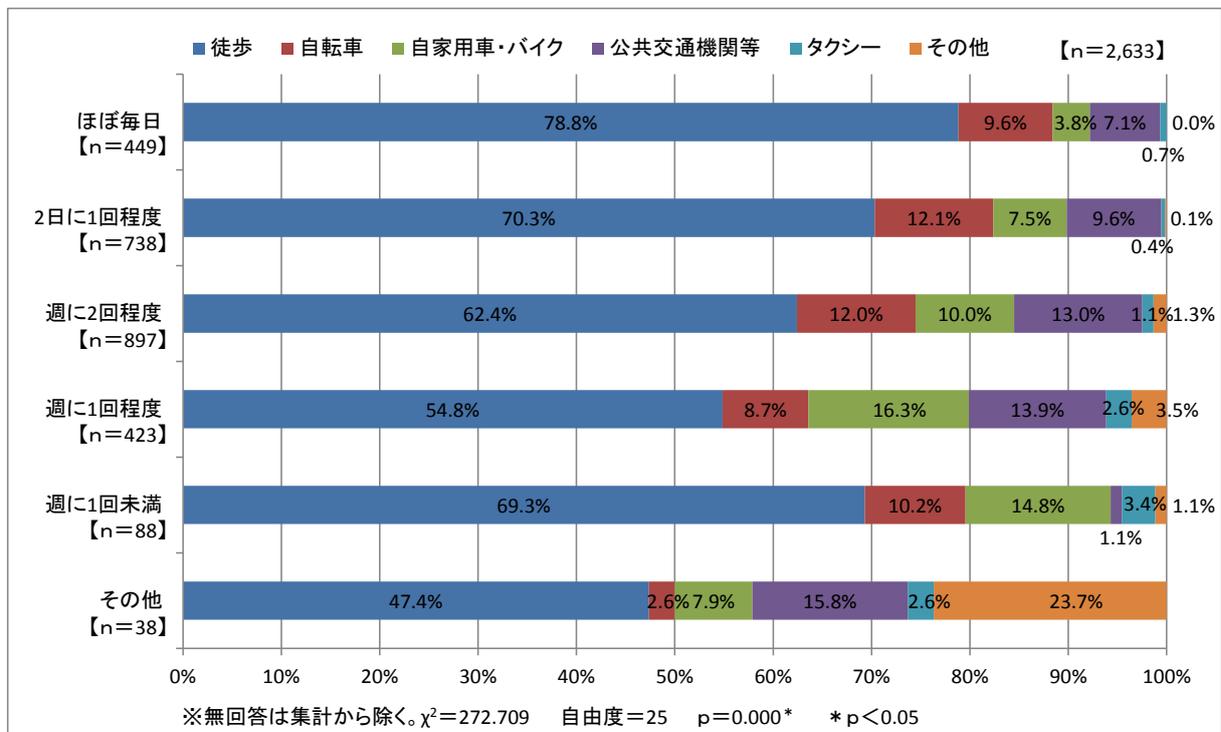
「公共交通機関等」は、最も多いのが芝地域で 23.2%、続いて赤坂・青山地域で 22.8%、高輪・白金地域で 10.8%である。「徒歩」が少なく「自転車」が多い芝地域、赤坂・青山地域で「公共交通機関等」の割合も高い。徒歩圏内で買い物を済ませることができず、買

い物圏がより遠方に広がらざるを得ない環境にあることがわかる。

(3) 買い物回数と交通手段（問 10（1）×問 10（4）関係）

生鮮食品の買い物回数別に買い物に出かける際の交通手段（「徒歩」、「自転車」、「自家用車・バイク」、「公共交通機関等」、「タクシー」、「その他」の6区分）を集計した。

図表 5-7-3 生鮮食品の買い物の回数別に見た買い物際の交通手段（問 10(1) × 問 10(4) 関係）



「徒歩」は、最も多いのが「ほぼ毎日」買い物をする世帯で78.8%、続いて「2日に1回程度」で70.3%、「週に1回未満」で69.3%、「週に2回程度」で62.4%、「週に1回程度」で54.8%である。

「自転車」は、最も多いのが「2日に1回程度」買い物をする世帯で12.1%、続いて「週に2回程度」で12.0%、「週に1回未満」で10.2%、「ほぼ毎日」で9.6%、「週に1回程度」で8.7%である。

「自家用車・バイク」は、最も多いのが「週に1回程度」買い物をする世帯で16.3%、続いて「週に1回未満」で14.8%、「週に2回程度」で10.0%、「その他」で7.9%、「2日に1回程度」で7.5%である。

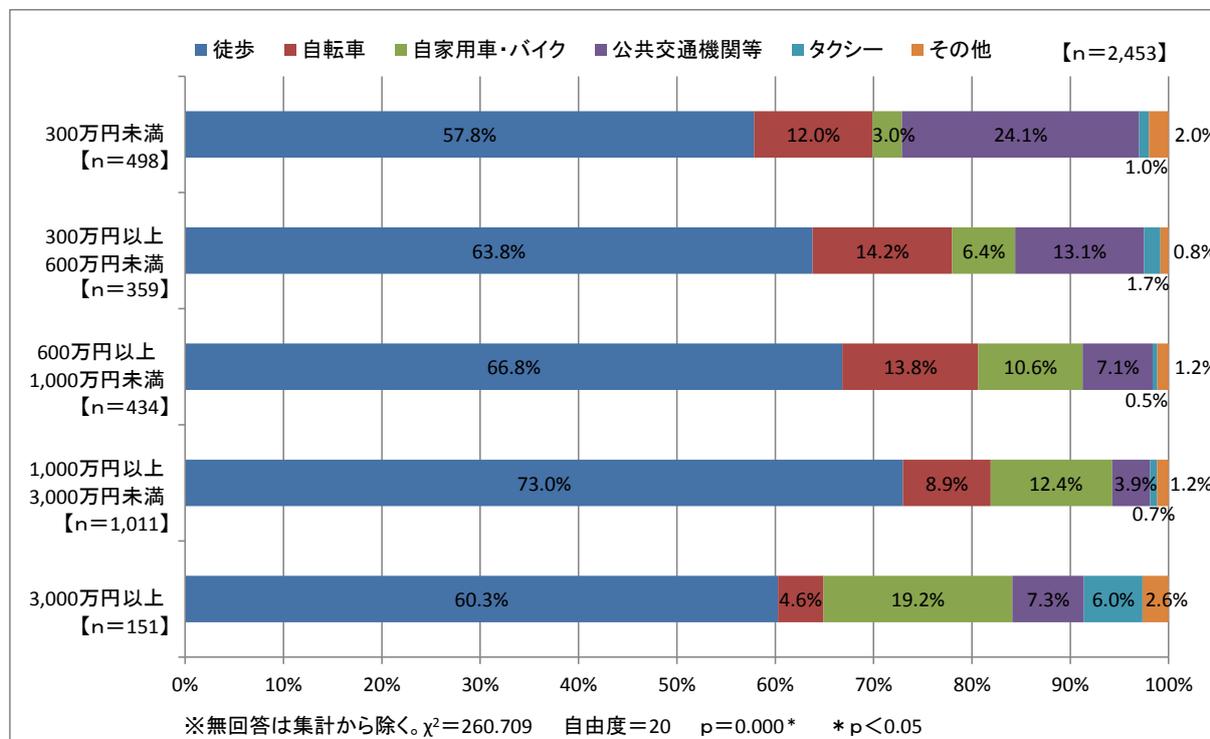
「公共交通機関等」は、最も多いのが「その他」で15.8%、続いて「週に1回程度」で13.9%、「週に2回程度」で13.0%、「2日に1回程度」で9.6%、「ほぼ毎日」で7.1%である。

「週に1回未満」買い物をする世帯を例外とすれば、買い物の回数が少ない世帯ほど「徒歩」で買い物をする割合が低くなり、「自家用車・バイク」及び「公共交通機関等」を利用する割合が高くなる。買い物回数が少ない世帯ほど、近隣以外の店舗等でまとめ買いをしている実態が浮かび上がる。

(4) 年間収入額と交通手段（問 21×問 10（4）関係）

世帯の年間収入額別に買い物に出かける際の交通手段（「徒歩」、「自転車」、「自家用車・バイク」、「公共交通機関等」、「タクシー」、「その他」の6区分）を集計した。

図表 5-7-4 世帯年間収入額別に見た買い物の際の交通手段（問 21×問 10（4）関係）



「徒歩」は、最も多いのが「1,000万円以上3,000万円未満」の世帯で73.0%、続いて「600万円以上1,000万円未満」で66.8%、「300万円以上600万円未満」で63.8%、「3,000万円以上」で60.3%、「300万円未満」で57.8%である。

「自転車」は、最も多いのが「300万円以上600万円未満」の世帯で14.2%、続いて「600万円以上1,000万円未満」で13.8%、「300万円未満」で12.0%、「1,000万円以上3,000万円未満」で8.9%、「3,000万円以上」で4.6%である。

「自家用車・バイク」は、最も多いのが「3,000万円以上」の世帯で19.2%、続いて「1,000万円以上3,000万円未満」で12.4%、「600万円以上1,000万円未満」で10.6%、「300万円以上600万円未満」で6.4%、「300万円未満」で3.0%である。

「公共交通機関等」は、最も多いのが「300万円未満」の世帯で24.1%、続いて「300万円以上600万円未満」で13.1%、「3,000万円以上」で7.3%、「600万円以上1,000万円未満」で7.1%、「1,000万円以上3,000万円未満」で3.9%である。

「タクシー」は、最も多いのが「3,000万円以上」の世帯で6.0%、それ以外の世帯は0.5%~1.7%である。

年間収入額が多い世帯ほど「自家用車・バイク」で買い物に出かける割合が高くなり、「3,000万円以上」では「300万円未満」の6.4倍に達する。また、「3,000万円以上」の世帯では「タクシー」を利用する割合が他の世帯に比べて突出する一方、「自転車」の利用はごくわずかである。「300万円未満」の世帯では「公共交通機関等」を利用する割合が

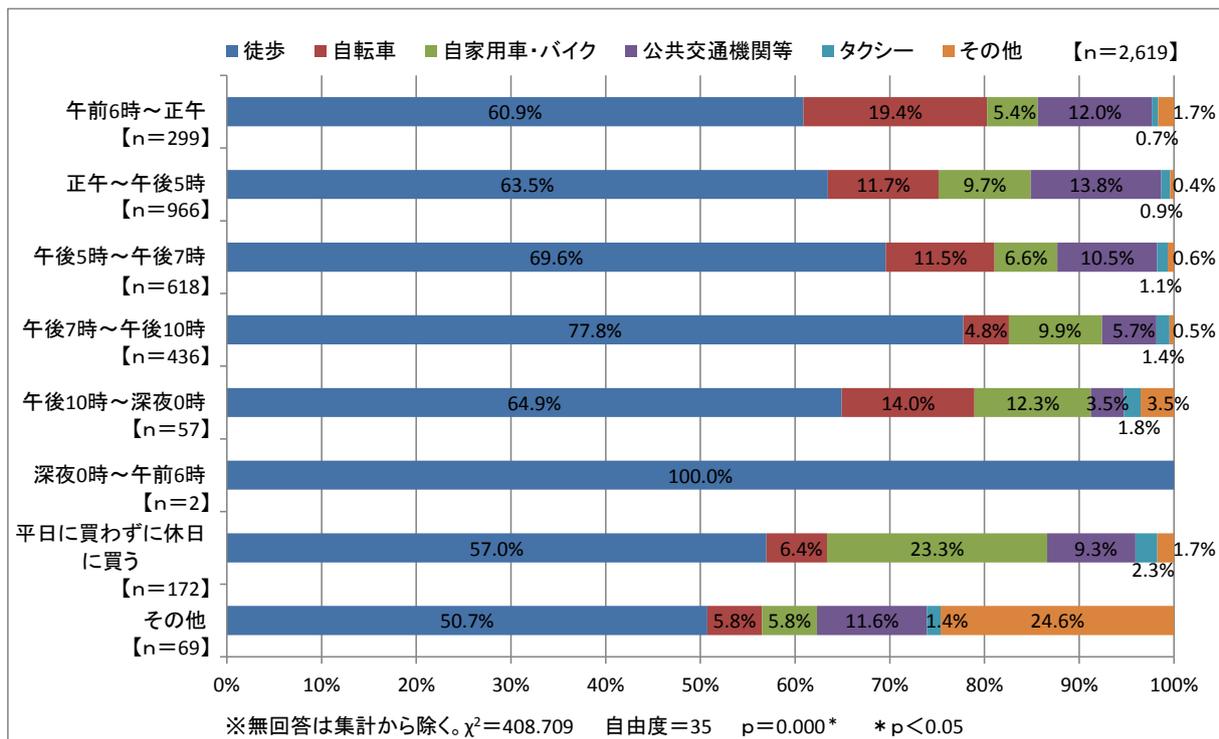
非常に高い。家計の豊さが生鮮食品の買い物に出かける際の交通手段に大きく影響していることがわかる。

「徒歩」の割合は年間収入額が多い世帯ほど増加する傾向にあるが、「3,000万円以上」では減少している。「3,000万円以上」の世帯では、「自家用車・バイク」又は「タクシー」を買い物に利用する割合が高くなることが原因と考えられる。

(5) 生鮮食品の買い物時間帯と交通手段（問10(2)×問10(4)関係）

平日の生鮮食品の買い物時間帯別に買い物に出かける際の交通手段（「徒歩」、「自転車」、「自家用車・バイク」、「公共交通機関等」、「タクシー」、「その他」の6区分）を集計した。

図表 5-7-5 平日の生鮮食品の買い物時間帯別に見た買い物の際の交通手段
(問10(2)×問10(4)関係)



「徒歩」は、最も多いのが「深夜0時～午前6時」で100.0%、続いて「午後7時～午後10時」で77.8%、「午後5時～午後7時」で69.6%、「午後10時～深夜0時」で64.9%、「正午～午後5時」で63.5%である。少ないのは、「その他」で50.7%、「平日に買わずに休日に買う」で57.0%である。

「自転車」は、最も多いのが「午前6時～正午」で19.4%、続いて「午後10時～深夜0時」で14.0%、「正午～午後5時」で11.7%、「午後5時～午後7時」で11.5%である。少ないのは、「午後7時～午後10時」で4.8%、「その他」で5.8%、「平日に買わずに休日に買う」で6.4%である。

「自家用車・バイク」は、最も多いのが「平日に買わずに休日に買う」で23.3%、続いて「午後10時～深夜0時」で12.3%、「午後7時～午後10時」で9.9%、「正午～午後5時」で9.7%である。最も少ないのは、「午前6時～正午」で5.4%である。

「公共交通機関等」は、最も多いのが「正午～午後5時」で13.8%、続いて「午前6

時～正午」で12.0%、「その他」で11.6%、「午後5時～午後7時」で10.5%、「平日に買わずに休日に買う」で9.3%である。最も少ないのは、「午後10時～深夜0時」で3.5%である。

「午前6時～正午」に買い物をする世帯は、他の時間帯に比べると「自転車」や「公共交通機関等」で買い物に出かける割合が高いことから、仕事等のついでではなく買い物のために出かけていることが想像できる。

「午後10時～深夜0時」に買い物をする世帯は、他の時間帯に比べると「自転車」や「自家用車・バイク」で買い物に出かける割合が高い。仕事等から帰宅した後、夜遅くなってから買い物に出かけているのではないと思われる。

「平日に買わずに休日に買う」世帯は、他の時間帯に比べると「徒歩」や「自転車」の割合が低い一方、「自家用車・バイク」で買い物に出かける割合が高いことから、休日にまとめ買いをしていることが想像できる。

VI 調査から言えること

本報告書では、今年度実施された「港区における区民の消費に関する調査」の結果について詳細に紹介してきた。本報告書の最後に、改めて今回行われた調査の特徴と調査結果及びその分析から示唆されたことについてまとめておく。

1 調査の特徴

「港区における区民の消費に関する調査」は、多くの港区民が居住する中高層集合住宅の居住者が生鮮食品や日用品などについてどのような消費を行っているのか、港区民の消費の現状に対して、区内商業者にはどういった対応が求められているのかを検討するために実施されたものである。

調査は、港区の中高層集合住宅（民間住宅及び公営住宅）の世帯を対象に実施され、調査票は対象となった集合住宅全戸に配布された。調査票の配布数は8,665枚、そのうち2,757世帯（公営713世帯、民間2,041世帯、不明3世帯）から回収した（回収率31.8%）。対象の集合住宅には外国人が多く居住しているところもあるため、一部の集合住宅には日本文以外に英文の調査票も配布したが、英文調査票による回答数はわずかであった。

今回の調査について、第1に言及しておきたいのは、その意義である。港区には乳幼児から高齢者まで幅広い年齢層の住民が、多様な生活条件と生活スタイルのもとで日々の生活を送っている。今回対象となった地域の民間住宅及び公営住宅で生活している住民に対する調査は、こうした多様な港区住民の全てを直接的に代表することはできないし、そうしたことは調査当初から目論んでいたわけではない。地域と特定の中高層集合住宅を対象とした時点で、回答者にある程度の偏りが出ることは避けられないと考えていた。

しかし、一方で、今回対象とした地域と中高層集合住宅によって、増えつつある民間高層住宅の住民、増加しつつある高齢世帯の状況など、現在の港区民の重要な特徴を示すことができる。今回の調査結果は、港区の現状の一面をリアルに描き出すことによって、港区における課題を検討していく上で貴重なデータとなっている。

第2に、今回の調査の問題意識の一つは、港区に以前から存在してきた商店街や地域の小売店が、新たな中高層集合住宅が建設され、新しい区民が増えていく中で、どのように発展の可能性を追求していくのかについて、消費行動と消費意識から考察していくことにある。今回の調査は、住民の消費行動や消費意識を対象にしており、直接的に商店街や地域の小売店の課題を示すものではないものの、商店街や地域の小売店が地域住民の消費とともに発展していくのであれば、看過できないポイントが含まれていることは重視したい。

第3に、港区政策創造研究所が今回の調査で重視したのは、単なるアンケート調査ではなく、地域の実情を踏まえた現場感覚を持った調査分析を行っていくことであった。そのため、調査対象に想定された中高層集合住宅へは、調査票の検討と並行して現地視察に赴き、目と耳、肌でそれぞれの地域の状況を感じ取ろうとしてきた。ある公営住宅で毎週2日40年以上にわたって通ってきている野菜の移動販売車の重要性を認識したのも、こうした野外調査の中であり、実際に歩いてみることで集合住宅と商店街との距離や商店街で何がどのように売

られているのかを知ることができたと考えている。調査票は、こうした現地視察の成果を生かしながら作成していった。

2 調査報告の構成

本報告書では、**Ⅲ章**で基本集計結果を、民間住宅と公営住宅にデータを区分しながら示した。民間住宅と公営住宅は、築年数や居住年数、世帯主年齢や高齢者の有無、所得形態や所得水準などにそれぞれ特徴があり、こうした特徴が買い物行動にも影響を与えていることが示された。

また、日常的に購入する野菜、肉類、酒類、医薬・化粧品、日用品の購入場所、買い物時間帯、買い物頻度、近隣商店街の有無、近隣商店街や個人商店への要望など、日常的な買い物行動について様々な視点から調査を行った。

さらに、外食、インターネットを活用した買い物などについても質問を行っている。インターネットについては、既にさまざまな商品に対して利用されており、今後も拡大が見込まれることが改めて示された。個々の世帯の買い物形態の新たな可能性を広げつつあり、地域の商店や商店街に影響を与えていくことは必至である。

Ⅳ章では、自由回答への分析を行った。今回の調査結果の一つの特徴は、自由回答記述が全回答の半数弱に及んだことである。自由回答の多くが現在の買い物状況の問題について触れており、大都市の中心部である港区においても決して買い物状況が恵まれているわけではないことを示している。後述するように、「大都市中心部であるにもかかわらず」という側面と「大都市中心部であるがゆえ」という側面の二つの側面を有する買い物に関する問題を抱えているのが、今日の港区の状況である。

Ⅳ章では、自由回答を問題別、地域別に分け、その特徴を示している。ここで紹介されているのは、地域住民の生の声であり、それぞれの地域で、それぞれの生活の中でさまざまな課題に直面していることが示され、大変興味深いものになっている。

Ⅴ章では、調査結果のクロス集計を行った。クロス集計のテーマは、世帯主年齢、世帯収入、臨海部と内陸部の民間集合住宅、世帯類型、近隣商店街の有無と利用度、プレミアム商品券、交通手段である。

世帯主年齢では年齢層による買い物行動の違いが明らかになり、世帯収入では収入による違いが示された。

新興開発地である臨海部と在来の住宅地である内陸部では、調査対象住宅周辺の商店、飲食店の数が異なる。こうした周辺状況の違いが今回の調査結果にも表れている。

世帯類型では、買い物行動に影響を与えると考えられる世帯主年齢、世帯人員数、世帯稼得形態を基準に世帯を5つのカテゴリー（単身世帯・世帯主64歳以下、単身世帯・世帯主65歳以上、2人以上の世帯・1人収入・世帯主64歳以下、2人以上の世帯・共働き・世帯主64歳以下、2人以上の世帯・世帯主65歳以上）に分け、それぞれの買い物行動の特徴を見た。世帯類型によって生活スタイルが異なり、そのことが買い物行動にも影響を与えていることが示された。

近隣商店街の有無については、近隣に商店街があるかどうかの認識によって消費行動に差

があるかどうか、そして「ある」と考えている人については、実際に商店街に行っているかどうかで消費行動にどのような違いが出るか分析を行った。

プレミアム商品券については、世帯主の年齢別、居住年数別などのいくつかの視点から利用度の違いを検討し、現在の利用についての特徴を考察した。

交通手段については、居住地域、買い物回数、買い物時間帯などによって買い物の際の交通手段にどのような違いがあるのかを分析した。

3 調査結果から示唆された点

調査対象となった地域は、港区の大規模、中小規模の集合住宅が多く存在している地域である。調査結果からは、港区内に居住する住民の年齢層、家族構成、生活スタイルなどの多様性、地域ごとの特殊性、社会環境の変化の影響など、さまざまな論点が浮かび上がってきた。その中でも重要な論点について、最後に記しておきたい。

(1) 多様な生活スタイルと消費の多様化

今回対象となった公営住宅には所得制限など、居住にあたって制限がある場合が多かった。また、民間住宅では、賃貸であれば家賃、分譲であれば分譲価格によって、実質的に一定の所得水準以上の世帯の割合が高くなることが多い。その結果、データ分析でも示されたように、世帯収入では公営住宅、民間住宅でそれぞれ特徴があった。しかし、世帯収入では特定の層の比率が高いものの、年代、世帯収入（給与か年金かなど）、収入稼得人数（1人か2人かなど）等は多様であるし、当然生活スタイルも異なる。

生活スタイルの多様性は、世帯で主に買い物を行う人の買い物時間、買い物頻度、買い物場所、買い物にあたっての留意点、外食の頻度や外食での留意点、インターネットの利用など、実際の買い物に多岐にわたって影響する。世代で共通する場合もあれば、同じ世代であっても生活スタイルの違いによって異なる場合もある。生活スタイルの多様性による消費行動の多様性の存在に対応する形で、商品やサービスの供給スタイルも多様化している。

商品やサービスの供給スタイルの多様化の中で、近年もっとも広がっているのはインターネットである。週に1回以上インターネットで購入する世帯は2割を超え、世帯主が44歳以下の世帯では4割になる。世代や世帯類型、商品によってそのスピードや広がりは一様ではないものの、今後もインターネットでの購入は増える傾向にあり、港区民の消費行動に影響を与えていくことになるだろう。

こうした大きな流れとは別に、移動販売車のように特定の層に重要な意味を持っているものもある。移動販売車は、公営住宅の野菜の購入先では、近隣のスーパーに次いで2位に入っている。調査対象となった公営住宅には、近くに八百屋やスーパーがないところがあり、こうした地域では移動販売車が特に高齢者にはなくてはならない存在になっている。大量ではないが、確実に存在しているこうした需要に対して、安定的継続的にピンポイントで供給するサービスが求められていることも看過できない。

(2) 「大都市中心部であるにもかかわらずの問題」「大都市中心部であるがゆえの問題」

大都市中心部である港区は、生活面での利便性が高い地域であるとみなされているが、今回の調査から、日常生活に不可欠な買い物を行う上でさまざまな問題を抱えていることが明らかになった。

特に、IV章で見たように、自由回答記述が回答数の約半数を占めていることは、看過できない。自由回答で記述された内容も、近隣に商店数が少ないという地域の状況による問題、子どもを抱えた世帯や高齢者世帯それぞれの課題、商品の品ぞろえや品質、買い物先へのアクセスの問題など多岐にわたっている。

港南・台場という新興の住宅地域では、自由回答を分析したIV章で見たように「買いたいもの・必要なものが揃わないことについて」の意見が他の地域に比べて多く、特に港南では、自由回答記述者の半数近くがこの問題を取り上げている。

港南も台場も住宅の近くにスーパーは存在し、店も全くないわけではないが、自由回答にあるように地域住民の買い物を対象とした多様な店は集まっていない。高層住宅を中心とした大規模開発の中では、なかなか既存の住宅地にあるような地域の消費者を対象にした多様な店が入り込む余地はない。「大都市中心部であるにもかかわらず」という問題が存在している。

一方、商店街が存在し、商店の数も多い内陸部では、違った問題が見られている。内陸部のオフィス街近辺や繁華街の商店街では、商店街や商業集積が地域の住民が生活するための利便性よりも集客を目的としている場合が多い。会社員や学生などを対象にした居酒屋が集積する商店街の近くに住む住民からは、「商店街はない」と認識されることも多い。こちらは「大都市中心部であるがゆえの問題」といえよう。

港区の消費生活は、「大都市中心部であるにもかかわらず」という問題と「大都市の中心部であるがゆえの問題」の二つの側面の問題を持って存在していることが改めて明らかになった。

(3) 商店街について

地域によって差はあるものの、今回の調査対象となった多くの住民にとって商店街での買い物は、生鮮食品、日用品等の消費においてもその中心になっているとは言えない。これらの買い物場所としては、医薬・化粧品を除くと、近隣のスーパー・量販店の存在感が圧倒的である。野菜や肉類・鮮魚では、近隣の商店街・個人商店のポジションは近隣商店街・個人商店以外の宅配サービス・ネット通販よりも低くなっている。

また、空間としての商店街は、存在はしていても商店街として認識されていない場合も少なくないし、商店街は存在していると認識していても頻繁に利用する住民は決して多くない（V章5節）。商店街は、観光客や外部からの客を対象としたものになってしまい、地域住民のためのものになっていないという声も自由回答では見られる。

今回の調査結果から今後の商店街の課題についての直接的な回答を得ることはできないが、以下の点に留意することは必要であろう。

第1に、商店街の存在への認識が低下し、商店街の利用が低下しているには、理由があるということである。前述したように、(実態はともかく) 商店街は地域住民の生鮮食品、

日用品等の購入場所であると認識されなくなったこと、競合相手が多様化していること（スーパー以外に宅配サービス、ネット通販など）、消費者の生活スタイルとニーズの多様化が進んでいること（世帯類型や世代によって生活スタイルが相当異なる）などの大きな変化が進んでいる中で、**商店街が変化に対応できていない。**

第2に、しかし、商店街や地域の小売店に対する住民の期待が全くなくなってしまったわけではない。商店街や地域の小売店が対応できる住民の消費ニーズは存在しているが、そうした消費ニーズは、生活スタイルの多様化の中で多様化、分散化が進んでおり、かたまりとしては存在しにくくなっている。**多様化、分散化している消費ニーズを把握し、整理し、戦略的に対応していくための対応力が求められている。**

第3に、近隣の商店街のイベントやお祭りには、「よく行っている」「時々行っている」を合わせて半数近くの人が出かけており、住民との接点は存在している。しかし、**イベントやお祭りの場所としての商店街が日常的に買い物を行う商店街と結びついていない。現在の商店街は、ここにギャップが生じている。**

商店街がかつての昭和期のような形で再生することはありえないし、そうなる必要もないだろう。区外から多くの人が仕事や観光で訪問する港区で、商店街と地域の小売店自身が生き延びるために、区外の人たちを中心にビジネスを展開することも一つの重要な戦略である。しかし、**地域住民の消費に応え、地域住民の生活を支える商店街や地域の小売店の存在も地域にとっては不可欠であるし、新しい住民が増えている港区にとってその重要性は増している。**これからの地域住民の生活にとっても、地域の商店街や小売店の事業活動にとっても、そして港区の繁栄にとっても、望ましい方向を考えていくことが求められている。

4 今後の課題

最後に、今回の調査を踏まえ、今後必要になる調査について述べておきたい。

上述したように、今後求められるのは、今回の調査で明らかにされた港区の中高層集合住宅居住者の消費行動と消費意識を前提に、**地域住民の生活にとっても、地域の商店街や小売店の事業活動にとっても、そして港区の繁栄にとっても、望ましい方向を検討していくこと**である。

そのためには、**商品やサービスを提供している場であった港区の商店街や地域の小売店が現在どのような状況にあるのか、実態把握をすることが必要になる。**

商店街調査は、これまでも港区や東京都などが実施し、データの蓄積は少なくない。これらの蓄積を利用しつつ、より現状をリアルにとらえるために必要な手法を利用しながら次のステップに進んでいく予定である。

VII 資料

- 資料 1 SPSS Statisticsを使用した多変量解析
- 資料 2 クロス集計結果（図表）
- 資料 3 調査依頼文（和文、英文）
- 資料 4 調査票（和文、英文）
- 資料 5 封筒（投函時、返信時）
- 資料 6 お礼状（和文、英文）
- 資料 7 港区政策創造研究所の概要

SPSS Statistics を使用した多変量解析

【SPSS Statistics を使用した多変量解析の目的】

本調査の調査結果は本編（Ⅲ～Ⅴ章）で論じたとおりであるが、補完的に調査データを用いて多変量解析を行った。多変量解析を行うことで、調査データの複数の項目間の関係を捉えることが可能になるからである。

本格的な統計解析のためのソフトウェアは数多く開発されているが、ここでは「IBM SPSS Statistics」を用い、相互依存変数解析の一種である「コレスポネンス分析 (Correspondence Analysis)」及び「因子分析 (factor Analysis)」を行った。

分析結果の概要は、以下のとおりである。調査結果を補足する資料として活用していただきたい。

【分析の対象】

調査項目の中から、「生鮮食品の買い物の際に重視していること」（問 10(3) 複数回答）、「近隣商店街または店・スーパー等への要望」（問 12(1)）、「家族での外食で重視していること」（問 16）及び「最近1年間にインターネットで購入したもの」（問 17(2) 複数回答）について分析の対象とした。これらについて、各項目間の関係性と回答者の関係性を分析した。

【「生鮮食品の買い物の際に重視していること」と居住地域との関係】

（問 10(3) 複数回答×問 7 関係）

「生鮮食品での買い物の際に重視していること」と居住地域との関係について、コレスポネンス分析を行い、知覚マップを用いて関係を描いた。

図表 多変量 1

生鮮食品の買い物で重視していることと居住地域とのコレスポネンステーブル

行	列						
	1 芝地域	2 麻布地域	3 赤坂・青山地域	4 高輪・白金地域	5 芝浦・港南地域	6 台場地域	周辺
1 ①価格の安さ	134	27	193	179	576	45	1154
2 ②品質や鮮度の良さ	179	68	386	364	995	111	2103
3 ③信頼できる店であること	120	48	241	230	470	49	1158
4 ④自宅から距離	103	38	190	206	619	55	1211
5 ⑤営業時間	24	17	81	63	220	24	429
6 ⑥食材以外の商品	70	16	94	67	159	20	426
7 ⑦品ぞろえの良さ	123	40	236	187	500	54	1140
8 ⑧仕事の行き帰り	35	14	116	97	307	34	603
9 ⑨宅配サービス	5	5	37	14	53	1	115
10 ⑩駐輪場/駐車場	4	5	49	18	132	13	221
11 ⑪チラシ等の情報	48	3	47	55	119	22	294
12 ⑫ポイントを貯める	48	7	61	103	154	8	381
13 ⑬特売日や特売商品	61	9	62	51	175	23	381
14 ⑭外国語の表記	0	2	4	2	3	0	11
15 ⑮その他	5	1	11	12	27	4	60
周辺	959	300	1808	1648	4509	463	9687

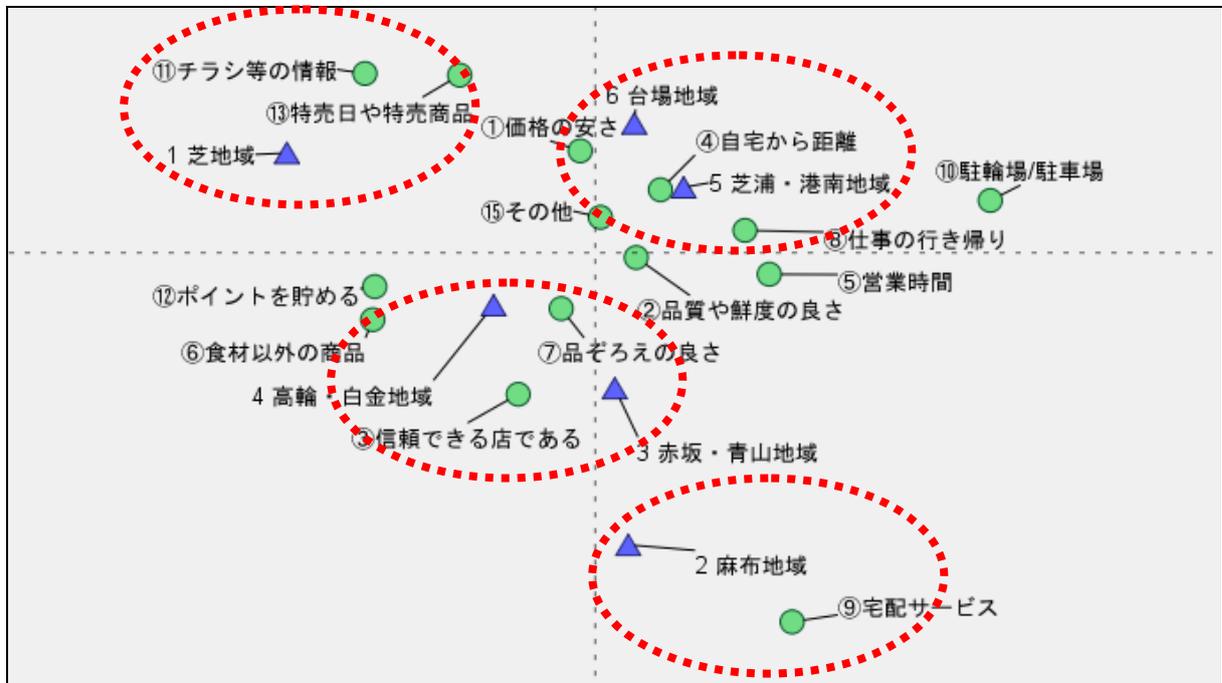
※居住地域は、芝浦と港南とを分けず、問 7 の選択肢のとおり「芝浦・港南」とした。

※「周辺」は「合計」を表す。

コレスポンステーブルの数値をもとに、2つの軸で座標をとって散布図（知覚マップ）を作成した。カテゴリ間の距離の近さが関係性の強さを表している。

図表 多変量 2

生鮮食品の買い物で重視していることと居住地域とのコレスポンス分析の知覚マップ



知覚マップから、「芝地域」の居住者は、「チラシ等の情報」及び「特売日や特売商品」との関係が近いことから、これらを重視していることがわかる。「赤坂・青山地域」及び「高輪・白金地域」の居住者は、「信頼できる店であること」及び「品ぞろえの良さ」との関係が近いことから、これらを重視していることがわかる。「麻布地域」では、「宅配サービス」との関係が近いことから、これを重視していることがわかる。「芝浦・港南地域」及び「台場地域」では、「価格の安さ」、「自宅からの距離」及び「仕事の行き帰り」との関係が近いことから、これらを重視していることがわかる。

【インターネットでの購入商品と世帯主年齢との関係】（問 17(2)（複数回答）×問 1）

「インターネットでの購入商品」と世帯主年齢との関係について、コレスポネンズ分析を行い、知覚マップを用いて関係を描いた。

図表 多変量 3

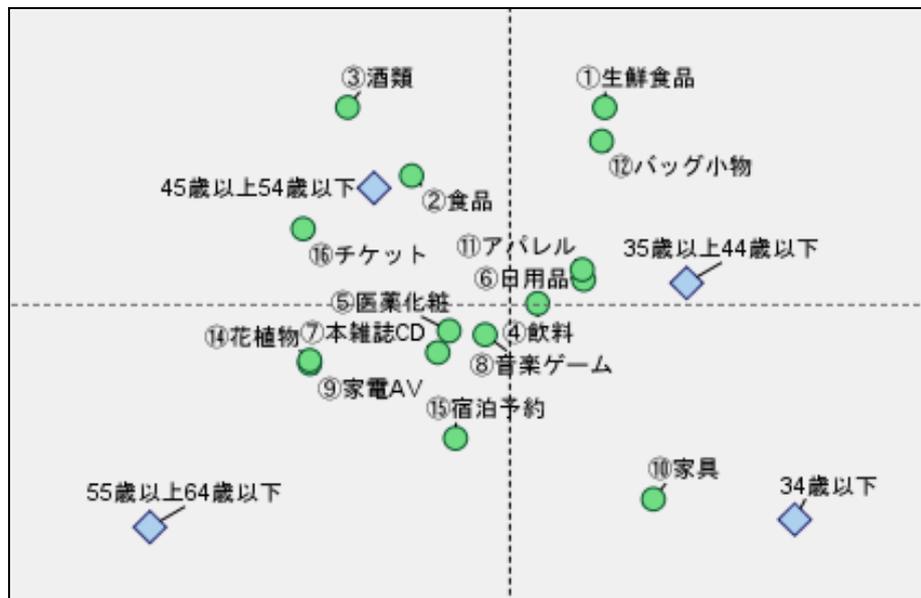
インターネットでの購入商品と世帯主年齢とのコレスポネンズテーブル（問 17(2)×問 1）

行	列					周辺
	34歳以下	35歳以上44歳以下	45歳以上54歳以下	55歳以上64歳以下		
1 ①生鮮食品	42	208	177	52	479	
2 ②食品	52	252	257	91	652	
3 ③酒類	51	218	264	84	617	
4 ④飲料	112	372	369	122	975	
5 ⑤医薬化粧	78	265	280	102	725	
6 ⑥日用品	108	393	358	117	976	
7 ⑦本雑誌CD	116	412	424	163	1115	
8 ⑧音楽ゲーム	48	194	179	70	491	
9 ⑨家電AV	54	226	245	107	632	
10 ⑩家具	70	177	164	56	467	
11 ⑪アパレル	95	392	336	116	939	
12 ⑫バッグ小物	41	186	162	48	437	
13 ⑬ベビー	80	263	104	16	463	
14 ⑭花植物	17	53	67	26	163	
15 ⑮宿泊予約	96	362	334	146	938	
16 ⑯チケット	45	211	239	93	588	
17 ⑰その他	4	21	26	27	78	
周辺	1109	4205	3985	1436	10735	

※「周辺」は「合計」を表す。

図表 多変量 4

インターネットでの購入商品と世帯主年齢とのコレスポネンズ分析の知覚マップ



コレスポネン分析の結果、知覚マップから「34歳以下」は「家具・インテリア」との距離が近く、「35歳以上44歳以下」は「衣料・アパレル製品・靴」「バッグ・小物・アクセサリ」「日用品」との距離が近く、「45歳以上54歳以下」は「加工食品・スイーツ・健康食品」「酒類」等との距離が近く配置されていることから、これらの商品をインターネットで購入する傾向が強いことがわかる。「55歳以上64歳以下」は、距離が近い商品は特に見当たらない。

【インターネットでの購入商品と居住地域との関係】（問17(2)（複数回答）×問7）

「インターネットでの購入商品」と居住地域との関係について、コレスポネン分析を行い、知覚マップを用いて関係を描いた。

図表 多変量5

インターネットでの購入商品と居住地域とのコレスポネンステータブル（問17(2)×問7）

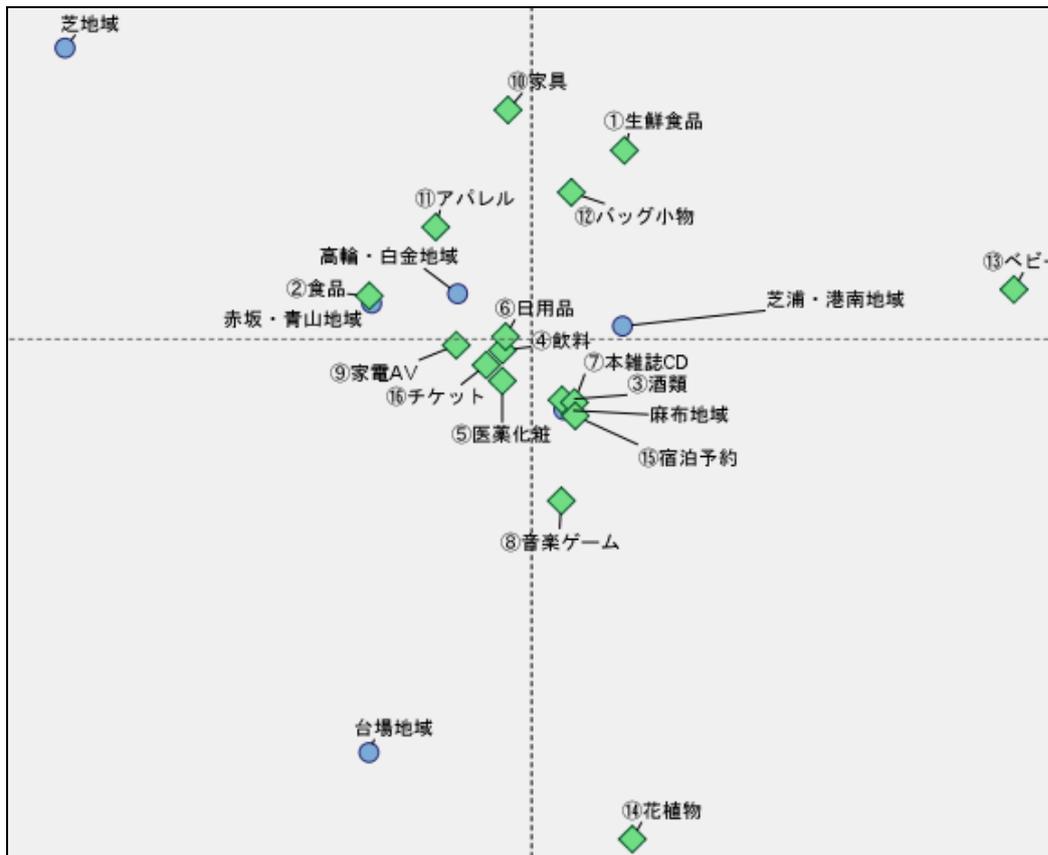
行	列						
	芝地域	麻布地域	赤坂・青山地域	高輪・白金地域	芝浦・港南地域	台場地域	周辺
1 ①生鮮食品	13	15	85	60	327	20	520
2 ②食品	22	18	122	105	412	44	723
3 ③酒類	12	19	115	84	415	42	687
4 ④飲料	23	37	181	140	630	62	1073
5 ⑤医薬化粧	18	24	125	111	470	50	798
6 ⑥日用品	27	28	172	130	634	63	1054
7 ⑦本雑誌CD	23	36	179	173	732	76	1219
8 ⑧音楽ゲーム	8	23	76	74	300	35	516
9 ⑨家電AV	16	25	112	111	403	42	709
10 ⑩家具	17	19	82	68	309	20	515
11 ⑪アパレル	34	35	152	154	591	54	1020
12 ⑫バッグ小物	13	15	68	65	284	21	466
13 ⑬ベビー	3	17	51	61	328	18	478
14 ⑭花植物	4	7	21	14	110	18	174
15 ⑮宿泊予約	21	33	147	145	621	66	1033
16 ⑯チケット	18	21	96	89	382	41	647
17 ⑰その他	4	4	19	13	45	9	94
周辺	276	376	1803	1597	6993	681	11726

※居住地域は、芝浦と港南とを分けず、問7の選択肢のとおり「芝浦・港南」とした。

※「周辺」は「合計」を表す。

図表 多変量 6

インターネットでの購入商品と居住地域とのコレスポンド分析の知覚マップ



【インターネットでの購入商品と「居住地域・世帯主年齢」との関係】

「居住地域」と「世帯主年齢」を組み合わせた「居住地域・世帯主年齢」のカテゴリを設け、「居住地域・世帯主年齢」と「インターネットでの購入商品」との関係について、コレスポネンデンス分析を行い、知覚マップを用いて関係を描いた。

図表 多変量 7

インターネットでの購入商品と「居住地域・世帯主年齢」とのコレスポネンデンステーブル
(問 17(2) × 問 7・問 1)

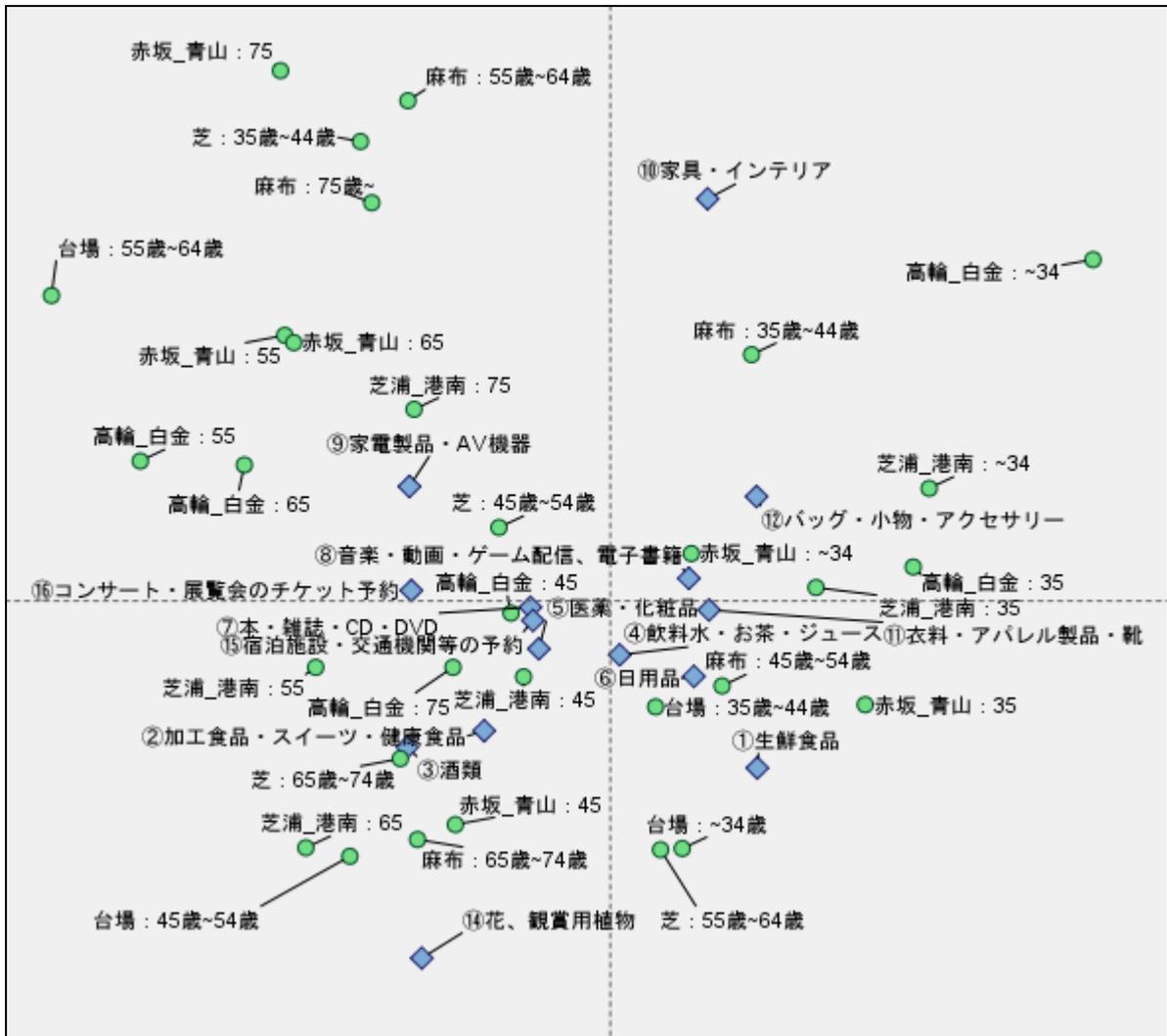
行	列																	
	①生鮮食品	②加工食品・スイーツ・健康食品	③酒類	④飲料水・お茶・ジュース	⑤医薬・化粧品	⑥日用品	⑦本・雑誌・CD・DVD	⑧音楽・動画・ゲーム配信・電子書籍	⑨家電製品・AV機器	⑩家具・インテリア	⑪衣料・アパレル製品・靴	⑫バッグ・小物・アクセサリー	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	⑭花・観賞用植物	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	⑯コンサート・展覧会のチケット	⑰その他	周辺
1 芝：～34歳	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4
2 芝：35歳～44歳	0	2	1	3	3	4	3	0	1	2	2	1	1	1	2	2	1	29
3 芝：45歳～54歳	4	8	2	6	7	4	8	4	5	6	8	5	0	0	6	3	0	76
4 芝：55歳～64歳	2	2	1	5	2	4	4	2	3	1	9	1	1	1	3	3	0	44
5 芝：65歳～74歳	5	8	6	7	6	10	4	1	5	4	11	4	1	2	9	7	1	91
6 芝：75歳～	2	2	1	2	0	4	3	1	2	4	3	2	0	0	1	3	2	32
7 麻布：～34歳	0	0	1	0	2	0	3	1	1	3	3	1	1	0	3	2	0	21
8 麻布：35歳～44歳	5	6	7	14	6	6	9	6	6	5	12	6	8	2	11	7	2	118
9 麻布：45歳～54歳	7	6	5	10	8	12	13	9	10	6	11	3	6	3	14	6	0	129
10 麻布：55歳～64歳	2	3	3	5	4	4	6	4	4	3	5	3	2	2	3	2	0	57
11 麻布：65歳～74歳	1	3	2	6	4	6	5	2	4	1	4	2	0	0	3	2	0	45
12 麻布：75歳～	0	0	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	6
13 赤坂_青山：～34歳	3	6	8	12	8	11	12	4	4	9	9	3	5	1	11	7	0	113
14 赤坂_青山：35歳～44歳	28	33	19	47	30	45	42	16	26	17	47	15	29	4	36	20	1	455
15 赤坂_青山：45歳～54歳	30	48	49	64	39	62	59	29	34	23	49	25	11	11	50	34	4	621
16 赤坂_青山：55歳～64歳	18	24	23	38	33	39	42	21	27	21	31	19	2	4	33	24	10	409
17 赤坂_青山：65歳～74歳	5	6	13	15	9	9	21	6	16	6	14	6	3	1	13	8	3	154
18 赤坂_青山：75歳～	1	5	3	5	6	6	3	0	5	6	2	0	1	0	4	3	1	51
19 高輪_白金：～34歳	4	3	4	10	5	8	8	8	7	7	11	4	10	0	9	8	0	106
20 高輪_白金：35歳～44歳	20	31	21	41	28	42	47	25	30	20	47	19	33	1	37	22	0	464
21 高輪_白金：45歳～54歳	23	39	35	52	48	55	61	25	40	29	58	28	14	8	50	33	4	602
22 高輪_白金：55歳～64歳	5	19	12	21	15	13	30	13	21	6	21	6	1	3	23	17	5	231
23 高輪_白金：65歳～74歳	6	10	12	13	12	9	24	3	9	5	15	5	3	2	24	8	4	164
24 高輪_白金：75歳～	2	3	0	3	3	3	3	0	4	1	2	3	0	0	2	1	0	30
25 芝浦_港南：～34歳	35	41	36	86	61	84	88	33	41	49	68	32	63	14	70	28	4	833
26 芝浦_港南：35歳～44歳	149	169	156	247	179	276	287	130	154	128	265	135	181	39	257	148	15	2915
27 芝浦_港南：45歳～54歳	100	133	153	207	155	197	248	100	139	92	189	94	68	37	188	144	15	2259
28 芝浦_港南：55歳～64歳	25	39	42	48	42	49	71	27	40	23	40	17	10	15	71	37	8	604
29 芝浦_港南：65歳～74歳	16	24	21	30	22	24	28	6	20	12	21	3	3	5	29	19	2	285
30 芝浦_港南：75歳～	2	6	7	12	11	4	10	4	9	5	8	3	3	0	6	6	1	97
31 台場：～34歳	0	2	1	4	2	4	4	2	1	2	3	1	1	2	3	0	0	32
32 台場：35歳～44歳	6	11	14	20	19	20	24	17	9	5	19	10	11	6	19	12	2	224
33 台場：45歳～54歳	13	23	20	30	23	28	35	12	17	8	21	7	5	8	26	19	3	298
34 台場：55歳～64歳	0	4	3	5	6	8	10	3	12	2	10	2	0	1	14	9	2	91
35 台場：65歳～74歳	1	4	4	3	0	3	3	1	3	3	0	1	1	1	3	1	2	34
周辺	520	723	687	1073	798	1054	1219	516	709	515	1019	466	478	174	1032	647	94	11724

※居住地域は、芝浦と港南とを分けず、問7の選択肢のとおり「芝浦・港南」とした。

※「周辺」は「合計」を表す。

図表 多変量 8

インターネットでの購入商品と「居住地域・世帯主年齢」とのコレスポネンス分析の知覚マップ
 (問 17(2) × 問 7・問 1)



この知覚マップでは、第 1 象限 (右上) で「音楽・動画・ゲーム配信・電子書籍」と「赤坂・青山地域：34 歳以下」が近くに配置されている。第 2 象限 (左上) で「家電製品・AV 機器」と「芝地域：45 歳以上 54 歳以下」が近くに配置されている。第 3 象限 (左下) で「本・雑誌・CD・DVD」「宿泊施設・交通機関等の予約」「医療・化粧品」と「高輪・白金地域：45 歳以上 54 歳以下」「高輪・白金地域：75 歳以上」「芝浦・港南地域：45 歳以上 54 歳以下」が近くに配置され、「加工食品・スイーツ・健康食品」「酒類」と「芝地域：65 歳以上 74 歳以下」が近くに配置されている。第 4 象限 (右下) で「飲料水・お茶・ジュース」「日用品」「生鮮食品」と「台場地域：35 歳以上 44 歳以下」「赤坂・青山地域：35 歳以上 45 歳以下」が近い位置に配置されている。

特に何らかの傾向があるようには見えないことから、ここから一般的な法則性を見出すことはできない。本調査が世帯を対象としているため、世帯主年齢を問う設問は設けているが、買い物をする者の年齢を問う設問は設けることができなかった。この知覚マップは、分析の参考として利用してほしい。

【近隣商店街または店・スーパー等への要望、家族での外食で重視していること】

問 12(1)～(11)と問 16(1)～(14)では、「近隣商店街または店・スーパー等への要望」及び「家族での外食の際に重視していること」について、「1 とてもそう思う」から「5 そう思わない」までの5段階で回答している(5件法)。分析に当たって分かりやすさを考慮し、数が大きいほど「5 とてもそう思う」、数が小さいほど「1 そう思わない」となるように、「1」～「5」を「5」～「1」に付け替えた。数値が大きいほど要望が強く、数値が小さいほど要望が弱いことを示すように統一している。

(1) 「商店街等要望」・「外食要望」・「商店街等要望+外食要望」の因子分析

「近隣商店街または店・スーパー等への要望」(以下「商店街等要望」という。)、 「家族での外食の際に重視していること」(以下「外食要望」という。)を因子分析(観測変数の中から潜在的な変数を抽出する分析手法。ライフスタイル、商品やサービスに対する潜在的な意見や態度を分類し、消費者心理を探る場合等に用いられる。)という手法を使って分析を行った。因子分析の手法として最尤法を用い、なるべく因子に当てはまりやすいようにプロマックス法による斜交の回転をかけた。因子の抽出は、「ア「近隣商店街または店・スーパー等への要望」の因子分析」及び「イ「家族での外食の際に重視していること」の因子分析」では3因子に、「ウ「商店街等要望」と「外食要望」を一体とした因子分析」では4因子に制限した。

ア 「近隣商店街または店・スーパー等への要望」(問 12(1)～(11)関係)の因子分析

【図表 多変量 9】は「商店街等要望」のパターン行列を、【図表 多変量 10】は構造行列を示している。

抽出した因子の変数の構成から、第1因子を近隣商店街または店・スーパー等の「全般的なサービスの充実」、第2因子を外国語の表記や高齢者への「接客サービスの充実」、第3因子を「営業時間の拡充」と解釈した。

図表 多変量 9 「商店街等要望」の因子分析(パターン行列)

	因子		
	1	2	3
問 1 2 (9) 統一したポイントを導入して欲しい	0.632		
問 1 2 (8) インターネットで情報配信して欲しい	0.612		
問 1 2 (6) 宅配サービスをして欲しい	0.584		
問 1 2 (7) 駐輪場、駐車場を整備して欲しい	0.477		
問 1 2 (5) 様々な業種の店が集積して欲しい	0.434		
問 1 2 (2) 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい	0.316		
問 1 2 (1) 商品の価格を安くして欲しい	0.310		
問 1 2 (1 1) 外国語の表記をつけて欲しい		1.079	
問 1 2 (1 0) 高齢者の見守りなどをして欲しい		0.446	
問 1 2 (4) 閉店時刻を遅らせて欲しい			0.965
問 1 2 (3) 閉店時刻を早めて欲しい			0.427

因子抽出法:最尤法 0.3以下は非表示 回転法:Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 5回の反復で回転が収束

図表 多変量 10 「商店街等要望」の因子分析（構造行列）

	因子		
	1	2	3
問1 2 (8) インターネットで情報配信して欲しい	0.684	0.460	0.358
問1 2 (9) 統一したポイントを導入して欲しい	0.630	0.395	
問1 2 (6) 宅配サービスをして欲しい	0.617	0.372	0.331
問1 2 (7) 駐輪場、駐車場を整備して欲しい	0.574	0.416	0.322
問1 2 (5) 様々な業種の店が集積して欲しい	0.427		
問1 2 (2) 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい			
問1 2 (1) 商品の価格を安くして欲しい			
問1 2 (11) 外国語の表記をつけて欲しい	0.460	0.985	
問1 2 (10) 高齢者の見守りなどをして欲しい	0.483	0.573	
問1 2 (4) 閉店時刻を遅らせて欲しい	0.375		0.924
問1 2 (3) 閉店時刻を早めて欲しい	0.367		0.510

因子抽出法: 最尤法 0.3以下は非表示 回転法: Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 5回の反復で回転が収束

この因子分析の結果を得点化し、その因子得点の平均値を「世帯主年齢」「居住地域」別に集計して比較した。

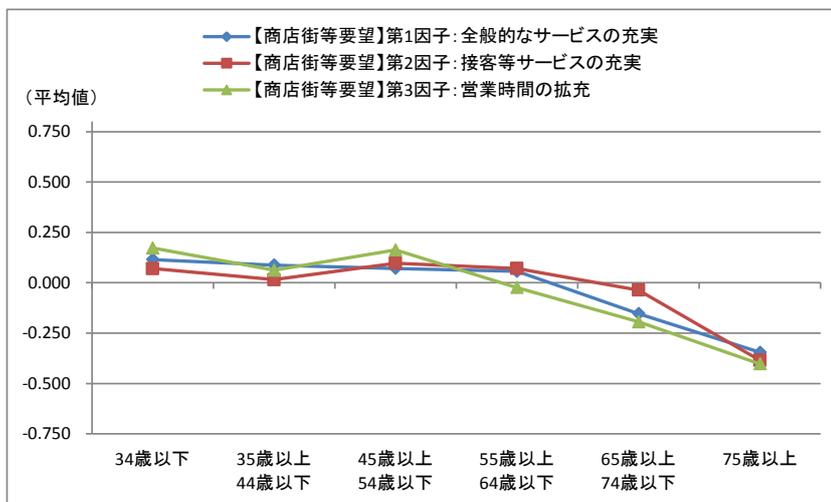
まず、世帯主年齢別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 11】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 12】である。

【図表 多変量 11、12】から、世帯主年齢が64歳以下では平均値に大きな差はなく0.000近辺である。世帯主年齢が65歳以上では、全ての因子得点の平均値がマイナスとなる。特に世帯主年齢が「75歳以上」ではマイナスの値が大きく、要望が弱いことがわかる。

図表 多変量 11 世帯主年齢×「商店街等要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。	【商店街等要望】 第1因子: 全般的なサービスの充実			【商店街等要望】 第2因子: 接客等サービスの充実			【商店街等要望】 第3因子: 営業時間の拡充		
	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
	34歳以下	0.115	194	0.908	0.070	194	1.081	0.172	194
35歳以上 44歳以下	0.088	640	0.837	0.015	640	0.956	0.062	640	0.974
45歳以上 54歳以下	0.071	672	0.864	0.097	672	1.005	0.162	672	0.933
55歳以上 64歳以下	0.057	363	0.878	0.071	363	1.012	-0.024	363	0.898
65歳以上 74歳以下	-0.153	438	0.912	-0.036	438	0.945	-0.194	438	0.848
75歳以上	-0.345	445	0.851	-0.385	445	0.932	-0.402	445	0.784

図表 多変量 12 世帯主年齢×「商店街等要望」の因子得点の平均値



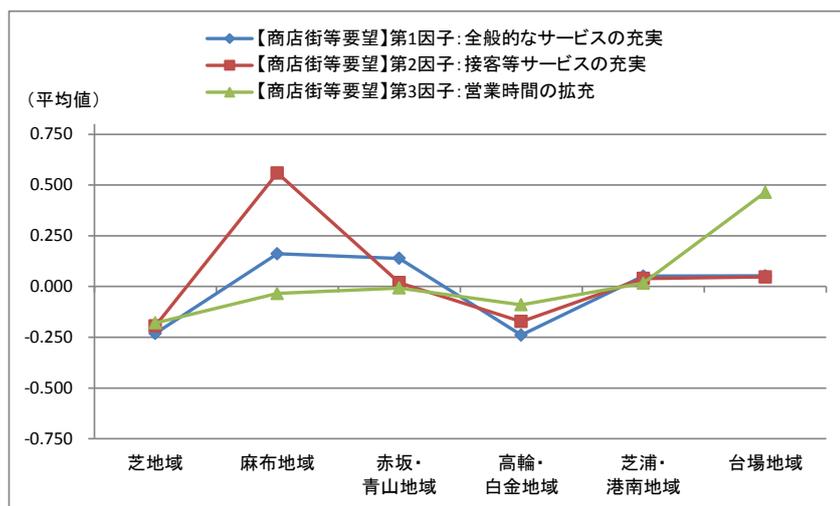
次に、居住地域別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 13】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 14】である。

【図表 多変量 13、14】から、「芝地域」「高輪・白金地域」では全ての因子得点の平均値がマイナスを示し、要望が弱いことがわかる。「麻布地域」では第2因子（接客等サービスの充実）、「台場地域」では第3因子（営業時間の拡充）が他の地域よりも平均値が高く、要望が強いことがわかる。

図表 多変量 13 居住地域×「商店街等要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

問7 現在お住まいの地域をお選びください。	居住地域	【商店街等要望】 第1因子：全般的なサービスの充実			【商店街等要望】 第2因子：接客等サービスの充実			【商店街等要望】 第3因子：営業時間の拡充		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
		芝地域	-0.231	298	0.847	-0.194	298	0.982	-0.180	298
麻布地域	0.161	82	0.746	0.559	82	0.921	-0.034	82	0.802	
赤坂・青山地域	0.138	508	0.870	0.019	508	1.000	-0.008	508	0.928	
高輪・白金地域	-0.239	457	0.872	-0.173	457	0.983	-0.090	457	0.909	
芝浦・港南地域	0.051	1,275	0.879	0.040	1,275	0.986	0.016	1,275	0.955	
台場地域	0.053	134	0.860	0.047	134	0.960	0.464	134	0.931	

図表 多変量 14 居住地域×「商店街等要望」の因子得点の平均値



イ 「家族での外食の際に重視していること」(問 16(1)～(14)関係)の因子分析

【図表 多変量 15】は「外食要望」のパターン行列を、【図表 多変量 16】は構造行列を示している。

抽出した因子の変数の構成から、第1因子を外食する際の「料理そのものや全般的なサービスの充実」、第2因子を料理以外の「接客等サービスの充実」、第3因子をハード的側面が強い「営業時間・場所」と解釈した。

図表 多変量 15 「外食要望」の因子分析（パターン行列）

	因子		
	1	2	3
問16(2)料理の味が良い	0.919		
問16(3)素材にこだわりがある	0.692		
問16(8)雰囲気が良い	0.442		0.304
問16(1)価格が適当である	0.349		
問16(14)外国語に対応している		0.736	
問16(11)高齢者向けのメニューがある		0.713	
問16(12)思い出になる		0.597	
問16(13)親しみやすい		0.321	
問16(10)子供連れでも入店しやすい			
問16(5)利用しやすい場所にある			0.682
問16(6)営業時間が長い			0.505
問16(9)店が新しくきれい			0.481
問16(7)人気店である			0.475
問16(4)料理の種類が多い			0.356

因子抽出法:最尤法 0.3以下は非表示 回転法:Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 5回の反復で回転が収束

図表 多変量 16 「外食要望」の因子分析（構造行列）

	因子		
	1	2	3
問16(2)料理の味が良い	0.852		0.355
問16(3)素材にこだわりがある	0.669		0.309
問16(8)雰囲気が良い	0.608		0.547
問16(1)価格が適当である	0.425		0.335
問16(14)外国語に対応している		0.705	
問16(11)高齢者向けのメニューがある		0.694	
問16(12)思い出になる		0.626	0.330
問16(13)親しみやすい	0.338	0.445	0.408
問16(10)子供連れでも入店しやすい		0.331	
問16(5)利用しやすい場所にある	0.332		0.611
問16(9)店が新しくきれい	0.353	0.330	0.563
問16(7)人気店である		0.353	0.527
問16(4)料理の種類が多い	0.364	0.340	0.494
問16(6)営業時間が長い		0.316	0.490

因子抽出法:最尤法 0.3以下は非表示 回転法:Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 5回の反復で回転が収束

この因子分析の結果を得点化し、その因子得点の平均値を「世帯主年齢」「居住地域」別に集計して比較した。

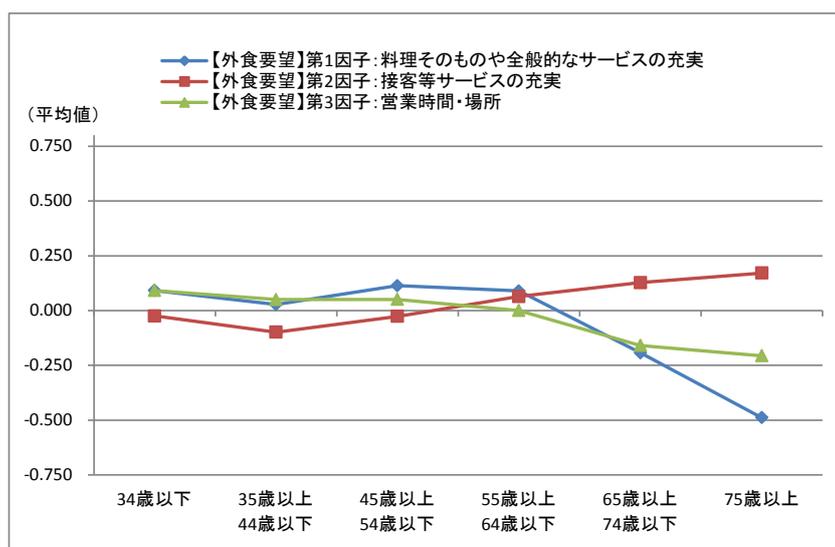
まず、世帯主年齢別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 17】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 18】である。

【図表 多変量 17、18】から、世帯主年齢が64歳以下では平均値に大きな差はない。世帯主年齢が65歳以上では、第2因子（接客等サービスの充実）の平均値がやや高い。一方、第1因子（料理そのものや全般的なサービスの充実）と第3因子（営業時間・場所）の平均値は低く、要望が弱いことを示している。

図表 多変量 17 世帯主年齢×「外食要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

	【外食要望】 第1因子：料理そのものや全般的なサービスの充実			【外食要望】 第2因子：接客等サービスの充実			【外食要望】 第3因子：営業時間・場所		
	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
	問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。								
34歳以下	0.091	194	0.905	-0.025	194	0.918	0.091	194	0.887
35歳以上 44歳以下	0.027	640	0.840	-0.099	640	0.877	0.050	640	0.805
45歳以上 54歳以下	0.114	672	0.843	-0.027	672	0.886	0.051	672	0.826
55歳以上 64歳以下	0.089	363	0.812	0.064	363	0.820	0.000	363	0.801
65歳以上 74歳以下	-0.193	438	1.110	0.128	438	0.863	-0.160	438	1.004
75歳以上	-0.488	445	1.042	0.171	445	0.891	-0.206	445	0.906

図表 多変量 18 世帯主年齢×「外食要望」の因子得点の平均値



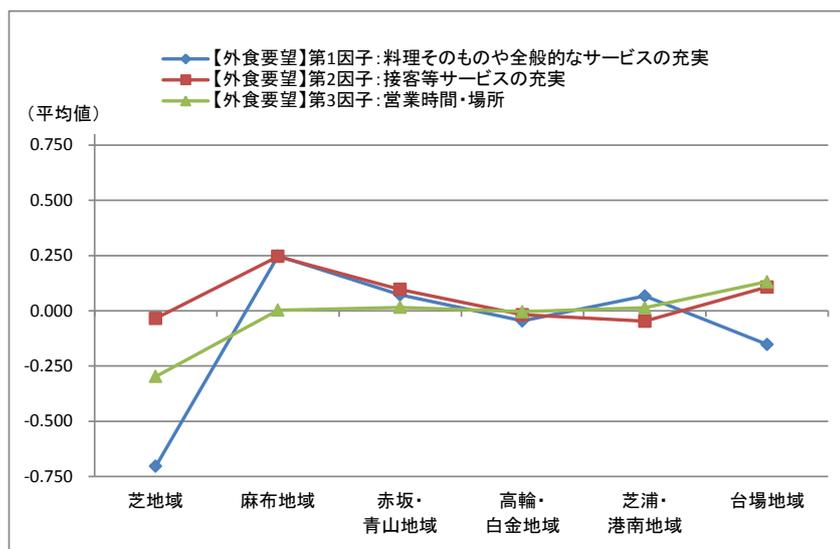
次に、居住地域別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 19】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 20】である。

【図表 多変量 19、20】から、「芝地域」では第1因子（料理そのものや全般的なサービスの充実）と第3因子（営業時間・場所）の平均値がそれぞれ-0.704、-0.298と最も低く、他の地域と比べて要望が弱いことがわかる。「麻布地域」では第1因子（料理そのものや全般的なサービスの充実）と第2因子（接客等サービスの充実）の平均値がそれぞれ0.248、0.246と最も高く、他の地域と比べて要望が強いことがわかる。

図表 多変量 19 居住年数×「外食要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

		【外食要望】 第1因子：料理そのものや全般的なサービスの充実			【外食要望】 第2因子：接客等サービスの充実			【外食要望】 第3因子：営業時間・場所		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
		問7 現在お住まいの地域をお選びください。	芝地域	-0.704	298	1.349	-0.035	298	0.899	-0.298
	麻布地域	0.248	82	0.714	0.246	82	0.834	0.003	82	0.799
	赤坂・青山地域	0.071	508	0.787	0.096	508	0.878	0.015	508	0.780
	高輪・白金地域	-0.046	457	0.931	-0.018	457	0.902	-0.005	457	0.888
	芝浦・港南地域	0.067	1,275	0.840	-0.047	1,275	0.870	0.013	1,275	0.836
	台場地域	-0.153	134	1.112	0.107	134	0.857	0.131	134	0.803

図表 多変量 20 居住年数×「外食要望」の因子得点の平均値



ウ 「商店街等要望」と「外食要望」を一体とした因子分析（問 12(1)～(11)、問 16(1)～(14)関係）

「ア「近隣商店街または店・スーパー等への要望」の因子分析」、「イ「家族での外食の際に重視していること」の因子分析」で示したとおり、それぞれの分析で抽出された因子には、因子の性質に類似性が認められる。よって、「商店街等要望」と「外食要望」（以下「商店街等要望＋外食要望」という。）を一体として分析を行った。

【図表 多変量 21】は「商店街等要望＋外食要望」のパターン行列を、【図表 多変量 22】は構造行列を示している。

抽出した因子の変数の構成から、第1因子を「接客等サービスの充実」、第2因子を「商店街等に対する一般的なサービスの充実」、第3因子を「外食に対する一般的なサービスの充実」、第4因子を「料理の充実」と解釈した。

なお、第1因子は「外国語」「高齢者」に関する変数から構成されている。

図表 多変量 21 「商店街等要望＋外食要望」の因子分析（パターン行列）

	因子			
	1	2	3	4
問16(14) 外食要望 外国語に対応している	0.854			
問12(11) 商店街等要望 外国語の表記をつけて欲しい	0.699			
問16(11) 外食要望 高齢者向けのメニューがある	0.616			
問12(10) 商店街等要望 高齢者の見守りなどをして欲しい	0.480			
問16(12) 外食要望 思い出になる	0.479			
問16(10) 外食要望 子供連れでも入店しやすい				
問12(8) 商店街等要望 インターネットで情報配信して欲しい		0.656		
問12(9) 商店街等要望 統一したポイントを導入して欲しい		0.561		
問12(6) 商店街等要望 宅配サービスをして欲しい		0.550		
問12(7) 商店街等要望 駐輪場、駐車場を整備して欲しい		0.540		
問12(5) 商店街等要望 様々な業種の店が集積して欲しい		0.448		
問12(4) 商店街等要望 閉店時刻を遅らせて欲しい		0.410		
問12(3) 商店街等要望 開店時刻を早めて欲しい		0.353		
問12(1) 商店街等要望 商品の価格を安くして欲しい				
問16(7) 外食要望 人気店である			0.545	
問16(9) 外食要望 店が新しくきれい			0.539	
問16(6) 外食要望 営業時間が長い			0.491	
問16(5) 外食要望 利用しやすい場所にある			0.487	
問16(8) 外食要望 雰囲気が良い			0.418	0.382
問16(4) 外食要望 料理の種類が多い			0.356	
問16(13) 外食要望 親しみやすい				
問16(2) 外食要望 料理の味が良い				0.887
問16(3) 外食要望 素材にこだわりがある				0.634
問16(1) 外食要望 価格が適当である				0.370
問12(2) 商店街等要望 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい				

因子抽出法:最尤法 0.3以下は非表示 回転法:Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 7回の反復で回転が収束

図表 多変量 22 「商店街等要望＋外食要望」の因子分析（構造行列）

	因子			
	1	2	3	4
問16(14) 外食要望 外国語に対応している	0.783			
問12(11) 商店街等要望 外国語の表記をつけて欲しい	0.730	0.500		
問16(11) 外食要望 高齢者向けのメニューがある	0.629		0.313	
問12(10) 商店街等要望 高齢者の見守りなどをして欲しい	0.596	0.508		
問16(12) 外食要望 思い出になる	0.531		0.400	
問16(10) 外食要望 子供連れでも入店しやすい				
問12(8) 商店街等要望 インターネットで情報配信して欲しい	0.390	0.686		
問12(6) 商店街等要望 宅配サービスをして欲しい	0.363	0.595		
問12(9) 商店街等要望 統一したポイントを導入して欲しい	0.338	0.586		
問12(7) 商店街等要望 駐輪場、駐車場を整備して欲しい	0.369	0.586		
問12(4) 商店街等要望 閉店時刻を遅らせて欲しい		0.429		
問12(3) 商店街等要望 開店時刻を早めて欲しい	0.328	0.428		
問12(5) 商店街等要望 様々な業種の店が集積して欲しい		0.412		
問12(1) 商店街等要望 商品の価格を安くして欲しい				
問16(8) 外食要望 雰囲気が良い			0.582	0.563
問16(9) 外食要望 店が新しくきれい			0.580	0.302
問16(7) 外食要望 人気店である			0.555	
問16(5) 外食要望 利用しやすい場所にある			0.500	
問16(6) 外食要望 営業時間が長い			0.482	
問16(4) 外食要望 料理の種類が多い			0.466	0.315
問16(13) 外食要望 親しみやすい	0.372		0.421	
問16(2) 外食要望 料理の味が良い			0.337	0.856
問16(3) 外食要望 素材にこだわりがある			0.318	0.655
問16(1) 外食要望 価格が適当である				0.409
問12(2) 商店街等要望 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい				

因子抽出法:最尤法 0.3以下は非表示 回転法:Kaiserの正規化を伴うプロマックス法 7回の反復で回転が収束

この因子分析の結果を得点化し、その因子得点の平均値を「世帯主年齢」「居住地域」別に集計して比較した。

まず、世帯主年齢別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 23】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 24】である。

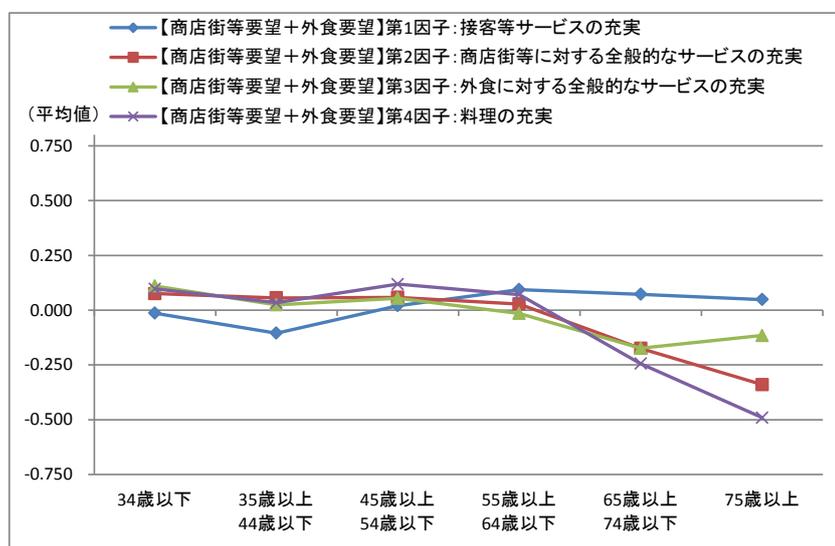
【図表 多変量 23、24】から、世帯主年齢が64歳以下では平均値に大きな差はない。

世帯主年齢が65歳以上では、第2因子（商店街等に対する全般的なサービスの充実）、第3因子（外食に対する全般的なサービスの充実）、第4因子（料理の充実）の平均値が世帯主年齢が64歳以下より低く、要望が弱いことを示している。

図表 多変量 23 世帯主年齢×「商店街等要望＋外食要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

		【商店街等要望＋外食要望】 第1因子：接客等サービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第2因子：商店街等に対する全般的なサービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第3因子：外食に対する全般的なサービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第4因子：料理の充実		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。	34歳以下	-0.014	194	1.034	0.076	194	0.959	0.110	194	0.875	0.097	194	0.905
	35歳以上 44歳以下	-0.105	640	0.925	0.056	640	0.856	0.024	640	0.818	0.034	640	0.827
	45歳以上 54歳以下	0.021	672	0.939	0.058	672	0.874	0.054	672	0.834	0.119	672	0.830
	55歳以上 64歳以下	0.094	363	0.869	0.028	363	0.899	-0.015	363	0.801	0.071	363	0.843
	65歳以上 74歳以下	0.072	438	0.868	-0.174	438	0.907	-0.174	438	1.014	-0.244	438	1.134
	75歳以上	0.049	445	0.781	-0.340	445	0.843	-0.116	445	0.910	-0.491	445	0.967

図表 多変量 24 世帯主年齢×「商店街等要望＋外食要望」の因子得点の平均値



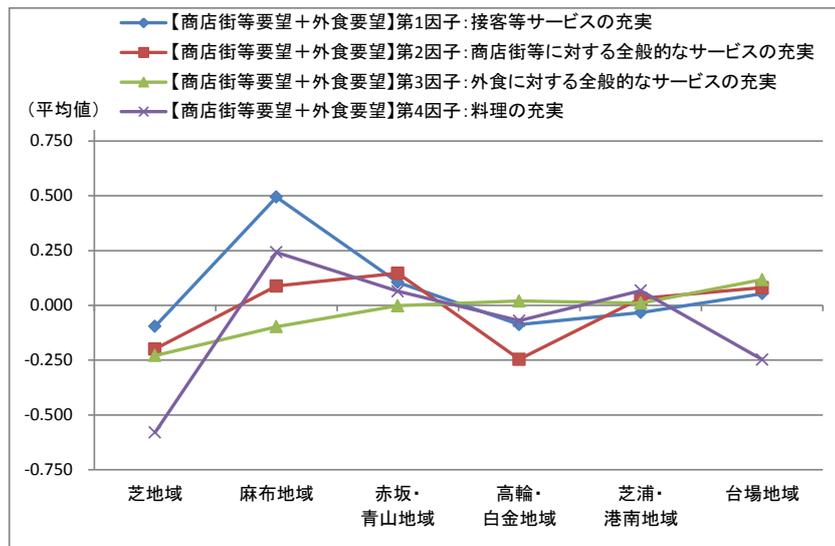
次に、居住地域別に各因子得点の平均値を集計したものが【図表 多変量 25】で、それをグラフ化したものが【図表 多変量 26】である。

【図表 多変量 25、26】から、「芝地域」では全ての因子得点の平均値がマイナスの値を示しており、特に第4因子（料理の充実）は-0.580と他の地域と比べて最も低く、要望が弱いことを示している。「麻布地域」では第3因子（外食に対する全般的なサービスの充実）以外はプラスの値を示しており、特に第1因子（接客等サービスの充実）は0.494と他の地域と比べて最も高く、要望が強いことを示している。「高輪・白金地域」では第2因子（商店街等に対する全般的なサービスの充実）が-0.246と他の地域と比べて最も低く、要望が弱いことがわかる。

図表 多変量 25 居住年数×「商店街等要望＋外食要望」の因子得点の平均値・実数・標準偏差

		【商店街等要望＋外食要望】 第1因子：接客等サービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第2因子：商店街等に対する全般的なサービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第3因子：外食に対する全般的なサービスの充実			【商店街等要望＋外食要望】 第4因子：料理の充実		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
問7 現在 お住まいの 地域をお選 びください。	芝地域	-0.096	298	0.801	-0.199	298	0.882	-0.229	298	1.126	-0.580	298	1.223
	麻布地域	0.494	82	0.845	0.088	82	0.715	-0.097	82	0.812	0.242	82	0.746
	赤坂・青山 地域	0.105	508	0.909	0.147	508	0.870	-0.002	508	0.805	0.064	508	0.816
	高輪・白金 地域	-0.088	457	0.919	-0.246	457	0.875	0.020	457	0.896	-0.070	457	0.964
	芝浦・港南 地域	-0.033	1,275	0.929	0.031	1,275	0.896	0.010	1,275	0.850	0.067	1,275	0.836
	台場地域	0.053	134	0.893	0.080	134	0.879	0.117	134	0.794	-0.248	134	1.157

図表 多変量 26 居住年数×「商店街等要望＋外食要望」の因子得点の平均値



(2) 「商店街等要望」と「外食要望」の横断的な分析

「(1) ア「近隣商店街または店・スーパー等への要望」の因子分析」、「(1) イ「家族での外食の際に重視していること」の因子分析」においてそれぞれで抽出された3つの因子の持つ性質には類似性が見られた。以下では、「商店街等要望」「外食要望」の各因子を横断的に比較し分析を行う。

ア 第1因子同士の比較

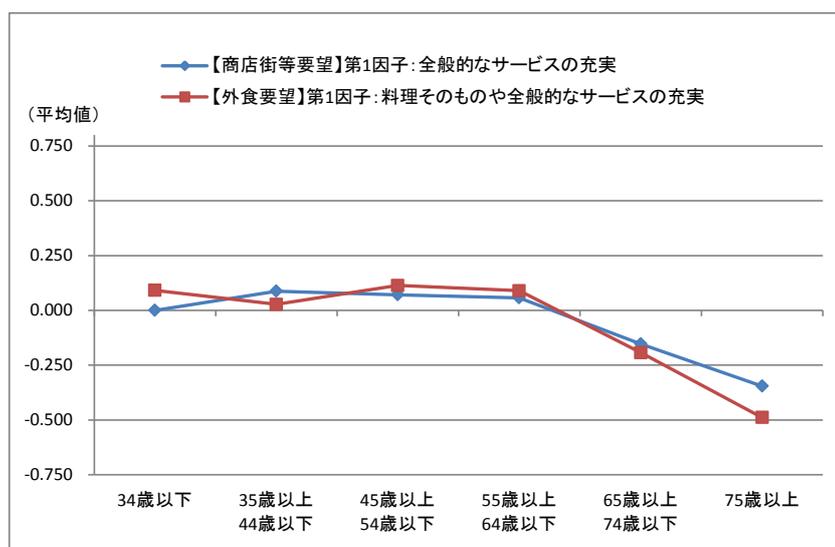
世帯主年齢別の「商店街等要望」の第1因子（全般的なサービスの充実）と「外食要望」の第1因子（料理そのものや全般的なサービスの充実）とを比較すると、折れ線グラフの形はほぼ同じで「商店街等要望」と「外食要望」の平均値に大きな差は生じていないことがわかる（【図表 多変量 27、28】）。

世帯主年齢が65歳以上になると、「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値が極端に下がり、要望が弱くなることがわかる。

図表 多変量 27 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値・実数・標準偏差

問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。	【商店街等要望】 第1因子：一般的なサービスの充実			【外食要望】 第1因子：料理そのものや一般的なサービスの充実		
	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
	34歳以下	0.115	194	0.908	0.091	194
35歳以上 44歳以下	0.088	640	0.837	0.027	640	0.840
45歳以上 54歳以下	0.071	672	0.864	0.114	672	0.843
55歳以上 64歳以下	0.057	363	0.878	0.089	363	0.812
65歳以上 74歳以下	-0.153	438	0.912	-0.193	438	1.110
75歳以上	-0.345	445	0.851	-0.488	445	1.042

図表 多変量 28 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値

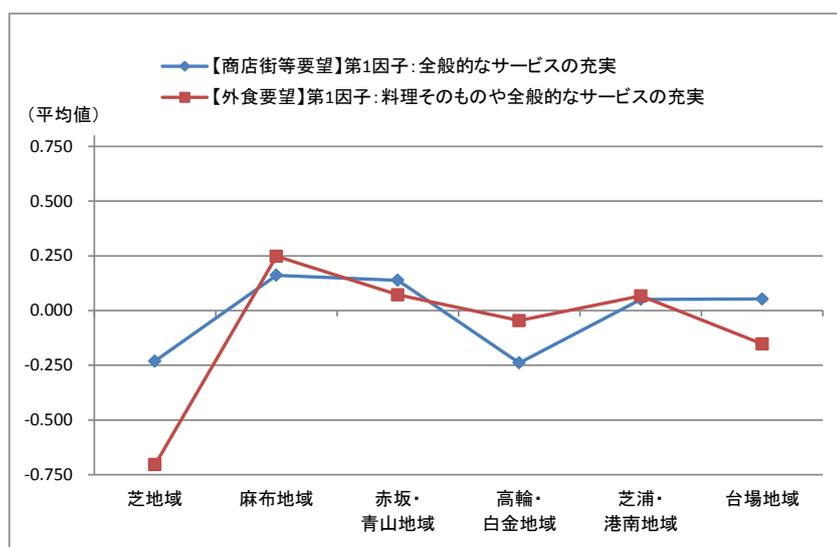


居住地域別の「商店街等要望」の第1因子（一般的なサービスの充実）と「外食要望」の第1因子（料理そのものや一般的なサービスの充実）とを比較すると、「芝地域」では「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値がマイナスの値となっており、要望が弱い（【図表 多変量 29、30】）。特に「外食要望」の第1因子の平均値が-0.704と他の地域に比べ最も低い。「麻布地域」では「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値がともに他の地域に比べ最も高く、要望が強いことがわかる。

図表 多変量 29 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値・実数・標準偏差

問7 現在お住まいの地域をお選びください。	【商店街等要望】 第1因子：一般的なサービスの充実			【外食要望】 第1因子：料理そのものや一般的なサービスの充実		
	平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
	芝地域	-0.231	298	0.847	-0.704	298
麻布地域	0.161	82	0.746	0.248	82	0.714
赤坂・青山地域	0.138	508	0.870	0.071	508	0.787
高輪・白金地域	-0.239	457	0.872	-0.046	457	0.931
芝浦・港南地域	0.051	1,275	0.879	0.067	1,275	0.840
台場地域	0.053	134	0.860	-0.153	134	1.112

図表 多変量 30 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第1因子の平均値



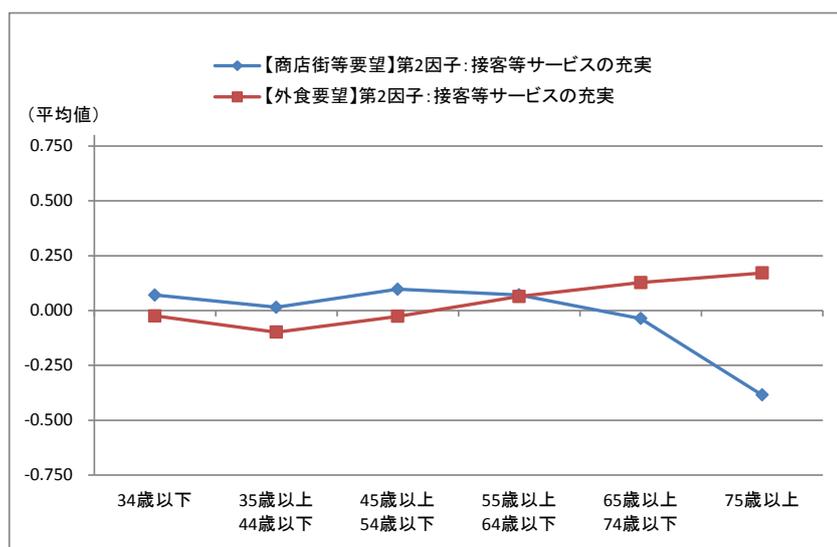
イ 第2因子同士の比較

世帯主年齢別の「商店街等要望」の第2因子（接客等サービスの充実）と「外食要望」の第2因子（接客等サービスの充実）とを比較すると、世帯主年齢が上がるほど、「外食要望」の第2因子の平均値は概して高くなり、「商店街等要望」の第2因子の平均値は概して低くなることわかる（【図表 多変量 31、32】）。つまり、世帯主年齢が上がるほど、外食に関する接客等の要望が強くなり、商店街等に関する接客等の要望は弱くなる傾向があることを示している。

図表 多変量 31 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第2因子の平均値・実数・標準偏差

		【商店街等要望】 第2因子：接客等サービスの充実			【外食要望】 第2因子：接客等サービスの充実		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。	34歳以下	0.070	194	1.081	-0.025	194	0.918
	35歳以上	0.015	640	0.956	-0.099	640	0.877
	44歳以下	0.097	672	1.005	-0.027	672	0.886
	45歳以上	0.071	363	1.012	0.064	363	0.820
	54歳以下	-0.036	438	0.945	0.128	438	0.863
	65歳以上	-0.385	445	0.932	0.171	445	0.891
	74歳以下						
	75歳以上						

図表 多変量 32 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第2因子の平均値

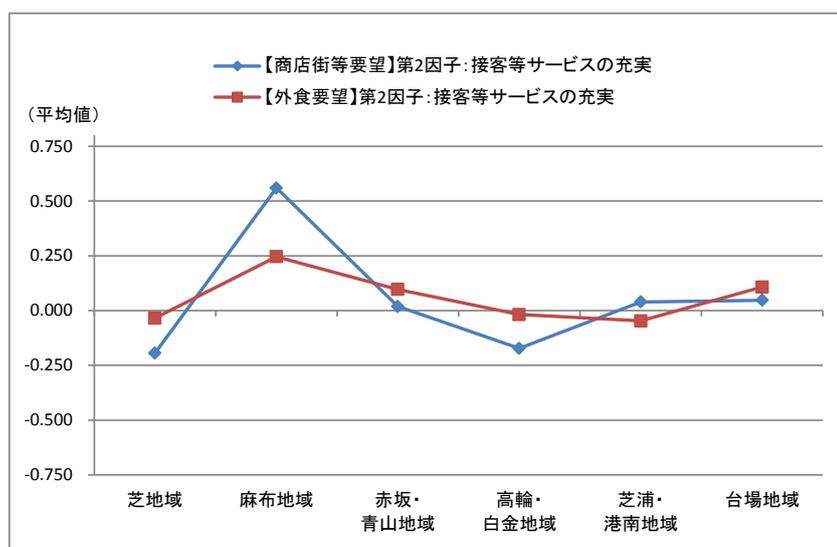


居住地域別の「商店街等要望」の第2因子（接客等サービスの充実）と「外食要望」の第2因子（接客等サービスの充実）とを比較すると、「芝地域」と「高輪・白金地域」は「商店街等要望」の第2因子の平均値がそれぞれ-0.194、-0.173と低く、要望が弱いことを示している（【図表 多変量 33、34】）。「麻布地域」は「商店街等要望」と「外食要望」の第2因子の平均値はともに他の地域に比べ最も高く、商店街等と外食に関する接客等の要望が強い傾向があることがわかる。

図表 多変量 33 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第2因子の平均値・実数・標準偏差

		【商店街等要望】 第2因子:接客等サービスの充実			【外食要望】 第2因子:接客等サービスの充実		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
問7 現在 お住まいの 地域をお選 びください。	芝地域	-0.194	298	0.982	-0.035	298	0.899
	麻布地域	0.559	82	0.921	0.246	82	0.834
	赤坂・青山 地域	0.019	508	1.000	0.096	508	0.878
	高輪・白金 地域	-0.173	457	0.983	-0.018	457	0.902
	芝浦・港南 地域	0.040	1,275	0.986	-0.047	1,275	0.870
	台場地域	0.047	134	0.960	0.107	134	0.857

図表 多変量 34 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第2因子の平均値



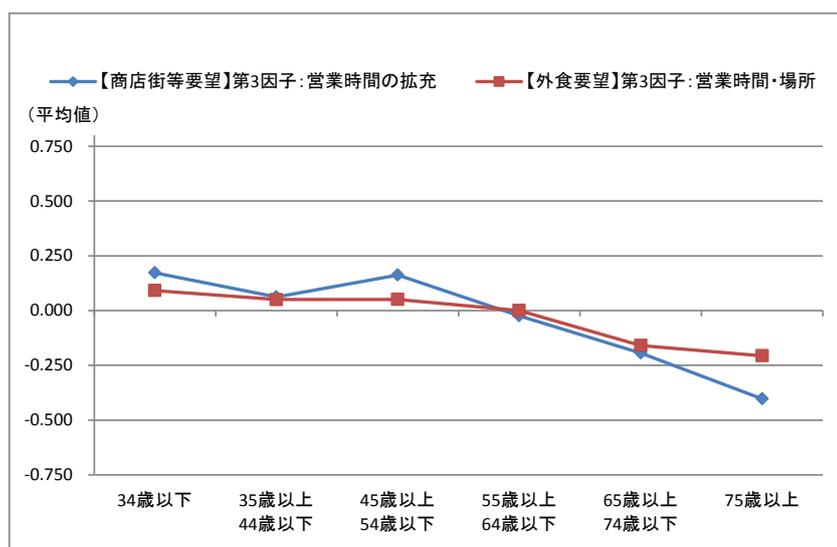
ウ 第3因子同士の比較

世帯主年齢別の「商店街等要望」の第3因子（営業時間の拡充）と「外食要望」の第3因子（営業時間・場所）とを比較すると、世帯主年齢が54歳以下では「商店街等要望」「外食要望」の第3因子の平均値はプラスの値を示し、要望が強いことを示している（【図表 多変量 35、36】）。世帯主年齢が上がるほど平均値は下がり、世帯主年齢が75歳以上では「商店街等要望」の第3因子が-0.402、「外食要望」の第3因子が-0.206となり、要望が弱くなることを示している。

図表 多変量 35 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第3因子の平均値・実数・標準偏差

問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。		【商店街等要望】 第3因子：営業時間の拡充			【外食要望】 第3因子：営業時間・場所		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
	34歳以下	0.172	194	1.016	0.091	194	0.887
	35歳以上						
	44歳以下	0.062	640	0.974	0.050	640	0.805
	45歳以上						
	54歳以下	0.162	672	0.933	0.051	672	0.826
	55歳以上						
	64歳以下	-0.024	363	0.898	0.000	363	0.801
65歳以上							
74歳以下	-0.194	438	0.848	-0.160	438	1.004	
75歳以上	-0.402	445	0.784	-0.206	445	0.906	

図表 多変量 36 世帯主年齢×「商店街等要望」と「外食要望」の第3因子の平均値

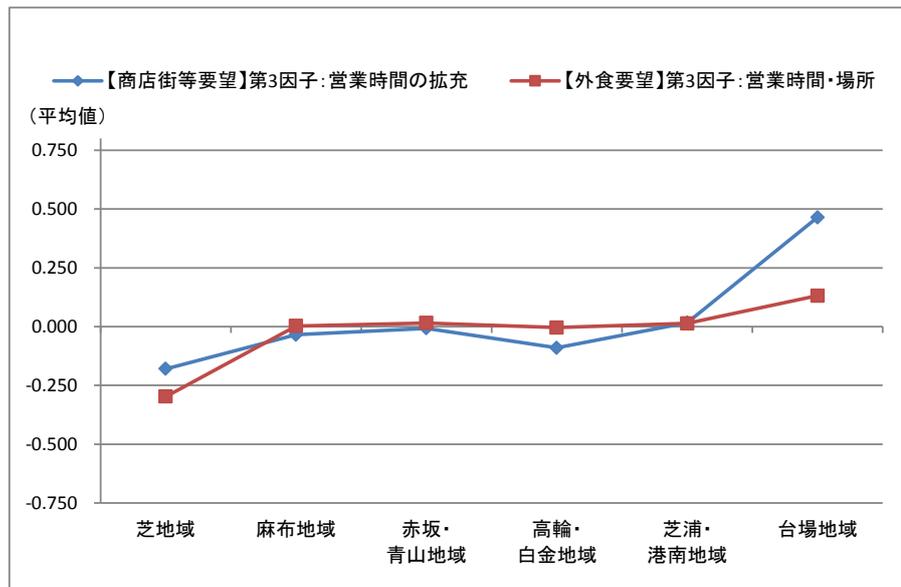


居住地域別の「商店街等要望」の第3因子（営業時間の拡充）と「外食要望」の第3因子（営業時間・場所）とを比較すると、「芝地域」では「商店街等要望」及び「外食要望」の第3因子の平均値はマイナスの値を示し、要望が弱いことを示している（【図表 多変量 37、38】）。「麻布地域」「赤坂・青山地域」「高輪・白金地域」「芝浦・港南地域」では平均値に大きな差は見られない。「台場地域」では「商店街等要望」と「外食要望」の第3因子の平均値はプラスの値を示し、特に「商店街等要望」は0.464と高く要望が強いことがわかる。

図表 多変量 37 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第3因子の平均値・実数・標準偏差

		【商店街等要望】 第3因子：営業時間の拡充			【外食要望】 第3因子：営業時間・場所		
		平均値	実数	標準偏差	平均値	実数	標準偏差
問7 現在 お住まいの 地域をお選 びくださ い。	芝地域	-0.180	298	0.844	-0.298	298	1.191
	麻布地域	-0.034	82	0.802	0.003	82	0.799
	赤坂・青山 地域	-0.008	508	0.928	0.015	508	0.780
	高輪・白金 地域	-0.090	457	0.909	-0.005	457	0.888
	芝浦・港南 地域	0.016	1,275	0.955	0.013	1,275	0.836
	台場地域	0.464	134	0.931	0.131	134	0.803

図表 多変量 38 居住地域×「商店街等要望」と「外食要望」の第3因子の平均値



資料2 クロス集計結果(図表)

【世帯主の年齢のクロス集計結果(図表)】

図表 年齢1 問1 世帯主の年齢×問2 世帯人員数

世帯主の年齢		1人	2人	3人	4人	5人以上	合計
34歳以下	実数	45	62	50	33	3	193
	%	23.3%	32.1%	25.9%	17.1%	1.6%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	87	178	186	159	30	640
	%	13.6%	27.8%	29.1%	24.8%	4.7%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	132	243	161	116	19	671
	%	19.7%	36.2%	24.0%	17.3%	2.8%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	93	163	77	28	2	363
	%	25.6%	44.9%	21.2%	7.7%	0.6%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	144	226	56	11	1	438
	%	32.9%	51.6%	12.8%	2.5%	0.2%	100.0%
75歳以上	実数	227	178	30	4	2	441
	%	51.5%	40.4%	6.8%	0.9%	0.5%	100.0%
合計	実数	728	1050	560	351	57	2746
	%	26.5%	38.2%	20.4%	12.8%	2.1%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=510.921 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢2 問1 世帯主の年齢×問3 18歳以下がいる世帯

世帯主の年齢		いる	いない	合計
34歳以下	実数	86	107	193
	%	44.6%	55.4%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	382	258	640
	%	59.7%	40.3%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	255	416	671
	%	38.0%	62.0%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	30	332	362
	%	8.3%	91.7%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	8	429	437
	%	1.8%	98.2%	100.0%
75歳以上	実数	4	440	444
	%	0.9%	99.1%	100.0%
合計	実数	765	1982	2747
	%	27.8%	72.2%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=760.769 自由度=5 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢3 問1 世帯主の年齢×問4 75歳以上がいる世帯

世帯主の年齢		いる	いない	合計
34歳以下	実数	0	194	194
	%	0.0%	100.0%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	7	633	640
	%	1.1%	98.9%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	12	659	671
	%	1.8%	98.2%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	22	341	363
	%	6.1%	93.9%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	40	398	438
	%	9.1%	90.9%	100.0%
75歳以上	実数	445	0	445
	%	100.0%	0.0%	100.0%
合計	実数	526	2225	2751
	%	19.1%	80.9%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=2261.345 自由度=5 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢4 問1 世帯主の年齢×問5 居住年数

世帯主の年齢		1年未満	1年以上 3年未満	3年以上 5年未満	5年以上 10年未満	10年以上 15年未満	15年以上	合計
34歳以下	実数	42	76	40	35	0	1	194
	%	21.6%	39.2%	20.6%	18.0%	0.0%	0.5%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	49	95	105	355	22	11	637
	%	7.7%	14.9%	16.5%	55.7%	3.5%	1.7%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	33	58	81	413	59	27	671
	%	4.9%	8.6%	12.1%	61.5%	8.8%	4.0%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	11	35	31	199	45	41	362
	%	3.0%	9.7%	8.6%	55.0%	12.4%	11.3%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	15	24	31	171	67	128	436
	%	3.4%	5.5%	7.1%	39.2%	15.4%	29.4%	100.0%
75歳以上	実数	11	18	22	117	55	217	440
	%	2.5%	4.1%	5.0%	26.6%	12.5%	49.3%	100.0%
合計	実数	161	306	310	1290	248	425	2740
	%	5.9%	11.2%	11.3%	47.1%	9.1%	15.5%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1079.824 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢5 問1 世帯主の年齢×問6 居住階

世帯主の年齢		1階から 5階まで	6階から 10階まで	11階から 15階まで	16階から 20階まで	21階から 30階まで	31階から 40階まで	41階から 49階まで	合計
34歳以下	実数	31	25	25	29	40	36	6	192
	%	16.1%	13.0%	13.0%	15.1%	20.8%	18.8%	3.1%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	93	121	90	76	106	104	39	629
	%	14.8%	19.2%	14.3%	12.1%	16.9%	16.5%	6.2%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	90	112	81	74	129	112	52	650
	%	13.8%	17.2%	12.5%	11.4%	19.8%	17.2%	8.0%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	54	65	50	43	73	53	19	357
	%	15.1%	18.2%	14.0%	12.0%	20.4%	14.8%	5.3%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	119	105	53	28	60	47	19	431
	%	27.6%	24.4%	12.3%	6.5%	13.9%	10.9%	4.4%	100.0%
75歳以上	実数	145	143	81	16	22	18	14	439
	%	33.0%	32.6%	18.5%	3.6%	5.0%	4.1%	3.2%	100.0%
合計	実数	532	571	380	266	430	370	149	2698
	%	19.7%	21.2%	14.1%	9.9%	15.9%	13.7%	5.5%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=270.433 自由度=30 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢6 問1 世帯主の年齢×問7 居住地域

世帯主の年齢		芝地域	麻布地域	赤坂・ 青山地域	高輪・ 白金地域	芝浦・ 港南地域	台場地域	合計
34歳以下	実数	1	4	19	17	147	6	194
	%	0.5%	2.1%	9.8%	8.8%	75.8%	3.1%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	11	16	74	74	427	38	640
	%	1.7%	2.5%	11.6%	11.6%	66.7%	5.9%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	23	20	106	104	371	47	671
	%	3.4%	3.0%	15.8%	15.5%	55.3%	7.0%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	20	14	86	73	151	19	363
	%	5.5%	3.9%	23.7%	20.1%	41.6%	5.2%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	99	16	102	91	112	16	436
	%	22.7%	3.7%	23.4%	20.9%	25.7%	3.7%	100.0%
75歳以上	実数	142	12	120	97	66	8	445
	%	31.9%	2.7%	27.0%	21.8%	14.8%	1.8%	100.0%
合計	実数	296	82	507	456	1274	134	2749
	%	10.8%	3.0%	18.4%	16.6%	46.3%	4.9%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=704.997 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢9 問1 世帯主の年齢×問8 主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的帰宅時間帯

世帯主の年齢		午前6時 ～正午	正午 ～午後5時	午後5時 ～午後7時	午後7時 ～午後10時	午後10時 ～深夜0時	深夜0時 ～午前6時	基本的に 在宅して いる	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 4 % 2.1%	28 14.5%	49 25.4%	59 30.6%	11 5.7%	1 0.5%	37 19.2%	4 2.1%	193 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 22 % 3.4%	79 12.3%	193 30.2%	176 27.5%	35 5.5%	1 0.2%	122 19.1%	12 1.9%	640 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 14 % 2.1%	76 11.3%	183 27.3%	201 30.0%	37 5.5%	6 0.9%	131 19.6%	22 3.3%	670 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 13 % 3.6%	59 16.3%	93 25.8%	82 22.7%	10 2.8%	0 0.0%	98 27.1%	6 1.7%	361 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 20 % 4.6%	145 33.5%	83 19.2%	34 7.9%	5 1.2%	3 0.7%	134 30.9%	9 2.1%	433 100.0%
	75歳以上	実数 44 % 10.1%	182 41.9%	66 15.2%	7 1.6%	2 0.5%	1 0.2%	115 26.5%	17 3.9%	434 100.0%
	合計	実数 117 % 4.3%	569 20.8%	667 24.4%	559 20.5%	100 3.7%	12 0.4%	637 23.3%	70 2.6%	2731 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=500.753 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢10 問1 世帯主の年齢×問9(1) 野菜の主な購入先

世帯主の年齢		近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	移動販売車	購入しない	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 6 % 3.2%	152 80.0%	1 .5%	9 4.7%	2 1.1%	17 8.9%	0 0.0%	3 1.6%	0 0.0%	190 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 18 % 2.9%	406 65.9%	6 1.0%	48 7.8%	9 1.5%	117 19.0%	3 0.5%	4 0.6%	5 0.8%	616 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 12 % 1.8%	430 66.1%	9 1.4%	72 11.1%	6 0.9%	100 15.4%	10 1.5%	5 0.8%	7 1.1%	651 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 14 % 4.0%	250 71.6%	2 .6%	38 10.9%	4 1.1%	35 10.0%	5 1.4%	0 0.0%	1 0.3%	349 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 21 % 5.0%	285 68.3%	3 .7%	42 10.1%	6 1.4%	28 6.7%	25 6.0%	3 0.7%	4 1.0%	417 100.0%
	75歳以上	実数 39 % 9.8%	245 61.9%	13 3.3%	30 7.6%	9 2.3%	13 3.3%	40 10.1%	1 0.3%	6 1.5%	396 100.0%
	合計	実数 110 % 4.2%	1768 67.5%	34 1.3%	239 9.1%	36 1.4%	310 11.8%	83 3.2%	16 0.6%	23 0.9%	2619 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=260.309 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢11 問1 世帯主の年齢×問9(2) 肉類・鮮魚の主な購入先

世帯主の年齢		近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	移動販売車	購入しない	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 5 % 2.6%	150 78.9%	0 0.0%	15 7.9%	2 1.1%	14 7.4%	0 0.0%	4 2.1%	0 0.0%	190 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 15 % 2.4%	426 69.2%	1 0.2%	71 11.5%	7 1.1%	88 14.3%	2 0.3%	4 0.6%	2 0.3%	616 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 8 % 1.2%	451 69.3%	4 0.6%	89 13.7%	5 0.8%	80 12.3%	1 0.2%	7 1.1%	6 0.9%	651 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 9 % 2.6%	250 71.8%	3 0.9%	54 15.5%	3 0.9%	23 6.6%	0 0.0%	3 0.9%	3 0.9%	348 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 11 % 2.6%	301 72.0%	0 0.0%	65 15.6%	5 1.2%	23 5.5%	2 0.5%	4 1.0%	7 1.7%	418 100.0%
	75歳以上	実数 23 % 5.8%	252 63.6%	8 2.0%	67 16.9%	8 2.0%	20 5.1%	3 0.8%	6 1.5%	9 2.3%	396 100.0%
	合計	実数 71 % 2.7%	1830 69.9%	16 .6%	361 13.8%	30 1.1%	248 9.5%	8 0.3%	28 1.1%	27 1.0%	2619 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=120.099 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢12 問1 世帯主の年齢×問9(3) 酒類の主な購入先

世帯主の年齢		近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	購入しない	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 6 % 3.2%	106 56.1%	11 5.8%	5 2.6%	3 1.6%	20 10.6%	36 19.0%	2 1.1%	189 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 19 % 3.1%	264 43.0%	38 6.2%	51 8.3%	22 3.6%	122 19.9%	91 14.8%	7 1.1%	614 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 9 % 1.4%	257 39.8%	42 6.5%	62 9.6%	21 3.3%	154 23.9%	89 13.8%	11 1.7%	645 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 14 % 4.1%	154 44.9%	14 4.1%	30 8.7%	9 2.6%	60 17.5%	53 15.5%	9 2.6%	343 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 17 % 4.5%	196 51.3%	18 4.7%	35 9.2%	15 3.9%	46 12.0%	48 12.6%	7 1.8%	382 100.0%
	75歳以上	実数 22 % 7.0%	119 38.0%	20 6.4%	27 8.6%	17 5.4%	18 5.8%	18 25.2%	11 3.5%	313 100.0%
	合計	実数 87 % 3.5%	1096 44.1%	143 5.8%	210 8.4%	87 3.5%	420 16.9%	396 15.9%	47 1.9%	2486 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=141.754 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢13 問1 世帯主の年齢×問9(4) 医療・化粧品などの主な購入先

世帯主の年齢		近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	購入しない	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 28 % 14.8%	93 49.2%	3 1.6%	34 18.0%	0 0.0%	24 12.7%	2 1.1%	5 2.6%	189 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 58 % 9.4%	315 51.1%	3 0.5%	130 21.1%	3 0.5%	76 12.3%	6 1.0%	26 4.2%	617 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 70 % 10.8%	333 51.4%	3 0.5%	141 21.8%	0 0.0%	64 9.9%	4 0.6%	33 5.1%	648 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 65 % 18.8%	152 43.9%	5 1.4%	80 23.1%	0 0.0%	24 6.9%	3 0.9%	17 4.9%	346 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 87 % 21.4%	164 40.4%	14 1.0%	89 21.9%	2 0.5%	20 4.9%	8 2.0%	32 7.9%	406 100.0%
	75歳以上	実数 104 % 28.7%	104 28.7%	9 2.5%	88 24.3%	1 0.3%	4 1.1%	19 5.2%	33 9.1%	362 100.0%
	合計	実数 412 % 16.0%	1161 45.2%	27 1.1%	562 21.9%	6 0.2%	212 8.3%	42 1.6%	146 5.7%	2568 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=229.984 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢14 問1 世帯主の年齢×問9(5) 日用品の主な購入先

世帯主の年齢		実数	近隣の商店街・個人商店		近隣のスーパー・量販店		近隣のコンビニ		近隣以外の店舗		近隣の商店街・個人商店の宅配サービス		近隣の商店街・個人商店以外の宅配サービス		ネット通販		移動販売車		購入しない		その他		合計	
			実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%	実数	%
34歳以下	34歳以下	10	5.3%	121	64.4%	2	1.1%	11	5.9%	1	0.5%	38	20.2%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	2.7%	188	100.0%	
	35歳以上44歳以下	34	5.5%	349	56.6%	6	1.0%	79	12.8%	5	0.8%	135	21.9%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.3%	8	1.3%	617	100.0%	
	45歳以上54歳以下	33	5.1%	365	56.2%	8	1.2%	109	16.8%	4	0.6%	115	17.7%	0	0.0%	1	0.2%	1	0.3%	15	2.3%	650	100.0%	
	55歳以上64歳以下	37	10.7%	195	56.5%	7	2.0%	53	15.4%	2	0.6%	41	11.9%	0	0.0%	1	0.3%	1	0.3%	9	1.4%	345	100.0%	
	65歳以上74歳以下	49	11.9%	264	63.9%	9	2.2%	55	13.3%	4	1.0%	23	5.6%	1	0.2%	1	0.2%	7	1.7%	413	100.0%			
	75歳以上	76	20.1%	210	55.4%	19	5.0%	41	10.8%	6	1.6%	13	3.4%	0	0.0%	1	0.3%	13	3.4%	379	100.0%			
	合計	239	9.2%	1504	58.0%	51	2.0%	348	13.4%	22	0.8%	365	14.1%	1	0.0%	5	0.2%	57	2.2%	2592	100.0%			

※無回答は集計から除く。χ²=227.729 自由度=40 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢15 問1 世帯主の年齢×問10(1) 生鮮食品(野菜・肉類・鮮魚)の買い物(通販等を除く。)の回数

世帯主の年齢		実数	回数の頻度					その他	合計						
			ほぼ毎日	2日に1回程度	週に2回程度	週に1回程度	週に1回未満								
34歳以下	34歳以下	46	24.2%	54	28.4%	44	23.2%	31	16.3%	13	6.8%	2	1.1%	190	100.0%
	35歳以上44歳以下	98	15.8%	177	28.6%	199	32.1%	115	18.6%	23	3.7%	7	1.1%	619	100.0%
	45歳以上54歳以下	109	16.7%	167	25.7%	211	32.4%	124	19.0%	29	4.5%	11	1.7%	651	100.0%
	55歳以上64歳以下	64	18.4%	86	24.7%	131	37.6%	58	16.7%	6	1.7%	3	0.9%	348	100.0%
	65歳以上74歳以下	79	18.9%	136	32.5%	143	34.2%	46	11.0%	6	1.4%	8	1.9%	418	100.0%
	75歳以上	54	12.9%	121	28.8%	170	40.5%	52	12.4%	11	2.6%	11	2.6%	420	100.0%
	合計	450	17.0%	741	28.0%	898	33.9%	426	16.1%	89	3.4%	42	1.6%	2646	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.814 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢16 問1 世帯主の年齢×問10(2) 平日の生鮮食品の買い物をする時間帯

世帯主の年齢		実数	時間帯							合計									
			午前6時～正午	正午～午後5時	午後5時～午後7時	午後7時～午後10時	午後10時～深夜0時	深夜0時～午前6時	平日に買わずに休日に買う		その他								
34歳以下	34歳以下	15	7.9%	52	27.4%	41	21.6%	52	27.4%	9	4.7%	0	0.0%	16	8.4%	5	2.6%	190	100.0%
	35歳以上44歳以下	73	11.9%	147	23.9%	160	26.0%	145	23.6%	22	3.6%	0	0.0%	58	9.4%	10	1.6%	615	100.0%
	45歳以上54歳以下	54	8.3%	159	24.4%	186	28.6%	155	23.8%	16	2.5%	1	0.2%	60	9.2%	20	3.1%	651	100.0%
	55歳以上64歳以下	32	9.2%	123	35.4%	94	27.1%	64	18.4%	6	1.7%	0	0.0%	20	5.8%	8	2.3%	347	100.0%
	65歳以上74歳以下	57	13.8%	233	56.6%	73	17.7%	15	3.6%	3	0.7%	1	0.2%	16	3.9%	14	3.4%	412	100.0%
	75歳以上	74	17.7%	254	60.6%	64	15.3%	4	1.0%	1	0.2%	0	0.0%	3	0.7%	19	4.5%	419	100.0%
	合計	305	11.6%	968	36.8%	618	23.5%	435	16.5%	57	2.2%	2	0.1%	173	6.6%	76	2.9%	2634	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=455.921 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢17 問1 世帯主の年齢×問10(3) 生鮮食品の買い物で重視していること

世帯主の年齢		実数	重視していること								合計								
			①価格の安さ	②品質や鮮度の良さ	③信頼できる店であること	④自宅から店までの距離	⑤営業時間	⑥店で食材以外の商品も購入できること	⑦品ぞろえの良さ	⑧仕事の行き帰りに買い物できること									
34歳以下	34歳以下	99	52.1%	147	77.4%	59	31.1%	113	59.5%	41	21.6%	22	11.6%	76	40.0%	50	26.3%	190	100.0%
	35歳以上44歳以下	314	50.6%	521	84.0%	242	39.0%	328	52.9%	133	21.5%	60	9.7%	250	40.3%	183	29.5%	620	100.0%
	45歳以上54歳以下	291	44.8%	540	83.2%	279	43.0%	268	41.3%	130	20.0%	76	11.7%	249	38.4%	203	31.3%	649	100.0%
	55歳以上64歳以下	133	38.1%	291	83.4%	168	48.1%	150	43.0%	51	14.6%	52	14.9%	163	46.7%	84	24.1%	347	100.0%
	65歳以上74歳以下	170	40.8%	317	76.0%	202	48.4%	176	42.2%	48	11.5%	91	21.8%	210	50.4%	58	13.9%	412	100.0%
	75歳以上	148	35.2%	286	68.1%	206	49.0%	175	41.7%	25	6.0%	121	28.8%	191	45.5%	24	5.7%	419	100.0%
	合計	1155	43.7%	2102	79.5%	1156	43.7%	1210	45.7%	428	16.2%	422	16.0%	1139	43.1%	602	22.8%	2634	100.0%

世帯主の年齢		実数	重視していること						合計								
			⑨宅配サービスがあること	⑩駐輪場、駐車場があること	⑪チラシ等の情報	⑫ポイントが貯められることができること	⑬特売日や特売商品があること	⑭外国語の表記があること		⑮その他							
34歳以下	34歳以下	9	4.7%	13	6.8%	11	5.8%	27	14.2%	27	14.2%	1	0.5%	8	4.2%	190	100.0%
	35歳以上44歳以下	31	5.0%	51	8.2%	32	5.2%	61	9.8%	64	10.3%	3	0.5%	13	2.1%	620	100.0%
	45歳以上54歳以下	32	4.9%	71	10.9%	57	8.8%	80	12.3%	87	13.4%	3	0.5%	14	2.2%	649	100.0%
	55歳以上64歳以下	13	3.7%	35	10.0%	33	9.5%	49	14.0%	45	12.9%	2	0.6%	3	0.9%	347	100.0%
	65歳以上74歳以下	13	3.1%	39	9.4%	70	16.8%	77	18.5%	70	16.8%	2	0.5%	7	1.7%	412	100.0%
	75歳以上	17	4.0%	11	2.6%	92	21.9%	87	20.7%	88	21.0%	0	0.0%	15	3.6%	420	100.0%
	合計	115	4.3%	220	8.3%	295	11.2%	381	14.4%	381	14.4%	11	0.4%	60	2.3%	2634	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=661.483 自由度=75 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢18 問1 世帯主の年齢×問10(4) 生鮮食品の買い物に出かける際の交通手段

世帯主の年齢		実数	交通手段						合計						
			徒歩	自転車	自家用車・バイク	公共交通機関等	タクシー	その他							
34歳以下	34歳以下	159	83.7%	11	5.8%	10	5.3%	6	3.2%	2	1.1%	2	1.1%	190	100.0%
	35歳以上44歳以下	431	69.5%	83	13.4%	64	10.3%	26	4.2%	5	0.8%	11	1.8%	620	100.0%
	45歳以上54歳以下	438	67.5%	81	12.5%	77	11.9%	35	5.4%	7	1.1%	11	1.7%	649	100.0%
	55歳以上64歳以下	227	65.2%	29	8.3%	45	12.9%	41	11.8%	3	0.9%	3	0.9%	349	100.0%
	65歳以上74歳以下	250	59.7%	59	14.1%	37	8.8%	64	15.3%	3	0.7%	6	1.4%	419	100.0%
	75歳以上	242	58.9%	24	5.8%	14	3.4%	115	28.0%	11	2.7%	5	1.2%	411	100.0%
	合計	1747	66.2%	287	10.9%	247	9.4%	287	10.9%	31	1.2%	38	1.4%	2637	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=253.649 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢19 問1 世帯主の年齢×問11(1) 近隣商店街の存在

世帯主の年齢		近隣に商店街がある	近隣に商店街があるかどうか分からない	近隣に商店街はない	合計	
34歳以下	実数	81	34	72	187	
	%	43.3%	18.2%	38.5%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	267	67	273	607	
	%	44.0%	11.0%	45.0%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	327	37	274	638	
	%	51.3%	5.8%	42.9%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	195	19	132	346	
	%	56.4%	5.5%	38.2%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	239	12	156	407	
	%	58.7%	2.9%	38.3%	100.0%	
75歳以上	実数	241	16	136	393	
	%	61.3%	4.1%	34.6%	100.0%	
合計		1350	185	1043	2578	
		%	52.4%	7.2%	40.5%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=92.531 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢20 問1 世帯主の年齢×問11(2) 近隣商店街の状況認識

世帯主の年齢		活気がある	活気がない	活気があるかどうか分からない	合計	
34歳以下	実数	22	20	36	78	
	%	28.2%	25.6%	46.2%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	75	94	96	265	
	%	28.3%	35.5%	36.2%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	89	99	129	317	
	%	28.1%	31.2%	40.7%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	74	56	58	188	
	%	39.4%	29.8%	30.9%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	90	70	71	231	
	%	39.0%	30.3%	30.7%	100.0%	
75歳以上	実数	99	57	63	219	
	%	45.2%	26.0%	28.8%	100.0%	
合計		449	396	453	1298	
		%	34.6%	30.5%	34.9%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=32.165 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢21 問1 世帯主の年齢×問11(3) 近隣商店街の利用状況

世帯主の年齢		頻繁に買い物に行く	ときどき買い物に行く	ほとんど買い物に行かない	合計	
34歳以下	実数	10	30	38	78	
	%	12.8%	38.5%	48.7%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	31	109	125	265	
	%	11.7%	41.1%	47.2%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	32	152	133	317	
	%	10.1%	47.9%	42.0%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	35	93	62	190	
	%	18.4%	48.9%	32.6%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	45	121	64	230	
	%	19.6%	52.6%	27.8%	100.0%	
75歳以上	実数	47	130	50	227	
	%	20.7%	57.3%	22.0%	100.0%	
合計		200	635	472	1307	
		%	15.3%	48.6%	36.1%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=58.330 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢22 問1 世帯主の年齢×問12(1) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 商品の価格の安さ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計	
34歳以下	実数	98	58	18	8	7	189	
	%	51.9%	30.7%	9.5%	4.2%	3.7%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	275	226	71	33	6	610	
	%	45.1%	36.9%	11.6%	5.4%	1.0%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	238	266	91	33	12	640	
	%	37.2%	41.6%	14.2%	5.2%	1.9%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	107	159	57	13	5	341	
	%	31.4%	46.6%	16.7%	3.8%	1.5%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	116	155	71	27	11	380	
	%	30.5%	40.8%	18.7%	7.1%	2.9%	100.0%	
75歳以上	実数	124	135	66	13	6	344	
	%	36.0%	39.2%	19.2%	3.8%	1.7%	100.0%	
合計		958	998	374	127	47	2504	
		%	38.3%	39.9%	14.9%	5.1%	1.9%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=68.103 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢23 問1 世帯主の年齢×問12(2) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 品質や鮮度の良さ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計	
34歳以下	実数	131	51	5	1	1	189	
	%	69.3%	27.0%	2.6%	0.5%	0.5%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	438	145	24	7	0	614	
	%	71.3%	23.6%	3.9%	1.1%	0.0%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	492	126	20	7	1	646	
	%	76.2%	19.5%	3.1%	1.1%	0.2%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	236	91	12	2	1	342	
	%	69.0%	26.6%	3.5%	0.6%	0.3%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	271	95	17	8	5	396	
	%	68.4%	24.0%	4.3%	2.0%	1.3%	100.0%	
75歳以上	実数	229	113	16	2	2	362	
	%	63.3%	31.2%	4.4%	0.6%	0.6%	100.0%	
合計		1797	621	94	27	10	2549	
		%	70.5%	24.4%	3.7%	1.1%	0.4%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=39.913 自由度=20 p=0.005* *p<0.05

図表 年齢24 問1 世帯主の年齢×問12(3) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 開店時刻を早めること

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計	
34歳以下	実数	11	26	39	51	62	189	
	%	5.8%	13.8%	20.6%	27.0%	32.8%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	49	55	138	176	186	604	
	%	8.1%	9.1%	22.8%	29.1%	30.8%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	41	75	172	186	165	639	
	%	6.4%	11.7%	26.9%	29.1%	25.8%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	21	37	94	98	84	334	
	%	6.3%	11.1%	28.1%	29.3%	25.1%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	18	33	117	125	83	376	
	%	4.8%	8.8%	31.1%	33.2%	22.1%	100.0%	
75歳以上	実数	21	38	98	87	78	322	
	%	6.5%	11.8%	30.4%	27.0%	24.2%	100.0%	
合計		161	264	658	723	658	2464	
		%	6.5%	10.7%	26.7%	29.3%	26.7%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=33.930 自由度=20 p=0.027* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢25 問1 世帯主の年齢×問12(4) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 閉店時刻を遅らせること

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	34	46	35	32	42	189
	%	18.0%	24.3%	18.5%	16.9%	22.2%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	86	121	133	129	139	608
	%	14.1%	19.9%	21.9%	21.2%	22.9%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	98	139	161	134	111	643
	%	15.2%	21.6%	25.0%	20.8%	17.3%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	37	43	104	83	71	338
	%	10.9%	12.7%	30.8%	24.6%	21.0%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	21	45	111	107	92	376
	%	5.6%	12.0%	29.5%	28.5%	24.5%	100.0%
75歳以上	実数	13	18	93	106	92	322
	%	4.0%	5.6%	28.9%	32.9%	28.6%	100.0%
合計	実数	289	412	637	591	547	2476
	%	11.7%	16.6%	25.7%	23.9%	22.1%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=147.556 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢26 問1 世帯主の年齢×問12(5) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 様々な業種の店の集積

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	84	61	25	10	9	189
	%	44.4%	32.3%	13.2%	5.3%	4.8%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	304	187	75	24	21	611
	%	49.8%	30.6%	12.3%	3.9%	3.4%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	291	206	97	29	19	642
	%	45.3%	32.1%	15.1%	4.5%	3.0%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	141	114	45	27	10	337
	%	41.8%	33.8%	13.4%	8.0%	3.0%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	144	114	68	38	17	381
	%	37.8%	29.9%	17.8%	10.0%	4.5%	100.0%
75歳以上	実数	125	107	52	30	23	337
	%	37.1%	31.8%	15.4%	8.9%	6.8%	100.0%
合計	実数	1089	789	362	158	99	2497
	%	43.6%	31.6%	14.5%	6.3%	4.0%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=51.942 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢27 問1 世帯主の年齢×問12(6) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 宅配サービス

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	37	38	55	27	32	189
	%	19.6%	20.1%	29.1%	14.3%	16.9%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	89	123	191	123	82	608
	%	14.6%	20.2%	31.4%	20.2%	13.5%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	81	119	215	135	90	640
	%	12.7%	18.6%	33.6%	21.1%	14.1%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	45	74	101	71	46	337
	%	13.4%	22.0%	30.0%	21.1%	13.6%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	46	73	101	84	73	377
	%	12.2%	19.4%	26.8%	22.3%	19.4%	100.0%
75歳以上	実数	56	62	62	70	67	317
	%	17.7%	19.6%	19.6%	22.1%	21.1%	100.0%
合計	実数	354	489	725	510	390	2468
	%	14.3%	19.8%	29.4%	20.7%	15.8%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=44.011 自由度=20 p=0.001* *p<0.05

図表 年齢28 問1 世帯主の年齢×問12(7) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 駐輪場、駐車場の整備

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	18	36	58	33	42	187
	%	9.6%	19.3%	31.0%	17.6%	22.5%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	87	117	137	141	124	606
	%	14.4%	19.3%	22.6%	23.3%	20.5%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	83	114	170	123	149	639
	%	13.0%	17.8%	26.6%	19.2%	23.3%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	43	75	85	70	60	333
	%	12.9%	22.5%	25.5%	21.0%	18.0%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	42	72	90	84	86	374
	%	11.2%	19.3%	24.1%	22.5%	23.0%	100.0%
75歳以上	実数	24	24	65	68	108	289
	%	8.3%	8.3%	22.5%	23.5%	37.4%	100.0%
合計	実数	297	438	605	519	569	2428
	%	12.2%	18.0%	24.9%	21.4%	23.4%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=68.163 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢29 問1 世帯主の年齢×問12(8) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 インターネット情報配信

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	24	43	47	34	40	188
	%	12.8%	22.9%	25.0%	18.1%	21.3%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	67	107	178	140	112	604
	%	11.1%	17.7%	29.5%	23.2%	18.5%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	72	108	193	139	129	641
	%	11.2%	16.8%	30.1%	21.7%	20.1%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	37	48	106	83	62	336
	%	11.0%	14.3%	31.5%	24.7%	18.5%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	16	38	101	97	118	370
	%	4.3%	10.3%	27.3%	26.2%	31.9%	100.0%
75歳以上	実数	7	14	52	73	144	290
	%	2.4%	4.8%	17.9%	25.2%	49.7%	100.0%
合計	実数	223	358	677	566	605	2429
	%	9.2%	14.7%	27.9%	23.3%	24.9%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=191.648 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢30 問1 世帯主の年齢×問12(9) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 統一ポイントの導入

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
34歳以下	実数	41	51	51	21	23	187
	%	21.9%	27.3%	27.3%	11.2%	12.3%	100.0%
35歳以上 44歳以下	実数	122	179	158	76	74	609
	%	20.0%	29.4%	25.9%	12.5%	12.2%	100.0%
45歳以上 54歳以下	実数	130	179	158	85	87	639
	%	20.3%	28.0%	24.7%	13.3%	13.6%	100.0%
55歳以上 64歳以下	実数	59	88	99	45	42	333
	%	17.7%	26.4%	29.7%	13.5%	12.6%	100.0%
65歳以上 74歳以下	実数	68	103	88	49	66	374
	%	18.2%	27.5%	23.5%	13.1%	17.6%	100.0%
75歳以上	実数	50	69	61	51	67	298
	%	16.8%	23.2%	20.5%	17.1%	22.5%	100.0%
合計	実数	470	669	615	327	359	2440
	%	19.3%	27.4%	25.2%	13.4%	14.7%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=35.723 自由度=20 p=0.017* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢31 問1 世帯主の年齢×問12(10) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 高齢者の見守り

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 16 % 8.6%	30 16.0%	72 38.5%	29 15.5%	40 21.4%	187 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 32 % 5.3%	99 16.3%	242 39.9%	117 19.3%	117 19.3%	607 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 42 % 6.5%	130 20.2%	267 41.6%	89 13.9%	114 17.8%	642 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 32 % 9.6%	69 20.7%	119 35.6%	58 17.4%	56 16.8%	334 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 43 % 11.4%	95 25.2%	126 33.4%	58 15.4%	55 14.6%	377 100.0%
	75歳以上	実数 77 % 23.8%	103 31.8%	57 17.6%	53 16.4%	34 10.5%	324 100.0%
	合計	実数 242 % 9.8%	526 21.3%	883 35.7%	404 16.3%	416 16.8%	2471 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=174.486 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢32 問1 世帯主の年齢×問12(11) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 外国語表記

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 16 % 8.5%	20 10.6%	72 38.3%	33 17.6%	47 25.0%	188 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 21 % 3.5%	78 12.9%	238 39.2%	135 22.2%	135 22.2%	607 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 29 % 4.5%	109 17.0%	251 39.1%	109 17.0%	144 22.4%	642 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 11 % 3.3%	60 18.0%	127 38.0%	60 18.0%	76 22.8%	334 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 7 % 1.9%	53 14.3%	141 38.1%	87 23.5%	82 22.2%	370 100.0%
	75歳以上	実数 4 % 1.4%	27 9.5%	75 26.5%	68 24.0%	109 38.5%	283 100.0%
	合計	実数 88 % 3.6%	347 14.3%	904 37.3%	492 20.3%	593 24.5%	2424 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=80.838 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢33 問1 世帯主の年齢×問13 プレミアム付き港区内共通商品券(スマイル商品券)

世帯主の年齢		ほぼ毎年購入している	購入したことがある	知っているが購入したことはない	知らない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 2 % 1.1%	3 1.6%	41 21.6%	144 75.8%	190 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 10 % 1.6%	52 8.4%	257 41.4%	302 48.6%	621 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 21 % 3.2%	59 9.0%	286 43.8%	287 44.0%	653 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 12 % 3.4%	32 9.1%	155 44.3%	151 43.1%	350 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 17 % 4.1%	59 14.3%	196 47.3%	142 34.3%	414 100.0%
	75歳以上	実数 26 % 6.3%	81 19.5%	211 50.7%	98 23.6%	416 100.0%
	合計	実数 88 % 3.3%	286 10.8%	1146 43.3%	1124 42.5%	2644 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=199.687 自由度=15 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢34 問1 世帯主の年齢×問14 近隣の商店街のイベントやお祭り

世帯主の年齢		よく行っている	時々行っている	存在は知っているが行ったことはない	行われていない	行われているかどうか分からない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 12 % 6.3%	83 43.5%	49 25.7%	2 1.0%	45 23.6%	191 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 78 % 12.4%	292 46.3%	131 20.8%	4 0.6%	126 20.0%	631 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 52 % 7.9%	269 40.6%	219 33.1%	12 1.8%	110 16.6%	662 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 13 % 3.7%	142 40.2%	128 36.3%	7 2.0%	63 17.8%	353 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 22 % 5.2%	158 37.2%	169 39.8%	13 3.1%	63 14.8%	425 100.0%
	75歳以上	実数 26 % 6.2%	136 32.6%	181 43.4%	11 2.6%	63 15.1%	417 100.0%
	合計	実数 203 % 7.6%	1080 40.3%	877 32.7%	49 1.8%	470 17.5%	2679 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=117.124 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢35 問1 世帯主の年齢×問15 家族での外食頻度

世帯主の年齢		週に2回以上	週に1回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	数か月に1回程度	ほとんどしない・しない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 66 % 34.7%	62 32.6%	36 18.9%	16 8.4%	4 2.1%	6 3.2%	190 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 196 % 31.0%	199 31.4%	137 21.6%	42 6.6%	21 3.3%	38 6.0%	633 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 162 % 24.5%	181 27.4%	151 22.9%	79 12.0%	47 7.1%	40 6.1%	660 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 69 % 19.4%	81 22.8%	87 24.5%	47 13.2%	21 5.9%	50 14.1%	355 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 52 % 12.4%	74 17.6%	94 22.4%	79 18.8%	45 10.7%	76 18.1%	420 100.0%
	75歳以上	実数 35 % 8.6%	51 12.5%	70 17.2%	63 15.5%	43 10.6%	145 35.6%	407 100.0%
	合計	実数 580 % 21.8%	648 24.3%	575 21.6%	326 12.2%	181 6.8%	355 13.3%	2665 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=449.536 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢36 問1 世帯主の年齢×問16(1) 家族での外食の際に重視していること 価格が適当であること

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 65 % 35.5%	87 47.5%	22 12.0%	8 4.4%	1 0.5%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 216 % 36.5%	308 52.1%	50 8.5%	11 1.9%	6 1.0%	591 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 223 % 36.6%	315 51.7%	47 7.7%	17 2.8%	7 1.1%	609 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 105 % 34.9%	151 50.2%	35 11.6%	8 2.7%	2 0.7%	301 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 85 % 26.2%	168 51.9%	48 14.8%	18 5.6%	5 1.5%	324 100.0%
	75歳以上	実数 46 % 21.9%	109 51.9%	43 20.5%	11 5.2%	1 0.5%	210 100.0%
	合計	実数 740 % 33.4%	1138 51.3%	245 11.0%	73 3.3%	22 1.0%	2218 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=64.131 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢37 問1 世帯主の年齢×問16(2) 家族での外食の際に重視していること 料理の味が良い

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 135 % 73.8%	40 21.9%	3 1.6%	5 2.7%	0 0.0%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 404 % 68.0%	166 27.9%	17 2.9%	4 0.7%	3 0.5%	594 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 440 % 71.4%	152 24.7%	17 2.8%	4 0.6%	3 0.5%	616 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 210 % 69.3%	79 26.1%	13 4.3%	1 0.3%	0 0.0%	303 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 198 % 59.3%	100 29.9%	27 8.1%	5 1.5%	4 1.2%	334 100.0%
	75歳以上	実数 95 % 43.4%	87 39.7%	30 13.7%	4 1.8%	3 1.4%	219 100.0%
	合計	実数 1482 % 65.9%	624 27.7%	107 4.8%	23 1.0%	13 0.6%	2249 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=117.155 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢38 問1 世帯主の年齢×問16(3) 家族での外食の際に重視していること 食材にこだわりがあること

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 54 % 29.5%	82 44.8%	32 17.5%	13 7.1%	2 1.1%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 144 % 24.4%	276 46.8%	144 24.4%	22 3.7%	4 0.7%	590 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 192 % 31.3%	284 46.3%	115 18.7%	16 2.6%	7 1.1%	614 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 105 % 34.9%	121 40.2%	67 22.3%	6 2.0%	2 0.7%	301 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 95 % 29.1%	145 44.5%	63 19.3%	18 5.5%	5 1.5%	326 100.0%
	75歳以上	実数 58 % 27.9%	75 36.1%	59 28.4%	10 4.8%	6 2.9%	208 100.0%
	合計	実数 648 % 29.2%	983 44.2%	480 21.6%	85 3.8%	26 1.2%	2222 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=46.536 自由度=20 p=0.001* *p<0.05

図表 年齢39 問1 世帯主の年齢×問16(4) 家族での外食の際に重視していること 料理の種類

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 30 % 16.5%	69 37.9%	55 30.2%	25 13.7%	3 1.6%	182 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 76 % 12.9%	258 44.0%	197 33.6%	48 8.2%	8 1.4%	587 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 94 % 15.4%	255 41.9%	197 32.3%	53 8.7%	10 1.6%	609 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 43 % 14.3%	123 40.9%	113 37.5%	18 6.0%	4 1.3%	301 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 47 % 14.6%	134 41.5%	101 31.3%	29 9.0%	12 3.7%	323 100.0%
	75歳以上	実数 33 % 16.2%	72 35.3%	71 34.8%	23 11.3%	5 2.5%	204 100.0%
	合計	実数 323 % 14.6%	911 41.3%	734 33.3%	196 8.9%	42 1.9%	2206 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=25.347 自由度=20 p=0.188

図表 年齢40 問1 世帯主の年齢×問16(5) 家族での外食の際に重視していること 場所の利用しやすさ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 90 % 49.2%	68 37.2%	16 8.7%	5 2.7%	4 2.2%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 276 % 46.6%	246 41.6%	54 9.1%	14 2.4%	2 0.3%	592 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 250 % 40.8%	272 44.4%	68 11.1%	17 2.8%	5 0.8%	612 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 104 % 34.3%	146 48.2%	44 14.5%	9 3.0%	0 0.0%	303 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 105 % 31.6%	161 48.5%	44 13.3%	15 4.5%	7 2.1%	332 100.0%
	75歳以上	実数 67 % 31.0%	107 49.5%	28 13.0%	8 3.7%	6 2.8%	216 100.0%
	合計	実数 892 % 39.9%	1000 44.7%	254 11.3%	68 3.0%	24 1.1%	2238 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=59.459 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢41 問1 世帯主の年齢×問16(6) 家族での外食の際に重視していること 営業時間

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 26 % 14.2%	43 23.5%	61 33.3%	40 21.9%	13 7.1%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 77 % 13.1%	154 26.1%	209 35.4%	110 18.6%	40 6.8%	590 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 81 % 13.3%	175 28.6%	243 39.8%	82 13.4%	30 4.9%	611 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 43 % 14.3%	73 24.3%	123 41.0%	49 16.3%	12 4.0%	300 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 31 % 9.8%	85 26.9%	135 42.7%	41 13.0%	24 7.6%	316 100.0%
	75歳以上	実数 18 % 9.0%	55 27.6%	80 40.2%	30 15.1%	16 8.0%	199 100.0%
	合計	実数 276 % 12.6%	585 26.6%	851 38.7%	352 16.0%	135 6.1%	2199 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=30.378 自由度=20 p=0.064

図表 年齢42 問1 世帯主の年齢×問16(7) 家族での外食の際に重視していること 人気店

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 30 % 16.5%	64 35.2%	64 35.2%	16 8.8%	8 4.4%	182 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 56 % 9.5%	213 36.2%	203 34.5%	77 13.1%	40 6.8%	589 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 71 % 11.6%	187 30.7%	242 39.7%	78 12.8%	32 5.2%	610 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 37 % 12.3%	85 28.3%	132 44.0%	34 11.3%	12 4.0%	300 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 29 % 9.1%	109 34.3%	117 36.8%	41 12.9%	22 6.9%	318 100.0%
	75歳以上	実数 26 % 12.7%	74 36.3%	74 36.3%	19 9.3%	11 5.4%	204 100.0%
	合計	実数 249 % 11.3%	732 33.2%	832 37.8%	265 12.0%	125 5.7%	2203 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=28.119 自由度=20 p=0.107

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢43 問1 世帯主の年齢×問16(8) 家族での外食の際に重視していること 雰囲気

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 83 % 45.6%	75 41.2%	20 11.0%	3 1.6%	1 0.5%	182 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 209 % 35.4%	296 50.2%	69 11.7%	14 2.4%	2 0.3%	590 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 271 % 44.1%	264 43.0%	68 11.1%	10 1.6%	1 0.2%	614 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 118 % 38.8%	154 50.7%	29 9.5%	3 1.0%	0 0.0%	304 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 99 % 30.2%	166 50.6%	45 13.7%	12 3.7%	6 1.8%	328 100.0%
	75歳以上	実数 60 % 28.6%	101 48.1%	37 17.6%	7 3.3%	5 2.4%	210 100.0%
	合計	実数 840 % 37.7%	1056 47.4%	268 12.0%	49 2.2%	15 0.7%	2228 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=63.797 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢44 問1 世帯主の年齢×問16(9) 家族での外食の際に重視していること 店の新しさ、きれいさ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 48 % 26.2%	58 31.7%	61 33.3%	12 6.6%	4 2.2%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 97 % 16.5%	270 46.0%	161 27.4%	47 8.0%	12 2.0%	587 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 101 % 16.6%	270 44.3%	177 29.0%	45 7.4%	17 2.8%	610 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 54 % 17.9%	125 41.4%	110 36.4%	12 4.0%	1 0.3%	302 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 52 % 16.3%	135 42.3%	100 31.3%	17 5.3%	15 4.7%	319 100.0%
	75歳以上	実数 27 % 13.6%	65 32.8%	76 38.4%	21 10.6%	9 4.5%	198 100.0%
	合計	実数 379 % 17.2%	923 42.0%	685 31.2%	154 7.0%	58 2.6%	2199 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=56.945 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢45 問1 世帯主の年齢×問16(10) 家族での外食の際に重視していること 子供連れでの入店しやすさ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 71 % 39.0%	16 8.8%	42 23.1%	20 11.0%	33 18.1%	182 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 264 % 44.7%	84 14.2%	80 13.6%	59 10.0%	103 17.5%	590 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 132 % 21.7%	82 13.5%	151 24.8%	74 12.2%	170 27.9%	609 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 18 % 6.0%	38 12.8%	105 35.2%	61 20.5%	76 25.5%	298 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 14 % 4.5%	80 25.6%	128 41.0%	47 15.1%	43 13.8%	312 100.0%
	75歳以上	実数 13 % 7.6%	36 20.9%	70 40.7%	27 15.7%	26 15.1%	172 100.0%
	合計	実数 512 % 23.7%	336 15.5%	576 26.6%	288 13.3%	451 20.9%	2163 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=404.928 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢46 問1 世帯主の年齢×問16(11) 家族での外食の際に重視していること 高齢者向けメニュー

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 2 % 1.1%	7 3.9%	66 36.5%	34 18.8%	72 39.8%	181 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 6 % 1.0%	28 4.8%	208 35.4%	119 20.2%	227 38.6%	588 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 5 % 0.8%	51 8.4%	233 38.2%	120 19.7%	201 33.0%	610 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 5 % 1.7%	31 10.4%	129 43.1%	70 23.4%	64 21.4%	299 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 23 % 7.2%	66 20.7%	135 42.3%	54 16.9%	41 12.9%	319 100.0%
	75歳以上	実数 21 % 10.6%	60 30.3%	65 32.8%	27 13.6%	25 12.6%	198 100.0%
	合計	実数 62 % 2.8%	243 11.1%	836 38.1%	424 19.3%	630 28.7%	2195 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=305.883 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢47 問1 世帯主の年齢×問16(12) 家族での外食の際に重視していること 思い出になること

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 15 % 8.2%	31 17.0%	86 47.3%	19 10.4%	31 17.0%	182 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 28 % 4.8%	106 18.0%	224 38.1%	125 21.3%	105 17.9%	588 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 25 % 4.1%	107 17.5%	230 37.7%	114 18.7%	134 22.0%	610 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 11 % 3.7%	42 14.0%	125 41.7%	64 21.3%	58 19.3%	300 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 12 % 3.8%	41 12.9%	114 36.0%	89 28.1%	61 19.2%	317 100.0%
	75歳以上	実数 13 % 7.0%	30 16.0%	65 34.8%	46 24.6%	33 17.6%	187 100.0%
	合計	実数 104 % 4.8%	357 16.3%	844 38.6%	457 20.9%	422 19.3%	2184 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=42.708 自由度=20 p=0.002* *p<0.05

図表 年齢48 問1 世帯主の年齢×問16(13) 家族での外食の際に重視していること 親しみやすさ

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 35 % 19.1%	77 42.1%	51 27.9%	12 6.6%	8 4.4%	183 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 87 % 14.8%	261 44.5%	159 27.1%	42 7.2%	37 6.3%	586 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 87 % 14.2%	297 48.5%	171 27.9%	22 3.6%	35 5.7%	612 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 43 % 14.2%	130 43.0%	97 32.1%	20 6.6%	12 4.0%	302 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 39 % 12.1%	137 42.5%	93 28.9%	36 11.2%	17 5.3%	322 100.0%
	75歳以上	実数 29 % 14.9%	74 37.9%	57 29.2%	22 11.3%	13 6.7%	195 100.0%
	合計	実数 320 % 14.5%	976 44.4%	628 28.5%	154 7.0%	122 5.5%	2200 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=37.121 自由度=20 p=0.011* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢49 問1 世帯主の年齢×問16(14) 家族での外食の際に重視していること 外国語対応

世帯主の年齢		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも言えない	あまりそう思わない	そう思わない	合計	
34歳以下	実数	11	10	78	25	56	180	
	%	6.1%	5.6%	43.3%	13.9%	31.1%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	19	44	226	113	186	588	
	%	3.2%	7.5%	38.4%	19.2%	31.6%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	15	73	262	90	171	611	
	%	2.5%	11.9%	42.9%	14.7%	28.0%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	7	40	150	46	56	299	
	%	2.3%	13.4%	50.2%	15.4%	18.7%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	6	34	133	62	69	304	
	%	2.0%	11.2%	43.8%	20.4%	22.7%	100.0%	
75歳以上	実数	3	20	64	39	46	172	
	%	1.7%	11.6%	37.2%	22.7%	26.7%	100.0%	
合計		61	221	913	375	584	2154	
		%	2.8%	10.3%	42.4%	17.4%	27.1%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=55.879 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢50 問1 世帯主の年齢×問17(1) 最近1年間のインターネットを利用した買い物の頻度

世帯主の年齢		週に2回以上	週に1回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	数か月に1回程度	ほとんど利用しない	買い物には利用していない	利用していない	合計	
34歳以下	実数	29	46	56	39	8	7	5	1	191	
	%	15.2%	24.1%	29.3%	20.4%	4.2%	3.7%	2.6%	0.5%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	102	159	179	111	47	18	11	5	632	
	%	16.1%	25.2%	28.3%	17.6%	7.4%	2.8%	1.7%	0.8%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	81	155	177	116	73	22	22	15	661	
	%	12.3%	23.4%	26.8%	17.5%	11.0%	3.3%	3.3%	2.3%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	28	41	91	60	53	23	31	28	355	
	%	7.9%	11.5%	25.6%	16.9%	14.9%	6.5%	8.7%	7.9%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	13	20	46	45	71	42	76	97	410	
	%	3.2%	4.9%	11.2%	11.0%	17.3%	10.2%	18.5%	23.7%	100.0%	
75歳以上	実数	3	5	11	20	27	47	70	182	365	
	%	0.8%	1.4%	3.0%	5.5%	7.4%	12.9%	19.2%	49.9%	100.0%	
合計		256	426	560	391	279	159	215	328	2614	
		%	9.8%	16.3%	21.4%	15.0%	10.7%	6.1%	8.2%	12.5%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1242.117 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢51 問1 世帯主の年齢×問17(2) 最近1年間にインターネットで購入したもの

世帯主の年齢		①生鮮食品	②加工食品・スイーツ・健康食品	③酒類	④飲料水・お茶・ジュース	⑤医薬・化粧品	⑥日用品	⑦本・雑誌・CD・DVD	⑧音楽・動画・ゲーム配信・電子書籍	⑨家電製品・AV機器	
34歳以下	実数	42	52	51	113	79	110	118	50	55	
	%	22.7%	28.1%	27.6%	61.1%	42.7%	59.5%	63.8%	27.0%	29.7%	
35歳以上 44歳以下	実数	210	253	220	379	267	397	418	195	227	
	%	34.1%	41.1%	35.8%	61.6%	43.4%	64.6%	68.0%	31.7%	36.9%	
45歳以上 54歳以下	実数	178	259	265	370	280	360	432	179	247	
	%	28.7%	41.7%	42.7%	59.6%	45.1%	58.0%	69.6%	28.8%	39.8%	
55歳以上 64歳以下	実数	53	91	86	126	105	121	168	72	109	
	%	18.2%	31.3%	29.6%	43.3%	36.1%	41.6%	57.7%	24.7%	37.5%	
65歳以上 74歳以下	実数	36	57	60	77	54	67	88	20	59	
	%	16.2%	25.7%	27.0%	34.7%	24.3%	30.2%	39.6%	9.0%	26.6%	
75歳以上	実数	7	17	12	25	21	17	6	6	25	
	%	8.9%	21.5%	15.2%	31.6%	26.6%	21.5%	26.6%	7.6%	31.6%	
合計		526	729	694	1090	806	1072	1245	522	722	
		%	26.1%	36.2%	34.5%	54.1%	40.0%	53.3%	61.8%	25.9%	35.9%

		⑩家具・インテリア	⑪衣料・アパレル製品・靴	⑫バッグ・小物・アクセサリ	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	⑭花・観賞用植物	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	⑰その他	合計
		71	98	42	80	17	97	45	4	185
		38.4%	53.0%	22.7%	43.2%	9.2%	52.4%	24.3%	2.2%	100.0%
		178	395	187	265	53	369	212	21	615
		28.9%	64.2%	30.4%	43.1%	8.6%	60.0%	34.5%	3.4%	100.0%
		164	337	162	105	67	343	240	28	621
		26.4%	54.3%	26.1%	16.9%	10.8%	55.2%	38.6%	4.5%	100.0%
		58	120	50	17	26	152	97	28	291
		19.9%	41.2%	17.2%	5.8%	8.9%	52.2%	33.3%	9.6%	100.0%
		33	70	24	12	11	87	49	15	222
		14.9%	31.5%	10.8%	5.4%	5.0%	39.2%	22.1%	6.8%	100.0%
		17	16	9	4	0	18	16	5	79
		21.5%	20.3%	11.4%	5.1%	0.0%	22.8%	20.3%	6.3%	100.0%
		521	1036	474	483	174	1066	659	101	2013
		25.9%	51.5%	23.5%	24.0%	8.6%	53.0%	32.7%	5.0%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1227.600 自由度=89 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢52 問1 世帯主の年齢×問18 数年後のインターネットを利用した買い物の購入額

世帯主の年齢		大幅に増える	やや増える	変わらない	やや減る	大幅に減る	わからない	合計	
34歳以下	実数	56	88	42	2	0	4	192	
	%	29.2%	45.8%	21.9%	1.0%	0.0%	2.1%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	128	315	165	5	1	17	631	
	%	20.3%	49.9%	26.1%	0.8%	0.2%	2.7%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	133	311	189	1	4	24	662	
	%	20.1%	47.0%	28.5%	0.2%	0.6%	3.6%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	62	158	95	4	2	35	356	
	%	17.4%	44.4%	26.7%	1.1%	0.6%	9.8%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	27	130	128	9	9	103	406	
	%	6.7%	32.0%	31.5%	2.2%	2.2%	25.4%	100.0%	
75歳以上	実数	15	40	88	4	5	195	347	
	%	4.3%	11.5%	25.4%	1.2%	1.4%	56.2%	100.0%	
合計		421	1042	707	25	21	378	2594	
		%	16.2%	40.2%	27.3%	1.0%	0.8%	14.6%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=810.372 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢53 問1 世帯主の年齢×問19 世帯の主な収入の種類

世帯主の年齢		給与 (役員報酬を含む)	自営業等の 事業収入	年金	不動産収入・ 資産運用収入等	収入はない	その他	合計	
34歳以下	実数	169	18	0	0	3	1	191	
	%	88.5%	9.4%	0.0%	0.0%	1.6%	0.5%	100.0%	
35歳以上 44歳以下	実数	563	59	4	4	1	1	632	
	%	89.1%	9.3%	0.6%	0.6%	0.2%	0.2%	100.0%	
45歳以上 54歳以下	実数	580	53	5	11	8	3	660	
	%	87.9%	8.0%	0.8%	1.7%	1.2%	0.5%	100.0%	
55歳以上 64歳以下	実数	257	40	31	18	6	4	356	
	%	72.2%	11.2%	8.7%	5.1%	1.7%	1.1%	100.0%	
65歳以上 74歳以下	実数	116	31	232	27	7	5	418	
	%	27.8%	7.4%	55.5%	6.5%	1.7%	1.2%	100.0%	
75歳以上	実数	24	10	348	12	12	6	412	
	%	5.8%	2.4%	84.5%	2.9%	2.9%	1.5%	100.0%	
合計		1709	211	620	72	37	20	2669	
		%	64.0%	7.9%	23.2%	2.7%	1.4%	0.7%	100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1750.475 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年齢54 問1 世帯主の年齢×問20 世帯で収入がある人数

世帯主の年齢		1人の収入	2人(夫婦・パートナー)の収入	2人(親子)の収入	3人以上の収入	その他	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 93 % 49.7%	88 47.1%	2 1.1%	2 1.1%	2 1.1%	187 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 286 % 45.6%	330 52.8%	5 0.8%	5 0.8%	1 0.2%	627 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 338 % 51.8%	281 43.1%	17 2.6%	11 1.7%	5 0.8%	652 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 194 % 55.6%	100 28.7%	36 10.3%	17 4.9%	2 0.6%	349 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 207 % 51.6%	126 31.4%	36 9.0%	24 6.0%	8 2.0%	401 100.0%
	75歳以上	実数 218 % 60.7%	103 28.7%	22 6.1%	8 2.2%	8 2.2%	359 100.0%
	合計	実数 1336 % 51.9%	1028 39.9%	118 4.6%	67 2.6%	26 1.0%	2575 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=195.391 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年齢55 問1 世帯主の年齢×問21 世帯年収

世帯主の年齢		300万円未満	300万円以上 600万円未満	600万円以上 1,000万円未満	1,000万円以上 3,000万円未満	3,000万円以上	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 5 % 2.7%	19 10.3%	41 22.3%	112 60.9%	7 3.8%	184 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 26 % 4.2%	61 9.8%	144 23.0%	354 56.6%	40 6.4%	625 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 40 % 6.2%	54 8.4%	139 21.6%	364 56.6%	46 7.2%	643 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 53 % 15.5%	55 16.0%	49 14.3%	147 42.9%	39 11.4%	343 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 172 % 42.5%	102 25.2%	49 12.1%	61 15.1%	21 5.2%	405 100.0%
	75歳以上	実数 232 % 66.1%	75 21.4%	26 7.4%	15 4.3%	3 0.9%	351 100.0%
	合計	実数 528 % 20.7%	366 14.3%	448 17.6%	1053 41.3%	156 6.1%	2551 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=1053.199 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表56 問1 世帯主の年齢×問22 買い物についてお困りのこと

世帯主の年齢		自由記入なし	自由記入あり	合計
世帯主の年齢	34歳以下	実数 86 % 44.3%	108 55.7%	194 100.0%
	35歳以上 44歳以下	実数 302 % 47.2%	338 52.8%	640 100.0%
	45歳以上 54歳以下	実数 341 % 50.7%	331 49.3%	672 100.0%
	55歳以上 64歳以下	実数 201 % 55.4%	162 44.6%	363 100.0%
	65歳以上 74歳以下	実数 265 % 60.5%	173 39.5%	438 100.0%
	75歳以上	実数 249 % 56.0%	196 44.0%	445 100.0%
	合計	実数 1444 % 52.5%	1308 47.5%	2752 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=27.842 自由度=5 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

【世帯年収のクロス集計結果(図表)】

図表 年収1 問21 世帯年収×問1 世帯主の年齢

		34歳以下		35歳以上 44歳以下		45歳以上 54歳以下		55歳以上 64歳以下		65歳以上 74歳以下		75歳以上		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	5	26	40	53	172	232	528						
		%	0.9%	4.9%	7.6%	10.0%	32.6%	43.9%	100.0%						
	300万円以上 600万円未満	実数	19	61	54	55	102	75	366						
		%	5.2%	16.7%	14.8%	15.0%	27.9%	20.5%	100.0%						
	600万円以上 1,000万円未満	実数	41	144	139	49	49	26	448						
		%	9.2%	32.1%	31.0%	10.9%	10.9%	5.8%	100.0%						
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	112	354	364	147	61	15	1053							
	%	10.6%	33.6%	34.6%	14.0%	5.8%	1.4%	100.0%							
3,000万円以上	実数	7	40	46	39	21	3	156							
	%	4.5%	25.6%	29.5%	25.0%	13.5%	1.9%	100.0%							
合計	実数	184	625	643	343	405	351	2551							
	%	7.2%	24.5%	25.2%	13.4%	15.9%	13.8%	100.0%							

※無回答は集計から除く。χ²=1053.199 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年収2 問21 世帯年収×問2 世帯人員数

		1人		2人		3人		4人		5人以上		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	262	212	41	8	5	528					
		%	49.6%	40.2%	7.8%	1.5%	0.9%	100.0%					
	300万円以上 600万円未満	実数	93	177	61	29	7	367					
		%	25.3%	48.2%	16.6%	7.9%	1.9%	100.0%					
	600万円以上 1,000万円未満	実数	112	134	108	76	17	447					
		%	25.1%	30.0%	24.2%	17.0%	3.8%	100.0%					
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	127	416	291	196	23	1053						
	%	12.1%	39.5%	27.6%	18.6%	2.2%	100.0%						
3,000万円以上	実数	37	66	32	4	4	156						
	%	10.9%	42.3%	23.7%	20.5%	2.6%	100.0%						
合計	実数	611	1005	538	341	56	2551						
	%	24.0%	39.4%	21.1%	13.4%	2.2%	100.0%						

※無回答は集計から除く。χ²=413.610 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収3 問21 世帯年収×問3 18歳以下がいる世帯

		いる		いない		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	32	495	527		
		%	6.1%	93.9%	100.0%		
	300万円以上 600万円未満	実数	54	312	366		
		%	14.8%	85.2%	100.0%		
	600万円以上 1,000万円未満	実数	168	279	447		
		%	37.6%	62.4%	100.0%		
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	433	619	1052			
	%	41.2%	58.8%	100.0%			
3,000万円以上	実数	53	104	157			
	%	33.8%	66.2%	100.0%			
合計	実数	740	1809	2549			
	%	29.0%	71.0%	100.0%			

※無回答は集計から除く。χ²=263.724 自由度=4 p=0.000* *p<0.05

図表 年収4 問21 世帯年収×問4 75歳以上がいる世帯

		いる		いない		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	267	262	529		
		%	50.5%	49.5%	100.0%		
	300万円以上 600万円未満	実数	97	270	367		
		%	26.4%	73.6%	100.0%		
	600万円以上 1,000万円未満	実数	32	416	448		
		%	7.1%	92.9%	100.0%		
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	27	1026	1053			
	%	2.6%	97.4%	100.0%			
3,000万円以上	実数	4	153	157			
	%	2.5%	97.5%	100.0%			
合計	実数	427	2127	2554			
	%	16.7%	83.3%	100.0%			

※無回答は集計から除く。χ²=661.390 自由度=4 p=0.000* *p<0.05

図表 年収5 問21 世帯年収×問5 居住年数

		1年未満		1年以上 3年未満		3年以上 5年未満		5年以上 10年未満		10年以上 15年未満		15年以上		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	12	33	35	112	83	252	527						
		%	2.3%	6.3%	6.6%	21.3%	15.7%	47.8%	100.0%						
	300万円以上 600万円未満	実数	15	28	26	177	45	74	365						
		%	4.1%	7.7%	7.1%	48.5%	12.3%	20.3%	100.0%						
	600万円以上 1,000万円未満	実数	21	50	40	284	38	14	447						
		%	4.7%	11.2%	8.9%	63.5%	8.5%	3.1%	100.0%						
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	92	147	160	585	58	7	1049							
	%	8.8%	14.0%	15.3%	55.8%	5.5%	0.7%	100.0%							
3,000万円以上	実数	13	32	24	85	3	0	157							
	%	8.3%	20.4%	15.3%	54.1%	1.9%	0.0%	100.0%							
合計	実数	153	290	285	1243	227	347	2545							
	%	6.0%	11.4%	11.2%	48.8%	8.9%	13.6%	100.0%							

※無回答は集計から除く。χ²=917.417 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年収6 問21 世帯年収×問6 居住階

		1階から 5階まで		6階から 10階まで		11階から 15階まで		16階から 20階まで		21階から 30階まで		31階から 40階まで		41階から 49階まで		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	192	195	88	16	15	14	3	523							
		%	36.7%	37.3%	16.8%	3.1%	2.9%	2.7%	0.6%	100.0%							
	300万円以上 600万円未満	実数	101	90	38	39	47	34	13	362							
		%	27.9%	24.9%	10.5%	10.8%	13.0%	9.4%	3.6%	100.0%							
	600万円以上 1,000万円未満	実数	68	81	70	61	86	51	28	445							
		%	15.3%	18.2%	15.7%	13.7%	19.3%	11.5%	6.3%	100.0%							
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	102	147	140	130	223	225	68	1035								
	%	9.9%	14.2%	13.5%	12.6%	21.5%	21.7%	6.6%	100.0%								
3,000万円以上	実数	10	10	14	13	41	36	31	155								
	%	6.5%	6.5%	9.0%	8.4%	26.5%	23.2%	20.0%	100.0%								
合計	実数	473	523	350	259	412	360	143	2520								
	%	18.8%	20.8%	13.9%	10.3%	16.3%	14.3%	5.7%	100.0%								

※無回答は集計から除く。χ²=603.647 自由度=24 p=0.000* *p<0.05

図表 年収7 問21 世帯年収×問7 居住地域

		芝地域		麻布地域		赤坂・ 青山地域		高輪・ 白金地域		芝浦・ 港南地域		台場地域		合計	
世帯年収	300万円未満	実数	191	11	151	117	51	7	528						
		%	36.2%	2.1%	28.6%	22.2%	9.7%	1.3%	100.0%						
	300万円以上 600万円未満	実数	36	13	89	74	137	18	367						
		%	9.8%	3.5%	24.3%	20.2%	37.3%	4.9%	100.0%						
	600万円以上 1,000万円未満	実数	3	13	48	65	285	34	448						
		%	0.7%	2.9%	10.7%	14.5%	63.6%	7.6%	100.0%						
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	0	30	129	142	696	56	1053							
	%	0.0%	2.8%	12.3%	13.5%	66.1%	5.3%	100.0%							
3,000万円以上	実数	0	11	51	19	63	13	157							
	%	0.0%	7.0%	32.5%	12.1%	40.1%	8.3%	100.0%							
合計	実数	230	78	468	417	1232	128	2553							
	%	9.0%	3.1%	18.3%	16.3%	48.3%	5.0%	100.0%							

※無回答は集計から除く。χ²=987.931 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収8 問21 世帯年収×問8 主に生鮮食品の買い物をする人の平日の平均的帰宅時間帯

世帯年収	金額	実数	%	午前6時 ～正午	正午 ～午後5時	午後5時 ～午後7時	午後7時 ～午後10時	午後10時 ～深夜0時	深夜0時 ～午前6時	基本的に 在宅して いる	その他	合計
				300万円未満	44	8.5%	179	34.5%	104	40	8	2
300万円以上 600万円未満	12	3.3%	93	25.5%	80	56	11	1	105	6	364	
600万円以上 1,000万円未満	14	3.1%	74	16.6%	113	119	16	3	96	11	446	
1,000万円以上 3,000万円未満	20	1.9%	125	30.5%	305	295	57	5	225	19	1051	
3,000万円以上	7	4.5%	30	19.1%	28	39	7	0	41	5	157	
合計	97	3.8%	501	19.7%	630	549	99	11	589	61	2537	

※無回答は集計から除く。χ²=265.810 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表 年収9 問21 世帯年収×問9(1) 野菜の主な購入先

世帯年収	金額	実数	%	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	移動販売車	購入しない	その他	合計
				300万円未満	41	8.2%	296	59.6%	13	44	10	33	50
300万円以上 600万円未満	19	5.4%	231	65.1%	5	36	5	35	18	4	2	355	
600万円以上 1,000万円未満	10	2.3%	293	68.0%	4	50	3	63	2	4	2	431	
1,000万円以上 3,000万円未満	26	2.6%	721	71.1%	6	88	10	146	4	5	8	1014	
3,000万円以上	2	1.3%	114	75.5%	0	11	3	20	0	0	1	151	
合計	98	4.0%	1655	67.6%	28	229	31	297	74	20	2448		

※無回答は集計から除く。χ²=16.117 自由度=32 p=0.000* *p<0.05

図表 年収10 問21 世帯年収×問9(2) 肉類・鮮魚の主な購入先

世帯年収	金額	実数	%	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	移動販売車	購入しない	その他	合計
				300万円未満	21	4.2%	316	63.7%	9	81	10	36	2
300万円以上 600万円未満	7	2.0%	245	69.2%	1	56	4	31	0	6	4	354	
600万円以上 1,000万円未満	8	1.9%	302	70.2%	1	64	0	48	2	4	1	430	
1,000万円以上 3,000万円未満	21	2.1%	739	72.8%	3	120	11	106	3	7	5	1015	
3,000万円以上	4	2.6%	109	72.2%	0	18	1	14	0	1	4	151	
合計	61	2.5%	1711	70.0%	14	339	26	235	7	28	25	2446	

※無回答は集計から除く。χ²=74.865 自由度=32 p=0.000* *p<0.05

図表 年収11 問21 世帯年収×問9(3) 酒類の主な購入先

世帯年収	金額	実数	%	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	購入しない	その他	合計
				300万円未満	25	5.8%	174	40.5%	28	28	18	38
300万円以上 600万円未満	13	3.8%	145	42.0%	23	35	17	48	58	6	345	
600万円以上 1,000万円未満	8	1.9%	211	49.8%	22	33	14	70	61	5	424	
1,000万円以上 3,000万円未満	32	3.2%	445	44.2%	52	92	30	214	126	15	1006	
3,000万円以上	3	2.0%	62	41.3%	4	18	5	35	16	4	150	
合計	81	3.4%	1037	44.0%	132	206	84	405	366	44	2355	

※無回答は集計から除く。χ²=97.517 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表 年収12 問21 世帯年収×問9(4) 医療・化粧品等の主な購入先

世帯年収	金額	実数	%	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	購入しない	その他	合計
				300万円未満	108	22.5%	171	35.6%	9	108	3	18
300万円以上 600万円未満	60	17.4%	155	44.9%	7	81	0	22	7	18	345	
600万円以上 1,000万円未満	58	13.6%	203	47.7%	3	102	1	37	5	17	426	
1,000万円以上 3,000万円未満	137	13.5%	504	49.8%	4	208	2	111	6	41	1013	
3,000万円以上	19	12.6%	69	45.7%	2	39	0	11	1	10	151	
合計	382	15.8%	1102	45.6%	25	538	6	199	35	129	2416	

※無回答は集計から除く。χ²=128.158 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表 年収13 問21 世帯年収×問9(5) 日用品の主な購入先

世帯年収	金額	実数	%	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外の 店舗	近隣の 商店街・ 個人商店の 宅配サービス	近隣の 商店街・ 個人商店以外の 宅配サービス ネット通販	購入しない	その他	合計
				300万円未満	84	17.2%	272	55.6%	17	60	5	35
300万円以上 600万円未満	27	7.7%	220	63.0%	9	46	2	39	1	5	349	
600万円以上 1,000万円未満	26	6.0%	271	63.0%	4	54	4	61	1	9	430	
1,000万円以上 3,000万円未満	70	6.9%	570	56.4%	12	157	7	178	0	16	1010	
3,000万円以上	12	8.0%	87	58.0%	1	14	0	31	0	5	150	
合計	219	9.0%	1420	58.5%	43	331	18	344	4	49	2428	

※無回答は集計から除く。χ²=112.828 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表 年収14 問21 世帯年収×問10(1) 生鮮食品(野菜・肉類・鮮魚)の買い物(通販等を除く。)の回数

世帯年収	金額	実数	%	ほぼ毎日	2日に1回程度	週に2回程度	週に1回程度	週に1回未満	その他	合計
				300万円未満	64	12.8%	135	26.9%	187	83
300万円以上 600万円未満	51	14.3%	123	34.5%	126	48	7	2	357	
600万円以上 1,000万円未満	75	17.4%	128	29.6%	145	61	19	4	432	
1,000万円以上 3,000万円未満	199	19.6%	275	27.1%	314	182	31	12	1013	
3,000万円以上	29	19.2%	37	24.5%	48	30	6	1	151	
合計	418	17.0%	698	28.4%	820	404	79	35	2454	

※無回答は集計から除く。χ²=47.029 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収15 問21 世帯年収×問10(2) 平日の生鮮食品の買い物をする時間帯

		午前6時 ～正午	正午 ～午後5時	午後5時 ～午後7時	午後7時 ～午後10時	午後10時 ～深夜0時	深夜0時 ～午前6時	平日に買わずに 休日に買う	その他	合計
世帯年収	300万円未満	実数 85 % 17.1%	247 49.6%	101 20.3%	22 4.4%	6 1.2%	0 0.0%	13 2.6%	24 4.8%	498 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 44 % 12.3%	151 42.2%	81 22.6%	40 11.2%	10 2.8%	1 0.3%	19 5.3%	12 3.4%	358 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 41 % 9.6%	142 33.1%	106 24.7%	90 21.0%	8 1.9%	0 0.0%	33 7.7%	9 2.1%	429 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 86 % 8.5%	268 26.6%	267 26.5%	245 24.3%	30 3.0%	1 0.1%	94 9.3%	18 1.8%	1009 100.0%
	3,000万円以上	実数 15 % 10.0%	58 38.7%	32 21.3%	29 19.3%	1 0.7%	0 0.0%	13 8.7%	2 1.3%	150 100.0%
	合計	実数 271 % 11.1%	866 35.4%	587 24.0%	426 17.4%	55 2.3%	2 0.1%	172 7.0%	65 2.7%	2444 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=220.389 自由度=28 p=0.000* *p<0.05

図表 年収16 問21 世帯年収×問10(3) 生鮮食品の買い物で重視していること

		①価格の安さ	②品質や鮮度 の良さ	③種類できる 店であること	④自宅から 店までの距離	⑤営業時間	⑥店で食材 以外の商品も 購入できること	⑦品ぞろえ の良さ	⑧仕事の行き 帰りに買い物 できること
世帯年収	300万円未満	244 48.8%	343 68.6%	215 43.0%	205 41.0%	54 10.8%	120 24.0%	226 45.2%	76 15.2%
	300万円以上 600万円未満	154 42.9%	287 79.9%	171 47.6%	151 44.8%	54 15.0%	87 24.2%	154 42.9%	75 20.9%
	600万円以上 1,000万円未満	223 51.5%	351 81.1%	201 46.4%	208 48.0%	83 19.2%	56 12.9%	185 42.7%	121 27.9%
	1,000万円以上 3,000万円未満	421 41.6%	856 84.5%	414 40.9%	496 49.0%	194 19.2%	107 10.6%	422 41.7%	280 27.6%
	3,000万円以上	31 20.5%	131 86.8%	60 39.7%	61 40.4%	27 17.9%	20 13.2%	75 49.7%	32 21.2%
	合計	1073 43.7%	1968 80.1%	1061 43.2%	1131 46.1%	412 16.8%	412 15.9%	390 43.2%	1062 43.2%

		⑨宅配サービス があること	⑩駐輪場、 駐車場があること	⑪チラシ等 の情報	⑫ポイントを 貯めることが できること	⑬特売日や 特売商品が あること	⑭外国語の 表記があること	⑮その他	合計
世帯年収	300万円未満	15 3.0%	12 2.4%	96 19.2%	109 21.8%	108 21.6%	0 0.0%	11 2.2%	500 100.0%
	300万円以上 600万円未満	20 5.6%	33 9.2%	58 16.2%	65 18.1%	72 20.1%	0 0.0%	7 1.9%	359 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	22 5.1%	49 11.3%	41 9.5%	58 13.4%	65 15.0%	2 0.5%	9 2.1%	433 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	42 4.1%	97 9.6%	74 7.3%	109 10.8%	101 10.0%	4 0.4%	22 2.2%	1013 100.0%
	3,000万円以上	19 4.6%	19 12.6%	7 4.6%	13 8.6%	5 3.3%	3 2.0%	3 2.0%	151 100.0%
	合計	106 4.3%	210 8.6%	276 11.2%	354 14.4%	351 14.3%	9 0.4%	52 2.1%	2456 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=475.079 自由度=60 p=0.000* *p<0.05

図表 年収17 問21 世帯年収×問10(4) 生鮮食品の買物に出かける際の交通手段

		徒歩	自転車	自家用車- バイク	公共交通機関等	タクシー	その他	合計
世帯年収	300万円未満	288 57.8%	60 12.0%	15 3.0%	120 24.1%	5 1.0%	10 2.0%	498 100.0%
	300万円以上 600万円未満	229 63.8%	51 14.2%	23 6.4%	47 13.1%	6 1.7%	3 0.8%	359 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	290 66.8%	60 13.8%	46 10.6%	31 7.1%	2 0.5%	5 1.2%	434 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	738 73.0%	90 8.9%	125 12.4%	39 3.9%	7 0.7%	12 1.2%	1011 100.0%
	3,000万円以上	91 60.3%	7 4.6%	29 19.2%	11 7.3%	9 6.0%	4 2.6%	151 100.0%
	合計	1636 66.7%	268 10.9%	238 9.7%	248 10.1%	29 1.2%	34 1.4%	2453 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=260.709 自由度=25 p=0.000* *p<0.05

図表 年収18 問21 世帯年収×問11(1) 近隣商店街の存在

		近隣に 商店街がある	近隣に 商店街があるかどうか 分からない	近隣に 商店街はない	合計
世帯年収	300万円未満	273 56.2%	18 3.7%	195 40.1%	486 100.0%
	300万円以上 600万円未満	178 52.5%	14 4.1%	147 43.4%	339 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	197 46.2%	39 9.2%	190 44.6%	426 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	508 50.7%	89 8.9%	404 40.4%	1001 100.0%
	3,000万円以上	95 57.7%	7 4.3%	111 34.9%	149 100.0%
	合計	1242 51.7%	171 7.1%	988 41.1%	2401 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=28.039 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表 年収19 問21 世帯年収×問11(2) 近隣商店街の状況認識

		活気がある	活気がない	活気があるかど うか分からない	合計
世帯年収	300万円未満	91 35.3%	89 34.5%	78 30.2%	258 100.0%
	300万円以上 600万円未満	51 30.0%	66 38.8%	53 31.2%	170 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	63 32.8%	55 28.6%	74 38.5%	192 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	181 36.6%	141 28.5%	173 34.9%	495 100.0%
	3,000万円以上	29 33.7%	21 24.4%	36 41.9%	86 100.0%
	合計	415 34.6%	372 31.0%	414 34.5%	1201 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=12.956 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

図表 年収20 問21 世帯年収×問11(3) 近隣商店街の利用状況

		頻りに 買い物に行く	ときどき 買い物に行く	ほとんど買 物に行かない	合計
世帯年収	300万円未満	51 19.5%	140 53.4%	71 27.1%	262 100.0%
	300万円以上 600万円未満	29 16.9%	76 44.2%	67 39.0%	172 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	32 16.6%	91 47.2%	70 36.3%	193 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	66 13.3%	229 46.1%	202 40.6%	497 100.0%
	3,000万円以上	8 9.6%	42 50.6%	33 39.8%	83 100.0%
	合計	186 15.4%	578 47.9%	443 36.7%	1207 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=18.272 自由度=10 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収21 問21 世帯年収×問12(1) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 商品の価格の安さ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 175 %	182 40.2%	79 17.4%	12 2.6%	5 1.1%	453 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 131 %	129 39.2%	48 14.6%	18 5.5%	3 0.9%	329 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 166 %	180 42.5%	62 14.6%	12 2.8%	4 0.9%	424 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 390 %	385 38.6%	138 13.8%	64 6.4%	21 2.1%	998 100.0%
	3,000万円以上	実数 69 %	29 47.6%	16 17.2%	6 11.0%	1 4.1%	145 100.0%
	合計	実数 891 %	945 40.2%	352 15.0%	122 5.2%	39 1.7%	2349 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =52.133 自由度=16 p=0.000* *p<0.05						

図表 年収22 問21 世帯年収×問12(2) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 品質や鮮度の良さ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 296 %	144 30.8%	20 4.3%	3 0.6%	4 0.9%	467 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 239 %	83 24.3%	13 3.8%	6 1.8%	1 0.3%	342 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 288 %	109 25.5%	25 5.8%	5 1.2%	1 0.2%	428 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 760 %	213 21.3%	24 2.4%	10 1.0%	1 0.1%	1008 100.0%
	3,000万円以上	実数 108 %	34 23.0%	4 2.7%	1 0.7%	1 0.7%	148 100.0%
	合計	実数 1691 %	583 24.4%	86 3.6%	25 1.0%	8 0.3%	2393 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =40.133 自由度=16 p=0.01* *p<0.05						

図表 年収23 問21 世帯年収×問12(3) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 閉店時刻を早めること

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 32 %	43 9.8%	133 30.4%	126 28.8%	103 23.6%	437 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 13 %	36 11.0%	93 28.4%	94 28.7%	92 28.2%	328 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 17 %	45 10.8%	113 27.2%	135 32.5%	105 25.3%	415 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 73 %	103 10.3%	248 24.8%	288 28.8%	288 28.8%	1000 100.0%
	3,000万円以上	実数 19 %	31 13.2%	43 21.5%	43 29.9%	40 27.8%	144 100.0%
	合計	実数 146 %	246 10.6%	618 26.6%	686 29.5%	628 27.0%	2324 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =20.880 自由度=16 p=0.183						

図表 年収24 問21 世帯年収×問12(4) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 閉店時刻を遅らせること

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 30 %	48 11.0%	126 28.8%	127 29.0%	107 24.4%	438 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 29 %	50 15.2%	93 28.3%	75 22.8%	82 24.9%	329 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 48 %	71 16.8%	119 28.2%	107 25.4%	77 18.2%	422 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 149 %	207 20.6%	223 22.2%	212 21.1%	213 21.2%	1004 100.0%
	3,000万円以上	実数 22 %	25 17.2%	33 22.8%	34 23.4%	31 21.4%	145 100.0%
	合計	実数 278 %	401 11.9%	594 25.4%	555 23.7%	510 21.8%	2338 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =61.132 自由度=16 p=0.000* *p<0.05						

図表 年収25 問21 世帯年収×問12(5) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 様々な業種の店の集積

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 179 %	125 27.9%	80 17.9%	39 8.7%	25 5.6%	448 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 150 %	107 32.1%	42 12.6%	24 7.2%	10 3.0%	333 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 167 %	140 33.1%	66 15.6%	33 7.8%	17 4.0%	423 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 479 %	319 31.8%	128 12.8%	46 4.6%	30 3.0%	1002 100.0%
	3,000万円以上	実数 51 %	58 40.0%	22 15.2%	9 6.2%	5 3.4%	145 100.0%
	合計	実数 1026 %	749 31.9%	338 14.4%	151 6.4%	87 3.7%	2351 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =38.466 自由度=16 p=0.01* *p<0.05						

図表 年収26 問21 世帯年収×問12(6) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 宅配サービス

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 62 %	83 18.9%	110 25.0%	101 23.0%	84 19.1%	440 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 44 %	52 16.1%	103 32.0%	73 22.7%	50 15.5%	322 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 36 %	90 21.4%	143 34.0%	90 21.4%	61 14.5%	420 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 157 %	201 20.1%	291 29.1%	198 19.8%	154 15.4%	1001 100.0%
	3,000万円以上	実数 26 %	37 25.5%	40 27.6%	27 18.6%	15 10.3%	145 100.0%
	合計	実数 325 %	463 14.9%	687 29.5%	489 21.0%	364 15.6%	2328 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =33.432 自由度=16 p=0.06						

図表 年収27 問21 世帯年収×問12(7) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 駐輪場、駐車場の整備

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 33 %	46 11.1%	112 26.9%	100 24.0%	125 30.0%	416 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 36 %	63 19.3%	76 23.3%	68 20.9%	83 25.5%	326 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 58 %	98 23.5%	102 24.5%	77 18.5%	82 19.7%	417 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 130 %	188 18.8%	243 24.3%	225 22.5%	215 21.5%	1001 100.0%
	3,000万円以上	実数 23 %	27 18.8%	42 29.2%	25 17.4%	27 18.8%	144 100.0%
	合計	実数 280 %	422 18.3%	579 25.0%	496 21.5%	532 23.1%	2304 100.0%
	※無回答は集計から除く。χ ² =49.061 自由度=16 p=0.000* *p<0.05						

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収28 問21 世帯年収×問12(8) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 インターネット情報配信

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 23 %	25 6.0%	109 26.1%	104 24.9%	156 37.4%	417 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 24 %	60 18.7%	89 27.7%	64 19.9%	84 26.2%	321 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 43 %	74 17.7%	128 30.6%	84 20.1%	89 21.3%	418 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 106 %	166 16.6%	272 27.2%	250 25.0%	206 20.6%	1000 100.0%
	3,000万円以上	実数 15 %	20 13.9%	43 29.9%	38 26.4%	28 19.4%	144 100.0%
	合計	実数 211 %	345 15.0%	841 27.9%	540 23.5%	563 24.5%	2300 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=85.257 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収29 問21 世帯年収×問12(9) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 統一ポイントの導入

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 82 %	110 25.9%	102 24.1%	56 13.2%	74 17.5%	424 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 72 %	93 28.5%	77 23.6%	35 10.7%	49 15.0%	326 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 73 %	136 32.5%	117 27.9%	43 10.3%	50 11.9%	419 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 196 %	274 27.4%	236 23.6%	153 15.3%	139 13.9%	998 100.0%
	3,000万円以上	実数 20 %	39 27.1%	42 29.4%	19 13.3%	23 16.1%	143 100.0%
	合計	実数 443 %	652 28.2%	574 24.8%	306 13.2%	335 14.5%	2310 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=24.231 自由度=16 p=0.085

図表 年収30 問21 世帯年収×問12(10) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 高齢者の見守り

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 71 %	126 28.9%	118 27.1%	68 15.6%	53 12.2%	436 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 47 %	87 26.4%	105 31.8%	47 14.2%	44 13.3%	330 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 33 %	72 17.1%	179 42.6%	65 15.5%	71 16.9%	420 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 53 %	188 18.8%	382 38.2%	180 18.0%	197 19.7%	1000 100.0%
	3,000万円以上	実数 9 %	18 12.5%	54 37.5%	32 22.2%	31 21.5%	144 100.0%
	合計	実数 213 %	491 21.1%	838 36.0%	392 16.8%	396 17.0%	2330 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=117.514 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収31 問21 世帯年収×問12(11) 近隣の商店街または店・スーパー等への要望 外国語表記

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 6 %	39 9.5%	160 39.1%	84 20.5%	120 29.3%	409 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 9 %	57 17.5%	116 35.7%	73 22.5%	70 21.5%	325 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 17 %	67 16.0%	164 39.2%	79 18.9%	91 21.8%	418 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 44 %	142 14.2%	271 27.1%	216 21.6%	231 23.1%	1004 100.0%
	3,000万円以上	実数 5 %	24 16.8%	50 35.0%	23 16.1%	41 28.7%	143 100.0%
	合計	実数 81 %	329 14.3%	861 37.5%	475 20.7%	553 24.1%	2299 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=30.674 自由度=16 p=0.015* *p<0.05

図表 年収32 問21 世帯年収×問13 プレミアム付き港区内共通商品券(スマイル商品券)

		ほぼ毎年 購入している	購入した ことがある	知っているが 購入した ことはない	知らない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 20 %	79 15.8%	269 53.7%	133 26.5%	501 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 15 %	41 11.5%	185 52.0%	115 32.3%	356 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 17 %	42 9.7%	179 41.3%	195 45.0%	433 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 26 %	80 7.9%	395 38.8%	517 50.8%	1018 100.0%
	3,000万円以上	実数 11 %	12 8.0%	45 30.0%	92 61.3%	150 100.0%
	合計	実数 79 %	254 10.3%	1073 43.7%	1052 42.8%	2458 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=126.366 自由度=12 p=0.000* *p<0.05

図表 年収33 問21 世帯年収×問14 近隣の商店街のイベントやお祭り

		よく行っている	時々行っている	存在は知って いるが行った ことはない	行われていない	行われて いるかどうか 分からない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 22 %	177 34.8%	206 40.6%	17 3.3%	86 16.9%	508 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 29 %	149 41.9%	116 32.6%	6 1.7%	56 15.7%	356 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 37 %	197 44.6%	118 26.7%	6 1.4%	84 19.0%	442 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 96 %	443 42.7%	316 30.5%	12 1.2%	170 16.4%	1037 100.0%
	3,000万円以上	実数 11 %	55 35.3%	46 29.5%	4 2.6%	40 25.6%	156 100.0%
	合計	実数 195 %	1021 40.9%	802 32.1%	45 1.8%	436 17.4%	2499 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=53.800 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収34 問21 世帯年収×問15 家族での外食頻度

		週に2回以上	週に1回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	数か月に 1回程度	ほとんどしない ・しない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 40 %	55 11.0%	91 18.2%	84 16.8%	59 11.8%	171 34.2%	500 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 65 %	69 19.2%	80 22.2%	70 19.4%	37 10.3%	39 10.8%	360 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 106 %	119 24.3%	115 26.3%	45 10.3%	30 6.9%	22 5.0%	437 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 281 %	337 32.4%	232 22.3%	97 9.3%	36 3.5%	57 5.5%	1040 100.0%
	3,000万円以上	実数 65 %	40 25.6%	31 19.9%	10 6.4%	4 2.6%	6 3.8%	156 100.0%
	合計	実数 557 %	620 24.9%	549 22.0%	306 12.3%	166 6.7%	295 11.8%	2493 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=517.485 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収35 問21 世帯年収×問16(1) 家族での外食の際に重視していること 価格が適当であること

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 29	153	36	14	5	296
		% 29.7%	51.7%	12.2%	4.7%	1.7%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 110	152	33	12	0	307
		% 35.8%	49.5%	10.7%	3.9%	0.0%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 147	207	44	8	2	408
		% 36.0%	50.7%	10.8%	2.0%	0.5%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 337	505	93	23	13	971	
	% 34.7%	52.0%	9.6%	2.4%	1.3%	100.0%	
3,000万円以上	実数 24	85	24	8	0	146	
	% 16.4%	58.2%	16.4%	8.9%	0.0%	100.0%	
合計	実数 706	1102	230	70	20	2128	
	% 33.2%	51.8%	10.8%	3.3%	0.9%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=52.899 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収36 問21 世帯年収×問16(2) 家族での外食の際に重視していること 料理の味が良い

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 139	115	38	4	4	300
		% 46.3%	38.3%	12.7%	1.3%	1.3%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 194	98	15	4	1	312
		% 62.2%	31.4%	4.8%	1.3%	0.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 269	124	18	3	1	415
		% 64.8%	29.9%	4.3%	0.7%	0.2%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 704	238	24	9	4	979	
	% 71.9%	24.3%	2.5%	0.9%	0.4%	100.0%	
3,000万円以上	実数 121	4	4	1	0	150	
	% 80.7%	16.0%	2.7%	0.7%	0.0%	100.0%	
合計	実数 1427	599	99	21	10	2156	
	% 66.2%	27.8%	4.6%	1.0%	0.5%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=115.281 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収37 問21 世帯年収×問16(3) 家族での外食の際に重視していること 素材にこだわりがあること

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 68	116	86	14	9	293
		% 23.2%	39.6%	29.4%	4.8%	3.1%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 96	123	67	18	2	306
		% 31.4%	40.2%	21.9%	5.9%	0.7%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 97	196	103	15	1	412
		% 23.5%	47.6%	25.0%	3.6%	0.2%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 300	449	182	35	9	975	
	% 30.8%	46.1%	18.7%	3.6%	0.9%	100.0%	
3,000万円以上	実数 61	64	20	3	0	148	
	% 41.2%	43.2%	13.5%	2.0%	0.0%	100.0%	
合計	実数 622	948	458	85	21	2134	
	% 29.1%	44.4%	21.5%	4.0%	1.0%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=62.201 自由度=16 p=0.001* *p<0.05

図表 年収38 問21 世帯年収×問16(4) 家族での外食の際に重視していること 料理の種類

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 46	109	94	29	10	288
		% 16.0%	37.8%	32.6%	10.1%	3.5%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 44	135	92	27	5	303
		% 14.5%	44.6%	30.4%	8.9%	1.7%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 53	160	149	42	6	410
		% 12.9%	39.0%	36.3%	10.2%	1.5%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 143	411	312	87	16	969	
	% 14.8%	42.4%	32.2%	9.0%	1.7%	100.0%	
3,000万円以上	実数 66	54	54	6	3	149	
	% 13.4%	44.3%	36.2%	4.0%	2.0%	100.0%	
合計	実数 306	881	701	191	40	2119	
	% 14.4%	41.6%	33.1%	9.0%	1.9%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=16.436 自由度=16 p=0.423

図表 年収39 問21 世帯年収×問16(5) 家族での外食の際に重視していること 場所の利用しやすさ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 98	148	43	9	6	304
		% 32.2%	48.7%	14.1%	3.0%	2.0%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 124	137	31	14	1	307
		% 40.4%	44.6%	10.1%	4.6%	0.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 156	197	47	8	3	411
		% 38.0%	47.9%	11.4%	1.9%	0.7%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 418	417	102	28	10	975	
	% 42.9%	42.8%	10.5%	2.9%	1.0%	100.0%	
3,000万円以上	実数 62	56	24	5	1	148	
	% 41.9%	37.8%	16.2%	3.4%	0.7%	100.0%	
合計	実数 858	955	247	64	21	2145	
	% 40.0%	44.5%	11.5%	3.0%	1.0%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=26.712 自由度=16 p=0.045* *p<0.05

図表 年収40 問21 世帯年収×問16(6) 家族での外食の際に重視していること 営業時間

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 28	79	124	35	17	283
		% 9.9%	27.9%	43.8%	12.4%	6.0%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 44	98	101	45	16	304
		% 14.5%	32.2%	33.2%	14.8%	5.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 48	91	179	67	24	409
		% 11.7%	22.2%	43.8%	16.4%	5.9%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 124	256	356	174	60	970	
	% 12.8%	26.4%	36.7%	17.9%	6.2%	100.0%	
3,000万円以上	実数 24	37	54	22	11	148	
	% 16.2%	25.0%	36.5%	14.9%	7.4%	100.0%	
合計	実数 268	561	814	343	128	2114	
	% 12.7%	26.5%	38.5%	16.2%	6.1%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=25.082 自由度=16 p=0.068

図表 年収41 問21 世帯年収×問16(7) 家族での外食の際に重視していること 人気店

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計
世帯年収	300万円未満	実数 26	105	110	29	20	290
		% 9.0%	36.2%	37.9%	10.0%	6.9%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 45	103	100	41	12	301
		% 15.0%	34.2%	33.2%	13.6%	4.0%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 44	124	169	56	16	409
		% 10.8%	30.3%	41.3%	13.7%	3.9%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数 107	327	360	114	61	969	
	% 11.0%	33.7%	37.2%	11.8%	6.3%	100.0%	
3,000万円以上	実数 14	43	65	15	10	147	
	% 9.5%	29.3%	44.2%	10.2%	6.8%	100.0%	
合計	実数 236	702	804	255	119	2116	
	% 11.2%	33.2%	38.0%	12.1%	5.6%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=21.478 自由度=16 p=0.161

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収42 問21 世帯年収×問16(8) 家族での外食の際に重視していること 雰囲気

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	76 25.7%	148 50.0%	48 16.2%	16 5.4%	8 2.7%	296 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	115 38.0%	138 45.5%	40 13.2%	9 3.0%	1 0.3%	303 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	153 37.1%	197 47.8%	57 13.8%	4 1.0%	1 0.2%	412 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	393 40.3%	469 48.1%	94 9.6%	17 1.7%	3 0.3%	976 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	63 42.3%	65 43.6%	20 13.4%	1 0.7%	0 0.0%	149 100.0%
	合計	実数 %	800 37.5%	1017 47.6%	259 12.1%	47 2.2%	13 0.6%	2136 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=70.697 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収43 問21 世帯年収×問16(9) 家族での外食の際に重視していること 店の新しさ、きれいさ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	32 11.2%	102 35.8%	118 41.4%	22 7.7%	11 3.9%	285 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	62 20.6%	113 37.5%	93 30.9%	22 7.3%	11 3.7%	301 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	77 18.8%	173 42.3%	125 30.6%	28 6.8%	6 1.5%	409 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	165 17.0%	434 44.7%	276 28.4%	71 7.3%	25 2.6%	971 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	29 19.5%	64 43.0%	48 30.9%	7 4.7%	3 2.0%	149 100.0%
	合計	実数 %	365 17.3%	886 41.9%	658 31.1%	150 7.1%	56 2.6%	2115 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=33.385 自由度=16 p=0.007* *p<0.05

図表 年収44 問21 世帯年収×問16(10) 家族での外食の際に重視していること 子供連れでの入店しやすさ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	27 10.1%	56 21.0%	106 39.7%	43 16.1%	35 13.1%	267 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	46 15.8%	68 23.3%	82 28.1%	39 13.4%	57 19.5%	292 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	99 24.4%	65 16.0%	117 28.9%	52 12.8%	73 18.0%	406 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	288 29.8%	210 11.5%	127 21.7%	121 13.1%	232 24.0%	968 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	34 23.0%	24 16.2%	37 25.0%	17 11.5%	36 24.3%	148 100.0%
	合計	実数 %	494 23.7%	324 15.6%	552 26.5%	278 13.4%	433 20.8%	2081 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=114.457 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収45 問21 世帯年収×問16(11) 家族での外食の際に重視していること 高齢者向けメニュー

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	15 5.3%	66 23.2%	112 39.3%	55 19.3%	37 13.0%	285 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	23 7.7%	61 20.3%	108 36.0%	48 16.0%	60 20.0%	300 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	9 2.2%	34 8.4%	174 42.8%	76 18.7%	114 28.0%	407 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	7 0.7%	58 6.0%	347 35.8%	207 21.4%	240 36.1%	969 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	3 2.0%	11 7.4%	58 39.2%	26 17.6%	50 33.8%	148 100.0%
	合計	実数 %	57 2.7%	230 10.9%	799 37.9%	412 19.5%	610 28.9%	2108 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=197.813 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収46 問21 世帯年収×問16(12) 家族での外食の際に重視していること 思い出になること

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	11 4.0%	48 17.3%	90 32.5%	77 27.8%	51 18.4%	277 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	16 5.3%	57 19.0%	113 37.7%	59 19.7%	55 18.3%	300 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	25 6.2%	58 14.3%	171 42.1%	81 20.0%	71 17.5%	406 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	40 4.1%	160 16.5%	367 37.9%	205 21.2%	197 20.3%	969 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	3 2.0%	20 13.5%	68 45.9%	23 15.5%	34 23.0%	148 100.0%
	合計	実数 %	95 4.5%	343 16.3%	809 38.5%	445 21.2%	408 19.4%	2100 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=25.949 自由度=16 p=0.055

図表 年収47 問21 世帯年収×問16(13) 家族での外食の際に重視していること 親しみやすさ

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	38 13.3%	105 36.7%	82 28.7%	38 13.3%	23 8.0%	286 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	48 16.0%	139 46.3%	84 28.0%	14 4.7%	15 5.0%	300 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	63 15.4%	172 42.2%	136 33.3%	22 5.4%	15 3.7%	408 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	136 14.0%	464 47.7%	248 25.5%	70 7.2%	54 5.6%	972 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	17 11.5%	65 43.9%	52 35.1%	5 3.4%	9 6.1%	148 100.0%
	合計	実数 %	302 14.3%	945 44.7%	602 28.5%	149 7.0%	116 5.5%	2114 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=46.378 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収48 問21 世帯年収×問16(14) 家族での外食の際に重視していること 外国語対応

		とてもそう思う	まあそう思う	どちらとも 言えない	あまり そう思わない	そう思わない	合計	
世帯年収	300万円未満	実数 %	3 1.1%	30 11.3%	127 47.7%	52 19.5%	54 20.3%	266 100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数 %	9 3.1%	39 13.4%	112 38.4%	53 18.2%	79 27.1%	292 100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数 %	14 3.4%	38 9.4%	178 43.8%	72 17.7%	104 25.6%	406 100.0%
	1,000万円以上 3,000万円未満	実数 %	26 2.7%	93 9.6%	395 40.9%	171 17.7%	280 29.0%	965 100.0%
	3,000万円以上	実数 %	6 4.1%	17 11.6%	63 42.9%	17 11.6%	44 29.9%	147 100.0%
	合計	実数 %	58 2.8%	217 10.5%	875 42.1%	365 17.6%	561 27.0%	2076 100.0%

※無回答は集計から除く。χ²=21.950 自由度=16 p=0.145

資料2 クロス集計結果(図表)

図表 年収49 問21 世帯年収×問17(1) 最近1年間のインターネットを利用した買い物の頻度

				週に2回以上	週に1回程度	月に2~3回程度	月に1回程度	数か月に1回程度	ほとんど利用しない	買い物には利用していない	利用していない	合計
世帯年収	300万円未満	実数	%	9	11	43	26	60	46	86	200	461
				1.9%	2.3%	8.9%	5.4%	12.5%	9.6%	17.9%	41.6%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	11	30	69	62	53	36	27	44	350
				3.1%	10.9%	19.7%	17.7%	15.1%	10.3%	10.6%	12.6%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	36	86	113	82	63	21	27	11	439
				8.2%	19.6%	25.7%	18.7%	14.4%	4.8%	6.2%	2.5%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	157	241	282	178	86	33	44	15	1036	
			15.2%	23.3%	27.2%	17.2%	8.3%	3.2%	4.2%	1.4%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	36	31	35	28	11	7	5	3	156	
			23.1%	19.9%	22.4%	17.9%	7.1%	4.5%	3.2%	1.9%	100.0%	
合計	実数	%	249	407	542	376	273	143	199	273	2462	
			10.1%	16.5%	22.0%	15.3%	11.1%	5.8%	8.1%	11.1%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=966.908 自由度=35 p=0.000* *p<0.05

図表 年収50 問21 世帯年収×問17(2) 最近1年間にインターネットで購入したものの

		①生鮮食品	②加工食品・スイーツ・健康食品	③酒類	④飲料水・お茶・ジュース	⑤医薬・化粧品	⑥日用品	⑦本・雑誌・CD・DVD	⑧音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍	⑨家電製品・AV機器		
世帯年収	300万円未満	実数	%	32	43	29	60	41	67	66	24	49
				18.8%	25.3%	17.1%	35.3%	24.1%	39.4%	38.8%	14.1%	28.8%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	44	68	77	117	83	104	126	55	82
				17.1%	26.5%	30.0%	45.5%	32.3%	40.5%	49.0%	21.4%	31.9%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	87	149	119	212	158	206	245	90	143
				22.1%	37.8%	30.2%	53.8%	40.1%	52.3%	62.2%	22.8%	36.3%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	299	380	382	569	441	574	672	300	369	
			30.7%	39.0%	39.2%	58.4%	45.3%	58.9%	69.0%	30.8%	37.9%	
3,000万円以上	実数	%	40	64	69	89	60	84	98	37	57	
			27.2%	43.5%	46.9%	60.5%	40.8%	57.1%	66.7%	25.2%	38.8%	
合計	実数	%	502	704	676	1047	783	1035	1207	506	700	
			25.8%	36.3%	34.8%	53.9%	40.3%	53.3%	62.2%	26.1%	36.0%	

		⑩家具・インテリア	⑪衣料・アパレル製品・靴	⑫バッグ・小物・アクセサリ	⑬ベビー・子供用品・おもちゃ	⑭花・観賞用植物	⑮宿泊施設・交通機関等の予約	⑯コンサート・展覧会のチケット予約	⑰その他	合計		
世帯年収	300万円未満	実数	%	36	66	32	16	5	52	40	13	170
				21.2%	38.8%	18.8%	9.4%	2.9%	30.6%	23.5%	7.6%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	59	112	43	24	17	110	75	16	257
				23.0%	43.6%	16.7%	9.3%	6.8%	42.8%	29.2%	6.2%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	103	216	107	104	38	211	152	21	394
				26.1%	54.8%	27.2%	26.4%	9.6%	53.6%	33.5%	5.3%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	275	544	247	281	102	587	349	45	974	
			28.2%	55.9%	25.4%	28.9%	10.5%	60.3%	35.8%	4.6%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	35	63	31	40	8	75	46	3	147	
			23.8%	42.9%	21.1%	27.2%	5.4%	51.0%	31.3%	2.0%	100.0%	
合計	実数	%	508	1001	460	465	170	1035	642	98	1942	
			26.2%	51.5%	23.7%	23.9%	8.8%	53.3%	33.1%	5.0%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=554.997 自由度=68 p=0.000* *p<0.05

図表 年収51 問21 世帯年収×問18 数年後のインターネットを利用した買い物の購入額

		大幅に増える	やや増える	変わらない	やや減る	大幅に減る	わからない	合計		
世帯年収	300万円未満	実数	%	26	89	139	6	11	195	466
				5.6%	19.1%	29.8%	1.3%	2.4%	41.8%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	38	131	111	8	3	61	352
				10.8%	37.2%	31.5%	2.3%	0.9%	17.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	82	202	118	4	3	27	436
				18.8%	46.3%	27.1%	0.9%	0.7%	6.2%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	216	507	277	5	3	29	1037	
			20.8%	48.9%	26.7%	0.5%	0.3%	2.8%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	38	75	35	1	0	5	154	
			24.7%	48.7%	22.7%	0.6%	0.0%	3.2%	100.0%	
合計	実数	%	400	1004	680	24	20	317	2445	
			16.4%	41.1%	27.8%	1.0%	0.8%	13.0%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=583.568 自由度=20 p=0.000* *p<0.05

図表 年収52 問21 世帯年収×問19 世帯の主な収入の種類

		給与(役員報酬を含む)	自営業等の事業収入	年金	不動産収入・資産運用収入等	その他	合計		
世帯年収	300万円未満	実数	%	102	29	363	6	12	512
				19.9%	5.7%	70.9%	1.2%	2.3%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	172	33	138	17	1	361
				47.6%	9.1%	38.2%	4.7%	0.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	342	44	34	20	0	440
				77.7%	10.0%	7.7%	4.5%	0.0%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	924	75	11	3	3	1044	
			89.5%	7.2%	1.1%	2.0%	0.3%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	125	23	0	7	0	155	
			80.6%	14.8%	0.0%	4.5%	0.0%	100.0%	
合計	実数	%	1675	204	546	71	16	2512	
			66.7%	8.1%	21.7%	2.8%	0.6%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=1238.701 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表 年収53 問21 世帯年収×問20 世帯で収入がある人数

		1人の収入	2人(夫婦・パートナー)の収入	2人(親子)の収入	3人以上の収入	その他	合計		
世帯年収	300万円未満	実数	%	349	96	31	4	17	497
				70.2%	19.3%	6.2%	0.8%	3.4%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	184	126	30	16	1	357
				51.5%	35.3%	8.4%	4.5%	0.3%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	246	155	22	13	2	438
				56.2%	35.4%	5.0%	3.0%	0.5%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	431	568	23	24	2	1048	
			41.1%	54.2%	2.2%	2.3%	0.2%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	69	68	9	9	0	155	
			44.5%	43.9%	5.8%	5.8%	0.0%	100.0%	
合計	実数	%	1279	1013	115	66	22	2495	
			51.3%	40.6%	4.6%	2.6%	0.9%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=259.372 自由度=16 p=0.000* *p<0.05

図表54 問21 世帯年収×問22 買い物についてお困りのこと

		自由記入なし	自由記入あり	合計		
世帯年収	300万円未満	実数	%	294	235	529
				55.6%	44.4%	100.0%
	300万円以上 600万円未満	実数	%	184	183	367
				50.1%	49.9%	100.0%
	600万円以上 1,000万円未満	実数	%	226	222	448
				50.4%	49.6%	100.0%
1,000万円以上 3,000万円未満	実数	%	523	530	1053	
			49.7%	50.3%	100.0%	
3,000万円以上	実数	%	98	59	157	
			62.4%	37.6%	100.0%	
合計	実数	%	1325	1229	2554	
			51.9%	48.1%	100.0%	

※無回答は集計から除く。χ²=12.763 自由度=4 p=0.012* *p<0.05

平成27年7月15日

各位

港区長 **武井雅昭**

「港区における区民の消費に関するアンケート調査」への御協力をお願い

日頃から、港区政に対し、御理解と御協力をいただき、誠にありがとうございます。

さて、このたび、港区では、区内の集合住宅・約30棟（約9,000戸）にお住まいの方を対象に、アンケート調査を行うことにしました。

誠に勝手ながら、あなた様に同封の調査票を送らせていただきました。

この調査は、皆様の世帯での食料品（野菜、肉類、鮮魚、酒類）、日用品等の購入方法、買い物の時間帯、近隣の店舗への要望、インターネットを利用した買い物等についてお伺いし、これからの港区の産業振興施策、地域振興施策、福祉施策等に生かしていくことを目的として行うものです。

調査結果は、平成28年3月までにまとめて港区ホームページ等で公表する予定です。

御回答いただいた内容は、全て匿名で処理しますので、個人が特定されることはありません。また、上記の目的以外に利用することはありません。

御多忙の中、お手数をお掛けして申し訳ありませんが、本調査の趣旨を御理解の上、皆様の御協力をお願い申し上げます。

アンケート用紙に御記入の上、同封の返信用封筒で、8月17日（月）までに御投函くださいますよう、お願い申し上げます。

【問合せ先】

港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）
電話：03-3578-2567～2569

【所在地】

〒105-8511 港区芝公園1-5-25
港区役所4階

15 July 2015

To Whom It May Concern

Masaaki Takei, Mayor of Minato City

武井雅昭

Request for Cooperation on the
Survey on Residents' Consumption in Minato City

Thank you for your constant understanding and cooperation toward the Minato City administration.

Minato City will be conducting a survey on residents of approximately 30 buildings (approximately 9,000 households) in housing complexes in Minato City.

The questionnaire for this survey is enclosed with this letter.

This survey contains questions pertaining to the method of purchasing food (vegetables, meat, fresh fish, alcohol), daily necessities, etc. in your household, the time at which you do your shopping, what you would like to request from the stores in your neighborhood, use of the Internet for shopping purposes, and other related questions. The aim of the survey is to apply the information to Minato City's policy measures related to industry revitalization, community promotion, and welfare going forward.

The results of the survey will be released on the official Minato City website and other places by March 2016.

All your responses will be processed anonymously, and no individuals will be identified. The responses will not be used for any purposes other than that described above.

We seek your kind understanding and cooperation on completing the questionnaire, and extend our sincere appreciation in advance for taking precious time from your busy schedule.

Please complete the enclosed questionnaire, seal it in the enclosed envelope, and submit it by post by 17 August (Monday).

(Two response sheets, in Japanese and English respectively, have been enclosed. Please complete and return only one response sheet.)

(和文と英文の2通のアンケート用紙が同封されています。いずれか一方のみに御記入ください。)

【Inquiries】

Minato Policy Creation Research Institute (Policy Research Subsection, Planning Section, Planning and Management Department, Minato City)

Tel: 03-3578-2567 ~ 2569

【Address】

4F Minato City Hall, 1-5-25 Shibakoen, Minato City
105-8511

港区における区民の消費に関するアンケート調査

【回答用紙】

- ・平成27(2015)年7月1日現在でお答えください。
- ・**8月17日(月)まで**に、この回答用紙に記入の上、同封の返信用封筒に入れて投函してください。
- ・回答は、匿名で処理され、個人が特定されることはありません。

A. 初めに、あなたの世帯について、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

問1 世帯主の年齢(7月1日現在)は、次のどれですか。

- ① 34歳以下 ② 35歳以上44歳以下 ③ 45歳以上54歳以下
④ 55歳以上64歳以下 ⑤ 65歳以上74歳以下 ⑥ 75歳以上

問2 世帯(一緒にお住まいの方。世帯主を含む。)の人数は、次のどれですか。

- ① 1人 ② 2人 ③ 3人 ④ 4人 ⑤ 5人以上

問3 世帯(一緒にお住まいの方)に18歳以下の方はいらっしゃいますか。

- ① いる ② いない

問4 世帯(一緒にお住まいの方)に75歳以上の方はいらっしゃいますか。

- ① いる ② いない

問5 現在の住居に住み始めて、何年が経ちますか。

- ① 1年未満 ② 1年以上3年未満 ③ 3年以上5年未満
④ 5年以上10年未満 ⑤ 10年以上15年未満 ⑥ 15年以上

問6 お住まいの住居は、何階にありますか。お住まいの階を記入してください。

_____階

問7 現在お住まいの地域をお選びください。

- ① 芝地域 ② 麻布地域 ③ 赤坂・青山地域
④ 高輪・白金地域 ⑤ 芝浦・港南地域 ⑥ 台場地域

問8 主に生鮮食品の買い物をされる方の平日の平均的な帰宅時間帯は、次のどれですか。

- ① 午前6時～正午 ② 正午～午後5時 ③ 午後5時～午後7時
④ 午後7時～午後10時 ⑤ 午後10時～深夜0時 ⑥ 深夜0時～午前6時
⑦ 基本的に在宅している ⑧ その他()

B. あなたの世帯の普段の買い物について、おたずねします。

問 9 次の商品は、普段、主にどのように購入していますか。(1)～(5)の商品ごとに1つ選んでマスの中の数字に○印をつけてください。

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
	近隣の 商店街・ 個人商店	近隣の スーパー・ 量販店	近隣の コンビニ	近隣以外 の店舗	Iの 宅配 サービス	I以外の 宅配サービス ネット通販	移動 販売車	購入 しない	その他
(1) 野菜	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(2) 肉類・鮮魚	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(3) 酒類	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(4) 医薬・化粧品	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(5) 日用品	1	2	3	4	5	6	7	8	9

(注)「近隣」とは、徒歩または自転車で10分程度の範囲

問 10 生鮮食品(野菜、肉類・鮮魚)の買い物(通販等を除く)について、おたずねします。

(1) 生鮮食品の買い物をする回数について、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|----------|-----------|----------|
| ① ほぼ毎日 | ② 2日に1回程度 | ③ 週に2回程度 |
| ④ 週に1回程度 | ⑤ 週に1回未満 | ⑥ その他 |

(2) 平日に生鮮食品の買い物をする時間帯を1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|----------------|--------------|-------------|
| ① 午前6時～正午 | ② 正午～午後5時 | ③ 午後5時～午後7時 |
| ④ 午後7時～午後10時 | ⑤ 午後10時～深夜0時 | ⑥ 深夜0時～午前6時 |
| ⑦ 平日に買わずに休日を買う | | |
| ⑧ その他 () | | |

(3) 生鮮食品の買い物の際に重視していることを次の①～⑮の中から選んで○印をつけてください(複数回答可)。

- | | |
|-----------------|---------------------|
| ① 価格の安さ | ② 品質や鮮度の良さ |
| ③ 信頼できる店であること | ④ 自宅から店までの距離 |
| ⑤ 営業時間 | ⑥ 店で食材以外の商品も購入できること |
| ⑦ 品ぞろえの良さ | ⑧ 仕事の行き帰りに買い物できること |
| ⑨ 宅配サービスがあること | ⑩ 駐輪場、駐車場の設備があること |
| ⑪ チラシ等の情報 | ⑫ ポイントを貯めることができること |
| ⑬ 特売日や特売商品があること | ⑭ 外国語の表記があること |
| ⑮ その他 () | |

(4) 生鮮食品の買い物に出かける際には、どのような交通手段を用いていますか。1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|-----------|--------|------------|
| ① 徒歩 | ② 自転車 | ③ 自家用車・バイク |
| ④ 公共交通機関等 | ⑤ タクシー | ⑥ その他 |

C. 近隣（徒歩または自転車で 10 分程度の範囲）にある商店街について、おたずねします。

問 1 1 近隣の商店街について、おたずねします。

(1) あなたの世帯の近隣に商店街はありますか。

- | |
|--------------------------------|
| ① 近隣に商店街がある |
| ② 近隣に商店街があるかどうか分からない → 問 1 2 へ |
| ③ 近隣に商店街はない → 問 1 2 へ |

(2) (1)で①を選んだ方におたずねします。近隣の商店街の状況について、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|---------|---------|------------------|
| ① 活気がある | ② 活気がない | ③ 活気があるかどうか分からない |
|---------|---------|------------------|

(3) 近隣の商店街の利用について、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|-------------|--------------|----------------|
| ① 頻繁に買い物に行く | ② ときどき買い物に行く | ③ ほとんど買い物に行かない |
|-------------|--------------|----------------|

問 1 2 近隣の商店街または店・スーパー等に対する要望について、(1)～(11)の項目ごとに1つ選んでマスの中の数字に○印をつけてください。

	とても そう思う	まあ そう思う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	そう 思わない
(1) 商品の価格を安くして欲しい	1	2	3	4	5
(2) 品質や鮮度の良い商品を扱って欲しい	1	2	3	4	5
(3) 開店時刻を早めて欲しい	1	2	3	4	5
(4) 閉店時刻を遅らせて欲しい	1	2	3	4	5
(5) 様々な業種の店が集積して欲しい	1	2	3	4	5
(6) 宅配サービスをして欲しい	1	2	3	4	5
(7) 駐輪場、駐車場を整備して欲しい	1	2	3	4	5
(8) インターネットで情報配信して欲しい	1	2	3	4	5
(9) 統一したポイントを導入して欲しい	1	2	3	4	5
(10) 高齢者の見守りなどをして欲しい	1	2	3	4	5
(11) 外国語の表記をつけて欲しい	1	2	3	4	5

D. あなたの世帯と商店街との関係について、おたずねします。

問 1 3 港区商店街連合会が販売しているプレミアム付き港区内共通商品券(スマイル商品券)について、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | |
|-------------------|-------------|
| ① ほぼ毎年購入している | ② 購入したことがある |
| ③ 知っているが購入したことはない | ④ 知らない |

問14 近隣の商店街のイベントやお祭りについて、あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| ① よく行っている | ② 時々行っている |
| ③ イベントやお祭りの存在は知っているが、行ったことはない | |
| ④ イベントやお祭りは行われていない | |
| ⑤ イベントやお祭りが行われているかどうか分からない | |

E. あなたの世帯の外出(家族での外出)について、おたずねします。

問15 家族での外出は、どの程度されますか。あてはまるものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | | |
|------------|---------------|------------|----------|
| ① 週に2回以上 | ② 週に1回程度 | ③ 月に2～3回程度 | ④ 月に1回程度 |
| ⑤ 数か月に1回程度 | ⑥ ほとんどしない・しない | → 問17へ | |

問16 問15で①～⑤を選んだ方におたずねします。家族での外出の際に重視していることについて、(1)～(14)の項目ごとに1つ選んでマスの中の数字に○印をつけてください。

	とても そう思う	まあ そう思う	どちらとも 言えない	あまりそう 思わない	そう 思わない
(1) 価格が適当である	1	2	3	4	5
(2) 料理の味が良い	1	2	3	4	5
(3) 素材にこだわりがある	1	2	3	4	5
(4) 料理の種類が多い	1	2	3	4	5
(5) 利用しやすい場所にある	1	2	3	4	5
(6) 営業時間が長い	1	2	3	4	5
(7) 人気店である	1	2	3	4	5
(8) 雰囲気が良い	1	2	3	4	5
(9) 店が新しくきれい	1	2	3	4	5
(10) 子供連れでも入店しやすい	1	2	3	4	5
(11) 高齢者向けのメニューがある	1	2	3	4	5
(12) 思い出になる	1	2	3	4	5
(13) 親しみやすい	1	2	3	4	5
(14) 外国語に対応している	1	2	3	4	5

F. あなたの世帯のインターネットを利用した買い物について、おたずねします。

問17 インターネットを利用した買い物について、おたずねします。

(1) あなたの世帯では、最近1年間にインターネットを利用した買い物を何回程度されましたか。1つ選んで○印をつけてください。

- | | |
|-------------------------------|-------------|
| ① 週に2回以上 | ② 週に1回程度 |
| ③ 月に2~3回程度 | ④ 月に1回程度 |
| ⑤ 数か月に1回程度 | ⑥ ほとんど利用しない |
| ⑦ インターネットを買い物には利用していない → 問18へ | |
| ⑧ インターネットは、利用していない → 問18へ | |

(2) (1)で①~⑥を選んだ方におたずねします。次の①~⑰の中で最近1年間にインターネットで購入したものに○印をつけてください(複数回答可)。

- | | |
|-----------------|--------------------|
| ① 生鮮食品 | ② 加工食品・スイーツ・健康食品 |
| ③ 酒類 | ④ 飲料水・お茶・ジュース |
| ⑤ 医薬・化粧品 | ⑥ 日用品 |
| ⑦ 本・雑誌・CD・DVD | ⑧ 音楽・動画・ゲーム配信、電子書籍 |
| ⑨ 家電製品・AV機器 | ⑩ 家具・インテリア |
| ⑪ 衣料・アパレル製品・靴 | ⑫ バッグ・小物・アクセサリ |
| ⑬ ベビー・子供用品・おもちゃ | ⑭ 花、観賞用植物 |
| ⑮ 宿泊施設・交通機関等の予約 | ⑯ コンサート・展覧会のチケット予約 |
| ⑰ その他() | |

問18 数年後のあなたの世帯では、インターネットを利用した買い物の購入額は、どのように変化していると思いますか。1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|----------|---------|---------|
| ① 大幅に増える | ② やや増える | ③ 変わらない |
| ④ やや減る | ⑤ 大幅に減る | ⑥ わからない |

G. あなたの世帯の経済状況について、おたずねします。

問19 世帯(一緒にお住まいの方)の主な収入の種類について、次の中から最も近いものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|-----------------|----------------|------|
| ① 給与(役員報酬を含む) | ② 自営業等の事業収入 | ③ 年金 |
| ④ 不動産収入・資産運用収入等 | ⑤ 収入はない → 問22へ | |
| ⑥ その他() | | |

問20 問19で①～④、⑥を選んだ方におたずねします。あなたの世帯（一緒にお住まいの方）で収入がある人の数は、何人ですか。次の中から最も近いものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | | |
|-------------|-------------------|----------|
| ① 1人の収入 | ② 2人(夫婦、パートナー)の収入 | |
| ③ 2人(親子)の収入 | ④ 3人以上の収入 | ⑤ その他() |

問21 世帯（一緒にお住まいの方全員の合計）の年間収入について、次の中から最も近いものを1つ選んで○印をつけてください。

- | | |
|--------------------|----------------------|
| ① 300万円未満 | ② 300万円以上600万円未満 |
| ③ 600万円以上1,000万円未満 | ④ 1,000万円以上3,000万円未満 |
| ⑤ 3,000万円以上 | |

H. 最後に

問22 買い物について、あなたの生活でお困りのことなどがあれば、御自由に記入してください。

設問は、以上で終了です。

この用紙は、8月17日（月）までに、同封の返信用封筒に入れ、封をして投函してください。御協力ありがとうございました。

【問合せ先】

港区政策創造研究所（港区 企画経営部 企画課 政策研究担当）

電話：03-3578-2567

【所在地】

〒105-8511 港区芝公園 1-5-25 港区役所4階

Survey on Residents' Consumption in Minato City

【Response Sheet】

- Please provide your answers **as of 1 July 2015**.
- Please complete this response sheet and submit it by post in the enclosed reply envelope **by 17 August (Monday)**.
- The responses will be processed anonymously, and no individuals will be identified.

A. First, please select and circle one applicable answer for these questions about your household.

Q1 How old is the head of the household (as of 1 July)?

- | | | |
|-----------------|-------------|-----------------|
| (1) 34 or below | (2) 35 - 44 | (3) 45 - 54 |
| (4) 55 - 64 | (5) 65 - 74 | (6) 75 or above |

Q2 How many people are there in your household (living together, and including the head of the household)?

- | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|---------------|
| (1) 1 | (2) 2 | (3) 3 | (4) 4 | (5) 5 or more |
|-------|-------|-------|-------|---------------|

Q3 Are there any persons of age 18 or below in your household (living together)?

- | | |
|---------|--------|
| (1) Yes | (2) No |
|---------|--------|

Q4 Are there any persons of age 75 or above in your household (living together)?

- | | |
|---------|--------|
| (1) Yes | (2) No |
|---------|--------|

Q5 How many years has it been since you began living at your current residence?

- | | | |
|----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| (1) Less than 1 year | (2) 1 - Less than 3 years | (3) 3 - Less than 5 years |
| (4) 5 - Less than 10 years | (5) 10 - Less than 15 years | (6) 15 years or more |

Q6 Which floor do you live on? Please indicate below the floor that you live on.

_____ floor

Q7 Please select the district that you are currently living in.

- | | | |
|------------------------|--------------------|--------------------|
| (1) Shiba | (2) Azabu | (3) Akasaka/Aoyama |
| (4) Takanawa/Shirokane | (5) Shibaura/Konan | (6) Daiba |

Q8 What is the average time on weekdays that the main person who shops for fresh food returns home at? Please select one applicable answer.

- | | | |
|-----------------------------|----------------------|------------------------|
| (1) 06:00AM - 12:00 PM | (2) 12:00 PM - 17:00 | (3) 17:00 - 19:00 |
| (4) 19:00 - 22:00 | (5) 22:00 - 0:00 AM | (6) 0:00 AM - 06:00 AM |
| (7) Basically stays at home | (8) Other (_____) | |

B. The following section pertains to the shopping that is usually done in your household.

Q9 How are the following items usually purchased? Please select one applicable answer for each product ((1) – (5)), and circle the corresponding number.

	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX
	Shopping street/independent stores in the neighborhood	Supermarket/mass retailer in the neighborhood	Convenience store in the neighborhood	Stores outside of the neighborhood	Home delivery service by I	Home delivery service/mail-order shopping by sources other than I	Mobile sales vehicle	Does not purchase the item	Other
(1) Vegetables	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(2) Meat/Fresh fish	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(3) Alcohol	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(4) Pharmaceuticals/Toiletries	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(5) Everyday Necessities	1	2	3	4	5	6	7	8	9

(Note) “Neighborhood” refers to a distance that can be reached in approximately 10 minutes on foot or bicycle.

Q10 The following section pertains to shopping (with the exception of mail-order shopping, etc.) for fresh food (vegetables, meat/fresh fish).

(1) Please circle one applicable answer for the frequency at which you shop for fresh food.

- | | | |
|-----------------------|-------------------------------|------------------------|
| (1) Almost every day | (2) About once every two days | (3) About twice a week |
| (4) About once a week | (5) Less than once a week | (6) Other |

(2) Please circle one applicable answer for the time at which you shop for fresh food on weekdays.

- | | | |
|---|----------------------|------------------------|
| (1) 06:00 AM – 12:00 PM | (2) 12:00 PM – 17:00 | (3) 17:00 – 19:00 |
| (4) 19:00 – 22:00 | (5) 22:00 – 0:00 AM | (6) 0:00 AM – 06:00 AM |
| (7) I shop on weekends, not on weekdays | (8) Other () | |

(3) What factors do you place the importance on when shopping for fresh food? Please select and circle all the applicable answers from (1) – (15) below (multiple answers).

- | | |
|---|---|
| (1) Low prices | (2) Good quality and degree of freshness |
| (3) Reliable store | (4) Distance from home to the store |
| (5) Operating hours | (6) Able to purchase items other than food at the store |
| (7) Good range of products | (8) Able to shop on the way to and from work |
| (9) Provides home delivery service | (10) Provides parking facilities for cars/bicycles |
| (11) Information provided through brochures, etc. | (12) Able to collect points |
| (13) Has sale days or sale items | (14) Provides foreign language displays/labels |
| (15) Other () | |

(4) What means of transportation do you use when you go shopping for fresh food? Please select and circle one applicable answer.

- | | | |
|----------------------|-------------|---------------------------|
| (1) Walk | (2) Bicycle | (3) Private car/motorbike |
| (4) Public transport | (5) Taxi | (6) Other |

C. The following section pertains to shopping streets in your neighborhood (distance that can be reached in approximately 10 minutes on foot or bicycle).

Q11 The following section pertains to shopping streets in your neighborhood.

(1) Are there any shopping streets in the neighborhood of your household residence?

- (1) There are shopping streets in the neighborhood.
- (2) I do not know if there are shopping streets in the neighborhood. → **To Q12**
- (3) There are no shopping streets in the neighborhood. → **To Q12**

(2) This question is for those who selected option (1) in (1) above. Please select and circle one applicable answer in relation to the situation of the shopping streets in your neighborhood.

- (1) They are lively and bustling.
- (2) They are not lively and bustling.
- (3) I do not know if they are lively and bustling.

(3) Please select and circle one applicable answer in relation to your use of the shopping streets in your neighborhood.

- (1) I shop there frequently.
- (2) I shop there sometimes.
- (3) I mostly do not shop there.

Q12 What would you like to request from the shopping streets or stores/supermarkets in your neighborhood? Please select one applicable answer for each item ((1) – (11)), and circle the corresponding number.

	Strongly agree	Somewhat agree	Neither agree nor disagree	Somewhat disagree	Strongly disagree
(1) Lower product prices	1	2	3	4	5
(2) Provide fresh products of good quality	1	2	3	4	5
(3) Have earlier opening time	1	2	3	4	5
(4) Have later closing time	1	2	3	4	5
(5) Have a concentration of stores from various sectors	1	2	3	4	5
(6) Provide home-delivery services	1	2	3	4	5
(7) Provide parking facilities for cars/bicycles	1	2	3	4	5
(8) Distribute information through the Internet	1	2	3	4	5
(9) Introduce standardized point systems	1	2	3	4	5
(10) Watch over the elderly	1	2	3	4	5
(11) Provide foreign language displays/labels	1	2	3	4	5

D. The following section pertains to the relationship between your household and the shopping street.

Q13 Regarding your purchase of the premium gift certificates used throughout Minato City (“Smile” gift certificates) sold by the Minato-city Store mall Combination Society, please select and circle one applicable answer.

- (1) I purchase the vouchers almost every year.
- (2) I have purchased the vouchers before.
- (3) I know about the vouchers, but I have never purchased them before.
- (4) I do not know about the vouchers.

Q14 Please select and circle one applicable answer about events and festivals at the shopping streets in your neighborhood.

- | | |
|--|--|
| (1) I often attend the events and festivals. | (2) I sometimes attend the events and festivals. |
| (3) I know about the events and festivals, but I have never attended one before. | |
| (4) Events and festivals are not held. | |
| (5) I do not know if events and festivals are held. | |

E. The following section pertains to the habits of dining out for your household (dining out as a family).

Q15 How often does your family dine out? Please select and circle one applicable answer.

- | | | | |
|---------------------------------|---|--------------------------------------|------------------------|
| (1) Two or more times a week | (2) About once a week | (3) About two to three times a month | (4) About once a month |
| (5) About once every few months | (6) Mostly do not dine out/Do not dine out at all → To Q17 | | |

Q16 This question is for those who selected (1) – (5) in Q15 above. What factors do you place importance on when you dine out as a family? Please select one applicable answer for each item ((1) – (14)), and circle the corresponding number.

	Strongly agree	Somewhat agree	Neither agree nor disagree	Somewhat disagree	Strongly disagree
(1) Reasonable prices	1	2	3	4	5
(2) Tasty food	1	2	3	4	5
(3) Particular about the ingredients used	1	2	3	4	5
(4) Has a wide variety of dishes	1	2	3	4	5
(5) Convenient location	1	2	3	4	5
(6) Long operating hours	1	2	3	4	5
(7) A popular establishment	1	2	3	4	5
(8) Good atmosphere	1	2	3	4	5
(9) New and beautiful store	1	2	3	4	5
(10) Child-friendly	1	2	3	4	5
(11) Has a menu for the elderly	1	2	3	4	5
(12) Creates good memories	1	2	3	4	5
(13) Approachable and friendly	1	2	3	4	5
(14) Provides service in foreign languages	1	2	3	4	5

F. The following section pertains to the use of the Internet for shopping purposes by your household.

Q17 The following questions pertain to the use of the Internet for shopping purposes.

- (1) How many times has your household used the Internet for shopping purposes in the past year? Please select and circle one applicable answer.

- | | |
|---|--|
| (1) Two or more times a week | (2) About once a week |
| (3) About two to three times a month | (4) About once a month |
| (5) About once every few months | (6) Mostly do not use the Internet for shopping purposes |
| (7) I do not use the Internet for shopping purposes at all. → To Q18 | |
| (8) I do not use the Internet at all. → To Q18 | |

- (2) This question is for those who selected option (1) – (6) in question (1) above. Please select and circle all the applicable answers from (1) – (17) below for the items that you have purchased on the Internet in the past year (multiple answers).

- | | |
|--|---|
| (1) Fresh foods | (2) Processed food/Sweets/Health foods |
| (3) Alcohol | (4) Beverages/Tea/Juices |
| (5) Pharmaceuticals/Toiletries | (6) Everyday necessities |
| (7) Books/Magazines/CDs/DVDs | (8) Music/Videos/Games, e-books |
| (9) Home appliances/AV equipment | (10) Furniture/Interior goods |
| (11) Clothing/Apparel/Shoes | (12) Bags/Trinkets/Accessories |
| (13) Baby or children products/Toys | (14) Flowers, ornamental plants |
| (15) Accommodation/transportation bookings | (16) Ticket bookings for concerts/exhibitions |
| (17) Other () | |

Q18 In your household, how do you think the amount of purchases made using the Internet will change in the next few years? Please select and circle one applicable answer.

- | | | |
|----------------------------|----------------------------|----------------------|
| (1) Increase significantly | (2) Increase somewhat | (3) Remain unchanged |
| (4) Decrease somewhat | (5) Decrease significantly | (6) I do not know |

G. The following section pertains to the financial situation of your household.

Q19 Please select and circle one applicable answer from the following for the main source of income for your household (living together).

- | | | |
|---|--|-------------|
| (1) Salary (including director's remuneration) | (2) Business income from self-employment, etc. | (3) Pension |
| (4) Real-estate income/Income from managed assets, etc. | (5) No income → To Q22 | |
| (6) Other () | | |

Q20 This question is for those who selected options (1) – (4) or (6) in Q19 above. How many of the people in your household (living together) have an income? Please select and circle one applicable answer from the following.

(1) Income from one person	(2) Income from two people (spouse, partner)	
(3) Income from two people (parent/child)	(4) Income from three or more people	(5) Other ()

Q21 Please select and circle one applicable answer for the annual income for your household (total income for all members of the household living together).

(1) Less than 3 million yen	(2) 3 million yen – Less than 6 million yen
(3) 6 million yen – Less than 10 million yen	(4) 10 million yen – Less than 30 million yen
(5) 30 million yen or more	

H. Last but not least

Q22 Please write freely about any difficulties that you may face in your life, etc. with regard to shopping.

This concludes the survey.

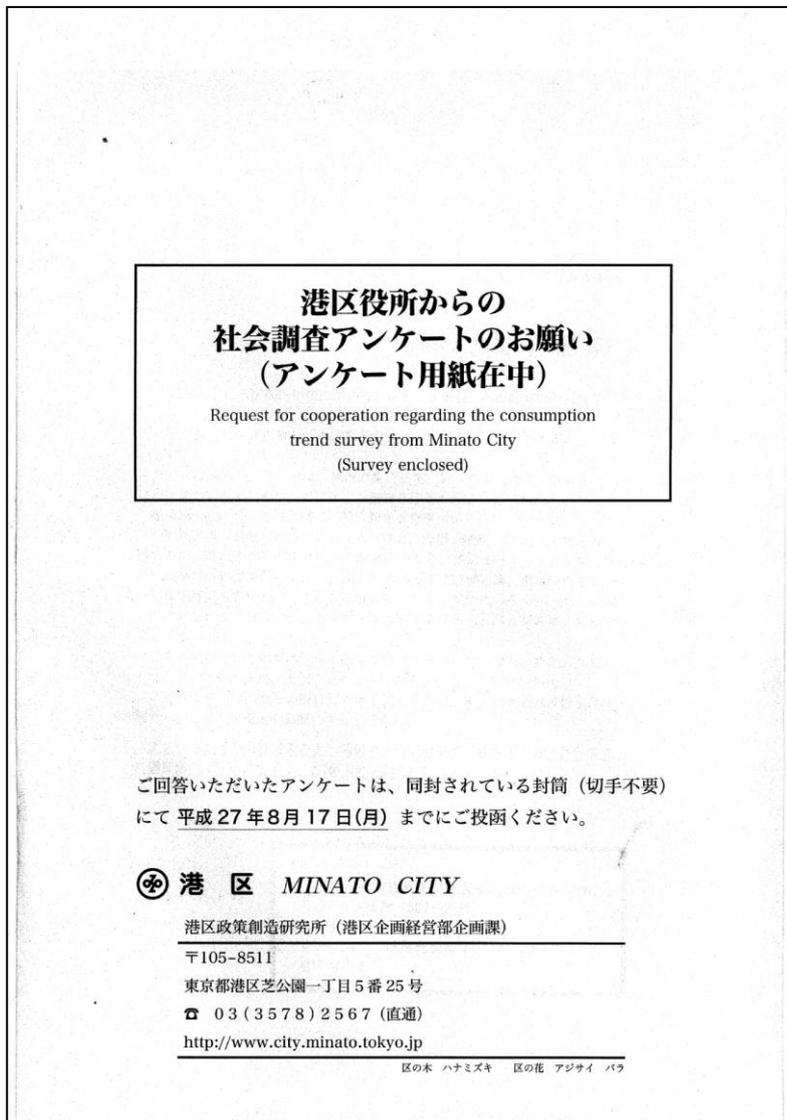
Please seal this response sheet in the enclosed envelope and submit it by post by 17 August (Monday). Thank you for your cooperation.

【Inquiries】

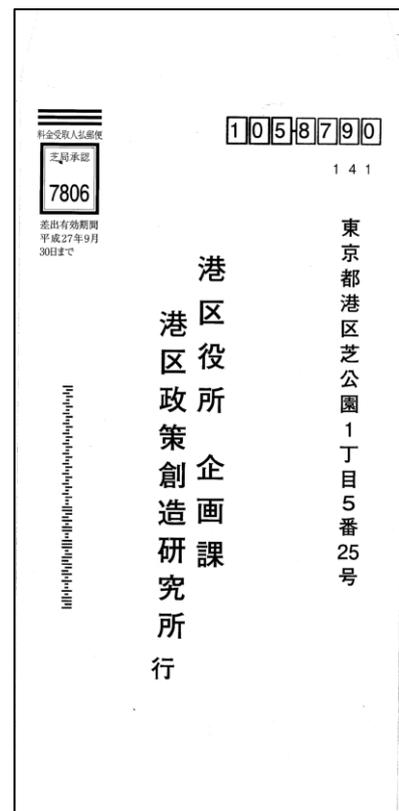
Minato Policy Creation Research Institute (Policy Research Subsection,
Planning Section, Planning and Management Department, Minato City)
Tel: 03-3578-2567

【Address】

4F Minato City Hall, 1-5-25 Shibakoen, Minato City 105-8511



(投函時) 角形2号



(返信時) 長形3号

平成27年8月10日

各 位

港区長 **武井雅昭**

「港区における区民の消費に関する調査」への御協力のお礼

日頃から、港区政に対し、御理解と御協力をいただき、誠にありがとうございます。

さて、7月下旬に、「港区における区民の消費に関するアンケート調査票」を送らせていただきました。

御回答いただきました方には、大変お忙しい中、御協力をいただき、ありがとうございました。

調査結果は、平成28年3月までにまとめて港区ホームページ等で公表する予定です。

皆様の貴重な御意見は、今後の港区の産業振興施策、地域振興施策、福祉施策等にできる限り生かして参ります。

結びに、皆様の益々の御健勝、御活躍を心からお祈り申し上げます。

※アンケート調査票を、まだ、お手元にお持ちの方がおいでになりましたら、恐縮ですが、御回答・御返送に御協力をいただきたくお願い申し上げます。

【問合せ先】

港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）

電話：03-3578-2567

【所在地】

〒105-8511 港区芝公園 1-5-25

港区役所 4階

10 August 2015

To Whom It May Concern

Masaaki Takei, Mayor of Minato City

武井雅昭

Expression of Appreciation for Your Cooperation on the
Survey on Residents' Consumption in Minato City

Thank you for your constant understanding and cooperation toward the Minato City administration.

A questionnaire on the Survey on Residents' Consumption in Minato City was sent out at the end of July.

I would like to extend my sincere gratitude to all who have taken time out from your busy schedules to complete the questionnaire.

The results of the survey will be released on the official Minato City website and other places by March 2016.

Your valuable opinions will be applied, as far as possible, to Minato City's policy measures related to industry revitalization, community promotion, and welfare in the future.

Last but not least, I would like to wish everyone continued good health and success.

*If you have not yet submitted the questionnaire, kindly complete and return it as soon as possible. Your cooperation is much appreciated.

【Inquiries】

Minato Policy Creation Research Institute (Policy Research Subsection, Planning Section, Planning and Management Department, Minato City)

Tel: 03-3578-2567

【Address】

4F Minato City Hall, 1-5-25 Shibakoen, Minato City
105-8511

港区政策創造研究所の概要

1 設置目的

港区政策創造研究所は、各部門の個別情報の収集・分析等を踏まえ、横断的に課題を捉え、総合的な政策研究を行い、各支援部・総合支所を支援することを目的とします。

2 設置日等

(1) 設置日

平成23年2月1日

(2) 設置場所

港区役所（本庁舎）4階

(3) 所長

植田浩史（慶應義塾大学経済学部教授）（平成27年4月1日着任）

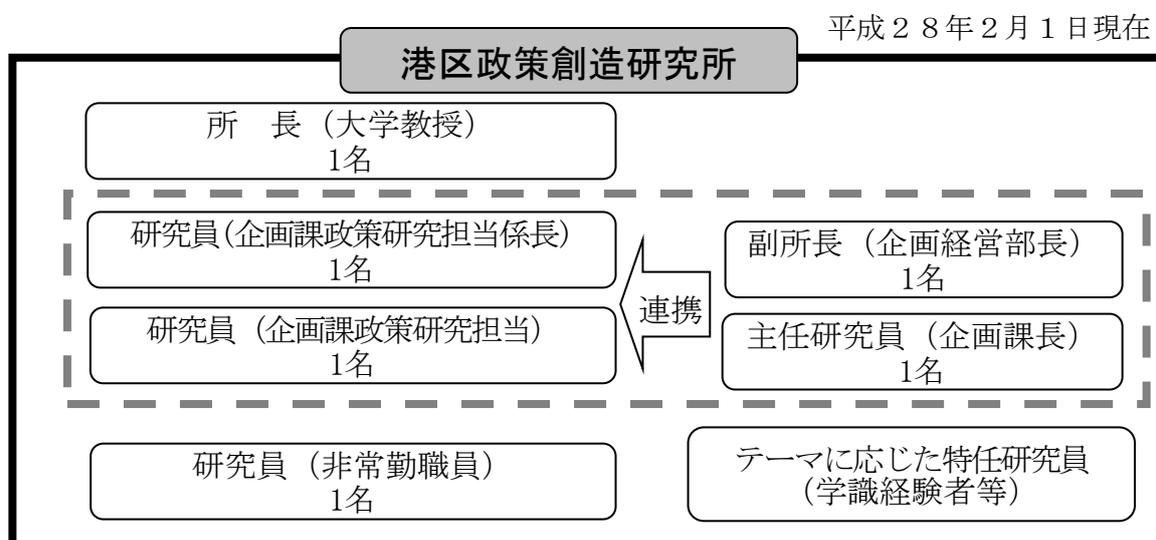
3 機能

研究所は、次の4つの機能を備えます。

機能	狙い
情報活用機能	区内で何が起きているのかを的確に把握
分析・予測機能	それが区民の生活に与える影響を予測
政策研究・形成機能	顕在化する課題を先取りし、迅速に対応
人材育成機能	流動的な時代に対応できる人材育成への貢献

4 体制

所長1名、副所長1名、研究員4名の合計6名で構成し、活動を行っています。



港区における区民の消費に関する調査 関係者名簿・報告書執筆分担

【港区政策創造研究所】

- 植田浩史 港区政策創造研究所所長（慶應義塾大学経済学部教授）
[調査統括、はじめに、I 1、V 4・5、VI]
- 杉本 隆 港区政策創造研究所副所長（港区企画経営部長）
- 大澤鉄也 港区政策創造研究所主任研究員（港区企画経営部企画課長）
- 江村信行 港区政策創造研究所研究員（港区企画経営部企画課政策研究担当係長）
[I 2、II 1(1)-(8)、II 2、III、V 7]
- 新藤直樹 港区政策創造研究所研究員（港区企画経営部企画課政策研究担当）
[IV、V 6、資料 1]
- 植田展大 港区政策創造研究所研究員
[V 1-3]
- 長谷川博康 港区政策創造研究所特任研究員（株式会社スタテックス代表取締役社長）
[資料 1]

【港区産業・地域振興支援部】

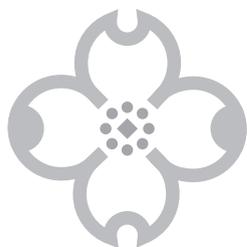
- 安田雅俊 港区産業・地域振興支援部長
- 有賀謙二 港区産業・地域振興支援部産業振興課長
- 田岡一則 港区産業・地域振興支援部産業振興課産業振興係長
- 関 一秀 港区産業・地域振興支援部産業振興課産業振興係
[II 1(9)]

港区「区の木・区の花」

区の木 ハナミズキ

区の花 アジサイ

区の花 バラ



刊行物発行番号 27166-5811

港区における区民の消費に関する調査報告書

平成28年（2016年）3月発行

発行 港区政策創造研究所（港区企画経営部企画課）

〒105-8511 東京都港区芝公園1-5-25

電話 03-3578-2111（代表）