

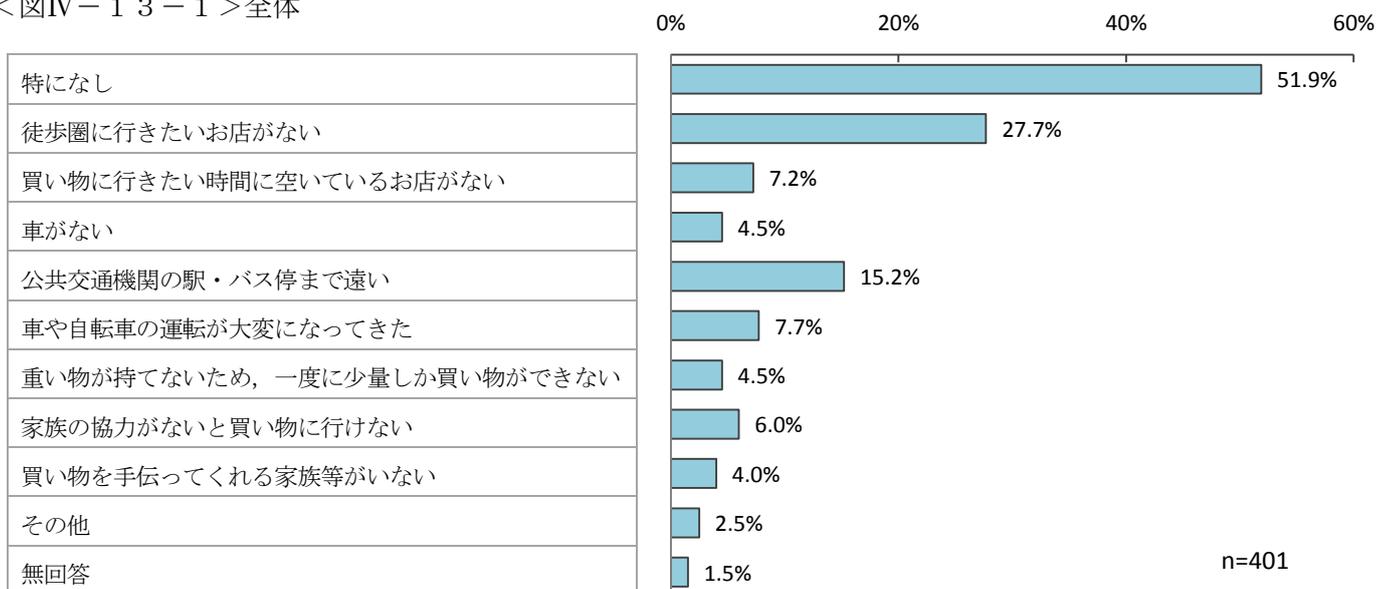
1 3. 食料品・生活用品の買い物について

(1) 食料品・生活用品の買い物の際に困っていること

◇「特になし」が5割強

問40	あなたが、食料品・生活用品の買い物の際に困っていることは何ですか。	(○は3つまで)	n=401
1	特になし		51.9%
2	徒歩圏に行きたいお店がない		27.7%
3	買い物に行きたい時間に空いているお店がない		7.2%
4	車がない		4.5%
5	公共交通機関の駅・バス停まで遠い		15.2%
6	車や自転車の運転が大変になってきた		7.7%
7	重い物が持てないため、一度に少量しか買い物ができない		4.5%
8	家族の協力がないと買い物に行けない		6.0%
9	買い物を手伝ってくれる家族等がない		4.0%
10	その他		2.5%
	(無回答)		1.5%

<図IV-13-1>全体



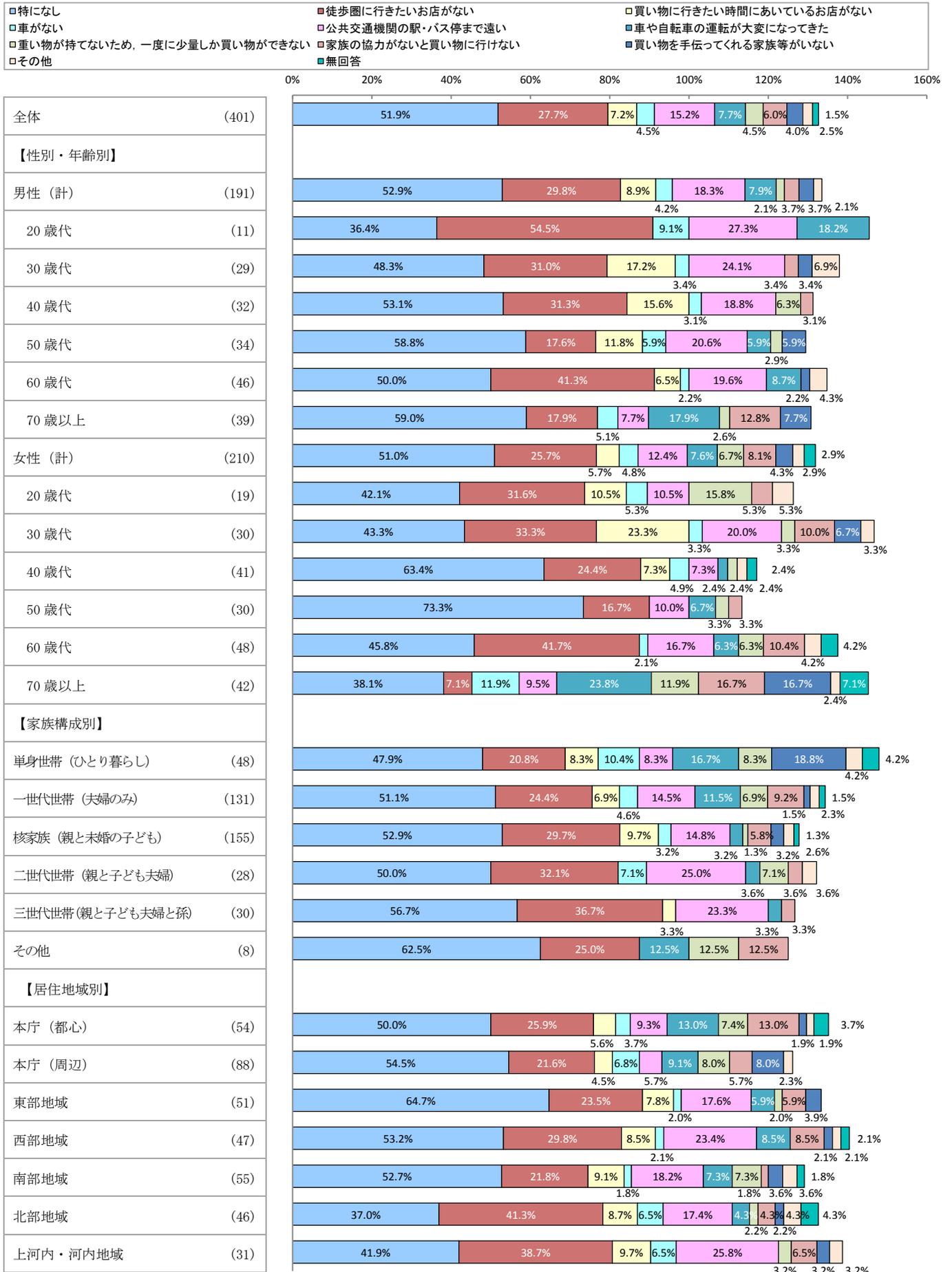
食料品・生活用品の買い物の際に困っていることについては、「特になし」が51.9%で最も高かった。一方、「徒歩圏に行きたいお店がない」が27.7%、「公共交通機関の駅・バス停まで遠い」が15.2%であった。(図IV-13-1)

性別・年齢別でみると、「特になし」は<女性/50歳代>が73.3%で最も高かった。一方、「徒歩圏に行きたいお店がない」は<男性/20歳代>が54.5%で最も高く、「公共交通機関の駅・バス停まで遠い」は<男性/20歳代>が27.3%で最も高かった。(図IV-13-2)

家族構成別でみると、<その他>を除いて、「特になし」は<三世帯世帯(親と子ども夫婦と孫)>が56.7%で最も高かった。一方、「徒歩圏に行きたいお店がない」も<三世帯世帯(親と子ども夫婦と孫)>が36.7%で最も高かった。(図IV-13-2)

居住地域別でみると、「特になし」は<東部地域>が64.7%で最も高かった。一方、「徒歩圏に行きたいお店がない」は<北部地域>が41.3%で最も高かった。(図IV-13-2)

<図Ⅳ－１３－２>性別・年齢別/家族構成別/居住地域別

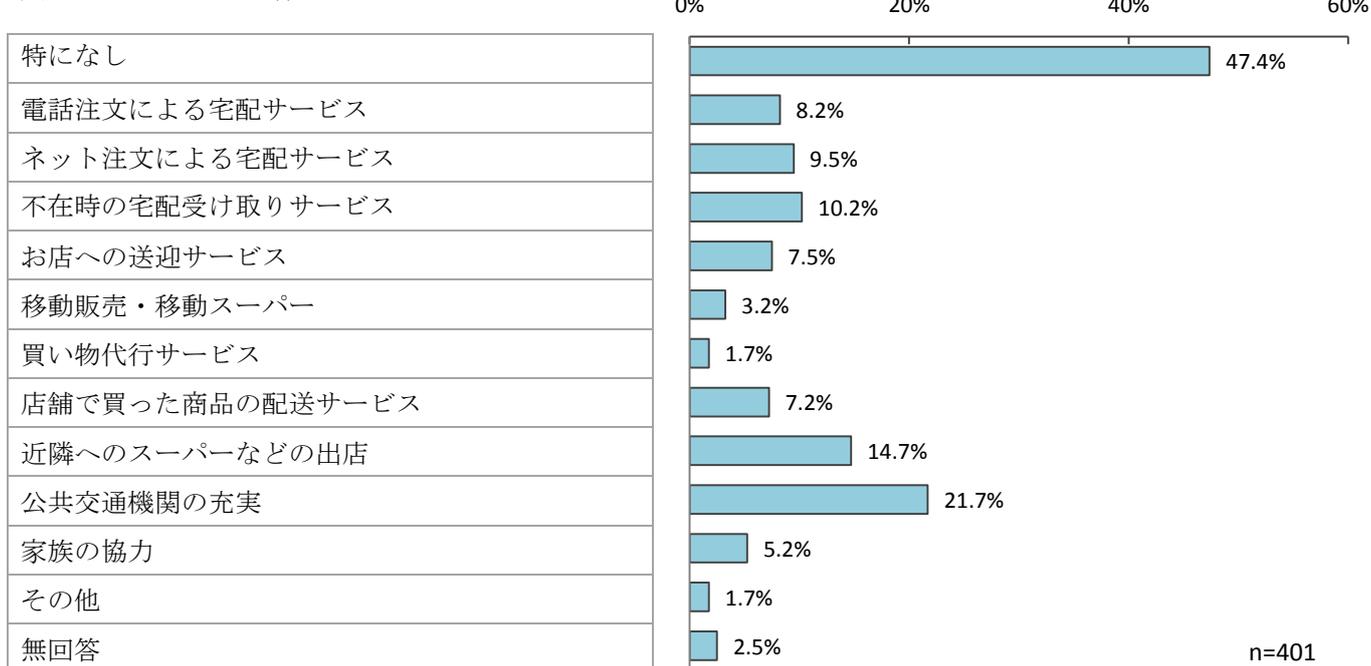


(2) 買い物環境を改善するために必要なこと

◇ 「特になし」が5割弱

問4 1	あなたの買い物環境を改善するためには何が必要ですか。	(○は3つまで) n=401
1	特になし	47.4%
2	電話注文による宅配サービス	8.2%
3	ネット注文による宅配サービス	9.5%
4	不在時の宅配受け取りサービス	10.2%
5	お店への送迎サービス	7.5%
6	移動販売・移動スーパー	3.2%
7	買い物代行サービス	1.7%
8	店舗で買った商品の配送サービス	7.2%
9	近隣へのスーパーなどの出店	14.7%
10	公共交通機関の充実	21.7%
11	家族の協力	5.2%
12	その他	1.7%
	(無回答)	2.5%

<図IV-13-3>全体

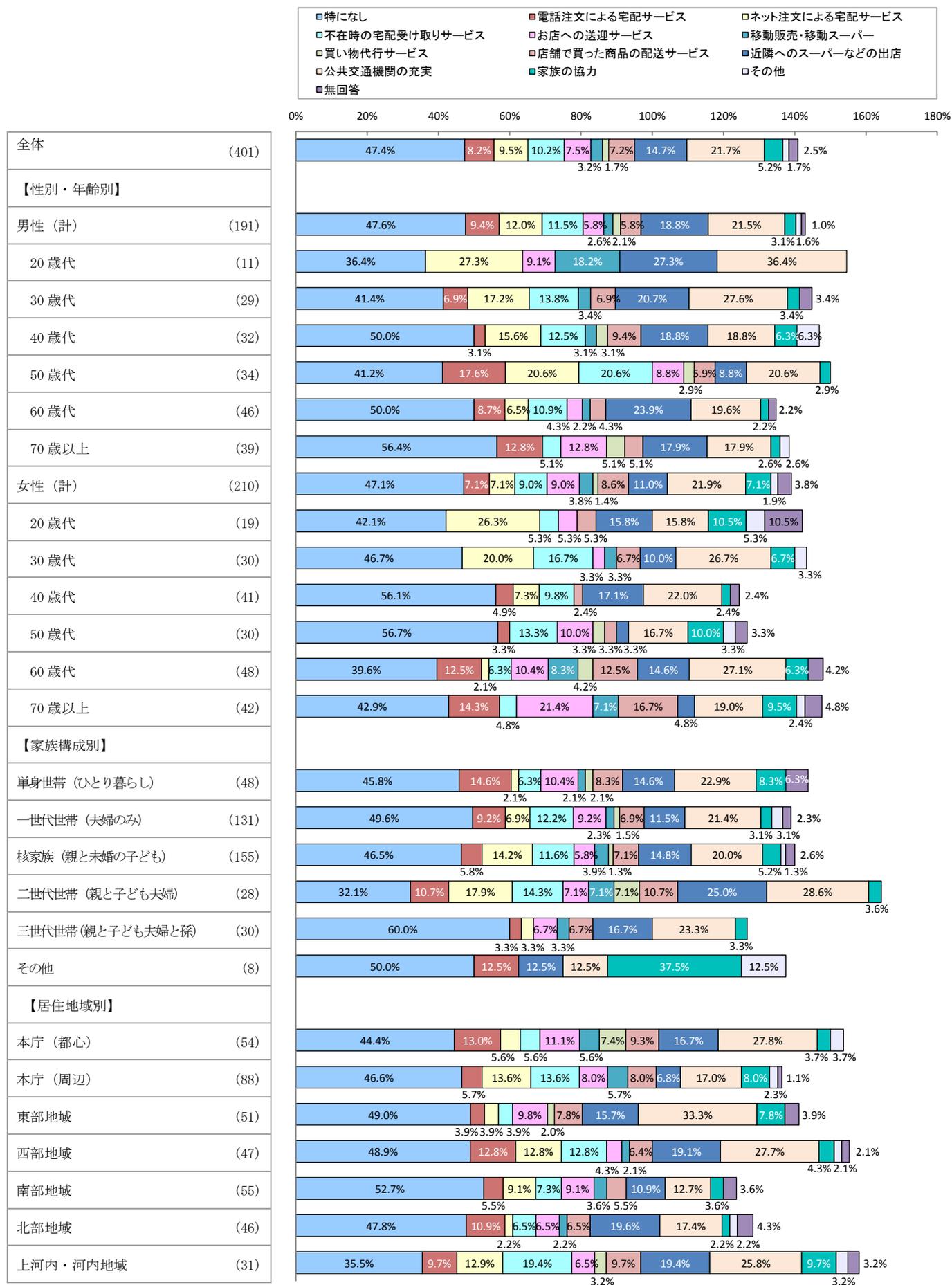


買い物環境を改善するために必要なことについては、「特になし」が47.4%で最も高かった。一方、「公共交通機関の充実」が21.7%、「近隣へのスーパーなどの出店」が14.7%であった。(図IV-13-3)

性別・年齢別でみると、「特になし」は<女性/50歳代>が56.7%で最も高かった。一方、「公共交通機関の充実」は<男性/20歳代>が36.4%で最も高かった。(図IV-13-4)

家族構成別、居住地域別でみると、いずれの家族構成、居住地域でも同様の傾向であった。(図IV-13-4)

<図Ⅳ－１３－４>性別・年齢別/家族構成別/居住地域別

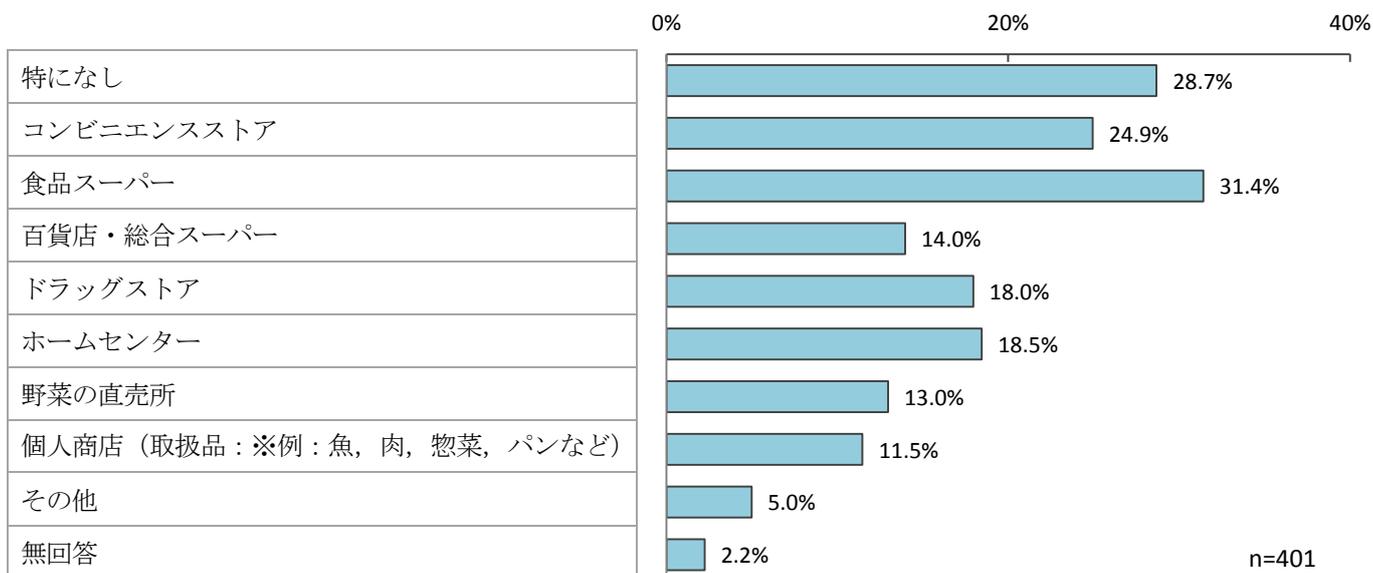


(3) 家の近くにあったらよいと思うもの

◇ 「食品スーパー」が約3割

問42 家の近く（半径500メートル以内）にあったらよいと思うものは何ですか。（○は3つまで）		n=401
1	特になし	28.7%
2	コンビニエンスストア	24.9%
3	食品スーパー	31.4%
4	百貨店・総合スーパー	14.0%
5	ドラッグストア	18.0%
6	ホームセンター	18.5%
7	野菜の直売所	13.0%
8	個人商店（取扱品：※例：魚，肉，惣菜，パンなど）	11.5%
9	その他	5.0%
	（無回答）	2.2%

<図IV-13-5>全体



家の近くにあったらよいと思うものについては、「食品スーパー」が31.4%で最も高く、次いで「特になし」が28.7%、「コンビニエンスストア」が24.9%であった。（図IV-13-5）

性別・年齢別でみると、「食品スーパー」は<男性/40歳代>が46.9%で最も高く、次いで<女性/30歳代>が46.7%であった。「コンビニエンスストア」は<女性/30歳代>が40.0%で最も高かった。一方、「特になし」は<男性/70歳以上>が41.0%で最も高かった。（図IV-13-6）

家族構成別でみると、「食品スーパー」は<単身世帯（ひとり暮らし）>が35.4%、「コンビニエンスストア」は<核家族（親と未婚の子ども）>が29.7%でそれぞれ最も高かった。一方、「特になし」は<核家族（親と未婚の子ども）>が30.3%で最も高かった。（図IV-13-6）

<図IV-13-6>性別・年齢別/家族構成別/居住地域別

