

(14) 商店街・百貨店・大型ショッピングセンターなどでの買い物選択動向

① 購入商品の決定

甲府市内の住民が商店街や百貨店、大型ショッピングセンター（SC）別に購入する商品を決めているかどうかについては、「決めている」が43.6%と最も多く、以下「別に気にしたことはない」（38.6%）、「決めていない」（15.1%）であった。

なお、前回の調査結果では「別に気にしたことはない」が回答率40.3%でトップであったが、今回は「決めている」にトップ回答が入れ替わった。

これを年代別でみると「決めている」は年齢層が上がるほど回答比率が高くなる傾向にあり、反対に「別に気にしたことはない」は若い層が多かった。

男女別では、女性は「決めている」が平均値より高く、男性は「別に気にしたことはない」が多い結果となっている。

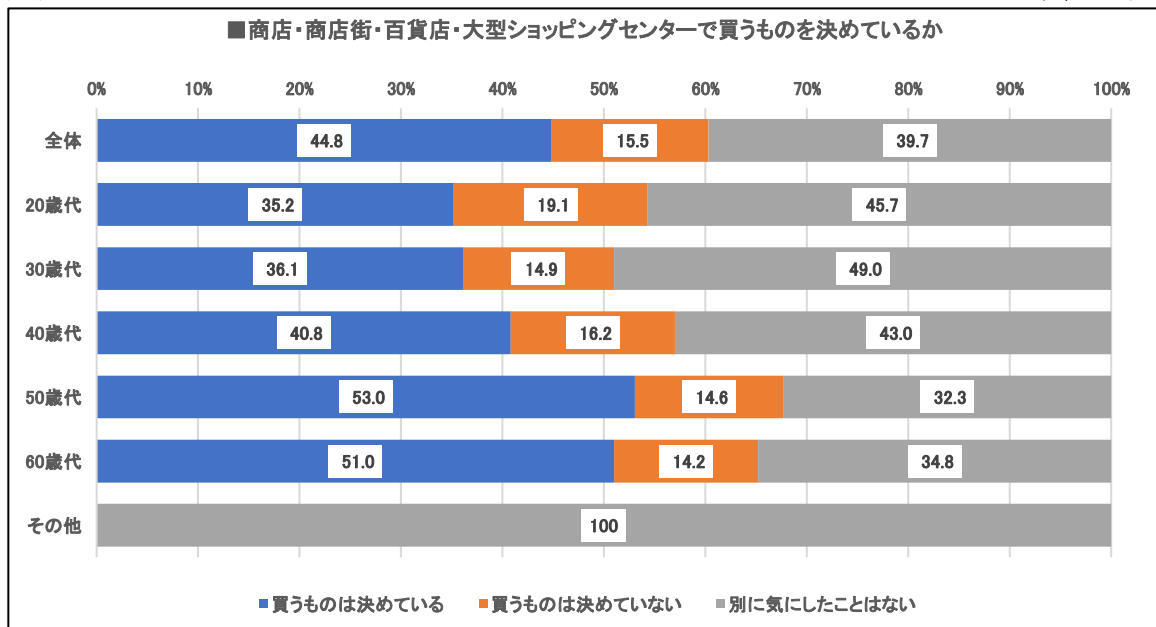
図表 2-3-49

単位：人、%

商店街・百貨店・大型SCなどで 買うものを決めているか	今回（R3年）調査		前回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
買うものは決めている	582	43.6	561	37.2
買うものは決めていない	201	15.1	275	18.2
別に気にしたことはない	515	38.6	608	40.3
無回答	36	2.7	66	4.4
合計	1,334	100.0	1,510	100.0

図表 2-3-50

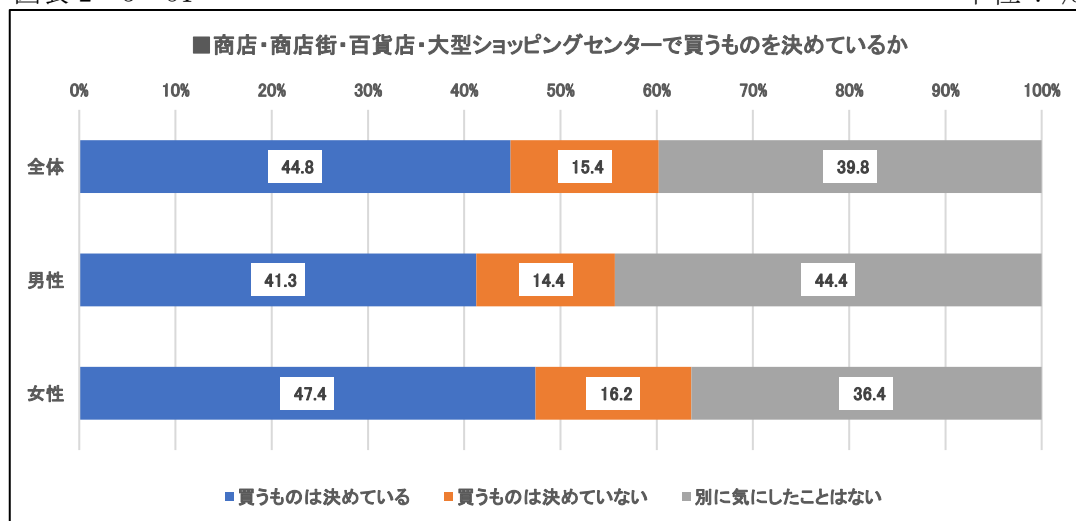
単位：%



注. 「その他」は不明回答である。また無回答分は除いている

図表 2-3-51

単位：％



注．無回答分は除いている。

② 商店や商店街で買う商品（複数回答）

商店や商店街での購入する商品は、「食料品」が 71.0％を占めて最も多く、以下「日用雑貨類」（21.7％）、「酒類」（15.0％）、「台所用品」（11.5％）などの最寄品中心となっている。

なお、前回調査と比較すると「食料品」（5.8 ポイント増）、「贈答品」（1.4 ポイント増）など一部は増加しているが、「日用雑貨類」（7.4 ポイント減）、「文具」（6.5 ポイント減）、「台所用品」（5.3 ポイント減）、「衣料品」（3.3 ポイント減）等多くの商品は減少している。

図表 2-3-52

単位：人、％

商店や商店街で買う商品 （複数回答）	今回（R3年）調査		今回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
食料品	947	71.0	985	65.2
文具	102	7.6	213	14.1
衣料品	109	8.2	173	11.5
インテリア用品	39	2.9	45	3.0
電化製品	49	3.7	54	3.6
台所用品	153	11.5	253	16.8
家具、寝具	23	1.7	27	1.8
日用雑貨類	289	21.7	439	29.1
酒類	200	15.0	314	20.8
贈答品	78	5.8	67	4.4
その他	91	6.8	55	3.6
無回答	112	8.4	259	17.2
合計	1,334	100.0	1,510	100.0

③ 百貨店や大型ショッピングセンターで買う商品（複数回答）

百貨店や大型ショッピングセンターなどでの買い物商品は、「衣料品」が 57.6％と回答者全体の半数以上を占めて最も多く、以下「食料品」が 44.2％で半数弱、その他「日用雑貨類」（32.2％）、「贈答品」（29.6％）、「インテリア用品」（22.0％）、「電化製品」（17.2％）、「文具」（15.1％）などの順であった。

前回調査との比較で増加した商品は、「日用雑貨類」（4.6 ポイント増）、

「文具」(2.3ポイント増)など一部で、「衣料品」(10.0ポイント減)をはじめ、「贈答品」(7.6ポイント減)、「家具、寝具」(5.4ポイント減)、「インテリア用品」(3.6ポイント減)、「電化製品」(1.9ポイント減)など多くの商品は減少傾向をみせている。

年代別では、比較的若年層において「インテリア」・「文具」・「衣料品」・「日用雑貨」などを百貨店や大型ショッピングセンターで買う比率が高く、「電化製品」などは高齢者になるほど購入比率が高くなる傾向がみられる。

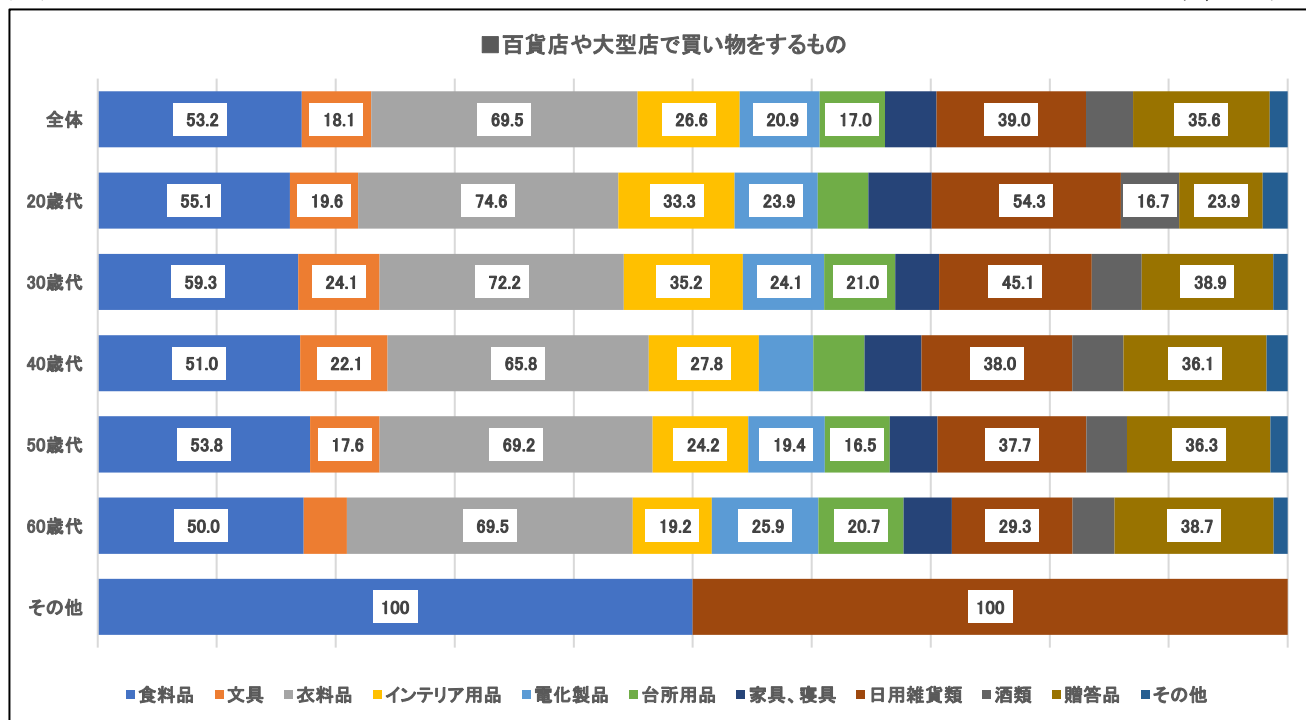
図表 2-3-53

単位：人、%

百貨店や大型ショッピングセンターで買う商品（複数回答）	今回（R3年）調査		前回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
食料品	589	44.2	675	44.7
文具	201	15.1	193	12.8
衣料品	769	57.6	1,021	67.6
インテリア用品	294	22.0	386	25.6
電化製品	230	17.2	289	19.1
台所用品	190	14.2	202	13.4
家具、寝具	148	11.1	249	16.5
日用雑貨類	430	32.2	417	27.6
酒類	136	10.2	156	10.3
贈答品	395	29.6	562	37.2
その他	52	3.9	40	2.6
無回答	228	17.1	123	8.1
合計	1,334	100.0	1,510	100.0

図表 2-3-54

単位：%



注. 「その他」は不明回答である。また無回答分は除いている

(15) 消費に対する志向（好み、傾向）（複数回答）

商品を購入する際の好みや傾向については、「値段と品質・性能とのバランスを重視」（55.2%）が半数以上の回答率を占め、次の「必要性を重視」も 43.3%と高い回答となっており、品質や価格のほか必要性もかなり重視していることが判明した。

このほかでは、「多機能（幅広く使える）を重視」（19.3%）や「価格を重視（安価）」（16.1%）、「長持ち志向」（10.6%）などが上位となっている。

これを前回調査の結果と比較すると、「多機能を重視」（3.5ポイント増）、「値段と品質・性能とのバランス重視」（2.0ポイント増）、「直感を重視」（1.5ポイント増）などが増加項目で、反対に「価格を重視」（3.8ポイント減）、「こだわり志向」（1.1ポイント減）等は減少している。

年代別では、20歳代、30歳代などの若い年代層では「多機能（幅広く使える）を重視」や「高級志向（ブランド志向）」などにおいて回答比率が全体の平均より高く、高年齢層になるほど「情報、時間の消費を重視」等の回答比率が高くなる傾向がみられた。

このほか男女別の特徴としては、男性は「こだわり志向」、「長持ち志向」、「個性、独自性を重視」などにおいて全体平均を上回り、女性は「値段と品質・性能とのバランスを重視」、「必要性を重視」、「多機能（幅広く使える）を重視」等が平均値より高くなっている。

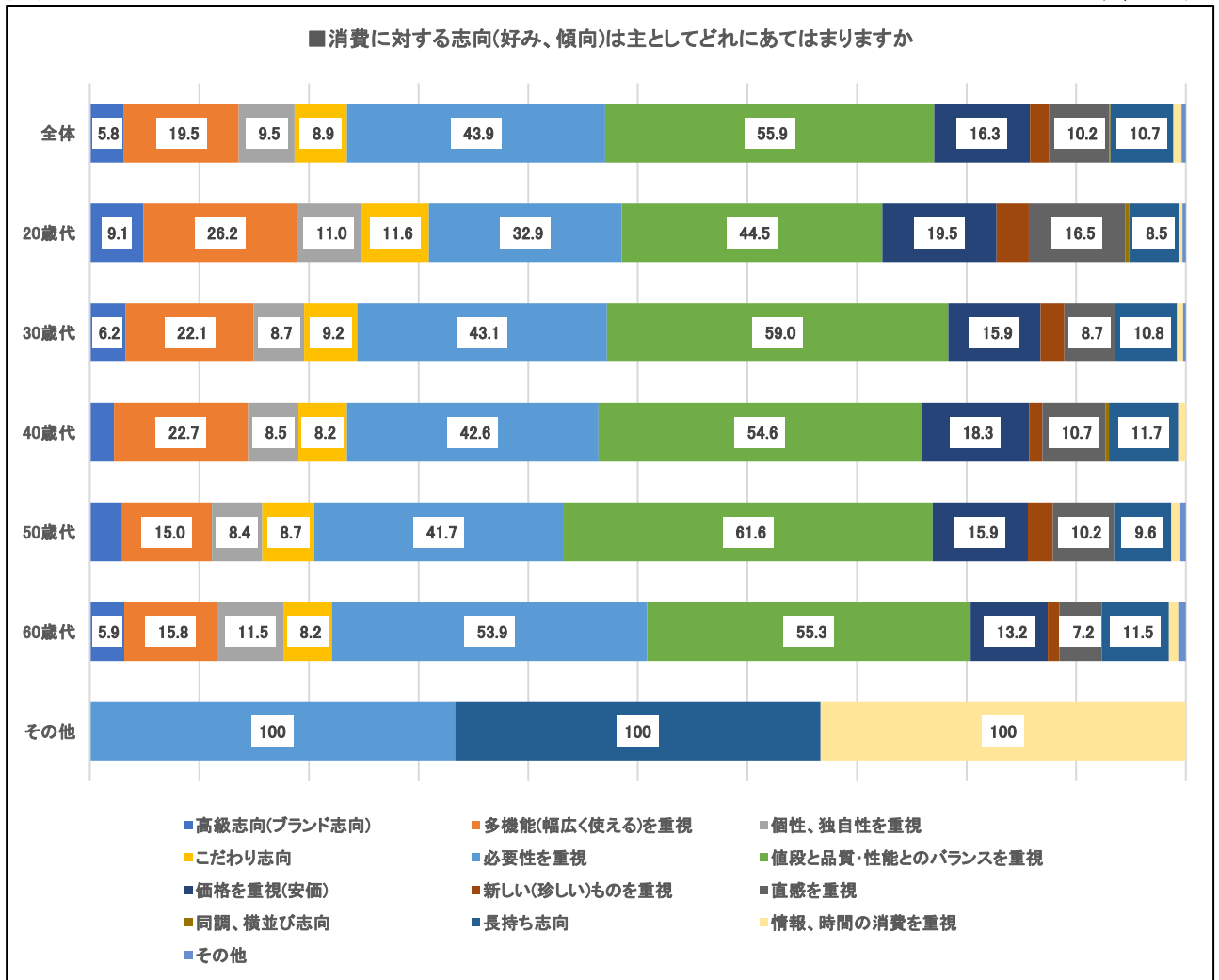
図表 2-3-55

単位：人、%

消費に対する志向（好み、傾向） （複数回答）	今回（R3年）調査		前回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
高級志向（ブランド志向）	76	5.7	62	4.1
多機能（幅広く使える）を重視	258	19.3	238	15.8
個性、独自性を重視	126	9.4	147	9.7
こだわり志向	117	8.8	150	9.9
必要性を重視	578	43.3	643	42.6
値段と品質・性能とのバランスを重視	737	55.2	803	53.2
価格を重視（安価）	215	16.1	301	19.9
新しい（珍しい）ものを重視	44	3.3	54	3.6
直感を重視	134	10.0	129	8.5
同調、横並び志向	3	0.2	6	0.4
長持ち志向	141	10.6	171	11.3
情報、時間の消費を重視	18	1.3	11	0.7
その他	9	0.7	8	0.5
無回答	16	1.2	26	1.7
合 計	1,334	100.0	1,510	100.0

図表 2-3-56

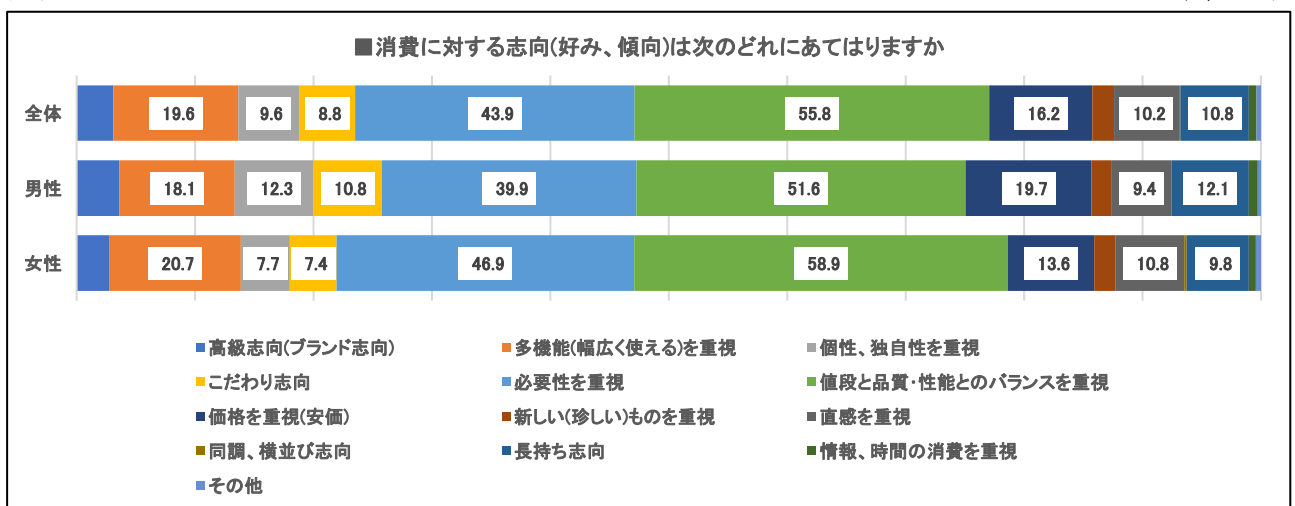
単位：%



注. 「その他」は不明回答である。また無回答分は除いている

図表 2-3-57

単位：%



注. 無回答分は除いている

(16) 食料品など最寄り品の買い物の交通手段

食料品など最寄り品の買い物手段としては、山梨県の車社会を背景として「自家用車」を利用する回答者が90.2%と圧倒的となっており、他の交通手段とは比較できない状況であった。

これは、前回調査も同様で「自家用車」が86.3%と極めて高い回答率となっている。

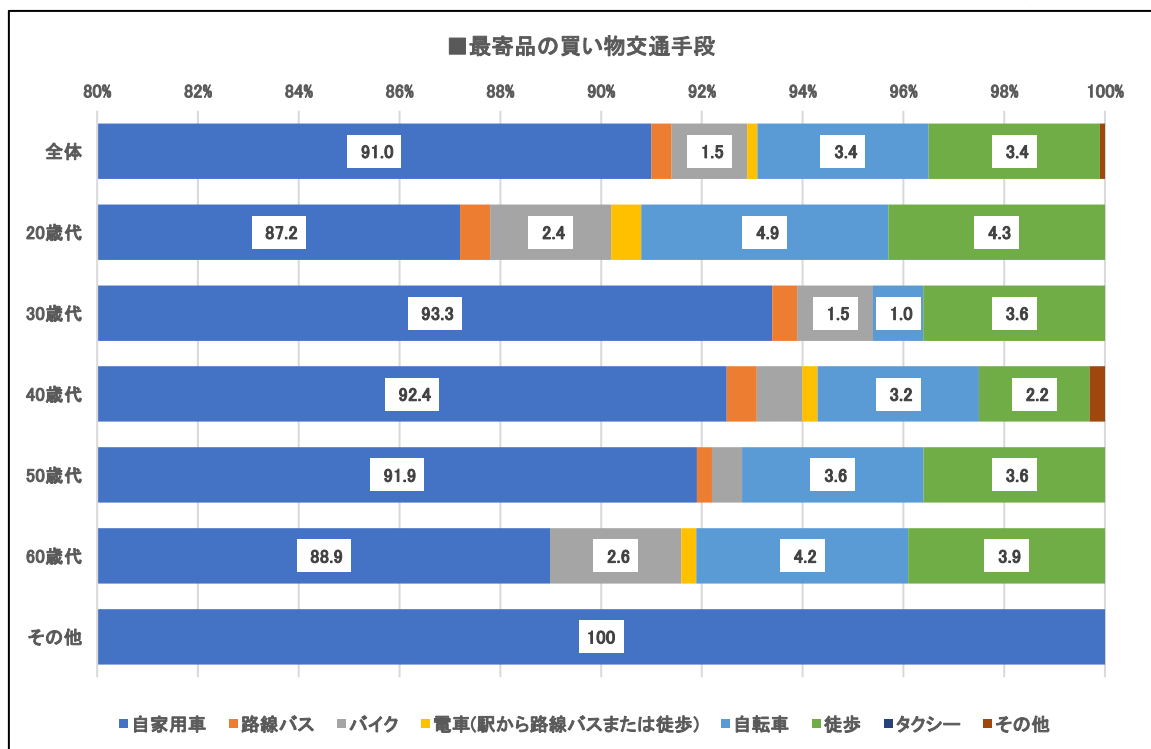
図表 2-3-58

単位：人、%

買い物交通手段（最寄り品）	今回（R3年）調査		前回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
自家用車	1,203	90.2	1,303	86.3
路線バス	5	0.4	7	0.5
バイク	20	1.5	30	2.0
電車（駅から路線バス又は徒歩）	3	0.2	5	0.3
自転車	45	3.4	90	6.0
徒歩	45	3.4	51	3.4
タクシー	0	0.0	1	0.1
その他	1	0.1	6	0.4
無回答	12	0.9	17	1.1
合計	1,334	100.0	1,510	100.0

図表 2-3-59

単位：%



注：「その他」は不明回答である。また無回答分は除いている

4. 今後の不安について（複数回答）

先行きについての不安は、「老後の生活」が52.8%と半数以上で最も高い回答率であった。以下「年金、介護問題」（39.7%）と今回新たに回答項目とした「感染症の影響」（31.3%）が30%以上で、そのほか「自然環境の破壊、汚染」（20.3%）、「医療（医療機関の対応）」（19.4%）、「景気の先行き」（15.5%）、「税金（消費税等）」（15.1%）、「社会、経済の急激な変化」（14.5%）などの順であった。（その他の回答には、「コロナ、ワクチン」、「災害」、「政治」等の意見があった）

これを、今回初めての回答項目を除く前回調査結果と比較すると、「自然環境の破壊、汚染」（4.8ポイント増）、「生活廃棄物（生ごみ等）」（1.6ポイント増）など、一部環境保全に伴う項目が増加した。

一方、前回より減少した項目は、「年金、介護問題」（13.7ポイント減）、「安全、安心（交通、災害等）」（6.0ポイント減）、「老後の生活」（5.3ポイント減）、「税金（消費税等）」（5.1ポイント減）、「食品の安全性」（4.7ポイント減）など多くの回答項目で今回は減少している。

これを年代別で見ると、20～30歳代など若年層においては「日常必需品の価格」や「景気の先行」、「感染症の影響」などにおいて全体の平均値を上回り、高齢者になるほど「医療」、「老後の生活」、「年金、介護問題」等の回答比率が多く、30～40歳代は「教育問題」が高くなっている。

男女別においては、男性は「社会経済の急激な変化」、「原油高」などの項目で全体の平均値を上回り、女性は「老後の生活」や「自然環境」、「教育問題」、「食品の安全性」等において平均より高い数値となっている。

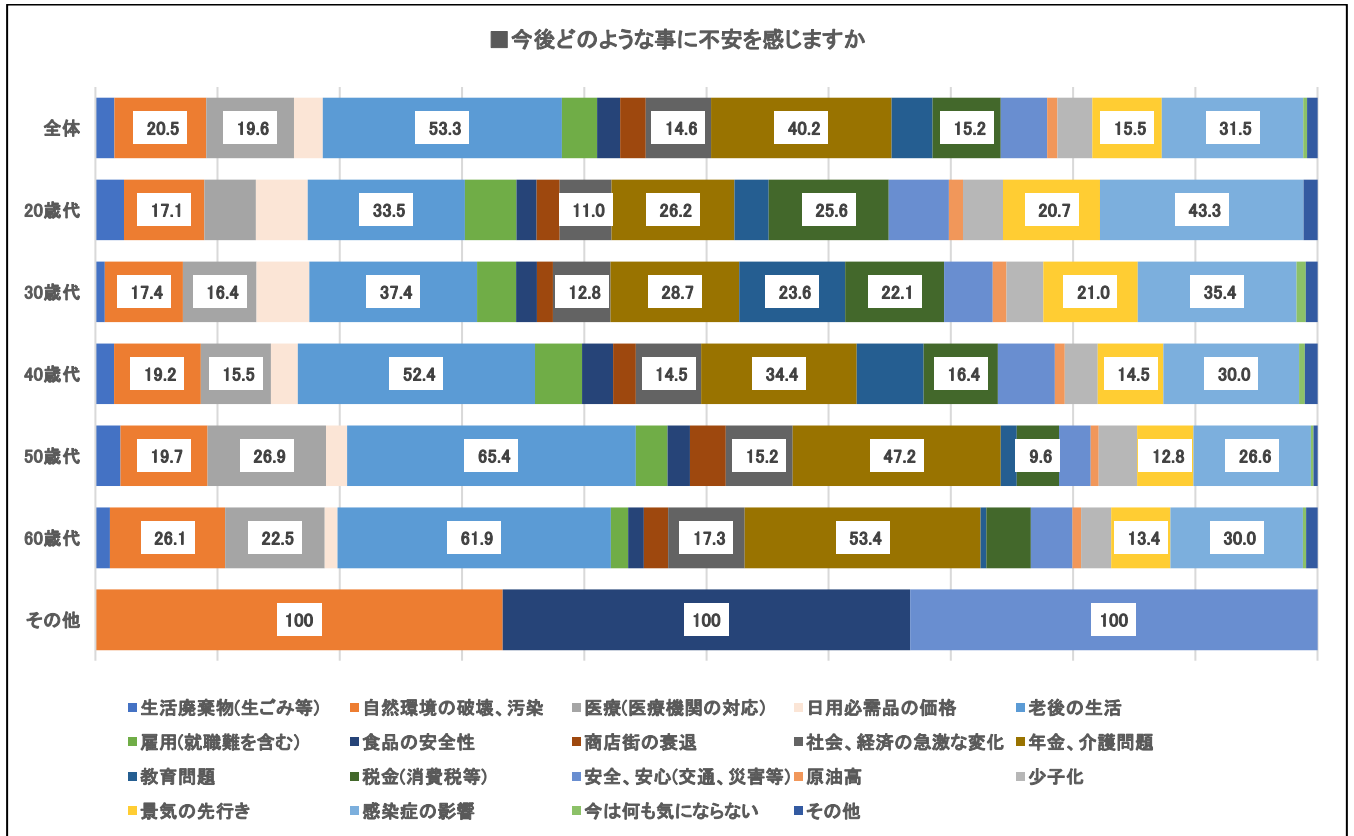
図表 2-4-1

単位：人、%

今後の心配事 （複数回答）	今回（R3年）調査		前回（H29年）調査	
	回答数	構成比	回答数	構成比
生活廃棄物（生ごみ等）	56	4.2	40	2.6
自然環境の破壊、汚染	271	20.3	234	15.5
医療（医療機関の対応）	259	19.4	303	20.1
日常必需品の価格	85	6.4	149	9.9
老後の生活	704	52.8	877	58.1
雇用（就職難を含む）	104	7.8	172	11.4
食品の安全性	67	5.0	146	9.7
商店街の衰退	76	5.7	92	6.1
社会、経済の急激な変化	193	14.5	223	14.8
年金、介護問題	530	39.7	807	53.4
教育問題	121	9.1	164	10.9
税金（消費税等）	202	15.1	305	20.2
安全、安心（交通、災害等）	138	10.3	246	16.3
原油高	30	2.2	37	2.5
少子化	103	7.7	160	10.6
景気の先行（R3年のみ）	207	15.5		
感染症の影響（R3年のみ）	417	31.3		
今は何も気にならない	12	0.9	21	1.4
その他	30	2.2	42	2.8
無回答	11	0.8	18	1.2
合計	1,334	100.0	1,510	100.0

図表 2-4-2

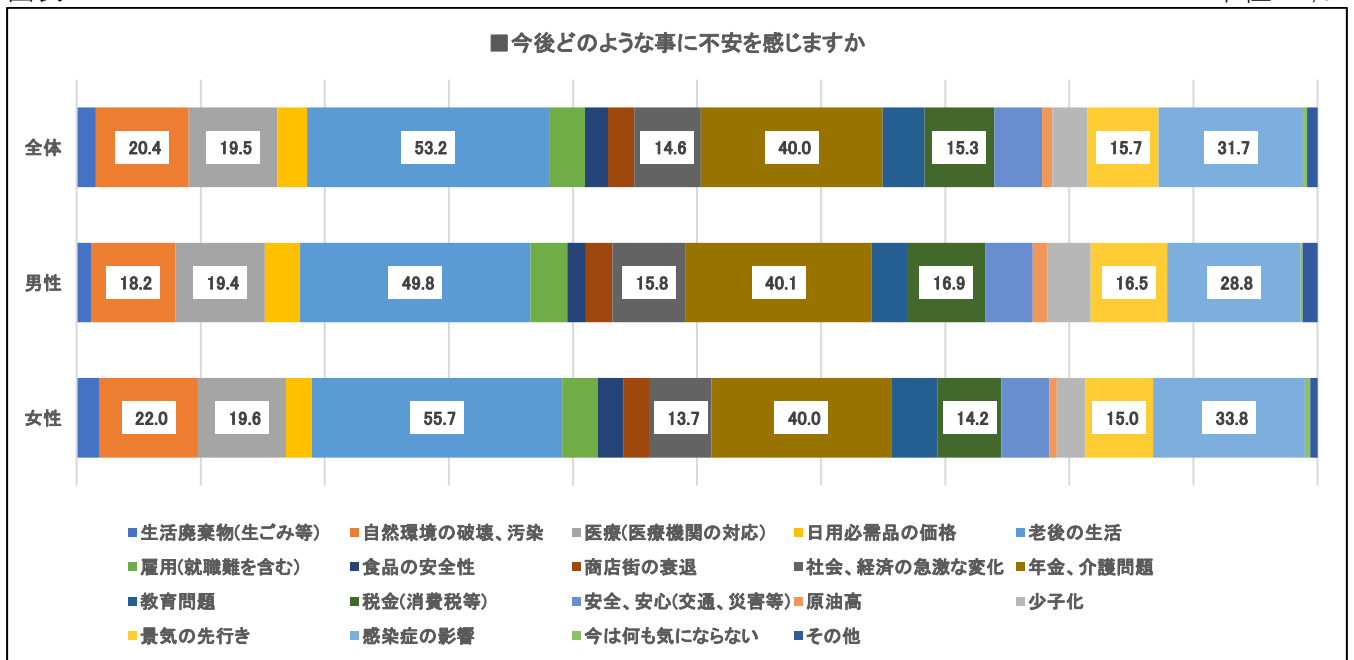
単位：%



注. 「その他」は不明回答である。また無回答分は除いている

図表 2-4-3

単位：%



注. 無回答分は除いている