

2. 買い物に関することについて

(1) 普段利用する商品別購買先

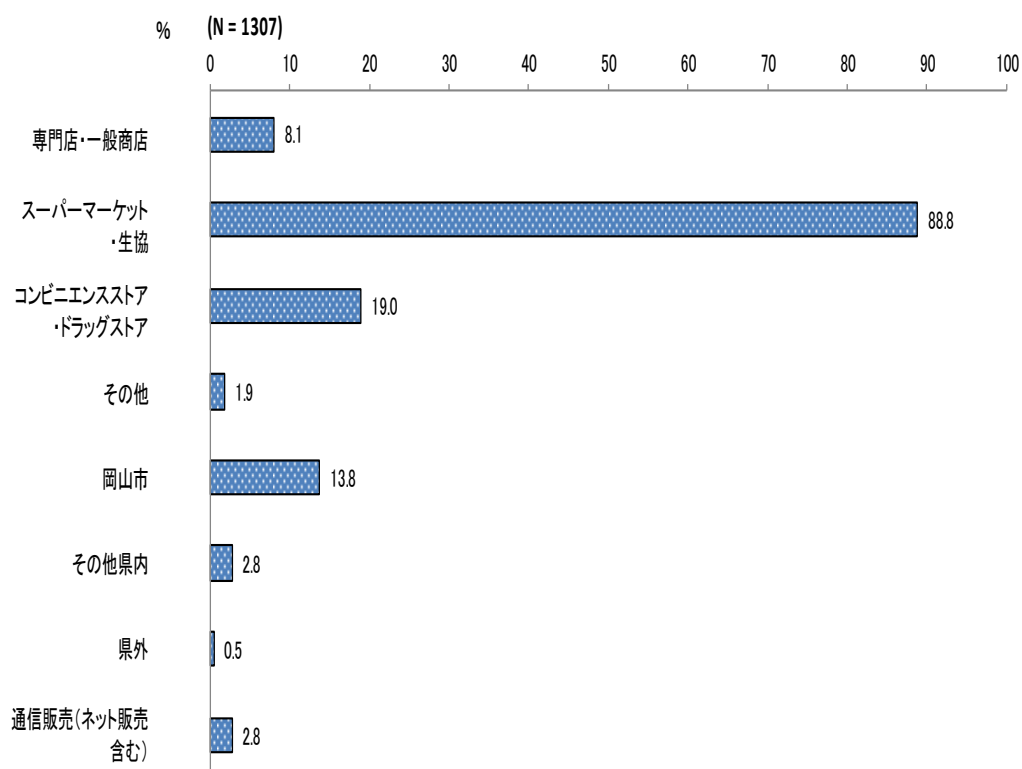
①食料品

全体では、「スーパーマーケット・生協」が 88.8%と最も高く、次いで「コンビニエンスストア・ドラッグストア」が 19.0%、「岡山市」が 13.8%となっている。

居住地区別では、市内の地区はいずれも「スーパーマーケット・生協」が最も高い。＜市外＞は「岡山市」が最も高い。

年代別では、＜10代＞を除くいずれの年代も「スーパーマーケット・生協」が最も高い。＜10代＞は「スーパーマーケット・生協」、「コンビニエンスストア・ドラッグストア」が同率で最も高くなっている。

性別では、男女ともに「スーパーマーケット・生協」が最も高い。



		商品・飲食は普段どこを利用しますか。/ 食料品								
		全 体	専門店・ 一般商店	スー パー マーケッ ト・生協	コンビニ エンスス トア・ド ラッグス トア	その他	岡山市	その他 県内	県外	通信販 売(ネッ ト販売含 む)
全 体		1307	8.1	88.8	19.0	1.9	13.8	2.8	0.5	2.8
居住地区	田井	151	7.9	94.7	17.9	3.3	10.6	0.7	0.0	2.6
	築港	63	7.9	96.8	22.2	1.6	3.2	0.0	0.0	3.2
	宇野	97	9.3	93.8	18.6	1.0	6.2	3.1	1.0	3.1
	玉・奥玉	121	9.9	95.0	12.4	2.5	7.4	3.3	0.8	2.5
	玉原	114	7.9	96.5	19.3	2.6	6.1	0.9	0.0	3.5
	和田	141	7.8	95.7	17.0	2.1	5.7	0.7	0.0	1.4
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	81	14.8	95.1	28.4	0.0	1.2	2.5	0.0	0.0
	渋川	12	0.0	91.7	8.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0
	荘内(東紅陽台・東高崎)	47	4.3	89.4	29.8	2.1	12.8	0.0	0.0	2.1
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	163	4.9	93.9	18.4	1.8	12.3	3.7	0.6	4.9
	八浜	27	11.1	85.2	33.3	0.0	40.7	0.0	0.0	0.0
	山田・後閑	55	5.5	90.9	10.9	3.6	20.0	0.0	0.0	1.8
	東尻	68	7.4	91.2	13.2	1.5	20.6	1.5	0.0	2.9
	市外	141	8.5	46.8	22.0	0.7	48.2	11.3	2.1	3.5
	無回答	26	11.5	80.8	19.2	3.8	3.8	3.8	0.0	3.8
年代	10代	32	9.4	65.6	65.6	0.0	28.1	3.1	0.0	3.1
	20代	83	7.2	63.9	42.2	0.0	27.7	7.2	1.2	3.6
	30代	82	12.2	84.1	31.7	0.0	22.0	2.4	0.0	6.1
	40代	129	10.1	76.0	24.8	2.3	25.6	7.0	1.6	6.2
	50代	133	7.5	91.7	27.8	0.8	21.8	2.3	0.8	6.0
	60代	331	4.8	94.6	13.9	2.4	10.3	2.1	0.3	1.2
	70代以上	449	9.4	94.7	8.2	2.7	6.2	1.1	0.2	0.9
	無回答	68	8.8	86.8	20.6	1.5	10.3	4.4	0.0	4.4
性別	男性	319	8.5	80.3	23.8	2.2	17.2	3.4	0.3	4.1
	女性	859	8.1	91.4	17.3	1.9	12.9	2.2	0.6	2.2
	無回答	129	7.0	92.2	17.8	1.6	11.6	4.7	0.0	3.1

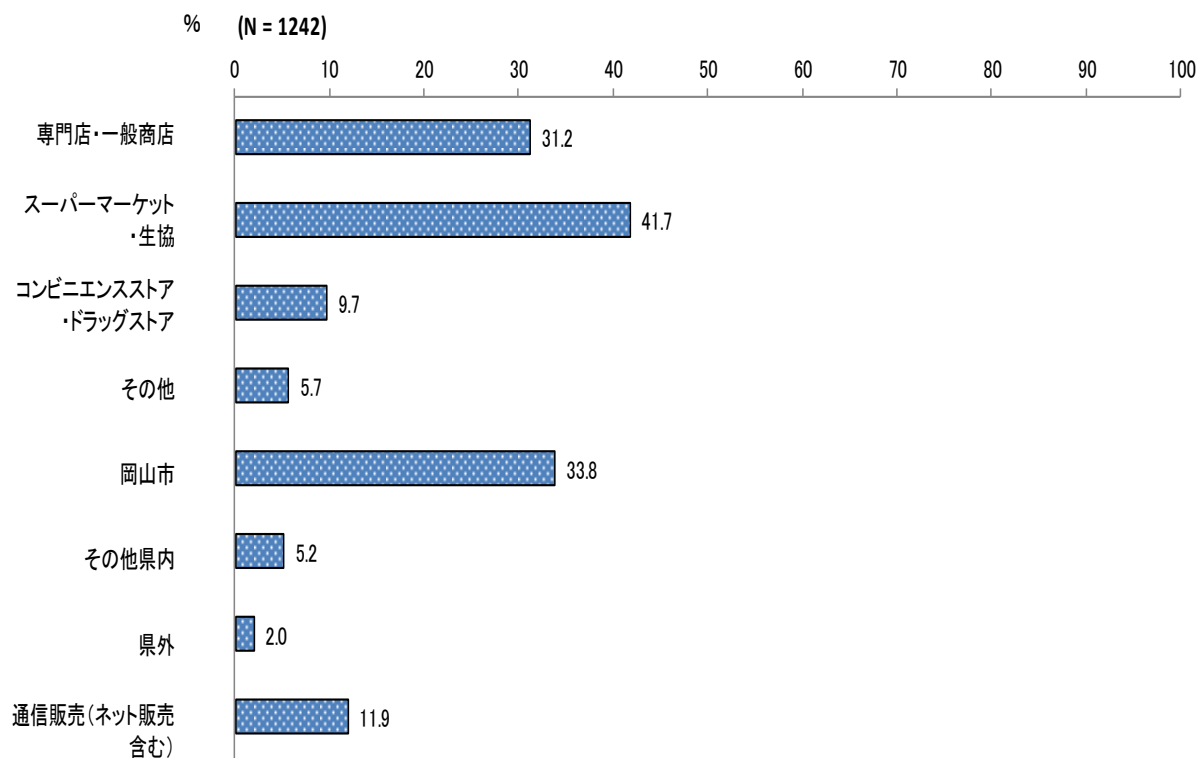
②衣料品・日用雑貨

全体では、「スーパーマーケット・生協」が41.7%と最も高く、次いで「岡山市」が33.8%、「専門店・一般商店」が31.2%となっている。

居住地区別では、市内の地区は〈渋川〉、〈荘内(東紅陽台・東高崎)〉、〈荘内(東紅陽台・東高崎以外)〉、〈山田・後閑〉、〈東児〉を除いた地域で「スーパーマーケット・生協」が最も高くなっている。〈渋川〉は「専門店・一般商店」が最も高く、〈荘内(東紅陽台・東高崎)〉、〈荘内(東紅陽台・東高崎以外)〉、〈東児〉は「岡山市」が最も高い。〈山田・後閑〉は「専門店・一般商店」、「岡山市」が同率で最も高い。〈市外〉は「岡山市」が最も高くなっている。

年代別では、〈60代〉、〈70代以上〉を除く年代で、「岡山市」が最も高い。〈60代〉〈70代以上〉は「スーパーマーケット・生協」が最も高い。

性別では、〈男性〉は「専門店・一般商店」が最も高く、〈女性〉は「スーパーマーケット・生協」が最も高くなっている。



		商品・飲食は普段どこを利用しますか。/ 衣料品・日用雑貨								
		全 体	専門店・ 一般商店	スー パー マーケッ ト・生協	コンビニ エンスス トア・ド ラッグス トア	その他	岡山市	その他 県内	県外	通信販 売(ネッ ト販売含 む)
全 体		1242	31.2	41.7	9.7	5.7	33.8	5.2	2.0	11.9
居住地区	田井	150	34.0	39.3	16.0	5.3	37.3	6.0	1.3	14.7
	築港	61	29.5	62.3	13.1	11.5	27.9	0.0	0.0	11.5
	宇野	95	34.7	50.5	14.7	3.2	28.4	5.3	3.2	15.8
	玉・奥玉	116	30.2	61.2	5.2	5.2	23.3	3.4	0.0	5.2
	玉原	109	32.1	53.2	9.2	5.5	20.2	4.6	0.9	10.1
	和田	134	29.9	43.3	8.2	8.2	27.6	3.0	4.5	11.9
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	74	36.5	43.2	6.8	8.1	25.7	2.7	1.4	14.9
	渋川	11	54.5	27.3	0.0	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0
	荘内(東紅陽台・東高崎)	40	27.5	40.0	10.0	2.5	47.5	0.0	0.0	12.5
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	151	30.5	34.4	11.9	7.9	37.7	8.6	2.6	13.2
	八浜	27	25.9	55.6	18.5	0.0	44.4	7.4	0.0	11.1
	山田・後閑	53	43.4	28.3	1.9	1.9	43.4	1.9	0.0	11.3
	東尻	65	36.9	30.8	4.6	3.1	38.5	0.0	0.0	4.6
	市外	135	19.3	15.6	5.9	4.4	54.8	14.1	4.4	16.3
無回答	21	23.8	57.1	14.3	4.8	9.5	4.8	9.5	4.8	
年代	10代	29	31.0	17.2	20.7	13.8	55.2	6.9	0.0	10.3
	20代	79	27.8	12.7	12.7	6.3	50.6	8.9	10.1	19.0
	30代	82	28.0	17.1	20.7	4.9	53.7	12.2	1.2	25.6
	40代	125	26.4	23.2	18.4	4.0	52.8	13.6	4.0	24.8
	50代	130	24.6	34.6	13.1	9.2	54.6	7.7	1.5	22.3
	60代	318	36.2	45.9	8.2	5.7	33.0	2.8	0.3	9.4
	70代以上	421	31.4	58.2	2.6	5.2	15.2	1.7	1.4	3.1
	無回答	58	36.2	41.4	17.2	1.7	24.1	5.2	3.4	10.3
性別	男性	294	36.7	30.3	9.2	5.8	33.7	6.1	3.4	9.2
	女性	834	29.4	45.2	9.4	5.8	34.3	4.9	1.4	12.6
	無回答	114	29.8	45.6	13.2	5.3	30.7	5.3	2.6	14.0

③家具・家電・趣味品

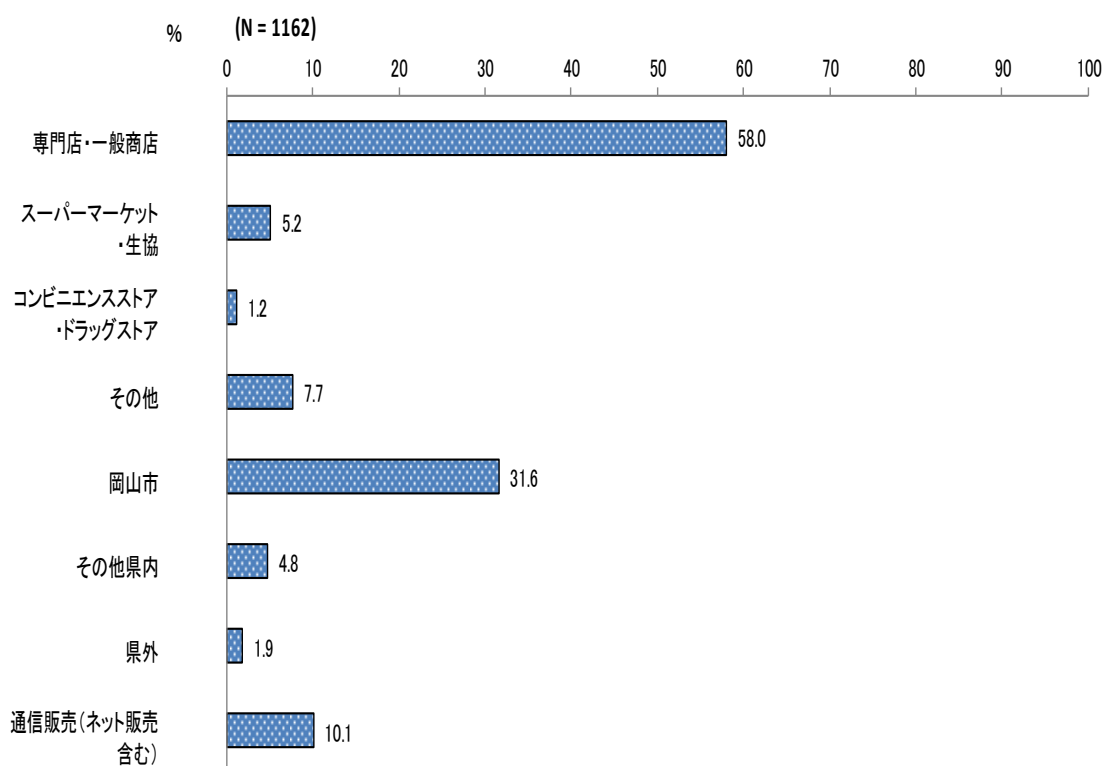
全体では、「専門店・一般商店」が58.0%と最も高く、次いで「岡山市」が31.6%、「通信販売（ネット販売含む）」が10.1%となっている。

居住地区別では、市内は〈渋川〉、〈荘内（東紅陽台・東高崎）〉を除くすべての地域で「専門店・一般商店」が最も高い。〈渋川〉、〈荘内（東紅陽台・東高崎）〉は「岡山市」が最も高くなっている。

〈市外〉は「岡山市」が最も高い。

年代別では、〈50代〉、〈60代〉、〈70代以上〉を除く年代はいずれも「岡山市」が最も高い。〈50代〉、〈60代〉、〈70代以上〉は「専門店・一般商店」が最も高い。

性別では、男女ともに「専門店・一般商店」が最も高い。



		全 体	商品・飲食は普段どこを利用しますか。/ 家具・家電・趣味品							
			専門店・ 一般商店	スー パー マーケッ ト・生協	コンビ ニ エンス ストア・ド ラッグス ストア	その他	岡山市	その他 県内	県外	通信販 売(ネッ ト販売含 む)
全 体		1162	58.0	5.2	1.2	7.7	31.6	4.8	1.9	10.1
居住地区	田井	146	61.0	4.8	0.7	5.5	39.0	2.1	2.1	11.6
	築港	60	66.7	6.7	1.7	8.3	21.7	1.7	0.0	10.0
	宇野	87	70.1	10.3	4.6	2.3	21.8	4.6	3.4	6.9
	玉・奥玉	100	77.0	8.0	1.0	6.0	12.0	4.0	1.0	5.0
	玉原	94	66.0	2.1	1.1	12.8	21.3	4.3	1.1	7.4
	和田	123	65.0	6.5	0.0	6.5	25.2	2.4	1.6	8.9
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	71	60.6	7.0	1.4	14.1	21.1	5.6	2.8	12.7
	渋川	9	22.2	11.1	0.0	22.2	44.4	11.1	0.0	0.0
	荘内(東紅陽台・東高崎)	41	36.6	2.4	2.4	14.6	43.9	2.4	4.9	7.3
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	140	51.4	4.3	1.4	11.4	35.7	10.0	1.4	11.4
	八浜	26	65.4	3.8	0.0	3.8	42.3	0.0	0.0	11.5
	山田・後閑	52	59.6	5.8	0.0	3.8	44.2	0.0	0.0	19.2
	東児	61	60.7	4.9	0.0	3.3	34.4	0.0	0.0	1.6
	市外	132	26.5	1.5	0.8	6.1	53.8	11.4	3.8	16.7
	無回答	20	65.0	0.0	5.0	10.0	10.0	10.0	5.0	5.0
年代	10代	29	51.7	6.9	6.9	3.4	62.1	6.9	0.0	17.2
	20代	74	35.1	1.4	2.7	6.8	51.4	5.4	8.1	18.9
	30代	81	32.1	2.5	2.5	4.9	58.0	11.1	1.2	22.2
	40代	123	43.9	3.3	0.0	7.3	47.2	6.5	2.4	21.1
	50代	127	57.5	1.6	0.8	6.3	43.3	6.3	2.4	14.2
	60代	303	64.4	4.6	0.0	7.6	31.0	4.0	1.0	6.9
	70代以上	372	68.5	8.1	0.8	9.7	13.2	3.0	1.3	2.2
	無回答	53	56.6	9.4	7.5	7.5	15.1	3.8	1.9	13.2
性別	男性	285	52.6	5.6	2.1	7.7	35.1	4.6	1.4	13.0
	女性	774	59.0	4.9	0.4	8.0	30.9	4.9	2.1	9.0
	無回答	103	65.0	5.8	4.9	5.8	27.2	4.9	1.9	9.7

④食事（外食）

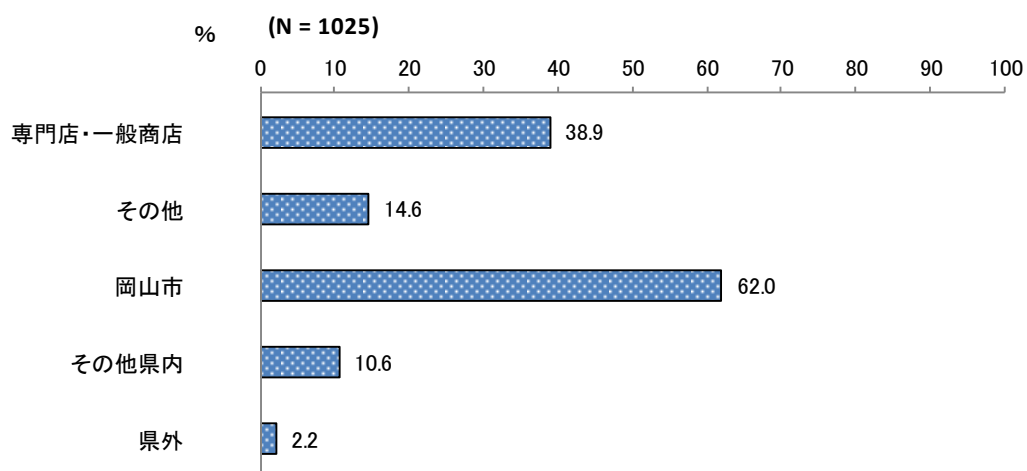
全体では、「岡山市」が62.0%と最も高く、次いで「専門店・一般商店」が38.9%、「その他」が14.6%となっている。

居住地区別では、市内は<玉原>、<日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)>、<渋川>を除くいずれの地域も「岡山市」が最も高い。

<玉原>、<日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)>、<渋川>は「専門店・一般商店」が最も高い。

年代別では、<70代以上>を除くいずれの年代も「岡山市」が最も高い。<70代以上>は「専門店・一般商店」が最も高い。

性別では、男女ともに「岡山市」が最も高い。



		全 体	商品・飲食は普段どこを利用しますか。/ 食事(外食)						
			専門店・ 一般商 店	スーパ ーマ ーケッ ト・生協	コンビ ニ エンス ストア・ド ラッグス ストア	その他	岡山市	その他 県内	県外
全 体		1025	38.9	0.0	0.0	14.6	62.0	10.6	2.2
居住地区	田井	123	36.6	0.0	0.0	12.2	69.1	7.3	3.3
	築港	44	47.7	0.0	0.0	9.1	65.9	2.3	2.3
	宇野	77	51.9	0.0	0.0	13.0	54.5	14.3	5.2
	玉・奥玉	83	34.9	0.0	0.0	15.7	59.0	13.3	0.0
	玉原	90	51.1	0.0	0.0	15.6	48.9	7.8	1.1
	和田	107	38.3	0.0	0.0	23.4	57.0	12.1	0.9
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	57	50.9	0.0	0.0	19.3	42.1	14.0	0.0
	渋川	9	66.7	0.0	0.0	11.1	22.2	11.1	0.0
	荘内(東紅陽台・東高崎)	37	32.4	0.0	0.0	8.1	70.3	8.1	0.0
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	134	32.8	0.0	0.0	22.4	67.9	14.9	3.7
	八浜	24	41.7	0.0	0.0	12.5	75.0	0.0	0.0
	山田・後閑	44	38.6	0.0	0.0	2.3	72.7	4.5	2.3
	東兎	56	33.9	0.0	0.0	14.3	73.2	3.6	0.0
	市外	126	25.4	0.0	0.0	7.1	69.8	15.9	4.8
無回答	14	57.1	0.0	0.0	21.4	28.6	7.1	0.0	
年代	10代	25	36.0	0.0	0.0	32.0	60.0	8.0	4.0
	20代	72	37.5	0.0	0.0	9.7	68.1	13.9	12.5
	30代	78	29.5	0.0	0.0	6.4	82.1	10.3	1.3
	40代	114	39.5	0.0	0.0	7.9	72.8	18.4	3.5
	50代	121	34.7	0.0	0.0	10.7	76.9	9.9	2.5
	60代	271	35.1	0.0	0.0	18.5	62.4	12.2	0.7
	70代以上	301	46.5	0.0	0.0	17.9	46.2	6.0	0.7
	無回答	43	41.9	0.0	0.0	9.3	55.8	11.6	2.3
性別	男性	259	44.8	0.0	0.0	13.5	56.4	10.0	3.9
	女性	676	35.9	0.0	0.0	15.1	65.4	10.7	1.8
	無回答	90	44.4	0.0	0.0	14.4	53.3	12.2	1.1

(2) 買い物をする際の情報の入手手段

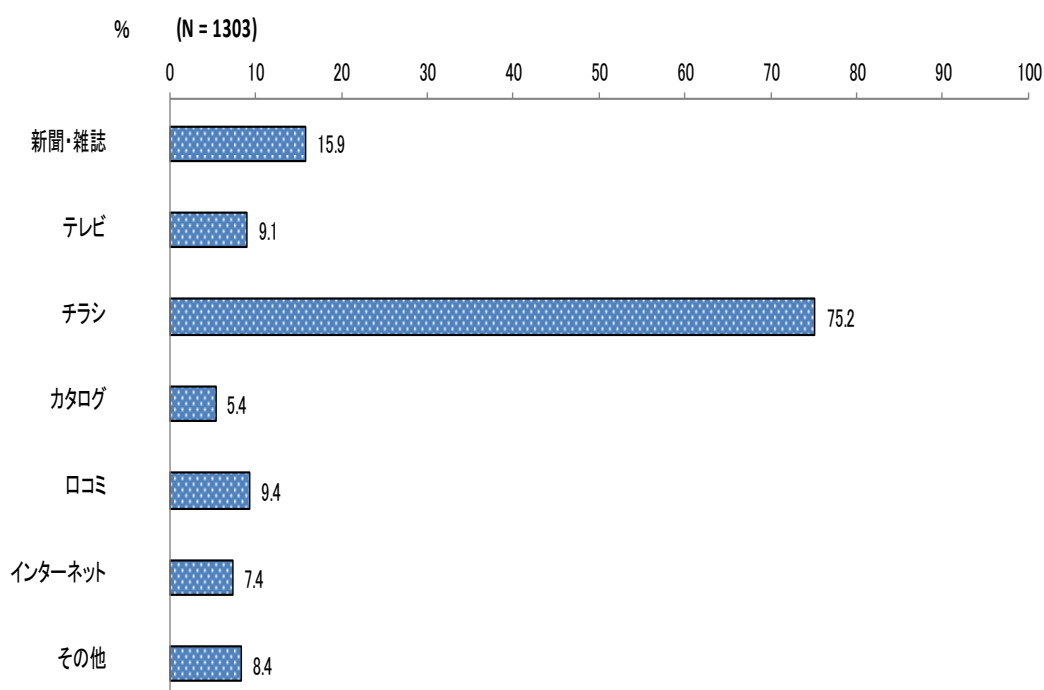
①食料品

全体では、「チラシ」が75.2%と最も高く、次いで「新聞・雑誌」が15.9%、「口コミ」が9.4%となっている。

市内・市外別では、いずれも「チラシ」が最も高い。

年代別では、いずれの年代も「チラシ」が最も高い。

性別では、男女ともに「チラシ」が最も高い。



	全体	「買い物をする際の情報の入手手段」について重視するもの/食料品							
		新聞・雑誌	テレビ	チラシ	カタログ	口コミ	インターネット	その他	
全体	1303	15.9	9.1	75.2	5.4	9.4	7.4	8.4	
市内・市外別	市内	1143	15.8	8.5	77.0	5.4	9.4	7.1	8.0
	市外	139	14.4	14.4	64.0	4.3	9.4	10.8	11.5
	無回答	21	28.6	4.8	52.4	9.5	14.3	0.0	9.5
年代	10代	32	6.3	31.3	43.8	0.0	6.3	21.9	12.5
	20代	81	11.1	19.8	48.1	1.2	19.8	25.9	6.2
	30代	82	7.3	19.5	58.5	2.4	8.5	28.0	13.4
	40代	128	12.5	10.2	72.7	1.6	13.3	10.9	13.3
	50代	134	14.9	11.9	81.3	3.7	8.2	10.4	9.7
	60代	330	18.8	5.8	81.8	5.5	7.3	2.4	5.5
	70代以上	451	17.5	4.7	81.2	8.0	8.2	1.1	8.0
	無回答	65	20.0	10.8	63.1	9.2	13.8	6.2	9.2
性別	男性	323	11.8	9.9	67.5	4.6	10.8	10.2	10.8
	女性	853	17.1	8.8	78.2	4.9	8.2	6.6	7.4
	無回答	127	18.1	8.7	74.8	10.2	14.2	5.5	9.4

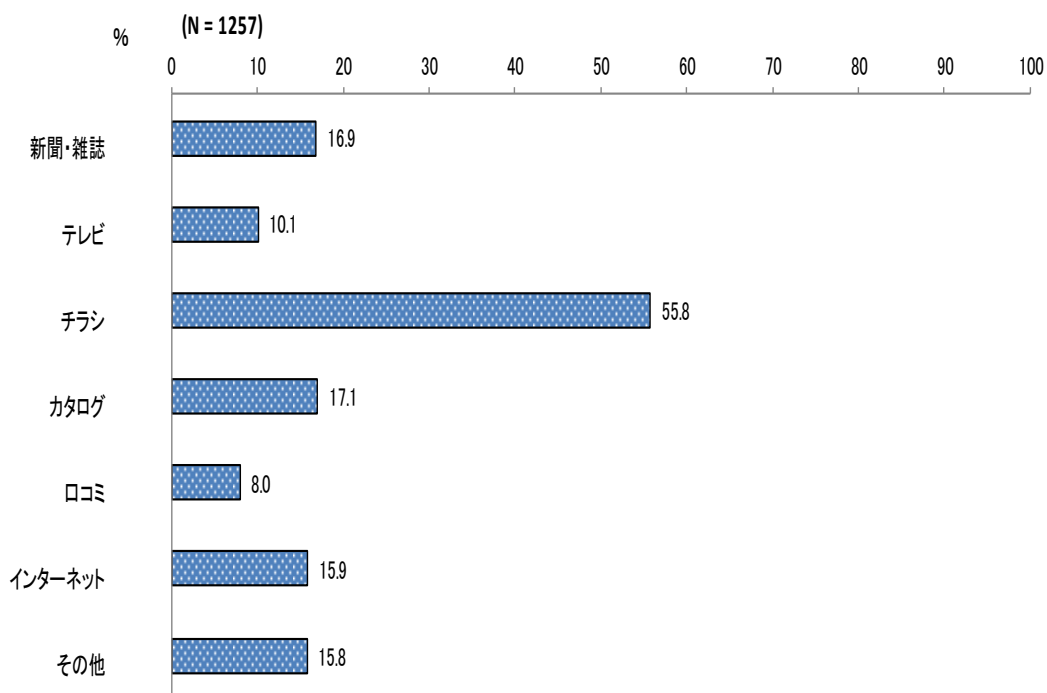
②衣料品・日用雑貨

全体では、「チラシ」が 55.8%と最も高く、次いで「カタログ」が 17.1%、「新聞・雑誌」が 16.9%となっている。

市内・市外別では、いずれも「チラシ」が最も高い。

年代別では、<40代>、<50代>、<60代>、<70代以上>は「チラシ」が最も高く、<20代>、<30代>は「インターネット」が最も高い。<10代>は「テレビ」、「チラシ」が同率で最も高い。

性別では、男女ともに「チラシ」が最も高い。



	全体	「買い物をする際の情報の入手手段」について重視するもの/ 衣料品・日用雑貨							
		新聞・雑誌	テレビ	チラシ	カタログ	口コミ	インターネット	その他	
全体	1257	16.9	10.1	55.8	17.1	8.0	15.9	15.8	
市内・市外別	市内	1102	16.7	9.2	57.0	18.1	7.5	14.2	16.1
	市外	136	16.9	18.4	47.1	10.3	9.6	30.9	14.7
	無回答	19	31.6	5.3	47.4	10.5	21.1	5.3	5.3
年代	10代	32	12.5	28.1	28.1	6.3	12.5	25.0	12.5
	20代	79	21.5	26.6	24.1	8.9	16.5	50.6	3.8
	30代	82	19.5	17.1	34.1	7.3	7.3	48.8	18.3
	40代	125	16.8	13.6	50.4	15.2	6.4	34.4	17.6
	50代	132	15.9	12.9	62.9	25.8	8.3	18.2	15.9
	60代	320	20.0	7.8	65.6	16.9	6.6	8.1	13.8
	70代以上	426	13.6	4.7	60.6	19.7	6.6	2.6	18.3
	無回答	61	19.7	6.6	50.8	14.8	14.8	13.1	18.0
性別	男性	315	17.5	11.7	49.5	12.7	7.9	20.0	14.9
	女性	825	16.8	10.1	57.8	18.2	7.0	14.7	16.0
	無回答	117	16.2	6.0	58.1	21.4	14.5	13.7	16.2

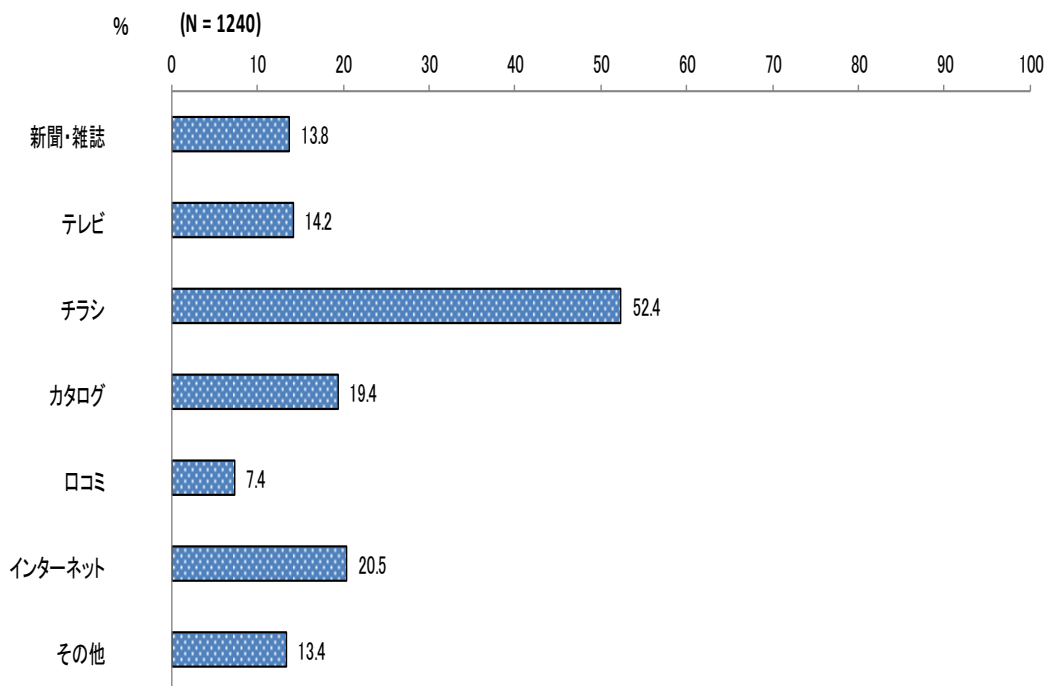
③家具・家電・趣味品

全体では、「チラシ」が 52.4%と最も高く、次いで「インターネット」が 20.5%、「カタログ」が 19.4%となっている。

市内・市外別では、いずれも「チラシ」が最も高い。

年代別では、<40代>、<50代>、<60代>、<70代以上>は「チラシ」が最も高く、<20代>、<30代>は「インターネット」が最も高い。<10代>は「テレビ」、「チラシ」が同率で最も高い。

性別では、男女ともに「チラシ」が最も高い。



	全体	「買い物をする際の情報の入手手段」について重視するもの/ 家具・家電・趣味品							
		新聞・雑誌	テレビ	チラシ	カタログ	口コミ	インターネット	その他	
全体	1240	13.8	14.2	52.4	19.4	7.4	20.5	13.4	
市内・市外別	市内	1082	13.3	13.6	54.0	19.9	7.1	18.4	13.9
	市外	137	16.1	18.2	41.6	15.3	10.2	40.1	11.7
	無回答	21	23.8	19.0	42.9	23.8	4.8	0.0	0.0
年代	10代	32	9.4	37.5	37.5	12.5	6.3	31.3	3.1
	20代	80	11.3	25.0	30.0	12.5	17.5	60.0	1.3
	30代	82	13.4	17.1	41.5	9.8	14.6	62.2	8.5
	40代	128	11.7	16.4	53.1	11.7	6.3	38.3	11.7
	50代	131	13.0	17.6	62.6	20.6	6.9	23.7	13.0
	60代	323	16.7	11.8	63.5	22.9	5.6	11.8	12.7
	70代以上	403	12.9	10.4	48.9	20.8	6.2	4.5	19.6
	無回答	61	16.4	9.8	45.9	31.1	6.6	14.8	8.2
性別	男性	312	14.7	16.3	43.9	16.7	5.4	27.6	12.2
	女性	811	13.6	13.9	55.6	18.7	7.6	18.5	14.2
	無回答	117	12.8	10.3	53.0	31.6	11.1	15.4	11.1

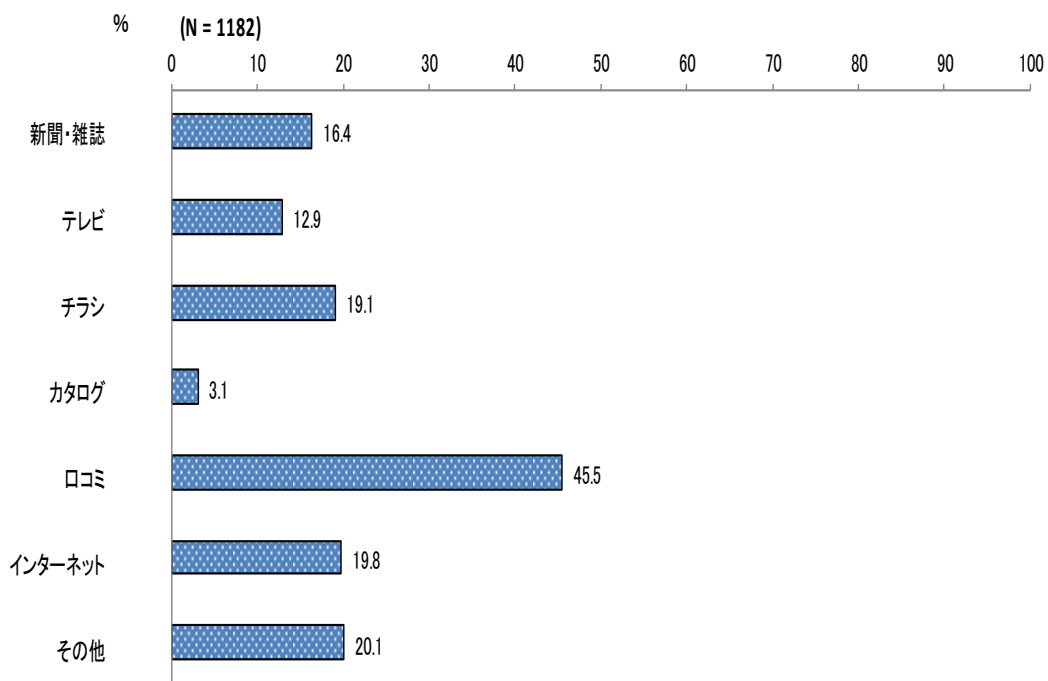
④食事（外食）

全体では、「ロコミ」が45.5%と最も高く、次いで「インターネット」が19.8%、「チラシ」が19.1%となっている。また「その他」も20.1%となっている。

市内・市外別では、いずれも「ロコミ」が最も高い。

年代別では、<40代>、<50代>、<60代>、<70代以上>は「ロコミ」が最も高く、<20代>、<30代>は「インターネット」が最も高い。<10代>は「テレビ」が最も高い。

性別では、男女ともに「ロコミ」が最も高い。



		全 体	「買い物をする際の情報の入手手段」について重視するもの/ 食事(外食)						
			新聞・雑誌	テレビ	チラシ	カタログ	ロコミ	インター ネット	その他
全 体		1182	16.4	12.9	19.1	3.1	45.5	19.8	20.1
市 市 外 内 別	市内	1023	16.2	11.9	19.1	3.3	46.9	18.1	20.3
	市外	138	16.7	20.3	18.8	2.2	35.5	34.8	18.8
	無回答	21	23.8	14.3	23.8	0.0	42.9	4.8	14.3
年 代	10代	32	12.5	34.4	12.5	0.0	28.1	21.9	9.4
	20代	74	17.6	27.0	6.8	1.4	40.5	54.1	4.1
	30代	80	21.3	22.5	11.3	2.5	32.5	52.5	16.3
	40代	125	19.2	20.8	13.6	2.4	43.2	36.0	19.2
	50代	128	31.3	13.3	18.0	3.1	47.7	23.4	16.4
	60代	308	16.2	9.7	20.8	2.9	58.1	14.3	18.5
	70代以上	378	10.6	6.6	22.8	4.2	39.7	4.2	29.1
	無回答	57	10.5	10.5	31.6	3.5	50.9	17.5	10.5
性 別	男性	298	13.8	14.4	16.4	3.7	34.2	24.8	22.5
	女性	768	17.6	12.8	18.8	3.0	49.7	18.6	19.3
	無回答	116	15.5	10.3	28.4	2.6	46.6	14.7	19.0

(3) 買い物をする際に重視すること

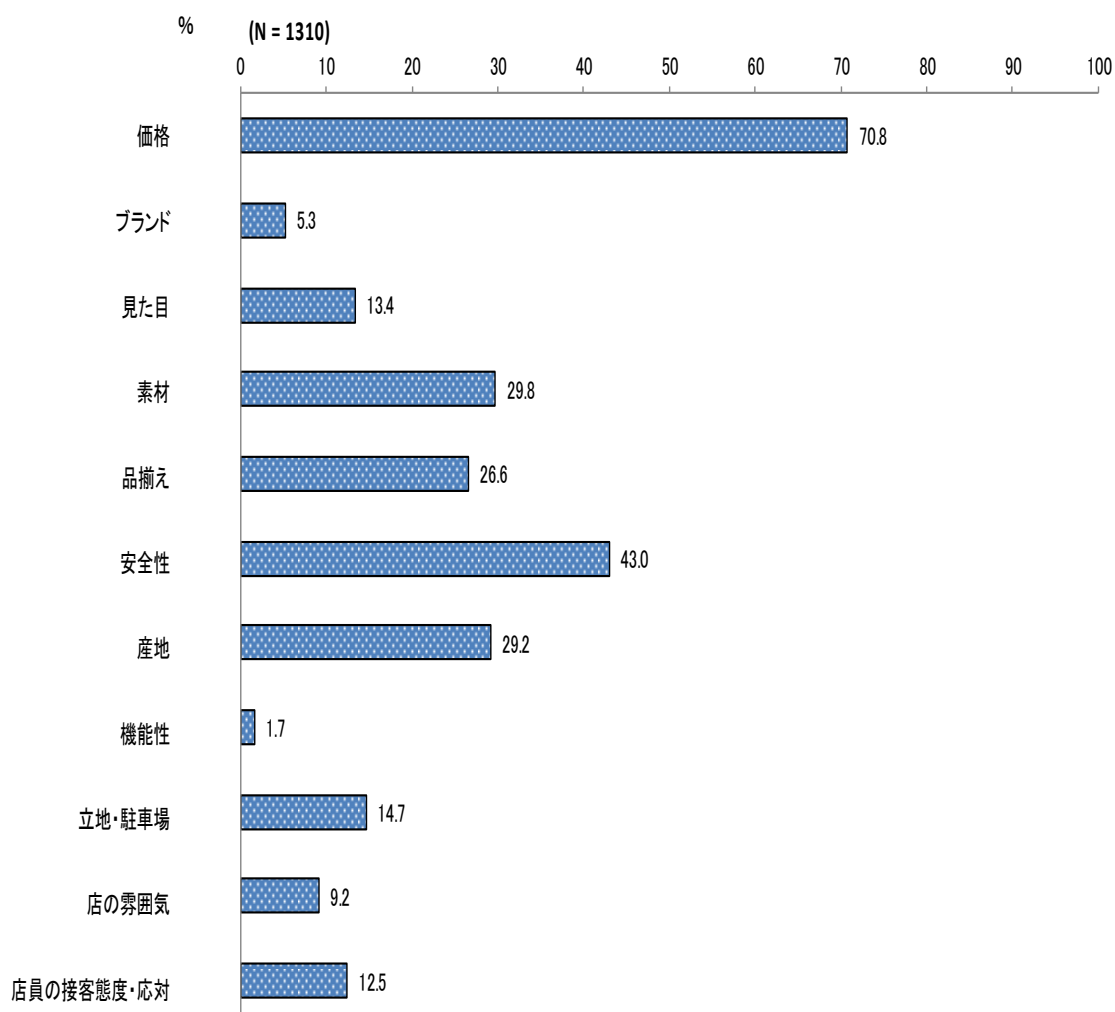
①食料品

全体では、「価格」が70.8%と最も高く、次いで「安全性」が43.0%、「素材」が29.8%となっている。

市内・市外別では、いずれも「価格」が最も高い。

年代別では、いずれの年代も「価格」が最も高い。

性別では、男女ともに「価格」が最も高い。



		全 体	買い物をする際重視すること/ 食料品①					
			価格	ブランド	見た目	素材	品揃え	安全性
全 体		1310	70.8	5.3	13.4	29.8	26.6	43.0
市 市 外 外 内 内 別 別	市内	1146	70.4	5.1	13.3	29.8	26.6	44.0
	市外	142	77.5	7.7	16.2	33.1	29.6	33.1
	無回答	22	45.5	0.0	4.5	9.1	9.1	54.5
年 代	10代	32	78.1	0.0	21.9	12.5	15.6	18.8
	20代	83	80.7	9.6	20.5	32.5	30.1	26.5
	30代	82	87.8	11.0	9.8	30.5	42.7	36.6
	40代	126	80.2	8.7	9.5	36.5	39.7	40.5
	50代	134	83.6	5.2	11.9	35.1	35.1	47.0
	60代	333	77.8	3.3	11.4	32.1	29.1	51.7
	70代以上	451	55.9	3.8	14.9	25.9	17.1	42.8
	無回答	69	56.5	10.1	15.9	26.1	18.8	37.7
性 別	男性	324	72.5	4.9	15.1	20.4	20.4	31.8
	女性	859	71.4	5.5	13.5	33.6	28.4	46.0
	無回答	127	62.2	5.5	8.7	28.3	30.7	51.2

		全 体	買い物をする際重視すること/ 食料品②				
			産地	機能性	立地・駐車場	店の雰囲気	店員の接客態度・応対
全 体		1310	29.2	1.7	14.7	9.2	12.5
市 市 外 外 内 内 別 別	市内	1146	29.9	1.6	14.5	9.2	12.8
	市外	142	25.4	2.1	16.9	9.2	12.0
	無回答	22	18.2	4.5	9.1	9.1	0.0
年 代	10代	32	6.3	6.3	3.1	3.1	0.0
	20代	83	20.5	3.6	19.3	10.8	10.8
	30代	82	30.5	2.4	28.0	14.6	17.1
	40代	126	27.0	2.4	16.7	15.1	17.5
	50代	134	31.3	0.7	27.6	14.2	21.6
	60代	333	35.1	0.3	14.7	9.3	11.7
	70代以上	451	28.6	0.9	8.2	5.3	9.5
	無回答	69	24.6	8.7	11.6	8.7	11.6
性 別	男性	324	17.6	1.9	11.7	5.2	9.6
	女性	859	33.2	1.2	16.1	10.7	12.7
	無回答	127	32.3	4.7	12.6	9.4	18.9

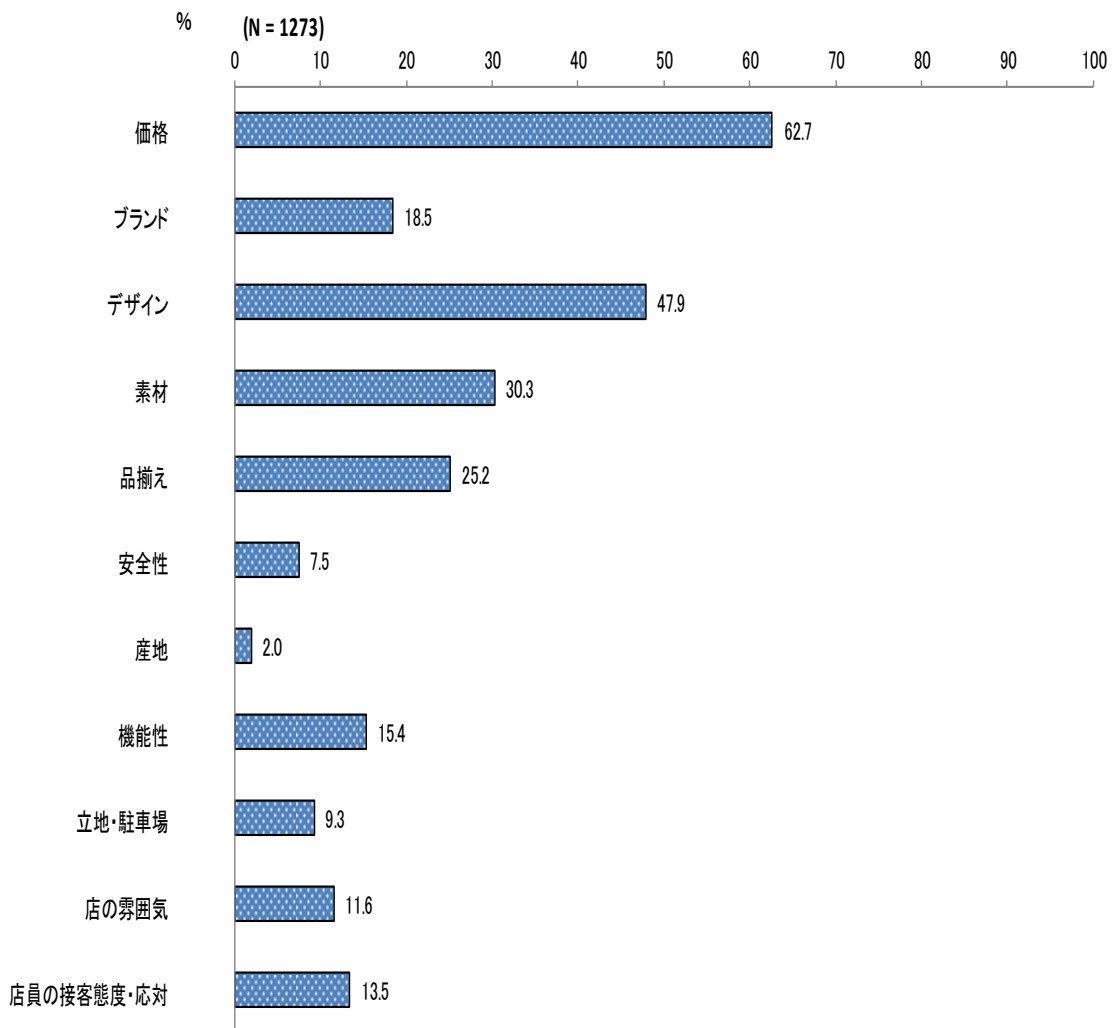
②衣料品・日用雑貨

全体では、「価格」が62.7%と最も高く、次いで「デザイン」が47.9%、「素材」が30.3%となっている。

市内・市外別では、いずれも「価格」が最も高い。

年代別では、<20代>を除くいずれの年代も「価格」が最も高い。<20代>は「デザイン」が最も高い。

性別では、男女ともに「価格」が最も高い。



		全 体	買い物をする際重視すること/ 衣料品・日用雑貨①					
			価格	ブランド	デザイン	素材	品揃え	安全性
全 体		1273	62.7	18.5	47.9	30.3	25.2	7.5
市 市 外 外 内 内 別 別	市内	1109	63.2	17.3	48.3	30.5	25.7	7.8
	市外	141	62.4	29.1	48.9	31.2	24.1	4.3
	無回答	23	39.1	8.7	21.7	17.4	8.7	8.7
年 代	10代	32	62.5	34.4	56.3	9.4	12.5	3.1
	20代	80	65.0	31.3	67.5	31.3	26.3	8.8
	30代	82	78.0	34.1	56.1	25.6	32.9	8.5
	40代	125	68.8	23.2	53.6	25.6	27.2	5.6
	50代	134	76.9	19.4	57.5	31.3	30.6	1.5
	60代	325	68.3	14.8	51.4	36.0	29.2	8.0
	70代以上	429	50.6	12.6	37.1	30.1	19.8	8.4
	無回答	66	51.5	21.2	33.3	25.8	21.2	13.6
性 別	男性	311	61.7	21.5	38.3	20.6	20.3	6.1
	女性	838	64.0	17.3	51.9	33.4	27.4	7.6
	無回答	124	56.5	18.5	45.2	33.9	22.6	9.7

		全 体	買い物をする際重視すること/ 衣料品・日用雑貨②				
			産地	機能性	立地・駐車場	店の雰囲気	店員の接客態度・応対
全 体		1273	2.0	15.4	9.3	11.6	13.5
市 市 外 外 内 内 別 別	市内	1109	2.1	15.0	9.8	11.3	13.8
	市外	141	2.1	19.9	6.4	12.8	13.5
	無回答	23	0.0	8.7	0.0	21.7	0.0
年 代	10代	32	0.0	12.5	0.0	6.3	3.1
	20代	80	0.0	25.0	6.3	17.5	13.8
	30代	82	3.7	19.5	12.2	14.6	22.0
	40代	125	1.6	16.8	14.4	12.8	20.0
	50代	134	0.0	21.6	20.1	16.4	17.2
	60代	325	3.4	17.2	11.1	11.7	13.8
	70代以上	429	2.1	9.6	4.7	7.9	8.6
	無回答	66	1.5	13.6	3.0	15.2	18.2
性 別	男性	311	1.3	15.4	7.7	6.8	10.0
	女性	838	2.3	15.2	10.3	13.4	14.1
	無回答	124	2.4	16.9	6.5	12.1	18.5

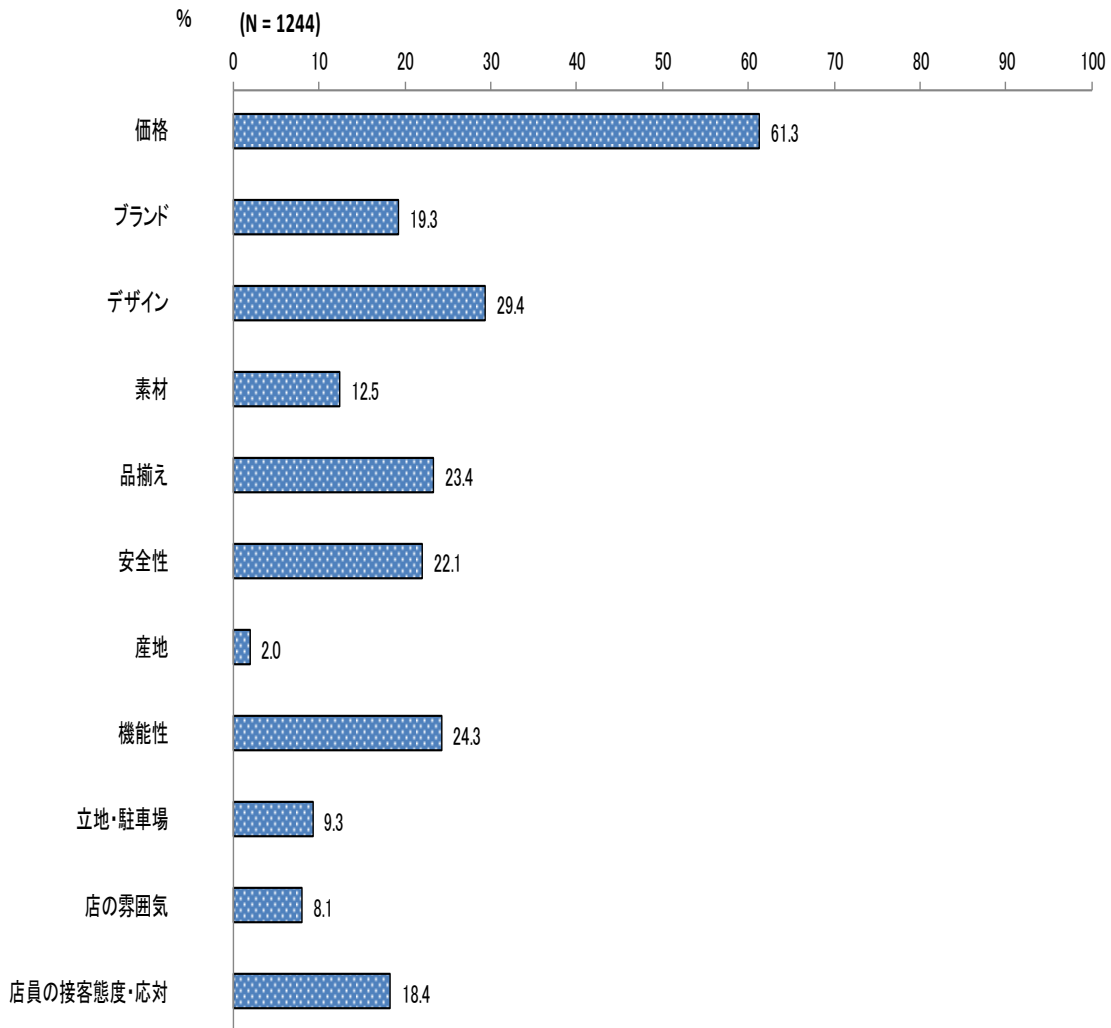
③家具・家電・趣味品

全体では、「価格」が 61.3%と最も高く、次いで「デザイン」が 29.4%、「機能性」が 24.3%となっている。

市内・市外別では、いずれも「価格」が最も高い。

年代別では、いずれの年代も「価格」が最も高い。

性別では、男女ともに「価格」が最も高い。



		全 体	買い物をする際重視すること/ 家具・家電・趣味品①					
			価格	ブランド	デザイン	素材	品揃え	安全性
全 体		1244	61.3	19.3	29.4	12.5	23.4	22.1
市 市 外 内 別 ・	市内	1082	60.9	19.2	29.2	12.5	23.8	22.6
	市外	141	67.4	22.0	32.6	12.8	19.9	18.4
	無回答	21	42.9	4.8	19.0	14.3	28.6	19.0
年 代	10代	32	62.5	15.6	34.4	15.6	9.4	21.9
	20代	79	73.4	27.8	48.1	16.5	16.5	27.8
	30代	81	75.3	32.1	39.5	7.4	18.5	23.5
	40代	126	77.8	27.0	34.9	11.1	31.7	17.5
	50代	134	74.6	24.6	29.9	12.7	35.8	12.7
	60代	322	63.0	15.8	31.4	14.9	25.8	23.3
	70代以上	408	46.6	13.7	21.8	11.5	17.2	23.5
	無回答	62	53.2	21.0	17.7	9.7	30.6	27.4
性 別	男性	312	62.8	20.8	28.5	8.7	16.0	14.7
	女性	812	61.9	19.2	29.8	14.3	25.6	24.3
	無回答	120	53.3	15.8	29.2	10.8	27.5	26.7

		全 体	買い物をする際重視すること/ 家具・家電・趣味品②				
			産地	機能性	立地・駐車場	店の雰囲気	店員の接客態度・対応
全 体		1244	2.0	24.3	9.3	8.1	18.4
市 市 外 内 別 ・	市内	1082	1.8	24.1	9.3	8.3	18.3
	市外	141	4.3	27.0	9.9	5.7	21.3
	無回答	21	0.0	14.3	4.8	14.3	4.8
年 代	10代	32	0.0	25.0	0.0	3.1	0.0
	20代	79	3.8	35.4	2.5	7.6	20.3
	30代	81	4.9	29.6	13.6	9.9	24.7
	40代	126	2.4	31.0	11.1	7.1	25.4
	50代	134	0.7	27.6	16.4	14.9	24.6
	60代	322	2.2	24.5	13.0	9.0	19.9
	70代以上	408	1.0	17.9	4.9	6.4	12.0
	無回答	62	4.8	22.6	8.1	3.2	24.2
性 別	男性	312	1.9	23.7	7.1	5.8	12.5
	女性	812	1.8	25.1	10.1	8.7	19.8
	無回答	120	3.3	20.0	10.0	10.0	24.2

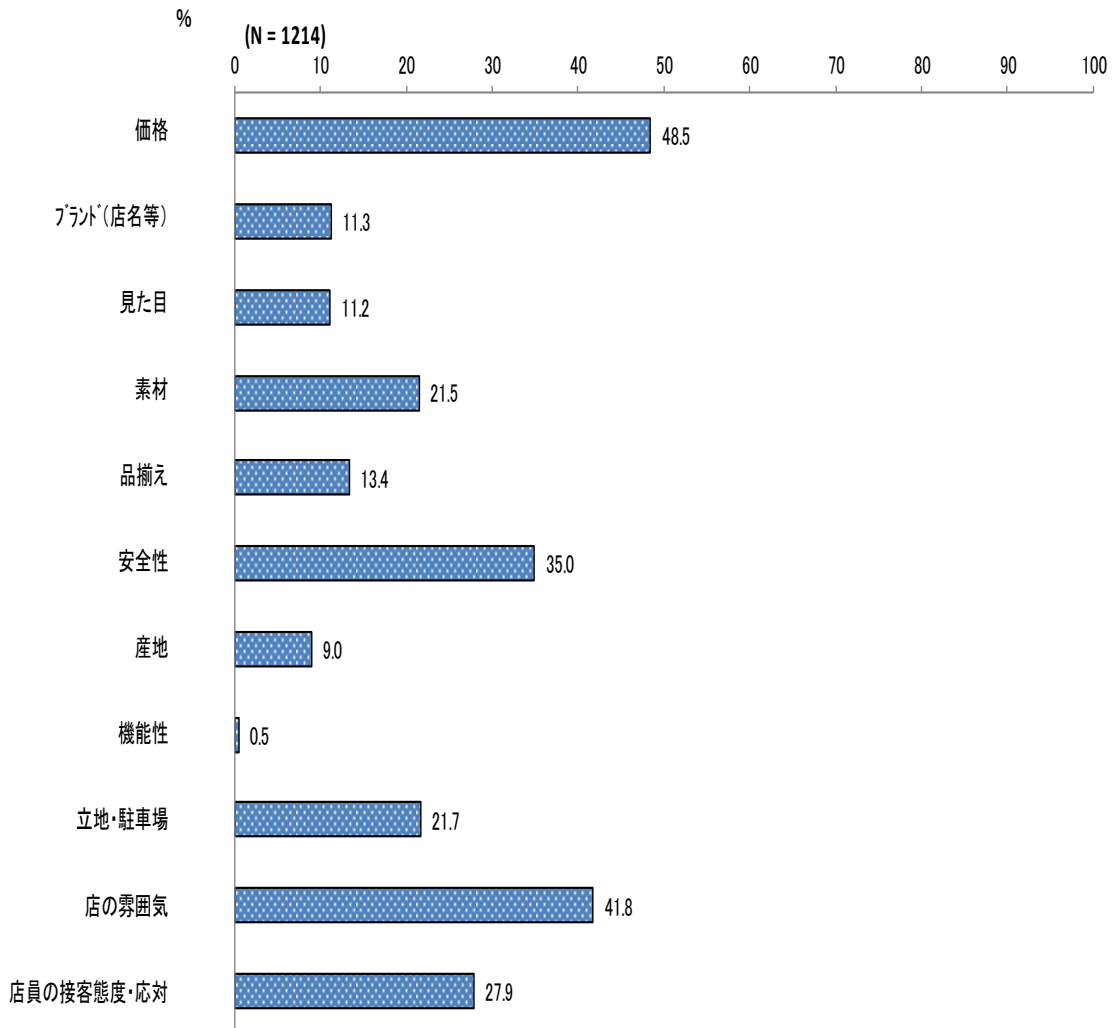
④食事（外食）

全体では、「価格」が 48.5%と最も高く、次いで「店の雰囲気」が 41.8%、「安全性」が 35.0%となっている。

市内・市外別では、いずれも「価格」が最も高い。

年代別では、<50代>、<70代以上>を除くいずれの年代も「価格」が最も高い。<50代>は「店の雰囲気」が最も高く、<70代以上>は「安全性」が最も高い。

性別では、男女ともに「価格」が最も高い。



		全 体	買い物をする際重視すること/ 食事(外食)①					
			価格	ブランド(店名等)	見た目	素材	品揃え	安全性
全 体		1214	48.5	11.3	11.2	21.5	13.4	35.0
市 市 外 内 別 ・	市内	1055	47.9	11.7	10.0	21.3	13.5	36.0
	市外	138	54.3	10.1	18.8	24.6	13.0	26.8
	無回答	21	42.9	0.0	19.0	9.5	14.3	38.1
年 代	10代	32	71.9	6.3	18.8	18.8	15.6	28.1
	20代	80	71.3	8.8	26.3	25.0	13.8	32.5
	30代	82	67.1	20.7	13.4	19.5	14.6	32.9
	40代	123	62.6	11.4	11.4	20.3	16.3	30.1
	50代	133	56.4	12.0	10.5	25.6	15.0	34.6
	60代	316	47.8	13.0	8.5	22.2	11.7	41.1
	70代以上	387	32.8	8.3	9.6	20.4	12.7	34.1
	無回答	61	39.3	13.1	9.8	18.0	14.8	29.5
性 別	男性	306	51.0	10.8	12.7	16.7	17.6	23.2
	女性	790	47.8	11.1	10.9	23.7	11.8	39.5
	無回答	118	46.6	13.6	9.3	19.5	13.6	35.6

		全 体	買い物をする際重視すること/ 食事(外食)②				
			産地	機能性	立地・駐車場	店の雰囲気	店員の接客態度・応対
全 体		1214	9.0	0.5	21.7	41.8	27.9
市 市 外 内 別 ・	市内	1055	9.0	0.6	21.8	40.9	27.4
	市外	138	10.1	0.0	22.5	52.2	35.5
	無回答	21	0.0	0.0	9.5	23.8	4.8
年 代	10代	32	3.1	0.0	0.0	18.8	15.6
	20代	80	10.0	0.0	13.8	51.3	38.8
	30代	82	6.1	2.4	28.0	43.9	36.6
	40代	123	5.7	2.4	26.0	48.0	44.7
	50代	133	10.5	0.0	36.8	62.4	37.6
	60代	316	10.4	0.3	26.9	42.4	29.7
	70代以上	387	9.0	0.0	14.0	32.3	14.5
	無回答	61	9.8	0.0	14.8	39.3	29.5
性 別	男性	306	6.2	0.7	15.4	33.0	20.3
	女性	790	9.7	0.4	23.9	45.7	30.5
	無回答	118	11.0	0.8	22.9	39.0	30.5