

第3章 調査結果のまとめ

1. 買い物における傾向

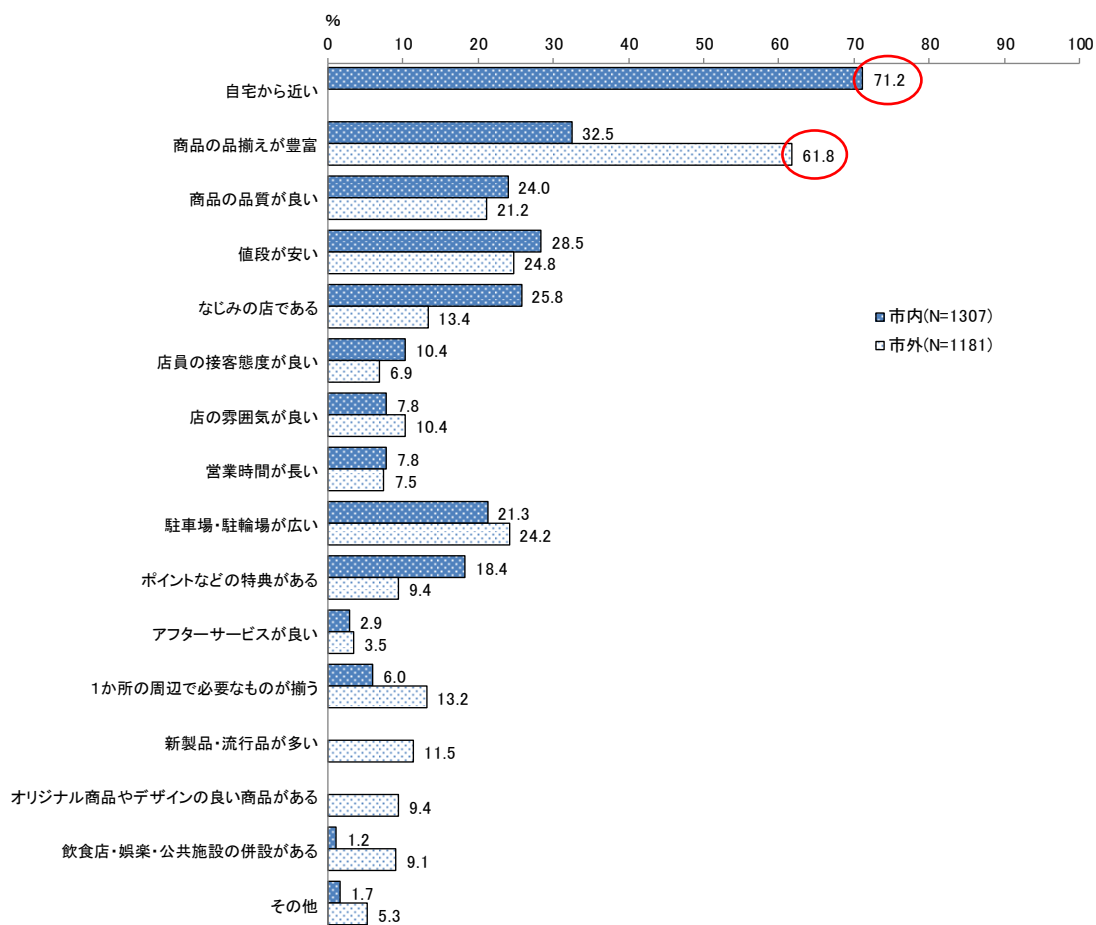
普段利用する購買先については、食料品、衣料品・日用雑貨は「スーパーマーケット・生協」が最も高く（各 88.8%、41.7%）、家具・家電・趣味品は「専門店・一般商店」（58.0%）と、いずれも市内の購買先となっている。

一方、食事（外食）については「岡山市」（62.0%）の割合が高い。また、衣料品・日用雑貨、家具・家電・趣味品でも「岡山市」は3割以上を占めている。

市内で買い物する理由と、市外で買い物する理由を比較すると、市内では「自宅から近い」（71.2%）、市外では「商品の品揃えが豊富」（61.8%）の割合が最も高い。

市内と市外の共通項目で、市内が上回る項目は、「商品の品質が良い」「値段が安い」「なじみの店である」「店員の接客態度が良い」「営業時間が長い」「ポイントなどの特典がある」となっている。

一方、市外が上回る項目は、「商品の品揃えが豊富」「店の雰囲気が良い」「駐車場・駐輪場が広い」「アフターサービスが良い」「1か所の周辺で必要なものが揃う」「飲食店・娯楽・公共施設の併設がある」となっており、利便性や快適さが重視されていることがうかがえる。



通信販売については、「よく利用する」(17.5%)、「たまに利用する」(35.6%)を合計した53.1%と、約半数が利用していると答えており、「あまり利用しない」(19.5%)も含めると72.6%となり、約7割が通信販売・ネット販売の利用経験があるといえる。

市内と市外別に通信販売・ネット販売の利用経験(「よく利用する」「たまに利用する」「あまり利用しない」の合計)をみると、市内は71.0%、市外は89.3%となり、市外より利用経験が低いことがうかがえる。年代別にみると、年代が若いほど利用経験が高くなっている。性別にみると、女性がやや男性を上回るが大きい差異は見られない。

	全体	通信販売・ネット販売の利用状況についてお答えください。				
		よく利用する	たまに利用する	あまり利用しない	全く利用しない	
全体	1305	17.5	35.6	19.5	27.3	
市内外別	市内	1140	16.3	35.2	19.5	29.0
	市外	140	28.6	41.4	19.3	10.7
	無回答	25	12.0	24.0	24.0	40.0
年代	10代	32	9.4	62.5	21.9	6.3
	20代	84	32.1	47.6	13.1	7.1
	30代	80	41.3	46.3	6.3	6.3
	40代	128	28.1	44.5	19.5	7.8
	50代	133	24.1	42.9	21.1	12.0
	60代	331	12.4	35.3	24.5	27.8
	70代以上	447	9.6	27.3	18.1	45.0
性別	無回答	70	20.0	21.4	24.3	34.3
	男性	322	15.8	34.8	20.5	28.9
	女性	855	18.0	37.2	18.9	25.8
	無回答	128	18.8	27.3	21.1	32.8

市外と比べると
利用経験が低い。

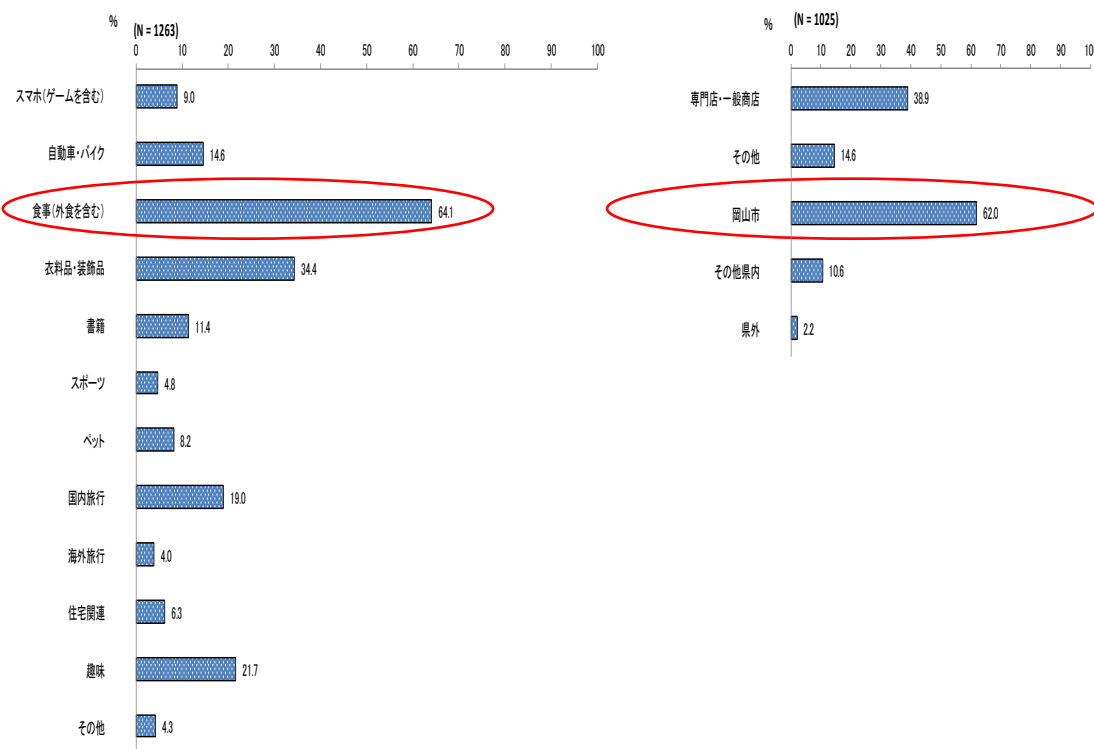
若いほど
利用経験が高い。

2. お金をかけているもの、購入を希望しているもの

普段お金をかけているものは、「食事（外食を含む）」（64.1%）が他の項目と比べて圧倒的に高い。市内・市外別、年代別、性別でも同様の結果となっている。

しかし、前項に記載した通り「食事（外食を含む）」は「岡山市」が最も割合が高く、市外に行く人が多いという結果となっている。

本調査におけるご意見・ご要望では、飲食店を増やしてほしいという声が多く聞かれた。ちょっと立ち寄れるカフェのような店から、ファーストフード、ファミレス、和食、専門店など飲食店に対して幅広く要望がある。



これから、もしくは身近にあれば利用・購入したいものとしては、「宇野～児島間公共交通手段」（24.8%）、「宇野～倉敷間公共交通手段」（23.5%）と、倉敷方面への公共交通手段を求める声が多かった。

さらに居住地区別にみると、「宇野～児島間公共交通手段」は玉・奥玉、和田、日比（御崎・明神町・羽根崎町・向日比）、渋川で割合が高く、「宇野～倉敷間公共交通手段」は築港、宇野、和田、渋川、八浜で割合が高い。

	全 体	これから(or身近にあれば)利用・購入したいもの①						
		JR等のICOCAシステム	宇野～児島間公共交通手段	宇野～倉敷間公共交通手段	東京オリンピック入場券	ドローン(無人ヘリ)による宅配	食料品・医薬品の宅配	
全 体	966	12.3	24.8	23.5	12.6	3.6	23.3	
居住地区	田井	123	15.4	19.5	22.0	14.6	2.4	22.8
	築港	50	18.0	30.0	44.0	2.0	8.0	20.0
	宇野	80	13.8	27.5	33.8	13.8	3.8	23.8
	玉・奥玉	84	8.3	36.9	34.5	4.8	0.0	27.4
	玉原	75	6.7	28.0	18.7	8.0	0.0	36.0
	和田	106	13.2	33.0	33.0	15.1	2.8	17.9
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	62	12.9	33.9	21.0	6.5	3.2	24.2
	渋川	7	0.0	28.6	28.6	28.6	0.0	14.3
	荘内(東紅陽台・東高崎)	30	16.7	16.7	13.3	20.0	0.0	13.3
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	113	9.7	20.4	18.6	15.0	1.8	22.1
	八浜	21	14.3	14.3	28.6	9.5	4.8	23.8
	山田・後閑	38	5.3	18.4	10.5	5.3	2.6	31.6
	東児	40	7.5	12.5	7.5	7.5	7.5	32.5
	市外	121	18.2	16.5	14.9	23.1	9.9	15.7
無回答	16	0.0	37.5	12.5	12.5	6.3	31.3	

	全 体	これから(or身近にあれば)利用・購入したいもの②					
		スマホと連動した家電製品	自動運転自動車	セグウェイ	リニアモーターカー乗車	その他	
全 体	966	8.7	14.6	2.9	4.2	12.0	
居住地区	田井	123	7.3	16.3	4.1	5.7	17.1
	築港	50	10.0	18.0	2.0	6.0	6.0
	宇野	80	7.5	3.8	2.5	5.0	8.8
	玉・奥玉	84	2.4	14.3	2.4	1.2	10.7
	玉原	75	5.3	10.7	1.3	1.3	10.7
	和田	106	11.3	12.3	1.9	0.9	4.7
	日比(御崎・明神町・羽根崎町・向日比)	62	4.8	11.3	3.2	1.6	9.7
	渋川	7	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
	荘内(東紅陽台・東高崎)	30	10.0	13.3	3.3	6.7	20.0
	荘内(東紅陽台・東高崎以外)	113	10.6	20.4	0.9	2.7	22.1
	八浜	21	19.0	23.8	23.8	9.5	4.8
	山田・後閑	38	5.3	28.9	0.0	2.6	13.2
	東児	40	7.5	12.5	5.0	7.5	15.0
	市外	121	14.9	16.5	3.3	9.9	9.9
無回答	16	6.3	6.3	0.0	0.0	6.3	

3. 今後の方向性について

ここまでの調査結果と、ご意見・ご要望（『第4章 意見・要望』も参照）の内容も踏まえ、以下の点を挙げた。

(1) 品揃えの充実

前項で述べた通り、市外で買い物する理由として「商品の品揃えが豊富」の割合が他の項目より圧倒的に高く、市内の店舗に対するご意見・ご要望でも品揃えに対する声が多かった。

品揃えも大きく分けると要望が二つある。一つは、例えば家具・家電・趣味品などで、デザインの優れたものをそろえてほしいなど、特定のジャンル内での品揃えについての要望、もう一つはワンストップで用事が済ませられる一店舗で複数ジャンルの商品を取り揃えてほしいという要望である。

岡山市など他の地方自治体の品揃えの状況をリサーチし、専門のジャンルに特化する、もしくは複数のジャンルの商品を取りそろえるなど、現状の品揃えの見直しと改善が必要と思われる。

(2) 飲食店(スペース)の増加

飲食(スペース)店の増加についてもご要望が多かった。市内居住者の外食回数は月1回のペースが最も多く、市外居住者に比べると外食の回数が比較的少ないことがうかがえる。一方、普段お金をかけているものとして外食は最も多く、飲食店の需要は高いと思われる。しかし、ご意見によれば市内に店舗が少なく、結果として市外へ出向く割合が高くなり、その分のお金が市外に出てしまっていると言える。新しい飲食店の誘致や、既存の店舗に飲食スペースを設けるなど、飲食できる場所を増やしていけば、客足の増加につながり、周囲の店舗のビジネスチャンスにもつながると考えられる。

外食の多い年代は20代から30代の比較的若い世代となっている。外食する際に重視することについては、「価格」を除くと「店の雰囲気」が最も高く、魅力的な飲食店が増えることで他の年代の外食回数も向上すると思われる。

(3) 活気と休憩スペース

雰囲気が暗い、活気がないという意見も見られた。店舗の雰囲気をより明るく清潔にみせるなどの工夫をすることで、雰囲気の向上につながると考えられる。

店員の接客態度については、市外との比較では市内のほうが良いという割合が上回っているが、改善を求める意見も散見されており、その部分についても検討が必要と思われる。

また、休憩スペースを増やしてほしいという要望も多く見られた。高齢の方が多くいることが要因と思われるが、他の年代も立ち寄れる休憩スペースを増やすことで、市民の交流に

つながれば、そこから活気や新しい活動が生まれる可能性がある。

情報媒体については、外食を除いた商品はチラシが最も重視されている。チラシについてデザインやキャッチコピーなどを工夫していくことと、年代が若いほどインターネットをみている傾向が高いので、市内の店舗のPRにホームページやSNSなどを活用することも検討の余地があると考えられる。外食は口コミが主要な情報媒体となっているので、インターネットを用いることで、その方面にも好影響が出る可能性がある。

(4) 駐車場、移動手段

移動手段として車を用いる方が多いため、駐車場や移動手段に関するご意見も多く挙がった。

また、高齢になり車を手放した時の交通手段に不安を感じている声も散見されており、将来的な交通弱者増加の時のための宅配や通販・インターネット販売のサービス展開についても検討の余地があると思われる。