

### Ⅲ. 消費者動向調査結果

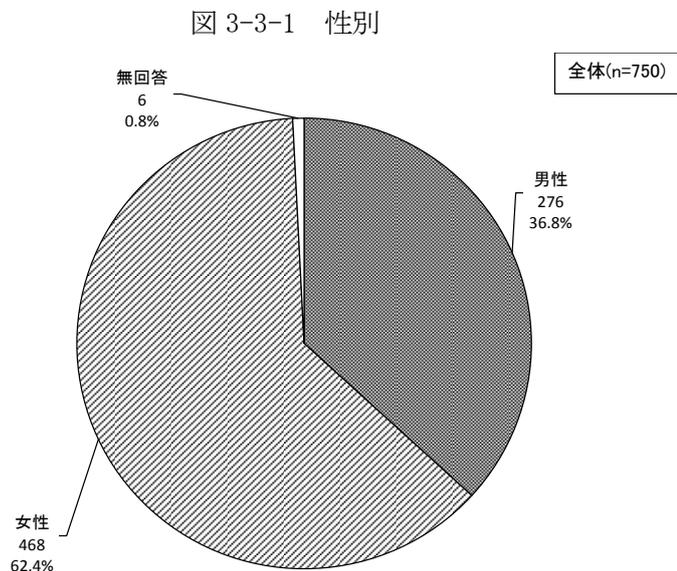


### Ⅲ. 消費者動向調査結果

#### ●回答者の基本属性について

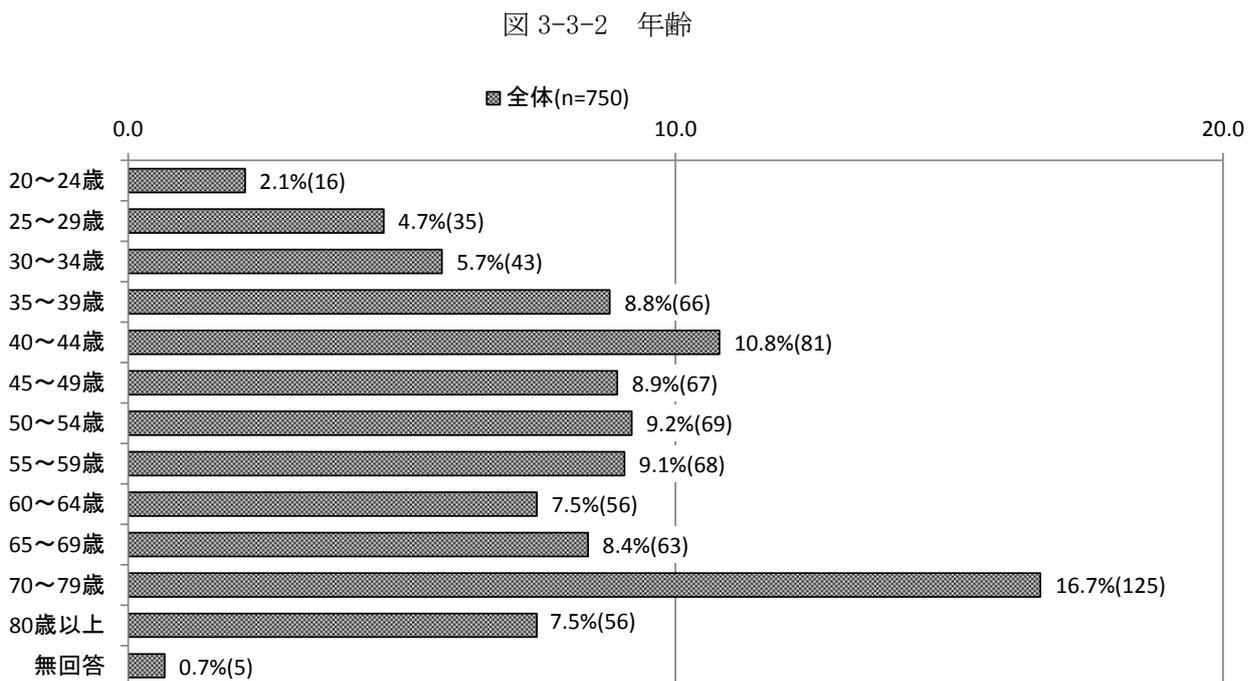
問1. あなたの性別をご回答ください。

性別について、「男性」が36.8%、「女性」が62.4%である。



問2. あなたの年齢をご回答ください。

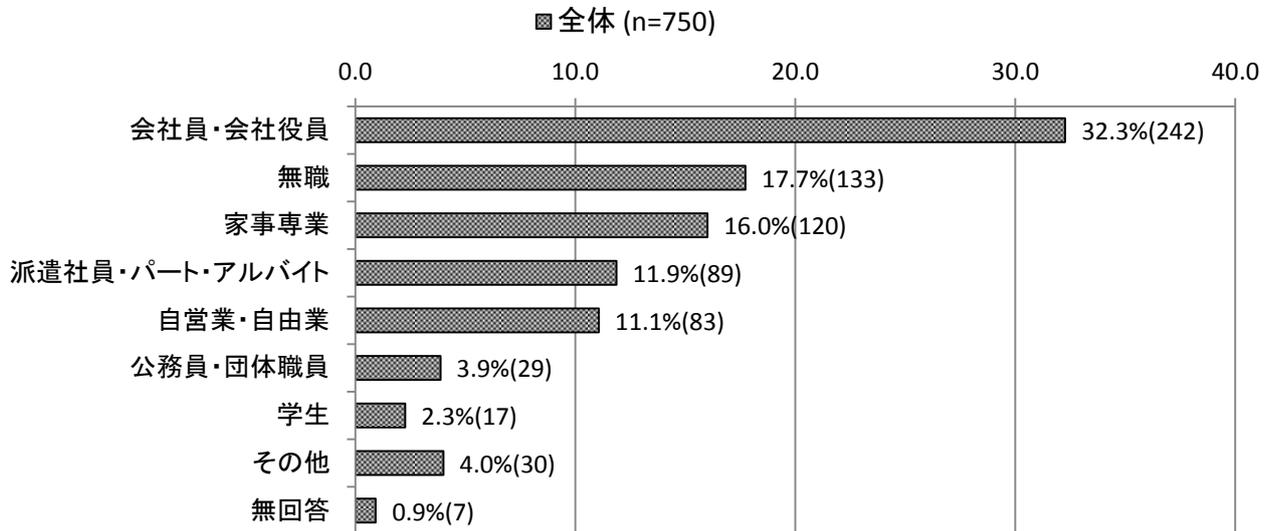
年齢について、「70～79歳」が16.7%と最も多く、「40～44歳」が10.8%、「50～54歳」が9.2%と続いている。



問3. あなたのご職業をご回答ください。

職業について、「会社員・会社役員」が32.3%と最も多く、「無職」が17.7%、「家事専業」が16.0%と続いている。

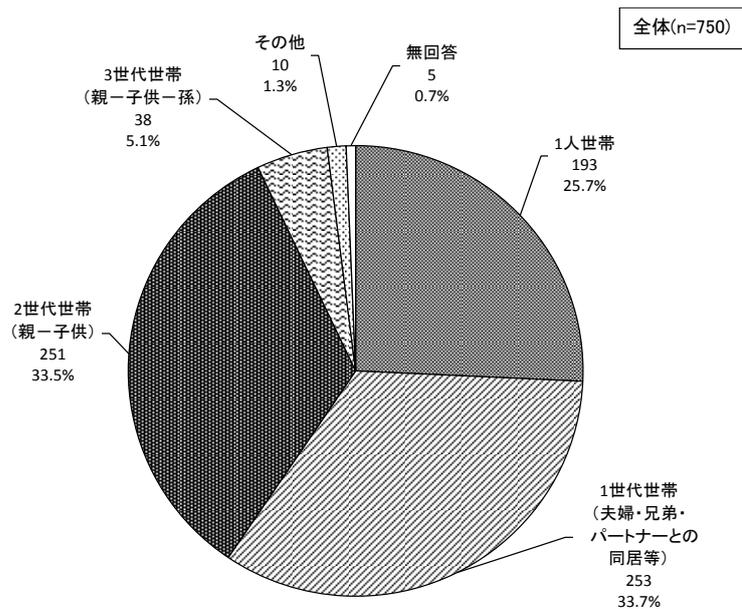
図 3-3-3 職業



問4. あなたの家族構成は次のどれにあたりますか。(同居人数は回答者を含めた数をご回答ください)

家族構成について、「1世代世帯」が33.7%で、「2世代世帯」が33.5%、「1人世帯」が25.7%と続いている。

図 3-3-4 家族構成

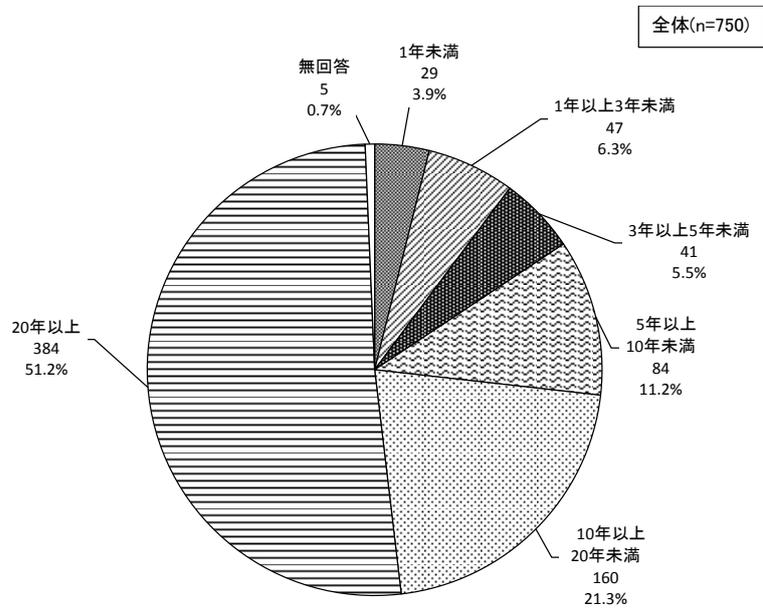


※同居人数の詳細は、回答者数がほとんどなかったため記載省略とした。

問5. あなたご自身が新宿区にお住まいになって何年になりますか。(区外に転居され、戻られた場合は通算してご回答ください)

新宿区の在住年数について、「20年以上」が51.2%と最も多く、「10年以上20年未満」が21.3%と続いている。

図 3-3-5 区内在住年数

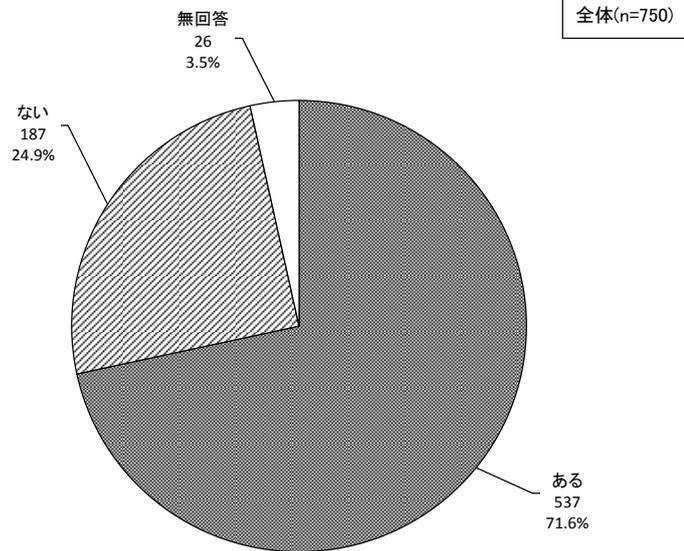


●最寄の商店街について

問6. お住まいのお近くに商店街はありますか。

近くの商店街の有無について、「ある」が71.6%、「ない」が24.9%となっている。

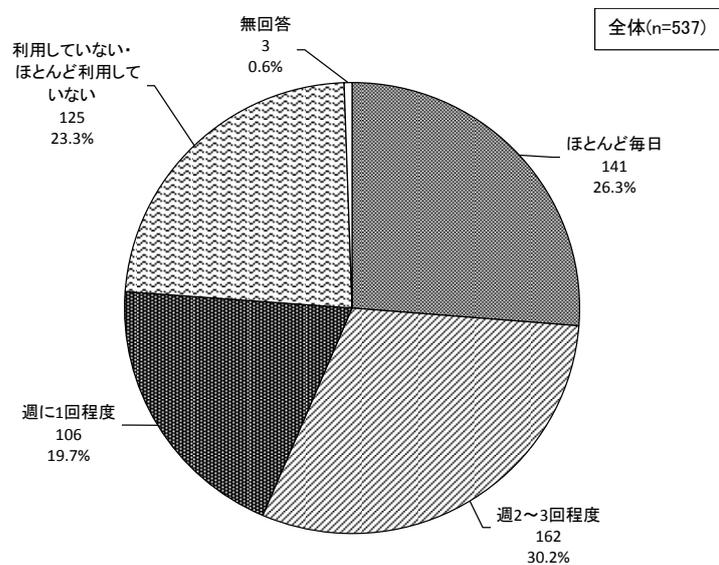
図 3-3-6 近くの商店街の有無



問7. 問6で「1. ある」と答えた方にお聞きます。どのくらいの頻度でお近くの商店街を利用していますか。

商店街を利用する頻度について、「週2~3回程度」が30.2%で、「ほとんど毎日」が26.3%、「利用していない・ほとんど利用していない」が23.3%と続いている。

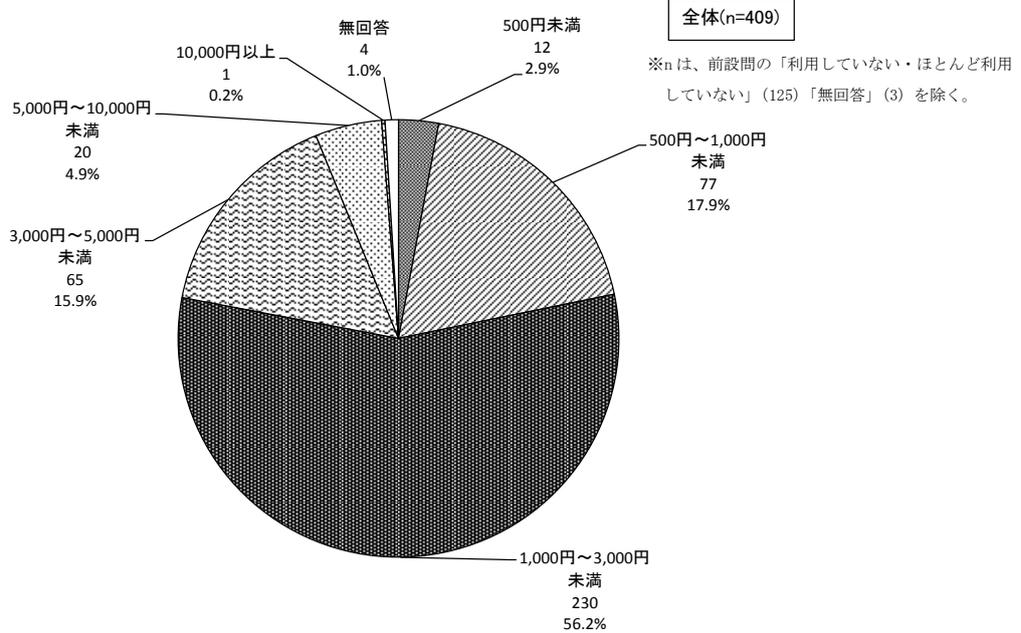
図 3-3-7 商店街の利用頻度



問8. 商店街での1回のお買い物で使う金額はどのくらいですか。

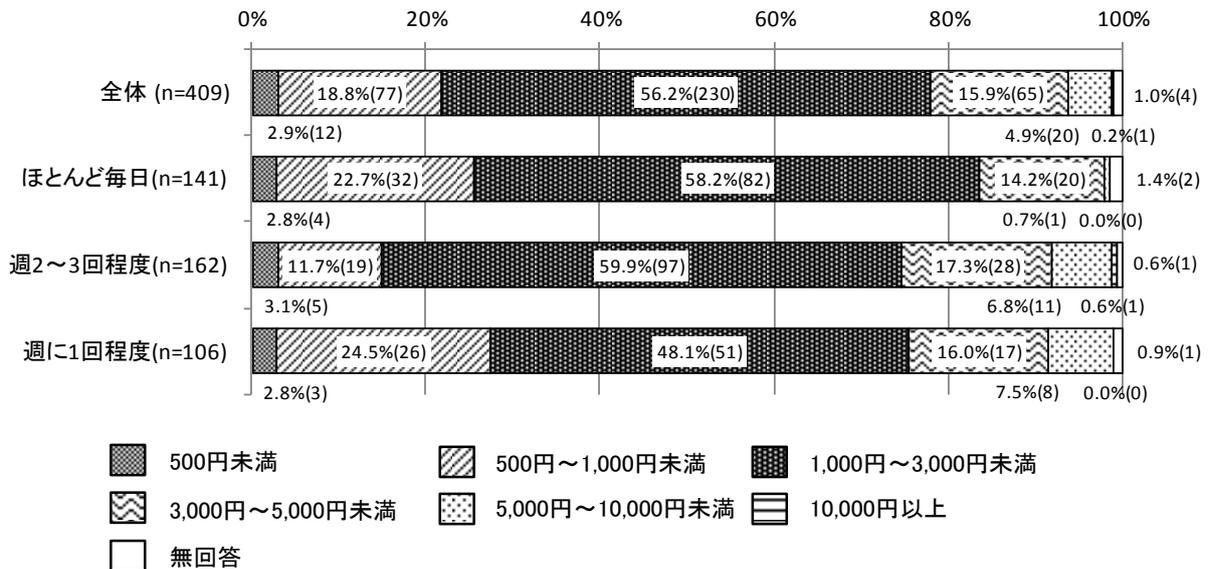
1回の買い物で使う金額ついて、「1,000円～3,000円未満」が56.2%と最も多く、「500円～1,000円未満」が18.8%、「3,000円～5,000円未満」が15.9%と続いている。

図 3-3-8 商店街利用1回あたりの使用金額



商店街の利用頻度と利用1回あたりの使用金額については、「週2～3日程度」の方が、「1,000円～3,000円未満」の使用金額が、最も多い(59.9%)。次いで、「ほとんど毎日」の方が「1,000円～3,000円未満」の使用金額で、続いている(58.2%)。

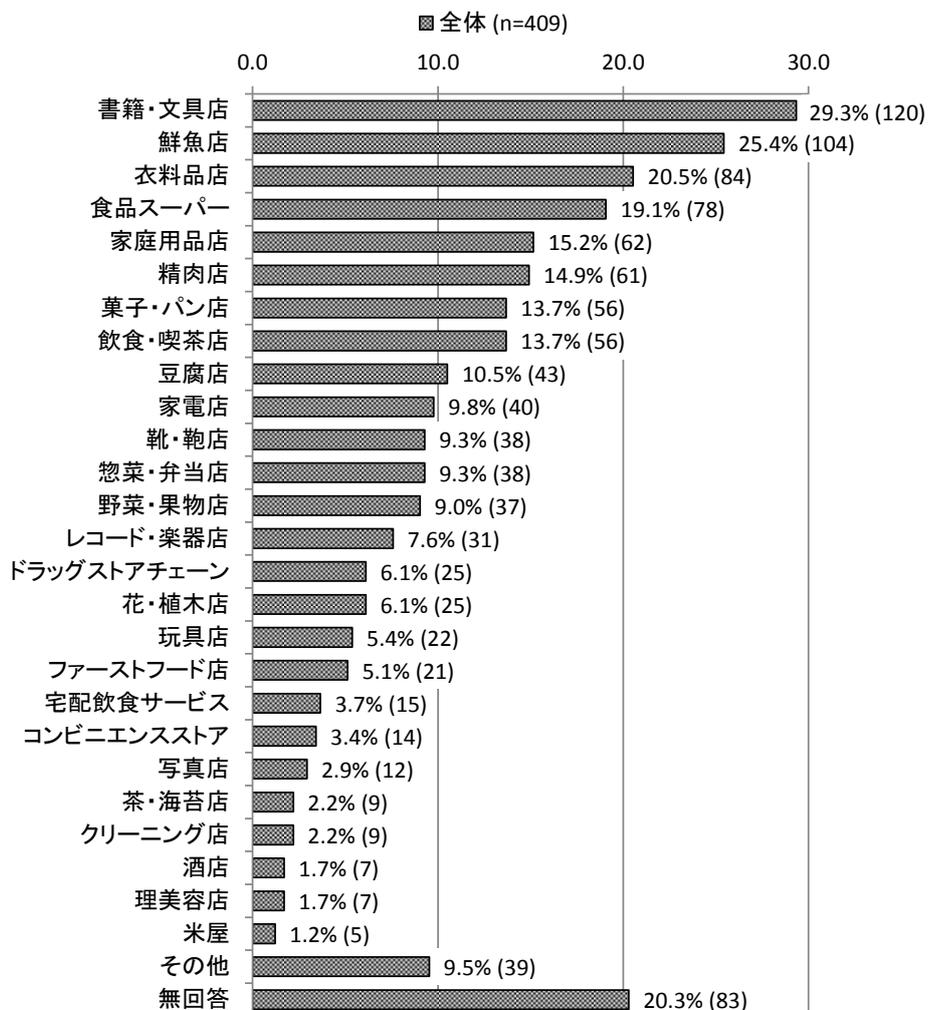
図 3-3-9 商店街の利用頻度と利用1回あたりの使用金額



問9. あなたがよく利用する商店街で不足していると思われる業種のうち、あればよいと思われる業種は何ですか。以下の内で該当するものに○を付けてください。(○は3つまで)

不足している業種について、「書籍・文具店」が29.3%と多く、「鮮魚店」が25.4%、「衣料品店」が20.5%と続いている。

図 3-3-10 商店街に不足している業種



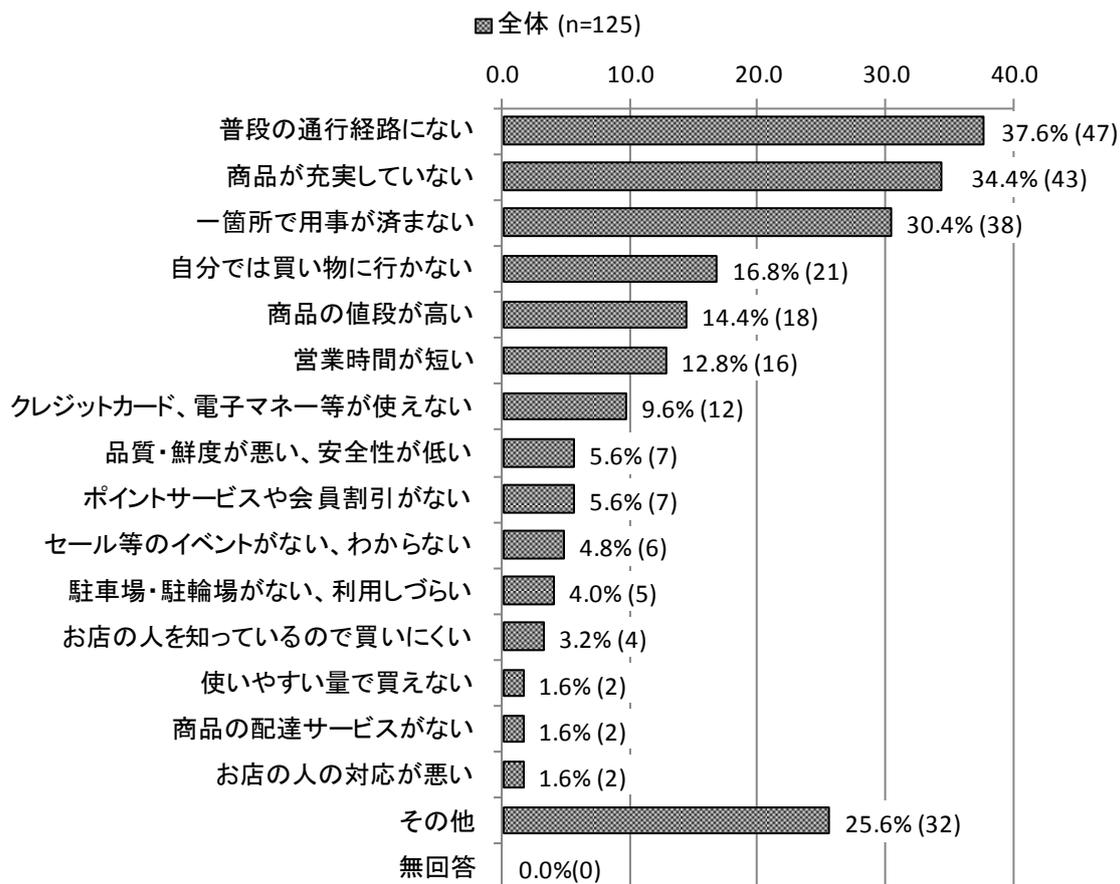
その他(自由意見)

- ・手芸屋
- ・ホームセンター
- ・100円均一店
- ・自転車店
- ・PC専門店
- ・郵便局
- ・銀行
- ・レンタルビデオ店

問 10. 問 7 で「4. 利用していない・ほとんど利用しない」と答えた方にお聞きします。商店街を利用しないのはどのような理由からですか。以下の内で該当するものに○を付けてください。  
(○は3つまで)

商店街を利用しない理由について、「普段の通行経路にない」が 37.6%で、「商品が充実していない」が 34.4%、「一箇所で用事が済まない」が 30.4%と続いている。

図 3-3-11 商店街を利用しない理由



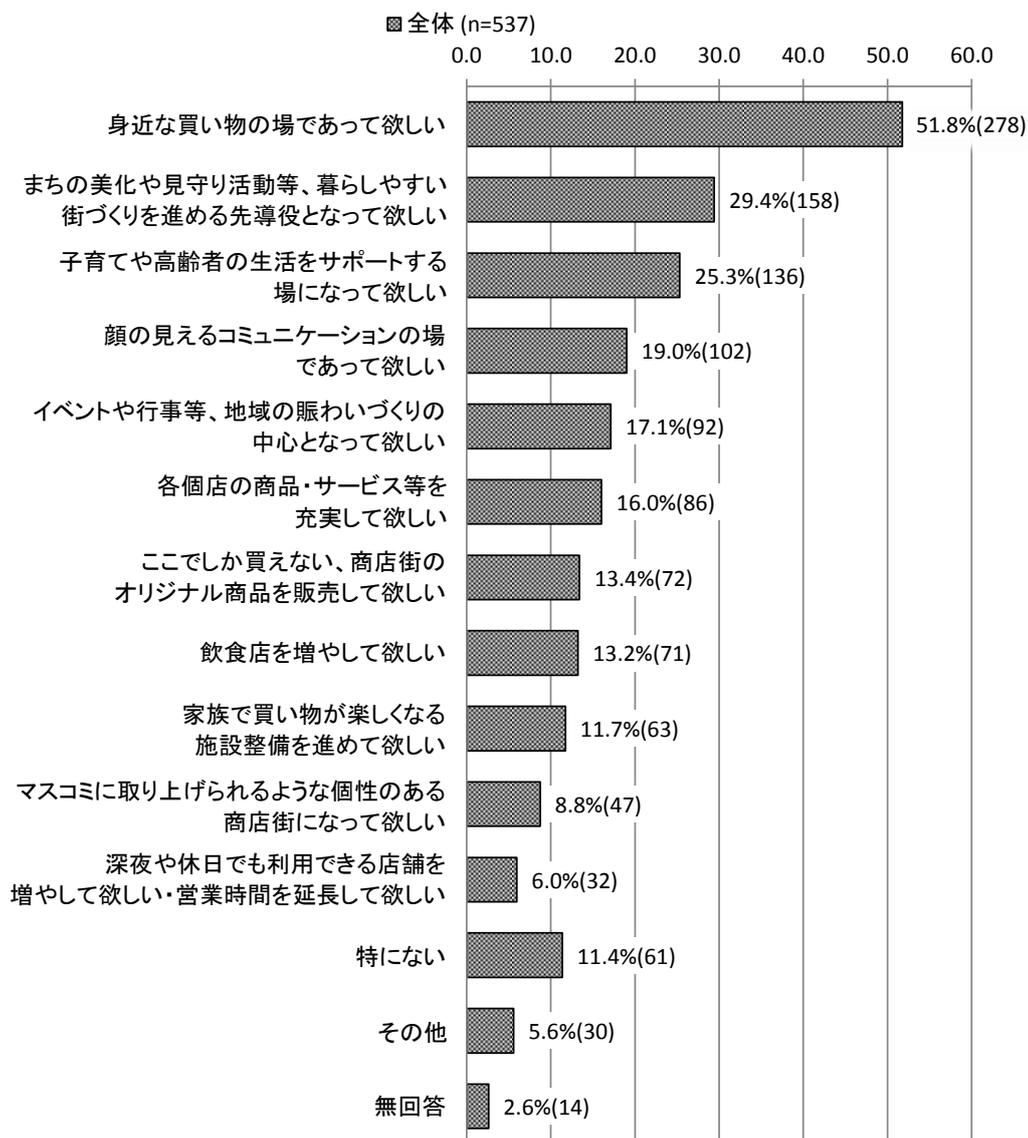
その他(自由意見)

- ・チラシを見てから決めるから
- ・近くにスーパー等があるため
- ・ネットサービスを利用しているから
- ・店舗数が少ないから

問 11. あなたの身近な商店街について、これからどうあって欲しいと思いますか。以下の内で該当するものに○を付けてください。(○は3つまで)

これから商店街にどうあって欲しいかについて、「身近な買い物の場であって欲しい」が 51.8%と最も多く、「まちの美化や見守り活動等、暮らしやすい街づくりを進める先導役となって欲しい」が 29.4%と続いている。

図 3-3-12 商店街に望むこと



その他(自由意見)

- ・健康や食品の安全性を考慮した食品を取り扱ってほしい。
- ・単身者や高齢者、障がい者を考慮した商店にしてほしい。
- ・商店街でのサービスや独自のイベントを考えてほしい。
- ・商店街で取り扱う商品・店舗を充実させてほしい。
- ・治安のよい商店街であってほしい。
- ・利用マナー(ごみ、不法駐車)の改善をはかってほしい。

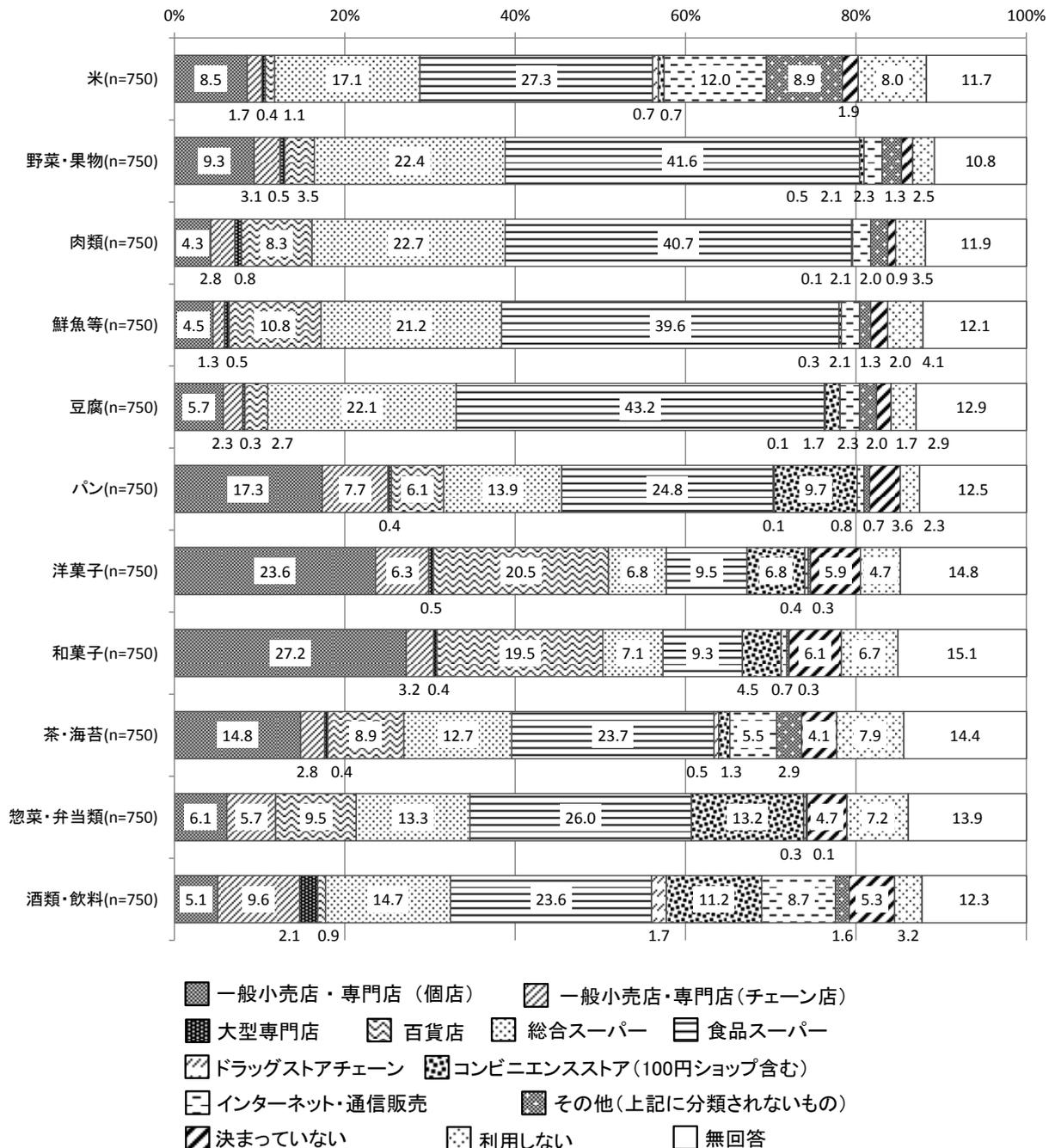
●商品別の買い物を行う場所について

問 12. 以下の商品について、あなたは普段どこで買い物をしますか。最も購入頻度が高い場所を、右の選択肢のア～シから1つ選んでください。また、その場所で購入する主な理由を、右の選択肢の1～19から3つ以内で選んでください。

・食料品類

『食料品類』を普段どこで買うかについて、洋菓子、和菓子以外の全ての食料品類は、「食品スーパー」が、最も多い。  
 なお、洋菓子(23.6%)、和菓子(27.2%)は、「一般小売店・専門店(個店)」での利用が最も多い。

図 3-3-13 商品別の購入店舗（食料品類）



・食料品類①米

『米』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が27.3%で、「総合スーパー」が17.1%、「インターネット・通信販売」が12.0%と続いている。

図 3-3-14 商品別の購入店舗（米）

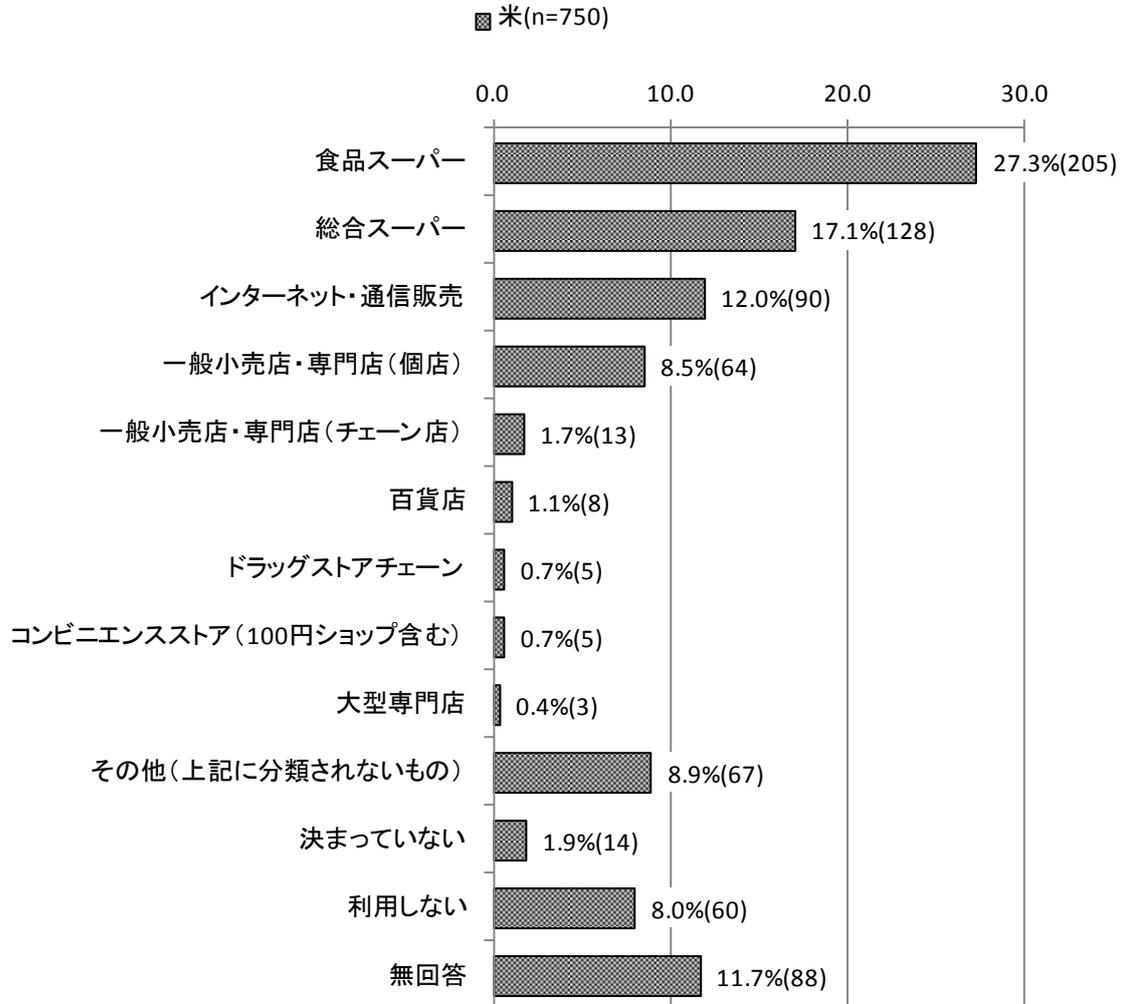


表 3-3-1 商品別の購入店舗と購入理由（米）

	家が近い、交通上の利便性がよい	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	集中して買える	色々な売り場が、まとめて	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=662)	40.3	9.4	7.1	18.3	11.2	3.2	4.5	15.6	15.6	3.2	
一般小売店・専門店(個店) (n=64)	45.3	0.0	0.0	1.6	12.5	4.7	14.1	28.1	3.1	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=13)	30.8	23.1	15.4	30.8	30.8	0.0	7.7	7.7	30.8	0.0	
大型専門店 (n=3)	0.0	0.0	33.3	66.7	66.7	33.3	0.0	33.3	33.3	0.0	
百貨店 (n=8)	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0	75.0	0.0	0.0	
総合スーパー (n=128)	55.5	18.8	16.4	39.8	16.4	0.8	3.1	9.4	16.4	4.7	
食品スーパー (n=205)	75.1	14.6	9.8	29.3	12.7	1.5	5.4	12.7	21.0	5.4	
ドラッグストアエチェーン (n=5)	60.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	60.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=5)	60.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=67)	1.5	0.0	1.5	0.0	3.0	7.5	0.0	26.9	9.0	0.0	
決まっていない (n=14)	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	14.3	0.0	7.1	21.4	0.0	
利用しない (n=60)	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=90)	0.0	3.3	0.0	2.2	10.0	5.6	4.4	21.1	21.1	4.4	

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=662)	2.9	7.7	0.9	22.7	0.0	2.6	4.7	0.2	1.5
一般小売店・専門店(個店) (n=64)	0.0	0.0	0.0	37.5	0.0	21.9	37.5	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=13)	0.0	7.7	0.0	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0
大型専門店 (n=3)	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=8)	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=128)	2.3	13.3	1.6	3.9	0.0	0.0	0.8	0.0	1.6
食品スーパー (n=205)	3.4	12.2	1.0	6.8	0.0	0.0	1.5	0.0	0.5
ドラッグストアエチェーン (n=5)	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
その他(上記に分類されないもの) (n=67)	0.0	1.5	0.0	55.2	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0
決まっていない (n=14)	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3
利用しない (n=60)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	6.7
インターネット・通信販売 (n=90)	5.6	6.7	2.2	75.6	0.0	1.1	1.1	0.0	0.0

※無回答 88 を除く

・食料品類②野菜・果物

『野菜・果物』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が41.6%と最も多く、「総合スーパー」が22.4%と続いている。

図 3-3-15 商品別の購入店舗（野菜・果物）

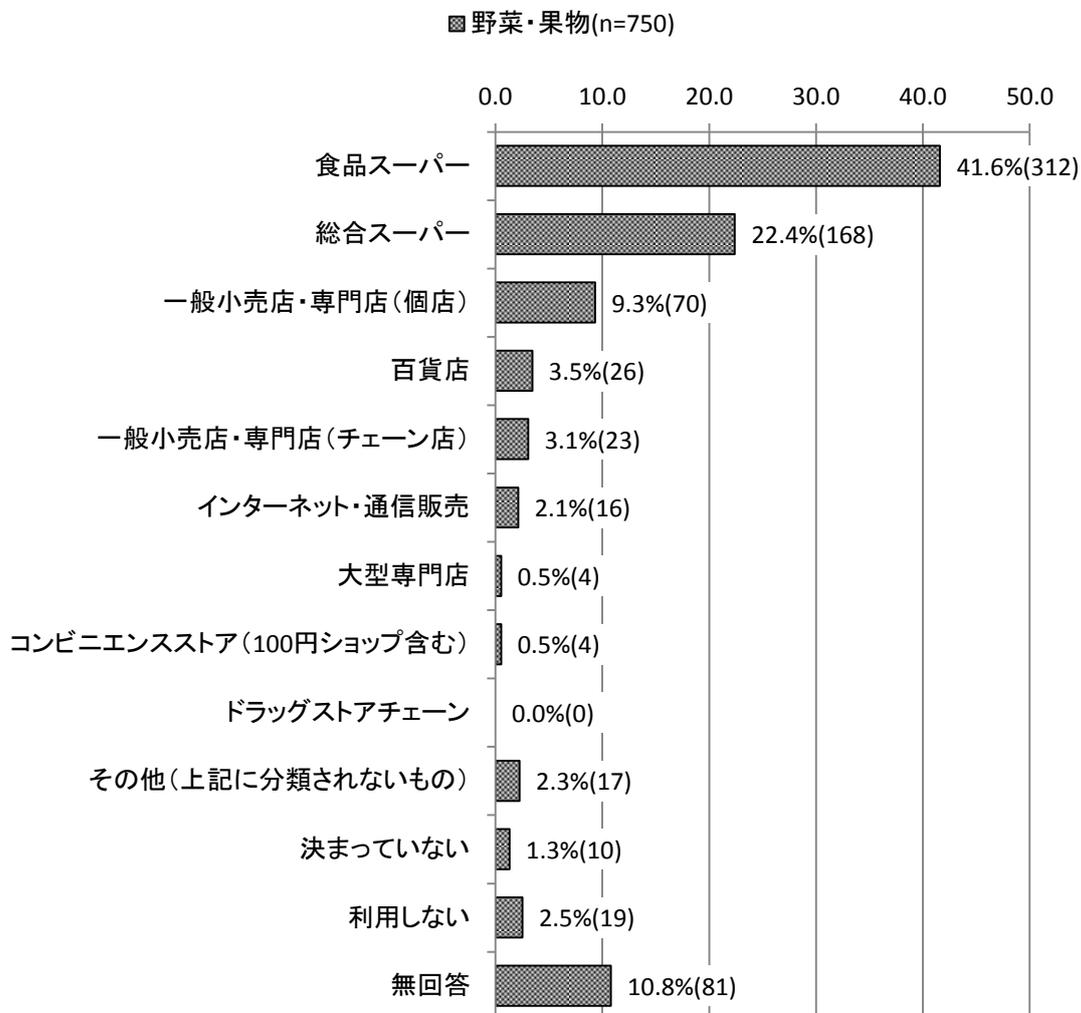


表 3-3-2 商品別の購入店舗と購入理由（野菜・果物）

	便家が近い、交通上の利	る営業時間が長く便利であ	駐車場・駐輪場がある	何集中していて、まとめて買える	色々な売り場が一箇所に	色んな品ぞろえが豊富で	ある商品の品ぞろえが豊富で	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=669)	56.7	13.5	7.5	27.1	18.8	1.0	6.7	23.3	18.1	2.2		
一般小売店・専門店(個店) (n=70)	62.9	4.3	1.4	5.7	12.9	2.9	12.9	34.3	38.6	1.4		
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=23)	60.9	13.0	8.7	21.7	17.4	0.0	4.3	21.7	21.7	0.0		
大型専門店 (n=4)	0.0	0.0	25.0	50.0	75.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0		
百貨店 (n=26)	11.5	3.8	15.4	19.2	42.3	0.0	3.8	69.2	3.8	0.0		
総合スーパー (n=168)	57.7	19.6	12.5	43.5	25.0	0.6	5.4	18.5	16.1	4.2		
食品スーパー (n=312)	68.9	16.0	6.7	28.5	16.0	0.0	7.7	17.3	17.9	2.2		
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	75.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0		
その他(上記に分類されないもの) (n=17)	0.0	0.0	0.0	0.0	17.6	5.9	0.0	52.9	5.9	0.0		
決まっていない (n=10)	20.0	0.0	0.0	10.0	10.0	20.0	0.0	40.0	30.0	0.0		
利用しない (n=19)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		
インターネット・通信販売 (n=16)	0.0	0.0	0.0	6.3	12.5	0.0	6.3	50.0	0.0	0.0		

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=669)	2.5	8.5	0.6	4.6	0.0	1.3	2.8	0.1	0.9
一般小売店・専門店(個店) (n=70)	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	7.1	17.1	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=23)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7	0.0	0.0
大型専門店 (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=26)	11.5	15.4	0.0	3.8	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=168)	1.8	8.9	1.2	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8
食品スーパー (n=312)	3.2	11.2	0.6	0.6	0.0	0.0	1.3	0.0	1.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=17)	0.0	5.9	0.0	82.4	0.0	5.9	5.9	0.0	0.0
決まっていない (n=10)	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
利用しない (n=19)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	0.0
インターネット・通信販売 (n=16)	0.0	6.3	0.0	68.8	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0

※無回答 81 を除く

・食料品類③肉類

『肉類』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が40.7%と最も多く、「総合スーパー」が22.7%と続いている。

図 3-3-16 商品別の購入店舗（肉類）

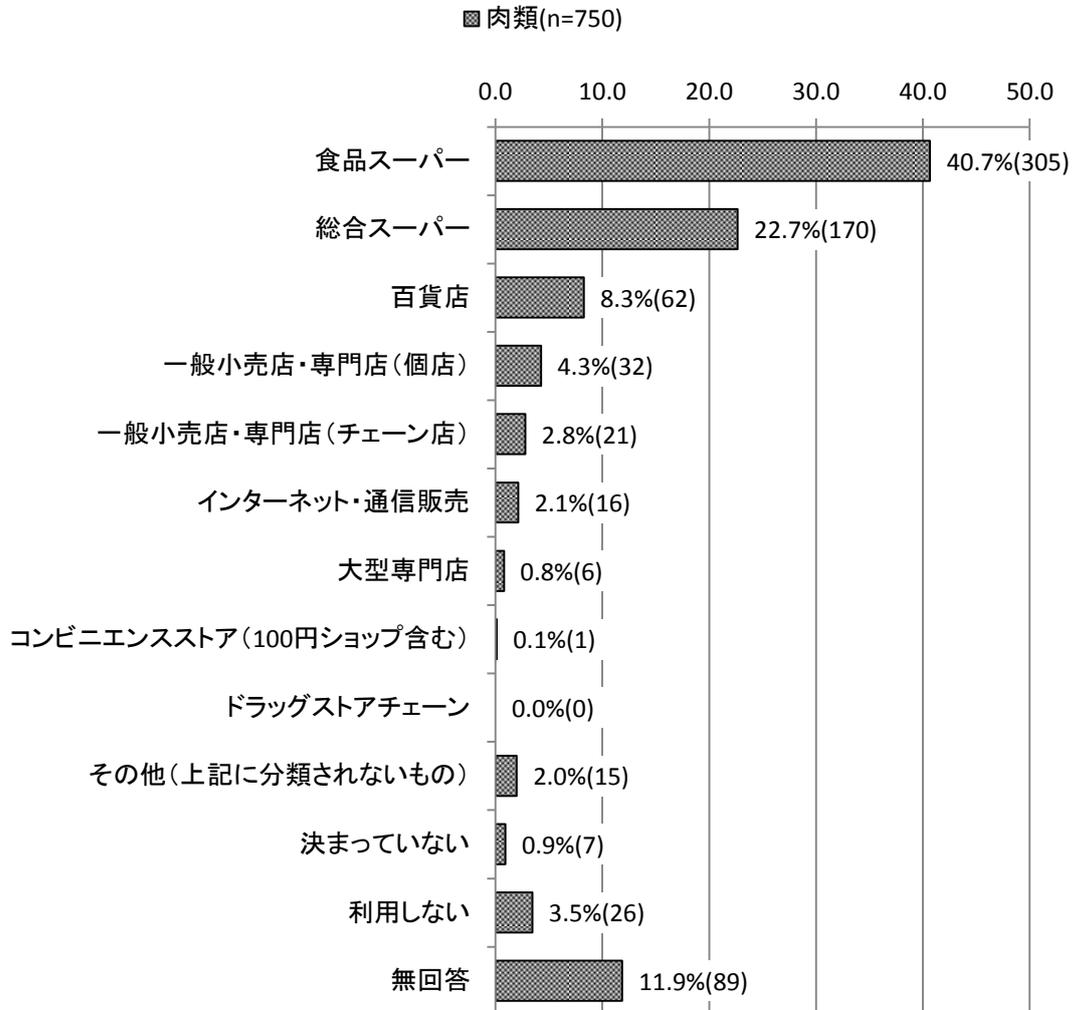


表 3-3-3 商品別の購入店舗と購入理由（肉）

	便家が近い、交通上の利	る営業時間が長く便利であ	駐車場・駐輪場がある	何集中して、まとめて買える	色々な売り場が一箇所に	ある商品の品ぞろえが豊富で	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=661)	50.5	12.0	7.3	26.2	20.4	1.1	8.6	26.8	15.1	3.0	
一般小売店・専門店(個店) (n=32)	56.3	0.0	0.0	3.1	15.6	0.0	21.9	46.9	9.4	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=21)	47.6	9.5	14.3	19.0	23.8	0.0	9.5	28.6	33.3	0.0	
大型専門店 (n=6)	33.3	0.0	16.7	16.7	66.7	16.7	0.0	33.3	33.3	0.0	
百貨店 (n=62)	12.9	1.6	11.3	12.9	35.5	1.6	9.7	74.2	4.8	0.0	
総合スーパー (n=170)	54.7	16.5	11.2	39.4	24.7	1.2	10.0	18.8	15.3	5.3	
食品スーパー (n=305)	65.9	15.7	5.9	29.5	17.4	0.0	7.5	19.0	18.7	3.6	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=15)	0.0	0.0	0.0	0.0	6.7	6.7	6.7	60.0	6.7	0.0	
決まっていない (n=7)	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3	0.0	
利用しない (n=26)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=16)	0.0	0.0	0.0	12.5	18.8	12.5	6.3	43.8	0.0	0.0	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	あるポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=661)	2.6	8.8	1.5	3.9	0.0	1.5	1.4	0.2	1.1
一般小売店・専門店(個店) (n=32)	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	3.1	18.8	0.0	3.1
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=21)	4.8	4.8	4.8	0.0	0.0	4.8	0.0	0.0	0.0
大型専門店 (n=6)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=62)	6.5	8.1	1.6	1.6	0.0	8.1	1.6	0.0	0.0
総合スーパー (n=170)	1.8	8.2	1.8	0.6	0.0	0.6	0.6	0.0	1.8
食品スーパー (n=305)	3.0	11.8	1.3	0.7	0.0	0.3	0.3	0.0	0.7
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=15)	0.0	6.7	0.0	73.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
利用しない (n=26)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	3.8
インターネット・通信販売 (n=16)	0.0	6.3	0.0	68.8	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0

※無回答 89 を除く

・食料品類④鮮魚等

『鮮魚等』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が39.6%と最も多く、「総合スーパー」が21.2%と続いている。

図 3-3-17 商品別の購入店舗（鮮魚等）

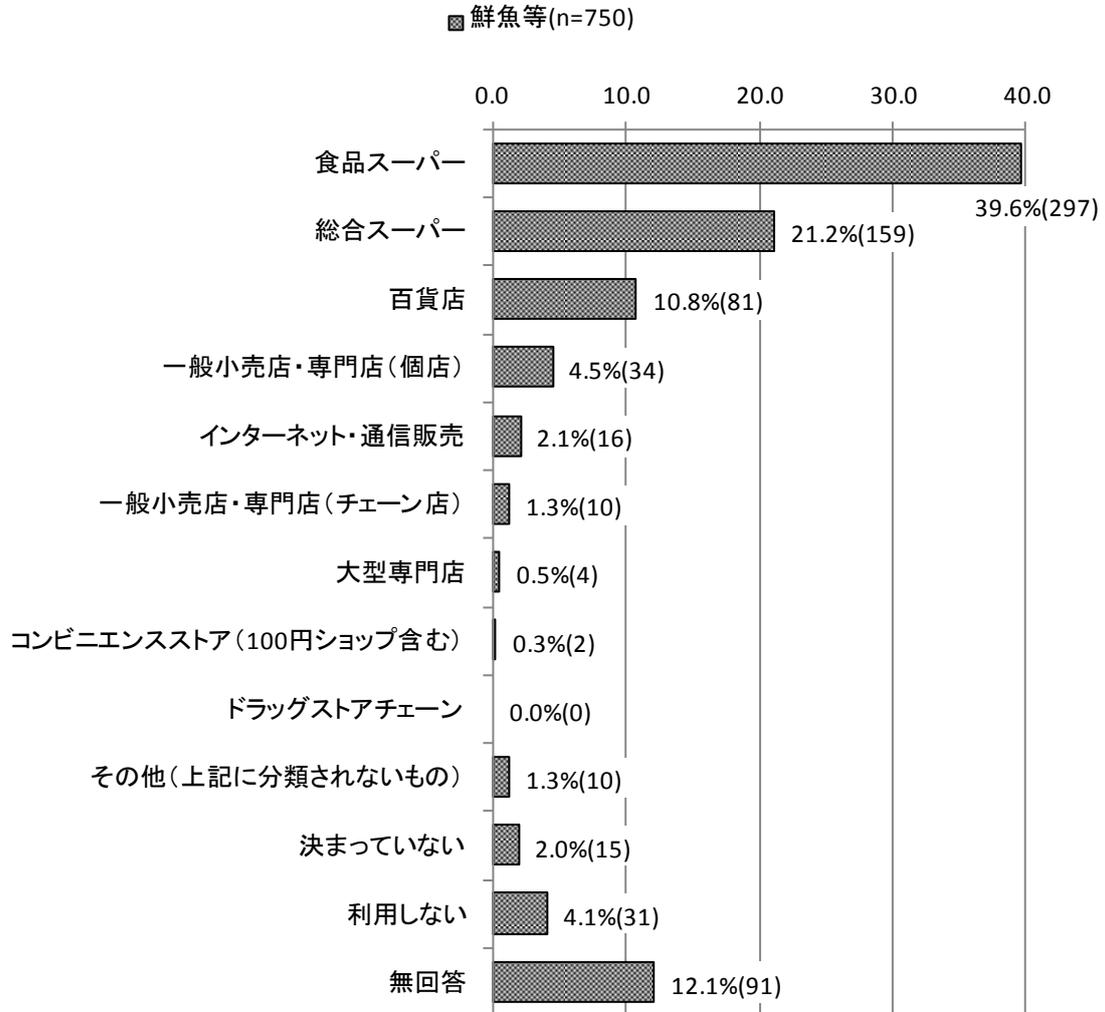


表 3-3-4 商品別の購入店舗と購入理由（鮮魚等）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=659)	48.6	10.9	7.3	25.2	20.5	1.1	7.0	29.1	12.7	2.4	
一般小売店・専門店(個店) (n=34)	55.9	0.0	0.0	0.0	20.6	0.0	14.7	58.8	14.7	2.9	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=10)	60.0	10.0	20.0	30.0	30.0	0.0	10.0	40.0	10.0	0.0	
大型専門店 (n=4)	25.0	0.0	25.0	25.0	50.0	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	
百貨店 (n=81)	9.9	2.5	9.9	14.8	29.6	1.2	6.2	77.8	3.7	1.2	
総合スーパー (n=159)	55.3	16.4	12.6	37.1	25.8	0.6	8.2	19.5	15.1	3.1	
食品スーパー (n=297)	64.3	14.1	5.7	29.6	17.8	0.0	6.4	19.5	16.8	3.0	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	10.0	0.0	40.0	0.0	0.0	
決まっていない (n=15)	13.3	6.7	0.0	6.7	6.7	6.7	6.7	26.7	6.7	0.0	
利用しない (n=31)	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=16)	6.3	0.0	0.0	12.5	12.5	12.5	12.5	31.3	0.0	0.0	

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=659)	2.6	8.0	1.1	3.5	0.2	2.6	1.5	0.2	1.4
一般小売店・専門店(個店) (n=34)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	29.4	17.6	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=10)	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
大型専門店 (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=81)	6.2	4.9	1.2	1.2	0.0	7.4	1.2	0.0	0.0
総合スーパー (n=159)	1.9	9.4	1.3	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	1.9
食品スーパー (n=297)	3.0	10.8	1.3	0.7	0.0	0.0	1.0	0.0	0.3
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=10)	0.0	10.0	0.0	70.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=15)	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3
利用しない (n=31)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	9.7
インターネット・通信販売 (n=16)	0.0	6.3	0.0	62.5	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0

※無回答 91 を除く

・食料品類⑤豆腐

『豆腐』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が43.2%と最も多く、「総合スーパー」が22.1%と続いている。

図 3-3-18 商品別の購入店舗（豆腐）

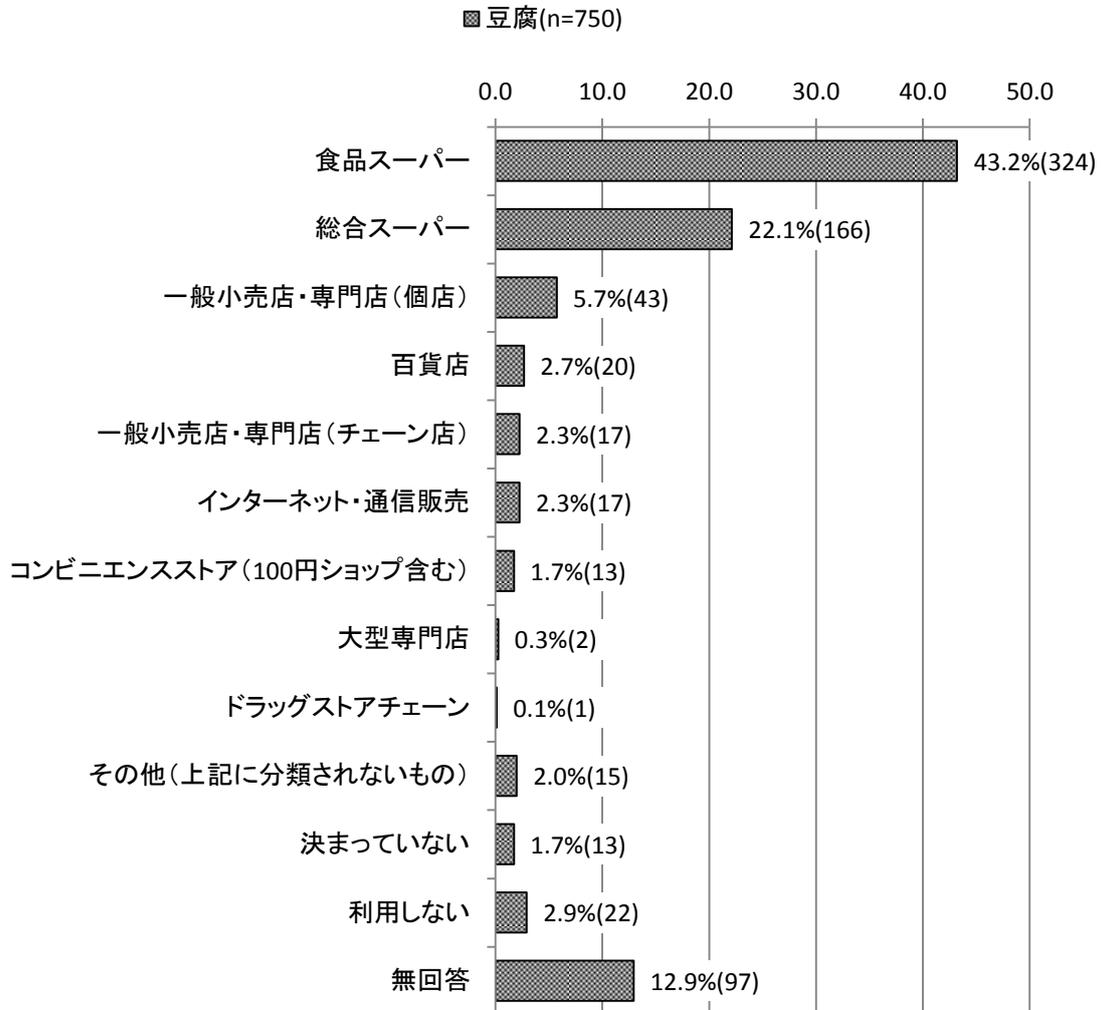


表 3-3-5 商品別の購入店舗と購入理由（豆腐）

	便家 性が よ い、 交 通 上 の 利	営 業 時 間 が 長 く 便 利 で あ る	駐 車 場 ・ 駐 輪 場 が あ る	何 集 色 中 も 買 て い て 、 ま と め 所 に あ る	商 品 の 品 ぞ ろ え が 豊 富 で あ る	オ リ ジ ナ ル 商 品 が あ る	使 い や す い 量 で 買 え る	い 品 質 ・ 鮮 度 ・ 安 全 性 が 高 い	商 品 の 値 段 が 安 い	商 品 の 値 段 が 比 較 で き る
全体 (n=653)	56.5	11.8	6.7	25.0	15.9	2.0	7.5	20.2	14.2	2.8
一般小売店・専門店(個店) (n=43)	60.5	2.3	2.3	0.0	7.0	11.6	7.0	37.2	2.3	2.3
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=17)	52.9	5.9	11.8	23.5	5.9	0.0	0.0	41.2	17.6	0.0
大型専門店 (n=2)	50.0	0.0	50.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=20)	20.0	0.0	10.0	30.0	40.0	5.0	0.0	65.0	5.0	0.0
総合スーパー (n=166)	59.0	16.9	9.6	36.7	21.7	0.6	9.0	15.7	14.5	4.2
食品スーパー (n=324)	67.3	13.6	6.8	27.8	15.4	0.9	7.1	14.8	17.6	3.1
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=13)	76.9	7.7	0.0	0.0	0.0	7.7	38.5	7.7	7.7	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=15)	0.0	0.0	0.0	0.0	13.3	6.7	6.7	46.7	13.3	0.0
決まっていない (n=13)	23.1	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	30.8	23.1	0.0
利用しない (n=22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=17)	0.0	5.9	0.0	11.8	11.8	5.9	5.9	52.9	0.0	0.0

	等 決 済 手 段 が 豊 富 で あ る	ク レ ジ ッ ト カ ー ド ・ 電 子 マ ネ ー	ポ イ ン ト サ ー ビ ス や 会 員 割 引 が あ る	セ ー ル 等 の イ ベ ン ト が あ る	商 品 を 配 達 し て く れ る	ア フ タ ー サ ー ビ ス ( 保 証 ) が あ る	店 の 人 の 専 門 知 識 が 豊 富 で 信 頼 で き る	み 店 の 人 が 親 切 ・ 昔 か ら の 顔 な じ	設 飲 食 店 、 公 共 施 設 が 併 設 さ れ て い る	た だ な ん と な く
全体 (n=653)	2.5	8.1	0.3	4.6	0.0	0.8	2.3	0.2	1.1	
一般小売店・専門店(個店) (n=43)	0.0	2.3	0.0	4.7	0.0	9.3	30.2	0.0	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=17)	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
大型専門店 (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
百貨店 (n=20)	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	0.0	
総合スーパー (n=166)	1.8	8.4	0.0	0.6	0.0	0.0	0.0	0.0	1.2	
食品スーパー (n=324)	3.1	10.2	0.6	0.9	0.0	0.0	0.3	0.0	0.6	
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=13)	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	
その他(上記に分類されないもの) (n=15)	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
決まっていない (n=13)	7.7	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	
利用しない (n=22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	
インターネット・通信販売 (n=17)	0.0	5.9	0.0	76.5	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	

※無回答 97 を除く

・食料品類⑥パン

『パン』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が24.8%で、「一般小売店・専門店（個店）」が17.3%、「総合スーパー」が13.9%と続いている。

図 3-3-19 商品別の購入店舗（パン）

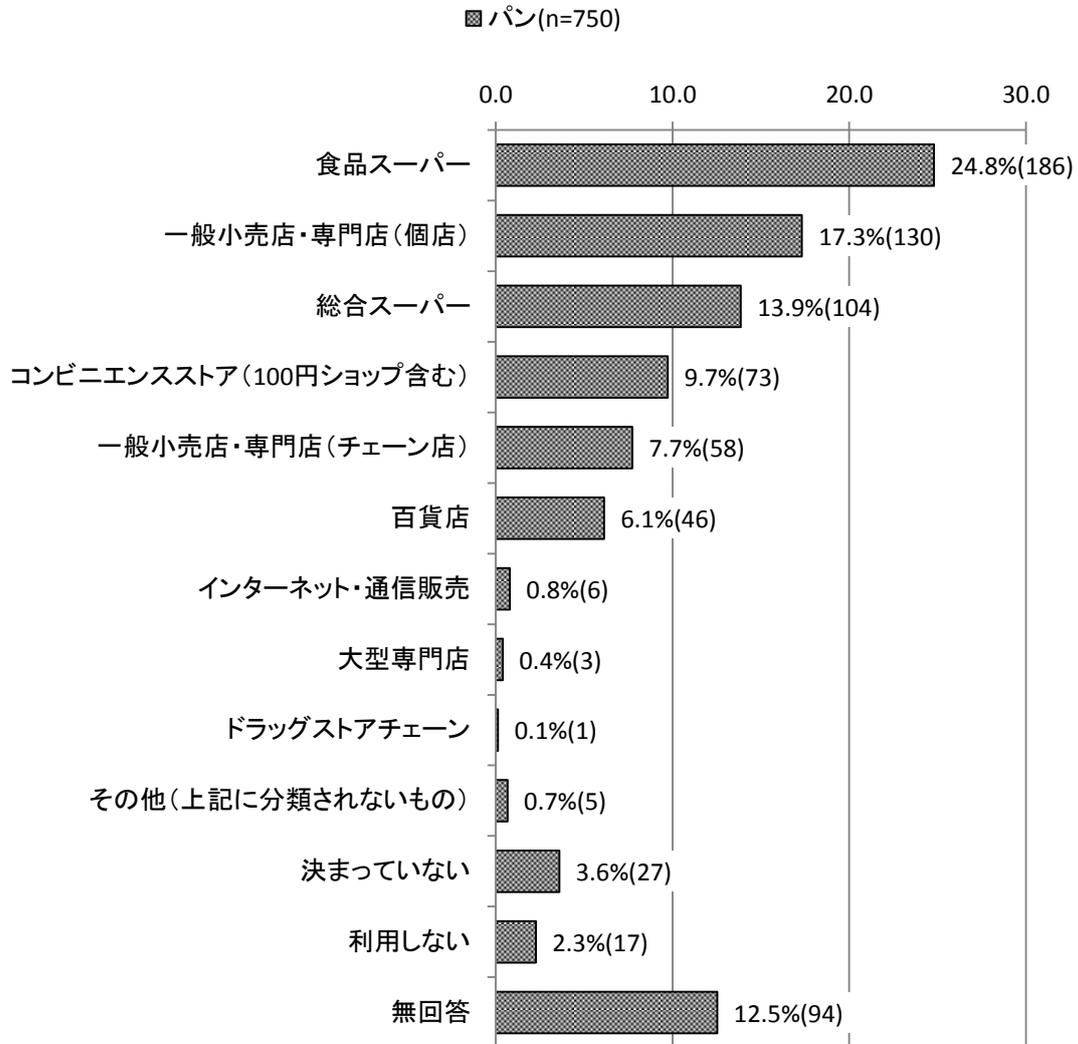
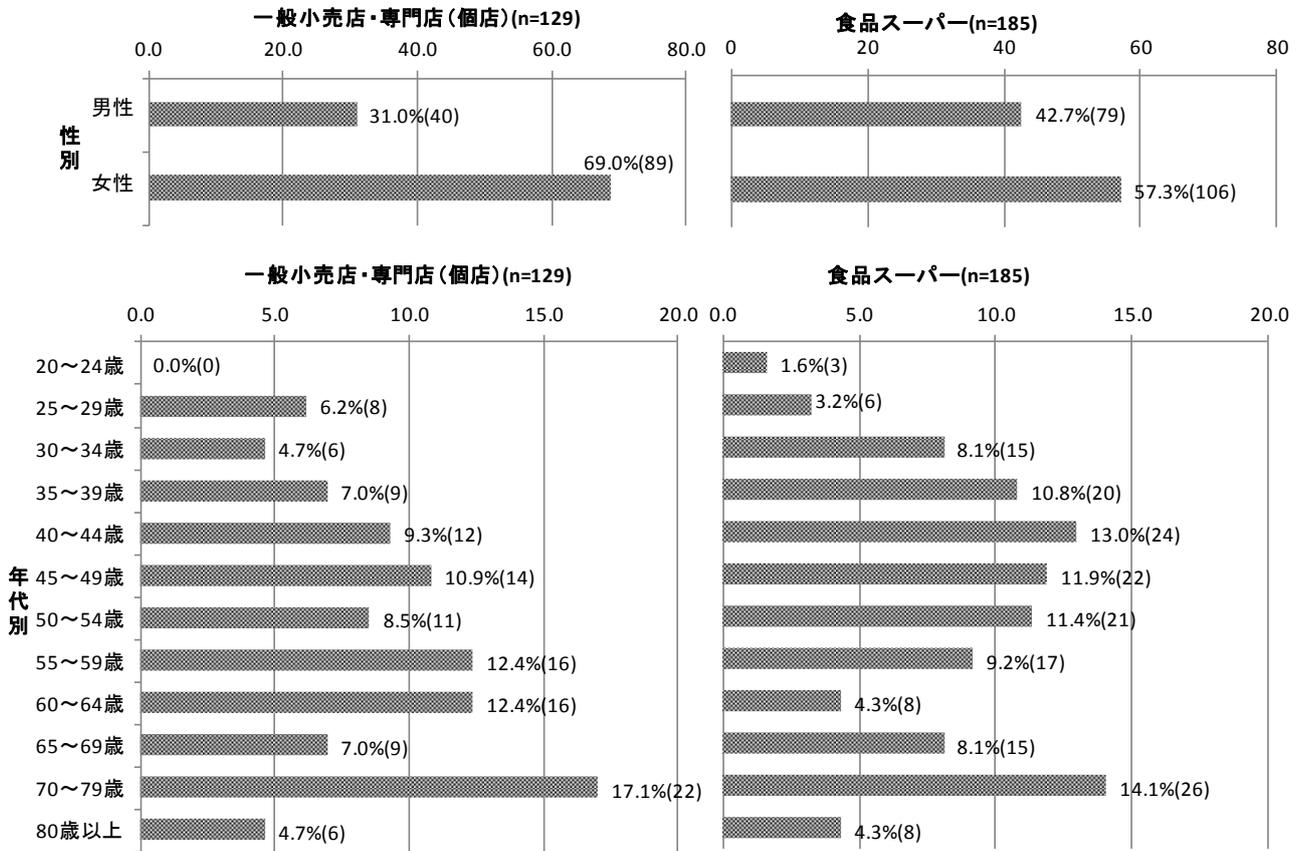


図 3-3-20 購入が多い店舗の性別と年代別（パン）



※無回答 1 を除く

※無回答 1 を除く

表 3-3-6 商品別の購入店舗と購入する理由（パン）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=656)	48.2	10.1	5.3	16.6	23.0	12.8	4.9	23.0	12.3	1.4
一般小売店・専門店(個店) (n=130)	36.9	0.8	0.8	0.8	25.4	31.5	5.4	41.5	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=58)	36.2	0.0	3.4	12.1	41.4	29.3	6.9	41.4	6.9	0.0
大型専門店 (n=3)	33.3	0.0	33.3	33.3	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
百貨店 (n=46)	19.6	2.2	6.5	10.9	43.5	17.4	2.2	45.7	0.0	0.0
総合スーパー (n=104)	51.9	19.2	12.5	35.6	23.1	1.0	4.8	11.5	16.3	1.9
食品スーパー (n=186)	68.8	12.9	7.0	28.0	17.2	2.2	3.8	13.4	21.5	2.2
ドラッグストアエチェーン (n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=73)	69.9	27.4	1.4	5.5	12.3	9.6	9.6	5.5	17.8	1.4
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0	0.0	60.0	20.0	0.0
決まっていない (n=27)	7.4	0.0	3.7	0.0	18.5	3.7	3.7	18.5	18.5	7.4
利用しない (n=17)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=6)	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=656)	2.3	6.4	0.6	1.2	0.0	2.1	1.8	0.2	2.3
一般小売店・専門店(個店) (n=130)	0.0	1.5	0.8	0.0	0.0	5.4	8.5	0.0	1.5
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=58)	3.4	5.2	0.0	0.0	0.0	3.4	0.0	0.0	0.0
大型専門店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=46)	4.3	6.5	0.0	0.0	0.0	2.2	2.2	0.0	2.2
総合スーパー (n=104)	1.0	10.6	1.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
食品スーパー (n=186)	2.7	10.2	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.5
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=73)	5.5	5.5	0.0	1.4	0.0	1.4	0.0	0.0	2.7
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=27)	3.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.8
利用しない (n=17)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	11.8
インターネット・通信販売 (n=6)	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0

※無回答 94 を除く

・食料品類⑦洋菓子

『洋菓子』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が23.6%で、「百貨店」が20.5%と続いている。

図 3-3-21 商品別の購入店舗（洋菓子）

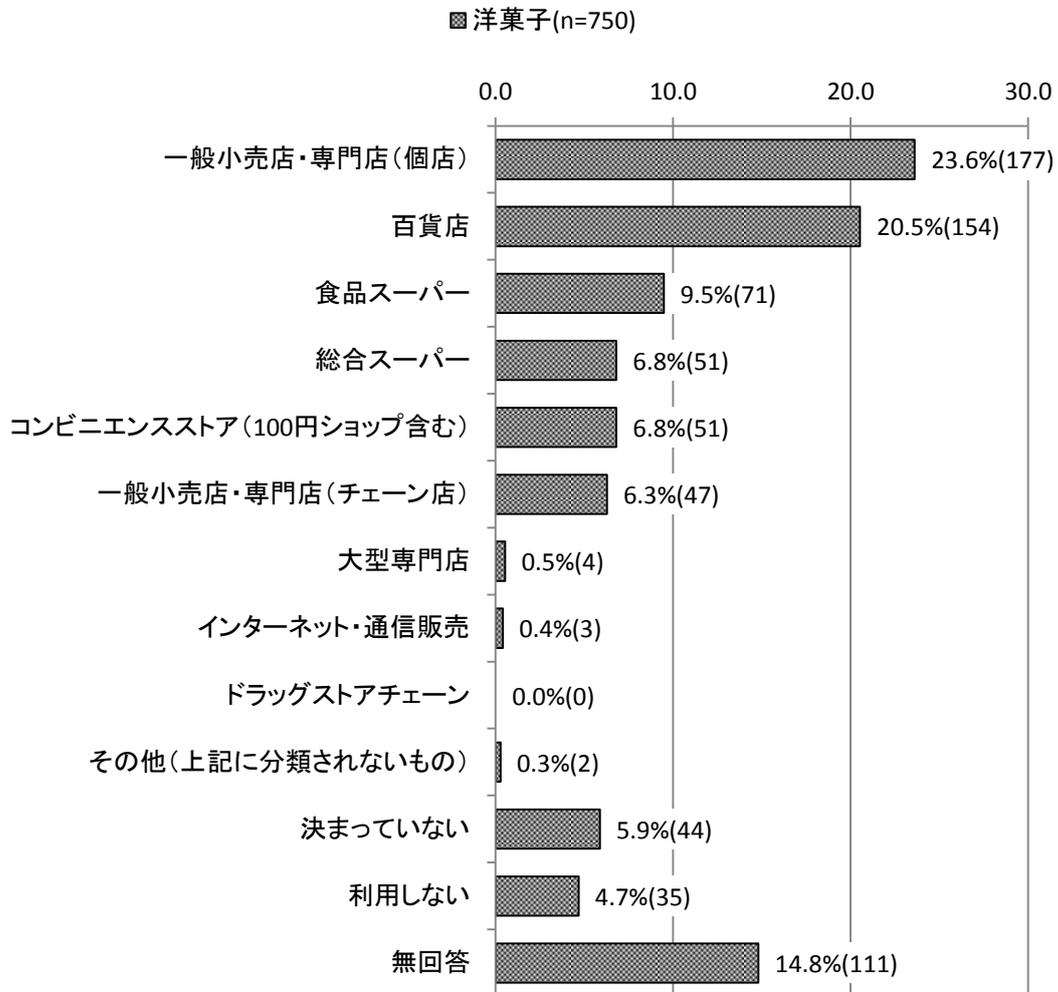
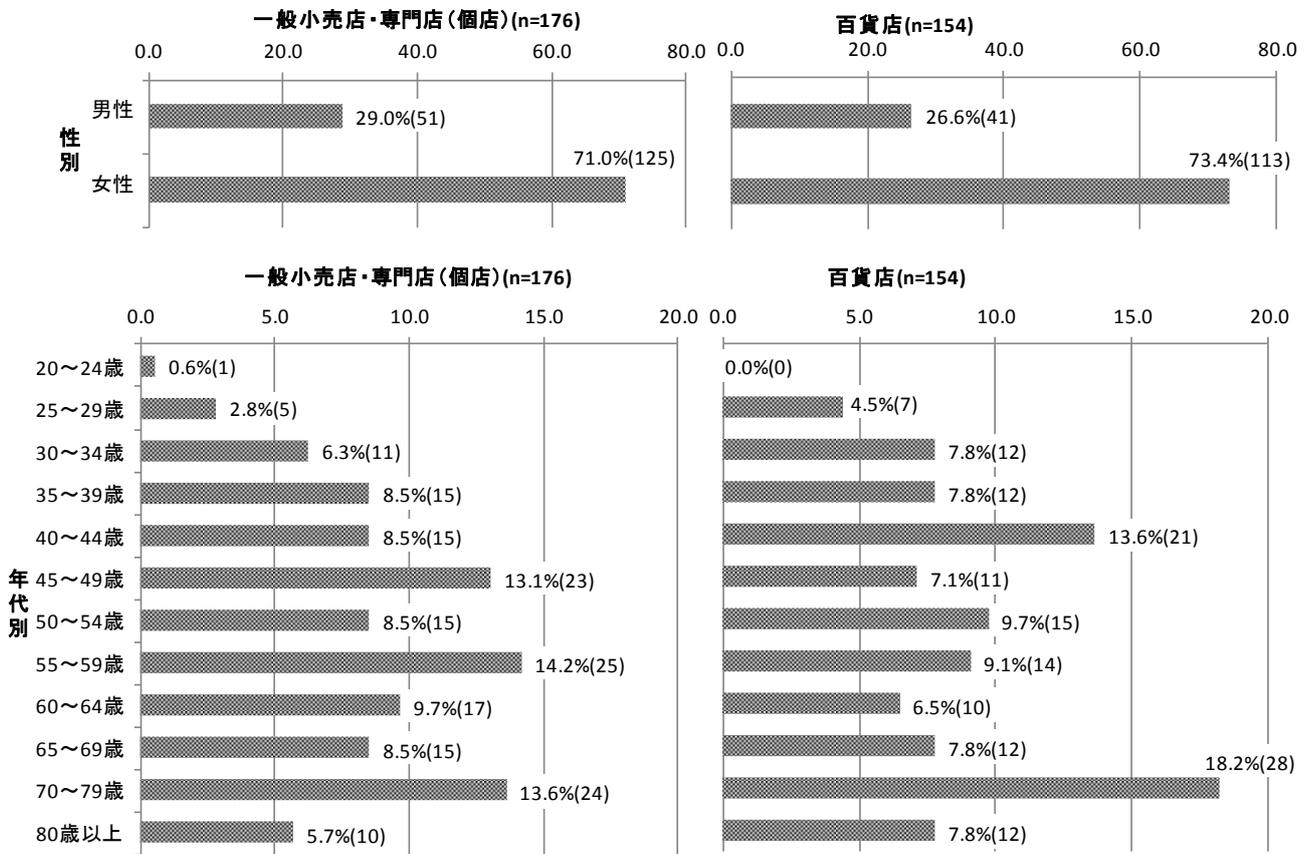


図 3-3-22 購入が多い店舗の性別と年代別（洋菓子）



※無回答 1 を除く

表 3-3-7 商品別の購入店舗と購入理由（洋菓子）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=639)	32.1	6.1	4.1	12.4	30.7	19.4	3.6	23.9	6.7	1.7
一般小売店・専門店(個店) (n=177)	33.3	2.8	2.3	2.8	29.9	39.5	2.8	36.2	1.1	1.1
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=47)	36.2	0.0	2.1	4.3	38.3	29.8	6.4	34.0	10.6	0.0
大型専門店 (n=4)	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0
百貨店 (n=154)	7.1	0.6	5.2	16.9	55.2	17.5	1.9	33.8	0.0	5.2
総合スーパー (n=51)	54.9	23.5	19.6	37.3	21.6	2.0	0.0	9.8	21.6	0.0
食品スーパー (n=71)	69.0	11.3	2.8	28.2	18.3	2.8	4.2	11.3	22.5	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=51)	68.6	25.5	0.0	7.8	17.6	3.9	15.7	2.0	13.7	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=44)	9.1	0.0	2.3	2.3	11.4	13.6	0.0	15.9	2.3	2.3
利用しない (n=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=3)	33.3	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=639)	2.8	5.0	0.3	0.9	0.0	2.5	1.4	0.0	2.8
一般小売店・専門店(個店) (n=177)	0.0	1.7	0.0	1.1	0.0	5.6	4.5	0.0	1.7
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=47)	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	2.1
大型専門店 (n=4)	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=154)	5.8	4.5	0.0	0.6	0.0	1.3	0.6	0.0	1.3
総合スーパー (n=51)	2.0	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9
食品スーパー (n=71)	4.2	14.1	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=51)	7.8	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=44)	2.3	2.3	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	18.2
利用しない (n=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
インターネット・通信販売 (n=3)	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0

※無回答 111 を除く

・食料品類⑧和菓子

『和菓子』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が27.2%で、「百貨店」が19.5%と続いている。

図 3-3-23 商品別の購入店舗（和菓子）

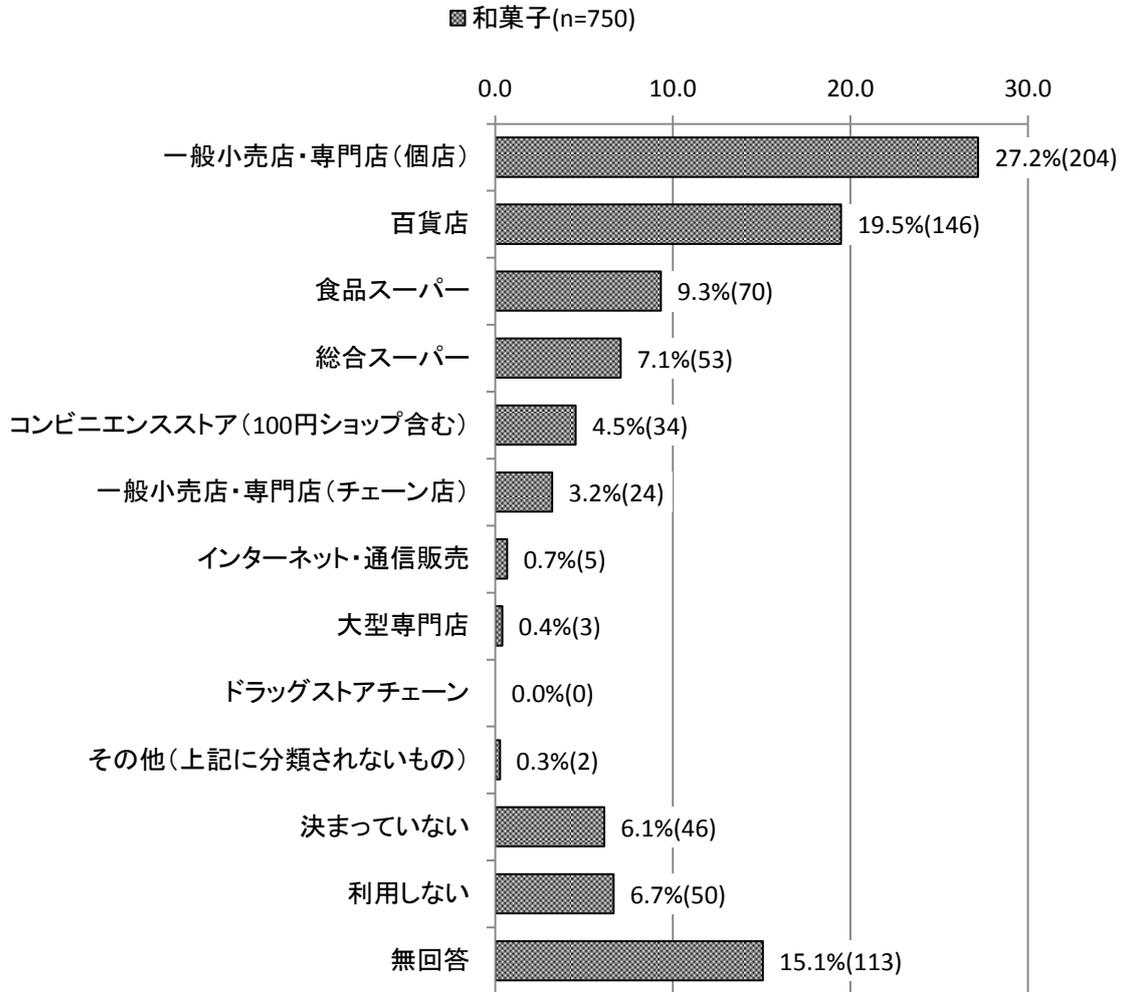
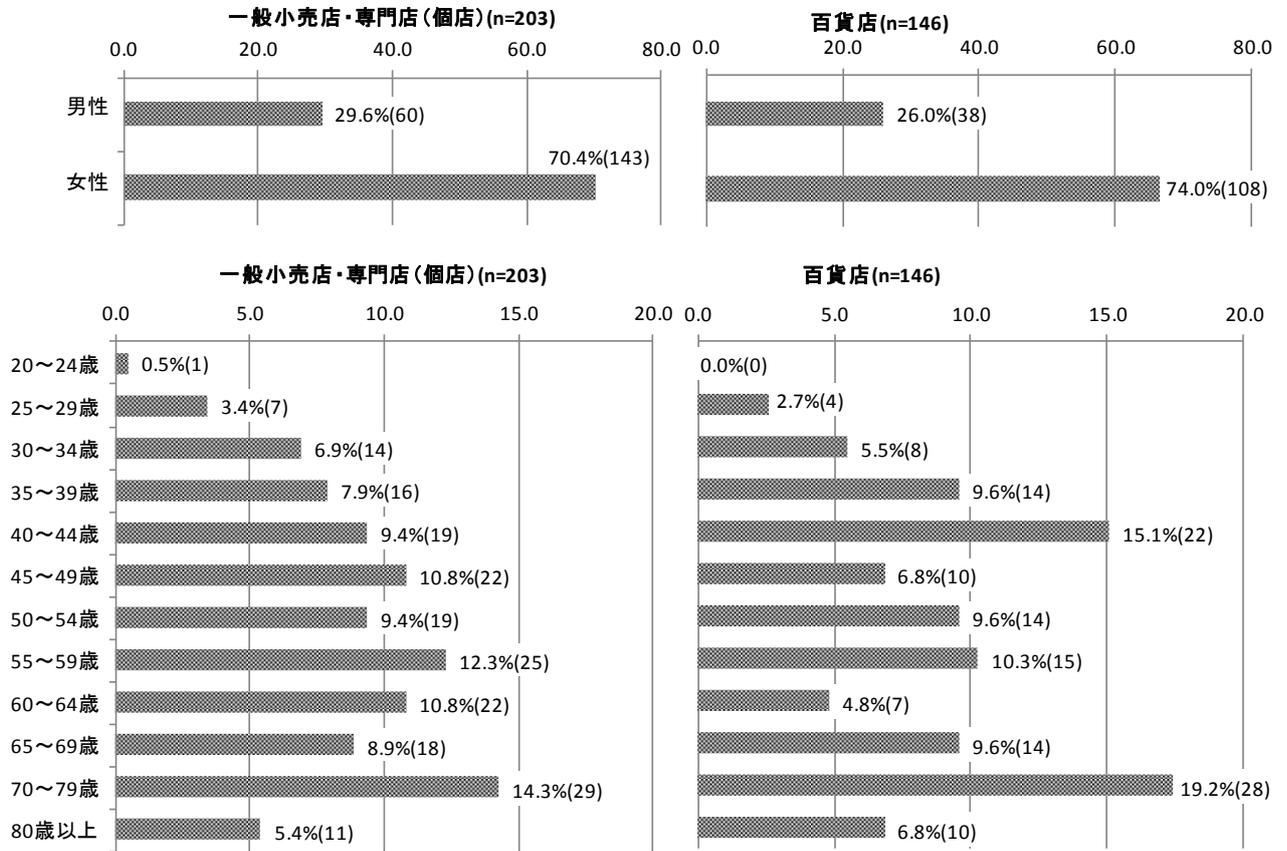


図 3-3-24 購入が多い店舗の性別と年代別（和菓子）



※無回答 1 を除く

表 3-3-8 商品別の購入店舗と購入理由（和菓子）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=637)	31.7	5.5	3.9	12.2	26.7	17.9	5.3	22.4	5.8	1.7
一般小売店・専門店(個店) (n=204)	37.7	2.5	2.0	2.0	23.0	36.3	8.8	32.8	2.5	1.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=24)	37.5	0.0	4.2	12.5	25.0	29.2	8.3	25.0	4.2	0.0
大型専門店 (n=3)	33.3	0.0	0.0	66.7	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=146)	7.5	0.7	5.5	15.1	55.5	16.4	1.4	34.9	0.0	4.8
総合スーパー (n=53)	54.7	18.9	17.0	37.7	20.8	3.8	0.0	9.4	17.0	0.0
食品スーパー (n=70)	68.6	11.4	2.9	30.0	14.3	0.0	4.3	12.9	22.9	1.4
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=34)	67.6	26.5	0.0	8.8	23.5	0.0	17.6	0.0	11.8	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=46)	4.3	0.0	2.2	2.2	6.5	10.9	2.2	10.9	2.2	2.2
利用しない (n=50)	2.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	0.0	0.0	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	20.0	0.0

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=637)	2.5	4.4	0.5	0.8	0.0	2.4	4.2	0.0	3.8
一般小売店・専門店(個店) (n=204)	0.0	1.0	1.0	1.0	0.0	4.4	12.7	0.0	2.9
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=24)	4.2	4.2	0.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	4.2
大型専門店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=146)	4.1	2.7	0.0	0.0	0.0	1.4	0.7	0.0	1.4
総合スーパー (n=53)	1.9	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8
食品スーパー (n=70)	4.3	15.7	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=34)	11.8	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=46)	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	17.4
利用しない (n=50)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.0
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0

※無回答 113 を除く

・食料品類⑨茶・海苔

『茶・海苔』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が23.7%で、「一般小売店・専門店（個店）」が14.8%、「総合スーパー」が12.7%と続いている。

図 3-3-25 商品別の購入店舗（茶・海苔）

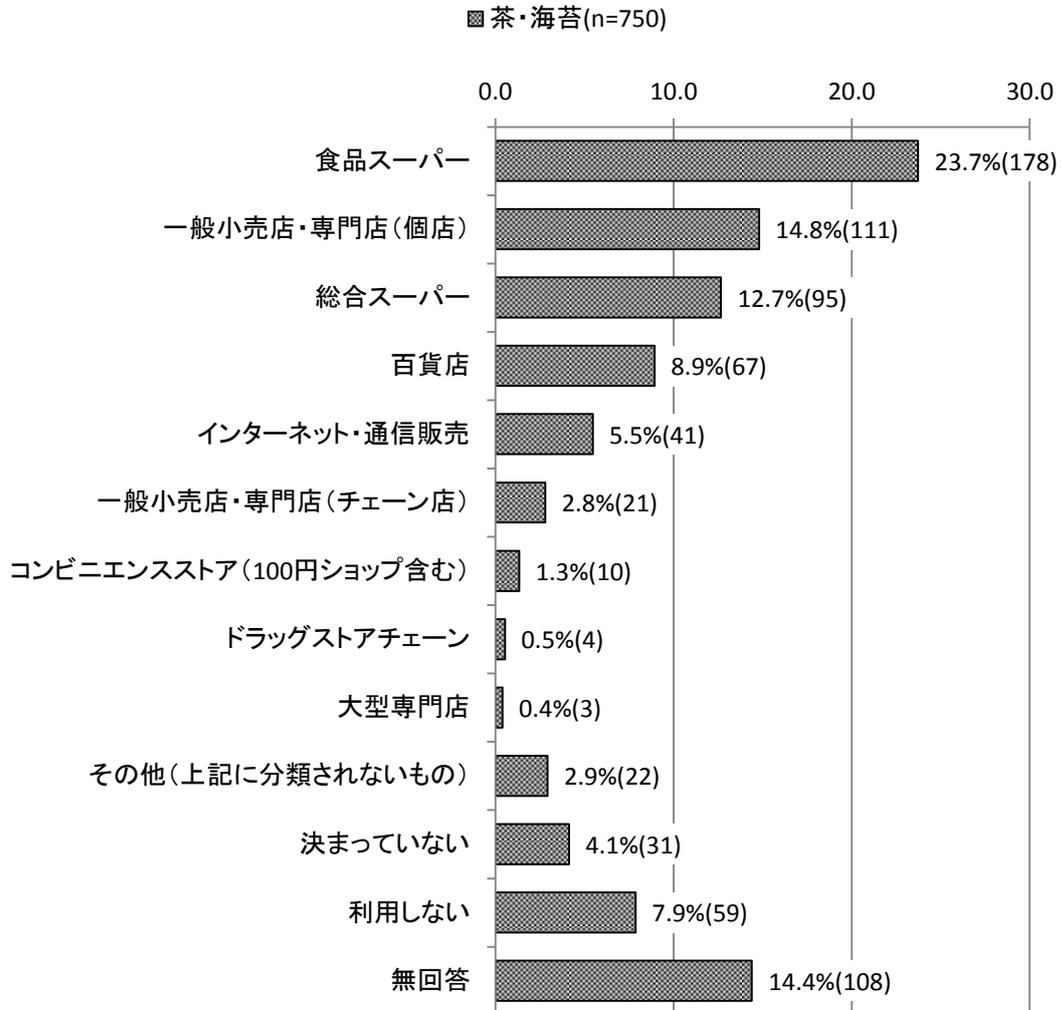
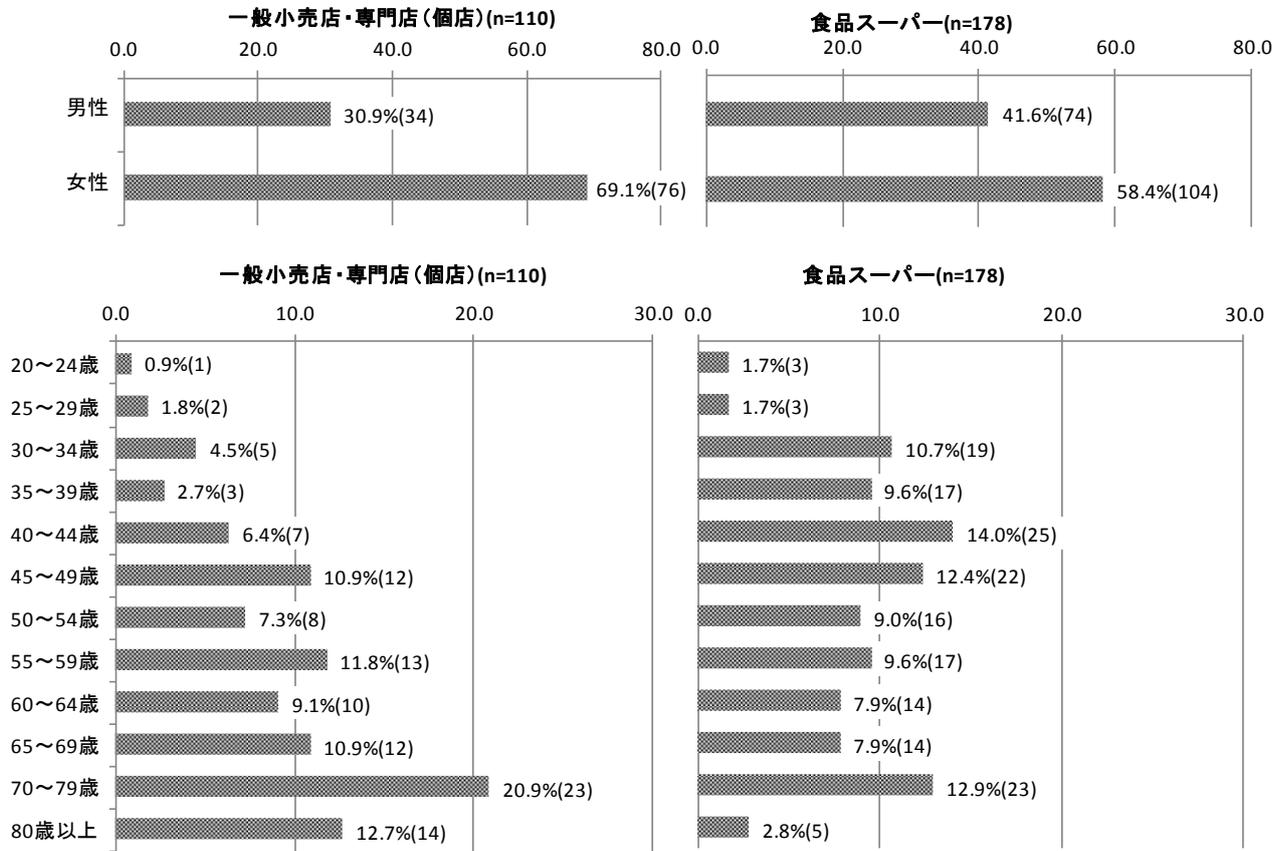


図 3-3-26 購入が多い店舗の性別と年代別（茶・海苔）



※無回答 1 を除く

表 3-3-9 商品別の購入店舗と購入理由（茶・海苔）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=642)	35.4	7.5	4.4	15.9	18.2	6.9	5.0	19.0	9.8	3.6
一般小売店・専門店(個店) (n=111)	37.8	0.9	0.9	0.9	18.9	17.1	11.7	35.1	1.8	2.7
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=21)	38.1	0.0	9.5	14.3	28.6	14.3	4.8	19.0	14.3	0.0
大型専門店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=67)	7.5	1.5	6.0	10.4	40.3	13.4	1.5	44.8	0.0	4.5
総合スーパー (n=95)	49.5	20.0	11.6	40.0	23.2	2.1	2.1	10.5	14.7	5.3
食品スーパー (n=178)	62.9	14.0	5.1	27.0	15.2	2.2	6.2	10.1	16.9	5.6
ドラッグストアエチェーン (n=4)	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	75.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=10)	70.0	10.0	0.0	10.0	10.0	0.0	10.0	0.0	30.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=22)	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	4.5	13.6	9.1	0.0
決まっていない (n=31)	12.9	0.0	3.2	6.5	3.2	6.5	0.0	6.5	0.0	0.0
利用しない (n=59)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=41)	4.9	0.0	0.0	2.4	19.5	7.3	4.9	39.0	14.6	4.9

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=642)	1.6	6.4	0.3	4.8	0.0	4.4	3.9	0.2	3.4
一般小売店・専門店(個店) (n=111)	0.0	0.9	0.0	3.6	0.0	18.9	16.2	0.0	0.9
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=21)	0.0	0.0	4.8	4.8	0.0	9.5	9.5	0.0	0.0
大型専門店 (n=3)	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
百貨店 (n=67)	1.5	4.5	0.0	0.0	0.0	3.0	3.0	0.0	3.0
総合スーパー (n=95)	1.1	10.5	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2
食品スーパー (n=178)	3.4	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6	0.0	0.6
ドラッグストアエチェーン (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=22)	0.0	9.1	0.0	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5
決まっていない (n=31)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2	0.0	25.8
利用しない (n=59)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	6.8
インターネット・通信販売 (n=41)	4.9	7.3	2.4	36.6	0.0	2.4	0.0	0.0	4.9

※無回答 108 を除く

・食料品類⑩惣菜・弁当類

『惣菜・弁当類』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が26.0%と最も多く、「総合スーパー」が13.3%、「コンビニエンスストア（100円ショップ含む）」が13.2%と続いている。

図 3-3-27 商品別の購入店舗（惣菜・弁当類）

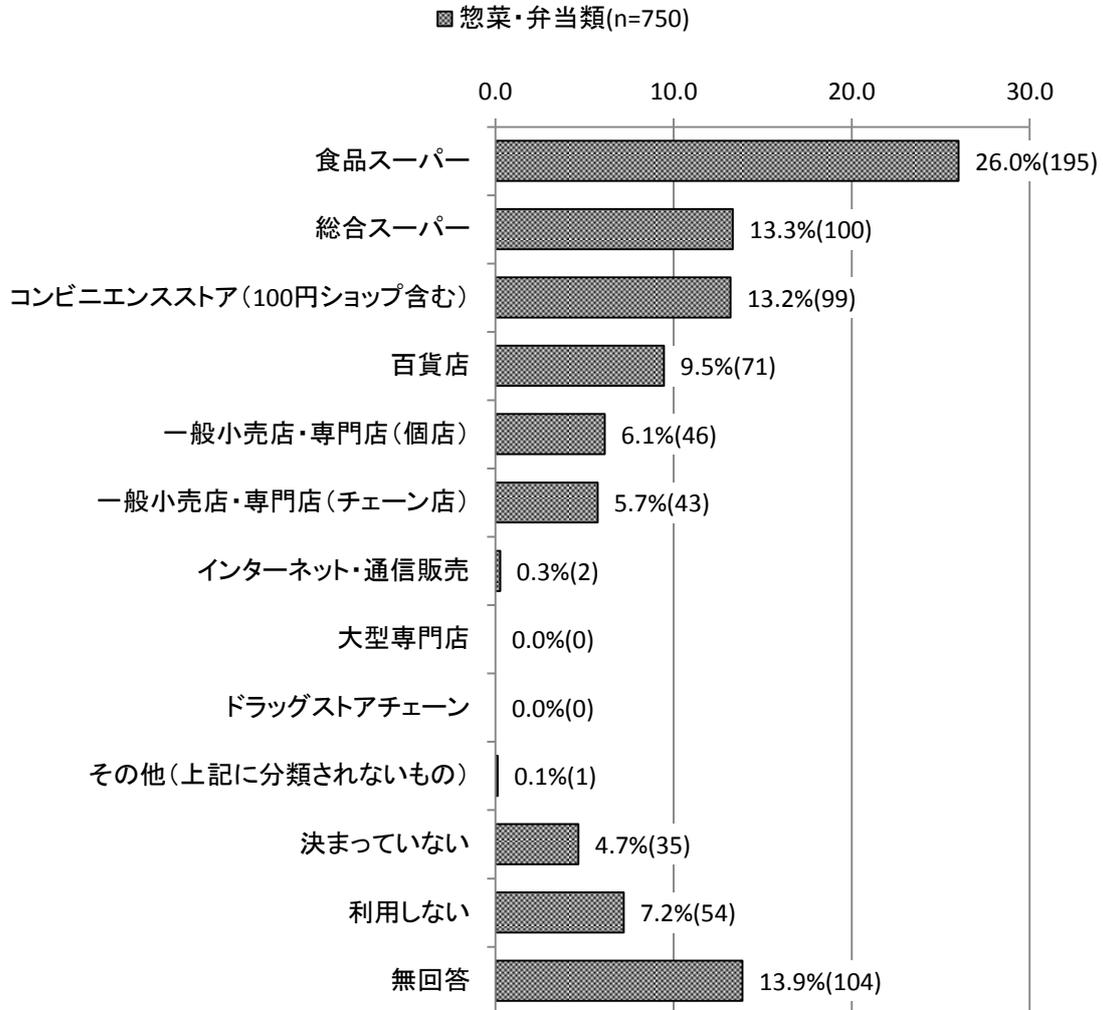


表 3-3-10 商品別の購入店舗と購入理由（惣菜・弁当類）

	便家が近い、交通上の利	る営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	何集色ある商品の品ぞろえが豊富である	商品の中での買える	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=646)	48.0	12.7	4.2	17.5	21.4	6.0	6.2	16.9	8.8	2.0
一般小売店・専門店(個店) (n=46)	41.3	6.5	4.3	2.2	19.6	26.1	6.5	41.3	8.7	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=43)	60.5	16.3	4.7	7.0	20.9	2.3	7.0	14.0	16.3	0.0
大型専門店 (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=71)	11.3	4.2	5.6	23.9	54.9	12.7	4.2	45.1	0.0	8.5
総合スーパー (n=100)	55.0	21.0	10.0	36.0	26.0	4.0	9.0	13.0	10.0	1.0
食品スーパー (n=195)	64.6	12.3	4.1	24.1	17.4	3.6	6.2	15.4	14.4	2.1
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=99)	69.7	23.2	0.0	8.1	16.2	5.1	9.1	4.0	7.1	1.0
その他(上記に分類されないもの) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=35)	17.1	2.9	2.9	2.9	11.4	2.9	2.9	14.3	2.9	2.9
利用しない (n=54)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

	決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=646)	2.8	5.3	0.3	0.9	0.0	0.9	1.1	0.0	3.6
一般小売店・専門店(個店) (n=46)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	13.0	0.0	2.2
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=43)	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	4.7
大型専門店 (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=71)	2.8	4.2	0.0	1.4	0.0	2.8	1.4	0.0	0.0
総合スーパー (n=100)	3.0	5.0	0.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.0
食品スーパー (n=195)	3.6	9.7	1.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	1.5
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=99)	5.1	7.1	0.0	1.0	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0
その他(上記に分類されないもの) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
利用しない (n=54)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.3
インターネット・通信販売 (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0

※無回答 104 を除く

・食料品類①酒類・飲料

『酒類・飲料』を普段どこで買うかについて、「食品スーパー」が23.6%で、「総合スーパー」が14.7%、「コンビニエンスストア（100円ショップ含む）」が11.2%と続いている。

図 3-3-28 商品別の購入店舗（酒類・飲料）

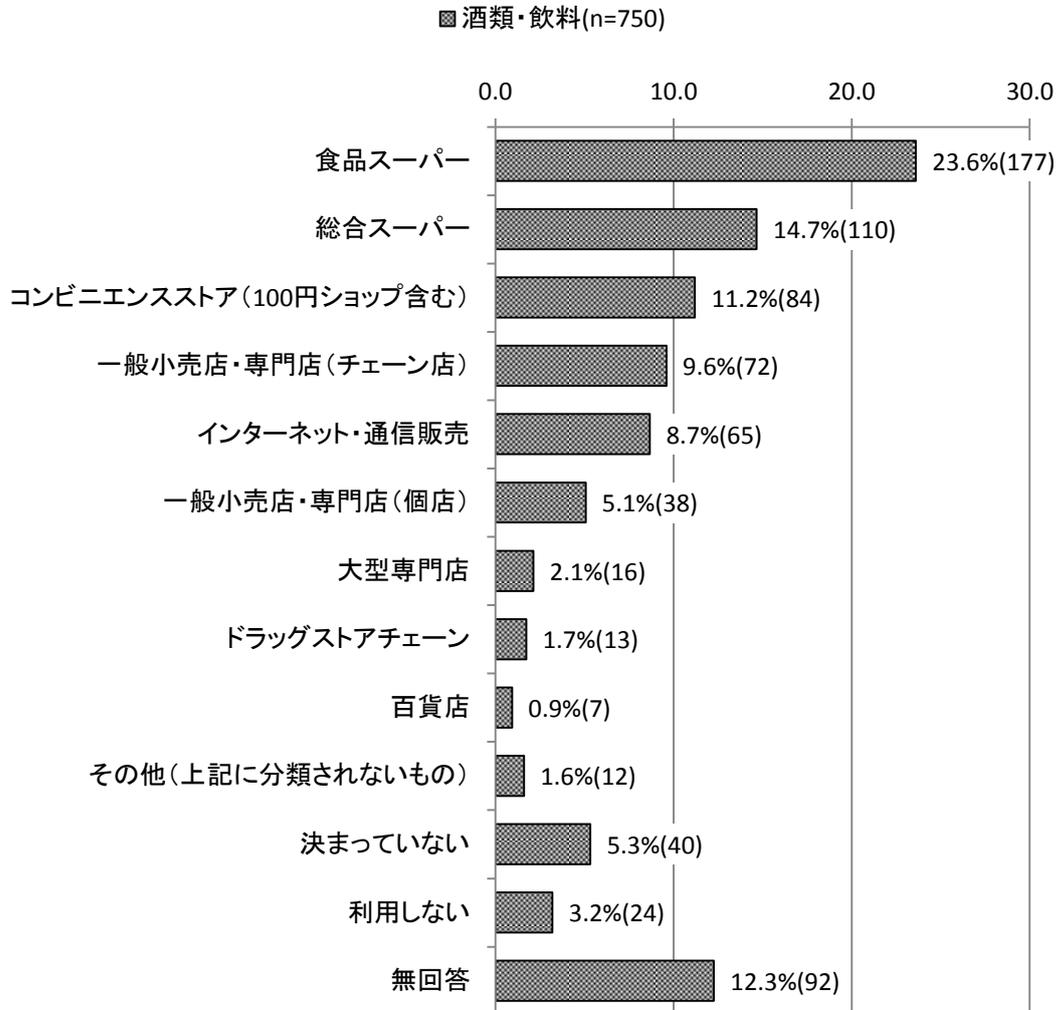


表 3-3-11 商品別の購入店舗と購入理由（酒類・飲料）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=658)	46.7	12.6	5.2	14.3	19.8	1.8	2.6	5.3	20.7	3.2
一般小売店・専門店(個店) (n=38)	47.4	2.6	0.0	2.6	26.3	5.3	7.9	7.9	2.6	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=72)	37.5	2.8	6.9	4.2	34.7	0.0	1.4	1.4	41.7	2.8
大型専門店 (n=16)	31.3	12.5	12.5	18.8	43.8	6.3	0.0	0.0	56.3	0.0
百貨店 (n=7)	14.3	0.0	14.3	14.3	71.4	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0
総合スーパー (n=110)	51.8	17.3	12.7	34.5	20.9	1.8	1.8	7.3	14.5	2.7
食品スーパー (n=177)	67.8	15.8	5.1	22.0	18.1	0.6	1.1	7.9	25.4	6.2
ドラッグストアエチェーン (n=13)	38.5	15.4	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	38.5	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=84)	73.8	31.0	1.2	8.3	11.9	4.8	6.0	0.0	10.7	1.2
その他(上記に分類されないもの) (n=12)	0.0	0.0	8.3	0.0	25.0	0.0	0.0	16.7	16.7	0.0
決まっていない (n=40)	20.0	7.5	2.5	0.0	10.0	2.5	5.0	2.5	5.0	7.5
利用しない (n=24)	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=65)	1.5	0.0	0.0	1.5	16.9	1.5	3.1	7.7	26.2	1.5

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=658)	3.5	7.0	0.9	17.5	0.0	1.7	2.3	0.0	2.7
一般小売店・専門店(個店) (n=38)	0.0	0.0	0.0	23.7	0.0	10.5	34.2	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=72)	4.2	1.4	1.4	34.7	0.0	2.8	2.8	0.0	1.4
大型専門店 (n=16)	6.3	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
百貨店 (n=7)	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=110)	2.7	12.7	0.9	3.6	0.0	1.8	0.0	0.0	1.8
食品スーパー (n=177)	2.3	9.6	1.7	4.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.6
ドラッグストアエチェーン (n=13)	0.0	23.1	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=84)	4.8	3.6	1.2	0.0	0.0	1.2	0.0	0.0	1.2
その他(上記に分類されないもの) (n=12)	8.3	8.3	0.0	58.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=40)	7.5	2.5	0.0	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	22.5
利用しない (n=24)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
インターネット・通信販売 (n=65)	6.2	6.2	0.0	84.6	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0

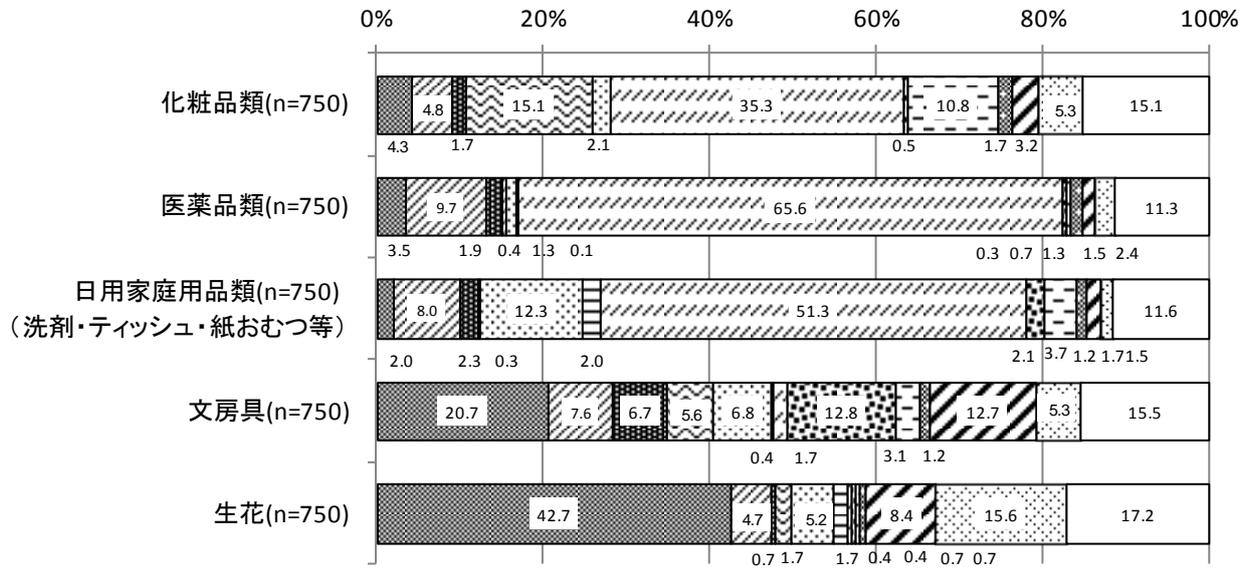
※無回答 92 は除く

・身の回り雑貨類

『身の回り雑貨類』を普段どこで買うかについて、文房具、生花以外の全ての身の回り雑貨類は、「ドラッグストアチェーン」が、最も多い。

なお、文房具(20.7%)、生花(42.7%)は、「一般小売店・専門店(個店)」での利用が最も多い。

図 3-3-29 商品別の購入店舗 (身の回り雑貨類)



・身の回りの雑貨類①化粧品類

『化粧品類』を普段どこで買うかについて、「ドラッグストアチェーン」が35.3%と最も多く、「百貨店」が15.1%、「インターネット・通信販売」が10.8%と続いている。

図 3-3-30 商品別の購入店舗（化粧品類）

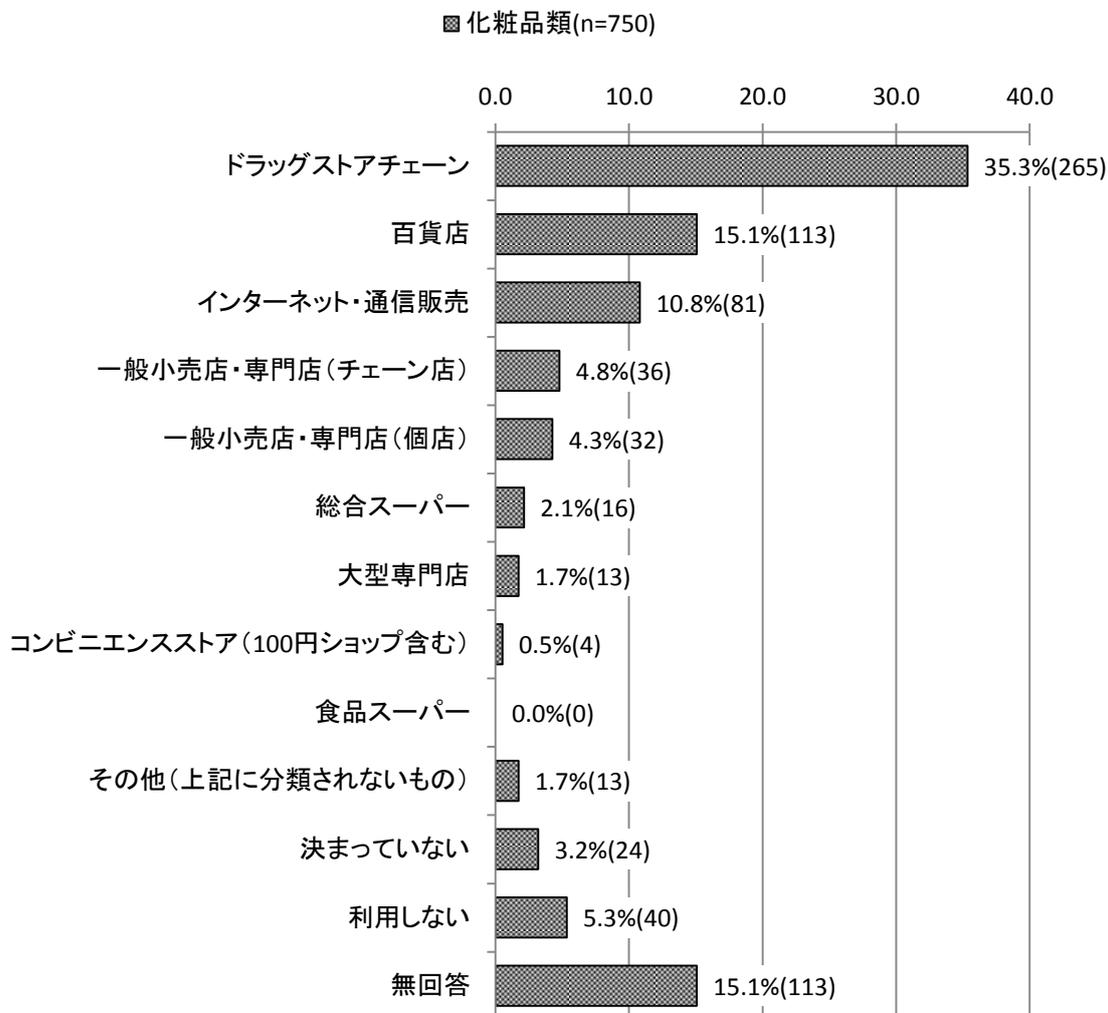


表 3-3-12 商品別の購入店舗と購入理由（化粧品類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=637)	30.1	4.4	1.6	10.4	31.6	8.8	1.3	6.1	17.0	6.1	
一般小売店・専門店(個店) (n=32)	40.6	0.0	3.1	3.1	9.4	12.5	0.0	12.5	6.3	3.1	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=36)	47.2	8.3	0.0	2.8	25.0	8.3	0.0	0.0	13.9	8.3	
大型専門店 (n=13)	15.4	0.0	7.7	15.4	61.5	15.4	0.0	15.4	7.7	7.7	
百貨店 (n=113)	7.1	1.8	2.7	17.7	43.4	21.2	0.9	15.9	0.0	4.4	
総合スーパー (n=16)	31.3	6.3	25.0	31.3	31.3	12.5	0.0	0.0	12.5	0.0	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=265)	53.6	7.5	0.4	11.7	38.5	0.8	1.9	0.8	27.5	7.5	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	25.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	30.8	0.0	0.0	15.4	0.0	
決まっていない (n=24)	4.2	0.0	0.0	8.3	12.5	0.0	0.0	4.2	4.2	8.3	
利用しない (n=40)	7.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0	
インターネット・通信販売 (n=81)	0.0	2.5	0.0	3.7	25.9	18.5	2.5	14.8	24.7	8.6	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=637)	3.3	13.5	1.6	5.0	0.3	5.5	1.6	0.0	3.0
一般小売店・専門店(個店) (n=32)	0.0	15.6	3.1	0.0	0.0	21.9	25.0	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=36)	0.0	8.3	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6
大型専門店 (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=113)	8.8	11.5	0.9	0.0	1.8	17.7	1.8	0.0	1.8
総合スーパー (n=16)	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=265)	2.3	17.7	1.5	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	0.8
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=13)	0.0	7.7	0.0	23.1	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
決まっていない (n=24)	0.0	4.2	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
利用しない (n=40)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0
インターネット・通信販売 (n=81)	4.9	16.0	2.5	34.6	0.0	2.5	0.0	0.0	2.5

※無回答 113 は除く

・身の回りの雑貨類②医薬品類

『医薬品類』を普段どこで買うかについて、「ドラッグストアチェーン」が65.6%と最も多い。

図 3-3-31 商品別の購入店舗（医薬品類）

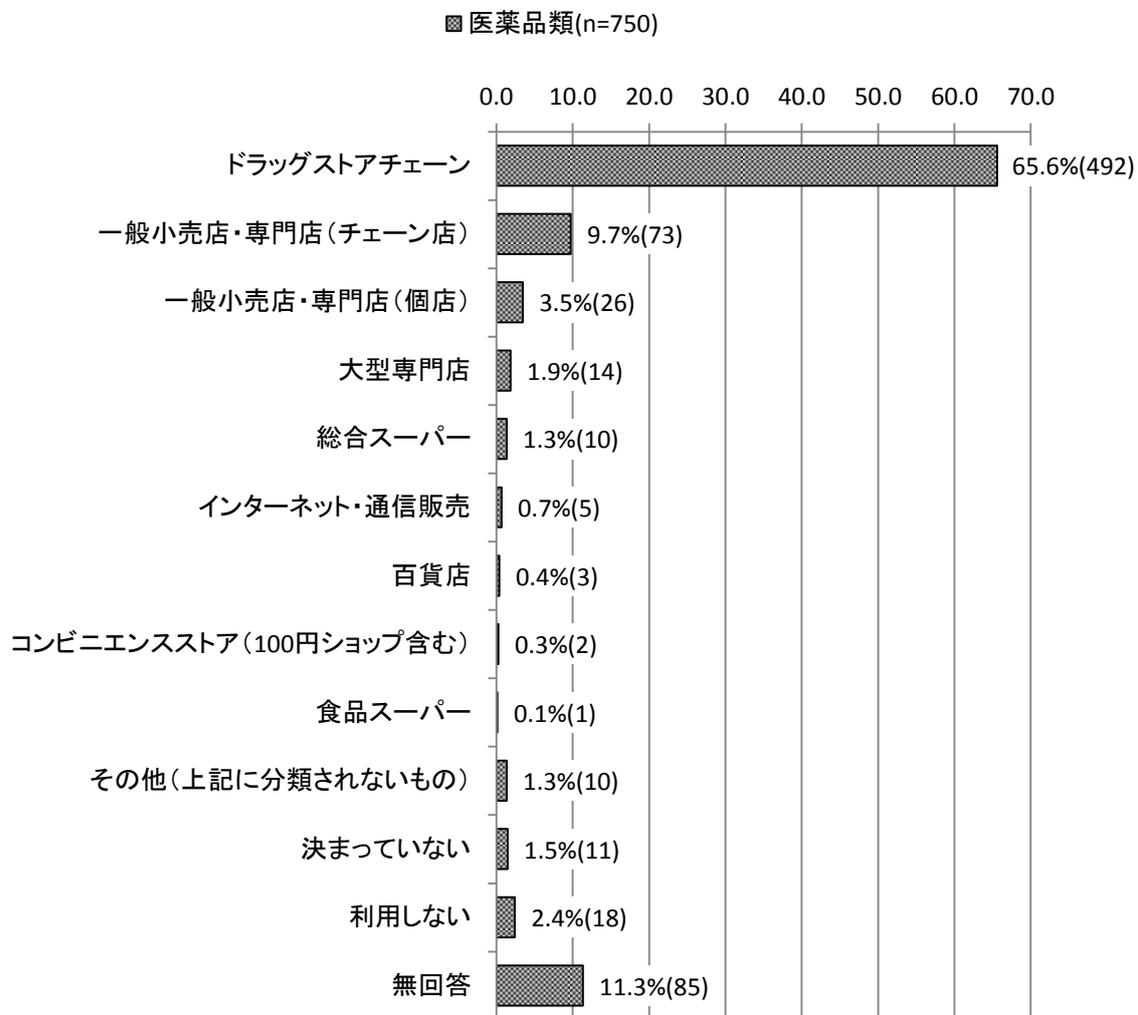


表 3-3-13 商品別の購入店舗と購入理由（医薬品類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=665)	47.1	8.1	1.2	9.2	32.6	0.8	1.2	2.4	20.0	5.0
一般小売店・専門店(個店) (n=26)	69.2	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=73)	47.9	11.0	0.0	2.7	31.5	0.0	2.7	2.7	12.3	8.2
大型専門店 (n=14)	14.3	14.3	7.1	28.6	64.3	14.3	0.0	7.1	0.0	7.1
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	33.3	33.3	66.7	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0
総合スーパー (n=10)	40.0	10.0	30.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
食品スーパー (n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=492)	50.8	8.3	0.6	10.2	35.6	0.6	1.0	1.6	23.4	4.9
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	20.0	10.0
決まっていない (n=11)	9.1	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0
利用しない (n=18)	5.6	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	60.0	0.0

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=665)	2.0	15.8	1.7	0.8	0.0	5.6	1.4	0.0	2.6
一般小売店・専門店(個店) (n=26)	3.8	3.8	0.0	0.0	0.0	26.9	19.2	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=73)	1.4	13.7	2.7	0.0	0.0	6.8	1.4	0.0	0.0
大型専門店 (n=14)	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=10)	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=492)	2.0	18.5	1.8	0.0	0.0	4.3	0.4	0.0	1.4
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=10)	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
決まっていない (n=11)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	45.5
利用しない (n=18)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	27.8
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	20.0	0.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※無回答 85 は除く

・身の回りの雑貨類③日用家庭用品類（洗剤・ティッシュ・紙おむつ等）

『日用家庭用品類（洗剤・ティッシュ・紙おむつ等）』を普段どこで買うかについて、「ドラッグストアチェーン」が51.3%と最も多く、「総合スーパー」が12.3%と続いている。

図 3-3-32 商品別の購入店舗（日用家庭用品類）

■ 日用家庭用品類(洗剤・ティッシュ・紙おむつ等)(n=750)

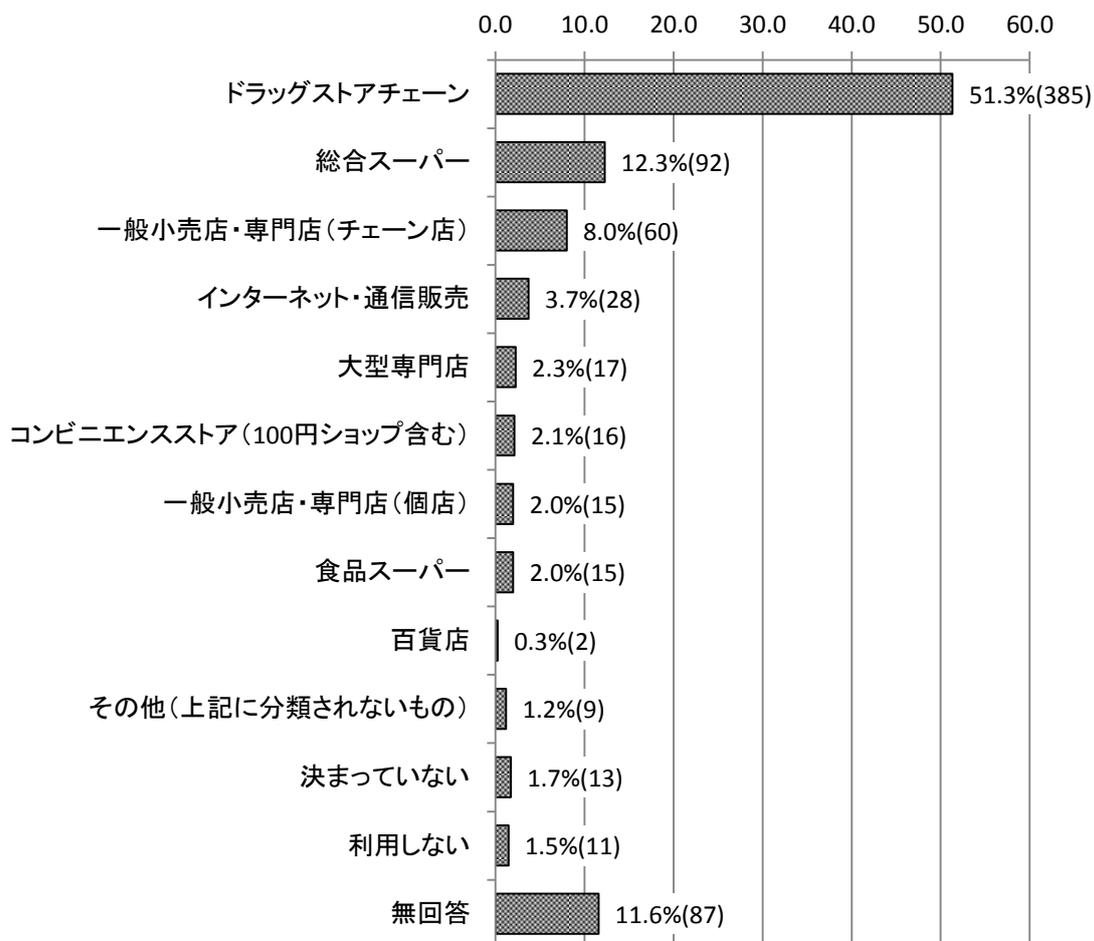


表 3-3-14 商品別の購入店舗と購入理由（日用家庭用品類）

	便家が近い、交通上の利	る営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	何集色ある商品の品ぞろえが豊富である	商品の中も買える	色々な売り場が一通所に	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=663)	49.0	7.7	3.8	12.7	28.2	1.2	1.4	1.5	27.0	5.4	
一般小売店・専門店(個店) (n=15)	80.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	6.7	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=60)	46.7	8.3	3.3	3.3	31.7	0.0	0.0	3.3	18.3	10.0	
大型専門店 (n=17)	5.9	5.9	23.5	23.5	64.7	5.9	0.0	0.0	11.8	5.9	
百貨店 (n=2)	100.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
総合スーパー (n=92)	44.6	8.7	13.0	28.3	23.9	1.1	1.1	3.3	20.7	5.4	
食品スーパー (n=15)	73.3	13.3	13.3	13.3	20.0	6.7	6.7	0.0	6.7	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=385)	55.1	7.5	0.8	12.2	31.2	1.3	1.0	0.5	33.8	5.2	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=16)	87.5	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0	6.3	0.0	12.5	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=9)	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0	11.1	22.2	11.1	
決まっていない (n=13)	15.4	0.0	0.0	7.7	15.4	0.0	0.0	0.0	30.8	7.7	
利用しない (n=11)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=28)	3.6	3.6	0.0	0.0	10.7	0.0	3.6	7.1	28.6	3.6	

	等決済手段が豊富である	クレジットカード・電子マネー	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=663)	2.3	15.1	2.4	4.8	0.0	1.1	0.6	0.0	1.1	
一般小売店・専門店(個店) (n=15)	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7	20.0	0.0	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=60)	3.3	13.3	3.3	1.7	0.0	1.7	1.7	0.0	0.0	
大型専門店 (n=17)	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
百貨店 (n=2)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
総合スーパー (n=92)	3.3	6.5	0.0	2.2	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	
食品スーパー (n=15)	0.0	20.0	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=385)	1.6	19.5	3.1	0.3	0.0	1.0	0.0	0.0	0.3	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=16)	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	
その他(上記に分類されないもの) (n=9)	0.0	22.2	0.0	55.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
決まっていない (n=13)	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	38.5	
利用しない (n=11)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=28)	7.1	7.1	0.0	82.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

※無回答 87 は除く

・身の回りの雑貨類④文房具

『文房具』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が20.7%で、「コンビニエンスストア（100円ショップ含む）」が12.8%と続いている。

図 3-3-33 商品別の購入店舗（文房具）

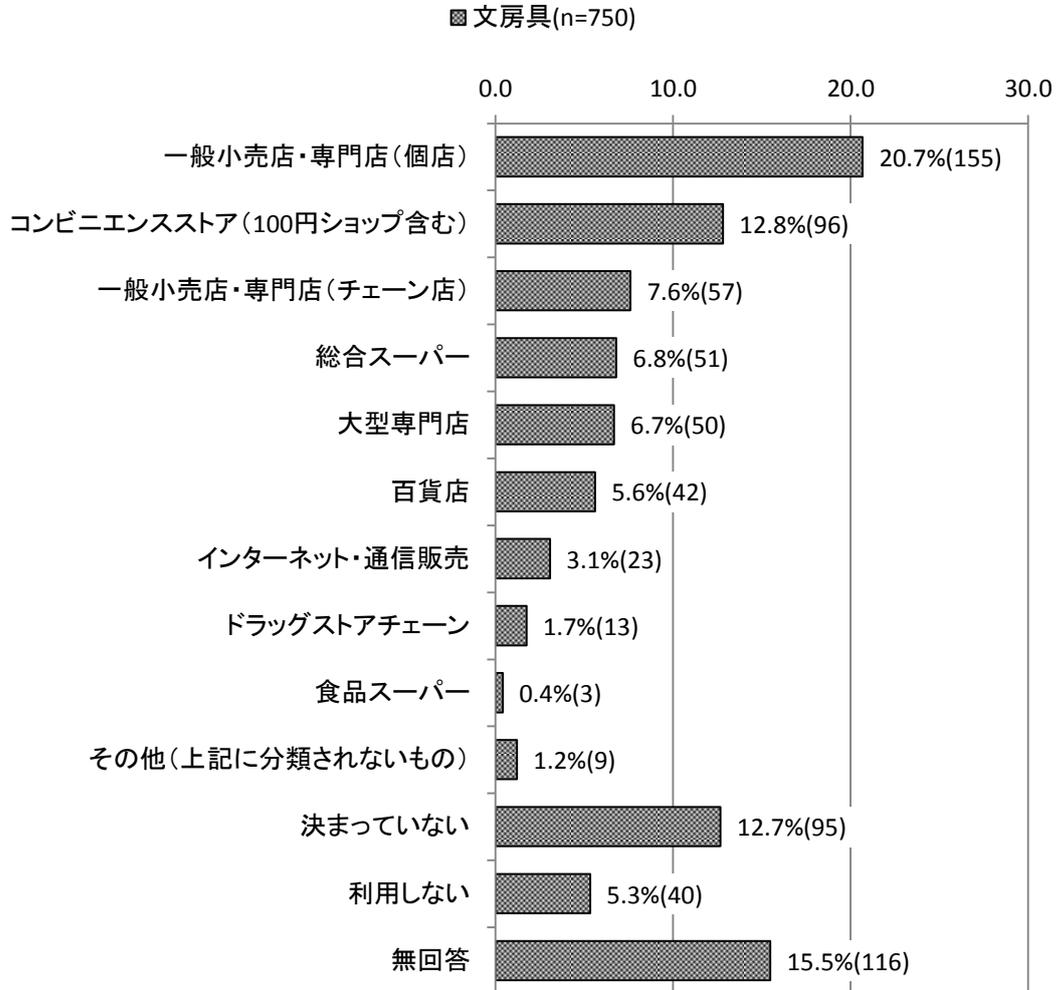


図 3-3-34 購入が多い店舗の性別と年代別（文房具）

文房具

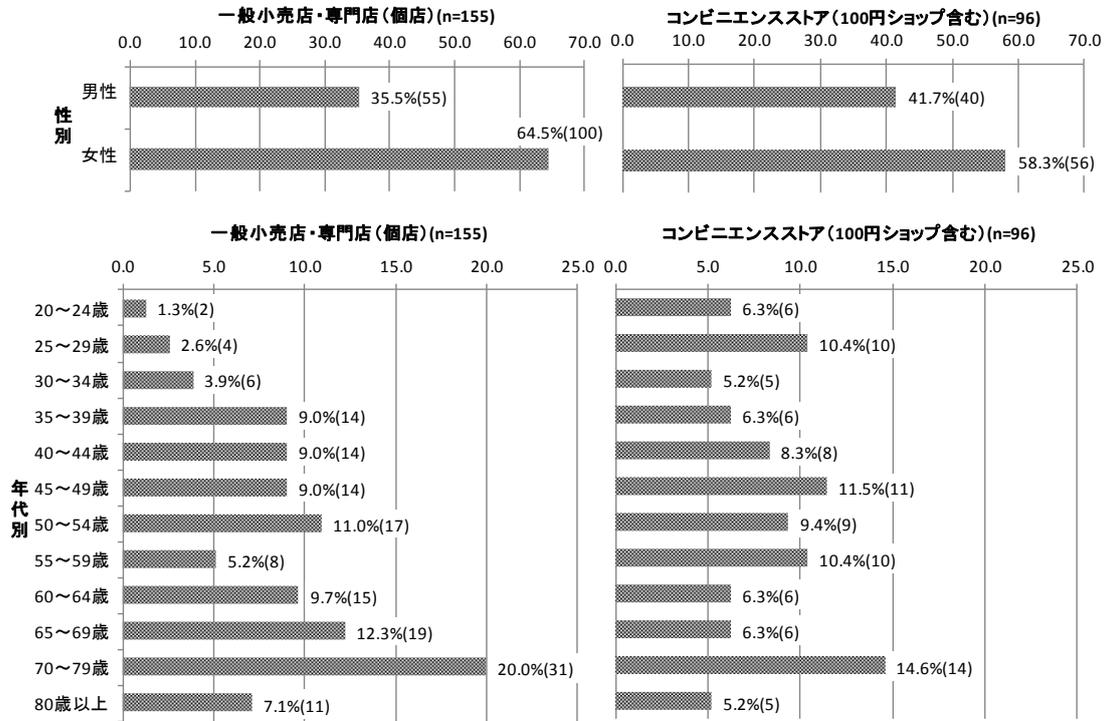


表 3-3-15 商品別の購入店舗と購入理由（文房具）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=634)	32.5	4.1	2.2	10.3	32.3	4.7	2.7	3.0	13.4	1.6
一般小売店・専門店(個店) (n=155)	54.8	1.3	0.6	1.9	38.7	4.5	3.9	5.2	4.5	1.3
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=57)	36.8	3.5	1.8	19.3	43.9	8.8	1.8	7.0	14.0	0.0
大型専門店 (n=50)	4.0	2.0	4.0	32.0	80.0	6.0	0.0	4.0	18.0	2.0
百貨店 (n=42)	9.5	0.0	2.4	28.6	59.5	19.0	2.4	2.4	0.0	2.4
総合スーパー (n=51)	37.3	13.7	17.6	27.5	31.4	2.0	3.9	0.0	7.8	2.0
食品スーパー (n=3)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=13)	69.2	7.7	0.0	15.4	23.1	0.0	0.0	7.7	15.4	7.7
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=96)	52.1	12.5	0.0	5.2	13.5	2.1	6.3	1.0	45.8	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=9)	22.2	0.0	0.0	0.0	55.6	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0
決まっていない (n=95)	8.4	0.0	0.0	2.1	8.4	3.2	0.0	2.1	3.2	3.2
利用しない (n=40)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0
インターネット・通信販売 (n=23)	8.7	4.3	0.0	0.0	39.1	0.0	4.3	0.0	26.1	4.3

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=634)	1.9	4.4	0.8	1.3	0.2	3.5	2.4	0.0	9.6
一般小売店・専門店(個店) (n=155)	0.0	3.2	1.3	0.0	0.0	5.2	8.4	0.0	6.5
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=57)	0.0	7.0	0.0	0.0	0.0	3.5	1.8	0.0	1.8
大型専門店 (n=50)	4.0	10.0	2.0	0.0	2.0	12.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=42)	9.5	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=51)	2.0	7.8	2.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	5.9
食品スーパー (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=13)	0.0	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=96)	3.1	3.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3
その他(上記に分類されないもの) (n=9)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
決まっていない (n=95)	0.0	1.1	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0	0.0	35.8
利用しない (n=40)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
インターネット・通信販売 (n=23)	8.7	8.7	0.0	34.8	0.0	0.0	0.0	0.0	8.7

※無回答 116 を除く

・身の回りの雑貨類⑤生花

『生花』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が42.7%と最も多い。

図 3-3-35 商品別の購入店舗（生花）

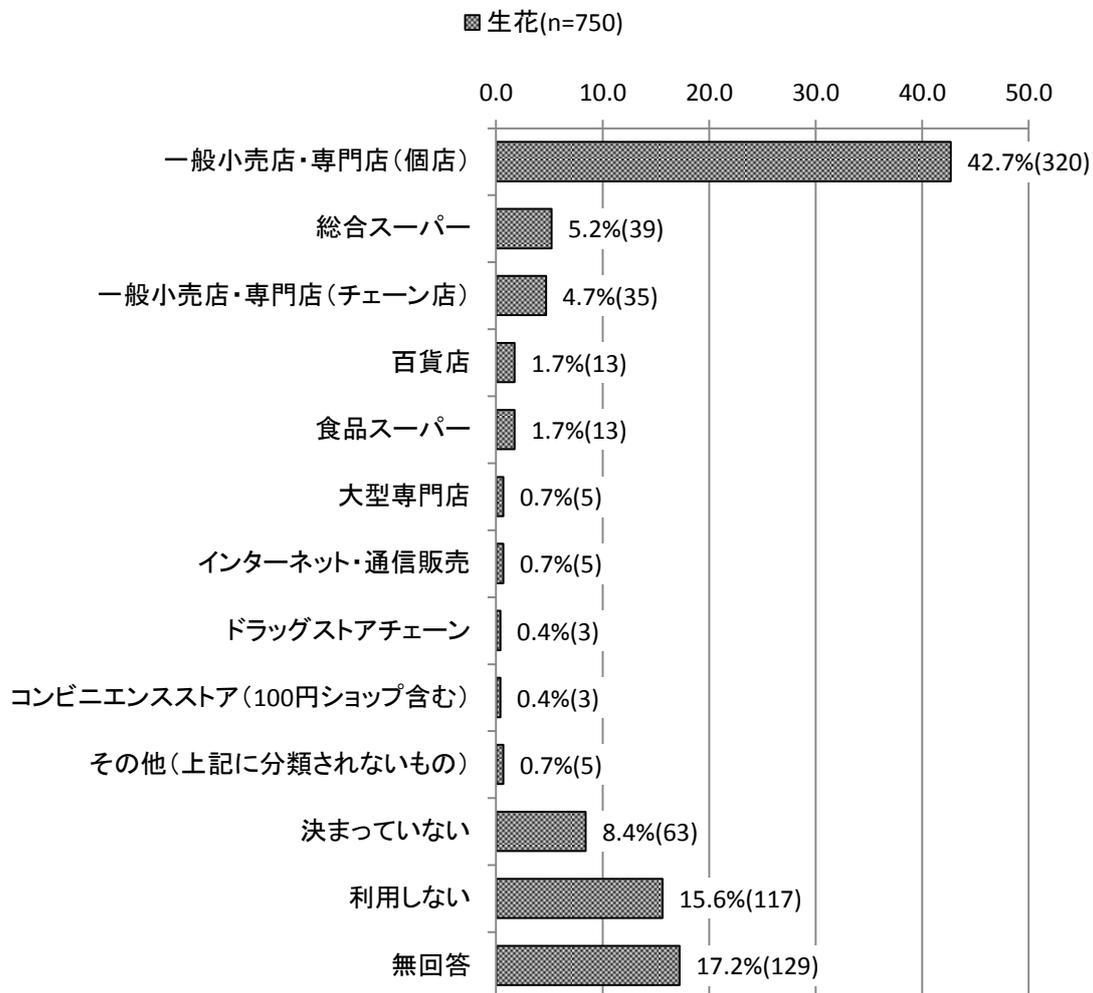
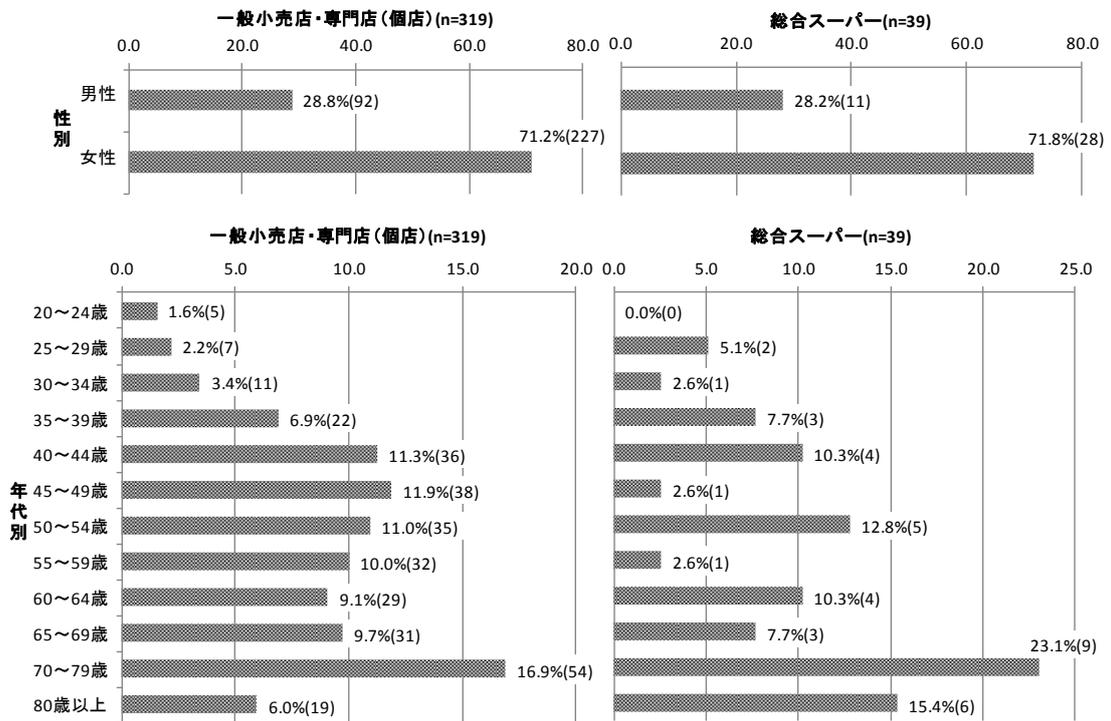


図 3-3-36 購入が多い店舗の性別と年代別（生花）



※無回答 1 を除く

表 3-3-16 商品別の購入店舗と購入理由（生花）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=621)	39.0	0.8	2.3	2.4	13.2	1.9	6.4	12.1	5.3	0.8
一般小売店・専門店(個店) (n=320)	59.4	0.3	0.3	1.3	13.4	2.5	9.7	18.4	4.7	0.6
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=35)	28.6	0.0	5.7	2.9	31.4	2.9	2.9	20.0	11.4	2.9
大型専門店 (n=5)	20.0	0.0	40.0	40.0	80.0	0.0	0.0	0.0	40.0	20.0
百貨店 (n=13)	7.7	7.7	23.1	0.0	46.2	7.7	0.0	38.5	0.0	0.0
総合スーパー (n=39)	51.3	7.7	10.3	15.4	23.1	0.0	7.7	5.1	12.8	2.6
食品スーパー (n=13)	76.9	0.0	7.7	0.0	7.7	7.7	7.7	0.0	7.7	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=3)	66.7	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=3)	100.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	33.3	0.0	66.7	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=63)	6.3	0.0	1.6	0.0	9.5	0.0	3.2	1.6	6.3	0.0
利用しない (n=117)	0.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0

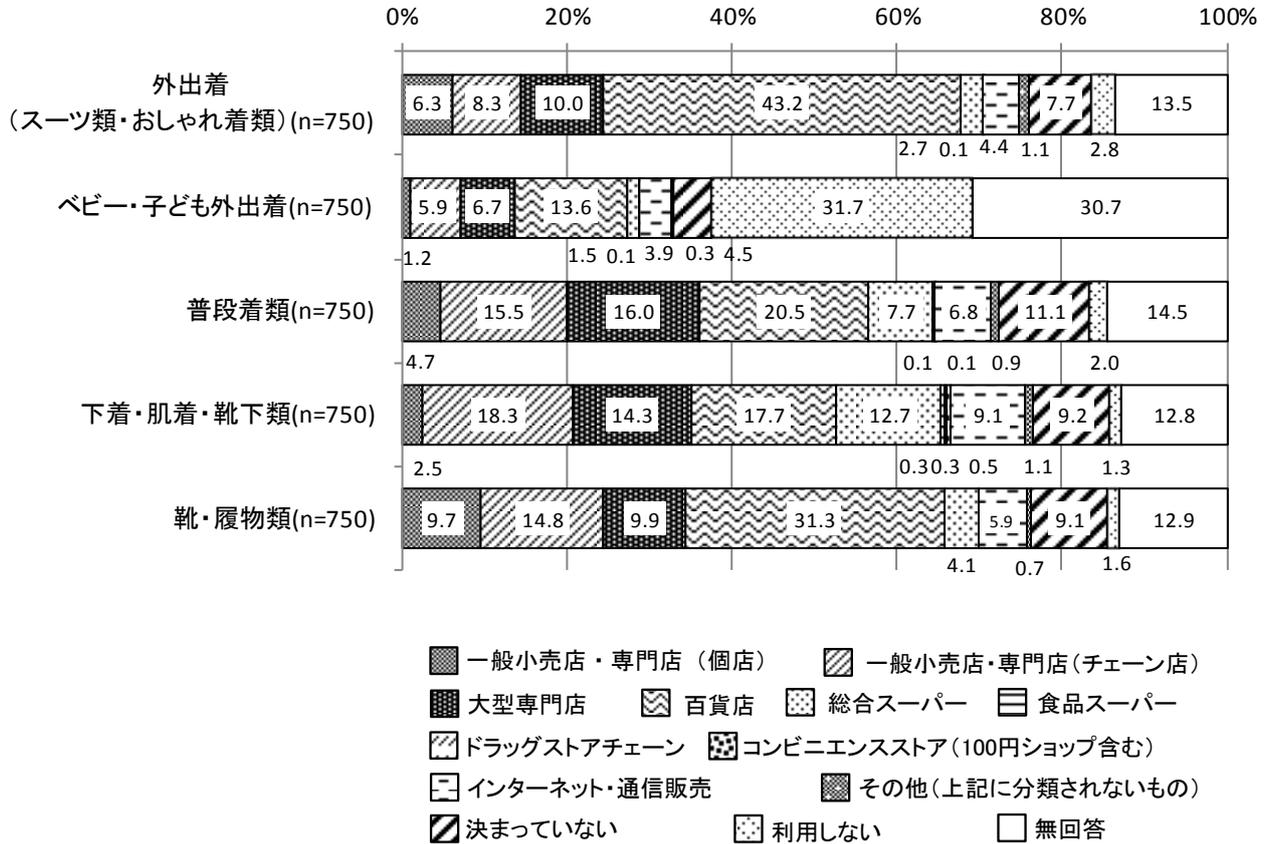
	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=621)	0.2	0.6	0.5	1.0	0.0	9.8	9.5	0.0	9.3
一般小売店・専門店(個店) (n=320)	0.0	0.3	0.6	1.3	0.0	16.9	16.9	0.0	5.6
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=35)	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	8.6	5.7	0.0	5.7
大型専門店 (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0
百貨店 (n=13)	7.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=39)	0.0	5.1	0.0	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6
食品スーパー (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7
ドラッグストアエチェーン (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	40.0
決まっていない (n=63)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0	34.9
利用しない (n=117)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.3
インターネット・通信販売 (n=5)	0.0	20.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※無回答 129 を除く

・ファッション

『ファッション』を普段どこで買うかについて、下着・肌着類・靴下類以外の全ての品目で、「百貨店」が最も多い。  
 なお、下着・肌着類・靴下類（18.3%）は、「一般小売店・専門店（チェーン店）」での利用が多い。

図 3-3-37 商品別の購入店舗（ファッション）



・ファッション①外出着（スーツ類・おしゃれ着類）

『外出着（スーツ類・おしゃれ着類）』を普段どこで買うかについて、「百貨店」が43.2%と最も多い。

図 3-3-38 商品別の購入店舗（外出着（スーツ類・おしゃれ着類））

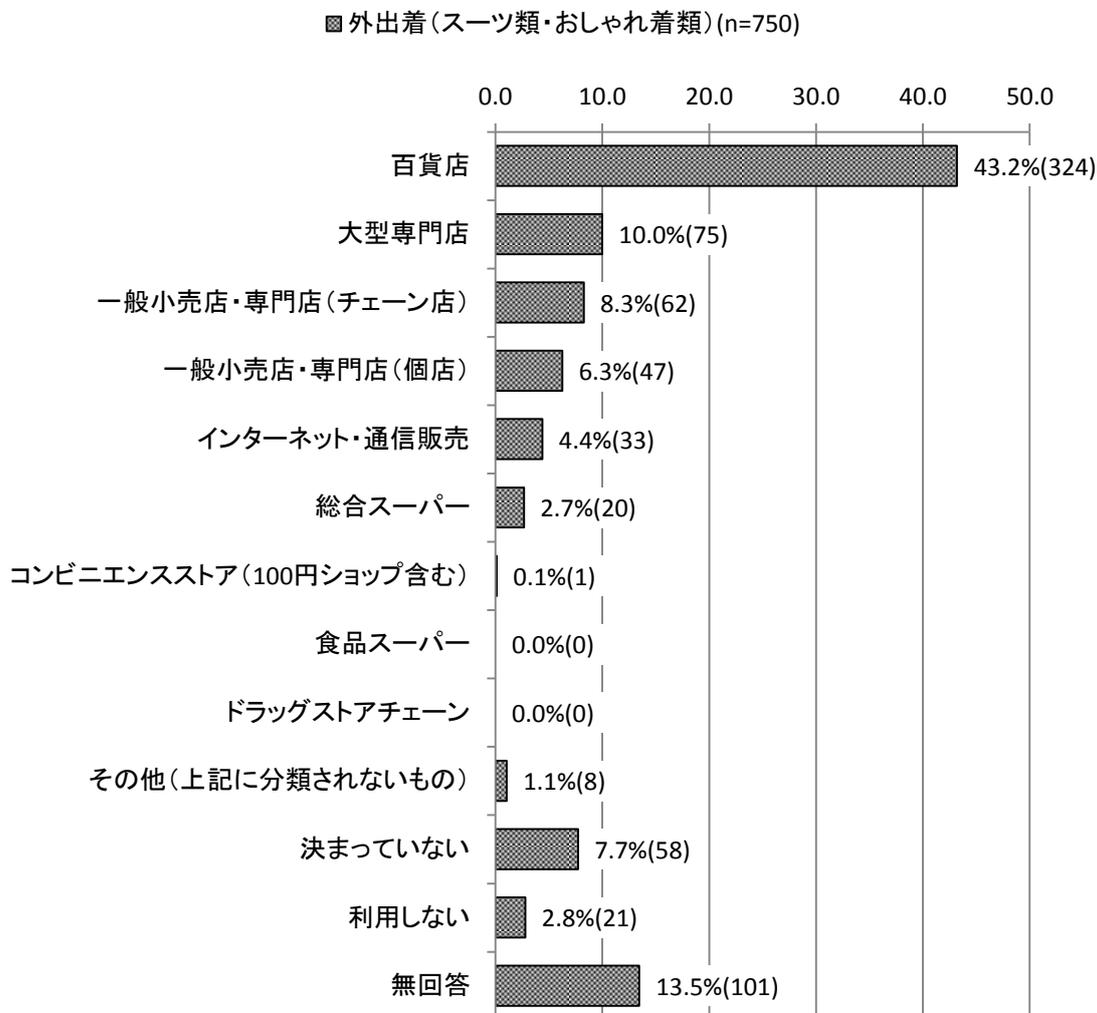


表 3-3-17 商品別の購入店舗と購入理由（外出着(スーツ類・おしゃれ着類)）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=649)	9.7	2.2	4.3	15.4	51.5	9.6	0.3	8.0	8.5	5.9
一般小売店・専門店(個店) (n=47)	19.1	0.0	2.1	0.0	36.2	27.7	0.0	8.5	4.3	6.4
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=62)	12.9	3.2	6.5	16.1	50.0	14.5	0.0	6.5	38.7	3.2
大型専門店 (n=75)	5.3	6.7	10.7	24.0	64.0	10.7	0.0	5.3	14.7	5.3
百貨店 (n=324)	11.1	1.5	3.7	19.1	64.5	8.0	0.3	11.7	0.6	6.8
総合スーパー (n=20)	20.0	10.0	15.0	25.0	35.0	0.0	5.0	0.0	25.0	0.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	0.0	0.0	25.0	12.5	12.5	0.0	0.0	25.0	0.0
決まっていない (n=58)	3.4	0.0	0.0	0.0	5.2	6.9	0.0	1.7	5.2	3.4
利用しない (n=21)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=33)	0.0	0.0	0.0	9.1	51.5	3.0	0.0	3.0	18.2	15.2

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=649)	7.7	5.7	5.5	2.5	1.8	8.9	1.2	0.3	4.2
一般小売店・専門店(個店) (n=47)	8.5	2.1	6.4	0.0	2.1	21.3	10.6	0.0	2.1
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=62)	1.6	1.6	4.8	0.0	1.6	9.7	1.6	0.0	1.6
大型専門店 (n=75)	1.3	0.0	4.0	0.0	0.0	10.7	0.0	1.3	1.3
百貨店 (n=324)	12.3	10.2	7.4	0.3	2.5	9.9	0.6	0.3	1.2
総合スーパー (n=20)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	0.0	12.5	0.0	25.0	12.5	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=58)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.0	29.3
利用しない (n=21)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8
インターネット・通信販売 (n=33)	12.1	6.1	6.1	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※無回答 101 を除く

『ベビー・子ども外出着』を普段どこで買うかについて、「百貨店」が13.6%と最も多い。

図 3-3-39 商品別の購入店舗（ベビー・子ども外出着）

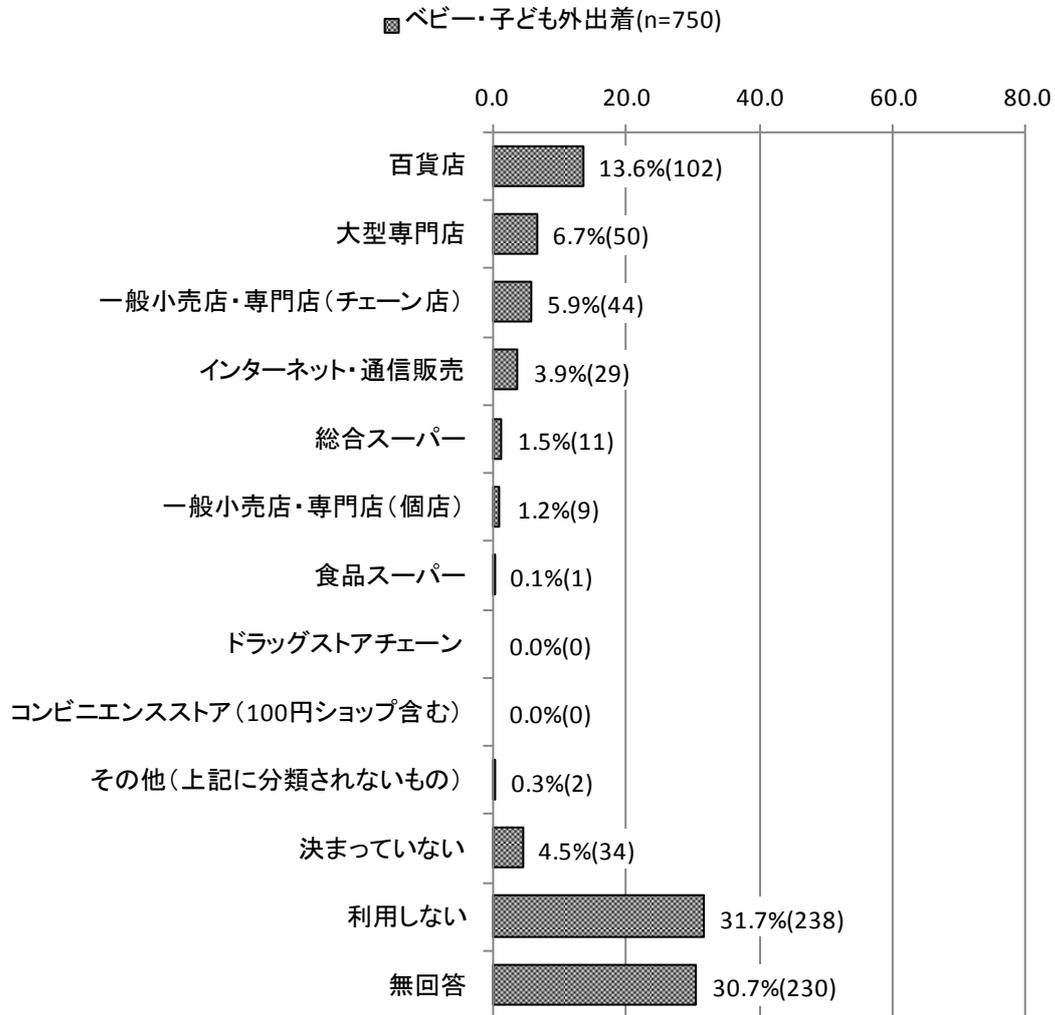


表 3-3-18 商品別の購入店舗と購入理由（ベビー・子ども外出着）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=520)	5.6	1.9	2.9	9.4	28.1	5.0	0.4	3.7	9.4	2.7
一般小売店・専門店(個店) (n=9)	22.2	0.0	0.0	0.0	33.3	22.2	0.0	0.0	11.1	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=44)	11.4	0.0	11.4	13.6	56.8	9.1	0.0	0.0	47.7	4.5
大型専門店 (n=50)	8.0	10.0	12.0	28.0	48.0	8.0	2.0	6.0	16.0	4.0
百貨店 (n=102)	12.7	2.0	1.0	15.7	65.7	11.8	0.0	12.7	2.0	4.9
総合スーパー (n=11)	18.2	18.2	27.3	36.4	27.3	0.0	9.1	9.1	9.1	0.0
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=34)	2.9	0.0	0.0	0.0	17.6	5.9	0.0	2.9	5.9	2.9
利用しない (n=238)	0.8	0.4	0.0	2.1	2.1	0.0	0.0	0.4	0.4	0.0
インターネット・通信販売 (n=29)	0.0	0.0	0.0	6.9	41.4	6.9	0.0	0.0	44.8	13.8

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=520)	2.3	3.3	1.9	2.7	0.6	2.1	0.8	0.4	7.7
一般小売店・専門店(個店) (n=9)	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	44.4	11.1	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=44)	2.3	4.5	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0	0.0	2.3
大型専門店 (n=50)	4.0	4.0	4.0	0.0	0.0	2.0	2.0	2.0	2.0
百貨店 (n=102)	7.8	9.8	5.9	1.0	2.9	4.9	2.0	1.0	2.9
総合スーパー (n=11)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=34)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	23.5
利用しない (n=238)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.5
インターネット・通信販売 (n=29)	3.4	10.3	3.4	44.8	0.0	0.0	0.0	0.0	3.4

※無回答 230 を除く

・ファッション③普段着類

『普段着類』を普段どこで買うかについて、「百貨店」が20.5%で、「大型専門店」が16.0%、「一般小売店・専門店（チェーン店）」が15.5%と続いている。

図 3-3-40 商品別の購入店舗（普段着類）

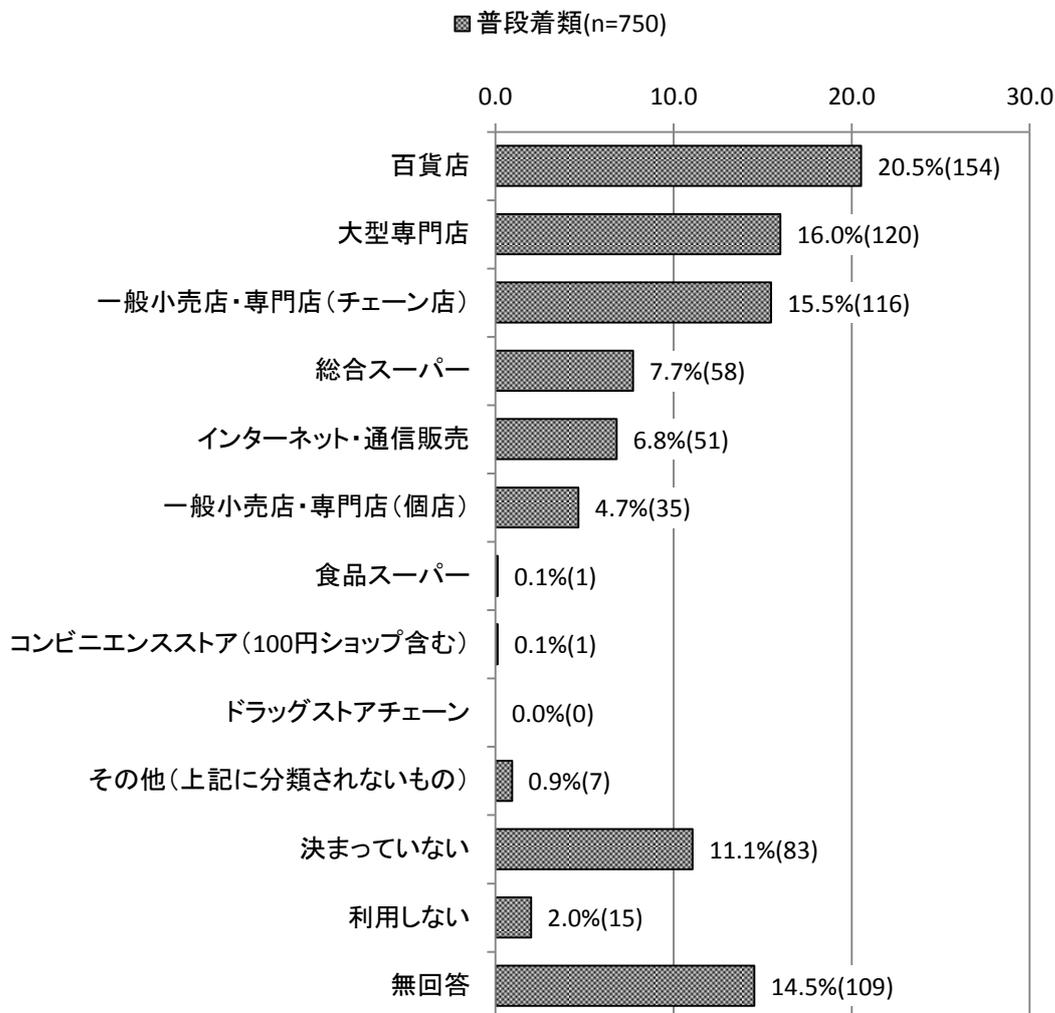


表 3-3-19 商品別の購入店舗と購入理由（普段着類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=641)	10.3	2.5	3.7	14.0	45.9	7.8	0.6	5.0	22.3	5.0	
一般小売店・専門店(個店) (n=35)	25.7	0.0	0.0	2.9	34.3	17.1	0.0	2.9	11.4	5.7	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=116)	11.2	1.7	5.2	11.2	55.2	12.1	0.0	2.6	48.3	3.4	
大型専門店 (n=120)	9.2	4.2	6.7	20.0	53.3	6.7	1.7	4.2	33.3	4.2	
百貨店 (n=154)	11.7	0.6	3.9	20.1	64.3	8.4	0.0	11.7	1.3	6.5	
総合スーパー (n=58)	20.7	12.1	6.9	20.7	34.5	3.4	1.7	5.2	32.8	1.7	
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=7)	0.0	0.0	0.0	28.6	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	
決まっていない (n=83)	3.6	1.2	0.0	2.4	12.0	4.8	0.0	1.2	8.4	2.4	
利用しない (n=15)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=51)	0.0	0.0	0.0	7.8	47.1	5.9	2.0	2.0	25.5	11.8	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=641)	4.7	4.4	5.3	3.9	0.5	3.0	0.9	0.5	5.9
一般小売店・専門店(個店) (n=35)	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	14.3	5.7	0.0	8.6
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=116)	3.4	0.9	4.3	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0	2.6
大型専門店 (n=120)	3.3	2.5	6.7	0.0	0.0	0.8	0.0	1.7	3.3
百貨店 (n=154)	11.7	10.4	7.8	0.0	1.9	6.5	1.3	0.6	1.3
総合スーパー (n=58)	0.0	3.4	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0	1.7
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=7)	0.0	14.3	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=83)	0.0	1.2	6.0	0.0	0.0	1.2	1.2	0.0	27.7
利用しない (n=15)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=51)	7.8	7.8	3.9	45.1	0.0	2.0	0.0	0.0	3.9

※無回答 109 を除く

・ファッション④下着・肌着・靴下類

『下着・肌着・靴下類』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店(チェーン店)」が18.3%で、「百貨店」が17.7%、「大型専門店」が14.3%と続いている。

図 3-3-41 商品別の購入店舗（下着・肌着・靴下類）

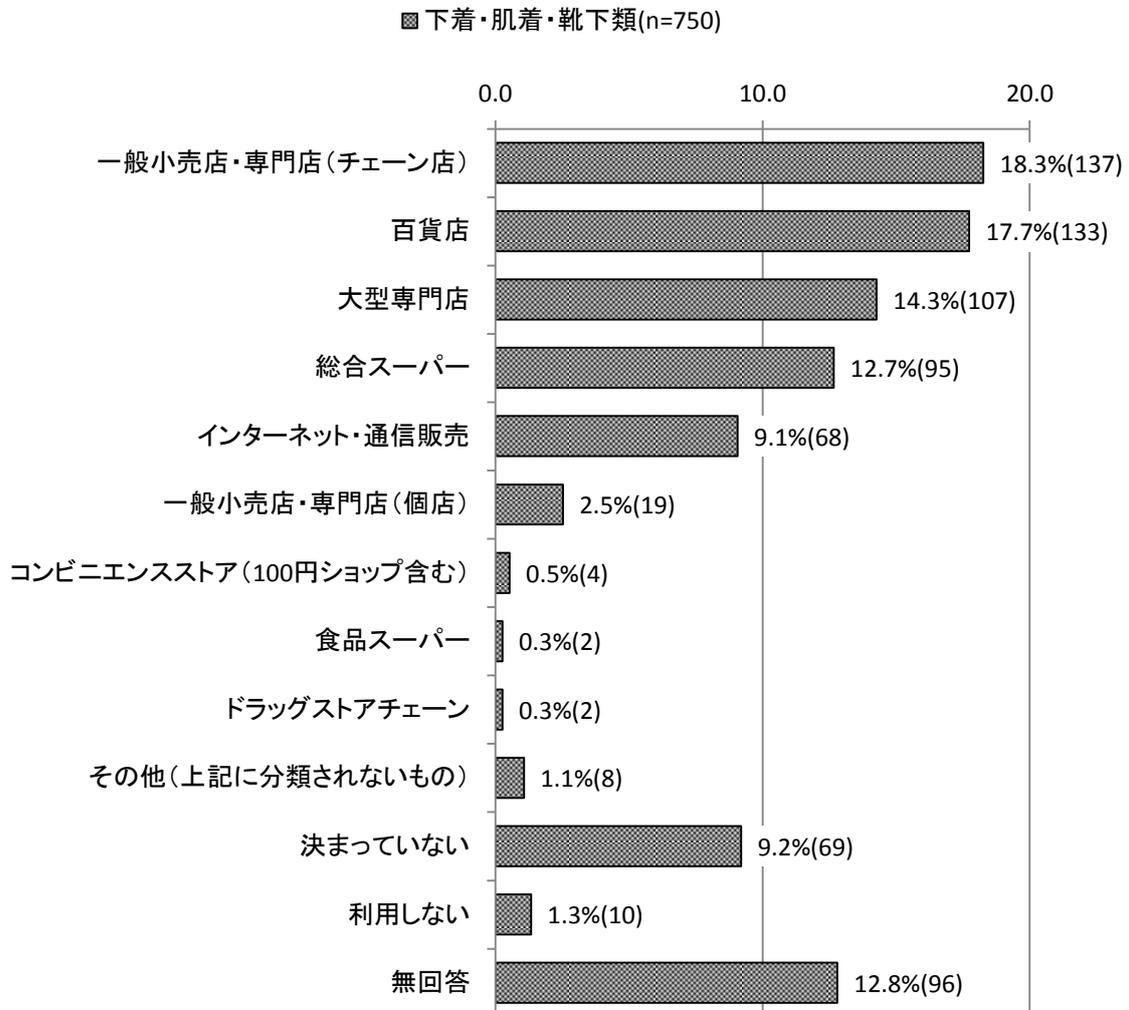


表 3-3-20 商品別の購入店舗と購入理由（下着・肌着・靴下類）

	家が近い、交通上の利便性	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=654)	12.2	2.3	3.7	14.7	42.4	6.7	1.2	4.3	25.7	4.6
一般小売店・専門店(個店) (n=19)	31.6	0.0	0.0	0.0	36.8	5.3	0.0	10.5	36.8	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=137)	12.4	2.2	2.9	13.1	46.0	10.9	1.5	2.2	44.5	3.6
大型専門店 (n=107)	11.2	4.7	6.5	19.6	54.2	6.5	2.8	3.7	29.9	5.6
百貨店 (n=133)	13.5	0.8	3.8	22.6	60.2	8.3	0.0	9.8	0.8	6.0
総合スーパー (n=95)	22.1	4.2	6.3	21.1	34.7	2.1	1.1	4.2	42.1	2.1
食品スーパー (n=2)	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	50.0
ドラッグストアエチェーン (n=2)	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	75.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
決まっていない (n=69)	2.9	1.4	1.4	2.9	11.6	5.8	0.0	1.4	4.3	2.9
利用しない (n=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=68)	0.0	1.5	0.0	5.9	38.2	5.9	2.9	1.5	29.4	7.4

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=654)	4.1	4.9	4.0	4.4	0.6	3.1	0.6	0.5	5.7
一般小売店・専門店(個店) (n=19)	0.0	0.0	0.0	0.0	5.3	21.1	5.3	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=137)	2.9	2.9	4.4	0.0	0.0	1.5	0.7	0.0	4.4
大型専門店 (n=107)	1.9	0.9	4.7	0.0	0.0	0.9	0.0	1.9	0.9
百貨店 (n=133)	10.5	12.0	8.3	0.0	2.3	9.0	1.5	0.8	0.8
総合スーパー (n=95)	1.1	6.3	2.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	3.2
食品スーパー (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	12.5	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=69)	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
利用しない (n=10)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=68)	8.8	4.4	1.5	41.2	0.0	1.5	0.0	0.0	4.4

※無回答 96 を除く

・ファッション⑤靴・履物類

『靴・履物類』を普段どこで買うかについて、「百貨店」が31.3%と最も多く、「一般小売店・専門店（チェーン店）」が14.8%と続いている。

図 3-3-42 靴・履物類

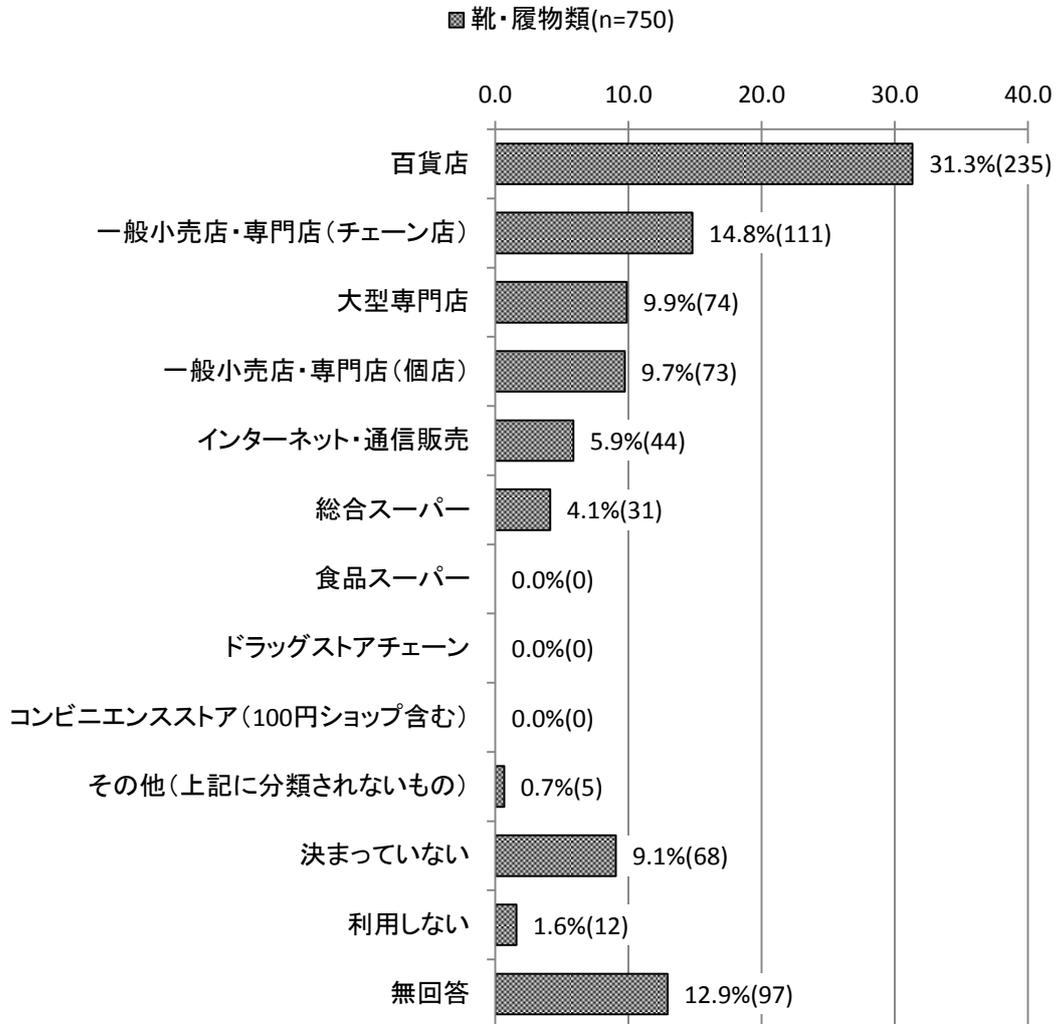


表 3-3-21 商品別の購入店舗と購入理由（靴・履物類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=653)	10.6	2.0	3.5	12.6	49.3	8.9	0.8	6.4	10.7	5.4	
一般小売店・専門店(個店) (n=73)	21.9	2.7	0.0	1.4	32.9	23.3	0.0	8.2	9.6	1.4	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=111)	9.0	0.0	3.6	11.7	55.9	9.9	0.9	4.5	26.1	5.4	
大型専門店 (n=74)	10.8	6.8	8.1	23.0	62.2	2.7	2.7	6.8	17.6	6.8	
百貨店 (n=235)	10.6	0.9	3.4	17.0	63.0	10.6	0.0	10.2	0.4	6.0	
総合スーパー (n=31)	19.4	12.9	12.9	19.4	48.4	0.0	6.5	0.0	22.6	3.2	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	
決まっていない (n=68)	4.4	0.0	1.5	1.5	8.8	2.9	0.0	0.0	2.9	4.4	
利用しない (n=12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=44)	0.0	0.0	0.0	9.1	47.7	2.3	0.0	2.3	22.7	11.4	

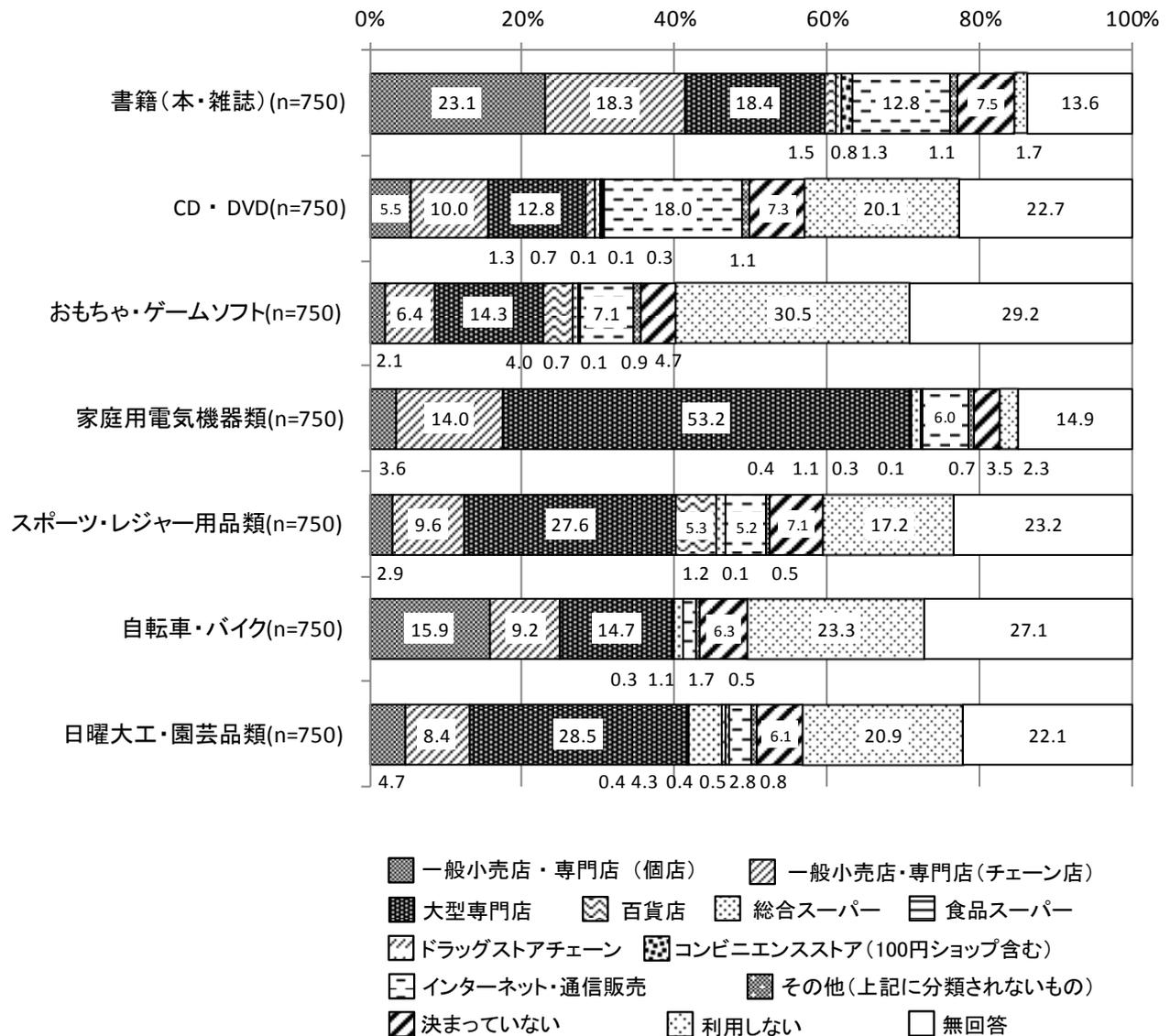
	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=653)	5.1	5.2	4.7	2.5	1.7	8.7	1.5	0.3	5.5
一般小売店・専門店(個店) (n=73)	0.0	2.7	0.0	0.0	4.1	27.4	8.2	0.0	2.7
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=111)	2.7	1.8	3.6	0.0	0.9	7.2	1.8	0.0	4.5
大型専門店 (n=74)	2.7	1.4	2.7	0.0	0.0	2.7	0.0	1.4	0.0
百貨店 (n=235)	10.6	9.8	8.1	0.0	2.6	11.1	0.4	0.4	0.9
総合スーパー (n=31)	0.0	3.2	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	6.5
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0
決まっていない (n=68)	0.0	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	35.3
利用しない (n=12)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
インターネット・通信販売 (n=44)	6.8	11.4	9.1	36.4	2.3	2.3	0.0	0.0	2.3

※無回答 97 を除く

・趣味実用品類

『趣味実用品類』を普段どこで買うかについて、書籍(本・雑誌)(23.1%)、自転車・バイク(15.9%)は、「一般小売店・専門店(個店)」が多い。CD・DVDについては、「インターネット・通信販売」が多く、それ以外の品目については、「大型専門店」での利用が多い。

図 3-3-43 商品別の購入店舗(趣味実用品類)



・趣味実用品類①書籍（本・雑誌）

『書籍（本・雑誌）』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が23.1%で、「大型専門店」が18.4%、「一般小売店・専門店（チェーン店）」が18.3%と続いている。

図 3-3-44 商品別の購入店舗（本・雑誌）

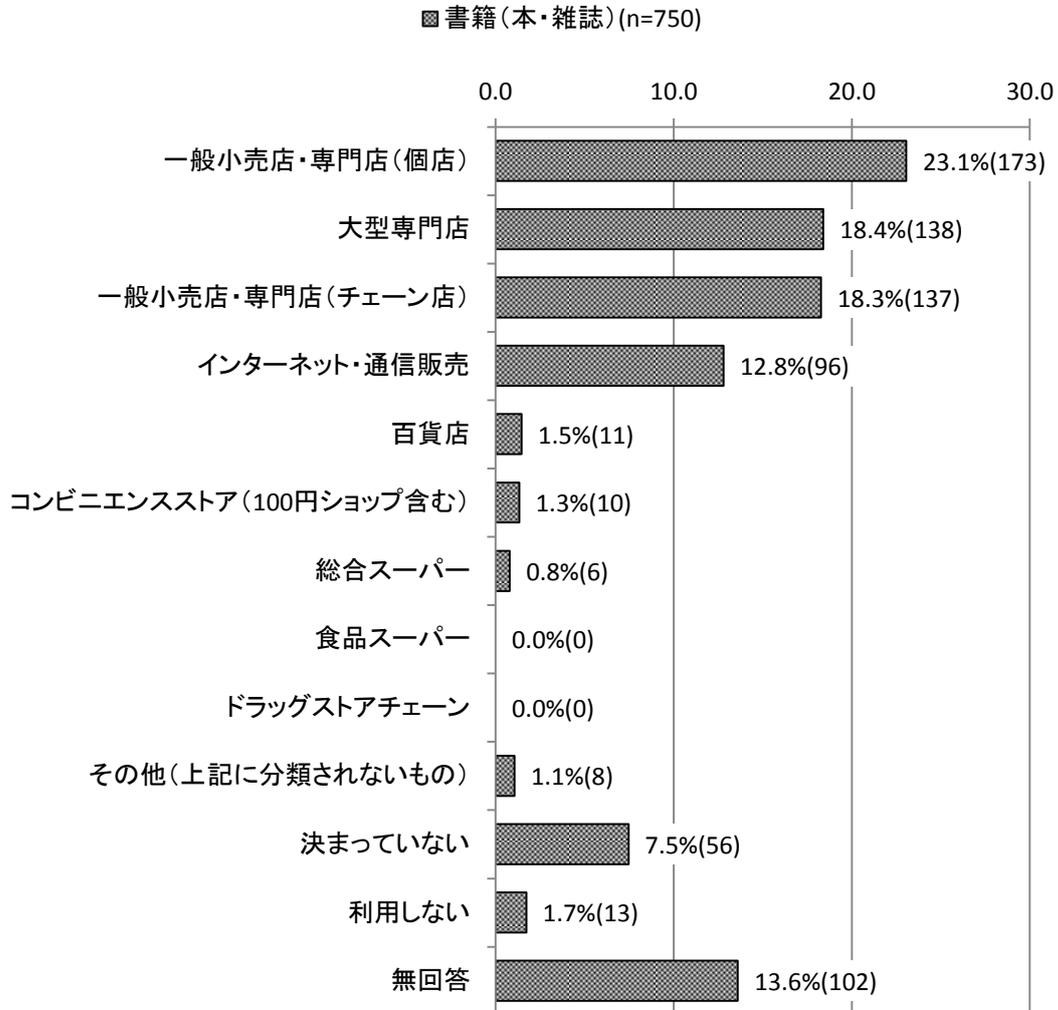
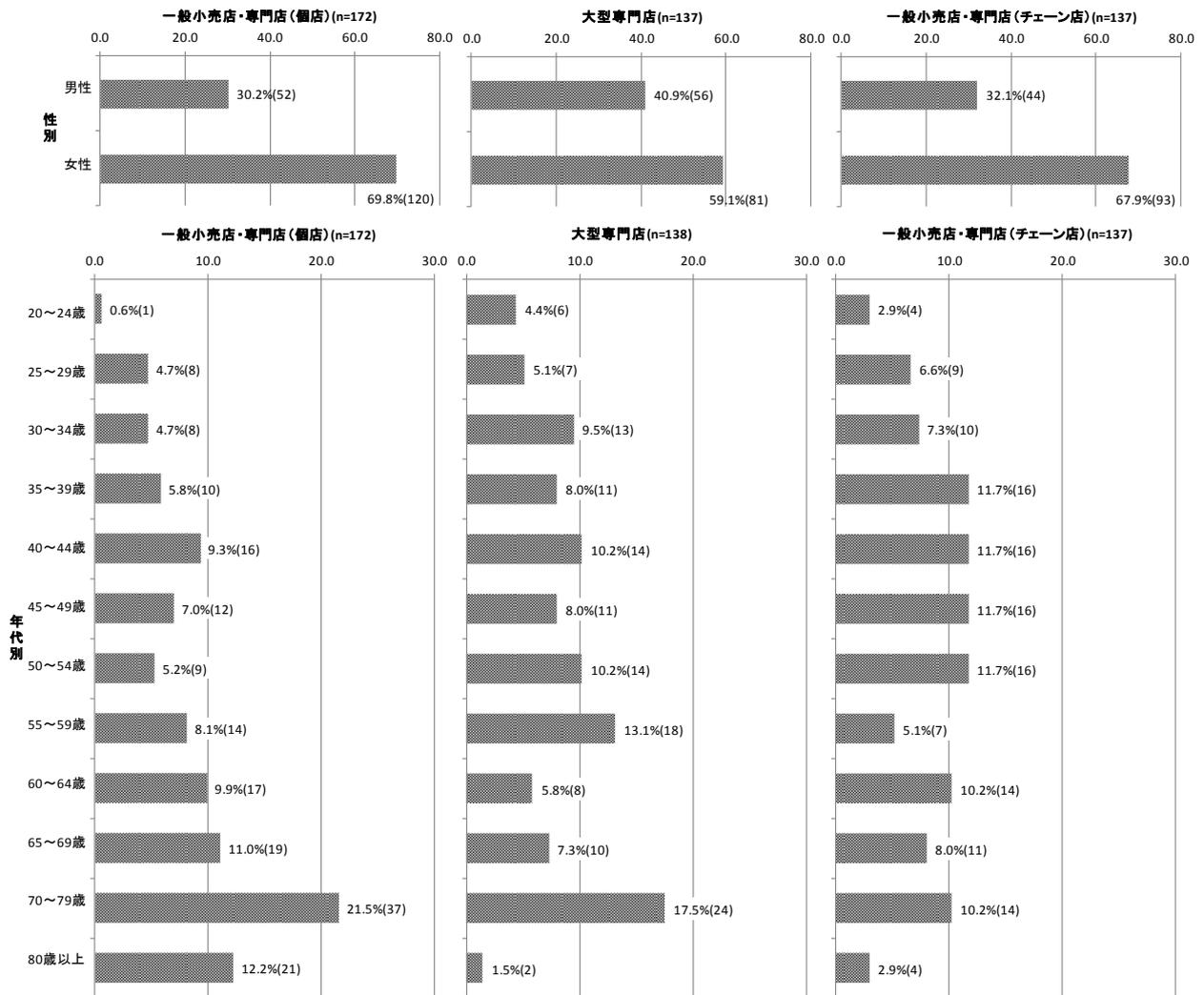


図 3-3-45 購入が多い店舗の性別と年代別（本・雑誌）



※無回答 1 を除く

※無回答 1 (性別) を除く

表 3-3-22 商品別の購入店舗と購入理由 (本・雑誌)

	便家から近い、交通上の利	る営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	何集中していても買える	色々な売り場が一箇所に	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=648)	25.8	5.4	1.2	8.0	48.0	1.5	0.2	1.4	4.6	1.5	
一般小売店・専門店(個店) (n=173)	45.7	5.2	2.3	4.0	40.5	1.7	0.0	1.2	0.0	0.6	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=137)	35.8	7.3	0.0	8.0	58.4	0.7	0.0	1.5	3.6	0.0	
大型専門店 (n=138)	14.5	3.6	2.2	17.4	75.4	3.6	0.7	2.2	3.6	2.2	
百貨店 (n=11)	0.0	0.0	0.0	0.0	81.8	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	
総合スーパー (n=6)	50.0	16.7	0.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=10)	80.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	12.5	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	
決まっていない (n=56)	10.7	5.4	0.0	5.4	14.3	0.0	0.0	1.8	1.8	1.8	
利用しない (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=96)	1.0	6.3	0.0	6.3	37.5	0.0	0.0	0.0	19.8	4.2	

	等決済手段が豊富である	クレジットカード・電子マネー	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=648)	5.2	6.5	0.3	9.6	0.2	4.9	1.7	0.6	7.6	
一般小売店・専門店(個店) (n=173)	1.7	3.5	0.0	0.6	0.0	6.9	4.6	0.0	11.6	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=137)	0.7	8.0	0.0	0.0	0.0	5.1	1.5	1.5	4.4	
大型専門店 (n=138)	9.4	9.4	0.7	1.4	0.7	7.2	0.0	1.4	1.4	
百貨店 (n=11)	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	9.1	
総合スーパー (n=6)	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=10)	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	
決まっていない (n=56)	0.0	3.6	0.0	1.8	0.0	1.8	0.0	0.0	28.6	
利用しない (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	
インターネット・通信販売 (n=96)	15.6	8.3	1.0	58.3	0.0	1.0	0.0	0.0	1.0	

※無回答 102 を除く

・趣味実用品類②CD・DVD

『CD・DVD』を普段どこで買うかについて、「インターネット・通信販売」が18.0%で、「大型専門店」が12.8%、一般小売店・専門店（チェーン店）が10.0%と続いている。

図 3-3-46 商品別の購入店舗（CD・DVD）

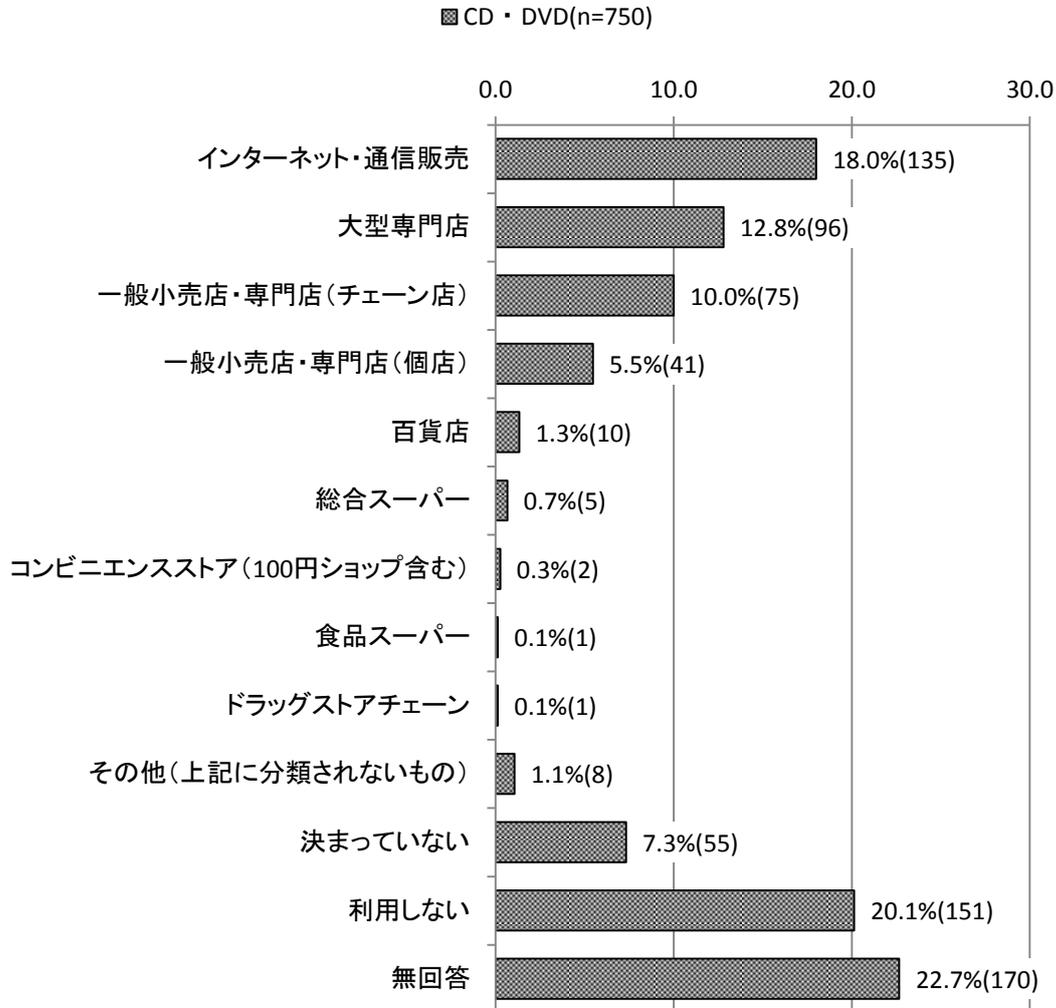


表 3-3-23 商品別の購入店舗と購入理由 (CD・DVD)

	便家が近い、交通上の利	る営業時間が長く便利であ	駐車場・駐輪場がある	何集中して、まとめて買える	色々な売り場が一箇所に	ある商品の品ぞろえが豊富で	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=580)	9.5	3.1	0.7	7.8	36.9	1.4	0.2	1.0	7.9	3.1	
一般小売店・専門店(個店) (n=41)	29.3	4.9	2.4	4.9	63.4	4.9	0.0	2.4	0.0	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=75)	26.7	4.0	1.3	12.0	62.7	1.3	0.0	2.7	6.7	0.0	
大型専門店 (n=96)	10.4	5.2	2.1	24.0	71.9	4.2	0.0	2.1	8.3	1.0	
百貨店 (n=10)	20.0	0.0	0.0	20.0	60.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	
総合スーパー (n=5)	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
食品スーパー (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	100.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	
決まっていない (n=55)	5.5	1.8	0.0	3.6	5.5	0.0	0.0	1.8	3.6	3.6	
利用しない (n=151)	0.0	0.0	0.0	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0	
インターネット・通信販売 (n=135)	3.0	3.7	0.0	5.2	40.7	0.0	0.0	0.0	21.5	9.6	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	あるポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=580)	4.7	4.8	0.2	9.7	0.5	3.1	0.3	0.2	7.8
一般小売店・専門店(個店) (n=41)	4.9	4.9	0.0	0.0	2.4	9.8	4.9	0.0	2.4
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=75)	1.3	8.0	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	6.7
大型専門店 (n=96)	8.3	11.5	0.0	1.0	1.0	8.3	0.0	1.0	3.1
百貨店 (n=10)	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
総合スーパー (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=2)	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=8)	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5
決まっていない (n=55)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	23.6
利用しない (n=151)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.6
インターネット・通信販売 (n=135)	11.1	5.2	0.7	40.0	0.7	0.0	0.0	0.0	3.7

※無回答 170 を除く

・趣味実用品類③おもちゃ・ゲームソフト

『おもちゃ・ゲームソフト』を普段どこで買うかについて、「大型専門店」が14.3%と最も多い。

図 3-3-47 商品別の購入店舗（おもちゃ・ゲームソフト）

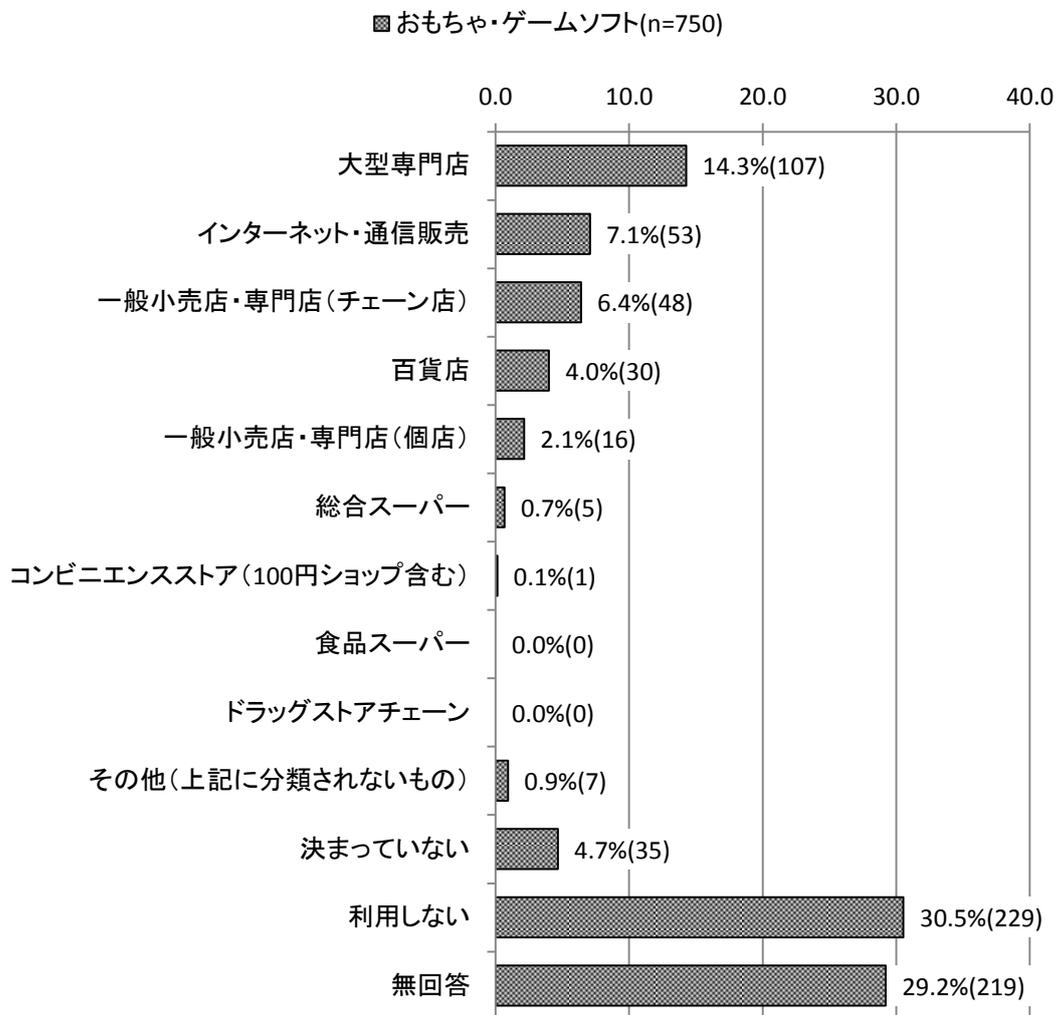


表 3-3-24 商品別の購入店舗と購入理由（おもちゃ・ゲームソフト）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=531)	6.8	1.9	1.5	7.7	29.9	1.9	0.0	1.5	9.4	2.4
一般小売店・専門店(個店) (n=16)	31.3	6.3	0.0	0.0	43.8	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=48)	20.8	4.2	2.1	14.6	64.6	6.3	0.0	2.1	22.9	8.3
大型専門店 (n=107)	15.0	3.7	4.7	22.4	62.6	2.8	0.0	2.8	16.8	0.9
百貨店 (n=30)	10.0	0.0	6.7	13.3	76.7	6.7	0.0	6.7	3.3	10.0
総合スーパー (n=5)	20.0	20.0	0.0	20.0	40.0	0.0	0.0	20.0	40.0	20.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=35)	0.0	2.9	0.0	2.9	5.7	0.0	0.0	0.0	2.9	2.9
利用しない (n=229)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.4	0.0	0.0	0.4	0.9	0.0
インターネット・通信販売 (n=53)	1.9	1.9	0.0	5.7	47.2	0.0	0.0	0.0	28.3	5.7

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=531)	2.4	5.3	0.2	4.1	0.8	3.0	0.6	0.4	8.1
一般小売店・専門店(個店) (n=16)	0.0	6.3	0.0	6.3	6.3	31.3	12.5	0.0	12.5
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=48)	0.0	16.7	0.0	2.1	2.1	4.2	2.1	0.0	6.3
大型専門店 (n=107)	5.6	12.1	0.9	0.9	1.9	5.6	0.0	1.9	1.9
百貨店 (n=30)	6.7	3.3	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=5)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=7)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9
決まっていない (n=35)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9	0.0	0.0	28.6
利用しない (n=229)	0.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
インターネット・通信販売 (n=53)	7.5	7.5	0.0	35.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

※無回答 219 を除く

・趣味実用品類④家庭用電気機器類

『家庭用電気機器類』を普段どこで買うかについて、「大型専門店」が53.2%と最も多く、「一般小売店・専門店（チェーン店）」が14.0%と続いている。

図 3-3-48 商品別の購入店舗（家庭用電気機器類）

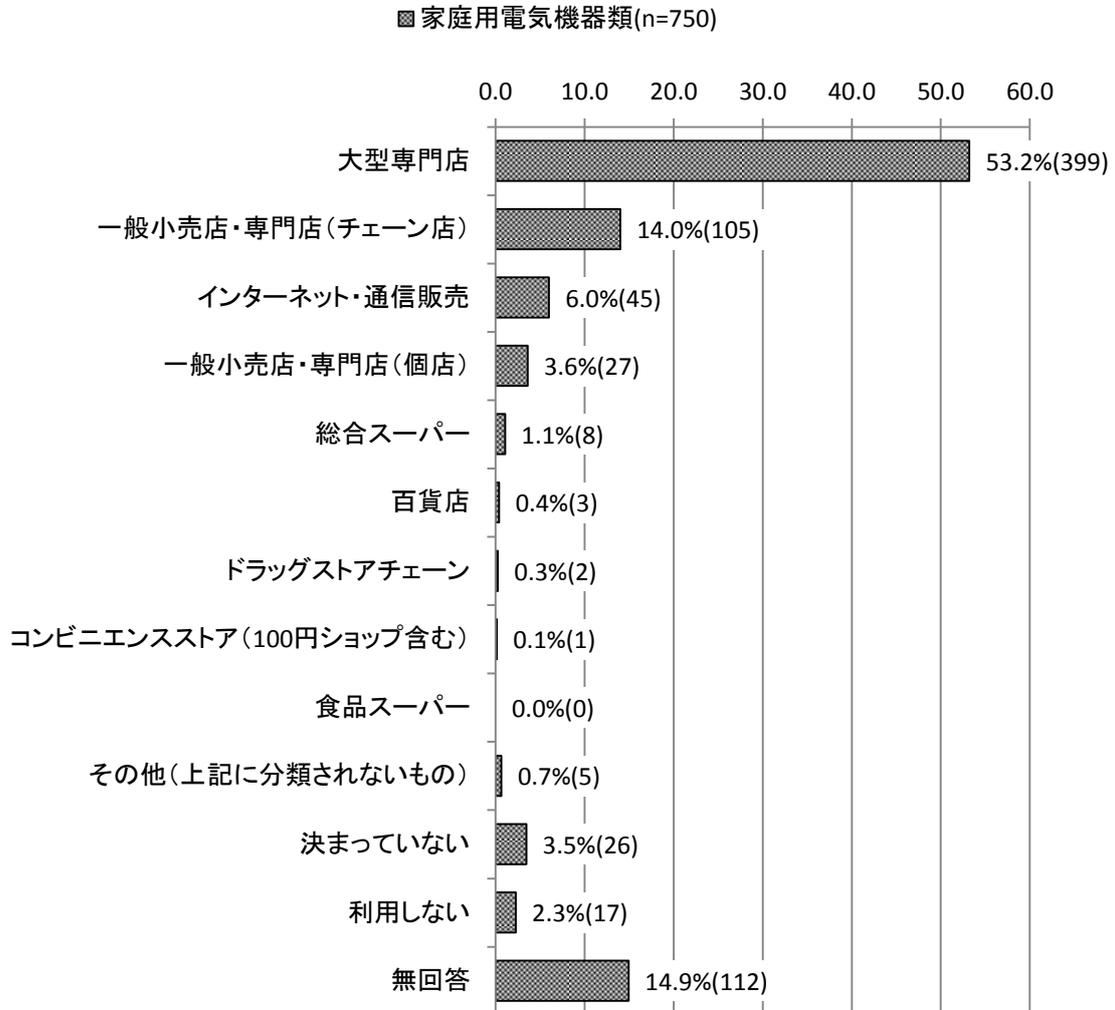


表 3-3-25 商品別の購入店舗と購入理由（家庭用電気機器類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=638)	11.1	3.8	3.8	14.1	56.4	1.3	0.2	1.7	20.4	9.2	
一般小売店・専門店(個店) (n=27)	29.6	0.0	0.0	3.7	11.1	3.7	0.0	3.7	3.7	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=105)	13.3	3.8	1.0	19.0	61.9	1.9	0.0	1.0	19.0	9.5	
大型専門店 (n=399)	10.3	3.8	5.8	16.0	66.2	1.3	0.0	2.3	20.8	8.5	
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	
総合スーパー (n=8)	25.0	12.5	0.0	12.5	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=2)	100.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	40.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	
決まっていない (n=26)	0.0	3.8	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	11.5	15.4	
利用しない (n=17)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
インターネット・通信販売 (n=45)	0.0	4.4	0.0	6.7	40.0	0.0	0.0	0.0	42.2	24.4	

	クレジットカード・電子マネー決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=638)	6.0	14.1	1.1	6.7	6.0	10.0	1.6	0.2	2.5
一般小売店・専門店(個店) (n=27)	0.0	0.0	0.0	7.4	25.9	25.9	29.6	0.0	3.7
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=105)	4.8	16.2	1.0	1.9	6.7	11.4	1.9	0.0	2.9
大型専門店 (n=399)	6.0	17.5	1.3	4.5	5.5	11.0	0.0	0.3	0.5
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=8)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=5)	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=26)	0.0	3.8	0.0	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0	34.6
利用しない (n=17)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9
インターネット・通信販売 (n=45)	17.8	4.4	0.0	46.7	2.2	0.0	0.0	0.0	0.0

※無回答 112 を除く

・趣味実用品類⑤スポーツ・レジャー用品類

『スポーツ・レジャー用品類』を普段どこで買うかについて、「大型専門店」が27.6%と最も多い。

図 3-3-49 商品別の購入店舗（スポーツ・レジャー用品類）

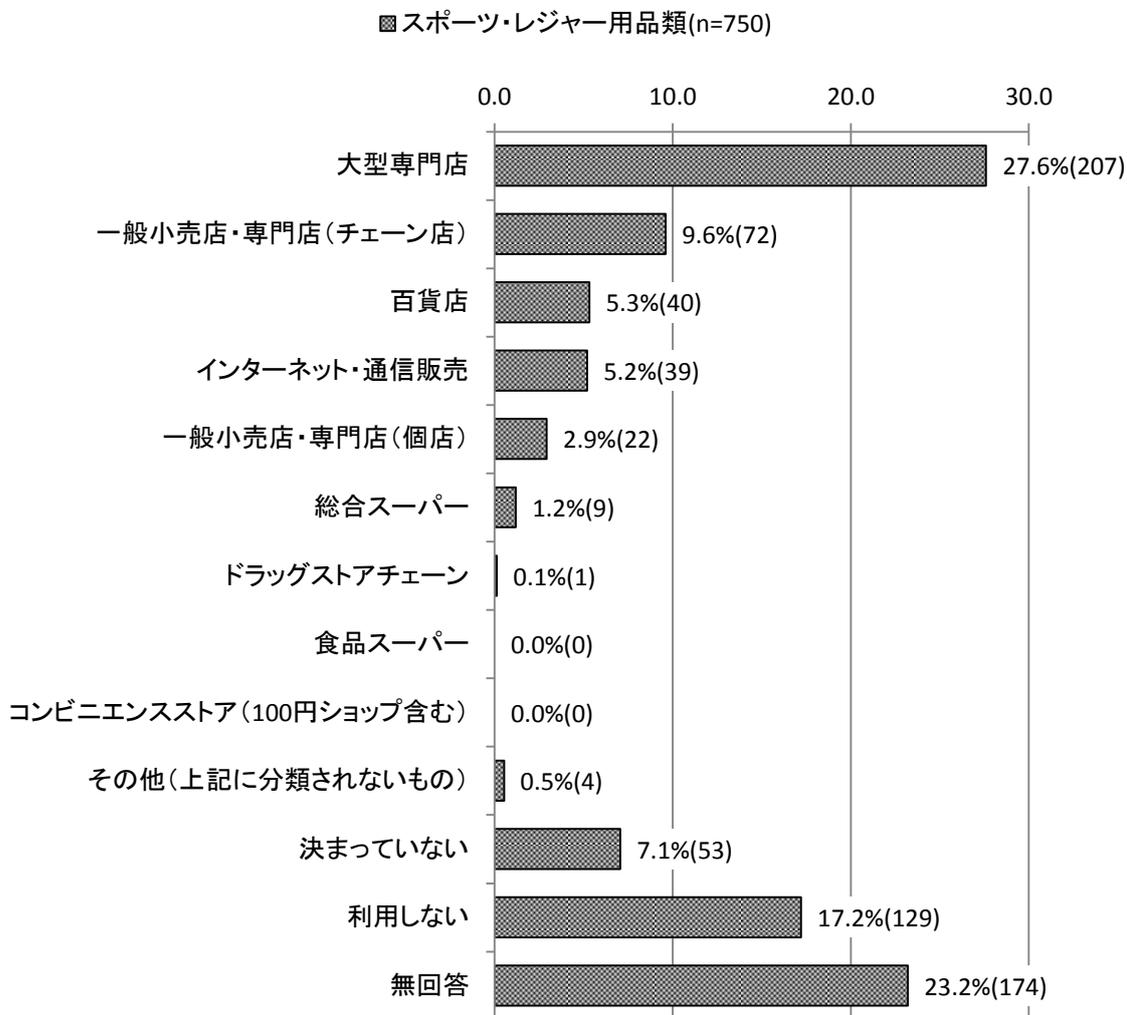


表 3-3-26 商品別の購入店舗と購入理由（スポーツ・レジャー用品類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=576)	8.3	2.8	3.6	10.6	40.3	3.0	0.0	2.4	11.6	6.4	
一般小売店・専門店(個店) (n=22)	13.6	0.0	0.0	18.2	27.3	9.1	0.0	22.7	13.6	9.1	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=72)	19.4	5.6	5.6	15.3	58.3	6.9	0.0	2.8	15.3	8.3	
大型専門店 (n=207)	12.6	4.8	7.7	16.4	66.7	3.4	0.0	1.4	14.5	6.3	
百貨店 (n=40)	2.5	0.0	0.0	10.0	67.5	5.0	0.0	10.0	0.0	2.5	
総合スーパー (n=9)	11.1	22.2	11.1	22.2	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	11.1	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	
決まっていない (n=53)	5.7	0.0	0.0	0.0	5.7	0.0	0.0	0.0	5.7	5.7	
利用しない (n=129)	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.8	
インターネット・通信販売 (n=39)	0.0	0.0	0.0	12.8	28.2	2.6	0.0	0.0	35.9	23.1	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=576)	3.6	5.2	0.7	3.5	1.9	6.8	0.3	0.3	8.0
一般小売店・専門店(個店) (n=22)	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0	9.1	4.5	0.0	4.5
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=72)	0.0	5.6	1.4	0.0	5.6	12.5	1.4	0.0	5.6
大型専門店 (n=207)	6.3	7.7	1.0	1.0	2.9	11.1	0.0	1.0	1.0
百貨店 (n=40)	7.5	10.0	2.5	0.0	2.5	10.0	0.0	0.0	5.0
総合スーパー (n=9)	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=1)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=53)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.9	0.0	0.0	43.4
利用しない (n=129)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	9.3
インターネット・通信販売 (n=39)	12.8	7.7	0.0	46.2	0.0	0.0	0.0	0.0	2.6

※無回答 174 を除く

・趣味実用品類⑥自転車・バイク

『自転車・バイク』を普段どこで買うかについて、「一般小売店・専門店（個店）」が 15.9%で、「大型専門店」が 14.7%と続いている。

図 3-3-50 商品別の購入店舗（自転車・バイク）

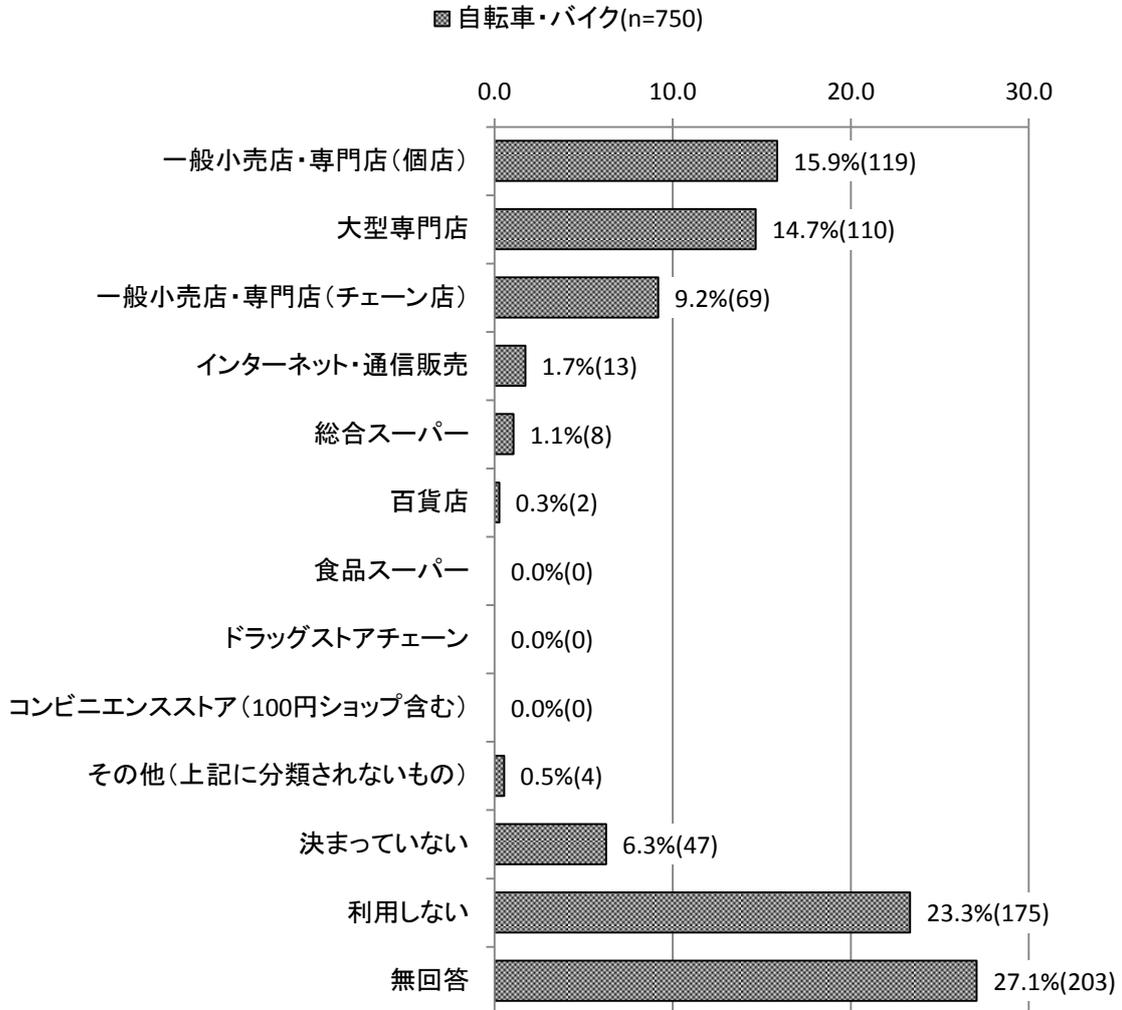
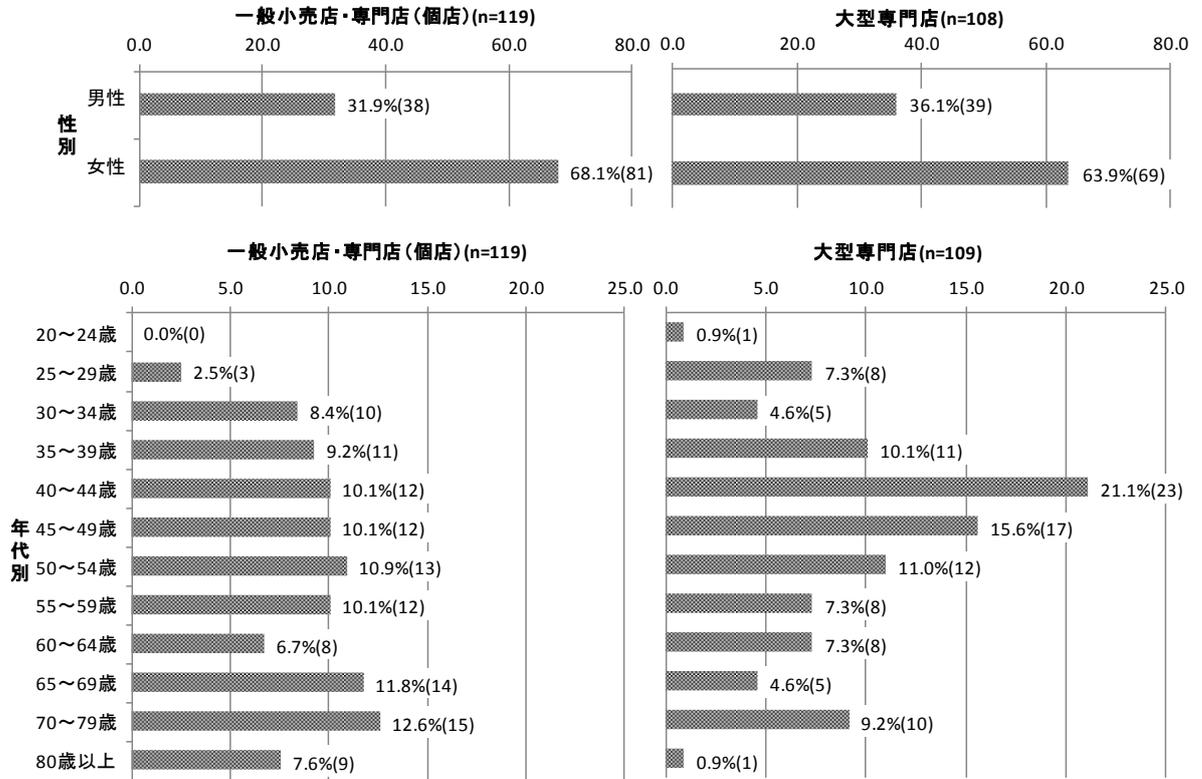


図 3-3-51 購入が多い店舗の性別と年代別（自転車・バイク）

自転車・バイク



※無回答 2（性別）、1（年代別）を除く

表 3-27 商品別の購入店舗と購入理由（自転車・バイク）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=547)	16.5	2.6	1.8	4.4	20.8	1.5	0.0	2.7	7.9	4.6
一般小売店・専門店(個店) (n=119)	42.0	0.8	0.0	0.8	13.4	0.8	0.0	6.7	4.2	0.8
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=69)	30.4	7.2	5.8	7.2	42.0	8.7	0.0	4.3	13.0	5.8
大型専門店 (n=110)	11.8	4.5	5.5	14.5	55.5	0.9	0.0	3.6	16.4	10.9
百貨店 (n=2)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=8)	37.5	37.5	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0
決まっていない (n=47)	4.3	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0	6.4	6.4
利用しない (n=175)	0.6	0.0	0.0	0.6	0.6	0.0	0.0	0.0	1.1	0.0
インターネット・通信販売 (n=13)	0.0	0.0	0.0	0.0	15.4	0.0	0.0	0.0	30.8	30.8

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、娯楽施設、スポーツ施設、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=547)	0.9	2.0	0.2	2.2	10.2	13.2	3.8	0.2	7.9
一般小売店・専門店(個店) (n=119)	0.0	0.0	0.8	0.8	24.4	37.0	16.0	0.0	2.5
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=69)	0.0	2.9	0.0	0.0	15.9	17.4	0.0	0.0	7.2
大型専門店 (n=110)	3.6	7.3	0.0	2.7	13.6	11.8	1.8	0.9	2.7
百貨店 (n=2)	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=8)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=47)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	34.0
利用しない (n=175)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.6
インターネット・通信販売 (n=13)	7.7	7.7	0.0	53.8	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7

※無回答 203 を除く

・趣味実用品類⑦日曜大工・園芸品類

『日曜大工・園芸品類』を普段どこで買うかについて、「大型専門店」が28.5%と最も多い。

図 3-3-52 商品別の購入店舗（日曜大工・園芸品類）

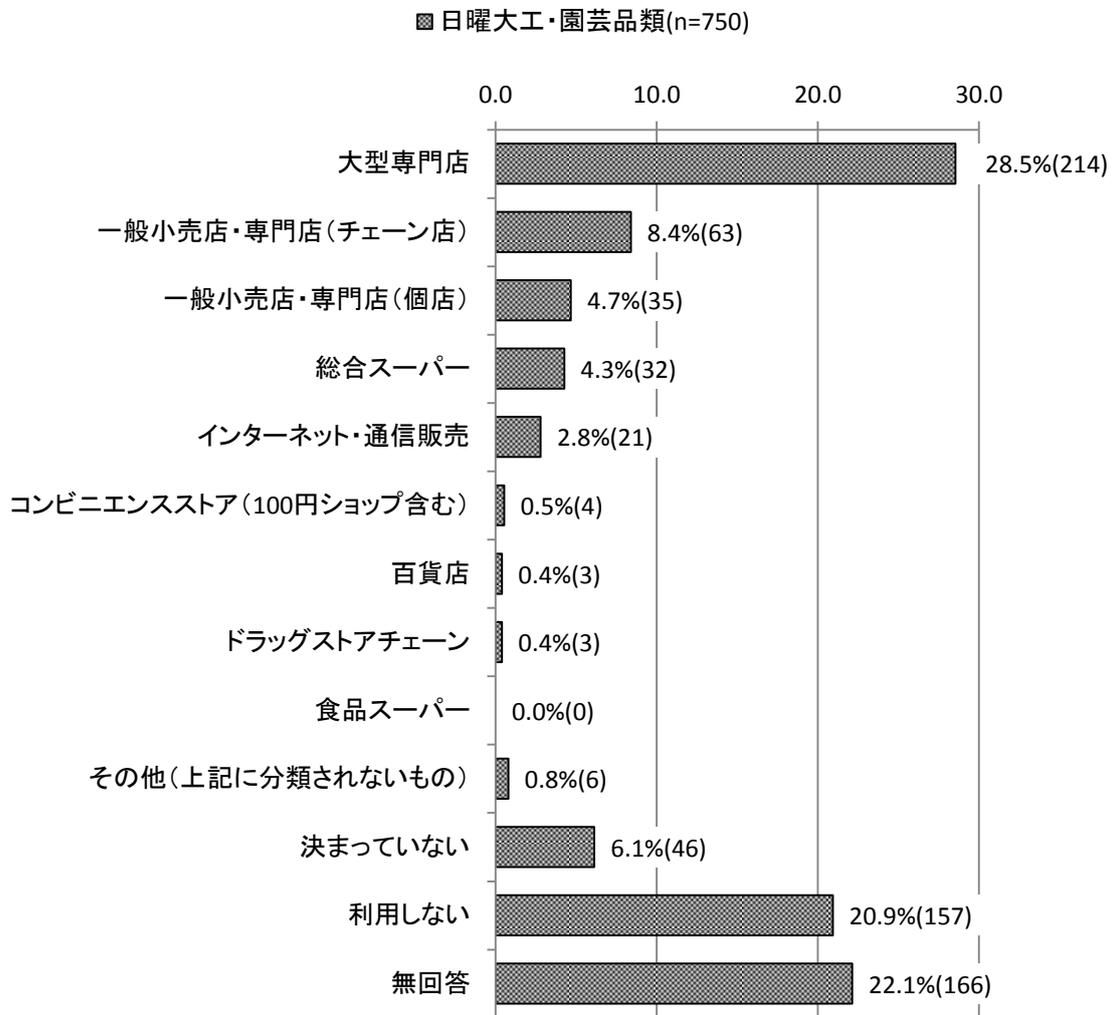


表 3-3-28 商品別の購入店舗と購入理由（日曜大工・園芸品類）

	家が近い、交通上の利便性が高い	営業時間が長く便利である	駐車場・駐輪場がある	色々な売り場が、まとめて買える	色んな売り場が一箇所に集まっている	商品の品ぞろえが豊富である	オリジナル商品がある	使いやすい量で買える	品質・鮮度・安全性が高い	商品の値段が安い	商品の値段が比較できる
全体 (n=584)	12.2	2.7	7.7	11.3	35.3	1.2	1.4	1.4	12.0	3.3	
一般小売店・専門店(個店) (n=35)	57.1	2.9	2.9	5.7	20.0	2.9	2.9	8.6	2.9	0.0	
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=63)	14.3	3.2	11.1	20.6	46.0	1.6	0.0	0.0	23.8	0.0	
大型専門店 (n=214)	13.1	3.7	15.4	20.1	64.5	1.9	2.8	1.9	17.3	6.5	
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	
総合スーパー (n=32)	12.5	15.6	12.5	15.6	43.8	0.0	0.0	0.0	12.5	6.3	
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ドラッグストアエチェーン (n=3)	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	75.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	
その他(上記に分類されないもの) (n=6)	16.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	
決まっていない (n=46)	6.5	0.0	0.0	0.0	2.2	2.2	0.0	0.0	2.2	0.0	
利用しない (n=157)	0.6	0.0	0.0	1.3	0.6	0.0	0.0	0.6	1.3	0.0	
インターネット・通信販売 (n=21)	0.0	0.0	0.0	4.8	42.9	0.0	0.0	0.0	38.1	9.5	

	クレジットカード・電子マネー等決済手段が豊富である	ポイントサービスや会員割引がある	セール等のイベントがある	商品を配達してくれる	アフターサービス(保証)がある	店の人の専門知識が豊富で信頼できる	店の人が親切・昔からの顔なじみ	飲食店、公共施設が併設されている	ただなんとなく
全体 (n=584)	1.9	2.7	0.2	4.1	0.7	7.0	0.7	0.2	7.5
一般小売店・専門店(個店) (n=35)	0.0	0.0	0.0	5.7	2.9	14.3	8.6	0.0	0.0
一般小売店・専門店(チェーン店) (n=63)	1.6	4.8	0.0	3.2	0.0	15.9	1.6	0.0	6.3
大型専門店 (n=214)	4.2	5.6	0.5	3.7	1.4	11.2	0.0	0.5	1.4
百貨店 (n=3)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
総合スーパー (n=32)	0.0	3.1	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	0.0	12.5
食品スーパー (n=0)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ドラッグストアエチェーン (n=3)	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
コンビニエンスストア(100円ショップ含む) (n=4)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
その他(上記に分類されないもの) (n=6)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
決まっていない (n=46)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	45.7
利用しない (n=157)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5.7
インターネット・通信販売 (n=21)	4.8	0.0	0.0	52.4	0.0	0.0	0.0	0.0	9.5

※無回答 166 を除く