

[研究ノート]

鳥根県邑智郡美郷町の人々の消費生活について

藤原真砂

はじめに

序 美郷町消費者意識調査アンケート調査（質問紙調査）の実施手順

1. 回答者のプロフィール
2. 美郷町民の買い物状況
3. 日常の買い物行動
4. 町外で買い物をする理由
5. 生協、インターネット・カタログ販売を利用した買い物
6. クレジットカードの利用状況
7. 買い物時のポイントの重視度について
8. インターネットでの買い物頻度
9. 粕淵商店街の魅力向上のために必要とされるお店
10. 買い物行動と週末の生活－のぞましい週末の過ごし方

おわりに

資料 消費者意識調査アンケート

はじめに

少子高齢化という人口構造の変化とならんで、過疎過密化という年来の地域間の人口移動が進展している。きわめて概略的に述べれば札幌、仙台、名古屋、京都、大阪、広島、福岡という地方の中核都市から東京への人口移動、また地方の県庁所在地、合同庁舎所在地、産業集積がある中核都市から中核都市への人口移動、また小規模な市町村から中核都市への人口移動が、世代を継いで人口をより上層の都市に押し出している。

本研究が取り扱う鳥根県邑智郡美郷町は人口送り出しの末端の町で、人口4,900人、2010世帯（2015年国勢調査）からも分かるように、高齢化で単身世帯も多い。自然減に加えて、近隣の大田市、出雲市、松江市、県外への社会減（人口流出移動）もある。過疎化は進行する一方である。

このような町の商工会から町民の買い物問題に関して研究をして欲しいとの相談があった。話しを伺うと買い物の交通の便がない交通弱者のための移動店舗等の救済策をつくることではなく、町民の消費実態を調べてどのような店舗を充実させれば良いかという方向性を探りたいとのことであった。

このような要請を受けて調べてみると、既存の商勢圏調査では範囲が広すぎて、美郷町の人々の買い物生活の実態を把握出来ないことが分かった。したがって、商勢圏調査のフォーマットを用いて町の独自のデータを収集することにした。また分析に当たっては町民を現

役世代と引退世代に分けて、彼らの消費実態を明らかにすることにした。

調査票の設計に当たっては、まずは商工会に紹介していただいた12世帯の人々に集中的に聞き取り調査（「消費者キーパーソンヒアリング調査」）を実施した。若い世帯から高齢世帯まで多様な背景を持つ町民であった。中には住宅提供を図る町の施策に応じて大田市から転入して町営住宅に住まう町民もいた。地域の店舗のみを利用する人もいたし、他方で週末になると大田市や出雲市に子供をつれて買い物をする人もいた。またインターネットとクレジットカードを用いて商品を購入し、機会を見つけては関西、関東の大都会で買い物をする情報強者の主婦もいた。事前には狭い地域で生活を完結する人々の暮らしがイメージとしてあったが、ヒアリングを進めるにつれて先入観は覆されていった。小さな町で出会った町の人々との会話を楽しみながら、アンケート調査の調査項目や選択肢づくりをした。

本調査報告はヒアリング、アンケート調査からなる。本稿ではアンケート調査（商勢圏調査も含む）の集計結果を紹介することを狙いとしている。当初は消費生活調査が眼目であったが、これとともに美郷町の現役世帯が整備されつつある道路を活用し大田市、出雲市、さらには広島県の三次市に通勤する実態も見えてきた。農林の第一次産業、建設主体の第二次産業などの雇用維持、六次産業化による雇用創出の努力もあるが、域外に雇用を求める通勤現象、近隣の中核都市に対する中山間地域のベッドタウン化に今後の中山間地域の存続の途があることを見出した調査でもあった。これに着想を得て、2019年度よりしまね地域研究センタープロジェクトとして「中山間地域の子育て世帯の定住を目指して」を立ち上げ、中山間地域研究センターと連携して調査を進めている。

序 美郷町消費者意識調査アンケート調査（質問紙調査）の実施手順

（1）ヒアリング調査による実情の把握

若・壮・老年の広い年層の消費者20人を対象に2016年10月15日（土）～10月31日（月）にかけて「消費者キーパーソンヒアリング調査」を実施した。ヒアリング内容は買い物の場所等の確認とともに、消費行動スタイル、商店街等の現状認識、評価、また生活上の不足・不便・不安まで多岐にわたるものであった。

このヒアリング調査により、

- a. 町民の買い物行動が現役世代と引退世代では大きく異なること
- b. 商品により町内の粕淵、町外の大田市、出雲市などのお店を使い分けていること（商品×場所）
- c. 平日購入するものと週末に購入する物が違うこと（商品×曜日）

また以上の絡みから

- d. 買い物場所と曜日に特徴が出ていること（場所×曜日）
- 以上、買い物行動にはさまざまなパターン、特徴があることが分かった。
- e. また、大田市、出雲市には買い物だけが目的で出かけているわけではないこと、これ以外にも遊び、学びなど様々の理由で町外に出かけている事も分かった。
 - f. 小売店、スーパー、大型店だけでなく生協、インターネット、カタログ販売などを利用して買い物をしている町民も多い事が分かった。
 - g. クレジットカードを専ら使う人、ポイントを意識して購入する人がいるなど、同じ地域でも（fも含めて）住民の間で買い物のスタイルに多様性があることが分かった。

- h. また週末ごとに大田市、出雲市に出かけることを煩わしく思っていて、地元で買い物の用が足せば良いと思っている住民がいることも理解した。
- i. またレストラン、食堂、カフェ、日用品の店など生活の日常を便利にするお店が地元があれば、と思っている住民が少なからずいることも分かった。

(2) アンケート調査の実施へ

ヒアリング調査で知ることになった買い物行動、遊び、学びのための町外への移動、要望がどれほど町民の一般性を持った行動、意見なのかを知るために、アンケート調査を実施し、町の実態を明らかにすることにした。

ヒアリング調査をもとに1) 商品ごとの町内外、曜日別購買行動、2) 町外での買い物理由、3) インターネット、カタログ販売、ポイント利用状況、4) 商店街活性化策を中心に調査票を設計した。

質問紙調査は美郷町粕淵において全数調査を実施した。調査票の配布・回収は郵便を利用した。商工会経由で414票郵送で配布、172票郵送で回収した。回収率は41.5%であった。ちなみに美郷町全体の世帯数は2,010世帯である。

1. 回答者のプロフィール

1-1. 性別、年齢

(1) 性別の内訳 (図1-1)

男性31.4%、女性66.3%である。3分の2が女性であった。

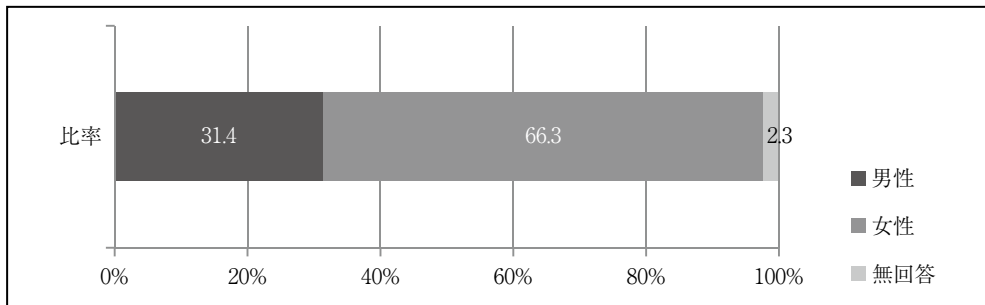


図1-1 性別の内訳

(2) 年齢別の内訳 (図1-2)

回答者の年齢別構成について見ると、最も多いのが70歳代で26.2%、つぎに60歳代25.0%、80歳代14.5%とつづく。高齢化を反映して回答者の3分の2(68.0%)が60歳代以上であった。町の高齢化を反映したものとなっていた。

世代間での行動、意見の差異が重要と思われたので、以下の2通りの年齢区分を設けた。

- 1) 年齢2区分 60歳代までを現役世代、70歳以上を引退世代とした。

これによれば、現役世代は56.3%、引退世代は43.0%となる。

- 2) 年齢3区分 40歳代までを子育て世代、50歳代、60歳代を中年世代、70歳以上を高年齢世代とする。

これによれば、子育て世代19.7%、中年世代36.6%、高年齢世代43.0%となる。

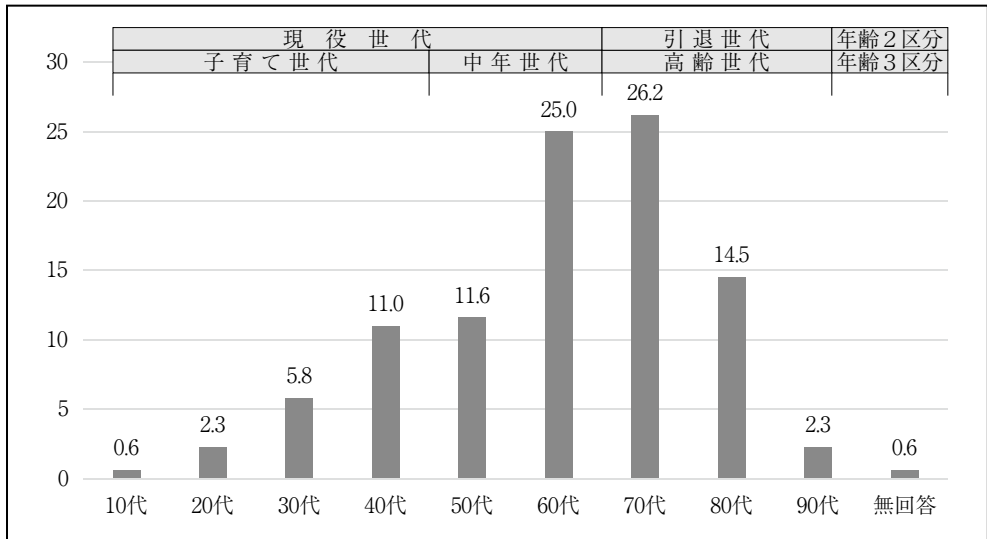


図1-2 年齢別構成

1-2. 居住歴、家族構成、末子のライフステージ

(3) 居住歴

居住歴の情報がとれた148人のうち、20年未満25.9%、20年以上40年未満25.2%、40年以上60年未満30.9%であった。60年以上も2割近く（18.9%）になる。居住歴40年以上の中高年が半数（49.0%）に上る。

(4) 家族構成の内訳 (図1-3：年齢2区分)

引退世代は単身・独居が44.6%、夫婦のみ世帯が33.8%であり、両者あわせて8割近く（78.4%）であった。他方、現役世代は、単身・独居（17.5%）、夫婦のみ（26.8%）以外にも、2世代（30.9%）、3世代（9.3%）も加わり、家族形成期の世代が入っていることが分かる。

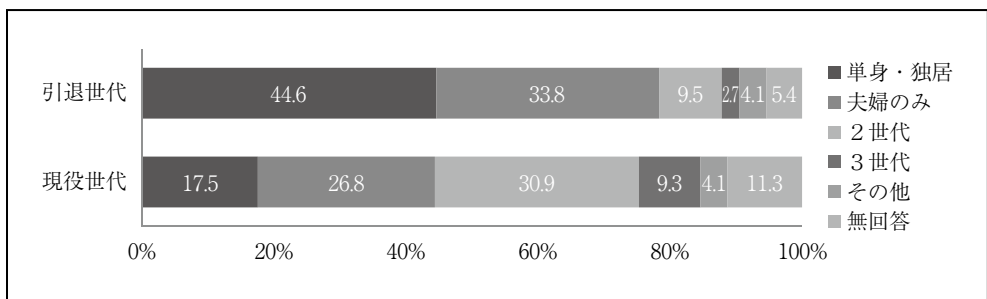


図1-3 世代別家族構成（年齢2区分）

(5) 末子のライフステージ (図1-4)

回答者（38.9%）の末子の年齢状況を見ると、すでに就労している人が半数の18.5%を占めており、子供のいる家庭には家族形成期の家庭ばかりでなく、子供独立期の世帯も加わっていることが分かる。家族形成期の未就学、就学の子供たちは残りの20.4%（=6.4%+7.6%+1.3%+3.2%+1.9%）である。

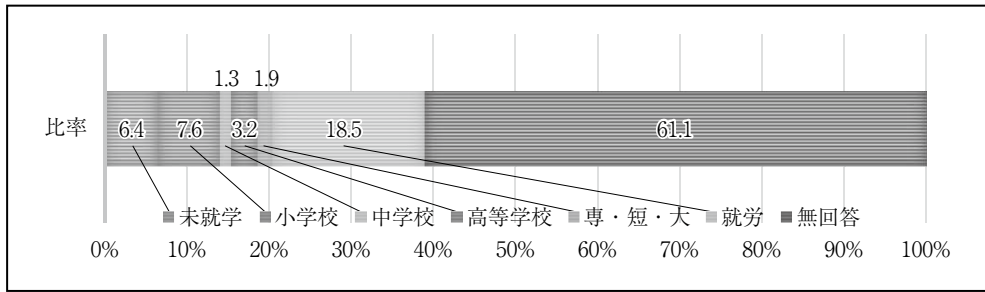


図1-4 末子の年齢

1-3. 回答者172人の買い物の移動手段

(6) 買い物の交通の便 (図1-5)

買い物の問題が語られる場合、いつも問題にされるのは高齢世代の買い物弱者の存在である。高齢者の場合、通院の足の確保も問題である。

高齢化するほど自動車の利用が減少する傾向がはっきり確認できる。交通弱者である高齢者の移動手段は徒歩が50.7%で1位である。それに次ぐのが自動車で46.6%である。この数値は引退世代の高齢者の場合、徒歩による粕淵のお店の利用が多いことを反映している。バス・タクシーなどの公共交通の利用も20人に1人(5.5%)いる。他方、子育て世代、中年世代の場合にはそれぞれ91.2%、77.4%と圧倒的に自動車の利用割合が高い。

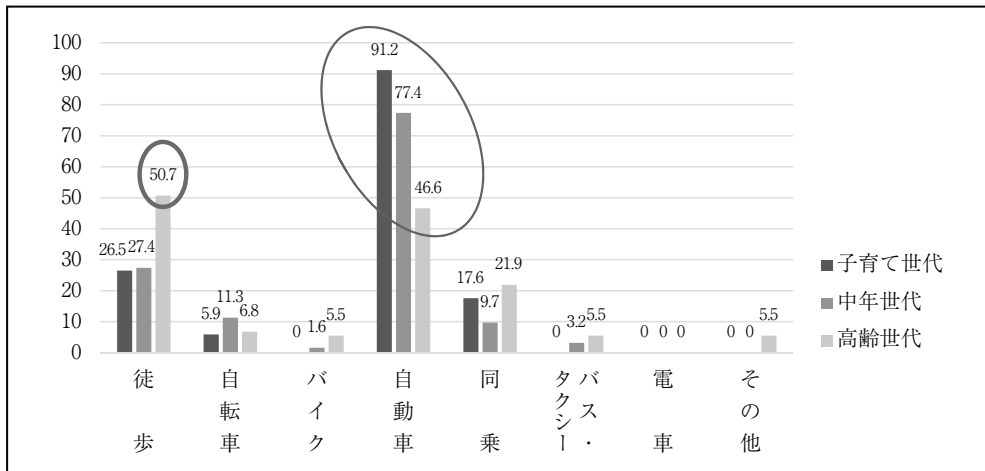


図1-5 買い物の交通手段 (年齢3区分)

2. 美郷町民の買い物状況

2-1. 美郷町民の買い物行動 (商品×場所)

美郷町民は商品の買い物先の場所、地域をどのように使い分けているのか、また現役世代と引退世代の間に、相違はあるのか。これについて明らかにしよう。

地元(粕淵)、大田市、出雲市での商品の購買率を整理して見たのが次項の表Aである。表Aは表側に購買率、表頭に場所(粕淵、大田市・出雲市)を配して、世代別に住民たちの購買状況を記入している。引退世代は日々の食材(弁当・惣菜、菓子・パン、食肉、鮮魚・野菜)の70%以上地元で購入している。現役世代もそれらの購入はあるが、高い購買率(60%

台)を示したのは灯油であった。家庭用品・日用雑貨、衣料品、薬・化粧品はどの住民（全住民）も大田市、出雲市のスーパー、大型店で購入していることが分かる。

表A 粕淵、大田市・出雲市場における購買率（全町民、現役世代、引退世代別）

市場	粕淵		大田市・出雲市
住民層	現役世代	引退世代	全世代町民
購買率 80%以上 70%台		弁当・惣菜 灯油 菓子・パン 食肉・鮮魚・野菜	荒物・金物・陶器 紳士服 下着・靴下 呉服・寝具 薬・化粧品
60%台	灯油	加工食品・調味料	靴・はきもの 婦人服・子供服 洗剤・ちり紙・石鹸 電気器具
50%台	弁当類・惣菜 ガソリン	洗剤・チリ紙・石鹸	スポーツ・娯楽品
40%台	食肉・鮮魚・野菜 菓子・パン 加工食品・調味料	電気器具	酒類 加工食品・調味料 菓子・パン

2-2-1. 美郷町民の買い物行動（図2-1：商品×曜日：全体）

町外の大田市、出雲市で購入されている商品（上記の家庭用品・日用雑貨等）は土日休日に購入されていることが分かる。四角で囲ったバッグ・装飾品から紳士服はいずれも土日休日利用割合が40%を越えるものである。反面、灯油、ガソリン（上の2品目）、食料品（下の5品目）は平日に購入されている。

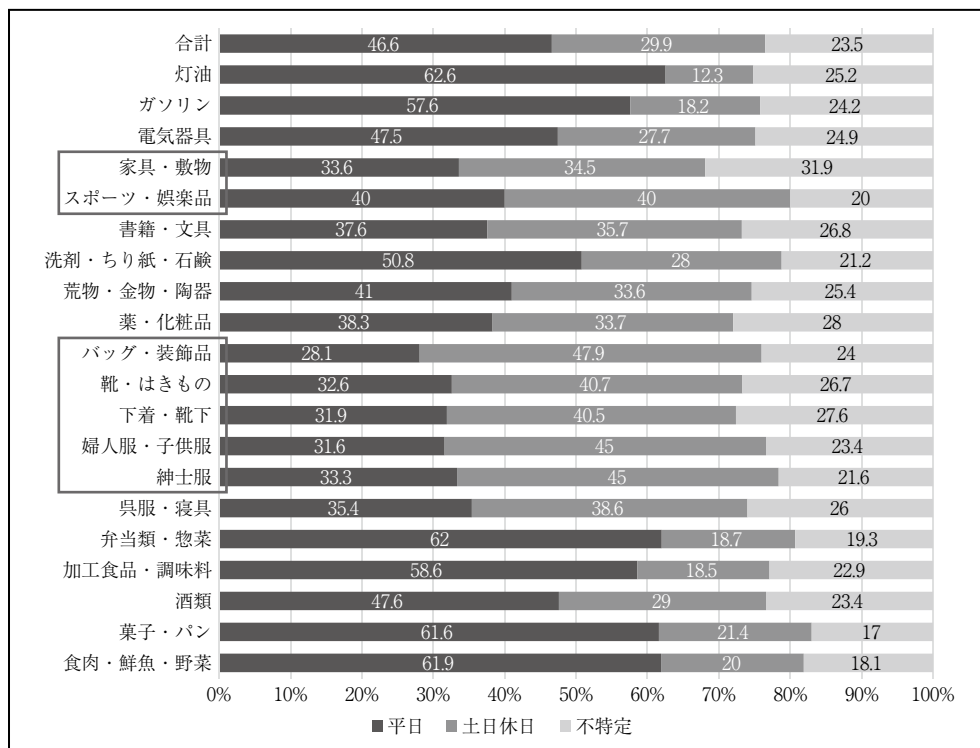


図2-1 商品ごとの買い物行動の曜日別分布

2-2-2. 美郷町民の買い物行動（商品×曜日：現役、引退世代別）

図2-2は現役と引退世代別が商品を平日、土日休日のいずれに購入しているのを見たものである。不特定の曜日も選択肢としたので、平日と土日休日の比率を足しても100%にはならない。平日の購買割合をX軸に、土日休日のそれをY軸にとりプロットした。

G+商品名は現役世代の商品、I+商品名は引退世代の商品を示している。概観すると左上に現役世代の購入品目が多く見られる。他方、右下には引退世代の購入品目が集まっているのが分かる。両世代間の曜日別の買い物行動には大きな差異が見られる。

現役世代の平日の購入比率（XG:全品目の平均値）は37.9%、土日休日の購入比率（YG:

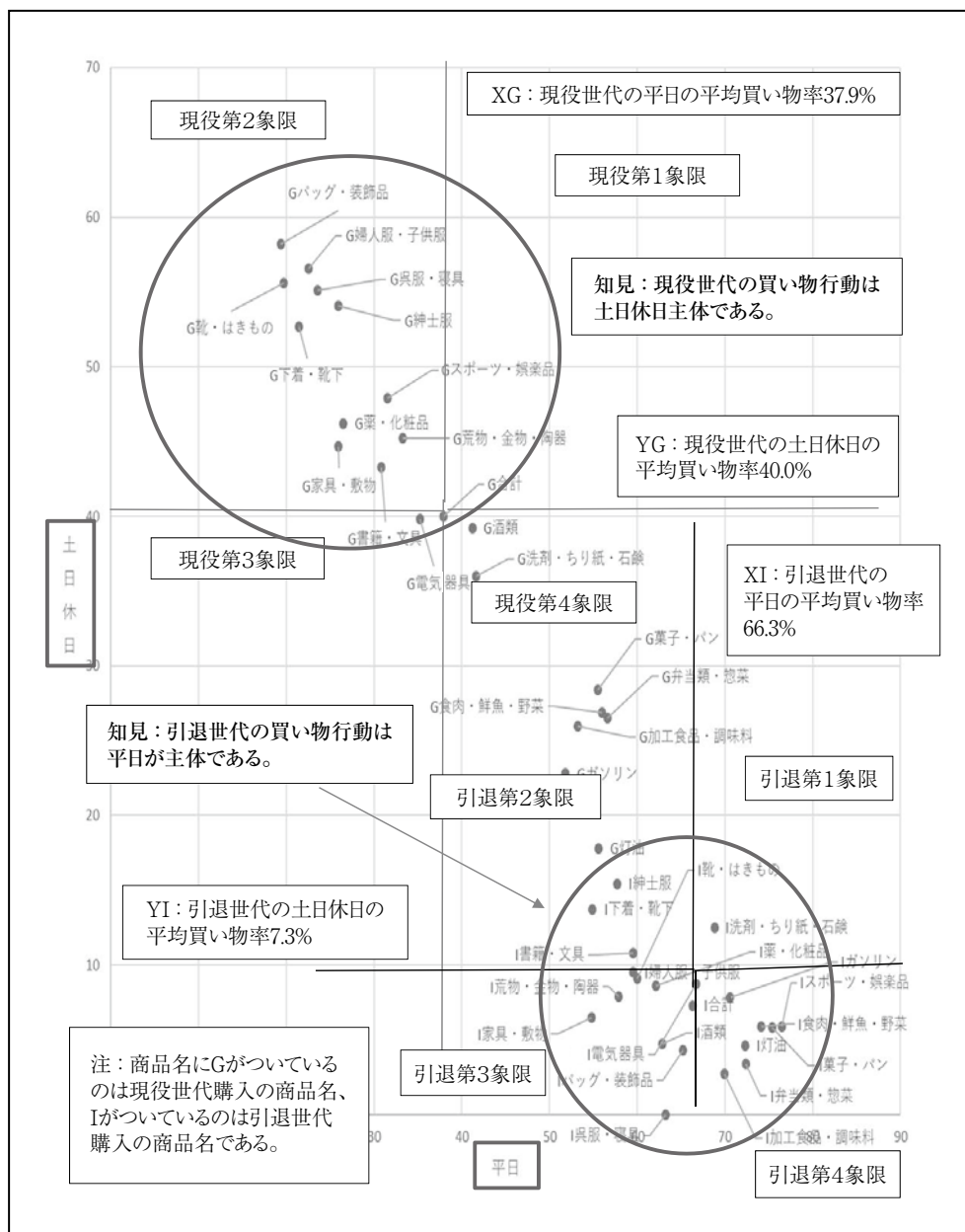


図2-2 美郷町民の買い物行動（商品×曜日：現役、引退世代別）

同）は40.0%である。左上の現役世代の購入をこの2つの平均値（XG、YG）をもとに線引きをし、4象限に割けている。これに対して引退世代の平日の購入比率はXI：66.3%、土日休日のそれはYI：7.3%である。これも同様に4象限に分割している。

現役世代は土日休日の購入比率（YG：40.0%）が引退世代のそれ（YI：7.3%）に較べて圧倒的に高い。引退世代は平日の購入比率（XI：66.3%）が現役と較べて圧倒的に高く、土日休日の購入比率（YI：7.3%）は微々たるものである。これは現役世代が土日休日に近隣の大田市、出雲市のスーパー、専門店に出かけるのに対し、引退世代は地元の商店街での買い物行動が多いことを示唆している。

現役世代の第2象限（平日 X<37.9%、土日休日 Y>40.0%）、引退世代の第2象限（平日 X<66.3%、土日休日 Y>7.3%）は、引退世代では紳士服、下着・靴下、書籍・文具、現役世代ではこれに加えて、家庭用品・日用雑貨、衣料品、薬・化粧品、家具・敷物など見られる。両世代ともこれらは大田市、出雲市のスーパー、大型店で購入していることが推察される。これに対して両世代とも第4象限では食肉・鮮魚・野菜、加工食品・調味料、弁当・惣菜などの食料品、ガソリンなどは地元で済ませていることが分かる。

美郷で見られた引退世代が地元で現役世代が近隣の大型店、専門店で用を足すという特徴は中山間の町で共通して見られるものと推察される。以下、これを詳しく見てみよう。

2-3. 美郷町民の買い物行動（場所×曜日：全ての世代）

図2-3に見るように、粕淵から遠くなるほど、平日の買い物が減少する一方、土日休日の買い物が増大していることが一目瞭然である。

ネット通販、TV・雑誌通販、移動販売・生協宅配は曜日が不特定もしくは平日の購買行動である。土日休日に決まったものではない。

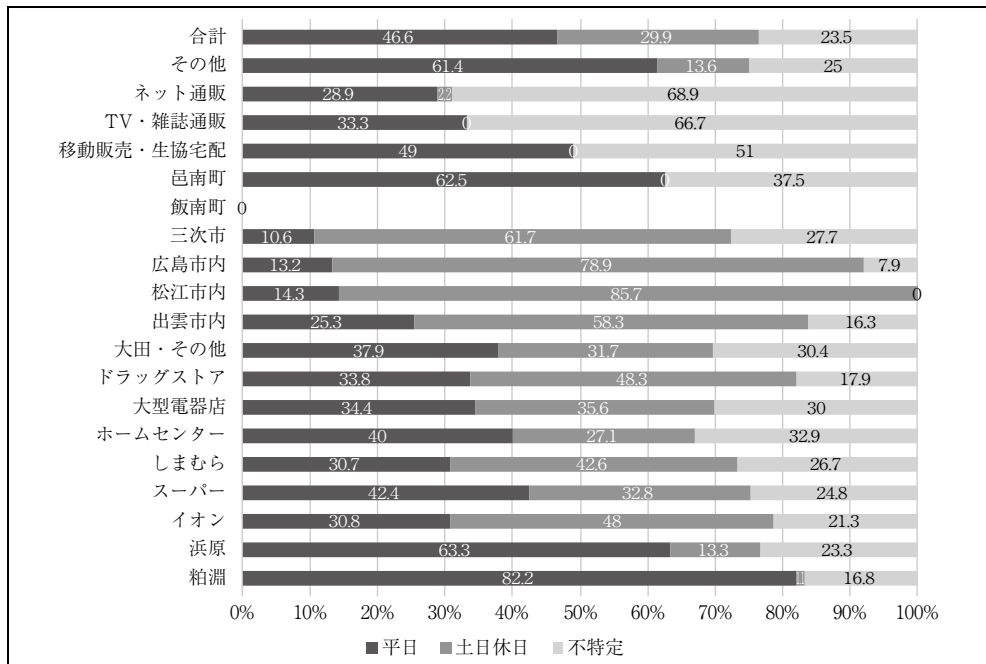


図2-3 町内、町外の買い物場所の曜日別特性

3. 日常の買い物行動

3-1. 美郷町民の地元での買い物の日数（1週間）

質問紙調査では「平日の地元での買い物は週に何日ぐらいですか」との設問をした。図3-1はその集計値をもとにしたものである。

これによれば引退世代では週に3日地元で買い物をする人がもっとも大きな割合（ほぼ4分の1の25.7%）を占めている。これに対して現役世代では週に2日買い物する人がもっとも多い（27.8%）である。

週3日以上のお買い物をする人々の割合は引退世代の場合63.6%（= 25.7% + 16.2% + 12.2% + 2.7% + 6.8%）であるのに対して、現役世代の場合55.7%（= 18.6% + 22.7% + 10.3% + 3.1% + 1.0%）である。このことから引退世代の方が地元での買い物の日数が多いことが分かる。

ちなみに表中の数値を手がかりに1週間当たりの地元での買い物日数を試算したところ、引退世代が3.34日、現役世代3.07日であり、これを証左している。

日中、街にいる引退世代の方が地元のお店で買い物の日数が多いことが分かる。図1-5で見たように、引退世代（高齢世代）は、徒歩（50.7%）あるいは自動車（46.6%）、同乗（21.9%）でお店に通っている。

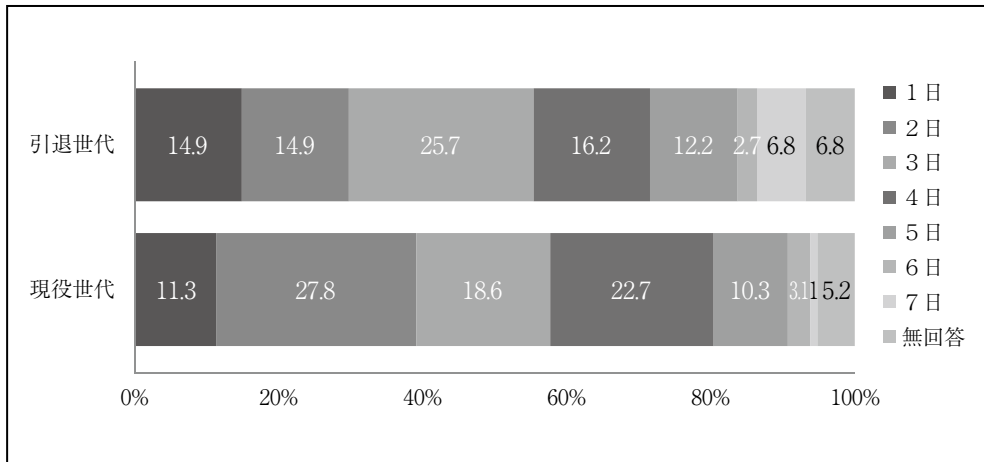


図3-1 1週間当たりの買い物日数（年齢2区分）

3-2. 美郷町民の町外での買い物の日数（1ヶ月）

ここでは「土日、休日に町外（大田市、出雲市等）での買い物は月に平均何日ぐらいですか」との設問に対する回答の集計を試みた（図3-2参照）。

引退世代に関しては月に1日（25.7%）～2日（17.6%）が高い割合を示している。これが引退世代主流のスタイルである。

現役世代については、1日（17.5%）、2日（24.7%）加えて、3日（18.6%）、4日（18.6%）である。3日～4日という毎週末に近い頻度で町外に買い物をする家族が現役世代では3分の1（37.2% = 18.6% + 18.6%）いることが分かる。

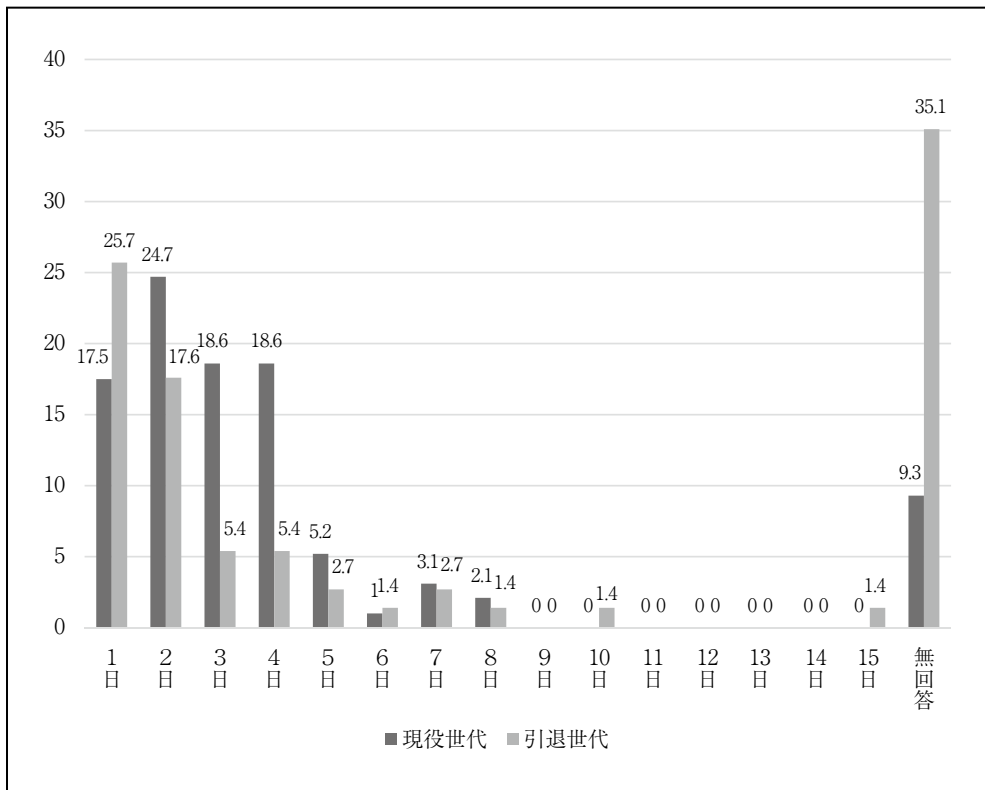


図3-2 年齢別（2区分）に見る1カ月当りの町外での買い物日数

4. 町外で買い物をする理由

これは「町外に買い物に出かける理由をお聞かせ下さい（いくつでも）」として尋ねたものである。

現役、引退世代別に見てみよう（図4参照）。

「品物が豊富」という理由が現役、引退世代のいずれも高い比率を示す第1位の理由であった。両者で大きな相違があるものに着目して示す。

現役世代が引退世代に比べて大きな値を示しているのは、高い比率を示す上位から、「品物安価」（現役72.4%>引退52.9%）、気分転換（現役48.7%>引退29.4%）である。

反対に引退世代が現役世代に対して大きな差異を示しているのは「病院」（引退58.8%>現役25%）と「地元で入手不可」（引退70.6%>現役61.8%）である。引退世代の町外への通院行動が突出しているのが注目される。

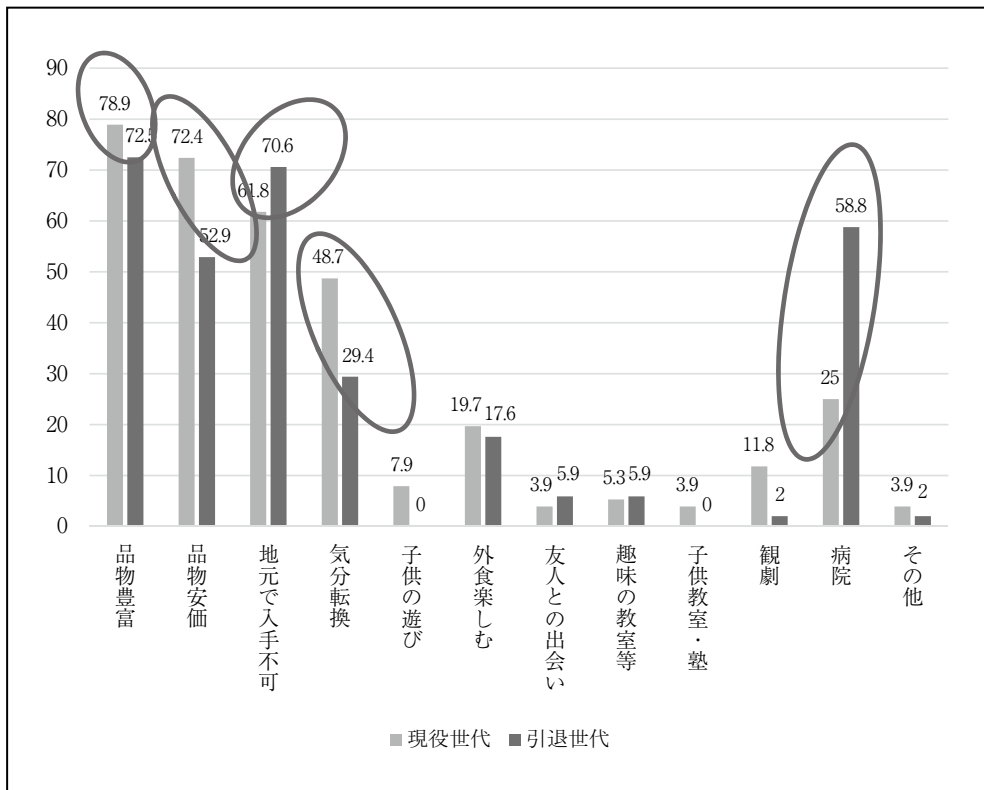


図4 町外で買い物をする理由（年齢2区分）

5. 生協、インターネット・カタログ販売を利用した買い物

ここでは「生協、インターネット、カタログでの買い物をしたことがありますか」と設問した。なお「インターネット、カタログでの買い物」はここでは「インターネット・カタログ販売」と表記する。

最近是小売店、スーパー、専門店だけでなく、これらを利用した買い物行動も多いと思われる。ここではその現状を探った。

5-1. 生協、インターネット・カタログ販売の利用状況（全体）

利用頻度の「利用皆無」から「かなり利用」まで4段階の順序尺度を用いて利用状況を探った（図5-1参照）。

生協の利用はインターネット・カタログ販売の利用よりも低調である。インターネット・カタログ販売の場合「利用無し」は19.2%であるのに対して、生協の場合は44.8%である。

インターネット・カタログ販売の利用は「数回利用」（37.8%）、「比較的利用」（22.1%）、「かなり利用」（1.2%）とあわせて61.1%である。これに対して生協の利用は合計しても25.6%に過ぎない。ただ生協に関しては一定の積極的利用者（「かなり利用」）が一定数（8.7%）いるのが注目される。

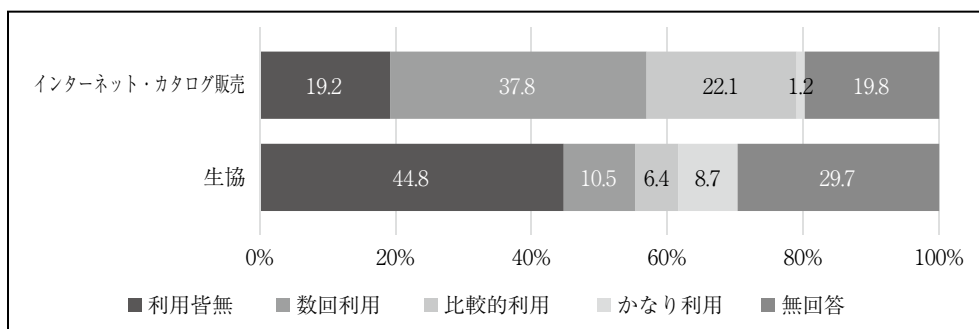


図5-1 生協とインターネット・カタログ販売の利用状況（全体）

5-2. 生協の利用状況（年齢3区分）

生協利用は中年世代が3世代の中でもっとも活発であった（図5-2参照）。中年世代36.5%（「数回利用」（17.5%）+「比較的利用」（6.3%）+「かなり利用」（12.7%）、子育て世代26.4%、老年世代14.9%の順である。

「子育て世代」の「かなり利用」は17.6%であり、中年世代（12.7%）よりも利用者が多い。

この「子育て世代」の高い「かなり利用」率は、これまでのどの「子育て世代」の親たちも示してきた特徴なのであろうか。それともこの世代特有の購買行動なのであろうか。

もしこれが後者で、彼ら/彼女たちに続く以後の子育て世代の行動ともなるなら、注目すべき数字である。また「子育て世代」に関しては「利用皆無」が半数以上（52.9%）いることも注目される。

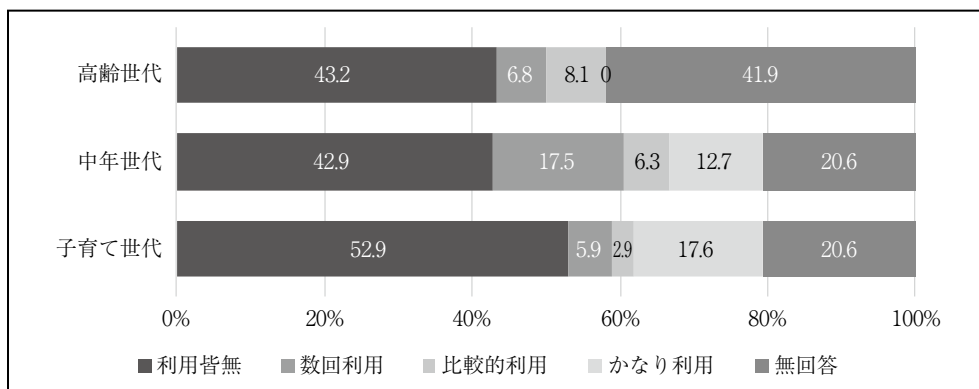


図5-2 生協の利用状況（年齢3区分）

5-3. インターネット・カタログ販売の利用状況（年齢3区分）

ここでは明確な結果が出ている（図5-3参照）。

インターネット・カタログ販売の利用者は多いものから順に子育て世代〔88.2%＝「数回利用」（38.2%）、「比較的利用」（44.1%）、「かなり利用」（5.9%）〕＞中年世代（65.0%）＞高齢世代（44.6%）であった。「子育て世代」のインターネット・カタログ販売利用はほとんどの人々に行き渡っているとみなせる。

今後のインターネット・カタログ販売の利用に関しては、「子育て世代」が中年世代、さらには高齢世代に移行するに従い、町内に普及を上げると考えられる。

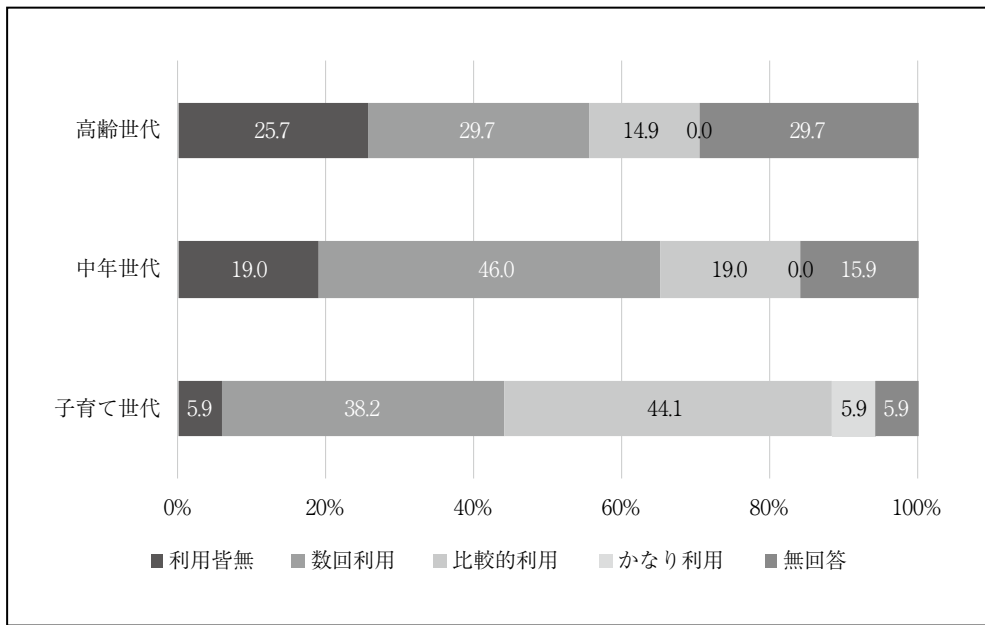


図5-3 インターネット・カタログ販売の利用状況（年齢3区分）

5-4. 生協で購入する商品（全体）

よく購入されている商品を列举しておこう（図5-4参照）。

第1位は「食肉・鮮魚・野菜」（73.7%）、第2位が「加工食品・調味料」（60.5%）であり、他に比べて非常によく生協で購入されている商品である。

以下、第3位「洗剤・ちり紙・石鹸」（31.6%）、第4位「菓子・パン」が主だったところである。なお年齢区分による分析は件数が少ないために割愛する。

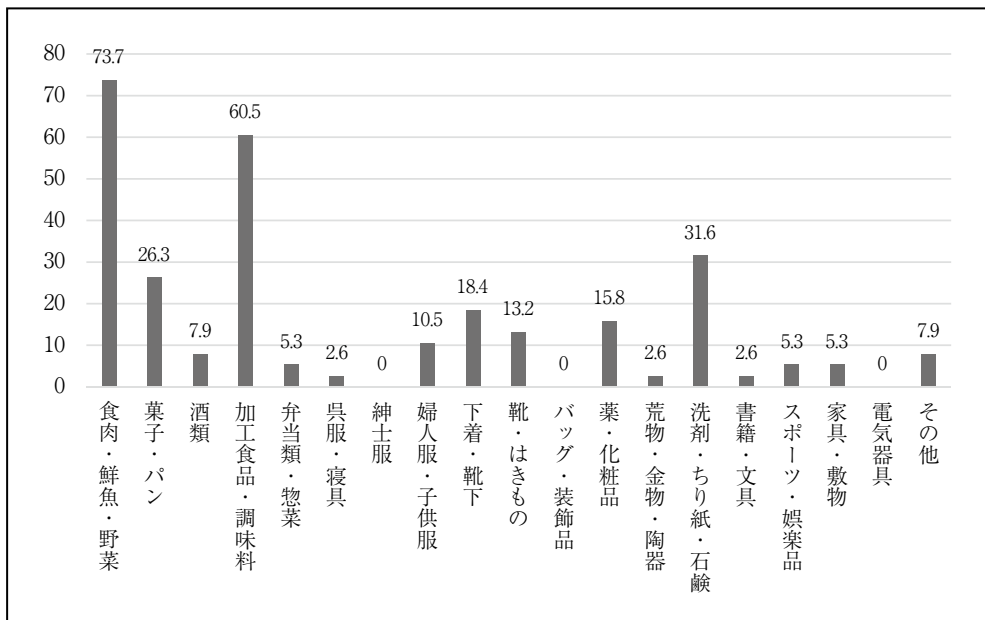


図5-4 生協で購入する商品

5-5. インターネット・カタログ販売で購入する商品（全体）

生協と比べ購入される商品がまったく異なっていた（図5-5参照）。

第1位は「婦人服・子供服」(37.4%)、第2位が「薬・化粧品」(35.4%)である。これはインターネット・カタログ購入商品の双璧で、いずれも30%を超えるものである。

20%以上の値を示すものを列挙しておく。第3位「下着・靴下」(25.3%)、第4位「書籍・文具」(23.2%)、第5位「靴・はきもの」(22.2%)、第6位「スポーツ・娯楽品」(20.2%)といったものである。なお、「電気器具」(15.2%)も第7位に入っている。

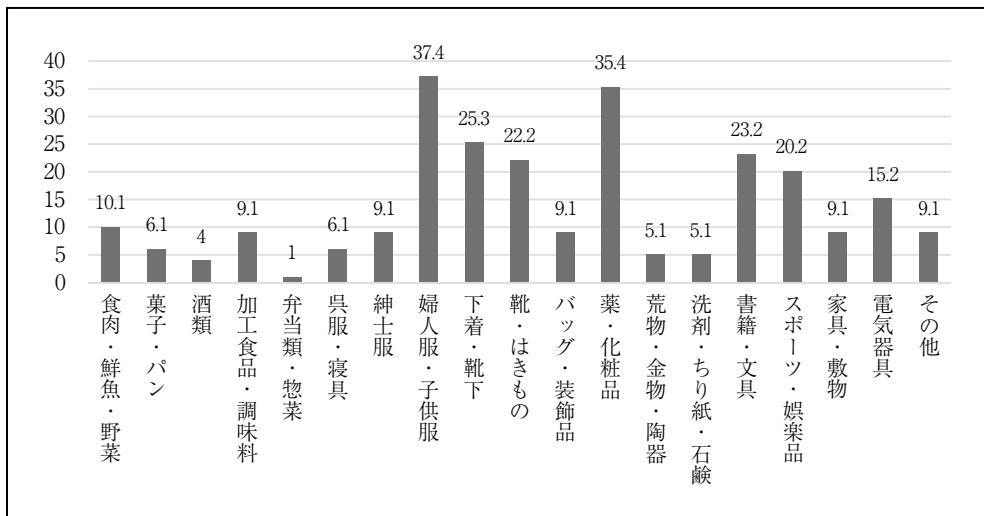


図5-5 インターネット・カタログ販売で購入する商品

5-6. インターネット・カタログ販売で購入する商品（年齢3区分）

インターネット・カタログ販売の利用は年齢が若いほど利用者が広がる傾向があった（図5-3、図5-6参照）。

子育て世代の購入商品を確認して見てみよう（図で数字に○をつけたデータを参照）。

「婦人服」(51.9%)、「スポーツ・娯楽品」(33.3%)、「書籍・文具」(29.6%)、「電気器具」(18.5%)などに加え、「食肉・鮮魚・野菜」(14.8%)が子育て世代の特徴ある購入商品である。

子育て世代に次ぐ購入層である中年世代（図5-3参照）に関してはこれと違って特徴のある商品は見当たらない（図5-6では構成比は割合）。これは町外への移動で充足しているのであろうか。

高齢世代に特徴的な購入商品に着目しよう（図で数字を□で囲っている）。

「薬・化粧品」(63.3%)が突出して高い割合を示している。つぎに「婦人服・子供服」(43.3%)、「下着・靴下」(40.0%)、「靴・はきもの」(30.0%)が特徴的な商品といえる。

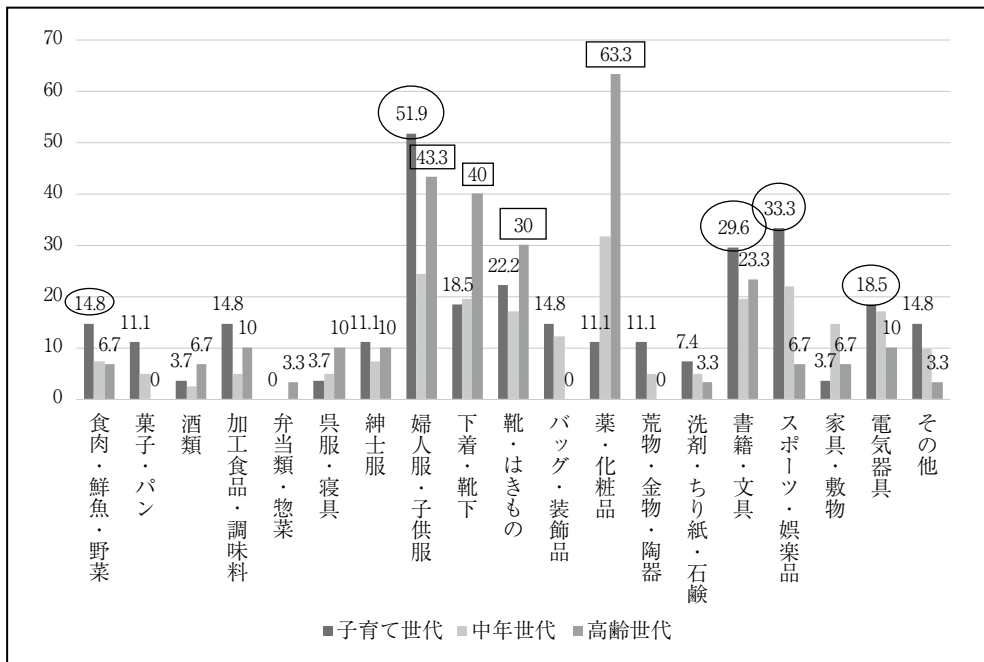


図5-6 インターネット・カタログ販売で購入する商品（年齢3区分）

6. クレジットカードの利用状況

買い物の支払いをクレジットカードで行うか否かの程度は年齢差が出やすい買い物スタイルと考えられる。

美郷町の小売り店ではクレジットカード決済できないお店が多い。彼ら/彼女たちはそれを専ら大田市、出雲市で活用していると思われる。大都市では現金を持たず、クレジットカードですべて決済する消費者がいることを考えると、美郷町民のクレジットカード利用状況がどのような状況なのかは興味深かった。

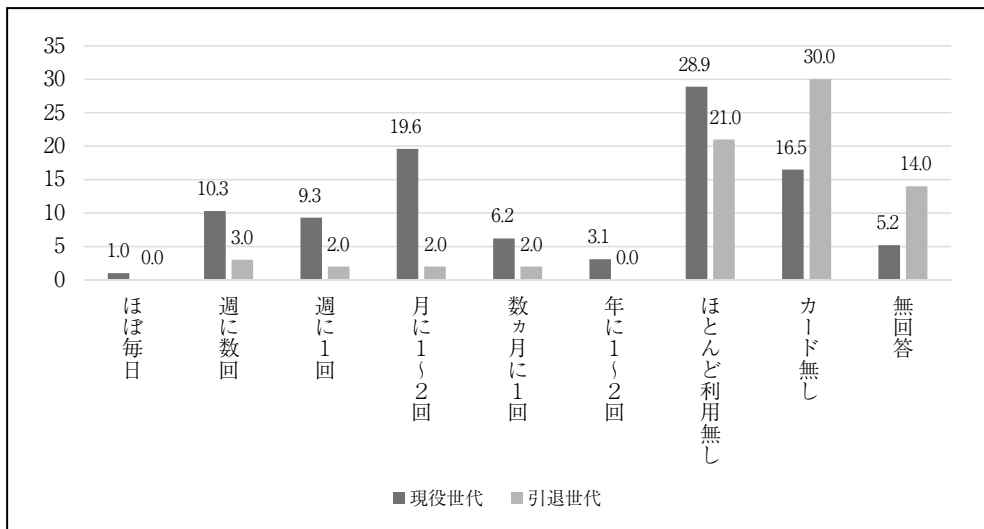


図6 買い物でのクレジットカードの利用頻度（年齢2区分）

現役世代、引退世代別に見ると（図6参照）、買い物のスタイルに大きな差異があることが分かった。クレジットカード利用者はほとんどは現役世代であった。

「ほぼ毎日」（1.0%）、「週に数回」10.3%、「週に1回」9.3%は現役世代である。最頻値は「月に1～2回」で19.6%である。クレジットカード利用は圧倒的に現役世代が引退世代を上回っている。

他方で、引退世代は「カード無し」が30.0%、「ほとんど利用無し」も21.0%である。ただ「ほとんど利用無し」には現役世代も28.9%いることが注目される。

7. 買い物時のポイントの重視度について

クレジットカードは持たず、現金決済をする人でもポイントに関しては少なからずの人々が関心を持っていることが予想される。ポイント重視度に年齢差はあるだろうか。

はたして、図7に見るように、現役世代はポイントを「非常に意識」26.3%、「まあ意識」49.5%であり、合わせて75.8%もの人が程度の差こそあれ、ポイントに意識を寄せていることが分かる。

これに対して、引退世代も同様に47.2%（=13.9%+33.3%）がポイントに意識を持っているが、現役世代のほうがはるかにポイントを重視している。

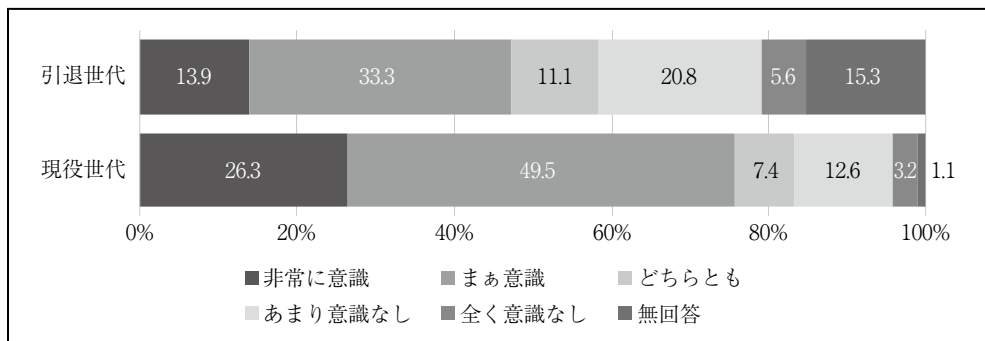


図7 ポイント重視度（年齢2区分）

8. インターネットでの買い物頻度

インターネットを通して、さまざまな品物を翌日には入手できる時代になり、買い物環境は劇的に変化している。インターネットと宅配便があれば、地方にあっても国内各地、また世界の商品を手に入れることができる。

ただこれはクレジットカードの場合と同様に、この利用に関しては年齢差が大きいかもしれない。

「あなたはインターネット（スマホも含む）での買い物をよくされますか」と問うことで、美郷町のインターネットの利用状況に探りを入れた。

インターネットの利用に関しては、現役世代と引退世代では大きな差異があることは図8にみるように一目瞭然である。

インターネット環境を「持っていない」人は引退世代では45.8%に上っている。

やはりインターネット利用者は圧倒的に現役世代である。世代間でインターネットアクセスに関しては明確な差異があると言わざるをえない。

「良く利用」(現役 10.5% > 引退 2.8%)、「ときどき利用」(現役 32.6% > 引退 6.9%) という具合である。

調査後、インターネット基盤の普及が美郷町では急速に進んでいる。ただ、高齢者のインターネットアクセスを補助するサービスが必要かもしれない。

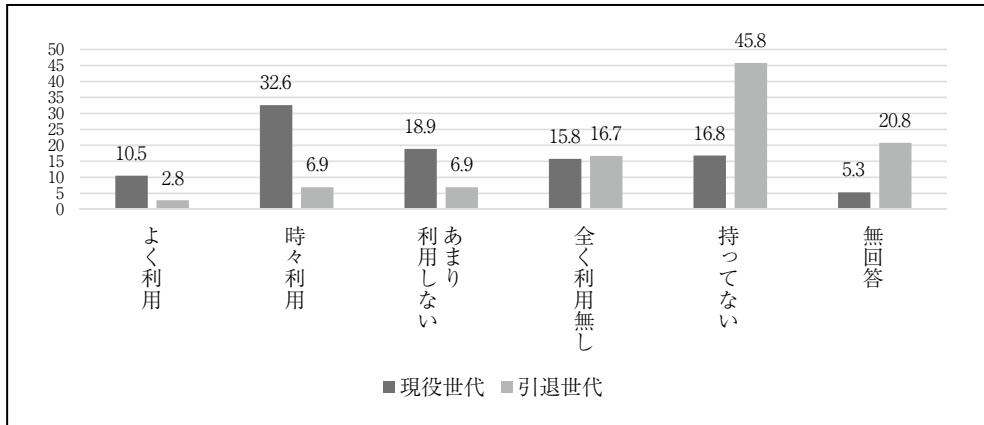


図8 買い物でのインターネットの利用状況 (全体)

9. 粕淵商店街の魅力向上のために必要とされるお店

9-1. 粕淵商店街の魅力向上のために必要とされるお店 (全体)

ここでは「美郷町の粕淵商店街にどのようなものがあれば魅力的になりますか」との設問をして、3つまでの複数回答で意見を得た。具体的な要望は商店街振興の方向付けに示唆をあたえるものである。

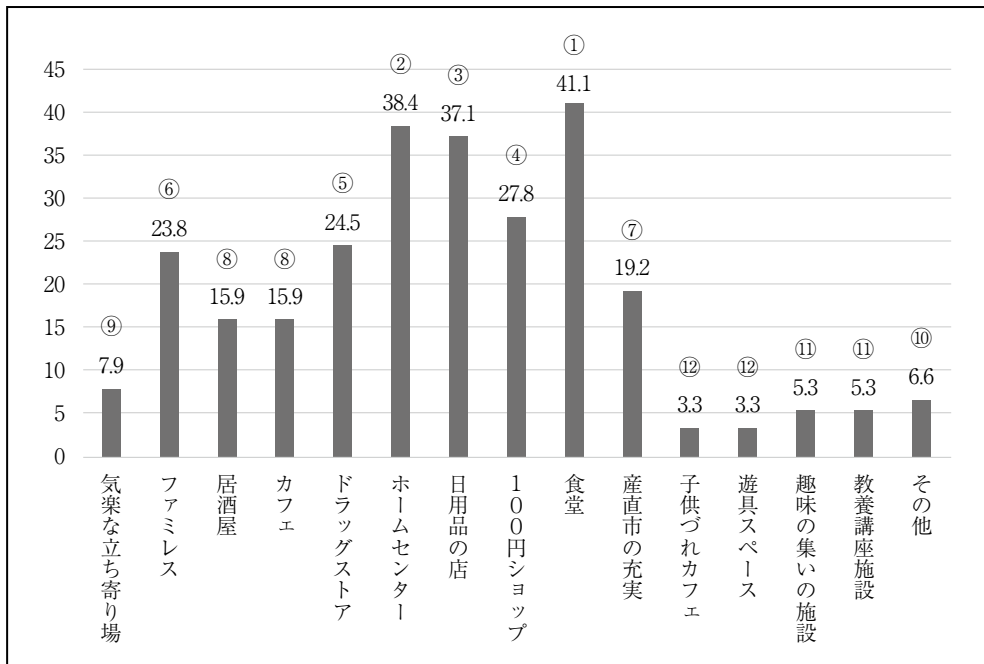


図9-1 粕淵商店街にあって欲しいもの (全体)

図9-1に見るように、魅力向上のための必要とされるお店として、第1位は「食堂」(41.1%)である。

2位以下はホームセンター(38.4%)、日用品の店(37.1%)、100円ショップ(27.8%)、ドラッグストア(24.5%)、ファミレス(23.8%)、産直市の充実(19.2%)、カフェ(15.9%)、居酒屋(15.9%)が主たるものである。

9-2. 魅力向上のために必要とされるお店（年齢2区分）

年齢区分で見たとき、希望に明確な差異があるものがある（図9-2参照）。

- a. 引退世代が強く望むものは「日用品の店」(引退世代62.9%>現役世代19.3%)と「100円ショップ」(引退世代40.3%>現役世代19.3%)である。
- b. 現役世代の希望が強いのは「ドラッグストア」(引退世代31.8%>現役世代14.5%)、「カフェ」(引退世代23.9%>現役世代4.8%)、「居酒屋」(引退世代23.9%>現役世代4.8%)である。

また、世代間に差異がないものもある。

- c. 現役、引退世代がともに望むものは「食堂」(現役世代40.9%、引退世代40.3%)、「ホームセンター」(現役世代38.6%、引退世代38.7%)、「ファミレス」(現役世代21.6%、引退世代27.4%)である。

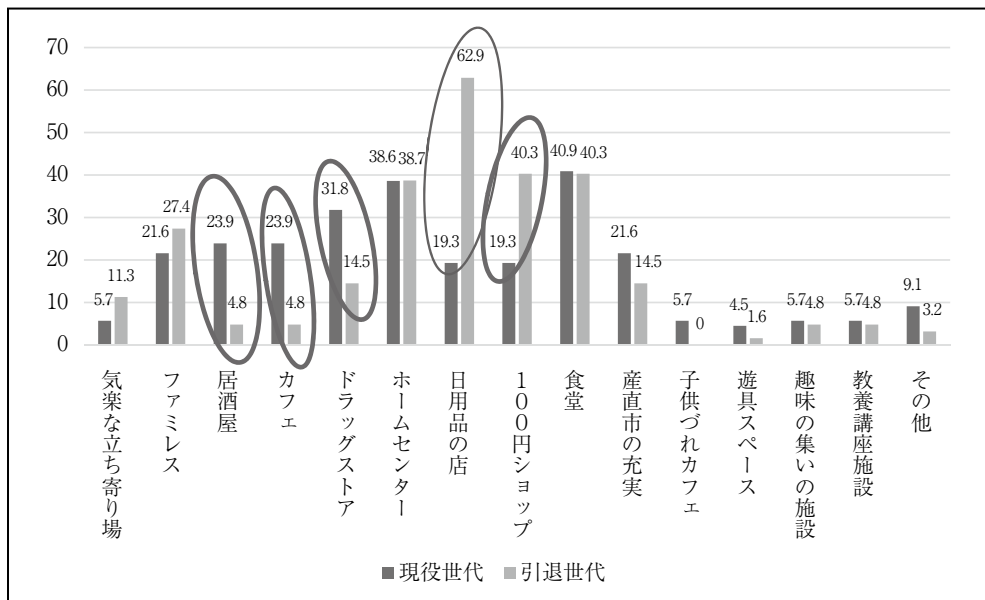


図9-2 粕淵商店街にあって欲しいもの（年齢2区分）

9-3. 魅力向上のために必要とされるお店

整理すると住民の要望が強いのは大別すれば、以下の2つに分けられる。

1. 日用・雑貨・ドラッグ品関係の店
2. 飲食・喫茶関係の店

これに図9-2での知見も加えて表Bに纏めてみた。

今後の商店街振興に関する、町民の願望が集約されていると見なせる。

表B 粕淵の住民に必要とされるお店

日用・雑貨・ドラッグ品関係の店	ホームセンター (38.4%) 日用品の店 (37.1%) ドラッグストア (24.5%) 100円ショップ (27.8%)	現役・引退世代希望 引退世代希望 現役世代希望 引退世代希望
飲食・喫茶関係の店	食堂 (41.1%) ファミレス (23.8%) カフェ (15.9%) 居酒屋 (15.9%)	現役・引退世代希望 現役・引退世代希望 現役世代希望 現役世代希望

注 括弧内の数値は全町民の望むものの数値である。

10. 買い物行動と週末の生活－のぞましい週末の過ごし方

ここでは『「町外に買い物に出かけるのはわずらわしい。ゆっくりと街中で土日を過ごせるような買い物、遊び環境があれば良い」と考える町民の意見があります。あなたはどのようにお感じになりますか。』との問いを設けて、週末にも町外での買い物に時間を割かざるを得ない住民の実情を踏まえて意見を聞いた。

現役世代と引退世代では週末の過ごし方に意識の差異があるのだろうか。

図10に見るように、「いつも感じる」、「ときどき感じる」に関しては両者の意見に大きな差はない。現役、引退世代とも6割近くの人が週末ゆっくり過ごしたいとの感想を持っている事が分かる。

ただ引退世代の「いつも感じる」の値(18.9%)が現役世代の値(12.4%)を上回っており、切実感引退世代のほうが高いのが若干高いと見なせる。

週末に町外に行かなくても用が足せる街づくりを、前段の表Bに纏めた要望リストをにらみ合わせて展開する必要がある。

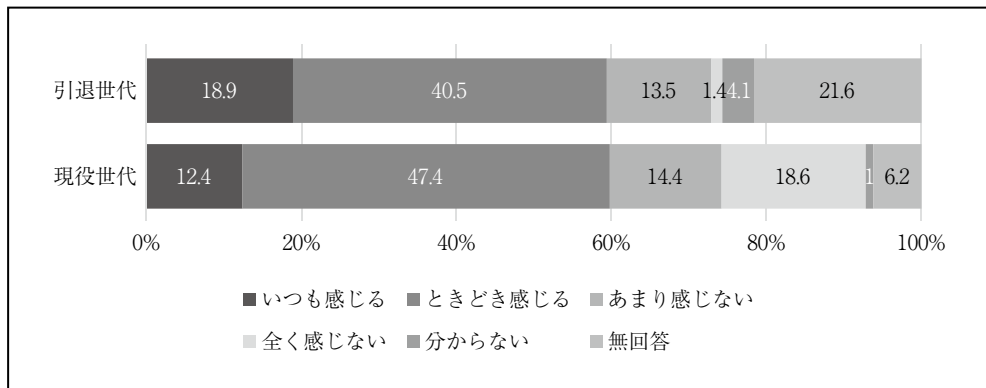


図10 週末は町外に出かけずゆっくり過ごしたいか (年齢2区分)

おわりに

本調査を通して、現役世代が週末に大田市や出雲市に行かなくても域内で必要最低限なものが購入できる、また引退世代が町の中で用が足せる、生活用品の種類が豊富なドラッグストアの誘致が必要との知見を得た。町ではこの店舗の誘致を試みたとのことであるが、その後まだ実現していない。今後の町政の動向に注目したい。

謝辞

美郷町のヒアリング調査のメンバーの設定、またアンケートの実施に際しては美郷町商工会事務局長の岸本建夫氏（現 美郷町副町長）にご指導、ご協力をいただきました。末尾ながら、心より御礼申し上げます。

資料：消費者意識調査アンケート

資料 消費者意識調査アンケート

町民の皆様

このアンケート調査は、皆様の買い物の場所や買い物をされる際に感じていること、また美郷町粕淵商店街の在り方についての皆様のお考えをお聞きするものです。この調査を通して皆様からのご意見を踏まえて買い物がしやすいお店づくりや生活に必要な環境づくりを検討してまいりたいと思います。ご多忙のところ誠に恐縮ですが、よろしくご記入のほどお願い申し上げます。なお、ご記入頂いた内容は集計にのみ用います。単独で公表されることはありませんので、ありのままをお答えください。
ご記入に当たっては、主に買い物をされる方にお願い致します。

平成 28 年

美郷町商工会

島根県立大学総合政策学部 藤原真砂研究室

1. あなたご自身についてお答えください。該当するものを○で選んで下さい。

(1) 性別 ①男性 ②女性

(2) 年齢 ①10代 ②20代 ③30代 ④40代 ⑤50代 ⑥60代
⑦70代 ⑧80代 ⑨90代以上

(3) 粕淵連合自治会 ()自治会 居住歴()年

(4) 家族構成

①単身、独居 ②夫婦のみ ③ 2 世代(親子) ④ 3 世代(祖父母、親子) ⑤その他

(4-1) 末子の方の年齢についてお尋ねします。

- ① 小学校入学前
- ② 小学校
- ③ 中学校
- ④ 高等学校
- ⑤ 専門学校、短大、大学
- ⑥ 働いている

(4-2) 同居している
家族の人数は、
() 人。

(5) 買い物の主な交通手段(2つまで)

①徒歩 ②自転車 ③バイク ④自動車(自分運転) ⑤自動車(自分以外運転)
⑥バス・タクシー ⑦電車・汽車 ⑧その他()

2. あなたの日常の買い物状況を教えてください。以下の表にご記入ください。

平日に主に利用する買い物場所、サービスについては○を、土曜日、日曜日、休日に主に利用するものには●を、曜日に関係なく利用するものに関しては△をつけて下さい。

商品名	買物場所 サービス	地元		大田市						県内			その他							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
		粕 淵	浜 原	イ オ ン	ス ー パ ー マ ー ケ ッ ト	し ま む ら	ホ ー ム セ ン タ ー	大 型 電 器 店	ド ラ グ ス ト ア ー	そ の 他	出 雲 市 内	松 江 市 内	広 島 市 内	三 次 市	飯 南 町	邑 南 町	移 動 販 売 ・ 生 協 に よ る 宅 配	T V ・ 雑 誌 通 販	イ ン タ ー ネ ッ ト 通 販	そ の 他 ()
例	食肉・鮮魚・野菜	○	○	●															△	
食料品	1 食肉・鮮魚・野菜																			
	2 菓子・パン																			
	3 酒類																			
	4 加工食品・調味料																			
	5 弁当類・惣菜																			
衣料品・身用品	6 呉服・寝具																			
	7 紳士服																			
	8 婦人服・子供服																			
	9 下着・くつした																			
	10 靴・はきもの																			
日用雑貨品	11 バッグ・装飾品																			
	12 薬・化粧品																			
	13 荒物・金物・陶器																			
文化品	14 洗剤・ちり紙・石鹸																			
	15 書籍・文具																			
	16 スポーツ・娯楽品																			
	17 家具・敷物																			
その他	18 電気器具																			
	19 ガソリン																			
	20 灯油																			

3. あなたの日常の買い物行動についてお答えください。

(1) 平日の地元での買い物は週に平均何日ぐらいですか。

週に()日

(2) 土日、休日に町外(大田、出雲等)での買い物は月に平均何日ぐらいですか。

月に()日

(3) 食糧品に関してあなたはどのように買い物していらっしゃいますか。1つ選んでください。ただしアルコール飲料は除きます。

- ① おもに地元で買い物をしている。
- ② おもに地元で買い物をするが、どうしても手に入らないものは町外(大田、出雲他)で買い物をする。
- ③ おもに町外(大田、出雲他)で買い物をしている。
地元の店はほとんど利用しない。
- ④ 土日、休日に町外(大田、出雲他)でまとめ買いをする。平日は必要なものだけ地元で買い物をする。



必要なものとは主に何ですか。いくつでも自由にお書きください。

4. 町外に買い物に出かける方(上で②、③、④に答えた方)にお聞きします。

町外に買い物に出かける理由をお聞かせください。いくつでも○をつけてください。

- ① 品物が豊富
- ② 品物が安価
- ③ 町内に商品がないから
- ④ 自分自身の気分転換のため
- ⑤ 子供を遊ばせるため
- ⑥ 外食を楽しむため
- ⑦ 友人に会うため
- ⑧ 自分の趣味・娯楽の教室、サークルに通うため
- ⑨ 子供を習いごとの教室、塾に通わせるため
- ⑩ 映画・演劇を楽しむため
- ⑪ 病院に行くついで
- ⑫ その他(具体的に:)

5. 生協、インターネット、カタログでの買物をしたことがありますか。

表の中の該当するものに○をつけて下さい。

買い物方法	利用頻度	この2か月で購入したもの（いくつでも）
「生協」での買物	①利用したことがない	①食肉・鮮魚・野菜 ②菓子・パン ③酒類 ④加工食品・調味料 ⑤弁当類・惣菜 ⑥呉服・寝具 ⑦紳士服 ⑧婦人服・子供服 ⑨下着・靴下 ⑩靴・はきもの ⑪バッグ・装飾品 ⑫薬・化粧品 ⑬荒物・金物・陶器 ⑭洗剤・ちり紙・石鹸 ⑮書籍・文具 ⑯スポーツ・娯楽品 ⑰家具・敷物 ⑱電気器具 ⑲その他（ ）
	②数回利用したことがある	
	③比較的良好に利用する	
	④非常に良好に利用する	
「ネットやカタログ」での買物	①利用したことがない	①食肉・鮮魚・野菜 ②菓子・パン ③酒類 ④加工食品・調味料 ⑤弁当類・惣菜 ⑥呉服・寝具 ⑦紳士服 ⑧婦人服・子供服 ⑨下着・靴下 ⑩靴・はきもの ⑪バッグ・装飾品 ⑫薬・化粧品 ⑬荒物・金物・陶器 ⑭洗剤・ちり紙・石鹸 ⑮書籍・文具 ⑯スポーツ・娯楽品 ⑰家具・敷物 ⑱電気器具 ⑲その他（ ）
	②数回利用したことがある	
	③比較的良好に利用する	
	④非常に良好に利用する	

6. あなたは買い物にクレジットカード等を使っていますか。

- ① ほぼ毎日
- ② 週に数回程度
- ③ 週に1回程度
- ④ 月に1～2回程度
- ⑤ 数カ月に1回程度
- ⑥ 年に1～2回程度
- ⑦ ほとんど使わない
- ⑧ 持っていない

7. 買い物をする時にポイント（お店やクレジット会社のポイントカード）を意識しますか。

- ① 非常に意識している
- ② まあ意識するほうである
- ③ どちらとも言えない
- ④ あまり意識しない
- ⑤ まったく意識していない

8. あなたは買い物にインターネット（スマホ含む）での買い物をよくされますか。
- ① よく使っている。
 - ② 時々使っている。
 - ③ あまり使っていない。
 - ④ まったく使っていない。
 - ⑤ 持っていない
9. 美郷町の粕淵商店街にどのようなものがあれば魅力的になりますか。とくに欲しいものを3つまで選んでください。
- ① 商店街の中に誰もが立ち寄れるおしゃべりする場所があればよい。
 - ② ファミリーレストランあればよい
 - ③ 居酒屋があればよい
 - ④ カフェがあればよい
 - ⑤ ドラッグストアがあればよい
 - ⑥ ホームセンターがあればよい
 - ⑦ 日用品(衣料品、下着類)の店があればよい
 - ⑧ 100円ショップの店があればよい
 - ⑨ 食堂があればよい
 - ⑩ いま以上に充実した産直市があればよい
 - ⑪ 子供を遊ばせるスペースのあるカフェがあればよい
 - ⑫ 子供を遊ばせる遊具のあるスペースがあればよい
 - ⑬ 趣味の集いの施設があればよい
 - ⑭ 教養講座の施設があればよい
 - ⑮ その他 ()
10. 「町外に買い物に出かけるのはわずらわしい。ゆっくりと街中で土日をごせるような買い物、遊び環境があれば良い」と考える町民の意見があります。あなたはどのようにお感じになりますか。
- ① いつでもそのように感じている
 - ② そのように感じる時もある
 - ③ そのように感じることはあまりない
 - ④ そのように感じたことは全くない
 - ⑤ 町外に買い物に行かないので分からない
11. 粕淵商店街の将来像についてご意見、アイデアをお聞かせ下さい。

調査にご協力いただきありがとうございました。

キーワード：中山間地域 消費行動 高齢化

(FUJIWARA Masago)