北広島市買物環境調査

報告書

令和 6 年 5 月 10 日

1. 調査の目的

本調査は、市内の買い物環境と、市民の行動及びニーズの実態を詳細に把握し、課題の明確化と今後の施策について検討するため、市民に対してアンケート調査を行った。

2. 調査の内容

（1）内容

調査票は、「日常における食料品等の買い物状況、移動販売車などの買い物サービスの利用状況やニーズ等を把握できる項目」と、「買い物をする際の傾向を把握できる項目」を用いて設計した。

（2）方法

北広島市に在住する 18 歳以上の市民から、居住地に偏りが無いように配慮した上で無作為に 2,000 人を抽出し、郵送により調査票を配布した。なお、回答は、調査票（紙面）への記入・返送により回答する方法と、パソコン・スマートフォン等のデジタル機器を用いてインターネットで回答する方法の 2 通りから選択できる仕様とした。

（3）回収期間

調査票は令和 5 年 12 月 11 日に配布し、同年 12 月 31 日を回答期限として回収した。

（4）回収結果

有効回収数は 904 件となり、回収率は 45.2%となった。そのうち、インターネットによる回答は 153 件となっており、有効回収数に占める割合は 16.9%となった。

地区	配布数	回収数	回収率
東部地区	500	243	48.6%
大曲地区	300	192	64.0%
西の里地区	421	129	30.6%
北広島団地地区	300	195	65.0%
西部地区	479	129	26.9%
未回答		9	
無効回答		7	
合計	2,000	904	45.2%

（5）集計方法

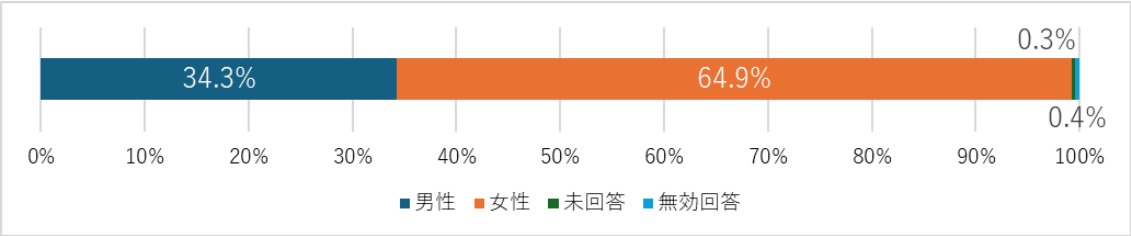
・単数回答の質問の一部について、回答者が誤って複数回答しているが、分析に支障がない場合は、その回答を全て含めて集計しているため、有効回収数と一致しない場合がある。
・比率は全て百分率で表し、小数点第 2 位以下を四捨五入して算出しているため、百分率の合計が 100.0%にならないことがある。
・「その他」の回答には、選択肢として用意している内容が記載されていることがあるが、回答者の意向を尊重し、そのまま分析を行っている。

質問１　あなたご自身のことについて

Q1. 性別

性別は、「男性」が 34.3%、「女性」が 64.9%となり、女性の割合が多い結果となった。

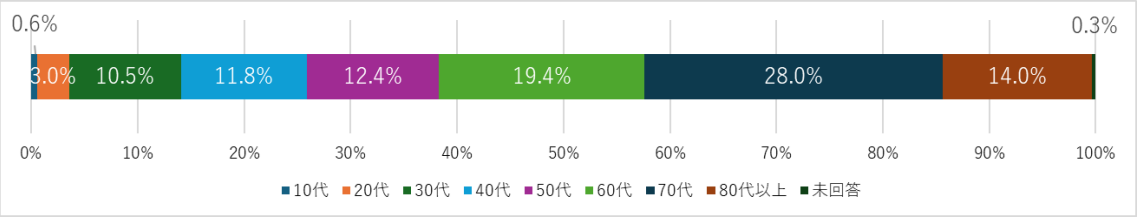
回答	実数	割合
男性	310	34.3%
女性	587	64.9%
未回答	3	0.3%
無効回答	4	0.4%
回答数計	904	100.0%



Q2. 年齢

年齢は、「70 代」が 28.0%と最も多く、次いで「60 代」が 19.4%、「80 代以上」が 14.0%という結果となり、全体的に回答者の年齢は高い傾向にあることがわかる。

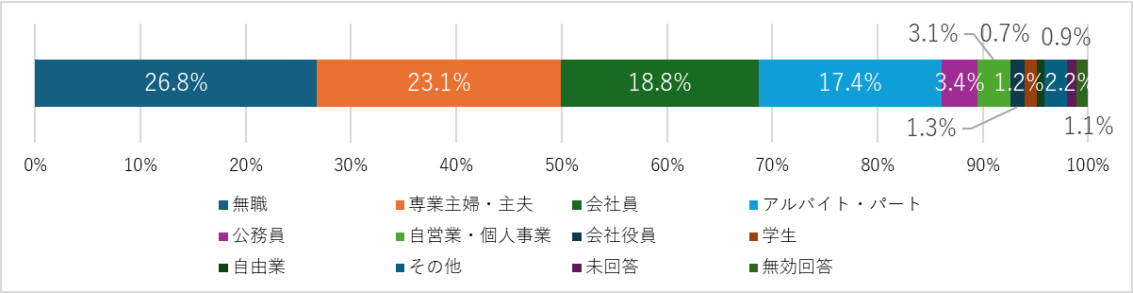
回答	実数	割合
10代	5	0.6%
20代	27	3.0%
30代	95	10.5%
40代	107	11.8%
50代	112	12.4%
60代	175	19.4%
70代	253	28.0%
80代以上	127	14.0%
未回答	3	0.3%
回答数計	904	100.0%



Q3. 職業

職業は、「無職」が 26.8%と最も多く、次いで「専業主婦・主夫」が 23.1%、「会社員」が 18.8%となった。Q2（年齢）の結果より「60 代」「70 代」「80 代以上」が多いことから、退職した人の回答数が多くなったと推察される。

回答	実数	割合
無職	242	26.8%
専業主婦・主夫	209	23.1%
会社員	170	18.8%
アルバイト・パート	157	17.4%
公務員	31	3.4%
自営業・個人事業	28	3.1%
会社役員	12	1.3%
学生	11	1.2%
自由業	6	0.7%
その他	20	2.2%
未回答	8	0.9%
無効回答	10	1.1%
回答数計	904	100.0%

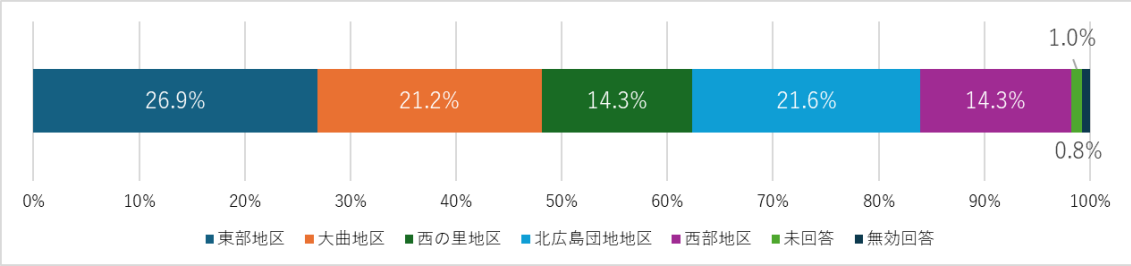


その他の内訳	
未記入	8
年金生活	5
タクシードライバー	1
なにもしていない。	1
ボランティア	1
学校法人認定こども園園長	1
障がい者	1
知的障がい者支援施設利用者	1
福祉施設の入居者	1
合計	20

Q4. 居住地

回答者の居住地を地区別に集計した結果、東部地区が 26.9%と最も多く、次いで北広島団地地区が 21.6%、大曲地区が 21.2%となった。

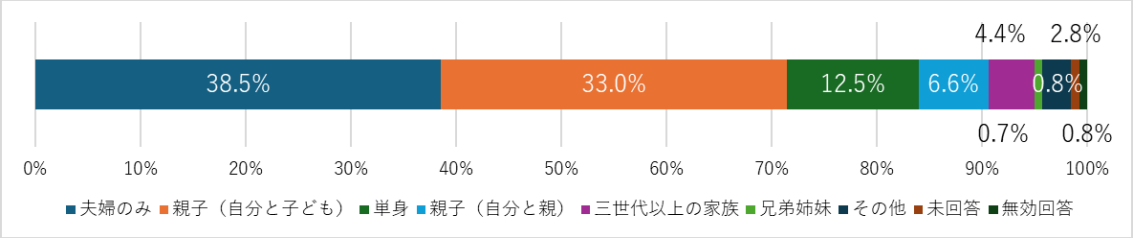
回答	実数	割合
東部地区	243	26.9%
大曲地区	192	21.2%
西の里地区	129	14.3%
北広島団地地区	195	21.6%
西部地区	129	14.3%
未回答	9	1.0%
無効回答	7	0.8%
回答数計	904	100.0%



Q5. 世帯構成

世帯構成は、「夫婦のみ」が 38.5%と最も多く、次いで「親子（自分と子ども）」が 33.0%、「単身」が 12.5%となった。

回答	実数	割合
夫婦のみ	348	38.5%
親子（自分と子ども）	298	33.0%
単身	113	12.5%
親子（自分と親）	60	6.6%
三世代以上の家族	40	4.4%
兄弟姉妹	6	0.7%
その他	25	2.8%
未回答	7	0.8%
無効回答	7	0.8%
回答数計	904	100.0%

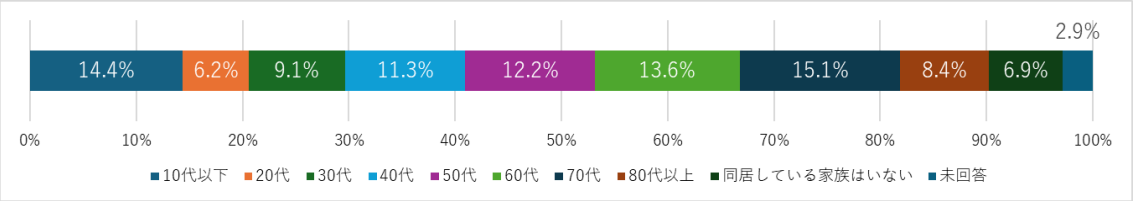


その他内訳	
未記入	8
二世帯	2
一人住まい施設へ	1
自分と親と兄	1
自分と祖母	1
親と兄弟	1
親子	1
2世代	1
知的障がい者支援施設入所者	1
弟一家と同居	1
夫、夫の母	1
夫婦、娘、孫	1
夫婦＋片親	1
夫婦・親子	1
夫婦と子ども	1
夫婦と孫	1
母、夫婦、子ども	1
合計	25

Q6. 同居する家族の年齢（複数回答）

同居する家族の年齢は、「70 代」が 15.1%と最も多く、次いで「10 代以下」が 14.4%、「60 代」が 13.6%となった。Q5（世帯構成）の結果より「夫婦のみ」が最も多く、Q2（年齢）の結果より「70 代」が最も多いことから、同居する家族の年齢においても「70 代」が最も多くなったと推察される。

回答	実数	割合
10代以下	196	14.4%
20代	84	6.2%
30代	124	9.1%
40代	154	11.3%
50代	166	12.2%
60代	186	13.6%
70代	206	15.1%
80代以上	114	8.4%
同居している家族はいない	94	6.9%
未回答	39	2.9%
回答数計	1,363	100.0%

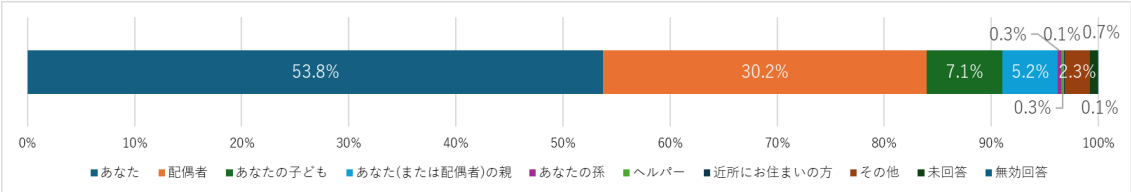


質問２　日常における食料品等の買い物について

Q7. あなたの世帯では、食料品等の買い物をどなたが行っていますか（複数回答）

世帯の中で買い物に行く人は、「あなた」（回答者自身）が 53.8%と最も多く、次いで「配偶者」が 30.2%、「あなたの子ども」が 7.1%となった。

回答	実数	割合
あなた	738	53.8%
配偶者	415	30.2%
あなたの子ども	97	7.1%
あなた(または配偶者)の親	71	5.2%
あなたの孫	4	0.3%
ヘルパー	4	0.3%
近所にお住まいの方	1	0.1%
その他	32	2.3%
未回答	10	0.7%
無効回答	1	0.1%
回答数計	1,373	100.0%

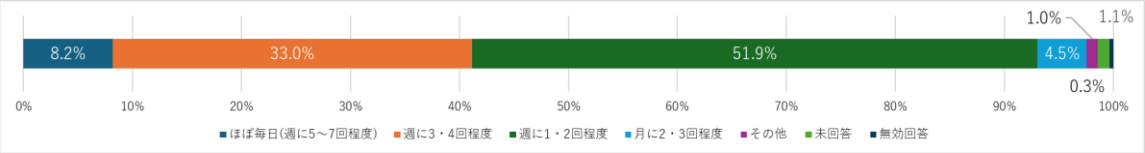


その他内訳			
コープ宅配システムトドック	8	息子のお嫁さん(生協のトドック)	1
施設職員と一緒に行く	7	週1回子供と一緒	1
祖母	2	姉	1
老人ホーム職員	1	交際相手	1
姪	1	兄弟	1
妹	1	義妹	1
買う品物より私も行くことがある。	1	家族2人で交替で	1
二世帯	1	甥	1
宅配	1	移動販売	1
		合計	32

Q8. あなたの世帯では、食料品等をどのくらいの頻度で購入していますか

購入頻度は、「週に 1・2 回程度」が 51.9%と最も多く、次いで「週に 3・4 回程度」が 33.0%、「ほぼ毎日（週に 5～7 回程度）」が 8.2%となり、週に 1 回以上買い物に行く世帯は 93.1%という結果となった。

回答	実数	割合
ほぼ毎日(週に5～7回程度)	74	8.2%
週に3・4回程度	298	33.0%
週に1・2回程度	469	51.9%
月に2・3回程度	41	4.5%
その他	9	1.0%
未回答	10	1.1%
無効回答	3	0.3%
回答数計	904	100.0%



その他内訳	
週に2～3回	3
施設で購入	2
決まっていない	1
月1回	1
月に4回	1
週に1回のトドック	1
合計	9

Q9. あなたの世帯では、どこの店舗へ直接買い物に行きますか

Q9-1. 最も買い物する頻度が高い店舗

最も買い物する頻度が高い店舗は、「スーパーアークス大曲店」が 14.2%と最も多く、次いで「コープさっぽろエルフィン店」が 8.1%、「コープさっぽろきたひろしま店」が 6.6%となった。

各店舗をまとめて集計した結果は、「コープさっぽろ」が 17.6%と最も多く、次いで「スーパーアークス」が 14.2%、「産直生鮮市場」が 12.7%となった。

なお、「コープ宅配システムトドック」が 116 件と多いが、本質問の意図に即していないため、「その他」に振り分けている。

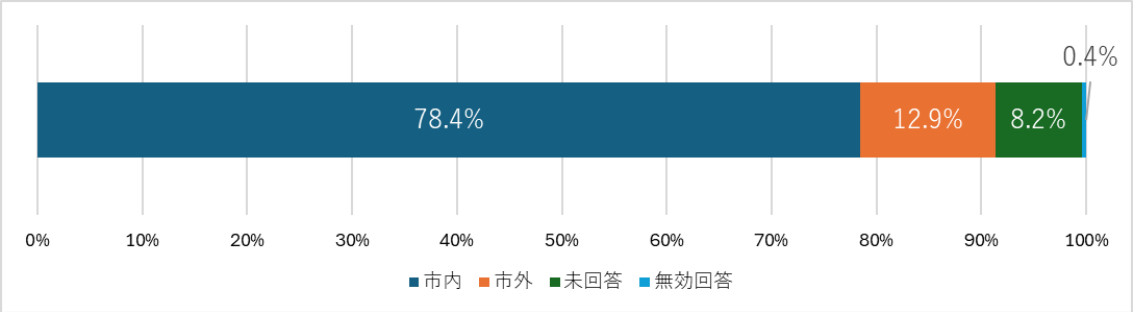
回答	実数	割合
コープさっぽろ	**159**	**17.6%**
エルフィン店	73	8.1%
きたひろしま店	60	6.6%
平岡店	15	1.7%
中央店	5	0.6%
店舗名不明	6	0.7%
スーパーアークス	**128**	**14.2%**
大曲店	128	14.2%
産直生鮮市場	**115**	**12.7%**
大曲店	34	3.8%
平岡店	1	0.1%
店舗名不明	80	8.8%
マックスバリュ	**110**	**12.2%**
北広島店	26	2.9%
厚別店	4	0.4%
恵庭店	1	0.1%
江別店	1	0.1%
店舗名不明	78	8.6%
東光ストア	**71**	**7.9%**
北広島店	14	1.5%
店舗名不明	57	6.3%
フードD	**64**	**7.1%**
虹ヶ丘食彩館	22	2.4%
365VAlue店	2	0.2%
店舗名不明	40	4.4%
その他	234	25.9%
未回答	23	2.5%
回答数計	904	100.0%

その他内訳			
コープ宅配システムトドック	116	ホクレンショップ平岡店	2
イオン札幌平岡店	11	ラルズストア	2
スーパーセンタートライアル	9	イオン西の里	1
業務スーパー	8	きたひろショッピング	1
イオン新さっぽろ店	7	キャポ大谷地	1
うおはん	7	コンビニ	1
ジョイフルエーケー	6	ザ・ビッグ西岡店	1
セイコーマート	6	ツルハドラッグ駅前店	1
ダイイチ	6	ツルハドラッグ北広島中央店	1
イオン	5	ツルハドラッグ北広島店	1
スーパーエース大曲店	5	ビッグハウス江別店	1
スーパーセンタートライアル恵庭島松店	5	ラルズマート恵み野店	1
コストコ	4	移動販売サービス利用	1
ダイイチ恵み野店	4	卸売スーパー	1
ホクレンショップ	3	卸売スーパー平岡店	1
サツドラ虹ヶ丘店	2	業務スーパー生鮮館	1
サンドラッグ	2	業務スーパー大曲店	1
セブンイレブン	2	札幌市内	1
ツルハドラッグ	2	施設内の売店	1
ビッグハウス	2	新さっぽろ卸売市場	1
		合計	234

Q9-1-1. 最も買い物する頻度が高い店舗の所在地

最も買い物する頻度が高い店舗の所在地は、「市内」が 78.4%であることから、食料品等の買い物においては、北広島市内の店舗を利用する割合が多い結果となった。

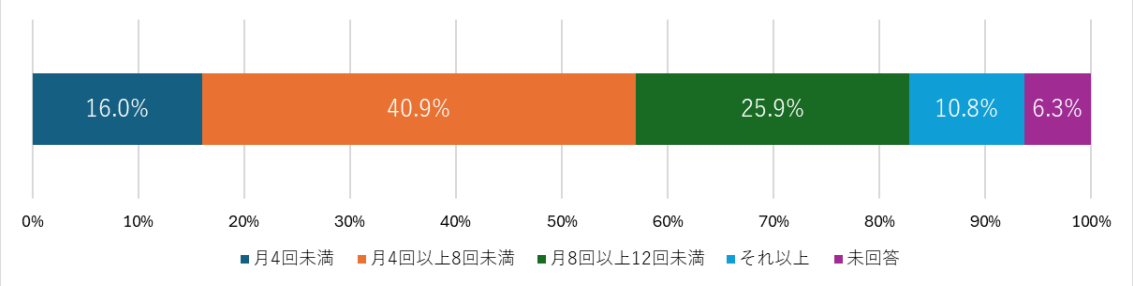
回答	実数	割合
市内	709	78.4%
市外	117	12.9%
未回答	74	8.2%
無効回答	4	0.4%
回答数計	904	100.0%



Q9-1-2. 最も買い物する頻度が高い店舗の利用頻度

最も買い物する頻度が高い店舗の利用頻度は、「月 4 回以上 8 回未満」が 40.9%と最も多く、次いで「月 8 回以上 12 回未満」が 25.9%、「月 4 回未満」が 16.0%となった。

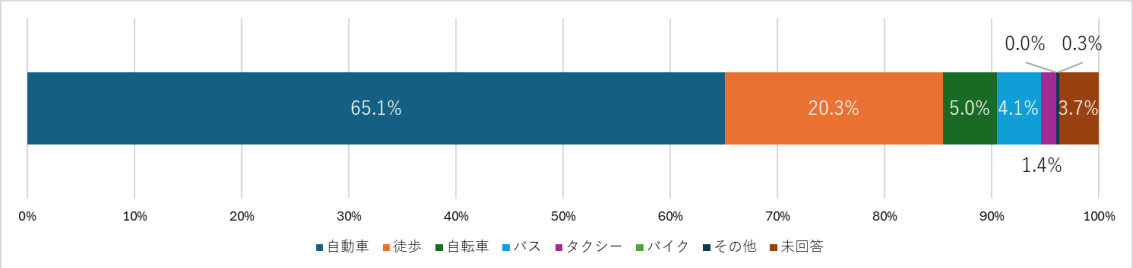
回答	実数	割合
月4回未満	145	16.0%
月4回以上8回未満	370	40.9%
月8回以上12回未満	234	25.9%
それ以上	98	10.8%
未回答	57	6.3%
回答数計	904	100.0%



Q9-1-3. 最も買い物する頻度が高い店舗への移動手段（複数回答）

最も買い物する頻度が高い店舗への移動手段は、「自動車」が 65.1%と最も多く、次いで「徒歩」が 20.3%、「自転車」が 5.0%となった。対して、公共交通機関（バス・タクシー）の利用率は合わせても 5.5%と少ない結果となった。

回答	実数	割合
自動車	650	65.1%
徒歩	203	20.3%
自転車	50	5.0%
バス	41	4.1%
タクシー	14	1.4%
バイク	0	0.0%
その他	3	0.3%
未回答	37	3.7%
回答数計	998	100.0%

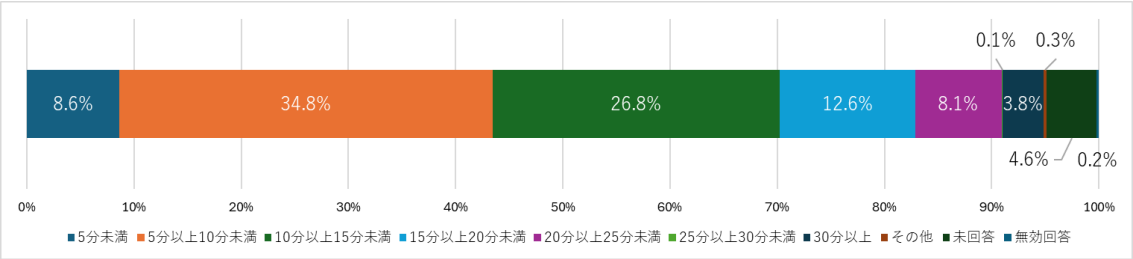


その他内訳	
配達	1
JR	1
冬は徒歩	1
合計	3

Q9-1-4. 最も買い物する頻度が高い店舗までの所要時間

最も買い物する頻度が高い店舗までの所要時間は、「5 分以上 10 分未満」が 34.8%と最も多く、次いで「10 分以上 15 分未満」が 26.8%、「15 分以上 20 分未満」が 12.6%となった。

回答	実数	割合
5分未満	78	8.6%
5分以上10分未満	315	34.8%
10分以上15分未満	242	26.8%
15分以上20分未満	114	12.6%
20分以上25分未満	73	8.1%
25分以上30分未満	1	0.1%
30分以上	34	3.8%
その他	3	0.3%
未回答	42	4.6%
無効回答	2	0.2%
回答数計	904	100.0%



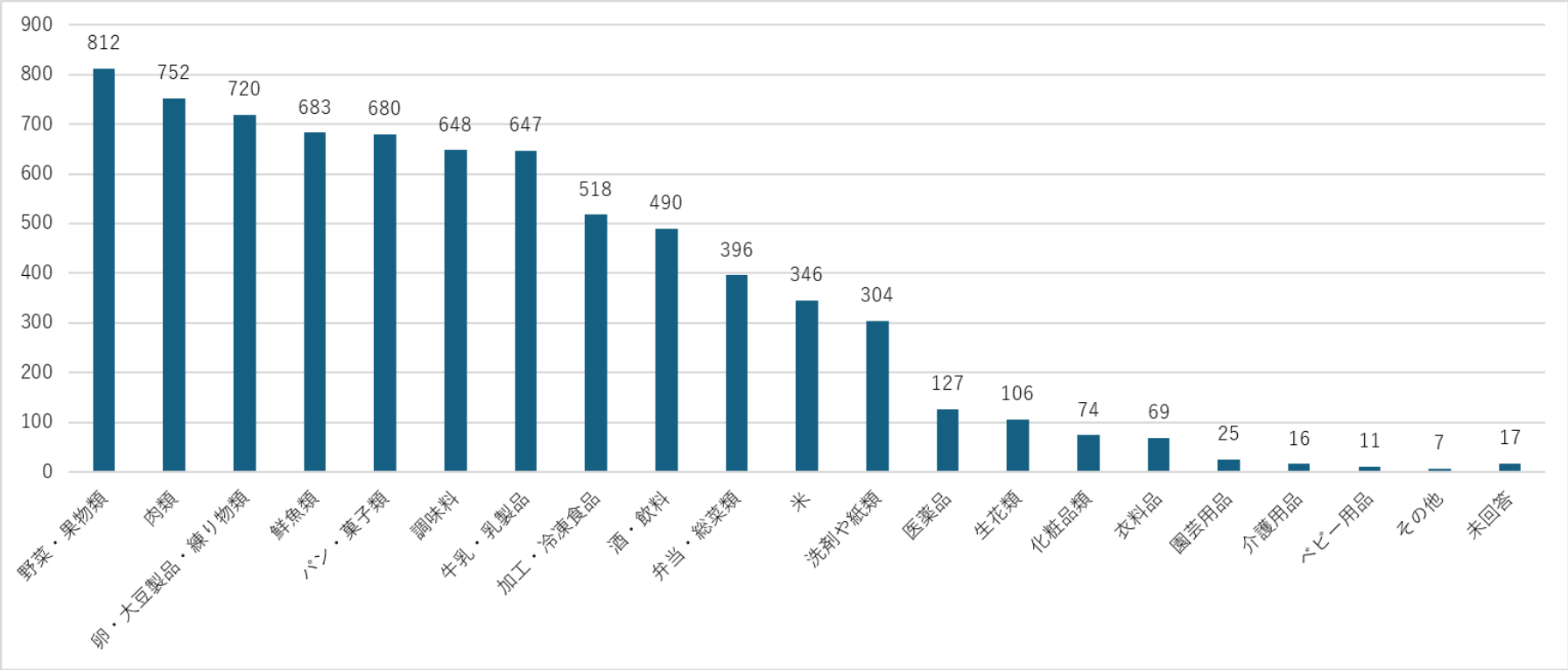
その他内訳	
5、徒歩は15	1
夏で20、冬は30	1
自転車10、徒歩25	1
合計	3

Q9-1-5. 最も買い物する頻度が高い店舗でよく買うもの（複数回答）

最も買い物する頻度が高い店舗でよく買うものは、「野菜・果物類」が 10.9%と最も多く、次いで「肉類」が 10.1%、「卵・大豆製品・練り物類」が 9.7%となった。

回答	実数	割合
野菜・果物類	812	10.9%
肉類	752	10.1%
卵・大豆製品・練り物類	720	9.7%
鮮魚類	683	9.2%
パン・菓子類	680	9.1%
調味料	648	8.7%
牛乳・乳製品	647	8.7%
加工・冷凍食品	518	7.0%
酒・飲料	490	6.6%
弁当・総菜類	396	5.3%
米	346	4.6%
洗剤や紙類	304	4.1%
医薬品	127	1.7%
生花類	106	1.4%
化粧品類	74	1.0%
衣料品	69	0.9%
園芸用品	25	0.3%
介護用品	16	0.2%
ベビー用品	11	0.1%
その他	7	0.1%
未回答	17	0.2%
回答数計	7,448	100.0%

その他の内訳	
ペット用品	2
（冬季にだけ1週に1度）仏様の供花生	1
未記入	1
タバコ	1
花王	1
雑貨	1
合計	7


900
800
700
600
500
400
300
200
100
0
812
752
720
683
680
648
647
518
490
396
346
304
127
106
74
69
25
16
11
7
17
野菜・果物類
肉類
卵・大豆製品・練り物類
鮮魚類
パン・菓子類
調味料
牛乳・乳製品
加工・冷凍食品
酒・飲料
弁当・総菜類
米
洗剤や紙類
医薬品
生花類
化粧品類
衣料品
園芸用品
介護用品
ベビー用品
その他
未回答

Q9-2. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗

2 番目に買い物する頻度が高い店舗として、「スーパーアークス大曲店」が 6.0%と最も多く、次いで「コープさっぽろエルフィン店」が 4.6%、「産直生鮮市場大曲店」が 2.7%となった。

各店舗をまとめて集計した結果は、「マックスバリュ」が 12.0%と最も多く、次いで「東光ストア」が 10.1%、「コープさっぽろ」が 7.6%となった。

なお、「コープ宅配システムトドック」が 66 件と多いが、本質問の意図に即していないため、その他に振り分けている。

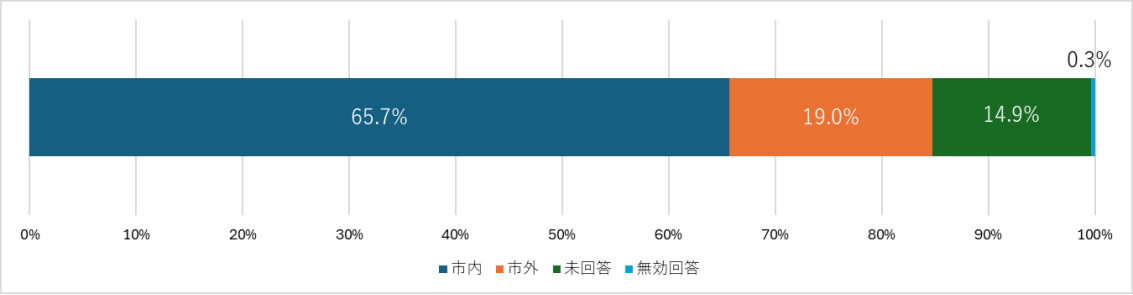
回答	実数	割合
マックスバリュ	**112**	**12.0%**
北広島店	21	2.2%
厚別店	3	0.3%
美沢店	1	0.1%
店舗名不明	87	9.3%
東光ストア	**94**	**10.1%**
北広島店	19	2.0%
新栄店	3	0.3%
大谷地店	2	0.2%
店舗名不明	70	7.5%
コープさっぽろ	**71**	**7.6%**
エルフィン店	43	4.6%
きたひろしま店	14	1.5%
平岡店	8	0.9%
中央店	2	0.2%
店舗名不明	4	0.4%
産直生鮮市場	**67**	**7.2%**
大曲店	25	2.7%
店舗名不明	42	4.5%
スーパーアークス	**59**	**6.3%**
大曲店	56	6.0%
イースト店	1	0.1%
野幌店	1	0.1%
店舗名不明	1	0.1%
その他	453	48.5%
未回答	76	8.1%
無効回答	2	0.2%
回答数計	934	100.0%

その他内訳			
コープ宅配システムトドック	66	BiVi	1
ツルハドラッグ	32	DCM	1
サツドラ	21	DCM恵庭店	1
フードD	21	DCM厚別東	1
業務スーパー	21	JR生鮮	1
サンドラッグ	18	アークスラルズ	1
イオン札幌平岡店	16	アークス大曲店・カインズ大曲	1
カインズFC大曲店	16	アリオ札幌	1
ジョイフルエーケー	14	イオン厚別	1
セイコーマート	14	カテプリ	1
コストコ	13	コープさっぽろ栄町店	1
スーパーセンタートライアル	11	コンビニ	1
フードD虹ヶ丘食彩館	9	サツドラ美しが丘店	1
卸売スーパー	9	ザ・ビック西岡店	1
ショッピングきたひろ	8	サンキ	1
アークス	7	サンドラッグ虹ヶ丘店	1
イオン	7	しまむら	1
ジョイフルエーケー大曲店	7	ジャスコ	1
ショッピングつむら	7	スーパー	1
くるるの杜	6	スーパーセンタートライアル恵庭島松店	1
サツドラ虹ヶ丘店	6	スーパー上野幌・コープ平岡店	1
うおはん	5	セイコーマート西の里店	1
スーパーエース	5	セイコーマート北広島中央店	1
ホクレンショップ	5	セブンイレブン大曲柏葉店	1
イオン新さっぽろ店	4	セリオ大曲店	1
ダイイチ恵み野店	4	ダイイチ清田店	1
ビッグハウス	4	ダイソー・seria	1
業務スーパー大曲柏葉店	4	ツルハドラッグ駅前店	1
ダイイチ	3	ツルハドラッグ中央店	1
ビックハウス里塚店	3	ツルハドラッグ北広島大曲店	1
ホクレンショップ平岡店	3	ツルハ北広島中央店	1
アークス　インターヴィレッジ大曲店	2	トライアル島松店	1
うおはん恵庭店	2	西友	1
カウボーイ北野店	2	はまなす	1
コストコ札幌倉庫店	2	フードD365VAlue店	1
サンドラッグ北広島店	2	フードD西の里	1
ショッピング北広島	2	フクハラ	1
新さっぽろアークシティサンピアザ	2	ブックオフ里塚	1
スーパーアークスイースト	2	ホーマック	1
セイコーマート白樺店	2	ホクノースーパー	1
セブンイレブン	2	ホクノースーパー厚別東2号店	1
ツルハ北広島店	2	ホクレンくるるの杜　農産物直売所	1
フードD 美しが丘店	2	ホクレンマーケット	1
ホクレン	2	マックスバリュ	1
ローソン	2	マックスバリュ厚別南店	1
花ロードえにわ	2	ラルズ大曲店	1
アカチャンホンポ新さっぽろアークシティ店	1	ローソン西の里店	1
大曲インタービレッジ	1	西の里店・フードD・サツドラ	1
大曲店	1	西松屋マックスバリュ	1
東光orコープ	1	未記入	1
		合計	453

Q9-2-1. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗の所在地

2 番目に買い物する頻度が高い店舗の所在地は、「市内」が 65.7%であることから、食料品等の買い物においては、北広島市内の店舗を利用する割合が高い結果となった。

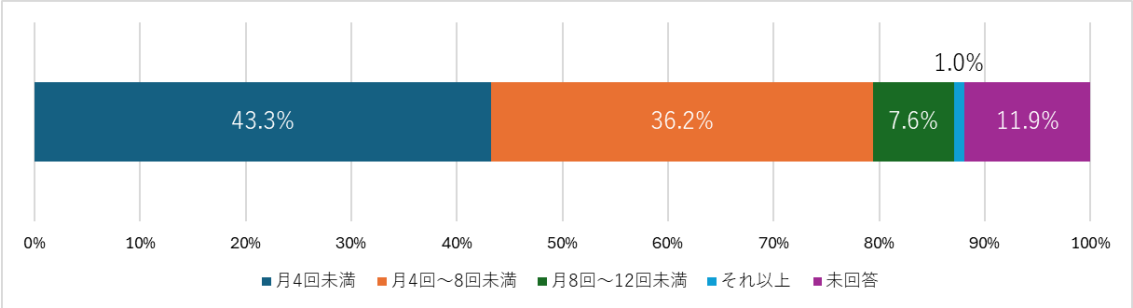
回答	実数	割合
市内	594	65.7%
市外	172	19.0%
未回答	135	14.9%
無効回答	3	0.3%
回答数計	904	100.0%



Q9-2-2. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗の利用頻度

2 番目に買い物する頻度が高い店舗の利用頻度は、「月 4 回未満」が 43.3%と最も多く、次いで「月 4 回～8 回未満」が 36.2%、「月 8 回～12 回未満」が 7.6%となった。

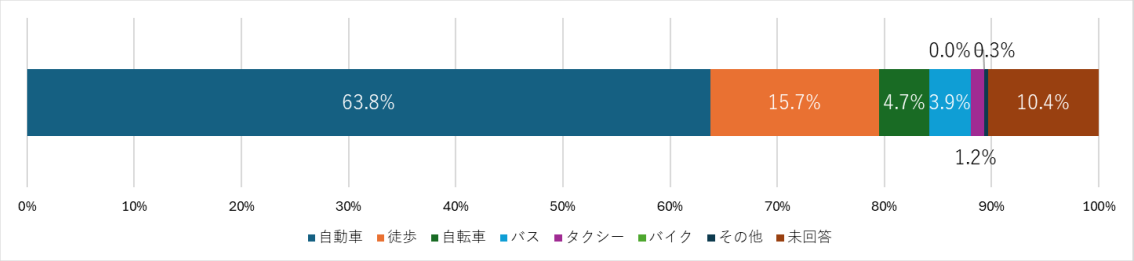
回答	実数	割合
月4回未満	391	43.3%
月4回～8回未満	327	36.2%
月8回～12回未満	69	7.6%
それ以上	9	1.0%
未回答	108	11.9%
回答数計	904	100.0%



Q9-2-3. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗への移動手段（複数回答）

2 番目に買い物する頻度が高い店舗への移動手段は、「自動車」が 63.8%と最も多く、次いで「徒歩」が 15.7%、「自転車」が 4.7%となった。対して、公共交通機関（バス・タクシー）の利用率は合わせても 5.1%と少ない結果となった。

回答	実数	割合
自動車	616	63.8%
徒歩	152	15.7%
自転車	45	4.7%
バス	38	3.9%
タクシー	12	1.2%
バイク	0	0.0%
その他	3	0.3%
未回答	100	10.4%
回答数計	966	100.0%

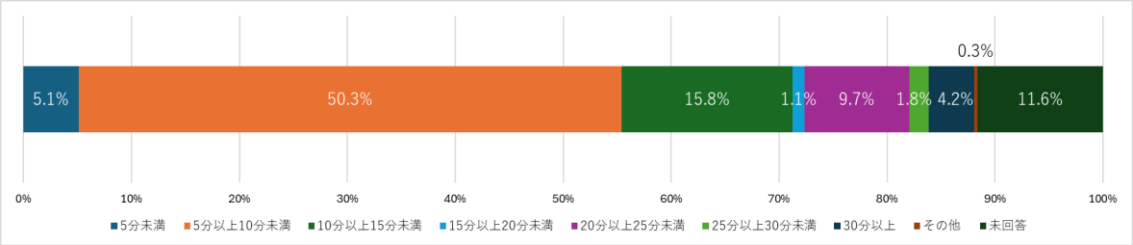


その他内訳	
JR	2
届けてもらう	1
合計	3

Q9-2-4. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗までの所要時間

2 番目に買い物する頻度が高い店舗までの所要時間は、「5 分以上 10 分未満」が 50.3%と最も多く、次いで「10 分以上 15 分未満」が 15.8%、「20 分以上 25 分未満」が 9.7%となった。

回答	実数	割合
5分未満	46	5.1%
5分以上10分未満	455	50.3%
10分以上15分未満	143	15.8%
15分以上20分未満	10	1.1%
20分以上25分未満	88	9.7%
25分以上30分未満	16	1.8%
30分以上	38	4.2%
その他	3	0.3%
未回答	105	11.6%
回答数計	904	100.0%



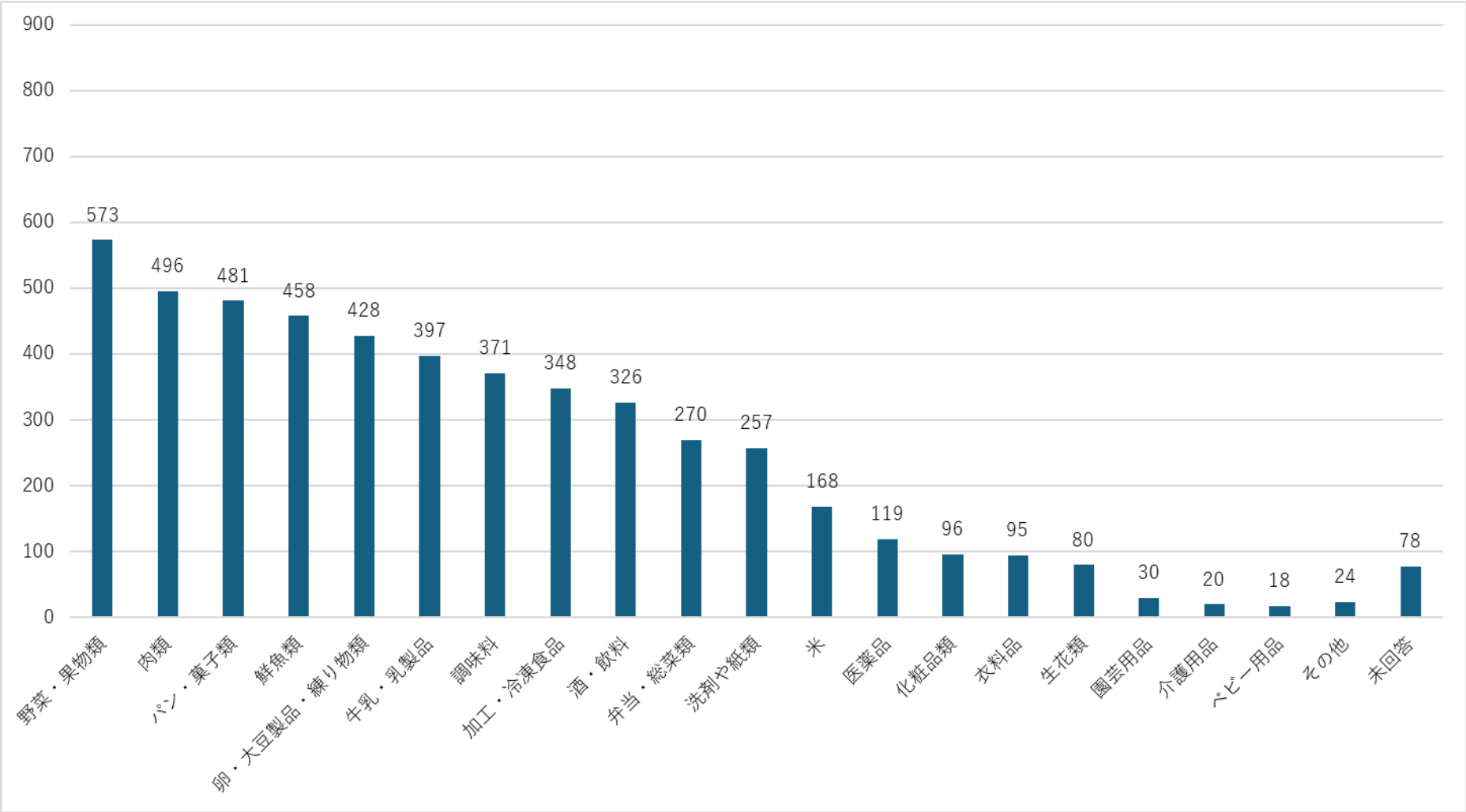
その他内訳	
自転車10徒歩25	1
車3、徒歩10	1
5、徒歩10	1
合計	3

Q9-2-5. 2 番目に買い物する頻度が高い店舗でよく買うもの（複数回答）

2 番目に買い物する頻度が高い店舗でよく買うものは、「野菜・果物類」が 11.2%と最も多く、次いで「肉類」が 9.7%、「パン・菓子類」が 9.4%となった。

回答	実数	割合
野菜・果物類	573	11.2%
肉類	496	9.7%
パン・菓子類	481	9.4%
鮮魚類	458	8.9%
卵・大豆製品・練り物類	428	8.3%
牛乳・乳製品	397	7.7%
調味料	371	7.2%
加工・冷凍食品	348	6.8%
酒・飲料	326	6.4%
弁当・総菜類	270	5.3%
洗剤や紙類	257	5.0%
米	168	3.3%
医薬品	119	2.3%
化粧品類	96	1.9%
衣料品	95	1.9%
生花類	80	1.6%
園芸用品	30	0.6%
介護用品	20	0.4%
ベビー用品	18	0.4%
その他	24	0.5%
未回答	78	1.5%
回答数計	5,133	100.0%

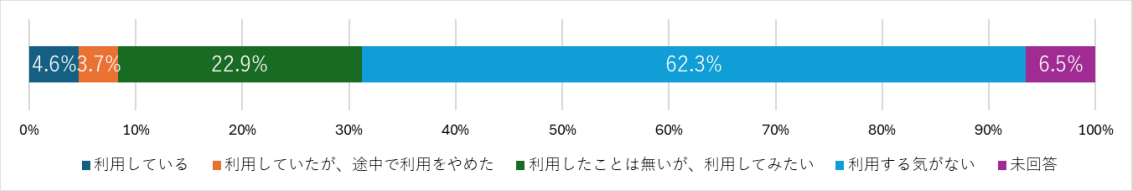
その他内訳			
ペット用品	9	雪投げのスコップなど	1
タバコ	2	電化製品	1
工業用品	1	絨毯など	1
DIY用品	1	ヘア・ボディー・口腔ケア商品	1
ゴミ袋	1	牛フン	1
草木灰	1	化成肥料配合肥料	1
文房具	1	台所・掃除用品	1
家具	1	合計	24


900
800
700
600
500
400
300
200
100
0
573
496
481
458
428
397
371
348
326
270
257
168
119
96
95
80
30
20
18
24
78
野菜・果物類
肉類
パン・菓子類
鮮魚類
卵・大豆製品・練り物類
牛乳・乳製品
調味料
加工・冷凍食品
酒・飲料
弁当・総菜類
洗剤や紙類
米
医薬品
化粧品類
衣料品
生花類
園芸用品
介護用品
ベビー用品
その他
未回答

Q10. あなたの世帯では、移動販売サービスを利用していますか

移動販売サービス（自動車で商品を運んで販売するサービス）について、「利用している」が 4.6%となり、「利用していたが、途中で利用をやめた」の 3.7%と合わせても利用したことがある割合は全体の 8.3%に留まる結果となった。しかし、「利用したことは無いが、利用してみたい」が 22.9%となり、利用する可能性のある市民が一定数いる結果となった。

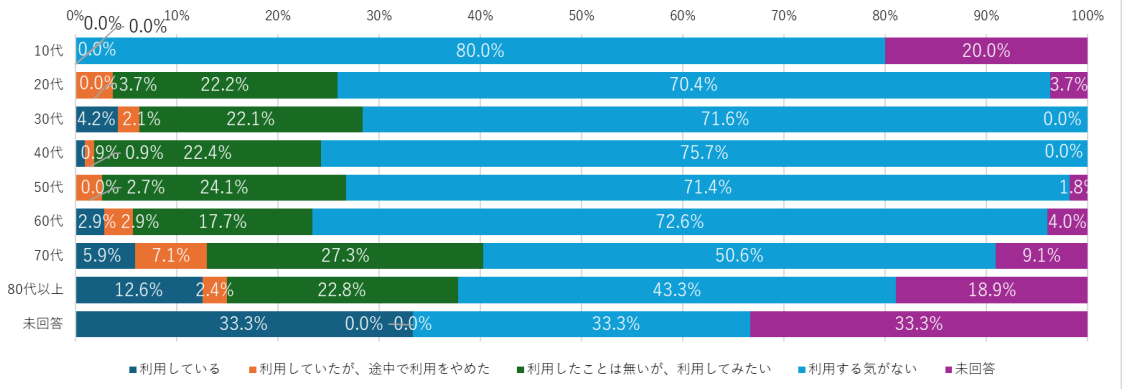
回答	実数	割合
利用している	42	4.6%
利用していたが、途中で利用をやめた	33	3.7%
利用したことは無いが、利用してみたい	207	22.9%
利用する気がない	563	62.3%
未回答	59	6.5%
回答数計	904	100.0%



年齢別の移動販売サービス利用状況

移動販売サービスを利用している割合が最も多いのは、「80 代以上」の 12.6%となった。また、「70 代」は、「利用したことは無いが、利用してみたい」が 27.3%となり、移動販売サービスのニーズが、他の年齢と比べて高い結果となった。

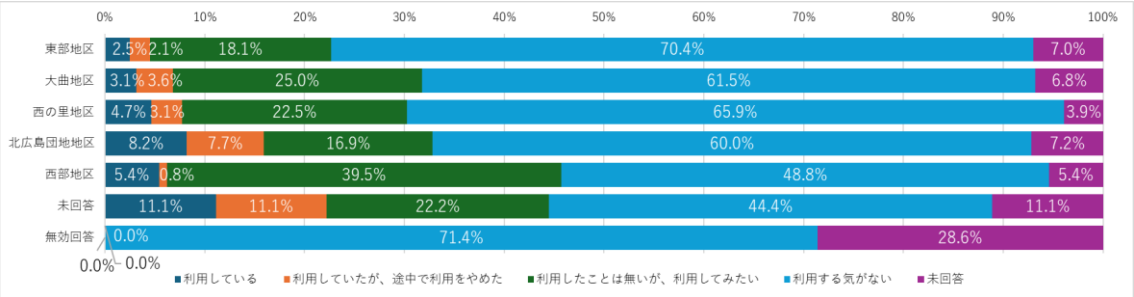
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	未回答	回答数計
利用している	0	0	4	1	0	5	15	16	1	42
利用していたが、途中で利用をやめた	0	1	2	1	3	5	18	3	0	33
利用したことは無いが、利用してみたい	0	6	21	24	27	31	69	29	0	207
利用する気がない	4	19	68	81	80	127	128	55	1	563
未回答	1	1	0	0	2	7	23	24	1	59
回答数計	5	27	95	107	112	175	253	127	3	904



地区別の移動販売サービス利用状況

移動販売サービスを利用している割合が多いのは、北広島団地地区の 8.2%となった。また、西部地区は、「利用したことは無いが、利用してみたい」が 39.5%となり、移動販売サービスのニーズが、他の地区と比べて高い結果となった。

	東部地区	大曲地区	西の里地区	北広島団地地区	西部地区	未回答	無効回答	回答数計
利用している	6	6	6	16	7	1	0	42
利用していたが、途中で利用をやめた	5	7	4	15	1	1	0	33
利用したことは無いが、利用してみたい	44	48	29	33	51	2	0	207
利用する気がない	171	118	85	117	63	4	5	563
未回答	17	13	5	14	7	1	2	59
回答数計	243	192	129	195	129	9	7	904

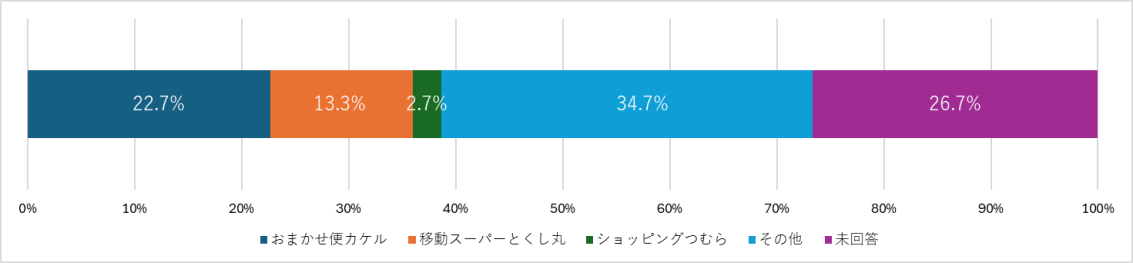


Q11. 利用している（していた）移動販売サービスを教えてください（複数回答）
※Q10 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=75）への質問

利用している（していた）移動販売サービスは、「おまかせ便カケル」が 22.7%と最も多く、次いで「移動スーパーとくし丸」が 13.3%、「ショッピングつむら」が 2.7%となった。

なお、「コープ宅配システムトドック」が 16 件と多いが、移動販売サービスに属さないため、その他に振り分けている。

回答	実数	割合
おまかせ便カケル	17	22.7%
移動スーパーとくし丸	10	13.3%
ショッピングつむら	2	2.7%
その他	26	34.7%
未回答	20	26.7%
回答数計	75	100.0%

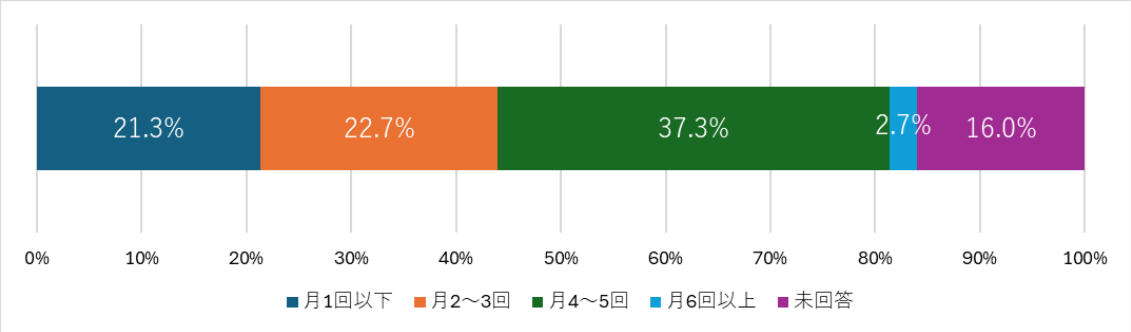


その他内訳	
コープ宅配システムトドック	16
未記入	5
恵庭のヨーカ堂	1
個人の野菜屋さん	1
施設契約者	1
食栄丸	1
生協共同購入	1
合計	26

Q12. 利用している（していた）移動販売サービスの利用頻度を教えてください
※Q10 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=75）への質問

利用している（していた）移動販売サービスの利用頻度は、「月 4～5 回」が 37.3%と最も多く、次いで「月に 2～3 回」が 22.7%、「月 1 回以下」が 21.3%となった。

回答	実数	割合
月1回以下	16	21.3%
月2～3回	17	22.7%
月4～5回	28	37.3%
月6回以上	2	2.7%
未回答	12	16.0%
回答数計	75	100.0%



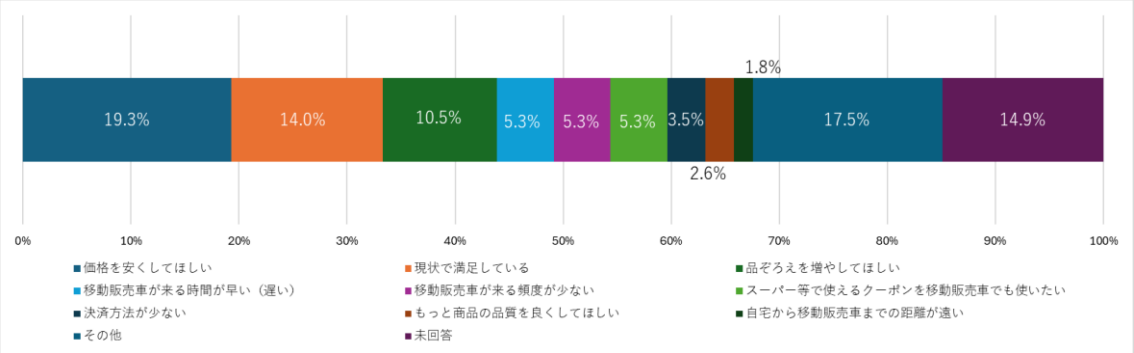
Q13. 利用している（していた）移動販売サービスの改善点や利用をやめた理由を教えてください（複数回答）

※Q10 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=75）への質問

利用している（していた）移動販売の改善点や利用をやめた理由は、「価格を安くしてほしい」が 19.3%と最も多く、次いで「品ぞろえを増やしてほしい」が 10.5%となった。

しかしながら、「現状で満足している」が 14.0%であることから、現状の移動販売サービスに対して一定の満足度を得られていることが窺える。

回答	実数	割合
価格を安くしてほしい	22	19.3%
現状で満足している	16	14.0%
品ぞろえを増やしてほしい	12	10.5%
移動販売車が来る時間が早い（遅い）	6	5.3%
移動販売車が来る頻度が少ない	6	5.3%
スーパー等で使えるクーポンを移動販売車でも使いたい	6	5.3%
決済方法が少ない	4	3.5%
もっと商品の品質を良くしてほしい	3	2.6%
自宅から移動販売車までの距離が遠い	2	1.8%
その他	20	17.5%
未回答	17	14.9%
回答数計	114	100.0%



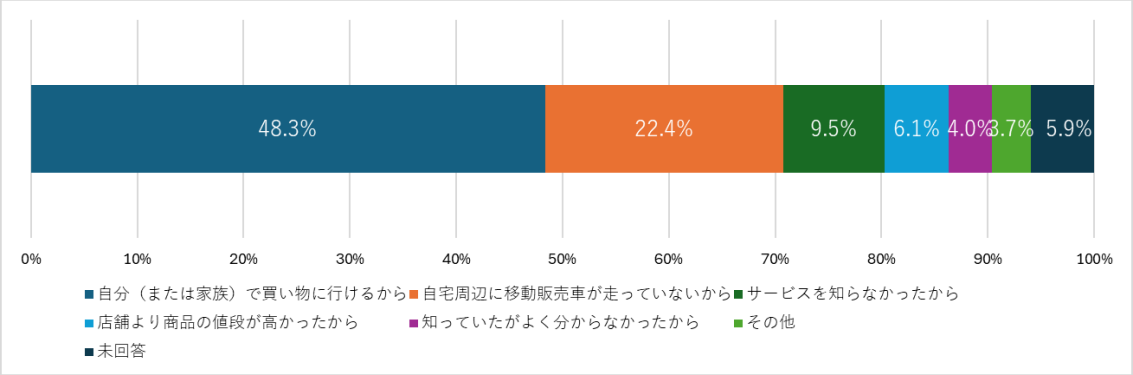
その他内訳			
自分（または家族）で買い物に行けるから	3	新鮮食品欲しい	1
自宅周辺に移動販売車が走っていないから	2	親が使っていた	1
サービスを知らなかったから	2	惣菜（毎日）	1
カタログ選択は難しい	1	店が近いから	1
音楽が聞こえづらい冬季は窓をしめるため	1	廃業	1
来なくなった	1	販売車が来るタイミングと自分のタイミングが合わない	1
トドック以外にも西の里にも来てほしい	1	不便	1
介護していた夫亡くなり店へ	1	利用者が少ないせいかすぐに来なくなった	1
		合計	20

Q14. 移動販売サービスを利用していない理由を教えてください（複数回答）
※Q10 で「利用したことはないが、利用してみたい」または「利用する気がない」と回答した人（n=770）への質問

移動販売サービスを利用していない理由は、「自分（または家族）で買い物に行けるから」が 48.3%と最も多く、次いで「自宅周辺に移動販売車が走っていないから」が 22.4%、「サービスを知らなかったから」が 9.5%となった。

市民の多くは移動販売サービス等を利用せずに直接買い物に行ける状況にある一方で、自宅の近くまで移動販売車が来ないため、利用できないと考えている市民もいることが窺える。また、移動販売サービスを知らない市民もいるため、認知度を高める施策を講じることで、利用率向上の可能性がある。

回答	実数	割合
自分（または家族）で買い物に行けるから	407	48.3%
自宅周辺に移動販売車が走っていないから	189	22.4%
サービスを知らなかったから	80	9.5%
店舗より商品の値段が高かったから	51	6.1%
知っていたがよく分からなかったから	34	4.0%
その他	31	3.7%
未回答	50	5.9%
回答数計	842	100.0%



その他内訳			
未記入	4	利用する必要がないから	1
トドックを利用しているので	3	タイミングが合わない	1
施設入所中のため	2	近くに「はなます」あるから	1
時間が合わない	2	移動販売車を見たことがない	1
品揃えが少ない	2	高齢者になったら利用したい	1
宅配サービスを利用しているから	2	自分の目で見て確かめて購入したい。	1
不在だから	2	送料が高かったから	1
便利だから	1	電子マネーが使えるか知らない	1
デイサービスの日と重なっているので	1	特になし	1
施設契約店	1	品物を見て買えるから	1
生活が苦しく割引品でないと購入できないから	1	合計	31

Q15. 移動販売に対するご意見など（自由記述）

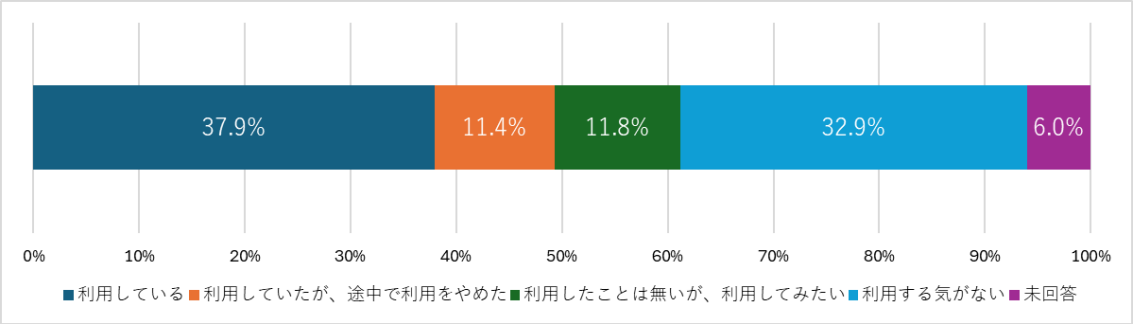
利用者からは、便利で助かっている旨の意見が多数見受けられる一方で、移動販売車が来る回数が少ない、移動販売車が来たことを知らせる音楽の音量が小さい等の改善を願う意見も多く見られた。非利用者からは、移動販売車がいつどこに来るかわからない、知っていても移動販売車が来ない地区だから利用できない、自動車を所有しているので利用する必要性を感じないといった意見が見られた。

その他、詳しい内容については、別紙を参照のこと。

Q16. あなたの世帯では、宅配サービスを利用していますか

宅配サービス（電話・FAX・インターネット等で注文した商品を自宅まで届けてくれるサービス）について、「利用している」が 37.9%、「利用していたが、途中で利用をやめた」の 11.4%となった。合わせると宅配サービスを利用したことがある割合は 49.3%と、移動販売サービス（Q10）・配送サービス（Q22）と比較して多くの市民が利用している結果となった。

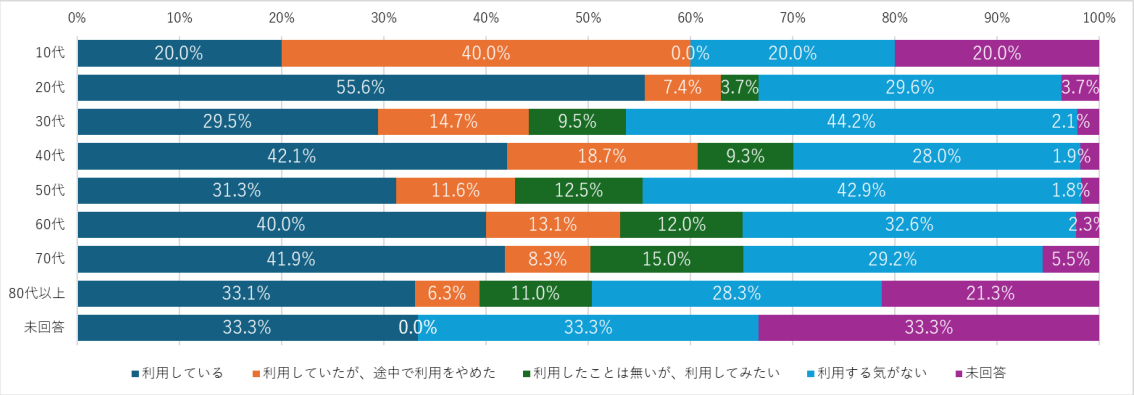
回答	実数	割合
利用している	343	37.9%
利用していたが、途中で利用をやめた	103	11.4%
利用したことは無いが、利用してみたい	107	11.8%
利用する気がない	297	32.9%
未回答	54	6.0%
回答数計	904	100.0%



年齢別の宅配サービス利用状況

宅配サービスを利用している割合が最も多いのは、「20 代」の 55.6%となったが、他の年齢においても宅配サービスを利用している割合は非常に多いことから、多くの市民の生活スタイルに合ったサービスであることが窺える。

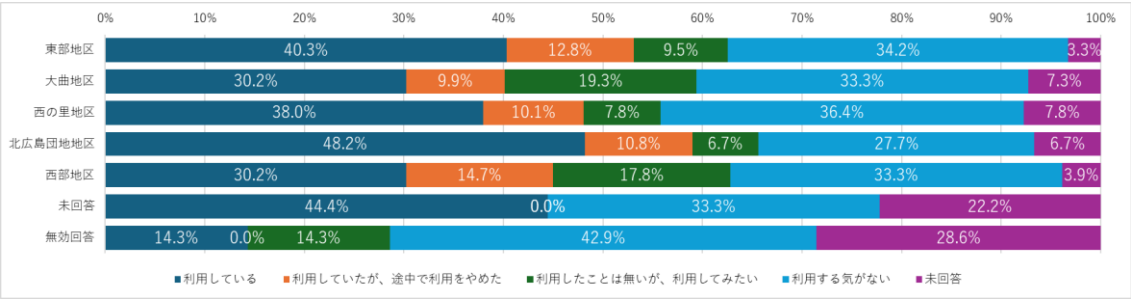
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	未回答	回答数計
利用している	1	15	28	45	35	70	106	42	1	343
利用していたが、途中で利用をやめた	2	2	14	20	13	23	21	8	0	103
利用したことは無いが、利用してみたい	0	1	9	10	14	21	38	14	0	107
利用する気がない	1	8	42	30	48	57	74	36	1	297
未回答	1	1	2	2	2	4	14	27	1	54
回答数計	5	27	95	107	112	175	253	127	3	904



地区別の宅配サービス利用状況

宅配サービスを利用している割合が多いのは、北広島団地地区の 48.2%となった。また、大曲地区、西部地区は「利用したことは無いが、利用してみたい」がそれぞれ 19.3%、17.8%となり、宅配サービスのニーズが他の地区と比べて高い結果となった。

	東部地区	大曲地区	西の里地区	北広島団地地区	西部地区	未回答	無効回答	回答数計
利用している	98	58	49	94	39	4	1	343
利用していたが、途中で利用をやめた	31	19	13	21	19	0	0	103
利用したことは無いが、利用してみたい	23	37	10	13	23	0	1	107
利用する気がない	83	64	47	54	43	3	3	297
未回答	8	14	10	13	5	2	2	54
回答数計	243	192	129	195	129	9	7	904

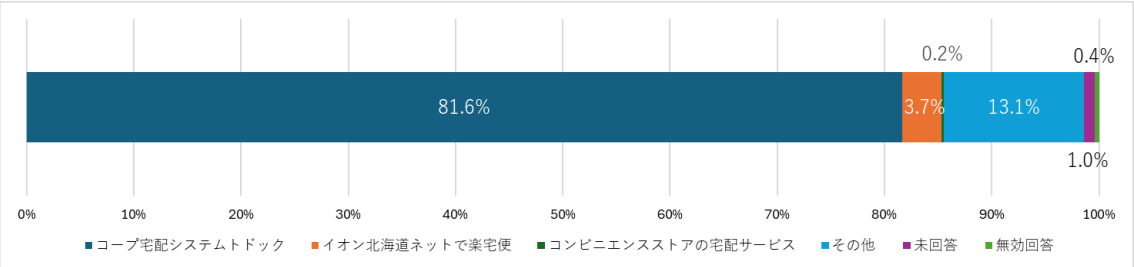


Q17. 利用している（していた）宅配サービスを教えてください（複数回答）
※Q16 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=446）への質問

利用している（していた）宅配サービスは、「コープ宅配システムトドック」が 81.6%と最も多く、次いで「イオン北海道ネットで楽宅便」が 3.7%となった。

また、選択肢として設定しなかったため「その他」に振り分けているが、「生活クラブ」が 3.5%、「Amazon」が 1.6%となった。

回答	実数	割合
コープ宅配システムトドック	400	81.6%
イオン北海道ネットで楽宅便	18	3.7%
コンビニエンスストアの宅配サービス	1	0.2%
その他	64	13.1%
未回答	5	1.0%
無効回答	2	0.4%
回答数計	490	100.0%



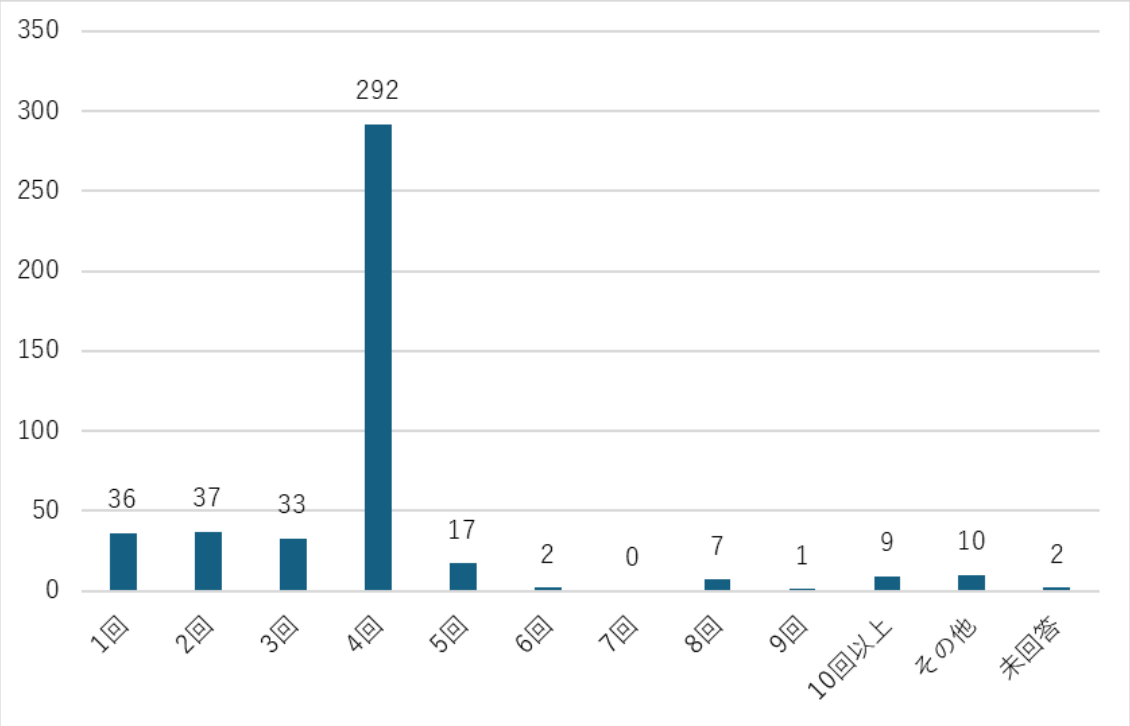
その他内訳			
生活クラブ	17	通販	2
Amazon	8	イトーヨーカドー ネットスーパー	1
未記入	5	クロネコ	1
アークスオンラインショップ	5	ベルーナ	1
Oisix	4	ヨシケイ北海道	1
楽天	4	ヨドバシカメラ.com	1
未記入	3	らくらくメルカリ便	1
らでぃっしゅぼーや	3	ラルズネットスーパー	1
インターネット	2	出前館	1
ゾゾタウン	2	生協Aコープ	1
		合計	64

Q18. 利用している（していた）宅配サービスの月の利用頻度を教えてください
※Q16 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=446）への質問

利用している（していた）宅配サービスの利用頻度は、「月 4 回」が 65.5%と最も多く、次いで「月 2 回」が 8.3%、「月 1 回」が 8.1%となった。

回答	実数	割合
1回	36	8.1%
2回	37	8.3%
3回	33	7.4%
4回	292	65.5%
5回	17	3.8%
6回	2	0.4%
7回	0	0.0%
8回	7	1.6%
9回	1	0.2%
10回以上	9	2.0%
その他	10	2.2%
未回答	2	0.4%
回答数計	446	100.0%

その他内訳	
4～5回	6
1～2回	2
0～1回	1
3～4回	1
合計	10



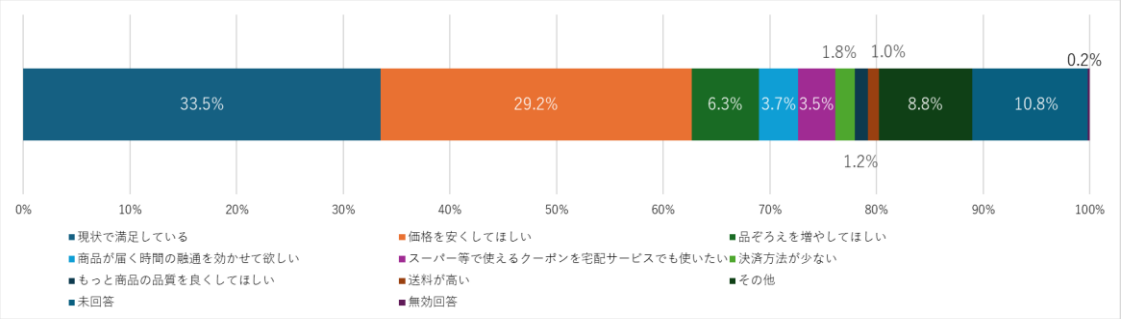
Q19. 利用している（していた）宅配サービスの改善点や利用をやめた理由を教えてください（複数回答）

※Q16 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=446）への質問

利用している（していた）宅配サービスの改善点や利用をやめた理由は、「価格を安くしてほしい」が 29.2%と最も多く、次いで「品ぞろえを増やしてほしい」が 6.3%となった。

しかしながら、「現状で満足している」が 33.5%であることから、現状の宅配サービスに対して一定の満足度を得られていることが窺える。

回答	実数	割合
現状で満足している	164	33.5%
価格を安くしてほしい	143	29.2%
品ぞろえを増やしてほしい	31	6.3%
商品が届く時間の融通を効かせて欲しい	18	3.7%
スーパー等で使えるクーポンを宅配サービスでも使いたい	17	3.5%
決済方法が少ない	9	1.8%
もっと商品の品質を良くしてほしい	6	1.2%
送料が高い	5	1.0%
その他	43	8.8%
未回答	53	10.8%
無効回答	1	0.2%
回答数計	490	100.0%



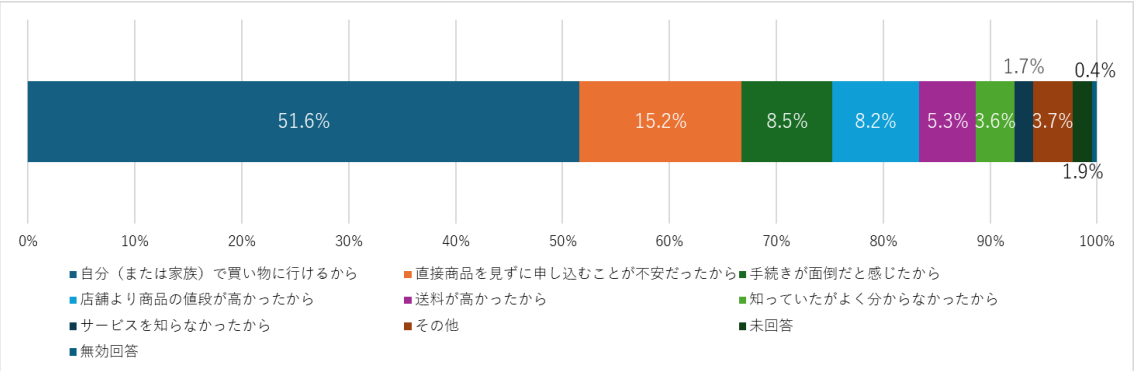
その他内訳	
そこのプライベートブランド商品を利用しなくなったため	3
自分（または家族）で買い物に行けるから	3
未記入	2
購入システムがめんどくさい	2
別にない	2
年配者には見づらい	1
商品が届く時間の融通を聞かせて欲しい	1
宅配と自分が買うものが同じものだったり	1
トドックの届く時間が遅い、明るい時間帯で	1
カタログを見たりする時間があまりとれなかったから。	1
おかいどくのほしい物が、抽選ではずれて買えないから	1
カタログが多い	1
グループでやる時代だった	1
たまに配達商品に間違いがある	1
チラシが多すぎる	1
なんとなくやめてしまった！	1
ネットスーパーの対象外の地域なので	1
一人暮らしになりそれほど量が必要ないようになった	1
去年コープ中央店が一時閉店新装開店までの間利用した。	1
購入する手続きが煩わしくなったから	1
子供が小さい頃はよく利用したが大きくなったのでやめた	1
写真イメージやサイズ感と届いた商品が異なる。	1
車で買い物に行けるので注文用紙に記入したり	1
注文した商品が届くのが1週間後のため重複したりするので	1
定価で販売しても利益は少ないと思うので	1
店舗で買い物できるので不要だった	1
品物を見て買いたいのであまり利用しない	1
毎週だと欲しいものがないことがある。	1
免許を取り車で行けるようになった	1
利用していた時は車がなかったが	1
現物を見れない。届くのが注文後1週間後なので….少し不便です	1
注文が間に合わない時がある	1
曜日が選べないから	1
引越しで利用をやめた	1
自分で買い物できる自動車で	1
時間がかかる	1
合計	43

Q20. 宅配サービスを利用していない理由を教えてください（複数回答）
※Q16 で「利用したことはないが、利用してみたい」または「利用する気がない」と回答した人（n=404）への質問

宅配サービスを利用していない理由は、「自分（または家族）で買い物に行けるから」が51.6%と最も多く、次いで「直接商品を見ずに申し込むことが不安だったから」が 15.2%、「手続きが面倒だと感じたから」が 8.5%となった。

市民の多くは宅配サービス等を利用せずに直接買い物に行ける状況にあり、実際に商品を見て購入の判断をすることを好む市民が一定数いることが窺える。

回答	実数	割合
自分（または家族）で買い物に行けるから	360	51.6%
直接商品を見ずに申し込むことが不安だったから	106	15.2%
手続きが面倒だと感じたから	59	8.5%
店舗より商品の値段が高かったから	57	8.2%
送料が高かったから	37	5.3%
知っていたがよく分からなかったから	25	3.6%
サービスを知らなかったから	12	1.7%
その他	26	3.7%
未回答	13	1.9%
無効回答	3	0.4%
回答数計	698	100.0%



その他内訳	
施設入所中のため	2
未記入	2
必要以上に買いすぎるから	2
タイムラグがあるのが面倒	1
安い物を買うから	1
めんどくさい	1
よくわかりません	1
家族が減ったため	1
現状で満足している	1
耳が遠いので来ても気付かないです。	1
セールスマンが家に来たから利用してみた	1
指定された時間に在宅する事が約束できない。時間が拘束される煩わしさがある。 買い物に行くことにストレスを感じない。直前に必要な物が出た時の対応ができないため。	1
自動車運転技術確信がある場合まで続けていたいから	1
施設入居中	1
出かけるのが好きだから	1
無駄なものを買ってしまう	1
商品を色々見ながら買いたいから	1
生活苦から安い物を買うため	1
生活費の問題	1
買い物だけで生活できるから	1
日中家にいない	1
夏場置いていかれるのが嫌	1
商品を見ずに申し込むのが不安	1
合計	26

Q21. 宅配サービスに対するご意見など（自由記述）

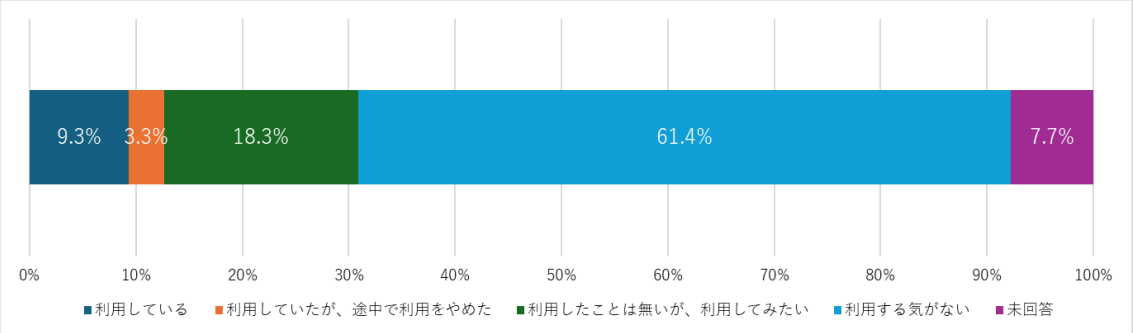
利用者からは、重い物を運んでもらえて助かる、定期購入が使いやすい旨の意見が多数見受けられる一方で、手続きの手間がかかり面倒、カタログが読みにくい等の改善を願う意見も多く見られた。非利用者からは、自動車を所有しているので利用する必要性を感じないといった意見が見られた。

その他、詳しい内容については、別紙を参照のこと。

Q22. あなたの世帯では、配送サービスを利用していますか

配送サービス（実店舗で買った商品を自宅まで届けてくれるサービス）について、「利用している」が 9.3%となり、「利用していたが、途中で利用をやめた」の 3.3%と合わせても利用したことがある割合は全体の 12.6%に留まる結果となった。しかし、「利用したことは無いが、利用してみたい」が 18.3%となり、利用する可能性がある市民が一定数いる結果となった。

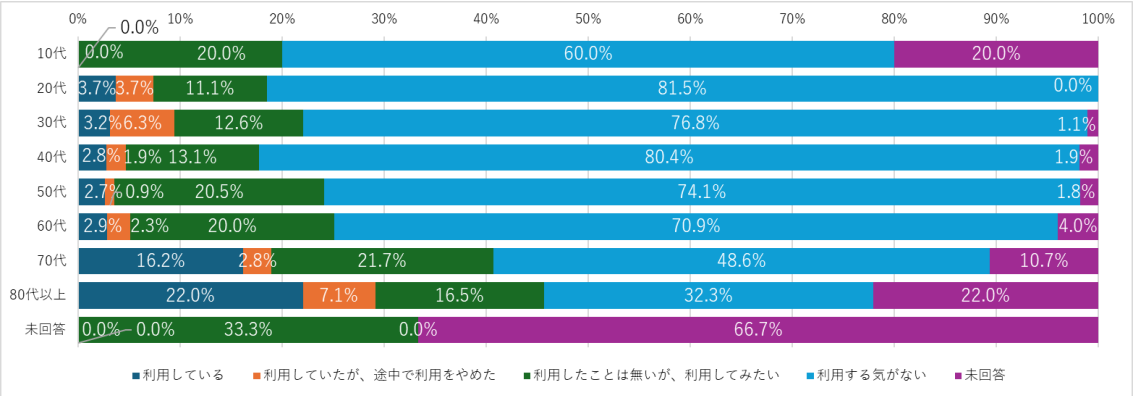
回答	実数	割合
利用している	84	9.3%
利用していたが、途中で利用をやめた	30	3.3%
利用したことは無いが、利用してみたい	165	18.3%
利用する気がない	555	61.4%
未回答	70	7.7%
回答数計	904	100.0%



年齢別の配送サービス利用状況

配送サービスを利用している割合が最も多いのは、「80 代以上」の 22.0%となった。また、「50 代」「60 代」「70 代」は「利用したことは無いが、利用してみたい」がそれぞれ、20.5%、20.0%、21.7%、となり、配送サービスのニーズが、他の年齢と比べて高い結果となった。

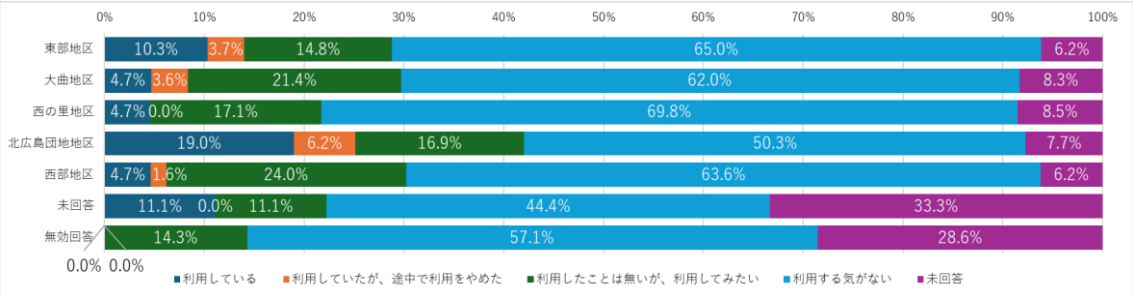
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	未回答	回答数計
利用している	0	1	3	3	3	5	41	28	0	84
利用していたが、途中で利用をやめた	0	1	6	2	1	4	7	9	0	30
利用したことは無いが、利用してみたい	1	3	12	14	23	35	55	21	1	165
利用する気がない	3	22	73	86	83	124	123	41	0	555
未回答	1	0	1	2	2	7	27	28	2	70
回答数計	5	27	95	107	112	175	253	127	3	904



地区別の配送サービス利用状況

配送サービスを利用している割合が多いのは、北広島団地地区の 19.0%となった。また、西部地区は、「利用したことは無いが、利用してみたい」が 24.0%となり、配送サービスのニーズが、他の地区と比べて高い結果となった。

	東部地区	大曲地区	西の里地区	北広島団地地区	西部地区	未回答	無効回答	回答数計
利用している	25	9	6	37	6	1	0	84
利用していたが、途中で利用をやめた	9	7	0	12	2	0	0	30
利用したことは無いが、利用してみたい	36	41	22	33	31	1	1	165
利用する気がない	158	119	90	98	82	4	4	555
未回答	15	16	11	15	8	3	2	70
回答数計	243	192	129	195	129	9	7	904

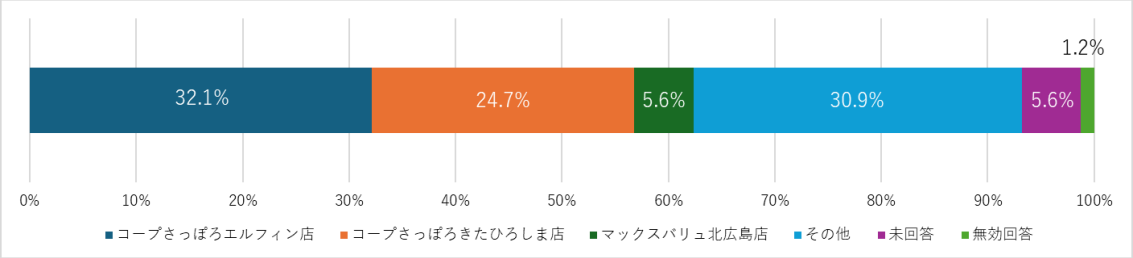


Q23. 利用している（していた）配送サービスを教えてください（複数回答）
※Q22 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=114）への質問

利用している（していた）配送サービスは、「コープさっぽろエルフィン店」が 32.1%と最も多く、次いで「コープさっぽろきたひろしま店」が 24.7%となった。

また、選択肢として設定していなかったため「その他」に振り分けているが、「東光ストア北広島店」が 15.4%となった。

回答	実数	割合
コープさっぽろエルフィン店	52	32.1%
コープさっぽろきたひろしま店	40	24.7%
マックスバリュ北広島店	9	5.6%
その他	50	30.9%
未回答	9	5.6%
無効回答	2	1.2%
回答数計	162	100.0%



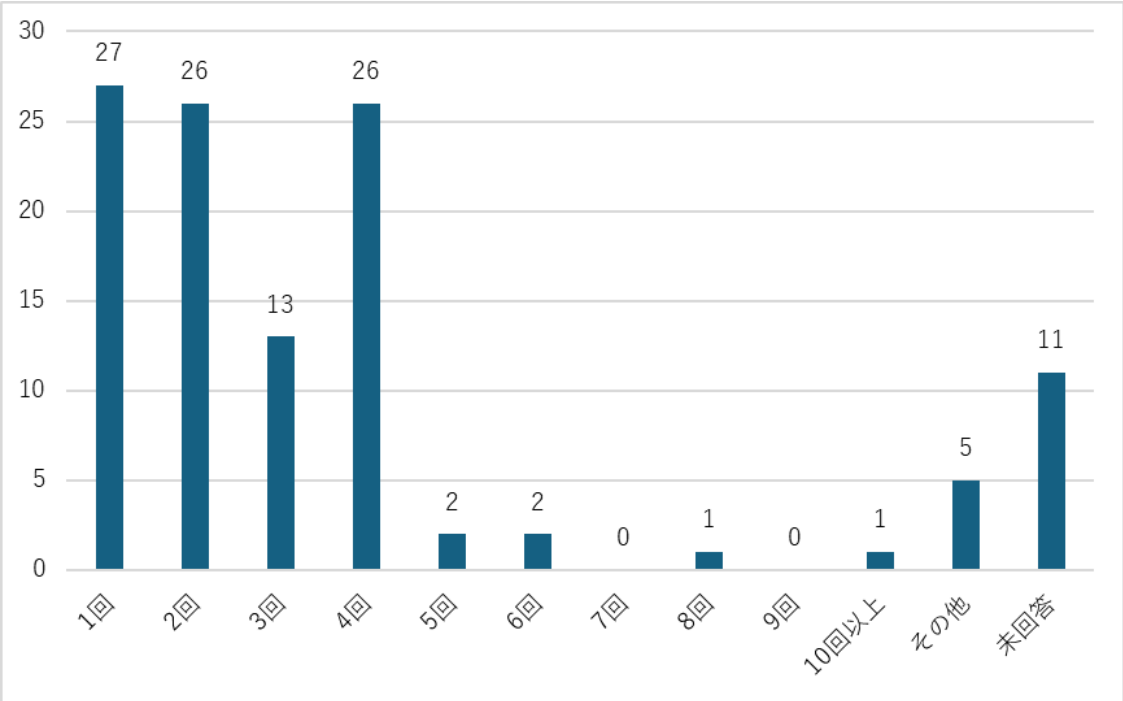
その他内訳	
東光ストア北広島店	25
スーパーアークス大曲店	5
東光ストア	4
イオン新さっぽろ店	2
ツルハドラッグ	2
ISETAN Oisix	1
いかない	1
コープさっぽろ（電話で頼んでたのでどこの店舗か分かりませんでした）	1
コープさっぽろ新さっぽろ店かひばりが丘店	1
コープさっぽろ平岡店	1
コープ宅配システムトドック	1
ツルハドラッグ大谷地店	1
ホクノー中央店	1
ほぼ札幌	1
ヨドバシカメラ	1
通販《カタログ》	1
今は利用していない	1
合計	50

Q24. 利用している（していた）配送サービスの月の利用頻度を教えてください
※Q22 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=114）への質問

利用している（していた）配送サービスの利用頻度は、「月 1 回」が 23.7%と最も多く、次いで「月 2 回」と「月 4 回」が共に 22.8%となった。

回答	実数	割合
1回	27	23.7%
2回	26	22.8%
3回	13	11.4%
4回	26	22.8%
5回	2	1.8%
6回	2	1.8%
7回	0	0.0%
8回	1	0.9%
9回	0	0.0%
10回以上	1	0.9%
その他	5	4.4%
未回答	11	9.6%
回答数計	114	100.0%

その他内訳	
4～5回	2
1回以下	1
1回未満	1
2～3回	1
合計	5



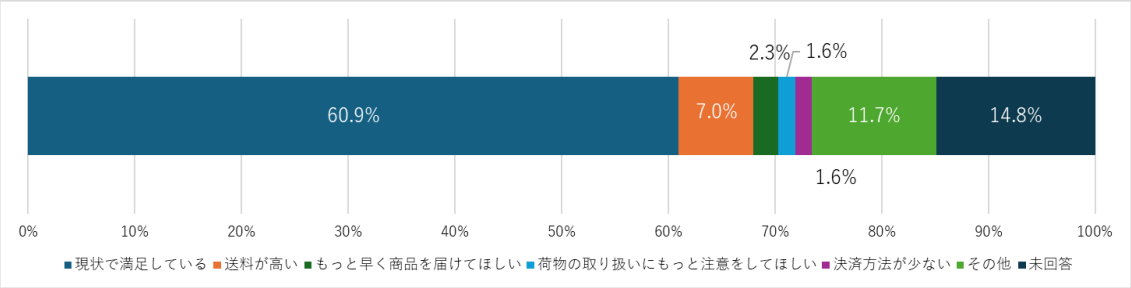
Q25. 利用している（していた）配送サービスの改善点や利用をやめた理由を教えてください（複数回答）

※Q22 で「利用している」または「利用していたが、途中で利用をやめた」と回答した人（n=114）への質問

利用している（していた）配送サービスの改善点や利用をやめた理由は、「送料が高い」が 7.0%と最も多い。

しかしながら、「現状で満足している」が 60.9%であることから、現状の配送サービスに対して一定の満足度を得られていることが窺える。

回答	実数	割合
現状で満足している	78	60.9%
送料が高い	9	7.0%
もっと早く商品を届けてほしい	3	2.3%
荷物の取り扱いにもっと注意をしてほしい	2	1.6%
決済方法が少ない	2	1.6%
その他	15	11.7%
未回答	19	14.8%
回答数計	128	100.0%



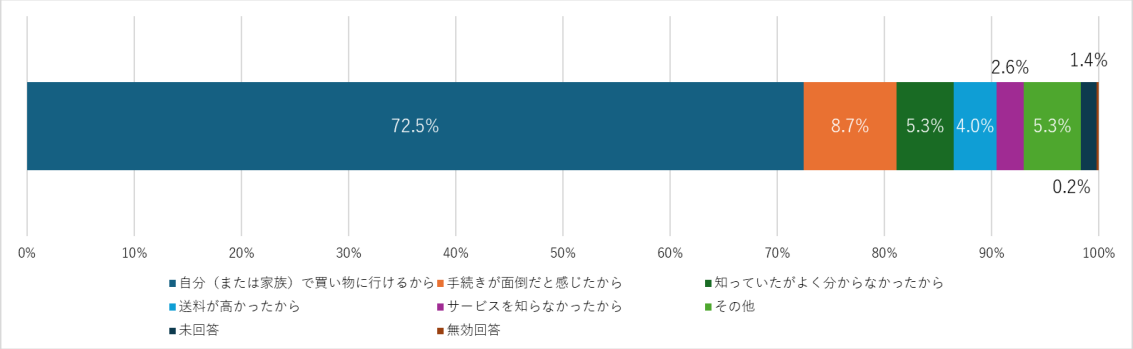
その他内訳	
取り扱いの商品の制限がある	1
1万円以上買うと送料無料	1
子どもが大きくなった	1
タクシーで行く様になり自分で持ち帰れる	1
どのような状態で届くか	1
以前は2500円以上の場合は無料でした	1
引越をしたから	1
使い方がよくわからない	1
子どもが小さい時に利用していました。	1
車を購入したから	1
出かけることが多いので出たついでに買う	1
値段が高い	1
配送業者の対応が悪かった	1
不便	1
利用していたとき不満はなかった	1
合計	15

Q26. 配送サービスを利用していない理由を教えてください（複数回答）
※Q22 で「利用したことはないが、利用してみたい」または「利用する気がない」と回答した人（n=720）への質問

配送サービスを利用していない理由は、「自分（または家族）で買い物に行けるから」が72.5%と最も多く、次いで「手続きが面倒だと感じたから」が 8.7%となった。

市民の多くは配送サービス等を利用せずに直接買い物に行ける状況にあり、配送サービスの利用手続きが面倒だと感じる市民が一定数いることが窺える。

回答	実数	割合
自分（または家族）で買い物に行けるから	653	72.5%
手続きが面倒だと感じたから	78	8.7%
知っていたがよく分からなかったから	48	5.3%
送料が高かったから	36	4.0%
サービスを知らなかったから	23	2.6%
その他	48	5.3%
未回答	13	1.4%
無効回答	2	0.2%
回答数計	901	100.0%



その他内訳	
娘が車で連れていってくれるから	3
トドックを利用している	3
家族で買い物に行けるから	3
荷物を持った方が運動になるから	3
施設入所中のため	2
特になし	2
コープは嫌い	1
購入数量に限りがあるため	1
割引対象の年齢でないから	1
結局実店舗へ行かなければならないなら余り魅力を感じないため	1
高齢者になったら利用したい	1
施設職員に依頼	1
耳が悪いのでチャイムも聞こえないです（91才です）	1
車で行けるから	1
将来は利用するかも	1
生活クラブ	1
選択肢が少ない為	1
宅配サービスを利用しているから	1
店側が負担だと思うから	1
店舗が自宅から遠いから	1
無料配送の金額までの帳尻合わせと働いてるため配送時間の在宅が面倒	1
いつ来るか分からないものはあまり利用しずらい。体を見せに運んでるんだから自分で持って帰った方が早い。	1
カタログが多すぎて負担を感じた。置き場所に困る	1
もっと歳を取ったら利用したいと思います	1
そもそも行かない	1
そもそも店が遠い	1
たのんだ物とちがう物が届いたらイヤだから！	1
基本的に自家用車で買い物するため	1
今のところはまだ買い物に行ける。安く新鮮なものが手に入る。魚など1本丸ごと買いたい。	1
施設の職員が届けてくれるから。	1
施設入居中	1
自分で買い物に行ける	1
車の免許を返納したら利用したいと思っている。（コープさっぽろエルフィン店）	1
車の免許証を近いうちに返納することになるからそうした時は利用したい	1
徒歩で行く場合	1
欲しい時間にない	1
鮮魚肉などは無理	1
未記入	1
合計	48

Q27. 配送サービスに対するご意見など（自由記述）

利用者からは、帰りに手ぶらで帰れるのが嬉しい旨の意見が多数見受けられる一方で、非利用者からは、自動車の運転免許を返納した後に利用したい、配送時刻の指定をしたい、配送物の衛生面等の改善を願う意見も多く見られた。

その他、詳しい内容については、別紙を参照のこと。

Q28. 買い物行動に関する質問項目

Q28-1. 平均点の比較

市民の買い物行動の傾向から買い物志向を類型化するため、以下 20 項目からなる「買物意識に関する設問項目」[1]を用いた。各項目は、「非常にあてはまる（4 点)」「ややあてはまる（3 点)」「あまりあてはまらない（2 点)」「全くあてはまらない（1 点)」の 4 段階のリッカート尺度で出題した。

各項目の平均点を算出したところ、「2. 品質・機能・使い勝手を重視して商品を購入する」が 3.5 点、「1. 流行より、今の生活にフィットする商品・サービスを選ぶ」と「6. 店頭で商品を見てから購入している」が共に 3.4 点、「4. 特売品やいつもよりお買い得になっている商品を買う」が 3.2 点と高い結果となったことから、品質や機能を重視し、流行に左右されずに意思決定をする傾向が強く、価値と満足度を追求し、合理性を求める特徴が窺える。

対して、「20. 世の中で流行っている商品・サービスは必ず購入／利用したい」が 1.8 点、「13. 商品・サービス・店舗などの関連情報を集めるのが好き」と「16. 商品やサービスなどの口コミサイトは欠かさずに見ている」と「18. 周囲の人から「買い物が上手だ」と言われる」が全て 1.9 点と低い結果となったことから、情報収集や社会的な影響を受けず、自分の好みを大切にする傾向が強い。また、他人の評価（口コミ）に左右されず、最新テクノロジーや流行にはあまり興味がない特徴が窺える。

---

[1] 岩見昌邦・山城興介（2023)「新型コロナ禍における地方都市消費者の買物意識と買物行動に関する基礎的研究」和光経済, 55(3), 1-12.

	非常にあてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	全くあてはまらない	未回答	無効回答	回答数計	平均点
1.流行より、今の生活にフィットする商品・サービスを選ぶ	444	364	37	12	45	2	904	3.4
2.品質・機能・使い勝手を重視して商品を購入する	469	348	42	2	42	1	904	3.5
3.お買い物ポイントをためることができる店舗を利用する	279	353	173	59	40	0	904	3.0
4.特売品やいつもよりお買い得になっている商品を買う	333	352	148	27	43	1	904	3.2
5.価格や機能をインターネットなどで事前に調べてから購入する	101	211	276	269	47	0	904	2.2
6.店頭で商品を見てから購入している	414	374	61	22	32	1	904	3.4
7.欲しい商品は、時間や手間をかけてでも見つけるまで探す	129	321	326	88	40	0	904	2.6
8.商品パッケージに記載された内容をきちんと確認する	150	428	251	32	42	1	904	2.8
9.値段が高くても品質の良いものを買う	133	458	256	23	33	1	904	2.8
10.趣味や嗜好品に積極的にお金を使う	96	310	376	82	40	0	904	2.5
11.特に買うものが無くても、お店の売り場を見て回るのが楽しい	124	276	309	156	39	0	904	2.4
12.ＳＮＳやブログ、口コミサイトで評判の良い商品を購入する	51	237	329	246	41	0	904	2.1
13.商品・サービス・店舗などの関連情報を集めるのが好き	22	169	413	257	43	0	904	1.9
14.衝動買いをすることがある	79	298	339	150	38	0	904	2.4
15.見た目で商品を購入する	54	332	344	131	42	1	904	2.4
16.商品やサービスなどの口コミサイトは欠かさずに見ている	30	130	387	316	41	0	904	1.9
17.最先端技術の商品・サービスを購入/利用したい	25	192	430	215	42	0	904	2.0
18.周囲の人から「買い物が上手だ」と言われる	15	160	448	234	47	0	904	1.9
19.広告で見た商品を話題にしたり購入する	27	267	402	168	40	0	904	2.2
20.世の中で流行っている商品・サービスは必ず購入/利用したい	4	93	458	310	39	0	904	1.8

Q28-2. 因子分析

「買物意識に関する設問項目」について、データを簡素化して解釈しやすくすることを目的として、因子分析（最尤法・プロマックス回転・固定値 1 を基準）を行った。

その結果、4 つの因子（共通する潜在的な要因）が抽出され、最も共通性の低い項目は 0.169 となった。なお、どの因子負荷量も小さい、または複数の因子において高い負荷量を示した項目（「6. 店頭で商品を見てから購入している」「10. 趣味や嗜好品に積極的にお金を使う」「13. 商品・サービス・店舗などの関連情報を集めるのが好き」「18. 周囲の人から「買い物が上手だ」と言われる」）については、それらを除外して再度分析を行い、最終的に次表のとおり結果を得た。

第 1 因子では「20. 世の中で流行っている商品・サービスは必ず購入／利用したい」「19. 広告で見た商品を話題にしたり購入する」「15. 見た目で商品を購入する」「17. 最先端技術の商品・サービスを購入／利用したい」「14. 衝動買いをすることがある」「11. 特に買うものが無くても、お店の売り場を見て回るのが楽しい」の項目が高い負荷を示しており、流行を気にしたり最先端技術を取り入れたいという意識が高く見受けられることから、「トレンド力」因子と解釈した。

第 2 因子では「5. 価格や機能をインターネットなどで事前に調べてから購入する」「12. ＳＮＳやブログ、口コミサイトで評判の良い商品を購入する」「16. 商品やサービスなどの口コミサイトは欠かさずに見ている」「7. 欲しい商品は、時間や手間をかけてでも見つけるまで探す」の項目が高い負荷を示しており、インターネットを利用して商品に対する情報を集める意識が高く見受けられるため、「情報収集力」因子と解釈した。

第 3 因子では「2. 品質・機能・使い勝手を重視して商品を購入する」「9. 値段が高くても品質の良いものを買う」「8. 商品パッケージに記載された内容をきちんと確認する」「1. 流行より、今の生活にフィットする商品・サービスを選ぶ」の項目が高い負荷を示しており、商品の品質を見極める意識が高く見受けられることから、「分析力」因子と解釈した。

第 4 因子では「4. 特売品やいつもよりお買い得になっている商品を買う」「3. お買い物ポイントをためることができる店舗を利用する」の項目が高い負荷を示しており、お得に買い物をすることを重視する意識が高く見受けられるため、「節約力」因子と解釈した。

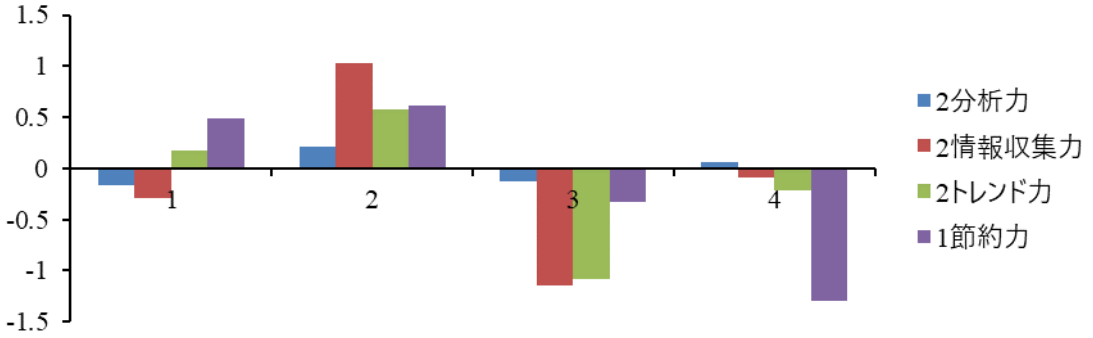
因子分析の結果

	トレンド力	情報収集力	分析力	節約力	共通性
20.世の中で流行っている商品・サービスは必ず購入/利用したい	**.720**	.011	.012	.042	.532
19.広告で見た商品を話題にしたり購入する	**.654**	-.050	-.007	.145	.420
15.見た目で商品を購入する	**.545**	-.175	-.034	.034	.225
17.最先端技術の商品・サービスを購入/利用したい	**.506**	.207	.067	-.083	.426
14.衝動買いをすることがある	**.474**	-.029	-.054	.055	.216
11.特に買うものが無くても、お店の売り場を見て回るのが楽しい	**.363**	.182	-.024	.112	.257
5.価格や機能をインターネットなどで事前に調べてから購入する	-.278	**.864**	-.009	.119	.596
12.ＳＮＳやブログ、口コミサイトで評判の良い商品を購入する	.124	**.709**	-.077	-.058	.590
16.商品やサービスなどの口コミサイトは欠かさずに見ている	.228	**.584**	-.007	-.107	.531
7.欲しい商品は、時間や手間をかけてでも見つけるまで探す	.003	**.414**	.200	.051	.257
2.品質・機能・使い勝手を重視して商品を購入する	-.070	.031	**.615**	.100	.402
9.値段が高くても品質の良いものを買う	.108	-.025	**.572**	-.244	.381
8.商品パッケージに記載された内容をきちんと確認する	.032	.055	**.478**	.036	.251
1.流行より、今の生活にフィットする商品・サービスを選ぶ	-.189	-.053	**.451**	.139	.257
4.特売品やいつもよりお買い得になっている商品を買う	.122	.060	-.028	**.680**	.504
3.お買い物ポイントをためることができる店舗を利用する	.200	-.026	.140	**.326**	.169

Q28-3. クラスター分析

続いて、似た買い物意識を持つ回答者をグループ（クラスター）にまとめるため、「買物意識に関する設問項目」の因子分析にて得られた 4 因子（トレンド力・情報収集力・分析力・節約力）の各平均点を用いて、クラスター分析（Ward 法）を行った。

その結果、4 つのクラスター解を採用した。なお、いずれかの質問項目が未回答または無効回答となっている回答者を除外しているため、n=798 となる。



第 1 クラスター（n=262）は、節約力が高い傾向にあることから、価格やポイント付与などへの関心が高いと判断し、「コスパ重視型」のグループと解釈した。

第 2 クラスター（n=231）は、情報収集力が極めて高く、トレンド力や節約力も高い傾向にあることから、買い物に関して事前に情報を収集することが得意で、かつ価格や機能へのこだわりが高いと判断し、「こだわり型」のグループと解釈した。

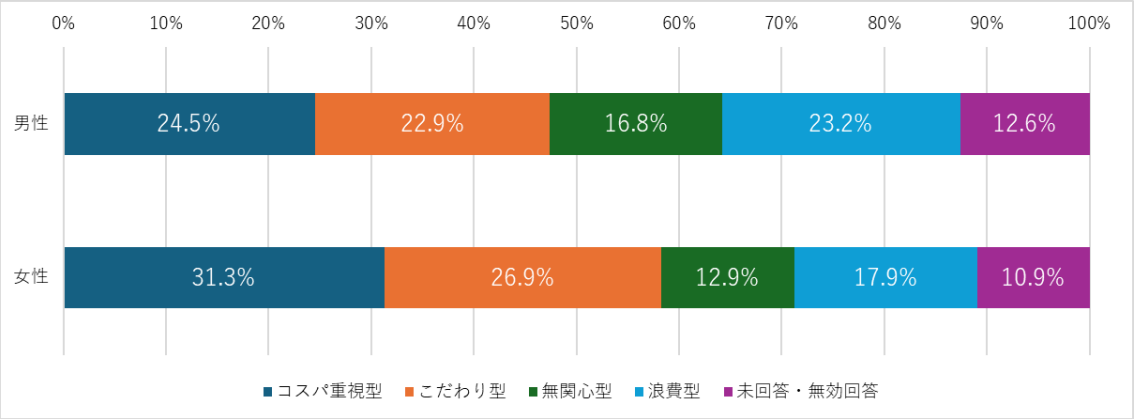
第 3 クラスター（n=128）は、全ての項目が低く、特に情報収集力とトレンド力が極めて低いことから買い物に対して高い関心がないと判断し、「無関心型」のグループと解釈した。

第 4 クラスター（n=177）は、節約力が極めて低く、価格やポイント付与などでのお得な買い物を重視する傾向にないと判断し、「浪費型」のグループと解釈した。

買い物志向別の性別分布

「男性」は、無関心型・浪費型が多い傾向にあり、「女性」はコスパ重視型・こだわり型が多い傾向にあることがわかる。

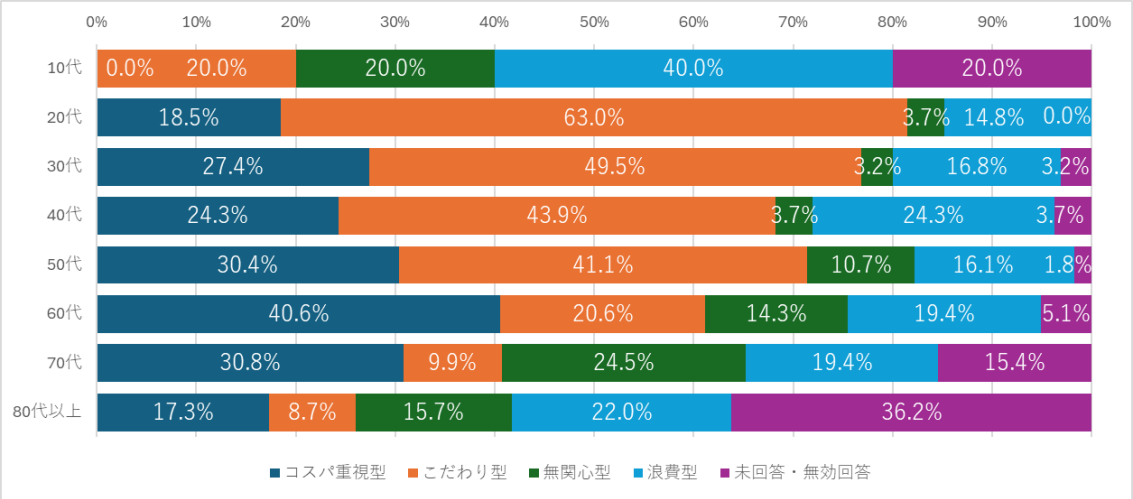
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
男性	76	71	52	72	39	310
女性	184	158	76	105	64	587
未回答	2	2	0	0	3	7
回答数計	262	231	128	177	106	904



買い物志向別の年齢分布

「20 代」「30 代」「40 代」「50 代」はこだわり型、「60 代」、「70 代」はコスパ重視型が多い傾向にあることがわかる。「20 代」は特にこだわり型が多いが、年齢を重ねるにつれてこだわり型が減少し、代わりに無関心型・浪費型が多くなる傾向が見受けられ、「70 代」では無関心型と浪費型の合計割合は 43.9%となり、「80 代以上」になると 37.7%となる。コスパ重視型は「60 代」まで少しずつ増加し、「70 代」からは減少する傾向にある。

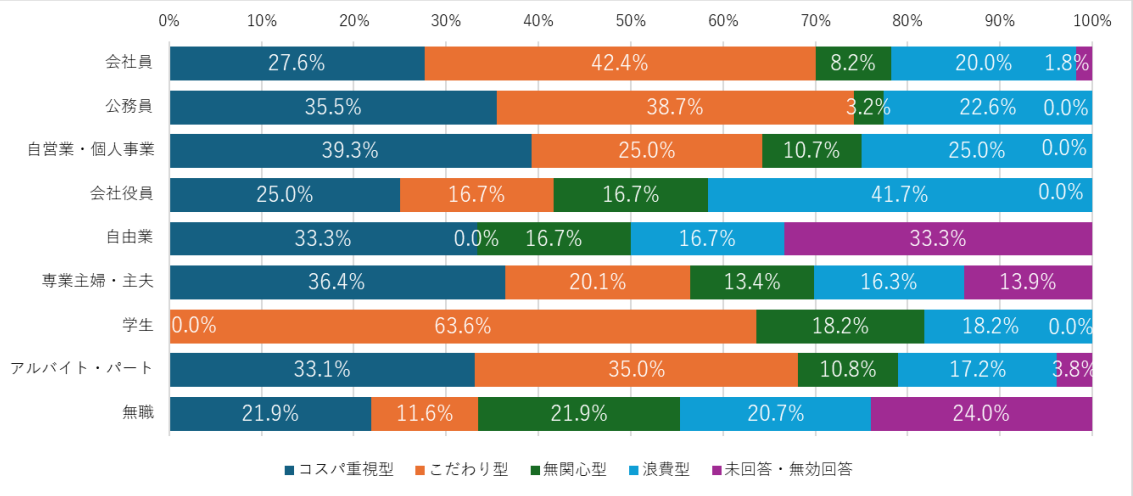
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
10代	0	1	1	2	1	5
20代	5	17	1	4	0	27
30代	26	47	3	16	3	95
40代	26	47	4	26	4	107
50代	34	46	12	18	2	112
60代	71	36	25	34	9	175
70代	78	25	62	49	39	253
80代以上	22	11	20	28	46	127
未回答	0	1	0	0	2	3
回答数計	262	231	128	177	106	904



買い物志向別の職業分布

それぞれ回答者数にばらつきがあることを考慮する必要があるため、回答数が多い職業に注目すると、「会社員」は最もこだわり型の割合が多く、「専業主婦・主夫」は最もコスパ重視型の割合が多い結果となった。無関心型の割合が最も多いのは「無職」であり、買い物に関して事前に情報を収集するなどの行動が最も少ないことが窺える。

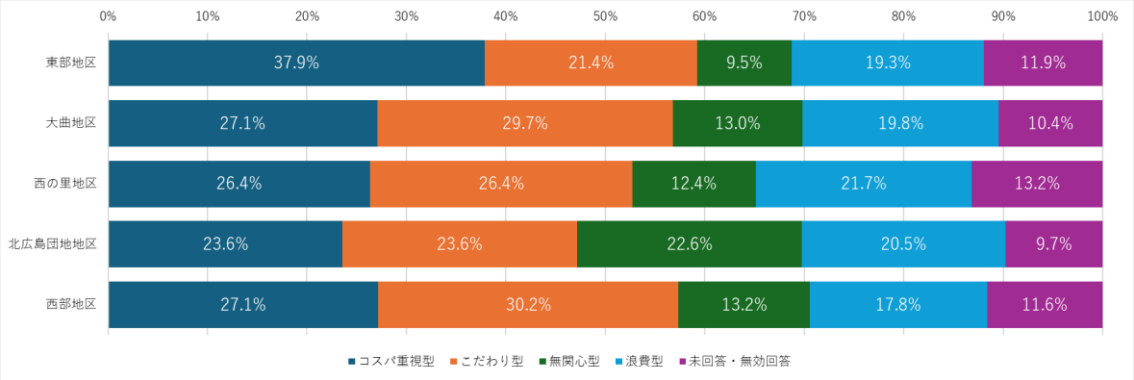
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
会社員	47	72	14	34	3	170
公務員	11	12	1	7	0	31
自営業・個人事業	11	7	3	7	0	28
会社役員	3	2	2	5	0	12
自由業	2	0	1	1	2	6
専業主婦・主夫	76	42	28	34	29	209
学生	0	7	2	2	0	11
アルバイト・パート	52	55	17	27	6	157
無職	53	28	53	50	58	242
その他	5	5	3	4	3	20
未回答	1	1	1	1	4	8
無効回答	1	0	3	5	1	10
回答数計	262	231	128	177	106	904



買い物志向別の居住地分布

コスパ重視型の割合が最も多いのは東部地区となり、こだわり型の割合は西部地区・大曲地区が多いことがわかる。無関心型の割合が最も多いのは北広島団地地区であり、買い物に対しての意識はそれほど高くない。

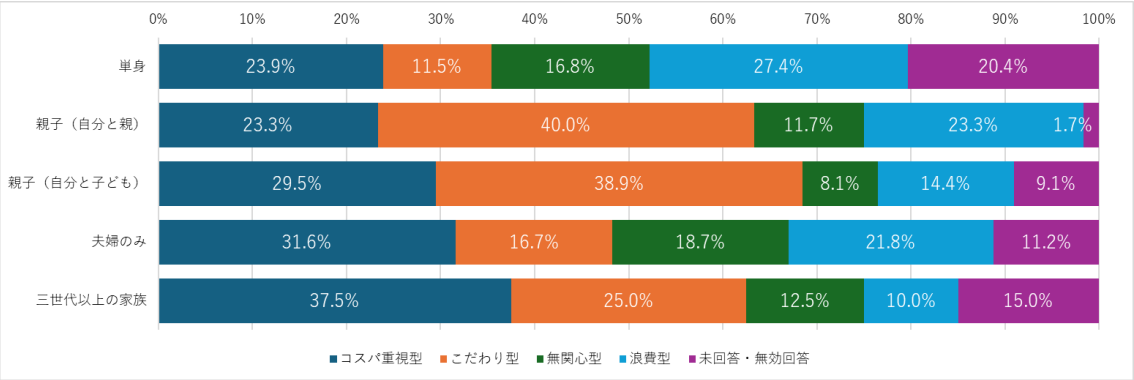
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
東部地区	92	52	23	47	29	243
大曲地区	52	57	25	38	20	192
西の里地区	34	34	16	28	17	129
北広島団地地区	46	46	44	40	19	195
西部地区	35	39	17	23	15	129
未回答	2	2	2	0	3	9
無効回答	1	1	1	1	3	7
回答数計	262	231	128	177	106	904



買い物志向別の世帯構成分布

「単身」「夫婦のみ」は、無関心型・浪費型が多い傾向にあるのに対して、「親子」「三世代以上の家族」ではコスパ重視型・こだわり型が多い傾向にある。

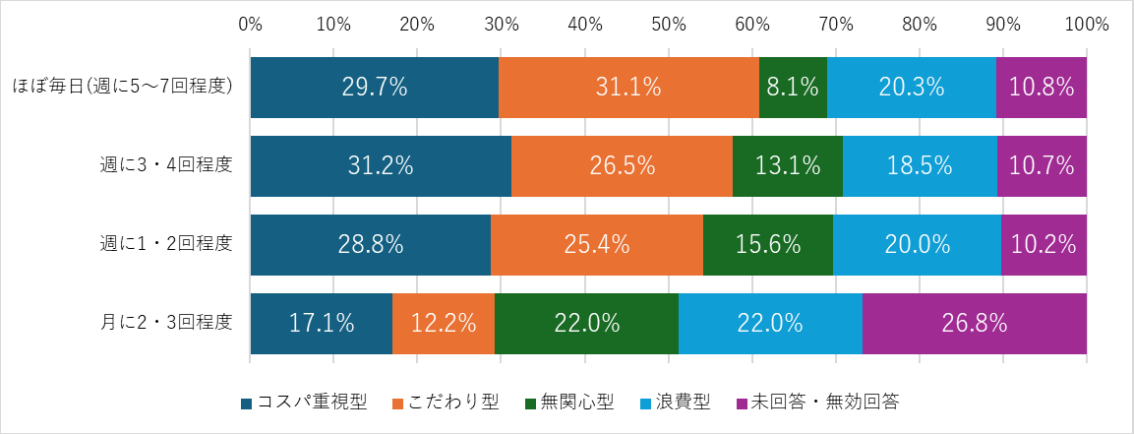
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
単身	27	13	19	31	23	113
親子（自分と親）	14	24	7	14	1	60
親子（自分と子ども）	88	116	24	43	27	298
夫婦のみ	110	58	65	76	39	348
三世代以上の家族	15	10	5	4	6	40
その他	6	6	6	8	5	31
未回答	1	0	1	0	5	7
無効回答	1	4	1	1	0	7
回答数計	262	231	128	177	106	904



買い物志向別の買い物頻度分布

買い物に行く頻度が高い人ほど、コスパ重視型・こだわり型が多い傾向にあるのに対し、買い物に行く頻度が低い人ほど無関心型・浪費型が多い傾向にあることが窺える。

	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
ほぼ毎日(週に5～7回程度)	22	23	6	15	8	74
週に3・4回程度	93	79	39	55	32	298
週に1・2回程度	135	119	73	94	48	469
月に2・3回程度	7	5	9	9	11	41
その他	3	1	1	4	0	9
未回答	0	3	0	0	7	10
無効回答	2	1	0	0	0	3
回答数計	262	231	128	177	106	904

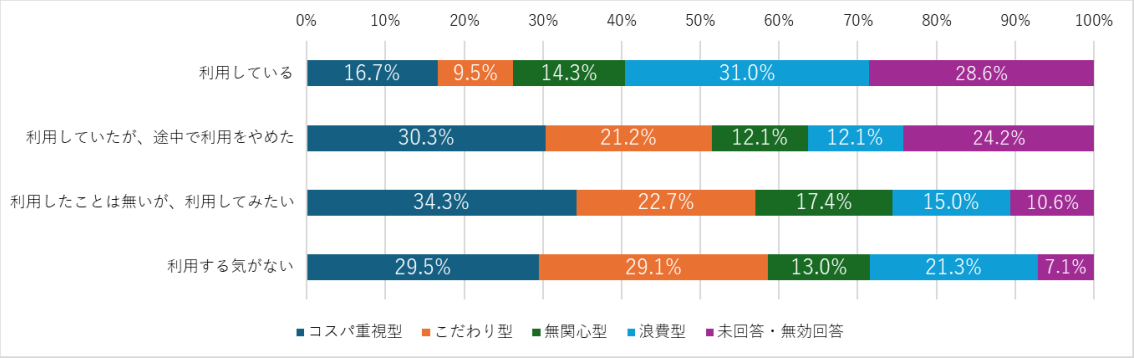


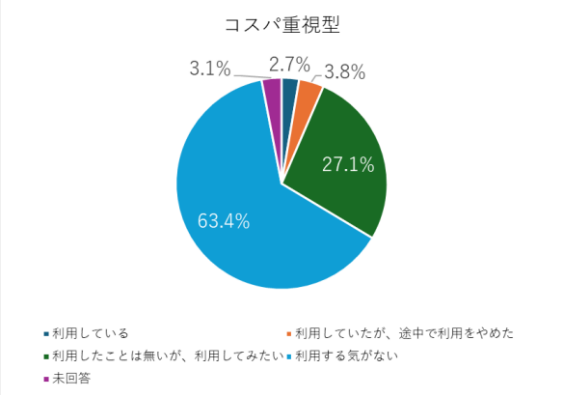
買い物志向別の「移動販売」利用状況

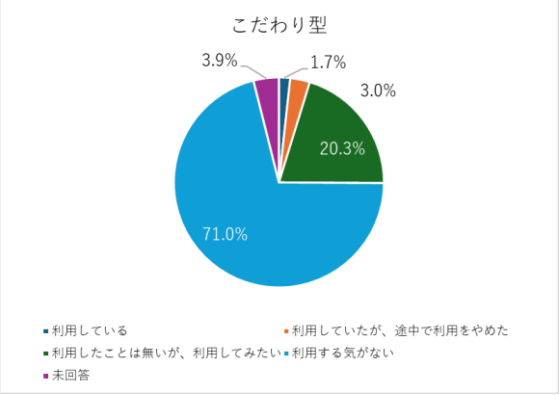
買い物志向別に移動販売の利用状況を集計したところ、現在、最も移動販売を利用しているのは浪費型（31.0%）となった。

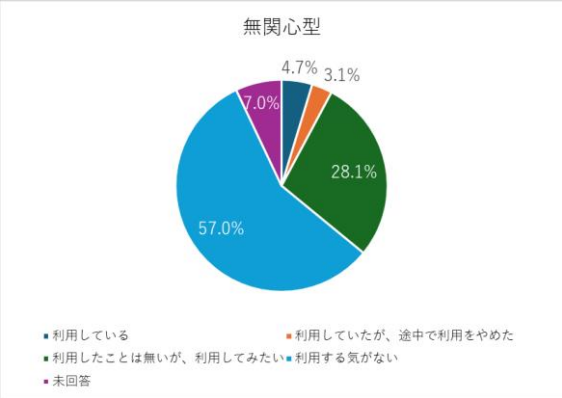
今後、「利用したことは無いが、利用してみたい」と考える割合が最も多いのはコスパ重視型（34.3%）であり、利用ニーズの高さが窺える。

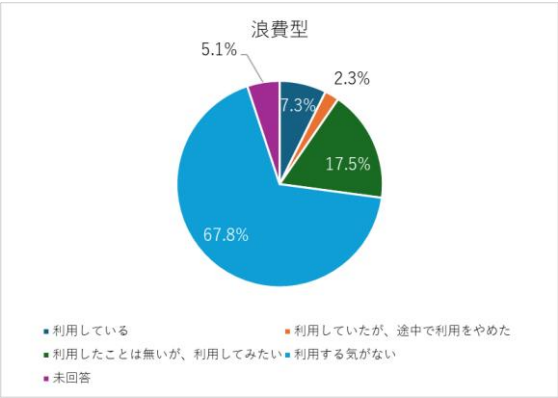
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
利用している	7	4	6	13	12	42
利用していたが、途中で利用をやめた	10	7	4	4	8	33
利用したことは無いが、利用してみたい	71	47	36	31	22	207
利用する気がない	166	164	73	120	40	563
未回答	8	9	9	9	24	59
回答数計	262	231	128	177	106	904









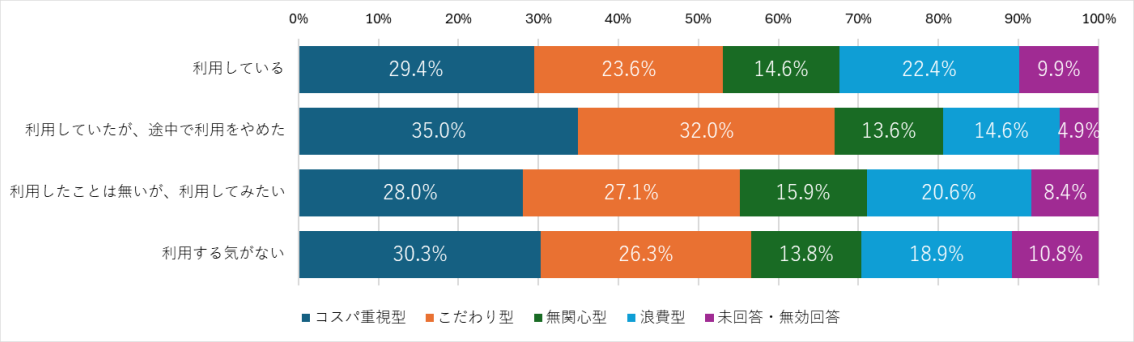


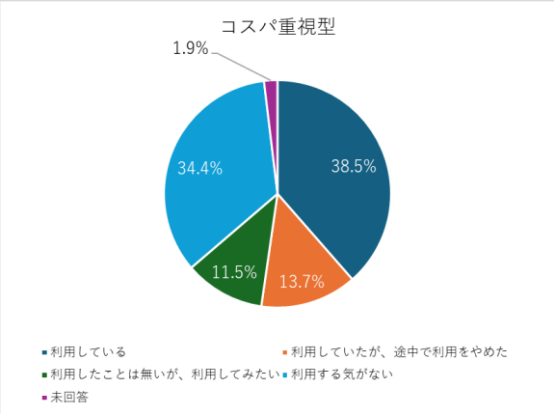
買い物志向別の「宅配サービス」利用状況

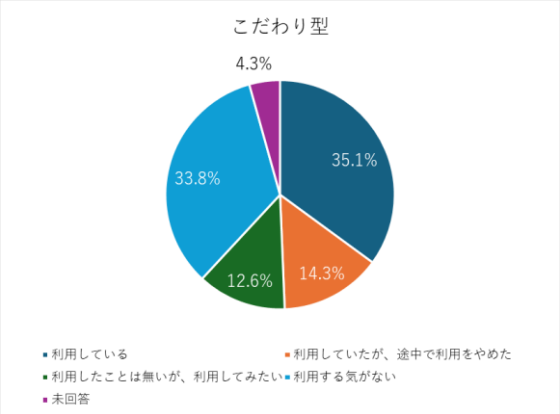
買い物志向別に宅配サービスの利用状況を集計したところ、現在、最も宅配サービスを利用しているのはコスパ重視型（29.4%）となった。

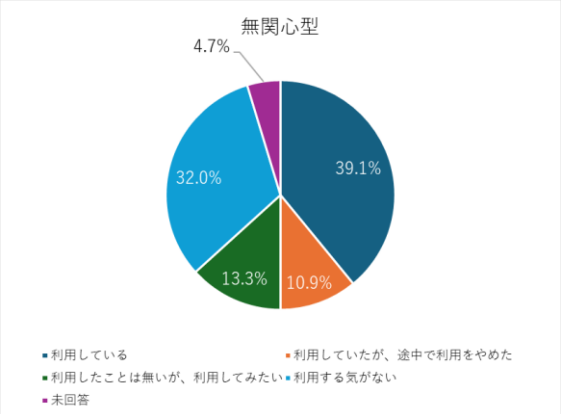
今後、「利用したことは無いが、利用してみたい」と考える割合が最も多いのもコスパ重視型（28.0%）となり、利用ニーズの高さが窺える。

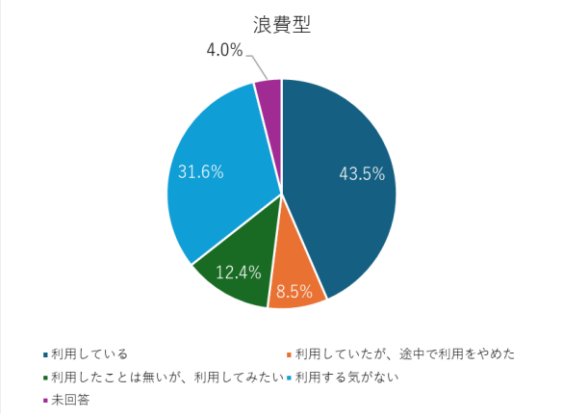
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
利用している	101	81	50	77	34	343
利用していたが、途中で利用をやめた	36	33	14	15	5	103
利用したことは無いが、利用してみたい	30	29	17	22	9	107
利用する気がない	90	78	41	56	32	297
未回答	5	10	6	7	26	54
回答数計	262	231	128	177	106	904









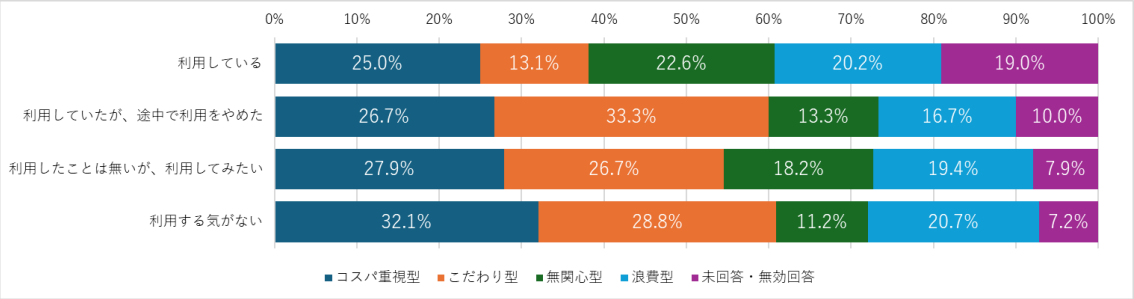


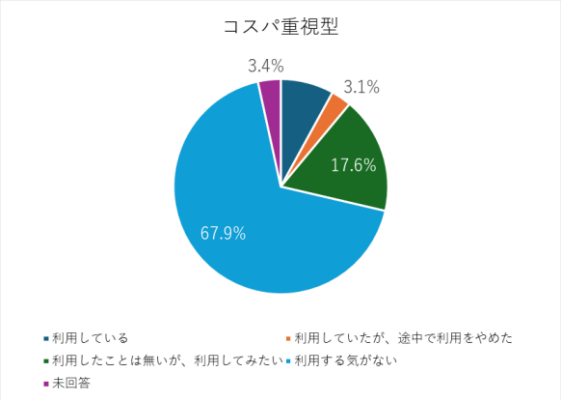
買い物志向別の「配送サービス」利用状況

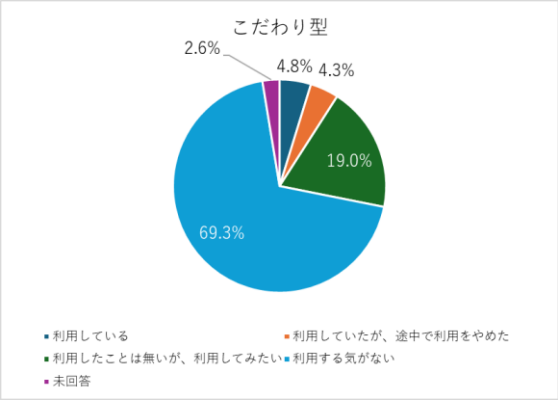
買い物志向別に配送サービスの利用状況を集計したところ、現在、最も配送サービスを利用しているのはコスパ重視型（25.0%）となった。

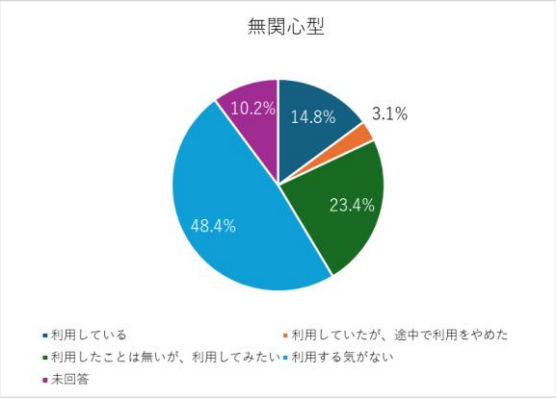
今後、「利用したことは無いが、利用してみたい」と考える割合が最も多いのもコスパ重視型（27.9%）であり、利用ニーズの高さが窺える。

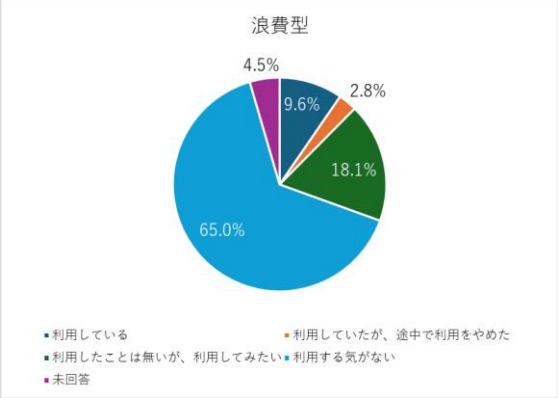
	コスパ重視型	こだわり型	無関心型	浪費型	未回答・無効回答	回答数計
利用している	21	11	19	17	16	84
利用していたが、途中で利用をやめた	8	10	4	5	3	30
利用したことは無いが、利用してみたい	46	44	30	32	13	165
利用する気がない	178	160	62	115	40	555
未回答	9	6	13	8	34	70
回答数計	262	231	128	177	106	904











Q29. 自由記述

ホームセンターや大型スーパーの不足は深刻な問題と捉え、商業施設の増加を求める意見が多数見受けられる。特に、高齢者や交通手段の限られた人々は、これらの施設が不足していることで日常生活に大きな影響を受けている。さらに、バスの本数の減少や飲食店の少なさも、生活の利便性を損なう要因として受け止めている市民が多い。

さらに、高齢者や子育て世代が買い物や外出をより快適に行える環境整備も求めている。公共交通機関や宅配サービスの充実、バリアフリーな環境の整備、さらには子供向けの施設や大型スーパーの設置が望んでいる声があり、これらの施策が実施されることで、市民の生活の質が向上し、地域全体の発展につながると期待する意見が見られた。

その他、詳しい内容については、別紙を参照のこと。