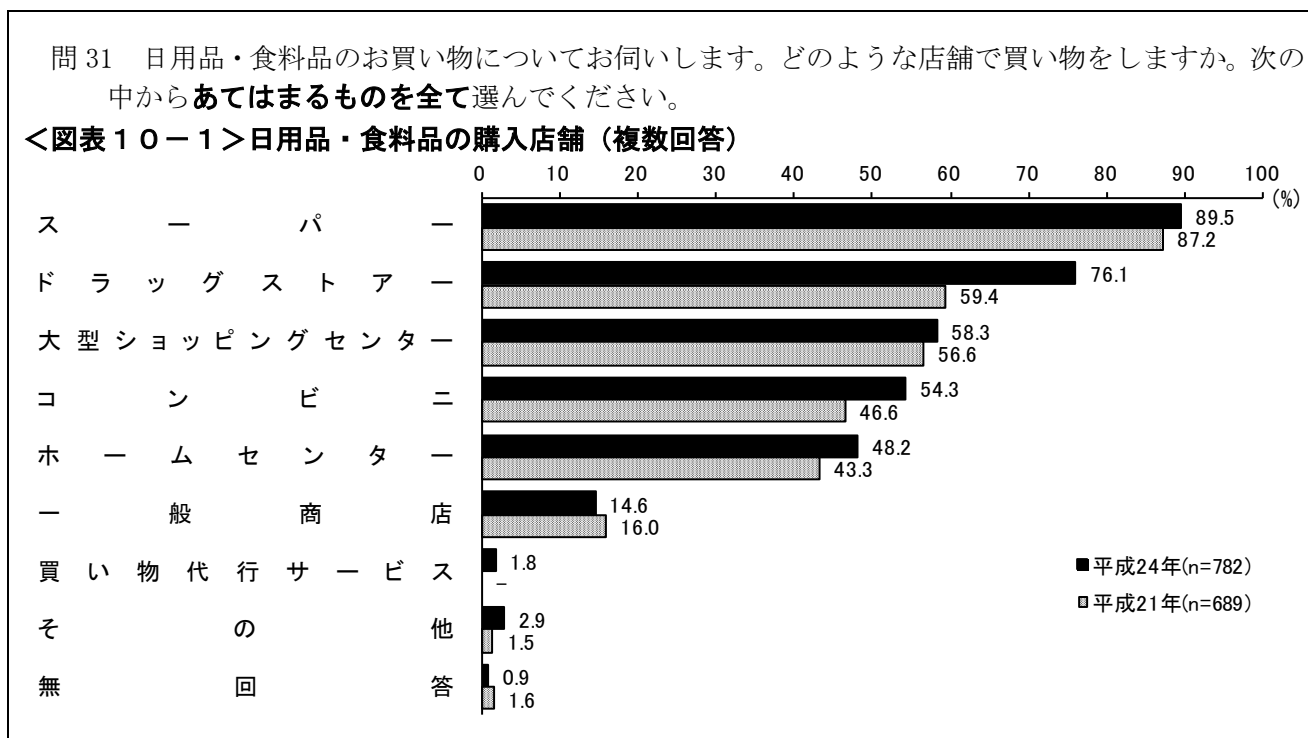


## 10. 消費生活

### (1) 日用品・食料品の購入店舗

◇「スーパー」が9割弱、「ドラッグストア」が7割台半ばを超える

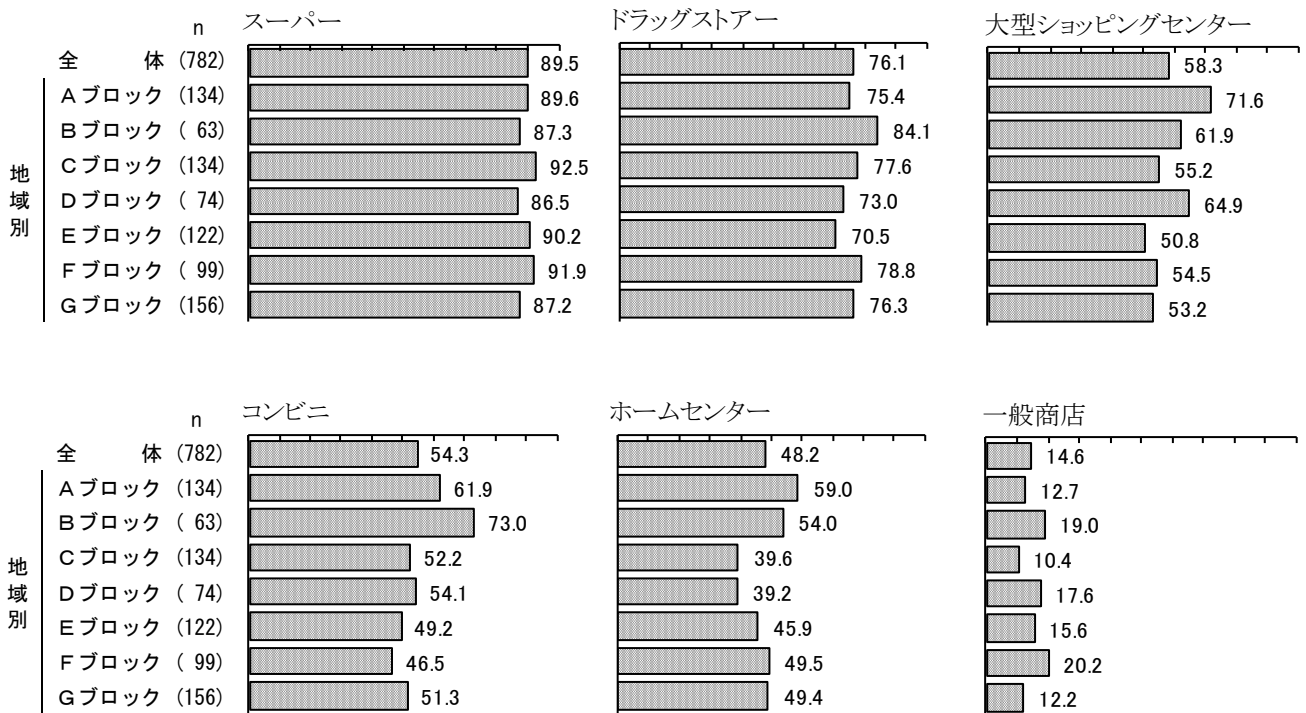


日用品・食料品の購入店舗について尋ねたところ、「スーパー」（89.5%）が最も高く、9割弱となっている。次いで「ドラッグストア」（76.1%）、「大型ショッピングセンター」（58.3%）、「コンビニ」（54.3%）となっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、「ドラッグストア」が16.7ポイント、「コンビニ」が7.7ポイント増加している。（図表10-1）

上位6項目を地域別で見ると、「スーパー」は全てのブロックで9割前後と高くなっている。「ドラッグストア」はBブロック（84.1%）で最も高く、8割台半ば近くとなっており、「大型ショッピングセンター」はAブロック（71.6%）で最も高く、7割強となっている。（図表10-2）

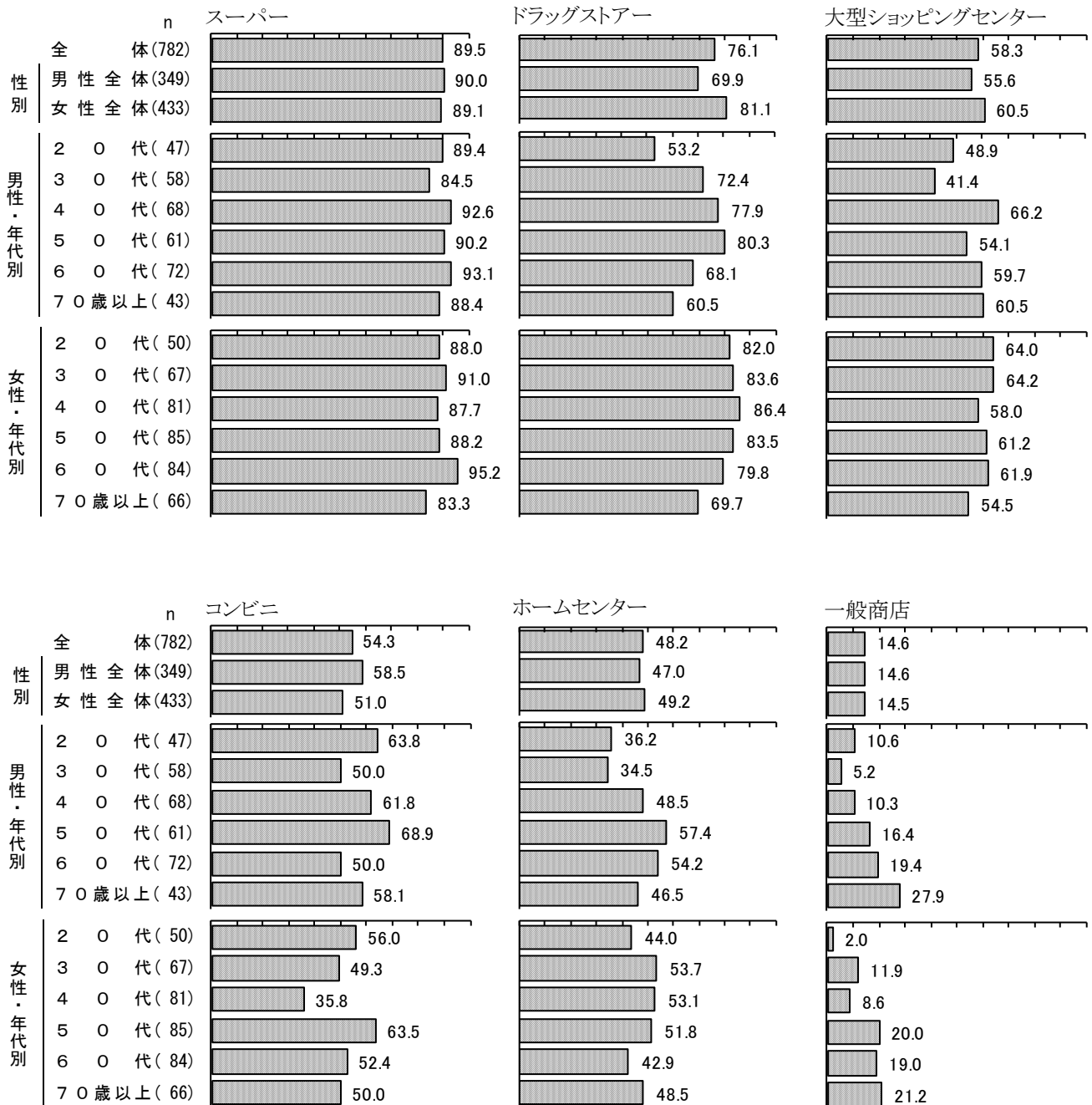
<図表10-2>日用品・食料品の購入店舗／地域別（上位6項目）



上位6項目を性別で見ると、「ドラッグストア」は女性全体（81.1%）が男性全体（69.9%）より11.2ポイント高く、「コンビニ」は男性全体（58.5%）が女性全体（51.0%）より7.5ポイント高くなっている。

性・年代別で見ると、「スーパー」は全ての年代で8割以上と高く、「ドラッグストア」は男性の30代から50代、女性の60代以下の年代で7割以上となっている。「コンビニ」は男性の50代（68.9%）で最も高く、次いで男性の20代（63.8%）、女性の50代（63.5%）となっている。「一般商店」は男女ともに年代が高い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。（図表10-3）

＜図表10-3＞日用品・食料品の購入店舗性別、性・年代別（上位6項目）

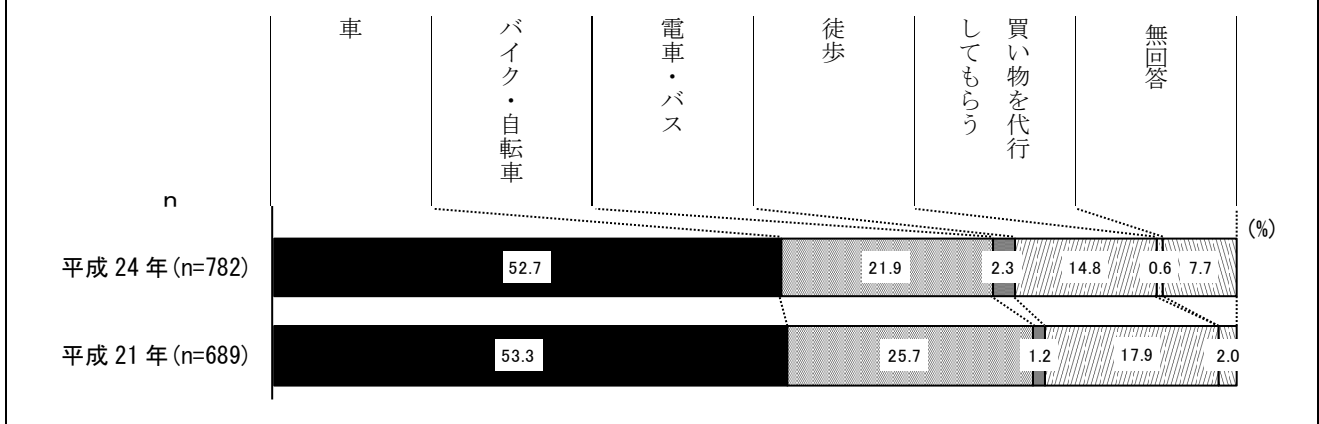


(2) 日用品・食料品の購入時の交通手段

◇「車」が5割強、「バイク・自転車」が2割強

問 31-2 買い物に行く際の主な交通手段は何ですか。次の中から**1つだけ**選んでください。

<図表 10-4>日用品・食料品の購入時の交通手段

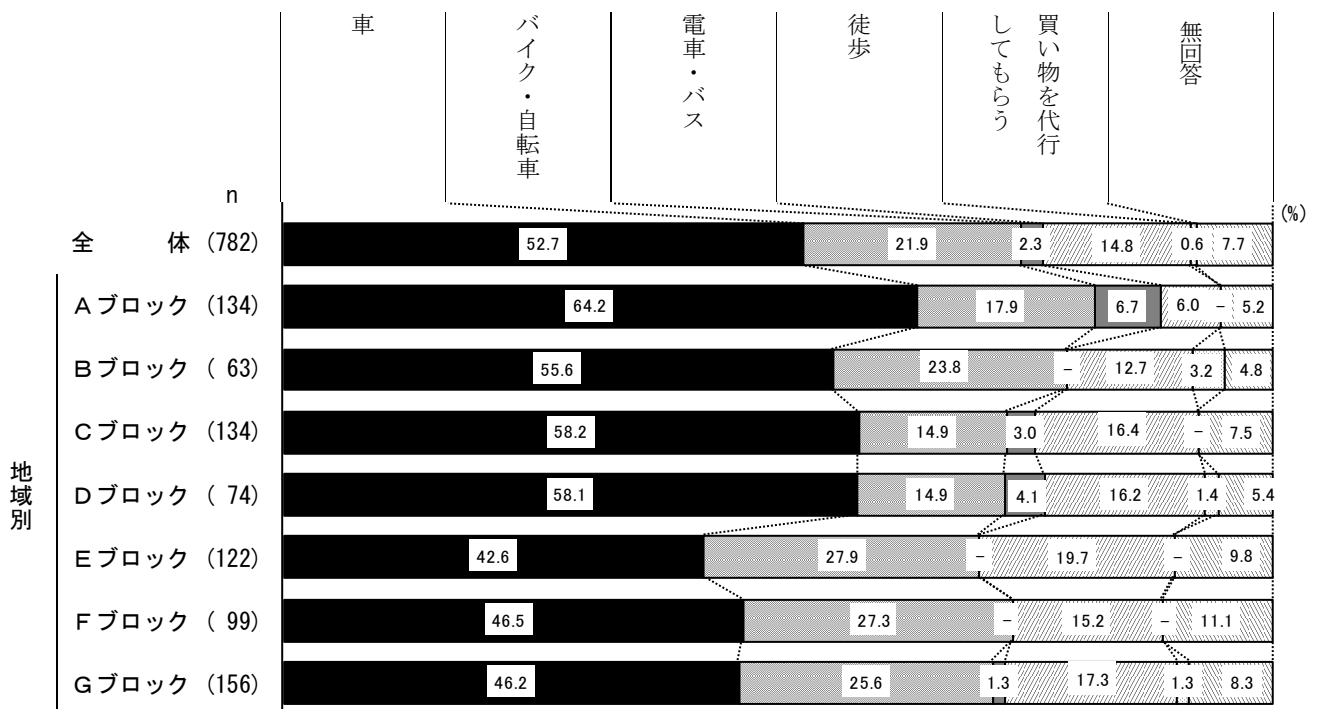


日用品・食料品の購入時の交通手段について尋ねたところ、「車」(52.7%)が5割強で最も高く、次いで「バイク・自転車」(21.9%)、「徒歩」(14.8%)となっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、大きな変化はみられない。(図表 10-4)

地域別でみると、「車」はAブロック(64.2%)で最も高く、Bブロック、Cブロック、Dブロックでも5割以上となっている。「バイク・自転車」はEブロック(27.9%)、Fブロック(27.3%)の順に高い。(図表 10-5)

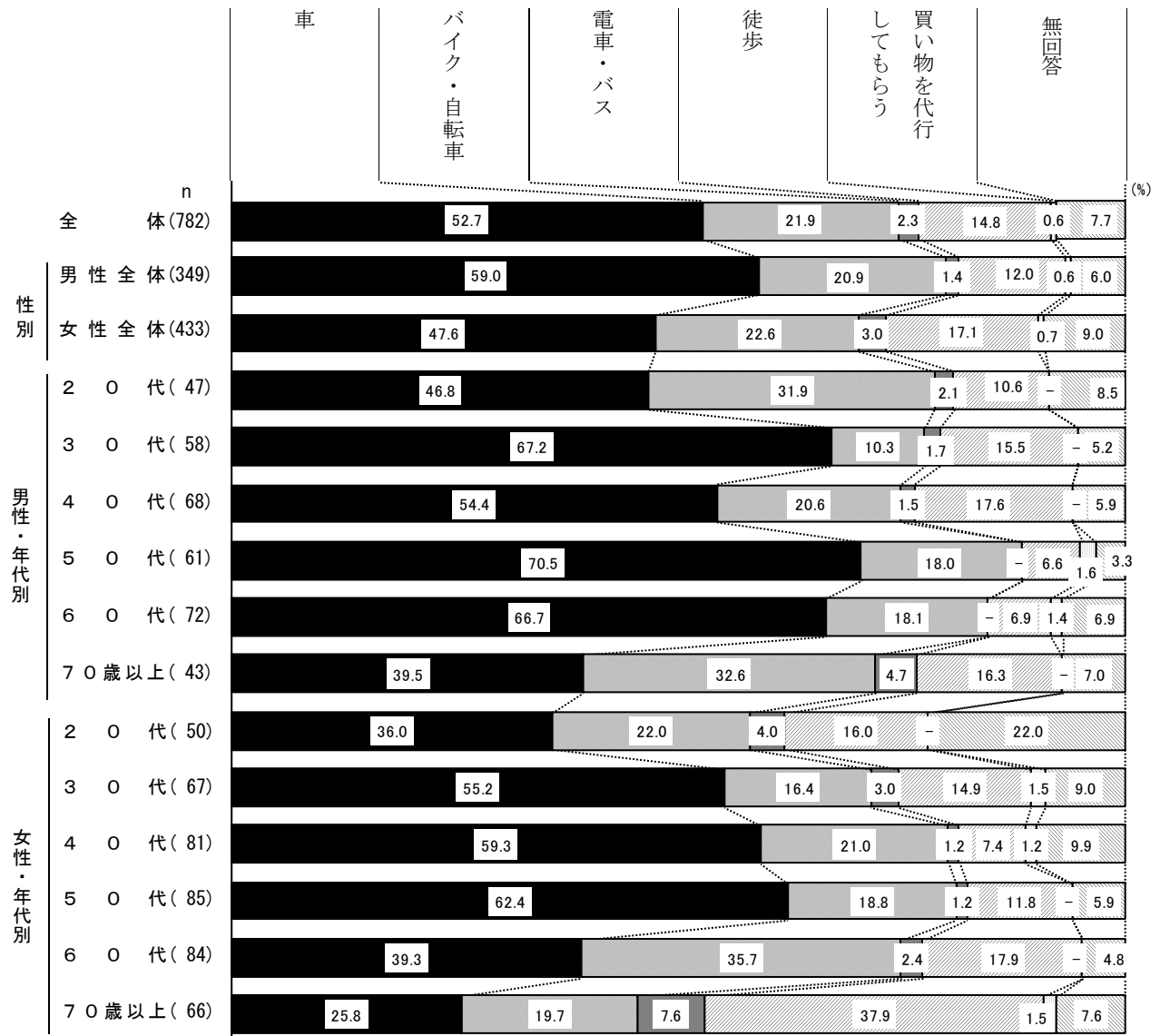
<図表 10-5>日用品・食料品の購入時の交通手段/地域別



性別でみると、「車」は男性全体（59.0%）が女性全体（47.6%）より11.4ポイント高く、「徒歩」は女性全体（17.1%）が男性全体（12.0%）より5.1ポイント高くなっている。

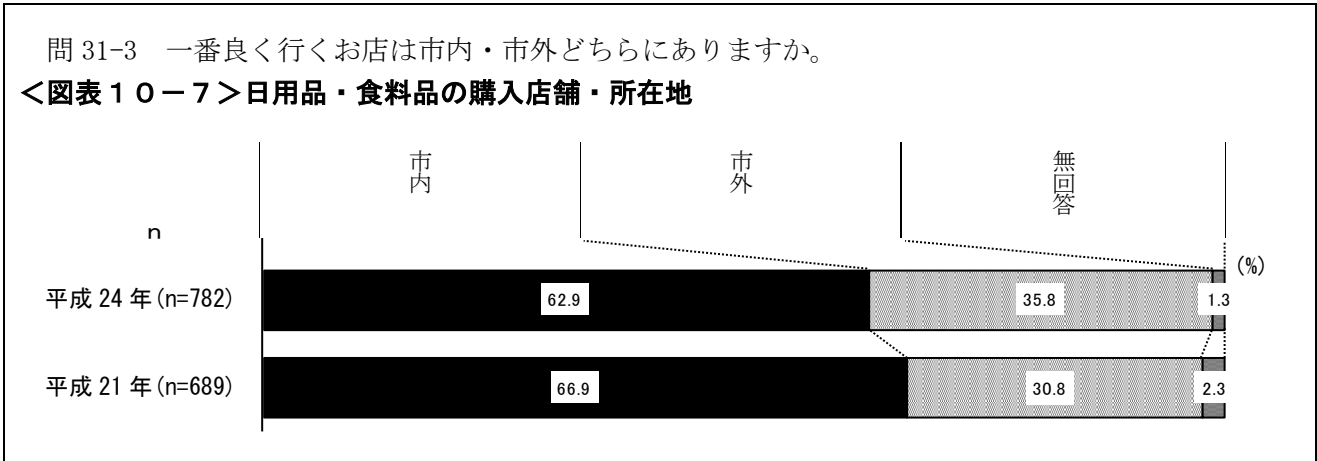
性・年代別でみると、「車」は男性の30代から60代、女性の30代から50代で5割以上となっている。「バイク・自転車」は女性の60代（35.7%）でもっとも高く、次いで男性の70歳以上（32.6%）、20代（31.9%）となっている。「徒歩」は女性の70歳以上（37.9%）で最も高い。（図表10-6）

＜図表10-6＞日用品・食料品の購入時の交通手段／性別、性・年代別



(3) 日用品・食料品の購入店舗・所在地

◇「市内」が6割強

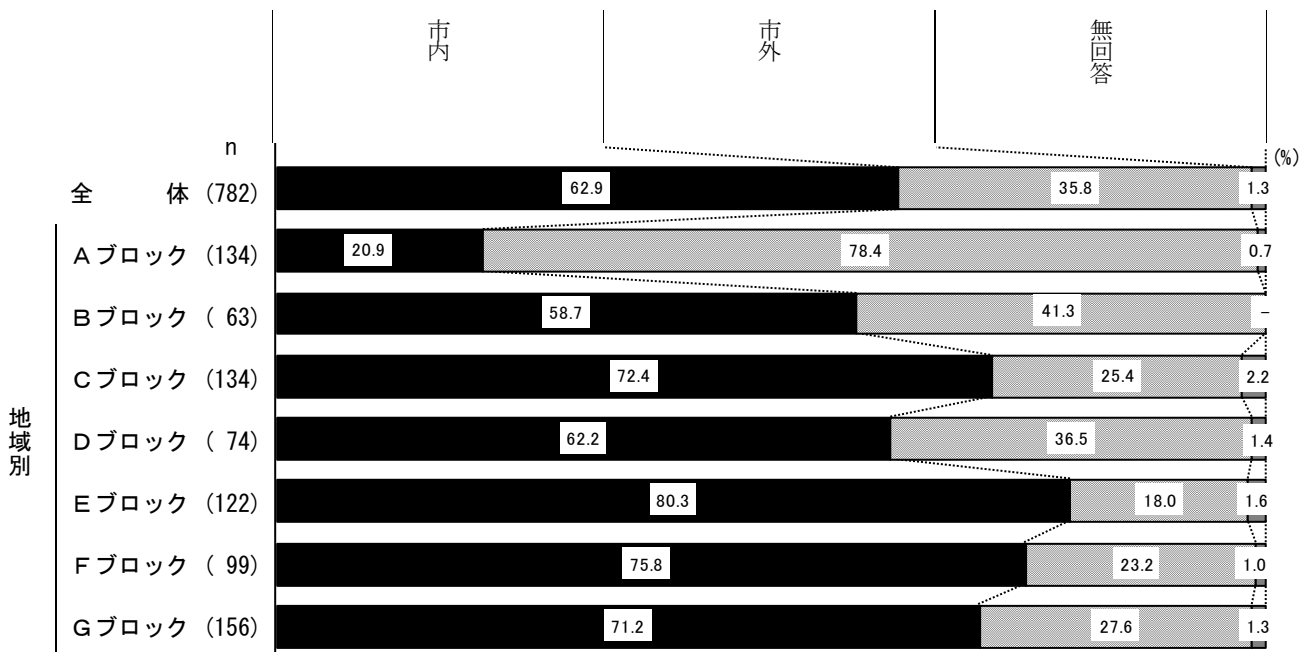


日用品・食料品の購入店舗・所在地について尋ねたところ、「市内」(62.9%) が6割強、「市外」(35.8%) が3割台半ばとなっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、「市内」が4.0ポイント減少している。(図表 10-7)

地域別でみると、「市内」はEブロック (80.3%) で最も高く、次いでFブロック (75.8%)、Cブロック (72.4%)、Gブロック (71.2%) となっており、それぞれ7割以上となっている。「市外」はAブロック (78.4%) で最も高く、8割近くとなっている。(図表 10-8)

<図表 10-8>日用品・食料品の購入店舗・所在地／地域別

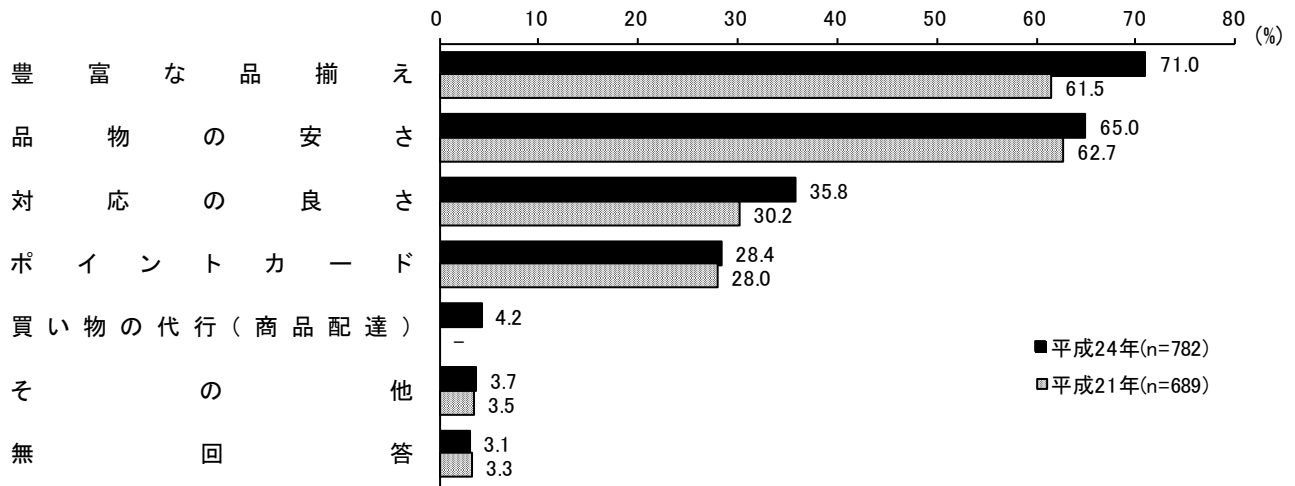


(4) 市内の商店に希望するサービス

◇「豊富な品揃え」が7割強、「品物の安さ」が6割台半ば

問 31-4 市内の商店にどのようなサービスを望みますか。次の中からあてはまるものを全て選んでください。

<図表10-9>市内の商店に希望するサービス（複数回答）



市内の商店に希望するサービスについて尋ねたところ、「豊富な品揃え」(71.0%)が最も高く、7割強となっている。次いで、「品物の安さ」(65.0%)が6割台半ば、「対応の良さ」(35.8%)が3割台半ば、「ポイントカード」(28.4%)が3割近くとなっている。

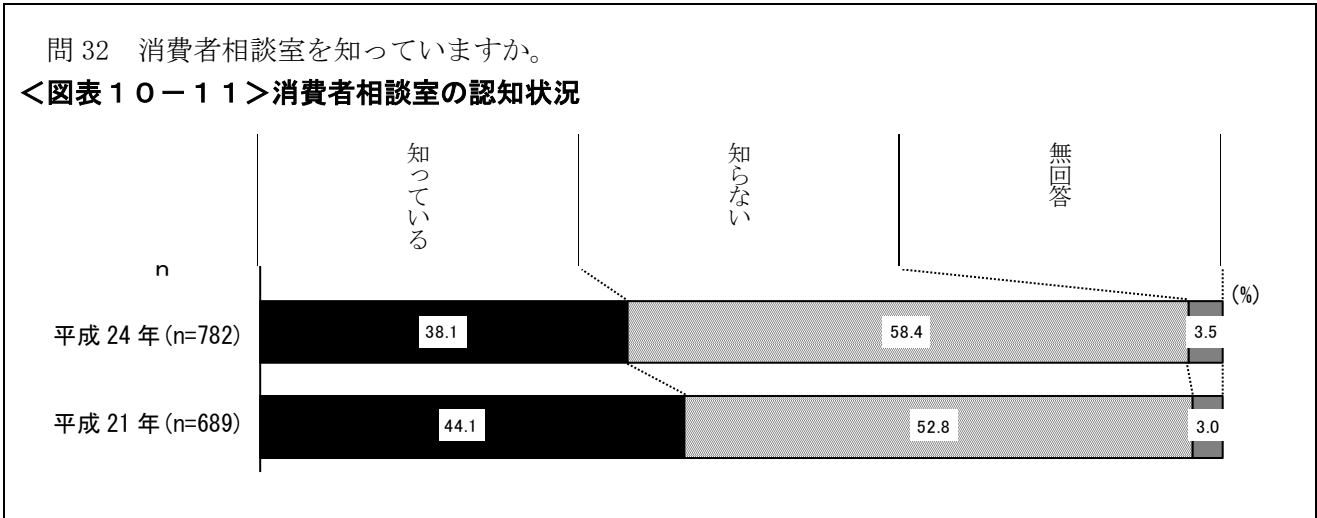
平成21年度の調査結果と比較すると、「豊富な品揃え」で9.5ポイント、「対応の良さ」で5.6ポイント増加している。(図表10-9)





(5) 消費者相談室の認知状況

◇「知っている」が4割近く、「知らない」が6割近く

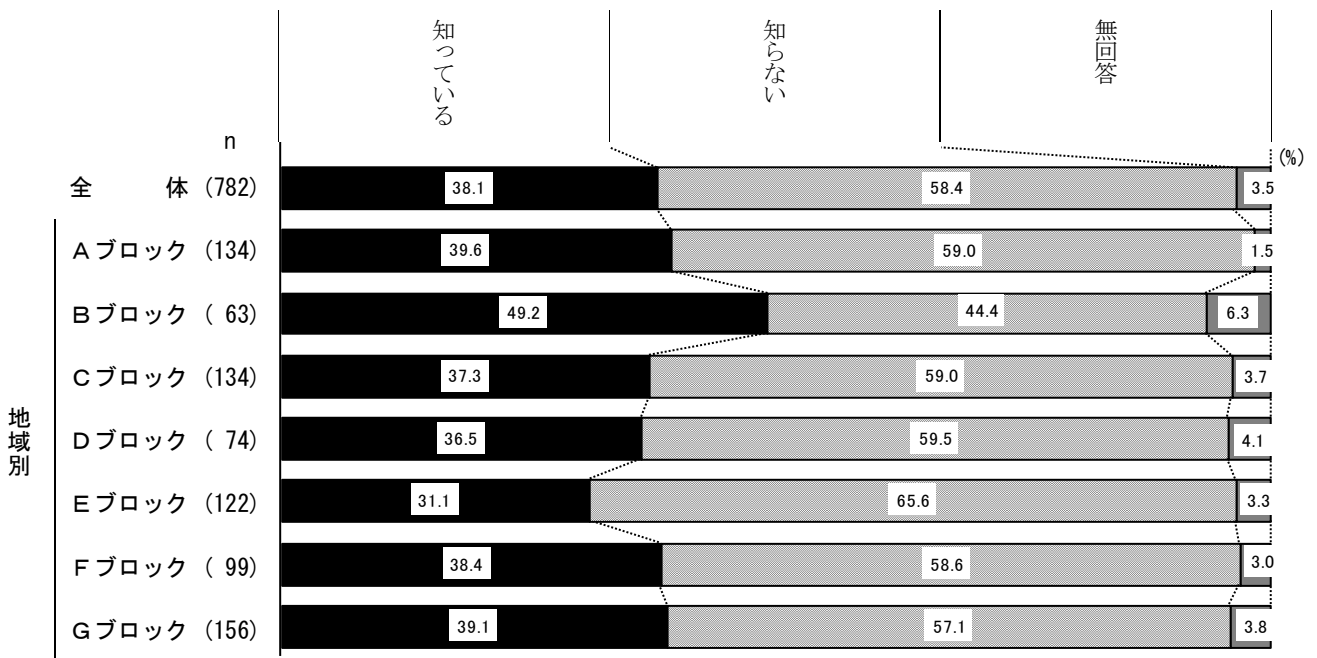


消費者相談室の認知状況について尋ねたところ、「知っている」(38.1%)が4割近く、「知らない」(58.4%)が6割近くとなっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、「知っている」が6.0ポイント減少している。(図表 10-11)

地域別で見ると、「知っている」はBブロック(49.2%)で最も高く、5割弱となっている。「知らない」は、Bブロックを除く全てのブロックで5割以上を占めており、Eブロック(65.6%)で最も高く、6割台半ばとなっている。(図表 10-12)

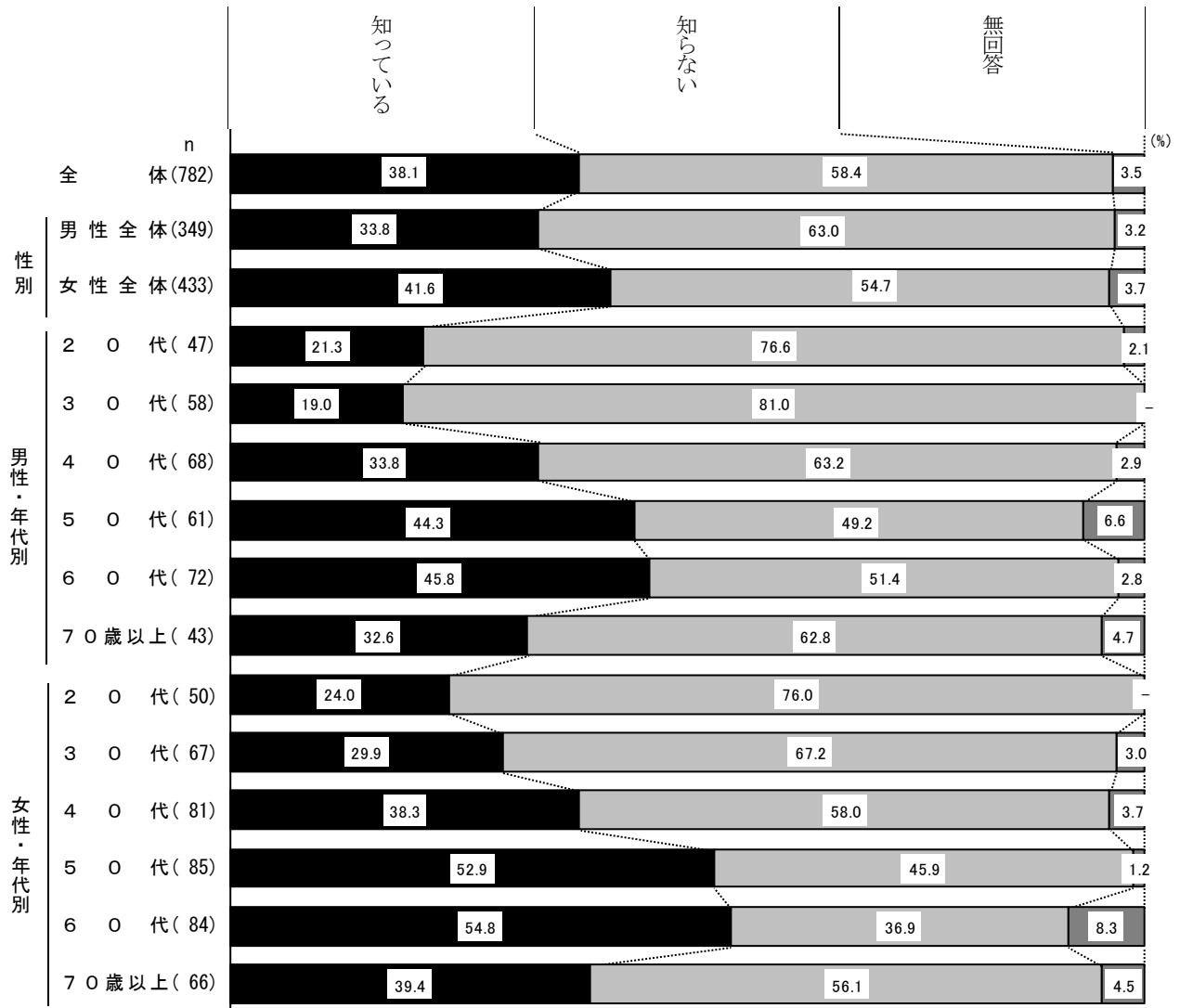
＜図表 10-12＞消費者相談室の認知状況／地域別



性別でみると、「知っている」は女性全体（41.6%）が男性全体（33.8%）より7.8ポイント高い。

性・年代別でみると、「知っている」は女性の60代（54.8%）、50代（52.9%）の順に高く、それぞれ5割以上となっている。「知らない」は男性の30代（81.0%）で最も高く、次いで男性の20代（76.6%）、女性の20代（76.0%）となっている。（図表10-13）

<図表10-13>消費者相談室の認知状況／性別、性・年代別

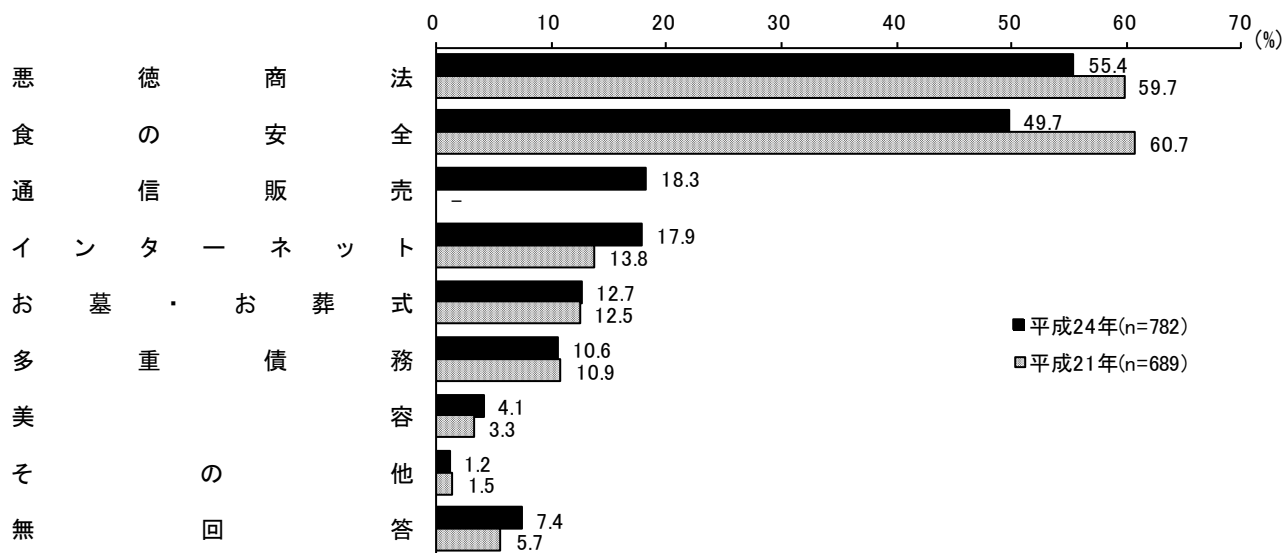


(6) 消費者問題についての関心事

◇「悪徳商法」が5割台半ば、「食の安全」が5割弱

問 32-2 消費者問題でどのようなテーマに関心がありますか。次の中から **あてはまるものを全て選**んでください。

<図表10-14>消費者問題についての関心事（複数回答）



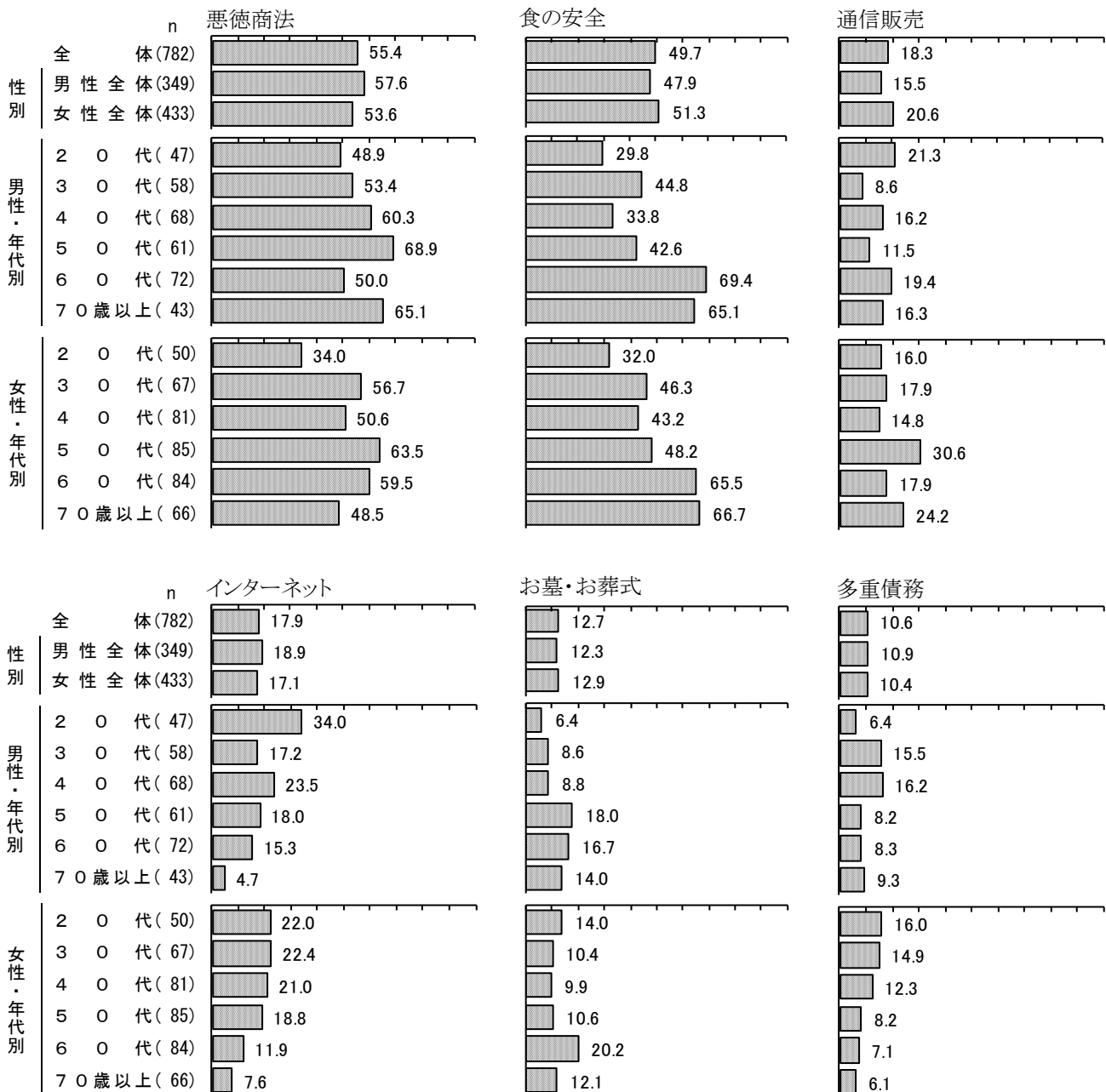
消費者問題についての関心事について尋ねたところ、「悪徳商法」(55.4%)が最も高く、5割台半ばとなっている。次いで、「食の安全」(49.7%)が5割弱、「通信販売」(18.3%)が2割近くとなっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、「食の安全」が11.0ポイント、「悪徳商法」が4.3ポイント減少し、新設項目の「通信販売」が上位3項目に入っている。(図表10-14)

上位6項目を性別で見ると、「通信販売」は女性全体（20.6%）が男性全体（15.5%）より5.1ポイント高い。

性・年代別で見ると、「悪徳商法」は男性の50代（68.9%）、70歳以上（65.1%）、女性の50代（63.5%）、男性の40代（60.3%）の順に高く、それぞれ6割以上となっている。「食の安全」は男女ともに60歳以上の年代で6割以上と高くなっている。「インターネット」は男女ともに年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。（図表10-15）

＜図表10-15＞消費者問題についての関心事／性別、性・年代別（上位6項目）



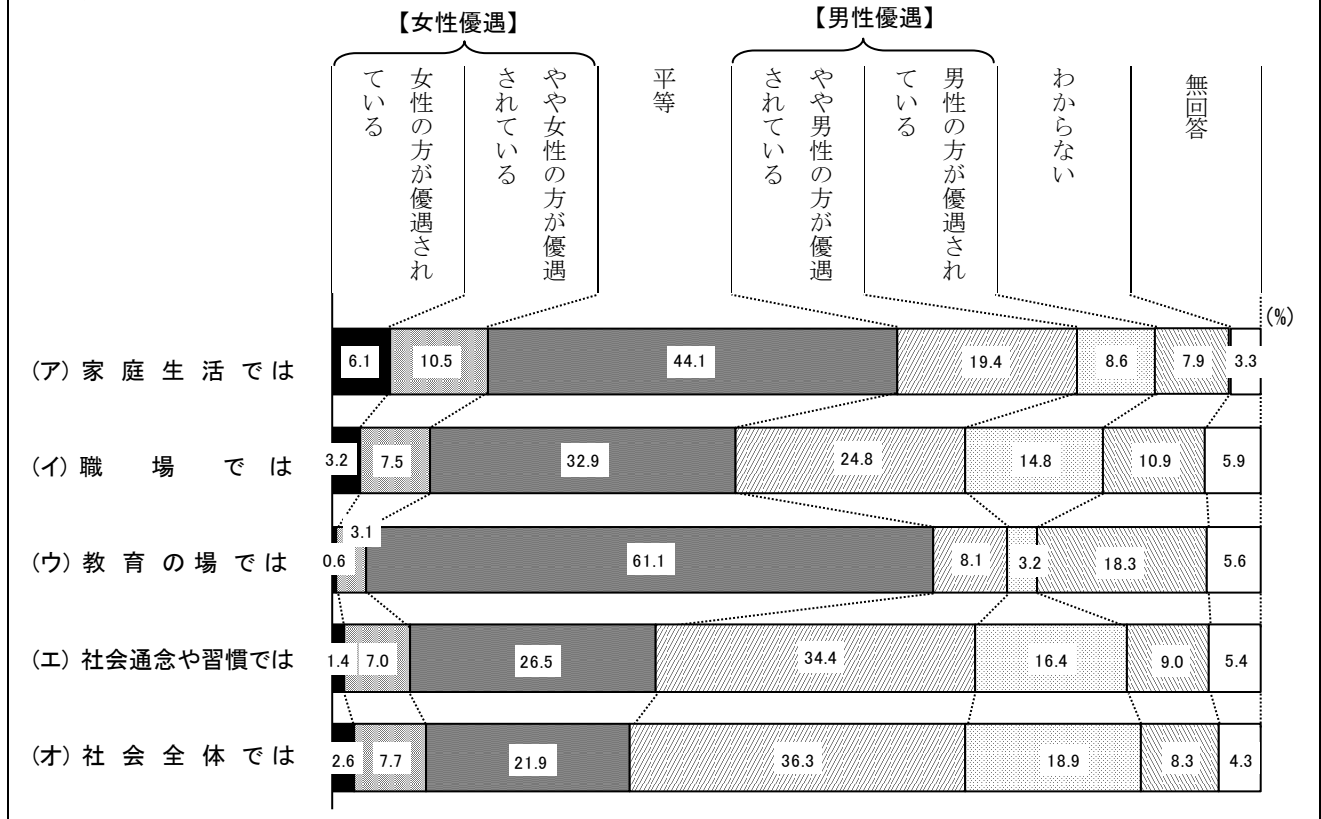
## 11. 男女共同参画

### (1) 男女の地位

◇社会全体での【男性優遇】が5割台半ば、教育の場での「平等」が6割強

問 33 あなたの身近なそれぞれの場において、男女の地位は平等になっていると思いますか。その場  
にいない場合でも、周りを見て最も近いと感じるものをお選びください。(ア) から (オ) まで  
の各項目について、それぞれ1つずつ選んで番号に○をつけてください。

＜図表 1 1 - 1＞男女の地位



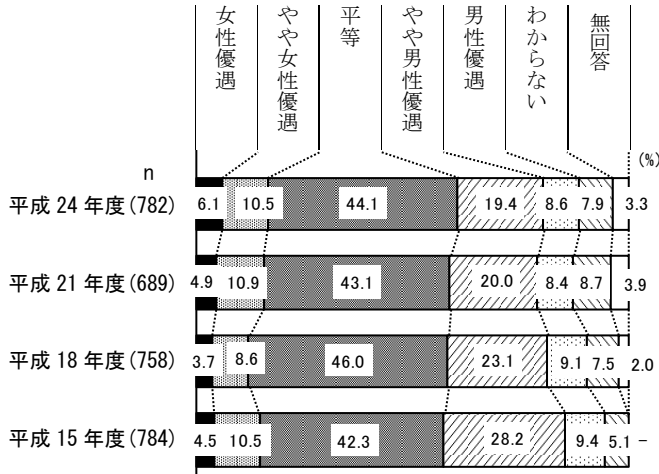
それぞれの場面での男女の地位について尋ねたところ、「男性の方が優遇されている」と「やや男性の方が優遇されている」を合わせた【男性優遇】は、『社会全体では』(55.2%)で最も高く、5割台半ばとなっており、次いで『(エ) 社会通念や習慣では』(50.8%)で約5割となっている。「平等」は『教育の場では』(61.1%)で最も高く、6割強となっている。「女性の方が優遇されている」と「やや女性の方が優遇されている」を合わせた【女性優遇】は、全ての場面で2割以下に留まる。(図表 1 1 - 1)

『教育の場では』の「わからない」が他の項目より高くなっているが、回答者の属性が「学生」の数が18件と少なく、「学生」の回答だけをみると、「平等」14件(77.8%)、「やや女性の方が優遇されている」1件(11.1%)、「わからない」1件(5.6%)、「無回答」1件(5.6%)となっている。(本報告書「V. 集計結果表」のとおり)

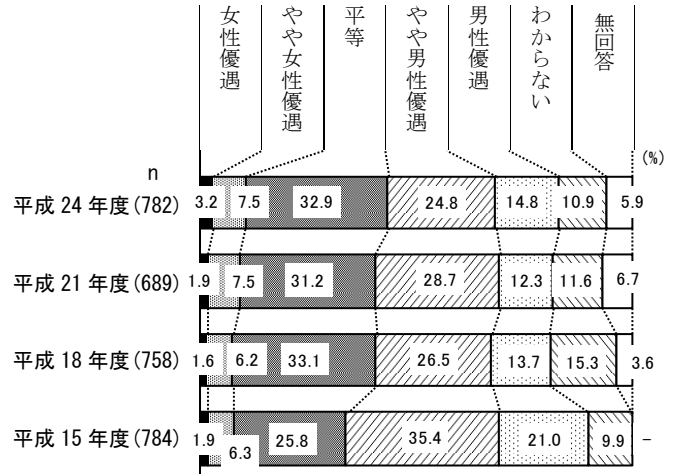
過年度調査の推移をみると、『(イ) 職場では』、『(エ) 社会通念や習慣では』、『(オ) 社会全体では』の「平等」で増加傾向がみられ、平成15年度と比較するとそれぞれ5ポイント以上増加している。  
(図表11-2)

＜図表11-2＞男女の地位／過年度推移

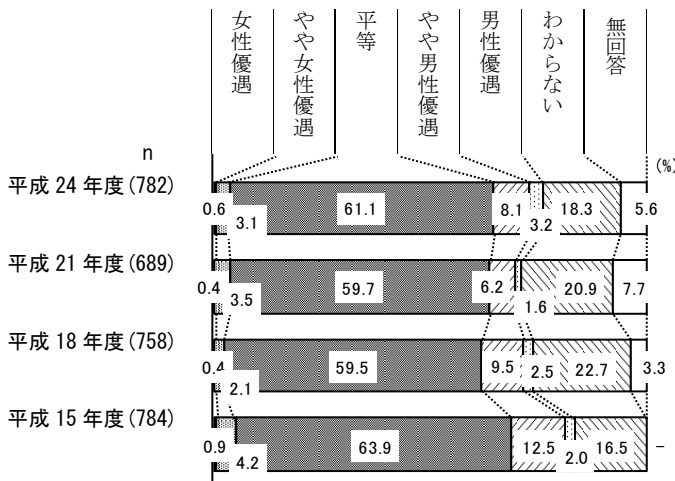
『(ア) 家庭生活では』



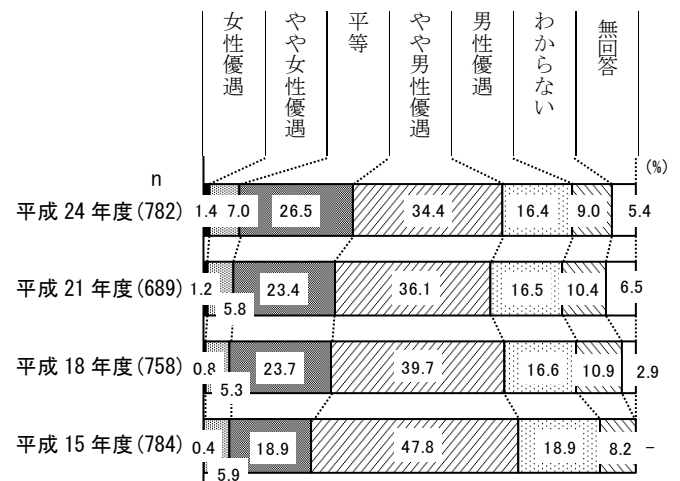
『(イ) 職場では』



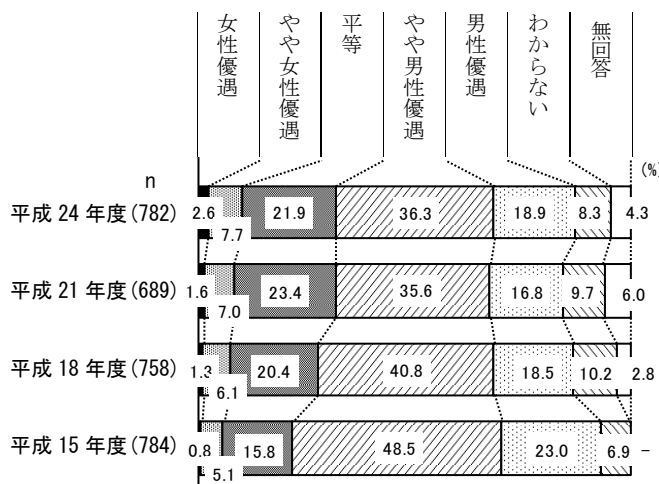
『(ウ) 教育の場では』



『(エ) 社会通念や習慣では』



『(オ) 社会全体では』

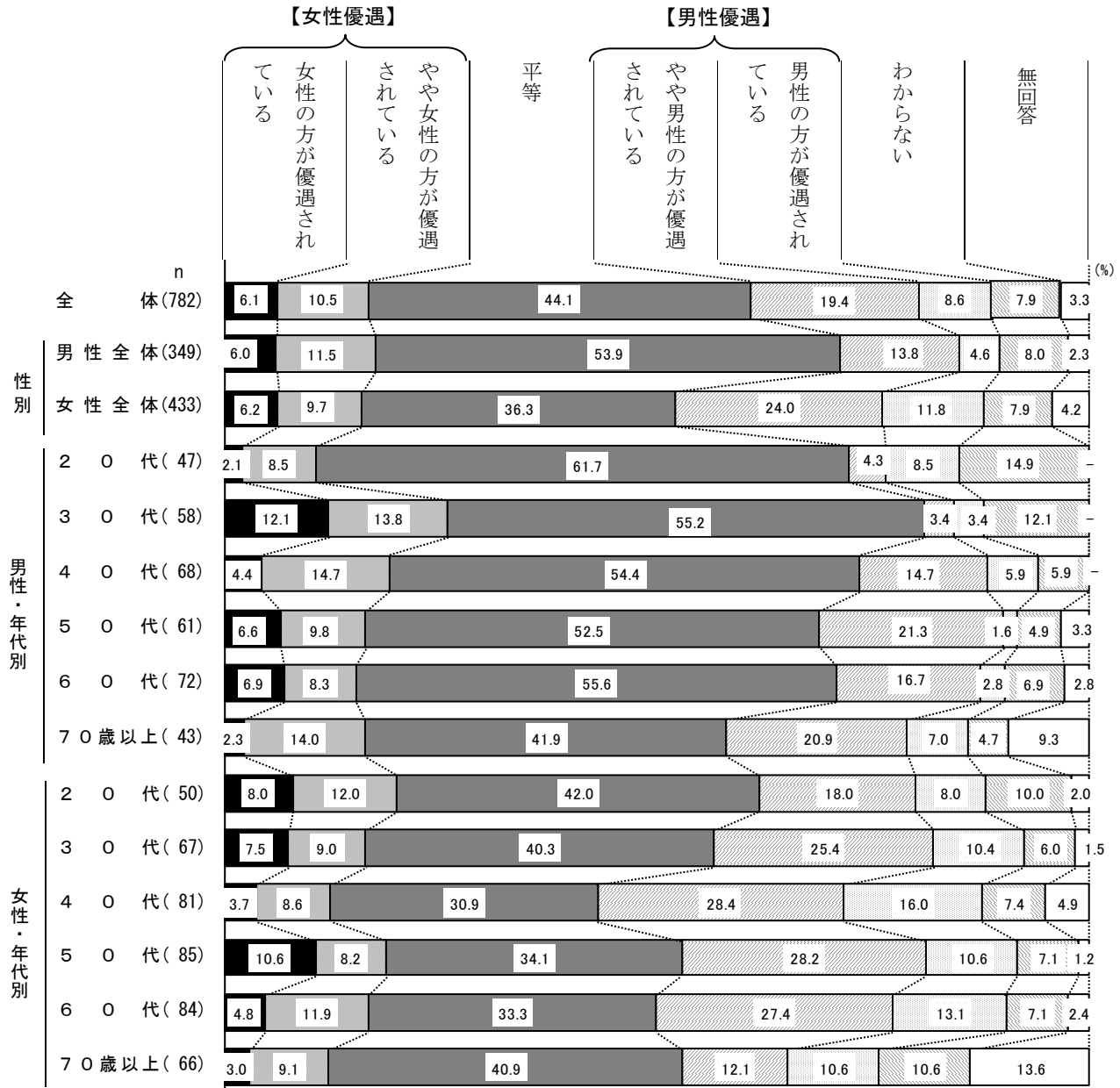


(ア) 家庭生活では

性別でみると、「平等」は男性全体（53.9%）が女性全体（36.3%）より17.6ポイント高く、【男性優遇】は女性全体（35.8%）が男性全体（18.4%）より17.4ポイント高くなっている。

性・年代別でみると、「平等」は男性の20代（61.7%）で最も高く、男性では70歳以上を除く全ての年代で5割以上を占めており、年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。女性では、40代から60代の年代で3割台に留まっている。【男性優遇】は女性の40代（44.4%）で最も高く、4割台半ば近くとなっており、【女性優遇】は男性の30代（25.9%）で最も高く、2割台半ばとなっている。（図表11-3）

＜図表11-3＞男女の地位（家庭生活では）／性別、性・年代別

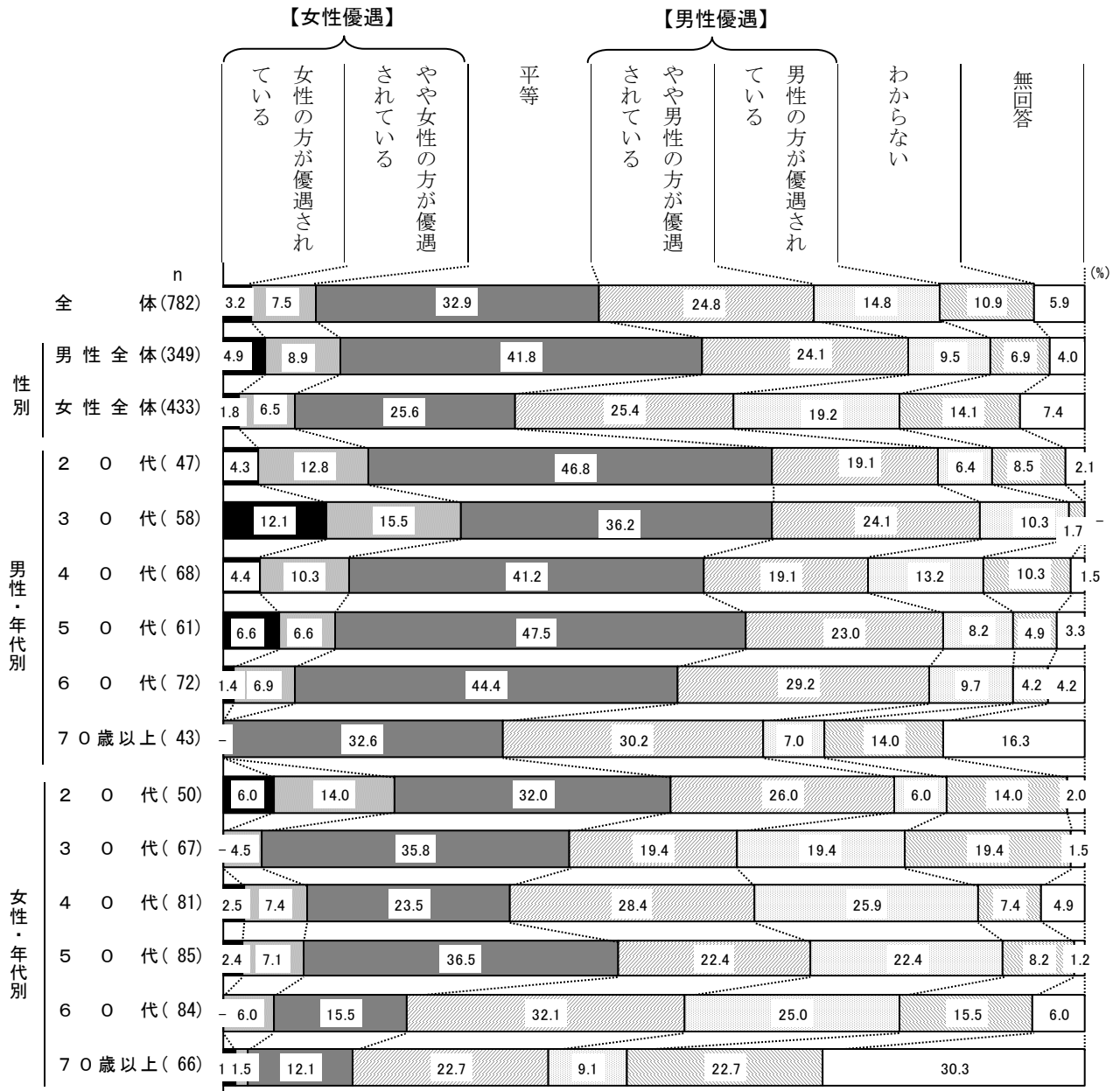


(イ) 職場では

性別でみると、「平等」は男性全体（41.8%）が女性全体（25.6%）より、16.2ポイント高くなっており、【男性優遇】は女性全体（44.6%）が男性全体（33.6%）より11.0ポイント高くなっている。

性・年代別でみると、「平等」は男性の30代、70歳以上を除く年代で4割以上となっている。【男性優遇】は、女性の60代（57.1%）で最も高く、次いで女性の40代（54.3%）と、それぞれ5割以上となっている。【女性優遇】は男性の30代（27.6%）で最も高く、2割台半ばを超える。（図表11-4）

<図表11-4>男女の地位（職場では）／性別、性・年代別



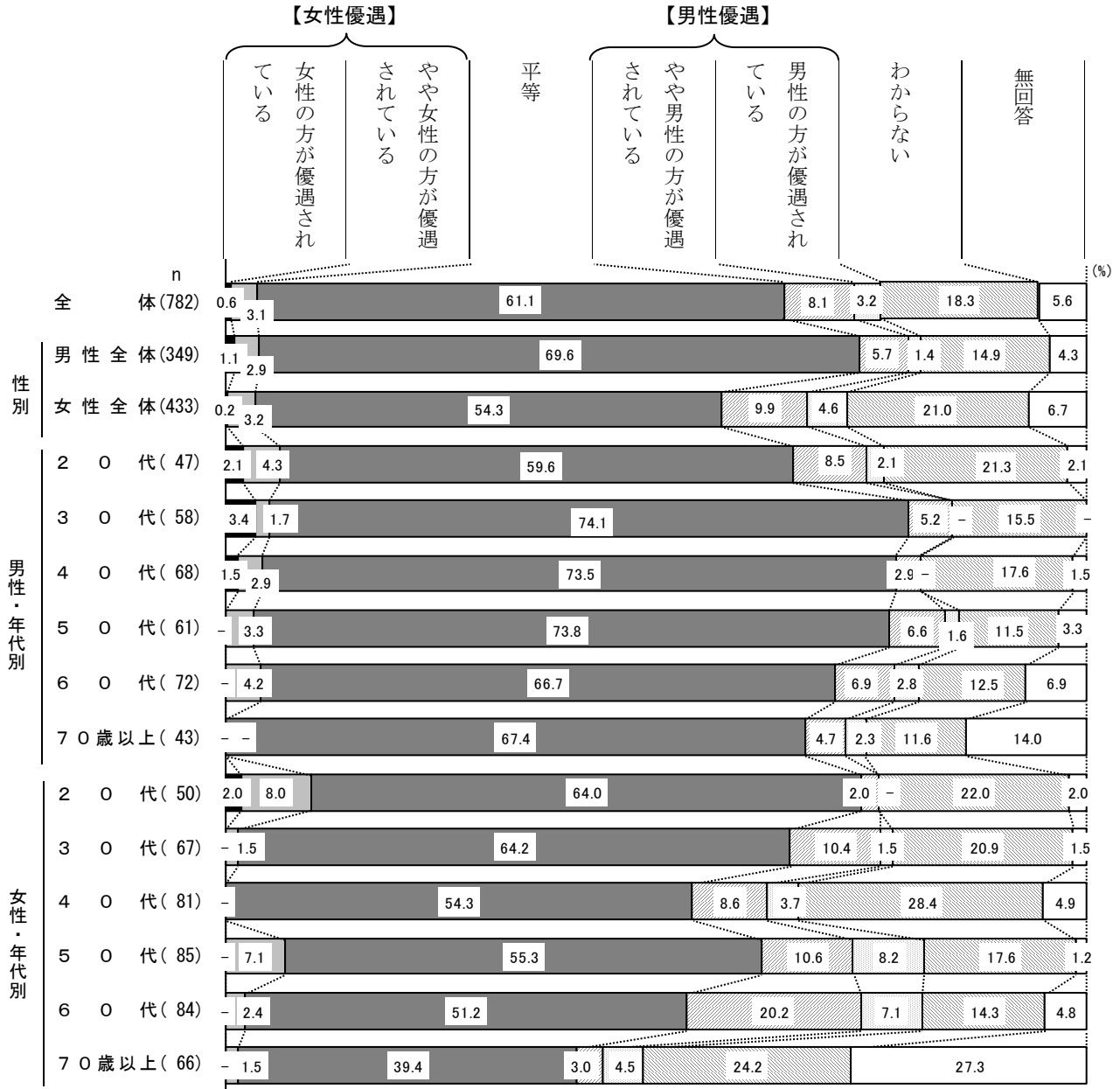


(ウ) 教育の場では

性別でみると、「平等」は男性全体 (69.6%) が女性全体 (54.3%) より15.3ポイント高くなっている。

性・年代別でみると、「平等」は男性の30代から50代の年代で7割以上と高くなっており、女性では年代が高い層になるにつれて低くなる傾向がみられる。(図表11-5)

＜図表11-5＞男女の地位（教育の場では）／性別、性・年代別

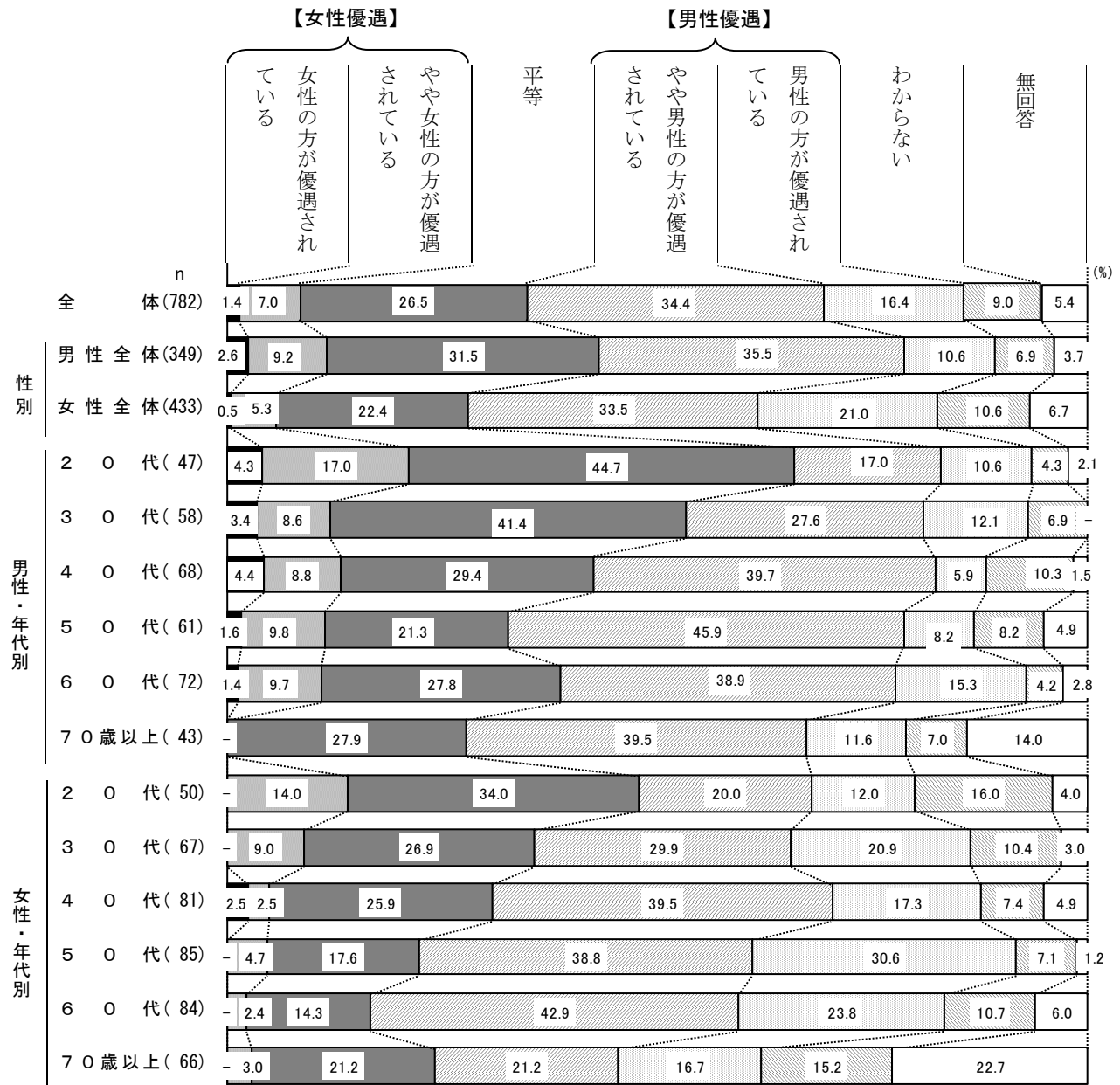


(エ) 社会通念や習慣では

性別でみると、「平等」は男性全体（31.5%）が女性全体（22.4%）より9.1ポイント高くなっている。

性・年代別でみると、「平等」は男女ともに20代（男性44.7%、女性34.0%）で最も高く、年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。【男性優遇】は女性の50代（69.4%）、60代（66.7%）の順に高く、それぞれ6割以上となっており、男性でも50代以上の年代で5割以上を占めている。【女性優遇】は男女ともに20代（男性21.3%、女性14.0%）で最も高く、年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。（図表 1 1 - 6）

<図表 1 1 - 6> 男女の地位（社会通念や習慣では）／性別、性・年代別

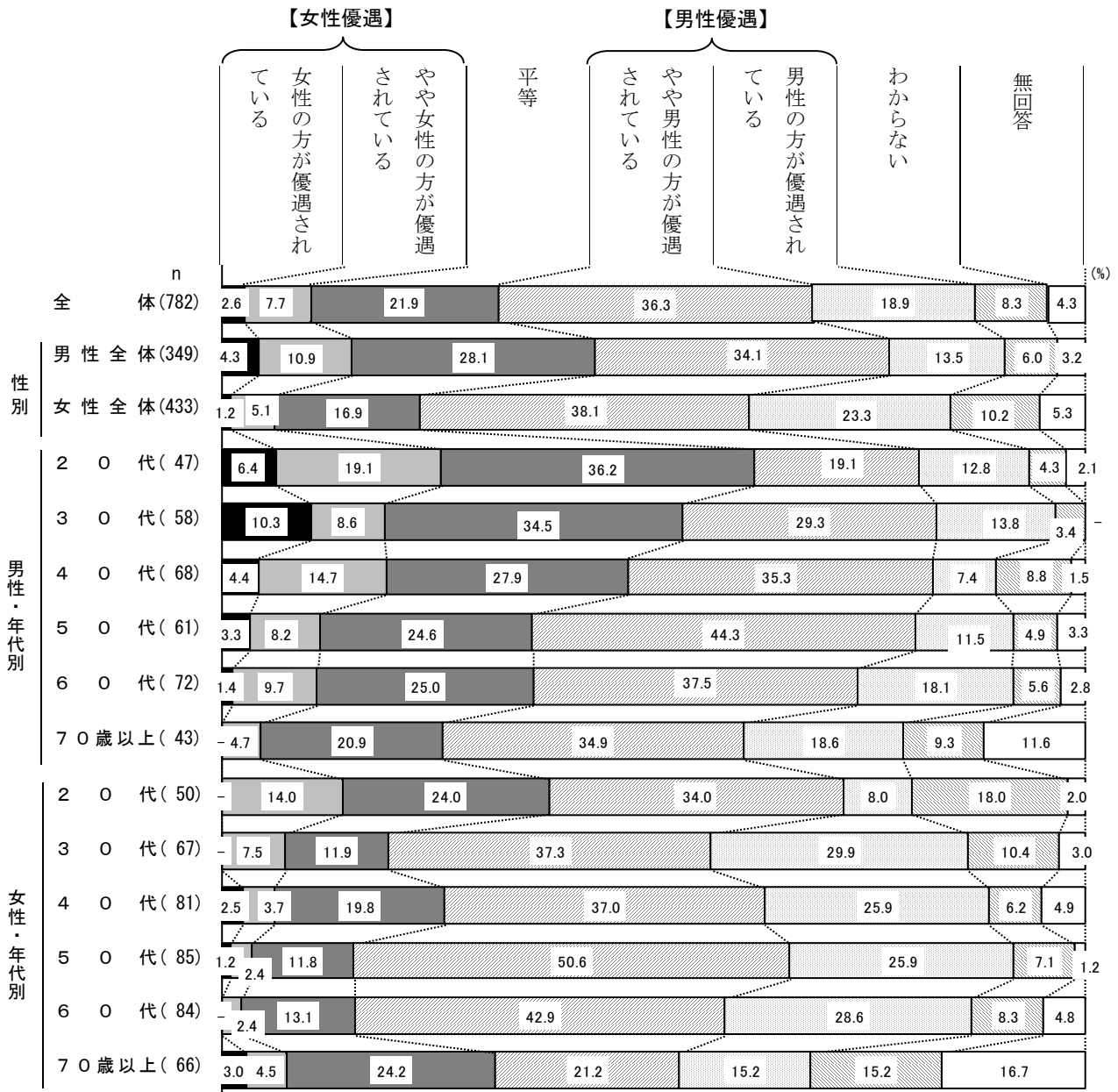


(オ) 社会全体では

性別でみると、「平等」は男性全体（28.1%）が女性全体（16.9%）より11.2ポイント高く、【男性優遇】は女性全体（61.4%）が男性全体（47.6%）より13.8ポイント高くなっている。

性・年代別でみると、「平等」は男性の20代（36.2%）で最も高く、男性では年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられ、女性では、20代（24.0%）と70歳以上（24.2%）を除く年代で、1割台に留まっている。【男性優遇】は、女性の50代（76.5%）、60代（71.5%）で7割以上となっており、男性の20代、女性の70歳以上を除く全ての年代で、4割以上を占めている。（図表11-7）

<図表 11-7>男女の地位（社会全体では）／性別、性・年代別

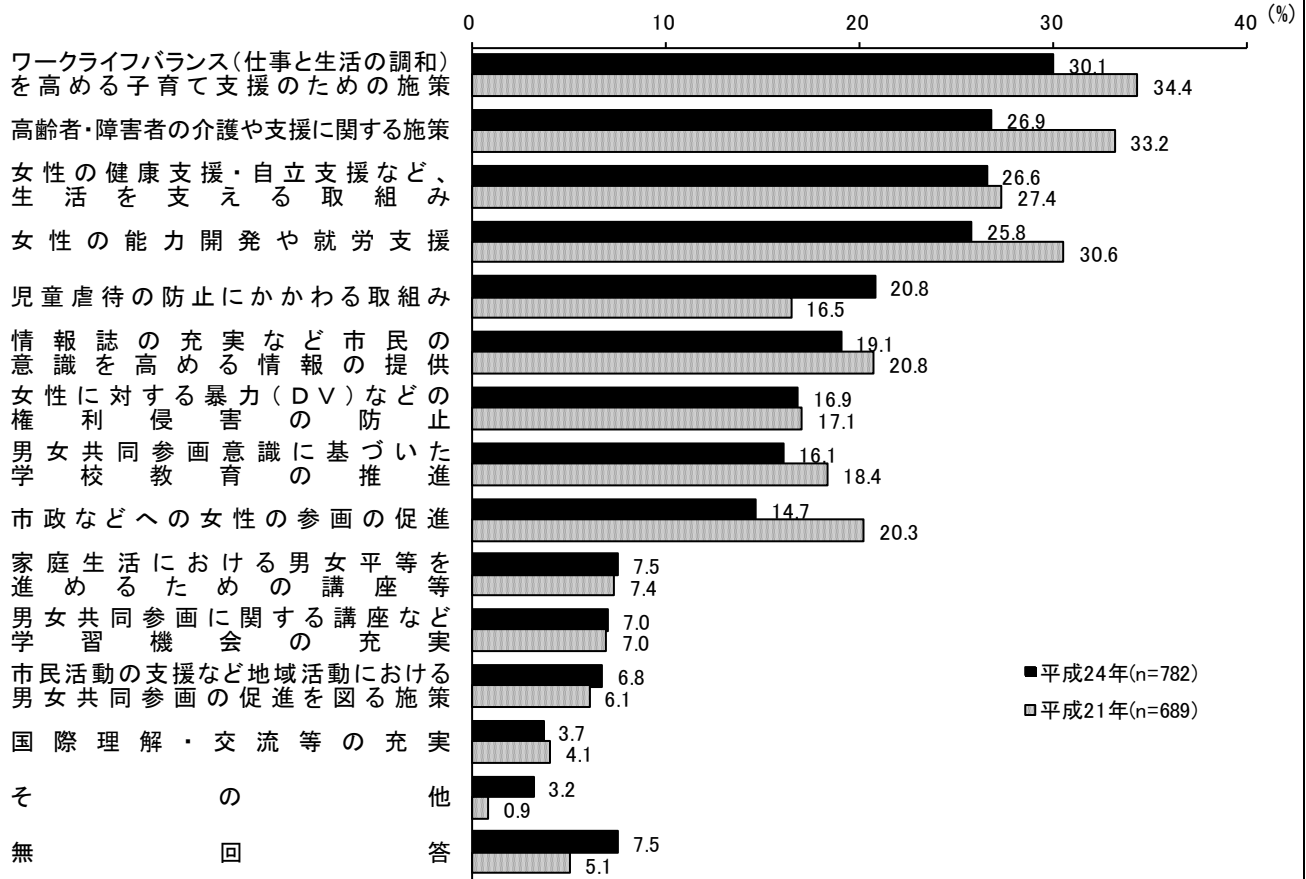


(2) 男女共同参画社会の実現に向けた重点的取組み

◇「ワークライフバランスを高める子育て支援のための施策」が約3割

問 34 男女共同参画の実現に向けて市が特に力を入れるべきと思う取組みはどのようなことですか。  
次の中から**3つまで**選んでください。

<図表 1 1 - 8>男女共同参画社会の実現に向けた重点的取組み（複数回答）



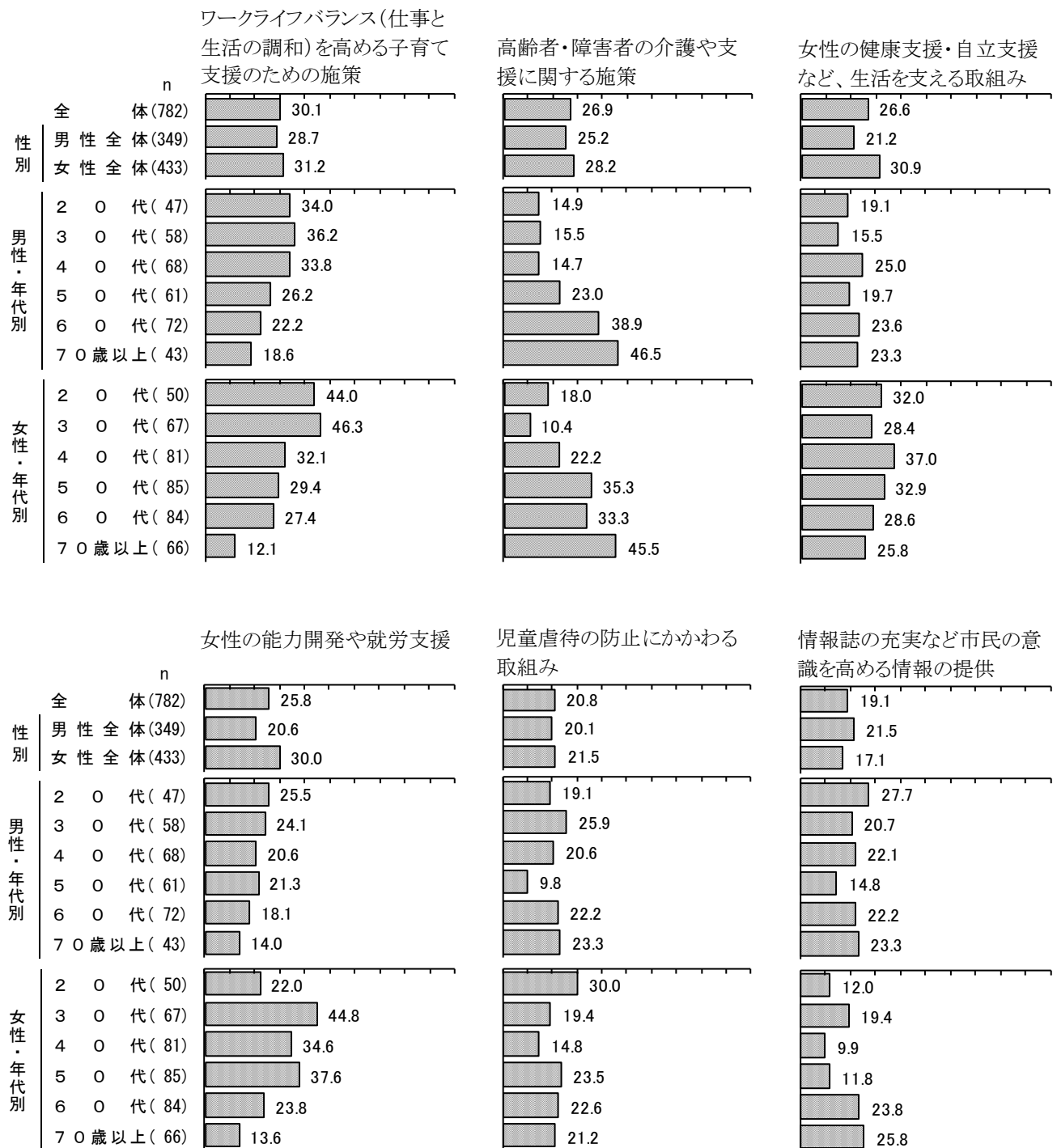
男女共同参画社会の実現に向けた重点的取組みについて尋ねたところ、「ワークライフバランスを高める子育て支援のための施策」(30.1%)が最も高く、約3割となっている。次いで、「高齢者・障害者の介護や支援に関する施策」(26.9%)、「女性の健康支援・自立支援など、生活を支える取組み」(26.6%)が2割台半ばを超えて続く。

平成21年度の調査結果と比較すると、「高齢者・障害者の介護や支援に関する施策」が6.3ポイント、「市政などへの女性の参画の推進」が5.6ポイント減少し、「児童虐待の防止にかかわる取組み」が4.3ポイント増加している。(図表 1 1 - 8)

上位6項目について、性別でみると「女性の健康支援・自立支援など、生活を支える取組み」は9.7ポイント、「女性の能力開発や就労支援」は9.4ポイント、女性全体が男性全体より高くなっている。

性・年代別でみると、男女ともに「ワークライフバランスを高める子育て支援のための施策」は、年代が若い層になるにつれて高くなる傾向がみられ、「高齢者・障害者の介護や支援に関する施策」は年代が高い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。「女性の能力開発や就労支援」は女性の30代(44.8%)で最も高く、4割台半ば近くとなっている。(図表11-9)

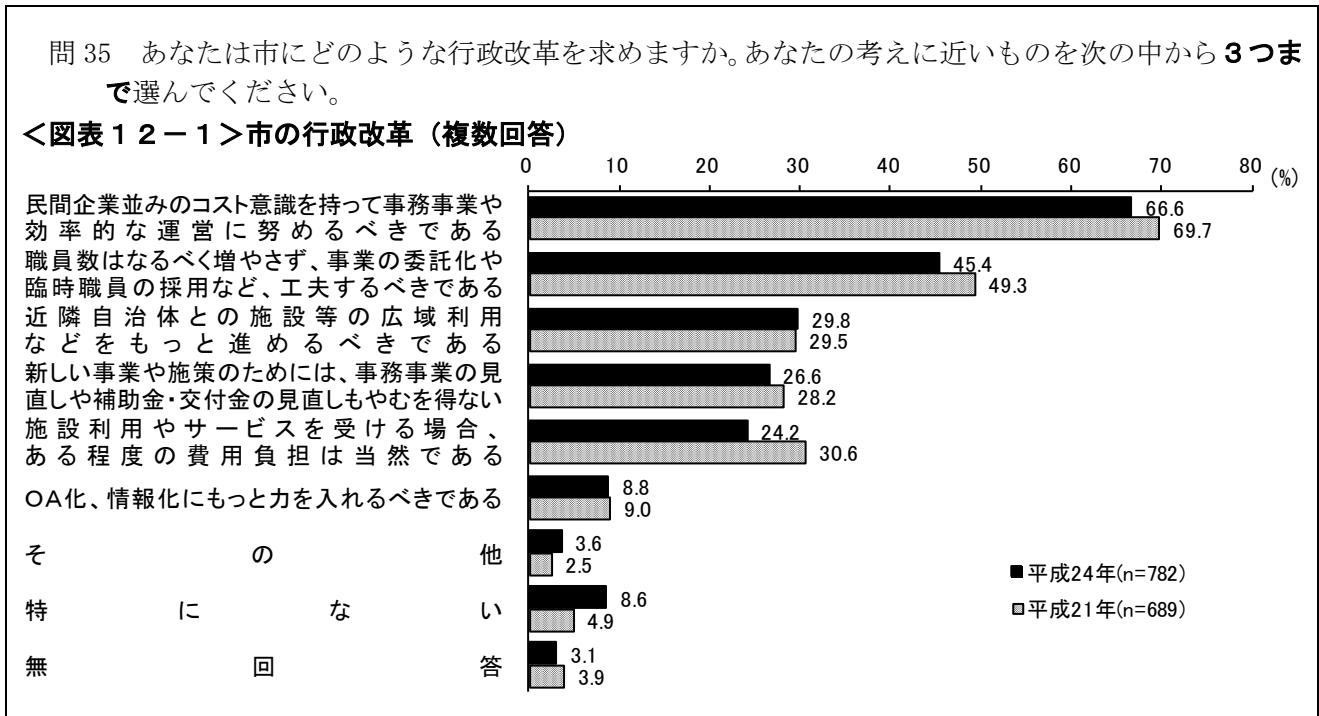
＜図表11-9＞男女共同参画社会の実現に向けた重点的取組み／性別、性・年代別（上位6項目）



## 12. 行政改革

### (1) 市の行政改革

◇「民間企業並みのコスト意識を持って事務事業や効率的な運営に努めるべきである」が6割台半ばを超える



市の行政改革について尋ねたところ、「民間企業並みのコスト意識を持って事務事業や効率的な運営に努めるべきである」（66.6%）が最も高く、6割台半ばを超える。次いで、「職員数はなるべく増やさず、事業の委託化や臨時職員の採用など、工夫するべきである」（45.4%）が4割台半ばとなっている。

平成21年度の調査結果と比較すると、「施設利用やサービスを受ける場合、ある程度の費用負担は当然である」が6.4ポイント減少している。（図表 1 2 - 1）

性別でみると、「施設利用やサービスを受ける場合、ある程度の費用負担は当然である」は6.0ポイント、「OA化、情報化にもっと力を入れるべきである」は8.4ポイント、男性全体が女性全体より高くなっている。

性・年代別でみると、「職員数はなるべく増やさず、事業の委託化や臨時職員の採用など、工夫するべきである」は女性の60代（63.1%）で最も高く、次いで男性の70歳以上（60.5%）となっており、男女ともに年代が高い層になるにつれて高くなる傾向がみられる。「施設利用やサービスを受ける場合、ある程度の費用負担は当然である」は男女ともに70歳以上（男性：46.5%、女性40.9%）で4割以上と高い。（図表12-2）

＜図表12-2＞市の行政改革／性別、性・年代別

