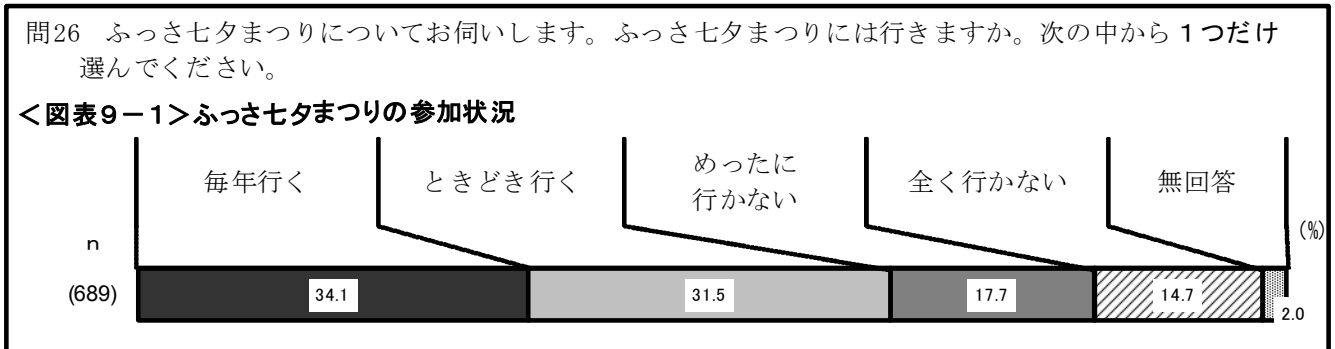


9. 地域振興

(1) ふっさ七夕まつりの参加状況

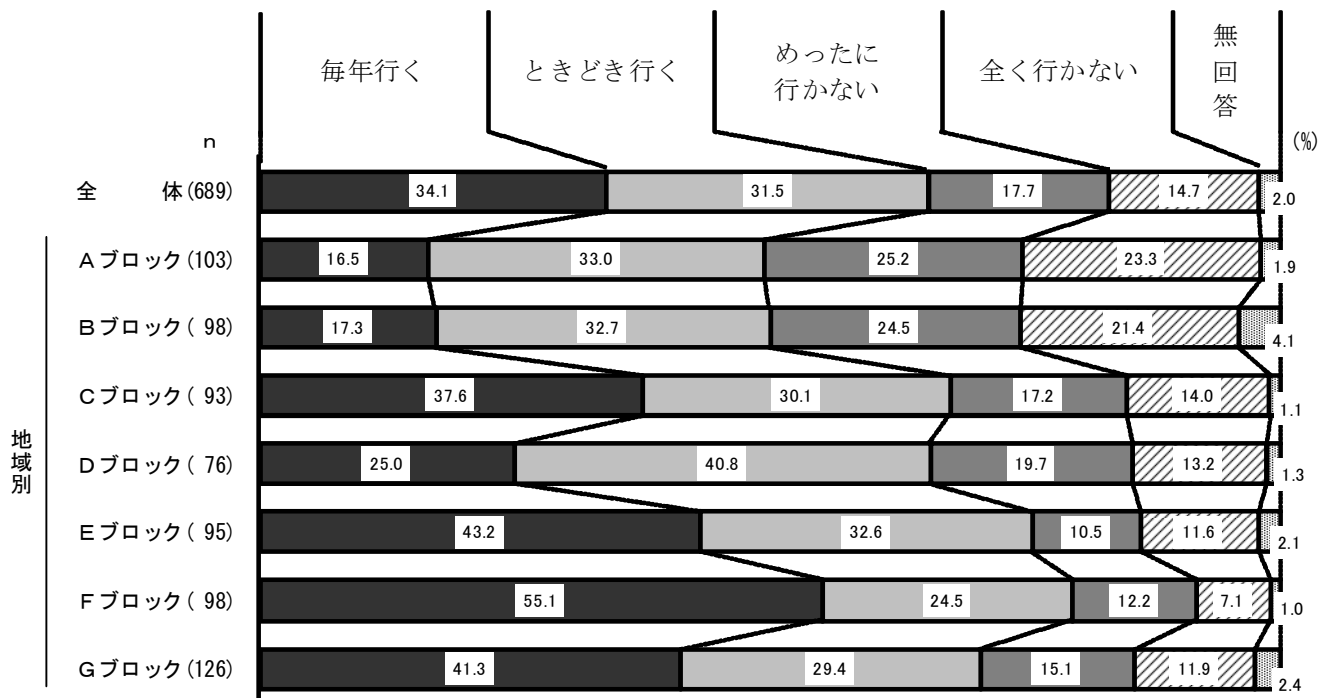
◇「毎年行く」と「ときどき行く」が3割台



ふっさ七夕祭りの参加状況について尋ねたところ、「毎年行く」(34.1%)、「ときどき行く」(31.5%)が3割台、「めったに行かない」(17.7%)が1割台後半、「全く行かない」(14.7%)が1割半ばとなっている。(図表9-1)

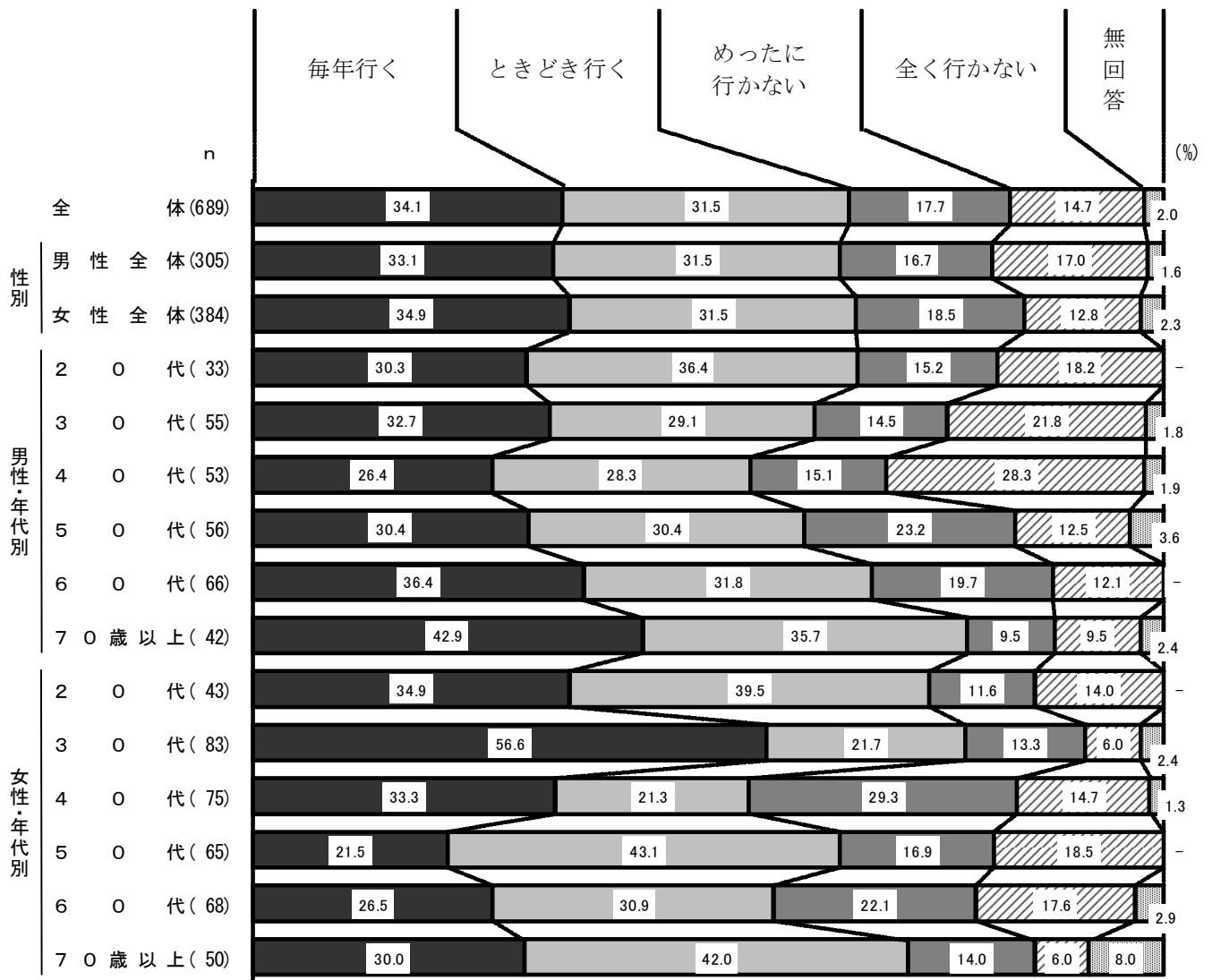
地域別にみると、「毎年行く」はFブロック(55.1%)で半数を超え、「全く行かない」はAブロック(23.3%)、Bブロック(21.4%)で他の地域より高い割合を示す。(図表9-2)

<図表9-2>ふっさ七夕まつりの参加状況/地域別



性別、性・年代別でみると、「毎年行く」は女性の30代(56.6%)が最も高い割合を示し、男性の40代(26.4%)、女性の50代(21.5%)、女性の60代(26.5%)で全体よりやや低い割合を示した。「めったに行かない」は女性の40代(29.3%)でやや割合が高く、「全く行かない」は、男性の40代(28.3%)でやや割合が高くなった。(図表9-3)

＜図表9-3＞ふっさ七夕まつりの参加状況／性別、性・年代別

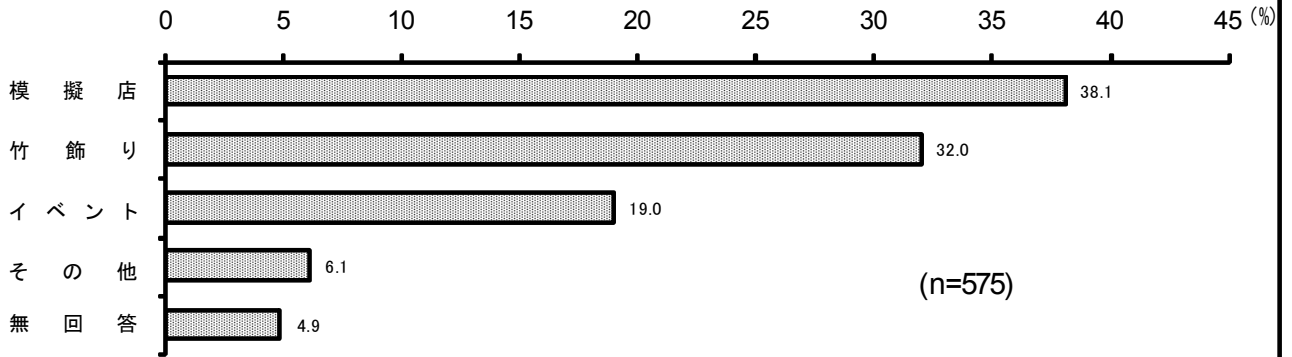


(2) ふっさ七夕まつりの参加理由

◇「模擬店」が4割弱

問26で「毎年行く」、「ときどき行く」、「めったに行かない」を選んだ方へ。
七夕まつりへ行く目的は何ですか。次の中から1つだけ選んでください。

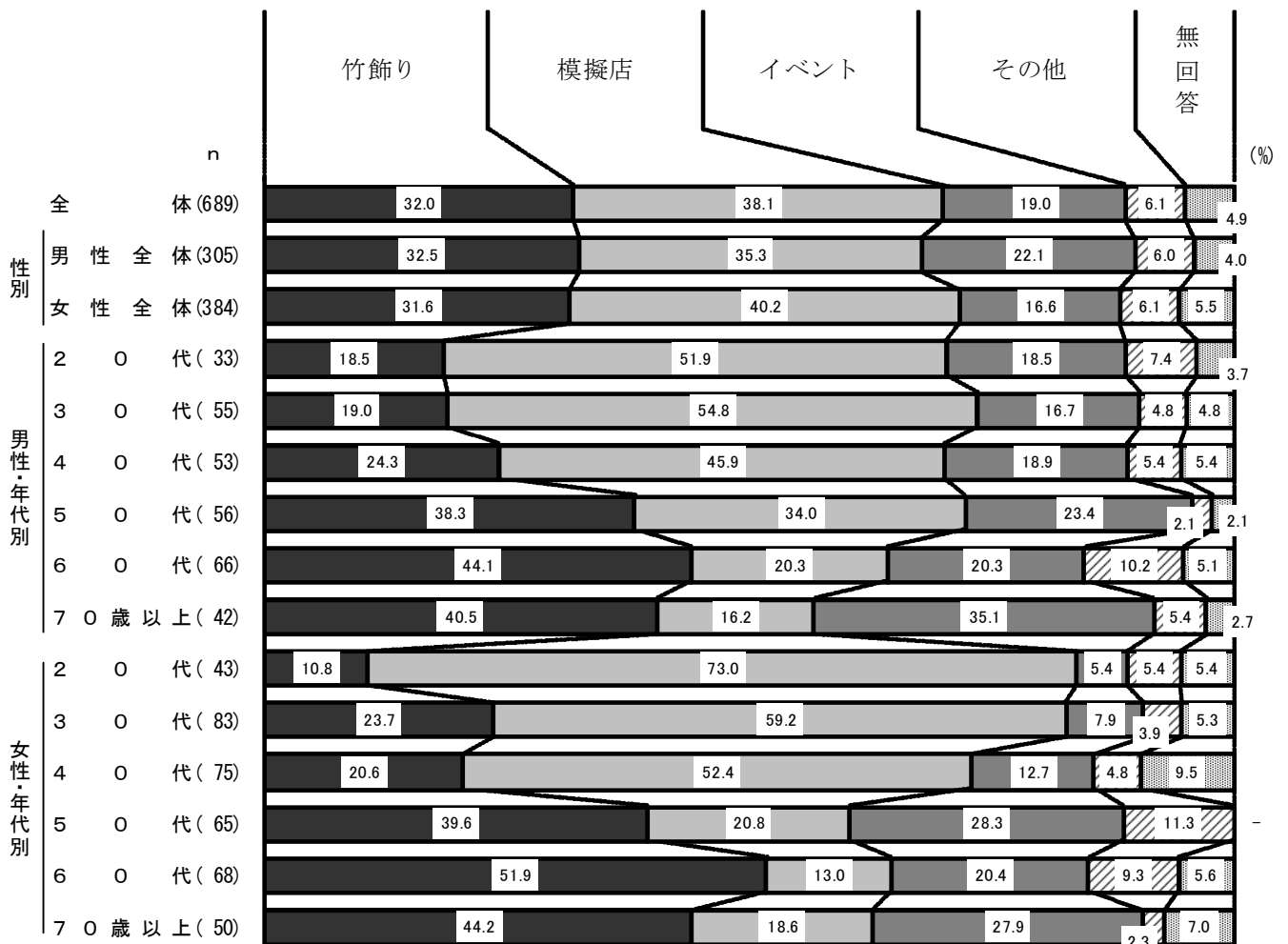
<図表9-4>ふっさ七夕まつりの参加理由



問26で「毎年行く」、「ときどき行く」、「めったに行かない」を選んだ方に七夕の参加理由を尋ねたところ、「模擬店」(38.1%)が4割弱で最も高く、次いで「竹飾り」(32.0%)、イベント(19.0%)の順となった。「その他」の回答としては、“なんとなく”、“流し踊り”、“通勤・通学の通り道”、“雰囲気を楽しむ”、“ボランティアとして参加”などだった。(図表9-4)

性別、性・年代別でみると、「竹飾り」は男女ともに年代が高くなるにつれて割合が高くなり、「模擬店」は年代が低くなるにつれて割合が高くなる傾向がみられる。(図表9-5)

<図表9-5>ふっさ七夕まつりの参加理由/性別、性・年代別

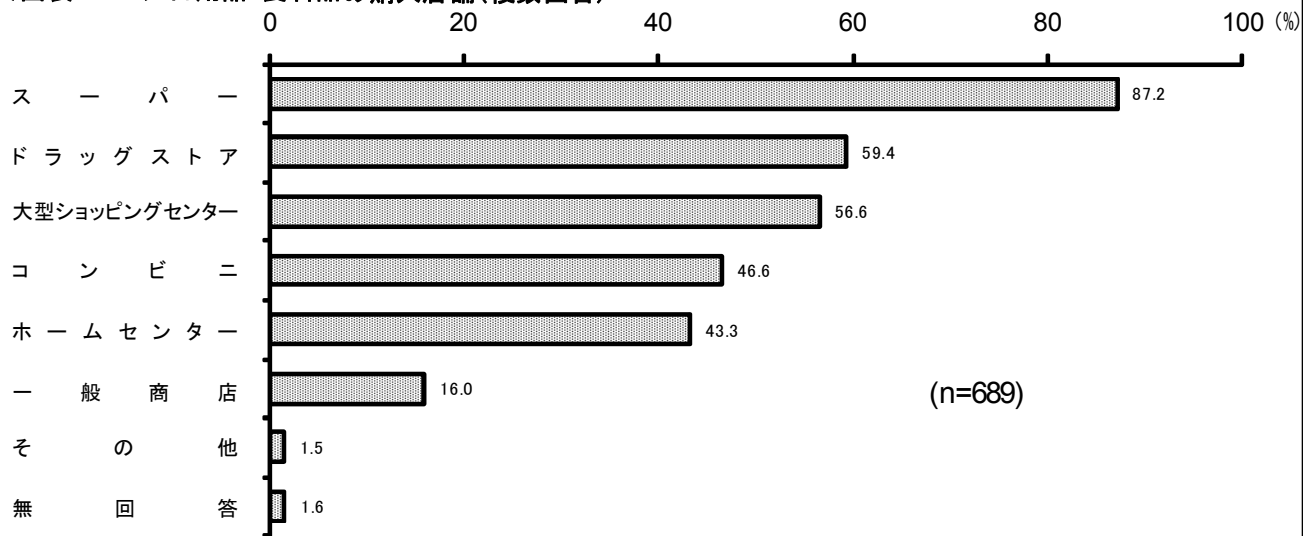


(3) 日用品・食料品の購入店舗

◇「スーパー」が8割台後半。「ドラッグストア」、「大型ショッピングセンター」も半数以上

問27 日用品・食料品のお買い物についてお伺いします。普段どのような店舗で買い物をしますか。あてはまるものを全て選んでください。

<図表9-6>日用品・食料品の購入店舗(複数回答)

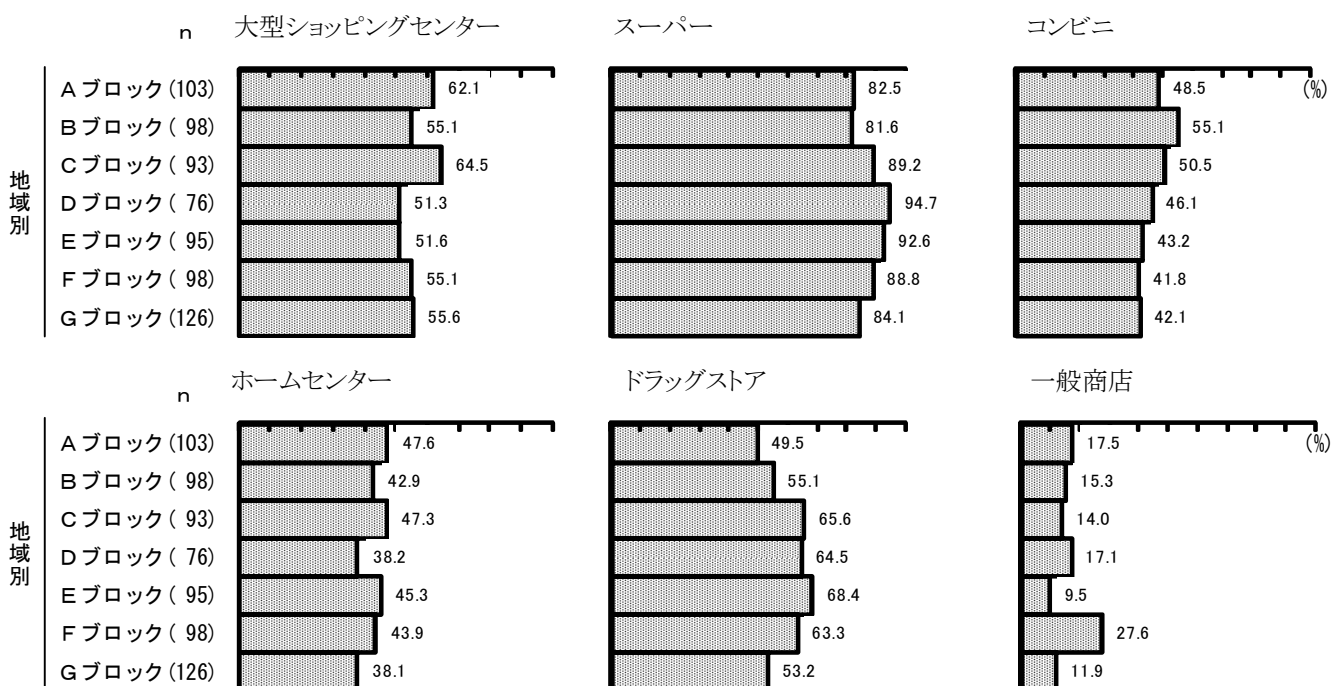


日用品・食料品の買い物について、購入店舗を尋ねたところ、「スーパー」(87.2%)が最も割合が高く、次いで「ドラッグストア」(59.4%)が約6割、「大型ショッピングセンター」(56.6%)が5割台半ば、「コンビニ」(46.6%)、「ホームセンター」(43.3%)、一般商店(16.0%)の順となった。

(図表9-6)

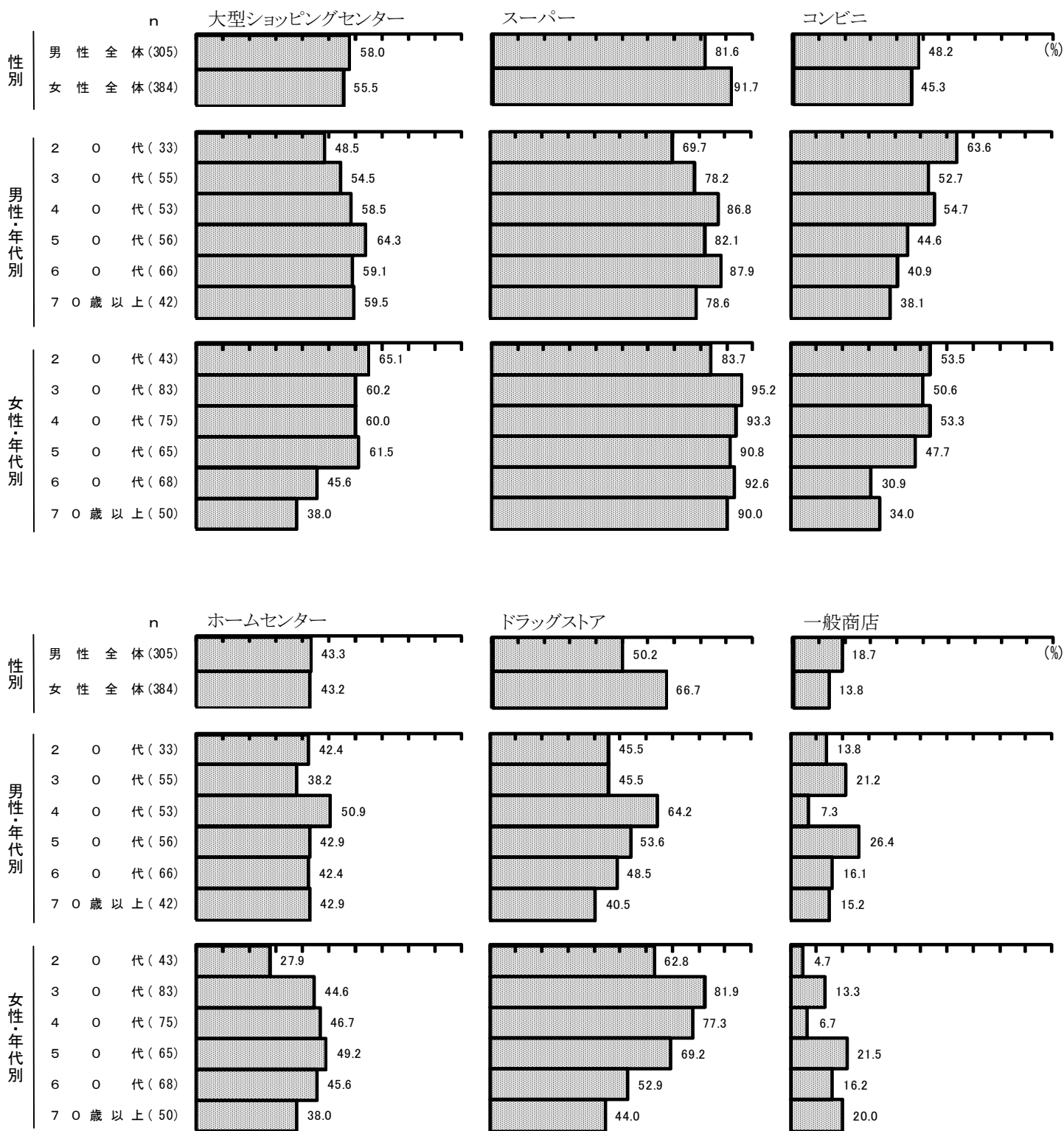
「その他」、「無回答」を除く項目を地域別にみると、「一般商店」はFブロック(27.6%)で他のエリアよりやや高い割合を示した。(図表9-7)

<図表9-7>日用品・食料品の購入店舗/地域別



性別での差異はほぼみられない。性・年代別にみると、「スーパー」の男性20代（69.7%）が他の年代に比べて若干割合が低くなっているほか、「ドラッグストア」は男女ともに年代が高くなるに従い割合が低くなる傾向がみられる。（図表9-8）

＜図表9-8＞日用品・食料品の購入店舗／性別、性・年代別

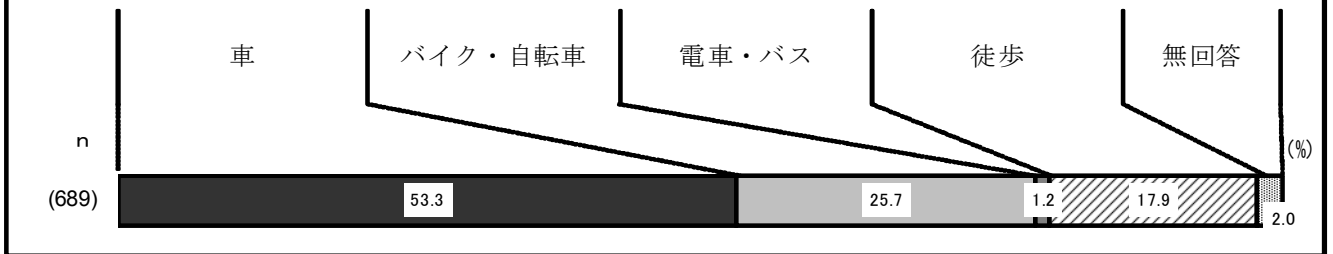


(4) 日用品・食料品の購入・交通手段

◇「車」が約半数

問27-2 日用品・食料品のお買い物についてお伺いします。買い物に行く際の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。

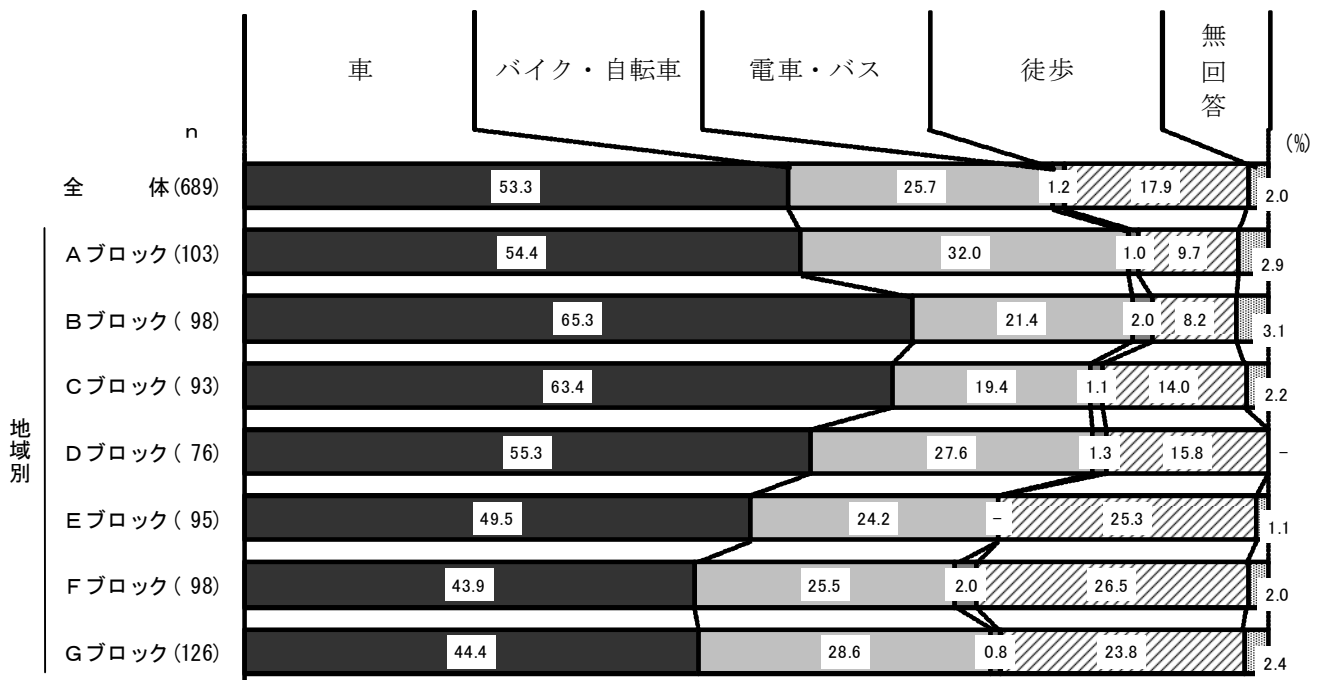
<図表9-9>日用品・食料品の購入の際の交通手段



日用品・食料品の購入の際の交通手段を尋ねたところ、「車」(53.3%)が最も割合が高く、約5割となっている。以下、「バイク・自転車」(25.7%)、「徒歩」(17.9%)、「電車・バス」(1.2%)の順となっている。(図表9-9)

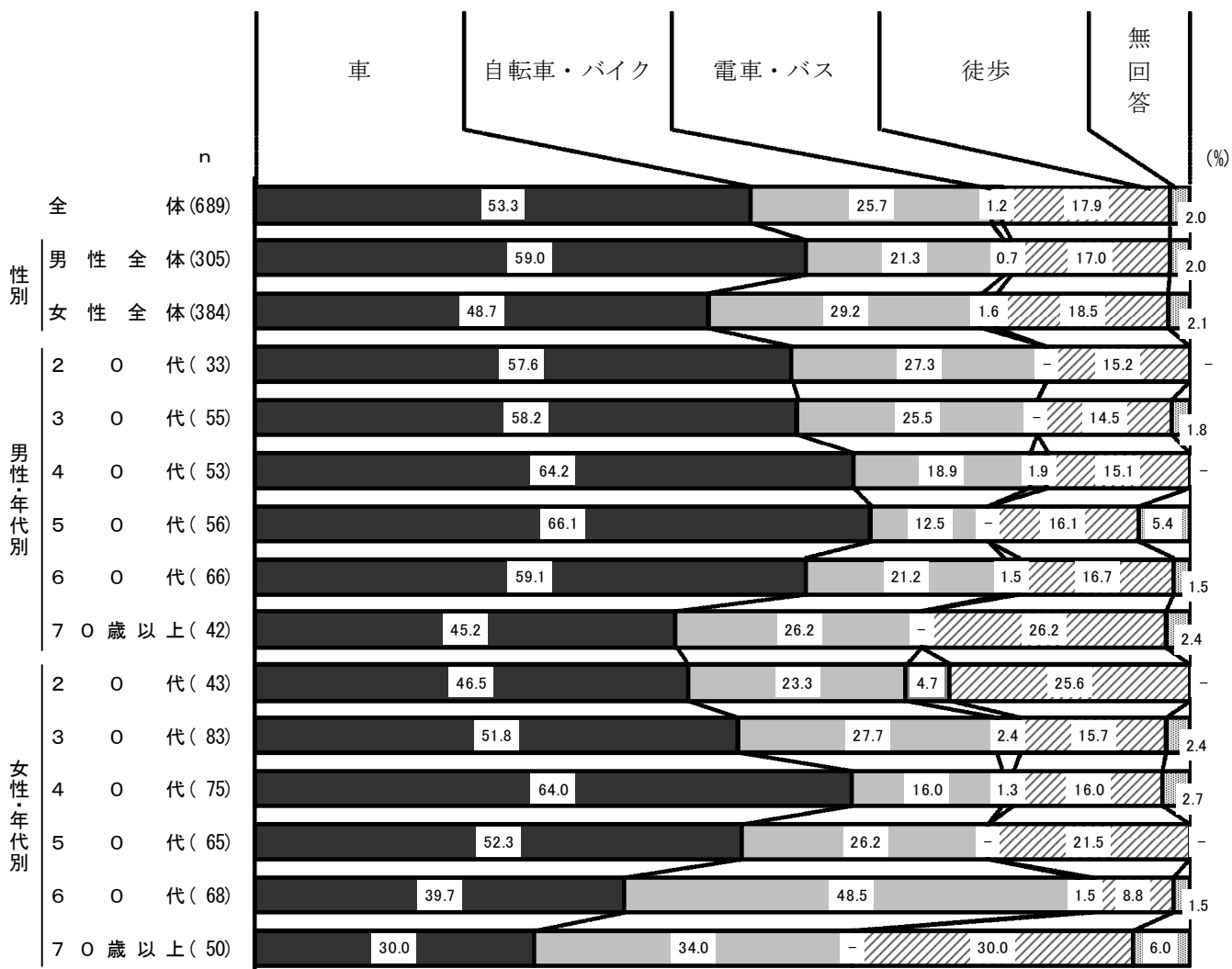
地域別にみると、「車」はFブロック(43.9%)、Gブロック(44.4%)で4割半ばと、他の地域より若干低い割合となり、「徒歩」については、Eブロック(25.3%)・Fブロック(26.5%)・Gブロック(23.8%)で他のエリアより若干高い割合を示す。(図表9-10)

<図表9-10>日用品・食料品の購入の際の交通手段/地域別



性別、性・年代別にみると、「車」は男性全体（59.0%）が女性全体（48.7%）より1割程度高い割合となっている。「自転車・バイク」は女性の60代（48.5%）で他の性・年代より高い割合を示し、「徒歩」は男女ともに70歳以上（男性：26.2%、女性：30.0%）が他の年代よりもやや高い割合を示す。（図表9-11）

＜図表9-11＞日用品・食料品の購入の際の交通手段／性別、性・年代別

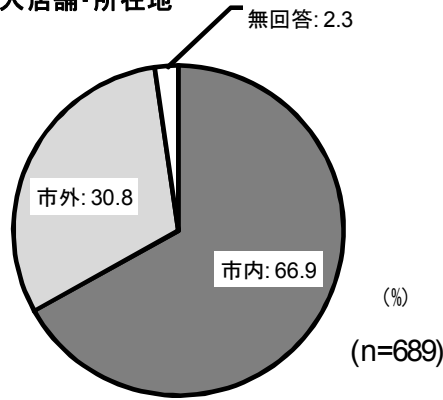


(5) 日用品・食料品の購入店舗・所在地

◇「市内」が6割代半ば

問27-3 日用品・食料品のお買い物についてお伺いします。一番良く行くお店は、市内・市外のどちらにありますか。

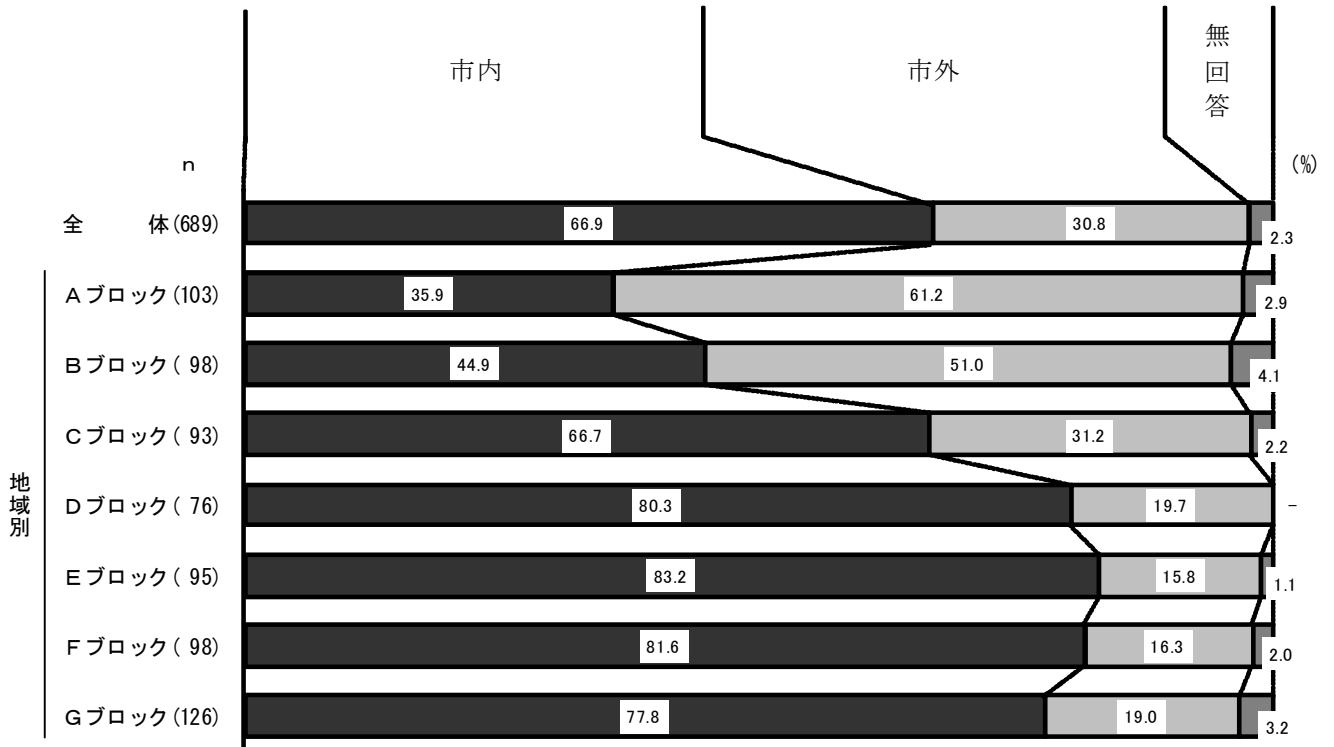
<図表9-12>日用品・食料品の購入店舗・所在地



日用品・食料品を購入する際に、一番良く行くお店の所在地を市内・市外で尋ねたところ、「市内」(66.9%)、「市外」30.8%となっている。(図表9-12)

地域別にみると、「市内」の割合はAブロック(35.9%)が最も低い3割半ば、Bブロック(44.9%)が4割半ばとなり、Dブロック(80.3%)、Eブロック(83.2%)、Fブロック(81.6%)は8割を超えている。(図表9-13)

<図表9-13>日用品・食料品の購入店舗、所在地/地域別

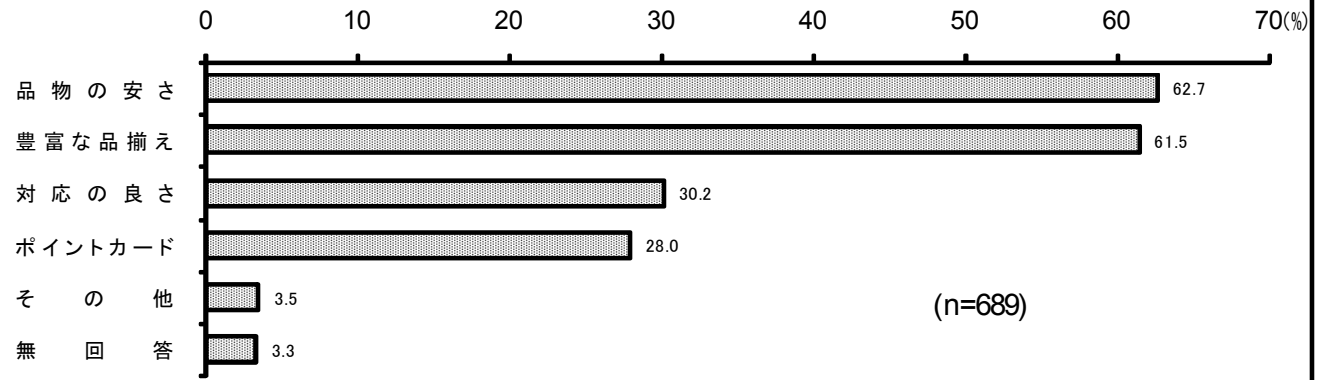


(6) 市内の商店に希望するサービス

◇「品物の安さ」、「豊富な品揃え」が約6割

問27-3 日用品・食料品のお買い物についてお伺いします。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9-14>市内の商店に望むサービス(複数回答)

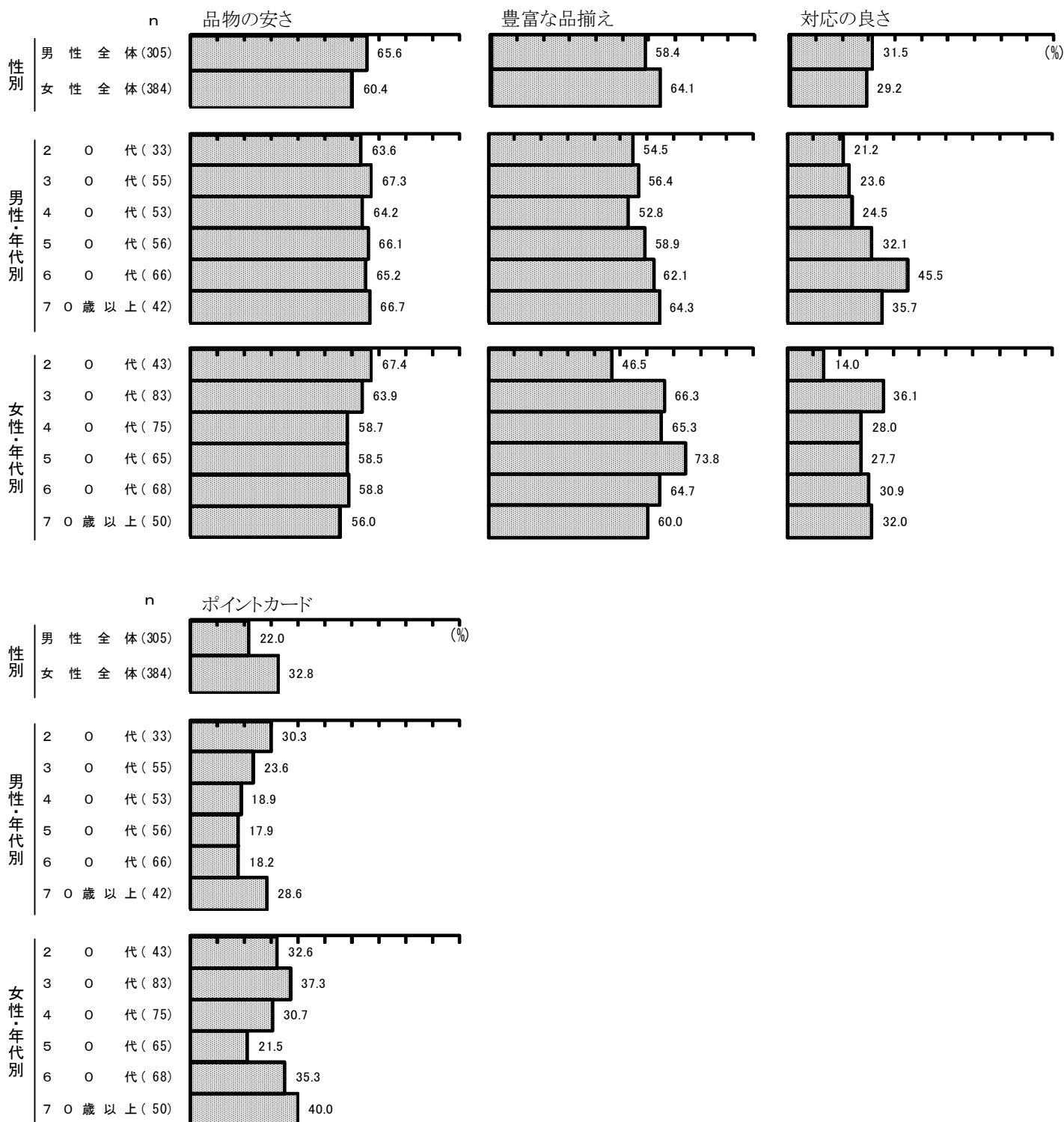


市内の商店にどのようなサービスを望むか尋ねたところ、「品物の安さ」(62.7%)が最も割合が高く、「豊富な品揃え」(61.5%)とともに約6割となっている。以下、「対応の良さ」、「ポイントカード」の順となっている。「その他」の回答として、“新鮮さ”、“品質・安全性”を求める回答が多くみられた。

(図表9-14)

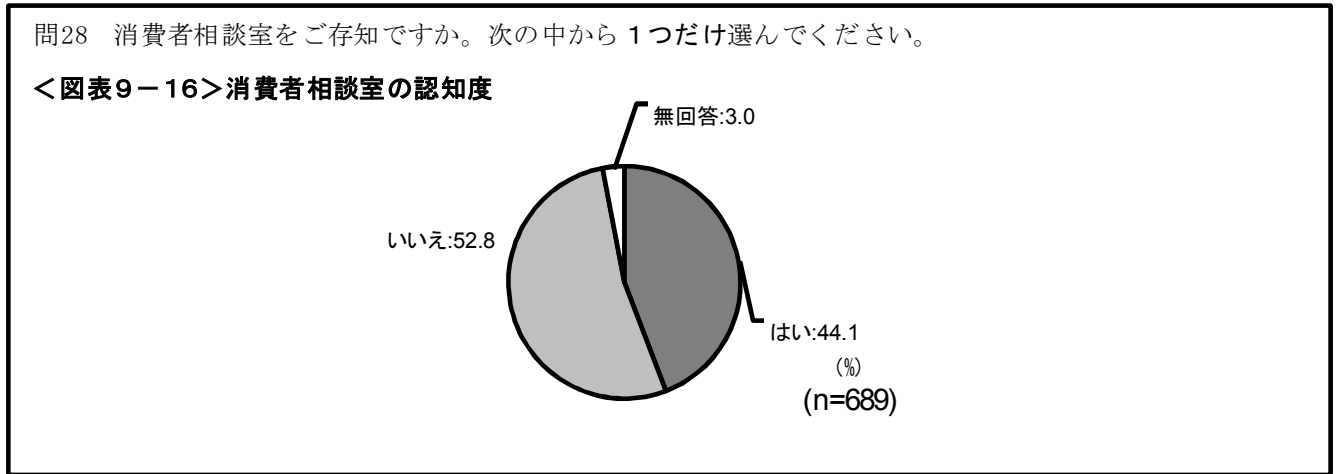
性別、性・年代別でみると、「ポイントカード」は男性全体（22.0%）より女性全体（32.8%）が約1割ほど高い割合を示し、「対応の良さ」は男性の60代（45.5%）が他の性・年代別よりやや高い割合を示す。（図表9-15）

＜図表9-15＞市内の商店に希望するサービス／性別、性・年代別



(7) 消費者相談室の認知状況

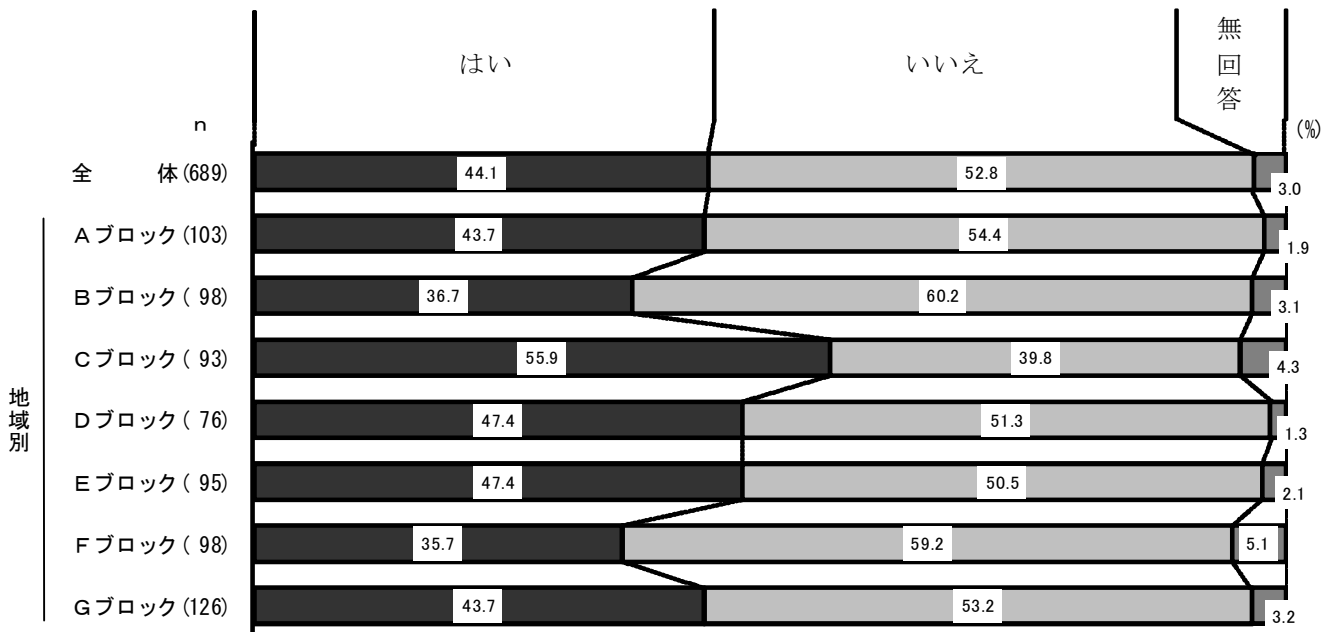
◇「はい」が4割半ば、「いいえ」が約5割



消費者相談室を知っているかどうか尋ねたところ、「はい」(44.1%)は4割半ば、「いいえ」は約5割となっている。(図表9-16)

居住地別にみると、「はい」の割合は、Cブロック(55.9%)が最も高く5割半ばとなり、Bブロック(36.7%)、Fブロック(35.7%)は3割半ばとなっている。(図表9-17)

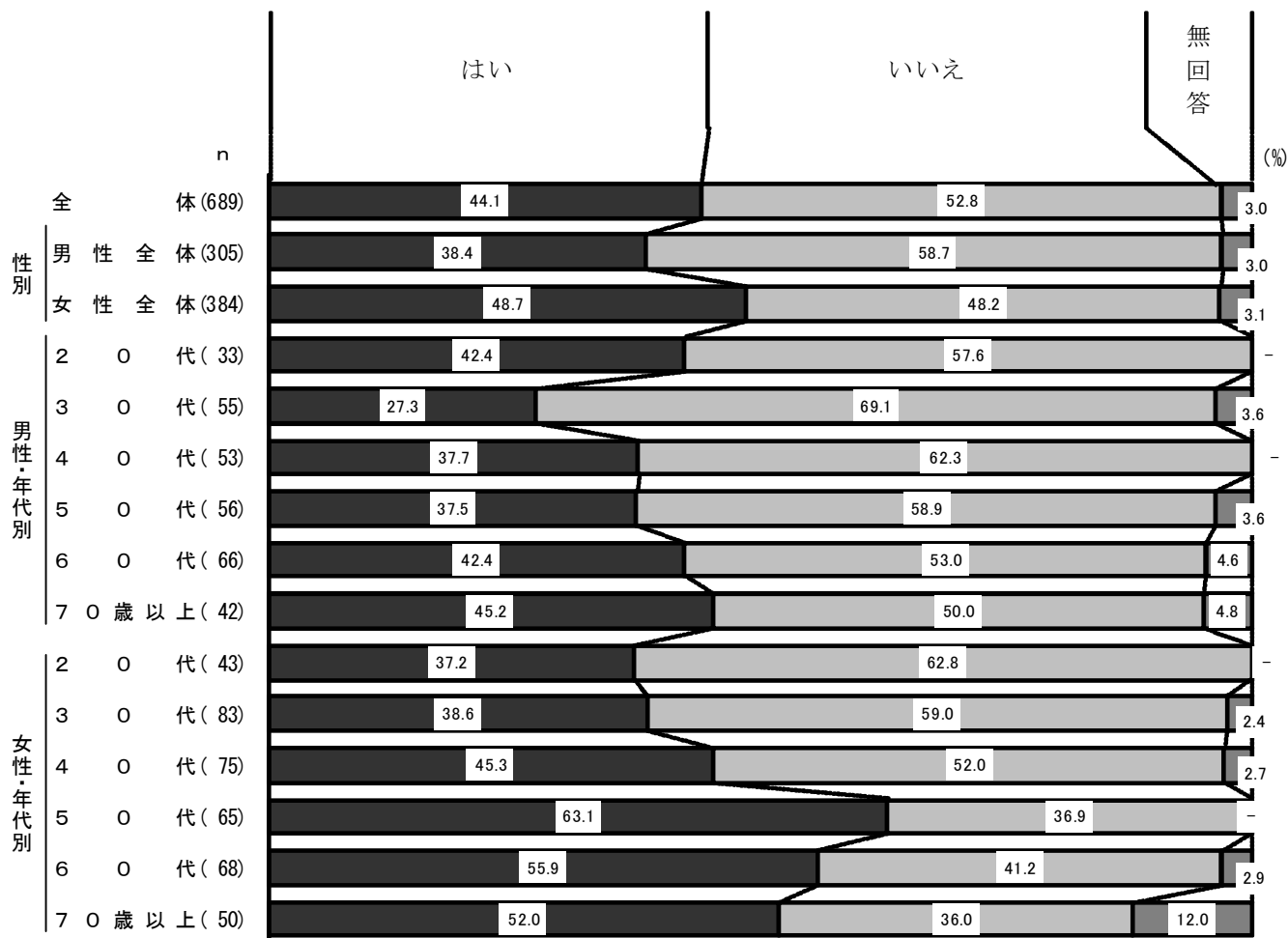
<図表9-17>消費者相談室の認知度/地域別



性別、性・年代別で見ると、「はい」の割合は、男性全体（38.4%）より女性全体（48.7%）が1割程度高く、特に女性の50代（63.1%）、60代（55.9%）、70歳以上（52.0%）で5割を超えている。

（図表9-18）

<図表9-18>消費者相談室の認知度／性別、性・年代別

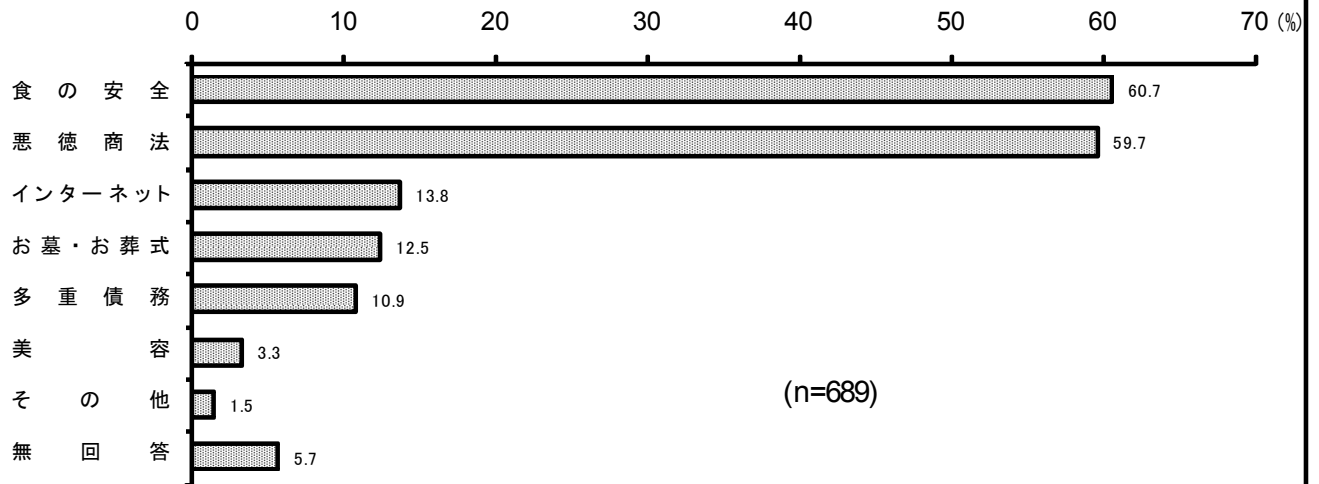


(8) 消費者問題についての関心事

◇ 「食の安全」、「悪徳商法」が約6割

問28-2 消費者問題でどのようなテーマに関心がありますか。下の中からあてはまるものを全て選んでください。

<図表9-19> 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を尋ねたところ、「食の安全」(60.7%)が最も割合が高く、「悪徳商法」とともに約6割となり、「インターネット」(13.8%)、「お墓・お葬式」(12.5%)、「多重債務」(10.9%)、「美容」(3.3%)の順となっている。(図表9-19)

「その他」、「無回答」以外の項目を性別、性・年代別でみると、「悪徳商法」は男性全体（64.9%）が女性全体（55.5%）より1割程度高い割合を示し、男性の20代では、「食の安全」（39.4%）、「悪徳商法」（42.4%）で他の性・年代より低い割合を示したが、「インターネット」（33.3%）では他の性・年代より高い割合を示す。（図表9-20）

＜図表9-20＞消費者問題についての関心事／性別、性・年代別

