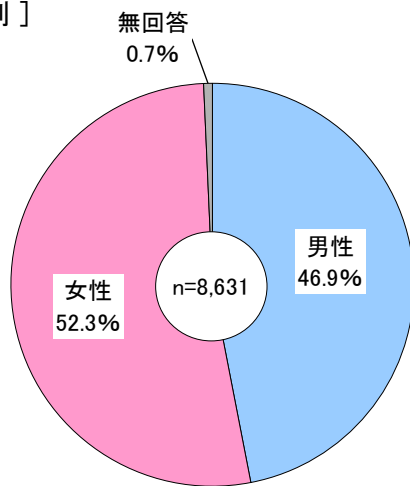


回答者の属性

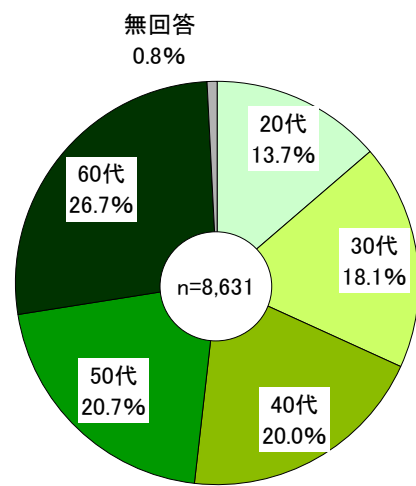
[性別]



【参考】

	男性	女性	無回答
平成17年調査 (n=10,906)	45.9%	53.7%	0.4%
栃木県全体 (n=1,262,586)	51.4%	48.6%	—

[年代]



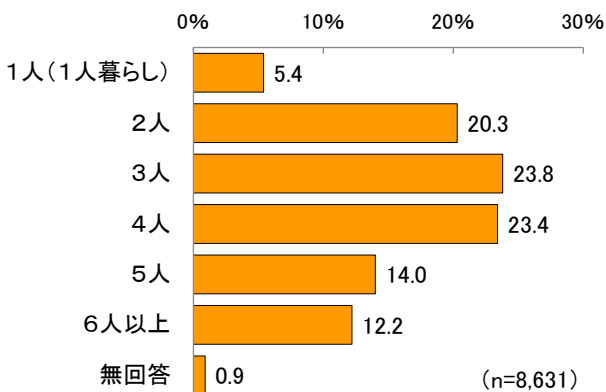
【参考】

	20代	30代	40代	50代	60代	無回答
平成17年調査 (n=10,906)	15.7%	19.1%	19.7%	24.3%	20.7%	0.3%
栃木県全体 (n=1,262,586)	14.7%	19.9%	21.9%	20.0%	23.6%	—

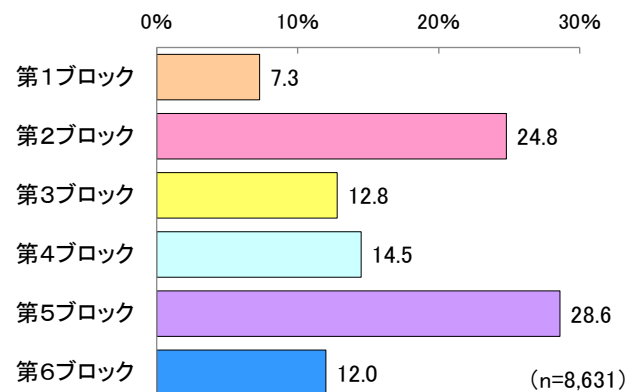
※栃木県全体＝平成26年10月1日現在「栃木県毎月人口調査報告書(年報)」より

- ・性別は男性46.9%、女性52.3%とやや女性が多い。平成17年調査とほぼ同率となっている。
- ・年代は平成17年調査及び栃木県全体と比較して20代、30代がやや少なく、60代が多くなっている。

[同居家族人数(本人含む)]



[ブロック]



【参考】

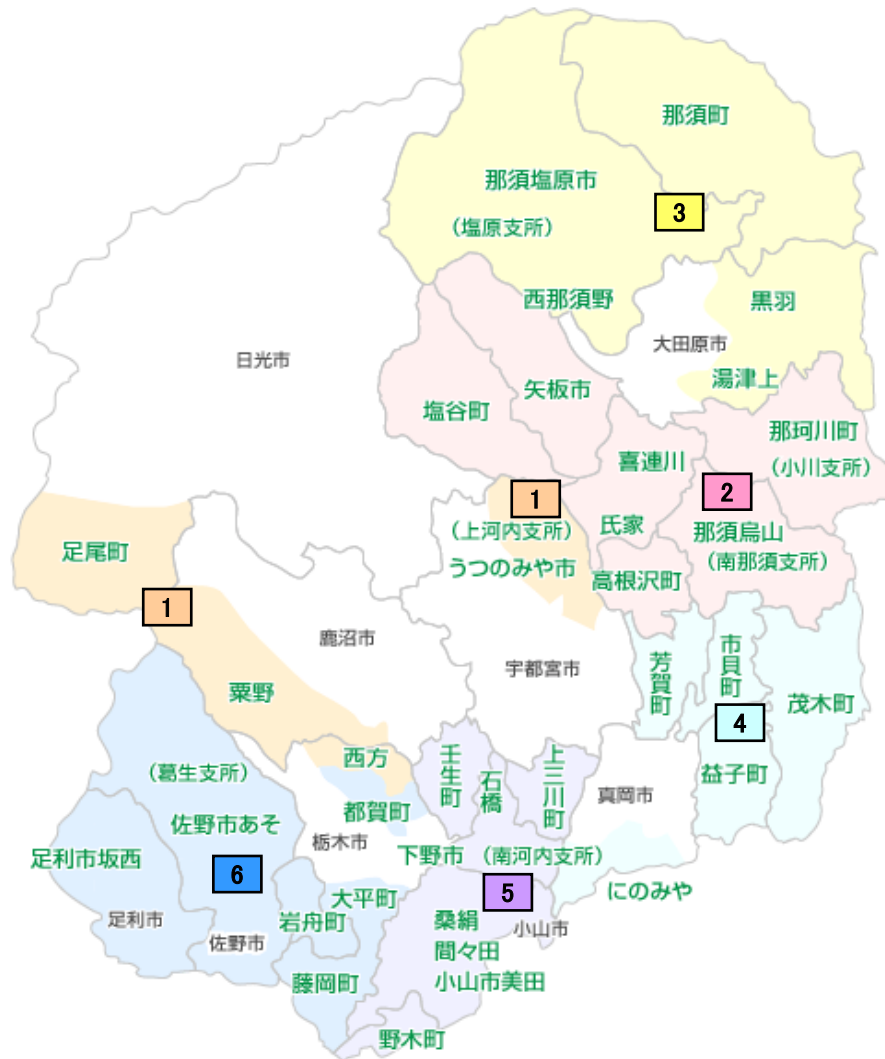
	第1ブロック	第2ブロック	第3ブロック	第4ブロック	第5ブロック	第6ブロック
平成17年調査 (n=10,906)	7.9%	24.7%	16.8%	15.5%	20.8%	14.5%

- 【第1ブロック】 うつのみや市(※1)／西方／粟野／足尾町
 - 【第2ブロック】 矢板市／塩谷町／氏家／高根沢町／喜連川／那須烏山(※2)／那珂川町(※3)
 - 【第3ブロック】 黒羽／那須町／那須塩原市(※4)／西那須野／湯津上
 - 【第4ブロック】 にのみや／益子町／茂木町／市貝町／芳賀町
 - 【第5ブロック】 上三川町／下野市(※5)／壬生町／石橋／桑絹／野木町／間々田／小山市美田
 - 【第6ブロック】 大平町／藤岡町／岩舟町／都賀町／佐野市あそ(※6)／足利市坂西
- ※1～※6は合併(詳細は次ページご参照)

- ・本人を含む同居家族人数は「2人」、「3人」、「4人」が20%台となっている。
- ・ブロックは「第5ブロック」28.6%、「第2ブロック」24.8%、「第4ブロック」14.5%と続いている。平成17年調査と比較して「第5ブロック」の構成比が高く、「第3ブロック」が少なくなっている。

回答者の属性

[栃木県35商工会とブロック]



ブロック	No.	商工会名	旧商工会名	
1	4	うつのみや市(※1)	上河内	河内町
1	5	西方		
1	6	粟野		
1	7	足尾町		
2	1	矢板市		
2	23	塩谷町		
2	24	氏家		
2	25	高根沢町		
2	26	喜連川		
2	27	那須烏山(※2)	南那須町	烏山
2	28	那珂川町(※3)	馬頭町	小川町
3	29	黒羽		
3	30	那須町		
3	31	那須塩原市(※4)	塩原町	黒磯市
3	32	西那須野		
3	33	湯津上		

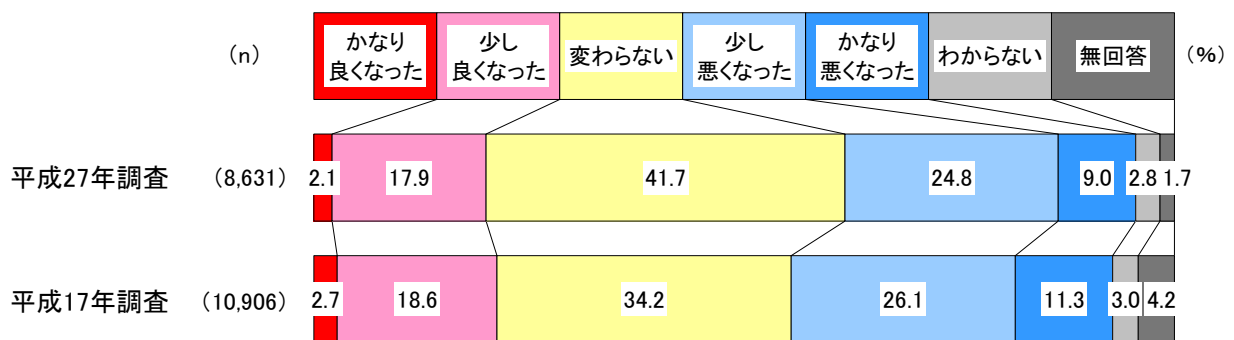
ブロック	No.	商工会名	旧商工会名	
4	8	にのみや		
4	9	益子町		
4	10	茂木町		
4	11	市貝町		
4	12	芳賀町		
5	2	上三川町		
5	3	下野市(※5)	南河内町	国分寺町
5	13	壬生町		
5	14	石橋		
5	15	桑絹		
5	16	野木町		
5	17	間々田		
5	18	小山市美田		
6	19	大平町		
6	20	藤岡町		
6	21	岩舟町		
6	22	都賀町		
6	34	佐野市あそ(※6)	田沼町	葛生町
6	35	足利市坂西		

ライフスタイル—暮らし向きの変化

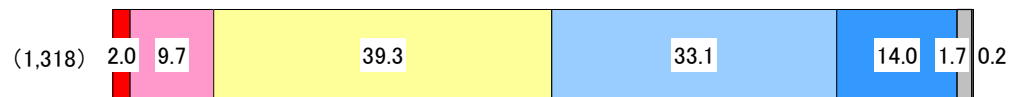
Q 1. あなたの生活は、暮らし向きや周りの生活環境などを含め、総じて5～7年の間にどう変わったと思いますか？次の点を参考にして、1～6のいずれかに○印を付けて下さい。
(○はひとつ)

- ・家計の状態
- ・住まいの住み心地
- ・親子・夫婦などの人間関係
- ・隣近所との関係
- ・空気や川の水、静かさなどの自然環境
- ・通勤や買い物の便利さ
- ・道路など公共施設による生活の便利さ
- ・商品の品質・安全性
- ・訪問販売やクレジットカードによる販売方法
- ・レジャー生活

《全体》



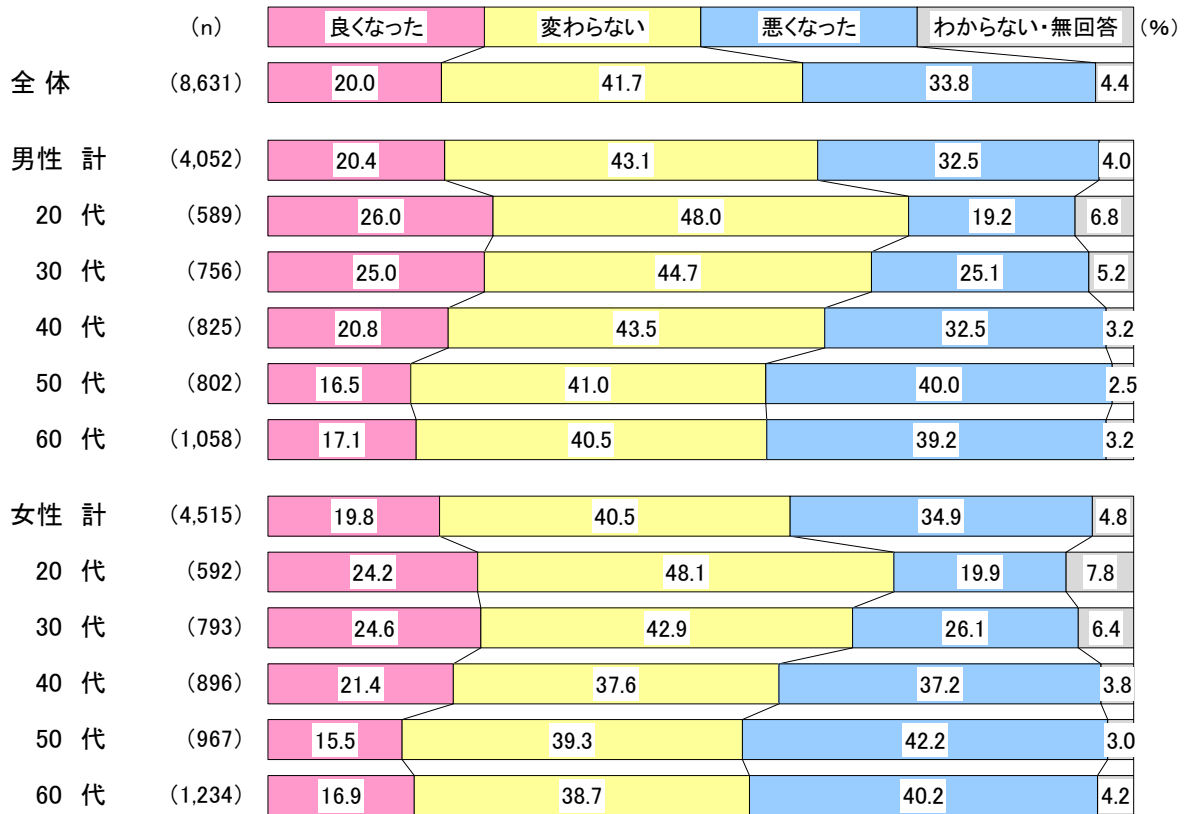
【参考】平成26年度栃木県政世論調査



- ・暮らし向きの変化については、「かなり良くなった」(2.1%)と「少し良くなった」(17.9%)を合わせた《良くなった》は20.0%となっている。他方、「かなり悪くなった」(9.0%)と「少し悪くなった」(24.8%)を合わせた《悪くなった》は33.8%となっている。
- ・平成17年調査と比較すると、《良くなった》が1.3ポイント、《悪くなった》が3.6ポイントとそれぞれ減少し、「変わらない」が7.5ポイント増加している。
- ・栃木県全体と比較すると、《良くなった》が8.3ポイント多く、《悪くなった》が13.3ポイント少なくなっている。調査地域の住民は、暮らし向きが上昇したと感じている人の割合が多い傾向となっている。

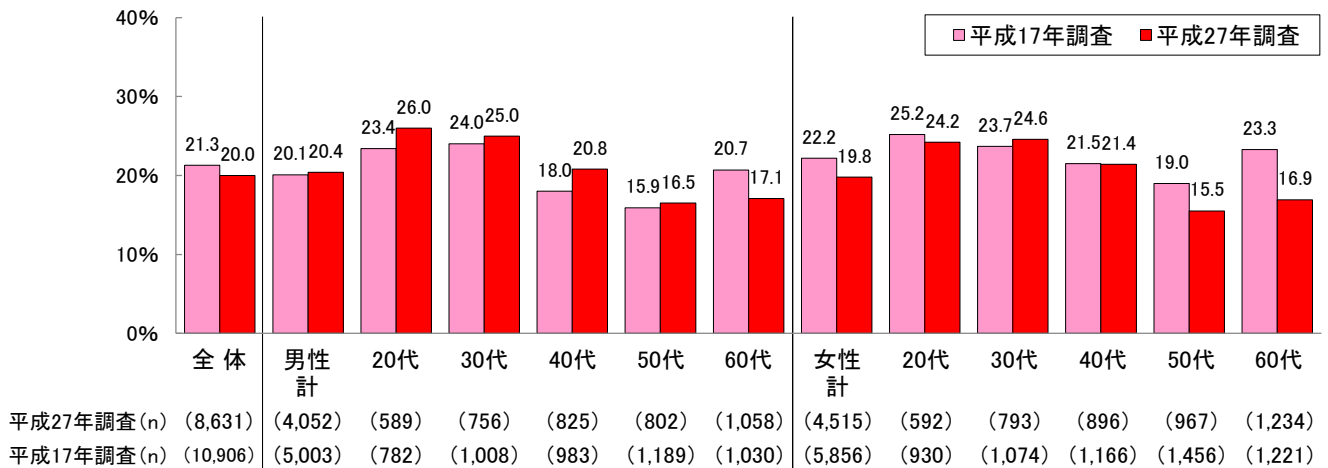
ライフスタイル—暮らし向きの変化

《 性・年代別 》



- 暮らし向きの変化について性・年代別にみると、《良くなった》は男女ともに20代、30代で25%前後と多く、年代が高くなるほど少なくなる傾向となっている。他方、《悪くなった》は男女ともに50代、60代で40%前後と多く、年代が高くなるほど多くなる傾向となっている。

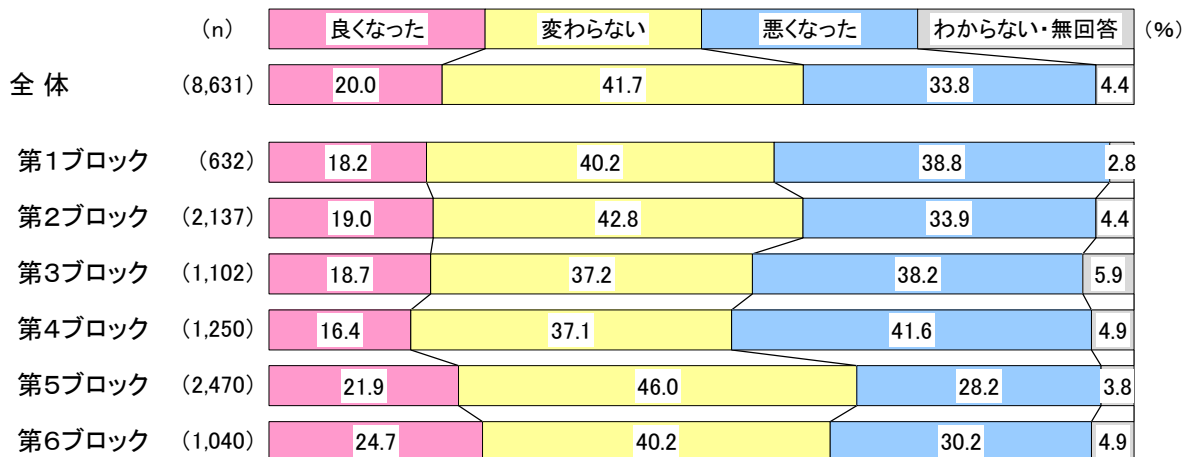
《 性・年代別—「良くなった」過年度比較 》



- 《良くなった》の割合を平成17年調査と比較すると、男性は60代を除く年代で増加している。一方、女性は全般的に減少しており、50代、60代でその割合が大きくなっている。

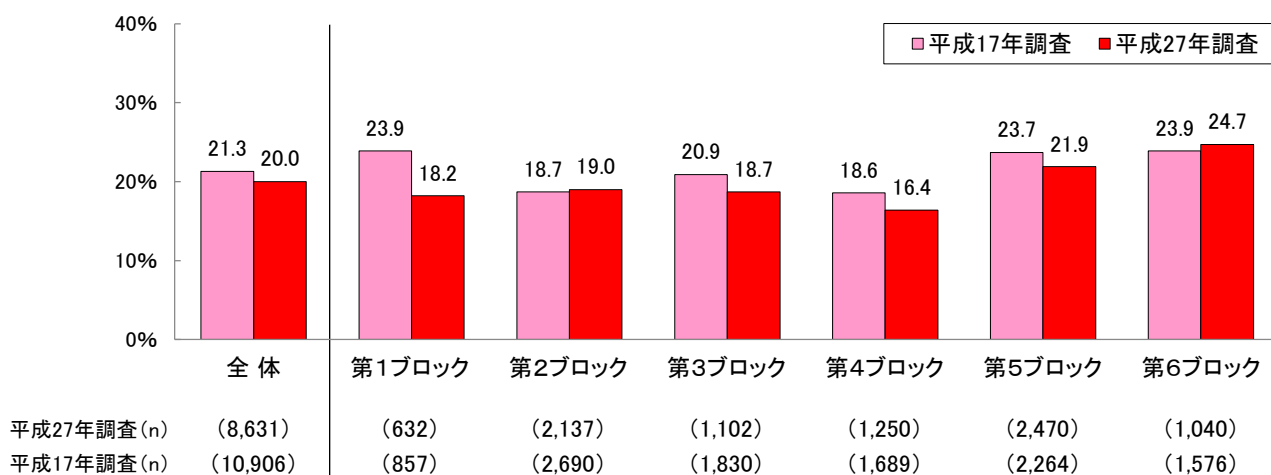
ライフスタイル—暮らし向きの変化

《 ブロック別 》



- 暮らし向きの変化についてブロック別にみると、《良くなった》は第6ブロックで24.7%と最も多く、第5ブロックが21.9%で次いでいる。第4ブロックは16.4%と最も少なくなっており、《悪くなった》が41.6%と最も多くなっている。

《 ブロック別—「良くなった」過年度比較 》

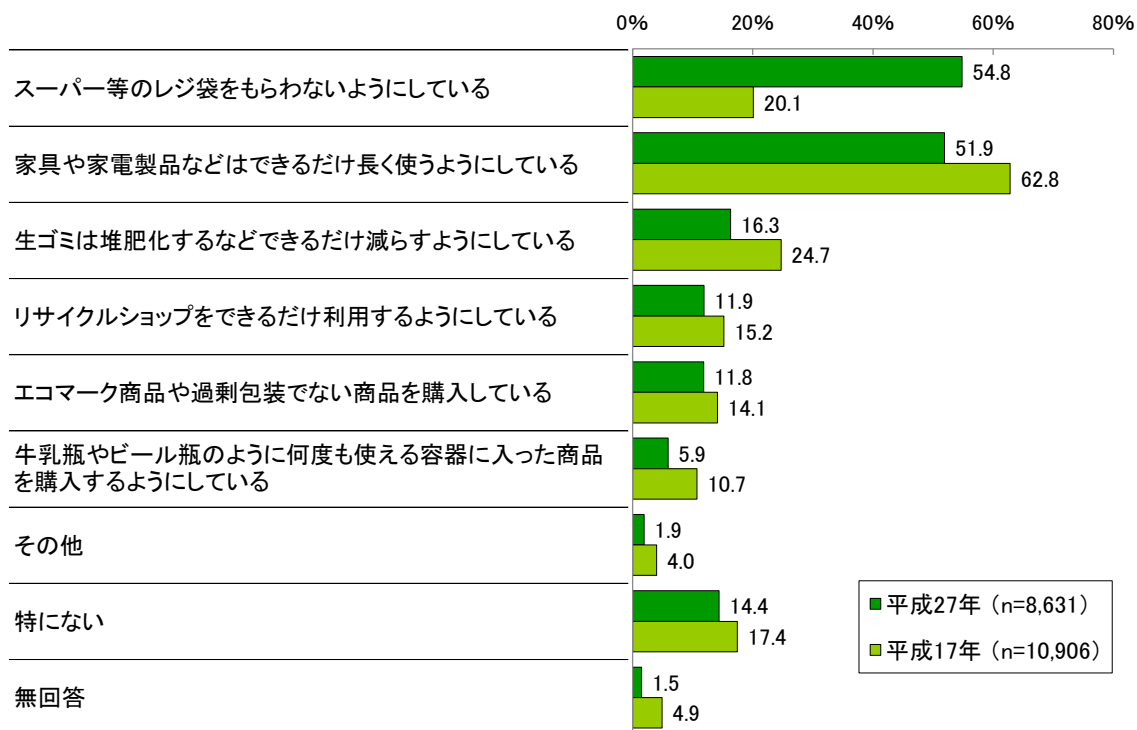


- 《良くなった》の割合を平成17年調査と比較すると、第2ブロック、第6ブロックは横ばいとなっているが、それ以外のブロックでは減少しており、第1ブロックでその割合が大きくなっている。

ライフスタイルー環境に配慮した消費活動（エコロジー）

Q 2. 環境に配慮した消費活動について、通常的生活の中でどのような工夫をされていますか？
あなたが実践しているものがあれば、当てはまる番号に○印を付けて下さい。
(○はいくつでも)

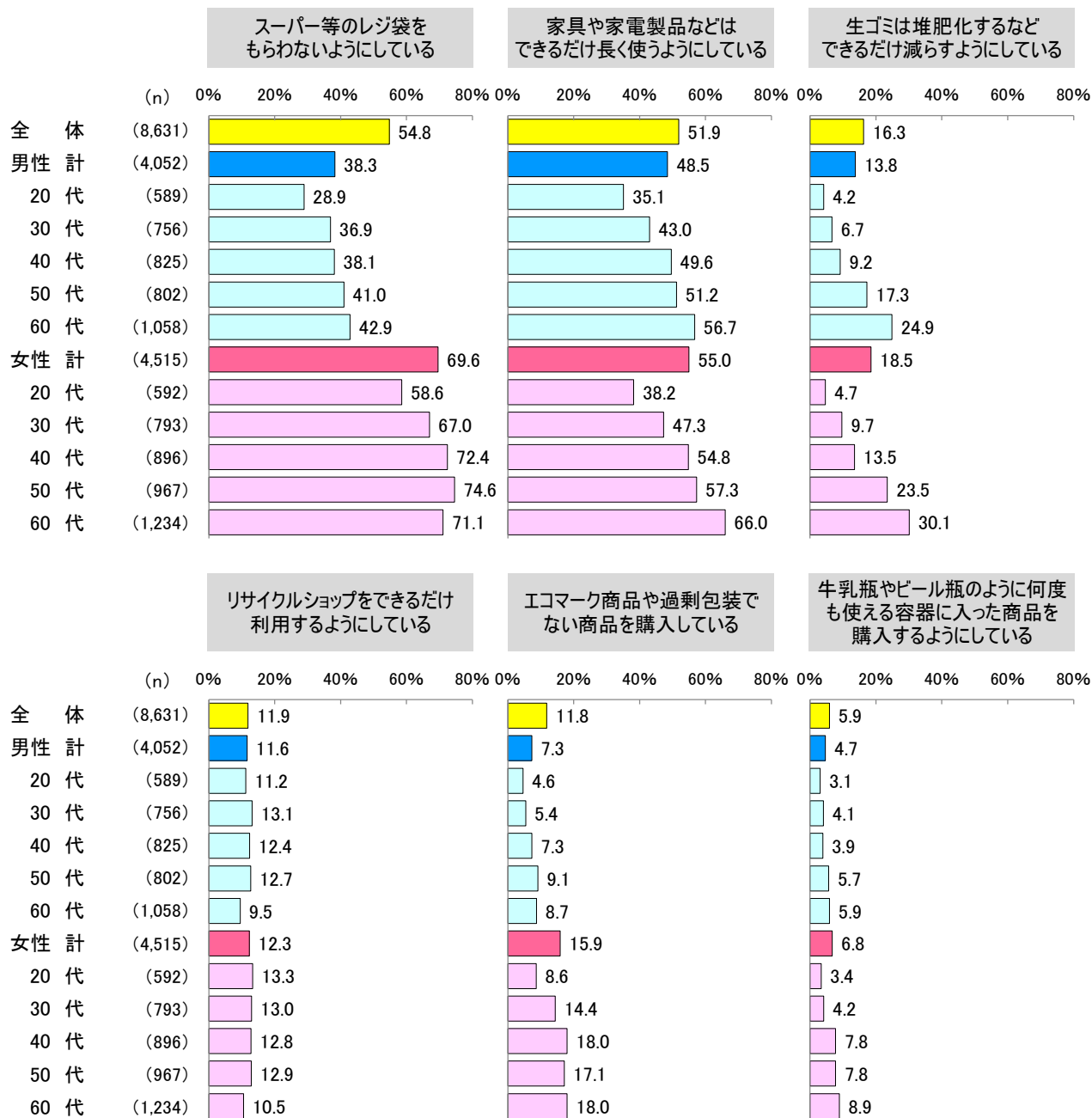
《 全体 》



- ・ 環境に配慮した消費活動（エコロジー）で実践していることは、「スーパー等のレジ袋をもらわないようにしている」が54.8%と最も高く、「家具や家電製品などはできるだけ長く使うようにしている」が51.9%と次いでいる。
- ・ 平成17年度調査と比較すると、「スーパー等のレジ袋をもらわないようにしている」が34.7ポイントと大きく上昇している。これは、この10年間でレジ袋を有料化する小売店などが増えていることも一つの要因として考えられる。

ライフスタイルー環境に配慮した消費活動（エコロジー）

《 性・年代別 》



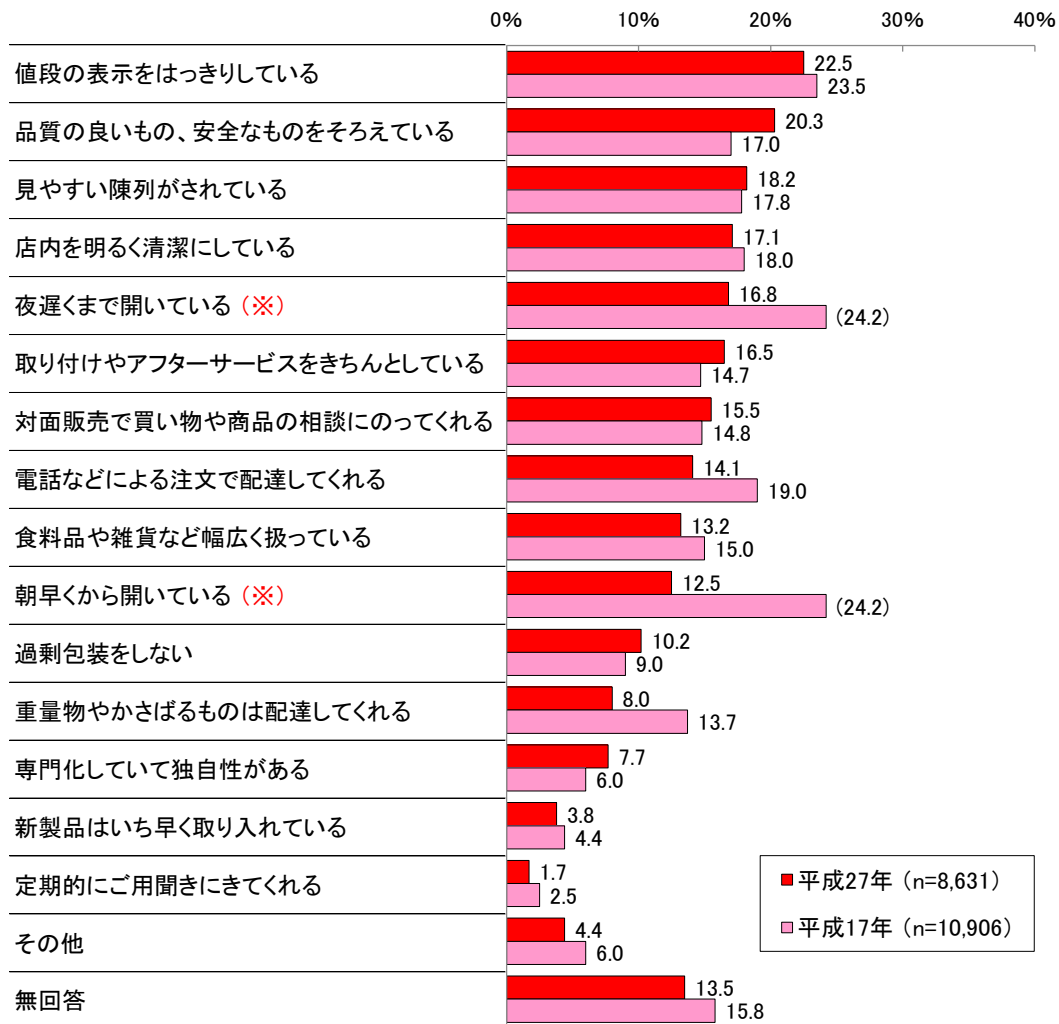
- ・ 環境に配慮した消費活動（エコロジー）で実践していることについて性別にみると、全般的に男性より女性で高い傾向となっており、「スーパー等のレジ袋をもらわないようにしている」は男性の38.3%に対し女性は69.6%と31.3ポイントの差がみられる。
- ・ 性・年代別にみると、全般的に男女ともに年代が高くなるほど高くなる傾向となっており、「生ゴミは堆肥化するなどできるだけ減らすようにしている」は年代による差が比較的大きくなっている。一方、「リサイクルショップをできるだけ利用するようにしている」は性別や年代による差がほとんどみられない。

地域商店に求めること－満足している点

Q3. あなたがお住いの所（市・町・村）の商店街や小売店に対して、（Q3-1）現在満足している点はどれですか？ また（Q3-2）今後期待したい点はどれですか？
それぞれ当てはまる番号に○印を付けて下さい。

Q3-1. 現在満足している点（○はいくつでも）

《全体》



(※) 平成17年調査「営業時間が長い(朝早く、夜遅い)」

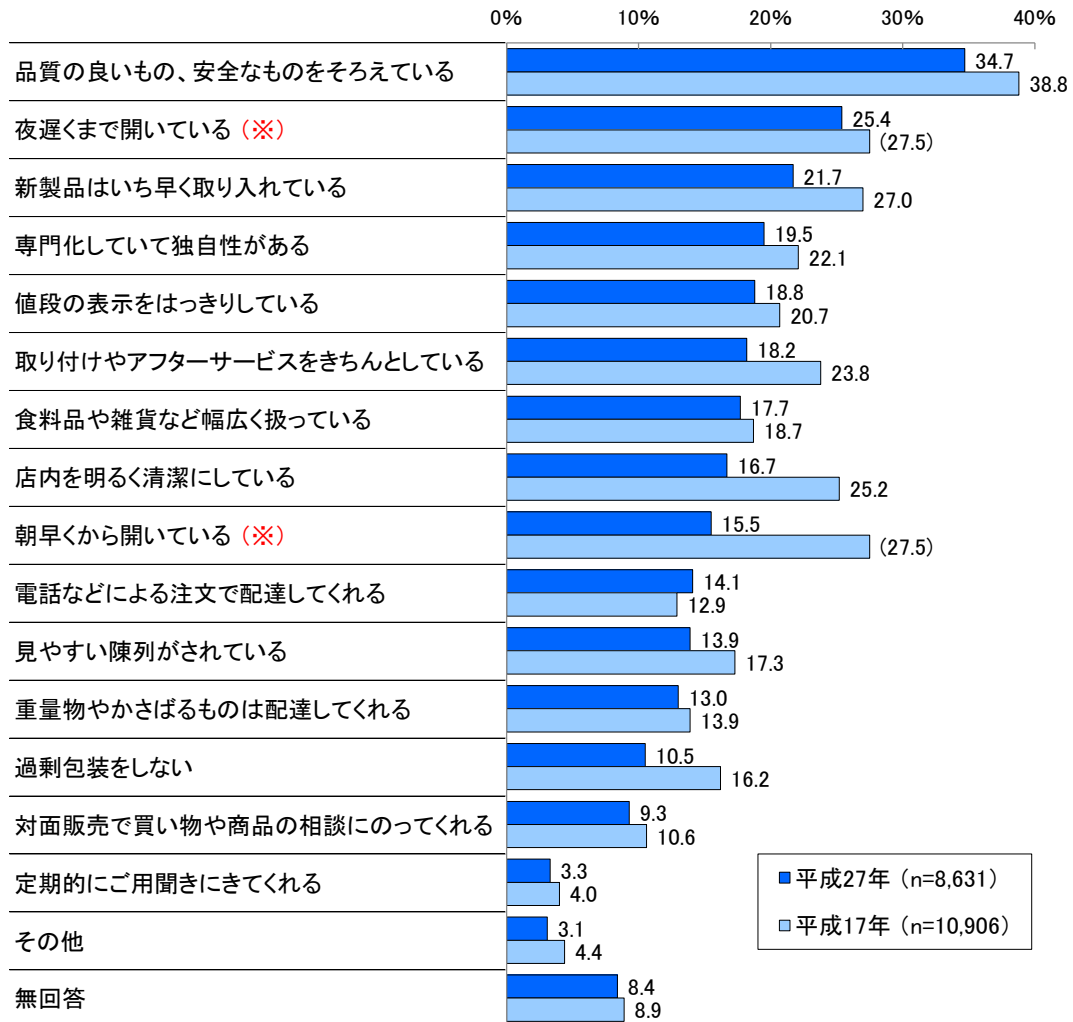
- ・ 地域商店に対して満足している点は、「値段の表示をはっきりしている」が22.5%と最も高く、「品質の良いもの、安全なものをそろえている」20.3%、「見やすい陳列がされている」18.2%、「店内を明るく清潔にしている」17.1%などの順となっている。品質や買い物のしやすさが上位に挙げられている。
- ・ 平成17年調査と比較すると、「品質の良いもの、安全なものをそろえている」が3.3ポイント上昇している。他方、「電話などによる注文で配達してくれる」が4.9ポイント、「重量物やかさばるものは配達してくれる」が5.7ポイントと配達関連が減少している。
- ・ なお、「夜遅くまで開いている」、「朝早くから開いている」については、平成17年調査では「営業時間が長い(朝早く、夜遅い)」と項目が異なるため比較は割愛している。

地域商店に求めること－今後期待したい点

Q 3. あなたがお住いの所（市・町・村）の商店街や小売店に対して、（Q 3－1）現在満足している点はどれですか？ また（Q 3－2）今後期待したい点はどれですか？
それぞれ当てはまる番号に○印を付けて下さい。

Q 3－2. 今後期待したい点（○はいくつでも）

《 全体 》



(※) 平成17年調査「営業時間が長い(朝早く、夜遅い)」

- ・ 地域商店に対して今後期待したい点は、「品質の良いもの、安全なものをそろえている」が34.7%と最も高く、「夜遅くまで開いている」25.4%、「新製品はいち早く取り入れている」21.7%、「専門化していて独自性がある」19.5%などの順となっており、商品の品揃え関連が上位に挙げられている。
- ・ 平成17年調査と比較すると、「電話などによる注文で配達してくれる」を除く各項目で全般に下降している。「新製品はいち早く取り入れている」、「取り付けやアフターサービスをきちんとしている」、「店内を明るく清潔にしている」および「過剰包装をしない」は5ポイント以上下降している。

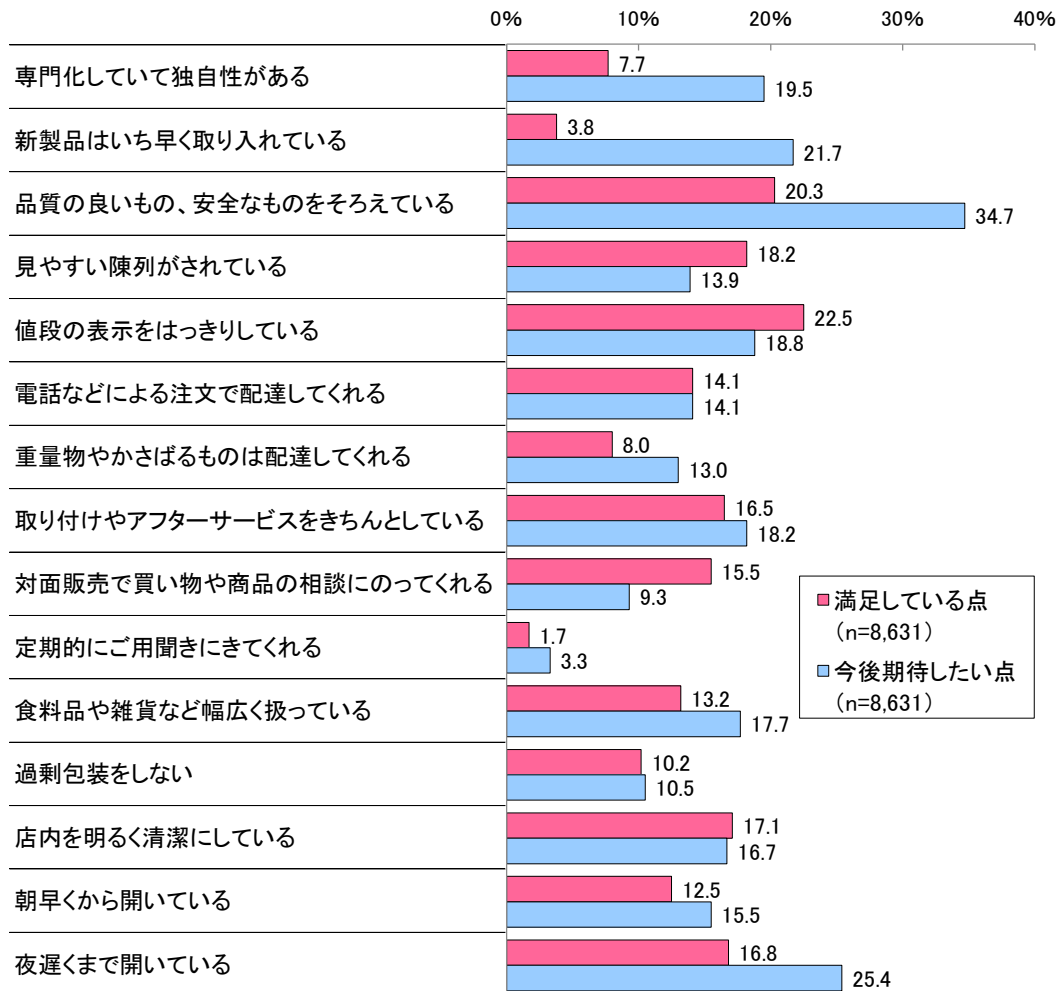
地域商店に求めること－満足している点×今後期待したい点

Q3. あなたがお住いの所（市・町・村）の商店街や小売店に対して、(Q3-1) 現在満足している点はどれですか？ また(Q3-2) 今後期待したい点はどれですか？
それぞれ当てはまる番号に○印を付けて下さい。

Q3-1. 現在満足している点 (○はいくつでも)

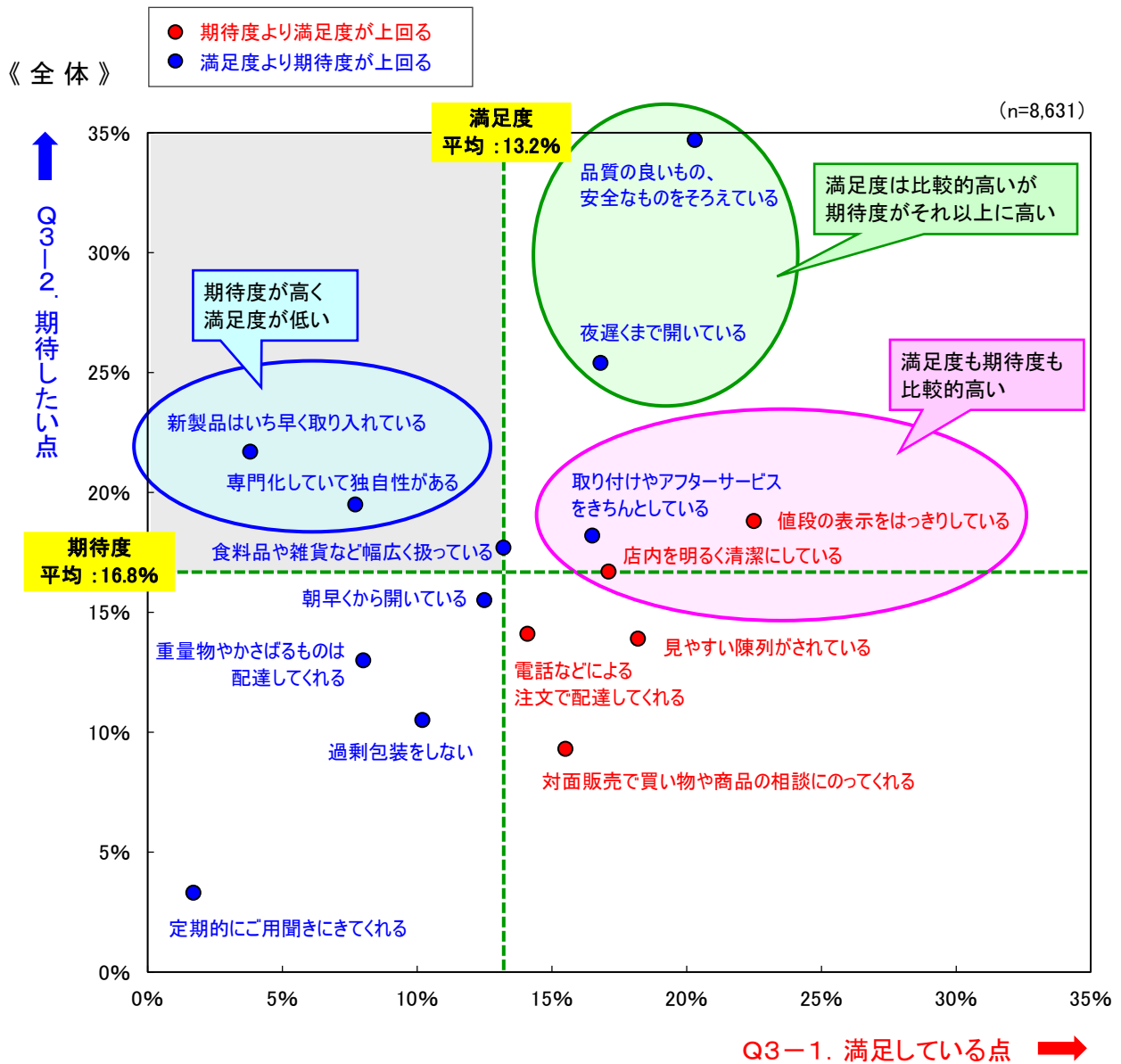
Q3-2. 今後期待したい点 (○はいくつでも)

《全体》



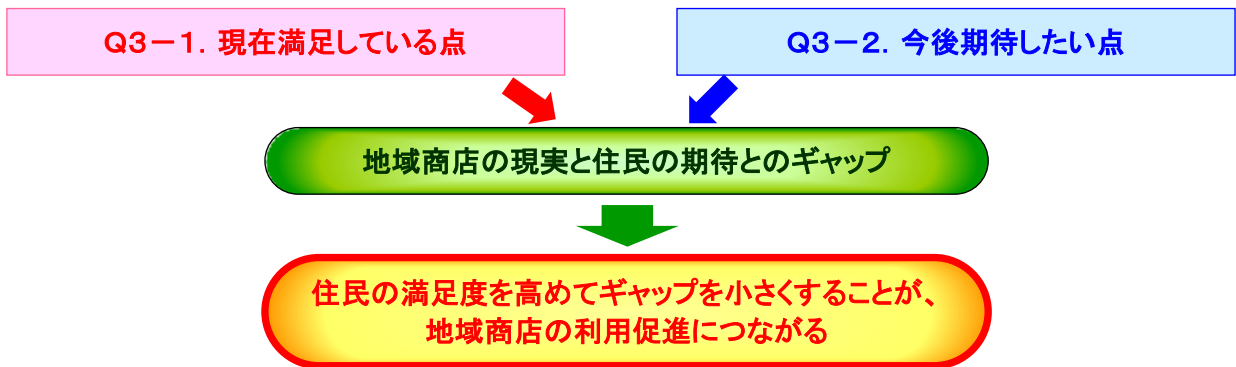
- ・ 満足している点と期待したい点を対照比較すると、「値段の表示をはっきりしている」、「取り付けやアフターサービスをきちんとしている」、「店内を明るく清潔にしている」は満足度も期待度も比較的高い。
- ・ 「品質の良いもの、安全なものをそろえている」、「夜遅くまで開いている」は満足度は比較的高いが、期待がそれを上回っている。
- ・ 「専門化していて独自性がある」、「新製品はいち早く取り入れている」は期待度の高さに対し、満足度が低くなっている。

地域商店に求めることー満足している点×今後期待したい点

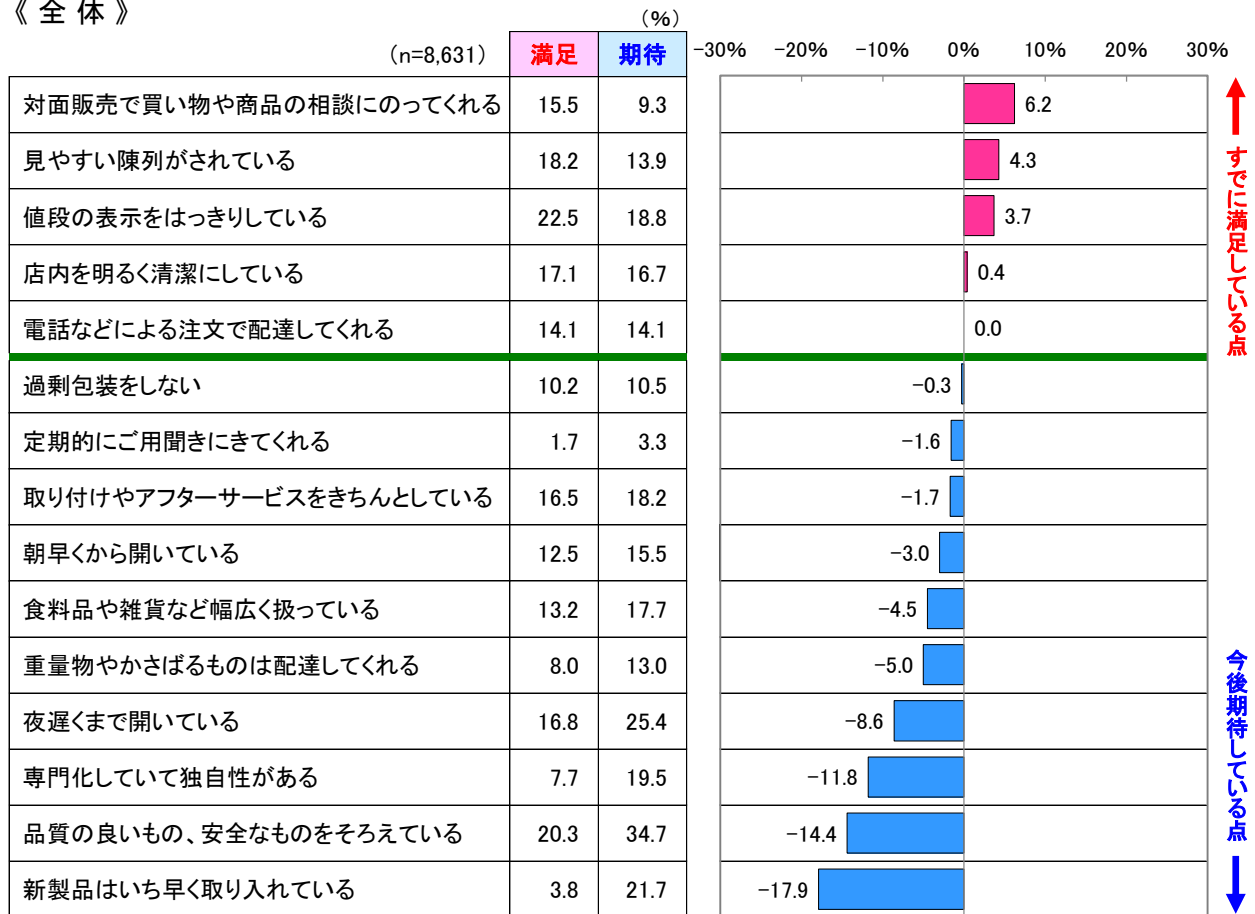


- ・ 地域商店に満足している点と今後期待したい点について、前ページに記述の内容をマッピングすると上図の通りである。

地域商店に求めることーギャップ分析

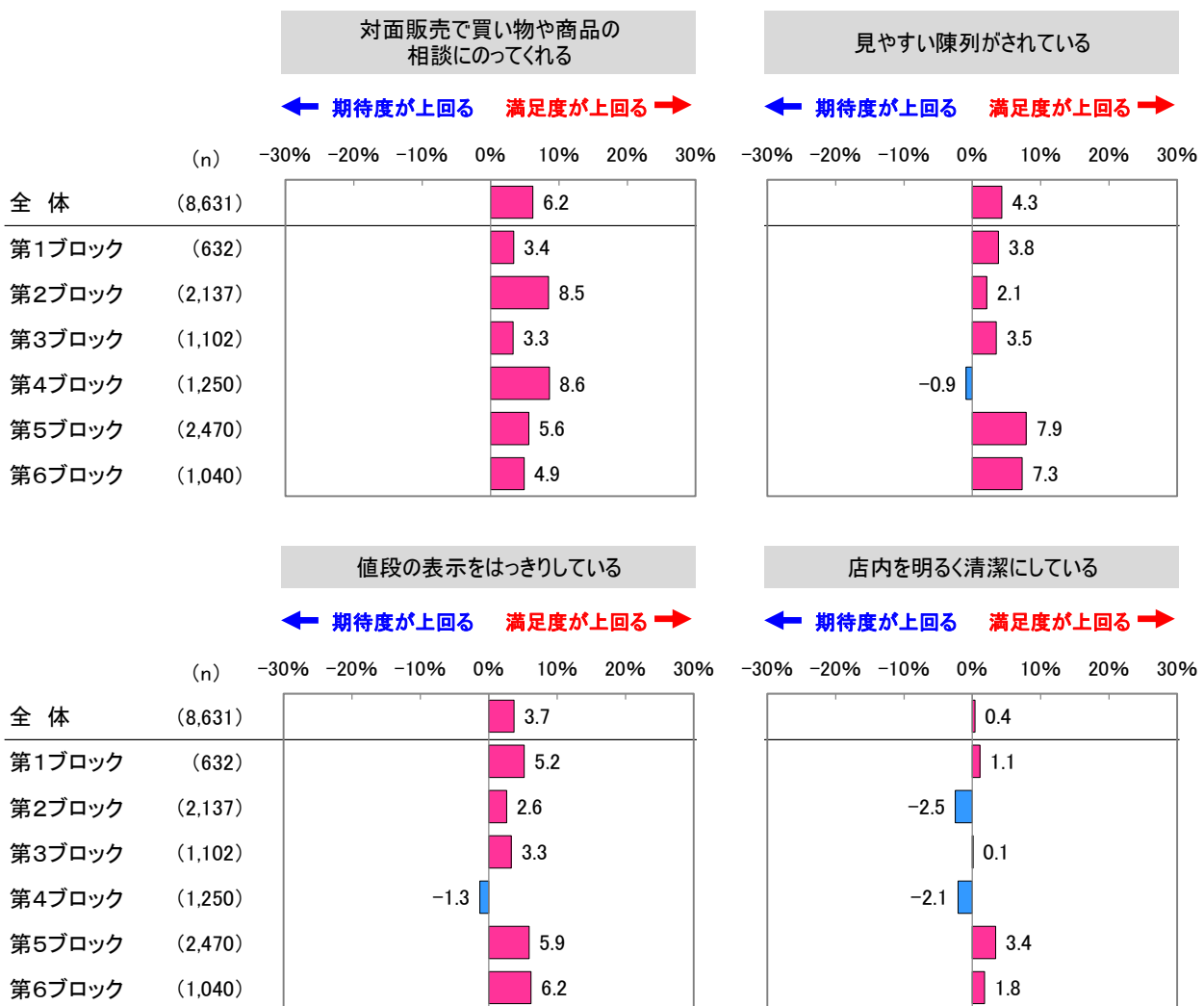
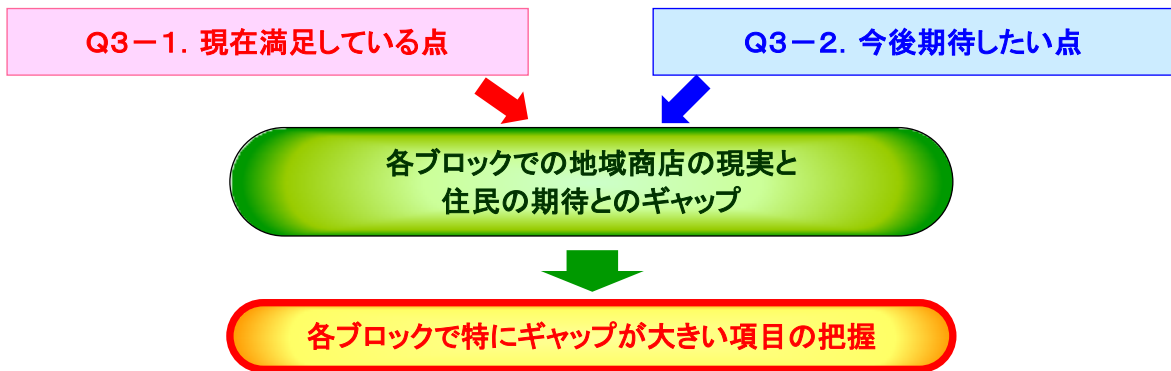


《 全体 》



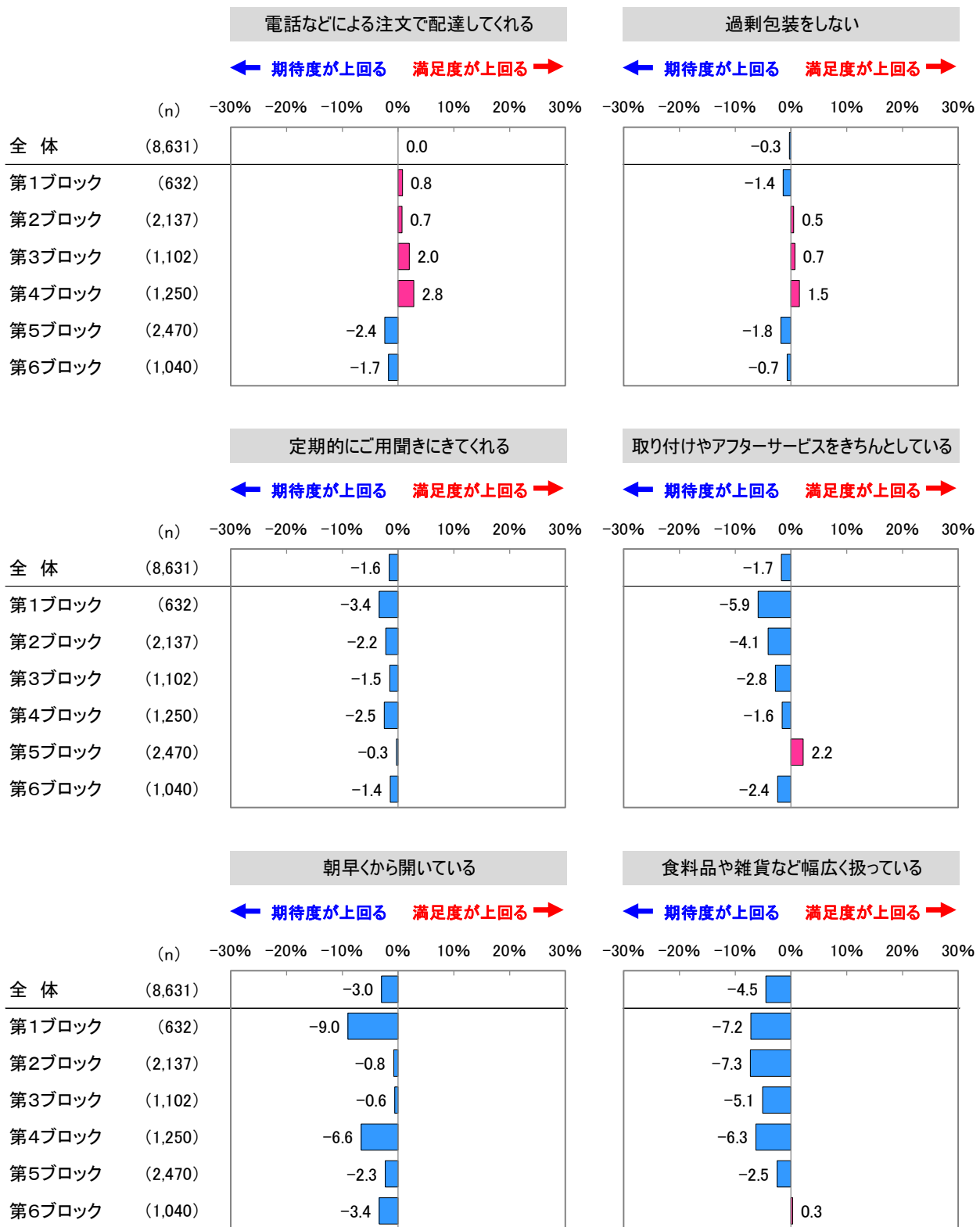
- ・ 上図は、地域商店に満足している点と今後期待したい点のギャップ（満足度－期待度）を示したものである。
- ・ 満足度が期待度より上回っているのは、「対面販売で買い物や商品の相談にのってくれる」（+6.2ポイント）、「見やすい陳列がされている」（+4.3ポイント）、「値段の表示がはっきりしている」（+3.7ポイント）などとなっている。
- ・ 他方、満足度が期待度より下回っているのは、「新製品はいち早く取り入れている」（-17.9ポイント）、「品質の良いもの、安全なものをそろえている」（-14.4ポイント）、「専門化していて独自性がある」（-11.8ポイント）などとなっている。

地域商店に求めることーギャップ分析 【ブロック別】



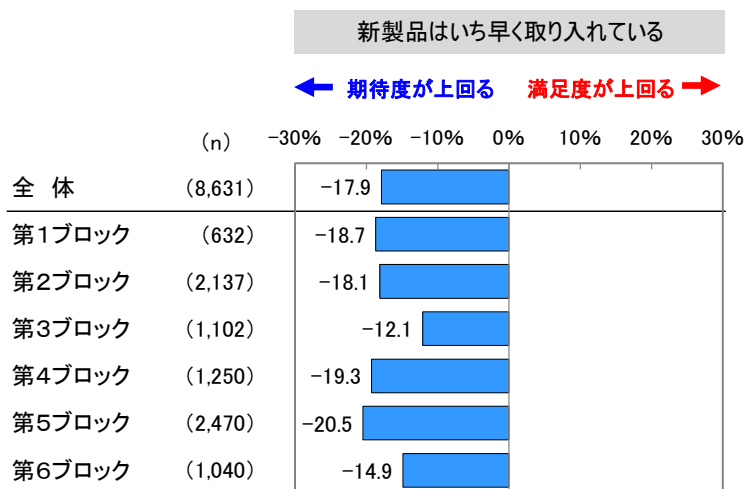
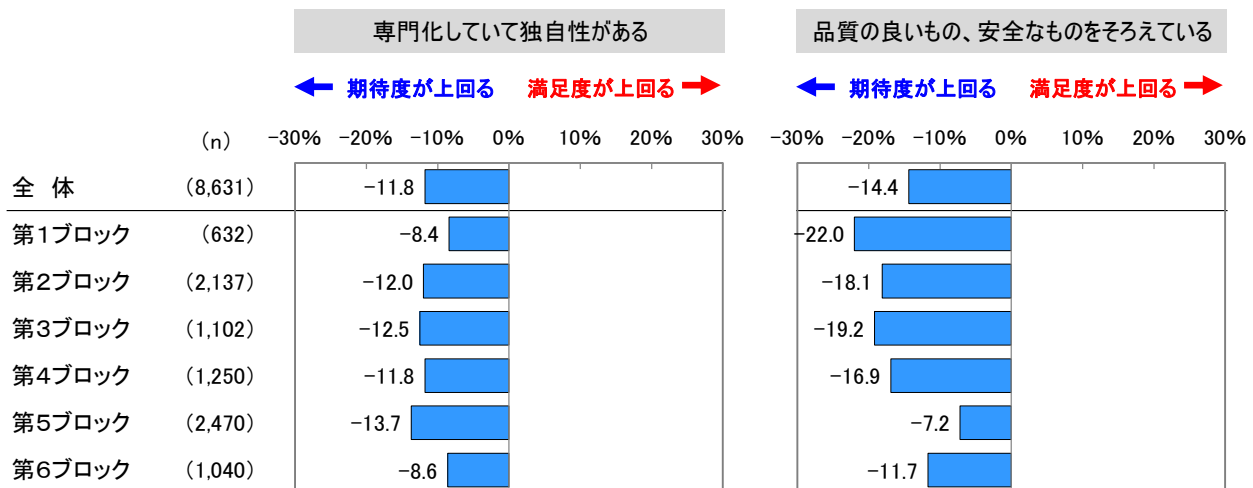
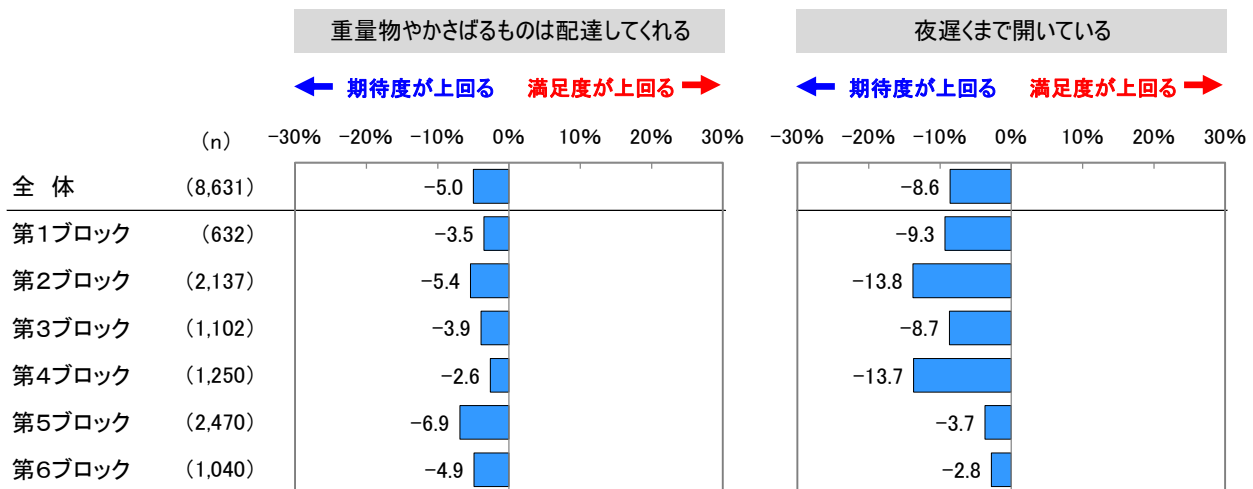
- 地域商店に対する満足度と期待度のギャップについてブロック別にみると、「対面販売で買い物や商品の相談にのってくれる」はすべてのブロックで満足度が期待度を上回っており、第2ブロック、第4ブロックで上回り度合いが比較的大きい。「見やすい陳列がされている」、「値段表示をはっきりしている」は第5ブロック、第6ブロックで上回り度合いが比較的大きく、第4ブロックはわずかにマイナスとなっている。

地域商店に求めることーギャップ分析【ブロック別】



- 「取り付けやアフターサービスをきちんとしている」は第1ブロックで、「朝早くから開いている」は第1ブロック、第4ブロックでマイナスの度合いが大きい。

地域商店に求めることーギャップ分析【ブロック別】



- 「夜遅くまで開いている」は第2ブロック、第4ブロックで、「品質の良いもの、安全なものをそろえている」は第1ブロックでマイナスの度合いが大きい。全体で最もマイナス度合いの大きい「新製品はいち早く取り入れている」は第3ブロック、第6ブロックでは他ブロックよりマイナス度合いが小さくなっている。

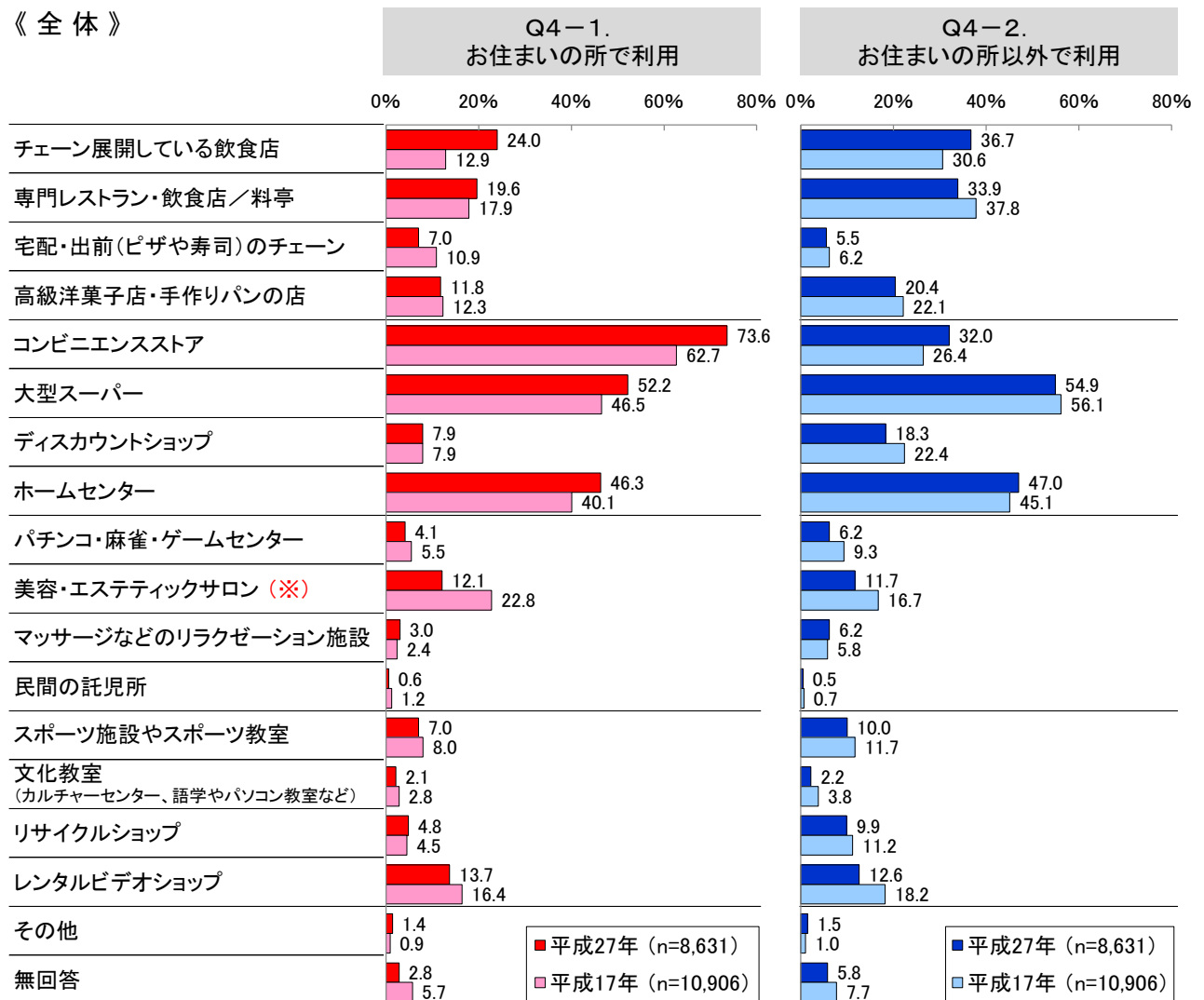
よく利用している店や施設

Q4. 次のようなお店や施設のうち、(Q4-1) あなたのお住まいの所(市・町・村)にあってよく利用しているのはどれですか？ また、(Q4-2) あなたのお住まいの所(市・町・村)以外にあってよく利用しているのはどれですか？

Q4-1. お住まいの所(市・町・村)で利用(○はいくつでも)

Q4-2. お住まいの所(市・町・村)以外で利用(○はいくつでも)

《全体》



(※)平成17年調査「美容院・エステティックサロン」

- ・ お住まいの所で利用している店や施設は、「コンビニエンスストア」が73.6%と最も高く、「大型スーパー」52.2%、「ホームセンター」46.3%などが上位に挙げられている。
- ・ 平成17年調査と比較すると、「チェーン展開している飲食店」が11.1ポイント、「コンビニエンスストア」が10.9ポイント、「ホームセンター」が6.2ポイント上昇している。
- ・ 他方、お住まいの所以外で利用している店や施設は、「大型スーパー」が54.9%と最も高く、「ホームセンター」47.0%、「チェーン展開している飲食店」36.7%などの順となっている。
- ・ 平成17年調査と比較すると、「チェーン展開している飲食店」が6.1ポイント、「コンビニエンスストア」が5.6ポイント上昇している。

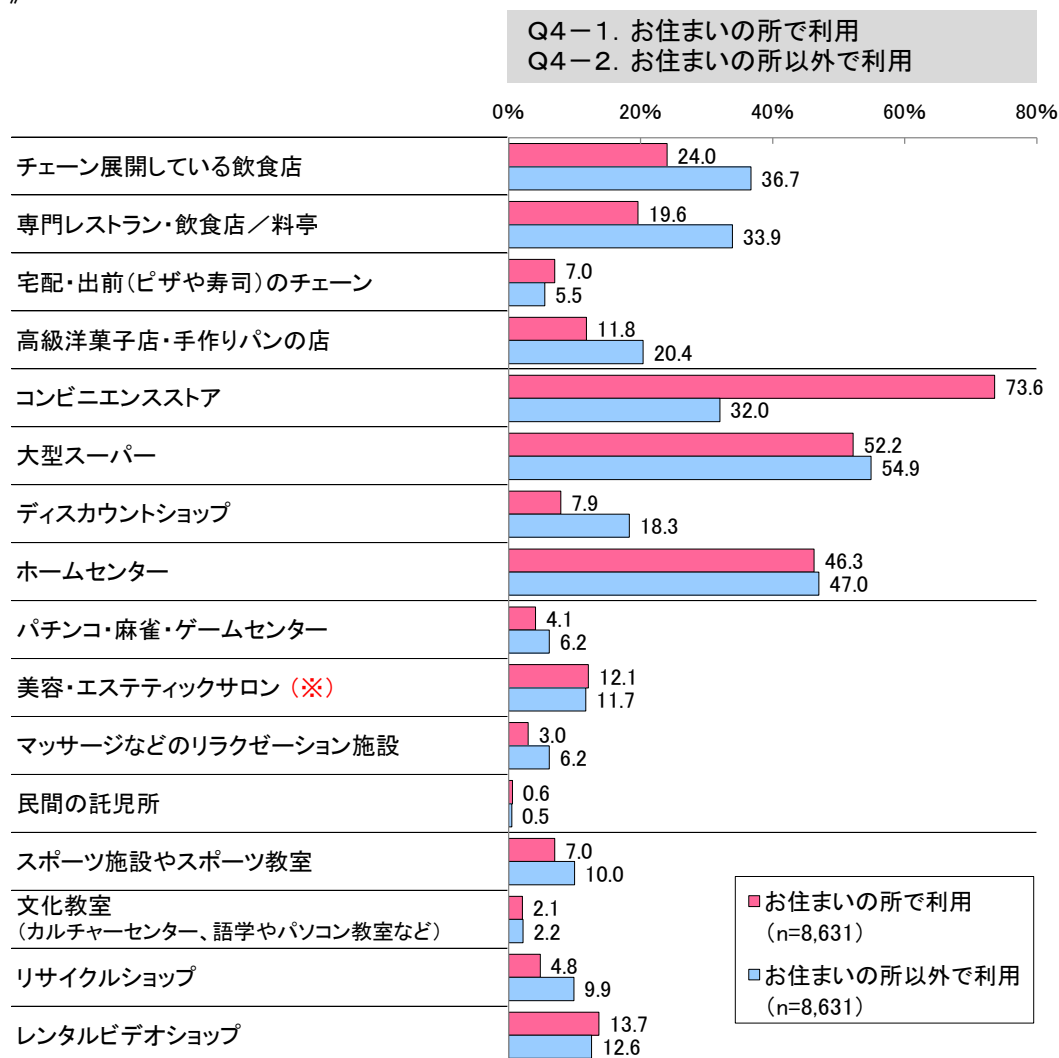
よく利用している店や施設

Q 5. 次のようなお店や施設のうち、(Q 4-1) あなたのお住まいの所(市・町・村)にあってよく利用しているのはどれですか？ また、(Q 4-2) あなたのお住まいの所(市・町・村)以外にあってよく利用しているのはどれですか？

Q 4-1. お住まいの所(市・町・村)で利用 (〇はいくつでも)

Q 4-2. お住まいの所(市・町・村)以外で利用 (〇はいくつでも)

《 全体 》



(※) 平成17年調査「美容院・エステティックサロン」

- ・ 地域内・外で利用している店や施設を対照比較すると、「コンビニエンスストア」は地域内での利用が地域外より大きく上回っている。
- ・ 「大型スーパー」、「ホームセンター」は地域内・外ともに比較的高く、その差はほとんどみられない。
- ・ 「チェーン展開している飲食店」、「専門レストラン・飲食店／料亭」などの飲食店、また、「高級洋菓子店・手作りパンの店」、「ディスカウントショップ」などは地域内より地域外での利用が上回っている。

よく利用している店や施設－ギャップ分析

Q4-1. お住まいの所で
利用するお店・施設

Q4-2. お住まいの所以外で
利用するお店・施設

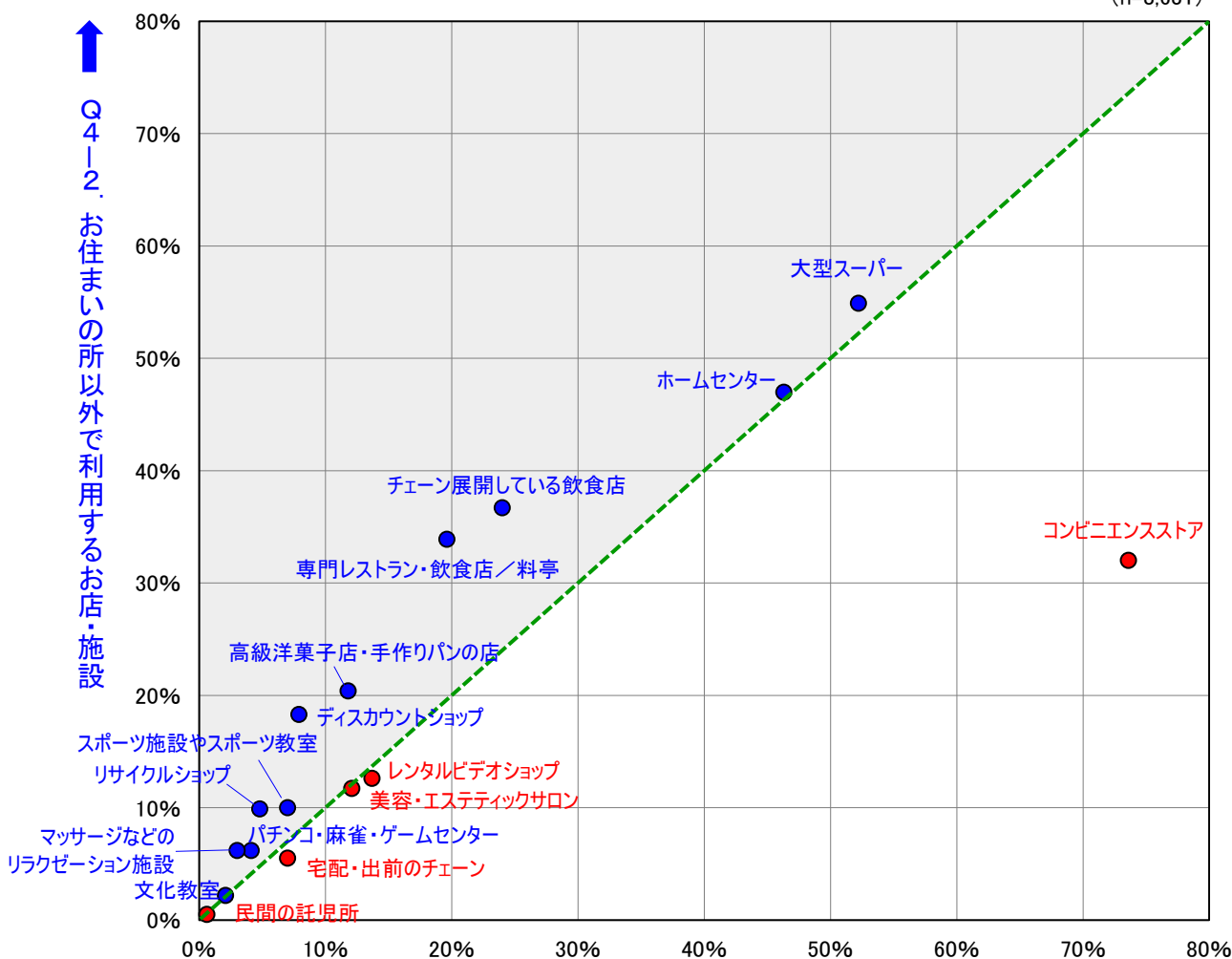
エリアから流出しているお店や施設

エリアでの実態把握

《全体》

- お住まいの所以外よりお住まいの所が上回る
- お住まいの所よりお住まいの所以外が上回る

(n=8,631)



Q4-1. お住まいの所で利用するお店・施設 →

- ・ 地域内・外での利用率をマッピングすると上記の通りである。

主に買い物、利用している商品・サービス

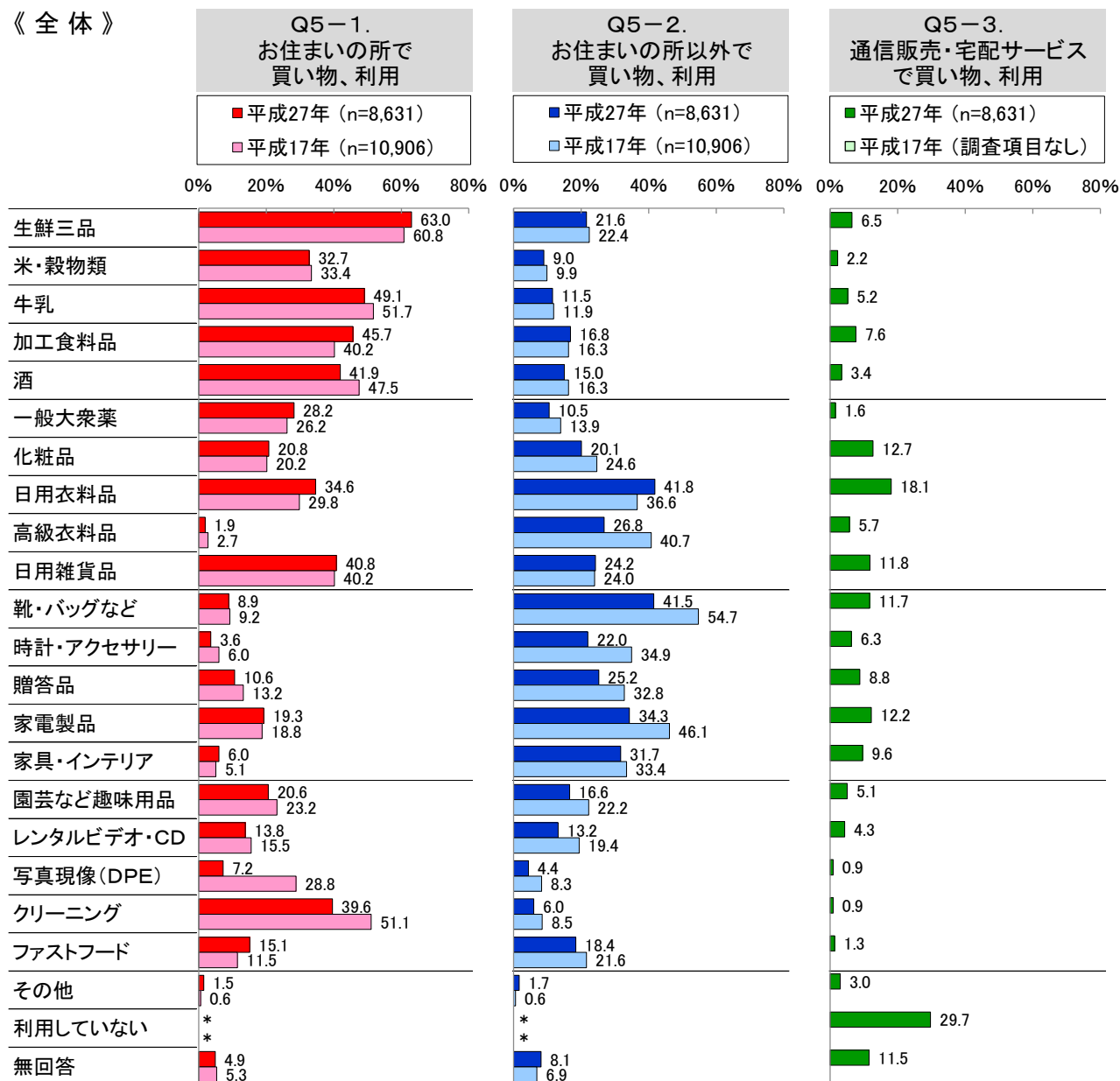
Q 4. あなたが (Q 5-1) あなたのお住まいの所 (市・町・村)、 (Q 5-2) あなたのお住まいの所 (市・町・村) 以外、 (Q 5-3) 通信販売や宅配サービスのそれぞれで、主に買っている (利用している) 商品やサービスはどれですか？

Q 5-1. お住まいの所 (市・町・村) で買い物、利用 (〇はいくつでも)

Q 5-2. お住まいの所 (市・町・村) 以外で買い物、利用 (〇はいくつでも)

Q 5-3. 通信販売・宅配サービスで買い物、利用 (〇はいくつでも)

《全体》



- ・ 地域で購入している商品・サービスは、高い順に「生鮮三品」63.0%、「牛乳」49.1%、「加工食料品」45.7%、「酒」41.9%となっている。他方、地域外では「日用衣料品」41.8%、「靴・バッグなど」41.5%、「家電製品」34.3%、「家具・インテリア」31.7%の順となっている。また、通信販売・宅配は「日用衣料品」、「化粧品」などが比較的高くなっている。
- ・ 平成17年調査と比較すると、地域内では「写真現像(DPE)」、「クリーニング」などが下降し、地域外では「高級衣料品」、「靴・バッグなど」、「時計・アクセサリ」、「家電製品」などが下降している。

主に買い物、利用している商品・サービス

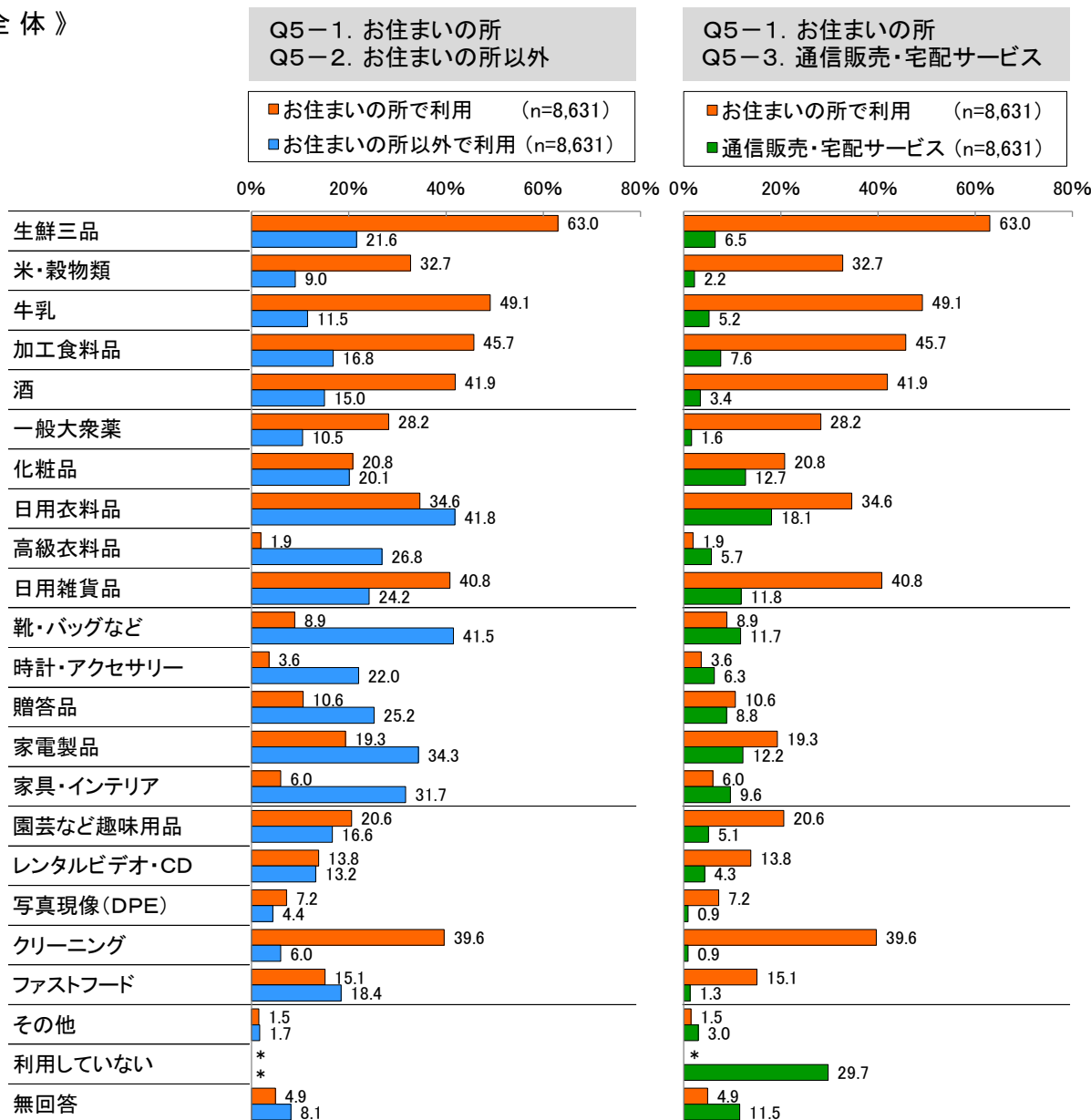
Q 4. あなたが (Q 5-1) あなたのお住まいの所 (市・町・村)、 (Q 5-2) あなたのお住まいの所 (市・町・村) 以外、 (Q 5-3) 通信販売や宅配サービスのそれぞれで、主に買っている (利用している) 商品やサービスはどれですか？

Q 5-1. お住まいの所 (市・町・村) で買い物、利用 (〇はいくつでも)

Q 5-2. お住まいの所 (市・町・村) 以外で買い物、利用 (〇はいくつでも)

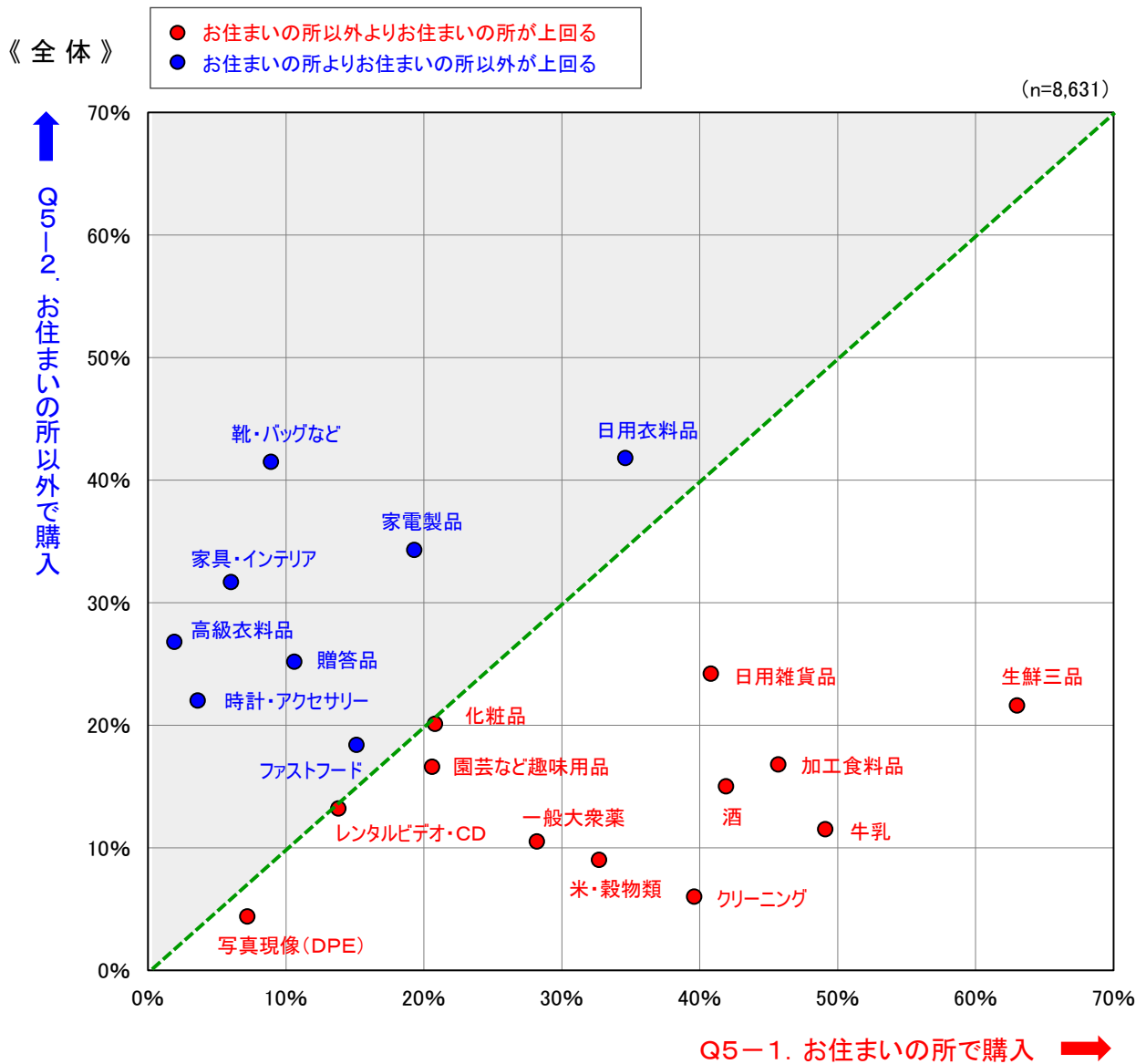
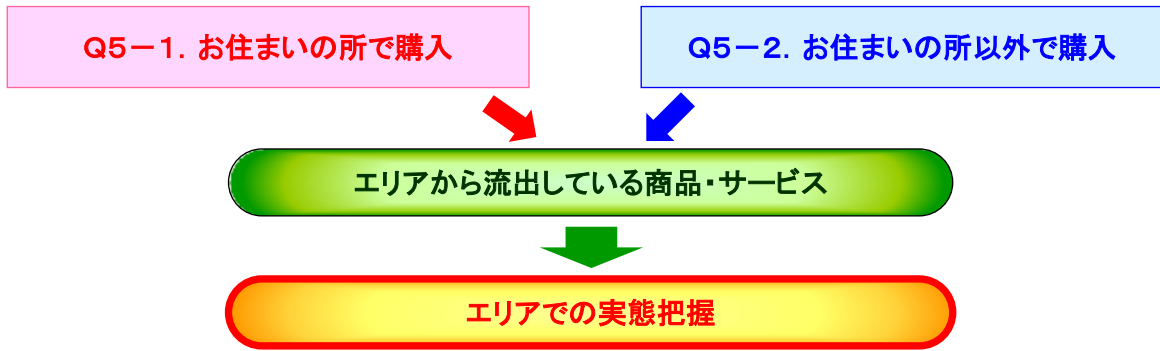
Q 5-3. 通信販売・宅配サービスで買い物、利用 (〇はいくつでも)

《 全体 》



- ・ 地域内・外で買い物・利用している商品・サービスを対照比較すると、「生鮮三品」、「牛乳」、「加工食料品」、「酒」など飲食料品、あるいは「一般大衆薬」、「日用雑貨品」、「クリーニング」など日用消費財は地域内での利用が地域外を大きく上回っている。他方、「高級衣料品」、「靴・バッグなど」、「時計・アクセサリ」、「家電製品」、「家具・インテリア」など耐久消費財は地域外での利用が地域内を大きく上回っている。「日用衣料品」、「化粧品」、「園芸など趣味用品」、「ファストフード」などは地域内・外の差が比較的小さい。

主に買い物、利用している商品・サービス－ギャップ分析

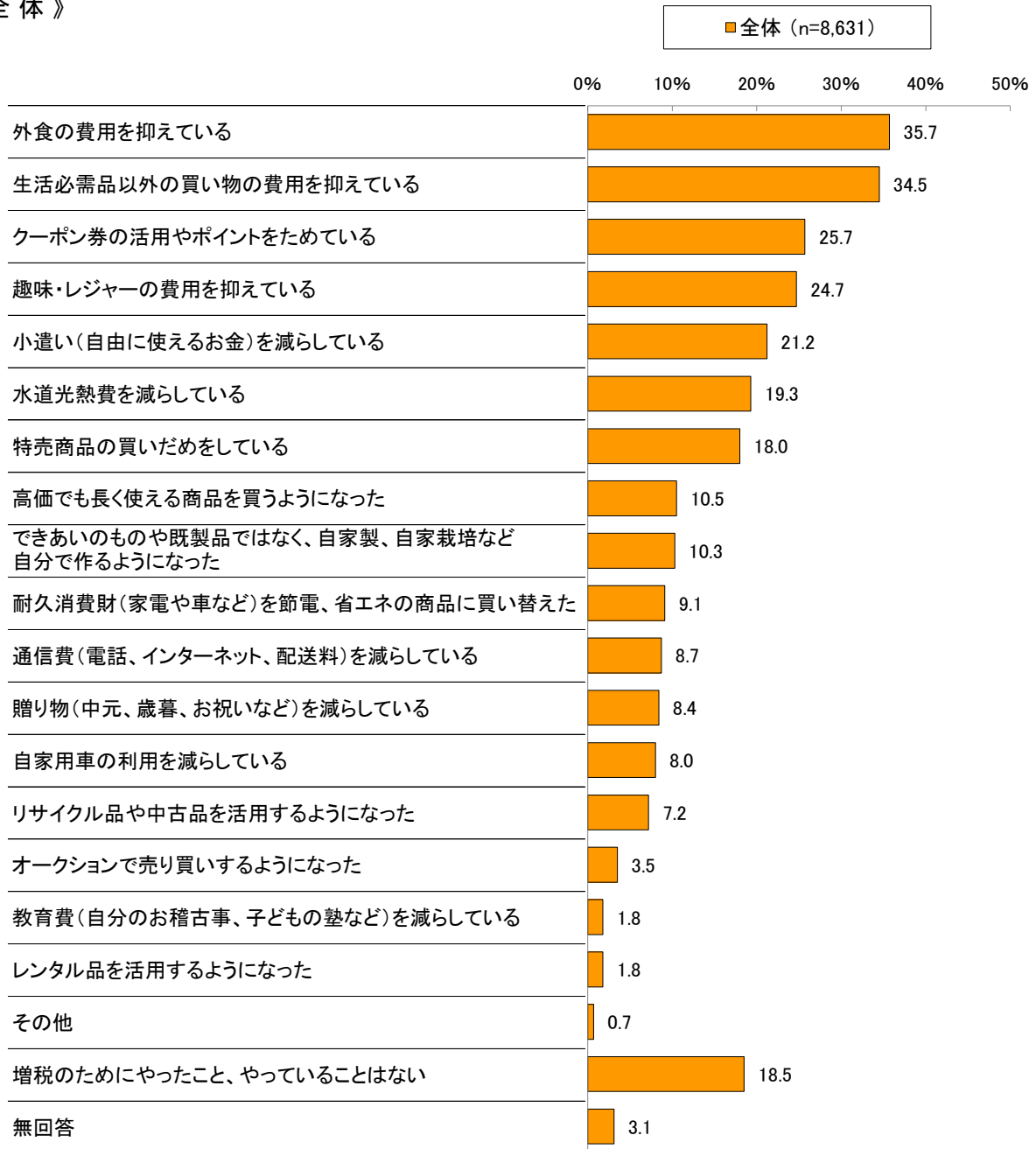


・ 地域内・外での利用率をマッピングすると上記の通りである。

消費税増税と消費生活

Q 6. 昨年（2014年）4月1日より消費税率が5%から8%に上がりましたが、増税のためにやったこと、やっていることはありますか？ 当てはまる番号に○印を付けて下さい。
（○はいくつでも）

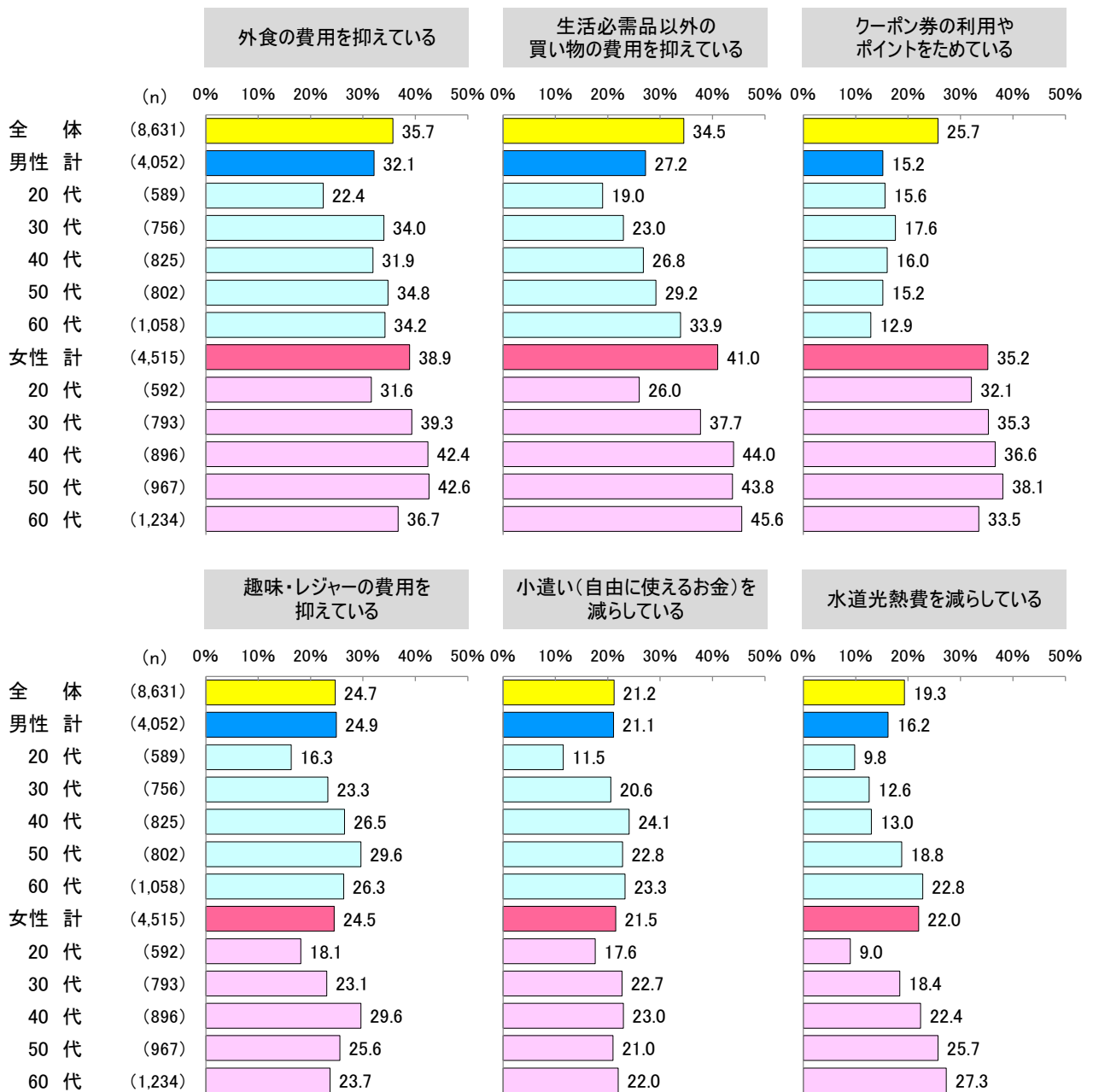
《 全体 》



- 消費増税に伴い実施したこと・実施していることは、「外食の費用を抑えている」が35.7%と最も高く、「生活必需品以外の買い物の費用を抑えている」34.5%、「クーポン券の活用やポイントをためている」25.7%、「趣味・レジャーの費用を抑えている」24.7%などの順となっている。

消費税増税と消費生活

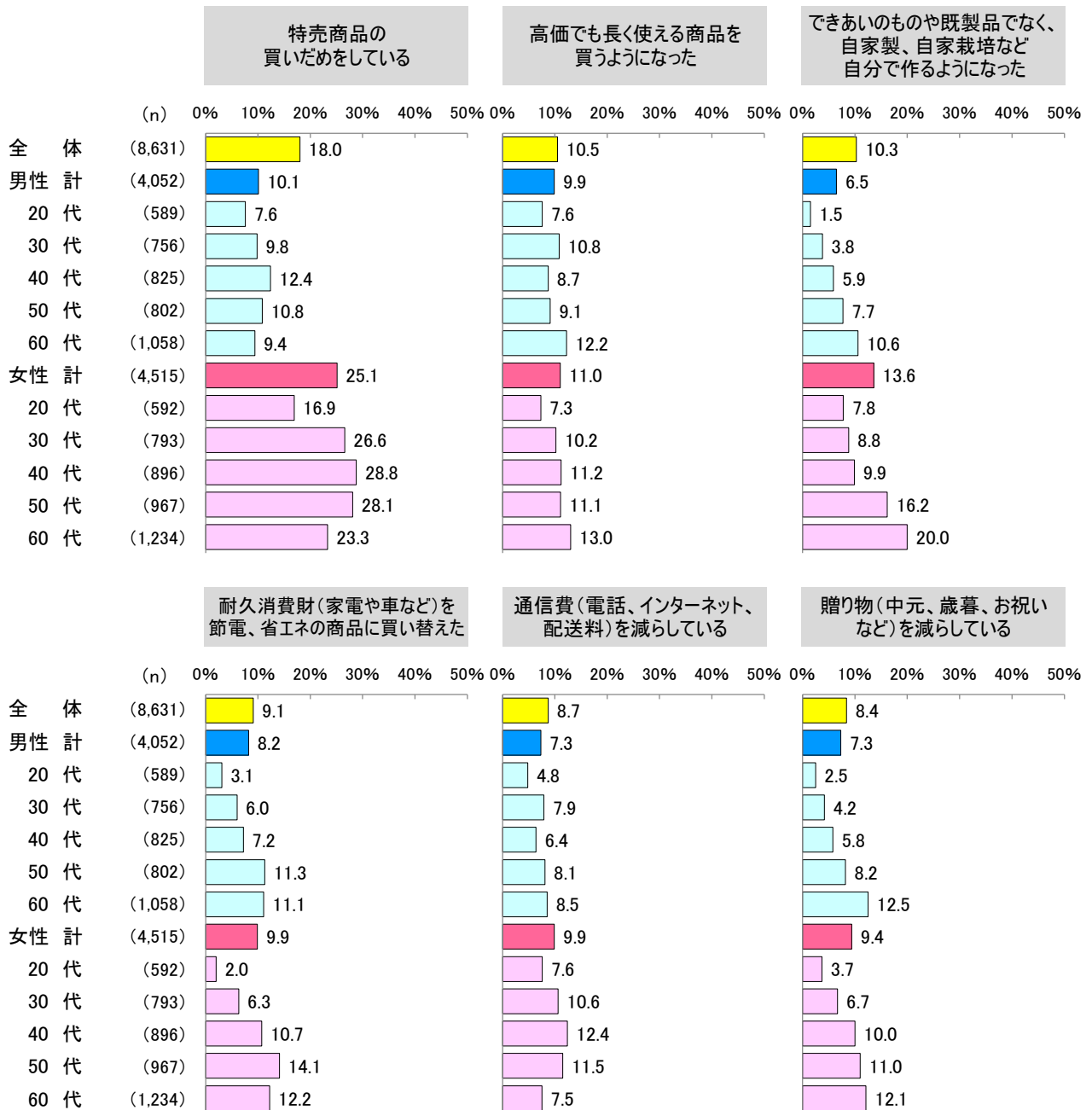
《 性・年代別 》



- ・ 「外食の費用を抑えている」は女性40代・50代で40%を超えている。
- ・ 「生活必需品以外の買い物の費用を抑えている」、「水道光熱費を減らしている」、「できあいのものや既製品でなく、自家製、自家栽培など自分で作るようになった」は男性より女性で高く、男女ともに年代が高くなるほど高くなる傾向となっている。
- ・ 「クーポン券の利用やポイントをとめている」は男性より女性で20.0ポイント、「特売商品の買いだめをしている」は15.0ポイント高く、性別による差が比較的大きい。
- ・ 「趣味・レジャーの費用を抑えている」、「小遣い(自由に使えるお金)を減らしている」、「高価でも長く使える商品を買うようになった」などは性別による差は比較的小さい。

消費税増税と消費生活

《 性・年代別 》



- ・ 「贈り物（中元、歳暮、お祝いなど）を減らしている」、「自家用車の利用を減らしている」は性別による差は比較的小さいが、男女ともに年代が高くなるほど高くなる傾向となっている。
- ・ 「リサイクル品や中古品を活用するようになった」は性・年代による差が少ない。
- ・ 「オークションで売り買いするようになった」、「レンタル品を活用するようになった」は全体の比率は低いが、年代が低いほど高い傾向となっている。

消費税増税と消費生活

《 性・年代別 》

