

平成21年度
まちづくりアンケート
報告書

平成22年3月



長野市

はじめに

この「まちづくりアンケート」は、市民の皆様のご意見・ご要望をお聴きし、市政に反映させることを目的として、昭和57年度から毎年度実施しております。

この調査から得られた結果を十分精査し、より正確でスピーディーな事務処理、きめ細かな行政サービスに努めるとともに、「みんなの声が『ながの』をつくる」を市政運営の基本方針に据え、市民の皆様との対話を大切にしながら、希望あふれる地域社会の実現に向け、力強く前進してまいりたいと考えております。

本市は、本年1月の合併により市域が更に広がりましたが、都市内分権の理念のもと、各地域の特色を生かした多軸型都市を目指しております。

今後も、それぞれの地域の文化や伝統、誇り、絆など地域の良き価値観を見出し、地域の活力を生かした「～善光寺平に結ばれる～人と地域がきらめくまち“ながの”」の実現を目指し、各施策、事業を着実に推進するため、全力を傾けてまいります。

結びに、本アンケートの実施に当たり、ご協力をいただきました皆様に心から感謝申し上げますとともに、今後も市政に一層のご理解とご協力を賜りますようお願い申し上げます。

平成22年3月

長野市長 鷺澤 正一

目 次

1. 調査の概要	1
2. 調査分析結果	9
消費行動と商店街について	10
地域福祉について	42
消費生活相談について	57
ゴミのポイ捨て・路上喫煙について	64
その他 身近な生活に関することについて	72
行政施策の満足度	78
行政施策の優先度	86
3. アンケート用紙	91

1. 調査の概要

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

市民の要望を把握するとともに、市の事業や施策について市民の意見・考えを調査し、諸施策推進の基本資料とする。

(2) 調査対象

長野市内に在住の20歳以上の男女

(3) 標本の抽出

住民基本台帳（平成21年10月16日現在）からの等間隔無作為抽出

(4) 標本総数

5,000名

(5) 調査方法

返信用封筒を同封した、質問票送付によるアンケート調査方式

(6) 調査期間

平成21年11月16日（月）から11月30日（月）まで

(7) 回収結果

有効（送達）標本数	5,000通
無効（未送達、返送）標本数	0通
回収標本数	3,420通
回収率	68.4%

(8) 集計方法

電子計算機による集計（委託）

※本調査は、平成22年1月1日の信州新町および中条村との合併前に実施しているため、当該2地区はこの報告書に反映していない。

(9) 調査項目

①回答者の属性

- | | |
|----------|---|
| A 地域区分 | 市街地地域、市街地周辺地域、犀南地域、松代・若穂、中山間地域 |
| B 性別区分 | 男性、女性 |
| C 年代区分 | 20歳代、30歳代、40歳代、50歳代、60歳代、70歳以上 |
| D 職業区分 | [自営業主および家族従業者]
農業・林業・漁業、工業、商業・自由業
[会社員、公務員]
事務系、公務員・教員、技術系
[その他]
主婦、パート・アルバイト、無職（学生含む）、その他 |
| E 居住年数区分 | 5年未満、5年以上10年未満、10年以上20年未満、20年以上 |

②設問テーマ

●消費行動と商店街について（産業振興部 商工振興課）

本市の地域密着型商店街の今後の維持・強化の方策を検討するため、何をどこで買うかという市民の消費行動および、商店街が地域コミュニティに果たしている役割について調査する。

●地域福祉について（保健福祉部 厚生課）

市民の地域福祉に対する意識および地域特性を把握し、第二次長野市地域福祉計画策定のための基礎資料とする。

●消費生活相談について（生活部 市民課）

食品偽造やガス瞬間湯沸かし器による中毒事故、振り込め詐欺事件などの社会問題が増加する中、平成21年9月に消費者庁が発足した。市民の消費生活への関心が高まる中で、消費生活に対する市民の意識を把握し、今後の施策の参考とする。

●ゴミのポイ捨て・路上喫煙について（環境部 環境政策課）

市民および本市を訪れる人のため、ゴミのないきれいなまち、クリーンで魅力的なまちを目指しているが、空き缶などゴミのポイ捨てや路上喫煙などについて市民意識を把握し、これらの行為を規制する条例の制定に向けての検討資料とする。

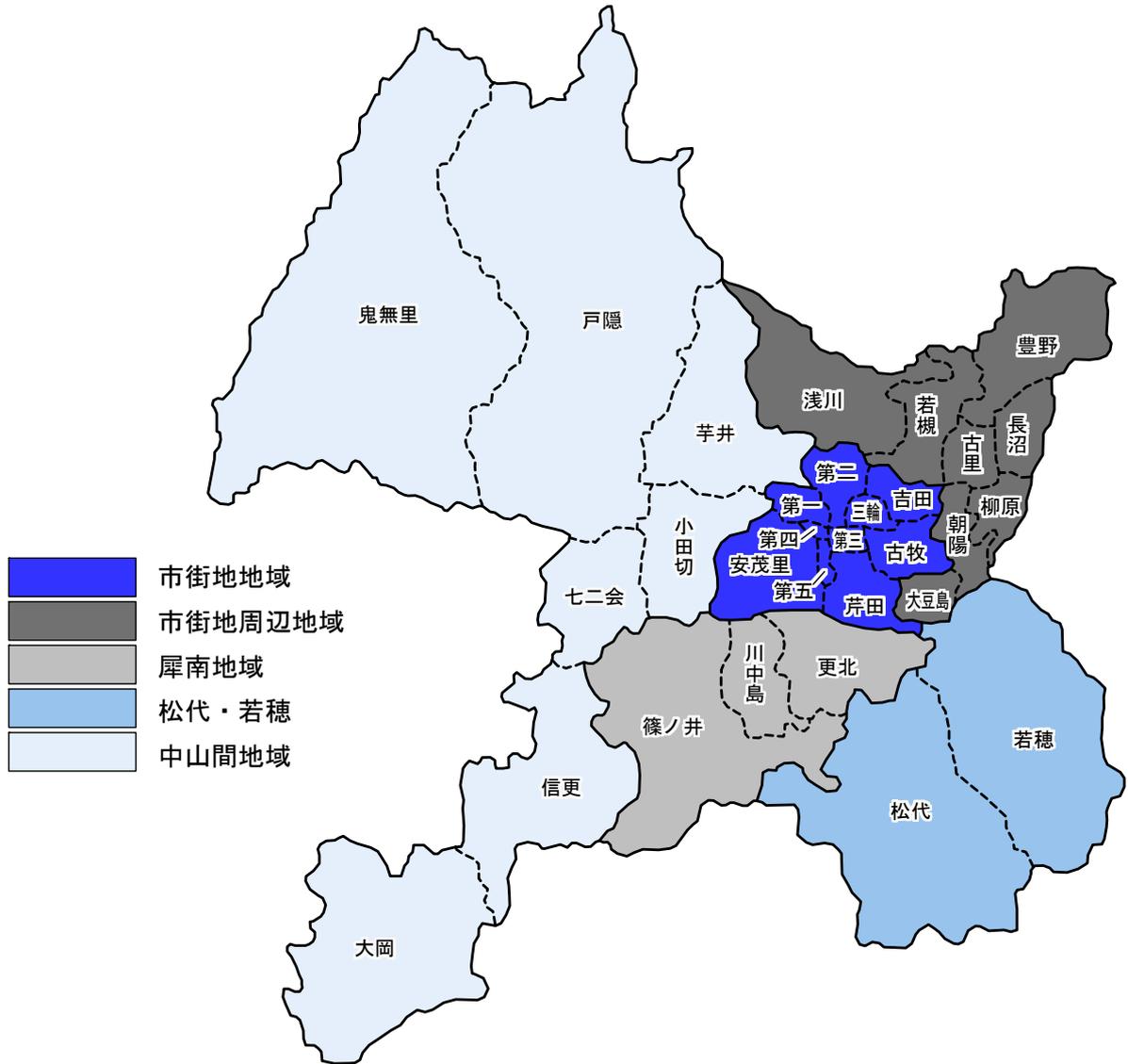
●その他市政全般（企画政策部 企画課）

行政施策の満足度、優先度などについて継続的に統計をとり、第四次長野市総合計画の指標などに活用する。

(10) 地域区分別回収状況一覧

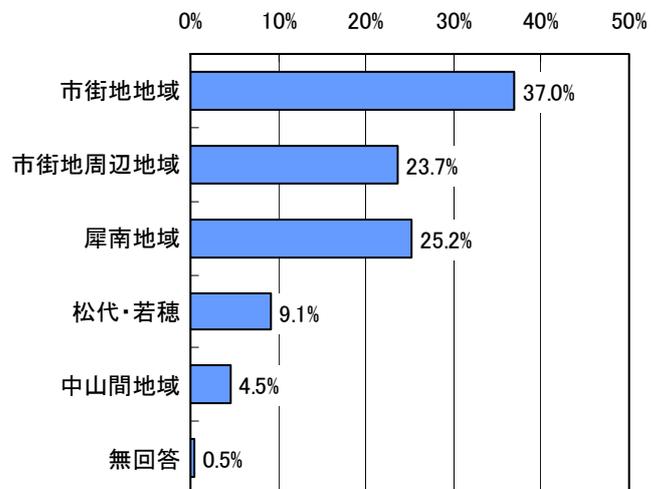
		抽出標本数			無効 標本数	有効 標本数	回収 標本数	有効標本 回収率
		男性	女性	合計				
市街地 地域	第一	37	45	82	0	82	76	92.7%
	第二	71	97	168	0	168	93	55.4%
	第三	61	66	127	0	127	57	44.9%
	第四	12	25	37	0	37	22	59.5%
	第五	24	41	65	0	65	46	70.8%
	芹田	148	165	313	0	313	226	72.2%
	古牧	166	169	335	0	335	235	70.1%
	三輪	110	116	226	0	226	149	65.9%
	吉田	120	107	227	0	227	166	73.1%
	安茂里	135	165	300	0	300	197	65.7%
小計		884	996	1,880	0	1,880	1,267	67.4%
市街地 周辺 地域	古里	89	92	181	0	181	129	71.3%
	柳原	50	44	94	0	94	65	69.1%
	浅川	47	53	100	0	100	68	68.0%
	大豆島	76	86	162	0	162	108	66.7%
	朝陽	97	103	200	0	200	138	69.0%
	若槻	140	130	270	0	270	181	67.0%
	長沼	18	17	35	0	35	28	80.0%
	豊野	72	56	128	0	128	94	73.4%
小計		589	581	1,170	0	1,170	811	69.3%
犀南 地域	篠ノ井	281	260	541	0	541	362	66.9%
	川中島	170	180	350	0	350	243	69.4%
	更北	219	203	422	0	422	256	60.7%
小計		670	643	1,313	0	1,313	861	65.6%
若松 穂代	松代	137	114	251	0	251	182	72.5%
	若穂	87	88	175	0	175	129	73.7%
小計		224	202	426	0	426	311	73.0%
中山 間 地域	小田切	10	9	19	0	19	12	63.2%
	芋井	12	24	36	0	36	27	75.0%
	七二会	11	15	26	0	26	18	69.2%
	信更	20	15	35	0	35	25	71.4%
	戸隠	30	26	56	0	56	42	75.0%
	鬼無里	11	13	24	0	24	18	75.0%
	大岡	12	3	15	0	15	11	73.3%
小計		106	105	211	0	211	153	72.5%
不明							17	
合計		2,473	2,527	5,000	0	5,000	3,420	68.4%

(11) 地域区分図

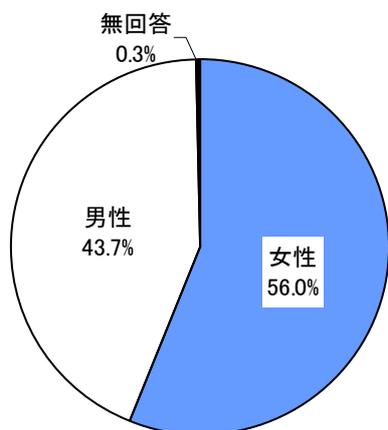


(12) 地域区分図サンプル構成

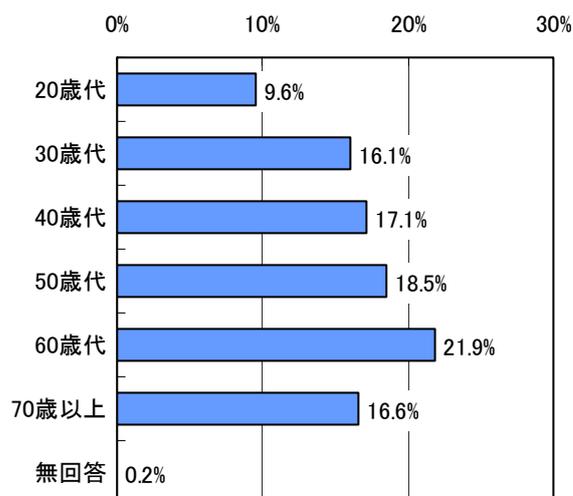
地域区分	地区名
市街地地域 (10地区)	第一地区、第二地区、第三地区、 第四地区、第五地区、芹田地区、 古牧地区、三輪地区、吉田地区、 安茂里地区
市街地周辺地域 (8地区)	古里地区、柳原地区、浅川地区、 大豆島地区、朝陽地区、若槻地 区、長沼地区、豊野地区
犀南地域 (3地区)	篠ノ井地区、川中島地区、更北 地区
松代・若穂 (2地区)	松代地区、若穂地区
中山間地域 (7地区)	小田切地区、芋井地区、七二会 地区、信更地区、戸隠地区、鬼 無里地区、大岡地区



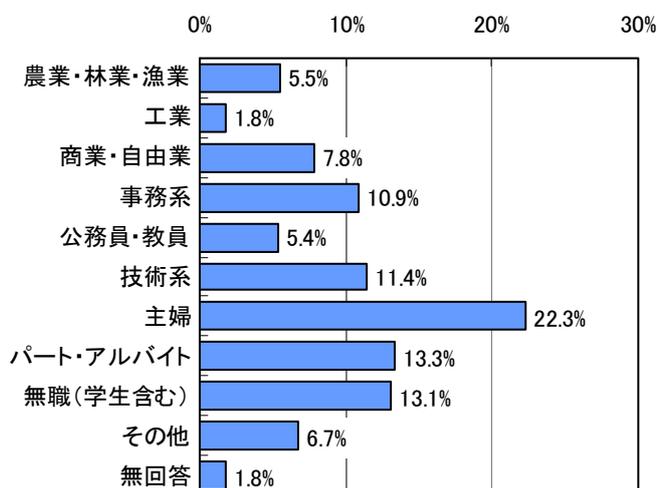
(13) 性別区分別サンプル構成



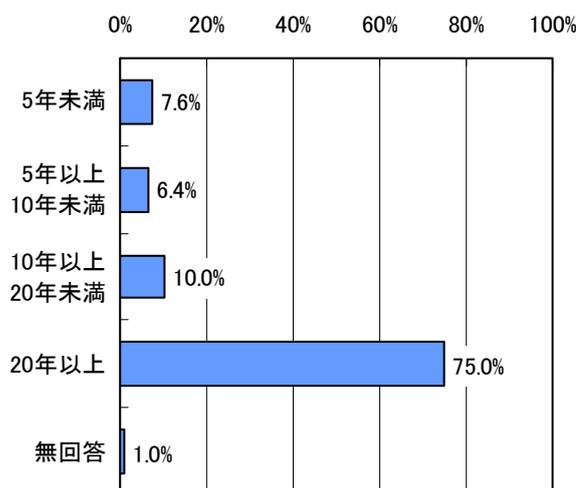
(14) 年代区分別サンプル構成



(15) 職業区分別サンプル構成



(16) 居住年数区分別サンプル構成



(17) 報告書の見方

- ①調査結果の数値は、原則として百分率で表記した。百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入し、小数点第1位まで表記している。従って、内訳を合計しても100%に合致しない場合がある。
- ②アンケートへの回答は、単数回答と複数回答を求めた設問があり、複数回答を求めた設問では、比率の合計が100%を上回る場合がある。
- ③属性別の結果については、特徴的なもの、資料として重要と思われるものについて分析した。なお、属性別にみた図表では、不明サンプルを表示していないため、標本数の合計が全体の標本数と異なる場合がある。
- ④設問中の選択肢の文字数が多いものについては、本文中や図表中において、便宜上短く省略している場合がある。

(18) 標本の誤差

この調査の標本誤差は、次式によって得られる。ただし、信頼度は95%とする。

(注) 信頼度 95% : 同じ調査を 100 回実施したときに、概ね 95 回まではこの精度が得られることを示す。

$$b = 1.96 \sqrt{\frac{N-n}{N-n} \times \frac{P(1-P)}{n}} \doteq 1.96 \sqrt{\frac{P(1-P)}{n}}$$

ただし、b : 標本誤差 (±少数ポイント)

N : 母集団 (人)

n : 標本数 (人)

P : 回答比率 (少数)

上式をもとに、本調査の標本誤差の早見表を掲げる。

回答比率と標本誤差 (信頼度 95%の場合)

回答比率 (P) 標本数 n(人)	10%または 90%程度	20%または 80%程度	30%または 70%程度	40%または 60%程度	50%
3,000	1.07	1.43	1.64	1.75	1.79
2,000	1.31	1.75	2.01	2.15	2.19
1,500	1.52	2.02	2.32	2.48	2.53
1,000	1.86	2.48	2.84	3.04	3.10
500	2.63	3.51	4.02	4.29	4.38
300	3.39	4.53	5.19	5.54	5.66

※上表は $(N-n) / (N-1) \doteq 1$ として算出している。なお、この表の計算式の信頼度は95%である。

(注) 表の見方 : 例えば、ある設問の回答者数が 1,500 人であり、その設問中のある選択肢の回答比率が 60%であった場合、その回答比率の誤差の範囲は最高でも ±2.48%ポイント以内 (57.52~62.48%) である、と見ることができる。

2. 調查分析結果

2. 調査分析結果

消費行動と商店街について

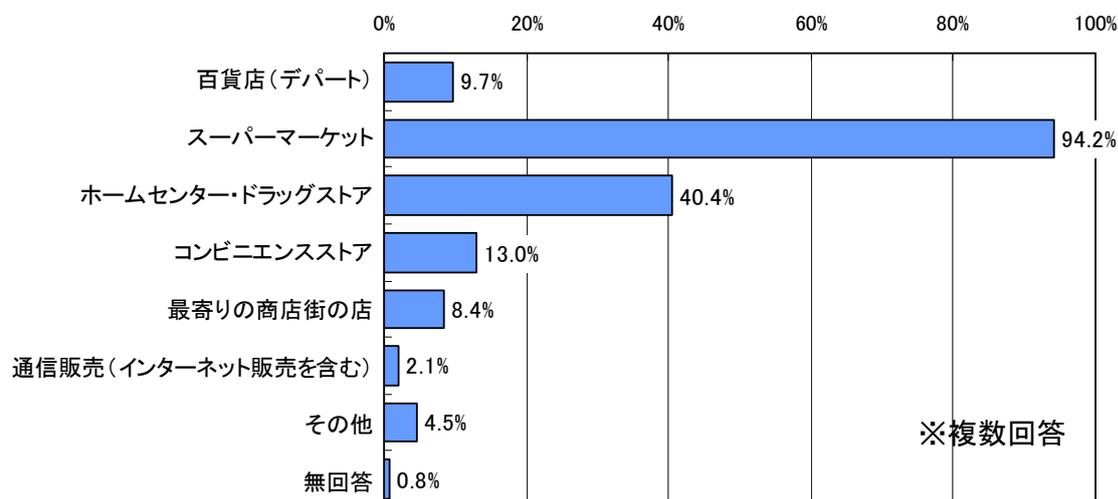
日常の買い物先 ～食料品はスーパーマーケットが圧倒的～

問1 あなたの家庭では、日常のお買い物をするとき、主にどのようなお店を利用されていますか。「①食料品」、「②身の回りの生活雑貨」、「③衣料品」の品目ごとにそれぞれ2つ以内で選び、○をしてください。

【①食料品】

		百貨店(デパート)	スーパーマーケット	ホームセンター・ドラッグストア	コンビニエンスストア	最寄りの商店街の店	通信販売(インターネット販売含む)	その他	無回答	対象
全体	度数	332	3,223	1,381	444	288	71	155	28	3,420
	割合	9.7%	94.2%	40.4%	13.0%	8.4%	2.1%	4.5%	0.8%	
性別	男性	106	1,411	581	259	114	31	45	7	1,493
	割合	7.1%	94.5%	38.9%	17.3%	7.6%	2.1%	3.0%	0.5%	
	女性	225	1,804	798	184	172	39	109	19	1,915
	割合	11.7%	94.2%	41.7%	9.6%	9.0%	2.0%	5.7%	1.0%	
年代	20歳代	26	310	119	94	6	4	8	2	329
	割合	7.9%	94.2%	36.2%	28.6%	1.8%	1.2%	2.4%	0.6%	
	30歳代	28	525	286	74	18	15	23	1	550
	割合	5.1%	95.5%	52.0%	13.5%	3.3%	2.7%	4.2%	0.2%	
	40歳代	53	558	268	96	21	18	23	2	584
	割合	9.1%	95.5%	45.9%	16.4%	3.6%	3.1%	3.9%	0.3%	
	50歳代	55	615	254	68	44	20	31	2	633
割合	8.7%	97.2%	40.1%	10.7%	7.0%	3.2%	4.9%	0.3%		
60歳代	度数	92	721	282	61	83	3	43	7	750
	割合	12.3%	96.1%	37.6%	8.1%	11.1%	0.4%	5.7%	0.9%	
70歳以上	度数	77	490	171	51	116	11	27	12	568
	割合	13.6%	86.3%	30.1%	9.0%	20.4%	1.9%	4.8%	2.1%	
地域区分	市街地地域	205	1,193	484	155	96	18	61	9	1,267
	割合	16.2%	94.2%	38.2%	12.2%	7.6%	1.4%	4.8%	0.7%	
	市街地周辺地域	51	775	392	101	50	17	34	4	811
	割合	6.3%	95.6%	48.3%	12.5%	6.2%	2.1%	4.2%	0.5%	
	犀南地域	46	831	320	128	51	24	35	7	861
	割合	5.3%	96.5%	37.2%	14.9%	5.9%	2.8%	4.1%	0.8%	
松代・若穂	度数	14	284	128	44	54	4	13	3	311
	割合	4.5%	91.3%	41.2%	14.1%	17.4%	1.3%	4.2%	1.0%	
中山間地域	度数	13	127	52	14	36	8	12	1	153
	割合	8.5%	83.0%	34.0%	9.2%	23.5%	5.2%	7.8%	0.7%	

日常の買い物先について、食料品は「スーパーマーケット(94.2%)」の利用が圧倒的多数を占め、次に「ホームセンター・ドラッグストア(40.4%)」の順となっている。



【①食料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	スーパーマーケット(94.2%)	スーパーマーケット(94.5%)	スーパーマーケット(94.2%)	スーパーマーケット(94.2%)	スーパーマーケット(95.5%)	スーパーマーケット(95.5%)	スーパーマーケット(97.2%)	スーパーマーケット(96.1%)	スーパーマーケット(86.3%)
2	ホームセンター・ドラッグストア(40.4%)	ホームセンター・ドラッグストア(38.9%)	ホームセンター・ドラッグストア(41.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(36.2%)	ホームセンター・ドラッグストア(52.0%)	ホームセンター・ドラッグストア(45.9%)	ホームセンター・ドラッグストア(40.1%)	ホームセンター・ドラッグストア(37.6%)	ホームセンター・ドラッグストア(30.1%)
3	コンビニエンスストア(13.0%)	コンビニエンスストア(17.3%)	百貨店(デパート)(11.7%)	コンビニエンスストア(28.6%)	コンビニエンスストア(13.5%)	コンビニエンスストア(16.4%)	コンビニエンスストア(10.7%)	百貨店(デパート)(12.3%)	最寄りの商店街の店(20.4%)
4	百貨店(デパート)(9.7%)	最寄りの商店街の店(7.6%)	コンビニエンスストア(9.6%)	百貨店(デパート)(7.9%)	百貨店(デパート)(5.1%)	百貨店(デパート)(9.1%)	百貨店(デパート)(8.7%)	最寄りの商店街の店(11.1%)	百貨店(デパート)(13.6%)
5	最寄りの商店街の店(8.4%)	百貨店(デパート)(7.1%)	最寄りの商店街の店(9.0%)	その他(2.4%)	その他(4.2%)	その他(3.9%)	最寄りの商店街の店(7.0%)	コンビニエンスストア(8.1%)	コンビニエンスストア(9.0%)
6	その他(4.5%)	その他(3.0%)	その他(5.7%)	最寄りの商店街の店(1.8%)	最寄りの商店街の店(3.3%)	最寄りの商店街の店(3.6%)	その他(4.9%)	その他(5.7%)	その他(4.8%)
7	通信販売(インターネット販売含む)(2.1%)	通信販売(インターネット販売含む)(2.1%)	通信販売(インターネット販売含む)(2.0%)	通信販売(インターネット販売含む)(1.2%)	通信販売(インターネット販売含む)(2.7%)	通信販売(インターネット販売含む)(3.1%)	通信販売(インターネット販売含む)(3.2%)	通信販売(インターネット販売含む)(0.4%)	通信販売(インターネット販売含む)(1.9%)

男女別にみると、男女とも「スーパーマーケット」の利用が圧倒的多数を占めている。また、大きな差はないものの「女性」は「百貨店(デパート)」、「男性」は「コンビニエンスストア」の利用割合が高い。

年代別にみると、「スーパーマーケット」の利用は「20歳代」から「60歳代」が94%以上であるのに対し、「70歳以上」では86.3%となっている。また、「70歳以上」は「最寄りの商店街の店」と「百貨店(デパート)」の利用割合が各年代のトップであった。

「コンビニエンスストア」は「20歳代」の利用が3割弱で、60歳代以上の利用は1割未満となっている。これに対し「最寄りの商店街の店」は「70歳以上」の利用が2割を超えているが、年代が低くなるにつれ減少する傾向にあり、「20歳代」にあっては2%弱となっている。

【①食料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	スーパーマーケット (94.2%)	スーパーマーケット (94.2%)	スーパーマーケット (95.6%)	スーパーマーケット (96.5%)	スーパーマーケット (91.3%)	スーパーマーケット (83.0%)
2	ホームセンター・ドラッグ ストア(40.4%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(38.2%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(48.3%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(37.2%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(41.2%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(34.0%)
3	コンビニエンスストア (13.0%)	百貨店(デパート) (16.2%)	コンビニエンスストア (12.5%)	コンビニエンスストア (14.9%)	最寄りの商店街 の店(17.4%)	最寄りの商店街 の店(23.5%)
4	百貨店(デパート) (9.7%)	コンビニエンスストア (12.2%)	百貨店(デパート) (6.3%)	最寄りの商店街 の店(5.9%)	コンビニエンスストア (14.1%)	コンビニエンスストア (9.2%)
5	最寄りの商店街 の店(8.4%)	最寄りの商店街 の店(7.6%)	最寄りの商店街 の店(6.2%)	百貨店(デパート) (5.3%)	百貨店(デパート) (4.5%)	百貨店(デパート) (8.5%)
6	その他(4.5%)	その他(4.8%)	その他(4.2%)	その他(4.1%)	その他(4.2%)	その他(7.8%)
7	通信販売(インター ネット販売含む) (2.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (1.4%)	通信販売(インター ネット販売含む) (2.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (2.8%)	通信販売(インター ネット販売含む) (1.3%)	通信販売(インター ネット販売含む) (5.2%)

地域別にみると、「スーパーマーケット」の利用がいずれの地域でも圧倒的に高いものの、「中山間地域」と「松代・若穂」では他の地域に比べスーパーマーケットの利用割合は低い。反面、これらの地域では「最寄りの商店街の店」の利用が他の地域に比べ高い。

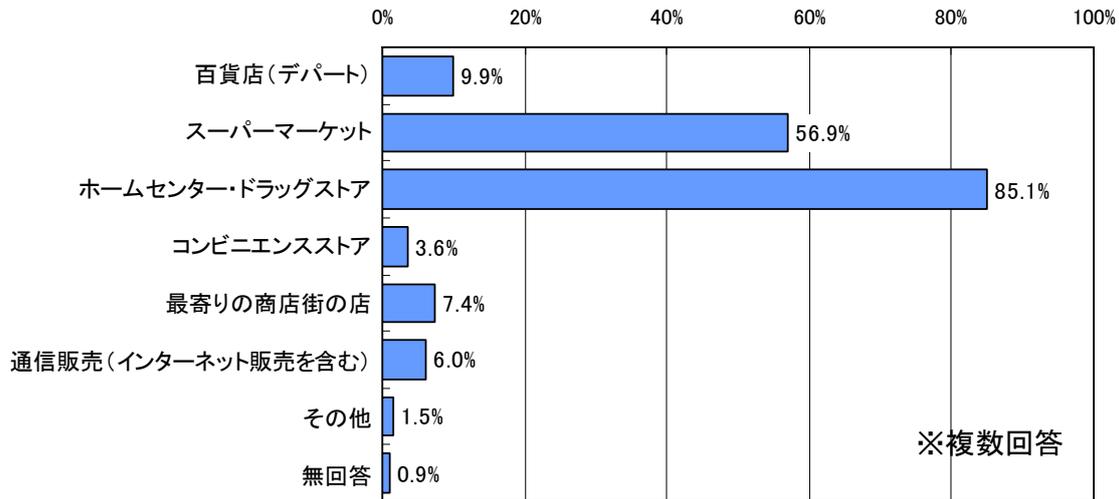
「百貨店(デパート)」の利用は「市街地地域」が16.2%と高いが、その他の地域ではいずれも1割に達していない。

「コンビニエンスストア」については、「中山間地域」のみが1割弱となっている。

【②身の回りの生活雑貨】

		百貨店(デパート)	スーパーマーケット	ホームセンター・ドラッグストア	コンビニエンスストア	最寄りの商店街の店	通信販売(インターネット販売含む)	その他	無回答	対象
全体	度数	338	1,947	2,909	124	252	204	53	32	3,420
	割合	9.9%	56.9%	85.1%	3.6%	7.4%	6.0%	1.5%	0.9%	
性別	男性	129	819	1,266	90	112	77	19	9	1,493
	割合	8.6%	54.9%	84.8%	6.0%	7.5%	5.2%	1.3%	0.6%	
	女性	209	1,125	1,637	32	139	127	34	19	1,915
	割合	10.9%	58.7%	85.5%	1.7%	7.3%	6.6%	1.8%	1.0%	
年代	20歳代	49	159	289	31	6	19	0	1	329
	割合	14.9%	48.3%	87.8%	9.4%	1.8%	5.8%	0.0%	0.3%	
	30歳代	39	282	505	25	9	48	9	3	550
	割合	7.1%	51.3%	91.8%	4.5%	1.6%	8.7%	1.6%	0.5%	
	40歳代	44	342	543	18	22	41	9	2	584
	割合	7.5%	58.6%	93.0%	3.1%	3.8%	7.0%	1.5%	0.3%	
	50歳代	47	392	577	13	31	40	13	1	633
割合	7.4%	61.9%	91.2%	2.1%	4.9%	6.3%	2.1%	0.2%		
	60歳代	78	469	612	14	79	27	11	7	750
	割合	10.4%	62.5%	81.6%	1.9%	10.5%	3.6%	1.5%	0.9%	
	70歳以上	80	300	381	23	104	29	11	16	568
	割合	14.1%	52.8%	67.1%	4.0%	18.3%	5.1%	1.9%	2.8%	
地域区分	市街地地域	168	700	1,073	40	78	79	21	11	1,267
	割合	13.3%	55.2%	84.7%	3.2%	6.2%	6.2%	1.7%	0.9%	
	市街地周辺地域	70	460	715	26	57	47	10	4	811
	割合	8.6%	56.7%	88.2%	3.2%	7.0%	5.8%	1.2%	0.5%	
	犀南地域	54	531	740	38	51	50	6	10	861
	割合	6.3%	61.7%	85.9%	4.4%	5.9%	5.8%	0.7%	1.2%	
	松代・若穂	18	188	257	14	36	15	8	1	311
	割合	5.8%	60.5%	82.6%	4.5%	11.6%	4.8%	2.6%	0.3%	
	中山間地域	25	59	113	5	30	13	8	2	153
	割合	16.3%	38.6%	73.9%	3.3%	19.6%	8.5%	5.2%	1.3%	

身の回りの生活雑貨は「ホームセンター・ドラッグストア(85.1%)」の利用が圧倒的多数を占め、次に「スーパーマーケット(56.9%)」の順となっている。



【②身の回りの生活雑貨／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	ホームセンター・ドラッグストア (85.1%)	ホームセンター・ドラッグストア (84.8%)	ホームセンター・ドラッグストア (85.5%)	ホームセンター・ドラッグストア (87.8%)	ホームセンター・ドラッグストア (91.8%)	ホームセンター・ドラッグストア (93.0%)	ホームセンター・ドラッグストア (91.2%)	ホームセンター・ドラッグストア (81.6%)	ホームセンター・ドラッグストア (67.1%)
2	スーパーマーケット(56.9%)	スーパーマーケット(54.9%)	スーパーマーケット(58.7%)	スーパーマーケット(48.3%)	スーパーマーケット(51.3%)	スーパーマーケット(58.6%)	スーパーマーケット(61.9%)	スーパーマーケット(62.5%)	スーパーマーケット(52.8%)
3	百貨店(デパート) (9.9%)	百貨店(デパート) (8.6%)	百貨店(デパート) (10.9%)	百貨店(デパート) (14.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.7%)	百貨店(デパート) (7.5%)	百貨店(デパート) (7.4%)	最寄りの商店街の店 (10.5%)	最寄りの商店街の店 (18.3%)
4	最寄りの商店街の店 (7.4%)	最寄りの商店街の店 (7.5%)	最寄りの商店街の店 (7.3%)	コンビニエンスストア(9.4%)	百貨店(デパート) (7.1%)	通信販売(インターネット販売含む) (7.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.3%)	百貨店(デパート) (10.4%)	百貨店(デパート) (14.1%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (6.0%)	コンビニエンスストア(6.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.8%)	コンビニエンスストア(4.5%)	最寄りの商店街の店 (3.8%)	最寄りの商店街の店 (4.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (3.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.1%)
6	コンビニエンスストア(3.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.2%)	その他 (1.8%)	最寄りの商店街の店 (1.8%)	最寄りの商店街の店 (1.6%)	コンビニエンスストア(3.1%)	コンビニエンスストア(2.1%)	コンビニエンスストア(1.9%)	コンビニエンスストア(4.0%)
7	その他 (1.5%)	その他 (1.3%)	コンビニエンスストア(1.7%)	その他 (0.0%)	その他 (1.6%)	その他 (1.5%)	その他 (2.1%)	その他 (1.5%)	その他 (1.9%)

男女別にみると、男女の別に関係なく「ホームセンター・ドラッグストア」の利用が多数を占めている。男女ともほぼ同じ傾向が見られるが、「コンビニエンスストア」の利用は「女性」に比べ「男性」の利用割合が高い。一方で、「スーパーマーケット」と「百貨店（デパート）」の利用は「男性」に比べ「女性」の利用割合が高い。

年代別にみると、「ホームセンター・ドラッグストア」の利用は「20歳代」から「50歳代」で約9割の利用があるのに対し、「60歳代」では約8割、「70歳以上」では7割弱と低い。一方で、「最寄りの商店街の店」の利用は「70歳以上」が2割弱、続いて「60歳代」が約1割と、他の年代に比べて利用割合が高い。

【②身の回りの生活雑貨／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	ホームセンター・ドラッグストア(85.1%)	ホームセンター・ドラッグストア(84.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(88.2%)	ホームセンター・ドラッグストア(85.9%)	ホームセンター・ドラッグストア(82.6%)	ホームセンター・ドラッグストア(73.9%)
2	スーパーマーケット (56.9%)	スーパーマーケット (55.2%)	スーパーマーケット (56.7%)	スーパーマーケット (61.7%)	スーパーマーケット (60.5%)	スーパーマーケット (38.6%)
3	百貨店(デパート) (9.9%)	百貨店(デパート) (13.3%)	百貨店(デパート) (8.6%)	百貨店(デパート) (6.3%)	最寄りの商店街の店(11.6%)	最寄りの商店街の店(19.6%)
4	最寄りの商店街の店(7.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.2%)	最寄りの商店街の店(7.0%)	最寄りの商店街の店(5.9%)	百貨店(デパート) (5.8%)	百貨店(デパート) (16.3%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (6.0%)	最寄りの商店街の店(6.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.5%)
6	コンビニエンスストア (3.6%)	コンビニエンスストア (3.2%)	コンビニエンスストア (3.2%)	コンビニエンスストア (4.4%)	コンビニエンスストア (4.5%)	その他(5.2%)
7	その他(1.5%)	その他(1.7%)	その他(1.2%)	その他(0.7%)	その他(2.6%)	コンビニエンスストア (3.3%)

地域別にみると、すべての地域で「ホームセンター・ドラッグストア」の利用割合は高いものの、「中山間地域」では「ホームセンター・ドラッグストア」の利用は他の地域に比べて低く、反面、「最寄りの商店街の店」の利用が高い。

「百貨店(デパート)」の利用は、「中山間地域」と「市街地地域」が他の地域に比べて高い。

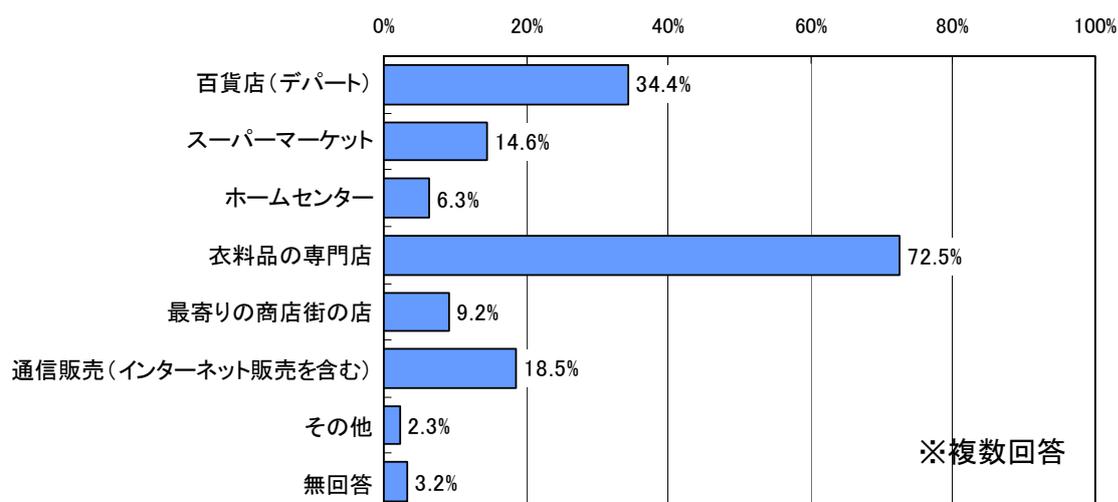
「スーパーマーケット」については、「中山間地域」で38.6%の利用となっているが、他の地域では55%以上の利用となっている。

また、大差はないものの、「中山間地域」の「通信販売(インターネット販売含む)」の割合が高くなっている。

【③衣料品】

		百貨店(デパート)	スーパーマーケット	ホームセンター	衣料品の専門店	最寄りの商店街の店	通信販売(インターネット販売含)	その他	無回答	対象
全体	度数	1,176	500	217	2,480	314	631	78	108	3,420
	割合	34.4%	14.6%	6.3%	72.5%	9.2%	18.5%	2.3%	3.2%	
性別	男性	446	251	144	1,110	124	185	32	42	1,493
	割合	29.9%	16.8%	9.6%	74.3%	8.3%	12.4%	2.1%	2.8%	
	女性	728	249	71	1,366	186	446	46	64	1,915
	割合	38.0%	13.0%	3.7%	71.3%	9.7%	23.3%	2.4%	3.3%	
年代	20歳代	125	24	6	271	9	67	12	6	329
	割合	38.0%	7.3%	1.8%	82.4%	2.7%	20.4%	3.6%	1.8%	
	30歳代	181	46	20	435	9	164	14	16	550
	割合	32.9%	8.4%	3.6%	79.1%	1.6%	29.8%	2.5%	2.9%	
	40歳代	183	81	30	461	30	145	18	12	584
	割合	31.3%	13.9%	5.1%	78.9%	5.1%	24.8%	3.1%	2.1%	
	50歳代	235	99	46	471	40	109	12	18	633
割合	37.1%	15.6%	7.3%	74.4%	6.3%	17.2%	1.9%	2.8%		
	60歳代	267	145	62	508	106	88	9	27	750
	割合	35.6%	19.3%	8.3%	67.7%	14.1%	11.7%	1.2%	3.6%	
	70歳以上	182	104	53	332	120	58	13	27	568
	割合	32.0%	18.3%	9.3%	58.5%	21.1%	10.2%	2.3%	4.8%	
地域区分	市街地地域	511	185	76	887	82	234	31	41	1,267
	割合	40.3%	14.6%	6.0%	70.0%	6.5%	18.5%	2.4%	3.2%	
	市街地周辺地域	277	81	49	631	72	148	17	27	811
	割合	34.2%	10.0%	6.0%	77.8%	8.9%	18.2%	2.1%	3.3%	
	犀南地域	239	174	48	625	97	158	16	24	861
	割合	27.8%	20.2%	5.6%	72.6%	11.3%	18.4%	1.9%	2.8%	
	松代・若穂	91	42	27	228	44	54	9	8	311
	割合	29.3%	13.5%	8.7%	73.3%	14.1%	17.4%	2.9%	2.6%	
	中山間地域	52	16	16	101	18	34	4	5	153
	割合	34.0%	10.5%	10.5%	66.0%	11.8%	22.2%	2.6%	3.3%	

衣料品は「衣料品の専門店（72.5%）」の利用が圧倒的多数を占め、次に「百貨店（デパート）（34.4%）」の順となっている。また、「通信販売（インターネット販売を含む）」の利用は18.5%となっており、他の品目（食料品：2.1%・身の回りの生活雑貨：6.0%）と比べて利用割合が高い。



【③衣料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	衣料品の 専門店 (72.5%)	衣料品の 専門店 (74.3%)	衣料品の 専門店 (71.3%)	衣料品の 専門店 (82.4%)	衣料品の 専門店 (79.1%)	衣料品の 専門店 (78.9%)	衣料品の 専門店 (74.4%)	衣料品の 専門店 (67.7%)	衣料品の 専門店 (58.5%)
2	百貨店(デ パート) (34.4%)	百貨店(デ パート) (29.9%)	百貨店(デ パート) (38.0%)	百貨店(デ パート) (38.0%)	百貨店(デ パート) (32.9%)	百貨店(デ パート) (31.3%)	百貨店(デ パート) (37.1%)	百貨店(デ パート) (35.6%)	百貨店(デ パート) (32.0%)
3	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (18.5%)	スーパーマー ケット(16.8%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (23.3%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (20.4%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (29.8%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (24.8%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (17.2%)	スーパーマー ケット(19.3%)	最寄りの商 店街の店 (21.1%)
4	スーパーマー ケット(14.6%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (12.4%)	スーパーマー ケット(13.0%)	スーパーマー ケット(7.3%)	スーパーマー ケット(8.4%)	スーパーマー ケット(13.9%)	スーパーマー ケット(15.6%)	最寄りの商 店街の店 (14.1%)	スーパーマー ケット(18.3%)
5	最寄りの商 店街の店 (9.2%)	ホームセンタ ー(9.6%)	最寄りの商 店街の店 (9.7%)	その他 (3.6%)	ホームセンタ ー(3.6%)	ホームセンタ ー(5.1%)	ホームセンタ ー(7.3%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (11.7%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (10.2%)
6	ホームセンタ ー(6.3%)	最寄りの商 店街の店 (8.3%)	ホームセンタ ー(3.7%)	最寄りの商 店街の店 (2.7%)	その他 (2.5%)	最寄りの商 店街の店 (5.1%)	最寄りの商 店街の店 (6.3%)	ホームセンタ ー(8.3%)	ホームセンタ ー(9.3%)
7	その他 (2.3%)	その他 (2.1%)	その他 (2.4%)	ホームセンタ ー(1.8%)	最寄りの商 店街の店 (1.6%)	その他 (3.1%)	その他 (1.9%)	その他 (1.2%)	その他 (2.3%)

男女別にみると、男女ともに「衣料品の専門店」が多数を占めている。また、「百貨店(デパート)」と「通信販売(インターネット販売を含む)」の利用は「女性」の方が「男性」よりも利用割合が高い。

年代別にみると、「衣料品の専門店」の利用は「20歳代」の82.4%から年代を増すごとに利用割合が減少し、「70歳以上」では58.5%になっている。また「通信販売(インターネット販売を含む)」の利用では、「30歳代(29.8%)」の利用が最も多く、以降年代を増すごとに利用割合は低下している。

「最寄りの商店街の店」の利用は「30歳代(1.6%)」の利用が最も少なく、以降年代が増すに従って利用割合が高まり、「70歳以上」では21.1%となっている。「スーパーマーケット」や「ホームセンター」についても、これとほぼ同様の傾向が見られる。

【③衣料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	衣料品の専門店 (72.5%)	衣料品の専門店 (70.0%)	衣料品の専門店 (77.8%)	衣料品の専門店 (72.6%)	衣料品の専門店 (73.3%)	衣料品の専門店 (66.0%)
2	百貨店(デパート) (34.4%)	百貨店(デパート) (40.3%)	百貨店(デパート) (34.2%)	百貨店(デパート) (27.8%)	百貨店(デパート) (29.3%)	百貨店(デパート) (34.0%)
3	通信販売(インターネット販売含む) (18.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (18.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (18.2%)	スーパーマーケット (20.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (17.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (22.2%)
4	スーパーマーケット (14.6%)	スーパーマーケット (14.6%)	スーパーマーケット (10.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (18.4%)	最寄りの商店街の店(14.1%)	最寄りの商店街の店(11.8%)
5	最寄りの商店街の店(9.2%)	最寄りの商店街の店(6.5%)	最寄りの商店街の店(8.9%)	最寄りの商店街の店(11.3%)	スーパーマーケット (13.5%)	スーパーマーケット (10.5%)
6	ホームセンター(6.3%)	ホームセンター(6.0%)	ホームセンター(6.0%)	ホームセンター(5.6%)	ホームセンター(8.7%)	ホームセンター(10.5%)
7	その他(2.3%)	その他(2.4%)	その他(2.1%)	その他(1.9%)	その他(2.9%)	その他(2.6%)

地域別にみると、すべての地域で「衣料品の専門店」の利用がトップになっているが、「市街地地域」と「中山間地域」の利用割合が低めである。その分、「百貨店(デパート)」の利用は他の地域に比べて高い。

「通信販売(インターネットを含む)」の利用は、「中山間地域(22.2%)」が最も多い。

「犀南地域」では、他の地域と比べて「スーパーマーケット」の利用が多く、2割を超える結果となっている。

「最寄りの商店街」の利用は、「犀南地域」、「松代・若穂」、「中山間地域」で1割を超している。

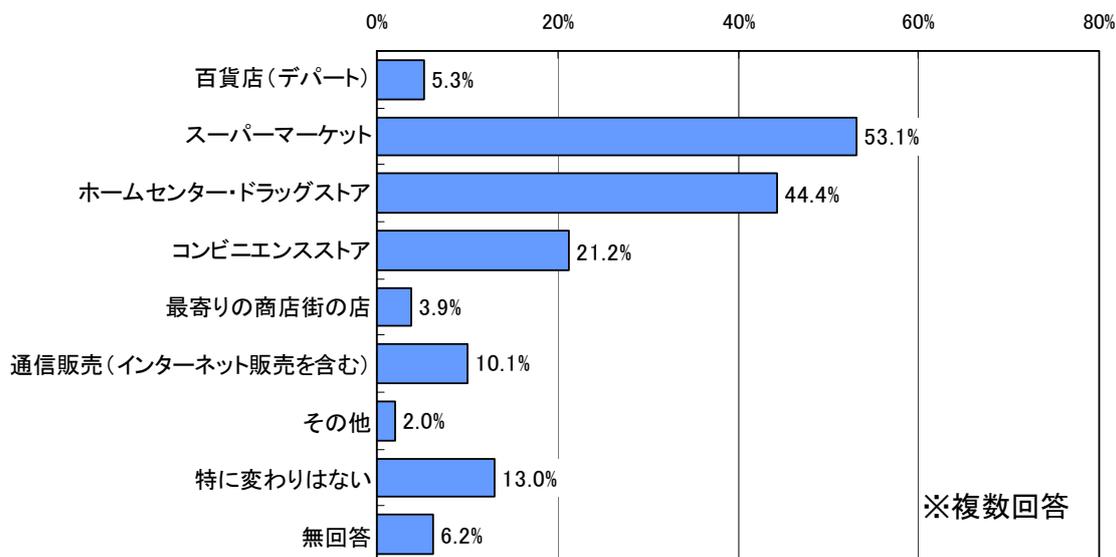
買い物機会が増えたお店 ～衣料品は専門店と通信販売の利用が伸びる～

問2 あなたのご家庭で、10年前に比べて「お買い物をされる機会が増えたお店」と、「お買い物をされる機会が減ったお店」を教えてください。「①食料品」、「②身の回りの生活雑貨」、「③衣料品」の品目ごとにそれぞれ2つ以内で選んで、回答欄にそれぞれ番号をお書きください。

【買い物をする機会が増えたお店：①食料品】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセン ター・ドラ ッグストア	コンビニ エンス ストア	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インター ネット 販売含)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象
全体	度数	180	1,815	1,520	725	135	346	69	445	212	3,420
	割合	5.3%	53.1%	44.4%	21.2%	3.9%	10.1%	2.0%	13.0%	6.2%	
性別	男性	62	840	668	364	50	148	20	185	89	1,493
	女性	117	970	849	358	84	198	49	260	119	1,915
	度数	6.1%	50.7%	44.3%	18.7%	4.4%	10.3%	2.6%	13.6%	6.2%	
	割合										
年代	20歳代	16	129	148	144	4	46	1	42	10	329
	割合	4.9%	39.2%	45.0%	43.8%	1.2%	14.0%	0.3%	12.8%	3.0%	
	30歳代	30	244	294	115	12	75	14	69	20	550
	割合	5.5%	44.4%	53.5%	20.9%	2.2%	13.6%	2.5%	12.5%	3.6%	
	40歳代	24	244	292	126	7	87	10	94	28	584
	割合	4.1%	41.8%	50.0%	21.6%	1.2%	14.9%	1.7%	16.1%	4.8%	
	50歳代	29	298	283	152	11	66	11	109	38	633
割合	4.6%	47.1%	44.7%	24.0%	1.7%	10.4%	1.7%	17.2%	6.0%		
60歳代	度数	44	498	317	112	35	51	25	95	43	750
	割合	5.9%	66.4%	42.3%	14.9%	4.7%	6.8%	3.3%	12.7%	5.7%	
70歳以上	度数	36	399	185	75	66	21	8	36	71	568
	割合	6.3%	70.2%	32.6%	13.2%	11.6%	3.7%	1.4%	6.3%	12.5%	
地域 区分	市街地地域	104	639	556	269	43	132	30	167	73	1,267
	割合	8.2%	50.4%	43.9%	21.2%	3.4%	10.4%	2.4%	13.2%	5.8%	
	市街地周辺地域	26	439	413	151	31	80	16	89	55	811
	割合	3.2%	54.1%	50.9%	18.6%	3.8%	9.9%	2.0%	11.0%	6.8%	
	犀南地域	28	480	374	210	29	78	14	124	40	861
割合	3.3%	55.7%	43.4%	24.4%	3.4%	9.1%	1.6%	14.4%	4.6%		
松代・若穂	15	180	117	66	22	35	4	47	13	311	
割合	4.8%	57.9%	37.6%	21.2%	7.1%	11.3%	1.3%	15.1%	4.2%		
中山間地域	6	69	53	26	10	19	5	17	27	153	
割合	3.9%	45.1%	34.6%	17.0%	6.5%	12.4%	3.3%	11.1%	17.6%		

10年前に比べて買い物機会が「増えた」お店について、食料品は「スーパーマーケット(53.1%)」が最も多く、次に「ホームセンター・ドラッグストア(44.4%)」の順となっている。



【①食料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	スーパーマーケット(53.1%)	スーパーマーケット(56.3%)	スーパーマーケット(50.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(45.0%)	ホームセンター・ドラッグストア(53.5%)	ホームセンター・ドラッグストア(50.0%)	スーパーマーケット(47.1%)	スーパーマーケット(66.4%)	スーパーマーケット(70.2%)
2	ホームセンター・ドラッグストア(44.4%)	ホームセンター・ドラッグストア(44.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(44.3%)	コンビニエンスストア(43.8%)	スーパーマーケット(44.4%)	スーパーマーケット(41.8%)	ホームセンター・ドラッグストア(44.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(42.3%)	ホームセンター・ドラッグストア(32.6%)
3	コンビニエンスストア(21.2%)	コンビニエンスストア(24.4%)	コンビニエンスストア(18.7%)	スーパーマーケット(39.2%)	コンビニエンスストア(20.9%)	コンビニエンスストア(21.6%)	コンビニエンスストア(24.0%)	コンビニエンスストア(14.9%)	コンビニエンスストア(13.2%)
4	特に変わりはない(13.0%)	特に変わりはない(12.4%)	特に変わりはない(13.6%)	通信販売(インターネット販売含む)(14.0%)	通信販売(インターネット販売含む)(13.6%)	特に変わりはない(16.1%)	特に変わりはない(17.2%)	特に変わりはない(12.7%)	最寄りの商店街の店(11.6%)
5	通信販売(インターネット販売含む)(10.1%)	通信販売(インターネット販売含む)(9.9%)	通信販売(インターネット販売含む)(10.3%)	特に変わりはない(12.8%)	特に変わりはない(12.5%)	通信販売(インターネット販売含む)(14.9%)	通信販売(インターネット販売含む)(10.4%)	通信販売(インターネット販売含む)(6.8%)	百貨店(デパート)(6.3%)
6	百貨店(デパート)(5.3%)	百貨店(デパート)(4.2%)	百貨店(デパート)(6.1%)	百貨店(デパート)(4.9%)	百貨店(デパート)(5.5%)	百貨店(デパート)(4.1%)	百貨店(デパート)(4.6%)	百貨店(デパート)(5.9%)	特に変わりはない(6.3%)
7	最寄りの商店街の店(3.9%)	最寄りの商店街の店(3.3%)	最寄りの商店街の店(4.4%)	最寄りの商店街の店(1.2%)	その他(2.5%)	その他(1.7%)	最寄りの商店街の店(1.7%)	最寄りの商店街の店(4.7%)	通信販売(インターネット販売含む)(3.7%)
8	その他(2.0%)	その他(1.3%)	その他(2.6%)	その他(0.3%)	最寄りの商店街の店(2.2%)	最寄りの商店街の店(1.2%)	その他(1.7%)	その他(3.3%)	その他(1.4%)

男女別にみると、男女ともに「スーパーマーケット」が5割を超える結果となっている。大きな傾向の違いはないが、「スーパーマーケット」と「コンビニエンスストア」の利用機会の増加は、「女性」より「男性」の回答が多い。

年代別にみると、「20歳代」から「40歳代」は、「ホームセンター・ドラッグストア」がトップに、「50歳代」から「70歳以上」は「スーパーマーケット」がトップとなった。

「スーパーマーケット」の利用増加については「70歳以上」が70.2%の回答になったのに対し、「20歳代」は39.2%に留まっている。

一方で「コンビニエンスストア」については「20歳代」が43.8%となり、他の年代の回答を大きく引き離している。

【①食料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	スーパーマーケット (53.1%)	スーパーマーケット (50.4%)	スーパーマーケット (54.1%)	スーパーマーケット (55.7%)	スーパーマーケット (57.9%)	スーパーマーケット (45.1%)
2	ホームセンター・ドラッグ ストア(44.4%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(43.9%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(50.9%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(43.4%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(37.6%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(34.6%)
3	コンビニエンスストア (21.2%)	コンビニエンスストア (21.2%)	コンビニエンスストア (18.6%)	コンビニエンスストア (24.4%)	コンビニエンスストア (21.2%)	コンビニエンスストア (17.0%)
4	特に変わりはない (13.0%)	特に変わりはない (13.2%)	特に変わりはない (11.0%)	特に変わりはない (14.4%)	特に変わりはない (15.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (12.4%)
5	通信販売(インター ネット販売含む) (10.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (10.4%)	通信販売(インター ネット販売含む) (9.9%)	通信販売(インター ネット販売含む) (9.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (11.3%)	特に変わりはない (11.1%)
6	百貨店(デパート) (5.3%)	百貨店(デパート) (8.2%)	最寄りの商店街 の店(3.8%)	最寄りの商店街 の店(3.4%)	最寄りの商店街 の店(7.1%)	最寄りの商店街 の店(6.5%)
7	最寄りの商店街 の店(3.9%)	最寄りの商店街 の店(3.4%)	百貨店(デパート) (3.2%)	百貨店(デパート) (3.3%)	百貨店(デパート) (4.8%)	百貨店(デパート) (3.9%)
8	その他(2.0%)	その他(2.4%)	その他(2.0%)	その他(1.6%)	その他(1.3%)	その他(3.3%)

地域別にみると、どの地域も「スーパーマーケット」がトップ、続いて「ホームセンター・ドラッグストア」、「コンビニエンスストア」の順となっている。

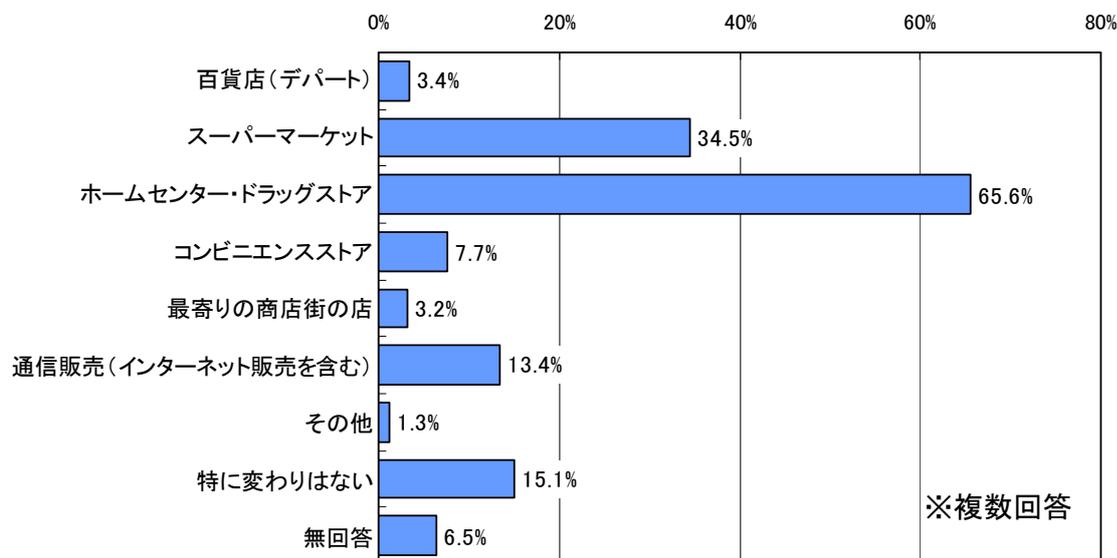
「最寄りの商店街の店」という回答はどの地域も順位は低い、「松代・若穂(7.1%)」と「中山間地域(6.5%)」は他の地域に比べて比較的回答が多い。

また、「百貨店(デパート)」については「市街地地域」の回答が最も多い。

【買い物をする機会が増えたお店：②身の回りの生活雑貨】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセン ター・ドラ ッグストア	コンビニエ ンスストア	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インターネ ット販売含)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象
全体		度数 116 割合 3.4%	1,179 34.5%	2,243 65.6%	262 7.7%	108 3.2%	458 13.4%	44 1.3%	518 15.1%	223 6.5%	3,420
性別	男性	46 3.1%	573 38.4%	976 65.4%	161 10.8%	50 3.3%	190 12.7%	14 0.9%	220 14.7%	90 6.0%	1,493
	女性	69 3.6%	603 31.5%	1,263 66.0%	99 5.2%	57 3.0%	267 13.9%	30 1.6%	298 15.6%	129 6.7%	1,915
年代	20歳代	13 4.0%	68 20.7%	208 63.2%	50 15.2%	5 1.5%	56 17.0%	0 0.0%	68 20.7%	9 2.7%	329
	30歳代	17 3.1%	128 23.3%	371 67.5%	43 7.8%	9 1.6%	106 19.3%	9 1.6%	84 15.3%	24 4.4%	550
	40歳代	19 3.3%	164 28.1%	378 64.7%	45 7.7%	10 1.7%	91 15.6%	9 1.5%	117 20.0%	26 4.5%	584
	50歳代	15 2.4%	190 30.0%	418 66.0%	41 6.5%	7 1.1%	96 15.2%	5 0.8%	115 18.2%	36 5.7%	633
	60歳代	25 3.3%	360 48.0%	523 69.7%	48 6.4%	32 4.3%	78 10.4%	12 1.6%	87 11.6%	48 6.4%	750
	70歳以上	26 4.6%	268 47.2%	342 60.2%	35 6.2%	45 7.9%	31 5.5%	9 1.6%	47 8.3%	77 13.6%	568
	地域 区分	市街地地域	51 4.0%	442 34.9%	807 63.7%	110 8.7%	38 3.0%	176 13.9%	18 1.4%	196 15.5%	75 5.9%
	市街地周辺地域	31 3.8%	267 32.9%	573 70.7%	47 5.8%	27 3.3%	106 13.1%	8 1.0%	105 12.9%	57 7.0%	811
	犀南地域	25 2.9%	304 35.3%	568 66.0%	60 7.0%	25 2.9%	111 12.9%	12 1.4%	145 16.8%	43 5.0%	861
	松代・若穂	4 1.3%	125 40.2%	209 67.2%	27 8.7%	11 3.5%	43 13.8%	4 1.3%	42 13.5%	14 4.5%	311
	中山間地域	5 3.3%	38 24.8%	77 50.3%	17 11.1%	7 4.6%	20 13.1%	2 1.3%	29 19.0%	27 17.6%	153

身の回りの生活雑貨は「ホームセンター・ドラッグストア (65.6%)」が最も多く、次に「スーパーマーケット (34.5%)」の順となっている。



【②身の回りの生活雑貨／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	ホームセンター・ドラッグストア (65.6%)	ホームセンター・ドラッグストア (65.4%)	ホームセンター・ドラッグストア (66.0%)	ホームセンター・ドラッグストア (63.2%)	ホームセンター・ドラッグストア (67.5%)	ホームセンター・ドラッグストア (64.7%)	ホームセンター・ドラッグストア (66.0%)	ホームセンター・ドラッグストア (69.7%)	ホームセンター・ドラッグストア (60.2%)
2	スーパーマーケット (34.5%)	スーパーマーケット (38.4%)	スーパーマーケット (31.5%)	スーパーマーケット (20.7%)	スーパーマーケット (23.3%)	スーパーマーケット (28.1%)	スーパーマーケット (30.0%)	スーパーマーケット (48.0%)	スーパーマーケット (47.2%)
3	特に変わりはない (15.1%)	特に変わりはない (14.7%)	特に変わりはない (15.6%)	特に変わりはない (20.7%)	通信販売(インターネット販売含む) (19.3%)	特に変わりはない (20.0%)	特に変わりはない (18.2%)	特に変わりはない (11.6%)	特に変わりはない (8.3%)
4	通信販売(インターネット販売含む) (13.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (12.7%)	通信販売(インターネット販売含む) (13.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (17.0%)	特に変わりはない (15.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (15.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (15.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (10.4%)	最寄りの商店街の店 (7.9%)
5	コンビニエンスストア (7.7%)	コンビニエンスストア (10.8%)	コンビニエンスストア (5.2%)	コンビニエンスストア (15.2%)	コンビニエンスストア (7.8%)	コンビニエンスストア (7.7%)	コンビニエンスストア (6.5%)	コンビニエンスストア (6.4%)	コンビニエンスストア (6.2%)
6	百貨店(テパート) (3.4%)	最寄りの商店街の店 (3.3%)	百貨店(テパート) (3.6%)	百貨店(テパート) (4.0%)	百貨店(テパート) (3.1%)	百貨店(テパート) (3.3%)	百貨店(テパート) (2.4%)	最寄りの商店街の店 (4.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.5%)
7	最寄りの商店街の店 (3.2%)	百貨店(テパート) (3.1%)	最寄りの商店街の店 (3.0%)	最寄りの商店街の店 (1.5%)	最寄りの商店街の店 (1.6%)	最寄りの商店街の店 (1.7%)	最寄りの商店街の店 (1.1%)	百貨店(テパート) (3.3%)	百貨店(テパート) (4.6%)
8	その他 (1.3%)	その他 (0.9%)	その他 (1.6%)	その他 (0.0%)	その他 (1.6%)	その他 (1.5%)	その他 (0.8%)	その他 (1.6%)	その他 (1.6%)

男女別にみると、男女ともに「ホームセンター・ドラッグストア」が6割を超えトップとなっている。傾向に大きな違いはないものの、「スーパーマーケット」と「コンビニエンスストア」の利用増加は「女性」より「男性」の回答が多い。

年代別にみると、「スーパーマーケット」の利用が増加したという回答が、年代が高くなるに従って多くなっている。一方で、「コンビニエンスストア」の利用が増加したという回答は、年代が高くなるに従って低くなっている。

「70歳以上」では、「最寄りの商店街の店」という回答が7.9%となり、他の年代に比べて高い回答となっている。

【②身の回りの生活雑貨／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	ホームセンター・ドラッグストア(65.6%)	ホームセンター・ドラッグストア(63.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(70.7%)	ホームセンター・ドラッグストア(66.0%)	ホームセンター・ドラッグストア(67.2%)	ホームセンター・ドラッグストア(50.3%)
2	スーパーマーケット(34.5%)	スーパーマーケット(34.9%)	スーパーマーケット(32.9%)	スーパーマーケット(35.3%)	スーパーマーケット(40.2%)	スーパーマーケット(24.8%)
3	特に変わりはない(15.1%)	特に変わりはない(15.5%)	通信販売(インターネット販売含む)(13.1%)	特に変わりはない(16.8%)	通信販売(インターネット販売含む)(13.8%)	特に変わりはない(19.0%)
4	通信販売(インターネット販売含む)(13.4%)	通信販売(インターネット販売含む)(13.9%)	特に変わりはない(12.9%)	通信販売(インターネット販売含む)(12.9%)	特に変わりはない(13.5%)	通信販売(インターネット販売含む)(13.1%)
5	コンビニエンスストア(7.7%)	コンビニエンスストア(8.7%)	コンビニエンスストア(5.8%)	コンビニエンスストア(7.0%)	コンビニエンスストア(8.7%)	コンビニエンスストア(11.1%)
6	百貨店(デパート)(3.4%)	百貨店(デパート)(4.0%)	百貨店(デパート)(3.8%)	百貨店(デパート)(2.9%)	最寄りの商店街の店(3.5%)	最寄りの商店街の店(4.6%)
7	最寄りの商店街の店(3.2%)	最寄りの商店街の店(3.0%)	最寄りの商店街の店(3.3%)	最寄りの商店街の店(2.9%)	百貨店(デパート)(1.3%)	百貨店(デパート)(3.3%)
8	その他(1.3%)	その他(1.4%)	その他(1.0%)	その他(1.4%)	その他(1.3%)	その他(1.3%)

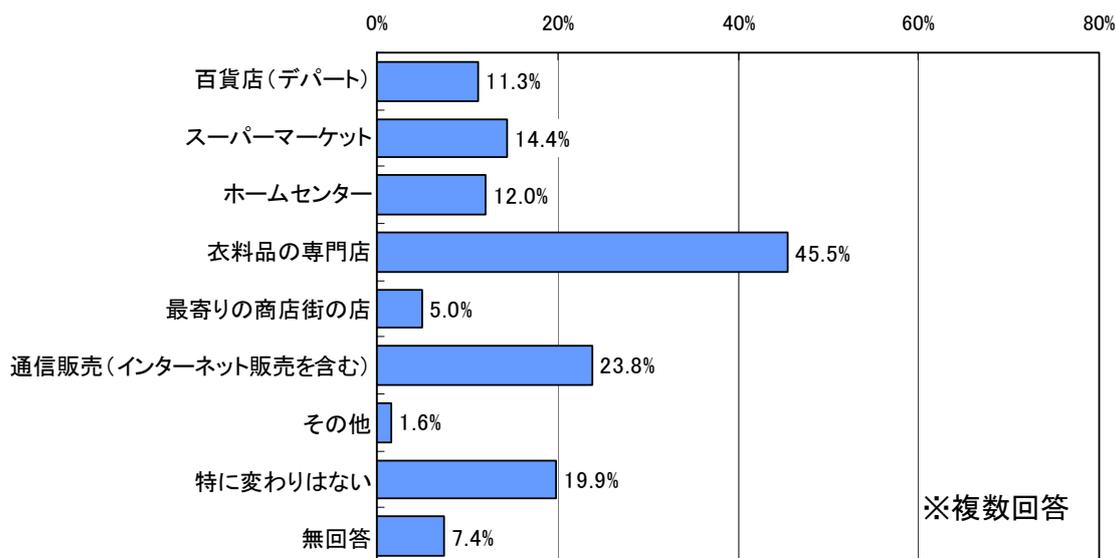
地域別にみると、「ホームセンター・ドラッグストア」が全地域でトップとなっているが、「市街地周辺地域」が70.7%であるのに対し、「中山間地域」が50.3%と数値に開きがある。

「スーパーマーケット」についても、順位は各地域とも2位になっているが、「松代・若穂」が40.2%であるのに対し、「中山間地域」では24.8%と数値に開きがある。

【買い物をする機会が増えたお店：③衣料品】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセ ンター	衣料品の 専門店	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インター ネット販 売含む)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象
全体	度数	385	491	411	1,555	170	814	54	681	253	3,420
	割合	11.3%	14.4%	12.0%	45.5%	5.0%	23.8%	1.6%	19.9%	7.4%	
性別	男性	151	254	264	740	65	263	20	299	98	1,493
	割合	10.1%	17.0%	17.7%	49.6%	4.4%	17.6%	1.3%	20.0%	6.6%	
	女性	233	235	146	811	105	551	33	380	151	1,915
	割合	12.2%	12.3%	7.6%	42.3%	5.5%	28.8%	1.7%	19.8%	7.9%	
年代	20歳代	45	18	22	177	8	96	9	76	10	329
	割合	13.7%	5.5%	6.7%	53.8%	2.4%	29.2%	2.7%	23.1%	3.0%	
	30歳代	51	54	43	231	6	197	11	118	30	550
	割合	9.3%	9.8%	7.8%	42.0%	1.1%	35.8%	2.0%	21.5%	5.5%	
	40歳代	51	58	52	270	15	171	11	136	30	584
	割合	8.7%	9.9%	8.9%	46.2%	2.6%	29.3%	1.9%	23.3%	5.1%	
	50歳代	63	82	84	269	15	154	9	144	43	633
割合	10.0%	13.0%	13.3%	42.5%	2.4%	24.3%	1.4%	22.7%	6.8%		
	60歳代	92	166	124	361	54	121	5	144	51	750
	割合	12.3%	22.1%	16.5%	48.1%	7.2%	16.1%	0.7%	19.2%	6.8%	
	70歳以上	83	112	84	246	72	75	9	63	85	568
	割合	14.6%	19.7%	14.8%	43.3%	12.7%	13.2%	1.6%	11.1%	15.0%	
地域 区分	市街地地域	163	180	140	558	55	310	18	263	92	1,267
	割合	12.9%	14.2%	11.0%	44.0%	4.3%	24.5%	1.4%	20.8%	7.3%	
	市街地周辺地域	89	87	96	399	44	181	14	156	64	811
	割合	11.0%	10.7%	11.8%	49.2%	5.4%	22.3%	1.7%	19.2%	7.9%	
	犀南地域	81	158	90	394	43	211	13	175	49	861
	割合	9.4%	18.4%	10.5%	45.8%	5.0%	24.5%	1.5%	20.3%	5.7%	
	松代・若穂	35	48	58	140	19	71	6	57	16	311
	割合	11.3%	15.4%	18.6%	45.0%	6.1%	22.8%	1.9%	18.3%	5.1%	
	中山間地域	16	16	23	60	8	38	3	28	26	153
	割合	10.5%	10.5%	15.0%	39.2%	5.2%	24.8%	2.0%	18.3%	17.0%	

衣料品は「衣料品の専門店 (45.5%)」が最も多く、次に「通信販売 (インターネット販売を含む) (23.8%)」、続いて「特に変わりはない (19.9%)」の順となっている。インターネット販売を含めた通信販売による衣料品の買い物が2割を超える伸びを示している。



【③衣料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	衣料品の 専門店 (45.5%)	衣料品の 専門店 (49.6%)	衣料品の 専門店 (42.3%)	衣料品の 専門店 (53.8%)	衣料品の 専門店 (42.0%)	衣料品の 専門店 (46.2%)	衣料品の 専門店 (42.5%)	衣料品の 専門店 (48.1%)	衣料品の 専門店 (43.3%)
2	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (23.8%)	特に変わり はない (20.0%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (28.8%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (29.2%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (35.8%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (29.3%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (24.3%)	スーパーマー ケット(22.1%)	スーパーマー ケット(19.7%)
3	特に変わり はない (19.9%)	ホームセンタ ー (17.7%)	特に変わり はない (19.8%)	特に変わり はない (23.1%)	特に変わり はない (21.5%)	特に変わり はない (23.3%)	特に変わり はない (22.7%)	特に変わり はない (19.2%)	ホームセンタ ー (14.8%)
4	スーパーマー ケット(14.4%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (17.6%)	スーパーマー ケット(12.3%)	百貨店(テ パート) (13.7%)	スーパーマー ケット(9.8%)	スーパーマー ケット(9.9%)	ホームセンタ ー (13.3%)	ホームセンタ ー (16.5%)	百貨店(テ パート) (14.6%)
5	ホームセンタ ー (12.0%)	スーパーマー ケット(17.0%)	百貨店(テ パート) (12.2%)	ホームセンタ ー (6.7%)	百貨店(テ パート) (9.3%)	ホームセンタ ー (8.9%)	スーパーマー ケット(13.0%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (16.1%)	通信販売(イ ンターネット販 売含む) (13.2%)
6	百貨店(テ パート) (11.3%)	百貨店(テ パート) (10.1%)	ホームセンタ ー (7.6%)	スーパーマー ケット(5.5%)	ホームセンタ ー (7.8%)	百貨店(テ パート) (8.7%)	百貨店(テ パート) (10.0%)	百貨店(テ パート) (12.3%)	最寄りの商 店街の店 (12.7%)
7	最寄りの商 店街の店 (5.0%)	最寄りの商 店街の店 (4.4%)	最寄りの商 店街の店 (5.5%)	その他 (2.7%)	その他 (2.0%)	最寄りの商 店街の店 (2.6%)	最寄りの商 店街の店 (2.4%)	最寄りの商 店街の店 (7.2%)	特に変わり はない (11.1%)
8	その他 (1.6%)	その他 (1.3%)	その他 (1.7%)	最寄りの商 店街の店 (2.4%)	最寄りの商 店街の店 (1.1%)	その他 (1.9%)	その他 (1.4%)	その他 (0.7%)	その他 (1.6%)

男女別にみると、男女ともに「衣料品の専門店」の利用増加がトップになっている。

2位は、「男性」が「特に変わりはない」、「女性」が「通信販売（インターネット販売を含む）」となっている。「通信販売（インターネット販売を含む）」については、「女性」の回答が28.8%であるのに対し、「男性」の回答は17.6%と1割以上の開きがある。

3位は「男性」が「ホームセンター」、「女性」が「特に変わりはない」となっている。「ホームセンター」については、「男性」の回答が17.7%であるのに対し、「女性」の回答が7.6%となり、これについても1割以上の開きがある。

年代別にみると、「衣料品の専門店」の利用増加が各年代のトップを占めている。

2位は、「20歳代」から「50歳代」が「通信販売（インターネット販売を含む）」であるのに対し、「60歳代」および「70歳以上」では「スーパーマーケット」となっている。

また、「70歳以上」では「最寄りの商店街の店」という回答が12.7%を占め、他の年代に比べて比較的高い結果となっている。

【③衣料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	衣料品の専門店 (45.5%)	衣料品の専門店 (44.0%)	衣料品の専門店 (49.2%)	衣料品の専門店 (45.8%)	衣料品の専門店 (45.0%)	衣料品の専門店 (39.2%)
2	通信販売(インターネット販売含む) (23.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (24.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (22.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (24.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (22.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (24.8%)
3	特に変わりはない (19.9%)	特に変わりはない (20.8%)	特に変わりはない (19.2%)	特に変わりはない (20.3%)	ホームセンター(18.6%)	特に変わりはない (18.3%)
4	スーパーマーケット (14.4%)	スーパーマーケット (14.2%)	ホームセンター(11.8%)	スーパーマーケット (18.4%)	特に変わりはない (18.3%)	ホームセンター(15.0%)
5	ホームセンター(12.0%)	百貨店(デパート) (12.9%)	百貨店(デパート) (11.0%)	ホームセンター(10.5%)	スーパーマーケット (15.4%)	百貨店(デパート) (10.5%)
6	百貨店(デパート) (11.3%)	ホームセンター(11.0%)	スーパーマーケット (10.7%)	百貨店(デパート) (9.4%)	百貨店(デパート) (11.3%)	スーパーマーケット (10.5%)
7	最寄りの商店街の店 (5.0%)	最寄りの商店街の店 (4.3%)	最寄りの商店街の店 (5.4%)	最寄りの商店街の店 (5.0%)	最寄りの商店街の店 (6.1%)	最寄りの商店街の店 (5.2%)
8	その他(1.6%)	その他(1.4%)	その他(1.7%)	その他(1.5%)	その他(1.9%)	その他(2.0%)

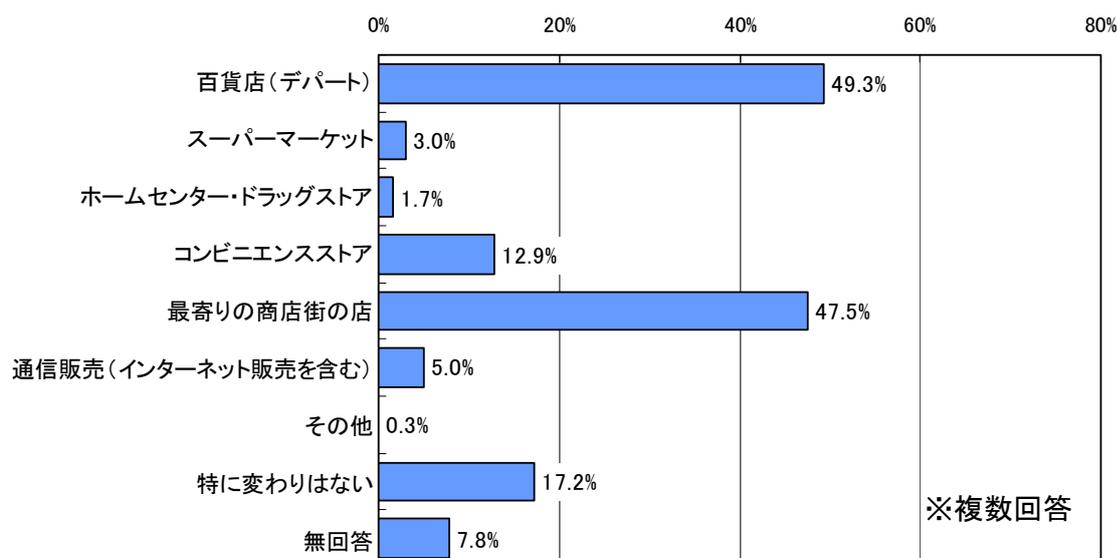
地域別にみると、「衣料品の専門店」がトップ、「通信販売（インターネットを含む）」が2位となっている。各地域ともほぼ同じ傾向であるが、「松代・若穂」では「ホームセンター」という回答が18.6%となり、他の地域よりも回答が集中している。

買い物機会が減ったお店 ～百貨店、商店街の客離れが進む結果に～

【買い物をする機会が減ったお店：①食料品】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセン ター・ドラッグ ストア	コンビニエ ンスストア	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インターネ ット販売含)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象	
全体		度数 割合	1,687 49.3%	102 3.0%	59 1.7%	442 12.9%	1,623 47.5%	171 5.0%	11 0.3%	589 17.2%	268 7.8%	3,420
性別	男性	度数 割合	753 50.4%	35 2.3%	25 1.7%	171 11.5%	780 52.2%	65 4.4%	5 0.3%	241 16.1%	122 8.2%	1,493
	女性	度数 割合	930 48.6%	65 3.4%	34 1.8%	270 14.1%	839 43.8%	106 5.5%	6 0.3%	346 18.1%	142 7.4%	1,915
年代	20歳代	度数 割合	144 43.8%	9 2.7%	4 1.2%	35 10.6%	157 47.7%	11 3.3%	0 0.0%	89 27.1%	15 4.6%	329
	30歳代	度数 割合	252 45.8%	20 3.6%	9 1.6%	124 22.5%	210 38.2%	24 4.4%	1 0.2%	104 18.9%	22 4.0%	550
	40歳代	度数 割合	304 52.1%	16 2.7%	13 2.2%	95 16.3%	262 44.9%	24 4.1%	2 0.3%	100 17.1%	29 5.0%	584
	50歳代	度数 割合	325 51.3%	16 2.5%	10 1.6%	63 10.0%	319 50.4%	17 2.7%	2 0.3%	111 17.5%	47 7.4%	633
	60歳代	度数 割合	396 52.8%	23 3.1%	7 0.9%	70 9.3%	405 54.0%	46 6.1%	3 0.4%	111 14.8%	61 8.1%	750
	70歳以上	度数 割合	263 46.3%	17 3.0%	16 2.8%	55 9.7%	268 47.2%	49 8.6%	3 0.5%	74 13.0%	92 16.2%	568
	地域 区分	市街地地域	度数 割合	617 48.7%	49 3.9%	21 1.7%	182 14.4%	575 45.4%	50 3.9%	2 0.2%	241 19.0%	98 7.7%
市街地周辺地域		度数 割合	430 53.0%	20 2.5%	16 2.0%	102 12.6%	373 46.0%	53 6.5%	3 0.4%	122 15.0%	61 7.5%	811
犀南地域		度数 割合	433 50.3%	20 2.3%	14 1.6%	102 11.8%	428 49.7%	44 5.1%	3 0.3%	147 17.1%	53 6.2%	861
松代・若穂		度数 割合	142 45.7%	6 1.9%	4 1.3%	43 13.8%	169 54.3%	15 4.8%	2 0.6%	56 18.0%	19 6.1%	311
中山間地域		度数 割合	58 37.9%	6 3.9%	4 2.6%	10 6.5%	73 47.7%	9 5.9%	1 0.7%	21 13.7%	31 20.3%	153

10年前と比べて買い物機会が「減った」お店について、食料品は「百貨店(デパート)(49.3%)」、次に「最寄りの商店街の店(47.5%)」の順となっている。当該2業態の客離れが示される結果となっている。



【①食料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	百貨店(デパート) (49.3%)	最寄りの商店街の店 (52.2%)	百貨店(デパート) (48.6%)	最寄りの商店街の店 (47.7%)	百貨店(デパート) (45.8%)	百貨店(デパート) (52.1%)	百貨店(デパート) (51.3%)	最寄りの商店街の店 (54.0%)	最寄りの商店街の店 (47.2%)
2	最寄りの商店街の店 (47.5%)	百貨店(デパート) (50.4%)	最寄りの商店街の店 (43.8%)	百貨店(デパート) (43.8%)	最寄りの商店街の店 (38.2%)	最寄りの商店街の店 (44.9%)	最寄りの商店街の店 (50.4%)	百貨店(デパート) (52.8%)	百貨店(デパート) (46.3%)
3	特に変わりはない (17.2%)	特に変わりはない (16.1%)	特に変わりはない (18.1%)	特に変わりはない (27.1%)	コンビニエンスストア(22.5%)	特に変わりはない (17.1%)	特に変わりはない (17.5%)	特に変わりはない (14.8%)	特に変わりはない (13.0%)
4	コンビニエンスストア(12.9%)	コンビニエンスストア(11.5%)	コンビニエンスストア(14.1%)	コンビニエンスストア(10.6%)	特に変わりはない (18.9%)	コンビニエンスストア(16.3%)	コンビニエンスストア(10.0%)	コンビニエンスストア(9.3%)	コンビニエンスストア(9.7%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (5.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (3.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.1%)	通信販売(インターネット販売含む) (2.7%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.1%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.6%)
6	スーパーマーケット(3.0%)	スーパーマーケット(2.3%)	スーパーマーケット(3.4%)	スーパーマーケット(2.7%)	スーパーマーケット(3.6%)	スーパーマーケット(2.7%)	スーパーマーケット(2.5%)	スーパーマーケット(3.1%)	スーパーマーケット(3.0%)
7	ホームセンター・ドラッグストア (1.7%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.7%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.8%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.2%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.6%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.2%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.6%)	ホームセンター・ドラッグストア (0.9%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.8%)
8	その他 (0.3%)	その他 (0.3%)	その他 (0.3%)	その他 (0.0%)	その他 (0.2%)	その他 (0.3%)	その他 (0.3%)	その他 (0.4%)	その他 (0.5%)

男女別にみると、「男性」は「最寄りの商店街の店」がトップ、続いて「百貨店（デパート）」の順に、「女性」は「百貨店（デパート）」がトップ、続いて「最寄りの商店街の店」の順になっている。

回答割合に着目すると、「男性」は「最寄りの商店街の店」、「百貨店（デパート）」ともに50%を超える結果となっている。「女性」については、トップの「百貨店（デパート）」が48.6%であり、男性ほど回答が多くない。

年代別にみると、「30歳代」から「50歳代」では「百貨店（デパート）」がトップに、続いて「最寄りの商店街の店」の順に、「20歳代」および「60歳代」、「70歳以上」では「最寄りの商店街の店」がトップに、続いて「百貨店（デパート）」の順になっている。

回答割合では、「百貨店（デパート）」が「40歳代」から「60歳代」にかけて50%以上の回答となった。同様に「最寄りの商店街の店」が「50歳代」および「60歳代」で50%以上の回答となった。

また、「20歳代」では「特に変わりはない」という回答が27.1%と高く、同様に「30歳代」では「コンビニエンスストア」という回答が22.5%と高い傾向を示している。

【①食料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	百貨店(デパート) (49.3%)	百貨店(デパート) (48.7%)	百貨店(デパート) (53.0%)	百貨店(デパート) (50.3%)	最寄りの商店街 の店(54.3%)	最寄りの商店街 の店(47.7%)
2	最寄りの商店街 の店(47.5%)	最寄りの商店街 の店(45.4%)	最寄りの商店街 の店(46.0%)	最寄りの商店街 の店(49.7%)	百貨店(デパート) (45.7%)	百貨店(デパート) (37.9%)
3	特に変わりはない (17.2%)	特に変わりはない (19.0%)	特に変わりはない (15.0%)	特に変わりはない (17.1%)	特に変わりはない (18.0%)	特に変わりはない (13.7%)
4	コンビニエンスストア (12.9%)	コンビニエンスストア (14.4%)	コンビニエンスストア (12.6%)	コンビニエンスストア (11.8%)	コンビニエンスストア (13.8%)	コンビニエンスストア (6.5%)
5	通信販売(インター ネット販売含む) (5.0%)	通信販売(インター ネット販売含む) (3.9%)	通信販売(インター ネット販売含む) (6.5%)	通信販売(インター ネット販売含む) (5.1%)	通信販売(インター ネット販売含む) (4.8%)	通信販売(インター ネット販売含む) (5.9%)
6	スーパーマーケット (3.0%)	スーパーマーケット (3.9%)	スーパーマーケット (2.5%)	スーパーマーケット (2.3%)	スーパーマーケット (1.9%)	スーパーマーケット (3.9%)
7	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.7%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.7%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(2.0%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.6%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.3%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(2.6%)
8	その他(0.3%)	その他(0.2%)	その他(0.4%)	その他(0.3%)	その他(0.6%)	その他(0.7%)

地域別にみると、「百貨店（デパート）」という回答は「市街地地域」、「市街地周辺地域」および「犀南地域」でトップに、「最寄りの商店街の店」という回答は「松代・若穂」および「中山間地域」でトップになっている。

どの地域も3位以下は同様の傾向を示しているが、「中山間地域」では「コンビニエンスストア」という回答が6.5%と、他の地域に比べると比較的低い。

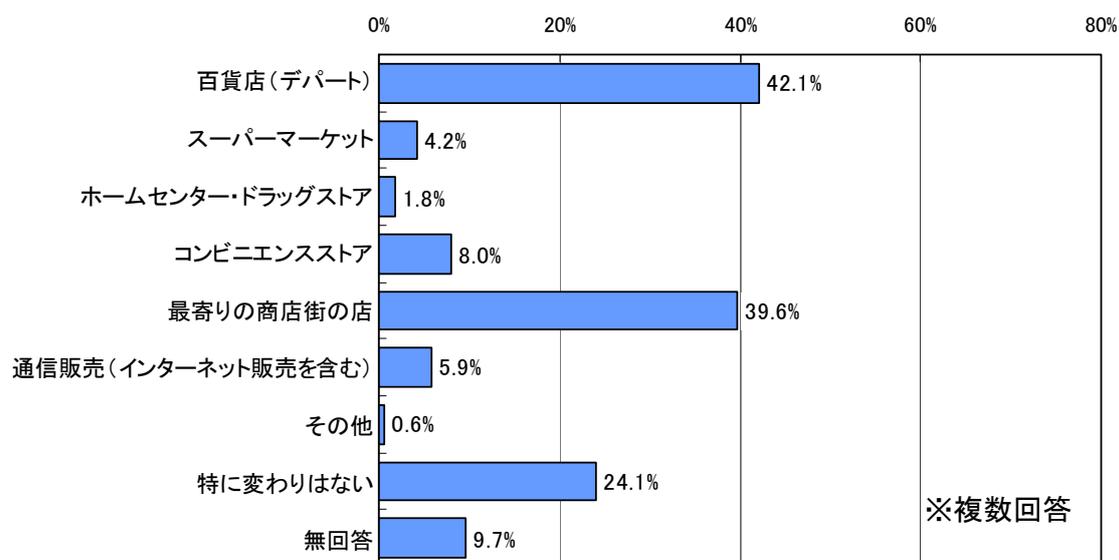
【買い物をする機会が減ったお店：②身の回りの生活雑貨】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセン ター・ドラッグ ストア	コンビニエ ンスストア	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インターネ ット販売含)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象
全体	度数	1,439	143	60	274	1,354	203	22	823	331	3,420
	割合	42.1%	4.2%	1.8%	8.0%	39.6%	5.9%	0.6%	24.1%	9.7%	
性別	男性	670	47	31	118	672	67	9	332	149	1,493
	割合	44.9%	3.1%	2.1%	7.9%	45.0%	4.5%	0.6%	22.2%	10.0%	
	女性	767	94	27	155	680	136	13	488	178	1,915
	割合	40.1%	4.9%	1.4%	8.1%	35.5%	7.1%	0.7%	25.5%	9.3%	
年代	20歳代	118	14	7	20	115	11	1	119	19	329
	割合	35.9%	4.3%	2.1%	6.1%	35.0%	3.3%	0.3%	36.2%	5.8%	
	30歳代	216	27	8	62	154	38	4	160	35	550
	割合	39.3%	4.9%	1.5%	11.3%	28.0%	6.9%	0.7%	29.1%	6.4%	
	40歳代	249	24	12	52	206	35	3	163	41	584
	割合	42.6%	4.1%	2.1%	8.9%	35.3%	6.0%	0.5%	27.9%	7.0%	
	50歳代	265	25	10	38	265	26	2	154	56	633
割合	41.9%	3.9%	1.6%	6.0%	41.9%	4.1%	0.3%	24.3%	8.8%		
	60歳代	349	27	9	61	377	47	5	135	72	750
	割合	46.5%	3.6%	1.2%	8.1%	50.3%	6.3%	0.7%	18.0%	9.6%	
	70歳以上	240	26	14	40	235	46	7	92	105	568
	割合	42.3%	4.6%	2.5%	7.0%	41.4%	8.1%	1.2%	16.2%	18.5%	
地域 区分	市街地地域	533	59	24	94	479	69	8	324	128	1,267
	割合	42.1%	4.7%	1.9%	7.4%	37.8%	5.4%	0.6%	25.6%	10.1%	
	市街地周辺地域	360	35	13	71	312	53	6	178	74	811
	割合	44.4%	4.3%	1.6%	8.8%	38.5%	6.5%	0.7%	21.9%	9.1%	
	犀南地域	372	35	14	69	341	54	3	214	72	861
	割合	43.2%	4.1%	1.6%	8.0%	39.6%	6.3%	0.3%	24.9%	8.4%	
	松代・若穂	119	7	9	29	155	16	4	71	18	311
	割合	38.3%	2.3%	2.9%	9.3%	49.8%	5.1%	1.3%	22.8%	5.8%	
	中山間地域	49	6	0	9	63	11	1	34	32	153
	割合	32.0%	3.9%	0.0%	5.9%	41.2%	7.2%	0.7%	22.2%	20.9%	

身の回りの生活雑貨について買い物機会が減ったお店は、「百貨店（デパート）（42.1%）」が最も多く、次に「最寄りの商店街の店（39.6%）」の順となっている。

「特に変わりはない」という回答も24.1%であり、比較的多い。

食料品と同様に、「百貨店（デパート）」と「最寄りの商店街の店」の客離れを示す結果となっている。



【②身の回りの生活雑貨／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	百貨店(デパート) (42.1%)	最寄りの商店街の店 (45.0%)	百貨店(デパート) (40.1%)	特に変わりはない (36.2%)	百貨店(デパート) (39.3%)	百貨店(デパート) (42.6%)	百貨店(デパート) (41.9%)	最寄りの商店街の店 (50.3%)	百貨店(デパート) (42.3%)
2	最寄りの商店街の店 (39.6%)	百貨店(デパート) (44.9%)	最寄りの商店街の店 (35.5%)	百貨店(デパート) (35.9%)	特に変わりはない (29.1%)	最寄りの商店街の店 (35.3%)	最寄りの商店街の店 (41.9%)	百貨店(デパート) (46.5%)	最寄りの商店街の店 (41.4%)
3	特に変わりはない (24.1%)	特に変わりはない (22.2%)	特に変わりはない (25.5%)	最寄りの商店街の店 (35.0%)	最寄りの商店街の店 (28.0%)	特に変わりはない (27.9%)	特にわりはない (24.3%)	特にわりはない (18.0%)	特にわりはない (16.2%)
4	コンビニエンスストア(8.0%)	コンビニエンスストア(7.9%)	コンビニエンスストア(8.1%)	コンビニエンスストア(6.1%)	コンビニエンスストア(11.3%)	コンビニエンスストア(8.9%)	コンビニエンスストア(6.0%)	コンビニエンスストア(8.1%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.1%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (5.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (7.1%)	スーパーマーケット(4.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (4.1%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.3%)	コンビニエンスストア(7.0%)
6	スーパーマーケット(4.2%)	スーパーマーケット(3.1%)	スーパーマーケット(4.9%)	通信販売(インターネット販売含む) (3.3%)	スーパーマーケット(4.9%)	スーパーマーケット(4.1%)	スーパーマーケット(3.9%)	スーパーマーケット(3.6%)	スーパーマーケット(4.6%)
7	ホームセンター・ドラッグストア (1.8%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.1%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.4%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.1%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.5%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.1%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.6%)	ホームセンター・ドラッグストア (1.2%)	ホームセンター・ドラッグストア (2.5%)
8	その他 (0.6%)	その他 (0.6%)	その他 (0.7%)	その他 (0.3%)	その他 (0.7%)	その他 (0.5%)	その他 (0.3%)	その他 (0.7%)	その他 (1.2%)

男女別にみると、「男性」は「最寄りの商店街の店」、「百貨店(デパート)」の順に、「女性」は「百貨店(デパート)」、「最寄りの商店街の店」の順になっている。「男性」は「最寄りの商店街の店」の回答割合が45.0%、「百貨店(デパート)」の回答割合が44.9%と高い数値であるのに対し、「女性」は「百貨店(デパート)」が40.1%、「最寄りの商店街の店」が35.5%と、「男性」に比べると数値が低い。一方で、「特に変わりはない」という回答は「男性(22.2%)」に対して「女性」は25.5%と若干高い。

年代別にみると、「20歳代」では「特に変わりはない」が、「60歳代」では「最寄りの商店街の店」が、他の年代では「百貨店(デパート)」がトップになっている。

「特に変わりはない」という回答は、年代が高くなるにつれ、回答割合が低くなっている。

回答割合が5割を超したものは「60歳代」の「最寄りの商店街の店(50.3%)」のみである。

【②身の回りの生活雑貨／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	百貨店(デパート) (42.1%)	百貨店(デパート) (42.1%)	百貨店(デパート) (44.4%)	百貨店(デパート) (43.2%)	最寄りの商店街 の店(49.8%)	最寄りの商店街 の店(41.2%)
2	最寄りの商店街 の店(39.6%)	最寄りの商店街 の店(37.8%)	最寄りの商店街 の店(38.5%)	最寄りの商店街 の店(39.6%)	百貨店(デパート) (38.3%)	百貨店(デパート) (32.0%)
3	特に変わりはない (24.1%)	特に変わりはない (25.6%)	特に変わりはない (21.9%)	特に変わりはない (24.9%)	特に変わりはない (22.8%)	特に変わりはない (22.2%)
4	コンビニエンスストア (8.0%)	コンビニエンスストア (7.4%)	コンビニエンスストア (8.8%)	コンビニエンスストア (8.0%)	コンビニエンスストア (9.3%)	通信販売(インター ネット販売含む) (7.2%)
5	通信販売(インター ネット販売含む) (5.9%)	通信販売(インター ネット販売含む) (5.4%)	通信販売(インター ネット販売含む) (6.5%)	通信販売(インター ネット販売含む) (6.3%)	通信販売(インター ネット販売含む) (5.1%)	コンビニエンスストア (5.9%)
6	スーパーマーケット (4.2%)	スーパーマーケット (4.7%)	スーパーマーケット (4.3%)	スーパーマーケット (4.1%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(2.9%)	スーパーマーケット (3.9%)
7	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.8%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.9%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.6%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(1.6%)	スーパーマーケット (2.3%)	その他(0.7%)
8	その他(0.6%)	その他(0.6%)	その他(0.7%)	その他(0.3%)	その他(1.3%)	ホームセンター・ドラッグ ストア(0.0%)

地域別にみると、「市街地地域」、「市街地周辺地域」および「犀南地域」で「百貨店（デパート）」がトップに、「松代・若穂」および「中山間地域」では「最寄りの商店街の店」がトップになっている。

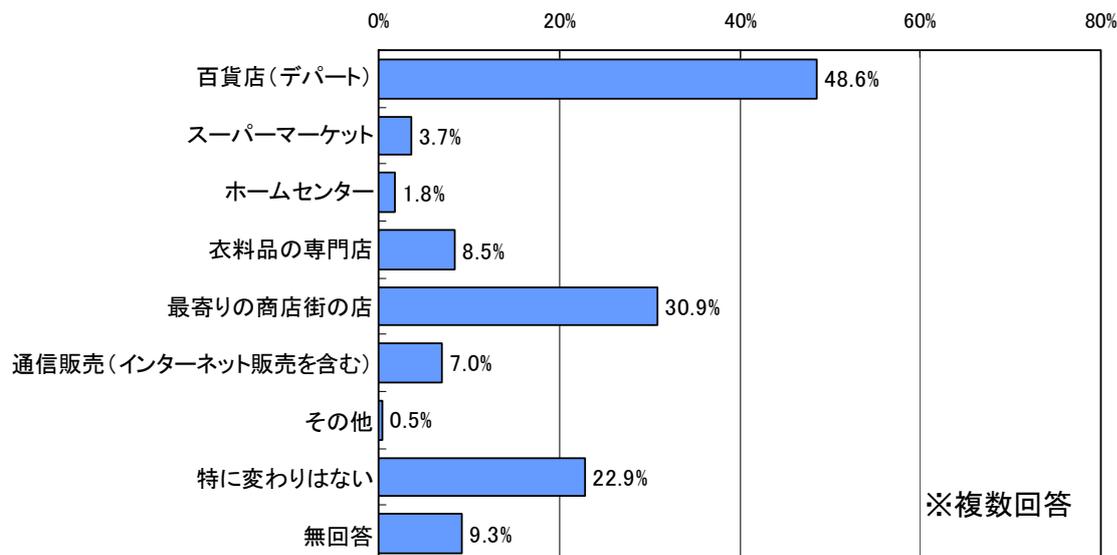
「中山間地域」では、「通信販売（インターネットを含む）」が 7.2%の回答となり、他の地域より比較的回答が高い。また、同地域で「ホームセンター・ドラッグストア」を選択した人はいなかった。

【買い物をする機会が減ったお店：③衣料品】

		百貨店 (デパート)	スーパー マーケット	ホームセ ンター	衣料品の 専門店	最寄りの 商店街の 店	通信販売 (インター ネット販 売含む)	その他	特に変わ りはない	無回答	対象
全体		度数 1,661 割合 48.6%	125 3.7%	60 1.8%	291 8.5%	1,057 30.9%	241 7.0%	16 0.5%	783 22.9%	319 9.3%	3,420
性別	男性	度数 708 割合 47.4%	53 3.5%	32 2.1%	107 7.2%	542 36.3%	81 5.4%	7 0.5%	350 23.4%	151 10.1%	1,493
	女性	度数 952 割合 49.7%	71 3.7%	27 1.4%	182 9.5%	512 26.7%	160 8.4%	9 0.5%	430 22.5%	164 8.6%	1,915
年代	20歳代	度数 135 割合 41.0%	17 5.2%	11 3.3%	14 4.3%	87 26.4%	19 5.8%	2 0.6%	115 35.0%	14 4.3%	329
	30歳代	度数 278 割合 50.5%	16 2.9%	6 1.1%	35 6.4%	126 22.9%	44 8.0%	2 0.4%	150 27.3%	36 6.5%	550
	40歳代	度数 305 割合 52.2%	20 3.4%	10 1.7%	49 8.4%	158 27.1%	42 7.2%	2 0.3%	137 23.5%	40 6.8%	584
	50歳代	度数 336 割合 53.1%	22 3.5%	5 0.8%	51 8.1%	204 32.2%	23 3.6%	1 0.2%	134 21.2%	55 8.7%	633
	60歳代	度数 368 割合 49.1%	29 3.9%	16 2.1%	75 10.0%	281 37.5%	55 7.3%	7 0.9%	146 19.5%	76 10.1%	750
	70歳以上	度数 236 割合 41.5%	21 3.7%	12 2.1%	67 11.8%	200 35.2%	57 10.0%	1 0.2%	101 17.8%	95 16.7%	568
	地域 区分	市街地地域	度数 601 割合 47.4%	50 3.9%	24 1.9%	109 8.6%	367 29.0%	87 6.9%	6 0.5%	328 25.9%	112 8.8%
市街地周辺地域		度数 412 割合 50.8%	25 3.1%	11 1.4%	57 7.0%	240 29.6%	68 8.4%	3 0.4%	178 21.9%	72 8.9%	811
犀南地域		度数 448 割合 52.0%	36 4.2%	17 2.0%	72 8.4%	272 31.6%	53 6.2%	3 0.3%	181 21.0%	66 7.7%	861
松代・若穂		度数 144 割合 46.3%	10 3.2%	4 1.3%	38 12.2%	122 39.2%	17 5.5%	4 1.3%	60 19.3%	28 9.0%	311
中山間地域		度数 53 割合 34.6%	3 2.0%	4 2.6%	11 7.2%	53 34.6%	16 10.5%	0 0.0%	33 21.6%	33 21.6%	153

衣料品は「百貨店（デパート）（48.6%）」が最も多く、次に「最寄りの商店街の店（30.9%）」、続いて「特に変わりはない（22.9%）」の順となっている。

「食料品」および「身の回りの生活雑貨」同様に、「百貨店（デパート）」と「最寄りの商店街の店」の利用が減っている傾向を示しているが、うち「最寄りの商店街の店」については「食料品（47.5%）」や「身の回りの生活雑貨（39.6%）」の回答割合と比べると最も回答割合が少ない結果となっている。



【③衣料品／性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	百貨店(デパート) (48.6%)	百貨店(デパート) (47.4%)	百貨店(デパート) (49.7%)	百貨店(デパート) (41.0%)	百貨店(デパート) (50.5%)	百貨店(デパート) (52.2%)	百貨店(デパート) (53.1%)	百貨店(デパート) (49.1%)	百貨店(デパート) (41.5%)
2	最寄りの商店街の店 (30.9%)	最寄りの商店街の店 (36.3%)	最寄りの商店街の店 (26.7%)	特に変わりはない (35.0%)	特に変わりはない (27.3%)	最寄りの商店街の店 (27.1%)	最寄りの商店街の店 (32.2%)	最寄りの商店街の店 (37.5%)	最寄りの商店街の店 (35.2%)
3	特に変わりはない (22.9%)	特に変わりはない (23.4%)	特に変わりはない (22.5%)	最寄りの商店街の店 (26.4%)	最寄りの商店街の店 (22.9%)	特に変わりはない (23.5%)	特に変わりはない (21.2%)	特に変わりはない (19.5%)	特に変わりはない (17.8%)
4	衣料品の専門店 (8.5%)	衣料品の専門店 (7.2%)	衣料品の専門店 (9.5%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.8%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.0%)	衣料品の専門店 (8.4%)	衣料品の専門店 (8.1%)	衣料品の専門店 (10.0%)	衣料品の専門店 (11.8%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (7.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.4%)	スーパーマーケット(5.2%)	衣料品の専門店 (6.4%)	通信販売(インターネット販売含む) (7.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (3.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (7.3%)	通信販売(インターネット販売含む) (10.0%)
6	スーパーマーケット(3.7%)	スーパーマーケット(3.5%)	スーパーマーケット(3.7%)	衣料品の専門店 (4.3%)	スーパーマーケット(2.9%)	スーパーマーケット(3.4%)	スーパーマーケット(3.5%)	スーパーマーケット(3.9%)	スーパーマーケット(3.7%)
7	ホームセンター (1.8%)	ホームセンター (2.1%)	ホームセンター (1.4%)	ホームセンター (3.3%)	ホームセンター (1.1%)	ホームセンター (1.7%)	ホームセンター (0.8%)	ホームセンター (2.1%)	ホームセンター (2.1%)
8	その他 (0.5%)	その他 (0.5%)	その他 (0.5%)	その他 (0.6%)	その他 (0.4%)	その他 (0.3%)	その他 (0.2%)	その他 (0.9%)	その他 (0.2%)

男女別にみると、男女ともに「百貨店(デパート)」がトップ、続いて「最寄りの商店街の店」が2位となっており、順位に違いは見られない。しかし、2位の「最寄りの商店街の店」については「男性」が36.3%、「女性」が26.7%と「男性」の方が1割ほど回答割合が高い。一方で、「女性」は「衣料品の専門店」と「通信販売(インターネットを含む)」の回答割合が、「男性」よりも2%以上高い結果となっている。

年代別にみると、「百貨店(デパート)」が各年代のトップで「30歳代」から「60歳代」が5割程度と高く、「20歳代」および「70歳以上」で4割程度と1割ほどの差が見られる。

「特に変わりはない」という回答は「20歳代」が最も多く35.0%となり、年代が高くなるに従って数値は低くなっている。

また、「衣料品の専門店」という回答は「70歳以上(11.8%)」が最も多く、年代が低くなるに従って数値も低くなる傾向を示している。

【③衣料品／地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	百貨店(デパート) (48.6%)	百貨店(デパート) (47.4%)	百貨店(デパート) (50.8%)	百貨店(デパート) (52.0%)	百貨店(デパート) (46.3%)	百貨店(デパート) (34.6%)
2	最寄りの商店街の店(30.9%)	最寄りの商店街の店(29.0%)	最寄りの商店街の店(29.6%)	最寄りの商店街の店(31.6%)	最寄りの商店街の店(39.2%)	最寄りの商店街の店(34.6%)
3	特に変わりはない(22.9%)	特に変わりはない(25.9%)	特に変わりはない(21.9%)	特に変わりはない(21.0%)	特に変わりはない(19.3%)	特に変わりはない(21.6%)
4	衣料品の専門店 (8.5%)	衣料品の専門店 (8.6%)	通信販売(インターネット販売含む) (8.4%)	衣料品の専門店 (8.4%)	衣料品の専門店 (12.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (10.5%)
5	通信販売(インターネット販売含む) (7.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.9%)	衣料品の専門店 (7.0%)	通信販売(インターネット販売含む) (6.2%)	通信販売(インターネット販売含む) (5.5%)	衣料品の専門店 (7.2%)
6	スーパーマーケット (3.7%)	スーパーマーケット (3.9%)	スーパーマーケット (3.1%)	スーパーマーケット (4.2%)	スーパーマーケット (3.2%)	ホームセンター(2.6%)
7	ホームセンター(1.8%)	ホームセンター(1.9%)	ホームセンター(1.4%)	ホームセンター(2.0%)	ホームセンター(1.3%)	スーパーマーケット (2.0%)
8	その他(0.5%)	その他(0.5%)	その他(0.4%)	その他(0.3%)	その他(1.3%)	その他(0.0%)

地域別にみると、どの地域も「百貨店(デパート)」がトップで、「犀南地域(52.0%)」と「市街地周辺地域(50.8%)」で5割を超している。一方「中山間地域」では34.6%と最も低い割合である。

「最寄りの商店街の店」については「松代・若穂」で39.2%と最も高く、続いて「中山間地域」の34.6%となっており、「市街地地域」が29.0%と最も低い。

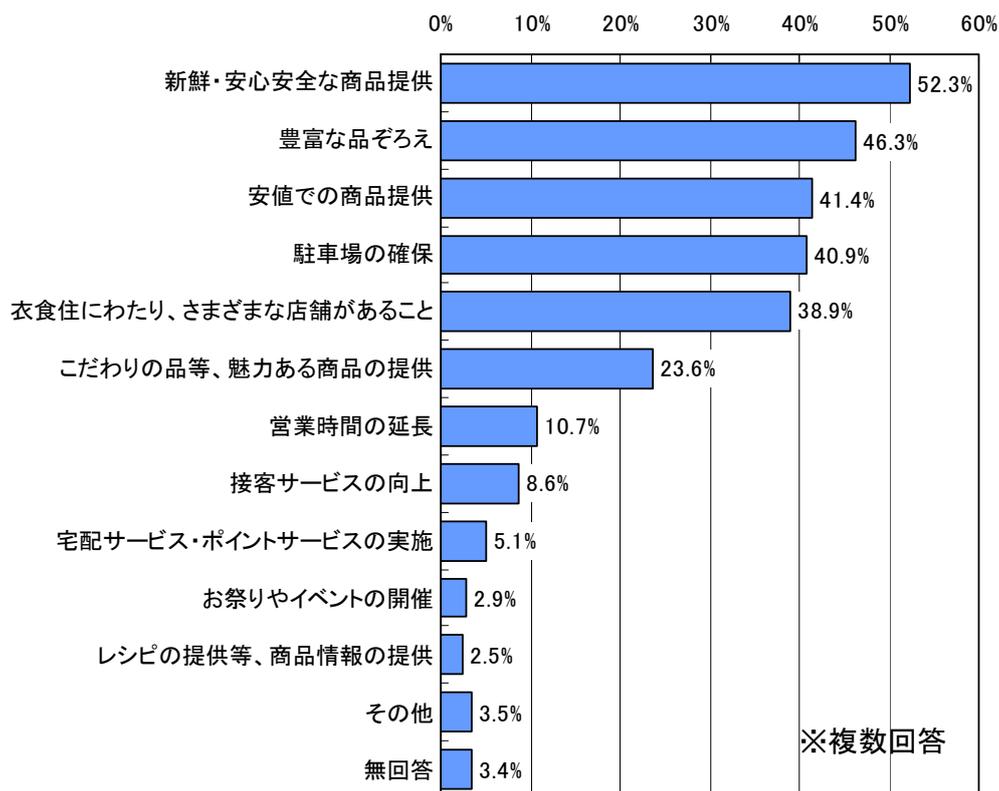
「衣料品の専門店」という回答が1割を超えた地域は「松代・若穂」のみ、同様に「通信販売(インターネットを含む)」という回答が1割を超えた地域は「中山間地域」のみである。

商店街に最も望むもの ～新鮮で、安心安全な商品～

問3 あなたの家庭が最寄りの商店街で日常的にお買い物をする機会を増やすために、あなたは商店街に何を望みますか。次の中から3つ選んで○をしてください。

		豊富な品ぞろえ	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること	安値での商品提供	新鮮・安心安全な商品提供	こだわりの品等、魅力ある商品の提供	レシピの提供等、商品情報の提供	駐車場の確保	営業時間の延長	宅配サービス・ポイントサービスの実施	接客サービスの向上	催しやイベントの開催	その他	無回答	対象
全体		度数 1,584 割合 46.3%	1,332 38.9%	1,416 41.4%	1,790 52.3%	808 23.6%	85 2.5%	1,400 40.9%	365 10.7%	174 5.1%	293 8.6%	100 2.9%	118 3.5%	116 3.4%	3,420
性別	男性	度数 679 割合 45.5%	550 36.8%	635 42.5%	673 45.1%	389 26.1%	37 2.5%	658 44.1%	208 13.9%	63 4.2%	114 7.6%	60 4.0%	55 3.7%	48 3.2%	1,493
	女性	度数 903 割合 47.2%	780 40.7%	777 40.6%	1,113 58.1%	418 21.8%	47 2.5%	740 38.6%	155 8.1%	111 5.8%	179 9.3%	40 2.1%	61 3.2%	66 3.4%	1,915
年代	20歳代	度数 162 割合 49.2%	125 38.0%	156 47.4%	127 38.6%	94 28.6%	4 1.2%	128 38.9%	54 16.4%	17 5.2%	33 10.0%	18 5.5%	13 4.0%	8 2.4%	329
	30歳代	度数 241 割合 43.8%	185 33.6%	265 48.2%	221 40.2%	160 29.1%	18 3.3%	274 49.8%	76 13.8%	31 5.6%	42 7.6%	23 4.2%	18 3.3%	15 2.7%	550
	40歳代	度数 269 割合 46.1%	234 40.1%	276 47.3%	277 47.4%	133 22.8%	8 1.4%	251 43.0%	79 13.5%	27 4.6%	48 8.2%	19 3.3%	17 2.9%	16 2.7%	584
	50歳代	度数 296 割合 46.8%	231 36.5%	229 36.2%	339 53.6%	179 28.3%	8 1.3%	280 44.2%	71 11.2%	25 3.9%	59 9.3%	13 2.1%	21 3.3%	20 3.2%	633
	60歳代	度数 343 割合 45.7%	315 42.0%	296 39.5%	460 61.3%	158 21.1%	25 3.3%	289 38.5%	54 7.2%	35 4.7%	55 7.3%	16 2.1%	29 3.9%	24 3.2%	750
	70歳以上	度数 271 割合 47.7%	239 42.1%	193 34.0%	362 63.7%	84 14.8%	22 3.9%	176 31.0%	31 5.5%	39 6.9%	56 9.9%	11 1.9%	20 3.5%	31 5.5%	568
地域区分	市街地地域	度数 570 割合 45.0%	499 39.4%	536 42.3%	684 54.0%	320 25.3%	25 2.0%	497 39.2%	135 10.7%	72 5.7%	122 9.6%	37 2.9%	40 3.2%	34 2.7%	1,267
	市街地周辺地域	度数 376 割合 46.4%	325 40.1%	331 40.8%	409 50.4%	187 23.1%	21 2.6%	329 40.6%	93 11.5%	35 4.3%	62 7.6%	25 3.1%	28 3.5%	34 4.2%	811
	犀南地域	度数 407 割合 47.3%	331 38.4%	336 39.0%	438 50.9%	200 23.2%	27 3.1%	404 46.9%	83 9.6%	48 5.6%	71 8.2%	25 2.9%	30 3.5%	28 3.3%	861
	松代・若穂	度数 147 割合 47.3%	124 39.9%	136 43.7%	164 52.7%	72 23.2%	9 2.9%	121 38.9%	37 11.9%	11 3.5%	24 7.7%	11 3.5%	13 4.2%	6 1.9%	311
	中山間地域	度数 80 割合 52.3%	45 29.4%	70 45.8%	87 56.9%	27 17.6%	2 1.3%	47 30.7%	15 9.8%	8 5.2%	13 8.5%	1 0.7%	6 3.9%	10 6.5%	153

「最寄りの商店街に望むもの」については、「新鮮・安心安全な商品提供 (52.3%)」が最も多く、次に「豊富な品ぞろえ (46.3%)」、続いて「安値での商品提供 (41.4%)」、「駐車場の確保 (40.9%)」、「衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (38.9%)」の順となっている。



【性別・年代別順位】：上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	新鮮・安心安全な商品提供 (52.3%)	豊富な品ぞろえ (45.5%)	新鮮・安心安全な商品提供 (58.1%)	豊富な品ぞろえ (49.2%)	駐車場の確保 (49.8%)	新鮮・安心安全な商品提供 (47.4%)	新鮮・安心安全な商品提供 (53.6%)	新鮮・安心安全な商品提供 (61.3%)	新鮮・安心安全な商品提供 (63.7%)
2	豊富な品ぞろえ (46.3%)	新鮮・安心安全な商品提供 (45.1%)	豊富な品ぞろえ (47.2%)	安価での商品提供 (47.4%)	安価での商品提供 (48.2%)	安価での商品提供 (47.3%)	豊富な品ぞろえ (46.8%)	豊富な品ぞろえ (45.7%)	豊富な品ぞろえ (47.7%)
3	安価での商品提供 (41.4%)	駐車場の確保 (44.1%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (40.7%)	駐車場の確保 (38.9%)	豊富な品ぞろえ (43.8%)	豊富な品ぞろえ (46.1%)	駐車場の確保 (44.2%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (42.0%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (42.1%)
4	駐車場の確保 (40.9%)	安価での商品提供 (42.5%)	安価での商品提供 (40.6%)	新鮮・安心安全な商品提供 (38.6%)	新鮮・安心安全な商品提供 (40.2%)	駐車場の確保 (43.0%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (36.5%)	安価での商品提供 (39.5%)	安価での商品提供 (34.0%)
5	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (38.9%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (36.8%)	駐車場の確保 (38.6%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (38.0%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (33.6%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (40.1%)	安価での商品提供 (36.2%)	駐車場の確保 (38.5%)	駐車場の確保 (31.0%)

男女別にみると、「男性」は「豊富な品ぞろえ (45.5%)」、「新鮮・安心安全な商品提供 (45.1%)」、「駐車場の確保 (44.1%)」、「安価での商品提供 (42.5%)」がそれぞれ4割を超える回答となっている。一方「女性」は「新鮮・安心安全な商品提供 (58.1%)」、「豊富な品ぞろえ (47.2%)」、「衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (40.7%)」、「安価での商品提供 (40.6%)」が4割を超えている。

「新鮮・安心安全な商品提供」を求める回答は、「男性」よりも「女性」の方が1割以上多い結果となっている。

年代別にみると、「新鮮・安心安全な商品提供」は「40歳代」から「70歳以上」でトップに、「20歳代」では「豊富な品ぞろえ」が、「30歳代」では「駐車場の確保」がトップになっている。

「新鮮・安心安全な商品提供」は、年代が高くなるに従って回答の割合も高くなっており、「70歳以上」では63.7%を占めている。

【地域別順位】：上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	新鮮・安心安全な商品提供 (52.3%)	新鮮・安心安全な商品提供 (54.0%)	新鮮・安心安全な商品提供 (50.4%)	新鮮・安心安全な商品提供 (50.9%)	新鮮・安心安全な商品提供 (52.7%)	新鮮・安心安全な商品提供 (56.9%)
2	豊富な品ぞろえ (46.3%)	豊富な品ぞろえ (45.0%)	豊富な品ぞろえ (46.4%)	豊富な品ぞろえ (47.3%)	豊富な品ぞろえ (47.3%)	豊富な品ぞろえ (52.3%)
3	安価での商品提供 (41.4%)	安価での商品提供 (42.3%)	安価での商品提供 (40.8%)	駐車場の確保 (46.9%)	安価での商品提供 (43.7%)	安価での商品提供 (45.8%)
4	駐車場の確保 (40.9%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (39.4%)	駐車場の確保 (40.6%)	安価での商品提供 (39.0%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (39.9%)	駐車場の確保 (30.7%)
5	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (38.9%)	駐車場の確保 (39.2%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (40.1%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (38.4%)	駐車場の確保 (38.9%)	衣食住にわたり、さまざまな店舗があること (29.4%)

地域別にみると、「新鮮・安心安全な商品提供」は各地域ともにトップであり、5割以上の回答となっている。

「豊富な品ぞろえ」は各地域の2位であり、「中山間地域」では52.3%と他の地域よりも高い割合を示している。

「駐車場の確保」は「犀南地域」が46.9%と高い割合になっているが、「中山間地域」では30.7%と比較的低い割合である。

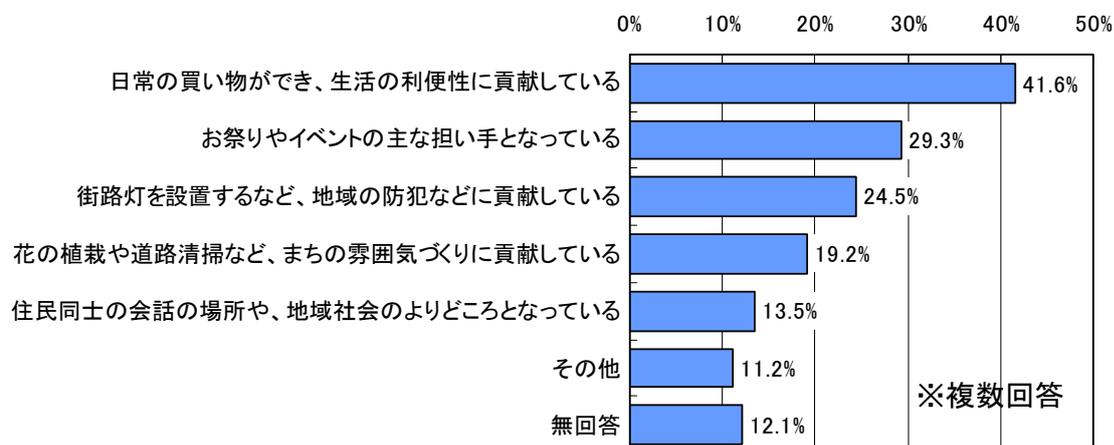
商店街の役割 ～生活の利便性に貢献～

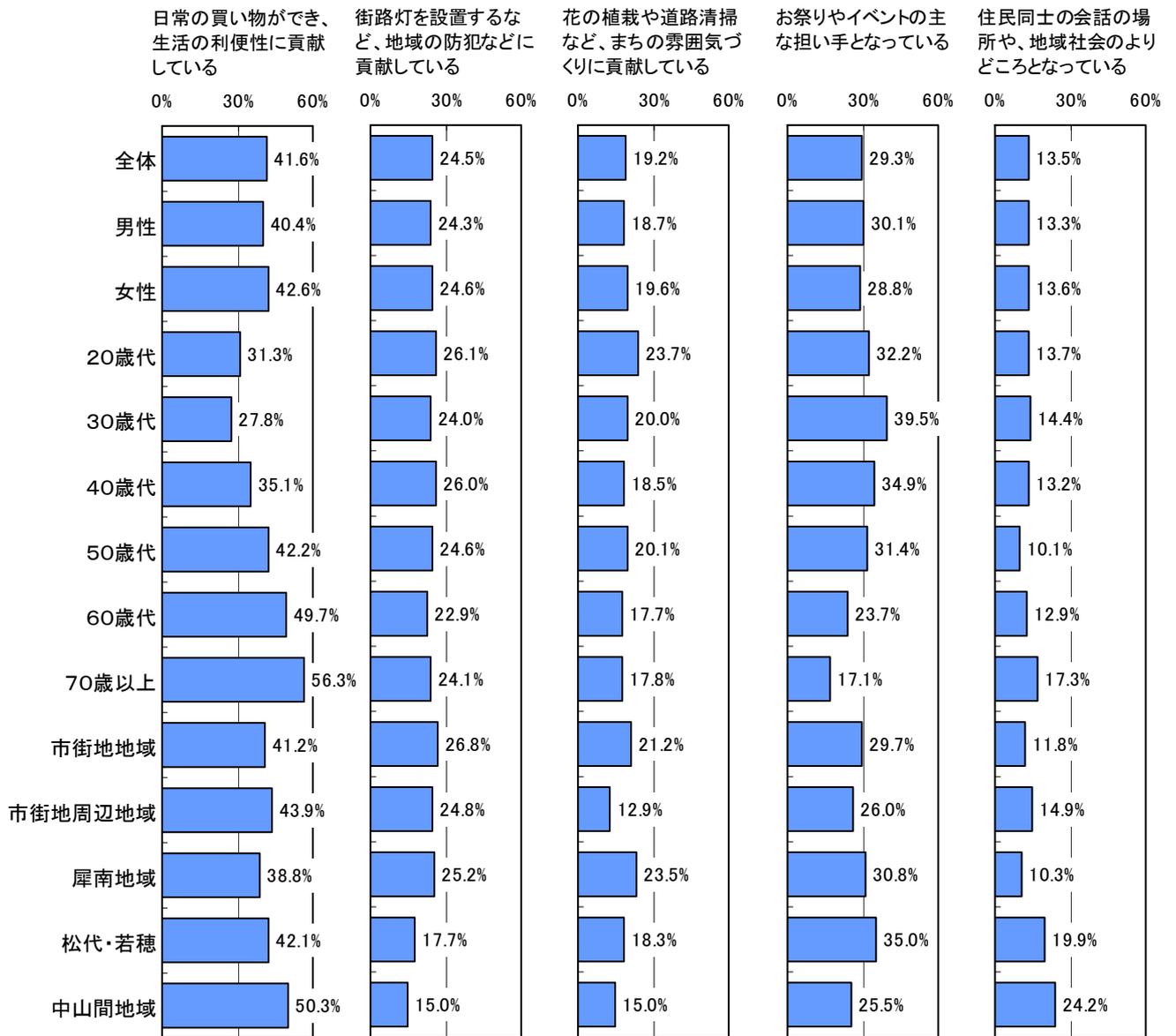
問4 あなたのご家庭の最寄りの商店街は、地域の中でどのような役割を果たしていると思いますか。
次の中から当てはまるものすべてに○をしてください。

		日常の買い物ができ、生活の利便性に貢献している	街路灯を設置するなど、地域の防犯などに貢献している	花の植栽や道路清掃など、まちの雰囲気づくりに貢献している	お祭りやイベントの主な担い手となっている	住民同士の会話の場所や、地域社会のよりどころとなっている	その他	無回答	対象
全体		度数 1,423 割合 41.6%	837 24.5%	657 19.2%	1,002 29.3%	460 13.5%	384 11.2%	414 12.1%	3,420
性別	男性	度数 603 割合 40.4%	363 24.3%	279 18.7%	450 30.1%	198 13.3%	176 11.8%	178 11.9%	1,493
	女性	度数 815 割合 42.6%	472 24.6%	376 19.6%	551 28.8%	260 13.6%	207 10.8%	230 12.0%	1,915
年代	20歳代	度数 103 割合 31.3%	86 26.1%	78 23.7%	106 32.2%	45 13.7%	34 10.3%	31 9.4%	329
	30歳代	度数 153 割合 27.8%	132 24.0%	110 20.0%	217 39.5%	79 14.4%	77 14.0%	49 8.9%	550
	40歳代	度数 205 割合 35.1%	152 26.0%	108 18.5%	204 34.9%	77 13.2%	72 12.3%	59 10.1%	584
	50歳代	度数 267 割合 42.2%	156 24.6%	127 20.1%	199 31.4%	64 10.1%	72 11.4%	69 10.9%	633
	60歳代	度数 373 割合 49.7%	172 22.9%	133 17.7%	178 23.7%	97 12.9%	77 10.3%	110 14.7%	750
	70歳以上	度数 320 割合 56.3%	137 24.1%	101 17.8%	97 17.1%	98 17.3%	52 9.2%	92 16.2%	568
	地域区分	市街地地域	度数 522 割合 41.2%	340 26.8%	268 21.2%	376 29.7%	150 11.8%	141 11.1%	136 10.7%
市街地周辺地域		度数 356 割合 43.9%	201 24.8%	105 12.9%	211 26.0%	121 14.9%	91 11.2%	103 12.7%	811
犀南地域		度数 334 割合 38.8%	217 25.2%	202 23.5%	265 30.8%	89 10.3%	102 11.8%	100 11.6%	861
松代・若穂		度数 131 割合 42.1%	55 17.7%	57 18.3%	109 35.0%	62 19.9%	34 10.9%	44 14.1%	311
中山間地域		度数 77 割合 50.3%	23 15.0%	23 15.0%	39 25.5%	37 24.2%	14 9.2%	23 15.0%	153

「最寄りの商店街が地域の中で果たしている役割」については、「日常の買い物ができ、生活の利便性に貢献している（41.6%）」が最も多く、次に「お祭りやイベントの主な担い手となっている（29.3%）」、続いて「街路灯を設置するなど、地域の防犯などに貢献している（24.5%）」の順となっている。

「日常の買い物ができ、生活の利便性に貢献」という、個々の商店の営業活動により提供している役割だけでなく、イベントの開催や街路灯の設置など、商店街が地域コミュニティの核として果たしている役割についても、一定の認識がなされている。





地域福祉について

近所付き合い ～地域コミュニティにおける希薄さが表れる～

問5 あなたは、近所の人たちとの程度の付き合いをしていますか。次の中から最も当てはまるものを1つだけ選んで○をしてください。

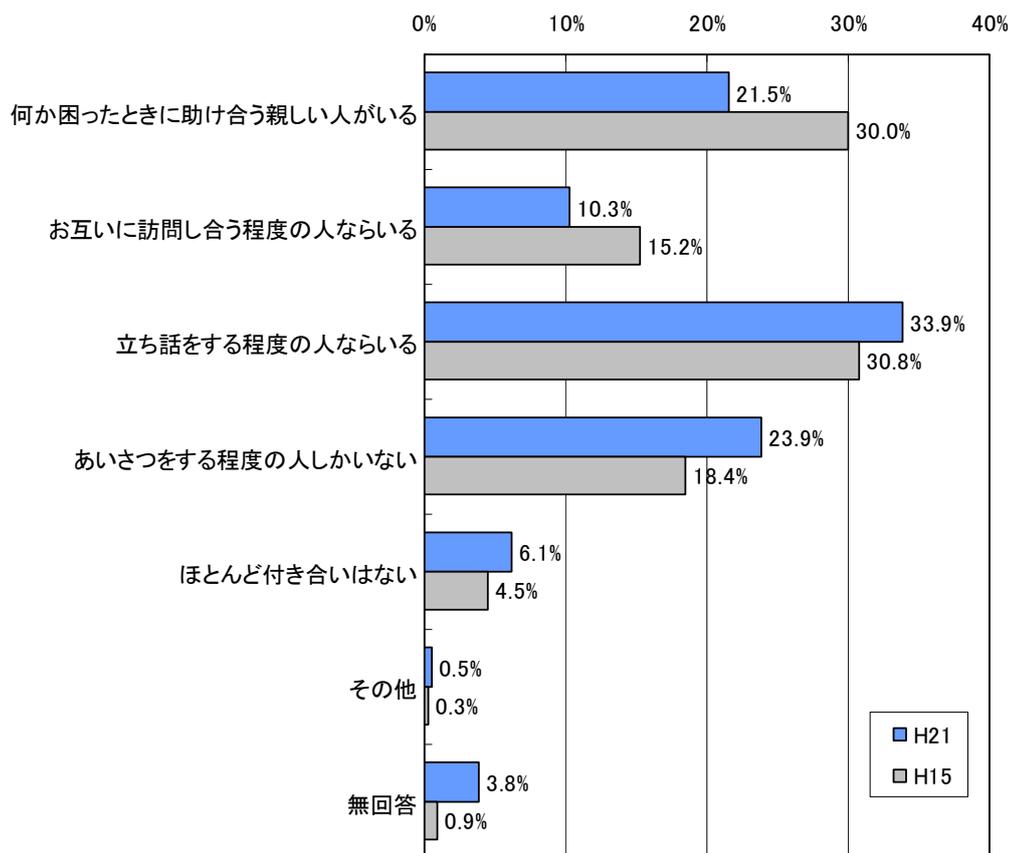
		何か困ったときに助け合う親しい人がいる	お互いに訪問し合う程度の人ならいる	立ち話をする程度の人ならいる	あいさつをする程度の人しかいない	ほとんど付き合いはない	その他	無回答	合計
全体	度数	736	350	1,160	818	208	18	130	3,420
	割合	21.5%	10.3%	33.9%	23.9%	6.1%	0.5%	3.8%	100.0%
性別	男性	276	150	508	405	88	12	54	1,493
	割合	18.5%	10.0%	34.0%	27.1%	5.9%	0.8%	3.6%	100.0%
	女性	456	198	650	413	120	6	72	1,915
	割合	23.8%	10.3%	33.9%	21.6%	6.3%	0.3%	3.8%	100.0%
年代	20歳代	29	17	69	149	52	4	9	329
	割合	8.8%	5.2%	21.0%	45.3%	15.8%	1.2%	2.7%	100.0%
	30歳代	65	30	172	197	64	2	20	550
	割合	11.8%	5.5%	31.3%	35.8%	11.6%	0.4%	3.6%	100.0%
	40歳代	92	52	223	167	32	3	15	584
	割合	15.8%	8.9%	38.2%	28.6%	5.5%	0.5%	2.6%	100.0%
	50歳代	137	49	265	129	29	3	21	633
割合	21.6%	7.7%	41.9%	20.4%	4.6%	0.5%	3.3%	100.0%	
	60歳代	196	106	286	103	21	6	32	750
	割合	26.1%	14.1%	38.1%	13.7%	2.8%	0.8%	4.3%	100.0%
	70歳以上	217	95	144	73	9	0	30	568
	割合	38.2%	16.7%	25.4%	12.9%	1.6%	0.0%	5.3%	100.0%
地域区分	市街地地域	216	106	425	366	102	9	43	1,267
	割合	17.0%	8.4%	33.5%	28.9%	8.1%	0.7%	3.4%	100.0%
	市街地周辺地域	167	89	284	179	50	2	40	811
	割合	20.6%	11.0%	35.0%	22.1%	6.2%	0.2%	4.9%	100.0%
	犀南地域	190	88	299	211	40	3	30	861
	割合	22.1%	10.2%	34.7%	24.5%	4.6%	0.3%	3.5%	100.0%
	松代・若穂	87	52	111	41	10	2	8	311
	割合	28.0%	16.7%	35.7%	13.2%	3.2%	0.6%	2.6%	100.0%
	中山間地域	74	14	36	17	5	2	5	153
	割合	48.4%	9.2%	23.5%	11.1%	3.3%	1.3%	3.3%	100.0%

「近所の人たちとの付き合いの程度」については、「立ち話をする程度の人ならいる（33.9%）」、続いて「あいさつをする程度の人しかいない（23.9%）」の順となった。

平成15年度に行った調査結果と比較すると、「何か困ったときに助け合う親しい人がいる」と回答した人が前回30.0%から今回21.5%に減少（▲8.5%）、「お互いに訪問し合う程度の人ならいる」と回答した人が前回15.2%から今回10.3%に減少（▲4.9%）した。

一方で、「ほとんど付き合いはない」と回答した人は前回4.5%から今回6.1%に増加（1.6%増）、「あいさつをする程度の人しかいない」と回答した人は前回18.4%から今回23.9%に増加（5.5%増）した。

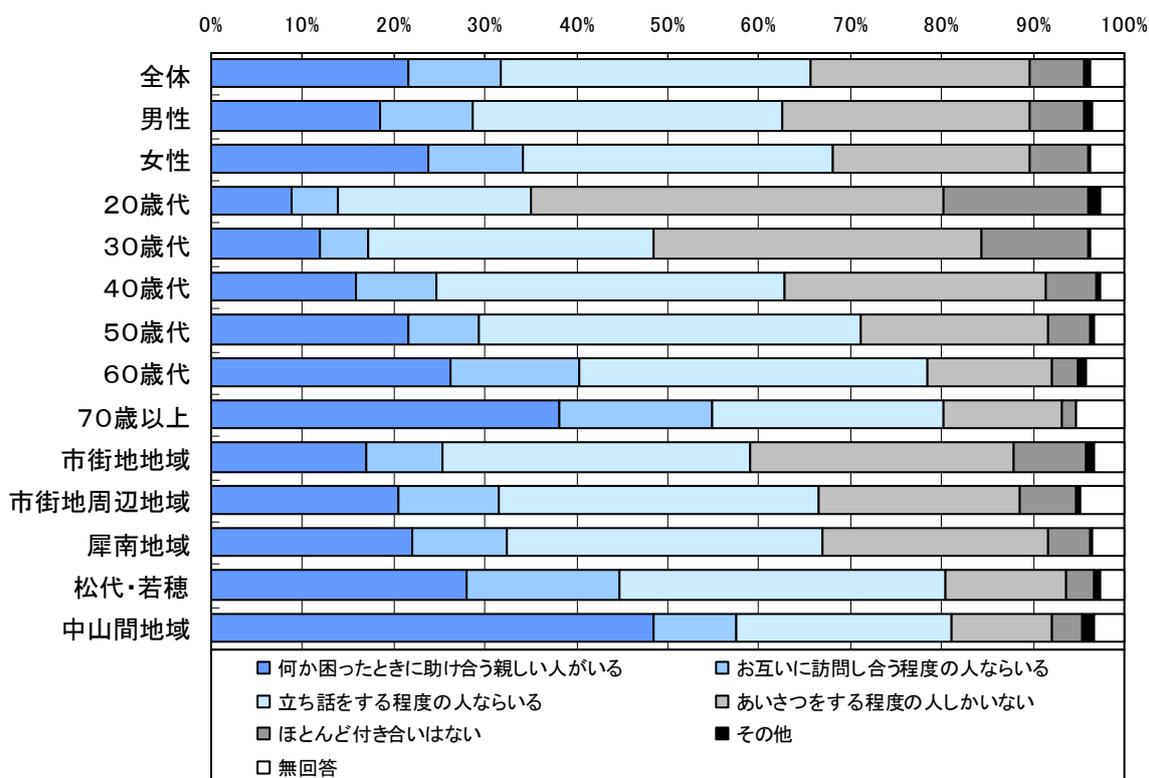
前回調査から6年を経過し、近所付き合いがより希薄になったことが表れる結果となった。



男女別でみると、「何か困ったときに助け合う親しい人がいる」という回答は「男性（18.5%）」よりも「女性（23.8%）」の方が高い。一方で、「あいさつをする程度の人しかいない」という回答は、「女性（21.6%）」よりも「男性（27.1%）」の方が高くなっている。

年代別でみると、「何か困ったときに助け合う親しい人がいる」という回答は、年代が高くなるにつれ多くなっている。一方で「ほとんど付き合いはない」および「あいさつをする程度の人しかいない」という回答は、年代が低くなるにつれ多くなっている。

地域別では、「何か困ったときに助け合う親しい人がいる」という回答が最も多かった地域は「中山間地域（48.4%）」で、約半数近くの回答が集中した結果となっている。

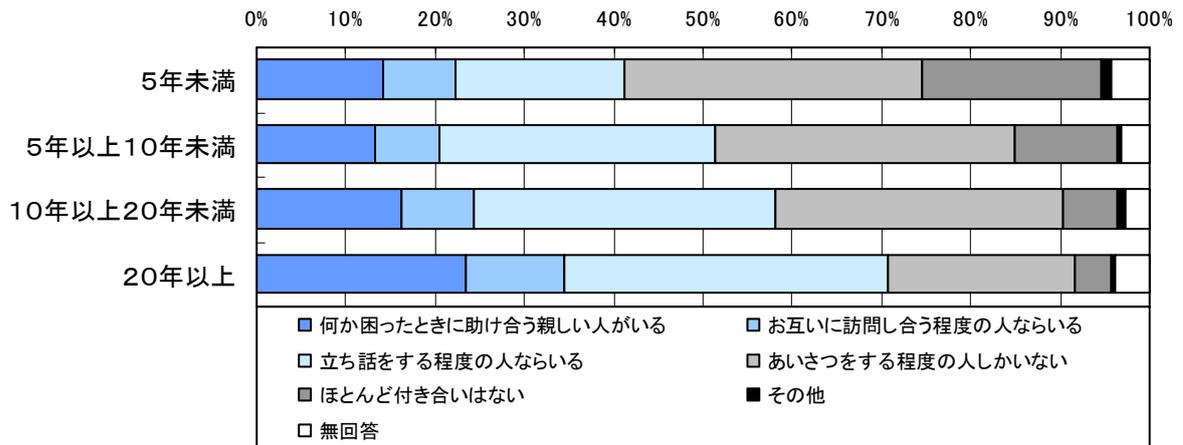


居住年数別に回答結果を集計すると、下表のとおりとなる。

		何か困ったときに助け合う親しい人がいる	お互いに訪問し合う程度の人ならいる	立ち話をする程度の人ならいる	あいさつをする程度の人しかいない	ほとんど付き合いはない	その他	無回答	合計	
全体	度数	736	350	1,160	818	208	18	130	3,420	
	割合	21.5%	10.3%	33.9%	23.9%	6.1%	0.5%	3.8%	100.0%	
居住年数	5年未満	度数	37	21	49	86	52	3	11	259
		割合	14.3%	8.1%	18.9%	33.2%	20.1%	1.2%	4.2%	100.0%
	5年以上10年未満	度数	29	16	68	74	25	1	7	220
		割合	13.2%	7.3%	30.9%	33.6%	11.4%	0.5%	3.2%	100.0%
	10年以上20年未満	度数	55	28	115	110	21	3	9	341
		割合	16.1%	8.2%	33.7%	32.3%	6.2%	0.9%	2.6%	100.0%
	20年以上	度数	604	282	927	542	104	11	97	2,567
		割合	23.5%	11.0%	36.1%	21.1%	4.1%	0.4%	3.8%	100.0%

「ほとんど付き合いはない」という回答は、居住年数「5年未満（20.1%）」が最も多く、居住年数が増えるに従って回答割合は低くなっている。

一方で「何か困ったときに助け合う親しい人がいる」という回答は、居住年数「20年以上（23.5%）」が最も多い回答となっている。



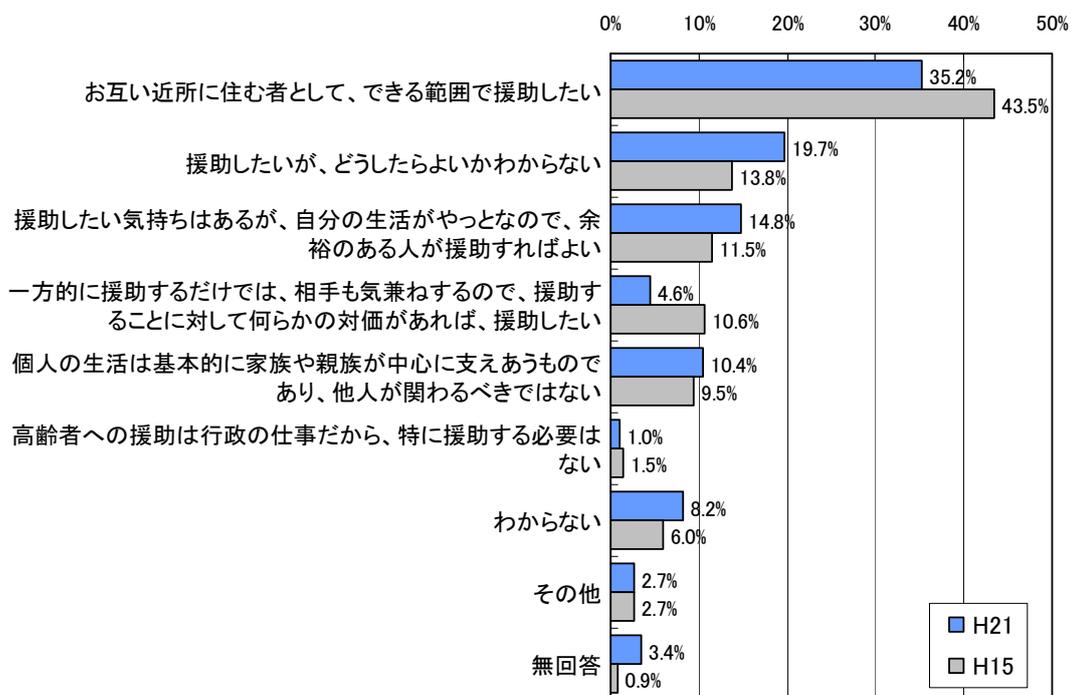
高齢者への支援 ～「できる範囲で援助」8.3%減～

問6 もしあなたの近所に、ひとり暮らしの高齢者や、寝たきりの高齢者がいる家族がお住まいの場合、あなたはどのように考えますか。次の中からあなたの考えに最も近いものを1つだけ選んで○をしてください。

		お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい	援助したいが、どうしたらよいかわからない	援助したい気持ちはあるが、自分の生活がやっとなので、余裕のある人が援助すればよい	一方的に援助するだけでは、相手も気兼ねするので、援助することに対して何らかの対価があれば、援助したい	個人の生活は基本的に家族や親族が中心に支えあうものであり、他人が関わるべきではない	高齢者への援助は行政の仕事だから、特に援助する必要はない	わからない	その他	無回答	合計	
全体		度数 割合	1203 35.2%	675 19.7%	507 14.8%	157 4.6%	357 10.4%	34 1.0%	279 8.2%	92 2.7%	116 3.4%	3420 100.0%
性別	男性	度数 割合	510 34.2%	278 18.6%	220 14.7%	75 5.0%	189 12.7%	22 1.5%	115 7.7%	33 2.2%	51 3.4%	1493 100.0%
	女性	度数 割合	689 36.0%	397 20.7%	285 14.9%	81 4.2%	167 8.7%	12 0.6%	163 8.5%	59 3.1%	62 3.2%	1915 100.0%
年代	20歳代	度数 割合	61 18.5%	91 27.7%	57 17.3%	16 4.9%	39 11.9%	1 0.3%	50 15.2%	7 2.1%	7 2.1%	329 100.0%
	30歳代	度数 割合	105 19.1%	135 24.5%	122 22.2%	24 4.4%	53 9.6%	6 1.1%	67 12.2%	21 3.8%	17 3.1%	550 100.0%
	40歳代	度数 割合	162 27.7%	141 24.1%	96 16.4%	29 5.0%	63 10.8%	2 0.3%	62 10.6%	18 3.1%	11 1.9%	584 100.0%
	50歳代	度数 割合	234 37.0%	124 19.6%	108 17.1%	20 3.2%	72 11.4%	8 1.3%	27 4.3%	18 2.8%	22 3.5%	633 100.0%
	60歳代	度数 割合	336 44.8%	129 17.2%	74 9.9%	43 5.7%	76 10.1%	8 1.1%	38 5.1%	17 2.3%	29 3.9%	750 100.0%
	70歳以上	度数 割合	303 53.3%	55 9.7%	50 8.8%	25 4.4%	53 9.3%	9 1.6%	35 6.2%	11 1.9%	27 4.8%	568 100.0%
	地域区分	市街地地域	度数 割合	415 32.8%	263 20.8%	192 15.2%	65 5.1%	138 10.9%	16 1.3%	110 8.7%	35 2.8%	33 2.6%
市街地周辺地域		度数 割合	294 36.3%	145 17.9%	117 14.4%	44 5.4%	77 9.5%	12 1.5%	66 8.1%	21 2.6%	35 4.3%	811 100.0%
犀南地域		度数 割合	277 32.2%	194 22.5%	122 14.2%	35 4.1%	103 12.0%	2 0.2%	78 9.1%	22 2.6%	28 3.3%	861 100.0%
松代・若穂		度数 割合	129 41.5%	52 16.7%	59 19.0%	7 2.3%	26 8.4%	3 1.0%	20 6.4%	7 2.3%	8 2.6%	311 100.0%
中山間地域		度数 割合	82 53.6%	18 11.8%	17 11.1%	6 3.9%	11 7.2%	1 0.7%	3 2.0%	7 4.6%	8 5.2%	153 100.0%

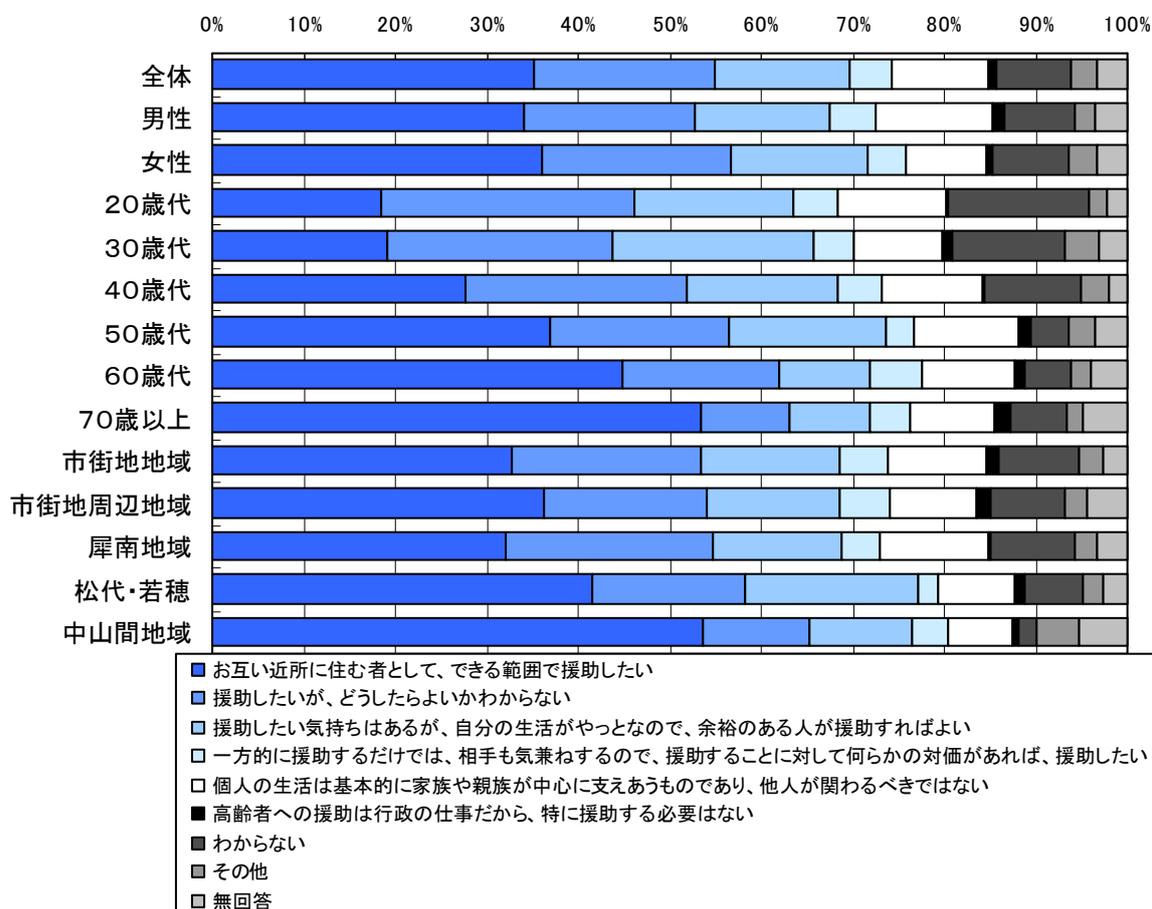
「ひとり暮らしの高齢者や、寝たきりの高齢者がいる家族への援助」については、「お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい（35.2%）」、続いて「援助したいが、どうしたらよいかわからない（19.7%）」、「援助したい気持ちはあるが、自分の生活がやっとなので、余裕のある人が援助すればよい（14.8%）」の順になっている。

平成15年度に行った調査結果と比較すると、「お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい」と回答した人が前回43.5%から今回35.2%に減少（▲8.3%）した。一方で、「援助したいが、どうしたらよいかわからない」と回答した人が前回13.8%から今回19.7%に増加（5.9%増）、「援助したい気持ちはあるが、自分の生活がやっとなので、余裕のある人が援助すればよい」と回答した人が前回11.5%から今回14.8%に増加（3.3%増）した。



「お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい」と回答した人の割合は、年代別で見ると、年代が高くなるごとに回答割合も多くなっており、「70歳以上」では53.3%となっている。一方で、「援助したいが、どうしたらよいかわからない」という回答は、年代が低くなるに従って多くなっている。

地域別で見ると、「お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい」と回答した人の割合は、「中山間地域」と「松代・若穂」の回答が多くなっており、うち「中山間地域」の回答割合は53.6%となっている。



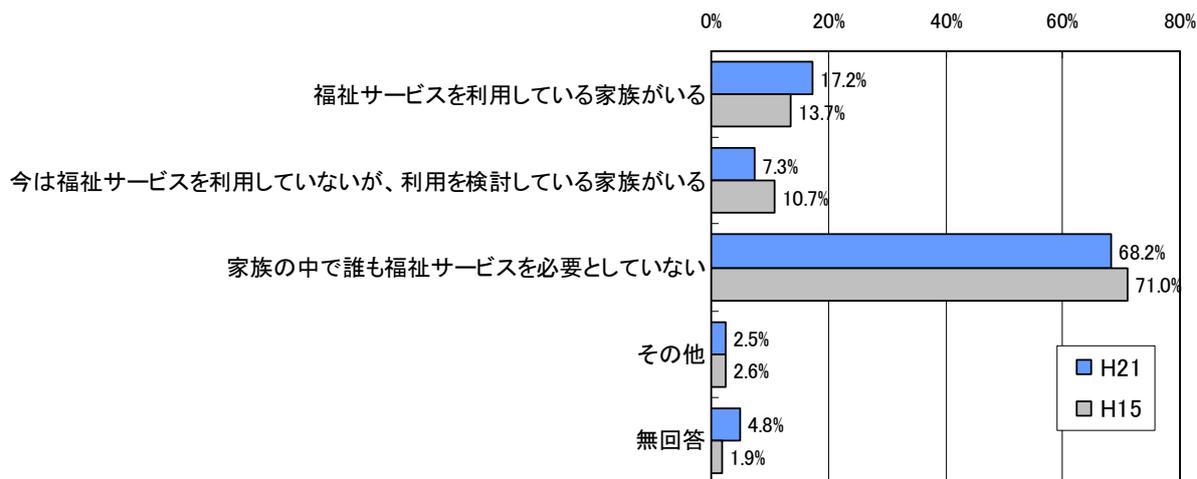
福祉サービスの利用 ～「利用している」3.5%増～

問7 現在、あなたを含め、ご家族の中に、福祉サービス（保育所や介護などのための福祉施設への通所や入所、また、ヘルパーが自宅を訪問して提供するサービスなど）を利用している人がいますか。次の中から1つだけ○をしてください。

		福祉サービスを利用している家族がいる	今は福祉サービスを利用していないが、利用を検討している家族がいる	家族の中で誰も福祉サービスを必要としていない	その他	無回答	合計
全体		度数 589	251	2,331	84	165	3,420
		割合 17.2%	7.3%	68.2%	2.5%	4.8%	100.0%
性別	男性	度数 243	103	1,065	31	51	1,493
		割合 16.3%	6.9%	71.3%	2.1%	3.4%	100.0%
	女性	度数 344	148	1,262	53	108	1,915
		割合 18.0%	7.7%	65.9%	2.8%	5.6%	100.0%
年代	20歳代	度数 52	23	236	10	8	329
		割合 15.8%	7.0%	71.7%	3.0%	2.4%	100.0%
	30歳代	度数 90	24	413	6	17	550
		割合 16.4%	4.4%	75.1%	1.1%	3.1%	100.0%
	40歳代	度数 84	29	445	11	15	584
		割合 14.4%	5.0%	76.2%	1.9%	2.6%	100.0%
	50歳代	度数 132	57	403	19	22	633
	割合 20.9%	9.0%	63.7%	3.0%	3.5%	100.0%	
	60歳代	度数 142	50	490	23	45	750
		割合 18.9%	6.7%	65.3%	3.1%	6.0%	100.0%
	70歳以上	度数 87	67	343	15	56	568
		割合 15.3%	11.8%	60.4%	2.6%	9.9%	100.0%
地域区分	市街地地域	度数 232	81	871	31	52	1,267
		割合 18.3%	6.4%	68.7%	2.4%	4.1%	100.0%
	市街地周辺地域	度数 128	57	571	23	32	811
		割合 15.8%	7.0%	70.4%	2.8%	3.9%	100.0%
	犀南地域	度数 140	66	585	20	50	861
		割合 16.3%	7.7%	67.9%	2.3%	5.8%	100.0%
	松代・若穂	度数 56	26	209	5	15	311
		割合 18.0%	8.4%	67.2%	1.6%	4.8%	100.0%
	中山間地域	度数 29	20	87	5	12	153
		割合 19.0%	13.1%	56.9%	3.3%	7.8%	100.0%

「家族の福祉サービスの利用状況」については、「家族の中で誰も福祉サービスを必要としていない（68.2%）」、続いて「福祉サービスを利用している家族がいる（17.2%）」、「今は福祉サービスを利用していないが、利用を検討している家族がいる（7.3%）」の順になっている。

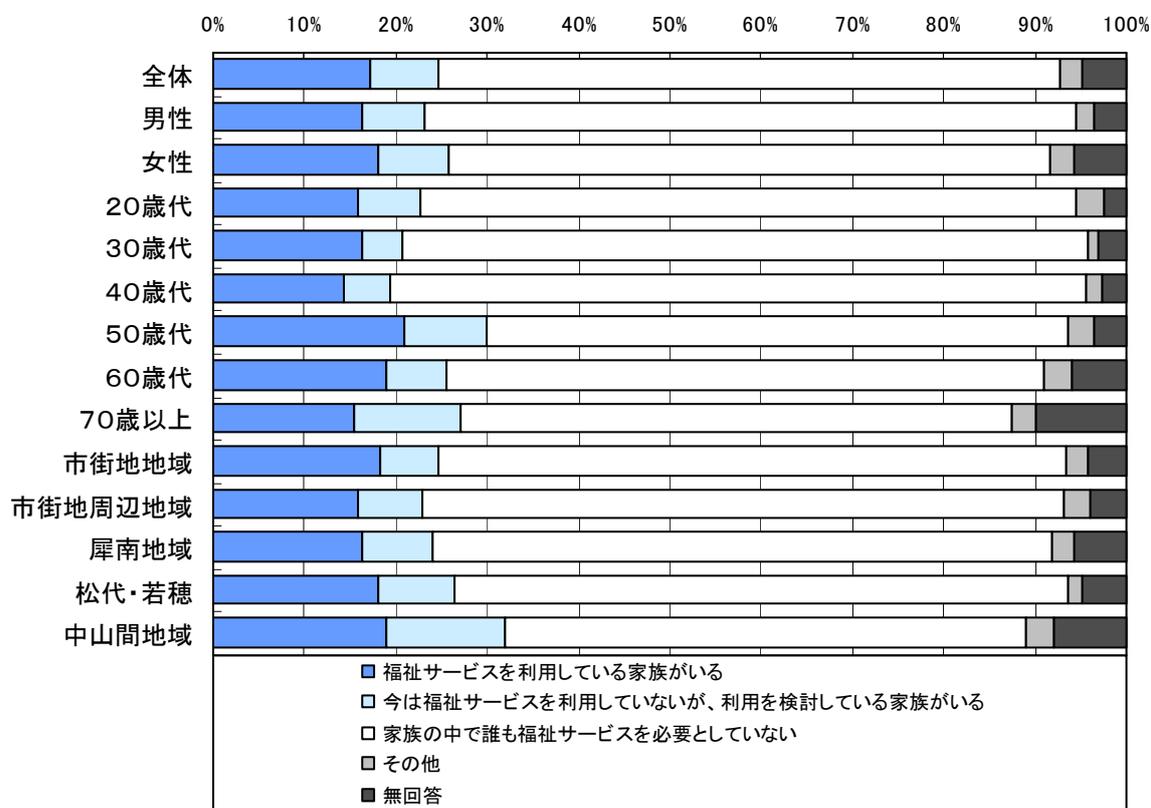
平成15年度に行った調査結果と比較すると、「福祉サービスを利用している家族がいる」と回答した人が前回13.7%から今回17.2%に増加（3.5%増）した。一方で、「今は福祉サービスを利用していないが、利用を検討している家族がいる」と回答した人が前回10.7%から今回7.3%に減少（▲3.4%）、「家族の中で誰も福祉サービスを必要としていない」と回答した人が前回71.0%から今回68.2%に減少（▲2.8%）した。



年代別に見ると「福祉サービスを利用している家族がいる」という回答は「50歳代」が20.9%と最も多く、続いて「60歳代」が18.9%となっている。

「家族の中で誰も福祉サービスを必要としていない」という回答は、「20歳代」から「40歳代」にかけて7割を超える回答となり、この3つの年代では年代が高くなるに従って数値も高くなっている。

地域別に見ると「福祉サービスを利用している家族がいる」および「今は福祉サービスを利用していないが、利用を検討している家族がいる」という回答はともに「中山間地域」が他地域に比べ若干高い結果となっている。



将来のお世話 ～理想は「配偶者」、現実には「ヘルパー」や「施設職員」も～

問8 もしあなたが将来寝たきりになったら、主に誰に世話をしてもらうことになりそうですか。次の中から「①理想的な選択」と「②現実的な選択」を1つずつ選び、回答欄にそれぞれ番号をお書きください。

【①理想的な選択】

		配偶者 (夫・妻)	息子	娘	息子の 配偶者	娘の 配偶者	1 から 5 以外 の 親 族	知 人 ・ 友 人	職 業 と し て い な い 介 護 を	ラン テ ィ ア な ど の 介 護 を す る 人	ホ ー ム ヘル パー な ど の 居 住 介 護 を す る 人	老 人 ホ ー ム な ど の 施 設 の 介 護 職 員	い な い	わ か ら な い	そ の 他	無 回 答	合 計
全体		度数 1,446 割合 42.3%	154 4.5%	512 15.0%	104 3.0%	7 0.2%	49 1.4%	9 0.3%	17 0.5%	310 9.1%	432 12.6%	23 0.7%	174 5.1%	19 0.5%	164 4.8%	3,420 100.0%	
性別	男性	度数 838 割合 56.1%	81 5.4%	98 6.6%	26 1.7%	4 0.3%	18 1.2%	5 0.3%	10 0.7%	105 7.0%	162 10.9%	15 1.0%	53 3.5%	12 0.8%	66 4.4%	1,493 100.0%	
	女性	度数 603 割合 31.5%	73 3.8%	414 21.6%	78 4.1%	3 0.2%	31 1.6%	4 0.2%	7 0.4%	205 10.7%	270 14.1%	8 0.4%	121 6.3%	7 0.4%	91 4.8%	1,915 100.0%	
年代	20歳代	度数 135 割合 41.0%	12 3.6%	37 11.2%	3 0.9%	0 0.0%	6 1.8%	0 0.0%	0 0.0%	30 9.1%	41 12.5%	1 0.3%	48 14.6%	6 1.8%	10 3.0%	329 100.0%	
	30歳代	度数 211 割合 38.4%	29 5.3%	72 13.1%	8 1.5%	0 0.0%	8 1.5%	1 0.2%	3 0.5%	50 9.1%	89 16.2%	5 0.9%	49 8.9%	3 0.5%	22 4.0%	550 100.0%	
	40歳代	度数 243 割合 41.6%	26 4.5%	92 15.8%	11 1.9%	0 0.0%	17 2.9%	1 0.2%	3 0.5%	57 9.8%	90 15.4%	6 1.0%	31 5.3%	2 0.3%	5 0.9%	584 100.0%	
	50歳代	度数 285 割合 45.0%	20 3.2%	108 17.1%	17 2.7%	2 0.3%	6 0.9%	2 0.3%	3 0.5%	58 9.2%	81 12.8%	4 0.6%	18 2.8%	3 0.5%	26 4.1%	633 100.0%	
	60歳代	度数 344 割合 45.9%	38 5.1%	107 14.3%	29 3.9%	2 0.3%	7 0.9%	5 0.7%	5 0.7%	65 8.7%	93 12.4%	5 0.7%	19 2.5%	4 0.5%	27 3.6%	750 100.0%	
	70歳以上	度数 226 割合 39.8%	28 4.9%	96 16.9%	36 6.3%	3 0.5%	5 0.9%	0 0.0%	3 0.5%	50 8.8%	37 6.5%	2 0.4%	9 1.6%	1 0.2%	72 12.7%	568 100.0%	
	地域 区分	市街地地域	度数 533 割合 42.1%	54 4.3%	182 14.4%	31 2.4%	2 0.2%	19 1.5%	5 0.4%	4 0.3%	125 9.9%	166 13.1%	12 0.9%	69 5.4%	11 0.9%	54 4.3%	1,267 100.0%
市街地周辺地域		度数 349 割合 43.0%	36 4.4%	135 16.6%	21 2.6%	1 0.1%	12 1.5%	1 0.1%	5 0.6%	73 9.0%	101 12.5%	4 0.5%	39 4.8%	2 0.2%	32 3.9%	811 100.0%	
犀南地域		度数 363 割合 42.2%	45 5.2%	132 15.3%	32 3.7%	1 0.1%	8 0.9%	2 0.2%	4 0.5%	76 8.8%	103 12.0%	4 0.5%	43 5.0%	4 0.5%	44 5.1%	861 100.0%	
松代・若穂		度数 139 割合 44.7%	13 4.2%	49 15.8%	12 3.9%	0 0.0%	5 1.6%	1 0.3%	1 0.3%	21 6.8%	34 10.9%	2 0.6%	18 5.8%	1 0.3%	15 4.8%	311 100.0%	
中山間地域		度数 61 割合 39.9%	6 3.9%	14 9.2%	7 4.6%	3 2.0%	3 2.0%	0 0.0%	2 1.3%	14 9.2%	22 14.4%	1 0.7%	5 3.3%	1 0.7%	14 9.2%	153 100.0%	

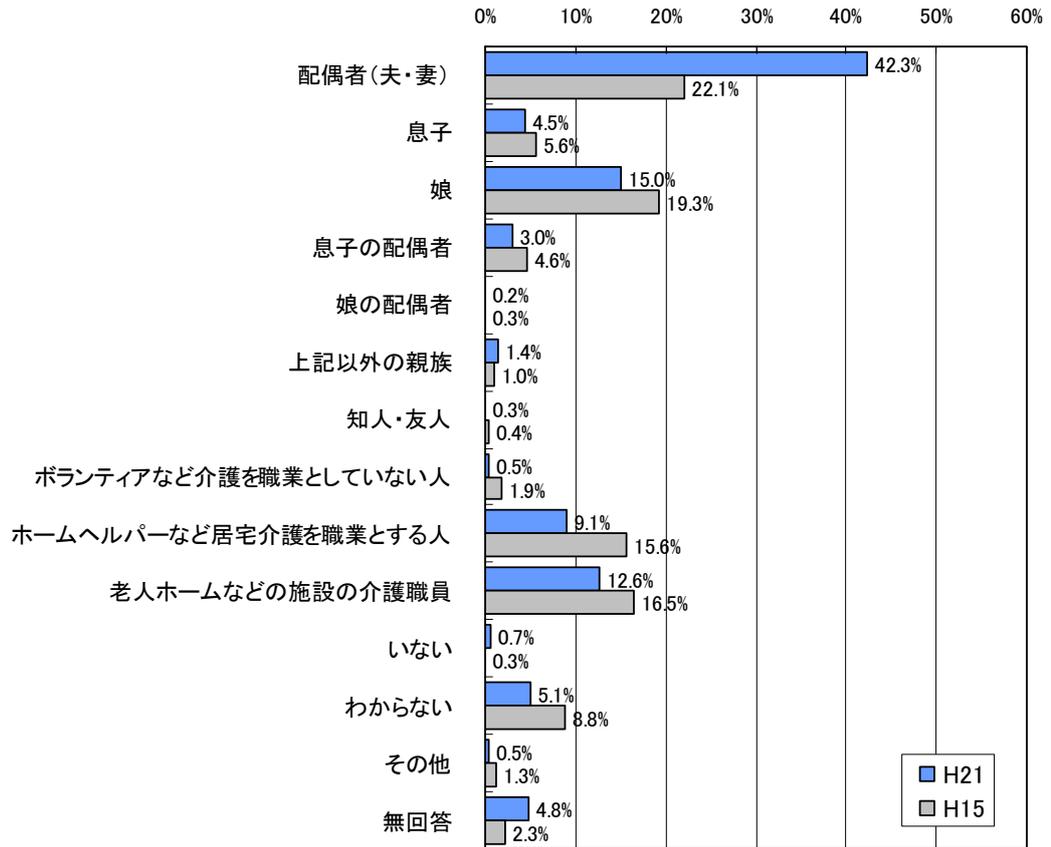
「将来寝たきりになったら、主に誰に世話をしてもらうか」について、「①理想的な選択」としては、「配偶者(夫・妻)(42.3%)」続いて「娘(15.0%)」、「老人ホームなどの施設の介護職員(12.6%)」の順になっている。

平成15年度に行った調査結果と比較すると、「配偶者(夫・妻)」と回答した人が前回22.1%から今回42.3%に大幅に増加(20.2%増)、「娘」と回答した人が前回19.3%から今回15.0%に減少(▲4.3%)、「老人ホームなどの施設の介護職員」と回答した人が前回16.5%から今回12.6%に減少(▲3.9%)した。

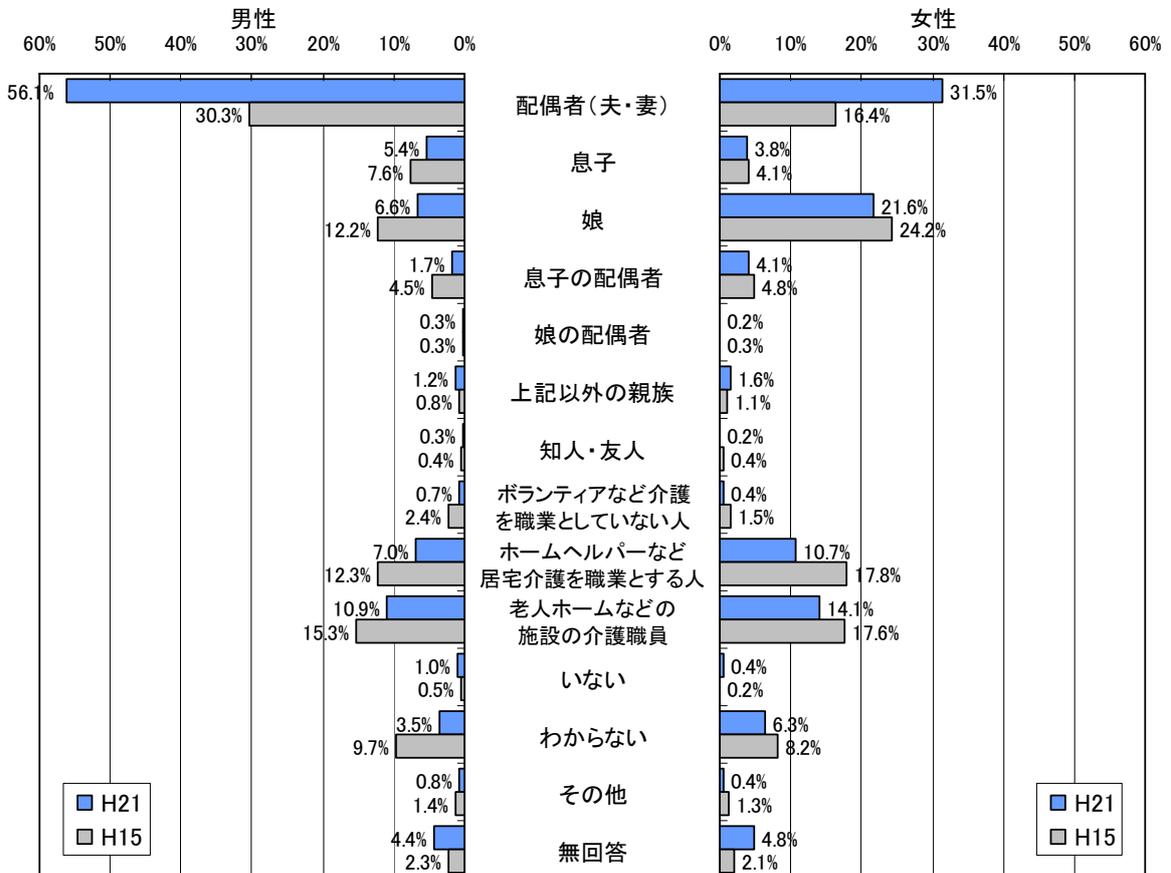
男女別で見ると、「配偶者(夫・妻)」と回答した割合は「男性」の方が多く、「娘」と回答した割合は「女性」の方が多くなっている。

年代別では、どの年代もほぼ同様の傾向を示しているが、「わからない」という回答は年代が低くなるにつれ多くなっている。

【全体】



【男女別】



【②現実的な選択】

		配偶者（夫・妻）	息子	娘	息子の配偶者	娘の配偶者	1から5以外の親族	知人・友人	職業としていない人	ランティケアなど介護を職業とする人	ホームヘルパーなど居宅介護を職業とする人	老人ホームなどの施設の介護職員	いない	わからない	その他	無回答	合計
全体		度数 879	89	206	91	5	41	6	21	660	608	152	430	13	219	3,420	
		割合	25.7%	2.6%	6.0%	2.7%	0.1%	1.2%	0.2%	0.6%	19.3%	17.8%	4.4%	12.6%	0.4%	6.4%	100.0%
性別	男性	度数 468	42	58	22	1	19	2	9	303	257	74	151	4	83	1,493	
		割合	31.3%	2.8%	3.9%	1.5%	0.1%	1.3%	0.1%	0.6%	20.3%	17.2%	5.0%	10.1%	0.3%	5.6%	100.0%
	女性	度数 408	47	148	68	4	22	4	11	357	351	78	279	9	129	1,915	
		割合	21.3%	2.5%	7.7%	3.6%	0.2%	1.1%	0.2%	0.6%	18.6%	18.3%	4.1%	14.6%	0.5%	6.7%	100.0%
年代	20歳代	度数 64	3	9	0	0	8	0	3	39	61	23	106	1	12	329	
		割合	19.5%	0.9%	2.7%	0.0%	0.0%	2.4%	0.0%	0.9%	11.9%	18.5%	7.0%	32.2%	0.3%	3.6%	100.0%
	30歳代	度数 144	12	19	4	0	8	0	1	102	96	39	96	2	27	550	
		割合	26.2%	2.2%	3.5%	0.7%	0.0%	1.5%	0.0%	0.2%	18.5%	17.5%	7.1%	17.5%	0.4%	4.9%	100.0%
	40歳代	度数 172	10	26	8	0	10	2	3	126	106	32	76	2	11	584	
		割合	29.5%	1.7%	4.5%	1.4%	0.0%	1.7%	0.3%	0.5%	21.6%	18.2%	5.5%	13.0%	0.3%	1.9%	100.0%
	50歳代	度数 187	10	41	9	1	4	0	2	152	108	24	67	3	25	633	
	割合	29.5%	1.6%	6.5%	1.4%	0.2%	0.6%	0.0%	0.3%	24.0%	17.1%	3.8%	10.6%	0.5%	3.9%	100.0%	
	60歳代	度数 214	26	50	30	1	6	2	8	153	141	25	51	0	43	750	
		割合	28.5%	3.5%	6.7%	4.0%	0.1%	0.8%	0.3%	1.1%	20.4%	18.8%	3.3%	6.8%	0.0%	5.7%	100.0%
	70歳以上	度数 97	28	60	40	3	5	2	4	87	95	9	34	5	99	568	
		割合	17.1%	4.9%	10.6%	7.0%	0.5%	0.9%	0.4%	0.7%	15.3%	16.7%	1.6%	6.0%	0.9%	17.4%	100.0%
地域区分	市街地地域	度数 309	32	69	29	2	13	3	11	250	251	69	150	7	72	1,267	
		割合	24.4%	2.5%	5.4%	2.3%	0.2%	1.0%	0.2%	0.9%	19.7%	19.8%	5.4%	11.8%	0.6%	5.7%	100.0%
	市街地周辺地域	度数 226	25	61	22	2	11	1	3	152	125	29	110	1	43	811	
		割合	27.9%	3.1%	7.5%	2.7%	0.2%	1.4%	0.1%	0.4%	18.7%	15.4%	3.6%	13.6%	0.1%	5.3%	100.0%
	犀南地域	度数 223	17	52	23	1	14	1	5	168	136	41	119	2	59	861	
		割合	25.9%	2.0%	6.0%	2.7%	0.1%	1.6%	0.1%	0.6%	19.5%	15.8%	4.8%	13.8%	0.2%	6.9%	100.0%
	松代・若穂	度数 74	11	17	14	0	2	0	2	61	65	10	32	2	21	311	
		割合	23.8%	3.5%	5.5%	4.5%	0.0%	0.6%	0.0%	0.6%	19.6%	20.9%	3.2%	10.3%	0.6%	6.8%	100.0%
	中山間地域	度数 45	4	7	3	0	0	1	0	25	28	3	17	1	19	153	
		割合	29.4%	2.6%	4.6%	2.0%	0.0%	0.7%	0.0%	16.3%	18.3%	2.0%	11.1%	0.7%	12.4%	100.0%	

「将来寝たきりになったら、主に誰に世話をしてもらおうか」について、「②現実的な選択」としては、「配偶者（夫・妻）（25.7%）」、続いて「ホームヘルパーなど居宅介護を職業とする人（19.3%）」、「老人ホームなどの施設の介護職員（17.8%）」の順になっている。

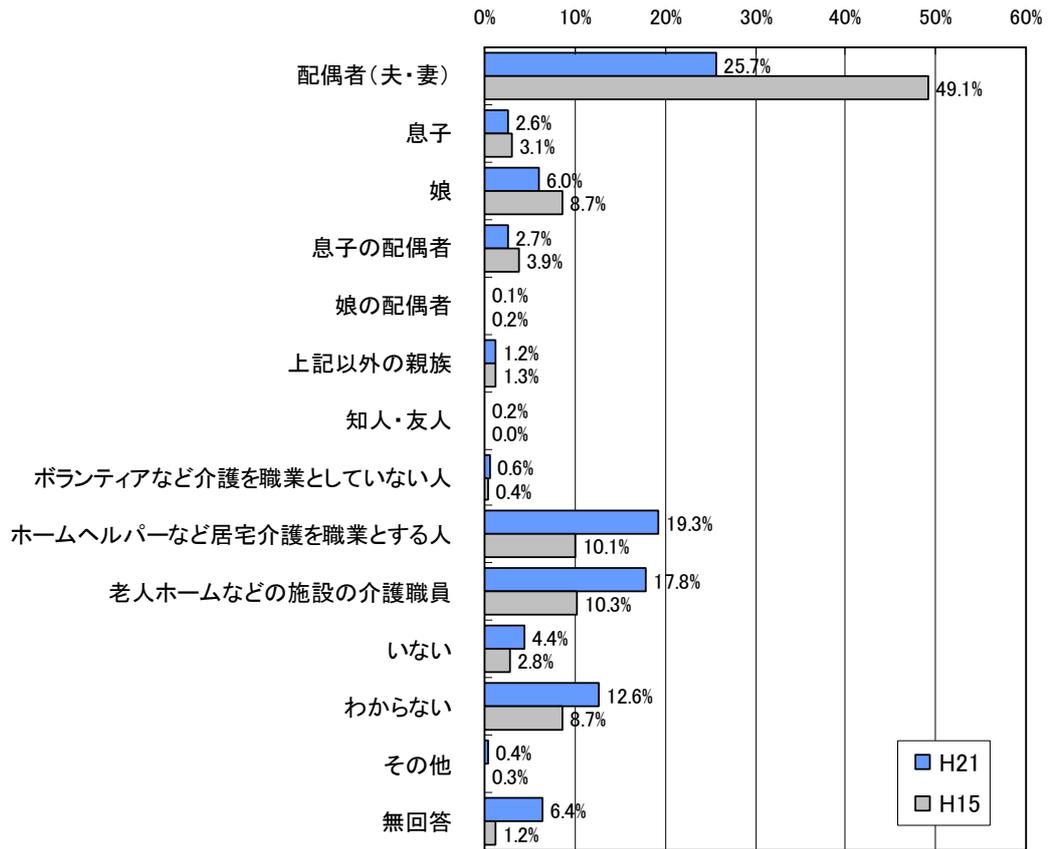
「①理想的な選択」では、「配偶者（夫・妻）」という回答が42.3%であったが、「②現実的な選択」としては25.7%に減少（▲16.6%）している。一方で、「ホームヘルパーなど居宅介護を職業とする人」、「老人ホームなどの施設の介護職員」と回答した割合は、「①理想的な選択」よりも「②現実的な選択」の回答割合が多くなっている。

平成15年度に行った調査結果と比較すると、「配偶者（夫・妻）」と回答した人が前回49.1%から今回25.7%に減少（▲23.4%）した。一方で「ホームヘルパーなど居宅介護を職業とする人」と回答した人が前回10.1%から今回19.3%に増加（9.2%増）、「老人ホームなどの施設の介護職員」と回答した人が前回10.3%から今回17.8%に増加（7.5%増）した。

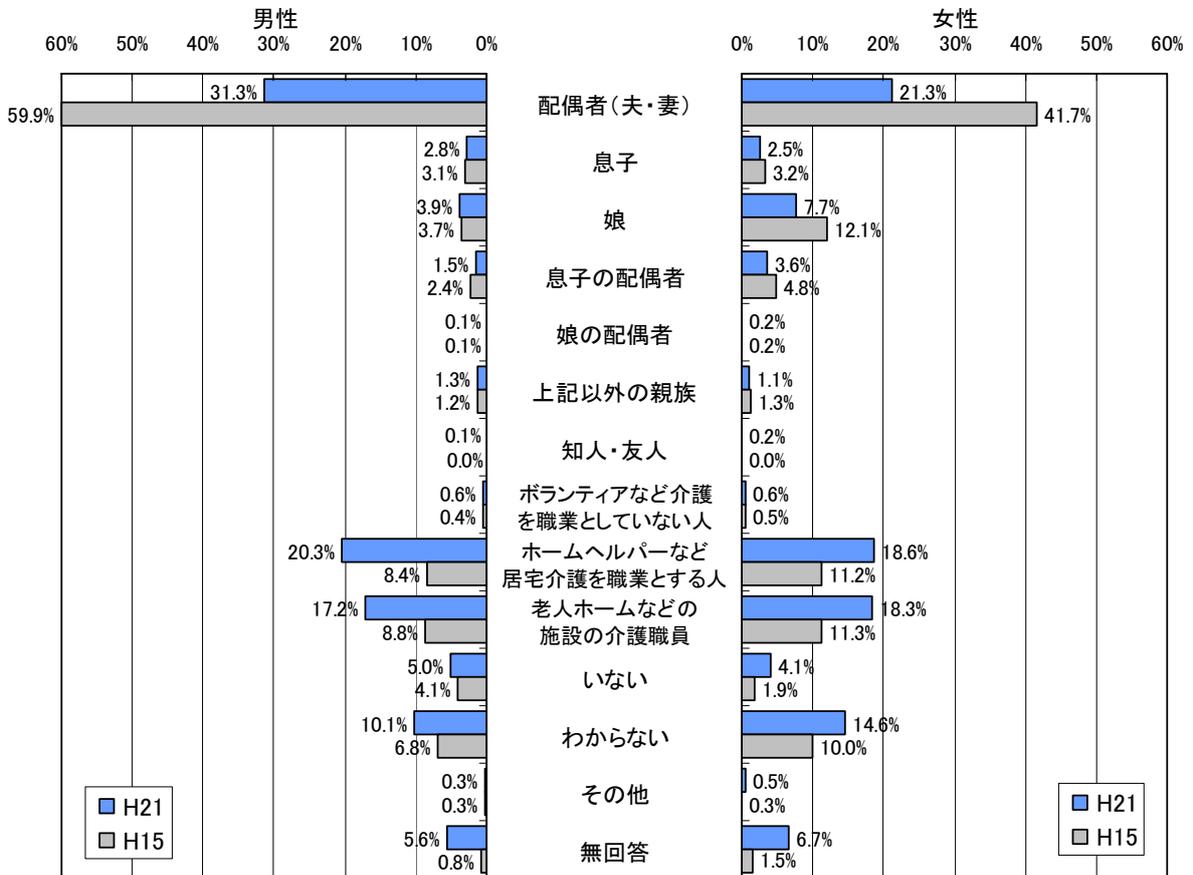
男女別で見ると、「①理想的な選択」の場合と同様に、「配偶者（夫・妻）」と回答した割合は「男性」の方が多く、「娘」と回答した割合は「女性」の方が多くなっている。

年代別にみると、「①理想的な選択」の場合と同様に、「わからない」という回答は年代が低くなるにつれ多くなっている。

【全体】



【男女別】



ボランティア活動 ～「参加したい」7.5%減～

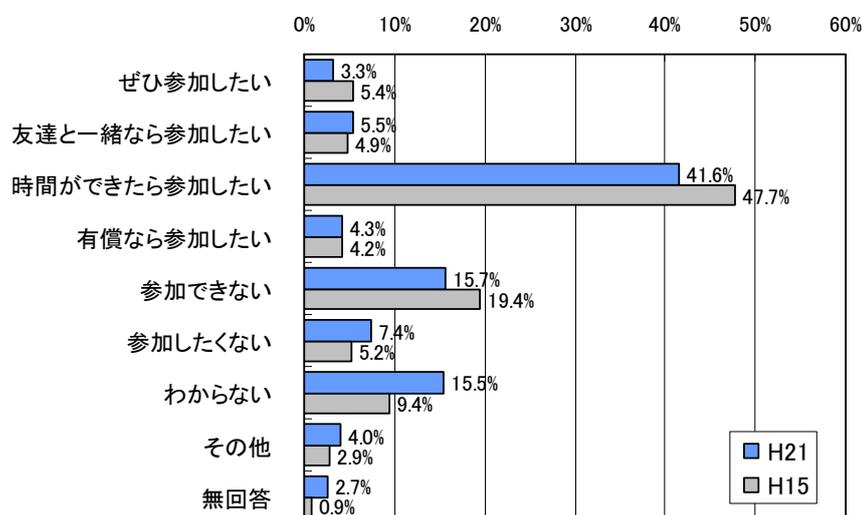
問9 あなたは、福祉に関するボランティア活動に参加したいと思いますか。次の中から、あなたの考えに最も近いものを1つだけ選んで○をしてください。

		ぜひ参加したい	友達と一緒に参加したい	時間ができたら参加したい	有償なら参加したい	参加できない	参加したくない	わからない	その他	無回答	合計
全体		度数 114 割合 3.3%	188 5.5%	1,422 41.6%	146 4.3%	536 15.7%	253 7.4%	532 15.5%	137 4.0%	92 2.7%	3,420 100.0%
性別	男性	41 2.7%	51 3.4%	640 42.9%	68 4.6%	236 15.8%	138 9.2%	237 15.9%	44 2.9%	38 2.5%	1,493 100.0%
	女性	73 3.8%	136 7.1%	779 40.7%	77 4.0%	298 15.6%	114 6.0%	295 15.4%	92 4.8%	51 2.7%	1,915 100.0%
年代	20歳代	12 3.6%	36 10.9%	124 37.7%	25 7.6%	26 7.9%	27 8.2%	70 21.3%	3 0.9%	6 1.8%	329 100.0%
	30歳代	14 2.5%	32 5.8%	213 38.7%	33 6.0%	72 13.1%	54 9.8%	111 20.2%	13 2.4%	8 1.5%	550 100.0%
	40歳代	13 2.2%	25 4.3%	270 46.2%	38 6.5%	82 14.0%	51 8.7%	90 15.4%	9 1.5%	6 1.0%	584 100.0%
	50歳代	21 3.3%	29 4.6%	312 49.3%	22 3.5%	77 12.2%	45 7.1%	93 14.7%	20 3.2%	14 2.2%	633 100.0%
	60歳代	34 4.5%	29 3.9%	353 47.1%	20 2.7%	115 15.3%	48 6.4%	95 12.7%	41 5.5%	15 2.0%	750 100.0%
	70歳以上	20 3.5%	36 6.3%	149 26.2%	8 1.4%	164 28.9%	27 4.8%	73 12.9%	51 9.0%	40 7.0%	568 100.0%
	地域区分	市街地地域	49 3.9%	76 6.0%	496 39.1%	66 5.2%	207 16.3%	95 7.5%	205 16.2%	43 3.4%	30 2.4%
市街地周辺地域		27 3.3%	39 4.8%	352 43.4%	34 4.2%	122 15.0%	59 7.3%	129 15.9%	34 4.2%	15 1.8%	811 100.0%
犀南地域		22 2.6%	48 5.6%	365 42.4%	29 3.4%	138 16.0%	67 7.8%	134 15.6%	32 3.7%	26 3.0%	861 100.0%
松代・若穂		14 4.5%	15 4.8%	137 44.1%	11 3.5%	45 14.5%	22 7.1%	44 14.1%	14 4.5%	9 2.9%	311 100.0%
中山間地域		2 1.3%	10 6.5%	66 43.1%	5 3.3%	22 14.4%	8 5.2%	18 11.8%	14 9.2%	8 5.2%	153 100.0%

「福祉に関するボランティア活動への参加」については、「時間ができたら参加したい(41.6%)」、続いて「参加できない(15.7%)」、「わからない(15.5%)」の順になっている。

平成15年度に行った調査結果と比較すると、「ぜひ参加したい」、「友達と一緒に参加したい」、「時間ができたら参加したい」、「有償なら参加したい」と回答した人(参加したい人)の合計割合は、前回調査が62.2%だったのに対し、今回調査では54.7%となり、前回の回答割合を7.5%下回った。

一方で、「参加したくない」と回答した人は前回5.2%から今回7.4%に増加(2.2%増)した。



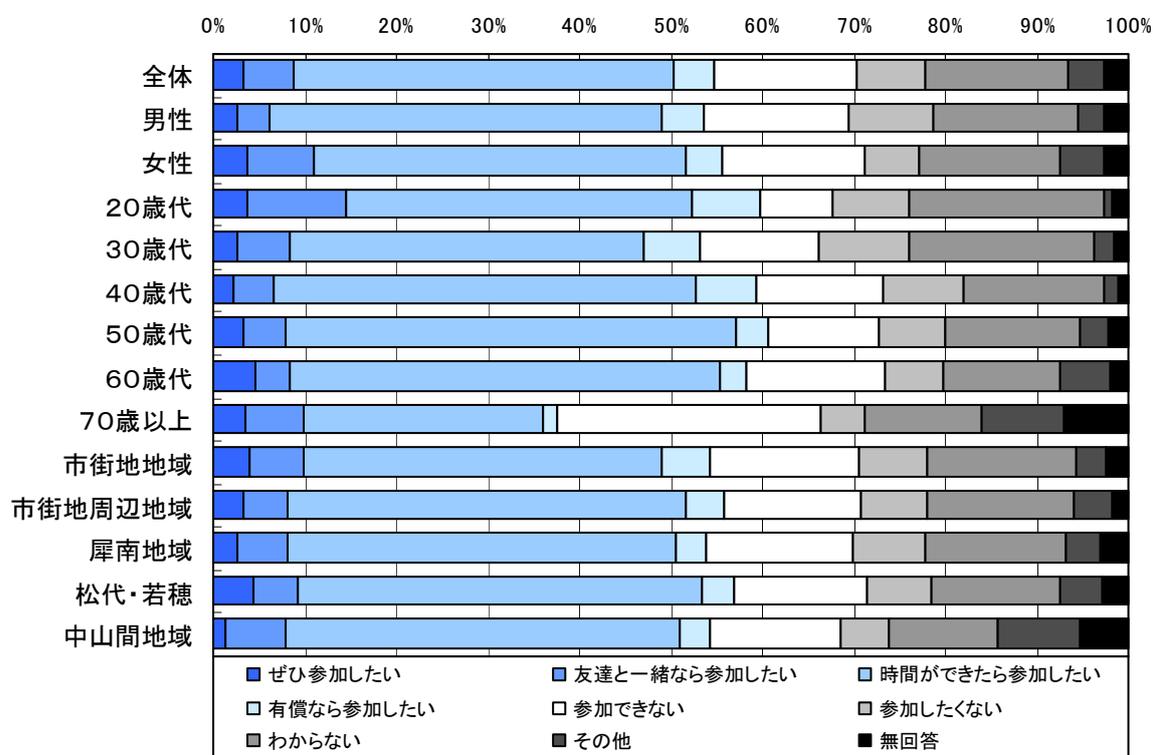
男女別にみると、「ぜひ参加したい」、「友達と一緒に参加したい」と回答した人は「男性」よりも「女性」の方が多い。一方で、「参加したくない」と回答した人は「女性」より「男性」の方が多い。

年代別にみると、「友達と一緒に参加したい」という回答が最も多かった年代は「20歳代」であり、1割を超している。

「時間ができたら参加したい」については、「40歳代」から「60歳代」にかけて回答が多く、「50歳代」ではほぼ5割に達している。

「参加できない」については、年代が高くなるに従って回答割合が多くなる傾向にあり、「70歳代」では28.9%となっている。

「参加したくない」については、どの年代も1割未満の回答であるが、「30歳代」では9.8%、「70歳代」では4.8%となり、数値に5%の開きがある。

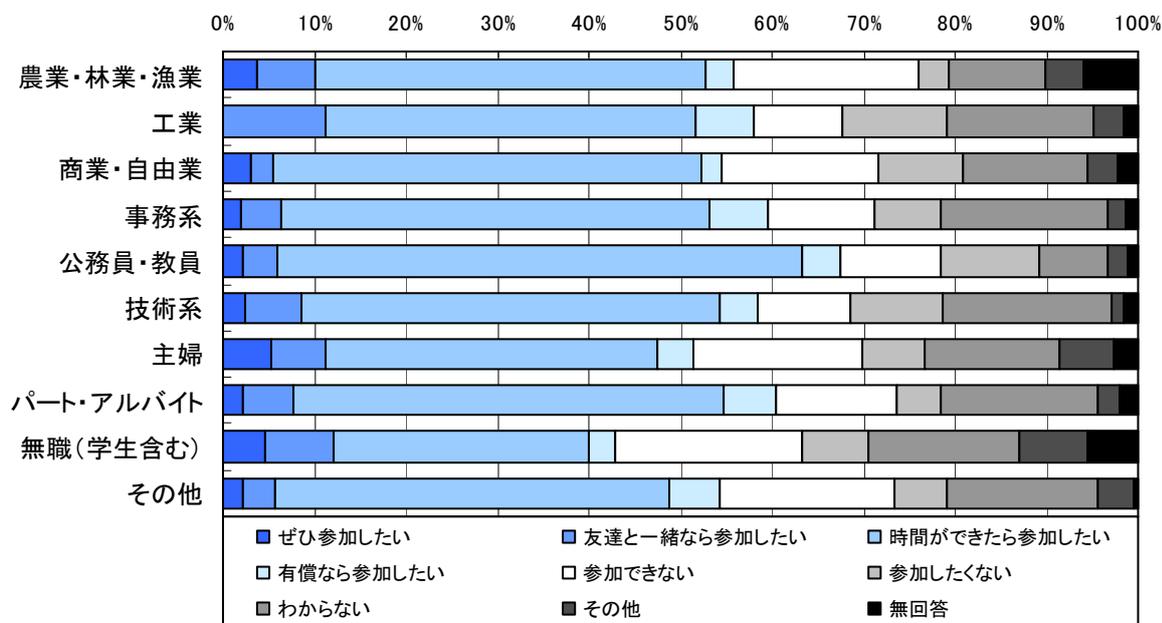


職業別に回答結果を集計すると、下表のとおりとなる。

		ぜひ参加 したい	友達と一 緒なら参 加したい	時間ができ たら参 加したい	有償なら 参加した い	参加でき ない	参加したく ない	わから ない	その他	無回答	合計
全体	度数	114	188	1,422	146	536	253	532	137	92	3,420
	割合	3.3%	5.5%	41.6%	4.3%	15.7%	7.4%	15.5%	4.0%	2.7%	100.0%
職業	農業・林業・漁業	7	12	80	6	38	6	20	8	11	188
		3.7%	6.4%	42.6%	3.2%	20.2%	3.2%	10.6%	4.3%	5.9%	100.0%
	工業	0	7	25	4	6	7	10	2	1	62
		0.0%	11.3%	40.3%	6.5%	9.7%	11.3%	16.1%	3.2%	1.6%	100.0%
	商業・自由業	8	7	125	6	46	25	36	9	6	268
		3.0%	2.6%	46.6%	2.2%	17.2%	9.3%	13.4%	3.4%	2.2%	100.0%
	事務系	7	17	173	24	43	27	68	7	5	371
		1.9%	4.6%	46.6%	6.5%	11.6%	7.3%	18.3%	1.9%	1.3%	100.0%
	公務員・教員	4	7	106	8	20	20	14	4	2	185
		2.2%	3.8%	57.3%	4.3%	10.8%	10.8%	7.6%	2.2%	1.1%	100.0%
	技術系	9	24	178	16	39	39	72	5	6	388
		2.3%	6.2%	45.9%	4.1%	10.1%	10.1%	18.6%	1.3%	1.5%	100.0%
	主婦	40	46	277	29	141	52	113	45	20	763
	5.2%	6.0%	36.3%	3.8%	18.5%	6.8%	14.8%	5.9%	2.6%	100.0%	
パート・アルバイト	10	25	214	26	60	22	78	11	9	455	
	2.2%	5.5%	47.0%	5.7%	13.2%	4.8%	17.1%	2.4%	2.0%	100.0%	
無職(学生含む)	21	33	125	13	92	32	74	33	25	448	
	4.7%	7.4%	27.9%	2.9%	20.5%	7.1%	16.5%	7.4%	5.6%	100.0%	
その他	5	8	99	13	44	13	38	9	1	230	
	2.2%	3.5%	43.0%	5.7%	19.1%	5.7%	16.5%	3.9%	0.4%	100.0%	

職業別でみると、「時間ができたら参加したい」という回答がどの職業でも多く、「公務員・教員」では57.3%の回答となっている。一方で「無職（学生含む）」は27.9%であり、「公務員・教員」の半分以下の回答であった。

「参加できない」という回答は、「農業・林業・漁業」および「無職（学生含む）」で2割を超している。



消費生活相談について

消費者トラブル ～6%の市民が経験～

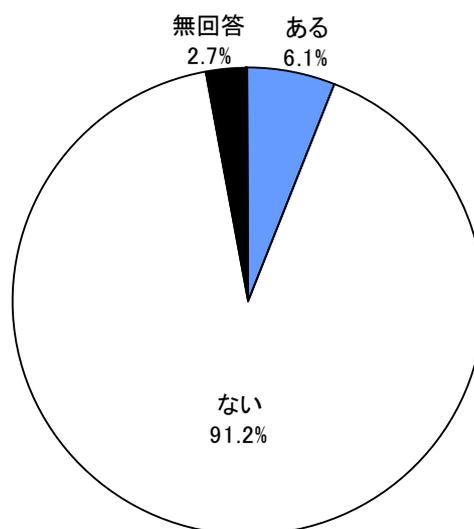
問10 あなたは、平成20年12月から平成21年11月までの1年間で、購入した商品や利用したサービスでトラブルに遭ったり、被害を受けたことがありますか。次の中から1つだけ○をしてください。

		ある	ない	無回答	合計
全体		度数 210 割合 6.1%	3,117 91.2%	93 2.7%	3,420 100.0%
性別	男性	105 7.0%	1,350 90.4%	38 2.5%	1,493 100.0%
	女性	105 5.5%	1,760 91.9%	50 2.6%	1,915 100.0%
年代	20歳代	23 7.0%	300 91.2%	6 1.8%	329 100.0%
	30歳代	52 9.5%	488 88.7%	10 1.8%	550 100.0%
	40歳代	44 7.5%	536 91.8%	4 0.7%	584 100.0%
	50歳代	36 5.7%	586 92.6%	11 1.7%	633 100.0%
	60歳代	35 4.7%	699 93.2%	16 2.1%	750 100.0%
	70歳以上	19 3.3%	506 89.1%	43 7.6%	568 100.0%
	地域区分	市街地地域	87 6.9%	1,153 91.0%	27 2.1%
市街地周辺地域		47 5.8%	747 92.1%	17 2.1%	811 100.0%
犀南地域		51 5.9%	784 91.1%	26 3.0%	861 100.0%
松代・若穂		18 5.8%	283 91.0%	10 3.2%	311 100.0%
中山間地域		7 4.6%	139 90.8%	7 4.6%	153 100.0%

平成20年12月から平成21年11月までの1年間に、購入した商品や利用したサービスでトラブルに遭ったり、被害を受けたことが「ある」と回答した人は全体の6.1%(210人)、「ない」と回答した人が91.2%という結果になっている。

男女別では、「ある」と回答した人は105人と同数であるが、割合では「男性」が若干上回っている。

年代別では、「ある」という回答は「30歳代(9.5%)」が最も多く、次に「40歳代(7.5%)」、続いて「20歳代(7.0%)」の順となっており、若年層の方が多い。



消費者トラブルへの対応 ～6割のトラブルは解決～

問11 問10で「1 ある」に○をした方にお伺いします。あなたはその時にどのように対応しましたか。次の中から1つだけ○をしてください。(n=210)

		相談して解決した	相談したが、解決しなかった	誰にも相談せずに、自分で解決した	解決は無理と思い、誰にも相談することなくあきらめた	無回答	合計
全体		度数 102 割合 48.6%	27 12.9%	29 13.8%	45 21.4%	7 3.3%	210 100.0%
性別	男性	度数 43 割合 41.0%	15 14.3%	22 21.0%	21 20.0%	4 3.8%	105 100.0%
	女性	度数 59 割合 56.2%	12 11.4%	7 6.7%	24 22.9%	3 2.9%	105 100.0%
年代	20歳代	度数 11 割合 47.8%	4 17.4%	4 17.4%	4 17.4%	0 0.0%	23 100.0%
	30歳代	度数 35 割合 67.3%	6 11.5%	6 11.5%	4 7.7%	1 1.9%	52 100.0%
	40歳代	度数 19 割合 43.2%	7 15.9%	6 13.6%	11 25.0%	1 2.3%	44 100.0%
	50歳代	度数 19 割合 52.8%	5 13.9%	4 11.1%	8 22.2%	0 0.0%	36 100.0%
	60歳代	度数 12 割合 34.3%	1 2.9%	6 17.1%	12 34.3%	4 11.4%	35 100.0%
	70歳以上	度数 6 割合 31.6%	3 15.8%	3 15.8%	6 31.6%	1 5.3%	19 100.0%
	地域区分	市街地地域	度数 44 割合 50.6%	14 16.1%	10 11.5%	17 19.5%	2 2.3%
市街地周辺地域		度数 22 割合 46.8%	5 10.6%	9 19.1%	11 23.4%	0 0.0%	47 100.0%
犀南地域		度数 27 割合 52.9%	4 7.8%	7 13.7%	10 19.6%	3 5.9%	51 100.0%
松代・若穂		度数 7 割合 38.9%	1 5.6%	2 11.1%	7 38.9%	1 5.6%	18 100.0%
中山間地域		度数 2 割合 28.6%	3 42.9%	1 14.3%	0 0.0%	1 14.3%	7 100.0%

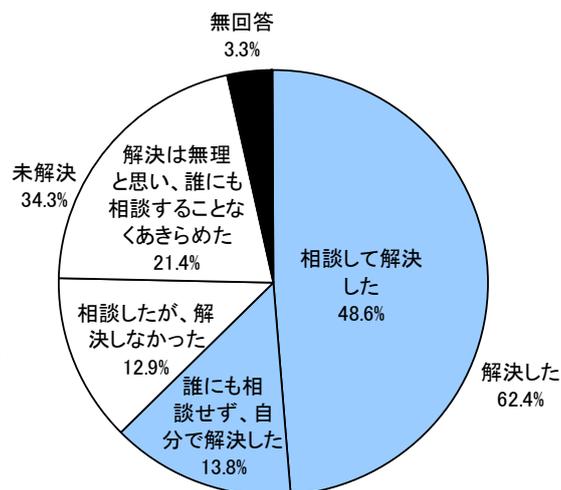
購入した商品や利用したサービスでトラブルや被害に遭ったことが「ある」と回答した方のうち、「相談して解決した」人が48.6%、「解決は無理と思い、誰にも相談することなくあきらめた」人が21.4%という順になっている。

「誰にも相談せずに、自分で解決した(13.8%)」という回答と合わせ、トラブルが解決したものは約6割(48.6%+13.8%=62.4%)にのぼっている。

一方で、「相談したが、解決しなかった(12.9%)」という回答と合わせ、トラブルが未解決となっているものは約35%(21.4%+12.9%=34.3%)という状況になっている。

男女別では、「相談して解決した」という回答は、「男性」の41.0%に対し「女性」が56.2%と、「女性」の方が多い結果となっている。一方、「誰にも相談せずに、自分で解決した」については「女性」の6.7%に対し、「男性」が21.0%と圧倒的に多い結果となっている。

年代別にみると、「相談して解決した」人は「30歳代」が67.3%と高く、続いて「50歳代」の52.8%、「20歳代」の47.8%の順になっている。「解決は無理と思い、誰にも相談することなくあきらめた」人は「60歳代」が34.3%と高く、続いて「70歳以上」の31.6%という順になっており、「30歳代」の7.7%と比べると数値に開きがある。



消費者トラブルの相談先 ～「メーカーの相談窓口」が7割超～

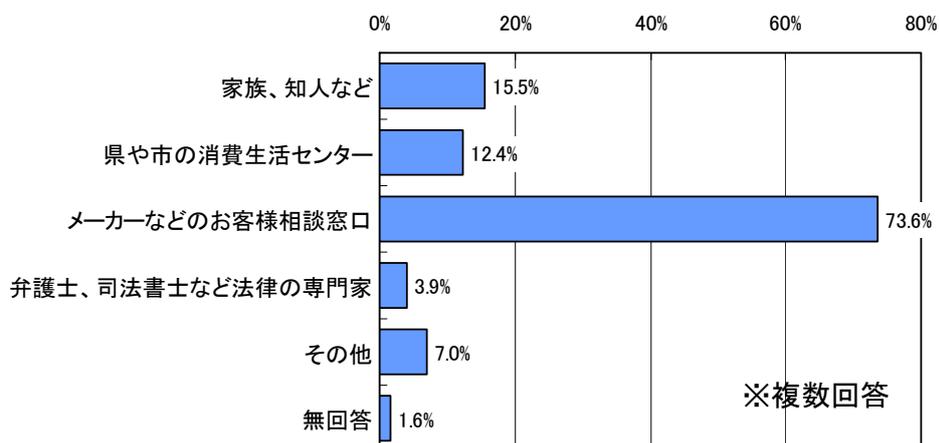
問12 問11で「1 相談して解決した」または「2 相談したが、解決しなかった」に○をした方にお伺いします。誰（どこ）に相談しましたか。当てはまるものすべてに○をしてください。（n=129）

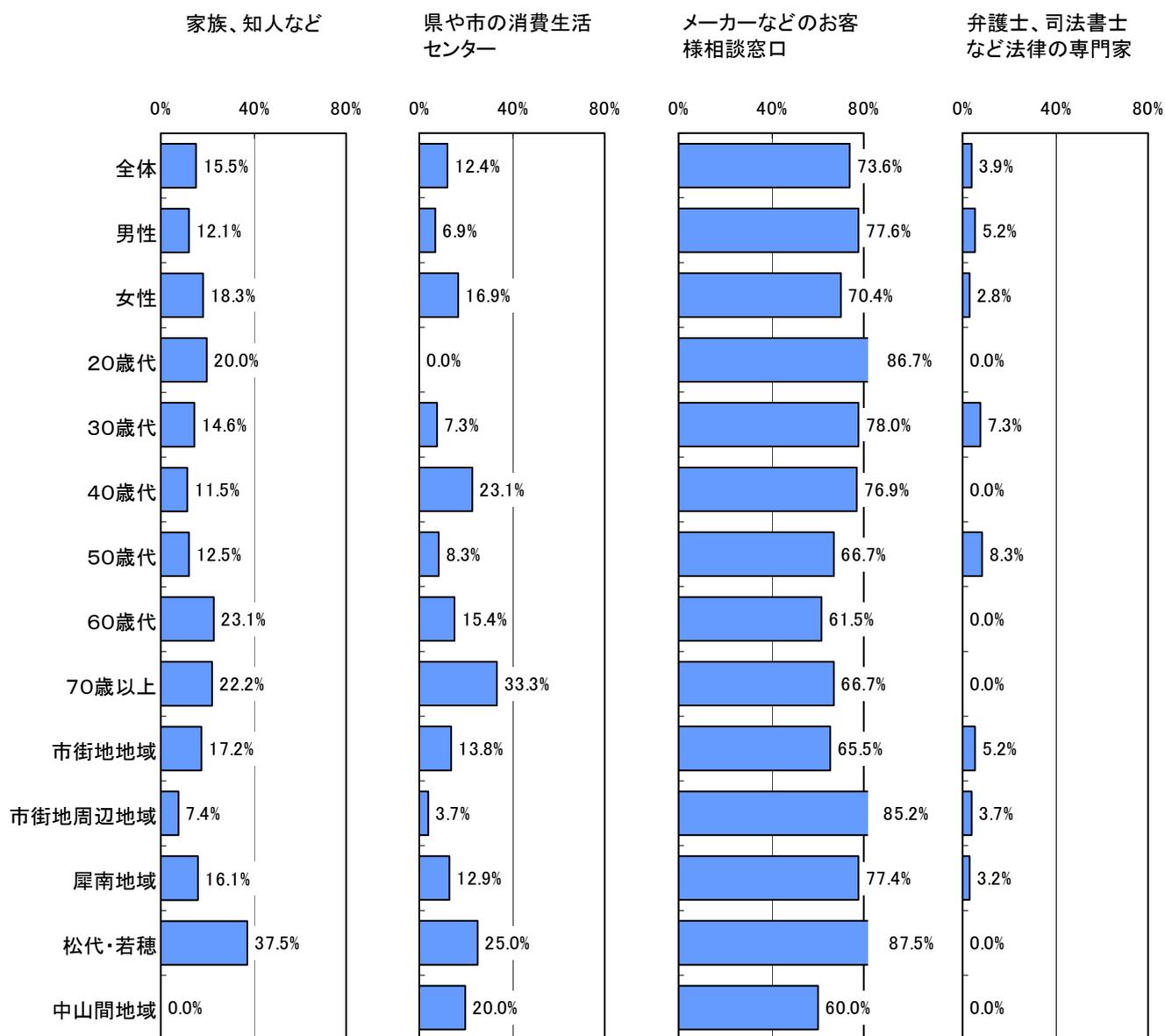
		家族、知人など	県や市の消費生活センター	メーカーなどのお客様相談窓口	弁護士、司法書士など法律の専門家	その他	無回答	対象
全体	度数	20	16	95	5	9	2	129
	割合	15.5%	12.4%	73.6%	3.9%	7.0%	1.6%	
性別	男性	7	4	45	3	5	2	58
	割合	12.1%	6.9%	77.6%	5.2%	8.6%	3.4%	
	女性	13	12	50	2	4	0	71
	割合	18.3%	16.9%	70.4%	2.8%	5.6%	0.0%	
年代	20歳代	3	0	13	0	1	0	15
	割合	20.0%	0.0%	86.7%	0.0%	6.7%	0.0%	
	30歳代	6	3	32	3	1	0	41
	割合	14.6%	7.3%	78.0%	7.3%	2.4%	0.0%	
	40歳代	3	6	20	0	1	0	26
	割合	11.5%	23.1%	76.9%	0.0%	3.8%	0.0%	
	50歳代	3	2	16	2	2	1	24
割合	12.5%	8.3%	66.7%	8.3%	8.3%	4.2%		
	60歳代	3	2	8	0	0	1	13
	割合	23.1%	15.4%	61.5%	0.0%	0.0%	7.7%	
	70歳以上	2	3	6	0	3	0	9
	割合	22.2%	33.3%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	
地域区分	市街地地域	10	8	38	3	4	2	58
	割合	17.2%	13.8%	65.5%	5.2%	6.9%	3.4%	
	市街地周辺地域	2	1	23	1	2	0	27
	割合	7.4%	3.7%	85.2%	3.7%	7.4%	0.0%	
	犀南地域	5	4	24	1	1	0	31
割合	16.1%	12.9%	77.4%	3.2%	3.2%	0.0%		
	松代・若穂	3	2	7	0	1	0	8
	割合	37.5%	25.0%	87.5%	0.0%	12.5%	0.0%	
	中山間地域	0	1	3	0	1	0	5
	割合	0.0%	20.0%	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	

問11で「相談して解決した」または「相談したが、解決しなかった」と回答した方のうち、最も回答の多かった相談先は「メーカーなどのお客様相談窓口（73.6%）」、続いて「家族、知人など（15.5%）」、「県や市の消費生活センター（12.4%）」という順になっている。

男女別では、「メーカーなどのお客様相談窓口」という回答は「男性」の方が多く、「家族、知人など」および「県や市の消費生活センター」については「女性」の方が多い結果となっている。

年代別では、「メーカーなどのお客様相談窓口」が「20歳代」で86.7%と高く、続いて「30歳代」で78.0%、「40歳代」の76.9%の順になっている。





消費生活センターで学びたいこと ～「悪質商法への対処法」がトップ～

問13 全員の方にお伺いします。長野市消費生活センターは、新田町の「もんぜんぷら座」4階で、市民の皆さまの消費生活に関する苦情やトラブルなどの相談に応じ、必要なアドバイスを行っています。また、日々の暮らしに必要な基礎知識を学んでいただくため、出前講座や生活知識講座を開催しています。これらの講座について、あなたは今後どのような内容の講座を希望しますか。次の中から2つ以内で選び、○をしてください。

		悪質商法への対処法について	携帯電話やインターネットの安全な使い方について	フリーリング・オフについて	ローンやクレジットの基礎知識について	相続や遺言の基礎知識について	食品、製品の表示に関する基礎知識について	その他	特になし	無回答	対象	
全体	度数	1,159	720	293	414	1,039	606	72	721	155	3,420	
	割合	33.9%	21.1%	8.6%	12.1%	30.4%	17.7%	2.1%	21.1%	4.5%		
性別	男性	度数	528	282	121	196	450	241	39	340	68	1,493
	割合	35.4%	18.9%	8.1%	13.1%	30.1%	16.1%	2.6%	22.8%	4.6%		
	女性	度数	629	437	172	218	588	365	33	377	82	1,915
	割合	32.8%	22.8%	9.0%	11.4%	30.7%	19.1%	1.7%	19.7%	4.3%		
年代	20歳代	度数	118	61	49	95	76	57	7	48	13	329
	割合	35.9%	18.5%	14.9%	28.9%	23.1%	17.3%	2.1%	14.6%	4.0%		
	30歳代	度数	201	123	69	106	148	90	19	86	20	550
	割合	36.5%	22.4%	12.5%	19.3%	26.9%	16.4%	3.5%	15.6%	3.6%		
	40歳代	度数	223	156	62	76	187	103	7	83	17	584
	割合	38.2%	26.7%	10.6%	13.0%	32.0%	17.6%	1.2%	14.2%	2.9%		
	50歳代	度数	223	158	50	60	218	94	10	127	23	633
割合	35.2%	25.0%	7.9%	9.5%	34.4%	14.8%	1.6%	20.1%	3.6%			
	60歳代	度数	222	150	38	60	231	149	14	211	30	750
	割合	29.6%	20.0%	5.1%	8.0%	30.8%	19.9%	1.9%	28.1%	4.0%		
	70歳以上	度数	170	71	25	17	178	113	15	165	49	568
	割合	29.9%	12.5%	4.4%	3.0%	31.3%	19.9%	2.6%	29.0%	8.6%		
地域区分	市街地地域	度数	404	272	117	130	392	242	30	289	52	1,267
	割合	31.9%	21.5%	9.2%	10.3%	30.9%	19.1%	2.4%	22.8%	4.1%		
	市街地周辺地域	度数	290	159	67	119	254	145	12	161	28	811
	割合	35.8%	19.6%	8.3%	14.7%	31.3%	17.9%	1.5%	19.9%	3.5%		
	犀南地域	度数	284	181	68	114	262	153	19	178	40	861
割合	33.0%	21.0%	7.9%	13.2%	30.4%	17.8%	2.2%	20.7%	4.6%			
	松代・若穂	度数	123	72	28	37	87	39	7	56	19	311
	割合	39.5%	23.2%	9.0%	11.9%	28.0%	12.5%	2.3%	18.0%	6.1%		
	中山間地域	度数	55	34	11	11	41	26	4	34	9	153
	割合	35.9%	22.2%	7.2%	7.2%	26.8%	17.0%	2.6%	22.2%	5.9%		

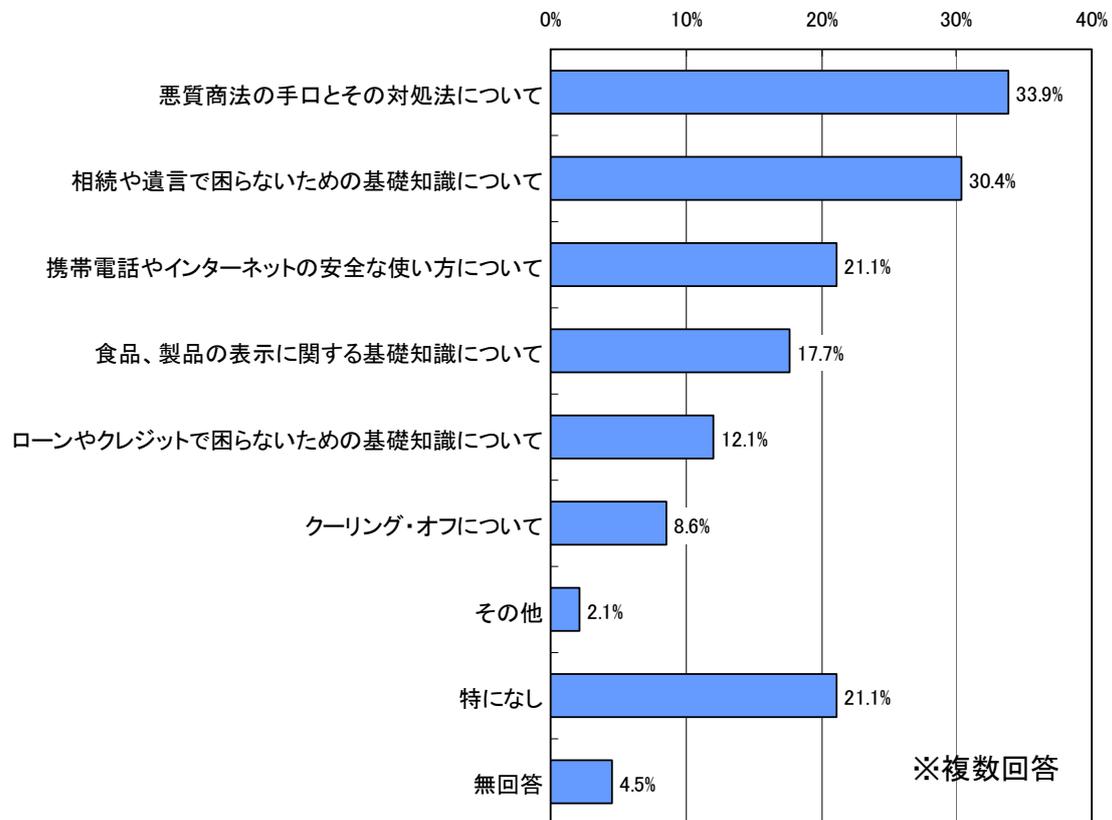
「長野市消費生活センターで開催している講座」について最も希望が多かった内容は「悪質商法の手口とその対処法について（33.9%）」、続いて「相続や遺言で困らないための基礎知識について（30.4%）」、「携帯電話やインターネットの安全な使い方について（21.1%）」という順になっている。

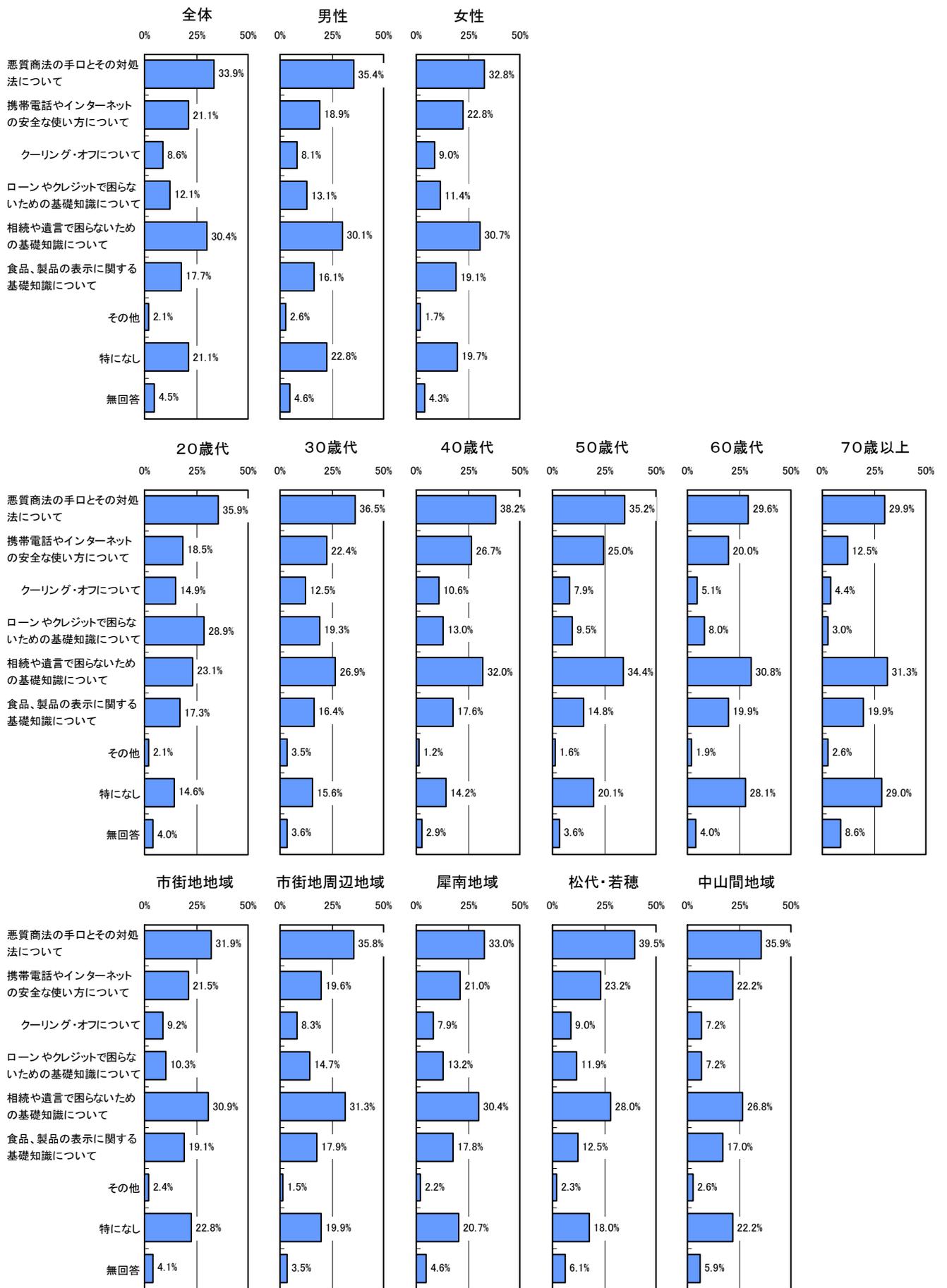
男女別では、傾向の違いは見られないが「男性」は「悪質商法の手口とその対処法について」と、「ローンやクレジットで困らないための基礎知識について」が「女性」に比べ若干多く、「女性」は「携帯電話やインターネットの安全な使い方について」と「食品、製品の表示に関する基礎知識について」が「男性」に比べ若干多い結果となっている。

年代別では、「悪質商法の手口とその対処法について」が「40歳代」で38.2%と高く、続いて「30歳代」の36.5%、「20歳代」の35.9%の順になっている。

「ローンやクレジットで困らないための基礎知識について」と「クーリング・オフについて」は年代が低くなるに従って回答割合が多くなっている。

また、希望する講座は「特になし」という回答は、年代が高くなるに従って回答も多くなる傾向にある。





ゴミのポイ捨て・路上喫煙について

条例で禁止すべき行為 ～「空き缶」、「家庭ゴミ」、「たばこ」のポイ捨て～

問14 あなたが最近気になる、または不快と感じる迷惑行為のうち、条例を制定し、禁止したほうがよいと考える行為はどれですか。次の中から当てはまるものすべてに○をしてください。

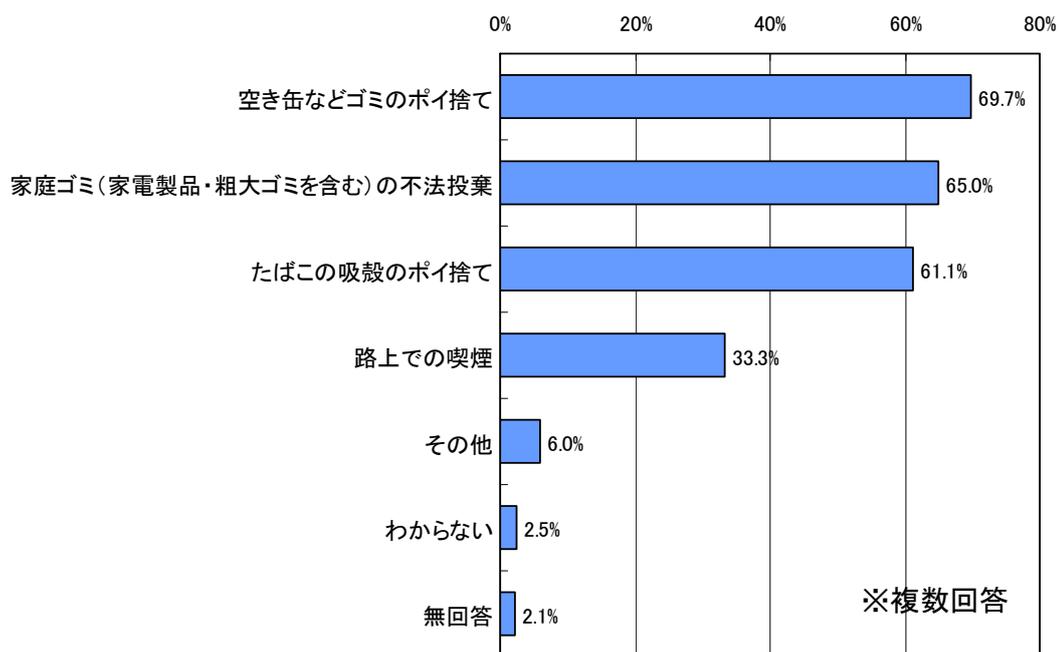
		空き缶などゴミのポイ捨て	たばこの吸殻のポイ捨て	路上での喫煙	家庭ゴミ(家電製品・粗大ゴミを含む)	その他	わからない	無回答	対象
全体	度数	2,385	2,089	1,138	2,222	205	84	73	3,420
	割合	69.7%	61.1%	33.3%	65.0%	6.0%	2.5%	2.1%	
性別	男性	度数 1,044	896	492	1,016	98	38	30	1,493
	割合	69.9%	60.0%	33.0%	68.1%	6.6%	2.5%	2.0%	
	女性	度数 1,334	1,189	643	1,199	107	46	40	1,915
	割合	69.7%	62.1%	33.6%	62.6%	5.6%	2.4%	2.1%	
年代	20歳代	度数 218	220	118	217	17	11	7	329
	割合	66.3%	66.9%	35.9%	66.0%	5.2%	3.3%	2.1%	
	30歳代	度数 354	368	217	340	37	12	8	550
	割合	64.4%	66.9%	39.5%	61.8%	6.7%	2.2%	1.5%	
	40歳代	度数 391	378	221	399	39	13	4	584
	割合	67.0%	64.7%	37.8%	68.3%	6.7%	2.2%	0.7%	
	50歳代	度数 443	356	193	435	37	14	8	633
割合	70.0%	56.2%	30.5%	68.7%	5.8%	2.2%	1.3%		
60歳代	度数 553	426	206	489	48	20	13	750	
割合	73.7%	56.8%	27.5%	65.2%	6.4%	2.7%	1.7%		
70歳以上	度数 422	337	180	339	27	14	31	568	
割合	74.3%	59.3%	31.7%	59.7%	4.8%	2.5%	5.5%		
地域区分	市街地地域	度数 864	826	492	789	76	21	24	1,267
	割合	68.2%	65.2%	38.8%	62.3%	6.0%	1.7%	1.9%	
	市街地周辺地域	度数 566	478	248	550	43	21	13	811
	割合	69.8%	58.9%	30.6%	67.8%	5.3%	2.6%	1.6%	
	犀南地域	度数 600	495	269	548	54	29	19	861
	割合	69.7%	57.5%	31.2%	63.6%	6.3%	3.4%	2.2%	
松代・若穂	度数 229	184	84	215	23	8	8	311	
割合	73.6%	59.2%	27.0%	69.1%	7.4%	2.6%	2.6%		
中山間地域	度数 119	97	40	112	8	4	6	153	
割合	77.8%	63.4%	26.1%	73.2%	5.2%	2.6%	3.9%		

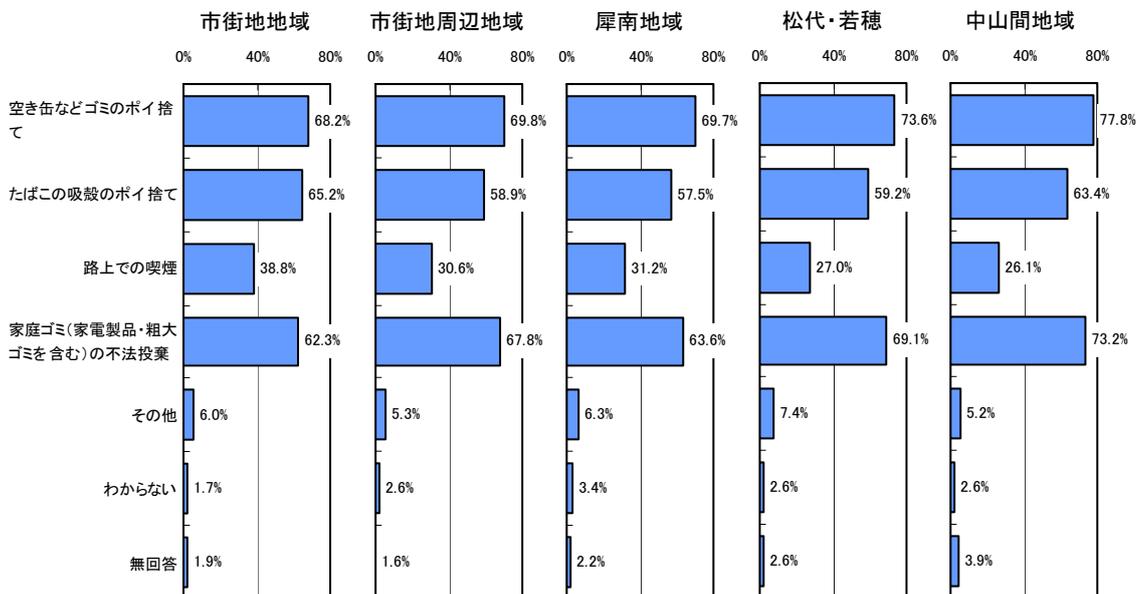
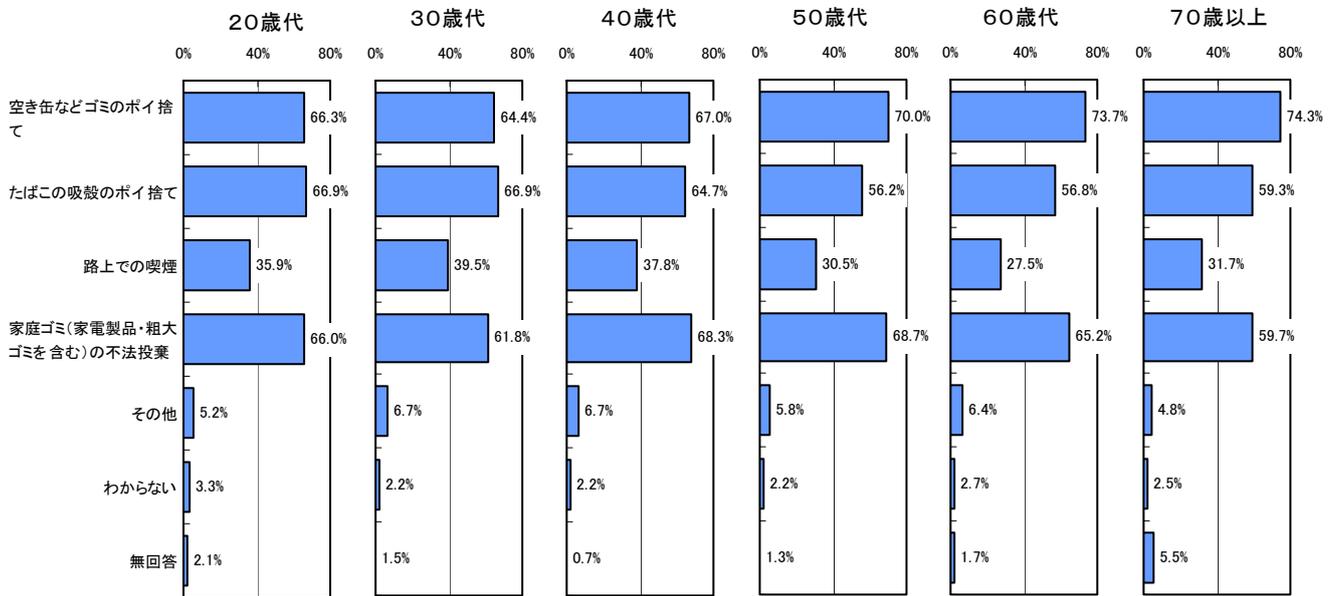
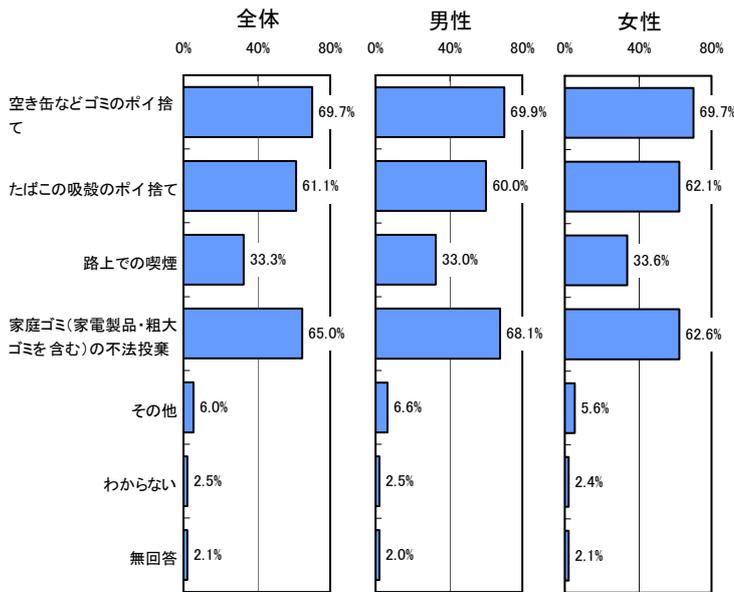
「最近気になる、または不快と感じる迷惑行為のうち、条例を制定し、禁止したほうがよいと考える行為」としては、「空き缶などゴミのポイ捨て (69.7%)」、「家庭ゴミ (家電製品・粗大ゴミを含む) の不法投棄 (65.0%)」、「たばこの吸殻のポイ捨て (61.1%)」がいずれも6割以上の回答を得る結果となっている。一方で、「路上での喫煙」を選んだ人は約3分の1 (33.3%) という結果となっている。

男女別には、大きな傾向の違いは見られないが、「家庭ゴミ (家電製品・粗大ゴミを含む) の不法投棄」については「男性」、「たばこの吸殻のポイ捨て」については「女性」の回答が上回っている。

年代別には、「空き缶などゴミのポイ捨て」が「70歳以上」で74.3%、続いて「60歳代」で73.7%、「50歳代」で70.0%と中高年層での回答が多い。一方で「家庭ゴミ (家電製品・粗大ゴミを含む) の不法投棄」は「70歳以上」が59.7%と6割に達しておらず、他の年代の回答より若干低い。「たばこの吸殻のポイ捨て」では「20歳代」と「30歳代」が66.9%、「40歳代」が64.7%と若年層の回答が多い。

地域別でみると、「中山間地域」と「松代・若穂」において「空き缶などゴミのポイ捨て」および「家庭ゴミ (家電製品・粗大ゴミを含む) の不法投棄」について7割前後の回答がある。





地区別に回答結果を集計すると、下表のとおりとなる。

		空き缶などゴミのポイ捨て	たばこの吸殻のポイ捨て	路上での喫煙	家庭ゴミ(家電製品・粗大ゴミを含む)	その他	わからない	無回答	対象
第一	度数	54	45	21	46	2	1	4	76
	割合	71.1%	59.2%	27.6%	60.5%	2.6%	1.3%	5.3%	
第二	度数	63	63	38	58	5	2	1	93
	割合	67.7%	67.7%	40.9%	62.4%	5.4%	2.2%	1.1%	
第三	度数	33	36	14	29	7	1	1	57
	割合	57.9%	63.2%	24.6%	50.9%	12.3%	1.8%	1.8%	
第四	度数	15	11	12	9	1	1	0	22
	割合	68.2%	50.0%	54.5%	40.9%	4.5%	4.5%	0.0%	
第五	度数	30	29	20	26	2	1	3	46
	割合	65.2%	63.0%	43.5%	56.5%	4.3%	2.2%	6.5%	
芹田	度数	160	152	86	145	13	3	3	226
	割合	70.8%	67.3%	38.1%	64.2%	5.8%	1.3%	1.3%	
古牧	度数	160	149	95	151	19	3	3	235
	割合	68.1%	63.4%	40.4%	64.3%	8.1%	1.3%	1.3%	
三輪	度数	96	99	58	88	8	5	4	149
	割合	64.4%	66.4%	38.9%	59.1%	5.4%	3.4%	2.7%	
吉田	度数	124	112	74	110	6	0	1	166
	割合	74.7%	67.5%	44.6%	66.3%	3.6%	0.0%	0.6%	
古里	度数	92	75	41	86	10	2	2	129
	割合	71.3%	58.1%	31.8%	66.7%	7.8%	1.6%	1.6%	
柳原	度数	50	38	17	39	3	2	1	65
	割合	76.9%	58.5%	26.2%	60.0%	4.6%	3.1%	1.5%	
浅川	度数	54	40	19	45	3	3	0	68
	割合	79.4%	58.8%	27.9%	66.2%	4.4%	4.4%	0.0%	
大豆島	度数	72	60	39	69	9	3	0	108
	割合	66.7%	55.6%	36.1%	63.9%	8.3%	2.8%	0.0%	
朝陽	度数	96	96	46	101	6	3	2	138
	割合	69.6%	69.6%	33.3%	73.2%	4.3%	2.2%	1.4%	
若槻	度数	116	108	57	127	8	4	2	181
	割合	64.1%	59.7%	31.5%	70.2%	4.4%	2.2%	1.1%	
長沼	度数	19	15	5	18	2	0	2	28
	割合	67.9%	53.6%	17.9%	64.3%	7.1%	0.0%	7.1%	
安茂里	度数	129	130	74	127	13	4	4	197
	割合	65.5%	66.0%	37.6%	64.5%	6.6%	2.0%	2.0%	
小田切	度数	9	7	3	12	1	0	0	12
	割合	75.0%	58.3%	25.0%	100.0%	8.3%	0.0%	0.0%	
芋井	度数	21	17	5	23	1	0	2	27
	割合	77.8%	63.0%	18.5%	85.2%	3.7%	0.0%	7.4%	
篠ノ井	度数	260	205	117	239	20	11	9	362
	割合	71.8%	56.6%	32.3%	66.0%	5.5%	3.0%	2.5%	
松代	度数	131	109	47	125	12	7	4	182
	割合	72.0%	59.9%	25.8%	68.7%	6.6%	3.8%	2.2%	
若穂	度数	98	75	37	90	11	1	4	129
	割合	76.0%	58.1%	28.7%	69.8%	8.5%	0.8%	3.1%	
川中島	度数	169	148	78	157	15	9	7	243
	割合	69.5%	60.9%	32.1%	64.6%	6.2%	3.7%	2.9%	
更北	度数	171	142	74	152	19	9	3	256
	割合	66.8%	55.5%	28.9%	59.4%	7.4%	3.5%	1.2%	
七二会	度数	15	13	6	13	2	0	0	18
	割合	83.3%	72.2%	33.3%	72.2%	11.1%	0.0%	0.0%	
信更	度数	21	15	4	17	3	0	0	25
	割合	84.0%	60.0%	16.0%	68.0%	12.0%	0.0%	0.0%	
豊野	度数	67	46	24	65	2	4	4	94
	割合	71.3%	48.9%	25.5%	69.1%	2.1%	4.3%	4.3%	
戸隠	度数	32	27	14	26	1	1	2	42
	割合	76.2%	64.3%	33.3%	61.9%	2.4%	2.4%	4.8%	
鬼無里	度数	12	10	6	12	0	2	2	18
	割合	66.7%	55.6%	33.3%	66.7%	0.0%	11.1%	11.1%	
大岡	度数	9	8	2	9	0	1	0	11
	割合	81.8%	72.7%	18.2%	81.8%	0.0%	9.1%	0.0%	

条例施行後の経費 ～経費はかけずに啓発を中心に～

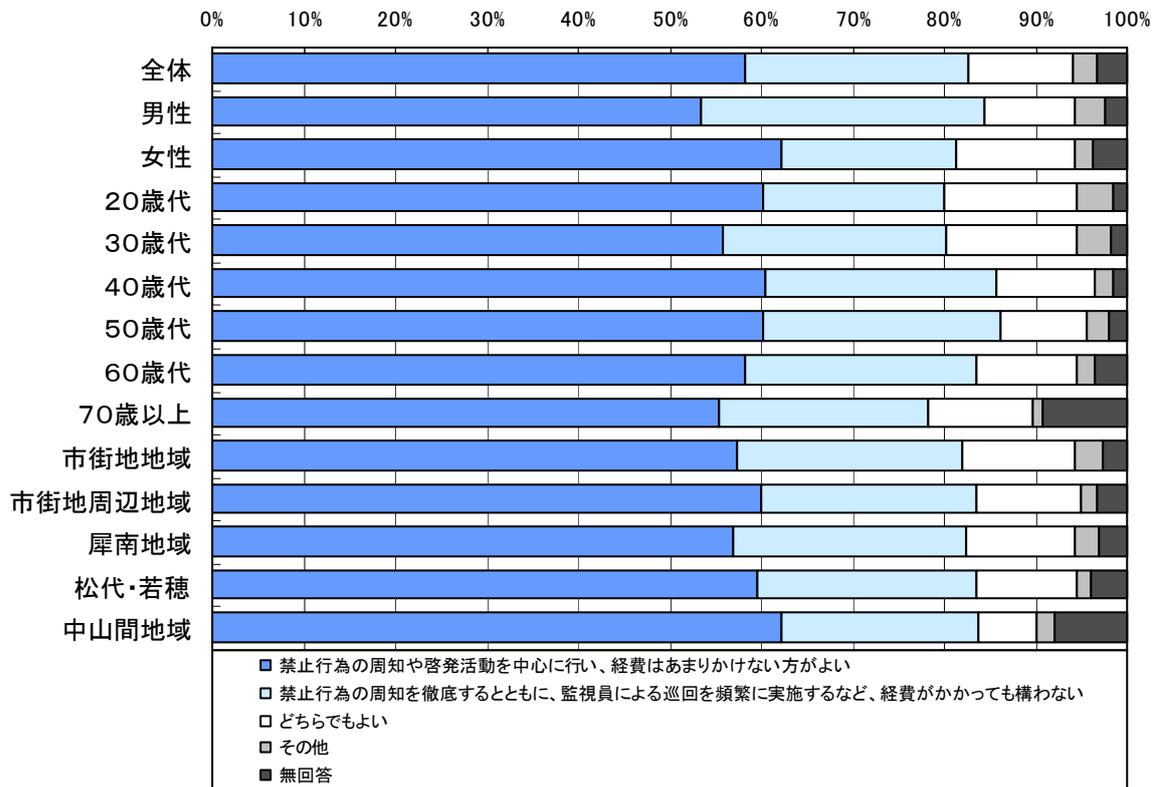
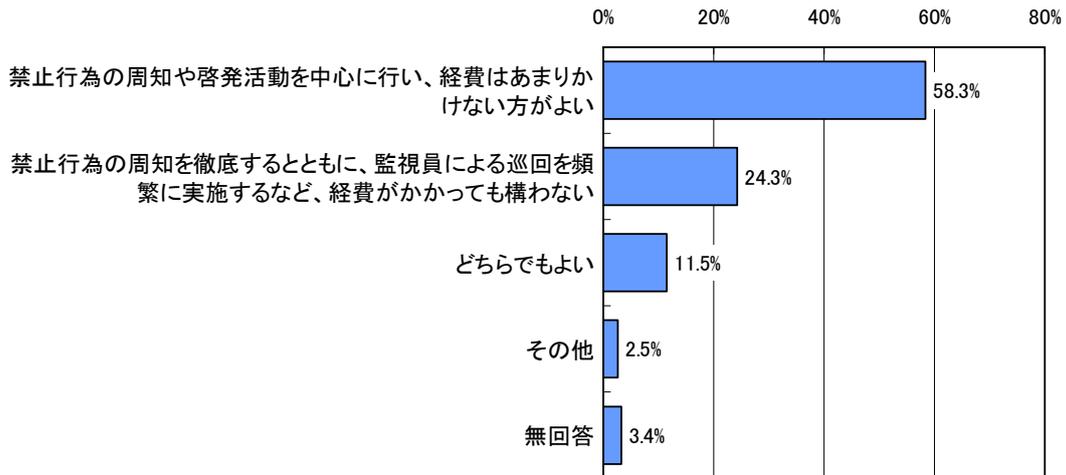
問15 条例を制定する場合には、内容を周知するための広告や看板作成などの経費が必要になります。これらの経費について、あなたが望ましいと考えるものはどれですか。次の中から1つだけ○をしてください。

		禁止行為の周知 や啓発活動を中心 に行い、経費 はあまりかけない 方がよい	禁止行為の周知 を徹底するととも に、監視員による 巡回を頻繁に実 施するなど、経 費がかかっても 構わない	どちらでもよい	その他	無回答	合計
全体		度数 1,993 割合 58.3%	832 24.3%	395 11.5%	84 2.5%	116 3.4%	3,420 100.0%
性別	男性	度数 796 割合 53.3%	464 31.1%	148 9.9%	48 3.2%	37 2.5%	1,493 100.0%
	女性	度数 1,192 割合 62.2%	367 19.2%	247 12.9%	36 1.9%	73 3.8%	1,915 100.0%
年代	20歳代	度数 198 割合 60.2%	65 19.8%	48 14.6%	13 4.0%	5 1.5%	329 100.0%
	30歳代	度数 307 割合 55.8%	134 24.4%	79 14.4%	20 3.6%	10 1.8%	550 100.0%
	40歳代	度数 353 割合 60.4%	147 25.2%	63 10.8%	12 2.1%	9 1.5%	584 100.0%
	50歳代	度数 381 割合 60.2%	164 25.9%	60 9.5%	16 2.5%	12 1.9%	633 100.0%
	60歳代	度数 437 割合 58.3%	190 25.3%	81 10.8%	16 2.1%	26 3.5%	750 100.0%
	70歳以上	度数 314 割合 55.3%	131 23.1%	64 11.3%	7 1.2%	52 9.2%	568 100.0%
	地域区分	市街地地域	度数 728 割合 57.5%	311 24.5%	155 12.2%	39 3.1%	34 2.7%
市街地周辺地域		度数 487 割合 60.0%	191 23.6%	92 11.3%	14 1.7%	27 3.3%	811 100.0%
犀南地域		度数 490 割合 56.9%	219 25.4%	102 11.8%	23 2.7%	27 3.1%	861 100.0%
松代・若穂		度数 185 割合 59.5%	75 24.1%	34 10.9%	5 1.6%	12 3.9%	311 100.0%
中山間地域		度数 95 割合 62.1%	33 21.6%	10 6.5%	3 2.0%	12 7.8%	153 100.0%

「条例制定の際の経費のかけ方」については、「禁止行為の周知や啓発活動を中心に行い、経費はあまりかけない方がよい（58.3%）」が多数を占めており、続いて「禁止行為の周知を徹底するとともに、監視員による巡回を頻繁に実施するなど、経費がかかっても構わない（24.3%）」、「どちらでもよい（11.5%）」の順になっている。

男女別では、「禁止行為の周知や啓発活動を中心に行い、経費はあまりかけない方がよい」については、「男性（53.3%）」よりも「女性（62.2%）」の回答が多い。

一方で「禁止行為の周知を徹底するとともに、監視員による巡回を頻繁に実施するなど、経費がかかっても構わない」については、「女性（19.2%）」よりも「男性（31.1%）」の回答が上回っている。経費のかけ方については男女間で考え方の相違がみられる。



条例の罰則規定 ～「悪質なものに限定すべき」が67.1%～

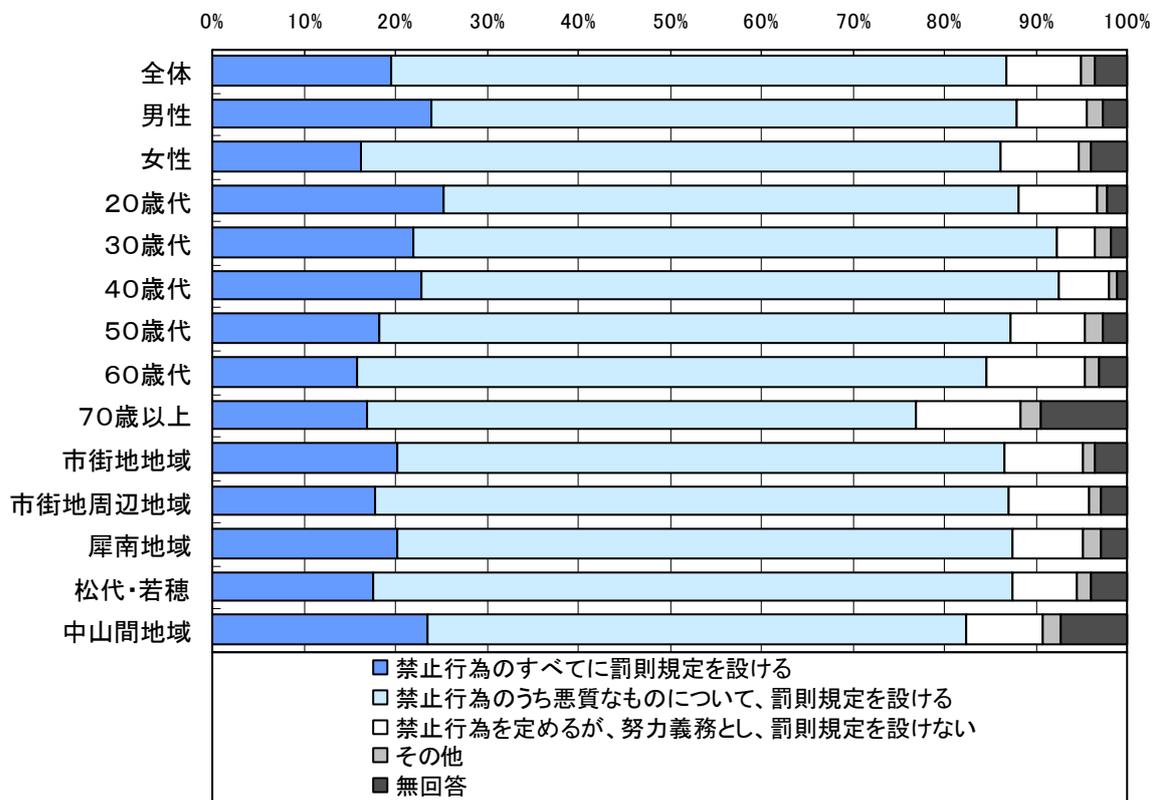
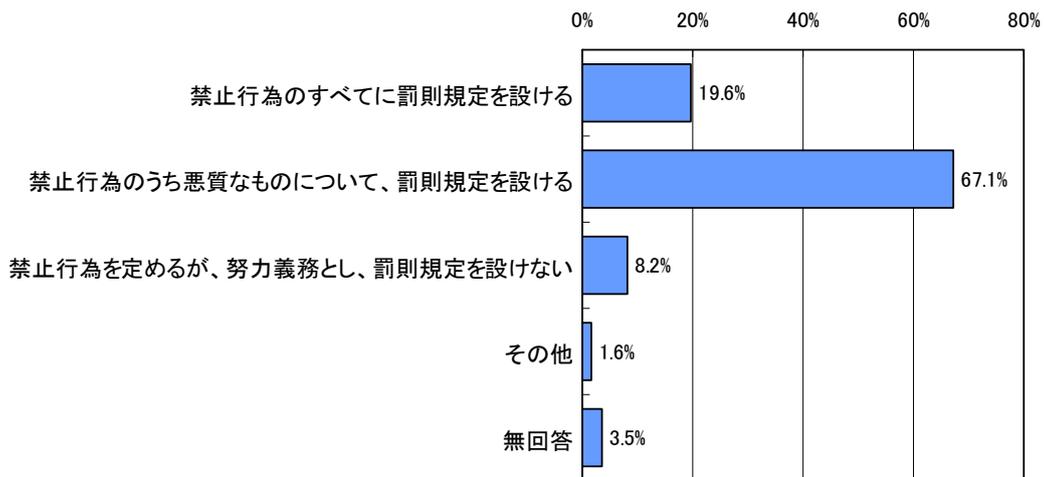
問 16 条例を制定する場合の罰則規定について、あなたはどのように考えますか。次の中から1つだけ○をしてください。

		禁止行為のすべてに罰則規定を設ける	禁止行為のうち悪質なものについて、罰則規定を設ける	禁止行為を定めるが、努力義務とし、罰則規定を設けない	その他	無回答	合計	
全体	度数	670	2,296	281	53	120	3,420	
	割合	19.6%	67.1%	8.2%	1.6%	3.5%	100.0%	
性別	男性	度数	358	956	112	28	39	1,493
		割合	24.0%	64.0%	7.5%	1.9%	2.6%	100.0%
	女性	度数	311	1,338	166	25	75	1,915
		割合	16.2%	69.9%	8.7%	1.3%	3.9%	100.0%
年代	20歳代	度数	83	207	28	4	7	329
		割合	25.2%	62.9%	8.5%	1.2%	2.1%	100.0%
	30歳代	度数	121	387	23	9	10	550
		割合	22.0%	70.4%	4.2%	1.6%	1.8%	100.0%
	40歳代	度数	134	407	31	5	7	584
		割合	22.9%	69.7%	5.3%	0.9%	1.2%	100.0%
	50歳代	度数	116	437	51	12	17	633
		割合	18.3%	69.0%	8.1%	1.9%	2.7%	100.0%
60歳代	度数	118	516	82	11	23	750	
	割合	15.7%	68.8%	10.9%	1.5%	3.1%	100.0%	
70歳以上	度数	96	341	65	12	54	568	
	割合	16.9%	60.0%	11.4%	2.1%	9.5%	100.0%	
地域区分	市街地地域	度数	256	841	108	17	45	1,267
		割合	20.2%	66.4%	8.5%	1.3%	3.6%	100.0%
	市街地周辺地域	度数	145	561	71	11	23	811
		割合	17.9%	69.2%	8.8%	1.4%	2.8%	100.0%
	犀南地域	度数	174	580	66	16	25	861
		割合	20.2%	67.4%	7.7%	1.9%	2.9%	100.0%
松代・若穂	度数	55	217	22	5	12	311	
	割合	17.7%	69.8%	7.1%	1.6%	3.9%	100.0%	
中山間地域	度数	36	90	13	3	11	153	
	割合	23.5%	58.8%	8.5%	2.0%	7.2%	100.0%	

「条例を制定する場合の罰則規定」については、「禁止行為のうち悪質なものについて、罰則規定を設ける（67.1%）」、「禁止行為のすべてに罰則規定を設ける（19.6%）」、「禁止行為を定めるが、努力義務とし、罰則規定を設けない（8.2%）」の順になっている。

男女別にみると、「禁止行為のうち悪質なものについて、罰則規定を設ける」および「禁止行為を定めるが、努力義務とし、罰則規定を設けない」については「男性」よりも「女性」の回答が多い。一方で「禁止行為のすべてに罰則規定を設ける」については「女性」よりも「男性」の回答が多い。

年代別にみると、「禁止行為のすべてに罰則規定を設ける」については「20歳代」から「40歳代」の回答割合が多く、「禁止行為を定めるが、努力義務とし、罰則規定を設けない」については「60歳代」から「70歳以上」の回答割合が多くなっている。



その他 身近な生活に関することについて（第四次長野市総合計画 施策 指標項目）

週1回以上の運動 ～「行っている」前年度より1.7%増「50.8%」～

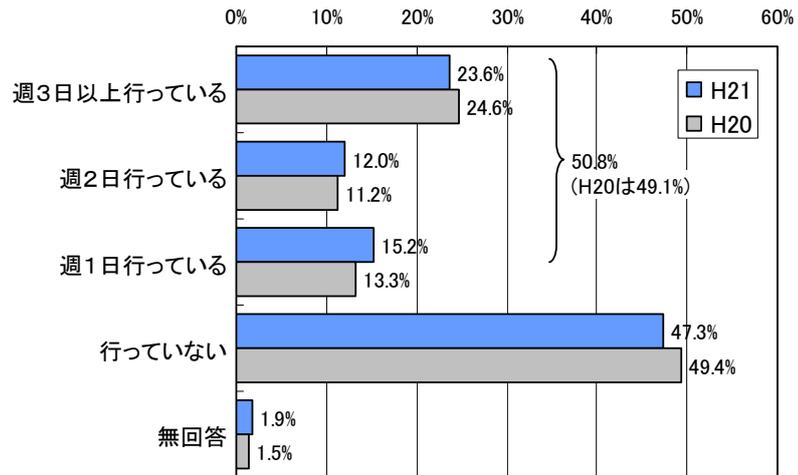
問17 あなたは、体を動かす運動（1日30分以上）をどのくらい行っていますか。次の中から1つだけ○をしてください。

施策番号 441-01 生涯スポーツの振興		
指標項目	現状値（H18）	目標値（H23）
週1回以上スポーツ活動を行っている成人の割合	52.5%	67.5%

		週3日以上行っている	週2日行っている	週1日行っている	行っていない	無回答	合計
全体	度数	806	410	521	1,619	64	3,420
	割合	23.6%	12.0%	15.2%	47.3%	1.9%	100.0%
性別	男性	388	175	250	655	25	1,493
	割合	26.0%	11.7%	16.7%	43.9%	1.7%	100.0%
	女性	414	234	268	962	37	1,915
	割合	21.6%	12.2%	14.0%	50.2%	1.9%	100.0%
年代	20歳代	49	32	66	177	5	329
	割合	14.9%	9.7%	20.1%	53.8%	1.5%	100.0%
	30歳代	62	48	90	340	10	550
	割合	11.3%	8.7%	16.4%	61.8%	1.8%	100.0%
	40歳代	90	53	109	329	3	584
	割合	15.4%	9.1%	18.7%	56.3%	0.5%	100.0%
	50歳代	142	69	93	323	6	633
割合	22.4%	10.9%	14.7%	51.0%	0.9%	100.0%	
	60歳代	251	107	97	283	12	750
	割合	33.5%	14.3%	12.9%	37.7%	1.6%	100.0%
	70歳以上	211	100	66	165	26	568
	割合	37.1%	17.6%	11.6%	29.0%	4.6%	100.0%
地域区分	市街地地域	301	156	198	590	22	1,267
	割合	23.8%	12.3%	15.6%	46.6%	1.7%	100.0%
	市街地周辺地域	199	88	112	399	13	811
	割合	24.5%	10.9%	13.8%	49.2%	1.6%	100.0%
	犀南地域	196	116	139	399	11	861
	割合	22.8%	13.5%	16.1%	46.3%	1.3%	100.0%
	松代・若穂	72	28	48	154	9	311
	割合	23.2%	9.0%	15.4%	49.5%	2.9%	100.0%
	中山間地域	35	21	23	69	5	153
	割合	22.9%	13.7%	15.0%	45.1%	3.3%	100.0%

「1日30分以上の運動」については、「行っていない」という回答が最も多い。続いて「週3日以上行っている」、「週1日行っている」、「週2日行っている」の順となっている。

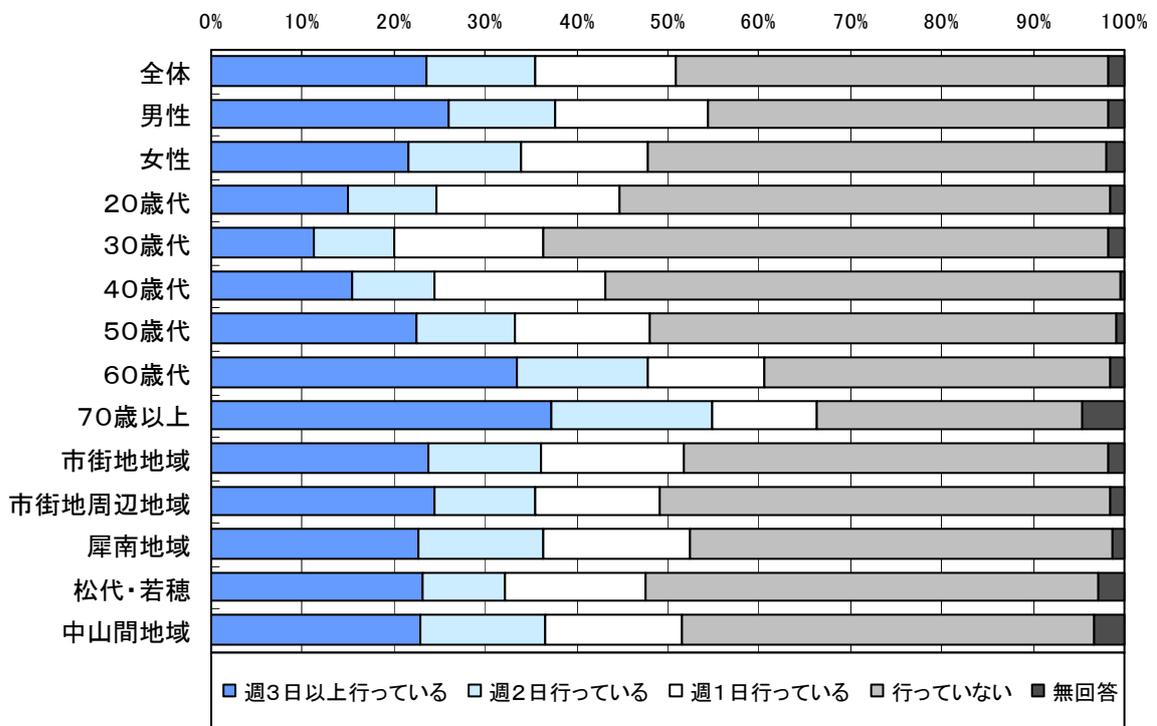
平成20年度の調査結果と比較すると、「行っていない」は前回49.4%から今回47.3%に減少（▲2.1%）した。一方で「週1日行っている」から「週3日以上行っている」までを合計した「運動を行っている」割合については、前回49.1%から今回50.8%に増加（1.7%増）し、運動を「行っている」人が「行っていない」人を上回る結果となっている。



男女別にみると、「行っていない」という回答は「男性（43.9%）」よりも「女性（50.2%）」の方が多く、「週1日行っている」から「週3日以上行っている」までを合計した「運動を行っている」割合については、「女性（47.8%）」より「男性（54.4%）」の方が多い。

年代別にみると、「行っていない」という回答は「20歳代」から「50歳代」にかけて5割を超える回答がある一方、「60歳代（37.7%）」および「70歳以上（29.0%）」の回答は少ない。

「週3日以上行っている」については、「60歳代（33.5%）」および「70歳以上（37.1%）」の回答が他の年代よりも多く、年齢が高い人のほうが頻繁に運動を行っていることが分かる。



ホテルを見かけた市民 ～前年度より3.8%減「16.2%」～

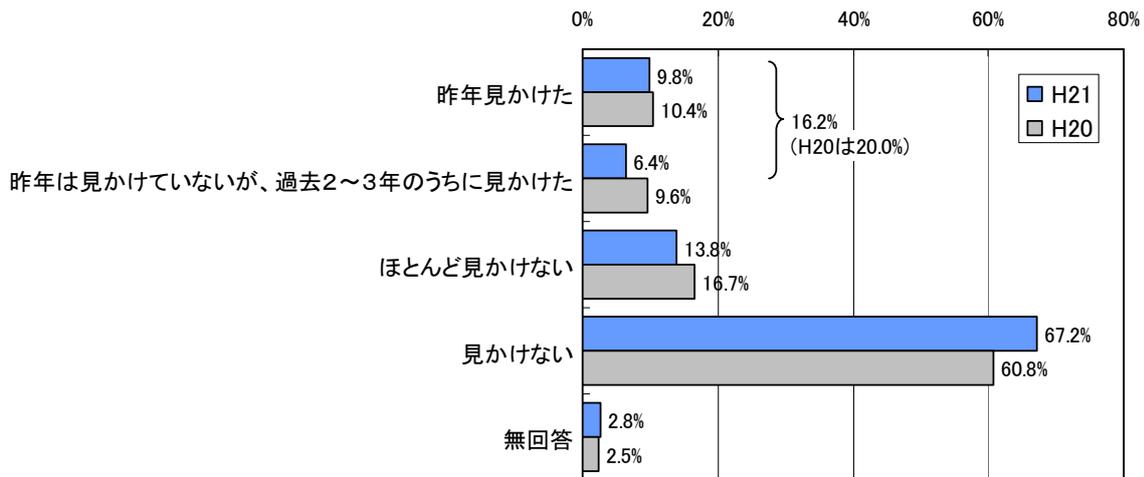
問18 お住まいの地区では、ホテルを見かけることがありますか。次の中から1つだけ○をしてください。

施策番号 212-01 身近な自然環境の保全と創造		
指標項目	現状値 (H18)	目標値 (H23)
ホテルを見かけることがある市民の割合	17.3%	30.0%

		昨年見かけた	昨年は見かけていないが、過去2～3年のうちに見かけた	ほとんど見かけない	見かけない	無回答	合計	
全体	度数	335	217	471	2,301	96	3,420	
	割合	9.8%	6.4%	13.8%	67.2%	2.8%	100.0%	
地域区分	市街地地域	度数	74	72	149	943	29	1,267
		割合	5.8%	5.7%	11.8%	74.4%	2.3%	100.0%
	市街地周辺地域	度数	108	50	127	504	22	811
		割合	13.3%	6.2%	15.7%	62.1%	2.7%	100.0%
	犀南地域	度数	21	25	109	679	27	861
		割合	2.4%	2.9%	12.7%	78.9%	3.1%	100.0%
	松代・若穂	度数	77	43	60	125	6	311
		割合	24.8%	13.8%	19.3%	40.2%	1.9%	100.0%
	中山間地域	度数	53	26	24	41	9	153
		割合	34.6%	17.0%	15.7%	26.8%	5.9%	100.0%

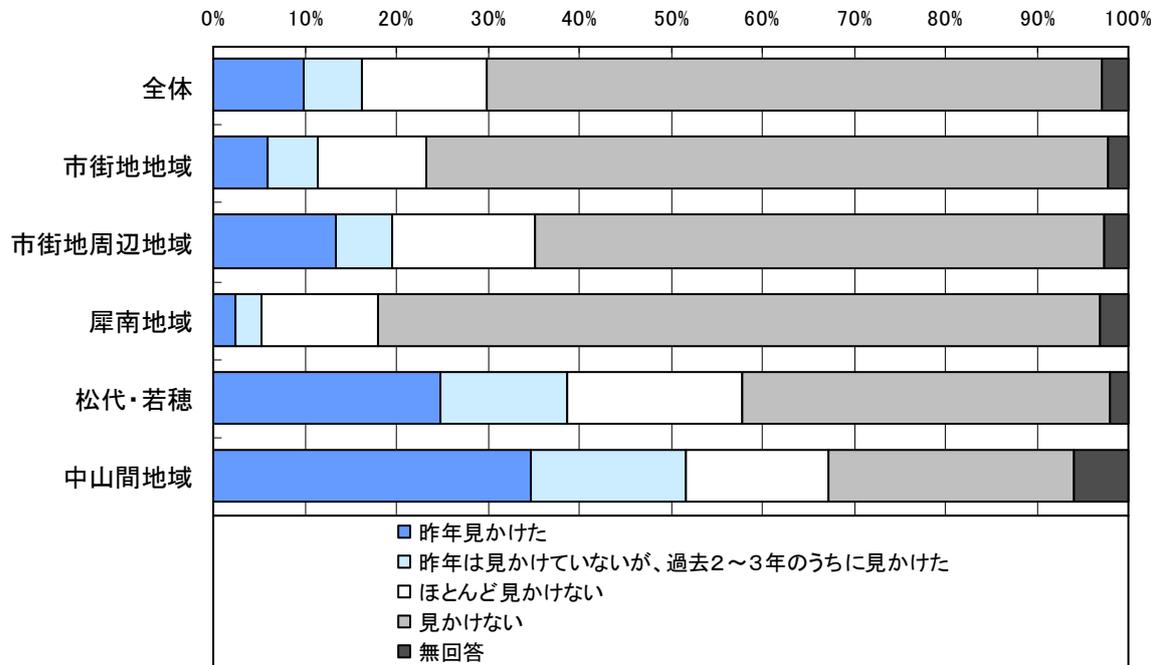
「住んでいる地区でホテルを見かけることがあるか」については、「見かけない」という回答が最も多い。

平成20年度の調査結果と比較すると、「見かけない」という回答は前回60.8%から今回67.2%に増加(6.4%増)した。一方で「昨年見かけた」および「昨年は見かけていないが、過去2～3年のうちに見かけた」を合計した「見かけた」市民の割合は、前回20.0%から今回16.2%に減少(▲3.8%)している。



地域別でみると、「昨年見かけた」という回答は「中山間地域」で3割を超えた。一方で「犀南地域」では2.4%、「市街地地域」では5.8%と1割に満たない結果となっている。

逆に「見かけない」という回答は「犀南地域」で78.9%、「市街地地域」で74.4%と高い数値になっている。



市政情報を手軽に入手 ～前年度より0.8%減「60.4%」～

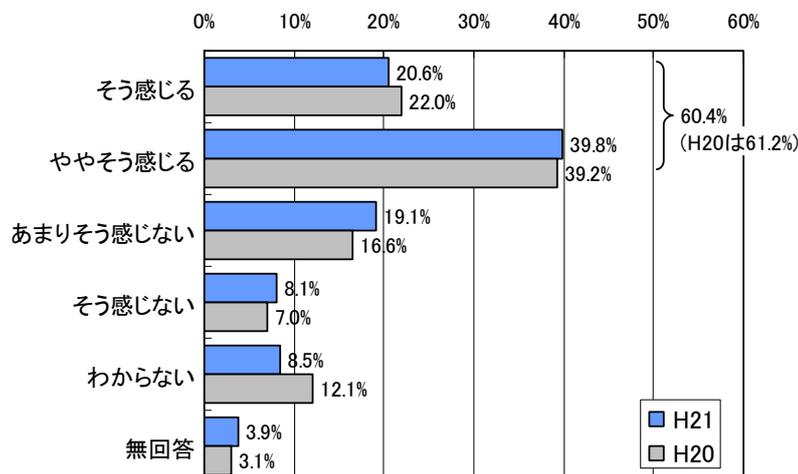
問19 あなたは、「広報ながの」や「長野市ホームページ」などを通じ、必要な市政情報を手軽に入手できていると感じますか。次の中から1つだけ○をしてください。

施策番号 011-02 開かれた市政の推進		
指標項目	現状値 (H18)	目標値 (H23)
市政情報が手軽に入手できると感じる市民の割合	69.7%	現状維持

		そう感じる	ややそう感じる	あまりそう感じない	そう感じない	わからない	無回答	合計
全体	度数	705	1,363	652	277	290	133	3,420
	割合	20.6%	39.8%	19.1%	8.1%	8.5%	3.9%	100.0%
性別	男性	289	564	312	149	129	50	1,493
	割合	19.4%	37.8%	20.9%	10.0%	8.6%	3.3%	100.0%
	女性	413	795	339	128	161	79	1,915
	割合	21.6%	41.5%	17.7%	6.7%	8.4%	4.1%	100.0%
年代	20歳代	26	110	78	41	69	5	329
	割合	7.9%	33.4%	23.7%	12.5%	21.0%	1.5%	100.0%
	30歳代	94	238	110	47	53	8	550
	割合	17.1%	43.3%	20.0%	8.5%	9.6%	1.5%	100.0%
	40歳代	122	251	108	53	40	10	584
	割合	20.9%	43.0%	18.5%	9.1%	6.8%	1.7%	100.0%
	50歳代	114	273	137	57	34	18	633
割合	18.0%	43.1%	21.6%	9.0%	5.4%	2.8%	100.0%	
	60歳代	182	294	145	49	52	28	750
	割合	24.3%	39.2%	19.3%	6.5%	6.9%	3.7%	100.0%
	70歳以上	167	196	73	29	41	62	568
	割合	29.4%	34.5%	12.9%	5.1%	7.2%	10.9%	100.0%
地域区分	市街地地域	260	491	256	110	107	43	1,267
	割合	20.5%	38.8%	20.2%	8.7%	8.4%	3.4%	100.0%
	市街地周辺地域	164	349	147	54	71	26	811
	割合	20.2%	43.0%	18.1%	6.7%	8.8%	3.2%	100.0%
	犀南地域	166	349	158	83	70	35	861
	割合	19.3%	40.5%	18.4%	9.6%	8.1%	4.1%	100.0%
	松代・若穂	84	123	53	19	22	10	311
	割合	27.0%	39.5%	17.0%	6.1%	7.1%	3.2%	100.0%
	中山間地域	28	49	35	10	16	15	153
	割合	18.3%	32.0%	22.9%	6.5%	10.5%	9.8%	100.0%

「必要な市政情報を手軽に入手できていると感じるかどうか」については、「ややそう感じる」という回答が最も多い。次に「そう感じる」、「あまりそう感じない」と続いている。

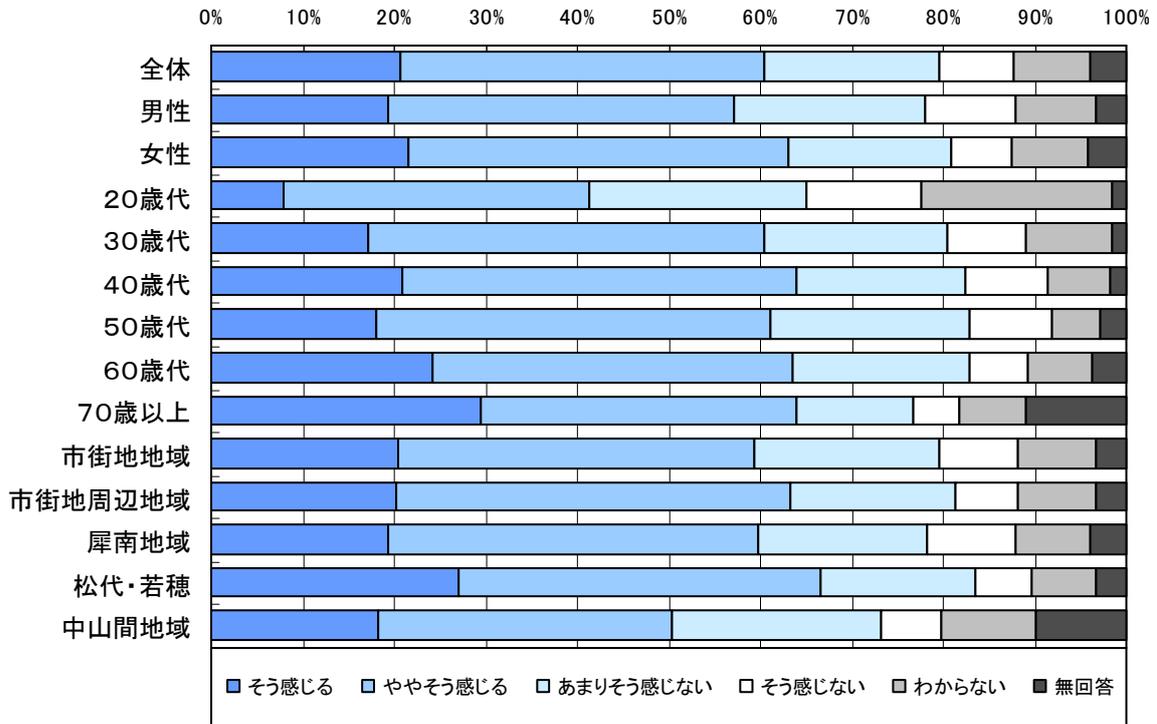
平成20年度の調査結果と比較すると、「そう感じる」、「ややそう感じる」の合計割合は前回61.2%から今回60.4%に減少(▲0.8%)している。



男女別にみると、「そう感じる」、「ややそう感じる」の合計割合は「男性（57.2%）」より「女性（63.1%）」の方が高い。

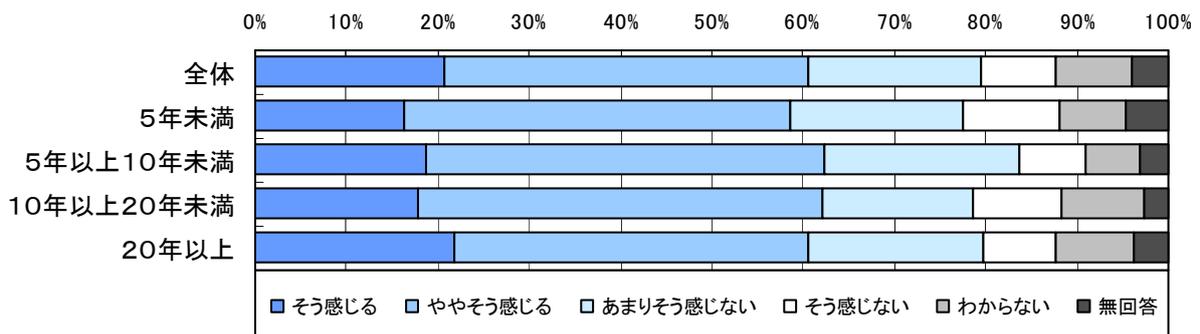
年代別にみると、「そう感じる」という回答は「70歳以上」で29.4%と高い一方、「20歳代」では7.9%と大きな開きがある。一方「そう感じない」という回答は、年代が低くなるに従って多くなる傾向にある。

全体として、年代が高いほど、「必要な市政情報を手軽に入手できている」と感じる割合が高くなっている。



居住年数別に回答結果を集計すると、下表のとおりとなる。

		そう感じる	ややそう感じる	あまりそう感じない	そう感じない	わからない	無回答	合計	
全体	度数	705	1,363	652	277	290	133	3,420	
	割合	20.6%	39.8%	19.1%	8.1%	8.5%	3.9%	100.0%	
居住年数	5年未満	度数	42	110	49	27	19	12	259
		割合	16.2%	42.5%	18.9%	10.4%	7.3%	4.6%	100.0%
	5年以上10年未満	度数	41	96	47	16	13	7	220
		割合	18.6%	43.6%	21.4%	7.3%	5.9%	3.2%	100.0%
	10年以上20年未満	度数	61	151	56	33	31	9	341
		割合	17.9%	44.3%	16.4%	9.7%	9.1%	2.6%	100.0%
	20年以上	度数	557	996	496	199	221	98	2,567
		割合	21.7%	38.8%	19.3%	7.8%	8.6%	3.8%	100.0%



行政施策の満足度（※第四次長野市総合計画 基本施策 アンケート指標）

～生活環境の良さには満足、働く環境の整備や産業振興が課題～

問 20 あなたの日常生活を思い出していただき、No.1 からNo.43のそれぞれの質問項目について、最も当てはまると思われる番号1つに○をつけてください。実感や印象、経験でお答えください。
 （選択肢：「1. そう思う」「2. ややそう思う」「3. あまりそう思わない」「4. そう思わない」「5. わからない」）

【「そう思う」、「ややそう思う」合計上位5項目】

順位	項目	そう思う	ややそう思う	思う合計
1	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている	20.4%	45.2%	65.6%
2	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである	14.9%	48.4%	63.3%
3	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある	19.5%	39.4%	58.9%
4	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている	13.0%	44.6%	57.7%
5	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている	14.6%	42.4%	57.0%

【「そう思う」、「ややそう思う」合計下位5項目】

順位	項目	そう思う	ややそう思う	思う合計
39	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている	1.4%	12.9%	14.3%
40	外国の人や文化との交流が行われている	1.8%	12.0%	13.8%
41	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている	1.6%	10.1%	11.7%
42	工業や製造業に活気がある	0.7%	5.4%	6.1%
43	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある	0.7%	3.9%	4.6%

「日常生活を思い出し、各項目についてどのように思うか」についての回答結果から、「そう思う」、「ややそう思う」という回答割合の合計上位5項目、下位5項目は上記のとおりである。

生活環境の良さについては、多くの市民が満足している結果となっている。一方で、働く環境や産業の振興などの分野では、市民満足度が高いとはいえない状況である。

※ 第四次長野市総合計画

第四次長野市総合計画は、「～善光寺平に結ばれる～人と地域がきらめくまち“ながの”」をまちづくりの目標（都市像）に定め、市民福祉の更なる向上と新たなまちづくりを展望した総合的な市政運営を行うための基本方針（長野市の最高方針）である。平成19年度を初年度として、平成28年度を目標としている。

総合計画は、まちづくりの方針や政策を示す「基本構想」と、施策の展開や取組内容を示す「基本計画」、具体的な事業を示す「実施計画」で構成されている。

前期基本計画における基本施策には「アンケート指標」を設定し、市民の皆さんによる評価の視点を導入している。

【「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計上位5項目】

順位	項目	あまりそう思わない	そう思わない	思わない合計
1	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある	27.3%	55.0%	82.4%
2	工業や製造業に活気がある	33.5%	42.4%	75.9%
3	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている	36.5%	33.9%	70.5%
4	利用しやすい公共交通機関が整備されている	31.5%	36.9%	68.4%
5	個性的で魅力的なお店が増えている	34.7%	33.6%	68.3%

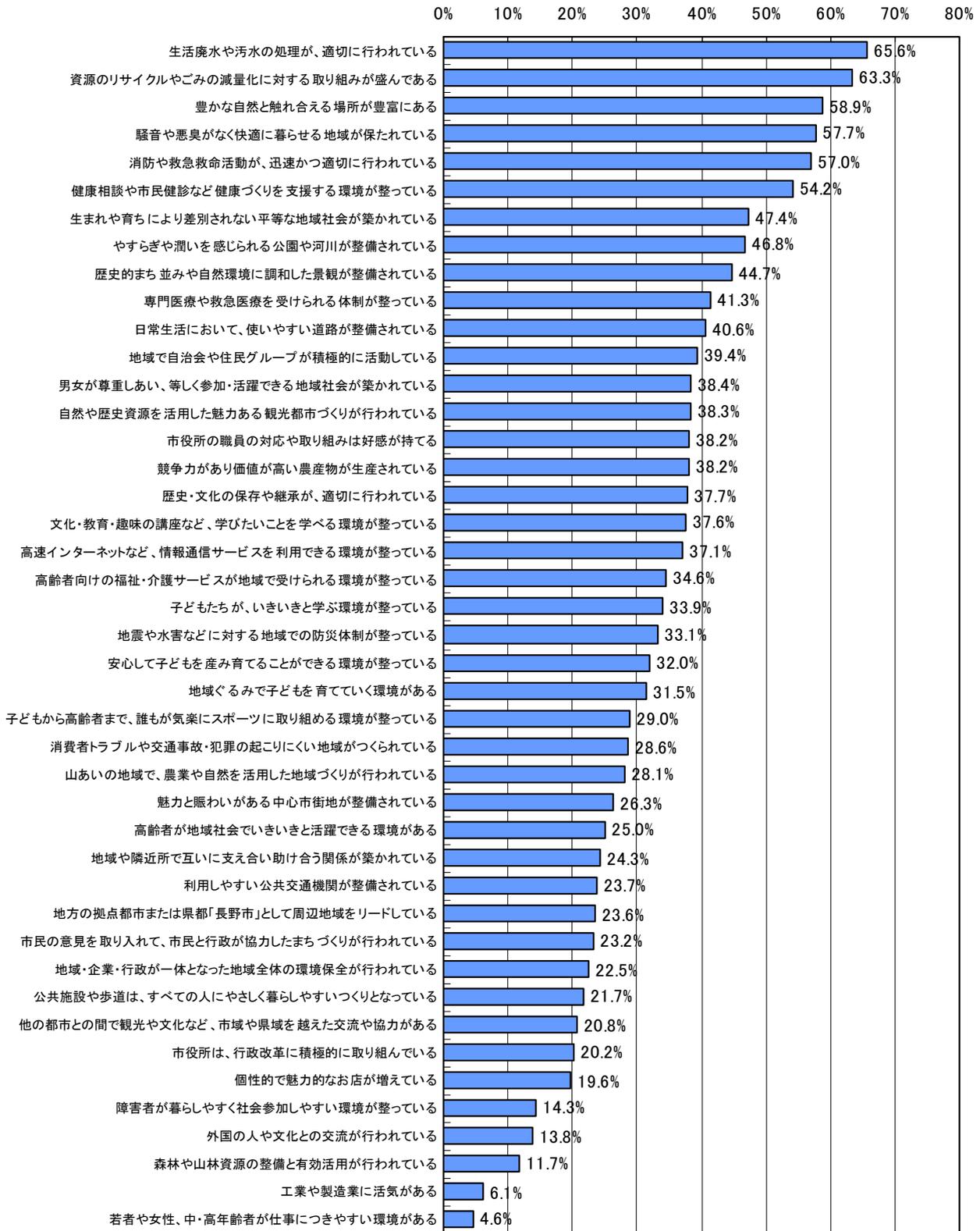
【「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計下位5項目】

順位	項目	あまりそう思わない	そう思わない	思わない合計
39	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている	22.3%	7.9%	30.3%
40	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている	19.6%	9.5%	29.2%
41	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである	21.3%	6.5%	27.8%
42	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている	15.3%	5.7%	21.0%
43	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている	14.0%	5.2%	19.2%

「日常生活を思い出し、各項目についてどのように思うか」についての回答結果から、「あまりそう思わない」、「そう思わない」という回答割合の合計上位5項目、下位5項目は上記のとおりである。

働く環境や経済についておよび、利用しやすい公共施設や公共交通機関の整備などについては、満足度が低い結果となった。一方で、消防や生活の基盤については、満足度が低くないことがわかる。

「そう思う」、「ややそう思う」の割合の降順は、下図のとおりである。



設問番号	設問項目	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない	無回答
1	魅力と賑わいがある中心市街地が整備されている	4.2%	22.1%	36.3%	28.4%	3.4%	5.7%
2	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている	2.3%	19.4%	36.5%	33.9%	2.6%	5.2%
3	歴史的まち並みや自然環境に調和した景観が整備されている	5.7%	39.0%	29.2%	16.8%	3.6%	5.7%
4	利用しやすい公共交通機関が整備されている	4.4%	19.3%	31.5%	36.9%	2.8%	5.1%
5	日常生活において、使いやすい道路が整備されている	6.9%	33.7%	28.9%	23.4%	2.0%	5.2%
6	高速インターネットなど、情報通信サービスを利用できる環境が整っている	8.7%	28.4%	21.3%	13.6%	21.8%	6.3%
7	自然や歴史資源を活用した魅力ある観光都市づくりが行われている	5.0%	33.3%	33.0%	15.2%	7.9%	5.7%
8	競争力があり価値が高い農産物が生産されている	7.7%	30.5%	32.1%	13.4%	10.5%	5.8%
9	山あいの地域で、農業や自然を活用した地域づくりが行われている	4.2%	24.0%	30.7%	17.3%	17.8%	6.1%
10	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている	1.6%	10.1%	32.8%	26.3%	23.2%	6.0%
11	工業や製造業に活気がある	0.7%	5.4%	33.5%	42.4%	11.8%	6.2%
12	個性的で魅力的なお店が増えている	1.8%	17.8%	34.7%	33.6%	6.1%	6.0%
13	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある	0.7%	3.9%	27.3%	55.0%	7.7%	5.4%
14	子どもたちが、いきいきと学ぶ環境が整っている	5.0%	28.8%	31.8%	15.8%	13.1%	5.5%
15	地域ぐるみで子どもを育てていく環境がある	4.1%	27.5%	33.0%	18.7%	11.3%	5.5%
16	文化・教育・趣味の講座など、学びたいことを学べる環境が整っている	4.6%	32.9%	31.5%	15.5%	10.3%	5.1%
17	歴史・文化の保存や継承が、適切に行われている	4.9%	32.9%	27.6%	12.0%	17.0%	5.7%
18	子どもから高齢者まで、誰もが気楽にスポーツに取り組める環境が整っている	4.4%	24.7%	34.6%	21.2%	10.0%	5.2%
19	外国の人や文化との交流が行われている	1.8%	12.0%	31.6%	24.3%	24.6%	5.7%
20	地震や水害などに対する地域での防災体制が整っている	5.0%	28.0%	32.0%	14.3%	16.3%	4.4%
21	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている	14.6%	42.4%	15.3%	5.7%	17.6%	4.4%
22	消費者トラブルや交通事故・犯罪の起こりにくい地域がつけられている	2.6%	26.0%	35.0%	13.7%	17.6%	5.1%
23	地域・企業・行政が一体となった地域全体の環境保全が行われている	2.3%	20.2%	35.3%	16.3%	19.6%	6.2%
24	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある	19.5%	39.4%	22.0%	10.5%	3.2%	5.4%
25	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである	14.9%	48.4%	21.3%	6.5%	4.4%	4.5%
26	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている	13.0%	44.6%	23.2%	10.4%	3.6%	5.1%
27	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている	20.4%	45.2%	14.0%	5.2%	10.3%	4.9%
28	やすらぎや潤いを感じられる公園や河川が整備されている	9.0%	37.8%	30.8%	12.4%	5.1%	5.0%
29	安心して子どもを産み育てることができる環境が整っている	3.9%	28.0%	31.9%	16.5%	13.8%	5.8%
30	高齢者向けの福祉・介護サービスが地域で受けられる環境が整っている	5.4%	29.2%	27.9%	15.2%	17.2%	5.1%
31	高齢者が地域社会でいきいきと活躍できる環境がある	3.3%	21.6%	35.8%	15.4%	18.7%	5.1%
32	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている	1.4%	12.9%	35.6%	20.3%	24.2%	5.6%
33	地域や隣近所で互いに支え合い助け合う関係が築かれている	3.2%	21.1%	37.8%	21.4%	11.1%	5.4%
34	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている	10.5%	43.7%	22.3%	7.9%	10.4%	5.2%
35	専門医療や救急医療を受けられる体制が整っている	7.7%	33.6%	27.9%	13.2%	12.2%	5.5%
36	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている	10.5%	36.9%	19.6%	9.5%	18.0%	5.4%
37	男女が尊重しあい、等しく参加・活躍できる地域社会が築かれている	7.0%	31.4%	27.6%	10.8%	17.7%	5.4%
38	市民の意見を取り入れて、市民と行政が協力したまちづくりが行われている	3.0%	20.1%	31.7%	20.1%	19.7%	5.4%
39	地域で自治会や住民グループが積極的に活動している	7.0%	32.5%	27.7%	11.2%	16.3%	5.3%
40	地方の拠点都市または県都「長野市」として周辺地域をリードしている	3.3%	20.3%	33.3%	18.6%	19.0%	5.6%
41	他の都市との間で観光や文化など、市域や県域を越えた交流や協力がある	2.1%	18.7%	29.9%	14.7%	28.8%	5.8%
42	市役所は、行政改革に積極的に取り組んでいる	3.1%	17.1%	27.9%	21.9%	24.4%	5.5%
43	市役所の職員の対応や取り組みは好感が持てる	8.9%	29.3%	24.1%	19.7%	13.5%	4.5%

【性別・年代別順位】：「そう思う」、「ややそう思う」合計上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(65.6%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(67.2%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(65.0%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(65.0%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(68.2%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(69.3%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(69.8%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(70.3%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(64.4%)
2	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(63.3%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(61.3%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(64.5%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.7%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(59.5%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(69.2%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(66.8%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(67.6%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(62.9%)
3	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(58.9%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(61.0%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(60.1%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(55.9%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.9%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(65.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(61.0%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(58.5%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(59.2%)
4	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(57.7%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(57.7%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(59.3%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(52.3%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(56.7%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(60.6%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(59.1%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(57.9%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(58.3%)
5	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(57.0%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(55.7%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(58.4%)	やすらぎや潤いを感じられる公園や河川が整備されている(50.2%)	やすらぎや潤いを感じられる公園や河川が整備されている(53.8%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.7%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(58.0%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(55.9%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(53.0%)

【地域別順位】：「そう思う」、「ややそう思う」合計上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(65.6%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(64.8%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(69.3%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(66.9%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(64.0%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(63.4%)
2	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(63.3%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(63.9%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(64.6%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(64.5%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(63.3%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(62.1%)
3	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(58.9%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(58.6%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(57.1%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(59.0%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(59.5%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.8%)
4	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(57.7%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(57.0%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(58.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(57.9%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(54.9%)
5	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(57.0%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(56.7%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(56.1%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(56.3%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(57.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(53.6%)

【性別・年代別順位】：「そう思う」、「ややそう思う」合計下位5項目

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
39	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.3%)	外国人の人や文化との交流が行われている(14.6%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.4%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.0%)	外国人の人や文化との交流が行われている(15.1%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(15.9%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.7%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.0%)	個性的で魅力的なお店が増えている(17.3%)
40	外国人の人や文化との交流が行われている(13.8%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.2%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.1%)	市民の意見を取り入れて、市民と行政が協力したまちづくりが行われている(14.0%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(14.2%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(15.1%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(12.5%)	外国人の人や文化との交流が行われている(11.7%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.4%)
41	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(11.7%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(11.1%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(12.2%)	市役所は、行政改革に積極的に取り組んでいる(10.0%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(12.0%)	外国人の人や文化との交流が行われている(14.4%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(8.2%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(8.0%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(9.3%)
42	工業や製造業に活気がある(6.1%)	工業や製造業に活気がある(6.3%)	工業や製造業に活気がある(5.9%)	工業や製造業に活気がある(8.2%)	工業や製造業に活気がある(7.3%)	工業や製造業に活気がある(6.8%)	工業や製造業に活気がある(3.9%)	工業や製造業に活気がある(4.7%)	工業や製造業に活気がある(7.2%)
43	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.6%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.3%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(6.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.0%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(6.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(3.6%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(3.3%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.4%)

【地域別順位】：「そう思う」、「ややそう思う」合計下位5項目

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
39	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.3%)	外国人の人や文化との交流が行われている(15.4%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(15.9%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.6%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.5%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(17.6%)
40	外国人の人や文化との交流が行われている(13.8%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(14.4%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(12.1%)	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている(12.2%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.5%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(15.0%)
41	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(11.7%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(11.8%)	外国人の人や文化との交流が行われている(11.6%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(10.8%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(11.6%)	外国人の人や文化との交流が行われている(13.1%)
42	工業や製造業に活気がある(6.1%)	工業や製造業に活気がある(6.0%)	工業や製造業に活気がある(5.9%)	工業や製造業に活気がある(6.9%)	工業や製造業に活気がある(6.1%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(5.2%)
43	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.6%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(5.1%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(3.9%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(4.6%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(3.9%)	工業や製造業に活気がある(3.9%)

【性別・年代別順位】：「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.4%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(83.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(81.5%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(86.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(85.1%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(89.3%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(67.3%)
2	工業や製造業に活気がある(75.9%)	工業や製造業に活気がある(82.0%)	工業や製造業に活気がある(71.4%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(78.1%)	工業や製造業に活気がある(78.5%)	工業や製造業に活気がある(80.5%)	工業や製造業に活気がある(85.3%)	工業や製造業に活気がある(74.8%)	工業や製造業に活気がある(59.5%)
3	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(70.5%)	個性的で魅力的なお店が増えている(71.8%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(70.8%)	工業や製造業に活気がある(76.6%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(75.3%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(76.5%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(77.3%)	個性的で魅力的なお店が増えている(69.9%)	個性的で魅力的なお店が増えている(56.3%)
4	利用しやすい公共交通機関が整備されている(68.4%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(70.4%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(67.0%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(72.0%)	個性的で魅力的なお店が増えている(72.9%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(74.7%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(76.3%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(67.2%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(51.9%)
5	個性的で魅力的なお店が増えている(68.3%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(70.3%)	個性的で魅力的なお店が増えている(65.7%)	魅力と賑わいがある中心市街地が整備されている(71.7%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(71.1%)	魅力と賑わいがある中心市街地が整備されている(70.7%)	個性的で魅力的なお店が増えている(72.8%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(66.9%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(51.2%)

【地域別順位】：「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計上位5項目

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.4%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(81.3%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(84.7%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.9%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(82.0%)	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある(79.1%)
2	工業や製造業に活気がある(75.9%)	工業や製造業に活気がある(76.5%)	工業や製造業に活気がある(76.1%)	工業や製造業に活気がある(75.6%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(77.8%)	工業や製造業に活気がある(75.2%)
3	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(70.5%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(71.0%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(70.3%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(72.0%)	工業や製造業に活気がある(75.9%)	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている(69.9%)
4	利用しやすい公共交通機関が整備されている(68.4%)	個性的で魅力的なお店が増えている(69.0%)	魅力と賑わいがある中心市街地が整備されている(66.2%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(71.8%)	個性的で魅力的なお店が増えている(71.7%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(65.4%)
5	個性的で魅力的なお店が増えている(68.3%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(66.1%)	利用しやすい公共交通機関が整備されている(65.4%)	個性的で魅力的なお店が増えている(70.6%)	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている(69.1%)	個性的で魅力的なお店が増えている(63.4%)

【性別・年代別順位】：「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計下位5項目

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
39	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(30.3%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(35.3%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(27.5%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(36.8%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(30.2%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(32.4%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(33.2%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(30.7%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(20.1%)
40	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(29.2%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(31.4%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(26.3%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(30.7%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(29.6%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(28.3%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(31.3%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(30.5%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(19.5%)
41	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.8%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(30.7%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(25.6%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(29.8%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(27.1%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(26.4%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.0%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(25.1%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(18.8%)
42	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(21.0%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(21.4%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(20.8%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(21.9%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(21.1%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(20.5%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(21.5%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(23.9%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(16.7%)
43	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(19.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(20.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(18.4%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(19.8%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(20.7%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(18.5%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(20.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(19.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(16.5%)

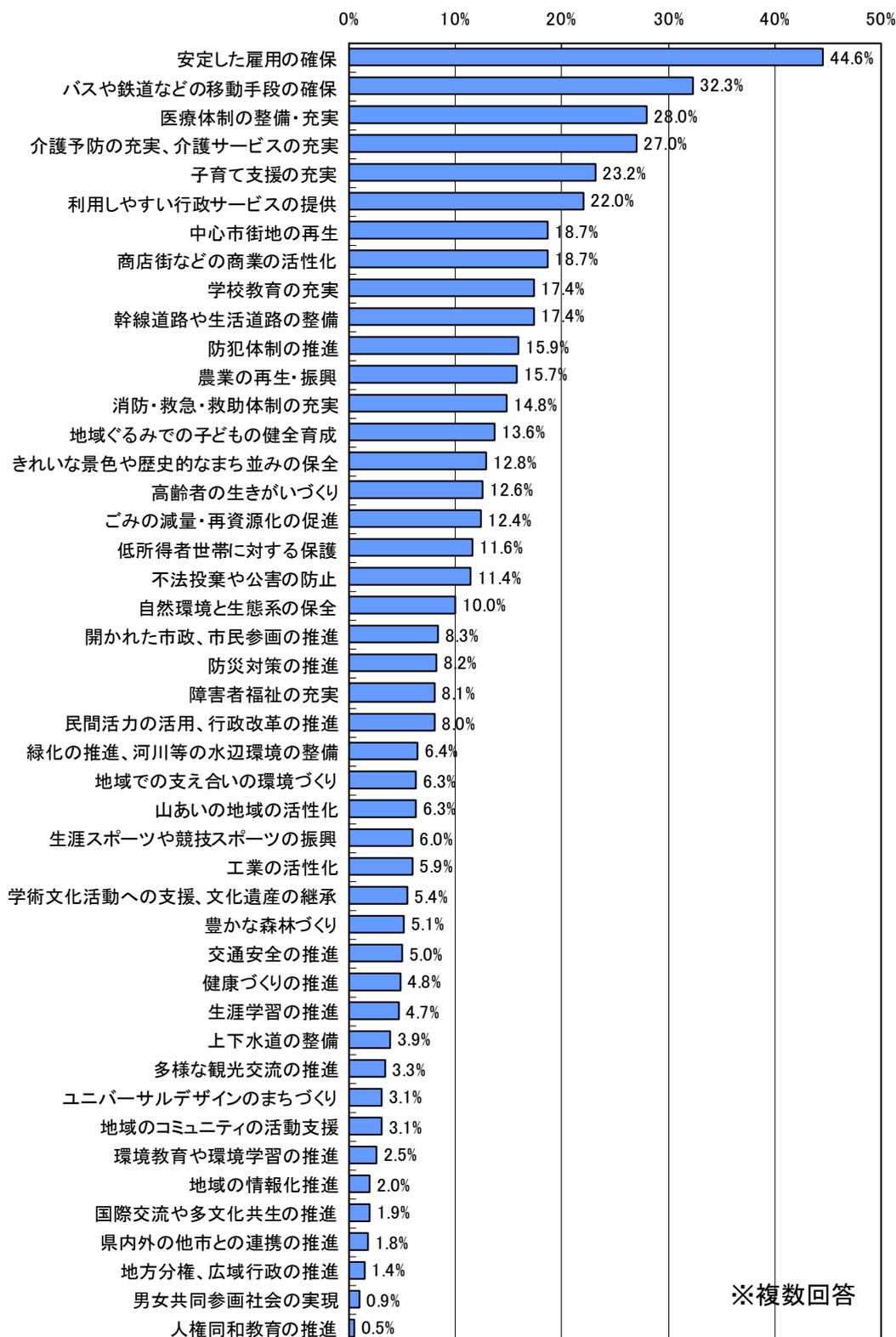
【地域別順位】：「あまりそう思わない」、「そう思わない」合計下位5項目

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
39	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(30.3%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(29.9%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(30.1%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(30.7%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(28.9%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(34.6%)
40	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(29.2%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(28.2%)	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている(29.3%)	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている(28.3%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(28.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(32.7%)
41	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.8%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.7%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(26.9%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.8%)	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである(27.3%)	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている(28.1%)
42	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(21.0%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(20.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(22.6%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(20.1%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(27.0%)	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある(25.5%)
43	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(19.2%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(18.7%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(15.5%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(18.9%)	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている(17.4%)	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている(25.5%)

行政施策の優先度（第四次長野市総合計画の基本施策）

～「安定した雇用の確保」がトップに～

問21 住み良い長野市をつくるため、特に力を入れるべきだと思う施策を下記の45項目の中から5つ選んで、回答欄に番号を記入してください。



「住みよい長野市をつくるため、特に力を入れるべきだと思う施策」としては、「安定した雇用の確保」が本年度のトップとなった。昨年度も急激な雇用情勢の悪化を反映して第2位だったが、なかなか改善が見られない厳しい雇用環境を表していると考えられる。

第2位は、昨年度6位の「バスや鉄道などの移動手段の確保」となった。地域公共交通の活性化に対する市民の関心の高まりが感じられる。

平成19年度から連続してトップだった「医療体制の整備・充実」は、本年度第3位となったが、第4位の「介護予防の充実・介護サービスの充実」、第5位の「子育て支援の充実」とあわせ、依然として福祉・健康分野に対する市民の関心の高さが伺える。

なお、昨年度第7位の「ごみの減量・再資源化の促進」は、本年度は第17位に下がった。平成21年10月に「家庭ごみの有料化制度」が導入されたが、おおむね順調なスタートを切ったことが評価されているものと考えられる。

このほか、「中心市街地の再生（第7位）」や「幹線道路や生活道路の整備（第10位）」といったまちづくりや都市基盤の整備に対しての優先度が昨年度と比べて高くなっている。

【性別・年代別順位】

順位	全体 (n=3,420)	男性 (n=1,493)	女性 (n=1,915)	20歳代 (n=329)	30歳代 (n=550)	40歳代 (n=584)	50歳代 (n=633)	60歳代 (n=750)	70歳以上 (n=568)
1	安定した雇用の確保 (44.6%)	安定した雇用の確保 (42.0%)	安定した雇用の確保 (46.7%)	安定した雇用の確保 (48.0%)	子育て支援の充実 (51.1%)	安定した雇用の確保 (46.6%)	安定した雇用の確保 (50.9%)	安定した雇用の確保 (44.0%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(31.2%)
2	バスや鉄道などの移動手段の確保 (32.3%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (31.1%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (33.4%)	子育て支援の充実 (38.9%)	安定した雇用の確保 (48.9%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (35.4%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (32.1%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (34.8%)	安定した雇用の確保 (30.5%)
3	医療体制の整備・充実 (28.0%)	医療体制の整備・充実 (26.1%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(30.2%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (31.3%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (28.9%)	医療体制の整備・充実 (30.0%)	医療体制の整備・充実 (31.4%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(32.7%)	バスや鉄道などの移動手段の確保 (30.3%)
4	介護予防の充実、介護サービスの充実(27.0%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(23.1%)	医療体制の整備・充実 (29.6%)	医療体制の整備・充実 (28.6%)	医療体制の整備・充実 (27.1%)	学校教育の充実(27.9%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(30.2%)	医療体制の整備・充実 (26.7%)	医療体制の整備・充実 (24.3%)
5	子育て支援の充実 (23.2%)	幹線道路や生活道路の整備(21.0%)	子育て支援の充実 (25.4%)	中心市街地の再生 (27.4%)	学校教育の充実(25.6%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(26.2%)	利用しやすい行政サービスの提供 (23.5%)	利用しやすい行政サービスの提供 (20.7%)	高齢者の生きがいづくり (22.7%)
6	利用しやすい行政サービスの提供 (22.0%)	子育て支援の充実 (20.4%)	利用しやすい行政サービスの提供 (24.1%)	利用しやすい行政サービスの提供 (22.5%)	利用しやすい行政サービスの提供 (22.7%)	子育て支援の充実 (24.8%)	農業の再生・振興 (19.7%)	商店街などの商業の活性化(19.3%)	商店街などの商業の活性化(21.0%)
7	中心市街地の再生 (18.7%)	利用しやすい行政サービスの提供 (19.4%)	商店街などの商業の活性化(19.5%)	防犯体制の推進(21.3%)	中心市街地の再生 (20.4%)	利用しやすい行政サービスの提供 (22.6%)	商店街などの商業の活性化(19.6%)	農業の再生・振興 (17.6%)	利用しやすい行政サービスの提供 (20.4%)
8	商店街などの商業の活性化(18.7%)	中心市街地の再生 (18.8%)	中心市街地の再生 (18.8%)	商店街などの商業の活性化(17.9%)	幹線道路や生活道路の整備(19.3%)	中心市街地の再生 (18.5%)	中心市街地の再生 (19.0%)	中心市街地の再生 (16.9%)	消防・救急・救助体制の充実(19.0%)
9	学校教育の充実(17.4%)	商店街などの商業の活性化(17.8%)	学校教育の充実(18.7%)	幹線道路や生活道路の整備(17.0%)	防犯体制の推進(19.1%)	幹線道路や生活道路の整備(17.3%)	幹線道路や生活道路の整備(18.3%)	高齢者の生きがいづくり (16.9%)	幹線道路や生活道路の整備(18.1%)
10	幹線道路や生活道路の整備(17.4%)	農業の再生・振興 (16.4%)	防犯体制の推進(16.6%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(17.0%)	地域ぐるみでの子どもの健全育成 (18.4%)	商店街などの商業の活性化(17.3%)	消防・救急・救助体制の充実(16.3%)	地域ぐるみでの子どもの健全育成 (15.9%)	防犯体制の推進(16.7%)

男女別にみると、男女とも「安定した雇用の確保」という回答が最も多く、次に「バスや鉄道などの移動手段の確保」と続いている。第3位には、「男性」は「医療体制の整備・充実」、「女性」は「介護予防の充実、介護サービスの充実」となった。

年代別にみると、「20歳代」および「40歳代」から「60歳代」では「安定した雇用の確保」が、「30歳代」では「子育て支援の充実」が、「70歳以上」では「介護予防の充実、介護サービスの充実」が最も多い回答となった。第2位の回答は、「20歳代」が「子育て支援の充実」、「30歳代」および「70歳以上」が「安定した雇用の確保」、「40歳代」から「60歳代」が「バスや鉄道などの移動手段の確保」となった。「70歳以上」でトップの「介護予防の充実、介護サービスの充実」は年代が下がるごとに順位も下がり、「20歳代」では第10位、「30歳代」では10位以下となっている。また「30歳代」でトップの「子育て支援の充実」は「20歳代」で第2位、「40歳代」で第6位、以降の年代では10位以下となっている。年代ごとにその関心事が異なっていることが分かる。

【地域別順位】

順位	全体 (n=3,420)	市街地地域 (n=1,267)	市街地周辺地域 (n=811)	犀南地域 (n=861)	松代・若穂 (n=311)	中山間地域 (n=153)
1	安定した雇用の確保(44.6%)	安定した雇用の確保(43.0%)	安定した雇用の確保(47.8%)	安定した雇用の確保(46.8%)	バスや鉄道などの移動手段の確保(48.2%)	山あいの地域の活性化(39.2%)
2	バスや鉄道などの移動手段の確保(32.3%)	バスや鉄道などの移動手段の確保(30.3%)	バスや鉄道などの移動手段の確保(28.7%)	バスや鉄道などの移動手段の確保(32.9%)	安定した雇用の確保(43.7%)	バスや鉄道などの移動手段の確保(34.0%)
3	医療体制の整備・充実(28.0%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(29.9%)	医療体制の整備・充実(28.4%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(27.4%)	医療体制の整備・充実(25.4%)	安定した雇用の確保(31.4%)
4	介護予防の充実、介護サービスの充実(27.0%)	医療体制の整備・充実(29.8%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(24.7%)	医療体制の整備・充実(26.8%)	子育て支援の充実(23.8%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(24.8%)
5	子育て支援の充実(23.2%)	中心市街地の再生(25.4%)	子育て支援の充実(23.8%)	子育て支援の充実(24.5%)	商店街などの商業の活性化(20.9%)	医療体制の整備・充実(24.8%)
6	利用しやすい行政サービスの提供(22.0%)	子育て支援の充実(22.6%)	利用しやすい行政サービスの提供(22.1%)	利用しやすい行政サービスの提供(22.9%)	介護予防の充実、介護サービスの充実(20.9%)	農業の再生・振興(22.9%)
7	中心市街地の再生(18.7%)	商店街などの商業の活性化(22.0%)	学校教育の充実(19.6%)	学校教育の充実(18.9%)	幹線道路や生活道路の整備(20.3%)	幹線道路や生活道路の整備(21.6%)
8	商店街などの商業の活性化(18.7%)	利用しやすい行政サービスの提供(22.0%)	中心市街地の再生(19.5%)	商店街などの商業の活性化(18.1%)	利用しやすい行政サービスの提供(20.3%)	利用しやすい行政サービスの提供(21.6%)
9	学校教育の充実(17.4%)	学校教育の充実(17.5%)	幹線道路や生活道路の整備(19.4%)	農業の再生・振興(17.1%)	農業の再生・振興(18.3%)	消防・救急・救助体制の充実(18.3%)
10	幹線道路や生活道路の整備(17.4%)	防犯体制の推進(17.4%)	農業の再生・振興(17.6%)	幹線道路や生活道路の整備(16.8%)	消防・救急・救助体制の充実(17.7%)	子育て支援の充実(17.6%)

地域別にみると、「市街地地域」、「市街地周辺地域」、「犀南地域」では「安定した雇用の確保」が、「松代・若穂」では「バスや鉄道などの移動手段の確保」が、「中山間地域」では「山あいの地域の活性化」が最も多い回答となった。

一方、第2位の項目としては、「松代・若穂」以外の地域で「バスや鉄道などの移動手段の確保」、「松代・若穂」が「安定した雇用の確保」となっている。地域により優先課題が異なっていることが分かる。

【行政施策の優先度順位に係る年次別推移】

設問項目	順位（回答割合）		
	平成21年度	平成20年度	平成19年度
安定した雇用の確保	1 (44.6%)	2 (33.3%)	6 (23.8%)
バスや鉄道などの移動手段の確保	2 (32.3%)	6 (25.6%)	5 (25.2%)
医療体制の整備・充実	3 (28.0%)	1 (42.2%)	1 (32.0%)
介護予防の充実、介護サービスの充実	4 (27.0%)	3 (30.2%)	2 (29.1%)
子育て支援の充実	5 (23.2%)	4 (27.9%)	4 (26.2%)
利用しやすい行政サービスの提供	6 (22.0%)	5 (25.8%)	3 (27.4%)
中心市街地の再生	7 (18.7%)	15 (17.5%)	14 (14.2%)
商店街などの商業の活性化	7 (18.7%)	10 (21.0%)	7 (17.9%)
学校教育の充実	9 (17.4%)	9 (22.6%)	9 (16.8%)
幹線道路や生活道路の整備	10 (17.4%)	18 (14.8%)	15 (14.2%)
防犯体制の推進	11 (15.9%)	11 (20.4%)	10 (15.5%)
農業の再生・振興	12 (15.7%)	8 (23.0%)	11 (15.0%)
消防・救急・救助体制の充実	13 (14.8%)	12 (19.8%)	17 (13.1%)
地域ぐるみでの子どもの健全育成	14 (13.6%)	14 (18.1%)	16 (13.9%)
きれいな景色や歴史的なまち並みの保全	15 (12.8%)	21 (11.8%)	22 (9.3%)
高齢者の生きがいがづくり	16 (12.6%)	16 (16.3%)	13 (14.4%)
ごみの減量・再資源化の促進	17 (12.4%)	7 (25.1%)	8 (17.3%)
低所得者世帯に対する保護	18 (11.6%)	19 (13.8%)	20 (10.8%)
不法投棄や公害の防止	19 (11.4%)	17 (15.2%)	18 (12.2%)
自然環境と生態系の保全	20 (10.0%)	13 (19.0%)	12 (15.0%)
開かれた市政、市民参画の推進	21 (8.3%)	25 (8.0%)	24 (8.2%)
防災対策の推進	22 (8.2%)	24 (10.0%)	19 (7.7%)
障害者福祉の充実	23 (8.1%)	22 (11.1%)	23 (9.3%)
民間活力の活用、行政改革の推進	24 (8.0%)	23 (10.0%)	25 (11.7%)
緑化の推進、河川等の水辺環境の整備	25 (6.4%)	20 (13.4%)	21 (9.8%)
地域での支え合いの環境づくり	26 (6.3%)	29 (7.4%)	26 (7.4%)
山あいの地域の活性化	27 (6.3%)	26 (8.0%)	27 (7.3%)
生涯スポーツや競技スポーツの振興	28 (6.0%)	28 (7.6%)	30 (5.0%)
工業の活性化	29 (5.9%)	31 (7.0%)	33 (4.8%)
学術文化活動への支援、文化遺産の継承	30 (5.4%)	35 (6.2%)	37 (4.0%)
豊かな森林づくり	31 (5.1%)	36 (5.4%)	29 (6.4%)
交通安全の推進	32 (5.0%)	27 (7.6%)	32 (5.5%)
健康づくりの推進	33 (4.8%)	30 (7.1%)	28 (6.8%)
生涯学習の推進	34 (4.7%)	33 (6.5%)	35 (4.4%)
上下水道の整備	35 (3.9%)	34 (6.4%)	31 (5.2%)
多様な観光交流の推進	36 (3.3%)	37 (4.0%)	38 (2.9%)
ユニバーサルデザインのまちづくり	37 (3.1%)	39 (3.2%)	39 (2.6%)
地域のコミュニティの活動支援	37 (3.1%)	38 (3.5%)	36 (4.3%)
環境教育や環境学習の推進	39 (2.5%)	32 (6.6%)	34 (4.4%)
地域の情報化推進	40 (2.0%)	44 (2.0%)	40 (2.1%)
国際交流や多文化共生の推進	41 (1.9%)	41 (2.6%)	43 (1.8%)
県内外の他市との連携の推進	42 (1.8%)	40 (2.8%)	42 (1.8%)
地方分権、広域行政の推進	43 (1.4%)	43 (2.1%)	41 (1.9%)
男女共同参画社会の実現	44 (0.9%)	42 (2.3%)	44 (1.0%)
人権同和教育の推進	45 (0.5%)	45 (0.8%)	45 (0.4%)

3. アンケート用紙

平成21年11月16日

各位

「まちづくりアンケート」ご協力のお願い

拝啓 時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

日ごろより、市政にご協力をいただきまして、誠にありがとうございます。

このアンケートは市民の皆さまのご意見やご要望をお聴きし、長野市のまちづくりに反映させることを目的に、昭和57年度から毎年度実施させていただいております。

今年度は、平成21年10月16日現在の長野市の住民基本台帳に登録されている20歳以上の市民の皆さまから、5,000人の方を無作為に抽出させていただき、あなたにアンケートをお願いすることとなりました。

この調査のまとめはコンピュータにより統計的に処理を行いますので、個人の秘密が漏れたり、ご迷惑をおかけすることはありません。つきましては、お忙しいところ誠に恐れ入りますが、本調査の趣旨をご理解いただき、アンケートの記入についてご協力をお願い申し上げます。

なお、調査結果の概要は、平成22年3月発行の「広報ながの」に掲載する予定です。

敬具

長野市長 鷺澤 正一

ご記入の方法等について

- ☆ この「まちづくりアンケート」は、あなた自身の率直な考えをお書きください。
- ☆ 回答は、あなた自身の考えに近いものをお選びください。
- ☆ 「その他」に当てはまる場合は、()内に具体的に記入してください。
- ☆ **ご記入いただきましたアンケートは、同封の返信用封筒に入れ、切手を貼らずに平成21年11月30日(月)までにご返送ください。**
- ☆ このアンケートについてのお問い合わせは、
長野市企画政策部広報広聴課広聴担当
電話：026-224-5004(直通)までお願いいたします。

まちづくりアンケート

以下 選択肢の該当する番号に○をしてください。

最初にあなた自身についてお聞きします

問A あなたがお住まいの地区は。

- | | | | | | |
|--------|--------|-------|-------|--------|--------|
| 1 第一 | 2 第二 | 3 第三 | 4 第四 | 5 第五 | 6 芹田 |
| 7 古牧 | 8 三輪 | 9 吉田 | 10 古里 | 11 柳原 | 12 浅川 |
| 13 大豆島 | 14 朝陽 | 15 若槻 | 16 長沼 | 17 安茂里 | 18 小田切 |
| 19 芋井 | 20 篠ノ井 | 21 松代 | 22 若穂 | 23 川中島 | 24 更北 |
| 25 七二会 | 26 信更 | 27 豊野 | 28 戸隠 | 29 鬼無里 | 30 大岡 |

※地区名がわからない場合は、町名を記入してください。(_____)

問B あなたの性別は。

- 1 男性 2 女性

問C あなたの年代は。

- | | | |
|--------|--------|---------|
| 1 20歳代 | 2 30歳代 | 3 40歳代 |
| 4 50歳代 | 5 60歳代 | 6 70歳以上 |

問D あなたの職業は。

《自営業主および家族従業員》

- 1 農業・林業・漁業 2 工業 3 商業・自由業

《会社員・公務員》

- 4 事務系 5 公務員・教員 6 技術系

《その他》

- 7 主婦 8 パート・アルバイト 9 無職（学生含む） 10 その他

問E あなたは長野市にお住まいになって何年になりますか。

- | | |
|--------------|-------------|
| 1 5年未満 | 2 5年以上10年未満 |
| 3 10年以上20年未満 | 4 20年以上 |

消費行動と商店街について

問1 あなたのご家庭では、日常のお買い物をするとき、主にどのようなお店を利用されていますか。

①から③の品目ごとにそれぞれ2つ以内で選び、○をしてください。

①食料品

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1 百貨店（デパート） | 2 スーパーマーケット |
| 3 ホームセンター・ドラッグストア | 4 コンビニエンスストア |
| 5 最寄りの商店街の店 | 6 通信販売（インターネット販売を含む） |
| 7 その他（ _____ ） | |

②身の回りの生活雑貨

- | | |
|-------------------|----------------------|
| 1 百貨店（デパート） | 2 スーパーマーケット |
| 3 ホームセンター・ドラッグストア | 4 コンビニエンスストア |
| 5 最寄りの商店街の店 | 6 通信販売（インターネット販売を含む） |
| 7 その他（ _____ ） | |

問3 あなたのご家庭が最寄りの商店街で日常的にお買い物をする機会を増やすために、あなたは商店街に何を望みますか。次の中から3つ選んで○をしてください。

- 1 豊富な品ぞろえ
- 2 衣食住にわたり、さまざまな店舗があること
- 3 安値での商品提供
- 4 新鮮・安心安全な商品提供
- 5 こだわりの品等、魅力ある商品の提供
- 6 レシピの提供等、商品情報の提供
- 7 駐車場の確保
- 8 営業時間の延長
- 9 宅配サービス・ポイントサービスの実施
- 10 接客サービスの向上
- 11 お祭りやイベントの開催
- 12 その他 ()

問4 あなたのご家庭の最寄りの商店街は、地域の中でどのような役割を果たしていると思いますか。次の中から当てはまるものすべてに○をしてください。

- 1 日常の買い物ができ、生活の利便性に貢献している
- 2 街路灯を設置するなど、地域の防犯などに貢献している
- 3 花の植栽や道路清掃など、まちの雰囲気づくりに貢献している
- 4 お祭りやイベントの主な担い手となっている
- 5 住民同士の会話の場所や、地域社会のよりどころとなっている
- 6 その他 ()

地域福祉について

問5 あなたは、近所の人たちとどの程度の付き合いをしていますか。次の中から最も当てはまるものを1つだけ選んで○をしてください。

- 1 何か困ったときに助け合う親しい人がいる
- 2 お互いに訪問し合う程度の人ならいる
- 3 立ち話をする程度の人ならいる
- 4 あいさつをする程度の人しかいない
- 5 ほとんど付き合いはない
- 6 その他 ()

問6 もしあなたの近所に、ひとり暮らしの高齢者や、寝たきりの高齢者がいる家族がお住まいの場合、あなたはどのように考えますか。次の中からあなたの考えに最も近いものを1つだけ選んで○をしてください。

- 1 お互い近所に住む者として、できる範囲で援助したい
- 2 援助したいが、どうしたらよいかわからない
- 3 援助したい気持ちはあるが、自分の生活がやっとなので、余裕のある人が援助すればよい
- 4 一方的に援助するだけでは、相手も気兼ねするので、援助することに対して何らかの対価があれば、援助したい
- 5 個人の生活は基本的に家族や親族が中心に支えあうものであり、他人が関わるべきではない
- 6 高齢者への援助は行政の仕事だから、特に援助する必要はない
- 7 わからない
- 8 その他 ()

問7 現在、あなたを含め、ご家族の中に、福祉サービス（保育所や介護などのための福祉施設への通所や入所、また、ヘルパーが自宅を訪問して提供するサービスなど）を利用している人がいますか。次の中から1つだけ○をしてください。

- 1 福祉サービスを利用している家族がいる
- 2 今は福祉サービスを利用していないが、利用を検討している家族がいる
- 3 家族の中で誰も福祉サービスを必要としていない
- 4 その他（ ）

問8 もしあなたが将来寝たきりになったら、主に誰に世話をしてもらうことになりそうですか。次の中から「①理想的な選択」と「②現実的な選択」を1つずつ選び、回答欄にそれぞれ番号をお書きください。

- | | | |
|------------------------|------------------------|-------------|
| 1 配偶者（夫・妻） | 2 息子 | 3 娘 |
| 4 息子の配偶者 | 5 娘の配偶者 | 6 1から5以外の親族 |
| 7 知人・友人 | 8 ボランティアなど介護を職業としていない人 | |
| 9 ホームヘルパーなど居宅介護を職業とする人 | | |
| 10 老人ホームなどの施設の介護職員 | | |
| 11 いない | 12 わからない | 13 その他（ ） |

項目	回答欄
①理想的な選択	
②現実的な選択	

問9 あなたは、福祉に関するボランティア活動に参加したいと思いますか。次の中から、あなたの考えに最も近いものを1つだけ選んで○をしてください。

- | | |
|----------------|---------------|
| 1 ぜひ参加したい | 2 友達と一緒に参加したい |
| 3 時間ができたら参加したい | 4 有償なら参加したい |
| 5 参加できない | 6 参加したくない |
| 7 わからない | 8 その他（ ） |

消費生活相談について

問10 あなたは、平成20年12月から平成21年11月までの1年間で、購入した商品や利用したサービスでトラブルに遭ったり、被害を受けたことがありますか。次の中から1つだけ○をしてください。

- 1 ある
- 2 ない →（問11と問12はお答えいただかなくて結構です）

問11 問10で「1 ある」に○をした方にお伺いします。あなたはその時にどのように対応しましたか。次の中から1つだけ○をしてください。

- 1 相談して解決した
- 2 相談したが、解決しなかった
- 3 誰にも相談せずに、自分で解決した →（問12はお答えいただかなくて結構です）
- 4 解決は無理と思い、誰にも相談することなくあきらめた
→（問12はお答えいただかなくて結構です）

問12 問11で「1 相談して解決した」または「2 相談したが、解決しなかった」に○をした方にお伺いします。誰（どこ）に相談しましたか。当てはまるものすべてに○をしてください。

- | | |
|------------------|--------------------|
| 1 家族、知人など | 2 県や市の消費生活センター |
| 3 メーカーなどのお客様相談窓口 | 4 弁護士、司法書士など法律の専門家 |
| 5 その他（ ） | |

問18 お住まいの地区では、ホテルを見かけることがありますか。次の中から1つだけ○をしてください。

- 1 昨年見かけた 2 昨年は見かけていないが、過去2～3年のうちに見かけた
3 ほとんど見かけない 4 見かけない

問19 あなたは、「広報ながの」や「長野市ホームページ」などを通じ、必要な市政情報を手軽に入手できていると感じますか。次の中から1つだけ○をしてください。

- 1 そう感じる 2 ややそう感じる
3 あまりそう感じない 4 そう感じない 5 わからない

市政全般について

問20 あなたの日常生活を思い出していただき、No.1からNo.43のそれぞれの質問項目について、最も当てはまると思われる番号1つに○をつけてください。実感や印象、経験でお答えください。

No.	質問項目	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない
例	□□□□□や△△△△な環境が整っている	1	2	3	4	5

《都市整備について》

1	魅力と賑わいがある中心市街地が整備されている	1	2	3	4	5
2	公共施設や歩道は、すべての人にやさしく暮らしやすいつくりとなっている	1	2	3	4	5
3	歴史的まち並みや自然環境に調和した景観が整備されている	1	2	3	4	5
4	利用しやすい公共交通機関が整備されている	1	2	3	4	5
5	日常生活において、使いやすい道路が整備されている	1	2	3	4	5
6	高速インターネットなど、情報通信サービスを利用できる環境が整っている	1	2	3	4	5

《産業、経済について》

7	自然や歴史資源を活用した魅力ある観光都市づくりが行われている	1	2	3	4	5
8	競争力があり価値が高い農産物が生産されている	1	2	3	4	5
9	山あいの地域で、農業や自然を活用した地域づくりが行われている	1	2	3	4	5
10	森林や山林資源の整備と有効活用が行われている	1	2	3	4	5
11	工業や製造業に活気がある	1	2	3	4	5
12	個性的で魅力的なお店が増えている	1	2	3	4	5
13	若者や女性、中・高齢者が仕事につきやすい環境がある	1	2	3	4	5

《教育、文化について》

14	子どもたちが、いきいきと学ぶ環境が整っている	1	2	3	4	5
15	地域ぐるみで子どもを育てていく環境がある	1	2	3	4	5
16	文化・教育・趣味の講座など、学びたいことを学べる環境が整っている	1	2	3	4	5
17	歴史・文化の保存や継承が、適切に行われている	1	2	3	4	5
18	子どもから高齢者まで、誰もが気軽にスポーツに取り組める環境が整っている	1	2	3	4	5
19	外国の人や文化との交流が行われている	1	2	3	4	5

〈問20の続き〉

No.	質問項目	そう思う	ややそう思う	あまりそう思わない	そう思わない	わからない
-----	------	------	--------	-----------	--------	-------

《防災・安全について》

20	地震や水害などに対する地域での防災体制が整っている	1	2	3	4	5
21	消防や救急救命活動が、迅速かつ適切に行われている	1	2	3	4	5
22	消費者トラブルや交通事故・犯罪の起こりにくい地域がつけられている	1	2	3	4	5

《環境について》

23	地域・企業・行政が一体となった地域全体の環境保全が行われている	1	2	3	4	5
24	豊かな自然と触れ合える場所が豊富にある	1	2	3	4	5
25	資源のリサイクルやごみの減量化に対する取り組みが盛んである	1	2	3	4	5
26	騒音や悪臭がなく快適に暮らせる地域が保たれている	1	2	3	4	5
27	生活廃水や汚水の処理が、適切に行われている	1	2	3	4	5
28	やすらぎや潤いを感じられる公園や河川が整備されている	1	2	3	4	5

《保健・福祉について》

29	安心して子どもを産み育てることができる環境が整っている	1	2	3	4	5
30	高齢者向けの福祉・介護サービスが地域で受けられる環境が整っている	1	2	3	4	5
31	高齢者が地域社会でいきいきと活躍できる環境がある	1	2	3	4	5
32	障害者が暮らしやすく社会参加しやすい環境が整っている	1	2	3	4	5
33	地域や隣近所で互いに支え合い助け合う関係が築かれている	1	2	3	4	5
34	健康相談や市民健診など健康づくりを支援する環境が整っている	1	2	3	4	5
35	専門医療や救急医療を受けられる体制が整っている	1	2	3	4	5
36	生まれや育ちにより差別されない平等な地域社会が築かれている	1	2	3	4	5
37	男女が尊重しあい、等しく参加・活躍できる地域社会が築かれている	1	2	3	4	5

《行政経営について》

38	市民の意見を取り入れて、市民と行政が協力したまちづくりが行われている	1	2	3	4	5
39	地域で自治会や住民グループが積極的に活動している	1	2	3	4	5
40	地方の拠点都市または県都「長野市」として周辺地域をリードしている	1	2	3	4	5
41	他の都市との間で観光や文化など、市域や県域を越えた交流や協力がある	1	2	3	4	5
42	市役所は、行政改革に積極的に取り組んでいる	1	2	3	4	5
43	市役所の職員の対応や取り組みは好感が持てる	1	2	3	4	5

問21 住み良い長野市をつくるため、特に力を入れるべきだと思う施策を下記の45項目の中から5つ選んで、回答欄に番号を記入してください。

分野	番号	項目	分野	番号	項目
都市整備	1	中心市街地の再生	環境	24	環境教育や環境学習の推進
	2	ユニバーサルデザインのまちづくり		25	自然環境と生態系の保全
	3	きれいな景色や歴史的なまち並みの保全		26	ごみの減量・再資源化の促進
	4	バスや鉄道などの移動手段の確保		27	不法投棄や公害の防止
	5	幹線道路や生活道路の整備		28	上下水道の整備
	6	地域の情報化推進		29	緑化の推進、河川等の水辺環境の整備
産業・経済	7	多様な観光交流の推進	保健・福祉	30	子育て支援の充実
	8	農業の再生・振興		31	介護予防の充実、介護サービスの充実
	9	山あいの地域の活性化		32	高齢者の生きがいづくり
	10	豊かな森林づくり		33	障害者福祉の充実
	11	工業の活性化		34	健康づくりの推進
	12	商店街などの商業の活性化		35	地域での支え合いの環境づくり
	13	安定した雇用の確保		36	低所得者世帯に対する保護
教育・文化	14	学校教育の充実	行政経営	37	医療体制の整備・充実
	15	地域ぐるみでの子どもの健全育成		38	人権同和教育の推進
	16	生涯学習の推進		39	男女共同参画社会の実現
	17	芸術文化活動への支援、文化遺産の継承		40	開かれた市政、市民参画の推進
	18	生涯スポーツや競技スポーツの振興		41	地域のコミュニティの活動支援
	19	国際交流や多文化共生の推進		42	地方分権、広域行政の推進
防災・安全	20	防災対策の推進	43	県内外の他市との連携の推進	
	21	消防・救急・救助体制の充実	44	民間活力の活用、行政改革の推進	
	22	交通安全の推進	45	利用しやすい行政サービスの提供	
	23	防犯体制の推進			

回答欄

--	--	--	--	--

アンケートは以上です。

お忙しいところ、ご協力、誠にありがとうございました。

恐れ入りますが、**11月30日**（月）までに、同封の返信用封筒にてご返送ください。

平成22年3月発行

発行：長野市

編集：長野市企画政策部 広報広聴課

長野市大字鶴賀緑町1613番地 電話 026 (224) 5004 (直通)

E-mail : kouhou-kouchou@city.nagano.jp

<http://www.city.nagano.nagano.jp>

集計・印刷 株式会社 内田測量
