
2025年 高砂市

お買い物等に関するアンケート調査（消費者調査）・
商業・サービス事業者アンケート調査（事業者調査）
報告書

高砂商工会議所

目次

アンケート調査概要

用語解説

調査結果の概要

| | |
|--|-----|
| I 単純集計 及び クロス集計結果..... | 1 |
| 消費者調査 質問票調査結果 | 2 |
| A1 消費者調査 単純集計編..... | 3 |
| (A1-1) 回答者属性について | 4 |
| (A1-2) 地域での社会生活状況（社会関係資本関連指標）について..... | 11 |
| (A1-3) 生鮮食料品や日用品等の日常的な商品の購入状況について..... | 14 |
| (A1-4) 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などの（買い回り品）の 購入状況について | 26 |
| (A1-5) インターネットショッピング等通信販売・食事宅配サービスの利用状況につい て..... | 31 |
| (A1-6) 高砂市内店舗の利用状況と個人商店（商店街）の利用状況とその評価について | 37 |
| A2 消費者調査 分割表分析編..... | 45 |
| (A2-1) 属性に関する分析 | 46 |
| 地区別に関する分析 | 46 |
| 職業別に関する分析 | 49 |
| 通勤先自治体に関する分析..... | 51 |
| 交通手段別の分析 | 54 |
| 住宅種別の分析 | 56 |
| (A2-2) 回答者の社会関係資本の関連指標に関する分析 | 58 |
| 社会関係資本の関連指標の相互間関係に関する分析 | 58 |
| 性別に関する分析 | 63 |
| 年齢別に関する分析 | 69 |
| 地区別に関する分析 | 76 |
| 職業別に関する分析 | 82 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の購入先に関する分析..... | 89 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の購入店舗種類別に関する分析..... | 94 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の購入時間帯別に関する分析..... | 100 |
| (A2-3) 生鮮食料品や日用品を購入するのが困難な場合に、支援が受けられるかどうか に関する回答者の属性に関する分析 | 106 |

| | |
|--|-----|
| 年齢別に関する分析 | 107 |
| 地区別に関する分析 | 110 |
| 住居種別に関する分析 | 114 |
| 社会関係資本の蓄積の関連指標別に関する分析 | 117 |
| (A2-4) 生鮮食料品や日用品の購入先自治体別に関する回答者の属性項目に関する分析 | 129 |
| 年齢別に関する分析 | 129 |
| 地区別に関する分析 | 131 |
| 居住年数別に関する分析..... | 135 |
| 通勤・通学先別に関する分析..... | 136 |
| 主に利用している駅別に関する分析 | 137 |
| 生鮮食料品や日用品の購入先商業施設に関する分析 | 139 |
| 週当たりの購入回数別に関する分析 | 141 |
| 日常的な交通手段別に関する分析 | 143 |
| 一回当たりの購入金額別に関する分析 | 147 |
| (A2-5) 生鮮食料品や日用品の購入先商業施設の種別と回答者の属性項目に関する分析 | 149 |
| 主に利用している駅別に関する分析 | 149 |
| 週当たりの購入回数別に関する分析 | 150 |
| (A2-6) 生鮮食料品や日用品の週当たり購入回数と回答者の属性項目に関する分析.. | 151 |
| 日常的な交通手段別の分析..... | 151 |
| 購入時間帯別に関する分析..... | 152 |
| 支払い手段別に関する分析..... | 153 |
| 1回あたりの支払金額別に関する分析..... | 155 |
| 参考 日常的な交通手段と生鮮食料品や日用品の購入時の交通手段の分析..... | 157 |
| (A2-7) 生鮮食料品や日用品の購入を行う時間帯と回答者の属性項目に関する分析.. | 159 |
| 職業別に関する分析 | 159 |
| (A2-8) 生鮮食料品や日用品の購入の際の支払い手段と回答者の属性項目に関する分析 | 161 |
| 年齢別に関する分析 | 161 |
| 回答者の職業に関する分析..... | 163 |
| 支払い手段の選択理由に関する分析 | 165 |
| 1回あたりの支払金額別の分析 | 167 |
| (A2-9) 生鮮食料品や日用品の購入時に重視する項目と回答者の属性項目に関する分析 | |

| | |
|---|-----|
| | 169 |
| 価格に関する分析 | 169 |
| 自宅からの近接性に関する分析 | 171 |
| 駅やバス停からの近接性に関する分析 | 173 |
| 駐車・駐輪のしやすさに関する分析 | 176 |
| 品揃えの重要性に関する分析 | 181 |
| 品質に関する分析 | 183 |
| (A2-10) 重量物や大容積の生鮮食料品や日用品を購入する際の困難な経験の程度に関する回答者の属性に関する分析 | 186 |
| 年齢別に関する分析 | 186 |
| 地区別に関する分析 | 188 |
| 日常的な交通手段別及び生鮮食料品や日用品時の交通手段に関する分析 | 190 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の自治体別に関する分析 | 192 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の購入先商業施設の種別に関する分析 | 193 |
| (A2-11) 徒歩圏内での移動販売車による販売が地域の人々の生活の質にどのように影響するかの回答状況と回答者の属性に関する分割表分析 | 195 |
| 年齢別に関する分析 | 195 |
| 地区別に関する分析 | 196 |
| 社会関係資本の蓄積に関する回答項目別に関する分析 | 198 |
| (A2-12) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入活動と回答者の属性項目に関する分析 | 204 |
| 地区別に関する分析 | 204 |
| 通勤・通学先の自治体に関する分析 | 208 |
| 日常的な交通手段に関する分析 | 210 |
| 買回り品の1回あたりの支払い金額に関する分析 | 211 |
| 高砂市内の商業環境の満足度と購入先自治体に関する分析 | 213 |
| 購入先自治体と買回り品の購入先商業施設別に関する分析 | 217 |
| (A2-13) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際の支払い手段に関する分析 | 219 |
| (A2-14) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際に重視する項目と買回り品の購入先自治体に関する分析 | 221 |
| 価格に関する分析 | 221 |
| 自宅からの近接性に関する分析 | 223 |
| 駅やバス停への近接性に関する分析 | 225 |
| 品揃え及び品質に関する分析 | 227 |

| | |
|--|-----|
| 駐車・駐輪のしやすさおよび接客態度 | 229 |
| (A2-15) インターネットショッピング等の通信販売についての分析 | 231 |
| インターネットショッピング等の通信販売の利用の有無と回答者の年齢層に関する分析 | 231 |
| インターネットショッピング等の通信販売の利用の有無と回答者の職業に関する分析 | 233 |
| インターネットショッピングなど通信販売の利用の有無と回答者の生鮮食料品や日用品および買回り品を購入する際の自治体に関する分析 | 235 |
| インターネットショッピングなど通信販売の利用の有無と買回り品を購入する際に重視する項目に関する分析..... | 237 |
| (A2-16) 食材宅配・食事宅配に関する分析 | 242 |
| 地区別に関する分析 | 242 |
| 年齢別に関する分析 | 244 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際の困難な経験の程度に関する分析 | 246 |
| 生鮮食料品や日用品を購入する際に重視する要素に関する分析 | 248 |
| (A2-17) フリマアプリの利用状況に関する分析..... | 250 |
| 買回り品の購入自治体及び購入先商業施設に関する分析..... | 250 |
| フリマアプリの利用形態に関する分析 | 254 |
| (A2-18) 地元商店の利用状況に関する分析 | 259 |
| 地区別に関する分析 | 259 |
| 年齢別に関する分析 | 261 |
| 高砂市の商業環境の満足度に関する分析..... | 262 |
| 回答者についての社会関係資本の関連指標に関する分析..... | 264 |
| 地元の商店を利用していない理由と生鮮食料品や日用品購入先自治体の分析..... | 269 |
| (A2-19) 高砂市の商業環境に関する満足度に関する分析 | 275 |
| 地区に関する分析 | 275 |
| 年齢別に関する分析 | 277 |
| 社会関係資本に関する分析..... | 278 |
| 生鮮食料品や日用品の購入先自治体に関する分析 | 280 |
| 生鮮食料品や日用品の1回あたりの支払額に関する分析 | 284 |
| 買回り品の購入先自治体に関する分析 | 286 |
| 買い回り品の1回あたりの支払額に関する分析..... | 288 |
| 主に地元の商店を利用する人の理由別の満足度に関する分析..... | 291 |
| 主に地元の商店を利用していない回答者の利用しない理由別の満足度に関する分析 | |

| | |
|---|------------|
| | 298 |
| これから市内の商店が一層利用されるための取り組み内容と満足度に関する分析 | 310 |
| 高齢化社会に向けて地元のお店に求められることと満足度の分析 | 314 |
| B 商業・サービス事業者 調査 質問票調査結果 | 319 |
| B1 商業・サービス業調査 単純集計編 | 320 |
| (B1-1) 事業者属性 (DX・キャッシュレス対応を含む) について | 321 |
| (B1-2) 顧客について | 336 |
| (B1-3) COVID-19 のパンデミック以前との比較について | 337 |
| (B1-4) 住民との人間関係を通じた社会関係資本の関連指標との関連について | 342 |
| (B1-5) 経営上の課題及び将来像について | 344 |
| B2 商業者・サービス業事業者 分割表分析編 | 356 |
| (B2-1) 高砂市の商業・サービス事業者調査の回答事業者の特性に関する分析 | 357 |
| 地区別に関する分析 | 357 |
| (B2-2) 高砂市の商業・サービス事業者調査の DX 関連の諸特性に関する分析 | 374 |
| DX の理解度に関する分析 | 374 |
| DX の取り組み状況や今後の意向についての分析 | 381 |
| DX についての理解と現在利用中の ICT 技術の利用状況に関する分析 | 390 |
| DX の取り組み状況と現在利用中の ICT 技術の利用状況に関する分析 | 397 |
| DX の理解の程度・取り組み状況と後継者の有無に関する分析 | 403 |
| (B2-3) 高砂市内の事業者における COVID-19 のパンデミック前後の売上げの変化に関する分析 | 407 |
| 売上げに関する分析 | 407 |
| 分析における組み合わせの限定に関する留意事項 | 414 |
| 来店者に関する分析 | 414 |
| キャッシュレス対応と売上げ、客単価、来店者数の変化に関する分析 | 419 |
| 固定客比率と売上げ、来店者数に関する分析 | 423 |
| 固定客の年齢層と売上げ、来店者数に関する分析 | 426 |
| (B2-4) 客単価の変化、来店者数に変化を与える要因の分析 | 429 |
| 客単価に影響を与える要因の分析 | 429 |
| 来店者の変化の要因に関する分析 | 433 |
| (B2-5) 事業者の社会関係資本の関連指標と売上げの変化などに関する分析 | 437 |
| 協業経験の有無に関する比較分析 | 444 |
| 協業経験を有する事業者について | 447 |
| II 消費者調査と 商業・サービス事業者調査 結果の比較編 | 456 |

| | |
|--|-----|
| C1 決済手段について | 457 |
| 現金について | 457 |
| クレジットカードについて | 458 |
| デビットカードについて | 459 |
| 交通系 IC カードについて | 460 |
| 流通系 IC カードについて | 461 |
| クレジット型 IC 決済について | 462 |
| QR コード決済について | 463 |
| C2 商業環境と商業施設の付帯施設などについて | 464 |
| 駐車場に関する課題認識と将来の取り組みについて | 464 |
| 商業集積に関する課題認識 | 466 |
| チェーン店との協力関係について | 467 |
| 核となる店舗の不在について | 468 |
| 新規立地（場所の分かりにくさ）について | 469 |
| 大型店でのテナントとしての出店と商業集積について | 470 |
| ポップアップストアなどでの短期出店とお店の場所のわかりやすさについて | 471 |
| C3 店舗運営などのソフトウェア的側面について | 472 |
| 宅配サービスの充実（経営方針） | 472 |
| 営業時間、営業日の拡大について | 473 |
| 商店（街）のイベント・祭り、売出しなどの実施など賑わい創出について | 474 |
| 地域情報の発信について | 475 |
| 高齢者サービスについて | 476 |
| 子育て支援サービスについて | 478 |
| 共同宣伝の実施について | 479 |
| 商店街サイトの構築について | 480 |
| C4 今後の高砂市の商業活性化対策について | 481 |
| 個店の魅力向上（活性化策） | 481 |
| 商店街組合活動の一層の活性化について | 483 |
| 万灯祭やブラスバンド演奏など地域文化資源を生かした商業関連イベントの充実につ いて | 484 |
| C5 行政の支援について | 485 |
| まちづくり支援 | 485 |
| 商店街環境整備について | 486 |
| 若手育成支援について | 487 |

| | |
|-------------------------------------|-----|
| 事業承継支援について | 488 |
| 空き店舗対策について | 489 |
| 新規出店支援について | 490 |
| イベント支援について | 491 |
| 知名度向上について | 492 |
| 市の魅力情報発信について | 493 |
| C6 市民から事業者が期待されている役割について | 494 |
| 高齢者に優しい街について | 494 |
| こどもに優しい街について | 496 |
| 地域の交流の促進について | 497 |
| 地域情報の発信基地について | 498 |
| 地域の賑わい創出について | 499 |
| 安心安全な地域づくりについて | 500 |
| III 令和元年調査との 時系列比較 | 501 |
| D 令和元年調査との結果の比較 消費者調査編 | 502 |
| D1 消費者回答者の属性別の比較について | 503 |
| D2 生鮮食料品や日用品の購入について | 508 |
| D3 買回り品の購入について | 516 |
| D4 地元商店の現状の利用について | 525 |
| D5 今後商店街が求められることについて | 529 |
| D6 高砂市内の商業施設への満足度 | 533 |
| E 令和元年調査との結果の比較 商業者・サービス業事業者編 | 534 |
| E1 商業者・サービス業事業者の回答者属性の比較について | 535 |
| E2 固定客、売り上げ動向、客単価の変化などについて | 546 |
| E3 現状の課題と今後に向けての方策などについて | 552 |
| IV 今後に向けての提言 | 567 |
| V 調査票 | 575 |
| 消費者調査 調査票 | 576 |
| 商業・サービス業事業者調査 調査票 | 589 |

アンケート調査概要

1 調査対象

| | | |
|------------|--------|------------|
| 消費者調査 | 高砂市居住者 | 3,000人（世帯） |
| 商業・サービス業調査 | 高砂市内 | 200事業者 |

2 調査項目

消費者調査

- (i) 回答者属性について
- (ii) 地域での社会生活状況（社会関係資本関連）について
- (iii) 生鮮食料品や日用品等の日常的な商品の購入状況について
- (iv) 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などの低頻度高額の商品（買い回り品）の購入状況について
- (v) インターネットショッピング・食事宅配サービスの利用状況について
- (vi) 市内店舗の利用状況と個人商店（商店街）の利用状況とその評価について

商業・サービス事業者調査について

- (i) 事業者概要（DX・キャッシュレス対応を含む）について
- (ii) 顧客の特性について
- (iii) COVID-19 パンデミック以前との比較について
- (iv) 課題への対応と社会関係資本関連について
- (v) 経営上の課題及び将来像について

3 調査方法

消費者調査

住民基本台帳を利用した無作為抽出
郵送配付、郵送回収・WEB 回収併用

商業・サービス業調査

商工会議所による機縁法による有意抽出
訪問留め置き調査 郵送回収・WEB 回収併用

4 調査期間

2025年8月1日～9月30日

5 回収状況

消費者調査

発送数 3,000 調査票

回収数 1,562 票

郵送回収数 1,303 票 郵送回収率 43.4%

WEB 回収数 259 票 Web 回収率 8.6%

総回収率 52.1%

商業・サービス業調査

発送数 200 調査票

回収数 120 票

郵送回収数 65 票 郵送回収率 32.5%

WEB 回収数 55 票 Web 回収率 27.5%

総回収率 60.0%

6 調査実施機関

高砂商工会議所

7 調査設計・分析担当機関

兵庫県立大学社会情報科学部 川向研究室

8 留意事項

- (1) 図表中の構成比は、小数点第2位以下を四捨五入している。
- (2) 図表中の「n」(Number of cases の略)は、設問に対する回答者の総数を示しており、回答者の構成比(%)を算出する際の基数である。
- (3) 複数回答の設問は、回答が2つ以上回答する事例があるため、合計は100%を超えることもある。
- (4) 無回答を含め集計している。
- (5) 回答者の地区については郵便番号により取得し、8地区単位で再集計している。

用語解説

社会関係資本

ソーシャル・キャピタルともいう。地域での社会及び経済活動を活性化、円滑化させることができる、人間関係によって生じる目に見えない無形の資本の総称。結合型（例：祭りの氏子や、寺院の門徒などの組織によくみられるタイプの社会関係資本）と橋渡し型（例：商工会議所や異業種交流団体によく見られるタイプ）など様々な種類があるとされる。

DX

Digital Transformation の略語。近年急速に普及したデジタル技術を利用し、組織の構造自体を大胆に変容させ、組織の環境、ビジネスモデル、業務遂行にまつわる諸行動原理などの構造を根本的に転換し、より質的に高い製品やサービスの提供を実施可能にするよう組織と組織文化を変容させること

ナッジ

ナッジ (nudge) とは、英語で「軽くつつく、行動をそっと後押しする」という意味の英単語に由来し、行政やビジネスシーンにおいては「経済的なインセンティブや行動の強制をせず、行動変容を促す戦略、手法」の一つ。

人口ボーナス・人口オーナス

人口ボーナスとは、15歳未満の人口及び高齢者人口に比べ、15歳から64歳までの労働力人口が多い状態。人口ボーナスが発生している場合、若者人口を中心とした労働力人口が増加することに伴い、労働供給および消費の増加に伴う経済成長が促進される。

人口オーナスとは、15歳未満の人口及び高齢者人口に比べ、15歳から64歳までの労働力人口が少ない状態。人口オーナスが発生している場合、若者人口などを中心とした労働力人口が減少することに伴い、労働供給および消費の減少に伴う経済成長が抑制される。

調査結果の概要

A 消費者調査

A1 消費者調査の単純集計結果の要約

(A1-1) 回答者の属性について

回答者は、居住地区別では、ほぼ属性別人口に比例した回答者比率となっている。消費者調査ということもあり、やや女性に偏っている。また、調査票調査を併用したこともあり、回答者がやや高齢者に偏るという傾向はみられた。高砂市内での持ち家の居住者比率は大きく、長期居住者が多数含まれている。

(A1-2) 回答者の社会関係資本の関連指標について

高砂市内での持ち家の居住者比率は大きいこと、さらに高砂市内では神社を舞台とする祭事が極めて盛んにおこなわれていることなどもあり、地区間で差はあるものの高砂市内での住民間や事業者間に豊かな社会関係資本が形成されている。それは、住民間、事業者間、住民と事業者間など、多面的な相互扶助がなされていることを示唆する結果が得られている。また、この社会関係資本の蓄積の豊かさが高砂市内での生鮮食料品や日用品の購入や、高砂市内の商店などの利用につながっている可能性が高い。

(A1-3) 回答者の生鮮食料品や日用品の購入活動について

生鮮食料品と日用品の購入において高砂市内の商業施設は大きな役割を果たしている。しかし、1回あたりの購入額から検討した場合、高砂市内の商業施設を利用する回答者群においては1回あたりの購入額が比較的少ない回答者比率が大きい。1回あたりの購入額が大きい所謂まとめ買いを行う消費者については、より低価格路線での販売をしている加古川市内や姫路市内の事業者での購入している回答者比率が大きい傾向がみられ、自由回答欄でも、これらの低価格路線の特定の販売事業者の新規立地を求める記述も複数確認されている。

購入先としては、高砂市内におけるイオン系列のスーパーマーケットやマルアイの複数店舗、生活時間の多様化傾向もあるためか24時間営業のスーパーマーケット、コープこうべの高砂市内の店舗、ヤマダストアーなどが主に利用されていることが確認されている。

生鮮食料品や日用品の購入の際の交通手段としては高砂市内における戸建ての持ち家率の値が大きいこともあるためか、「自家用車」または「自転車」の利用が一般的であり、「徒歩」や公共交通機関の利用者は限定的であるという結果となっている。

生鮮食料品や日用品などの購入時間帯に関しては、午前9時から正午までの時間帯の回答者比率が大きい。次いで、午後3時から6時の時間帯の回答者比率が大きな値である。このように購入活動時間帯が二極化傾向を示していることが確認された。なお、午後3時から6時の時間帯の回答者比率のほうが、午後6時から9時の時間帯の比率より大きい。

支払方法に関しては、現金での支払いが伝統的な支払い手段として利用されてきたこともあり、依然として一定の役割を果たしているものの、クレジットカードでの支払いや、QRコード系の支払い、流通系事業者が提供しているICカードによる支払いが相当程度普及しており、それらの利用者は、利用によって生じるポイントを一定程度期待して支払い手段を選んでいることが明らかになっている。

その意味で、ポイント経済社会が一定浸透している現在において、何らかのポイント付与が行動変容を促すインセンティブとなっていることを暗示する結果が得られている。

生鮮食料品や日用品の購入にあたっては、店舗選択の理由において、高砂市内の消費者は、「価格の安さ」、「品質のよさ」についてより重視志向が確認され、「品揃えの豊富さ」や「自宅からの近さ」、「接客態度の良さ」などの側面よりは価格や、品質が重視されているという結果となっている。

重量物や容積が比較的大きな商品群の購入の際に、困難性を感じた経験のある消費者は一定数存在しており、これらの消費者がインターネット販売事業者への発注につながっている可能性を示す結果が得られている。また、居住者の近傍での移動販売車のサービスの実施によって、回答者本人も含め地域居住者の生活の質（QOL）の改善の可能性を示唆するものの比率も60%弱と極めて大きな値となっている。

(A1-4) 回答者の買い回り品の購入動向について

比較的高額商品で購入頻度が低い買回り品の購入については、高砂市内での購入者の比率が30%以下となっている一方、加古川市内での購入者の比率が50%弱と比較的大きな値を示している。また、その購入先商業施設としては、多数の事業者間の比較が比較的短時間で可能であるためかショッピングモールと回答する回答者が60%弱であり、高砂市内の大規模なショッピングモールに限られることもあり、加古川市内ないし姫路市内のショッピングモールが利用されていることを暗示する結果となっている。

買回り品の支払方法としては、クレジットカードでの支払いをとする回答者比率が50%弱であるとともに、現金での支払いをすると回答するものが30%強となっており、流通系ICカードやQRコード決済が比較的普及している生鮮食料品や日用品とは対照的な結果となっている。

買回り品の一回当たりの金額も5,000円以上10,000円未満の区間帯という比較的高額の区間に偏っており、このうちのかなりの部分が加古川市や姫路市などの市外に流出していることを暗示する結果となっている。この結果は、高砂市内の事業者にとって大きなビジネス機会の損失につながっている可能性を示唆する結果であるといえよう。

買回り品の購入において重視される要素としては、価格や「品質の良さ」が重視されていると同時に、「品揃えの豊富さ」も重視されている。しかしながら、高砂市内の商業施設

の規模が限られることや、高砂市内に商業施設が分散立地していることもあり、高砂市内の商業施設が選択されにくいという背景を暗示する結果となっている。

(A1-5) インターネット通販など通信販売・食事宅配サービスの利用動向について

インターネットショッピングの利用経験者が70%弱となっており、高砂市内の消費者でも一般化している傾向が確認された。さらに購入頻度も、月1回以上の回答者比率が60%強となっており、高砂市内の事業者にとってもインターネット通販は無視できない存在となっていることが示唆される結果となっている。

(A1-6) 高砂市内店舗の利用状況と個人商店（商店街）の利用状況とその評価について

高砂市内の生鮮食料品及び日用品を購入する店舗としては、イオン、マックスバリュなどのイオン系のチェーン店が34%強、マルアイの各支店が30%弱、その他が30%強とほぼ3分されている。

地元の個人商店を利用しているかについては、全体の20%弱が利用しており、利用する理由として、「自宅からの近さ」、「品質の良さ」、「価格の安さ」、「駐車（輪）場の存在」が指摘されると同時に、「顔なじみである」など人間関係が取引動機となっているという指摘も見られた。なお、地元の個人商店を利用しない理由としては、「品揃えが限られる」、「駐車（輪）場の不足」、「商店が一箇所に集まっていないので不便」などの指摘の回答者比率が相対的に大きい。

(A1-S) 消費者調査の単純集計結果のサマリー

インターネット通販など通信販売における購入品目については、買回り品である衣料品や化粧品、書籍などが上位を占める一方、トイレットペーパー類や飲料などの大容積や重量物の購入にも用いられており、高砂市内の事業者の販売機会を毀損している可能性を暗示する結果となっている。

また、インターネット通販などの通信販売を利用する理由としては、自宅までの宅配があるの回答者比率が大きい。さらに、商品の検索可能性や品揃えの豊富さなど、インターネット通販であるがゆえに可能となった商品間の比較可能性に関連する項目の回答比率についてもかなり大きい比率となっている。

一方で食材宅配や食事の宅配の普及率は全国並みであり、全国の調査結果同様、高砂市においても、それほど利用者が多いという状況ではないことが確認された。また、所謂フリマアプリなどを利用したリユース品などに関する取引を行っているものの比率は20%強であるが、これらを介して活発な取引が行われているというわけではない。

高砂市内の店舗利用において、イオン系のスーパーマーケット及びマルアイの高砂市内

の支店の利用者がそれぞれ約 30%以上であり、高砂市内におけるプレゼンスが大きい。これに比べ主に地元の個人商店を利用すると回答したものの比率は 1%以下であり、消費者調査の間 44 において、地元の商店を利用すると回答したものの比率は 20%弱であることを考えると、高砂市内における個人商店の経営環境の厳しさを暗示する結果となっている。個人商店を利用する理由としては、「自宅からの近さ」と「品質の良さ」であると同時に、顔なじみであるという生活環境に根差した理由での購入も一定数行われている。その一方、個人商店が利用されない理由としては、「品揃えが限られる」、「駐車（輪）場の不足」、「商店が一箇所に集まっていないので不便」など商店街を形成するほど事業者の集積がみられないことを指摘する回答が多数である。

高砂市内の地元の商店が利用されない理由である「駐車（輪）場の不足」、「商業集積としての拠点となる地点に一定の集積がみられないこと」、品揃えの貧弱さという指摘に今後は、対応する必要があるだろう。高砂市内の商店が利用されるためには、駐車（輪）場の充実、多様な商店の数少ない拠点への集積（大型商業施設への出店を含む）、市内の商業施設の品揃えの改善などの点について真摯な検討が必要であろう。なお、サンモール廃業後、大型商業集積が不在となっていることから、大型商業施設の誘致拡充を求める回答者も一定数存在した。

高齢化社会への対応としては、インターネット通信販売が行っているような「配達サービスの充実」や「少量販売・ばら売り」など高齢者が購入活動として希望する内容への追随や、「移動販売」や「買い物バスの運行」などを指摘する回答者が一定数みられた。

全体としての高砂市内の商業環境についての総合的な満足度は、半数以上が満足と回答しており、総体としての満足度はそれほど低くなく、希望を持ってないほどではない。これらの不満点を改善ができれば、高砂市内での消費支出総額を一定程度増加させることを期待させる結果となっている。

A2-S 消費者調査の分割表分析の結果の要約

(A2-1) 消費者の属性に関する分析結果から

消費者分析の結果からは、地区ごとに通勤・通学先や、主に回答者が利用されている鉄道駅が異なること、比較的居住期間が短い市民が、米田、伊保、荒井、阿弥陀の各地区など特定地区に集中している傾向などが確認された。就業構造についても若干の違いがみられ、中筋、米田の両地区では、非正規雇用形態の就業者の回答者比率が相対的に大きい。交通手段別では、JR 線以南の平地部で「徒歩」及び「自転車」を日常的に利用する回答者比率が大きい。中筋、阿弥陀の両地区では、「自家用車」の回答者比率が他地区より大きい。居住形態に関してはおおむね戸建ての持ち家の回答者比率が大きいものの、荒井、伊保、米田、中筋の各地区では、集合住宅の回答者比率がやや大きいという傾向がみられ

た。

(A2-2) 回答者の社会関係資本の関連指標に関する分析

社会関係資本の蓄積状況についていえば、女性、高齢者、高砂市内での居住期間の長い回答者において充実している。地区別では、高砂、荒井、伊保、曾根、阿弥陀、北浜の各地区で社会関係資本の豊かな蓄積が想定される回答者比率が大きいという傾向がみられた。「会社員・公務員」、「専門職」、「学生」、「無職」の回答者より、「主婦・主夫」、「自営業及び家族従業員」、「パート・アルバイト」の回答者で相対的に豊かな社会関係資本が形成されている傾向が把握された。また、「早朝」、「午前中」の時間帯に生鮮食料品や日用品を購入する回答者において、社会関係資本の蓄積が豊かである傾向が確認された。

社会関係資本が豊かな回答者であればあるほど、高砂市内を日用品、買回り品の購入先として選択している回答者比率が大きいという傾向がみられ、日用品の購入活動を行う対象としてスーパーマーケットが利用される回答者比率が大きいという傾向にある。また、これらの社会関係資本の蓄積がより豊かであると考えられる回答者群では、買い物を依頼できる人数が多いとする回答者比率が大きいという傾向にある。逆に言えば、社会関係資本が希薄な回答者において、買い物難民化しやすい特性を有しているといえよう。

さらに、社会関係資本が豊かであると考えられる回答者ほど、地域での移動販売車の導入が市民生活におけるQOL（生活の質、生活のしやすさ）を向上させようと回答している。

(A2-3) 生鮮食料品や日用品を購入するのが困難な場合に、支援が受けられるかどうかに関する回答者の属性に関する分析

買い物が困難な際に支援が期待できる親せきや近所の方が存在する回答者比率が高砂、北浜の両地区でやや大きいものの、中筋地区ではその比率はやや小さい、年齢層別で検討した場合、30-39歳、40-49歳の回答者、および70歳以上の回答者群において、支援が期待できる対象者を有する回答者比率がやや大きいものの、地域との紐帯が弱い29歳未満、50-59歳ではその比率はやや小さい。戸建て住宅の回答者については、それ以外の住宅の回答者に比べ、支援が期待できる親せきや近所の方が存在する回答者比率がやや大きい。

(A2-4) 生鮮食料品や日用品の購入先自治体別に関する回答者の属性項目に関する分析

生鮮食料品や日用品の購入先自治体についての分析結果として、地区別の分析としては、地域内での購入先商業施設が限られる高砂地区では加古川への流出、中筋地区では姫路市内への流出、バイパスへの近接性から阿弥陀、北浜地区では姫路地区への流出がみられる。居住期間別では、10年未満の居住期間の回答者で市外を購入先自治体とする回答者

比率が大きい。年齢別では若年層ほど他市で購入するという回答者比率が大きい。通勤・通学先との関連では、通勤・通学先自治体で購入する比率はより大きいという傾向がみられた。通勤・通学に伴う市外への消費者の流出率は、おおむね 15%以下である。

生鮮食料品や日用品については、高砂市内において購入している回答者比率はかなり大きい。利用する商業施設の種別では、大型専門店及びモールの利用者が市外流出を指摘する回答者比率がやや大きいことが確認された。生鮮食料品や日用品の購入回数別と 1 回あたりの生鮮食料品や日用品を購入金額に関する分割表分析の結果からは、週当たりの購入回数が少なく平均支払金額が大きいという傾向が確認された。すなわち、所謂まとめ買いを行う回答者において、高砂市外で購入しているという回答者比率が大きいという傾向が確認された。

(A2-5)生鮮食料品や日用品の購入先商業施設の種別と回答者の属性項目に関する分析

購入頻度との関係では、週 2 回以上生鮮食料品や日用品の購入活動を実施する回答者では、主にスーパーマーケットが利用されている。一方、購入頻度が少ない回答者では、ショッピングモールや大型専門店で購入している回答者比率が一定数確認される。

(A2-6) 生鮮食料品や日用品の週当たり購入回数と回答者の属性項目に関する分析

「徒歩」、「自転車」、「鉄道」を日常的な交通手段とする回答者で週当たりの購入頻度が高く、午後 3 時から午後 6 時の時間帯に購入活動を行う回答者も購入頻度が高い。週当たりの購入活動の回数の頻度が高い回答者比率が最大であるのは、通勤・通学帰りの夕方の時間帯に通常買物している回答者群である。また、支払い手段別では、流通系 IC の利用者の購入頻度が相対的に高い。

1 回あたりの購入金額として通常の支払金額であると考えられる 5,000 円未満の回答者群の買い物の頻度を検討した場合、週に 3 回以上が半数以上を占めているが、1 回あたりの支払金額が 5,000 円以上のまとめ買いをしていることが想定される回答者群では、週 3 回以上、生鮮食料品や日用品の購入を実施するとした回答者比率は 30%以下となっている。

なお、1 回あたりの生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額別の交通手段の分析結果からは、低額の回答者群で「徒歩」、「自転車」を利用する回答者比率が大きい。これに対し、1 回あたり高額を支払う回答者群では「自家用車」を利用する回答者比率が大きい。

(A2-7) 生鮮食料品や日用品の購入を行う時間帯と回答者の属性項目に関する分析

「会社員・公務員」、「専門職」などの常勤型労働をしている回答者においては、午後3時以降に購入活動を行うと回答した回答者比率が比較的大きい。特に夕方6時以降に購入活動を行うと回答した回答者比率が25%を超えている。

「主婦・主夫」の回答者や無職の回答者では、「午前9時から正午」までの時間帯に購入活動を行うとする回答者比率が60%前後となり、職業による購入活動の時間帯の違いはかなり大きな差がある。

(A2-8) 生鮮食料品や日用品の購入の際の支払い手段と回答者の属性項目に関する分析

流通系 IC カードを利用する回答者では、生鮮食料品や日用品の購入を比較的高頻度で行う回答者群、および、生鮮食料品や日用品の購入の1回あたりの支払金額において、1回あたり2,000円から4,000円未満を支払っていることを選択した回答者群で、流通系 IC カードを利用している回答者比率が大きい。

生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い手段として、若年層と高齢者層で現金を選択する回答者比率が大きい。40歳以上の中高年の回答者でクレジットカード、50代以上の回答者で流通系 IC カードを利用する回答者比率が大きい。QRコードを支払い手段として利用する比率は、若年層のほうが、より年齢が高い回答者群に比べ、より大きな値となっている。

決済手段を選ぶ際の理由としては、現金が伝統的な支払い手段であり、決済手段の普遍性から選択されているものの、クレジットカードや IC カード決済では現金を持ち歩く必要がないこと、ポイントの付与、支払いの際の計算が不要であることなどが利用理由として選択した回答者比率が大きい。1回あたりの支払金額が2,000円未満の比較的低額の場合、クレジットカードを選択する回答者比率は小さく、現金、流通系 IC、QRコードによる支払いが支払い手段として選択される回答者比率が大きいという傾向がみられた。

(A2-9) 生鮮食料品や日用品の購入時に重視する項目と回答者の属性項目に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際に重視する項目として、「価格の安さ」を重視する回答者比率は、1回あたりの支払金額が低額である回答者群で大きい。「自宅からの近さ」を重視する回答者比率については、より若年の回答者群、「徒歩」、「自転車」の利用者の回答者群ほど「自宅からの近さ」を重視しているとする回答者比率が大きいという傾向が確認された。「駅やバス停からの近さ」を重視する回答者比率に関しては、「徒歩」、「自転車」、「電車」を日常的に利用する回答者群、及び比較的低額の支払いを行う回答者群でその比率は大きい。「駐車・駐輪のしやすさ」は、「バイク」、「自家用車」の利用者群では重視しているとする回答者比率は大きい。しかし、他の回答者群では重視している回答者比率は

小さい。「品揃えの豊富さ」と「品質の良さ」を重視する回答者比率に関しては、1回の支払金額が多い回答者群ほど重視している回答者比率が大きいという傾向が確認された。

(A2-10) 重量物や大容積の生鮮食料品や日用品を購入する際の困難な経験の程度に関する回答者の属性に関する分析

重量物やかさばるものの購入で苦労した経験を持つ回答者比率が大きい回答者群としては、「徒歩」及び「自転車」を購入活動で用いる回答者群であり、地区においては、中筋、高砂、北浜の各地区の回答者で困難性を覚えた経験が多いとする回答者比率が大きい。また、大型専門店やドラッグストアを生鮮食料品や日用品の購入先とする回答者群での困難性が多いとする回答者比率が大きい。

(A2-11) 徒歩圏内で移動販売車による販売が地域の人々の生活の質にどのように影響するかの回答状況と回答者の属性に関する分析

北浜、中筋、阿弥陀、高砂の各地区の住民では、移動販売車が居住地の近くにあれば、生活の質が向上すると回答者比率が大きい。また、社会関係資本の蓄積が進んでいると考えられる回答者群で、移動販売が地域での生活の質を改善できるとする回答者比率が大きい。

(A2-12) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入活動と回答者の属性項目に関する分析

買回り品の購入先自治体では、高砂、荒井、伊保、中筋、米田の各地区で加古川市内、曾根、阿弥陀、北浜の各地区の回答者において姫路市内で購入する回答者比率が大きい。市外への通勤・通学者については、通勤・通学先での買回り品の回答者比率がやや大きいという傾向がみられる。

日常交通手段、生鮮食料品や日用品を購入する際の交通手段が「徒歩」、あるいは「自転車」である回答者群については、高砂市内での買回り品を購入する回答者比率が大きい。日常的に「自家用車」を利用し、購入活動に際しても「自家用車」を利用する回答者群については、加古川市内で買回り品を購入している回答者比率が大きい。

加古川市、姫路市で買回り品を購入する回答者群が利用している商業施設の種別としては「ショッピングモール」を選択した回答者比率が大きい。規模が大きな百貨店が存在する神戸市、大阪市では、百貨店を購入先の商業施設とする回答者比率も大きい。加古川市、姫路市で買回り品を購入する回答者については、1回あたり10,000円以上購入する回答者比率が大きい。しかしながら高砂市で買回り品を購入する回答者群の購入金額で1回あたり10,000円を超える回答者比率はやや小さい。近隣市を買回り品の購入自治体とする回答者群と比べ、支払金額が10,000円以下の回答者比率は大きい。

(A2-13) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際の支払い手段に関する分析

買回り品の支払い手段については、1回あたりの支払金額に関係なくキャッシュレス決済が選択されている回答者比率は大きい。ただし、1回の支払金額がより大きい回答者群で、クレジットカードを利用する回答者比率が大きい。

(A2-14) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際に重視する項目と買回り品の購入先自治体に関する分析

買回り品の購入にあたって、「価格の安さ」、「品質の良さ」や「品揃えの豊富さ」を重視し、「自宅からの近さ」を重視しない回答者では、加古川市内を買回り品の購入先として選択した回答者比率が大きい。「自宅からの近さ」を重視する回答者では、高砂市内での購入する回答者比率が大きい。しかし「品質の良さ」について「やや重視する」を選択した回答者群の一定数は高砂市内で購入しており、そこまで「品質の良さ」にこだわらない回答者にとって、高砂市内の事業者が選択肢となっていることを示している。

(A2-15) インターネットショッピング等の通信販売についての分析

高砂市民のインターネットショッピング等通信販売の利用状況に関しては、利用者の比率が大きい回答者群は、低年齢の回答者群、会社員等の勤務先を持つ回答者群、及び加古川市、姫路市、神戸市で買回り品を購入する回答者群である。

(A2-16) 食材宅配・食事宅配についての分析

食材宅配、食事宅配などの利用状況率は、高砂、中筋、北浜の各地区など、生鮮食料品や日用品へのアクセスに課題がある地区の回答者で大きい。回答者の年齢層別では30歳から39歳と70歳から79歳の回答者で利用している回答者比率が若干大きい。

(A2-17) フリマアプリの利用状況についての分析

いわゆるフリマアプリの利用状況に関しては、加古川市や姫路市、神戸市で買回り品を購入する回答者群、ショッピングモールで買回り品を購入する回答者において比較的大きい。なお、フリマアプリの利用者は、主に、購入者として利用する傾向がみられた。

(A2-18) 地元事業者（商店）の利用状況に関する分析

高齢者ほど、地元事業者（商店）を利用しており、さらにより豊かな社会関係資本の蓄積を示す回答者で、地元事業者（商店）を利用していることが確認された。

(A2-19) 高砂市の商業環境に関する満足度に関する分析

高砂市内の商業環境への「満足」、「やや満足」の選択肢を選んだ満足度が大きい比率を示す回答者群としては、極端に週当たりの購入活動の回数が少ない回答者群があげられる。生鮮食料品や日用品の購入活動のため、週3回以上利用する回答者群で高砂市内の商業環境についての満足度が高い回答者比率も大きい。1回あたりの平均的な購入金額が2,000円未満であると回答した回答者群においても満足度が大きい回答者群比率は大きな値が確認された。

満足度が低い回答者群としては、生鮮食料品や日用品を購入する際に1回あたり4,000円以上の高額を支払いをしているとする回答者群、買回り品を購入する際に1回あたり10,000円以上の支払いをしているとする回答者群、加古川市、姫路市、神戸市などで生鮮食料品や日用品、および買回り品を購入している回答者群である。高砂市内の購入環境に満足していない回答者群の消費支出が高砂市外に流出している傾向が確認された。

(A2-S) 消費者調査の分割表分析の結果のサマリー

消費者分析の結果からは、地区別で通勤・通学先や、主に回答者が利用されている鉄道駅は異なり、その駅の利用状況に応じて、生鮮食料品や日用品を購入する際の商業施設や自治体が異なることや、比較的居住期間が短い市民が、米田、伊保、荒井、阿弥陀の各地区など特定地区に集中している傾向などが確認された。就業構造にも地区間の差がみられ、交通手段別にも、地形要因による地区別の交通手段の違いがみられた。居住形態に関しては特定の地区において集合住宅に居住している回答者比率がやや大きい。

社会関係資本について

社会関係資本の蓄積状況についていえば、女性、高齢者、高砂市内での居住期間の長い回答者において充実しており、地区別、職業別に社会関係資本の蓄積状況が異なっている。

社会関係資本が豊かな回答者であればあるほど、高砂市内を日用品、買回り品の購入先として選択している傾向がみられる。社会関係資本の蓄積がより豊かであると考えられる回答者群では、買い物を依頼できる人数が多い傾向にある。逆に言えば、社会関係資本が希薄な回答者において、買い物難民化しやすい特性を有しているといえる。また、社会関係資本の蓄積がより豊かであると考えられる回答者は、地域での移動販売車の導入に伴い市民生活におけるQOL（生活の質、生活のしやすさ）を向上させようと回答している。

買い物への支援が期待できる親せきや近所の方が存在する回答者比率に地区間での差および年齢差、居住している住宅環境別に差があることが確認された。

生鮮食料品や日用品の購入について

生鮮食料品や日用品の購入先自治体についての分析結果として、地区別で流出先が異なること、居住期間別では、10年未満の居住期間の回答者でたかさご市外を購入先自治体とする回答者比率が大きい。年齢別では、若年層ほど他市への流出にあたる選択肢を選んだ回答者比率は大きい。通勤・通学先との関連では、通勤・通学先自治体とする回答者比率は若干大きい。

通勤・通学に伴う市外への流出率は、おおむね15%以下であり、生鮮食料品や日用品を購入する際には高砂市内の事業者の店舗において購入する回答者比率はかなり大きい。利用する商業施設の種別では、大型専門店及びモールの利用者が市外流出を指摘する回答者比率が比較的大きい。さらに、まとめ買いを行う回答者については、高砂市外で購入しているという回答者比率が大きいという傾向が確認された。

生鮮食料品や日用品を購入する際には、週に2回以上の購入を行う回答者では主にスーパーマーケットが利用されているが、購入頻度が少ない回答者では、ショッピングモールや大型専門店で生鮮食料品を購入している回答者比率が一定数確認される。

日常的な交通手段別では、「徒歩」などを利用している回答者で週当たりの購入頻度が高く、退勤時間帯に行動を行う回答者の購入頻度が高い。流通系ICの利用者の購入頻度が相対的に大きい。1回あたりの購入金額が比較的少額の回答者群の購入頻度は高い。比較的高額の回答者では、購入頻度が低い。

「会社員・公務員」、「専門職」などの常勤型労働をしている回答者においては、退勤時刻以降に購入活動する回答者比率が比較的大きい。「主婦・主夫」の回答者や無職の回答者では、午前中に購入活動を行うとする回答者比率が大きい。これらから、職業による購入活動時間帯が異なる傾向が確認された。

支払い手段について

流通系ICカードを利用する回答者は、高頻度で購入活動を行う回答者比率が大きい。

生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い手段としては、若年層と高齢者層で現金を選択する回答者比率が大きい。40歳以上の中高年の回答者でクレジットカード、50代以上の回答者で流通系ICカードの回答者比率が大きいなど、利用状況が分かれている。

決済手段を選ぶ際の理由としては、現金が伝統的な支払い手段であり、決済手段の普遍性から選択されているものの、クレジットカードやICカード決済では現金を持ち歩く必要がないこと、ポイントの付与、支払いの際の計算が不要であることなどが理由として示された。1回あたりの支払金額が比較的低額の場合、クレジットカードを選択する回答者比率は小さく、現金、流通系IC、QRコードなどが支払い手段として選択される傾向にある。

重量物や大容積の購入における困難性と移動販売について

日常的に利用する交通手段別、地区別、購入先の商業施設別に、重量物やかさばるものの購入で苦労した経験を持つ回答者比率に差がみられた。

社会関係資本の蓄積が豊かである回答者ほど、移動販売が地域での生活の質を改善できるとする回答者比率が大きいという結果が得られた。

生鮮食料品や日用品の購入において重視する項目について

生鮮食料品や日用品を購入する際に重視する項目としては、「価格の安さ」を重視する回答者群において、1回あたりの支払金額が比較的小さい回答者群が占める比率が大きい。

「自宅からの近さ」を重視する回答者は、より若年の回答者群、「徒歩」、「自転車」の利用者である。「駅やバス停など（交通結節点）からの近さ」を重視する回答者は、「徒歩」、「自転車」、「電車」を日常的に利用する回答者、及び比較的低額の支払いを行う回答者である。「品揃えの豊富さ」と「品質の良さ」を重視する回答者については、1回の支払金額が大きい回答者ほどこれらの2項目を重視している傾向が確認された。

買回り品の購入活動について

買回り品の購入先自治体についても、生鮮食料品や日用品同様地区間で差がみられ、市外通勤・通学者については、通勤・通学先での買回り品の回答者比率がやや大きい。日常交通手段や購入金額の多寡により、購入先自治体及び購入先の商業施設の種類が異なっている傾向が確認された。

買回り品の購入にあたって、重視する項目間の関係に違いがあり、さらに、重視する項目により買回り品の購入先自治体が異なっていた傾向が確認された。

買回り品の支払い手段について

買回り品の支払い手段については、1回あたりの支払金額に関係なくキャッシュレス決済を選択している回答者比率は大きい。ただし、1回の支払金額がより大きい回答者群で、クレジットカードを利用すると回答した回答者比率が大きい。

インターネットショッピング、食事宅配、食材宅配、フリマアプリの利用について

高砂市民のインターネットショッピング等通信販売の利用状況に関しては、低年齢の回答者群、会社員等の勤務先を持つ回答者群、加古川市、姫路市、神戸市で買回り品を購入する回答者群において、利用している回答者比率が大きいという傾向がみられた。

食材宅配、食事宅配などの利用状況率に地区間における差、および年齢差が確認され

た。

いわゆるフリマアプリの利用状況に関しては、買回り品の購入先自治体及び商業施設別に異なっており、主に、購入目的で利用されている傾向がみられた。

B 商業・サービス事業者調査

B1 商業・サービス事業者調査の単純集計結果の要約

(B1-1) 事業者属性 (DX・キャッシュレス対応を含む) について

DXについて理解している（理解している、ある程度理解しているという回答選択肢を選択した回答者）の回答者比率は全国調査での調査結果の49.2%と比べて小さく、DX化の進展についての課題がある可能性が高い。

また、DXの取り組み状況についても、全国調査と比べやや取り組みは低調であり、取り組む予定がないとするものは、全国調査とは大差ない結果となっている。

社内事業のDXのためのICT技術の利用に関しては使用していないものの比率が相当大きい一方、PC活用型のシステムやクラウド型のシステムを利用する事業者の存在も確認された。未導入理由としてはコスト負担の大きさや費用対効果などの点で躊躇している事業者の存在も確認された。今後、AI導入により定型的業務でのデジタル技術の活用が模索されていく可能性が高まる中、高砂市と商工会議所が連携しつつ費用対効果や生産性向上の面を含め、普及、促進を実現するため商業・サービス業事業者への支援を進めていくべきであろう。また、人材がいらないとする回答者も一定数みられたことを勘案するならば、地域の大学の技術系学部との一層の連携を図りつつ、企業内の人材育成などを支援していくことも必要であるかもしれない。

インターネットの利用について

インターネットによる情報発信手段についても複数回答選択肢を提示し回答を求めたところ、「InstagramやFacebookなどのSNSでの情報発信」が33.5%、「自社Webサイトでの発信」が26.5%とかなりの大きな比率を占めているものの、「インターネットでの情報発信をしていない」とする回答者比率は27.1%であり、インターネットによる情報発信について、事業者が二分されていることを暗示する結果となっている。

デジタル技術を日常的に利用する40歳未満の消費者が多数含まれるユビキタス社会においては、社会構成員からのWeb経由でのアクセシビリティがない場合、その事業体あるいは組織は社会において存在しないこととほぼ同義となりかねない。

今後の事業展開の可能性を追求するためや、市全体として国内からの観光客を中心にインバウンド顧客を確保するためには、事業者が主体的にインターネットを利用した情報発信に取り組む際の支援など、何らかの全市的な支援の必要性があらう。

後継者問題について

「後継者の不在」を選択した回答者が半数以上であり、令和4年の高砂市中小企業調査結果と比較した場合、より大きな比率を示しており、高砂市内の商業者、サービス業者が

将来像が描けていないことを反映した数値となっているといえよう。将来の高砂市内で事業者の商業環境の深刻な劣化を予測させる数値となっている。後継者不在などによる廃業が多数発生した場合、消費支出の高砂市外への流出傾向が一層加速し、消費支出先として高砂市内の事業者が選択されなくなる可能性が高い。近年の建築工法の変更により、従来よりは事業者の撤退や市外への移転はかなり容易になっている。地域密着型でない外部の事業者の撤退や新規参入などの意思決定により高砂市内の商業環境が大きく影響を受ける構造となりつつある可能性がある。

キャッシュレス決済の対応について

キャッシュレス決済については、QRコード決済が事業者内においても普及が進む一方ICカード型の決済への追随が遅れている傾向がある。消費者ではポイント確保を目指してICカード型の決済手段が選好されているにもかかわらず、事業者側で追随できていないために、県外資本の事業者に今後顧客を奪われ、高砂市内の事業者を中心とした高砂市内での経済循環が阻害される可能性が高い。ポイント経済の拡大を意識するのであれば、地域内の経済循環率を向上させるための政策として、デジタル地域ポイント制度などの一層の普及推進策が求められよう。

また、キャッシュレス決済に対応しない理由として、利用する顧客がいないとするものが相当数に上るが、消費者調査を見る限り、中高齢の年齢層でかなりの利用率に上っていることを考えるならば、事業者側でも今後一層の対応が求められることになろう。デジタル地域ポイント制度に合わせ、高砂市内の事業者への普及推進を図っていくことを検討すべきであろう。

(B1-2) 顧客の属性について

顧客属性については、固定客の比率がかなり大きい。新規顧客の積極的な獲得ができていない傾向を示している。60歳代以上の顧客が固定顧客の中心とする回答者比率が大きいことから、将来の優良顧客獲得に向けた取り組みが十分でない可能性を示唆する結果が得られている。

(B1-3) COVID-19のパンデミック前後での業績の比較について

COVID-19のパンデミック以前と比較して、売り上げが「かなり増加」、「やや増加」を選択した回答者群も一定程度みられると同時に、売り上げの減少傾向にあると回答した回答者が半数以上である。客単価については、増加傾向にあるとする回答者比率は40%弱みられたものの、客単価の減少傾向を指摘する回答者比率は30%弱となっている。

来店者数の変化を問うたところ、増加傾向にあると回答したものが20%強であるもの

の、減少傾向にあると回答したものが 50%弱とかなりの大きな比率を示している。客単価の減少、客数の減少の両面から高砂市の相当数の事業者にとっての環境がダメージを受けていることが確認された。その意味で、デジタル地域ポイント制度などの適切な活用により高砂市内での購入の喚起を来店者数及び客単価の拡大により図っていく必要があるものと思われる。

(B1-4) 住民との人間関係を通じた社会関係資本の関連指標との関連について

高砂市内の市民側での社会関係資本が豊かに蓄積されているのと同様に、相談先や異業種との交流などを含め、事業者の側でも社会関係資本が豊かに形成されており、密接な人間関係に大きく依存したビジネスが展開されていることが確認された。今後、この人間関係の密接に存在していることこそ、高砂市にとっての貴重で重要な資源であり、この社会的資本を生かした経営を展開していくことが近隣地域には追従できない高砂市の事業者にとっての活路の一つであるといえよう。

(B1-5) 経営上の課題と将来像について

経営上の課題としては、「仕入れ価格の高騰」や輸送費などの間接経費、人件費等のコスト要因に関する課題感を抱えている事業者が多い。さらに個別の事業者ごとの課題では、「商圈人口の減少」、「高齢化傾向」に加え、市外への顧客流出といった高砂市内の商業基盤の変化を上げるものが多く、「物価高騰」なども課題として挙げられている。また、「これといった集客施設がない」、「全国的な知名度の低さ」など商業地自体としての魅力の低下に繋がる諸要因を指摘する回答者も一定数みられた。

これらの個別事業者側での対策として、「事業の多角化」や「新規事業への進出」などの回答に加え、より広い範囲の顧客を獲得するためにインターネット販売などへの対応をしようとする事業者は限られる。

(B1-S) 商業・サービス事業者調査の単純集計分析結果のサマリー

DX 関連の結果

DX について理解している（「理解している」、「ある程度理解している」という回答選択肢を選択した回答者）の回答者比率は 25.8%と全国調査での調査結果の 49.2%と比べた場合、単純に比較はできないものの、DX を理解しているとする回答者比率がやや小さく、DX 化の進展についての課題がある可能性が高い。また、DX の取り組み状況についても、全国調査と比べやや取り組みは低調であることを示唆する結果となっている。

社内事業の DX のための ICT 技術の利用に関しては「使用していない」回答者比率が相当大きい。一方で、PC 活用型のシステムやクラウド型のシステムを利用する事業者も存在

する。ICT 技術の未導入理由としてはコスト負担の大きさや費用対効果などの点で ICT 技術の導入に躊躇している事業者の存在も確認された。今後、市と商工会議所が連携しつつ費用対効果を実感できるよう、生産性向上の面を含め、普及のための事業者、サービス事業者に対する支援を進めていくべきであろう。人材がないとする回答者も一定数みられたことを勘案するならば、地域の大学の技術系学部との一層の連携を図りつつ、支援していくことも必要であるかもしれない。

インターネットの利用状況

インターネットによる情報発信手段についても複数回答選択肢を提示し回答を求めたところ、「SNS での情報発信」、「自社 Web サイトでの発信」をする事業者が存在する一方、インターネットでの情報発信をしていない」とする回答者比率も 25%強と、「インターネットによる情報発信について、事業者が二分されていることを暗示する結果となっている。ユビキタス社会では、Web 経由でのアクセシビリティがない場合、デジタル技術を日常的に利用する 40 歳未満の消費者にとっては、社会に存在しないこととほぼ同義となりかねない。

今後の事業展開の可能性を追求するためや、市全体として国内からの来街者の確保やインバウンドの観光客を確保するためには、事業者が主体的にインターネットを利用した情報発信に取り組む際の支援など、何らかの全市的な支援の必要性があろう。

後継者について

「後継者の不在」を選択した回答者が半数以上であり、高砂市内の事業者、サービス事業者が将来像が描けていないことを反映した数値となっている。後継者不在などによる廃業が多数発生した場合、すでに消費支出の市外への流出傾向が加速し、消費支出先として高砂市内の事業者が選択されなくなる可能性が高い。

キャッシュレス決済について

キャッシュレス決済については、QR コード決済が事業者内においても普及が進む一方流通系 IC カード型の決済への追従が遅れており、消費者ではポイント確保を目指して IC カード型の決済手段が選好されているにもかかわらず、事業者側で追従できていないために、高砂市内の事業者を中心とした高砂市内での経済循環が阻害される可能性が高い。ポイント経済の拡大を意識するのであれば、地域内の経済循環率を向上させるための政策として、デジタル地域ポイント事業などの一層の普及推進策が求められよう。

キャッシュレス決済に対応しない理由として、利用する顧客がないとするものが相当数にみられたが、消費者調査を見る限り、中高齢の年齢層でかなりの利用者が多いという

現実もある。この点を考えるならば、デジタル地域ポイント制度に合わせ、高砂市内の事業者への普及推進を図っていくことを検討すべきであろう。

顧客属性について

顧客属性については、固定客の比率が大きい。また、新規顧客の積極的な獲得ができていない傾向が確認され、60歳代以上の顧客が固定顧客の中心である結果からは、将来の優良顧客獲得に向けた取り組みに向けての対応がなされるべきであろう。

COVID-19 前後の変化について

COVID-19 のパンデミック以前と比較して、売り上げが「増加」、「やや増加」を選択した回答者群も一定程度みられると同時に、売り上げが減少傾向にあると回答した回答者比率は50%を超えている。

来店者数の変化を問うたところ、増加傾向にあると回答したものが20%強であるものの、減少傾向にあると回答したものが50%弱とかなりの大きな比率を示している。客単価の減少、客数の減少の両面から高砂市の事業者にとっての商業環境がかなりのダメージを受けていることが確認された。その意味で、デジタル地域ポイント事業などの適切な活用により高砂市内での購入の喚起を来店者数及び客単価の拡大により図っていく必要があるものと思われる。

事業者における社会関係資本について

相談先や異業種との交流などを含め、事業者の側でも社会関係資本が豊かに形成されており、密接な人間関係に大きく依存したビジネスが展開されていることが確認された。今後、この人間関係の密接に存在していることこそ、高砂市にとっての貴重で重要な資源であり、この社会的資本を生かした経営を展開していくことは今後における活路の一つであるといえよう。

経営上の課題について

経営上の課題としては、仕入れ価格の高騰や間接経費、人件費等のコスト要因に関する課題感を抱えている事業者が多い。さらに個別の事業者ごとの課題では、商圈人口の減少、少子高齢化傾向に加え、市外への顧客流出といった高砂市内の商業基盤の弱体化に関する指摘が多く見られた。

B2 商業・サービス事業者調査の分割表分析の要約

(B2-1) 高砂市の商業・サービス事業者調査の回答事業者の属性に関する分析

地区別の分析では、伊保、米田、北浜、中筋の各地区では代表者の年齢が大きい傾向があり、曾根、阿弥陀の両地区では50歳未満の代表者の比率が大きい。営業年数が長い事業者の比率が大きい地区は中筋、曾根、伊保の各地区であり、米田地区では、営業年数5年未満の事業者比率が大きい。比較的規模の大きな事業者は、伊保、曾根、高砂の各地区であり、逆に規模が小さい事業者は北浜、中筋、曾根の各地区に多く、同業組合への加入回答者数の比率が大きい地区は、北浜、中筋、伊保の各地区である。今回調査対象となった事業者の多角化の程度はあまり進展していないが、荒井地区の事業者では多角化している回答者比率が大きい。

(B2-2) 高砂市の商業・サービス事業者調査のDX関連の諸属性に関する分析

DXの理解の程度については、就業者数の大きい事業者、より多くのキャッシュレス支払い手段に対応している事業者、「金物・小機械・住設サービス」、「化粧品・医療品」、「ホビー用品」、「専門サービス」の事業者で理解しているとする回答比率が大きい。代表者の年齢が70歳以上の事業者では、理解があまり進展していない傾向がみられた。

DXの取り組み状況では、従業者規模が大きい事業者で「取り組んでいる」、ないし、「検討中」である回答者比率が大きい。70歳以上の代表者で、DXの理解があまり進展していない傾向がみられる。

インターネットを利用しないと回答する回答者群では、これらのデジタル通信技術への親和性がそもそも限られるためか、DXについての理解が極めて進んでいない傾向がみられた。

(B2-3) 高砂市内の事業者におけるCOVID-19前後の売り上げに関する分析

COVID-19の前後での売上、客単価、来店者数に関する調査結果に関しては、来店者数が減少した回答者群での売り上げの減少傾向が著しい。

客単価が増加傾向にある回答者では、売り上げの増加傾向であるとする回答者比率が大きい半面、客単価が減少している回答者で、売り上げが「やや減少した」、「かなり減少した」を選択した回答者比率が大きい。

客単価の変化傾向と来店者数の関係について検討したところ、客単価の減少している回答者群において来店者数も減少している回答者比率が大きい。これらの客単価の減少と来店者の減少の双方を経験している回答者群では、厳しい経営環境に直面している。

キャッシュレス決済対応数と売り上げ及び来店者数の変化に関する設問の分析結果からは、キャッシュレス決済の手段が多い回答者群では、「かなり増加した」、「やや増加した」を選択した回答者比率が大きい傾向がみられる。

固定客が占める割合と売り上げや来店者数の変化に関する設問との関係を検討するならば、固定客比率が小さい回答者群では、売り上げが「かなり減少した」とする回答者比率が大きい。

60歳以上を主要顧客とするものでは、売り上げ、来店者数ともに減少傾向にある回答者比率が大きい傾向がみられた。

広告を変化させたことで売り上げの増加または、売り上げの減少の抑止につながる可能性があるものの、顧客の高齢化は売り上げを減少させる可能性が大きい傾向が確認された。

販売価格に影響を与える要因としては、広告方法を変化させることで客単価の増加につながっているものの、顧客の関心の変化は、高砂市内においては、客単価を減少させる方向に影響し、さらに、高齢化は客単価を引き下げる方向に影響している可能性が示唆される結果が得られた。

2017年から2019年と2024年度の売上総額との比較においては、「DXに取り組んでい」とする回答者群のほうが売り上げの改善を経験したとする回答者比率が大きい。これに対し、「DXを理解していない」、及び「DXについての取り組みをしていない」回答者群において「売り上げの減少を経験している」とする回答者比率が大きい。

客単価について検討してみると、DXへの理解の程度がより良い回答の事業者群において、客単価が増加傾向にあると回答している比率が大きい傾向がみられ、DXへの理解の程度がより低い回答の回答者群において、売り上げが減少していると回答する傾向が確認された。

家族以外で困りごとを相談できる相手が「いない」回答者群では、売り上げ、来店者数ともに減少傾向にあるとする回答者比率が大きい。

売り上げの変化などについては、顧客との良好な関係があり、市の内外の同業他社及び異業種との交流があり、社会関係資本が豊かに蓄積していると考えられる回答者群ほど、COVID-19のパンデミックに伴う商業環境の変化についても、売り上げの増加及び客単価の増加を経験している回答者比率が大きい。異業種交流の経験している回答者群では、売り上げ、客単価ともに、「やや減少した」、「かなり減少した」を選択した回答者比率は小さい。来店者数の変化については、その傾向がより顕著にみられる。

(B2-4) 客単価の変化、来店者数に変化を与える要因の分析

客単価に影響を与える要因としては、物価高騰を指摘した回答者数が最大であり、客単価の増加につながっている傾向が確認された。「ネット広告など宣伝広告の変化」を選択した回答者群においては、広告手法の変化に伴いで客単価の「増加」、「やや増加」、「あまり変わらない」とする回答者比率が大きい。広告手法の変化により売上げの減少の抑止につながっている可能性が示唆される結果が得られている。顧客層の高齢化に直面した事業者群では、客単価が低下傾向にあることが確認された。

「顧客層の高齢化」を来店者数の変動の要因とする回答者の数が最大である。高齢化は来店者数を明確に引き下げる傾向が確認された。また、「顧客層の関心の変化」に関して、一定の回答者数がみられ、来店者数を「かなり減少」させる方向に影響している傾向が確認された。高砂市内の事業者が顧客の関心の変化に対して、仮に十分追従できていない場合には、来店者数を大きく低減させることにつながりやすいことが類推される。

(B2-5) 事業者の社会関係資本の関連指標と売上げの変化などに関する分析

2017年から2019年と2024年度の売上総額の変化など営業状況に関する変化と事業者の社会関係資本に関する関連指標との関係について分析をしたところ、「地域の方と雑談する、あるいは、地域の方から日常的に相談を受けている」を選択した回答者群において、売上げ、客単価ともに増加傾向を指摘した回答者比率が大きい。これに対して、そうではない回答者において売上げ、客単価とも減少傾向にあるとする回答者比率は大きい。この結果は、日常的な顧客との交流があり、顧客との間の人間ネットワークが構築できている回答者ほど、COVID-19のパンデミック期などの社会変化の対応力があり、顧客との間の人間ネットワークが経営の安定装置になる可能性があることを示唆する結果が得られている。

家族以外で、お店の経営、運営についての困りごとを相談される相手については、家族以外で困りごとを相談できる相手のいない事業者では、売上げ、来店者ともに「かなり減少」を選択した回答者比率が大きい。その意味で、事業者の側においても社会関係資本の蓄積は事業運営の面でも有効に機能することを示す結果となっている。

経営上の課題に直面し、困ったときに相談できる相手が多い回答者ほど、売上げ、とりわけ来店者数が増加傾向にあることを示す回答者比率が大きい。

協業経験が全くない事業者では、売上げの減少傾向にある回答者比率はかなり大きい一方、協業経験がある事業者では減少傾向にある回答者比率は小さい。

(B2-S) 商業者調査の分割表分析の結果のサマリー

事業者の属性について

地区別では、高砂市南東部、中西部の代表者の年齢が大きい傾向があり、所謂老舗企業が多い地区は、高砂市中部であり、比較的規模の大きな事業者は、南部の各地区における比率が大きい。事業者の多角化の程度はあまり進展していないが、荒井地区の事業所では多角化している回答者比率が大きい。

DX の理解、取り組み状況について

DX の理解の程度については、就業者数の大きい事業所、より多くのキャッシュレス支払い手段に対応している事業所、「金物・小機械・住設サービス」、「化粧品・医療品」、「専門サービス」など特定の事業者で理解していると回答者比率が大きい。なお、代表者の年齢が70歳以上の事業所では、理解があまり進展していない傾向がみられた。

DX の取り組み状況では、規模が大きい事業所で「取り組んでいる」、ないし、「検討中である」回答者比率が大きい傾向がみられる。

インターネットを利用しないと回答する回答者群では、これらのデジタル通信技術への親和性がそもそも限られるためか、DX についての理解が極めて進んでいない傾向がみられた。

COVID-19 前後の変化について

COVID-19 の前後での売上、客単価、来店者数に関する調査結果に関しては、来店者数が減少した回答者群での売上げの減少傾向が著しい。

客単価が増加傾向にある回答者群では、売上げが増加傾向にある回答者比率が大きい。一方、客単価が減少している回答者群で、売上げが減少傾向にある回答者比率が大きい。特に、客単価の変化傾向と来店者数の関係については、客単価の減少している回答者については、来店者数も減少していると回答者比率が大きい。これらの事業者では客単価と来店者数の両面で、厳しい経営環境に直面している。

キャッシュレス決済対応数と売上げ及び来店者数の変化に関する設問の分析結果からは、キャッシュレス決済の手段が多い回答者群では、売上げ、来店者数ともに増加傾向にある回答者比率が大きい傾向がみられる。

固定客比率が小さい回答者群では、売上げがかなり減少したと回答者比率が大きい。また、60歳以上を主要顧客とするものでは、売上げ、来店者数ともに減少している傾向がみられた。

顧客の高齢化が売上げの減少要因でもあり、さらに客単価の減少要因ともなっている傾向が示唆される結果も得られている。販売価格に影響を与える要因としては、広告方法

を変化させることで客単価の増加につながる傾向がみられるものの、顧客の関心の変化については、客単価を減少させる方向に影響している傾向が確認された。

また、2017年から2019年と2024年度の売上総額との比較においては、DXに取り組んでいるとする回答者群では売り上げの増加を経験したと回答している回答者比率が大きい傾向がみられ、DXを理解していない、及び、DXについての取り組みをしていない回答者群では、売り上げの減少を指摘する回答者比率が大きい。

客単価について検討してみると、DXへの理解の程度がより良い回答の事業者群において、客単価が増加傾向にあると回答している比率が大きい傾向がみられ、DXへの理解の程度がより低い回答の回答者群において、売り上げが減少していると回答者比率が大きいという傾向が確認された。

家族以外で困りごとを相談できる相手のいない事業者では、売り上げ、来店者数ともに減少傾向にあるとする回答者比率が大きい。顧客との良好な関係があり、市の内外の同業他社及び異業種との交流があり、社会関係資本が豊かに蓄積していると考えられる回答者群ほど、COVID-19のパンデミックに伴う商業環境の変化にあっても、売り上げの増加及び客単価の増加を経験している回答者比率が大きい。なお、これらの回答者群にあっては売り上げ、客単価ともに、減少傾向を指摘する傾向の回答は限られる。

客単価に影響を与える要因としては、物価高騰が客単価上昇要因として指摘され、顧客層の高齢化は、客単価の下落要因として指摘される傾向が確認された。

「顧客層の高齢化」は来店者数を明確に引き下げる傾向が確認された。また、「顧客層の関心の変化」を指摘する回答者群においては来店者数を「かなり減少」させる方向に影響している傾向が確認された。

I 単純集計 及び クロス集計結果

消費者調査 質問票調査結果

A1

消費者調査

単純集計編

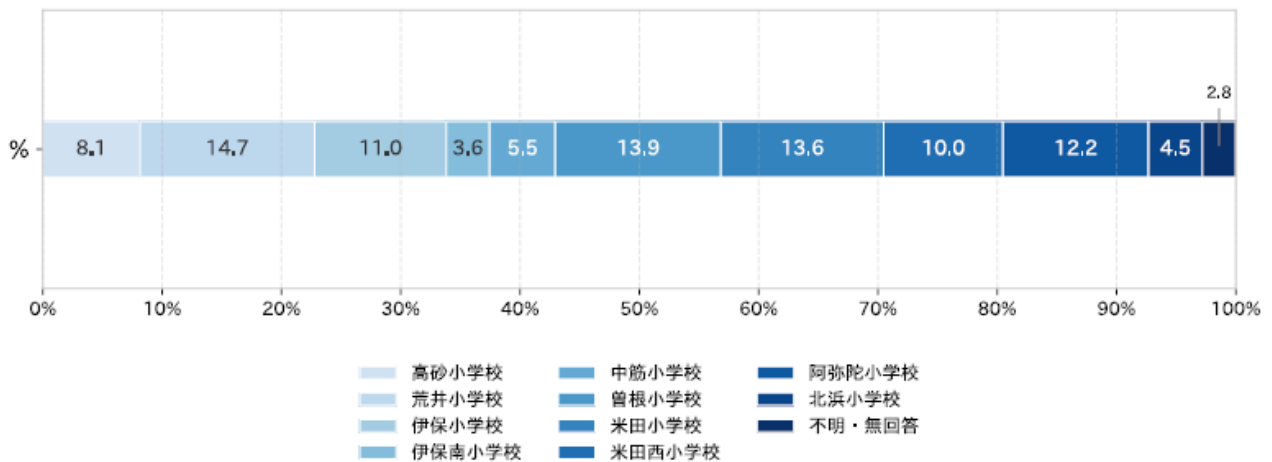
(A1-1) 回答者属性について

通常の属性に関する一般的な調査項目に加え、高砂市内の居住環境や居住期間、通勤・通学先経由での購入活動などが影響を与えと考えられたため、これらの属性についての設問により調査を行っている。

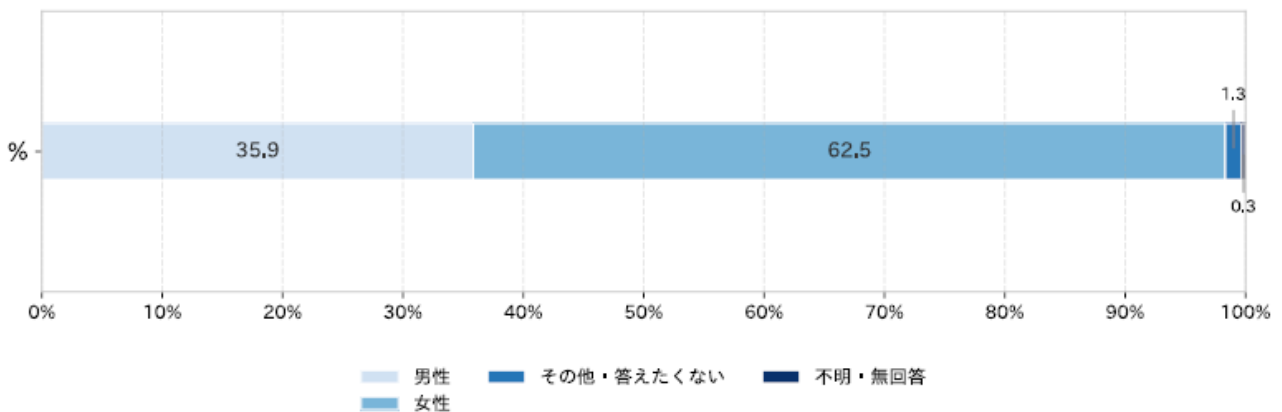
2020年の国勢調査結果と比較した場合、購入活動に関する調査であること、さらに、調査対象者の抽出は住民基本台帳を抽出台帳としているものの、実態的には世帯での回答も可能としているため、回答者の性別のうち女性が占める比率が極めて大きい以外には、大きな乖離は見られなかった。

自記式の調査票調査では、一般により高い年齢層の回答者数が多くなることが一般的であり、無作為抽出したとは言えるものの、回答者に含まれる高齢者比率が若干大きい。

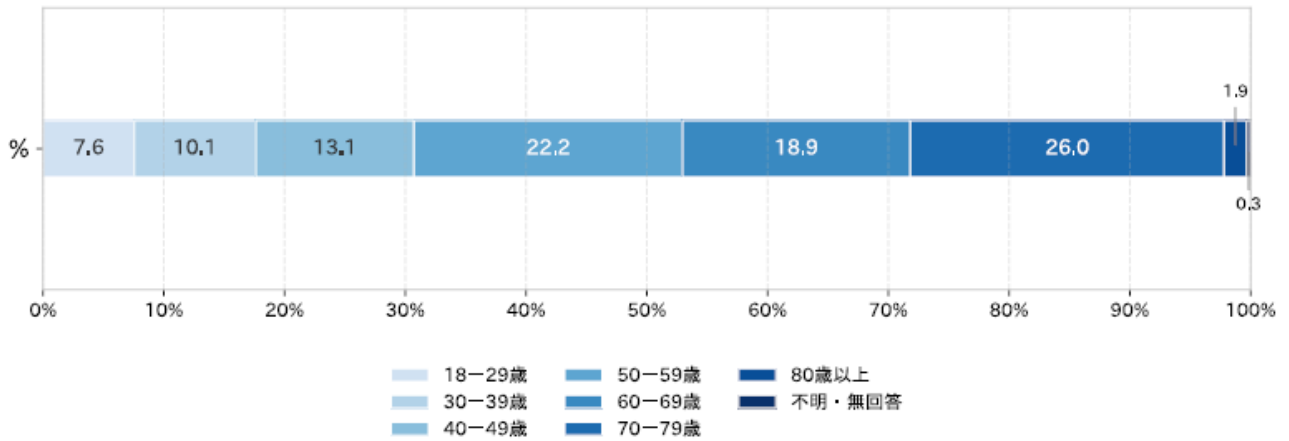
小学校区



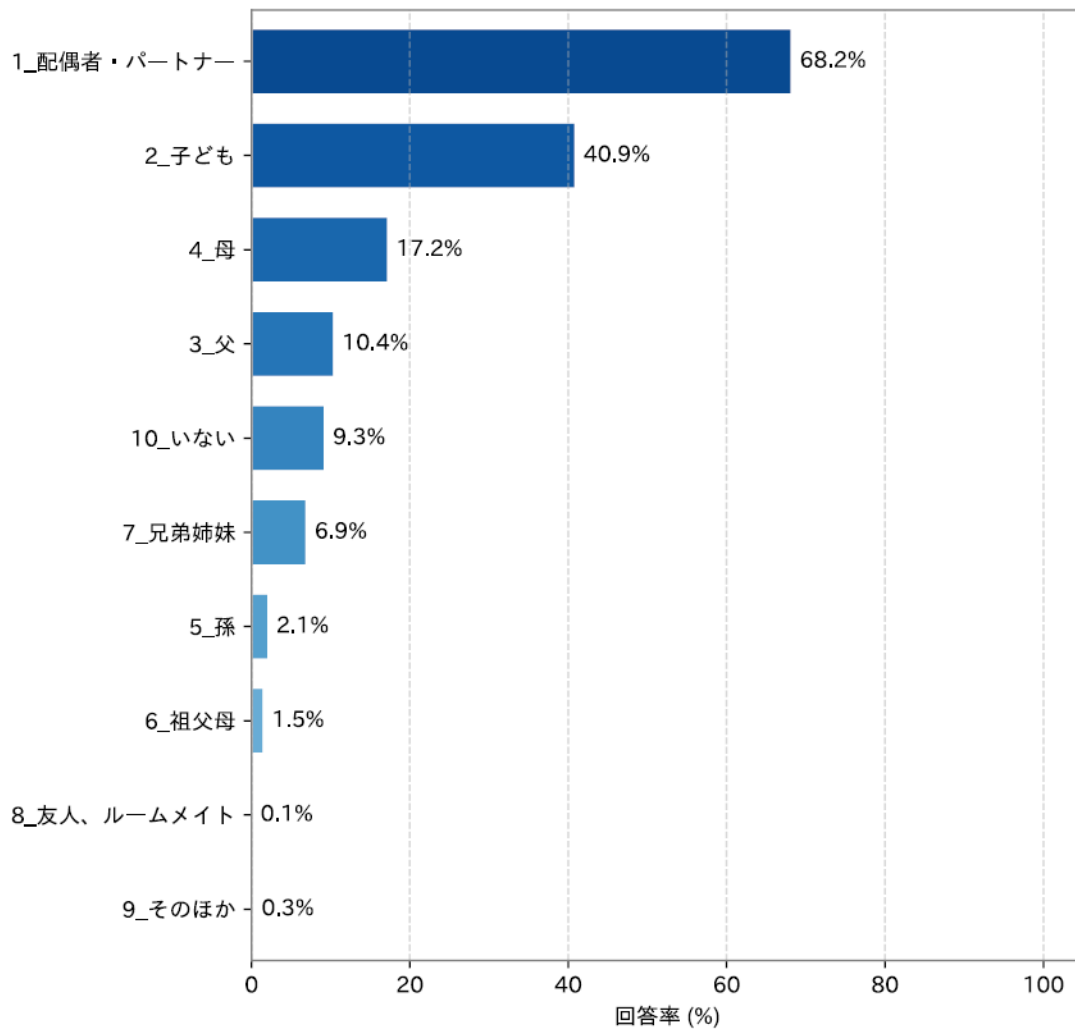
問2 あなたの性別は何ですか？



問3 あなたの年齢は何ですか？（令和7年6月1日での年齢を選んでください。）



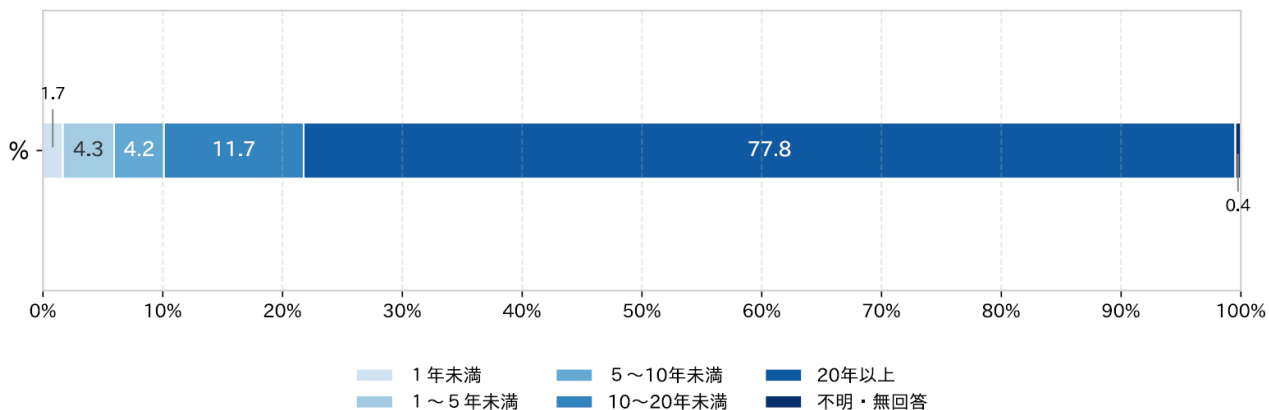
問4 現在、同居している方はいらっしゃいますか？【あてはまるものすべてに○】



(複数回答項目 n=2,441)

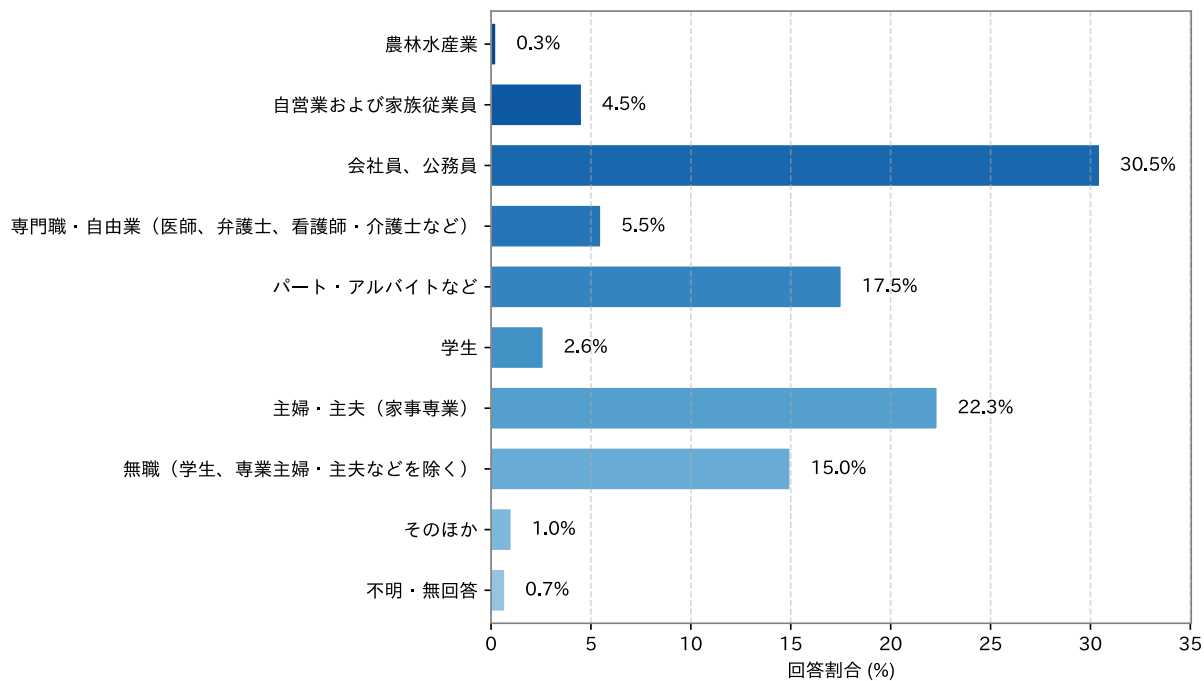
居住年数が20年以上の長期居住者の回答者比率が大きく、比較的安定的な地域社会が形成されていることが示唆される。

問5 高砂市での居住年数はどれくらいですか？



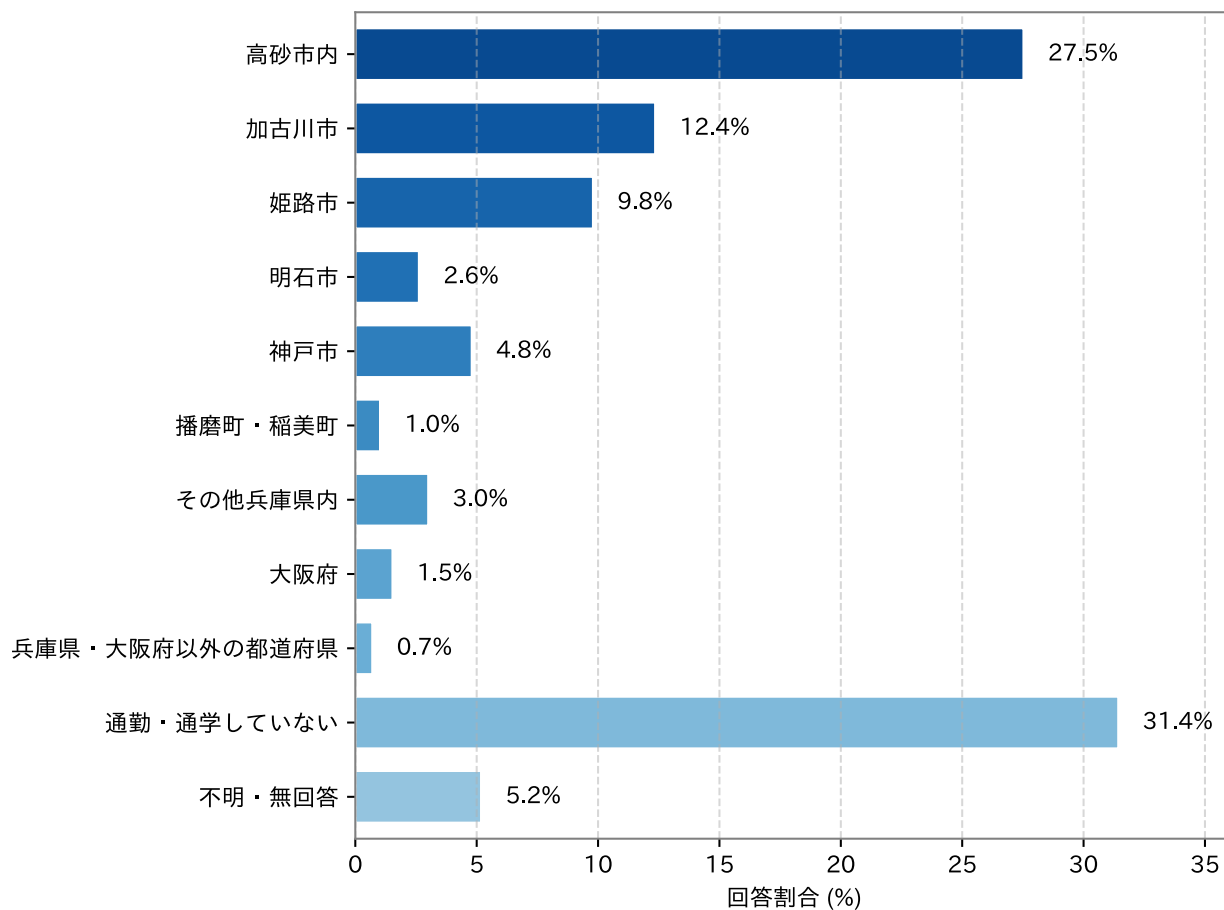
回答者の職業上の分類に関しても、「会社員・公務員」が30%強、「主婦・主夫」が20%強、無職が20%弱と、職業上の分類においても回答者に大きな偏りは見られなかった。

問6 あなたのご職業は何ですか？



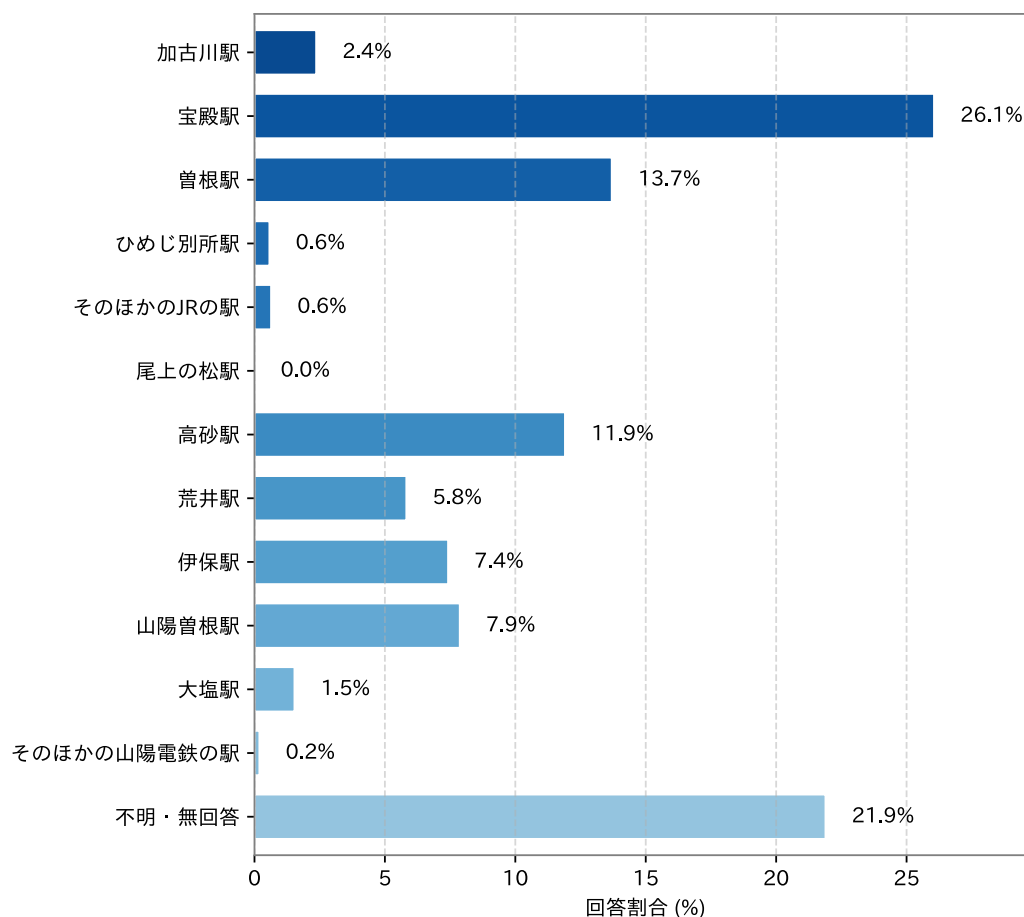
「通勤・通学先」では、高砂市内が 27.5%を占めており、高砂市は大都市にとってのベッドタウンというわけではなく、高砂市内に一定の就業先を持つ独立経済都市としての性格を持っていることを示す結果となっている。

問7 あなたの主たる通勤・通学先はどこですか？



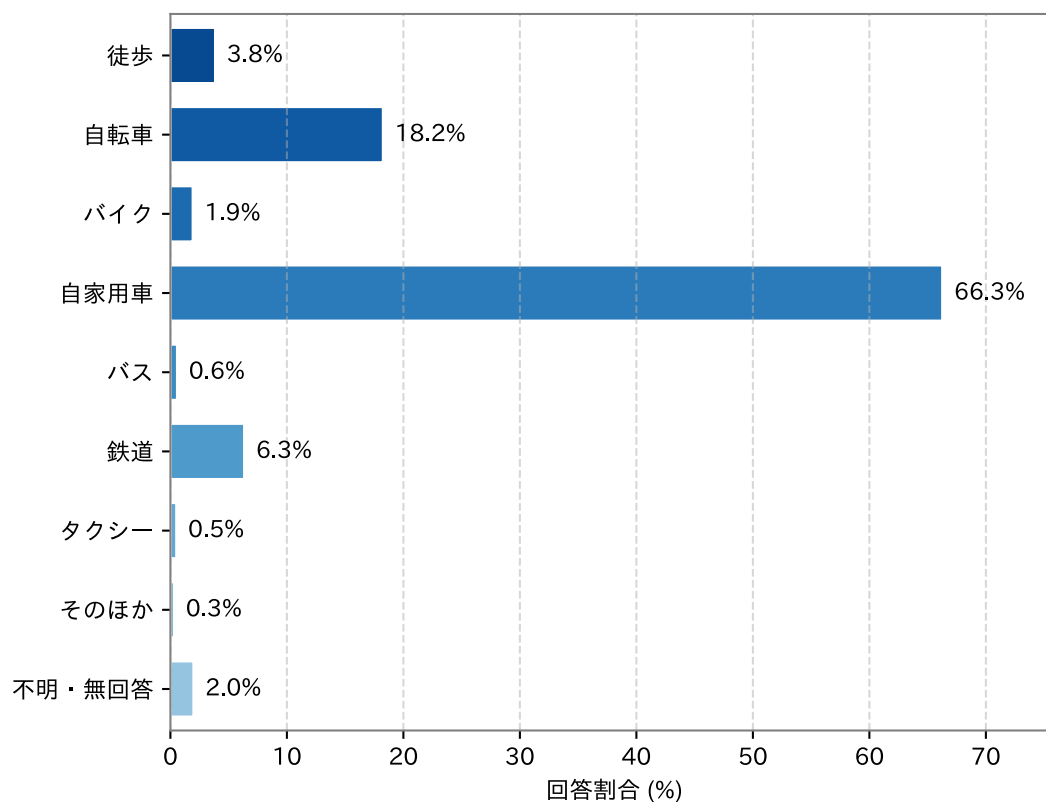
高砂市内で利用されている駅に関しては、輸送容量の大きいJR西日本の山陽本線上の宝殿駅、曾根駅という高砂市内の駅を利用すると回答したものが全体の40%弱を占め、山陽電鉄の駅を利用すると回答したものが30%強となっている。

問8 通勤・通学やお出かけでもっともよく利用される駅はどこですか？

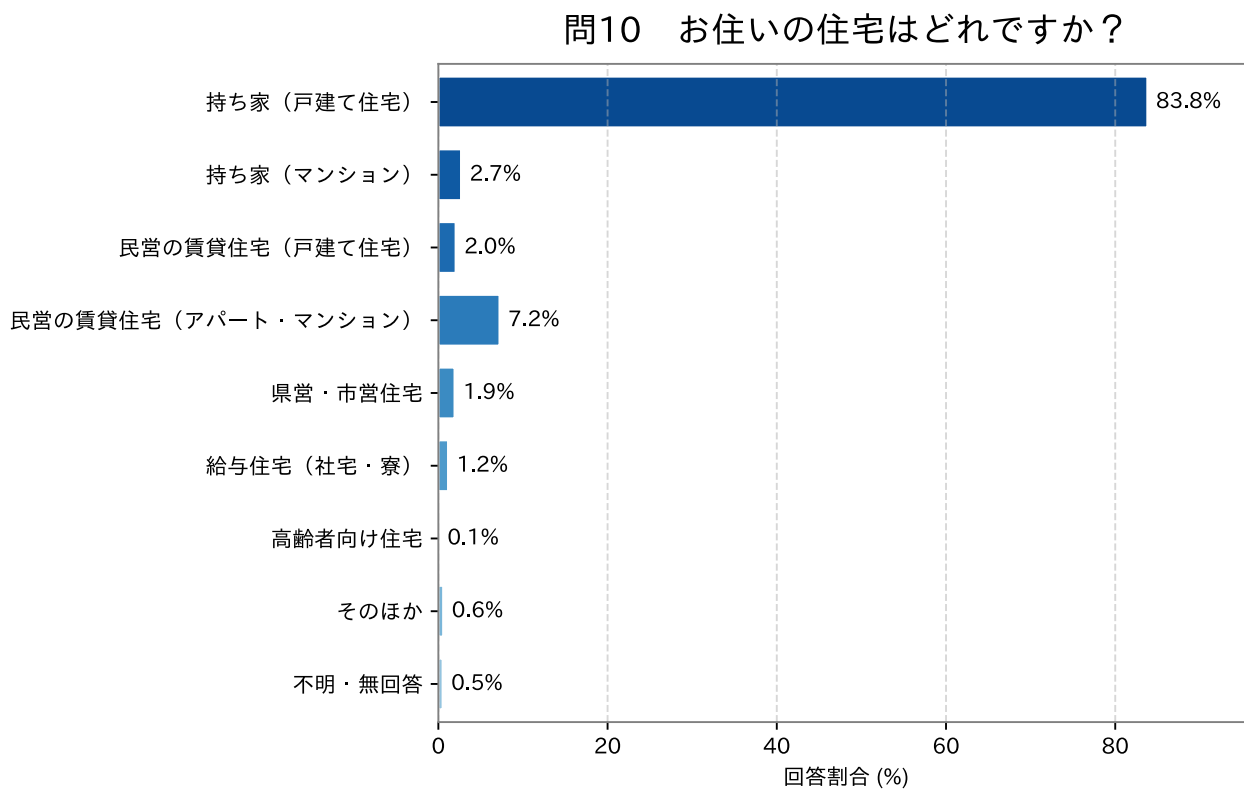


高砂市内で利用されている交通手段に関しては、「自家用車」が圧倒的であり、全体の66.3%の回答者が日常的に「自家用車」を利用している。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？



回答者の住宅については、戸建ての持ち家の回答者比率は大きく、全回答者の83.8%となっている。

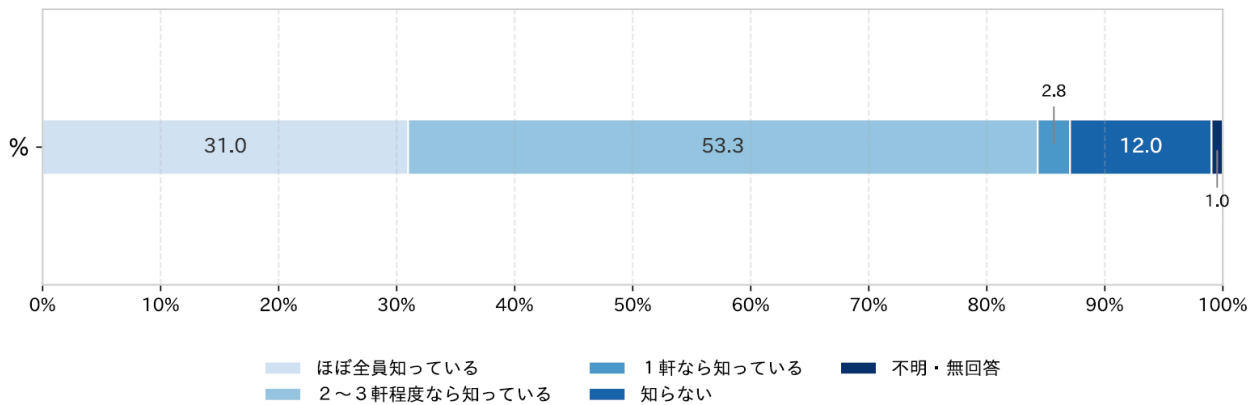


(A1-2) 地域での社会生活状況（社会関係資本関連指標）について

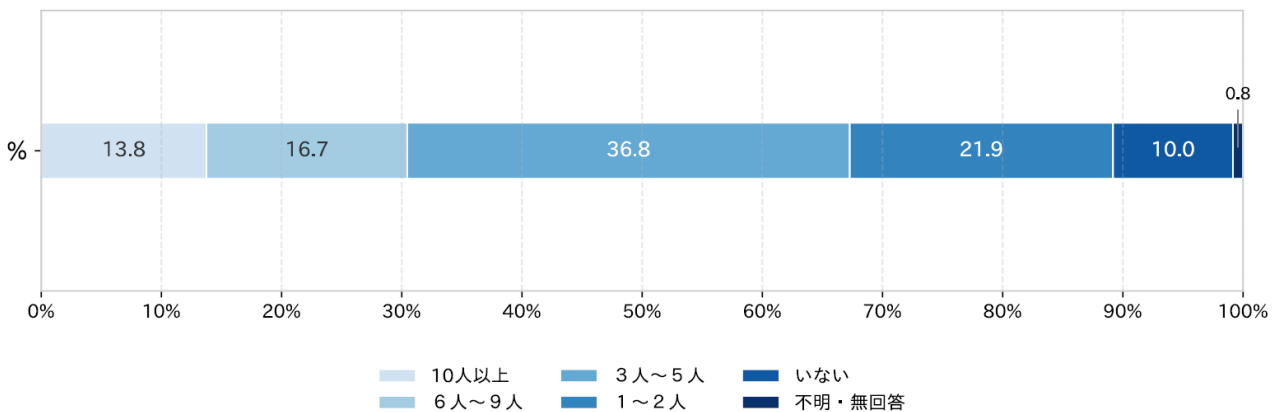
地域での移動販売車などの成否の可能性や、高砂市の商業の特徴である地域の間関係のつながりと購入活動の影響を確認するため、過去の内閣府による全国調査などの先行調査事例などを参考に、社会関係資本の関連指標と考えられる指標のうち代表的な設問についても今回調査では実施した。

調査結果から、ご近所の方の家族構成を2軒以上の世帯を知っていると回答する者の比率が80%以上、日常的に挨拶する方が3名以上いると回答するものが回答者の70%弱を占めるなど、軽微な困りごとを相談できるとする回答者が1名以上いるとする比率が70%以上の比率を示していることに加え、地域の方を信頼できるとする回答者が70%以上の比率であるなど、高砂市内において相当濃密な人間関係が構築されているという結果となっている。この結果は、内閣府などによる全国調査と比べてもかなり充実した社会関係資本が構成されており、それが人間関係ベースを基盤とした購入活動がみられるなど高砂市内での購入活動に大きな影響を与えている可能性が極めて高いことが明らかになっている。

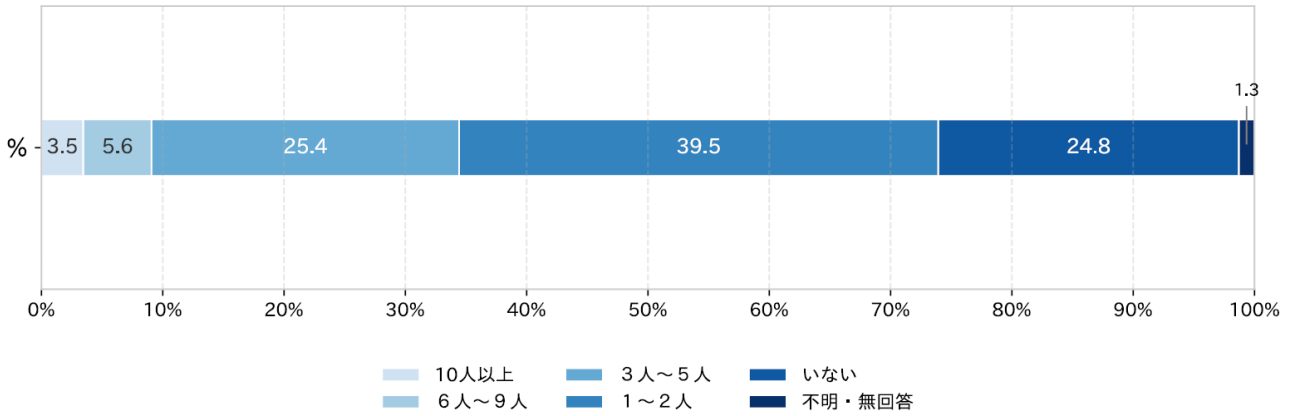
問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



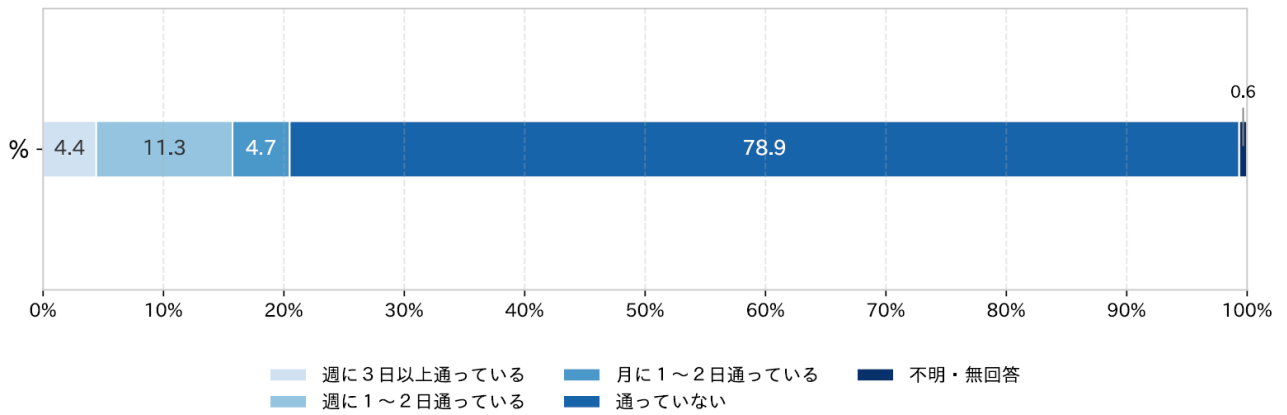
問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



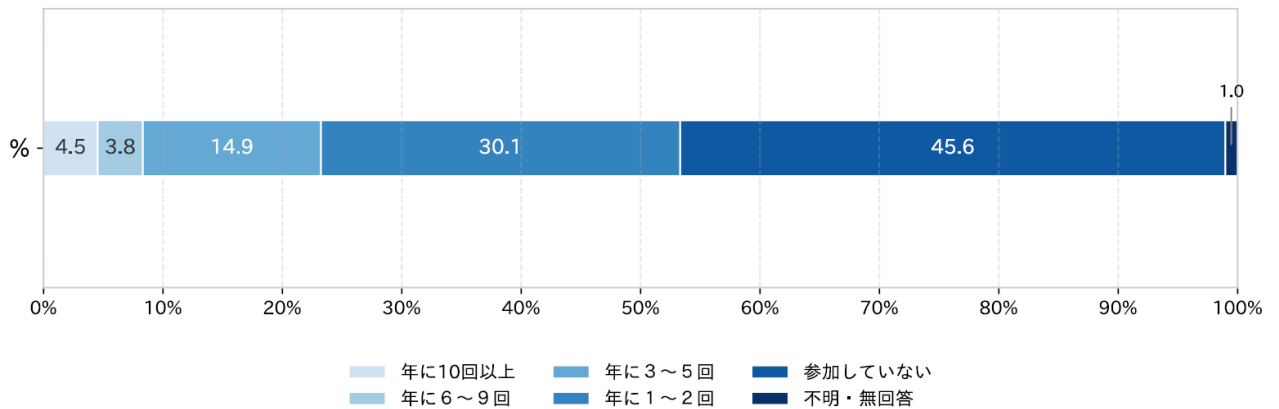
問13 ちょっとした困りごと（電球の交換や役所への手続きなどの疑問）
 について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方は
 いらっしゃいますか？



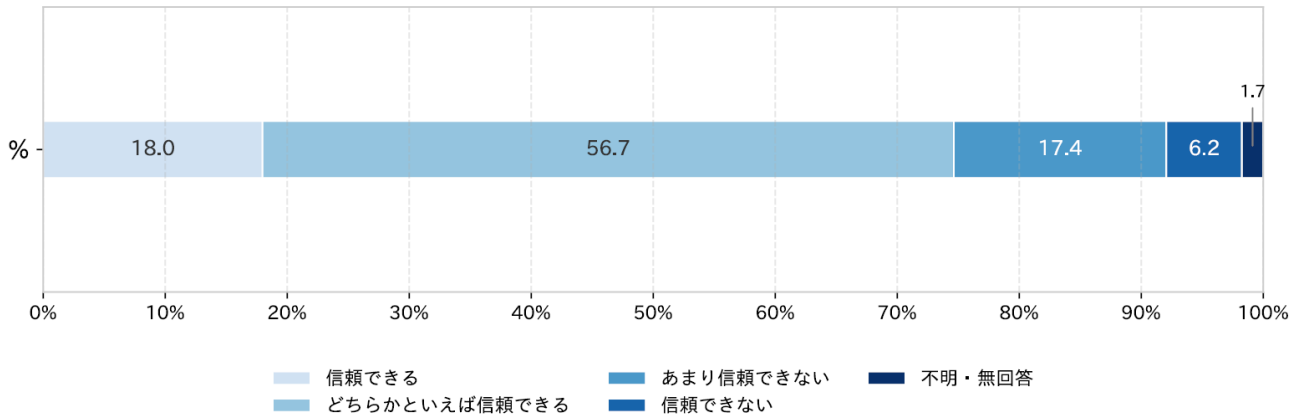
問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、
 囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに
 通っていますか？



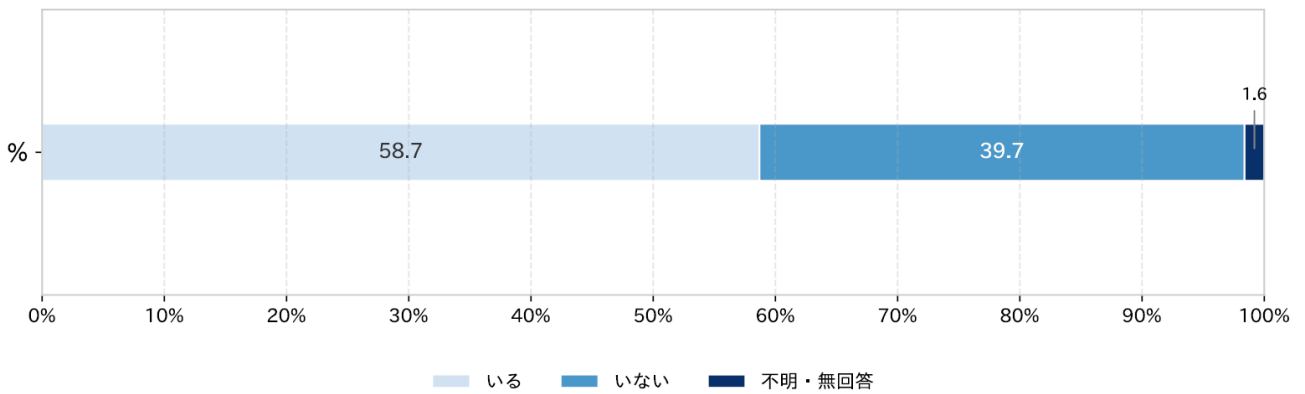
問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、
 子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動に
 どの程度参加していますか？



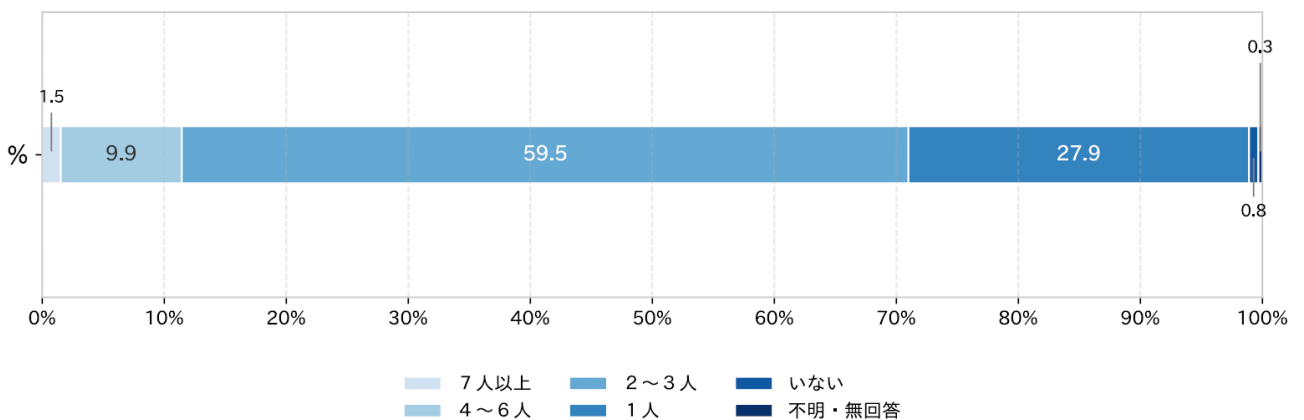
問16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



問17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問18 問17で「1. いる」と回答した方への質問です。
何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？



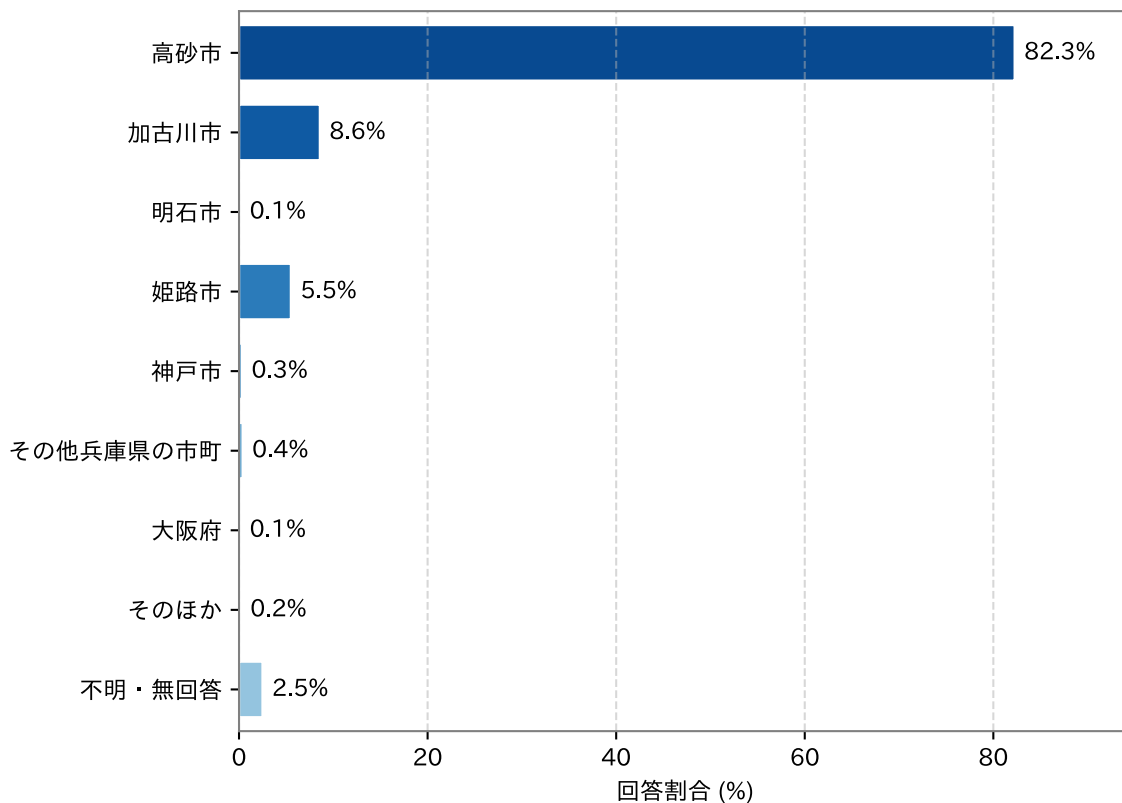
(A1-3) 生鮮食料品や日用品等の日常的な商品の購入状況について

肉や野菜などの生鮮食料品や日用品などの普段使いの商品の購入自治体、店舗の種類、買い物の週当たりの頻度、交通手段、買い物時間帯、支払い手段とその選択理由、1回あたりの支払金額等、買い物先の選択に関する諸要因に関する設問を行い、生鮮食料品や日用品に関する購入活動を把握することに努めた。

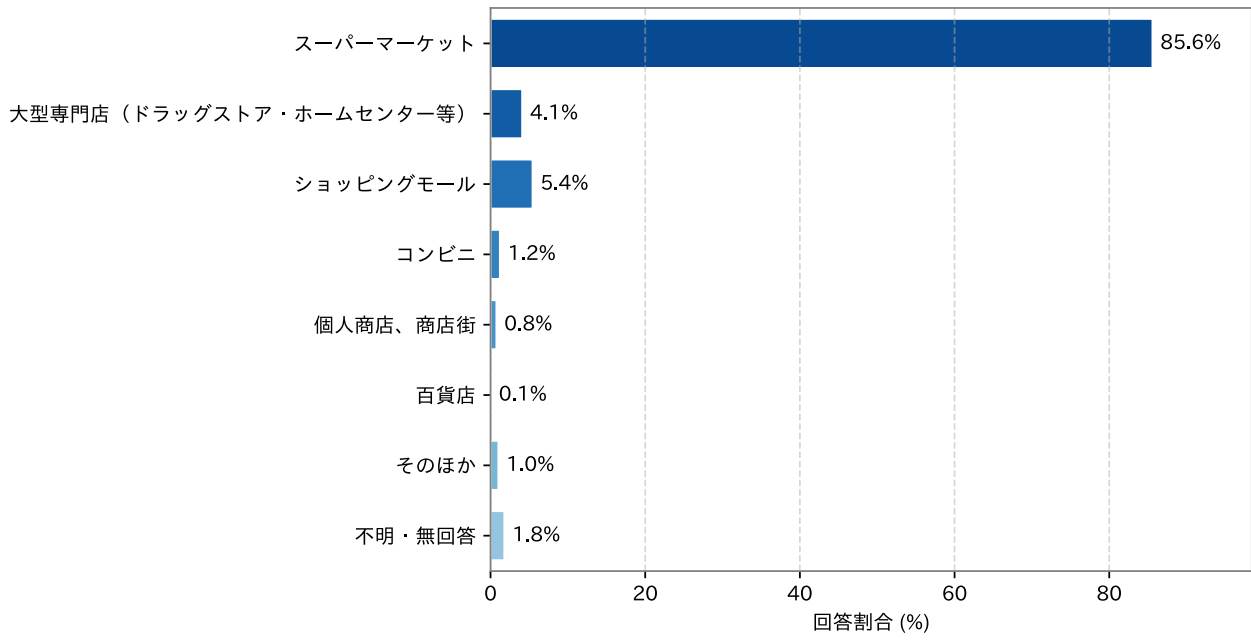
問19で調査した生鮮食料品および日用品については、高砂市内での購入が82.3%と圧倒的な比率を占めており、日常的な買い物を行う自治体としては高砂市が選択されている。

生鮮食料品及び日用品の購入先についての設問である問20の結果からは、スーパーマーケットが圧倒的な購入先となっており、ショッピングモールも生鮮食料品や日用品を購入する際の候補として選択されているが、スーパーマーケットを利用している消費者の回答者比率が85.6%という結果となっている。スーパーマーケットの圧倒的な存在感に比べ、個人商店を購入先とする回答者比率は、0.8%にとどまっている。

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

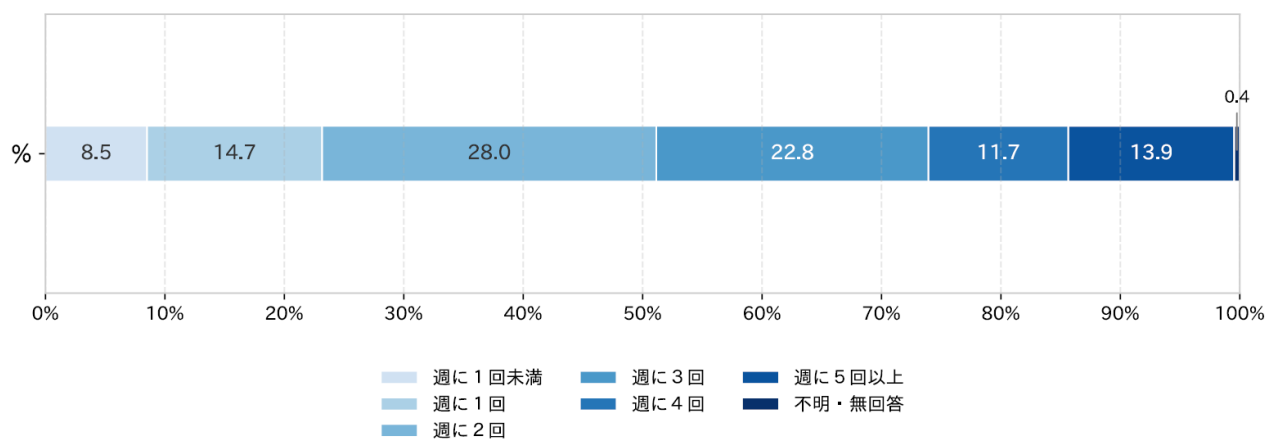


問20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、
あなたがもっともよく利用するお店の種類はどれですか？



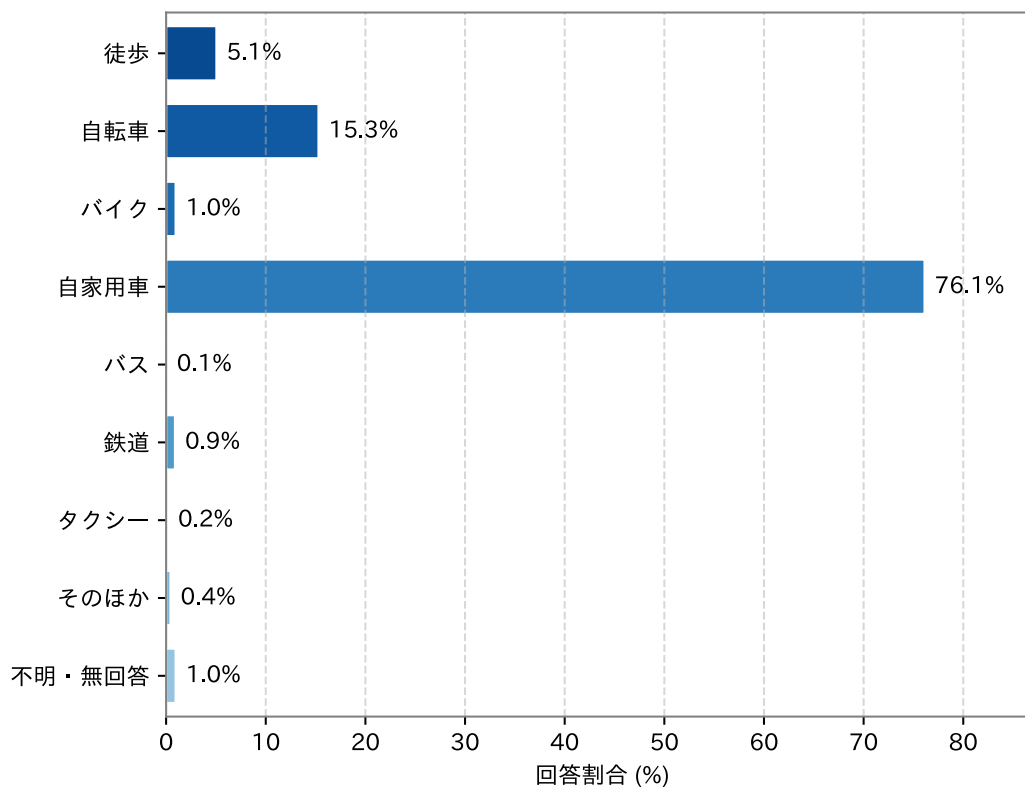
問 21 の設問からは、生鮮食料品や日用品の買い物の頻度は週に 3 回以上購入活動を行う消費者の比率が 48.4%であり、かなり高頻度での購入活動が行われており、生鮮食料品及び日用品の主要な購入先が高砂市であることを考えると、これらの生鮮食料品や日用品の高砂市内での購入活動が中心的である傾向が指摘される。

問21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に
どの程度の頻度で行っていますか？



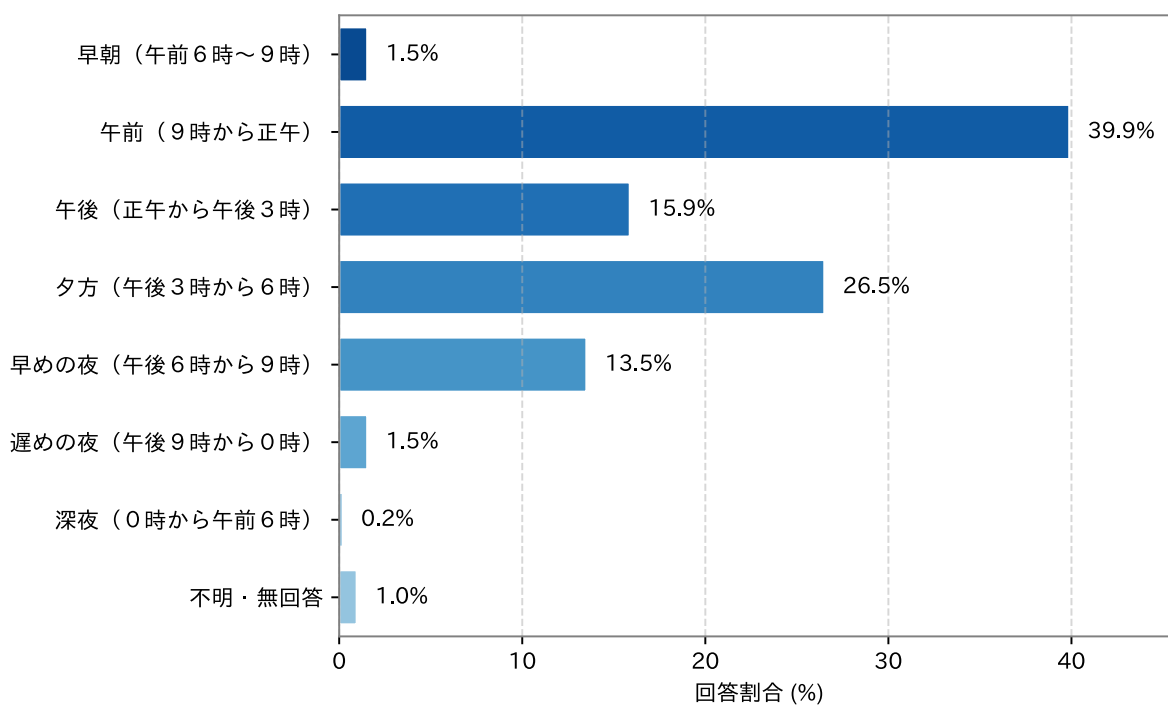
問 22 の設問項目での生鮮食料品や日用品の買い物における交通手段は「自家用車」が 76.1%に達し、問 9 の日常の交通手段での「自家用車」を利用する回答者肥率（66.3%）と比較しても約 10 ポイント弱大きくなっており、「自家用車」は買い物時の主要な交通手段となっていることが指摘できよう。

問22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？



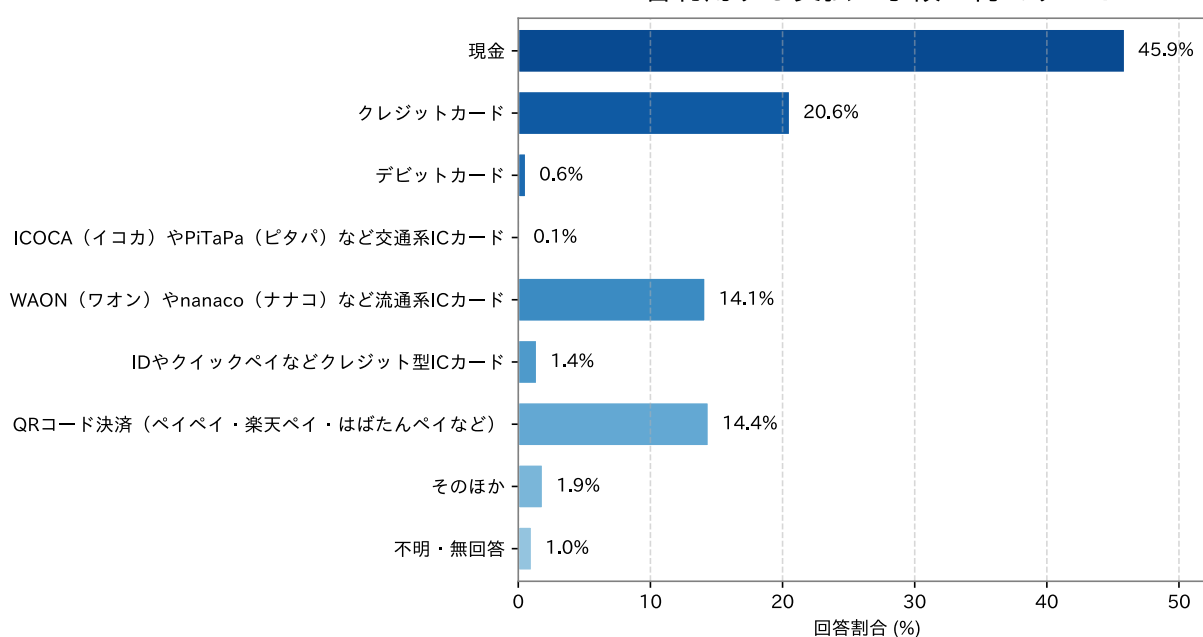
問23の調査項目である生鮮食料品や日用品の購入活動が発生する時間帯の調査結果からは、「午前（9時から正午）」が39.9%で最も回答者比率が大きい。次いで「夕方（午後3時から6時）」が26.5%と回答者比率が大きい。この結果は、主婦や高齢者の回答者群、とりわけ高齢者の回答者群を中心とした「午前中」のピークと、仕事帰りや学校帰りの通勤・通学の際に購入活動を行う回答者群、あるいは夕食準備直前の時間帯に購入活動を行う回答者群による「夕方」のピークが存在するという結果となった。これらの2つの時間帯が購入活動に関するピークを示すという典型的な二極化傾向が確認された。

問23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯はどれですか？



生鮮食料品や日用品の購入活動の際に利用される支払い手段に関する設問の間 24 の結果からは、現金が 45.9%と極めて大きい比率を示している。COVID-19 のパンデミック経験を経た調査時点では、クレジットカードでの決済が 20.6%、QR コード決済が 14.4%、流通系 IC 決済が 14.1%とこれらの支払い手段として急伸している。経済産業省の公表データによれば、キャッシュレス決済比率が 2024 年度 42.8%に達しているとされているが、この全国の参考値に比べても、高砂市内ではキャッシュレス比率はより大きな値を示しているといえよう。

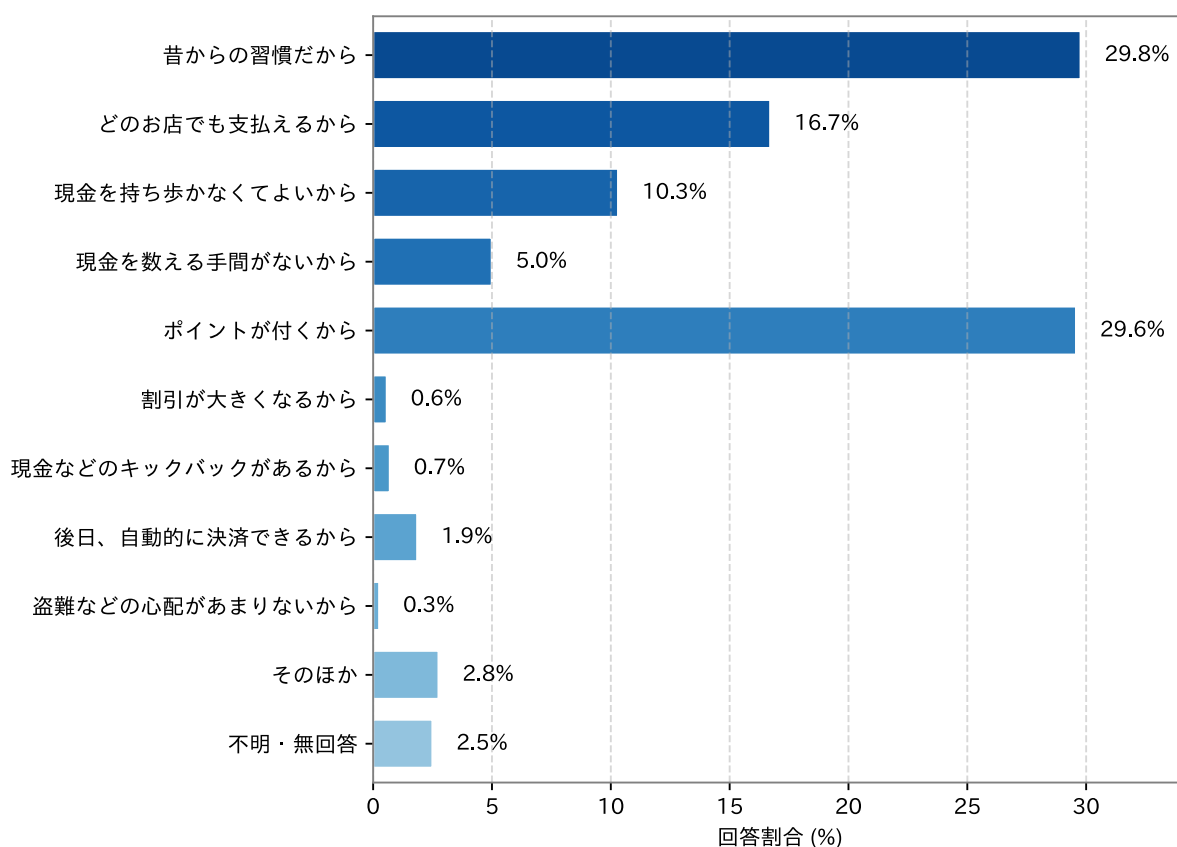
問24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



問 25 の設問では生鮮食料品や日用品の購入活動の際の決済手段の選択理由の調査を行った。選択理由としては、伝統的な決済手段であるからとする回答者が 29.8%とかなりの比率を占めている一方、ポイントが付くと回答したものが 29.6%と伝統的な支払い手段であることを理由とする回答者比率とほぼ同等の比率を示している。

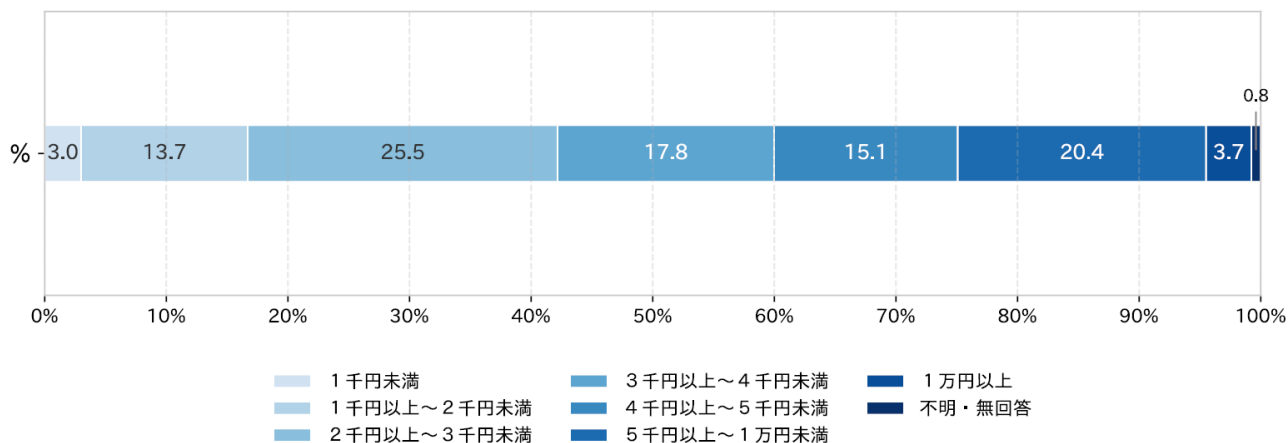
その意味で、ポイントの有無が決済手段の決定にかなりの影響を与えていることが指摘できよう。後述する年齢層別に決済手段の分析を行った結果からは、中年層では、ポイントの有無が決済手段の選択に大きく影響しているためか、キャッシュレス決済を選択している一方、若年層と高齢者の回答者群では現金決済がかなりの比率を占めている。

問25 問24で選んだ支払い手段について、その支払い手段を選んだもっとも大きな理由は何ですか？



問26で調査を行った生鮮食料品や日用品の一回当たりの購入金額に関しては、3,000円未満の回答者群では42.2%とかなりの比率となっている一方、1回あたり10,000円以上購入する回答者群の比率が20%強を占めており、高頻度少額購入する消費者群と低頻度で購入金額が比較的大きい消費者群の両者が高砂市内に併存することを示す結果となっている。

問26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？



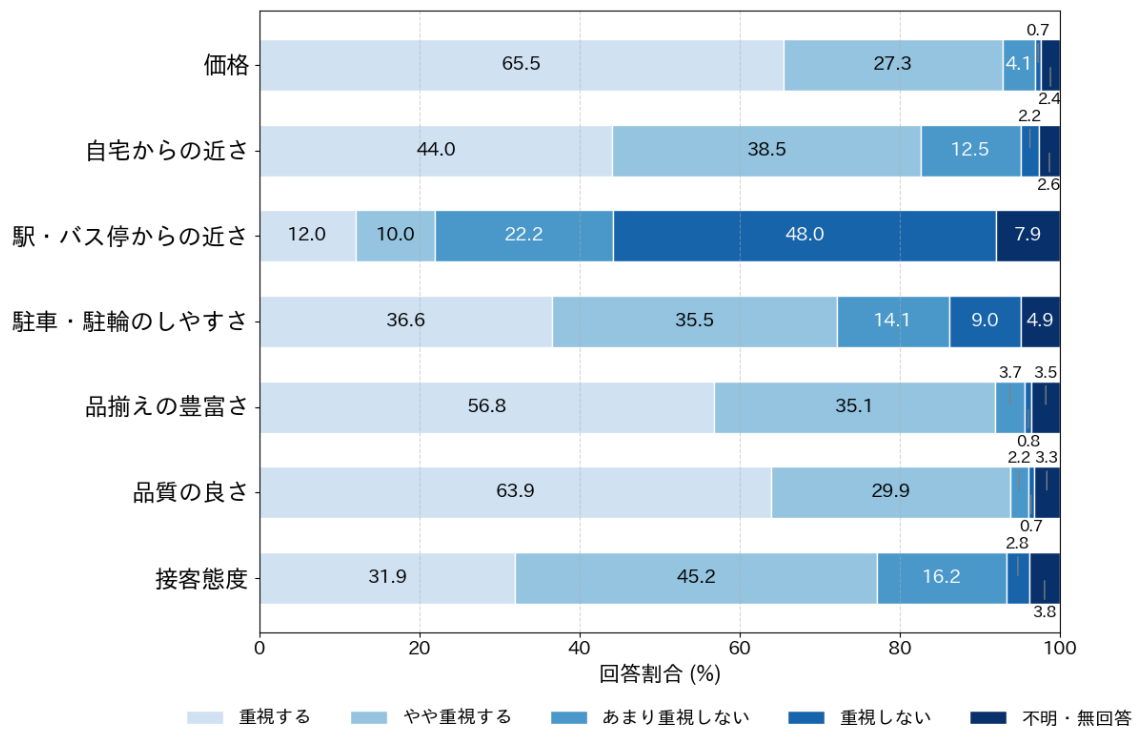
問 27 では、生鮮食料品や日用品の購入先を選択する際の要因についての調査を実施したが、居住地からの近接性を重視する回答者比率（「重視する」、「やや重視する」という回答選択肢を選択したとした回答者比率の和、以下同様）が 82.5%、価格を重視する回答者比率が 92.8%である一方、交通手段に関する設問である駅やバス停など交通結節点への近接性を重視する回答者比率は 22.0%にとどまった。とはいえ、駐輪駐車場の充実を重視する回答者比率は 72.1%であり駐輪施設や駐車場整備の重要性は相当程度重視されていることを示す結果となっている。

生鮮食料品や日用品の販売されている「品揃えの豊富さ」や「品質の良さ」に関しては、重視するとする回答者比率はいずれも 90%以上であり、「品揃えの豊富さ」に関しては回答者の 91.9%、「品質の良さ」に関しては同 93.8%であり、生鮮食料品や日用品についてもこれらの事業者としての基本的な取り組みについて消費者から相当程度重視されていることが指摘できる。

これに比べ、「接客態度」について「重視する」を選択した回答者比率は 72.2%程度にとどまっている。

これらの結果を要約するならば、駐輪駐車が容易な商業施設において多様な商品群を高品質かつ低価格で提供する事業者との取引を重視している消費者が大半である。とはいえ、「品質の良さ」、「品揃えの豊富さ」、「価格の安さ」を重視しない消費者群も一定程度高砂市内には存在し、これらの消費者はコンビニエンスストアなどの利便性を最重視して購入活動を行っていることが示唆される。

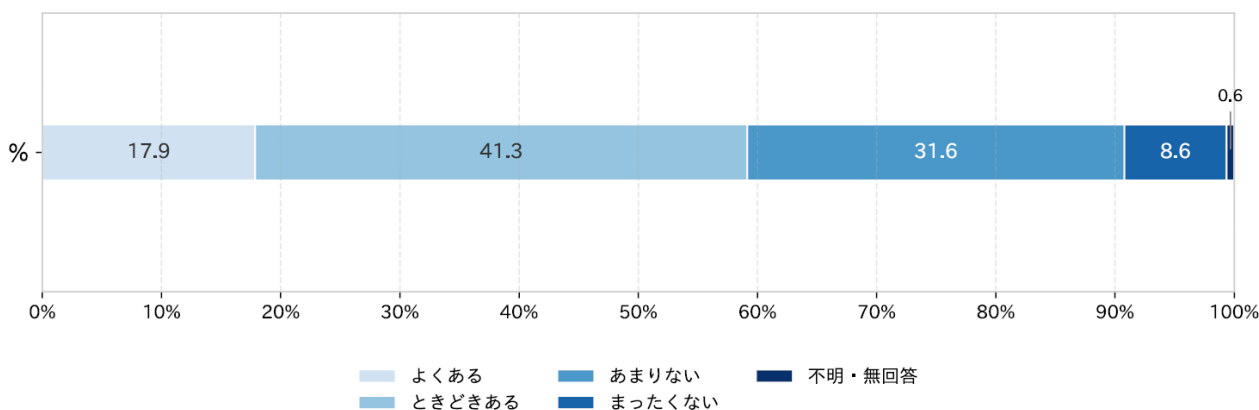
問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、
どのような点を重視されますか？



高砂市でも取り組みが始まろうとしている移動販売車による販売活動について、その可能性を探るための設問として、買い物困難者がどの程度発生しているのかということに関するいくつかの設問により調査を行った。

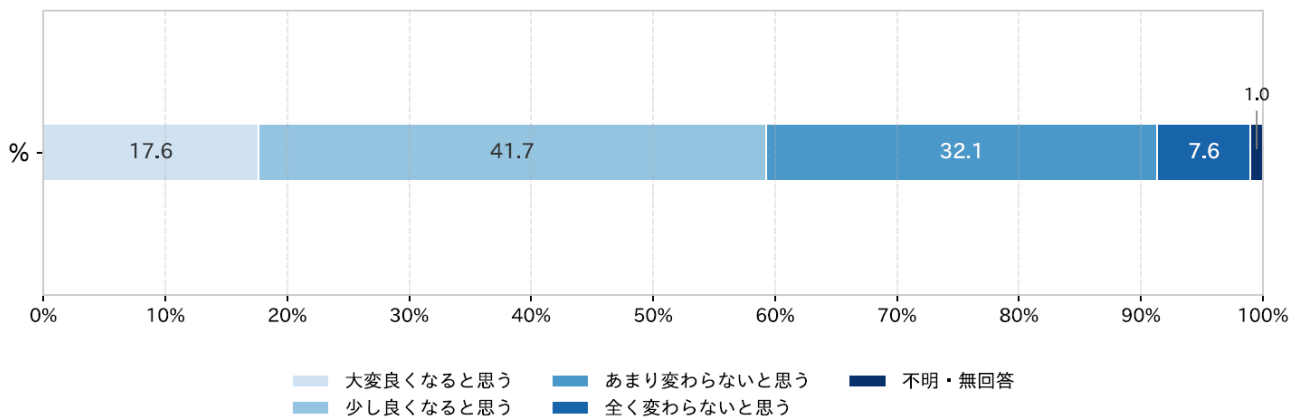
問 28 で調査を行った、日用品でも容積の大きな商品群や重量物等の購入で困難性を感じる主観的頻度に関する問の結果からは、半数以上の 59.2%の回答者が困難をある程度頻繁に感じた経験があると回答しており、何らかの対策が今後、必要になることをうかがわせる結果となっており、移動販売車に対する需要が一定存在することを指し示す結果となっている。

問28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありますか？



また、問 29 で調査を行った項目である公園や公民館等の身近な施設での生鮮食料品の移動販売があった場合、地域の人々での生活の質が向上するかに関しても、向上する可能性があるという回答した回答者比率は、59.3%の回答者が向上の可能性を指摘しており、現状での移動販売による住民の QOL 改善の可能性が示唆される結果となっている。

問29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思われますか？



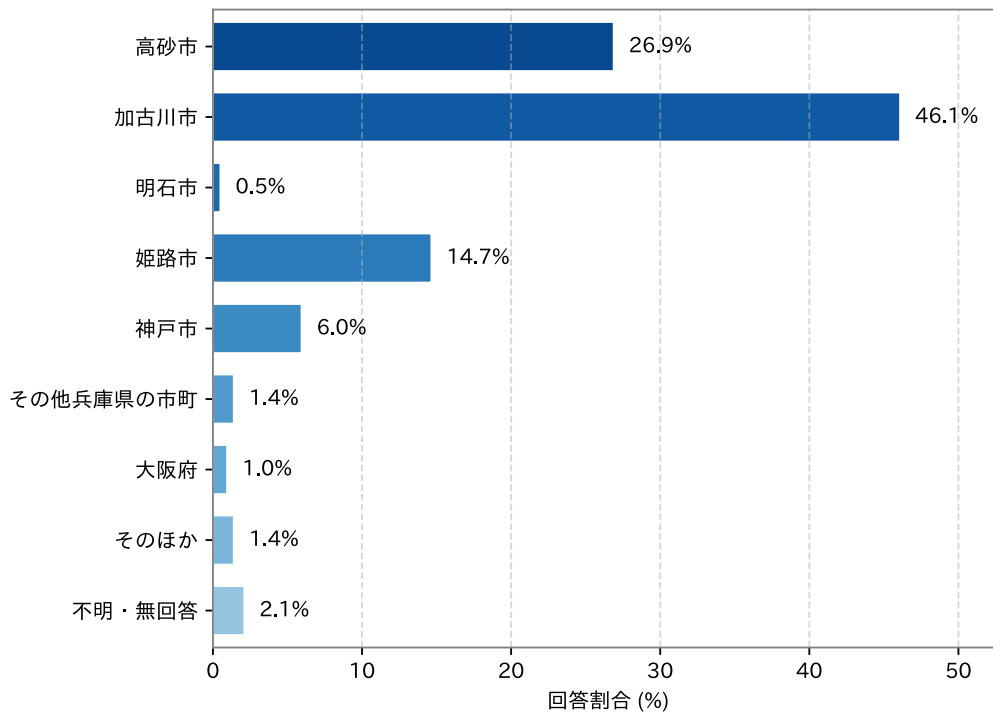
(A1-4) 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などの（買い回り品）の購入状況について

婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などの買い物頻度が少なく、複数店舗での商品を比較したうえで購入する買い回り品の購入自治体、店舗の種類、支払い手段、1回あたりの支払金額、買い物先の選択に関する諸要因に関する設問を行い、購入頻度の低く比較的高額な商品に関する購入活動を捕捉することに努めた。

生鮮食料品や日用品に関しては高砂市内を購入先とする回答者比率が80%以上を占めている一方、問30により調査を行った耐久消費財や買い回り品など的高額商品に関する購入先自治体としては、高砂市内とするものの回答者比率が26.9%にとどまっている。買い回り品の購入先自治体としては、加古川市を選択した回答者比率は46.1%と約半数を占め、姫路市内を購入先自治体とする回答者比率は14.7%である。

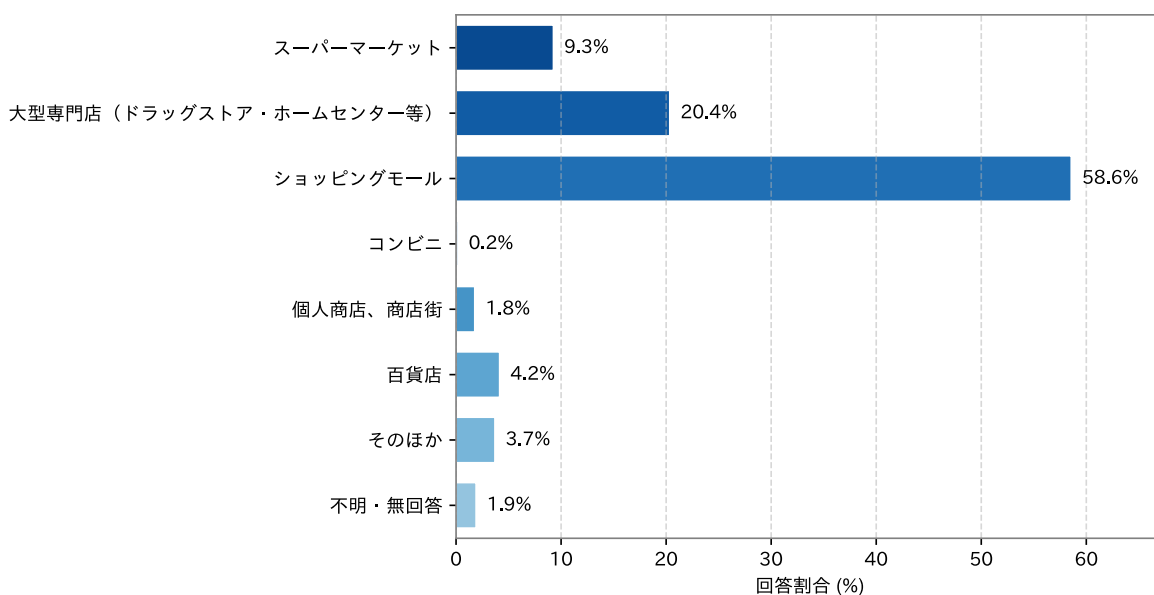
これらの比較的高額商品であることが多い買い回り品の購入が近隣市で行われていることは、高砂市の商業における大きな課題となっていることを示唆する結果となっている。

問30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



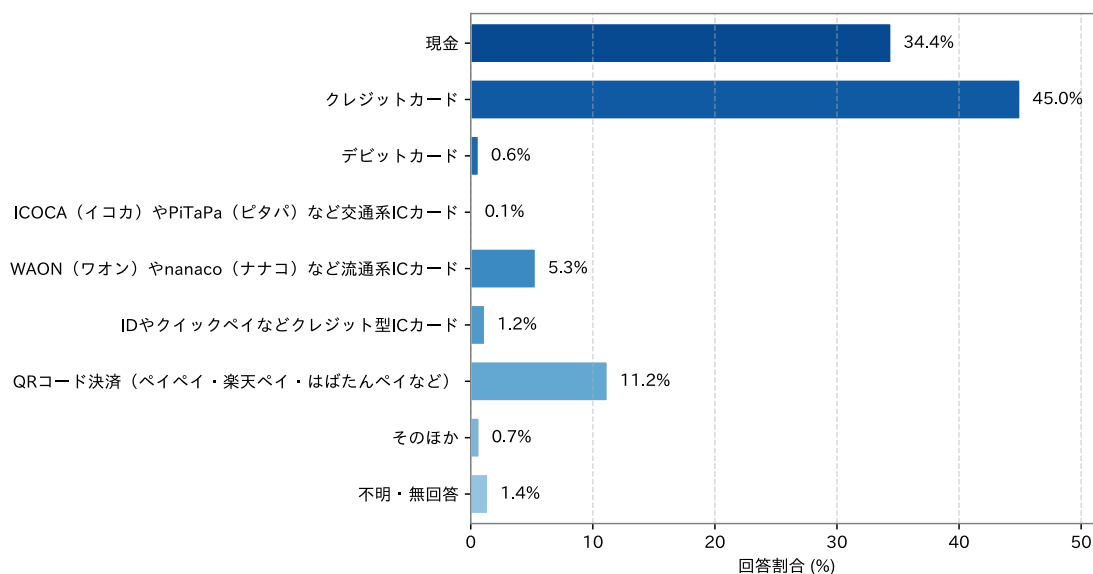
問31により調査を行った耐久消費財や買回り品などの高額商品に関する購入先の商業施設の種類として、「品揃えの豊富さ」による比較可能性と希望する商品の購入可能性が増すことがより重視されるためか、ショッピングモールと回答するものの比率が58.6%であり、高砂市内での大型ショッピングモールに限られることもあり、他の自治体を購入先とする傾向につながっていることをうかがわせる結果となっている。高度経済成長期までは、個人商店などがこれらの購入先となっていることが考えられるが、これらを購入先とするものは1.8%にとどまっている。

問31 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？



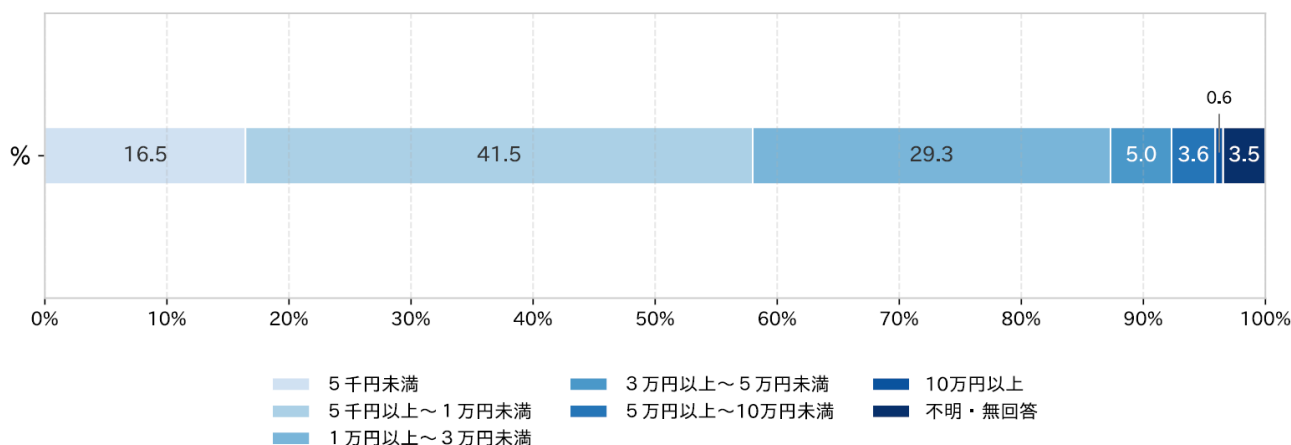
婦人服、紳士服や耐久消費財などの買回り品の高額商品の際の支払い手段を問うた問 32 の回答結果からは、クレジットカードが最大の支払い手段であり、回答者比率は 45.0% と約半数を占める一方、現金での支払いを行うとする回答者比率も 34.4% であり、高額商品でも現金決済が一定の回答者により選択されているという印象的な結果となっている。

問32 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



問 33 において確認した買回り品の 1 回あたりの購入金額についての結果からは、5,000 円以上 10,000 円未満が 41.5% とかなりの比率を占め、10,000 円以上 30,000 円未満が 29.3% であり、両者を合わせると 70% 強の消費者が 1 回あたりかなりの金額を支払っていること、それが高砂市以外の自治体での支出につながっていることを考えると、かなりの商機を高砂市内の事業者は失っていることをうかがわせる結果となっている。

問33 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物の 1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？



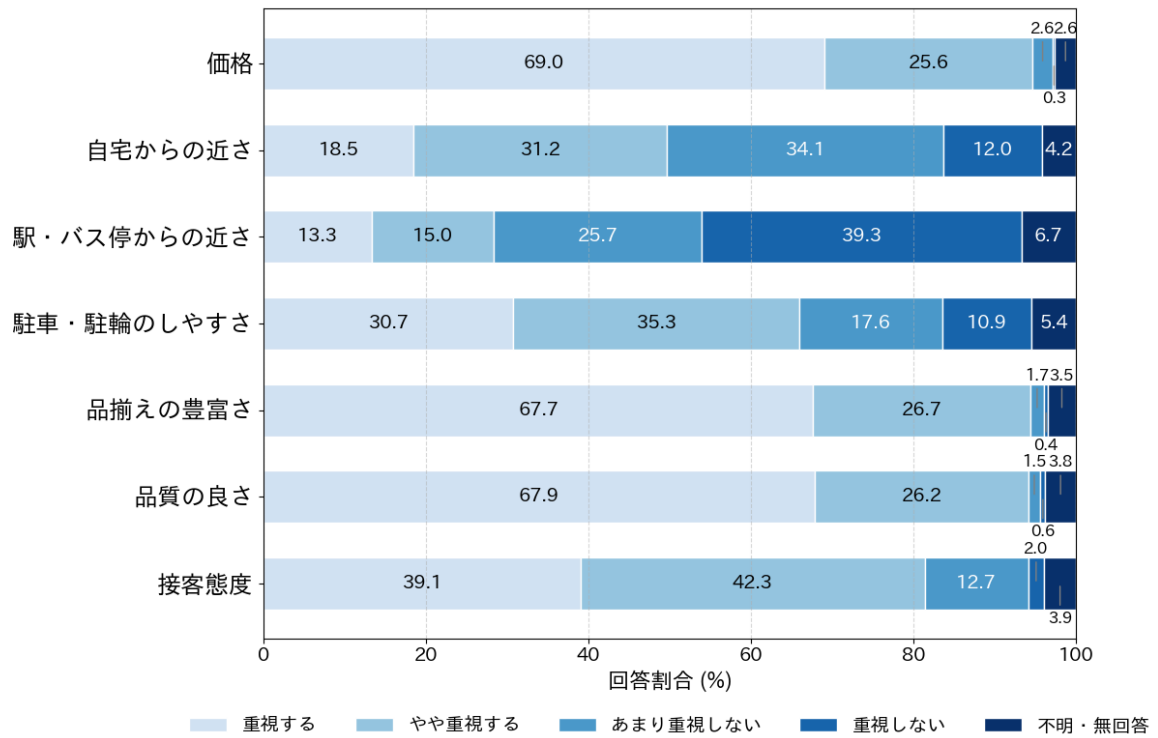
問 34 により調査を行った、婦人服、紳士服や耐久消費財などの買回り品についてどのような側面を重視するのかに関する設問については、生鮮食料品や日用品と同一の項目について調査を行った。耐久消費財や買回り品でも価格を重視するという回答者（「重視する」、「やや重視する」という回答選択肢を選択した回答者）の比率は 94.6%であり、高額商品であるためか、生鮮食料品や日用品において価格を重視する回答者比率の 92.8%よりやや大きな比率を示している。

耐久消費財や買回り品の購入において、「自宅からの近さ」を重視しない回答者（「あまり重視しない」、「重視しない」という回答選択肢を選択した回答者、以下同様）の比率は 46.1%と約半数を占め、生鮮食料品や日用品の購入時において「自宅からの近さ」を重視しない回答者比率である 14.7%と比べ、かなり大きな値を示しており、耐久消費財や買回り品の購入が高砂市内で行われず、高砂市外で高砂市民によって行われていることにつながっているものと考えられる。また、市外で購入しているとする回答者比率が大きいにもかかわらず、鉄道駅やバスなどの交通結節点への近接性を重視しないとする回答者比率も 65.0%と半数以上の値を示しており、耐久消費財や買回り品においては自家用車利用が一般的であることを示唆する結果となっている。さらに駐車・駐輪場の利用のしやすさを指摘するものが 66.0%を占めていることも、耐久消費財や買回り品の購入において自家用車の利用が生鮮食料品や日用品以上に一般的であることをうかがわせる結果となっている。

耐久消費財や買回り品の購入活動において「品揃えの豊富さ」や「品質の良さ」は、生鮮食料品や日用品の購入の場合と同様に、それらを「重視する」、「やや重視する」とした回答者比率の和と同様に 90%以上であり、大きな差はみられない。

しかしながら、「接客態度」について「重視する」を選択した回答者比率は、生鮮食料品や日用品の場合の同比率である 72.2%と比べ、81.4%とやや上回っており、高額商品であるがゆえに「接客態度」について重視する傾向が確認される。

問34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、
どのような点を重視されますか？

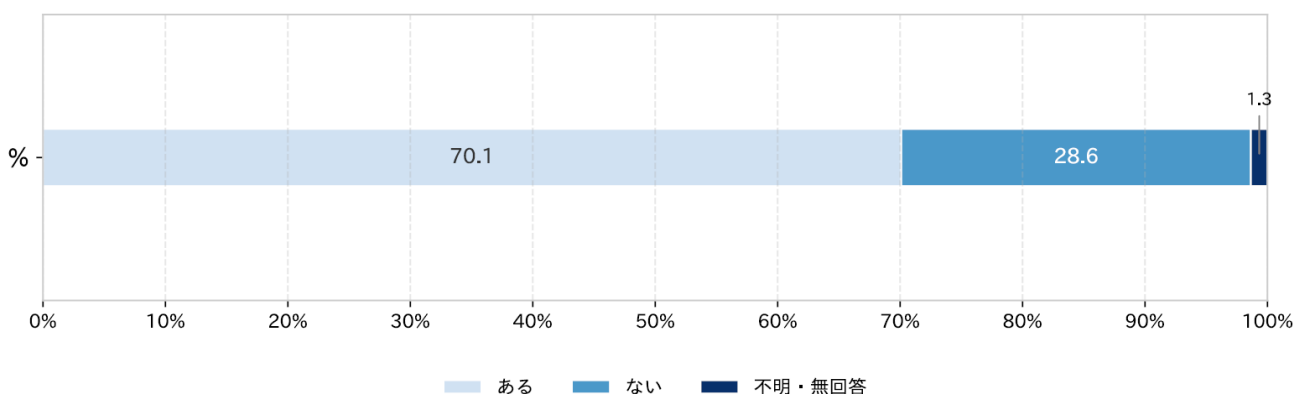


(A1-5) インターネットショッピング等通信販売・食事宅配サービスの利用状況について

ユビキタス社会への移行に伴い、一般化したインターネットショッピングやテレビ通販などの通信販売の利用が高砂市内でどのようになされており、それが高砂市内にどのような影響を及ぼしているのかを検証するために、過去1年間のインターネットショッピング経験、頻度、購入品の種類、利用する理由、食事宅配の利用状況やその頻度、近年普及しつつある個人出店型のインターネット販売サイトの利用状況等についての設問により、これらの利用状況の把握に努めた。

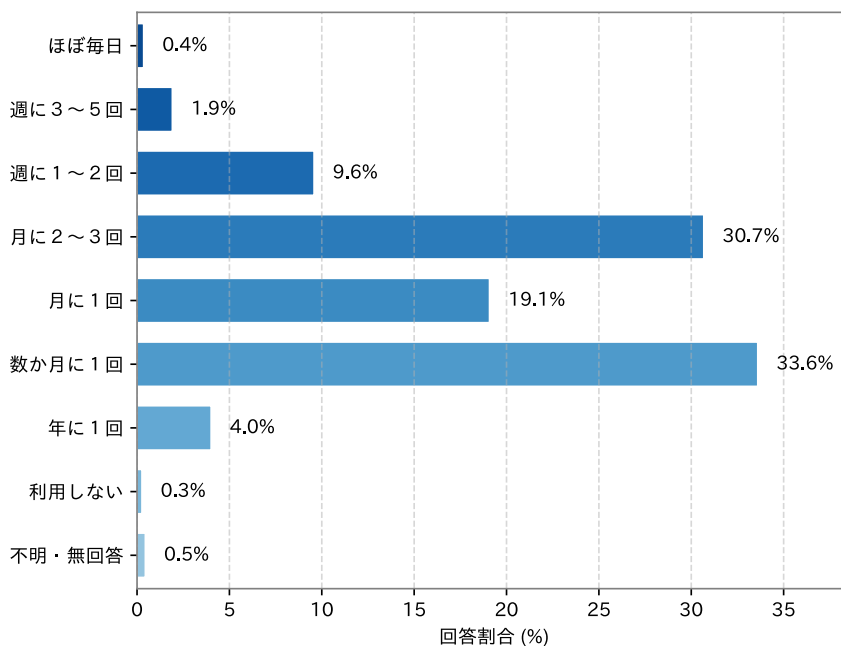
問35の設問では、インターネット通販など通信販売の利用状況を尋ねたが、調査対象者となった高砂市民のうち、70.1%が何らかのインターネットショッピングの経験があるとしており、かなりインターネットショッピングが一般化していることが指摘できよう。

問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



問36においては、インターネット販売等の通信販売の利用状況を確認したが、インターネットショッピングなどの通信販売による頻度が月に2~3回以上の回答者比率の和が40%以上であり、かなりの頻度でインターネット販売等の通信販売を利用して購入する消費者が高砂市内に存在する。高砂市内の事業者にとっての経営環境はインターネット通信販売等の通信販売の社会全体への普及に伴い、より厳しい環境に直面していることを暗示する結果となっている。

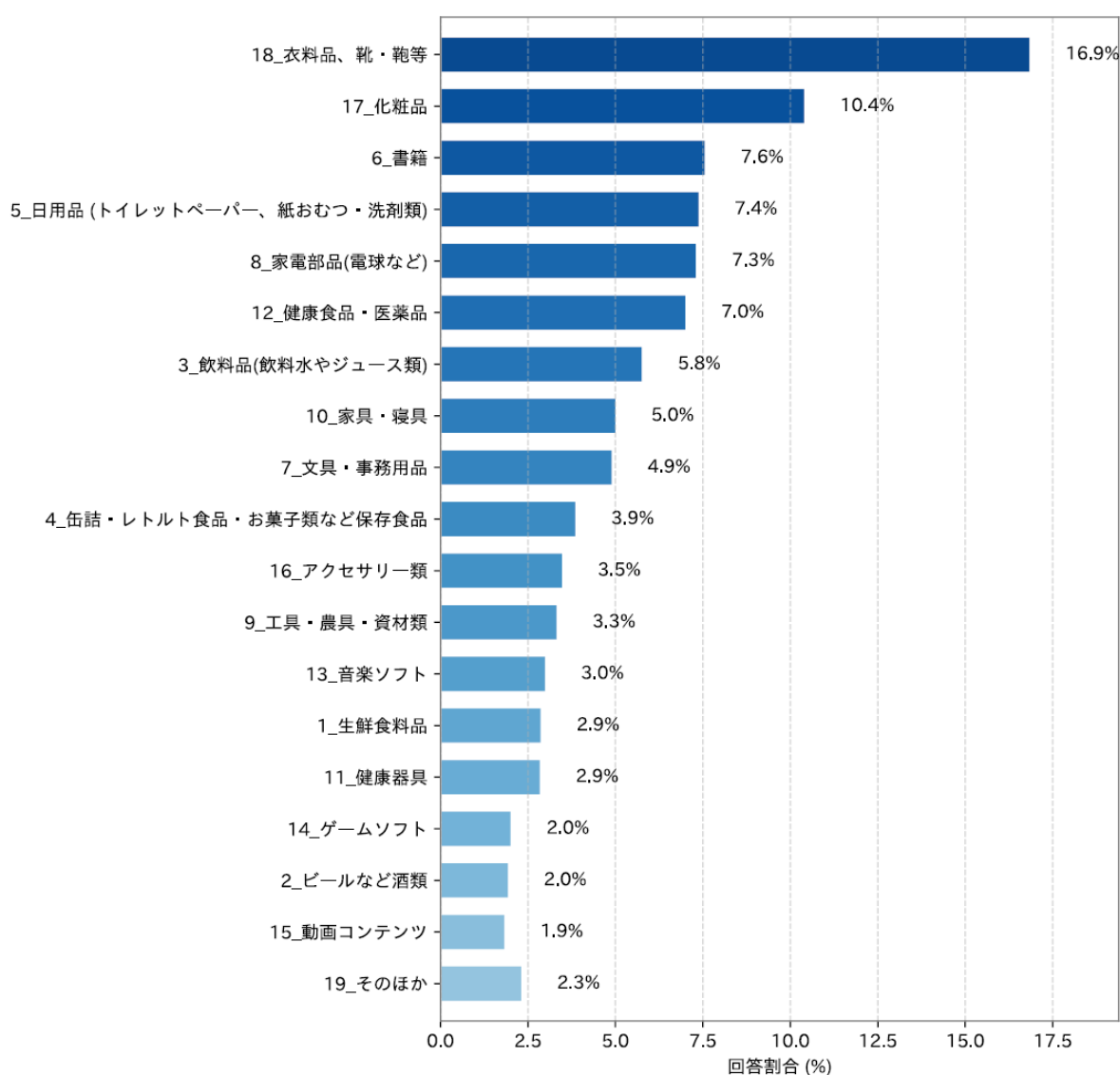
問36 インターネットショッピングでのお買い物をしておられる回数ほどの程度ですか？
(問35で通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがあると答えた方のみへの副質問)



インターネットショッピングで購入している品目の調査を行った問 37 の結果からは、購入品目の上位には、「衣料品・靴・鞆等」が 16.9%、「化粧品」が 10.4%、「書籍」が 7.6%と高砂市内の事業者を介したアクセスがやや困難な商品を購入している回答者が一定数の比率で含まれるものの、比較的重量がある、あるいは、容積をとる「日用品」や「飲料品」など高砂市内でも購入可能である商品群を購入している回答者も相当数含まれ、高砂市内の事業者の売り上げを減少させている可能性を示す結果が得られている。

問 37 インターネットでお買い物をしておられる商品はおもにどのようなものですか？
この1年間にお買い物をされた経験があるものは何ですか？

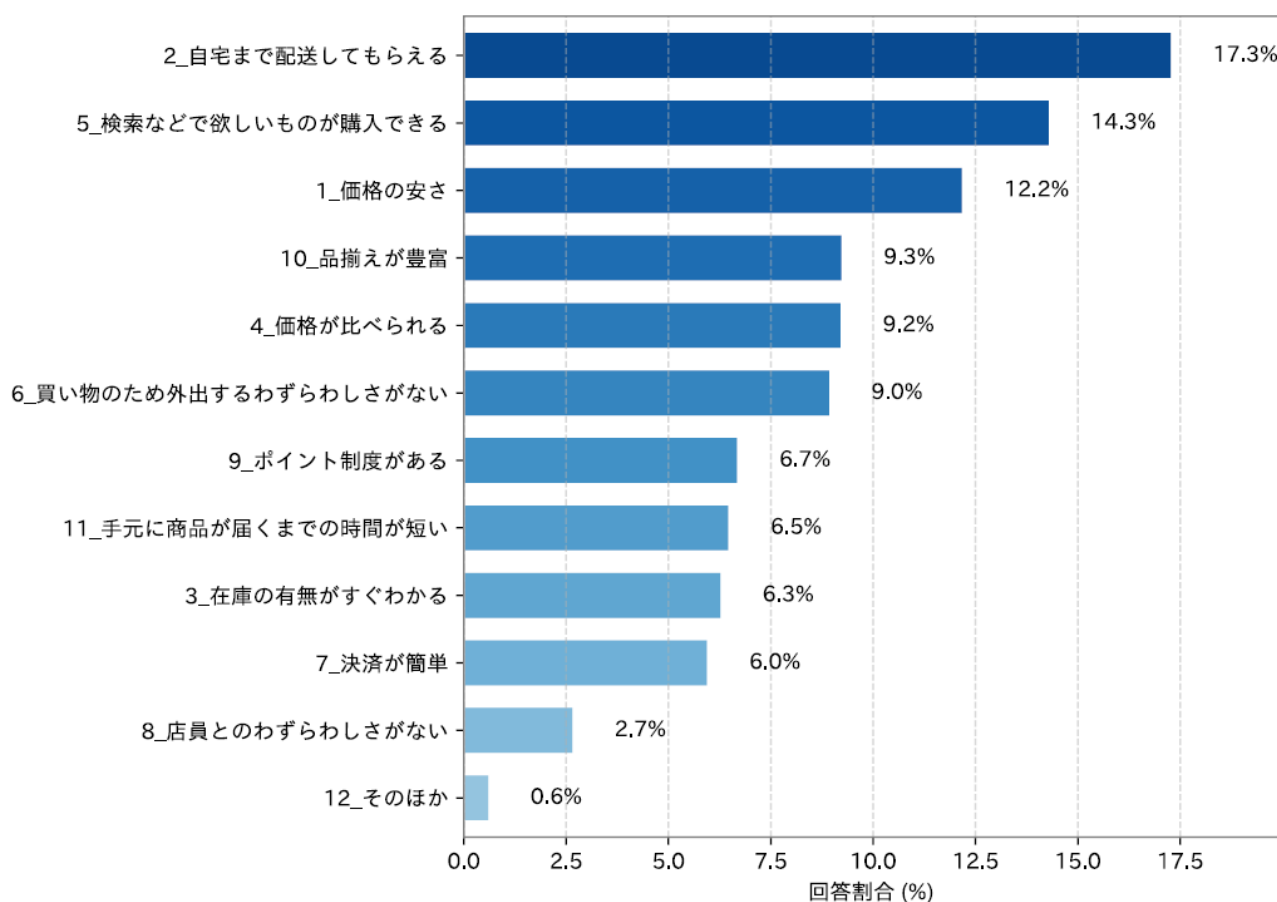
【あてはまるものすべてに○】



(複数回答項目 n=8,569)

問 38 で調査を実施したインターネットをはじめとする通信販売で商品を購入する理由の結果からは、「自宅まで配送してもらえる」という通信販売の固有の特性を指摘するものが 17.3%に達していることに加え、商品検索機能が充実している項目を選択したものが 14.3%となっており、消費者が「必要とするものが購入できる」ということが、通信販売が選択される重要な理由となっていることを示唆する結果となっている。また「価格の安さ」を指摘する回答者比率も 12.2%となっている。通信販売事業者は全国という市場を相手にビジネスをしているため、相当ニッチな商品でも取り扱うことが可能であり、「品揃えの豊富さ」を指摘するものが 9.3%となっている。価格比較サイトなどで、最安値価格や問い合わせ対応などのサービスレベルに関してある程度情報収集したうえで購入の決断が可能であるというインターネット通信販売の特性などが利用する理由としてあげられている。これらの特性は高砂市内に店舗を構える事業者にとっては対応するためのハードルがかなり高いと考えられるため、インターネット販売を中心とした通信販売事業を販売における競合相手と認識したうえで何らかの差別化政策をとる必然性を暗示する結果となっている。

問 38 インターネットのショッピングサイトやネットスーパー、テレビなどの通信販売を利用される理由は何ですか？【あてはまるものすべてに〇】

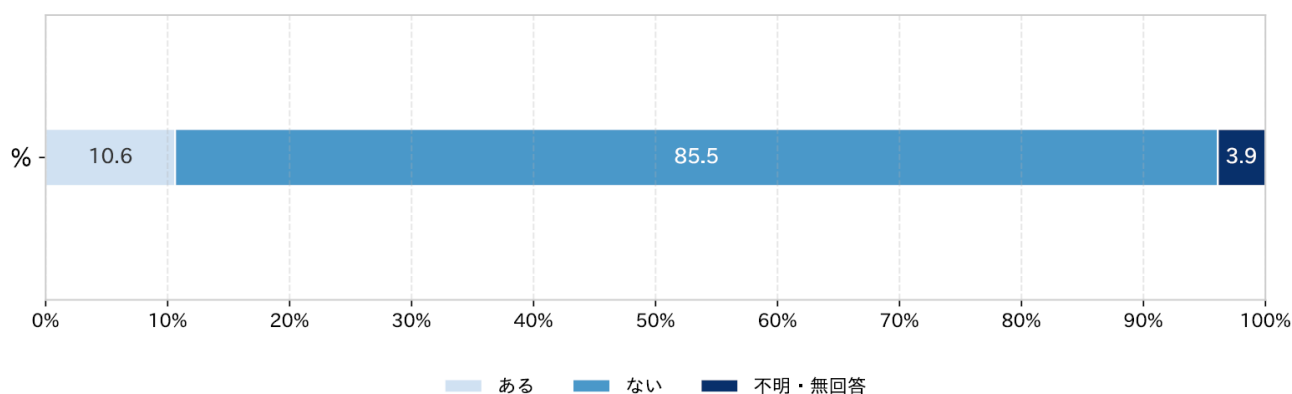


(複数回答項目 n=4,625)

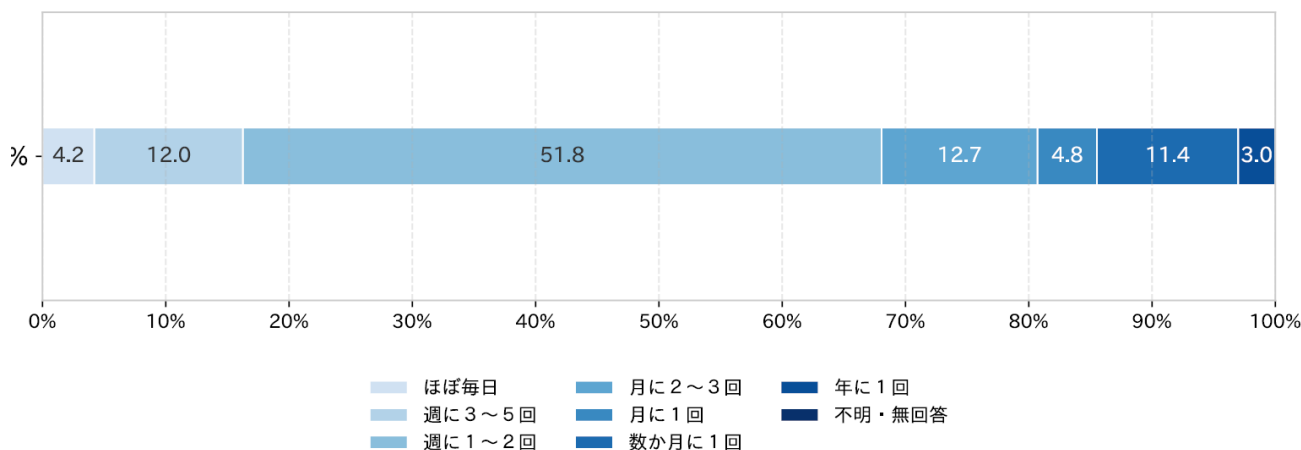
問 39 では、近年、生鮮食料品の購入に困難性を抱えることがある高齢者世帯や購入に関する時間的余裕が限られる共働き世帯を中心に導入が進んでいるとされている食材宅配や食事宅配等の給食サービスの利用状況を確認した。その結果から見る限り、食材宅配や給食サービスの利用者の比率は 10%程度であり、MMD 研究所の 2023 年度調査結果においては 14.6%、平成 25 年度に農水省の委託事業として三菱 UFJ リサーチ&コンサルティングにより高齢者世帯を対象として実施されたインターネットアンケート調査結果では、食事宅配サービス等の利用者が 10%前後であるという結果と比較した場合、この種のサービスの利用率は、ほぼ同等であるか、利用率はやや低い水準である。

問 40 で調査した材宅配や食事宅配等の給食サービスの利用回数も、週に 3 回以上利用するものの比率は 16.2%にとどまっており、さほど高頻度で利用されているというわけでもなく、高砂市内の生鮮食料品取扱事業者に深刻な影響を与えるほどの規模とはなっていない傾向が確認された。

問39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？
 お店からの出前、出前館やUberEats（ウーバーイーツ）は除いてお考え下さい。



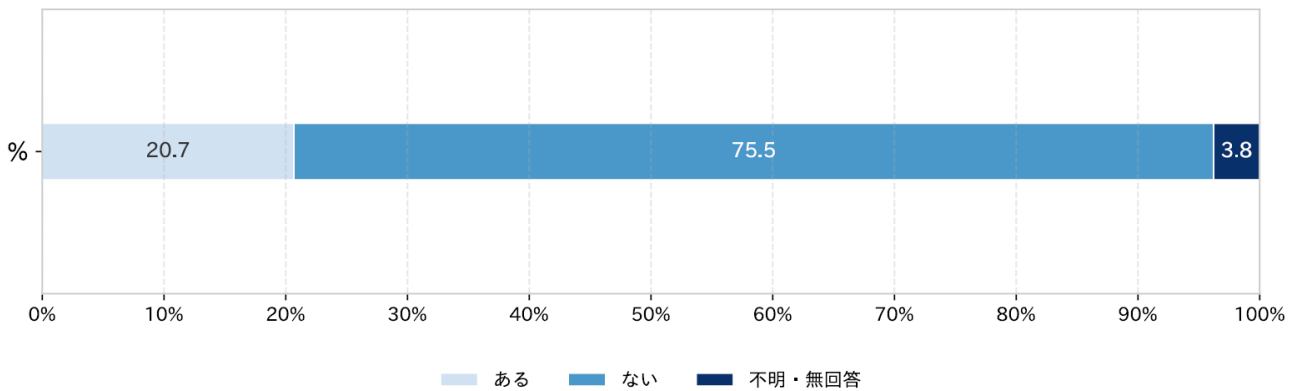
問40 問39で「1. ある」と回答した方への質問です。
 食材宅配・食事宅配など給食サービスを、どの程度の頻度で利用していますか？



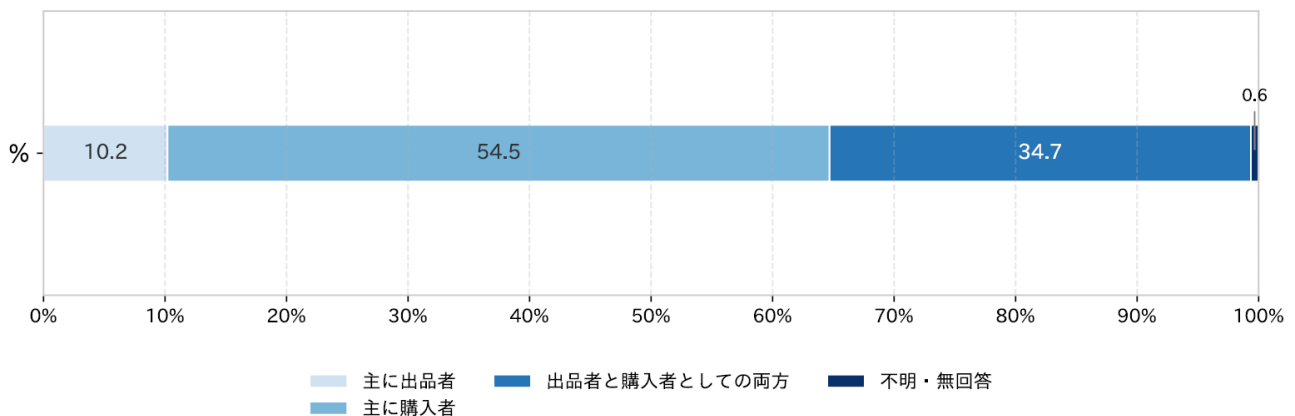
今回の消費者調査では、インターネット環境が市民社会に定着する中で新たに生まれた中古品のリサイクル市場を形成している所謂フリマアプリやリユースを進める情報交換アプリなどの利用状況についても調査項目を設定し、調査を行った。

問41で確認したインターネット経由のリサイクル市場の利用に関する調査結果からは、その利用率は20.7%とその利用率はそれほど大きな値を示しているとは言えない。問42で調査を実施した利用の形態としては、主に出品者であると回答したものは、10.2%にとどまっており、購入活動に利用しているものは、出品者として利用しているものを含め、89.2%とかなりの高比率を示しており、地域でのフリーマーケットやバザーなどのリサイクル、リユース市場に大きな影響を与える可能性は否定できない結果となっている。

問41 Yahoo!フリマ、ラクマ、メルカリ、ジモティなど
フリーマーケットアプリをこの1年間で利用されたことがありますか？



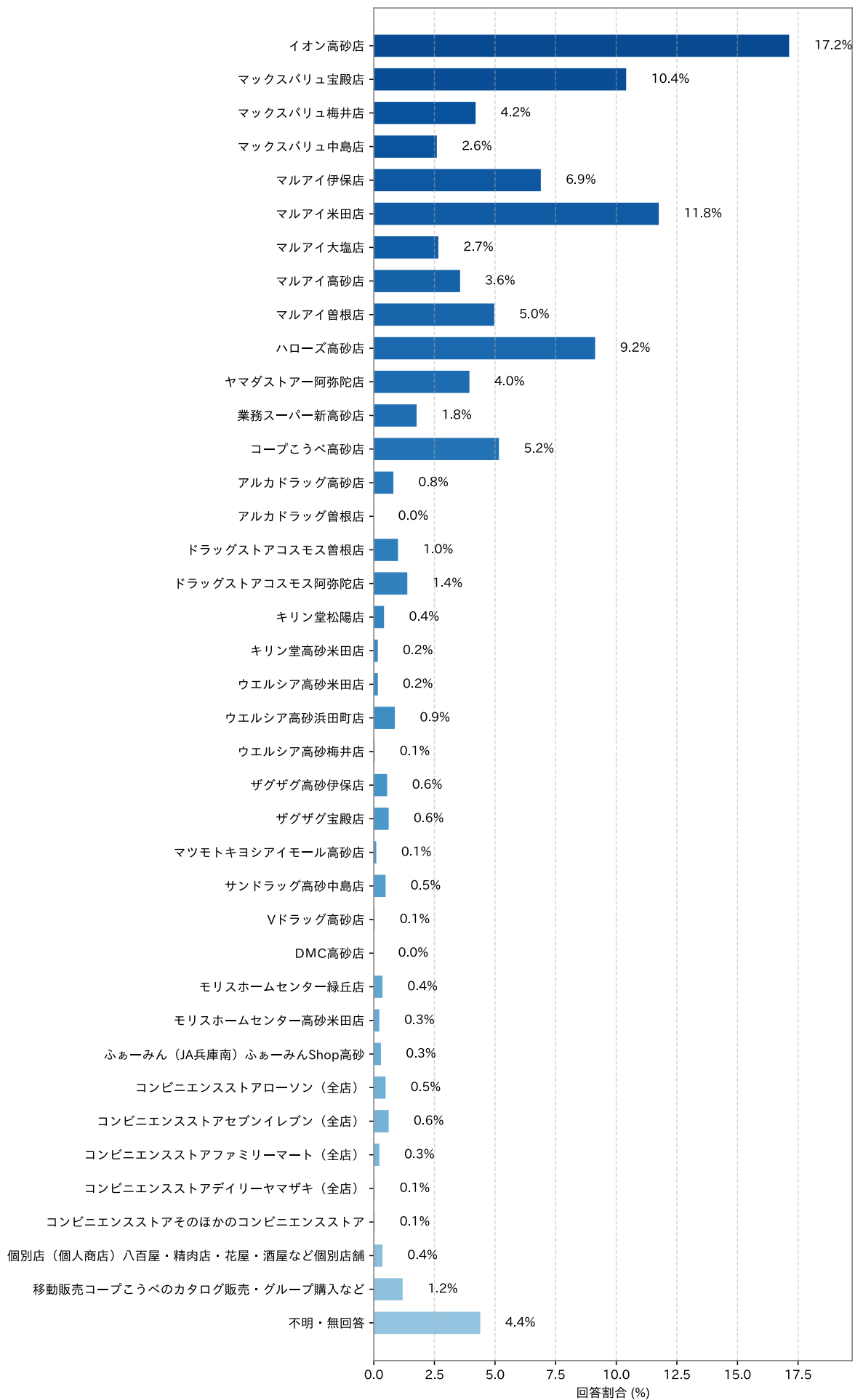
問42 問41で「1. ある」と回答した方への質問です。
主に出品者としての利用ですか？主に購入者としての利用ですか？



(A1-6) 高砂市内店舗の利用状況と個人商店（商店街）の利用状況とその評価について

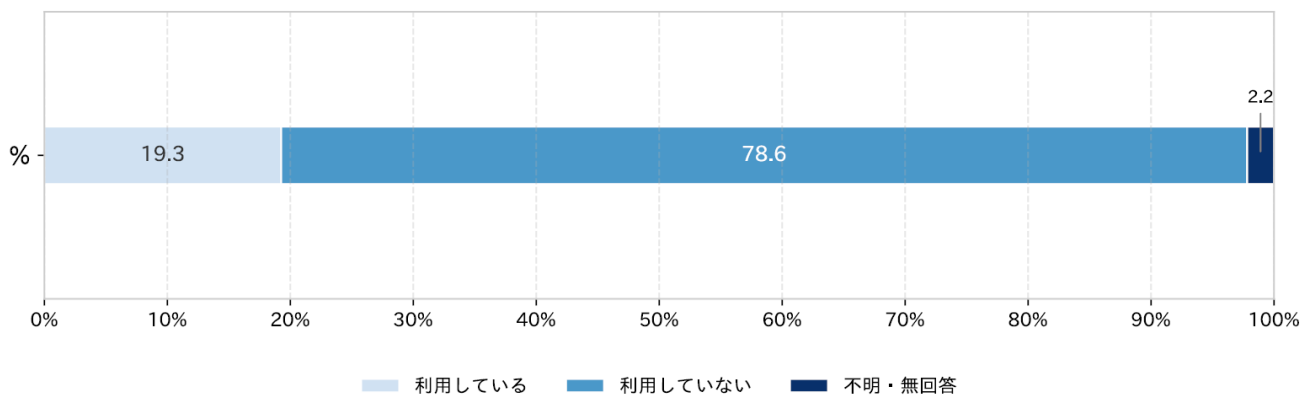
高砂市内の生鮮食料品及び日用品を購入する店舗で最も利用する店舗名を列挙し、どのような店舗が利用されているのかに関する調査を問 43 により行ったところ、イオン、マックスバリュなどのイオン系のチェーン店を最もよく利用すると回答したものの比率が 34.4%である。一方、播磨地方に店舗展開するマルアイの各支店を利用する回答者比率は 30.0%を占めている。そのほかの店舗では 24 時間営業を行っているハローズの全回答者における利用者の比率が 9.2%、コープこうべが 5.2%、阿弥陀地区に店舗を立地するヤマダストアーが 4.0%となっている。このことは、日用品購入においてスーパーマーケットを主に利用すると回答した回答者比率が 85.6%であることとほぼ整合的な結果である。

問43 高砂市内で肉や野菜など生鮮食料品や日用品を買う時、
もっともよく利用するお店を次のうちから一つ選んでください
(ネットスーパーなどを除く)



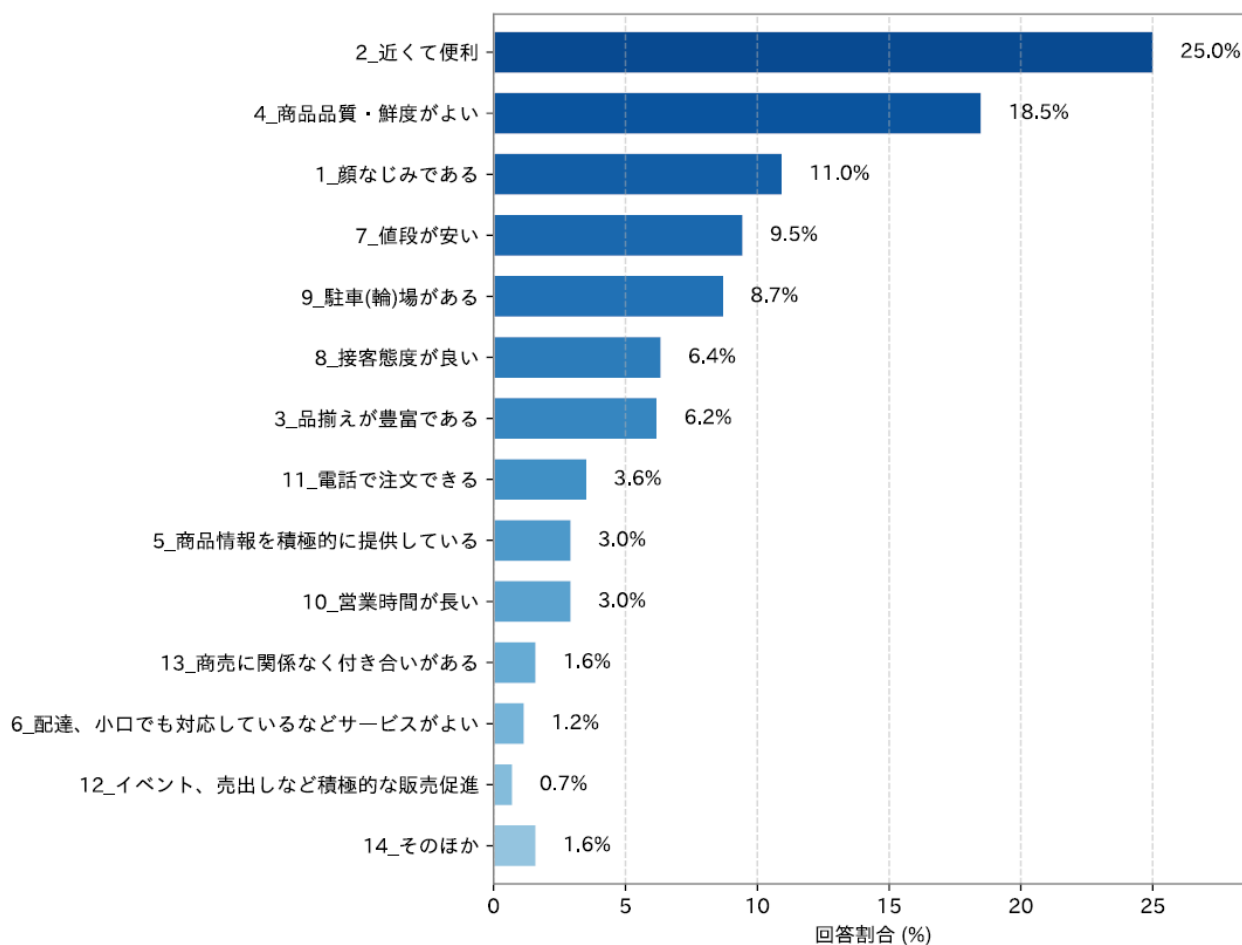
主に地元の個人商店を利用しているかどうかを問44で尋ねたところ、利用しているとする回答者比率は、19.3%である。この結果は、ある程度地元の個人商店であることを意識して、購入活動が行われていることを示唆する結果となっている。

問44 主に地元のお店（個人商店）を利用しておられますか？



地元の個人商店を利用する理由を問うた問 45 に対する設問への回答結果としては、「自宅からの近さ」が全体の 25% を占め、最大の理由であり、商品の品質が良いこと、価格の安さや駐車（輪）場の存在が指摘されると同時に、顔なじみであるなど人間関係が取引動機となっていることを指摘する回答者も一定程度確認された。

問 45 問 44 で「1. 利用している」と回答した方への質問です。主に地元のお店（個人商店）を利用する理由は何ですか？【あてはまるものすべてに○】

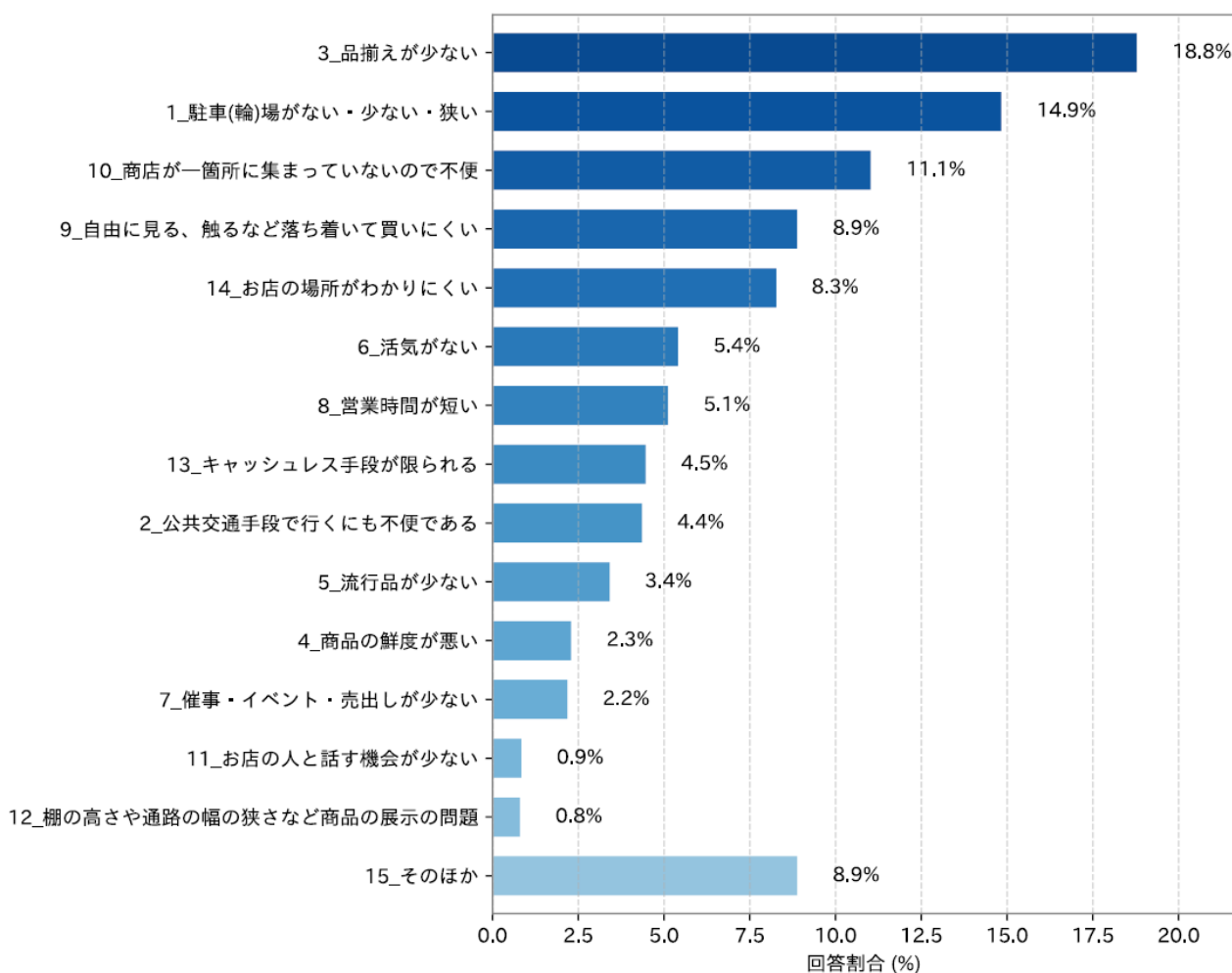


(複数回答項目 n=675)

一方で、地元の個人商店を利用しない理由を調査した問 46 の結果からは、「品揃えが限られる」(18.8%)、「駐車(輪)場の不足」(14.9%)、「商店が一か所に集まっていないので不便」(11.1%)などが理由の上位である。この結果は、商品を購入しようとする場合に、個人商店では品揃えが少ないという課題があり、さらに商店街を形成するほどの商店の集積がないため、高砂市内で購入したくとも商品の比較検討が容易かつ十分できないという課題と直結していることが示唆される結果である。

購入にあたって価格や品質等を比較しようとする場合、高砂市内において高砂市内のあちこちに分散立地する商店を巡回する必要があるうえに、商店の場所がわかりにくいこと、さらに気軽に商品確認ができないことなど、商品購入の意思決定の阻害要因となりかねない回答選択肢が比較的多数選択されている。

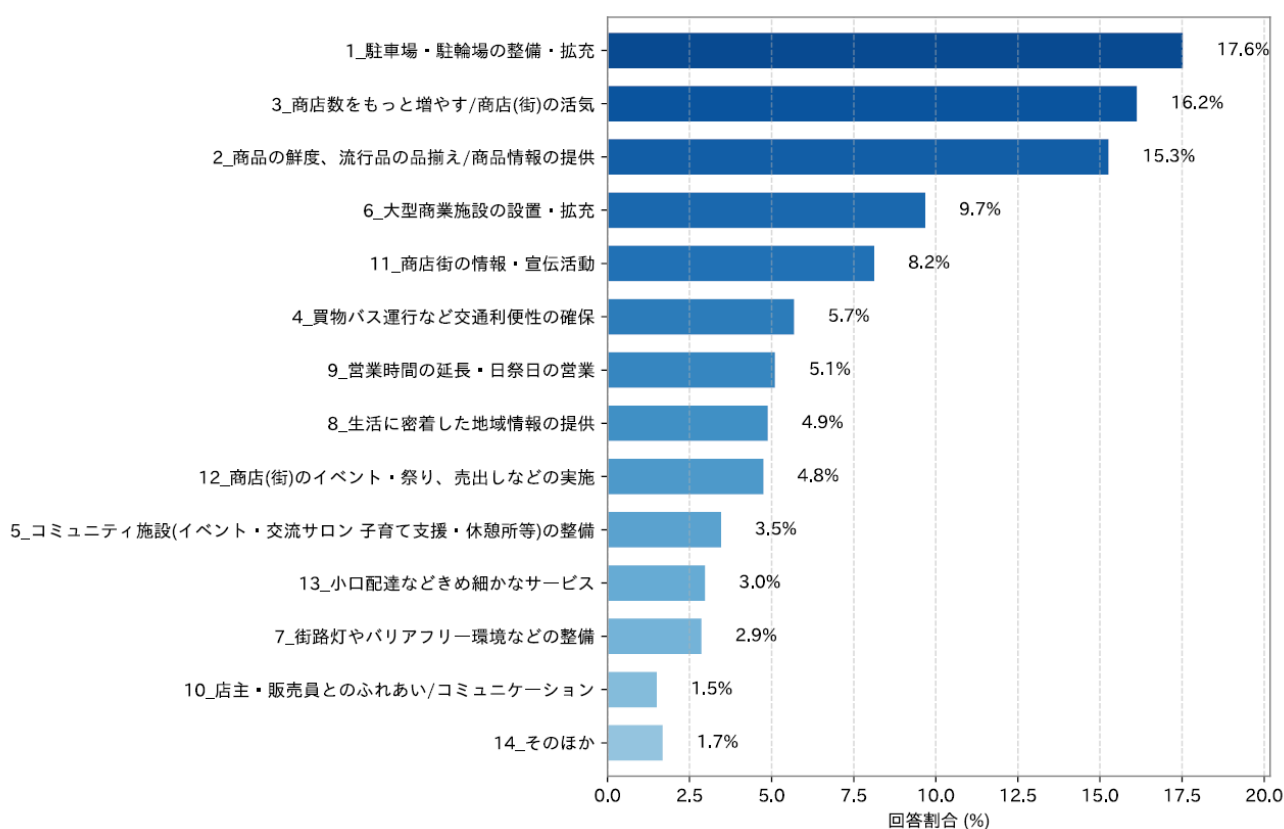
問 46 問 44 で「2. 利用していない」と回答した方への質問です。地元のお店(個人商店)を利用しない理由は何ですか?【あてはまるものすべてに〇】



(複数回答項目 n=2,759)

地元商店が一層利用されるための方策を消費者に尋ねた問 47 の結果からは、調査回答者の指摘としては、「駐車場駐輪場の充実」を指摘する回答者比率が 17.6%、「商店数をもっと増やす／商店（街）の活気」を指摘する回答者比率が 16.2%、「商品の鮮度、流行品の品揃え／商品情報の提供」の回答者比率が 15.3%である。これらの項目が多数選択されていると同時に、サンモール高砂の 2017 年の閉鎖から 8 年余が経過していることもあり、「大型商業施設の設置・拡充」を指摘する回答者も一定数みられた。なお、自由回答欄では、サンモール高砂の跡地活用の必要性に関する多数の記述がみられた。

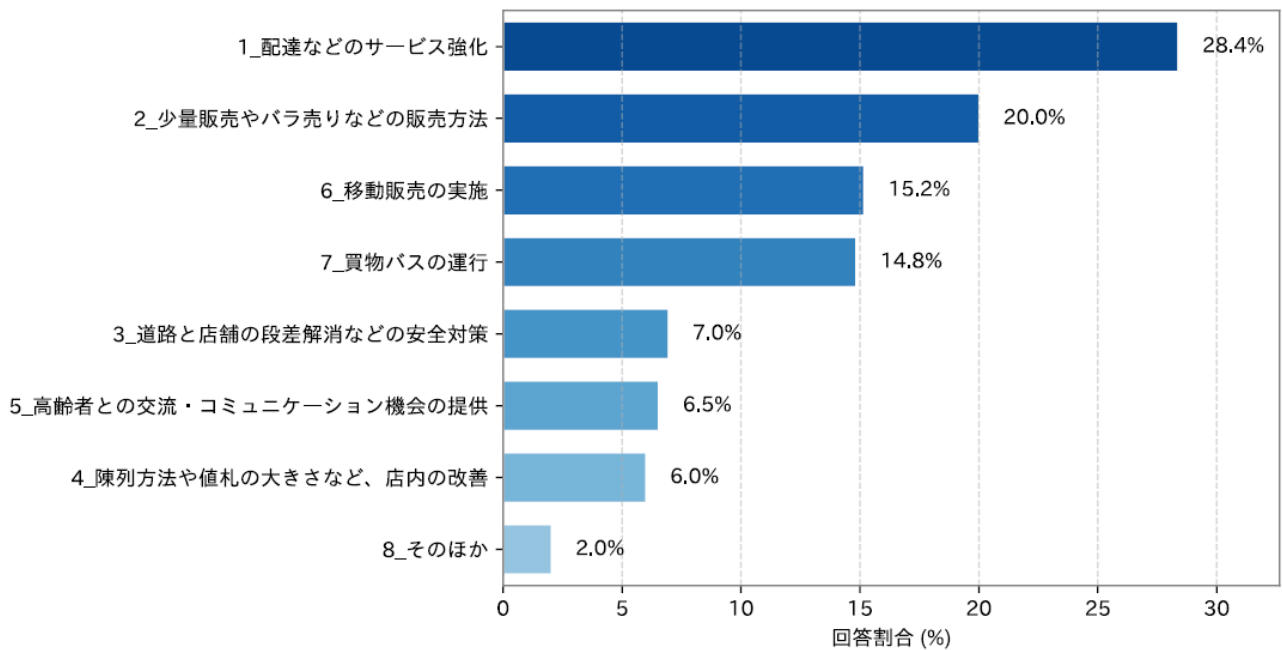
問 47 高砂市内の商店（街）が一層利用される（行ってみたいと思う）ためには、どのような取り組みが望まれると思いますか？【あてはまるものすべてに〇】



(複数回答項目 n=4,501)

地元商店が利用されるための方策を尋ねた問 48 の結果からは、高砂市内の高齢化の進展もあり、「配達などのサービス強化」(28.4%)、「少量販売およびバラ売りなどの販売方法」(20.0%)、「移動販売の実施」(15.2%)、「買い物バスなどの運行」(14.8%) が上位を占めるなど、これらの高齢消費者にとっての消費生活の利便性向上に直結する回答選択肢が相当数選択されたという結果となっている。

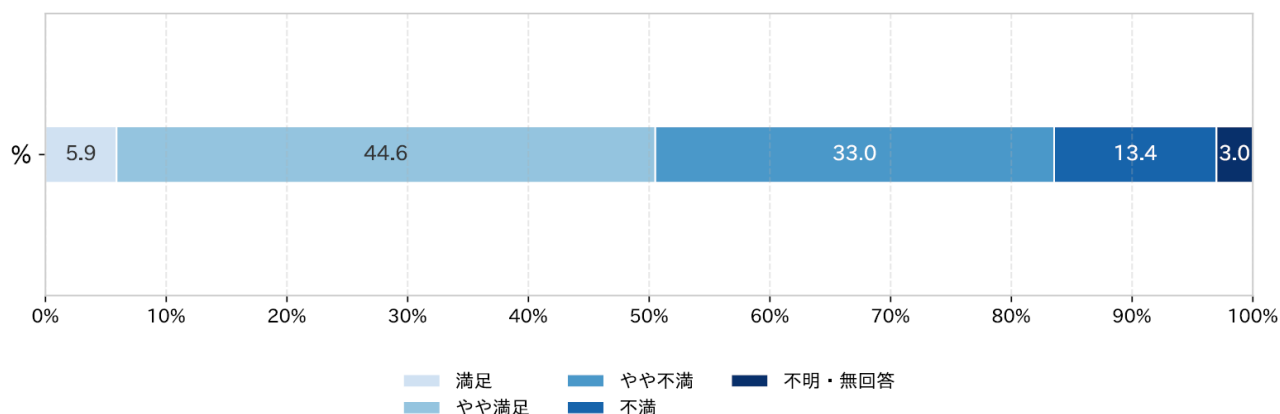
問 48 高齢化社会に向けて地元のお店（個人商店）求められることはどのようなことだとお考えですか？ 【あてはまるものすべてに○】



(複数回答項目 n=3,576)

問 49 により確認した高砂市での商業施設や小売業の現状についての満足度について問う質問項目の結果としては、「満足」、「やや満足」を選択した回答者比率の和は 50.5%であり、概ね満足度は相当程度確保されているとはいえるものの、「不満」を選択した回答者比率が 13.4%と、「満足」を選択した回答者比率 5.9%より大きな値となっている点には留意する必要がある。

問49 高砂市の商業施設・小売店について満足していますか？



問 50 自由記述欄の要約

自由回答欄への記載内容として、高砂市民による買い物環境の現状と将来への不安が相当数確認された。特に、多くの住民がサンモール(西友)跡地の放置や、スーパー、家電量販店、書店の不足を指摘しており、生活の利便性が低下している実態が浮き彫りになっている。特に、車を運転できない高齢者が「買い物難民」となることへの強い懸念が示され、移動販売やコミュニティバスの拡充を求める声が目立った。また、若年層や子育て世代からも、魅力的な大型商業施設の誘致や活気あるまちづくりを望む切実な要望の記述が目立った。総じて市外への顧客流出を防ぐための利便性の向上と公共交通機関の整備が急務であるとの記載も目立った。

(ゴシック体で示したものは、自由回答欄での記入数が多いものを示す)

A2

消費者調査

分割表分析編

以下では、消費者調査の複数項目について、その回答項目間にどのような特性がみられるのかを検証した結果を記述する。なお、回答項目間に大きな差がみられなかったものについては作図及び言及は省略している。

(A2-1) 属性に関する分析

地区別に関する分析

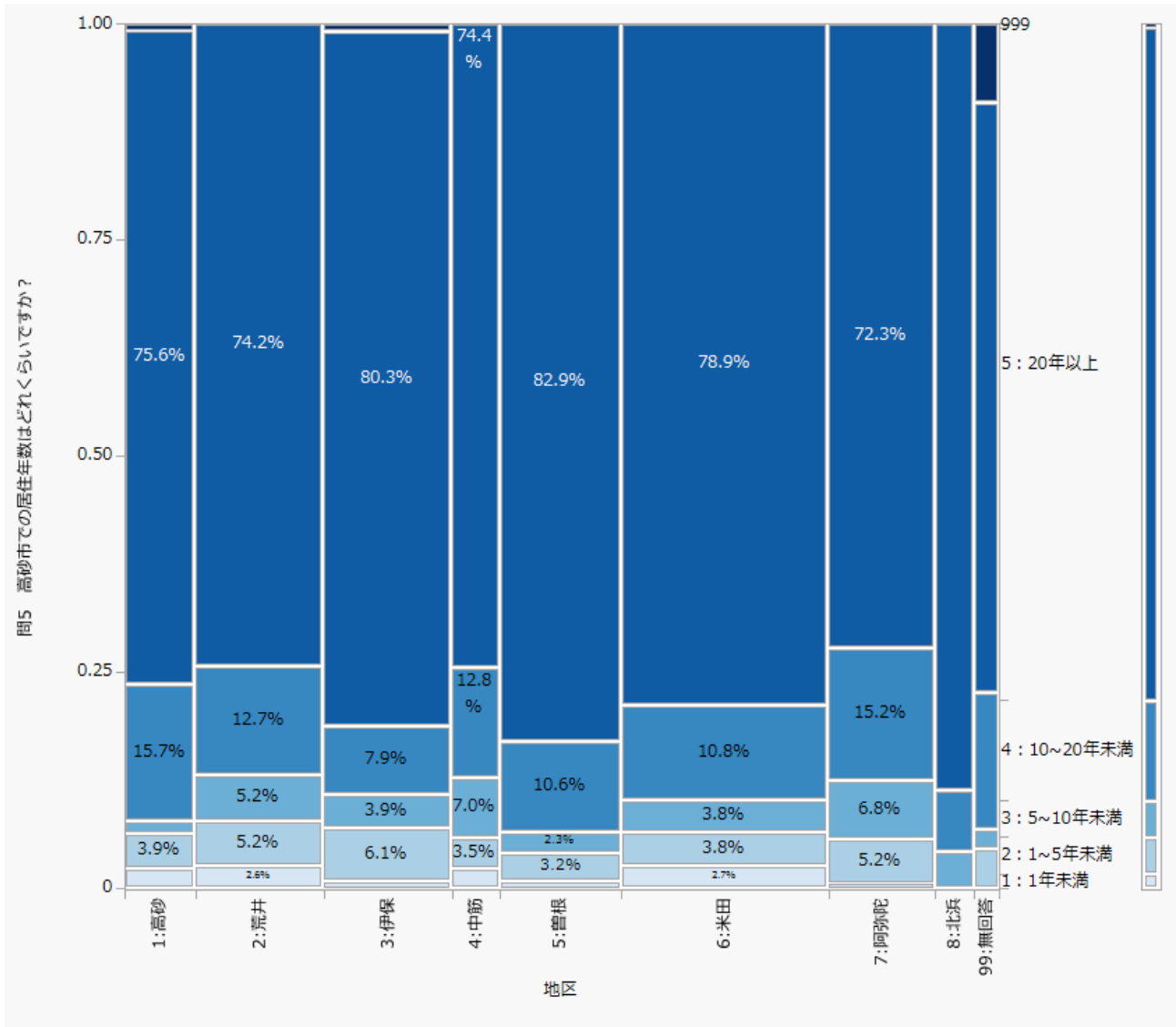
居住地別の居住年数に関する分析結果からは、どの地区でも 20 年以上の居住年数であるとする回答者が 75%前後を占めているが、10 年未満の居住年数である回答者が大きい地域としては、阿弥陀地区、中筋地区、荒井地区、米田地区である。なお、これらの地区でも 10 年未満の居住年数の回答者は 10%以上の比率を占めている。

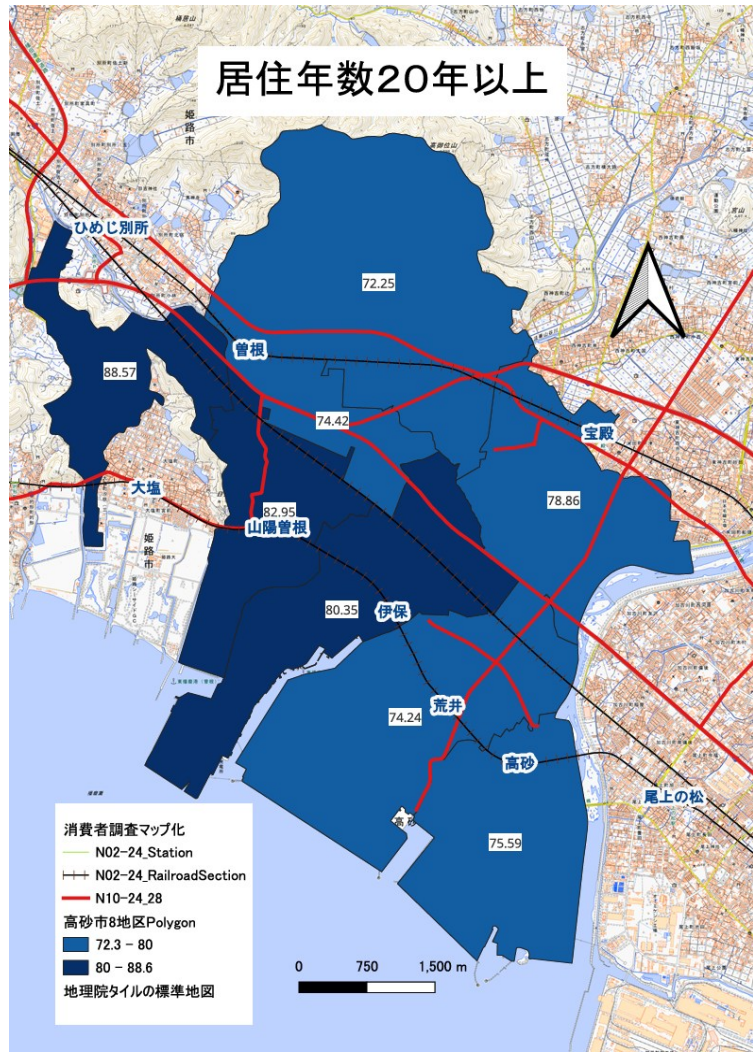
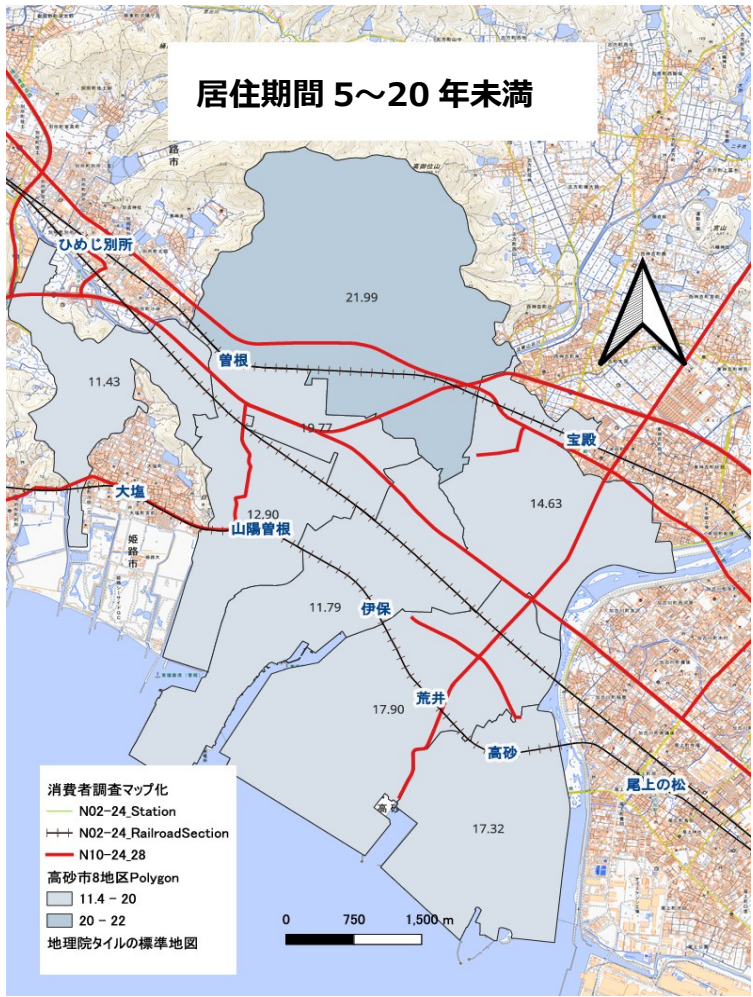
高砂市内でのこの回答者の居住年数の長さゆえに、高砂市内の商店街や地理的状况、商業環境の歴史的変遷について、回答者が一定程度の知識を有することを意味するため、この居住期間の長短が購入活動に影響を及ぼしている可能性がある。

地区

×

問5 高砂市での居住年数はどれくらいですか？





職業別に関する分析

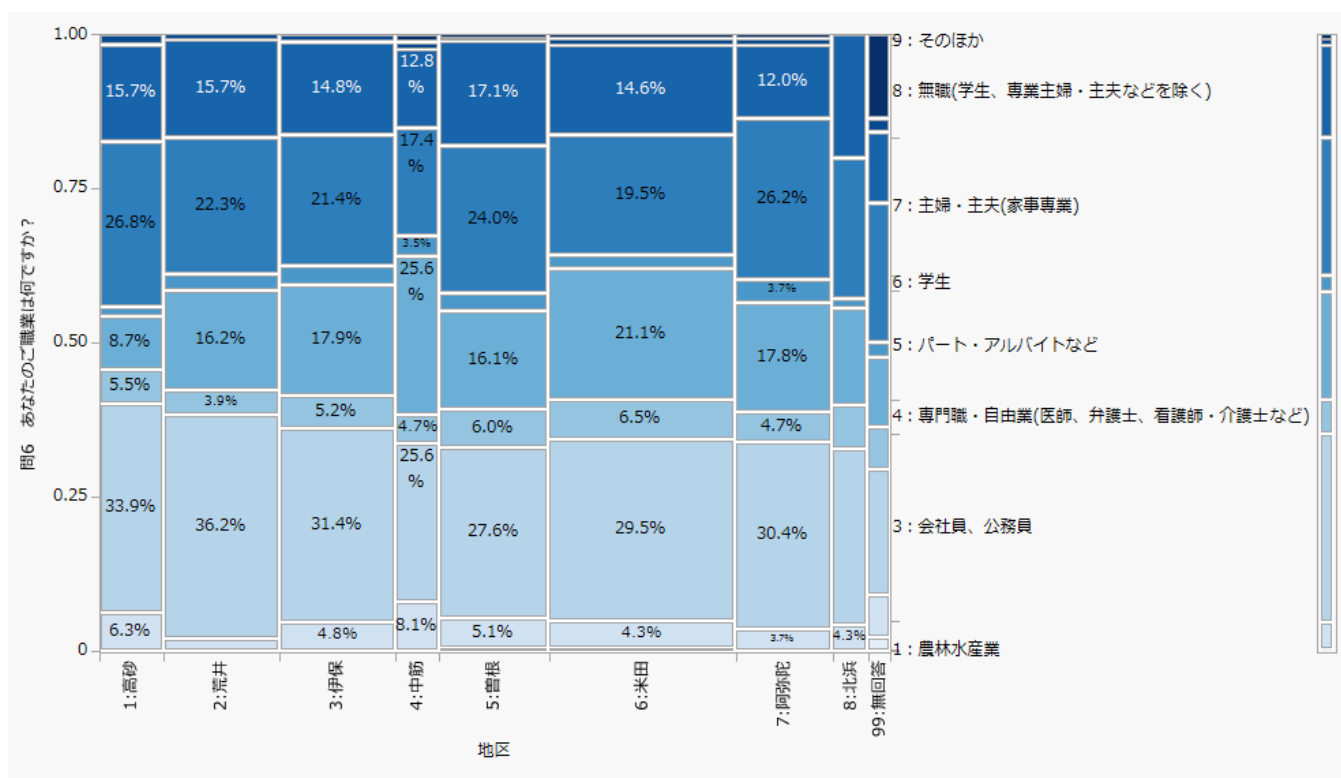
回答者の地区と職業別での集計結果からは、「会社員・公務員」の回答者比率が大きい地区は、高砂市南部の荒井、高砂、伊保の各地区である。「会社員・公務員」は所得が安定しているため、比較的安定的に消費支出が可能であると考えられる。

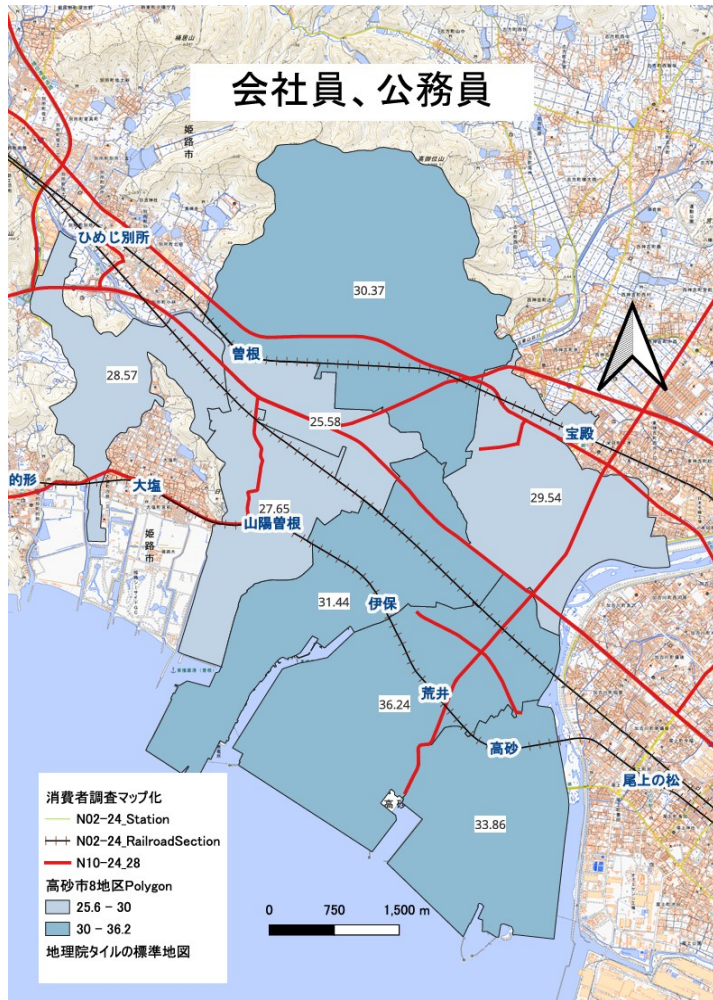
これらの「会社員・公務員」の回答者比率が大きい地区は、本来その地区内での購入活動を行う消費者が多くなるはずである。しかし、後述するように、荒井、高砂、伊保の各地区では商業施設の不在などによって、加古川市での購入活動を行っている消費者が少ない傾向が確認されている。

地区

×

問6 あなたのご職業は何ですか？





通勤先自治体に関する分析

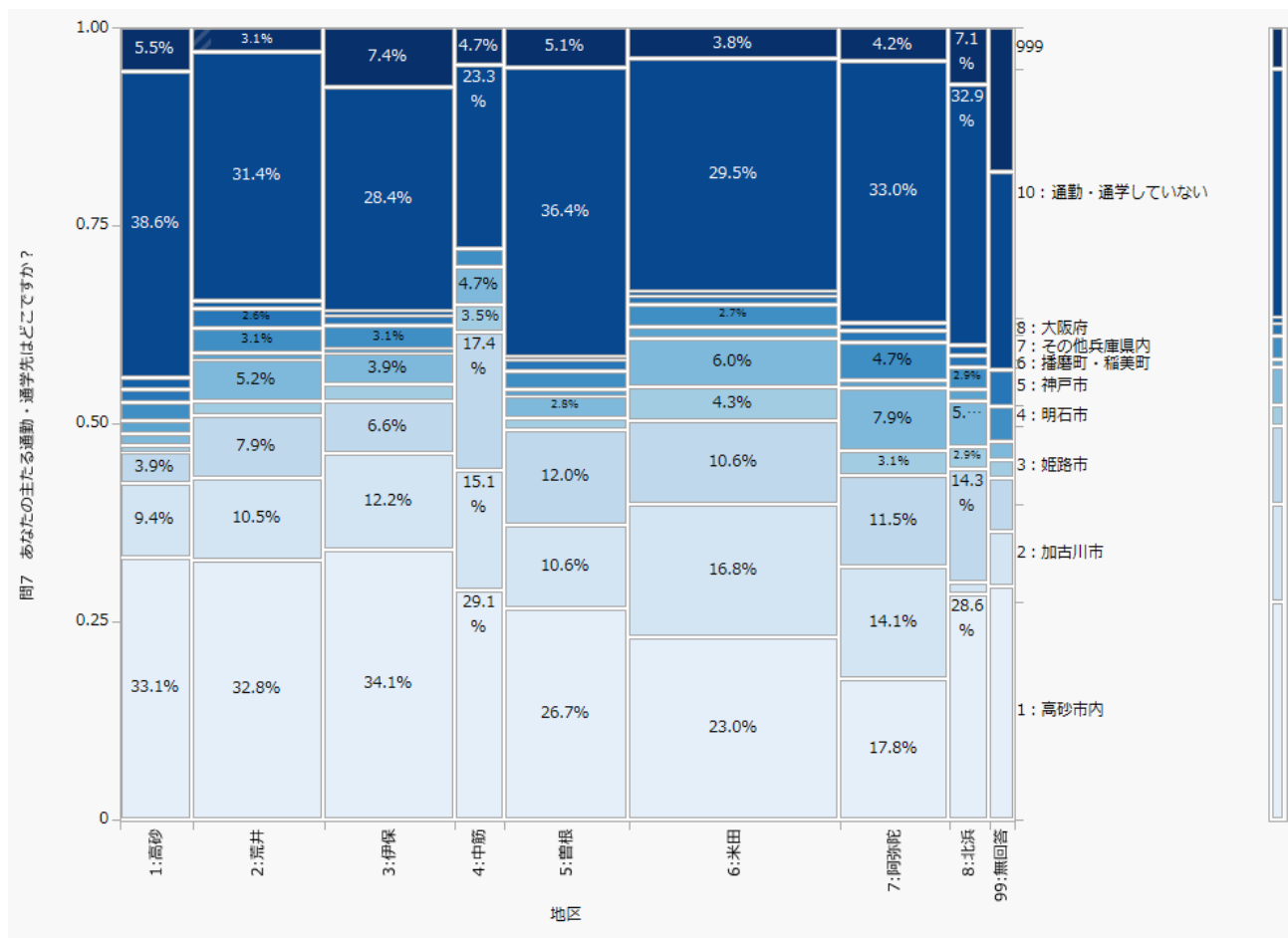
地区別の通勤・通学先では、比較的規模の大きい工場群に近い領域である高砂、荒井、伊保の各地区で高砂市内への通勤・通学者であるとする回答者比率が大きい。

宝殿駅に近い米田地区や阿弥陀地区では加古川市内を通勤・通学先とする回答者比率が大きい。姫路へのアクセスが良い中筋、阿弥陀、北浜の各地区では姫路市に通勤・通学する回答者比率が大きい。

地区

×

問7 あなたの主たる通勤・通学先はどこですか？







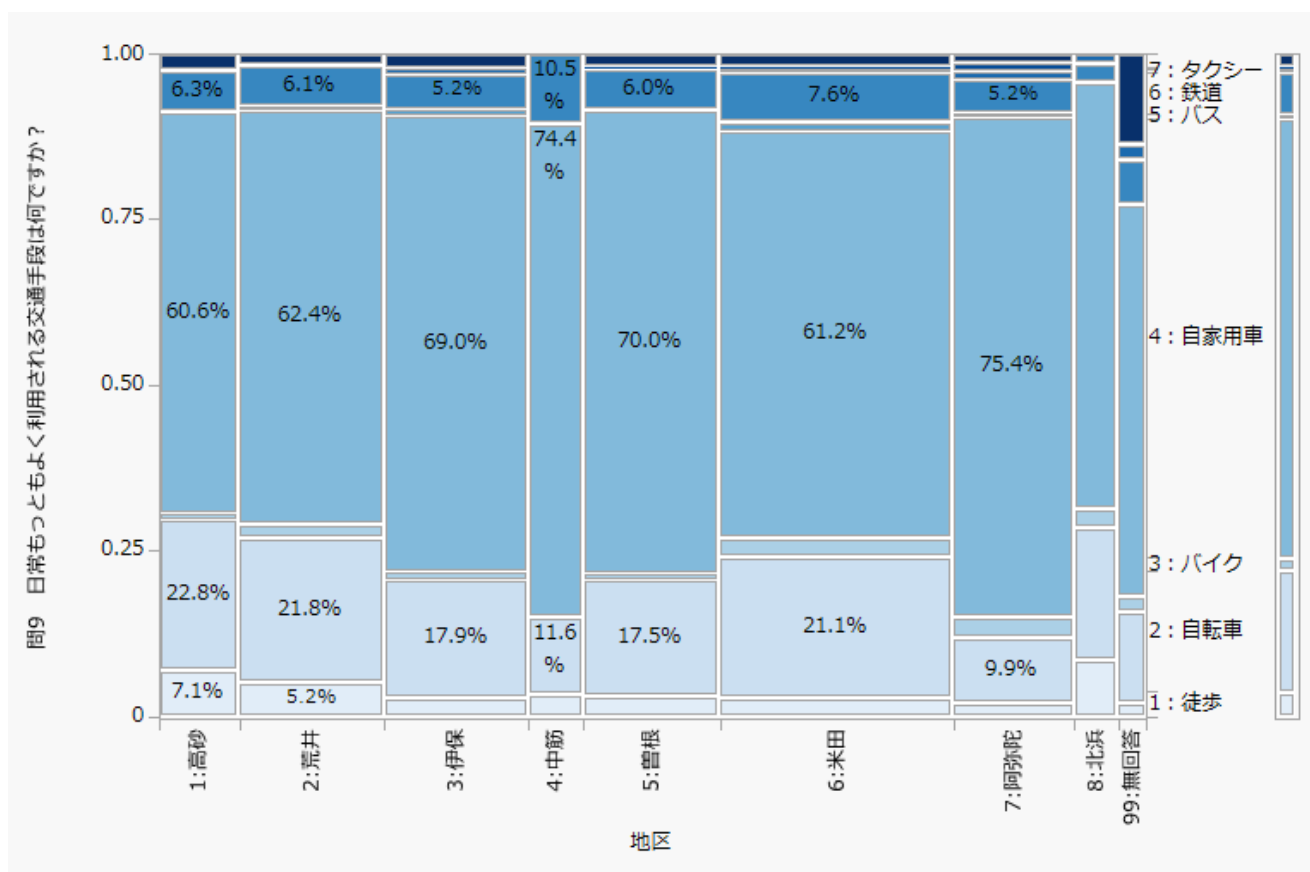
交通手段別の分析

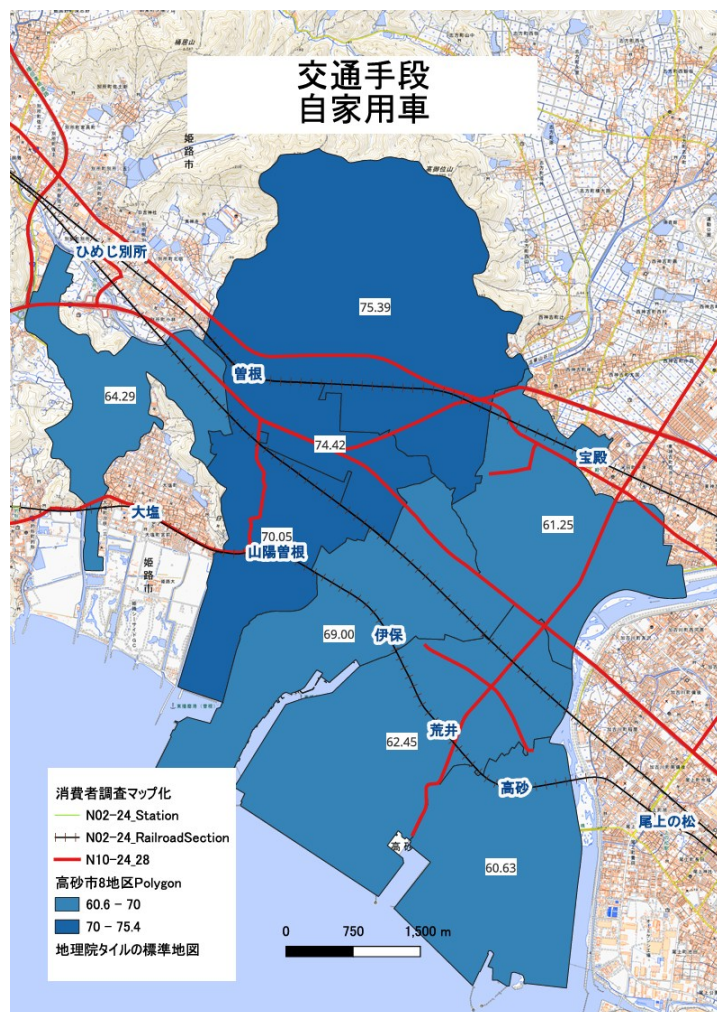
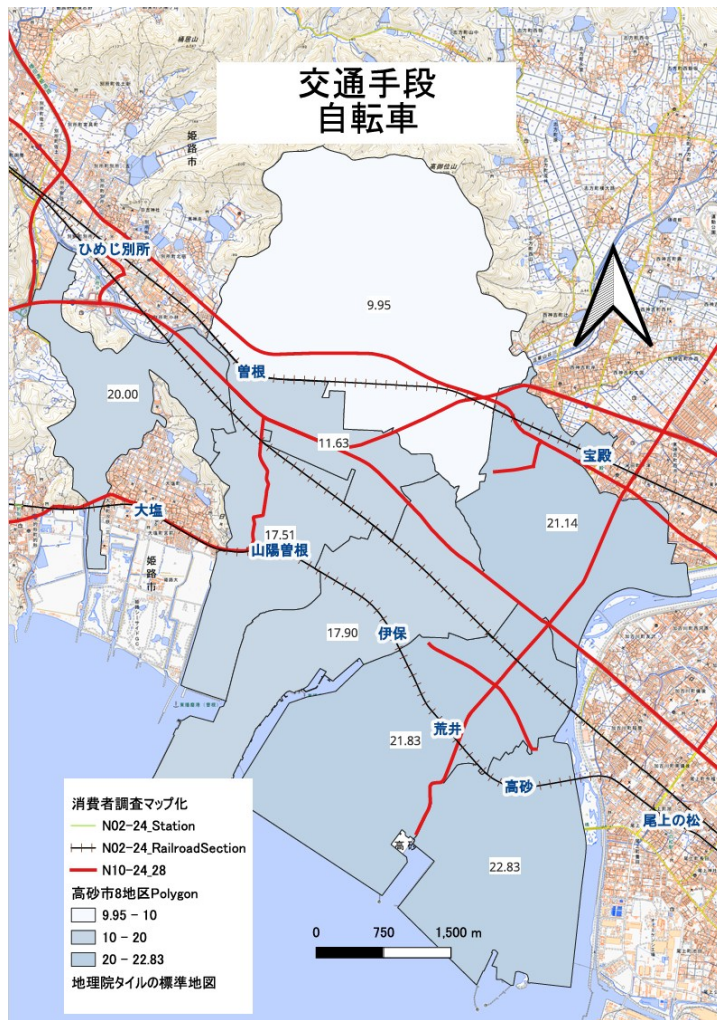
回答者の地区と日常的な交通手段に関する集計結果からは、南部の比較的平坦な地区である高砂、荒井、伊保、米田の各地区において、「徒歩」、「自転車」を主要な交通手段としている回答者比率が25%前後と一定数存在するものの、高砂市北部の丘陵部などを含む阿弥陀、中筋の両地区では「自家用車」を日常的な交通手段とする回答者比率がおおむね75%以上を占めており、地区によって、地形の影響などにより日常的に利用されている交通手段が若干異なっていることが指摘できる。

地区

×

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？





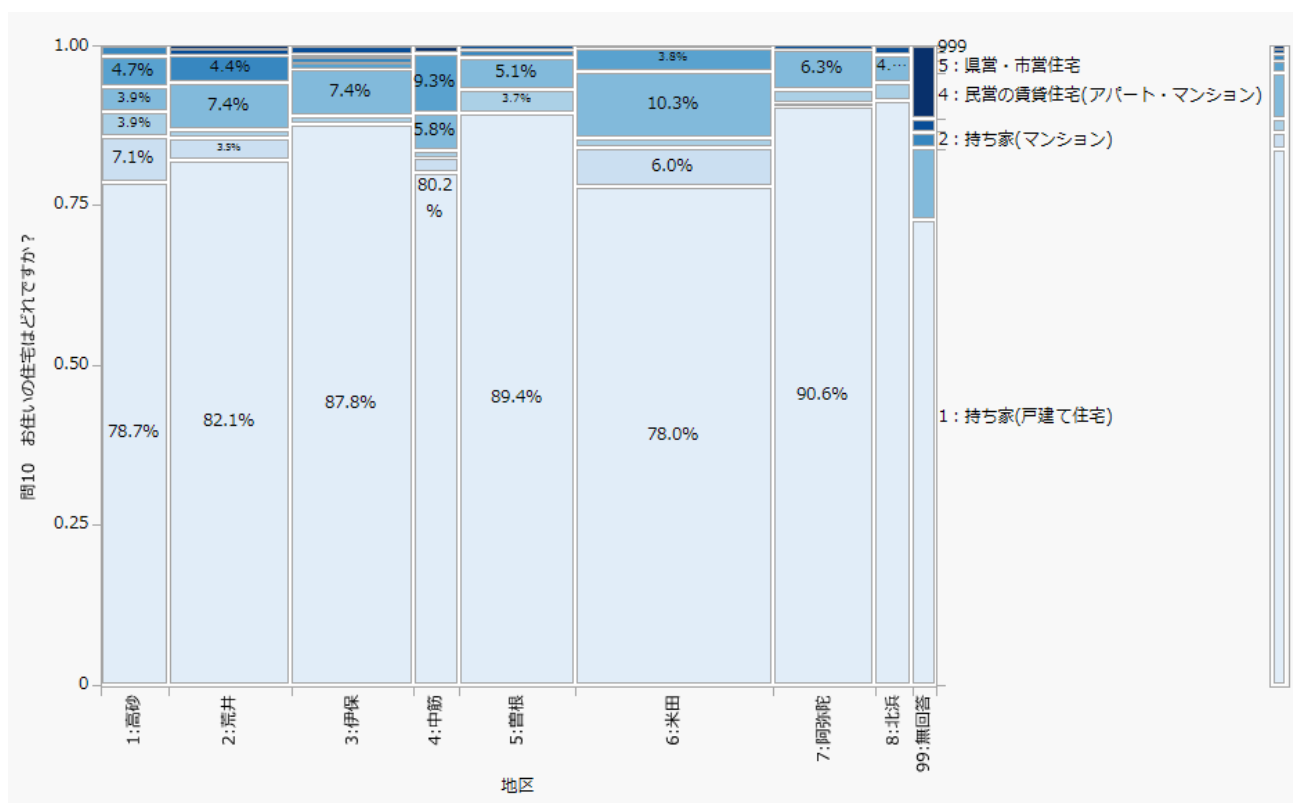
住宅種別の分析

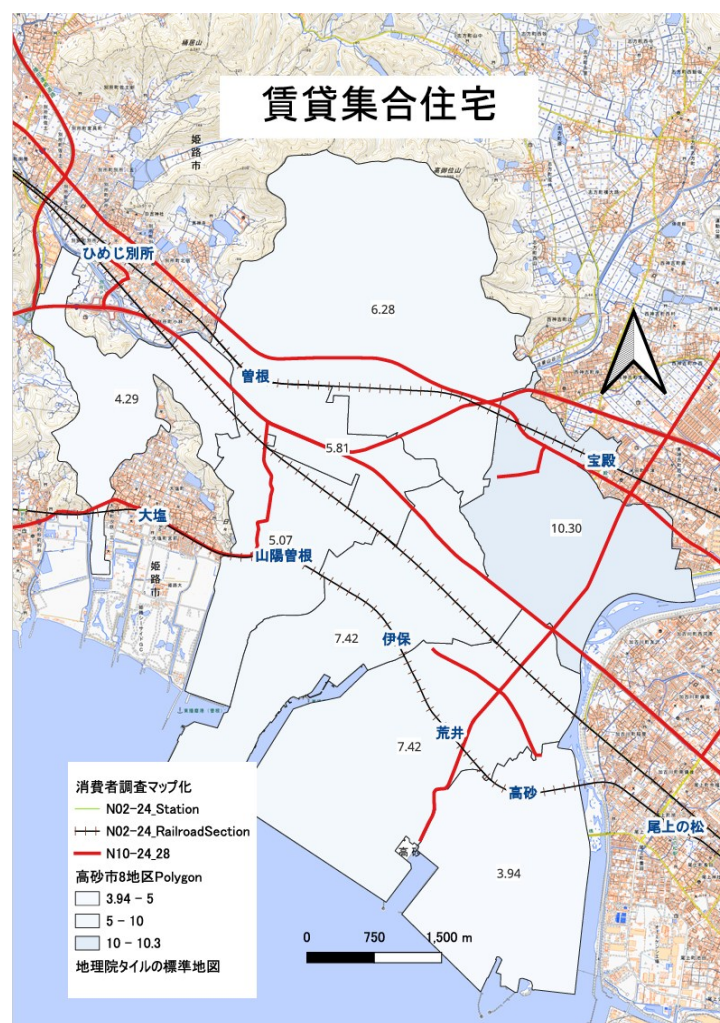
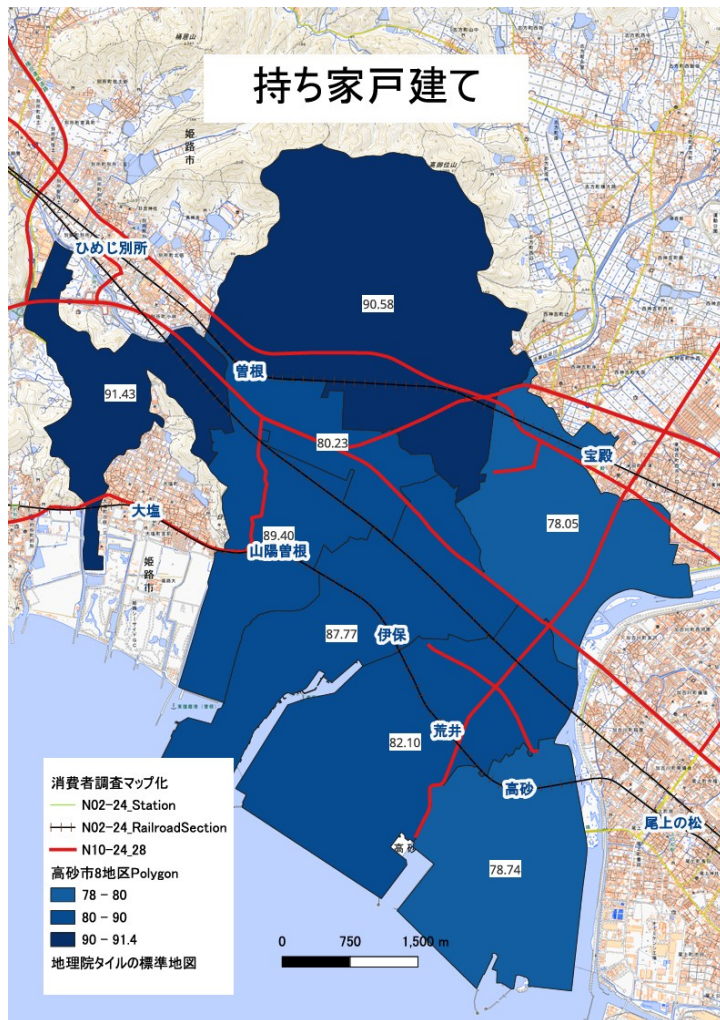
また、地区と住宅の居住する住宅の種別に関する集計結果からは、どの地区でもおおむね 80%弱の回答者が戸建ての持ち家に居住していると回答している。

地区

×

問 10 お住いの住宅はどれですか？





(A2-2) 回答者の社会関係資本の関連指標に関する分析

社会関係資本の関連指標の相互間関係に関する分析

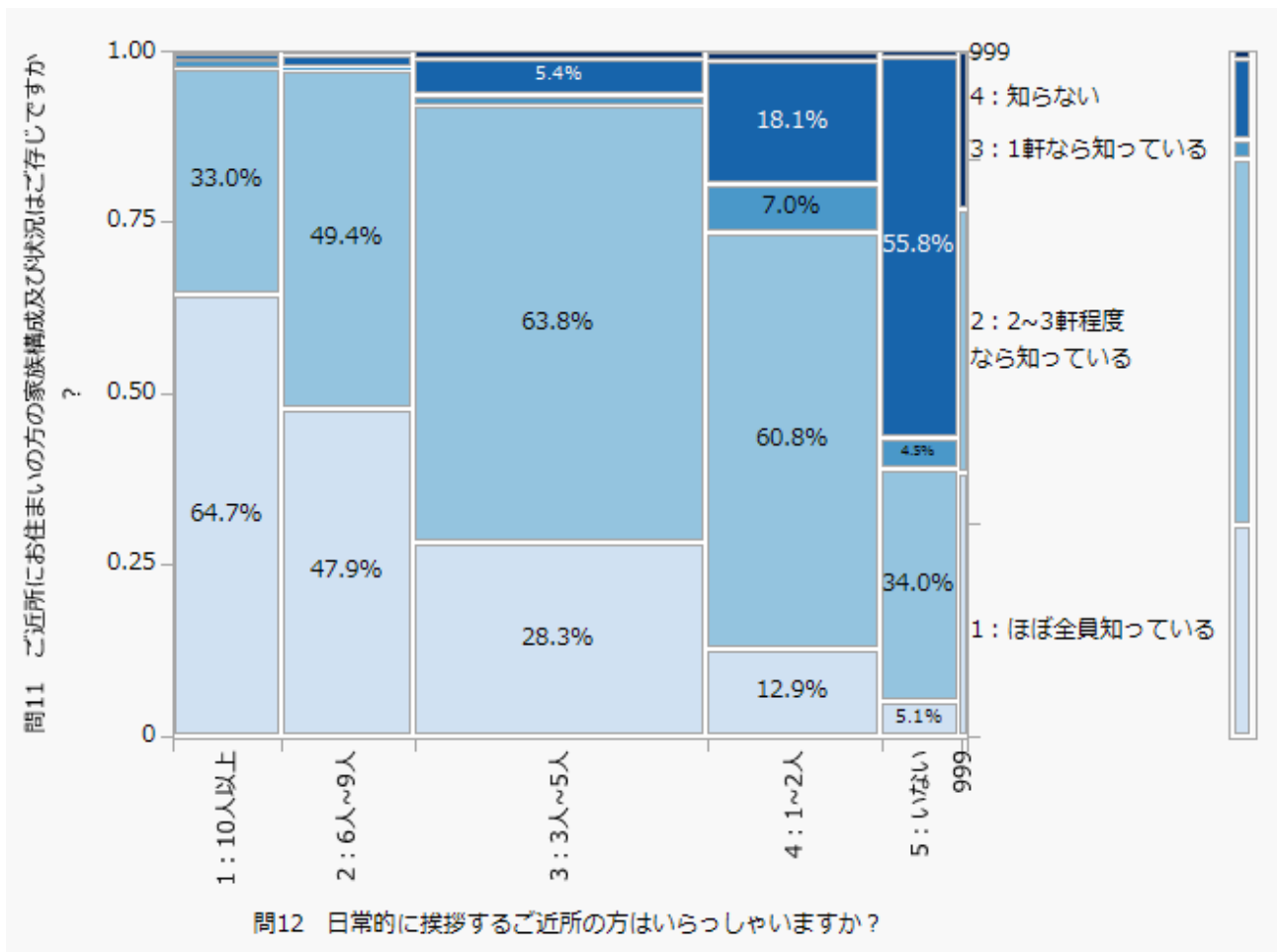
社会関係資本の関連指標に関する調査項目間でとりわけ強い関係性がみられた、日常的にあいさつを交わす相手の人数とほかの調査項目間について以下の図により示す。

日常的にあいさつを交わす人数が多い人ほど、ご近所の世帯の状況を把握しており、さらに、簡易な困りごとに対応してもらえる人数が多く、地域でのスポーツや趣味の活動や地域活動などへの積極的に参加しており、地域の人への信頼感が高いという結果となっており、高砂市内において社会関係資本の関連指標間に相当強い関係性があることが確認された。

問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

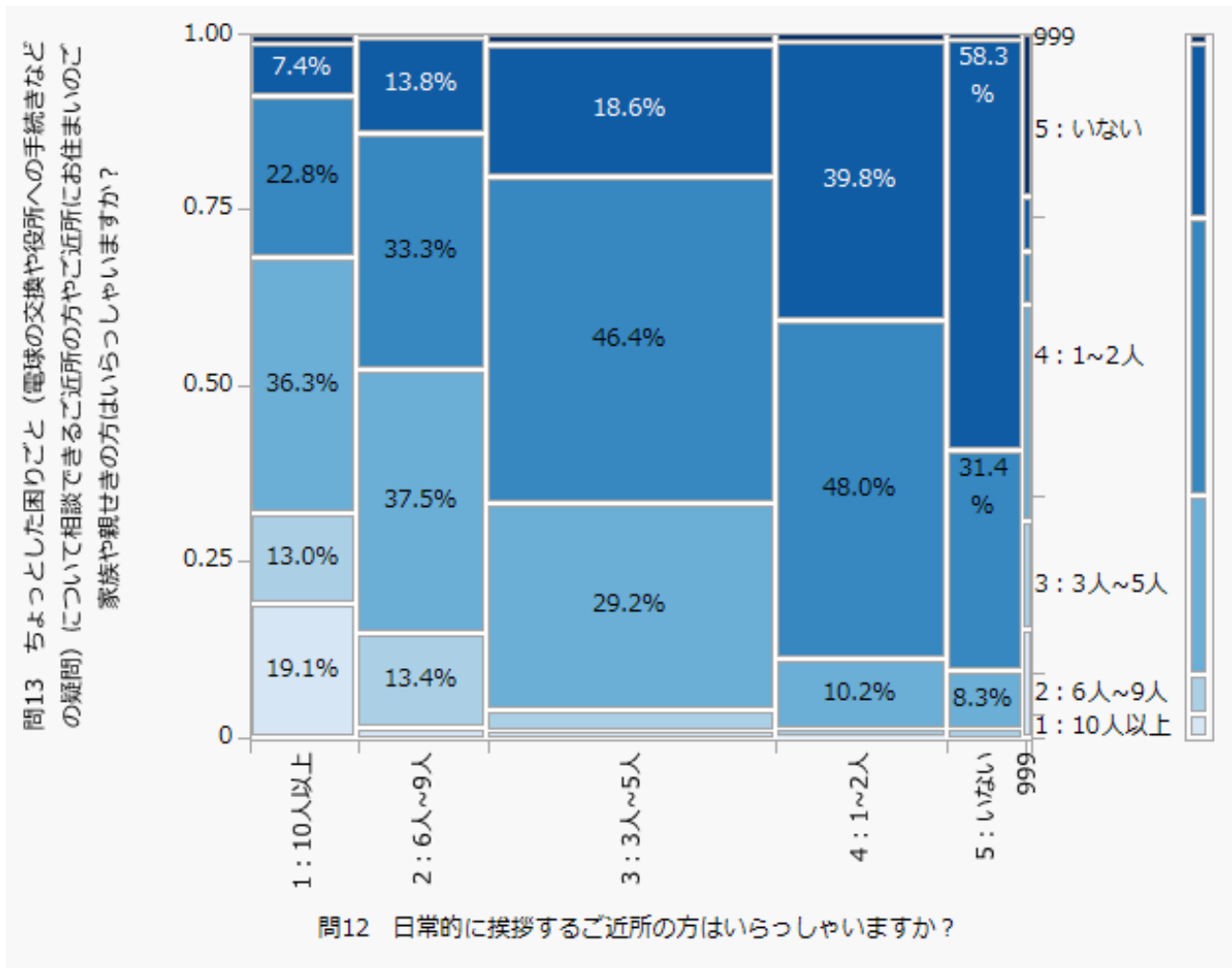
問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？

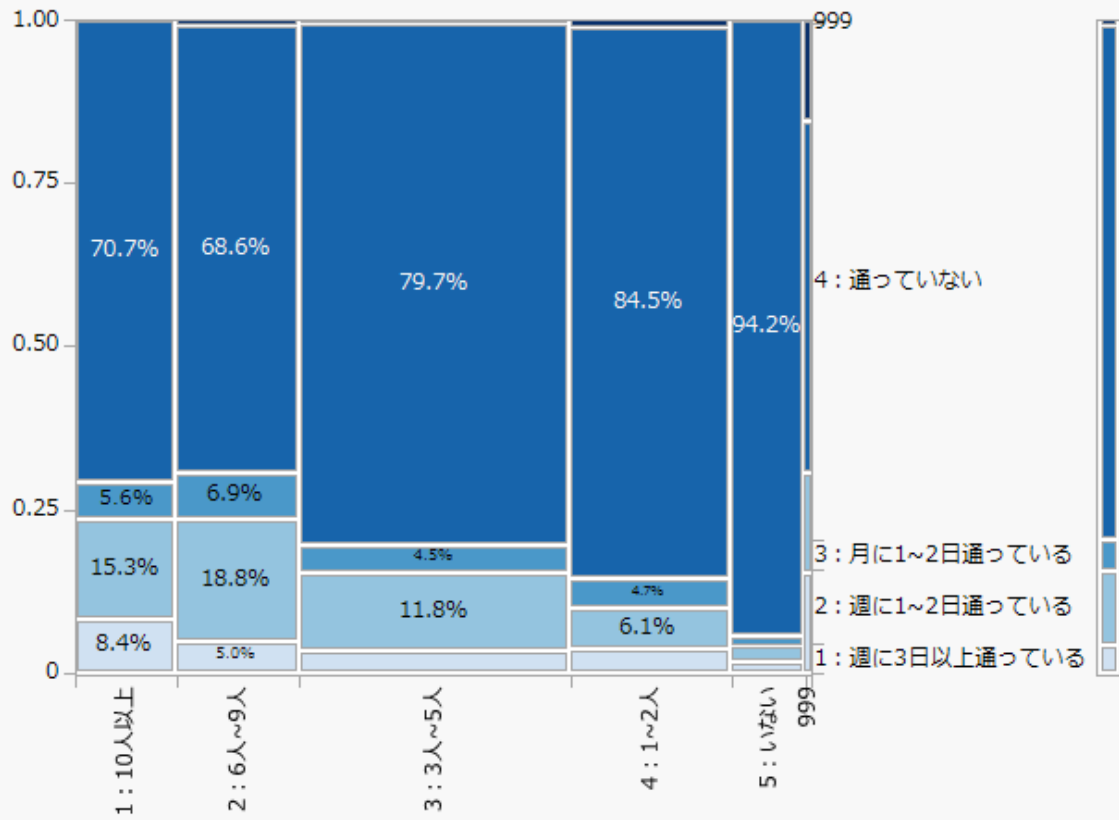


問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

問 14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？

問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？

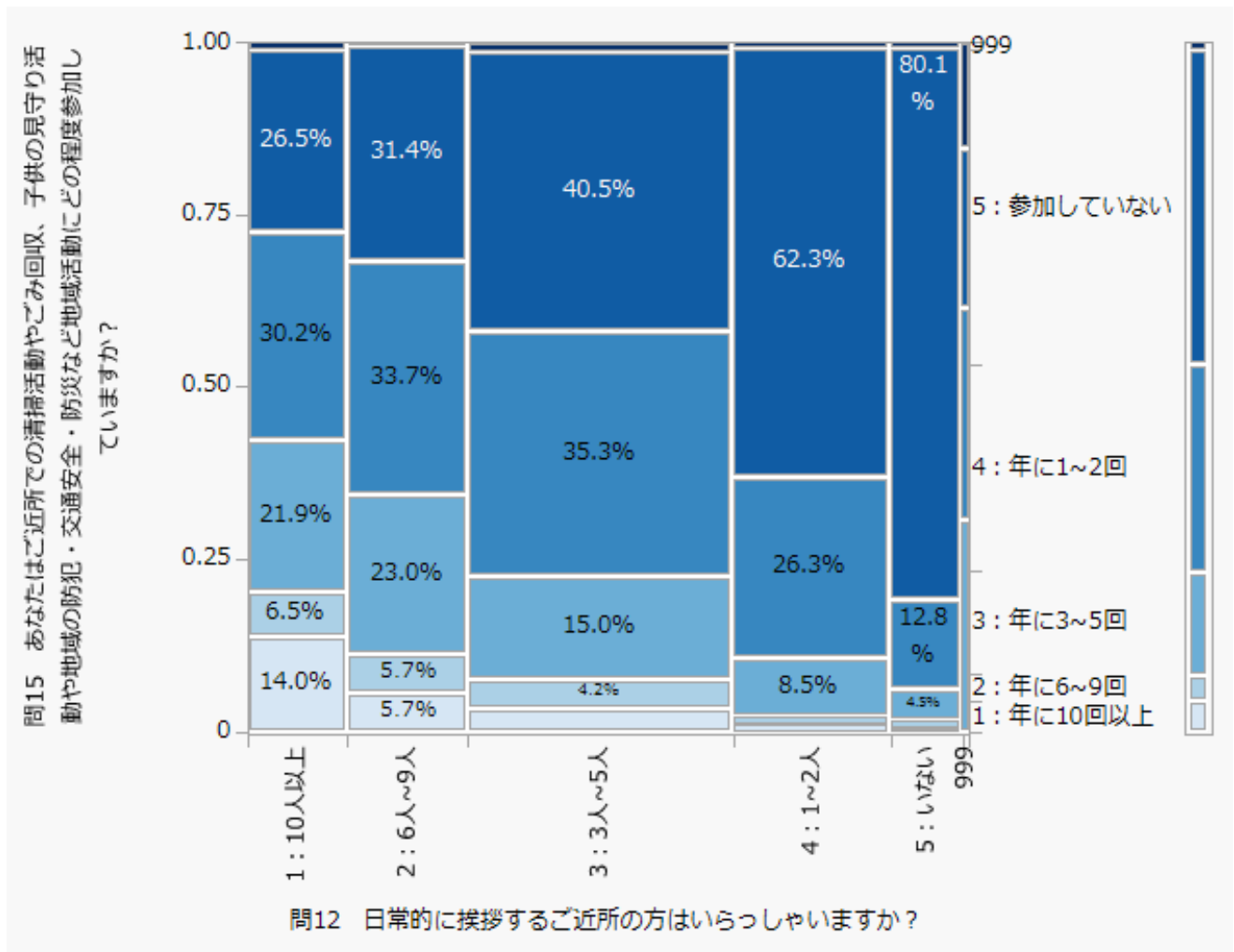


問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

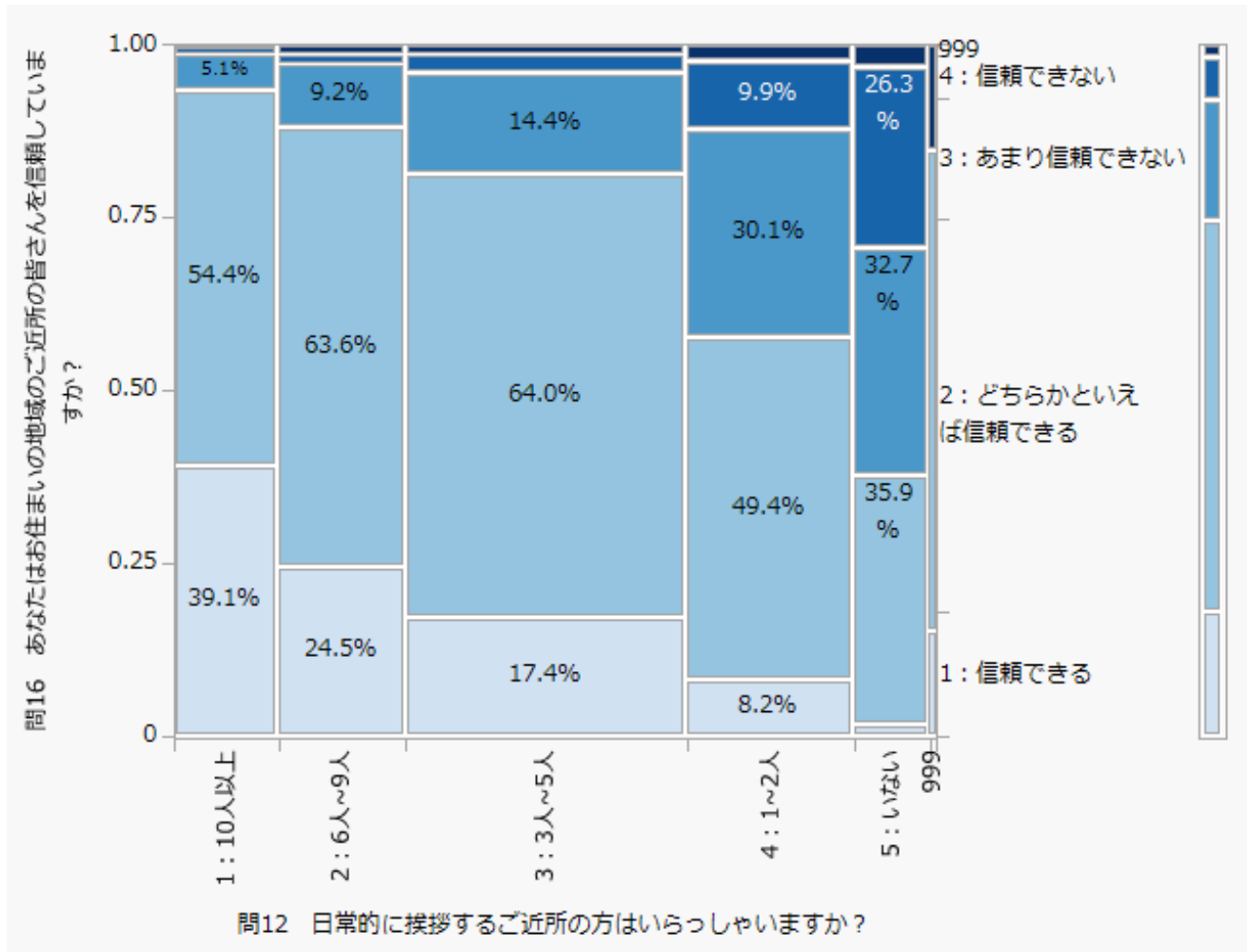
問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



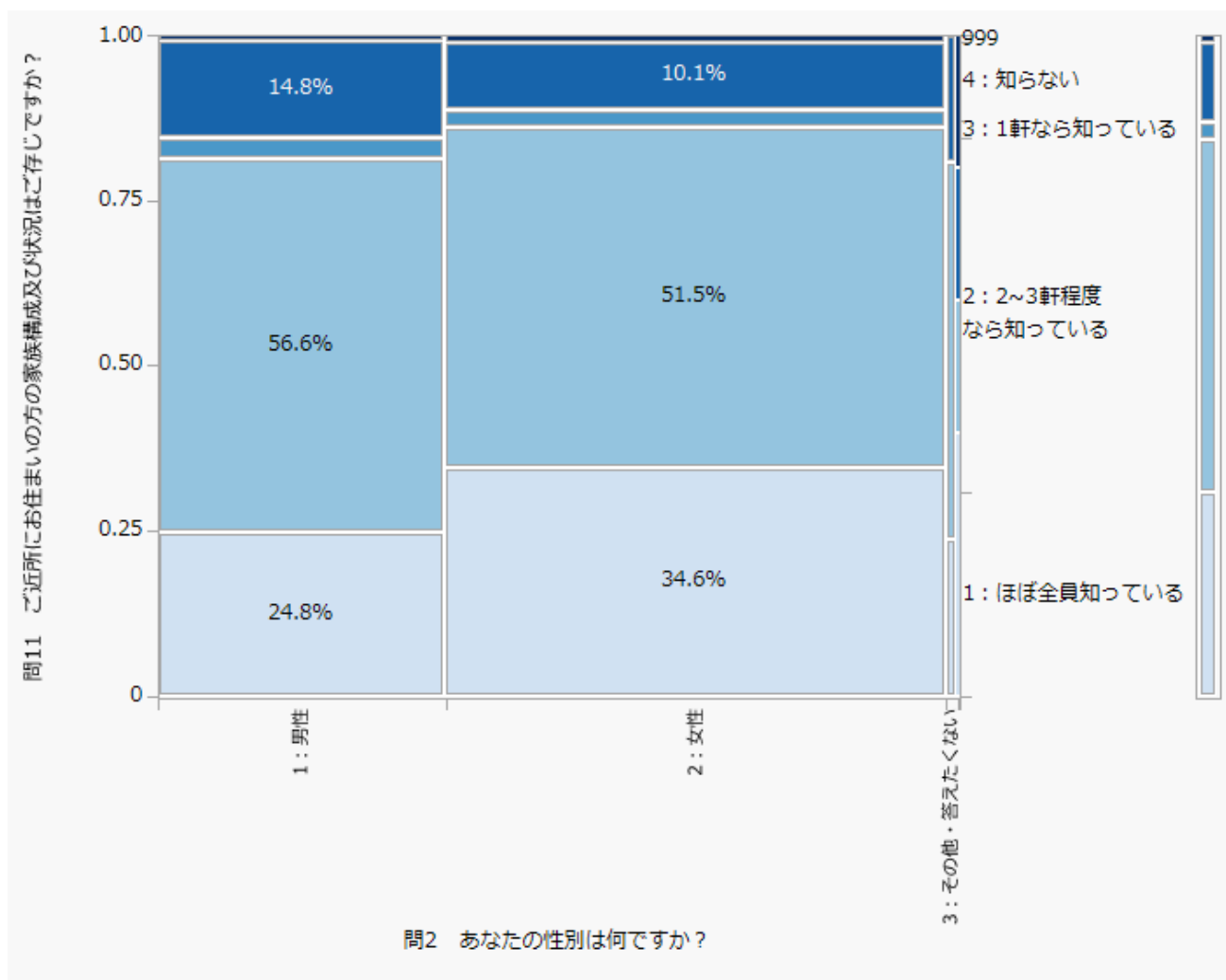
性別に関する分析

社会関係資本の関連指標と個人属性の関係を検討した場合、以下の図に示すように、女性のほうが近隣の住民の家族構成員の把握状況、近所で挨拶する人数、困りごとを相談可能な人数、スポーツや趣味の活動などでの社会参加状況、地域活動などへの参加状況、地域の人への信頼感などのすべての面において、男性に比べ豊かな社会関係資本を蓄積している傾向がみられることが指摘される。

問2 あなたの性別は何ですか？

×

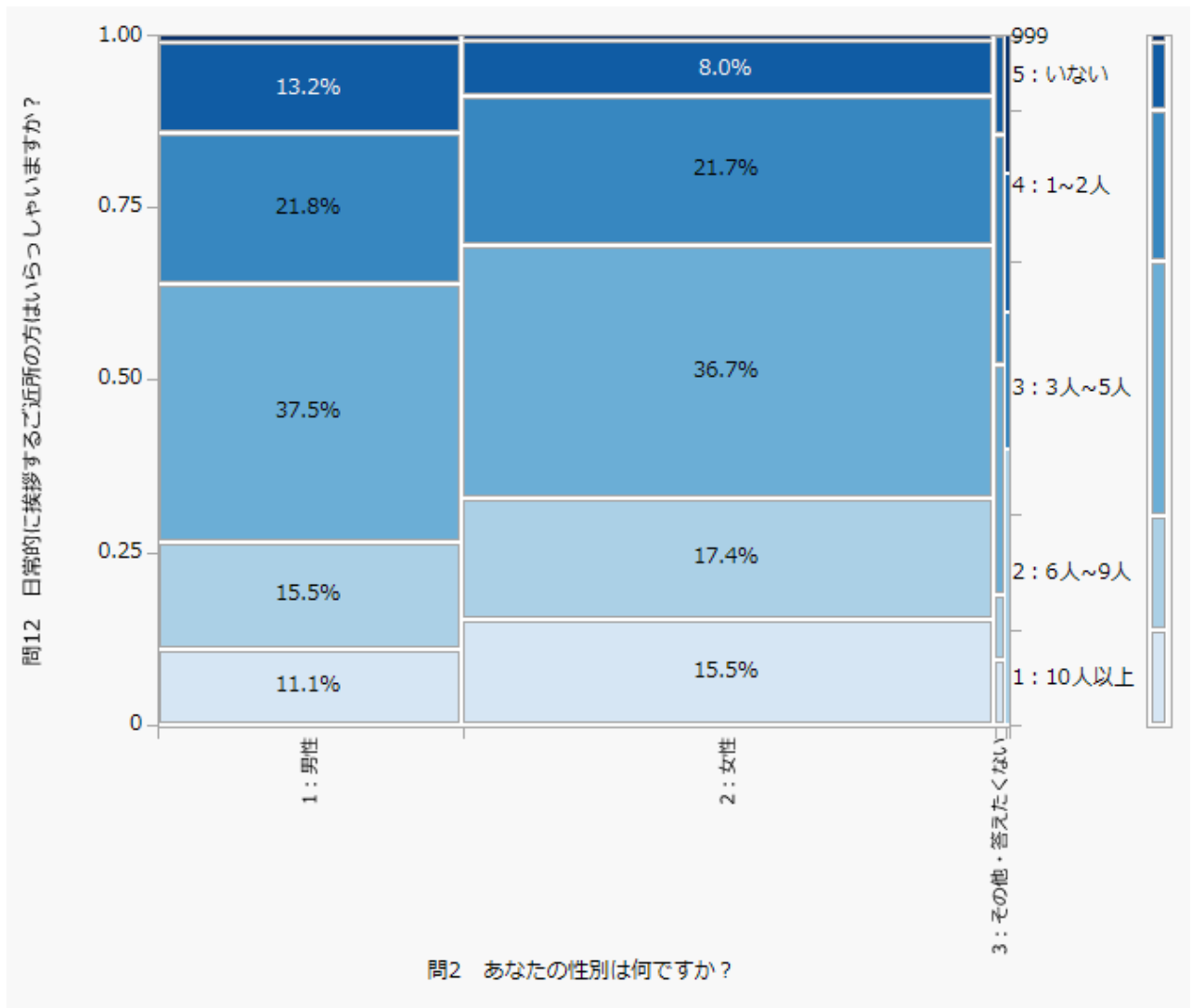
問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問2 あなたの性別は何ですか？

×

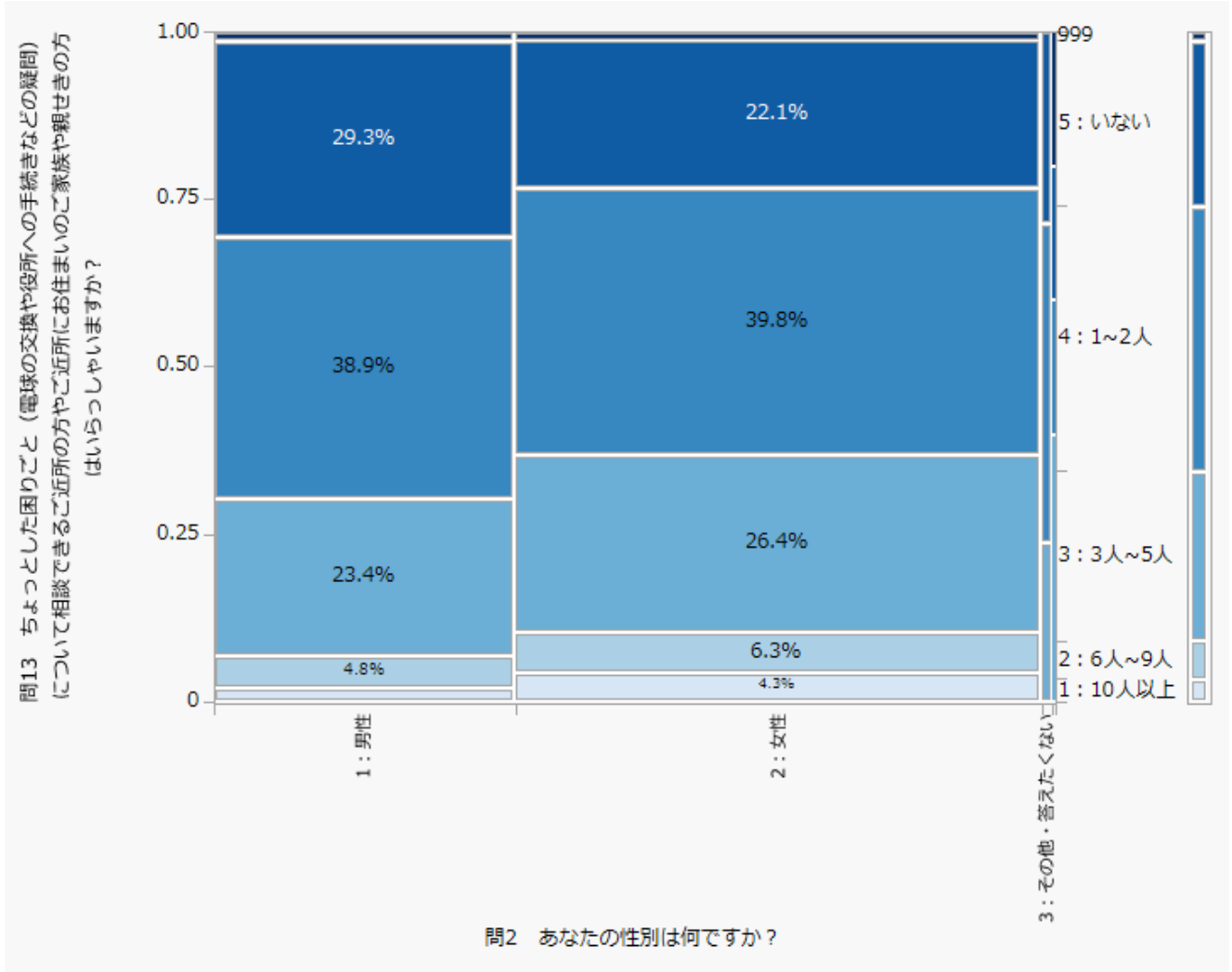
問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



問2 あなたの性別は何ですか？

×

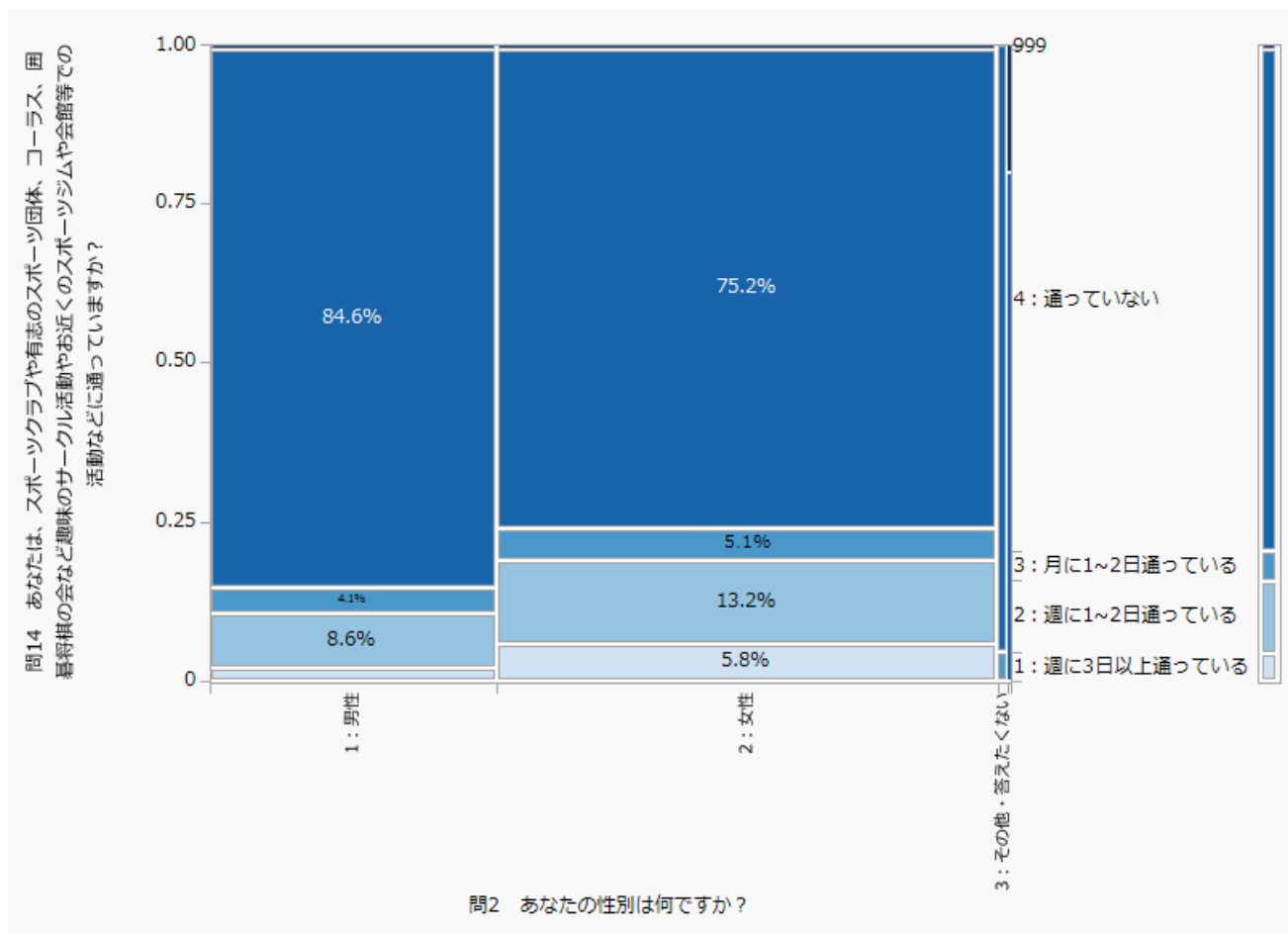
問13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問2 あなたの性別は何ですか？

×

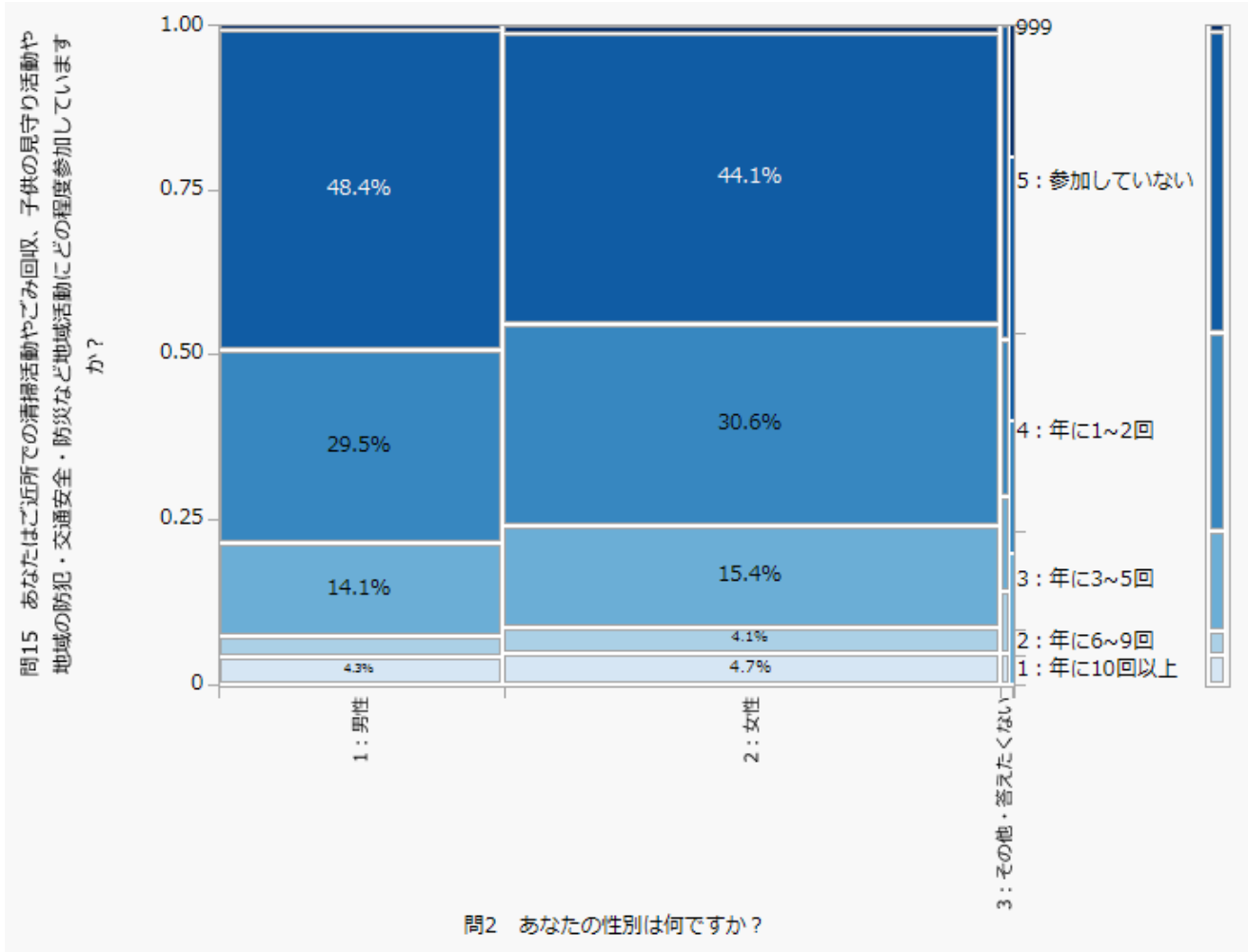
問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？



問2 あなたの性別は何ですか？

×

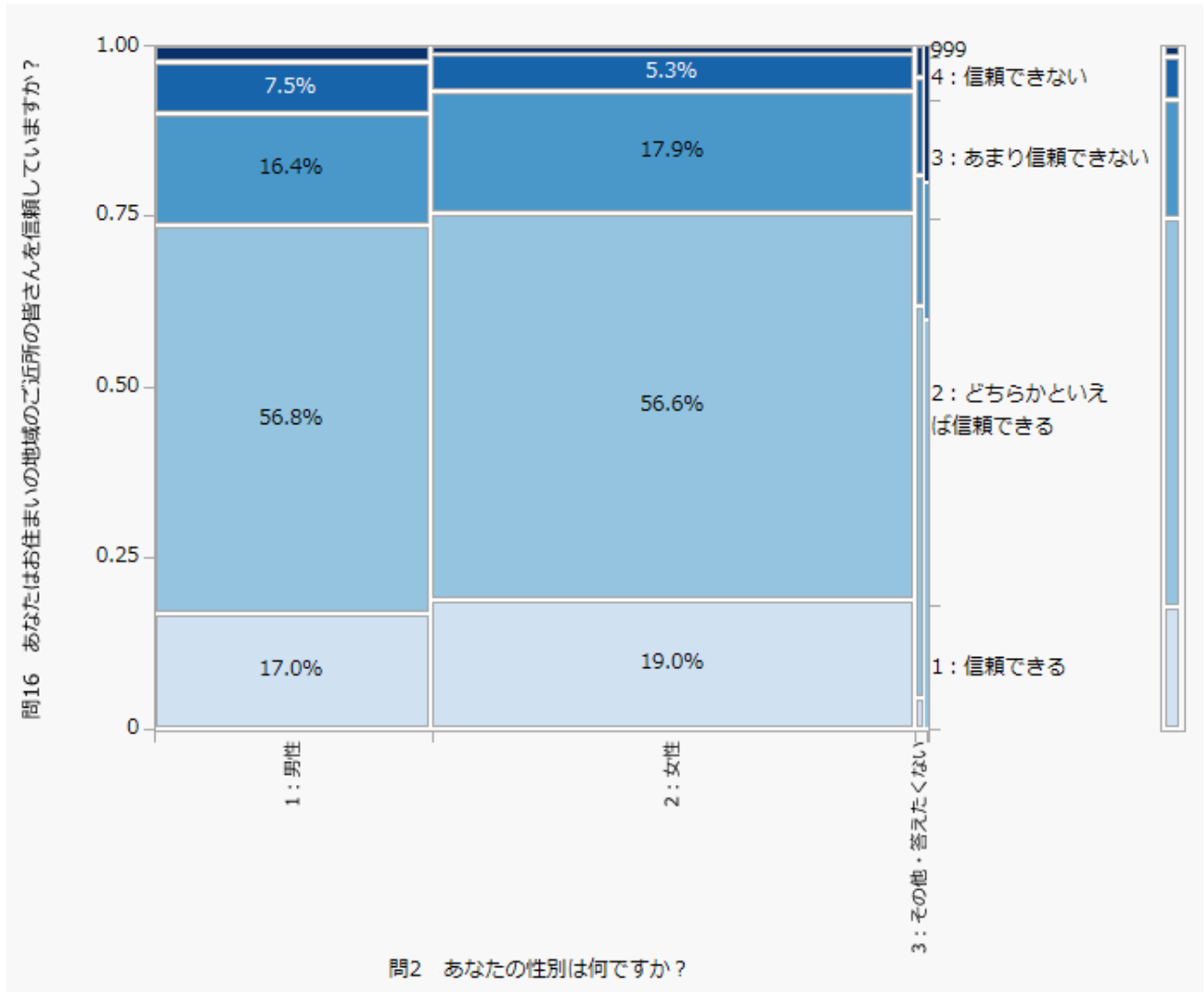
問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問2 あなたの性別は何ですか？

×

問16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



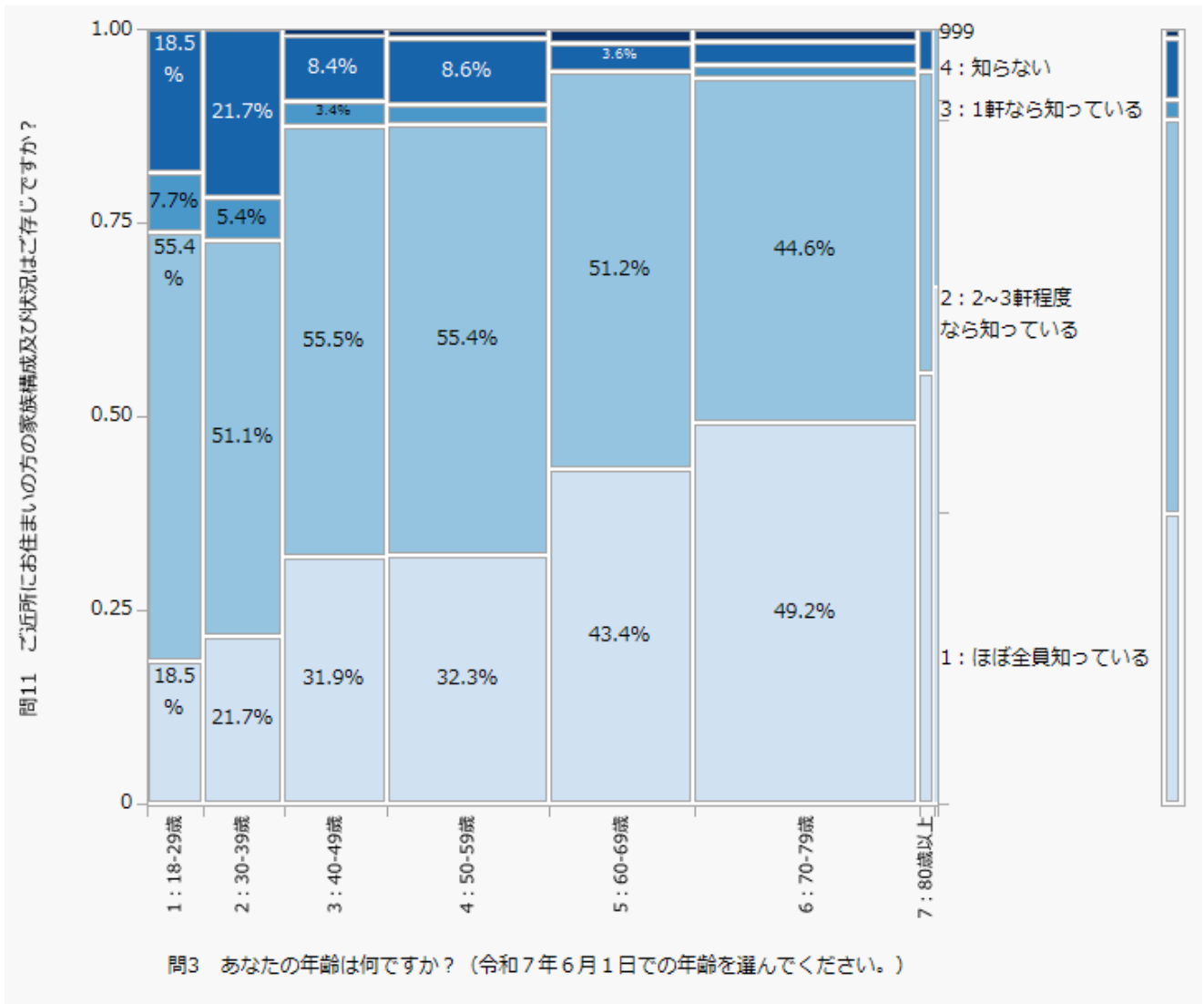
年齢別に関する分析

次に年齢別に社会関係資本の関連指標を利用し、回答者の社会関係資本の蓄積状況を確認してみたのが以下の図である。多くの社会関係資本の関連指標値において、年齢階層が上昇するほど、社会関係資本がより蓄積していることを示唆する結果となっている。特筆すべきは、29歳未満の回答者群に関しては、地域活動への関与の比率が極端に小さいことである。しかしながら、29歳未満の回答者群については、「地域住民を信頼できる」とする回答者比率（18.5%）については、30歳代の回答者群の「地域住民を信頼できる」とする回答者比率（10.9%）と比べて、より大きな値となっている。この背景には、この年齢層の回答者においては親との同居世代や学生などの回答者が一定数含まれるため、社会的経験の少なさが影響し、地域住民を信頼できるとする傾向となっている可能性が考えられる。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

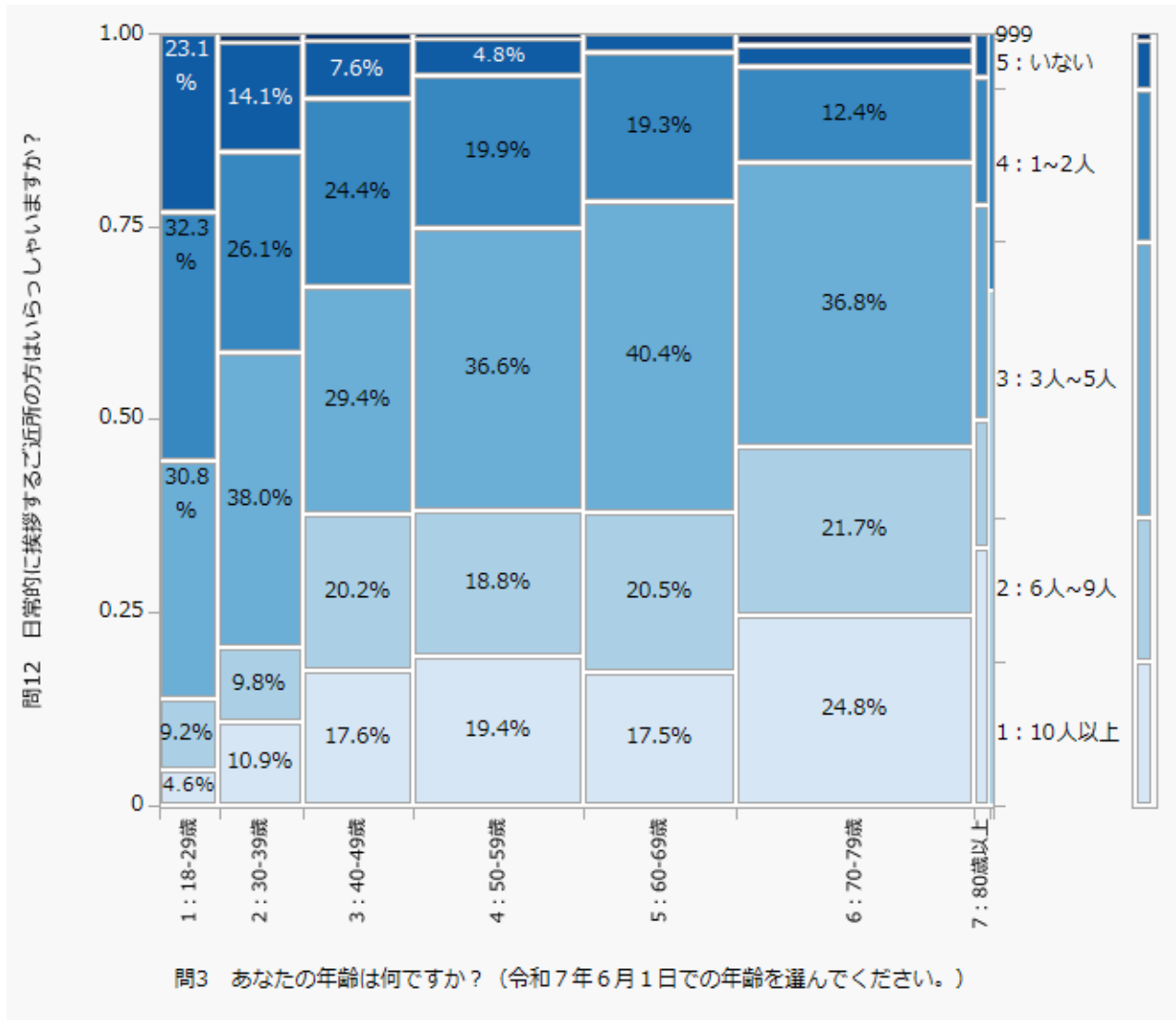
問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

×

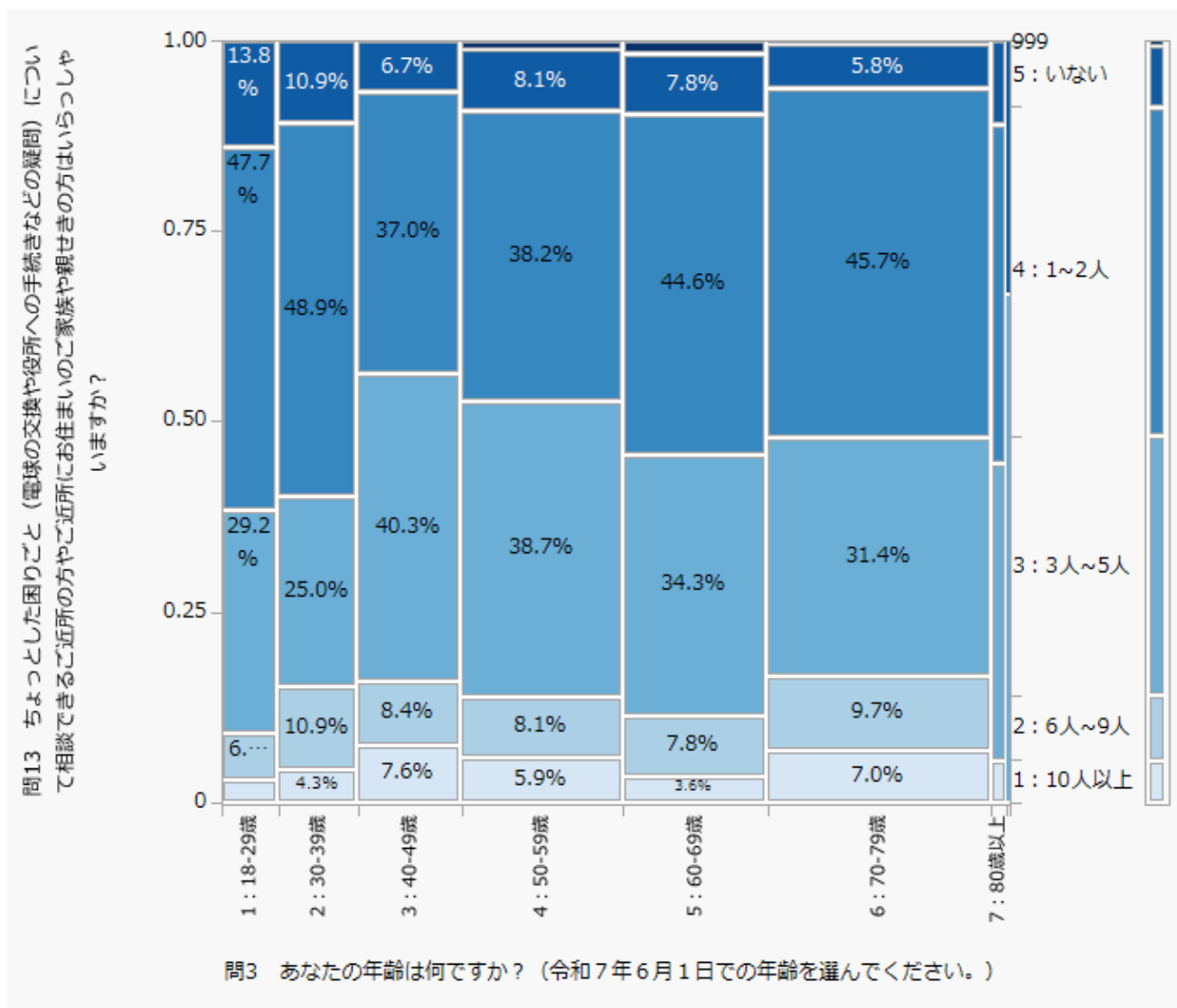
問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

×

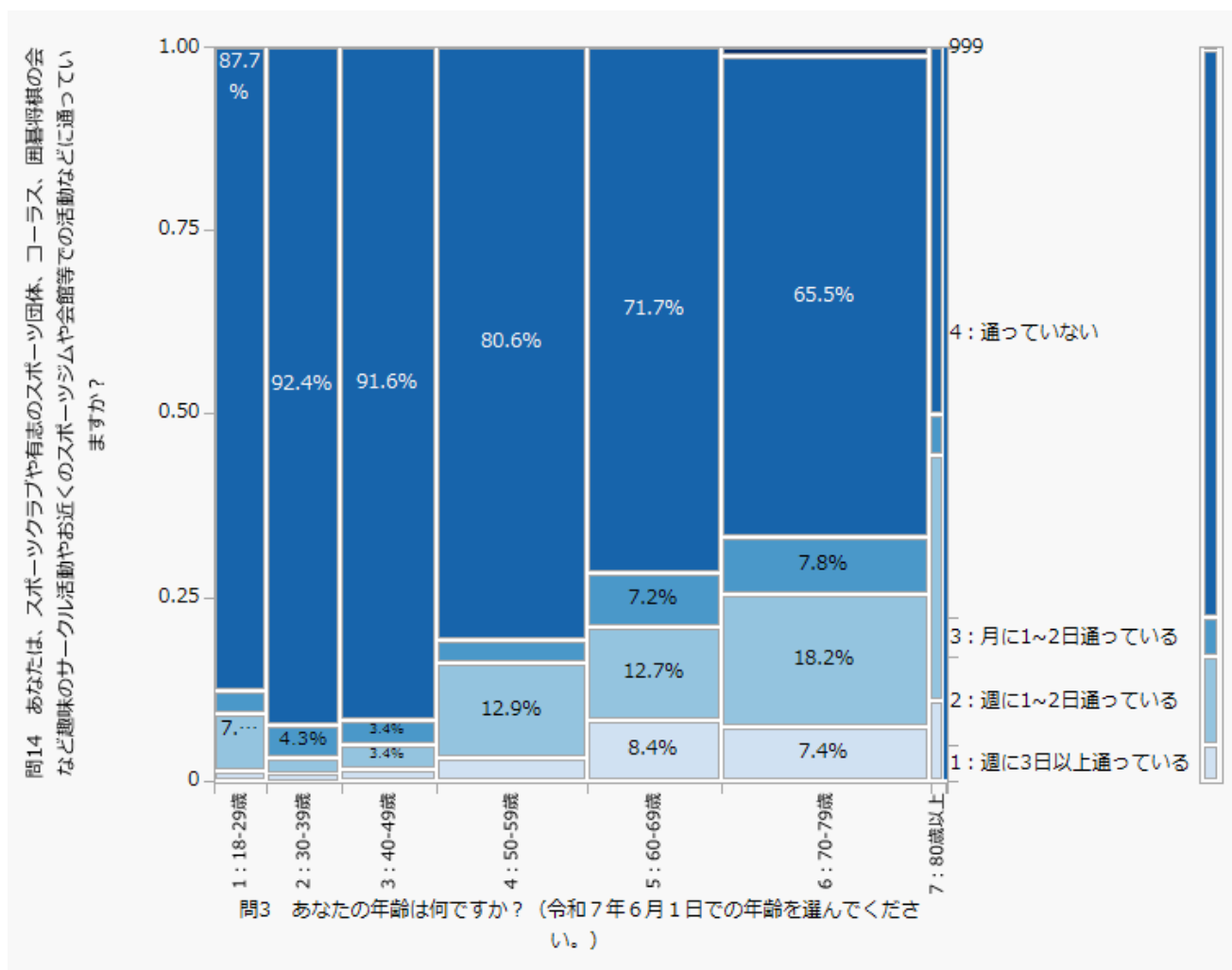
問13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

×

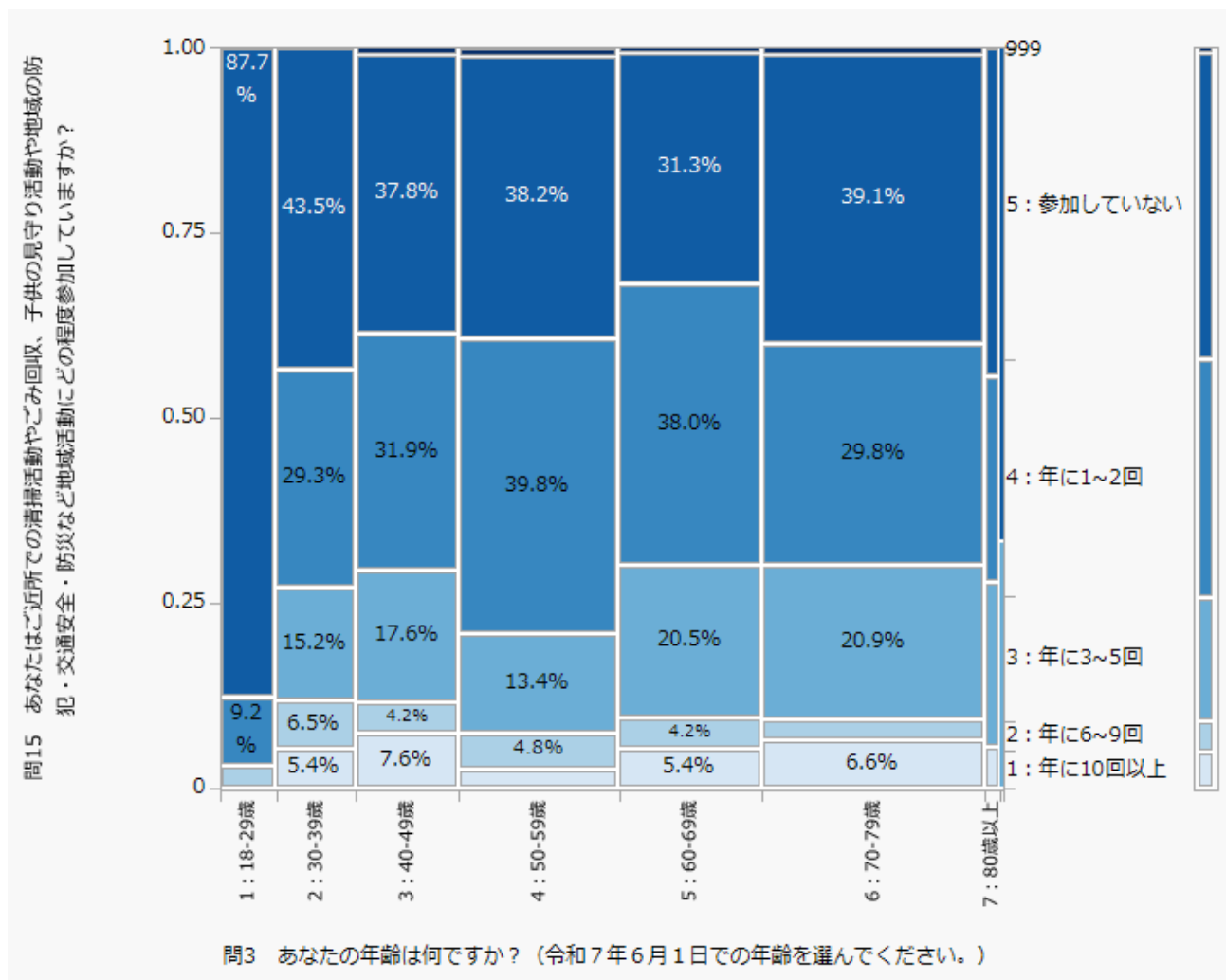
問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

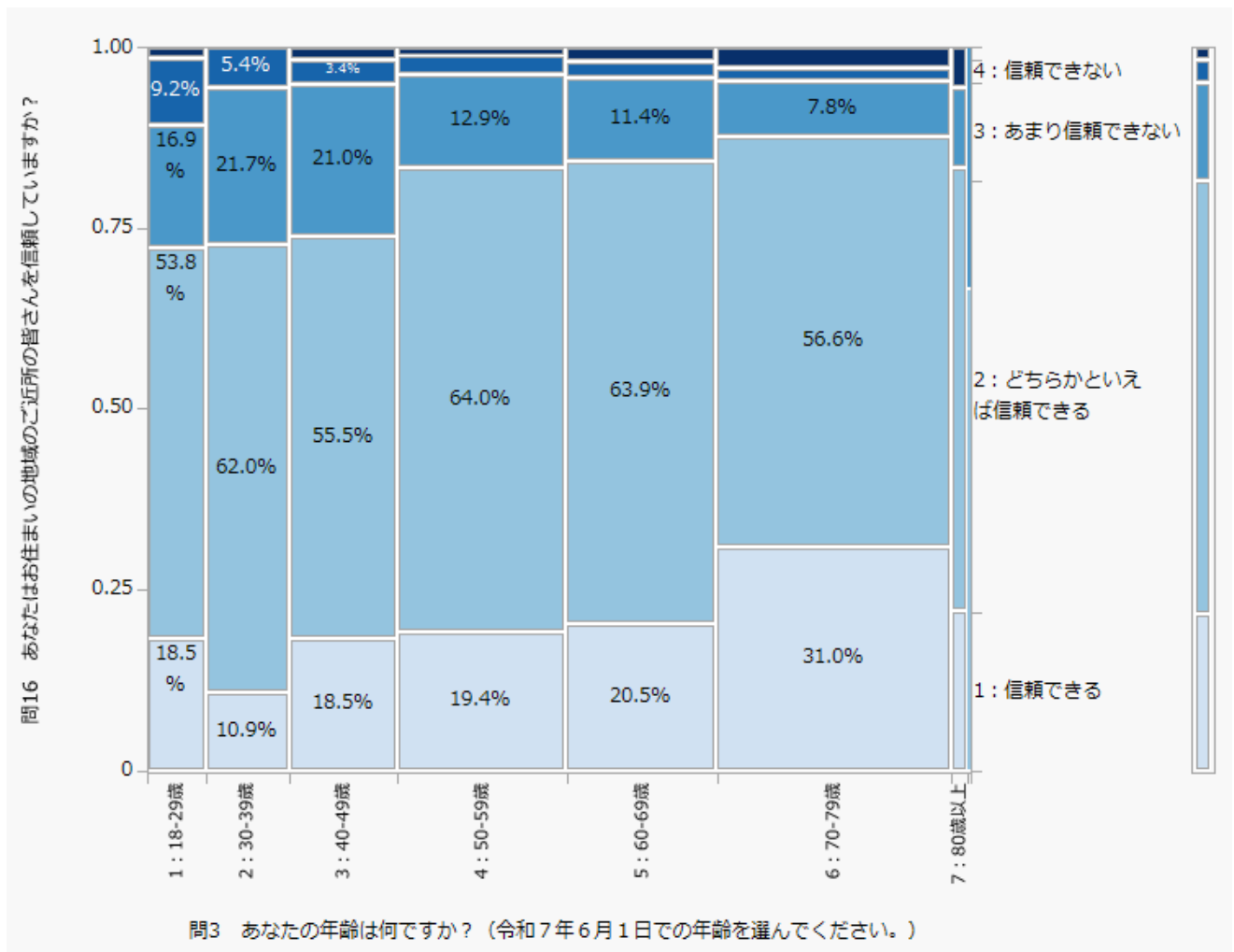
×

問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

問16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？【〇は1つ】



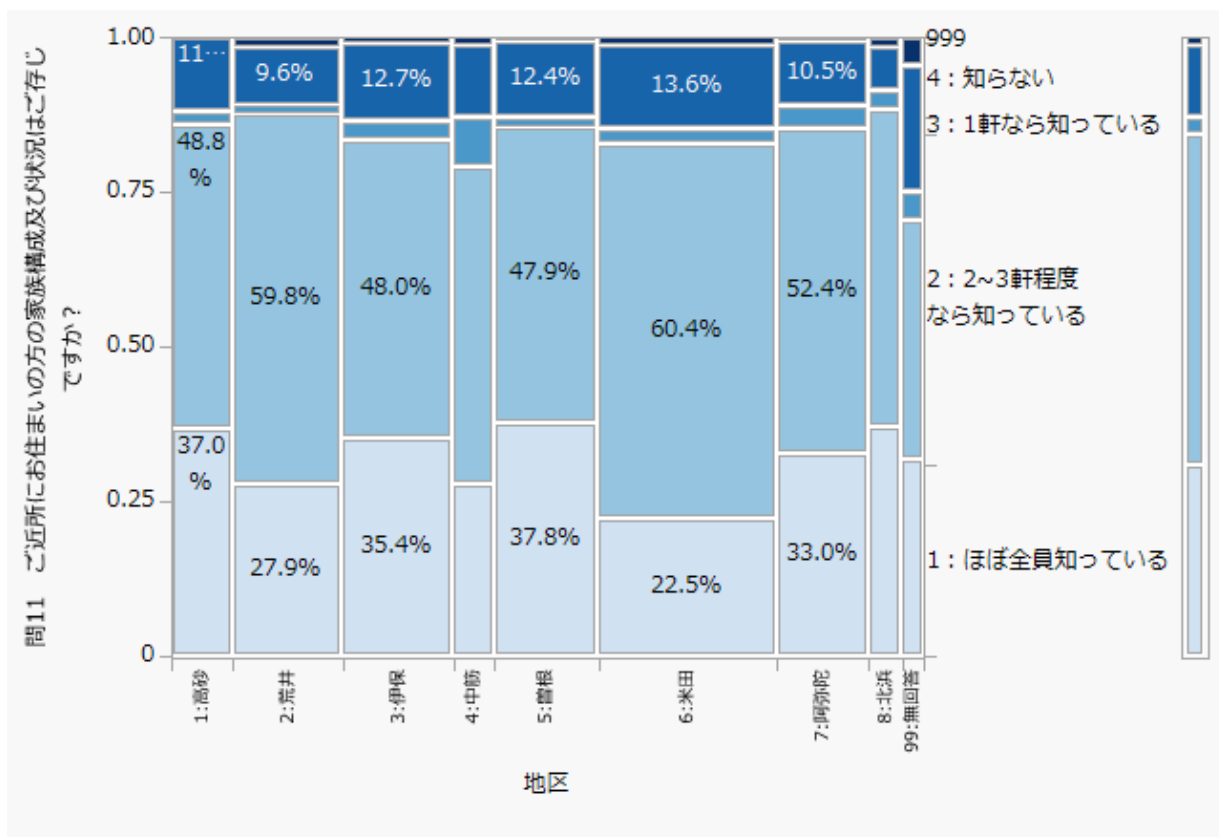
地区別に関する分析

高砂市内において、地区別に回答者の社会関係資本の蓄積状況を検討したところ、高砂、伊保、曾根、阿弥陀、北浜の各地区で相対的に社会関係資本の関連指標の回答比率が大きい。一方、荒井、中筋、米田の各地区で社会関係資本の関連指標が弱い傾向がみられる。この結果は、社会関係資本の関連指標が相対的に大きい地区において、高齢者の回答者比率、戸建ての持ち家に住む回答者比率及び居住期間が5年以上の居住者の回答者比率が大きいという地区の特性によってであると思われる。今後、高砂市域での高齢化の進展が一層予測されるのであるならば、現段階で多くの住民に蓄積している社会関係資本を維持、発展させ、その豊かな社会関係資本の蓄積を生かしたビジネスモデルを模索することが重要となろう。

地区

×

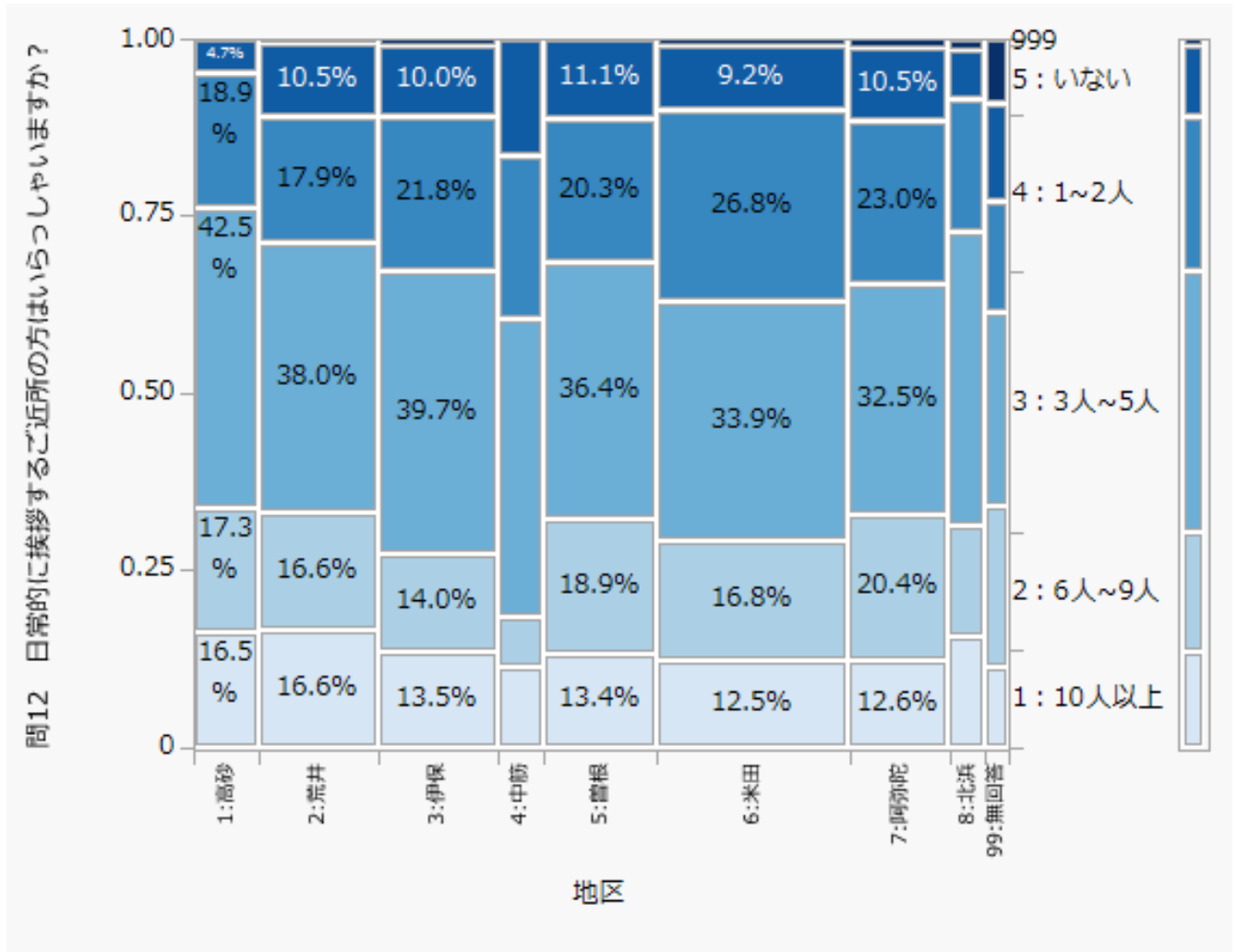
問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



地区

×

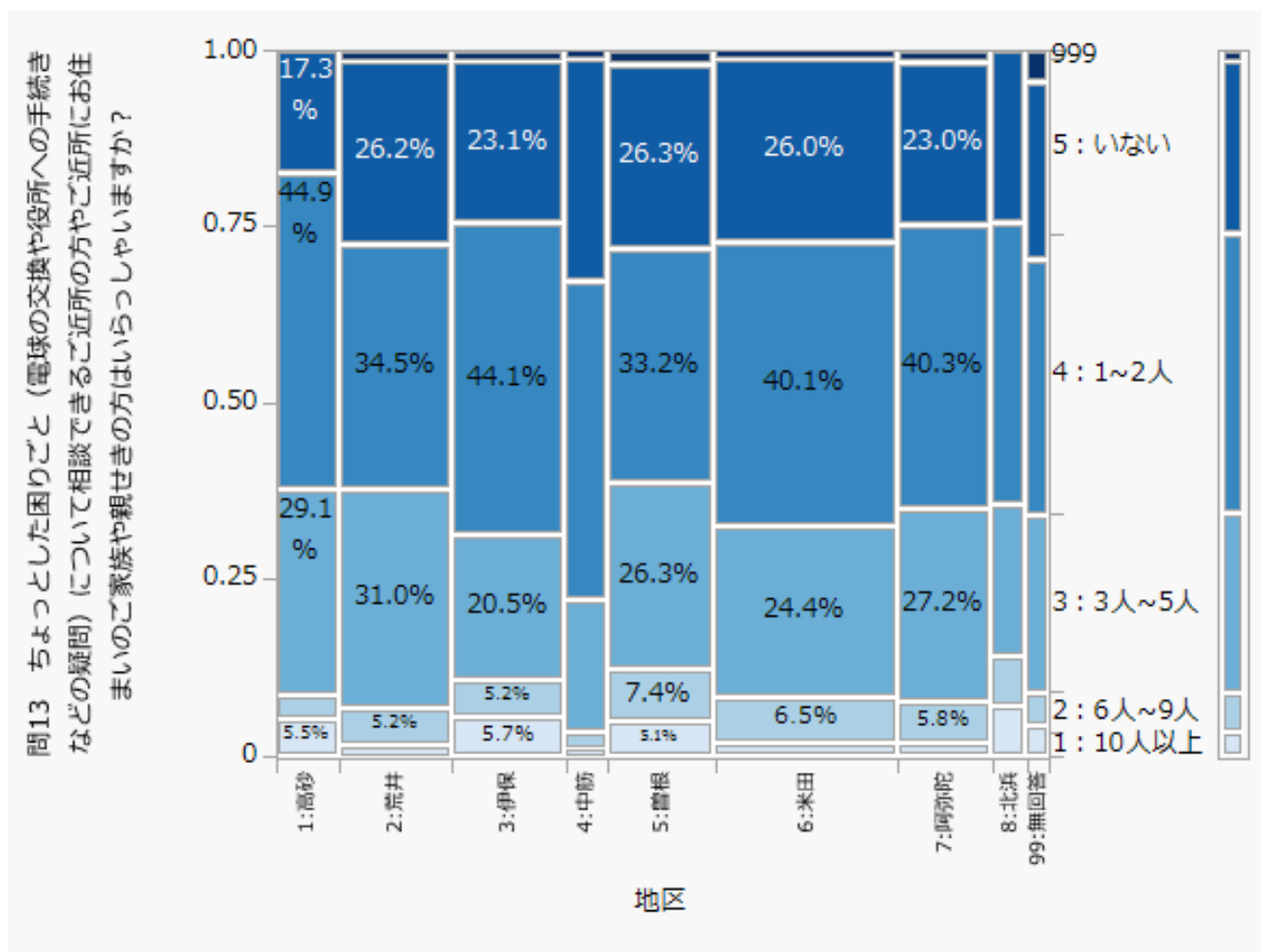
問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



地区

×

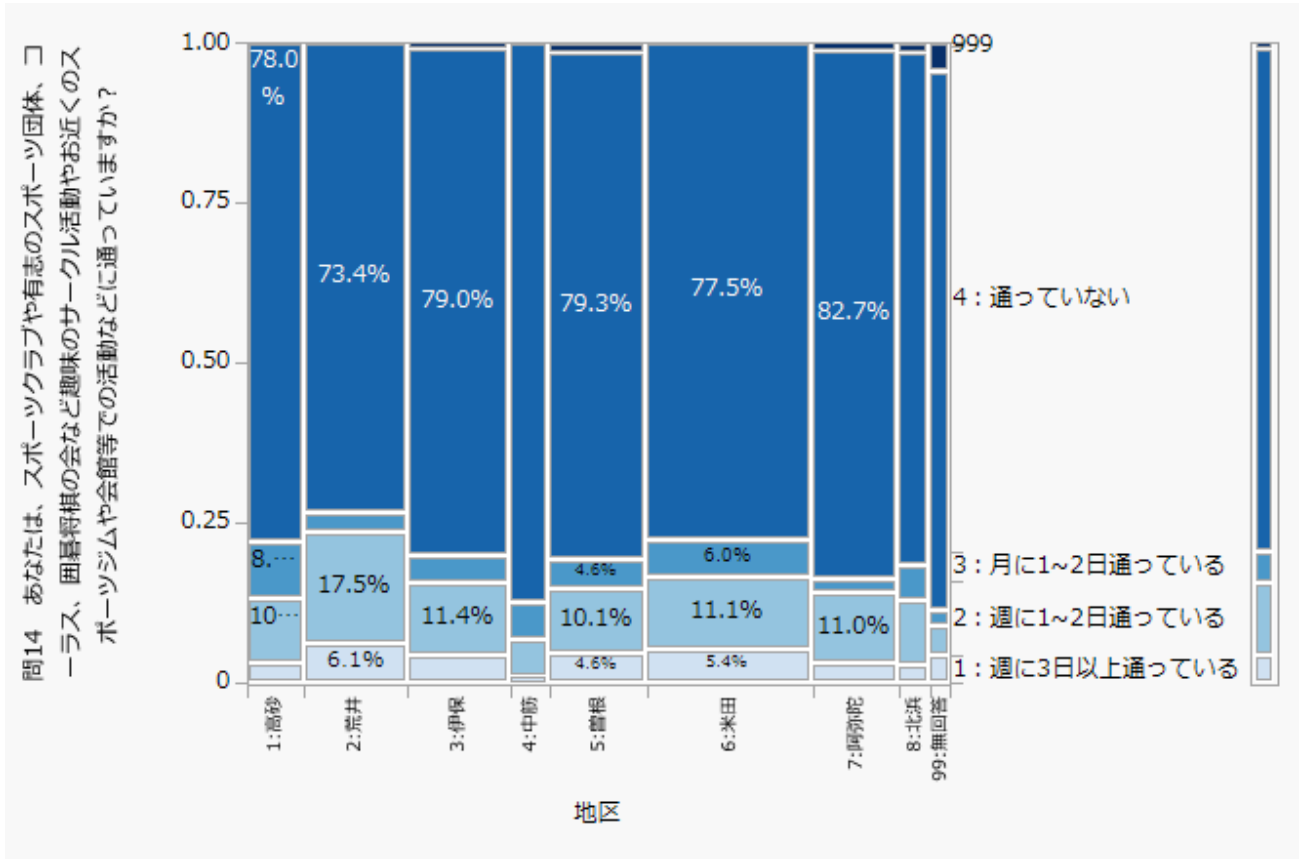
問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



地区

×

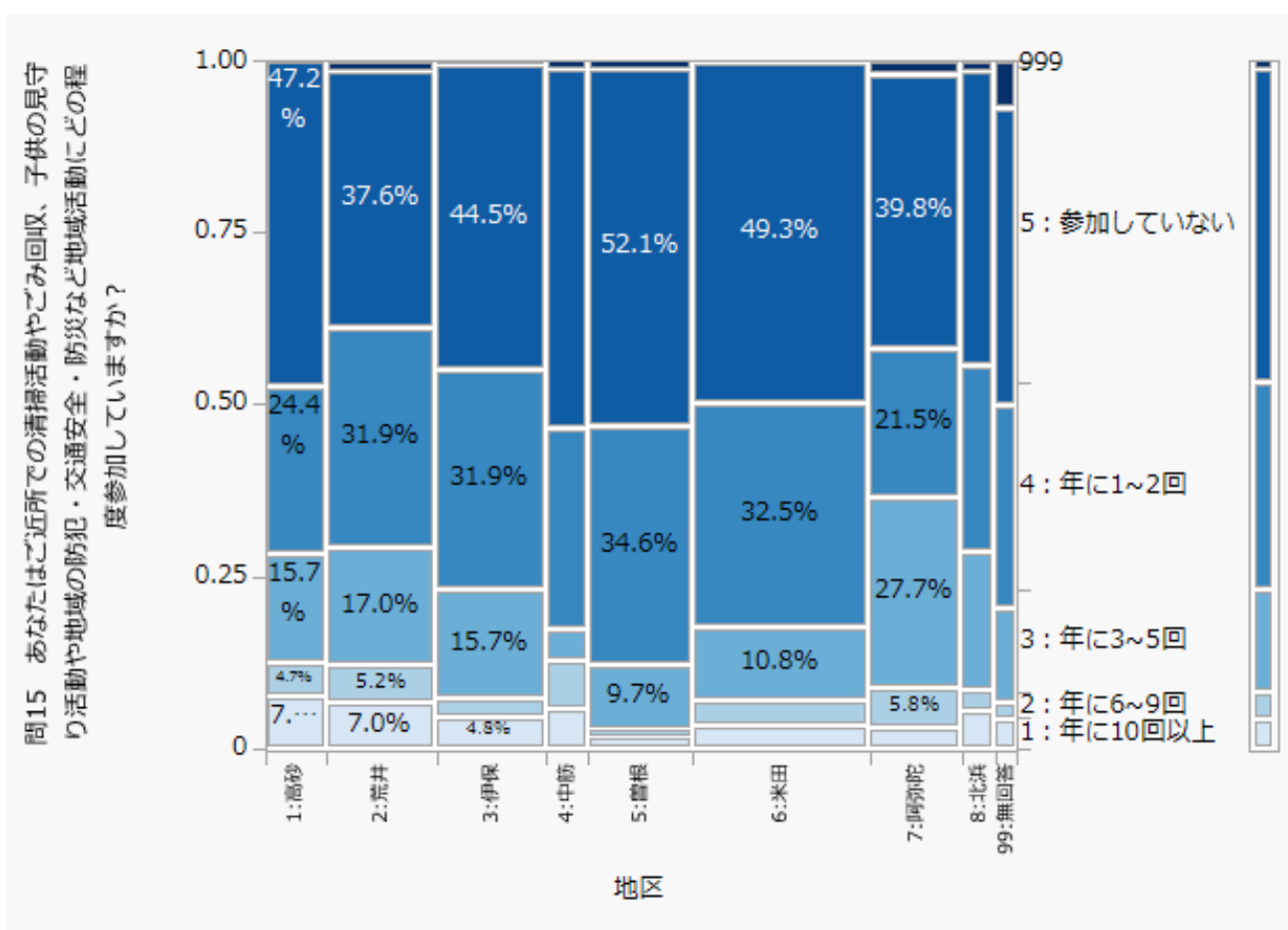
問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？



地区

×

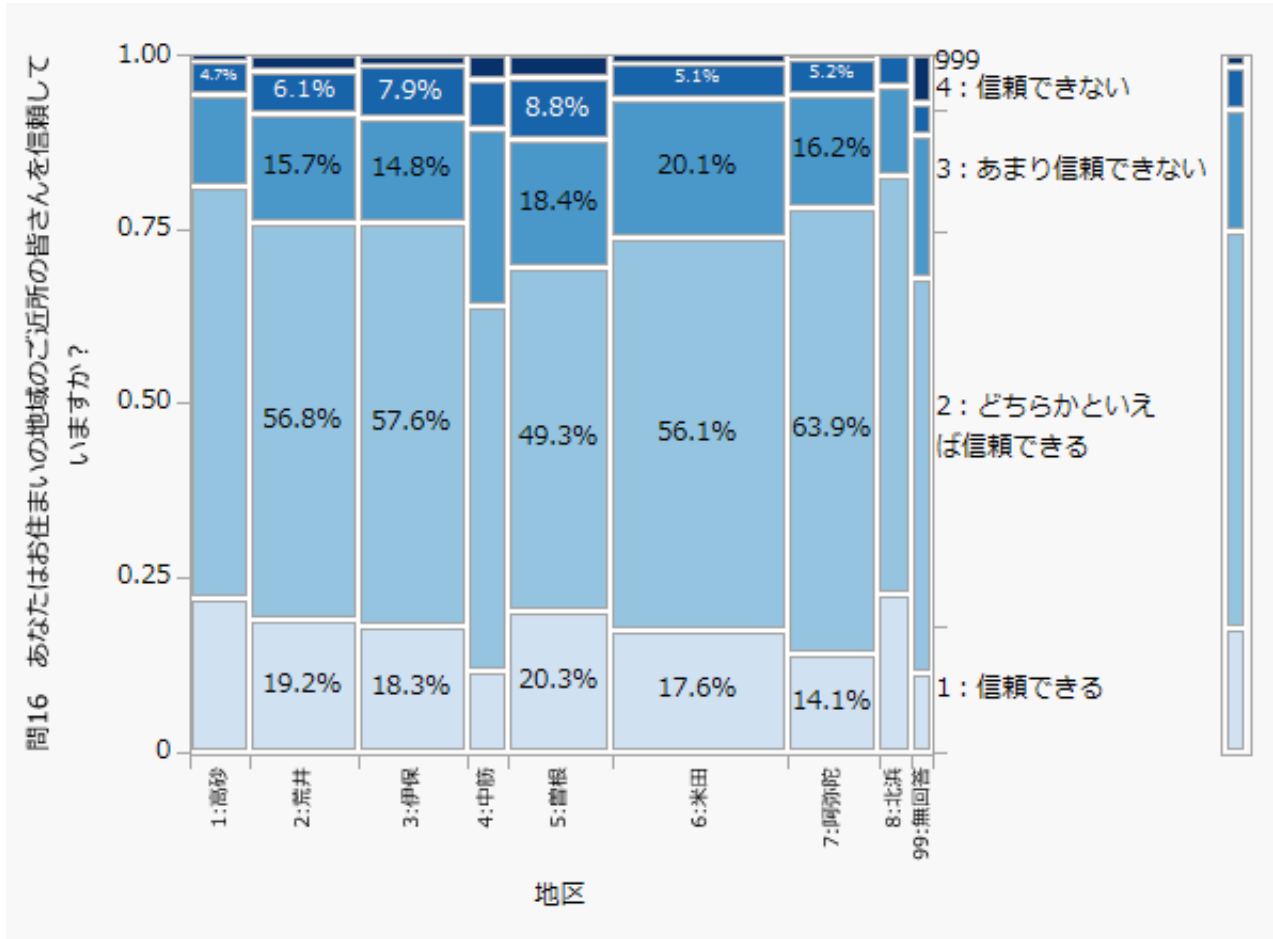
問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



地区

×

問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



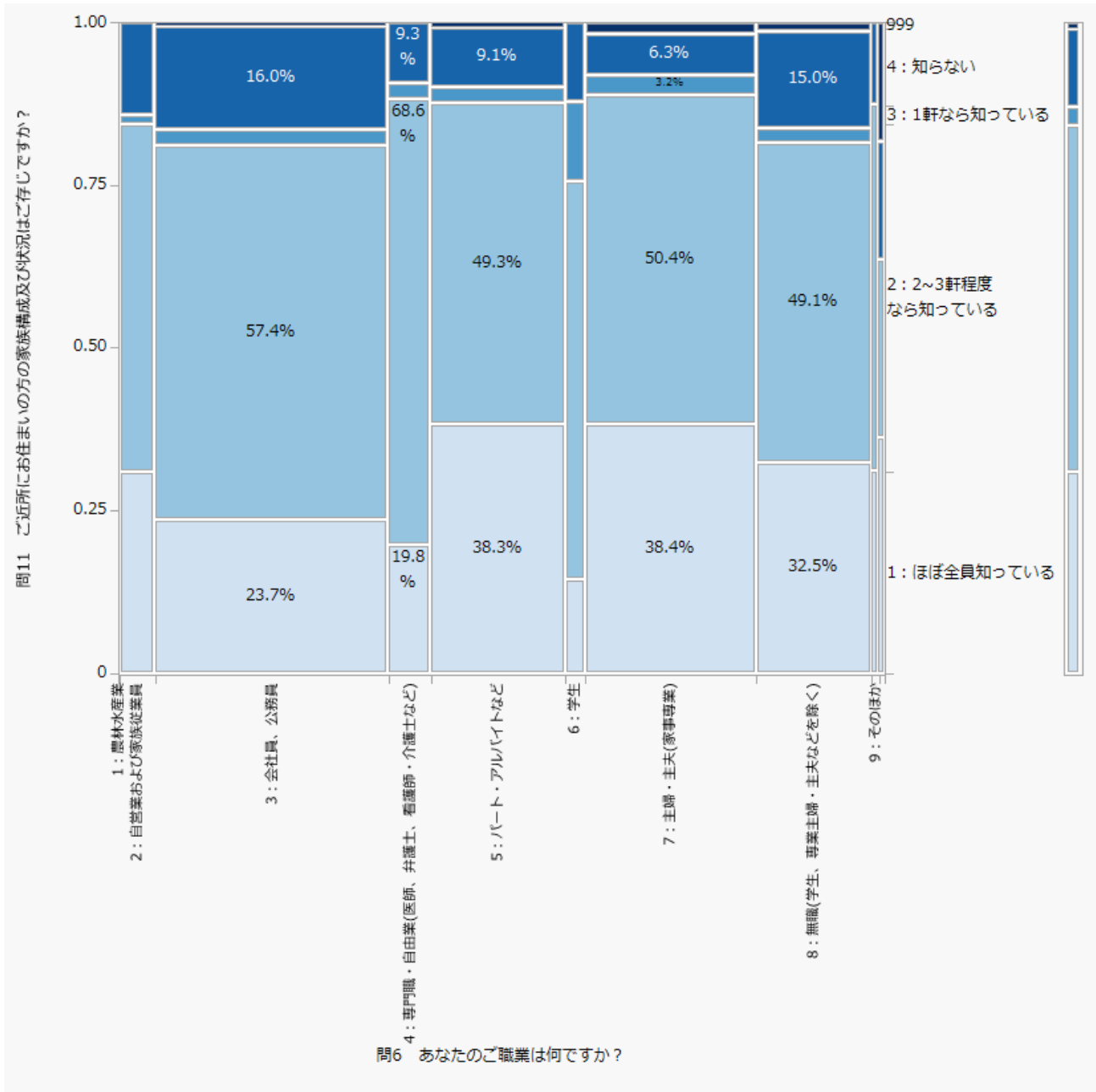
職業別に関する分析

職業別に回答者の社会関係資本関連の関連指標による蓄積状況の検討結果からは、「学生」、「専門職」、「会社員・公務員」等の職業分類に属する回答者の社会関係資本関連の関連指標から判断される蓄積状況は、相対的に貧弱な傾向がみられる。これに対し、主婦、自営業及び家族従業員、「パート・アルバイト」の回答者で相対的に豊かな社会関係資本が形成されている傾向が把握できる。しかしながら、本来生活時間としては余裕のある回答者群であるはずの無職における社会関係資本の蓄積状況は、日中業務に専念しており、地域とのかかわりが希薄化しやすい「専門職」、「会社員・公務員」等の職業分類に属する回答者と同等程度である。今後高砂市内での高齢化が一層進展していく中で、高齢者のかなりの部分を占める無職の市民における社会関係資本の蓄積を推進していく何らかの方策を模索する必要性があろう。

問6 あなたのご職業は何ですか？

×

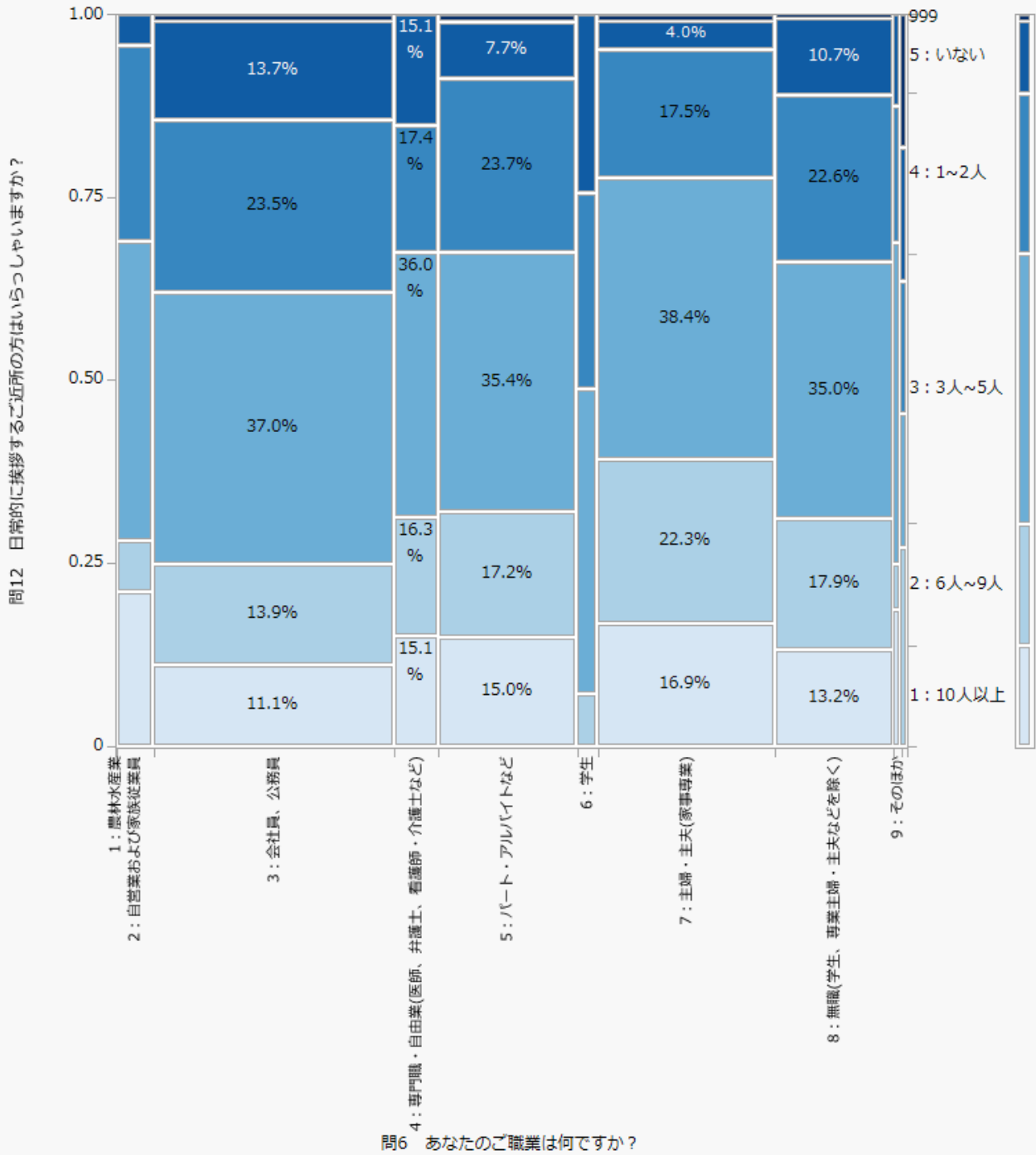
問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問6 あなたのご職業は何ですか？

×

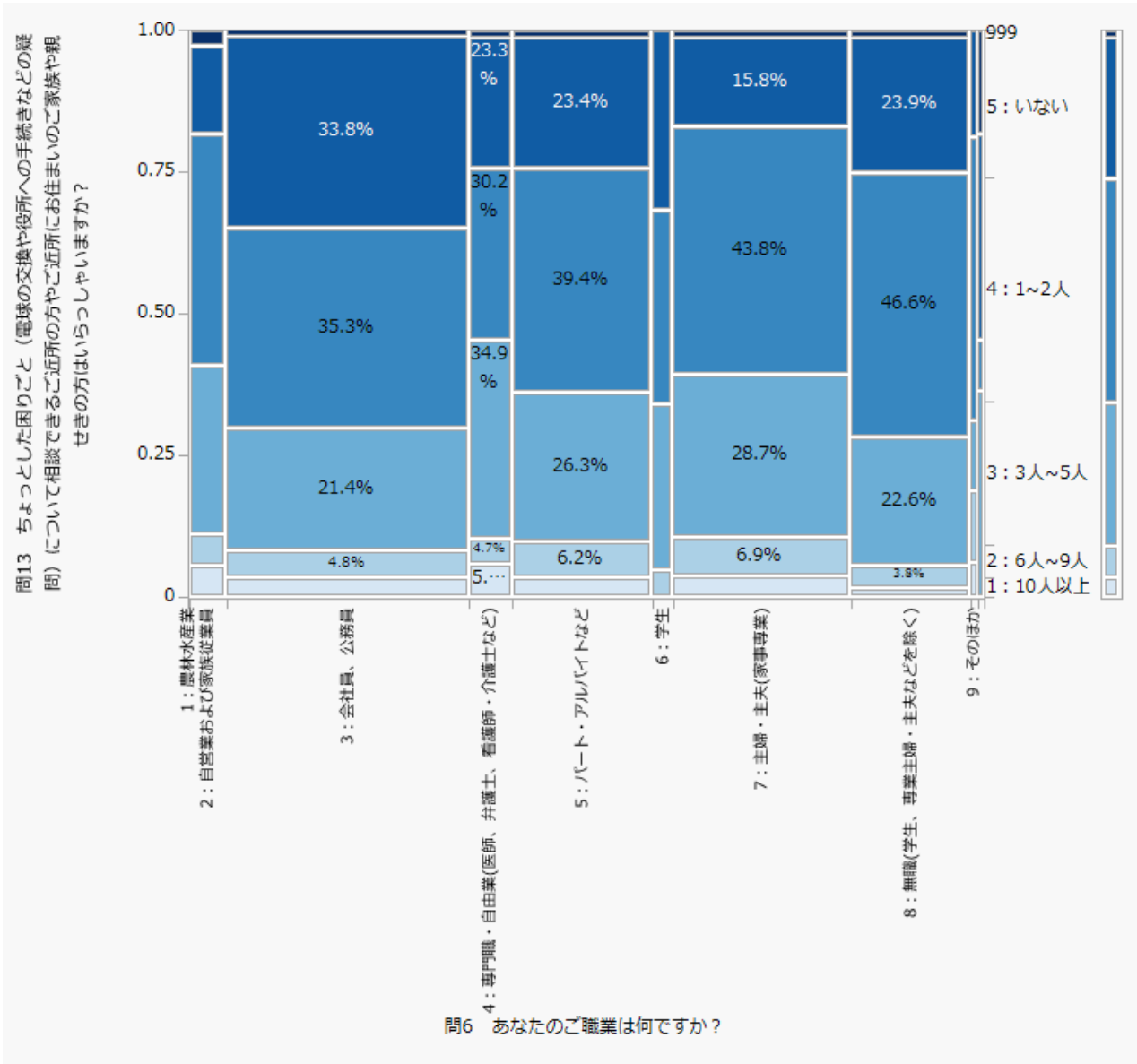
問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



問6 あなたのご職業は何ですか？

×

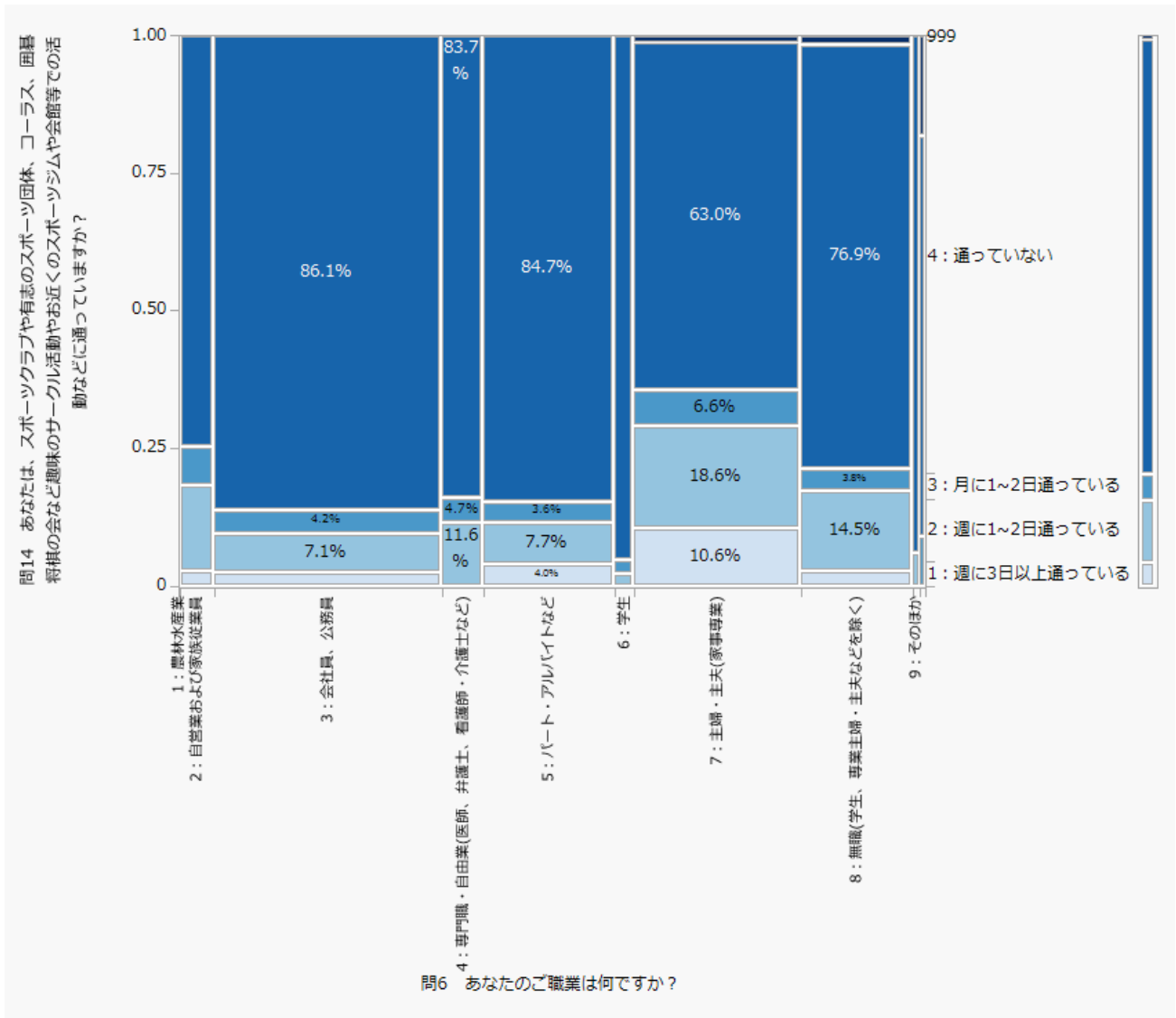
問13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問6 あなたのご職業は何ですか？

×

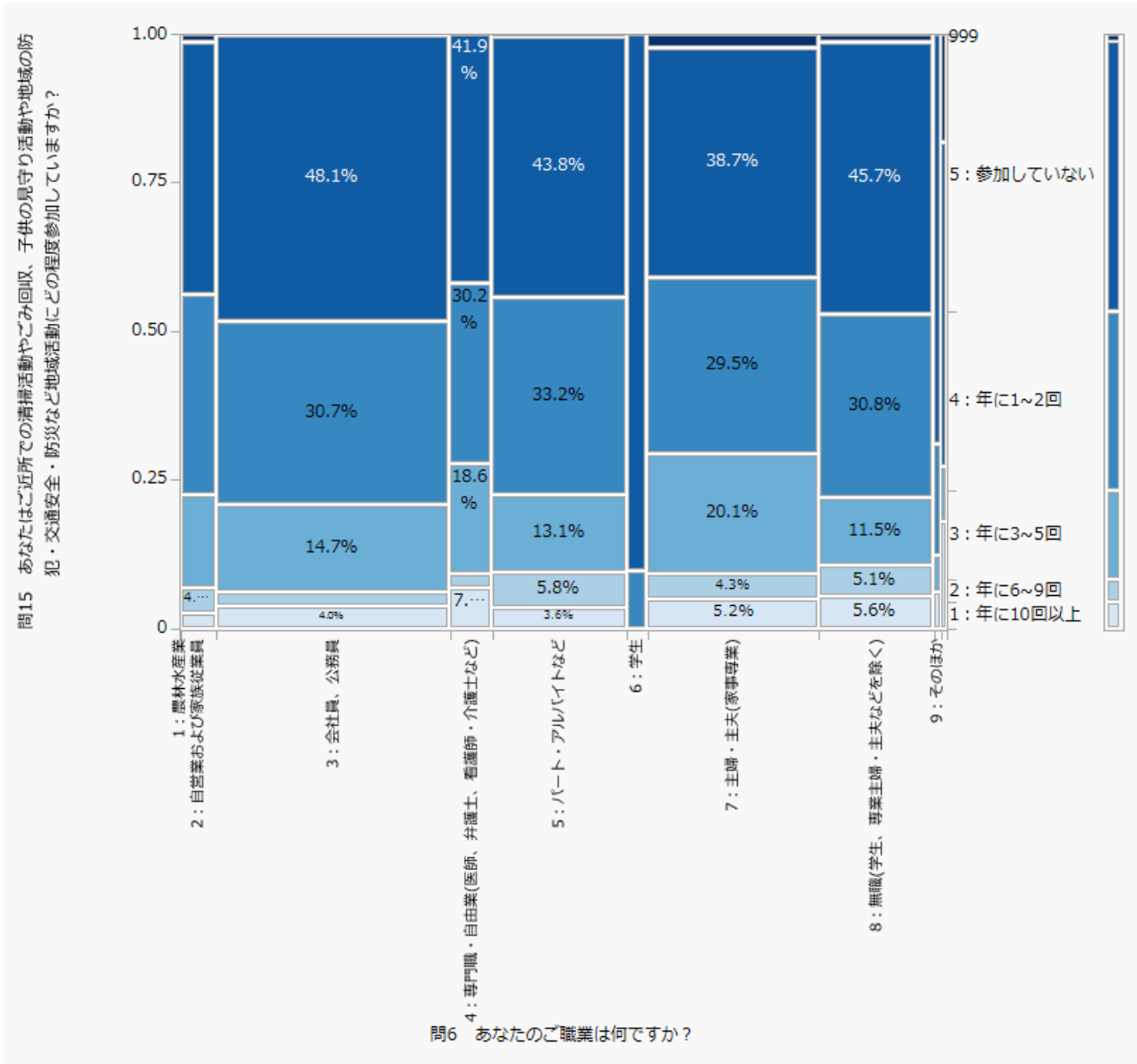
問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？



問6 あなたのご職業は何ですか？

×

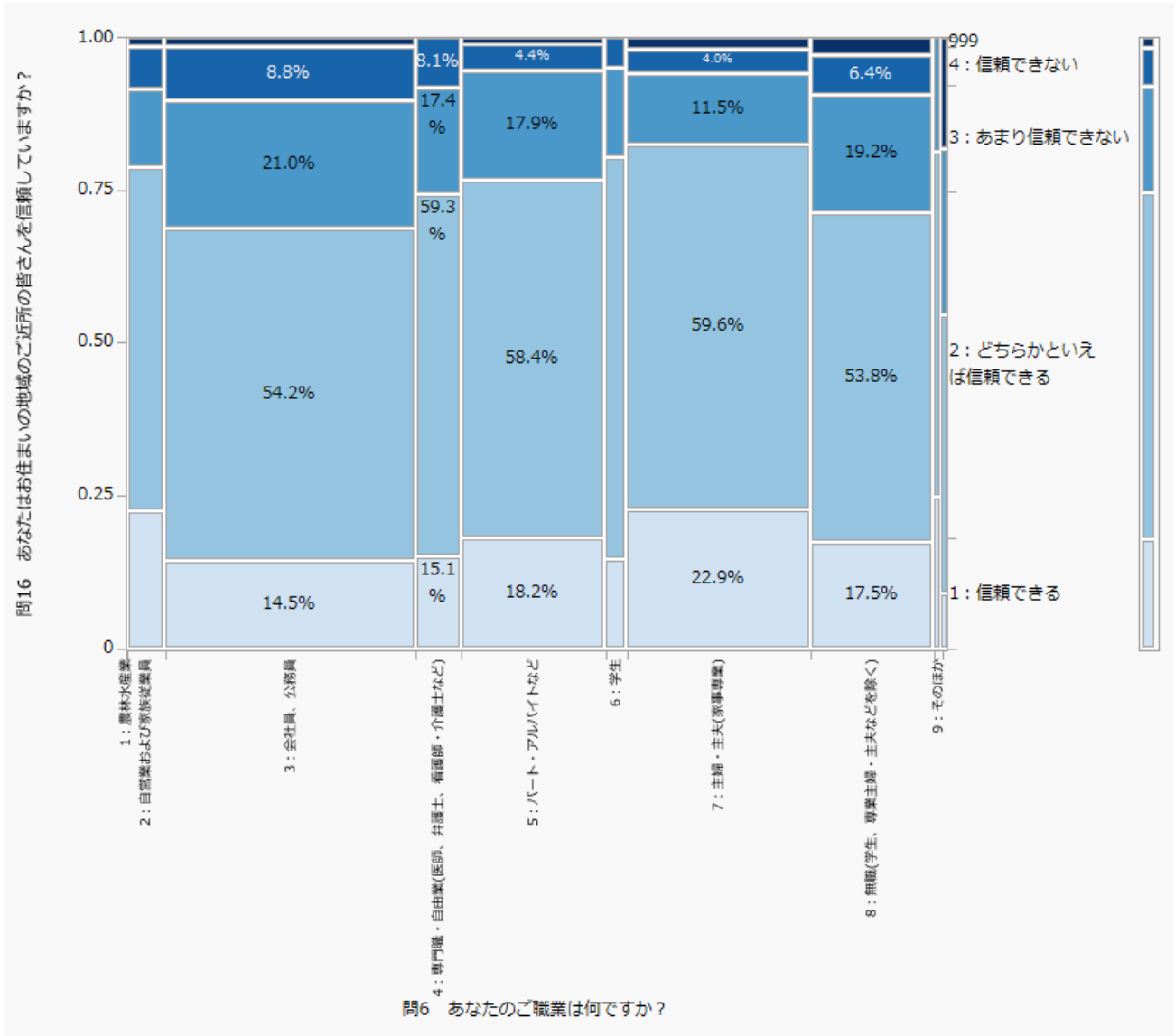
問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問6 あなたのご職業は何ですか？

×

問16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



生鮮食料品や日用品を購入する際の購入先に関する分析

回答者の社会関係資本関連の関連指標の調査項目と生鮮食料品や日用品を購入する自治体との関連について以下で検討する。

高砂市内で購入活動を行っている回答者は、近隣市の加古川市、姫路市で購入活動を行う回答者に比べ、高砂市内や地域での生活時間が長いためか、日常的にあいさつする人数が多い回答者比率が大きいという傾向が確認される。さらに困りごとを相談できる人数が多いなど、社会関係資本が豊かに蓄積していることが推察される回答者比率が大きい。

これらの地域密着型の生活者である回答者は生鮮食料品や日用品を購入する際に、高砂市内を購入活動先としている傾向が確認された。その意味で、高砂市内の事業者は、地区別や市民の年齢階層別に社会関係資本の蓄積程度に差異がみられるとはいえ、高砂市民における社会関係資本の蓄積が豊かであることを前提としつつ、商業活動を実施するのが妥当な方策であろう。

ところで、社会関係資本は、無形の善意などの交換に基づく互恵性、互報性、互酬性と密接に結びついている概念である。そもそも商業行為自身が消費者と事業者の間での交換を基礎とした経済的行為であることを踏まえるならば、高砂市内における市民間の密接な人間関係とその結果生まれる互恵性、互報性、互酬性の存在を前提とした高砂市独自の経済活動を推進することが可能であるはずである。

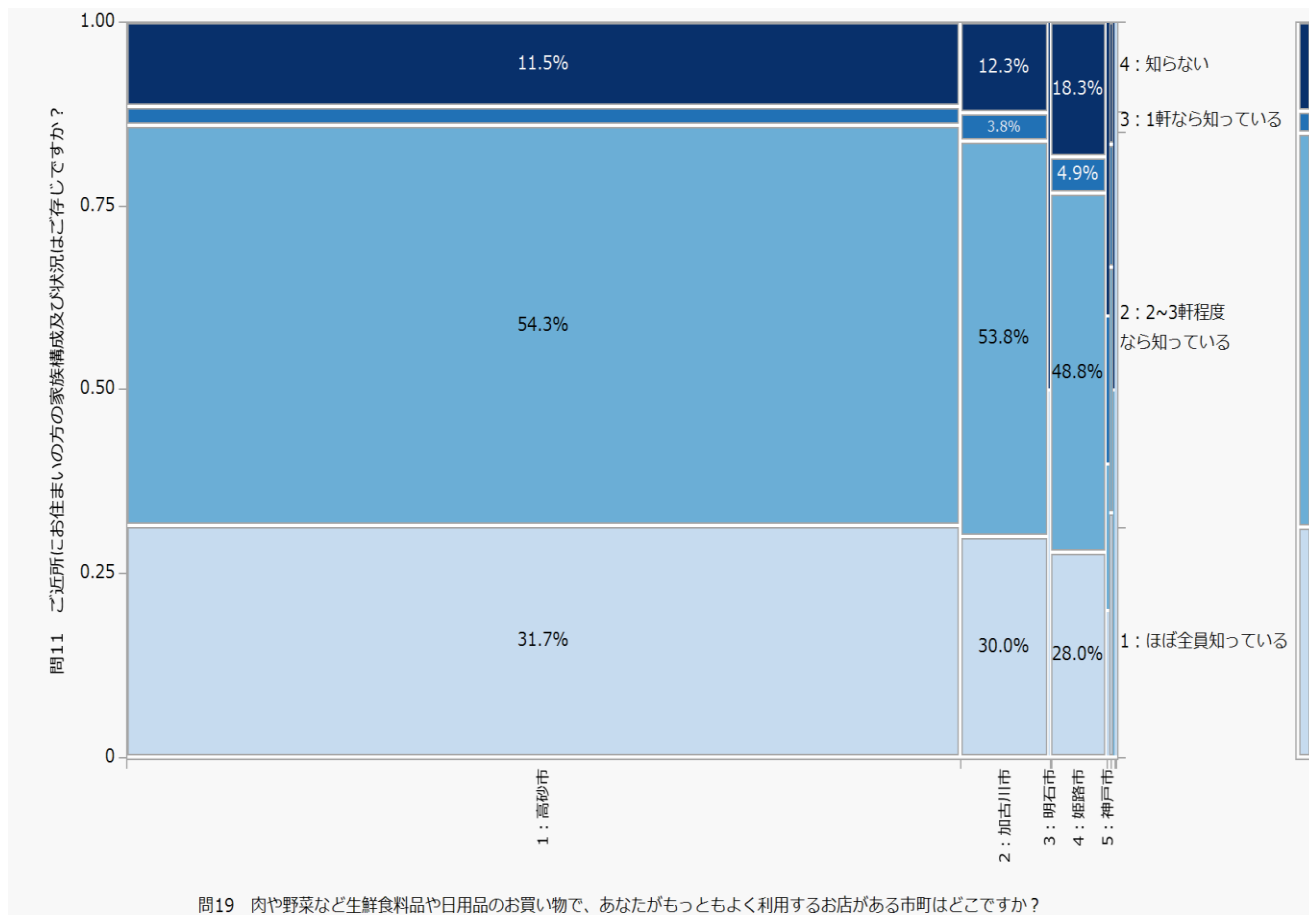
社会関係資本が長期的な人間関係のネットワーク上に生じるため、一朝一夕には形成されない。したがって、高砂市の豊かな社会関係資本を基礎とした高砂市でのみ成立するビジネスモデルを新たに構築できる可能性があると考えられる。

密接で濃厚な人間関係ネットワークに基づくこの高砂市独自のビジネスモデルは、インターネット通信販売や大型量販店などの事業者には模倣不可能なビジネスモデルである。その意味で、この高砂市独自のビジネスモデルは外部の事業者にとっては目に見えない参入障壁として存在すると同時に、市内の事業者にとっては、ビジネス機会を確保することにつながる可能性が高いのではなかろうか。

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
 お店がある市町はどこですか？

×

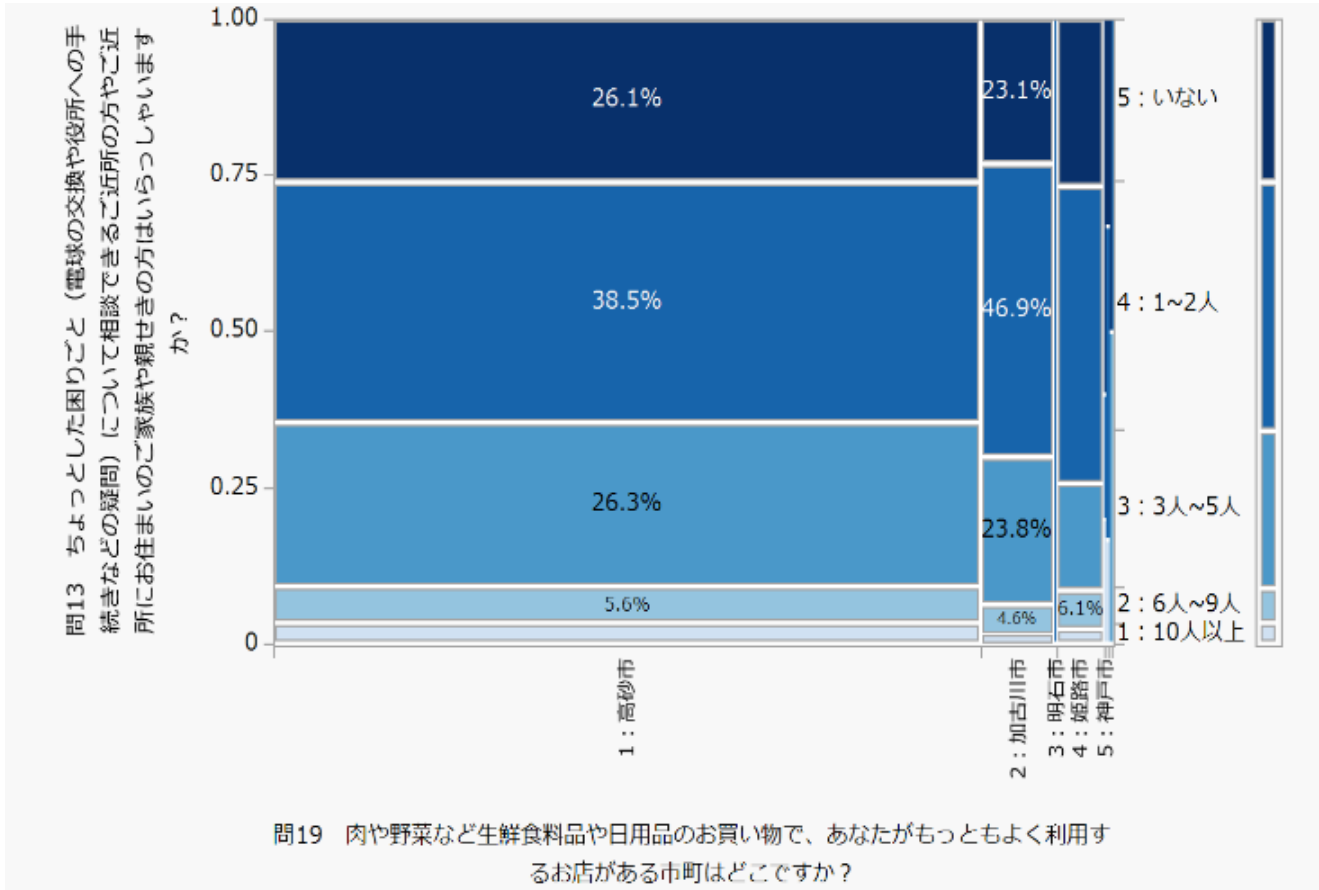
問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお
店がある市町はどこですか？

×

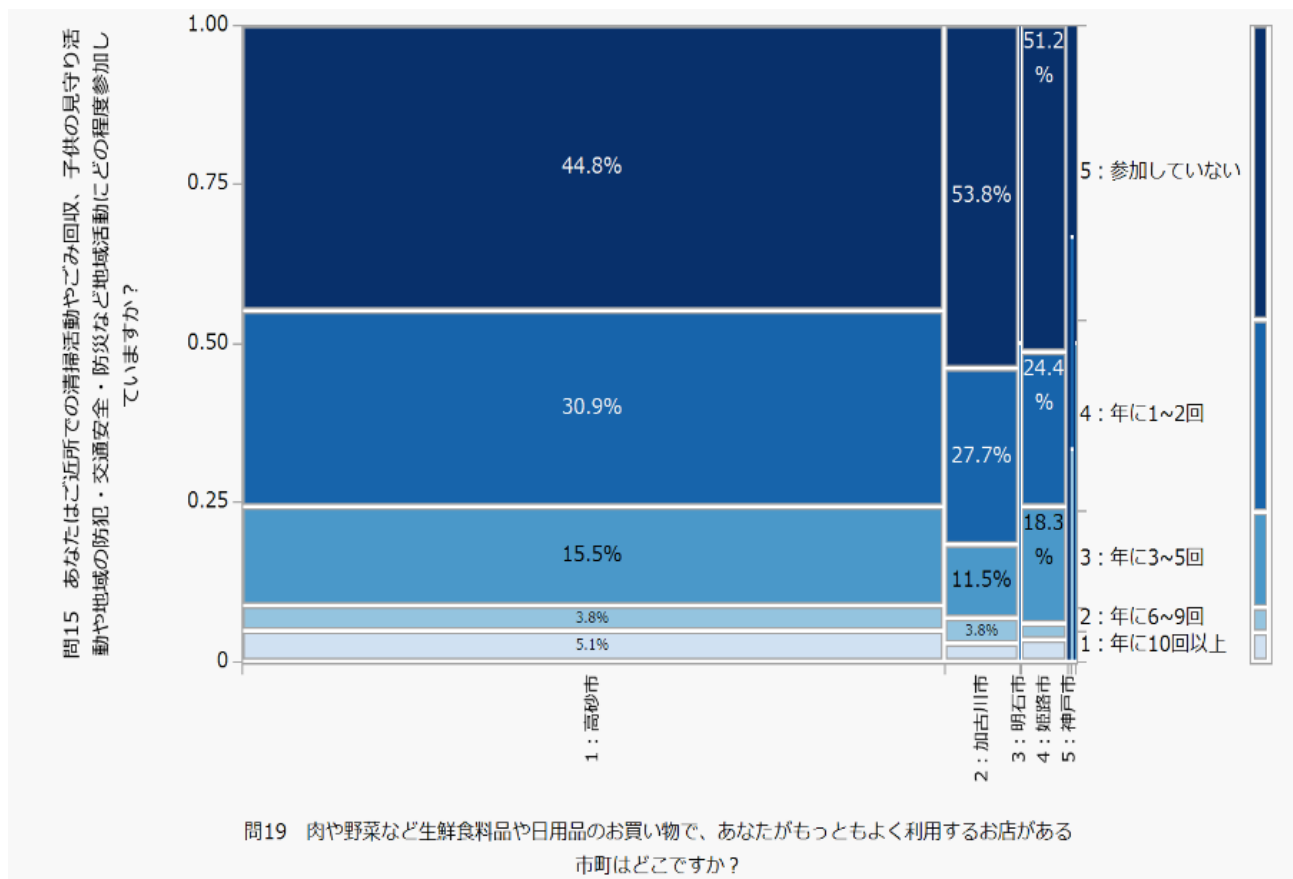
問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談で
きること近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
 お店がある市町はどこですか？

×

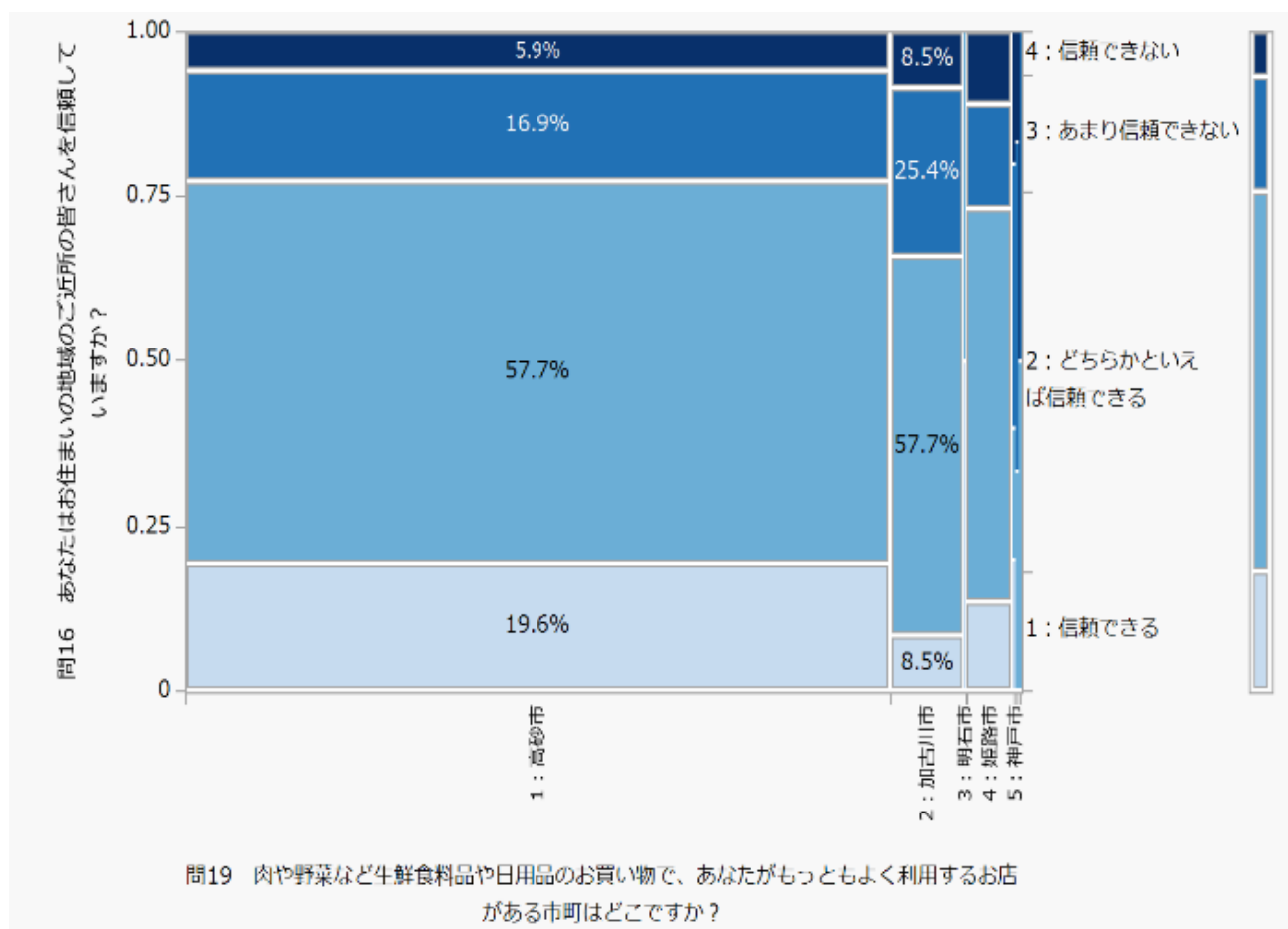
問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通
 安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
 お店がある市町はどこですか？

×

問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



生鮮食料品や日用品を購入する際の購入店舗種類別に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の購入店舗種類と社会関係資本関連の関連指標との関係では、スーパーマーケットを利用している回答者は、それ以外の商業施設を利用している回答者と比べ、日常的にあいさつする人数が多い回答者、相談事ができる人数が多い、地域の人を信頼できるとする回答者比率が大きい。

スーパーマーケットがこれらの人々に魅力的な軽微な交流環境を提供している可能性を示唆する結果でもある。実際、高砂市内で複数のスーパーマーケットをいくつかの日程及び時間帯で現地調査を行ったが、スーパーマーケットのイトインコーナーやフードコートなどが高齢者や主婦・主夫層を中心としたコミュニケーションや社会的交流の場として利用されていることを確認している。

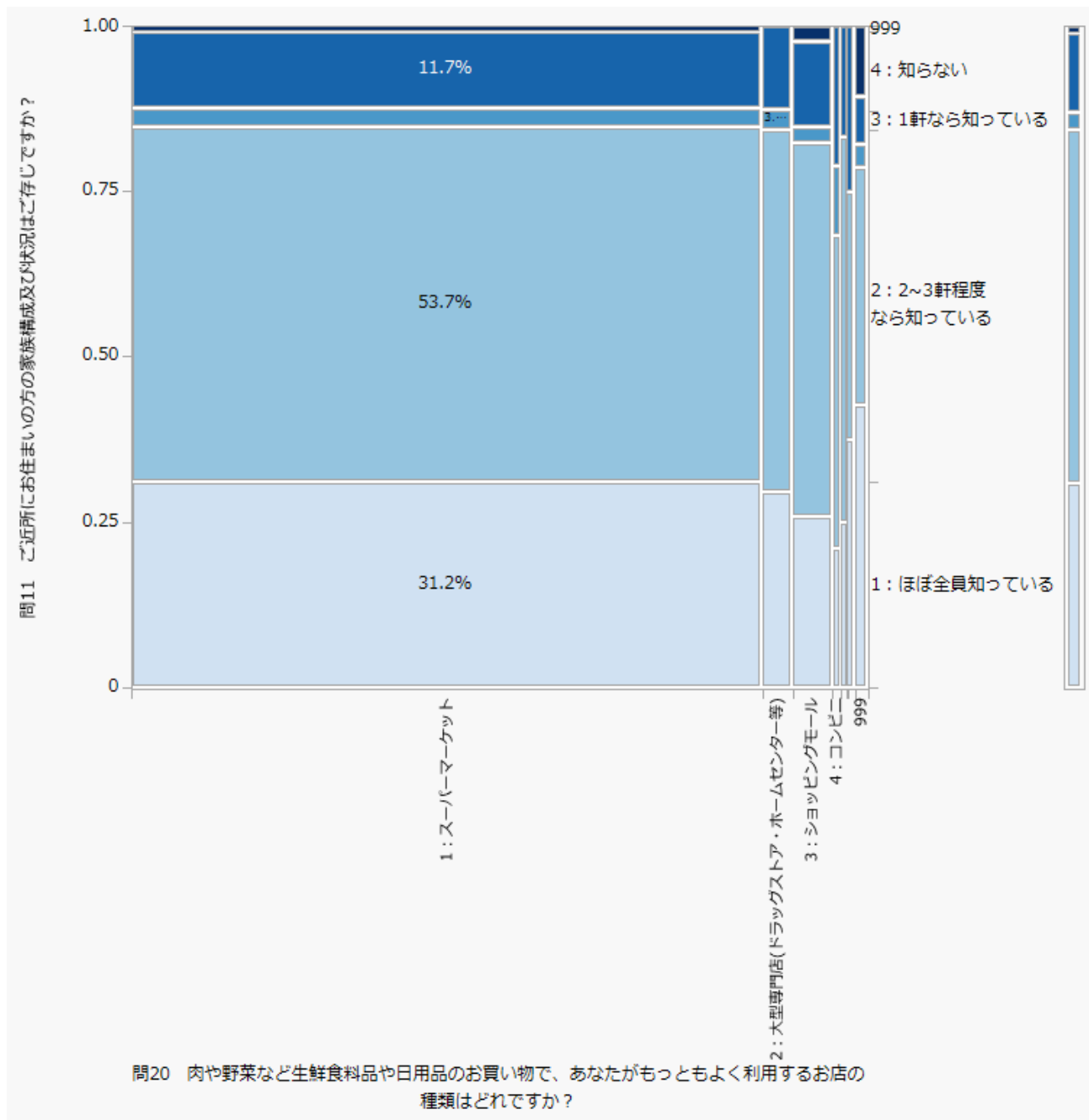
喫茶店などに比べ、より軽微な費用で利用できるスーパーマーケットのイトインコーナーや、フードコートやオープンスペースの側面を持った半公的空間が、伝統的な日本家屋における縁側の機能を果たしていると同時に、多くの人々が集まっていた時代の商店街の店頭で実施されていたような軽微なコミュニケーションの場が、現在の高砂市内では、スーパーマーケットのイトインコーナーやフードコートとなっているように思われる。

であるとすれば、今後の空き店舗活用にあたって、本来的には商品を保管維持するため、閉鎖空間的な要素も持つ空き店舗を閉鎖空間として利用するのではなく、購入活動のついでに立ち寄れる開放空間として提供する、ないしは、緩やかな閉鎖空間の要素を活かしつつ、他の用途でとして利活用することが望ましいのではないかと思われる。

問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

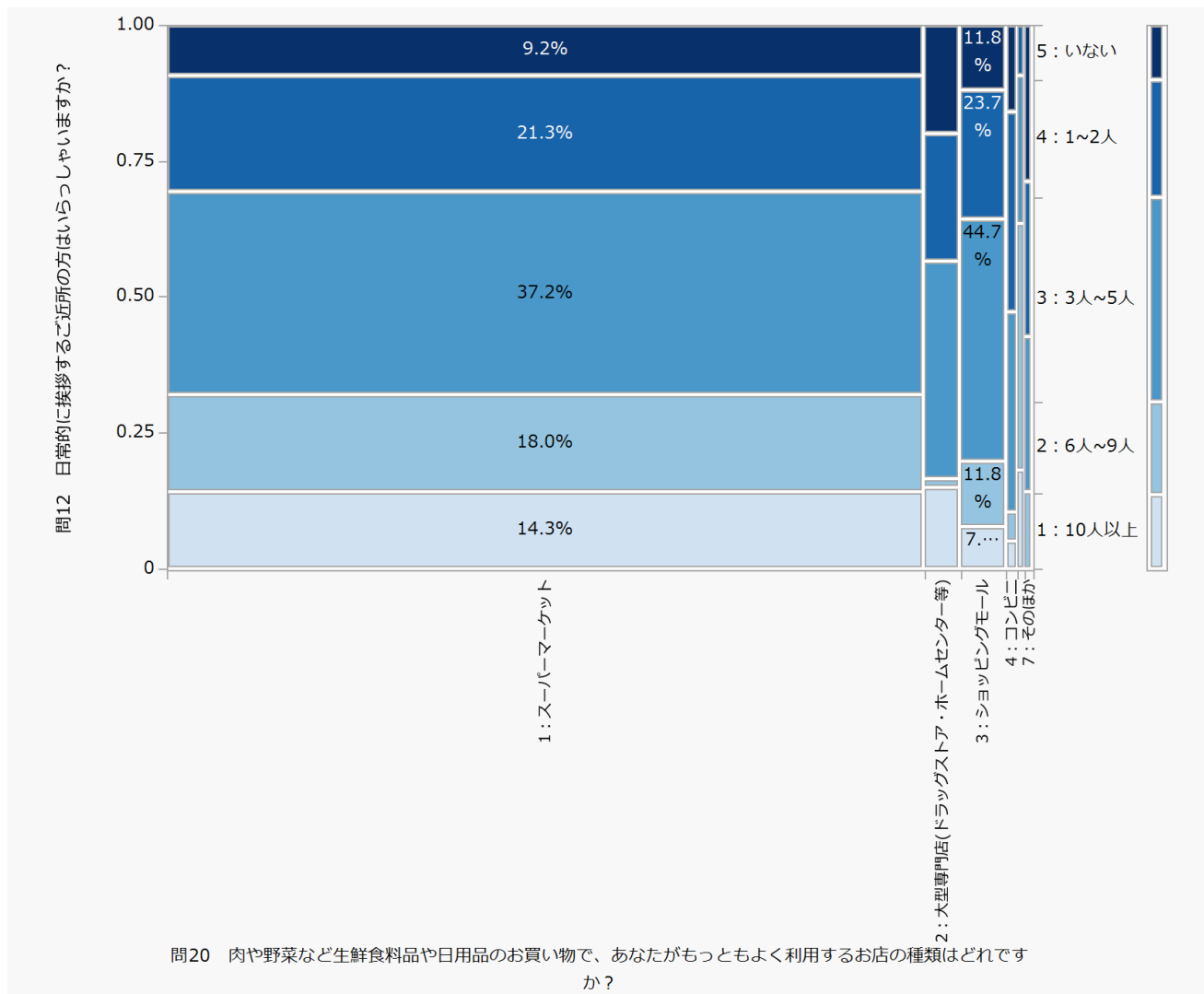
問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

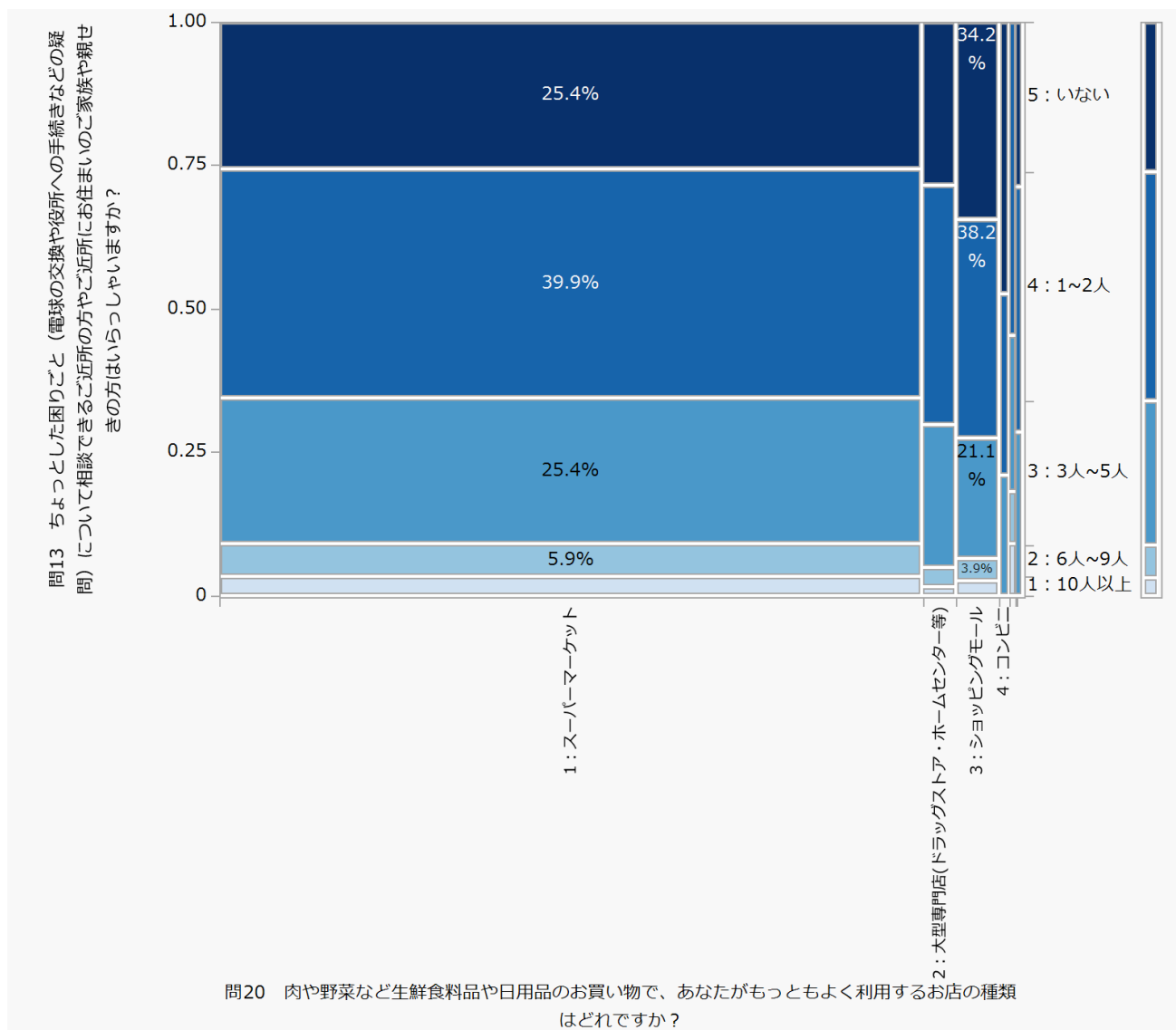
問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

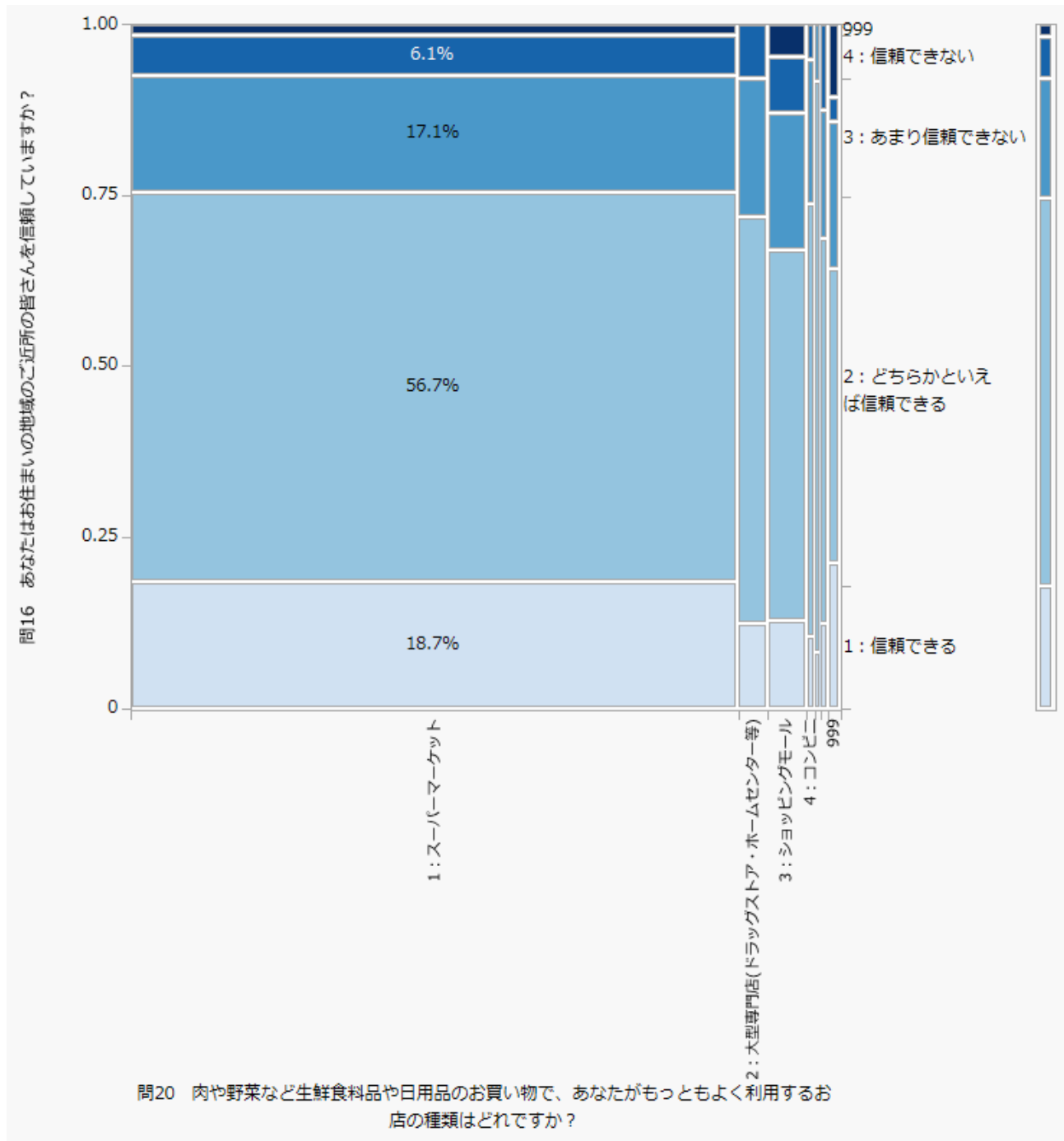
問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談で
きるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

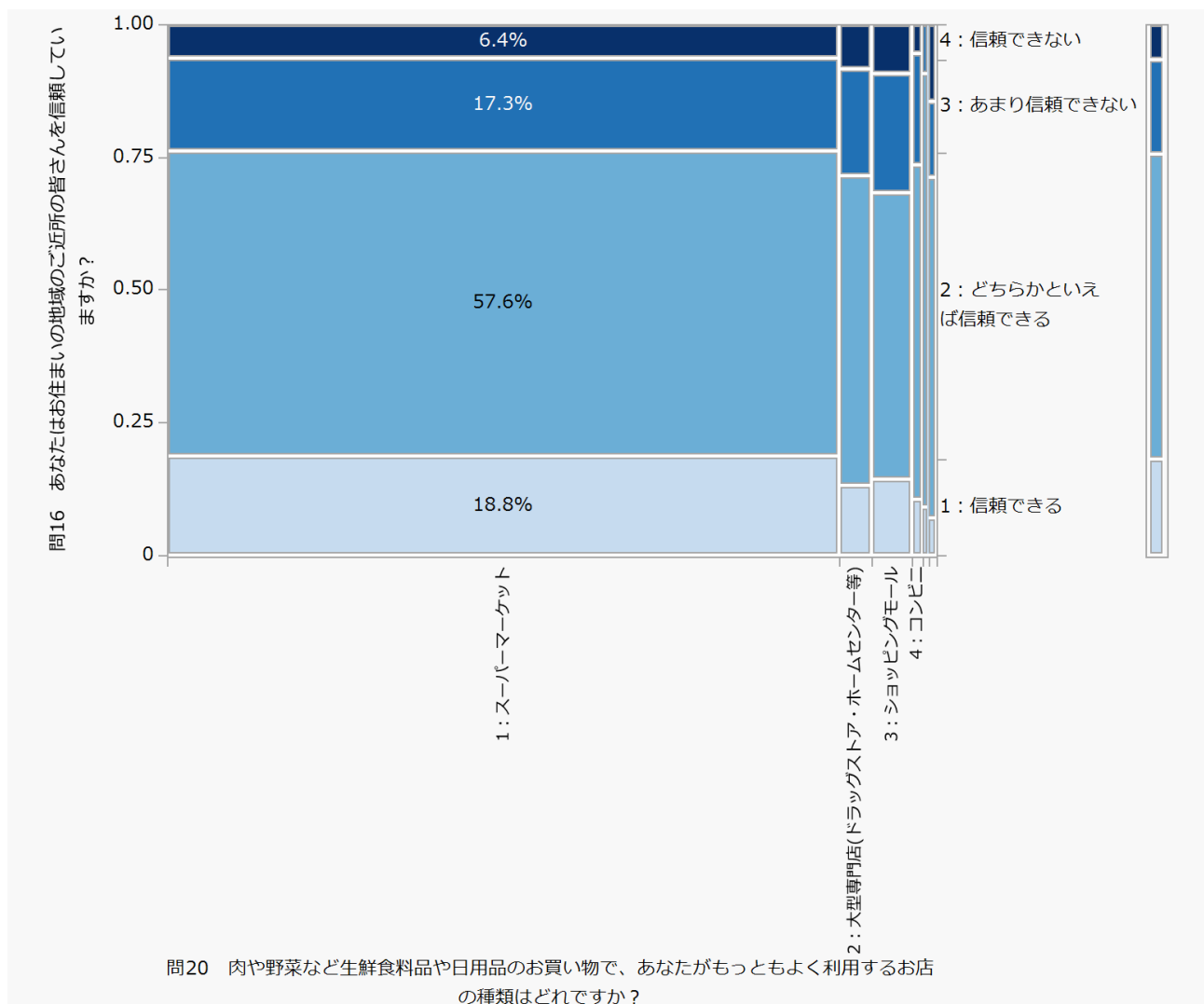
問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



生鮮食料品や日用品を購入する際の購入時間帯別に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の時間帯別に社会関係資本関連の関連指標を検討したところ、早朝に購入活動を行う回答者で、社会関係資本の蓄積と深く関係していると考えられる回答選択肢を選ぶ回答者比率が大きい。

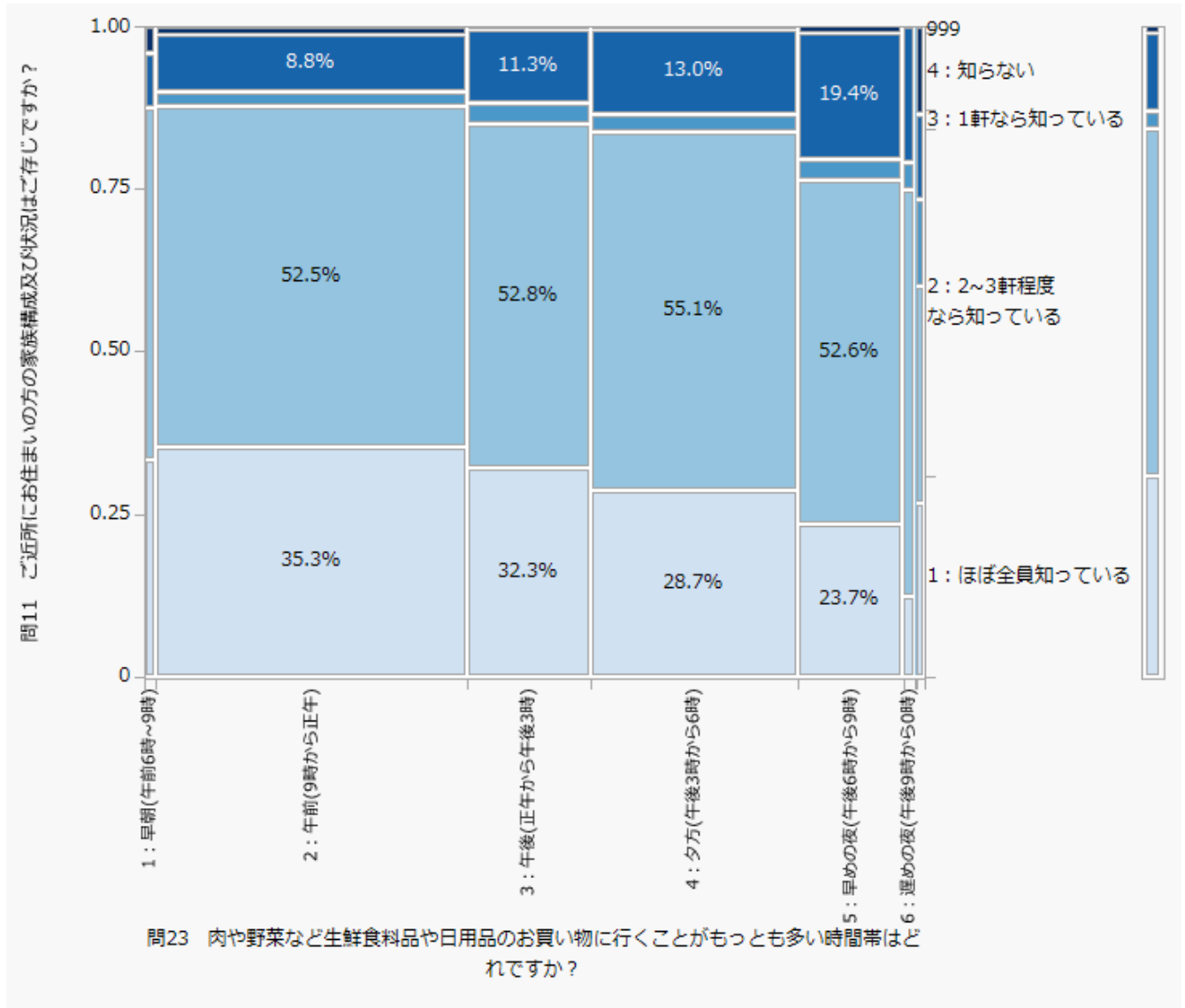
また、朝9時から12時の時間帯という高砂市内で購入活動が最も行われる時間帯に購入活動を行う回答者においては、社会関係資本の蓄積の関連指標となっている近所の世帯の家族構成の認知世帯数や、挨拶する人数、困りごとの相談ができる人数などが相対的に大きい回答者比率がやや大きい。

高砂市内の回答者にとって、スーパーマーケットが単に購入活動の場にとどまらず、軽微な社会的交流を生む場になっていることを示唆する結果となっている。

問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯は
どれですか？

×

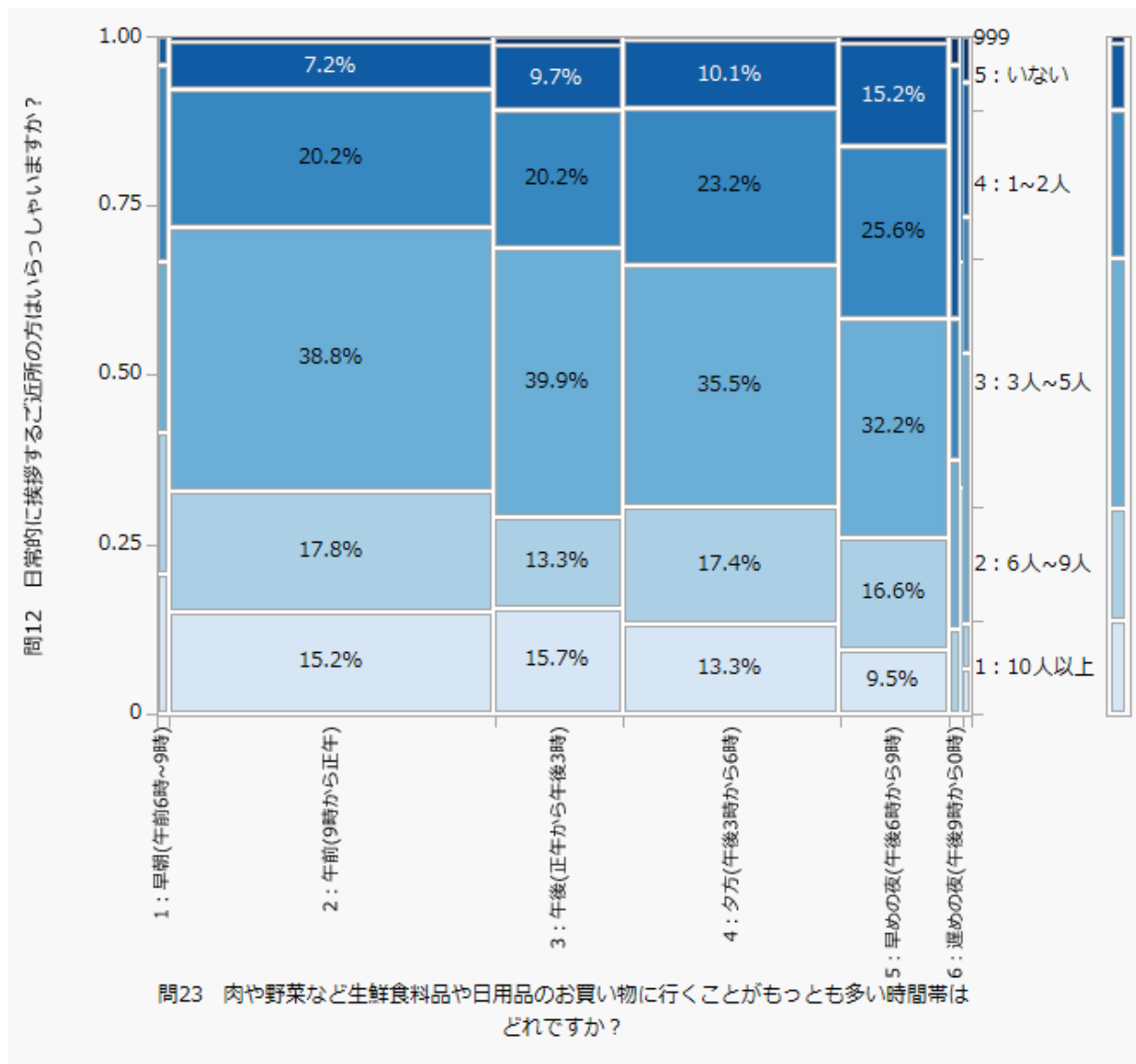
問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？



問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯は
どれですか？

×

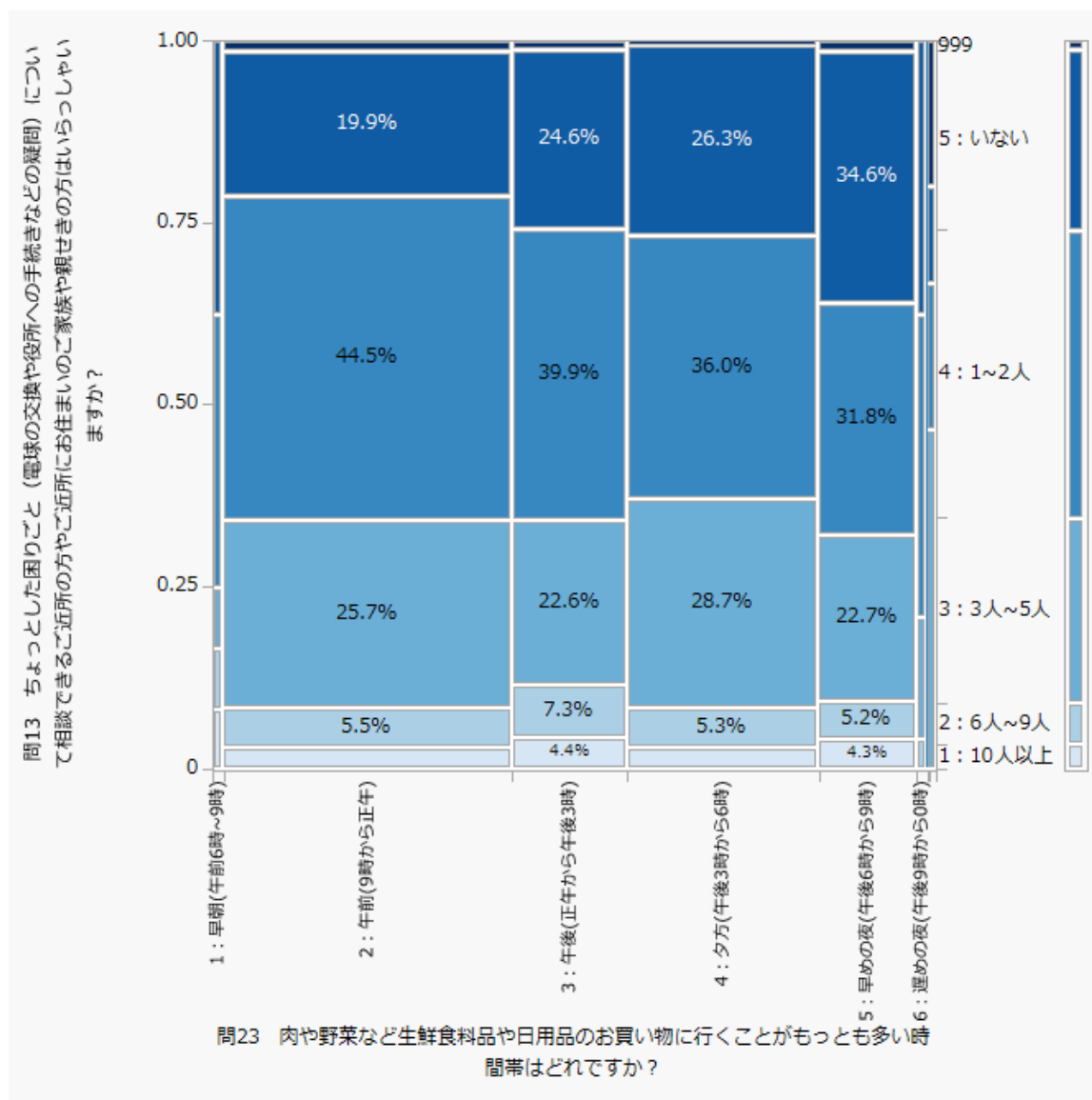
問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？



問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯は
どれですか？

×

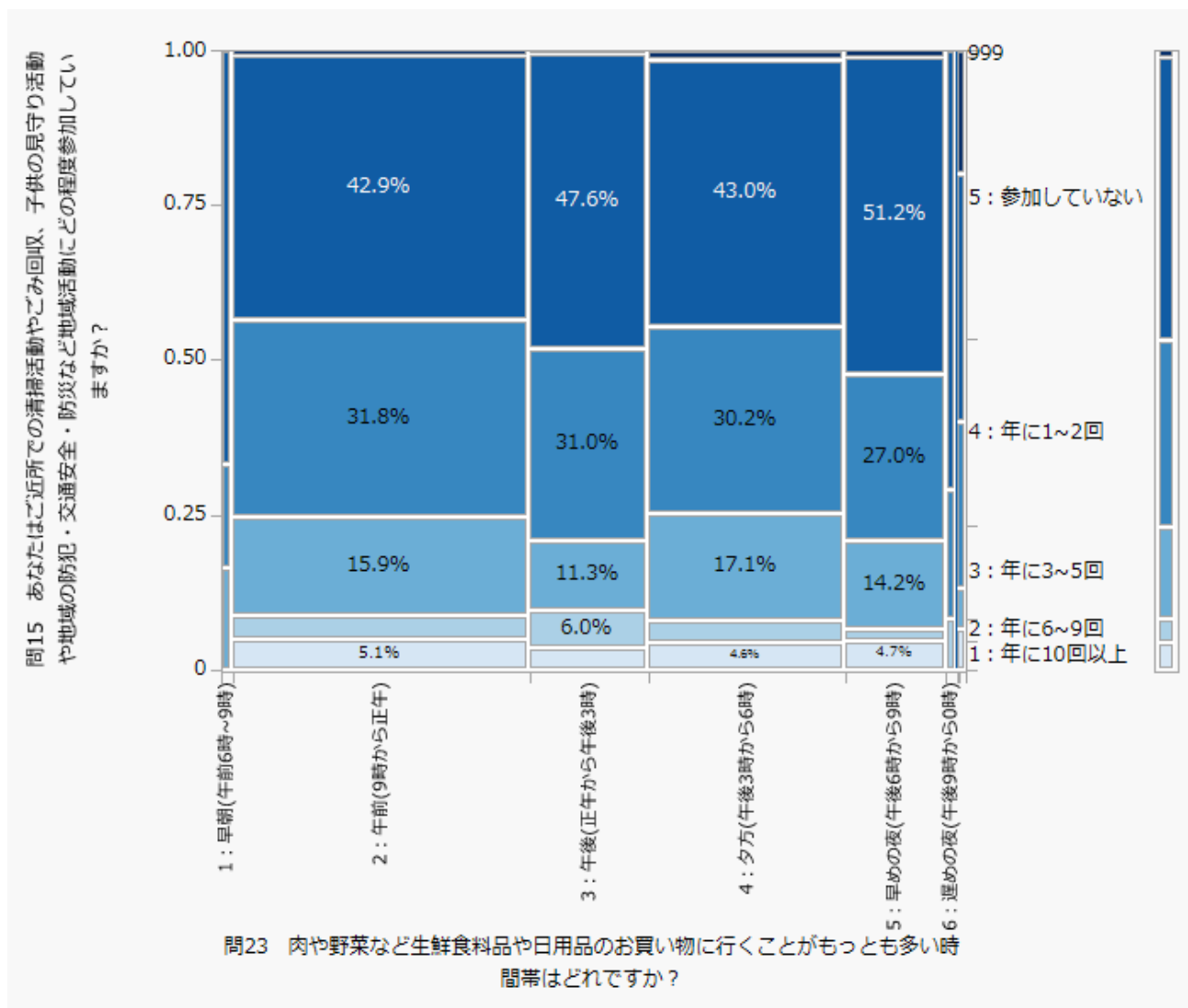
問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談で
きることができるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？



問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯はどれですか？

×

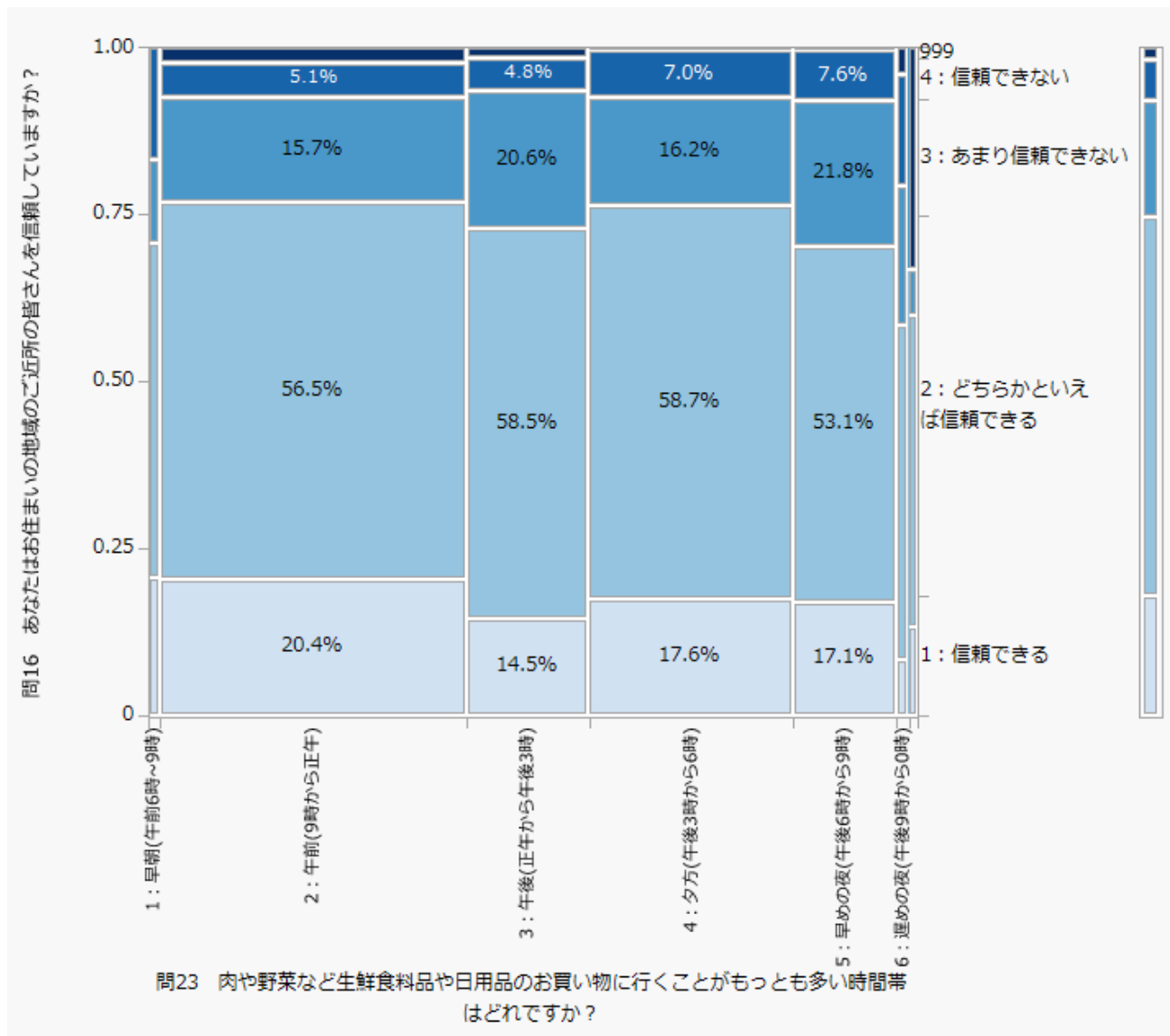
問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？



問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯は
どれですか？

×

問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？



(A2-3) 生鮮食料品や日用品を購入するのが困難な場合に、支援が受けられるかどうかに関する回答者の属性に関する分析

農林水産省を中心としてここ 10 余年にわたる調査研究が進められているフードデザート問題（所謂、買い物難民問題）がある。この問題は、大都市部のみならず、地方都市においても深刻であることが指摘されている。とりわけ、民営企業であるスーパーマーケット等の事業者は、利益を活動の源泉とすることもあり、営業することに伴う利益が十分確保できない場合、地域の住民の生活の質の低下とは無関係に撤退せざるを得ない。実際、高砂市内ではトーホーストアの一部店舗の撤退後に、生鮮食料品を扱う商業者の立地がない地点が確認されており、フードデザート問題が発生している可能性がないわけではない。その点も踏まえ、令和 7 年調査においては、生鮮食料品や日用品の入手困難性について調査を実施した。

とはいえ、実際にこのフードデザート問題に直面しかねない状況において、居住者の近隣地区に購入活動についての支援者が存在する場合、生鮮食料品や日用品が入手困難となることに伴う生活環境への被害は、比較的軽微なものとなることが想定される。しかしながら、居住者の近隣地区に購入活動についての支援者がいない場合、フードデザート問題により派生する健康被害や生活の質（QOL）などを含めて、相当程度深刻な事態の発生が予想される。なお、フードデザート問題の解決方法としては、いくつか存在するが、移動販売車による生鮮食料品販売は代表的な解決策の一つであるとされている。

しかし、生鮮食料品や日用品が入手困難となる状況に関しては、地域における食料品取扱者の存在がない、あるいは限られる、その店舗までの距離が遠いなどの要素が最大のものではあるが、そのような状況下においても、生鮮食料品や日用品購入における支援者が存在する場合、本人に代わって購入活動を依頼することで、生鮮食料品や日用品の入手困難性は大きく下がる可能性が高い。

代理購入の依頼可能性については、その個人が有する人間関係ネットワークの深さとその人間関係ネットワークにより発生する社会関係資本の蓄積量に大きく依存しているものと考えられる。もし、地域において個人が蓄積してきた社会関係資本が豊かに蓄積されているのであれば、近隣の住民や親族からの支援が期待できるため、その個人はフードデザート問題に直面し難くなるであろうし、逆に社会関係資本の蓄積が貧弱な個人は、フードデザート問題に直面しやすくなるであろう。

この点を含め、令和 7 年度調査においては、社会関係資本関連の関連指標の一つとして、生鮮食料品や日用品の入手困難性が生じたときに支援してもらえる近隣住民や親族の有無を確認するとともに、その人数についても確認している。

より具体的には、問 17 で生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合（フードデザートの問題に直面しかねない状況）において、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の有無を確認し、そのうえで支援が期待される人数を問 18 により調査を行った。

問 17 及び問 18 において、確認されるフードデザート問題に直面しかねない状態における社会的支援に関するネットワークが豊かな回答者群においては、フードデザート問題に直面し難いと考えられるため、移動販売車の利用は限られるであろう。しかし、フードデザート問題に直面しやすいと考えられる社会的支援に関するネットワークが貧弱な回答者群においては、移動販売車などのサービスの存在は、フードデザート問題の解決に有益であると考えられるため、これらについても丁寧な分析を試みた。以下でその詳細を紹介する。

年齢別に関する分析

問 17 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の有無について年齢層別で検討した場合、子育て中であることが多い 30-39 歳、40-49 歳の回答者、および 70 歳以上の回答者群において、支援が期待できる親せきや近所の方の人数が存在とする回答者比率がやや大きいものの、地域との紐帯が弱い 29 歳未満、仕事上での責任が重く多忙な年代層であるため、地域との紐帯が弱体化しやすいと考えられる 50-59 歳では同比率はやや小さい。

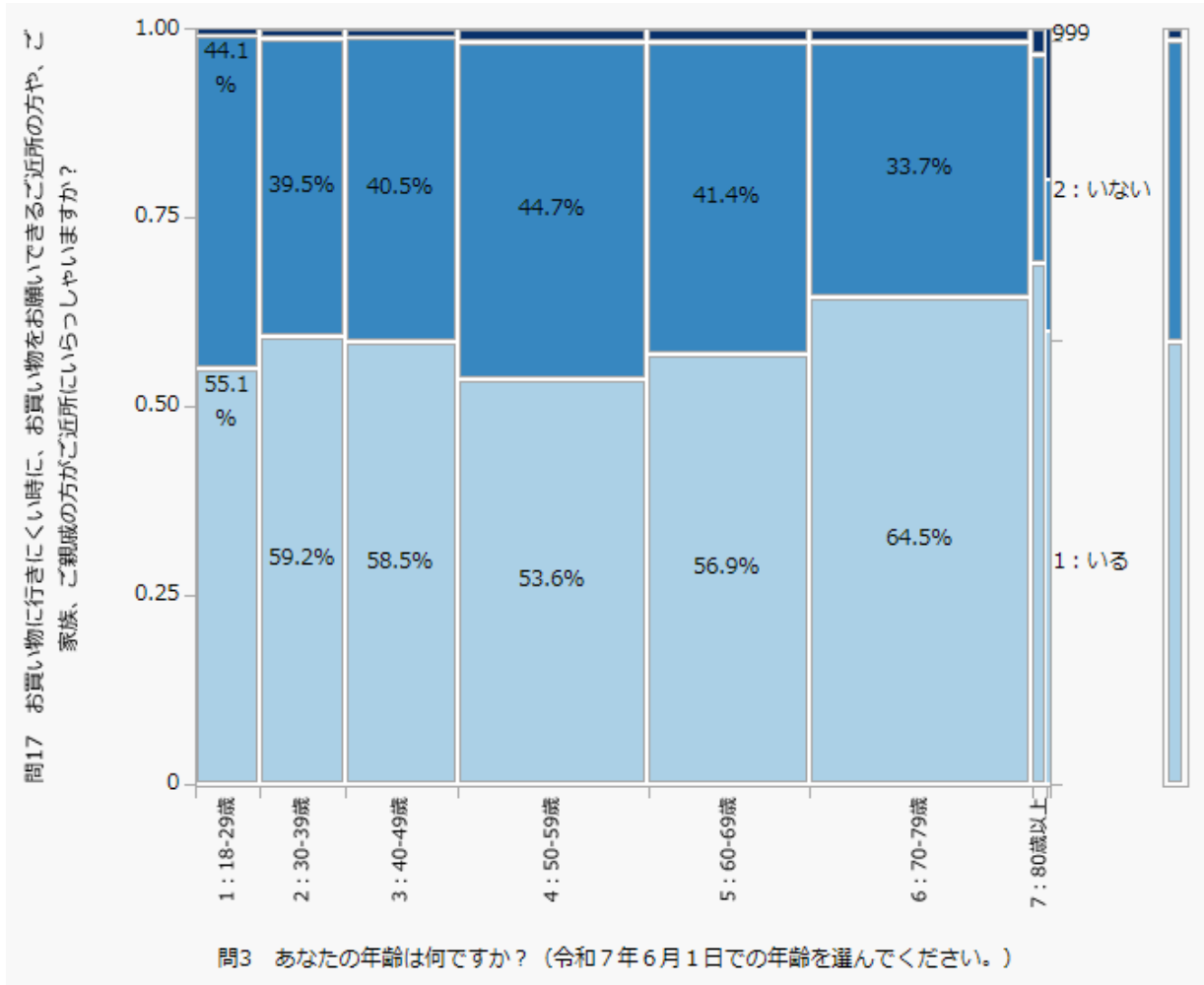
問 18 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の人数については、乳幼児を育てている回答者も相当含まれる 29 歳未満の回答者群で 2 人以上の支援が期待できるとする回答者比率が大きい。また、夫婦二人世帯が相当含まれる 60-69 歳の回答者群で 2 人以上支援が期待できる回答者比率は相当小さい。

この結果を踏まえるならば、移動販売を高砂市内で検討するのであれば、子育て中の世帯が多い地区、ないしは、高齢者が多く、高齢夫婦のみ世帯、ないし単身高齢世帯が多い地区で検討することがビジネスチャンスにつながる事が指摘される。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

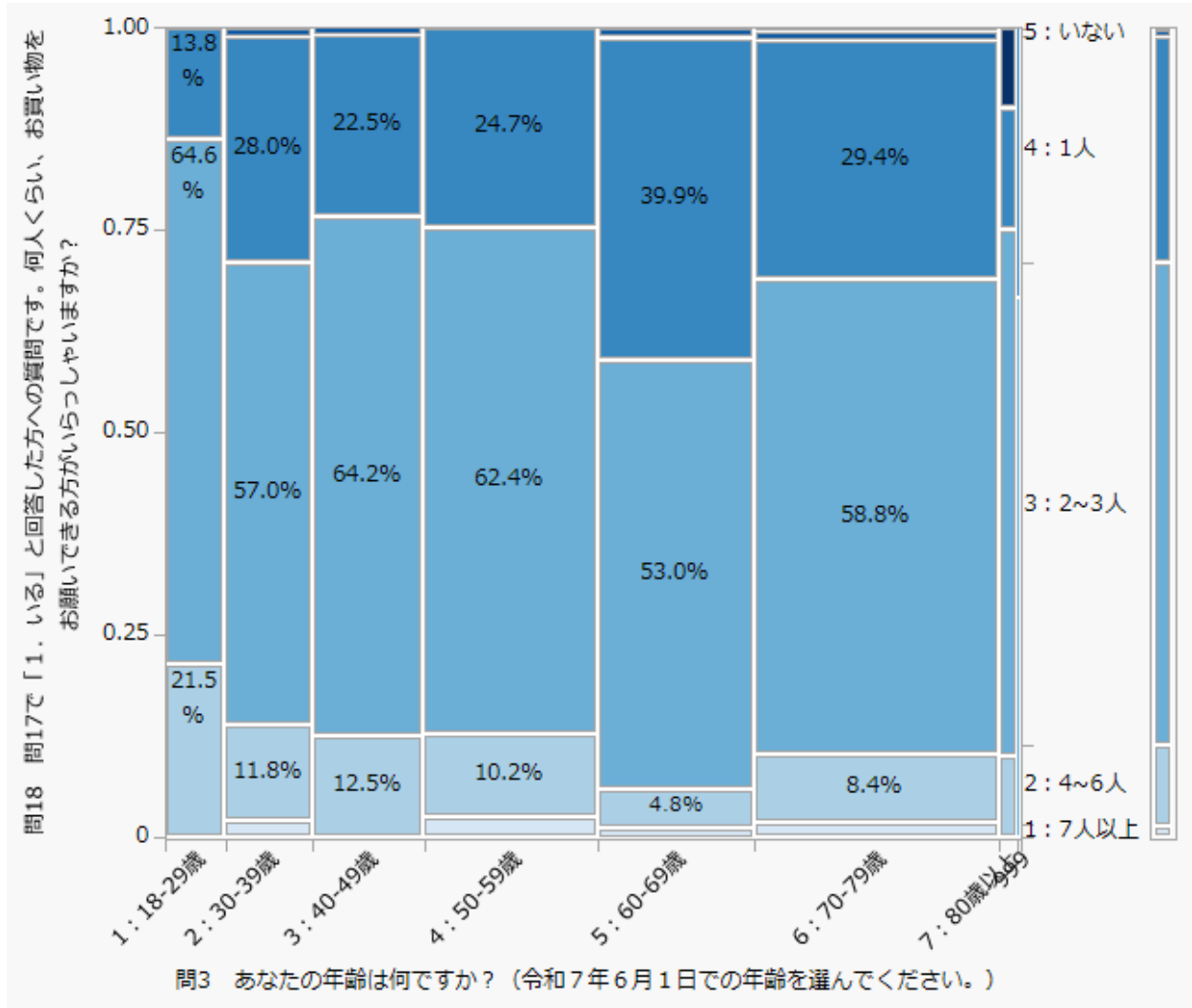
問17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問18 問17で「1. いる」と回答した方への質問です。
何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか



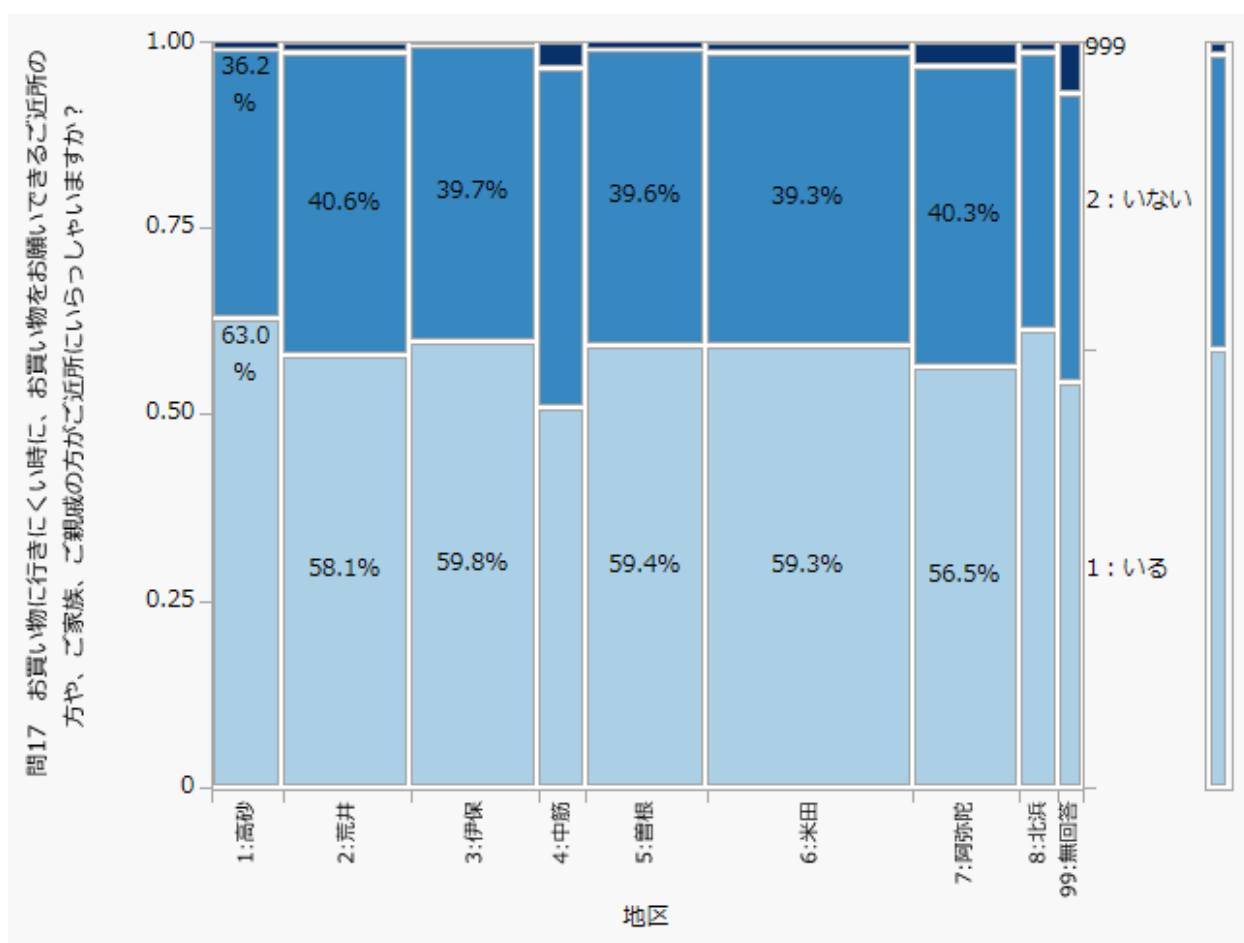
地区別に関する分析

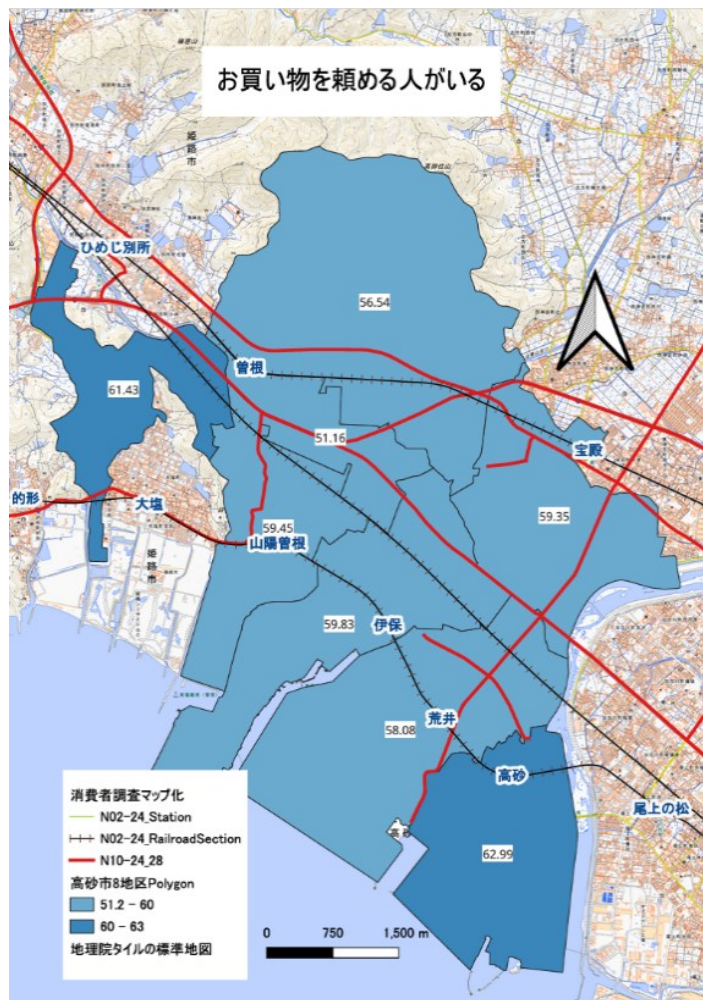
問 17 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の有無については地区別で検討した場合、高砂、北浜の両地区において支援が期待できる親せきや近所の方がいるとする回答者比率がやや大きいものの、中筋地区ではその比率はやや小さい。

地区

×

問 17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



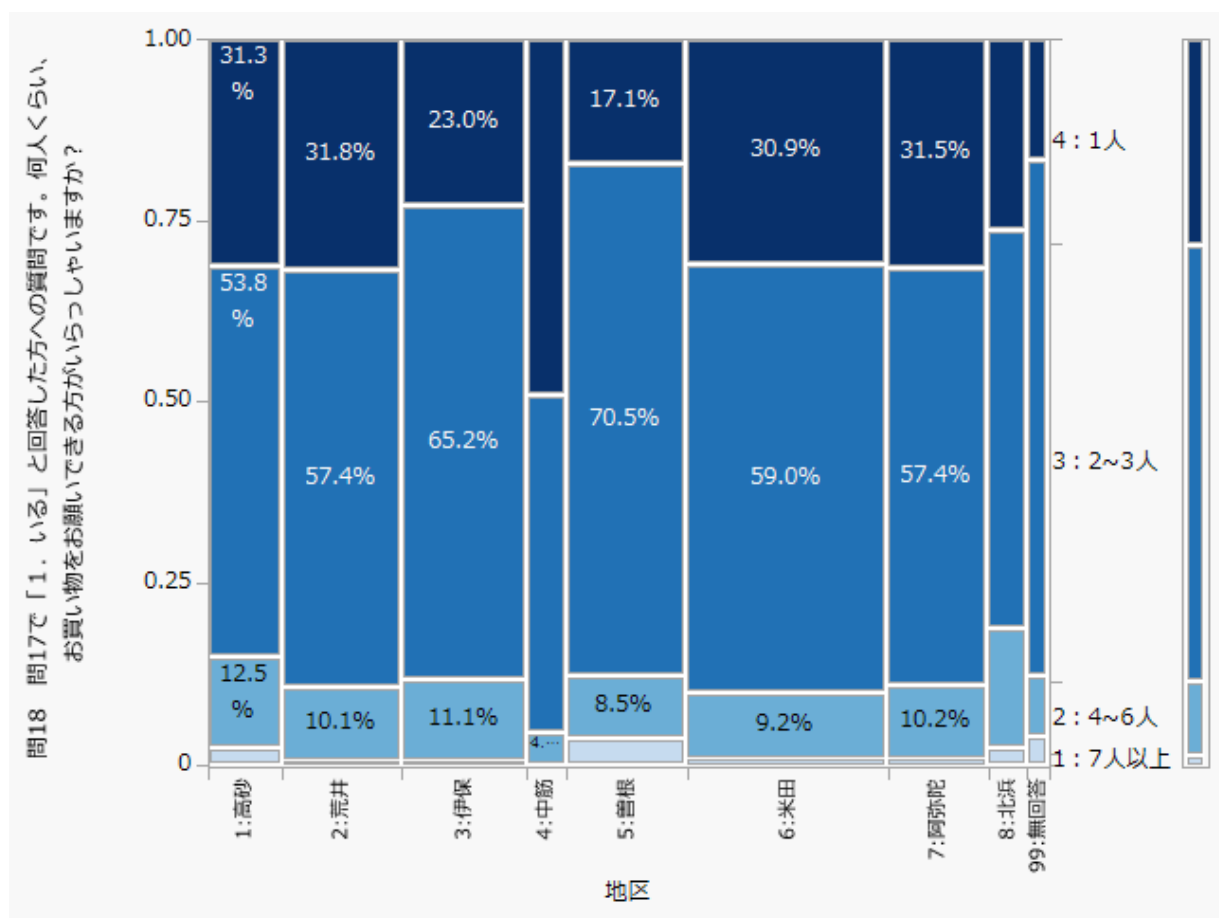


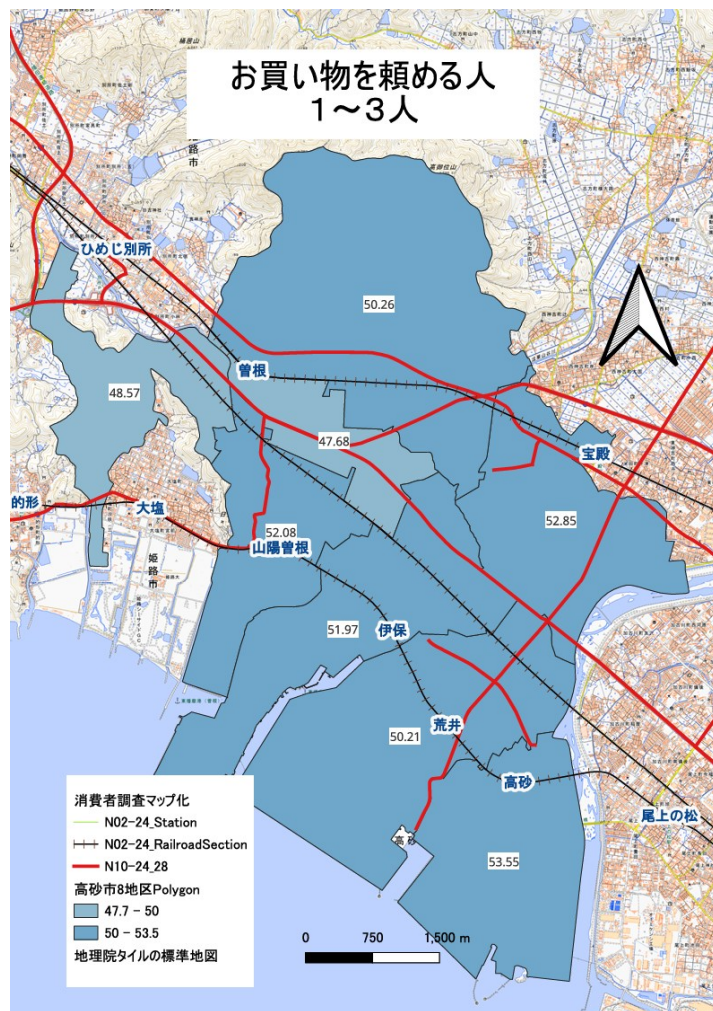
問 18 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の人数については、伊保、曾根の両地区で、2人以上支援が期待できるとする回答者比率は90%前後と大きい。なお、中筋地区では、2人以上支援が期待できる回答者比率は50%以下であり、相当小さい。

地区

×

問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。
何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか





住居種別に関する分析

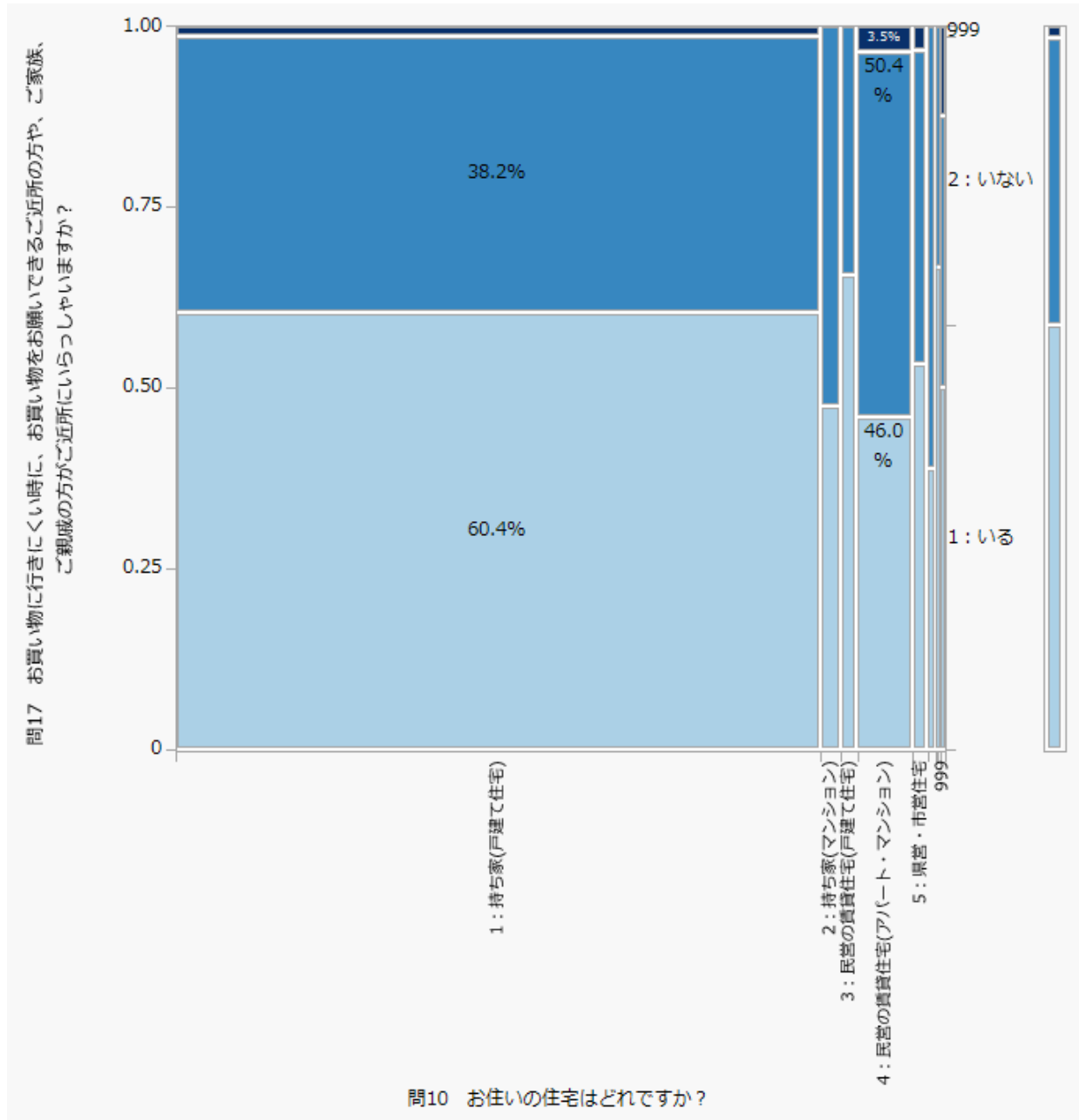
問 17 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の有無については住宅種別により検討した場合、所有や賃貸にかかわらず戸建て住宅で支援が期待できる親せきや近所の方がいるとする回答者比率がやや大きい。これに対し、概ね集合住宅では、その比率はやや小さい。

これらの結果を考えるならば、移動販売は、集合住宅が多い地区で実施することが望ましく、集合住宅には子育て中の世帯が比較的多く含まれることから、移動販売の実施地点としては、これらの世帯が持つ人間関係ネットワークを介した共同購入など、社会関係資本を活用したビジネス展開の可能性も指摘できよう。なお、問 18 の生鮮食料品や日用品を購入することが困難な場合に、親せきや近所の人などの支援が期待できる対象者の人数については、明確な差は確認されなかった。

問 10 お住いの住宅はどれですか？

×

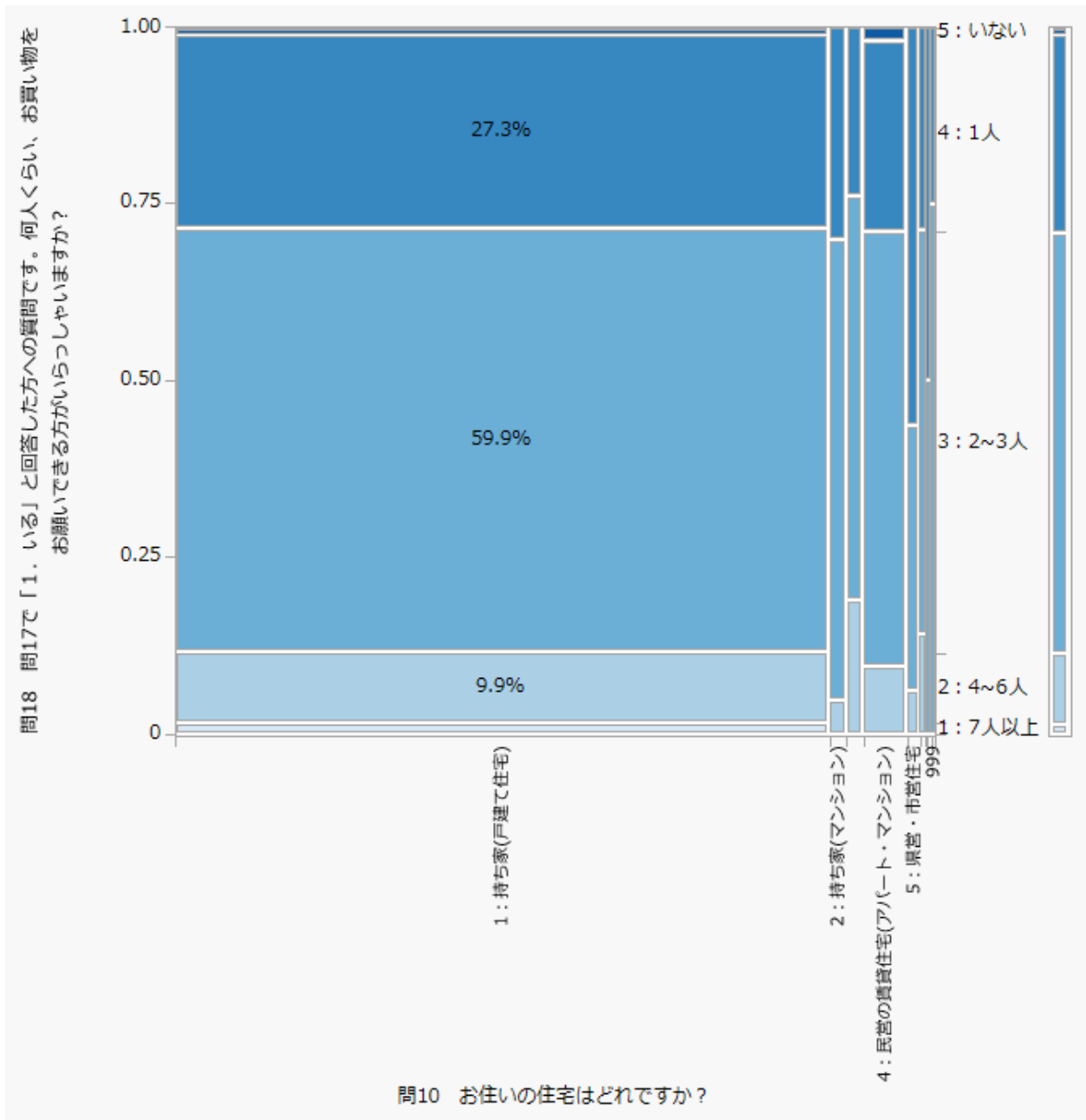
問 17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問 10 お住いの住宅はどれですか？

×

問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。
何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか



社会関係資本の蓄積の関連指標別に関する分析

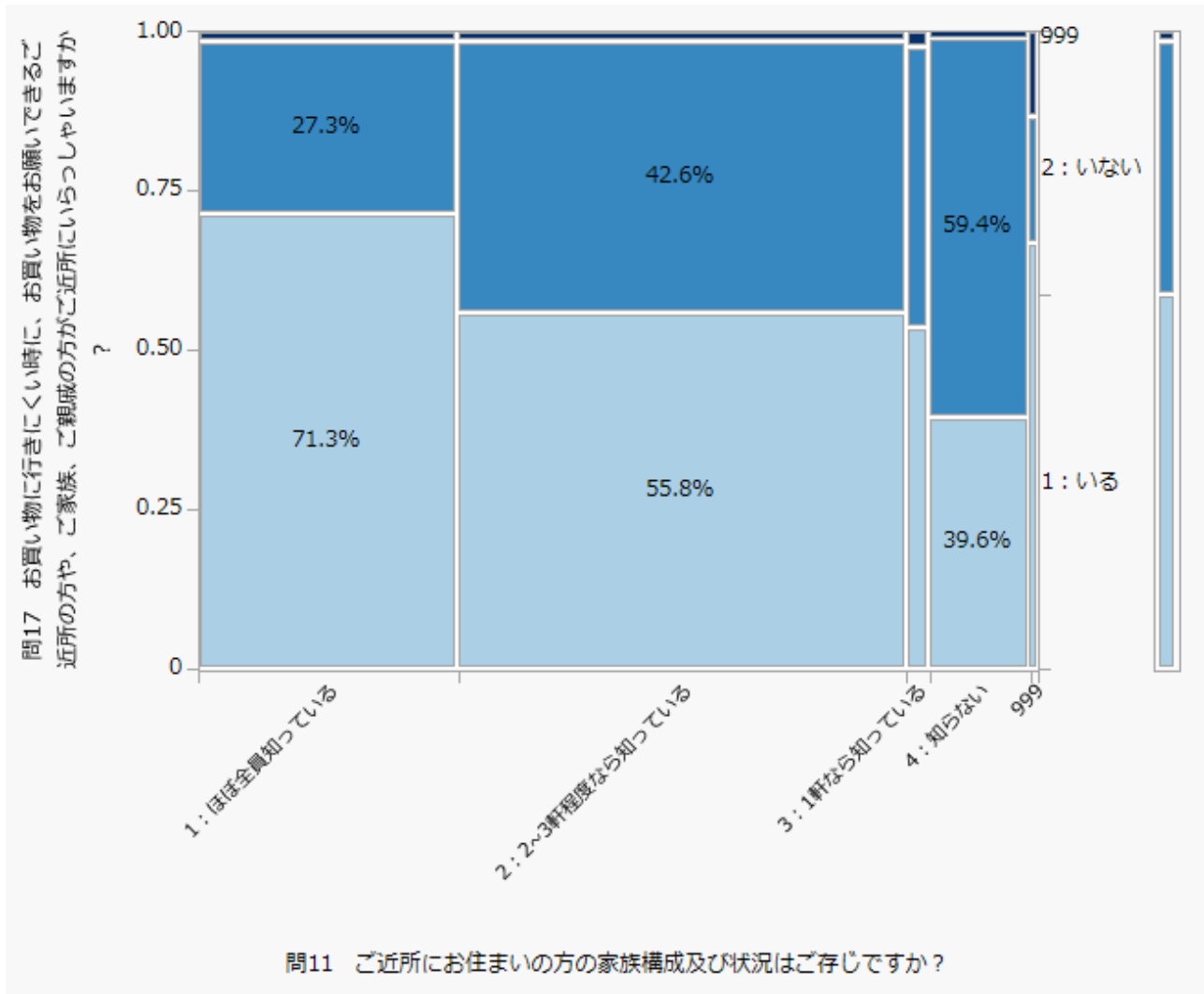
問 17 によって調査を行った「買い物に行きにくいときにご近所の方や家族・親せきに頼めますか」という設問に関して、頼める人々が「いる」を選択した回答者において、社会関係資本蓄積の関連指標についての回答者比率の分析結果からは、社会関係資本の蓄積が充実していることを示唆する結果が得られた。

逆に、問 17 の設問に対して、買い物を依頼できる人がいないと回答した比率もかなり大きい。これらの社会関係資本の蓄積が十分でない回答者群が高砂市内において一定数存在することが示された。これらの回答者群については、生鮮食料品や日用品といった基礎的な購入活動における買い物が困難になる可能性が高い消費者、あるいはフードデザートに直面する可能性が高い消費者となっていることが予想される。

問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？

×

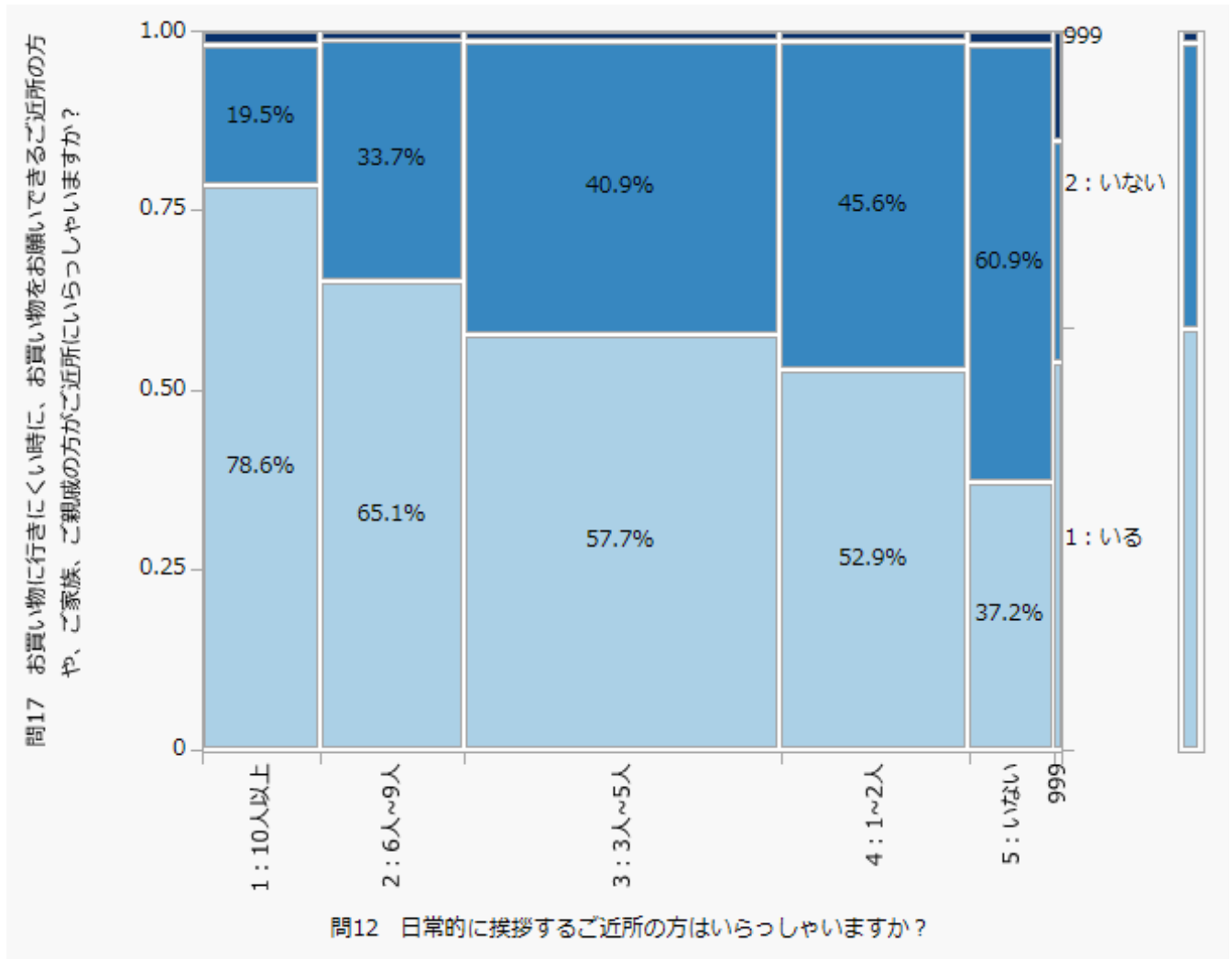
問 17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

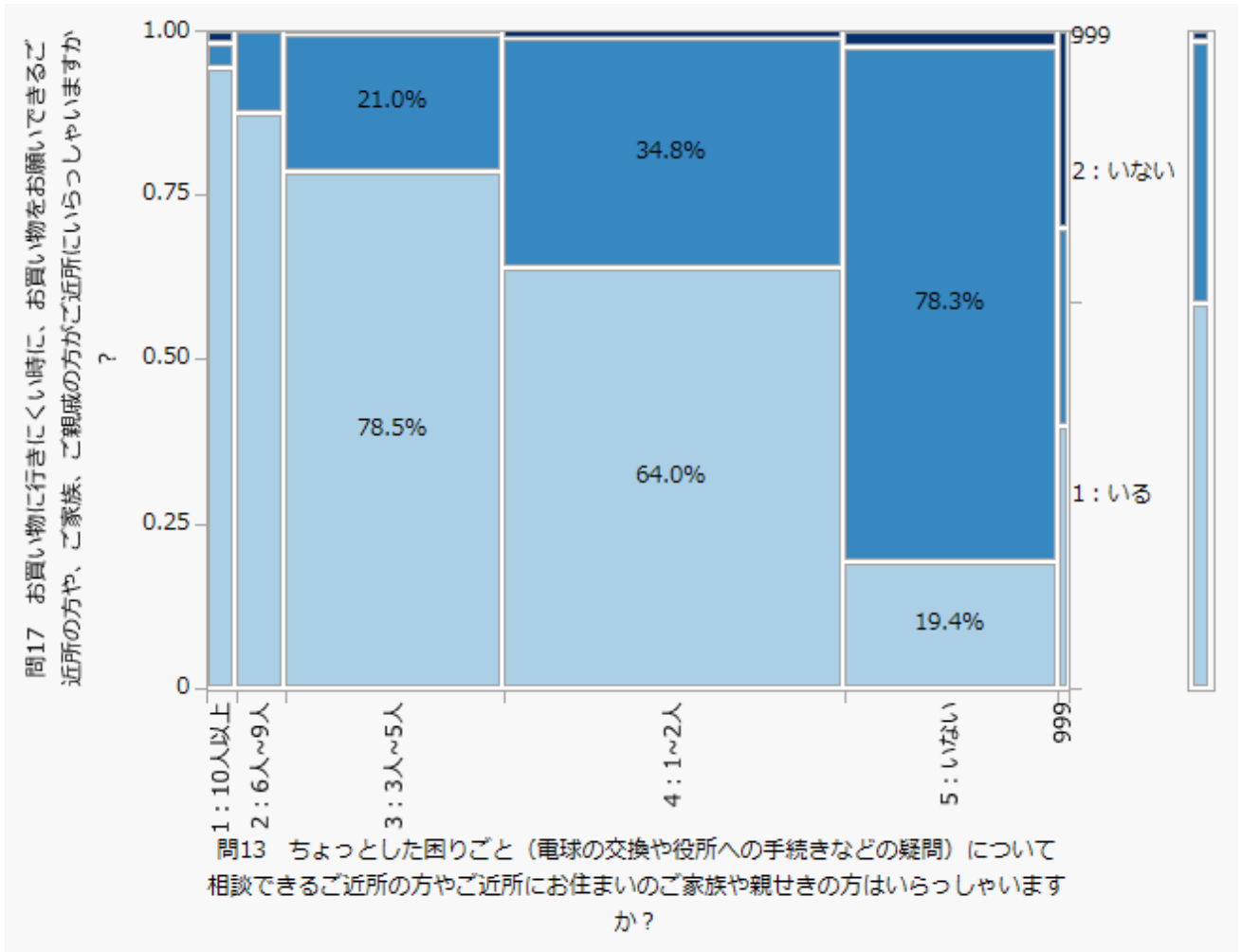
問 17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？

×

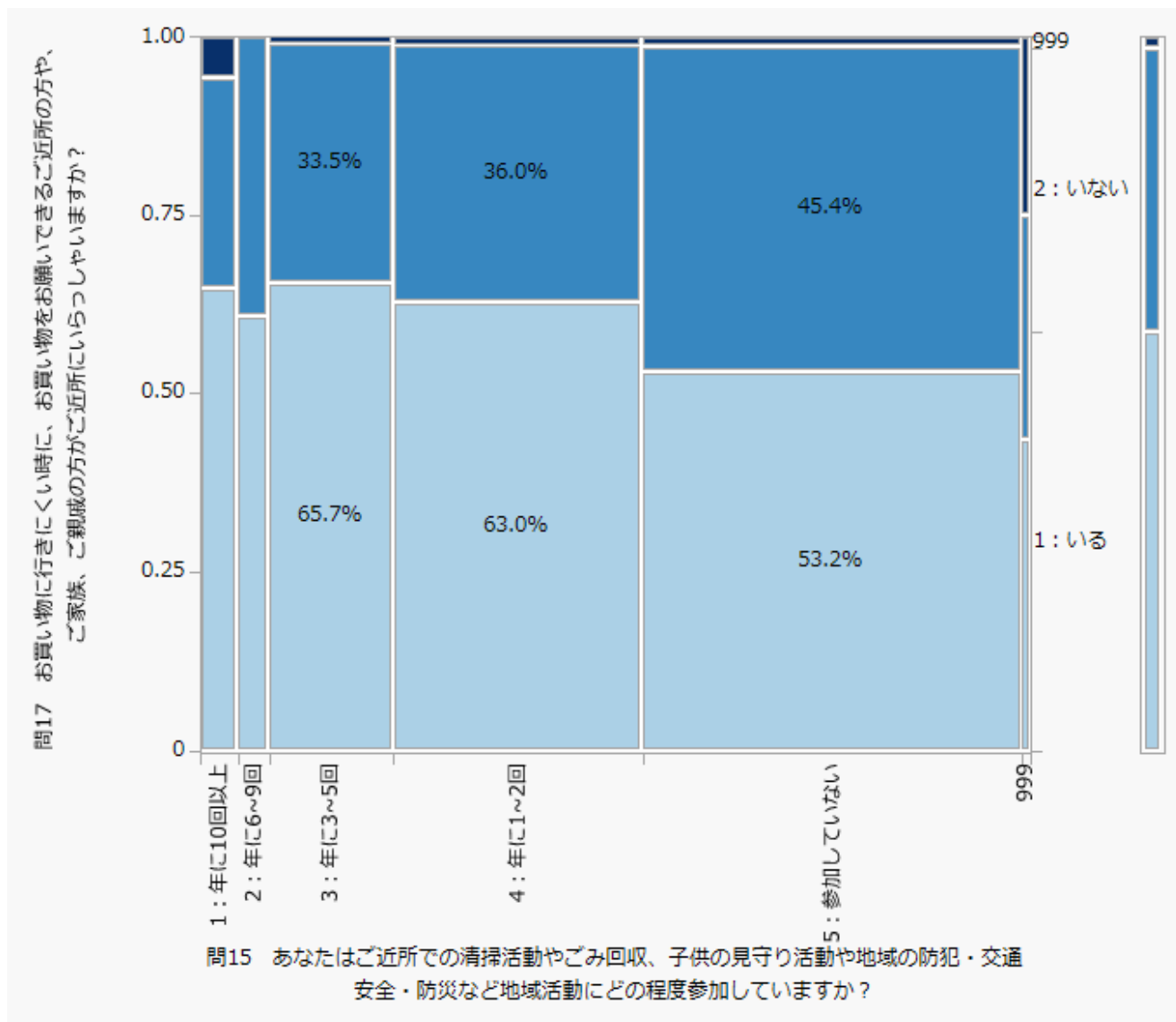
問17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？

×

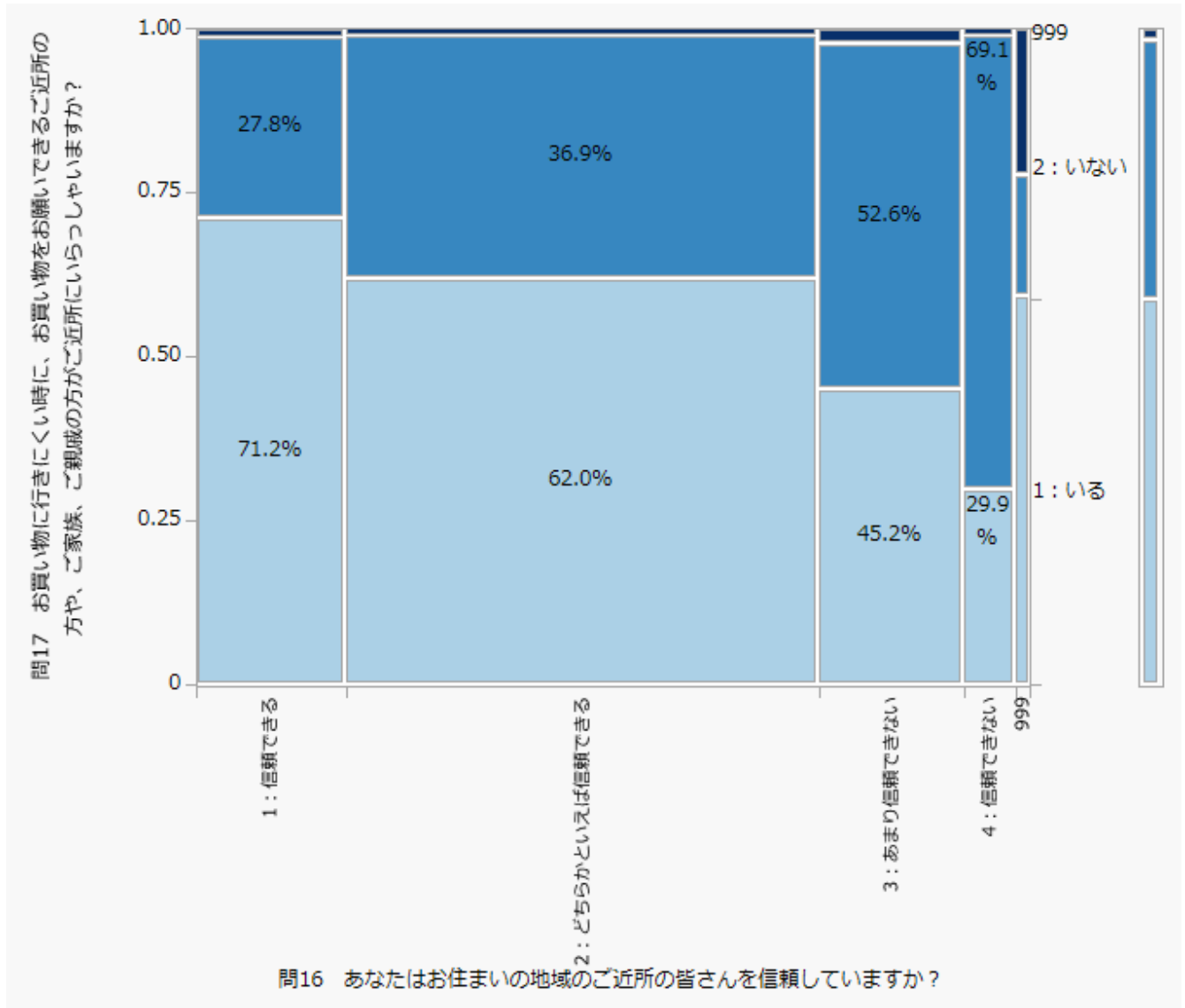
問17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？

×

問 17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？



また、問 17 で買い物に行きにくいときにご近所の方や家族・親せきに頼めるとする 60%弱の回答者のみに対して、問 18 で、その人数の調査を行った。

この問 19 と社会関係資本の蓄積に関連する関連指標に関する分析結果（問 11 から問 16）の関連についての分割表分析の結果からは、社会関係資本蓄積の充実につながる日常のお付き合いのある人数がより大きい回答者、地域の人を信頼しているとする回答者ほど、困ったときに購入活動を代理で依頼できる人数がより大きいとする回答者比率が大きい。

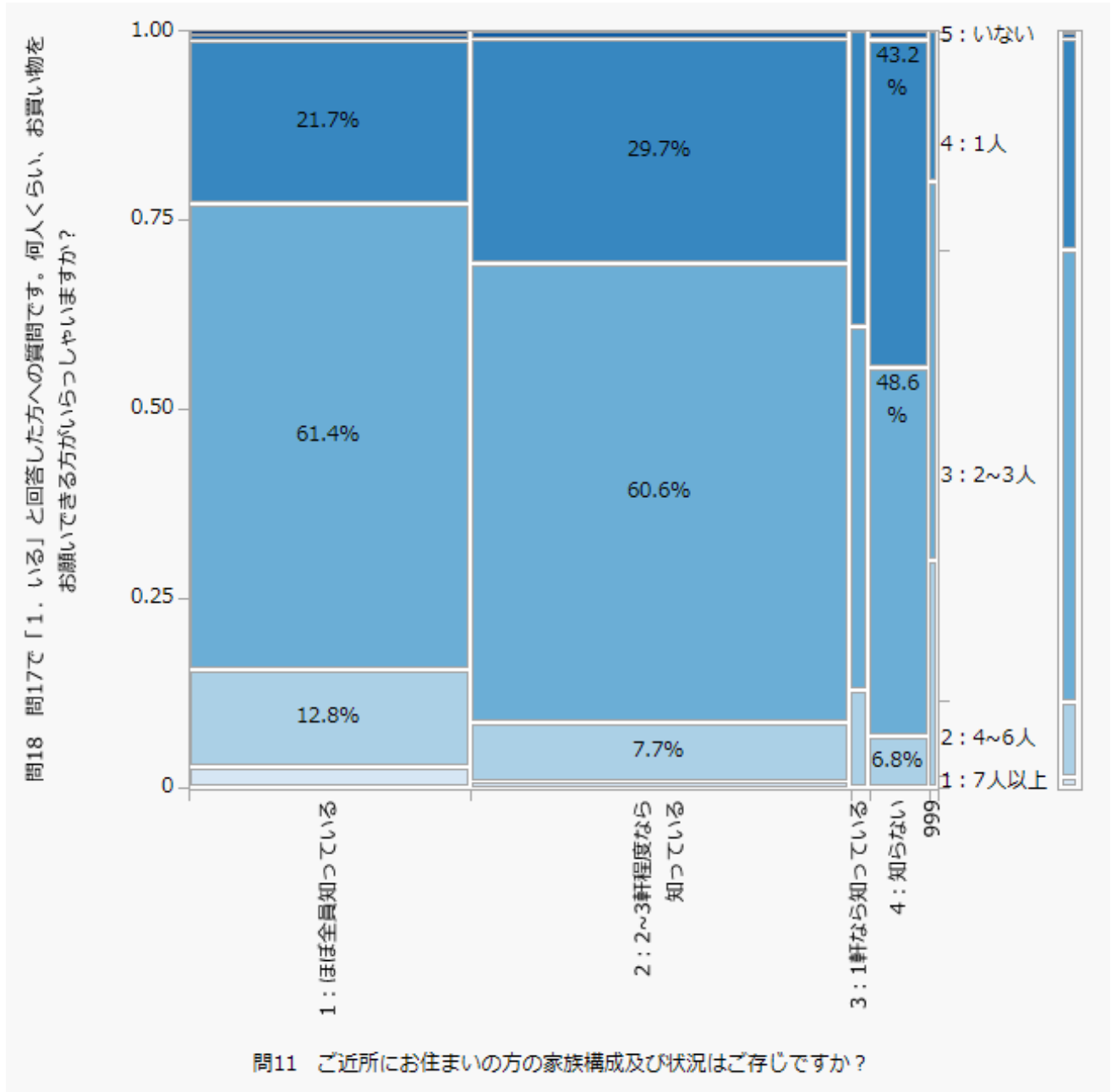
この結果からは、高砂市内居住者でより豊かな社会関係資本を蓄積している回答者群については、フードデザート問題に代表される生鮮食料品や日用品を購入においてアクセスに課題を抱えるいわゆる買い物難民とはなりにくいという結果となっている。逆に、社会関係資本の蓄積に課題がある市民において、生鮮食料品や日用品にアクセスできないという課題の克服が困難になることを示唆する結果である。

これらの結果を踏まえるならば、これらの買い物困難者となりかねない消費者群に対して、生鮮食料品や日用品などの配送サービスを実現することは、社会課題の解決につながると同時に、事業者にとってはビジネスチャンスが存在することが指摘できる結果となっている。

問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？

×

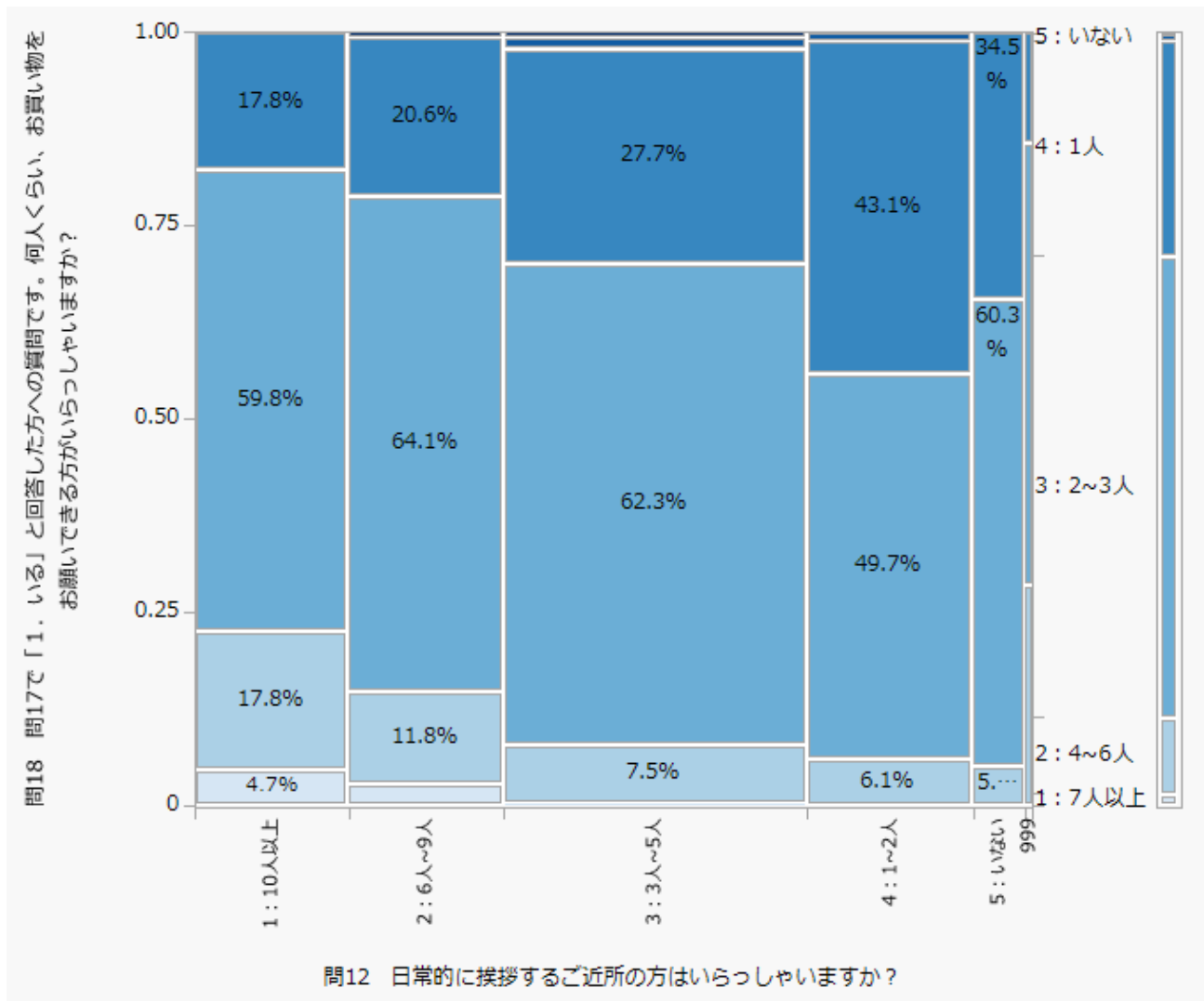
問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？



問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

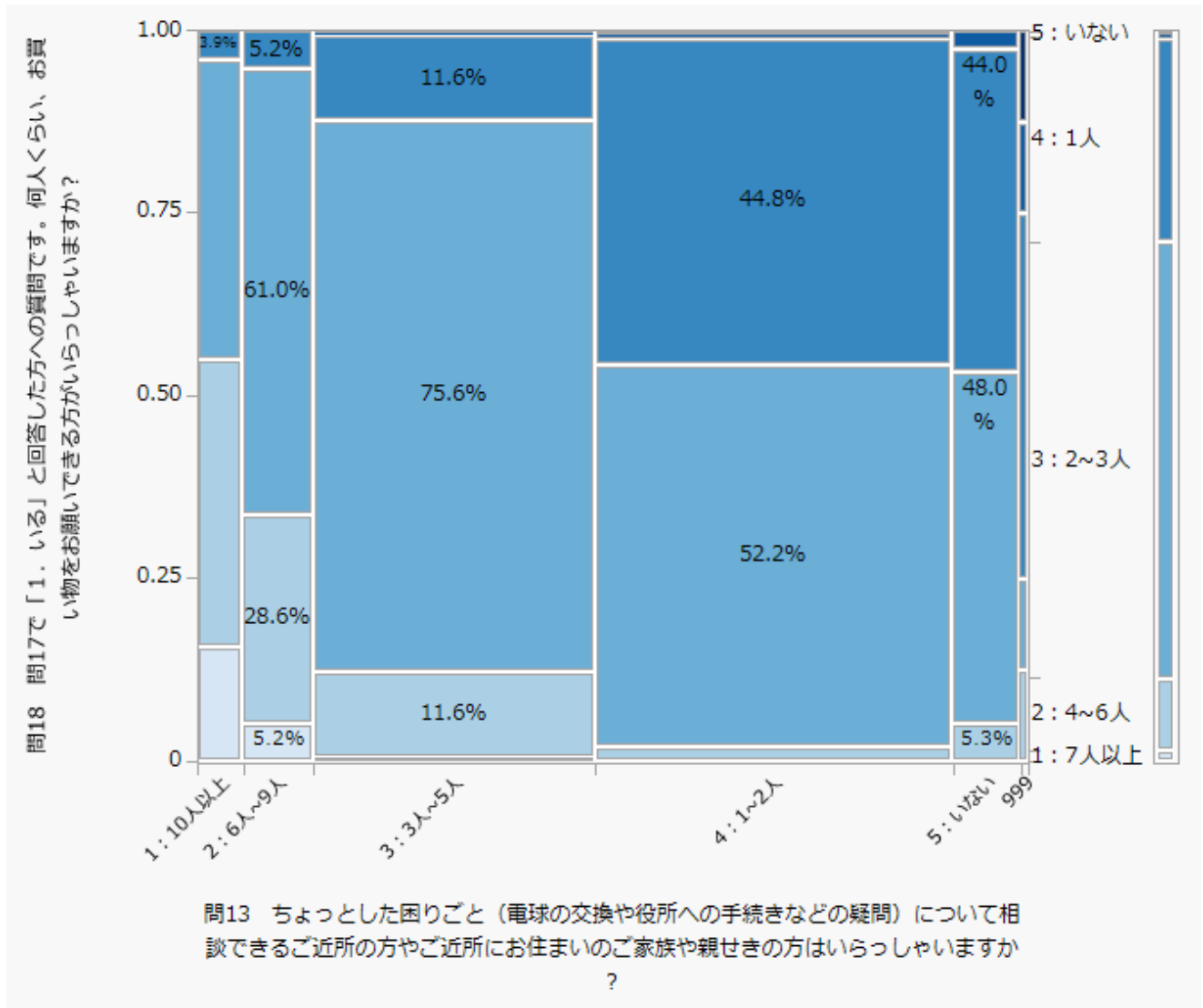
問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？



問13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？

×

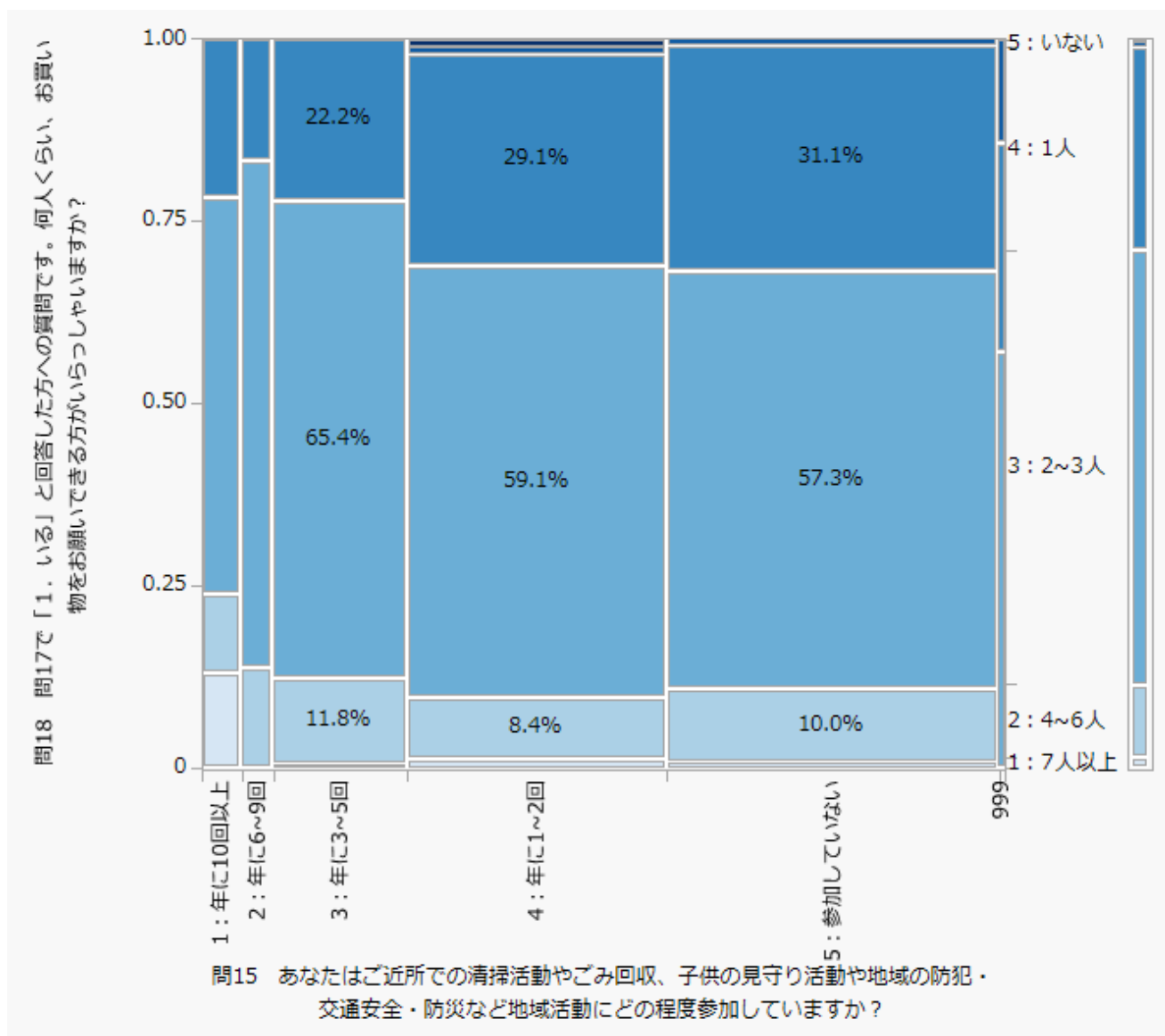
問18 問17で「1. いる」と回答した方への質問です。何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？



問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？

×

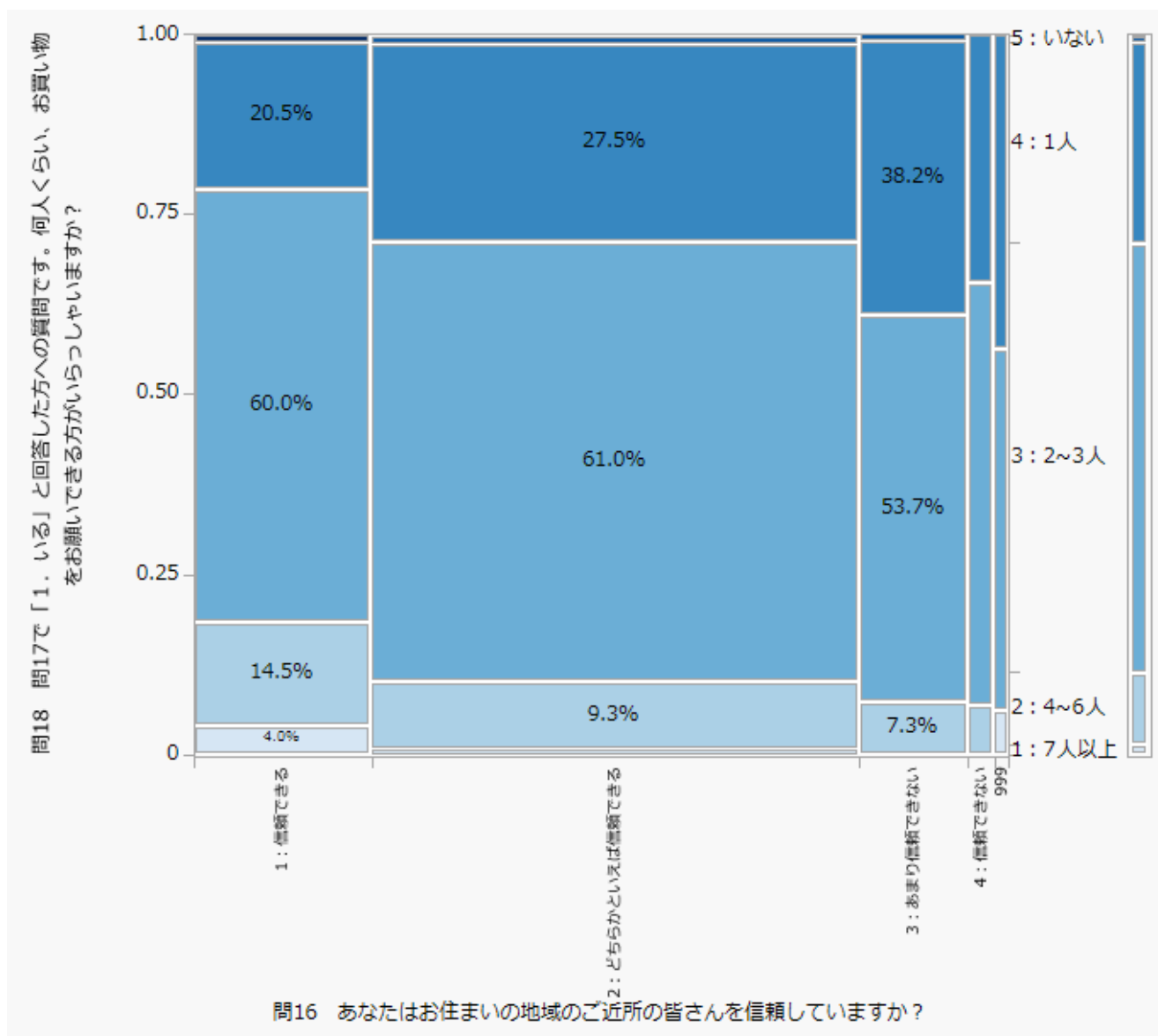
問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？



問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？

×

問 18 問 17で「1. いる」と回答した方への質問です。何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃるでしょうか？



(A2-4) 生鮮食料品や日用品の購入先自治体別に関する回答者の属性項目に関する分析

性別で生鮮食料品や日用品を購入する自治体を比較した場合、大きな差がみられなかった。

年齢別に関する分析

居住している期間と生鮮食料品や日用品を購入する自治体の関係を確認したところ、居住期間が1年未満の回答者では、高砂市内を購入先自治体としている回答者が80%を超えているものの、加古川市を購入先とするものの比率も15%以上である。

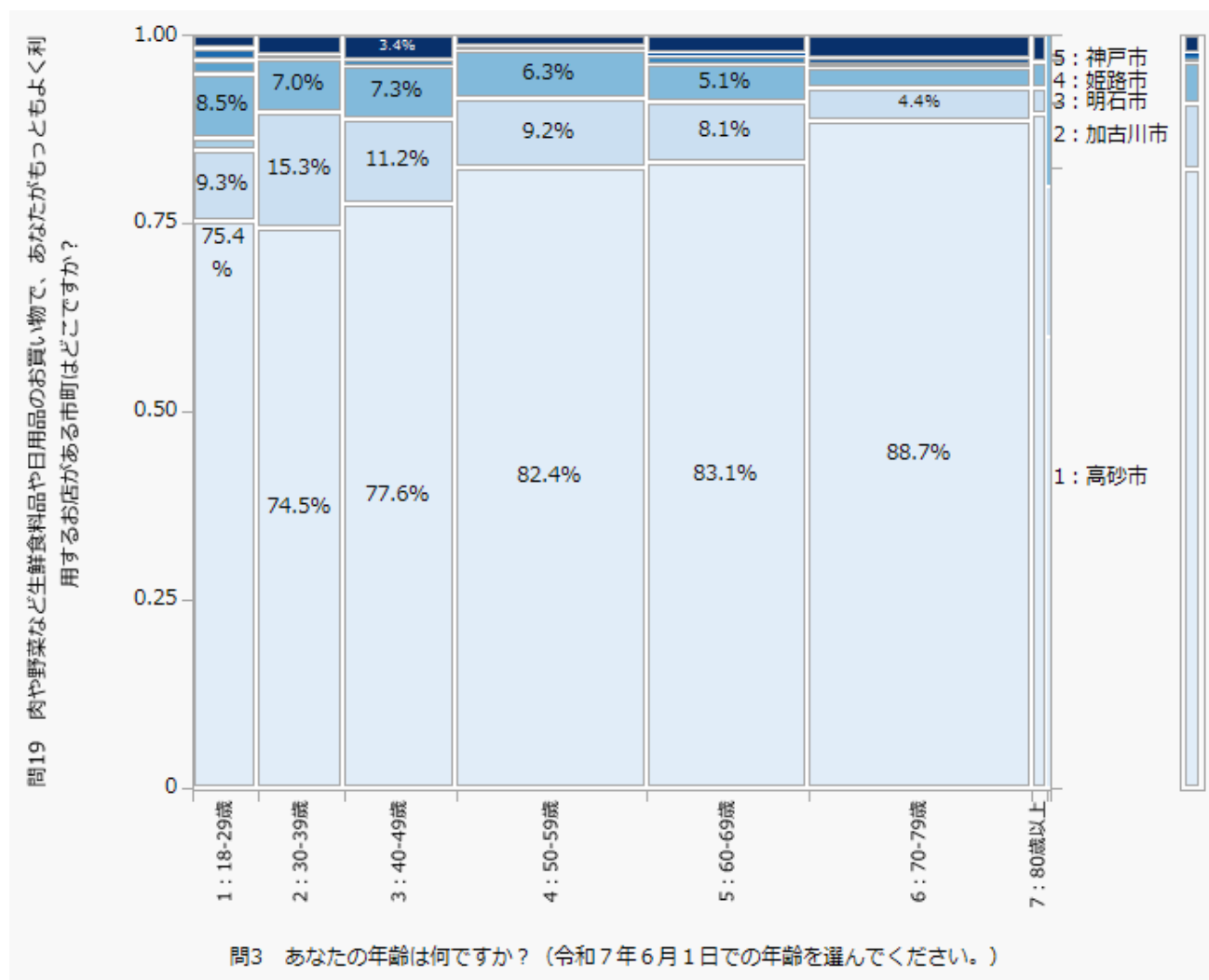
この結果を考えるならば、長期居住している回答者の高砂市内の商業施設を利用する傾向が強く見られる。これに対し、居住期間の短い居住者にとっては近隣市で購入しようとする購入者群が一定程度存在していることとなる。

これらの短い居住期間の消費者群の購入活動を高砂市内へ誘導するため、何らかの購入活動におけるメリットを有する、高砂市内においてのみ流通する独自のデジタル地域ポイント制度などの何らかの誘導策の必要性を示唆する結果となっている。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



地区別に関する分析

居住地区と生鮮食料品や日用品の購入先の自治体に関する分析結果から考えてみたい。

高砂市内で生鮮食料品や日用品を購入すると回答している回答者比率が80%を超えている地区は伊保、荒井、曾根、米田の各地区である。

姫路市を生鮮食料品や日用品の購入先自治体とする回答者が目立つ地区としては、中筋、北浜、阿弥陀の各地区であり、これらの地区での回答者の15%前後が姫路市を購入先であるとしている。

加古川市を生鮮食料品や日用品を購入先の自治体であるとする回答者比率が大きい地区は、高砂地区である。同地区では、回答者の30%弱が生鮮食料品や日用品を加古川市で購入していると回答している。

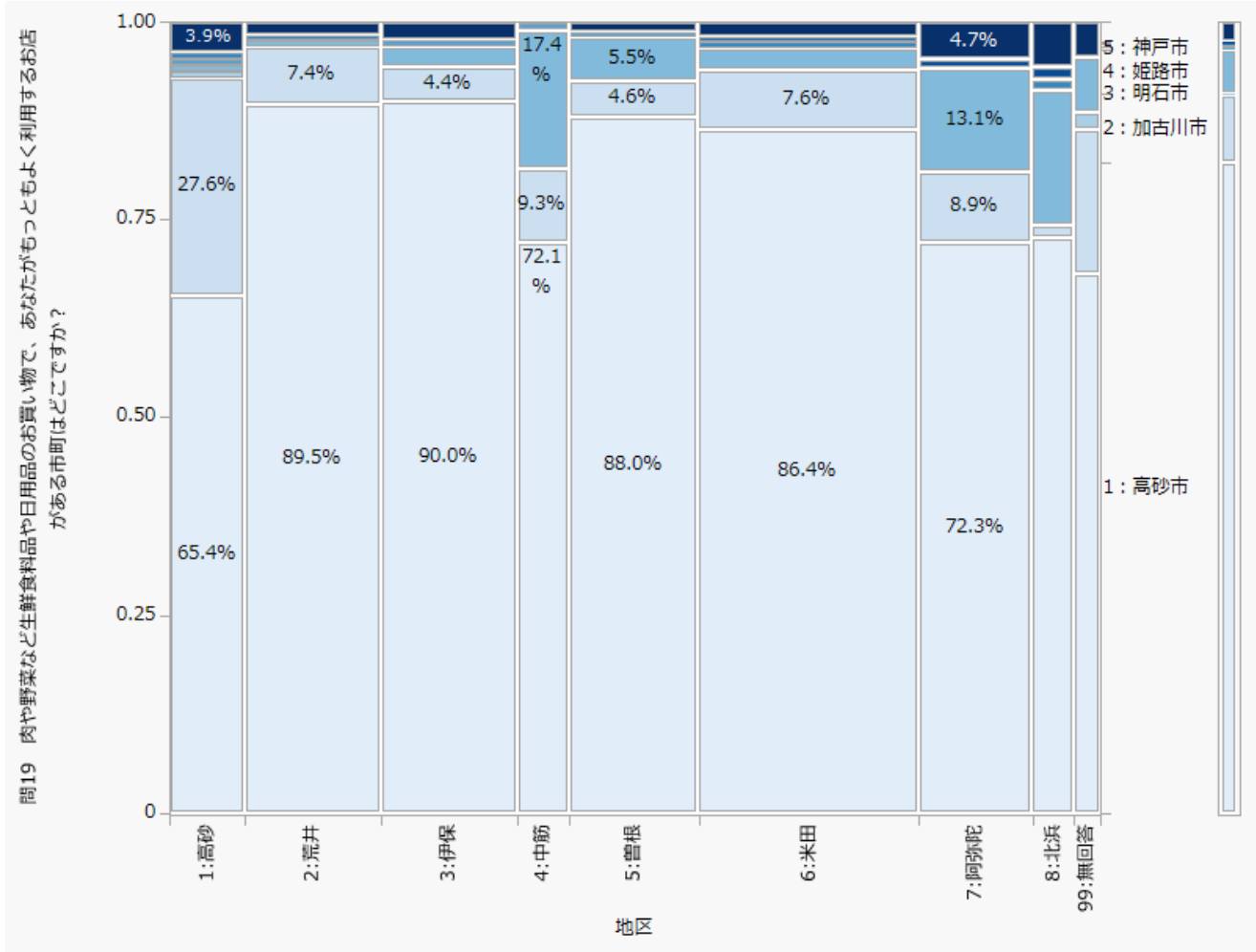
高砂地区は歴史的には、高砂市内のみならず、東播磨圏域における代表的な商業核としての性質を持つ地区であった。しかし、高砂市民の日常的な交通手段の変化や高砂線の廃止、これらに伴う商業地としての地盤沈下などもあり、同地区での廃業などが発生した結果、同地区内での生鮮食料品や日用品が購入可能な店舗数が限られることになった。さらに高砂町に立地していたサンモール高砂が営業を停止して以降、高砂地区での生鮮食料品や日用品購入の利便性は大きく低下している。

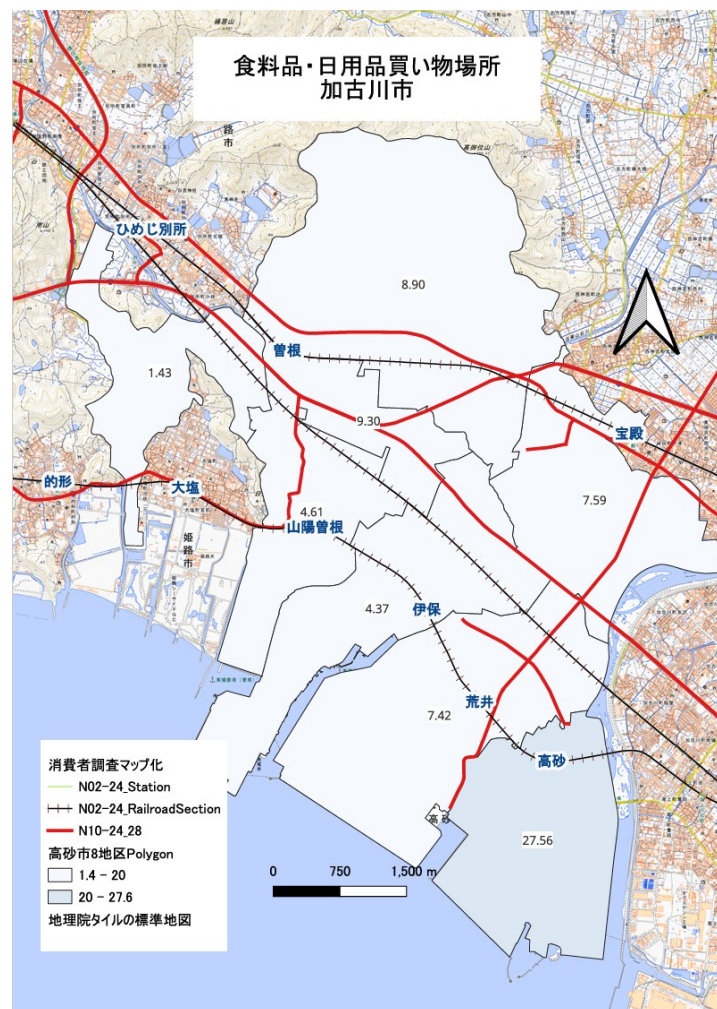
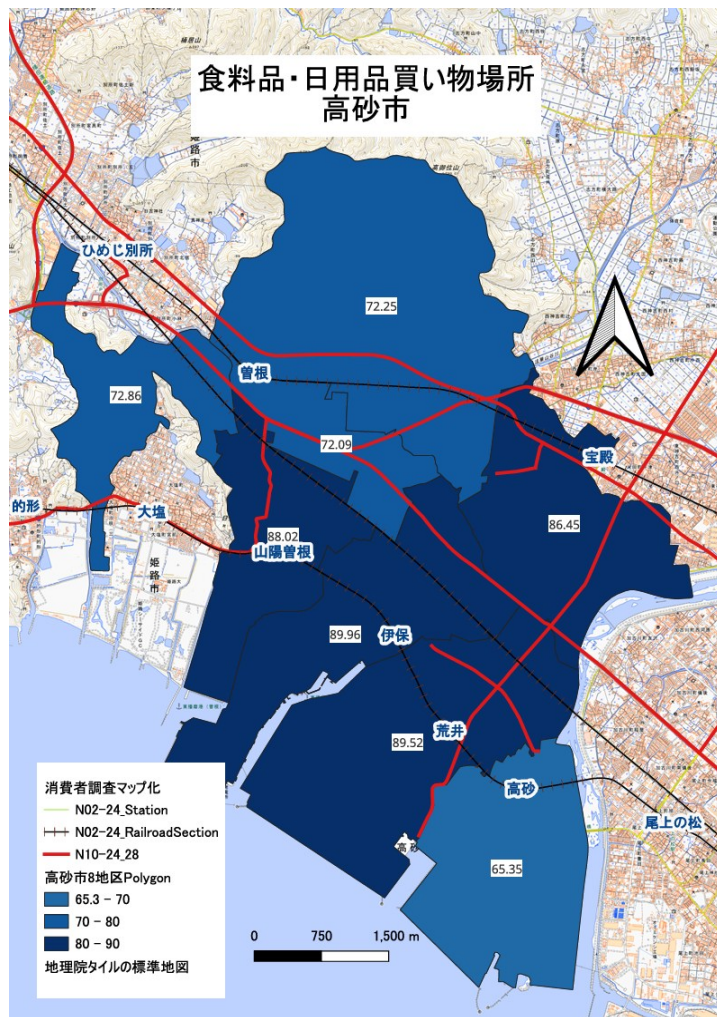
これらの結果、高砂市内の回答者のかなりの部分が同町から比較的近い加古川市内のスーパーマーケット等で購入している結果を反映しているものと考えられる。

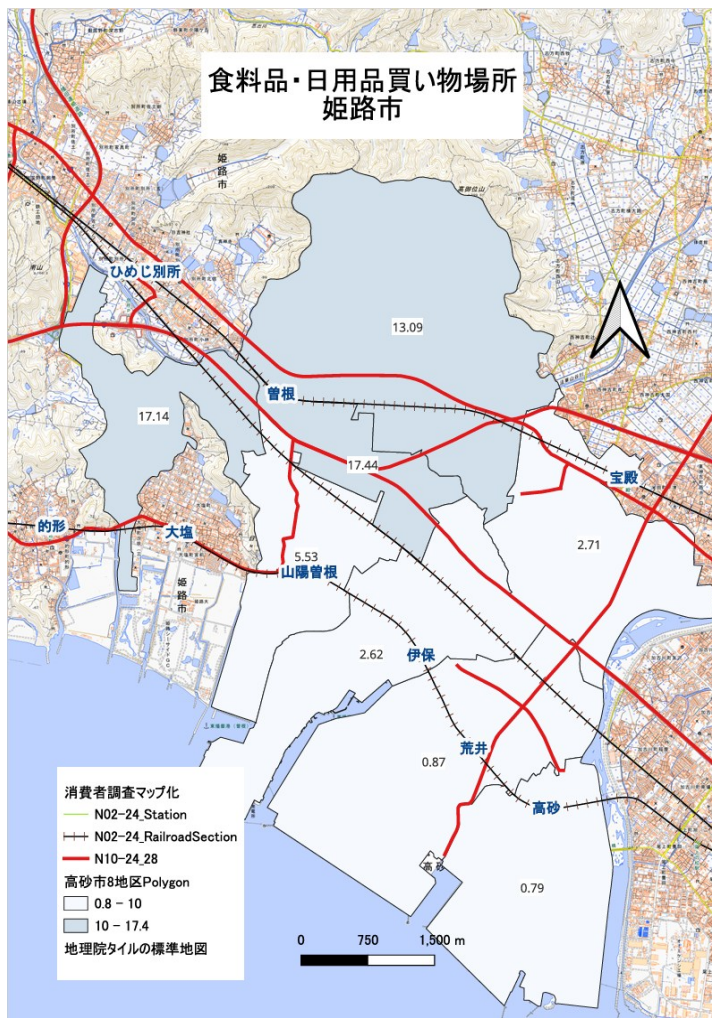
地区

×

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
 お店がある市町はどこですか？







居住年数別に関する分析

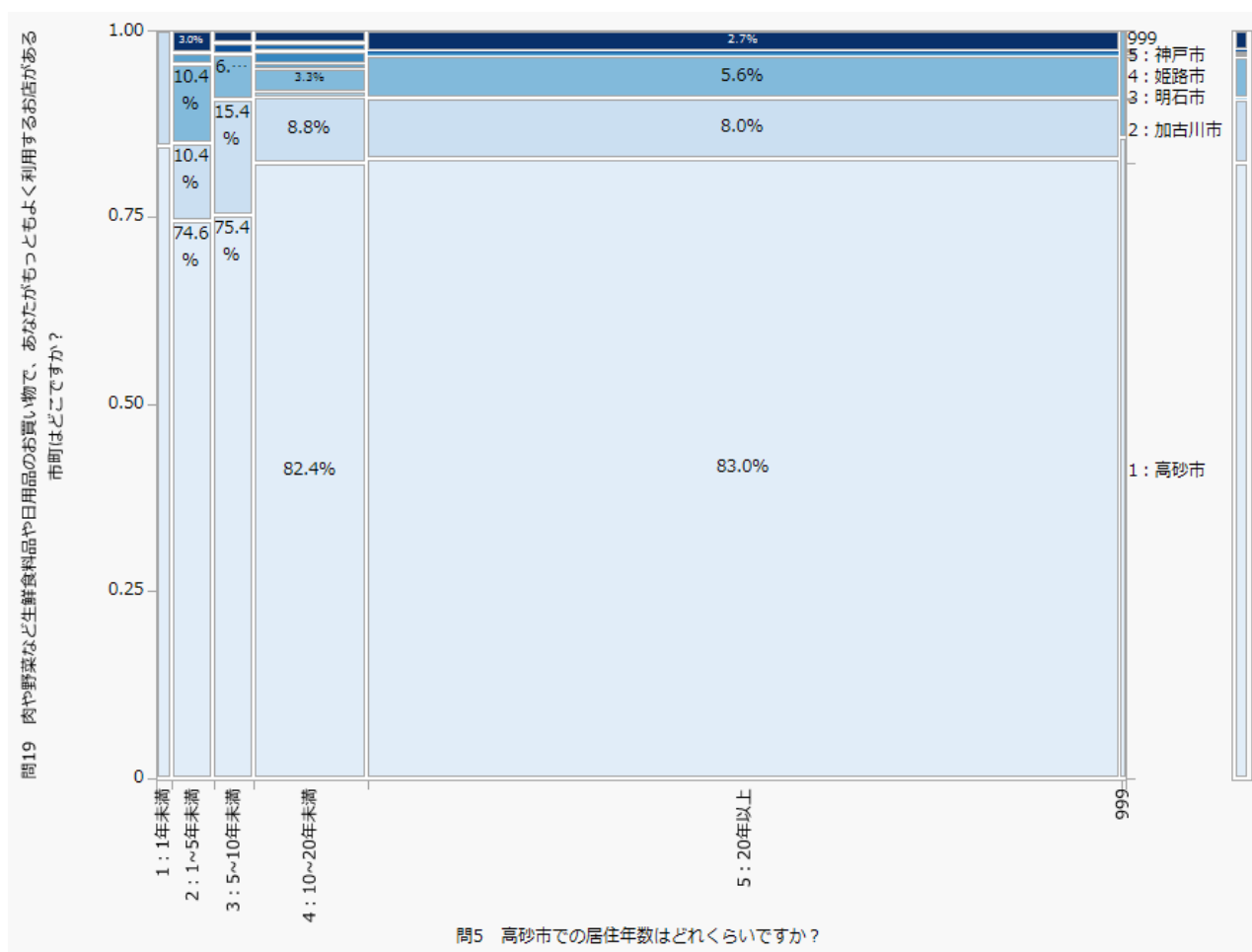
居住期間が1年以上10年未満の回答者など、居住期間が比較的短期間である回答者ほど、高砂市以外の近隣自治体を生鮮食料品や日用品を購入先の自治体として選んでいる比率が25%を超えている。

これらの高砂市内の商業施設への購入活動におけるロイヤリティの高い消費者群が今後漸減することが想定される中、今後同様の高砂市内の商業施設に対してロイヤリティの高い消費者群をどのようにして増やすかが課題になるといえよう。そのための方策として、何らかの経済的インセンティブ付与の方法として、デジタル地域ポイント事業などの活用などが指摘されよう。

問5 高砂市での居住年数はどれくらいですか？

×

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



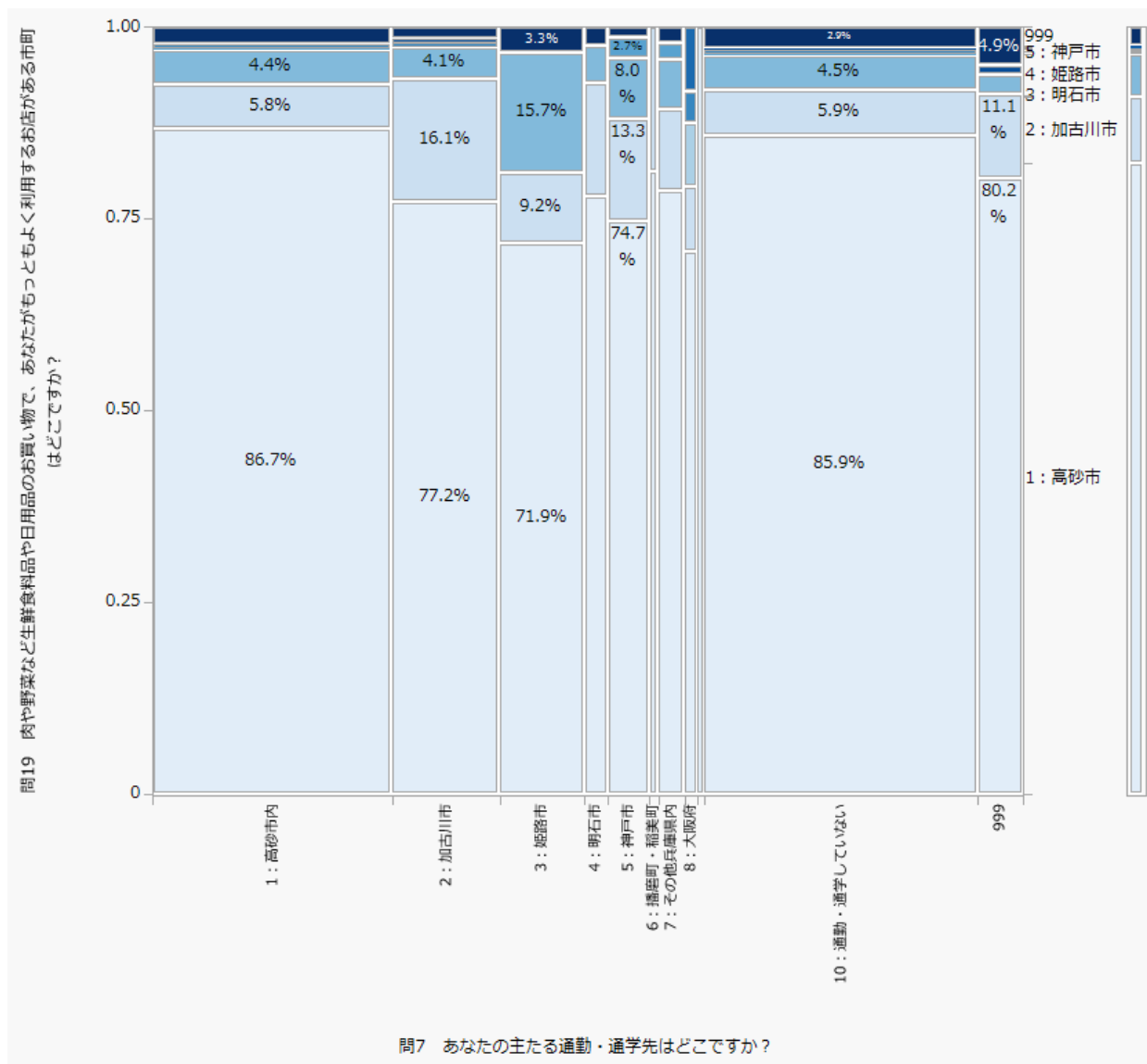
通勤・通学先に関する分析

通勤・通学先と生鮮食料品や日用品の購入先自治体との関係を確認してみると、市外への通勤・通学者の高砂市内での購入する回答者比率は、70%前後であり、高砂市内を通勤・通学先とする回答者の購入比率と比べ、明らかにその比率は小さい。その点で、高砂市内での雇用先や通学先があることは、高砂市内での購入を行う大きな要因となっていることが推察される。このことから、高砂市内での雇用先や通学先を充実させることが高砂市内での経済還流を一層豊かなものにするよう導くために、一定の重要性があることを示唆する結果となっている。

問7 あなたの主たる通勤・通学先はどこですか？

×

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



主に利用している駅別に関する分析

次に、主に利用している駅と、生鮮食料品や日用品の購入先市区の関係を検討してみた。主に利用している交通手段により、購入先が変わる可能性があるためである。山陽電鉄高砂駅を主に利用する回答者については、加古川市内を生鮮食料品や日用品の購入自治体としているという回答者比率が 22.0%、JR 加古川駅利用者の同比率が 15.1%であり、かなり大きな値を示している。

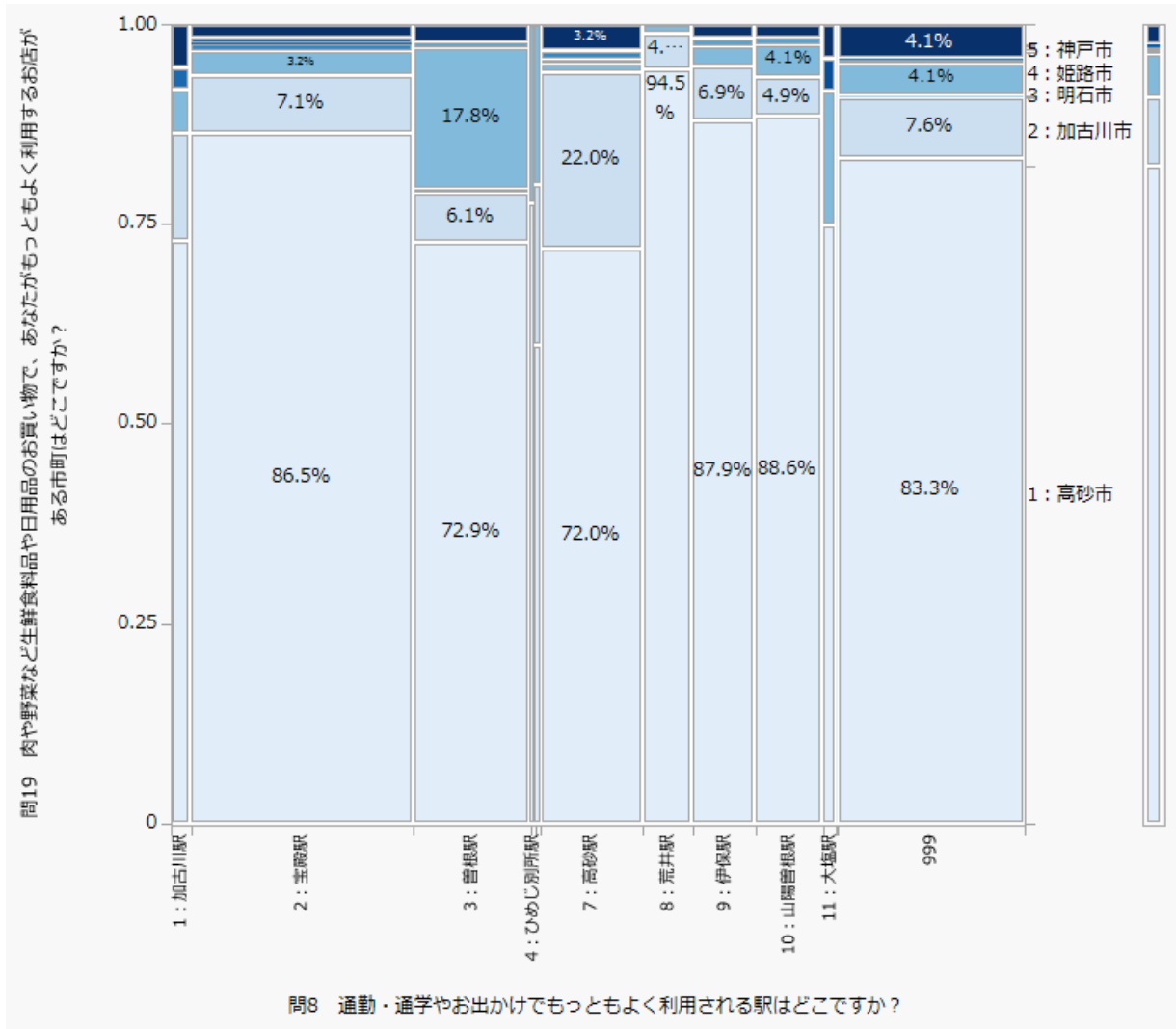
JR 曾根駅の利用者では、姫路市内を生鮮食料品や日用品の購入先自治体としている傾向が目立つ。これに対し、同じ JR の宝殿駅の場合、駅付近にショッピングセンターが立地していることもあるためか、高砂市内で生鮮食料品や日用品を購入する回答者比率については、86.5%と全市の平均の 82.3%と比べても、その比率はやや大きい。

この結果を踏まえるならば、駅付近に適切な規模の商業集積がある場合、高砂市内での日用品の購入につながる可能性が高いことを示している。

問8 通勤・通学やお出かけでもっともよく利用される駅はどこですか？

×

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



生鮮食料品や日用品の購入先商業施設に関する分析

生鮮食料品や日用品の購入先としてスーパーマーケットを利用している回答者の84.7%は高砂市内で購入しており、周辺の他市で購入している回答者比率は限られる。しかし、大型専門店やショッピングモールで生鮮食料品や日用品を購入する回答者の場合、高砂市内のこれらの店舗で購入する回答者比率は70%程度であり、大型専門店やショッピングモール等の大規模な商業施設で購入を希望する回答者の場合、高砂市外が選択肢として一定程度選択されている結果となっている。

この結果は、今後、高砂市内の商店（商店街）が利用されるためにどのような政策が望まれるかという複数回答選択肢による設問について、大型店の必要を述べたものが、生鮮食料品や日用品をスーパーで購入する回答者では、その27.3%が高砂市内での大型商業施設の必要性を指摘しているのに対し、大型専門店やショッピングモールで生鮮食料品や日用品の購入を行っている回答者では、40%弱の回答者が、大型商業施設が今後必要であると回答している。

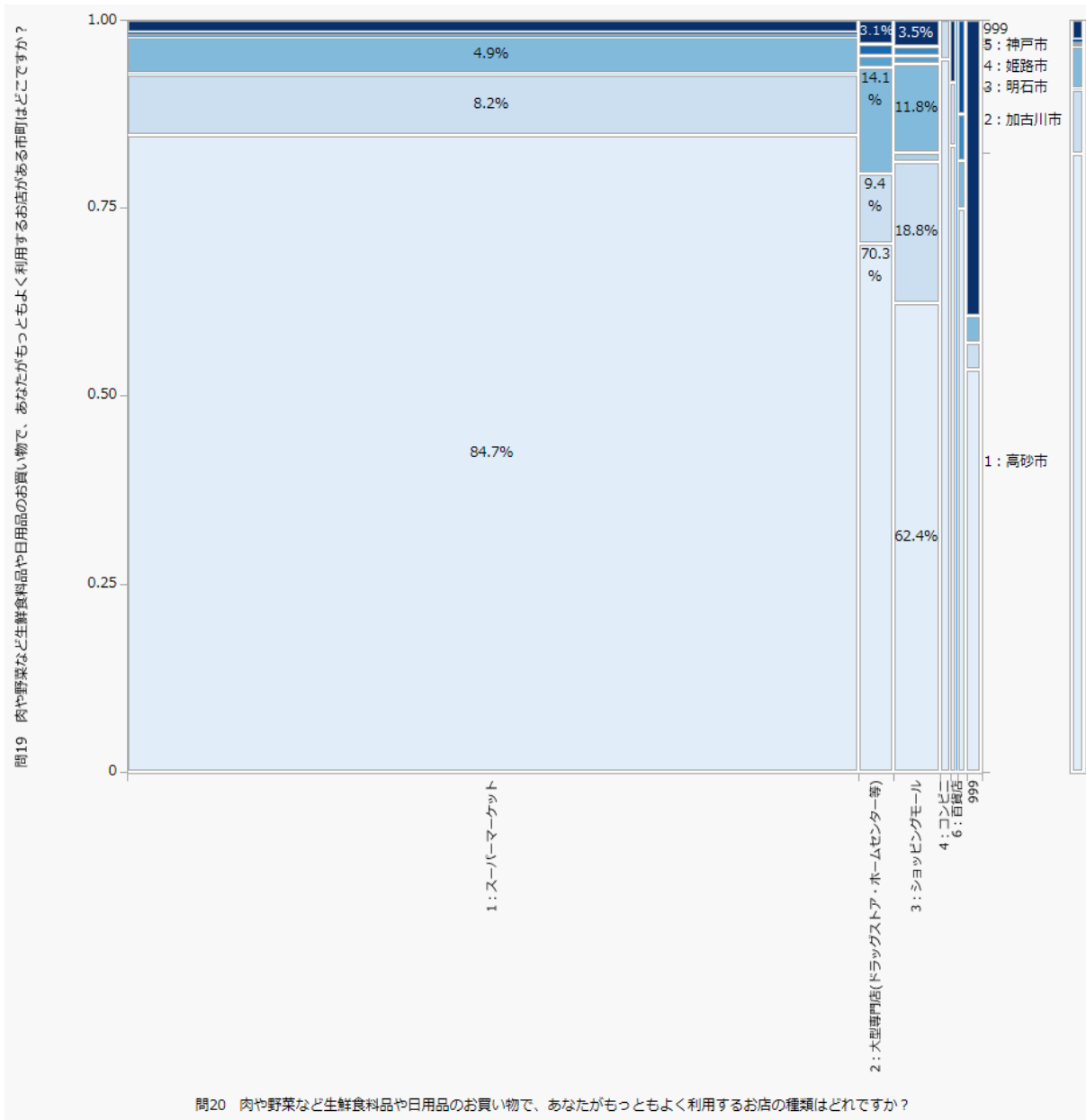
これらのことを考えるならば、サンモール高砂跡地の商業地としての再開発を含め、適切な規模での大型商業施設の誘致は、生鮮食料品や日用品の高砂市内での消費人口を確保するためにも必要であることが指摘できよう。

とはいえ、高度経済成長期に頻繁に検討された、ある種巨艦巨砲主義的な商業施設計画は、今後の高砂市の著しい高齢化傾向、高砂市内の製造業の合理化などを前提とした場合、その妥当性に疑問が残る。であるとするならば、現在および将来の高砂市の人口や世帯等に関する分布などを見据えたうえで、適切な規模と業態の商業集積誘致に関する総合的な検討が必要となろう。

問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店がある市町はどこですか？



週当たりの購入回数別に関する分析

生鮮食料品や日用品の週当たりの購入回数と購入先自治体の関係について以下で検討してみる。

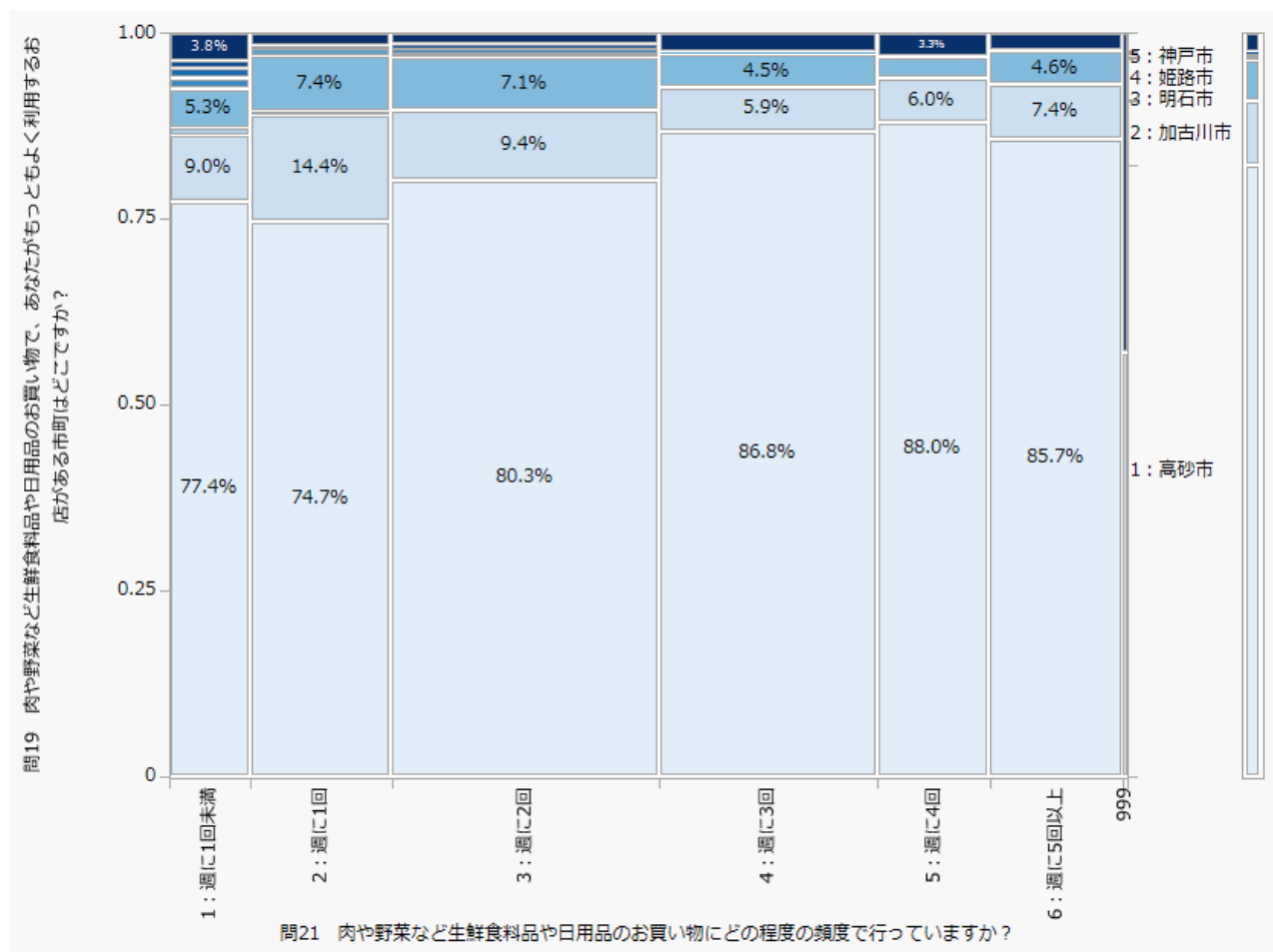
生鮮食料品や日用品の購入頻度が週に3回以上である回答者の場合、高砂市を購入先自治体とする回答者比率が85%以上となっているが、購入頻度が週に1回未満のまとめ買いを行う回答者群では、高砂市以外の自治体を生鮮食料品や日用品の購入自治体とする回答者比率は約25%であり、まとめ買いを行っている回答者群が市外に流出していることが分かる。

これらのまとめ買いを行う回答者群は、自家用車を利用することが多いことが確認されていることから、これらの比較的購入金額が大きい消費者群を高砂市内での購入活動に誘導するためには、適切な規模かつ適切な種類の商業施設の整備が必要であるといえよう。

問 21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？

×

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



日常的な交通手段別に関する分析

次に日常的な交通手段によって、生鮮食料品や日用品の購入先の自治体がどのように異なるかを検討してみたい。生鮮食料品や日用品の購入先が高砂市内であるとする回答者比率が最も大きい回答者群は、日常的な交通手段が自転車であるとする回答者であり、その回答者の90.9%が高砂市内で生鮮食料品や日用品を購入しているとしている。

次に、生鮮食料品や日用品の高砂市内での購入者の比率が大きい回答者群は、「徒歩」が主要な交通手段であると回答した回答者群における回答者比率であり、83.3%を占めている。次いで同指標値が大きい回答者群は、「自家用車」を日常的に利用する回答者群である。同回答者群の81.3%が高砂市内で生鮮食料品や日用品を購入していると回答している。

これに対し、日常的な交通手段が「鉄道」であるとする回答者では、高砂市内での生鮮食料品や日用品を購入しているとする回答者比率は、68.7%であり、同回答者群の12.1%が姫路市、同じく11.1%が加古川市で購入しているとしている。

通勤・通学先と購入先の関係にも表れているように、日常的に「鉄道」を利用し、市外に通勤・通学している回答者にあつては、通勤・通学時の定期利用が購入活動にも流用でき、通勤・通学時に購入活動が実施できる。これらの回答者にあつては、「鉄道」の利用に関する追加費用負担の発生が少ないこともあり、近隣市で購入する傾向がより強くなっていることが指摘できよう。

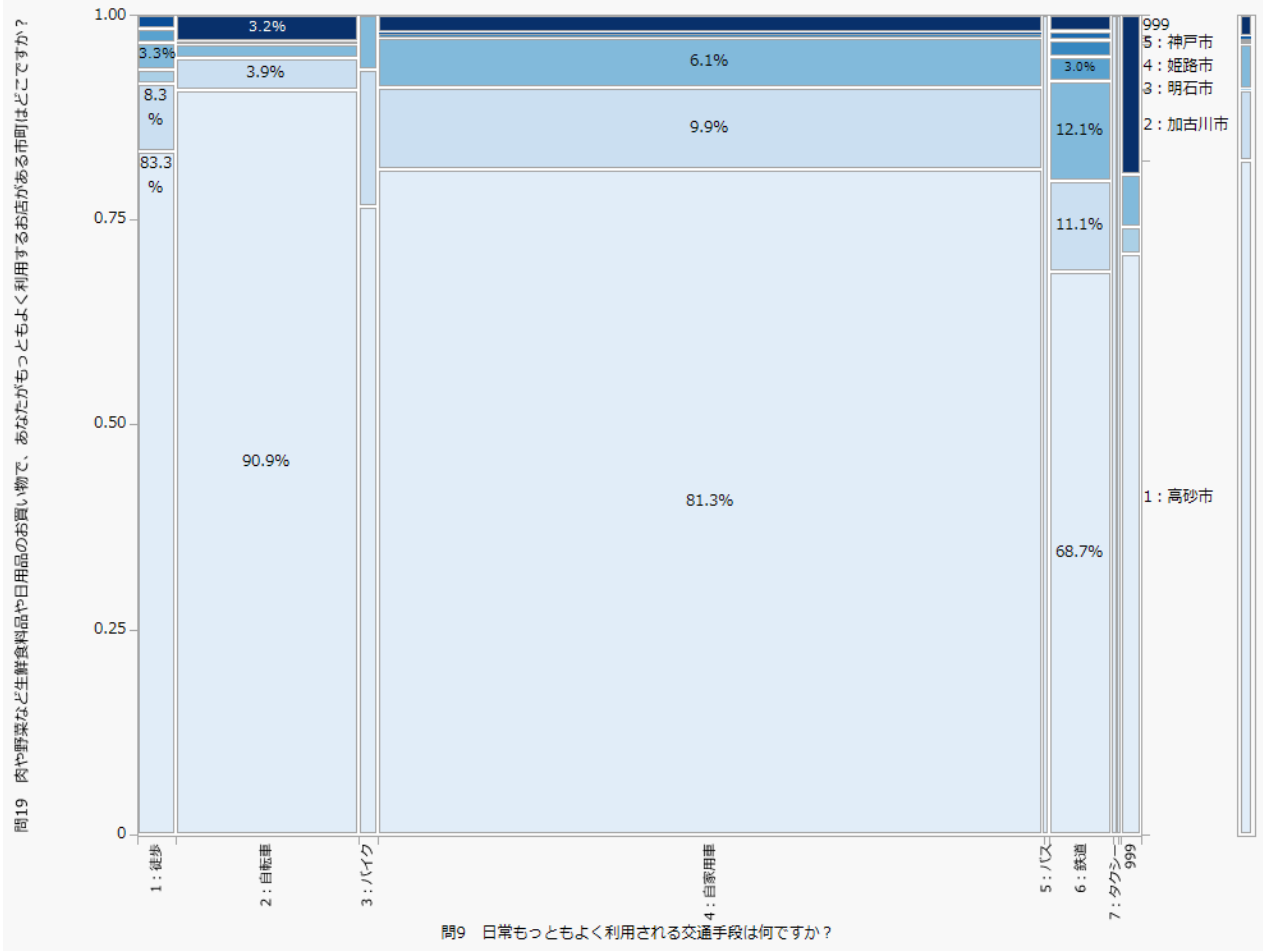
高砂市内では、日常的に利用される交通手段として最も主要なものが「自家用車」であるとは言うものの、「自家用車」を日常的に利用する回答者の生鮮食料品や日用品の購入先自治体として、高砂市外の自治体を選択する回答者群では、加古川市が9.9%、姫路市が6.1%と必ずしも大きな比率を示しているわけではない。したがって、日常的な交通手段による影響はさほど大きく影響しているわけではなく、むしろ通勤・通学先が生鮮食料品や日用品の購入先自治体を選択するうえで、影響している可能性が示唆される結果となっている。

市外への通勤・通学者が一定数存在することを前提とするならば、乗降客数が比較的大きな駅付近での適切な規模での商業施設整備も、高砂市内での購入活動を惹起し、高砂市内への経済還流をより豊かなものにするための有効な手段の一つであろう。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



買い物時の交通手段に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の交通手段と生鮮食料品や日用品の購入先自治体の関係を検討した場合、「自転車」を利用する回答者の高砂市内を購入先とする回答者比率は90%以上と極めて高く、他の自治体を生鮮食料品や日用品の購入先として選択した回答者比率は極めて小さい。しかし、「自家用車」を買い物時に利用する回答者群では、加古川市を生鮮食料品や日用品の購入先として選択した回答者比率は10.3%、同じく姫路市を選択した回答者比率は6.0%と大きい。

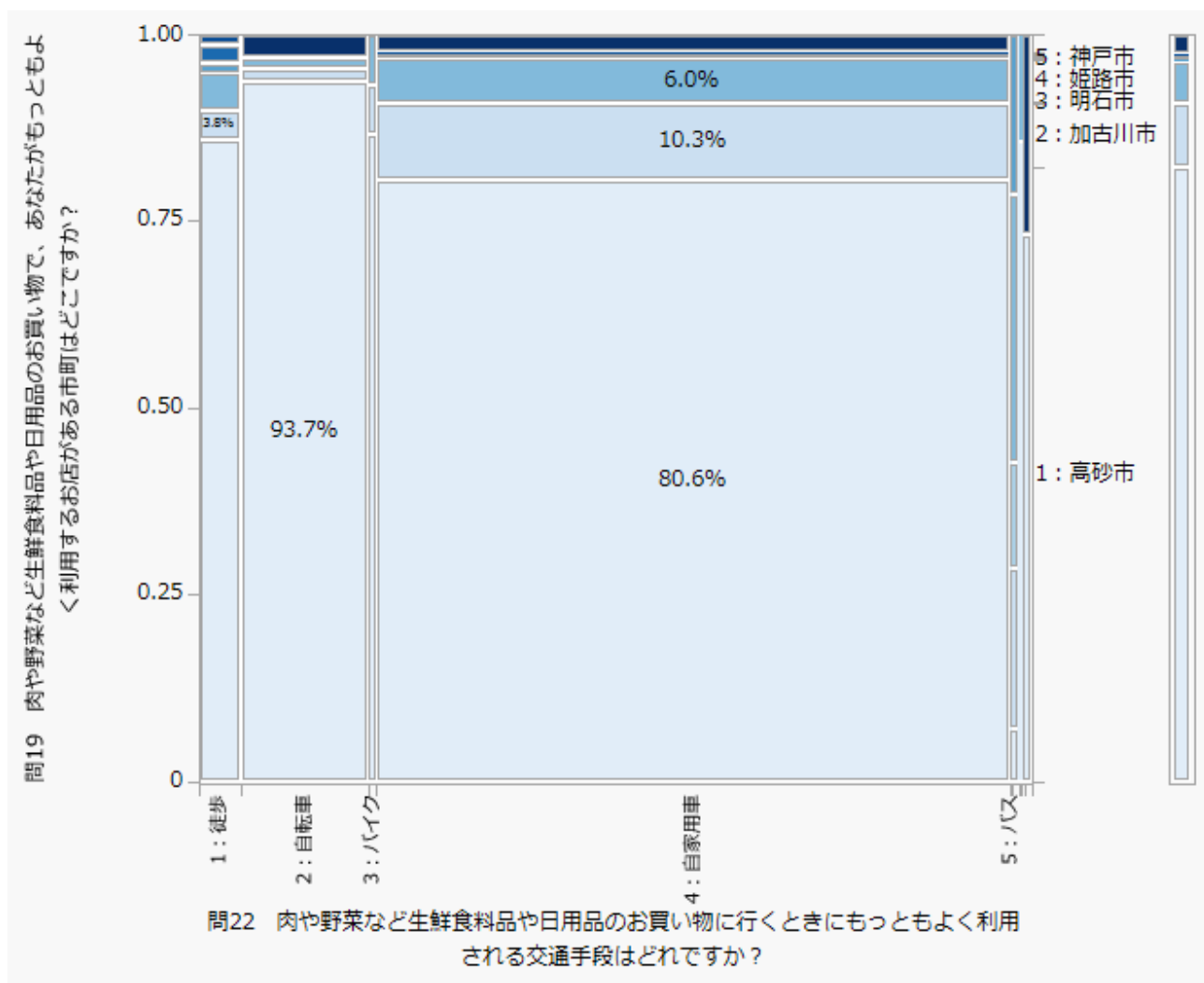
特筆すべきは「バス」の利用者であろう。「バス」を買い物時に利用する回答者群では、高砂市を生鮮食料品や日用品の購入先自治体として選択した回答者比率は100%である。

ところが「鉄道」の利用者では、高砂市内を選択した回答者比率は7.1%であり、加古川市を選択する回答者比率は21.4%、明石市を選択した回答者比率は14.3%、姫路市を選択した回答者比率は35.7%である。生鮮食料品や日用品の購入際に「鉄道」を利用する回答者では、他市で生鮮食料品を購入する傾向が強く、さらに、生鮮食料品や日用品の購入の際にも、広域移動をしている傾向が確認された。

問 22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？

×

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



一回当たりの購入金額別に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の1回あたりの購入金額が5,000円未満の回答者については、高砂市内を購入先としている回答者比率が80%以上とかなりの比率を占めている。一方で、5,000円以上の回答者については、他の自治体を購入先の自治体として回答しているものの比率が約20%前後と一定の比率を占めている。これらのまとめ買いを行い、高額支払いする回答者の場合、市外の商業施設を購入先とするものがかなり含まれている。このことは、高砂市の商業環境がまとめ買いを行う回答者群にとって、不十分であることを示している。

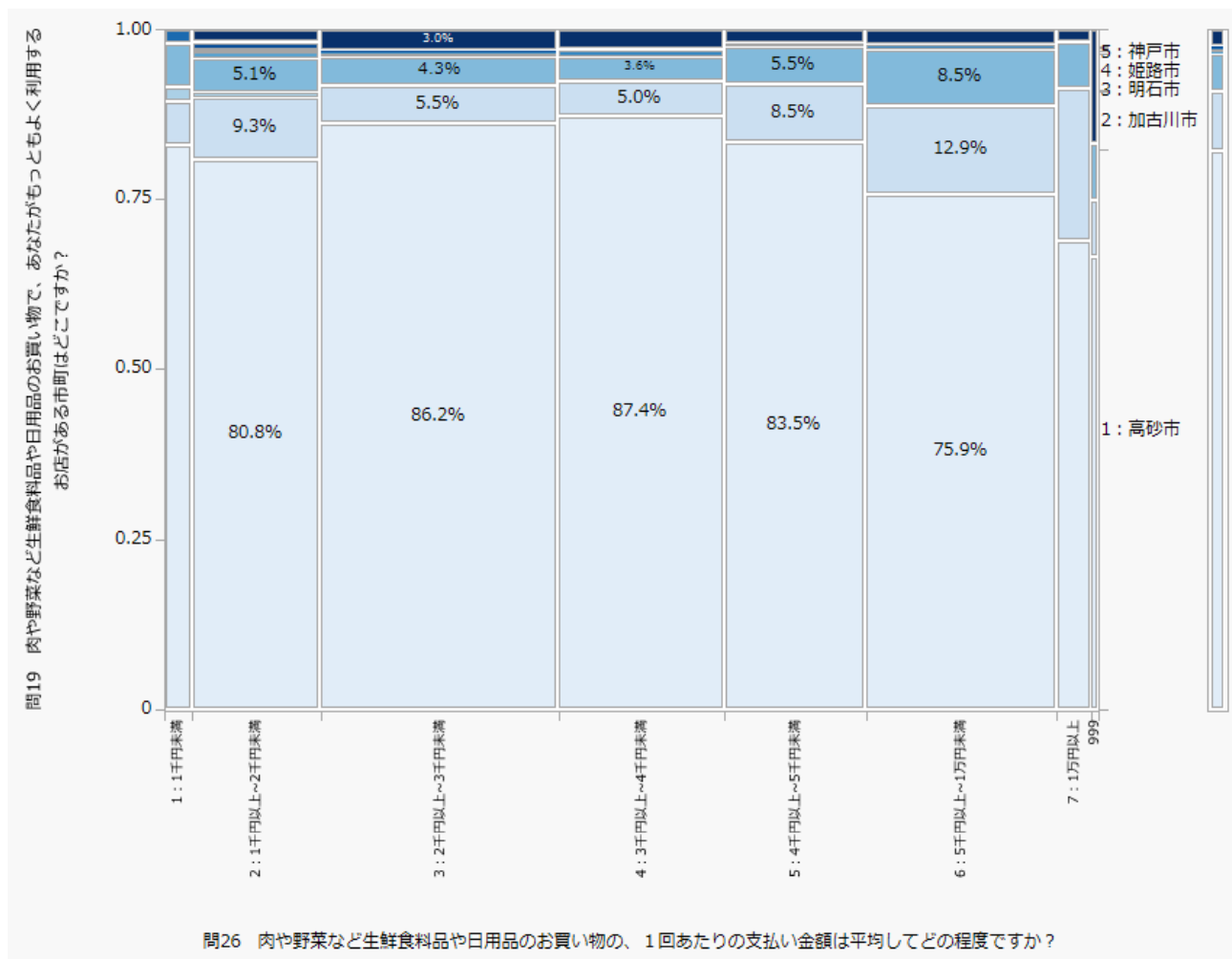
しかし、これらのまとめ買いを行う消費者群に対応できるような新規の規模の大きな商業施設の誘致可能となるためには、安定的な経営基盤の一つとなる将来の商圈の人口増などが想定可能であることが重要となる。しかしながら、今後急速な高齢化の進行が予測されている高砂市においては、将来の商圈人口増は期待できないため、大型大規模な商業施設の誘致は容易ではないといえよう。

であるとすれば、大型商業施設の誘致にあたっては、また高砂市の事業者の今後の経営戦略を検討するにあたっては、現状及び将来の人口変化等の予測についての把握を適切に行ったうえで、近隣市の商業施設との役割分担を検討しつつ、長期的なビジネス継続に向けた顧客獲得戦略を模索すべきであろう。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



(A2-5) 生鮮食料品や日用品の購入先商業施設の種別と回答者の属性項目に関する分析

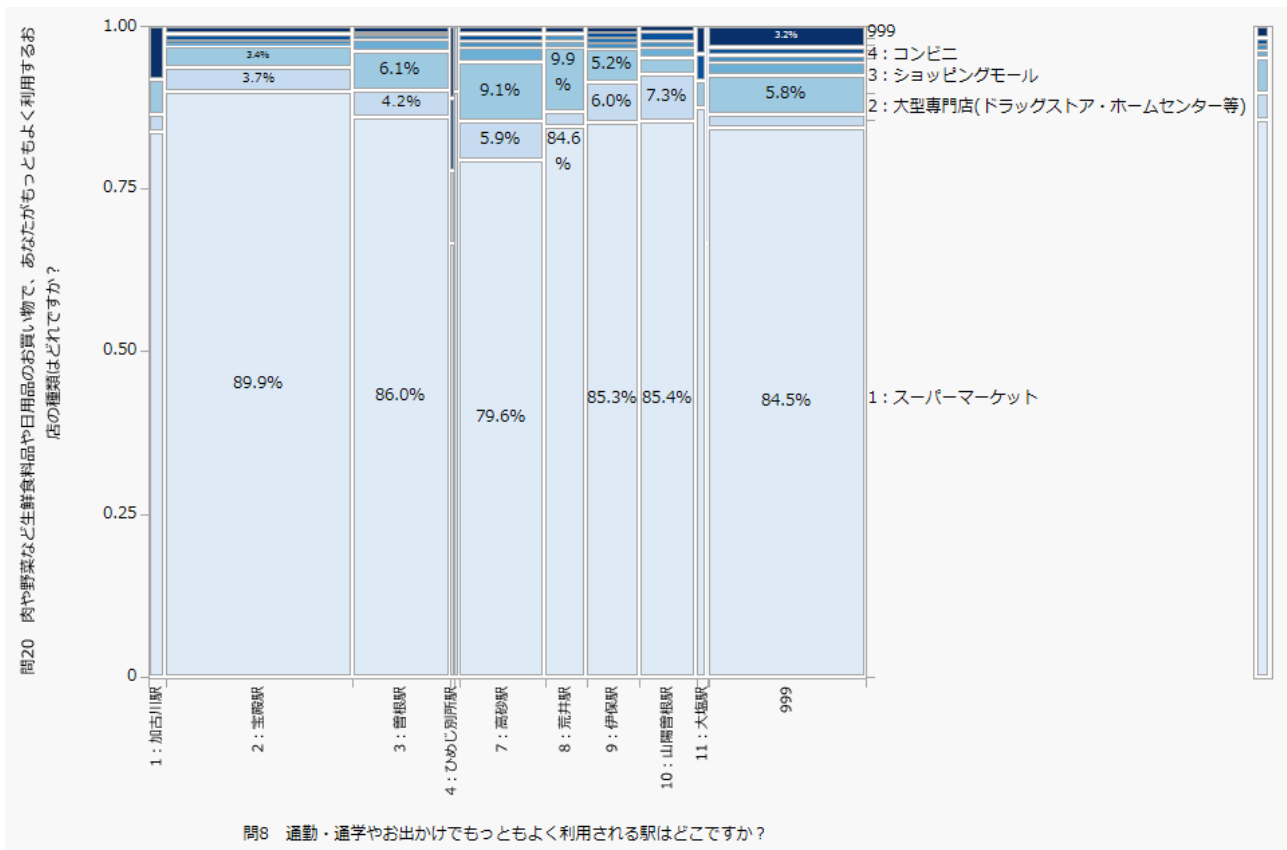
主に利用している駅別に関する分析

高砂駅、荒井駅利用者のうち、生鮮食料品や日用品を購入する際にショッピングモールを利用するとする回答者の場合の利用率は、10%前後と他の地区と比べかなり大きい。これは、従来サンモール高砂で購入していた回答者群の一定の比率の人々が山陽電鉄を利用し、加古川市別府駅南側のアリオ加古川などの商業施設を購入先としている傾向を反映したものと考えられる。これらの結果を考えるならば、高砂市南部の市民における、近隣市でのショッピングモール利用者の消費支出の流出を抑制し、高砂市内での消費支出へと転換させるためには、南部地域での適切な規模を有するショッピングモールの誘致の必要性をうかがわせる結果となっている。

問8 通勤・通学やお出かけでもっともよく利用される駅はどこですか？

×

問20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する店の種類はですか？



週当たりの購入回数別に関する分析

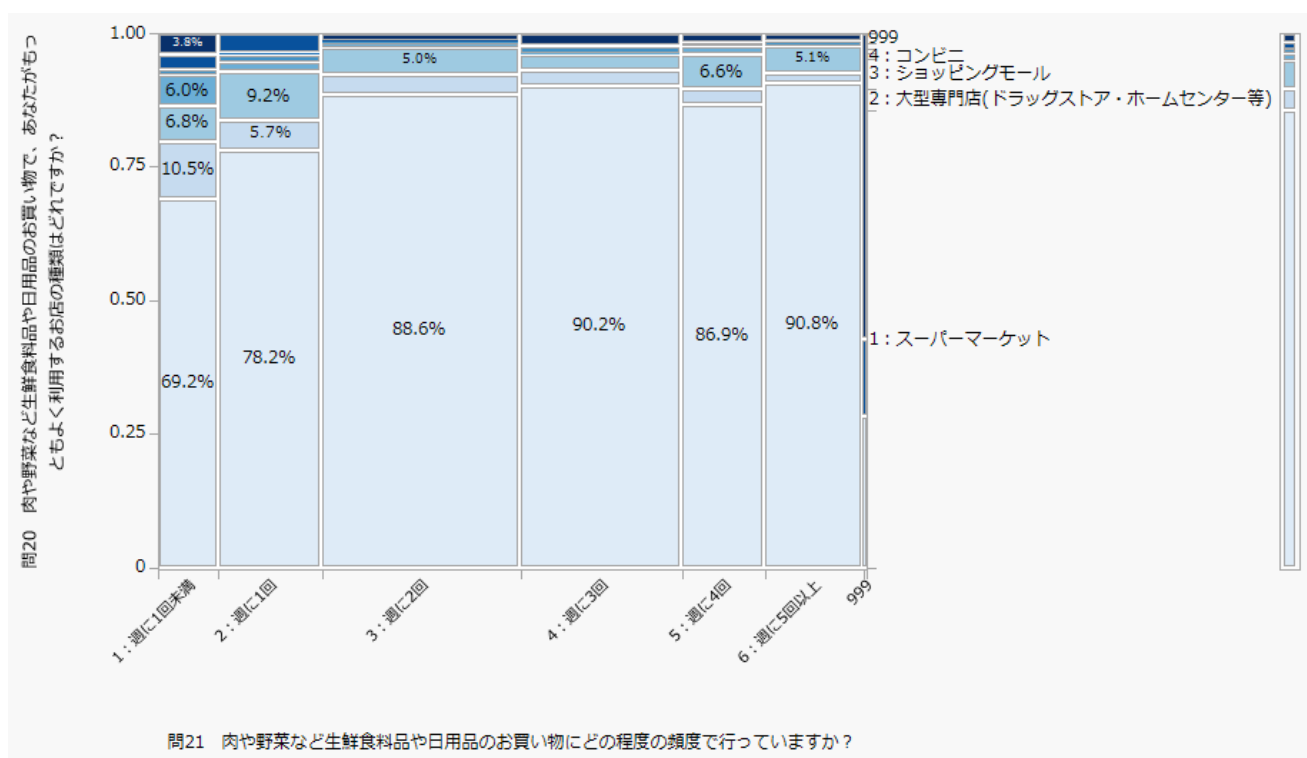
生鮮食料品や日用品を購入する頻度が週2回以上の回答者群では、概ね90%の回答者がスーパーマーケットを主要な購入活動先の店舗種類として選択しているものの、週1回未満、および週1回であると回答した回答者群ではスーパーマーケットを購入先とする回答者比率は80%以下である。なお、この回答者群では、ショッピングモールや大型専門店で生鮮食料品を購入しているとする回答者比率が15%以上の比率を占めている。この結果は、まとめ買いを行う回答者群については、日常性以外にも多種多様な商品へのアクセスが重要であり、一定の規模を有するショッピングモールや大型専門店が選択されていることをうかがわせる結果となっている。

高砂市内では、このような種類の商業施設が限られることが、まとめ買いを行う回答者群の消費支出の市外への流出につながっていることを示唆する結果となっている。

問21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？

×

問20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類はですか？



(A2-6) 生鮮食料品や日用品の週当たり購入回数と回答者の属性項目に関する分析

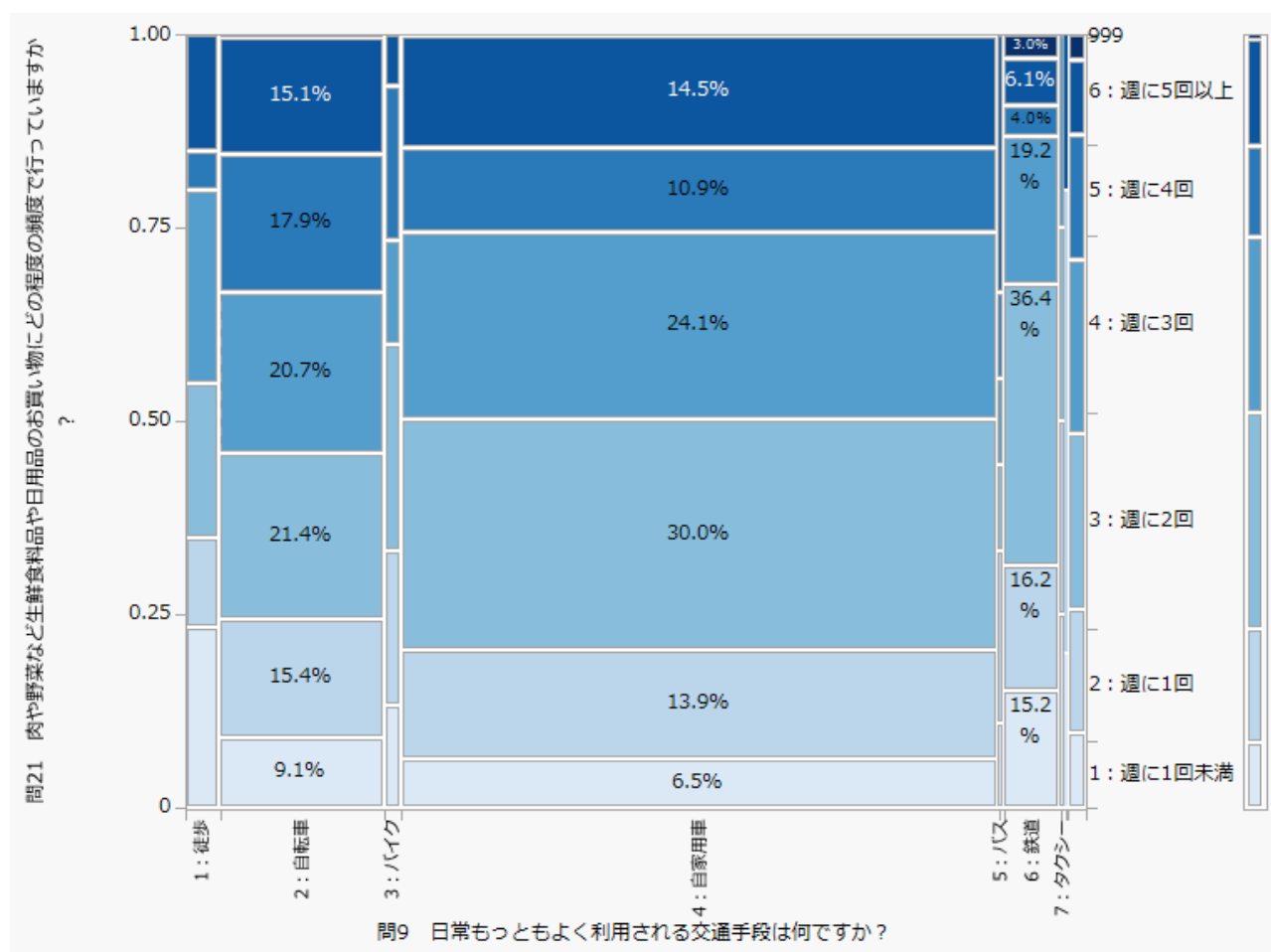
日常的な交通手段別の分析

日常よく利用する交通手段別に生鮮食料品や日用品の購入頻度を検討した場合、「徒歩」及び「鉄道」、「タクシー」などの公共交通機関利用する回答者群の購入頻度は低く、「自転車」、「自家用車」などの交通手段を日常的に利用している回答者の購入頻度は高い。これらの結果からは、「自家用車」などを日常的に利用している消費者群のために、駐輪場、駐車場などの付帯施設の整備が一定の重要性を有することを裏付ける結果となっている。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？



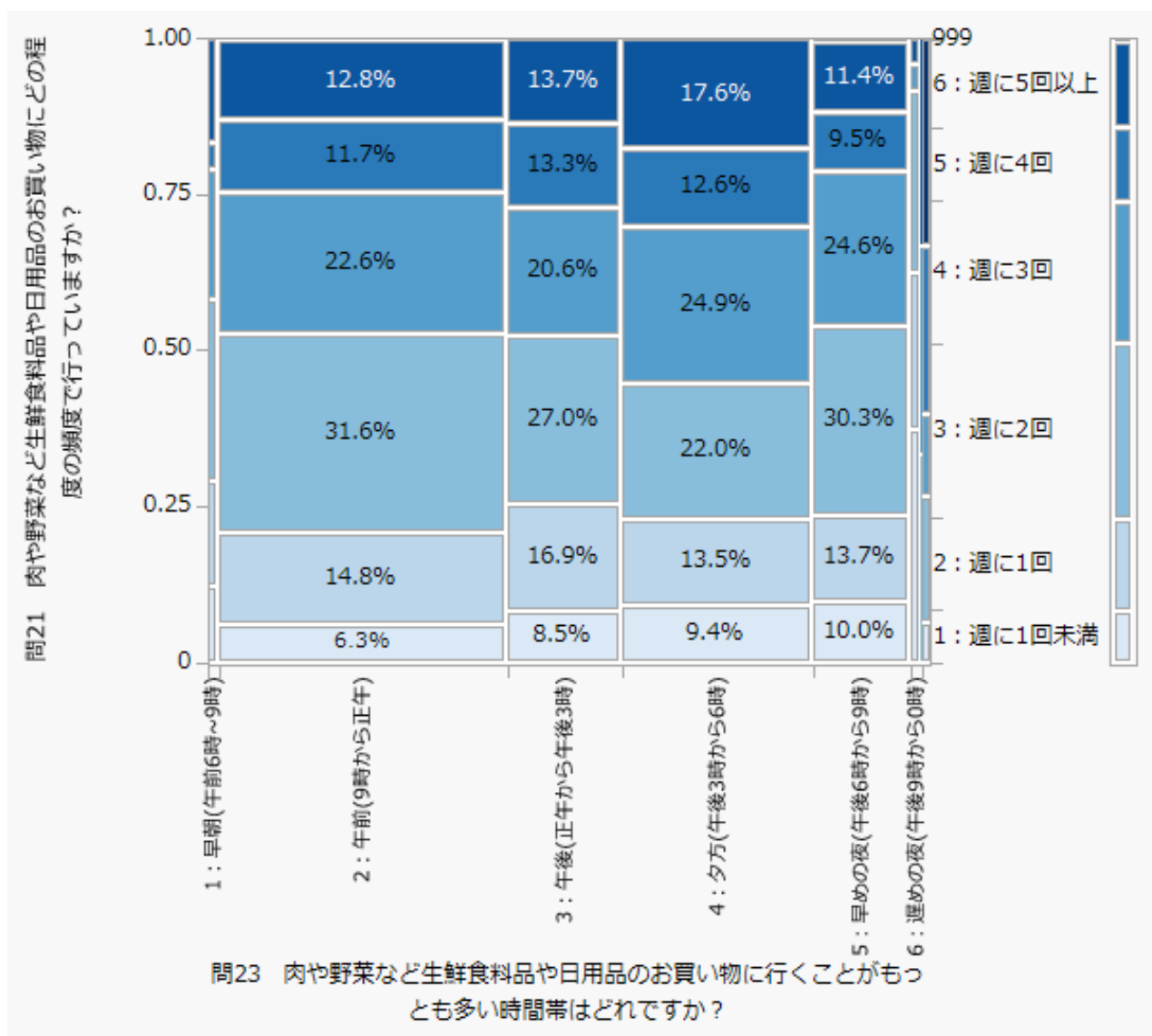
購入時間帯別に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の週あたりの購入活動の回数の頻度が多い回答者比率が最大であるのは、「午後3時から6時」、すなわち、通勤・通学帰りの夕方の時間帯を選択した回答者群である。これらの回答者群では、週に3日以上、購入活動を行う回答者比率が60%以上を占めている。その意味でこれらの多頻度購入する傾向を有する消費者群の購入を高砂市内に転換せしめるためには、通勤時に利用される駅などの交通結節点付近の商業施設の整備が必要であることが示唆される。

問23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯はどれですか？

×

問21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？



支払い手段別に関する分析

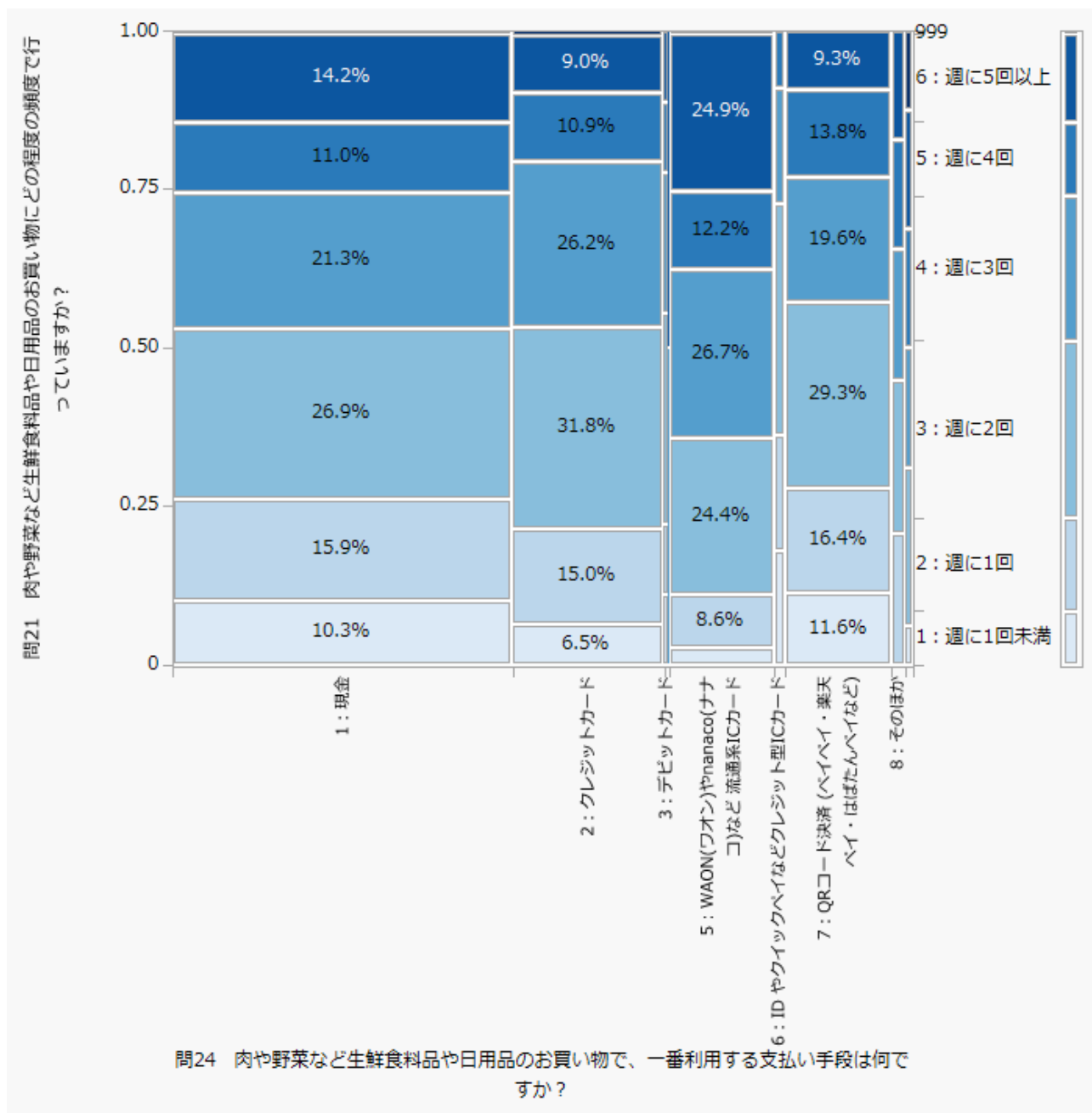
生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い手段別に、回答者の週当たりの購入頻度を分析した場合、流通系 IC の利用者の購入頻度が相対的に大きい。その意味で、高頻度で購入活動を行う回答者においては購入に伴いポイントが付与されることが一般的である流通系 IC カードが主に利用されていることを示す結果となっている。

現代のデジタル技術が消費社会において利用されることが一般化した社会において、消費者を確保するためには、ポイント制度が有効であることを指し示している結果であり、デジタル地域ポイント事業などを活用することで、高砂市内の購入活動に誘導することの重要性を示唆する結果となっている。

問 24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？

×

問 21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？



1 回あたりの支払金額別に関する分析

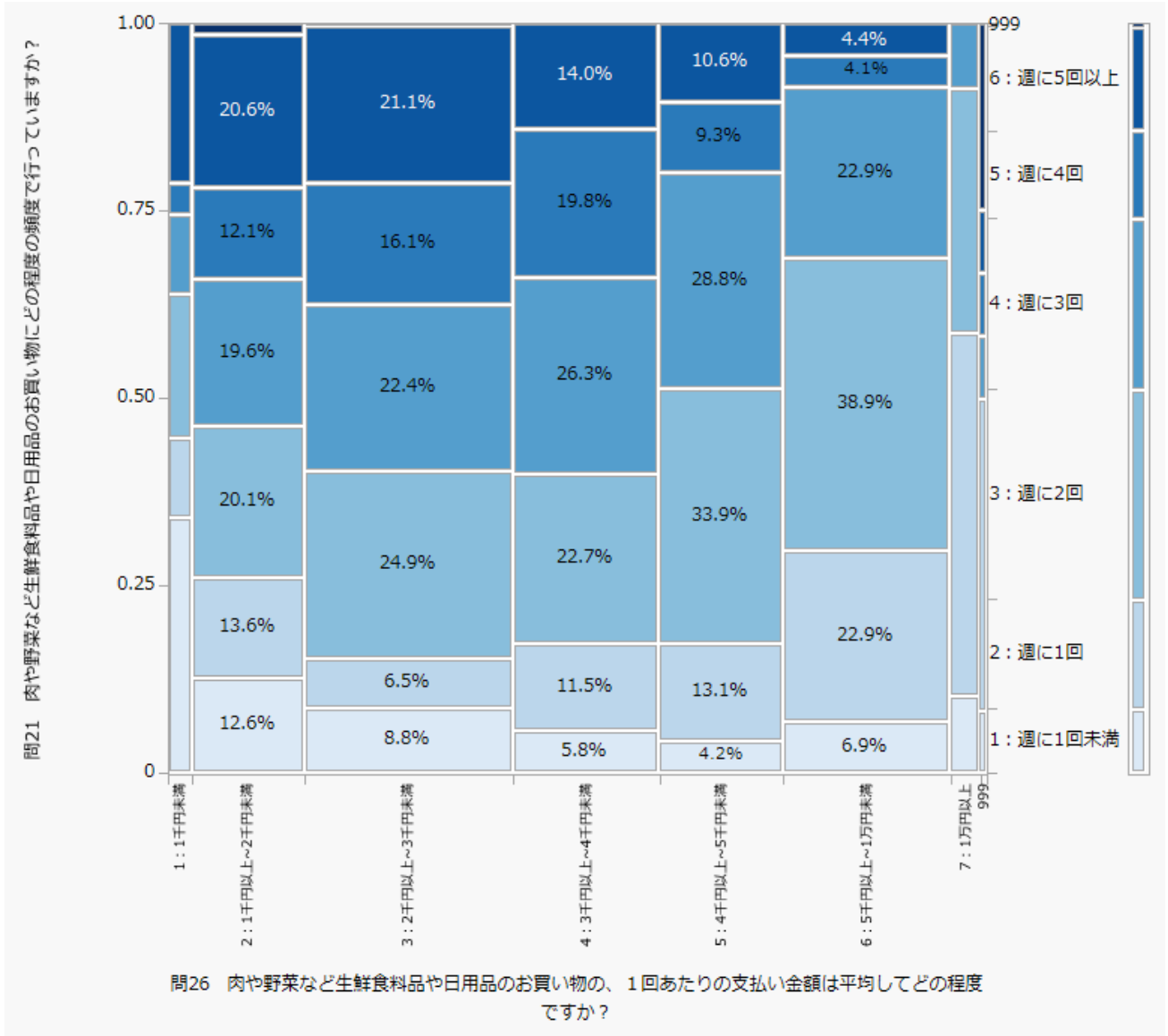
生鮮食料品や日用品を購入する際の一回当たりの支払額が平均して1,000円未満の回答者を除けば、1回あたりの購入額として一般的であると考えられる5,000円未満の回答者群の買い物の頻度はおおむね週に3回以上が半数以上を占めている。これに対して、一回当たり5,000円以上の高額を支払いをする回答者群の週3回以上購入する回答者比率は30%以下とかなり少数となり、回答者の1回あたりの購入金額と週当たりの購入頻度は密接に関係しており、平均的な購入金額と考えられる5,000円未満の回答者にあつては、定期的に購入活動を行い、5,000円以上の回答者はまとめ買いを中心とした購入活動を行っていることが示唆される。

今後高砂市の商業施設の誘致を考える際には、まとめ買いにもある程度対応可能な適切な規模の商業施設の誘致が必要である可能性を示唆する結果である。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？



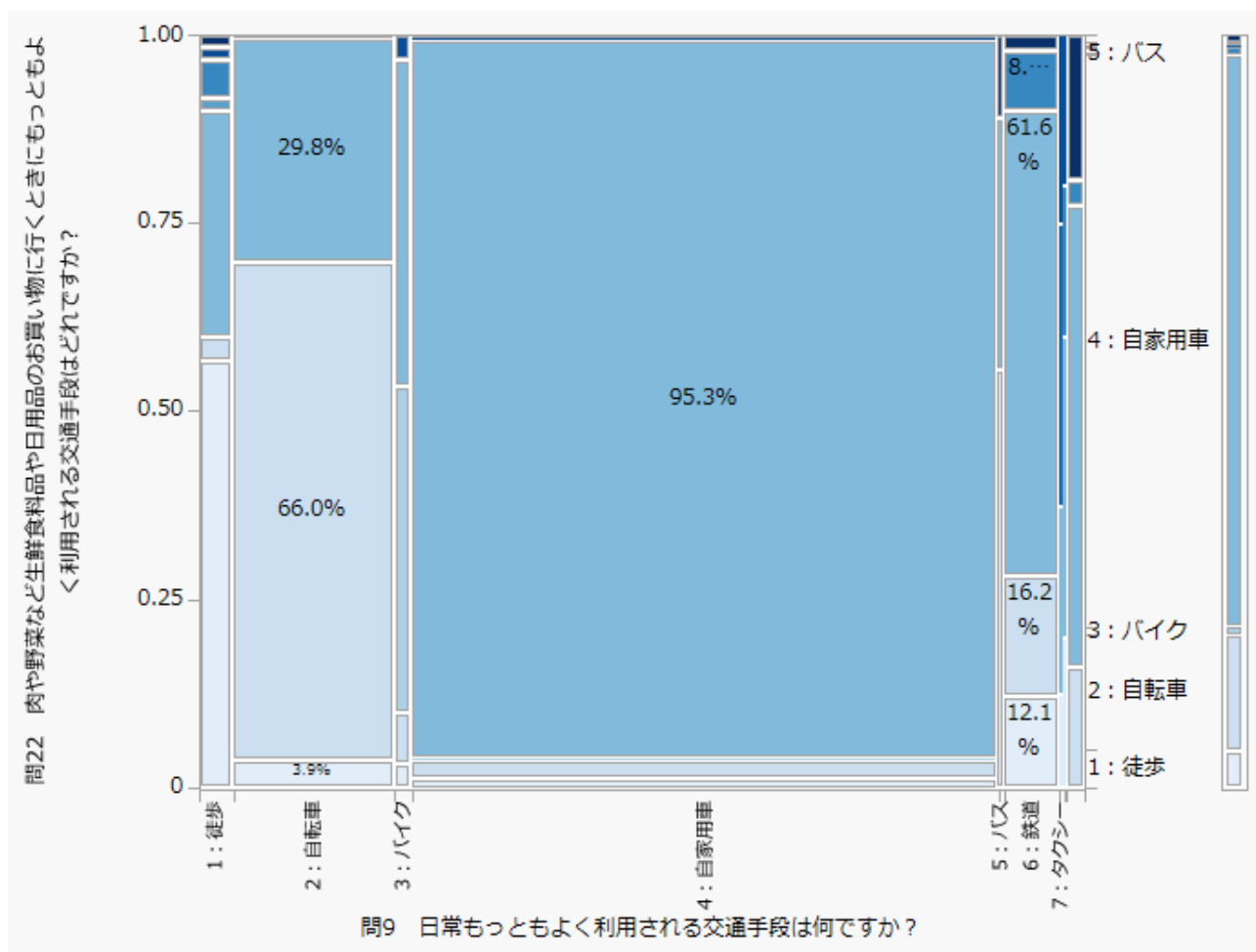
参考 日常的な交通手段と生鮮食料品や日用品の購入時の交通手段の分析

生鮮食料品や日用品の購入にあたっての交通手段と日常の交通手段の分析結果からは、大半の回答者については、生鮮食料品や日用品の購入にあたっては、日常的な交通手段が主に用いられてはいる。しかし、購入した商品の搬送もあるためか、生鮮食料品や日用品の購入する際には、「徒歩」、「自転車」などを通常の交通手段として「自家用車」以外を利用している回答者群でも、「自家用車」を利用する回答者比率がおおむね30%以上を占める。この意味でも、高砂市内の商業施設を利用する際には「自家用車」の利用が一般的となっており、駐車場整備が顧客利便性の向上にとっては相当程度重要な意味を持っていることを示唆する結果となっている。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？



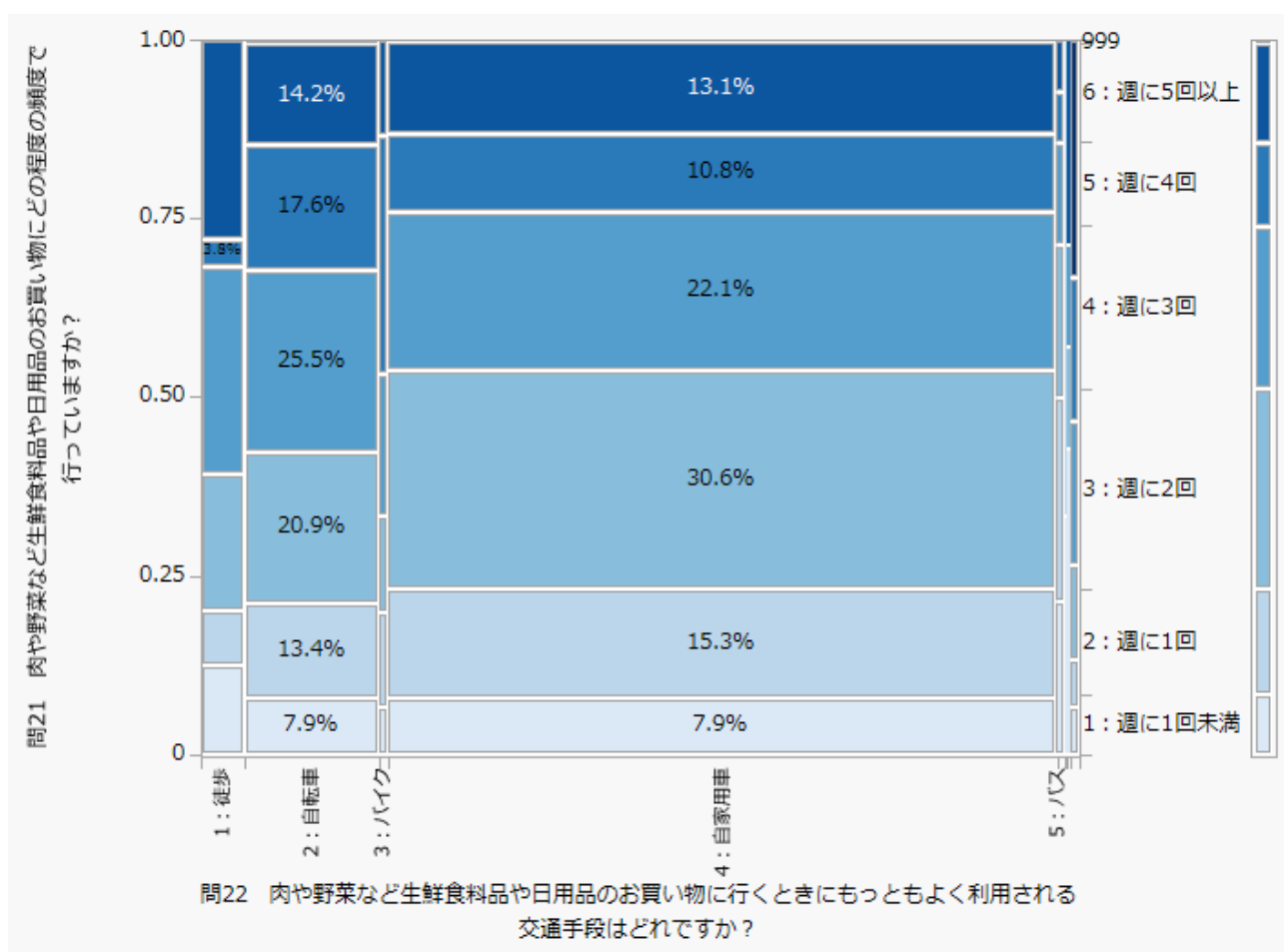
生鮮食料品や日用品を購入する頻度と生鮮食料品や日用品の購入する際の交通手段については、「自家用車」、「バイク」、「自転車」をこれらの商品を購入するときに利用する回答者群の購入頻度は極めて高い。

頻繁に購入活動を行う回答者の主要な交通手段はこれらの交通手段であり、これらの利用者の50%以上が週に3回以上購入活動を行っている結果となっている。これらの利用者にとっては、駐輪、駐車するための施設整備が商業施設においては重要な要素となっていることを示している。

問22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？

×

問21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？



(A2-7) 生鮮食料品や日用品の購入を行う時間帯と回答者の属性項目に関する分析

職業別に関する分析

回答者の職業属性別に、生鮮食料品や日用品の購入活動を行う時間帯を検討したところ、「会社員・公務員」、「専門職」などの常勤型労働をしている回答者においては、午前9時から正午までに購入活動を行う回答者比率が25%前後となっている。一方で、午後3時以降に購入すると回答した回答者比率が比較的大きい。特に夕方6時以降に購入活動を行うと回答する回答者比率が25%を超えているという結果となった。

これに対し、フルタイムの勤労者ではない「パート・アルバイト」の回答者では、午前中に購入活動を行うとする回答者比率はフルタイムの勤労者と大差ないが、夕方（午後3時から6時）の時間帯に購入活動を行う回答者比率が相対的に大きく、全体の40%弱を占めている。ところが、これらの「パート・アルバイト」の回答者については、午後6時以降の時間帯に購入活動を行う回答者比率が10%程度となっている。

「主婦・主夫」の回答者や無職の回答者では、午前9時から正午までの時間帯に購入活動を行うとする回答者比率が60%前後を占めている。これらの結果からは、高砂市内の商業施設においては、時間帯ごとに購入者の交代がある程度発生しており、ある種の混雑の緩和につながっている傾向が確認される。特筆すべきは学生の生鮮食料品や日用品の購入活動の時間帯であり、午後3時以降にかなりの集中がみられる。特に9時以降の購入活動が行われている。

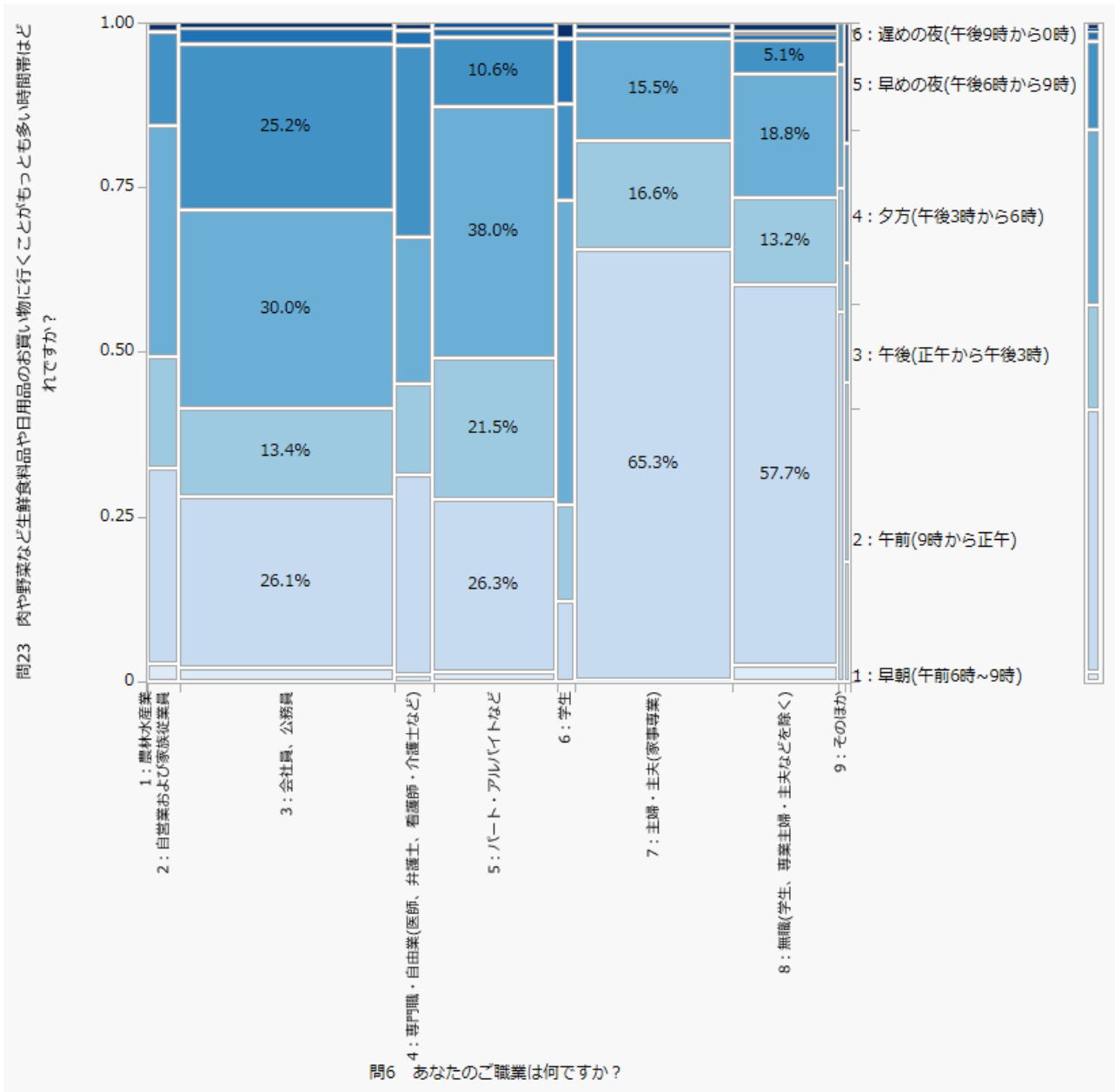
これらの結果からは、職業属性別の生活時間帯の違いが示唆される。

回答者の社会的属性により、購入活動時間が異なることを考えるならば、それに応じた商業施設運営が重要であり、事業者の側で自らの消費者のターゲット層を適切に設定したうえでの商業活動への取り組みが求められるといえよう。

あなたのご職業は何ですか？

×

問 23 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯はどれですか？



(A2-8) 生鮮食料品や日用品の購入の際の支払い手段と回答者の属性項目に関する分析

生鮮食料品や日用品の購入に際して、利用する支払い手段について検討した結果を以下では紹介する。

年齢別に関する分析

回答者の年齢層別に、生鮮食料品や日用品の購入に際の際の支払い手段を比較したところ、どの年齢階層でも現金の利用が 50%程度を占めており、主要な支払い手段として高砂市民は現金を利用していることが示される。しかし、一方で 40 歳以下の回答者群ではおおむね 20%前後の回答者が、生鮮食料品や日用品の購入に際に QR コード決済を利用しており、QR コード決済の利用が高砂市内でも比較的年齢の若い市民の間では普及していることをうかがわせる結果となっている。

生鮮食料品や日用品の購入に際し、事前に現金を預託する用意が必要のないクレジットカード型 IC カードの利用者は、30 歳代以下の回答者でしかほぼ見られない。事前に現金を預託する必要がある流通系カードの利用者の生鮮食料品や日用品の購入における利用比率は 30 歳以上の回答者群では 10%以上を占めており、より年齢の高い回答者群で、流通系 IC カードを利用する回答者比率が大きい傾向が確認される。クレジットカードの生鮮食料品や日用品の購入の支払いについての利用については、40 歳以上 69 歳未満の回答者群で、約 25%前後を占めているものの、70 歳以上の回答者及び 30 歳以下の回答者群での回答者比率は 15%前後にとどまる。

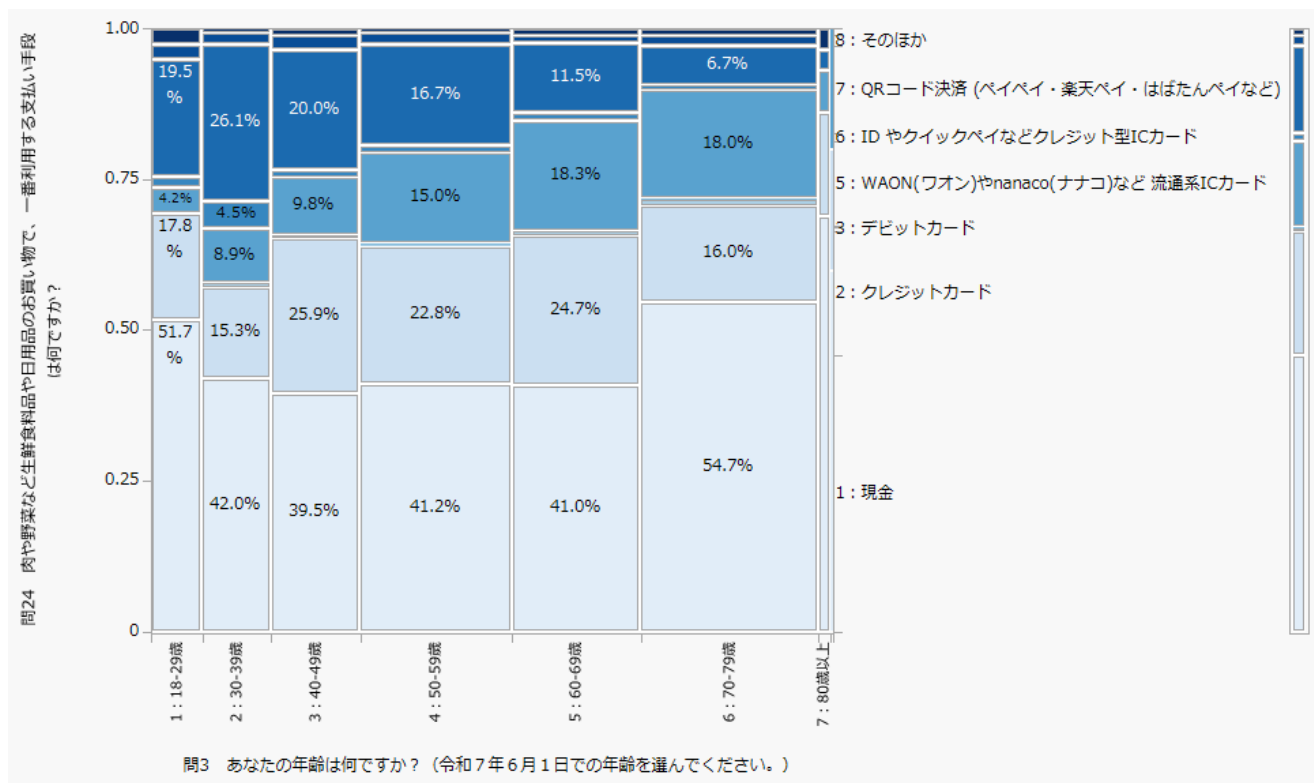
その意味で、生鮮食料品や日用品の購入の支払い手段について、回答者の年齢階層により異なることが指摘できる。

また、現金以外の支払い手段の利用がどの年齢層でも増加していることを示しており、事業者の側でこれらの多様な支払い手段に対応することが、顧客獲得の上で必須になっていることを示唆する結果となっている。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



回答者の職業に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い手段について、回答者の職業の観点から比較した場合、自営業者、学生では、現金での支払いを行う回答者比率が60%を超えている。一方で、「会社員・公務員」、「専門職」、「パート・アルバイト」では現金で支払いを行う回答者比率は40%前後となり、QRコード決済や流通系ICカード等のキャッシュレス決済の利用比率が30%前後、同じくクレジットカードでの支払いを行う回答者比率が20%前後を占めている。

「自営業者」及び「無職」、「主婦・主夫」の回答者群では現金を使用すると回答する回答者比率が50%前後と一定の割合を占めている。

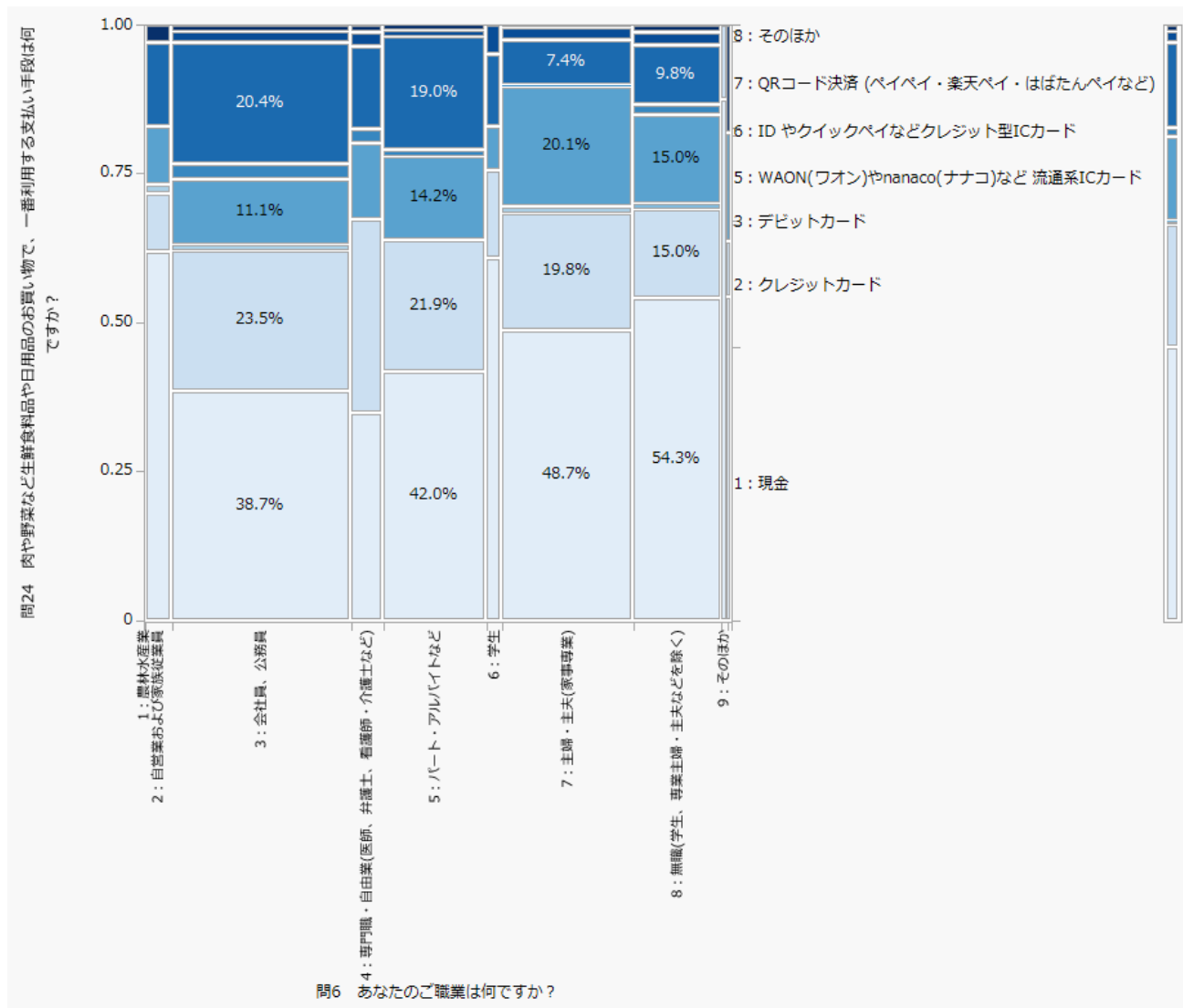
とはいうものの、生鮮食料品や日用品を購入する主婦の回答者群で、流通系ICカードを利用する回答者比率が20%強と、他の職業分類の回答者群と比べ突出してその比率は大きい。

これまでの結果を総合的に勘案するならば、「主婦・主夫」の回答者は生鮮食料品や日用品を高砂市内のスーパーマーケット等において購入する際、流通系ICカードを相当程度積極的に利用している回答者比率が大きいという結果となっている。つまり、「主婦・主夫」を中心として流通系ICカードの利用が普及していることを示唆する結果となっている。

あなたのご職業は何ですか？

×

問 24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



支払い手段の選択理由に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い手段の理由別に支払い手段の選択を見たところ、現金利用する回答者では、「昔からの習慣であること」、「多くの店舗で利用可能であること」を理由とするものが70%以上と主要な理由として選択されている。

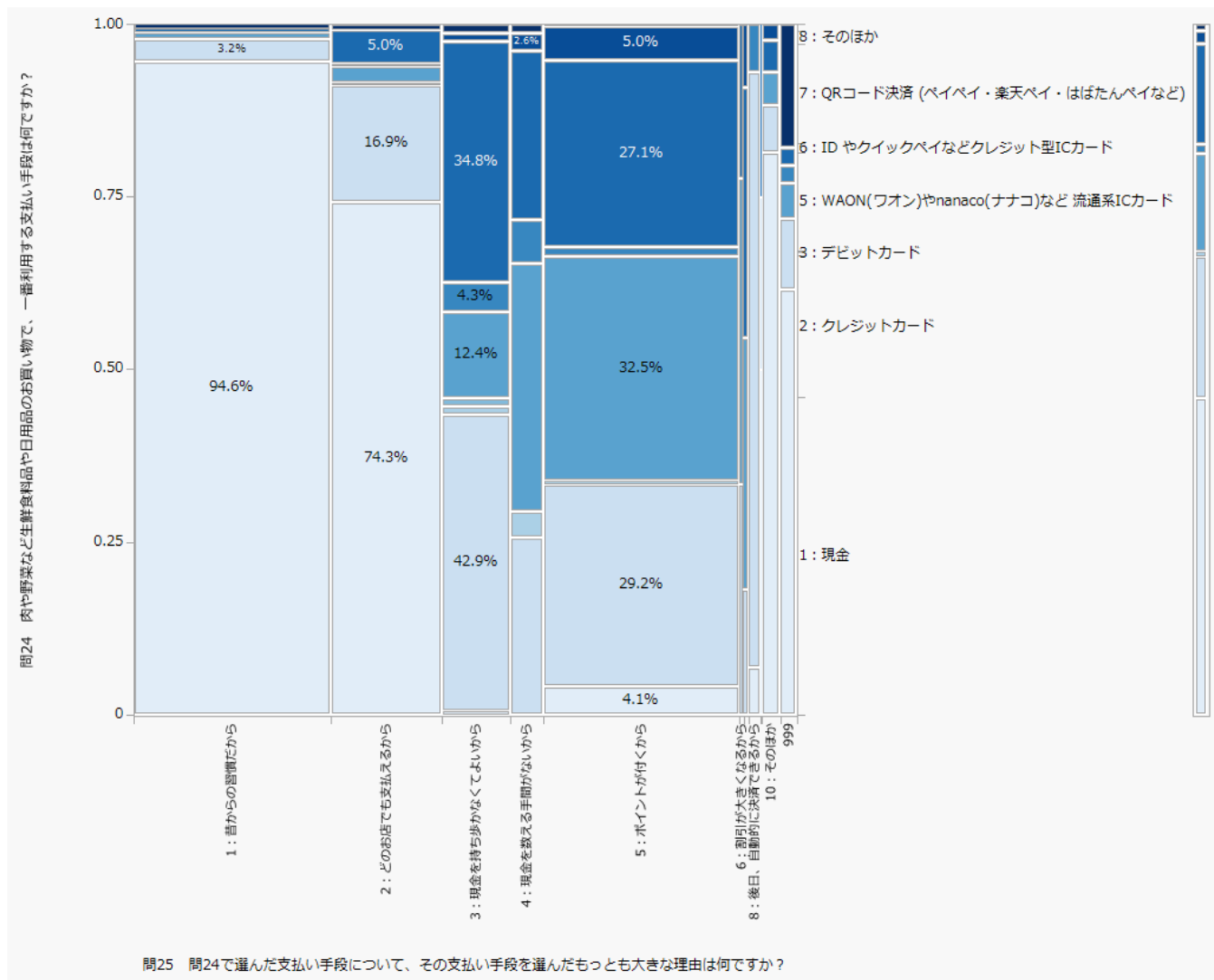
「現金を持ち歩かなくてもよいから」、「現金を数える手間がない」という理由を選択した回答者では、生鮮食料品や日用品を購入する際にもクレジットカードなどのキャッシュレス決済が選択されている。

「ポイントが付くから」という理由を選択した回答者群では、クレジットカード、QRコード決済、ICカード決済がそれぞれ30%程度を占めており、これらの利用者群では購入活動に伴うポイント付与が購入活動先の決定について一定程度影響している可能性が考えられる。

問 25 問 24 で選んだ支払い手段について、その支払い手段を選んだもっとも大きな理由は何ですか？

×

問 24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



1 回あたりの支払金額別の分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額別にどのような決済手段が選ばれているかを検討してみたところ、2,000 円未満の支払いが通常の回答者の場合、QR コード決済を選ぶ回答者比率は 20%程度に達している。これに対し、生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額が 2,000 円を超え 5,000 円未満の回答者の場合、その比率は 10%前後にとどまっている。

一方、クレジットカード及び流通系 IC による決済を選択するものの比率が 20% 前後の比率を占めるようになっている。その点で、少額決済をする回答者群では QR コード決済を利用する回答者群が一定存在している。

なお、生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額が 5,000 円以上の場合、クレジットカードを利用する回答者比率は約 30%前後となっている。

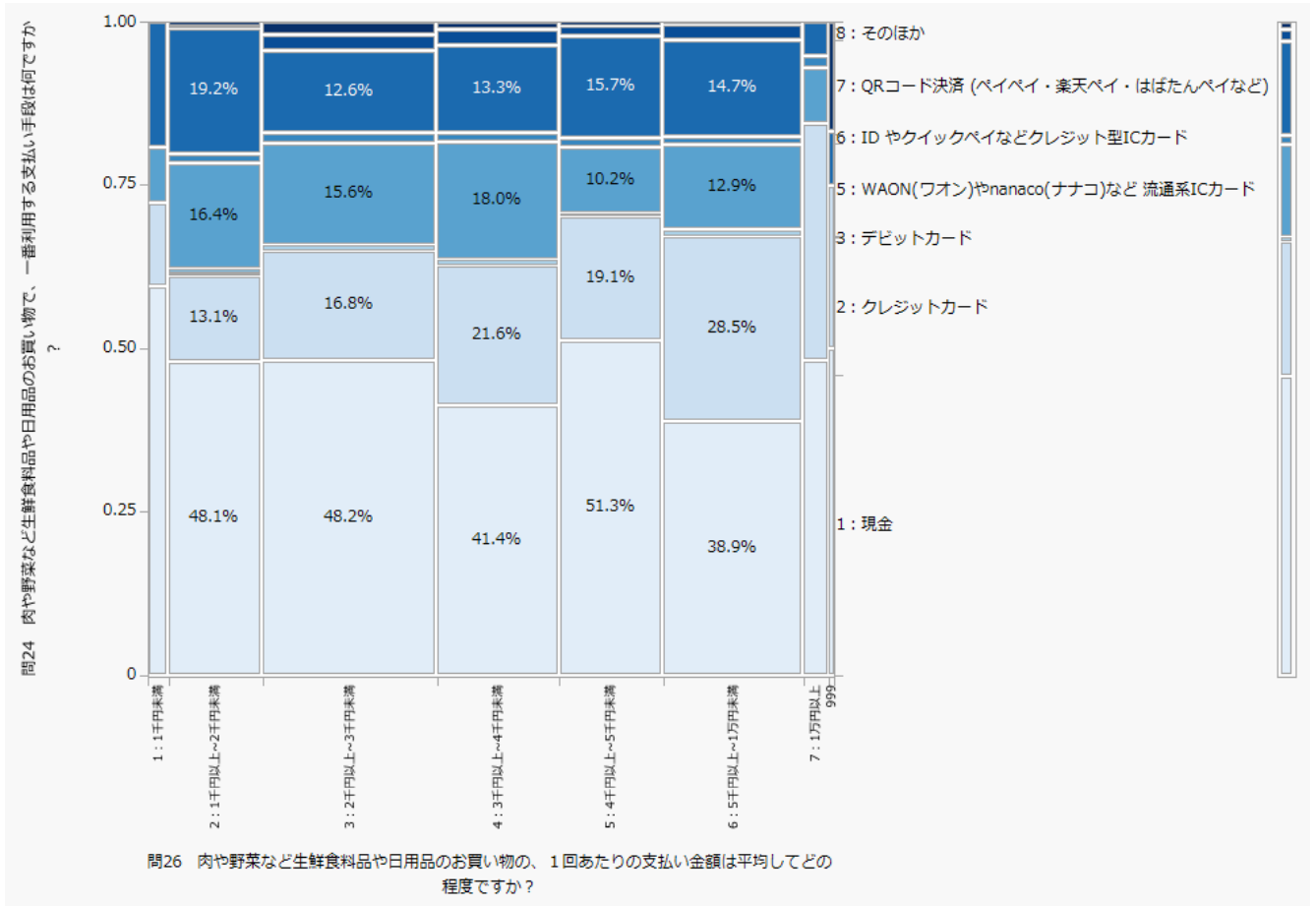
この結果は、購入活動頻度が低く、週に 1 回程度に生鮮食料品をまとめ買いする高額購入者に対応するためには、クレジットカードという支払い手段の準備が顧客確保の上で、重要となる可能性を示している。

これらの結果を総合的に勘案するならば、高砂市内の事業者にとって、支払いに伴い何らかのポイントが付与される制度を有する多様なキャッシュレス決済手段を用意することが重要であることが示唆される。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 24 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



(A2-9) 生鮮食料品や日用品の購入時に重視する項目と回答者の属性項目に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際に何を重視するかと回答者の属性について検討した結果について以下で記述する。

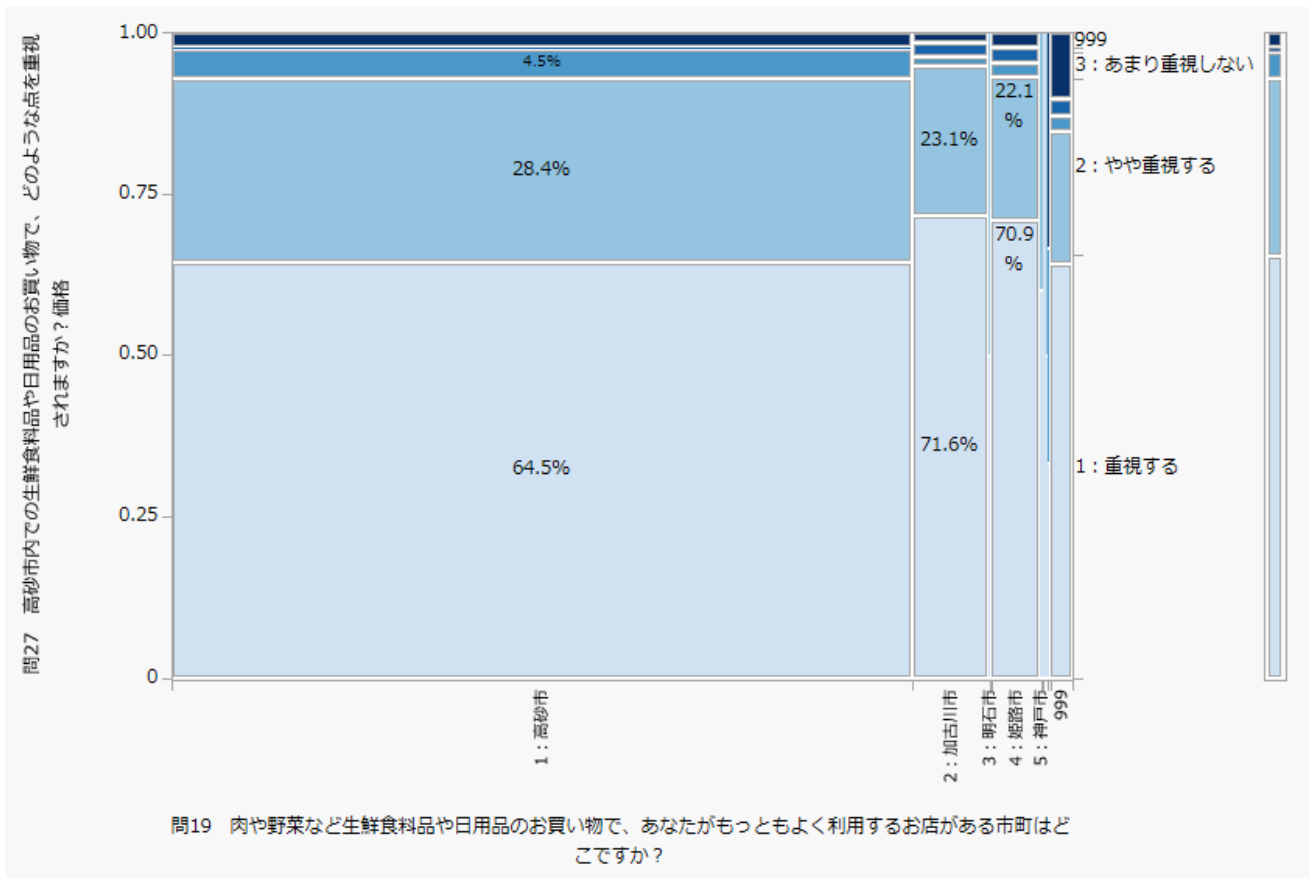
価格に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の購入自治体と価格についての重要性の評価についての結果からは、高砂市において日用品を購入している回答者の価格を「重視する」を選択した回答者比率は65%弱である。これに対し、加古川市、姫路市で生鮮食料品や日用品を購入する回答者群における価格について「重視する」という選択肢を選択した回答者比率は70%以上を占めており、価格に敏感に反応する市民は市外での購入を行っていることをうかがわせる結果となっている。

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(価格)

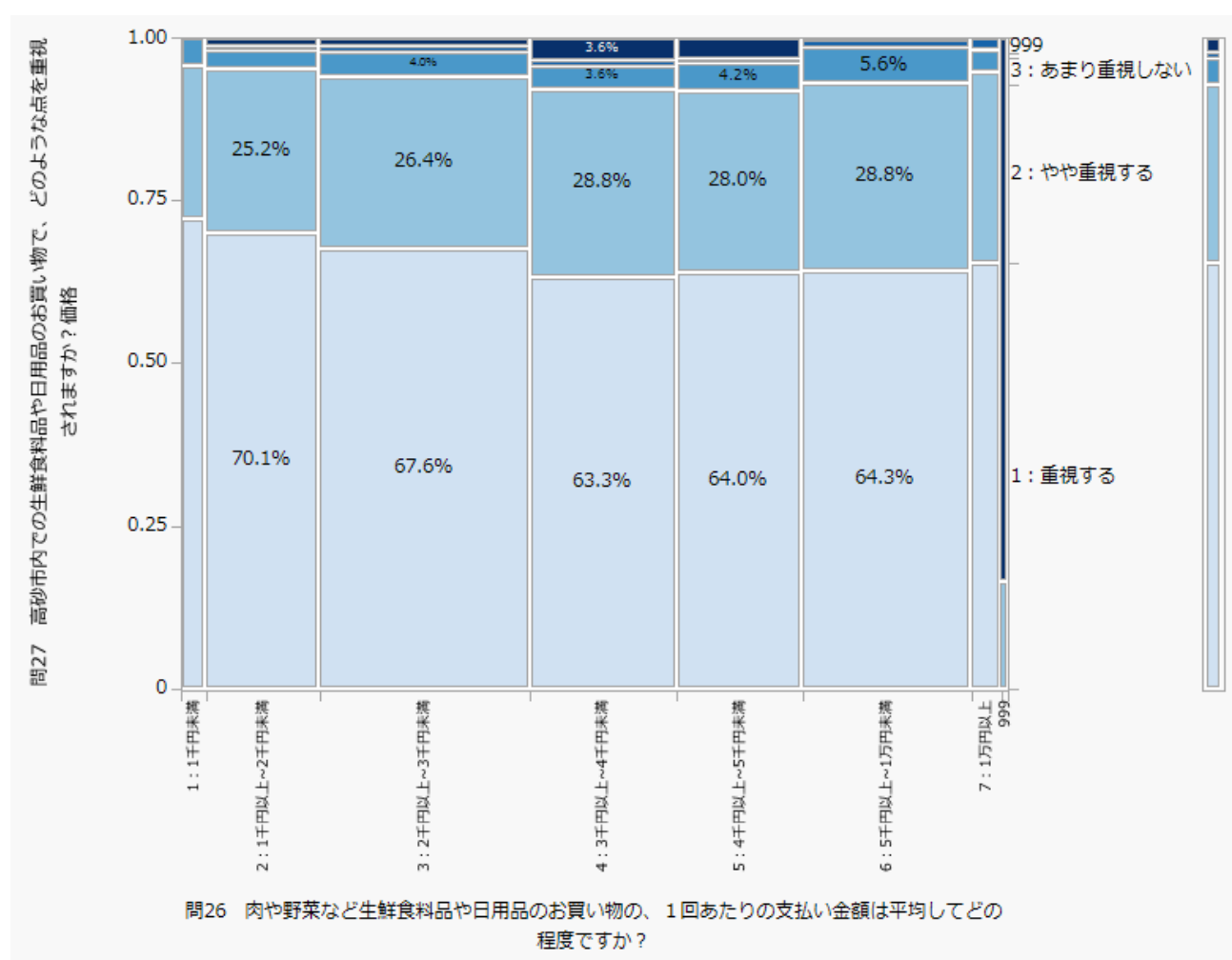


生鮮食料品や日用品を購入する際の支払い金額と価格の重要性の評価については、支払金額がより低い回答者群ほど、価格を重視する傾向が強く、1回の生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額が3,000円未満の回答者では、価格を「重視する」を選択した回答者比率が70%を超えている。一方、3,000円を超える回答者では、価格を「重視する」という選択をした回答者比率は60%前後とやや小さい。

問26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？(価格)



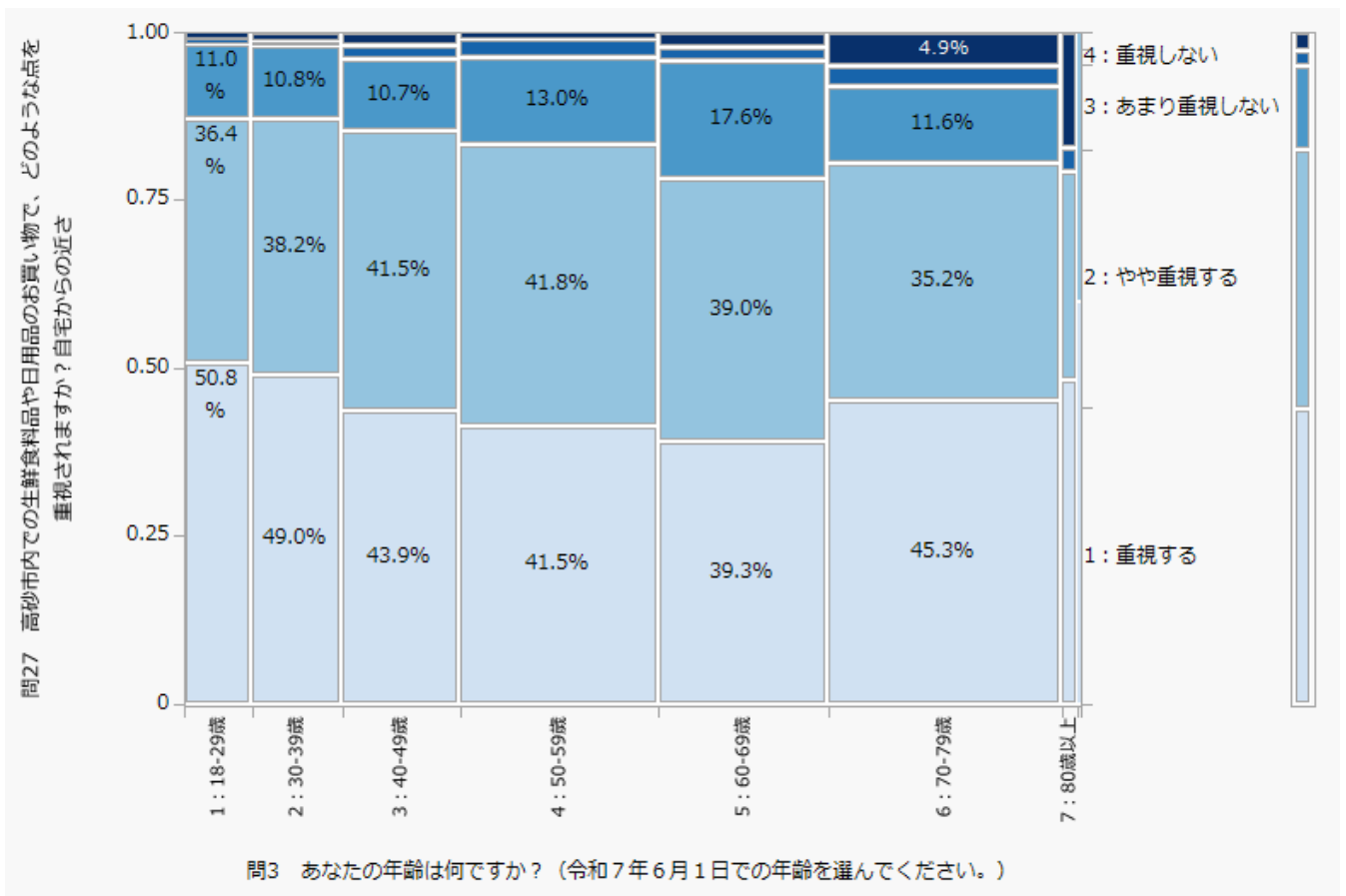
自宅からの近接性に関する分析

生鮮食料品や日用品を購入する際の「自宅からの近さ」に関する重要性に関する設問について、年齢階層別に検討したところ、若年の回答者群で「重視する」を選択した回答者比率が50%強と若干大きい。これに対し、50歳、60歳代の回答者群では、「重視する」とする者の比率は40%強を占める程度である。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(自宅からの近さ)



日常的な交通手段別では、「徒歩」、「自転車」を日常的に利用している回答者群で、生鮮食料品を購入する際に「自宅からの近さ」を「重視する」を選択した回答者比率は50%以上の値である。この結果からは、これらの広域移動に適さない「徒歩」、「自転車」を選択した回答者群は、「自宅からの近さ」を重視していると同時に、高砂市内の生鮮食料品や日用品の取り扱い事業者の閉鎖に伴うフードハザード問題に直面しやすいと考えられる回答

者群である。

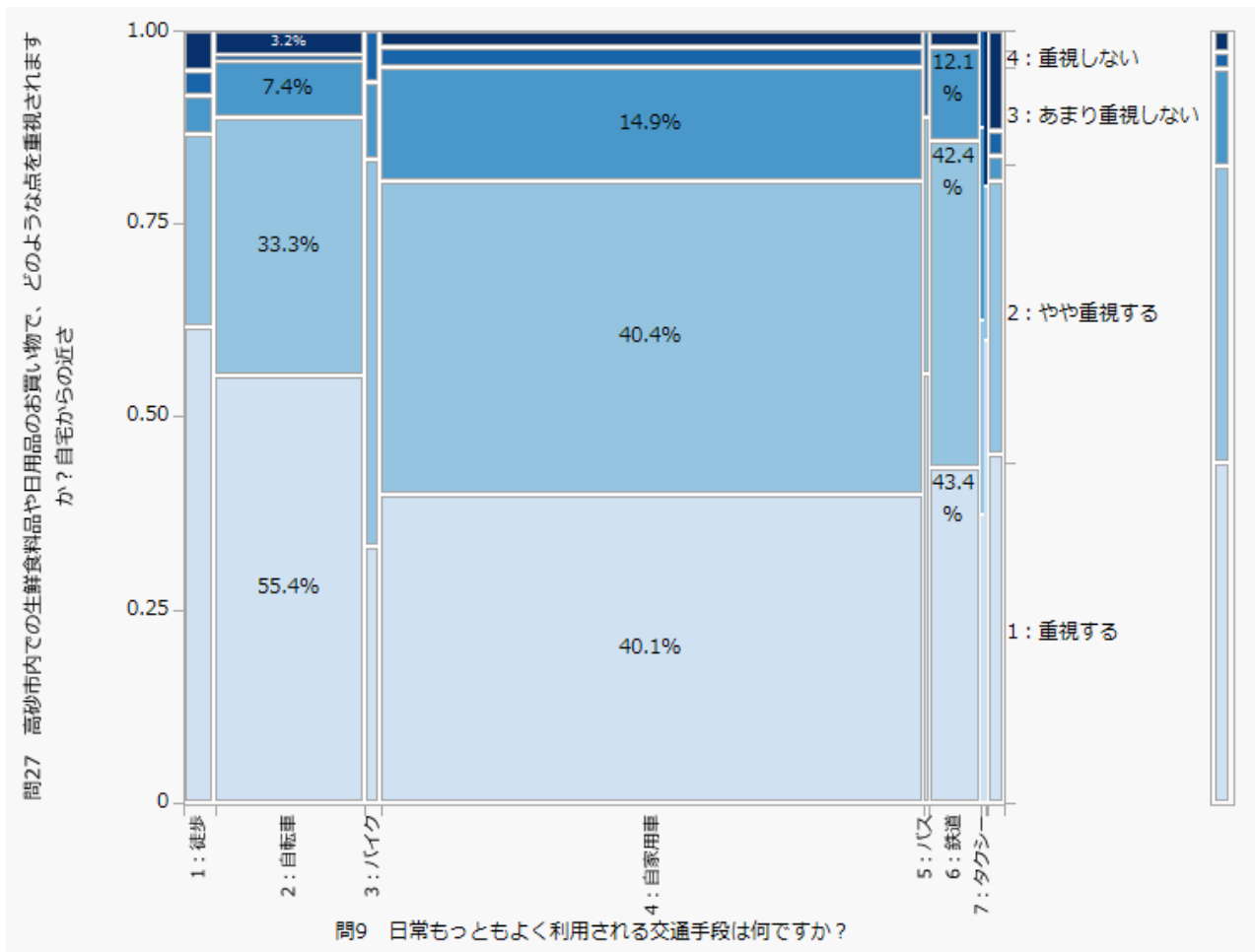
しかし、日常的な交通手段として「自家用車」、「鉄道」、「バイク」、「タクシー」を選択した回答者群では、「自宅からの近さ」を指摘するものは、45%以下と、自宅からの近接性に対して、それほど重要視していない傾向が確認される。

高砂市民の大半にとって、「自家用車」が最も身近な交通手段となっていることを考えるならば、生鮮食料品や日用品の購入において、自宅からの近接性はさほど問題ではないことになる。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？ (自宅からの近さ)



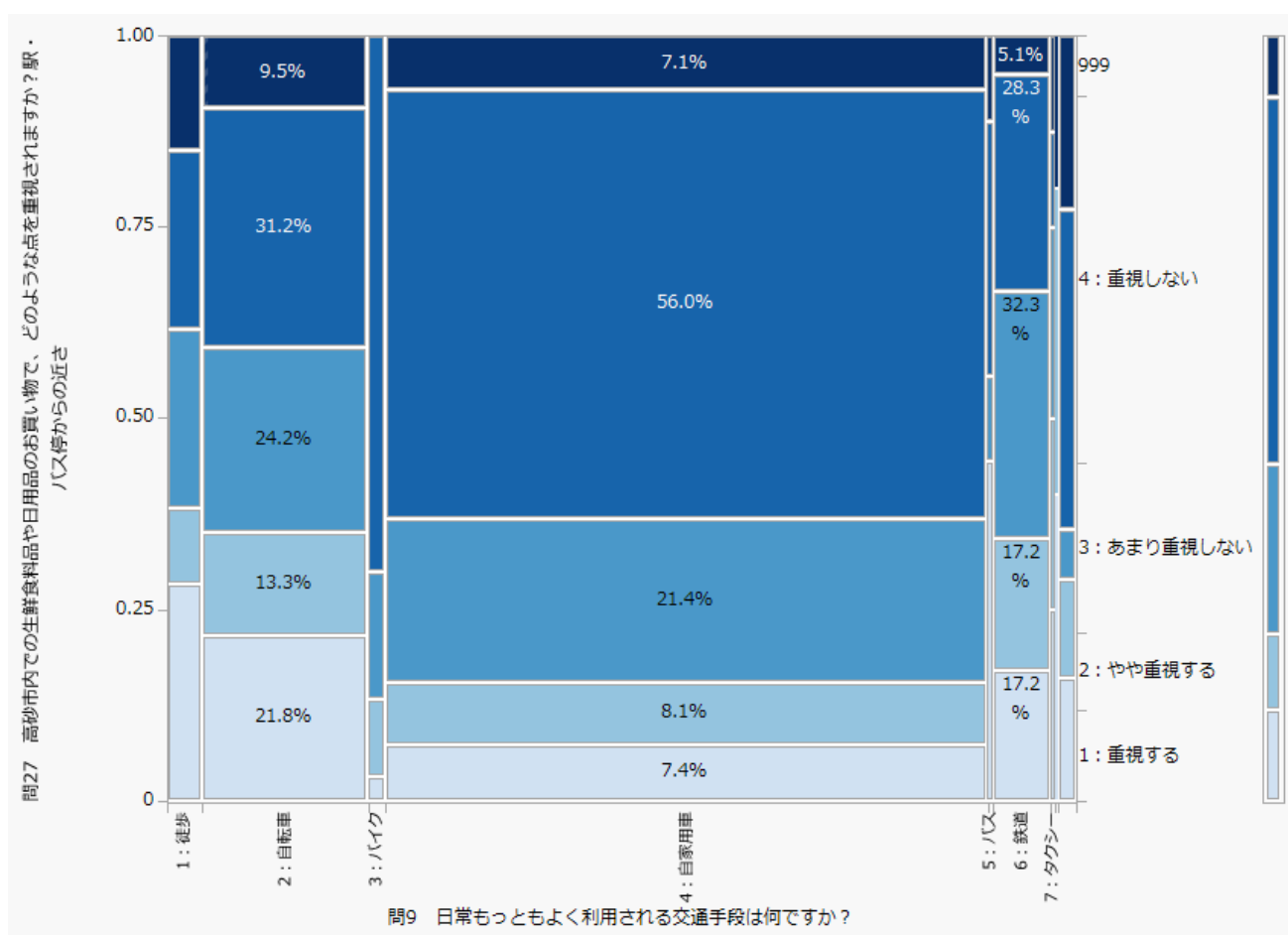
駅やバス停からの近接性に関する分析

駅やバス停などからの近接性（「駅・バス停からの近さ」）を「重視する」、「やや重視する」、「という回答者比率の和については、「自家用車」、「バイク」以外の交通手段を日常的に利用している回答者群では 20%を超えている。しかし、それ以外の回答者群で 20%以下であり、交通手段により駅やバス停などからの近接性についての評価の違いが確認される。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
（駅・バス停からの近さ）



生鮮食料品や日用品を購入する際の支払金額と、駅やバス停などからの近接性など商業施設へのアクセシビリティを重視するという回答者比率を検討した。その検討結果からは、1回の購入金額が1,000円未満の回答者では駅やバス停などからの近接性を「重視する」を選択した回答者比率の和が25%近い値に達している。

これに対し、生鮮食料品や日用品を購入する際の1回の購入金額が1,000円以上では、駅やバス停からの近接性を「重視する」を選択した回答者比率が10%前後である。このように、駅やバス停などの交通結節点への近接性に関する評価構造の違いが示されている。

このような結果となった背景には、1回の生鮮食料品を購入する際の購入金額が1,000円以上の回答者の多くは「自家用車」を日常的に最もよく利用される交通手段として選択していることが指摘できよう。

また、生鮮食料品や日用品を購入する際に「自家用車」を利用する回答者比率が大きいことも、この結果に影響しているといえよう。

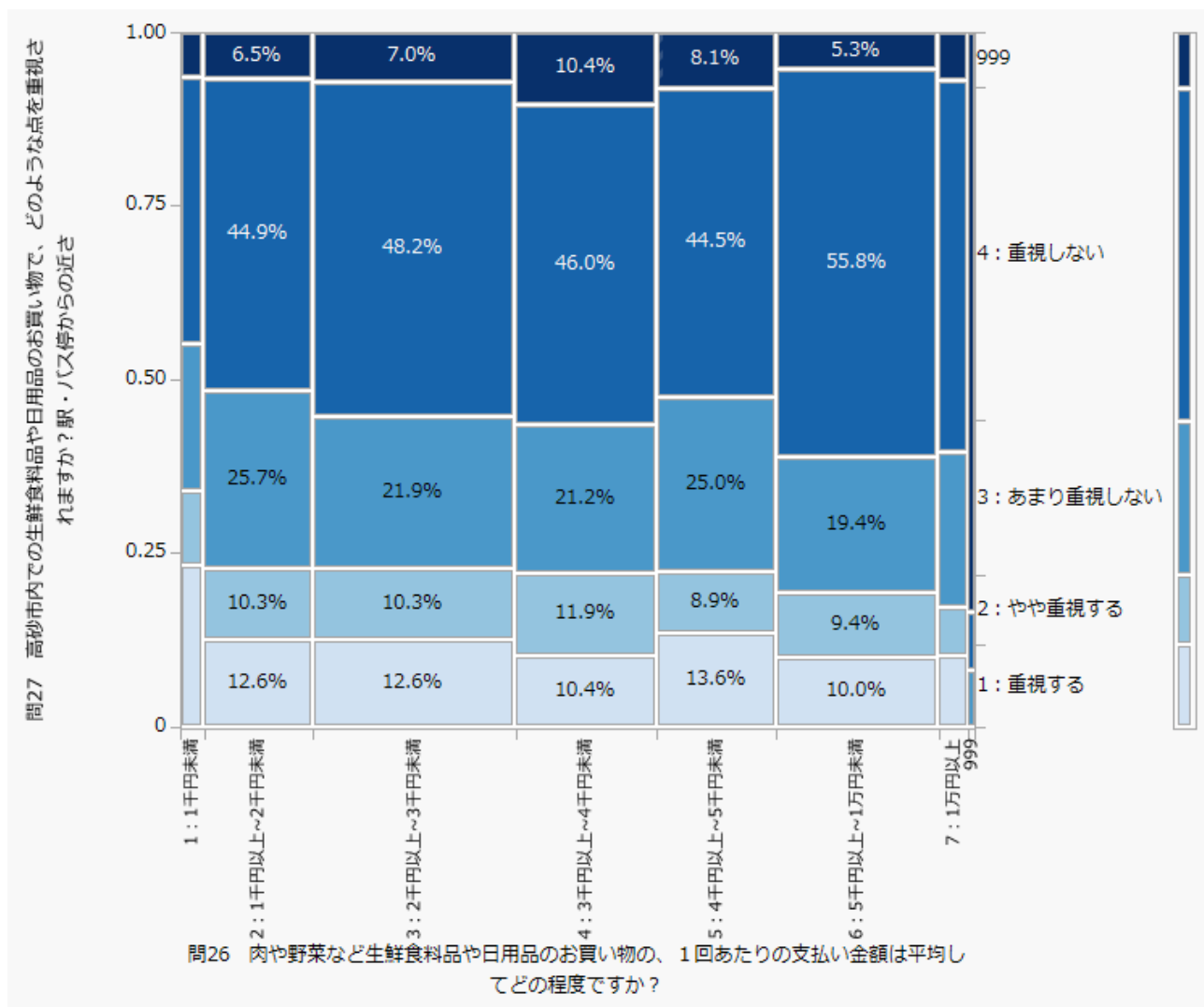
以上のような要因により、1回あたりの購入金額が1,000円以上となる回答者群では、駅やバス停といった交通結節点への近接性はさほど重要視されていない傾向が確認される。

ところで、生鮮食料品や日用品を購入する際の金額が比較的少ない回答者群は、低頻度で購入活動を行う回答者が多数含まれる回答者群であるが、これらの回答者群にはかなりの若年の回答者が相当数含まれることを考えると、駅やバス停などの付近のコンビニエンスストアなどで生鮮食料品や日用品を購入しているため、結果として少額の支払いとなっている傾向があるものと考えられる。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(駅・バス停からの近さ)



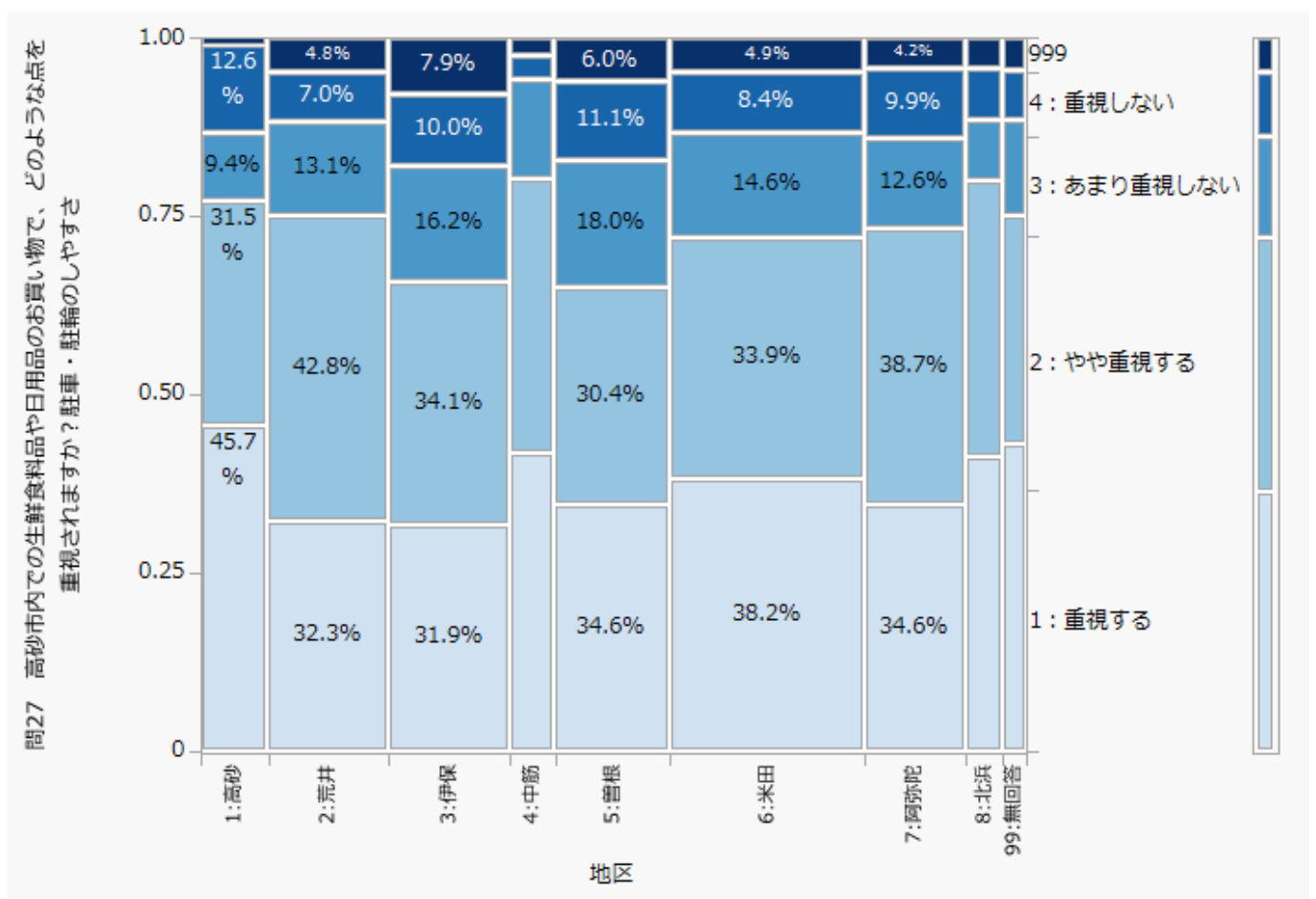
駐車・駐輪のしやすさに関する分析

地区別に「駐車・駐輪のしやすさ」について「重視する」、「やや重視する」を選択した回答者比率の和は、伊保、曾根の両地区でやや小さく70%弱であるが、高砂、荒井、中筋、北浜の各地区では、75%以上とやや大きい。

地区

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(駐車・駐輪のしやすさ)

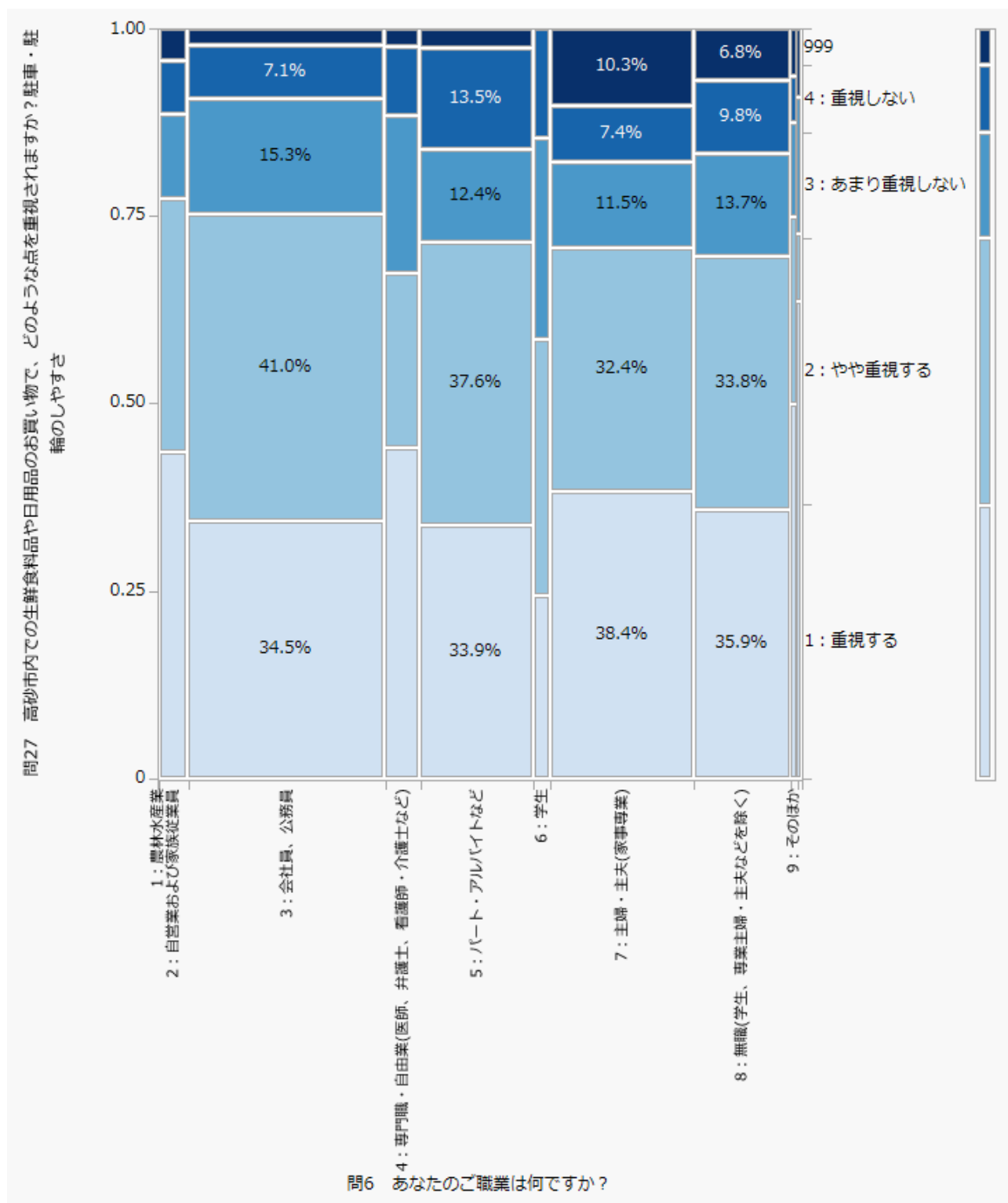


職業別では、「自営業及び家族従業員」、「会社員・公務員」で「駐車・駐輪のしやすさ」を「重視する」、「やや重視する」を選択した回答者比率の和は、75%以上とかなり大きい。なお、これら以外の職業の回答者での同項目の回答者比率は、やや小さい。

あなたのご職業は何ですか？

×

問27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(駐車・駐輪のしやすさ)

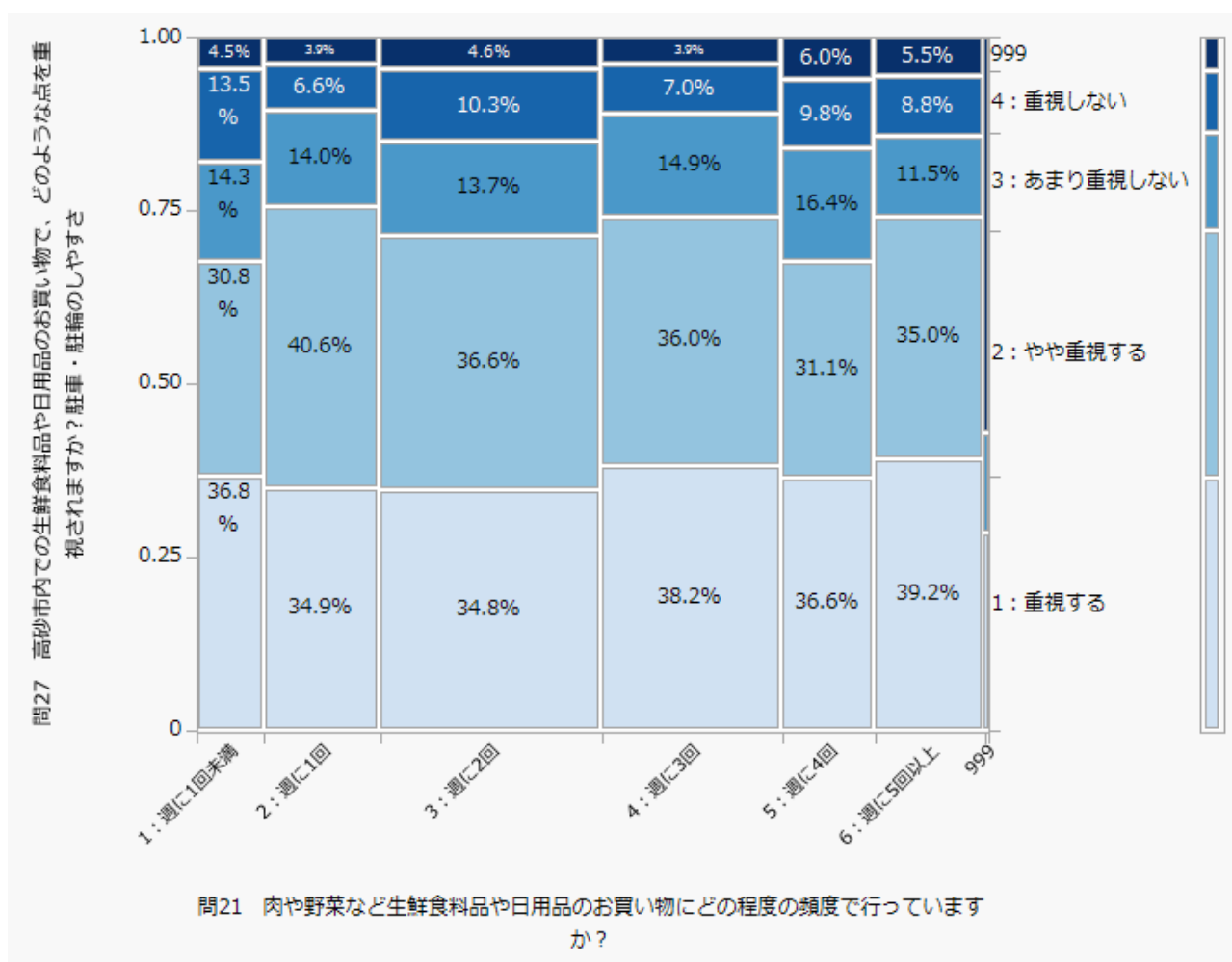


生鮮食料品や日用品の購入頻度では、購入頻度として「週に一回」を選択した回答者群に関して「駐車・駐輪のしやすさ」について「重視する」と「やや重視する」を選択した回答者比率の和のみが75%以上となっているが、他は概ね70%前後である。

問 21 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(駐車・駐輪のしやすさ)

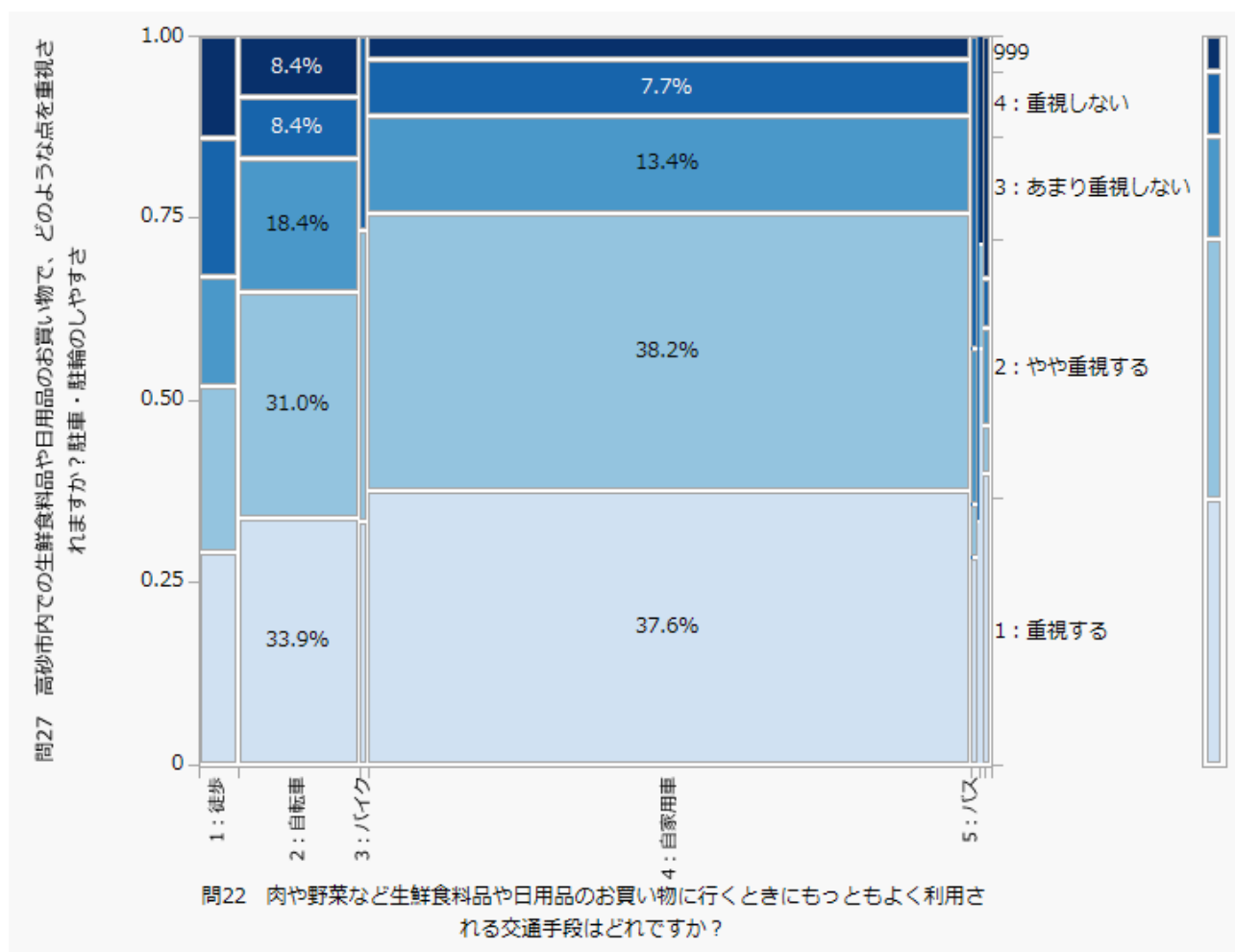


生鮮食料品や日用品の購入時の交通手段別では、「徒歩」、「自転車」、「バス」で駐車・駐輪のしやすさを「重視する」と「やや重視する」という回答選択肢を選択した回答者比率の和は、75%以上とやや大きい。なお、これら以外の交通手段を選択した回答者群では、同比率の和は65%以下でやや小さい。

問 22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(駐車・駐輪のしやすさ)



品揃えの重要性に関する分析

品揃えの重要性に関する回答項目とそのほかの回答者属性を検討してみたところ、生鮮食料品や日用品を購入する際の購入金額が大きい回答者群において、「品揃えの豊富さ」を「重視する」及び「やや重視する」という選択肢の回答者比率の和はより大きな値となっている。

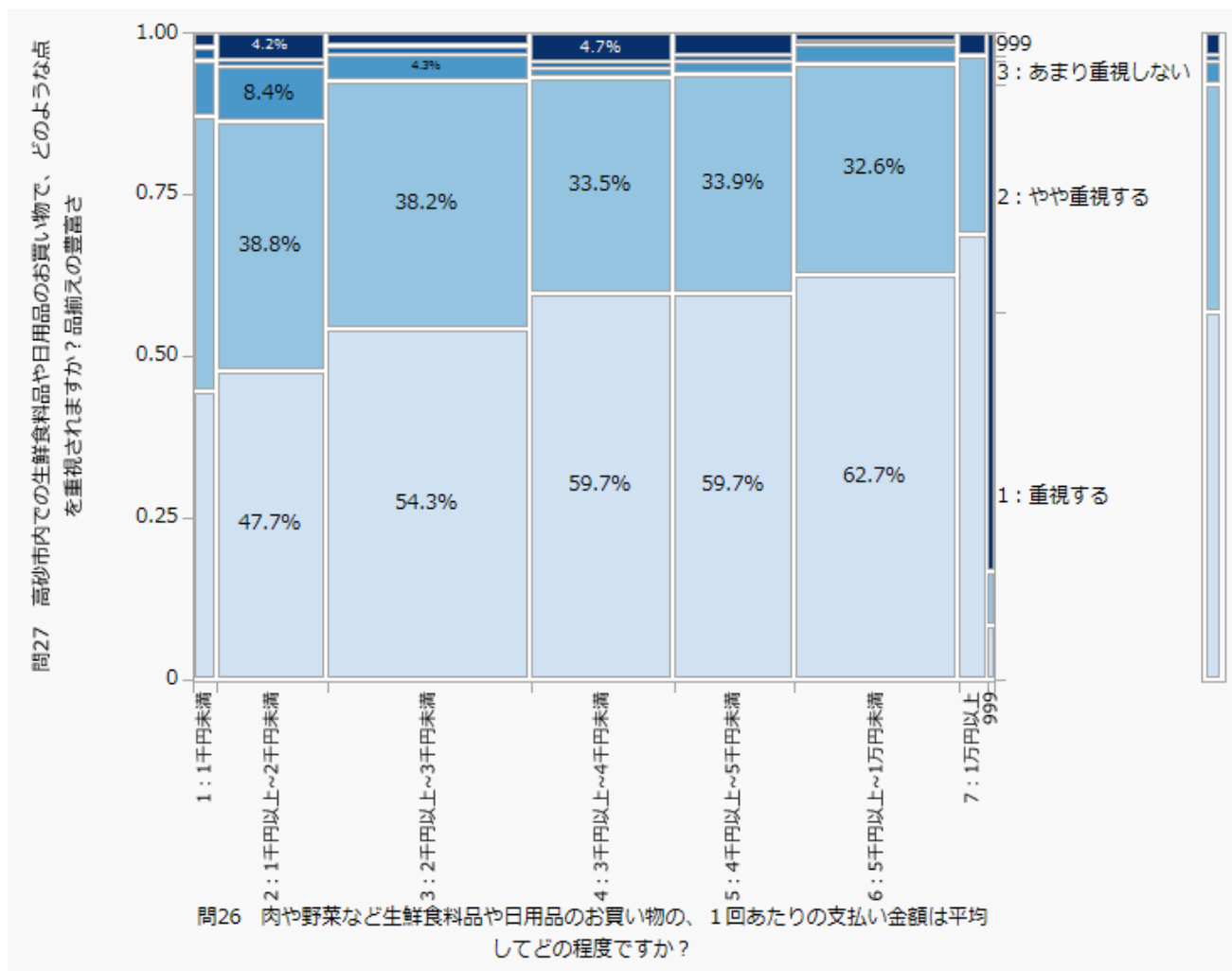
1回あたりの生鮮食料品や日用品を購入する際の購入金額が3,000円未満の回答者群では、「品揃えの豊富さ」の「重視する」及び「やや重視する」という選択肢の回答者比率の和は50%前後であるのに比べ、同3,000円以上の回答者群では、同比率は概ね60%以上となっている。この結果からは、生鮮食料品や日用品を購入する際の支出が比較的大きい回答者にとっては「品揃えの豊富さ」も重要な要素であることを示す結果となっている。

その意味で、事業者にとって、より大きな利益をもたらす可能性の高い生鮮食料品や日用品を購入する際にも高額の支出を行っている消費者を高砂市内での購入につなげるためにも、結果として「品揃えの豊富さ」が担保された商業施設となる大型商業施設の誘致が必要とされている可能性を示唆する結果である。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？
(品揃えの豊富さ)



品質に関する分析

同様に生鮮食料品や日用品を購入する際の購入金額と、「品質の良さ」を「重視する」及び「やや重視する」という選択肢の回答者比率の和との関係を以下検討してみたい。

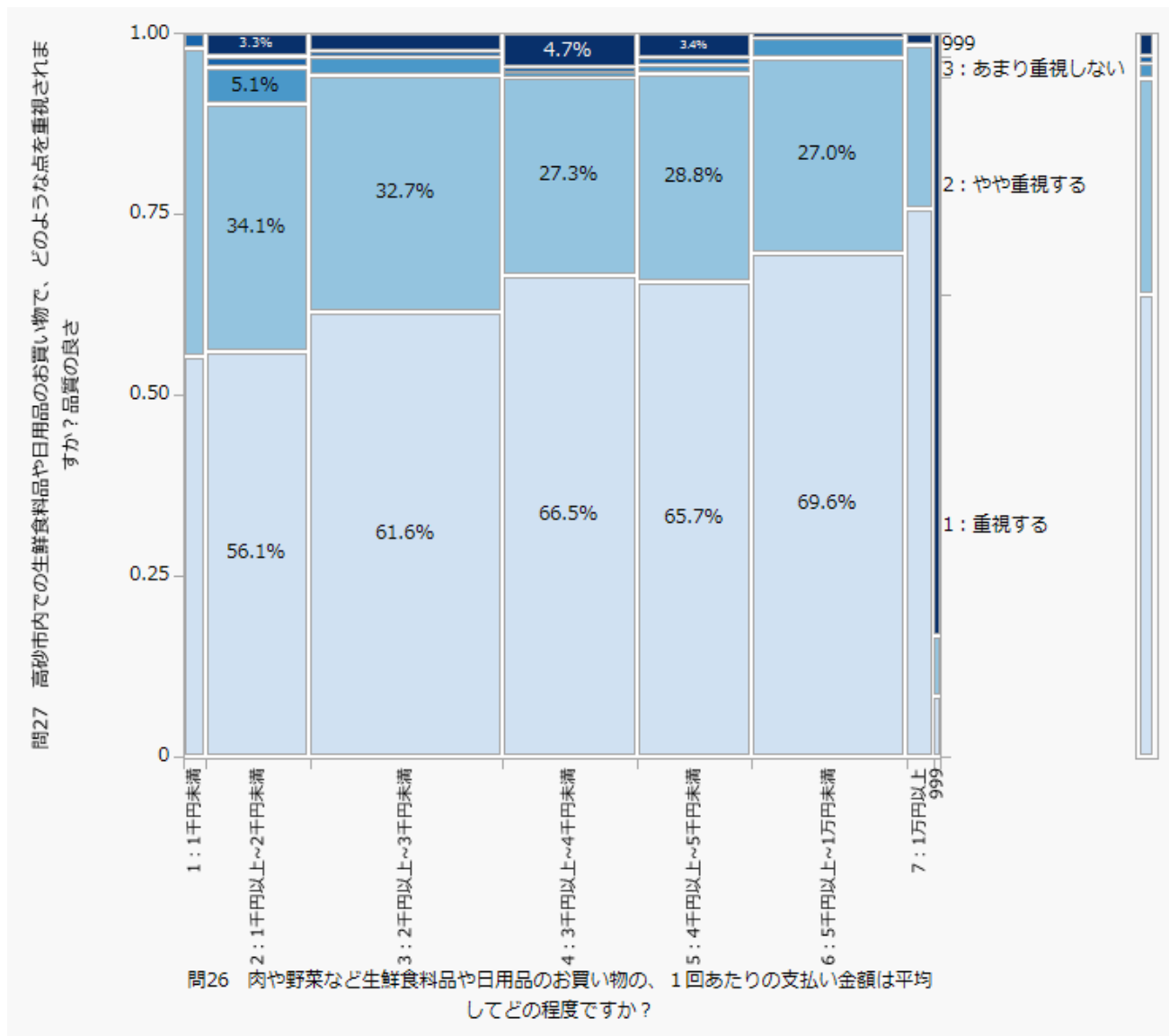
生鮮食料品や日用品を購入する際の1回の購入金額が3,000円未満の回答者群では、「品質の良さ」を「重視する」及び「やや重視する」という選択肢の回答者比率の和は60%未満であるのに比べ、同3,000円以上の回答者群では、同比率は、60%以上である。

このことは、購入額の多い回答者群、すなわち支払い余力が多い回答者群ほど、品質を重要視しているということであり、一定の水準以上の「品質の良さ」をもつ商品群の販売が重要になっているといえる。

問 26 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？（品質の良さ）



なお、生鮮食料品や日用品を購入する際に、「接客態度」を「重視する」及び「やや重視する」という選択肢の回答者比率の和については、何らかの特徴的な結果を与える関係性を示す結果は得られなかった。

小括

これらの結果を少し検討してみるならば、高砂市の事業者にとって、より大きな利益率を確保しやすい1回あたりの支払金額が大きい回答者群を獲得するためには、価格はさほど問題ではなく、「品揃えの豊富さ」や「品質のよさ」のほうがより重要である。

「自宅からからの近さ」や「駅やバスなどからの近さ」という交通結節点からの近接性を重要視しているのは、「徒歩」、「自転車」の利用者であるが、これらのかなりの部分が生鮮食料品や日用品の購入にあたっては、「自家用車」を利用している。

以上のことを考慮に入れるならば、自宅からの近接性や駅やバス停などの交通結節点への近接性はさほど大きな問題ではなく、いかに多様な商品群を販売しつつも、品質の良い商品を提供するかが課題となっている。このためには、多品種、少量販売が求められ、高コスト構造にはなるが、消費が高度に発展した現在の社会において、消費者を高砂市内での購入活動へと導くためには、これらの点に十分配慮する必要があるであろう。

(A2-10) 重量物や大容積の生鮮食料品や日用品を購入する際の困難な経験の程度に関する回答者の属性に関する分析

また、問 28 で生鮮食料品や日用品を購入する際に重量物や容積の大きい商品群の購入を行った場合、困難を感じるかどうかについても調査項目を設け、調査を実施した。

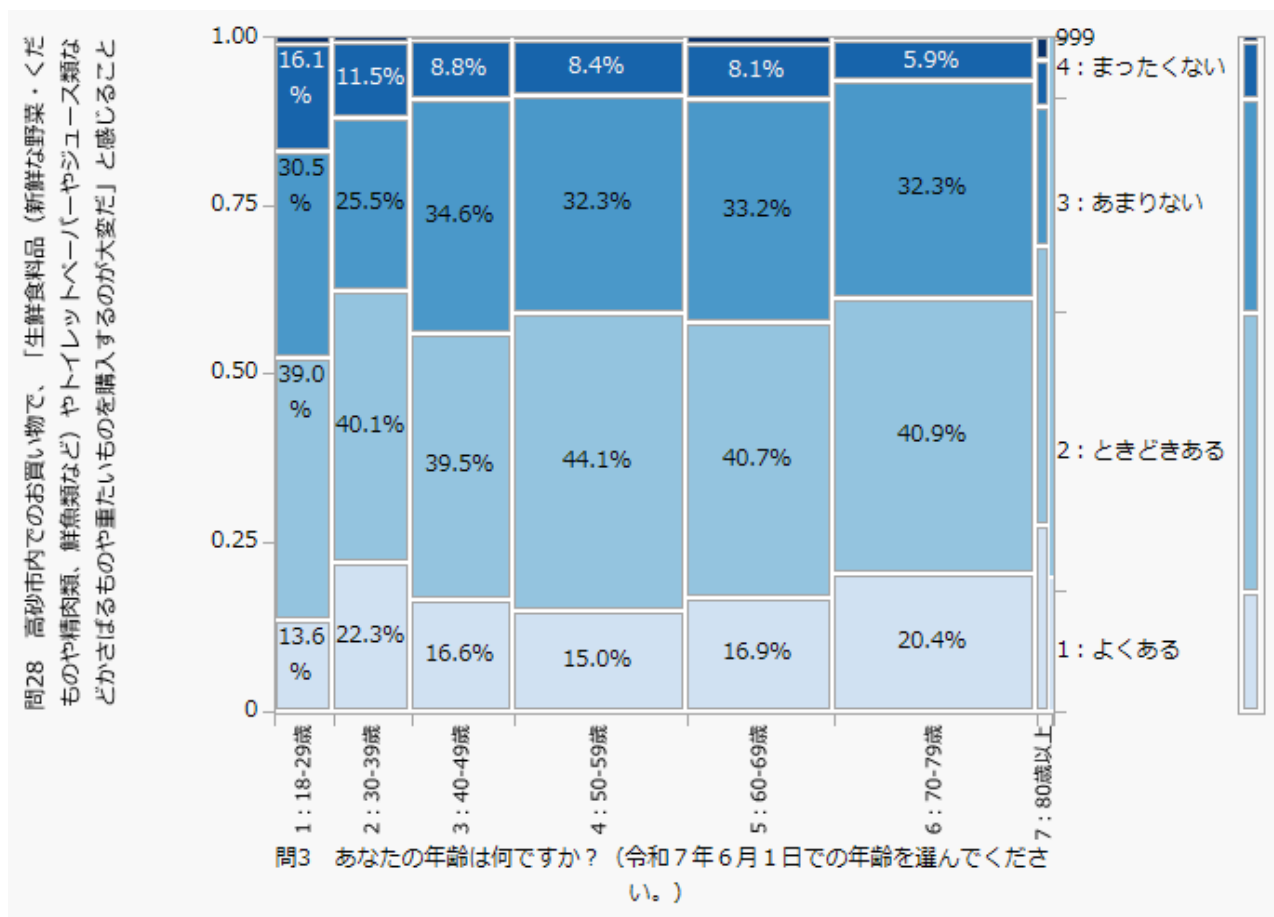
年齢別に関する分析

重量物や容積が大きい生鮮食料品や日用品を購入した際の自宅への搬送に困難を感じた経験についての設問である問 28 と回答者の年齢層については、子育て世帯を多く含むと考えられる 30 歳代と、運動能力に課題を抱える回答者が多いと考えられる 80 歳代以上で、重量物や大容積の購入商品の自宅への搬送に困難を覚えた経験があると回答した回答者比率は、他の年齢層との比較においてやや大きな値を示している。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？



地区別に関する分析

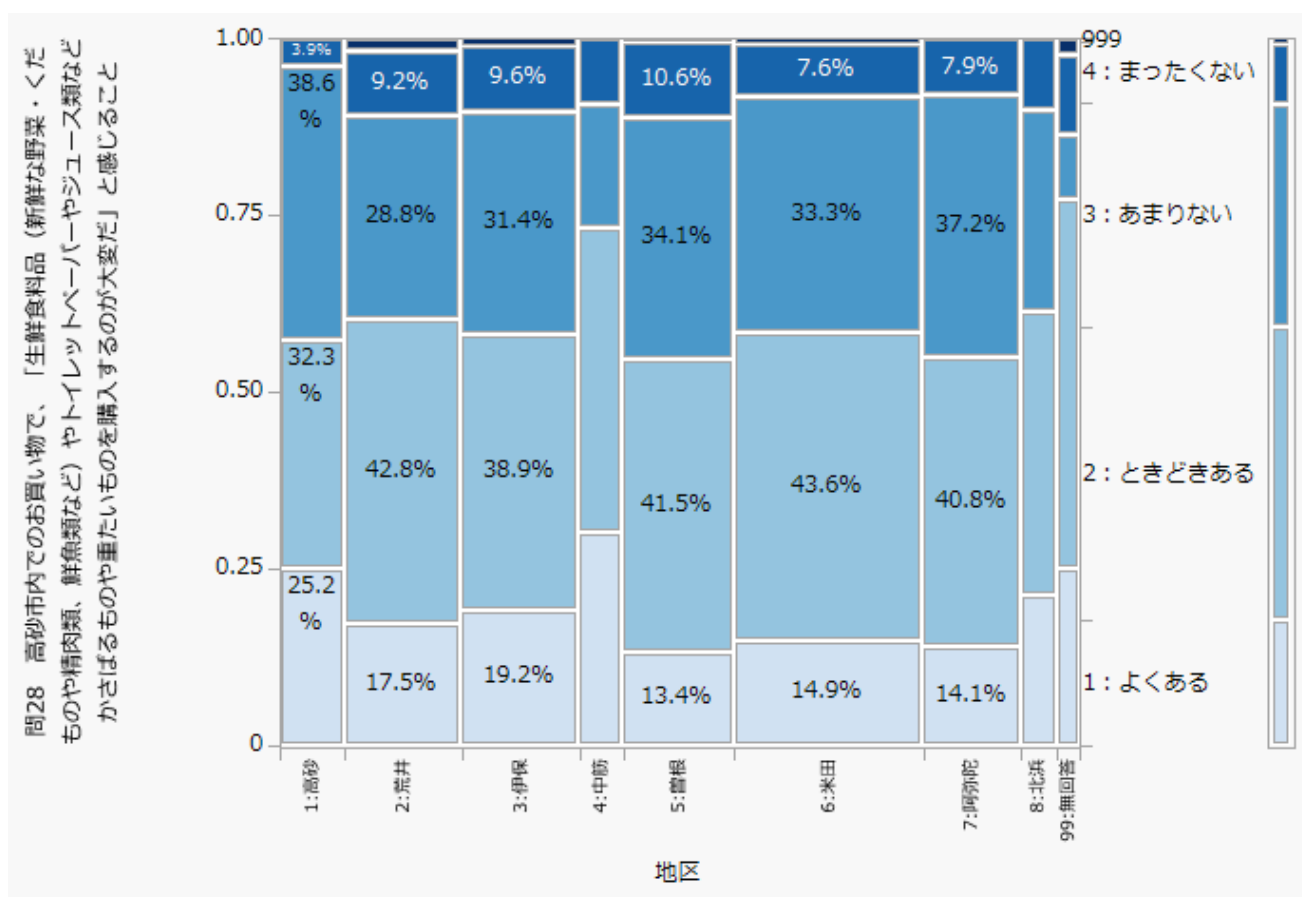
地区別に、生鮮食料品や日用品の購入の商品の持ち帰りに困難を抱える回答者が多いかを検討結果については、以下の図に示すように、中筋地区の回答者のうち、「よくある」、「時々ある」の回答者比率の和は75%前後である。一方、そのほかの地区では、概ね同比率の和は60%前後であり、大きな差は見られなかった。

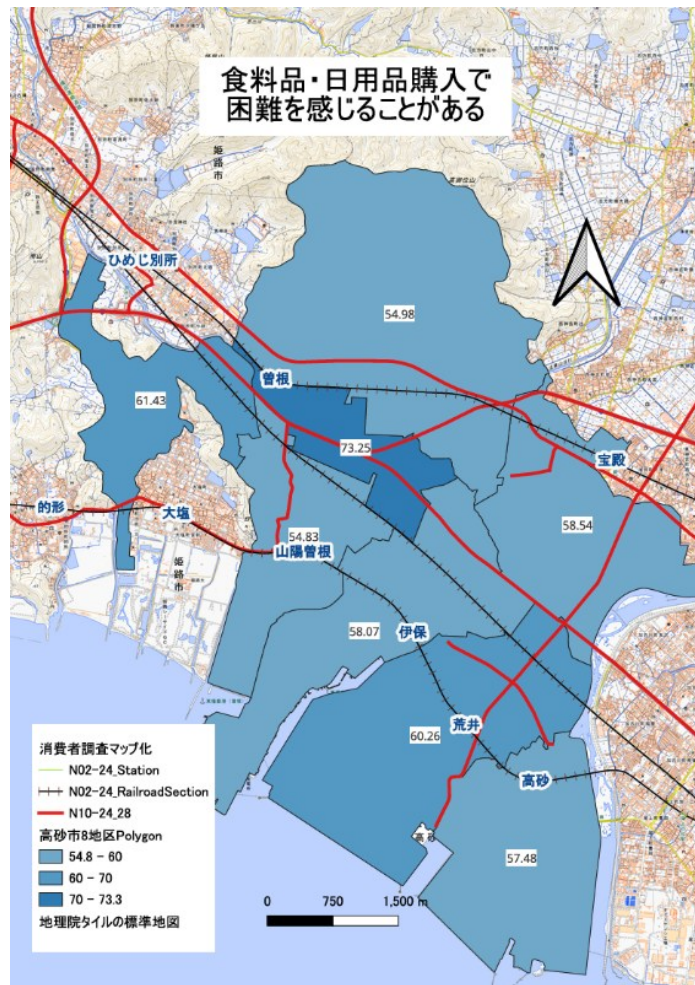
この結果からは、生鮮食料品や日用品の移動販売車による営業活動を行うことが他地区と比べ大きな効果をもたらす地区は、中筋地区であるといえよう。

地区

×

問28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？





日常的な交通手段別及び生鮮食料品や日用品時の交通手段に関する分析

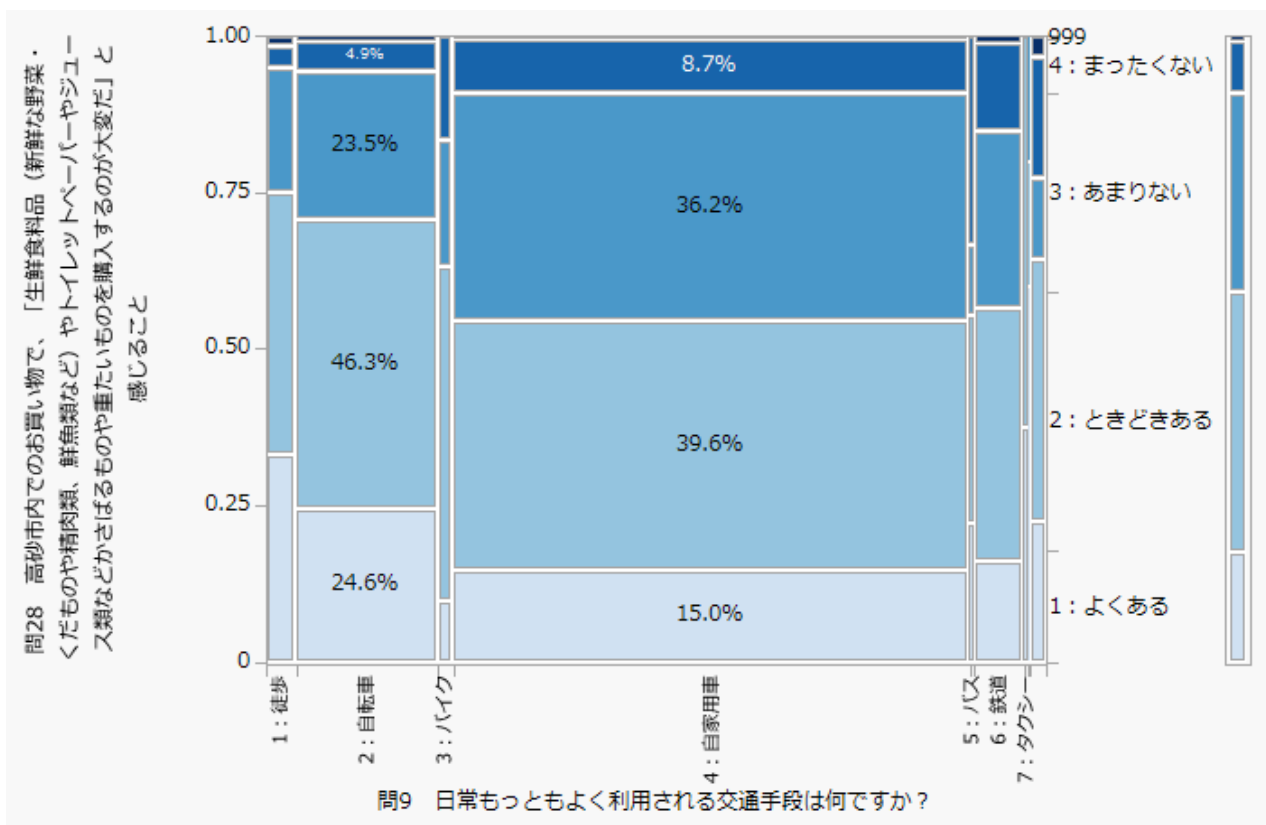
日常的な交通手段及び生鮮食料品や日用品時の交通手段と、重量物や容積が大きい商品の持ち帰りに関する「よくある」、「時々ある」の回答者比率の和との関係を検討した。その結果、「徒歩」、「自転車」、「バイク」を日常的な交通手段とする回答者のうち、「よくある」、「時々ある」の回答者比率の和については75%前後と極めて大きな値を示している。

これらの属性を持つ市民を中心に、移動販売車などによる出張販売が利用される可能性は少なくないといえよう。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？

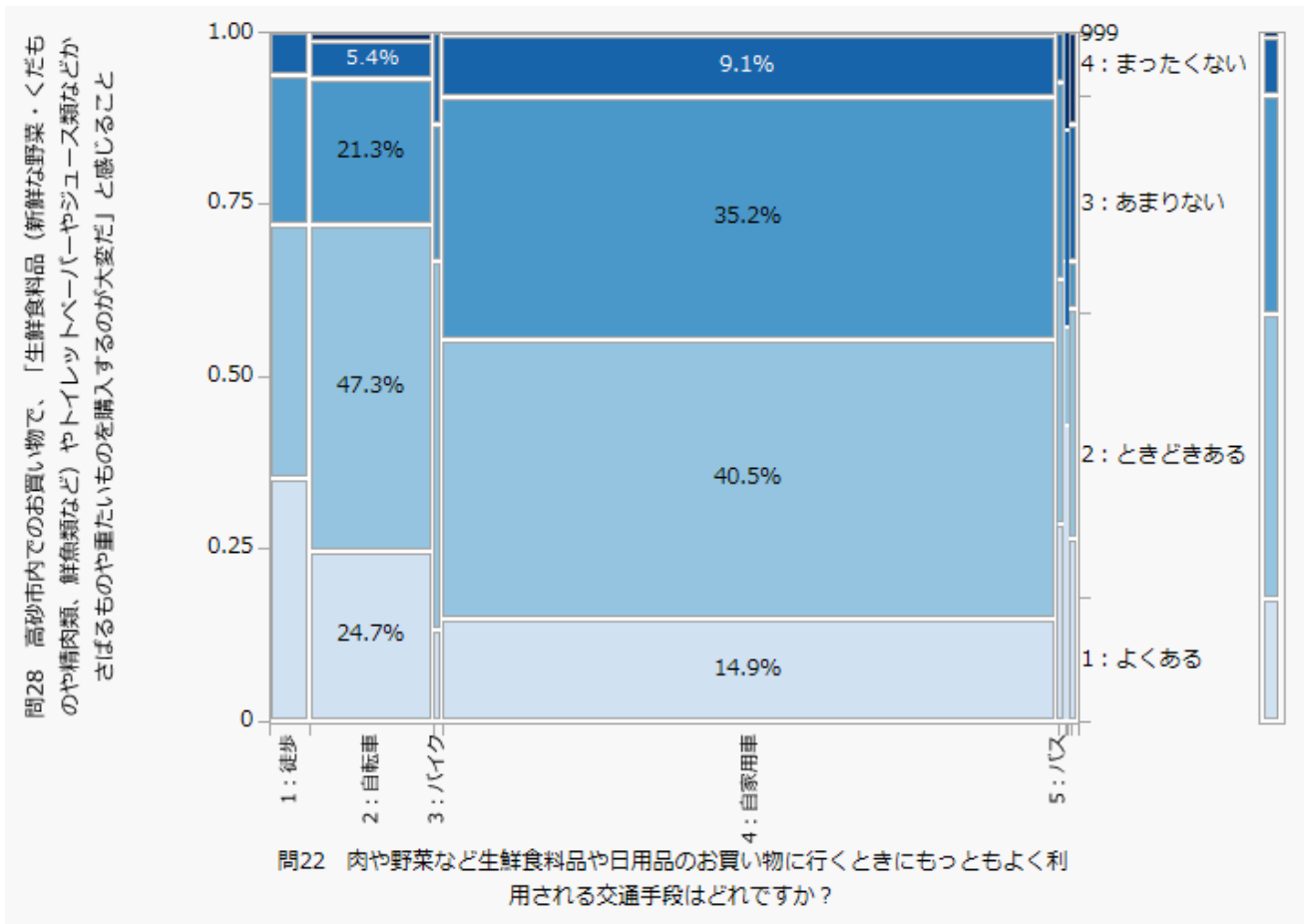


日常的な交通手段においても、生鮮食料品や日用品の購入時に利用する交通手段においても、「徒歩」、「自転車」、「バイク」を主要な交通手段とする回答者のうち、「よくある」、「時々ある」の回答者比率の和が70%前後と極めて大きな値を示しており、これらの属性を持つ市民を中心に、移動販売車などによる出張販売が受容される可能性があるだろう。

問22 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？

×

問28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？



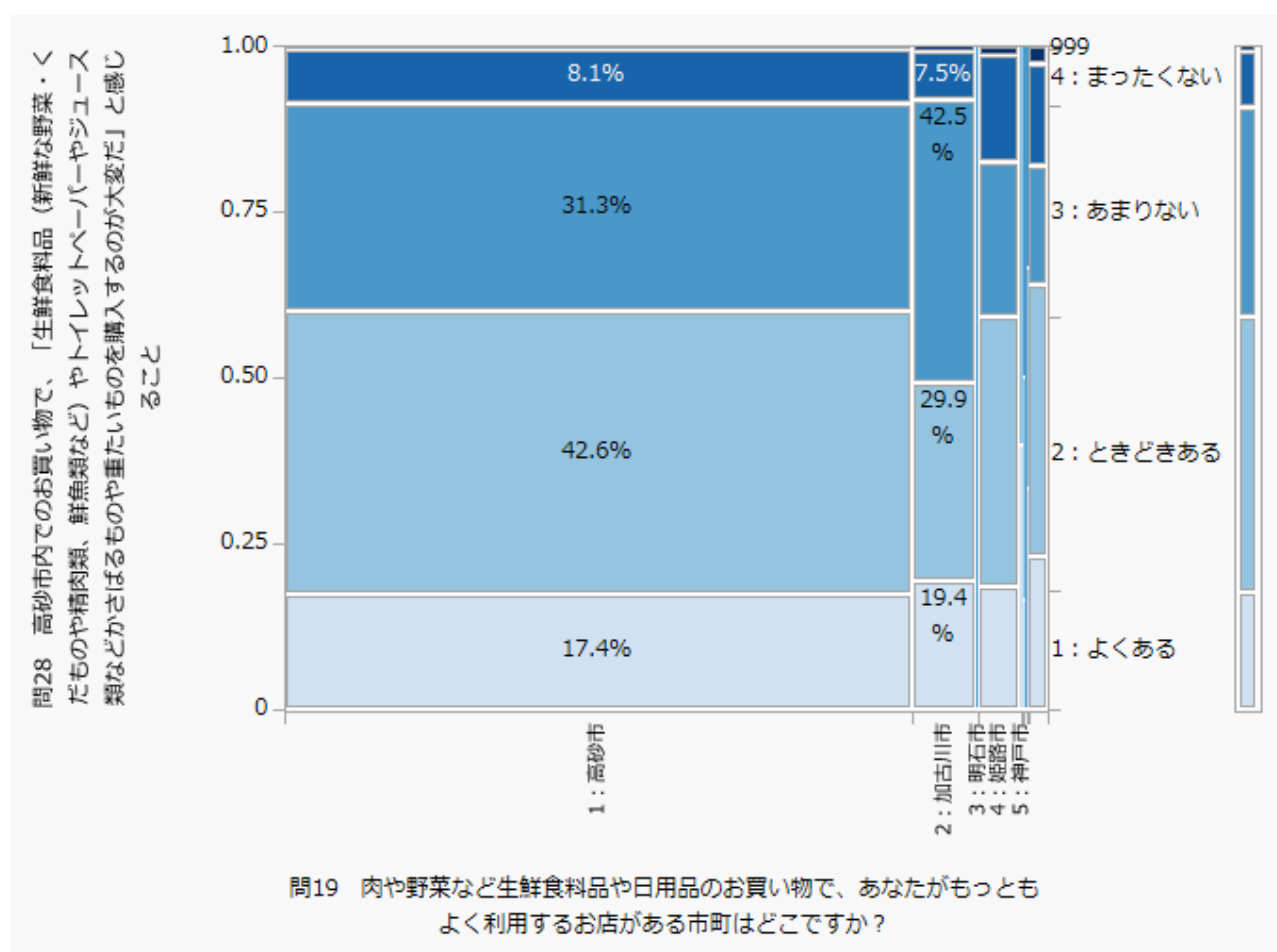
生鮮食料品や日用品を購入する際の自治体別に関する分析

生鮮食料品や日用品購入の場合の購入先の自治体と重量物や容積が大きい生鮮食料品や日用品を購入した際の自宅への搬送に困難を感じた経験についての設問との関係を以下検討する。その検討結果からは、購入先自治体別の比較においては、これらの商品を購入する際に困難を感じる事が「よくある」とする回答者比率は大きな差がない。しかし、生鮮食料品や日用品の購入先自治体として、加古川市、高砂市を選択している回答者群では、「あまりない」とする回答者比率がかなり大きいものの、「まったくない」とする回答者比率は小さい。これに対し、姫路市を生鮮食料品や日用品の購入先自治体とする回答者群においては、「まったくない」を選択した回答者比率が他と比べ大きい。

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問 28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？



生鮮食料品や日用品を購入する際の購入先商業施設の種別に関する分析

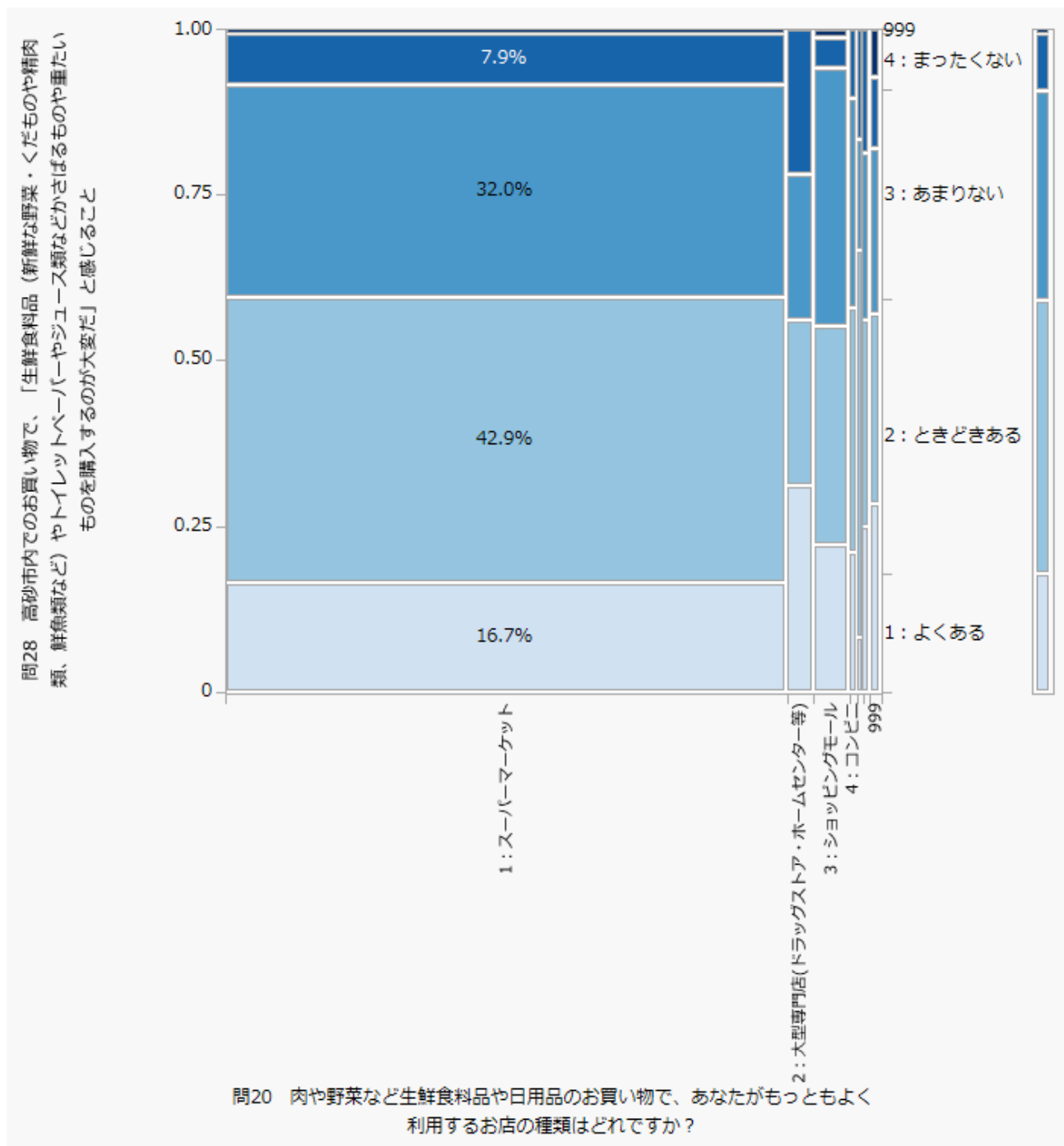
生鮮食料品や日用品の購入を行う商業施設の種別では、バルク販売などが中心のホームセンターやドラッグストア等の大型専門店を生鮮食料品や日用品の購入先とする回答者が生鮮食料品や日用品の重量物や大容積の商品群を購入した際、自宅への商品の持ち帰りに困難のけいけんについて「よくある」、「時々ある」の回答者比率の和は大きい。一方、これらの商業施設で生鮮食料品や日用品を購入先とする回答者ではこれらの重量物や大容積商品群を購入する際の「自家用車」の利用比率も大きいと考えられるため、「まったくない」とする回答者も25%強存在し、二極化している。

現在ホームセンター等では、軽トラックの貸し出しサービスを実施している事業者もあるが、今後免許返納者が増加することが予想される高齢化社会においては、これらの重量物や大容積商品について、宅配サービスや移動販売の際に自宅までの配送をするようなサービスの対応をすることで、新たなビジネスチャンスが生じる可能性も皆無ではなからう。

問 20 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用する
お店の種類はどれですか？

×

問 28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありませんか？



(A2-11) 徒歩圏内での移動販売車による販売が地域の人々の生活の質にどのように影響するかの回答状況と回答者の属性に関する分割表分析

移動販売が実際に導入されたとして、居住地域の人々の生活の質をより良いものにするにつながるかについての問いである問 29 も設定した。

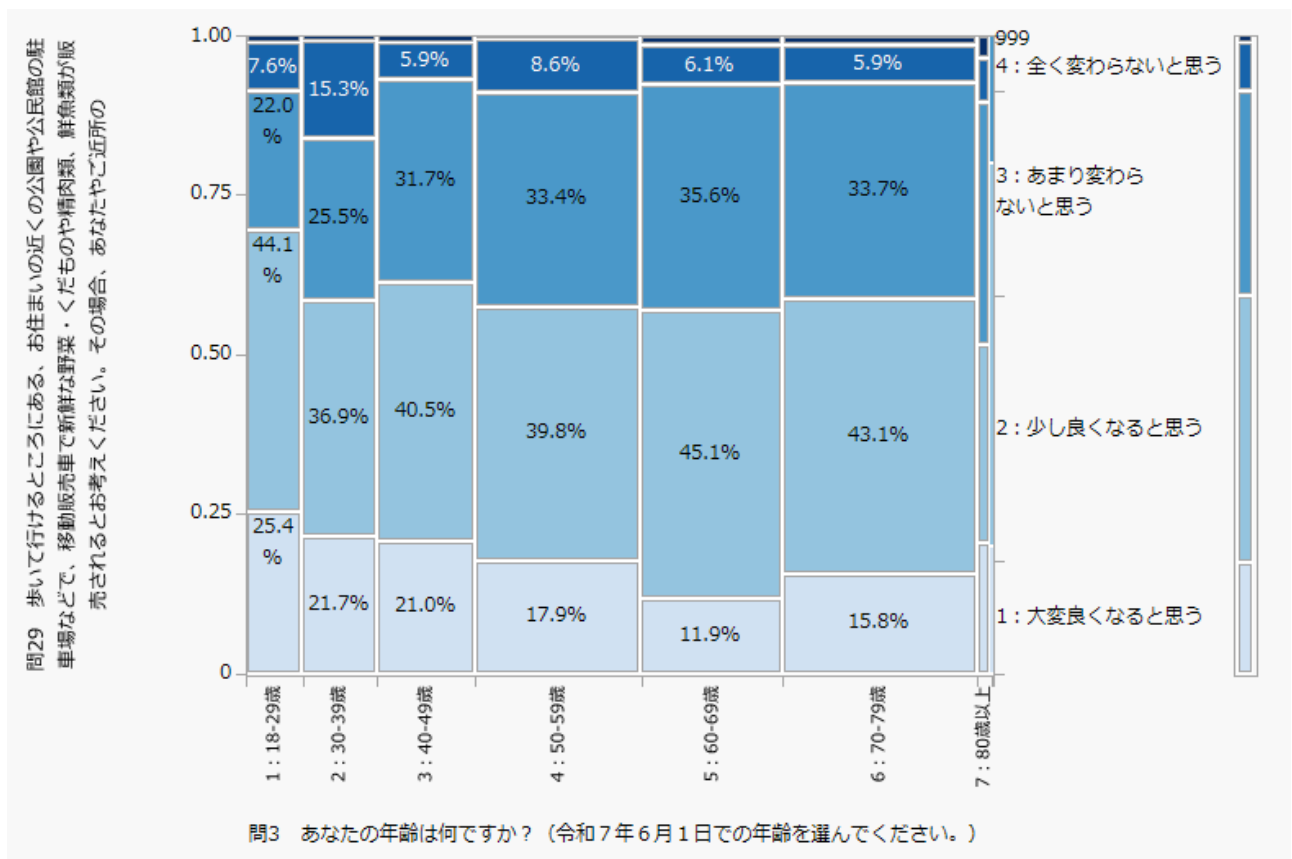
年齢別に関する分析

回答者の年齢別では、29 歳未満の回答者で、移動販売車の導入による地域での生活が「大変よくなる」、「少し良くなる」とする回答者比率の和は、他の年齢階層の回答者より大きい。30-39 歳未満では、「全く変わらない」とする者の比率は、他の年齢層の回答者比率よりもかなり大きい。その意味で、この年齢層では、移動販売車の導入の地域における生活の質の向上効果に対する評価がやや分かれている。

問 3 あなたの年齢は何ですか？

×

問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりももっと良くなると思えますか？



なお、上記の2つの設問の回答以外については回答者の属性による比較においては、大きな差が確認されたものがみられなかったため、記述を省略している。

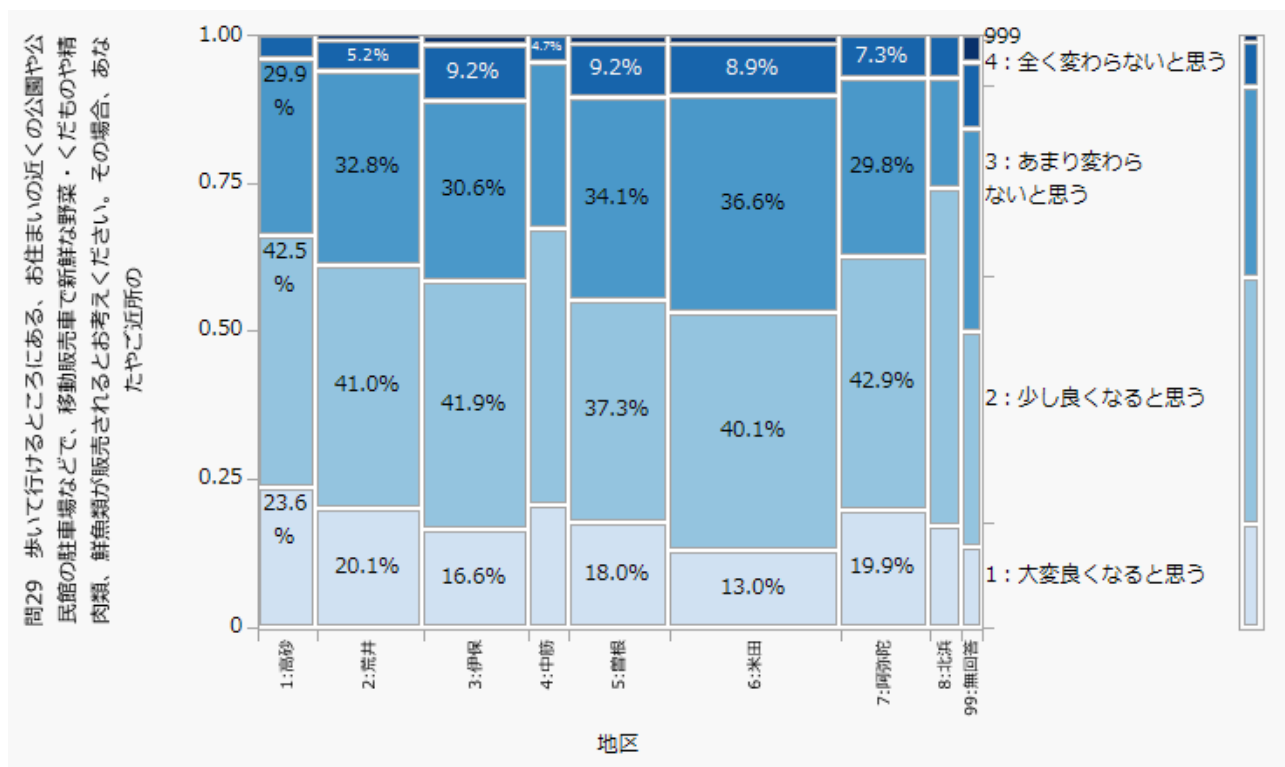
地区別に関する分析

次に、仮に徒歩圏内で移動販売車による販売が行われたとして、地域での他者を含む生活の質が良くなるかに関する設問である問29について、いくつかの回答者属性との関係を検討したところ、高砂、中筋、阿弥陀、北浜の各地区では「大変よくなる」および「少し良くなる」を選択した回答者比率の和が70%前後となっているが、それ以外の地区では、同回答者比率の和が60%前後となっている。年齢層では、29歳未満の回答者群で、最寄りの公園等での徒歩圏内での移動販売車による生鮮食料品や日用品の提供が行われた場合、地域における生活の質が改善するとする回答者比率は他と比べて大きく、同回答者比率の和が70%となっている。

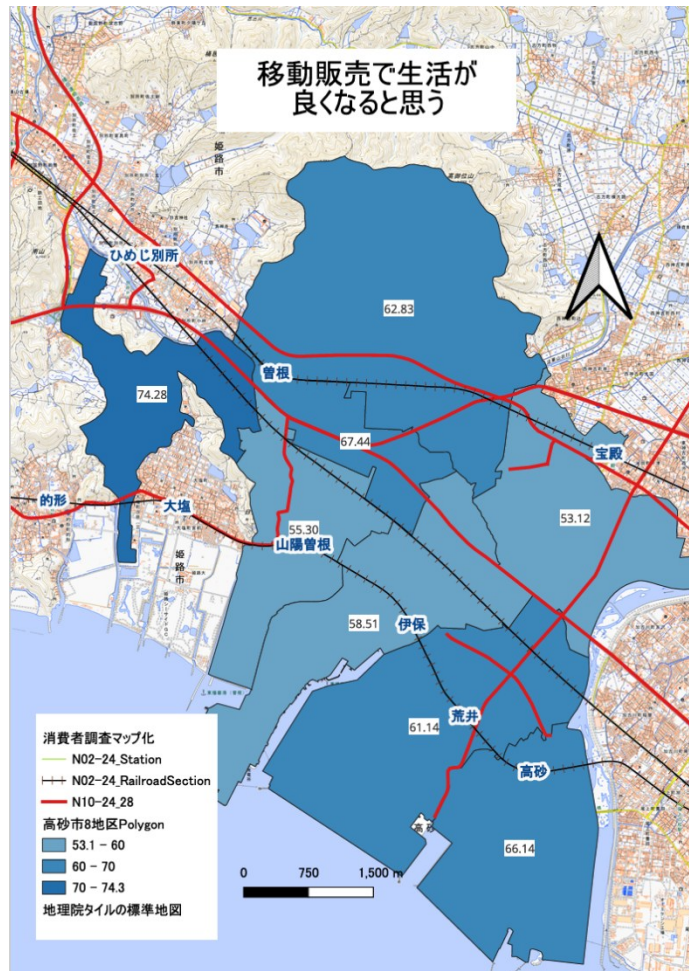
地区

×

問29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思えますか？



移動販売車の導入により地域での生活が「大変良くなる」、「少し良くなる」を選択した回答者の回答者比率の和についても、社会関係資本の蓄積に関する回答選択肢を選択している回答者群において、より大きな比率となっている。この結果は、高砂市民のうちで、社会関係資本が豊かに蓄積していると考えられる回答者群では、地域内の他の居住者への配慮があることを反映した結果となっている。



社会関係資本の蓄積に関する回答項目別に関する分析

移動販売車の導入による地域での生活が「大変よくなる」、「少し良くなる」とする回答者比率の和と社会関係資本の蓄積の関連指標となる調査項目との関係について、以下で検討する。

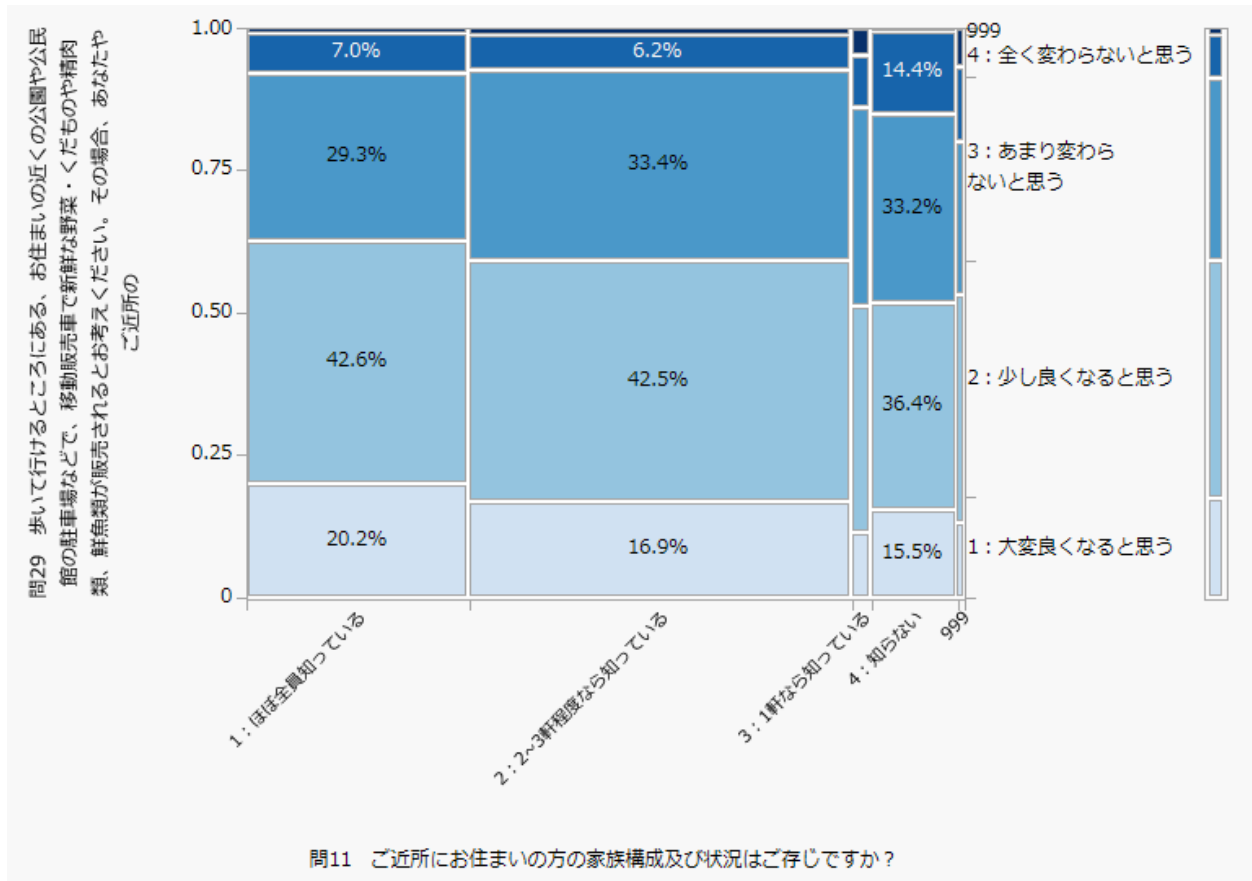
地域の居住者を数多く知っている回答者、日常的にあいさつする人がいる回答者、困りごとを相談できる人数が多い回答者、地域の人を信頼できる回答者のような社会関係資本の蓄積が進んでいると考えられる回答者群で、移動販売が地域での生活の質を改善できるとする、すなわち「大変よくなる」、「少し良くなる」とする回答者比率の和が大きい。その意味で、社会関係資本が豊かで、地域への思いがある回答者のほうが、そうでない回答者と比べ、移動販売に対する期待がより大きいという結果となっている。

その意味で、移動販売車の導入にあたっては、これらの地域の他の住民への思いやりについても一定考慮に入れる必要があるだろう。

問 11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？

×

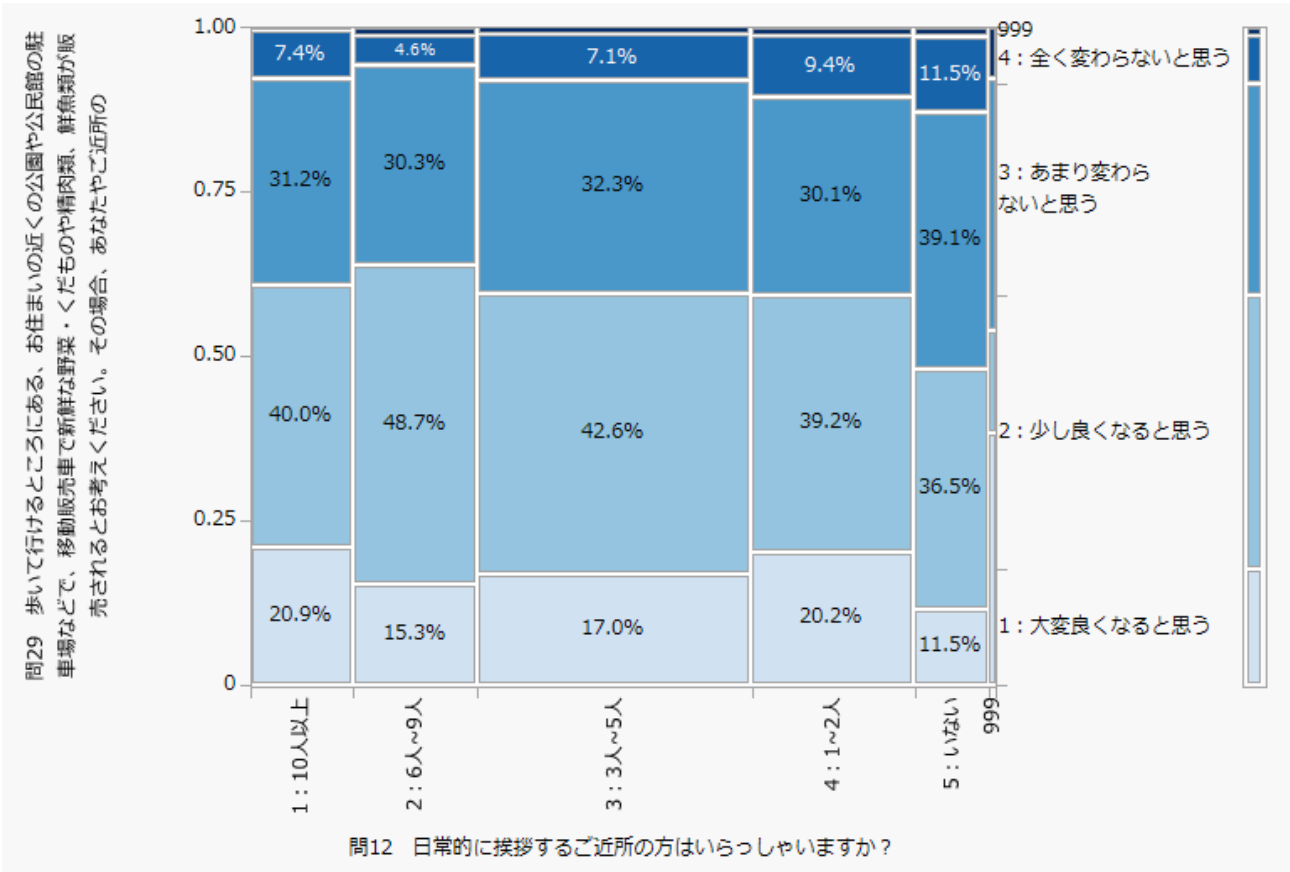
問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思われますか？



問 12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？

×

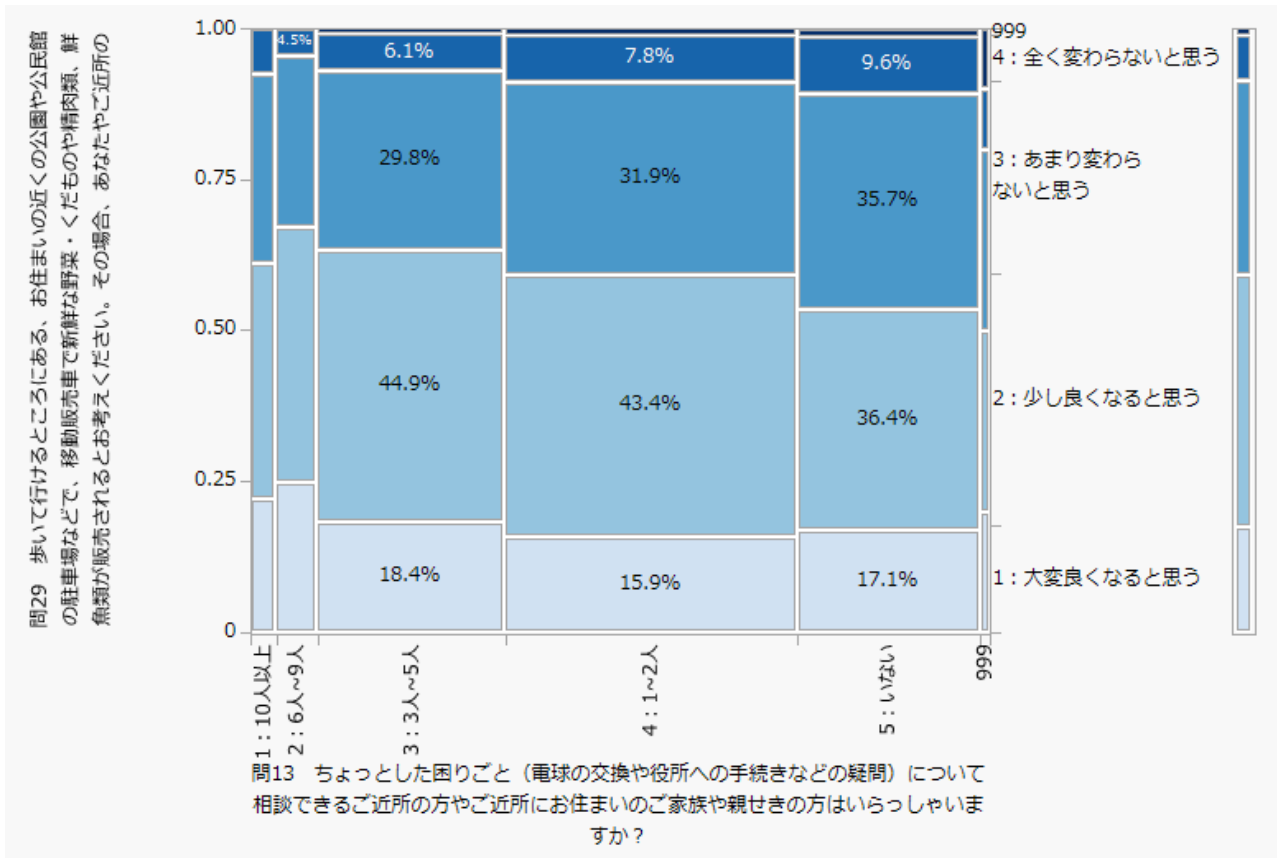
問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思われますか？



問 13 ちょっとした困りごと(電球の交換や役所への手続きなどの疑問)について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？

×

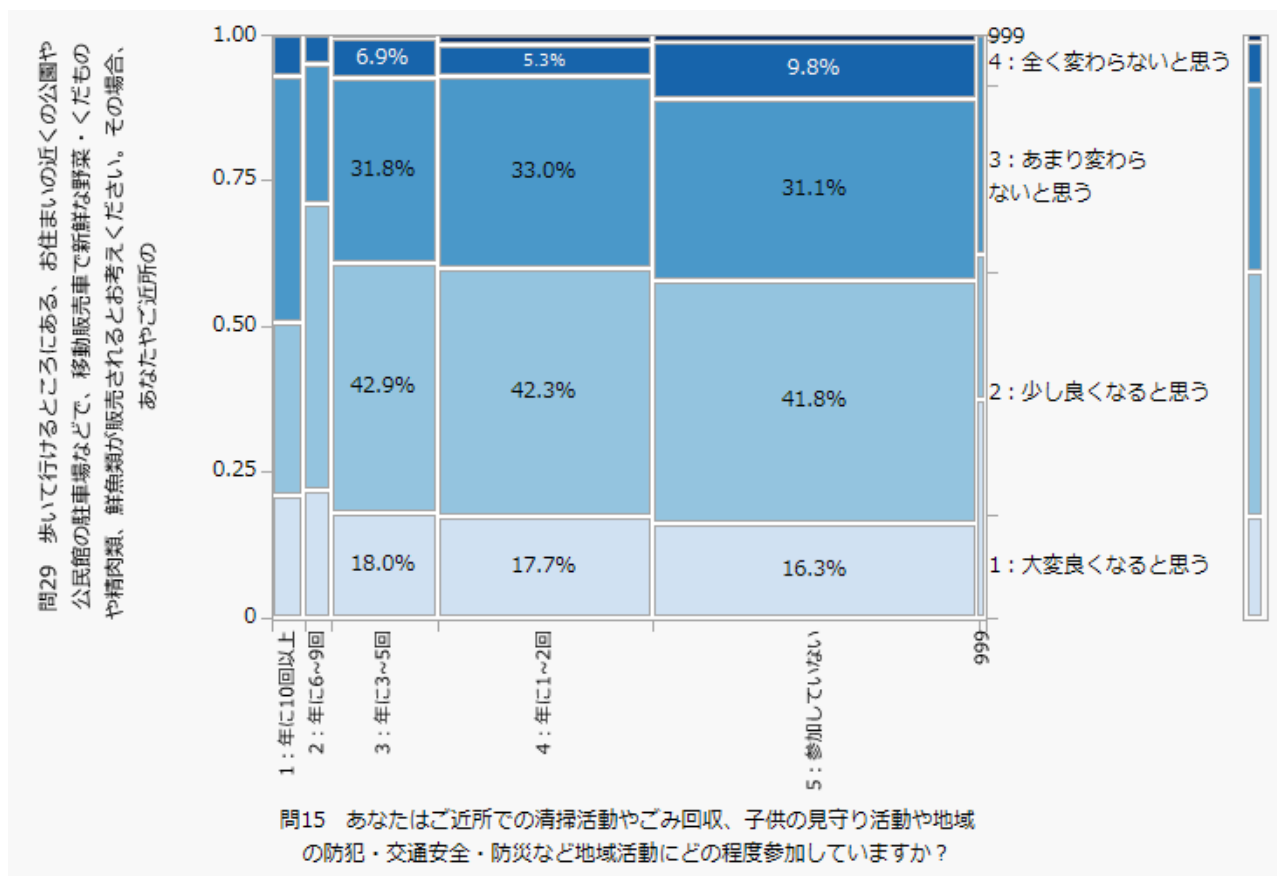
問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりももっと良くなると思われませんか？



問 15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？

×

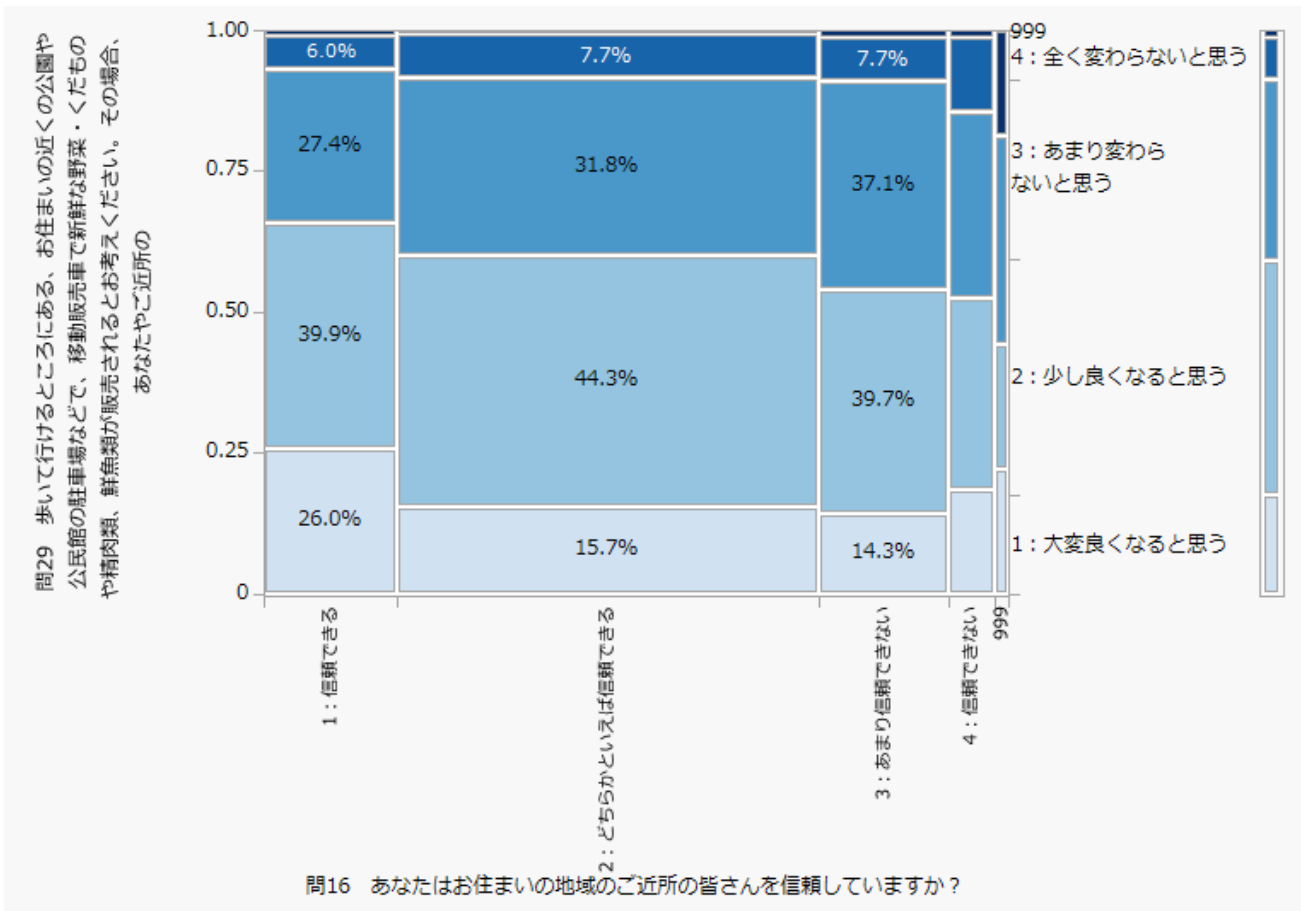
問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思われませんか？



問 16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？

×

問 29 歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりもっと良くなると思われませんか？



(A2-12) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入活動と回答者の属性項目に関する分析

婦人服、紳士服、家電、家具等の購入頻度が比較的低い商品（以下買回り品）に関する購入活動を分析した結果を以下で紹介する。

地区別に関する分析

買回り品を購入する自治体と回答者が居住している地区との関係进行分析した結果からは、高砂市で購入すると回答した回答者比率は地区別で大きくは異ならない。とはいうものの、加古川駅付近への移動距離が短い米田地区、高砂市から山陽電鉄を利用することで、比較的短時間で移動できる高砂地区では、買回り品を加古川市で購入するとする回答者比率が50%以上となっている。

曾根、阿弥陀、北浜の各地区では、姫路市内の商業施設への移動が比較的容易であるためか、姫路市で買回り品を購入すると回答した回答者比率が20%を超えており、とりわけ、北浜地区においては、その比率は50%近くを占めている。

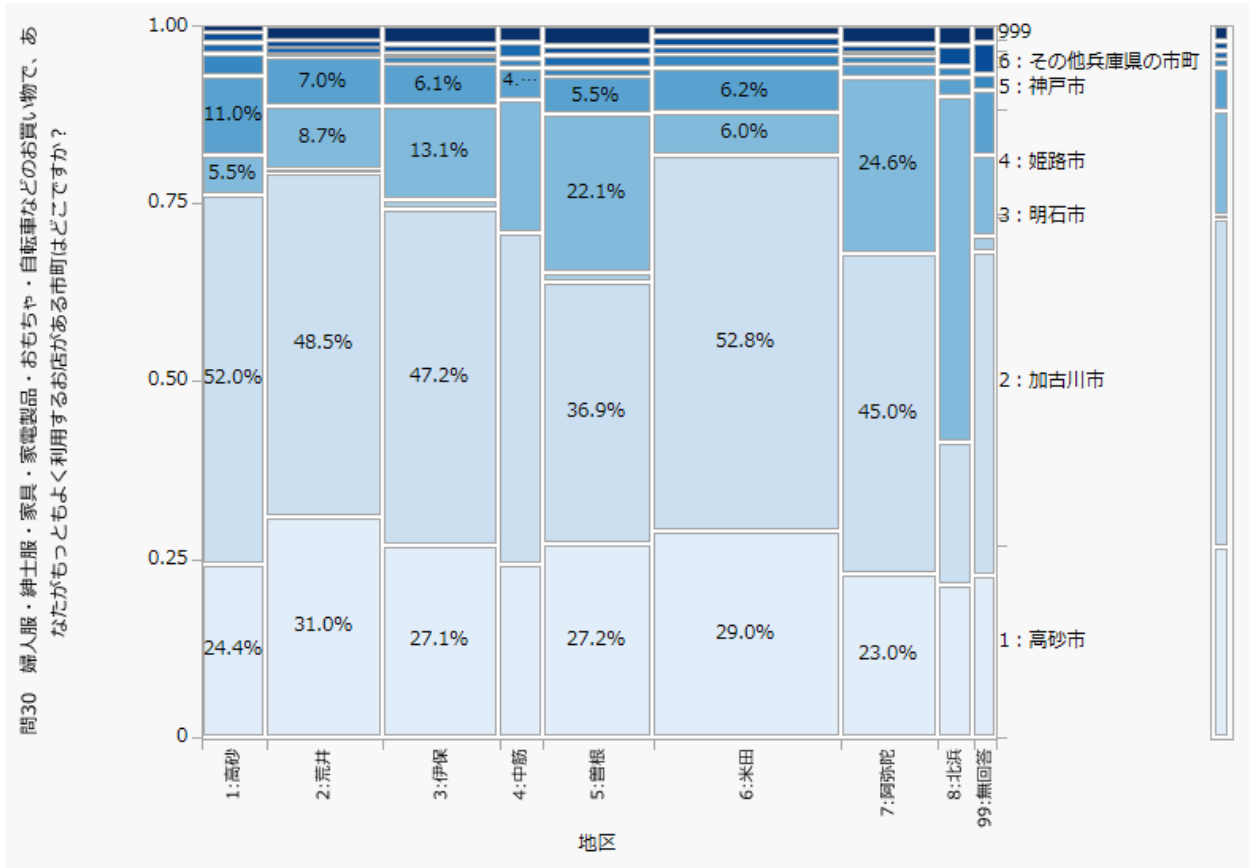
これらの回答者群にとっては居住地近傍など高砂市内の商業施設で買回り品の購入できる商業施設へのアクセスが限定的である。この結果、高砂市内での移動であれ、市外への移動であれ、移動行為が発生するのであれば、それに伴うコストは「自家用車」を利用する場合にほぼ差がないことが多いことが考えられる。

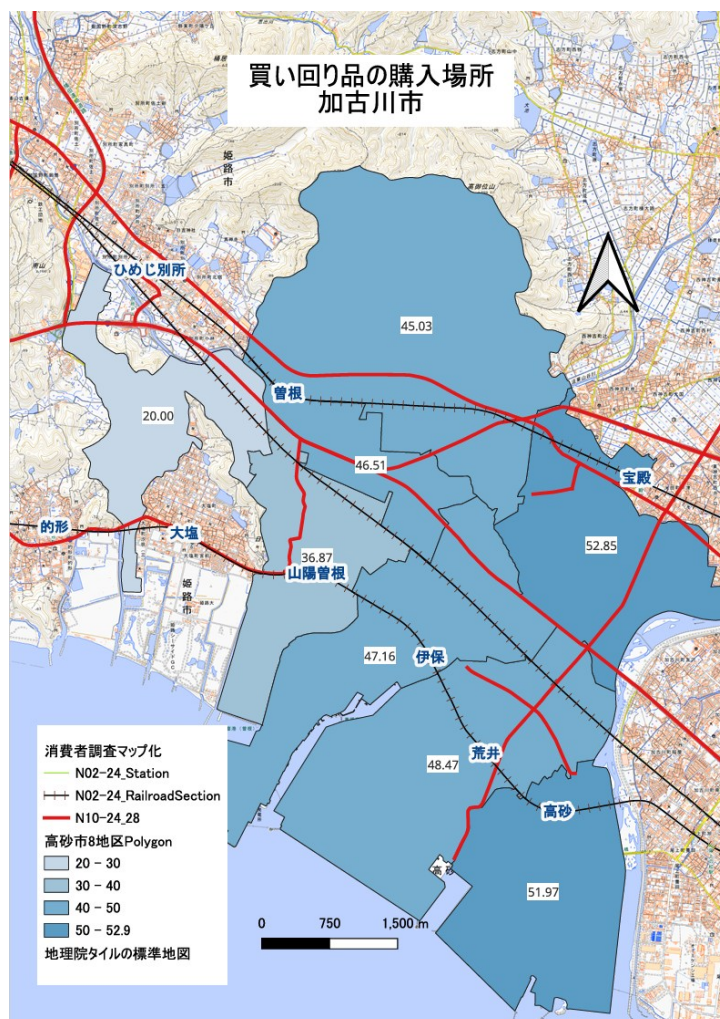
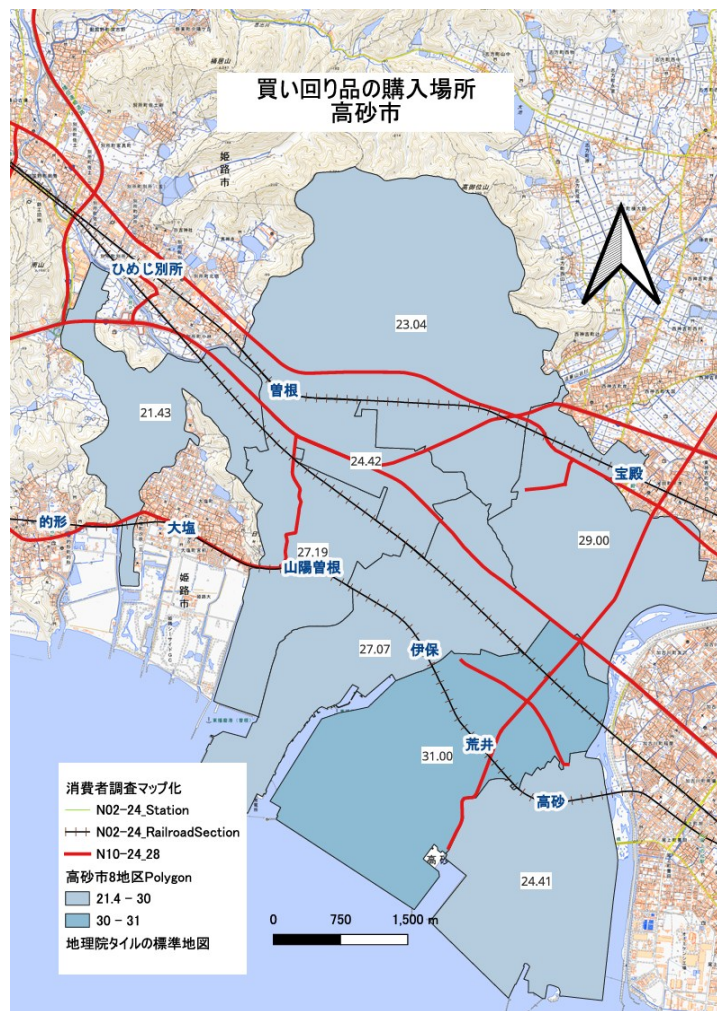
このような状況が生じているため、自己にとってより効用の高い購入先を選ぶ結果、高砂市外に移動して買回り品を購入するという結果となっていることが考えられる。

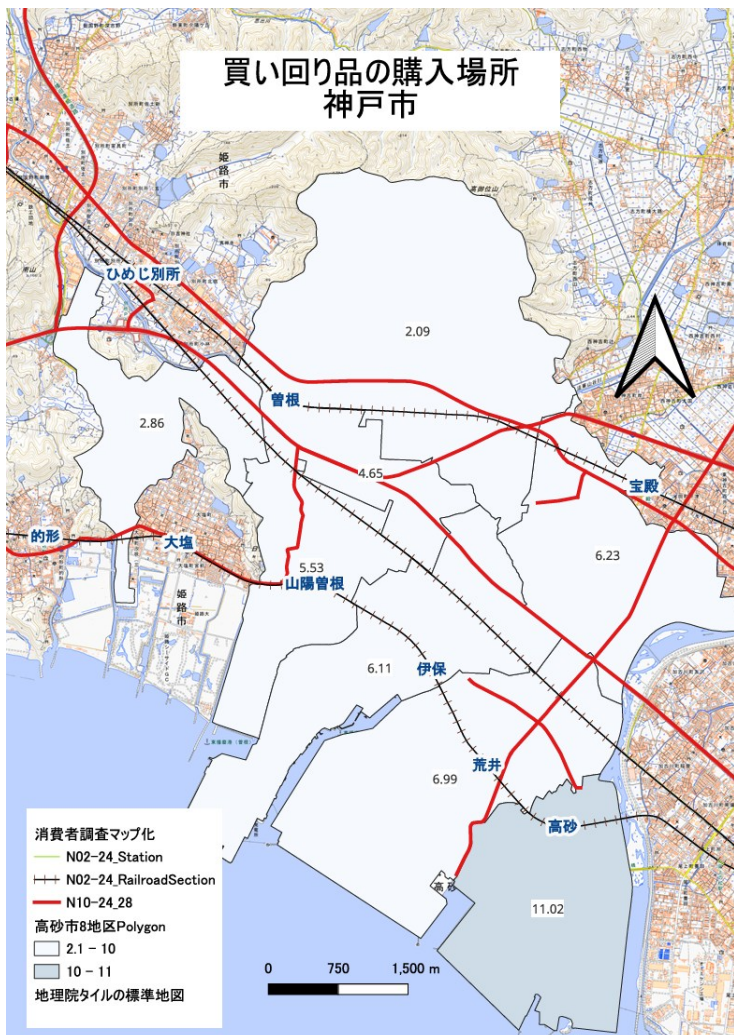
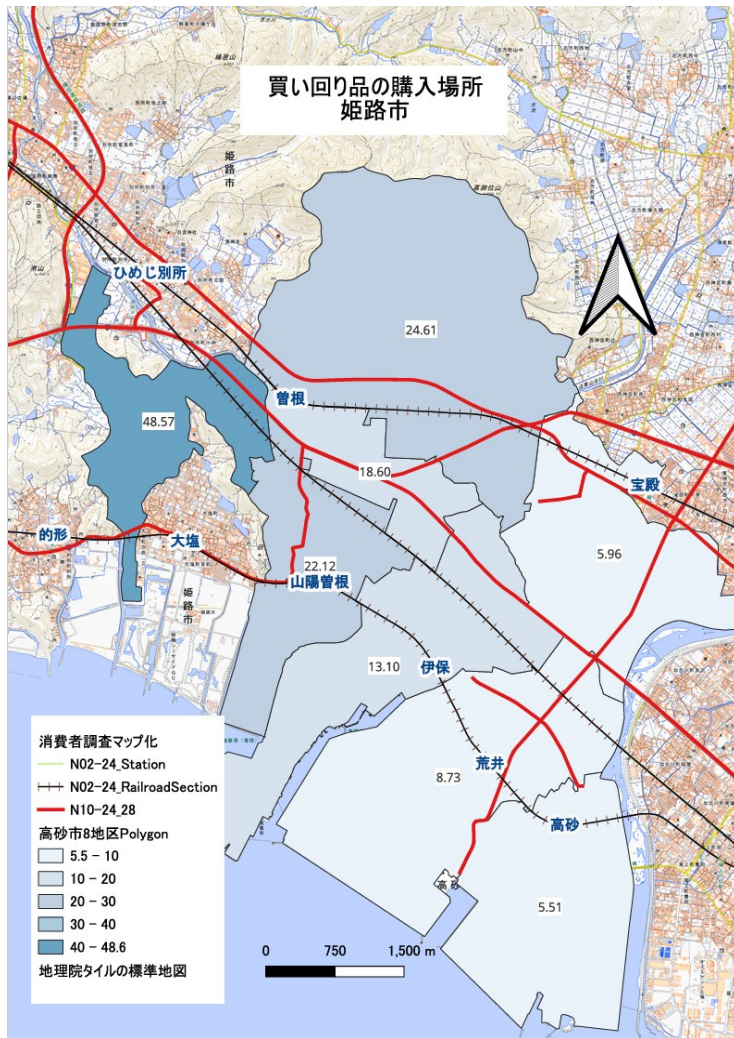
地区

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？







通勤・通学先の自治体に関する分析

通勤・通学先の自治体と買回り品購入先と回答した自治体の比較では、加古川市内に通勤・通学していると回答した回答者群において、加古川市内で買回り品を購入すると回答した回答者比率が60%を超えているが、姫路市内に通勤・通学している回答者の姫路市内で買回り品を購入すると回答した回答者比率は、33.3%である。加古川市で購入すると回答した回答者比率の39.2%よりやや小さい。

これらの市外への通勤・通学者にとっては、加古川市が買回り品を購入する際の自治体として選択されているという結果となっている。

通勤・通学をしていない回答者群および無回答者であっても、高砂市内の商業施設で買回り品を購入するという回答者比率は40%弱であり、同回答者群でも加古川市内で購入するとした回答者比率が40%強である。

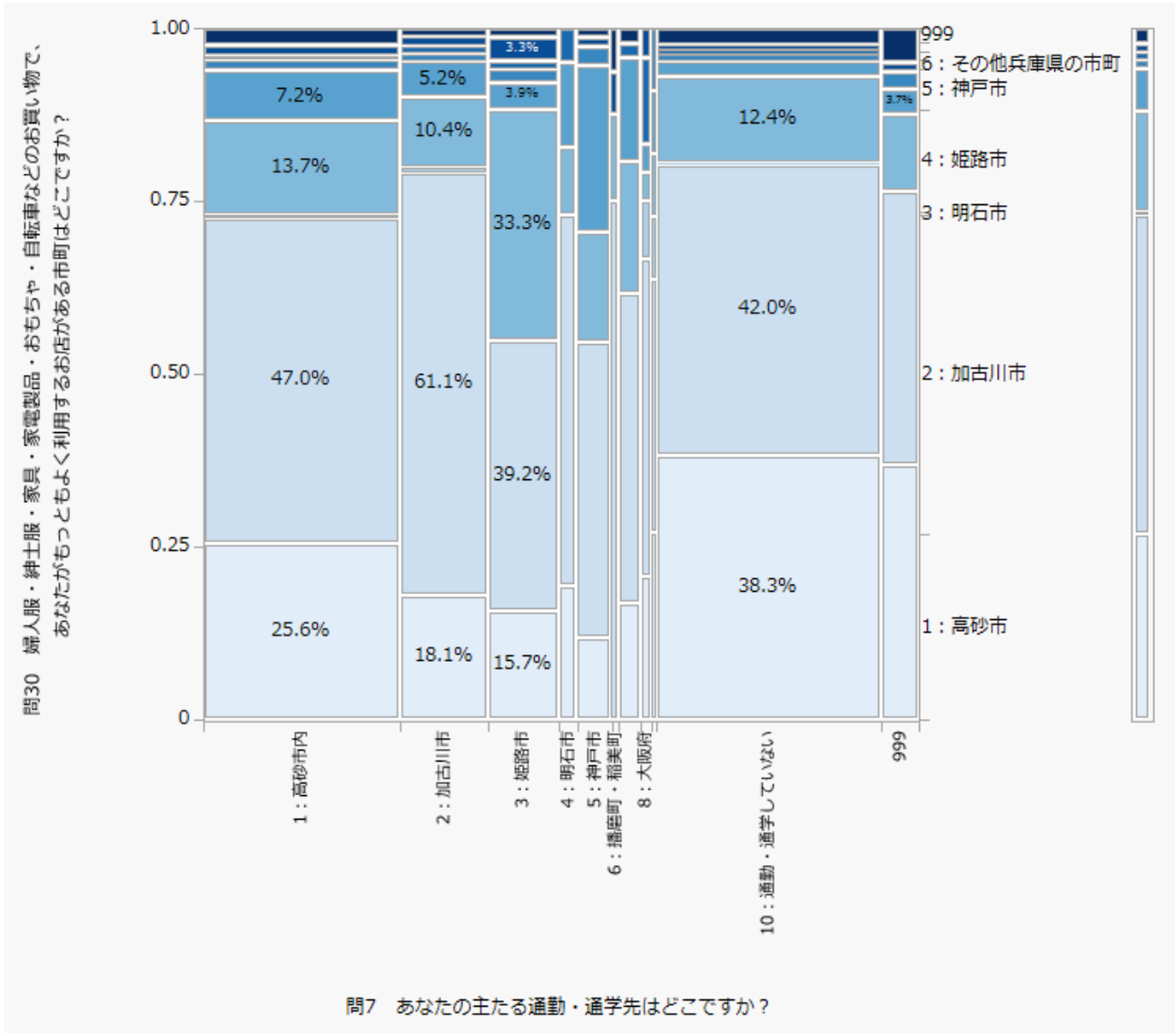
高砂市内への通勤・通学者と「通勤・通学をしていない」を選択した回答者群においても、高砂市内を買回り品の購入先とするものの比率がさほど大きくないことを考えると、高砂市内は、生鮮食料品の購入先と比べ、買回り品の購入先としてはあまり想定されていない可能性が高いことを示唆する結果となっている。

つまり、生鮮食料品や日用品の購入は高砂市内で、買回り品は近隣市でという回答者群の行動パターンが見て取れる。

問7 あなたの主たる通勤・通学先はどこですか？

×

問30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



日常的な交通手段に関する分析

買回り品を購入している自治体と交通手段別の違いとの関係を検討してみると、日常的な交通手段、生鮮食料品や日用品の購入において一般的に利用される交通手段について、「自家用車」を利用する回答者群で高砂市内を選択する回答者比率は23.5%にとどまる。一方で、同比率は加古川市で購入する回答者群で50.9%、姫路市で購入する回答者群で15.2%である。「鉄道」、「バイク」を日常的に利用する回答者群でも、加古川市で購入するという回答者比率は40%以上となっている。

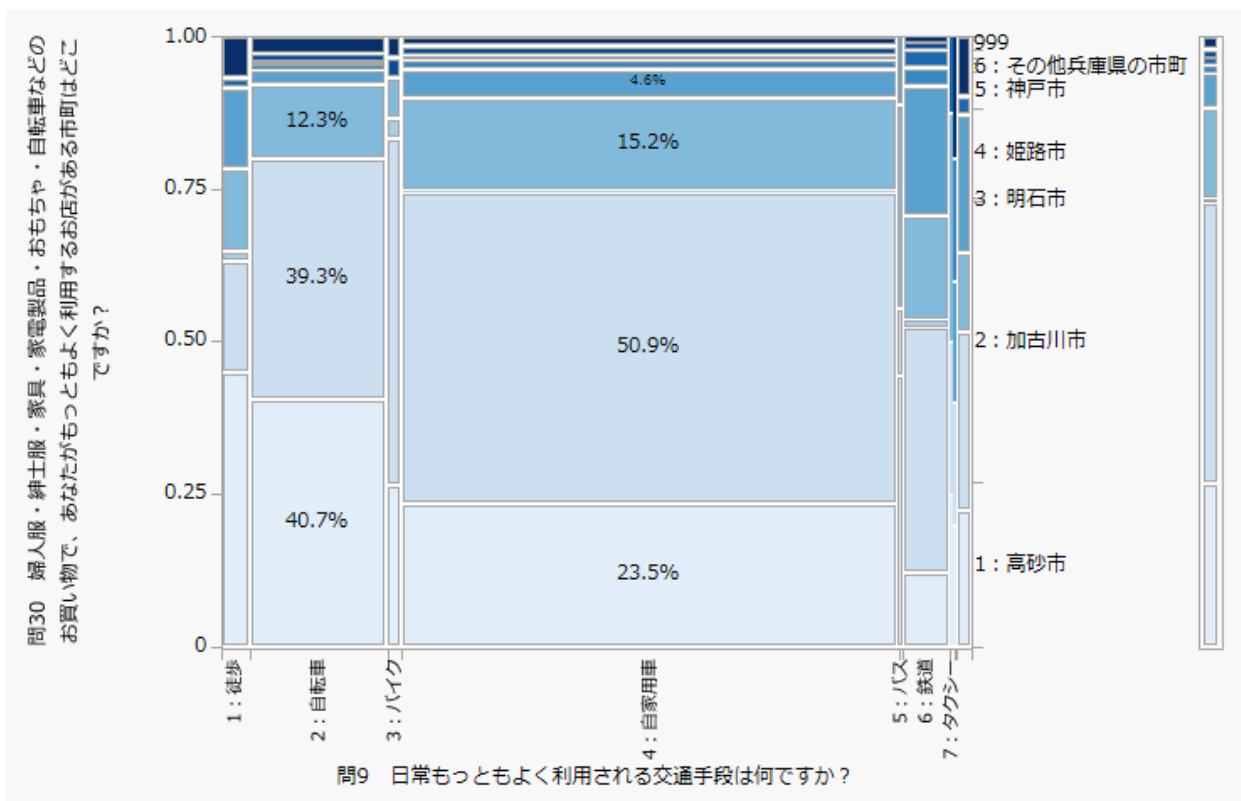
この結果から考えるならば、高砂市内でのモータリゼーションの進展は、高砂市内では生鮮食料品や日用品を購入し、買回り品に関しては市外依存する構造となっている。

現在日本社会全体において、定着しているモータリゼーションの状況を変化させることは極めて困難であることを考慮に入れると、当面は近隣市の商業施設に一定依存しつつ、適切な規模の商業集積の誘致により、買回り品の購入に伴う経済還流策を模索すべきであろう。

問9 日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？

×

問30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



買回り品の1回あたりの支払い金額に関する分析

買回り品の一回あたりの支出金額がより大きな選択肢になればなるほど、高砂市で買回り品を購入している回答者比率がより小さな値となっている。その一方、買回り品の1回あたりの支出額がより大きな選択肢になればなるほど、加古川市や姫路市で買回り品を購入するという回答者比率は、より大きな値となっている。

このことは、1回あたりの買回り品への支払いがより高額であるような回答者群では、近隣市の商業施設が選択されていることになり、結果として高砂市内の買回り品を取り扱う事業者にとっては、より大きな利益を生む可能性の高い消費者への販売機会を失っていることを意味する。

この背景として、1回当たりの買回り品の購入金額がより高額の回答者群については、市外の比較的人口規模の大きな都市での商品比較可能性や、より高品質な商品群の入手可能性、事業者間の競争の激しさゆえの価格の低下などを目的に、これらの近隣市や、より都市規模が大きい自治体を買回り品の購入先が選択されている構造の存在が類推される。

高砂市では、現在急速な高齢化とそれに伴う人口減少フェーズである人口オーナスに直面する環境下に入っていることと上記の分析を踏まえるならば、今後よほど雇用吸収力の大きな事業所が高砂市内に進出しない限り、人口増加、高齢化の抑止とそれに伴う買回り品市場の支出可能額の維持あるいは拡大につながらないことが考えられる。

その結果、多様な商品群の提供による商品間の比較可能性を持ち、より高品質な商品の提供を、それも低価格で提供するような顧客吸収力を持つ買回り品販売事業者の進出は、現在の商圈人口の観点から望むことにはかなり無理があろう。

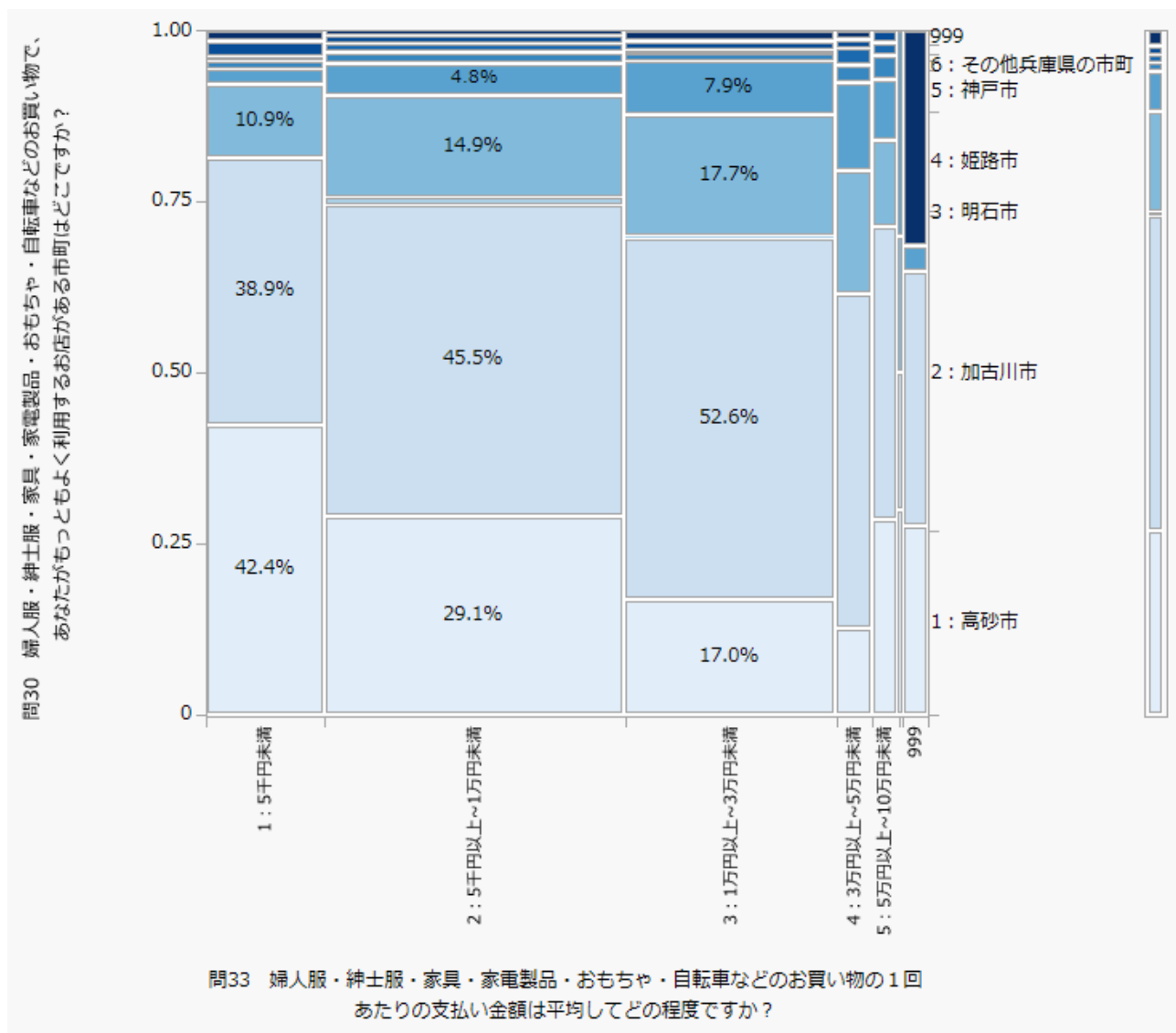
現在では、インターネットショッピングが一般化しつつある。後述するが令和7年度調査においても、買回り品についてもインターネットショッピングで購入されている傾向が確認されている。そのような現在の社会状況においても、多様な品揃えと高品質な買回り品を提供するセレクトショップなどが進出可能な大規模なショッピングモールなどを誘致できるかもしれない。しかし、高砂市内に誘致したショッピングモールでの出店企業が、将来にわたり、インターネットショッピングに対抗し、安定的に収益を確保すると想定するのは現実的ではないといえよう。

ところで、それほど高額商品ではない買回り品に関しては、高砂市内で購入する市民が一定存在すること、生鮮食料品や日用品での高砂市内の事業者の利用がかなりなされていることを考えるならば、旧サンモール高砂の跡地開発として、従来の旧サンモール高砂でとりあつかわれていたような生鮮食料品や日用品と一部買回り品を提供商品群として取り扱う、中規模の商業施設整備が現実的な解決策ではなかろうか。

問 33 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物の1回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



高砂市内の商業環境の満足度と購入先自治体に関する分析

高砂市内の商業環境の満足度により、購入先自治体がどのように異なるかを分析してみたところ、買回り品の購入先自治体として高砂市を選択している回答者群での高砂市内の商業環境に「満足」、「やや満足」についての回答者比率はそれぞれ約30%以上である。

しかしながら、加古川市内で買回り品を購入するという回答者についての同回答者比率は約40%以上を占めており、高砂市の商業環境に満足していても、かなりの部分の買回り品の購入に関する支出が高砂市に流出しているという結果となっている。

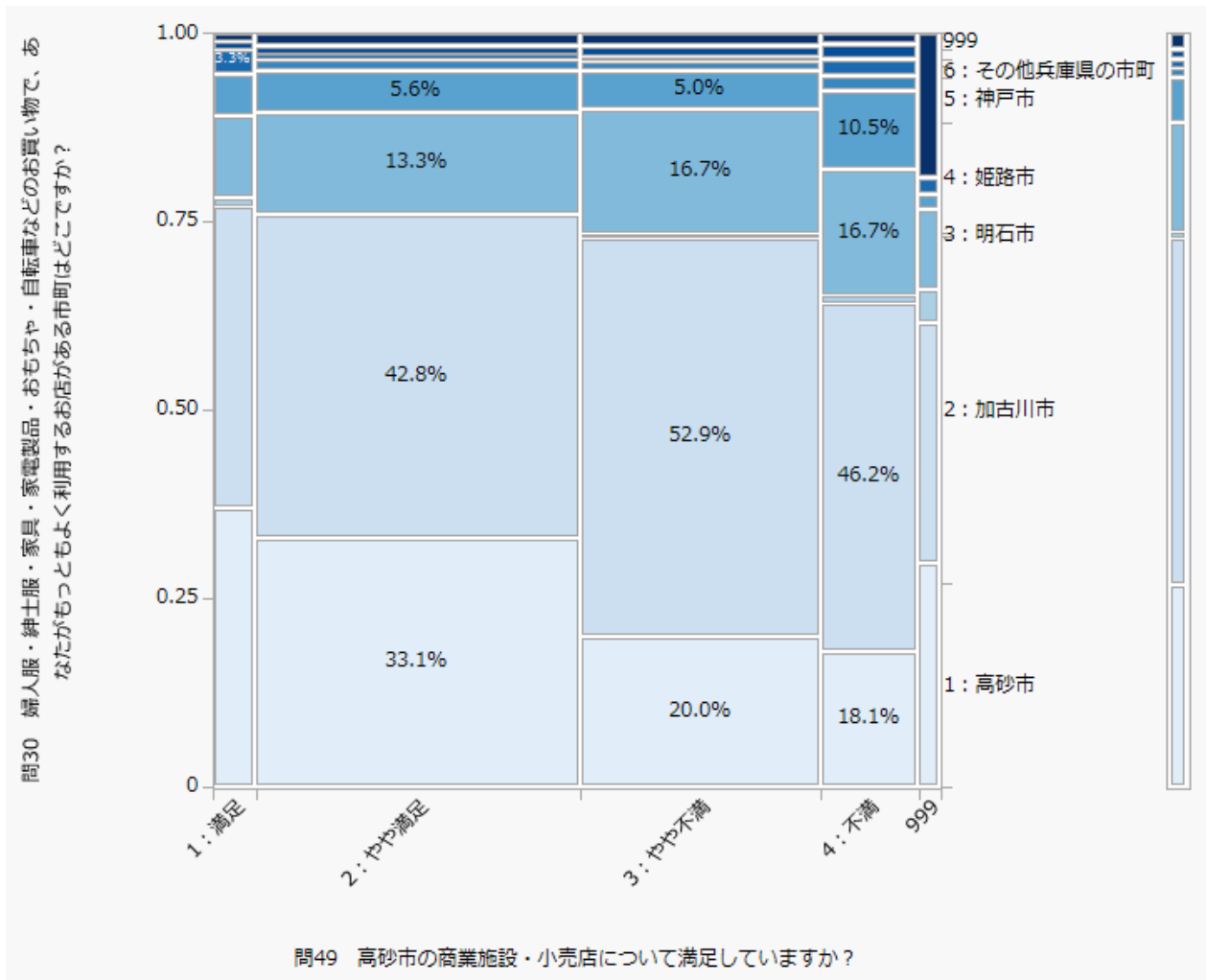
高砂市内の商業環境に「やや不満」、「不満」とする回答者群であっても、その約20%の回答者は高砂市内で買回り品を購入している。ただし、高砂市内の商業環境に「やや不満」、「不満」とする回答者群の50%前後の回答者が加古川市内で買回り品を購入している。

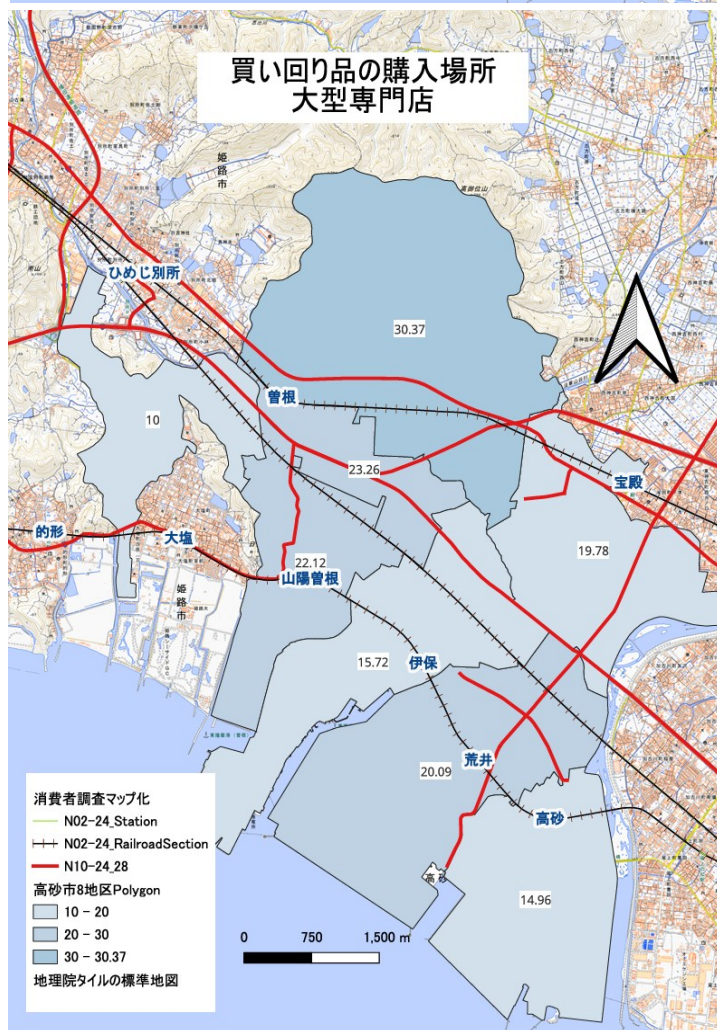
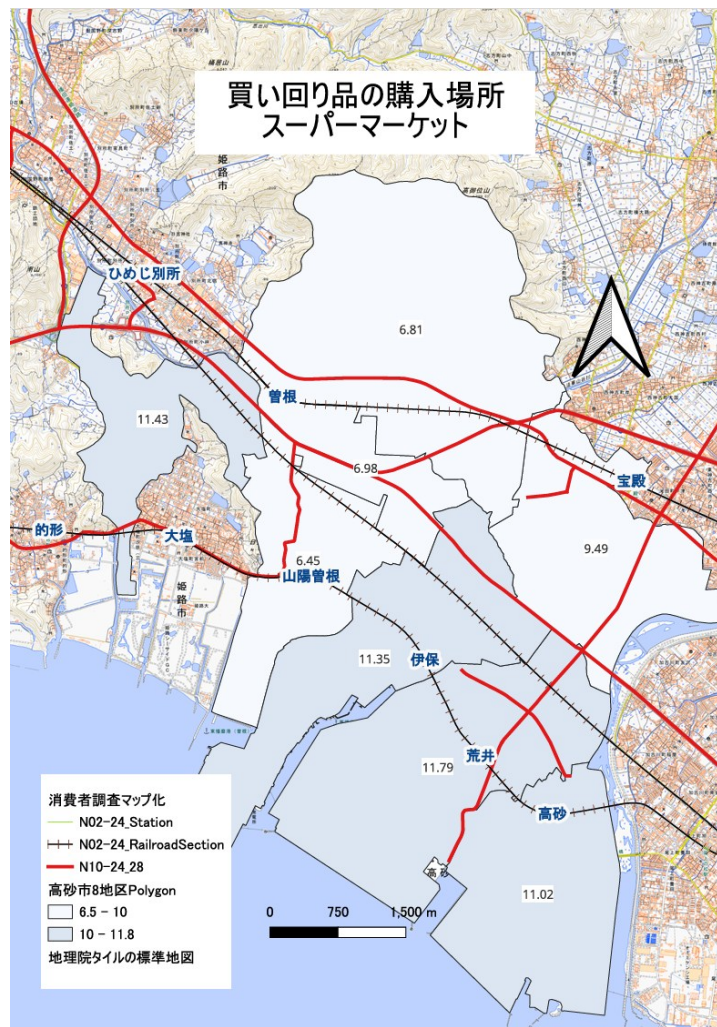
なお、高砂市内の商業環境に「不満」とする回答者の10%強が神戸市で買回り品を購入しているという結果となっている。

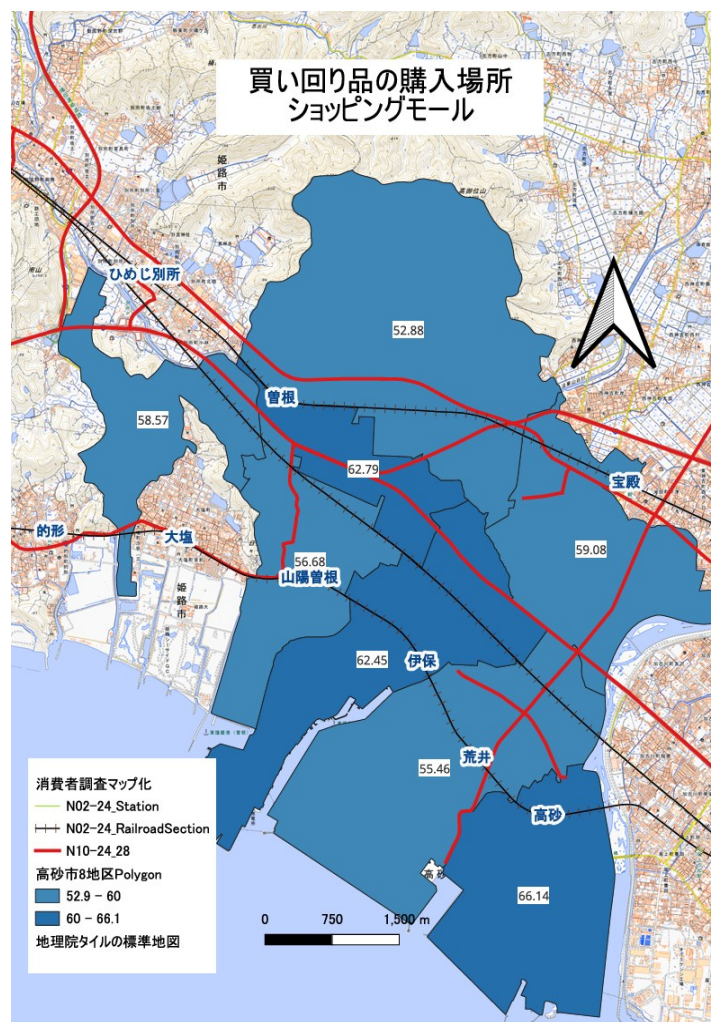
問 49 高砂市の商業施設・小売店について満足していますか？

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？







これらの結果から考えるならば、「徒歩」や「自転車」を日常の交通手段とする交通弱者など何らかの理由で異動が制限されている回答者は、買回り品を高砂市内で購入している。一方、日常的な交通手段が「自家用車」である、あるいは通勤・通学先が近隣市であるような回答者は、その移動の自由度や追加費用が発生しないなどの理由から、近隣市を買回り品の購入先としていることが指摘できよう。

現在、高砂市が伝統的な職住近接型回答者、すなわち住居と仕事場がともに高砂市内であり、生活のかなりの部分が高砂市内で完結している回答者が 25%強、通勤・通学していない回答者が 30%強を占めている。全体の回答者の約 60%弱が高砂市内で生活が完結している状況である。そのような状況故に買回り品の購入においても高砂市内での購入する消費者が一定数確保できていると考えられる。

今後、周辺都市と比べ、利便性が高い割に地価が安いことをもとに、高砂市の郊外住宅地としての開発が相次ぎ、郊外住宅地としての性質を高砂市が強めるとすれば、一時的には、人口増につながり、その分、人口オーナスの影響はある程度弱まり、買回り品の高砂市内での購入総額は増加する可能性はないわけではない。しかし、買回り品の購入については通勤先などの近隣市に流出する可能性が強く、現状の商業環境がどこまで維持できるかについての検討が必要になるであろう。

購入先自治体と買回り品の購入先商業施設別に関する分析

高砂市内で買回り品を購入する商業施設の種類としては、「スーパーマーケット」を選択した回答者比率が25%弱、「ショッピングモール」を選択した回答者比率が50%程度であることに比べ、加古川市、姫路市など近隣市の自治体で買回り品を購入する回答者の場合、「スーパーマーケット」を選択した回答者比率は5%以下となっている。これに対し、加古川市、姫路市、神戸市を買回り品の購入先として選択した回答者では「ショッピングモール」を選択した回答者比率は60%を超える。このような結果となった背景には、高砂市内のショッピングモールが事実上1か所であるとともに、その規模が周辺他市のショッピングモールと比べやや小さく、多様な消費者の需要を満たすだけの多様な品質や品揃えが確保できていないため、比較的規模の大きなショッピングモールが複数存在する加古川市、姫路市、神戸市に消費支出が流出している傾向が示唆される。

高砂市内で買回り品を購入している回答者群では、スーパーマーケットで買回り品を購入している回答者比率が25%弱となっている。このような結果となった背景としては、高砂市内に買回り品を提供する事業者が限られるため、GMS（General Merchandise Store：総合スーパー）とも呼ばれる高砂市内のやや大型のスーパーマーケットでの購入を意図した結果であると思われる。

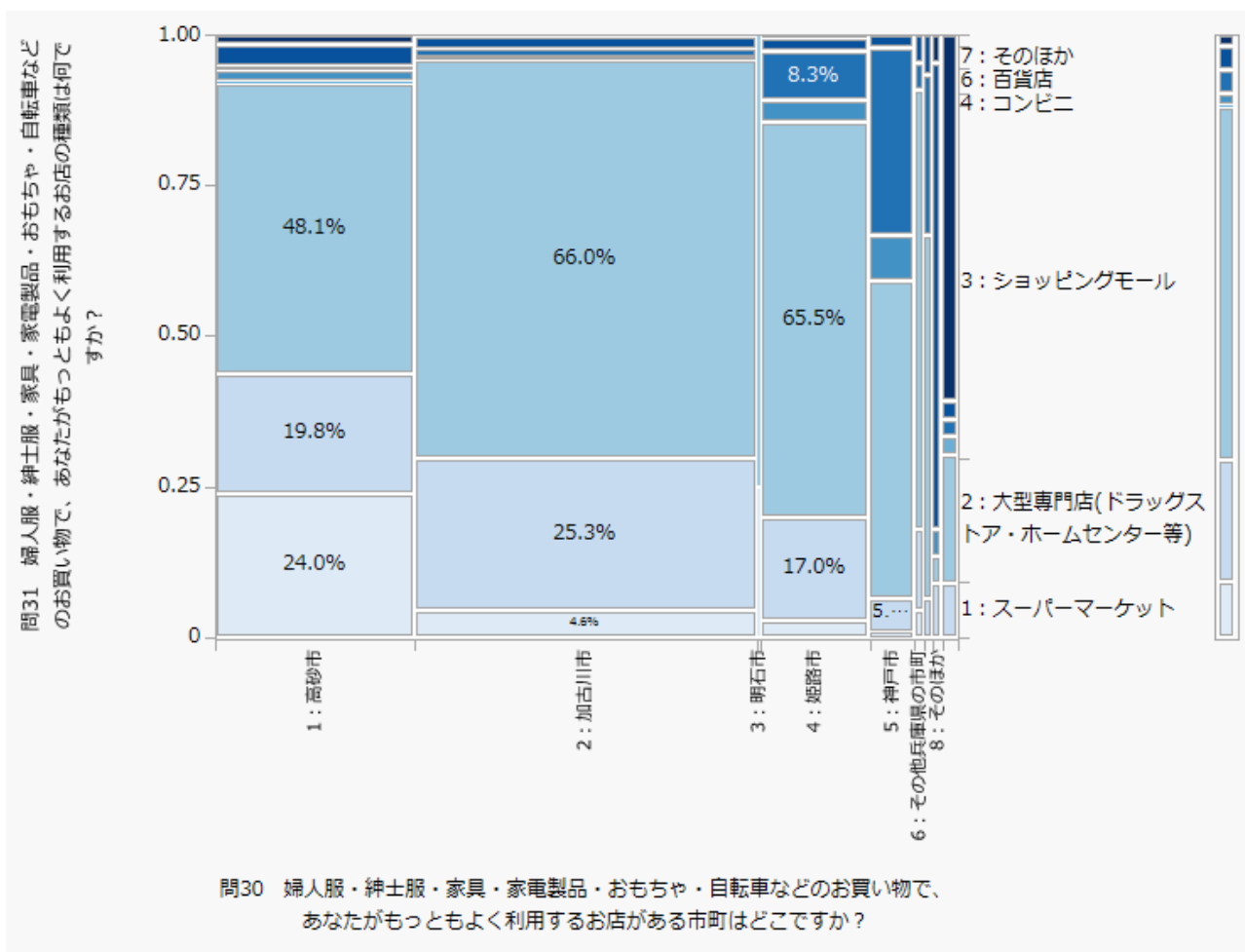
とはいえ、規模の点でも、「品揃えの豊富さ」の点でも、姫路市、加古川、神戸市内のショッピングモールと比較するならば、その規模がやや小さいことは否めず、顧客吸収力があまり強くないため、高砂市外に買回り品の消費支出が流出していることが考えられる。

なお、百貨店を買回り品の購入先とする回答者比率は、姫路市内で買回り品を購入する回答者の場合で10%弱、神戸市、大阪市で買回り品を購入する回答者の場合で、30%前後を占めている。しかしながら、買回り品を百貨店で主に回答する回答者の全回答者に占める比率は全体の5%弱に過ぎない。近隣市の加古川市においても百貨店が撤退した状況を考えた場合、大型の商業施設を求める声があるとしても、百貨店を新規誘致することは現実的ではない。

問30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問31 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？



(A2-13) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際の支払い手段に関する分析

買回り品の購入の際の1回あたりの支払金額と支払い手段の関係については、QRコード決済や流通系ICカードなどのキャッシュレス決済が1回あたりの支払金額に関係なく20%前後の比率を占めているが、50,000円以上の場合を除き、1回あたりの支払金額が大きいほど、クレジットカードを利用する回答者比率が大きい傾向が確認された。

ただし、5,000円以下と50,000円以上の支払いにおいては、現金で支払うと回答者比率が40%以上となっている以外は、現金で支払うという回答者比率は概ね25%強である。

この結果は、高砂市内の消費者では、高額商品の支払いにおいて現金がある程度一般的な手段ではあることを示している。しかしながら、買回り品を含む高額商品の決済において、流通系ICカードではなく、クレジットカードが一般的であるものの、一部の回答者群ではQRコード決済も利用されている傾向にあるという結果となっている。

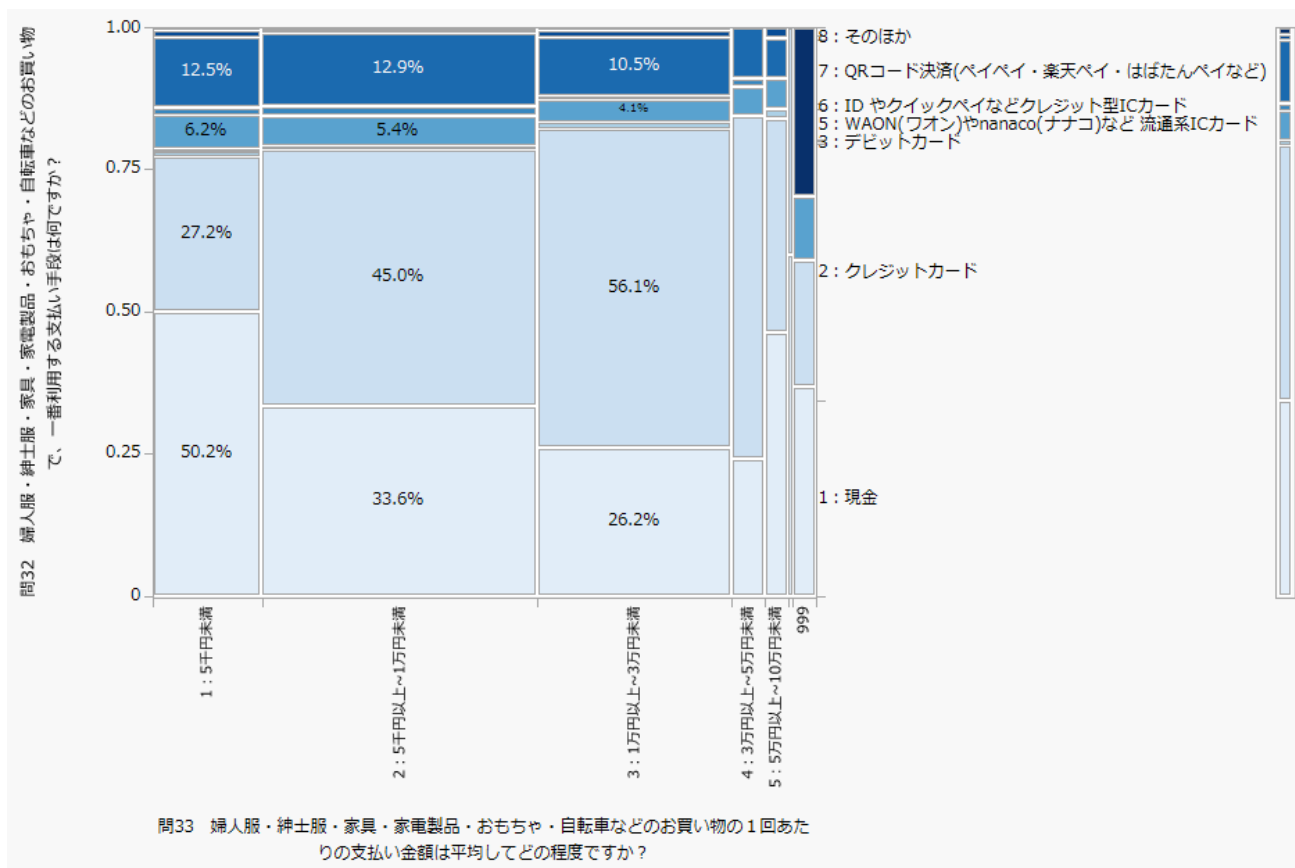
生鮮食料品や日用品代金の支払いにおいて、これらの手段が利用される背景と買回り品の購入における購入代金の選択理由においては、おそらくそれほど差がないことが考えられるであろう。買回り品の購入において、クレジットカード及びQRコード決済でのポイント付与による副次的メリットの存在が、これらの支払い手段が選択される背景にあることが指摘できよう。

これらの状況を考えるならば、買回り品の購入にあたって、デジタル地域ポイント事業での優遇策を取るなどを行うことで、高砂市外への買回り品購入にあたっての流出を防ぎ、高砂市内での買回り品への消費支出の還流を模索するなどの具体的対策が提案できよう。

問 33 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物の1回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？

×

問 32 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？



(A2-14) 婦人・紳士服・家電製品等買回り品の購入の際に重視する項目と買回り品の購入先自治体に関する分析

価格に関する分析

買回り品の購入について、どのような点を評価するかに関する問 34 と購入先との関係を検討した場合、価格の重視の程度にかかわらず、高砂市内を買回り品の購入先とする回答者比率は、30%弱で安定している。

しかしながら、価格を重視する回答者の約 50%が加古川市で購入しており、価格を「あまり重視しない」、「重視しない」を選択した回答者群では、価格を重視する回答者群と比べ、姫路市の比率がやや大きい。

この結果からは、買回り品の価格を重視する回答者においては、買回り品の販売店舗が多く、価格競争が激しい結果、販売価格が低下する傾向にあると考えられる加古川市を購入先として選択している可能性が高い。

価格が買回り品において「やや重視する」、「あまり重視しない」という回答者群において、姫路市の回答者比率がやや大きい。

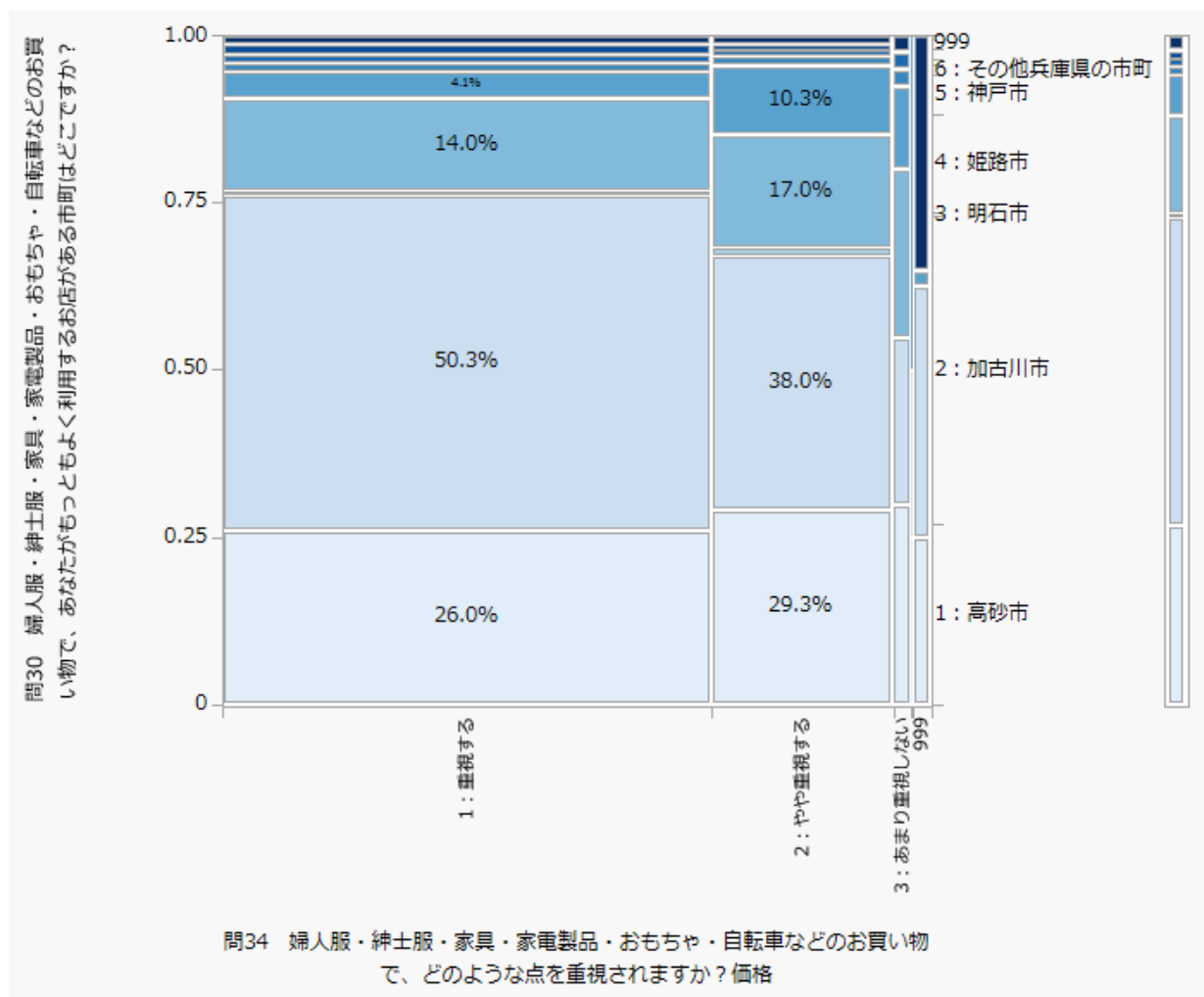
現状で、高砂市内での買回り品の販売店舗に限られる状況下においては、高砂市内で疑似的な空間的寡占ないし空間的独占が発生しているため、通常競争市場における価格競争の結果生じる価格低下のメリットを市民が享受できない結果となっている可能性がある。

このような状況を打破するためにも、ある程度の適切な規模を有する商業開発を誘導するなどにより、高砂市内での買回り品を取り扱う事業者間の適切な競争環境を構想し、買回り品価格が低下すれば、現在、他市で買回り品を購入している価格を重視する消費者が、高砂市内で買回り品を購入する可能性が増えるであろう。その結果として、高砂市内での買回り品の購入者の比率がより大きな値となることも考えるのではないだろうか。

問 34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（価格）

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



自宅からの近接性に関する分析

自宅からの近接性（「自宅からの近さ」）を「重視する」回答者群では、49.1%が高砂市を買回り品の購入する先として選択し、加古川市を選択した回答者比率は33.9%である。

これに対し、自宅からの近接性（「自宅からの近さ」）を「やや重視する」回答者群では、加古川市を買回り品の購入先として選択する回答者比率は49.9%となっている。

これに対し、自宅からの近接性を「あまり重視しない」、「重視しない」を選択した回答者群では、加古川市を買回り品の購入先として選択している回答者比率は、それぞれ51.3%と44.1%である。同回答者群では、加古川市以外に、姫路市、神戸市などが買回り品の購入先として選択されているという結果となっている。

その意味で、社会におけるモータリゼーションが極めて進行した現代地方都市において、自宅からの近接性をあまり気にしない回答者は一般的であることを考えるならば、買回り品の購入にあたって広域的に移動するといえよう。

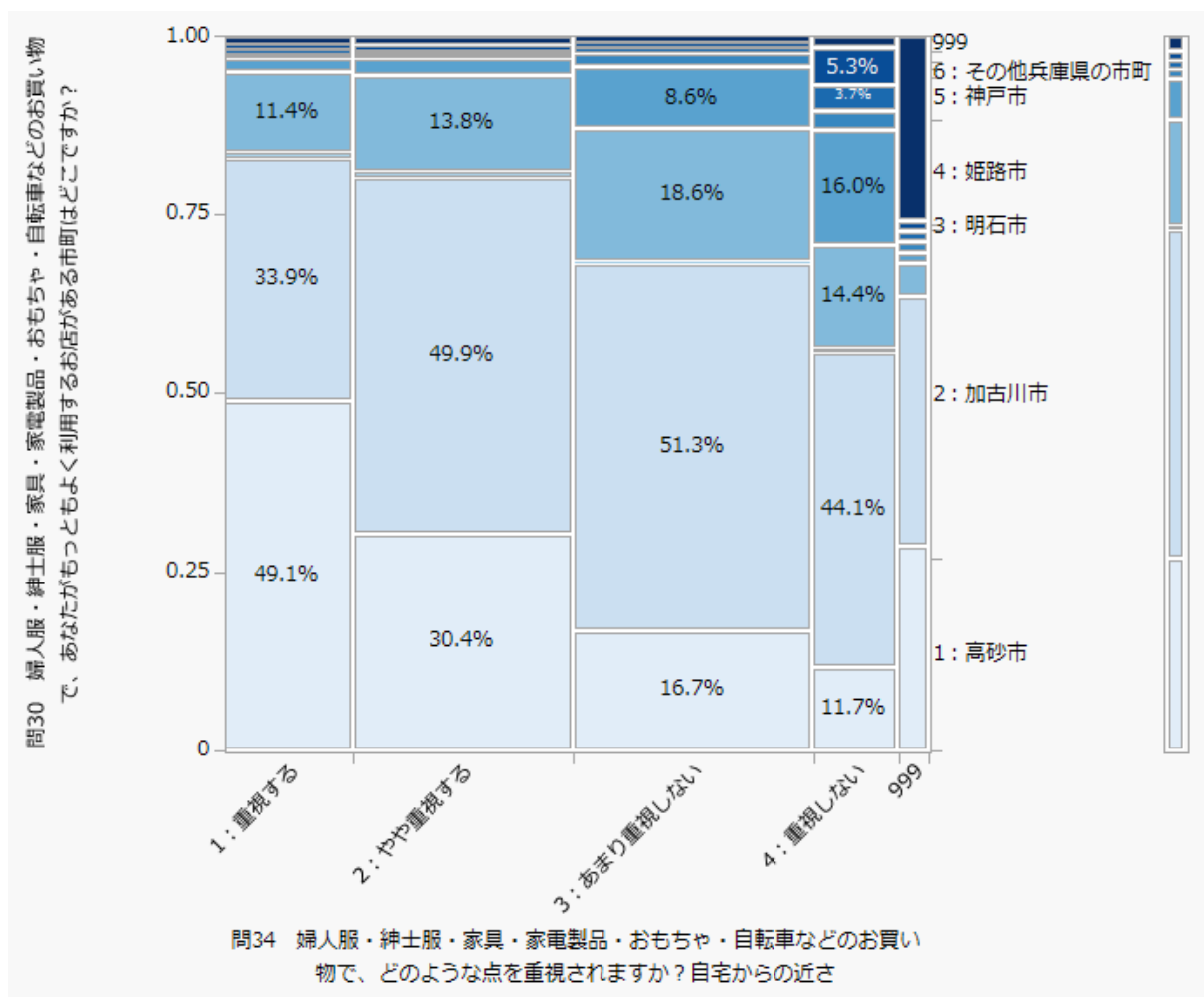
このような現状の交通環境を前提とするならば、高砂市内での買回り品の提供に際しては、高度経済成長期に特徴的であった巨艦巨砲主義的な大型商業施設の誘致によって、市外からの顧客を獲得するという大規模開発を目指すことも一つの方法であろう。

しかし、現状の高砂市内の道路状況や鉄道ネットワークを前提とするならば、高砂市において、周辺市における商業施設との関係を検討しながら、周辺市の商業施設では実現できない高砂市の商業施設ならではの役割を担う施設を検討することが、今後の高砂市内における買回り品関連の商業環境の構想あたっては現実的なプランの一つであるとはいえよう。

問 34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（自宅からの近さ）

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



駅やバス停への近接性に関する分析

買回り品の購入にあたって、駅やバス停などの交通結節点への近接性（「駅・バス停からの近さ」）を重視する（「重視する」、「やや重視する」を選択した）回答者群では、約 30% 前後の回答者が高砂市内を買回り品の購入先として高砂市を購入先としているが、駅やバス停への近さを「あまり重視しない」、「重視しない」を選択した回答者群の半数前後が、買回り品の購入先として加古川市を選択している。

この結果は、日常的な交通手段が「徒歩」あるいは「自転車」といった交通弱者に近い回答者群で、交通利便性の関連指標である駅やバス停といった交通結節点への近接性は重視されるものの、それ以外ではほとんど重視されていない（A2-9 参照）ことが背景にある。

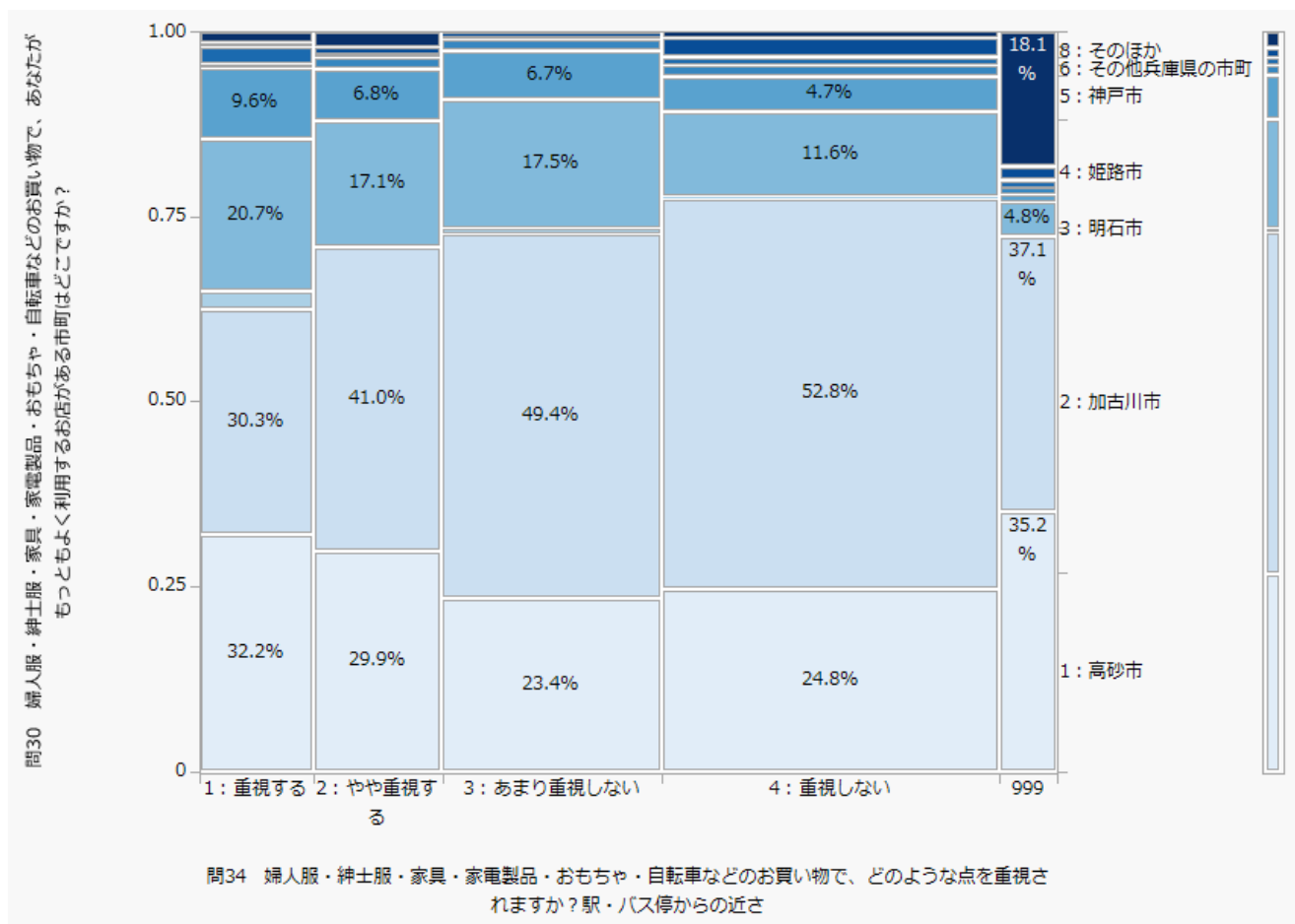
また、駅やバス停への近さを「あまり重視しない」、「重視しない」を選択した回答者群の全回答者に占める比率は相当大きい。この結果は、モータリゼーションが相当程度進行した地方都市では、これらの交通結節点への立地の重要性はそれほど大きなものとなっていないことを意味する結果となっている。

その面で、駅前再開発などを構想するにしても、大規模な開発ではなく、通勤・通学者といった日常的に駅を利用する利用者にとって利便性向上を目指した比較的小規模な開発に主眼を置くべきであろう。

問 34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（駅やバス停からの近さ）

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



品揃え及び品質に関する分析

買回り品を購入する際、「品揃えの豊富さ」を「重視する」、「やや重視する」回答者（品揃え重視の回答者）、「品質の良さ」を「重視する」、「やや重視する」と回答する回答者（品質重視の回答者）が高砂市内を購入先とする回答者比率が30%前後である。

これに比べ、品揃え重視の回答者群および品質重視の回答者群の半数弱が加古川市を買回り品の購入先自治体として選択している。

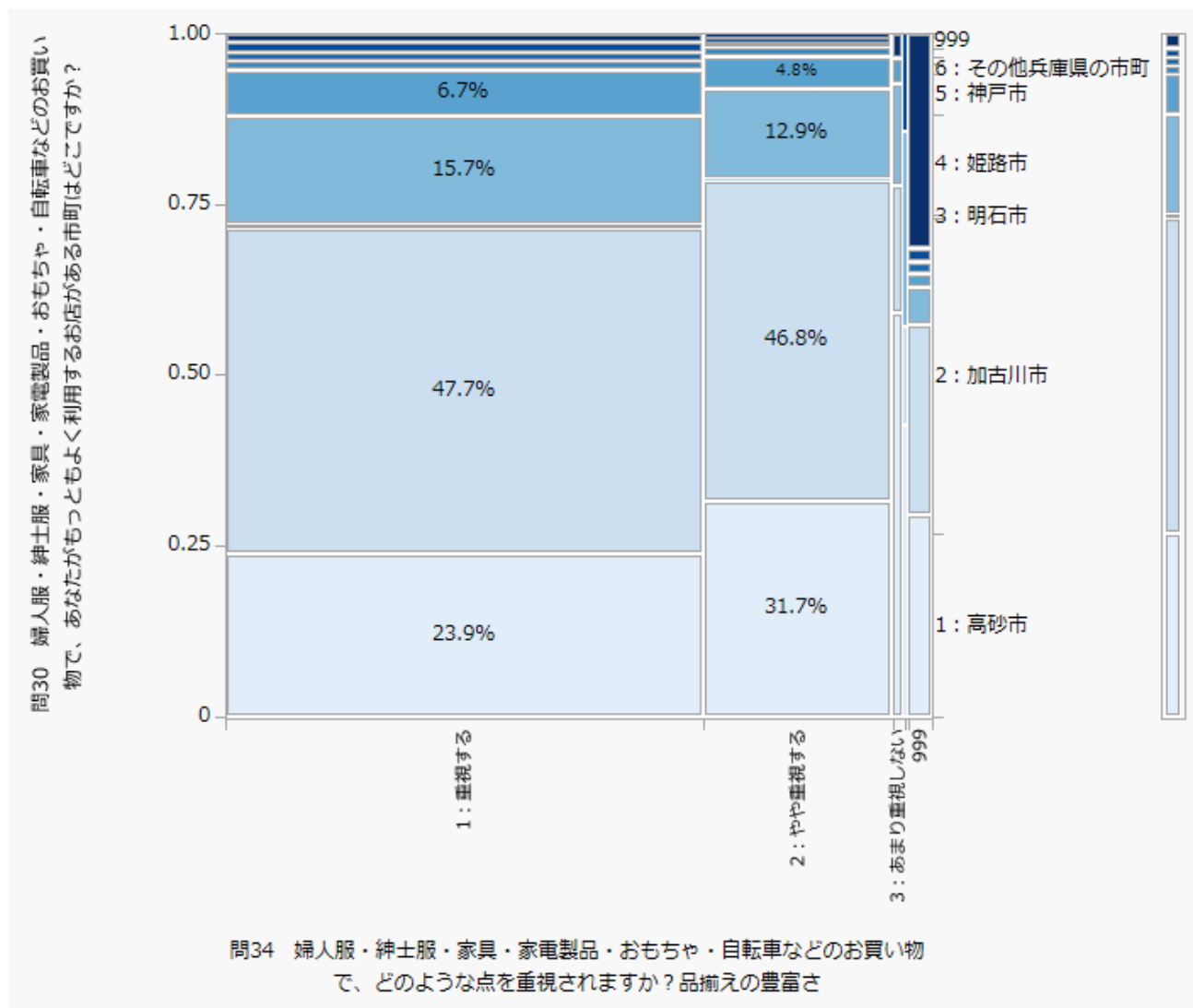
「品質の良さ」や「品揃えの豊富さ」を「重視する」または「やや重視する」と回答した品質、品揃えなどに価値を置く回答者群では、加古川市を利用する回答者比率が大きい。逆に、それほどこだわりのない「やや重視する」を選択した回答者群において、高砂市が購入先として、加古川市に次ぐ大きさの一定の回答者比率であることが確認された。

この結果からも、買回り品関連の大規模な商業施設の誘致などを目指すのではなく、周辺市の商業環境とそれらとの競合関係を勘案しながら、適切な規模の一定の「品質の良さ」と「品揃えの豊富さ」を有する商業施設の計画を模索すべきであろう。

問 34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（品揃えの豊富さ）

×

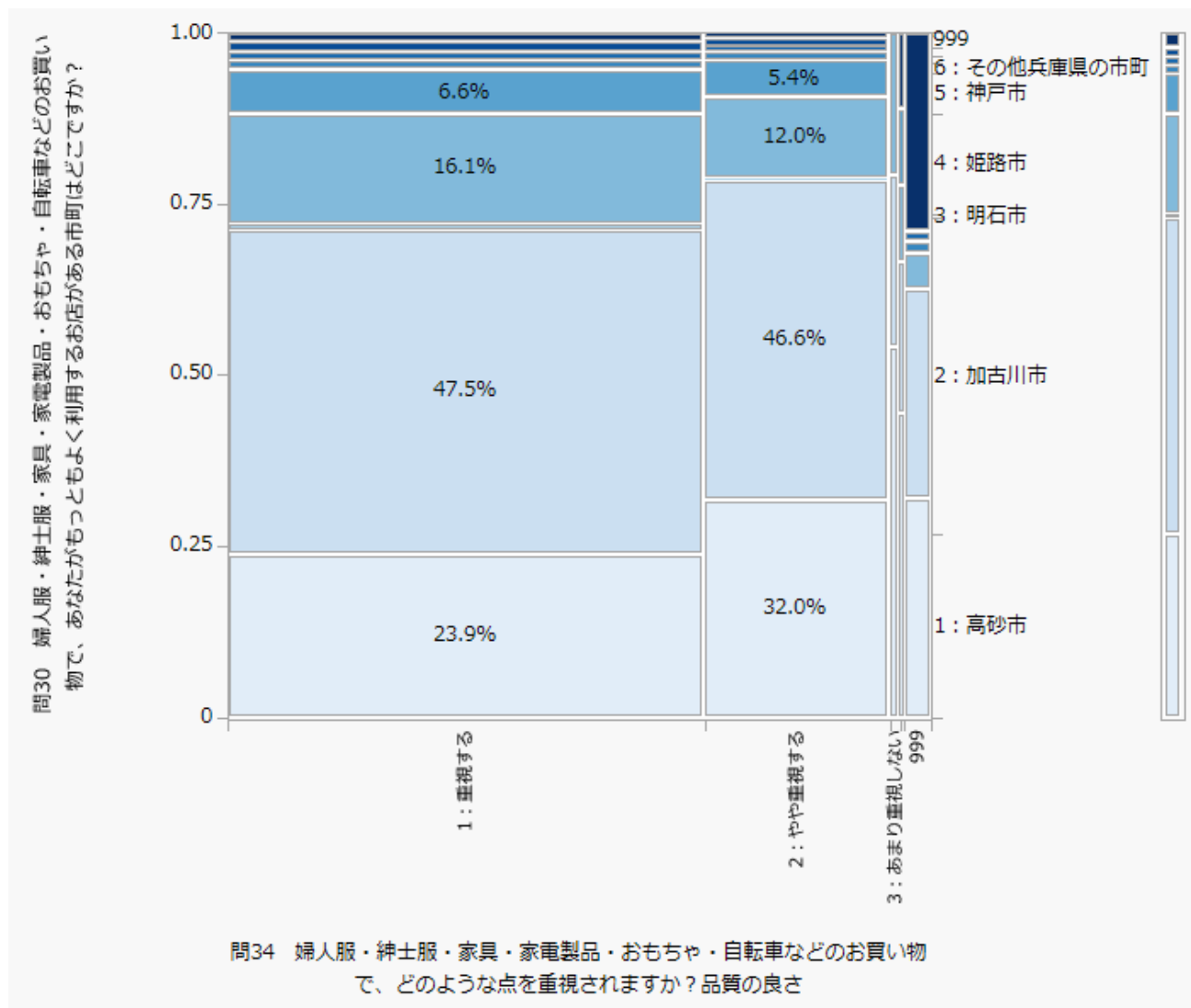
問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



問 34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（品質の良さ）

×

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



駐車・駐輪のしやすさおよび接客態度

なお、買回り品の購入時に重視する要素として、駐輪・駐車の手やすさ、「接客態度」についても分析してみたが、買回り品の購入先の自治体別に大きな違いは見られなかった。

小括

買回り品の購入の際に重視する項目と買回り品の購入先自治体に関する分析結果を要約するならば、買回り品として高品質な商品群を中心に、多様な買回り品にあたる商品間の

比較が可能な程度の品揃えが充実しており、低価格品から高額商品まで多種多様な商品群を扱うショッピングモール型の商業施設がサンモール高砂の営業停止以降、現在の高砂市内では限られるために、近隣市のショッピングモールなどの大型商業施設に買回り品に関する消費支出が流出している傾向が示唆される。高砂市内における買回り品の消費支出を現在以上に誘発するためには、品質面でも、品揃えの点でも近隣市に比肩する程度のショッピングモールが望まれるし、そのことは自由回答欄の記述結果からも示唆できる。

ただし、これらの大型商業施設が建築可能となるのは、実現のためには、湾岸部の工場跡地のようなある程度広大な面積を有し、なおかつ、建設予定地などへの交通アクセスが良好な用地における開発が重要となる。

大量輸送可能な交通動線が存在すれば、近隣の他都市からの利用者を集客できるような商業施設の建設や誘致は実現可能ではあろう。しかしながら、現状の用途地域、現実的な用地の入手可能性、既存の交通環境を前提とする場合、非常に規模の大きな商業施設の誘致は、現実的な提案とは言えないのではないかとと思われる。

現実環境を踏まえた現実的な対応策としては、高度経済成長期に模索された規模の点で地域一番店を標榜するような巨艦巨砲主義的な商業施設の誘致を目指すよりは、周辺都市群との役割分担を図りつつ、ファストファッションに代表されるような一定の品質が保証されてはいるものの、比較的価格帯の商品群をも含む事業者であり、なおかつ小規模店舗の運用経験を有する事業者の誘致が望ましいのではないかとと思われる。これらの事業者を適切に高砂市内に誘致し、着実に高砂市内の買回り品の需要にこたえていくことが現実的な解決策であると思われる。

(A2-15) インターネットショッピング等の通信販売についての分析

インターネットショッピング等の通信販売の利用の有無と回答者の年齢層に関する分析

インターネットショッピング等の通信販売の利用経験の有無については、年齢階層がより低い階層の回答者群での利用率が大きい傾向にあり、「30歳から39歳」の回答者では利用するという回答選択肢を選択した回答者比率が90%超となっている。

この39歳以下の回答者群においては、近年の労働力確保の観点から、大企業を中心に若年層にやや手厚く給与を増額する傾向がみられることから、消費意欲が旺盛な回答者群であるともいえる。デジタル・ネイティブと呼ばれる世代でもあるこれらの世代の人々は、幼少期からデジタル技術が家庭や学校で当たり前利用されていること、COVID-19のパンデミックにより在宅勤務や在宅学習の経験があり、インターネットショッピング等の通信販売についても、抵抗感がなく受け止められている回答者群でもある。

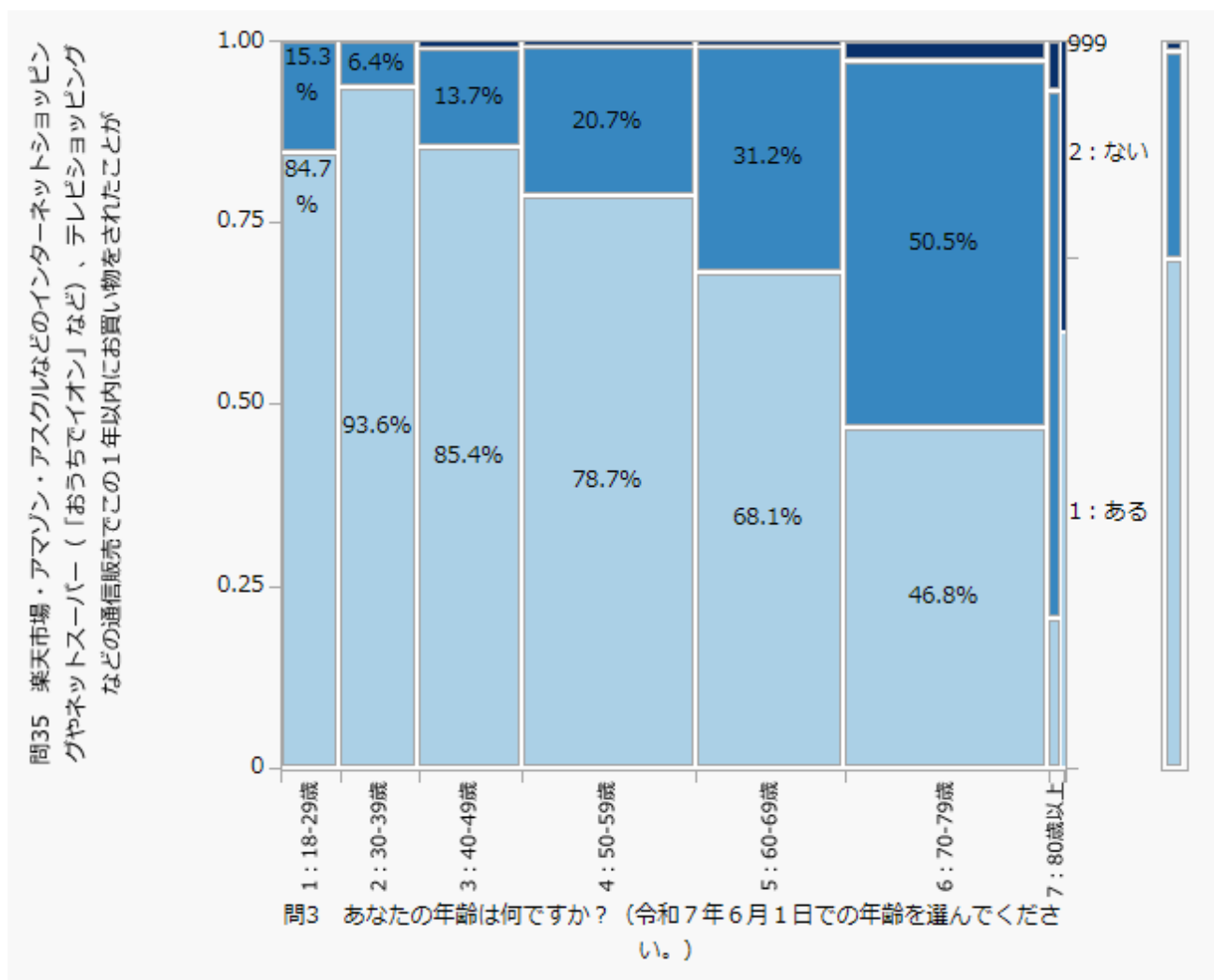
若年層の消費者群が、地域で購入せず、インターネットで購入活動を旺盛に行っていることは、高砂市内のみならず、近隣市の商業施設の収益基盤に大きく影響を与えている可能性がある。今後デジタル・ネイティブに当たる年齢層の人口が増えることから、将来、高砂市のみならず、近隣市を含む地域における事業者に対してより深刻な影響が生じることが考えられる。

これらの若年層のインターネットショッピング等の通信販売を利用している回答者群の購入先を高砂市内に切り替えさせるためには、デジタル地域ポイント事業などを活用し、高砂市内の購入活動においてのみ発生する何らかの経済的なインセンティブを準備する必要があるといえよう。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



インターネットショッピング等の通信販売の利用の有無と回答者の職業に関する分析

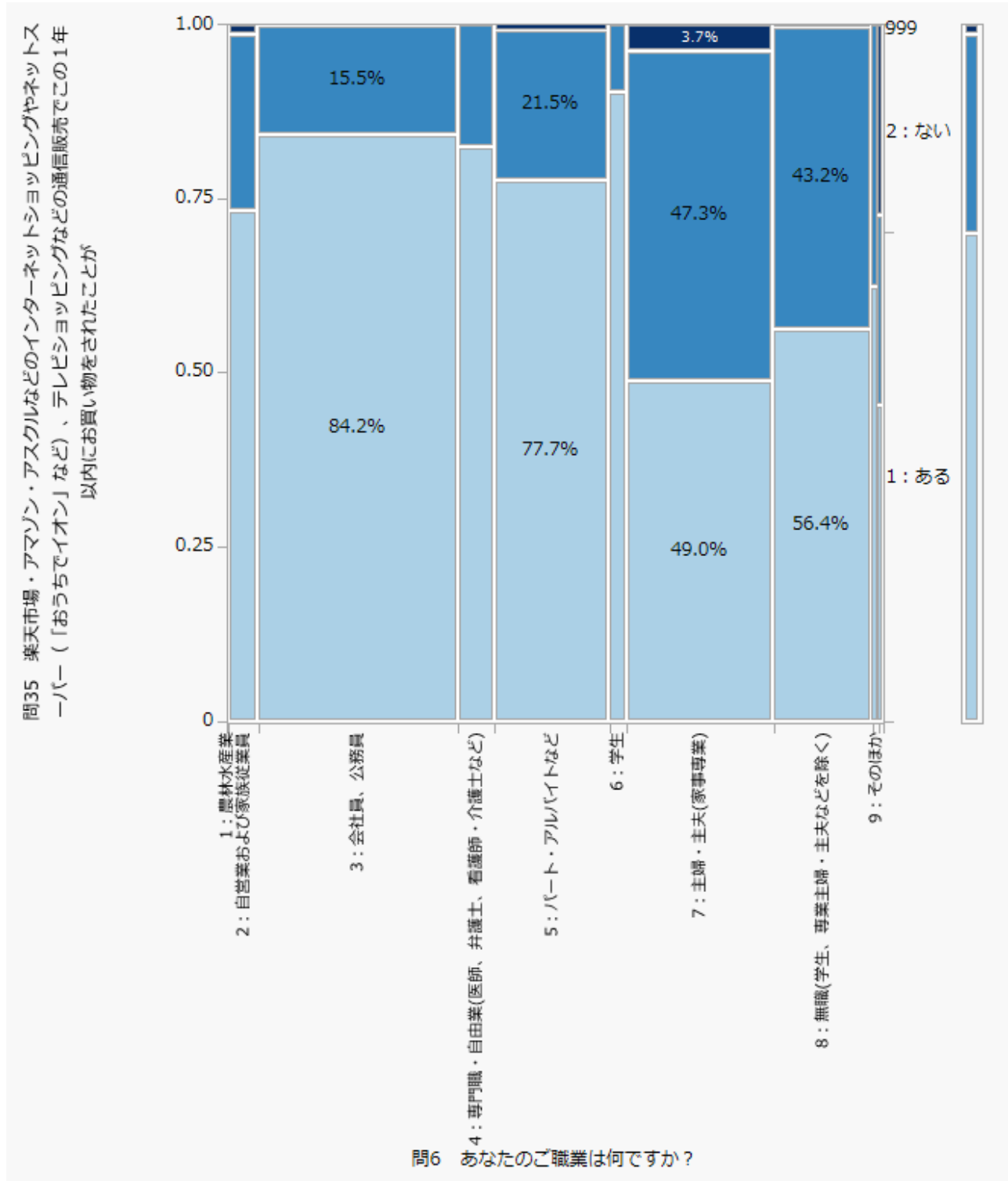
職業別では、「大学生」の回答者でインターネットショッピング等の通信販売について、利用経験が「ある」を選択した回答者比率が90%を超え、「会社員・公務員」、「専門職」、「パート・アルバイト」などの勤務者においても、利用経験が「ある」を選択した回答者比率が80%とかなり大きな値を示している。しかし、「主婦・主夫」の回答者での同比率は半数を下回り、「無職」であると回答した回答者群においても同比率は60%を下回っている。

この結果からは、デジタル・ネイティブ世代が多数含まれる大学生においては、インターネットショッピング等の通信販売が一般化していると同時に、平日の日中業務を行っている勤務者である回答者群についても、店舗の営業時間内に店舗まで足を運ばさなくとも、時間および場所を選ばず購入活動ができるインターネットショッピングの利便性は大きな魅力となっていることが示唆される結果となっている。

、 あなたのご職業は何ですか？

×

問 35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



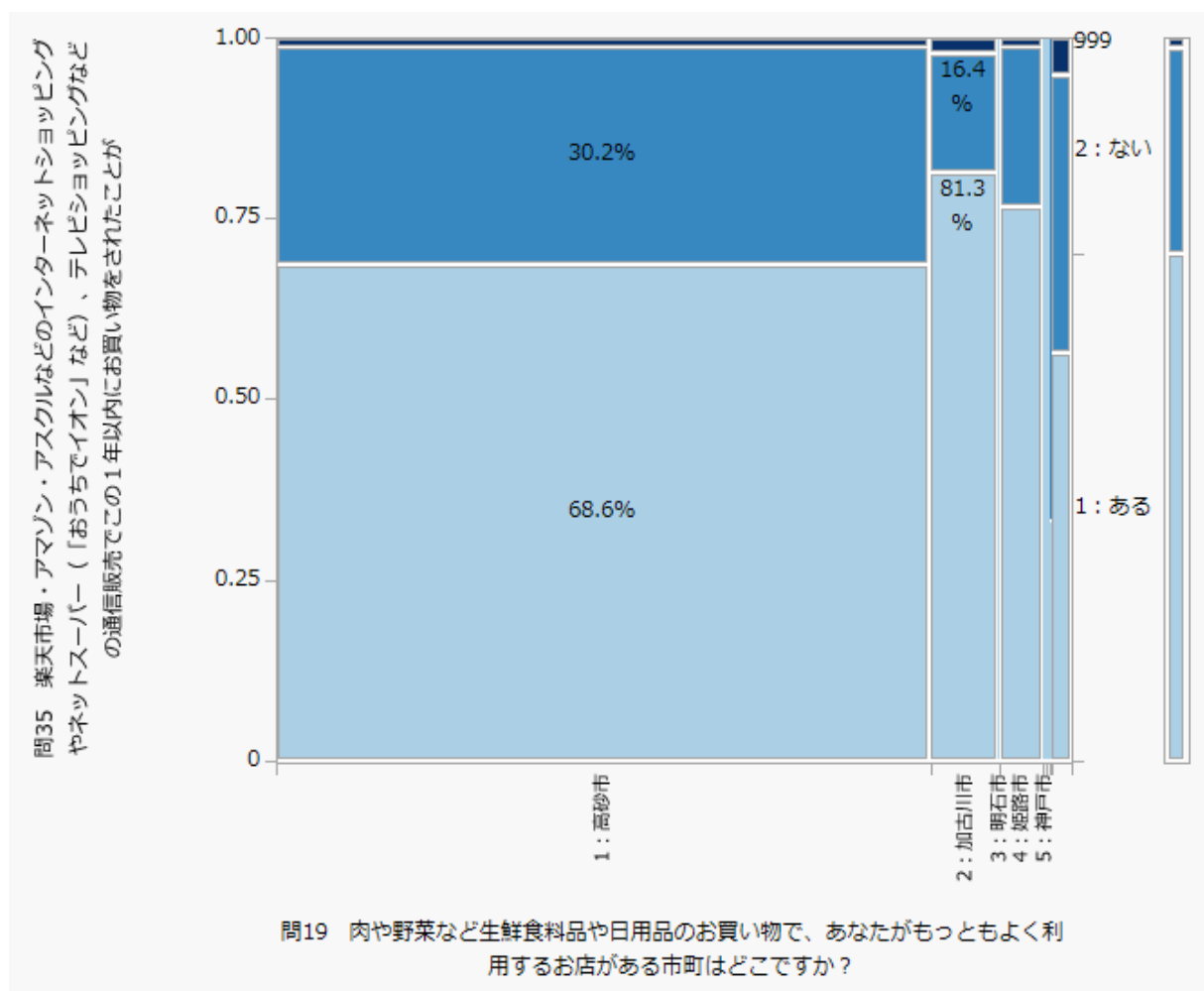
インターネットショッピングなど通信販売の利用の有無と回答者の生鮮食料品や日用品および買回り品を購入する際の自治体に関する分析

生鮮食料品や日用品の購入先の自治体及び買回り品の購入先の自治体とインターネットショッピングなどの通信販売の利用の関係について検討したところ、生鮮食料品や日用品の購入先として加古川市、姫路市を利用すると回答している回答者におけるインターネットショッピング等の通信販売を利用した回答者比率は、高砂市内を生鮮食料品や日用品の購入先とする回答者比率に比べやや大きい。しかしながら、そう大きな違いがあるわけではない。

問 19 肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問 35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？

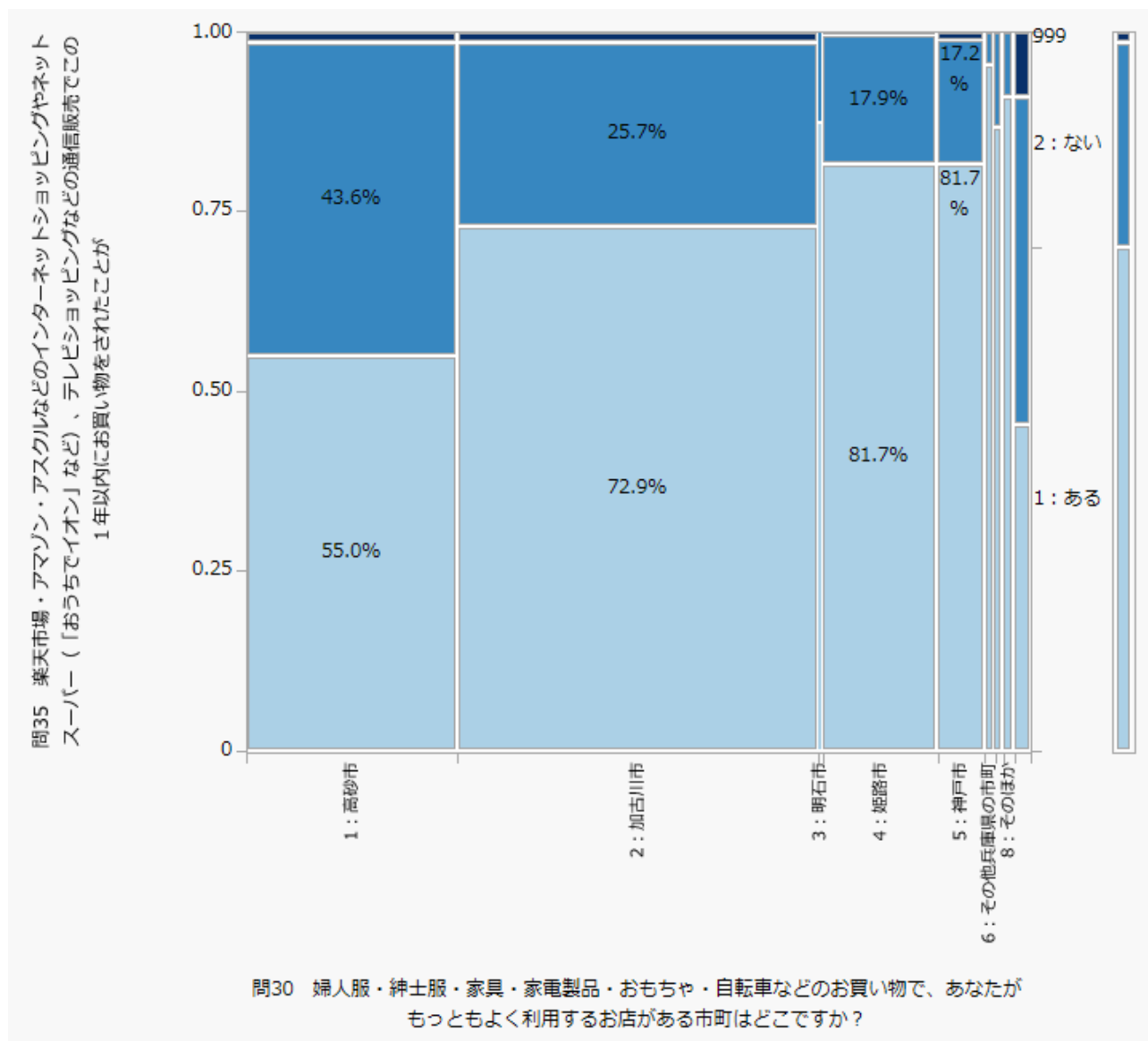


さらに、買回り品の購入先を加古川市、姫路市、神戸市であるとする回答者では、インターネットショッピング等の通信販売の利用者比率はより大きな値を示している。この結果からは、高砂市民による買回り品の購入による売り上げ減少などへの影響は、加古川市、姫路市に比べ相対的に小さく、比較的限定的であることが想定される。

問30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



インターネットショッピングなど通信販売の利用の有無と買回り品を購入する際に重視する項目に関する分析

買回り品を購入する際に重視する項目とインターネットショッピングなどの通信販売の利用の関係について検討したところ、価格を「重視する」、「やや重視する」を選択した回答者群では、インターネットショッピング等の通信販売を利用していると回答した回答者比率は70%を超えているが、価格を「あまり重視しない」、「重視しない」を選択した回答者群では同比率は70%以下となっている。

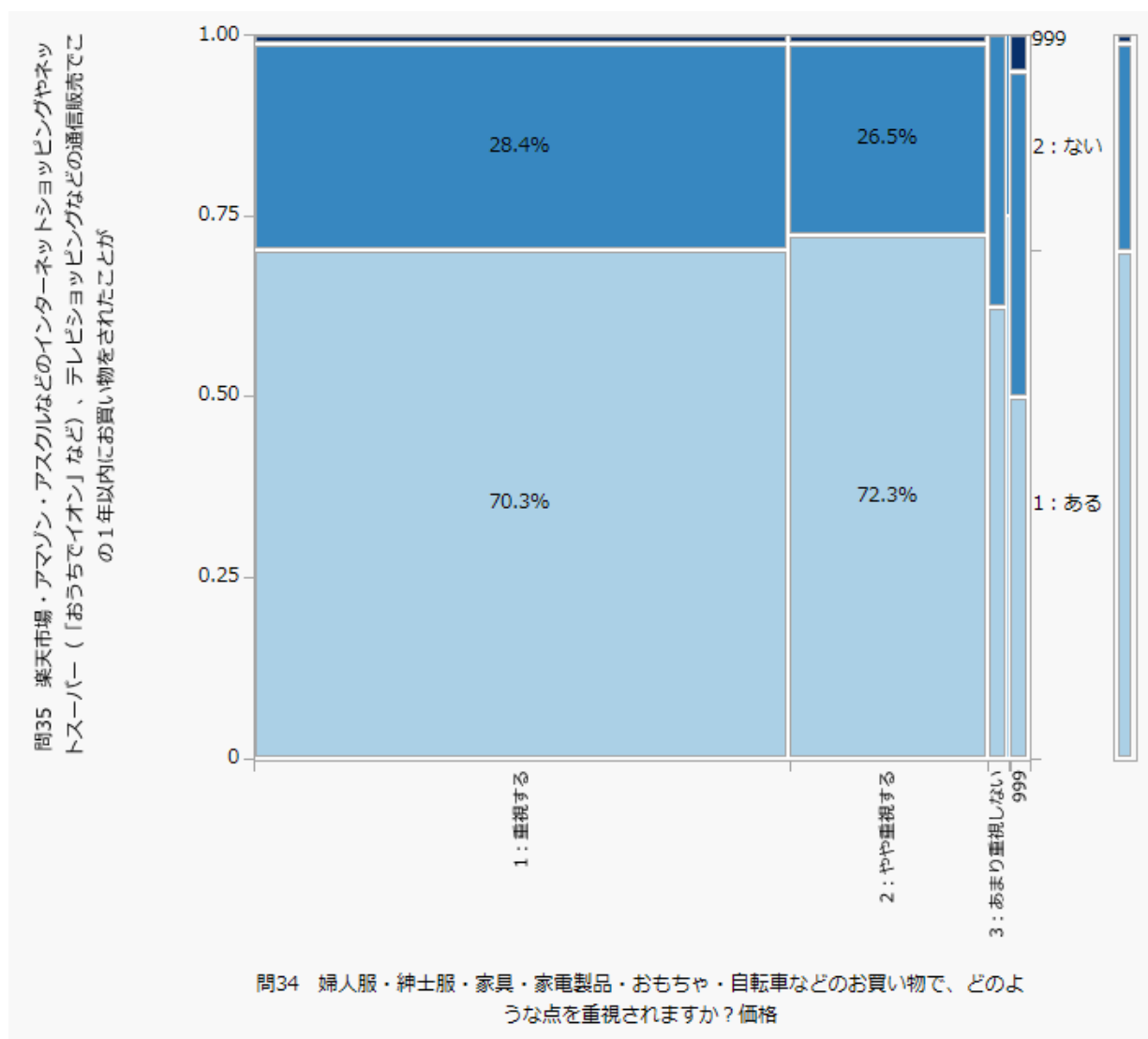
同様の傾向は、「品揃えの豊富さ」、「品質の良さ」に関する回答選択肢で、「重視する」、「やや重視する」を選択した回答者群で、インターネットショッピングなどの通信販売を利用する回答者比率がおおむね70%以上となっている。

これらのことを考えるならば、今後の高砂市内での買回り品の販売にあつては、「価格の安さ」、「品揃えの豊富さ」、「品質の良さ」を重視する消費者がインターネットショッピングの利用者となっていることを前提に、これらが提供できない何か、すなわち、リアルな空間での事業者との対話などを介して生まれる関係性とそれに基づく互報性や互酬性に基づくビジネスや、店頭での丁寧な接客な『コト消費』（体験などを伴う消費）につながりうるようなサイバー空間では体験しえない何らかの体験の提供が必要ではなかろうか。

問34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（価格）

×

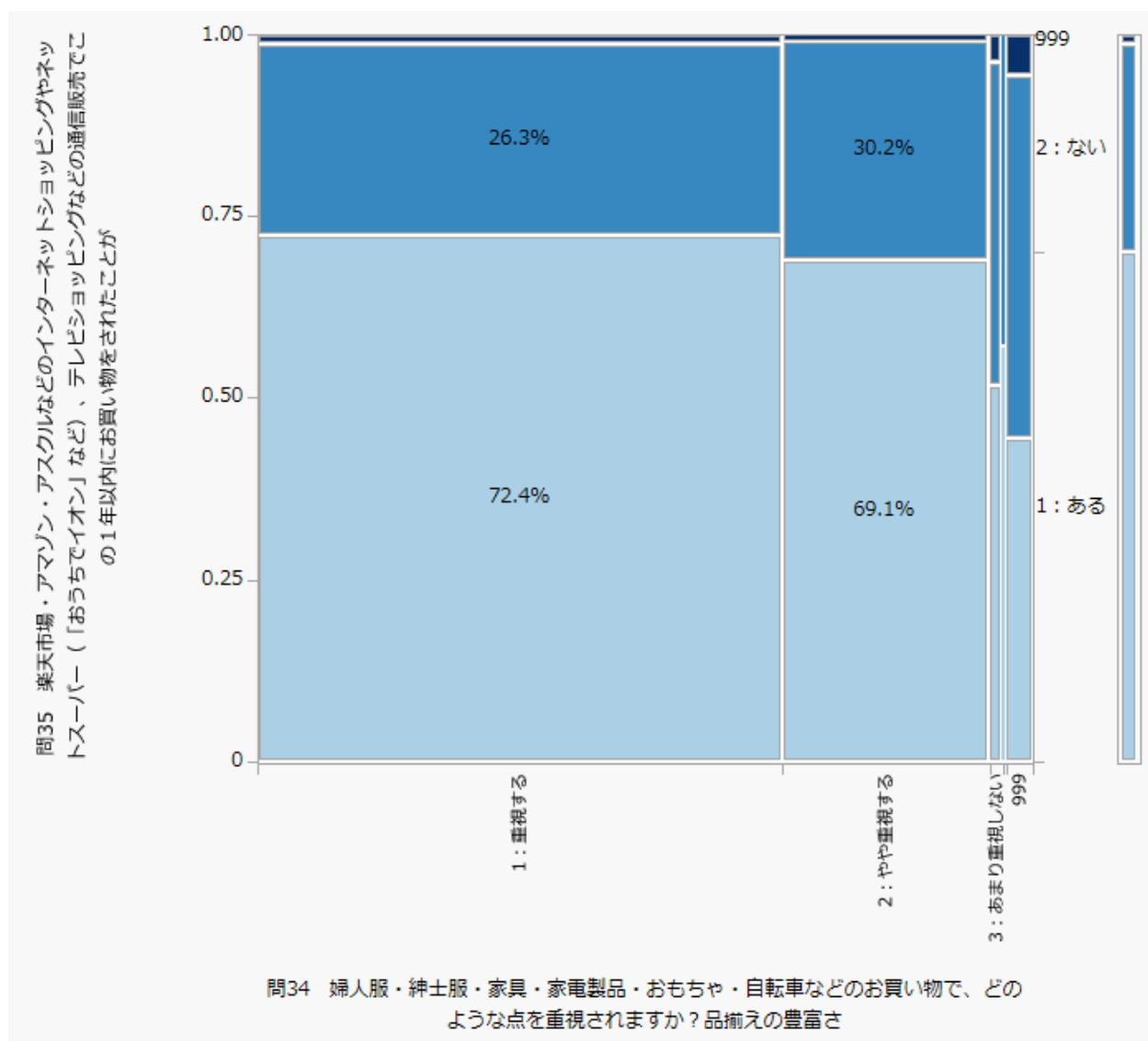
問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



問34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（品揃えの豊富さ）

×

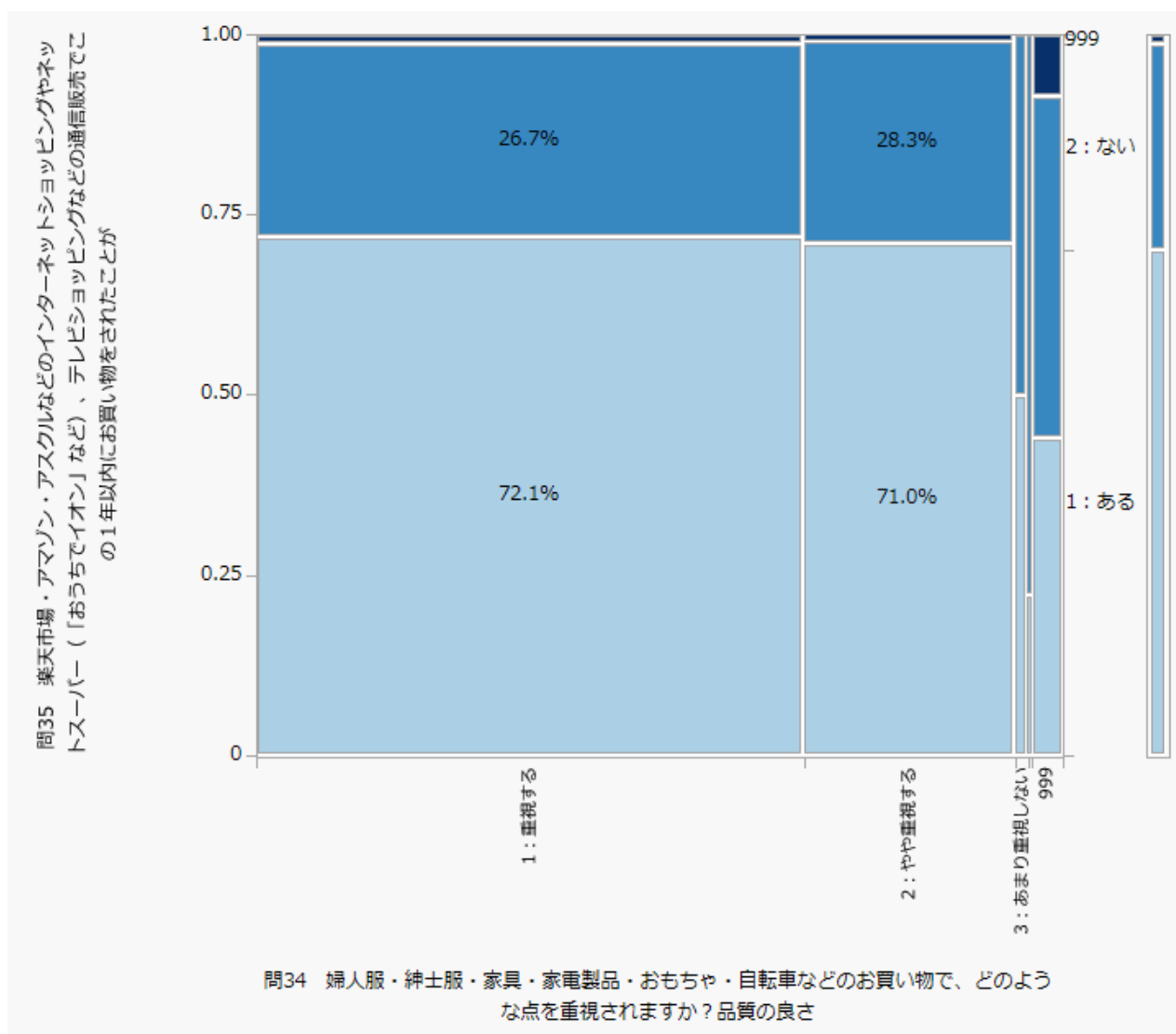
問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



問34 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？（「品質の良さ」）

×

問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？



小括

以上の結果を踏まえるならば、高砂市内に立地する事業者とインターネットショッピング等の通信販売事業者との間に取り扱い商品群及び販売方法の点で、大きな差別化がなされていない場合、利用時間や場所を問わずにインターネット等を介して発注可能な通販事業者の存在によって高砂市内の販売事業者の販売機会が相当程度、奪取されている可能性を指摘できよう。

仮に、「価格の安さ」、「品揃えの豊富さ」、「品質の良さ」を重視する消費者がインターネットショッピングの利用者となっている可能性が高いのであれば、それを前提に、これらが提供できない何か、すなわち、リアルな空間での事業者との対話などを介して生まれる関係性とそれに基づく互報性や互酬性に基づくビジネスや、店頭での共同行動などのサイバー空間では体験しえない体験の提供が必要ではなかろうか。

そして、これらの関係性に基づくビジネスモデルこそ、本来、高砂市の商業・サービス業事業者がこれまで培ってきたことであるとすれば、それを活かしていくべきであろう。

(A2-16) 食材宅配・食事宅配に関する分析

地区別に関する分析

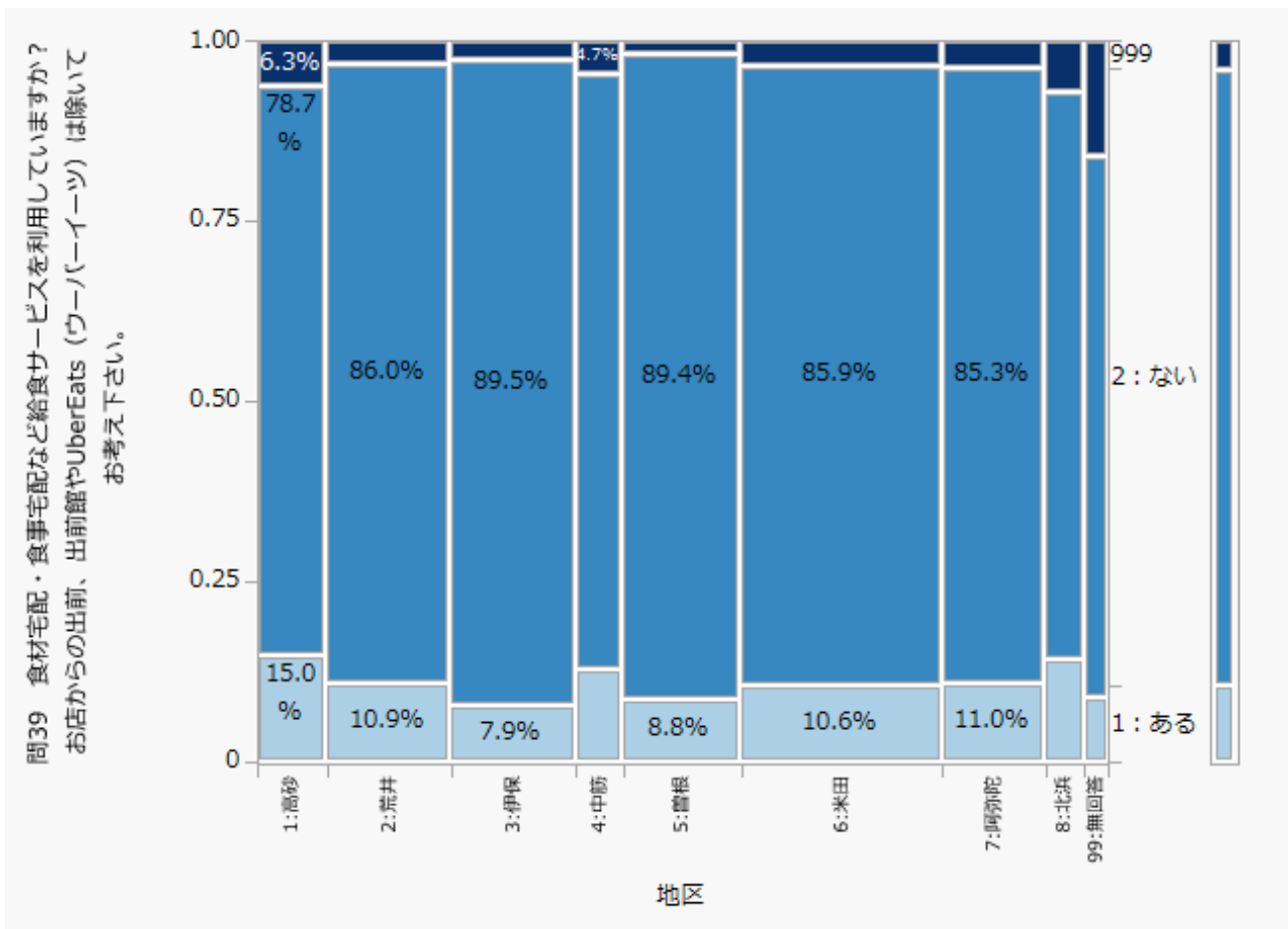
次に、食材宅配、食事宅配などの利用状況についての検討結果を紹介する。この結果からは、高砂、中筋、北浜の各地区など、生鮮食料品や日用品へのアクセスに課題がある地区において食材宅配、食事宅配を利用しているとする回答者比率が大きい。

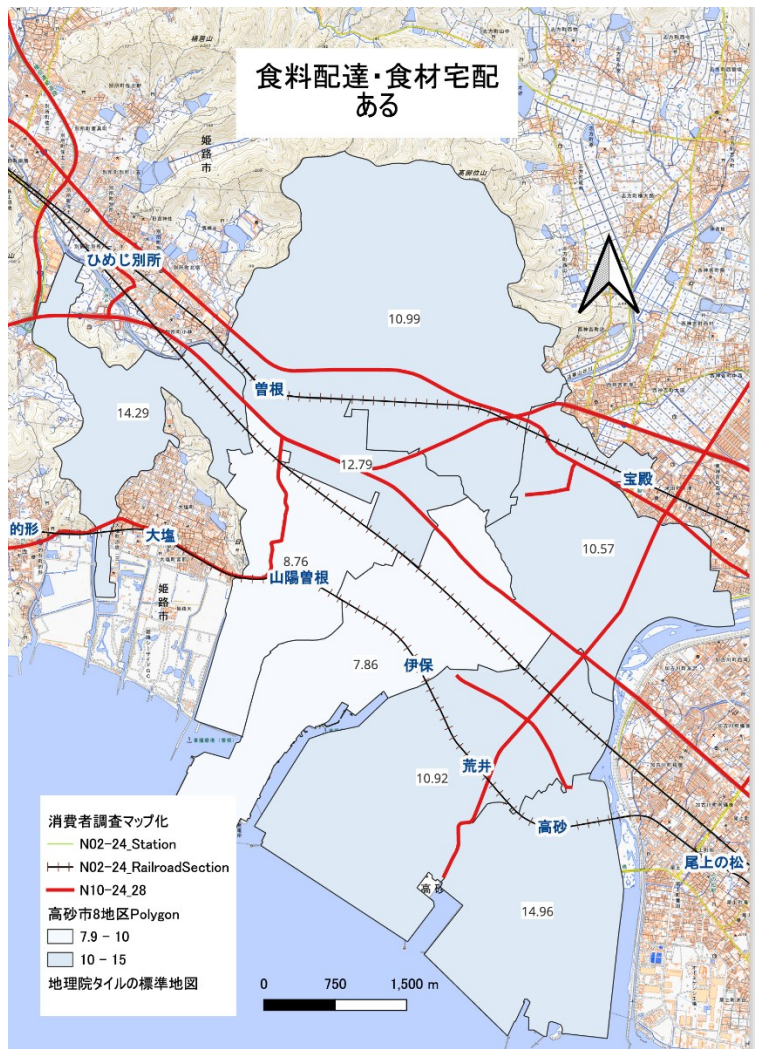
この結果からも、移動販売車による販売戦略や、タクシーの共同利用による高砂市内での購入を推進するためには、これらの生鮮食料品や日用品を購入する際に困難を覚えており、食材宅配や食事宅配を利用している市民が多い地区から先導的に実施することが移動販売を成功に導く方策の一つである可能性として、指摘されよう。

地区

×

問 39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館やUberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。





年齢別に関する分析

また、年齢層では、30歳以上39歳以下の回答者、70歳以上79歳以下の回答者における「食材宅配・食事宅配を利用している」を項目を選択した回答者比率が14%以上と、他の年齢層に比べ、若干大きい。30歳以上39歳以下の回答者においては、子育てなどのために購入活動において制約が、70歳以上79歳以下の回答者においては、高齢化に伴う身体的な能力の低下の懸念が、「食材宅配・食事宅配を利用している」とする回答者比率がやや大きな値を取っている背景にあるのではないかと考えられる。

現在「食材宅配・食事宅配を利用している」を選択した回答者が多数住む地区で、生鮮食料品や日用品の購入が困難であるため、食材宅配・食事宅配が利用されている可能性があるのならば、これらの食材宅配・食事宅配の利用者が多い地区において、移動販売車がより高品質で新鮮な生鮮食料品等の供給を安定して行えば、食材宅配・食事宅配の利用者が、それらのサービスの利用を中止し、購入活動先の一部を移動販売車に切り替える可能性があると考えられよう。

その意味で、子育て中の世帯が多い地区や、70歳代の住民が多い地区において、移動販売車を利用する利用者が一定程度見込めるであろう。

これらの年齢層が集まる各種施設において定期的に食材宅配・食事宅配のサービス事業者が提供している商品群より高品質な商品を提供することにより、一定の利用者が確保は容易になる可能性が高い。

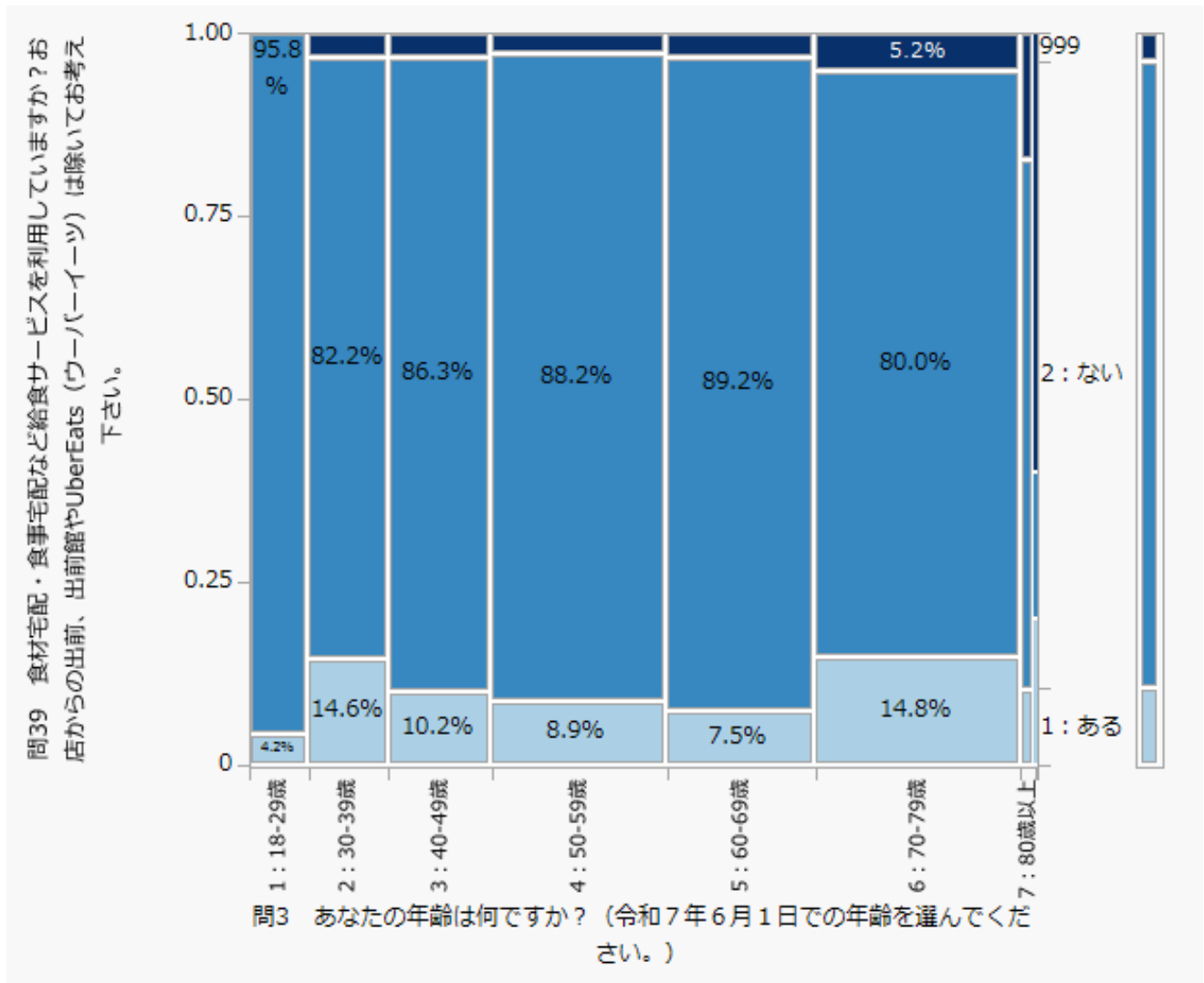
より具体的には、「食材宅配・食事宅配を利用している」を選択した回答者が相対的に多い、子育て中の世帯を販売対象とするのであれば、例えば、保育所、幼稚園などを利用することが指摘できよう。あるいは、高齢者の場合であれば、公民館や公園を利用することが望ましいであろう。

これらの施設の利用時間帯は多くの場合異なっていることが多いことから、都市内の各種施設の利用状況に合わせて、販売時間帯について適切に対応することで、より効率的な移動販売車の活用と幅広い市民による利用が可能になるであろう。

問3 あなたの年齢は何ですか？

×

問39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館やUberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。



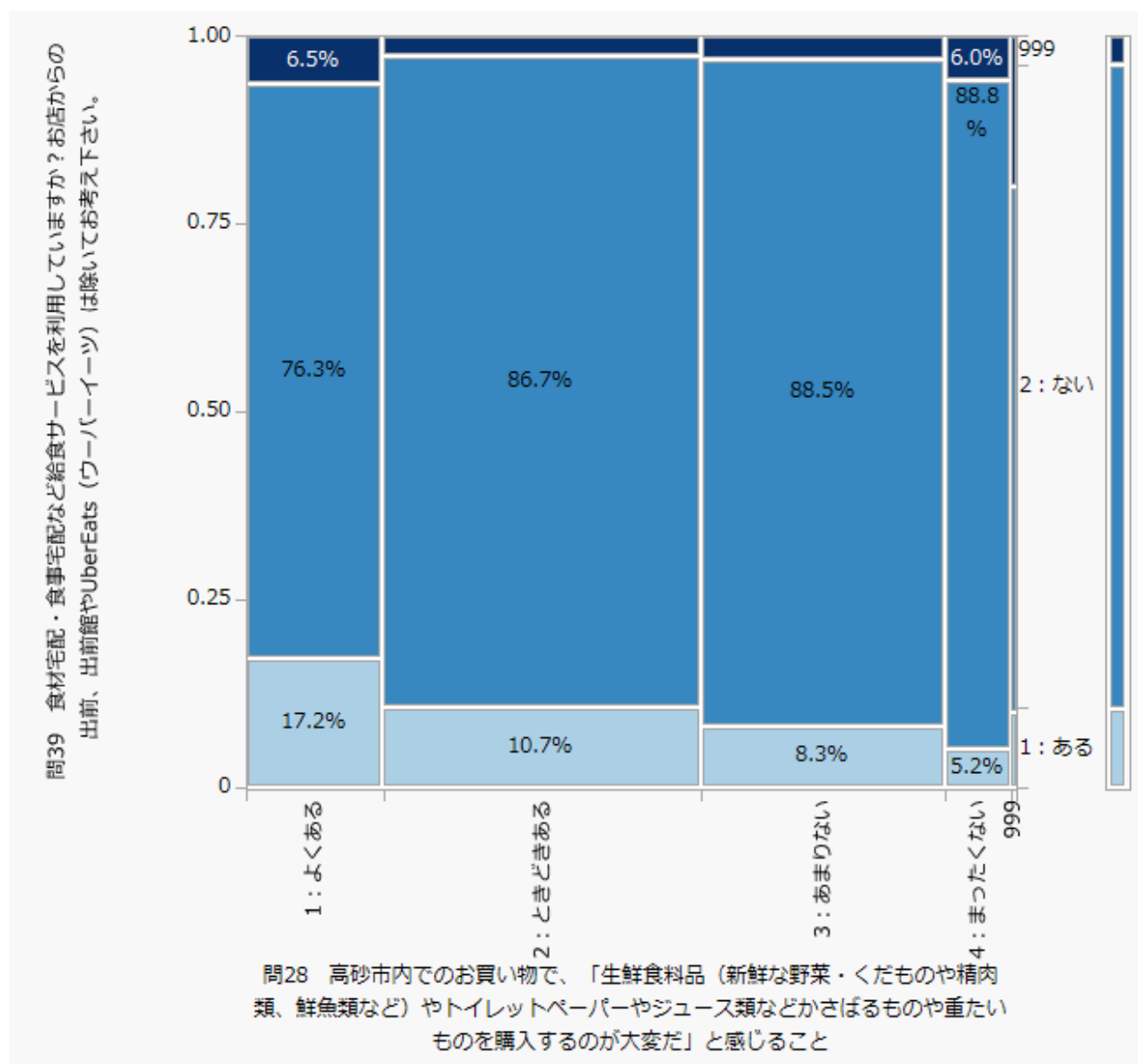
生鮮食料品や日用品を購入する際の困難な経験の程度に関する分析

生鮮品や日用品の購入において、困難性を感じる経験の程度についての回答の選択結果と、食材宅配、食事宅配などを利用状況に関する分析結果からは、生鮮品や日用品の購入において、困難性を感じる頻度が多い回答者群で、食材宅配、食事宅配などを利用していると回答者比率が大きいことが指摘できる。

問 28 高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることはありますか？

×

問 39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館やUberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。



小括

以上の分析結果からは、時間的余裕がない回答者群、体力的な余裕がない回答者群で、提供される価格にはあまり関心がなく、自宅から近くで生鮮食料品や日用品を購入したい回答者群、すなわち、生鮮食料品や日用品の購入時に頻繁に困難を感じている回答者群で、食材宅配や食事宅配などが利用されている。

生鮮食料品や日用品の購入に困難を抱えやすい消費者群、実際に困難を抱えている消費者群に対して、フードデザート問題の解決の方策の一つとして、移動販売車などによる生鮮食料品や日用品の購入のサポートについての潜在的需要があることを示唆する結果となっており、価格よりも品質をある程度重視すべきである可能性があることも同時に示唆されよう。

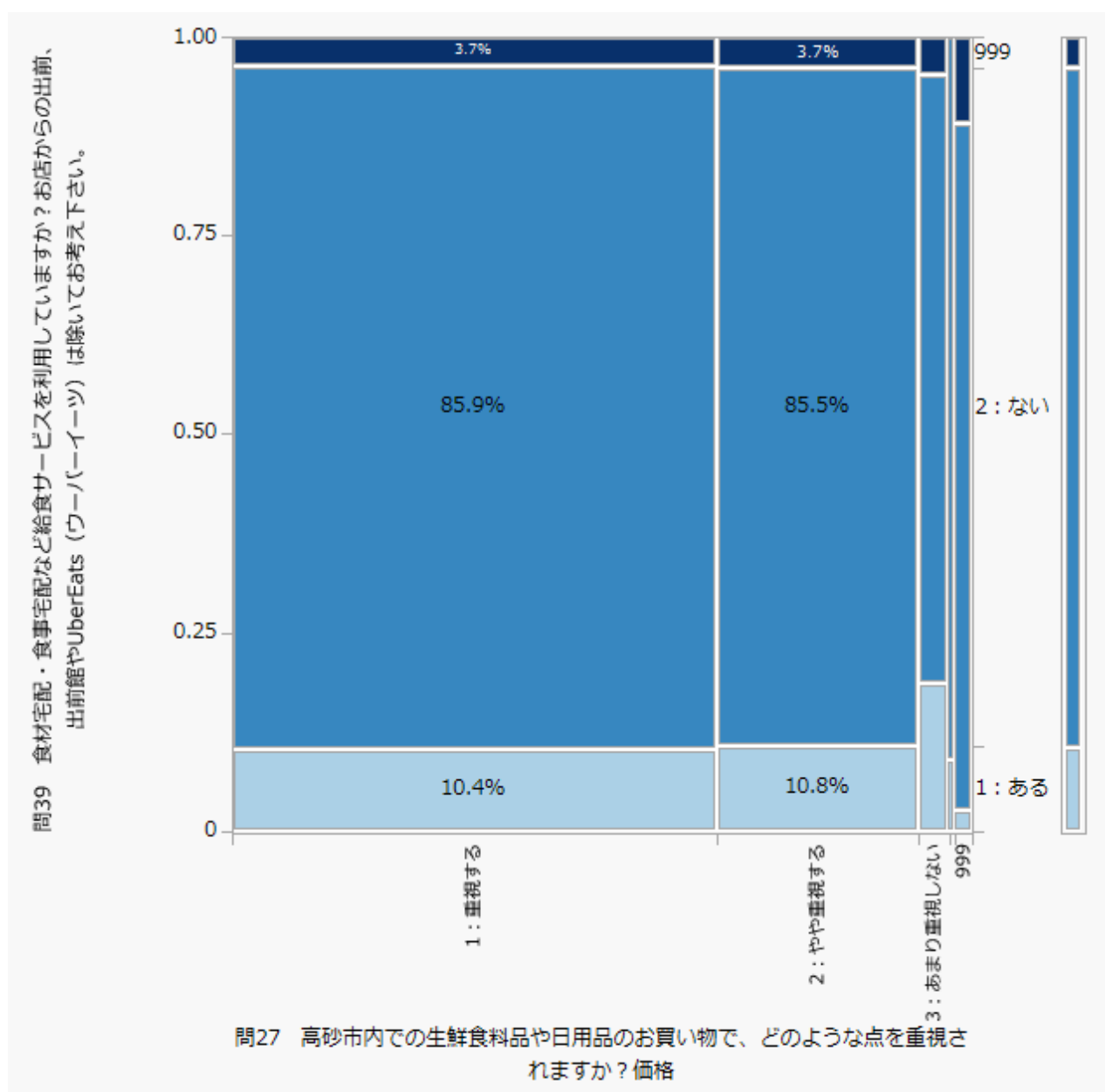
生鮮食料品や日用品を購入する際に重視する要素に関する分析

生鮮食料品や日用品の購入にあたって、あまり価格に敏感でない回答者群および自宅からの近接性（「自宅からの近さ」）を重視する回答者群で食材宅配、食事宅配などを利用していると回答するものの比率が大きい。とりわけ、居住地近くへの移動販売を希望する回答者群において、食材宅配、食事宅配などを利用している回答者比率が大きい。

問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？（価格）

×

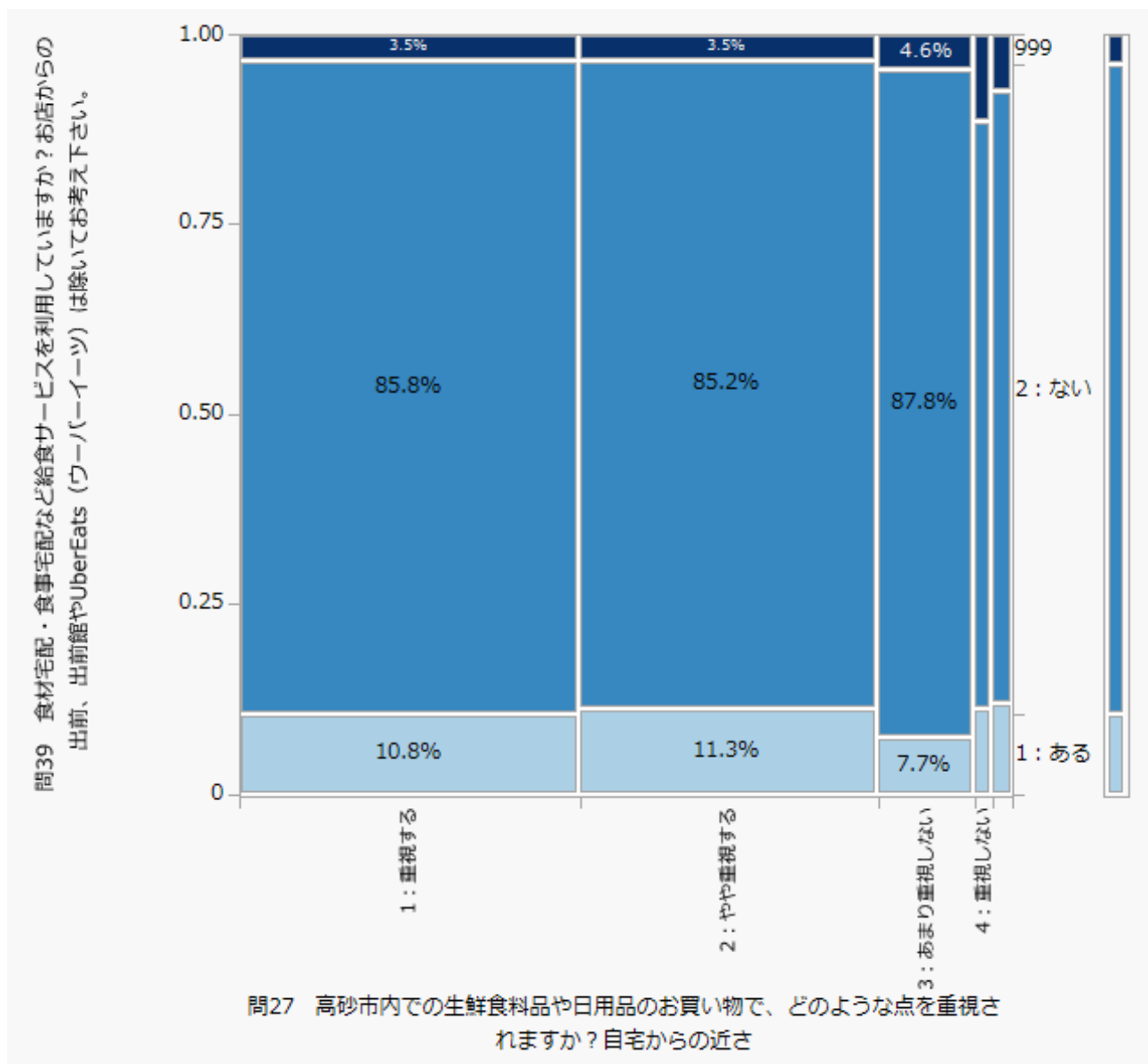
問 39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館やUberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。



問 27 高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？（自宅からの近さ）

×

問 39 食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館や UberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。



(A2-17) フリマアプリの利用状況に関する分析

買回り品の購入自治体及び購入先商業施設に関する分析

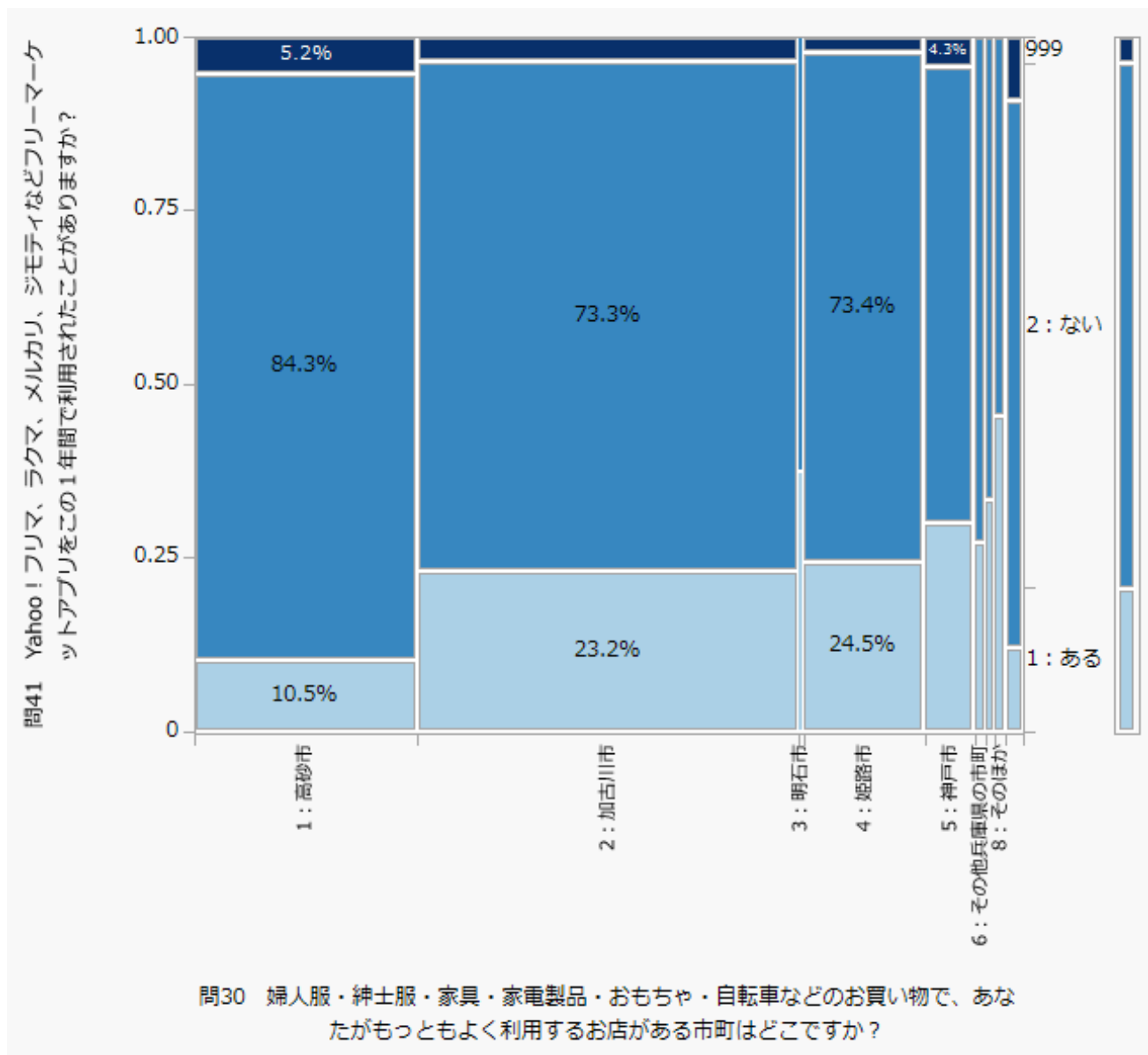
近年インターネットの普及に伴って利用者が急増しているいわゆるフリマアプリの利用状況が最も影響を与える可能性が高いと考えられる買回り品について、買回り品の購入先自治体や、購入先商業施設の種別に関する分析を行った。

その結果からは、加古川市や姫路市、神戸市で買回り品を購入する回答者群において、フリマアプリを利用しているとの回答者比率は、20%を上回っており、無視できない存在となっている。一方、高砂市で買回り品を購入する回答者では、その利用率は10%強とその利用者の比率は小さい。

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問 41 Yahoo!フリマ、ラクマ、メルカリ、ジモティなどフリーマーケットアプリをこの1年間で利用されたことがありますか？



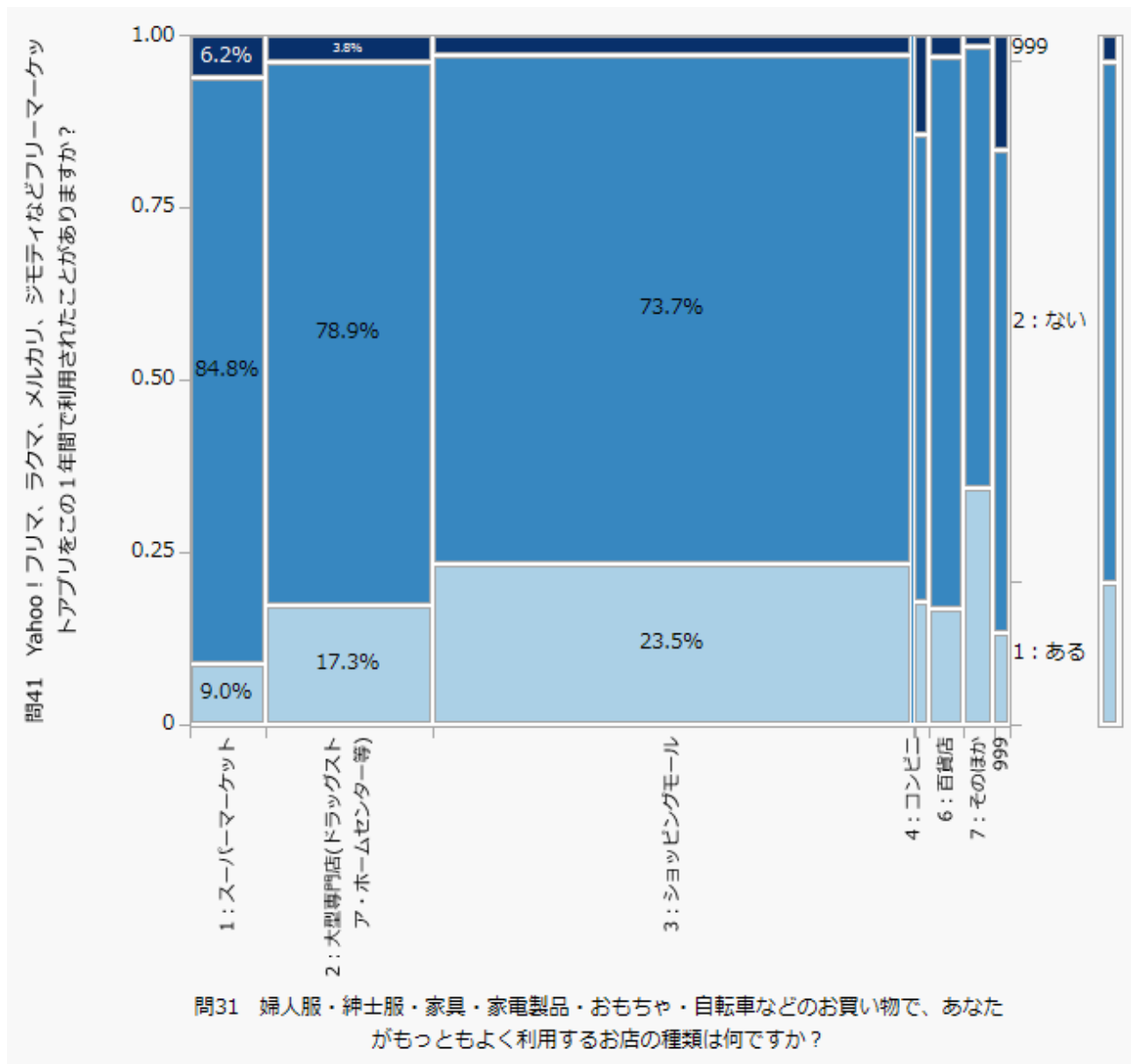
買回り品の購入先の商業施設の種別についての回答結果については、大型専門店やショッピングモールなどで買回り品を日常的に購入している回答者群で、フリマアプリの利用率が15%を上回っており、高砂市内外のショッピングモールや大型専門店の市場の一部を構成する買回り品を中心とした売り上げに、大きな影響を与えている可能性もあることを示す結果となっている。

とはいえ、高砂市が買回り品の購入先として選択されている回答者比率がさほど大きくないこと、周辺市を買回り品の購入先とする回答者比率が大きいことから、高砂市内の買回り品販売事業者に対する影響については限定的であり、現段階では直接の競合関係にはないと考えてもよいだろう。しかしながら、周辺市の買回り品販売業者については、ある程度の影響を既に与えていることが想定されよう。

問 31 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？

×

問 41 Yahoo!フリマ、ラクマ、メルカリ、ジモティなどフリーマーケットアプリをこの1年間で利用されたことがありますか？



フリマアプリの利用形態に関する分析

さらに、このフリマアプリを出品者（販売者）の立場で利用するのか、購入者の立場で利用するのかを問うたところ、加古川市、姫路市、神戸市を買回り品の購入先としている回答者群では、購入者として利用している回答者比率が20%を上回っているものの、「出品者」であると回答した回答者比率はさほど大きいわけではなく、概ね10%強となっている。

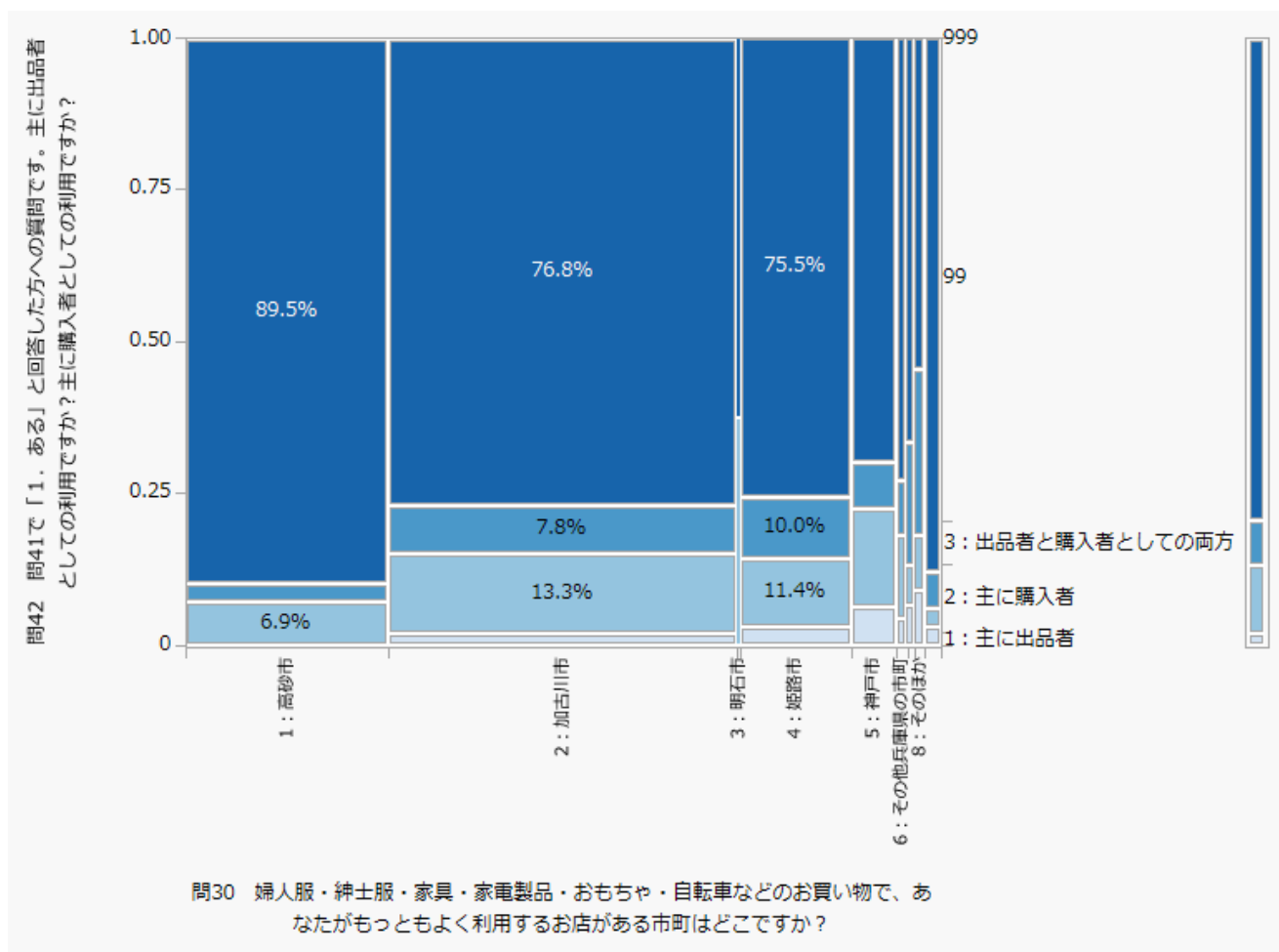
その意味で、買回り品ではあっても、消費者群の趣味に合う品質がある商品であれば、リユースされる買回り品であっても気軽に利用できる商品としての取引が盛んにおこなわれていることが示唆される。

この結果からは、高砂市内での買回り品などについてのリユース商品への一定の需要が存在することを示唆する結果となっており、買回り品市場の一角としてすでに無視し難い存在となっているといえよう。

問 30 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？

×

問 42 問 41 で「1. ある」と回答した方への質問です。
主に出品者としての利用ですか？主に購入者としての利用ですか？



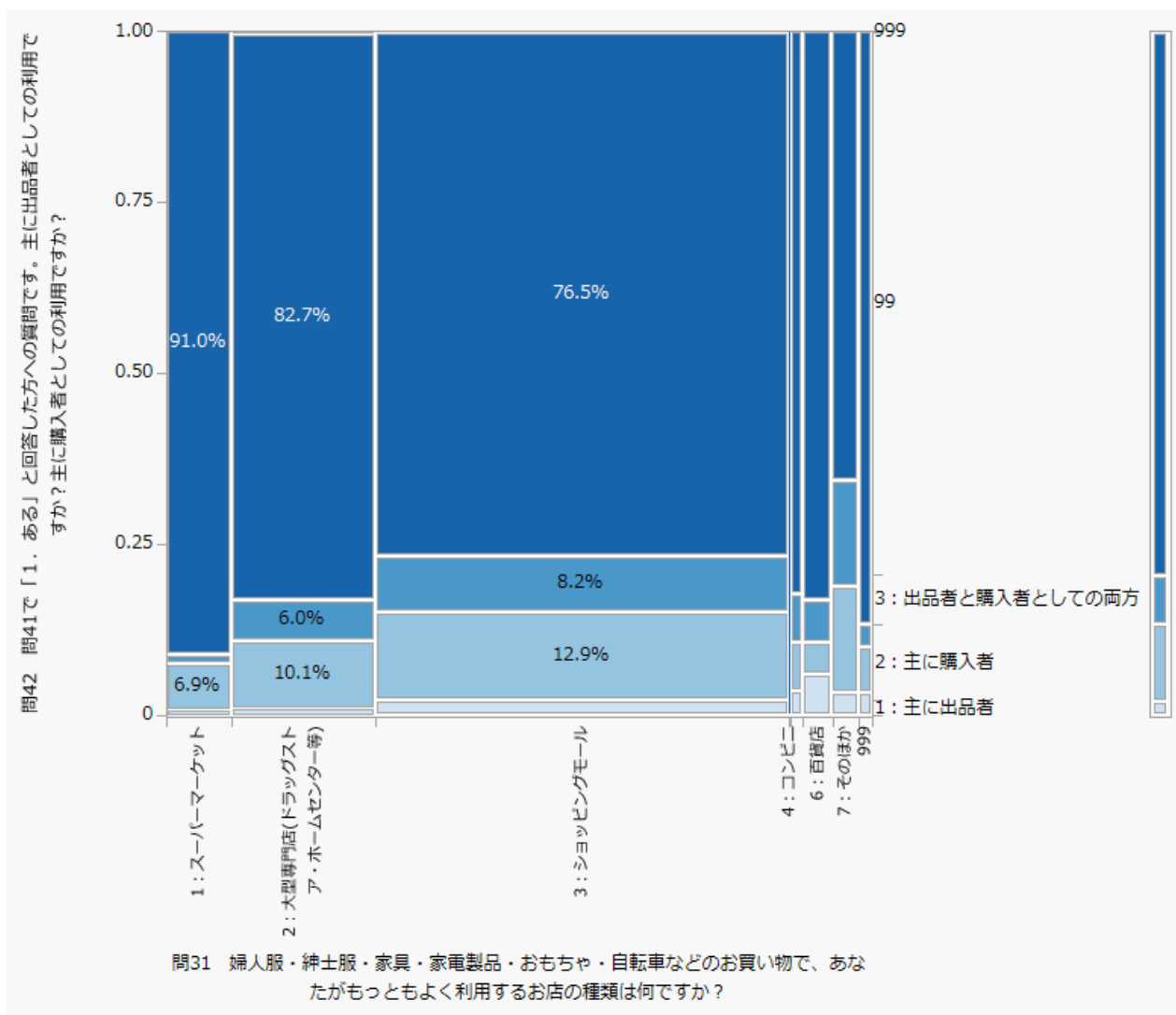
買回り品の購入先の商業施設の種別と、購入者あるいは出品者であるかの種別についての調査結果について検討するならば、ショッピングモールなどで買回り品を購入している回答者群で、フリマアプリを購入者として利用する回答者比率が20%を上回り、同様に大型専門店などで買回り品を購入している回答者群で、16.1%を占めている。フリマアプリの普及と利用者の増加により、高砂市内外のショッピングモールや大型専門店の市場の一部がフリマアプリによる影響を受けている可能性もある。

しかしながら、高砂市内のショッピングモールや大型専門店に限られることから、フリマアプリの普及と購入者としての利用者増の影響は、近隣市の大型商業施設と比べ、比較的限定的であるといえる。

問 31 婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？

×

問 42 問 41 で「1. ある」と回答した方への質問です。
主に出品者としての利用ですか？主に購入者としての利用ですか？



小括

所謂フリマアプリは、ショッピングモールなどの品揃えが良く、さらに比較的品質の良い店舗でかつて提供されていた商品を、リユース商品として相対的に低価格で提供されている傾向がある実態を考えるならば、今後高砂市内にショッピングモールなどの大型商業施設を誘致できたとしても、ショッピングモールでの事業者に関しては、フリマアプリなどでの購入可能性が一定程度普及していることも視野に入れておく必要がある。

これらの利用者が一定数存在することを考えるならば、高額の耐久消費財中心に取り扱う事業者を中心としたショッピングモールではない、ファストファッションなどのやや消費財に近い性質を有する買回り品を中心とするショッピングモールがより適切であろう。