

アンケート調査から見た出羽島島民の買い物行動

浅井和美

- | | |
|------------|------------------|
| I はじめに | 1) 調査の概要 |
| II 買い物環境 | 2) アンケート結果の概略 |
| 1) 島内 | (a) 回答者の属性 |
| 2) 牟岐 | (b) 各商品の購入先 |
| 3) 阿南市、徳島市 | (c) 日常の買い物に対する意識 |
| 4) 生協 | (d) 通信販売利用状況 |
| 5) 小括 | 3) 小括 |
| III 買い物行動 | IV おわりに |

I はじめに

戦後の貧困の時代から 60 年代の高度経済成長を経て現在、日本は物質的にも豊かになった。周囲を見渡せばものが溢れ、お金さえあれば何でも手に入る時代だといえる。品揃え豊富な百貨店、スーパー、各種量販店をはじめ、“早くて安い”ファーストフード、24 時間いつでも立ち寄れるコンビニエンスストアやファミリーレストランなど、われわれ消費者を取り巻く環境はますます便利になっている。欲しいときに欲しいものが、気軽に手に入るのである。

しかしながら、これは都市生活者のみに当てはまることであろう。農村や離島など、とくに過疎化が問題となっている地域においては、都市に比べて商店の数も種類も少ない。生活必需品でさえ、買い物に行くときは隣町まで行かなくてはならなかったり、夜中に何か欲しくなっても、開いている店がないためにあきらめざるを得なかったりする。決して便利とはいえない状況が多い。

商業やサービス業の立地は人口や需要の分布が影響することを考えると、これは当然のことである。さらにクリスタラー (Walter Christaller) の中心地理論を引用すれば、財の需給関係から、中心地は供給量が過剰であり、補完地域は不足していて、その不足分を中心地が供給し、それによって過剰と不足が相殺する。よって、ものの分布の偏りは仕方のないことなのである。

消費者行動に関する調査では、従来、都市をフィールドにすることがほとんどであり、農村などの過疎地域での調査はあまり見受けられない。しかしそうした地域においても都市と同様、人々の生活が営まれ、それに付随してものの需要が起きている。では商業の立地に恵まれない環境においては、そうした需要をどのように満たしているのであろうか。筆者は出羽島で調査実習をするに当たり、この疑問をぶつけてみることにした。とりわけ離島では交通の利便性が本土とは異なり、島全体が一つの共同体をなしているともいえる。さらに出羽島では、高齢者が人口の大半を占める。このように、かなり特殊なフィールドでの調査となるが、前例がないゆえに意義あることだと考えた。

本稿ではまず、出羽島の買い物環境について述べる。ここでは、住民が買い物へ出かけるそれぞれの場所について、聞き取りを中心とした調査の結果を報告する。次に、住民に対して行ったアンケート調査の結果をグラフに表し、項目ごとに分析する。最後にまとめとして、調査を通じて得られたこと、感じたことを述べる。

II 買い物環境

住民が買い物に出かける場所は、島内、牟岐本土、阿南市、徳島市に大別される。そして生協による共同購入も、中年層を中心に利用されている。

これらの場所の動向を、聞き取りや資料から得た情報をもとに述べていく。

1) 島内

島内に商店は2店あり、ともに個人商店である。両店とも食料品や日用雑貨を販売している。A店では肉や野菜などの生鮮食料品、B店では酒・たばこを中心に扱っており、これらの商品は各店で販売を分業するかたちとなっている。

両店ともに、仕入れは牟岐から行っている。B店は週1回のペースで仕入れる。A店の仕入れは毎日、徳島市から仕入れることもあるそうだ。また、天候の悪いときの仕入れは苦勞するとのことだ。

2店共に営業時間は朝6～7時から夜8時くらいまでである。B店では売り上げがピークだった昭和40年代後半から50年くらいまでは、夏なら夜10時くらいまで店を開けていたとのことだ。しかし現在は客の来る時間帯は不規則で、人数も少ない。島の人口は減る一方であり、しかも出羽島に籍だけを置きメインの生活は牟岐でしている人も多数いるらしい。島で常時生活している人は150人ほどではないかとの話も聞かれた。盆や正月の帰省客が集まる時期でも、途中のディスカウントセンターで買い物を済ませてくるケースが多いため、それほど儲けにはならない。こういった状況で商売をするのは、なかなか大変なようである。

後継者について話を聞いてみたが、両店とも悲観的に考えている。跡を継ぐ人がいないものもあるが、やはり商売として成立しないことが原因といえる。“出羽島の台所”も過疎

化の波には勝てないようだ。

2) 牟岐

島から牟岐本土までは連絡船が一日6往復出ており、所要時間は15分ほどである。役場や学校、病院などの公共施設があり、島の住民に対しての中心機能を持っている。また、遠方へ出かける際の中継地でもある。

船着き場を下りるとすぐに商店街が2つあり、まばらではあるが個人商店が並んでいる。薬店や衣料品店、電気店、スーパー形態の食料品店もあり、生活必需品はここでおよそ事が足りる。

しかし最近の消費者は一ヶ所で買い物(ワンストップショッピング)をしたがる傾向があり、それは牟岐町でも例外ではない。こうした希望を反映して、1999(平成11)年4月、100%地元資本でショッピングセンター「ポルト」ができた。地元主導型共同店舗といえるもので、ポルト内のスーパー、各専門店は商店街にあった店が入っている。規模は第2種大型小売店に当たり、駐車場も完備されている。商店街からは歩いて数分のところにある。

ショッピングセンター建設の計画はかなり前(20年以上前)からあった。計画がなかなか実行されなかった理由の一つに、大きな店が周辺にないため商店街が好調だったということがある。しかしながら隣の海部町に1988(昭和63)年、「ピア海部」というショッピングセンターができ、徐々に商店街は不振になってきたため行動を起こさねばならなくなったのである。

ポルトは地元資本であるとはいえ、すんなり事が運んだわけではなく、残留商店街側、ポルト側双方の食い違いがあり、商工会は苦勞したそうである。しかしポルトができて固定客が強いせいか、商店街の売り上げに大きくはひびいていないようだ。とくに薬店は町に高齢者が多いことから好調だという。大きなショッピングセンターによって商店街は打撃を受けることが多いことを考えると、これは珍しい例であろう。

次にポルトの商圈についてであるが、他の町村も視野に入れて作られている。牟岐町の人口は年々減っている(図1)、そうせざるを得ない。オープンして間もないため正確な来客数はわからないが、土日の方が平日よりも多いようであり、このことは地元だけではなく他の町村からの来客があることを示しているといつてよい。

ところで、ポルトに入った店のもとの店舗は、現在もシャッターが下りたままである。空き店舗に博物館などの新たな施設を作ったりシャッターに絵を描いたりするなど、商店街に活気をもたらすための対策をとっているところもあるのだが、牟岐町ではそのような計画は今のところない。牟岐町にある商店街は密集しているのではなく住宅地に散在するかたちであるため、商店街に娯楽を持ち込むことはできず、たとえ何かイベントをやったとしても駐車場がないため、集客が見込めないからである。商店街でイベントをする等国から450万円の補助が受けられ、また商店街自体もお金を持っているのだが、やる気そ

のものが全くない。空き店舗は、各所有者まかせになっているのが現状である。

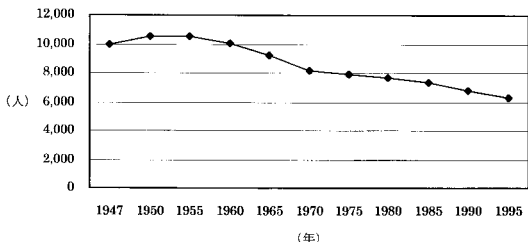


図1 牟岐町の人口変化
出典) 国勢調査人口による

3) 阿南市、徳島市

阿南市は牟岐町から北東へ、車で1時間ほどのところにある。人口規模は徳島市、鳴門市に次ぐ。1998（平成10）年現在、第1種大型小売店は2店、第2種大型店は12店存在し、徳島市以南の商業における中心地的役割を担っているといえよう。

阿南市における第1種大型小売店を見ると、両店共に郊外幹線道路沿いに立地した複合型のショッピングセンターで、大型の駐車場を完備している。近隣町村からの買い物客を考慮した店舗形態であり、商圈が広く設定されていることが伺える。また複合型にすることで様々な商品を一度に見てまわることができ、食事や休憩もできるなど娯楽性も付加される。

第2種大型小売店においては郊外幹線道路沿いの立地はそれほど多くないものの、ホームセンターや家具店といった専門店がそのほとんどを占め、専門店ならではの品揃えの多さで遠方からの客も呼び寄せていると考えられる。

阿南市からさらに北上し、牟岐町から車で1時間30分ほどいったところに徳島市がある。県庁所在地であり、近隣市町村のみならず徳島県全体の中心地となっている。1998（平成10）年現在、第1種大型小売店は13店あり、なかでも徳島そごう、徳島ターミナルビル（クレメントプラザ）といった店舗面積が大きな百貨店業態のものがあるのが特徴である。駅前やターミナルに立地し、とくに電車利用の買い物客には便利である。また、第2種大型小売店も35店と多く、業態は主に専門店やスーパーとなっている。やはり家具店やホームセンターが目立つが、書籍・雑誌店やスポーツ用品店、全国チェーンの紳士服店など阿南市では見られないものもあり、こちらまで足を伸ばす客の存在も考えられる。

4) 生協

島で生協の共同購入を利用しているのは、現在 15 人である。その全員が主婦であり、特に中年世代である。1 世帯に主婦が 1 人とすると、全 96 世帯（1998 年）のうちの 15 世帯が共同購入を利用していることになり、その割合は約 15% である。しかし島を歩くと空き家が目立ち、世帯数はかなり減っているように思われたため、その割合はもう少し大きいただろう。

島で共同購入を始めたのは 7～8 年前からで、牟岐の人が声をかけてくれたことがきっかけであった。グループのリーダーが注文をとりまとめ、週 1 回、連絡船に積まれて商品がやってくるという仕組みである。送料は船代だけである。カタログは食品から家具・家電、日用雑貨まで多種多様であり、実際、何でも買っているとのことだった。生鮮食品も発泡スチロールに保冷剤が入った容器でくるので新鮮であり、もしも不良品があったらすぐに替えてくれるので安心だとのことだった。

これらの制度を利用している人々は、たまにしか買い物に出かけないようだ。しかし洋服類は実際に着てみないと心配なので、きちんと店に買いに行くと言っている人もいた。

5) 小括

以上、出羽島住民の買い物環境について述べた。島内の商店では、人口の減少によって窮地に追い込まれている事態なのに対し、対岸の牟岐では大きなショッピングセンターができ、若干ではあるが商売に活気が出てきている様子である。また阿南市や徳島市は遠方であるものの大型店や専門店が多数あり、より良い品を求める客やウインドーショッピングをしたい客のニーズを満たしている。さらに生協の利用者は、商業立地に左右されない独自の買い物スタイルを確立している。こうした需要の矛先の変化に後継者不足も手伝って、島から商業の明かりが消える日はそう遠くはない。しかしこれにより人口減少にますます拍車がかかり、島自体が壊滅するのではないかと危惧される。

Ⅲ 買い物行動

1) 調査の概要

本調査は、出羽島住民の買い物行動を調べることを目的として行われた。調査対象は出羽島内居住全世帯である。調査方法は留置記入法で、調査員が対象世帯を直接訪問し、調査票への記入依頼と説明を行って、後日回収した。調査時期は 1999(平成 11)年 9 月 6 日～8 日である。

調査票は 40 部配布し、全て回収した。1998 年における出羽島の世帯数は 96 と報告されているが、今回の調査時ではさらに空き家が目立ち、実際の世帯数はこれより少ないものと思われる。よって、おおよそ島の半分の世帯に協力していただいたと考えてよいだろう。

なお、調査票作成に当たっては回答者の多くが高齢であろうことを考慮し、簡潔でわかりやすい設問に努めた。

2) アンケート結果の概略

(a) 回答者の属性

回答者の属性については、表1にまとめた。

まず性別であるが、女性が大半を占めている。本アンケートは世帯の中でおもに買い物を担当している方に回答をお願いしたため、日常の家事全般を行っている主婦がペンを握ることになったのだろう。当然の結果といえる。

つぎに同居する配偶者の有無をみると、「いる」のほうが若干多いものの「いない」も相当数あり、また同居する家族の有無では、「いない」との回答が「いる」を大きく上回っている。表には出てこないが、この2つの設問両方に「いない」と答えたのは14人であった。これは回答者の3割を占めており、単身生活者が多いことがわかる。

回答者の年齢は70代以上が圧倒的多数で、半数以上にのぼる。同居する家族の構成をみても親又は親夫婦と同居している人が多いことから、調査対象となった世帯は総じて高齢だということになる。

表1 アンケート回答者の属性（有効回答のみ）

性別	男	2	5.0
	女	38	95.0
同居する配偶者の有無	いる	21	52.5
	いない	17	42.5
同居する家族の有無	いる	7	17.5
	いない	33	82.5
同居する家族の構成	親又は親夫婦	4	10.0
	20歳以上の子供又は子供夫婦	1	2.5
	20歳以下の子供又は孫	0	0.0
年齢	40代	1	2.5
	50代	8	20.0
	60代	8	20.0
	70代以上	22	55.0

(人) (%)

(b) 各商品の購入先

各商品の購入先を図2から図8のグラフに示した。また図8は「阿南市・徳島市への交通手段」である。複数回答はそれぞれを各項目に加えている。

①海産物（図2）

海産物の購入先で「よく行く」のは地元出羽島で、次いで牟岐という結果である。これが「たまに行く」になると、逆に牟岐のほうが多くなる。島内で新鮮な海産物が手に入る

のであるからわざわざ船に乗ってまで買いに行くことはないが、何かのついでに牟岐に行ったときには買うという人が多いであろう。自給自足は「よく行く」「たまに行く」を合わせると、2割弱を占めている。これは周囲を海に囲まれているからこそその結果であり、漁を仕事にしている人や釣りを趣味にしている人では、海産物を買う必要がないからだろう。

②海産物以外の生鮮食品（図3）

海産物以外の生鮮食品とは具体的に、肉や乳製品、野菜などである。これらの購入先として「よく行く」「たまに行く」と最も多く回答されたのは牟岐である。島内で買い物を済ませる人も多い。また、生協の奮闘ぶりも要注目である。先ほども記したように、生協の生鮮食品は新鮮で、かつ不良品を取り替えてくれるというサービスがあることから、利用者の信頼が厚いからであろう。そして「たまに行く」では、阿南市や徳島市といった遠方を回答する人がいるのも意外である。しかしこれもわざわざ行くのではなく、親戚や知人が連れていってくれるときなど（図4）、ついでに要素が強いように思う。

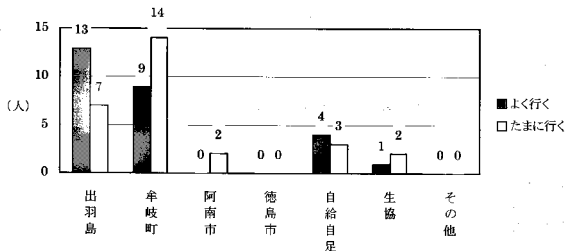


図2 海産物の購入先

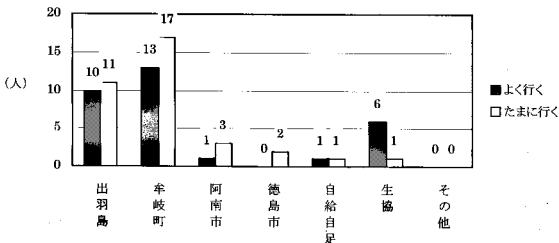


図3 海産物以外の生鮮食品の購入先

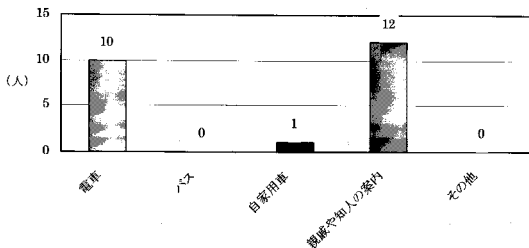


図4 阿南市・徳島市への移動手段

③その他食品 (図5)

その他の食品、すなわち生鮮食品以外の食品の購入先は、海産物の購入先と似たような結果となった。これも島内にて「よく買う」という人、牟岐では「たまに買う」という人が最多である。阿南市に「よく行く」と回答した人もいるが、やはりこれらの食品も近場で買い物を済ませたいようである。

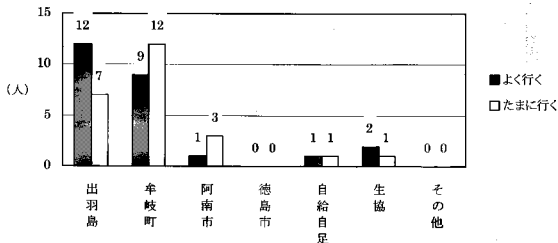


図5 その他食品の購入先

④日用雑貨 (図6)

日用雑貨の購入先において、「よく行く」は牟岐が最多、そして出羽島が続く。「たまに行く」も同じ結果であるが、回答数が少ない。これは欠損値の多さもあるのだが、いつも買う場所をある程度決めている場合も考えられる。

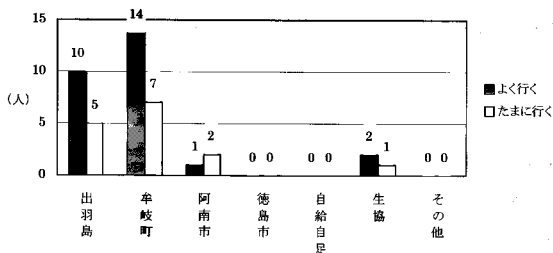


図6 日用雑貨の購入先

⑤酒 (図7)

酒は出羽島で買う人が圧倒的に多い。酒は嗜好品であるが、なかには“必需品”とする人もおり、その場合、あまり遠くでは買っていないだろう。また、酒というのは重量があるものが多く、その点でも地元で買い物する傾向が出ているのかもしれない。

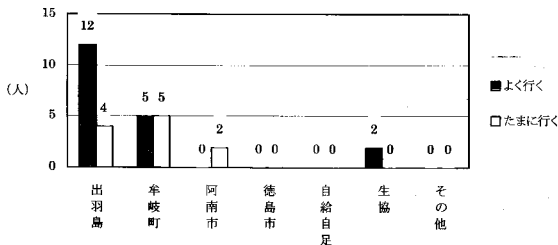


図7 酒の購入先

⑥電化製品 (図8)

島内では家電を扱っている店がないため、牟岐まで出かける人が最も多い。阿南市に「たまに行く」という回答もわりと多いが、自家用車でもない限り配送料が高くつくため、できるだけ近くで買いたいのだろう。実際に図4を見ると、自家用車を持っている人は少ない。親戚や知人の車もいつも乗れるわけではないだろうし、やはり牟岐で買い物を済ませることになるようだ。

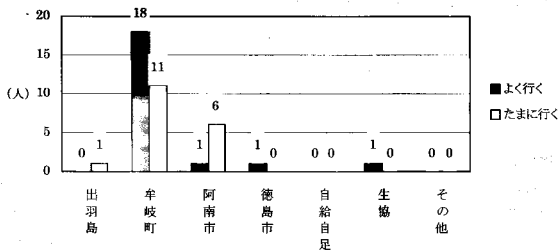


図8 電化製品の購入先

⑦衣料品 (図9)

衣料品の購入先は、牟岐に「よく行く」「たまに行く」とした回答が一番多かった。しかしこの項目では、他の項目に比べて阿南市や徳島市を挙げている人が多いのが特徴である。とくに徳島市に「よく行く」と回答した人が5人もいるのは注目すべきである。また、他の項目では徳島市に出かけるという回答はかなり少数であったのが、この項目では多い。お洒落のためには遠出もいとわないということなのだろうか。

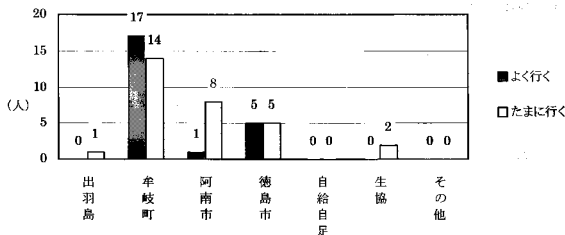


図9 衣料品の購入先

(c) 日常の買い物に対する意識

本アンケートでは各商品の購入先に加え、「日常の買い物で不便だと思うこと」についても回答してもらい、その結果を図10に示した。複数回答はそれぞれを一つとして数えている。また、この設問では選択肢を4つしか用意できなかったために、この他に抱えている感情を無視しかねない。そのため自由回答欄も設け、普段買い物について感じている

ことを何でも書いてもらい、表2にまとめた。

やはり皆、日常の買い物には何らかの不便を感じている様子が伺える。図10で最も多いのは「近所で手に入る商品の種類が少ない」であり、「船に乗って買い物に行くのが面倒」がそれに続く。「不便なことはない」と回答した6人以外は、この2つの回答のうち少なくともひとつに回答していることになる。高齢者にとって遠出するのは体力的に辛いものであり、できれば家の近所で買い物を済ませたいが、商品の種類が少ない。だから手に入らない物は面倒でも本土で買うしかない、ということなのだろう。

表2に挙げた自由回答欄では、商品の値段に関する不満が多々見られた。スーパーで買うのと個人商店で買うのとでは、当然ながら値段が違う。本土では割引になっている物を、島内では定価で買わなくてはならないということが、経済観念のある主婦には不満に感じられるようである。また、島内にもっと店が欲しいという要望も目立った。家の近所に安いスーパーがあればベストだということのようだ。

徳島市で電化製品を買うと配達してくれないというのは、離島ゆえに挙がってきた不満であろう。牟岐で買うと配達してくれ、かつ不要品も引き取ってくれるそうだ。しかし電化製品のような高価な物を買うときはとくに、さまざまな種類や値段の中から最も良い物を吟味したいというのが消費者の本音だろう。

こうした不満の声がある一方で、買い物をする必要や不便がないといった声もあった。このように、少数ではあるが現状に満足している人もいる。

表2 普段買い物について感じていること、要望など（自由回答）

- | |
|--|
| ・島での買い物が高い。近くで安く買い物がしたい。 |
| ・島にあともう1店くらい、食料品を買い物する店が欲しい。スーパーがあればよい。 |
| ・電化製品は徳島まで行けば安くて種類も多いが、持ち帰ることができない。陸続きなら配達してくれるのに。 |
| ・船の時間が限られているので、思ったように買い物ができない。 |
| ・近所の人がくれたり、娘が送ってくれるので買い物をする必要がない。 |
| ・牟岐まで行ったら何でもあるので、不便はない。 |

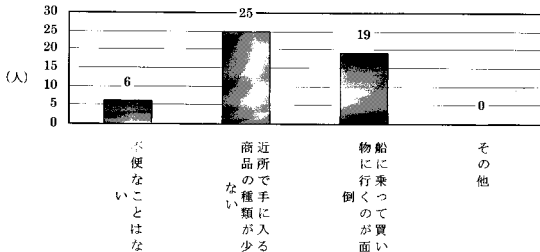


図10 日常の買い物で不便だと思うこと

(d) 通信販売利用状況

通信販売はその便利さゆえ、近年ますます普及が進んでいる。カタログ、ダイレクトメール等を見て電話やハガキで注文するので、どこに住んでいようとも関係なく皆同じ買い物ができる。もともと小売店の少ない欧州諸国や国土が広く遠隔地の消費者にも商品販売する必要があった米国で発達したそうであり、商業立地に恵まれていない地域の住民にはとくに適した買い物方法だといえる。

そこで、本アンケートにおいても通信販売の利用状況を問うた。その結果は図 11 から図 14 のグラフに示した。また、複数回答はそれぞれをひとつとして数えた。

図 11 の通信販売利用状況を見ると、「たまに利用する」「利用したことがない」の多さが目立つ。「たまに利用する」が最多であるが、これには生協を通信販売と考えている回答者が含まれており、一般的な通信販売やテレビショッピングの利用は、実際はもっと少ないものと思われる。筆者としては生協を通信販売とみなしていなかったのだが、注をつけなかったために回答者を混同させてしまった。反省すべき点である。

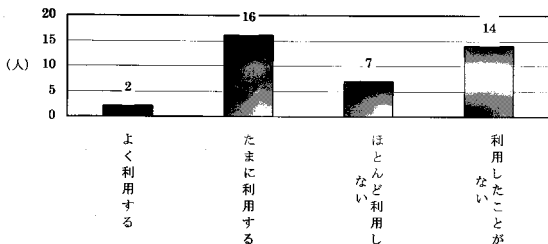


図11 通信販売利用状況

図12は、通信販売を「よく利用する」「たまに利用する」と答えた人に対して、それはなぜかを問うたものである。「家に居ながらにして注文ができて便利だから」という、まさに通信販売の利点を挙げている回答が多かった。交通の利便性があまり良くなく、かつ、自身も高齢で、出かけるのは何かと大変だという人にはありがたいのだろう。また、「色々なものが売っているから」という回答も多い。さらに、図13の通信販売で買ったことがあるものをみると、近所では手に入りにくい物（家具・家電、日用雑貨、贈答品、衣料品）を多く挙げている。これらは前述の「日常生活で不便だと思うこと」の設問における「近所で手に入る商品の種類が少ない」という回答を反映した結果だといえよう。

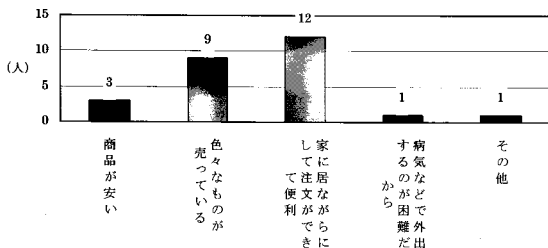


図12 通信販売を利用するのはなぜか

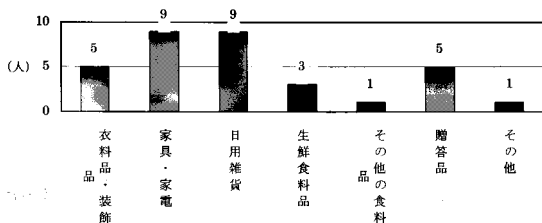


図13 通信販売で買ったことがあるもの

図14では逆に、「ほとんど利用しない」「利用したことがない」と答えた人にその理由を尋ねた。「興味がない」との回答が最も多く、通信販売そのものに関心が薄い。「欲しいものがない」とする回答もわりと多いが、これは今後欲しいものがあつたら買うという積極的な姿勢もとれる。高齢者は新しい制度を受け入れられない場合も考えられるが、この結果では皆がそうではないようだ。

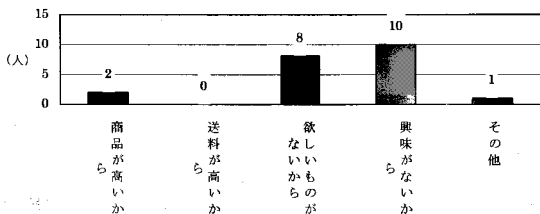


図14 通信販売を利用しないのはなぜか

3) 小括

以上、アンケート結果から出羽島島民の買い物行動を確かめた。各食料品、日用雑貨ではやはり島内、牟岐で購入するという地元志向がみられ、また生協の利用も目についた。電化製品と衣料品においては「よく買う」「たまに買う」という回答は牟岐が最多だが、遠方の阿南市や徳島市へ出かけて買うという回答も多かった。とくに衣料品では徳島市で「よく買う」とする回答が意外に多かった。よって、日常の食料品などの最寄品は財の到達範囲の上限・下限共に小さく、衣料品など需要頻度が少なく価格が高い買回品は財の到達範囲の上限・下限が大きいという中心地理論に適った結果となった。

また、多数の島民が日常の買い物に対して何らかの不満を抱いていることもわかった。やはり島内に商店が少ないことから生まれる不満の声が主軸を成していた。

商店立地に関係なく買物ができる通信販売の利用は、生協利用者を除けばあまり多くはないと思われる。しかし「ほとんど利用しない」「利用したことがない」と回答した人の全てが通信販売に興味がないわけではなく、今後利用する人が増える可能性もある。また通信販売を利用する場合の主な理由は「家に居ながらにして注文ができて便利」、「いろいろなものが売っているから」であり、日常の不便を解消するための利用であることがわかる。

IV おわりに

筆者はアンケート調査により出羽島島民の買い物行動を調べたところ、食料品や日用雑貨においては地元志向がみられた。だが、出羽島島民の買い物環境は決して良くはない。島内の商店は2店のみで品揃えが限られている。牟岐まで行けば大きなスーパーがあるにしても、島民の多くは高齢ゆえ船に乗って出かけるのはおそらく体力的に辛いだろう。電化製品、衣料品においては阿南市、徳島市へ買いに出かけるという回答が見られたが、そのほとんどが親戚・知人が車で連れていってくれる場合で、いつも行けるというわけではないようである。実際、日常の買い物に関して不便を感じている島民は多い。そうした不満を解消すべく、通信販売を利用している人も若干いた。

島内の商店では、いずれも跡継ぎの目処は立っていない。必要なものがすべて揃うわけではないとはいえ、遠方に出かけられない高齢者にとって地元の商店は有り難いものだ。しかしそれも、なくなるかもしれないのである。ますます高齢化が進む出羽島において、不満の声は募る一方になるのだろうか。

島に滞在して感じたのは、近所同士のつながりが強いということである。午前中には畑仕事などを終えた人々が、道端で語らう姿も見られた。畑で出来た野菜や捕れた魚をお裾分けし合うこともあるようだ。都会においてこうしたことはほとんどなくなってしまい、「ものを手に入れる＝買う」という場合が圧倒的に多い。よって島民にとって買い物という行為は、都市生活者ほどの大きな意味を持っていないのではないだろうか。実際に、買

い物に行く必要を感じないという意見もあった。今後、都市生活者と地方生活者の買い物意識の相違について調べてみるのも面白いのではないかと思った。

初めて行く離島、初めてする調査、初めて書く長い報告書—と何もかもが初めての体験だった。そのためすべてが手探りで、ごちなく進んだ。高齢者を意識したアンケートの設問設定に悩み、用紙の配布も事務的だったせいか最初はあまり順調ではなかった。調査結果を報告書にまとめるのも一苦労だった。しかし皆の助けを受け、今こうして完成に向かっている。調査の技法のみならず、たくさんのいい思い出を手に入れたこの実習は、筆者の学生生活の中で最も有意義な経験だったといえる。今後の卒業論文作成においても、同じような達成感を味わいたい。

〔付記〕アンケート調査にあたり、出羽島の方々には無理をお願いしてご協力頂きました。また、牟岐町役場産業課の宮内さん、牟岐町商工会の井元さんには大変参考になるお話を伺いました。末筆ながら、皆様に感謝の意を表します。

参考文献

- 富田和暁（1996）：『地域と産業—経済地理学の基礎』大明堂，149 p.
坂本英夫・浜谷正人編著（1985）：『最近の地理学』大明堂，253 p.

買物行動アンケート

大阪市立大学文学部4年生 浅井和美

この調査は、大阪市立大学文学部地理学教室の授業（野外調査実習）の一環として行われ、各学生がテーマを決めて調査を実践することを目的としています。

この調査票は、出羽島島民の方々への買物行動についてお聞きするものです。お忙しいところ大変恐縮ですが、ご協力をお願いいたします。

なお、お答えいただいた内容を研究目的以外で使用することは絶対にありません。

* * * * *

世帯における買物行動の調査です。

ご家族の中で主に買物を担当していらっしゃる方に、お答えをお願いいたします。

問 1.

買物先は主にどこですか。

最もよく行くところに◎、たまに行くところに○を入れてください。

「その他」は、具体的に書き込んでください。

なお、自給自足は「その他」の欄に△を入れてください。

	出羽島	牟岐町	阿南市	徳島市	その他
海産物					
海産物以外の生鮮食品 (肉・乳製品等)					
その他の食品					
酒・たばこ					
日用雑貨(洗剤等)					
電化製品					
衣料品					

問 2.

先ほどの表で、阿南市、徳島市に買物に出かけると答えた方にお聞きします。

船を降りてから、それらの市への移動はどのようにしていますか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 電車 2. バス 3. 自家用車を置いている
4. 親戚や知人が案内してくれる 5. その他 ()

ここからの質問はみなさんが答えてください。

問 3.

日常の買物で、不便だと思うことは何ですか。当てはまるもの全てに○をつけてください。

1. 不便なことはない
2. 近所で手に入る商品の種類が少ない
3. 近所に店が少ないため船に乗って買物に行くのが面倒
4. その他 ()

問 4.

通信販売（カタログ販売、テレビショッピング等）は利用しますか。

1. よく利用する
2. たまに利用する
3. ほとんど利用しない
4. 利用したことがない

問 5.

通信販売を「よく利用する」「たまに利用する」という方にお聞きします。

それはなぜですか。当てはまるものすべてに○をつけてください。

1. 商品が安いから
2. 色々なものが売っているから
3. 家に居ながらにして注文ができて便利だから
4. 病気などで、外出するのが困難だから
5. その他 ()

問 6.

通信販売で買ったことのあるものすべてに○をつけてください。

1. 衣料品・装飾品
2. 家具・家電
3. 日用雑貨
4. 生鮮食料品
5. その他の食料品
6. 贈答品
7. その他 ()

問 7.

通信販売を「ほとんど利用しない」「利用したことがない」という方にお聞きします。

それはなぜですか。当てはまるものすべてに○をつけてください。

1. 商品が高いから
2. 送料が高いから
3. 欲しいものがないから
4. 興味がでないから
5. その他 ()

ここからの質問はみなさんが答えてください。

