

「主婦の買物動向調査 2009」集計結果

～コストパフォーマンスな買い物スタイル～

- 日常の食料品購入店舗 第1位は、岡山市、倉敷市、高松市エリアでは「マルナカ」、津山市エリアは「マルイ」「マルナカ」が同率、福山市エリアは「ハローズ」。
- 食料品購入店舗の選択理由は「近い」「安い」。「豊富」「新鮮」「駐車場」は減少傾向。
- 日用雑貨品の第1位は、岡山市、倉敷市、津山市エリアでは「ザグザグ」、高松市エリアは「マルナカ」、福山市エリアは「ひまわり」。
- 普段の買い物へ「自動車」で行く人は80.9%。
- 通信販売で一番よく購入するものは「衣料品・宝飾品」。
- 「ネット通販」よりも「カタログ通販」のほうが人気。

ビザビグループの調査研究部門である岡山情報文化研究所では、岡山の消費者動向を把握するため、様々なリサーチを行っております。

「主婦の買物動向調査」は2006年に続き5回目の実施となります。岡山市、倉敷市、津山市エリアのほか、今回は高松市、福山市エリアを加え、「食料品」「日用雑貨品」「日用衣料品」「家電品」「外出着」「贈答品」の6項目の商品について、最もよく購入する店と理由を聞いています。また、買い物の「交通手段」、「通信販売」の利用状況や、活用している「情報通信機器」についても質問しています。

■調査概要

(1) 調査期間

2009年6月20日～7月12日

(2) 調査方法

電話による聞き取り調査

(3) 調査対象者

岡山市、倉敷市、津山市、福山市、高松市エリア在住の主婦 計1,166サンプル

※各エリアについては、合併前の市区町村を参考とし、岡山=10地域(中央部、津島、足守、一宮、妹尾、藤田、大元、岡南、岡山東、西大寺)、倉敷=5地域(中央部、北部、児島、水島、玉島)、津山=15地域(津山市、加茂町、勝北町、久米町、勝央町、奈義町、鏡野町、美作町、勝田町、作東町、大原町、中央町、棚原町、久米南町、真庭郡)、福山=6地域(北部、中央部、東部、松永、駅家、神辺町)、高松=7地域(北部、中央部、南部、東部、西部、植田、綾南)に分割し、サンプルを抽出。

エリア	20代	30代	40代	50代	60代	計
岡山	46	50	50	50	50	246
倉敷	29	50	50	50	50	229
津山	24	48	53	48	52	225
福山	18	50	50	50	50	218
高松	48	50	50	50	50	248
計	165	248	253	248	252	1166

■回答者の属性

家族構成

エリア	夫婦のみ	夫婦と子供 (核家族)	祖父母と夫婦と子供(2世帯家族)	その他
岡山	26.4	50.0	14.6	8.9
倉敷	20.5	49.8	17.9	11.8
津山	18.7	34.7	33.3	13.3
福山	22.5	52.3	17.0	8.3
高松	22.2	56.0	12.1	9.7

仕事の有無(複数回答)

エリア	仕事をしている	未就学児の子育てをしている	介護をしている	どれにもあてはまらない
岡山	53.7	16.7	2.4	32.1
倉敷	40.6	21.4	5.7	38.4
津山	51.1	20.4	4.4	30.7
福山	43.6	19.3	6.0	38.1
高松	46.0	20.2	4.8	34.3

1 食料品

■食料品購入店舗

岡山市エリアは、調査開始以来「マルナカ」が最も利用されており、今回は 19.9%という結果となった。倉敷市エリアでも「マルナカ」が 21.8%で首位だが、後発の「ハローズ」21.4%、老舗の「ニシナ」19.7%が僅差で並んでいる。津山市エリアは「マルイ」と「マルナカ」が 18.7%の同率首位で、前回調査と同じ様相が続いている。福山市エリアでは前々回、前回に引き続き地元「ハローズ」が最も多く、今回は 27.5%という結果となっている。高松市エリアでは前々回、前回に引き続き「マルナカ」が圧倒的に多く、4割強が続いている。

岡山の食料品購入店舗

店舗名	%
マルナカ	19.9
ハローズ	10.2
コープ(店舗)	6.1
わたなべ生鮮館	6.1
ハピーズ	5.7
その他	51.9

※表、図及びデータの値は、四捨五入による集計上の誤差が生じることがあります。

倉敷の食料品購入店舗

店舗名	%
マルナカ	21.8
ハローズ	21.4
ニシナ	19.7
コープ共同購入・個別宅配	4.4
ディオ	4.4
その他	28.3

津山の食料品購入店舗

店舗名	%
マルイ	18.7
マルナカ	18.7
イオン津山ショッピングセンター	8.9
コープ共同購入・個別宅配	6.7
天満屋ハピッシュ	6.7
その他	40.3

福山の食料品購入店舗

店舗名	%
ハローズ	27.5
ハート	12.4
エブリィ	11.9
フレスタ	10.1
小田商店	4.6
その他	33.5

高松の食料品購入店舗

店舗名	%
マルナカ	42.3
パワーシティ	7.7
コープかがわ	6.5
マルヨシセンター	6.5
ムーミー	6.0
その他	31.0

■食料品購入店舗選択理由

日常の食料品をその店舗で購入する理由は、「家に近い」64.6%が突出して多い。次いで「値段が安い」32.0%、「品物が豊富」31.1%、「駐車場が止めやすい」30.0%の3項目が僅差で並んでいる。

どのエリアにおいても、大型店の魅力でもある「駐車場が止めやすい」「品物が豊富」「店がきれい」などが減少を続けており、大型店に対する関心が薄れてきていると考えられる。ただ、品質に関わる「新鮮」も減少中で、重要度としては今回5番目であることも考えると、日常の食料品自体に対する関心が低下しているのかもしれない。一時、「食の安全」が注目され、地産地消や市場、直売などは益々活気づいているといわれるが、それは新鮮さや品質の高さを求めているのと同時に、「家に近い」「値段が安い」「アクセスが便利」といった功利的な理由も大きいのではないだろうか。

日常の食料品 購入店舗選択理由

理由	%
家に近い	64.6
値段が安い	32.0
品物が豊富	31.1
駐車場が止めやすい	30.0
新鮮	22.2
アクセスが便利	17.2
店がきれい	16.0
サービスがよい	10.3
その他	10.2

(複数回答)

■食料品購入頻度

「毎日」「週に4~5回」といった高頻度層が多いのは福山市>高松市>岡山市>倉敷市>津山市の順。岡山市エリアは前回調査から頻度数はほとんど変わらなかったが、そのほかのエリアは減少している。

日常の食料品 購入頻度

	岡山市	倉敷市	津山市	福山市	高松市
毎日	12.2	9.2	3.6	12.8	16.5
週に4~5回	20.3	19.2	16.0	28.0	21.0
週に2~3回	49.6	58.1	51.6	43.6	51.6
週に1回	17.1	13.1	27.6	15.1	10.5
その他	0.8	0.4	1.3	0.5	0.4

■食料品購入曜日(「週2~3回」以下の人のみに質問)

食料品の購入頻度が「週に2~3回以下」の人のみに、よく行く「曜日」をたずねた。エリアによって違いが見られるが、全体としては月・火が多く、木・金が少ない。

日常の食料品 購入曜日

	岡山市	倉敷市	津山市	福山市	高松市
月曜日	23.5	15.9	17.1	22.5	22.6
火曜日	20.5	30.5	33.7	17.8	27.7
水曜日	8.4	8.5	8.8	4.7	9.0
木曜日	7.8	4.9	4.4	7.0	1.9
金曜日	1.8	4.9	6.6	3.9	4.5
土曜日	18.1	17.1	16.6	18.6	14.8
日曜日	19.9	18.3	12.7	25.6	19.4

2 日用雑貨品

■日用雑貨品購入店舗

洗剤やトイレトペーパーなどの日用雑貨品を買いに行く店は、岡山市エリア、倉敷エリアではともに「ザグザグ」が最も多く、次いで「ひまわり」、「マルナカ」、「コープ共同購入・個別宅配」が続いている。両エリアにおいては「ザグザグ」の利用者増加が目覚しく、前回調査から倍増している点も共通している。「マルナカ」は前々回調査までは両エリアにおいてトップであったが、前回調査で後発の「ザグザグ」や「ひまわり」に追いつかれた。ただ、「ザグザグ」「ひまわり」ともドラッグストアであるということで、使い分けが進んでいるのか、今回も「マルナカ」は1割前後の利用者数を維持している。そのほかの店舗に関しては、前回からの変化はあまり見られなかったが、岡山市エリアの「くすりのラブ」が若干減少している。

津山市エリアでも、前回登場した「ザグザグ」が急速に利用者を増やしており、岡山、倉敷市エリアの数値を上回り25.3%にまで至っている。同じく、前回初登場の「カインズホーム」も大きく増加している。

福山市エリアでは地元「ひまわり」が堅実に増加を続けており、36.7%という結果となっている。続く「ユーホー」も着実に増加中である。

高松市エリアでは、前々回、前回に引き続き「マルナカ」19.4%が最も多いが、今回は各ドラッグストアの増加が目立つ。中でも大きく増加したのが「レディ薬局」。新しく登場したのが「コスモス薬局」「ザグザグ」「イオン高松(=ドラッグセガマイオン高松店)」。新旧ドラッグストアの入れ替わりが見られ、新陳代謝がよい。

岡山の日用雑貨品購入店舗

店舗名	%
ザグザグ	23.2
ひまわり	9.8
マルナカ	7.3
コープ共同購入・個別宅配	6.1
くすりのラブ	4.9
その他	48.7

倉敷の日用雑貨品購入店舗

店舗名	%
ザグザグ	21.0
ひまわり	19.7
マルナカ	11.4
コープ共同購入・個別宅配	7.4
金光薬品	6.1
その他	34.3

津山の日用雑貨品購入店舗

店舗名	%
ザグザグ	25.3
カインズホーム	13.8
コープ共同購入・個別宅配	8.9
ナンバホームセンター	8.0
マルナカ	6.2
その他	37.8

※表、図及びデータの値は、四捨五入による集計上の誤差が生じることがあります。

福山の日用雑貨品購入店舗

店舗名	%
ひまわり	36.7
ユーホー	16.1
ザグザグ	8.3
コープ共同購入・個別宅配	3.7
フレスポ神辺モール	3.2
その他	32.0

高松の日用雑貨品購入店舗

店舗名	%
マルナカ	19.4
レディ薬局	11.3
コスモス薬局	8.9
パワーシティ	7.7
ダイキ	6.5
その他	46.2

■日用雑貨品購入店舗選択理由

日用雑貨品の購入店舗を選ぶ理由は、食料品の場合とほぼ同じ結果となった。最も多いのは「家に近い」51.3%。ただし、食料品の64.6%と比べると少なく、そこまでの重要度とはいえないらしい。2番目に多いのは「値段が安い」43.4%で、食料品の32.0%よりも多い。日用雑貨品に関しては、食料品を選ぶときよりも“安い”という点がより重視されている。

前回調査から取り立てて大きな変化は見られないが、「値段が安い」「品物が豊富」などの理由が僅かに減少し、「家に近い」「アクセスが便利」などが若干増加した。『商品への関心』よりも、『生活時間の効率性への関心』のほうが強くなってきているとも考えられる。『生活時間の効率性〜』と聞くと、“働く女性が増えたから”と考えがちだが、前回調査から有職主婦の数はほとんど変化していない。主婦のライフスタイルの変化については、有職無職だけが要因ではなく、価値観や家庭像の変化のほうがより大きな影響を与えていると考えられる。

日用雑貨品 購入店舗選択理由

理由	%
家に近い	51.3
値段が安い	43.4
品物が豊富	31.1
駐車場が止めやすい	25.4
アクセスが便利	15.5
サービスがよい	13.2
店がきれい	12.7
その他	16.1

(複数回答)

3 日用衣料品

■ 日用衣料品購入店舗

普段着や下着などの日用衣料品を購入している店舗は、岡山市エリアでは順に「天満屋ハピータウン」11.8%、「しまむら」11.4%、「イトーヨーカドー」9.8%で、前回調査と同じ順位となっている。

倉敷市エリアでは、順に「イオンモール倉敷」24.5%、「しまむら」16.6%、「マルナカ」9.2%で、中でも「しまむら」は毎調査毎に増加を続けている。

津山市エリアは、前回最も多かった「ジャスコ(津山店)」が「イオン津山ショッピングセンター」として増床再オープンし、今回調査では前回は上回る 41.8%となった。「マルナカ」は前々回調査より 4%台で推移を続けており、他のスーパーが奮わない中、健闘しているといえる。

福山市エリアでは、前々回、前回から増加を続けている主要店舗は「しまむら」19.7%のみ。また、2005 年度にオープンした「フジグラン神辺」が 13.8%にまで至っている。

高松市エリアは、前回最も多かった「マルナカ」が大きく減少し、再び「ゆめタウン」がトップとなっている。今回は「ユニクロ」や「しまむら」などのカジュアルファッション専門店、初登場の「イオン高松ショッピングセンター」「イオン綾川ショッピングセンター」が伸びている。

岡山の日用衣料品購入店舗

店舗名	%
天満屋ハピータウン	11.8
しまむら	11.4
イトーヨーカドー	9.8
天満屋岡山店	7.3
ジャスコ	6.9
その他	52.7

倉敷の日用衣料品購入店舗

店舗名	%
イオンモール倉敷	24.5
しまむら	16.6
マルナカ	9.2
ネット通販	5.2
イズミ	5.2
その他	39.1

津山の日用衣料品購入店舗

店舗名	%
イオン津山ショッピングセンター	41.8
しまむら	11.6
マルナカ	4.9
イズミ	4.0
ウエストランド	3.6
その他	34.1

※表、図及びデータの値は、四捨五入による集計上の誤差が生じることがあります。

福山の日用衣料品購入店舗

店舗名	%
しまむら	19.7
イトーヨーカドー	18.8
フジグラン神辺	13.8
天満屋	8.3
イズミ	5.5
その他	33.9

高松の日用衣料品購入店舗

店舗名	%
ゆめタウン	23.4
マルナカ	10.1
イオン高松ショッピングセンター	8.1
しまむら	7.7
高松サティ	6.5
その他	44.2

■ 日用衣料品購入店舗選択理由

日用衣料品の購入店舗選択理由として最も多かったのは「品物が豊富」50.6%、次いで「値段が安い」32.4%、「家に近い」30.0%となっている。順番は違うものの、上位には食料品や日用雑貨品の場合と同じ項目が並んでいる。日用品の購入店舗として重要なのは、“近くて安くて豊富”ということになる。

日用衣料品 購入店舗選択理由

理由	%
品物が豊富	50.6
値段が安い	32.4
家に近い	30.0
駐車場が止めやすい	24.5
商品センスがよい	13.0
品質がよい	12.7
アクセスが便利	12.7
店がきれい	11.9
サービスがよい	8.6
その他	15.6

(複数回答)

4 家電品

■家電品購入店舗

全てのエリアにおいて、上位2社は「デオデオ」と「ヤマダ電機」で、高松を除くエリアでは調査開始以来「デオデオ」が首位を続けている。高松市エリアでは「ヤマダ電機」が首位を続けている。

岡山市エリアでは、今回調査より大型店として「ビッグカメラ」が加わった。「ビッグカメラ」は、既存大型店「デオデオ」「ヤマダ電機」「ベスト電器」「コジマ」4社のシェアを奪う格好となっており、寡占化の進行は回避されている。

倉敷市エリアは、5エリアの中で最も「デオデオ」の割合が多く、66.4%に上っている。2005年に「ニノミヤ」を譲り受け、「ニノミヤ」顧客分が単純増加したためと考えられる。前回初登場の「ヤマダ電機」は8.3%にまで増加したが、「デオデオ」「コジマ」「ベスト電器」の利用者は減少しておらず、代わって「その他」が減少していることから、この3社がすくいきれていなかった消費者を、取り込んだものと考えられる。

津山市エリアの「デオデオ」61.3%は、これまでは増減を繰り返しながらも増加基調にあったが、今回登場した「ヤマダ電機」14.2%の勢いが良く、これに押された場合は減少傾向に向かう可能性がある。3番目の「ベスト電器」は減少が加速している。

福山市エリアの「デオデオ」52.8%は、常に半数強の利用者数があり首位を続けていたが、今回は「ヤマダ電機」32.6%に押されるかたちで僅かに減少している。2番目に多い「ヤマダ電機」は「その他」の店舗で購入していた主婦の取り込みに成功していると考えられ、急速に増加している。「ヤマダ電機」を利用する理由として、安さと豊かさを挙げる人が多い。

高松市エリアで首位を続ける「ヤマダ電機」は今回大きく増加し、47.2%に至った。「ケーズデンキ」も大きく増加し、また今回より大型店として「コジマ」も加わるなど、活況を呈している。

岡山の家電品購入店舗

店舗名	%
デオデオ	40.2
ヤマダ電機	17.1
ベスト電器	9.8
コジマ	7.7
ビッグカメラ	5.7
その他	19.4

※表、図及びデータの値は、四捨五入による集計上の誤差が生じることがあります。

倉敷の家電品購入店舗

店舗名	%
デオデオ	66.4
ヤマダ電機	8.3
コジマ	6.6
ベスト電器	4.8
その他	14.0

福山の家電品購入店舗

店舗名	%
デオデオ	52.8
ヤマダ電機	32.6
ベスト電器	2.8
コジマ	2.3
その他	9.5

津山の家電品購入店舗

店舗名	%
デオデオ(イーストランド)店含む	61.3
ヤマダ電機	14.2
ベスト電器	8.0
イオン津山ショッピングセンター	1.3
ナンバホームセンター	1.3
その他	13.9

高松の家電品購入店舗

店舗名	%
ヤマダ電機	47.2
デオデオ	16.5
ケーズデンキ	14.1
コジマ	3.2
イオン綾川ショッピングセンター	1.2
その他	17.8

■家電品購入店舗選択理由

家電品購入店舗の選択理由で最も多かったのは「サービス(やアフターサービス)が良い」40.5%。2番目には「家に近い」31.7%、「品物が豊富」31.7%、「値段が安い」30.2%の3項目が並んでおり、「値段が安い」に関しては前回より減少している。食料品や日用雑貨品、日用衣料品においては、安さの重要度が下がることはなかったが、家電品に関しては違う結果となっている。ただし、高松市エリアだけは若干異なっており、他エリアより突出して多いのが「値段が安い」、他エリアより極端に少ないのが「サービス(アフターサービス)が良い」という結果である。

家電品 購入店舗選択理由

理由	%
サービス(アフターサービス)	40.5
家に近い	31.7
品物が豊富	31.7
値段が安い	30.2
駐車場が止めやすい	20.3
アクセスが便利	11.6
店がきれい	11.0
品質がよい	8.7
その他	23.8

(複数回答)

5 外出着

■外出着購入店舗

スーツやブラウスなど外出着を購入するために最も多く利用している店舗は、岡山市エリアでは圧倒的に「天満屋岡山店」23.6%が多い。2番目は「高島屋」8.1%で、上位をデパートが占めている。前回と比較すると、これまでの主要店舗の中で増加したのは「イオンモール倉敷」のみで、“外出着は買わない”という回答も散見される。

倉敷市エリアで最も多いのは「イオンモール倉敷」31.4%で、他店舗を大きく引き離している。続くのは「天満屋倉敷店」14.0%、「天満屋岡山店」8.7%、「高島屋」3.1%で、デパート3店舗を合わせると25.8%となる。

津山市エリアでも倉敷同様イオン利用者が多く、最も多いのは「イオン津山ショッピングセンター」31.6%となった。「天満屋岡山店」や「高島屋」など岡山市内デパートの利用者もあり、老舗デパートの広範囲な集客力がうかがえる。

福山市エリアでは、前回に引き続き「天満屋」30.3%が突出して多い。5エリアの中でも最も「天満屋」利用者が多いが、前回と比較すると減少しており、今回初登場の「フジグラン神辺」10.6%がその要因となっていると考えられる。2番目に多い「イトーヨーカドー」13.3%は前回の数値をかるうじて維持している。

高松市エリアでは、「ゆめタウン」が27.0%にまで大きく増加した。「高松三越」は大きく減少、「高松天満屋」もやや減少した。「高松サティ」は変化なし。「イオン高松ショッピングセンター」「イオン綾川ショッピングセンター」が初登場。「丸亀町商店街」はやや減少したが、「中央商店街(中心部の全ての商店街の総称)」「片原町商店街」「兵庫町商店街」が挙がっている。

岡山の外出着購入店舗

店舗名	%
天満屋岡山店	23.6
高島屋	8.1
イオンモール倉敷	7.3
天満屋ハピータウン	7.3
イトーヨーカドー	4.9
その他	48.8

倉敷の外出着購入店舗

店舗名	%
イオンモール倉敷	31.4
天満屋倉敷店	14.0
天満屋岡山店	8.7
高島屋	3.1
ネット以外の通販	3.1
その他	39.7

津山の外出着購入店舗

店舗名	%
イオン津山ショッピングセンター	31.6
アルネ津山	10.2
天満屋岡山店	5.3
その他の通販	3.6
高島屋	3.1
その他	46.2

福山の外出着購入店舗

店舗名	%
天満屋	30.3
イトーヨーカドー	13.3
フジグラン神辺	10.6
イズミ	5.0
天満屋ハピータウン	5.0
その他	35.8

高松の外出着購入店舗

店舗名	%
ゆめタウン	27.0
高松三越	16.1
高松天満屋	5.2
イオン高松ショッピングセンター	5.2
高松サティ	4.4
その他	42.1

■ 外出着購入店舗選択理由

外出着購入店舗の選択理由として多かったのは、順に「品物が豊富」46.8%、「商品センスがよい」24.8%、「品質がよい」21.7%。この3項目は常にトップに挙げられる項目だが、今回は揃って大きく減少している。順位としては変わっておらず、相対的に重要視はされているが、この3項目の減少は、言い換えれば「選択肢は多くなくていい」「ファッションセンスはあまり気にしない」「品質は良くなくても大丈夫」ということになる。一方、増加が目立つのが「その他」、やや増加傾向なのが「値段が安い」。また、福山、高松市エリアでは「家に近い」が大きく増加している。センスや品質へのこだわりが減り、“近くて安い”

を求めている感もある。不景気の影響から、安さの代償としてセンスや品質は諦めようという構図、あるいは、シンプルライフ、エコライフなどの広がりから、外出着に対する価値観が変化している現状などが推測される。

外出着 購入店舗選択理由

理由	%
品物が豊富	46.8
商品センスがよい	24.8
品質がよい	21.7
家に近い	17.7
駐車場が止めやすい	16.9
値段が安い	15.1
店がきれい	11.1
アクセスが便利	9.5
サービスがよい	9.2
その他	23.9

(複数回答)

6 贈答品

■贈答品購入店舗

岡山の贈答品購入店舗

店舗名	%
天満屋(岡山店+倉敷店)	32.5
天満屋ハピータウン	14.6
高島屋	13.4
ネット通販	3.7
ユープ共同購入・個別宅配	3.3
その他	32.4

倉敷の贈答品購入店舗

店舗名	%
天満屋倉敷店	27.1
天満屋岡山店	7.0
イオンモール倉敷	16.6
高島屋岡山店	4.4
シャディ・サラダ館	3.9
その他	41.0

津山の贈答品購入店舗

店舗名	%
イオン津山ショッピングセンター	18.2
イリエ	10.2
アルネ津山	6.2
マルナカ	5.8
シャディ・サラダ館	5.8
その他	53.8

福山の贈答品購入店舗

店舗名	%
天満屋	36.7
ダイシン	8.7
イトーヨーカドー	5.5
フジグラン神辺	5.0
天満屋ハピータウン	4.6
その他	39.5

高松の贈答品購入店舗

店舗名	%
高松三越	29.8
ゆめタウン	15.7
高松天満屋	7.7
マルナカ	4.4
イオン高松	3.6
その他	38.8

贈答品 購入店舗選択理由

理由	%
品物が豊富	35.2
高級感・信頼感がある	29.7
家に近い	22.7
品質がよい	16.1
サービスがよい	12.3
駐車場が止めやすい	11.2
商品センスがよい	10.5
値段が安い	9.7
アクセスが便利	8.0
店がきれい	7.1
その他	27.0

(複数回答)

■ 贈答品購入店舗選択理由

各エリア共通して減少しているのが、「高級感・信頼感がある」「品質がよい」である。これまでの推移を眺めると、各エリアにおける贈答品購入時の“妥協ポイント”の順番が見えてくる。『贈答』の意味合いにふさわしい選択理由が軒並み減少していき、贈答品に対する関心やこだわりが薄くなっている様子が見られる。

7 通信販売

通信販売でよく購入したもの

商品	%
衣料品・宝飾品	27.0
美容関連	17.1
生活雑貨	14.7
健康食品・医薬品	13.7
食品・産直品	9.2
書籍・ソフト	5.5
贈答品・プレゼント	4.6
家電・パソコン	3.3
通信教育・講座	1.0
その他	3.3
通信販売は全く利用しない	31.6

(複数回答)

利用媒体	20代	30代	40代	50代	60代
カタログ通販	44.6	57.0	54.5	57.5	61.5
テレビ通販	3.6	7.0	7.9	19.4	21.5
ラジオ通販	0.0	0.0	0.6	1.3	1.5
新聞・チラシ・雑誌などの広告通販	5.8	5.4	19.1	20.0	22.2
パソコンでのインターネット通販	42.4	41.9	32.6	16.3	4.4
携帯電話でのインターネット通販	18.0	4.3	1.7	0.6	0.7
その他	2.2	4.3	5.1	9.4	5.2

「全く利用しない」という主婦は、岡山市エリアでは4人に1人、そのほかのエリアは3人に1人。

8 通信関連の利用状況

2001年度調査時は「FAX」が最もよく使われていたが、2003年度以降からは「携帯電話でのメール」が最もよく使われる通信手段となった。「携帯電話でのインターネット」は前回までは伸び率が悪かったが今回大きく増加した。「パソコンでのインターネット」は毎調査毎に増加しており、2009年度では全体平均48.2%と、2人に1人が利用するに至っている。

通信利用状況	20代	30代	40代	50代	60代
パソコンでのインターネット	65.5	62.5	57.7	42.3	18.7
携帯電話でのインターネット	58.2	29.4	27.3	13.3	6.0
パソコンでのメール	32.7	30.2	24.5	21.0	10.4
携帯電話でのメール	93.3	91.5	84.2	73.4	45.0
FAX(自宅で)	27.3	34.3	37.9	39.9	34.7

本件に関するお問い合わせ

協同組合 岡山情報文化研究所／神田、原内 電話 086-225-8181
「岡山トレンドウォッチャー」(<http://www.vis-a-vis.co.jp/>)