

博士論文

地方都市における暮らし方・働き方のオンライン化の実態と  
居住地特性に関する研究

令和6年3月

大畑 友紀

岡山大学大学院

環境生命科学研究科

# 地方都市における暮らし方・働き方のオンライン化の実態と

## 居住地特性に関する研究

### < 目 次 >

第1章	序論	1
第1節	研究背景と目的	1
第2節	研究の構成	3
第2章	本研究の位置づけ	6
第1節	概説	6
第2節	情報通信技術の進展に関する概況	6
第3節	本研究で対象とする地方都市の概要	10
第4節	日本における暮らし方・働き方の長期的変化	11
第5節	既存研究レビュー	15
第6節	本研究の特長	18
第3章	購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性	23
第1節	概説	23
第2節	品目別のネットショッピングの支出金額割合と利用理由	25
第3節	ネットショッピングの支出金額割合による類型化と利用理由との関連性	30
第4節	結語	32
第4章	社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握	34
第1節	概説	34
第2節	アンケート調査及び分析対象地域の概要	35
第3節	活動の代替とネットショッピング等の利用	37
第4節	結語	44
第5章	仕事場所に着目した働き方のオンライン化と居住地特性との関連性	47
第1節	概説	47
第2節	都市構造指標による居住地の分類と働き方の差異	48
第3節	仕事場所による類型化と生活時間の差異	51
第4節	結語	58

第6章	人間関係別の親密度と居住地特性との関連性	60
第1節	概説	60
第2節	人間関係別の親密度による差異	63
第3節	転居による居住地特性の変化の類型化と親密度の変化	68
第4節	結語	71
第7章	暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性	72
第1節	概説	72
第2節	暮らし方・働き方の分類ごとの主観的評価	72
第3節	結語	77
第8章	結論	78
第1節	本研究の成果	78
第2節	今後の課題	81

付録

謝辞

### 第1章 序論

#### 第1節 研究背景と目的

都市構造とライフスタイルは社会情勢とともに変化を遂げてきた。人口増加に伴い都市が大きくなり、中心部となるエリアも増えた。その背景には高度経済成長やモータリゼーションがあり、ライフスタイルは時代を経て多様化し、個人がそれぞれの生活を重視するようになった。特にモータリゼーションは都市構造とライフスタイルがともに変化してきた一例であり、都市構造の要素である交通が大きく変化したきっかけとなった。モータリゼーションは1910年代にアメリカで始まり、日本では1960年代に起こった。現在、地方都市では自動車が交通手段の中心である場合が多い<sup>1)</sup>。自動車を所有することで、その維持費による家計の負担や、移動時間の短縮による生活時間の変化等ライフスタイルも影響を受ける。

近年の出来事としてはCOVID-19の流行が挙げられ、2019年に最初の症例が中国で確認されて以降、瞬く間に世界中に広がった。経済産業省は、COVID-19の流行による経済危機を「コロナショック」とし、フェイス・トゥ・フェイスのコミュニケーションの制限が本質であるとしている<sup>2)</sup>。Richard Floridaらは<sup>3)</sup>、ロックダウンにより人との交流や仕事、買い物がデジタルメディア上で想像以上にスムーズに行えたが、距離を置いた交流を完全に代替することはできず、多くの人々が対面に戻りたいという兆候があると述べている。更に、都市や日常生活において大きな変化が生じる可能性として、オンラインでの買い物の浸透により実店舗の存続が脅かされ都心部の不動産に影響を及ぼすことや、リモートワークの状態化により労働者の雇用機会に悪影響が起こることを挙げている。

わが国は、1960年代から世界の中でも早い時期に少産少死となった。図1-1に示すように2008年をピークに人口減少に突入し<sup>4)</sup>、特に地方都市では人口減少、少子高齢化、地域経済の縮小、インフラや施設の老朽化、中心市街地の衰退といった問題を抱えている<sup>5)</sup>。東京一極集中が問題視されて久しいが状況は好転しておらず、東京での生活環境の悪化だけでなく、地方でのヒト・モノ・カネの域外への流出による衰退が深刻化している。今後一層都市部と地方の経済・社会格差の拡大が懸念されている。

国土交通省都市計画基本問題小委員会中間とりまとめによれば、コロナ禍を契機としたライフスタイルの変化や最先端技術の進化・普及により、多様なニーズに沿った密度管理のあり方が求められ、併せて都市におけるWell-beingの向上への要請が高まっているとしている<sup>7)</sup>。更に、多様な暮らし方・働き方に応じたコンパクト・プラス・ネットワークの取組の推進として、日常生活を営む身近なエリアの魅力向上等を図ることが重要であるとされており<sup>7)</sup>、個々人のライフスタイルに寄り添った都市政策が求められるようになってきている。暮らし方・働き方は長い年月をかけて変化を遂げてきた。図1-2に示すように時代とともに

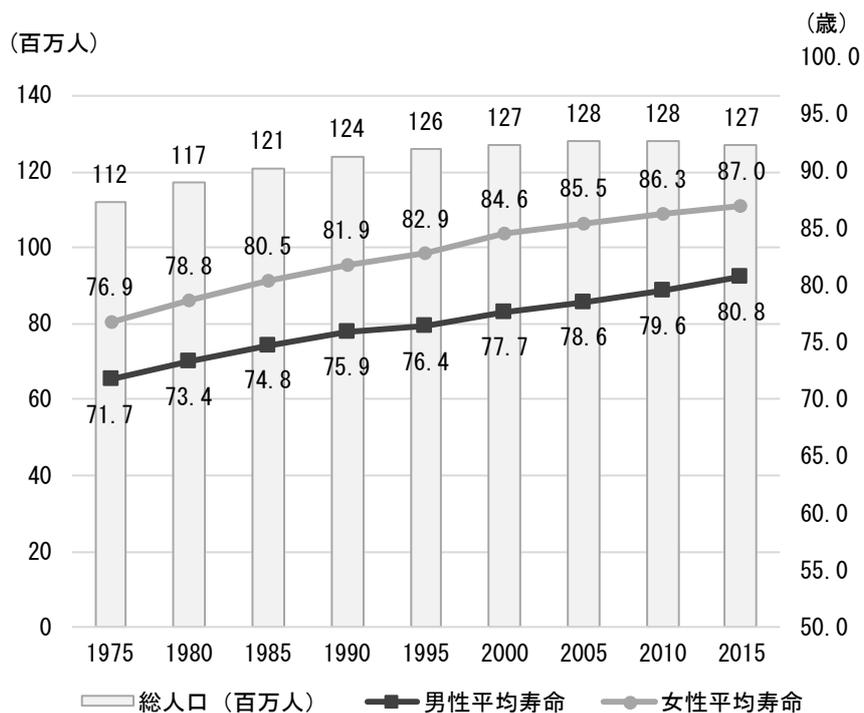


図 1-1 日本の総人口と男女別平均寿命<sup>4)5)</sup>

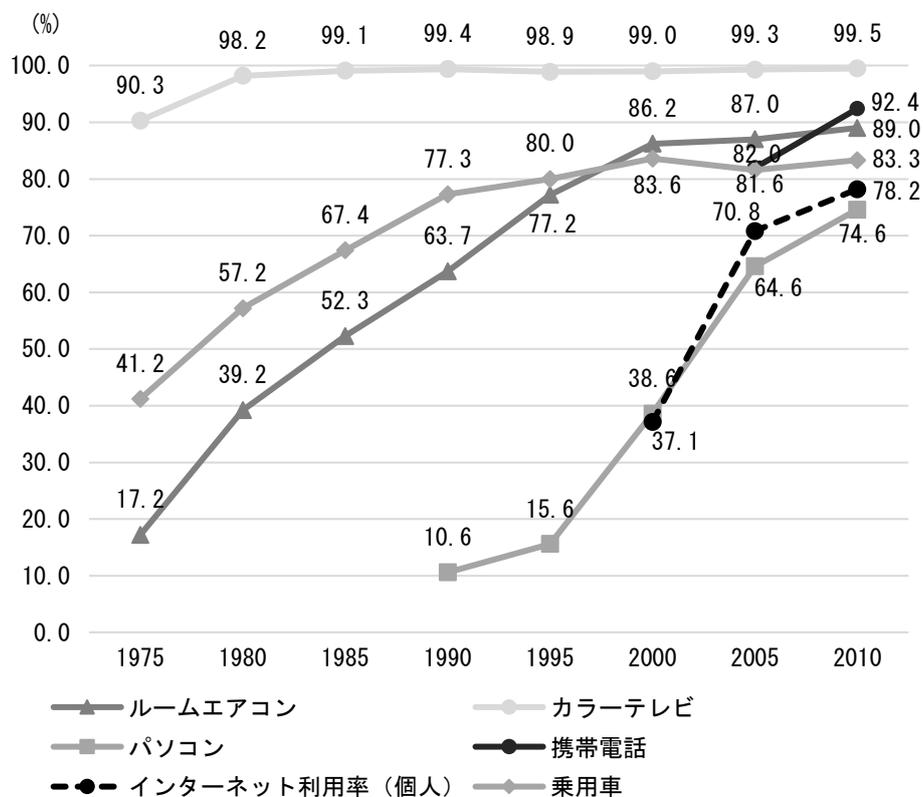


図 1-2 日本の耐久消費財の普及率とインターネット利用率（個人）の推移<sup>8)9)</sup>

## 第1章 序論

様々なものが普及し、生活が便利になったことにより時間や場所の制約から解放され、多様なライフスタイルを送るようになった。デジタル化が進んだ社会像として Society5.0 があり、これは内閣府の第5期科学技術基本計画において、わが国が目指すべき未来社会の姿として提唱されたものである。サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society）と定義され、社会の変革を通じて、希望の持てる社会、世代を超えて互いに尊重し合あえる社会、一人一人が快適で活躍できる社会になるとされている<sup>10)</sup>。

どのような居住地でもある程度の水準の生活を送ることができるようになったが、世界各国に先駆けて人口減少に突入したわが国において、持続可能な都市を形成する必要がある。また、都市やライフスタイルの将来を考えるうえで、社会情勢の変化や技術の進展を避けることはできない。技術の進展の中でも、購買や就労といった様々な活動の一部もしくは全部をインターネット技術により従来の方法と代替することを、本研究において「オンライン化」と定義する。本研究では、暮らし方の中でも誰もが行うかつオンライン化も浸透しつつある購買行動、有職者が多くの時間を費やす就労に着目する。COVID-19 の流行をきっかけにオンライン化に拍車がかかり、暮らし方や働き方が更に多様化した。オンライン化や COVID-19 の流行により、実店舗での購入からネットショッピング、職場での勤務からリモートワークへの転換について明らかにすることは、持続可能な都市に不可欠であると考えられる。都市政策を推進するうえでも、都市への居住者の暮らし方・働き方の変化や居住地特性による差異を定量的に明らかにすることが必要である。

本研究では、技術の進展や社会情勢の変化による、地方都市における暮らし方や働き方のオンライン化の実態を把握するとともに居住地特性との関連性を確認し、次に掲げる4点について明らかにすることを目的とする。

- (1) 暮らし方・働き方のオンライン化と実空間の利用の程度
- (2) 社会情勢の急激な変化による暮らし方等への影響
- (3) 人間関係と居住地との関連性
- (4) 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性

## 第2節 研究の構成

本研究は、図1-3に示す、第1章の序論から第8章の結論までで構成する。

第2章では、情報通信技術の進展に関する概況、対象とした地方都市である岡山県岡山市の概要、日本における暮らし方・働き方の長期的変化について整理する。その後、関連する既存研究についてレビューを行い、本研究の特長を述べる。第3章では、暮らし方の中でも購買行動に着目し、品目別の実店舗とネットショッピングの支出金額割合を調査し、居住地特性や居住地周辺の実店舗の立地との分析を行う。また、支出金額割合によるサンプルの類型化を行い、利用理由等との分析を行う。第4章では、急激な社会情勢の変化として COVID-

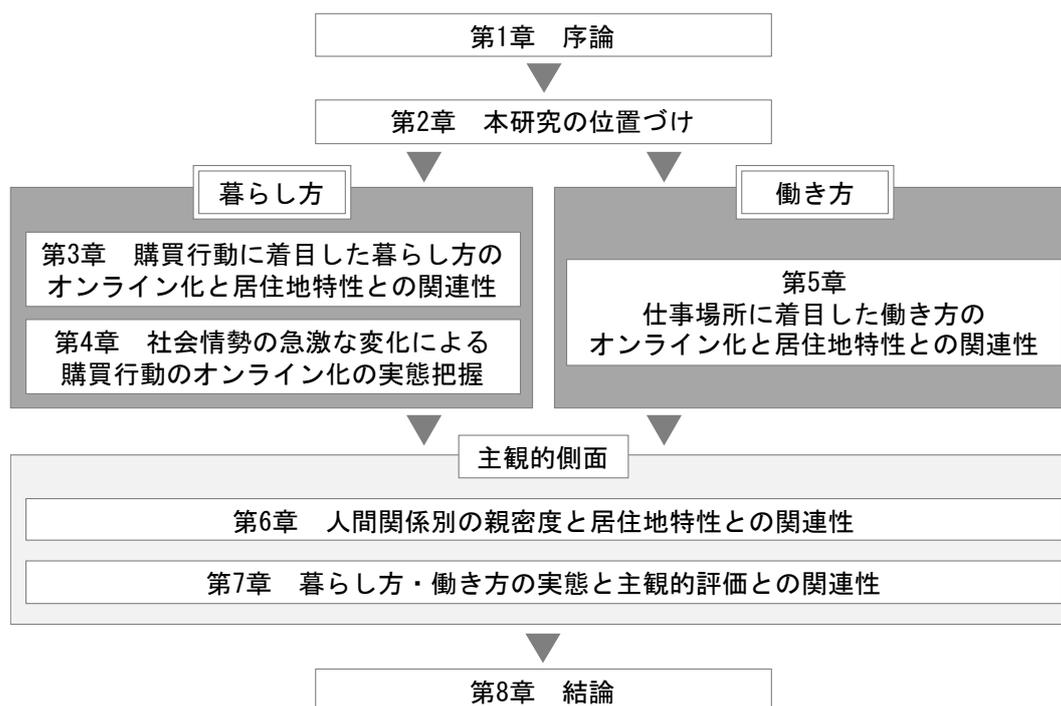


図 1-3 本研究の構成

19の流行に着目し、短期間での暮らし方の変化の実態を把握するために調査を行う。そのデータを用いて、大都市である東京都区部と地方都市である岡山県岡山市のオンラインでの代替を比較し、ネットショッピングを利用する理由・頻度について分析を行う。第5章では、働き方と生活時間に関する調査を行い、働き方の中でも特に仕事場所に着目して分析を行う。実際に仕事を行った仕事場所をもとにサンプルを類型化し、働き方によって生活時間に差異があるかを確認する。第6章では、他者との関係を題材に居住地との関連性を明らかにする。人間関係の親密度合いを評価指標とした調査を行い、親密度とライフステージ、外出頻度、居住地との関係を分析し、転居による変化も確認する。第7章では、第3章、第5章、第6章での実態把握をもとに、主観的な指標を用いて暮らし方・働き方と生活満足度との関連性を明らかにする。最後に第8章では、本研究で得られた成果と、今後の課題について述べる。

### <参考文献>

- 1) 国土交通省：新型コロナ感染症による行動変化が露わに。～第7回全国都市交通特性調査結果（速報版）の公表～，[https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi07\\_hh\\_000206.html](https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi07_hh_000206.html)（2023年12月最終閲覧）
- 2) 経済産業省：通商白書2020，<https://www.meti.go.jp/report/tsuhaku2020/index.html>（2023年12月最終閲覧）

## 第1章 序論

---

- 3) Richard Florida・Andrés Rodríguez-Pose・Michael Storper: Critical Commentary: Cities in a post-COVID world, Urban Studies, Vol.60, Issue.8, pp.1509-1531, 2023年
- 4) 総務省統計局: 人口推計の結果の概要, <https://www.stat.go.jp/data/jinsui/2.html#series> (2023年12月最終閲覧)
- 5) 厚生労働省: 生命表(加工統計), <https://www.mhlw.go.jp/toukei/list/list54-57.html> (2023年12月最終閲覧)
- 6) 国土交通省: 地方都市のまちづくり, [https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi\\_machi\\_tk\\_000083.html](https://www.mlit.go.jp/toshi/toshi_machi_tk_000083.html) (2023年12月最終閲覧)
- 7) 国土交通省: 都市計画基本問題小委員会 中間とりまとめ (2023年4月14日), [https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/toshi07\\_sg\\_000071.html](https://www.mlit.go.jp/policy/shingikai/toshi07_sg_000071.html) (2023年12月最終閲覧)
- 8) 内閣府 男女共同参画局: 平成17年版男女共同参画白書, [https://www.gender.go.jp/about/danjo/whitepaper/h17/danjyo\\_hp/html/zuhyo/fig01\\_00\\_02.html](https://www.gender.go.jp/about/danjo/whitepaper/h17/danjyo_hp/html/zuhyo/fig01_00_02.html) (2023年12月最終閲覧)
- 9) 総務省 情報通信統計データベース: 情報通信白書令和4年版, <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/r04.html> (2023年12月最終閲覧)
- 10) 内閣府: Society 5.0, [https://www8.cao.go.jp/cstp/society5\\_0/index.html](https://www8.cao.go.jp/cstp/society5_0/index.html) (2023年12月最終閲覧)

## 第2章 本研究の位置づけ

### 第1節 概説

本章では、第2節において情報通信技術の進展に関する概況を、第3節において本研究で対象とする地方都市である岡山県岡山市の概要を、第4節において日本での暮らし方・働き方の長期的な変化を整理する。第5節において関連する既存研究のレビューを行い、第6節において本研究の特長を述べる。

### 第2節 情報通信技術の進展に関する概況

技術の進展により、世界中でデジタルサービスが利用されるようになり、図2-1のとおりアメリカ、ドイツ、中国と比較すると日本ではデジタルサービスの利用率はやや低いのが現状である。中でも、世界のEC市場の売上高は図2-2のように増加傾向で推移しており、今

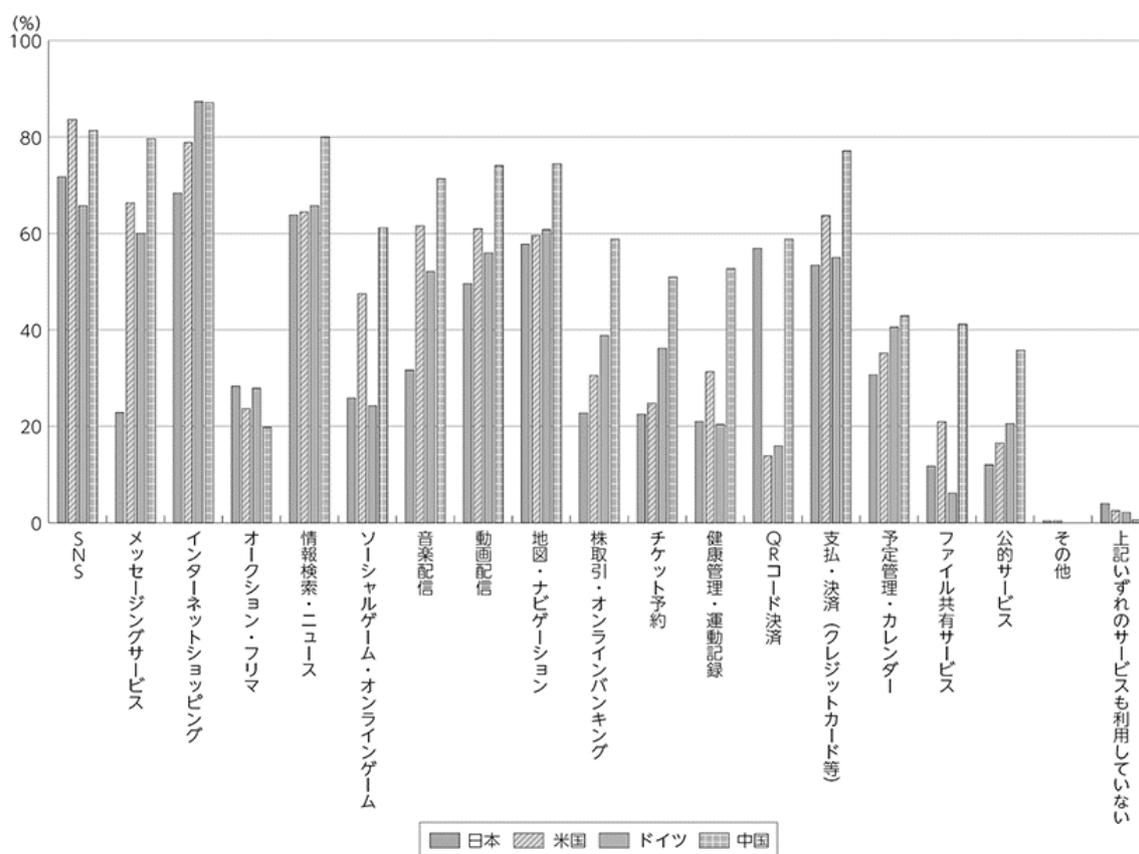


図2-1 全般的なデジタルサービス利用状況<sup>1)</sup>

## 第2章 本研究の位置づけ

後も拡大すると予測されている。2023年から2027年までの年平均EC市場成長率は、ブラジルやインドが高く、日本は中国、アメリカに続いて10.3%の成長率が予測されている<sup>1)</sup>。また、テレワークやオンライン会議の利用経験については図2-3のとおり、アメリカ、ドイツでは半数を超え、中国では7割を超える一方、日本では3割程度にとどまっている。

わが国の情報通信分野においては、1985年以前は固定電話や地上波放送が中心であり、その後パソコンが普及しインターネットによる通信が可能となった。更に時代とともにネ

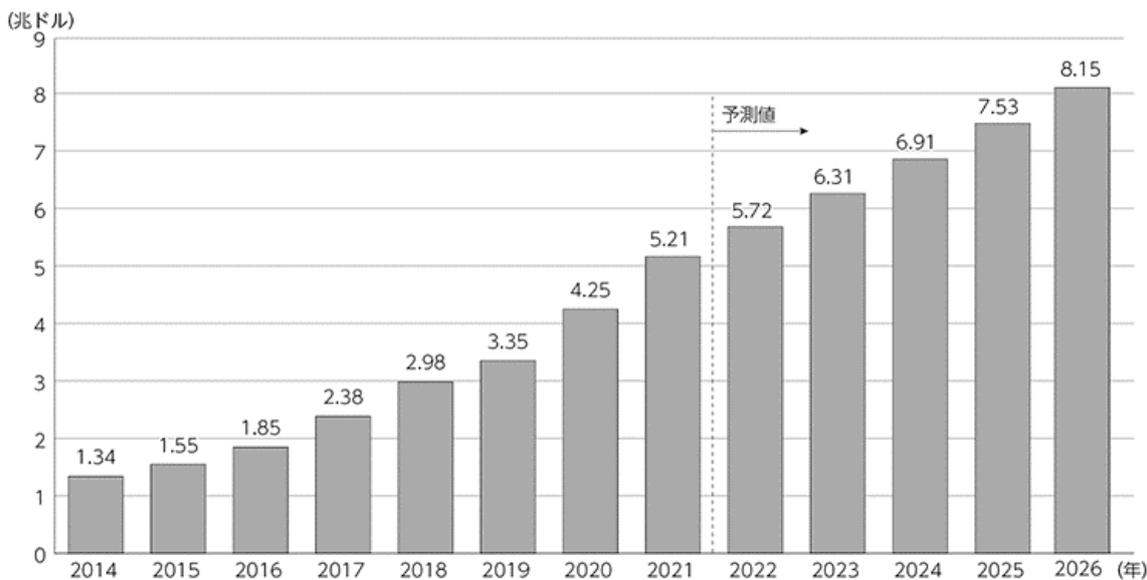


図2-2 世界のEC市場の売上高の推移及び予測<sup>1)</sup>

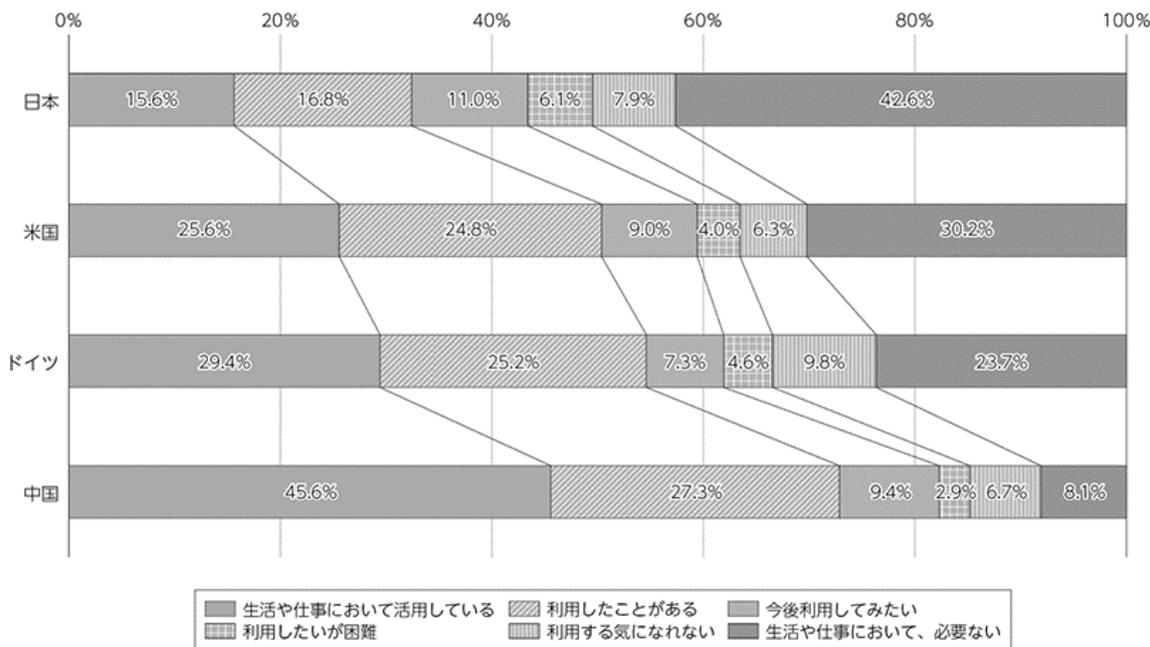


図2-3 テレワーク・オンライン会議の利用状況 (国際比較)<sup>1)</sup>

## 第2章 本研究の位置づけ

ネットワークの高度化が進み、現在では情報通信技術は国民生活に不可欠な社会・経済インフラにまで発展した。図2-4に示すように、インターネット利用率は25年間で9.2%から84.9%にまで上昇している<sup>1)</sup>。COVID-19の流行により、様々な活動が情報通信技術によって代替されるようになった。特にテレワークはその代表例でもあり、図2-5に示すよう

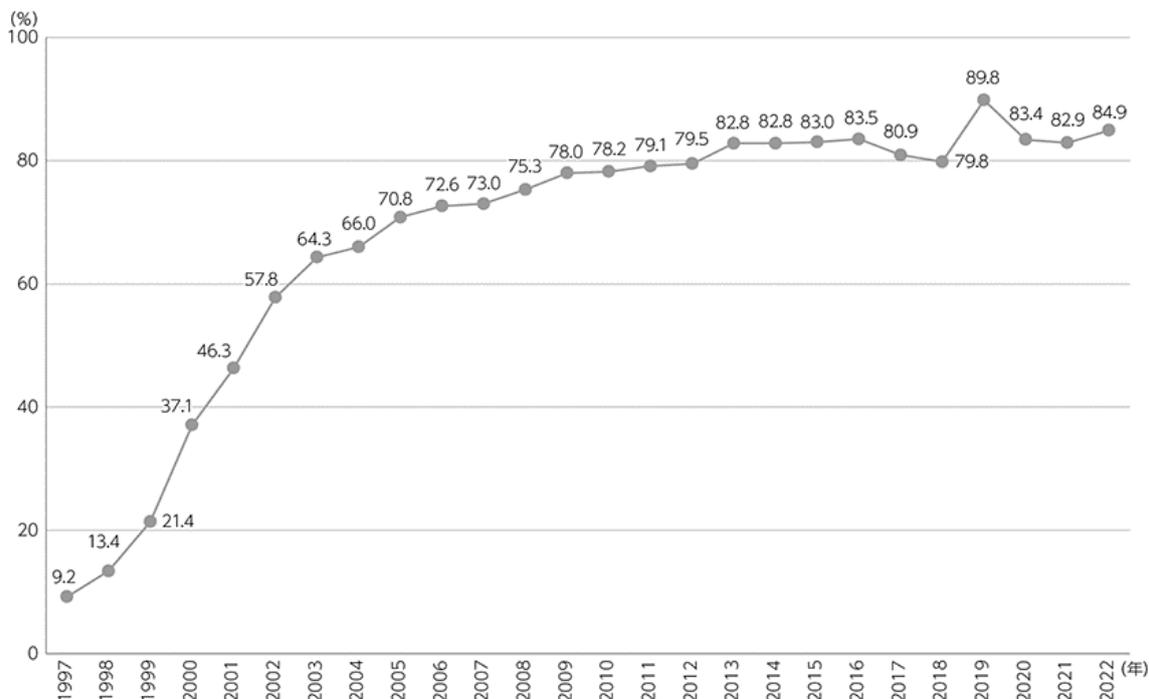
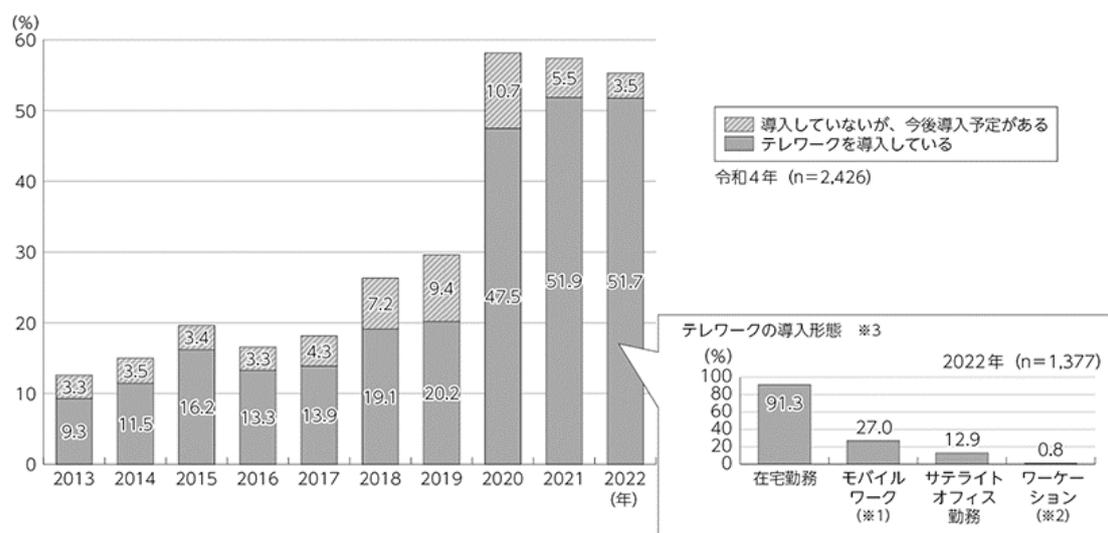


図2-4 日本におけるインターネット利用率（個人）の推移<sup>1)</sup>



※1 営業活動などで外出中に作業する場合。移動中の交通機関やカフェでメールや日報作成などの業務を行う形態も含む。  
 ※2 テレワークなどを活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと。  
 ※3 導入形態の無回答を含む形で集計。

図2-5 日本におけるテレワーク導入率の推移<sup>1)</sup>

## 第2章 本研究の位置づけ

に、テレワークを導入した企業や導入を検討している企業が激増した<sup>1)</sup>。

COVID-19 発生前後でのインターネットで利用したサービスを図 2-6 に示す<sup>2)</sup>。業務でのオンラインの活用だけでなく、SNS や商品の購入、eラーニング、電子申請等様々なサービスにおいて、インターネットの利用が増加している。

国内における都市による情報通信技術の進展の差異に着目すると、世帯のインターネット利用率の推移には図 2-7 のように利用率が高まったスピードに差が見られる。都心であるほど速く利用率が高まり、町村の方がゆっくりと高まった。現在ではインターネット利用率の差はあまりなくなってきたが、都道府県別でみると東京都が最も高い<sup>2)</sup>。

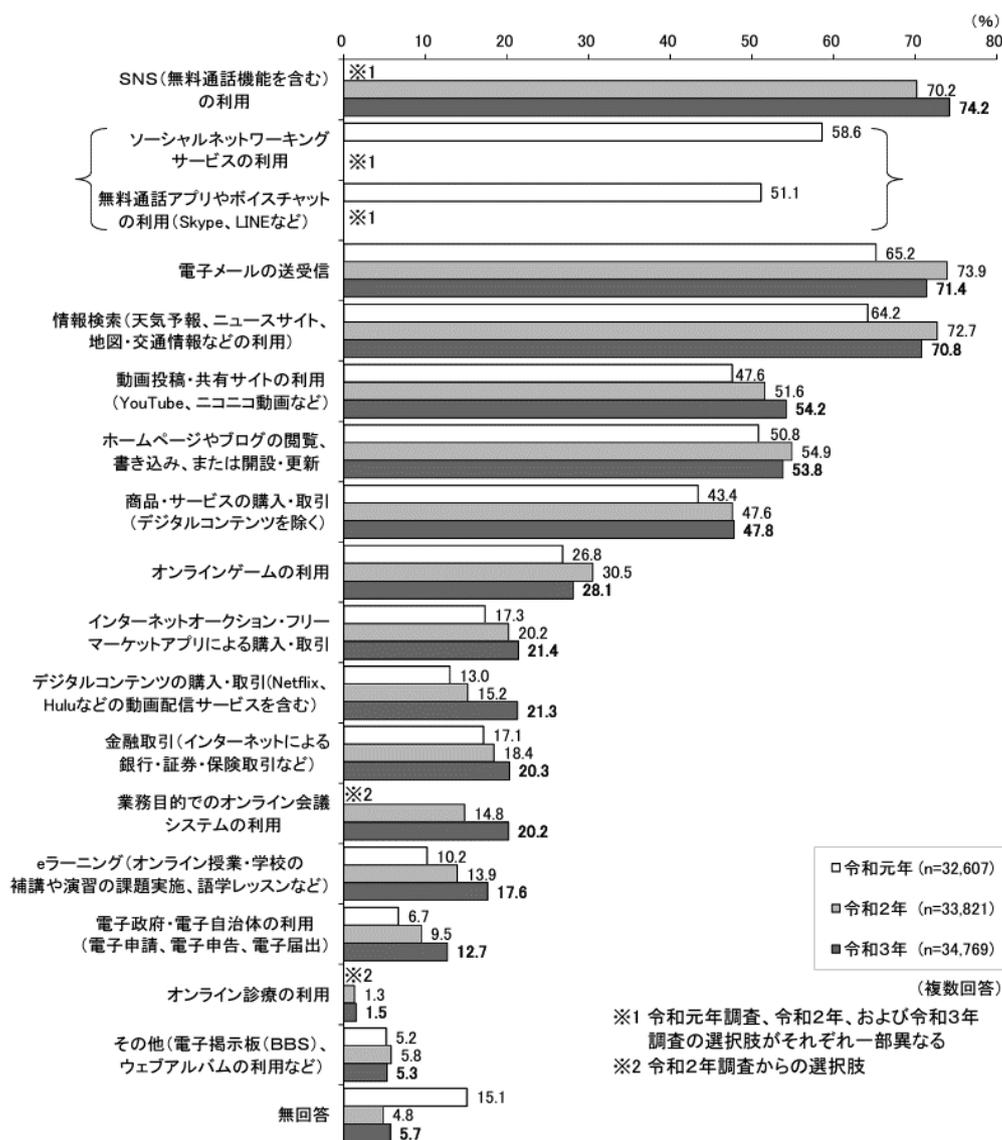


図 2-6 過去1年間にインターネットで利用した機能・サービスと目的・用途の推移<sup>2)</sup>

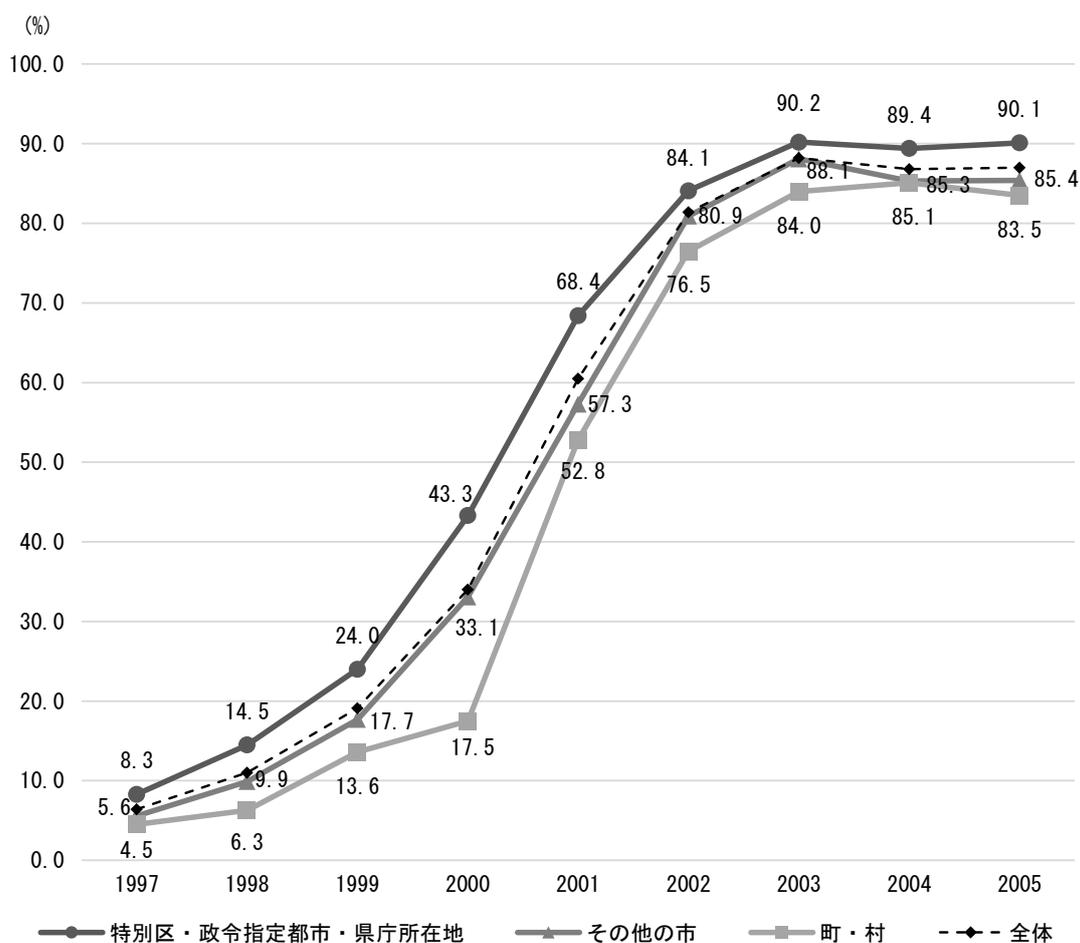


図 2-7 都市区分別の世帯のインターネット利用状況の推移<sup>2)</sup>

### 第3節 本研究で対象とする地方都市の概要

令和2年版国土交通白書<sup>3)</sup>によれば、東京圏については、バブル経済崩壊後の一時期を除いて、転入超過が続いており、図 2-8 に示すように 2018 年には転入超過が 13.6 万人となり、東京圏には日本の人口の 29% を占める約 3,700 万人が居住し、東京圏に人口が一極集中している。三大都市圏以外の地域である地方圏では転出超過が続いている。

本研究では地方圏の中でも岡山県岡山市を研究対象とし、地方都市のモデルとして取り扱っている。岡山市は、人口約 72 万人、面積約 790 km<sup>2</sup> の政令指定都市である。政令指定都市でありながらも、中心市街地だけでなく中山間地域まで含む自治体である。特に旧建部町は「特定市町村」に指定されており、旧過疎法では過疎地域として指定されていた場所でもある<sup>4)</sup>。このように政令指定都市の基準を満たす人口規模を有していながらも、過疎が進んだ地域を抱える岡山市を対象とすることは、地方圏に分類される様々な規模の自治体の課題を包括的に捉えるために適していると考えた。

## 第2章 本研究の位置づけ

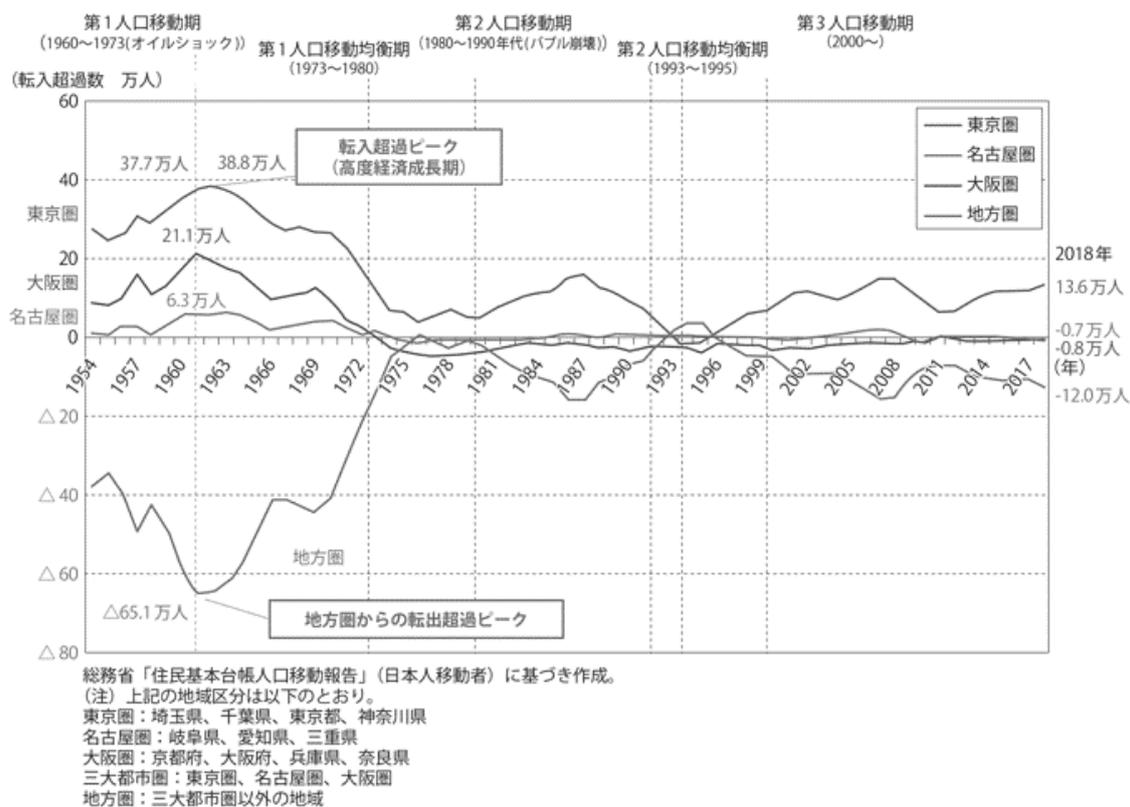


図 2-8 三大都市圏及び地方圏における人口移動(転入超過数)の推移<sup>3)</sup>

### 第4節 日本における暮らし方・働き方の長期的変化

暮らし方・働き方は個人の選択によって決定づけられるものであり、長い年月をかけて変化してきたと考えられる。暮らし方については、日本人の意識調査<sup>5)</sup>において、「人によって生活の目標もいろいろですが、リストのように分けると、あなたの生活目標にいちばん近いのはどれですか。」という質問の回答を集計した結果を図 2-9 に示す。当該リストには「その日その日を、自由に楽しく過ごす(快志向)」、「しっかりと計画をたてて、豊かな生活を築く(利志向)」、「身近な人たちと、なごやかな毎日を送る(愛志向)」、「みんなと力を合わせて、世の中をよくする(正志向)」の4つが挙げられる。調査を開始した1973年には「利志向」が最も高い割合を占めていたが、「愛志向」が増加して逆転し2018年には半数近くの人が「愛志向」を選ぶようになった。また、「快志向」を選択する人も増えており、「愛志向」に次いで高い割合となった。45年間で比較すると、「利志向」や「正志向」が減少し、自由で楽しいことや身近な人とのつきあいを大事にする人が増えてきた。

働き方については、同調査において、「リストには、仕事と余暇のあり方について、いろいろな意見がのっています。あなたはどれが最も望ましいと思いますか。」という質問

## 第2章 本研究の位置づけ

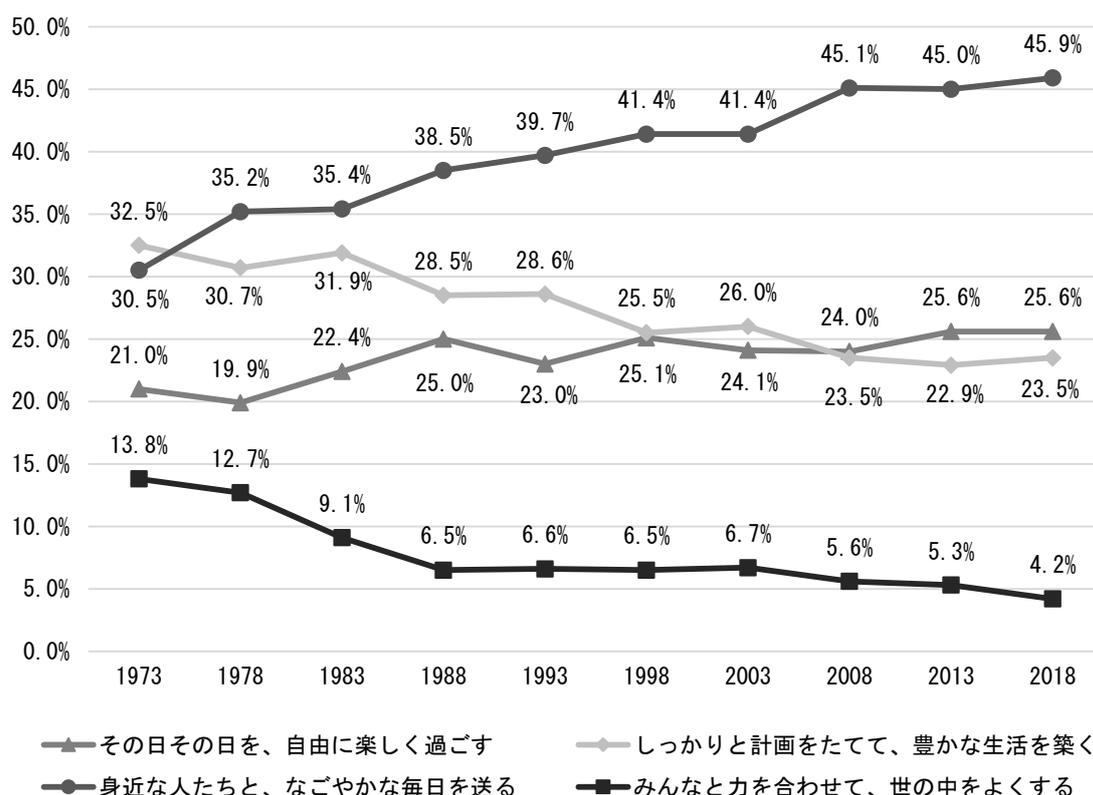


図 2-9 日本人の生活目標の変化<sup>5)</sup>

の回答を集計した結果を図 2-10 に示す。当該リストには「仕事よりも、余暇の中に生きがいを求める（余暇絶対）」、「仕事はさっさとかたづけて、できるだけ余暇を楽しむ（余暇優先）」、「仕事にも余暇にも、同じくらい力を入れる（両立）」、「余暇も時には楽しむが、仕事のほうに力を注ぐ（仕事優先）」、「仕事に生きがい求めて、全力を傾ける（仕事絶対）」の 5 つが挙げられる。調査を開始した 1973 年には「仕事優先」が 35.7% を占め最も高い割合であったが、2018 年には「両立」が 38.1% であり最も高い割合となっている。45 年間で「仕事絶対」や「仕事優先」といった仕事に比重を置く人の割合が少なくなっていることが確認できる。しかし、「余暇絶対」や「余暇優先」といった余暇に比重を置く人の合計は大きく変化していないことから、程度の差はあるが仕事に力を入れていくべきと考えている人が多数派であることがわかる。

前述のとおり暮らし方・働き方に対する考え方は時代とともに変化してきたことが明らかとなったが、実際に自身の生活に対して様々な面から満足度を感じているかを確認した。同調査において、「日ごろの暮らしについて、リストのように 4 つに分けておたずねします。A から D までの 1 つ 1 つについて、「そう思う」か、「そう思わない」かをお答えください。」という質問の回答を集計した結果を図 2-11 に示す。当該リストには「A. 着るものや食べもの、住まいなど、物質的に豊かな生活を送っている」、「B. 生きがいをもち、

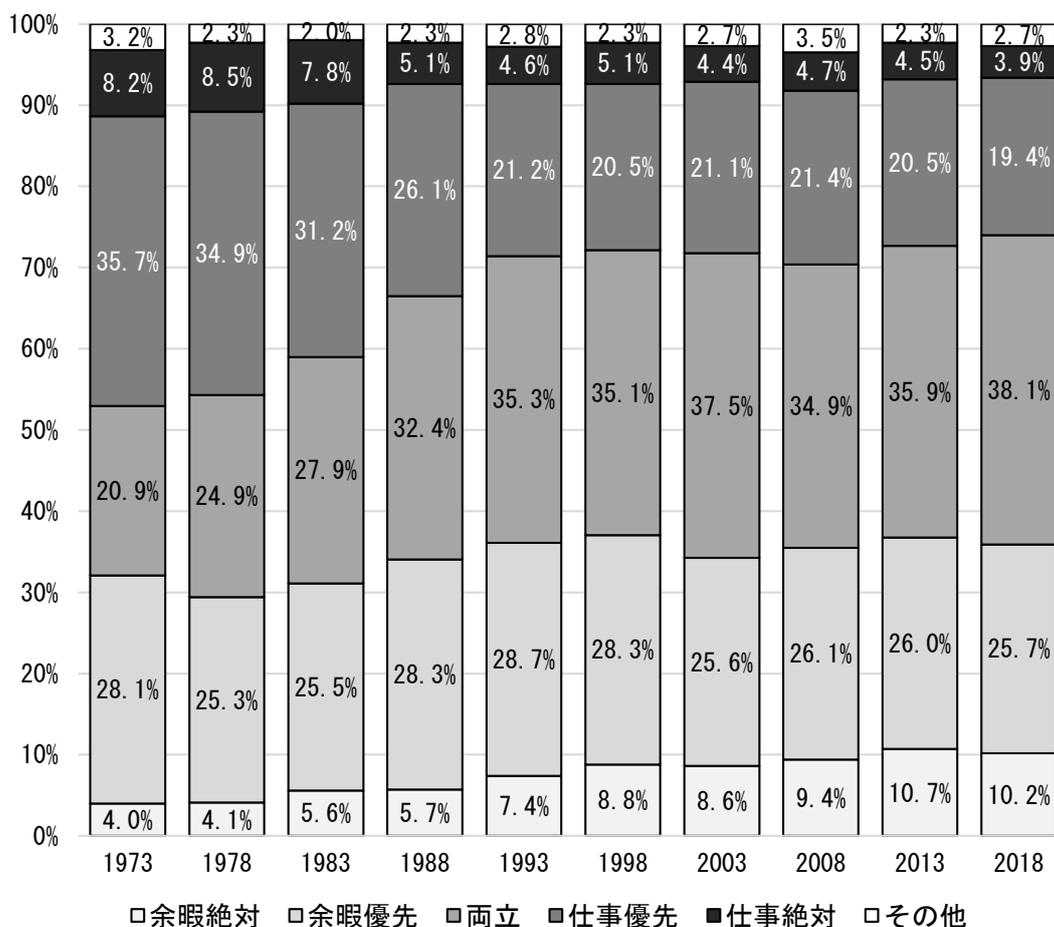


図2-10 仕事と余暇のあり方についての変化<sup>5)</sup>

心にハリや安らぎのある生活を送っている」、「C.環境がととのい、安全で快適に過ごせる地域に住んでいる」、「D.この地域や自分の職場・学校には、打ちとけて話し合ったり、気持ちよくつきあえる人が多い」の4つが挙げられる。AからDに掲げた生活の側面は、図2-12に示すAbraham Harold Maslowが提唱した人間の欲求の階層<sup>6)</sup>に沿ったものであると考えられる。「A.着るものや食べもの、住まいなど、物質的に豊かな生活を送っている」という側面は生理的欲求、「C.環境がととのい、安全で快適に過ごせる地域に住んでいる」という側面は安全の欲求、「D.この地域や自分の職場・学校には、打ちとけて話し合ったり、気持ちよくつきあえる人が多い」という側面は所属と愛の欲求、「B.生きがいを持ち、心にハリや安らぎのある生活を送っている」という側面は承認の欲求や自己実現の欲求であるとして、満足度の推移を見ると、全ての側面において「そう思う」と回答した割合は増加しており、生理的欲求や安全の欲求といった低次の欲求も45年間で飛躍的に上昇しているが、高次の欲求については緩やかに上昇している。

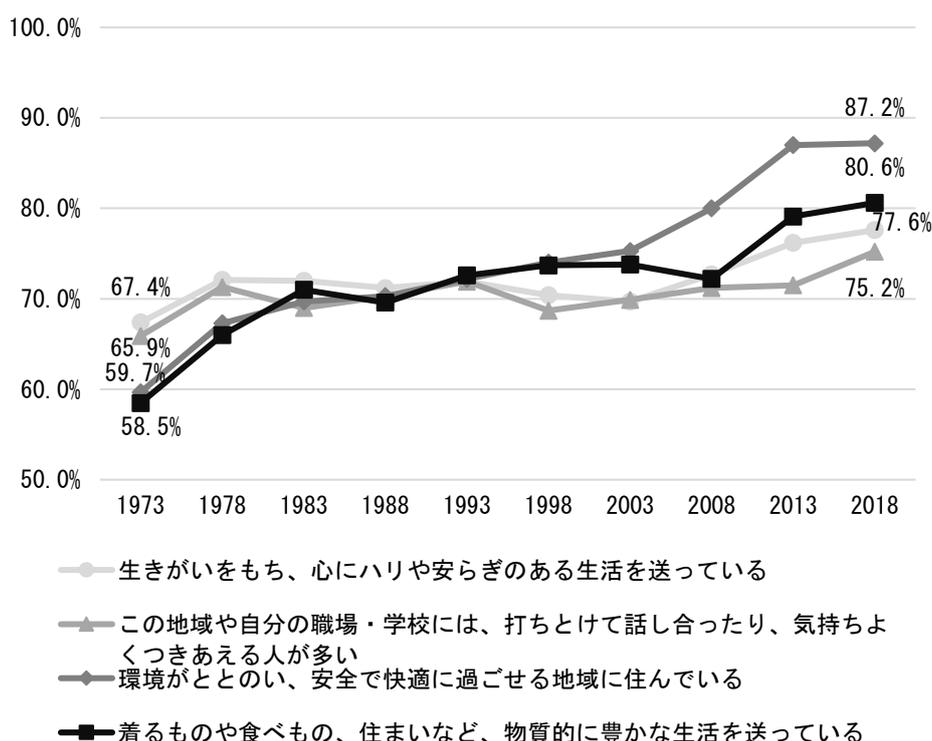


図 2-11 日本人の生活の各側面についての満足感の変化<sup>5)</sup>

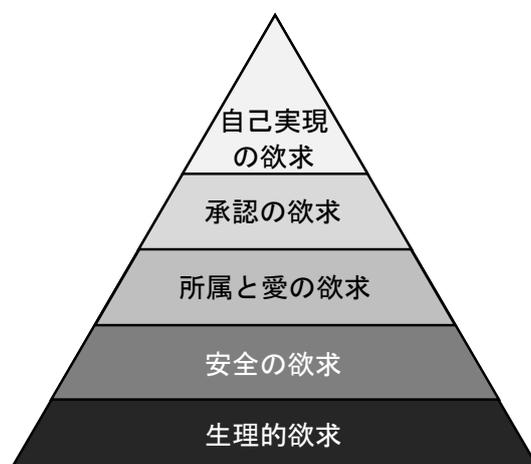


図 2-12 Abraham Harold Maslow の人間の欲求の階層<sup>6)</sup>

暮らし方・働き方の長期的変化から、個人がそれぞれの生活を大切にできるようになり、高次の欲求である社会的な要素や自己実現については満足度に向上の余地があることが確認できた。国土交通省は、持続可能な多極連携型のまちづくりの実現に向け、都心拠点（中心市街地）の充実だけでなく、拠点間を結ぶ都市の骨格となるネットワーク（公共交通）の確保を図るとともに、日常生活を営む身近なエリア（ネイバーフッド）にも必要

## 第2章 本研究の位置づけ

---

な機能が確保された地域生活拠点の形成を推進し、人々の Well-being を高めつつ、デジタルの力も活用し、多様な暮らし方・働き方を支える人間中心のコンパクトなまちづくりの実現を目指すとしている<sup>7)</sup>。

### 第5節 既存研究レビュー

本研究では、日本国内の特に地方都市に着目して調査・分析を行っているが、暮らし方や働き方がオンライン化の影響を受けているのは国内に限ったことではない。ネットショッピングについては、Guido De Blasio<sup>8)</sup>によりイタリアを対象に研究がなされており、郊外部よりも都市部の方がインターネットをよく利用しているが、電子商取引には差がないことを確認している。また、郊外に居住している人の方がレジャー用品や書籍、美術館や劇場のチケットといった文化的な品目を多く購入していることも明らかにしている。テレワークや在宅勤務について、Rolf Moeckel<sup>9)</sup>はドイツを対象とした調査結果により、在宅勤務の時間の割合に応じて職場までの距離の制約は徐々に弱まることを確認し、技術の進展により医師や芸術家といった手を使う仕事であってもリモートで作業するようになることを予測し、都市のスプロール化や土地利用への影響を考えることの必要性を述べている。また、Mohammad Abu Afrahim Bhuiyan ら<sup>10)</sup>はテレワークを促進するにあたって、土地利用や交通計画だけでなく個人属性やライフステージへの影響を考慮する必要があると述べている。

都市における主観的 Well-being (SWB: subjective-well-being) については、Sanna Ala-Mantila ら<sup>11)</sup>が幸福度と QOL を指標として分析しており、幸福度と QOL に空間的な性質があることを示した。SWB の低下は都市部の安全性や住宅コストへの不満が関係していることや、健康、高収入、既婚であることが SWB を高めることを明らかにし、程度は低い対面での接触が QOL を高めることを確認している。

COVID-19 の流行を受け、Kostas Mouratidis ら<sup>12)</sup>はギリシャ居住者へのアンケート調査データをもとに分析を行い、オンラインでの活動が拡大し、中でもテレワークやビデオ通話等が大幅に増加し、ネットショッピングが微増したことを確認した。特に短期的に交通機関に影響を与えたことを明らかにし、都市の持続可能性を高めるためには更なる研究が必要であると述べている。Klaus R. Kunzmann<sup>13)</sup>は、COVID-19 収束後のスマートシティの促進について、在宅勤務やオンラインでの購買行動への依存度が高まる可能性を指摘した。また、Shima Hamidi ら<sup>14)</sup>はスプロール化した地域において免疫力が高まったり、死亡率が低減することは検証できないため、環境、交通、経済的利点のあるコンパクトな都市計画の必要性を述べている。

国内での研究に目を向けると、谷口ら<sup>15)</sup>は、COVID-19 感染拡大に伴い政府が「分散型国土」を推進することを掲げたことに対し、コンパクトシティ政策との距離感を指摘し、分散先として「地方」、「郊外」、「オンライン」の3つについてそれぞれの課題を示してい

## 第2章 本研究の位置づけ

---

る。中でもオンラインへの活動の分散はモータリゼーションが都市に及ぼした影響に劣らない大きな影響を、今後都市とその居住者に及ぼす可能性が高いと述べている。鈴木ら<sup>16)</sup>は、サイバー空間とフィジカル空間での居場所に着目し、相互補完的に居場所を形成して心理的充足を得ているとしながらも、自己肯定機能がサイバー空間よりもフィジカル空間で高まることを明らかにしている。弘本<sup>17)</sup>は、生活者の価値観やライフスタイルは当事者がおかれた環境条件により変化していくものであると述べ、公共交通による社会とのつながりが、個々の Well-being 実現すると同時に、都市社会化を支える基盤となり得るとしている。

### 第1項 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性に関する既存研究

実店舗からネットショッピングへの移行に関する研究として、中野ら<sup>18)</sup>は、オンライン購買を行いやすい消費者として、まとめ買い傾向がある人、時間的余裕がある人、買い物高頻度の人を挙げ、オンライン購買を行うように変化する消費者として、価格感度が高い人、時間がない人、買い物低頻度の人等を挙げた。林<sup>19)</sup>は、Web サイトに触覚情報が十分に記載された場合に、手段的接触欲求の高い消費者はオンライン購買意向を向上させられるが、自己目的接触欲求の高い消費者は向上させられないことを示した。

また、実店舗の将来の位置づけに関する研究として、植田ら<sup>20)</sup>は、どのような買い物行動がネットショッピングに移行するかを明らかにした。ネットショッピングが便利になった場合であっても、旅行といった商品の購入以外の目的がある買い物行動は実店舗に残り続ける可能性を示した。室岡ら<sup>21)</sup>は、ネットショッピングの普及が進んだにもかかわらず実店舗の利便性が重視されている可能性があることを示し、地方都市圏では店舗へのアクセシビリティを重視していることも明らかにした。

更に、買い物や生活への満足度に関する研究として、岡野ら<sup>22)</sup>は、品目ごとの購買環境に対する満足度を明らかにしており、インターネット利用率により満足度に差異があることを示している。鶴見ら<sup>23)</sup>は、COVID-19により消費や幸福度、生活満足度が減少し、2019年にはネットショッピングの時間が長いほど生活満足度が低かったが、2020年にはその傾向が見られずネットショッピングの位置づけが変化した可能性を示した。

### 第2項 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握に関する既存研究

新型コロナウイルスと消費行動をはじめとした活動に関する調査としては、CCC マーケティング<sup>24)</sup>は消費行動やライフスタイルの変化を調査し、消費意識やスーパーマーケットでの変化に関する分析を行っている。新型コロナウイルスの流行により、消費意識についてはキャッシュレスをはじめとした新たな購入方法の積極的活用や継続消費や新規購入品の見直しがなされ、スーパーマーケットでは移動販売や買い物代行サービスが導入された

## 第2章 本研究の位置づけ

ことが挙げられた。株式会社インテージ<sup>25)</sup>は生活者の意識調査を毎週実施しており、今後3か月間の暮らし向きは「変わらない」と回答している人が多く、家計の節約や高価な買い物を控えるようにしている人が6割程度であることを示した。第一生命経済研究所<sup>26)</sup>によると、新型コロナウイルスによりデジタル化が急伸し、在宅でネットショッピングをするスタイルが浸透しており、中でも出前が増えたとされている。国土交通省<sup>27)</sup>はリモート活動の今後の実施意向として、食料品・日用品以外のネット購入は「今後行いたい、続けたいと思う」と回答した人が半数を超え、食料品・日用品のネット購入や食事のデリバリーサービス・出前も、ほかのリモート活動よりも前向きであると報告している。

新型コロナウイルスの流行と生活の変化に関する研究としては、廣井<sup>28)</sup>が緊急事態宣言により外出抑制や接触回避が短期的に達成されたかを検証するためアンケート調査を実施し、目的別に外出を控えた割合や職種、性別、年代ごとの外出を控えた割合を示した。買い物は通勤の次に控えた割合が少ないが、食事目的の外出が買い物に転換したとされている。また、武田ら<sup>29)</sup>では、食料品・日用品の買い物については、緊急事態宣言中は行為者割合が減少し、2020年7月時点では新型コロナウイルスの流行前と同程度の水準に戻っているが、ピークの時間帯を避けるよう行動した人がいるとされている。森脇ら<sup>30)</sup>は、新型コロナウイルスの流行による外出行動の変化、屋外区間利用、生活満足度に関するアンケート調査を行い、生活満足度の変化と外出頻度の変化には相関があることを確認し、屋外空間の安全性を確保することが重要であるとしている。

### 第3項 仕事場所に着目した働き方のオンライン化と居住地特性との関連性に関する既存研究

居住地と働き方に関する研究として、金子ら<sup>31)</sup>は就労と居住の環境について、新しい働き方の実践者を対象にヒアリングを行い、働き方・働く場所・居住変化・住み方をもとに類型化し特徴をまとめている。また、COVID-19の流行による働き方や生活時間の変化に着目した研究も見られる。武田ら<sup>32)</sup>は在宅勤務実施や勤務時間の変化によるサンプルの類型化を行い、2020年4月の緊急事態宣言の前・中・後での生活時間の変化をとらえている。小松崎ら<sup>33)</sup>は業務活動がオンラインシフトする要因として制度的制約の影響が大きいと考察し、今後リモートワークが制度的に義務付けられることを想定した居住環境を整備する必要があるとしている。岡田ら<sup>34)</sup>はアンケート調査に基づき、テレワークの導入率と頻度について、自治体による差を明らかにしている。

### 第4項 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性に関する既存研究

人間関係と都市に関する研究は地域でのつきあいを対象としてなされており、赤枝<sup>35)</sup>は日本では都市化により紐帯は崩壊ではなく変容するという「コミュニティ変容論」が妥当であるとし、都市の方が部分的に紐帯が豊富であることを確認している。芝池ら<sup>36)</sup>はまち

## 第2章 本研究の位置づけ

---

づくり活動の担い手を考えることを目的に、地域に参加する要因を調査結果により明らかにしており、周囲への信頼を理由に参加していないという結果となっている。

また、地域や年代を限定したものとして、野原ら<sup>37)</sup>は中山間地域の高齢者を対象として、人的ネットワークの強さと健康との関係进行分析し、人間関係が固定化した地域での新しい人的ネットワークによる互助機能の強化の必要性を述べている。富永ら<sup>38)</sup>は退職高齢者を対象として人づきあいの継続意向を5種類に分けて調査し、地域内外で他者との付き合い方を変える傾向があることや、退職前に地域でのつながりはないが退職後に新しい付き合いを構築したい人が多いことを明らかにしている。廣瀬ら<sup>39)</sup>は、血縁、職場・学校、近隣以外で行われる人間関係の構築に着目し、オフラインミーティングを対象として、都市の人口規模による差異を分析により確認している。

### 第5項 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性に関する既存研究

購買環境に対する主観的評価に関する研究として、岡野ら<sup>40)</sup>は、「購入先と志向の組み合わせ」と「個人特性や生活特性等」の2つの指標が購買環境への主観的評価と関連性があるかどうかを確認しており、購買環境への満足度は地域環境との関係が強いことを明らかにしている。働き方の意向や満足度に関する研究として、三浦ら<sup>41)</sup>は東京都心でのリモートワーク実施者に対する調査を実施し、リモートワークの継続意向や理由、勤務場所の環境や制度への満足度について分析を行っている。また、人間関係と居住地への満足度に関する研究として、宗ら<sup>42)</sup>は、住まいが主観的幸福度に影響を与えるかを分析し、主観的幸福度には地域満足度や建物満足度よりも家族関係の影響が大きいことや、地域満足度には近隣の人間関係の満足度の影響が大きいことを明らかにしている。谷本ら<sup>43)</sup>は、地域住民とのつきあいや信頼に対する満足度と生活環境への満足度が都市整備事業により変化するかどうかを2時点で比較している。

### 第6節 本研究の特長

本研究の特長を以下に述べる。

#### (1) 技術の進展による暮らし方・働き方への影響と主観的側面との関係を包括的に捉え、居住地との関連性を分析している

暮らし方・働き方のオンライン化に関する研究や人間関係に関する研究は国内外でそれぞれ既に蓄積がある。しかし、都市を考えるうえで技術の進展による影響と主観的側面との関係を包括的に捉えた研究は見当たらない。

本研究では、第3章から第5章で暮らし方・働き方のオンライン化の実態を明らかにし、第6章では高次の欲求である人間関係に着目した分析を行う。更に各章で確認した実態をもとに第7章では主観的評価との関連性を分析している。

### (2) 暮らし方・働き方の実態を把握するにあたり、調査・分析の対象となる項目を網羅的に設定している

分析を行う各章の題材として、購買行動、仕事場所、生活時間、人間関係に限定してはいるものの、対象となる項目は網羅的なものであり、各対象の特性をふまえた考察を行っている。

第3章では、食料品、日用品、衣類・履物、家具・家電、文具・書籍の5種類の品目を対象とし、更にネットショッピングの利用理由として14個の選択肢を設けており、ネットショッピングの意義を明らかにしている。

第5章では仕事場所として、職場、出張先、現場、自宅、飲食店、コワーキングスペース、レンタルオフィス等の7種類を対象とし、生活時間については、必需行動、家事、仕事、移動、その他自由の5種類の活動を、30分単位で平日・休日別に把握している。

第6章では、人間関係について、家族、親戚、友人、職場・学校、近所の5種類について分析しており、これまでの限定的な人間関係を対象とした分析とは異なり、関係ごとの比較を行うことができる。

### (3) 都市を比較するだけでなく、地区レベルでの分析を行っている

第4章では、東京都区部と岡山県岡山市を比較し都市規模による差異を考察しているが、他の分析章においては郵便番号界や中学校区といった地区レベルでの居住地特性を考慮した分析を行っている。地区レベルでの分析を行うことで、マクロな範囲での分析より居住地周辺の特性を詳細に把握し、暮らし方・働き方との関連性をより具体的に捉えることができると考えられる。

### (4) 急激な社会情勢の変化を捉えるにあたり、都市による状況と時間軸の両方の差異を調査・分析している

COVID-19の流行による消費行動や生活の変化に関する調査・研究は多く存在するが、流行前(2020年3月以前)と調査時点の2時点間における利用の変化を明らかにした研究や、感染状況の異なる地域を対象としている研究は少ない。

また、第6章においては、転居前後での各人間関係の親密度と居住地を調査し、転居により居住地特性が変化した場合に親密度に変化があるかどうかを明らかにしている。

---

#### <参考文献>

- 1) 総務省：情報通信白書令和5年版，<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/r05.html> (2023年12月最終閲覧)
- 2) 総務省：通信利用動向調査(世帯編)，<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05b1.html> (2024年1月最終閲覧)

## 第2章 本研究の位置づけ

---

- 3) 国土交通省：令和2年版国土交通白書，<https://www.mlit.go.jp/statistics/hakusy o.mlit.r2.html>（2023年12月最終閲覧）
- 4) 総務省自治行政局過疎対策室：過疎関係市町村都道府県別分布図，[https://www.soum u.go.jp/main\\_content/000807380.pdf](https://www.soum u.go.jp/main_content/000807380.pdf)（2023年12月最終閲覧）
- 5) NHK放送文化研究所：第10回「日本人の意識」調査（2018）単純集計結果，[https://w ww.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614\\_1.html](https://w ww.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614_1.html)（2023年12月最終閲覧）
- 6) Abraham Harold Maslow：「Motivation and Personality」，小口忠彦訳，人間性の心理学，産業能率大学出版部刊，1987年
- 7) 国土交通省：中間とりまとめ骨子（案）参考資料，<https://www.mlit.go.jp/policy/s hingikai/content/001589892.pdf>（2023年12月最終閲覧）
- 8) Guido De Blasio：Urban-Rural Differences in Internet Usage, e-Commerce, and e-Banking: Evidence from Italy, Growth and Change, Vol.39, No.2, pp.341-367, 2008年
- 9) Rolf Moeckel：Working from Home: Modeling the Impact of Telework on Transportation and Land Use, Transportation Research Procedia, Vol.26, pp.207-214, 2017年
- 10) Mohammad Abu Afrahim Bhuiyan・Shakil Mohammad Rifaat・Richard Tay・Alex De Barros：Influence of Community Design and Sociodemographic Characteristics on Teleworking, Sustainability, Vol.12, Issue.14, 2020年
- 11) Sanna Ala-Mantila・Jukka Heinonen・Seppo Junnila・Perttu Saarsalmi：Spatial nature of urban well-being, Regional Studies, Vol.52, Issue.7, pp.959-973, 2018年
- 12) Kostas Mouratidis・Apostolos Papagiannakis：COVID-19, internet, and mobility: The rise of telework, telehealth, e-learning, and e-shopping, Sustainable Cities and Society, Vol.74, 2021年
- 13) Klaus R. Kunzmann：Smart Cities After Covid-19: Ten Narratives, disP - The Planning Review, Vol.56, pp.20-31, 2020年
- 14) Shima Hamidi・Sadegh Sabouri・Reid Ewing：Does Density Aggravate the COVID-19 Pandemic? Early Findings and Lessons for Planners, Journal of the American Planning Association, Vol.86, No.4, pp.495-509, 2020年
- 15) 谷口守・岡野圭吾：分散型国土とコンパクトシティのディスタンス—COVID-19の国土・都市計画に対する試論—，土木学会論文集 D3, Vol.77, No.2, pp.123-128, 2021年
- 16) 鈴木茜・矢吹剣一・後藤智香子・新雄太・吉村有司・小泉秀樹：サイバー空間・フィジカル空間に形成される人々の「居場所」の様相に関する研究—「居場所」の特性および心理的側面に着目して—，都市計画論文集, Vol.57, No.3, pp.926-932, 2022年

## 第2章 本研究の位置づけ

---

- 17) 弘本由香里：ウェルビーイングの実現へ：居住者の価値観・ライフスタイルという観点から，都市住宅学，Vol.107，pp.39-43，2019年
- 18) 中野暁・近藤文代：消費者のオンライン購買に関する時系列変化とその要因-購買特性およびEC利用デバイスの観点-，行動計量学，第46巻，第1号，pp.19-31，2019年
- 19) 林美玉：オンライン店舗における触覚情報の必要性和購買決定プロセス，商品開発・管理研究，第18巻，第2号，pp.21-43，2022年
- 20) 植田拓磨・山室寛明・谷口守：サイバースペースへの買い物行動移行特性とその要因，土木学会論文集D3，第68巻，第5号，pp.I\_541-I\_550，2012年
- 21) 室岡太一・岡野圭吾・武田陸・谷口守：個人特性による買い物重視項目の差異—時代・年代・世代に着目して—，土木学会論文集D3，第78巻，第6号，pp.II\_45-II\_55，2022年
- 22) 岡野圭吾・高橋諒・谷口守：個人の主観からみた購買環境の変化—時代・年齢・世代に着目した意識・行動のレトロスペクティブ調査から—，土木学会論文集D3，第76巻，第5号，pp.I\_327-I\_338，2021年
- 23) 鶴見哲也・山口臨太郎・竈橋一輝・馬奈木俊介：コロナウイルス感染症流行下での消費と主観的福祉，環境経済・政策研究，第14巻，第1号，pp.66-70，2021年
- 24) CCCマーケティング：【生活者意識調査】with コロナで変わること，<https://www.cccmk.co.jp/thinktanks/column-1>（2021年6月最終閲覧）
- 25) 株式会社インテージ：「インテージ知る Gallery」2021年6月8日公開記事，<https://www.intage.co.jp/gallery/mind-weekly/>（2021年6月最終閲覧）
- 26) 第一生命経済研究所：Economic Trends 新しい成長分野としてのインターネット消費～コロナ禍で急伸するデジタル化～，<https://www.dlri.co.jp/pdf/macro/2020/kuma501201ET.pdf>（2021年6月最終閲覧）
- 27) 国土交通省：新型コロナ流行前、緊急事態宣言中、宣言解除後の3時点で個人の24時間の使い方を把握した全国初のアンケート調査(速報)～今後更に分析を進め、本日設置した“あり方検討会”等に活用～，[https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi07\\_hh\\_000162.html](https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi07_hh_000162.html)（2021年6月最終閲覧）
- 28) 廣井悠：COVID-19に対する日本型ロックダウンの外出抑制効果に関する研究，都市計画論文集，vol.55，No.3，pp.902-909，2020年
- 29) 武田陸・小松崎諒子・谷口守：COVID-19がもたらした生活変化の弾力性—緊急事態宣言前後3断面でのダイアリーデータを用いて—，都市計画報告集，No.19，pp.311-317，2020年
- 30) 森脇雄佑・日吉菜緒・室田昌子：COVID-19による外出行動変化・屋外空間利用変化と生活満足度に関する研究，都市計画報告集，No.19，pp.435-438，2021年
- 31) 金子柚那，後藤春彦，吉江俊：フレキシブルなワーク・ライフデザイン実践者の生活実態—実践にいたる契機と工夫に着目して—，日本建築学会計画系論文集，第85巻，

## 第2章 本研究の位置づけ

---

- 第776号, pp.2151-2161, 2020年
- 32) 武田陸, 小松崎諒子, 谷口守: COVID-19 流行がもたらした有職者の生活時間変革ーダイアリーデータに基づく緊急事態宣言(2020年4月)の前・中・後の分析ー, 都市計画学会論文集, Vol.56, No.3, pp.1191-1198, 2021年
- 33) 小松崎諒子, 石橋澄子, 宗健, 谷口守: COVID-19 による業務活動のオンラインシフトの要因分析ー勤務先の制度的裏付けの有無に配慮してー, 都市計画学会論文集, Vol.56, No.3, pp.547-554, 2021年
- 34) 岡田潤, 出口敦: コロナ第一波の緊急事態宣言中および解除後における生活行動調査に基づくテレワークの導入実態, 都市計画学会論文集, Vol.56, No.3, pp.913-920, 2021年
- 35) 赤枝尚樹: 都市は人間関係をどのように変えるのかーコミュニティ喪失論・存続論・変容論の対比からー, 社会学評論, 第62巻, 第2号, pp.189-206, 2011年
- 36) 芝池綾・谷口守・松中亮治: 意識調査に基づくソーシャル・キャピタル形成の構造分析: 地域への「誇り」や「信頼」がもたらす影響, 都市計画論文集, No.42-3, pp.343-348, 2007年
- 37) 野原康弘・佐藤栄治・中村哲也: 中山間地域における人的ネットワークの強さと健康指標との関連性に関する研究, 都市計画論文集, Vol.53, No.3, pp.1036-1042, 2018年
- 38) 富永万由・後藤春彦・山村崇: 退職高齢者の人付き合いの変遷と相談相手との出会いのきっかけに関する研究ー他者との付き合いの継続意向による差異に着目してー, 都市計画論文集, Vol.56, No.3, pp.1443-1450, 2021年
- 39) 廣瀬耀也・後藤春彦・吉江俊: 社会的少数者によるオフラインミーティングの諸相と開催都市の人口規模による差異, 建築学会計画系論文集, 第85巻, 第778号, pp.2671-2681, 2020年
- 40) 岡野圭吾・清水宏樹・谷口守: 購買環境に対する主観的評価と意識・行動の関連性ーレトロスペクティブ調査を通じた20年前からの比較ー, 都市計画論文集, Vol.56, No.3, pp.890-896, 2021年
- 41) 三浦詩乃・三牧浩也・中村文彦・北崎朋希・大森啓史・湯川俊一: 東京都心オフィスワーカーの働き方および通勤形態の特徴と将来の定着可能性に関する研究, 交通工学論文集, Vol.9, No.3, pp.47-60, 2023年
- 42) 宗健・新井優太: 住まいが主観的幸福度に与える影響, 都市住宅学, Vol.2018, No.103, pp.132-137, 2018年
- 43) 谷本真佑・南正昭: 大規模都市整備事業の進捗ともなう生活環境への住民意識とソーシャルキャピタルの時点比較分析, 環境情報科学論文集, Vol.34, pp.73-78, 2020年

## 第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

### 第1節 概説

技術の進歩により多くのことがオンラインで代替できるようになり、テレワークやネットショッピングが浸透しつつある。職場や店舗へのアクセスが不便であったとしても、オンラインにより補うことができ、更に場所だけではなく移動や時間的な制約から解放されるという利点もある。総務省が実施している通信利用動向調査の結果<sup>1)</sup>によれば、インターネット利用者は2021年には82.9%であり、2013年に8割を超え、それ以降13~59歳の各年齢階層では9割を上回っている。利用目的として「商品・サービスの購入・取引（金融取引・デジタルコンテンツ購入を除く）」を選択している割合は、インターネット利用者のうち50.7%であり、5年前の2016年と比較して12.4%上昇している。

ITの進展やCOVID-19の流行により、ネットショッピングが浸透しつつあり、実店舗が空間的に縮小されることにより都市の形成に影響を与えることが考えられる。谷口<sup>2)</sup>は、人口減少時代における非効率的な空間利用や都市に滞在する人の減少が加速することを問題視している。一方で、ネットショッピングの活用により、実店舗で買い物をする際の不便さを解消できる可能性もある。農林水産省の調査<sup>3)</sup>によると、普段の食料品の買い物について「不便や苦労がある」、「不便や苦労が時々ある」と回答した人は回答者の26.0%を占め、その理由として「買い物に行く時間的余裕がない」や「店が近くにない」を挙げている人が多い。実店舗へのアクセスが困難であるだけでなく、買い物へ出向き商品を購入する時間が確保できないという問題を抱えている人が多く、ネットショッピングの活用により効果を発揮すると考えられる。

本章では、インターネット利用者を対象として、実店舗での購買とネットショッピングでの支出金額の比率について調査及び分析を行い、現状を把握するとともに、都市における実店舗とネットショッピングの役割を明らかにすることを目的とする。本章は、ネットショッピングの利用の程度を支出金額割合により求め、利用理由から意義を明らかにしており、将来の都市政策において、必要とされる実店舗の規模や内容を把握するための基礎的研究であると考えられる。

分析にあたり、インターネットによるアンケート調査を実施した。表3-1にアンケート調査の概要を示す。2022年12月2~9日の期間において、株式会社クロス・マーケティングのモニターを対象にウェブサイト上での回答を依頼した。質問項目は、性別、年齢、未婚、子の有無、世帯構成、雇用形態、自動車の所有の有無、最寄り駅・バス停までの徒歩での所要時間、郵便番号とした。選択肢ごとのサンプル数及び割合を表3-2に示す。また、ネットショッピングに関する項目として、品目別の実店舗とネットショッピングの支

### 第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

出金額割合及び利用理由を設定した。サンプル数は700とし、性別及び年代（20代、30代、40代、50代、60代以上）が極力均等になるようスクリーニングを行ったため、実際の人口構成比を考慮した結果でないことに留意する必要がある。

また、実店舗とネットショッピングとの利用に関する分析を行うため、ネットショッピングを利用していないインターネット未利用者を対象としていない。このことにより、インターネットを利用していない人を含めた実態を把握することはできないが、インターネット利用率が増加する将来の実態を推察することができる。

表 3-1 アンケート調査の概要

調査名	岡山市在住者へのアンケート調査
実施方法	インターネットアンケート調査
調査機関	株式会社クロス・マーケティング
回収期間	2022年12月2日～9日
対象地域	岡山県岡山市 (n=700)
主な調査項目	個人属性、ネットショッピングの利用理由、実店舗とネットショッピングの支出金額割合

表 3-2 選択肢ごとのサンプル数と割合

選択肢	n	割合	選択肢	n	割合
<b>性別</b>			<b>雇用形態</b>		
男性	350	50%	学生	15	2%
女性	350	50%	正規雇用	334	48%
<b>年代</b>			非正規雇用	144	21%
20代	60	9%	無職	207	29%
30代	118	17%	<b>車有無</b>		
40代	165	23%	車有り	547	78%
50代	166	24%	車無し	153	22%
60代以上	191	27%	<b>最寄り駅まで徒歩15分未満</b>		
<b>未既婚</b>			15分未満	253	36%
未婚	275	39%	15分以上	447	64%
既婚	425	61%	<b>最寄りバス停まで徒歩5分未満</b>		
<b>子の有無</b>			5分未満	315	45%
子有り	311	44%	5分以上	385	55%
子無し	389	56%			
<b>世帯構成</b>					
一人暮らし	129	19%			
配偶者と同居	177	25%			
配偶者と子供と同居	189	27%			
親と同居	132	19%			
その他	73	10%			

#### 第2節 品目別のネットショッピングの支出金額割合と利用理由

##### 第1項 支出金額割合の差異による特性

実店舗での買い物とネットショッピングでの支出金額の割合によって、個人属性や居住地の特性に差異がみられるかを明らかにするため、アンケート調査結果を用いて重回帰分析を行った。有効な回答を行ったサンプル (n=678) を対象に分析した。ネットショッピングの支出金額割合は、実店舗とネットショッピングでの支出金額の合計を100%とした場合のネットショッピングの割合 (5%刻み) である。居住地の特性について、可住地人口密度は郵便番号単位で算出し、中心部からの距離は岡山駅から郵便番号ポリゴンの中心点までの直線距離を計測した。また、スーパーマーケット (以後「スーパー」とする) とコンビニエンスストア (以後「コンビニ」とする) の密度は中学校区単位で算出している。

重回帰分析の結果を表3-3、表3-4に示す。説明変数のうち「未既婚」、「子の有無」、「可住地人口密度 (人/km<sup>2</sup>)」、「コンビニ密度 (軒/km<sup>2</sup>)」については多重共線性があるため除外している。そのうち「未既婚」及び「子の有無」は「世帯構成」と、「可住地人口密度 (人/km<sup>2</sup>)」は「中心部までの距離 (km)」と、「コンビニ密度 (軒/km<sup>2</sup>)」は「スーパー密度 (軒/km<sup>2</sup>)」との相関が高く、それぞれ後者を説明変数に採用した。回帰式の有意性については、最寄品である「食料品」と「日用品」でp値が高く、有意な結果が得られなかった。「食料品」については、学生の支出金額割合は低く、車を所有していない人の方が支出金額割合が高い。「日用品」については年齢が若いほど支出金額割合が高い。「衣服・履物」についても、年齢が若いほど支出金額割合が高く、配偶者と同居している人、配偶者と子供と同居している人、学生の支出金額割合は低い。「日用品」と「衣服・履物」において若年層でのネットショッピングの支出金額割合が高いのは、実物を見て購入したいと思う品目に世代差があることが考えられる。「家具・家電」については、男性、一人暮らしの人、親と同居している人、居住地から中心部までの距離が短い人の支出金額割合が高い。「文具・書籍」については、親と同居している人、最寄り駅まで徒歩15分未満の人、居住地から中心部までの距離が短い人の支出金額割合が高い。居住地の特性と支出金額割合に関連性が見られたのは、「家具・家電」と「文具・書籍」であった。また、スーパー密度と支出金額割合の関連性が見られなかったことから、スーパーの立地による影響は小さく、ネットショッピングが居住地周辺の実店舗の有無や店舗数を補うものではない可能性が示唆された。

例えば、居住地周辺の食料品や日用品の買い物環境が充実していれば、ネットショッピングを利用する割合が低いと推測されたが、ネットショッピングと実店舗のどちらで購入するかは、スーパーの充実度合いに関係しないことが確認できた。

第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

表 3-3 品目別のネットショッピングの支出金額割合の特性に関する重回帰分析  
(最寄品)

	食料品 (n=678)			日用品 (n=678)		
	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値
性別 (男性: 0, 女性: 1)	-1.422	-0.040	0.355	-1.426	-0.029	0.503
年齢	-0.068	-0.053	0.275	<b>-0.218</b>	<b>-0.122</b>	<b>0.011 *</b>
世帯構成 (一人暮らしダミー)	0.125	0.003	0.964	3.201	0.049	0.406
世帯構成 (配偶者と同居ダミー)	0.367	0.009	0.886	0.639	0.011	0.857
世帯構成 (配偶者と子供と同居ダミー)	0.601	0.015	0.813	-0.616	-0.011	0.861
世帯構成 (親と同居ダミー)	3.264	0.071	0.245	2.620	0.041	0.500
雇用形態 (学生ダミー)	<b>-9.096</b>	<b>-0.075</b>	<b>0.089 †</b>	-11.746	-0.069	0.113
雇用形態 (正規雇用ダミー)	-2.155	-0.060	0.241	1.676	0.034	0.511
雇用形態 (非正規雇用ダミー)	-1.297	-0.029	0.534	-0.334	-0.005	0.908
車有無 (無: 0, 有: 1)	<b>-3.169</b>	<b>-0.073</b>	<b>0.095 †</b>	0.391	0.006	0.882
最寄りバス停まで徒歩5分未満 (5分以上: 0, 5分未満: 1)	-0.758	-0.021	0.602	1.472	0.029	0.464
最寄り駅まで徒歩15分未満 都市構造 (15分以上: 0, 15分未満: 1)	1.467	0.039	0.327	-0.360	-0.007	0.862
中心部までの距離 (km)	-0.240	-0.052	0.258	-0.056	-0.009	0.848
スーパー密度 (軒/km <sup>2</sup> )	0.120	0.006	0.897	1.172	0.041	0.362
定数項	17.637		0.001 **	28.338		0.000 **
決定係数 修正R <sup>2</sup> 乗		0.001			0.005	
回帰式の有意性 p値		0.420			0.241	

表 3-4 品目別のネットショッピングの支出金額割合の特性に関する重回帰分析  
(買回品)

	衣服・履物 (n=678)			家具・家電 (n=678)			文具・書籍 (n=678)		
	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値
性別 (男性: 0, 女性: 1)	4.080	0.065	0.126	<b>-9.545</b>	<b>-0.150</b>	<b>0.000 **</b>	-1.371	-0.020	0.641
年齢	<b>-0.180</b>	<b>-0.080</b>	<b>0.095 †</b>	-0.088	-0.039	0.410	0.000	0.000	0.999
世帯構成 (一人暮らしダミー)	0.426	0.005	0.930	<b>13.865</b>	<b>0.168</b>	<b>0.004 **</b>	-0.387	-0.004	0.942
世帯構成 (配偶者と同居ダミー)	<b>-7.908</b>	<b>-0.110</b>	<b>0.076 †</b>	4.252	0.058	0.338	-1.547	-0.019	0.752
世帯構成 (配偶者と子供と同居ダミー)	<b>-8.828</b>	<b>-0.124</b>	<b>0.046 *</b>	6.296	0.088	0.152	-1.901	-0.024	0.696
世帯構成 (親と同居ダミー)	-4.547	-0.057	0.350	<b>14.037</b>	<b>0.173</b>	<b>0.004 **</b>	<b>13.385</b>	<b>0.152</b>	<b>0.013 *</b>
雇用形態 (学生ダミー)	<b>-15.481</b>	<b>-0.072</b>	<b>0.096 †</b>	-7.021	-0.033	0.448	-4.852	-0.021	0.635
雇用形態 (正規雇用ダミー)	3.470	0.055	0.277	-2.138	-0.034	0.501	1.788	0.026	0.611
雇用形態 (非正規雇用ダミー)	2.772	0.036	0.443	-1.648	-0.021	0.647	-3.252	-0.038	0.414
車有無 (無: 0, 有: 1)	1.189	0.016	0.718	3.037	0.039	0.354	4.661	0.055	0.198
最寄りバス停まで徒歩5分未満 (5分以上: 0, 5分未満: 1)	2.861	0.045	0.256	1.116	0.017	0.657	1.233	0.018	0.657
最寄り駅まで徒歩15分未満 都市構造 (15分以上: 0, 15分未満: 1)	1.367	0.021	0.598	5.005	0.076	0.053	<b>5.282</b>	<b>0.074</b>	<b>0.065 †</b>
中心部までの距離 (km)	-0.511	-0.063	0.166	<b>-0.751</b>	<b>-0.092</b>	<b>0.041 *</b>	<b>-0.717</b>	<b>-0.080</b>	<b>0.078 †</b>
スーパー密度 (軒/km <sup>2</sup> )	0.211	0.006	0.896	0.610	0.017	0.704	-1.167	-0.029	0.511
定数項	39.141		0.000 **	31.954		0.001 **	28.064		0.006 **
決定係数 修正R <sup>2</sup> 乗		0.020			0.047			0.017	
回帰式の有意性 p値		0.016			0.000			0.033	

第2項 ネットショッピングの利用理由

ネットショッピングを利用する理由を上位3つ以内で回答していただいた結果を図3-1に示す。「24時間いつでも買い物ができる」、「実店舗よりも安く買える」、「実店舗に出向かなくても買い物ができる」を選択した人が多い。「実店舗に出向かなくても買い物ができる」という理由については、出向く手間を省くことにメリットを感じている人が多いと考えられ、実店舗へのアクセスの悪さや出向く時間が確保できない状況をネットショッピングにより補うことができることを示唆している。なお本節第1項より、居住地周辺の日常的な買い物環境はネットショッピングの利用に関係が見られなかったが、居住地周辺に限定しなければ、実店舗との差異を理由にネットショッピングを利用していることも考えられる。

ネットショッピングを利用する理由と個人属性や居住地の特性との関連性を明らかにするため、独立性の検定を行った。その結果を表3-5、表3-6に示す。個人属性の全ての項目で利用理由の差が見られた。個人属性と比較して居住地の特性による利用理由との差はあまり見られなかった。「実店舗に出向かなくても買い物ができる」、「実店舗に行く時間を節約できる」、「その他」については全項目で有意な結果が見られなかった。

また、品目別のネットショッピングの利用金額（5%刻み）を目的変数、利用理由を説明変数として重回帰分析を行った。その結果を表3-7、表3-8に示す。全品目で決定係数が低い結果となっており、表3-7、表3-8に示す以外の利用理由も支出金額割合を決定す

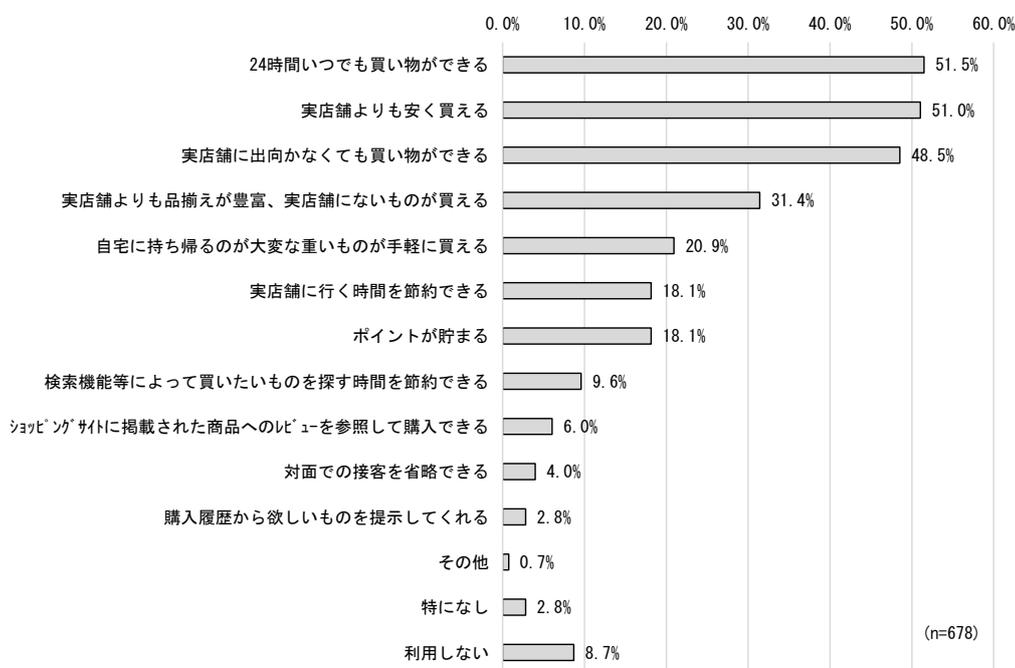


図3-1 ネットショッピングを利用する理由（3つ以内で複数回答可）

表 3-5 ネットショッピングの利用理由と個人属性との独立性の検定

ネットショッピングを利用する理由		個人属性						
		性別	年代	未婚	子有無	世帯構成	雇用形態	車有無
移動	実店舗に出向かなくても買い物ができる	0.492	0.119	0.436	0.491	0.868	0.131	0.437
	自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買える	<b>0.006**</b>	<b>0.015*</b>	0.718	0.367	0.383	<b>0.020*</b>	<b>0.009**</b>
時間	24時間いつでも買い物ができる	<b>0.055 †</b>	0.377	0.881	<b>0.093 †</b>	0.769	<b>0.002**</b>	0.829
	実店舗に行く時間を節約できる	0.243	0.481	0.177	0.174	0.775	0.208	0.277
	検索機能等によって買いたいものを探す時間を節約できる	0.857	<b>0.095 †</b>	0.935	0.608	0.982	0.917	0.113
	対面での接客を省略できる	0.869	0.627	0.502	0.700	0.874	0.836	<b>0.013*</b>
商品金額	実店舗よりも安く買える	<b>0.014*</b>	<b>0.024*</b>	0.664	0.771	<b>0.093 †</b>	<b>0.005**</b>	<b>0.004**</b>
	ポイントが貯まる	0.306	0.195	0.778	0.576	0.991	0.434	<b>0.021*</b>
機能	実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える	0.238	0.887	<b>0.012*</b>	0.236	<b>0.053 †</b>	0.644	0.707
	ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを参照して購入できる	0.083 †	0.447	0.946	<b>0.029*</b>	<b>0.021*</b>	0.595	<b>0.016*</b>
その他	購入履歴から欲しいものを提示してくれる	0.796	<b>0.018*</b>	0.816	0.493	0.575	0.281	0.537
	その他	0.310	0.698	0.667	0.826	0.329	0.664	0.293
特になし		0.116	0.070 †	0.987	0.542	0.528	0.811	0.360
利用しない		0.317	0.743	0.355	0.532	0.464	0.184	0.037

【独立性の検定】 \*\* : 1%有意、\* : 5%有意、† : 10%有意

表 3-6 ネットショッピングの利用理由と居住地特性との独立性の検定

ネットショッピングを利用する理由		居住地特性					
		最寄りバス停まで徒歩5分未満	最寄り駅まで徒歩15分未満	可住地人口密度4,000人/km <sup>2</sup> 以上	中心部からの距離5km未満	スーパー密度1軒/km <sup>2</sup> 以上	コンビニ密度1軒/km <sup>2</sup> 以上
移動	実店舗に出向かなくても買い物ができる	0.761	0.709	0.831	0.475	0.103	0.194
	自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買える	<b>0.066 †</b>	0.440	0.366	0.354	0.311	0.715
時間	24時間いつでも買い物ができる	0.166	0.672	0.794	0.718	0.777	0.808
	実店舗に行く時間を節約できる	0.508	0.835	0.193	0.462	0.832	0.176
	検索機能等によって買いたいものを探す時間を節約できる	0.681	0.452	0.182	0.154	0.713	0.100
	対面での接客を省略できる	0.484	0.647	0.874	0.409	0.230	0.295
商品金額	実店舗よりも安く買える	0.680	0.479	0.196	0.656	0.987	<b>0.042*</b>
	ポイントが貯まる	0.347	0.409	0.587	0.145	0.339	0.452
機能	実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える	0.567	0.310	0.999	0.915	0.674	0.351
	ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを参照して購入できる	0.612	0.739	0.555	0.497	0.606	0.466
その他	購入履歴から欲しいものを提示してくれる	0.454	0.981	0.743	0.716	0.627	0.280
	その他	0.414	0.630	0.132	0.953	0.811	0.863
特になし		0.273	<b>0.068 †</b>	0.532	0.152	<b>0.018*</b>	0.697
利用しない		0.197	0.494	0.357	0.358	0.095	0.589

【独立性の検定】 \*\* : 1%有意、\* : 5%有意、† : 10%有意

### 第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

表 3-7 品目別のネットショッピングの支出金額割合と利用理由の重回帰分析（最寄品）

ネットショッピングを利用する理由	食料品 (n=678)			日用品 (n=678)			
	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	
移動	実店舗に出向かなくても買い物ができる	2.054	0.057	0.569	-1.819	-0.036	0.716
	自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買える	2.043	0.046	0.576	-1.170	-0.019	0.817
時間	24時間いつでも買い物ができる	-2.407	-0.067	0.505	-7.060	-0.142	0.158
	実店舗に行く時間を節約できる	-0.849	-0.018	0.821	-6.918	-0.107	0.184
	検索機能等によって買いたいものを探す時間を節約できる	-3.446	-0.057	0.398	-5.544	-0.066	0.327
	対面での接客を省略できる	7.485	0.082	0.112	2.481	0.019	0.704
商品金額	実店舗よりも安く買える	-4.539	-0.126	0.203	-2.490	-0.050	0.614
	ポイントが貯まる	-0.160	-0.003	0.965	-2.373	-0.037	0.640
	実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える	-2.501	-0.065	0.485	-5.326	-0.099	0.284
機能	ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを参照して購入できる	4.051	0.054	0.361	-0.314	-0.003	0.959
	購入履歴から欲しいものを提示してくれる	-2.052	-0.019	0.700	-5.396	-0.036	0.465
その他	特になし	-5.961	-0.025	0.538	-8.677	-0.027	0.518
	特になし	-8.145	-0.098	0.324	-12.422	-0.107	0.277
	利用しない	-13.956	-0.219	0.178	<b>-33.184</b>	<b>-0.375</b>	<b>0.021 *</b>
定数項	13.956		0.167	33.184		0.018 *	
決定係数 修正R2乗	0.052			0.056			
回帰式の有意性 p値	0.000			0.000			

表 3-8 品目別のネットショッピングの支出金額割合と利用理由の重回帰分析（買回品）

ネットショッピングを利用する理由	衣服・履物 (n=678)			家具・家電 (n=678)			文具・書籍 (n=678)			
	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	
移動	実店舗に出向かなくても買い物ができる	9.314	0.148	0.135	7.418	0.117	0.237	7.173	0.104	0.298
	自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買える	<b>11.559</b>	<b>0.150</b>	<b>0.067 †</b>	<b>10.506</b>	<b>0.135</b>	<b>0.098 †</b>	8.801	0.104	0.208
時間	24時間いつでも買い物ができる	9.482	0.151	0.128	5.768	0.091	0.358	4.317	0.062	0.531
	実店舗に行く時間を節約できる	<b>14.546</b>	<b>0.178</b>	<b>0.025 *</b>	5.289	0.064	0.418	2.740	0.031	0.703
	検索機能等によって買いたいものを探す時間を節約できる	3.220	0.030	0.647	8.510	0.079	0.230	11.513	0.098	0.140
	対面での接客を省略できる	<b>17.588</b>	<b>0.109</b>	<b>0.031 *</b>	<b>14.582</b>	<b>0.090</b>	<b>0.075 †</b>	<b>15.907</b>	<b>0.090</b>	<b>0.077 †</b>
商品金額	実店舗よりも安く買える	<b>10.232</b>	<b>0.163</b>	<b>0.097 †</b>	<b>14.457</b>	<b>0.227</b>	<b>0.020 *</b>	<b>11.244</b>	<b>0.163</b>	<b>0.099 †</b>
	ポイントが貯まる	<b>12.216</b>	<b>0.150</b>	<b>0.054 †</b>	6.542	0.079	0.305	5.699	0.063	0.416
	実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える	8.218	0.121	0.184	8.425	0.123	0.176	6.879	0.092	0.315
機能	ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを参照して購入できる	10.819	0.082	0.157	6.342	0.048	0.410	7.053	0.049	0.405
	購入履歴から欲しいものを提示してくれる	3.971	0.021	0.666	2.889	0.015	0.755	6.702	0.032	0.510
その他	特になし	9.398	0.023	0.574	2.084	0.005	0.901	14.317	0.032	0.439
	特になし	14.891	0.102	0.296	12.553	0.085	0.381	8.027	0.050	0.611
	利用しない	-2.020	-0.018	0.910	-7.251	-0.064	0.687	-11.363	-0.093	0.565
定数項	2.020		0.908	7.251		0.679	11.363		0.556	
決定係数 修正R2乗	0.082			0.086			0.068			
回帰式の有意性 p値	0.000			0.000			0.000			

る要因となっている可能性がある。「対面の接客を省略できる」、「実店舗より安く買える」を選択した人は「衣服・履物」、「家具・家電」、「文具・書籍」の支出金額割合の割合が高く、買回品の特性によるものであると考えられる。「自宅に持ち帰るのが大変な重い

### 第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

ものが手軽に買える」を選択した人は、「衣服・履物」と「家具・家電」の支出金額割合が高く、他の品目と比較して持ち帰る手間を感じるためであると考えられる。更に「実店舗に行く時間を節約できる」、「ポイントが貯まる」を選択している人は、「衣服・履物」の支出金額割合が高い。

#### 第3節 ネットショッピングの支出金額割合による類型化と利用理由との関連性

##### 第1項 クラスタ分析による分類

第2節と同じサンプルを対象に、品目別の支出金額割合（5%刻み）を用いてクラスタ分析を行い、分類ごとにどのような特性があるかを明らかにする。Ward法によりクラスタを5分類し、品目別支出金額割合の平均値を算出した結果を表3-9に示す。また、デンドログラムを図3-2に示す。全ての品目においてネットショッピングの支出金額割合が少ない「実店舗型」は最も多くサンプル全体の46%を占めており、インターネット利用者であっても、半数近くの人が実店舗での買い物を基本としていることが確認された。全ての品目においてネットショッピングの支出金額割合が多い「ネット型」は2番目に多く、それ以外に、各買回品の支出金額割合が高い「衣類ネット型」、「書籍ネット型」、「家電ネット型」に分類された。これらの分類は、「衣類・履物」、「家具・家電」、「文具・書籍」それぞれの品目の支出金額割合のみが高く、他の4品目は支出金額割合が低い。

表3-9 クラスタごとの品目別の支出金額割合（5%刻み）の平均値

分類	n	食料品	日用品	衣服・履物	家具・家電	文具・書籍	タイプ
クラスター1	310(46%)	5.82	8.90	7.35	7.76	8.56	実店舗型
クラスター2	81(12%)	5.25	18.64	65.06	24.14	6.79	衣類ネット型
クラスター3	68(10%)	6.47	10.81	42.94	23.75	83.38	書籍ネット型
クラスター4	118(17%)	26.78	57.08	64.70	66.78	67.42	ネット型
クラスター5	101(15%)	5.15	15.64	14.60	64.50	35.94	家電ネット型
合計	678(100%)	9.37	19.65	28.88	30.04	30.18	

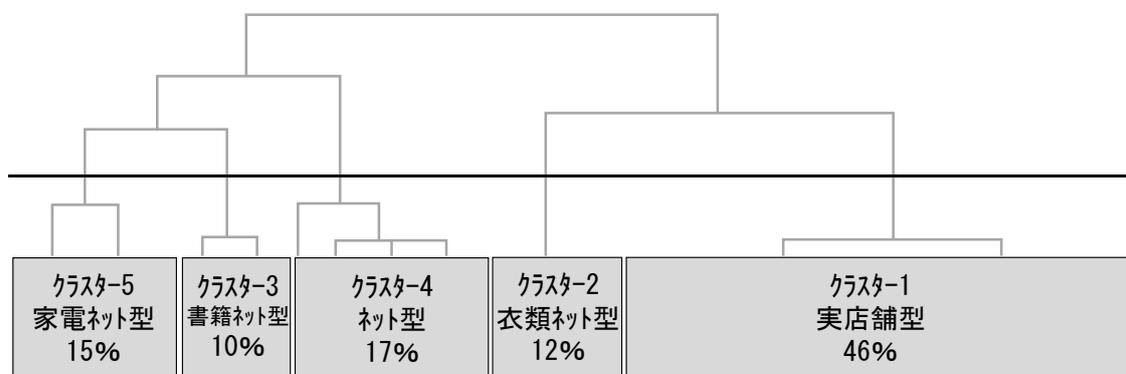


図3-2 クラスタのデンドログラム

第2項 支出金額割合による分類ごとの特性

ネットショッピングの支出金額割合による分類ごとにどのような特性があるかを明らかにするため、本節第1項の分類を用いて、個人属性と居住地の特性に関する項目とのクロス集計及び独立性の検定を行った。また、独立性の検定において有意となった項目については残差分析を行い、その結果を表3-10にまとめた。

「実店舗型」は、既婚の人の割合が高く、未婚、一人暮らし、親と同居の人の割合が低い。「衣類ネット型」は、未婚、一人暮らし、最寄り駅まで徒歩15分以上の人の割合が高く、既婚、最寄り駅まで徒歩15分未満の人の割合が低い。交通利便性の低い地域に居住する人がネットショッピングによって実店舗での買い物を補っている可能性が考えられる。「書籍ネット型」は、女性、親と同居の人の割合が高く、男性、一人暮らしの人の割合が低い。「ネット型」は、30代、未婚、一人暮らし、最寄り駅まで徒歩15分未満の人の割合が高く、60代以上、既婚、最寄り駅まで徒歩15分以上の人の割合が低い。ネットショッピングの支出金額割合が全品目で高い人は交通利便性の高い地域に居住しており、実店舗の代替としてネットショッピングを利用している可能性は低いと考えられる。「家電ネット型」は、男性、50代の割合が高く、女性、30代の割合が低い。

第3項 支出金額割合による分類ごとの利用理由

ネットショッピングの支出金額割合による分類ごとに、どのようなことを第一の理由にネットショッピングを利用しているかを明らかにするため、5.1の分類と最も重視する利用理由のクロス集計及び独立性の検定を行った。また、独立性の検定において有意となった項目については残差分析を行い、その結果を図3-3に示す。

表3-10 品目別のネットショッピングの支出金額割合による分類ごとの特性

分類	項目	p値	実店舗型 (n=310)		衣類ネット型 (n=81)		書籍ネット型 (n=68)		ネット型 (n=118)		家電ネット型 (n=101)	
			割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い
個人属性	性別	0.001 **					女性	男性			男性	女性
	年代	0.086 †							30代	60代以上	50代	30代
	未婚	0.034 *	既婚	未婚	未婚	既婚			未婚	既婚		
	子有無	0.166										
	世帯構成	0.017 *		一人暮らし 親と同居	一人暮らし		親と同居 その他	一人暮らし	一人暮らし			その他
	雇用形態	0.291										
	車所有	0.524										
居住地特性	最寄りバス停まで 徒歩5分未満	0.830										
	最寄り駅まで 徒歩15分未満	0.049 *			15分以上	15分未満			15分未満	15分以上		
	可住地人口密度が 4,000人/km <sup>2</sup> 以上	0.830										
	中心部からの 距離が5km未満	0.165										
	スーパー密度 1.0軒/km <sup>2</sup> 以上	0.475										
コンビニ密度 1.0軒/km <sup>2</sup> 以上	0.210											

独立性の検定    \*\* : 1%有意  
                         \* : 5%有意  
                         † : 10%有意

残差分析     : 1%有意  
                          : 5%有意  
                          : 10%有意

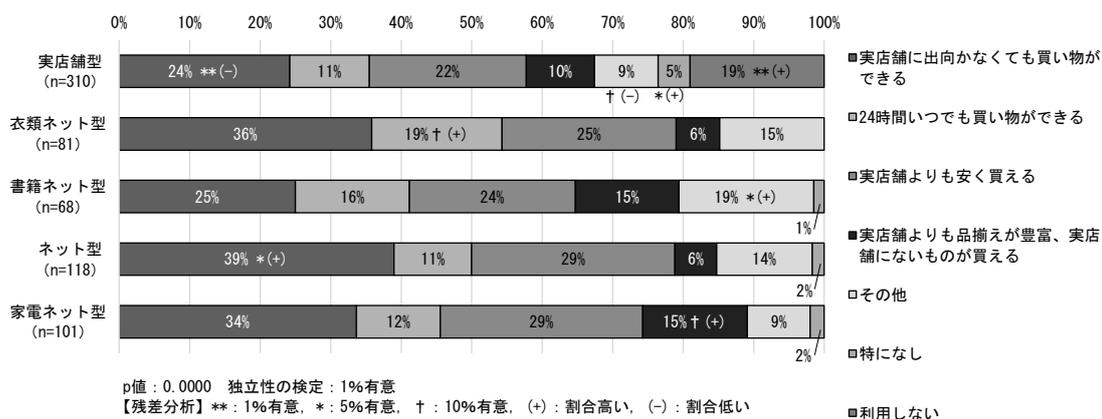


図 3-3 品目別のネットショッピングの支出金額割合による分類ごとの利用理由 (1つ選択)

「実店舗型」は、「実店舗に出向かなくても買い物ができる」の割合が低く、「利用しない」の割合が有意に高い。「衣類ネット型」は、「24 時間いつでも買い物ができる」の割合が高い。衣服・履物という商品の特性上、複数のメーカーやブランドを実店舗で比較するには時間的制約があるためであることが要因の一つであると考えられる。「書籍ネット型」は、「その他」の割合が高い。「ネット型」は、「実店舗に出向かなくても買い物ができる」の割合が高い。全品目において支出金額割合が高い「ネット型」は、時間的な自由、商品の金額、品揃え、ネットショッピングにしかない機能等よりも、“実店舗に出向く” という行動を省略できることを理由にネットショッピングを利用していると考えられる。「家電ネット型」は、「実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える」の割合が高い。家具・家電はインターネット等でサイズや機能をあらかじめ確認することが可能なものが多く、購入したいものを実店舗で探すよりも手軽に購入できることが要因の一つであると考えられる。

#### 第4節 結語

本章では、岡山県岡山市に居住するインターネット利用者を対象として、実店舗とネットショッピングの支出金額の比率と、個人属性や居住地の特性、利用理由との関連性を明らかにし、品目ごとの差異についても確認した。本章で得られた成果を以下に整理する。

- ・第2節第1項の重回帰分析の結果、実店舗とネットショッピングの支出金額割合は、居住地の特性との関連性があまり見られないが、買回品である家電や書籍のネットショッピング支出金額割合は、中心部や最寄り駅までの所要時間が短い地域ほど、ネットショッピングの支出金額割合が高いことが確認できた。また、スーパーの立地による支出金額割合への影響は小さく、ネットショッピングの利用が居住地周辺の実店舗の有無や数に左右されない可能性がある。

### 第3章 購買行動に着目した暮らし方のオンライン化と居住地特性との関連性

---

- ・第2節第2項の独立性の検定により、ネットショッピングの利用理由によって、買回品における支出金額割合に有意な差が見られた。商品の特性によって差異があり、衣類は時間を気にせずじっくり見たい、家電はあらかじめ検討していた商品を実店舗で探す手間が省けるといったことが推察される。
- ・第3節第1項において、品目ごとの支出金額割合によってサンプルを類型化した結果、インターネット利用者であっても、半数近くの人が実店舗での買い物を基本としていることが確認できた。また、第3節第3項のクロス集計及び検定によれば、全ての品目においてネットショッピングの支出金額割合が高い人は、時間的な自由、商品の金額、品揃え、機能等よりも、“実店舗に向く”という行動を省略できることを理由に利用している傾向がある。

---

#### <参考文献>

- 1) 総務省：通信利用動向調査（令和3年，平成28年）. <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/statistics05a.html>（2023年2月最終閲覧）
- 2) 谷口守：サイバー立地に対応した空間利用コントロールの必要性に関する試論，都市計画論文集，第41-3巻，pp.779-784，2006年
- 3) 農林水産省：平成30年度買い物と食事に関する意識・意向調査. <https://www.maff.go.jp/j/finding/mind/attach/pdf/index-12.pdf>（2023年2月最終閲覧）

### 第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握

#### 第1節 概説

2020年1月15日に国内で初めて感染が確認されたCOVID-19（以下、新型コロナウイルス）の流行により、社会情勢が大きく変化し、様々な制約のある生活を余儀なくされている。同年4月7日には7都府県で緊急事態宣言が発令され、同月16日には全国が対象となった。同年5月4日には新型コロナウイルス感染症専門家会議から「新しい生活様式」が提言され、人との接触を減らすことをはじめとした感染症の拡大を防ぐための内容となっている<sup>1)</sup>。このような状況下において、仕事や買い物等の活動をリモートやオンラインを活用して実施する人が増えた。新型コロナウイルスの流行を契機として、テレワークの進展や生活を重視した意識へと変化すると考えられている<sup>2)</sup>。国土交通省は、感染拡大防止と経済社会活動の両立を図るまちづくりが必要であり、大都市、郊外、地方都市それぞれのメリットを活かすことが重要であるとしている<sup>2)</sup>。

新型コロナウイルスによる外出の自粛により、消費行動も変化している。総務省統計局が2021年6月4日に発表した「新型コロナウイルス感染症により消費行動に大きな影響が見られた主な品目など」<sup>3)</sup>によれば、交通や教養娯楽の消費が大きく減少している。また、食料においては、食事代や飲食代が減少し、冷凍調理食品等が増加している。

ITの進展や消費行動の変化により、都市の構成要素である商業施設の縮小や他業種の参入、利便性という点での都市の魅力の喪失に繋がる可能性がある。本章では、新型コロナウイルスの感染状況及び都市規模の異なる東京都区部と岡山県岡山市を対象としたアンケート調査の結果をもとに、インターネット等を利用した買い物や食事の宅配サービス（以下「ネットショッピング等」とする）の利用について両地域や個人属性、外出頻度の変化等との比較を行い、新型コロナウイルスの流行によって消費行動がどのように変化するかを明らかにすることを目的とする。

本章では、「就業」や「購買」をはじめとした活動方法の変化を経験したかを集計し、特徴的な結果であった「購買」のうちネットショッピング等の利用頻度について分析を行った。特性の異なる地域別に個人属性や利用理由等とのクロス集計及び数量化Ⅱ類分析を行い、どのような要素が利用頻度の変化に影響を与えるかを把握した。

第2節 アンケート調査及び分析対象地域の概要

第1項 アンケート調査の概要

インターネットによるアンケート調査を実施し、その結果を用いて分析する。表4-1にアンケート調査の概要を示す。2021年2月24日から3月1日の回収期間で楽天インサイト株式会社モニターを対象に調査を実施した。当該会社はあらかじめ登録されたモニターに対し電子メールまたはウェブサイト上で回答を依頼し、回答者は自身が所有するパソコン、スマートフォン、タブレットのいずれかの端末から所定のインターネット上のページにアクセスし回答を行う。対象地域は、都市規模の異なる東京都特別区、岡山県岡山市を採択し調査した。また、サンプル数はそれぞれの地域において1,000とした。年代（20代、30代、40代、50代、60代以上）が均等になるようにスクリーニングを行ったため、実際の人口構成比を考慮した結果でないことに留意する必要がある。

質問項目については、個人属性等は、家族構成（同居の配偶者、同居の子の有無）、性別、年代、自家用車の所有とした。新型コロナウイルスの流行をきっかけに、表4-2に示す5種類の活動についてオンラインやリモートによる代替（以下「活動の代替」とする）の経験をしたかどうか、活動の種類に関係なく外出頻度が変化かどうかについて質問した。また、ネットショッピング等（インターネット等を利用した買い物や食事の宅配サービス）の利用について新型コロナウイルスの流行前後の頻度と利用する理由を質問した。

第2項 分析対象地域の概要

分析対象地域は、大都市圏の中心である東京都区部と、中山間地域から市街地までを有する典型的な地方都市である岡山県岡山市とした。東京都区部は人口約965万人、面積約630km<sup>2</sup>であり、日本最大の大都市圏の中心都市である。岡山市は人口約72万人、面積約790km<sup>2</sup>の政令指定都市である。

表4-1 アンケート調査の概要

調査名	全国を対象とした交通行動調査
実施方法	インターネットアンケート調査
調査機関	楽天インサイト株式会社
回収期間	2021年2月24日～3月1日
対象地域	東京都区部（n=1,000） 岡山県岡山市（n=1,000）
主な調査項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・個人属性</li> <li>・COVID-19をきっかけとした活動の代替（経験の有無、可能であると思う割合）</li> <li>・ネットショッピング等について（利用頻度、利用理由）</li> </ul>

## 第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握

分析対象地域の新型コロナウイルスの感染状況として、2020年4月から2021年4月までの月別の感染者数を図4-1、図4-2に示す。人口に対する感染者の割合は、東京都区部で1.1%、岡山市で0.3%であり、当該期間における感染状況の違いが明らかである。緊急事態宣言の期間は、東京都区部では2020年4月7日～5月25日及び2021年1月8日～3月21日、岡山市では2020年4月16日～5月14日であった。アンケート調査の回収期間は、東京都区部は緊急事態宣言中ではあったが、全国的に感染者数が落ち着いている時期であった。

表4-2 アンケート調査の対象とした活動の内容

内容	略称
対面での講演や学校等での教育	教育
イベントへの参加や観覧	イベント
職場に出勤する就業	就業
病院等での診察・治療	医療
手続きや行政サービスの享受	手続き
実店舗での買い物・飲食	購買

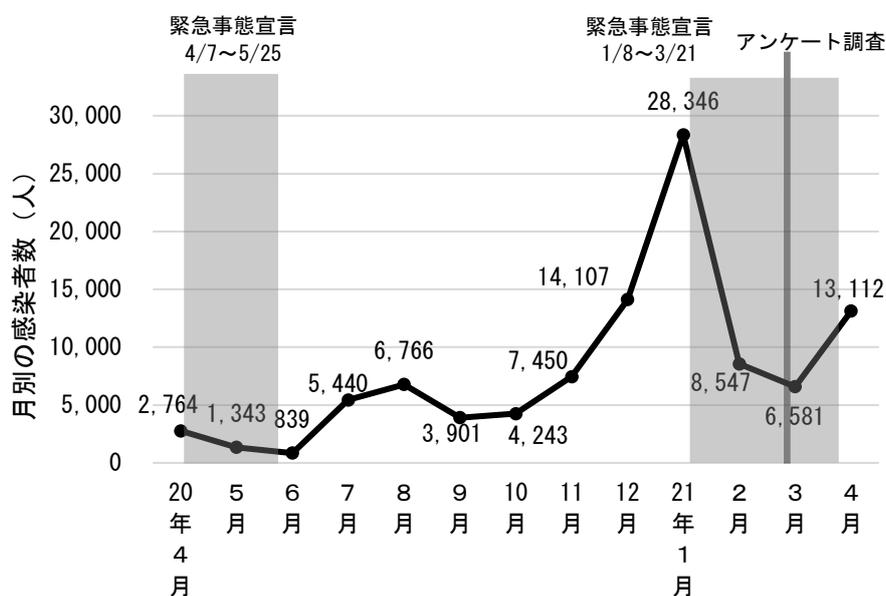


図4-1 東京都区部の月別 COVID-19 感染者数<sup>4)</sup>

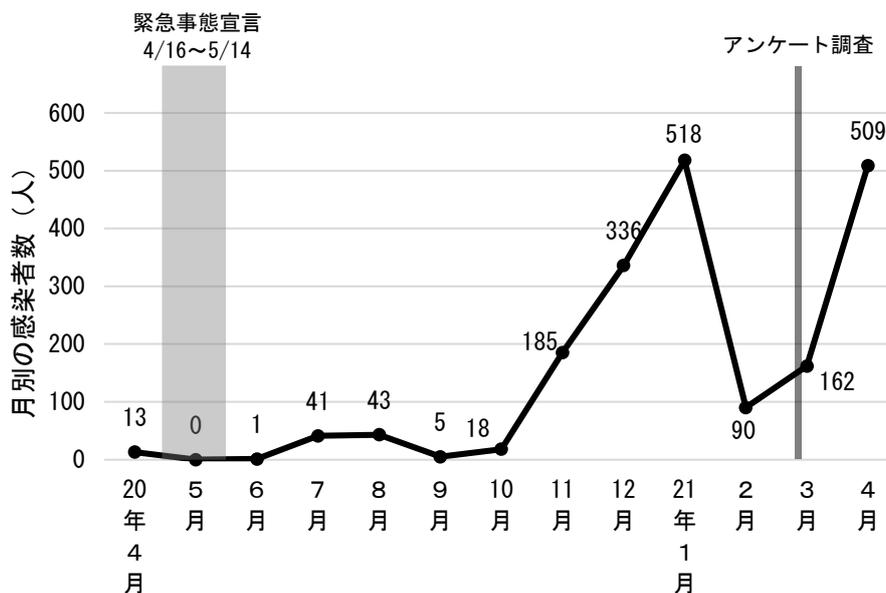


図 4-2 岡山市の月別 COVID-19 感染者数<sup>5)</sup>

### 第3節 活動の代替とネットショッピング等の利用

#### 第1項 活動の代替の経験の有無

表 4-2 に示す活動のオンラインやリモートによる代替の経験の有無について、居住地域とのクロス集計の結果を図 4-3 に示す。代替の経験は東京都区部の方が「経験あり」の割合が高く、特に「職場に出勤する就業」と「実店舗での買い物・飲食」で差が見られた。

「経験あり」の割合が最も高い活動は「実店舗での買い物・飲食」であった。これは東京都区部の方が感染者の割合が高いことが要因の一つであると考えられる。

本報告では、新型コロナウイルスの流行による代替の経験ありの割合が高く、地域差の大きい「実店舗での買い物・飲食」を取り上げ、その中でもショッピング等の利用に着目する。

#### 第2項 ネットショッピング等の利用頻度

アンケート調査において、新型コロナウイルスの流行前と調査時点それぞれのネットショッピング等の利用頻度を尋ね、その変化について、居住地域とのクロス集計の結果を図 4-4 に示す。利用頻度の変化は、「利用するようになった」、「増えた」、「変化なし」、「減った」、「利用しなくなった」の5つに分類した。居住地域と利用頻度の変化には有意差が見られ、両地域において「変化なし」と回答した人が多いが、東京都区部では「増えた」が有意に高く、岡山市では「変化なし」が有意に高い。本節第1項の結果と同様に、大都市

## 第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握

である東京都区部の方がネットショッピング等を利用する割合が高く、感染者の割合が高いことが一因であると考えられる。

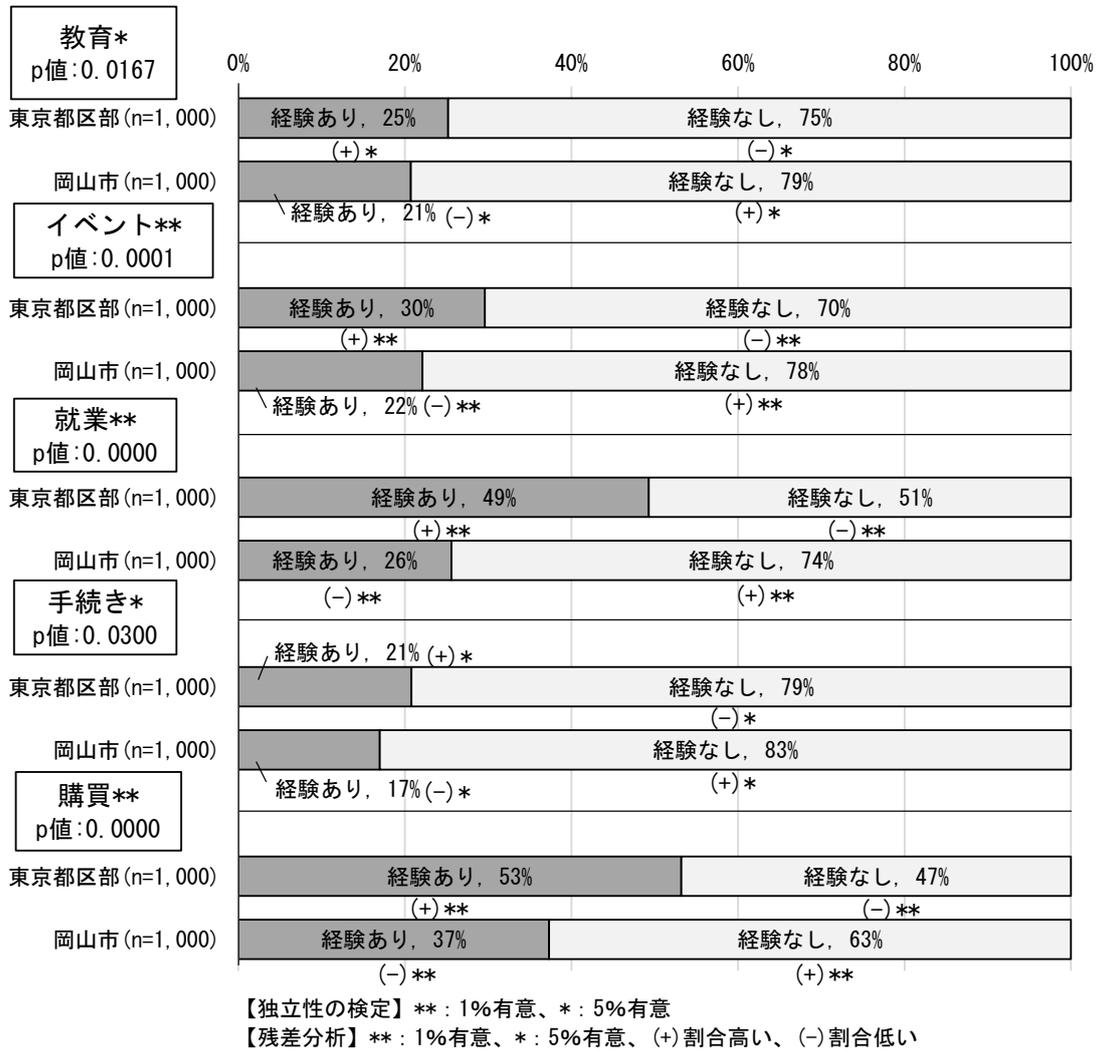


図 4-3 COVID-19 をきっかけとしたオンライン等による活動代替の経験の有無

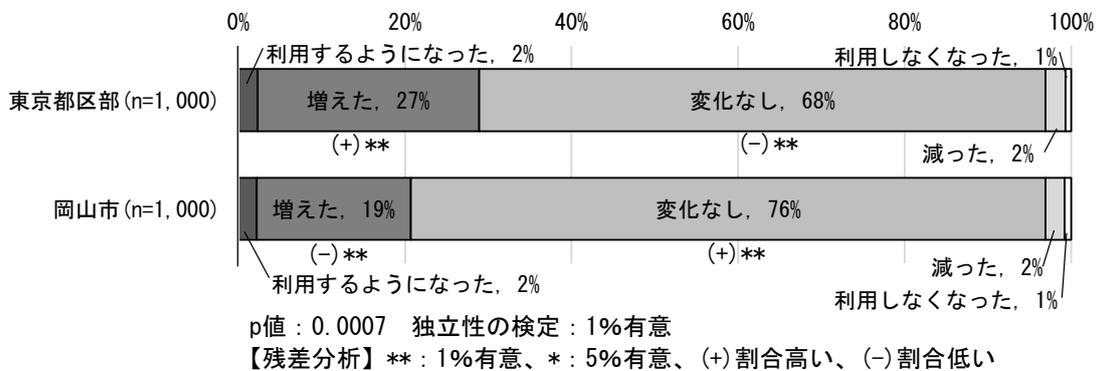


図 4-4 ネットショッピング等の利用頻度の変化

第3項 ネットショッピング等を利用する理由

アンケート調査時点でネットショッピング等を利用している人に対し、ネットショッピング等を利用する理由を上位3つまで回答していただいた。その結果を図4-5に示す。

東京都区部においては「実店舗まで移動しなくてよい」が最も高い割合であり、地域による有意差が見られた。それ以外に正に有意であったのは「商品を持ち帰る手間が不要」と「まとめ買いすると得」であり、自家用車を所有している人が岡山市に比べて少なく、自宅に商品が届くことにメリットを感じている人が多い傾向があると考えられる。アンケート回答者の自家用車の所有率は、東京都区部では33%、岡山市では82%である。

岡山市においては「実店舗より安価」が最も高い割合であり、地域による有意差が見られた。それ以外に正に有意であったのは「実店舗より品揃えが豊富」と「近所に実店舗がないものを購入できる」であり、東京都区部と比較して実店舗の充実度が低いため有意差が見られたと考えられる。都市規模によってネットショッピング等を利用する理由が異なることが明らかとなった。

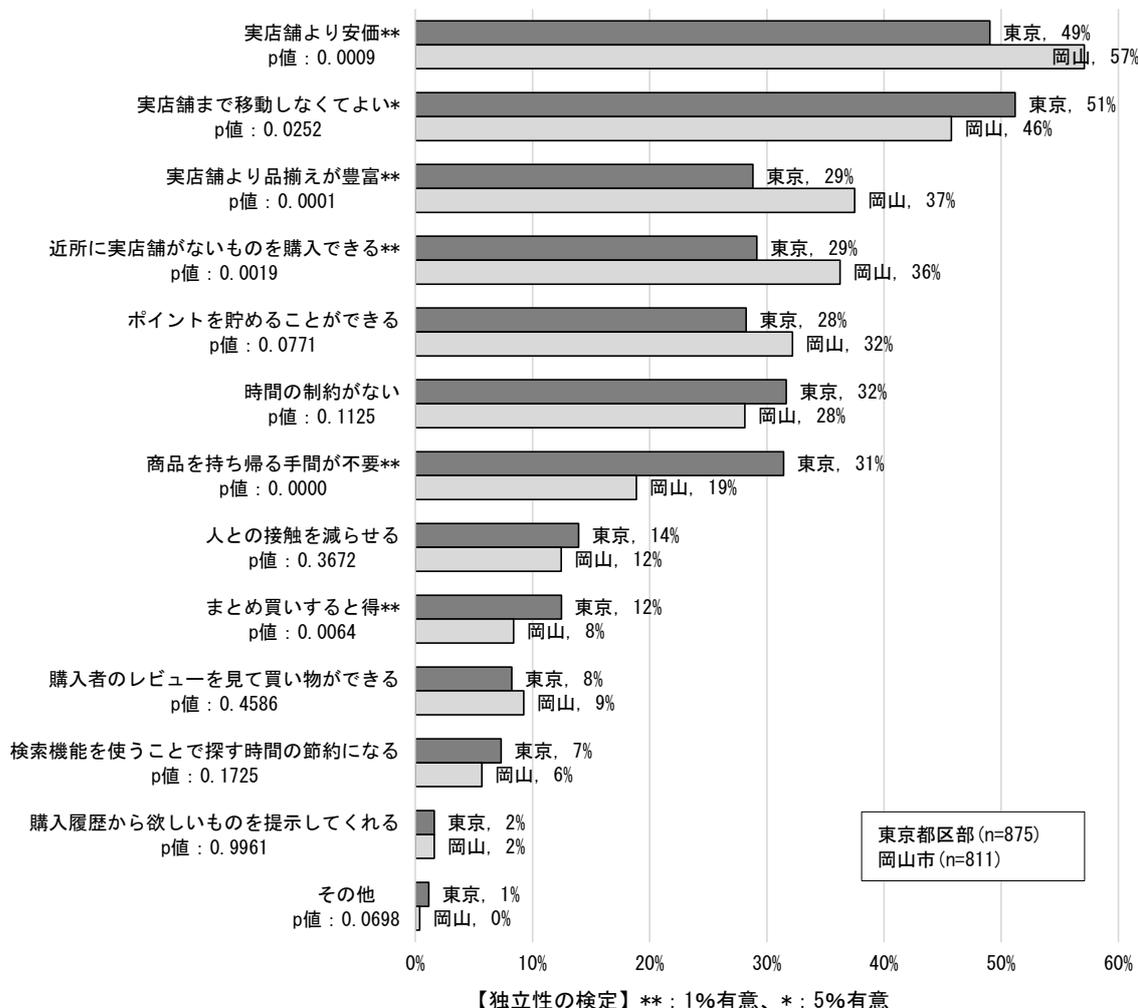


図4-5 ネットショッピング等の利用理由（上位3つ以内を回答）

また、新型コロナウイルスが流行した調査時点にもかかわらず、ネットショッピング等の利用理由として「人との接触を減らせる」を選択した割合は相対的に低く、「実店舗より安価」や「実店舗まで移動しなくてよい」といったネットショッピング等の本来の利点を理由として選択した割合が高かった。これは新型コロナウイルスの流行により消費行動に変化があったが、必ずしも感染予防を理由としているのではなくネットショッピング等の利点が見直されたと考えられる。このため、更に新型コロナウイルス収束後にも引き続きネットショッピング等が利用されることが予想される。

### 第4項 ネットショッピング等の利用頻度と個人属性等との関連性

新型コロナウイルスの流行によるネットショッピング等の利用頻度の変化と個人属性、自由に使える自家用車の所有、新型コロナウイルスの流行前のネットショッピング等の利用頻度、ネットショッピング等の利用理由として「人との接触を減らせる」を選択したかどうか（以下「接触回避」とする）との関連性について分析を行った。クロス集計の結果を居住地ごとに図4-6、図4-7に示す。両地域において、性別、年代、流行前の利用頻度、接触回避はそれぞれ有意差が見られた。

利用頻度に対する個人属性等の影響（偏相関）を把握するため、数量化Ⅱ類分析を実施した。目的変数を利用頻度の変化とし、「増加」と「変化なし・減少」の2分類にまとめた。前項の「利用するようになった」「増えた」を「増加」とし、「変化なし」「減った」「利用しなくなった」を「変化なし・減少」とした。説明変数は、クロス集計において有意差のあった性別、年代、流行前の利用頻度、接触回避とした。東京都区部と岡山市の数量化Ⅱ類の分析結果をそれぞれ、図4-8、図4-9に示す。偏相関係数が高い値を示したのは、年代、流行前の利用頻度、接触回避の3項目であった。

ネットショッピング等の利用頻度の変化と個人属性等とのクロス集計及び数量化Ⅱ類分析の結果から考察を行った。

- ・両地域における大きな傾向の差はない。
- ・性別では、ネットショッピング等の利用頻度が「増加」の人は「女性」が、「変化なし・減少」の人は「男性」が影響している。
- ・年代では、利用頻度が「増加」の人は「20代」が、「変化なし・減少」の人は「50代」「60代以上」が影響している。
- ・流行前の利用頻度においては、利用頻度が「増加」の人は「1年に0～6回」が、「変化なし・減少」の人は「利用しない」「1週間に1～7回」が影響している。流行前に利用頻度が低かった人は頻度が増加し、利用しない人や流行前から頻度が高かった人は変化が見られない傾向にある。
- ・数量化Ⅱ類分析の結果、利用頻度への影響が最も強いのは「流行前の利用頻度」であり、次いで「接触回避」を理由にネットショッピング等を利用しているかどうかの影響している。

第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握

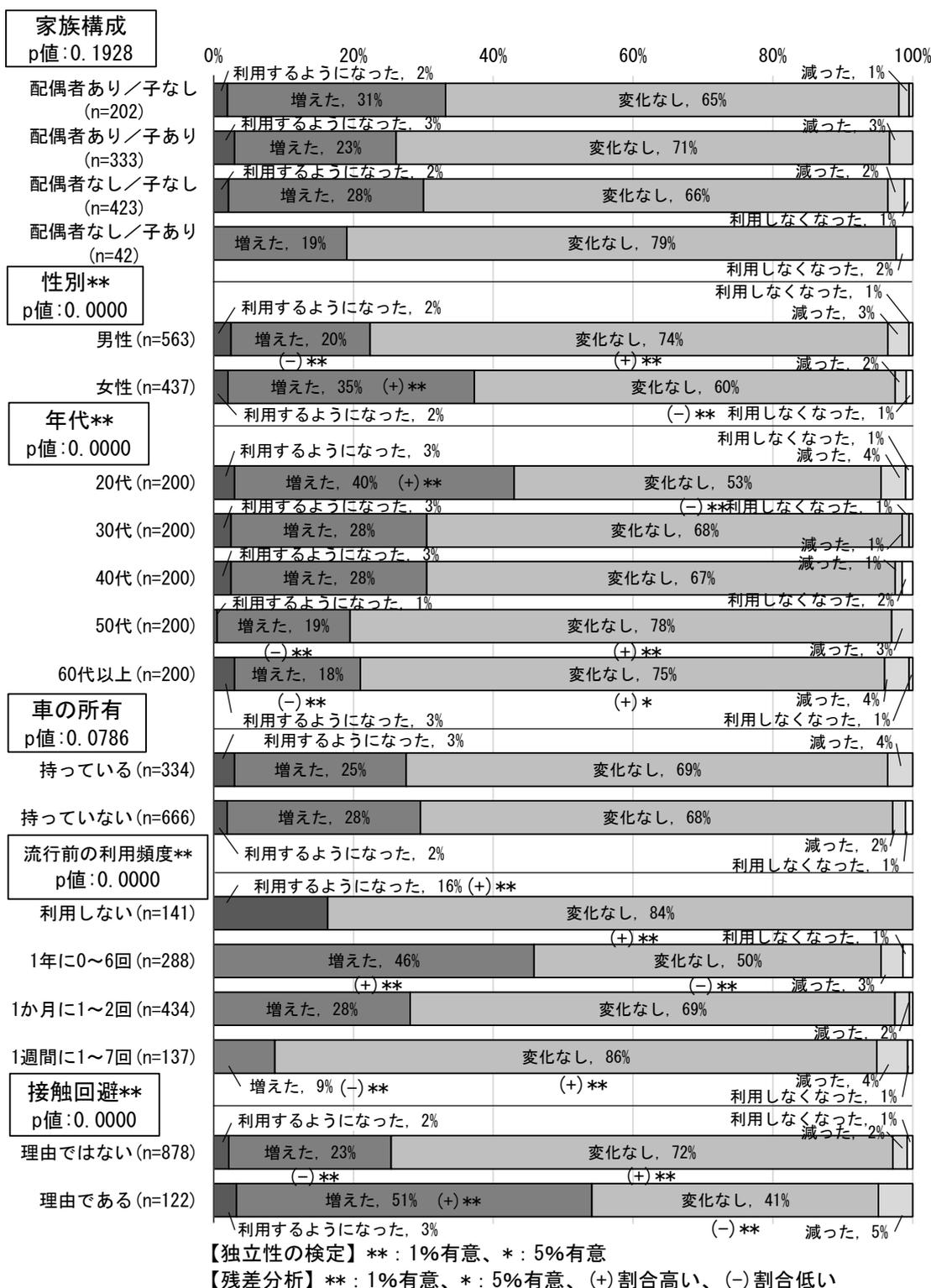
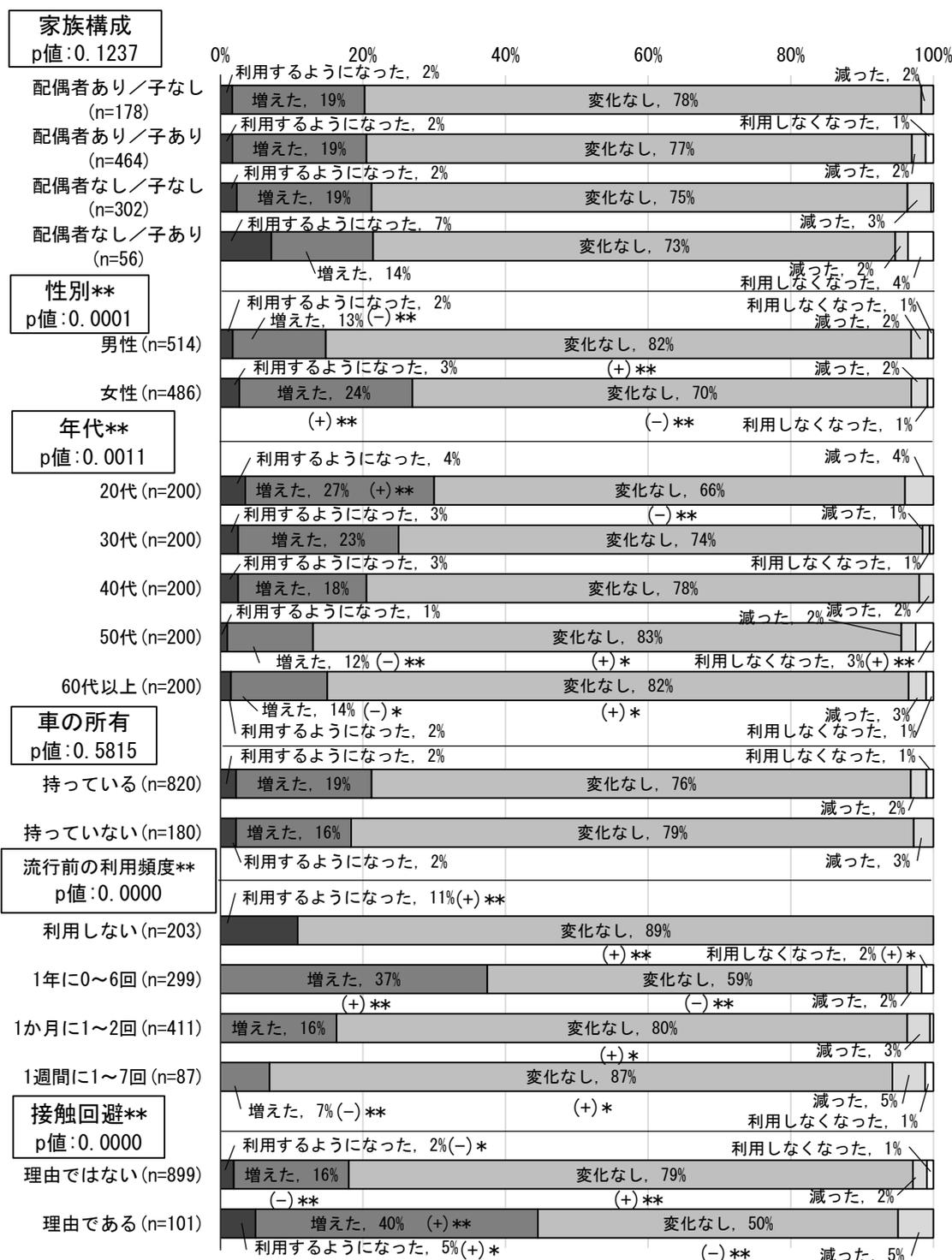


図 4-6 ネットショッピング等の利用頻度の変化（東京都区部）

第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握



【独立性の検定】 \*\*: 1%有意、\*: 5%有意  
 【残差分析】 \*\*: 1%有意、\*: 5%有意、(+)割合高い、(-)割合低い

図4-7 ネットショッピング等の利用頻度の変化（岡山市）

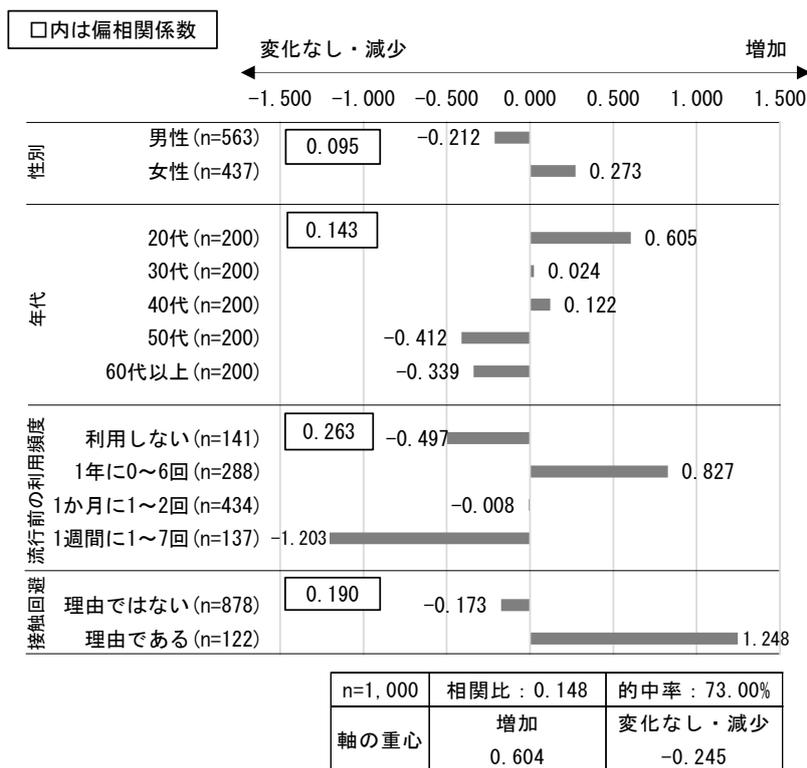


図 4-8 ネットショッピング等の利用頻度の変化の属性モデル（東京都区部）

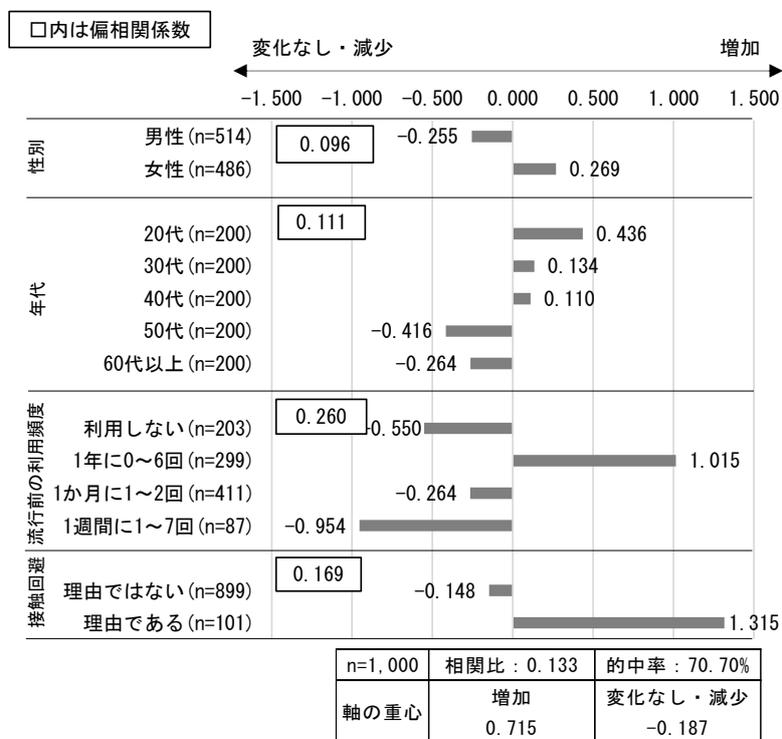


図 4-9 ネットショッピング等の利用頻度の変化の属性モデル（岡山市）

第5項 ネットショッピング等の利用頻度と外出頻度の変化との関連性

アンケート調査において、新型コロナウイルス流行前と現時点を比較して外出頻度がどのように変化したか、「増加」「変化なし」「減少」の3肢から回答していただいた。ネットショッピング等の利用頻度の変化と外出頻度の変化のクロス集計の結果を地域ごとに図4-10に示す。外出頻度の変化については、新型コロナウイルスの流行を経て外出頻度が増加した人は少なかったため、「増加・変化なし」と「減少」の2つにまとめた。

両地域において、利用頻度の変化と外出頻度の変化に有意差が見られ、外出頻度が「減少」の人はネットショッピング等の利用頻度が「増えた」が有意に高く、外出頻度が「増加・変化がなし」の人はネットショッピング等の利用頻度にも変化がない。また、岡山市よりも東京都区部の方が、外出頻度「増加・変化なし」「減少」のどちらにおいてもネットショッピング等の利用頻度が増えた割合が高い。

第4節 結語

本章では、東京都区部と岡山市の居住者を対象として、新型コロナウイルスの流行をきっかけとした活動の代替経験やネットショッピング等の利用頻度の変化や利用理由等に関する分析を行った。本章で得られた成果を以下に整理する。

- ・活動の代替について、「職場に出勤する就業」と「実店舗での買い物・飲食」は代替経験がある人の割合が他の活動より高いことが明らかとなった。また、岡山市より東京都区部居住者の方が活動の代替の経験がある人の割合が高いことが確認できた。東京都区部の

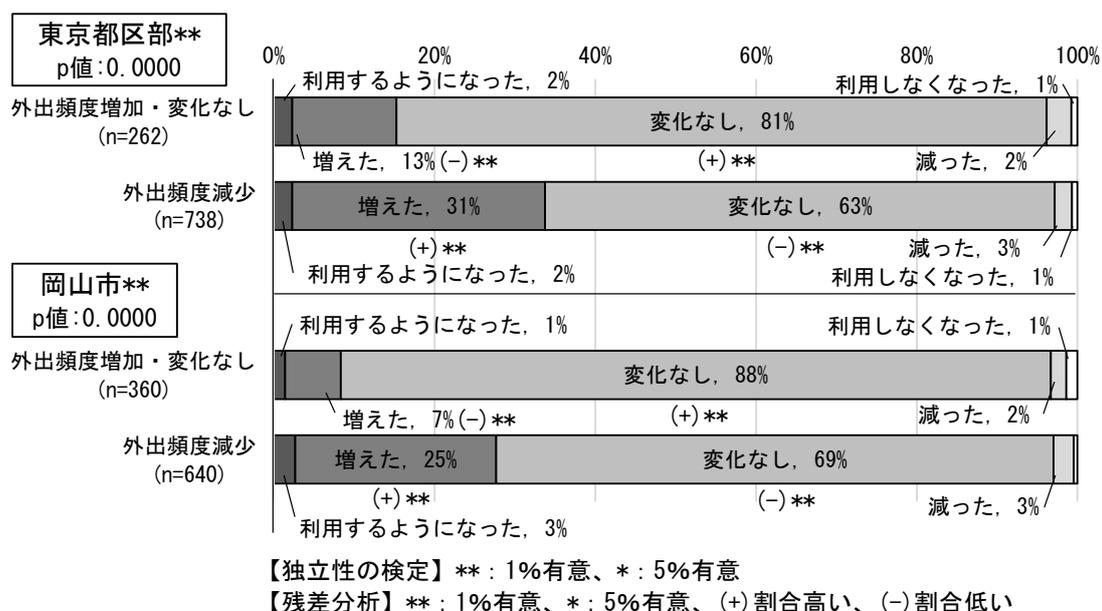


図4-10 ネットショッピング等の利用頻度の変化と外出頻度の変化

方が感染者の割合が高く、感染状況の差も要因の一つであると考えられる。

- ・女性や年代が低い人の方はネットショッピング等の頻度が増えており、男性や年代が高い人は消費行動が変化していないことが確認できた。女性や年代の低い人は変化を受け入れる志向があると考えられる。
- ・ネットショッピング等を利用する理由は、東京都区部では「実店舗まで移動しなくてよい」、「商品を持ち帰る手間が不要」、「まとめ買いすると得」が正に有意であり、自家用車を所有している人が少ないため自宅に商品が届くことにメリットを感じている。岡山市では「実店舗より安価」、「実店舗より品揃えが豊富」、「近所に実店舗がないものを購入できる」が正に有意であり、居住地域の実店舗の充実度の低さをネットショッピング等で補っていると考えられる。また、「人との接触を減らせる」を理由にネットショッピング等を利用している人の割合が少ないことから、新型コロナウイルスの流行によりネットショッピング等の利点が見直されたとも考えられ、新型コロナウイルス収束後にも引き続き利用されることが予想される。
- ・新型コロナウイルスの流行前からネットショッピング等を利用していない人や高頻度で利用している人は流行が利用頻度の増加にあまり影響せず、増加に影響したのは流行前に利用頻度が低かった人であることが確認できた。また、人との接触を減らせることを理由にしている人が利用頻度の増加している傾向があるが、新型コロナウイルスの流行を経ても接触回避より流行前の利用頻度の方が強く影響している。
- ・新型コロナウイルスの流行によって外出頻度が減少した人は、増加した人や変化がない人よりもネットショッピング等の利用頻度が増加した割合が高いことが確認できた。また、この傾向は両地域で同様であるが、東京都区部の方が岡山市より利用頻度が増加した人の割合が高い。

---

### <参考文献>

- 1) 厚生労働省：新型コロナウイルスを想定した「新しい生活様式」の実践例を公表しました [https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431\\_newlifestyle.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_newlifestyle.html) (2021年6月最終閲覧)
- 2) 国土交通省：新型コロナがもたらす「ニュー・ノーマル」に対応したまちづくりに向けて、[https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi05\\_hh\\_000301.html](https://www.mlit.go.jp/report/press/toshi05_hh_000301.html) (2021年6月最終閲覧)
- 3) 総務省統計局：新型コロナウイルス感染症の影響により名目支出額に大きな変動が見られた主な品目など、[https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/pdf/fies\\_rf1.pdf](https://www.stat.go.jp/data/kakei/sokuhou/tsuki/pdf/fies_rf1.pdf) (2021年6月最終閲覧)
- 4) 東京都オープンデータカタログサイト：東京都\_新型コロナウイルス感染症陽性者数(区市町村別)、<https://catalog.data.metro.tokyo.lg.jp/dataset/t000010d000000085/resource/d7b09ad5-077e-403b-b9ba-3f56bcaa55f2> (2021年6月最終閲覧)

#### 第4章 社会情勢の急激な変化による購買行動のオンライン化の実態把握

---

- 5) おかやまオープンデータカタログ：感染者詳細情報, <http://www.okayama-opendata.jp/opendata/ga120PreAction.action?keyTitle=d9c4776db7f09fff161953a2aaf03b80a9abad48&datasetId=e6b3c1d2-2f1f-4735-b36e-e45d36d94761> (2021年6月最終閲覧)

### 第5章 仕事場所に着目した働き方のオンライン化と居住地特性との関連性

#### 第1節 概説

は時代とともにライフスタイルが多様化しても、就業者にとって仕事は生活の中で大きなウェイトを占め、働き方はライフスタイルを決定づける一要因といえる。少子高齢化が進む日本において、これまで生産性の向上や就業機会の拡大を目標としてきたが、近年厚生労働省による「働き方改革」では、働く人の事情に応じた多様で柔軟な働き方を選択できるようにすることを目指している<sup>1)</sup>。ITの進展やCOVID-19の流行による影響により、テレワークをはじめとした場所にとらわれない働き方をすることができるようになり、今後は個人が自由な働き方や生活を選択することが一般的になると考えられる。

自由度の高い働き方が可能になることにより、自己実現やライフスタイルを大切にすることができるという良い側面がある。その一方で、固定の場所に勤務する働き方がリモートワークの普及によって減少し、“出勤しない働き方”が増え、交通需要の低減や不要なオフィス空間が発生することが考えられる。その結果、今後の交通や都市の形成に影響を与え、公共交通の再編や誘導すべき施設の見直しが必要となる可能性がある。

三井不動産東大ラボのワーキンググループでは、COVID-19の流行による「新しい生活様式」での対応により減少した通勤の時間的空間的集中のリバウンドを最小にしながら都市を元気にする「ピークレスな社会」の実現方策を検討している<sup>2)</sup>。河井ら<sup>3)</sup>は大規模なサテライトオフィスの設置を想定し、首都圏鉄道通勤者を対象とした交通混雑緩和シミュレーションを行っている。パーソル総合研究所の調査<sup>4)</sup>によれば、テレワークの実施率は都道府県により異なり、東京都及びその周辺においてはテレワーク実施率が高く地方との差が大きい。首都圏と異なる働き方をしている地方においても、多様なライフスタイルを受け入れ、様々な働き方を可能にする都市の実現が今後求められると考えられる。そのために変化しつつある働き方を捉え、都市や生活に及ぼす影響を把握する必要がある。その基礎的研究として、働き方と居住地の特性及び生活時間との関連性を明らかにすることを本章の目的とする。

本章での「働き方」は、職業、通勤、仕事場所から構成される個人の仕事に関する選択の結果と定義し、「働き方」によって居住地や生活時間に差異があるかを分析により明らかにする。第2節では都市構造指標により分類した居住地と働き方の関係を明らかにし、第3節ではどのような仕事場所で勤務しているかによって生活に差異があるかを確認する。それらの結果から働き方と居住地の特性及び生活との関連性を考察する。

分析にあたり、インターネットによるアンケート調査を実施した。表5-1にアンケート調査の概要を示す。2022年7月8日から20日の期間において、株式会社クロス・マーケ

表 5-1 アンケート調査の概要

調査名	岡山市在住者へのアンケート調査
実施方法	インターネットアンケート調査
調査機関	株式会社クロス・マーケティング
回収期間	2022年7月8日～20日
対象地域	岡山県岡山市 (n=700)
主な調査項目	個人属性, 通勤・仕事場所・生活時間等

ティングのモニターを対象にウェブサイト上での回答を依頼した。サンプル数は700とし、性別及び年代が極力均等になるようにスクリーニングを行い、不足する層は他の層から補填を行った。(20代男性22人, 30代男性54人, 40代男性85人, 50代男性86人, 60代男性78人, 70代以上男性34人, 20代女性51人, 30代女性86人, 40代女性85人, 50代女性57人, 60代女性37人, 70代以上女性25人) そのため、実際の人口構成比を考慮した結果ではないことに留意する必要がある。

質問項目について、個人属性は、性別、年代、未婚、子の有無、住まいについて(郵便番号、地元であるか否か、持家・賃貸)、職業、自動車の所有、最寄駅・バス停までの所要時間とした。

## 第2節 都市構造指標による居住地の分類と働き方の差異

### 第1項 クラスタ分析による居住地の分類

居住地の特性の違いにより、職業や通勤等の働き方に差異があるかどうかを明らかにするため、居住地の類型化を行った。類型化にあたり、現在無職または学生であるサンプルを除いた就業者を対象として、都市構造指標を用いて主成分分析を行った。用いた都市構造指標は、中心部(岡山駅)からの距離、人口密度、店舗密度、最寄駅まで徒歩10分であるか否か、最寄バス停まで徒歩5分であるか否かの5項目である。「中心部からの距離」、「人口密度」、「店舗密度」については、郵便番号単位で指標を作成しており、「中心部からの距離」は郵便番号の中心地点から岡山駅までの直線距離を算出した。続いて、主成分分析によって算出された主成分得点を用いてward法によりクラスタ分析を行った。主成分は固有値が1を超えたもの2つを採用した。主成分ごとの主成分負荷量を図5-1に示す。主成分をそれぞれ「中心性」、「利便性」とし、クラスタ分析により「近傍・高利便型」、「近傍・低利便型」、「郊外型」の3つに分類した。「近傍」とは中心部から3～4km程度の範囲とする。クラスタごとの主成分を表5-2に、都市構造指標の平均値を表5-3に示す。

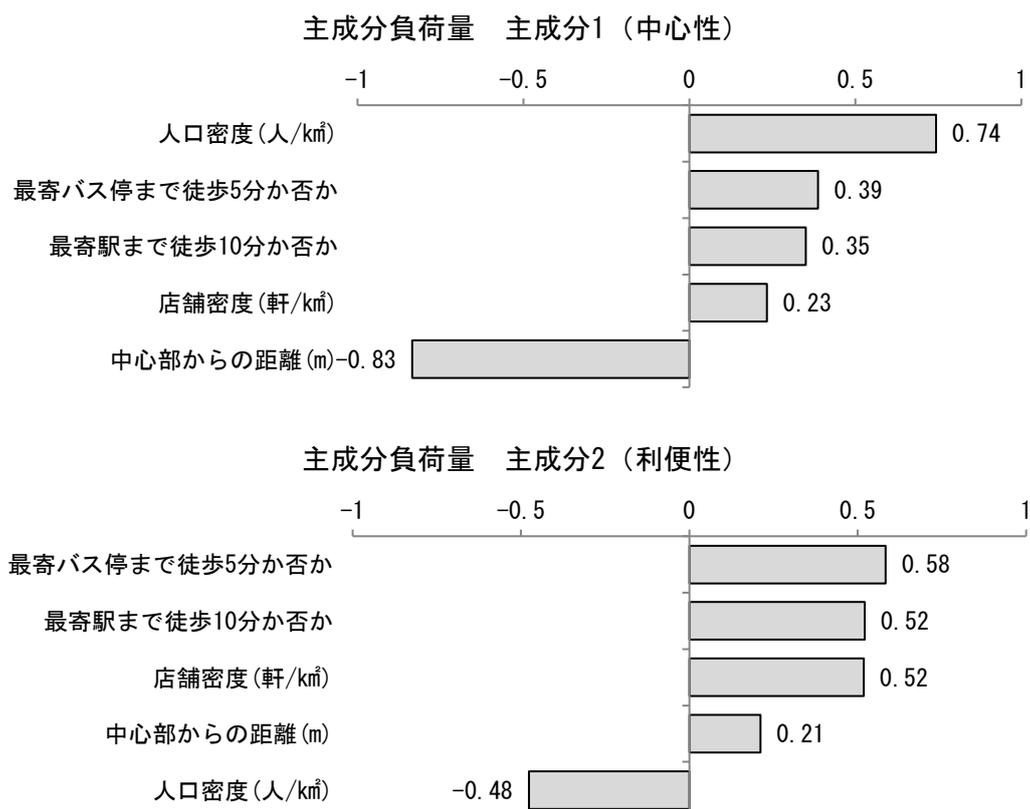


図 5-1 主成分ごとの主成分負荷量

表 5-2 居住地の分類ごとの主成分

クラスター	n	中心性 主成分	利便性 主成分	タイプ
1	138 (28%)	0.82	1.32	近傍・高利便型
2	233 (47%)	0.36	-0.82	近傍・低利便型
3	126 (25%)	-1.56	0.08	郊外型
合計平均	497 (100%)			

表 5-3 居住地の分類ごとの都市構造指標の平均値

タイプ	中心部からの 距離 (m)	人口密度 (人/km <sup>2</sup> )	店舗密度 (軒/km <sup>2</sup> )	最寄駅まで 徒歩10分か否か (はい:1, いいえ:0)	最寄バス停まで 徒歩5分か否か (はい:1, いいえ:0)
近傍・高利便型	3,970	4,384	7.65	0.26	0.56
近傍・低利便型	3,457	6,661	2.96	0.00	0.00
郊外型	8,846	1,574	2.41	0.00	0.00
平均	4,966	4,739	4.12	0.07	0.15

第2項 居住地の分類別の働き方の差異と特性

都市構造指標により分類した居住地の違いにより働き方が異なるかを明らかにするため、本節第1項で行った居住地の分類を用いて、個人属性及び働き方に関する項目とのクロス集計及び独立性の検定を行った。また、独立性の検定において有意となった項目については残差分析を行い、その結果を表5-4にまとめた。クロス集計に用いた項目について、個人属性には「性別」、「年齢」の他、「地元であるか否か」、「持家・賃貸」、「未婚」、「子有無」、「自動車の所有の有無」といったライフステージに関する項目も含めており、クラスターの特性を確認するために設定した。働き方については、本章で働き方の指標としているもののうち職業及び通勤に関する項目を分析に用いた。職業の選択肢については、「管理的職業従事者」、「専門的・技術的職業従事者」、「事務従事者」、「販売従事者」、「サービス職業従事者」、「分類不能の職業」、「その他の職業」とし、通勤手段の選択肢については、「鉄道・路面電車」、「バス」、「自動車」、「自転車」、「徒歩」、「その他（通勤等がない場合を含む）」とした。各項目の選択肢ごとのサンプル数及び割合を表5-5に示す。「近傍・低利便型」では、地元でない割合と賃貸の割合が高く、「郊外型」では、地元に住んでいる割合と持家である割合が高い。性別、年代、未婚、子の有無については居住地の分類ごとの差が見られなかった。職業についても居住地による有意差がなく、通勤については差が見られた。「近傍・高利便型」では、通勤距離・通勤時間ともに短く、通勤手段は通勤しない人を含む「その他」の割合が高く、自動車の割合が低い。「近傍・低利便型」では、通勤距離の「2km以上5km未満」と通勤時間の「10分以上20分未満」の割合が高く、通勤手段は自転車の割合が高い。「郊外型」は他の居住地と比較して、通勤距離・通勤時間が長く、通勤手段は自動車の割合が高く、自転車・徒歩の割合が低い。

表5-4 居住地の分類ごとの特性

項目	p値	近傍・高利便型		近傍・低利便型		郊外型		
		割合：高	割合：低	割合：高	割合：低	割合：高	割合：低	
個人属性・ ライフステージ	性別	0.81						
	年代	0.61						
	地元であるか 否か	0.00 **			地元でない	地元である	地元である	地元でない
	持家・賃貸	0.00 **			賃貸	持家	持家	賃貸
	未婚	0.25						
	子の有無	0.14						
	自動車を所有 しているか	0.06 †					所有してい る	所有してい ない
働き方	職業	0.66						
	通勤距離	0.00 **	2km未満	10km以上	2km以上 5km未満	10km以上	10km以上	2km未満、 2km以上 5km未満
	通勤時間	0.00 **	10分未満	20分以上 1時間未満	10分以上 20分未満	20分以上 1時間未満	20分以上 1時間未満	10分未満、 10分以上20 分未満
通勤手段	0.00 **	その他（通 勤無し含 む）	自動車	自転車	その他（通 勤無し含 む）	自動車	自転車、 徒歩	

独立性の検定\*\*：1%有意  
\*：5%有意  
†：10%有意

残差分析  
：1%有意  
：5%有意  
：10%有意

表 5-5 各項目の選択肢ごとのサンプル数と割合

個人属性・ライフステージ			働き方		
選択肢	n	割合	選択肢	n	割合
性別			職業		
男性	277	56%	管理的職業従事者	48	10%
女性	220	44%	専門的・技術的職業従事者	99	20%
年代			事務従事者	109	22%
20代	45	9%	販売従事者	47	9%
30代	116	23%	サービス職業従事者	95	19%
40代	141	29%	分類不能の職業	40	8%
50代	115	23%	その他の職業	59	12%
60代以上	80	16%	通勤距離		
地元であるか否か			2km未満	123	25%
地元である	248	50%	2km以上5km未満	132	26%
地元でない	249	50%	5km以上10km未満	103	21%
持家・賃貸			10km以上	139	28%
持家	271	55%	通勤時間		
賃貸	226	45%	10分未満	139	28%
未既婚			10分以上20分未満	147	30%
未婚	202	41%	20分以上1時間未満	190	38%
既婚	295	59%	1時間以上	21	4%
子の有無			通勤手段		
子供あり	236	47%	鉄道・路面電車	34	7%
子供なし	261	53%	バス	25	5%
自動車を所有しているか			自動車	253	51%
所有している	412	83%	自転車	96	19%
所有していない	85	17%	徒歩	42	8%
			その他	47	10%

### 第3節 仕事場所による類型化と生活時間の差異

#### 第1項 クラスタ分析による勤務した仕事場所の分類

第2節と同じサンプルを対象に、アンケート調査時点において、先週1週間で勤務した仕事場所を回答していただいた。(複数回答可) 仕事場所の種類は表5-6に示すとおりである。本調査では仕事場所の具体的な位置ではなく種類のみを尋ねているが、位置を考慮した分析を行うため通勤距離や通勤時間を分析の対象としている。また、仕事場所を「従来からある仕事場所」と「近年浸透しつつある仕事場所」の2グループに分けた。本研究では「自宅」での仕事について、オンラインによるテレワーク等とそれ以外の形態を区別していないが、今後「自宅」での従事割合が増えることが考えられるため、「近年浸透しつつある仕事場所」とした。また、リモートワークの実施や仕事場所の選択の自由度については考慮できていない。集計した結果を図5-2に示す。最も多かったのは「職場」であり、449人(90.3%)が選択していた。続いて多かったのが「自宅」の199人(40.0%)

表 5-6 仕事場所の種類

仕事場所	グループ
職場（店舗への勤務を含む）	従来からある仕事場所
出張先	
現場（農家の方の農地も含む）	
自宅	近年浸透しつつある仕事場所
飲食店（飲食業としての勤務を含まない）	
コワーキングスペース	
レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス	
その他	

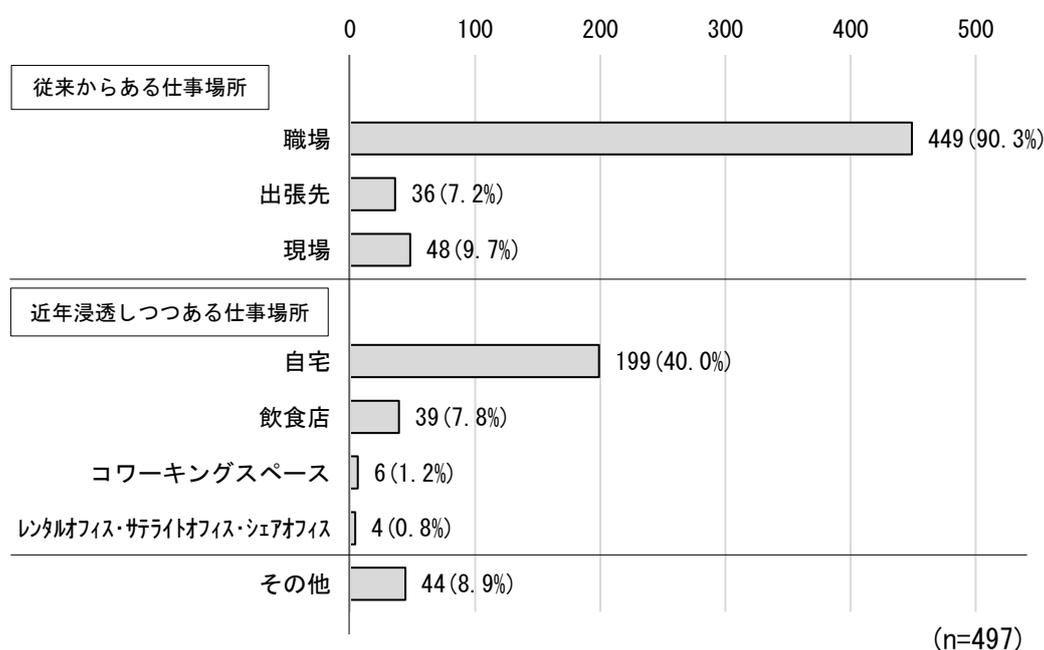


図 5-2 先週 1 週間の仕事場所（複数回答可）

であった。「コワーキングスペース」及び「レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス」については利用割合がわずかであった。

どのような仕事場所で勤務しているかにより、職業や通勤、生活時間に差異があるかどうかを明らかにするため、勤務した仕事場所の類型化を行った。前述で用いた先週 1 週間で勤務した仕事場所のうち「その他」を除いた 7 種類の仕事場所について、それぞれの仕事場所に実際に勤務した場合を 1、していない場合を 0 として（複数回答可）、ward 法を用いてクラスター分析を行った。クラスターを 5 分類した結果を採用し、7 項目の各平均値を表 5-7 に示す。クラスター 1 に属するのは 137 人であり、全体の 28% を占める。このクラスターは 78% が「職場」で勤務しているが、全員が「自宅」を仕事場所とした実態が

表 5-7 クラスターごとの全項目の平均値（勤務した:1, していない:0）

クラスター	n	従来からある仕事場所			近年浸透しつつある仕事場所				タイプ
		職場	出張先	現場	自宅	飲食店	コワーキングスペース	レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス	
1	137 (28%)	0.78	0.00	0.00	1.00	0.00	0.01	0.00	在宅ワーク型
2	258 (52%)	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	職場勤務型
3	46 (9%)	0.74	0.13	0.93	0.46	0.11	0.00	0.00	現場勤務型
4	26 (5%)	0.81	0.96	0.00	0.42	0.15	0.00	0.00	出張型
5	30 (6%)	0.97	0.17	0.17	1.00	1.00	0.17	0.13	多様型
合計平均	497 (100%)	0.86	0.25	0.22	0.58	0.25	0.03	0.03	

あることから「在宅ワーク型」とした。クラスター2に属するのは258人であり、全体の52%を占め、半数以上がこのクラスターに属している。このクラスターは「職場」での勤務が100%であり、それ以外の仕事場所の勤務実態がなく、全員が職場のみに勤務していることから「職場勤務型」とした。クラスター3に属するのは46人であり、全体の9%を占める。このクラスターは「職場」での勤務は74%であるが、「現場（農家の方の農地も含む、以降も同様）」での勤務が93%であり最も高いため、「現場勤務型」とした。クラスター4に属するのは26人であり、全体の5%を占める。このクラスターは「職場」での勤務は81%であるが、「出張先」での勤務が96%であり最も高いため、「出張型」とした。クラスター5に属するのは30人であり、全体の6%を占める。このクラスターは「職場」での勤務が97%、「自宅」と「飲食店」での勤務が100%と高いが、一人も勤務しなかった仕事場所がないことから、「多様型」とした。

以上のクラスター分析の結果から、仕事場所をもとに「在宅ワーク型」、「職場勤務型」、「現場勤務型」、「出張型」、「多様型」の5種類に分類することができた。

## 第2項 勤務した仕事場所の分類別の特徴

本項では、仕事場所の選択の違いによる分類ごとにどのような特性を持つかを、個人属性やライフステージに関する項目を用いて分析により確認する。更に仕事場所による分類ごとに職業や通勤に差異があるかについても明らかにする。そのため、本節第1項の分類について、個人属性及び職業、通勤等に関する項目とのクロス集計及び独立性の検定を行った。また、独立性の検定において有意となった項目については残差分析を行い、その結果を表5-8にまとめた。

近年浸透しつつある仕事場所での勤務を実施している割合が高いのは「在宅ワーク型」と「多様型」である。特に「多様型」は「コワーキングスペース」と「レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス」での勤務がなされている唯一の分類である。「在宅ワーク型」では50代の割合が高く、中高年層が実施している傾向にある。「在宅ワーク型」は、他の分類と比較して自動車を所有していない割合が高く、通勤手段として「その他（通勤しない含む）」を選択している割合が高いことから、通勤を自動車に頼ら

表 5-8 勤務した仕事場所の分類別の特性

項目	p値	在宅ワーク型		職場勤務型		現場勤務型		出張型		多様型	
		割合：高	割合：低	割合：高	割合：低	割合：高	割合：低	割合：高	割合：低	割合：高	割合：低
個人属性・ライフステージ	性別	0.00 **		女性	男性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
	年代	0.02 *	50代	30代	20代、30代	60代以上	40代	20代		20代	
	地元であるか否か	0.41									
	持家・賃貸	0.95									
	未既婚	0.46									
	子の有無	0.13									
自動車所有しているか	0.02 *	所有していない	所有している							所有している	所有していない
働き方	職業	0.00 **	サービス職業従事者	事務従事者	事務従事者	管理的職業従事者 販売従事者	販売従事者 その他の職業	事務従事者	管理的職業従事者	サービス職業従事者	事務従事者
	通勤距離	0.16									
	通勤時間	0.59									
	通勤手段	0.00 **	その他（通勤しない含む）	自動車	その他（通勤しない含む）	自動車			その他（通勤しない含む）	自動車	

独立性の検定      \*\*: 1%有意  
 \* : 5%有意  
 † : 10%有意

残差分析

	: 1%有意
	: 5%有意
	: 10%有意

ず、仕事が自宅で完結している人もいることが確認できた。職業は「サービス職業従事者」が多く、「事務従事者」が少ない。「職場勤務型」は全てのサンプルが職場勤務のみを実施しており、20代、30代の割合が高い。職業は「事務従事者」の割合が高く、「管理的職業従事者」と「販売従事者」が少ない。一方で「多様型」は全員が自宅と飲食店の両方での勤務実態があり、一人も勤務していない仕事場所がないことから、サンプルごとに様々な勤務場所を選択しており、更に「事務従事者」の割合が少ないことから「職場勤務型」と対照的である。「出張型」は「管理的職業従事者」の割合が高く、他の分類に比べて仕事場所を自由に選択できる状況にある人が多いことが考えられる。「現場勤務型」は「販売従事者」と「その他の職業」の割合が高い。「その他の職業」は、保安職業従事者や農林漁業従事者をはじめとした現場での労働を主とする職種である。

また、有意差のなかった項目として「地元であるか否か」、「持家・賃貸」、「未既婚」、「子の有無」があり、ライフステージと仕事場所との関連性があまり見られないことが分かった。更に、「通勤距離」、「通勤時間」についても、勤務した仕事場所の分類による差がないことも確認できた。

### 第3項 勤務した仕事場所の分類別の生活時間

本章では、働き方を介して居住地の特性と生活時間の関係を定量的に把握することを目的としており、ライフスタイルを定量的に捉える方法の一つとして、生活時間をどのような活動に費やしているかを指標とした分析を行った。勤務した仕事場所の違いによって生活時間に差異があるかを明らかにするため、分類それぞれの生活時間の平均値を求め、分類ごとの平均値に有意な差があるかどうかを分散分析により確認した。また、勤務した仕事場所の分類ごとに生活時間のばらつきがあるかを確かめるため標準偏差を求め、そのば

## 第5章 仕事場所に着目した働き方のオンライン化と居住地特性との関連性

らつきについて分類ごとに有意な差があるかをルビーン検定により確認した。直近の平日・休日、各1日について、「必需行動（睡眠・食事・入浴や着替え等の身の回りの用事）」、「家事（家事のための買い物・育児を含む）」、「仕事（通勤・食事を除く）」、「移動」、「その他自由に過ごす時間」にどれぐらいの時間を費やしたかを回答していただいた。30分単位で回答していただき、5種類の活動時間の合計が24時間になるようにした。「平日」は仕事・学校があった日を指し、仕事・学校がない場合は直近の月曜日から金曜日のいずれかについて回答していただき、「休日」は仕事・学校がなかった日を指し、仕事・学校の休みがない場合は直近の土曜日か日曜日のいずれかについて回答していただいた。5つの分類ごとに平均値（単位：時間）と標準偏差及び分散分析等の結果を表5-9、表5-10に示す。

表5-9 勤務した仕事場所の分類別の生活時間の平均（平日）

平日必需行動	n	平均値(p値:0.00**)	標準偏差(p値:0.08†)
在宅ワーク型	137	<b>7.74</b>	<b>3.56</b>
職場勤務型	258	<b>8.96</b>	<b>3.60</b>
現場勤務型	46	<b>8.03</b>	<b>3.20</b>
出張型	26	<b>7.88</b>	<b>2.60</b>
多様型	30	<b>6.98</b>	<b>2.99</b>
平日家事	n	平均値(p値:0.32)	標準偏差(p値:0.27)
在宅ワーク型	137	2.23	2.55
職場勤務型	258	1.82	2.15
現場勤務型	46	1.84	2.41
出張型	26	2.54	3.80
多様型	30	1.70	1.21
平日仕事	n	平均値(p値:0.51)	標準偏差(p値:0.01**)
在宅ワーク型	137	7.54	<b>3.10</b>
職場勤務型	258	7.75	<b>2.48</b>
現場勤務型	46	7.92	<b>3.48</b>
出張型	26	8.04	<b>3.23</b>
多様型	30	8.50	<b>2.81</b>
平日移動	n	平均値(p値:0.38)	標準偏差(p値:0.02*)
在宅ワーク型	137	1.16	<b>1.14</b>
職場勤務型	258	1.08	<b>0.77</b>
現場勤務型	46	1.10	<b>0.65</b>
出張型	26	1.25	<b>0.99</b>
多様型	30	1.40	<b>1.02</b>
平日その他自由	n	平均値(p値:0.18)	標準偏差(p値:0.18)
在宅ワーク型	137	5.33	4.34
職場勤務型	258	4.39	3.77
現場勤務型	46	5.11	4.30
出張型	26	4.29	4.22
多様型	30	5.42	4.75

太字：平均値の分散分析の有意水準10%未満  
標準偏差のルビーン検定の有意水準10%未満

表 5-10 勤務した仕事場所の分類別の生活時間の平均（休日）

休日必需行動	n	平均値 (p値:0.00**)	標準偏差 (p値:0.91)
在宅ワーク型	137	<b>8.43</b>	3.93
職場勤務型	258	<b>9.92</b>	4.36
現場勤務型	46	<b>8.98</b>	4.23
出張型	26	<b>8.38</b>	3.49
多様型	30	<b>7.85</b>	3.71
休日家事	n	平均値 (p値:0.81)	標準偏差 (p値:0.86)
在宅ワーク型	137	2.70	2.52
職場勤務型	258	2.61	2.57
現場勤務型	46	2.64	2.90
出張型	26	3.27	2.54
多様型	30	2.62	2.27
休日仕事	n	平均値 (p値:0.00**)	標準偏差 (p値:0.00**)
在宅ワーク型	137	<b>1.60</b>	<b>2.71</b>
職場勤務型	258	<b>0.41</b>	<b>1.66</b>
現場勤務型	46	<b>0.52</b>	<b>1.35</b>
出張型	26	<b>1.00</b>	<b>2.38</b>
多様型	30	<b>1.00</b>	<b>2.08</b>
休日移動	n	平均値 (p値:0.82)	標準偏差 (p値:0.44)
在宅ワーク型	137	1.38	2.33
職場勤務型	258	1.19	1.83
現場勤務型	46	1.49	2.61
出張型	26	1.42	1.45
多様型	30	1.30	0.96
休日その他自由	n	平均値 (p値:0.73)	標準偏差 (p値:0.53)
在宅ワーク型	137	9.89	5.60
職場勤務型	258	9.87	5.17
現場勤務型	46	10.37	5.50
出張型	26	9.92	4.71
多様型	30	11.23	5.29

太字：平均値の分散分析の有意水準10%未満  
標準偏差のルビーン検定の有意水準10%未満

「在宅ワーク型」では、「平日必需行動」と「平日移動」に費やす時間が他の分類と比較して平均的であるがばらつきが大きく、自宅で過ごす時間と外出している時間の長さが様々であることが考えられる。また、「在宅ワーク型」が「休日仕事」に費やす時間の平均値が他の分類より長くばらつきも大きいことから、平日・休日関係なく仕事をしている人がいることが確認できた。「職場勤務型」では、「必需行動」に費やす時間が他の分類より長く、平日についてはばらつきも大きい。また、平日・休日ともに「仕事」のばらつきが相対的に小さく、休日の仕事時間が短い。「職場勤務型」には、平日に7～9時間程度仕事をし、休日は仕事をほとんどしないという働き方をしている人が多い。「現場勤務型」では、「休日仕事」の時間が比較的短く、ばらつきも少ない。「多様型」は平日・休日とも

に「必需行動」の時間が他の分類より短い。「必需行動」の代わりに平日は「仕事」の時間が他の分類より長く、休日は「その他自由」の時間が他の分類より長い結果となっている。

活動別の生活時間の平均値及び標準偏差について、「家事」と「その他自由」は平日・休日ともに分類ごとの有意な差がなく、「休日移動」についても有意差が見られなかった。

#### 第4項 勤務した仕事場所の分類別の外出頻度

本節第3項において、勤務した仕事場所によってどのような活動に生活時間を費やすかについて、時間の長さやばらつきに分類ごとの差異が見られた。生活の中でも通勤と私的活動のための外出頻度について、勤務した仕事場所によって差異があるかどうかを明らかにするため、5つの分類と通勤頻度及び私的活動頻度（日常的な買い物を除く）とのクロス集計及び独立性の検定と残差分析を行った。通勤と私的活動について、先月1か月間の外出頻度を回答していただいた。分析結果を図5-3に示す。

「在宅ワーク型」の通勤頻度は「0回/月」の割合が高く、「16~20回/月」、「21~25回/月」の割合が低い。私的活動頻度は「0回/月」と「26回/月以上」の割合が高く、二極化していることから、生活自体が自宅中心である人と私的活動を重視し時間や場所に拘束されない働き方を選ぶ人等様々なライフスタイルを送っている人が存在する。「職場勤務型」の通勤頻度は「21~25回/月」の割合が高く、「0回/月」と「1~5回/月」の割合が低いことから、本節第3項での考察と同様に、平日は毎日通勤する生活を送っている人が

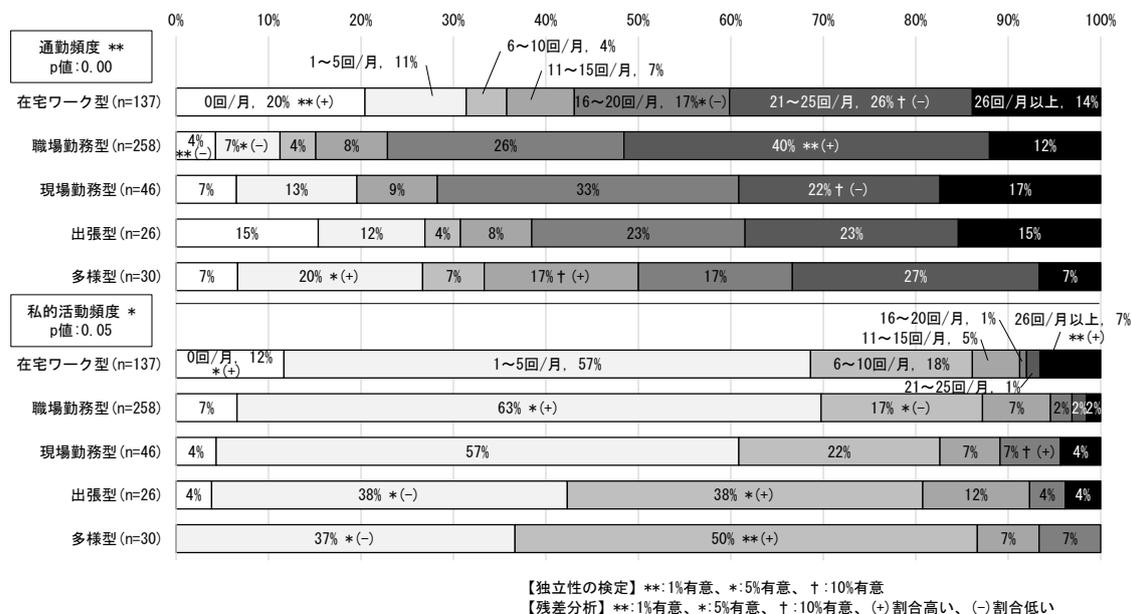


図5-3 勤務した仕事場所の分類ごとの通勤頻度及び私的活動頻度

多い。私的活動頻度は「1～5回/月」の割合が高く、「11～15回/月」が少ない。「現場勤務型」の通勤頻度は「21～25回/月」の割合が低く、私的活動頻度は「16～20回/月」の割合が高い。「出張型」は通勤頻度では有意差が見られず、「出張型」と「多様型」の私的活動頻度は「6～10回/月」の割合が高く、「1～5回/月」の割合が低い。特に「多様型」では仕事以外に全く外出しない人はいなかった。「多様型」の通勤頻度は「1～5回/月」、「11～15回/月」の割合が高く、通勤頻度が月の半分より少ない人の割合が高いのは自宅を含む様々な場所で働いていることが要因となっていると考えられる。

近年浸透しつつある仕事場所での勤務を実施している「在宅ワーク型」と「多様型」では、他の分類に比べて通勤頻度が少ない。また、私的活動頻度については、「在宅ワーク」では「0回/月」と「26回/月以上」が有意に割合が高く二極化しており、「多様型」は他の分類より私的活動頻度が多い傾向にある。

### 第4節 結語

本章では、岡山県岡山市の居住者を対象として、「働き方」と居住地の特性との関連性や生活時間の差異に関する分析を行った。本章で得られた成果を以下に整理する。

- ・自宅での勤務については回答者のうち40%が実施している。在宅ワーク中心の人は通勤しない働き方をしている人の割合が多く、休日の仕事時間が長い。また、私的活動頻度が二極化していることから、生活自体が自宅中心である人や自由な働き方をしている人が存在する。
- ・多様な仕事場所での勤務を行っている人は、必需行動の代わりに平日の仕事や休日の私的活動に時間を費やしている傾向が見られた。また、仕事時間が他の分類より長いが通勤頻度は少ないことから、通勤しない働き方を取り入れている人が存在する。今後仕事場所を自由に選択する人が増えた場合、通勤のピーク緩和や固定のオフィス空間の縮小・用途転換により都市に影響を与える可能性がある。
- ・勤務した仕事場所により生活時間や通勤頻度、私的活動頻度が異なることから、今後働き方が変化していくとともにライフスタイルも一層多様化していくことが推察される。

---

#### <参考文献>

- 1) 厚生労働省：「働き方改革」の実現に向けて、<https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000148322.html>（2022年9月最終閲覧）
- 2) 三井不動産東大ラボ：ピークレスWG 移動から考えるピークレスな街づくり、[https://mfut-lab.ducr.u-tokyo.ac.jp/theme\\_post/wg4/](https://mfut-lab.ducr.u-tokyo.ac.jp/theme_post/wg4/)（2022年11月最終閲覧）
- 3) 河井智弘，福田大輔：首都圏鉄道通勤者のサテライト型テレワーク利用意向と生活行動パターン変化に関する研究，都市計画学会論文集，Vol. 55, No. 2, pp. 174-181, 2020年

- 4) パーソル総合研究所：第七回・新型コロナウイルス対策によるテレワークへの影響に関する調査，<https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/data/telework-survey7.html>  
(2022年11月最終閲覧)

第6章 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性

第1節 概説

時代とともに核家族化や技術が進展し、長い年月をかけて人間関係が変化してきた。更に COVID-19 の流行により対面で交流する機会が減少し、新しいコミュニケーション手段が台頭した。NHK 放送文化研究所が 1973 年から 5 年ごとに実施している「日本人の意識調査<sup>1)</sup>」では、様々な人間関係の変化を捉えており、親せき、職場、近隣、友人<sup>(1)</sup>との全面的なつきあいをしている人の割合は図 6-1 に示すとおり減少している。一方で、欠かせないコミュニケーション行動として、「家族と話をする」を選択した人は、1983 年には 79.8%であり、35 年間大きな変化はなく 2018 年においても 76.8%を維持している<sup>(2)</sup>。同調査では「身近な人たちと、なごやかな毎日を送る」ことを生活目標とする人が 45 年間で 30.5%から 45.9%に増加していることが確認された。Abraham Harold Maslow は、生理的欲求と安全欲求の両方が十分に満たされると所属と愛の欲求が現れてくると提唱しており<sup>2)</sup>、豊かな生活を送るためには人とのつきあいは欠かせないものであると考えられる。

リモートワークが可能となった現代においては、自由な働き方をすることができるようになりつつあり、有職者のライフスタイルの多様化にも直接的に影響する。働く時間や場所が自由に選択でき、職場にいなくても仕事ができるようになると、ライフスタイルの変化だけでなく、オフィスの縮小や転換による都市空間の変化や、これまで対面で関わりを

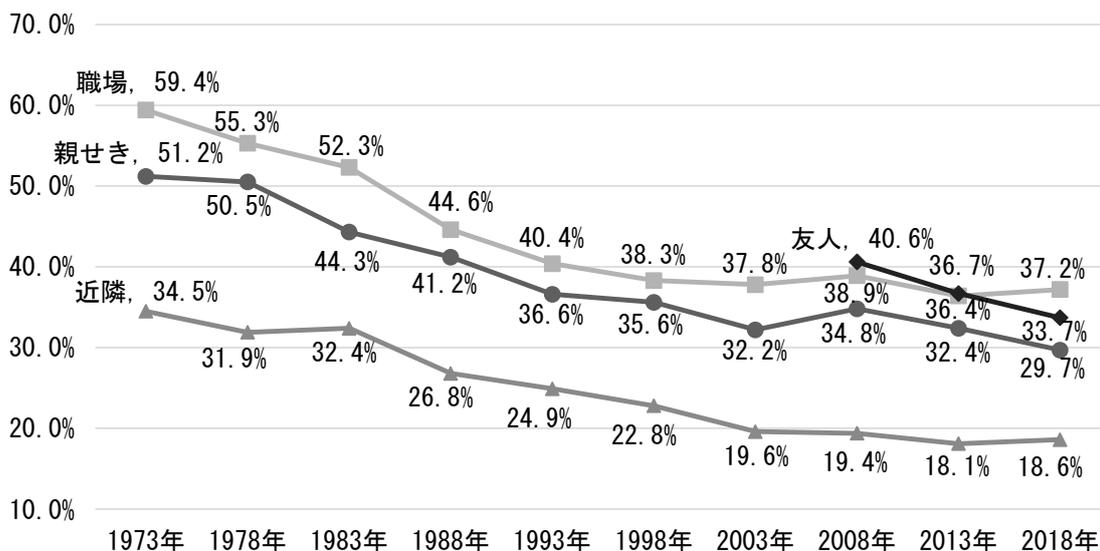


図 6-1 人間関係別の全面的つきあいをしている人の割合の推移  
(日本人の意識調査<sup>1)</sup>の結果より)

## 第6章 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性

持っていた職場の人との親密度（つきあいの度合い）が低下する可能性がある。このように、人間関係と都市構造には関連性があると推察される。また、家族、友人、職場、近所といった人間関係の種類により影響は異なり、例えば近所づきあいが希薄化することで地域コミュニティの存続が難しくなるといった問題が発生することも考えられる。

内田ら<sup>3)</sup>は、人間関係の必要性を示したうえで、つきあいへの満足ではなく「つきあいの数と質」への評価に着目し、人間関係が幸福感に与える影響を明らかにしている。大学生を対象として「大学」、「親戚・家族」、「アルバイト」それぞれでのつきあいについて調査しており、人間関係の種類による差異についても述べられている。

急激な人口減少や大都市への人口の集中により、地方においては多様なライフスタイルを受け入れる都市を構築すべきであり、そのためには生活に最低限必要な生理的欲求や安全欲求に留まらず次の段階である所属と愛の欲求を満たせる必要があると考えられる。

本章は、つきあいの種類ごとの親密度に着目し、人間関係と居住地特性との関連性を明らかにすることを目的とする。

本章では、人間関係と居住地との関連性があることを明らかにするため、第2節では人間関係の種類ごとの親密度による個人属性及び居住地特性の差異を明らかにし、第3節では転居による居住地特性の変化に伴う親密度の変化を確認する。それらの結果から人間関係の親密度と居住地の特性について考察する。

分析にあたり、インターネットによるアンケート調査を実施した。表6-1にアンケート調査の概要を示す。2022年7月8日から20日の期間において、株式会社クロス・マーケティングのモニターを対象にウェブサイト上での回答を依頼した。

質問項目については、個人属性として性別、年齢、未婚、子の有無、住まいについて（郵便番号、地元であるか否か、持家・賃貸）、職業、自動車の所有を設定した。居住地の特性による差異を把握するため、最寄り駅・バス停までの所要時間（徒歩）を尋ねた。回答から得た郵便番号を用いて、居住地特性に関する項目として郵便番号単位で「中心部からの距離」、「可住地人口密度」の指標を作成しており、「中心部からの距離」は郵便番号の中心地点から岡山駅までの直線距離を算出した。また、10年以内に転居経験があるサンプルに対して、転居前の個人属性及び最寄り駅・バス停までの所要時間（徒歩）、転居理由を尋ねた。本章における居住地特性の指標は「最寄り駅までの所要時間（徒歩）」、

表 6-1 アンケート調査の概要

調査名	岡山市在住者へのアンケート調査
実施方法	インターネットアンケート調査
調査機関	株式会社クロス・マーケティング
回収期間	2022年7月8日～20日
対象地域	岡山県岡山市 (n=700)
主な調査項目	個人属性、生活時間、外出頻度、各人間関係の親密度等

## 第6章 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性

「最寄りバス停までの所要時間（徒歩）」、「中心部からの距離」、「可住地人口密度」とした。更に、ライフスタイルを把握するための項目として、外出頻度（通勤、買い物、私的活動）を尋ねた。選択肢ごとのサンプル数及び割合を表6-2に示す。質問への回答は年齢及び郵便番号は記述により、それ以外は全て選択式とし、転居理由については該当するものを全て選択させた。

表6-2 質問項目の選択肢ごとのサンプル数と割合

選択肢	n	割合	選択肢	n	割合
<b>個人属性</b>			<b>居住地特性</b>		
<b>性別</b>			<b>最寄り駅まで徒歩10分未満</b>		
男性	359	51%	10分未満	151	22%
女性	341	49%	10分以上	549	78%
<b>年代</b>			<b>最寄りバス停まで徒歩5分未満</b>		
20代	73	10%	5分未満	288	41%
30代	140	20%	5分以上	412	59%
40代	170	24%	<b>外出頻度</b>		
50代	143	21%	<b>通勤頻度（回/月）※有職者のみ</b>		
60代以上	174	25%	0回/月	48	10%
<b>未既婚</b>			1～5回/月	48	10%
未婚	276	39%	6～10回/月	19	4%
既婚	424	61%	11～15回/月	41	8%
<b>子の有無</b>			16～20回/月	115	23%
子有り	348	50%	21～25回/月	162	32%
子無し	352	50%	26回/月以上	64	13%
<b>地元か否か</b>			<b>買い物頻度（回/月）</b>		
地元である	352	50%	0回/月	24	3%
地元でない	348	50%	1～5回/月	227	32%
<b>持家・賃貸</b>			6～10回/月	223	32%
持家	400	57%	11～15回/月	95	14%
賃貸	300	43%	16～20回/月	52	7%
<b>職業</b>			21～25回/月	33	5%
有職者	497	71%	26回/月以上	46	7%
無職・学生	203	29%	<b>私的活動頻度（回/月）</b>		
<b>車有無</b>			0回/月	71	10%
車有り	541	77%	1～5回/月	383	55%
車無し	159	23%	6～10回/月	136	19%
			11～15回/月	54	8%
			16～20回/月	21	3%
			21～25回/月	10	1%
			26回/月以上	25	4%

第2節 人間関係別の親密度による差異

第1項 人間関係別の親密度

「家族」、「親戚」、「友人」、「職場・学校」、「近所」それぞれの親密度について、表6-3に示す4段階で回答させた。関係ごとの親密度を集計したものを図6-2に示す。「家族」と全面的なつきあいをしている割合は半数を超え、「親戚」は形式的なつきあいが半数を超え、「友人」は部分的なつきあいの割合が高く、「職場・学校」と「近所」は対象なしの割合が高い。

第2項 人間関係別の親密度ごとの個人属性の差異

人間関係は個人の状況やライフステージによる影響を受けると考えられ、居住地特性との関連性を明らかにするにあたり、人間関係の種類及び親密度ごとの個人属性の差異を確認しておく必要がある。そのため、各人間関係（家族、親戚、友人、職場・学校、近所）の親密度（全面的、部分的、形式的、対象なし）と個人属性（性別、年代、未既婚、子の有無、地元か否か、持家・賃貸、職業、車有無）のクロス集計及び検定を行った。独立性

表6-3 つきあいの程度と親密度得点

親密度	つきあいの程度	得点
全面的	何かにつけ相談したり、助け合う程度	3
部分的	気軽に話したり、会ったりする程度	2
形式的	必要最低限のつきあい、時々連絡を取る程度	1
対象なし	対象となる人がいない	0

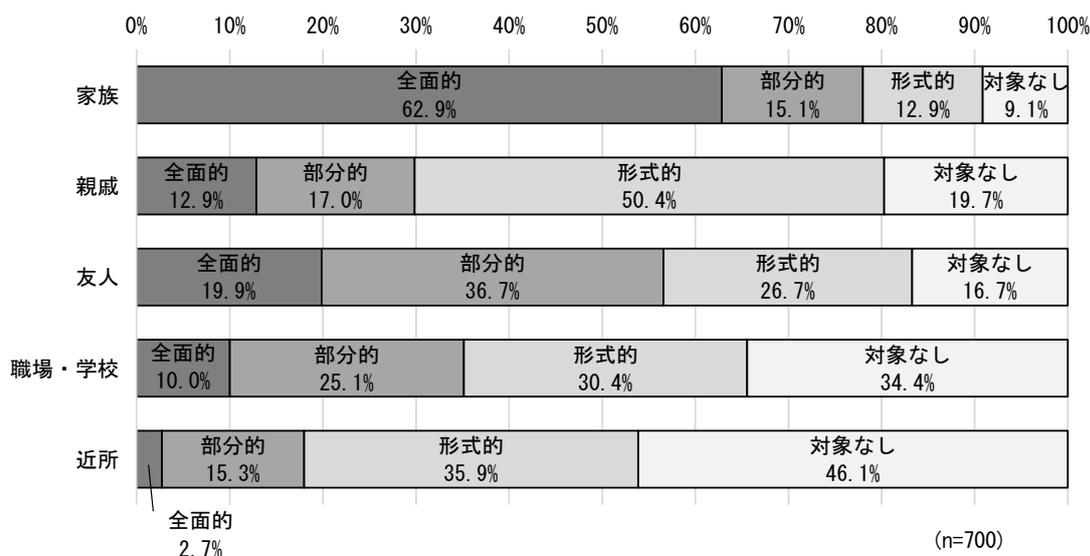


図6-2 人間関係別の親密度ごとの割合

## 第6章 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性

の検定において有意差が見られた項目について残差分析を行った。分析の結果を表6-4及び次に示す。」

表6-4 人間関係別の親密度ごとの特性

人間関係	項目	p値	全面的		部分的		形式的		対象なし	
			割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い
家族	性別	0.013 *	女性	男性					男性	女性
	年代	0.063 †	60代以上				60代以上	20代	30代	
	未既婚	0.000 **	既婚	未婚			未婚	既婚	未婚	既婚
	子の有無	0.000 **	子あり	子なし			子なし	子あり	子なし	子あり
	地元か否か	0.011 *					地元でない	地元である		
	持家・賃貸	0.000 **	持家	賃貸	賃貸	持家	賃貸	持家	賃貸	持家
	職業	0.378								
	車有無	0.000 **	車あり	車なし			車なし	車あり	車なし	車あり
親戚	性別	0.635								
	年代	0.004 **	30代 60代以上	40代			20代	20代 50代	30代 60代以上	
	未既婚	0.000 **	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	未婚	既婚
	子の有無	0.000 **	子あり	子なし					子なし	子あり
	地元か否か	0.048 *			地元である	地元でない	地元でない	地元である		
	持家・賃貸	0.015 *			持家	賃貸			賃貸	持家
	職業	0.884								
	車有無	0.000 **	車あり	車なし			車あり	車なし	車なし	車あり
友人	性別	0.000 **	女性	男性			男性	女性	男性	女性
	年代	0.000 **	20代 30代		60代以上	40代	40代 30代	20代 30代	50代	30代
	未既婚	0.000 **					既婚	未婚	未婚	既婚
	子の有無	0.242								
	地元か否か	0.104								
	持家・賃貸	0.714								
	職業	0.002 **							無職・学生	有職者
	車有無	0.005 **					車あり	車なし	車なし	車あり
職場・学校	性別	0.037 *			男性	女性			女性	男性
	年代	0.000 **	20代	60代以上		60代以上	30代 40代	60代以上	60代以上	30代 40代
	未既婚	0.133								
	子の有無	0.641								
	地元か否か	0.150								
	持家・賃貸	0.605								
	職業	0.000 **	有職者	無職・学生	有職者	無職・学生	有職者	無職・学生	無職・学生	有職者
	車有無	0.000 **					車あり	車なし	車なし	車あり
近所	性別	0.351								
	年代	0.000 **	30代	40代	60代以上	30代		20代	20代	60代以上
	未既婚	0.000 **	既婚	未婚	既婚	未婚	既婚	未婚	未婚	既婚
	子の有無	0.000 **	子あり	子なし	子あり	子なし	子あり	子なし	子なし	子あり
	地元か否か	0.347								
	持家・賃貸	0.000 **			持家	賃貸	持家	賃貸	賃貸	持家
	職業	0.003 **			有職者	無職・学生			無職・学生	有職者
	車有無	0.002 **					車あり	車なし	車なし	車あり

独立性の検定  
 \*\*: 1%有意  
 \*: 5%有意  
 †: 10%有意

残差分析  
 : 1%有意  
 : 5%有意  
 : 10%有意

- ・「家族」においては、親密度が高い人は女性の割合が高く、親密度が低い人は男性の割合が高い。年代については、「全面的」つきあいをする人は60代以上の割合が高く、「対象なし」の人は20代の割合が高い。20代は進学や就職によって一人暮らしをしている人が多いためであると考えられる。未既婚については、既婚である方が親密度が高い傾向が見られた。子の有無については、子ありの方が親密度が高い傾向が見られた。地元に住んでいるか否かについては、「形式的」つきあいをする人は地元に住していない割合が高い。持家か賃貸であるかについては、持家の方が親密度が高い傾向が見られた。車の有無については、「全面的」つきあいをする人は車を持っている割合が高く、「形式的」つきあいや「対象なし」の人は車を持っていない割合が高い。また、職業の有無による有意差はなかった。
- ・「親戚」においては、性別による有意差はなかった。年代については、「全面的」つきあいをする人は30代、60代以上の割合が高い。30代はライフステージの変化により家族構成も変化し、親戚とのつきあいが増えるためであると推察される。また、「対象なし」の人は20代、50代の割合が高い。未既婚については、既婚である方が親密度が高い傾向が見られた。子の有無については、子ありの方が親密度が高い傾向が見られた。地元に住んでいるか否かについては、「部分的」つきあいをする人は地元に住している割合が高く、「形式的」つきあいをする人は地元に住していない割合が高い。持家か賃貸であるかについては、持家の方が親密度が高い傾向が見られた。車の有無については、「全面的」つきあいや「形式的」つきあいをする人は車を持っている割合が高く、「対象なし」の人は車を持っていない割合が高い。また、職業の有無による有意差はなかった。
- ・「友人」においては、親密度が高い人は女性の割合が高く、親密度が低い人は男性の割合が高い。年代については、「全面的」つきあいをする人は20代、30代の割合が高く、若年層は友人との親密度が高いことが確認できた。また、「対象なし」の人は50代の割合が高い。未既婚については、既婚である方が親密度が高い傾向が見られた。職業の有無については、「対象なし」の人は無職や学生の割合が高い。車の有無については、「形式的」つきあいをする人は車を持っている割合が高く、「対象なし」の人は車を持っていない割合が高い。また、子の有無、地元に住んでいるか否か、持家か賃貸かによる有意差はなかった。
- ・「職場・学校」においては、「部分的」つきあいをする人は男性の割合が高く、「対象なし」の人は女性の割合が高い。専業主婦等の働いていない人が「対象なし」と回答しているためであると考えられる。年代については、「全面的」つきあいをする人は20代の割合が高く、「対象なし」の人は60代以上の割合が高い。60代以上の人は退職している人が多いためこのような傾向が見られると推察される。職業の有無については、「対象なし」の人は無職や学生の割合が高く、「全面的」つきあい、「部分的」つきあい、「形式的」つきあいの全てにおいて有職者の割合が高い。車の有無については、「形式的」

つきあいをする人は車を持っている割合が高く、「対象なし」の人は車を持っていない割合が高い。また、未既婚、子の有無、地元に住居しているか否か、持家か賃貸かによる有意差はなかった。

- ・「近所」においては、性別による有意差はなかった。年代については、「全面的」つきあいをする人は30代の割合が高く、「対象なし」の人は20代の割合が高い。未既婚については、既婚である方が親密度が高い傾向が見られた。子の有無については、子ありの方が親密度が高い傾向が見られた。持家か賃貸であるかについては、持家の方が親密度が高い傾向が見られた。職業の有無については、「対象なし」の人は無職や学生の割合が高く、「部分的」つきあいをする人は有職者の割合が高い。車の有無については、「形式的」つきあいをする人は車を持っている割合が高く、「対象なし」の人は車を持っていない割合が高い。また、地元に住居しているか否かによる有意差はなかった。

### 第3項 人間関係別の親密度ごとの居住地特性等の差異

人間関係と居住地等との関連を明らかにするため、表6-3に示す親密度得点を目的変数とし、居住地特性や外出頻度に差異がみられるかを重回帰分析により確認した。用いた重回帰式は式(1)のとおりであり、 $b_1, b_2, \dots, b_p$ は偏回帰係数、 $b_0$ は定数項、 $x_1, x_2, \dots, x_p$ は説明変数、 $y$ は目的変数を表す。

$$y = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_px_p \quad (1)$$

居住地特性については、「最寄り駅まで徒歩10分未満」、「最寄りバス停まで徒歩5分未満」、「中心部までの距離」を説明変数とし、「中心部までの距離」と多重共線性がある

「可住地人口密度」については説明変数から除いた。外出頻度については、1か月あたりの外出回数を目的別（通勤、買い物、私的活動）に7段階（0, 1~5, 6~10, 11~15, 16~20, 21~25, 26回/月）で回答させており、本分析においてはそれぞれの中央値を用いている。また、本節第2項により個人属性（性別、年齢、子の有無、地元か否か、持家か否か、職業、車有無）についても差異がみられる可能性があるため、説明変数として設定し変数間の影響を考慮した。「子の有無」と多重共線性がある「未既婚」については説明変数から除いた。説明変数及び分析の結果を表6-5に示す。回帰式の有意性については全ての関係について1%有意であったが、決定係数は高くない関係も見られた。「親戚」、「友人」は決定係数が低く、個人属性、居住地特性、外出頻度以外にも影響する要因が存在する可能性がある。「職場・学校」は決定係数が他の関係より高く、職業の有無、中心部までの距離、通勤頻度といった仕事に関する項目が親密度に影響すると考えられる。

「家族」については、女性、子供がいる人、持家、無職・学生、車を所有している人は親密度が有意に高い。また、中心部までの距離が遠いほど親密度が高く、通勤頻度が高いほど親密度が高い。「親戚」については、子供がいる人、車を所有している人は親密度が有意に高く、買い物頻度が低いほど、私的活動頻度が高いほど親密度が高い。「友人」に

## 第6章 人間関係別の親密度と居住地特性との関連性

については、女性、持家、車を所有している人は親密度が高く、通勤頻度が高いほど親密度が高い。「職場・学校」については、若年層、子供がいる人、有職者は親密度が高い。また、中心部までの距離が近いほど親密度が高く、通勤頻度が高いほど親密度が高い。「近所」については、高齢層、子供がいる人、持家であると親密度が高く、中心部までの距離が遠いほど親密度が高い。

「家族」、「近所」は持家である方が親密度が高く、中心部までの距離が長いほど親密度が高い。持家や郊外に居住している方が長期間同じ場所に住み、人間関係が構築されやすいと考えられる。しかし、地元に住んでいるかどうかは全ての関係で影響が小さい。

表 6-5 人間関係別の親密度得点に関する重回帰分析

		家族 (n=700)			親戚 (n=700)			友人 (n=700)		
		偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値
個人属性	性別 (男性: 0, 女性: 1)	<b>0.329</b>	<b>0.163</b>	<b>0.000 **</b>	0.117	0.064	0.105	<b>0.365</b>	<b>0.185</b>	<b>0.000 **</b>
	年齢 (歳)	0.000	0.004	0.922	0.000	0.002	0.967	-0.002	-0.026	0.533
	子の有無 (なし: 0, あり: 1)	<b>0.413</b>	<b>0.204</b>	<b>0.000 **</b>	<b>0.322</b>	<b>0.177</b>	<b>0.000 **</b>	0.000	0.000	0.995
	地元か否か (否: 0, 地元: 1)	0.041	0.020	0.581	-0.018	-0.010	0.801	-0.010	-0.005	0.893
	持家が賃貸か (賃貸: 0, 持家: 1)	<b>0.289</b>	<b>0.141</b>	<b>0.000 **</b>	0.086	0.047	0.261	<b>0.147</b>	<b>0.074</b>	<b>0.076 †</b>
	職業 (無職・学生: 0, 有職者: 1)	<b>-0.201</b>	<b>-0.090</b>	<b>0.062 †</b>	-0.109	-0.054	0.286	0.092	0.042	0.405
	車有無 (無: 0, 有: 1)	<b>0.313</b>	<b>0.130</b>	<b>0.001 **</b>	<b>0.167</b>	<b>0.077</b>	<b>0.054 †</b>	<b>0.170</b>	<b>0.072</b>	<b>0.070 †</b>
居住地特性	最寄り駅停まで徒歩10分未満 (10分以上: 0, 10分未満: 1)	-0.069	-0.028	0.431	0.105	0.047	0.204	0.113	0.047	0.208
	最寄りバス停まで徒歩5分未満 (5分以上: 0, 5分未満: 1)	0.106	0.052	0.147	0.105	0.057	0.133	0.085	0.043	0.257
	中心部までの距離 (km)	<b>0.022</b>	<b>0.079</b>	<b>0.035 *</b>	0.016	0.061	0.120	-0.010	-0.037	0.351
外出頻度	通勤頻度 (回/月, 7段階)	<b>0.019</b>	<b>0.199</b>	<b>0.000 **</b>	0.006	0.073	0.156	<b>0.009</b>	<b>0.094</b>	<b>0.069 †</b>
	買い物頻度 (回/月, 7段階)	-0.002	-0.012	0.766	<b>-0.011</b>	<b>-0.088</b>	<b>0.040 *</b>	0.008	0.058	0.180
	私的活動頻度 (回/月, 7段階)	0.007	0.044	0.267	<b>0.016</b>	<b>0.107</b>	<b>0.011 *</b>	0.007	0.046	0.277
定数項	1.248		0.000 **	0.701		0.000 **	0.999		0.000 **	
決定係数 修正R2乗		0.150			0.055			0.055		
回帰式の有意性 p値		0.000			0.000			0.000		

		職場・学校 (n=700)			近所 (n=700)		
		偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値	偏回帰係数	標準偏回帰係数	p値
個人属性	性別 (男性: 0, 女性: 1)	-0.062	-0.031	0.373	0.044	0.027	0.474
	年齢 (歳)	<b>-0.011</b>	<b>-0.163</b>	<b>0.000 **</b>	<b>0.008</b>	<b>0.132</b>	<b>0.001 **</b>
	子の有無 (なし: 0, あり: 1)	<b>0.193</b>	<b>0.097</b>	<b>0.008 **</b>	<b>0.314</b>	<b>0.193</b>	<b>0.000 **</b>
	地元か否か (否: 0, 地元: 1)	-0.054	-0.027	0.430	0.035	0.021	0.565
	持家が賃貸か (賃貸: 0, 持家: 1)	0.080	0.040	0.282	<b>0.252</b>	<b>0.154</b>	<b>0.000 **</b>
	職業 (無職・学生: 0, 有職者: 1)	<b>0.519</b>	<b>0.238</b>	<b>0.000 **</b>	0.036	0.020	0.681
	車有無 (無: 0, 有: 1)	0.064	0.027	0.450	0.046	0.024	0.538
居住地特性	最寄り駅停まで徒歩10分未満 (10分以上: 0, 10分未満: 1)	0.032	0.013	0.693	-0.112	-0.057	0.113
	最寄りバス停まで徒歩5分未満 (5分以上: 0, 5分未満: 1)	0.067	0.033	0.324	-0.021	-0.012	0.729
	中心部までの距離 (km)	<b>-0.022</b>	<b>-0.080</b>	<b>0.023 *</b>	<b>0.016</b>	<b>0.072</b>	<b>0.056 †</b>
外出頻度	通勤頻度 (回/月, 7段階)	<b>0.021</b>	<b>0.228</b>	<b>0.000 **</b>	-0.006	-0.079	0.109
	買い物頻度 (回/月, 7段階)	0.008	0.059	0.124	0.001	0.005	0.910
	私的活動頻度 (回/月, 7段階)	0.002	0.011	0.770	0.003	0.024	0.547
定数項	0.882		0.000 **	-0.015		0.924	
決定係数 修正R2乗		0.247			0.137		
回帰式の有意性 p値		0.000			0.000		

第3節 転居による居住地特性の変化の類型化と親密度の変化

第1項 転居による居住地特性の変化の類型化

アンケート調査のサンプルのうち、10年以内に岡山市内で転居を行ったサンプル(n=265)を抽出し、転居により人間関係の親密度が変化するかどうかを明らかにするため、転居のパターンをクラスター分析により類型化して親密度の変化との関連性を分析により確認した。クラスター分析に用いる主成分得点の算出を行うため、「可住地人口密度の変化(人/km<sup>2</sup>)」、「中心部までの距離の変化(km)」、「最寄り駅まで徒歩10分か否かについての変化(減少:-1, 変化なし:0, 増加:1)」、「最寄りバス停まで徒歩5分か否か(減少:-1, 変化なし:0, 増加:1)」の4項目を用いて主成分分析を行い、固定値が1を超えた主成分の主成分得点を算出した。主成分ごとの主成分負荷量を図6-3に示す。第一主成分を「中心性」、第二主成分を「交通利便性」とし、これらの主成分得点を用いてward法によりクラスター分析を行った。分析の結果、クラスター1は中心性主成分が最も大きく、転居により中心部へ移動している傾向が見られるため「中心指向型」とした。クラスター2は中心性主成分及び交通利便性主成分のどちらも値が0に近く、転居により中心性や交通利便性にあまり変化が見られない傾向があることから「不変型」とした。クラスター3は中心性が最も小さく負の値であることから、転居により郊外へ移動している傾向が見られるため「郊外指向型」の3つに分類した。クラスターごとの主成分の平均値を表6-6に示す。最も多いのは「不変型」であり66%を占めている。

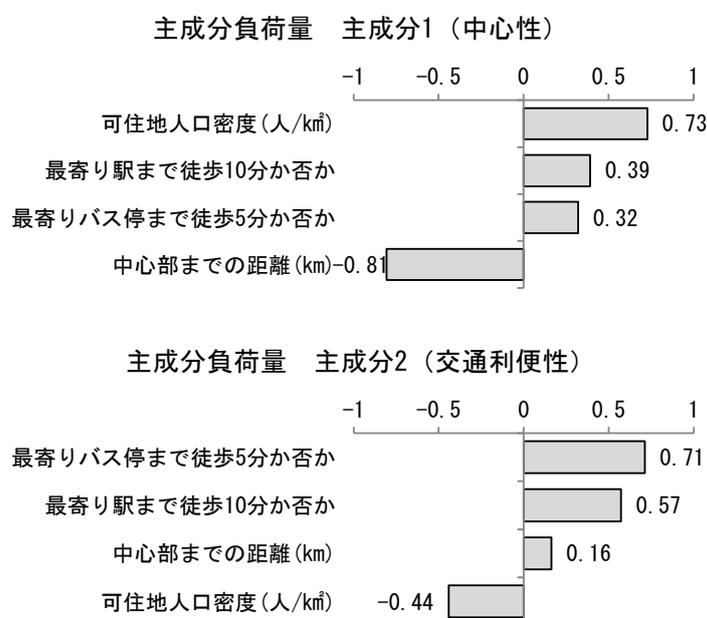


図 6-3 主成分ごとの主成分負荷量

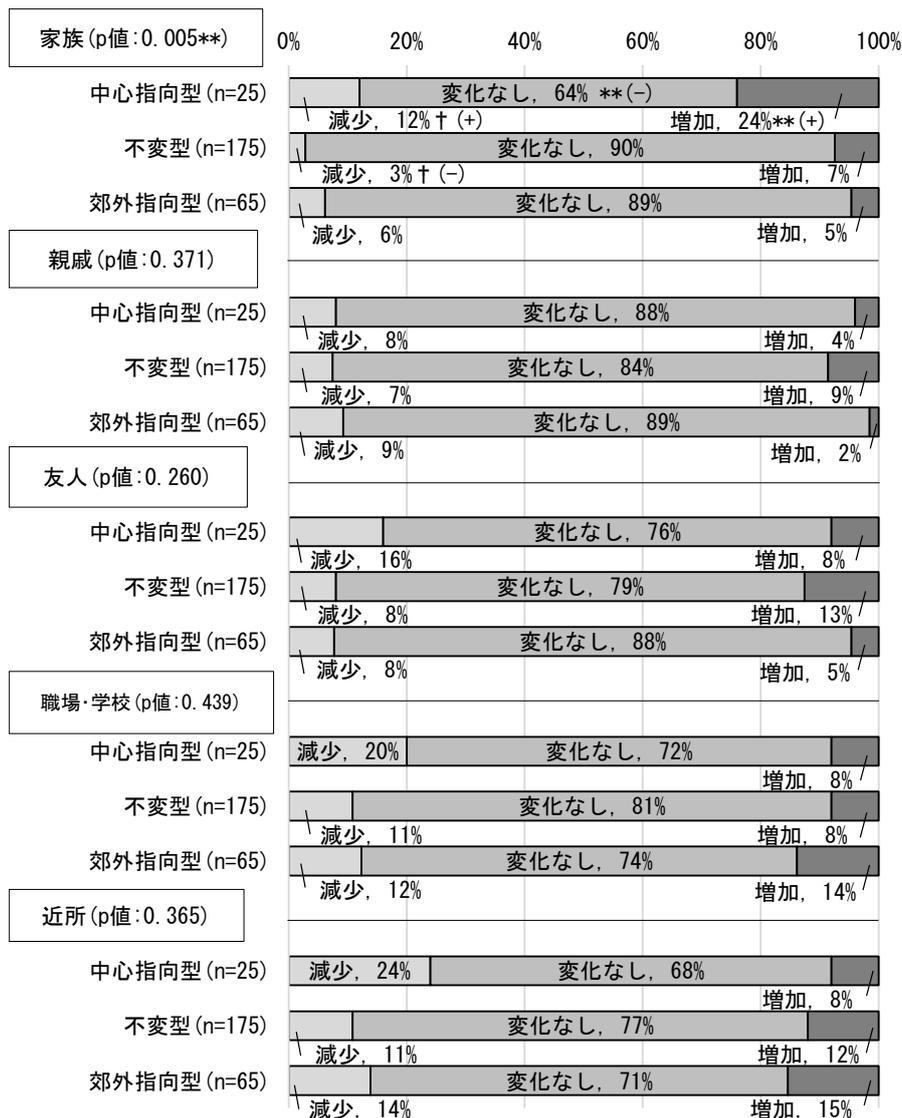
表 6-6 転居の分類ごとの主成分得点の平均値

クラスター	n	中心性 主成分	交通利便性 主成分	タイプ
1	25 (9%)	2.07	-1.03	中心指向型
2	175 (66%)	0.22	0.21	不変型
3	65 (25%)	-1.38	-0.17	郊外指向型
合計平均	265 (100%)			

## 第2項 転居による親密度の変化

各人間関係について、転居による居住地の変化のパターンの違いにより親密度に変化があるかを明らかにするため、親密度得点をもとに親密度の変化（減少，変化なし，増加）と転居の分類（中心指向型，不変型，郊外指向型）のクロス集計及び独立性の検定を行った。また、独立性の検定において「家族」のみで有意差が見られたため残差分析を行った。その結果を図 6-4 に示す。「中心指向型」では親密度が増加（1%有意），減少（10%有意）した割合が高く、「変化なし」の割合が低い（1%有意）。「不変型」では親密度が減少した割合が低い（1%有意）。「郊外指向型」は有意差が見られなかった。「家族」以外の関係で有意差が見られず，どの関係においても「変化なし」の割合が高いことから，居住地の特性の変化や転居そのものによって親密度が即時に変化するものではないことが確認できた。

更に，転居の分類ごとにどのような転居理由を選択しているかをクロス集計した。理由の選択肢及び集計結果を表 6-7 に示す。転居理由については該当するもの全てを選択させた。独立性の検定において有意差が見られた項目について残差分析を行った。転居の分類により有意差が見られた転居理由は「仕事の変化（就職，転職，転勤，退職等）」，「同居・別居」，「結婚・離婚」，「自立」の4つであった。「仕事の変化」について，「中心指向型」では選択した割合が高い（5%有意）。「同居・別居」について，「不変型」では選択した割合が低く（10%有意），「郊外指向型」では高い（5%有意）。「結婚・離婚」について，「郊外指向型」では選択した割合が低い（5%有意）。「自立」について，「中心指向型」では選択した割合が高く（1%有意），「不変型」では選択した割合が低い（5%有意）。表 6-6 に示すとおり「中心指向型」と「郊外指向型」は転居によって居住地特性が変化するタイプであるが，表 6-7 に示すとおり「中心指向型」では自立した割合が高く，「郊外指向型」では同居や別居を始めた割合が高いことから，転居に伴い家族構成の変化することによって親密度が変化しており，居住地特性の変化がもたらした結果ではないことが推察される。



【独立性の検定】 \*\* : 1%有意

【残差分析】 \*\* : 1%有意, \* : 5%有意, † : 10%有意, (+) : 割合高い, (-) : 割合低い

図 6-4 転居タイプごとの人間関係別親密度の変化

表 6-7 転居の分類ごとの転居理由の選択割合

理由	p値	中心指向型 (n=25)		不変型 (n=175)		郊外指向型 (n=65)	
		該当する	該当しない	該当する	該当しない	該当する	該当しない
居住性の向上	0.732	20%	80%	27%	73%	26%	74%
家の購入	0.119	16%	84%	27%	73%	37%	63%
経済的理由	0.550	8%	92%	3%	97%	5%	95%
仕事の変化	0.081 †	16% *(+)	84% *(-)	6%	94%	3%	97%
同居・別居	0.051 †	4%	96%	4% † (-)	96% † (+)	12% *(+)	88% *(-)
結婚・離婚	0.070 †	20%	80%	14%	86%	5% *(-)	95% *(+)
妊娠・出産	0.569	8%	92%	4%	96%	3%	97%
自立	0.008 **	12% **(+)	88% **(-)	1% *(-)	99% *(+)	5%	95%

【独立性の検定】 \*\* : 1%有意, \* : 5%有意, † : 10%有意

【残差分析】 \*\* : 1%有意, \* : 5%有意, † : 10%有意, (+) : 割合高い, (-) : 割合低い

### 第4節 結語

本章では、岡山県岡山市の居住者を対象として、人間関係の親密度と個人属性、居住地の特性との関連性について分析を行った。本章で得られた成果を以下に整理する。

- ・人間関係の親密度ごとの個人属性について、第2節第2項クロス集計・検定（表6-4）及び第2節第3項の重回帰分析（表6-5）の結果から分かるとおり、性別や年代による差異も見られたが、未既婚や子の有無、持家・賃貸の別や職業の有無等のライフステージにより異なり、結婚して子供を持ち、持家で有職者であると親密度が高い傾向にある。
- ・第2節第3項の重回帰分析（表6-5）の結果から分かるとおり、人間関係の親密度は、個人属性や外出頻度によっても異なるが、居住地の特性による差も見られ、職場・学校でのつきあいは中心部までの距離が短いほど親密度が高く、家族や近所のつきあいは中心部までの距離が長いほど親密度が高い。
- ・第3節第2項前段のクロス集計・検定（図6-4）より、転居により居住地の特性が変化する「中心指向型」では、家族の親密度が変化する傾向にあり、その他の関係については転居のパターンによる有意差が見られなかった。ただし、第3節第2項後段のクロス集計・検定（表6-6）より、転居理由による分析から、居住地の特性が変化することが家族との親密度を即時に変化させる要因ではない可能性がある。

---

#### <補注>

- (1) 友人に関する設問は2008年から追加された。
- (2) 複数回答可であり、あてはまるもの全てを選択している。欠かせないコミュニケーション行動については、1983年から設問が追加された。

#### <参考文献>

- 1) NHK 放送文化研究所：第10回「日本人の意識」調査（2018）単純集計結果，[https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614\\_1.html](https://www.nhk.or.jp/bunken/research/yoron/20190614_1.html)（2023年12月最終閲覧）
- 2) Abraham Harold Maslow: Motivation and Personality, 小口忠彦訳, 人間性の心理学, 産業能率大学出版部刊, 1987年
- 3) 内田由紀子・遠藤由美・柴内康文：人間関係のスタイルと幸福感：つきあいの数と質からの検討, 実験社会心理学研究, 第52巻, 第1号, pp. 63-75, 2012年

## 第7章 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性

### 第1節 概説

第3章から第6章では、調査により把握した暮らし方・働き方の実態と居住地特性との関連性についての分析を主として行っており、主観的な意向や満足度を指標とした分析を行っていない。本章では、これまで取り上げた地方都市での暮らし方・働き方と居住地、主観的指標を用いて分析を行う。具体的には「ネットショッピング」、「仕事場所」、「人間関係の親密度」について、各章での分類等をもとに集計及び検定を行う。

### 第2節 暮らし方・働き方の分類ごとの主観的評価

#### 第1項 ネットショッピングの支出金額割合による分類と主観的評価

第3章において、「食料品」、「日用品」、「衣服・履物」、「家具・家電」、「文具・書籍」の5品目について、ネットショッピングの支出金額割合からサンプルを類型化した。その結果を示す図3-9を再掲する。居住地周辺の実店舗の充実感によって、ネットショッピングの利用に差があるかを確認するため、分類とスーパーの充実感とのクロス集計を行った。居住地の2km圏内でのスーパーの充実感について、「充実している」、「どちらかという充実している」、「どちらかという充実していない」、「充実していない」の4段階で回答していただいた。「充実している」と「どちらかという充実している」を「充実している」にまとめ、「どちらかという充実していない」と「充実していない」を「充実していない」にまとめ、支出金額割合による分類とのクロス集計を行った。その結果は図7-1に示すとおりであり、有意差が見られなかった。

表3-9 クラスターごとの品目別の支出金額割合（5%刻み）の平均値（再掲）

分類	n	食料品	日用品	衣服・履物	家具・家電	文具・書籍	タイプ
クラスター1	310(46%)	5.82	8.90	7.35	7.76	8.56	実店舗型
クラスター2	81(12%)	5.25	18.64	65.06	24.14	6.79	衣類ネット型
クラスター3	68(10%)	6.47	10.81	42.94	23.75	83.38	書籍ネット型
クラスター4	118(17%)	26.78	57.08	64.70	66.78	67.42	ネット型
クラスター5	101(15%)	5.15	15.64	14.60	64.50	35.94	家電ネット型
合計	678(100%)	9.37	19.65	28.88	30.04	30.18	

## 第7章 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性

続いて、充実感に差がなくとも居住地への評価には差があるかどうかを確認するため、住み続けたいかどうかの意向とのクロス集計を行った。居住地の2km圏内に住み続けたいか否かについて、「住み続けたい」、「どちらかというに住み続けたい」、「どちらかというに住み続けたくない」、「住み続けたくない」の4段階で回答していただいた。「住み続けたい」と「どちらかというに住み続けたい」を「住み続けたい」にまとめ、「どちらかというに住み続けたくない」と「住み続けたくない」を「住み続けたくない」にまとめ、支出金額割合による分類とのクロス集計を行った。その結果は図7-2に示すとおりであり、有意差が見られた。スーパーの充実感に有意な差がなくても、「書籍ネット型」は住み続けたいと回答した割合が高く、「ネット型」は住み続けたくないと回答した割合が高いといった差異があることが確認できた。実店舗の充実感が同程度であっても、ネットショッピングの利用の程度によって居住地周辺の評価が異なる可能性がある。

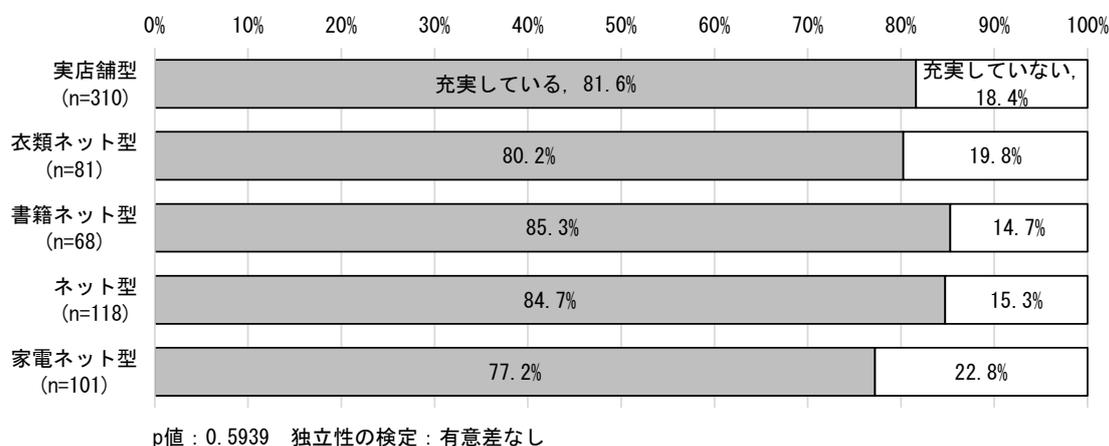


図7-1 ネットショッピングの支出金額割合による分類と居住地周辺のスーパーの充実度

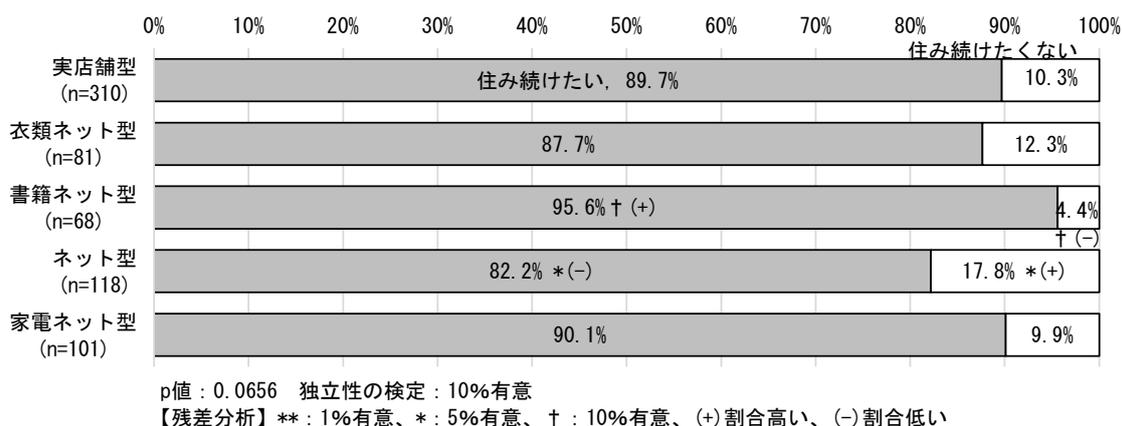


図7-2 ネットショッピングの支出金額割合による分類と住み続け意向

第2項 仕事場所ごとの勤務実態及び居住地特性による分類と主観的評価

第5章においては、表5-7に再掲するとおり、「職場」、「出張先」、「現場」、「自宅」、「飲食店」、「コワーキングスペース」、「レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス」の各仕事場所での勤務実態によりサンプルを類型化した。どのような場所で仕事をしているかによって仕事場所や仕事そのもの、生活自体の満足度に差異があるかを確認するため、仕事場所の分類と「仕事場所満足度」、「仕事全体満足度」、「生活満足度」とのクロス集計を行った。「仕事場所満足度」、「仕事全体満足度」、「生活満足度」については、「満足している」、「どちらかといえば満足している」、「どちらともいえない」、「どちらかといえば不満である」、「不満である」の5段階で回答していただいた。分析に際しては、「満足している」と「どちらかといえば満足している」をまとめて「満足」とし、「どちらかといえば不満である」と「不満である」をまとめて「不満」とした3段階で行った。クロス集計の結果を図7-3に示す。「仕事場所満足度」、「仕事全体満足度」、「生活満足度」の3種類全ての満足度について、有意差が見られなかった。

更に第5章では、居住地の特性について「中心部からの距離」、「人口密度」、「店舗密度」、「最寄駅まで徒歩10分か否か」、「最寄バス停まで徒歩5分か否か」という指標を用いて主成分得点を求め、その結果からクラスター分析を行っている。その類型化の結果表5-2を再掲する。居住地により「仕事場所満足度」、「仕事全体満足度」、「生活満足度」に差が見られるかを確認するため、居住地による分類と3種類の満足度それぞれとのクロス集計及び検定を行い、有意差が見られたため残差分析を行った。その結果を図7-4に示す。3種類の満足度全てにおいて「近傍・高利便型」で満足度が有意に高く、「郊外型」で満足度が有意に低い結果であった。生活満足度だけでなく仕事場所や仕事全体においても、仕事場所の分類ではなく居住地の分類による差異が確認された。本調査においては仕事場所の種類を把握したのみであり、仕事場所の具体的な位置を把握していない。職場のみに勤務する「職場勤務型」の割合が半数程度を占めており、中心部の方が職場へのアクセスが良好である場合が多く通勤時間が短い分、自由な時間が増えたり生活時間にゆとりができ満足度が高いことが推察される。

表5-7 クラスターごとの全項目の平均値（勤務した:1, していない:0）（再掲）

クラスター	n	従来からある仕事場所			近年浸透しつつある仕事場所				タイプ
		職場	出張先	現場	自宅	飲食店	コワーキングスペース	レンタルオフィス・サテライトオフィス・シェアオフィス	
1	137 (28%)	0.78	0.00	0.00	1.00	0.00	0.01	0.00	在宅ワーク型
2	258 (52%)	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	職場勤務型
3	46 (9%)	0.74	0.13	0.93	0.46	0.11	0.00	0.00	現場勤務型
4	26 (5%)	0.81	0.96	0.00	0.42	0.15	0.00	0.00	出張型
5	30 (6%)	0.97	0.17	0.17	1.00	1.00	0.17	0.13	多様型
合計平均	497 (100%)	0.86	0.25	0.22	0.58	0.25	0.03	0.03	

## 第7章 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性

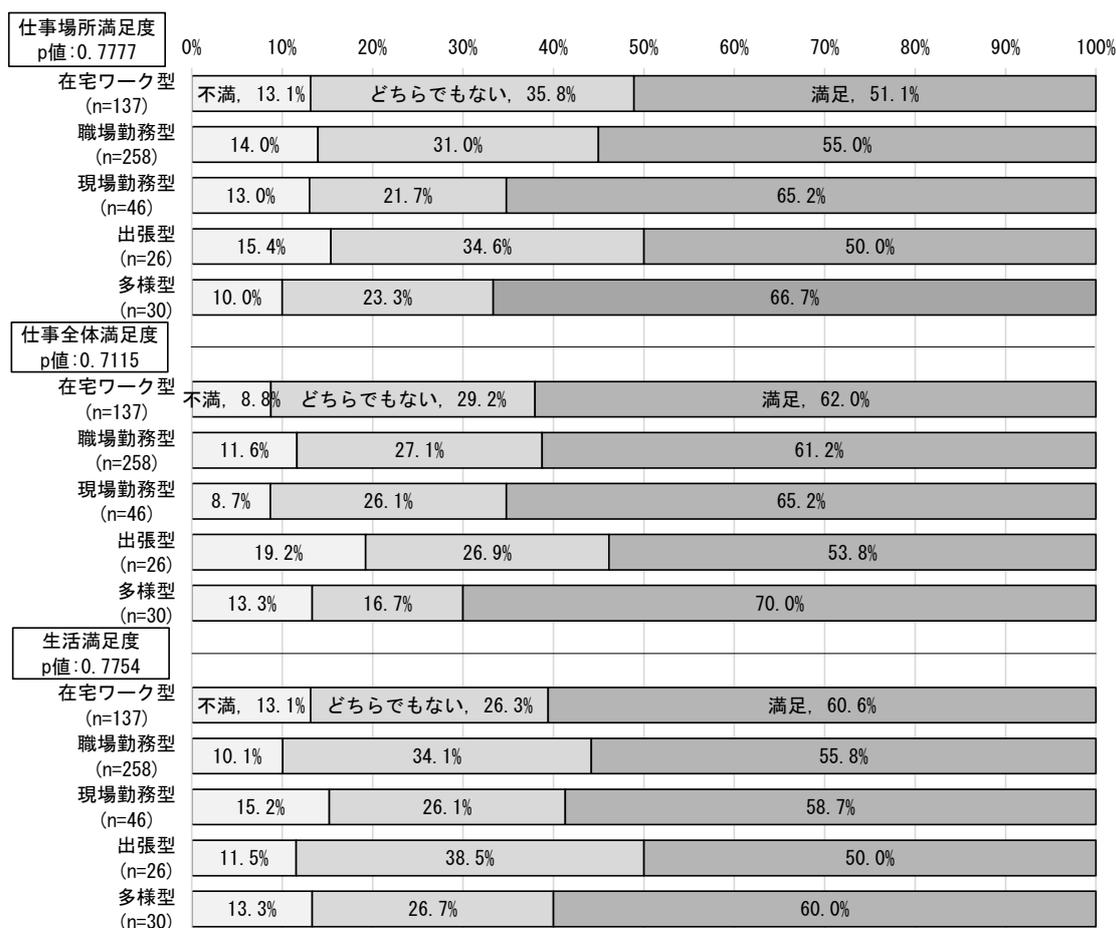


図 7-3 各仕事での勤務実態の分類と仕事場所・仕事全体・生活満足度

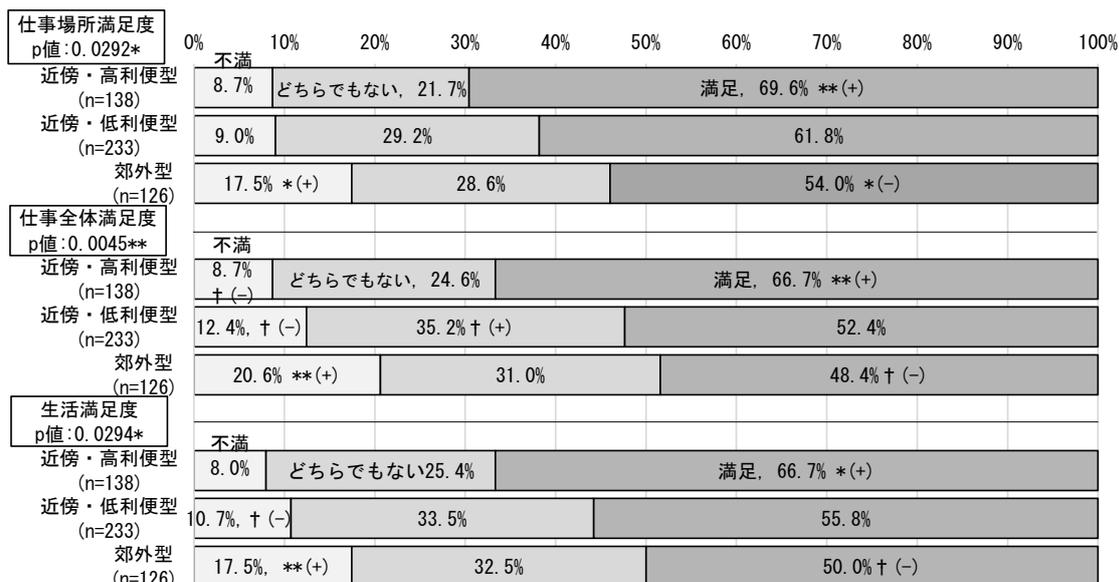
表 5-2 居住地の分類ごとの主成分（再掲）

クラスター	n	中心性 主成分	利便性 主成分	タイプ
1	138 (28%)	0.82	1.32	近傍・高利便型
2	233 (47%)	0.36	-0.82	近傍・低利便型
3	126 (25%)	-1.56	0.08	郊外型
合計平均	497 (100%)			

### 第3項 人間関係ごとの親密度と主観的評価

第6章では、「家族」、「親戚」、「友人」、「職場・学校」、「近所」の5種類の人間関係ごとに親密度を調査し、その結果をもとに行った。親密度は表6-3に再掲するとおり、4段階で回答していただいた。親密度によって各人間関係への満足度や生活自体の満足度に差異があるかを確認するため、各人間関係の親密度と「人間関係の満足度」及び「生活満足度」とのクロス集計及び検定を行った。「人間関係の満足度」、「生活満足度」については、第2項

第7章 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性



【独立性の検定】 \*\*: 1%有意、\* : 5%有意  
 【残差分析】 \*\*: 1%有意、\* : 5%有意、† : 10%有意、(+ )割合高い、(-)割合低い

図 7-4 居住地の分類と仕事場所・仕事全体・生活満足度

表 6-3 つきあいの程度と親密度得点 (再掲)

親密度	つきあいの程度	得点
全面的	何かにつけ相談したり、助け合う程度	3
部分的	気軽に話したり、会ったりする程度	2
形式的	必要最低限のつきあい、時々連絡を取る程度	1
対象なし	対象となる人がいない	0

と同様に5段階で回答していただいた結果をまとめ、3段階で行った。その結果を表7-1に示す。「人間関係の満足度」については、どの人間関係においても全面的なつきあいをしていると満足である傾向が見られた。「家族」以外の関係については部分的なつきあいをしていても満足である割合が有意に高い。「生活満足度」については、「家族」では全面的、それ以外の人間関係では部分的なつきあいをしていると満足である割合が有意に高い結果であった。また、「人間関係の満足度」と「生活満足度」のどちらにおいても、「対象なし」である人は「不満」もしくは「どちらでもない」と回答した割合が有意に高い。各人間関係について対象がない場合や親密度が低い場合には、人間関係に対する満足度だけでなく、生活満足度も低いことが確認できた。第6章では親密度には居住地による差異があることが明らかとなり、中心部では職場・学校の親密度が高く、郊外部では家族や近所での親密度が高い結果であった。このことから、どのような関係を大切にして個々人の生活満足度を高めていくかは、居住地の特性に関係する可能性がある。

表 7-1 人間関係ごとの親密度と人間関係及び生活の満足度

項目	人間関係	p値	全面的		部分的		形式的		対象なし	
			割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い	割合高い	割合低い
人間関係の満足度	家族	0.000 **	満足	不満 どちらでもない			不満	満足	不満	満足
	親戚	0.000 **	満足	不満 どちらでもない	満足	不満 どちらでもない	どちらでもない	不満	不満	満足
	友人	0.000 **	満足	不満 どちらでもない	満足	不満 どちらでもない	どちらでもない	満足	不満	満足
	職場・学校	0.000 **	満足	どちらでもない	満足	不満 どちらでもない	どちらでもない	不満	不満	満足
	近所	0.000 **	満足	どちらでもない	満足	不満 どちらでもない		不満	不満	満足
生活満足度	家族	0.000 **	満足	不満			不満		不満	満足
	親戚	0.000 **			満足	どちらでもない	満足	不満	不満	満足
	友人	0.000 **			満足	不満 どちらでもない			不満	満足
	職場・学校	0.003 **	満足		満足	どちらでもない			不満	満足
	近所	0.000 **	満足	どちらでもない	満足	不満 どちらでもない			不満	満足

独立性の検定

\*\* : 1%有意  
\* : 5%有意  
† : 10%有意

残差分析

■ : 1%有意  
□ : 5%有意  
□ : 10%有意

### 第3節 結語

本章では、岡山県岡山市の居住者を対象とした暮らし方・働き方のうち、「ネットショッピング」、「仕事場所」、「人間関係の親密度」について、主観的指標との関連性を明らかにするための分析を行った。本章で得られた成果を以下に整理する。

- ・第2節第1項の結果から、居住地周辺の実店舗に対する充実感に差異がなくても、ネットショッピングの利用の程度によって居住地への評価が異なる可能性がある。
- ・第2節第2項の結果から、生活満足度だけでなく仕事場所や仕事全体においても、勤務した仕事場所よりも居住地による差異があることが確認された。ただし、職場のみに勤務する割合が多いため、中心部の方が職場へのアクセスが良好である場合が多く通勤時間が短い分、自由な時間が増えたり生活時間にゆとりができ満足度が高いことが推察される。
- ・第2節第3項の結果から、親密度が高い方が各人間関係への満足度が高く、各人間関係について対象がない場合や親密度が低い場合には、人間関係に対する満足度だけでなく、生活満足度も低いことが確認できた。第6章の結果である、居住地による親密度に差異があることもふまえ、どのような関係を大切にして個々人の生活満足度を高めていくかは、居住地の特性に関係する可能性がある。

## 第8章 結論

### 第1節 本研究の成果

本研究では、「コロナ禍を契機としたライフスタイルの変化や最先端技術の進化・普及により、多様なニーズに沿った密度管理のあり方が求められ、併せて都市における Well-being の向上への要請が高まっている」という国土交通省 都市計画基本問題小委員会 中間とりまとめをもとに、次のことを明らかにするため分析及び考察を行った。

- (1) 暮らし方・働き方のオンライン化と実空間の利用の程度
- (2) 社会情勢の急激な変化による暮らし方等への影響
- (3) 人間関係と居住地との関連性
- (4) 暮らし方・働き方の実態と主観的評価との関連性

活動の代替に欠かせない技術の進展により、暮らし方や働き方が変化することが分かり、現在は従来の買い物や働き方が多数派であるが将来は選択する幅が増え、ライフスタイルの多様化が想定される。情報通信技術を活用しアクセスを省略する人が確認され、実店舗やオフィス空間の縮小が見込まれる可能性があるが、私的活動による物理的空間の需要が高まることも考えられる。また、COVID-19 の流行により様々な活動をオンラインで代替されているが、とりわけネットショッピングにおいては今後も活発に利用されると考えられ、短期的な社会情勢の変化よりも従前の習慣が利用に影響していることが明らかとなった。更に、人との関わりに着目すると、ライフステージや暮らし方による差異があるが居住地による差異も確認された。しかし、居住地が人間関係を即時的に決定づけるものではないことも明らかとなった。暮らし方・働き方の実態と主観的な意向や満足度との関連性についても確認した。

以下に、本研究の結論として、各章で得られた具体的な研究成果をまとめる。

第3章では、実店舗とネットショッピングの支出金額割合に関する分析を行い、支出金額割合と居住地の特性との関連性があまり見られないが、中心部や最寄り駅までの所要時間が短い地域ほど、買回品である家電や書籍のネットショッピングの支出金額割合が高いことが確認できた。また、スーパーの立地による支出金額割合への影響は小さく、ネットショッピングの利用が居住地のごく周辺の実店舗の有無や数に左右されない可能性がある。

ネットショッピングの利用理由によって、買回品における支出金額割合に差異が見られ、衣類は時間を気にせずじっくり見たい、家電はあらかじめ検討していた商品を実店舗で探す手間が省けるといった商品の特性による差が確認できた。

## 第8章 結論

---

品目ごとの支出金額割合によってサンプルを類型化した結果、インターネット利用者であっても、半数近くの人が実店舗での買い物を基本としている。また、全ての品目においてネットショッピングの支出金額割合が高い人は、時間的な自由、商品の金額、品揃え、機能等よりも、“実店舗に出向く”という行動を省略できることを理由に利用している傾向がある。

第4章では、COVID-19の流行をきっかけとした活動の代替について、「職場に出勤する就業」と「実店舗での買い物・飲食」は代替経験がある人の割合が他の活動より高く、岡山市より東京都区部居住者の方が活動の代替の経験がある人の割合が高いことが確認できた。これは東京都区部の方が感染者の割合が高く、感染状況の差も要因の一つであると考えられる。

実店舗での買い物・飲食に着目し、個人属性に関する項目を用いた分析の結果、女性や年代が低い人の方はネットショッピング等の頻度が増えており、男性や年代が高い人は消費行動が変化していないことから、女性や年代の低い人は変化を受け入れる志向があると推察される。

ネットショッピング等を利用する理由は都市間で異なり、東京都区部では「実店舗まで移動しなくてよい」、「商品を持ち帰る手間が不要」、「まとめ買いすると得」を選択する人が多く、自家用車を所有している人が少ないため自宅に商品が届くことにメリットを感じている。岡山市では「実店舗より安価」、「実店舗より品揃えが豊富」、「近所に実店舗がないものを購入できる」を選択する人が多く、居住地域にある実店舗の充実度の低さをネットショッピング等で補っている可能性がある。また、「人との接触を減らせる」を理由にネットショッピング等を利用している人の割合が少ないことから、新型コロナウイルスの流行によりネットショッピング等の利点が見直され、新型コロナウイルス収束後にも引き続き利用されることが予想される。

新型コロナウイルスの流行前からネットショッピング等を利用していない人や高頻度で利用している人は流行が利用頻度の増加にあまり影響せず、増加に影響したのは流行前に利用頻度が低かった人であることが確認できた。また、人との接触を減らせることを理由にしている人は利用頻度が増加する傾向にあるが、新型コロナウイルスの流行を経ても接触回避より流行前の利用頻度の方が強く影響している。

新型コロナウイルスの流行によって外出頻度が減少した人は、増加した人や変化がない人よりもネットショッピング等の利用頻度が増加した割合が高いことが確認できた。また、この傾向は両地域で同様であるが、東京都区部の方が岡山市より利用頻度が増加した人の割合が高い。

第5章では、働き方と生活時間に関する分析を行った。自宅での勤務については回答者のうち40%が実施しており、在宅ワーク中心の人は通勤しない働き方をしている人の割合が多

く、休日の仕事時間が長い。また、私的活動頻度が二極化していることから、生活自体が自宅中心である人や自由な働き方をしている人が存在する。

多様な仕事場所での勤務を行っている人は、必需行動の代わりに平日の仕事や休日の私的活動に時間を費やしている傾向が見られた。また、仕事時間が他の分類より長いが通勤頻度は少ないことから、通勤しない働き方を取り入れている人が存在する。今後仕事場所を自由に選択する人が増えた場合、通勤のピーク緩和や固定のオフィス空間の縮小・用途転換により都市に影響を与える可能性がある。

勤務した仕事場所により生活時間や通勤頻度、私的活動頻度が異なることから、今後働き方が変化していくとともにライフスタイルも一層多様化していくことが推察される。

第6章では、人間関係の親密度に関する分析を行い、親密度ごとの個人属性について、性別や年代による差異も見られたが、未既婚や子の有無、持家・賃貸の別や職業の有無等のライフステージにより異なり、結婚して子供を持ち、持家で有職者であると親密度が高い傾向にある。

人間関係の親密度は、個人属性や外出頻度によっても異なるが、居住地の特性による差も見られ、職場・学校でのつきあいは中心部までの距離が短いほど親密度が高く、家族や近所のつきあいは中心部までの距離が長いほど親密度が高い。

転居により居住地の特性が変化することによって、各人間関係の親密度が変化するかを分析した結果、中心部に向かって転居した人は家族の親密度が変化する傾向にあり、その他の関係については親密度の変化がほとんど見られなかった。ただし、転居理由による分析から、居住地の特性が変化することが家族との親密度を即時に変化させる要因ではない可能性がある。

第7章では、暮らし方・働き方と主観的評価との関連性を明らかにするための分析を行った。ネットショッピングについて、居住地周辺の実店舗に対する充実感に差異がなくても、ネットショッピングの利用の程度によって居住地への評価が異なる可能性がある。

働き方については、生活満足度だけでなく仕事場所や仕事全体においても、勤務した仕事場所よりも居住地による差異がある。現状では職場のみに勤務する割合が多いため、中心部の方が職場へのアクセスが良好である場合が多く通勤時間が短い分、自由な時間が増えたり生活時間にゆとりができ満足度が高いことが推察される。

人間関係については、全面的もしくは部分的なつきあいをしている方が各人間関係への満足度も生活満足度も高く、対象がない場合や親密度が低い場合にはどちらの満足度も低い。居住地により親密度に差異があることもふまえ、どのような関係を大切にして個々人の生活満足度を高めていくかは、居住地の特性に関係する可能性がある。

### 第2節 今後の課題

今後の課題として、以下が挙げられる。

#### (1) 複数時点での状況をもとにした調査・分析

本研究では、複数時点での変化を設問により把握して分析を行っている部分もあるが、多くは1時点での状況をもとに分析を行っており、パネルデータを用いた分析を行うことで、長期的な変化をより正確に捉えることができると考えられる。

#### (2) インターネット利用者に限定しない調査

分析に用いたデータはインターネットアンケート調査を用いており、インターネット利用者であるバイアスが分析結果に表れていることが想定される。13～59歳のインターネット利用者は9割を超えていることから、実態とかけ離れていないものとして考察を行っているが、より正確で信憑性のある研究を行うためには、他の調査方法も検討する必要がある。

#### (3) 具体的な居住環境を明らかにする調査・分析

本研究では、居住地の特性として中心部からの距離、可住地人口密度、交通利便性といった指標を用いて分析を行っているが、住居の形式や詳細な居住環境を考慮した指標を用いることにより、更に実態に基づいた考察を行うことが可能となる。また、本研究では地方都市として岡山県岡山市を対象とした調査・分析を行っているが、都市規模や地域の特性による差異を把握し、より具体的な研究を行うためには、対象地域を広げる必要があると考えられる。

#### (4) 働き方・仕事場所の詳細な調査・分析

第5章では、7種類の仕事場所を取り上げて類型化したが、取り上げたもの以外にも移動中の車内等様々な空間が仕事場所となり得る可能性があり、将来の働き方を考えるうえではより柔軟で多種多様な仕事場所を考察の対象とすべきである。更に、居住地からのアクセス等をふまえた各仕事場所の位置を考慮した分析が必要である。また、生活時間の分析を行う際に、平日と休日それぞれの仕事を調査し分析を行っているが、仕事場所の種類、時間帯といった詳細な働き方を把握して分析を行うことにより、実態に沿った考察を行うことができる。

#### (5) 親密度以外の人間関係の評価指標の活用

第6章では、5種類の人間関係それぞれの親密度合いを得点化し分析を行っているが、人間関係の評価指標は親密度に限らない。会っている時間の長さや連絡を取る頻度、関わって

きた年数といった様々な評価指標が考えられる。また、関係の種類によってつきあいの性質も異なり、指標も異なると想定される。

< 付 録 目 次 >

付録1 アンケート調査票（第3章・第7章）

付録2 アンケート調査票（第4章）

付録3 アンケート調査票（第5章・第6章・第7章）

## 付録1 アンケート調査票（第3章・第7章）

本調査は自由意思にもとづき、回答なさらない場合にも何ら不利益は生じません。  
また、将来的に比較調査などでデータを利用させていただく可能性がありますが、本調査で個人情報を収集することはありません。

### Q1

本調査に同意しますか。

- 1  同意する
- 2  同意しない

### Q2

あなたの性別を回答してください。

- 1  男性
- 2  女性
- 3  その他

### Q3

あなたの年齢を回答してください。

歳

### Q4

あなたの自宅の郵便番号を回答してください。

〒

### Q5

あなたの婚姻状況を回答してください。

- 1  独身
- 2  既婚

### Q6

あなたの子どもの有無を回答してください。

- 1  子無
- 2  子有

**Q7**

あなたの雇用形態を回答してください。

- 1  学生
- 2  正規雇用
- 3  非正規雇用
- 4  無職

**Q8**

あなたの業種を回答してください。

- 1  専門的・技術的職業従事者
- 2  管理的職業従事者
- 3  事務従事者
- 4  販売従事者
- 5  サービス職業従事者
- 6  保安職業従事者
- 7  農林漁業作業者
- 8  運輸・通信従事者
- 9  生産工程・労務作業者
- 10  分類不能の職業

**Q9**

あなたと同居している方について回答してください。

- 1  一人暮らし
- 2  配偶者と同居
- 3  配偶者と子どもと同居
- 4  配偶者と親と同居
- 5  子どもと同居
- 6  親・配偶者・子どもと同居
- 7  親・子どもと同居
- 8  親と同居
- 9  その他

**Q10**

あなたの自宅から**最も近い**バス停・駅までの**徒歩**での所要時間を回答してください。  
(それぞれひとつずつ)

	1	2
	バス	駅
	停	
2分未満	1○	1○
2分以上5分未満	2○	2○
5分以上10分未満	3○	3○
10分以上15分未満	4○	4○
15分以上20分未満	5○	5○
20分以上30分未満	6○	6○
30分以上	7○	7○
分からない	8○	8○

**Q11**

**自動車**の所有と利用状況について回答してください。

- 1 ○ 所有している
- 2 ○ 所有してないが、レンタカーやカーシェアを利用する
- 3 ○ 運転免許証を持っているが運転しない
- 4 ○ 運転免許証を持っていない

**Q33**

現在、お住まいの地域(2km圏程度)にある以下の施設の充実度(必要な施設が十分にあること)を回答してください。なお、2km圏とは、自動車5分、自転車15分、徒歩30分程度です。(それぞれひとつずつ)

	充 実 し て い る	ど ち ら か と い う と 充 実 し て い る	ど ち ら か と い う と 充 実 し て い ない	充 実 し て い ない
1 スーパー	1○	2○	3○	4○
2 コンビニ	1○	2○	3○	4○
3 公園	1○	2○	3○	4○



**Q37**

ネットショッピングを利用する理由について、優先度の高いものから順に3つ選択してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2	3
	第1位	第2位	第3位
実店舗に出向かなくても買い物ができる	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>
24時間いつでも買物ができる	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
実店舗よりも安く買える	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
実店舗よりも品揃えが豊富、実店舗にないものが買える	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
実店舗に行く時間を節約できる	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
検索機能等によって買いたいものを探す時間を節約できる	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>
対面での接客を省略できる	7 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>
ショッピングサイトに掲載された商品へのレビューを参照して購入できる	8 <input type="radio"/>	8 <input type="radio"/>	8 <input type="radio"/>
購入履歴から欲しいものを提示してくれる	9 <input type="radio"/>	9 <input type="radio"/>	9 <input type="radio"/>
自宅に持ち帰るのが大変な重いものが手軽に買える	10 <input type="radio"/>	10 <input type="radio"/>	10 <input type="radio"/>
ポイントが貯まる	11 <input type="radio"/>	11 <input type="radio"/>	11 <input type="radio"/>
その他	12 <input type="radio"/>	12 <input type="radio"/>	12 <input type="radio"/>
	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
特になし	13 <input type="radio"/>	13 <input type="radio"/>	13 <input type="radio"/>
	第1位	第2位	第3位
	1	2	3

**Q38**

実店舗とネットショッピングの以下の使用金額の割合について合計が100%になるよう5%刻みで回答してください。

実店舗 : ネットショッピング

1 食料品	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>
2 日用品	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>
3 衣服・履物	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>
4 文具・書籍	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>
5 家具・家電	<input type="text"/>	:	<input type="text"/>

分析に使用していない Q12～Q32 は省略

## 付録2 アンケート調査票（第4章）

### 普段の生活に関するアンケート

#### モニターの皆様へお願い

本アンケートには、一般に公開していない情報が含まれる場合があります。  
アンケート内で知り得た情報について、決して第三者に口外しないよう、お願いします。

#### 「第三者への口外」に含まれる例

- 口頭、電話、メール等で友人・知人に話す
- SNSやブログ、掲示板等に書き込む
- その他、手段を問わず、情報を第三者に伝達する行為

#### 注意事項

- 複数のアンケート画面を同時に開くと、正常に回答できません。  
アンケートはひとつずつ、回答ください。
- アンケートへの回答は、「動作環境」に記載の環境からお願いします。
- 本アンケートは、回答を中断してから1時間以内は中断した質問から再開可能です。  
(システム緊急対応等により再開できない場合もありますので、予めご了承ください。)
- 回答結果は、当社の「個人情報保護方針」に基づいて取り扱います。

上記の内容をご確認いただき、同意してご協力いただける場合のみ、「同意し、アンケート開始」を押してアンケートを開始してください。

#### SC1 必須 あなたの居住地域を教えてください。

- | 【東京都】                         | 【岡山県】                             |
|-------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="radio"/> 1.千代田区  | <input type="radio"/> 24.岡山市      |
| <input type="radio"/> 2.中央区   | <input type="radio"/> 25.津山市      |
| <input type="radio"/> 3.港区    | <input type="radio"/> 26.英田郡西粟倉村  |
| <input type="radio"/> 4.新宿区   | <input type="radio"/> 27.加賀郡吉備中央町 |
| <input type="radio"/> 5.文京区   | <input type="radio"/> 28.久米郡久米南町  |
| <input type="radio"/> 6.台東区   | <input type="radio"/> 29.久米郡美咲町   |
| <input type="radio"/> 7.墨田区   | <input type="radio"/> 30.勝田郡勝央町   |
| <input type="radio"/> 8.江東区   | <input type="radio"/> 31.勝田郡奈義町   |
| <input type="radio"/> 9.品川区   | <input type="radio"/> 32.小田郡矢掛町   |
| <input type="radio"/> 10.目黒区  | <input type="radio"/> 33.真庭郡新庄村   |
| <input type="radio"/> 11.大田区  | <input type="radio"/> 34.瀬戸郡里庄町   |
| <input type="radio"/> 12.世田谷区 | <input type="radio"/> 35.都窪郡早島町   |
| <input type="radio"/> 13.渋谷区  | <input type="radio"/> 36.苫田郡鏡野町   |
| <input type="radio"/> 14.中野区  | <input type="radio"/> 37.和気郡和気町   |
| <input type="radio"/> 15.杉並区  | <input type="radio"/> 38.上記以外     |
| <input type="radio"/> 16.豊島区  |                                   |
| <input type="radio"/> 17.北区   |                                   |
| <input type="radio"/> 18.荒川区  |                                   |
| <input type="radio"/> 19.板橋区  |                                   |
| <input type="radio"/> 20.練馬区  |                                   |
| <input type="radio"/> 21.足立区  |                                   |
| <input type="radio"/> 22.葛飾区  |                                   |
| <input type="radio"/> 23.江戸川区 |                                   |

**Q1** 現時点でのあなたのお住まいの郵便番号を回答してください。  
必須

郵便番号  
必須

-  <半角数字>

**Q2** 現時点でのあなたの職業を回答してください。  
必須

※もっともあてはまるもの1つ。

- 1. 農業
- 2. 林業
- 3. 漁業
- 4. 鉱業、採石業、砂利採取業
- 5. 建設業
- 6. 製造業
- 7. 電気・ガス・熱供給・水道業
- 8. 情報通信業
- 9. 運輸業、郵便業
- 10. 卸売業、小売業
- 11. 金融業、保険業
- 12. 不動産業、物品賃貸業
- 13. 学術研究、専門・技術サービス業
- 14. 宿泊業、飲食サービス業
- 15. 生活関連サービス業、娯楽業
- 16. 教育、学習支援業
- 17. 医療、福祉
- 18. 複合サービス事業
- 19. サービス業（他に分類されないもの）
- 20. 公務（他に分類されるものを除く）
- 21. 分類不能の産業
- 22. 学生
- 23. 無職

**Q3** 現時点でのあなたの雇用形態を回答してください。  
必須

※もっともあてはまるもの1つ。

- 1. 正規の職員・従業員（雇われている人）
- 2. 労働者派遣事業所の派遣社員（雇われている人）
- 3. パート・アルバイト・その他、会社などの役員（雇われている人）
- 4. 雇人のある業主（自営業主）
- 5. 雇人のない業主（自営業主）
- 6. 家族従業員
- 7. 家庭内の真仕事（内職）
- 8. 学生
- 9. 無職

**Q4** 現時点でのあなたの家族構成（同居している方）を回答してください。  
必須

※もっともあてはまるもの1つ。

- 1. 配偶者あり／子なし
- 2. 配偶者あり／一番下の子が中学生以下
- 3. 配偶者あり／一番下の子が高校生以上
- 4. 配偶者なし／子なし
- 5. 配偶者なし／一番下の子が中学生以下
- 6. 配偶者なし／一番下の子が高校生以上

**Q5 必須** 現時点でのあなたの世帯人員（ご自身を含む）を回答してください。  
（半角数字でご記入ください）

世帯人員：  **テキストボックス1** 人 **【必須】**（数字小数不可）（制限あり：1 以上 999 以内）

**Q7-1 必須** ■インターネット等を利用した買い物や食事の宅配サービス（以下「ネットショッピング等」とします。）の利用について質問します■

「A：新型コロナウイルス流行前（2020年3月以前）」と「B：現時点」、「C：新型コロナウイルス収束後」について、ネットショッピング等で購入していたあるいは購入しようと思うものは何ですか。  
なお、変化がない場合には、同じ選択肢を選択してください。

※あてはまるものすべて  
※この設問は、それぞれ縦方向（↓）にお答えください。

	1. A 流行前	2. B 現時点	3. C 収束後
↓			
品目			
1. 食料品、飲料、アルコール	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 衣料品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 靴・バッグ等衣類小物、装飾品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 書籍・雑誌	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 生活用品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 化粧品、美容用品	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 健康食品、ヘルスケア用品、サプリメント	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. 家電製品、AV機器・カメラ、携帯電話、スマートフォン	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
↓			
	1. A 流行前	2. B 現時点	3. C 収束後
9. パソコン等のコンピュータ関連機器	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. CD、DVD等の新品・中古品（レンタル以外）	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. おもちゃ、趣味のもの等	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. インテリア、家具、雑貨	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. コンサートや映画、演劇、観戦、イベント等のチケット	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. たばこ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. その他： <input type="text"/> (回答必須)(入力制限なし)(200文字まで)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. 利用しない (排他)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Q7-2 ■あなたがネットショッピング等を利用する頻度について質問します■  
 必須  
 「A：新型コロナウイルス流行前（2020年3月以前）」と「B：現時点」について、どれくらいの頻度で利用していましたかあるいは利用していますか。  
 なお、変化がない場合には、同じ選択肢を選択してください。  
 ※もっともあてはまるもの1つ  
 ※この設問は、それぞれ縦方向（↓）にお答えください。



頻度	1. A 流行前 ↓	2. B 現時点 ↓
1. 1年に1回未満	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 1年に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 半年に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 2~3か月に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 1か月に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 2週間に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 1週間に1回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 1週間に2~3回程度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. ほぼ毎日	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q7-3 現時点で、あなたがネットショッピング等を利用する理由は何ですか。  
 必須 (上位から順に3つ以内)

実店舗まで移動しなくてよい	<input type="checkbox"/>	選択してください
実店舗より安価	<input type="checkbox"/>	選択してください
人との接触を減らせる	<input type="checkbox"/>	選択してください
実店舗より品揃えが豊富	<input type="checkbox"/>	選択してください
近所に実店舗がないものや手に入らないものを購入できる	<input type="checkbox"/>	選択してください
まとめ買いすると得	<input type="checkbox"/>	選択してください
時間の制約がない(24時間購入可能、ゆっくり選ぶことができる等)	<input type="checkbox"/>	選択してください
商品を持ち帰る手間が不要	<input type="checkbox"/>	選択してください
購入履歴から欲しいものを提示してくれる	<input type="checkbox"/>	選択してください
検索機能を使うことで探す時間の節約になる	<input type="checkbox"/>	選択してください
購入者のレビュー(評価)を見て買い物ができる	<input type="checkbox"/>	選択してください
ポイントを貯めることができる	<input type="checkbox"/>	選択してください
その他: <input type="text"/> (回答必須)(入力制限なし)(200文字まで)	<input type="checkbox"/>	選択してください

Q8-1 新型コロナウイルスの流行をきっかけに、あなたはAからFの活動についてオンラインやリモートによる代替（宅配サービスを含む）を経験しましたか。

- A：対面での講演や学校等での教育
- B：イベントへの参加や観覧
- C：職場に出勤する就業
- D：病院等での診察・治療
- E：手続きや行政サービスの享受
- F：実店舗での買い物・飲食

※もっともあてはまるもの1つ。  
 ※この設問は、それぞれ縦方向（↓）にお答えください。

	1. A：対面での講演や学校等での教育	2. B：イベントへの参加や観覧	3. C：職場に出勤する就業	4. D：病院等での診察・治療	5. E：手続きや行政サービスの享受	6. F：実店舗での買い物・飲食
1. 経験した	<input type="radio"/>					
2. 経験していない	<input type="radio"/>					

Q8-2 あなたは、AからFの活動について100%（代替できる）～0%（代替できない）の10%刻みでの程度の割合で、他の方法によって代替することができると感じますか。

- A：対面での講演や学校等での教育
- B：イベントへの参加や観覧
- C：職場に出勤する就業
- D：病院等での診察・治療
- E：手続きや行政サービスの享受
- F：実店舗での買い物・飲食

※もっともあてはまるもの1つ。  
 ※この設問は、それぞれ縦方向（↓）にお答えください。

	1. A：対面での講演や学校等での教育	2. B：イベントへの参加や観覧	3. C：職場に出勤する就業	4. D：病院等での診察・治療	5. E：手続きや行政サービスの享受	6. F：実店舗での買い物・飲食
1. 100%（代替できる）	<input type="radio"/>					
2. 90%	<input type="radio"/>					
3. 80%	<input type="radio"/>					
4. 70%	<input type="radio"/>					
5. 60%	<input type="radio"/>					
6. 50%	<input type="radio"/>					
7. 40%	<input type="radio"/>					
8. 30%	<input type="radio"/>					
9. 20%	<input type="radio"/>					
10. 10%	<input type="radio"/>					
11. 0%（代替できない）	<input type="radio"/>					

Q10-1 あなたの日常生活での外出頻度について質問します。  
必須 新型コロナウイルス流行前（2020年3月以前）と現時点を比べて、外出頻度はどうなりましたか。

※もっともあてはまるもの1つ。

- 1.増加した
- 2.変化なし
- 3.減少した

Q10-7 あなたの日常生活における自家用車の利用について質問します。  
必須 現時点で、あなたは自由に使える自動車を所有していますか。  
また、あなたは自動車の運転免許を所有していますか。

※各見出し「自由に使える自動車の所有」、「運転免許の所有」で、それぞれ1つずつお答えください。

自由に使える自動車の所有

- 1.持っている
- 2.持っていない

運転免許の所有

- 1.免許を持っている
- 2.免許を返納した
- 3.免許を持っていない

分析に使用していない Q6, Q8-3, Q9 及び Q10-2 以降は省略

付録3 アンケート調査票（第5章・第6章・第7章）

Q1

あなたの性別を回答してください。

- 1  男性
- 2  女性

Q2

あなたの年齢を回答してください。

年齢  歳

Q3

あなたのお住まいを回答してください。

▼

Q4

あなたの直近の転居が何年前であったか回答してください。

転居時期

- 1  1年未満に転居した
- 2  1年以上～2年未満に転居した
- 3  2年以上～3年未満に転居した
- 4  3年以上～4年未満に転居した
- 5  4年以上～5年未満に転居した
- 6  5年以上～6年未満に転居した
- 7  6年以上～7年未満に転居した
- 8  7年以上～8年未満に転居した
- 9  8年以上～9年未満に転居した
- 10  9年以上～10年未満に転居した
- 11  10年以内に転居していない(一度も転居経験がない場合も含む)

Q5

転居前と現在のあなたのお住まいの郵便番号を回答してください。(ハイフン不要)  
「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。

転居前

〒

現在

〒

**Q6**

転居した理由は何ですか。  
直近の転居について回答してください。(いくつでも)

- 1  居住環境の向上
- 2  仕事(就職)
- 3  仕事(転職)
- 4  仕事(転勤)
- 5  仕事(退職等)
- 6  学業(進学)
- 7  学業(卒業・退学等)
- 8  家族(結婚・離婚)
- 9  家族(妊娠・出産)
- 10  家族(同居等)
- 11  経済的理由
- 12  家の購入
- 13  被災
- 14  自立
- 15  その他

**Q7**

転居前と現在のあなたのお住まいは、生まれ育った地元ですか。  
「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転 居 前	現 在
地元である	1○	1○
地元ではない	2○	2○

**Q8**

転居前と現在のあなたのお住まいは、持家・賃貸のどちらですか。  
「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転 居 前	現 在
持家	1○	1○
賃貸	2○	2○

**Q9**

**現在**のお住まいで暮らし続けたいと思いますか。

- 1  暮らし続けたい
- 2  どちらともいえない
- 3  暮らし続けたくない

**Q10**

**転居前**と**現在**のあなたの婚姻状況、子の有無を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転 居 前	現 在
未婚・子無	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>
未婚・子有	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
既婚・子無	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
既婚・子有	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>

**Q11**

**現在**のあなたの職業を回答してください。

- 1  管理的職業従事者
- 2  専門的・技術的職業従事者
- 3  事務従事者
- 4  販売従事者
- 5  サービス職業従事者
- 6  保安職業従事者
- 7  農林漁業従事者
- 8  生産工程従事者
- 9  輸送・機械運転従事者
- 10  建設・採掘従事者
- 11  運搬・清掃・包装等従事者
- 12  分類不能の職業
- 13  学生
- 14  無職

**Q12**

直近の転居に伴い職業が変わりましたか。転職前の職業を回答してください。転職していない場合や同業種の場合は現在と同じものを選択してください。

- 1  管理的職業従事者
- 2  専門的・技術的職業従事者
- 3  事務従事者
- 4  販売従事者
- 5  サービス職業従事者
- 6  保安職業従事者
- 7  農林漁業従事者
- 8  生産工程従事者
- 9  輸送・機械運転従事者
- 10  建設・採掘従事者
- 11  運搬・清掃・包装等従事者
- 12  分類不能の職業
- 13  学生
- 14  無職

**Q13**

**転居前**と**現在**のあなたのおおよその通勤(通学)距離を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。

(0.5km単位で最小0.5km、通勤等がない場合は0km)

転居前  km

現在  km

**Q14**

**転居前**と**現在**のあなたの通勤(通学)時間を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転	現
	居	在
	前	
5分未満	1 <input type="radio"/>	1 <input type="radio"/>
5分以上10分未満	2 <input type="radio"/>	2 <input type="radio"/>
10分以上15分未満	3 <input type="radio"/>	3 <input type="radio"/>
15分以上20分未満	4 <input type="radio"/>	4 <input type="radio"/>
20分以上30分未満	5 <input type="radio"/>	5 <input type="radio"/>
30分以上1時間未満	6 <input type="radio"/>	6 <input type="radio"/>
1時間以上2時間未満	7 <input type="radio"/>	7 <input type="radio"/>
2時間以上	8 <input type="radio"/>	8 <input type="radio"/>

**Q15**

**転居前**と**現在**のあなたの通勤(通学)手段について、**最もよく利用するもの**を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転居前	
鉄道・路面電車	1○	1○
バス	2○	2○
自動車	3○	3○
タクシー	4○	4○
二輪車(自転車を除く)	5○	5○
自転車	6○	6○
徒歩	7○	7○
その他(通勤等がない場合を含む)	8○	8○

**Q16**

**転居前**と**現在**のあなたのお住まいから最も近い鉄道駅・バス停までの**徒歩**での所要時間を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	転居前		現在	
	1	2	3	4
	鉄 道 駅	バ ス 停	鉄 道 駅	バ ス 停
2分未満	1○	1○	1○	1○
2分以上5分未満	2○	2○	2○	2○
5分以上10分未満	3○	3○	3○	3○
10分以上15分未満	4○	4○	4○	4○
15分以上20分未満	5○	5○	5○	5○
20分以上30分未満	6○	6○	6○	6○
30分以上	7○	7○	7○	7○
分からない	8○	8○	8○	8○

**Q17**

**転居前と現在**について、あなたが自由に運転することのできる自動車を所有しているかどうか回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2
	転居前	現在
所有している	1○	1○
所有していないが、カーシェアやレンタカーを利用している	2○	2○
所有しておらず、運転することはない(運転免許は保有している)	3○	3○
運転免許を保有していない	4○	4○

**Q18**

**現在**あなたは家族・親戚・友人・職場(学校)・近所の人とどれぐらいのつきあいをしていますか。(それぞれひとつずつ)

(最も親しい間柄について回答してください。)

	1	2	3	4	5
	家族	親戚	友人	職場・学校	近所の人
何かにつけ相談したり、助け合う程度	1○	1○	1○	1○	1○
気軽に話したり、会ったりする程度	2○	2○	2○	2○	2○
必要最低限のつきあい、時々連絡を取る程度	3○	3○	3○	3○	3○
対象となる人がいない	4○	4○	4○	4○	4○

**Q19**

**転居前**、あなたは家族・親戚・友人・職場(学校)・近所の人とどれぐらいのつきあいをしていましたか。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

(最も親しい間柄について回答してください。)

	1	2	3	4	5
	家族	親戚	友人	職場・学校	近所の人
何かにつけ相談したり、助け合う程度	1○	1○	1○	1○	1○
気軽に話したり、会ったりする程度	2○	2○	2○	2○	2○
必要最低限のつきあい、時々連絡を取る程度	3○	3○	3○	3○	3○
対象となる人がいない	4○	4○	4○	4○	4○

**Q20**

**現在**のあなたの家族・親戚・友人・職場(学校)・近所の人とのつきあいに対する満足度を回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2	3	4	5
	家 族	親 戚	友 人	職 場 ・ 学 校	近 所 の 人
満足している	1○	1○	1○	1○	1○
どちらかといえば満足している	2○	2○	2○	2○	2○
どちらともいえない	3○	3○	3○	3○	3○
どちらかといえば不満である	4○	4○	4○	4○	4○
不満である	5○	5○	5○	5○	5○

**Q21**

**転居前**のあなたの家族・親戚・友人・職場(学校)・近所の人とのつきあいに対する満足度を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1	2	3	4	5
	家 族	親 戚	友 人	職 場 ・ 学 校	近 所 の 人
満足していた	1○	1○	1○	1○	1○
どちらかといえば満足していた	2○	2○	2○	2○	2○
どちらともいえない	3○	3○	3○	3○	3○
どちらかといえば不満であった	4○	4○	4○	4○	4○
不満であった	5○	5○	5○	5○	5○
わからない	6○	6○	6○	6○	6○

**Q22**

あなたは家族・親戚・友人・職場(学校)・近所の人とのつきあいについて今後どうしたいと考えていますか。(それぞれひとつずつ)

	1	2	3	4	5
	家 族	親 戚	友 人	職 場 ・ 学 校	近 所 の 人
今のままでよい	1○	1○	1○	1○	1○
変化させたい	2○	2○	2○	2○	2○

**Q28\_1**

あなたの「通勤・通学」、「日常的な買い物」、「それ以外の私的な活動」について、**先月1か月間の外出頻度**を回答してください。(それぞれひとつずつ)

	0 回	1 回	2 回	3 回	4 回	5 回	6 回	7 回	8 回	9 回	10 回以上
1 通勤・通学	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○	8○	9○	10○	以上
2 日常的な買い物(生活必需品や日用品)	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○	8○	9○	10○	以上
3 上記以外の私的な活動	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○	8○	9○	10○	以上

**Q28\_2**

あなたの「通勤・通学」、「日常的な買い物」、「それ以外の私的な活動」について、**先月1か月間で最もよく利用した移動手段**を回答してください。(それぞれひとつずつ)

	鉄道・路面電車	バス	自動車	タクシー	二輪車(自転車を除く)	自転車	徒歩
1 通勤・通学	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○
2 日常的な買い物(生活必需品や日用品)	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○
3 上記以外の私的な活動	1○	2○	3○	4○	5○	6○	7○

**Q28\_3**

あなたの「通勤・通学」、「日常的な買い物」、「それ以外の私的な活動」について、**先月1か月間で1回の平均的な移動距離**を回答してください。(それぞれひとつずつ)

	1 km未満	1 km～ 3 km未満	3 km～ 5 km未満	5 km～ 10 km未満	10 km～ 20 km未満	20 km以上
1 通勤・通学	1○	2○	3○	4○	5○	6○
2 日常的な買い物(生活必需品や日用品)	1○	2○	3○	4○	5○	6○
3 上記以外の私的な活動	1○	2○	3○	4○	5○	6○

**Q29**

直近の平日・休日、各1日について、生活時間の内容を回答してください。

「平日」は仕事・学校があった日を指し、「休日」は仕事・学校がなかった日を指します。

「平日」:仕事・学校がない場合は直近の月～金曜日のいずれかを回答してください。

「休日」:仕事・学校の休みがない場合は直近の土、日曜日のいずれかの内容を回答してください。

(午前0時から24時間、0.5時間刻み)

**Q29\_1**

平日

必需行動(睡眠・食事・入浴や着替え等の身の回りの用事)	0	時間
家事(家事のための買い物・育児を含む)	0	時間
仕事・学業(通勤・通学・食事を除く)	0	時間
移動	0	時間
その他自由に過ごす時間	0	時間
<b>合計</b>	0	時間

**Q29\_2**

休日

必需行動(睡眠・食事・入浴や着替え等の身の回りの用事)	0	時間
家事(家事のための買い物・育児を含む)	0	時間
仕事・学業(通勤・通学・食事を除く)	0	時間
移動	0	時間
その他自由に過ごす時間	0	時間
<b>合計</b>	0	時間

**Q31**

現在あなたが**先週1週間**で仕事をした場所は、時間で換算するとそれぞれどれぐらいの割合を占めていますか。

合計が10となるように整数で割合を回答してください。

職場(店舗への勤務を含む)	0
出張先	0
現場(農家の方の農地も含む)	0
自宅	0
飲食店(飲食業としての勤務を含まない)	0
コワーキングスペース	0
レンタルオフィス・シェアオフィス・サテライトオフィス	0
その他	0
<b>合計</b>	0

**Q32**

**転居前**と**現在**のあなたの生活について、下記の事柄に対する満足度を回答してください。

「転居前」は、直近の転居を対象として回答してください。(それぞれひとつずつ)

満足している  
 どちらかといえば満足している  
 どちらともいえない  
 どちらかといえば不満である  
 不満である

転居前						
1	通勤・通学のしやすさ	1	2	3	4	5
2	日常的な買い物(生活必需品等)の移動のしやすさ	1	2	3	4	5
3	通勤・通学・日常的な買い物 <b>以外</b> の移動のしやすさ	1	2	3	4	5
4	自由に過ごす時間(長さ、時間帯)	1	2	3	4	5
5	自由に過ごす時間に行っていること	1	2	3	4	5
6	仕事(学業)の場所	1	2	3	4	5
7	仕事(学業)の時間(長さ、時間帯)	1	2	3	4	5
8	仕事(学業)そのもの	1	2	3	4	5
9	あなたの生活全体	1	2	3	4	5

現在						
10	通勤・通学のしやすさ	1	2	3	4	5
11	日常的な買い物(生活必需品等)の移動のしやすさ	1	2	3	4	5
12	通勤・通学・日常的な買い物 <b>以外</b> の移動のしやすさ	1	2	3	4	5
13	自由に過ごす時間(長さ、時間帯)	1	2	3	4	5
14	自由に過ごす時間に行っていること	1	2	3	4	5
15	仕事(学業)の場所	1	2	3	4	5
16	仕事(学業)の時間(長さ、時間帯)	1	2	3	4	5
17	仕事(学業)そのもの	1	2	3	4	5
18	あなたの生活全体	1	2	3	4	5

**Q33**

現在のあなたの生活について、下記の事柄について今後どうしたいと考えていますか。  
(それぞれひとつずつ)

	今のまま でよい	変 化 さ せ た い
1 通勤・通学のしやすさ	1○	2○
2 日常的な買い物(生活必需品等)の移動のしやすさ	1○	2○
3 通勤・通学・日常的な買い物 <b>以外</b> の移動のしやすさ	1○	2○
4 自由に過ごす時間(長さ、時間帯)	1○	2○
5 自由に過ごす時間に行っていること	1○	2○
6 仕事(学業)の場所	1○	2○
7 仕事(学業)の時間(長さ、時間帯)	1○	2○
8 仕事(学業)そのもの	1○	2○
9 あなたの生活全体	1○	2○

分析に使用していない Q23～Q27 及び Q30 は省略

### 謝辞

本研究を進めるにあたり、多くの方のご指導、ご支援、ご協力をいただきました。ここに記して感謝の意を表します。

博士後期課程の4年間は、著者の人生において何にも代え難い貴重な時間となりました。

岡山大学学術研究院環境生命自然科学学域の氏原岳人准教授には、博士課程から研究室に所属することを認めてくださり、専門知識や分析手法、論文の執筆等何もかも初心者である私に懇切丁寧にご指導いただきました。学会発表や視察、地域での活動は、研究の楽しさを知るきっかけになり、著者にとって大きな財産となりました。また、仕事や家庭との両立に大変理解を示してくださり、著者の研究活動を辛抱強く見守ってくださいました。ここに記して、深甚なる謝意を表します。

橋本成仁教授には、副指導教官として数多くのご助言をいただきました。研究活動やそれ以外のことについても相談に乗っていただき、励みになる言葉もたくさんいただきました。悩んだときや困ったときには、じっくり話を聞いてくださり、前向きなアドバイスをいただいて明るい気持ちにしてくださいました。心より感謝申し上げます。

本論文の作成にあたり、樋口輝久准教授、堀裕典准教授には数多くのご助言をいただきました。厚く御礼申し上げます。比江島慎二教授には副指導教官を引き受けていただき、俯瞰的な視点からご助言をいただきました。厚く御礼申し上げます。

筑波大学大学院システム情報系社会工学域の谷口守教授をはじめ、ホームカミング型合同ゼミに参加された先生方、各研究室の学生の皆様には、当該ゼミや学会発表の際に貴重なご意見・ご助言を数多くいただきました。厚く御礼申し上げます。また、合同ゼミや学会といった機会を通して交流を深めさせていただいたことに、心より感謝申し上げます。

都市・交通計画学研究室の学生、特に氏原研のメンバーには一回り程年齢の離れた著者を暖かく受け入れてくださり、研究室に行くことが日々の楽しみでもありました。研究について意見を交わしたり一緒に考えたりすることで、刺激のある学校生活を送ることができました。心より感謝申し上げます。

職場の皆様には、博士課程への進学及びそれに伴う2年間の修学部分休業制度の取得を受け入れてくださり、育児との両面で多大なるご理解とご配慮いただいたことに、心より感謝申し上げます。

## 謝辞

---

このほか、ここには記しきれない多くの方々からのご支援により、本論文は完成しました。厚く御礼申し上げます。

最後に、本論文の完成は、著者と夫の両親、授業や研究に協力的な息子、著者のやりたいことを肯定してくれる夫の支えなくしては、なし得ませんでした。いつも温かく見守り、応援してくれた家族に心から感謝します。

令和6年3月

大畑 友紀