

豊田市買い物や多様な働き方に関するアンケート調査 報告書

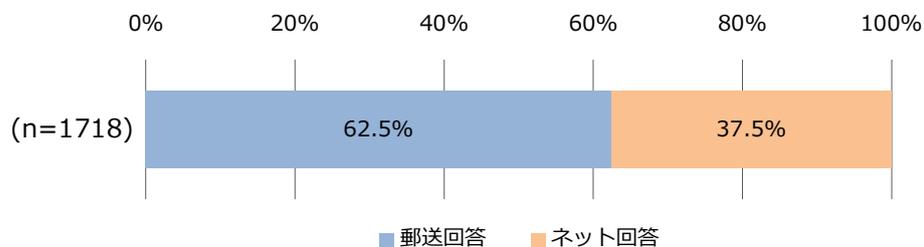
1 調査概要

調査目的	市民の買い物に対する意向や希望する働き方等について把握する
調査対象	市内在住の 18 歳から 79 歳の方
抽出方法及び条件	住民票から無作為抽出
調査方法	調査票を郵送にて配布し、郵送又はオンラインにより回収
実施時期	令和 5 年 8 月 29 日（発送日）から 9 月 20 日
調査時点	令和 5 年 4 月 1 日
発送数	3,000 件
回収数	1,718 件（うちオンライン回答 645 件）
回収率	57.3%（小数点第 2 位四捨五入）
調査票	A4 版 12 ページ、無記名式、全 40 問（枝問を除く）
調査項目	<ul style="list-style-type: none"> ・ 回答者の属性について（3 問） ・ 日常的な買い物の実態について（13 問） ・ 回答者の就労状況について（4 問） ・ 就労に対する考え方について（9 問） ・ 多様な働き方について（7 問） ・ 被就労者の考え方について（3 問）
備考	<ul style="list-style-type: none"> ・ 集計は無回答を除いた回答数を母数とした各選択肢の割合を算出している。 ・ 回答結果は小数点第 2 位を四捨五入しているため、各選択肢の割合の合計が 100% にならない場合がある。 ・ 不明（無回答）については、基本的にコメントの対象外とした。 ・ 各設問に示した（ ）内の表記について、SA は単一回答の設問、MA は複数回答の設問であることを示す。また、数量については数値を記入する設問で、記入した数値をいくつかの階層に分けて集計する。 ・ グラフ下もしくは右の n は回答者数を示す。

2 集計結果

回答種別

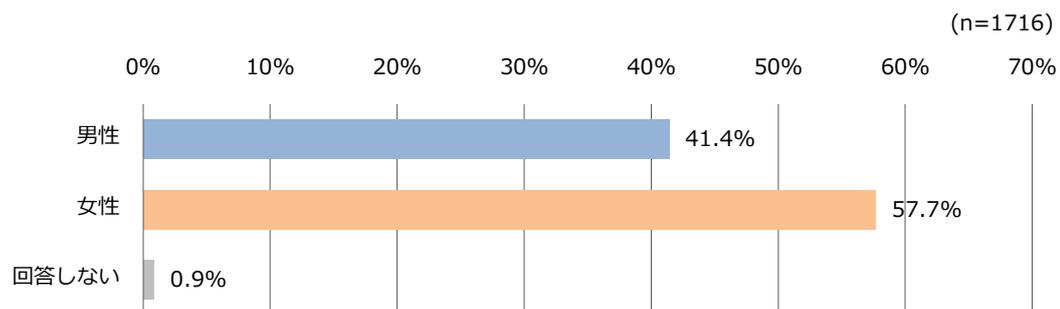
「郵送回答」が62.5%、「ネット回答」が37.5%であり、「郵送回答」が多い。



2-1 あなた自身について

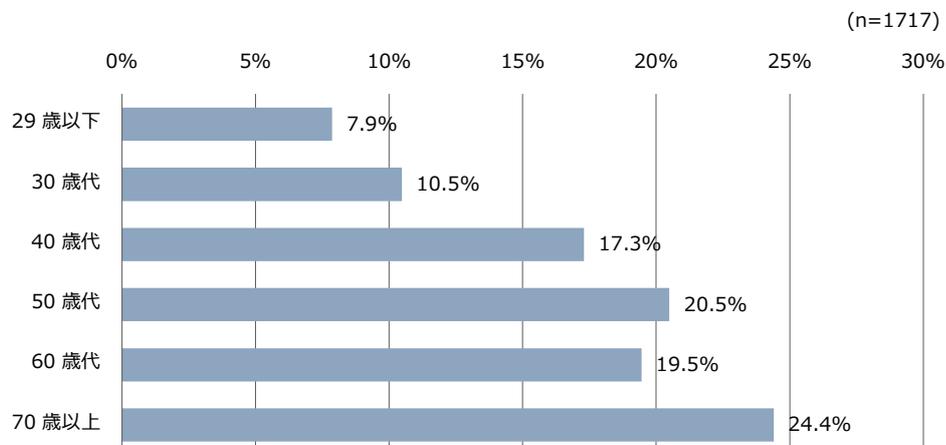
問1. 性別 (SA)

「女性」の割合が最も高く57.7%である。次いで、「男性(41.4%)」、「回答しない(0.9%)」である。



問2. 年齢 (SA)

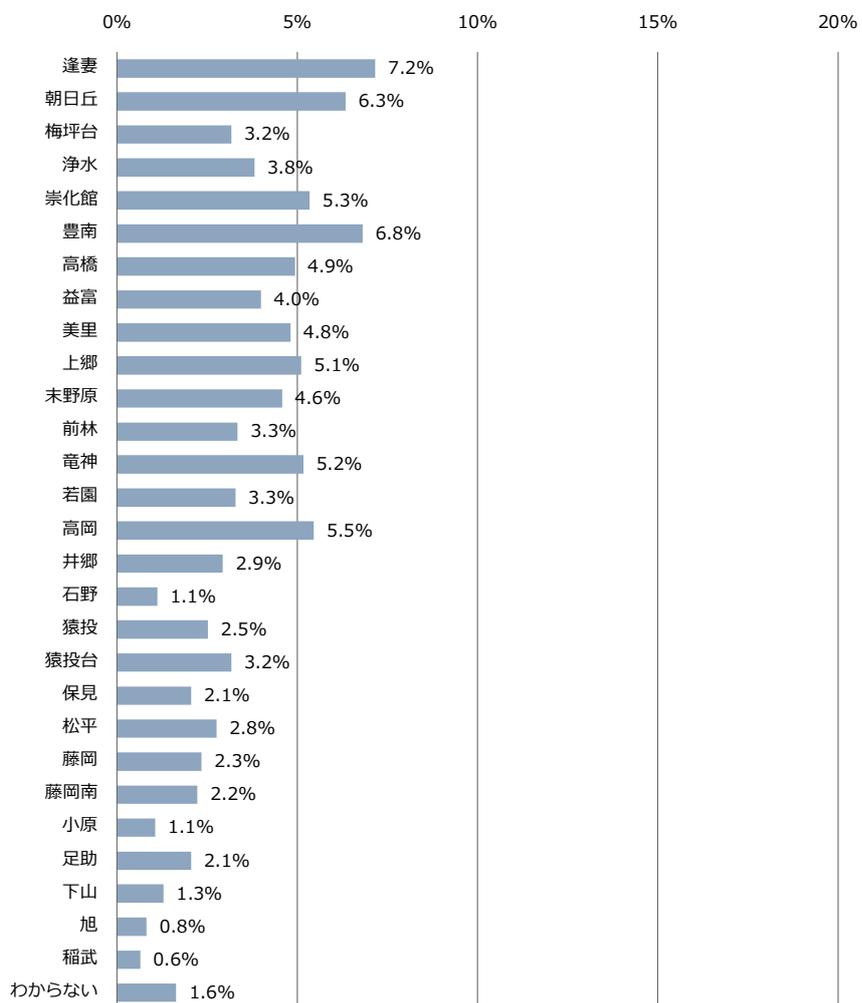
「70歳以上」の割合が最も高く24.4%である。次いで、「50歳代(20.5%)」、「60歳代(19.5%)」である。回答者の60歳以上が半数近く(43.9%)を占めている。



問3. 所在地（中学校区）（SA）

「逢妻」の割合が最も高く7.2%である。次いで、「豊南（6.8%）」、「朝日丘（6.3%）」である。

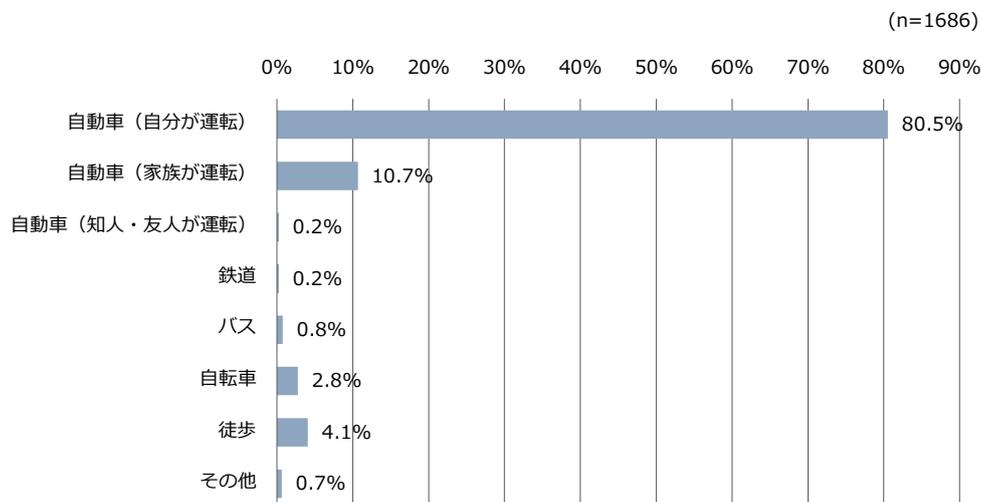
(n=1703)



2-2 日常的な買い物の実態について

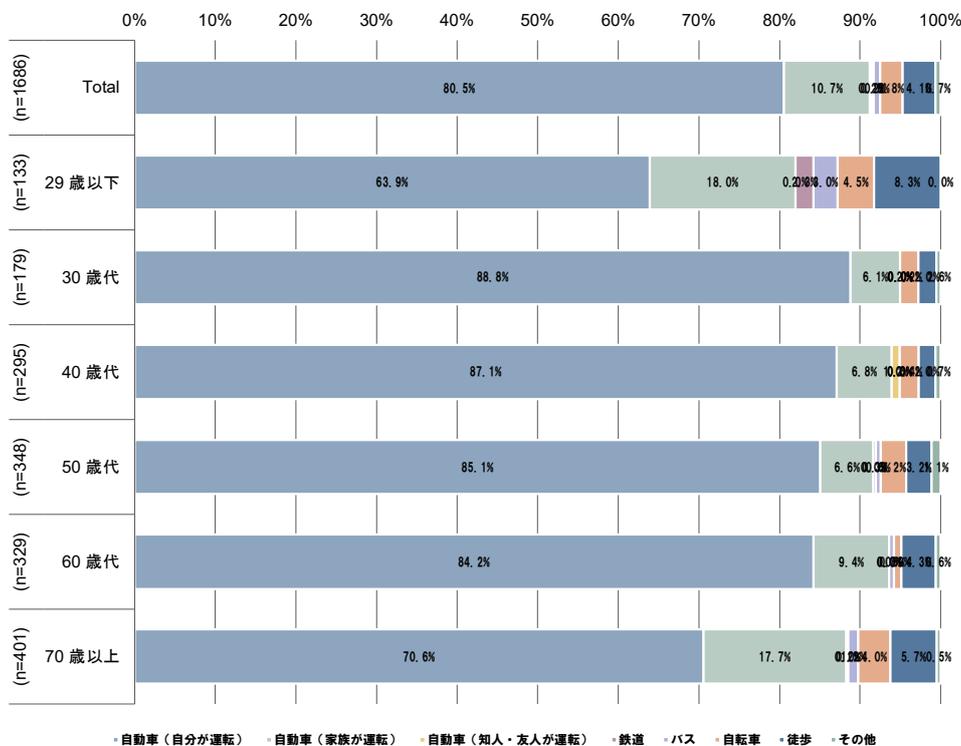
問4. 買い物の際の主な移動手段（SA）

「自動車（自分が運転）」の割合が最も高く 80.5%である。次いで、「自動車（家族が運転）（10.7%）」、「徒歩（4.1%）」である。



■年代別クロス集計結果

30歳代から60歳代は「自動車（自分が運転）」の割合が80%台である一方、70歳以上及び29歳以下では20%近くが「自動車（家族が運転）」となり、買い物に自動車が必要であるものの周囲の支援が必要になっている。



■居住地別クロス集計結果

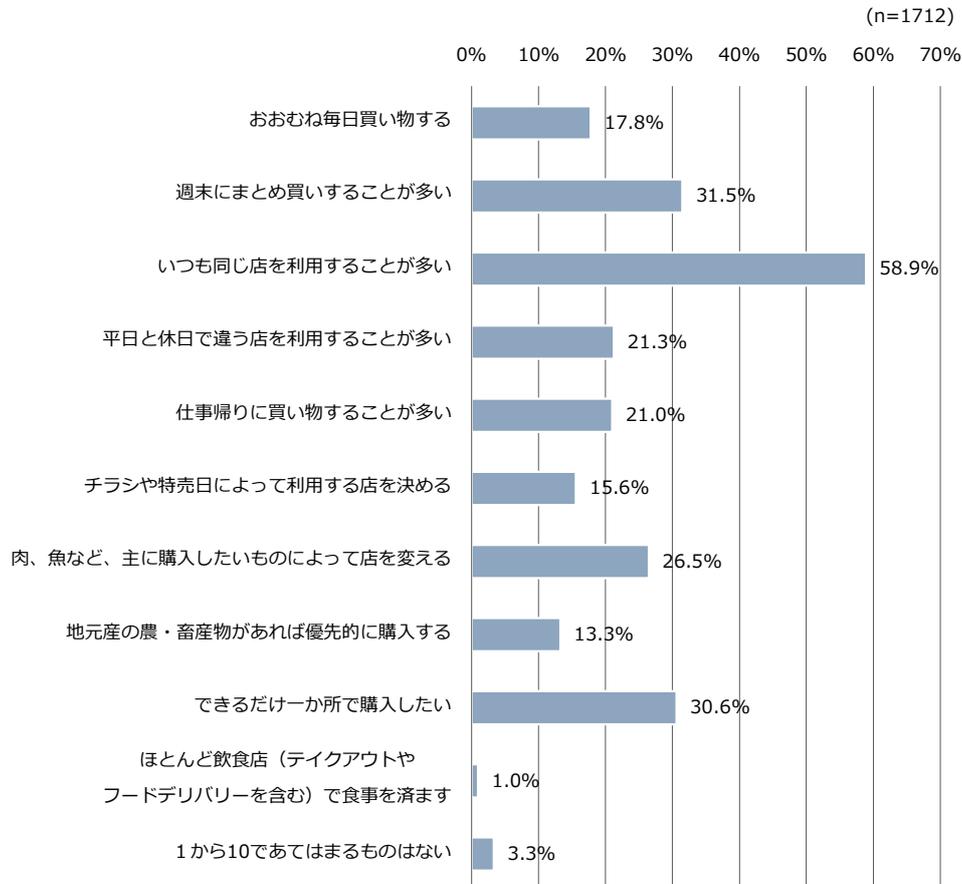
「自動車（自分が運転）」の割合は都市部に比較して山間部



※都市部は旧豊田市・旧藤岡町、山間部はそれ以外の地域

問5. 食料品や総菜を買う際の行動で当てはまるもの (MA)

「いつも同じ店を利用することが多い」の割合が最も高く 58.9%である。次いで、「週末にまとめ買いすることが多い (31.5%)」、「できるだけ一か所で購入したい (30.6%)」である。



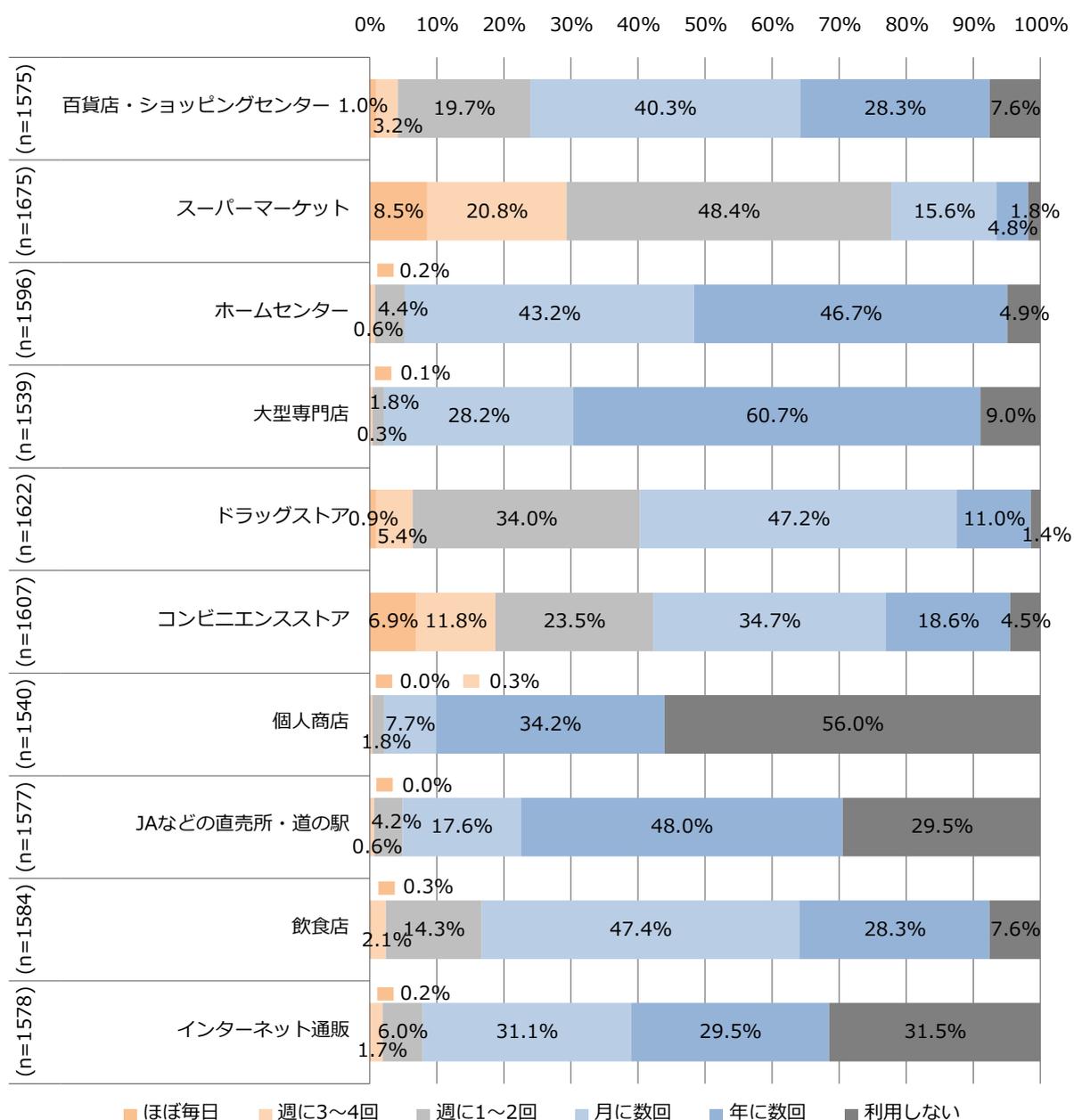
問6. 買い物場所の利用品度 (SA)

スーパーマーケットやドラッグストアは「週に1~2回」の割合が高く、それぞれ48.4%、34.0%となる。スーパーマーケットに加えてコンビニエンスストアは、「週に1~2回」がそれぞれ20.8%、11.8%、なかには「ほぼ毎日」利用している人もみられ（それぞれ8.5%、3.9%）、高頻度で利用する買い物施設となっている。一方、ドラッグストアは「月に数回」が47.2%で最も高くなり、スーパーマーケットやコンビニエンスストアほど日常利用する人は少ない。

飲食店やホームセンター、百貨店・ショッピングセンターは「月に数回」の割合が40%台であり、目的に応じて利用する施設となっている。

インターネット通販は、「月に数回」の割合が31.1%、「年に数回」が29.5%となり、しばしば利用されているが高頻度で利用する人は少ない。また、「利用しない」も31.5%みられる。

個人商店は「利用しない」割合が56.0%となり、週1回以上利用する割合は2%程度にとどまる。

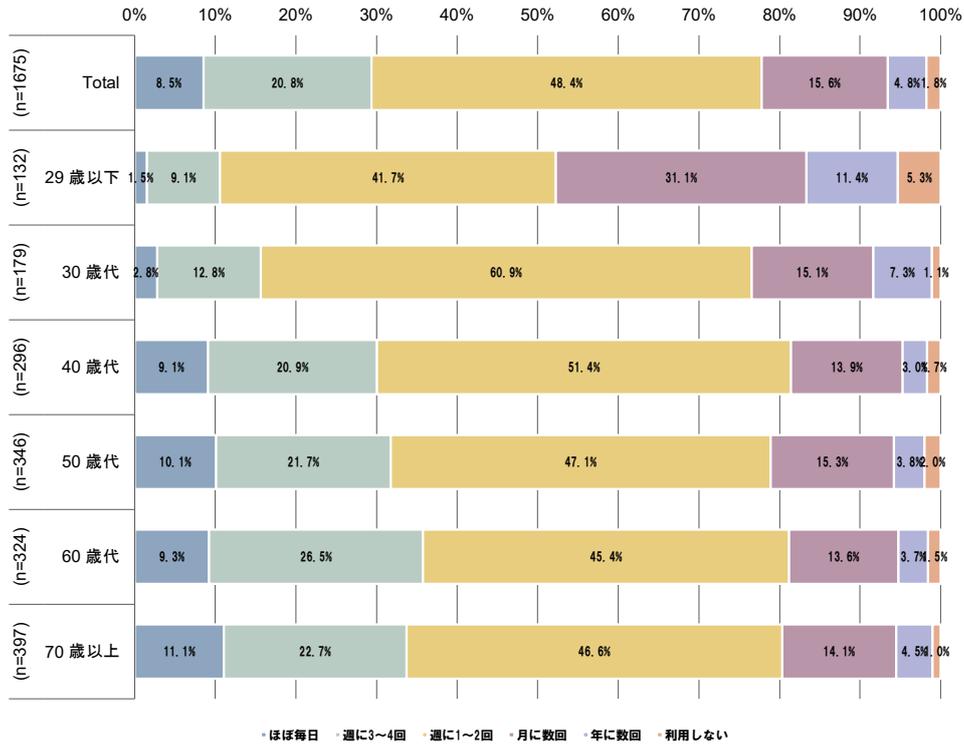


■年代別クロス集計結果（スーパーマーケット）

スーパーマーケットの利用について、30歳代は「週に1~2回」の割合が他の年代よりも高く60.9%となる。これはこの世代に共働きが多く、週末にまとめて購入する買い物行動が反映されたものと推察される。

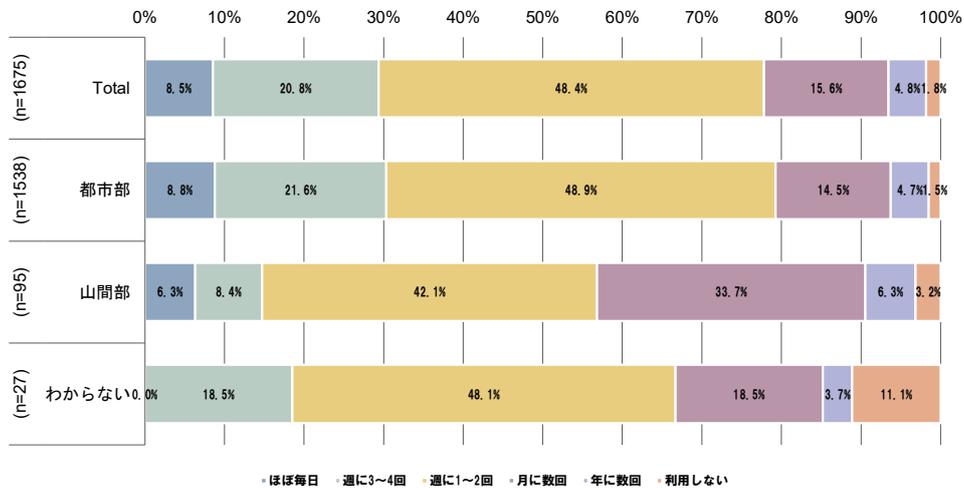
また、29歳以下は他の年代に比べて利用頻度が低いが、被扶養者が多いため、食料品等を買りに行く機会が少ないものと推察される。

40歳代以上については、概ね同じ利用傾向にある。



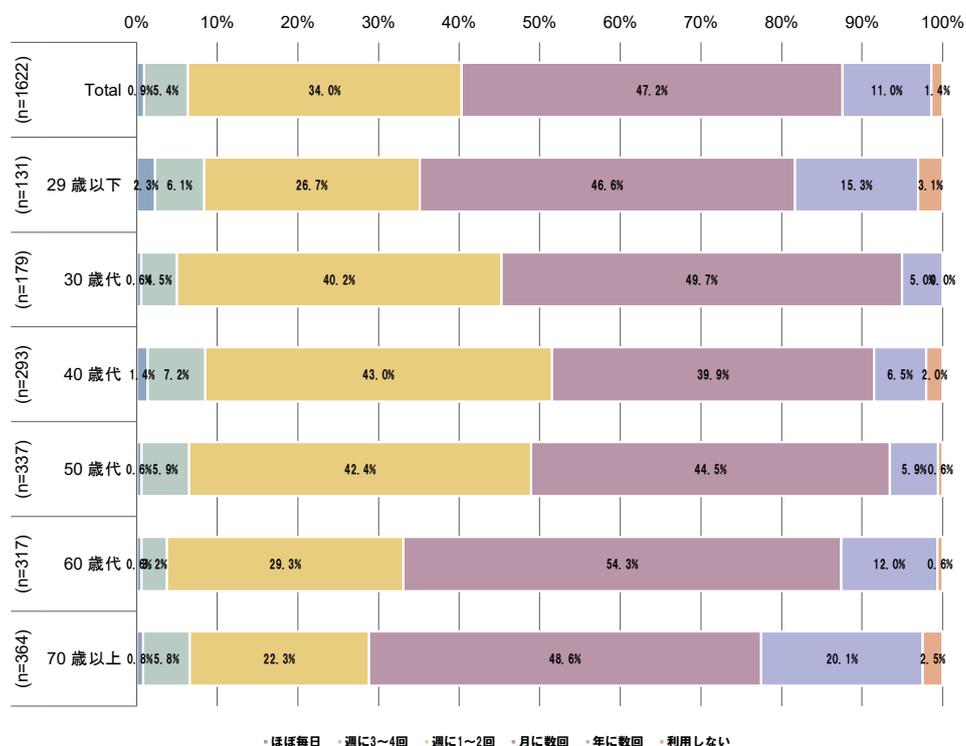
■居住地別クロス集計結果（スーパーマーケット）

山間部は都市部と比較して利用頻度が少ない。これは居住地域の近くにスーパーマーケットがないことが影響していると推察される。



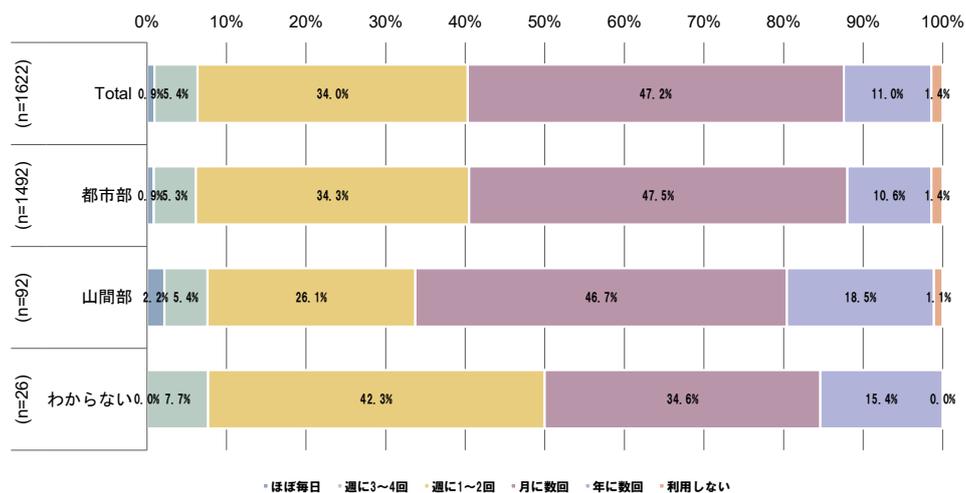
■年代別クロス集計結果（ドラッグストア）

ドラッグストアの利用について、30歳代から50歳代は「週に1～2回」の割合が他の年代に比べて高く40%を超えている。



■居住地域別クロス集計結果（ドラッグストア）

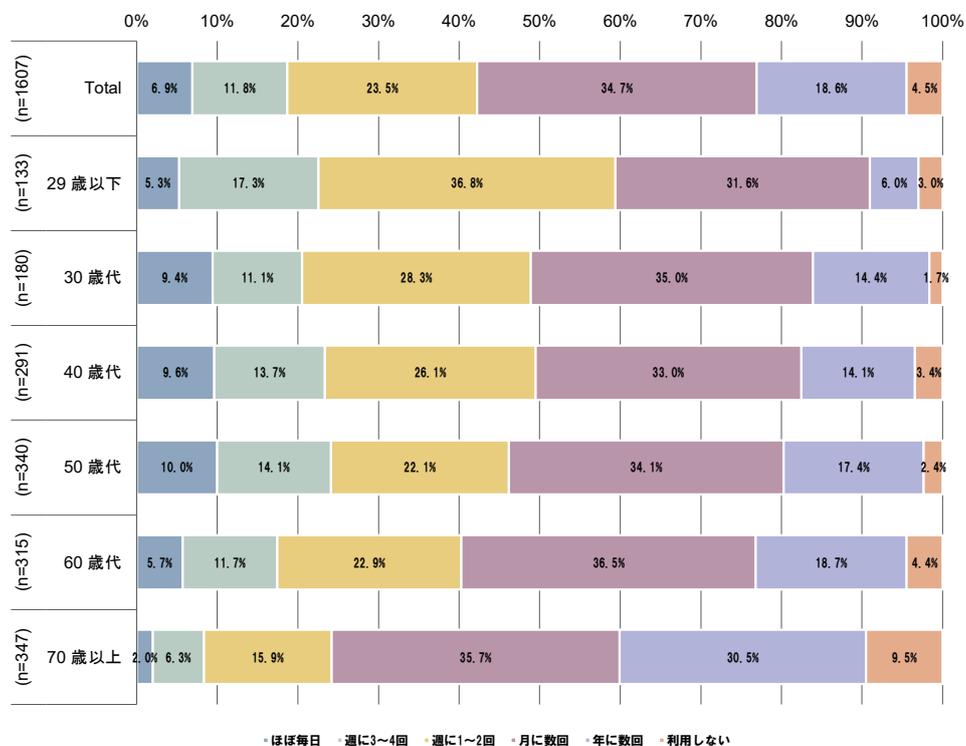
山間部では都市部と比較して「週に1～2回」の割合が低く、「利用しない」割合が高い。これは居住地域の近くにスーパーマーケットがないことが影響していると推察される。



■年代別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

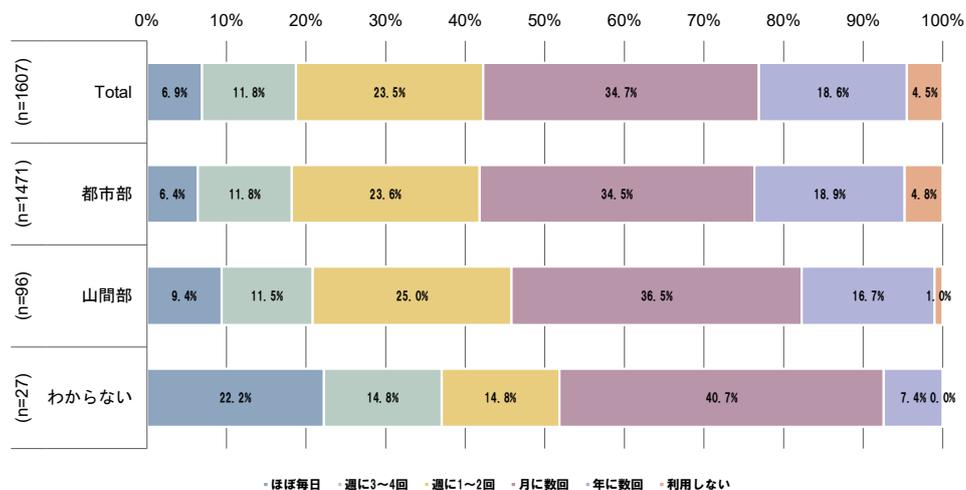
コンビニエンスストアの利用について、29歳以下は「週に1~2回」の割合が他の年代に比べて高く36.8%となる。この年代の利用頻度は概ね高く、コンビニエンスストアが買い物するうえで重要な場となっている。

一方、70歳代以上ではコンビニエンスストアの利用が年数回程度以下の割合が約4割を占める。



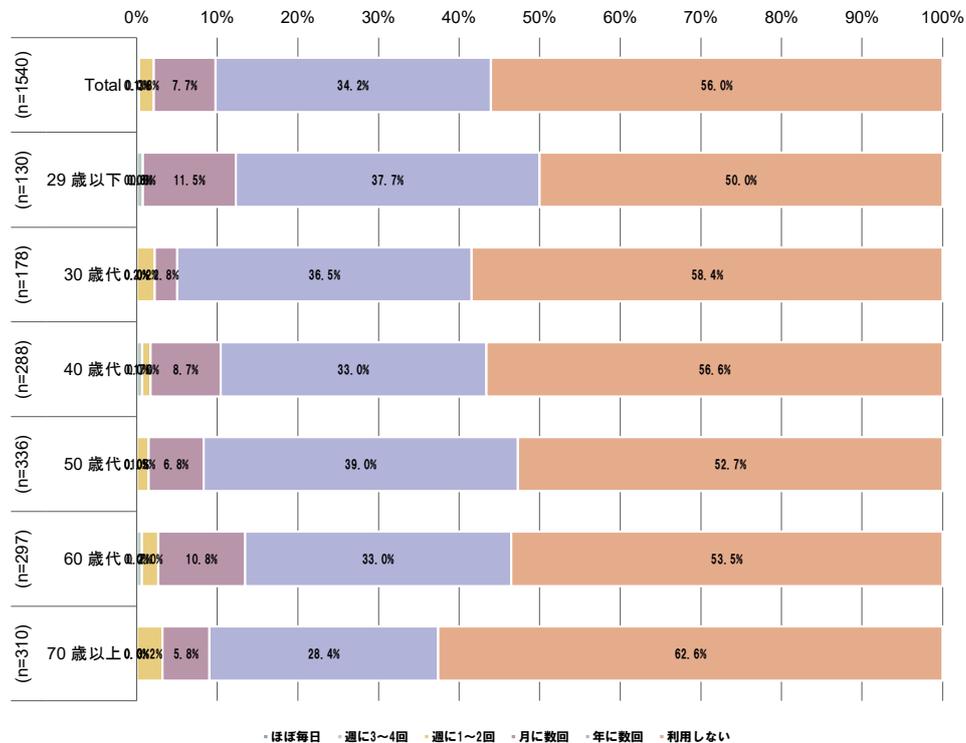
■居住地域別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

山間部では「ほぼ毎日」の割合が都市部と比較して高く9.4%となる。コンビニエンスストアはスーパーマーケットやドラッグストアよりも人口規模の小さな地域に出店しているため、一部の人のにとって重要な買い物場所となっている。



■年代別クロス集計結果（個人商店）

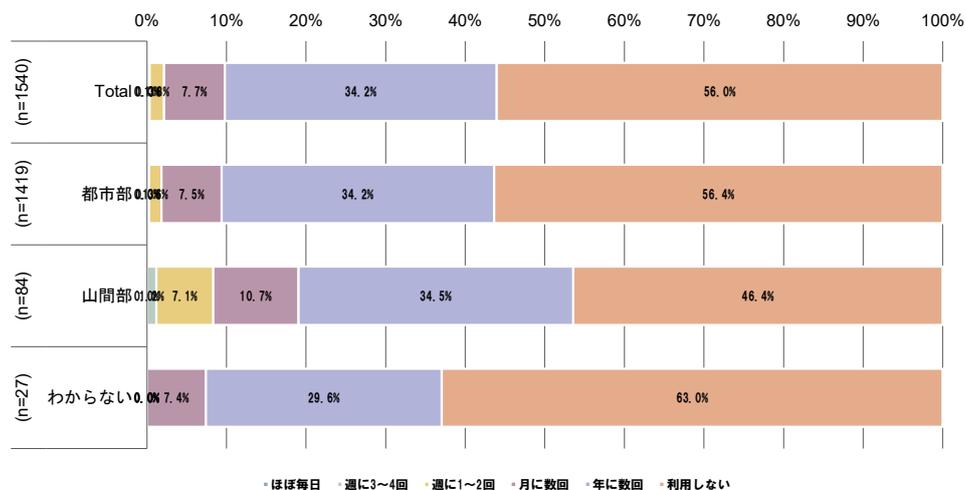
個人商店の利用について、年代による利用頻度に大きな差はみられない。また、「利用しない」の割合が最も高いのは70歳以上で62.6%となっており、個人商店は高齢者の利用頻度が高いものではない。



■居住地域別クロス集計結果（個人商店）

山間部では「週に1~2回」や「月に数回」の割合が都市部と比較して高く、それぞれ7.1%、10.7%となる。都市部と比較して「利用しない」割合も低いものの、46.4%が利用していない。

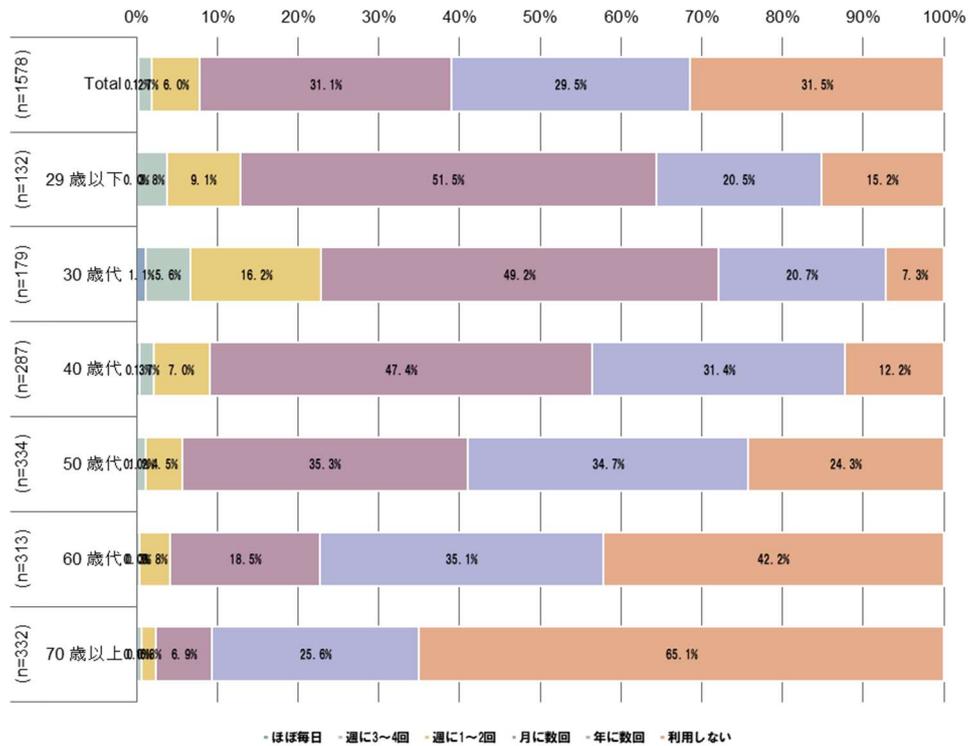
山間部において個人商店は生活するためのインフラ機能を有しているが、その利用者は一部に限られていることがうかがえる。



■年代別クロス集計結果（インターネット通販）

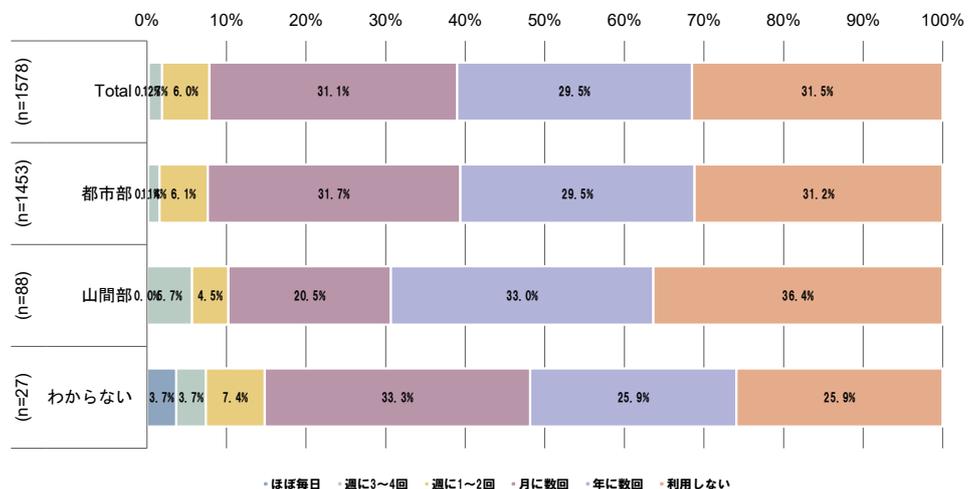
インターネット通販の利用について、概ね若い年代ほど利用頻度が高まる傾向がみられる。とりわけ30歳代では「週に1～2回」の割合が16.2%、「週に3～4回」が5.6%と高いなど、高頻度の利用が多く、月に数回以上利用する人は7割を超える。

60歳代では6割近い利用実績があり、インターネット通販は買い物の手段として年代を問わず広く定着している。



■居住地別クロス集計結果（インターネット通販）

山間部では「利用しない」割合が都市部と比較して高く、36.4%となっているが、これは高齢者の比率が影響しているものと推察される。一方で、「週に3～4回利用する」割合は都市部よりも高く、地域における買い物場所や商品選択肢が少ないため、インターネット通販を積極的に利用しているものと推察される。

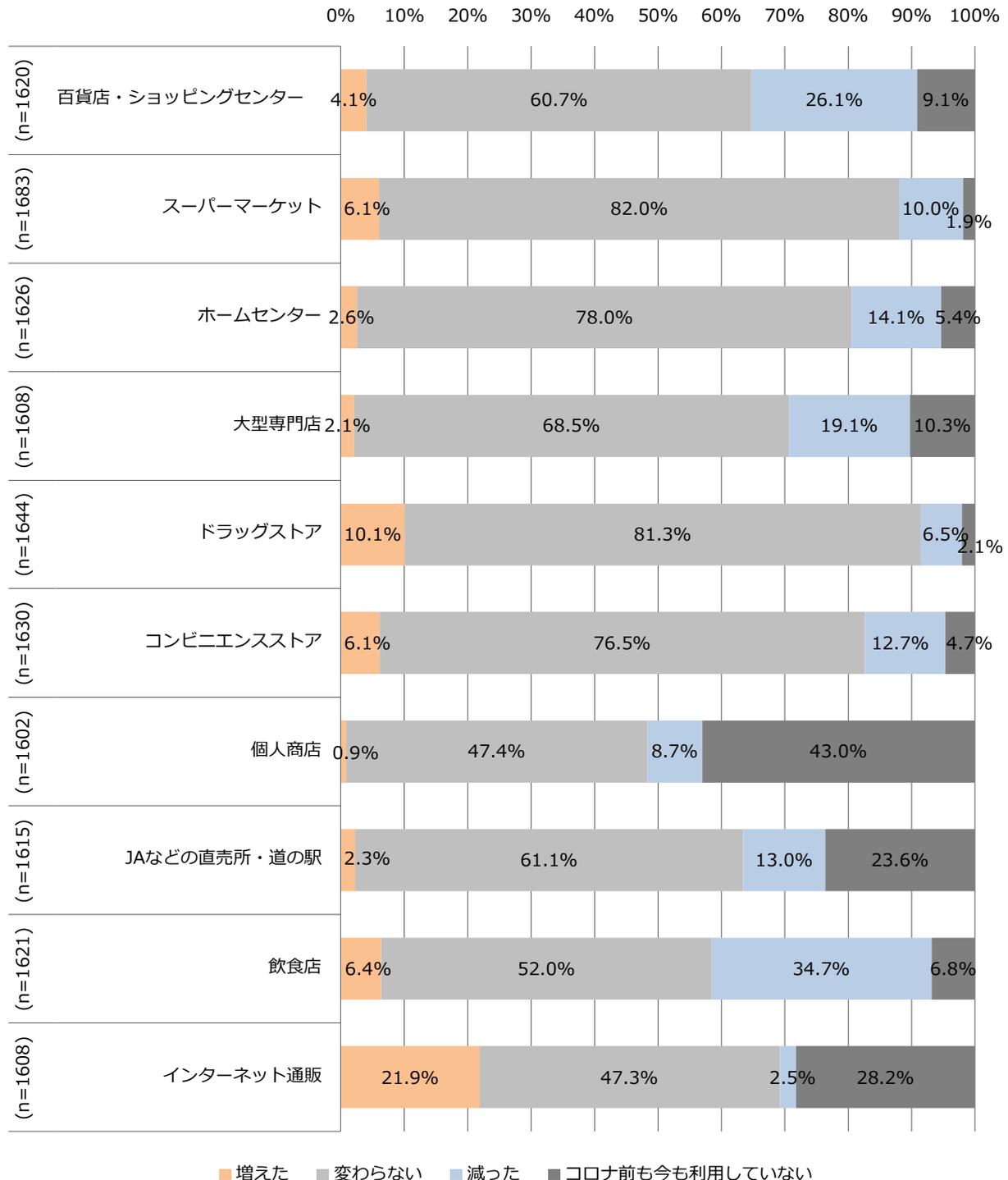


問7. コロナ前と比較した買い物場所の利用品度 (SA)

コロナ前と比較して「増えた」割合が最も高いのは、インターネット通販で 21.9%であり、次いでドラッグストア (10.1%) である。

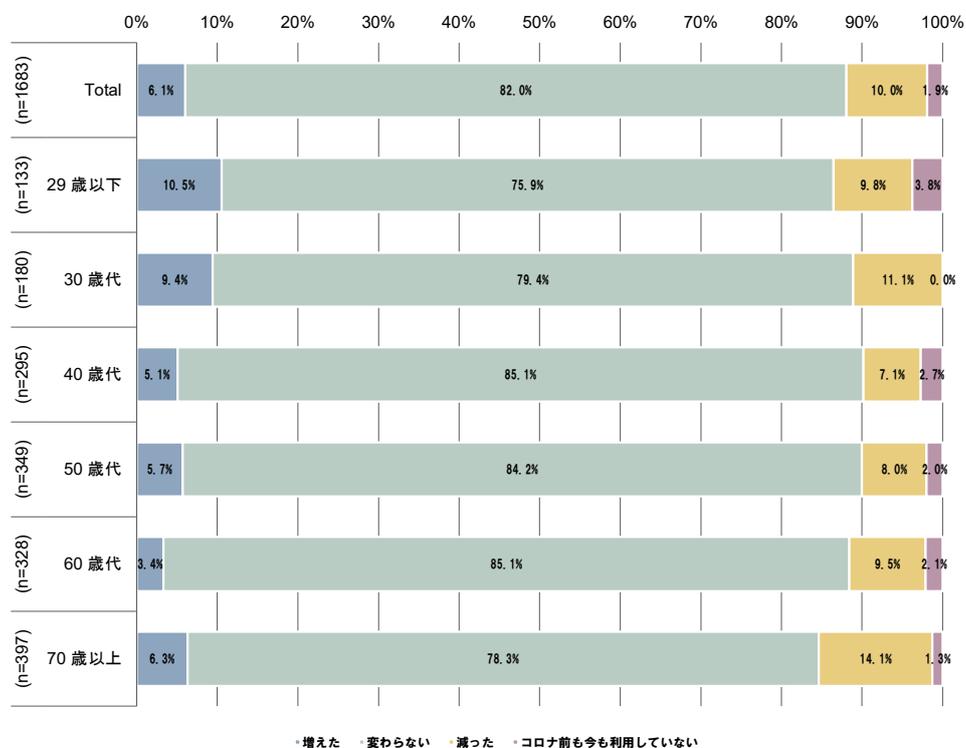
一方、「減った」割合が最も高いのは、飲食店で 34.9%であり、次いで百貨店・ショッピングセンター (26.1%)、大型専門店 (19.1%) である。個人商店は「減った」割合が 8.7%にとどまるものの、そもそも利用されていないことが影響している。

ほとんどの施設で利用頻度が減少している中で、インターネット通販の利用が大きく増える傾向にあり、ドラッグストアもやや増加している。



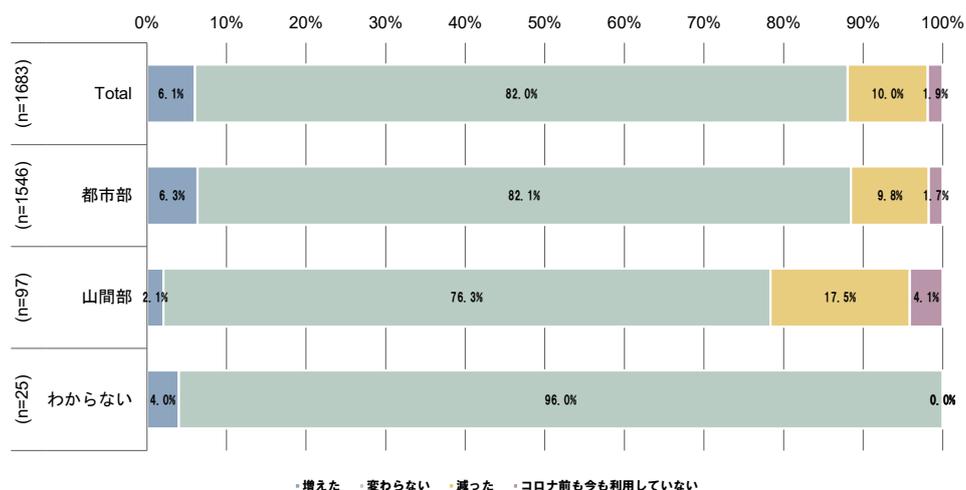
■年代別クロス集計結果（スーパーマーケット）

コロナ前と比較したスーパーマーケットの利用について、年代による目立った差はみられない。ただし、60歳代や70歳以上で「減った」とする割合が「増えた」を上回っており、高齢者の買い物控えの傾向がうかがえる。



■居住地別クロス集計結果（スーパーマーケット）

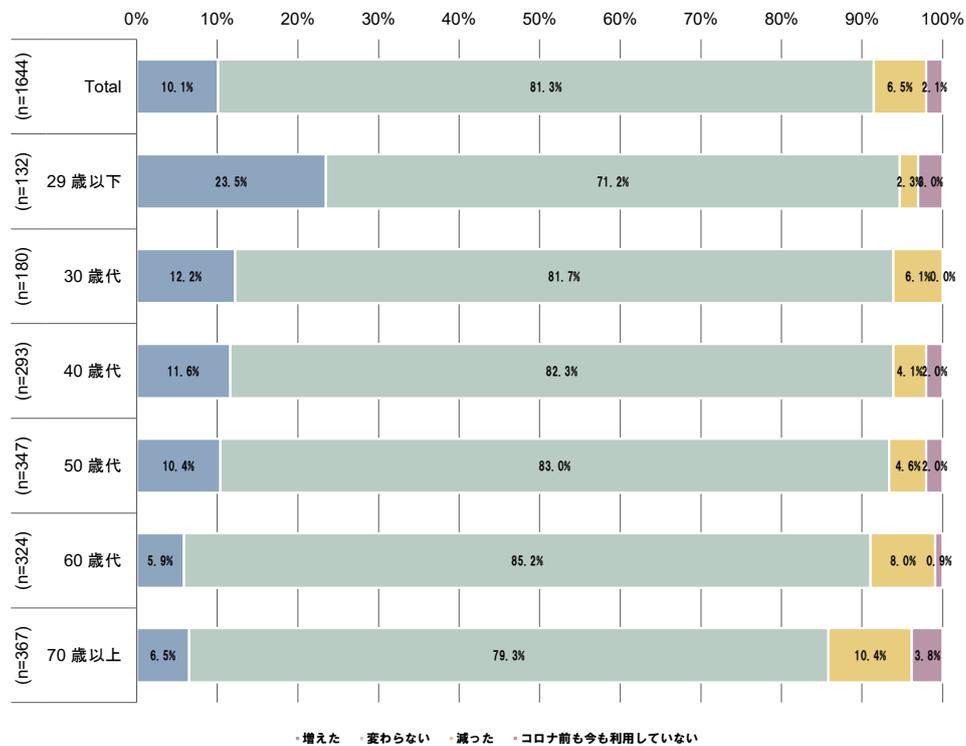
山間部では「減った」とする割合が都市部と比較して高く、17.5%となっている。高齢者比率の高い地域であり、コロナ禍をきっかけに都市部への買い物頻度を控えているものと推察される。



■年代別クロス集計結果（ドラッグストア）

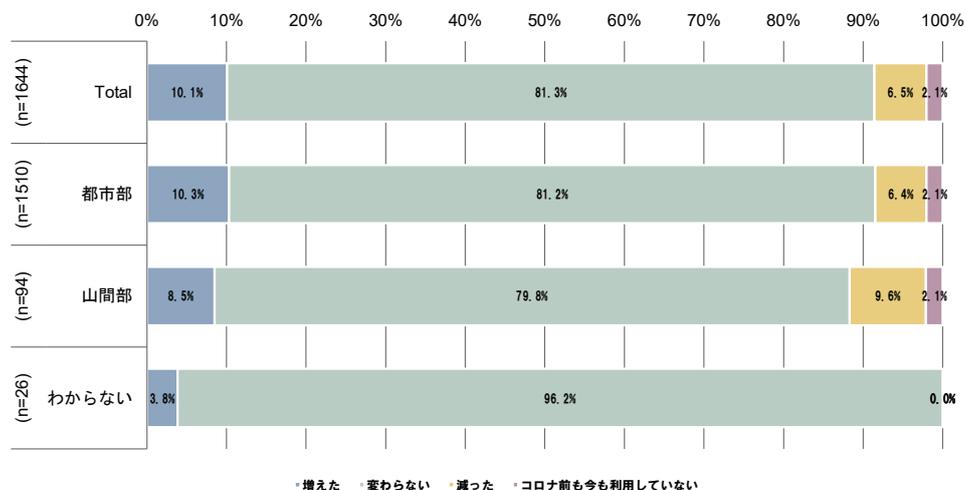
コロナ前と比較したドラッグストアの利用について、29歳以下で「増えた」とする割合が他の年代と比較して高く23.5%となり、「減った（2.3%）」を大きく上回る。30歳代から50歳代までは「増えた」とする割合が「減った」を上回るものの、60歳代や70歳以上では「減った」が上回る。

コロナ禍において利用が増えたとされるドラッグストアにおいても、高齢者が買い物控えている様子が見えてくる。



■居住地別クロス集計結果（ドラッグストア）

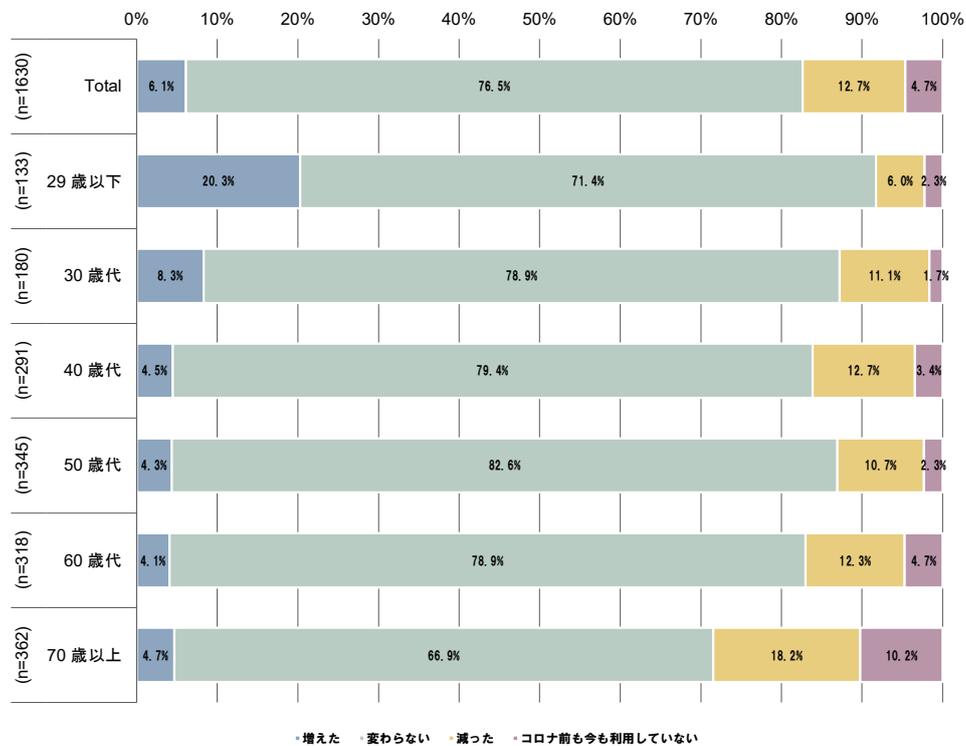
山間部では「減った」とする割合が都市部と比較して高く、「増えた」とする割合が低い。スーパーマーケットほどではないものの、都市部への買い物頻度を控えているものと推察される。



■年代別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

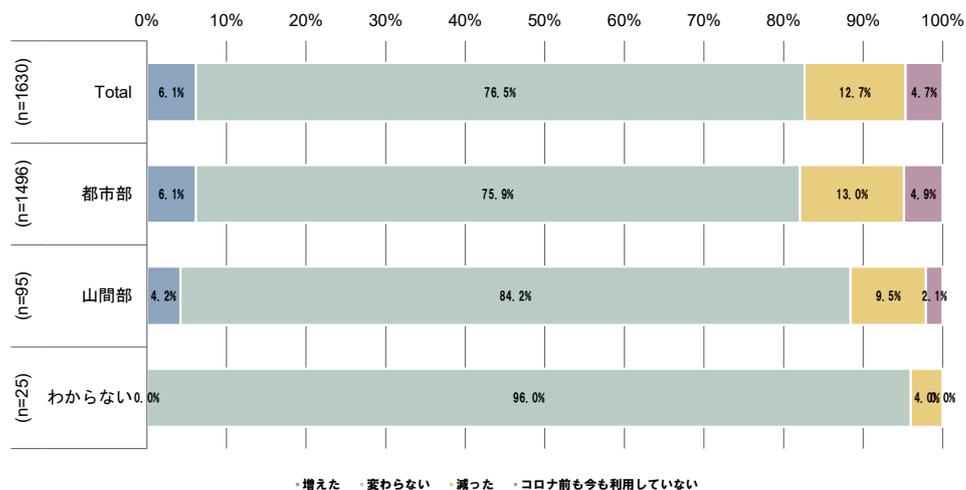
コロナ前と比較したコンビニエンスストアの利用について、29歳以下で「増えた」とする割合が他の年代と比較して高く20.3%となり、「減った（6.0%）」を大きく上回る。

しかし、ドラッグストアとは異なり、30歳以上では「増えた」とする割合が「減った」を上回り、利用頻度が減っている。



■居住地域別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

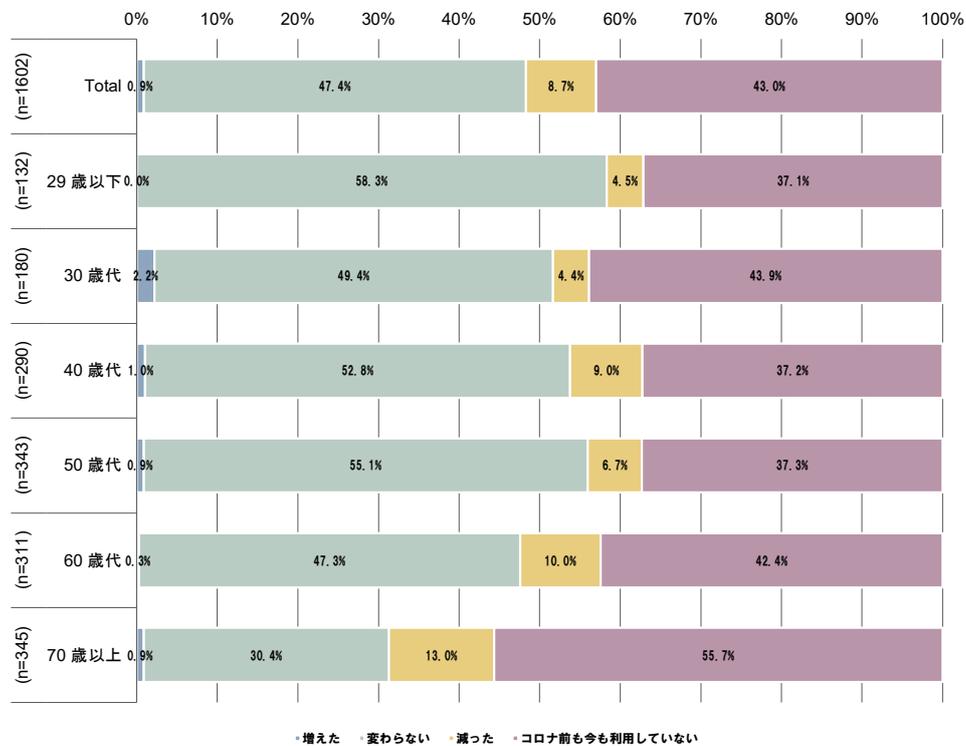
山間部と都市部ともに「減った」とする割合が「増えた」割合を上回っているが、都市部で「減った」とする割合が13.0%と高くなった。山間部においてコンビニエンスストアが購買活動に必要なインフラとなっているため、利用控えする人が少なくなったものと推察される。



■年代別クロス集計結果（個人商店）

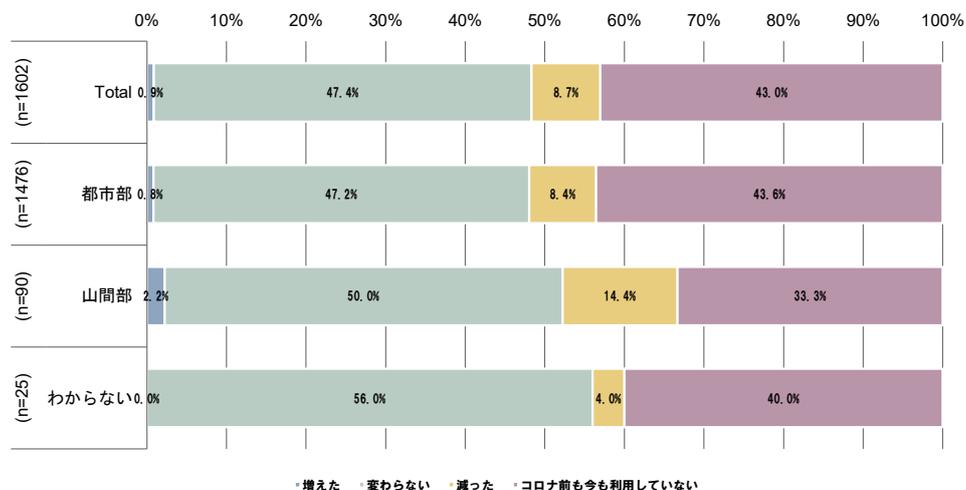
コロナ前と比較した個人商店の利用について、いずれの年代も「減った」とする割合が「増えた」を上回る。とりわけ70歳以上と60歳代において「減った」とする割合が高く、それぞれ13.0%、10.0%となった。

コロナ禍をきっかけに高齢者の個人商店離れも進んでいる。



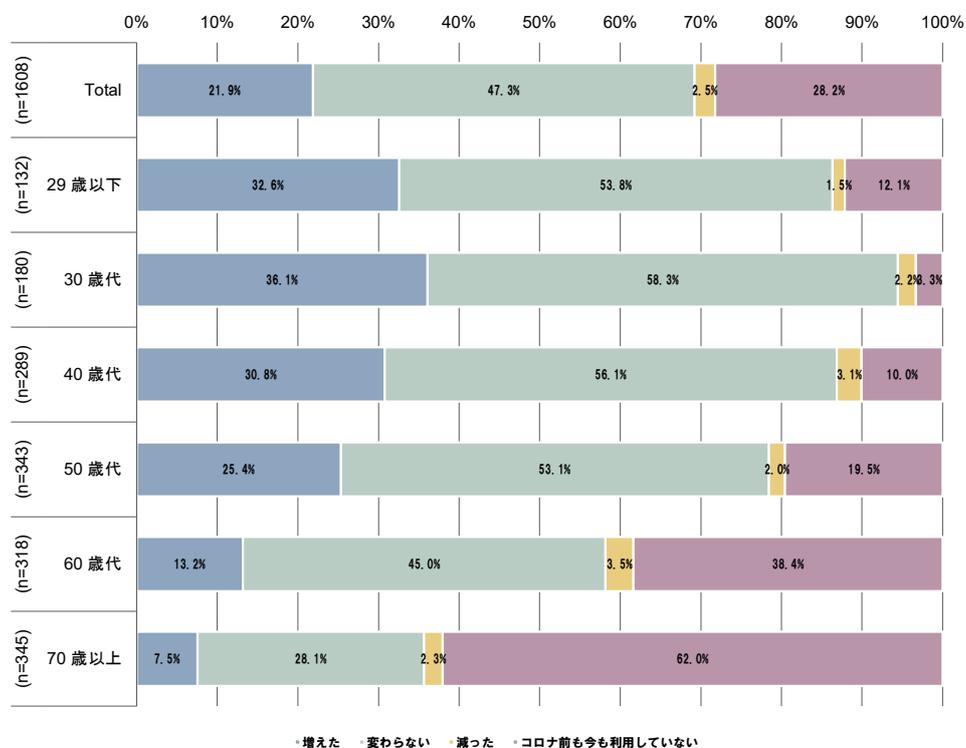
■居住地域別クロス集計結果（個人商店）

山間部と都市部ともに「減った」とする割合が「増えた」割合を上回っているが、山間部では「減った」とする割合が14.4%と高くなった。都市部と比較して山間部に利用の多い個人商店において、コロナ禍をきっかけに利用が減っている。



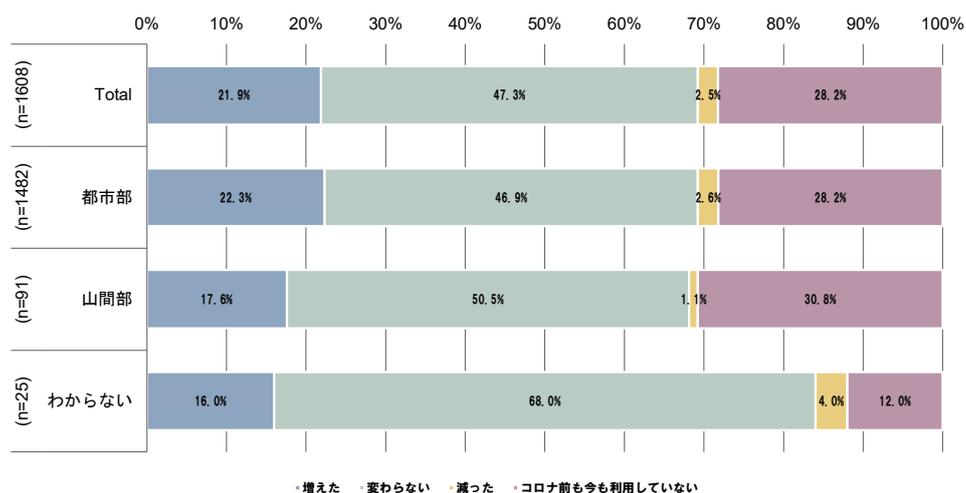
■年代別クロス集計結果（インターネット通販）

コロナ前と比較したインターネット通販の利用について、いずれの年代も「増えた」とする割合が「減った」を大きく上回る。とりわけ30歳代や29歳以下、40歳代が顕著であり、「増えた」とする割合はそれぞれ36.1%、32.6%、30.8%となった。



■居住地別クロス集計結果（インターネット通販）

山間部と都市部ともに「増えた」とする割合が「減った」割合を大きく上回っている。



問8. 買い物で最もよく利用する施設 (SA)

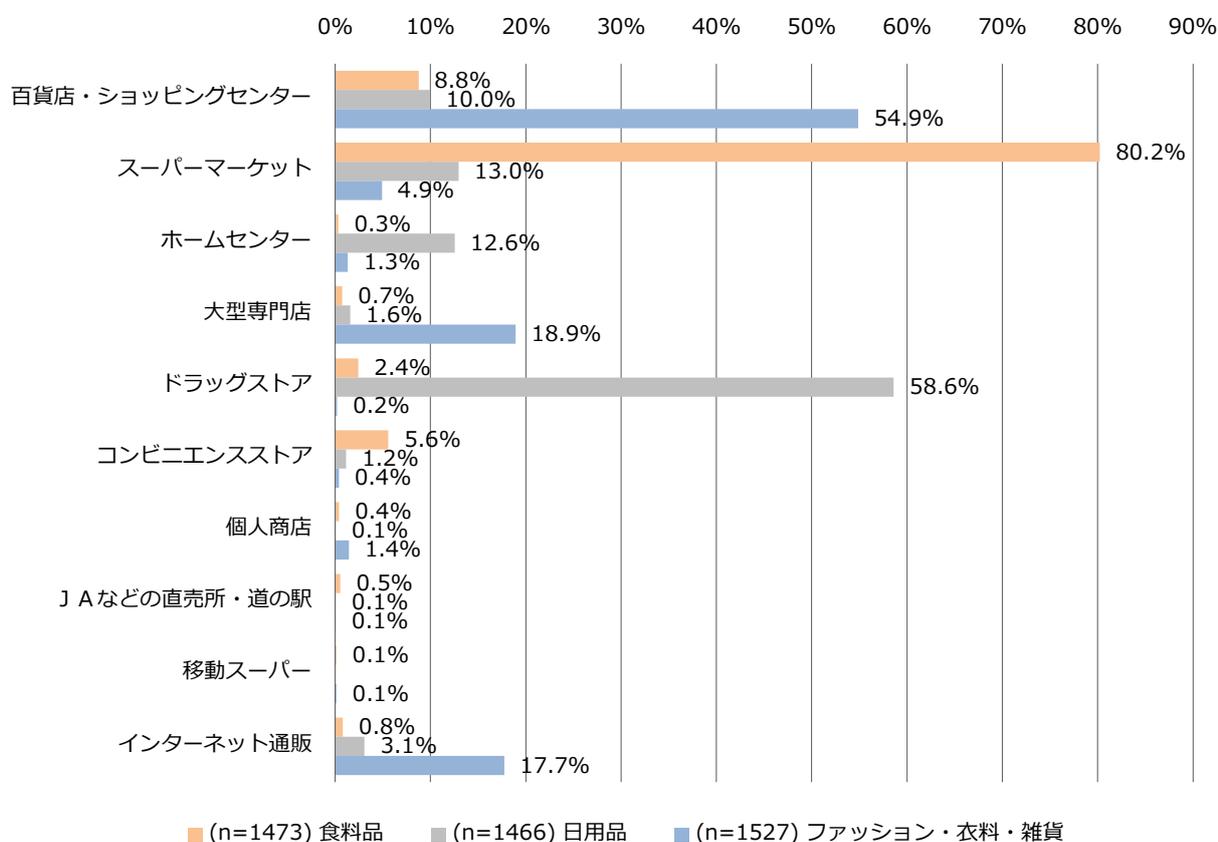
「食料品」はスーパーマーケットの割合が最も高く 80.2%であり、ほとんどの人にとって最も利用する施設となっている。

「日用品」はドラッグストアの割合が最も高く 58.6%であり、次いでスーパーマーケット (13.0%)、ホームセンター (12.6%) となる。

「ファッション・衣料・雑貨」は百貨店・ショッピングセンターの割合が最も高く 54.9%であり、次いで大型専門店 (18.9%)、インターネット通販 (17.7%) となる。

多くの方は買い物目によって利用する施設を分けている傾向にある。また、利用が増加傾向にあるインターネット通販は「日用品」や「食料品」を最も利用する人はほとんどなく、利用品目を絞る、もしくは実店舗以外に補完的に利用する手段となっていることがうかがえる。

個人商店や移動スーパーを最も利用している人はほとんどみられず、限られた利用がなされていることがうかがえる。

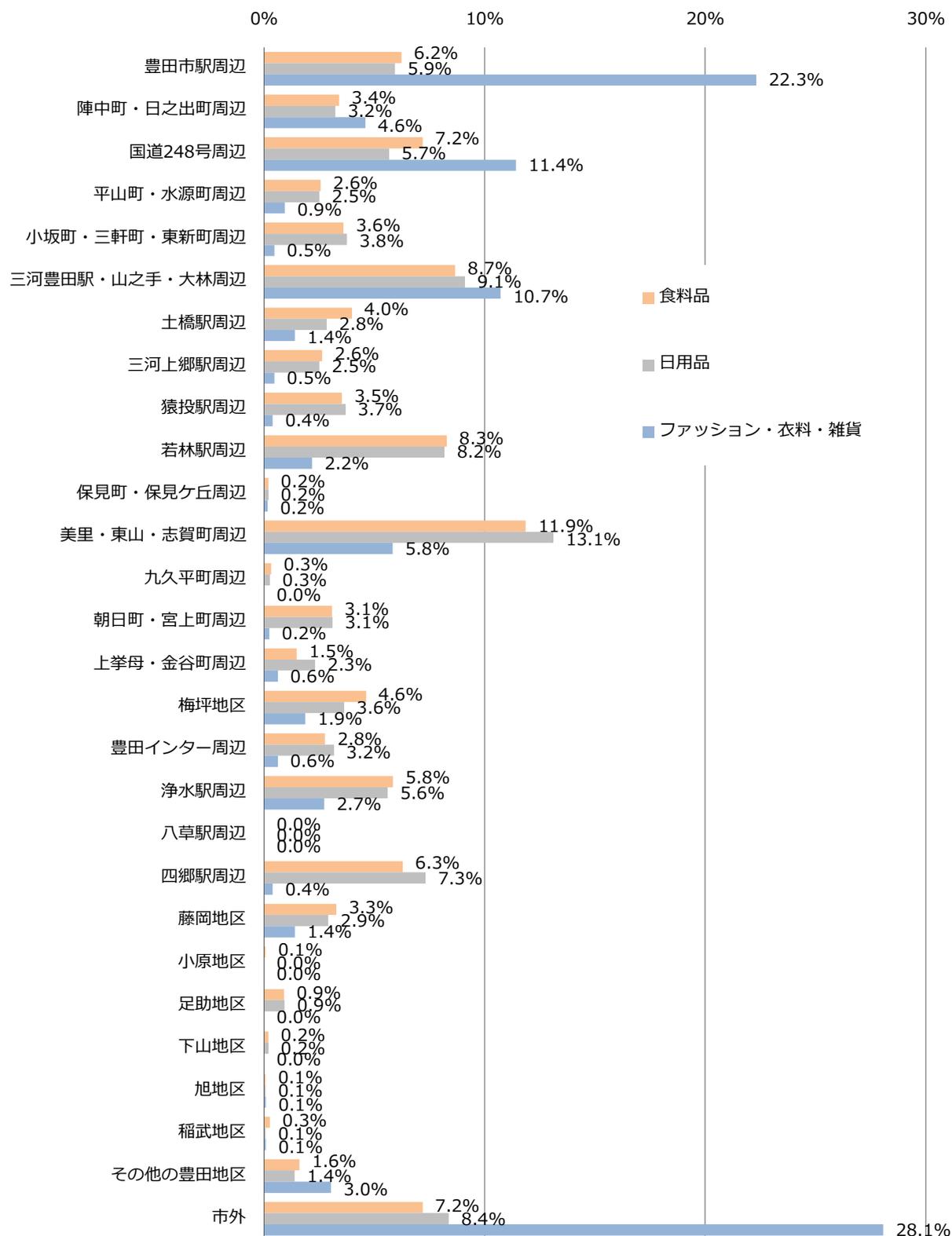


問9. 問8で回答した買い物で、最もよく利用する場所 (SA)

「食料品」と「日用品」で最も利用する場所の割合に大きな違いは見られないものの、「ファッション・衣料・雑貨」は豊田市駅周辺が 22.3%、国道 248 号周辺が 11.4%、三河豊田駅・山之手・大林周辺が 10.7%となり他の品目に比べて相対的に高くなっており、他の地域から買い物に訪れていることがうかがえる。

また、市外が 28.1%となり豊田市駅周辺を上回っており、本市中心部が「ファッション・衣料・雑貨」を購入する場としての集積性や魅力が十分でないといみなされていることがうかがえる。

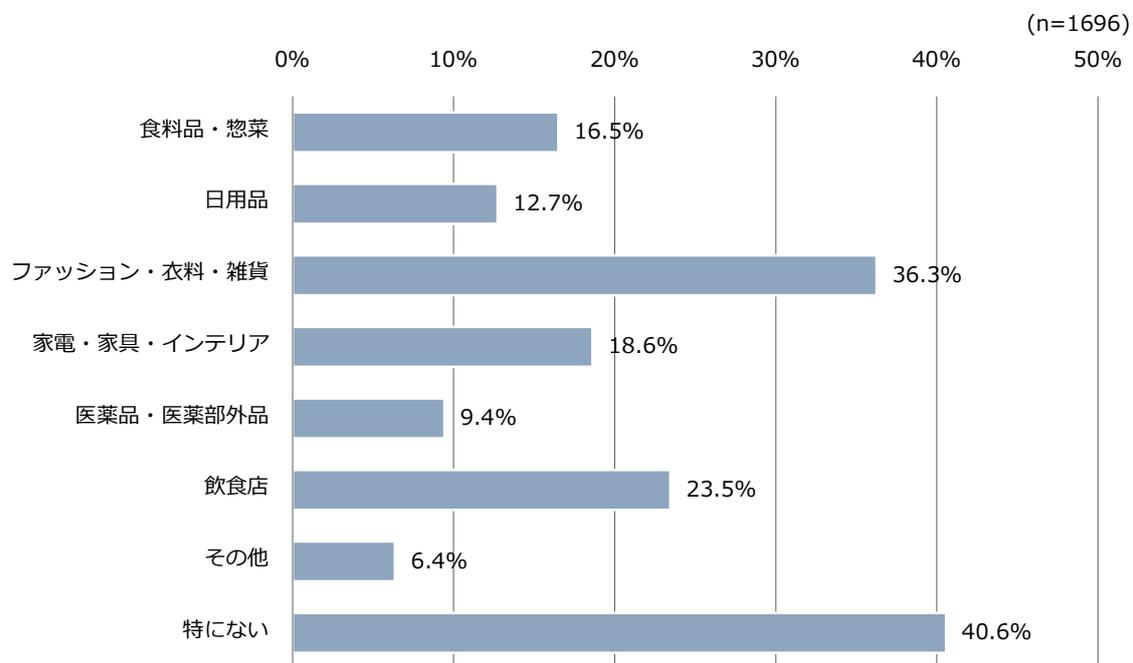
(n=1559)



問10. 現在自宅付近で購入できる場所がなく不便だと感じているもの (MA)

不便だと感じているものは、「ファッション・衣料・雑貨」の割合が最も高く 36.3%である。次いで、「飲食店 (23.5%)」、「家電・家具・インテリア (18.6%)」である。

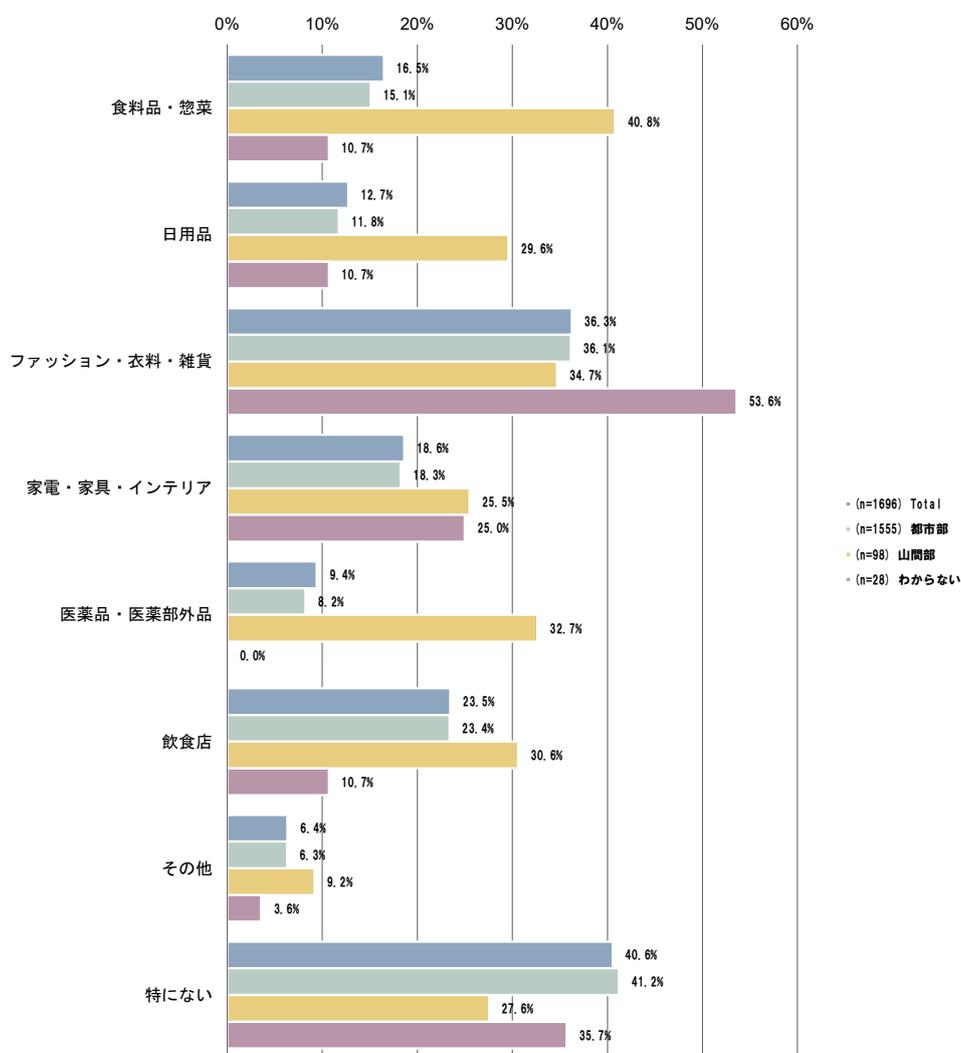
ただし、「特にない」の割合が 40.6%と最も高くなり、不便を感じていない人が半数近くを占める。



■居住地域別クロス集計結果

山間部では、自宅付近で購入できる場所がなく不便だと感じているものは「食料品・総菜」の割合が最も高く 40.8%である。次いで、「ファッション・衣料・雑貨 (34.7%)」、「医薬品・医薬部外品 (32.7%)」、「飲食店 (30.6%)」である。

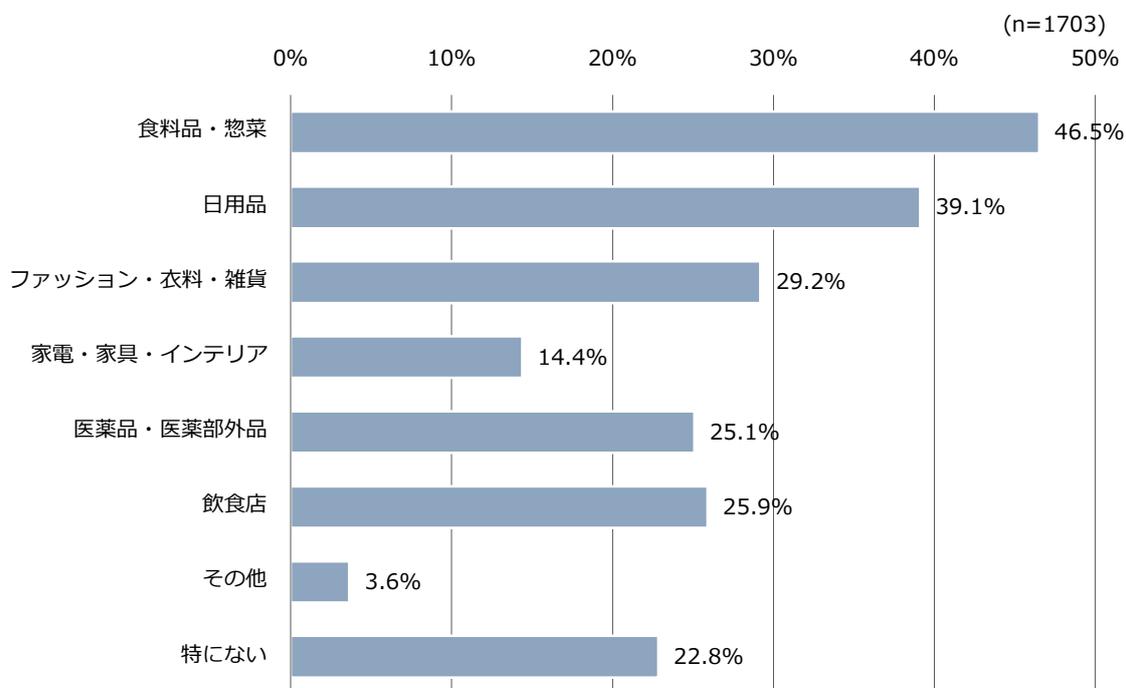
山間部では都市部よりも割合が大きく上回る傾向にあるが、「ファッション・衣料・雑貨」については地域による差はみられず、市内全体において不十分であることがうかがえる。



問11. 身近な場所で購入できると便利だと思うもの（MA※3つ）

「食料品・惣菜」の割合が最も高く46.5%である。次いで、「日用品（39.1%）」、「ファッション・衣料・雑貨（29.2%）」である。

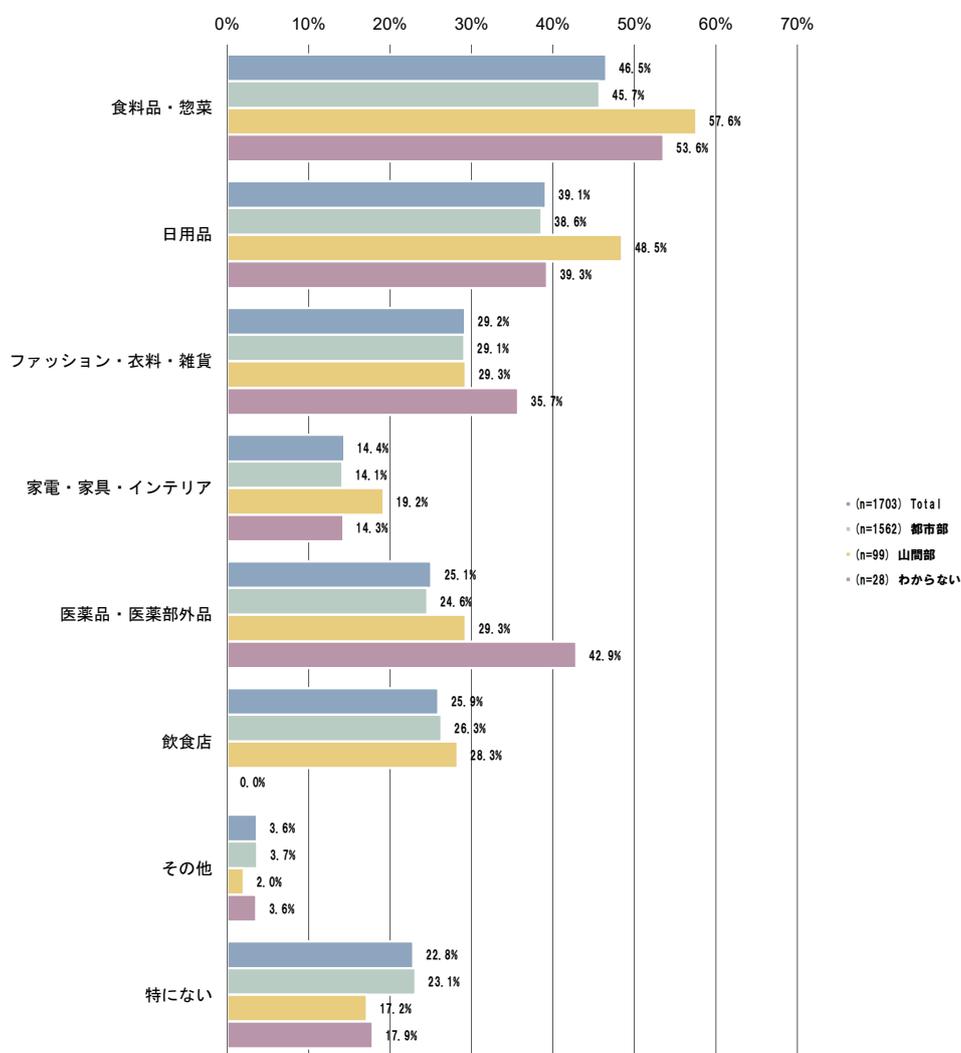
「食料品・惣菜」は、身近な場所に購入したいニーズがあるが、実際に購入できずに困っている割合はそれほど高くない。「ファッション・衣料・雑貨」は身近な場所に購入したいニーズがあるものの、購入できずに困っている人が少なくないとみられる。



■居住地域別クロス集計結果

山間部では、身近な場所で購入できると便利だと思うものは「食料品・総菜」の割合が最も高く 57.6% である。次いで、「日用品(48.5%)」、「ファッション・衣料・雑貨(29.3%)」、医療品・医薬部外品(29.3%)、「飲食店(28.3%)」である。

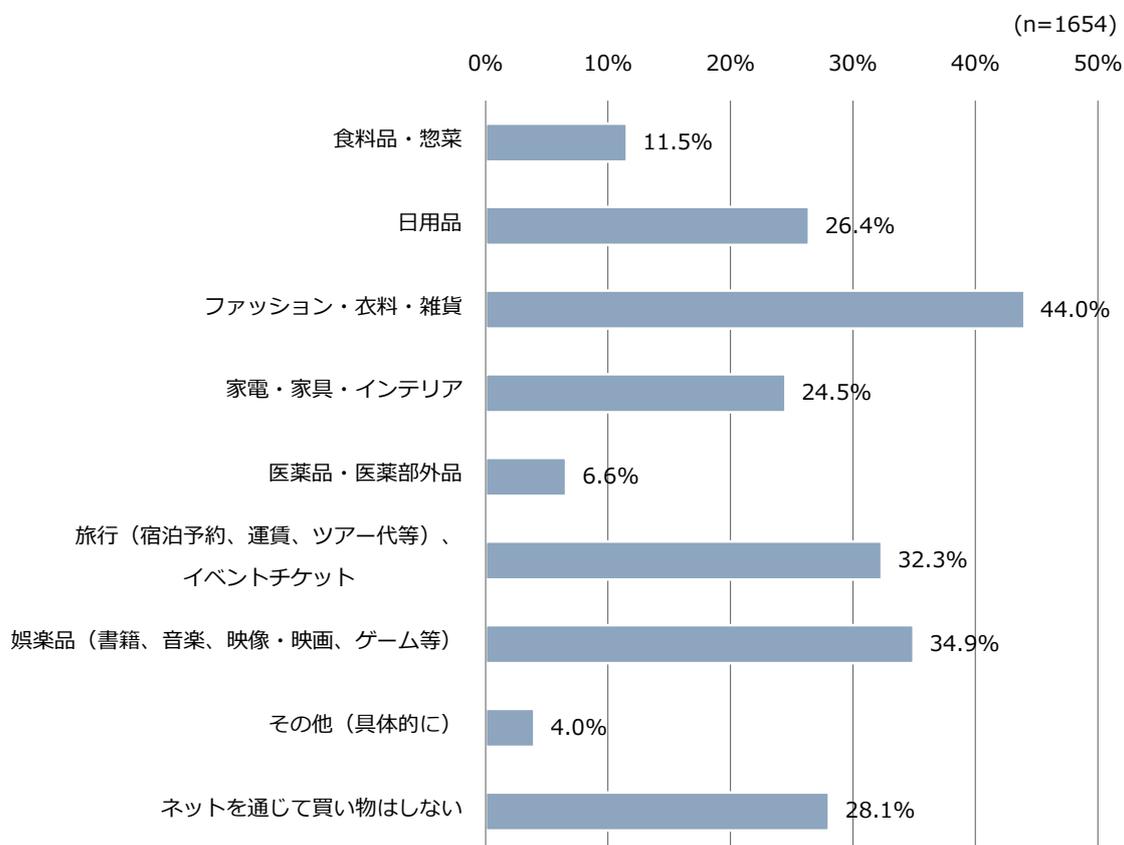
山間部では「食料品・総菜」や「日用品」を身近な場所で購入したいニーズが都市部と比べて強くみられる。



問12. ネットで購入・消費しているもの (MA)

「ファッション・衣料・雑貨」の割合が最も高く 44.0%である。次いで、「娯楽品（書籍、音楽、映像・映画、ゲーム等）（34.9%）」、「旅行（宿泊予約、運賃、ツアー代等）、イベントチケット（32.3%）」である。

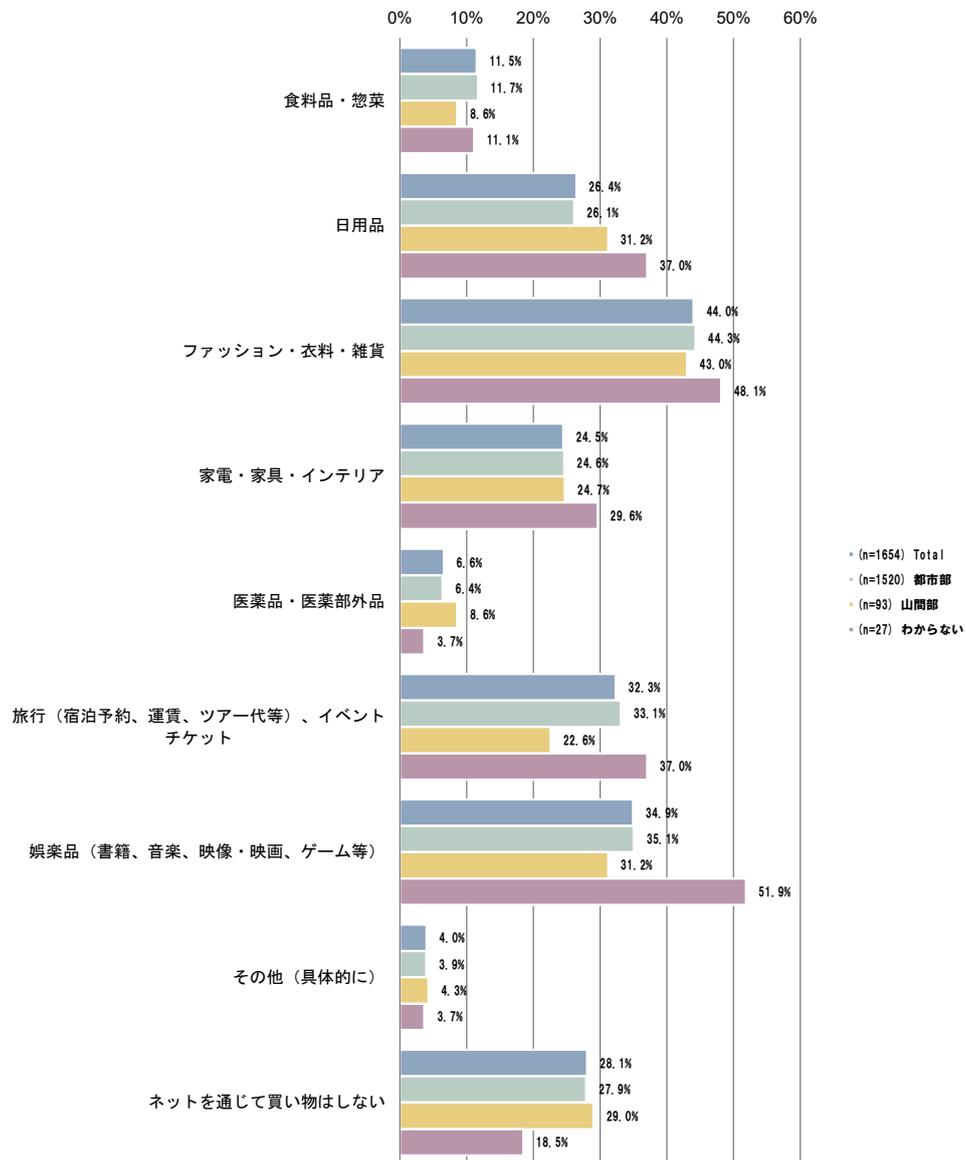
「ネットを通じて買い物はしない」割合も 28.1%あり、約 3 割は実店舗のみで購入・消費している。



■居住地域別クロス集計結果

ネットで購入しているものについて、「旅行（宿泊予約、運賃、ツアー代等）、イベントチケット」を除いて山間部と都市部に大きな差はみられない。

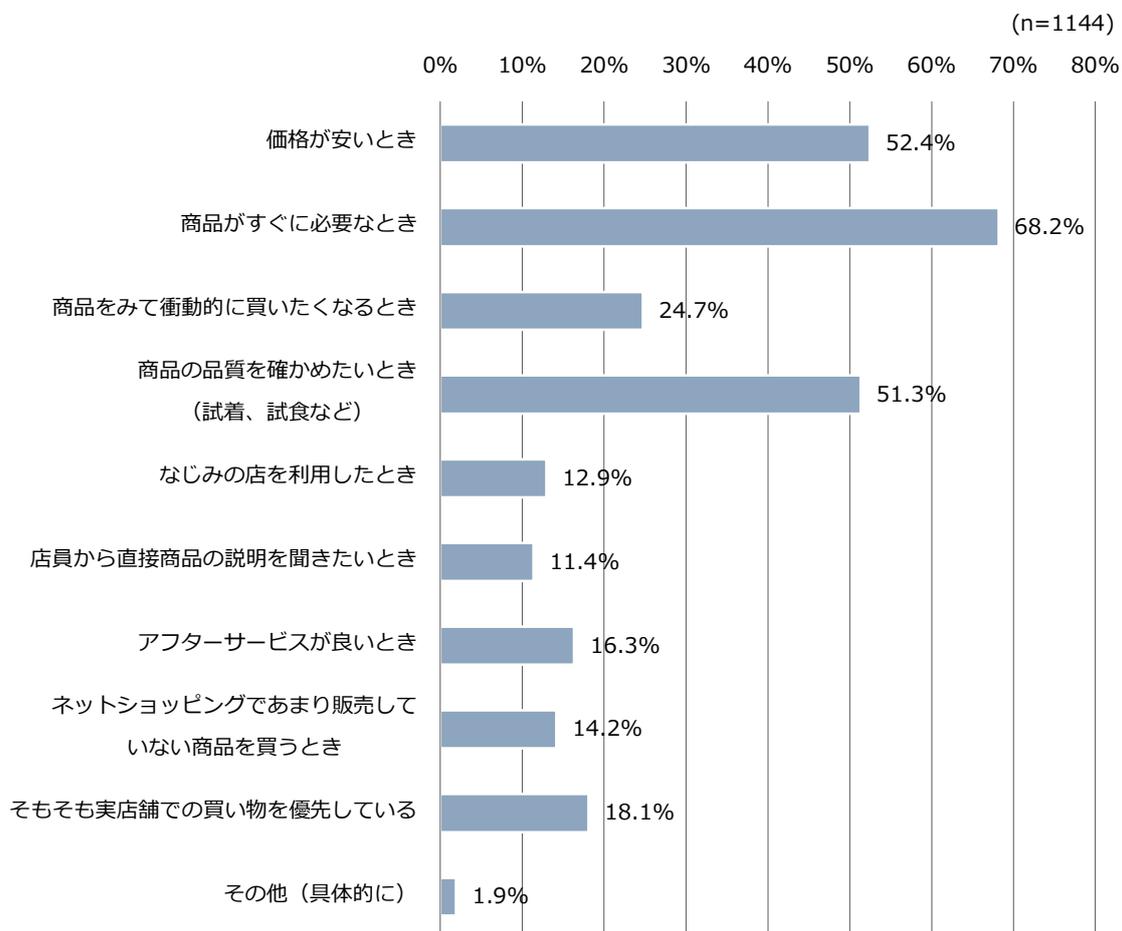
山間部では、自宅付近で購入できる場所がなく不便だと感じているものとされた上位3品目について、ネットで購入しているものは「食料品・総菜」が8.6%、「ファッション・衣料・雑貨」が31.2%、「医療品・医薬部外品」が43.0%となった。「ファッション・衣料・雑貨」や「医療品・医薬部外品」はネット購入ができているものの、「食料品・総菜」は店舗購入の代替手段になっていないことがうかがえる。



※問 12 で「食料品・惣菜」～「その他」を選択した方への限定質問

問13. ネット購入よりも実店舗で購入する際の状況 (MA)

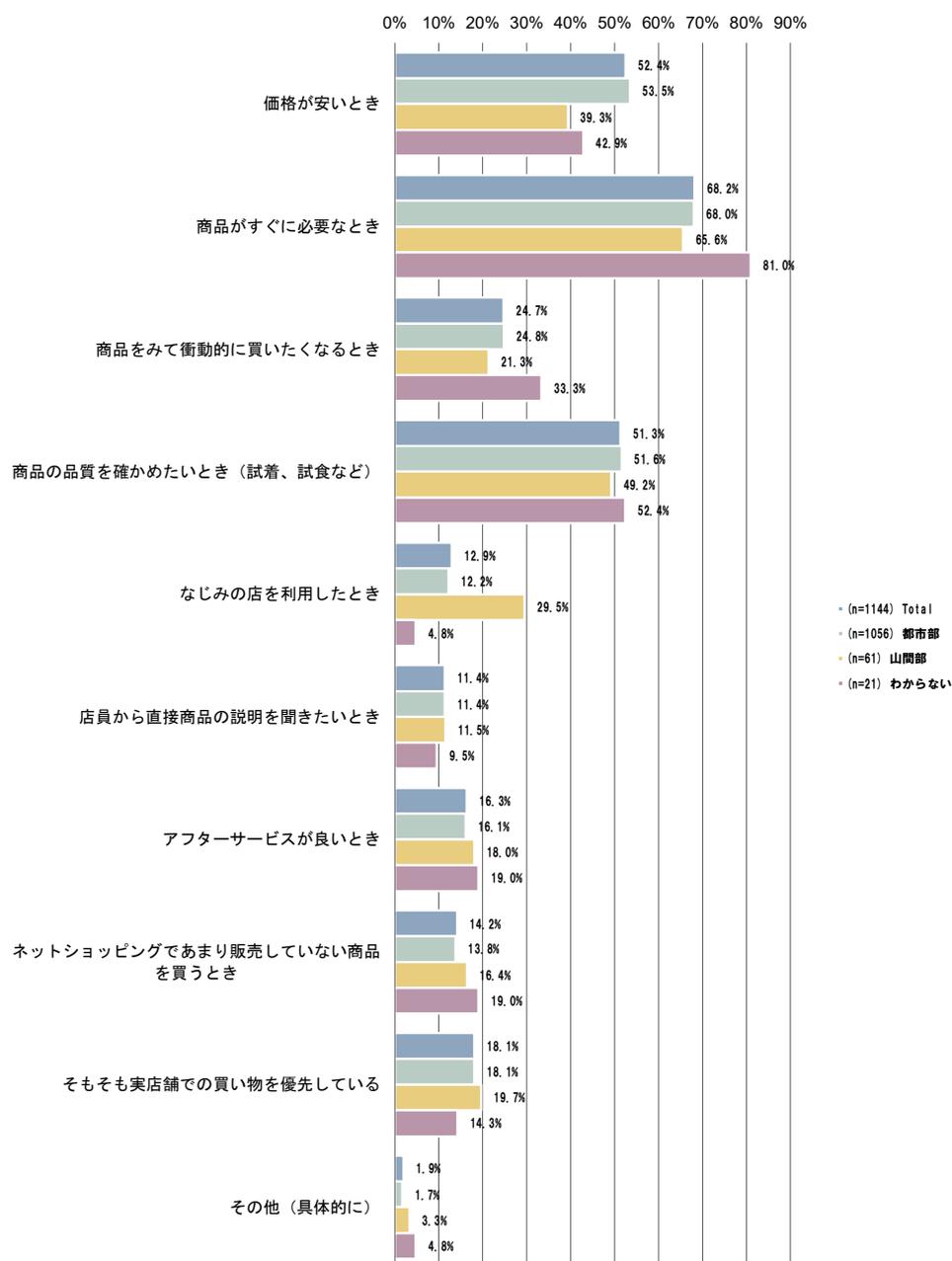
「商品がすぐに必要なとき」の割合が最も高く 68.2%である。次いで、「価格が安いとき (52.4%)」、「商品の品質を確かめたいとき (試着、試食など) (51.3%)」である。この他、「商品を見て衝動的に買いたくなるとき」が 24.7%であり実店舗を選択する理由の一つになっているが、「店員から直接商品の説明を聞きたいとき (11.4%)」や「なじみの店を利用したとき (12.9%)」を理由としている人は少ない。



■居住地域別クロス集計結果

山間部と都市部で大きな差がみられないものの、都市部と比較して山間部では「価格が安いとき」の割合が下回り、「なじみの店を利用したとき」が上回る。

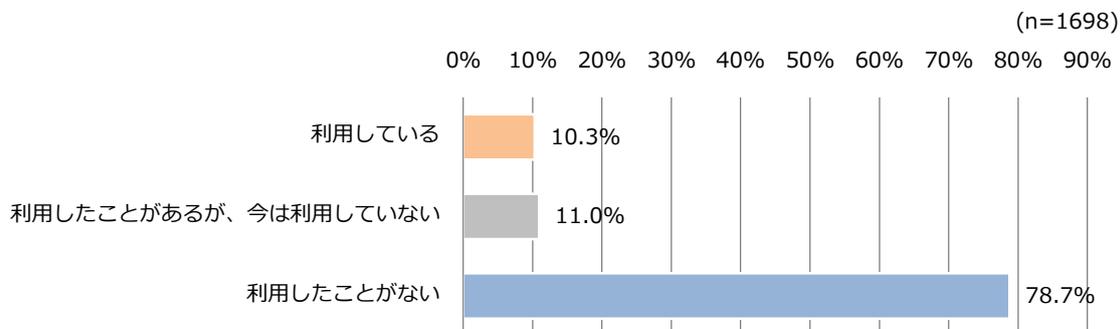
すなわち山間部では購入先の選択肢が少ないため都市部と比べて価格が重視されていない、また、なじみの店を持つ人が多いといったことが、店舗での購入に影響を与えているものと推察される。



問14. 宅配サービスの利用状況 (SA)

「利用したことがない」の割合が最も高く 78.7%である。「利用している」は 10.3%であり、現在、宅配サービスは限られた人が利用する購入手段となっている。

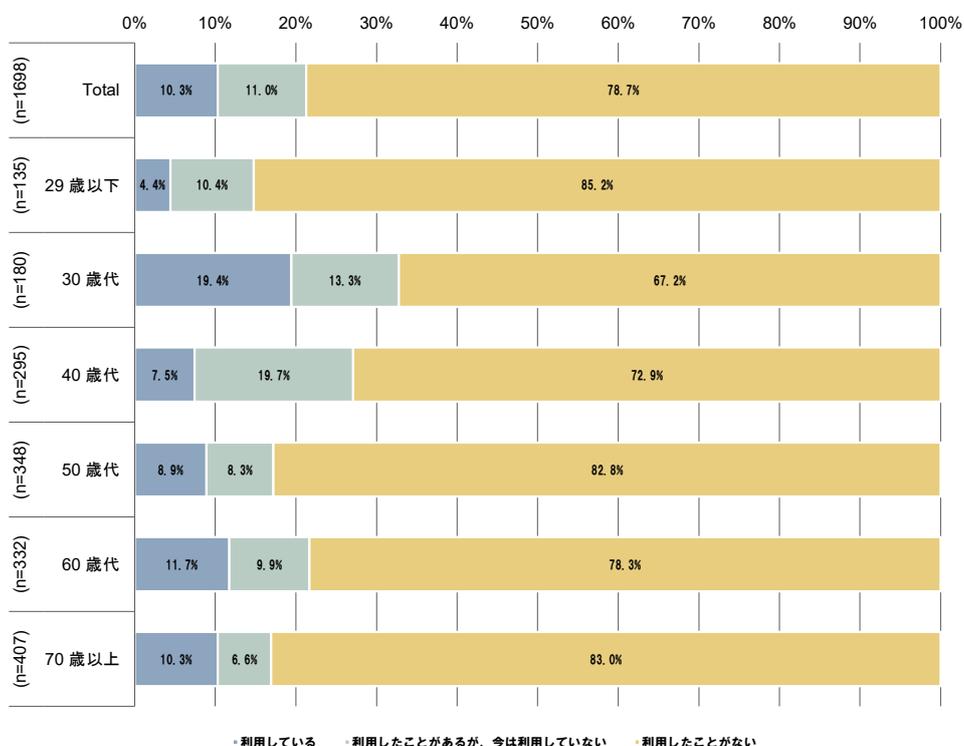
また、「利用したことがあるが、今は利用していない」が 11.0%であり、「利用している」割合と同程度となっている。コロナ禍に宅配サービス市場が拡大したものの、うち半数近くは利用を辞めてしまったものと推察される。



■年代別クロス集計結果

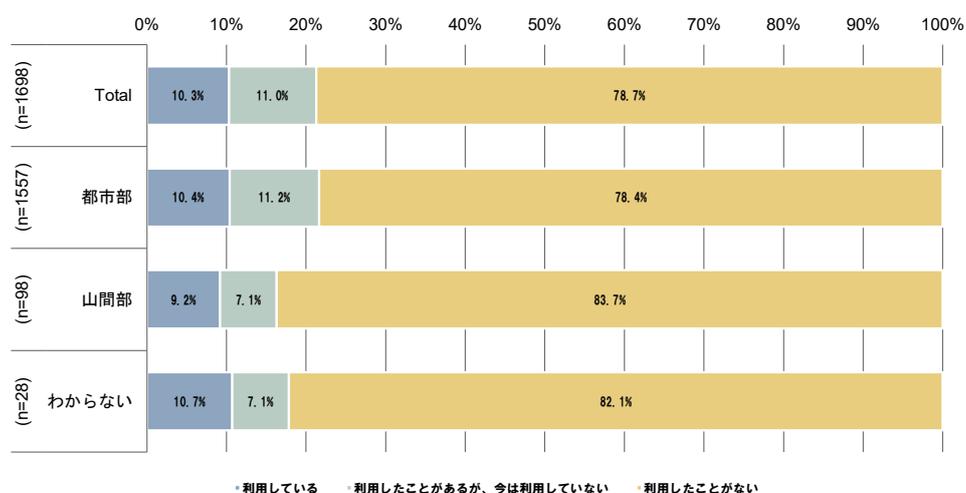
宅配サービスの利用について、30 歳代は「利用している」の割合が他の年代よりも高く 19.4%となる。これはこの世代に共働きが多いため、宅配サービスを効果的に利用する人が一定数いるものと推察される。

一方、40 歳代は「利用したことがあるが、今は利用していない」の割合が 19.7%となり、「利用している」割合を大きく上回っており、30 歳代との傾向が異なる。



■ 居住地域別クロス集計結果

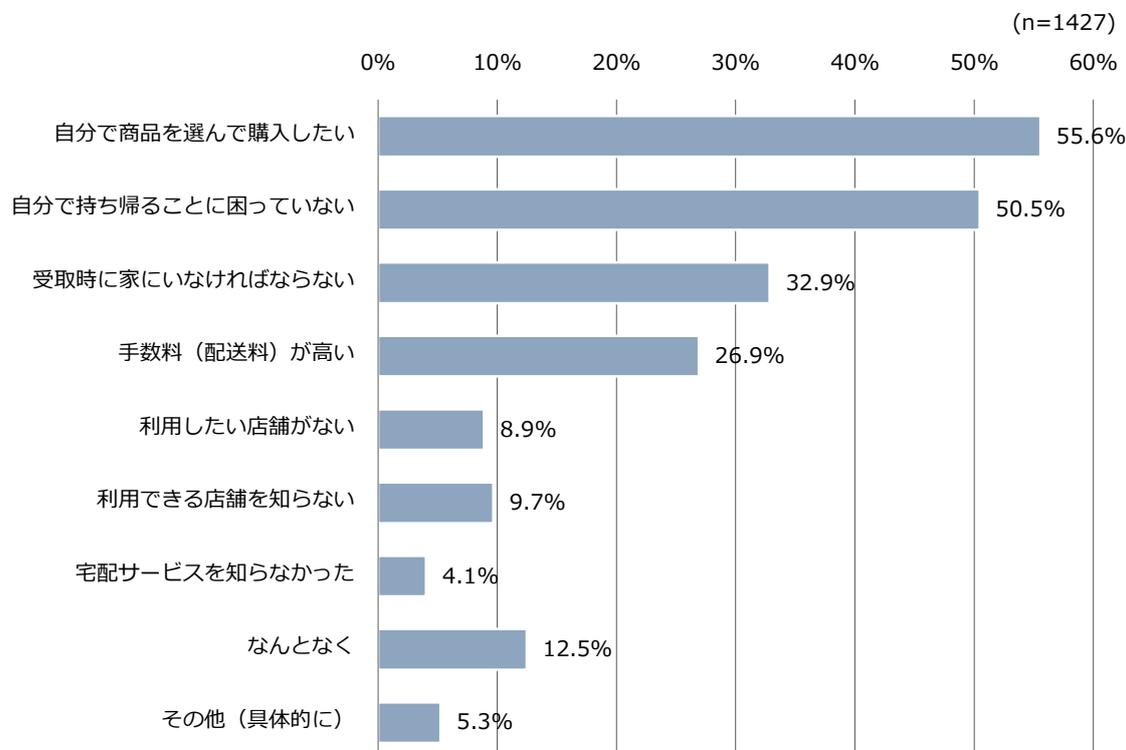
宅配サービスを「利用している」割合は、山間部と都市部による違いはほとんどみられない。



※問 14 で「利用したことがあるが、今は利用していない」「利用したことがない」を選択した方への限定設問

問15. 宅配サービスを利用しない理由 (MA)

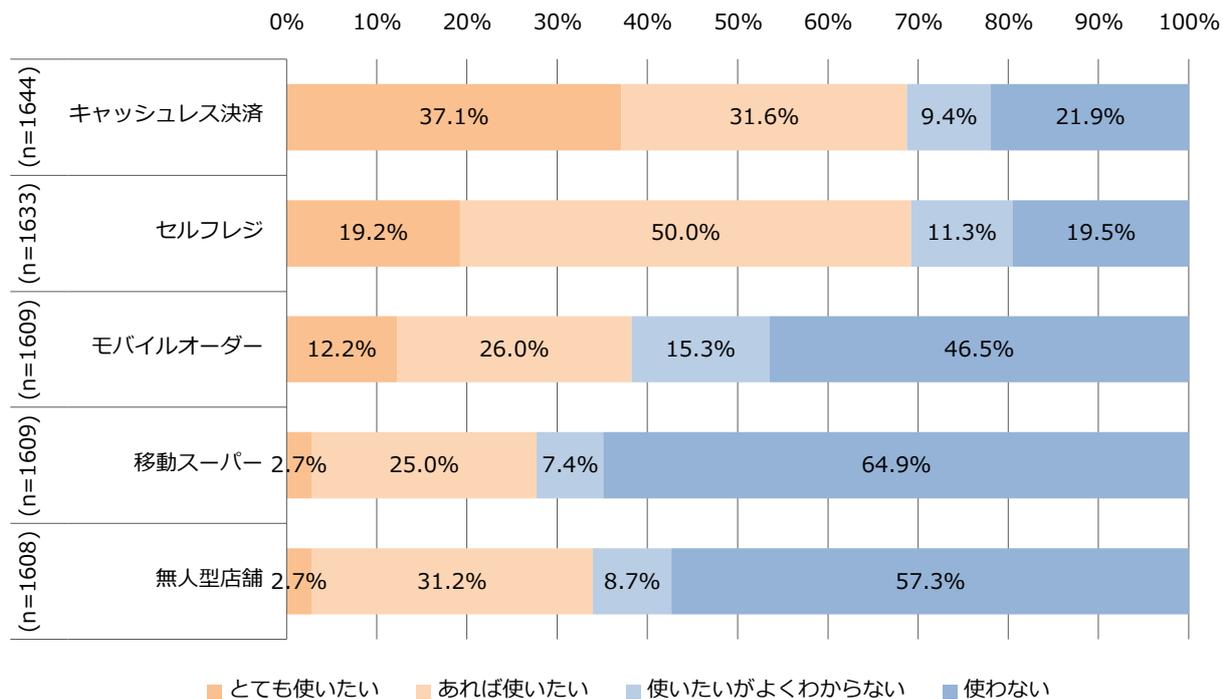
「自分で商品を選んで購入したい」の割合が最も高く 55.6%である。次いで、「自分で持ち帰ることに困っていない (50.5%)」、「受取時に家にいなければならない (32.9%)」である。



問16. 新しい販売形態や決済手段の利用意向 (SA)

「とても使いたい」の割合が最も高いのは、キャッシュレス決済で37.1%となる。次いで、セルフレジ(19.2%)、モバイルオーダー(12.2%)となるが、積極的に利用を選択しているのは限られた消費者である。

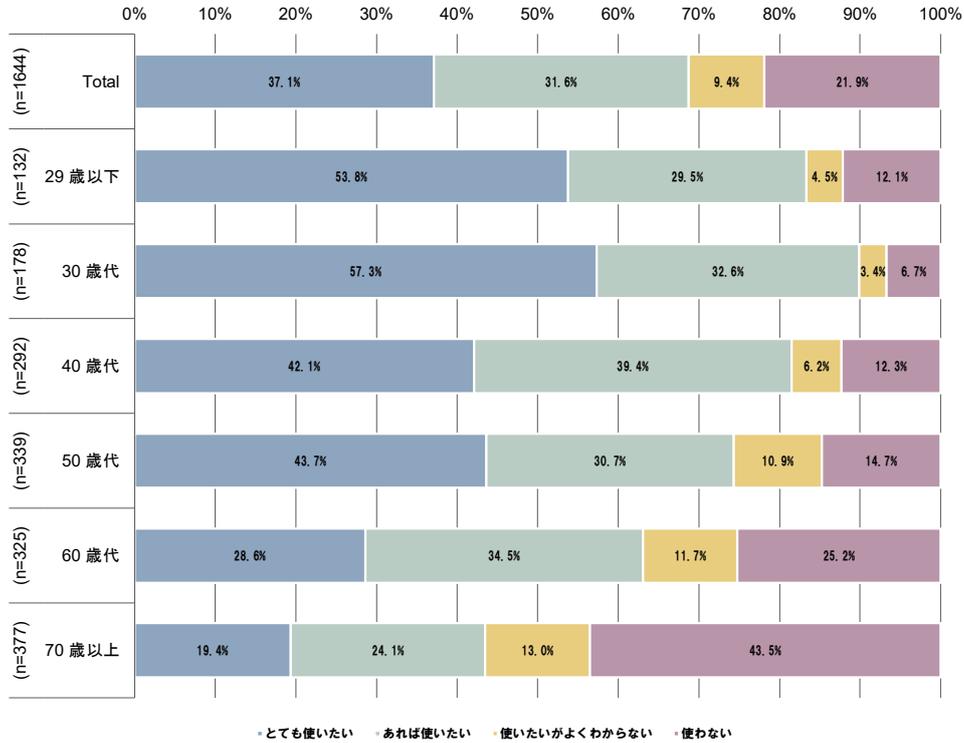
「とても使いたい」と「あれば使いたい」の割合を合わせると、キャッシュレス決済とセルフレジは約7割を占めており、店舗への導入が必要なインフラになっている。また、モバイルオーダーや無人型店舗、移動スーパーも3割から4割のニーズがみられており、事業者において販促ツールの検討対象になると考えられる。



■年代別クロス集計結果（キャッシュレス決済）

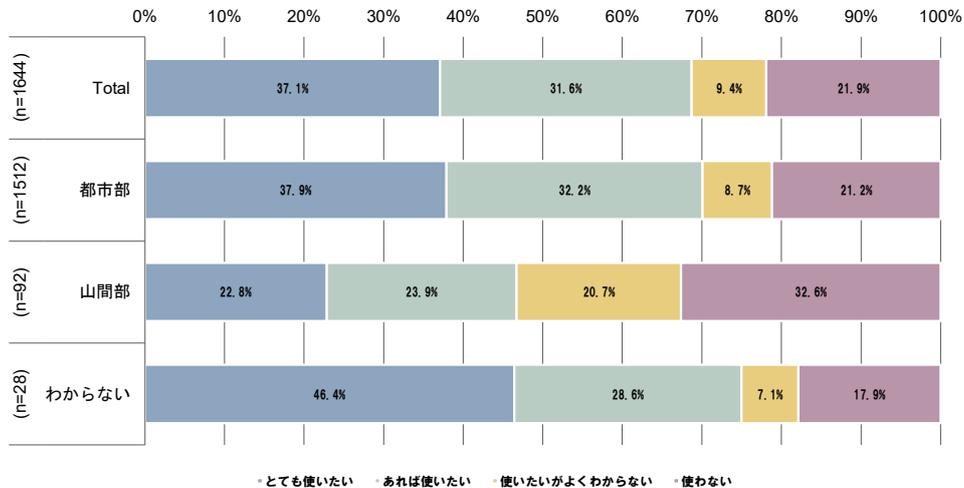
キャッシュレス決済の利用について、29歳以下や30歳代では「とても使いたい」の割合が他の年代と比較して高く、それぞれ53.8%、57.3%となっており、半数以上が積極的な利用意向を持っている。

「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、30歳代が約9割であることをはじめ、40歳代より下の世代では8割を超えている。また、60歳代でも6割を超えており、商品購入に不可欠なツールとなっている。



■居住地別クロス集計結果（キャッシュレス決済）

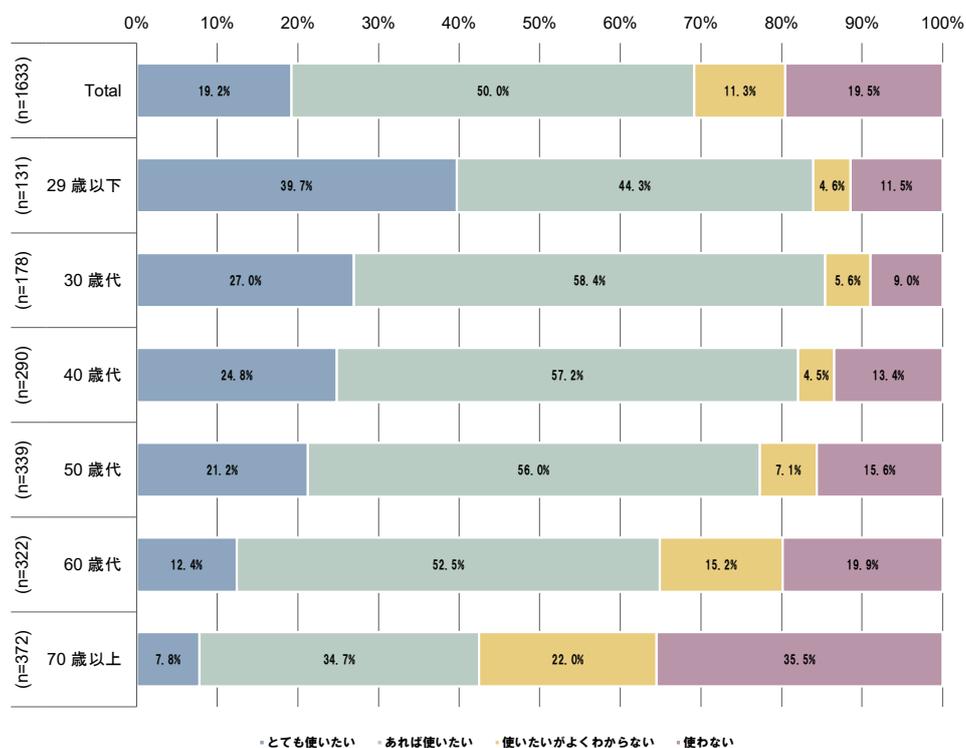
山間部における「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して20ポイント以上も低く5割を下回り、大きな地域差が生じている。



■年代別クロス集計結果（セルフレジ）

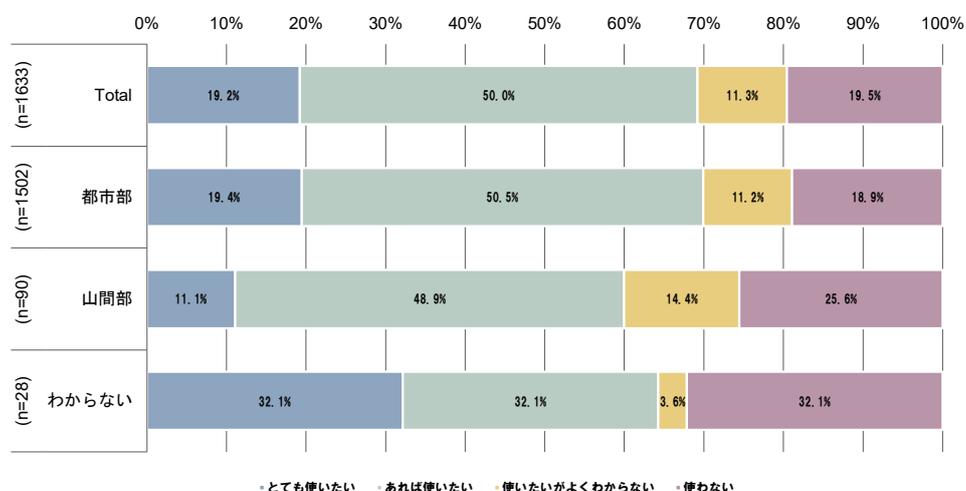
セルフレジの利用について、29歳以下の「とても使いたい」とする割合が他の年代と比較して高く、39.7%となっている。

30歳代や40歳代は「とても使いたい」とする割合は25%前後にとどまるものの、「あれば使いたい」を合わせた割合は、8割を超えており29歳以下と概ね同じ程度になる。また、50歳代も8割近くになることから、必要なツールとみなされている。



■居住地別クロス集計結果（セルフレジ）

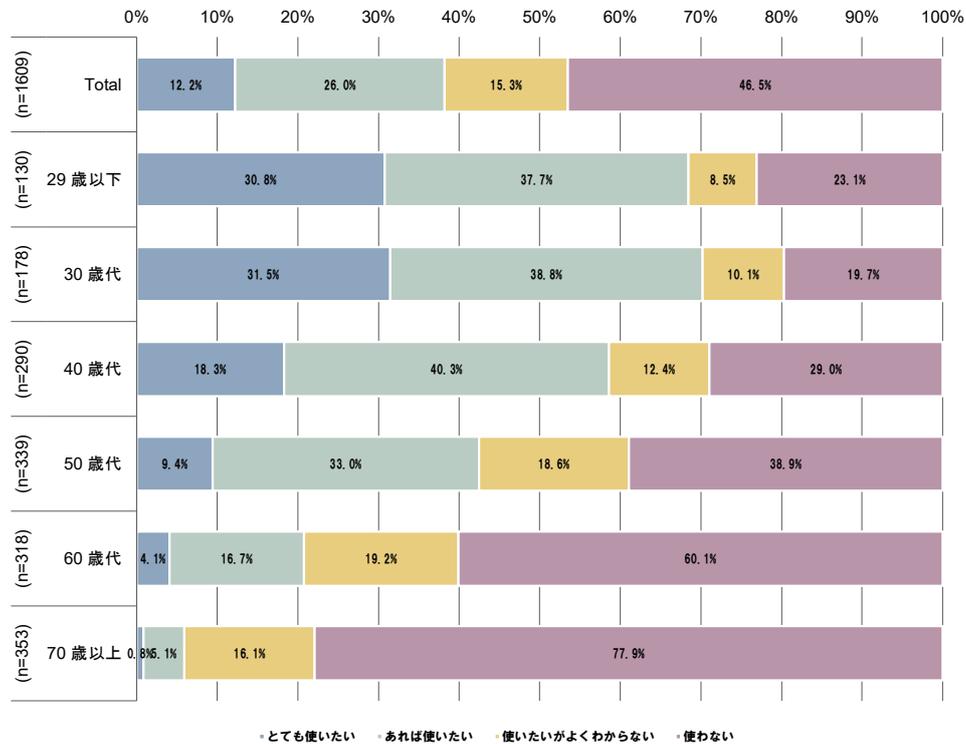
山間部における「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して10ポイント程度低いが、約6割となっており、キャッシュレス決済と比べて浸透している。



■年代別クロス集計結果（モバイルオーダー）

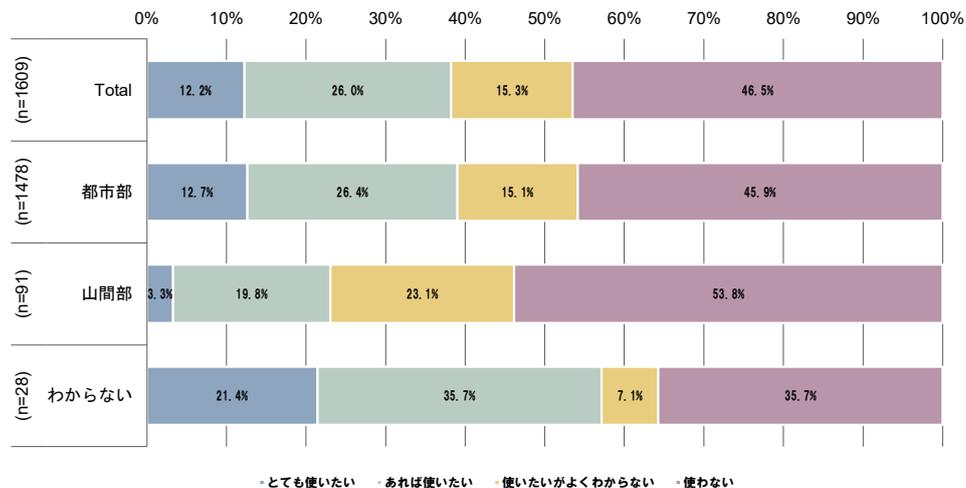
モバイルオーダーの利用について、29歳以下と30歳代の「とても使いたい」とする割合が他の年代と比較して高く、それぞれ30.8%、31.5%となっている。また、年代による利用意向に大きな差がみられ、70歳代になると1%にも満たない。

「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、29歳以下と30歳代では約7割となるが、50歳代は4割にとどまっており、年配層には浸透していないツールとなっている。



■居住地別クロス集計結果（モバイルオーダー）

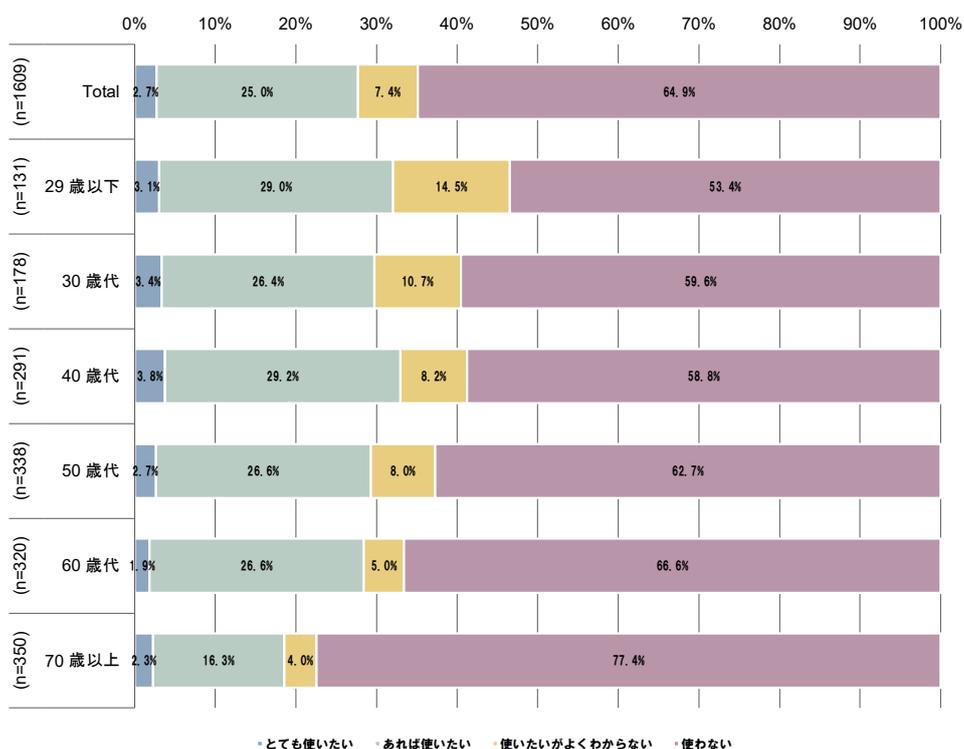
山間部における「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して20ポイント近く低く、2割強にとどまる。利用可能な店舗が少なく、浸透していないことが推察される。



■年代別クロス集計結果（移動スーパー）

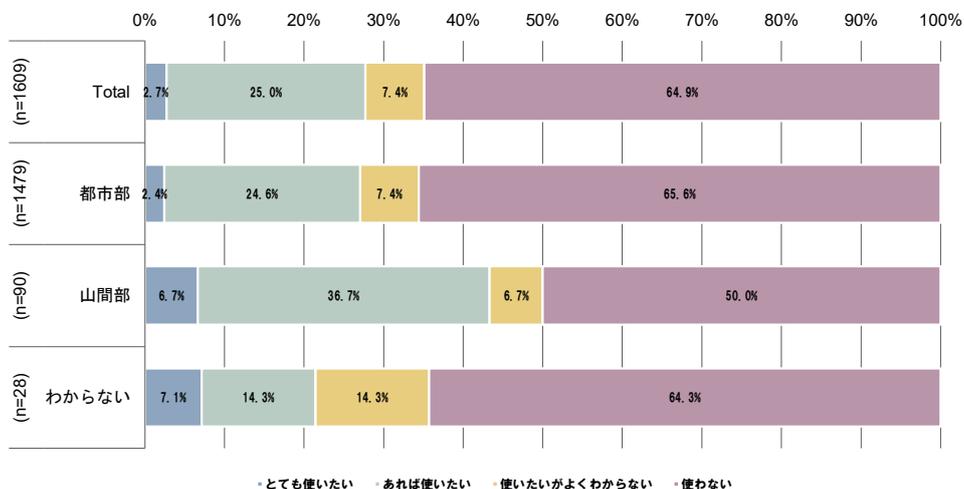
移動スーパーの利用について、「とても使いたい」の割合はすべての年代で5%を下回る。また、「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合になると、29歳以下から40歳代までが高くなり、約3割となる。

一方、70歳以上では「使わない」割合が他の年代と比較して最も高く、77.4%となる。高齢者の利用の多い移動スーパーであるが、自動車運転ができないなどの特定層に支持されているツールとなっている可能性がある。



■居住地別クロス集計結果（移動スーパー）

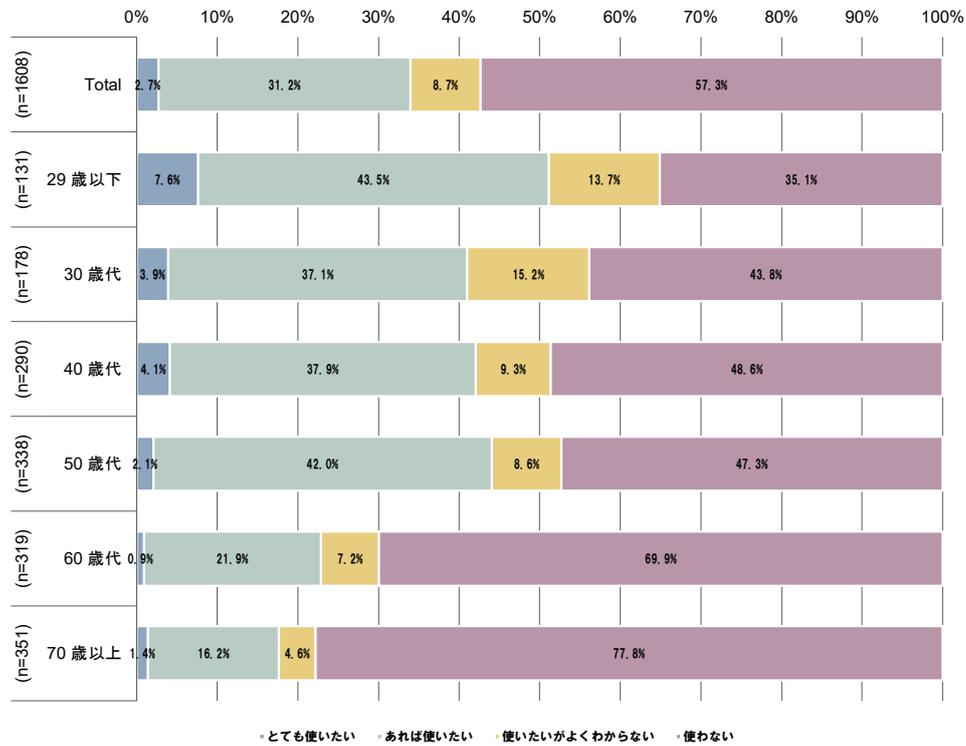
山間部で「とても使いたい」とする割合は6.7%となる。また、「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して20ポイント近く上回り、4割を超える。店舗の少ない山間地域において、必要な購入ツールとなっている。



■年代別クロス集計結果（無人型店舗）

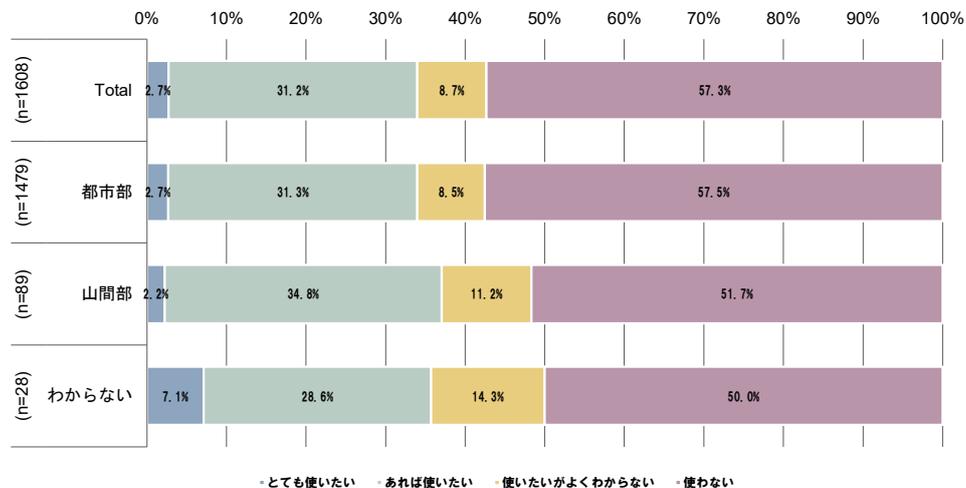
無人型店舗の利用について、「とても使いたい」の割合は、29歳以下が他の年代と比較して最も高くなるが7.6%にとどまり、すべての年代で10%を下回る。また、「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、29歳以下が約5割であり、他の年代を上回って高い。

また、30歳代から50歳代の割合は4割を超えているが、60歳代や70歳以上になると2割前後まで下がることから、50歳代より下の世代に限定したツールとなっている。



■居住地別クロス集計結果（無人型店舗）

山間部の「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較してやや高く、4割近くになる。店舗の少ない山間地域において、必要な購入ツールとなっている。

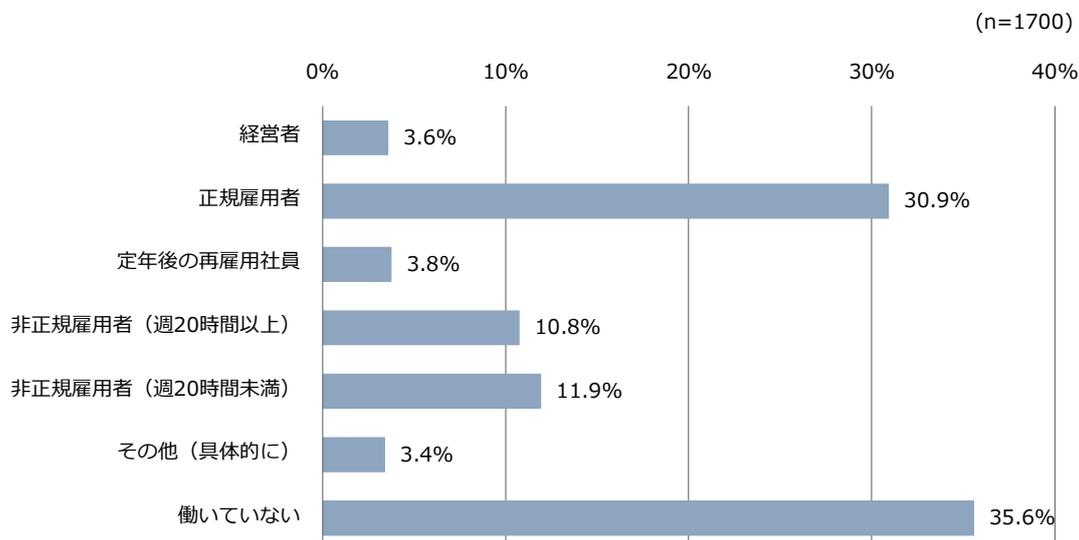


3 あなたの就労状況について

問17. 就業形態 (SA)

「正規雇用者」の割合が最も高く 30.9%である。次いで、「非正規雇用者(週 20 時間未満) (11.9%)」、「非正規雇用者(週 20 時間以上) (10.8%)」である。

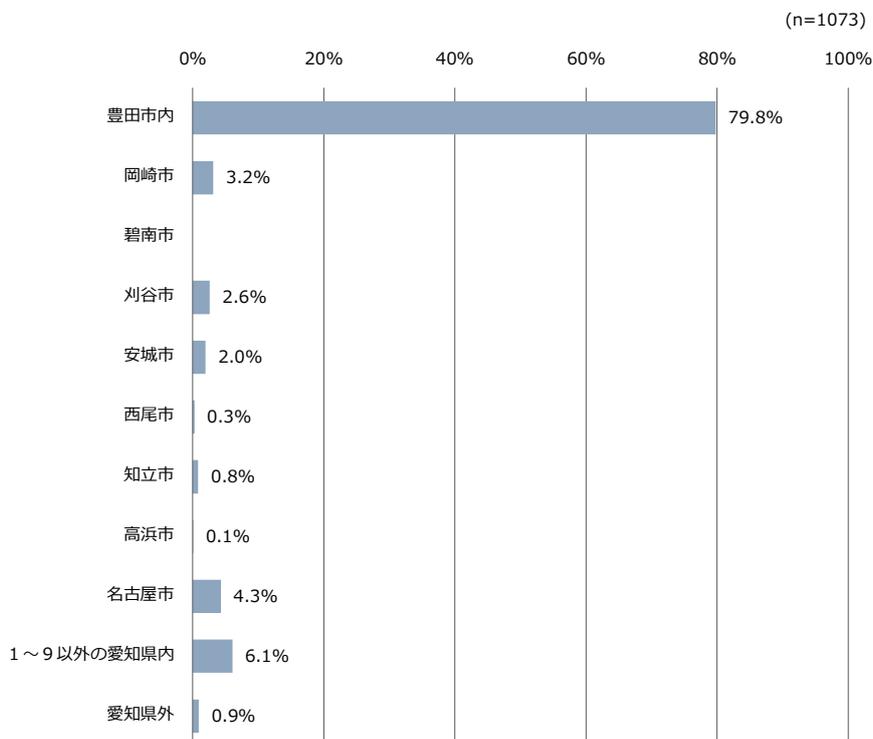
また、「働いていない」割合が 35.6%であり、最も高くなっている。



※問 17 で「経営者」～「その他」を選択した方への限定設問

問18. 現在の勤務地 (SA)

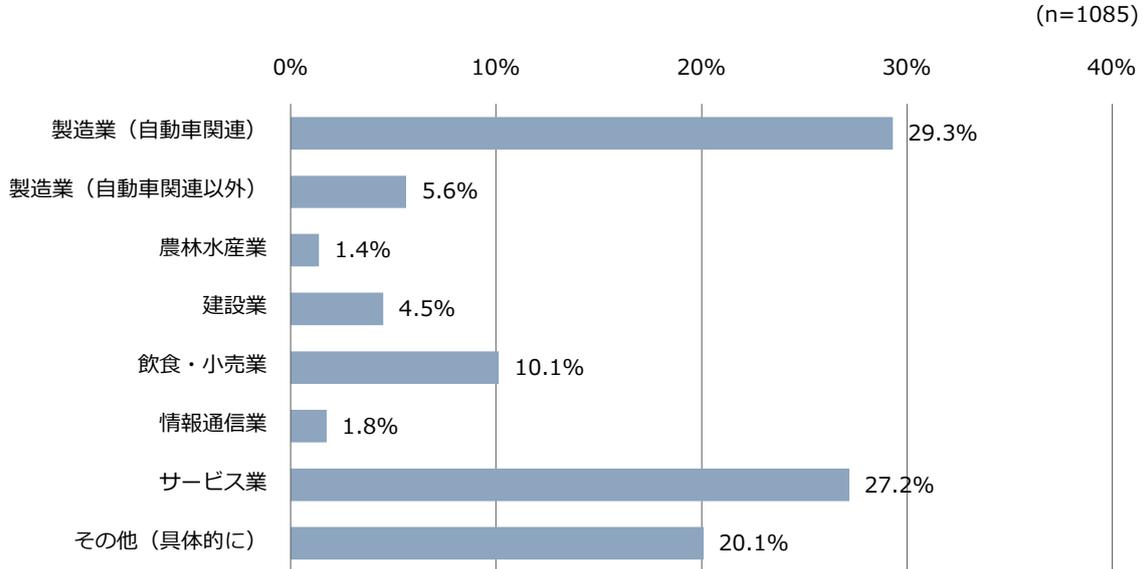
「豊田市内」の割合が最も高く 79.8%であり、ほとんどを占める。次いで、「1～9以外の愛知県内 (6.1%)」、「名古屋市 (4.3%)」である。



※問 17 で「経営者」～「その他」を選択した方への限定設問

問19. 勤め先の業種 (SA)

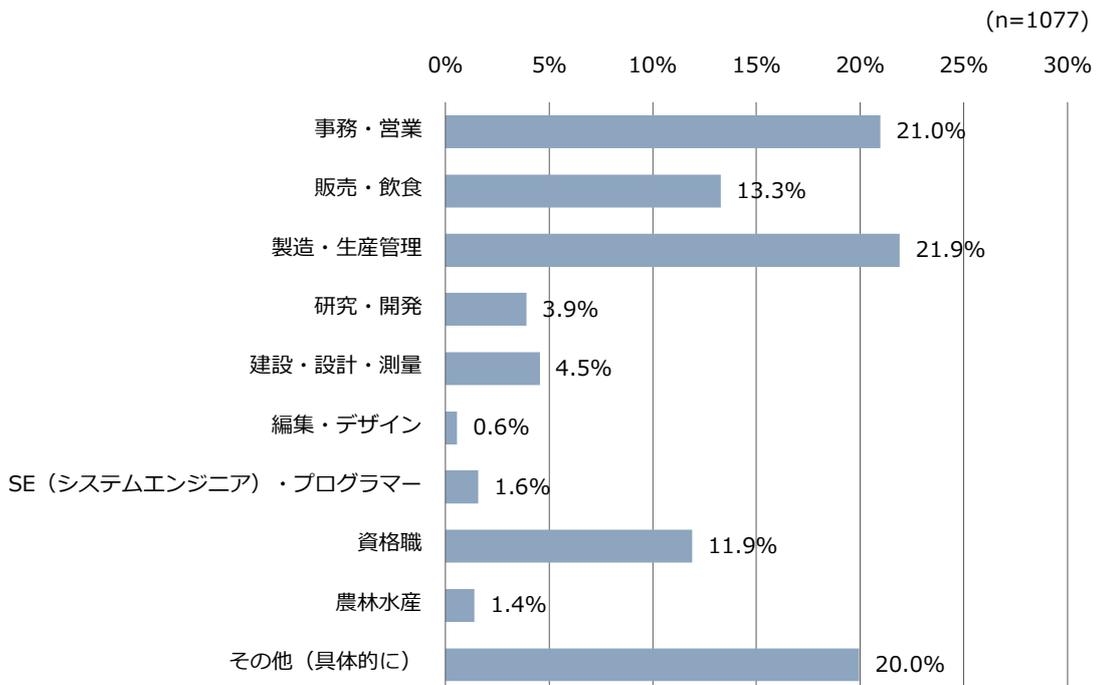
「製造業 (自動車関連)」の割合が最も高く 29.3%である。次いで、「サービス業 (27.2%)」、「その他 (具体的に) (20.1%)」である。



※問 17 で「経営者」～「その他」を選択した方への限定設問

問20. 職種 (SA)

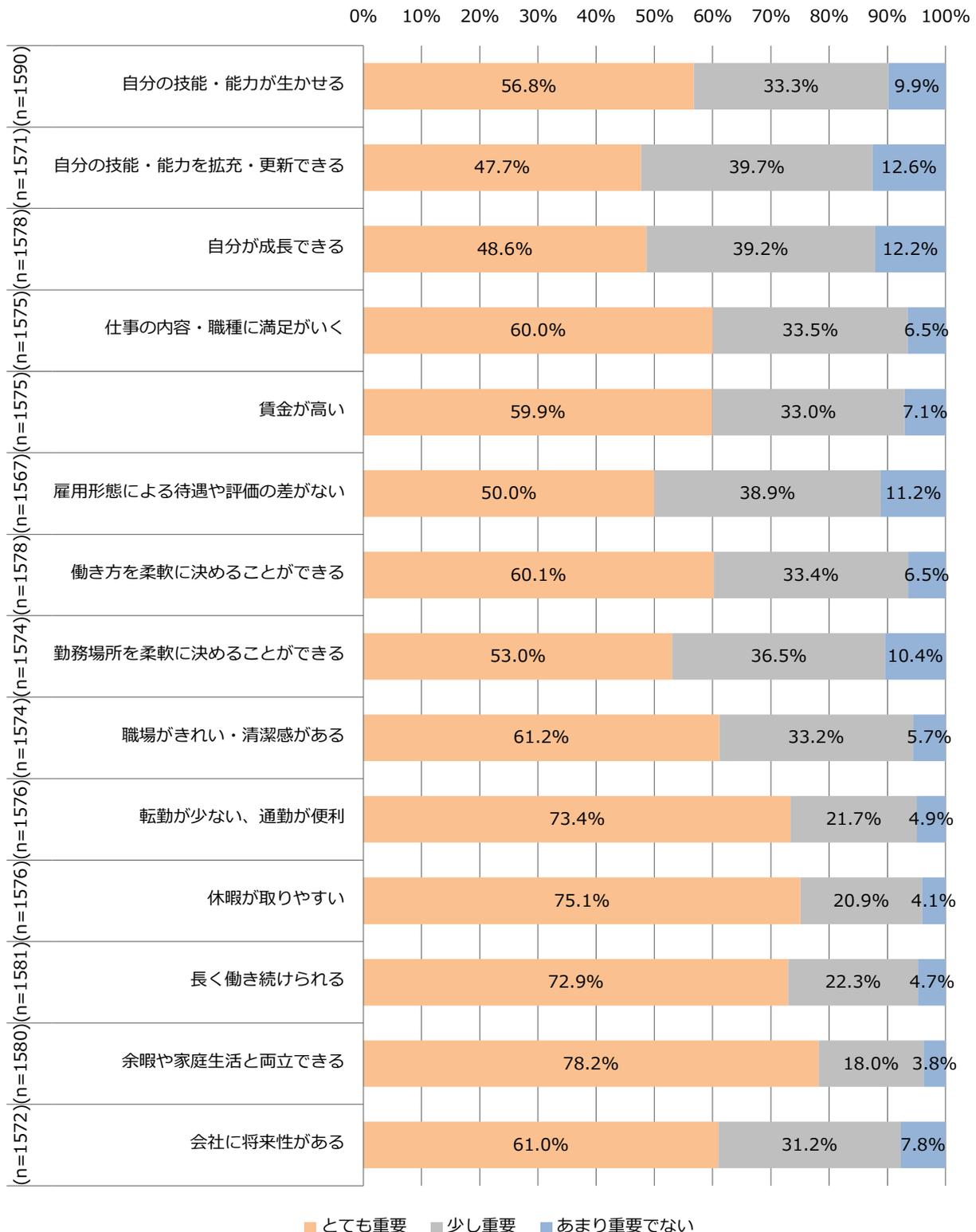
「製造・生産管理」の割合が最も高く 21.9%である。次いで、「事務・営業 (21.0%)」、「販売・飲食 (13.3%)」である。



4 就労に対する考え方について

問21. 働くうえで重要だと思うこと (SA)

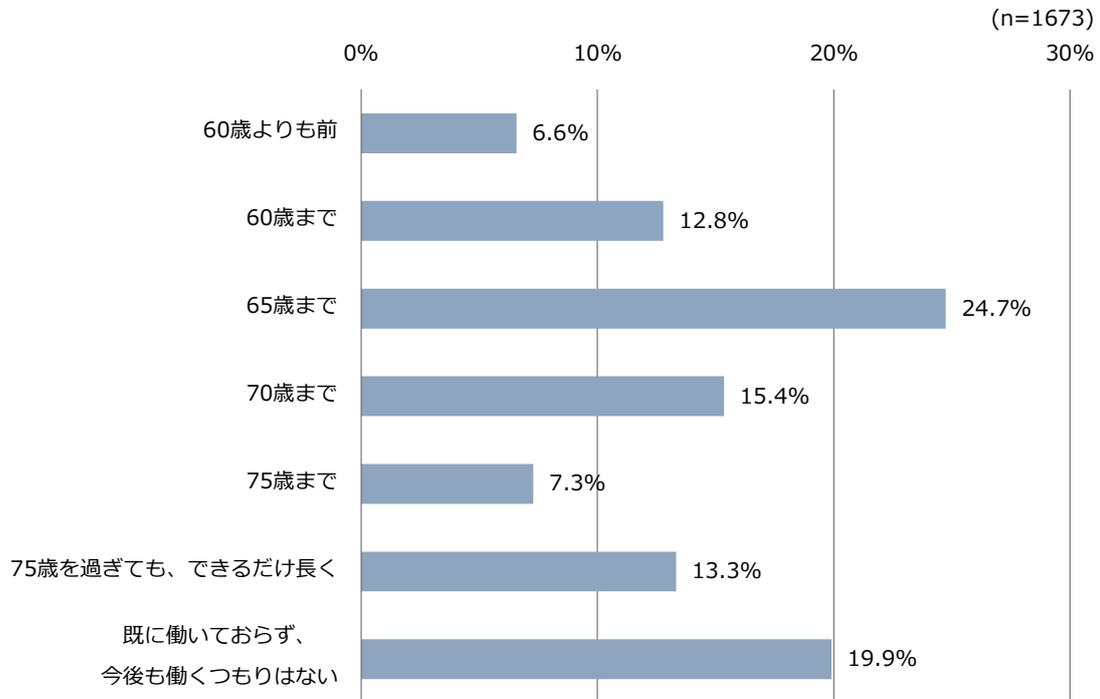
「とても重要」の割合が最も高いのは、「余暇や家庭生活と両立できる」の78.2%である。また、「休暇が取りやすい (75.1%)」、「転勤が少ない、通勤が便利 (73.4%)」、「長く働き続けられる (72.9%)」が7割を超える。



問22. 将来働きたいと考える年齢 (SA)

「65歳まで」の割合が最も高く24.7%である。次いで、「70歳まで(15.4%)」、「75歳を過ぎても、できるだけ長く(13.3%)」である。また、「既に働いておらず、今後も働くつもりはない」の割合も19.9%となる。

2025年4月からすべての企業で65歳以上の雇用確保が義務化されるが、65歳以降も働きたいと考える割合は35%を超えている。

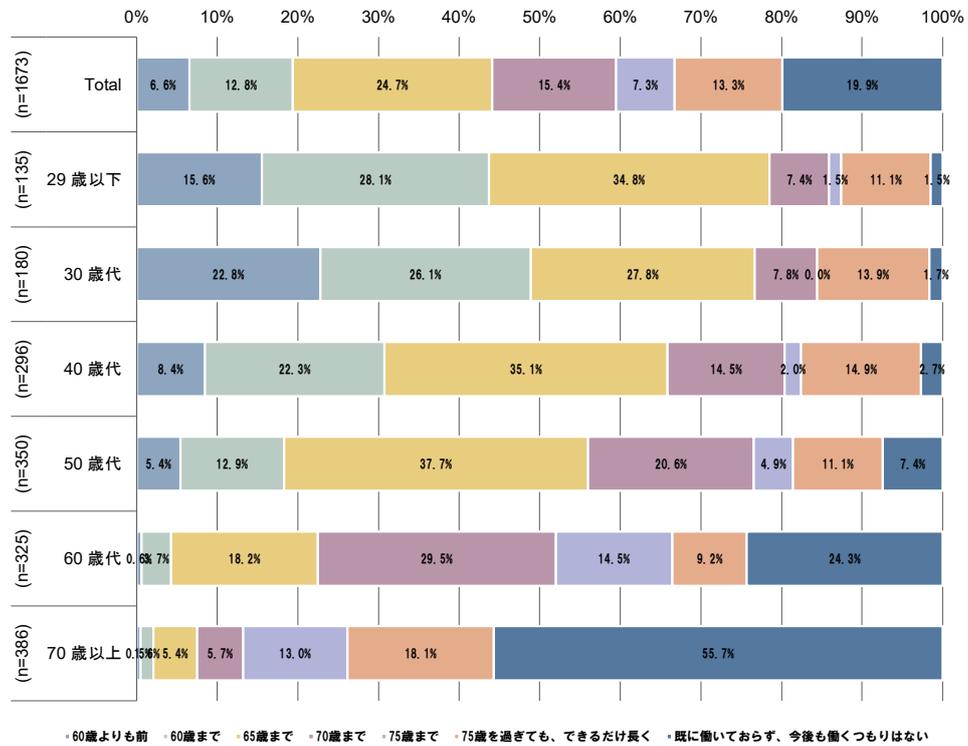


■年代別クロス集計結果

65歳以降も働きたいと考える割合は、60歳代が最も多く、5割を超える。次いで50歳代が多いが、60歳代と比較して20ポイント近く下回る。

老後の生活資金や健康的理由、生きがい等、様々な理由が考えられるが、60代では65歳以降も働く必要性やイメージが形成されるため、労働の継続を望む割合が高まるものと推察される。

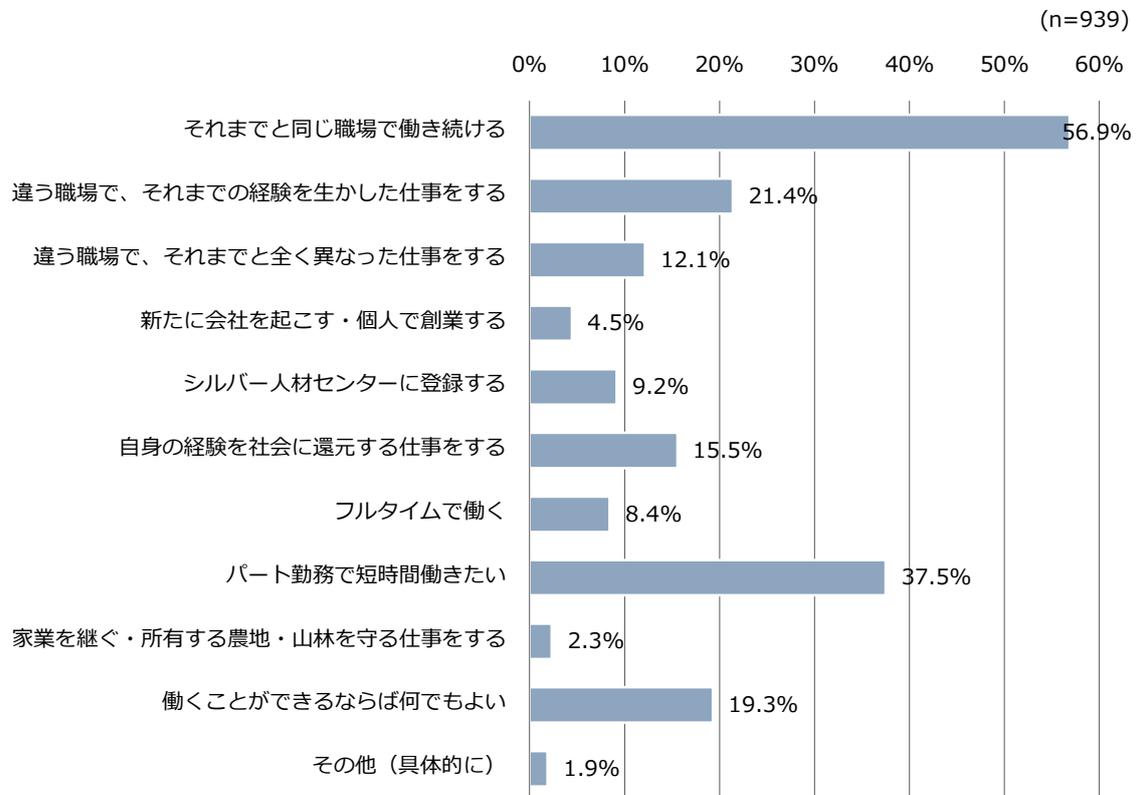
なお、29歳以下や30歳代では60歳までしか働きたくないと考える割合が4割を超える。



※問 22 で「65 歳まで」～「75 歳を過ぎても、できるだけ長く」を選択した方への限定設問

問23. 60 歳以上になったときに、希望する働き方 (MA)

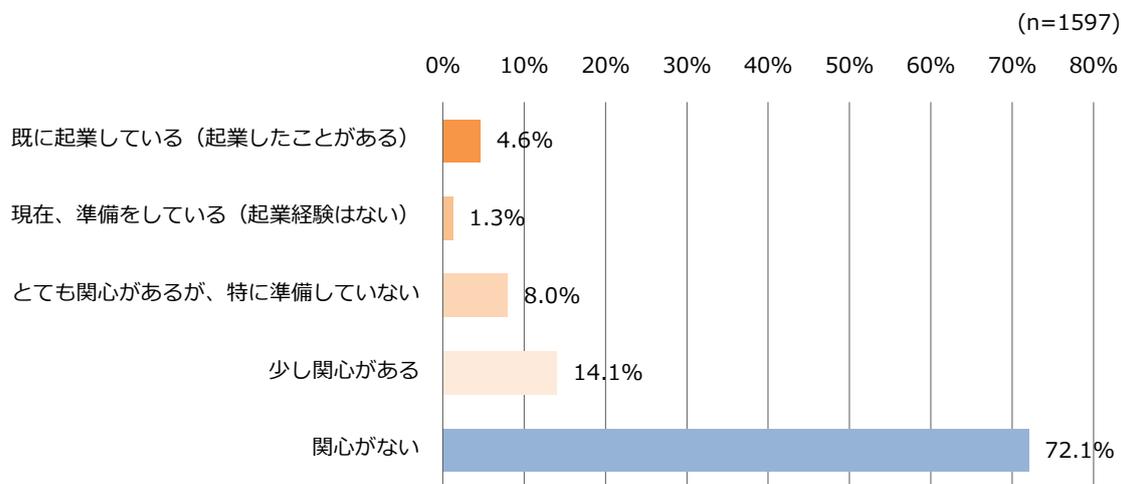
「それまでと同じ職場で働き続ける」の割合が最も高く 56.9%である。次いで、「パート勤務で短時間働きたい (37.5%)」、「違う職場で、それまでの経験を生かした仕事をする (21.4%)」である。



問24. 起業に対する意向 (SA)

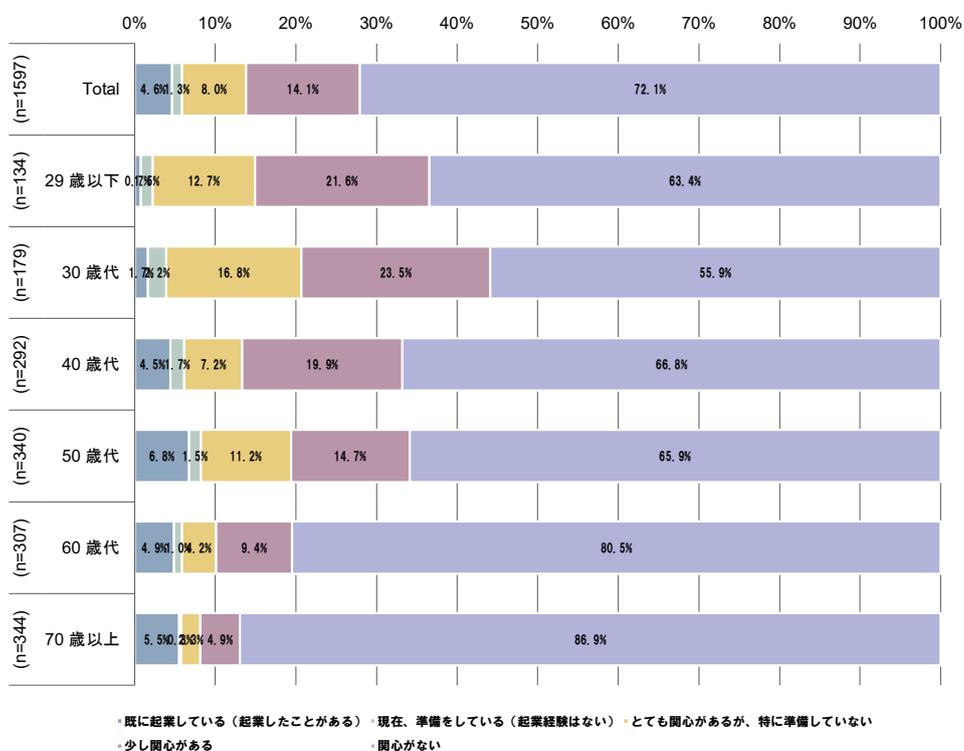
「関心がない」の割合が最も高く 72.1%である。

「現在、準備をしている (1.3%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (8.0%)」、「少し関心がある (14.1%)」の割合を併せると 2 割以上が今後の起業に関心を持っている。



■ 年代別クロス集計結果

「現在、準備をしている」、「とても関心があるが、特に準備していない」、「少し関心がある」を合わせた割合は、30 歳代が最も高く 4 割を超える。また、29 歳以下でも 4 割近くあり、30 歳代以下の若い世代において起業に対する関心が高い。

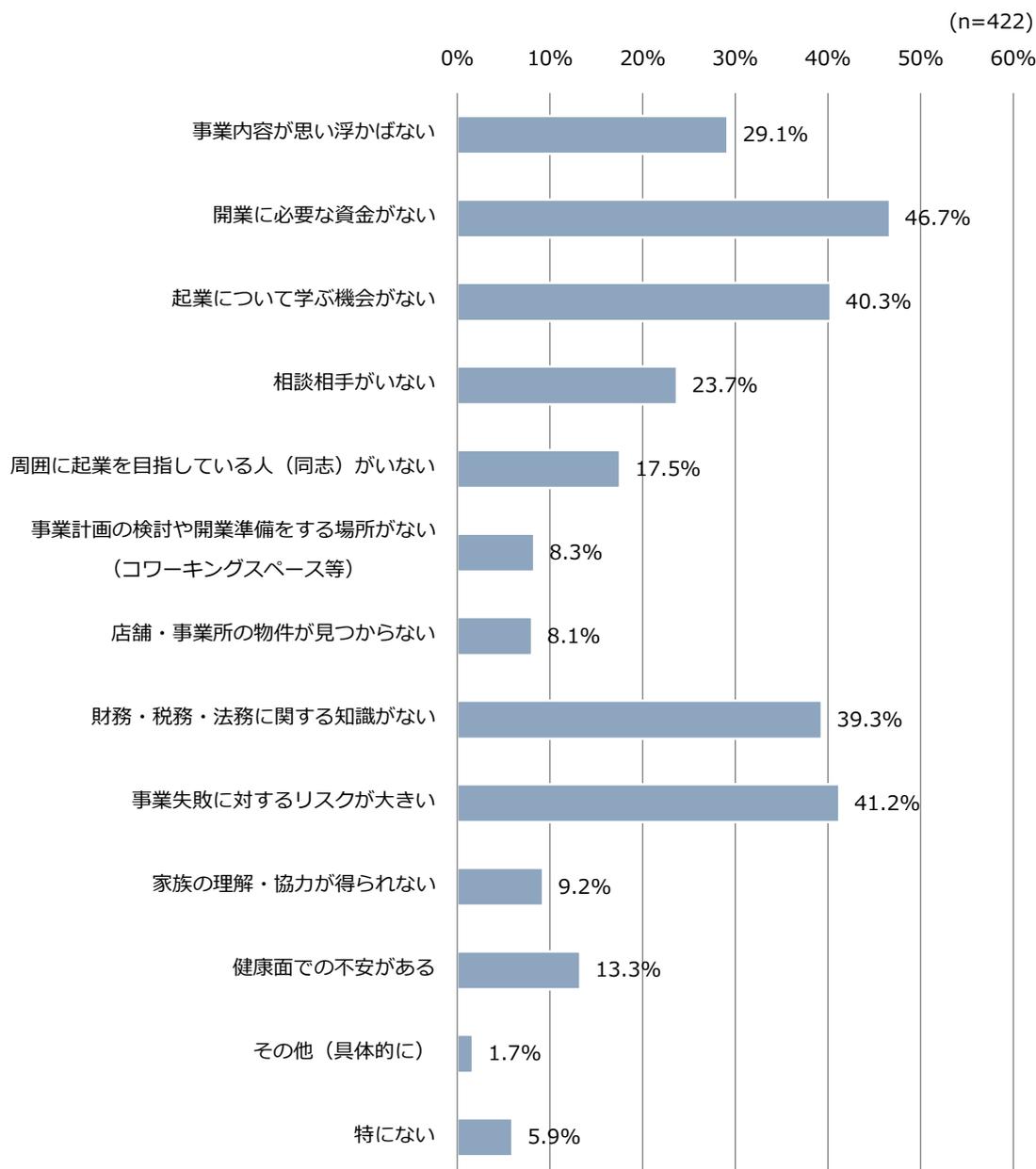


※問 24 で「既に起業している（起業したことがある）」～「少し関心がある」を選択した方への限定設問

問25. 起業にあたっての課題（MA）

「開業に必要な資金がない」の割合が最も高く 46.7%である。次いで、「事業失敗に対するリスクが大きい（41.2%）」、「起業について学ぶ機会がない（40.3%）」、「財務・税務・法務に関する知識がない（39.3%）」である。

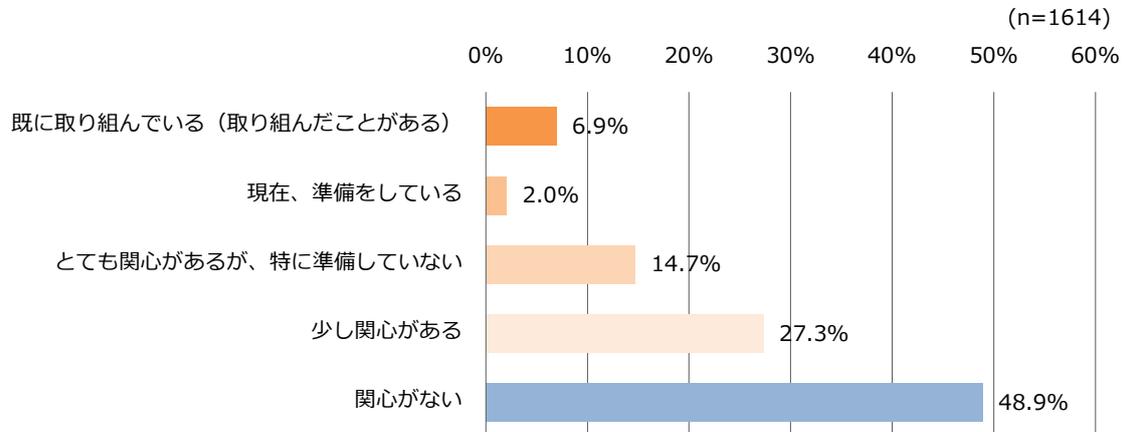
資金面の課題が大きいものの、課題の上位をみると、起業に対する知識不足が一步踏み出すための障壁となっていることがうかがえる。



問26. 学び直しに対する意向 (SA)

「関心がない」の割合が最も高く 48.9%である。

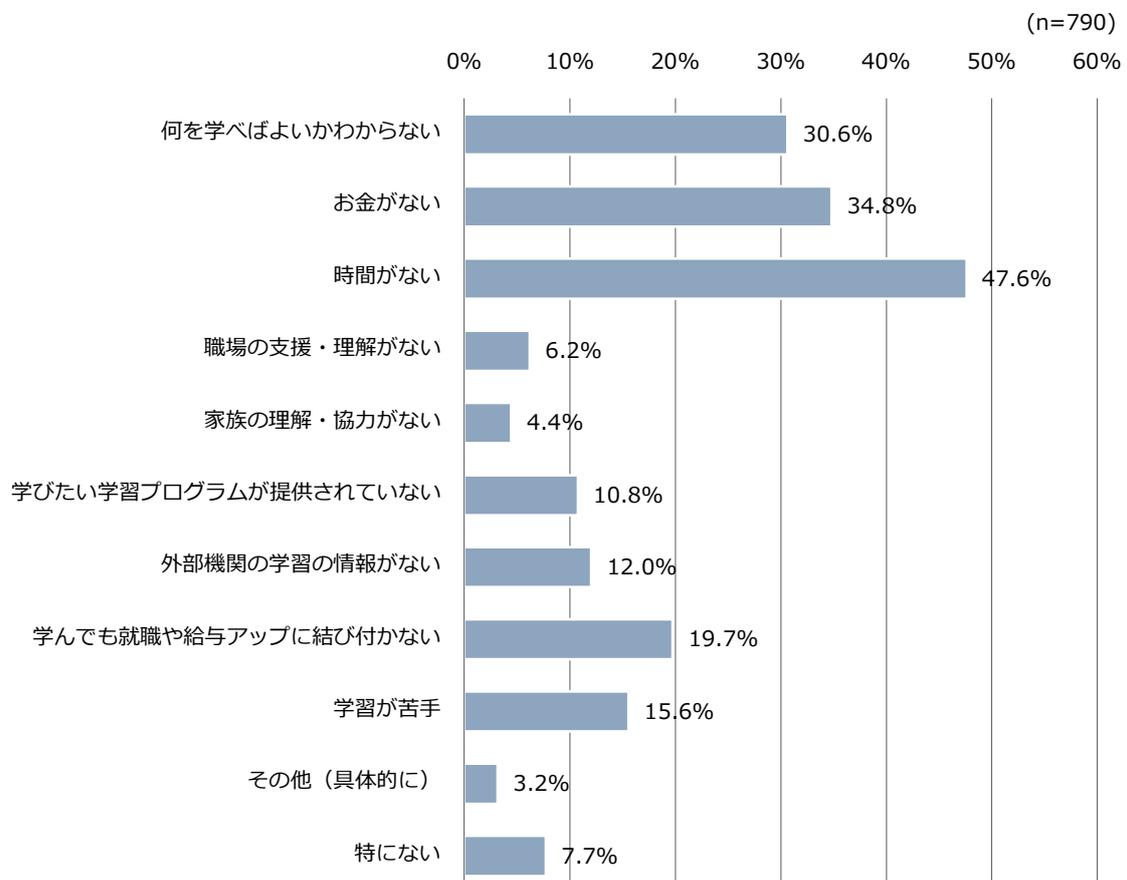
「現在、準備をしている (2.0%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (14.7%)」、「少し関心がある (27.3%)」の割合を併せると 4 割以上が学び直しに関心を持っている。



※問 26 で「既に取り組んでいる (取り組んだことがある)」～「少し関心がある」を選択した方への限定設問

問27. 学び直しをするにあたっての課題 (MA)

「時間がない」の割合が最も高く 47.6%である。次いで、「お金がない (34.8%)」、「何を学ばよいかわからない (30.6%)」である。

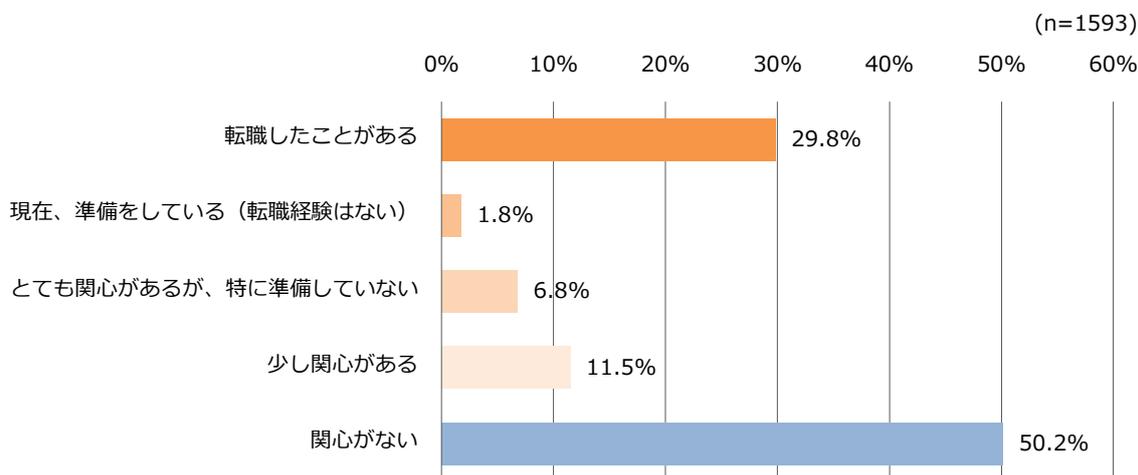


問28. 転職・再就職に対する意向 (SA)

「関心がない」の割合が最も高く 50.2%である。

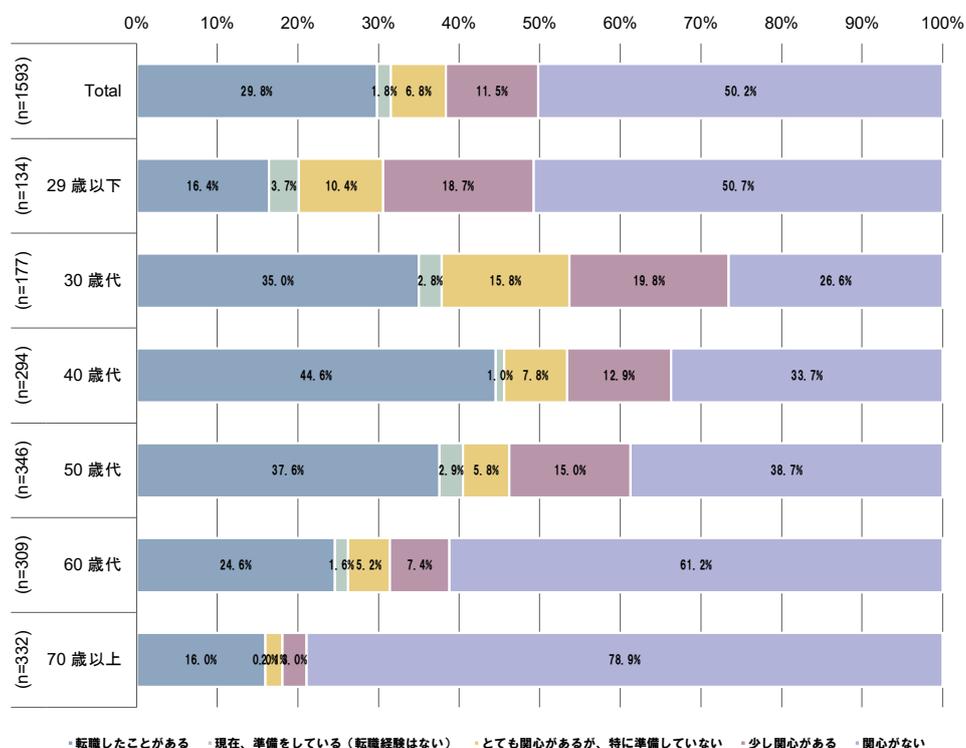
「現在、準備をしている (1.8%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (6.8%)」、「少し関心がある (11.5%)」の割合を併せると約 2 割が転職・再就職に関心を持っている。また、僅かではあるものの、転職・再就職よりも起業への関心の割合が高い。

なお、「転職したことがある」割合は 29.8%となった。



■ 年代別クロス集計結果

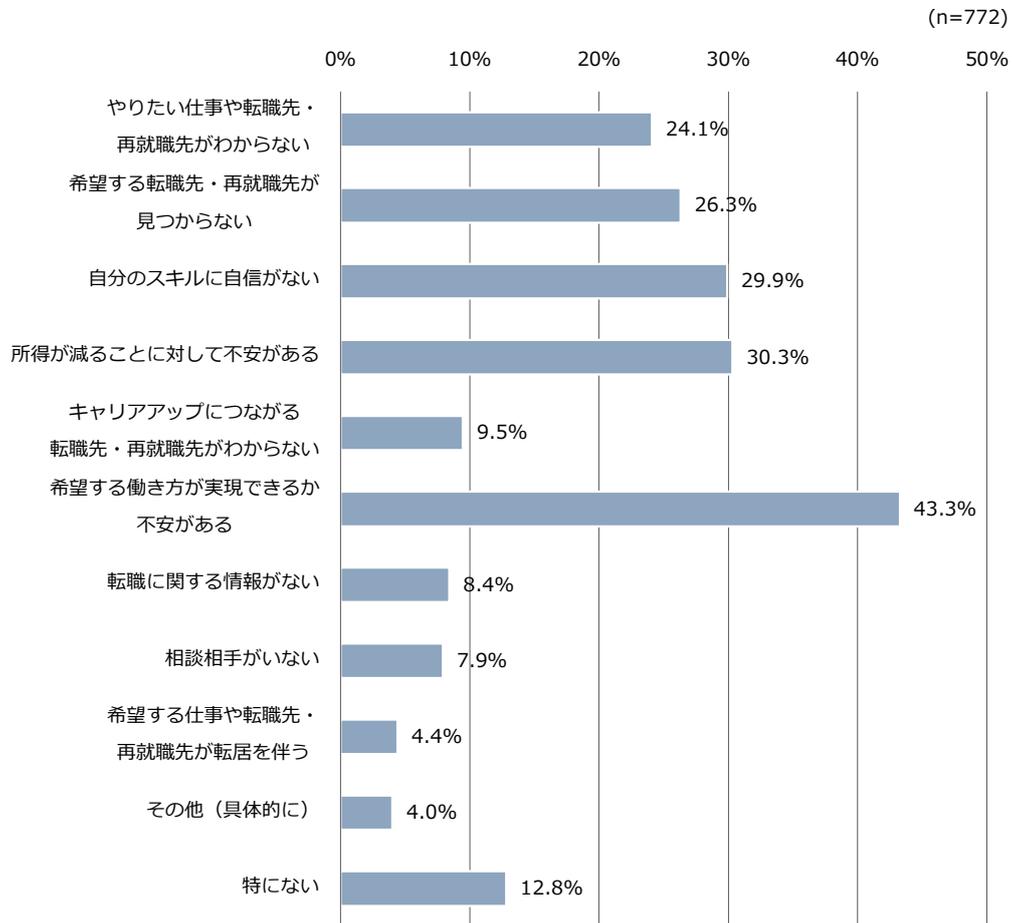
「現在、準備をしている」、「とても関心があるが、特に準備していない」、「少し関心がある」を合わせた割合は、30 歳代が最も高く約 4 割となる。また、29 歳以下でも 3 割以上が関心を持っている。



※問 28 で「転職したことがある」～「少し関心がある」を選択した方への限定設問

問29. 転職・再就職するにあたっての課題 (MA)

「希望する働き方が実現できるか不安がある」の割合が最も高く 43.3%である。次いで、「所得が減ることに対して不安がある (30.3%)」、「自分のスキルに自信がない (29.9%)」である。



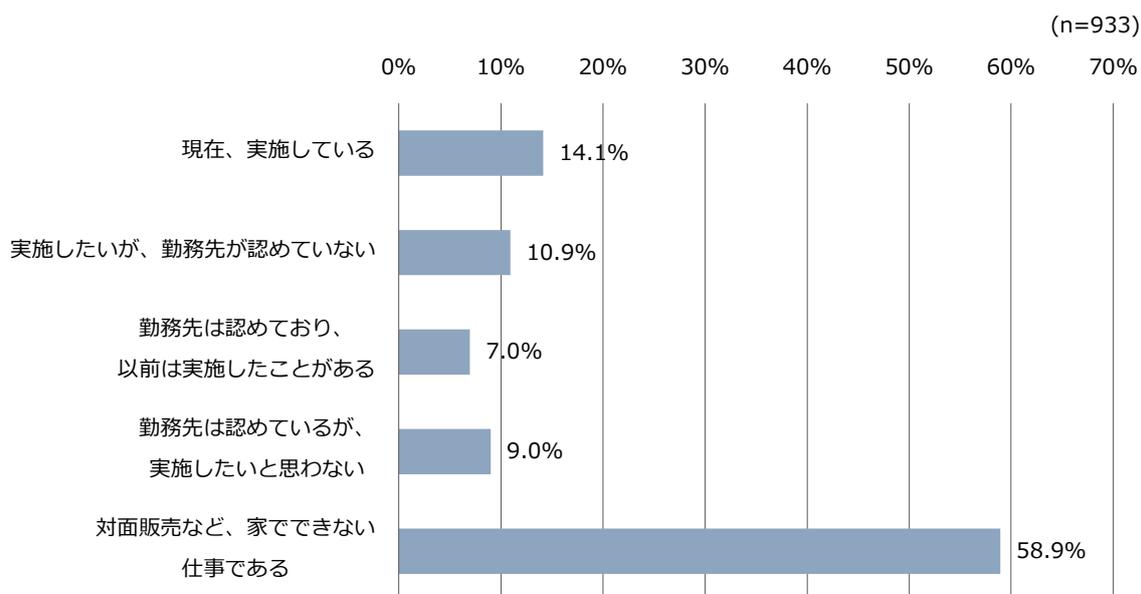
5 多様な働き方について

※問 30 から問 36 は現在働いている方（経営者は除く）への限定設問

問30. 在宅勤務やテレワークに対する意向（SA）

「対面販売など、家でできない仕事である」の割合が最も高く 58.9%である。次いで、「現在、実施している（14.1%）」、「実施したいが、勤務先が認めていない（10.9%）」である。

「現在、実施している」をはじめ在宅勤務やテレワークを認めている勤務先は約 3 割であるが、実施可能な仕事のうち約 3/4 が実施可能とされている。

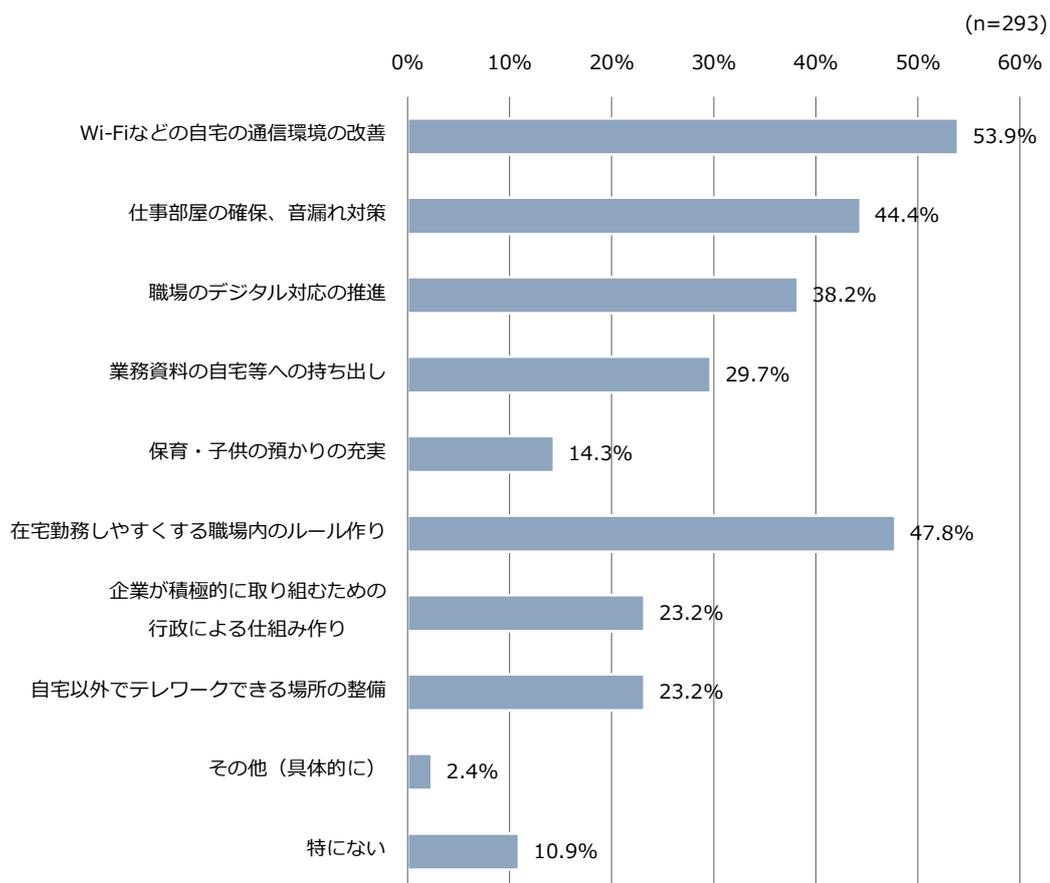


※問 30 で「現在、実施している」～「勤務先は認めており、以前は実施したことがある」を選択した方への限定設問

問31. 在宅勤務やテレワークを促進するにあたって必要だと思うこと (MA)

「Wi-Fi などの自宅の通信環境の改善」の割合が最も高く 53.9%である。次いで、「在宅勤務しやすくする職場内のルール作り (47.8%)」、「仕事部屋の確保、音漏れ対策 (44.4%)」、「職場のデジタル対応の推進 (38.2%)」である。

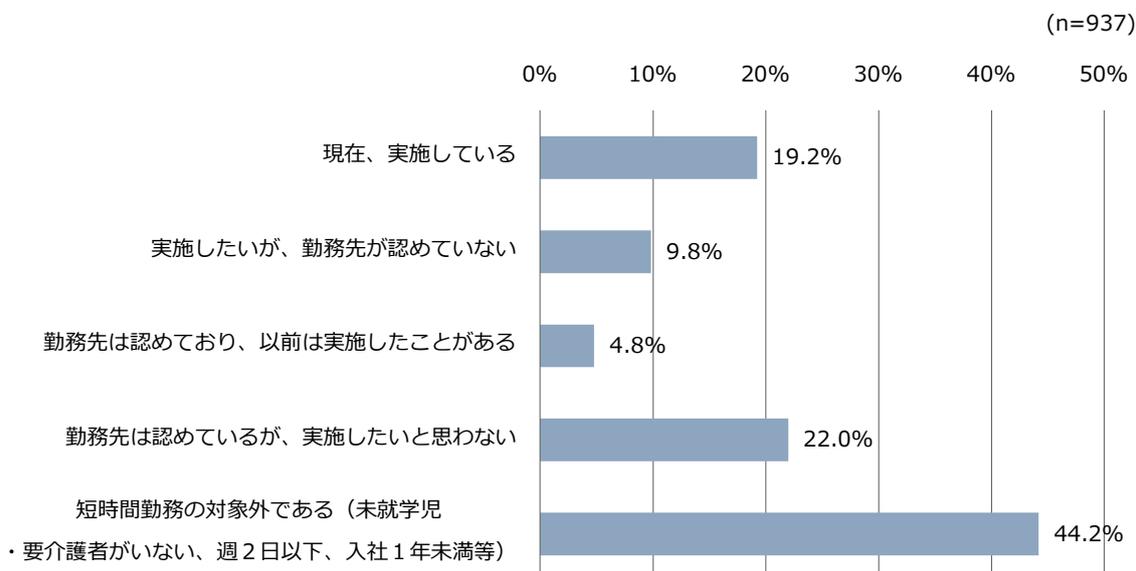
在宅勤務やテレワークを促進するうえで、利用しやすい職場環境以上に通信環境や住宅環境などのハード面が課題となっている。



問32. 短時間勤務に対する意向 (SA)

「短時間勤務の対象外である（未就学児・要介護者がいない、週2日以下、入社1年未満等）」の割合が最も高く44.2%である。次いで、「勤務先は認めているが、実施したいと思わない（22.0%）」、「現在、実施している（19.2%）」である。

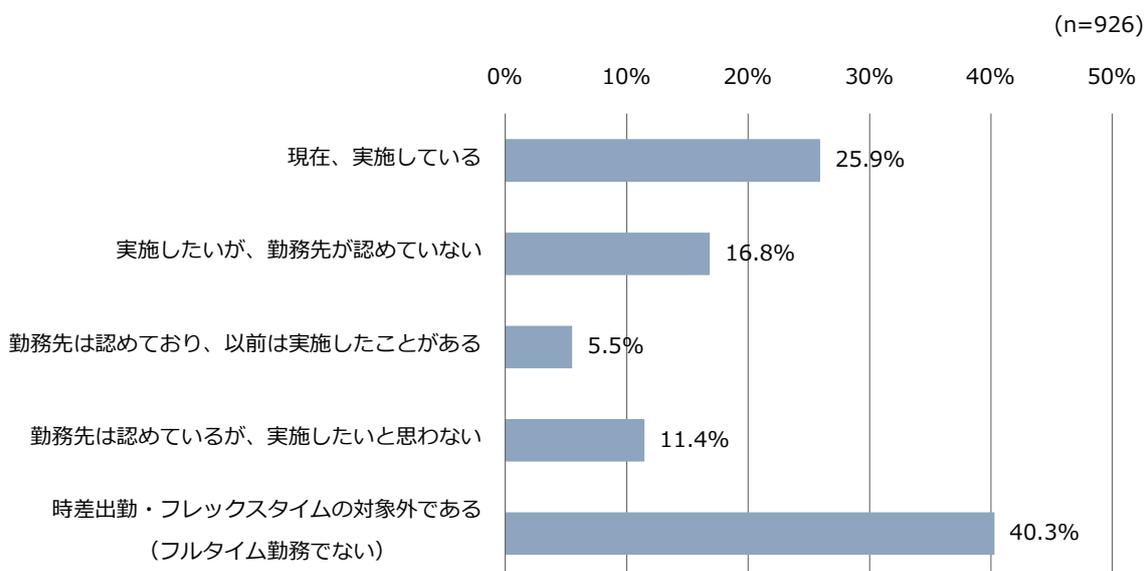
「現在、実施している」をはじめ短時間勤務を認めている勤務先は5割近くであり、実施可能な仕事のうち大半で導入されている。



問33. 時差出勤・フレックスタイムに対する意向 (SA)

「時差出勤・フレックスタイムの対象外である（フルタイム勤務でない）」の割合が最も高く40.3%である。次いで、「現在、実施している（25.9%）」、「実施したいが、勤務先が認めていない（16.8%）」である。

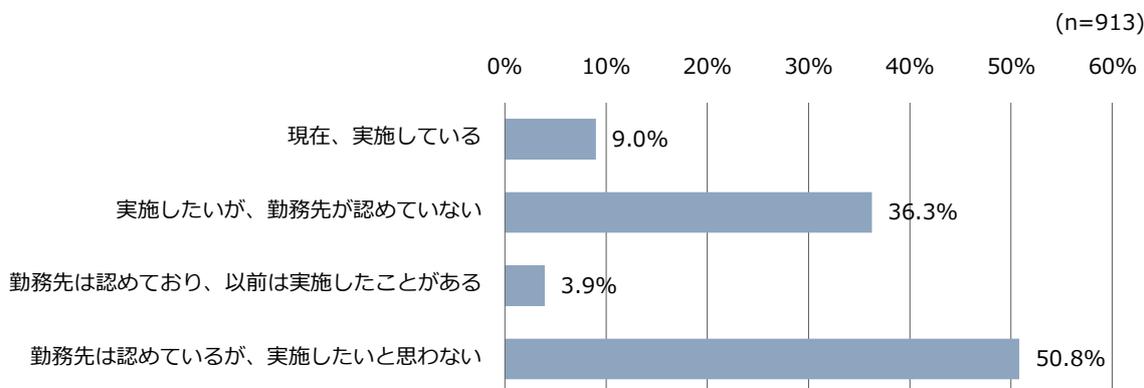
「現在、実施している」をはじめ時差出勤・フレックスタイムを認めている勤務先は4割を超えているが、実施可能な仕事のうち約2/3以上が導入可能とされている。



問34. 副業・兼業に対する意向 (SA)

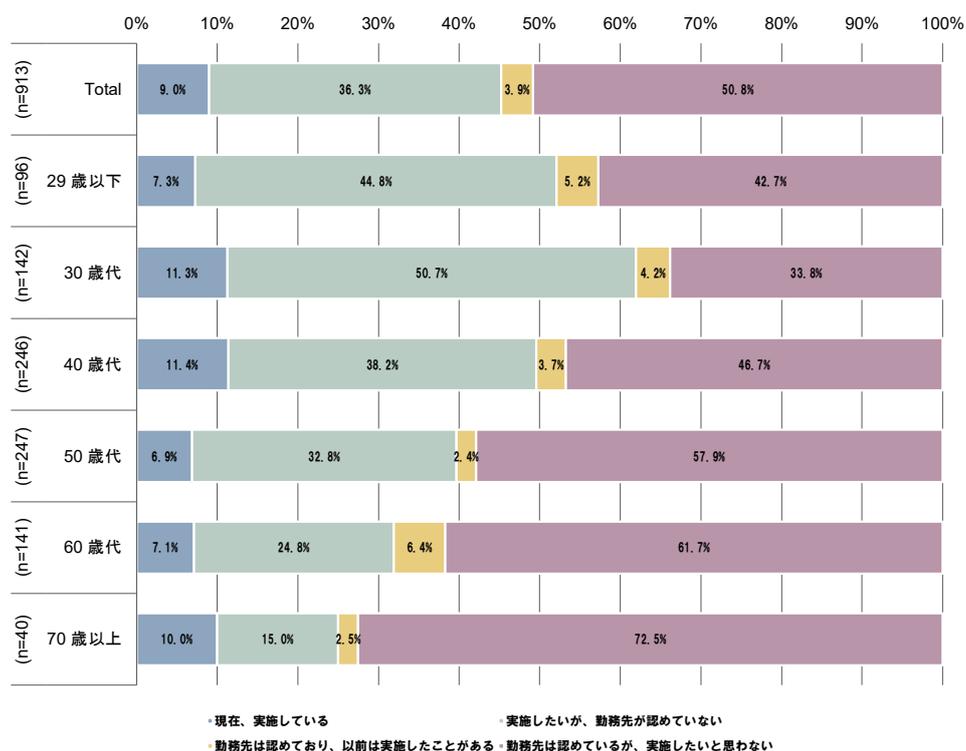
「勤務先は認めているが、実施したいと思わない」の割合が最も高く 50.8%である。次いで、「実施したいが、勤務先が認めていない (36.3%)」、「現在、実施している (9.0%)」である。

「現在、実施している」をはじめ副業・兼業を認めている勤務先は4割を超えている。



■年代別クロス集計結果

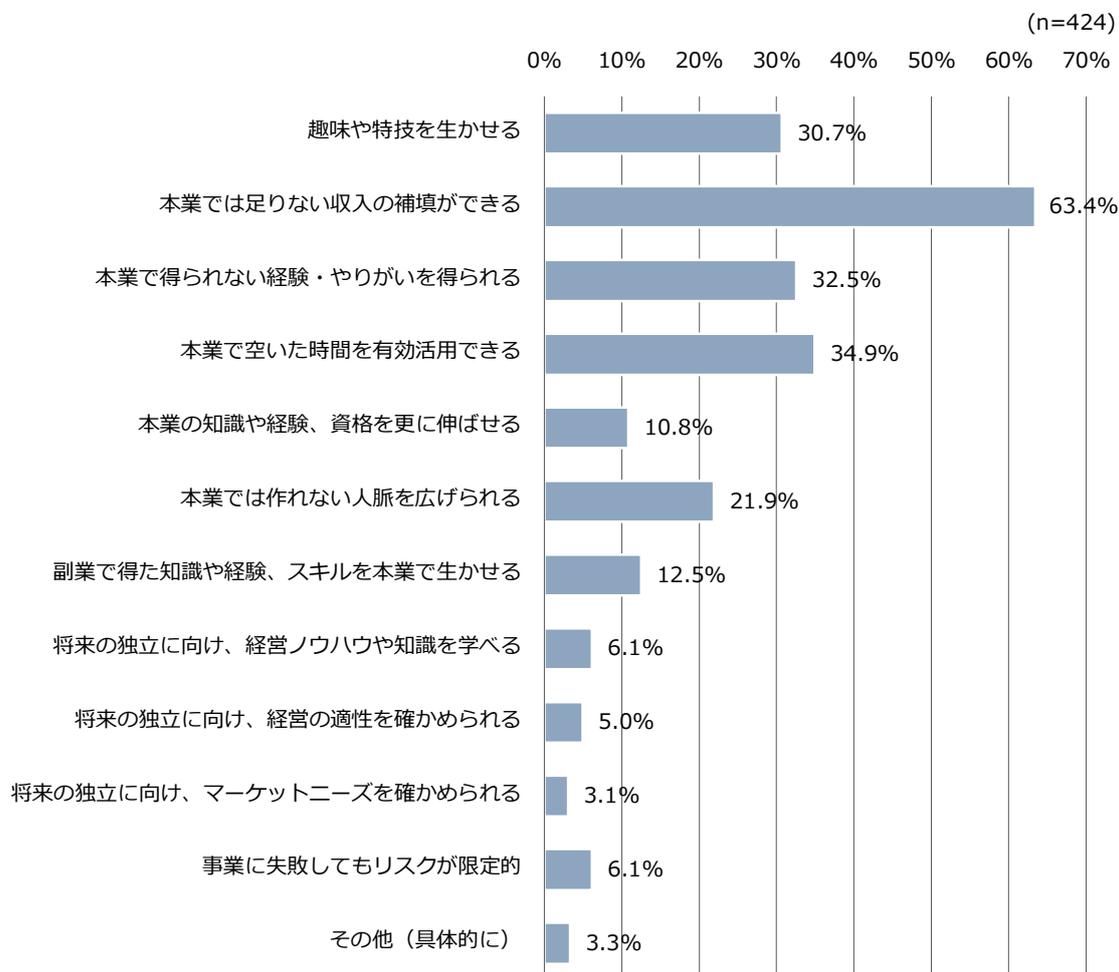
「実施したいが、勤務先が認めていない」とする割合は、30歳代が最も高く 50.7%となる。次いで、29歳以下 (44.8%)、40歳代 (38.2%) となり、若い年代を中心に副業・兼業に対する関心が高い。



※問 34 で「現在、実施している」～「勤務先は認めており、以前は実施したことがある」を選択した方への限定設問

問35. 副業・兼業をしたいと思う理由 (MA)

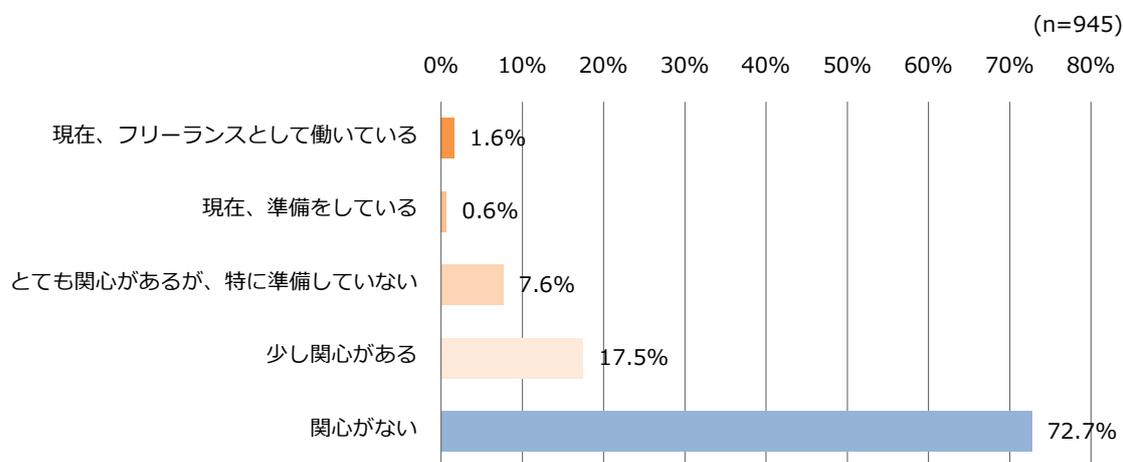
「本業では足りない収入の補填ができる」の割合が最も高く 63.4%である。次いで、「本業で空いた時間を有効活用できる (34.9%)」、「本業で得られない経験・やりがいを得られる (32.5%)」である。



問36. フリーランスに対する意向 (SA)

「関心がない」の割合が最も高く 72.7%である。次いで、「少し関心がある (17.5%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (7.6%)」である。

「現在、準備をしている (0.6%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (7.6%)」、「少し関心がある (17.5%)」の割合を併せると 2 割近くがフリーランスに関心を持っている。

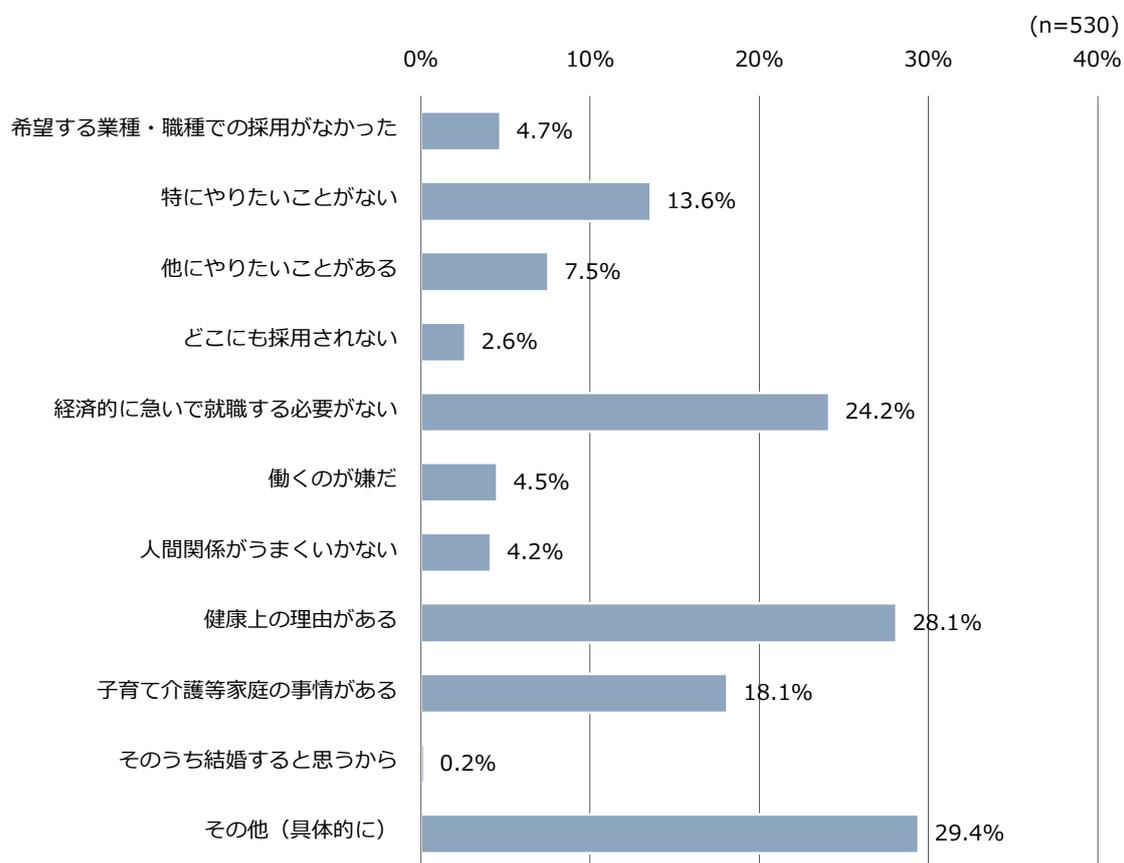


6 非就労者の考え方について

※現在働いていない方への限定設問

問37. 現在、就労していない理由 (MA)

「健康上の理由がある」の割合が最も高く 28.1%である。次いで、「経済的に急いで就職する必要がない (24.2%)」、「子育て介護等家庭の事情がある (18.1%)」である。

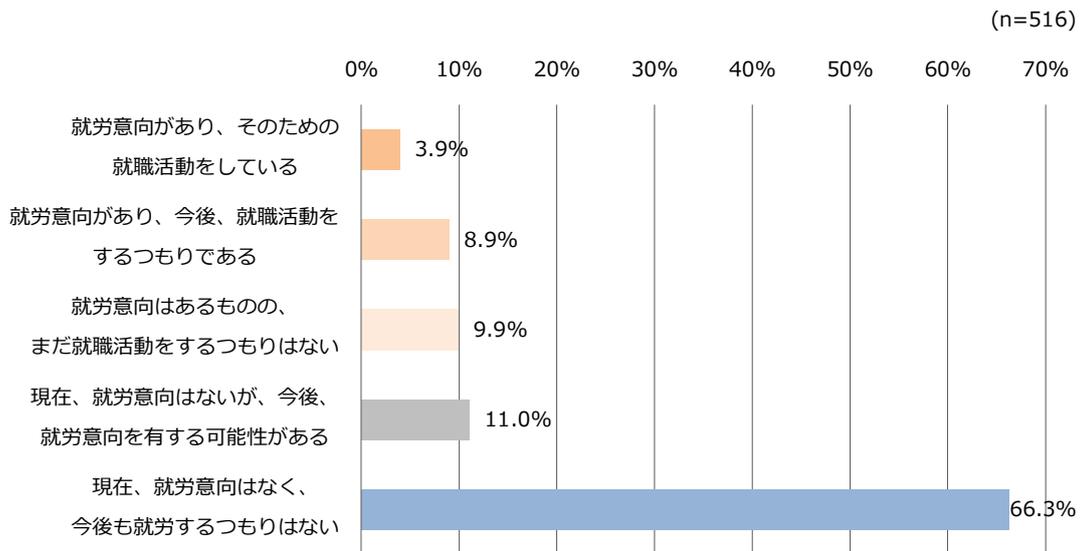


※現在働いていない方への限定設問

問38. 今後の就労意向 (SA)

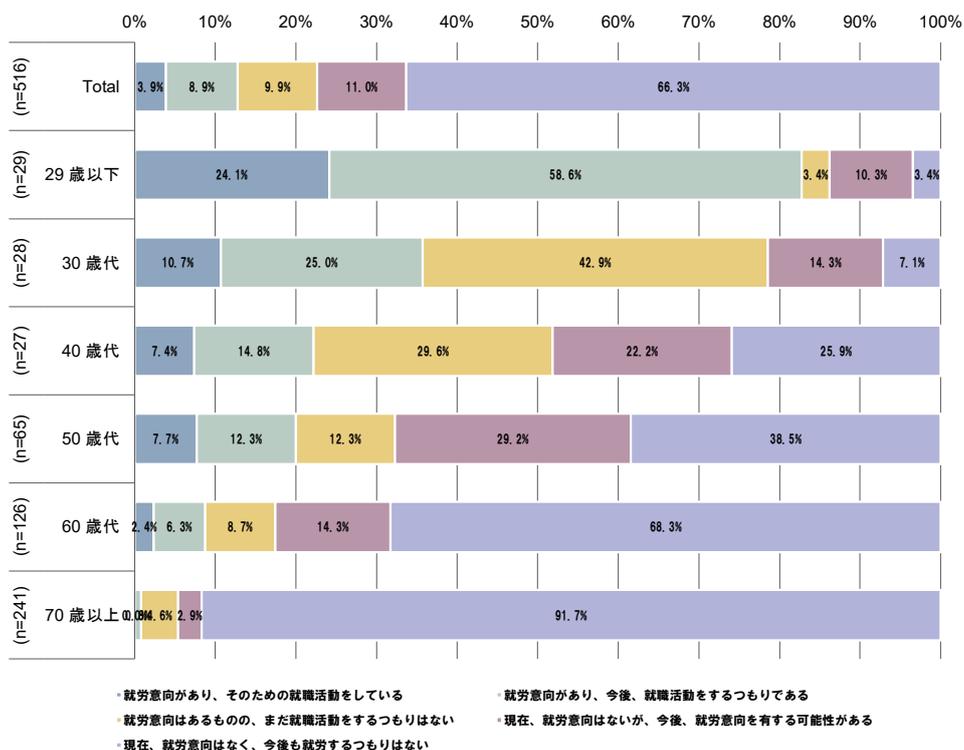
「現在、就労意向はなく、今後も就労するつもりはない」の割合が最も高く 66.3%である。次いで、「現在、就労意向はないが、今後、就労意向を有する可能性がある (11.0%)」、「就労意向はあるものの、まだ就職活動をするつもりはない (9.9%)」である。

現在働いていない人のうち就労意向のある人の割合は全体の約 2 割にとどまるが、活動をしている人がごくわずかにとどまっている。



■年代別クロス集計結果

「就労意向があり、そのための就職活動をしている」割合は年代により大きく異なり、29 歳以下では 58.6%となる。

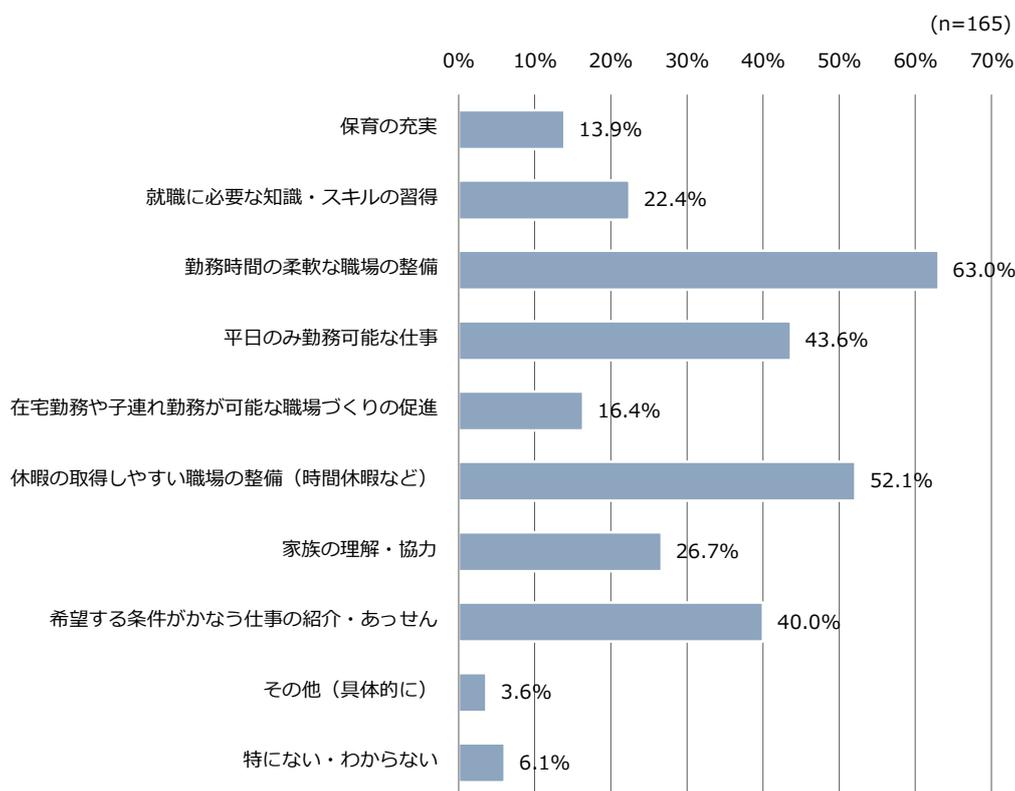


※問 38 で「就労意向があり、そのための就職活動をしている」～「現在、就労意向はないが、今後、就労意向を有する可能性がある」を選択した方への限定設問

問39. 今後、就労するために必要だと思う支援（MA）

「勤務時間の柔軟な職場の整備」の割合が最も高く 63.0%である。次いで、「休暇の取得しやすい職場の整備（時間休暇など）（52.1%）」、「平日のみ勤務可能な仕事（43.6%）」である。

今後、就労意向を持つ人は、就労するにあたって仕事の内容や保育よりも柔軟な働き方に対する希望が非常に強くなっている。



7 昨今の企業をとりまく外部環境の変化への対応について

問40. 豊田市での買い物や就労に対する意見・提案（自由回答）

※現在作業中