

消費・就労に関する意識調査
(区民向け)

消費・就労に関する意識調査（区民向け）

全体詳細結果報告編

1 調査の目的

本調査は、令和2年より世界的に流行した、新型コロナウイルス感染症が区民生活にも大きな影響を及ぼす中で、区民の消費行動や就労に対する考え方を把握し、平成28年に策定した経済活性化計画の中間見直しや、今後の区内における産業経済の発展や区内事業者に対する施策に反映させることを目的としている。

2 調査の概要

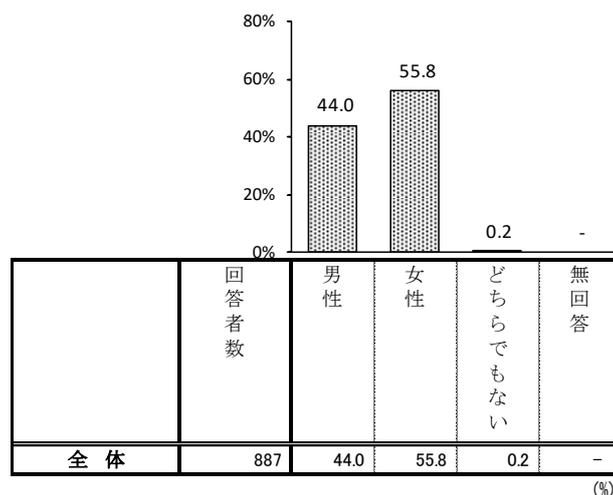
(1) 調査地域	足立区全域
(2) 調査対象	足立区在住の満18歳以上の個人
(3) 調査対象者の抽出	足立区住民基本台帳より単純無作為抽出
(4) 標本数	2,000サンプル
(5) 調査方法	郵送配布郵送回収法
(6) 調査実施期間	令和3年7月16日（金）～8月10日（火）
(7) 回収数（率）	887人（44.4%）
(8) 調査実施主体	足立区 産業経済部 産業政策課
(9) 調査実施機関	(株)マーケティング・サービス

＜調査結果（全体集計/n=887）の詳細＞

I 調査対象者の属性について

問1 性別（単数回答）

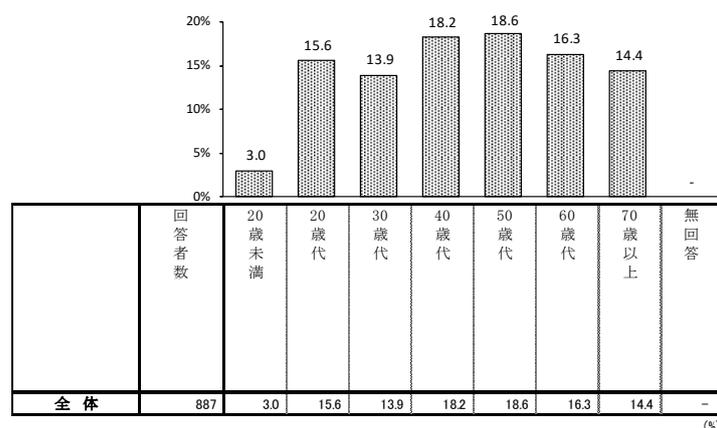
■ 性別は、女性が5割台半ばで、4割台半ばの男性より多い構成。



性別は、女性（55.8%）が5割台半ばを占めて、4割台半ばの男性（44.0%）より多くなっている。なお、「どちらでもない」（0.2%）も少数ながらみられる。

問2 年代 I（単数回答）

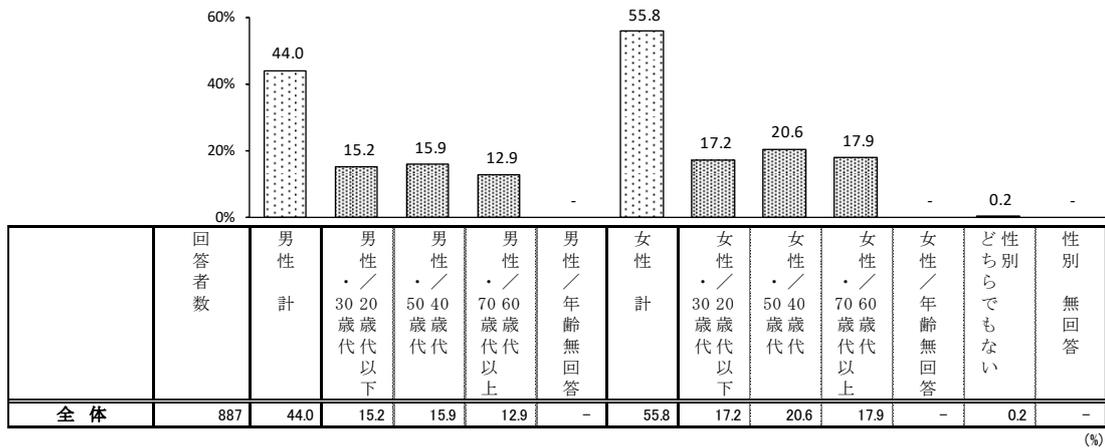
■ 年代は、各年代が1割台半ばから2割弱で、概ね均等に並ぶ構成。



回答者の年代は、20歳未満（3.0%）を含む20歳代以下（18.6%）や50歳代（18.6%）、40歳代（18.2%）などがそれぞれ2割弱でやや多めながら、各年代ともに1割台半ば～2割弱で並ぶ構成。

問1×問2 性・年代別 II (単数回答)

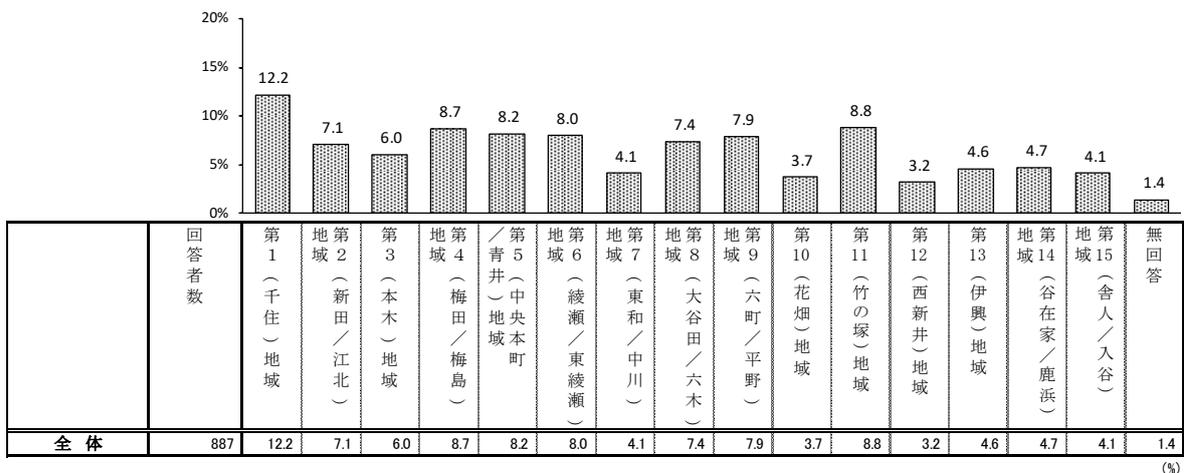
■ 性・年代別6層では、女性の40歳代と50歳代を合わせた「女性中年代層」が2割超で最多。



男女をそれぞれ3年代層に分けた性・年代別の分布では、40歳代と50歳代を合わせた女性中年代層(20.6%)が2割を超えて最も多く、以下、女性高年代層(17.9%)、女性若年代層(17.2%)と女性の他2層が続き、男性層は、男性中年代層(15.9%)、男性若年代層(15.2%)、男性高年代層(12.9%)の順となっている。

問3 居住地域 (単数回答)

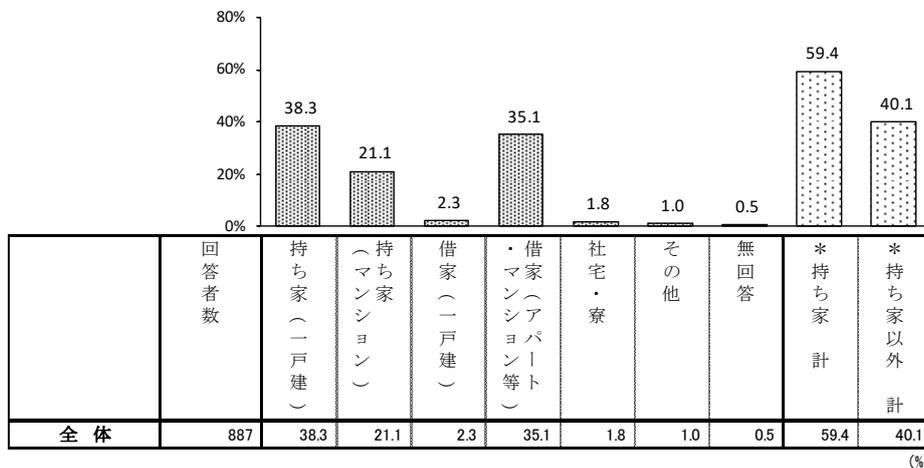
■ 居住地域区分では、千住の各町丁を含む「第1(千住)地域」が1割強で最も多い。



回答者の居住町丁名を足立区の15地域区分別にみると、千住の各町丁を含む「第1(千住)地域」(12.2%)が1割を超えて最も多く、以下、「第11(竹の塚)地域」(8.8%)、「第4(梅田/梅島)地域」(8.7%)などが続いて上位。

問4 住居形態 (単数回答)

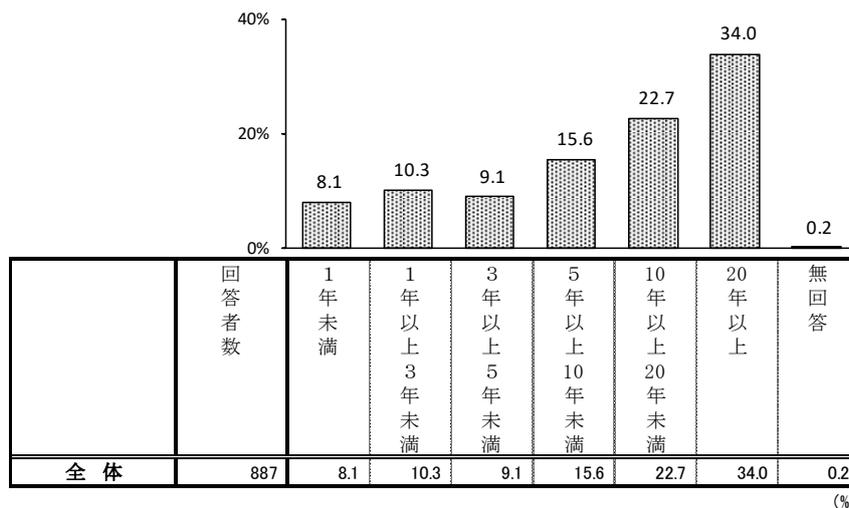
■ 「持ち家(一戸建)」が4割弱で最多。



住居形態の結果は、持ち家(一戸建)(38.3%)が4割弱で最も多く、これに借家(アパート・マンション等)(35.1%)が3割台半ば、持ち家(マンション)(21.1%)が2割強で続き、上位となっている。

問5 現住所居住年数 (単数回答)

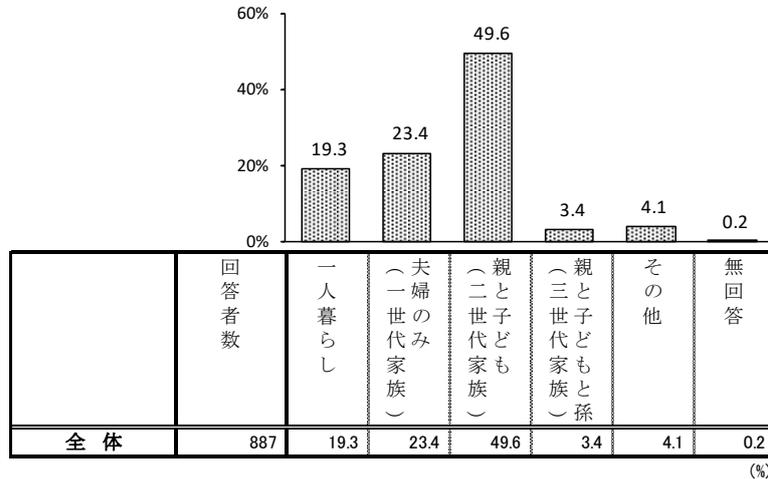
■ 「20年以上」が3割台半ばで最も多く、『5年未満計』は3割弱。



現住居の居住年数は、20年以上(34.0%)が3割台半ばで最も多く、以下、10年以上20年未満(22.7%)、5年以上10年未満(15.6%)の順で続き、「5年未満計」(27.5%)は合わせても3割弱にとどまる。

問6 同居家族構成 (単数回答)

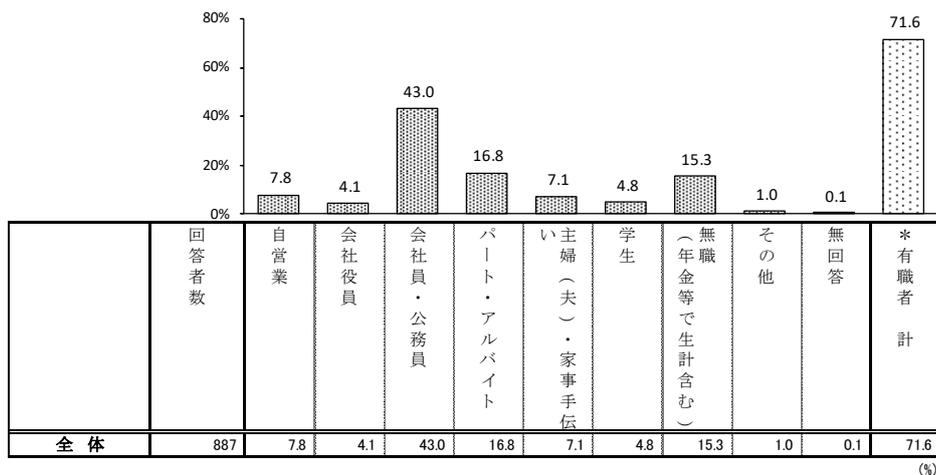
■ 「親と子ども(二世世代家族)」がほぼ半数を占めて最多。



同居家族構成を聞いた結果は、親と子ども(二世世代家族)(49.6%)がほぼ半数を占めて最も多く、夫婦のみ(一世世代家族)(23.4%)が2割台半ば、一人暮らし(19.3%)が2割弱で続いて上位となっている。

問7 職業 (単数回答)

■ 「会社員・公務員」が4割強で最も多く、7割強が『有職者』。

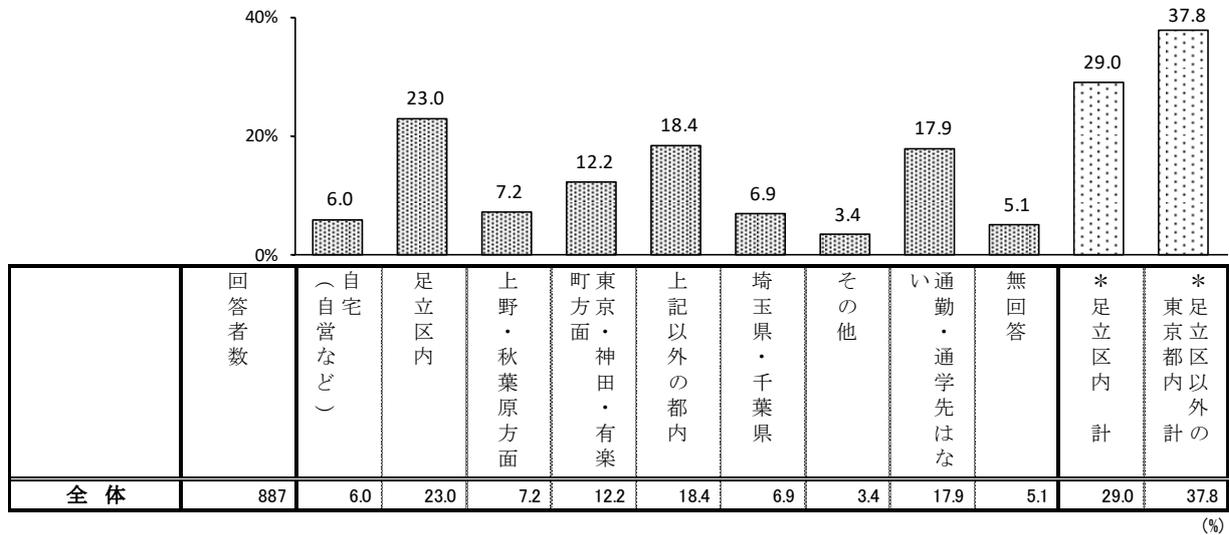


回答者の職業は、会社員・公務員(43.0%)が4割強で最も多く、パート・アルバイト(16.8%)と無職(年金等で生計含む)(15.3%)が1割台後半で続いて上位となっている。

なお、「有職者計」(71.6%)が7割強を占めている。

問8 通勤・通学先 (単数回答)

■ 「自宅」を含む『足立区内』が3割弱。一方「通勤・通学先はない」は2割弱。



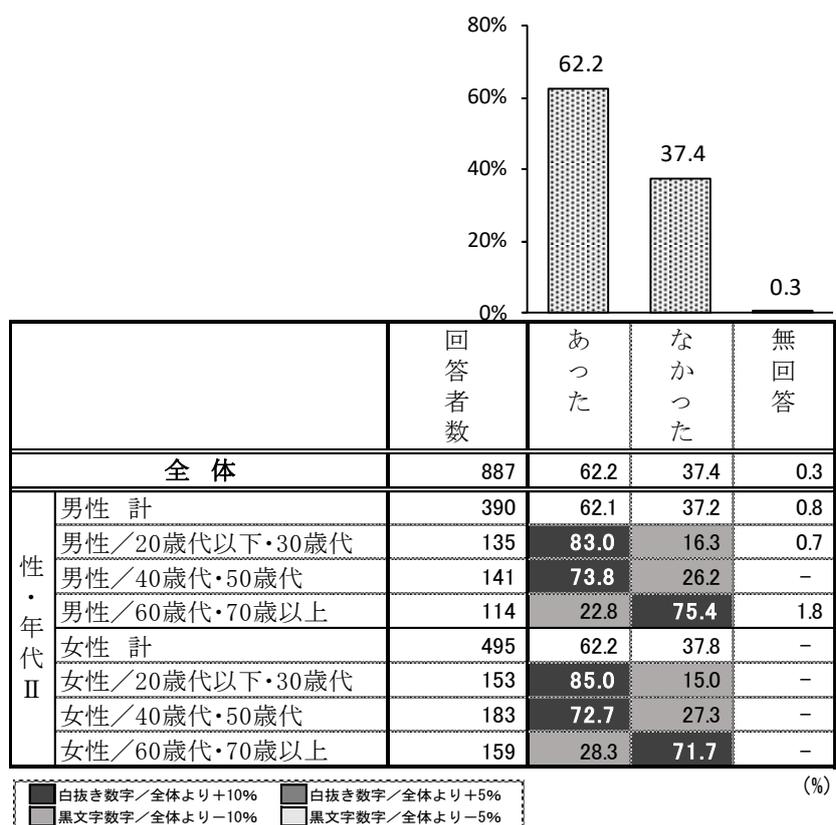
回答者の通勤・通学先を全対象者に聞いた結果は、足立区内（23.0%）が2割強で最も多く、足立区/上野・秋葉原・東京・神田・有楽町方面以外の都内（18.4%）と東京・神田・有楽町方面（12.2%）が1割台で続き上位となっている。

一方、通勤・通学先はない（17.9%）も2割弱となっている。

II オンライン消費の状況等について

問9 先月（令和3年6月）のインターネットショッピング利用経験（単数回答）

■ 利用経験率は、男女ともに6割強ながら、
若年層男女で8割台、高齢層男女では2割台。

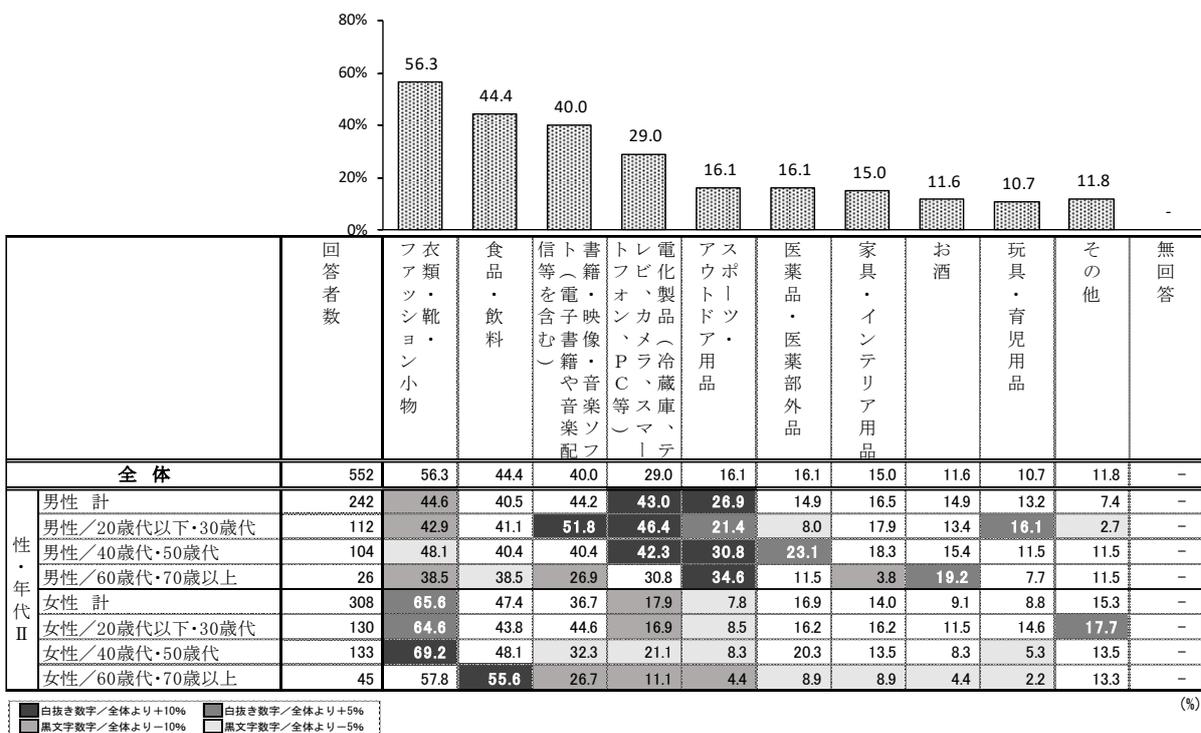


令和3年6月の1カ月間のインターネットショッピングの利用有無では、「あった」（62.2%）が6割強を占めて、「なかった」（37.4%）を24.8ポイント上回って多くなっている。

性別にみても、「あった」の割合に男女別の差（男性62.1%、女性62.2%）はみられないが、性・年代別にみると、「あった」の割合は、女性若年層（85.0%）と男性若年層（83.0%）でともに8割台と高く、男性中年層（73.8%）と女性中年層（72.7%）も7割台に達しているのに対して、男性高齢層（22.8%）と女性高齢層（28.3%）はともに2割台にとどまり、男女ともに、中年層と高齢層の差を中心に、大きな年代差がみられる結果となっている。

問10-1 【「インターネットショッピング利用経験者（n=552）ベース」】
インターネットショッピングでの主な購入品目（複数回答）

■ 「衣類・靴・ファッション小物」が5割台半ばで最も高く、女性では6割台半ば。



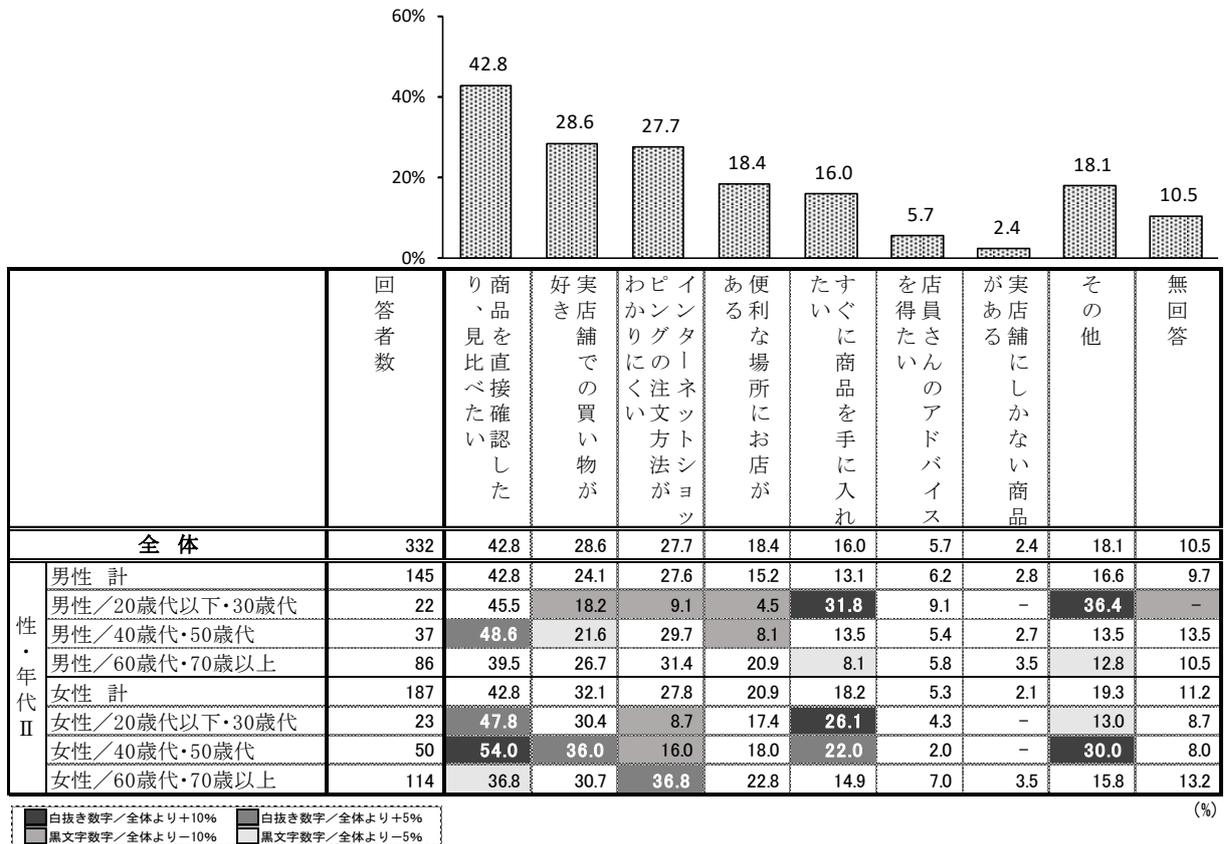
令和3年6月中にインターネットショッピングの利用があった人（n=552）に主な購入品目を聞いた結果は、「衣類・靴・ファッション小物」（56.3%）が5割台半ばで最も高く、これに「食品・飲料」（44.4%）、「書籍・映像・音楽ソフト」（40.0%）、「電化製品」（29.0%）などが続き上位となっている。

性別にみると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性（65.6%）の方が男性（44.6%）より21.0ポイント高いが、「電化製品」は男性（43.0%）の方が女性（17.9%）より25.1ポイント高く、「スポーツ・アウトドア用品」も男性（26.9%）の方が女性（7.8%）より19.1ポイント高く、これら3品目で男女別の差が大きくなっている。

性・年代別にみると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性中年層（69.2%）で、「食品・飲料」は女性高齢層（55.6%）で、「書籍・映像・音楽ソフト」は男性若年層（51.8%）で、「電化製品」は男性の若年層（46.4%）と中年層（42.3%）で、「スポーツ・アウトドア用品」は男性の高齢層（34.6%）と中年層（30.8%）で、それぞれ高くなっている。

問10-2 【「インターネットショッピング非利用者（n=332）ベース」】
インターネットショッピング非利用理由（複数回答）

■ 「商品を直接確認したり、見比べたい」が4割強で最も高い。



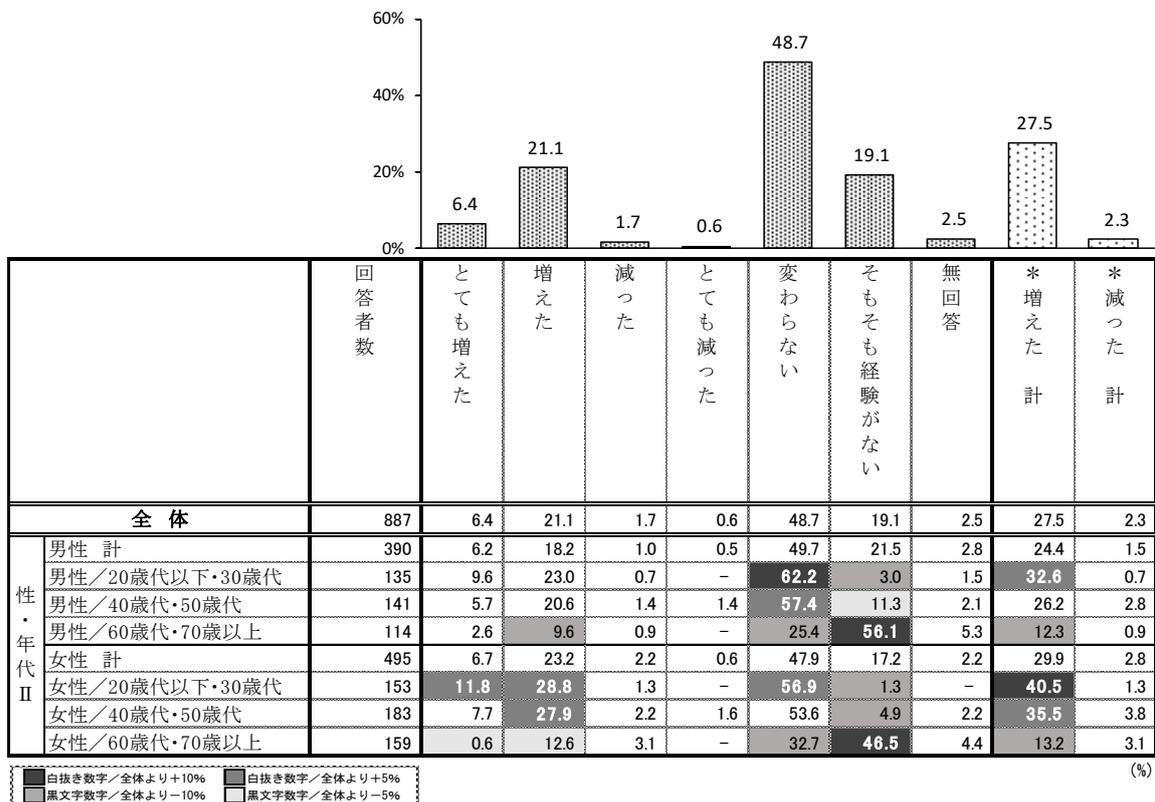
令和3年6月中にインターネットショッピングの利用がなかった人（n=332）に、その非利用理由を聞いた結果は、「商品を直接確認したり、見比べたい」（42.8%）が4割強で最も高く、これに「実店舗での買い物が好き」（28.6%）と「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」（27.7%）が3割弱で続き上位となっている。

性別にみると、女性の方が8.0ポイント高めな「実店舗での買い物が好き」を除くと大きな男女別の差はみられないが、性・年代別にみると、「商品を直接確認したり、見比べたい」と「実店舗での買い物が好き」は女性中年代層（54.0%/36.0%）で、「インターネットショッピングの注文方法がわかりにくい」は女性高齢層（36.8%）で、「すぐに商品を手に入れたい」は男女の若年代層（31.8%/26.1%）で、それぞれ高くなっている。

問11 最近のインターネットショッピング利用頻度の2019年以前との増減比較

(単数回答)

■ 「変わらない」が半数弱で最多ながら、『増えた計』も3割弱で女性が高め。



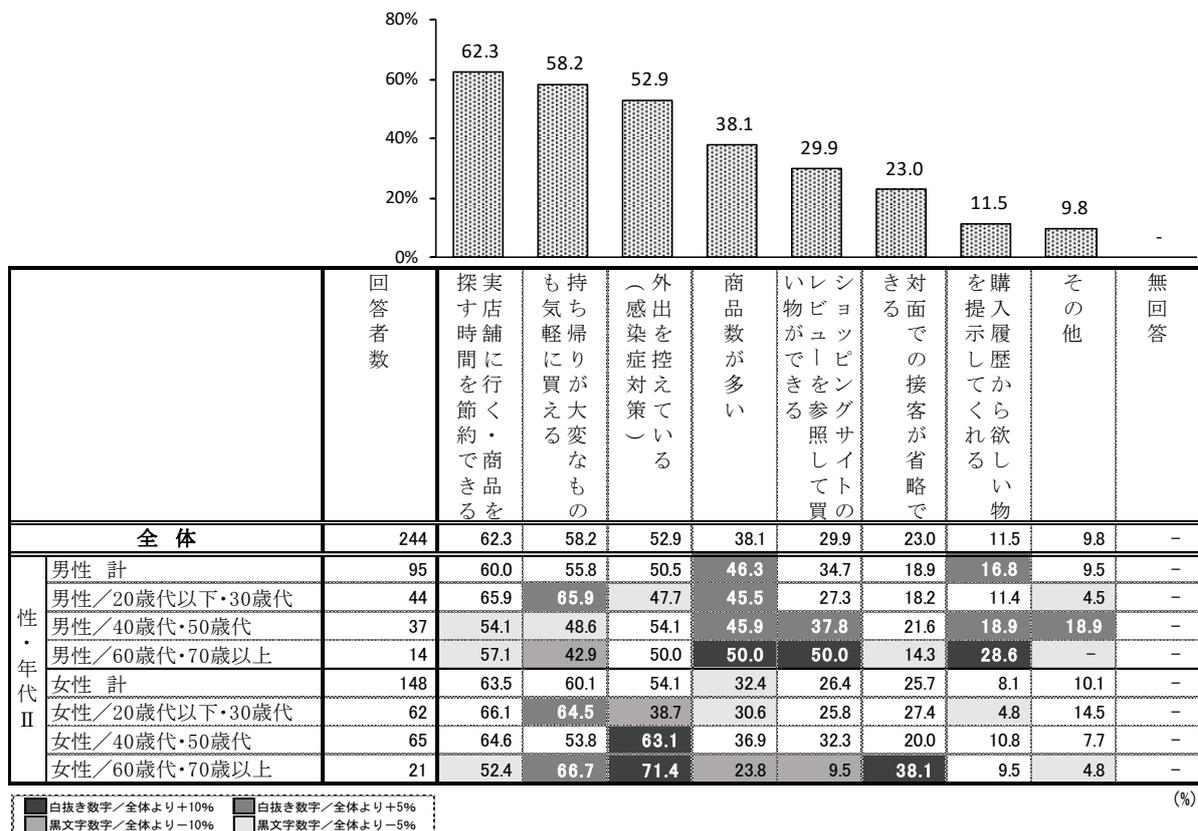
最近のインターネットショッピング利用頻度の2019年以前との増減比較を、全対象者に聞いた結果は、「変わらない」(48.7%)が5割弱を占めて最も多いものの、2割強の「増えた」(21.1%)に「とても増えた」(6.4%)を加えた『増えた計』(27.5%)は3割弱となっており、2%台の『減った計』(2.3%)を大きく上回っている。一方、「そもそも経験がない」(19.1%)という回答も2割弱となっている。

性別にみると、「増えた」(女性23.2%>男性18.2%/5.0P差)と『増えた計』(女性29.9%>男性24.4%/5.5P差)で女性の方がやや高めなことを除くと、大きな差はみられない。

性・年代別にみると、『増えた計』は4割台の女性若年層(40.5%)を筆頭に、女性中年層(35.5%)や男性若年層(32.6%)で高くなっている。一方、「変わらない」は6割強の男性若年層(62.2%)を筆頭に、男性中年層(57.4%)や女性若年層(56.9%)で高く、「そもそも経験がない」は5割台半ばの男性高齢層(56.1%)を筆頭に女性高齢層(46.5%)でも高くなっており、高齢層と他の年代層との差が目立つ項目となっている。

問12-1 【問11で「1」か「2」と答えた「利用頻度増加者（n=244）ベース】
インターネットショッピング利用頻度の増加理由（複数回答）

■ 『時間の節約ができる』と『持ち帰り不要で気軽』の2項目が6割前後で上位。



2019年以前に比べて最近のインターネットショッピングの利用頻度が増えた人（n=244）の増加理由では、「実店舗に行く・商品を探す時間を節約できる」（62.3%）が6割強で最も高く、「持ち帰りが大変なものも気軽に買える」（58.2%）が6割弱で続き、以下、「外出を控えている（感染症対策）」（52.9%）、「商品数が多い」（38.1%）などが上位となっている。

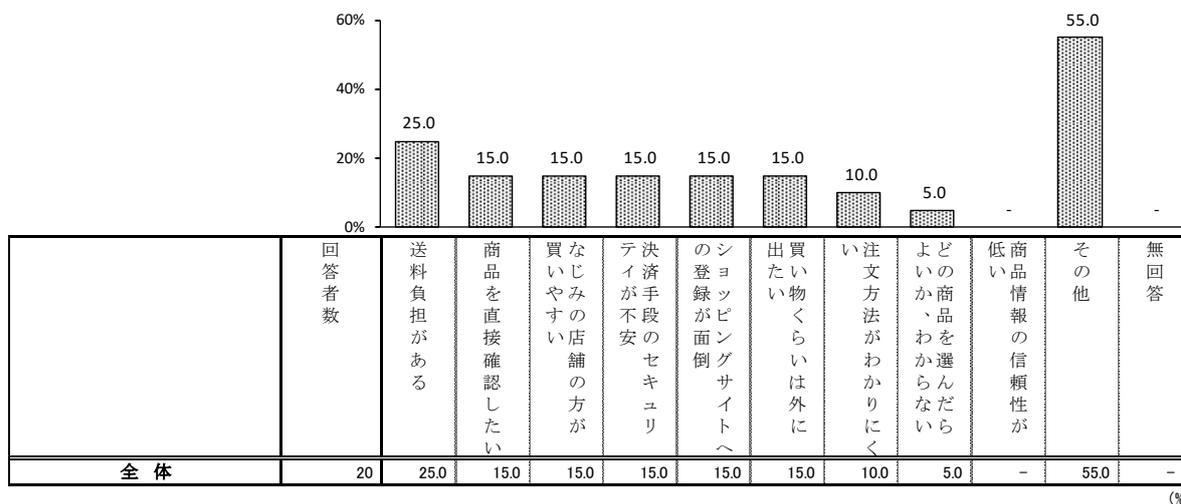
性別にみると、「商品数が多い」（男性46.3%>女性32.4%/13.9P差）で男性の方が10ポイント以上高いのを除くと、男女間で大きな差がみられる項目はなしとなっている。

性・年代別にみると、「外出を控えている（感染症対策）」が女性中年層（63.1%）で高いのを除くと、目立った違いはみられない。

（一部の項目で男女の高齢層が他の性・年代層と差がある項目もみられるが、高齢層は男女ともにサンプル数が少ないため、コメントは割愛している。）

問12-2 【問11で「3」か「4」と答えた「利用頻度減少者（n=20）ベース」】
インターネットショッピング利用頻度の減少理由（複数回答）

■ 「その他」では“必要なものがない”“収入減で買い物控え”などの回答が多い。



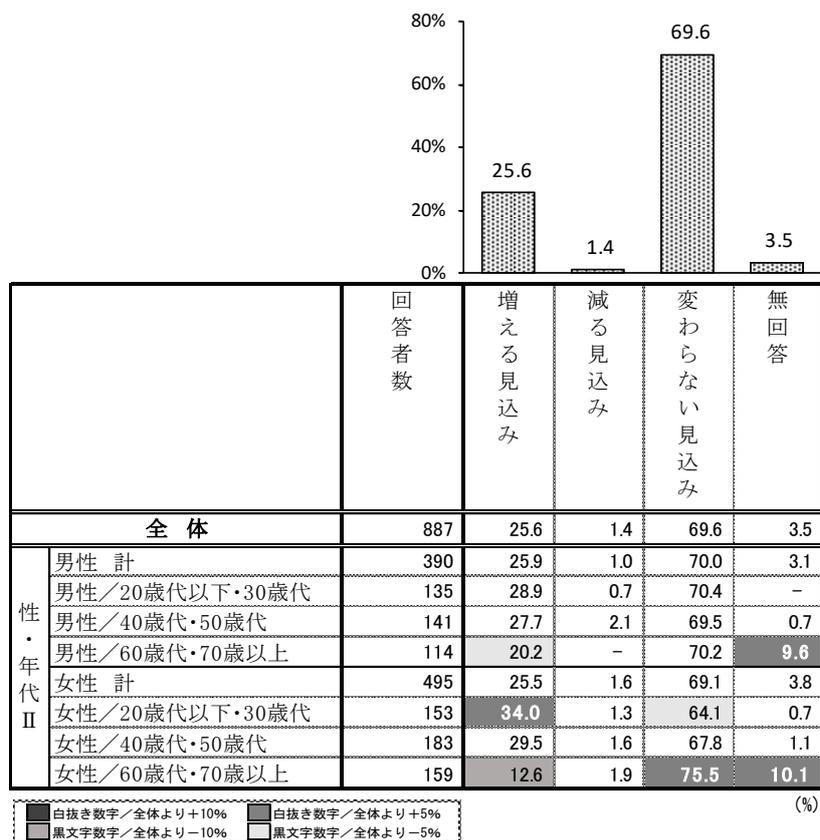
2019年以前に比べて最近のインターネットショッピングの利用頻度が減った人（n=20）の減少理由では、“必要なものがない”“収入減で買い物を控えている”などの回答を中心とした「その他」（55.0%）が最も高いが、それ以外では「送料負担がある」（25.0%）が最も高く、特に集中する回答はみられない。

（回答サンプル数が20名と少ないことに留意）

この設問は回答サンプル数が全体で20名と少ないので、性別や性・年代別の情報の掲載は割愛している。

問13 インターネットショッピングの今後の利用増減見込み (単数回答)

■ 『変わらない』が約7割で最多ながら、
若年女性を筆頭に『増えそう』も全体で2割台半ば。

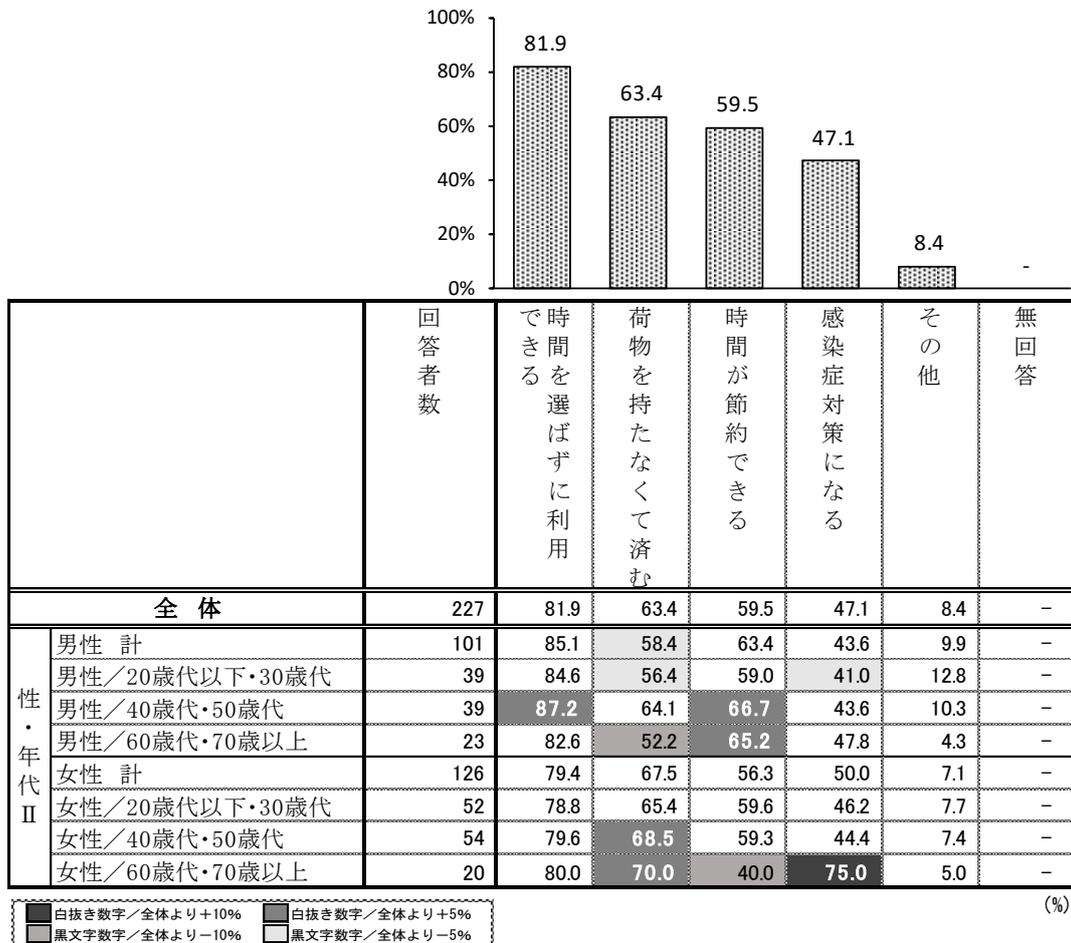


今後のインターネットショッピングの利用増減見込みを、全対象者に聞いた結果は、「変わらない見込み」(69.6%)がほぼ7割を占めて最も多いものの、2割台半ばの「増える見込み」(25.6%)が、1%台の「減る見込み」(1.4%)を24.2ポイント上回って多くなっている。

性別では男女間にほとんど差がみられず、性・年代別でも目立って大きな差はみられないが、「増える見込み」は女性若年層(34.0%)で、「変わらない見込み」は女性高齢層(75.5%)で、それぞれ最も高くなっている。

問14-1 【問13で「1」と答えた「利用増加見込み者（n=227）ベース」】
 利用増加見込み理由（複数回答）

■ 『時間を選ばない』『荷物持ちが不要』『時間が節約できる』などが上位。



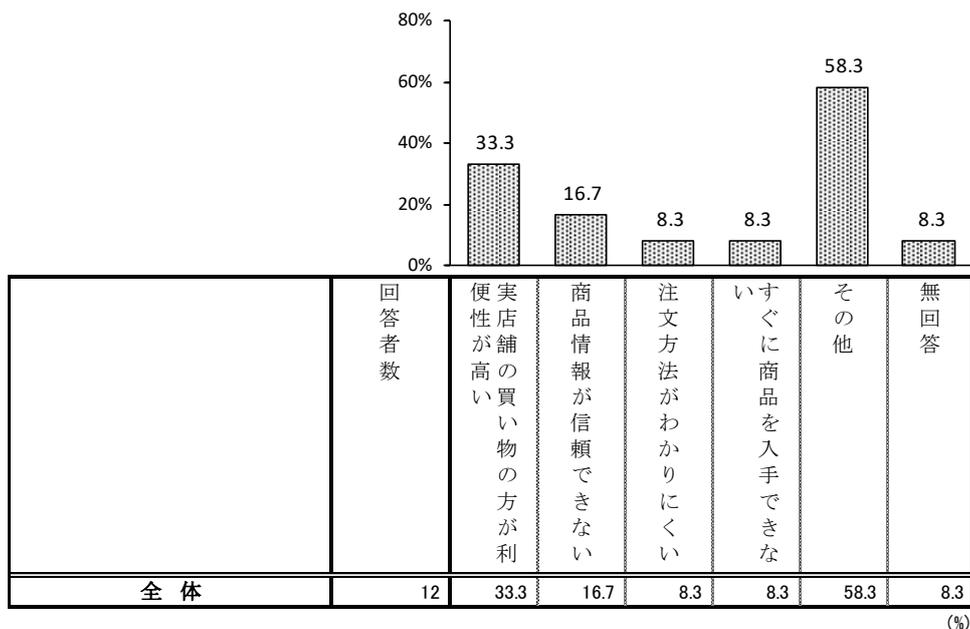
問13で『増える見込み』と回答した人（n=227）の増加見込み理由では、「時間を選ばずに利用できる」（81.9%）が8割強で最も高く、これに「荷物を持たなくて済む」（63.4%）と「時間が節約できる」（59.5%）が6割前後で続いて上位となっており、「感染症対策になる」（47.1%）も5割近くあげられている。

性別にみると、女性の方が9.1ポイント高い「荷物を持たなくて済む」（女性67.5% > 男性58.4%）で男女間の差が最も大きくなっている。

性・年代別にみても、サンプル数が20名と少なめな女性高齢層で「時間が節約できる」（40.0%）が低めにとどまる一方で「感染症対策になる」（75.0%）が高いのを除くと、大きな差はみられない結果となっている。

問14-2 【問13で「2」と答えた「利用減少見込み者（n=12）ベース」】
 利用減少見込み理由（複数回答）

■ サンプル数が少ないが、「その他」以外では
「実店舗の買い物の方が利便性が高い」が上位。



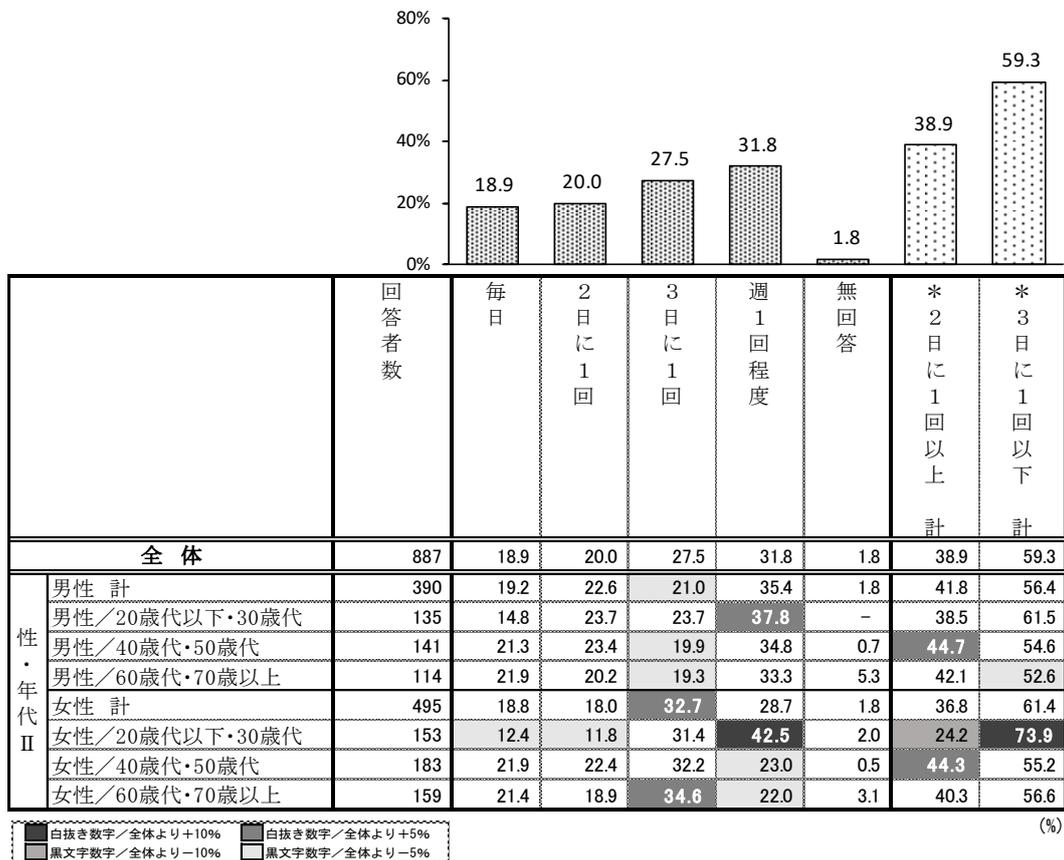
問13で『減る見込み』と回答した人の減少見込み理由では、回答者数が12名と少ないものの、用意された選択肢の中では「実店舗の買い物の方が利便性が高い」（33.3%）が最も高い。

この設問は回答サンプル数が全体で12名と少ないので、性別や性・年代別の情報の掲載は割愛している。

Ⅲ 実店舗での買い物の状況について

問15 直近1か月の実店舗での買い物の頻度 (単数回答)

■ 「週に1回程度」が3割強で最多。「毎日」と「2日に1回」はともに2割程度。



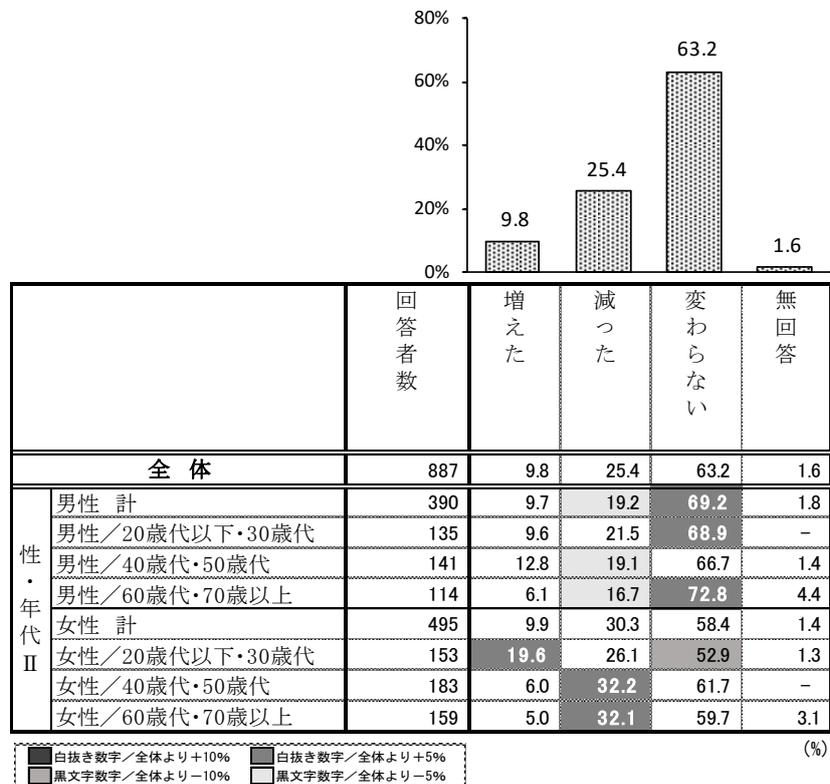
直近1か月の実店舗での買い物の頻度では、「週1回程度」(31.8%)が3割強で最も多く、以下「3日に1回」(27.5%)が3割弱、「2日に1回」(20.0%)と「毎日」(18.9%)が2割～2割弱で続く結果。

性別にみると、「3日に1回」(女性32.7%>男性21.0%/11.7P差)は女性の方が高く、「週1回程度」(男性35.4%>女性28.7%/6.7P差)は男性の方が高めとなっている。

性・年代別にみると、「週に1回程度」は女性若年層(42.5%)で4割強と高く、男性若年層(37.8%)でも高めとなっているが、それ以外で性・年代別に目立って高い項目はみられない。

問16 2021年6月の実店舗買い物頻度の対前年同月比較 (単数回答)

■ 「変わらない」が6割強で最多。「減った」が2割台半ばで、「増えた」は1割。



2021年6月の実店舗での買い物頻度の対前年同月比較の結果は、「変わらない」(63.2%)が6割強を占めて最も多いものの、2割台半ばの「減った」(25.4%)が、ほぼ1割の「増えた」(9.8%)を15.6ポイント上回って多くなっている。

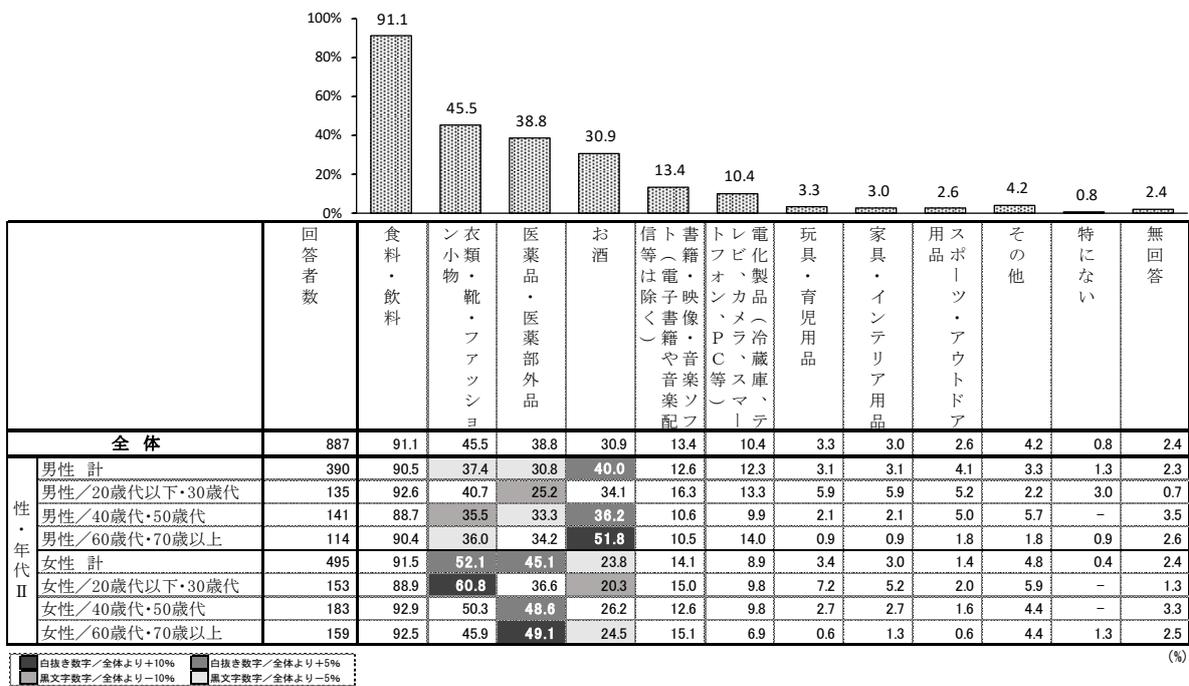
性別にみると、「減った」(女性30.3%>男性19.2%)は女性の方が11.1ポイント高く、逆に「変わらない」(男性69.2%>女性58.4%)は男性の方が10.8ポイント高くなっているが、「増えた」(男性9.7%≒女性9.9%)に男女間の差はみられない。

性・年代別にみると、「増えた」は女性若年層(19.6%)で高く、「減った」は女性の中年層(32.2%)と高齢層(32.1%)で、「変わらない」は男性高齢層(72.8%)で、それぞれ高めとなっている。

問17 実店舗で普段購入するもの（5つまでの制限回答）

（※当初「3つまでの制限回答」だったものを「5つまで」許容して集計）

■ 「食料・飲料」が9割超と高く、「衣類・靴・ファッション小物」が4割台半ばで次点。



実店舗で普段購入するものを全対象者に聞いた結果は、「食料・飲料」（91.1%）が9割強と極めて高く、これに「衣類・靴・ファッション小物」（45.5%）が4割台半ば、「医薬品・医薬部外品」（38.8%）が4割弱、「お酒」（30.9%）が3割強で続いて上位となっている。

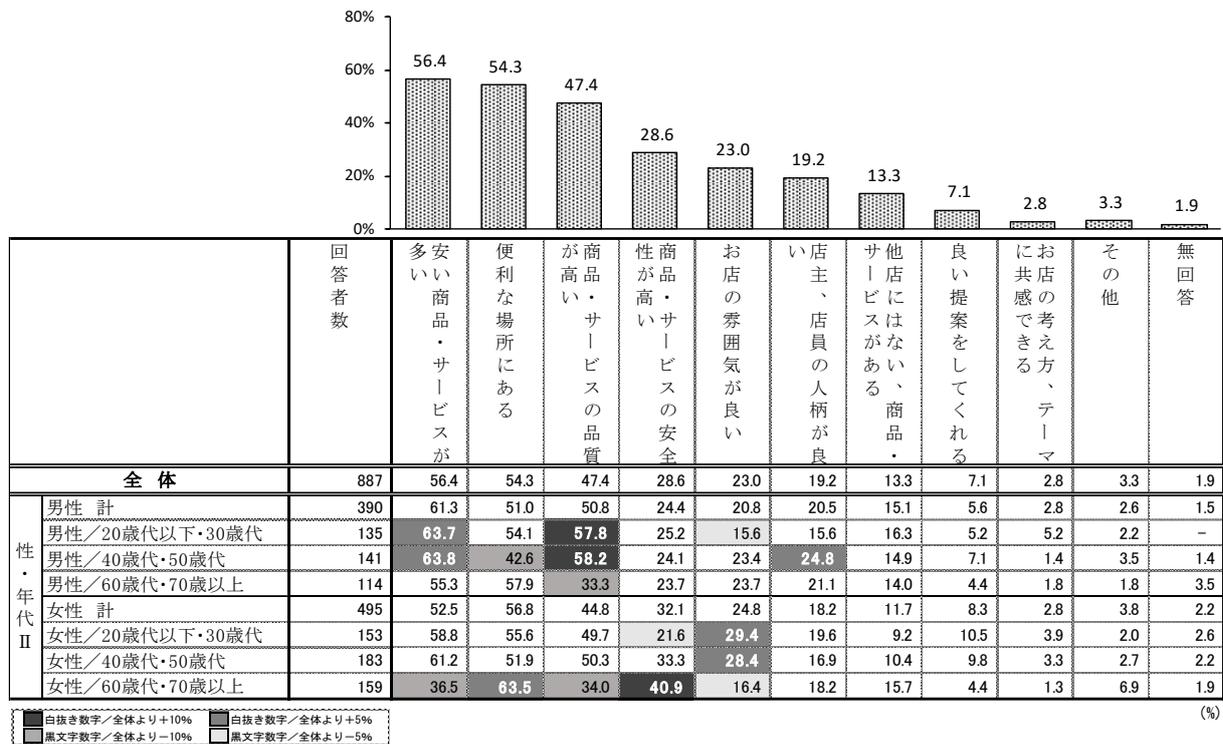
性別で見ると、「衣類・靴・ファッション小物」（女性52.1%＞男性37.4%/14.7P差）と「医薬品・医薬部外品」（女性45.1%＞男性30.8%/14.3P差）は女性の方が高く、「お酒」（男性40.0%＞女性23.8%/16.2P差）は男性の方が高くなっており、これら3品目で男女間の差が大きくなっている。

性・年代別で見ると、「衣類・靴・ファッション小物」は女性若年層（女性60.8%）で、「医薬品・医薬部外品」は女性の高齢層（49.1%）と中年層（48.6%）で、「お酒」は男性高齢層（51.8%）で、それぞれ高くなっている。

問18 利用・訪れたいお店の特徴 (5つまでの制限回答)

(※当初「3つまでの制限回答」だったものを「5つまで」許容して集計)

■ 「安い商品・サービスが多い」と「便利な場所にある」が5割台半ばで並んで上位。



利用・訪れたいお店の特徴を聞いた結果は、「安い商品・サービスが多い」(56.4%)と「便利な場所にある」(54.3%)の2項目がともに5割台半ばで高くなっており、これらに「商品・サービスの品質が高い」(47.4%)、「商品・サービスの安全性が高い」(28.6%)、「お店の雰囲気が良い」(23.0%)、「店主、店員の人が良い」(19.2%)などが続いて上位となっている。

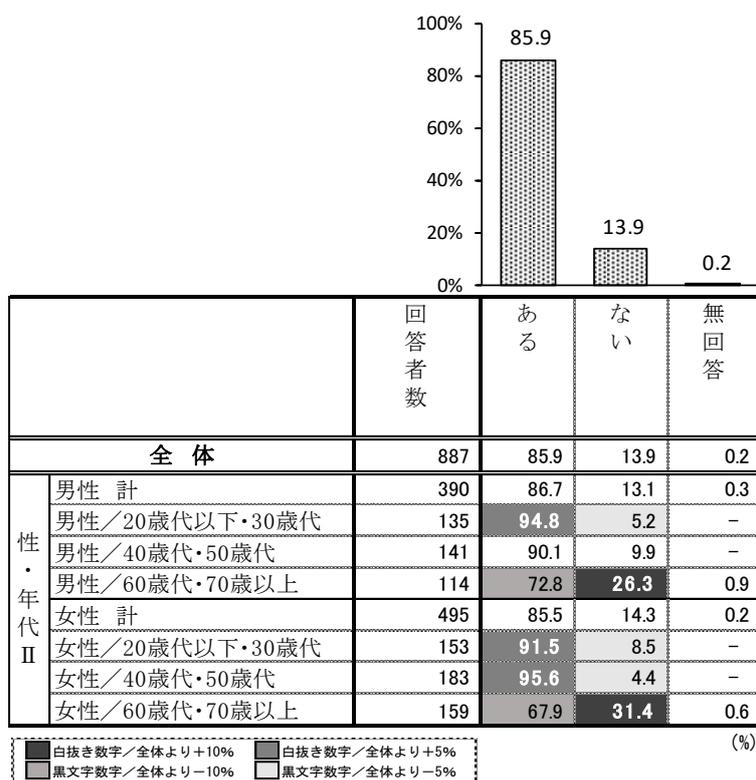
性別にみると、「安い商品・サービスが多い」(男性61.3%>女性52.5%/8.8P差)と「商品・サービスの品質が高い」(男性50.8%>女性44.8%/6.0P差)はともに男性の方が高く、「商品・サービスの安全性が高い」(女性32.1%>男性24.4%/7.7P差)と「便利な場所にある」(女性56.8%>男性51.0%/5.8P差)はともに女性の方が高めとなっているが、10Pを超えるような大きな男女間の差はみられない。

性・年代別にみると、「商品・サービスの安全性が高い」と「便利な場所にある」が女性高齢層(40.9%/63.5%)で高く、「商品・サービスの品質が高い」が男性の中年層(58.2%)と若年層(57.8%)で高くなっている。

IV キャッシュレス決済の利用について

問19 キャッシュレス決済手段の利用経験 (単数回答)

■ 利用経験率は男女ともに8割台半ばと高いが、
高齢層の男女では7割前後にとどまる。



キャッシュレス決済手段の利用経験は、「ある」(85.9%)が8割台半ばを占めて多く、1割台半ばの「ない」(13.9%)を大きく上回っている。

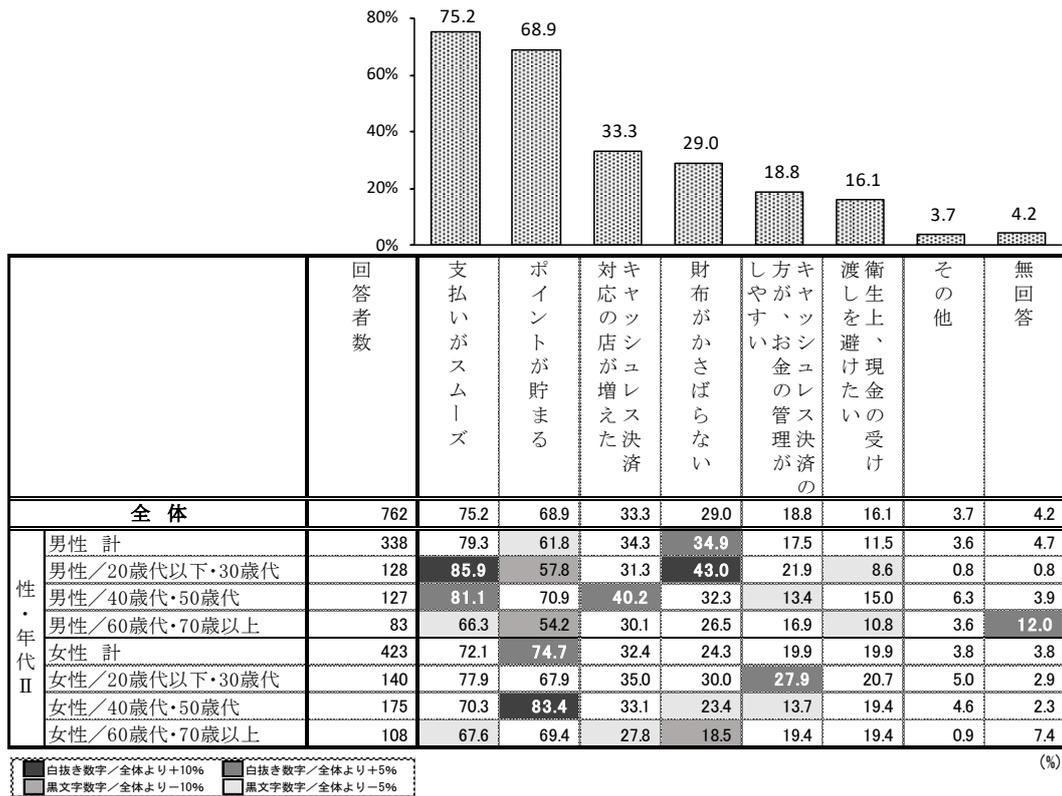
性別にみても、「ある」(男性86.7%≒女性85.5%)の比率にほとんど差はみられない。

性・年代別にみると、「ある」の比率は、女性中年層(95.6%)と男性若年層(94.8%)で9割台半ばと高い一方、女性高齢層(67.9%)と男性高齢層(72.8%)で7割前後と男女の高齢層で揃って低くなっている。

問20-1 【問19で「1」と答えた

「キャッシュレス決済手段利用経験者（n=762）ベース」
 キャッシュレス決済手段の利用理由（複数回答）

■ 「支払いがスムーズ」が7割台半ばで最も高く、
 「ポイントが貯まる」が7割弱で次点。



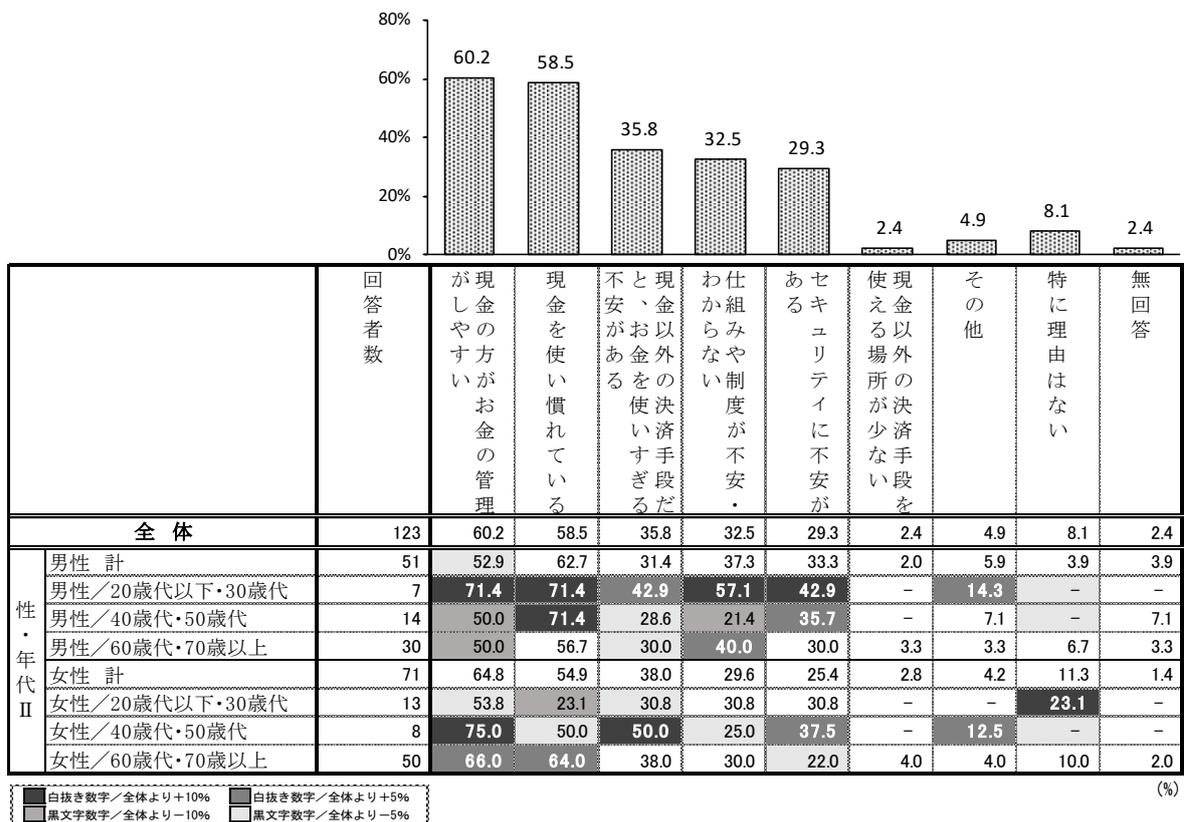
キャッシュレス決済手段の利用経験者（n=762）の利用理由では、「支払いがスムーズ」（75.2%）が7割台半ばで最も高く、「ポイントが貯まる」（68.9%）が7割弱で続き、この2項目の高さが目立つ結果で、これらに「キャッシュレス決済対応の店が増えた」（33.3%）、「財布がかさばらない」（29.0%）などが続いている。

性別にみると、「ポイントが貯まる」（女性74.7%＞男性61.8%/12.9P差）と「衛生上、現金の受け渡しは避けたい」（女性19.9%＞男性11.5%/8.4P差）は女性の方が高く、一方「財布がかさばらない」（男性34.9%＞女性24.3%/10.6P差）と「支払いがスムーズ」（男性79.3%＞女性72.1%/7.2P差）は男性の方が高くなっている。

性・年代別にみると、「支払いがスムーズ」と「財布がかさばらない」はともに男性若年層（85.9%/43.0%）で、「ポイントが貯まる」は女性中年層（83.4%）で、「キャッシュレス決済の方が、お金の管理がしやすい」は女性若年層（27.9%）で、それぞれ高くなっている。

問20-2 【問19で「2」と答えた「キャッシュレス決済手段非利用者 (n=123) ベース】
 キャッシュレス決済手段非利用の理由 (複数回答)

■ 現金の方が『管理がしやすい』と『使い慣れている』が6割前後で並んで上位。



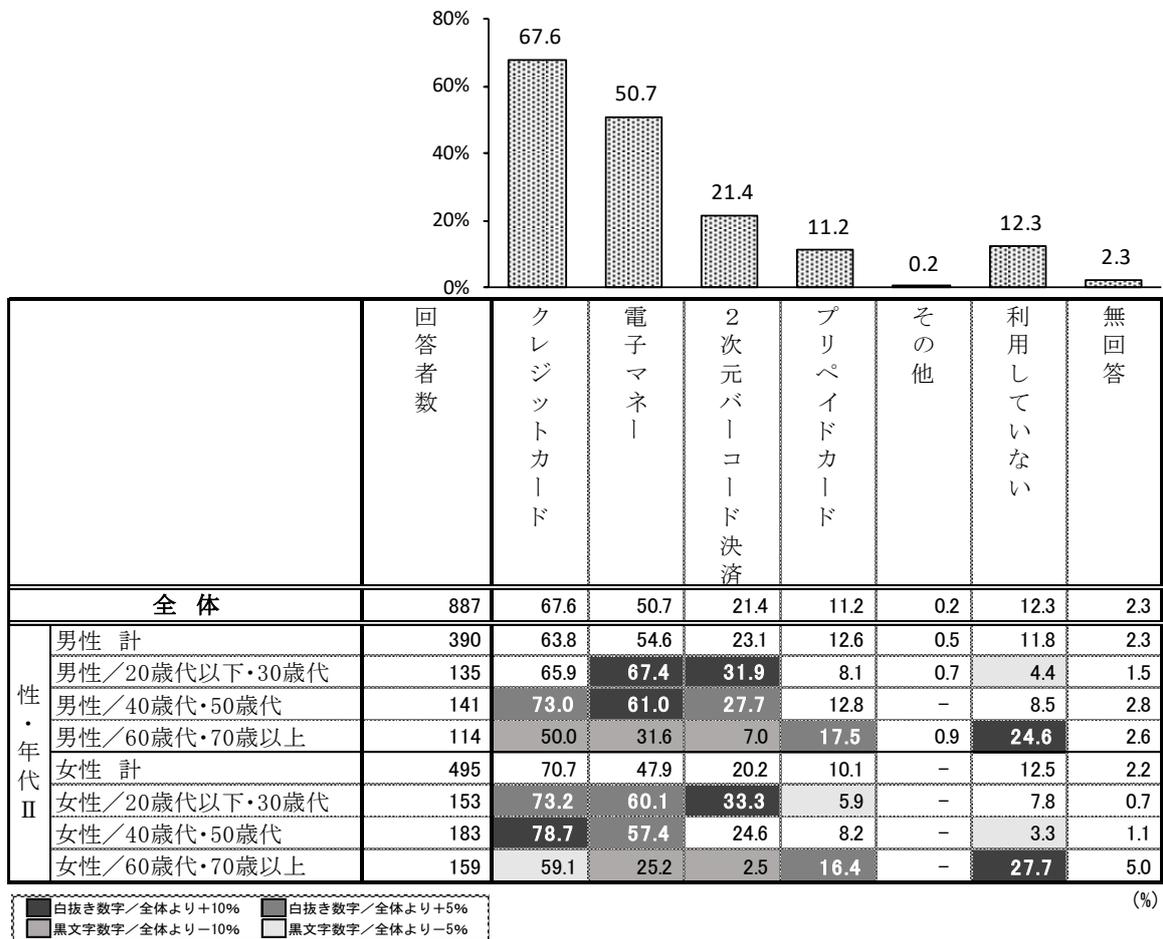
キャッシュレス決済手段非利用者 (n=123) の非利用理由では、「現金の方がお金の管理がしやすい」(60.2%)と「現金を使い慣れている」(58.5%)の2項目が6割前後で並んで高く、これらに「現金以外の決済手段だと、お金を使いすぎる不安がある」(35.8%)、「仕組みや制度が不安・わからない」(32.5%)、「セキュリティに不安がある」(29.3%)の3項目が続き上位となっている。

性別にみると、いくつかの項目で5ポイントを超える性差がみられるが、最も男女別の差が大きいのは、女性の方が高い「現金の方がお金の管理がしやすい」(女性64.8%>男性52.9%/11.9P差)となっている。

性・年代別では、それぞれの層のサンプル数が少ないため、コメントは割愛する。

問21 よく利用しているキャッシュレス決済手段 (3つまでの制限回答)

■ 「クレジットカード」が7割弱で最も高く、「電子マネー」が5割強で続く。



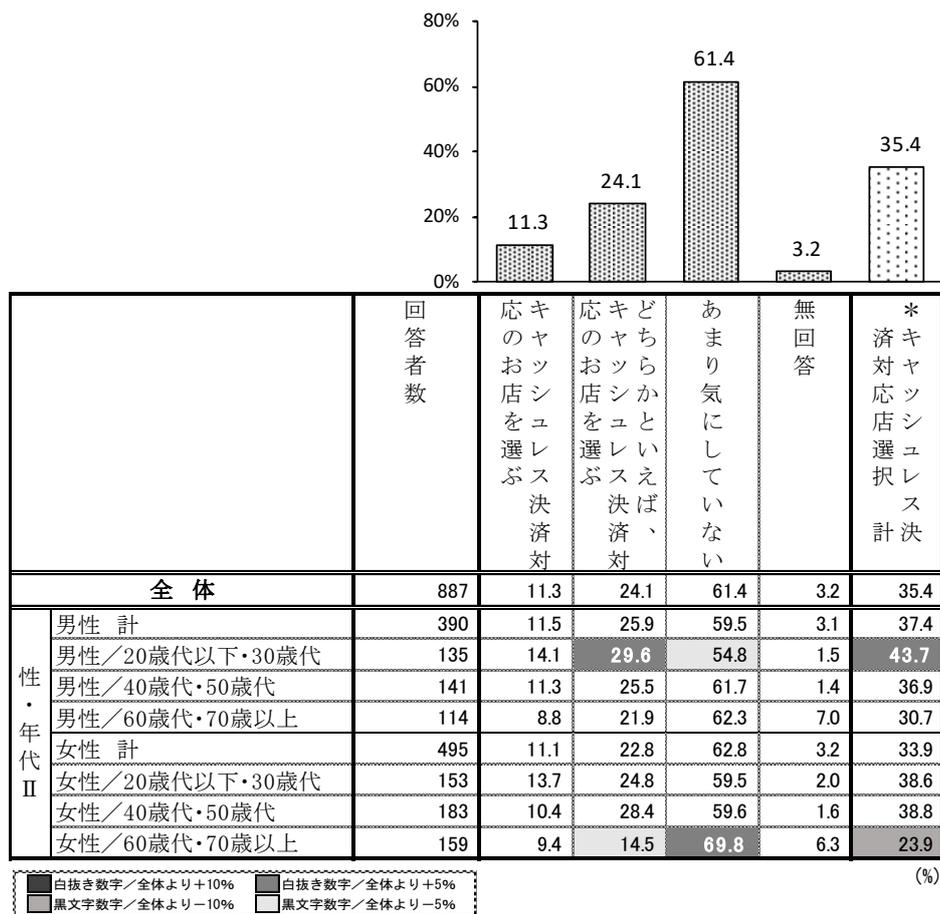
全対象者に、よく利用しているキャッシュレス決済手段を聞いた結果は、「クレジットカード」(67.6%)が7割弱で最も高く、これに「電子マネー」(50.7%)が5割強で続いて上位となっている。一方「利用していない」(12.3%)は1割強となっている。

性別にみると、「クレジットカード」(女性70.7%>男性63.8%/6.9P差)は女性の方が、「電子マネー」(男性54.6%>女性47.9%/6.7P差)は男性の方が、それぞれ高めとなっているが、各項目ともに大きな差はみられない。

性・年代別にみると、「クレジットカード」は女性中年層(78.7%)で、「電子マネー」は男性若年層(67.4%)で、「2次元バーコード決済」は女性若年層(33.3%)で、それぞれ最も高くなっている。一方「利用していない」は男女の高齢層(24.6%/27.7%)で高くなっているが、男女の高齢層は「プリペイドカード」(17.5%/16.4%)では若年層や中年層を上回る高めの比率となっている。

問22 キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響 (単数回答)

■ 『キャッシュレス決済対応店選択 計』は3割台半ばで、
「あまり気にしていない」が6割強を占めて多くになっている。



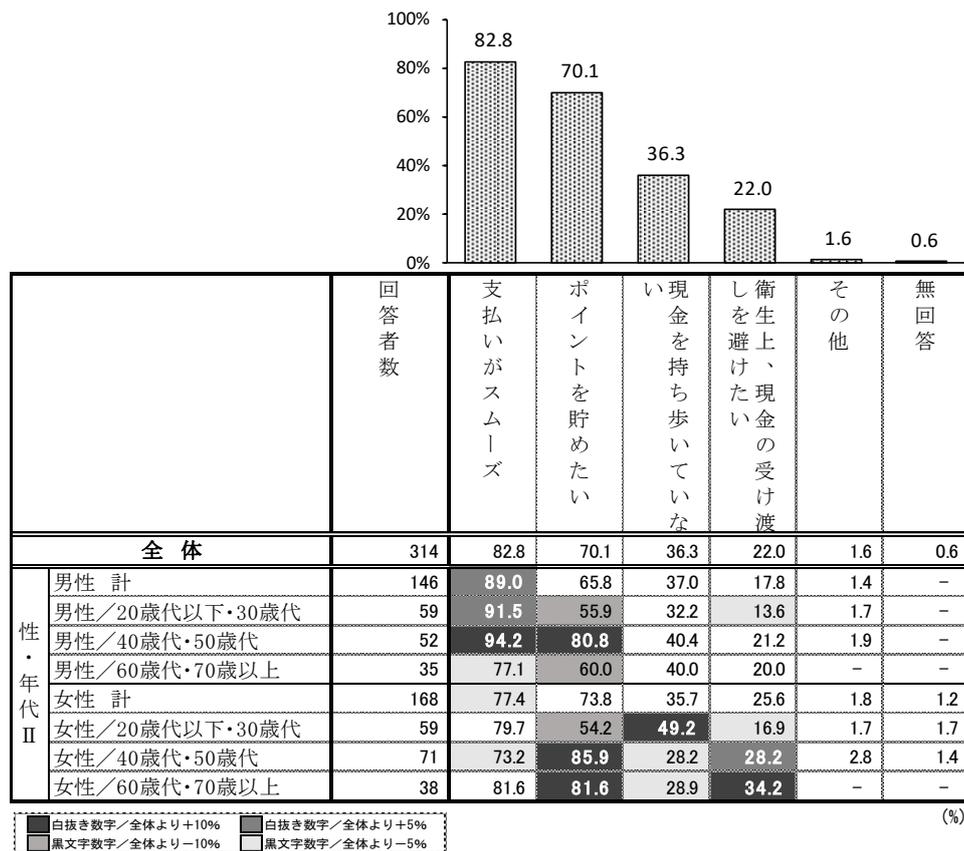
全対象者に聞いた、キャッシュレス決済対応の有無によるお店選びへの影響については、「あまり気にしていない」(61.4%)が6割強を占めて多く、「キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」(11.3%)と「どちらかといえば、キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ」(24.1%)を合わせた『キャッシュレス決済対応店選択 計』(35.4%)は3割台半ばとなっている。

性別にみても大きな男女別の差はみられず、性・年代別にみても目立って大きな差はみられないが、その中では、『キャッシュレス決済対応店選択 計』は男性若年層(43.7%)で、「あまり気にしていない」は女性高齢層(69.8%)で、それぞれ高めとなっている。

問23-1 【問22で「1」か「2」と答えた

「キャッシュレス決済対応店選択者（n=314）ベース」
 キャッシュレス決済対応店を選ぶ理由（複数回答）

■ 「支払いがスムーズ」が8割強。「ポイントを貯めたい」が7割で続いて上位。



問22で“（どちらかといえば）キャッシュレス決済対応のお店を選ぶ”と回答した人（n=314）に、その理由を聞いた結果は、「支払いがスムーズ」（82.8%）が8割強で最も高く、「ポイントを貯めたい」（70.1%）がほぼ7割で続いて、この2項目が上位となっている。

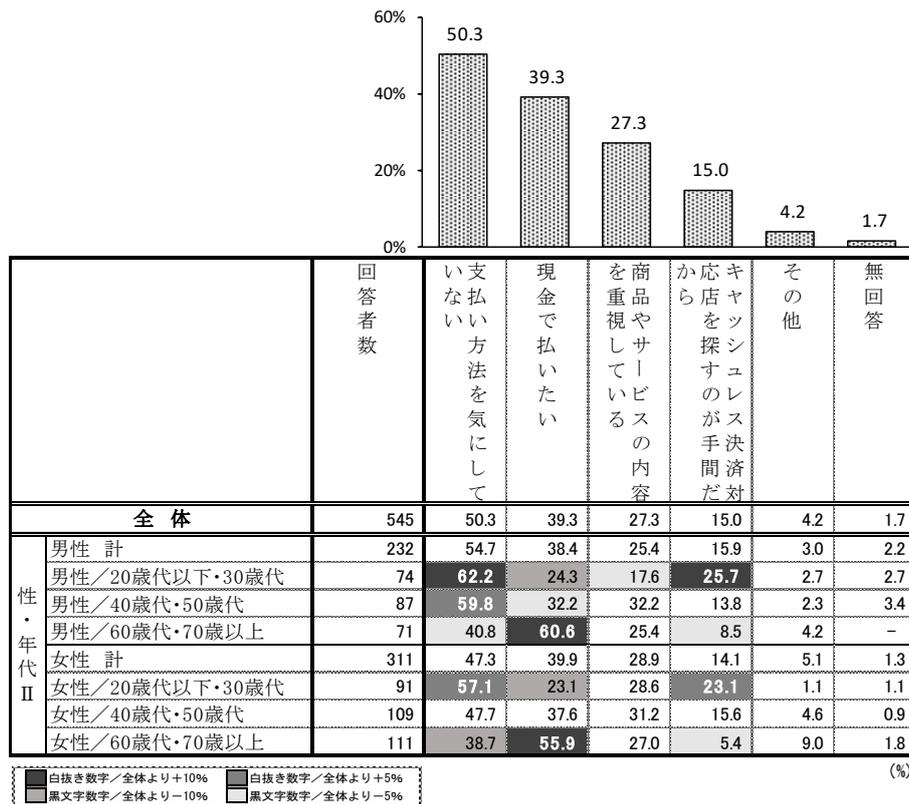
性別にみると、「支払いがスムーズ」（男性89.0%＞女性77.4%/11.6P差）は男性の方が高く、「ポイントを貯めたい」（女性73.8%＞男性65.8%/8.0P差）と「衛生上、現金の受け渡しを避けたい」（女性25.6%＞男性17.8%/7.8P差）の2項目は女性の方が高めとなっている。

性・年代別にみると、「支払いがスムーズ」は男性中年層（94.2%）で、「ポイントを貯めたい」は女性中年層（85.9%）で、「現金を持ち歩いている」は女性若年層（49.2%）で、「衛生上、現金の受け渡しを避けたい」は女性高齢層（34.2%）で、それぞれ最も高くなっている。

問23-2 【問22で「3」と答えた

「キャッシュレス決済対応店非選択者 (n=545) ベース」
 キャッシュレス決済対応店を選ばない理由 (複数回答)

■ 「支払い方法を気にしていない」がほぼ5割で最も高く、
 「現金で払いたい」が4割弱で続く。



問22で“あまり気にしていない”と答えた人 (n=545) にキャッシュレス決済対応店を選ばない理由を聞いた結果は、「支払い方法を気にしていない」(50.3%)がほぼ5割で最も高く、これに「現金で払いたい」(39.3%)、「商品やサービスの内容を重視している」(27.3%)などが続いている。

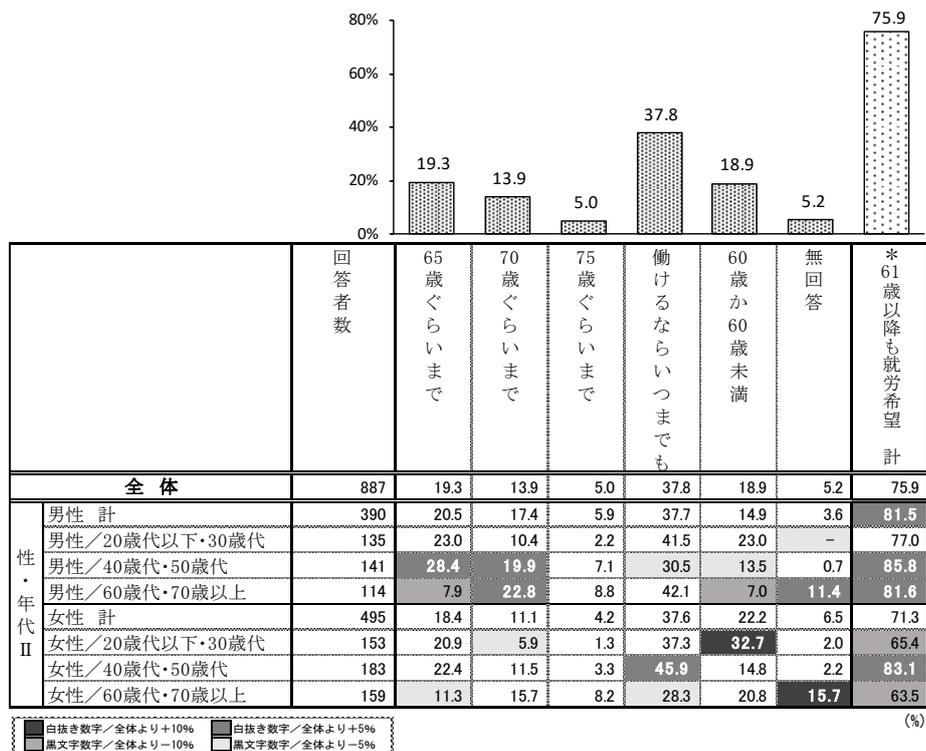
性別にみると、「支払い方法を気にしていない」(男性54.7%>女性47.3%/7.4P差)で男性の方が高めなのを除くと、大きな男女別の差はみられない。

性・年代別にみると、「支払い方法を気にしていない」は6割強の男性若年層(62.2%)を筆頭に、男性中年層(59.8%)や女性若年層(57.1%)でも高めとなっている。一方「現金で払いたい」は男女の高齢層(60.6%/55.9%)で高く、「商品やサービスの内容を重視している」は男女の中年層(32.2%/31.2%)で、「キャッシュレス決済対応店を探すのが手間だから」は男女の若年層(25.7%/23.1%)で、それぞれ高めとなっている。

V 就労に対する考え方について

問24 収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う年齢の上限（単数回答）

■ 「働けるならいつまでも」が4割弱で最多で、
『61歳以降も就労希望 計』は7割台半ば。



収入（8万円／月以上）を伴う仕事をしたいと思う上限年齢を聞いた結果は、「働けるならいつまでも」（37.8%）が4割弱で最も多く、これに「65歳ぐらいまで」（19.3%）と「60歳か60歳未満」（18.9%）がともに2割弱で並んで続き、「65歳ぐらいまで」から「働けるならいつまでも」を合わせた『61歳以降も就労希望 計』（75.9%）は7割台半ばで、約4人に3人が60歳代以降も働きたいと考えている。

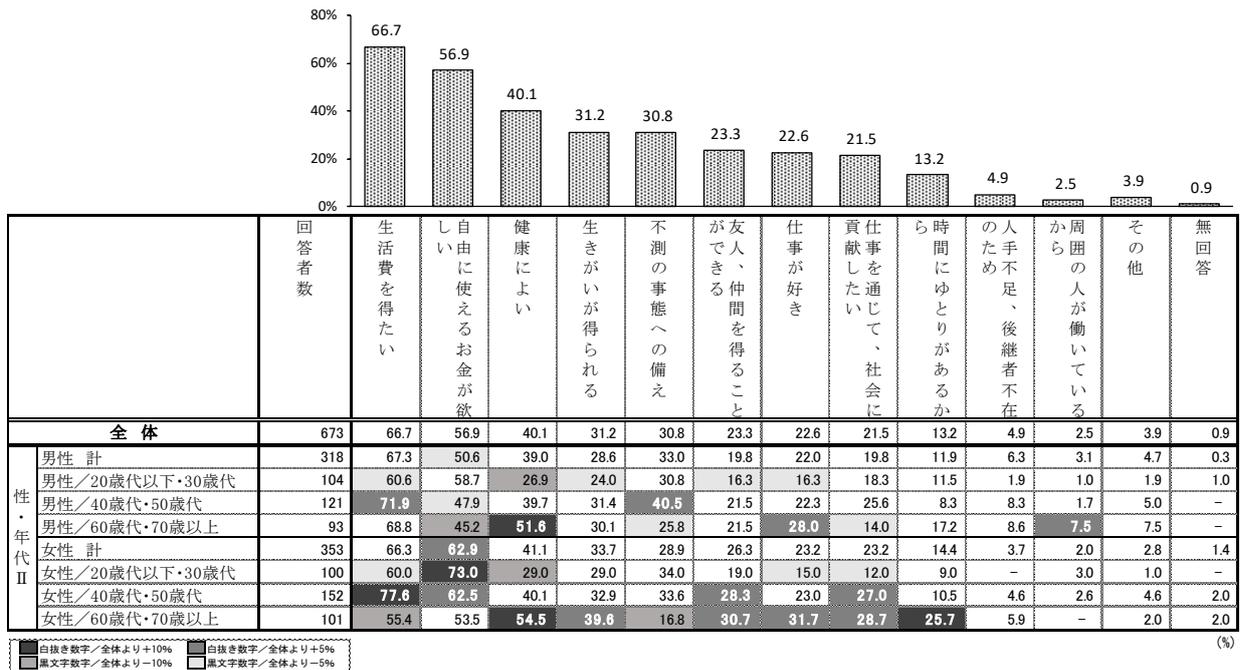
性別にみると、『61歳以降も就労希望 計』（男性81.5%＞女性71.3%/10.2P差）は男性の方が約10ポイント高くなっており、女性は「60歳か60歳未満」（女性22.2%＞男性14.9%/7.3P差）が高めとなっている。

性・年代別にみると、『61歳以降も就労希望 計』は、男女の中年層（85.8%/83.1%）と男性高齢層（81.6%）でそれぞれ8割を超えて高めな一方、女性の高齢層（63.5%）と若年層（65.4%）でそれぞれ6割台半ばと低くなっている。

なお、「働けるならいつまでも」は女性中年層（45.9%）で、「65歳ぐらいまで」は男性中年層（28.4%）で、「70歳ぐらいまで」と「75歳ぐらいまで」はともに男性高齢層（22.8%/8.8%）で、「60歳か60歳未満まで」は女性若年層（32.7%）で、それぞれ最も高くなっている。

問25-1 【問24で「1」～「4」と答えた「60歳以降も就労希望者（n=673）ベース】
61歳以降も就労を希望する理由（複数回答）

■ 「生活費を得たい」が7割弱で最も高く、
「自由に使えるお金が欲しい」が6割弱で次点。



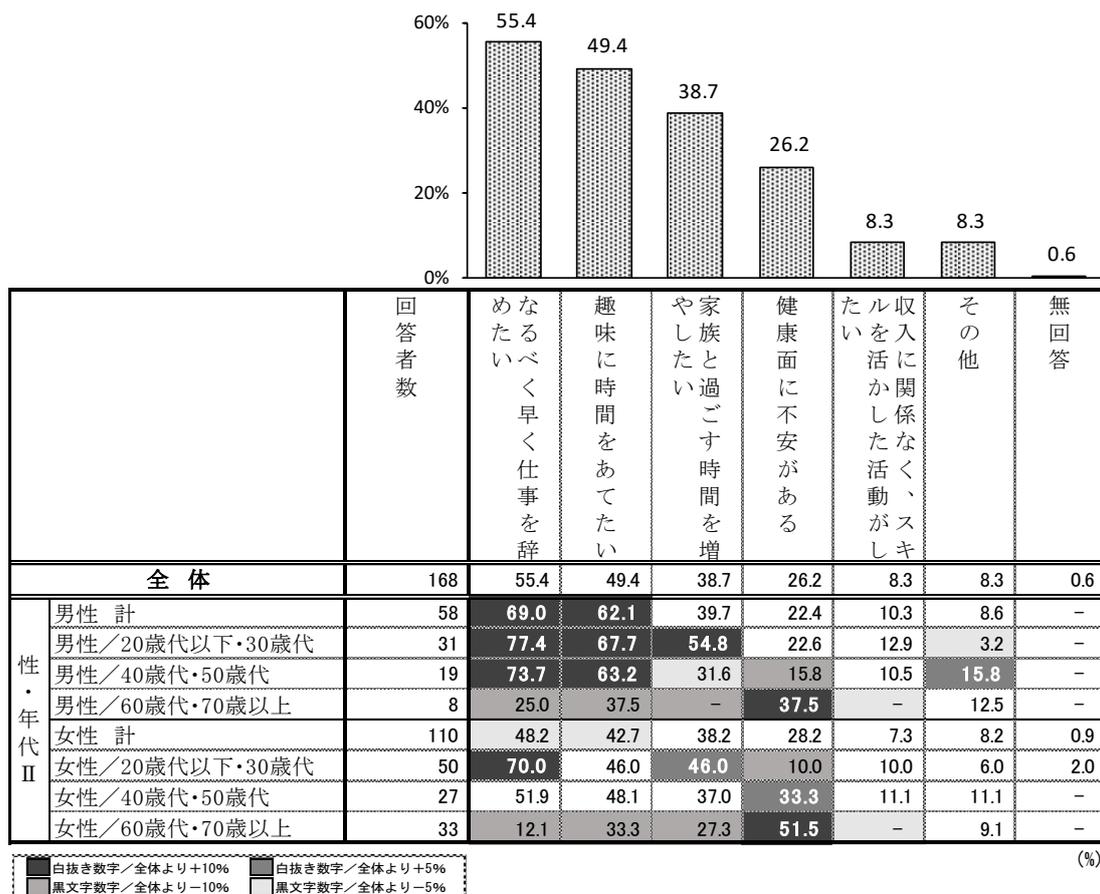
問24で就労の上限年齢を“65歳ぐらいまで～働けるならいつまでも”と回答した人（n=673）に、61歳以降も就労を希望する理由を聞いた結果をみると、「生活費を得たい」（66.7%）が7割弱で最も高く、次いで「自由に使えるお金が欲しい」（56.9%）が6割弱となっており、以下「健康によい」（40.1%）、「生きがい得られる」（31.2%）、「不測の事態への備え」（30.8%）などが続いて上位となっている。

性別にみると「自由に使えるお金が欲しい」（女性62.9%＞男性50.6%/12.3P差）で女性の方が高く、「友人、仲間を得ることができる」（女性26.3%＞男性19.8%/6.5P差）と「生きがい得られる」（女性33.7%＞男性28.6%/5.1P差）の2項目も女性の方が高めになっているのを除くと、大きな男女差はみられず、最上位の「生活費を得たい」（男性67.3%≒女性66.3%）は男女がほぼ並ぶ結果となっている。

性・年代別にみると、「生活費を得たい」は女性中年層（77.6%）で、「自由に使えるお金が欲しい」は女性若年層（73.0%）で、「健康によい」と「生きがい得られる」はともに女性高齢層（54.5%/39.6%）で、「不測の事態への備え」は男性中年層（40.5%）で、それぞれ最も高くなっている。

問25-2 【問24で「5」と答えた「60歳以下での就労引退希望者（n=168）ベース】
61歳以降の就労を希望しない理由（複数回答）

■ 「なるべく早く仕事を辞めたい」が5割台半ばで最も高く、
「趣味に時間をあてたい」が5割弱で続いて次点。



問24で就労の上限年齢を“60歳か60歳未満”とした人（n=168）の、61歳以降の就労を希望しない理由では、「なるべく早く仕事を辞めたい」（55.4%）が5割台半ばで最も高く、「趣味に時間をあてたい」（49.4%）が5割弱で続き上位にある。

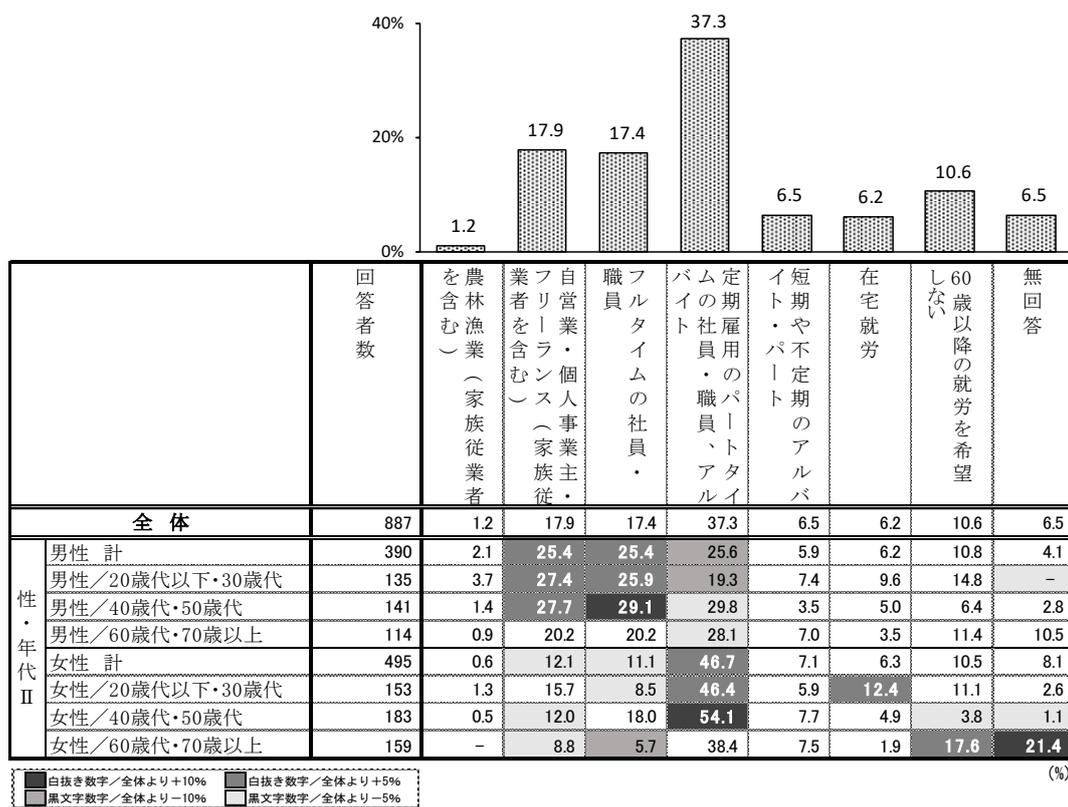
性別にみると、「なるべく早く仕事を辞めたい」（男性69.0%＞女性48.2%/20.8P差）と「趣味に時間をあてたい」（男性62.1%＞女性42.7%/19.4P差）の上位2項目で大きな差がみられ、いずれも男性の方が女性を大きく上回っている。

性・年代別にみると、いずれもサンプル数がやや少なめな点に留意が必要ながら、「なるべく早く仕事を辞めたい」、「趣味に時間をあてたい」、「家族と過ごす時間を増やしたい」の3項目はいずれも男性若年層（77.4%/67.7%/54.8%）が最も高く、「健康面に不安がある」は女性高齢層（51.5%）で最も高くなっている。

問26 61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態 (複数回答)

(※全数ベース/※当初は単数回答も複数回答許容で集計)

■ “定期雇用のパートタイム(短時間勤務など)”が4割弱で最も多い。



全対象者に、61歳以降も仕事をする場合に希望する就労形態を聞いた結果は、「定期雇用のパートタイム(短時間勤務など)の社員・職員、アルバイトスタッフ」(37.3%)が4割弱で最も多く、これに「自営業・個人事業主・フリーランス(家族従業者を含む)」(17.9%)と「フルタイムの社員・職員」(17.4%)の2項目が2割弱でほぼ並んで続いて上位となっている。一方「60歳以降の就労を希望しない」(10.6%)は1割強となっている。

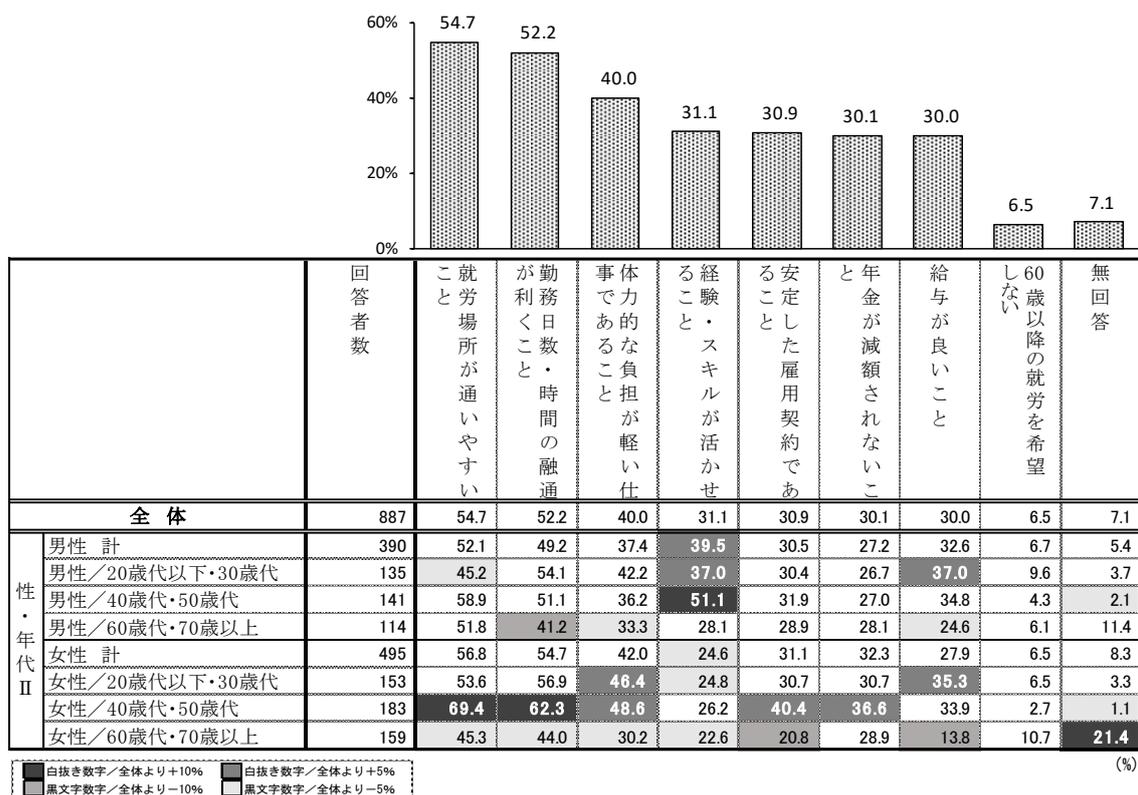
性別にみると、最も高い『定期雇用のパートタイム』(女性46.7%>男性25.6%/21.1P差)は女性の方が20ポイント以上高く差が大きくなっている。逆に『フルタイムの社員等』(男性25.4%>女性11.1%/14.3P差)と『自営業・個人事業主等』(男性25.4%>女性12.1%/13.3P差)の2項目は男性の方が高くなっているが、『60歳以降の就労希望なし』(男性10.8%≒女性10.5%)には男女別の差がみられない。

性・年代別にみると、『定期雇用のパートタイム』は女性の中年層(54.1%)と若年層(46.4%)で、『自営業・個人事業主等』は男性の中年層(27.7%)と若年層(27.4%)で、『フルタイムの社員等』は男性中年層(29.1%)で、それぞれ高くなっている。

問27 61歳以降も仕事をする場合に重視する条件 (全数ベース/複数回答)

■ 「就労場所が通いやすいこと」と

「勤務日数・時間の融通が利くこと」が5割台前半で上位。



全対象者に、61歳以降も仕事をする場合に重視する条件について聞いた結果は、「就労場所が通いやすいこと」(54.7%)と「勤務日数・時間の融通が利くこと」(52.2%)の2項目が5割台半ばから5割強の小差で並び、これらに「体力的な負担が軽い仕事であること」(40.0%)が4割で続いて上位となっているが、「60歳以降の就労を希望しない」(6.5%)を除く他の4項目もそれぞれ3割程度で並ぶ結果となっている。

性別にみると、「経験・スキルが活かせること」(男性39.5%>女性24.6%/14.9P差)で男性の方が15ポイント程度高く性差が大きくなっているのを除くと、目立って大きな男女別の差はみられない。

性・年代別にみると、「就労場所が通いやすいこと」(69.4%)を筆頭に女性中年層が他層を上回って最も高くなっている項目が多い中で、「経験・スキルが活かせること」は男性中年層(51.1%)が5割を超えて特に高くなっている。

問28 今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴 (自由回答のまとめ)

■ 『これまでの職務経験で得たスキル・経歴を活かしたい』という声が多い。

最後に「今後就労するうえで、活かしたいスキル・経験・経歴」を自由記述形式で聞いた結果をみると、質問意図に沿った具体的な回答を寄せたのは、全対象者(887名)の14.9%に相当する132名で、その内容を【スキル・経験・経歴タイプ別】にまとめた結果は、『これまでの職務経験で得たスキル・経歴』(計82件)が最も多く、『保有している資格や免許の活用』(計38件)、『自分の特技や得意分野の技術・経験の活用』(計29件)などが多く、他に『人生体験で学んだスキル』(8件)、『学業で学んだスキル』(6件)などもあげられている。

また、活用したいとするスキルや経験等の記述内容を【業種・業務のジャンル別】にまとめた結果は、『PCスキル・IT関連技術』(20件)、『医療・福祉・介護』(17件)、『教育・保育』(14件)、『飲食・接客サービス』(13件)、『マーケティング・コンサル』(13件)、『語学』(10件)などが多くなっている。

(上記のまとめは、各自の回答内容が、複数のタイプやジャンルにわたっている場合もあるので、件数を積算すると回答者の人数を上回る場合があることに留意。)