

令和5年度 買い物や多様な働き方に関するアンケート調査報告書

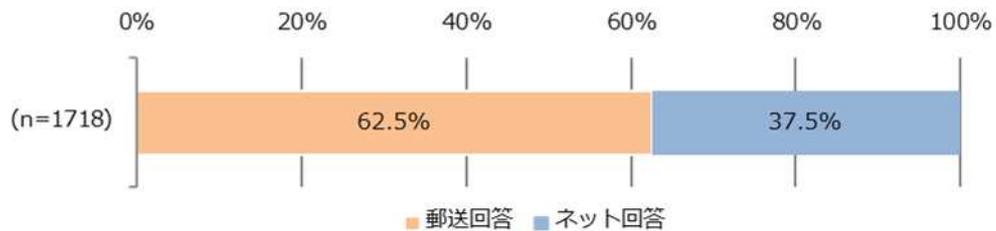
1 調査概要

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（枝間を除く）
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）・ 非就労者の考え方について（3問）・ その他、買い物や就労に関する意見等について（1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。・ 居住地域別クロス集計において、都市部は旧豊田市・旧藤岡町、山間部はそれ以外の地域としている。

2 集計結果

回答種別

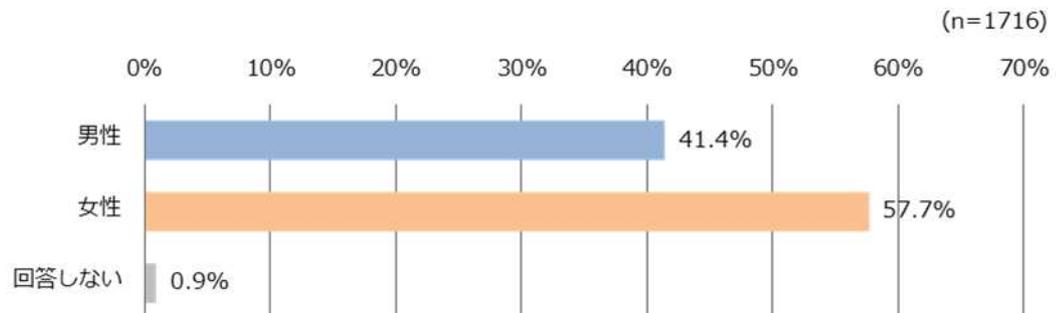
「郵送回答」が 62.5%、「ネット回答」が 37.5%であり、「郵送回答」が多い。



1 あなた自身について

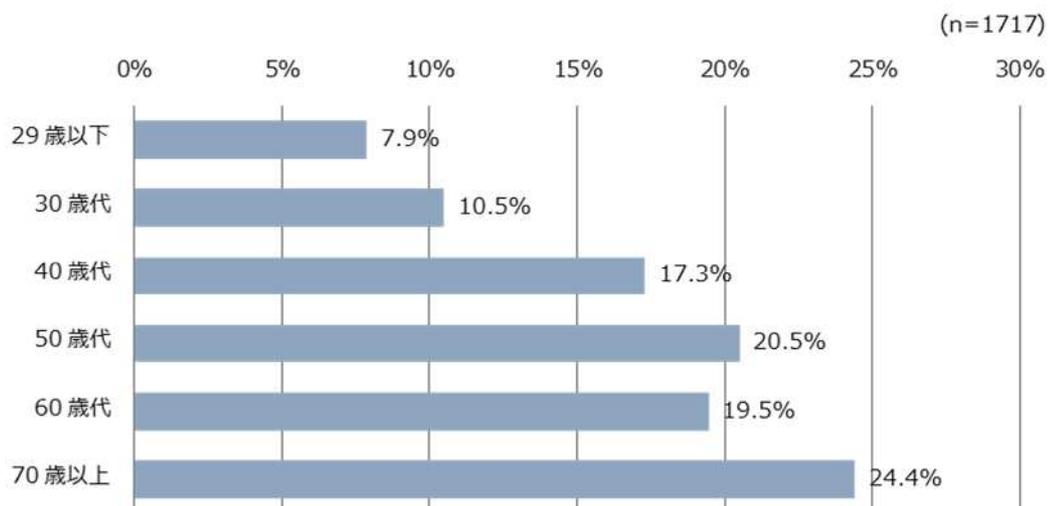
問1. 性別 (SA)

「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。



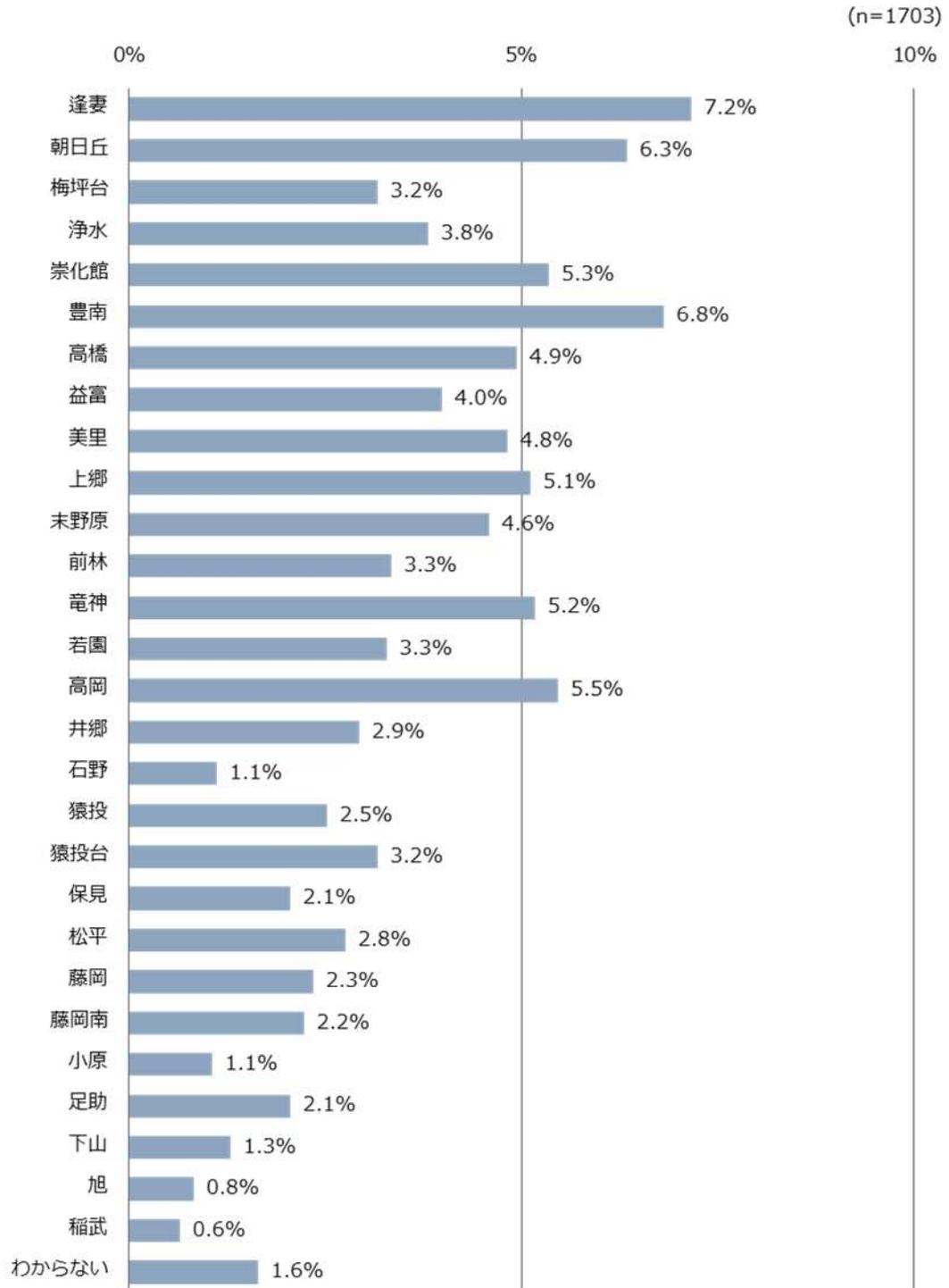
問2. 年齢 (SA)

「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）

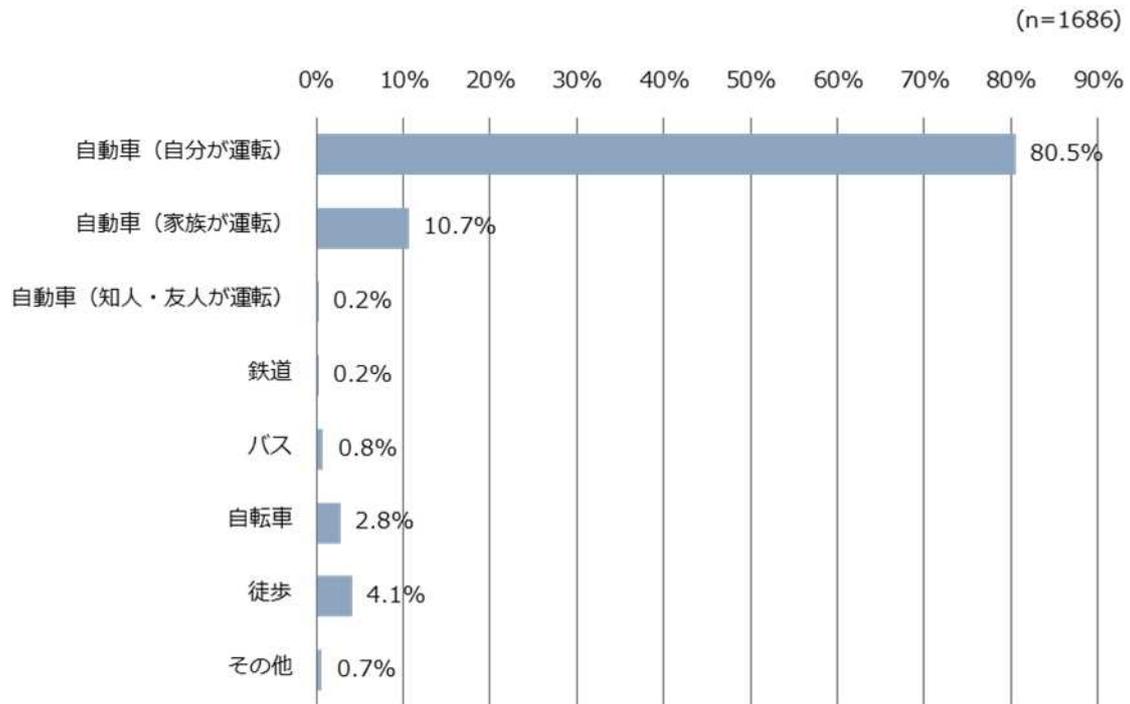
「逢妻」の割合が最も高く7.2%である。次いで、「豊南（6.8%）」、「朝日丘（6.3%）」である。



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。

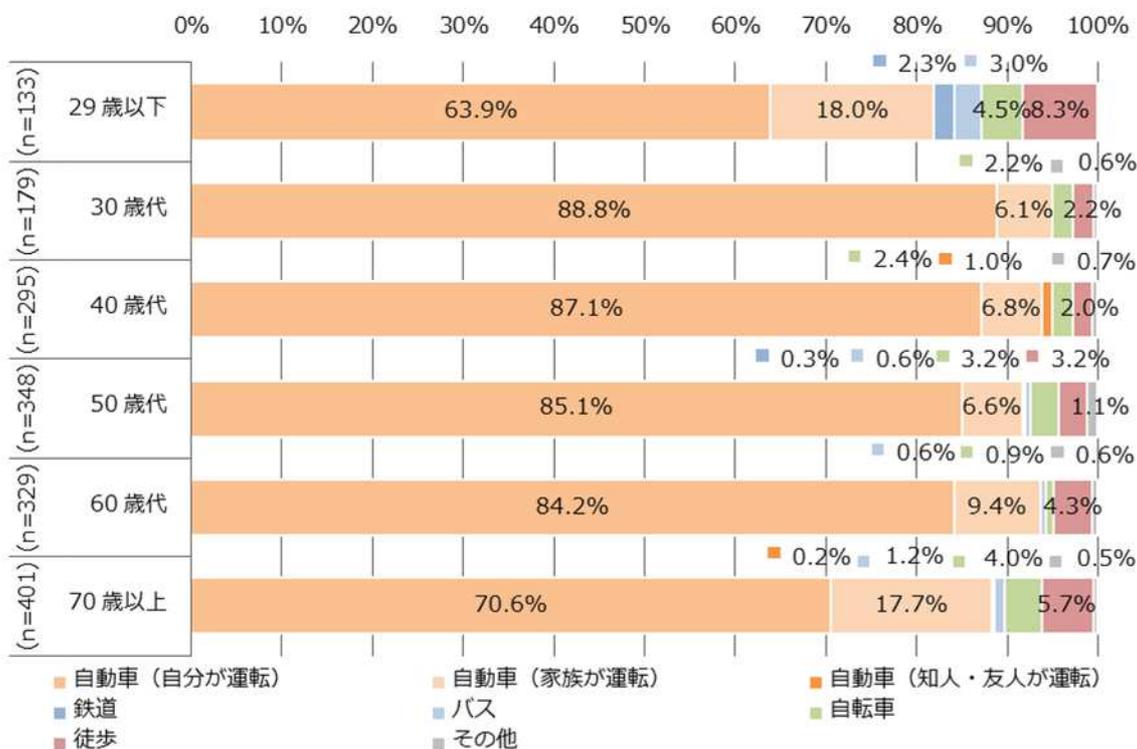


（その他の主な回答）

オートバイ・原付⑦／宅配サービス／買い物に出掛けない

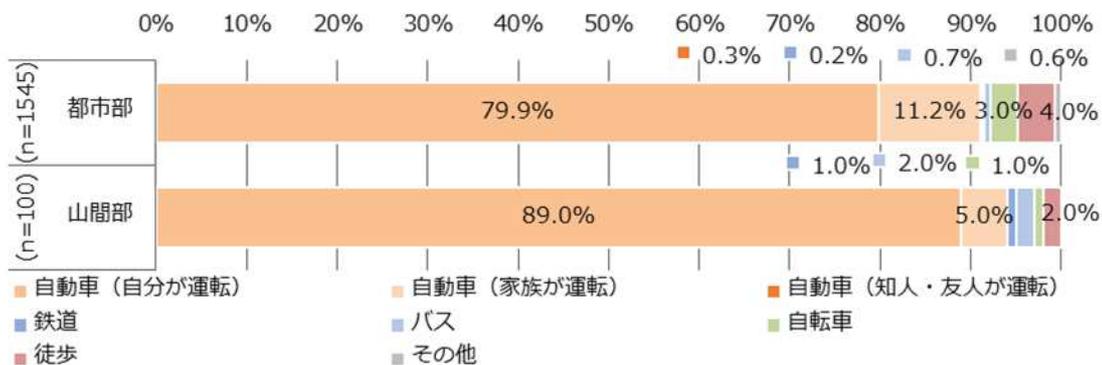
■年代別クロス集計結果

30歳代から60歳代は「自動車（自分が運転）」の割合が8割台である一方、70歳以上及び29歳以下では2割近くが「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。



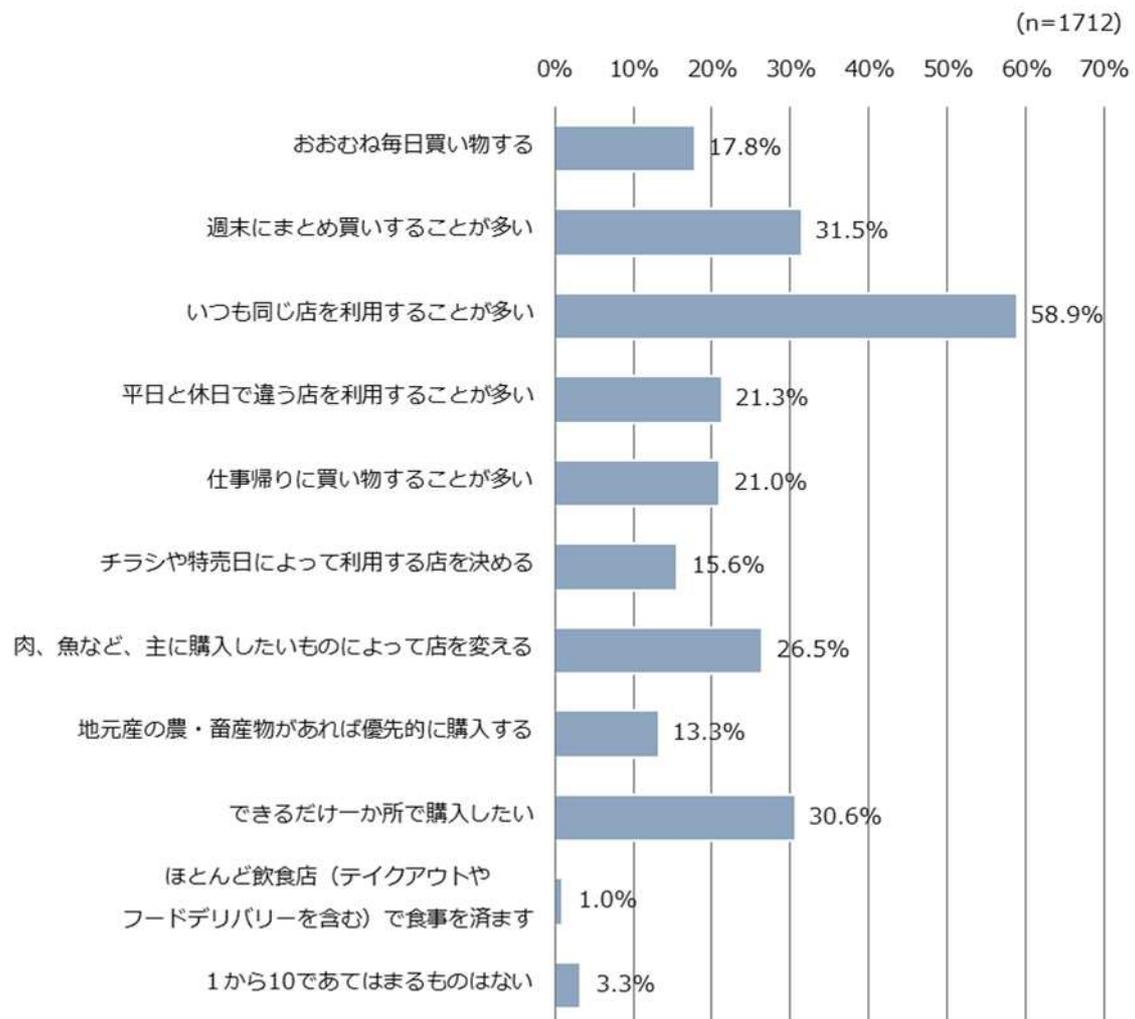
■居住地域別クロス集計結果

「自動車（自分が運転）」の割合は都市部に比較して山間部の方が高く、山間部の生活では自力で移動する手段を確保することがより必要となっている。



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。



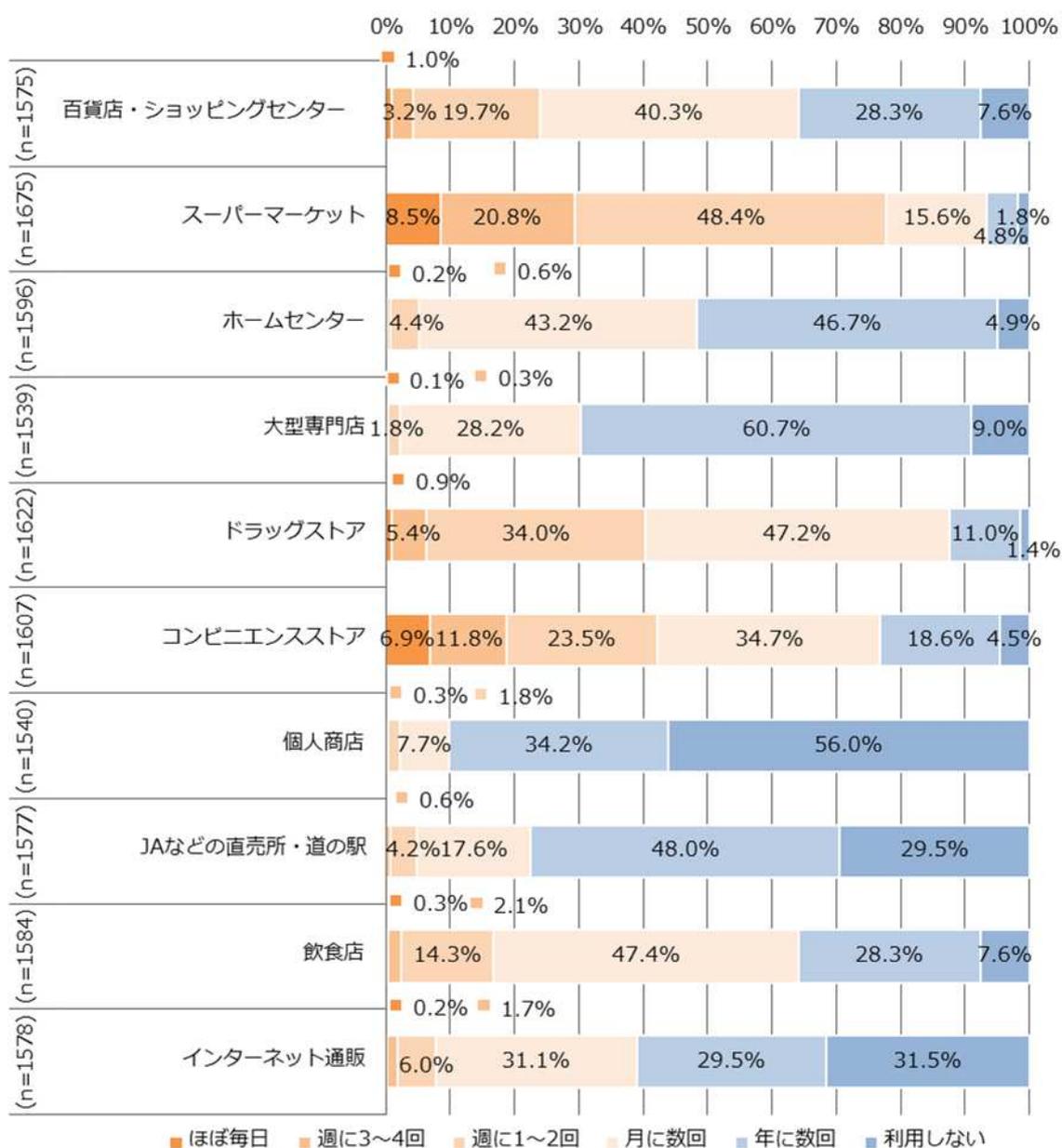
問6. 買い物場所の利用頻度 (SA)

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3~4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%、6.9%）、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」の頻度が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。

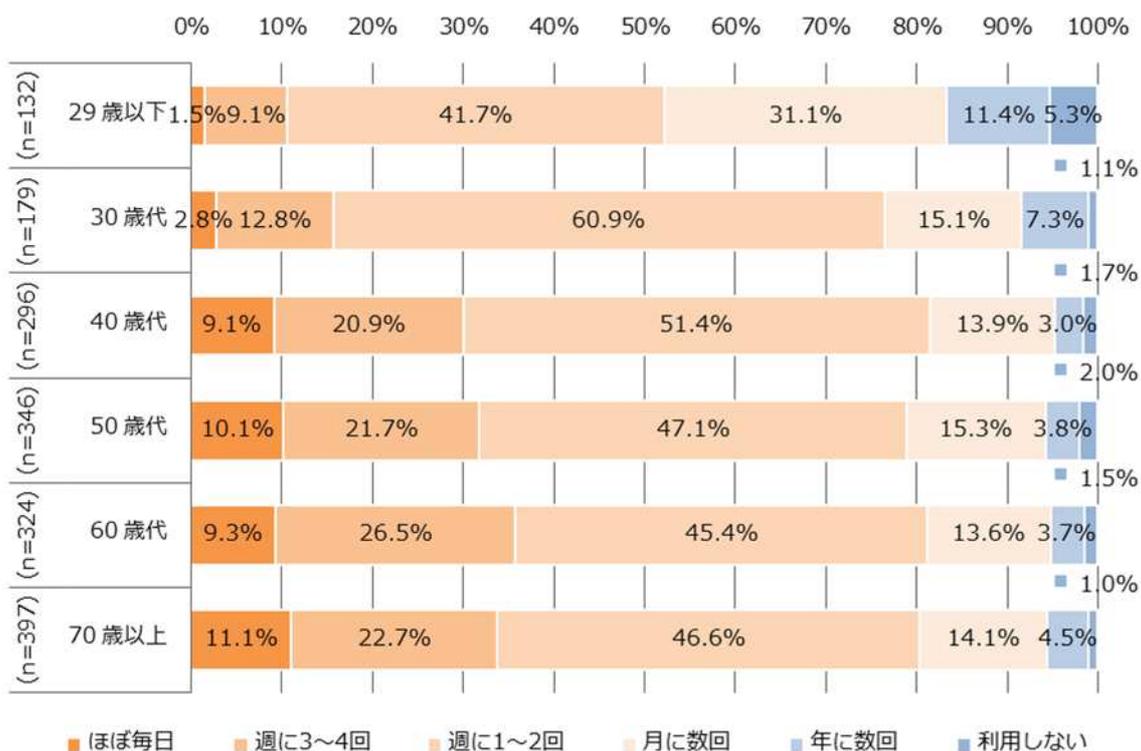
個人商店は「利用しない」割合が56.0%となり、週1回以上利用する割合は2%程度にとどまる。



■年代別クロス集計結果（スーパーマーケット）

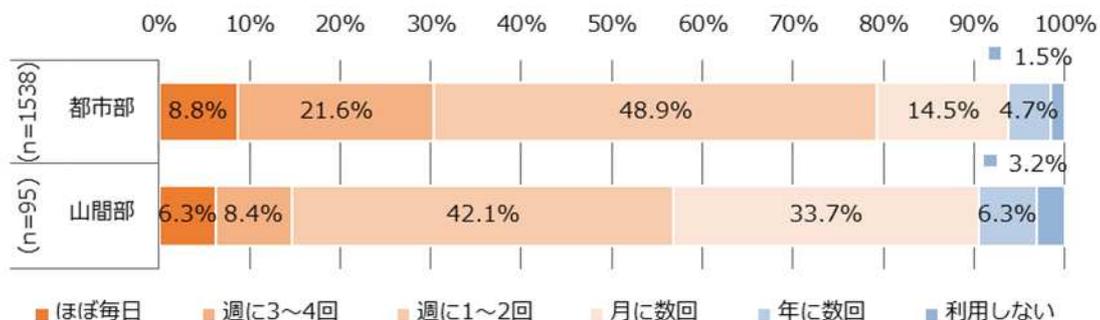
スーパーマーケットの利用について、30歳代は「週に1~2回」の割合が他の年代よりも高く60.9%となる。この世代に共働きが多く、週末にまとめて購入する買い物行動が反映されたものと推察される。また、29歳以下は他の年代に比べて利用頻度が低いが、被扶養者が多いため、食料品等を買に行き機会が少ないものと推察される。

40歳代以上については、概ね同じ利用傾向にある。



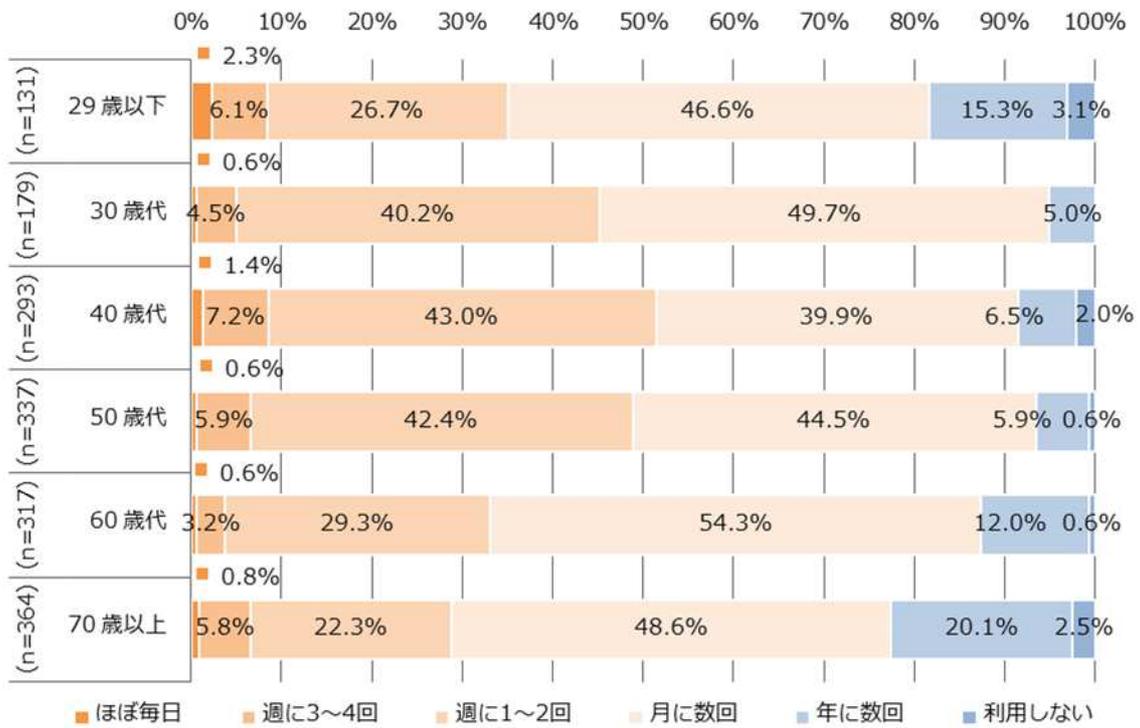
■居住地別クロス集計結果（スーパーマーケット）

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。



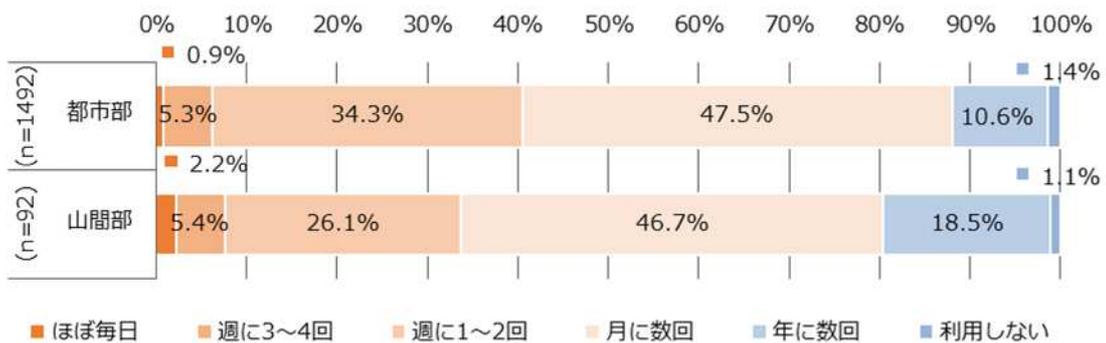
■年代別クロス集計結果（ドラッグストア）

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4割を超えている。



■居住地域別クロス集計結果（ドラッグストア）

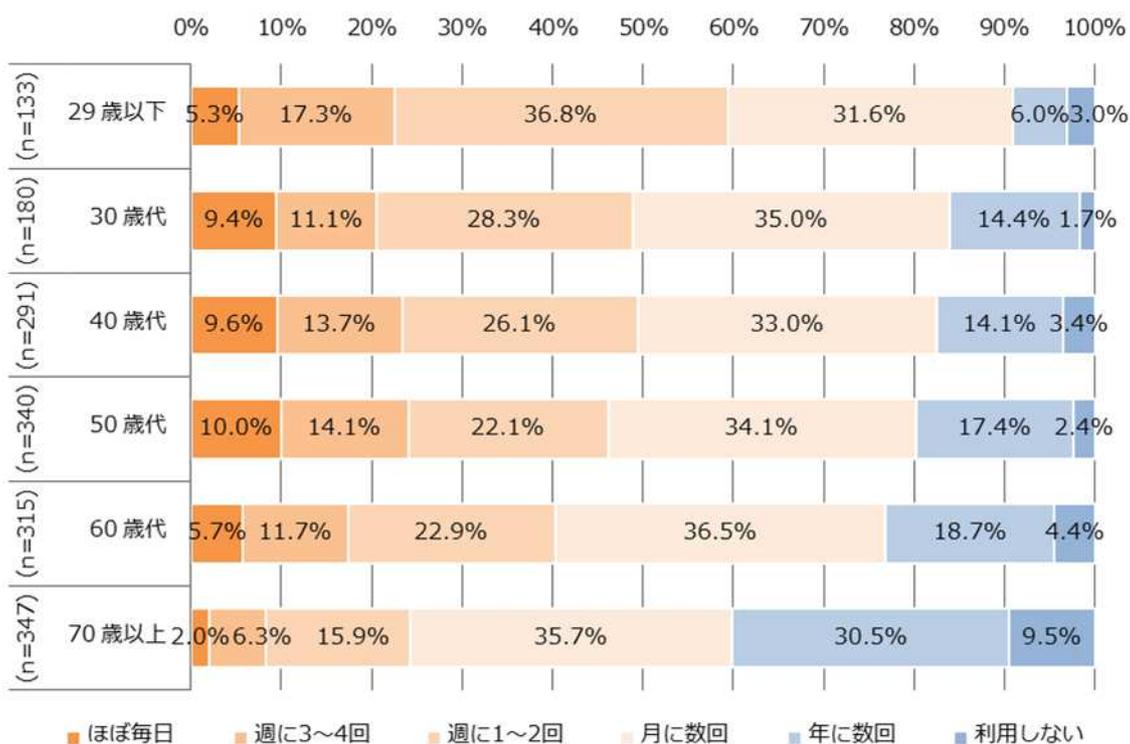
山間部では都市部と比較して「週に1～2回」の割合が低く、「年に数回」の割合が高い。これは居住地の近くにドラッグストアがないことが影響していると推察される。



■年代別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

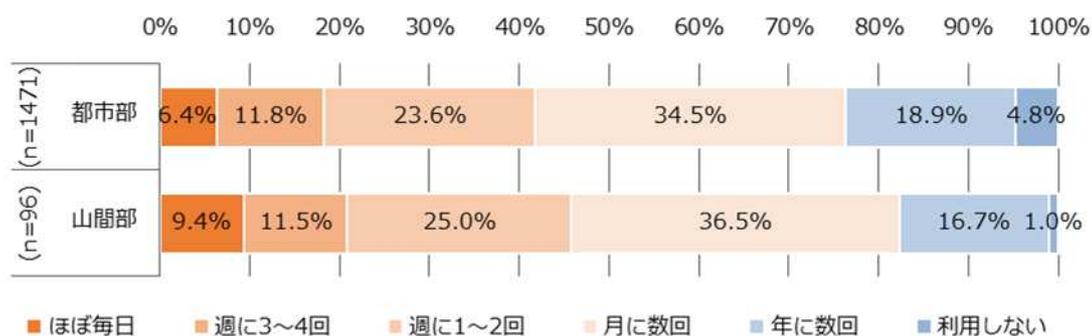
コンビニエンスストアの利用について、29歳以下は「週に1~2回」の割合が他の年代に比べて高く36.8%となる。この年代の利用頻度は概ね高く、コンビニエンスストアが買い物するうえで重要な場となっている。

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。



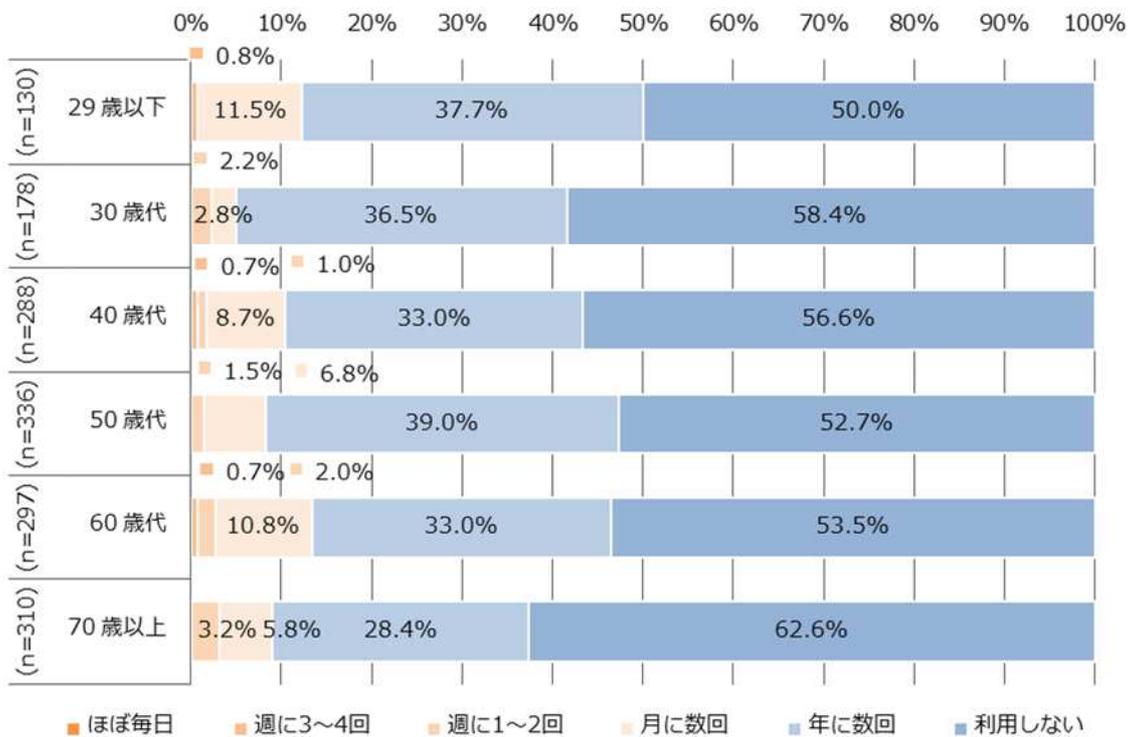
■居住地別クロス集計結果（コンビニエンスストア）

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）

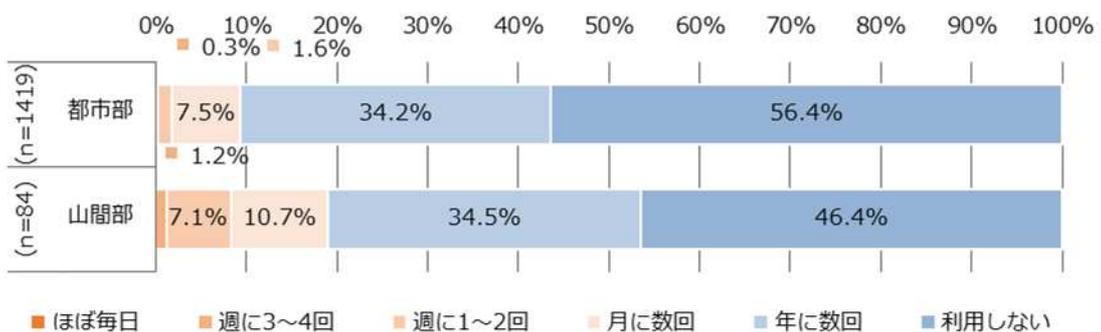
個人商店の利用について、年代による利用頻度に大きな差はみられない。また、「利用しない」の割合が最も高いのは70歳以上で62.6%となっており、個人商店は高齢者の利用頻度が高いものではない。



■居住地地域別クロス集計結果（個人商店）

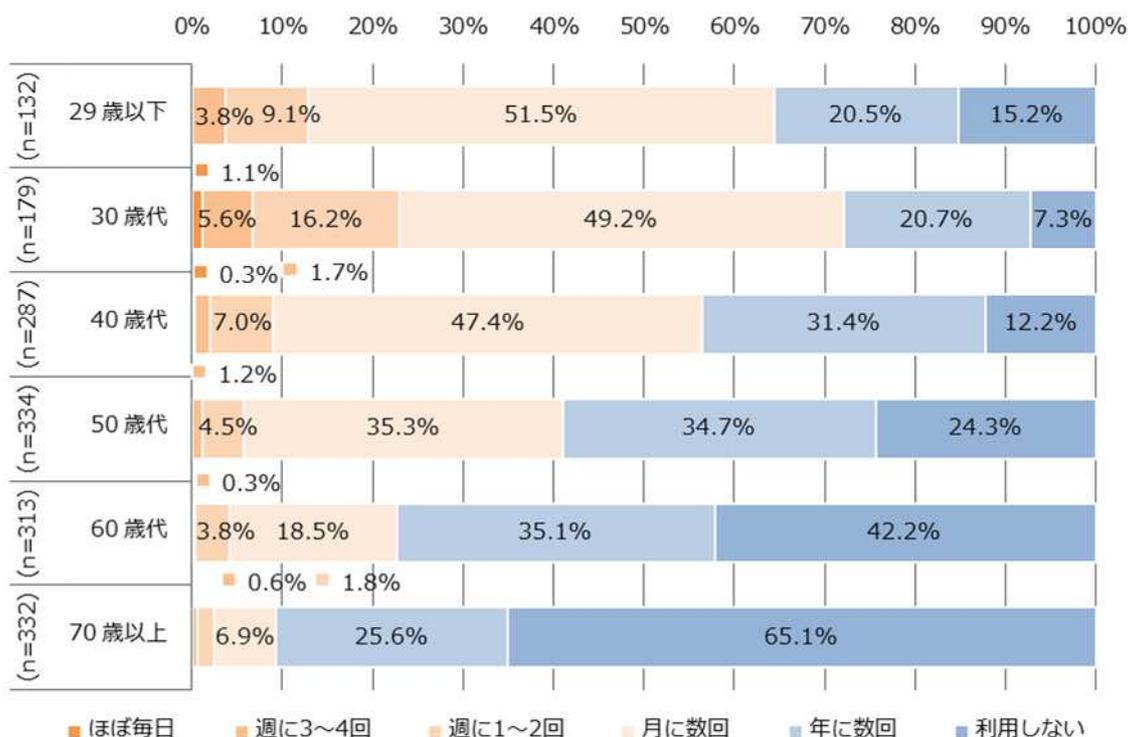
山間部では「週に1~2回」や「月に数回」の割合が都市部と比較して高く、それぞれ7.1%、10.7%となる。都市部と比較して「利用しない」割合も低いものの、46.4%が利用していない。

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。



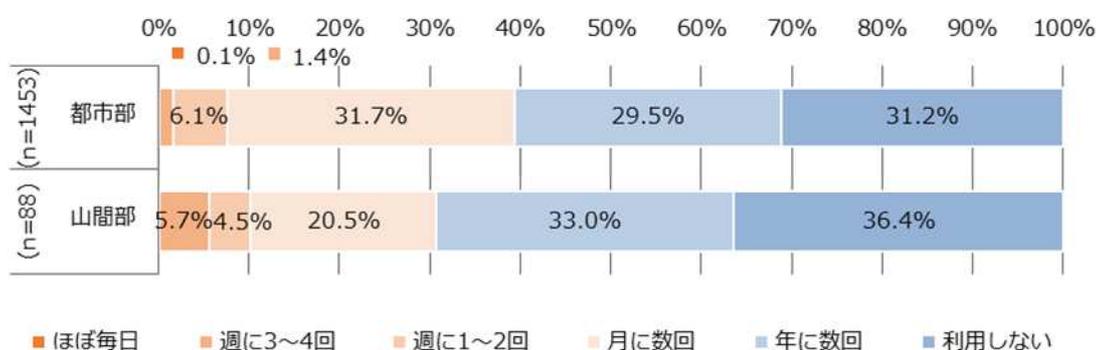
■年代別クロス集計結果（インターネット通販）

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、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。

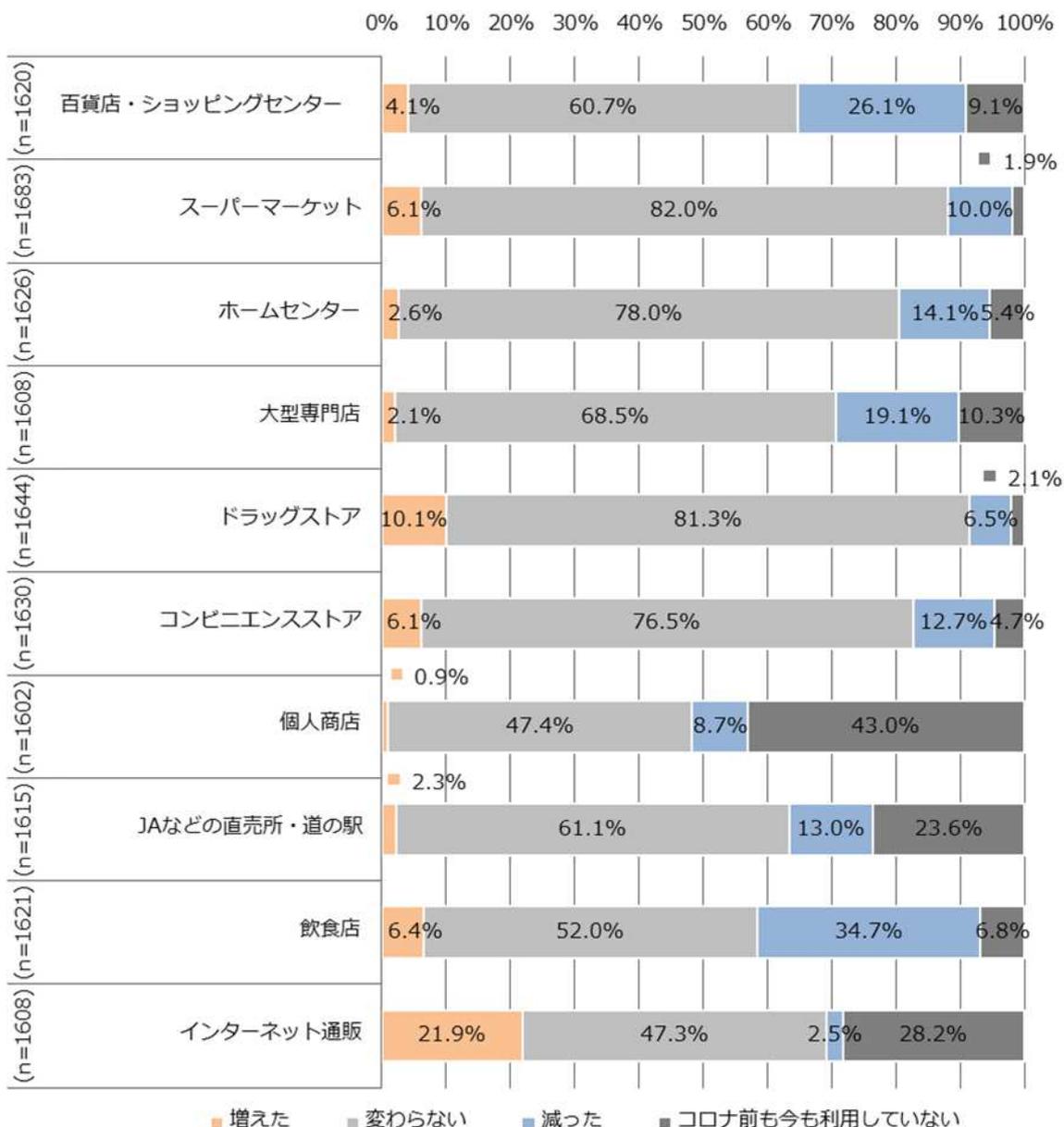


問7. コロナ前と比較した買い物場所の利用頻度（SA）

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 34.7%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。



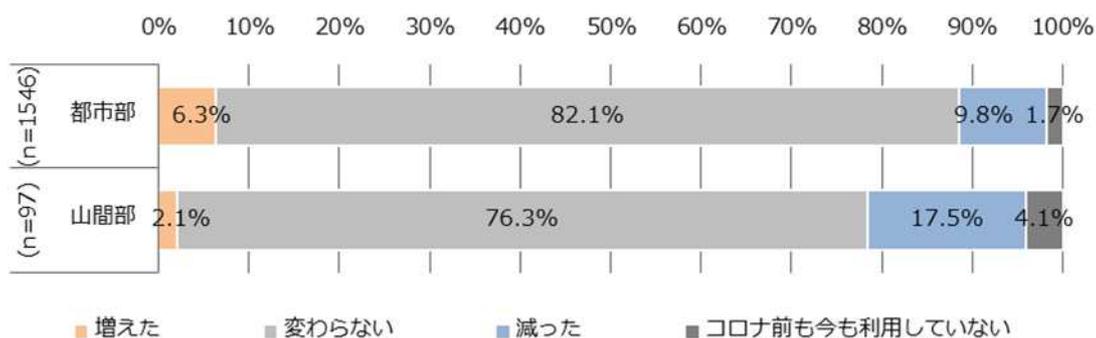
■年代別クロス集計結果（スーパーマーケット）

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）

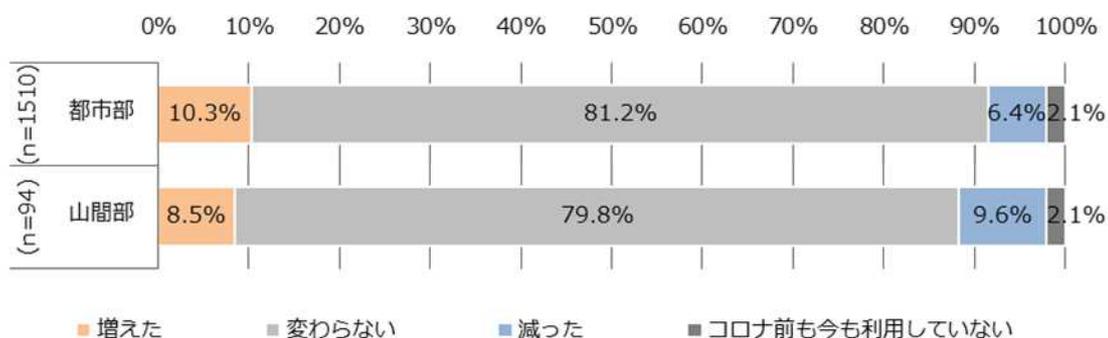
コロナ前と比較したドラッグストアの利用について、29歳以下で「増えた」とする割合が他の年代と比較して高く23.5%となり、「減った（2.3%）」を大きく上回る。30歳代から50歳代までは「増えた」とする割合が「減った」を上回るものの、60歳代や70歳以上では「減った」が上回る。

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、高齢者が買い物を控えている様子がうかがえる。



■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）

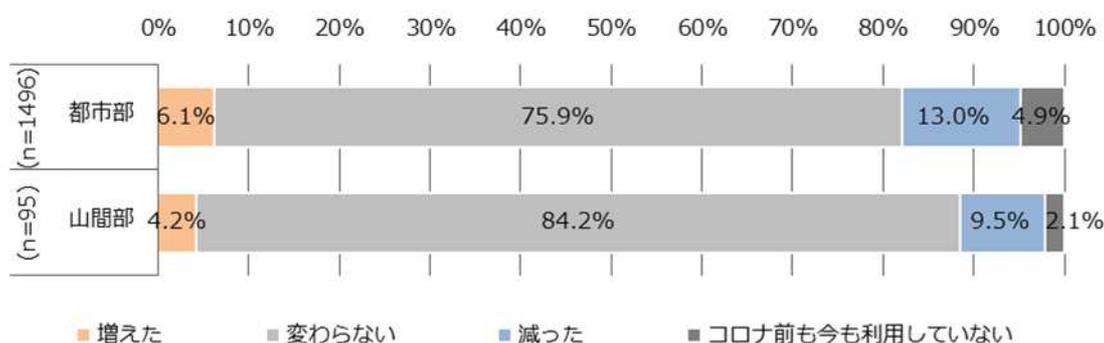
コロナ前と比較したコンビニエンスストアの利用について、29歳以下で「増えた」とする割合が他の年代と比較して高く20.3%となり、「減った（6.0%）」を大きく上回る。

しかし、ドラッグストアとは異なり、30歳代以上では「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）

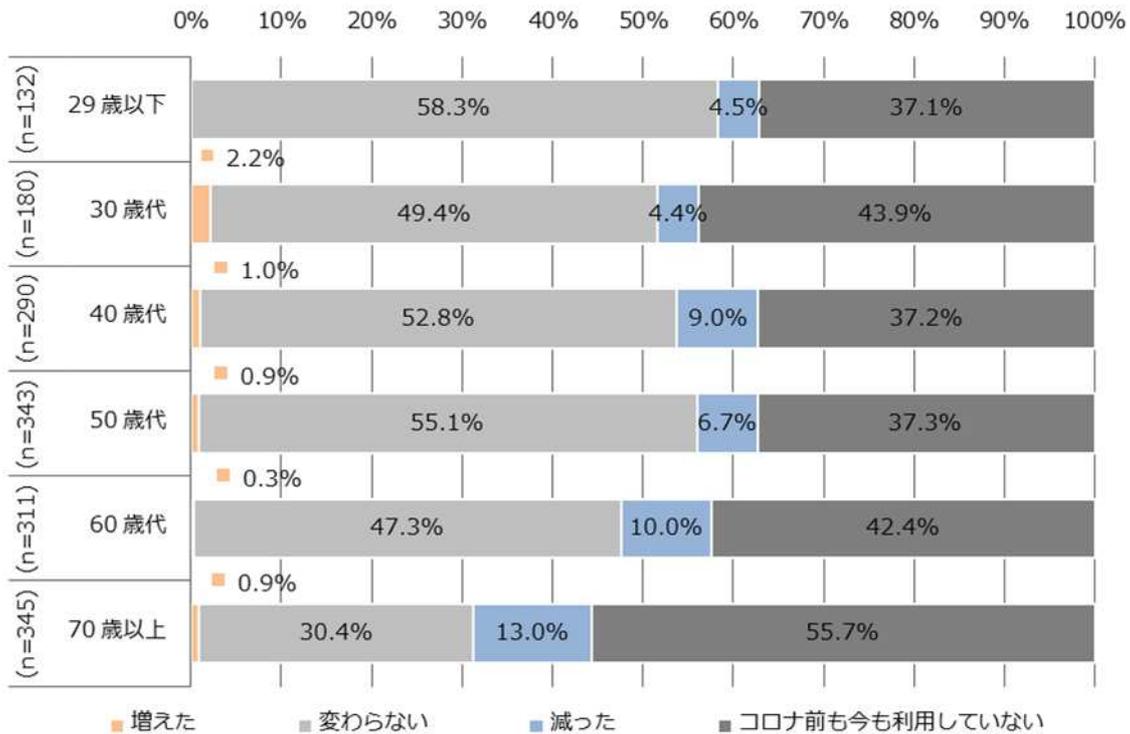
山間部と都市部ともに「減った」とする割合が「増えた」割合を上回っているが、都市部で「減った」とする割合が13.0%と山間部よりも高くなった。山間部においてコンビニエンスストアが購買活動に必要なインフラとなっているため、利用控えする人が少なかったものと推察される。



■年代別クロス集計結果（個人商店）

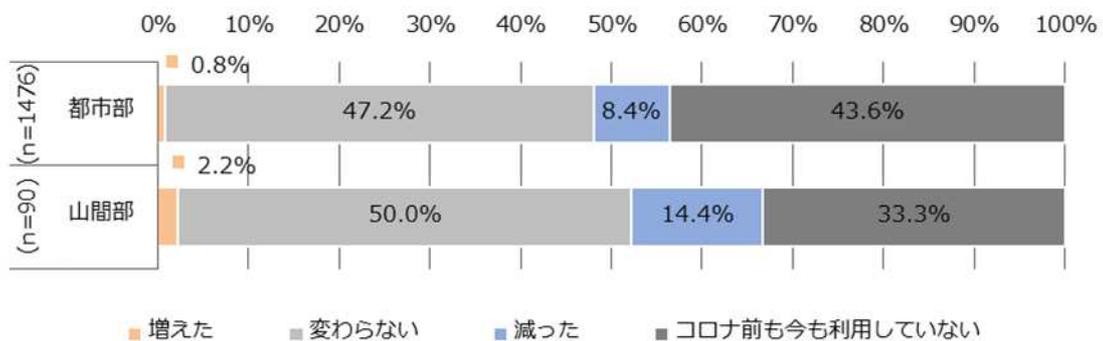
コロナ前と比較した個人商店の利用について、いずれの年代も「減った」とする割合が「増えた」を上回る。とりわけ70歳以上と60歳代において「減った」とする割合が高く、それぞれ13.0%、10.0%となった。

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。



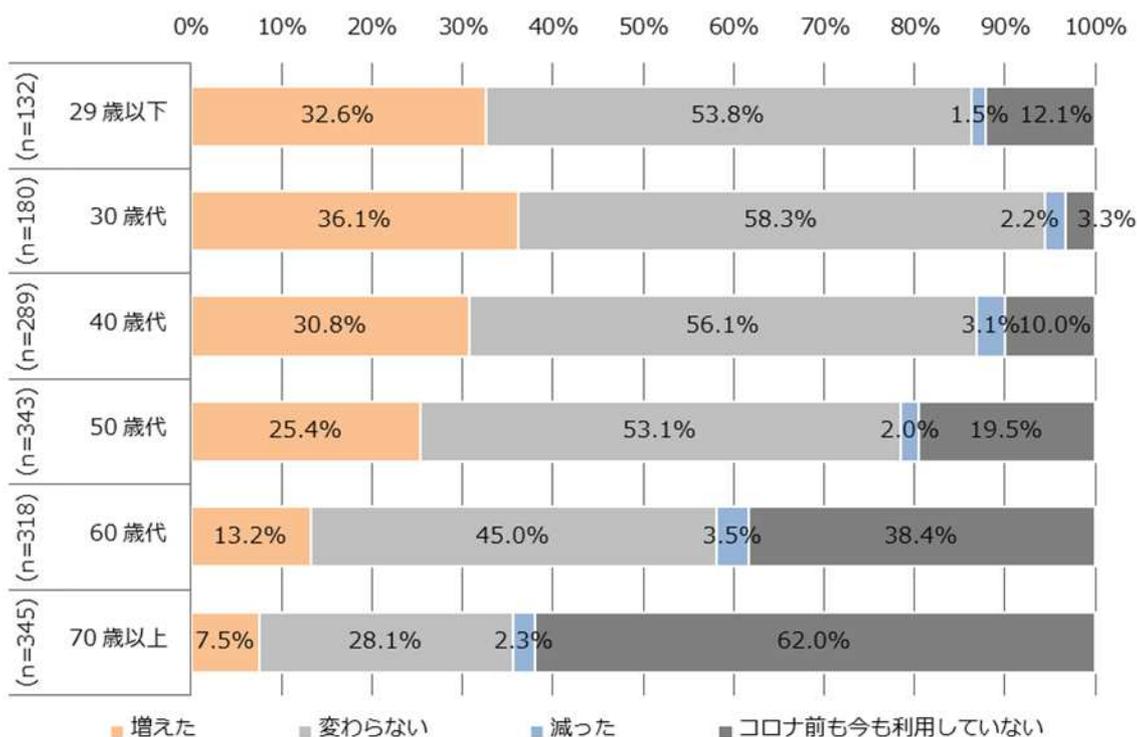
■居住地別クロス集計結果（個人商店）

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。



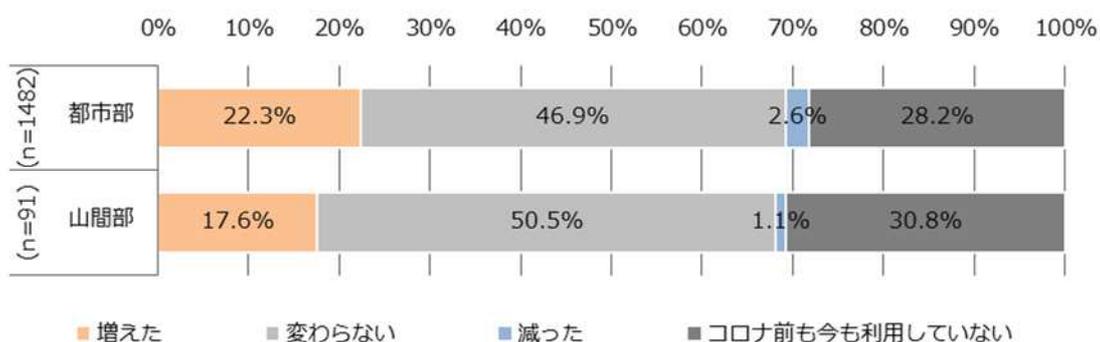
■年代別クロス集計結果（インターネット通販）

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)

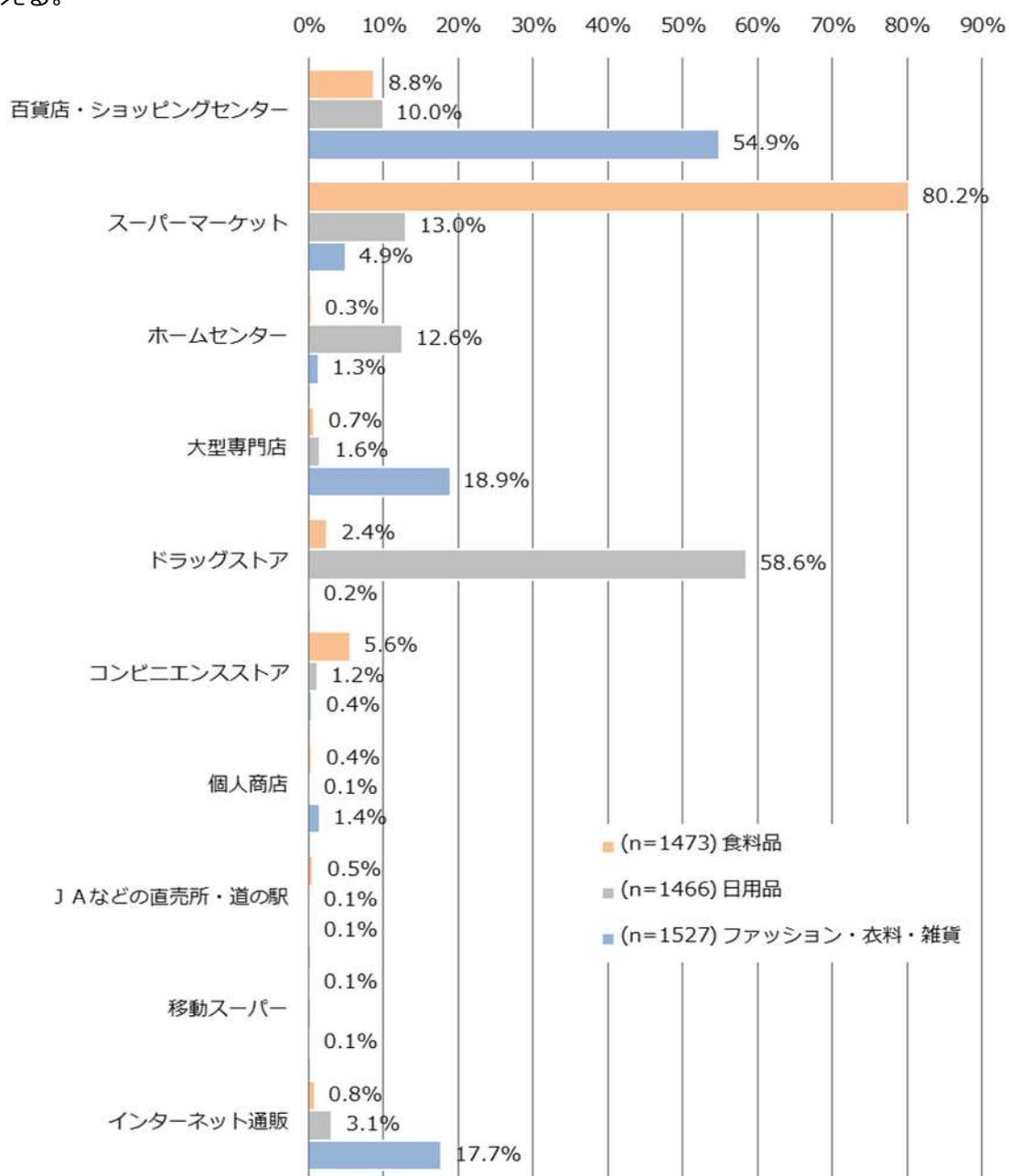
「食料品」はスーパーマーケットの割合が最も高く 80.2%であり、ほとんどの人にとって最も利用する施設となっている。

「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。

多くの人は買い物品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。

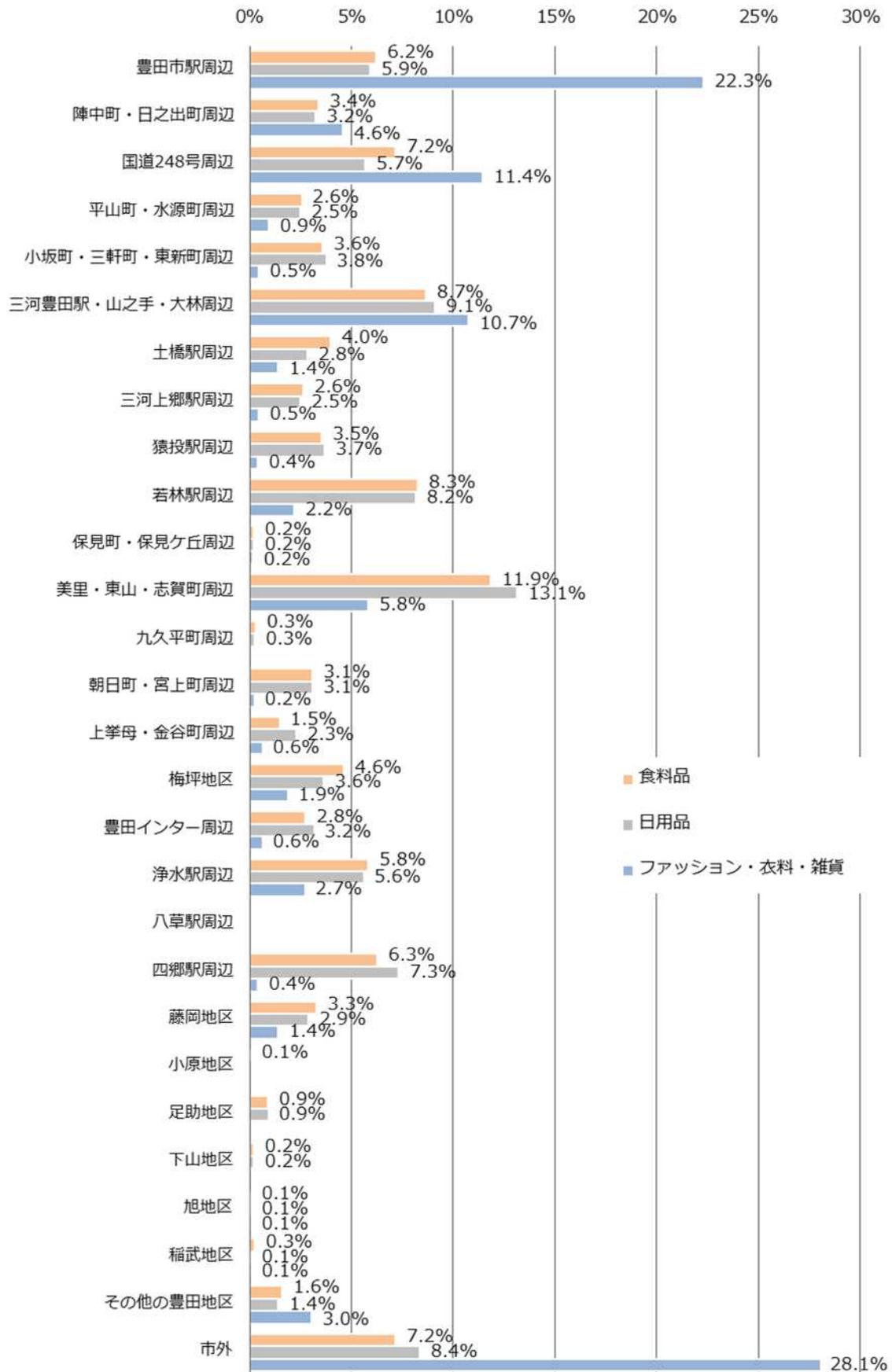


問9. 問8で回答した買い物で、最もよく利用する場所（SA）

「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、他地域から買い物に訪れていることがうかがえる。

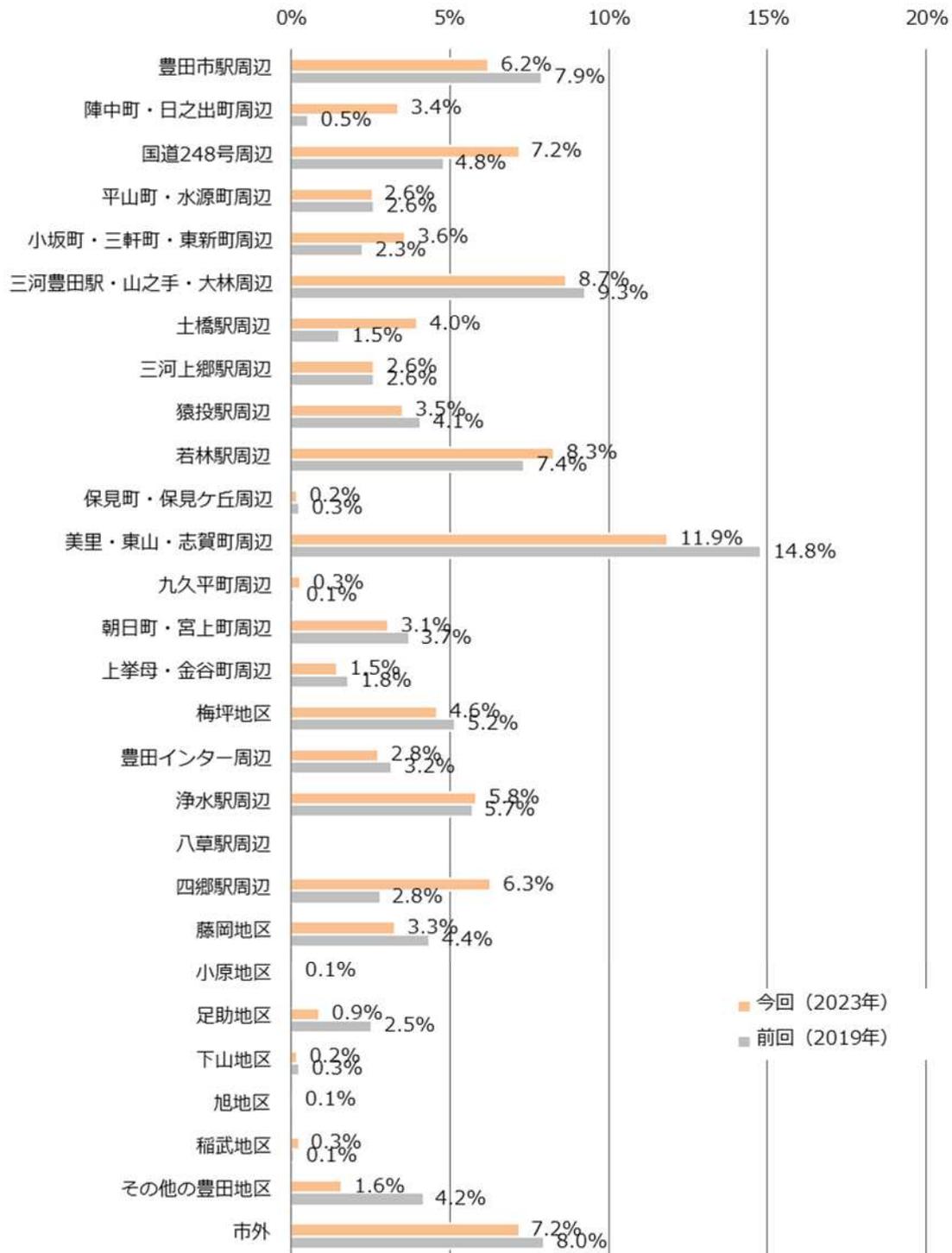
また、市外が 28.1%となり豊田市駅周辺を上回っており、本市中心部が「ファッション・衣料・雑貨」を購入する場としての集積性や魅力が十分でないといみなされていることがうかがえる。

(n=1559)



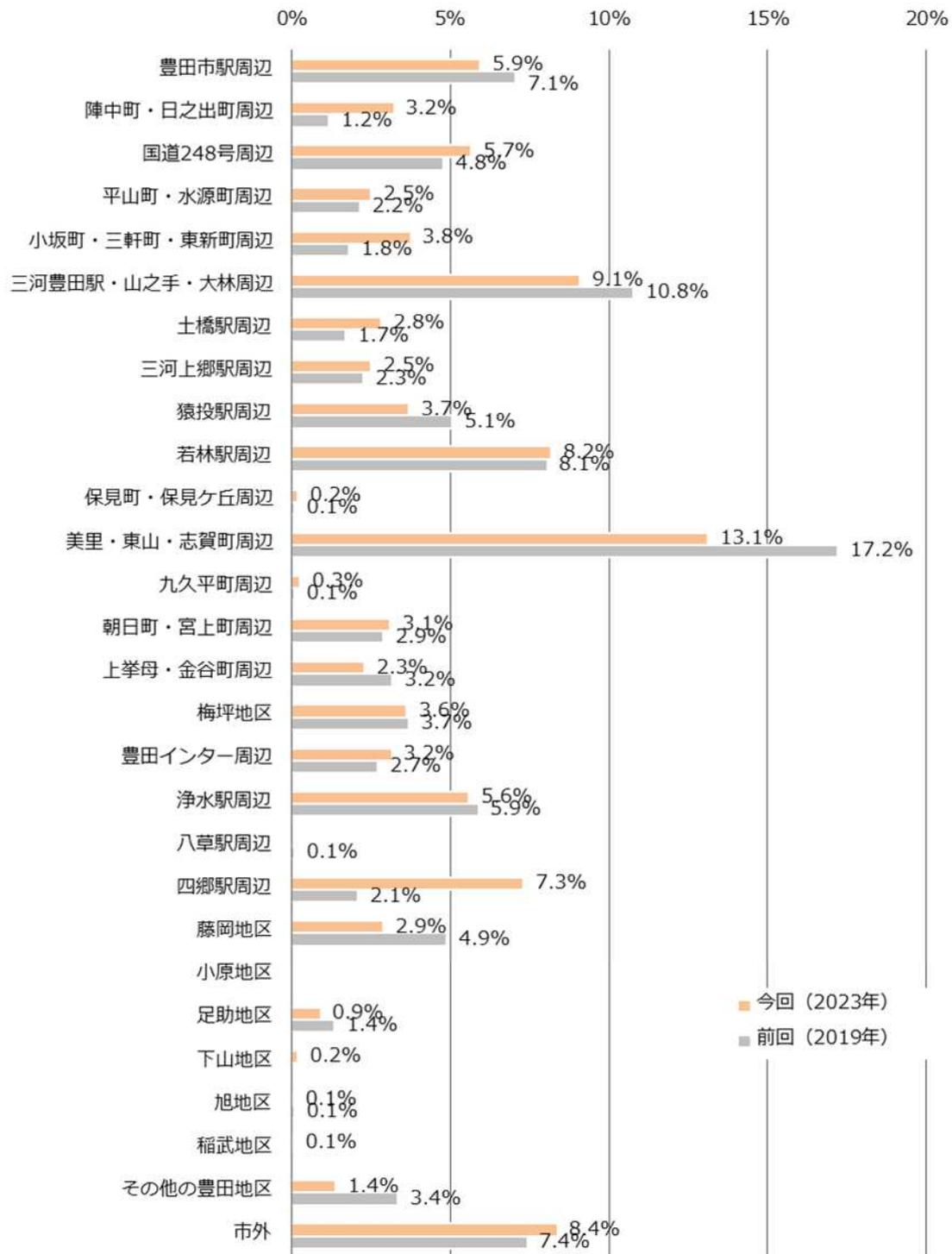
<前回比較：食料品>

前回と比較して陣中町・日之出町周辺が 2.9 ポイント、土橋駅周辺が 2.5 ポイント、四郷駅周辺が 3.5 ポイント増えた一方で、美里・東山・志賀町周辺が 2.9 ポイント減っている。増加した地域では 2019 年にクロスモール豊田陣中、2018 年に MEGA ドン・キホーテ UNY トヨタ元町店、2020 年に四郷スマートタウンがそれぞれ開業しており、その影響によるものと推察される。



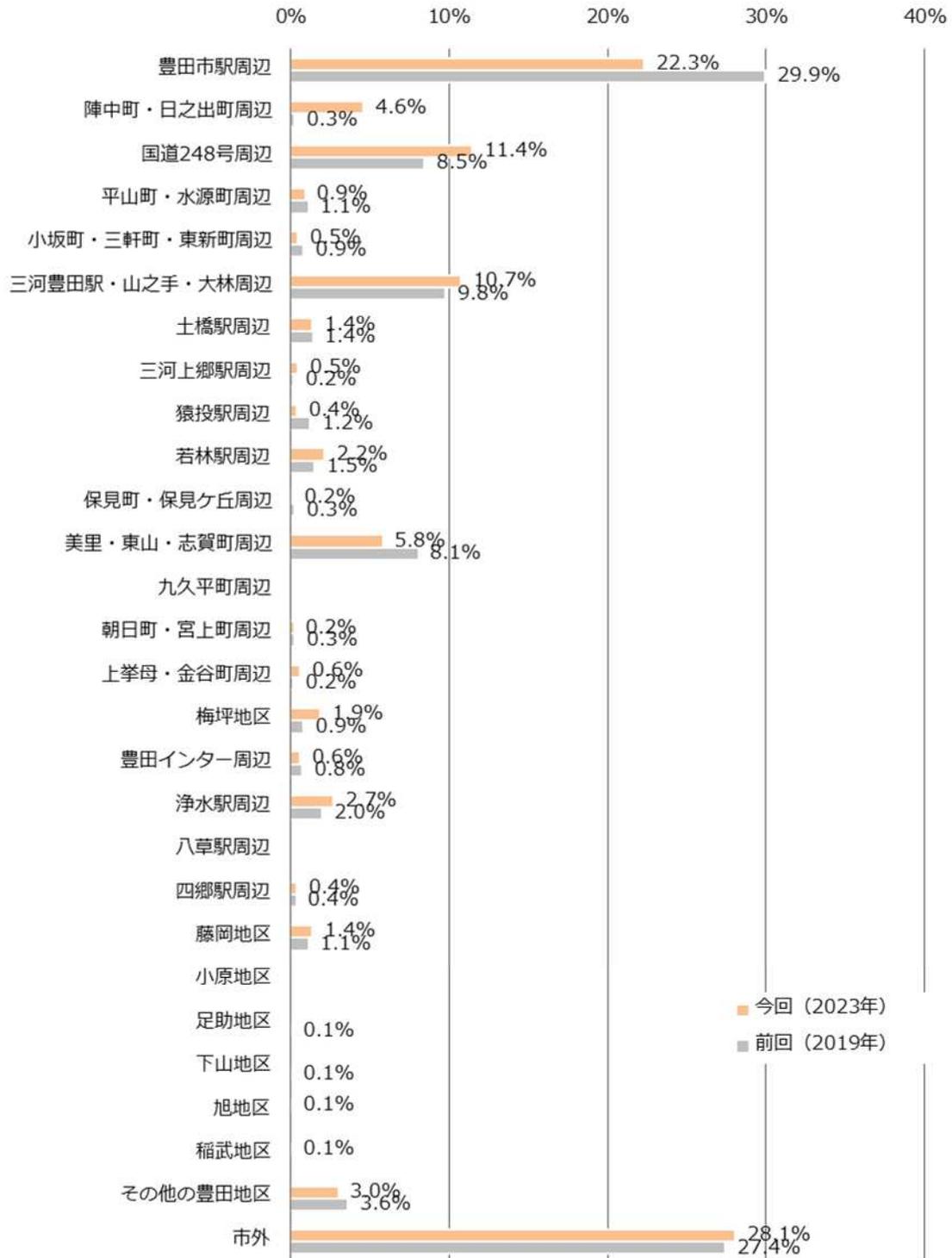
<前回比較：日用品>

前回と比較して、四郷駅周辺が 5.2 ポイント増加しており、これも 2020 年に四郷スマートタウンが開業した影響によるものと推察される。一方で、美里・東山・志賀町周辺が 4.1 ポイント減っている。



<前回比較：ファッション・衣料・雑貨>

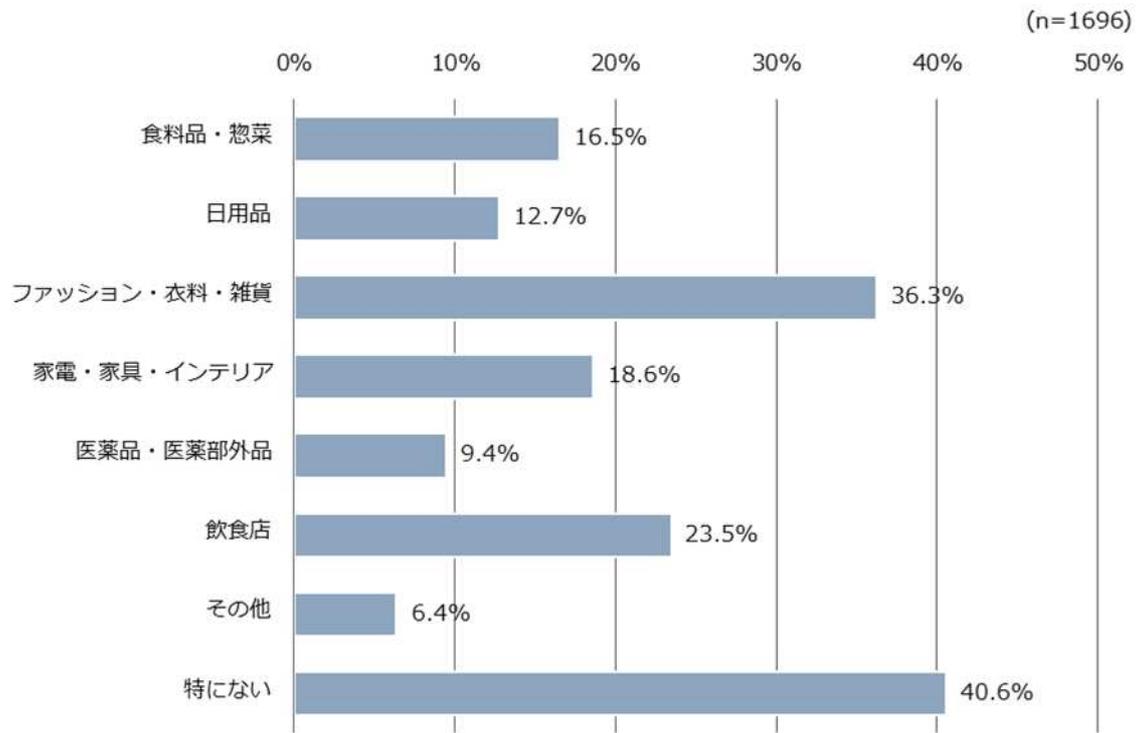
前回と比較して、陣中町・日之出町周辺が 4.3 ポイント増加しており、これは 2019 年にクロスモール豊田陣中が開業した影響によるものと推測される。また、国道 248 号周辺が 2.9 ポイント増えている。一方で、美里・東山・志賀町周辺が 2.3 ポイント減っている。



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。



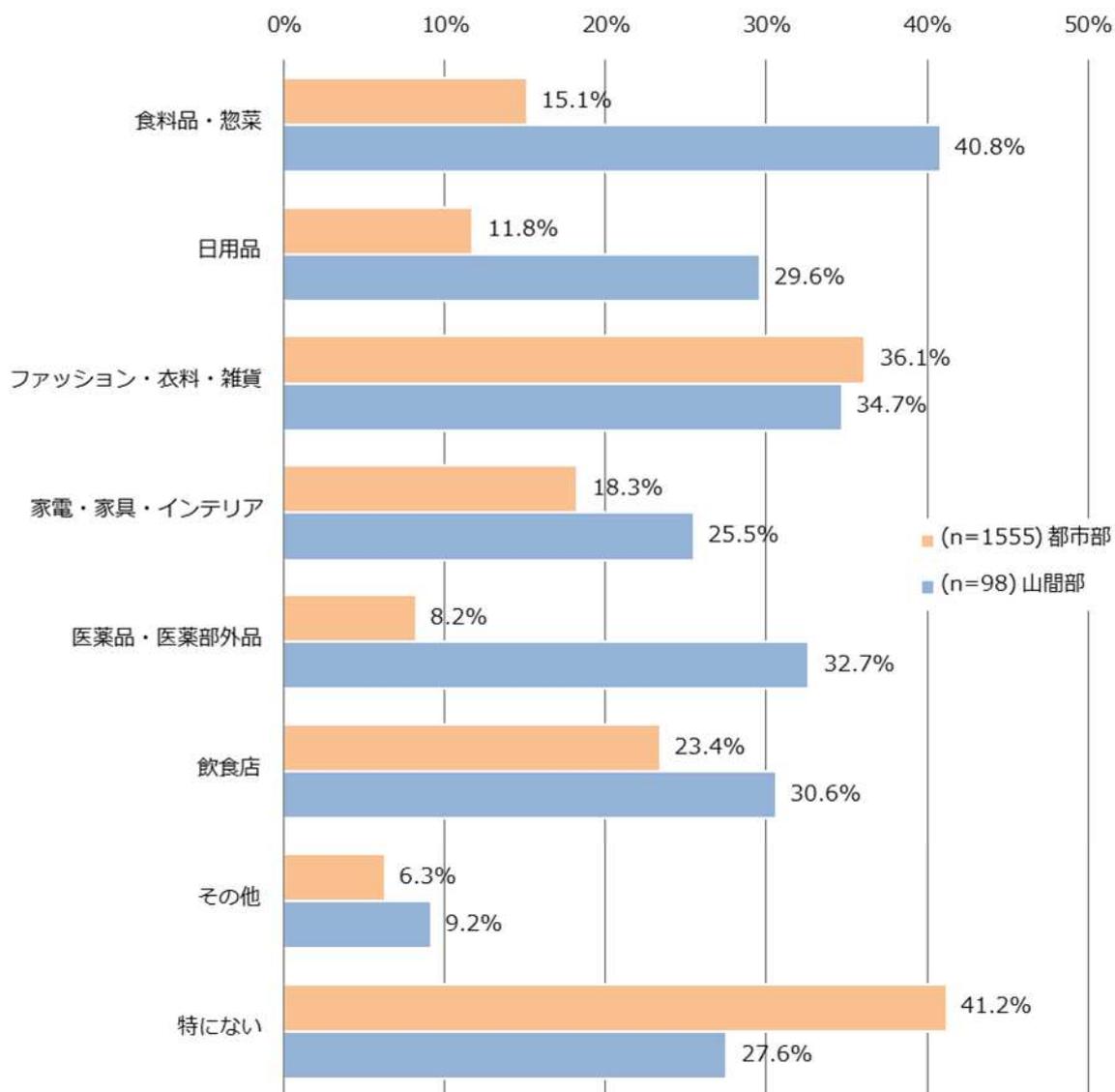
（その他の主な回答）

書店⑥／贈答品・手土産⑦／ホームセンター・園芸用品⑦／コンビニ⑤／ATM・郵便局⑤／スポーツ用品④／100円ショップ④／病院・クリニック④／靴店②／喫茶店②／ガソリンスタンド②／パン屋②／子ども学用品②／百貨店・コスメ② 等

■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・惣菜」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。

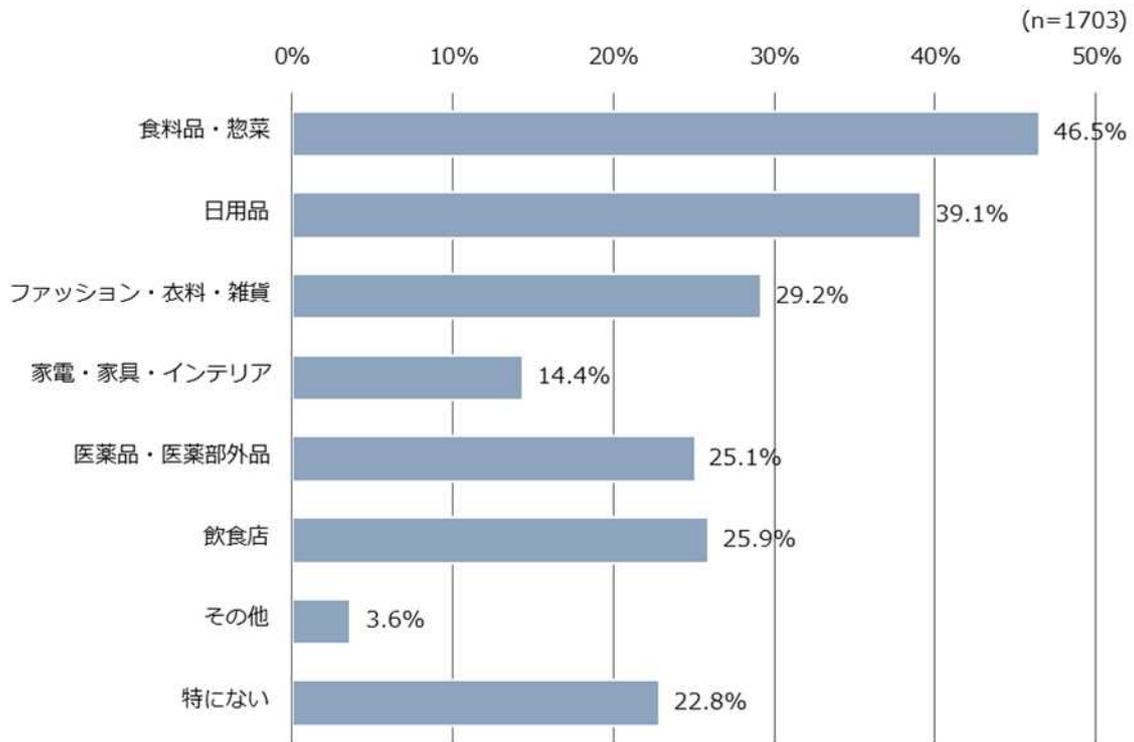
山間部では都市部よりも割合が大きく上回る傾向にあるが、「ファッション・衣料・雑貨」については地域による差はみられず、市内全体において不十分であることがうかがえる。



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。



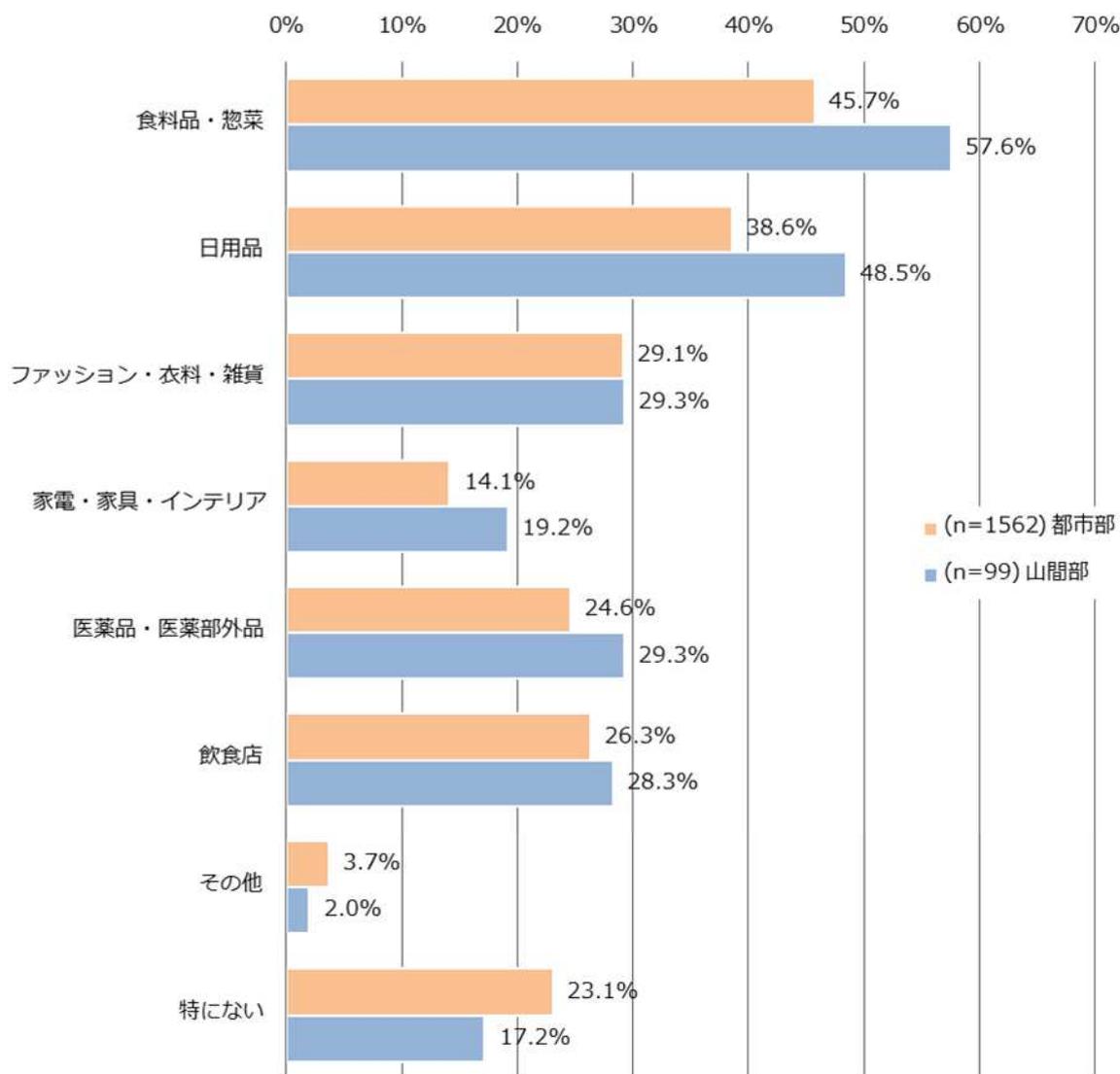
(その他の主な回答)

書店④／コンビニ⑥／飲食店・弁当店④／100円ショップ③／居酒屋③／ホームセンター・園芸用品③／ガソリンスタンド②／贈答品② 等

■居住地域別クロス集計結果

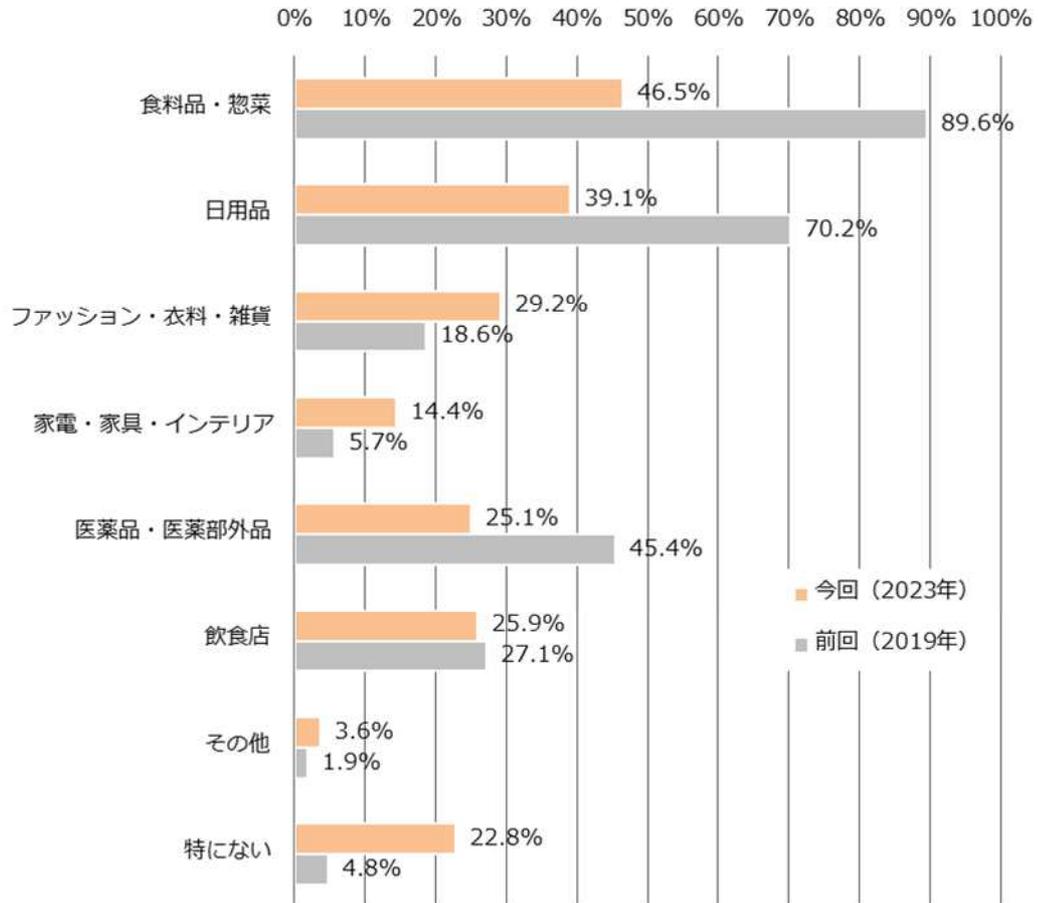
山間部では、身近な場所で購入できると便利だと思うものは「食料品・惣菜」の割合が最も高く 57.6% である。次いで、「日用品(48.5%)」、「ファッション・衣料・雑貨(29.3%)」、「医療品・医薬部外品(29.3%)」、「飲食店(28.3%)」である。

山間部では「食料品・惣菜」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。



<前回比較>

前回と比較して「ファッション・衣料・雑貨」が 10.6 ポイント増加している一方で、「食料品・惣菜」が 43.1 ポイント、「日用品」が 31.1 ポイント、「医薬品・医薬部外品」が 20.3 ポイントと大きく減少している。また、「特にない」も 18.0 ポイント増加している。松坂屋豊田店が 2021 年に閉店するなど、「ファッション・衣料・雑貨」の購入選択肢が減少した一方で、市内でスーパーやドラッグストアの出店が進み、人口密度の高い地域において買い物環境が改善されたことが影響したものと推測される。

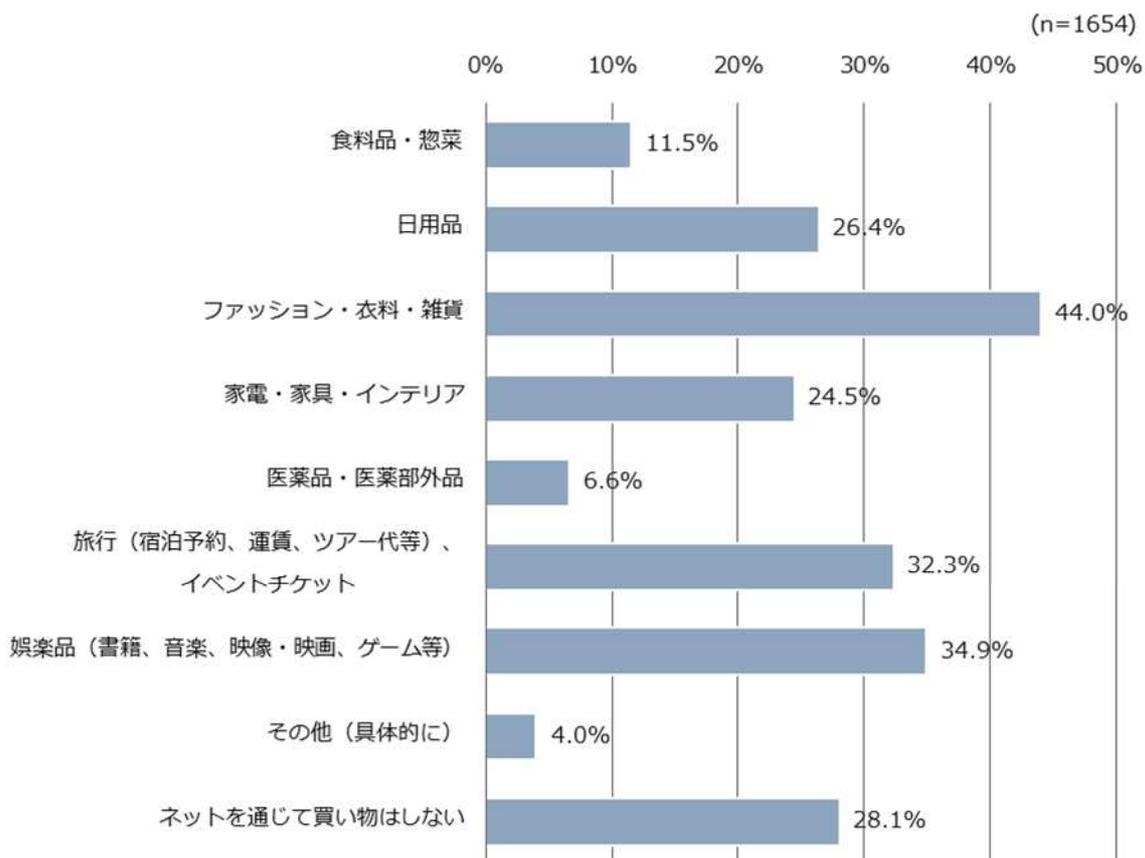


※前回 (2019 年) の「食料品」を今回 (2023 年) の「食料品・惣菜」として比較

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。



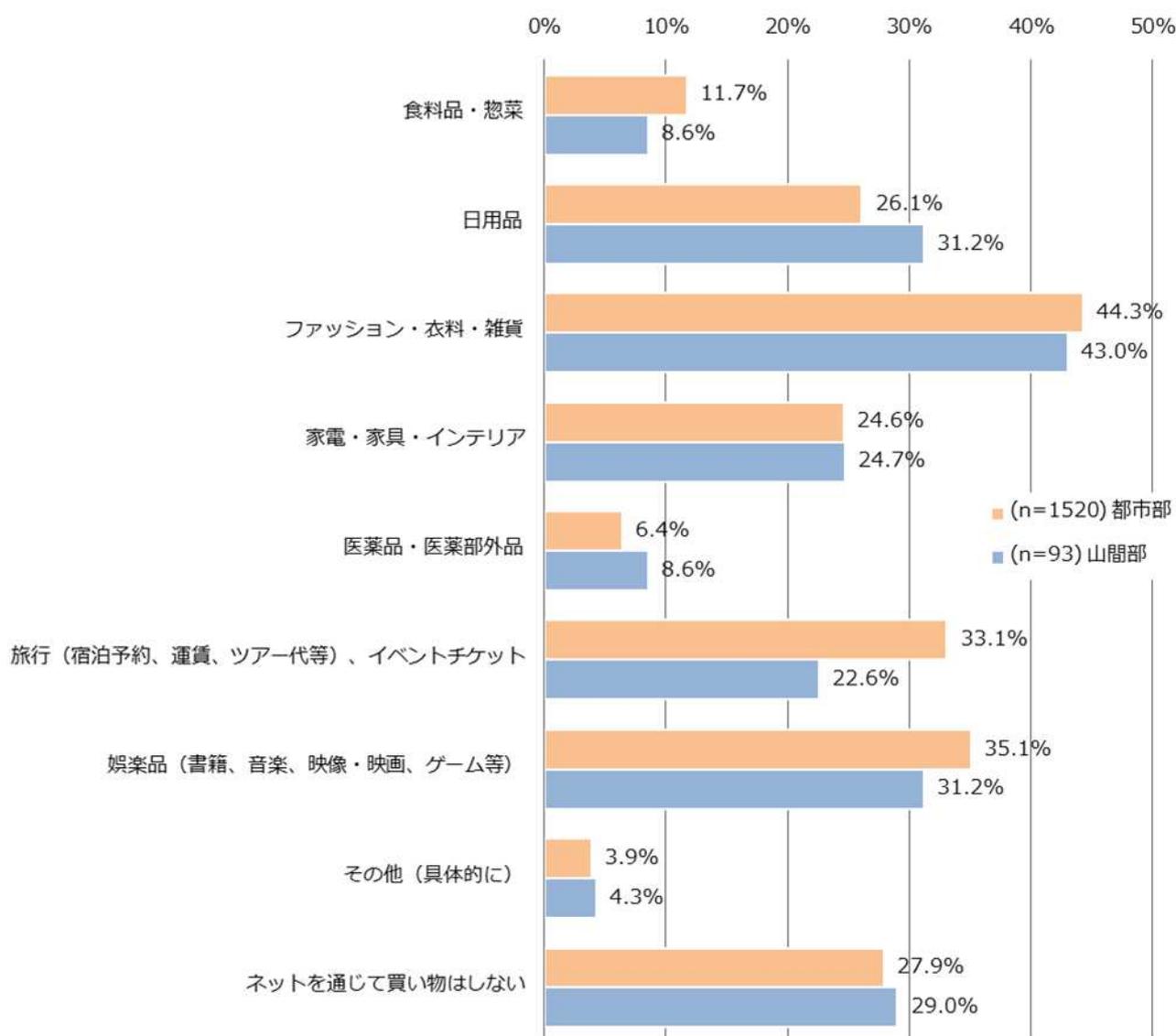
(その他の主な回答)

ペット用品・ドッグフード⑬／化粧品・サプリメント⑩／自動車部品・パーツ⑤／アウトドア・キャンプ用品④／玩具③／スイーツ・お取り寄せグルメ③／工具・DIY用品③／釣り具②／贈答品②／飲料水②／重いもの② 等

■居住地域別クロス集計結果

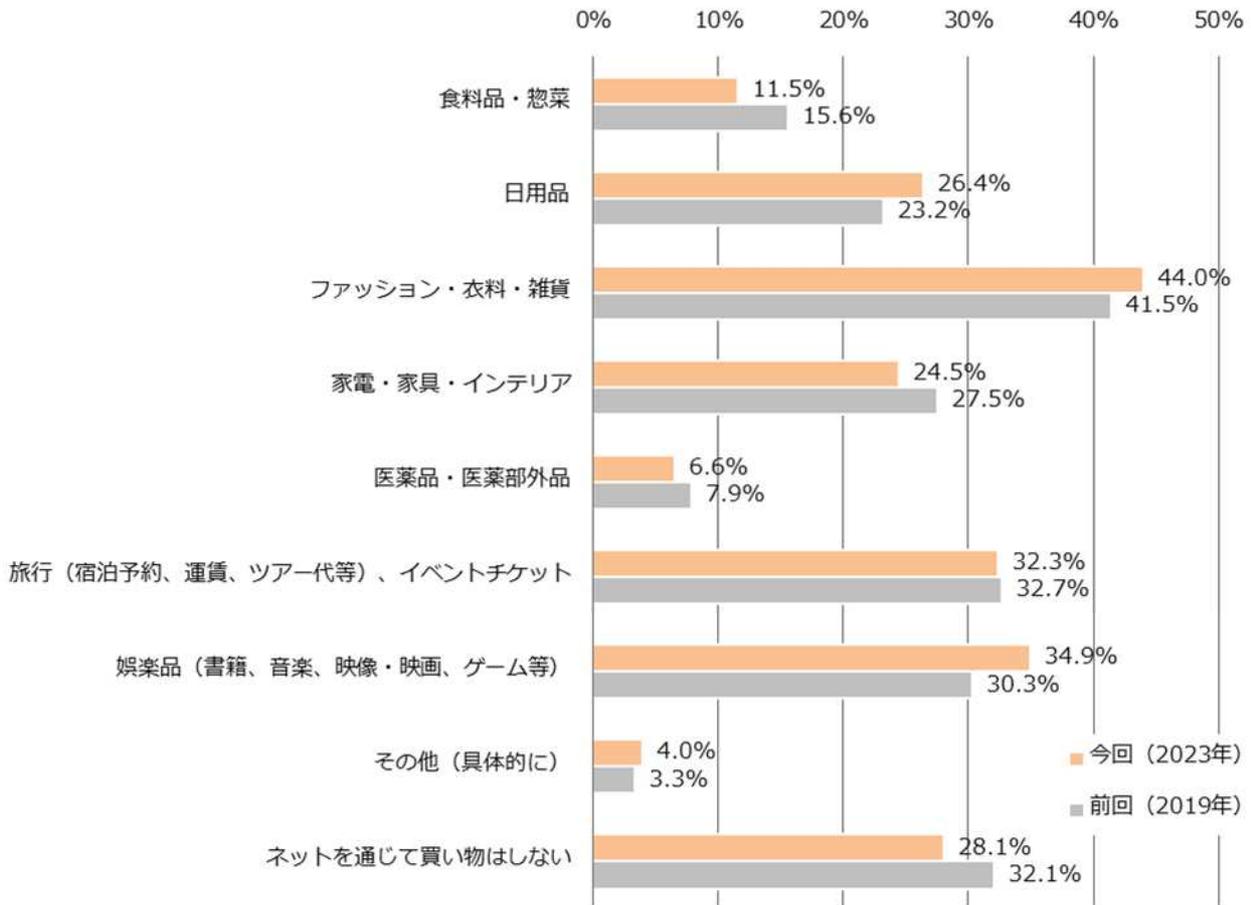
ネットで購入しているものについて、「旅行（宿泊予約、運賃、ツアー代等）、イベントチケット」を除いて山間部と都市部に大きな差はみられない。

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・惣菜」が8.6%、「ファッション・衣料・雑貨」が43.0%、「医薬品・医薬部外品」が8.6%となった。「ファッション・衣料・雑貨」はネット購入ができているものの、「食料品・惣菜」や「医薬品・医薬部外品」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。



<前回比較>

前回と比較して「日用品」で3.2ポイント、「ファッション・衣料・雑貨」で2.5ポイント、「娯楽品（書籍、音楽、映像・映画、ゲーム等）」で4.6ポイント増加している一方、「ネットを通じて買い物はしない」が4.0ポイント減少している。大きな変化ではないものの身近な場所で購入できないものについて、ネットを通じて購入するようになっていくことが要因と推測される。一方で、ネットでの購入が「食料品・惣菜」で4.1ポイント、「家電・家具・インテリア」で3.0ポイント減少しており、買い物環境が改善されつつあることで、現物を見て購入したいものや商品がすぐに必要なものについてはある程度実店舗で購入されていることがうかがえる。

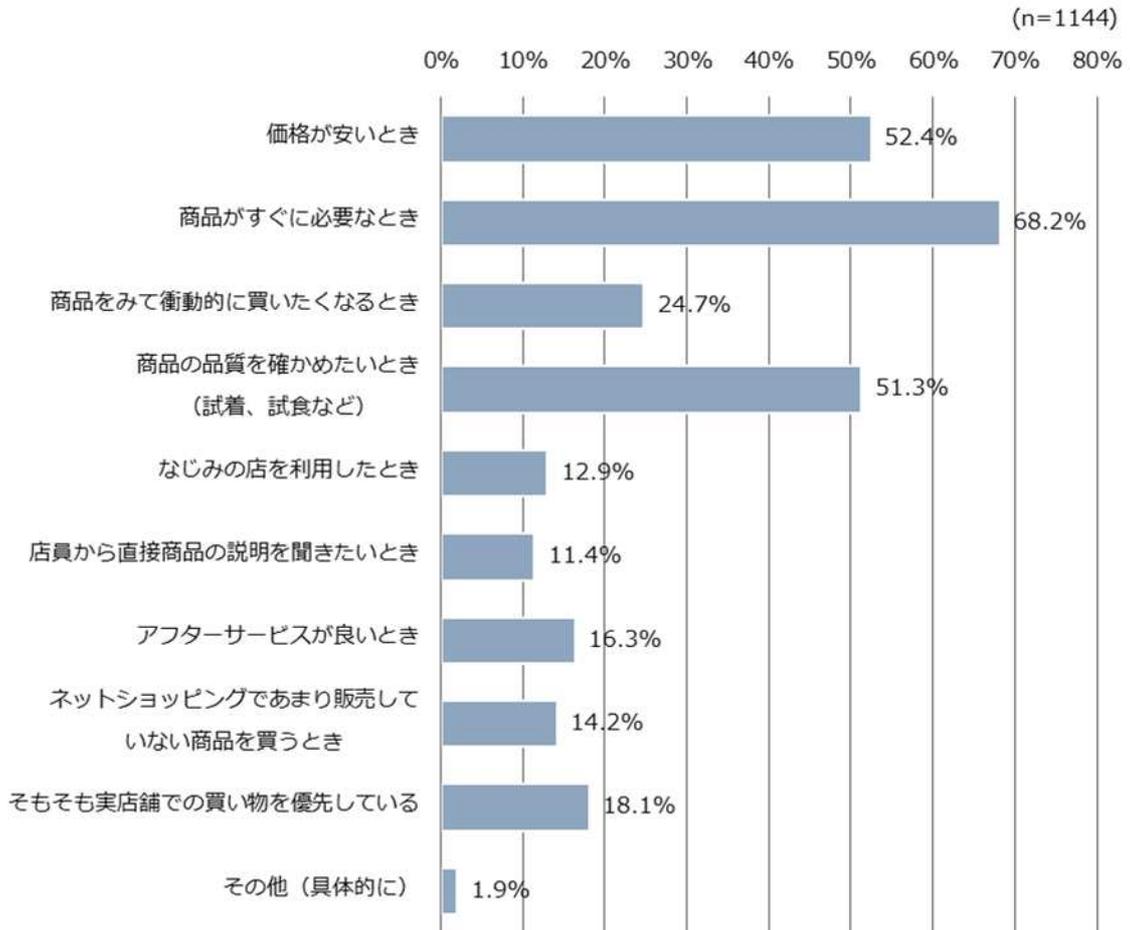


※前回（2019年）の「食料品」を今回（2023年）の「食料品・惣菜」として比較

※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、「商品をみ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。



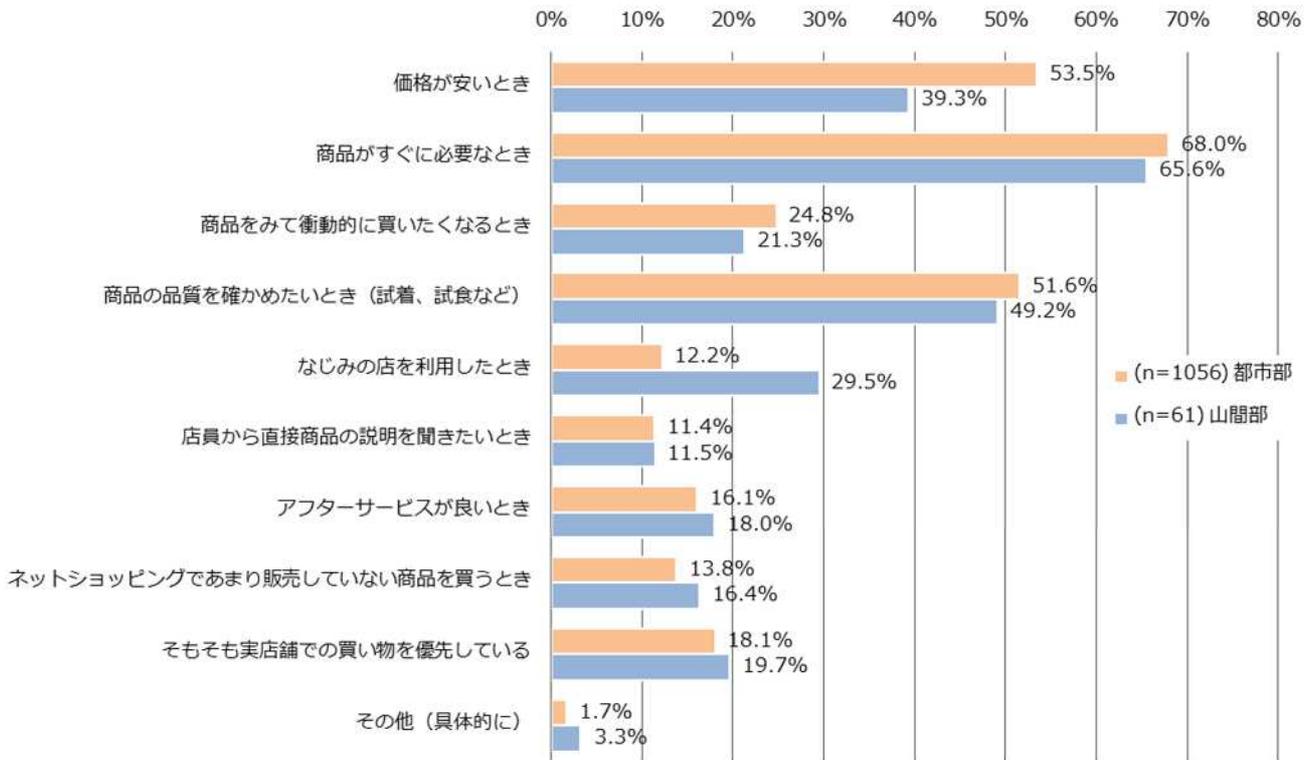
(その他の主な回答)

生鮮食料品⑥／重い物を運ぶのが大変なとき③／クーポンがつかえるとき②／ポイントがたまる／大型家電などの設置、保証が必要な場合／大きさ、材質などが確認したい／どんな本があるか見たいとき／仕事の帰り／欲しい物を探している時間を楽しみたい／運動をかねて買物をしている 等

■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。

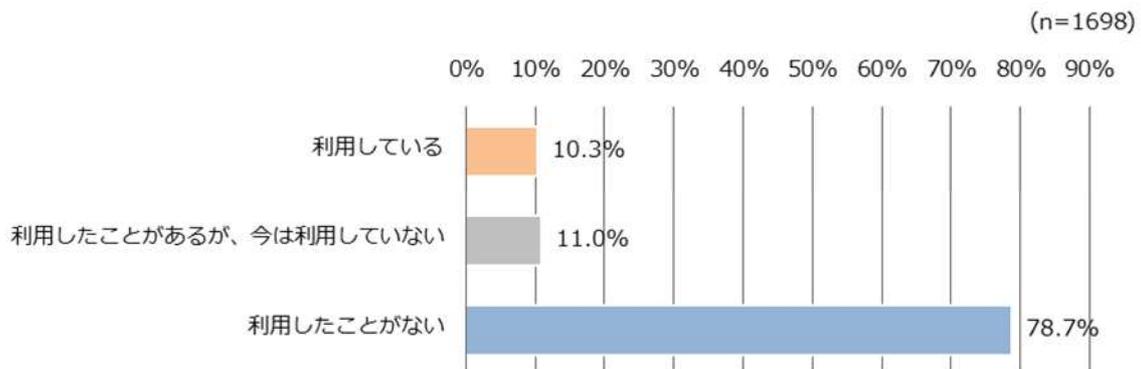
すなわち山間部では購入先の選択肢が少ないため都市部と比べて価格が重視されていない、また、なじみの店を持つ人が多いといったことが、店舗での購入に影響を与えているものと推察される。



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。

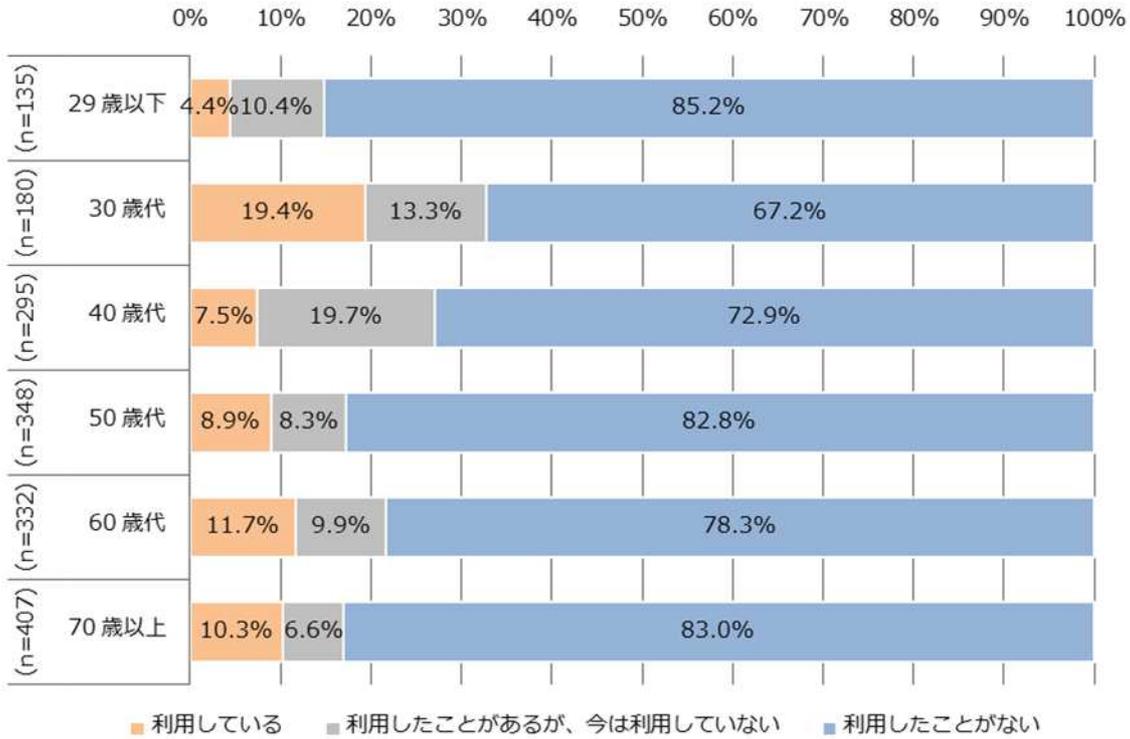
また、「利用したことがあるが、今は利用していない」が 11.0%であり、「利用している」割合と同程度となっている。コロナ禍に宅配サービス市場が拡大したものの、うち半数近くは利用を辞めてしまったものと推察される。



■年代別クロス集計結果

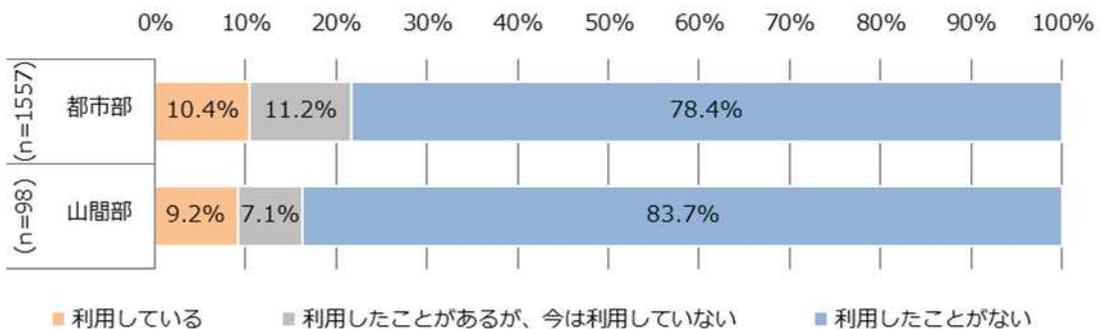
宅配サービスの利用について、30歳代は「利用している」の割合が他の年代よりも高く19.4%となる。これはこの世代に共働きが多いため、宅配サービスを効果的に利用する人が一定数いるものと推察される。

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

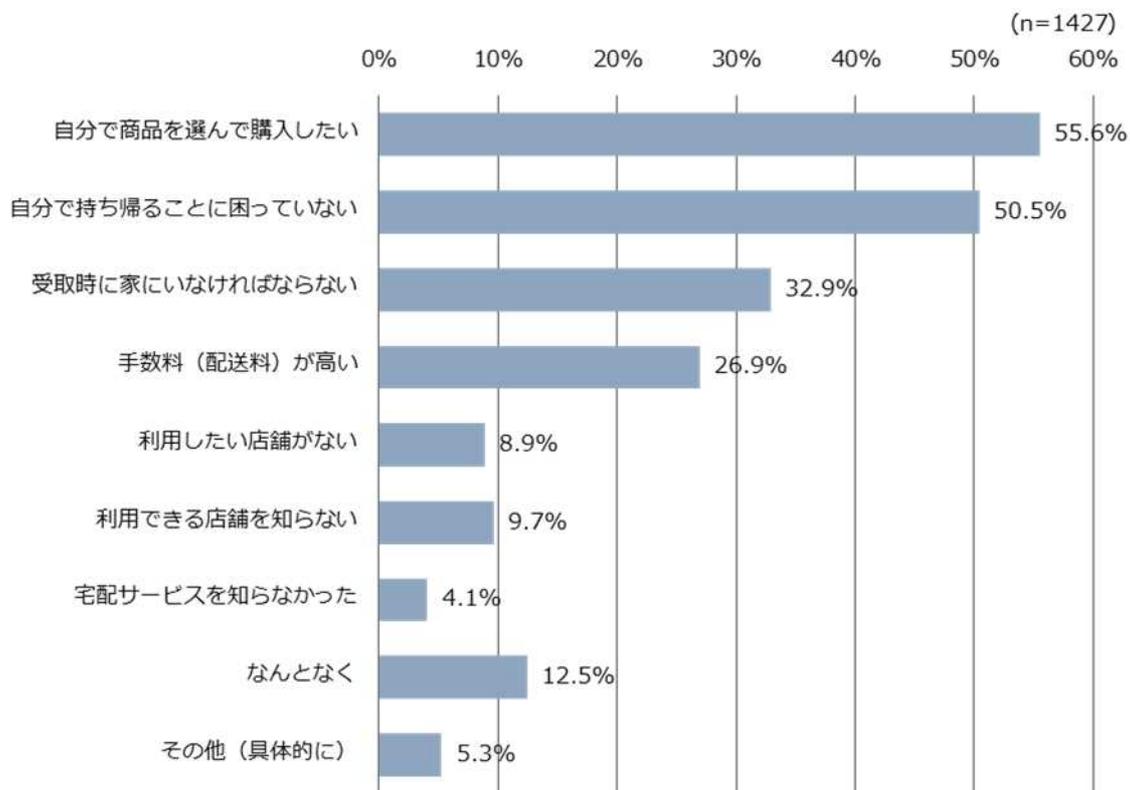
宅配サービスを「利用している」割合は、山間部と都市部による違いはほとんどみられない。



※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。



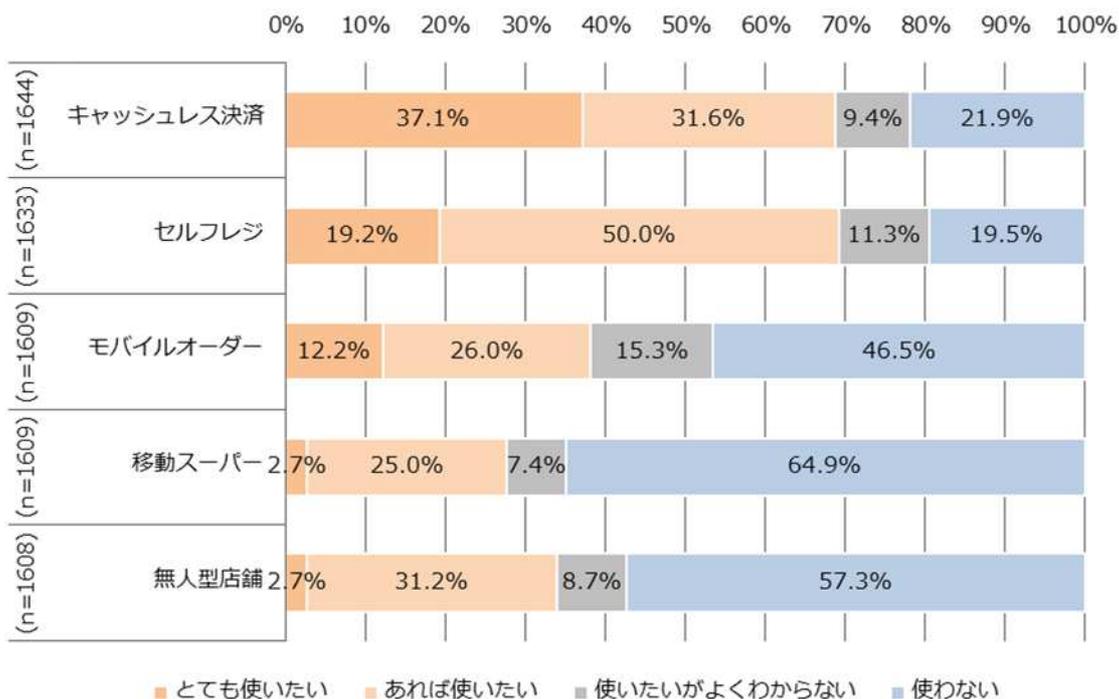
(その他の主な回答)

宅配エリア外だから⑦／自分で買い物に行けるから⑩／トラブルがあった④／手続きが面倒④／売場に行った方が多くの商品に出会えるから③／家族と一緒に行く・買いに行ってくれる②／ある程度の量を買わなければならない②／過剰包装でゴミが増える②／宅配する商品の値段が高い／商品を見ることも楽しみの一つだから／新鮮なものを直に確かめて買いたいため／ポイントがつかない 等

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。

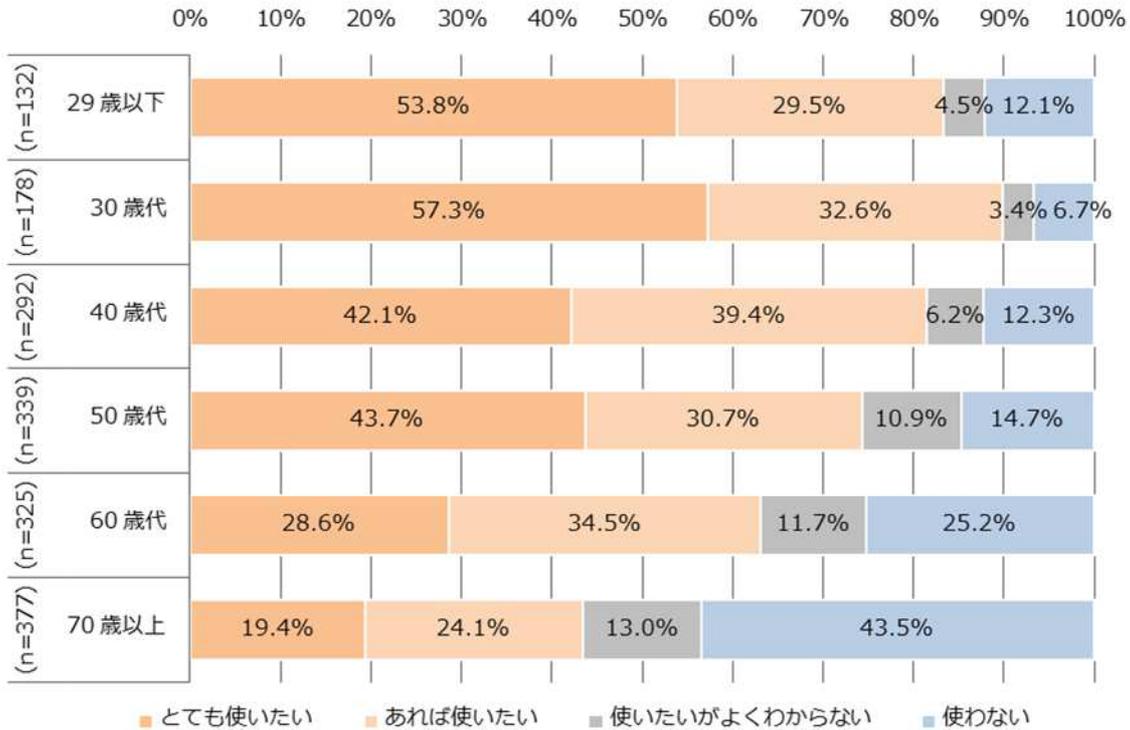
「とても使いたい」と「あれば使いたい」の割合を合わせると、キャッシュレス決済とセルフレジは約7割を占めており、店舗への導入が必要なインフラになっている。また、モバイルオーダーや無人型店舗、移動スーパーも3割から4割のニーズがみられており、事業者において販促ツールの検討対象になると考えられる。



■年代別クロス集計結果（キャッシュレス決済）

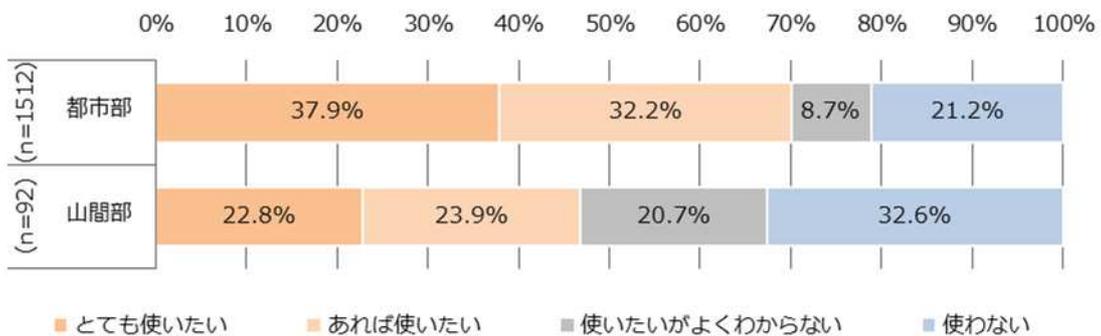
キャッシュレス決済の利用について、29歳以下や30歳代では「とても使いたい」の割合が他の年代と比較して高く、それぞれ53.8%、57.3%となっており、半数以上が積極的な利用意向を持っている。

「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）

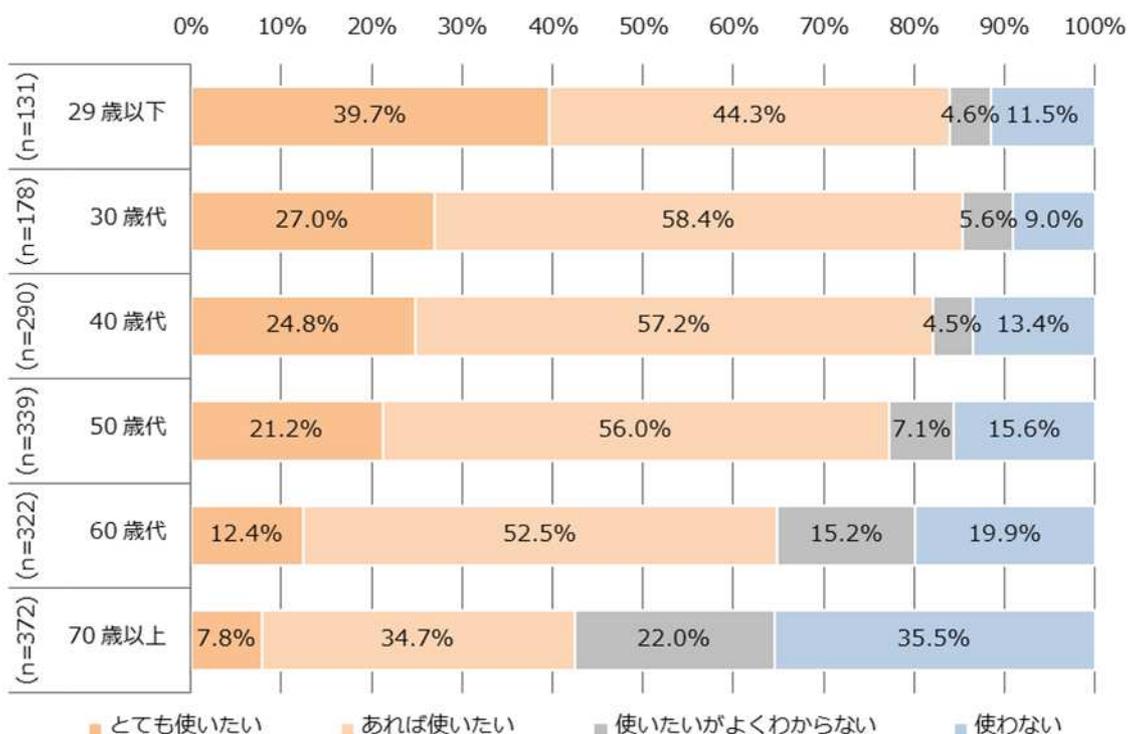
山間部における「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して20ポイント以上も低く5割を下回り、大きな地域差が生じている。



■年代別クロス集計結果（セルフレジ）

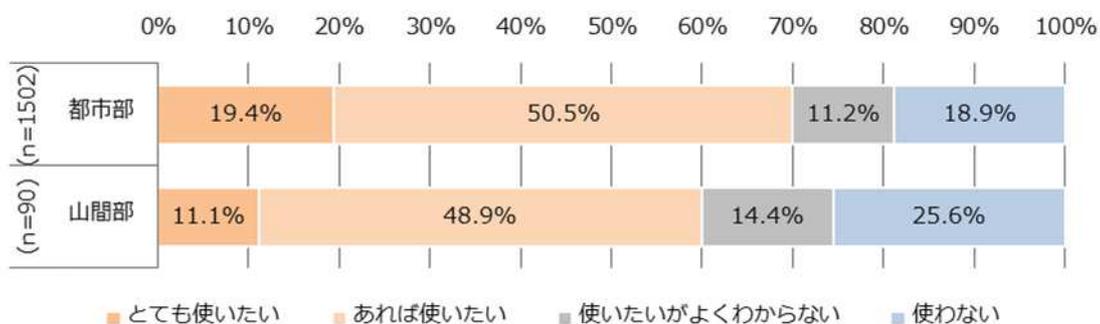
セルフレジの利用について、29 歳以下の「とても使いたい」とする割合が他の年代と比較して高く、39.7%となっている。

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。



■居住地域別クロス集計結果（セルフレジ）

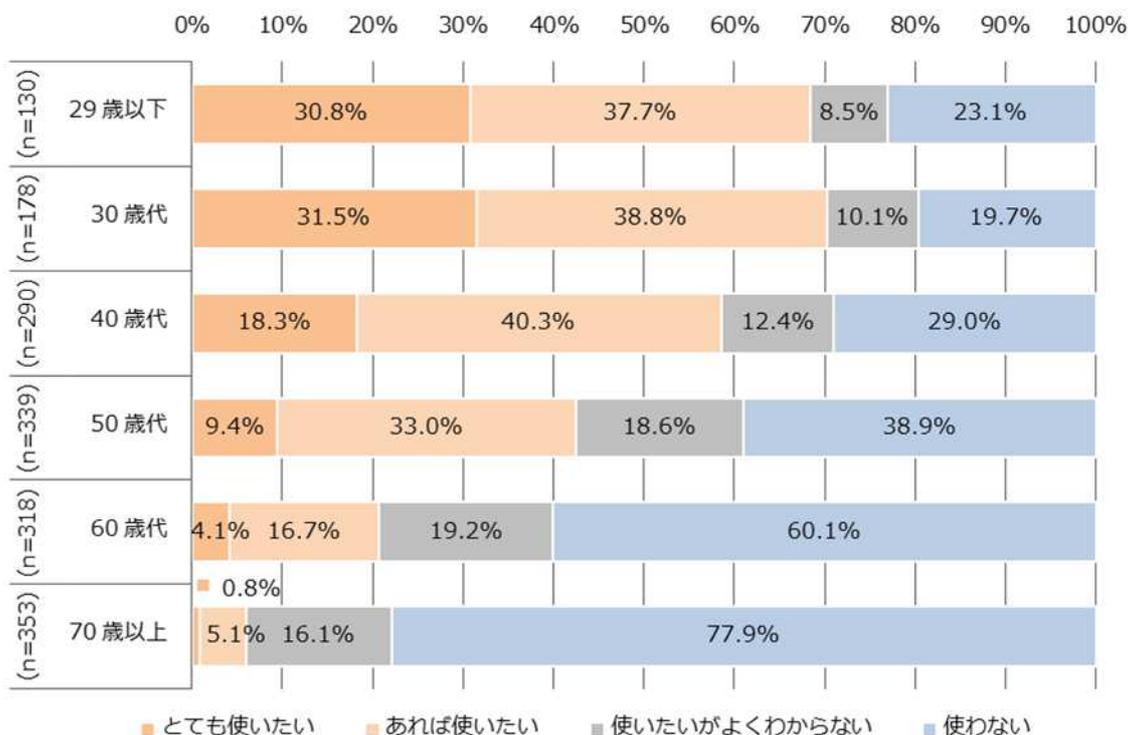
山間部における「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して 10 ポイント程度低いが、約 6 割となっており、キャッシュレス決済と比べて浸透している。



■年代別クロス集計結果（モバイルオーダー）

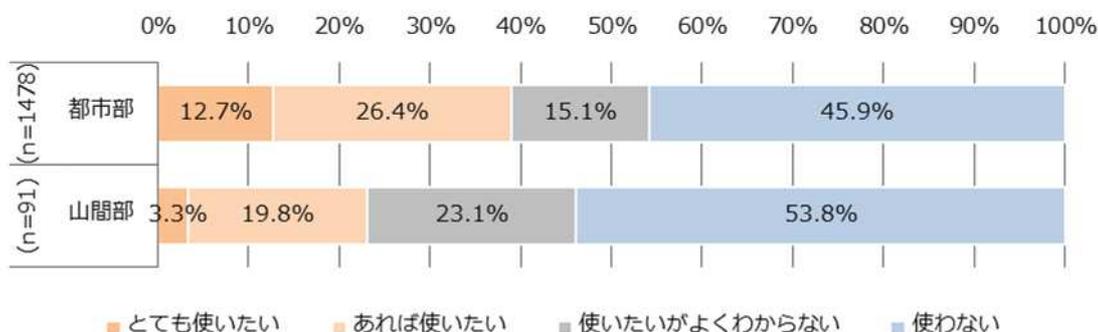
モバイルオーダーの利用について、29歳以下と30歳代の「とても使いたい」とする割合が他の年代と比較して高く、それぞれ30.8%、31.5%となっている。また、年代による利用意向に大きな差がみられ、70歳代になると1%にも満たない。

「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い、または、年配層が多いことから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）

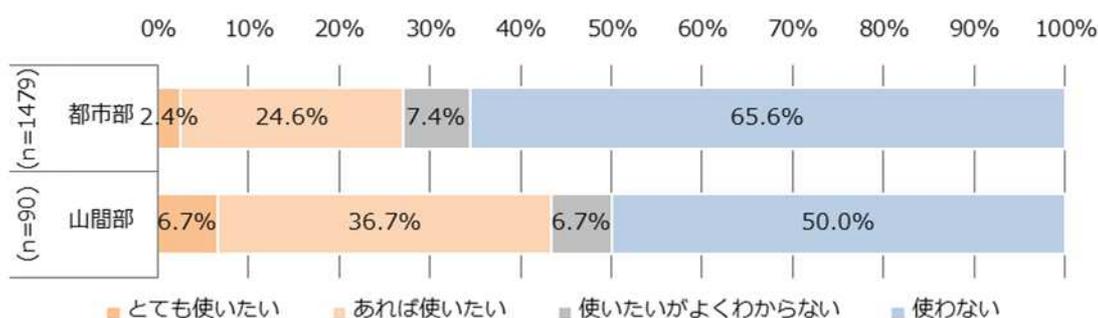
移動スーパーの利用について、「とても使いたい」の割合はすべての年代で5%を下回る。「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、29歳以下から60歳代までが約3割となる。

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）

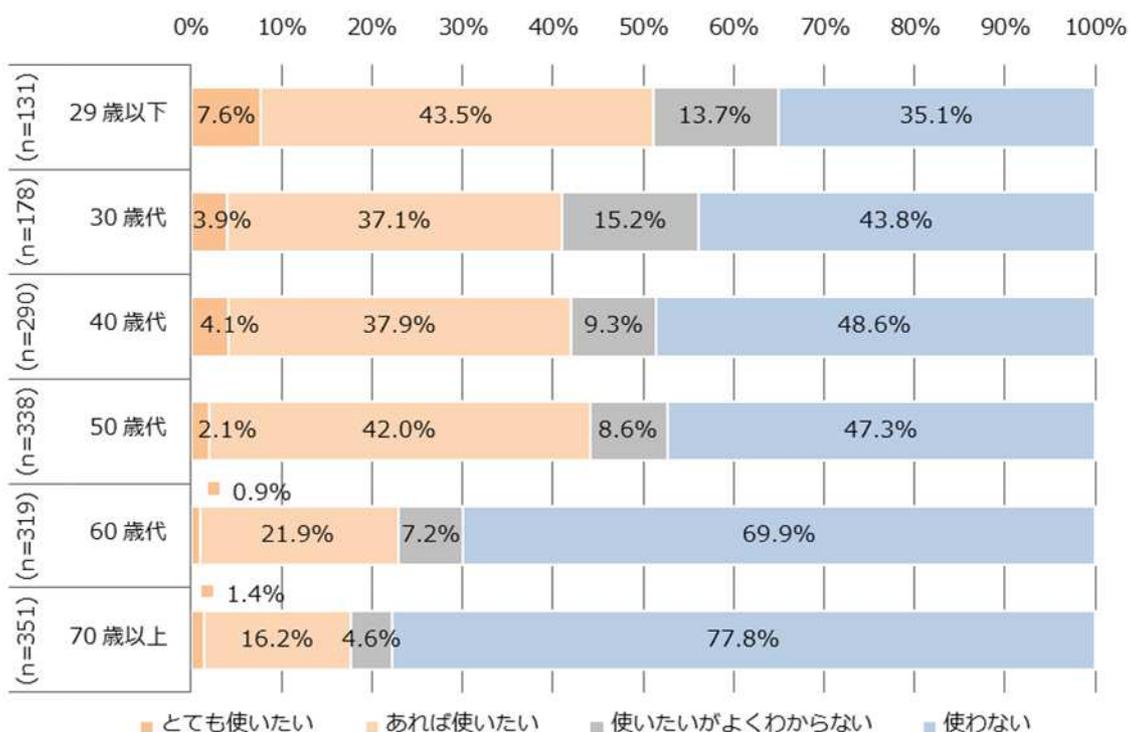
山間部で「とても使いたい」とする割合は6.7%となる。また、「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較して20ポイント近く上回り、4割を超える。店舗の少ない山間地域において、必要な購入ツールとなっている。



■年代別クロス集計結果（無人型店舗）

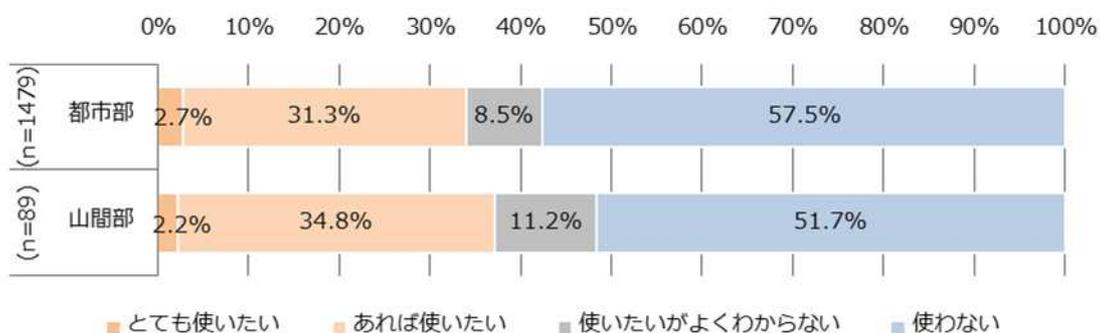
無人型店舗の利用について、「とても使いたい」の割合は、29歳以下が他の年代と比較して最も高くなるが7.6%にとどまり、すべての年代で10%を下回る。また、「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、29歳以下が約5割であり、他の年代を上回って高い。

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）

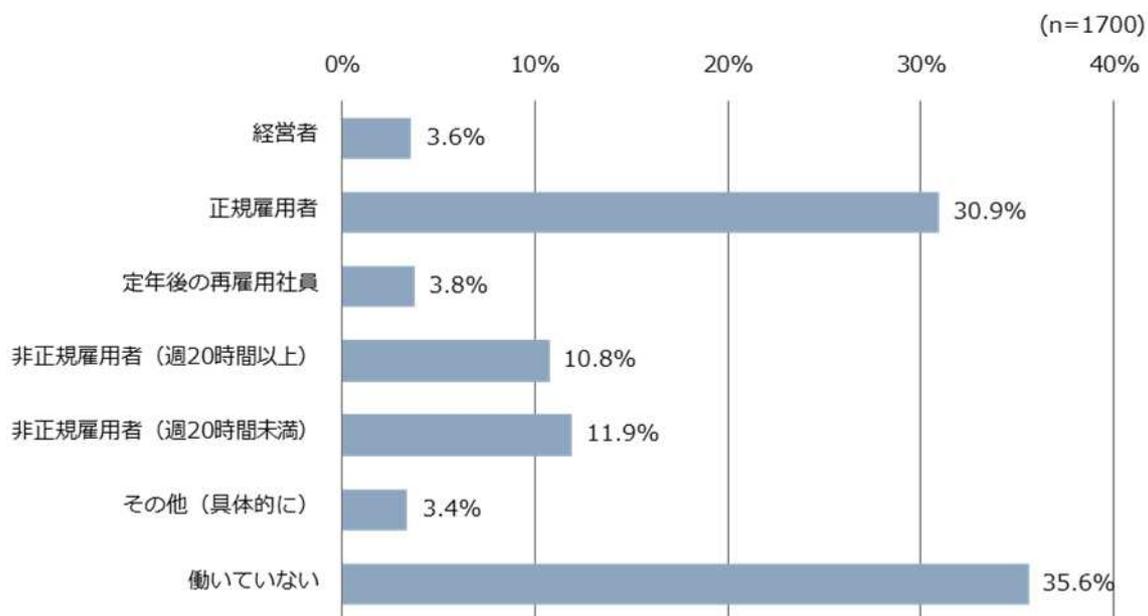
山間部の「とても使いたい」と「あれば使いたい」を合わせた割合は、都市部と比較してやや高い。店舗の少ない山間地域において、需要のある購入ツールとして成り得る可能性がある。



3 あなたの就労状況について

問17. 就業形態 (SA)

就業者では「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。



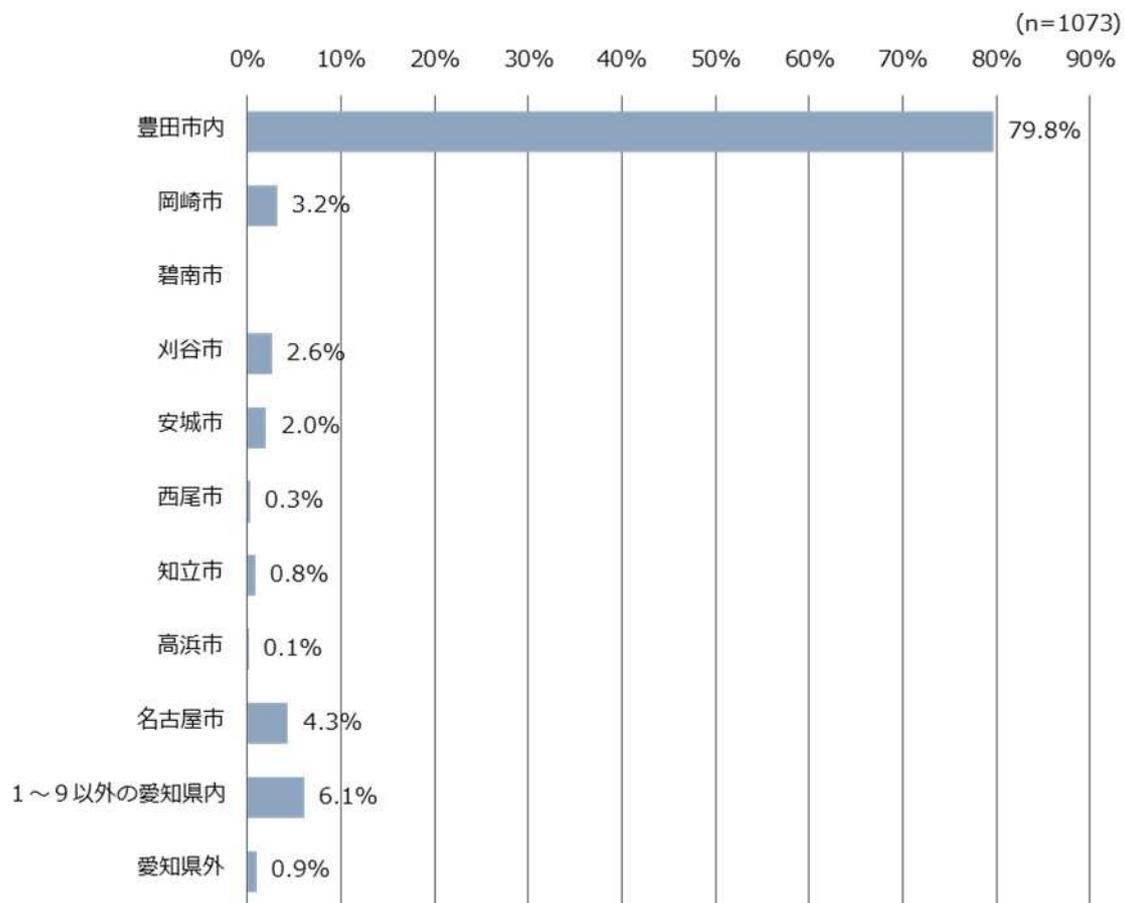
（その他の主な回答）

シルバー人材センター／フリーランス／個人事業主 等

※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)

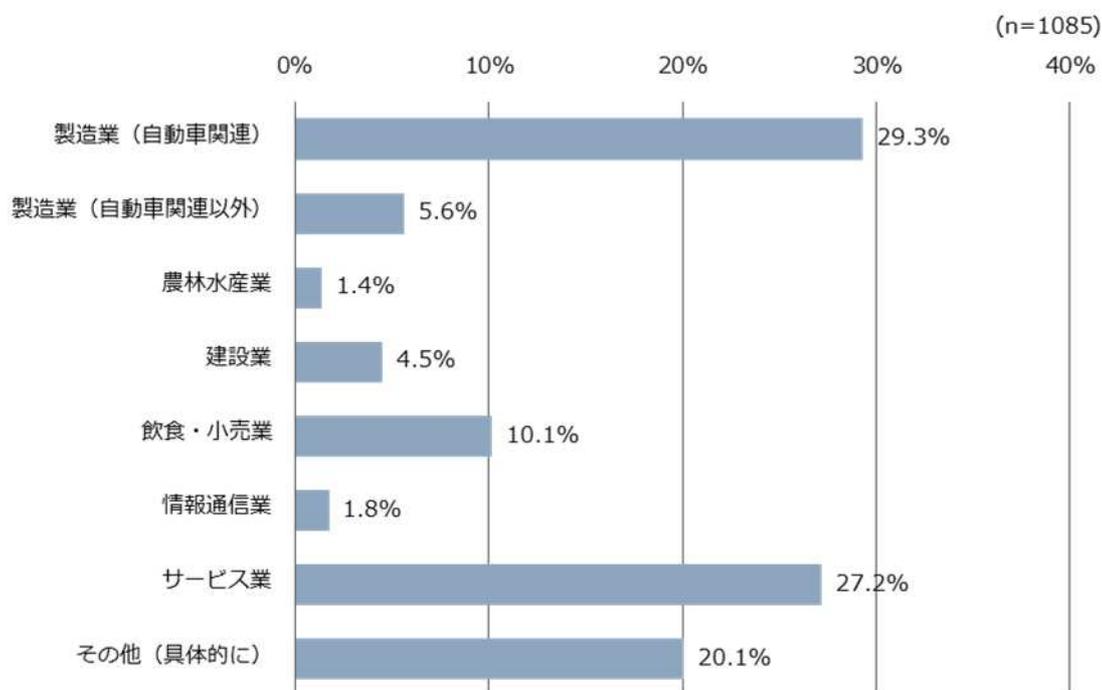
「豊田市内」の割合が最も高く 79.8%であり、ほとんどを占める。次いで、「1～9以外の愛知県内 (6.1%)」、「名古屋市 (4.3%)」である。



※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。



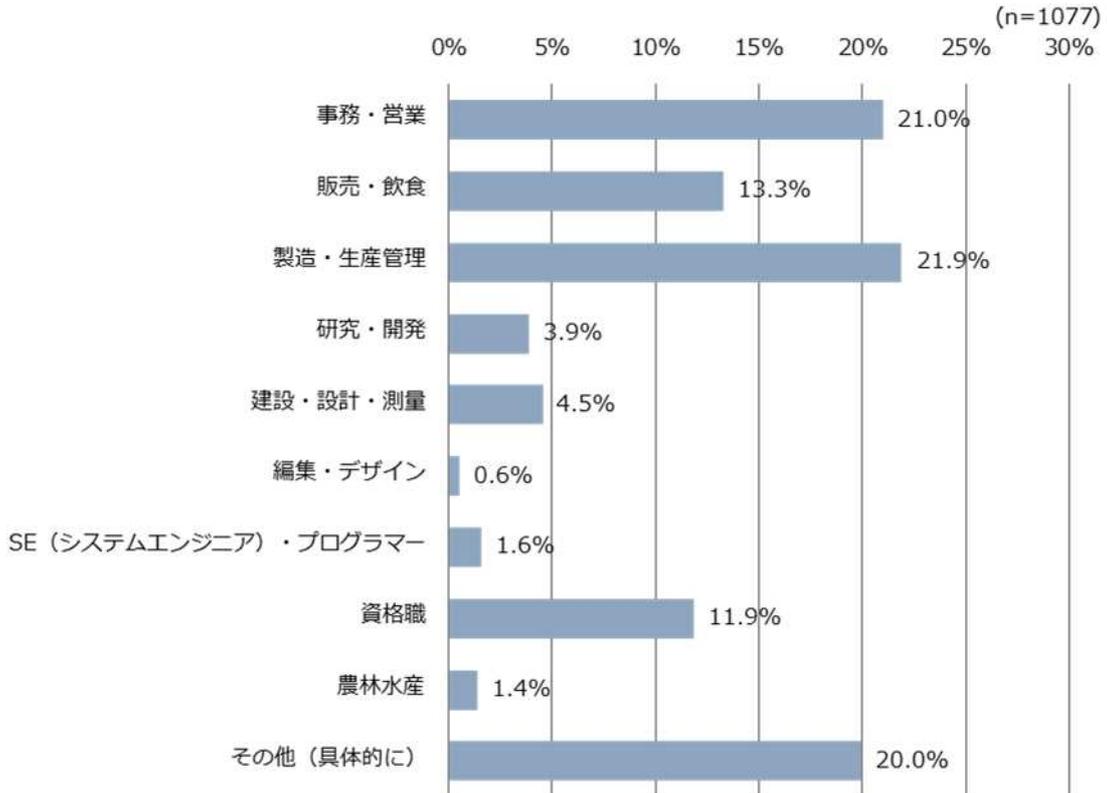
(その他の主な回答)

シルバー人材センター／フリーランス／個人事業主 等

※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。

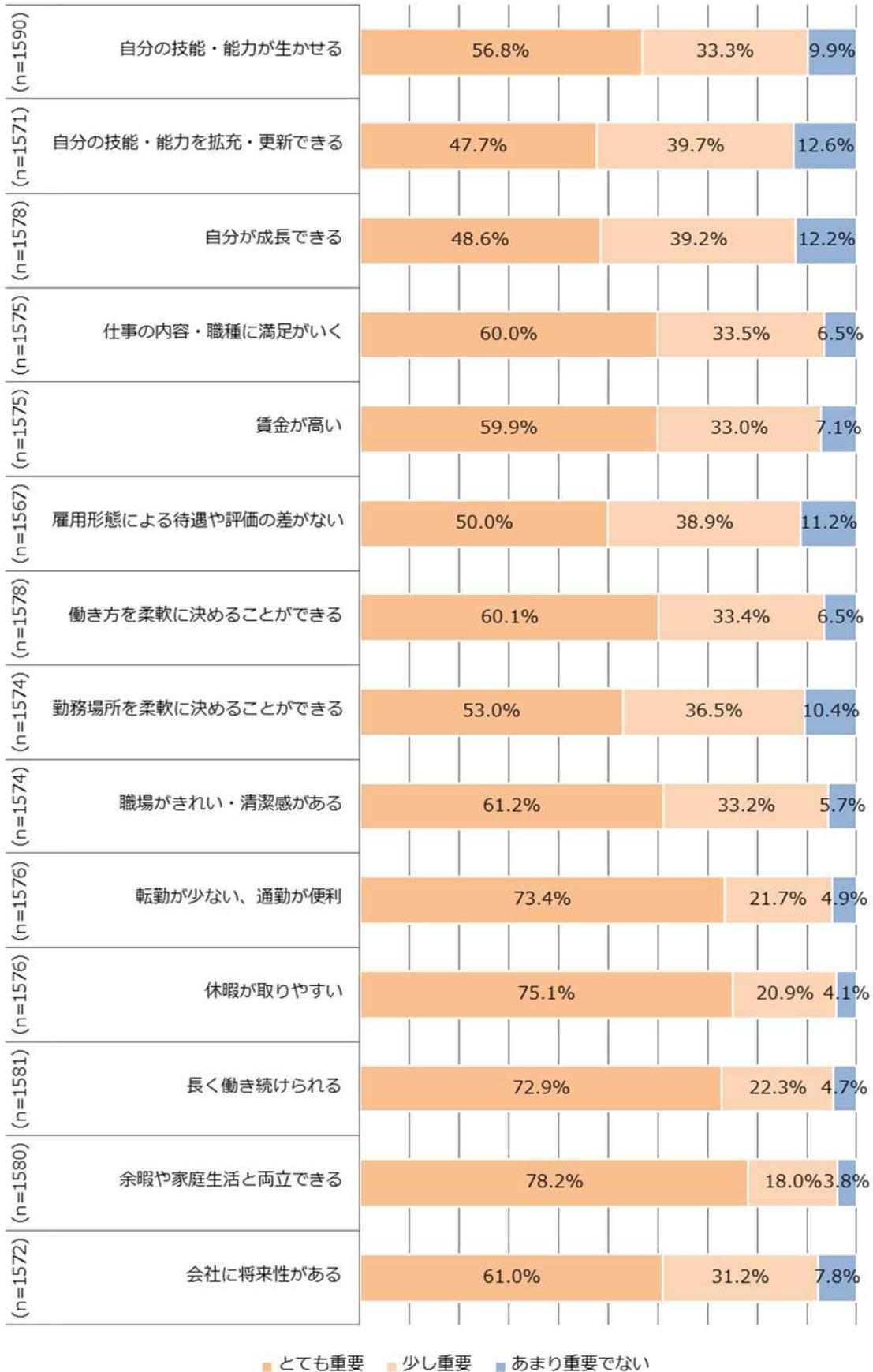


4 就労に対する考え方について

問21. 働くうえで重要だと思うこと (SA)

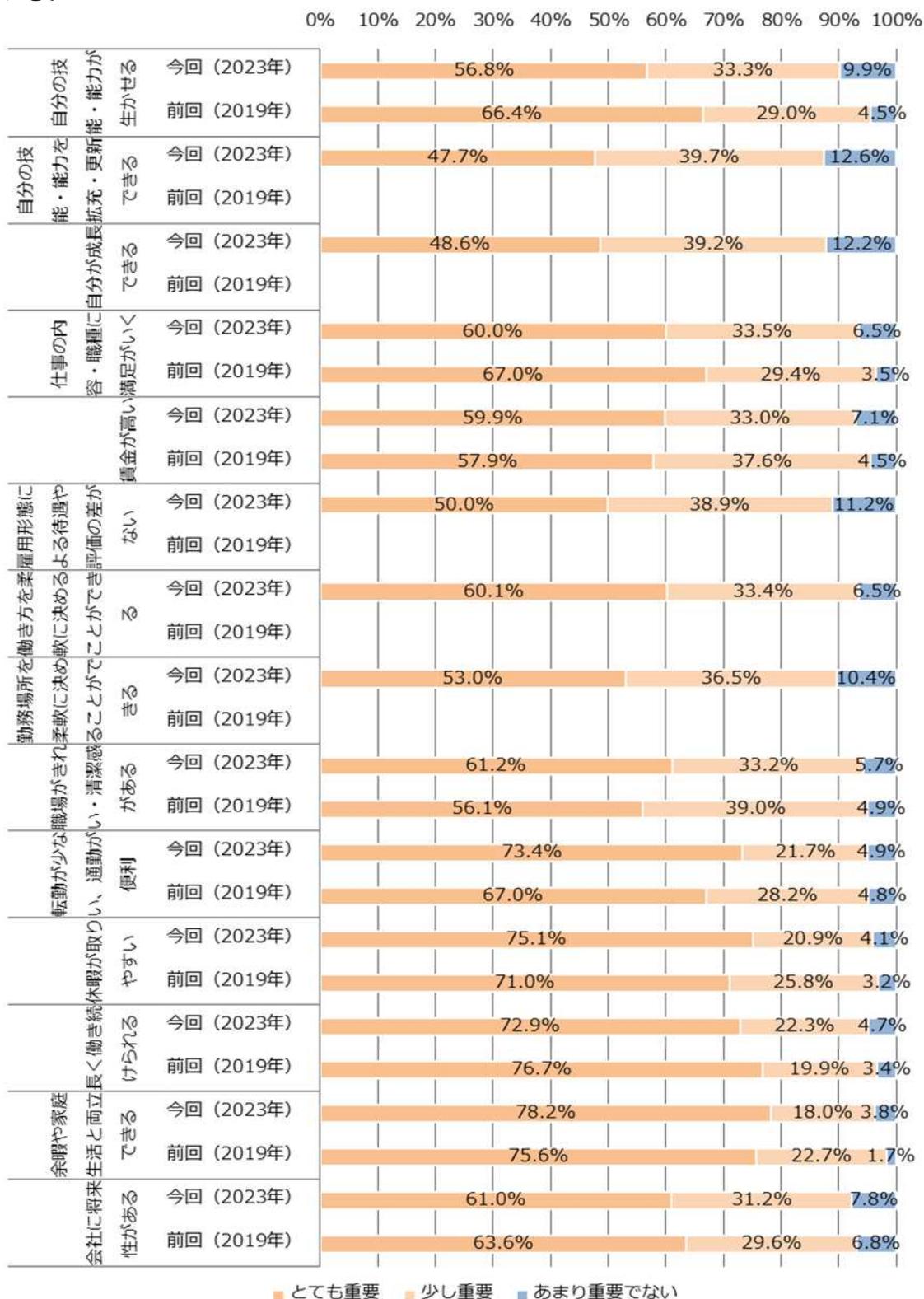
「とても重要」の割合が最も高いのは、「余暇や家庭生活と両立できる」の 78.2%である。また、「休暇が取りやすい (75.1%)」、「転勤が少ない、通勤が便利 (73.4%)」、「長く働き続けられる (72.9%)」が 7 割を超える。

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



<前回比較>

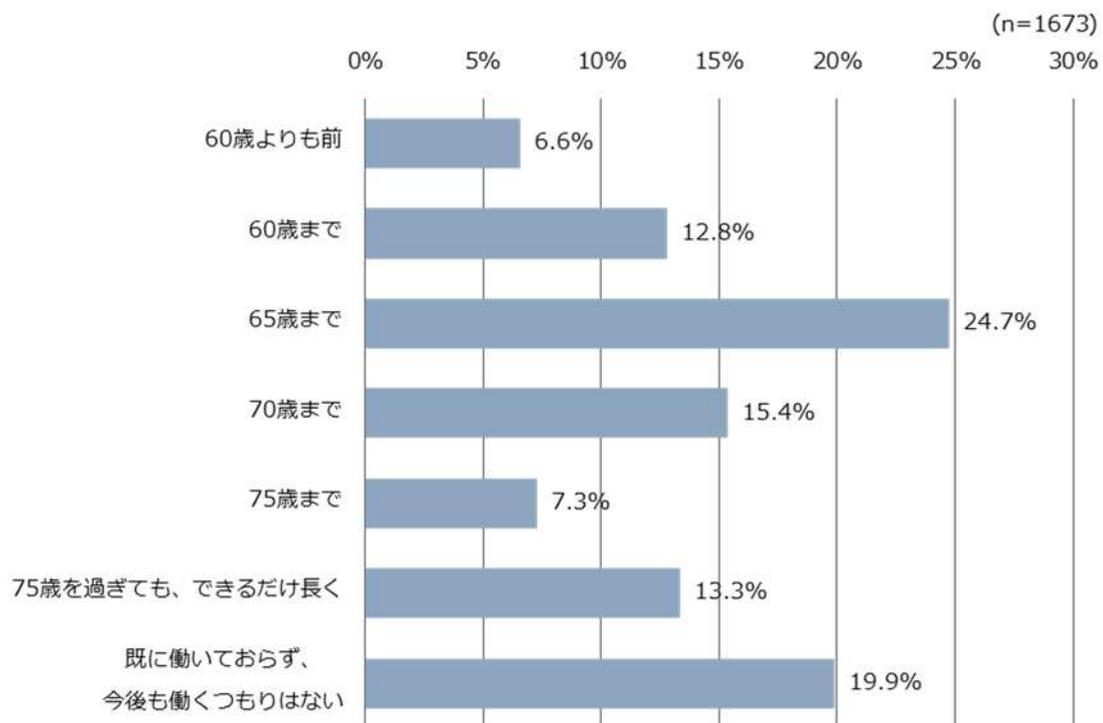
前回と比較して「とても重要」の割合が増加しているのは「職場がきれい・清潔感がある(5.1ポイント)」や「転勤がすくない、通勤が便利(6.4ポイント)」であり、働く場所が重要視されるようになっている。一方で、「とても重要」の割合が減少しているのは「自分の技能・能力が生かせる(9.6ポイント)」で、「仕事の内容・職種に満足がいく(7.0ポイント)」であり、仕事内容についてこだわりを持たない人が増えている。



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3割を超えている。

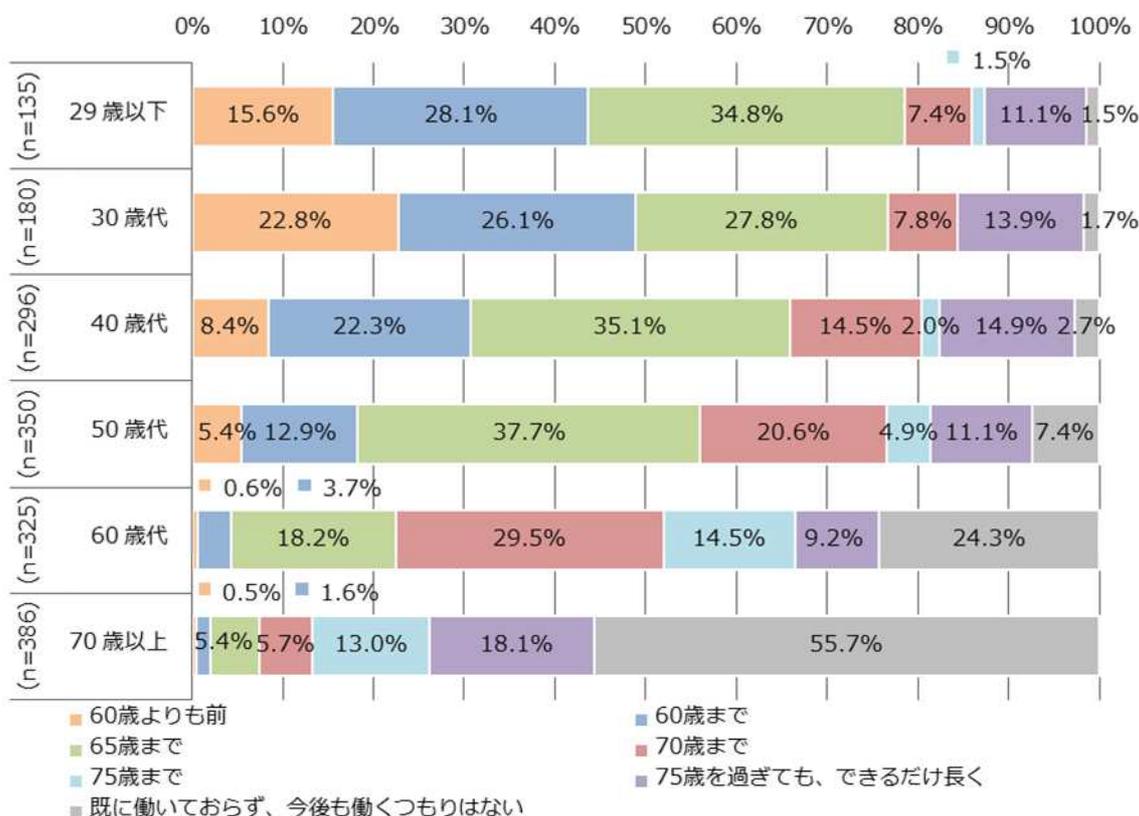


■年代別クロス集計結果

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。

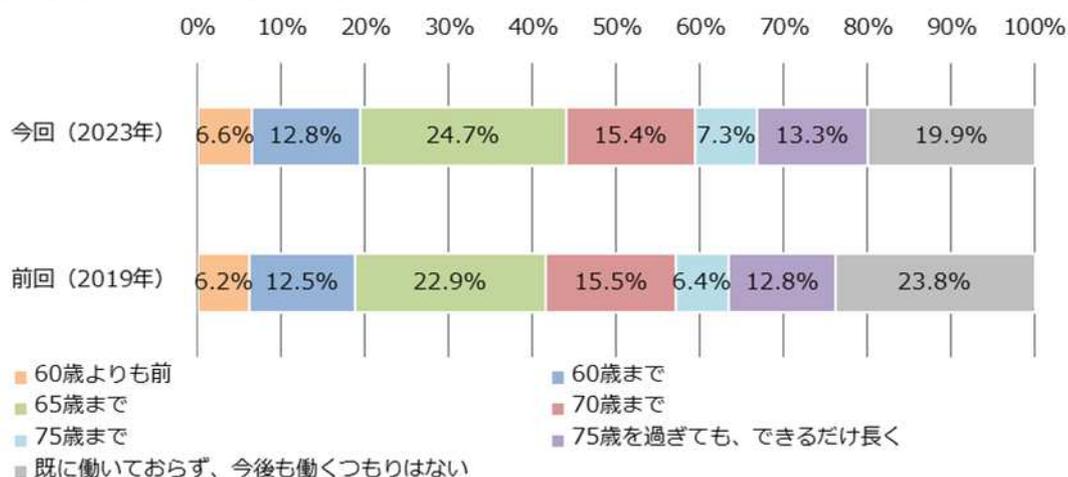
老後の生活資金や健康的理由、生きがい等、様々な理由が考えられるが、60代では65歳以降も働く必要性やイメージが形成されるため、労働の継続を望む割合が高まるものと推察される。

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。



<前回比較>

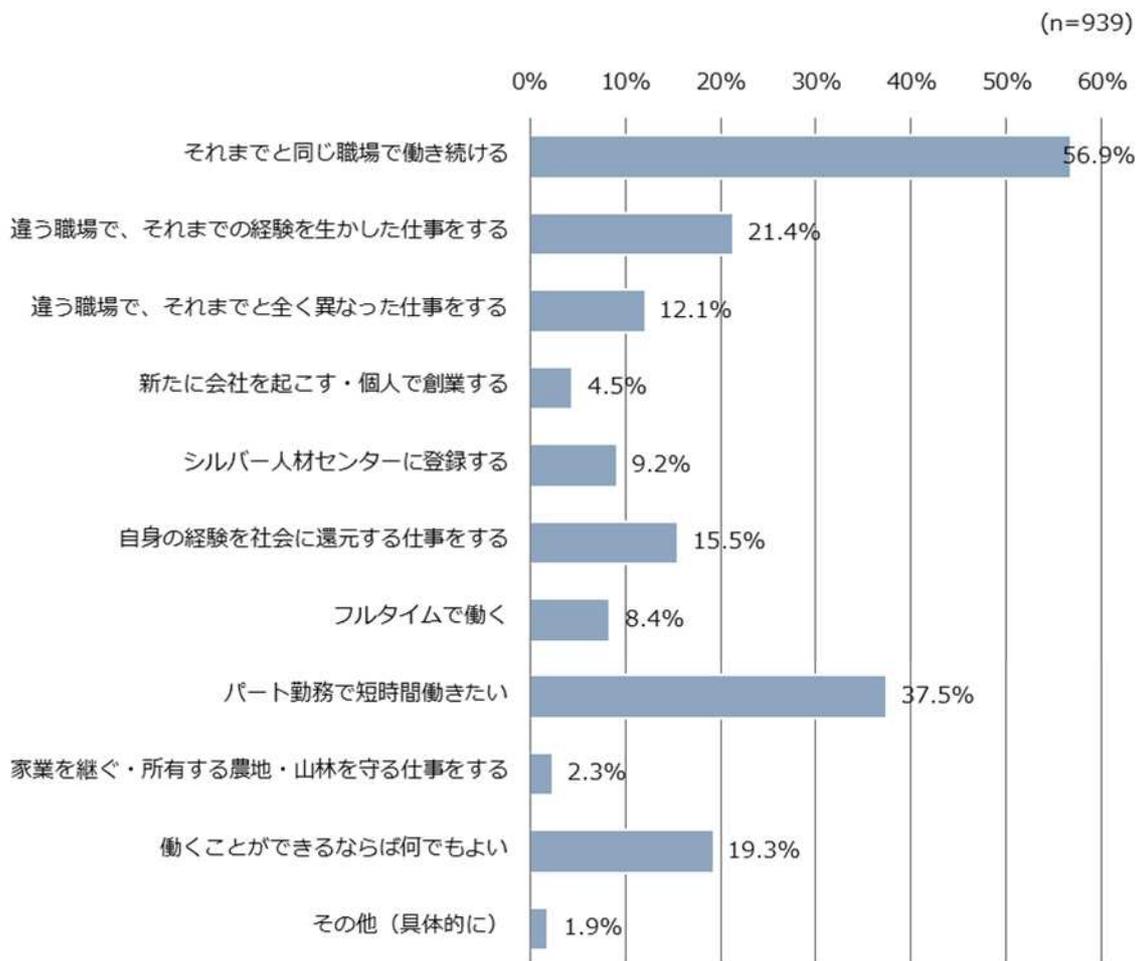
前回と比較して「既に働いておらず、今後も働くつもりはない」が3.9ポイント減少しており、すでに働いていない回答者が減っている。また、現時点で働いている回答者においても、前回よりも将来働きたいと考える年齢が全体的に伸びている。



※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。

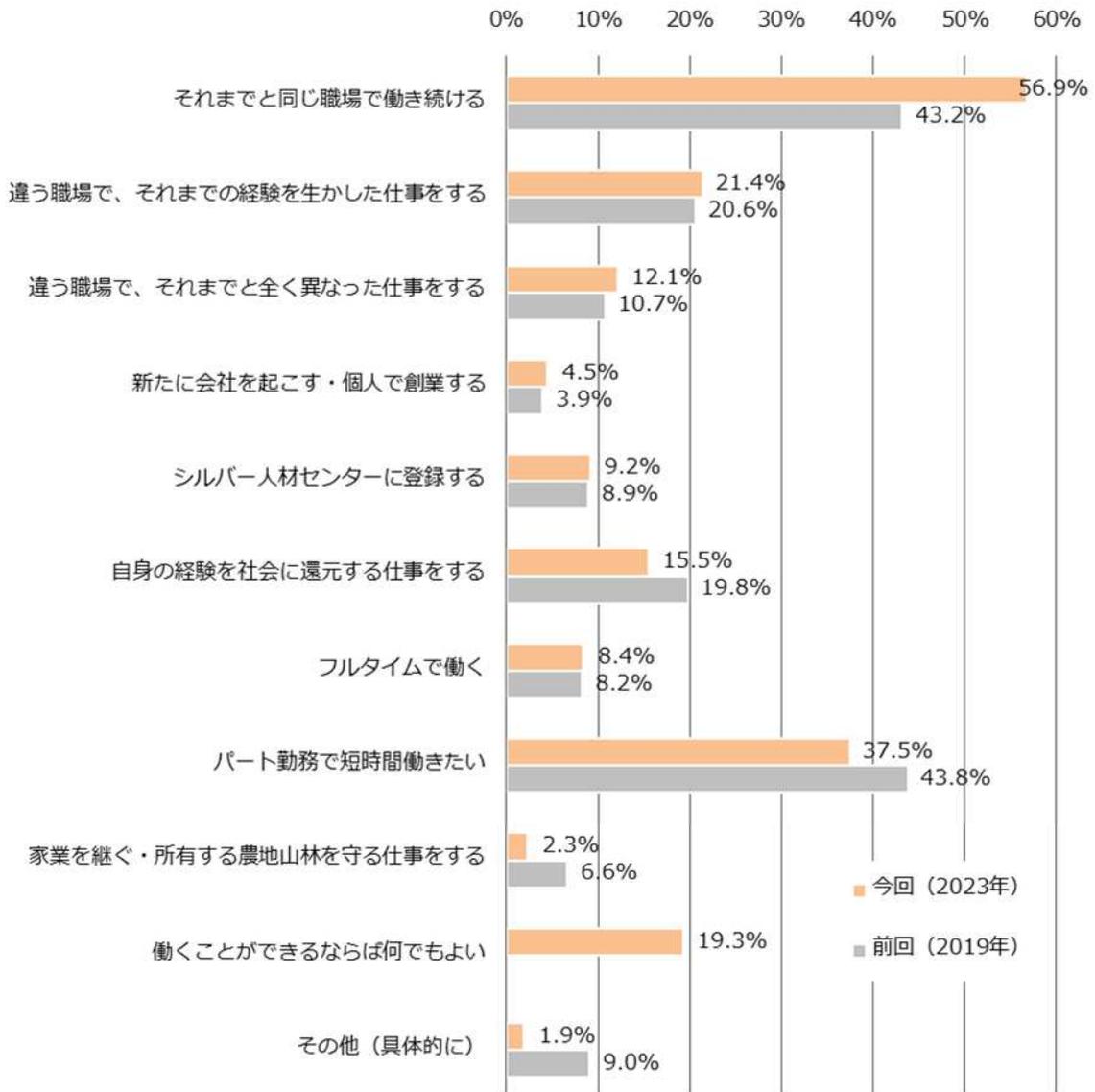


(その他の主な回答)

社会と繋がってられ、微力ながら地域に貢献できればいい／あまり時間で拘束されず、それまでの人生経験で社会に関われるような仕事があれば続けていたい

<前回比較>

前回と比較して「それまでと同じ職場で働き続ける」が 13.7 ポイント増加した一方で、「パート勤務で短時間働きたい」は 6.3 ポイント減少している。60 歳以上になった際もパート勤務ではなく、継続して働き続けたいという意向が強まっている。



問24. 起業に対する意向 (SA)

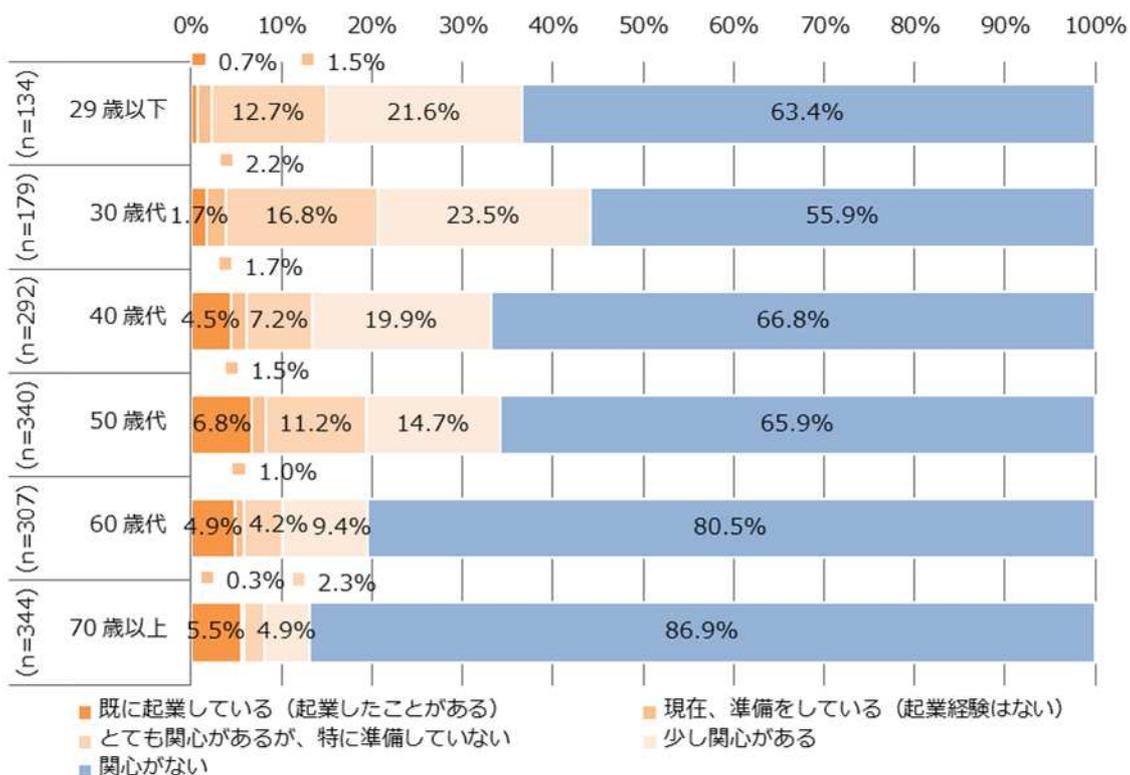
「関心がない」の割合が最も高く 72.1%である。

「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。



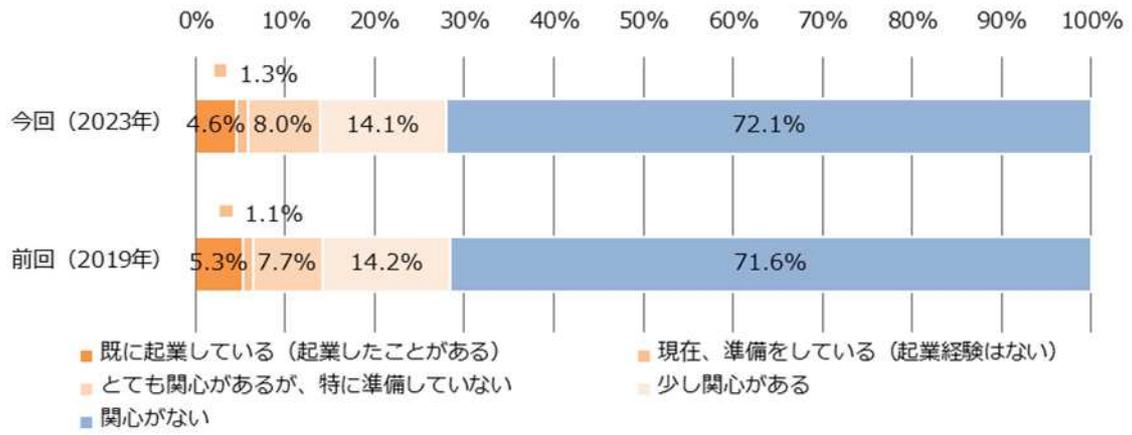
■年代別クロス集計結果

「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 3 割を超え、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。



<前回比較>

前回と比較して、起業に対する意向に大きな変化は見られない。

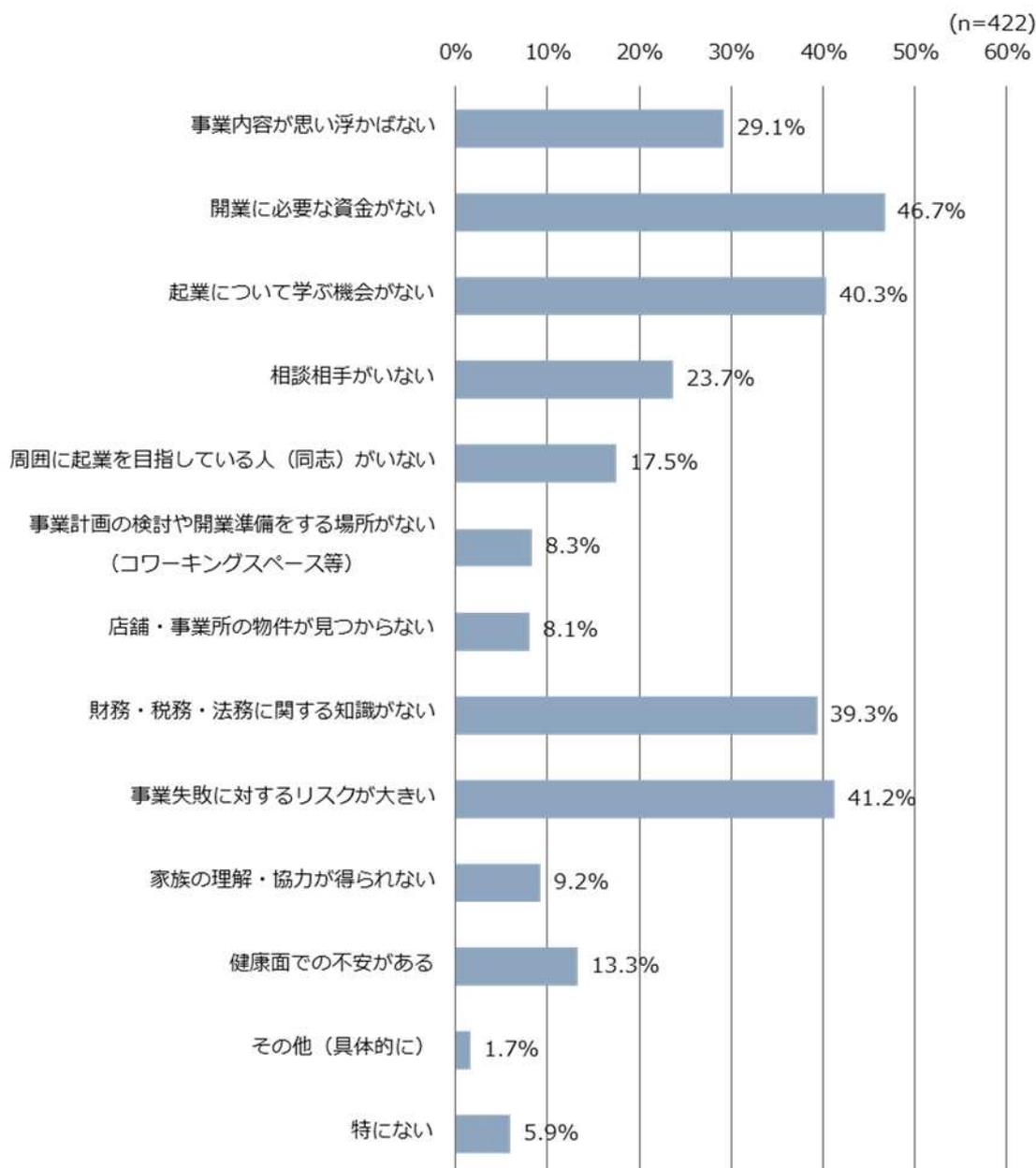


※問 24 で「既に起業している（起業したことがある）」～「少し関心がある」を選択した方への限定設問

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。



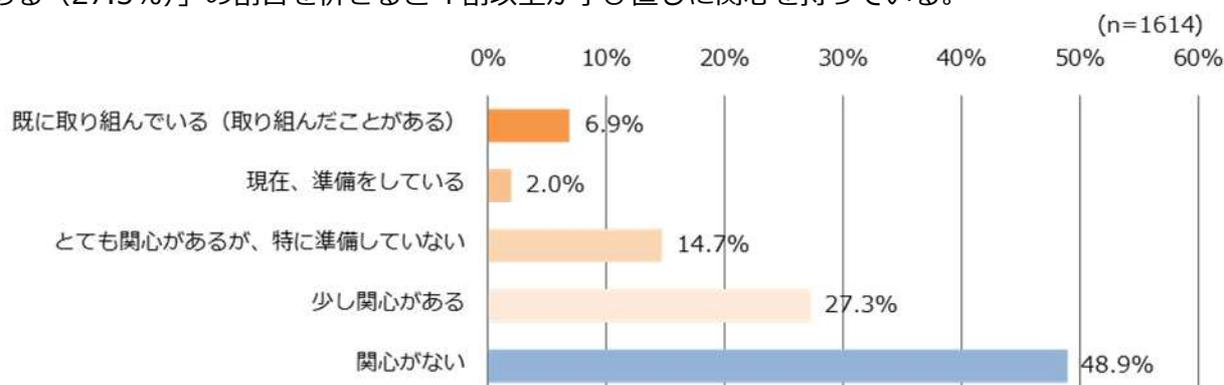
（その他の主な回答）

事業拠点の立地場所、ランニングコスト、通信インフラのバランスがとれた物件がなかなか無い

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。

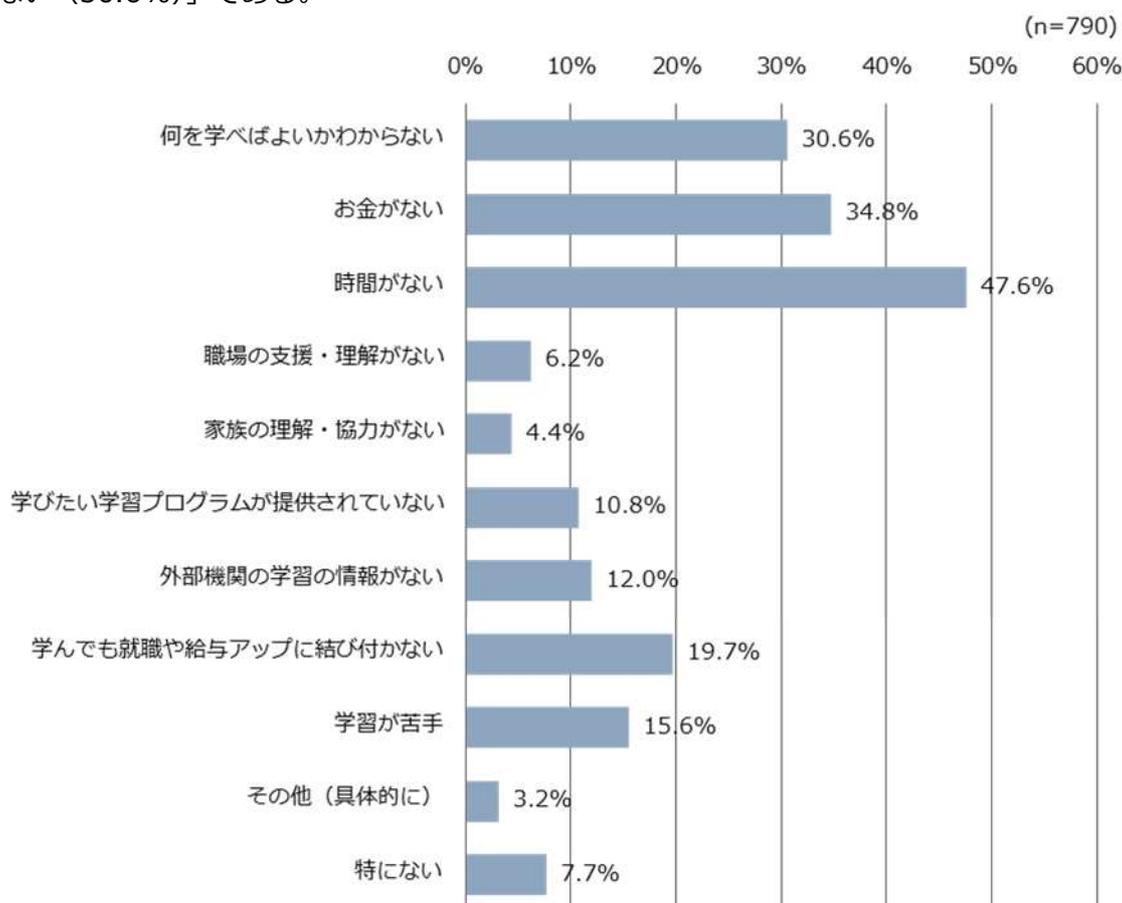
「現在、準備をしている (2.0%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (14.7%)」、「少し関心がある (27.3%)」の割合を併せると 4 割以上が学び直しに関心を持っている。



※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%)」、「何を学ばよいか分からない (30.6%)」である。



(その他の主な回答)

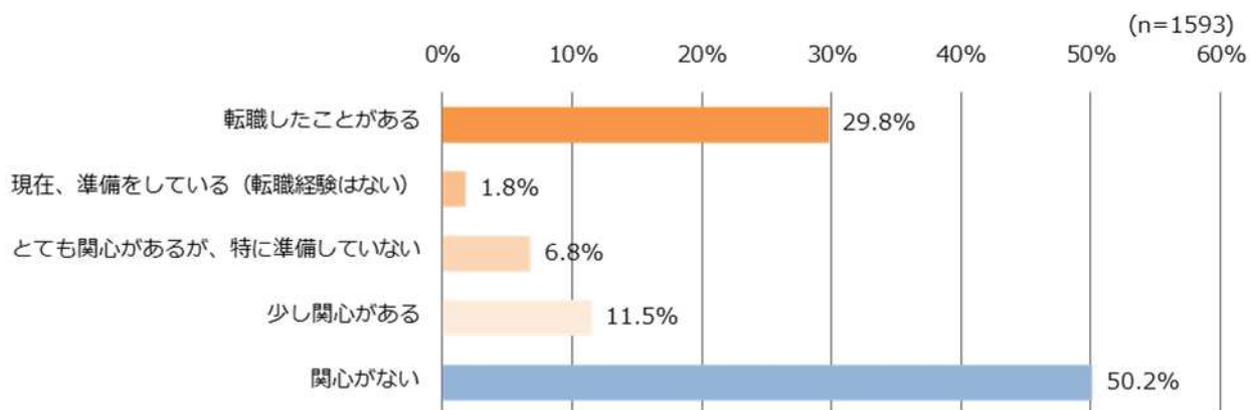
何から始めたらいいのかわからない/年齢的にもう遅い/まだ早い/両親の介護があり時間不足 等

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。

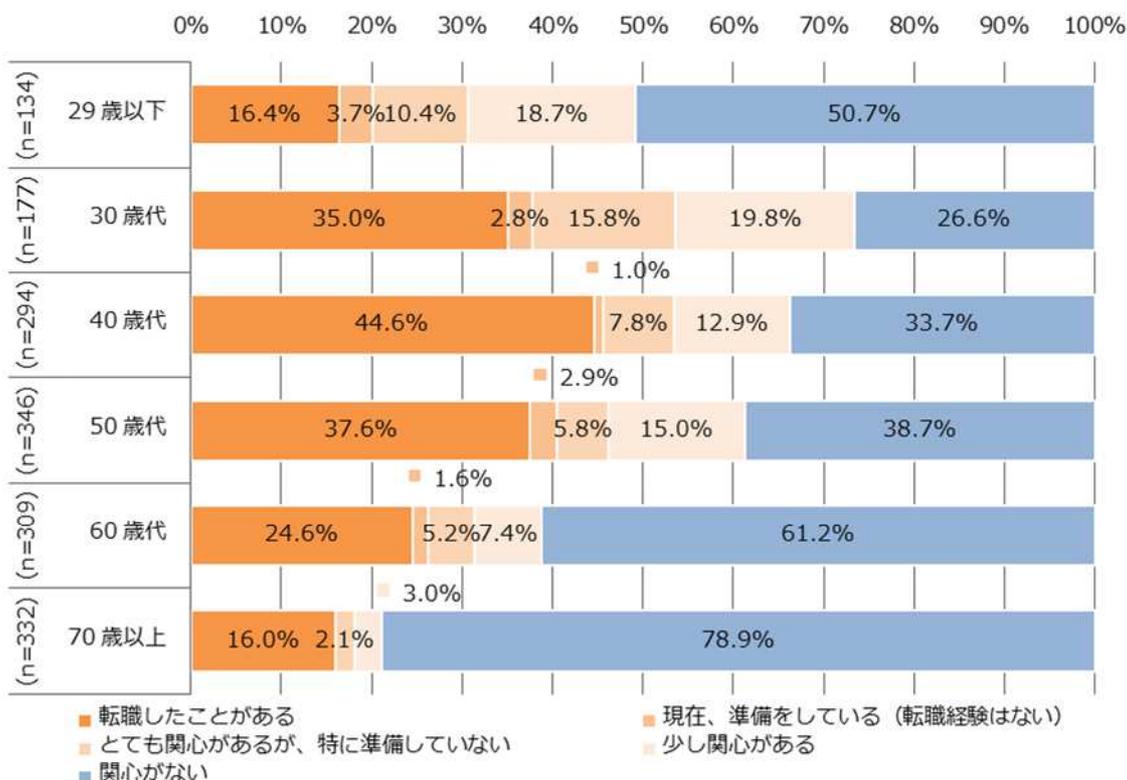
「現在、準備をしている (1.8%)」、「とても関心があるが、特に準備していない (6.8%)」、「少し関心がある (11.5%)」の割合を併せると約 2 割が転職・再就職に関心を持っている。また、僅かではあるものの、転職・再就職よりも起業への関心の割合が高い。

なお、「転職したことがある」割合は 29.8%となった。



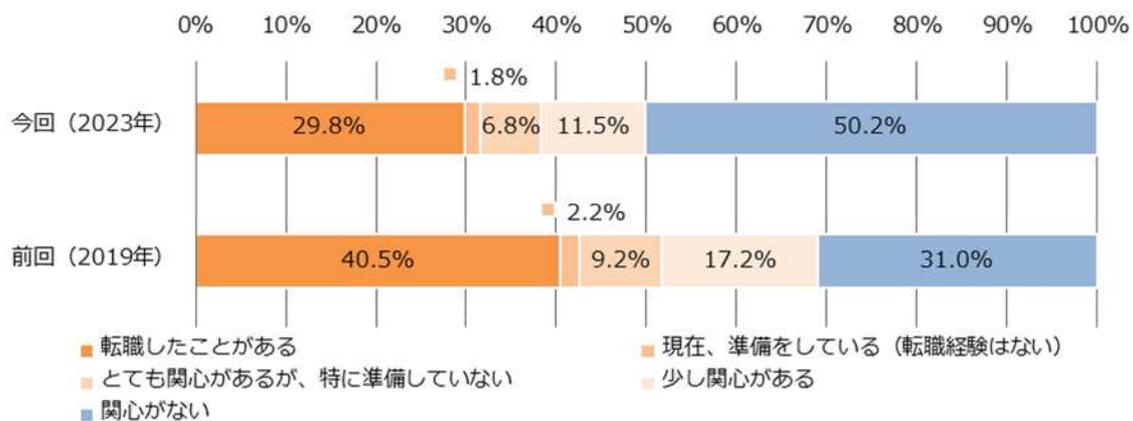
■ 年代別クロス集計結果

「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 4 割に近い。また、29 歳以下でも 3 割以上が関心を持っている。



<前回比較>

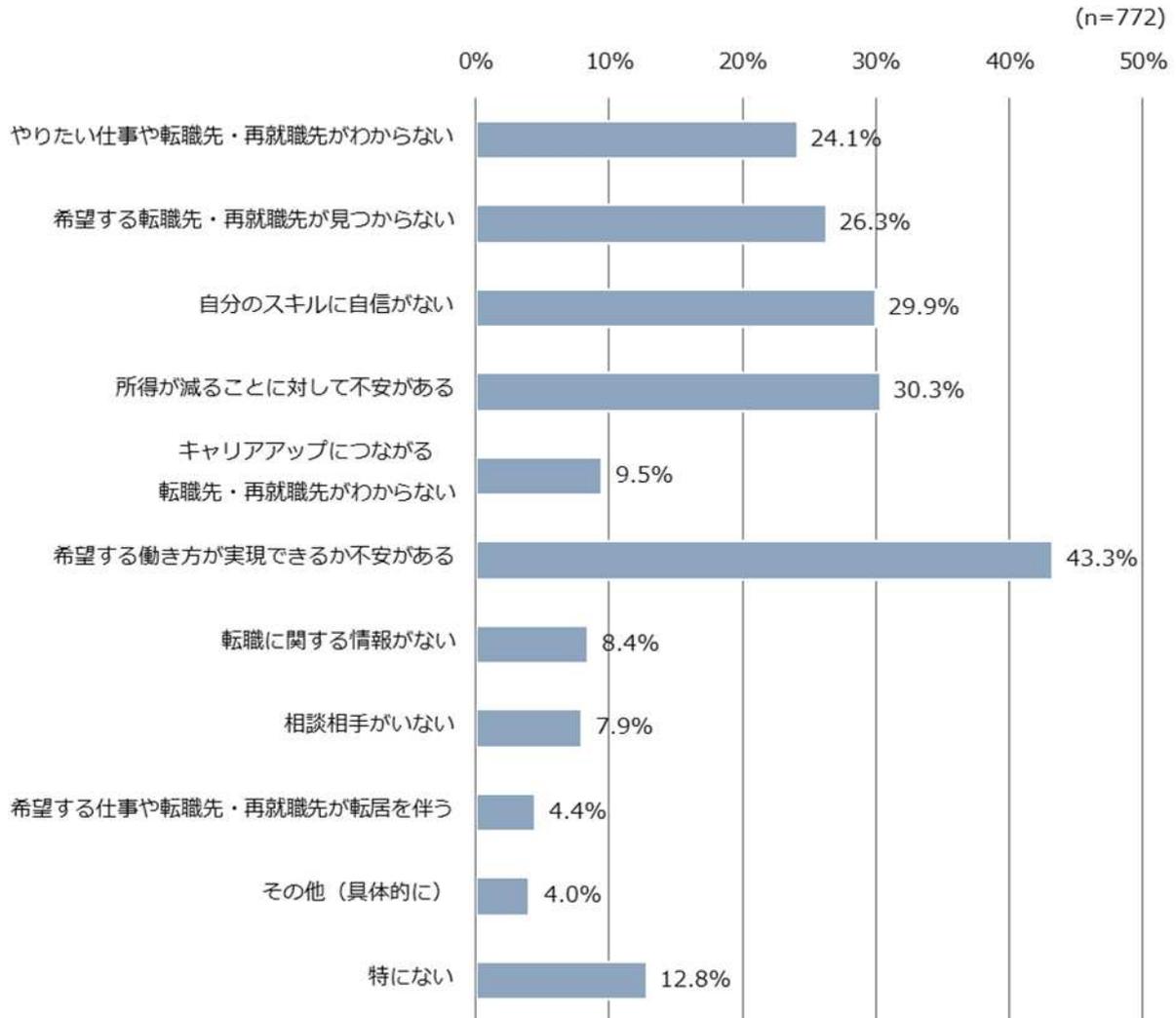
前回と比較して、「転職したことがある」で 10.7 ポイント、「少し関心がある」で 5.7 ポイント減少している一方で、「関心がない」が 19.2 ポイント増加しており、転職に対する意向はやや沈静化している。



※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。



(その他の主な回答)

仕事内容の前に人間関係が難しい (グループができていて、打ち解けにくい) / 理想と現実がかけ離れている / 自分の精神が今の仕事に追いつかず、また探す気力にも結びつかない

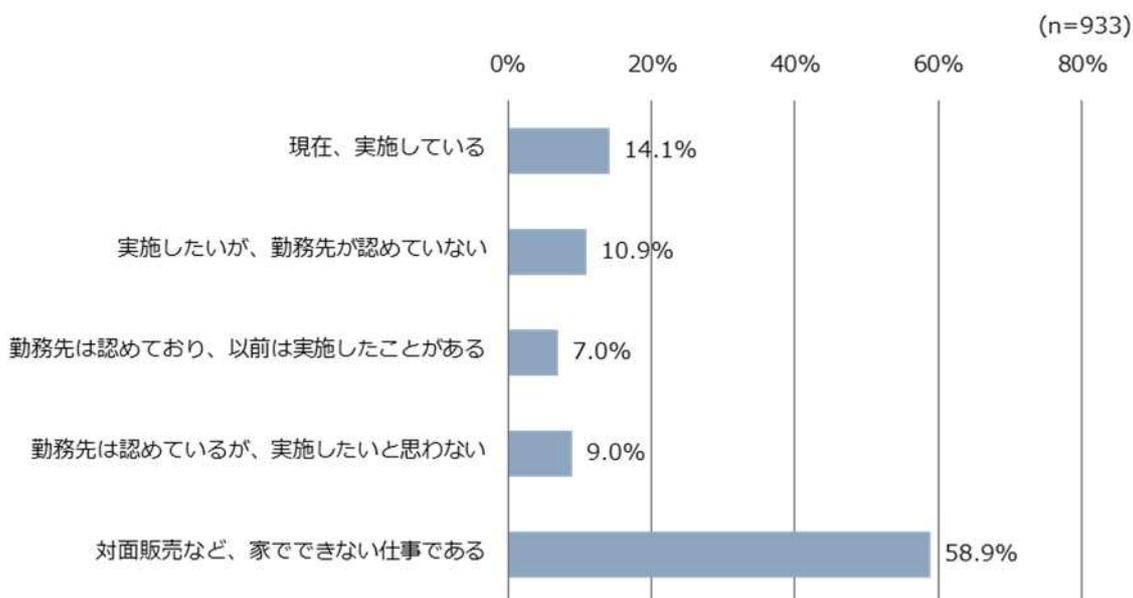
5 多様な働き方について

※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）

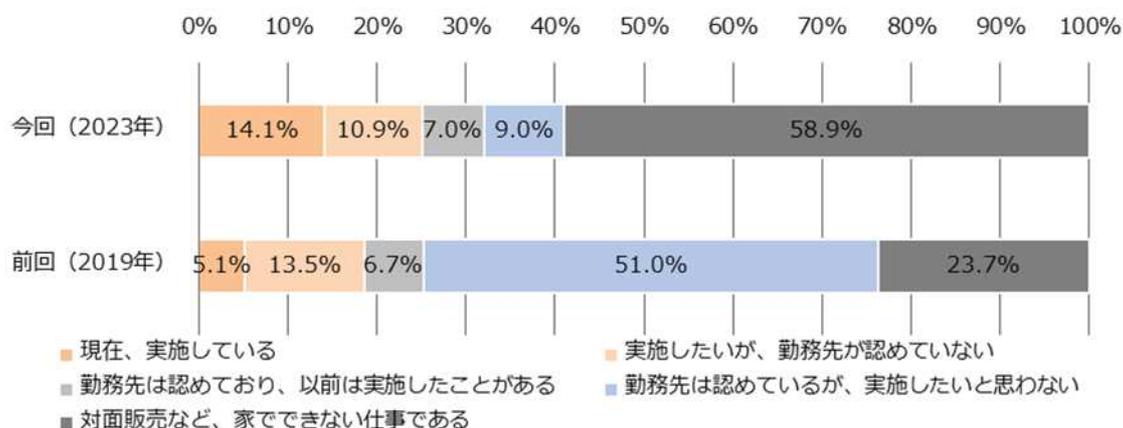
「対面販売など、家でできない仕事である」の割合が最も高く 58.9%である。次いで、「現在、実施している（14.1%）」、「実施したいが、勤務先が認めていない（10.9%）」である。

「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 7 割以上で実施が認められている。



<前回比較>

前回と比較して、「現在、実施している」で 9.0 ポイント、「対面販売など、家でできない仕事である」で 25.2 ポイント増加している一方で、「勤務先は認めているが、実施したいと思わない」は 42.0 ポイント減少している。前回調査時以降、在宅勤務やテレワークできる職場が増えているが、コロナ禍に在宅勤務やテレワークを経験し、適する仕事と適さない仕事の分類が明確になったのではないかと推測される。

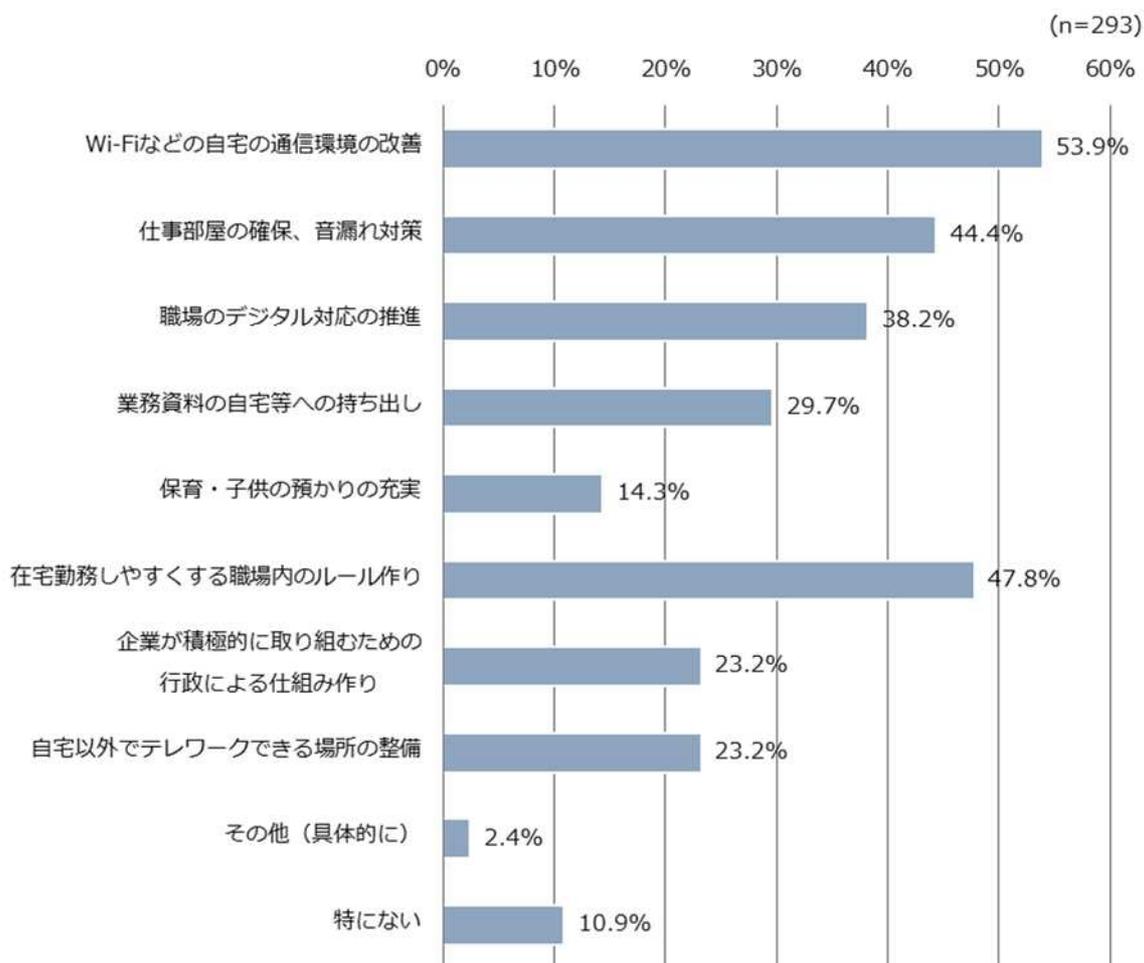


※問 30 で「現在、実施している」～「勤務先は認めており、以前は実施したことがある」を選択した方への限定設問

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。



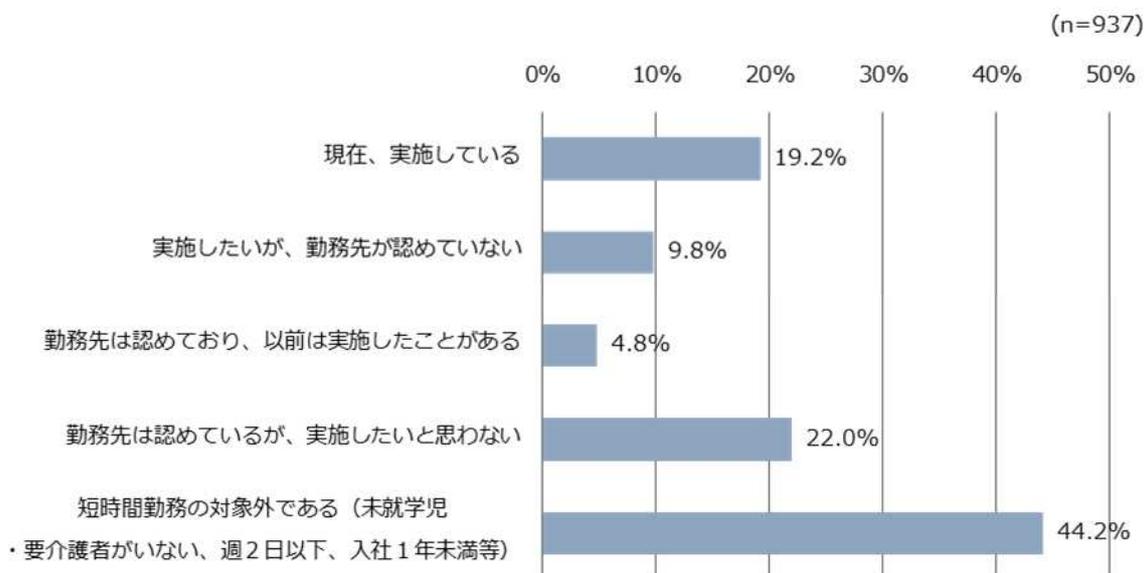
(その他の主な回答)

光熱費の支給／仕事と家庭の線引きが難しい。親の世話や家のことが気になり集中できない。

問32. 短時間勤務に対する意向 (SA)

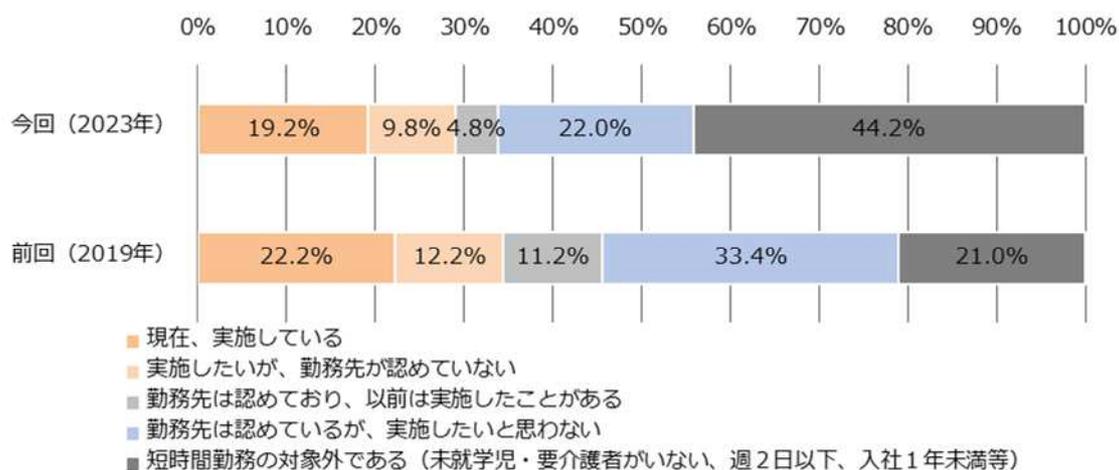
「短時間勤務の対象外である（未就学児・要介護者がいない、週2日以下、入社1年未満等）」の割合が最も高く 44.2%である。次いで、「勤務先は認めているが、実施したいと思わない（22.0%）」、「現在、実施している（19.2%）」である。

「現在、実施している」をはじめ短時間勤務が認められている勤務者は5割弱であり、実施可能な仕事のうち大半で導入されている。



<前回比較>

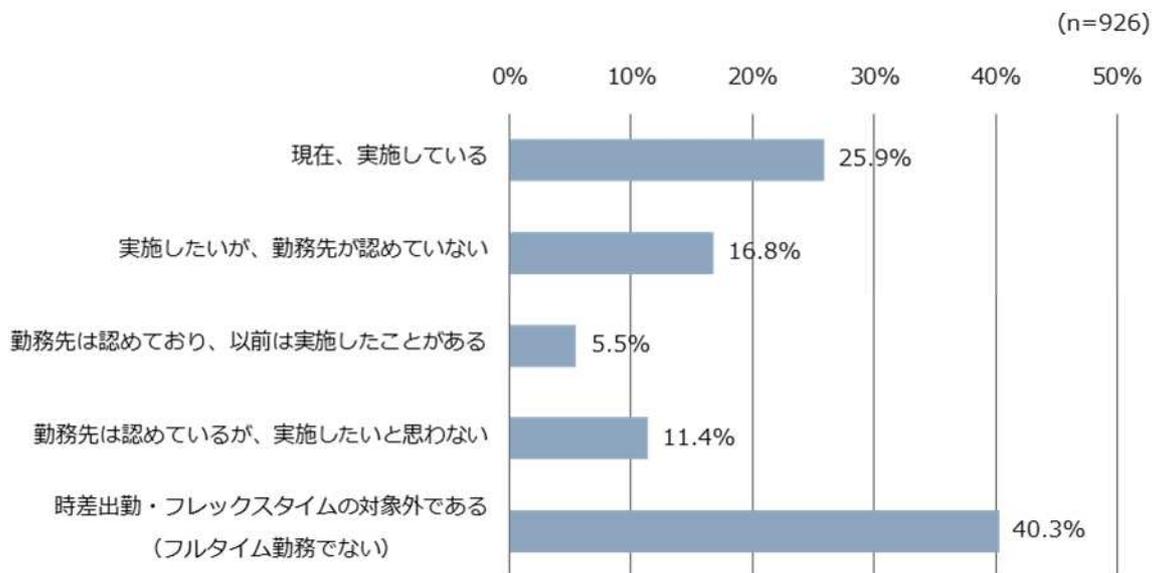
前回と比較して、「勤務先は認めているが、実施したいと思わない」が 11.4 ポイント減った一方で、「短時間勤務の対象外である（未就学児・要介護者がいない、週2日以下、入社1年未満等）」が 23.2 ポイント増加している、



問33. 時差出勤・フレックスタイムに対する意向 (SA)

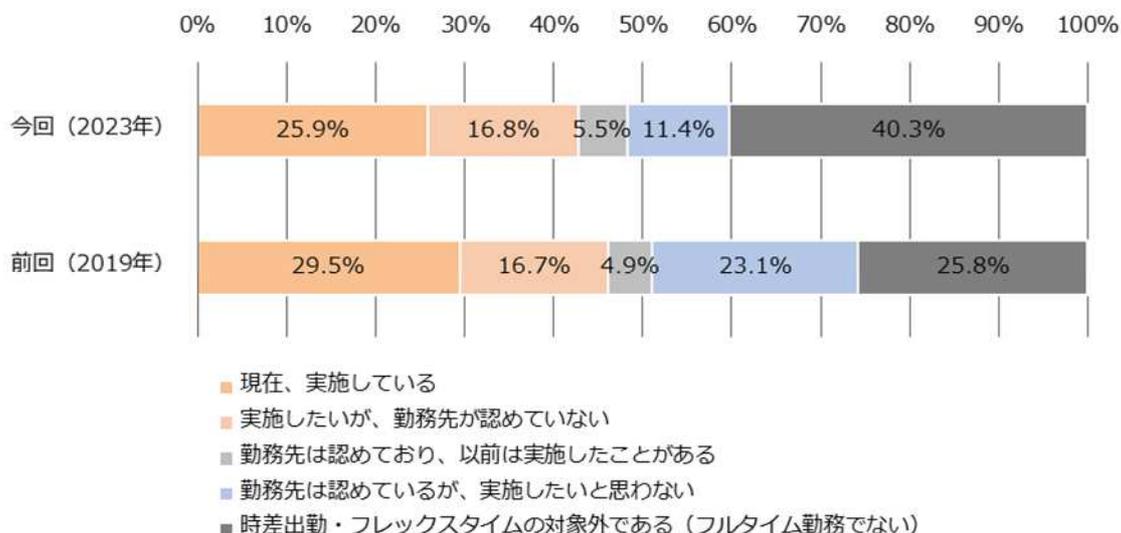
「時差出勤・フレックスタイムの対象外である（フルタイム勤務でない）」の割合が最も高く 40.3%である。次いで、「現在、実施している（25.9%）」、「実施したいが、勤務先が認めていない（16.8%）」である。

「現在、実施している」をはじめ時差出勤・フレックスタイムが認められている勤務者は4割を超えているが、実施可能な仕事のうち2/3以上で導入されている。



<前回比較>

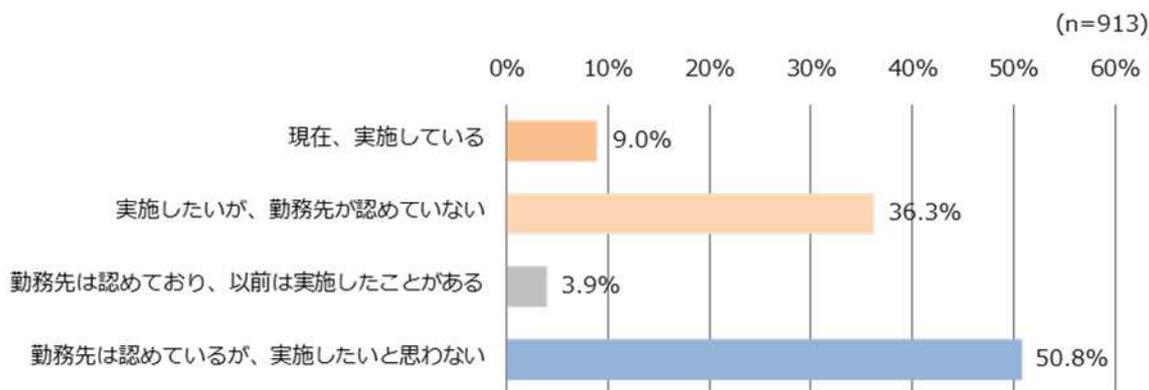
前回と比較して、「勤務先は認めているが、実施したいと思わない」が11.7ポイント減った一方で、「時差出勤・フレックスタイムの対象外である（フルタイム勤務ではない）」が14.5ポイント増えている。



問34. 副業・兼業に対する意向 (SA)

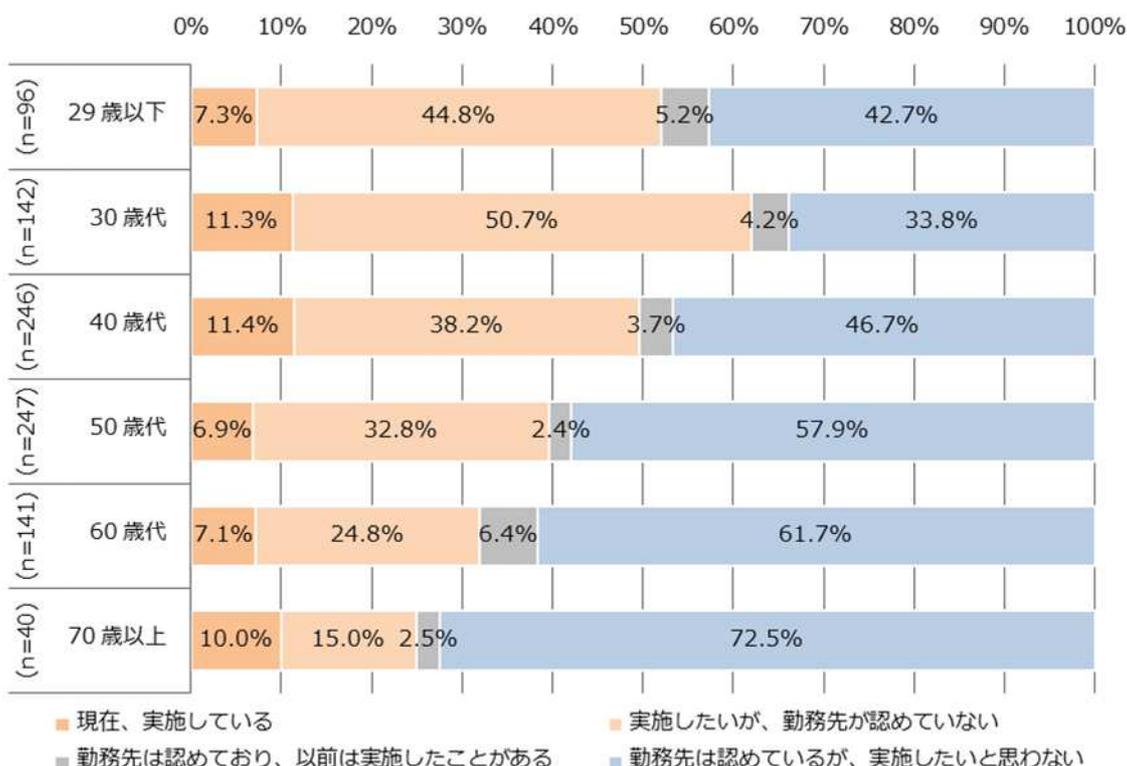
「勤務先は認めているが、実施したいと思わない」の割合が最も高く 50.8%である。次いで、「実施したいが、勤務先が認めていない (36.3%)」、「現在、実施している (9.0%)」である。

「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6割を超えている。



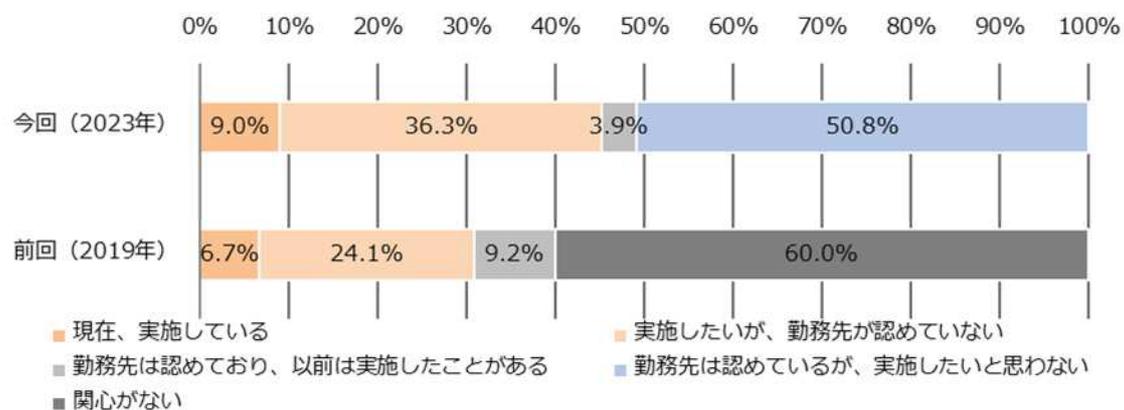
■年代別クロス集計結果

「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。



<前回比較>

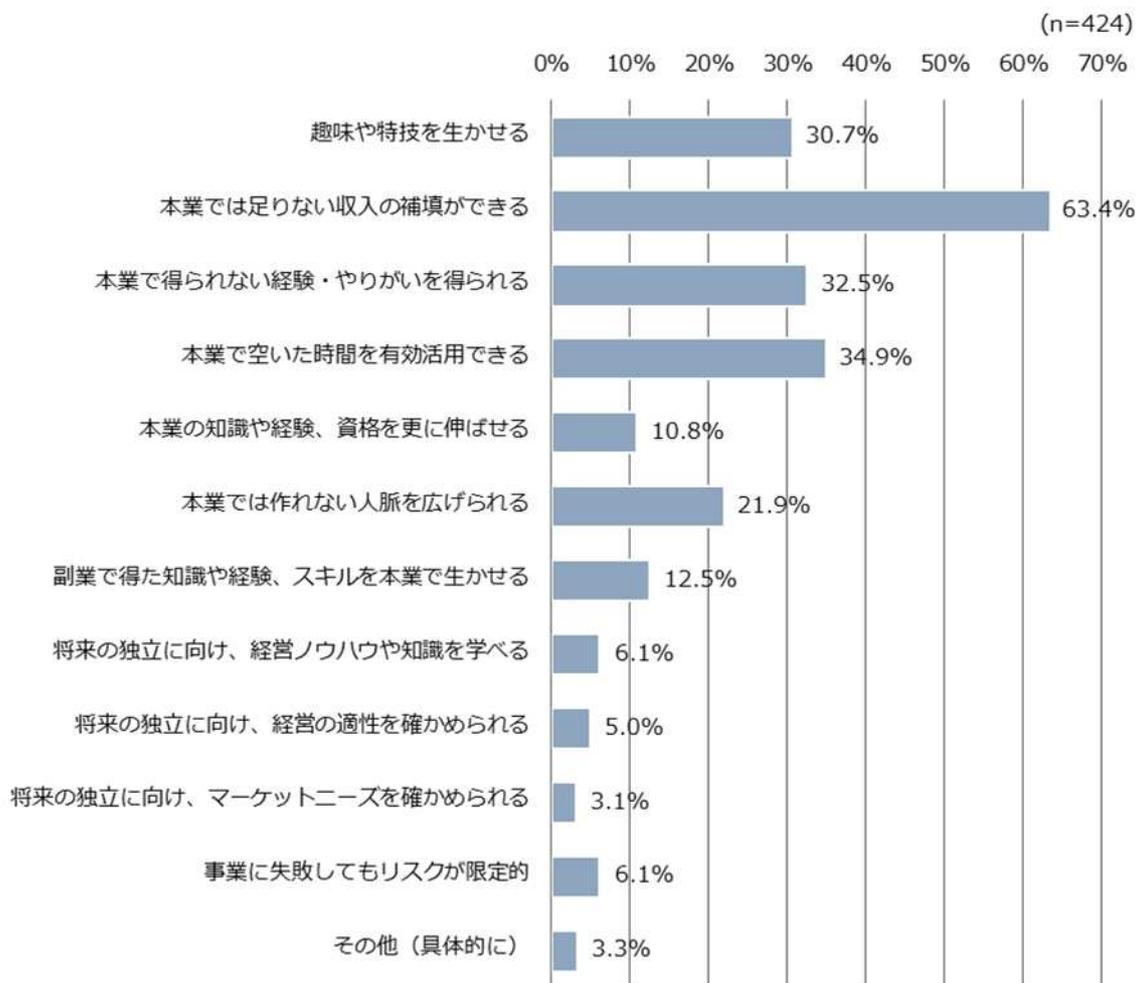
前回と比較して、「現在、実施している」が2.3ポイント、「実施したいが、勤務先が認めていない」が12.2ポイント増加しており、副業・兼業の実施や意向は高まってきている。



※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。

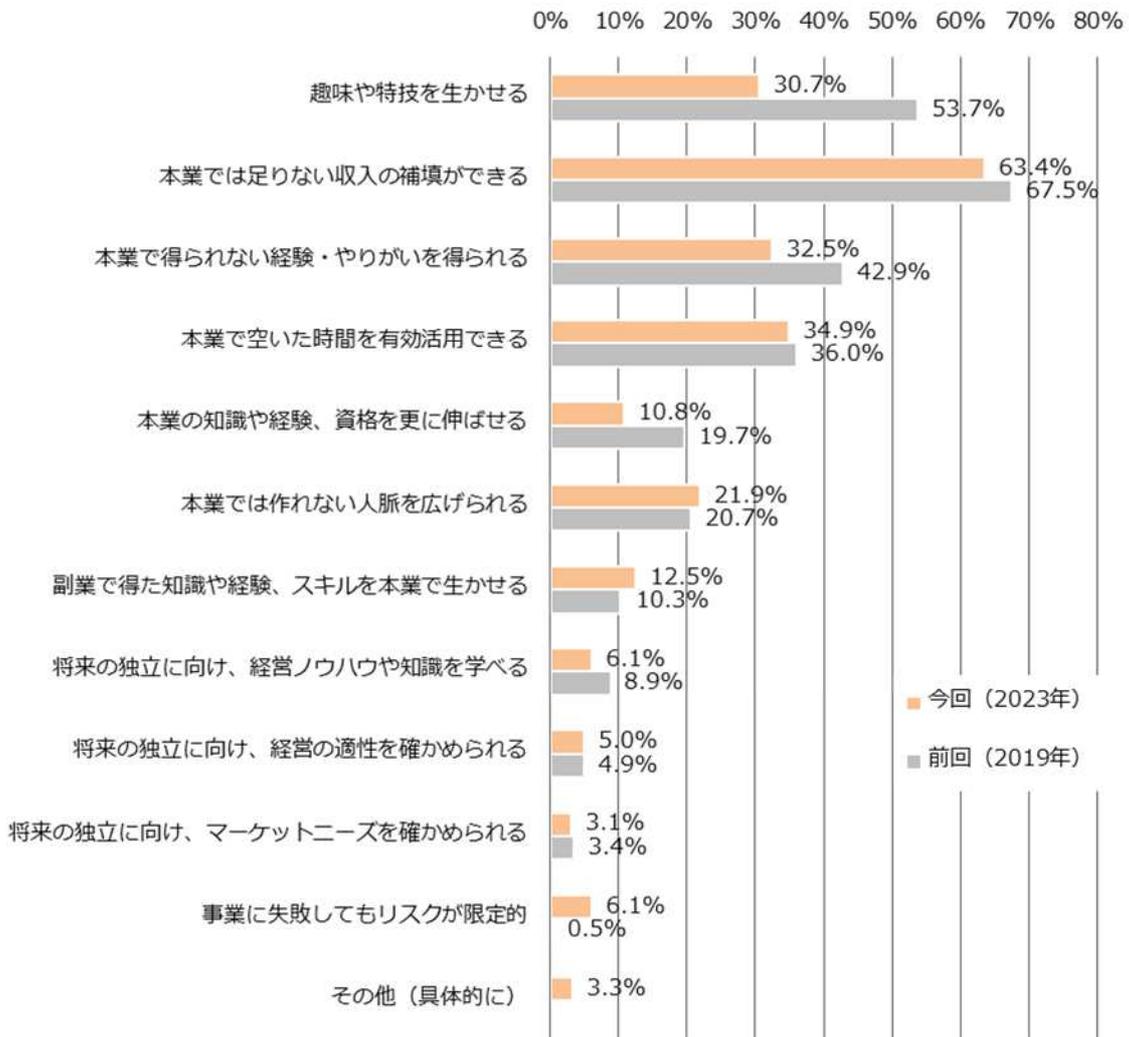


(その他の主な回答)

転職に向けての準備をしたい 等

<前回比較>

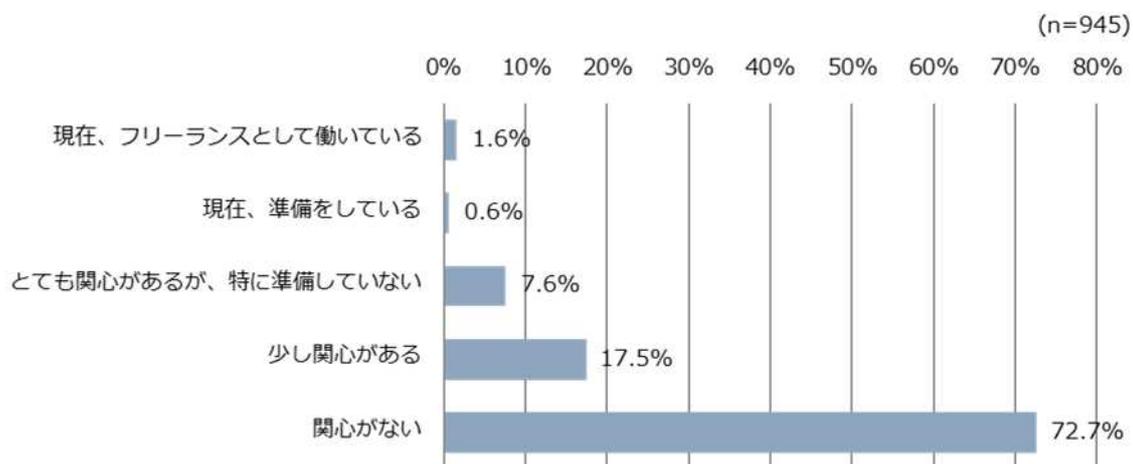
前回と比較して減少しているものが多く、「趣味や特技を生かせる」で 23.7 ポイント、「本業で得られない経験・やりがいを得られる」で 10.4 ポイント、「本業の知識や経験、資格を更に伸ばせる」で 8.9 ポイントなどの減少が顕著である。一方で、「事業に失敗してもリスクが限定的」は割合が低いものの、5.6 ポイント増加している。前は副業・兼業に対して様々な目的意識を持っていたが、今回は収入目的に集約されつつある。



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。

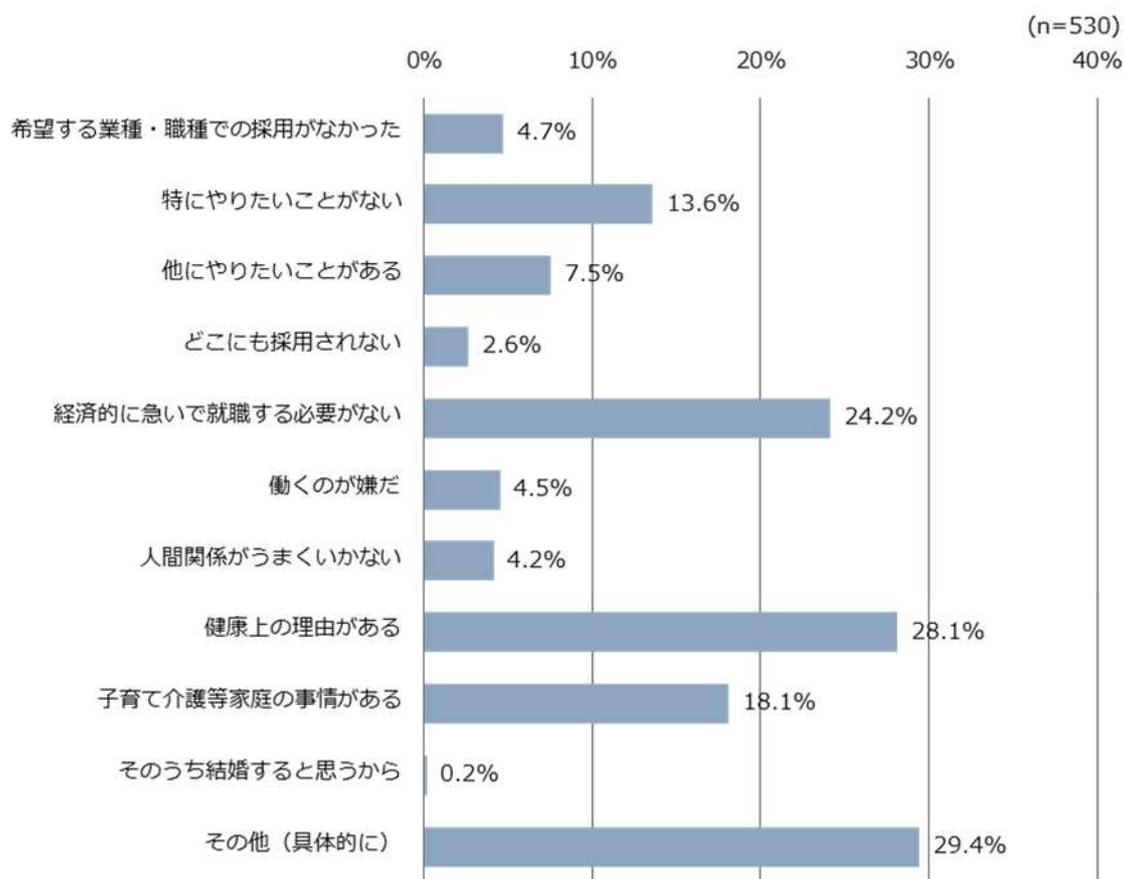


6 非就労者の考え方について

※現在働いていない方への限定設問

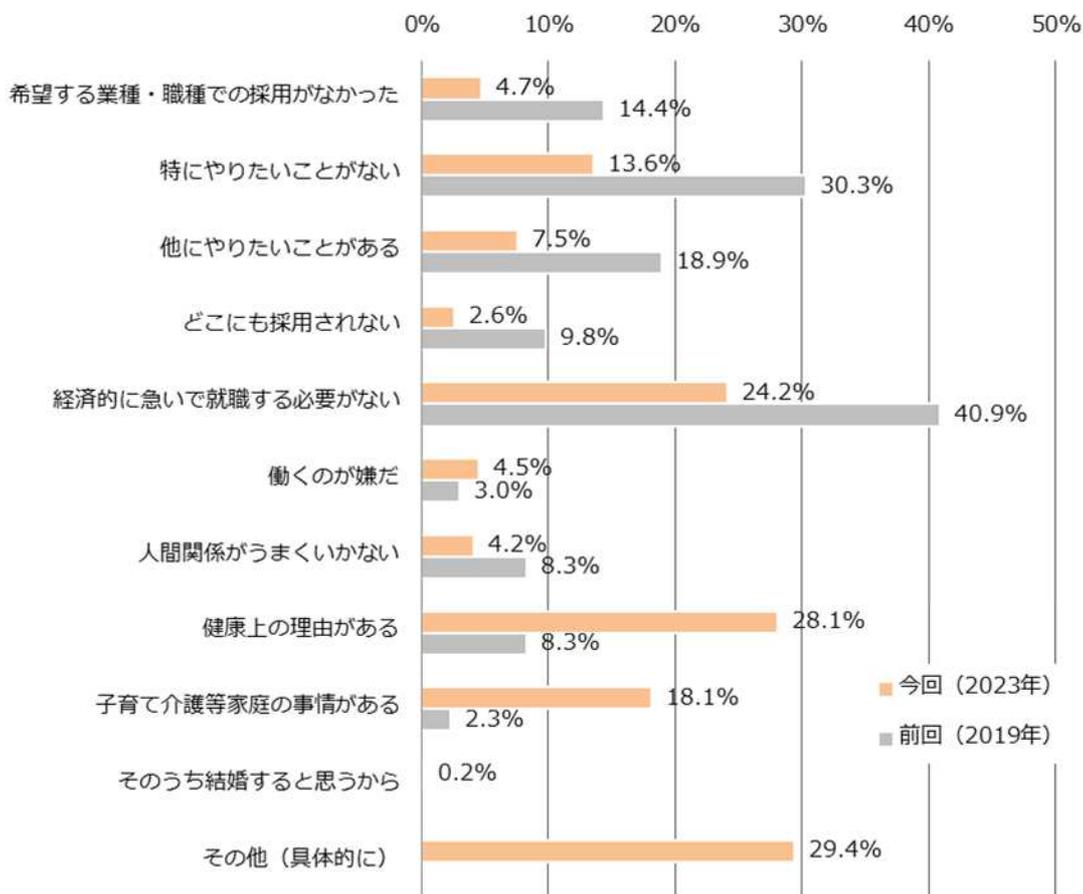
問37. 現在、就労していない理由 (MA)

「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。



<前回比較>

前回と比較して、「健康上の理由がある」で 19.8 ポイント、「子育て介護等家庭の事情がある」で 15.8 ポイント増加している。一方で、「希望する業種・職種での採用がなかった」で 9.7 ポイント、「特にやりたいことがない」で 16.7 ポイント、「経済的に急いで就職する必要がない」で 16.7 ポイント減少している。以前は就労していない理由として非就労者自身の意向によるものが多かったが、高齢化に端を発したやむを得ない理由により就労できていない人の割合が高まっている。

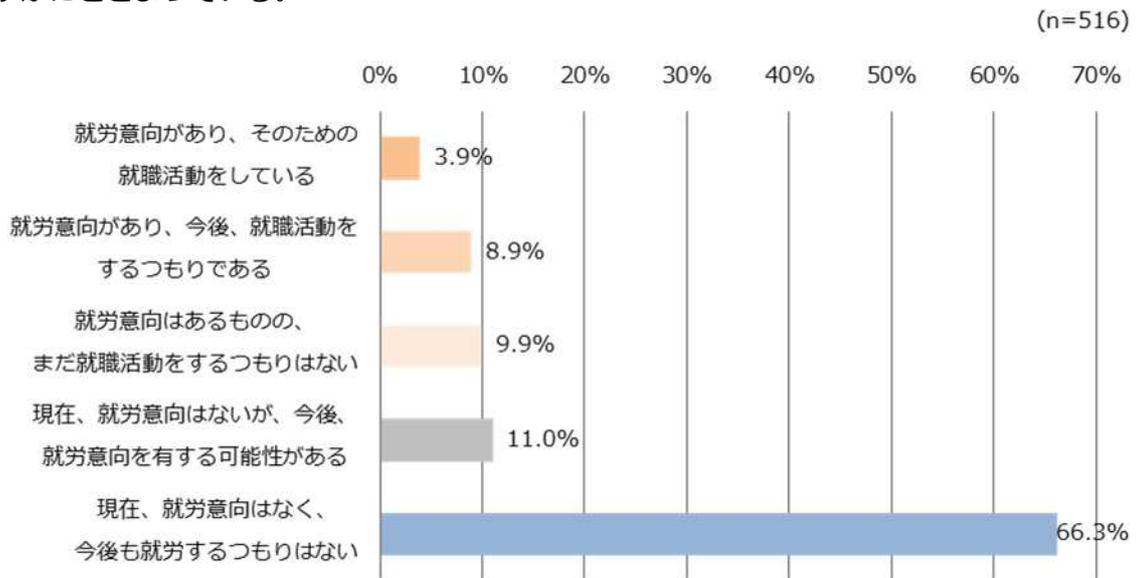


※現在働いていない方への限定設問

問38. 今後の就労意向 (SA)

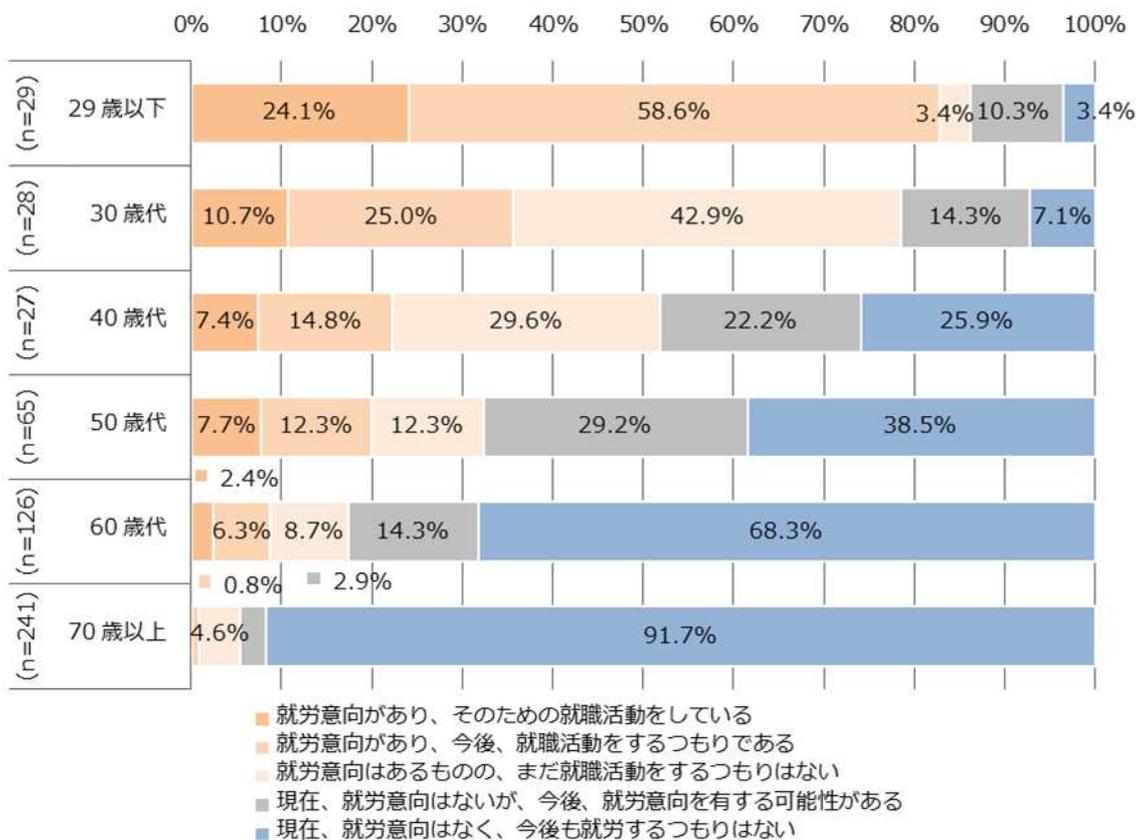
「現在、就労意向はなく、今後も就労するつもりはない」の割合が最も高く 66.3%である。次いで、「現在、就労意向はないが、今後、就労意向を有する可能性がある (11.0%)」、「就労意向はあるものの、まだ就職活動をするつもりはない (9.9%)」である。

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24.1%となる。

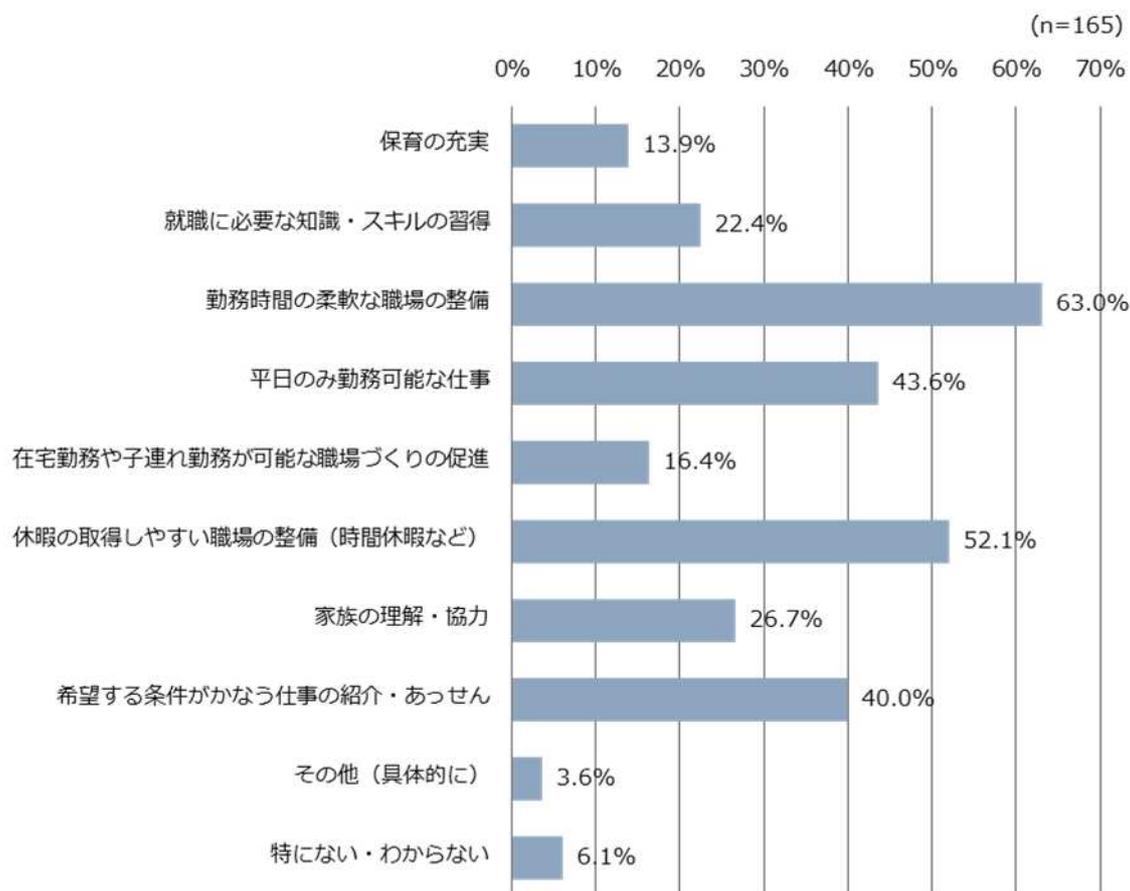


※問 38 で「就労意向があり、そのための就職活動をしている」～「現在、就労意向はないが、今後、就労意向を有する可能性がある」を選択した方への限定設問

問39. 今後、就労するために必要だと思う支援（MA）

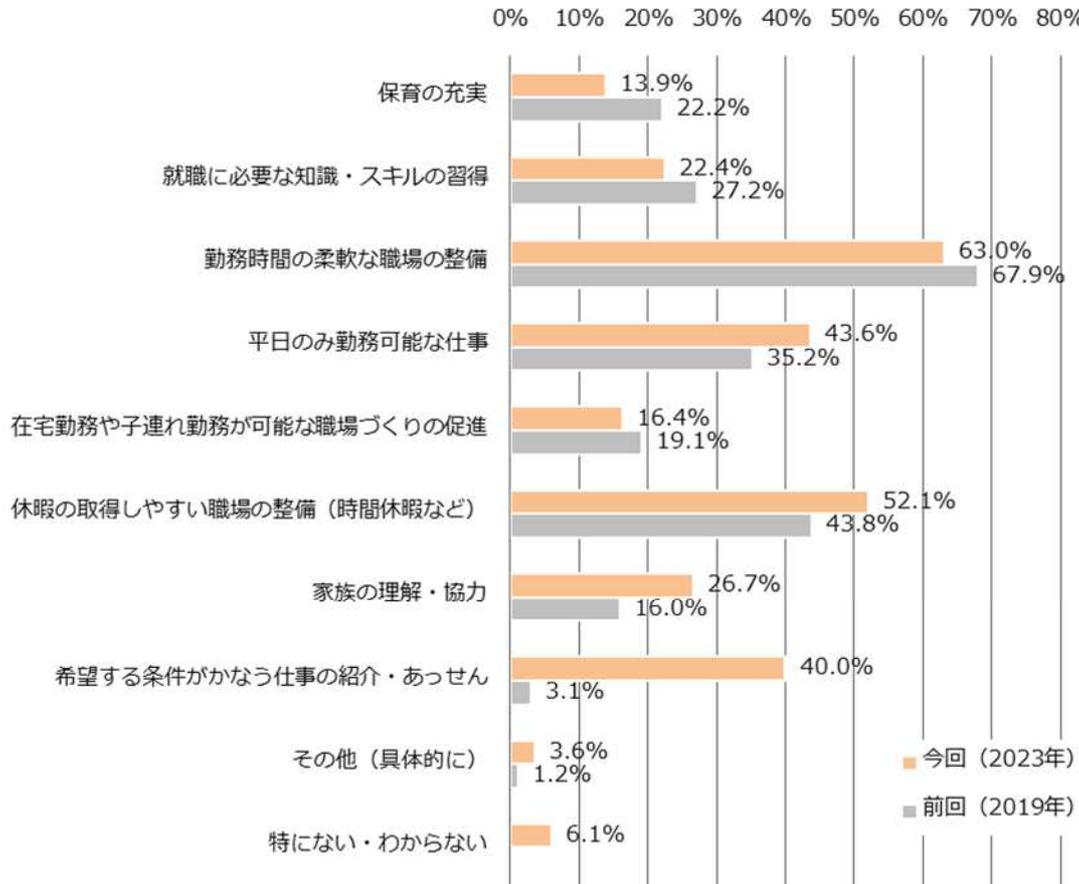
「勤務時間の柔軟な職場の整備」の割合が最も高く 63.0%である。次いで、「休暇の取得しやすい職場の整備（時間休暇など）（52.1%）」、「平日のみ勤務可能な仕事（43.6%）」である。

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。



<前回比較>

前回と比較して、増加しているものは「希望する条件がかなう仕事の紹介・あっせん」が 36.9 ポイントと突出しており、「家族の理解」が 10.7 ポイント「平日のみ勤務可能な仕事」が 8.4 ポイント、「休暇の取得しやすい職場の整備（時間休暇など）」が 8.3 ポイントとなっている。一方、減少しているものは、「保育の充実」が 8.3 ポイント、「就職に必要な知識・スキルの習得」 4.8 ポイントとなっている。全国的に労働者の買い手市場となっている中で、就職先に対する条件設定が高まっていることがうかがえる。



7 その他、買い物や就労に関するご意見等について

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）

中心市街地 15 件

駅前には居酒屋ばかりでファミリー層や若者が集う場所が無さすぎる/幅広い世代に喜んでもらえるお店の誘致/駅前に低価格で食べられる入りやすいお店がない/駐車場が不便/ 等

買い物弱者支援（移動手段支援） 34 件

車が乗れなくなった後、送迎サービスがあると良い/免許返納した後の買い物が心配/イオン豊田店の駐車場に名鉄線が隣接しているので、駅を新設して行けるようにしてほしい/お年寄りでも楽に行けるようにタクシーの無料送迎やお手伝いなどがあるといい/スーパーや病院を通るバスのルートを増やしてほしい 等

買い物弱者支援（店舗配置） 24 件

歩いて行ける位の近くに食料品店がない/ドラッグストア、スーパーなどが少なすぎる/スーパーやショッピングセンターが市の中心部に集中しているため市外に出かけるしかない 等

買い物弱者支援（移動スーパー・宅配サービス） 24 件

宅配サービスを年寄りの為に考えてほしい/移動販売車を増やして欲しい/高齢化にともない宅配を利用することが多くなると思う/デリバリーの配達範囲を広げてほしい/老いて出歩けなくなってネット利用が自分で使えるかも不安/移動販売車などに補助をしてけるとありがたい 等

商業・サービス機能誘致（ショッピングモール） 52 件

他の市からも人が集まるような大きい商業施設がほしい/アウトレットがほしい/一日遊べる様なスーパーが欲しいです/大型の買い物や週末の買い物は市外へ行ってしまふ/ファッション衣料、家具、お土産等の気のきいた品を買うところがない/大型ショッピングモールが1つ出来るだけでかなり便利だし気軽にパートで働ける 等

商業・サービス機能誘致（百貨店） 19 件

百貨店がなくなり娯楽や贈り物選びで遠方に出る必要がある/百貨店がなくなって不便/百貨店が撤退し、高齢者の衣類等購入出来る所がない/品質の良い日用品(衣料・雑貨など)を購入できる場が大変少ない 等

商業・サービス機能誘致（衣料品） 10 件

ファッション系のお店が少ない/高齢者が必要としている衣料関係の店が少ない/市内ではファストファッションばかりで、大人が服を買う店がない/化粧品やファッションなど、若者が楽しめる買い物できる場所が欲しい 等

商業・サービス機能誘致（娯楽） 8 件

エンタメと隣接した買い物エリアがあるといい/本屋がない、文化的な施設が少ない/子ども達の楽しめる所が少ない/映画館が少ないので、映画館を増やしてほしい 等

商業・サービス機能誘致（個人商店） 3 件

個人商店が増えると買い物も楽しくなると思う/豊田市にある個人商店を知りたい 等

商業・サービス機能誘致（北部） 14 件

上豊田駅周辺にもう少し日用品や食品を購入することができる場所がほしい/藤岡の北部は買い物をする場所が遠く不便/石野地区に家が増えてきたのでスーパー等食料品が購入出来る店を増やしてほしい 等

商業・サービス機能誘致（南部） 29 件

若林地区は企業が多い割に飲食店が少ない/高岡方面には買い物をする場がなく、知立、刈谷、豊明に行っ

ている/スーパーが若林東地区に集中している/土橋駅の辺りに小型スーパーや飲食店があると便利 等

商業・サービス機能誘致（その他） 24件

ATMが減ってきており、不便に感じる/近くに電気的大型店があるとよい。洋服店やファッション店が少ない/高架下を利用した飲食店/飲食店も焼肉やラーメンばかりで、ゆっくりと食事をできる店が少ない 等

物価 6件

家賃が他地域より高い/「自動車関連従事者」と「その他産業」で、生活感（金銭感覚、買物意欲）に対する隔差が年々大きくなっているのではないか 等

キャッシュレス決済 7件

キャッシュレス決済でのポイント還元キャンペーンとか商品券の発行を頻繁にしてほしい/スーパーマーケットで、電子マネーが使えないところがあるため、使えるようになって欲しい 等

起業支援 2件

フリーランス、自営業者に対する税金対策や支援の拡充があれば、もっと起業する人も増えてくるのではないかとトヨタ自動車の事業で生活が完結する都市であり、豊田市内都市部で起業しようという気質が総じて生まれにくいのではないかと 等

就職支援（高齢者） 14件

年齢制限があり、元気で働く気があってもなかなか働けない/60才以上になると、職種や仕事内容が限られている/高齢者の働ける場所の情報が分かりやすくしてほしい 等

就職支援（選択肢） 9件

就労場所はたくさん有りそうだが同じような仕事しかない/設計、デザインのスキルを活かせる職業がなかった/子どもの学校の時間内で働けるお仕事がもっとあるとうれしい 等

就職支援（その他） 23件

正規雇用の会社数が少ない/仕事に関する知識やスキルを得る事がない/就職後もサポートを受けられ続けるとありがたい（体調面・人間関係などの相談） 等

就業支援（働き方） 16件

高齢者でも専門職やスキルを活かしながらも身体に負担がかからないワークシェアのような情報が気軽に相談できる窓口があると良い/時間と場所に縛られない働き方を当たり前にしてほしい/テレワーク可能な仕事が無さすぎる/若者が、働き易い職場環境の整備が必要/扶養範囲内で働く上限があるので働きたくても働けない 等

就業支援（低賃金） 9件

近隣のみよし市などと比べると、賃金が低すぎると感じる/給料安すぎて生活がなりたたない/残業時間が制限されたことで給料が減っている/会社の通勤手当が足りない 等

地域特性 3件

駅中心街以外の買い物、飲食店が少ない/中心部だけでなく、周辺ももっと発展できるようにしてほしい 等

満足している 23件

家の近くで買い物はすべて出来るので不自由ではない/生活環境や就労については満足している/車があれば買い物には困らないのでよいと思う/普段の買い物には困っていません 等

その他（アンケートの実施方法） 8件

今回のアンケートをどう生かしていくのか/アンケートの結果をどのように展開するつもりか 等

その他（税金） 3件

収入の半分は税でなくなる/トヨタ自動車からの巨大な税収がある割には豊田市の市県民税が高すぎる 等

その他（フードロス） 2件

売れ残った食品の廃棄はあってはならない/フードロス削減に向けたわかりやすい取り組みがあるといい等

その他（教育・子育て） 10件

専門学校が近くに（市内）には無い/幼稚園、保育園が少ない/共働き支援は今後より必要になる等

その他（渋滞） 16件

車の交通量が多く、通勤や買い物に行くだけで時間がかかることが不便/信号の無いバイパスを作って欲しい/市内中心部は渋滞が多く、また施設の駐車場近辺も渋滞が多いので、基本的には使わない等

その他（駐車場） 10件

買い物をする場所として駐車場のある店を優先する/買い物する時、駐車場が広くて便利/豊田市内に買い物に行く時に車を使うが、無料の時間が短くゆっくりできない/車椅子用の駐車場が無いことが多い等

その他（公共交通） 77件

色々な地区においてバスを通して欲しい/おいでんバスの終了時間が早いために遅くまで、買物、遊び等に行けない/高齢者の足の為にバスの無料化/地区別に巡回バス等有れば助かる/各駅停車の電車しかなく鉄道が不便/車が無いと生活できない不便な環境/車が無くても住みやすい街にしてほしい等

その他（市政に対する要望） 23件

医療費無料を20歳までにしてほしい/豊田市内のスーパーやホームセンターなどが表示されているマップが欲しい/豊田市在住の人に市内で使えるクーポンなどの配布があるとよい/豊田市駅以外の拠点整備があってもいい/若者を呼び込む体制ができていない等

その他 81件

文化後進市であり、アーティストには活動しにくい市である/添加物などが入っていない、体に優しい食材を販売してほしい/自分の目で見て買物したい/自動車が無いと豊田市はとても不便な街/豊田市郊外（足助、小原、稲武、下山など）に企業を誘致して働ける環境を増やして欲しい/新鮮な野菜、肉、魚が安く買えない豊田市はトヨタで働いている人が多いので全世帯が金持ちだと思われていて生活しにくい/等

特になし 66件