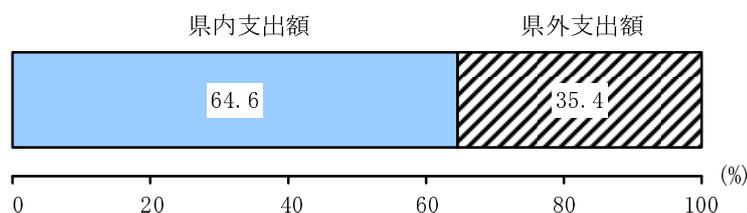


サービス支出額の状況 [サービス中分類]

外食支出額の状況

奈良県の1か月の外食支出額は約3,600万円で、そのうち県内支出額は約2,300万円、県外支出額は約1,300万円となっている。

図34 外食支出額の内訳



外食支出額の内訳を割合で見ると、県内支出64.6%で、県外支出(35.4%)を大きく上回っている。

■ 世帯の状況

奈良県の1か月の世帯外食支出額は約2.8万円で、そのうち県内支出額は約1.8万円、県外支出額は約1.0万円となっている。

表84 [家族構成別] 外食支出額の内訳

	外食支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)
全体	1297	35,759,000	1,297	23,109,000	1,295	12,650,000
	100.0%	27,571	64.6%	17,817	35.4%	9,768
単身	166	2,213,500	166	1,296,000	165	917,500
	100.0%	13,334	58.5%	7,807	41.5%	5,561
夫婦のみ	412	8,681,000	412	6,004,000	412	2,677,000
	100.0%	21,070	69.2%	14,573	30.8%	6,498
親と子供(2世代)	545	18,486,000	545	11,547,000	545	6,939,000
	100.0%	33,919	62.5%	21,187	37.5%	12,732
親と子供と孫など(3世代以上)	141	5,589,500	141	3,677,000	141	1,912,500
	100.0%	39,642	65.8%	26,078	34.2%	13,564
その他	28	618,500	28	462,500	27	156,000
	100.0%	22,089	74.8%	16,518	25.2%	5,778

外食支出額の平均額を家族構成別でみると、親と子供と孫などの3世代以上世帯が約4.0万円でも最も高く、次いで親と子供の2世代世帯（約3.4万円）の順となっている。なお、単身世帯が約1.3万円と最も低くなっている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの家族構成においても県内支出額の割合が6～7割程度と高いが、なかでも夫婦のみ世帯が69.2%と最も高く、次いで親と子供と孫などの3世代以上（65.8%）となっている。一方、県外支出額の割合は、単身世帯が41.5%と最も高く、次いで親と子供の2世代（37.5%）となっている。

表85 〔年間収入別／居住地ブロック別〕外食支出額の内訳

	外食支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)
全体	1297	35,759,000	1,297	23,109,000	1,295	12,650,000
	100.0%	27,571	64.6%	17,817	35.4%	9,768
100万円未満	66	440,000	66	296,000	66	144,000
	100.0%	6,667	67.3%	4,485	32.7%	2,182
100～300万円未満	294	4,303,500	294	3,136,500	293	1,167,000
	100.0%	14,638	72.9%	10,668	27.1%	3,983
300～500万円未満	403	9,517,000	403	6,468,500	403	3,048,500
	100.0%	23,615	68.0%	16,051	32.0%	7,565
500～700万円未満	236	7,509,500	236	4,883,000	236	2,626,500
	100.0%	31,820	65.0%	20,691	35.0%	11,129
700～1000万円未満	183	8,262,000	183	4,981,000	182	3,281,000
	100.0%	45,148	60.3%	27,219	39.7%	18,027
1000～1500万円未満	76	3,954,500	76	2,258,000	76	1,696,500
	100.0%	52,033	57.1%	29,711	42.9%	22,322
1500万円以上	14	1,108,000	14	650,500	14	457,500
	100.0%	79,143	58.7%	46,464	41.3%	32,679

全体	1297	35,759,000	1,297	23,109,000	1,295	12,650,000
	100.0%	27,571	64.6%	17,817	35.4%	9,768
奈良市・生駒市等 ブロック	503	14,956,000	503	9,467,500	502	5,488,500
	100.0%	29,734	63.3%	18,822	36.7%	10,933
大和郡山市・天理市 ブロック	162	4,292,500	162	3,198,000	162	1,094,500
	100.0%	26,497	74.5%	19,741	25.5%	6,756
大和高田市・香芝市等 ブロック	328	8,656,500	328	4,868,500	327	3,788,000
	100.0%	26,392	56.2%	14,843	43.8%	11,584
橿原市等 ブロック	176	5,196,500	176	3,671,000	176	1,525,500
	100.0%	29,526	70.6%	20,858	29.4%	8,668
桜井市・宇陀市等 ブロック	72	1,312,500	72	908,000	72	404,500
	100.0%	18,229	69.2%	12,611	30.8%	5,618
五條市・吉野郡 ブロック	55	1,333,000	55	984,000	55	349,000
	100.0%	24,236	73.8%	17,891	26.2%	6,345

外食支出額の平均額を年間収入別でみると、1500万以上世帯が約7.9万円でも最も高く、次いで1000～1500万円未満（約5.2万円）の順となっている。なお、100万円未満世帯が約0.7万円と最も低くなっている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの年間収入世帯においても県内支出額の割合が6～7割前後と高いが、なかでも100～300万円未満世帯が72.9%と

最も高く、次いで 300～500 万円未満 (68.0%) の順となっている。一方、県外支出額割合は 1000～1500 万円未満世帯が 42.9%と最も高く、次いで 1500 万以上 (41.3%) と高収入世帯が高くなっている。

外食支出額の平均額を居住地ブロック別でみると、奈良市・生駒市等ブロックが約 3.0 万円で最も高く、次いで橿原市等ブロック (約 3.0 万円) の順となっている。なお、桜井市・宇陀市等ブロックが約 1.8 万円と最も低くなっている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの居住地ブロックにおいても県内支出額の割合が 6～7 割前後と高いが、なかでも大和郡山市・天理市ブロックが 74.5%と最も高く、次いで五條市・吉野郡ブロック (73.8%) となっている。一方、県外支出額割合は、大和高田市・香芝市等ブロックが 43.8%と最も高く、次いで奈良市・生駒市等ブロック (36.7%) の順となっている。

■ 世帯員 (個人) の状況

奈良県の 1 か月の個人平均外食支出額は約 1.1 万円で、そのうち県内支出額は約 0.7 万円、県外支出額は約 0.4 万円となっている。

表86 〔性別／年代別〕外食支出額の内訳

	外食支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)
全 体	3,118	35,759,000	3,117	23,109,000	3,105	12,650,000
	100.0%	11,469	64.6%	7,414	35.4%	4,074
男	1,430	18,846,000	1,429	11,219,500	1,425	7,626,500
	100.0%	13,179	59.5%	7,851	40.5%	5,352
女	1,688	16,913,000	1,688	11,889,500	1,680	5,023,500
	100.0%	10,020	70.3%	7,044	29.7%	2,990
全 体	3,118	35,759,000	3,117	23,109,000	3,105	12,650,000
	100.0%	11,469	64.6%	7,414	35.4%	4,074
19歳以下	144	1,019,500	143	637,000	144	382,500
	100.0%	7,080	62.5%	4,455	37.5%	2,656
20～29歳	314	4,724,500	314	2,449,500	313	2,275,000
	100.0%	15,046	51.8%	7,801	48.2%	7,268
30～39歳	416	5,539,000	416	3,402,500	415	2,136,500
	100.0%	13,315	61.4%	8,179	38.6%	5,148
40～49歳	428	5,692,000	428	3,470,000	428	2,222,000
	100.0%	13,299	61.0%	8,107	39.0%	5,192
50～59歳	493	6,318,000	493	4,104,000	493	2,214,000
	100.0%	12,815	65.0%	8,325	35.0%	4,491
60～69歳	679	7,333,000	679	5,474,500	672	1,858,500
	100.0%	10,800	74.7%	8,063	25.3%	2,766
70～79歳	448	4,238,000	448	2,912,000	445	1,326,000
	100.0%	9,460	68.7%	6,500	31.3%	2,980
80歳以上	194	895,000	194	659,500	193	235,500
	100.0%	4,613	73.7%	3,399	26.3%	1,220

外食支出額の平均額を性別で見ると、男性が約 1.3 万円に対し、女性は約 1.0 万円にとどまる。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、男性の県内支出額の割合が 59.5%であるのに対し、女性の県内支出額の割合は 70.3%と高く、男性を 10 ポイント程度上回っている。

外食支出額の平均額を年代別で見ると、20 歳代が約 1.5 万円でもっと高く、次いで 30 歳代（約 1.3 万円）、40 歳代（約 1.3 万円）と若・中年層が高くなっている。なお、80 歳以上（約 0.5 万円）と 19 歳以下（約 0.7 万円）が低くなっている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの年代においても県内支出額の割合が高い傾向にあるが、なかでも 60 歳代が 74.7%で最も高く、次いで 80 歳以上（73.7%）、70 歳代（68.7%）と高齢層が高くなっている。一方、県外支出額の割合は、20 歳代が 48.2%と最も高く、以下 40 歳代・30 歳代・19 歳以下（各 39.0～37.5%）と若年層で高くなっている。

表87 〔性・年代別〕外食支出額の内訳

	外食支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)
全 体	3,118	35,759,000	3,117	23,109,000	3,105	12,650,000
	100.0%	11,469	64.6%	7,414	35.4%	4,074
男 19歳以下	76	514,000	75	328,000	76	186,000
	100.0%	6,763	63.8%	4,373	36.2%	2,447
20～29歳	146	2,287,500	146	1,258,000	145	1,029,500
	100.0%	15,668	55.0%	8,616	45.0%	7,100
30～39歳	177	2,863,000	177	1,591,000	176	1,272,000
	100.0%	16,175	55.6%	8,989	44.4%	7,227
40～49歳	202	3,229,000	202	1,682,000	202	1,547,000
	100.0%	15,985	52.1%	8,327	47.9%	7,658
50～59歳	223	3,195,500	223	1,722,500	223	1,473,000
	100.0%	14,330	53.9%	7,724	46.1%	6,605
60～69歳	306	3,896,000	306	2,794,500	305	1,101,500
	100.0%	12,732	71.7%	9,132	28.3%	3,611
70～79歳	227	2,445,000	227	1,540,500	225	904,500
	100.0%	10,771	63.0%	6,786	37.0%	4,020
80歳以上	72	416,000	72	303,000	72	113,000
	100.0%	5,778	72.8%	4,208	27.2%	1,569
女 19歳以下	68	505,500	68	309,000	68	196,500
	100.0%	7,434	61.1%	4,544	38.9%	2,890
20～29歳	168	2,437,000	168	1,191,500	168	1,245,500
	100.0%	14,506	48.9%	7,092	51.1%	7,414
30～39歳	239	2,676,000	239	1,811,500	239	864,500
	100.0%	11,197	67.7%	7,580	32.3%	3,617
40～49歳	226	2,463,000	226	1,788,000	226	675,000
	100.0%	10,898	72.6%	7,912	27.4%	2,987
50～59歳	270	3,122,500	270	2,381,500	270	741,000
	100.0%	11,565	76.3%	8,820	23.7%	2,744
60～69歳	373	3,437,000	373	2,680,000	367	757,000
	100.0%	9,214	78.0%	7,185	22.0%	2,063
70～79歳	221	1,793,000	221	1,371,500	220	421,500
	100.0%	8,113	76.5%	6,206	23.5%	1,916
80歳以上	122	479,000	122	356,500	121	122,500
	100.0%	3,926	74.4%	2,922	25.6%	1,012

外食支出額の平均額を性・年代別で見ると、30歳代の男性が約1.6万円で最も高く、次いで40歳代の男性（約1.6万円）、20歳代の男性（約1.6万円）と男性の若・中年層が高くなっている。なお、80歳以上の女性（約0.4万円）が最も低くなっている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、20歳代の女性を除いて県内支出額の割合の方が高い傾向にあるが、なかでも60歳代の女性（78.0%）、70歳代の女性（76.5%）、50歳代の女性（76.3%）と、概ね男女とも中・高年層が高くなっている。一方、県外支出額の割合は、唯一20歳代の女性が51.1%と県内支出額を上回っているほか、40歳代・50歳代の男性が47.9～46.1%と、概ね男女とも若年・中高年層が高くなっている。

表88 「就業等形態別／就業・就学地別」外食支出額の内訳

	外食支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	個人平均 (円)
全 体	3,118	35,759,000	3,117	23,109,000	3,105	12,650,000
	100.0%	11,469	64.6%	7,414	35.4%	4,074
勤労者 (パート等を含む)	1,515	22,471,000	1,515	13,548,000	1,511	8,923,000
	100.0%	14,832	60.3%	8,943	39.7%	5,905
専業主婦・主夫	635	6,102,500	635	4,758,500	629	1,344,000
	100.0%	9,610	78.0%	7,494	22.0%	2,137
無職	712	4,823,000	712	3,483,000	710	1,340,000
	100.0%	6,774	72.2%	4,892	27.8%	1,887
学生	216	1,871,000	215	995,000	215	876,000
	100.0%	8,662	53.2%	4,628	46.8%	4,074
全 体	1,731	24,342,000	1,730	14,543,000	1,726	9,799,000
	100.0%	14,062	59.7%	8,406	40.3%	5,677
奈良県内	1,092	12,664,500	1,092	10,030,000	1,089	2,634,500
	100.0%	11,598	79.2%	9,185	20.8%	2,419
奈良県外	597	11,273,000	596	4,216,000	596	7,057,000
	100.0%	18,883	37.4%	7,074	62.6%	11,841

外食支出額の平均額を就業等形態別で見ると、勤労者（パート等を含む）が約1.5万円で最も高く、次いで専業主婦・主夫の約1.0万円となっており、無職の約0.7万円が最も低い。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、20歳代の女性を除いて県内支出額の割合が高い傾向にあるが、なかでも専業主婦・主夫が78.0%と高く、次いで無職（72.2%）の順となっている。一方、県外支出額の割合は、学生が46.8%と最も高く、次いで勤労者（39.7%）の順となっている。

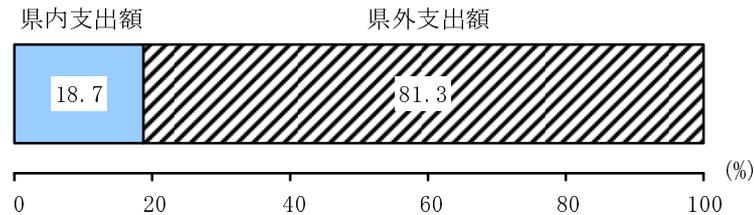
外食支出額の平均額を就業・就学地別で見ると、奈良県外就業・就学者が約1.9万円で、奈良県内就業・就学者（約1.2万円）を大きく上回っている。

また、外食支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、奈良県内就業・就学者の79.2%が県内支出であるのに対し、奈良県外就業・就学者の場合は逆に62.6%が県外支出となっている。

旅行・レジャー支出額の状況

奈良県の1か月の旅行・レジャー支出額は約2,200万円で、そのうち県内支出額は約400万円、県外支出額は約1,800万円となっている。

図35 旅行・レジャー支出額の内訳



旅行・レジャー支出額の内訳を割合で見ると、県外支出が81.3%で、県内支出(18.7%)を大きく上回っている。

■ 世帯の状況

奈良県の1か月の世帯平均旅行・レジャー支出額は約1.7万円で、そのうち県内支出額は約0.3万円、県外支出額は約1.4万円と、県外支出が県内支出を大きく上回っている。

表89 「家族構成別」旅行・レジャー支出額の内訳

	旅行・レジャー支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)
全 体	1,296	22,344,000	1,296	4,184,500	1,294	18,159,500
	100.0%	17,241	18.7%	3,229	81.3%	14,034
単 身	166	1,646,000	166	248,500	165	1,397,500
	100.0%	9,916	15.1%	1,497	84.9%	8,470
夫婦のみ	412	7,795,500	412	1,487,000	412	6,308,500
	100.0%	18,921	19.1%	3,609	80.9%	15,312
親と子供 (2世代)	544	9,612,500	544	1,629,500	544	7,983,000
	100.0%	17,670	17.0%	2,995	83.0%	14,675
親と子供と孫など (3世代以上)	141	2,705,000	141	750,500	141	1,954,500
	100.0%	19,184	27.7%	5,323	72.3%	13,862
その他	28	410,000	28	61,500	27	348,500
	100.0%	14,643	15.0%	2,196	85.0%	12,907

旅行・レジャー支出額の平均額を家族構成別で見ると、親と子供と孫などの3世代以上世帯

が約 1.9 万円で最も高く、次いで夫婦のみ世帯（約 1.9 万円）、親と子供の 2 世代世帯（約 1.8 万円）の順となっている。なお、単身世帯は約 1.0 万円と最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合が高いのは親と子供と孫などの 3 世代以上世帯の 27.7% が最多で、次いで夫婦のみ世帯（19.1%）であり、他の家族構成においては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも単身世帯が 84.9% と最も高く、次いで親と子供の 2 世代（83.0%）の順となっている。

表90 〔年間収入別／居住地ブロック別〕旅行・レジャー支出額の内訳

	旅行・レジャー支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）
	消費金額 （総合 計）に対 する割合	世帯平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	世帯平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	世帯平均 （円）
全 体	1,296	22,344,000	1,296	4,184,500	1,294	18,159,500
	100.0%	17,241	18.7%	3,229	81.3%	14,034
100万円未満	66	452,500	66	221,500	66	231,000
	100.0%	6,856	49.0%	3,356	51.0%	3,500
100～ 300万円未満	294	3,147,000	294	834,500	293	2,312,500
	100.0%	10,704	26.5%	2,838	73.5%	7,892
300～ 500万円未満	403	7,221,500	403	1,474,500	403	5,747,000
	100.0%	17,919	20.4%	3,659	79.6%	14,261
500～ 700万円未満	235	4,349,000	235	618,500	235	3,730,500
	100.0%	18,506	14.2%	2,632	85.8%	15,874
700～ 1000万円未満	183	4,025,000	183	556,000	182	3,469,000
	100.0%	21,995	13.8%	3,038	86.2%	19,060
1000～ 1500万円未満	76	2,558,000	76	443,000	76	2,115,000
	100.0%	33,658	17.3%	5,829	82.7%	27,829
1500万円以上	14	366,500	14	11,500	14	355,000
	100.0%	26,179	3.1%	821	96.9%	25,357

全 体	1,296	22,344,000	1,296	4,184,500	1,294	18,159,500
	100.0%	17,241	18.7%	3,229	81.3%	14,034
奈良市・生駒市等 ブロック	503	9,541,500	503	1,449,500	502	8,092,000
	100.0%	18,969	15.2%	2,882	84.8%	16,120
大和郡山市・天理市 ブロック	162	2,269,500	162	700,000	162	1,569,500
	100.0%	14,009	30.8%	4,321	69.2%	9,688
大和高田市・香芝市等 ブロック	327	6,196,500	327	1,168,500	326	5,028,000
	100.0%	18,950	18.9%	3,573	81.1%	15,423
橿原市等 ブロック	176	3,183,000	176	789,500	176	2,393,500
	100.0%	18,085	24.8%	4,486	75.2%	13,599
桜井市・宇陀市等 ブロック	72	495,500	72	39,500	72	456,000
	100.0%	6,882	8.0%	549	92.0%	6,333
五條市・吉野郡 ブロック	55	652,000	55	31,500	55	620,500
	100.0%	11,855	4.8%	573	95.2%	11,282

旅行・レジャー支出額の平均額を年間収入別で見ると、1000～1500 万円未満世帯が約 3.4 万円で最も高く、次いで 1500 万以上世帯（約 2.6 万円）、700～1000 万円未満世帯（約 2.2 万円）と、高収入世帯で高くなっている。なお、100 万円未満世帯が約 0.7 万円と最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合

が高いのは100万円未満世帯の49.0%が最多で、次いで100～300万円未満世帯(26.5%)であり、他の年間収入世帯においては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも1500万以上世帯が96.9%と最も高く、次いで700～1000万円未満世帯(86.2%)、500～700万円未満世帯(85.8%)となっている。

旅行・レジャー支出額の平均額を居住地ブロック別でみると、奈良市・生駒市等ブロックが約1.9万円で最も高く、次いで大和高田市・香芝市等ブロック(約1.9万円)、橿原市等ブロック(約1.8万円)の順となっており、桜井市・宇陀市等ブロックが約0.7万円と最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合が高いのは大和郡山市・天理市ブロックの30.8%が最多で、次いで橿原市等ブロック(24.8%)であり、他の居住地ブロックにおいては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも五條市・吉野郡ブロックが95.2%と最も高く、次いで桜井市・宇陀市等ブロック(92.0%)の順となっている。

■ 世帯員(個人)の状況

奈良県の1か月の個人平均旅行・レジャー支出額は約0.7万円で、そのうち県内支出額は約0.1万円、県外支出額は約0.6万円と、県外支出が県内支出を上回っている。

表91 〔性別/年代別〕旅行・レジャー支出額の内訳

	旅行・レジャー支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)
全体	3,114	22,344,000	3,113	4,184,500	3,105	18,159,500
	100.0%	7,175	18.7%	1,344	81.3%	5,848
男	1,428	9,017,500	1,427	1,919,500	1,423	7,098,000
	100.0%	6,315	21.3%	1,345	78.7%	4,988
女	1,686	13,326,500	1,686	2,265,000	1,682	11,061,500
	100.0%	7,904	17.0%	1,343	83.0%	6,576
全体	3,114	22,344,000	3,113	4,184,500	3,105	18,159,500
	100.0%	7,175	18.7%	1,344	81.3%	5,848
19歳以下	144	291,500	144	11,500	144	280,000
	100.0%	2,024	3.9%	80	96.1%	1,944
20～29歳	313	2,908,000	313	539,500	313	2,368,500
	100.0%	9,291	18.6%	1,724	81.4%	7,567
30～39歳	416	3,032,500	416	380,500	415	2,652,000
	100.0%	7,290	12.5%	915	87.5%	6,390
40～49歳	427	2,003,500	426	409,000	427	1,594,500
	100.0%	4,692	20.4%	960	79.6%	3,734
50～59歳	493	3,453,500	493	447,500	493	3,006,000
	100.0%	7,005	13.0%	908	87.0%	6,097
60～69歳	678	5,799,500	678	1,001,500	674	4,798,000
	100.0%	8,554	17.3%	1,477	82.7%	7,119
70～79歳	447	4,047,000	447	1,128,000	444	2,919,000
	100.0%	9,054	27.9%	2,523	72.1%	6,574
80歳以上	194	808,500	194	267,000	193	541,500
	100.0%	4,168	33.0%	1,376	67.0%	2,806

旅行・レジャー支出額の平均額を性別で見ると、男性が約 0.6 万円に対し、女性は約 0.8 万と男性を僅かに上回っている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、男女とも県外支出が県内支出を上回っており、男性の県外支出額の割合が 78.7%であるのに対し、女性は 83.0%と男性を上回っている。

旅行・レジャー支出額の平均額を年代別で見ると、20 歳代が約 0.9 万円で最も高く、次いで 70 歳代（約 0.9 万円）、60 歳代（約 0.9 万円）となっている。なお、19 歳以下（約 0.2 万円）が最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合が高いのは 80 歳以上の 33.0%が最多で、次いで 70 歳代（27.9%）であり、他の年代においては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも 19 歳以下が 96.1%と最も高く、次いで 30 歳代（87.5%）、50 歳代（87.0%）の順となっている。

表92 〔性・年代別〕旅行・レジャー支出額の内訳

	旅行・レジャー支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)
全 体	3,114	22,344,000	3,113	4,184,500	3,105	18,159,500
	100.0%	7,175	18.7%	1,344	81.3%	5,848
男 19歳以下	76	64,500	76	7,500	76	57,000
	100.0%	849	11.6%	99	88.4%	750
20～29歳	145	1,033,500	145	209,000	145	824,500
	100.0%	7,128	20.2%	1,441	79.8%	5,686
30～39歳	177	1,116,500	177	123,500	176	993,000
	100.0%	6,308	11.1%	698	88.9%	5,642
40～49歳	201	619,000	200	74,500	201	544,500
	100.0%	3,080	12.0%	373	88.0%	2,709
50～59歳	223	1,321,000	223	176,000	223	1,145,000
	100.0%	5,924	13.3%	789	86.7%	5,135
60～69歳	306	2,347,500	306	581,000	305	1,766,500
	100.0%	7,672	24.7%	1,899	75.3%	5,792
70～79歳	227	2,034,000	227	644,000	224	1,390,000
	100.0%	8,960	31.7%	2,837	68.3%	6,205
80歳以上	72	481,500	72	104,000	72	377,500
	100.0%	6,688	21.6%	1,444	78.4%	5,243
女 19歳以下	68	227,000	68	4,000	68	223,000
	100.0%	3,338	1.8%	59	98.2%	3,279
20～29歳	168	1,874,500	168	330,500	168	1,544,000
	100.0%	11,158	17.6%	1,967	82.4%	9,190
30～39歳	239	1,916,000	239	257,000	239	1,659,000
	100.0%	8,017	13.4%	1,075	86.6%	6,941
40～49歳	226	1,384,500	226	334,500	226	1,050,000
	100.0%	6,126	24.2%	1,480	75.8%	4,646
50～59歳	270	2,132,500	270	271,500	270	1,861,000
	100.0%	7,898	12.7%	1,006	87.3%	6,893
60～69歳	372	3,452,000	372	420,500	369	3,031,500
	100.0%	9,280	12.2%	1,130	87.8%	8,215
70～79歳	220	2,013,000	220	484,000	220	1,529,000
	100.0%	9,150	24.0%	2,200	76.0%	6,950
80歳以上	122	327,000	122	163,000	121	164,000
	100.0%	2,680	49.8%	1,336	50.2%	1,355

旅行・レジャー支出額の平均額を性・年代別で見ると、20歳代の女性が約1.1万円で最も高く、次いで60歳代の女性（約0.9万円）、70歳代の女性（約0.9万円）、70歳代の男性（約0.9万円）となっている。なお、19歳以下の男性（約0.1万円）が最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合が高いのは80歳以上の女性の49.8%が最多で、次いで70歳代の男性（31.7%）であり、他の性・年代においては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも19歳以下の女性が98.2%と最も高く、次いで30歳代の男性（88.9%）、19歳以下の男性（88.4%）、40歳代の男性（88.0%）の順となっている。

表93 「就業等形態別／就業・就学地別」旅行・レジャー支出額の内訳

	旅行・レジャー支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合計) に対する割合	個人平均 (円)
全 体	3,114	22,344,000	3,113	4,184,500	3,105	18,159,500
	100.0%	7,175	18.7%	1,344	81.3%	5,848
勤労者 (パート等を含む)	1,514	11,571,500	1,513	1,807,500	1,510	9,764,000
	100.0%	7,643	15.6%	1,195	84.4%	6,466
専業主婦・主夫	633	4,489,500	633	802,500	630	3,687,000
	100.0%	7,092	17.9%	1,268	82.1%	5,852
無職	712	4,493,000	712	1,276,000	710	3,217,000
	100.0%	6,310	28.4%	1,792	71.6%	4,531
学生	215	1,076,000	215	89,000	215	987,000
	100.0%	5,005	8.3%	414	91.7%	4,591
全 体	1,729	12,647,500	1,728	1,896,500	1,725	10,751,000
	100.0%	7,315	15.0%	1,098	85.0%	6,232
奈良県内	1,092	7,138,500	1,091	1,279,000	1,090	5,859,500
	100.0%	6,537	17.9%	1,172	82.1%	5,376
奈良県外	596	5,221,000	596	586,500	595	4,634,500
	100.0%	8,760	11.2%	984	88.8%	7,789

旅行・レジャー支出額の平均額を就業等形態別平均額で見ると、勤労者（パート等を含む）が約0.8万円で最も高く、次いで専業主婦・主夫の0.7万円、無職の約0.6万円の順となっており、学生の約0.5万円が最も低くなっている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、県内支出額の割合が平均を上回るのは無職の28.4%のみで、他の就業等形態においては県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っており、なかでも学生が91.7%と最も高く、次いで勤労者（84.4%）、専業主婦・主夫（82.1%）の順となっている。

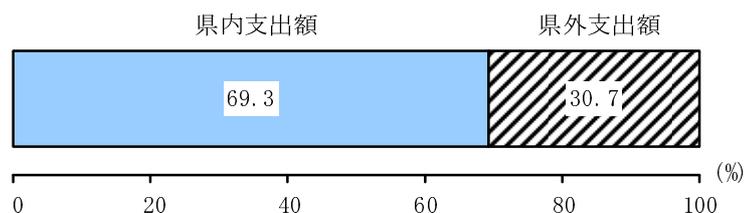
旅行・レジャー支出額の平均額を就業・就学地別で見ると、奈良県外就業・就学者が約0.9万円で、奈良県内就業・就学者（約0.7万円）を上回っている。

また、旅行・レジャー支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、ともに県外支出額の割合が県内支出額の割合を大きく上回っているが、奈良県外就業・就学者が88.8%で、奈良県内就業・就学者（82.1%）を上回っている。

スポーツ施設利用・娯楽支出額の状況

奈良県の1か月のスポーツ施設利用・娯楽支出額は約1,400万円で、そのうち県内支出額は約1,000万円、県外支出額は約400万円となっている。

図36 スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳



スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳を割合で見ると、県内支出が69.3%で、県外支出(30.7%)を上回っている。

■ 世帯の状況

奈良県の1か月の世帯平均スポーツ施設利用・娯楽支出額は約1.1万円で、そのうち県内支出額は約0.8万円、県外支出額は約0.3万円と、県内支出が県外支出を上回っている。

表94 〔家族構成別〕スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳

	スポーツ施設利用・娯楽支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)
全体	1,296	14,446,500	1,296	10,011,000	1,294	4,435,500
	100.0%	11,147	69.3%	7,725	30.7%	3,428
単身	166	808,000	166	600,000	165	208,000
	100.0%	4,867	74.3%	3,614	25.7%	1,261
夫婦のみ	412	4,691,000	412	3,272,000	412	1,419,000
	100.0%	11,386	69.8%	7,942	30.2%	3,444
親と子供(2世代)	544	6,386,000	544	4,073,500	544	2,312,500
	100.0%	11,739	63.8%	7,488	36.2%	4,251
親と子供と孫など(3世代以上)	141	2,206,000	141	1,867,500	141	338,500
	100.0%	15,645	84.7%	13,245	15.3%	2,401
その他	28	288,500	28	176,500	27	112,000
	100.0%	10,304	61.2%	6,304	38.8%	4,148

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を家族構成別でみると、親と子供と孫などの3世代以上世帯が約1.6万円で最も高く、次いで親と子供の2世代世帯(約1.2万円)、夫婦のみ世帯(約1.1万円)の順となっている。なお、単身世帯は約0.5万円と最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、どの家族構成においても県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っているが、なかでも親と子供と孫などの3世代以上世帯の84.7%が最多で、次いで単身世帯(74.3%)、夫婦のみ世帯(69.8%)の順となっている。なお、県外支出額の割合は親と子供の2世代世帯の36.2%が最も高くなっている。

表95 「年間収入別/居住地ブロック別」スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳

	スポーツ施設利用 ・娯楽支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)	消費金額 (総合計)に対する割合	世帯平均 (円)
全体	1,296	14,446,500	1,296	10,011,000	1,294	4,435,500
	100.0%	11,147	69.3%	7,725	30.7%	3,428
100万円未満	66	143,500	66	128,500	66	15,000
	100.0%	2,174	89.5%	1,947	10.5%	227
100～ 300万円未満	294	1,943,500	294	1,666,000	293	277,500
	100.0%	6,611	85.7%	5,667	14.3%	947
300～ 500万円未満	403	4,062,500	403	2,709,500	403	1,353,000
	100.0%	10,081	66.7%	6,723	33.3%	3,357
500～ 700万円未満	235	2,806,500	235	2,020,000	235	786,500
	100.0%	11,943	72.0%	8,596	28.0%	3,347
700～ 1000万円未満	183	3,704,500	183	2,340,000	182	1,364,500
	100.0%	20,243	63.2%	12,787	36.8%	7,497
1000～ 1500万円未満	76	1,155,000	76	723,000	76	432,000
	100.0%	15,197	62.6%	9,513	37.4%	5,684
1500万円以上	14	265,000	14	183,500	14	81,500
	100.0%	18,929	69.2%	13,107	30.8%	5,821
全体	1,296	14,446,500	1,296	10,011,000	1,294	4,435,500
	100.0%	11,147	69.3%	7,725	30.7%	3,428
奈良市・生駒市等 ブロック	503	5,978,500	503	4,142,000	502	1,836,500
	100.0%	11,886	69.3%	8,235	30.7%	3,658
大和郡山市・天理市 ブロック	162	1,534,000	162	1,083,000	162	451,000
	100.0%	9,469	70.6%	6,685	29.4%	2,784
大和高田市・香芝市等 ブロック	327	3,769,000	327	2,613,500	326	1,155,500
	100.0%	11,526	69.3%	7,992	30.7%	3,544
橿原市等 ブロック	176	2,167,500	176	1,599,500	176	568,000
	100.0%	12,315	73.8%	9,088	26.2%	3,227
桜井市・宇陀市等 ブロック	72	591,500	72	295,500	72	296,000
	100.0%	8,215	50.0%	4,104	50.0%	4,111
五條市・吉野郡 ブロック	55	400,000	55	271,500	55	128,500
	100.0%	7,273	67.9%	4,936	32.1%	2,336

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を年間収入別でみると、700～1000万円未満世帯が約2.0万円で最も高く、次いで1500万以上世帯(約1.9万円)、1000～1500万円未満世帯(約1.5万円)と、高収入世帯で高くなっている。なお、100万円未満世帯が約0.2万円と最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、どの年間収入世帯においても県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っているが、なかでも100万円未満世帯の89.5%が最多で、次いで100～300万円未満世帯（85.7%）、500～700万円未満世帯（72.0%）の順となっている。なお、県外支出額の割合は1000～1500万円未満世帯の37.4%が最も高く、次いで700～1000万円未満世帯（36.8%）となっている。

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を居住地ブロック別でみると、橿原市等ブロックが約1.2万円で最も高く、次いで奈良市・生駒市等ブロック（約1.2万円）、大和高田市・香芝市等ブロック（約1.2万円）の順となっており、五條市・吉野郡ブロックが約0.7万円と最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、桜井市・宇陀市等ブロックのみ県内・県外支出割合がともに50.0%の同率となっているが、他の居住地ブロックにおいては県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っており、なかでも橿原市等ブロックが73.8%と最も高く、次いで大和郡山市・天理市ブロック（70.6%）の順となっている。なお、県外支出額の割合は五條市・吉野郡ブロックの32.1%が最も高く、次いで奈良市・生駒市等ブロックおよび大和高田市・香芝市等ブロック（ともに30.7%）となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

奈良県の1か月の個人平均スポーツ施設利用・娯楽支出額は約0.5万円で、そのうち県内支出額は約0.3万円、県外支出額は約0.1万円と、県内支出額が県外支出額を少し上回っている。

表96 〔性別／年代別〕スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳

	スポーツ施設利用 ・娯楽支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）
	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）
全 体	3,116	14,446,500	3,115	10,011,000	3,106	4,435,500
	100.0%	4,636	69.3%	3,214	30.7%	1,428
男	1,429	10,056,000	1,428	6,742,000	1,424	3,314,000
	100.0%	7,037	67.0%	4,721	33.0%	2,327
女	1,687	4,390,500	1,687	3,269,000	1,682	1,121,500
	100.0%	2,603	74.5%	1,938	25.5%	667
全 体	3,116	14,446,500	3,115	10,011,000	3,106	4,435,500
	100.0%	4,636	69.3%	3,214	30.7%	1,428
19歳以下	144	255,500	144	168,000	144	87,500
	100.0%	1,774	65.8%	1,167	34.2%	608
20～29歳	313	1,000,500	313	624,000	313	376,500
	100.0%	3,196	62.4%	1,994	37.6%	1,203
30～39歳	416	2,228,500	416	1,599,500	415	629,000
	100.0%	5,357	71.8%	3,845	28.2%	1,516
40～49歳	427	1,658,500	426	1,131,000	427	527,500
	100.0%	3,884	68.2%	2,655	31.8%	1,235
50～59歳	493	2,842,500	493	2,058,000	493	784,500
	100.0%	5,766	72.4%	4,174	27.6%	1,591
60～69歳	680	4,352,500	680	3,091,500	674	1,261,000
	100.0%	6,401	71.0%	4,546	29.0%	1,871
70～79歳	447	1,883,000	447	1,139,500	445	743,500
	100.0%	4,213	60.5%	2,549	39.5%	1,671
80歳以上	194	225,500	194	199,500	193	26,000
	100.0%	1,162	88.5%	1,028	11.5%	135

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を性別でみると、男性が約0.7万円に対し、女性は約0.3万円にとどまる。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、男女とも県内支出が県外支出を大きく上回っており、男性の県内支出額の割合が67.0%であるのに対し、女性は74.5%と男性を上回っている。

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を年代別でみると、60歳代が約0.6万円で最も高く、次いで50歳代（約0.6万円）、30歳代（約0.5万円）となっている。なお、80歳以上（約0.1万円）が最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの年代においても県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っているが、なかでも80歳以上が88.5%と最も高く、次いで50歳代（72.4%）、30歳代（71.8%）の順となっている。

なお、県外支出額の割合は70歳代の39.5%が最も高く、次いで20歳代(37.6%)、19歳以下(34.2%)となっている。

表97 〔性・年代別〕スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳

	スポーツ施設利用 ・娯楽支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額 (総合 計)に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計)に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計)に対 する割合	個人平均 (円)
全 体	3,116	14,446,500	3,115	10,011,000	3,106	4,435,500
	100.0%	4,636	69.3%	3,214	30.7%	1,428
男 19歳以下	76	158,500	76	97,500	76	61,000
	100.0%	2,086	61.5%	1,283	38.5%	803
20～29歳	145	669,500	145	428,500	145	241,000
	100.0%	4,617	64.0%	2,955	36.0%	1,662
30～39歳	177	1,204,000	177	802,500	176	401,500
	100.0%	6,802	66.7%	4,534	33.3%	2,281
40～49歳	201	1,259,000	200	849,000	201	410,000
	100.0%	6,264	67.4%	4,245	32.6%	2,040
50～59歳	223	1,940,000	223	1,367,500	223	572,500
	100.0%	8,700	70.5%	6,132	29.5%	2,567
60～69歳	307	3,171,000	307	2,151,000	305	1,020,000
	100.0%	10,329	67.8%	7,007	32.2%	3,344
70～79歳	227	1,511,500	227	906,500	225	605,000
	100.0%	6,659	60.0%	3,993	40.0%	2,689
80歳以上	72	142,500	72	139,500	72	3,000
	100.0%	1,979	97.9%	1,938	2.1%	42
女 19歳以下	68	97,000	68	70,500	68	26,500
	100.0%	1,426	72.7%	1,037	27.3%	390
20～29歳	168	331,000	168	195,500	168	135,500
	100.0%	1,970	59.1%	1,164	40.9%	807
30～39歳	239	1,024,500	239	797,000	239	227,500
	100.0%	4,287	77.8%	3,335	22.2%	952
40～49歳	226	399,500	226	282,000	226	117,500
	100.0%	1,768	70.6%	1,248	29.4%	520
50～59歳	270	902,500	270	690,500	270	212,000
	100.0%	3,343	76.5%	2,557	23.5%	785
60～69歳	373	1,181,500	373	940,500	369	241,000
	100.0%	3,168	79.6%	2,521	20.4%	653
70～79歳	220	371,500	220	233,000	220	138,500
	100.0%	1,689	62.7%	1,059	37.3%	630
80歳以上	122	83,000	122	60,000	121	23,000
	100.0%	680	72.3%	492	27.7%	190

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を性・年代別で見ると、60歳代の男性が約1.0万円
で最も高く、次いで50歳代の男性(約0.9万円)、70歳代の男性(約0.7万円)と男性の高年
層が高くなっている。なお、80歳以上の女性(約0.1万円)が最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、どの性・
年代においても県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っているが、なかでも80歳
以上の男性が97.9%と最も高く、次いで60歳代の女性(79.6%)、30歳代の女性(77.8%)と
なっている。なお、県外支出額の割合は20歳代の女性が40.9%と最も高く、次いで70歳代の
男性(40.0%)、19歳以下の男性(38.5%)となっている。

表98 〔就業等形態別／就業・就学地別〕スポーツ施設利用・娯楽支出額の内訳

	スポーツ施設利用 ・娯楽支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）
	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に対 する割合	個人平均 （円）
全 体	3,116	14,446,500	3,115	10,011,000	3,106	4,435,500
	100.0%	4,636	69.3%	3,214	30.7%	1,428
勤労者 （パート等を含む）	1,514	8,859,000	1,513	6,043,000	1,511	2,816,000
	100.0%	5,851	68.2%	3,994	31.8%	1,864
専業主婦・主夫	634	1,533,500	634	1,249,500	630	284,000
	100.0%	2,419	81.5%	1,971	18.5%	451
無職	713	3,323,500	713	2,257,500	710	1,066,000
	100.0%	4,661	67.9%	3,166	32.1%	1,501
学生	215	563,000	215	362,000	215	201,000
	100.0%	2,619	64.3%	1,684	35.7%	935
全 体	1,729	9,422,000	1,728	6,405,000	1,726	3,017,000
	100.0%	5,449	68.0%	3,707	32.0%	1,748
奈良県内	1,092	5,420,500	1,091	4,238,000	1,091	1,182,500
	100.0%	4,964	78.2%	3,885	21.8%	1,084
奈良県外	596	3,883,000	596	2,061,500	595	1,821,500
	100.0%	6,515	53.1%	3,459	46.9%	3,061

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を就業等形態別平均額でみると、勤労者（パート等を含む）が約0.6万円でも最も高く、次いで無職の0.5万円、学生の約0.3万円の順となっており、専業主婦・主夫の約0.2万円が最も低くなっている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内・県外支出額の割合をみると、どの就業等形態においても県内支出額の割合が県外支出額の割合を大きく上回っているが、なかでも県内支出額の割合は専業主婦・主夫が81.5%でも最も高く、次いで勤労者（68.2%）の順となっている。一方、県外支出額の割合は学生が35.7%でも最も高くなっている。

スポーツ施設利用・娯楽支出額の平均額を就業・就学地別でみると、奈良県外就業・就学者が約0.7万円、奈良県内就業・就学者（約0.5万円）を僅かに上回っている。

また、スポーツ施設利用・娯楽支出額に占める県内支・県外支出額の割合をみると、ともに県内支出額の割合が県外内支出額の割合を上回っているが、奈良県内就業・就学者が78.2%であるのに対し、奈良県外就業・就学者の場合は53.1%にとどまっている。

教養・医療他支出額の状況

奈良県の1か月の教養・医療他支出額は約3,400万円で、そのうち県内支出額は約2,900万円、県外支出額は約400万円となっている。

図37 教養・医療他支出額の内訳



教養・医療他支出額の内訳を割合で見ると、県内支出が87.2%を占め、県外支出(12.8%)を大きく上回っている。

■ 世帯の状況

奈良県の1か月の世帯平均教養・医療他支出額は約2.6万円で、そのうち県内支出額は約2.3万円、県外支出額は約0.3万円となっている。

表99 〔家族構成別〕教養・医療他支出額の内訳

	教養・医療他支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)
全体	1297	33,624,500	1,297	29,336,500	1,294	4,288,000
	100.0%	25,925	87.2%	22,619	12.8%	3,314
単身	166	1,715,000	166	1,547,000	165	168,000
	100.0%	10,331	90.2%	9,319	9.8%	1,018
夫婦のみ	412	9,990,500	412	8,928,000	411	1,062,500
	100.0%	24,249	89.4%	21,670	10.6%	2,585
親と子供(2世代)	545	15,176,000	545	13,126,500	545	2,049,500
	100.0%	27,846	86.5%	24,085	13.5%	3,761
親と子供と孫など(3世代以上)	141	5,891,000	141	5,062,000	141	829,000
	100.0%	41,780	85.9%	35,901	14.1%	5,879
その他	28	702,000	28	543,000	27	159,000
	100.0%	25,071	77.4%	19,393	22.6%	5,889

教養・医療他支出額の平均額を家族構成別で見ると、親と子供と孫などの3世代以上世帯が約4.2万円で最も高く、次いで親と子供の2世代世帯(約2.8万円)、夫婦のみ世帯(約2.4

万円)の順となっている。なお、単身世帯が約1.0万円と最も低くなっている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの家族構成においても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも単身世帯が90.2%と最も高く、次いで夫婦のみ世帯(89.4%)の順となっている。一方、県外支出額の割合は、親と子供と孫などの3世代以上世帯が14.1%で最も高く、次いで親と子供の2世代世帯(13.5%)の順となっている。

表100 〔年間収入別／居住地ブロック別〕教養・医療他支出額の内訳

	教養・医療他支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)	調査数	合計(円)
	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)	消費金額(総合計)に対する割合	世帯平均(円)
全 体	1297	33,624,500	1,297	29,336,500	1,294	4,288,000
	100.0%	25,925	87.2%	22,619	12.8%	3,314
100万円未満	66	698,500	66	618,000	66	80,500
	100.0%	10,583	88.5%	9,364	11.5%	1,220
100～300万円未満	294	6,000,500	294	5,567,500	292	433,000
	100.0%	20,410	92.8%	18,937	7.2%	1,483
300～500万円未満	403	9,385,000	403	8,480,500	403	904,500
	100.0%	23,288	90.4%	21,043	9.6%	2,244
500～700万円未満	236	7,254,000	236	6,520,500	236	733,500
	100.0%	30,737	89.9%	27,629	10.1%	3,108
700～1000万円未満	183	6,654,500	183	5,138,000	182	1,516,500
	100.0%	36,363	77.2%	28,077	22.8%	8,332
1000～1500万円未満	76	2,784,500	76	2,283,500	76	501,000
	100.0%	36,638	82.0%	30,046	18.0%	6,592
1500万円以上	14	357,000	14	326,500	14	30,500
	100.0%	25,500	91.5%	23,321	8.5%	2,179

全 体	1297	33,624,500	1,297	29,336,500	1,294	4,288,000
	100.0%	25,925	87.2%	22,619	12.8%	3,314
奈良市・生駒市等ブロック	503	13,557,500	503	11,270,500	502	2,287,000
	100.0%	26,953	83.1%	22,407	16.9%	4,556
大和郡山市・天理市ブロック	162	3,911,000	162	3,696,500	162	214,500
	100.0%	24,142	94.5%	22,818	5.5%	1,324
大和高田市・香芝市等ブロック	328	8,009,000	328	7,117,500	326	891,500
	100.0%	24,418	88.9%	21,700	11.1%	2,735
橿原市等ブロック	176	5,128,500	176	4,518,000	176	610,500
	100.0%	29,139	88.1%	25,670	11.9%	3,469
桜井市・宇陀市等ブロック	72	1,486,000	72	1,400,000	72	86,000
	100.0%	20,639	94.2%	19,444	5.8%	1,194
五條市・吉野郡ブロック	55	1,510,000	55	1,311,500	55	198,500
	100.0%	27,455	86.9%	23,845	13.1%	3,609

教養・医療他支出額の平均額を年間収入別で見ると、1000～1500万円未満世帯が約3.7万円と最も高く、次いで700～1000万円未満(約3.6万円)、500～700万円未満(約3.1万円)の順となっている。なお、100万円未満世帯が約1.1万円と最も低くなっている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの年間収入世帯においても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも100～300万円未満世帯が92.8%と最も高く、次いで300～500万円未満(90.4%)の順となっている。一方、

県外支出額の割合は、700～1000万円未満世帯が22.8%で最も高く、次いで1000～1500万円未満（18.0%）の順となっている。

教養・医療他支出額の平均額を居住地ブロック別でみると、橿原市等ブロックが約2.9万円
で最も高く、次いで五條市・吉野郡ブロック（約2.7万円）、奈良市・生駒市等ブロック（約
2.7万円）の順となっている。なお、桜井市・宇陀市等ブロックが約2.1万円とやや低くなっ
ている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの居住地ブ
ロックにおいても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも大和郡山市・
天理市ブロックが94.5%と最も高く、次いで桜井市・宇陀市等ブロック（94.2%）の順となっ
ている。一方、県外支出額の割合は、奈良市・生駒市等ブロックが16.9%で最も高く、次いで
五條市・吉野郡ブロック（13.1%）の順となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

奈良県の1か月の個人平均教養・医療他支出額は約1.1万円で、そのうち県内支出額は約0.9
万円、県外支出額は約0.1万円と、県内支出が県外支出をかなり上回っている。

表101 〔性別／年代別〕教養・医療他支出額の内訳

	教養・医療他支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）
	消費金額 （総合 計）に 対する 割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に 対する 割合	個人平均 （円）	消費金額 （総合 計）に 対する 割合	個人平均 （円）
全 体	3,117	33,624,500	3,117	29,336,500	3,106	4,288,000
	100.0%	10,787	87.2%	9,412	12.8%	1,381
男	1,430	11,828,000	1,430	10,339,000	1,424	1,489,000
	100.0%	8,271	87.4%	7,230	12.6%	1,046
女	1,687	21,796,500	1,687	18,997,500	1,682	2,799,000
	100.0%	12,920	87.2%	11,261	12.8%	1,664
全 体	3,117	33,624,500	3,117	29,336,500	3,106	4,288,000
	100.0%	10,787	87.2%	9,412	12.8%	1,381
19歳以下	144	1,185,000	144	920,000	144	265,000
	100.0%	8,229	77.6%	6,389	22.4%	1,840
20～29歳	313	2,532,000	313	1,653,000	313	879,000
	100.0%	8,089	65.3%	5,281	34.7%	2,808
30～39歳	416	3,793,500	416	2,834,000	415	959,500
	100.0%	9,119	74.7%	6,813	25.3%	2,312
40～49歳	428	3,808,000	428	3,348,500	428	459,500
	100.0%	8,897	87.9%	7,824	12.1%	1,074
50～59歳	493	4,448,000	493	4,009,500	493	438,500
	100.0%	9,022	90.1%	8,133	9.9%	889
60～69歳	679	8,685,000	679	8,156,500	673	528,500
	100.0%	12,791	93.9%	12,013	6.1%	785
70～79歳	448	6,176,000	448	5,538,000	445	638,000
	100.0%	13,786	89.7%	12,362	10.3%	1,434
80歳以上	194	2,995,500	194	2,875,500	193	120,000
	100.0%	15,441	96.0%	14,822	4.0%	622

教養・医療他支出額の平均額を性別で見ると、男性の約 0.8 万円に対し、女性は約 1.3 万円
でかなり女性が上回っている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、ともに県内支
出額の割合がかなり高い傾向になっており、男性が 87.4%、女性が 87.2%と拮抗している。

教養・医療他支出額の平均額を年代別で見ると、80 歳以上が約 1.5 万円で最も高く、次いで
70 歳代（約 1.4 万円）、60 歳代（約 1.3 万円）と高齢層が高くなっている。なお、20 歳代（0.8
万円）、19 歳以下（0.8 万円）の若年層が低くなっている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの年代にお
いても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも 80 歳以上が 96.0%と最も
高く、次いで 60 歳代（93.9%）と高齢層が高くなっている。一方、県外支出額の割合は、20
歳代が 34.7%で最も高く、次いで 30 歳代（25.3%）、19 歳以下（22.4%）と若年層が高くなっ
ている。

表102 〔性・年代別〕教養・医療他支出額の内訳

	教養・医療他支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)
全 体	3,117	33,624,500	3,117	29,336,500	3,106	4,288,000
	100.0%	10,787	87.2%	9,412	12.8%	1,381
男 19歳以下	76	775,500	76	576,000	76	199,500
	100.0%	10,204	74.3%	7,579	25.7%	2,625
20～29歳	145	668,000	145	437,000	145	231,000
	100.0%	4,607	65.4%	3,014	34.6%	1,593
30～39歳	177	830,500	177	618,000	176	212,500
	100.0%	4,692	74.4%	3,492	25.6%	1,207
40～49歳	202	1,074,000	202	983,500	202	90,500
	100.0%	5,317	91.6%	4,869	8.4%	448
50～59歳	223	1,522,500	223	1,334,000	223	188,500
	100.0%	6,827	87.6%	5,982	12.4%	845
60～69歳	307	3,368,000	307	3,159,500	304	208,500
	100.0%	10,971	93.8%	10,292	6.2%	686
70～79歳	227	2,534,500	227	2,205,500	225	329,000
	100.0%	11,165	87.0%	9,716	13.0%	1,462
80歳以上	72	1,053,500	72	1,024,000	72	29,500
	100.0%	14,632	97.2%	14,222	2.8%	410
女 19歳以下	68	409,500	68	344,000	68	65,500
	100.0%	6,022	84.0%	5,059	16.0%	963
20～29歳	168	1,864,000	168	1,216,000	168	648,000
	100.0%	11,095	65.2%	7,238	34.8%	3,857
30～39歳	239	2,963,000	239	2,216,000	239	747,000
	100.0%	12,397	74.8%	9,272	25.2%	3,126
40～49歳	226	2,734,000	226	2,365,000	226	369,000
	100.0%	12,097	86.5%	10,465	13.5%	1,633
50～59歳	270	2,925,500	270	2,675,500	270	250,000
	100.0%	10,835	91.5%	9,909	8.5%	926
60～69歳	372	5,317,000	372	4,997,000	369	320,000
	100.0%	14,293	94.0%	13,433	6.0%	867
70～79歳	221	3,641,500	221	3,332,500	220	309,000
	100.0%	16,477	91.5%	15,079	8.5%	1,405
80歳以上	122	1,942,000	122	1,851,500	121	90,500
	100.0%	15,918	95.3%	15,176	4.7%	748

教養・医療他支出額の平均額を性・年代別でみると、70歳代の女性が約1.6万円で最も高く、次いで80歳以上の女性（約1.6万円）、80歳以上の男性（約1.5万円）と男女とも高年齢が高くなっている。なお、20歳代・30歳代の男性がともに約0.5万円と低くなっている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの性・年代においても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも80歳以上の男性（97.2%）、80歳以上の女性（95.3%）、60歳代の男性・女性（93.8%、94.0%）と高齢層の男女が高くなっている。一方、県外支出額の割合は、20歳代の男性・女性（34.6%、34.8%）を含め若年層の男女が高くなっている。

表103 〔就業等形態別／就業・就学地別〕教養・医療他支出額の内訳

	教養・医療他支出額		県内支出額		県外支出額	
	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)	調査数	合計 (円)
	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)	消費金額 (総合 計) に対 する割合	個人平均 (円)
全 体	3,117	33,624,500	3,117	29,336,500	3,106	4,288,000
	100.0%	10,787	87.2%	9,412	12.8%	1,381
勤労者 (パート等を含む)	1,515	13,398,000	1,515	10,932,000	1,512	2,466,000
	100.0%	8,844	81.6%	7,216	18.4%	1,631
専業主婦・主夫	634	9,016,500	634	8,049,500	630	967,000
	100.0%	14,222	89.3%	12,696	10.7%	1,535
無職	713	9,251,500	713	8,822,500	709	429,000
	100.0%	12,975	95.4%	12,374	4.6%	605
学生	215	1,590,000	215	1,218,000	215	372,000
	100.0%	7,395	76.6%	5,665	23.4%	1,730

全 体	1,730	14,988,000	1,730	12,150,000	1,727	2,838,000
	100.0%	8,664	81.1%	7,023	18.9%	1,643
奈良県内	1,092	9,533,500	1,092	8,740,500	1,090	793,000
	100.0%	8,730	91.7%	8,004	8.3%	728
奈良県外	596	5,114,500	596	3,093,500	596	2,021,000
	100.0%	8,581	60.5%	5,190	39.5%	3,391

教養・医療他支出額の平均額を就業等形態別でみると、専業主婦・主夫が約1.4万円で最も高く、次いで無職の1.3万円の順となっており、学生の約0.7万円が最も低くなっている。

また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、どの就業等形態においても県内支出額の割合がかなり高い傾向になっているが、なかでも無職が95.4%と最も高く、次いで専業主婦・主夫(89.3%)の順となっている。一方、県外支出額の割合は、学生が23.4%で最も高く、次いで勤労者(パート等を含む)(18.4%)の順となっている。

教養・医療他支出額の平均額を就業・就学地別でみると、奈良県内・県外就業・就学者とも約0.9万円ではほとんど差はない。

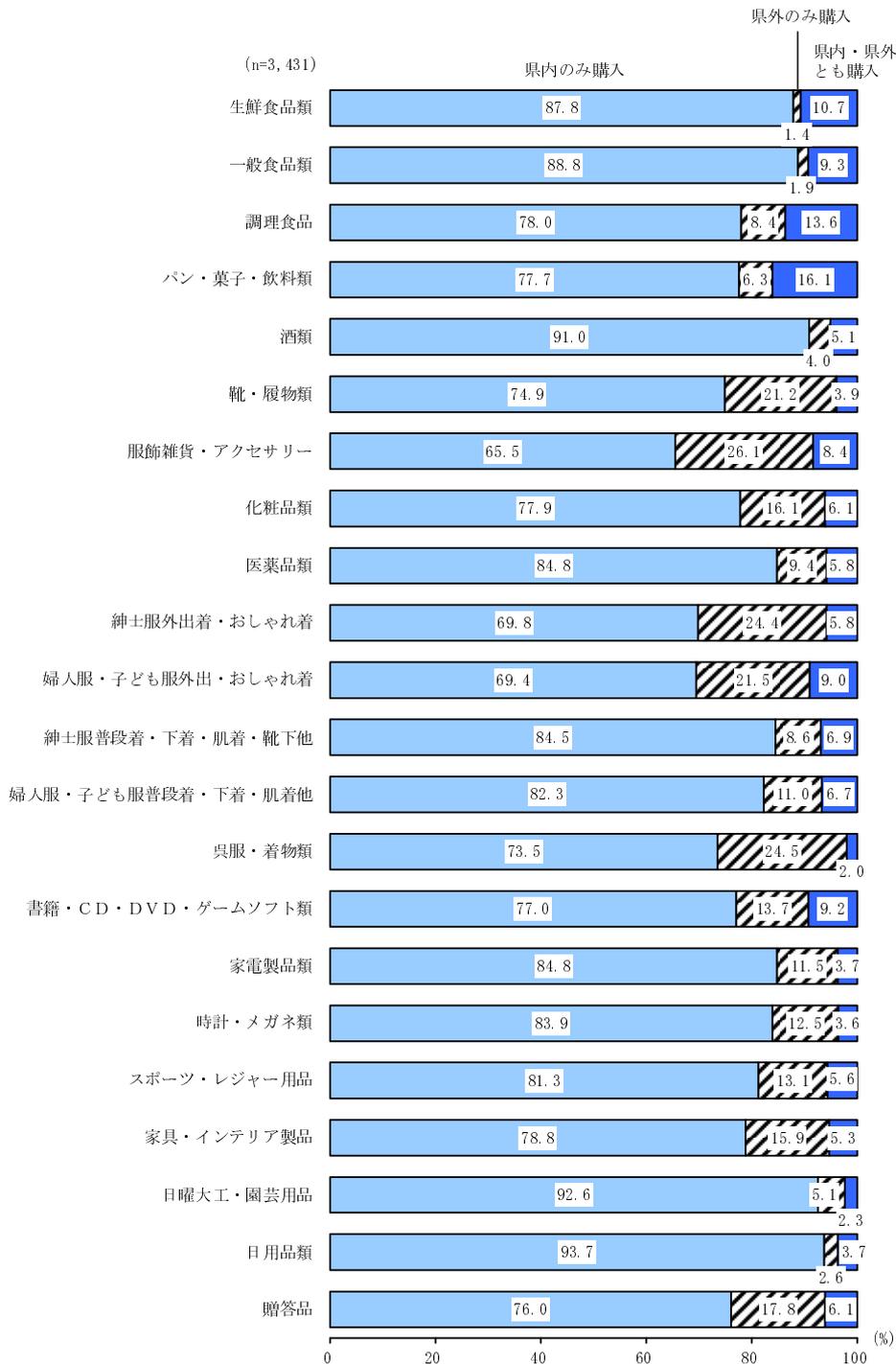
また、教養・医療他支出額に占める県内支出額と県外支出額の割合をみると、ともに県内支出額の割合が6割以上と高い傾向となっているが、奈良県内就業・就学者が91.7%を占めているのに対し、奈良県外就業・就学者は60.5%にとどまっている。

Ⅲ 商品購入状況について

県内、県外の商品購入状況

県内、県外の商品購入状況を見ると、「日用品類」、「日曜大工・園芸用品」、「酒類」、「一般食品類」、「生鮮食品類」は県内での購入割合が高く、県外での購入は1割未満となっている。これに対し、「服飾雑貨・アクセサリ」、「婦人服・子ども服外出・おしゃれ着」、「紳士服外出着・おしゃれ着」は県外での購入割合が2割以上と他の品目に比べて高くなっている。

図38 県内、県外の商品購入状況



県内商品購入額

県内商品購入額の価格帯について、「購入あり」の内訳をみると、「生鮮食品類」、「時計・メガネ類」を除いて、すべて「3千円未満」が最も多く、「3千～5千円未満」が2番目に多くなっている。「生鮮食品類」、「時計・メガネ類」は「1万～3万円未満」が最も多く、「生鮮食品類」は「5千～1万円未満」が、「時計・メガネ類」は「3千円未満」がそれぞれ2番目に多い。

表104-① 県内商品購入額

	調査数	0円 (購入なし)	購入あり 計	無回答
生鮮食品類	6,236 100.0	2,809 45.0	3,376 54.1	51 0.8
一般食品類	6,236 100.0	2,659 42.6	3,523 56.5	54 0.9
調理食品	6,236 100.0	3,110 49.9	3,054 49.0	72 1.2
パン・菓子・飲料類	6,236 100.0	1,756 28.2	4,426 71.0	54 0.9
酒類	6,236 100.0	4,388 70.4	1,771 28.4	77 1.2
靴・履物類	6,236 100.0	5,371 86.1	790 12.7	75 1.2
服飾雑貨・アクセサリ	6,236 100.0	5,741 92.1	423 6.8	72 1.2
化粧品類	6,236 100.0	4,630 74.2	1,530 24.5	76 1.2
医薬品類	6,236 100.0	4,232 67.9	1,934 31.0	70 1.1
紳士服 外出着・おしゃれ着	6,236 100.0	5,778 92.7	379 6.1	79 1.3
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	6,236 100.0	5,342 85.7	820 13.1	74 1.2
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	6,236 100.0	5,252 84.2	910 14.6	74 1.2
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	6,236 100.0	5,034 80.7	1,131 18.1	71 1.1
呉服・着物類	6,236 100.0	6,121 98.2	37 0.6	78 1.3
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	6,236 100.0	4,093 65.6	2,074 33.3	69 1.1
家電製品類	6,236 100.0	5,538 88.8	628 10.1	70 1.1
時計・メガネ類	6,236 100.0	5,973 95.8	193 3.1	70 1.1
スポーツ・レジャー用品	6,236 100.0	5,839 93.6	324 5.2	73 1.2
家具・インテリア製品	6,236 100.0	5,912 94.8	254 4.1	70 1.1
日曜大工・園芸用品	6,236 100.0	5,121 82.1	1,050 16.8	65 1.0
日用品類	6,236 100.0	4,008 64.3	2,163 34.7	65 1.0
贈答品	6,236 100.0	5,469 87.7	679 10.9	88 1.4

表104-② 県内商品購入額（「購入あり」の内訳）

	調査数	3千円未満	3千～5千円未満	5千～1万円未満	1万～3万円未満	3万～5万円未満	5万～7万円未満	7万～10万円未満	10万円以上
生鮮食品類	3,376 100.0	650 19.3	675 20.0	750 22.2	1,074 31.8	190 5.6	26 0.8	9 0.3	2 0.1
一般食品類	3,523 100.0	1,122 31.8	908 25.8	830 23.6	604 17.1	51 1.4	4 0.1	3 0.1	1 0.0
調理食品	3,054 100.0	1,981 64.9	653 21.4	310 10.2	103 3.4	5 0.2	-	2 0.1	-
パン・菓子・飲料類	4,426 100.0	3,000 67.8	969 21.9	363 8.2	84 1.9	7 0.2	-	3 0.1	-
酒類	1,771 100.0	867 49.0	439 24.8	336 19.0	108 6.1	12 0.7	7 0.4	2 0.1	-
靴・履物類	790 100.0	346 43.8	222 28.1	164 20.8	48 6.1	6 0.8	2 0.3	2 0.3	-
服飾雑貨・アクセサリ	423 100.0	235 55.6	97 22.9	55 13.0	29 6.9	2 0.5	2 0.5	1 0.2	2 0.5
化粧品類	1,530 100.0	762 49.8	395 25.8	245 16.0	115 7.5	8 0.5	4 0.3	1 0.1	-
医薬品類	1,934 100.0	1,149 59.4	469 24.3	232 12.0	72 3.7	8 0.4	2 0.1	2 0.1	-
紳士服 外出着・おしやれ着	379 100.0	130 34.3	109 28.8	86 22.7	42 11.1	9 2.4	2 0.5	-	1 0.3
婦人服・子ども服 外出・おしやれ着	820 100.0	229 27.9	220 26.8	191 23.3	150 18.3	22 2.7	5 0.6	-	3 0.4
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	910 100.0	525 57.7	248 27.3	103 11.3	30 3.3	4 0.4	-	-	-
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,131 100.0	560 49.5	331 29.3	176 15.6	59 5.2	4 0.4	1 0.1	-	-
呉服・着物類	37 100.0	17 45.9	5 13.5	5 13.5	4 10.8	3 8.1	-	-	3 8.1
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,074 100.0	1,491 71.9	409 19.7	121 5.8	45 2.2	7 0.3	-	-	1 0.0
家電製品類	628 100.0	238 37.9	109 17.4	79 12.6	93 14.8	46 7.3	20 3.2	16 2.5	27 4.3
時計・メガネ類	193 100.0	50 25.9	37 19.2	25 13.0	56 29.0	10 5.2	9 4.7	5 2.6	1 0.5
スポーツ・レジャー用品	324 100.0	128 39.5	80 24.7	60 18.5	41 12.7	7 2.2	2 0.6	3 0.9	3 0.9
家具・インテリア製品	254 100.0	114 44.9	53 20.9	39 15.4	29 11.4	12 4.7	4 1.6	1 0.4	2 0.8
日曜大工・園芸用品	1,050 100.0	684 65.1	234 22.3	88 8.4	40 3.8	4 0.4	-	-	-
日用品類	2,163 100.0	1,464 67.7	500 23.1	154 7.1	41 1.9	1 0.0	2 0.1	-	1 0.0
贈答品	679 100.0	250 36.8	182 26.8	141 20.8	79 11.6	13 1.9	7 1.0	1 0.1	6 0.9

県外商品購入額

県外商品購入額の価格帯について、「購入あり」の内訳をみると、「時計・メガネ類」は「3千円未満」と「1万～3万円未満」が同数で、「靴・履物類」、「紳士服 外出着・おしゃれ着」は「1万～3万円未満」が、「婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着」、「呉服・着物類」は「5千～1万円未満」が、「化粧品類」、「スポーツ・レジャー用品」は「3千～5千円未満」が、それ以外は「3千円未満」がそれぞれ最も多くなっている。

表105-① 県外商品購入額

	調査数	0円 (購入なし)	購入あり 計	無回答
生鮮食品類	6,236 100.0	5,693 91.3	413 6.6	130 2.1
一般食品類	6,236 100.0	5,705 91.5	397 6.4	134 2.1
調理食品	6,236 100.0	5,369 86.1	732 11.7	135 2.2
パン・菓子・飲料類	6,236 100.0	5,047 80.9	1,050 16.8	139 2.2
酒類	6,236 100.0	5,944 95.3	165 2.6	127 2.0
靴・履物類	6,236 100.0	5,863 94.0	249 4.0	124 2.0
服飾雑貨・アクセサリー	6,236 100.0	5,926 95.0	193 3.1	117 1.9
化粧品類	6,236 100.0	5,708 91.5	395 6.3	133 2.1
医薬品類	6,236 100.0	5,781 92.7	318 5.1	137 2.2
紳士服 外出着・おしゃれ着	6,236 100.0	5,961 95.6	147 2.4	128 2.1
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	6,236 100.0	5,793 92.9	313 5.0	130 2.1
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	6,236 100.0	5,962 95.6	150 2.4	124 2.0
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	6,236 100.0	5,895 94.5	222 3.6	119 1.9
呉服・着物類	6,236 100.0	6,104 97.9	13 0.2	119 1.9
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	6,236 100.0	5,559 89.1	545 8.7	132 2.1
家電製品類	6,236 100.0	6,007 96.3	104 1.7	125 2.0
時計・メガネ類	6,236 100.0	6,081 97.5	34 0.5	121 1.9
スポーツ・レジャー用品	6,236 100.0	6,046 97.0	68 1.1	122 2.0
家具・インテリア製品	6,236 100.0	6,054 97.1	63 1.0	119 1.9
日曜大工・園芸用品	6,236 100.0	6,025 96.6	82 1.3	129 2.1
日用品類	6,236 100.0	5,958 95.5	135 2.2	143 2.3
贈答品	6,236 100.0	5,911 94.8	195 3.1	130 2.1

表105-② 県外商品購入額（「購入あり」の内訳）

	調査数	3千円未満	3千～5千円未満	5千～1万円未満	1万～3万円未満	3万～5万円未満	5万～7万円未満	7万～10万円未満	10万円以上
生鮮食品類	413 100.0	206 49.9	93 22.5	73 17.7	34 8.2	6 1.5	- -	1 0.2	- -
一般食品類	397 100.0	253 63.7	84 21.2	35 8.8	21 5.3	3 0.8	1 0.3	- -	- -
調理食品	732 100.0	489 66.8	138 18.9	81 11.1	24 3.3	- -	- -	- -	- -
パン・菓子・飲料類	1,050 100.0	852 81.1	155 14.8	25 2.4	18 1.7	- -	- -	- -	- -
酒類	165 100.0	113 68.5	26 15.8	19 11.5	7 4.2	- -	- -	- -	- -
靴・履物類	249 100.0	59 23.7	51 20.5	65 26.1	72 28.9	1 0.4	- -	1 0.4	- -
服飾雑貨・アクセサリー	193 100.0	74 38.3	48 24.9	33 17.1	26 13.5	7 3.6	- -	1 0.5	4 2.1
化粧品類	395 100.0	104 26.3	113 28.6	95 24.1	75 19.0	8 2.0	- -	- -	- -
医薬品類	318 100.0	149 46.9	86 27.0	35 11.0	43 13.5	1 0.3	2 0.6	2 0.6	- -
紳士服 外出着・おしゃれ着	147 100.0	36 24.5	18 12.2	29 19.7	44 29.9	10 6.8	7 4.8	1 0.7	2 1.4
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	313 100.0	42 13.4	66 21.1	94 30.0	92 29.4	12 3.8	6 1.9	1 0.3	- -
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	150 100.0	70 46.7	40 26.7	21 14.0	15 10.0	3 2.0	- -	1 0.7	- -
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	222 100.0	72 32.4	71 32.0	46 20.7	30 13.5	3 1.4	- -	- -	- -
呉服・着物類	13 100.0	2 15.4	- -	3 23.1	2 15.4	2 15.4	2 15.4	- -	2 15.4
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	545 100.0	318 58.3	139 25.5	57 10.5	27 5.0	2 0.4	2 0.4	- -	- -
家電製品類	104 100.0	29 27.9	19 18.3	16 15.4	22 21.2	9 8.7	6 5.8	3 2.9	- -
時計・メガネ類	34 100.0	9 26.5	2 5.9	7 20.6	9 26.5	- -	3 8.8	1 2.9	3 8.8
スポーツ・レジャー用品	68 100.0	19 27.9	22 32.4	9 13.2	15 22.1	3 4.4	- -	- -	- -
家具・インテリア製品	63 100.0	19 30.2	11 17.5	10 15.9	15 23.8	4 6.3	2 3.2	1 1.6	1 1.6
日曜大工・園芸用品	82 100.0	48 58.5	22 26.8	2 2.4	10 12.2	- -	- -	- -	- -
日用品類	135 100.0	92 68.1	28 20.7	9 6.7	5 3.7	1 0.7	- -	- -	- -
贈答品	195 100.0	75 38.5	48 24.6	32 16.4	35 17.9	2 1.0	1 0.5	2 1.0	- -

県内商品購入地

県内商品購入地をみると、いずれも「奈良市」が最も多くなっており、2番目に多い購入地は、「呉服・着物類」の「大和郡山市」を除いて、すべて「橿原市」となっている。

表106-① 県内商品購入地

	調査数	奈良市	大和高田市	大和郡山市	天理市	橿原市	桜井市	五條市	御所市	生駒市	香芝市	葛城市	宇陀市	山添村	平群町
生鮮食品類	3,427 100.0	1,000 29.2	122 3.6	260 7.6	180 5.3	378 11.0	132 3.9	52 1.5	81 2.4	253 7.4	161 4.7	50 1.5	82 2.4	1 0.0	32 0.9
一般食品類	3,577 100.0	1,026 28.7	125 3.5	269 7.5	191 5.3	391 10.9	137 3.8	52 1.5	90 2.5	266 7.4	164 4.6	50 1.4	89 2.5	-	34 1.0
調理食品	3,126 100.0	943 30.2	116 3.7	212 6.8	166 5.3	383 12.3	103 3.3	41 1.3	76 2.4	226 7.2	108 3.5	38 1.2	61 2.0	-	25 0.8
パン・菓子・飲料類	4,480 100.0	1,313 29.3	177 4.0	313 7.0	232 5.2	515 11.5	171 3.8	59 1.3	114 2.5	326 7.3	177 4.0	62 1.4	104 2.3	-	34 0.8
酒類	1,848 100.0	519 28.1	60 3.2	144 7.8	103 5.6	204 11.0	58 3.1	23 1.2	40 2.2	152 8.2	68 3.7	30 1.6	33 1.8	-	15 0.8
靴・履物類	865 100.0	231 26.7	16 1.8	70 8.1	48 5.5	158 18.3	26 3.0	5 0.6	11 1.3	42 4.9	20 2.3	15 1.7	13 1.5	-	4 0.5
服飾雑貨・アクセサリー	495 100.0	154 31.1	12 2.4	36 7.3	21 4.2	79 16.0	10 2.0	1 0.2	1 0.2	14 2.8	9 1.8	7 1.4	8 1.6	-	1 0.2
化粧品類	1,606 100.0	481 30.0	37 2.3	131 8.2	63 3.9	233 14.5	40 2.5	22 1.4	22 1.4	103 6.4	47 2.9	19 1.2	40 2.5	-	14 0.9
医薬品類	2,004 100.0	623 31.1	72 3.6	133 6.6	110 5.5	228 11.4	58 2.9	28 1.4	26 1.3	155 7.7	58 2.9	22 1.1	39 1.9	-	24 1.2
紳士服 外出着・おしゃれ着	458 100.0	117 25.5	8 1.7	41 9.0	20 4.4	77 16.8	12 2.6	-	6 1.3	11 2.4	6 1.3	8 1.7	4 0.9	-	-
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	894 100.0	245 27.4	15 1.7	98 11.0	30 3.4	183 20.5	23 2.6	4 0.4	9 1.0	43 4.8	16 1.8	13 1.5	15 1.7	-	1 0.1
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	984 100.0	291 29.6	18 1.8	80 8.1	45 4.6	145 14.7	36 3.7	5 0.5	12 1.2	63 6.4	32 3.3	12 1.2	17 1.7	-	1 0.1
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,202 100.0	342 28.5	22 1.8	129 10.7	42 3.5	199 16.6	49 4.1	8 0.7	17 1.4	72 6.0	19 1.6	14 1.2	27 2.2	-	4 0.3
呉服・着物類	115 100.0	17 14.8	3 2.6	4 3.5	3 2.6	3 2.6	-	1 0.9	-	-	-	1 0.9	-	-	-
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,143 100.0	665 31.0	72 3.4	171 8.0	77 3.6	335 15.6	73 3.4	18 0.8	37 1.7	117 5.5	87 4.1	23 1.1	41 1.9	-	22 1.0
家電製品類	698 100.0	209 29.9	25 3.6	68 9.7	16 2.3	95 13.6	16 2.3	4 0.6	6 0.9	46 6.6	21 3.0	20 2.9	8 1.1	-	2 0.3
時計・メガネ類	263 100.0	62 23.6	11 4.2	20 7.6	14 5.3	40 15.2	4 1.5	1 0.4	1 0.4	6 2.3	7 2.7	-	1 0.4	-	-
スポーツ・レジャー用品	397 100.0	117 29.5	15 3.8	37 9.3	14 3.5	73 18.4	-	-	1 0.3	14 3.5	11 2.8	2 0.5	1 0.3	-	-
家具・インテリア製品	324 100.0	81 25.0	3 0.9	24 7.4	11 3.4	62 19.1	3 0.9	1 0.3	4 1.2	16 4.9	14 4.3	4 1.2	2 0.6	-	-
日曜大工・園芸用品	1,115 100.0	339 30.4	35 3.1	89 8.0	60 5.4	91 8.2	39 3.5	10 0.9	22 2.0	90 8.1	46 4.1	15 1.3	19 1.7	1 0.1	6 0.5
日用品類	2,228 100.0	655 29.4	87 3.9	175 7.9	112 5.0	228 10.2	77 3.5	23 1.0	55 2.5	164 7.4	95 4.3	31 1.4	45 2.0	1 0.0	27 1.2
贈答品	767 100.0	237 30.9	11 1.4	45 5.9	32 4.2	110 14.3	24 3.1	7 0.9	4 0.5	55 7.2	10 1.3	11 1.4	12 1.6	1 0.1	6 0.8

表106-② 県内商品購入地

	調査数	三郷町	斑鳩町	安堵町	川西町	三宅町	田原本町	曾爾村	御杖村	高取町	明日香村	上牧町	王寺町	広陵町	河合町
生鮮食品類	3,427 100.0	44 1.3	69 2.0	6 0.2	32 0.9	1 0.0	82 2.4	2 0.1	-	11 0.3	1 0.0	41 1.2	65 1.9	41 1.2	50 1.5
一般食品類	3,577 100.0	44 1.2	78 2.2	8 0.2	32 0.9	2 0.1	94 2.6	2 0.1	2 0.1	10 0.3	-	43 1.2	73 2.0	45 1.3	47 1.3
調理食品	3,126 100.0	39 1.2	72 2.3	3 0.1	29 0.9	3 0.1	80 2.6	2 0.1	1 0.0	9 0.3	3 0.1	37 1.2	63 2.0	47 1.5	36 1.2
パン・菓子・飲料類	4,480 100.0	58 1.3	99 2.2	8 0.2	35 0.8	7 0.2	117 2.6	2 0.0	3 0.1	14 0.3	1 0.0	52 1.2	105 2.3	57 1.3	45 1.0
酒類	1,848 100.0	31 1.7	48 2.6	1 0.1	9 0.5	3 0.2	43 2.3	-	-	2 0.1	-	25 1.4	41 2.2	26 1.4	17 0.9
靴・履物類	865 100.0	4 0.5	8 0.9	-	-	1 0.1	18 2.1	-	-	1 0.1	-	5 0.6	14 1.6	16 1.8	9 1.0
服飾雑貨・アクセサリ	495 100.0	1 0.2	1 0.2	-	-	1 0.2	3 0.6	-	-	-	-	3 0.6	10 2.0	8 1.6	2 0.4
化粧品類	1,606 100.0	11 0.7	21 1.3	-	9 0.6	1 0.1	23 1.4	-	-	6 0.4	-	19 1.2	51 3.2	16 1.0	16 1.0
医薬品類	2,004 100.0	17 0.8	26 1.3	1 0.0	8 0.4	-	36 1.8	-	-	10 0.5	1 0.0	20 1.0	61 3.0	22 1.1	34 1.7
紳士服 外出着・おしゃれ着	458 100.0	-	1 0.2	-	-	4 0.9	5 1.1	-	-	-	-	2 0.4	19 4.1	3 0.7	2 0.4
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	894 100.0	5 0.6	3 0.3	-	-	1 0.1	7 0.8	-	-	-	1 0.1	8 0.9	10 1.1	14 1.6	17 1.9
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	984 100.0	6 0.6	3 0.3	1 0.1	-	1 0.1	15 1.5	-	-	4 0.4	-	15 1.5	24 2.4	14 1.4	21 2.1
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,202 100.0	5 0.4	5 0.4	1 0.1	-	-	18 1.5	-	-	3 0.2	-	18 1.5	26 2.2	15 1.2	20 1.7
呉服・着物類	115 100.0	1 0.9	1 0.9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.9	-
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,143 100.0	4 0.2	26 1.2	2 0.1	1 0.0	1 0.0	27 1.3	-	-	-	1 0.0	23 1.1	73 3.4	19 0.9	22 1.0
家電製品類	698 100.0	4 0.6	1 0.1	-	-	1 0.1	6 0.9	1 0.1	-	-	-	22 3.2	16 2.3	2 0.3	8 1.1
時計・メガネ類	263 100.0	1 0.4	1 0.4	-	-	-	2 0.8	-	-	1 0.4	-	4 1.5	6 2.3	3 1.1	3 1.1
スポーツ・レジャー用品	397 100.0	3 0.8	5 1.3	-	-	-	3 0.8	-	-	-	-	1 0.3	7 1.8	1 0.3	4 1.0
家具・インテリア製品	324 100.0	2 0.6	-	-	-	-	3 0.9	-	-	-	1 0.3	-	5 1.5	2 0.6	3 0.9
日曜大工・園芸用品	1,115 100.0	8 0.7	6 0.5	-	-	-	17 1.5	-	-	5 0.4	1 0.1	5 0.4	28 2.5	35 3.1	12 1.1
日用品類	2,228 100.0	14 0.6	28 1.3	1 0.0	9 0.4	3 0.1	38 1.7	2 0.1	-	8 0.4	-	31 1.4	41 1.8	31 1.4	36 1.6
贈答品	767 100.0	3 0.4	8 1.0	-	1 0.1	-	6 0.8	2 0.3	-	2 0.3	2 0.3	2 0.3	9 1.2	6 0.8	11 1.4

	調査数	吉野町	大淀町	下市町	黒滝村	天川村	野迫川村	十津川村	下北山村	上北山村	川上村	東吉野村	不明	無回答
生鮮食品類	3,427 100.0	10 0.3	47 1.4	13 0.4	-	-	-	5 0.1	2 0.1	-	-	-	1 0.0	120 3.5
一般食品類	3,577 100.0	8 0.2	49 1.4	11 0.3	-	-	-	7 0.2	2 0.1	-	-	-	2 0.1	134 3.7
調理食品	3,126 100.0	7 0.2	46 1.5	11 0.4	-	-	-	2 0.1	-	-	-	-	5 0.2	133 4.3
パン・菓子・飲料類	4,480 100.0	14 0.3	57 1.3	10 0.2	-	2 0.0	-	6 0.1	2 0.0	-	-	4 0.1	10 0.2	175 3.9
酒類	1,848 100.0	3 0.2	14 0.8	1 0.1	-	-	-	5 0.3	-	-	-	-	2 0.1	128 6.9
靴・履物類	865 100.0	-	13 1.5	-	-	-	-	1 0.1	-	-	-	-	3 0.3	113 13.1
服飾雑貨・アクセサリ	495 100.0	-	8 1.6	1 0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	104 21.0
化粧品類	1,606 100.0	1 0.1	19 1.2	1 0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	7 0.4	153 9.5
医薬品類	2,004 100.0	7 0.3	25 1.2	3 0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	6 0.3	151 7.5
紳士服 外出着・おしゃれ着	458 100.0	-	8 1.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.2	103 22.5
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	894 100.0	-	12 1.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.1	120 13.4
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	984 100.0	-	13 1.3	-	-	-	-	1 0.1	-	-	-	-	-	109 11.1
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,202 100.0	-	21 1.7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 0.2	124 10.3
呉服・着物類	115 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.9	79 68.7
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,143 100.0	-	20 0.9	1 0.0	-	-	-	-	-	-	-	-	9 0.4	176 8.2
家電製品類	698 100.0	1 0.1	1 0.1	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.1	3 0.4	95 13.6
時計・メガネ類	263 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.4	74 28.1
スポーツ・レジャー用品	397 100.0	-	1 0.3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	87 21.9
家具・インテリア製品	324 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.3	82 25.3
日曜大工・園芸用品	1,115 100.0	1 0.1	24 2.2	-	-	-	-	1 0.1	-	-	-	-	3 0.3	107 9.6
日用品類	2,228 100.0	-	45 2.0	-	-	1 0.0	-	3 0.1	-	-	-	-	2 0.1	160 7.2
贈答品	767 100.0	1 0.1	22 2.9	-	1 0.1	-	-	-	-	-	-	1 0.1	5 0.7	120 15.6

県外商品購入地

県外商品購入地をみると、「日曜大工・園芸用品」を除いて、すべて「大阪府」が最も多くなっており、2番目に多い購入地も、「日曜大工・園芸用品」を除いて、すべて「京都府」となっている。「日曜大工・園芸用品」の購入地は「京都府」が最も多く、次に「大阪府」となっている。

表107 県外商品購入地

	調査数	大阪府	京都府	和歌山県	三重県	滋賀県	兵庫県	その他	無回答
生鮮食品類	543 100.0	227 41.8	85 15.7	24 4.4	29 5.3	3 0.6	16 2.9	19 3.5	140 25.8
一般食品類	531 100.0	209 39.4	83 15.6	23 4.3	31 5.8	-	18 3.4	33 6.2	134 25.2
調理食品	867 100.0	481 55.5	115 13.3	18 2.1	39 4.5	7 0.8	28 3.2	33 3.8	146 16.8
パン・菓子・飲料類	1,189 100.0	673 56.6	176 14.8	36 3.0	50 4.2	7 0.6	37 3.1	54 4.5	156 13.1
酒類	292 100.0	91 31.2	19 6.5	10 3.4	12 4.1	2 0.7	12 4.1	12 4.1	134 45.9
靴・履物類	373 100.0	181 48.5	26 7.0	2 0.5	8 2.1	7 1.9	5 1.3	20 5.4	124 33.2
服飾雑貨・アクセサリー	310 100.0	156 50.3	14 4.5	1 0.3	3 1.0	5 1.6	3 1.0	12 3.9	116 37.4
化粧品類	528 100.0	236 44.7	28 5.3	5 0.9	5 0.9	2 0.4	4 0.8	112 21.2	136 25.8
医薬品類	455 100.0	156 34.3	34 7.5	4 0.9	6 1.3	3 0.7	4 0.9	106 23.3	142 31.2
紳士服 外出着・おしゃれ着	275 100.0	113 41.1	9 3.3	1 0.4	4 1.5	2 0.7	3 1.1	14 5.1	129 46.9
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	443 100.0	238 53.7	20 4.5	2 0.5	6 1.4	4 0.9	10 2.3	34 7.7	129 29.1
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	274 100.0	99 36.1	24 8.8	1 0.4	5 1.8	5 1.8	2 0.7	14 5.1	124 45.3
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	341 100.0	141 41.3	32 9.4	1 0.3	4 1.2	5 1.5	4 1.2	34 10.0	120 35.2
呉服・着物類	132 100.0	5 3.8	4 3.0	-	1 0.8	-	-	2 1.5	120 90.9
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	677 100.0	333 49.2	64 9.5	4 0.6	11 1.6	3 0.4	7 1.0	113 16.7	142 21.0
家電製品類	229 100.0	51 22.3	13 5.7	6 2.6	4 1.7	1 0.4	1 0.4	29 12.7	124 54.1
時計・メガネ類	155 100.0	25 16.1	4 2.6	-	3 1.9	-	-	2 1.3	121 78.1
スポーツ・レジャー用品	190 100.0	44 23.2	11 5.8	-	2 1.1	-	2 1.1	10 5.3	121 63.7
家具・インテリア製品	182 100.0	33 18.1	10 5.5	-	-	1 0.5	2 1.1	15 8.2	121 66.5
日曜大工・園芸用品	211 100.0	24 11.4	32 15.2	6 2.8	7 3.3	1 0.5	-	7 3.3	134 63.5
日用品類	278 100.0	56 20.1	37 13.3	10 3.6	18 6.5	-	4 1.4	9 3.2	144 51.8
贈答品	325 100.0	103 31.7	22 6.8	5 1.5	4 1.2	4 1.2	6 1.8	40 12.3	141 43.4

県内商品購入店舗

県内商品購入店舗をみると、「生鮮食品類」から「酒類」までの〔食料品類〕と「日用品類」は「総合・食品スーパー」が、「家電製品類」、「時計・メガネ類」、「家具・インテリア製品」、「日曜大工・園芸用品」は「大型専門店・ディスカウントストア」が、「化粧品類」、「医薬品類」は「ドラッグストア」が、「呉服・着物類」は「一般小売店（商店街）」がそれぞれ最も多く、それ以外の品目は「ショッピングセンター（モール）」が最も多くなっている。

表108 県内商品購入店舗

	調査数	街一般小売店（商店街）	街一般小売店（商店外）	大型専門店・ディスカウントストア・デパート	百貨店	総合・食品スーパー	ショッピングセンター（モール）	ドラッグストア	コンビニエンスストア	通信販売・インターネット販売	その他	無回答
生鮮食品類	3,427 100.0	212 6.2	259 7.6	239 7.0	298 8.7	2,698 78.7	569 16.6	20 0.6	62 1.8	40 1.2	70 2.0	163 4.8
一般食品類	3,577 100.0	164 4.6	244 6.8	221 6.2	173 4.8	2,722 76.1	560 15.7	46 1.3	210 5.9	39 1.1	95 2.7	186 5.2
調理食品	3,126 100.0	111 3.6	216 6.9	128 4.1	183 5.9	1,947 62.3	393 12.6	18 0.6	695 22.2	16 0.5	67 2.1	176 5.6
パン・菓子・飲料類	4,480 100.0	259 5.8	377 8.4	213 4.8	205 4.6	2,654 59.2	554 12.4	97 2.2	1,188 26.5	17 0.4	107 2.4	241 5.4
酒類	1,848 100.0	63 3.4	176 9.5	335 18.1	28 1.5	995 53.8	172 9.3	50 2.7	133 7.2	6 0.3	38 2.1	152 8.2
靴・履物類	865 100.0	38 4.4	68 7.9	173 20.0	92 10.6	162 18.7	248 28.7	3 0.3	3 0.3	9 1.0	6 0.7	116 13.4
服飾雑貨・アクセサリ	495 100.0	23 4.6	29 5.9	66 13.3	83 16.8	58 11.7	162 32.7	4 0.8	3 0.6	4 0.8	8 1.6	89 18.0
化粧品類	1,606 100.0	72 4.5	100 6.2	131 8.2	121 7.5	287 17.9	289 18.0	463 28.8	15 0.9	74 4.6	54 3.4	141 8.8
医薬品類	2,004 100.0	92 4.6	112 5.6	110 5.5	16 0.8	243 12.1	157 7.8	1,113 55.5	23 1.1	56 2.8	83 4.1	171 8.5
紳士服 外出着・おしゃれ着	458 100.0	18 3.9	34 7.4	76 16.6	49 10.7	71 15.5	139 30.3	6 1.3	2 0.4	3 0.7	4 0.9	94 20.5
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	894 100.0	40 4.5	54 6.0	114 12.8	150 16.8	165 18.5	340 38.0	4 0.4	2 0.2	18 2.0	10 1.1	105 11.7
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	984 100.0	27 2.7	62 6.3	163 16.6	68 6.9	259 26.3	338 34.3	2 0.2	3 0.3	4 0.4	8 0.8	125 12.7
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,202 100.0	45 3.7	76 6.3	166 13.8	107 8.9	314 26.1	442 36.8	3 0.2	2 0.2	28 2.3	8 0.7	126 10.5
呉服・着物類	115 100.0	9 7.8	8 7.0	2 1.7	5 4.3	3 2.6	8 7.0	-	-	-	3 2.6	80 69.6
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,143 100.0	259 12.1	331 15.4	349 16.3	141 6.6	233 10.9	520 24.3	5 0.2	166 7.7	54 2.5	71 3.3	179 8.4
家電製品類	698 100.0	21 3.0	59 8.5	384 55.0	12 1.7	50 7.2	69 9.9	1 0.1	-	8 1.1	7 1.0	108 15.5
時計・メガネ類	263 100.0	29 11.0	43 16.3	45 17.1	14 5.3	12 4.6	44 16.7	-	-	1 0.4	6 2.3	77 29.3
スポーツ・レジャー用品	397 100.0	24 6.0	63 15.9	80 20.2	13 3.3	31 7.8	83 20.9	1 0.3	-	5 1.3	25 6.3	87 21.9
家具・インテリア製品	324 100.0	14 4.3	18 5.6	107 33.0	13 4.0	23 7.1	58 17.9	2 0.6	4 1.2	7 2.2	11 3.4	84 25.9
日曜大工・園芸用品	1,115 100.0	51 4.6	98 8.8	565 50.7	7 0.6	132 11.8	132 11.8	2 0.2	5 0.4	9 0.8	37 3.3	125 11.2
日用品類	2,228 100.0	48 2.2	105 4.7	511 22.9	29 1.3	849 38.1	348 15.6	447 20.1	19 0.9	19 0.9	38 1.7	171 7.7
贈答品	767 100.0	62 8.1	100 13.0	53 6.9	235 30.6	101 13.2	90 11.7	-	3 0.4	7 0.9	37 4.8	125 16.3

県外商品購入店舗

県外商品購入店舗をみると、「生鮮食品類」、「一般食品類」、「酒類」は「総合・食品スーパー」が、「調理食品」、「パン・菓子・飲料類」は「コンビニエンスストア」が、「化粧品類」、「医薬品類」、「書籍・CD・DVD・ゲームソフト類」は「通信販売・インターネット販売」が、「紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他」、「婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他」は「ショッピングセンター（モール）」が、「呉服・着物類」は「一般小売店（商店街）」および「百貨店」が、「家電製品類」から「日曜大工・園芸用品」までの「教養娯楽・文化品類」と「日用品類」は「大型専門店・ディスカウントストア」がそれぞれ最も多く、それ以外の品目は「百貨店」が最も多くなっている。

表109 県外商品購入店舗

	調査数	街一般小売店（商店街）	街一般小売店（商店街以外）	大型専門店・ディスカウントストア	百貨店	総合・食品スーパー	ショッピングセンター（モール）	ドラッグストア	コンビニエンスストア	通信販売・インターネット販売	その他	無回答
生鮮食品類	543 100.0	23 4.2	21 3.9	25 4.6	123 22.7	149 27.4	74 13.6	4 0.7	13 2.4	4 0.7	17 3.1	157 28.9
一般食品類	531 100.0	21 4.0	17 3.2	22 4.1	70 13.2	160 30.1	69 13.0	2 0.4	71 13.4	10 1.9	19 3.6	146 27.5
調理食品	867 100.0	26 3.0	29 3.3	19 2.2	127 14.6	170 19.6	79 9.1	2 0.2	336 38.8	2 0.2	53 6.1	164 18.9
パン・菓子・飲料類	1,189 100.0	39 3.3	68 5.7	24 2.0	126 10.6	193 16.2	93 7.8	15 1.3	548 46.1	4 0.3	94 7.9	187 15.7
酒類	292 100.0	9 3.1	9 3.1	18 6.2	12 4.1	52 17.8	14 4.8	-	49 16.8	6 2.1	11 3.8	136 46.6
靴・履物類	373 100.0	15 4.0	13 3.5	34 9.1	73 19.6	12 3.2	69 18.5	-	2 0.5	26 7.0	10 2.7	134 35.9
服飾雑貨・アクセサリー	310 100.0	16 5.2	11 3.5	22 7.1	72 23.2	7 2.3	50 16.1	2 0.6	-	14 4.5	14 4.5	120 38.7
化粧品類	528 100.0	15 2.8	15 2.8	21 4.0	87 16.5	16 3.0	36 6.8	61 11.6	4 0.8	117 22.2	30 5.7	147 27.8
医薬品類	455 100.0	6 1.3	12 2.6	18 4.0	17 3.7	14 3.1	25 5.5	95 20.9	3 0.7	110 24.2	14 3.1	153 33.6
紳士服 外出着・おしゃれ着	275 100.0	13 4.7	9 3.3	24 8.7	54 19.6	6 2.2	35 12.7	-	-	11 4.0	5 1.8	131 47.6
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	443 100.0	19 4.3	15 3.4	30 6.8	106 23.9	16 3.6	83 18.7	1 0.2	1 0.2	45 10.2	12 2.7	139 31.4
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	274 100.0	5 1.8	7 2.6	23 8.4	34 12.4	21 7.7	52 19.0	1 0.4	2 0.7	12 4.4	3 1.1	126 46.0
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	341 100.0	18 5.3	11 3.2	31 9.1	52 15.2	17 5.0	60 17.6	1 0.3	-	53 15.5	5 1.5	121 35.5
呉服・着物類	132 100.0	3 2.3	1 0.8	-	3 2.3	-	1 0.8	-	-	-	3 2.3	121 91.7
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	677 100.0	46 6.8	50 7.4	126 18.6	43 6.4	20 3.0	78 11.5	3 0.4	40 5.9	131 19.4	47 6.9	147 21.7
家電製品類	229 100.0	4 1.7	5 2.2	56 24.5	1 0.4	4 1.7	8 3.5	-	1 0.4	26 11.4	1 0.4	127 55.5
時計・メガネ類	155 100.0	3 1.9	3 1.9	13 8.4	6 3.9	1 0.6	6 3.9	-	1 0.6	-	1 0.6	121 78.1
スポーツ・レジャー用品	190 100.0	6 3.2	9 4.7	13 6.8	11 5.8	3 1.6	11 5.8	-	1 0.5	9 4.7	6 3.2	124 65.3
家具・インテリア製品	182 100.0	6 3.3	3 1.6	21 11.5	5 2.7	-	10 5.5	-	1 0.5	16 8.8	-	123 67.6
日曜大工・園芸用品	211 100.0	4 1.9	7 3.3	35 16.6	2 0.9	3 1.4	14 6.6	1 0.5	-	10 4.7	2 0.9	135 64.0
日用品類	278 100.0	7 2.5	7 2.5	29 10.4	9 3.2	26 9.4	25 9.0	18 6.5	5 1.8	7 2.5	7 2.5	154 55.4
贈答品	325 100.0	25 7.7	19 5.8	13 4.0	86 26.5	14 4.3	13 4.0	-	-	19 5.8	19 5.8	136 41.8

県内商品購入店舗選択理由

県内商品購入店舗選択理由をみると、「商品が充実」が最も多く、「商品が安い」や「交通の利便性が良い・近いから」が2番目に多く挙げられている品目が多数を占めているが、「生鮮食品類」から「パン・菓子・飲料類」までの〔食料品類〕と「医薬品類」は「交通の利便性が良い・近いから」が最も多くなっている。他では、「酒類」は「商品が安い」が、「呉服・着物類」は「なじみのお店だから」がそれぞれ最も多い。

表110 県内商品購入店舗選択理由

	調査数	商品が充実	商品が安い	サービスが充実	営業時間が長くて	交通の利便性が良い・近いから	勤務地に近い(往復)できる	色んな店が集まっているのでまとめて購入することができる	飲食・娯楽・スポーツ・公共施設等が併設されている	なじみのお店だから	遠くへ行けないから	こだわりの必要がない	その他	無回答
生鮮食品類	3,427 100.0	1,358 39.6	1,379 40.2	293 8.5	435 12.7	1,504 43.9	277 8.1	498 14.5	63 1.8	602 17.6	256 7.5	164 4.8	53 1.5	253 7.4
一般食品類	3,577 100.0	1,294 36.2	1,349 37.7	274 7.7	448 12.5	1,520 42.5	302 8.4	454 12.7	56 1.6	596 16.7	255 7.1	173 4.8	74 2.1	290 8.1
調理食品	3,126 100.0	934 29.9	885 28.3	166 5.3	413 13.2	1,257 40.2	452 14.5	277 8.9	56 1.8	429 13.7	189 6.0	155 5.0	67 2.1	270 8.6
パン・菓子・飲料類	4,480 100.0	1,358 30.3	1,282 28.6	242 5.4	570 12.7	1,746 39.0	611 13.6	372 8.3	86 1.9	641 14.3	263 5.9	239 5.3	89 2.0	384 8.6
酒類	1,848 100.0	504 27.3	700 37.9	98 5.3	161 8.7	612 33.1	138 7.5	121 6.5	14 0.8	262 14.2	72 3.9	103 5.6	21 1.1	223 12.1
靴・履物類	865 100.0	321 37.1	252 29.1	61 7.1	55 6.4	188 21.7	28 3.2	118 13.6	22 2.5	75 8.7	33 3.8	35 4.0	9 1.0	139 16.1
服飾雑貨・アクセサリー	495 100.0	175 35.4	89 18.0	42 8.5	24 4.8	86 17.4	20 4.0	80 16.2	9 1.8	56 11.3	16 3.2	19 3.8	7 1.4	110 22.2
化粧品類	1,606 100.0	457 28.5	401 25.0	157 9.8	76 4.7	385 24.0	81 5.0	156 9.7	16 1.0	346 21.5	79 4.9	60 3.7	54 3.4	187 11.6
医薬品類	2,004 100.0	550 27.4	510 25.4	156 7.8	109 5.4	575 28.7	108 5.4	107 5.3	9 0.4	330 16.5	119 5.9	112 5.6	93 4.6	231 11.5
紳士服 外出着・おしゃれ着	458 100.0	145 31.7	99 21.6	34 7.4	19 4.1	71 15.5	11 2.4	75 16.4	6 1.3	41 9.0	20 4.4	18 3.9	4 0.9	115 25.1
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	894 100.0	354 39.6	239 26.7	87 9.7	57 6.4	191 21.4	23 2.6	198 22.1	29 3.2	102 11.4	42 4.7	25 2.8	19 2.1	130 14.5
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	984 100.0	332 33.7	317 32.2	76 7.7	53 5.4	232 23.6	34 3.5	155 15.8	13 1.3	88 8.9	34 3.5	59 6.0	12 1.2	150 15.2
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	1,202 100.0	435 36.2	381 31.7	83 6.9	67 5.6	278 23.1	45 3.7	214 17.8	27 2.2	135 11.2	53 4.4	45 3.7	19 1.6	159 13.2
呉服・着物類	115 100.0	7 6.1	8 7.0	5 4.3	2 1.7	3 2.6	- 0.9	1 0.9	1 0.9	10 8.7	3 2.6	2 1.7	2 1.7	82 71.3
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	2,143 100.0	693 32.3	167 7.8	104 4.9	175 8.2	677 31.6	170 7.9	174 8.1	45 2.1	253 11.8	59 2.8	140 6.5	41 1.9	240 11.2
家電製品類	698 100.0	266 38.1	220 31.5	106 15.2	33 4.7	137 19.6	10 1.4	40 5.7	10 1.4	107 15.3	19 2.7	25 3.6	6 0.9	125 17.9
時計・メガネ類	263 100.0	66 25.1	56 21.3	27 10.3	6 2.3	34 12.9	5 1.9	13 4.9	1 0.4	31 11.8	12 4.6	10 3.8	2 0.8	89 33.8
スポーツ・レジャー用品	397 100.0	119 30.0	57 14.4	30 7.6	18 4.5	70 17.6	12 3.0	30 7.6	15 3.8	58 14.6	7 1.8	12 3.0	13 3.3	92 23.2
家具・インテリア製品	324 100.0	94 29.0	84 25.9	24 7.4	13 4.0	60 18.5	7 2.2	26 8.0	6 1.9	27 8.3	14 4.3	6 1.9	9 2.8	90 27.8
日曜大工・園芸用品	1,115 100.0	472 42.3	310 27.8	65 5.8	32 2.9	302 27.1	18 1.6	73 6.5	7 0.6	141 12.6	47 4.2	49 4.4	22 2.0	154 13.8
日用品類	2,228 100.0	835 37.5	804 36.1	130 5.8	148 6.6	708 31.8	103 4.6	200 9.0	23 1.0	288 12.9	113 5.1	116 5.2	33 1.5	257 11.5
贈答品	767 100.0	296 38.6	63 8.2	73 9.5	23 3.0	159 20.7	10 1.3	51 6.6	8 1.0	105 13.7	33 4.3	18 2.3	38 5.0	154 20.1

県外商品購入店舗選択理由

県外商品購入店舗選択理由をみると、「商品が充実」が最も多く、「商品が安い」が2番目に多く挙げられている品目が多数を占めているが、「調理食品」、「パン・菓子・飲料類」は「交通の利便性が良い・近いから」が最も多く、「商品が充実」が2番目に多くなっている。他では、「家電製品類」は「商品が安い」が最も多く、「呉服・着物類」、「スポーツ・レジャー用品」は「なじみのお店だから」が2番目に多くなっている。

表111 県外商品購入店舗選択理由

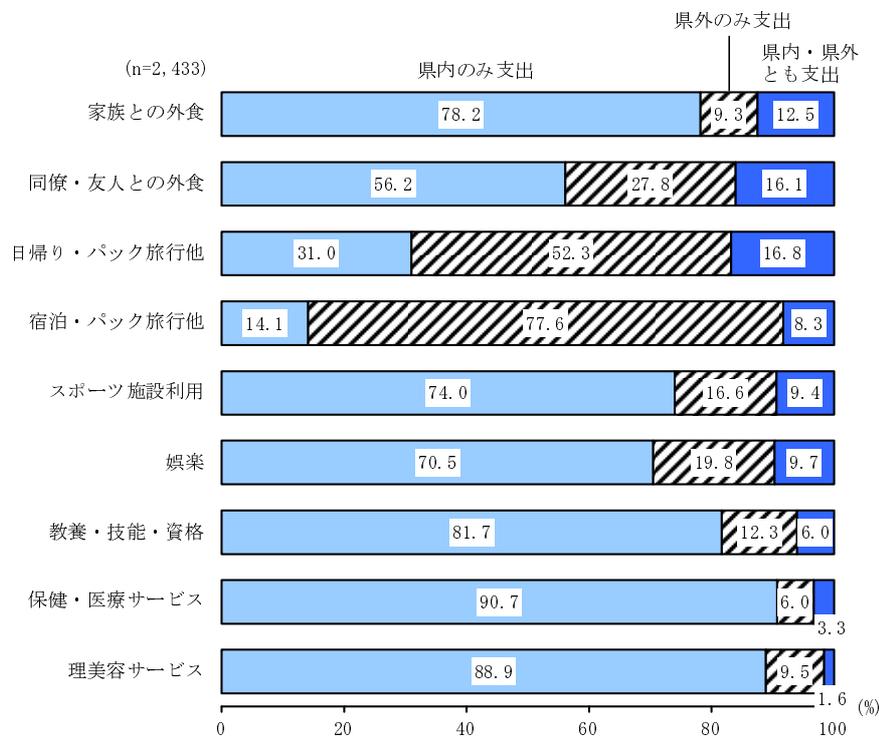
	調査数	商品が充実	商品が安い	サービスが充実	営業時間が長くて	交通の利便性が良い・近いから	勤務地に近い(往復)	色んな店が集っている	飲食・娯楽・スポーツ施設等が併設されている	なじみのお店だから	遠くへ行けないから	こだわりの必要がない	その他	無回答
生鮮食品類	543	176	106	34	14	83	54	68	24	47	4	20	32	159
	100.0	32.4	19.5	6.3	2.6	15.3	9.9	12.5	4.4	8.7	0.7	3.7	5.9	29.3
一般食品類	531	135	92	25	20	94	76	46	12	43	11	20	38	159
	100.0	25.4	17.3	4.7	3.8	17.7	14.3	8.7	2.3	8.1	2.1	3.8	7.2	29.9
調理食品	867	187	79	24	68	144	265	41	33	56	20	46	57	182
	100.0	21.6	9.1	2.8	7.8	16.6	30.6	4.7	3.8	6.5	2.3	5.3	6.6	21.0
パン・菓子・飲料類	1,189	256	109	31	94	224	345	52	56	86	21	72	81	207
	100.0	21.5	9.2	2.6	7.9	18.8	29.0	4.4	4.7	7.2	1.8	6.1	6.8	17.4
酒類	292	47	38	7	12	28	36	6	8	13	1	3	10	139
	100.0	16.1	13.0	2.4	4.1	9.6	12.3	2.1	2.7	4.5	0.3	1.0	3.4	47.6
靴・履物類	373	123	53	15	6	27	26	39	7	29	4	3	11	142
	100.0	33.0	14.2	4.0	1.6	7.2	7.0	10.5	1.9	7.8	1.1	0.8	2.9	38.1
服飾雑貨・アクセサリ	310	108	35	20	4	21	16	25	11	27	1	3	10	125
	100.0	34.8	11.3	6.5	1.3	6.8	5.2	8.1	3.5	8.7	0.3	1.0	3.2	40.3
化粧品類	528	135	92	42	11	36	45	24	14	82	7	13	60	164
	100.0	25.6	17.4	8.0	2.1	6.8	8.5	4.5	2.7	15.5	1.3	2.5	11.4	31.1
医薬品類	455	89	77	25	10	38	43	9	4	43	13	16	52	161
	100.0	19.6	16.9	5.5	2.2	8.4	9.5	2.0	0.9	9.5	2.9	3.5	11.4	35.4
紳士服 外出着・おしゃれ着	275	77	25	15	-	12	11	20	9	21	1	3	13	136
	100.0	28.0	9.1	5.5	-	4.4	4.0	7.3	3.3	7.6	0.4	1.1	4.7	49.5
婦人服・子ども服 外出・おしゃれ着	443	170	62	31	7	22	21	51	19	51	6	1	16	156
	100.0	38.4	14.0	7.0	1.6	5.0	4.7	11.5	4.3	11.5	1.4	0.2	3.6	35.2
紳士服 普段着・下着・肌着・靴下他	274	69	40	13	2	12	15	18	7	23	4	2	9	128
	100.0	25.2	14.6	4.7	0.7	4.4	5.5	6.6	2.6	8.4	1.5	0.7	3.3	46.7
婦人服・子ども服 普段着・下着・肌着他	341	122	63	26	5	20	18	31	9	31	6	3	21	127
	100.0	35.8	18.5	7.6	1.5	5.9	5.3	9.1	2.6	9.1	1.8	0.9	6.2	37.2
呉服・着物類	132	6	1	1	-	1	-	1	-	3	-	-	3	120
	100.0	4.5	0.8	0.8	-	0.8	-	0.8	-	2.3	-	-	2.3	90.9
書籍・CD・DVD・ゲームソフト類	677	231	79	46	24	79	115	21	13	46	13	31	56	161
	100.0	34.1	11.7	6.8	3.5	11.7	17.0	3.1	1.9	6.8	1.9	4.6	8.3	23.8
家電製品類	229	35	57	12	3	11	9	2	-	7	1	9	6	129
	100.0	15.3	24.9	5.2	1.3	4.8	3.9	0.9	-	3.1	0.4	3.9	2.6	56.3
時計・メガネ類	155	17	9	7	1	3	4	1	1	6	-	-	-	123
	100.0	11.0	5.8	4.5	0.6	1.9	2.6	0.6	0.6	3.9	-	-	-	79.4
スポーツ・レジャー用品	190	31	12	3	2	5	3	7	-	19	-	3	7	127
	100.0	16.3	6.3	1.6	1.1	2.6	1.6	3.7	-	10.0	-	1.6	3.7	66.8
家具・インテリア製品	182	30	19	9	-	7	2	5	4	5	2	1	6	123
	100.0	16.5	10.4	4.9	-	3.8	1.1	2.7	2.2	2.7	1.1	0.5	3.3	67.6
日曜大工・園芸用品	211	43	27	2	1	10	3	6	2	6	3	2	2	136
	100.0	20.4	12.8	0.9	0.5	4.7	1.4	2.8	0.9	2.8	1.4	0.9	0.9	64.5
日用品類	278	63	62	10	6	20	23	18	3	9	2	4	13	156
	100.0	22.7	22.3	3.6	2.2	7.2	8.3	6.5	1.1	3.2	0.7	1.4	4.7	56.1
贈答品	325	102	19	26	4	25	17	15	10	16	2	6	31	136
	100.0	31.4	5.8	8.0	1.2	7.7	5.2	4.6	3.1	4.9	0.6	1.8	9.5	41.8

Ⅳ サービス支出状況について

県内、県外のサービス支出状況

県内、県外のサービス支出状況を見ると、「保健・医療サービス」、「理美容サービス」、「教養・技能・資格」は県内での支出割合が高く、県外での購入は2割未満となっている。これに対し、「宿泊・パック旅行他」や「日帰り・パック旅行他」は県外での支出の割合が高く、「宿泊・パック旅行他」は県内での支出は2割強にとどまっている。「同僚・友人との外食」も、県外での支出が4割台と他の品目に比べてやや多い。

図39 県内、県外のサービス支出状況



県内サービス支出額

県内サービス支出額の価格帯について、「購入・利用あり」の内訳をみると、「宿泊・パック旅行他」は「1万～3万円未満」が、それ以外は「3千円未満」がそれぞれ最も多くなっている。2番目に多い価格帯は、「宿泊・パック旅行他」、「スポーツ施設利用」は「5千～1万円未満」、「教養・技能・資格」は「3千～5千円未満」と「5千～1万円未満」、それ以外は「3千～5千円未満」となっている。

表112-① 県内サービス支出額

	調査数	0円（購入・利用なし）	購入・利用あり計	無回答
家族との外食	6,236 100.0	3,961 63.5	2,201 35.3	74 1.2
同僚・友人との外食	6,236 100.0	4,249 68.1	1,888 30.3	99 1.6
日帰り・パック旅行他	6,236 100.0	5,887 94.4	259 4.2	90 1.4
宿泊・パック旅行他	6,236 100.0	6,046 97.0	97 1.6	93 1.5
スポーツ施設利用	6,236 100.0	5,568 89.3	586 9.4	82 1.3
娯楽	6,236 100.0	5,342 85.7	808 13.0	86 1.4
教養・技能・資格	6,236 100.0	5,719 91.7	426 6.8	91 1.5
保健・医療サービス	6,236 100.0	4,181 67.0	1,975 31.7	80 1.3
理美容サービス	6,236 100.0	4,192 67.2	1,970 31.6	74 1.2

表112-② 県内サービス支出額（「購入・利用あり」の内訳）

	調査数	3千円未満	3千～5千円未満	5千～1万円未満	1万～3万円未満	3万～5万円未満	5万～7万円未満	7万～10万円未満	10万円以上
家族との外食	2,201 100.0	720 32.7	693 31.5	556 25.3	215 9.8	15 0.7	2 0.1	-	-
同僚・友人との外食	1,888 100.0	826 43.8	527 27.9	366 19.4	150 7.9	12 0.6	4 0.2	3 0.2	-
日帰り・パック旅行他	259 100.0	79 30.5	64 24.7	73 28.2	41 15.8	2 0.8	-	-	-
宿泊・パック旅行他	97 100.0	13 13.4	12 12.4	14 14.4	32 33.0	13 13.4	6 6.2	2 2.1	5 5.2
スポーツ施設利用	586 100.0	179 30.5	143 24.4	154 26.3	93 15.9	11 1.9	2 0.3	3 0.5	1 0.2
娯楽	808 100.0	437 54.1	150 18.6	112 13.9	82 10.1	16 2.0	4 0.5	5 0.6	2 0.2
教養・技能・資格	426 100.0	138 32.4	97 22.8	97 22.8	79 18.5	11 2.6	2 0.5	1 0.2	1 0.2
保健・医療サービス	1,975 100.0	755 38.2	521 26.4	434 22.0	185 9.4	34 1.7	12 0.6	14 0.7	20 1.0
理美容サービス	1,970 100.0	730 37.1	645 32.7	447 22.7	143 7.3	1 0.1	2 0.1	-	2 0.1

県外サービス支出額

県外サービス支出額の価格帯について、「購入・利用あり」の内訳をみると、「宿泊・パック旅行他」は「1万～3万円未満」が、「日帰り・パック旅行他」、「スポーツ施設利用」は「5千～1万円未満」が、「教養・技能・資格」は「3千円未満」と「5千～1万円未満」が同数で、「同僚・友人との外出」、「理美容サービス」は「3千～5千円未満」が、その他の品目は「3千円未満」がそれぞれ最も多くなっている。

表113-① 県外サービス支出額

	調査数	0円 (購入・利用なし)	購入・利用あり 計	無回答
家族との外出	6,236 100.0	5,498 88.2	526 8.4	212 3.4
同僚・友人との外出	6,236 100.0	4,903 78.6	1,137 18.2	196 3.1
日帰り・パック旅行他	6,236 100.0	5,674 91.0	369 5.9	193 3.1
宿泊・パック旅行他	6,236 100.0	5,671 90.9	380 6.1	185 3.0
スポーツ施設利用	6,236 100.0	5,859 94.0	180 2.9	197 3.2
娯楽	6,236 100.0	5,745 92.1	295 4.7	196 3.1
教養・技能・資格	6,236 100.0	5,953 95.5	87 1.4	196 3.1
保健・医療サービス	6,236 100.0	5,825 93.4	190 3.0	221 3.5
理美容サービス	6,236 100.0	5,770 92.5	237 3.8	229 3.7

表113-② 県外サービス支出額（「購入・利用あり」の内訳）

	調査数	3千円未満	3千～5千円未満	5千～1万円未満	1万～3万円未満	3万～5万円未満	5万～7万円未満	7万～10万円未満	10万円以上
家族との外出	526 100.0	164 31.2	157 29.8	123 23.4	77 14.6	4 0.8	-	1 0.2	-
同僚・友人との外出	1,137 100.0	286 25.2	318 28.0	307 27.0	206 18.1	14 1.2	5 0.4	1 0.1	-
日帰り・パック旅行他	369 100.0	68 18.4	61 16.5	145 39.3	85 23.0	8 2.2	2 0.5	-	-
宿泊・パック旅行他	380 100.0	11 2.9	8 2.1	23 6.1	149 39.2	90 23.7	45 11.8	21 5.5	33 8.7
スポーツ施設利用	180 100.0	35 19.4	19 10.6	36 20.0	74 41.1	11 6.1	3 1.7	2 1.1	-
娯楽	295 100.0	139 47.1	69 23.4	43 14.6	40 13.6	4 1.4	-	-	-
教養・技能・資格	87 100.0	27 31.0	13 14.9	27 31.0	8 9.2	6 6.9	2 2.3	2 2.3	2 2.3
保健・医療サービス	190 100.0	69 36.3	54 28.4	44 23.2	19 10.0	-	-	1 0.5	3 1.6
理美容サービス	237 100.0	62 26.2	82 34.6	57 24.1	34 14.3	-	1 0.4	-	1 0.4

県内サービス支出地

県内サービス支出地をみると、いずれも「奈良市」が最も多く、「橿原市」が2番目に多くなっている。

表114 県内サービス支出地

	調査数	奈良市	大和高田市	大和郡山市	天理市	橿原市	桜井市	五條市	御所市	生駒市	香芝市	葛城市	宇陀市	山添村	平群町
家族との外食	2,275 100.0	725 31.9	71 3.1	163 7.2	157 6.9	404 17.8	41 1.8	26 1.1	16 0.7	137 6.0	73 3.2	30 1.3	16 0.7	1 0.0	8 0.4
同僚・友人との外食	1,987 100.0	747 37.6	64 3.2	97 4.9	87 4.4	342 17.2	31 1.6	25 1.3	18 0.9	106 5.3	48 2.4	19 1.0	14 0.7	-	10 0.5
日帰り・バック旅行他	349 100.0	77 22.1	4 1.1	13 3.7	12 3.4	27 7.7	5 1.4	5 1.4	2 0.6	10 2.9	4 1.1	4 1.1	6 1.7	-	-
宿泊・バック旅行他	190 100.0	32 16.8	-	8 4.2	9 4.7	17 8.9	1 0.5	1 1.1	-	2 1.1	3 1.6	-	-	-	1 0.5
スポーツ施設利用	668 100.0	239 35.8	17 2.5	32 4.8	31 4.6	50 7.5	8 1.2	11 1.6	2 0.3	28 4.2	25 3.7	12 1.8	11 1.6	3 0.4	5 0.7
娯楽	894 100.0	256 28.6	26 2.9	65 7.3	39 4.4	177 19.8	21 2.3	8 0.9	7 0.8	27 3.0	17 1.9	7 0.8	3 0.3	-	1 0.1
教養・技能・資格	517 100.0	166 32.1	13 2.5	24 4.6	12 2.3	50 9.7	2 0.4	1 0.2	1 0.2	48 9.3	14 2.7	6 1.2	3 0.6	-	6 1.2
保健・医療サービス	2,055 100.0	613 29.8	99 4.8	103 5.0	128 6.2	219 10.7	80 3.9	16 0.8	38 1.8	135 6.6	72 3.5	22 1.1	37 1.8	4 0.2	26 1.3
理美容サービス	2,044 100.0	626 30.6	73 3.6	143 7.0	68 3.3	237 11.6	63 3.1	26 1.3	29 1.4	111 5.4	92 4.5	31 1.5	38 1.9	3 0.1	6 0.3

	調査数	三郷町	斑鳩町	安堵町	川西町	三宅町	田原本町	曾爾村	御杖村	高取町	明日香村	上牧町	王寺町	広陵町	河合町
家族との外食	2,275 100.0	11 0.5	20 0.9	-	7 0.3	1 0.0	18 0.8	-	-	-	3 0.1	13 0.6	50 2.2	35 1.5	10 0.4
同僚・友人との外食	1,987 100.0	9 0.5	13 0.7	-	2 0.1	-	20 1.0	1 0.1	-	1 0.1	5 0.3	12 0.6	41 2.1	23 1.2	5 0.3
日帰り・バック旅行他	349 100.0	5 1.4	3 0.9	-	1 0.3	-	-	2 0.6	4 1.1	-	5 1.4	1 0.3	1 0.3	2 0.6	-
宿泊・バック旅行他	190 100.0	-	-	-	1 0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.5	-
スポーツ施設利用	668 100.0	7 1.0	5 0.7	-	1 0.1	-	6 0.9	2 0.3	-	-	4 0.6	6 0.9	14 2.1	6 0.9	11 1.6
娯楽	894 100.0	6 0.7	4 0.4	2 0.2	4 0.4	-	12 1.3	-	-	2 0.2	-	13 1.5	11 1.2	12 1.3	25 2.8
教養・技能・資格	517 100.0	1 0.2	7 1.4	3 0.6	-	-	13 2.5	2 0.4	-	-	1 0.2	3 0.6	4 0.8	5 1.0	4 0.8
保健・医療サービス	2,055 100.0	24 1.2	29 1.4	4 0.2	4 0.2	-	36 1.8	-	-	6 0.3	5 0.2	24 1.2	39 1.9	22 1.1	15 0.7
理美容サービス	2,044 100.0	12 0.6	40 2.0	6 0.3	11 0.5	7 0.3	52 2.5	3 0.1	1 0.0	4 0.2	-	23 1.1	44 2.2	25 1.2	20 1.0

	調査数	吉野町	大淀町	下市町	黒滝村	天川村	野迫川村	十津川村	下北山村	上北山村	川上村	東吉野村	不明	無回答
家族との外食	2,275 100.0	1 0.0	11 0.5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	21 0.9	206 9.1
同僚・友人との外食	1,987 100.0	6 0.3	11 0.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18 0.9	212 10.7
日帰り・バック旅行他	349 100.0	1 0.3	3 0.9	-	-	-	-	-	1 0.3	-	-	-	13 3.7	138 39.5
宿泊・バック旅行他	190 100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1 0.5	6 3.2	106 55.8
スポーツ施設利用	668 100.0	5 0.7	11 1.6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2 0.3	114 17.1
娯楽	894 100.0	2 0.2	2 0.2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 0.3	142 15.9
教養・技能・資格	517 100.0	2 0.4	1 0.2	4 0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	6 1.2	115 22.2
保健・医療サービス	2,055 100.0	3 0.1	24 1.2	5 0.2	2 0.1	3 0.1	-	1 0.0	-	-	-	1 0.0	8 0.4	208 10.1
理美容サービス	2,044 100.0	6 0.3	13 0.6	12 0.6	-	-	-	1 0.0	-	-	-	2 0.1	6 0.3	210 10.3

県外サービス支出地

県外サービス支出地をみると、いずれも「大阪府」が最も多く、「宿泊・パック旅行他」を除いて「京都府」が2番目に多くなっている。「宿泊・パック旅行他」は「兵庫県」が2番目に多い。

表115 県外サービス支出地

	調査数	大阪府	京都府	和歌山県	三重県	滋賀県	兵庫県	その他	無回答
家族との外食	738 100.0	323 43.8	72 9.8	9 1.2	33 4.5	20 2.7	17 2.3	41 5.6	223 30.2
同僚・友人との外食	1,333 100.0	881 66.1	125 9.4	9 0.7	30 2.3	6 0.5	28 2.1	47 3.5	207 15.5
日帰り・パック旅行他	562 100.0	110 19.6	80 14.2	20 3.6	33 5.9	20 3.6	51 9.1	57 10.1	191 34.0
宿泊・パック旅行他	565 100.0	35 6.2	17 3.0	14 2.5	23 4.1	12 2.1	30 5.3	244 43.2	190 33.6
スポーツ施設利用	377 100.0	62 16.4	48 12.7	1 0.3	38 10.1	6 1.6	11 2.9	14 3.7	197 52.3
娯楽	491 100.0	208 42.4	49 10.0	3 0.6	12 2.4	4 0.8	9 1.8	8 1.6	198 40.3
教養・技能・資格	283 100.0	52 18.4	16 5.7	2 0.7	-	2 0.7	2 0.7	13 4.6	196 69.3
保健・医療サービス	411 100.0	130 31.6	23 5.6	12 2.9	10 2.4	4 1.0	-	8 1.9	224 54.5
理美容サービス	466 100.0	175 37.6	23 4.9	6 1.3	10 2.1	2 0.4	7 1.5	9 1.9	234 50.2

県内サービス支出地選択理由

県内サービス支出地選択理由をみると、「スポーツ施設利用」、「娯楽」、「教養・技能・資格」「保健・医療サービス」は「交通の利便性が良い」が最も多い。他では、「家族との外食」は「メニューが充実」が、「同僚・友人との会食」は「料金が安い」が、「日帰り・パック旅行他」は「日常から開放された気分になる」が、「宿泊・パック旅行他」は「料金が安い」および「サービスが充実」が、「理美容サービス」は「なじみのお店だから」がそれぞれ最も多くなっている。

表116 県内サービス支出地選択理由

	調査数	メニューが充実	料金が安い	サービスが充実	営業時間が長くて便利	交通の利便性が良い	勤務地に近い(往き帰りに立ち寄れる)	色々な店舗・施設が集まっているのでまとめて用を足すことができる	仕事や遊びのついでに利用	有名で評判が良い	日常から開放された気分になる	なじみのお店だから	その他	無回答
家族との外食	2,275 100.0	728 32.0	721 31.7	191 8.4	108 4.7	535 23.5	35 1.5	193 8.5	178 7.8	162 7.1	81 3.6	446 19.6	76 3.3	179 7.9
同僚・友人との外食	1,987 100.0	444 22.3	449 22.6	151 7.6	114 5.7	440 22.1	190 9.6	79 4.0	294 14.8	123 6.2	81 4.1	335 16.9	83 4.2	226 11.4
日帰り・パック旅行他	349 100.0	18 5.2	38 10.9	14 4.0	10 2.9	38 10.9	-	8 2.3	21 6.0	16 4.6	44 12.6	15 4.3	55 15.8	134 38.4
宿泊・パック旅行他	190 100.0	8 4.2	19 10.0	19 10.0	4 2.1	11 5.8	1 0.5	2 1.1	2 1.1	3 1.6	13 6.8	9 4.7	16 8.4	105 55.3
スポーツ施設利用	668 100.0	22 3.3	119 17.8	58 8.7	41 6.1	199 29.8	23 3.4	18 2.7	22 3.3	12 1.8	58 8.7	116 17.4	73 10.9	126 18.9
娯楽	894 100.0	26 2.9	149 16.7	58 6.5	45 5.0	245 27.4	25 2.8	69 7.7	58 6.5	13 1.5	99 11.1	216 24.2	36 4.0	133 14.9
教養・技能・資格	517 100.0	14 2.7	51 9.9	26 5.0	8 1.5	126 24.4	15 2.9	14 2.7	5 1.0	26 5.0	49 9.5	38 7.4	120 23.2	127 24.6
保健・医療サービス	2,055 100.0	21 1.0	38 1.8	101 4.9	24 1.2	594 28.9	68 3.3	13 0.6	11 0.5	157 7.6	3 0.1	591 28.8	412 20.0	292 14.2
理美容サービス	2,044 100.0	29 1.4	454 22.2	195 9.5	22 1.1	279 13.6	25 1.2	15 0.7	8 0.4	22 1.1	16 0.8	1,146 56.1	61 3.0	239 11.7

県外サービス支出地選択理由

県外サービス支出地選択理由をみると、「家族との外食」、「同僚・友人との外食」は「仕事や遊びのついでに利用」が、「日帰り・パック旅行他」、「宿泊・パック旅行他」は「日常から開放された気分になる」が、「スポーツ施設利用」は「料金が安い」が、「娯楽」は「交通の利便性が良い」が、「教養・技能・資格」は「有名で評判が良い」が、「保健・医療サービス」、「理美容サービス」は「なじみのお店だから」がそれぞれ最も多くなっている。

表117 県外サービス支出地選択理由

	調査数	メニューが充実	料金が安い	サービスが充実	営業時間が長くて便利	交通の利便性が良い	勤務地に近い（往き帰りに立ち寄れる）	色々な店舗・施設が集っているのとまとめて用を足すことができる	仕事や遊びのついでに利用	有名で評判が良い	日常から開放された気分になる	なじみのお店だから	その他	無回答
家族との外食	738 100.0	144 19.5	80 10.8	48 6.5	19 2.6	95 12.9	15 2.0	37 5.0	145 19.6	61 8.3	43 5.8	74 10.0	43 5.8	239 32.4
同僚・友人との外食	1,333 100.0	231 17.3	204 15.3	71 5.3	56 4.2	182 13.7	273 20.5	52 3.9	301 22.6	78 5.9	58 4.4	159 11.9	74 5.6	258 19.4
日帰り・パック旅行他	562 100.0	13 2.3	37 6.6	24 4.3	3 0.5	37 6.6	-	19 3.4	44 7.8	27 4.8	94 16.7	6 1.1	96 17.1	232 41.3
宿泊・パック旅行他	565 100.0	11 1.9	44 7.8	37 6.5	2 0.4	24 4.2	3 0.5	5 0.9	23 4.1	34 6.0	105 18.6	12 2.1	146 25.8	212 37.5
スポーツ施設利用	377 100.0	8 2.1	35 9.3	12 3.2	4 1.1	20 5.3	12 3.2	4 1.1	14 3.7	5 1.3	16 4.2	31 8.2	52 13.8	210 55.7
娯楽	491 100.0	14 2.9	41 8.4	24 4.9	20 4.1	66 13.4	39 7.9	13 2.6	38 7.7	18 3.7	53 10.8	41 8.4	34 6.9	219 44.6
教養・技能・資格	283 100.0	4 1.4	4 1.4	13 4.6	2 0.7	11 3.9	8 2.8	-	4 1.4	14 4.9	2 0.7	4 1.4	31 11.0	206 72.8
保健・医療サービス	411 100.0	13 3.2	8 1.9	18 4.4	1 0.2	17 4.1	36 8.8	1 0.2	4 1.0	14 3.4	-	51 12.4	53 12.9	236 57.4
理美容サービス	466 100.0	12 2.6	46 9.9	43 9.2	5 1.1	23 4.9	44 9.4	1 0.2	6 1.3	4 0.9	1 0.2	100 21.5	7 1.5	250 53.6

県内サービス利用回数

県内サービス利用回数をみると、「日帰り・パック旅行他」から「娯楽」までの〔旅行・娯楽〕と「教養・技能・資格」は「利用していない」が、「家族との外食」、「同僚・友人との外食」、「理美容サービス」は「年に数回」が、「保健・医療サービス」は「月1～2回」がそれぞれ最も多くなっている。

表118 県内サービス利用回数

	調査数	ほとんど毎日	週3～4回	週1～2回	月1～2回	年に数回	利用していない	その他	無回答
家族との外食	3,112 100.0	14 0.4	15 0.5	171 5.5	713 22.9	723 23.2	254 8.2	19 0.6	1,203 38.7
同僚・友人との外食	3,112 100.0	24 0.8	34 1.1	148 4.8	491 15.8	681 21.9	376 12.1	22 0.7	1,336 42.9
日帰り・パック旅行他	3,112 100.0	16 0.5	4 0.1	10 0.3	73 2.3	391 12.6	653 21.0	33 1.1	1,932 62.1
宿泊・パック旅行他	3,112 100.0	17 0.5	1 0.0	4 0.1	16 0.5	234 7.5	817 26.3	39 1.3	1,984 63.8
スポーツ施設利用	3,112 100.0	28 0.9	51 1.6	117 3.8	91 2.9	135 4.3	858 27.6	19 0.6	1,813 58.3
娯楽	3,112 100.0	17 0.5	14 0.4	73 2.3	198 6.4	427 13.7	660 21.2	23 0.7	1,700 54.6
教養・技能・資格	3,112 100.0	28 0.9	26 0.8	99 3.2	113 3.6	66 2.1	902 29.0	20 0.6	1,858 59.7
保健・医療サービス	3,112 100.0	30 1.0	25 0.8	125 4.0	584 18.8	551 17.7	364 11.7	41 1.3	1,392 44.7
理美容サービス	3,112 100.0	20 0.6	4 0.1	15 0.5	706 22.7	856 27.5	250 8.0	20 0.6	1,241 39.9

県外サービス利用回数

県外サービス利用回数をみると、いずれも「利用していない」が最も多く、「年に数回」が2番目に多くなっている。

表119 県外サービス利用回数

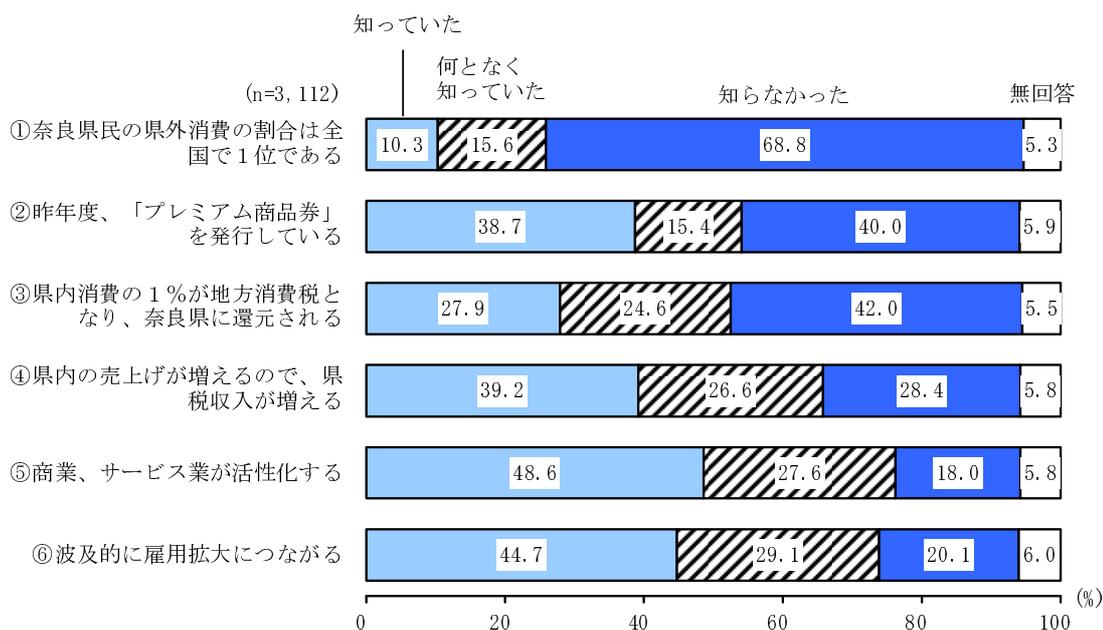
	調査数	ほとんど毎日	週3〜4回	週1〜2回	月1〜2回	年に数回	利用していない	その他	無回答
家族との外食	3,112 100.0	26 0.8	14 0.4	22 0.7	152 4.9	459 14.7	555 17.8	36 1.2	1,848 59.4
同僚・友人との外食	3,112 100.0	31 1.0	43 1.4	99 3.2	258 8.3	454 14.6	516 16.6	27 0.9	1,684 54.1
日帰り・バック旅行他	3,112 100.0	12 0.4	4 0.1	10 0.3	50 1.6	451 14.5	586 18.8	40 1.3	1,959 62.9
宿泊・バック旅行他	3,112 100.0	10 0.3	-	2 0.1	18 0.6	514 16.5	573 18.4	61 2.0	1,934 62.1
スポーツ施設利用	3,112 100.0	13 0.4	8 0.3	19 0.6	48 1.5	123 4.0	869 27.9	13 0.4	2,019 64.9
娯楽	3,112 100.0	11 0.4	3 0.1	13 0.4	96 3.1	234 7.5	752 24.2	16 0.5	1,987 63.8
教養・技能・資格	3,112 100.0	22 0.7	6 0.2	17 0.5	20 0.6	60 1.9	905 29.1	17 0.5	2,065 66.4
保健・医療サービス	3,112 100.0	23 0.7	2 0.1	12 0.4	70 2.2	129 4.1	843 27.1	17 0.5	2,016 64.8
理美容サービス	3,112 100.0	23 0.7	3 0.1	3 0.1	101 3.2	143 4.6	858 27.6	17 0.5	1,964 63.1

V 消費に関する行動・意識について

消費（効果）についての認知度

問 10. あなたは以下のことについてご存知ですか。（それぞれに1つだけ○印）

図40 消費（効果）についての認知度



消費（効果）についての認知度をみると、「知っていた」の割合は「⑤商業、サービス業が活性化する」が48.6%で最も高く、次いで「⑥波及的に雇用拡大につながる」(44.7%)、「④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」(39.2%)、「②昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」(38.7%)の順となっており、「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」が10.3%で最も低い。

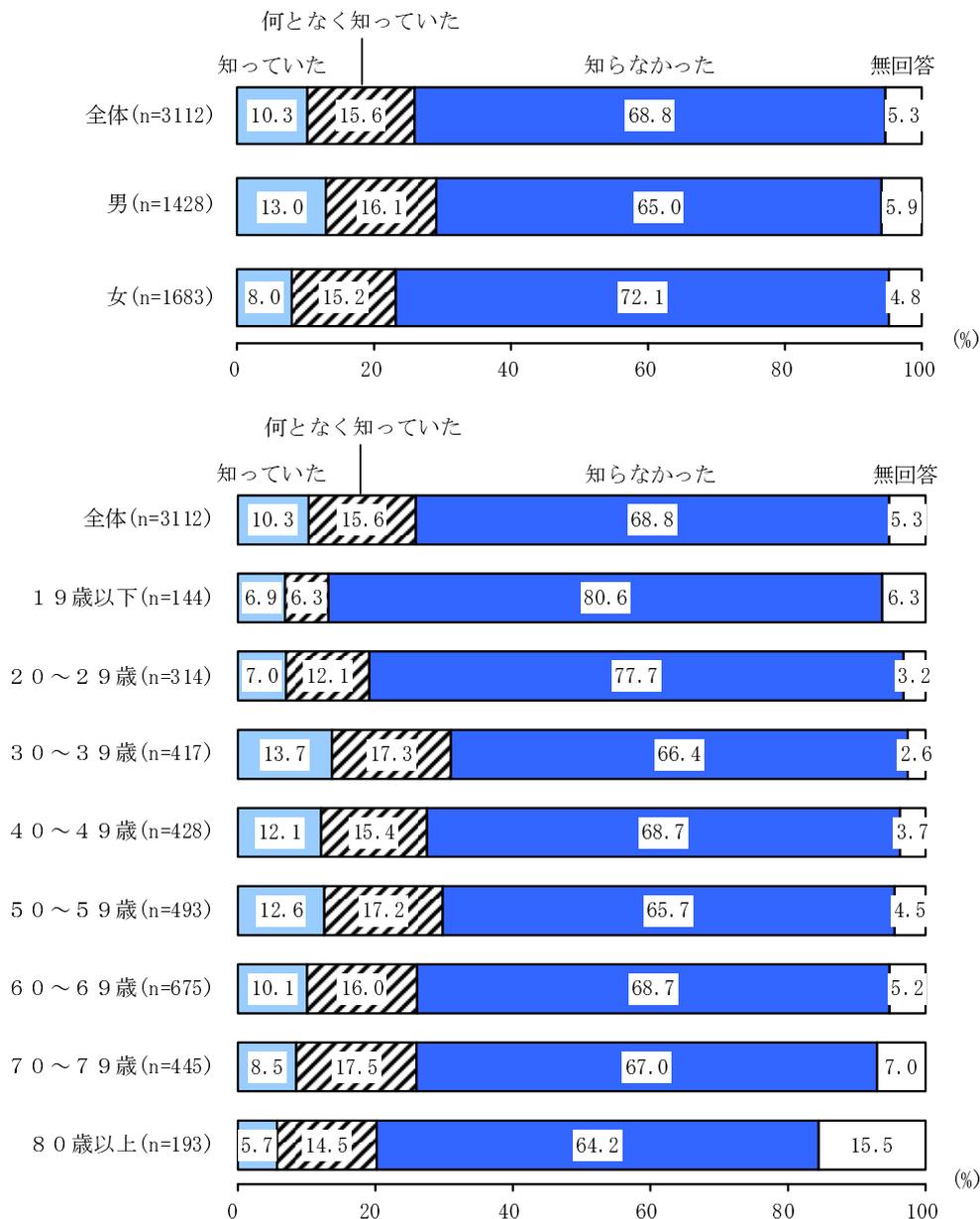
「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、女性よりも男性の方が5ポイント以上高くなっている。

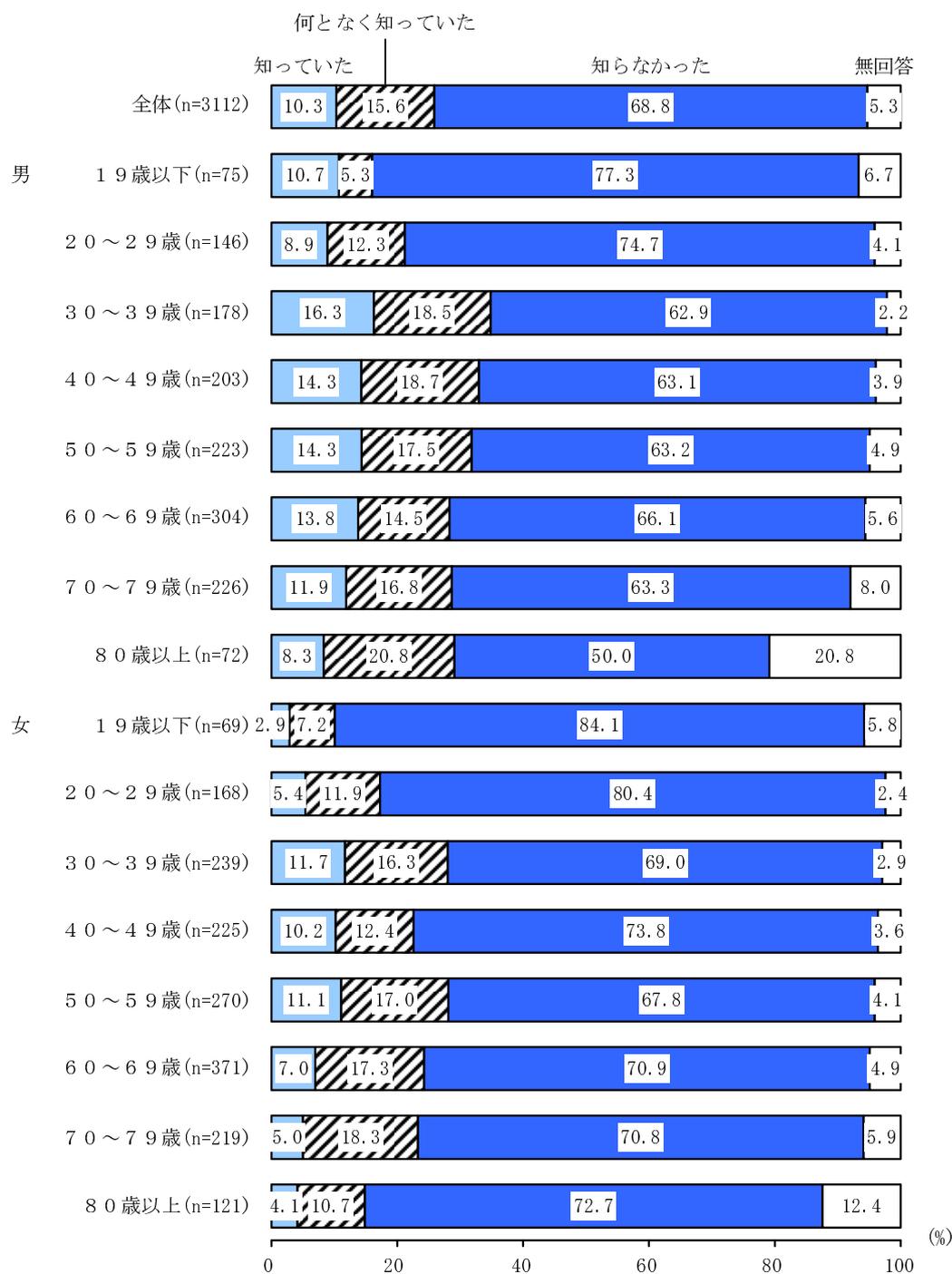
年代別で見ると、「奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、30歳代が30.9%で最も高く、次いで50歳代(29.8%)の順となっており、19歳以下が13.2%で最も低い。

図41 〔性別／年代別〕「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」についての認知度



性・年代別で見ると、「奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、30歳代の男性が34.8%で最も高く、次いで40歳代の男性（33.0%）、50歳代の男性（31.8%）の順となっており、19歳以下の女性が10.1%で最も低い。

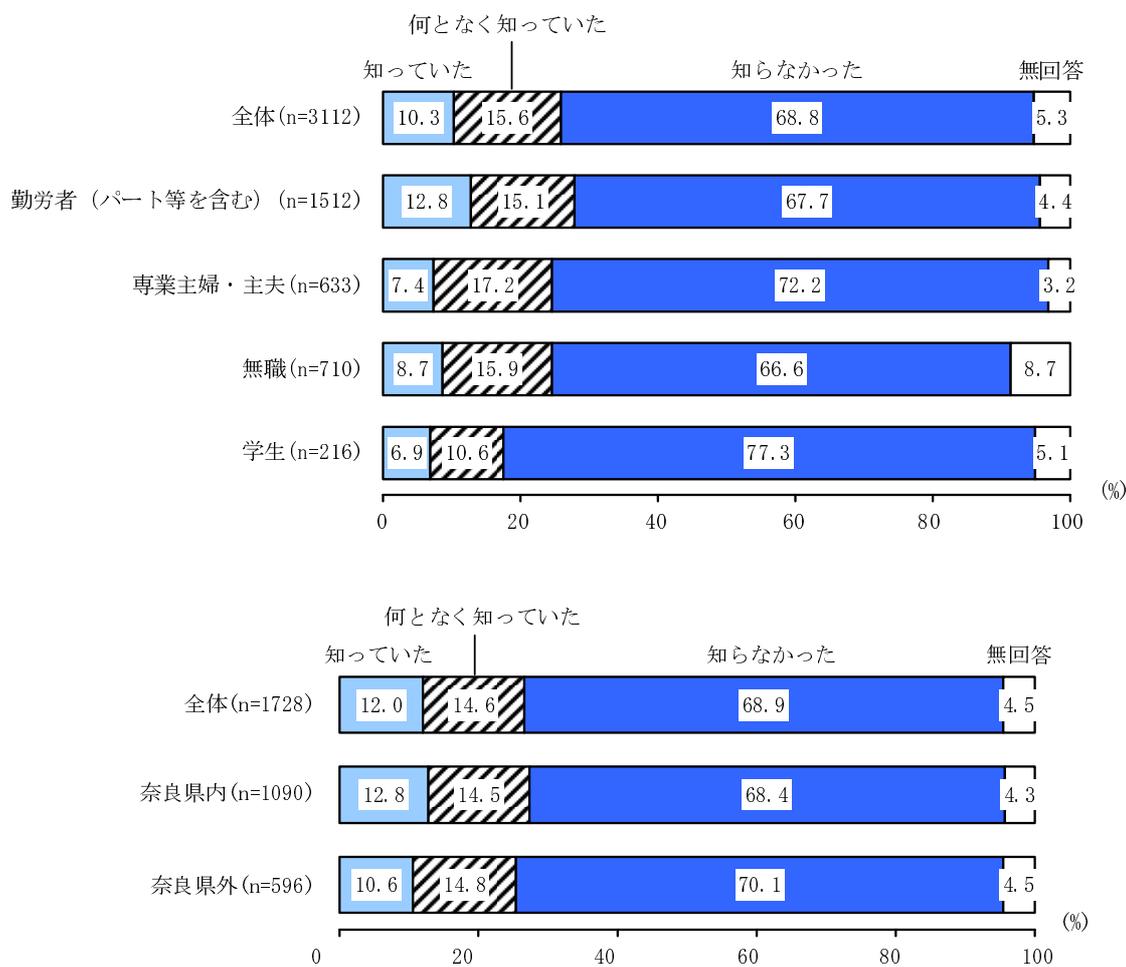
図42 〔性・年代別〕「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」についての認知度



就業等形態別で見ると、「奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、勤労者（パート等を含む）が27.9%で最も高く、次いで専業主婦・主夫および無職（ともに24.6%）の順となっており、学生が17.6%で最も低い。

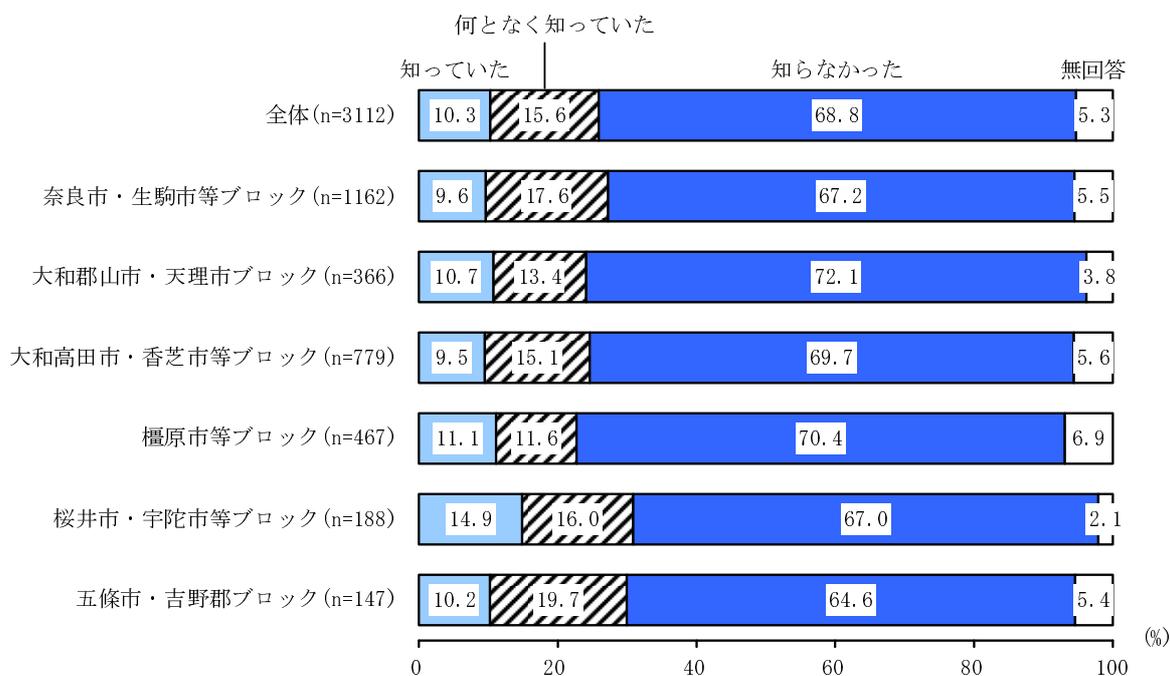
また、就業・就学地別で見ると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良県内就業・就学者が27.2%で、奈良県外就業・就学者の25.3%を若干上回る。

図43 「就業等形態別／就業・就学地別」 「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」についての認知度



居住地ブロック別でみると、「奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、桜井市・宇陀市等ブロックが30.9%で最も高く、次いで五條市・吉野郡ブロック（29.9%）の順となっており、橿原市等ブロックが22.7%で最も低い。

図44 「居住地ブロック別」 「①奈良県民の県外消費の割合は全国で1位である」についての認知度



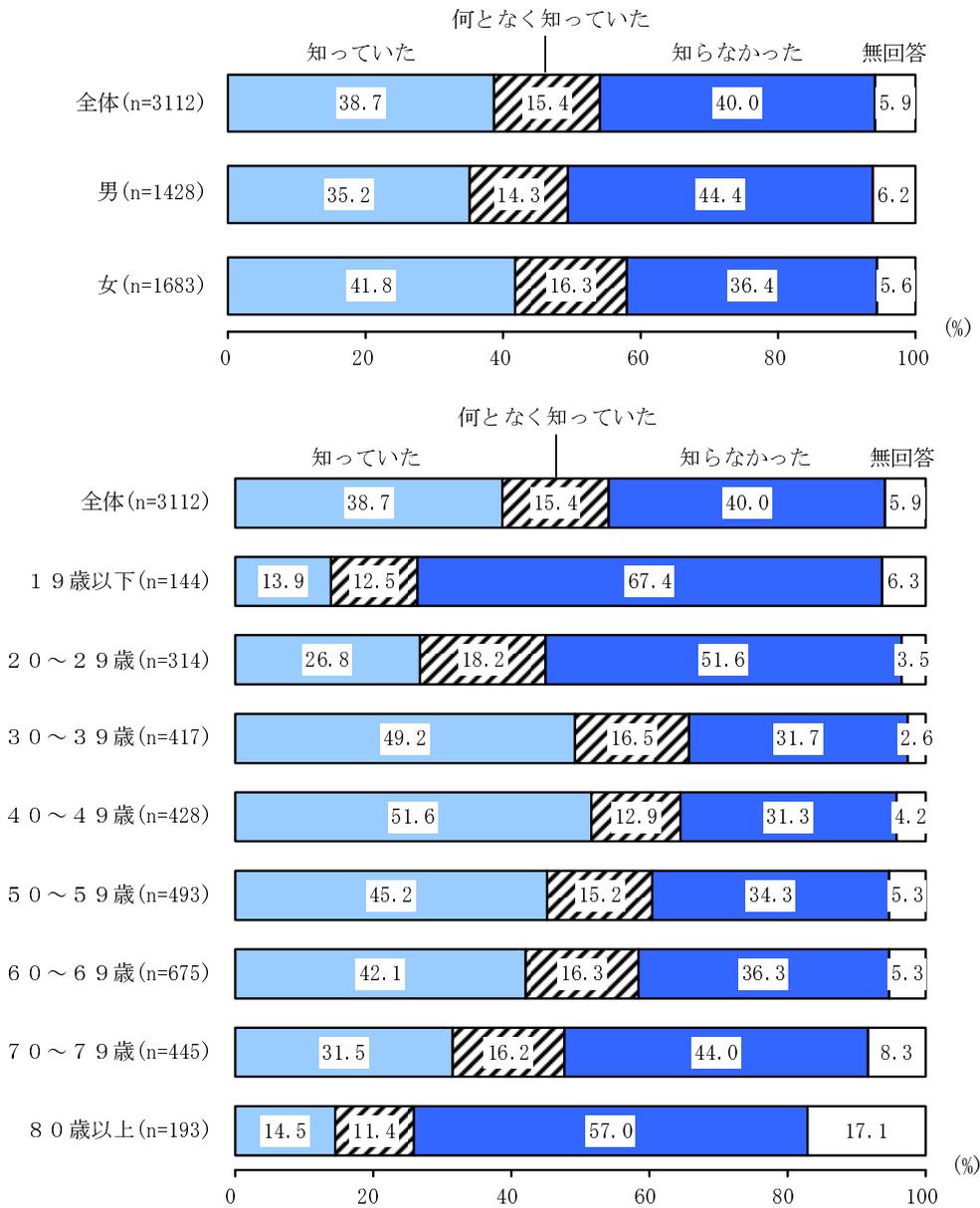
「②昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、男性よりも女性の方が5ポイント以上高くなっている。

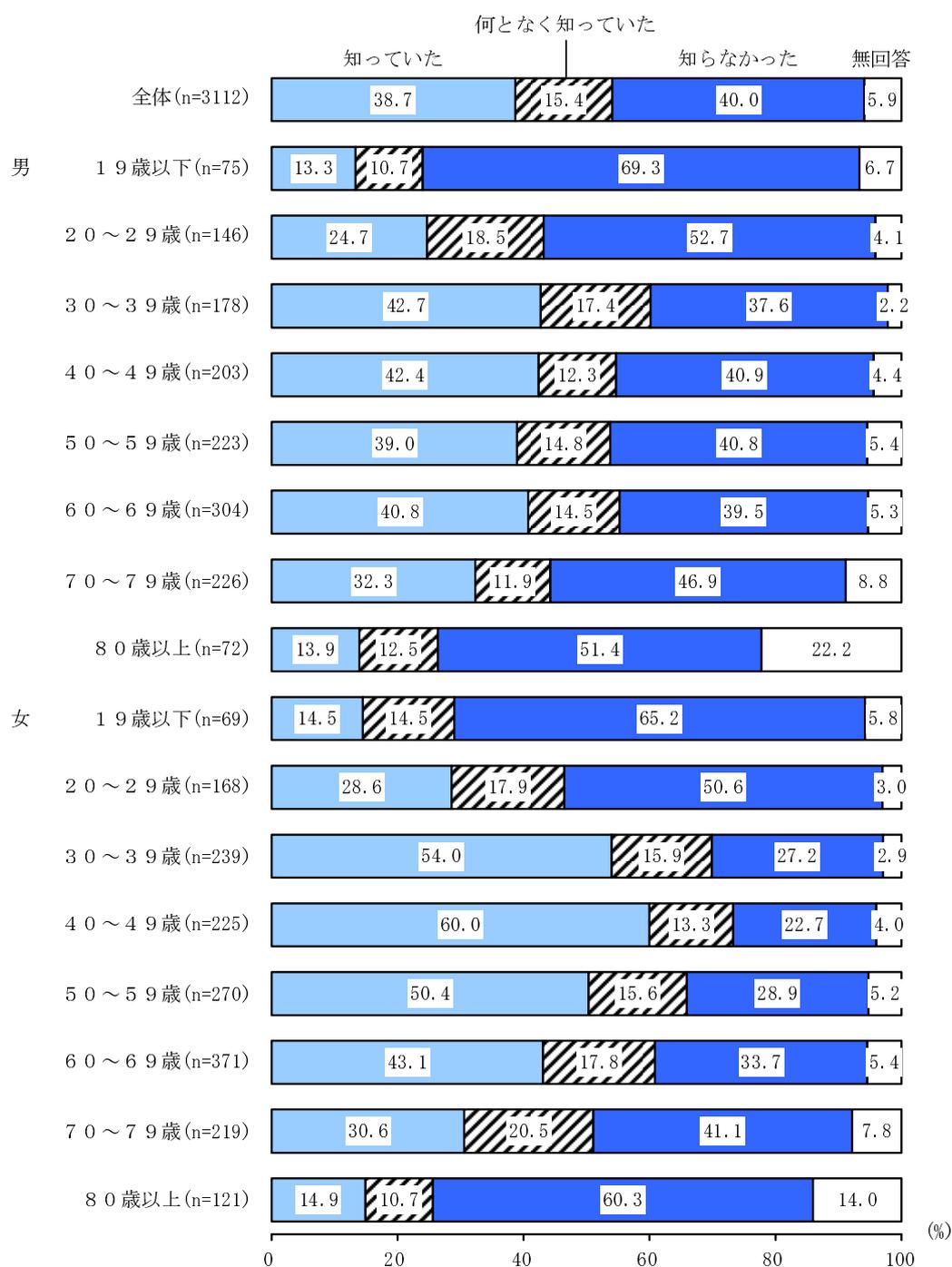
年代別で見ると、「昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、30歳代が65.7%で最も高く、次いで40歳代(64.5%)の順となっており、80歳以上が25.9%で最も低い。

図45 「性別／年代別」 「②昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」についての認知度



性・年代別でみると、「昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、40歳代の女性が73.3%で最も高く、次いで30歳代の女性（69.9%）、50歳代の女性（65.9%）の順となっており、19歳以下の男性が24.0%で最も低い。

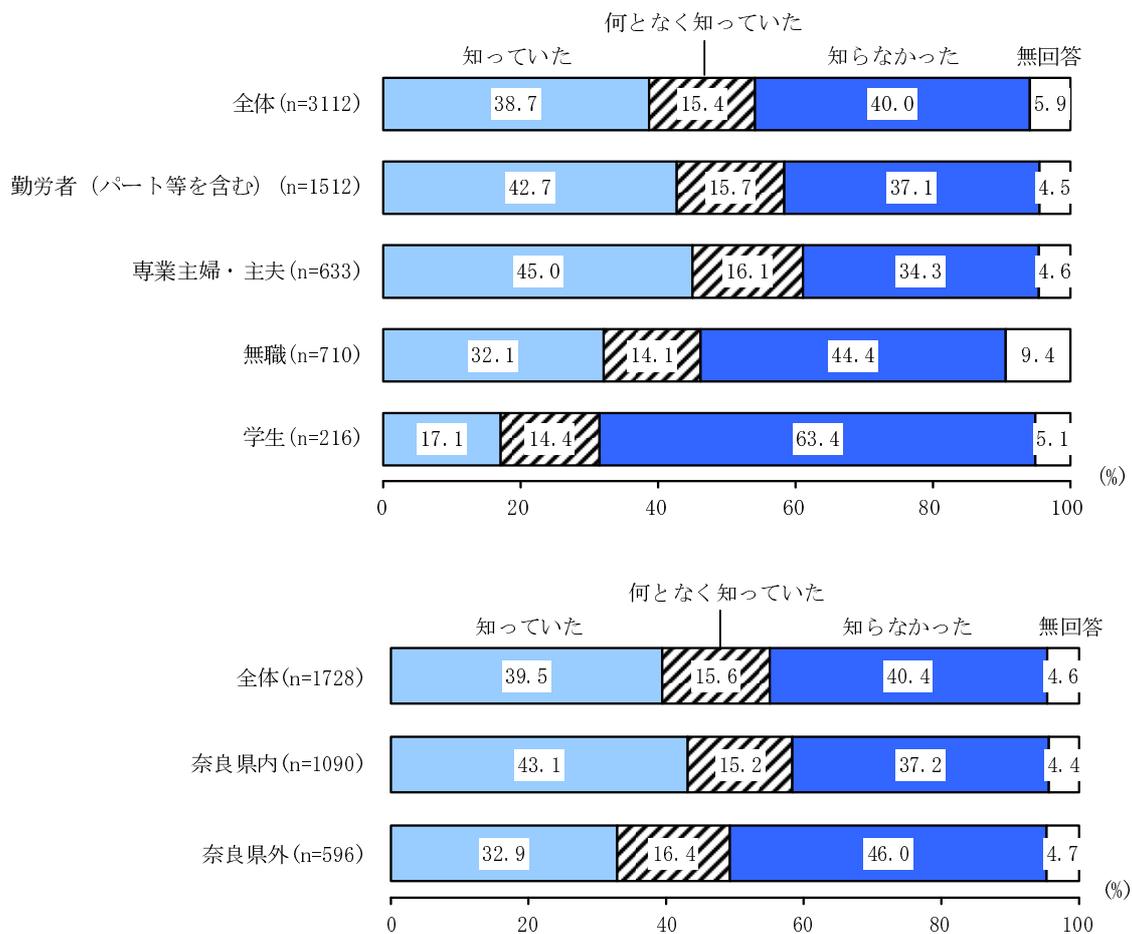
図46 〔性・年代別〕「②昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」についての認知度



就業等形態別で見ると、「昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、専業主婦・主夫が61.1%で最も高く、次いで勤労者（58.4%）、無職（46.2%）の順となっており、学生が31.5%で最も低い。

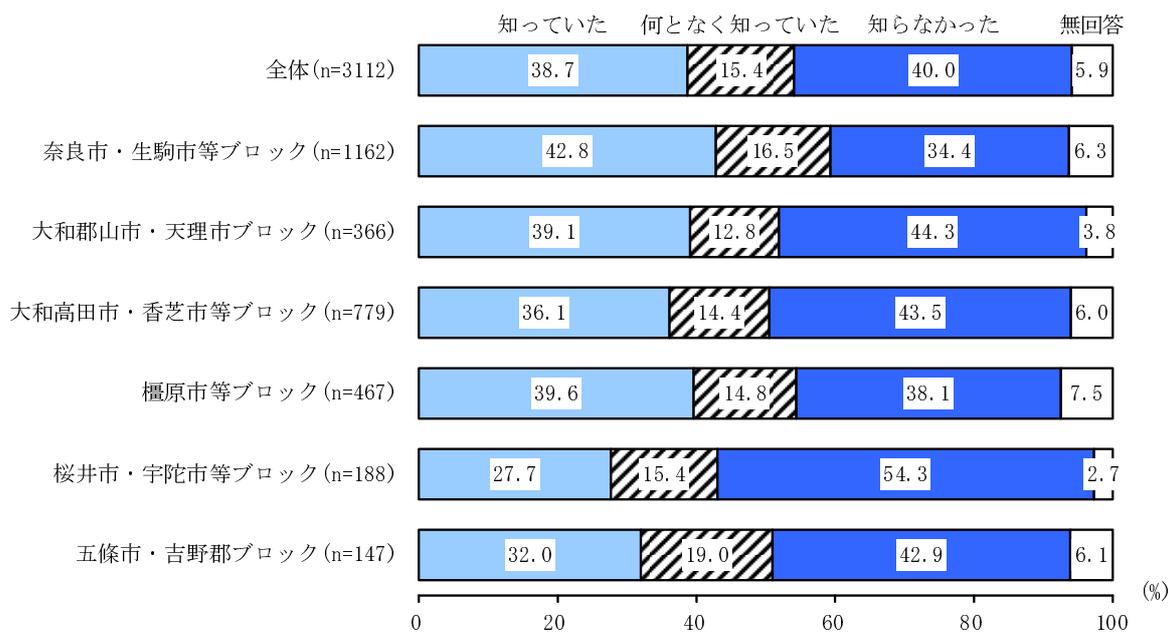
また、就業・就学地別で見ると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良県内就業・就学者が58.3%で、奈良県外就業・就学者（49.3%）の認知度を9ポイント上回る。

図47 「就業等形態別／就業・就学地別」 「②昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」についての認知度



居住地ブロック別でみると、「昨年度、「プレミアム商品券」を発行している」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良市・生駒市等ブロックが 59.3% で最も高く、次いで橿原市等ブロック（54.4%）の順となっており、桜井市・宇陀市等ブロックが 43.1% で最も低い。

図48 「居住地ブロック別」②昨年度、「プレミアム商品券」を発行しているについての認知度



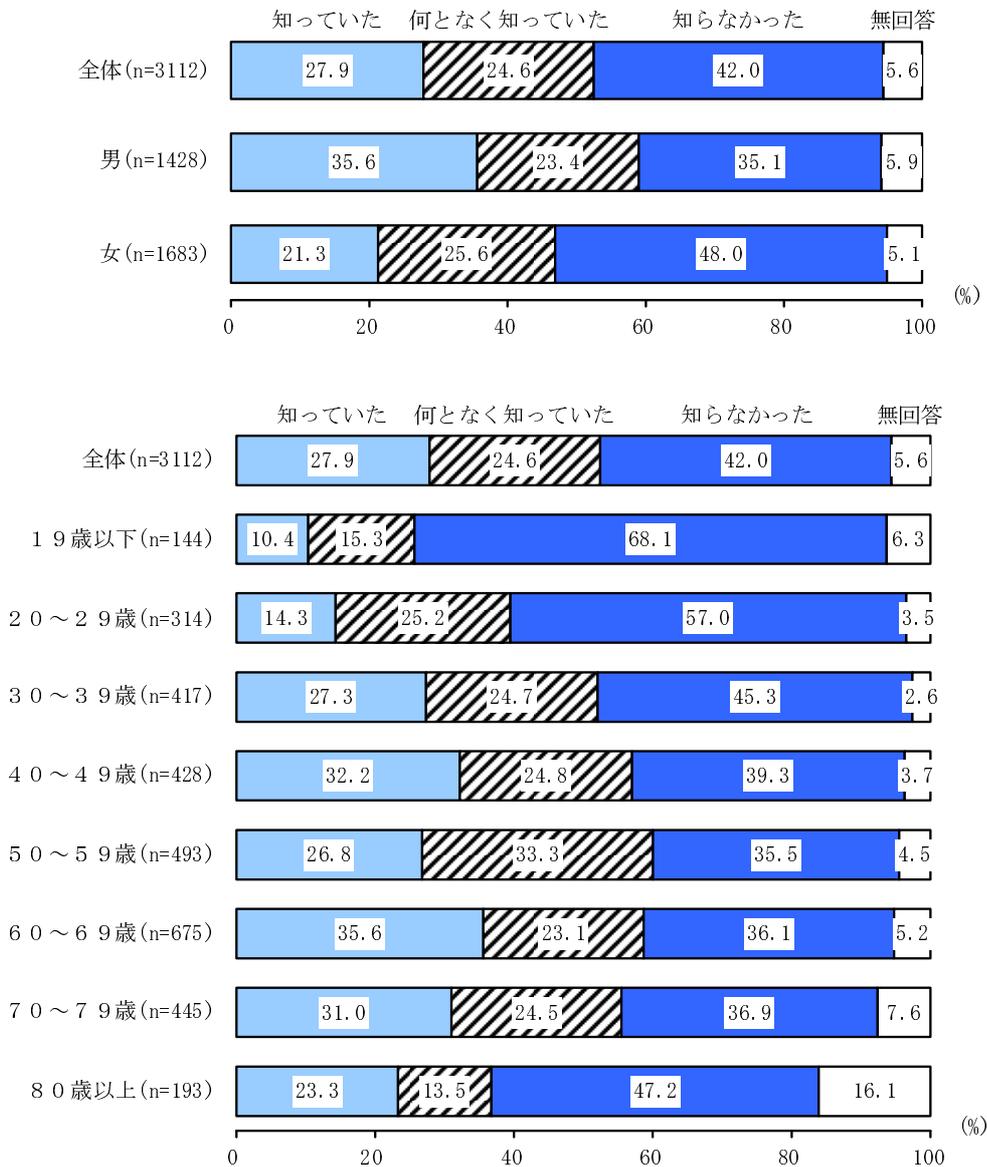
「③県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、女性よりも男性の方が10ポイント以上高くなっている。

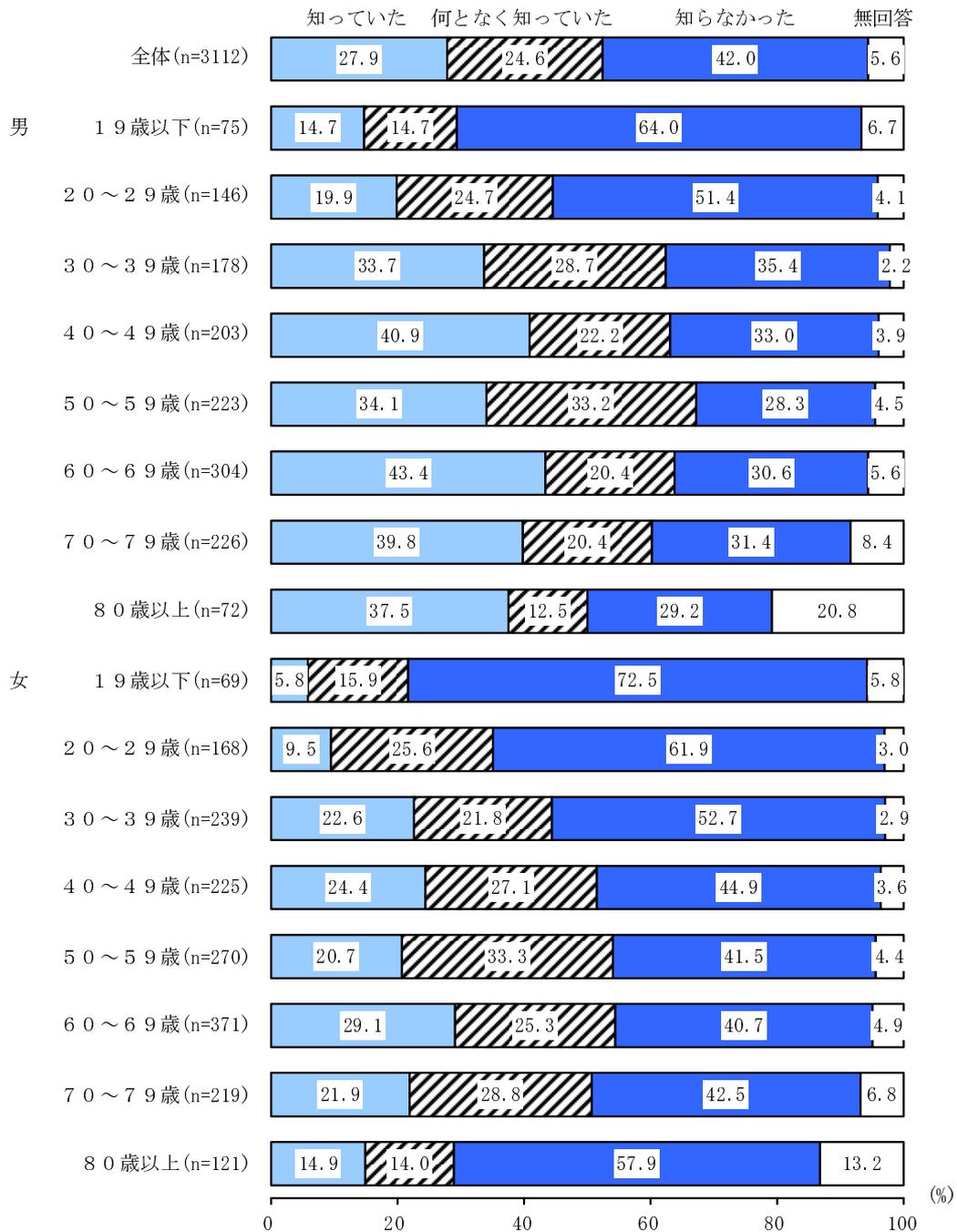
年代別で見ると、「県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、50歳代が60.0%で最も高く、次いで40歳代（57.0%）の順となっており、80歳以上が36.8%で最も低い。

図49 〔性別／年代別〕「③県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」についての認知度



性・年代別でみると、「県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、50歳代の男性が67.3%で最も高く、次いで60歳代の男性（63.8%）、40歳代の男性（63.1%）の順となっており、19歳以下の女性が21.7%で最も低い。

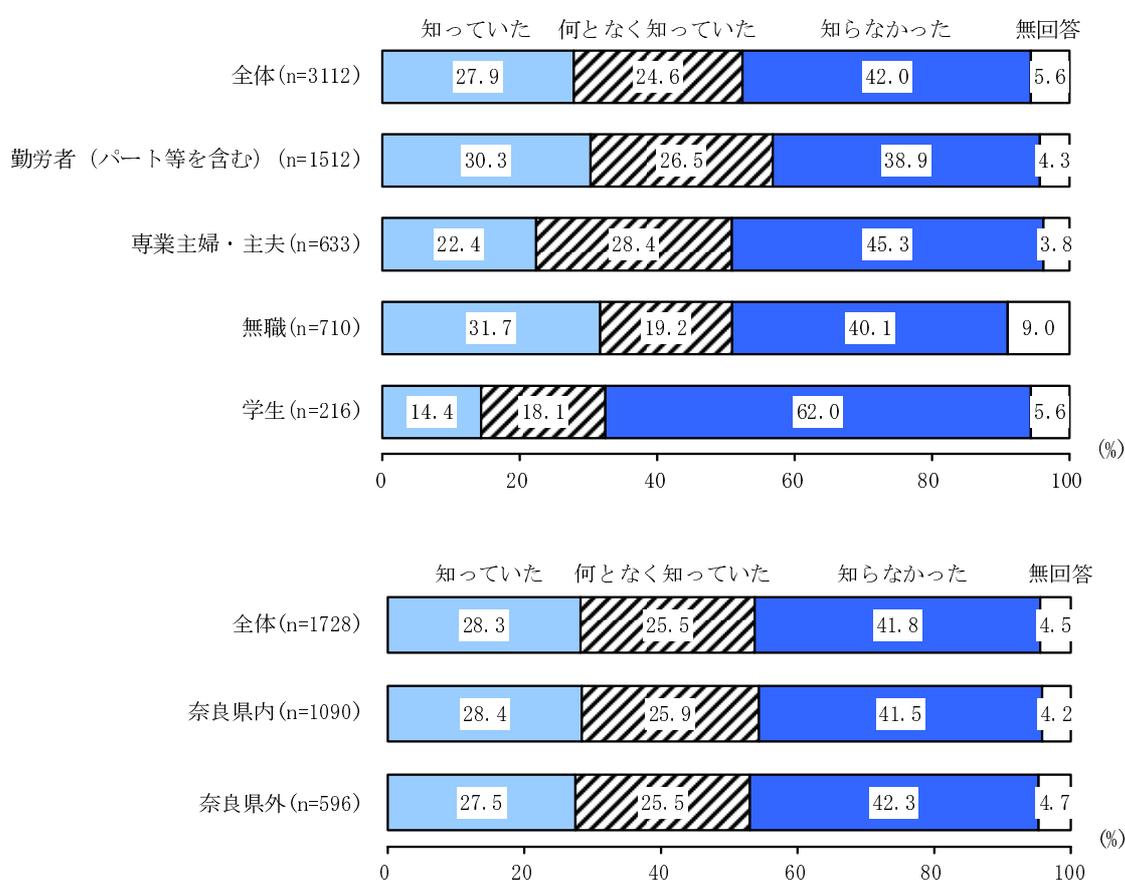
図50 〔性・年代別〕「③県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」についての認知度



就業等形態別で見ると、「県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、勤労者（パート等を含む）が56.8%で最も高く、次いで専業主婦・主夫および無職（ともに50.9%）の順となっており、学生が32.4%で最も低い。

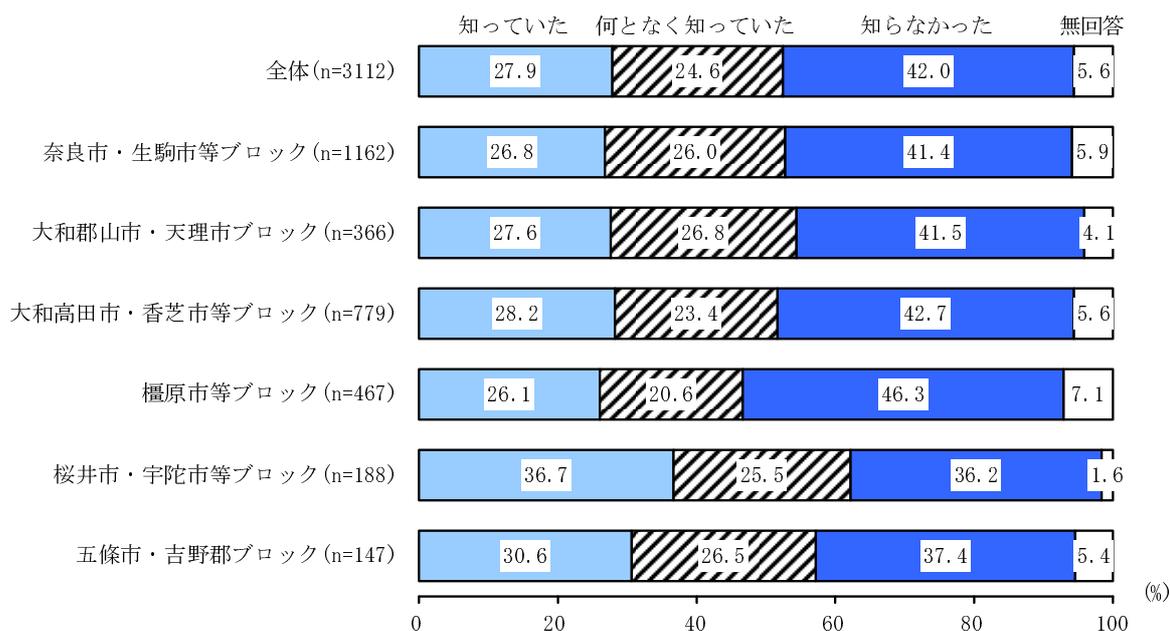
また、就業・就学地別で見ると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、ともに過半数以上が認知しているものの、奈良県外就業・就学者よりも奈良県内就業・就学者の方がやや高くなっている。

図51 「就業等形態別／就業・就学地別」 「③県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」についての認知度



居住地ブロック別でみると、「県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、桜井市・宇陀市等ブロックが62.2%で最も高く、次いで五條市・吉野郡ブロック（57.1%）の順となっており、橿原市等ブロックが46.7%で最も低い。

図52 「居住地ブロック別」 「③県内消費の1%が地方消費税となり、奈良県に還元される」についての認知度



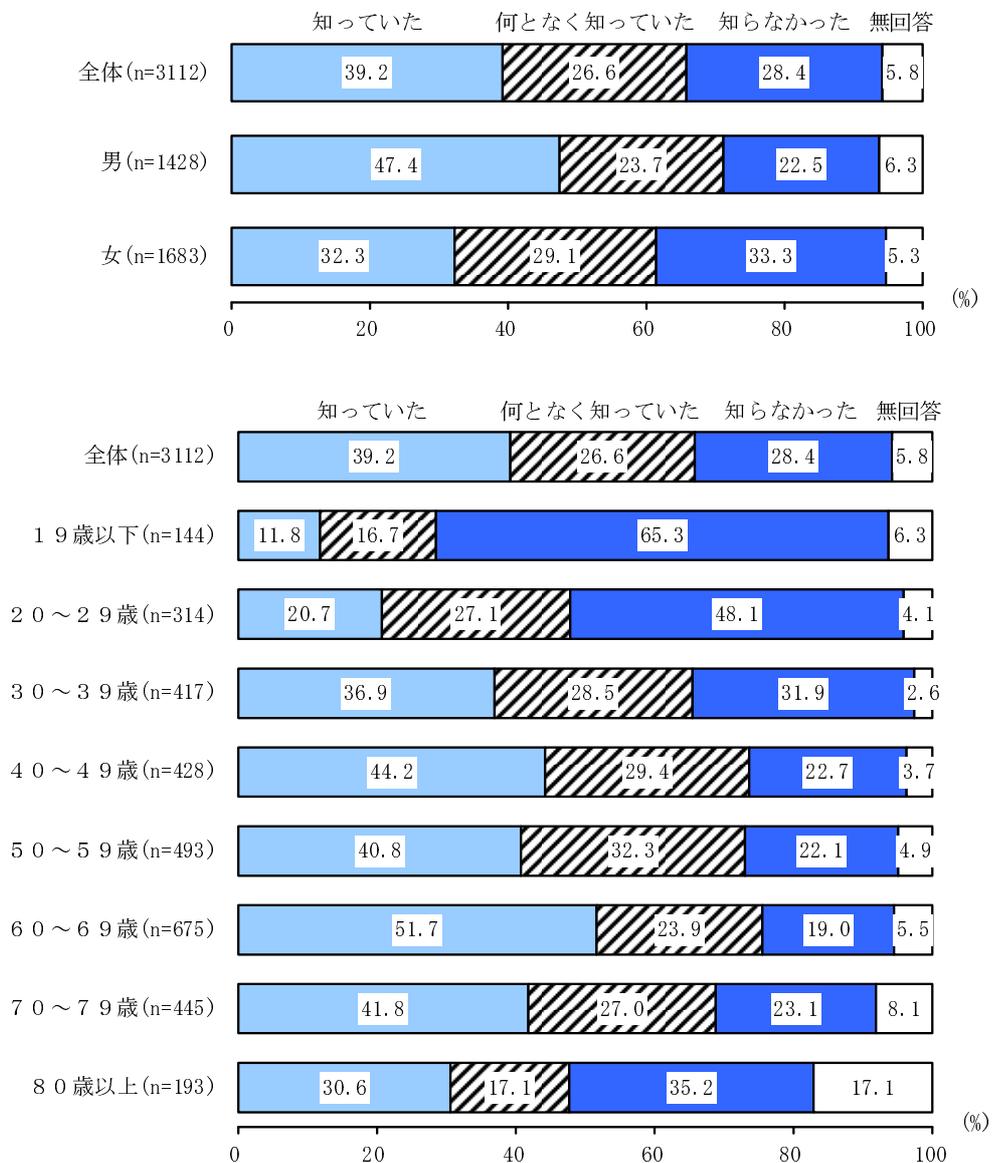
「④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、女性よりも男性の方が10ポイント近く高くなっている。

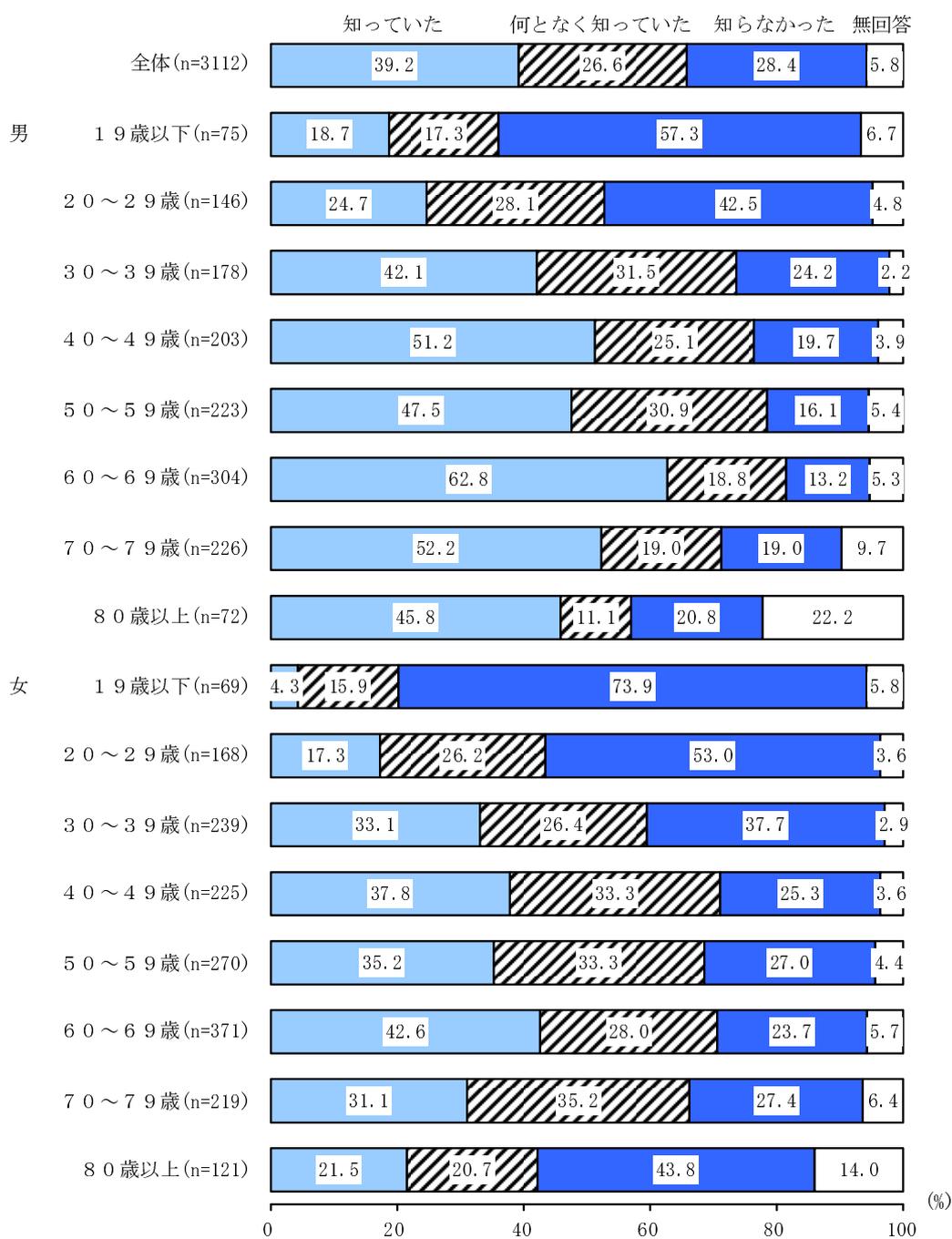
年代別で見ると、「県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、60歳代が75.6%で最も高く、次いで40歳代（73.6%）の順となっており、19歳以下が28.5%で最も低い。

図 53 「性別／年代別」 「④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」についての認知度



性・年代別で見ると、「県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、60歳代の男性が81.6%で最も高く、次いで50歳代の男性（78.5%）、40歳代の男性（76.4%）の順となっており、19歳以下の女性が20.3%で最も低い。

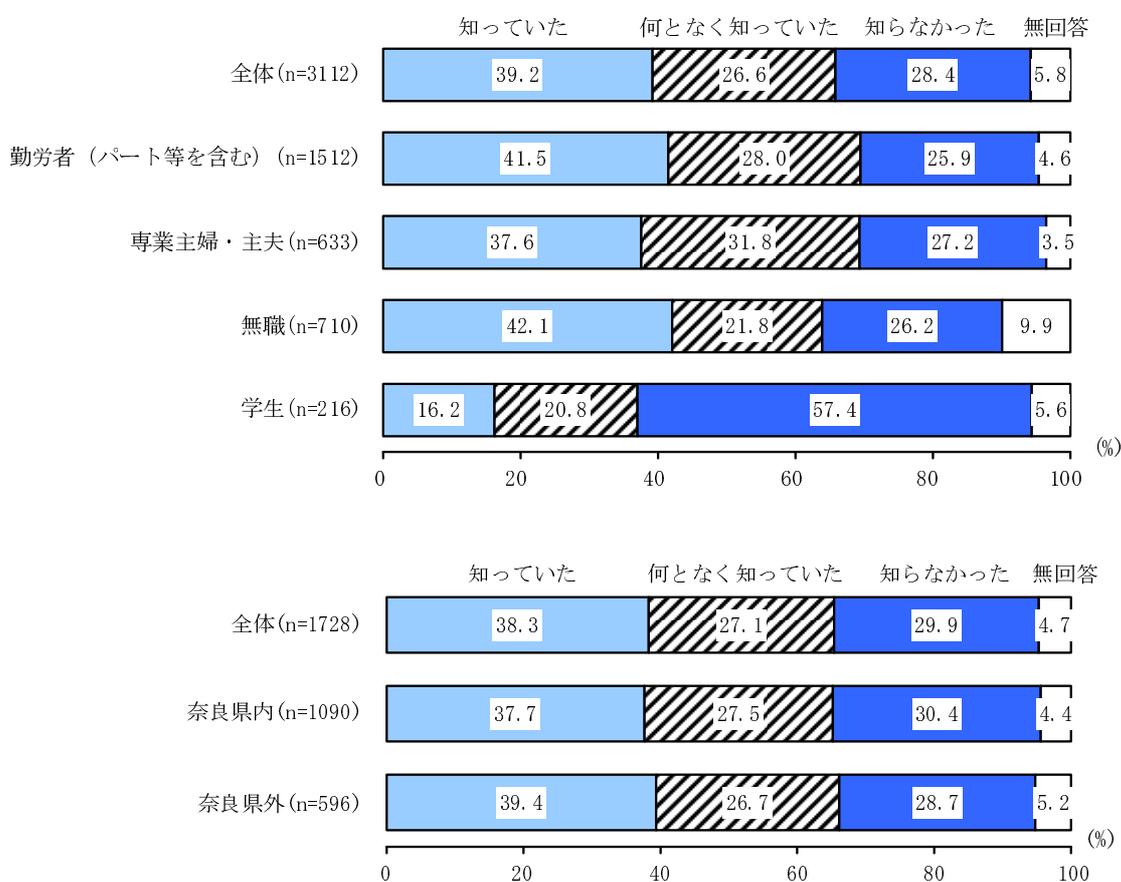
図54 〔性・年代別〕「④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」についての認知度



就業等形態別で見ると、「県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、勤労者（パート等を含む）および専業主婦・主夫がともに69.4%で最も高く、次いで無職（63.9%）の順となっており、学生が37.0%で最も低い。

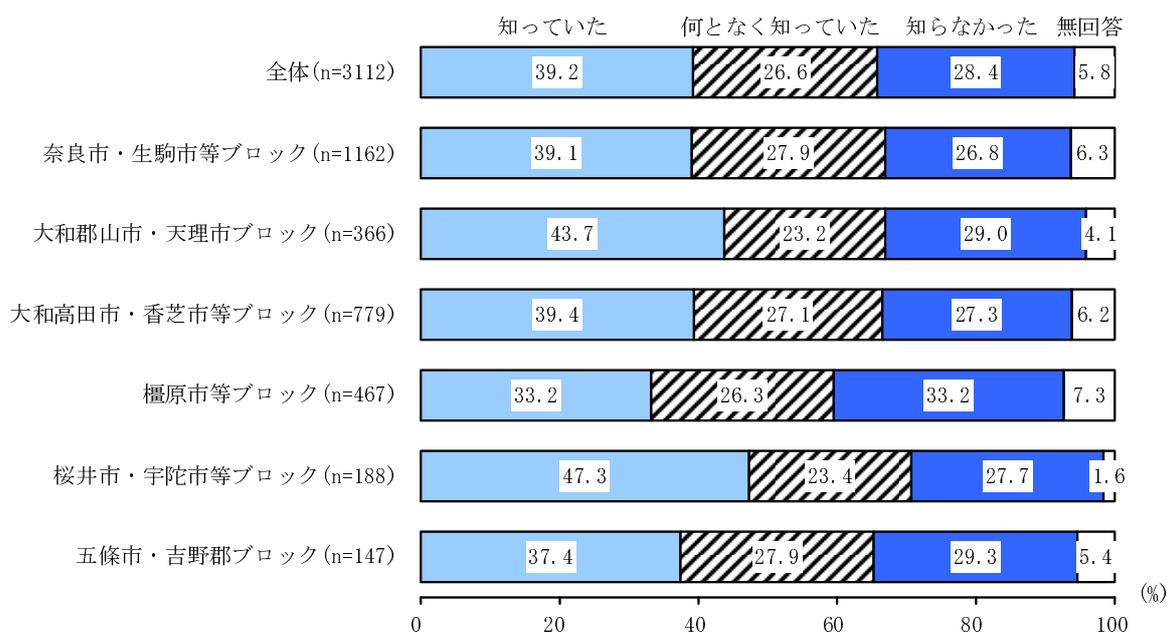
また、就業・就学地別で見ると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、ともに6割超と高いが、奈良県内就業・就学者よりも奈良県外就業・就学者の方がやや高くなっている。

図55 「就業等形態別／就業・就学地別」 「④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」についての認知度



居住ブロック別でみると、「県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、桜井市・宇陀市等ブロックが70.7%で最も高く、橿原市等ブロックが59.5%で最も低くなっているが、その他のブロックは65～67%であまり差がない。

図56 「居住地ブロック別」④県内の売上げが増えるので、県税収入が増える」についての認知度



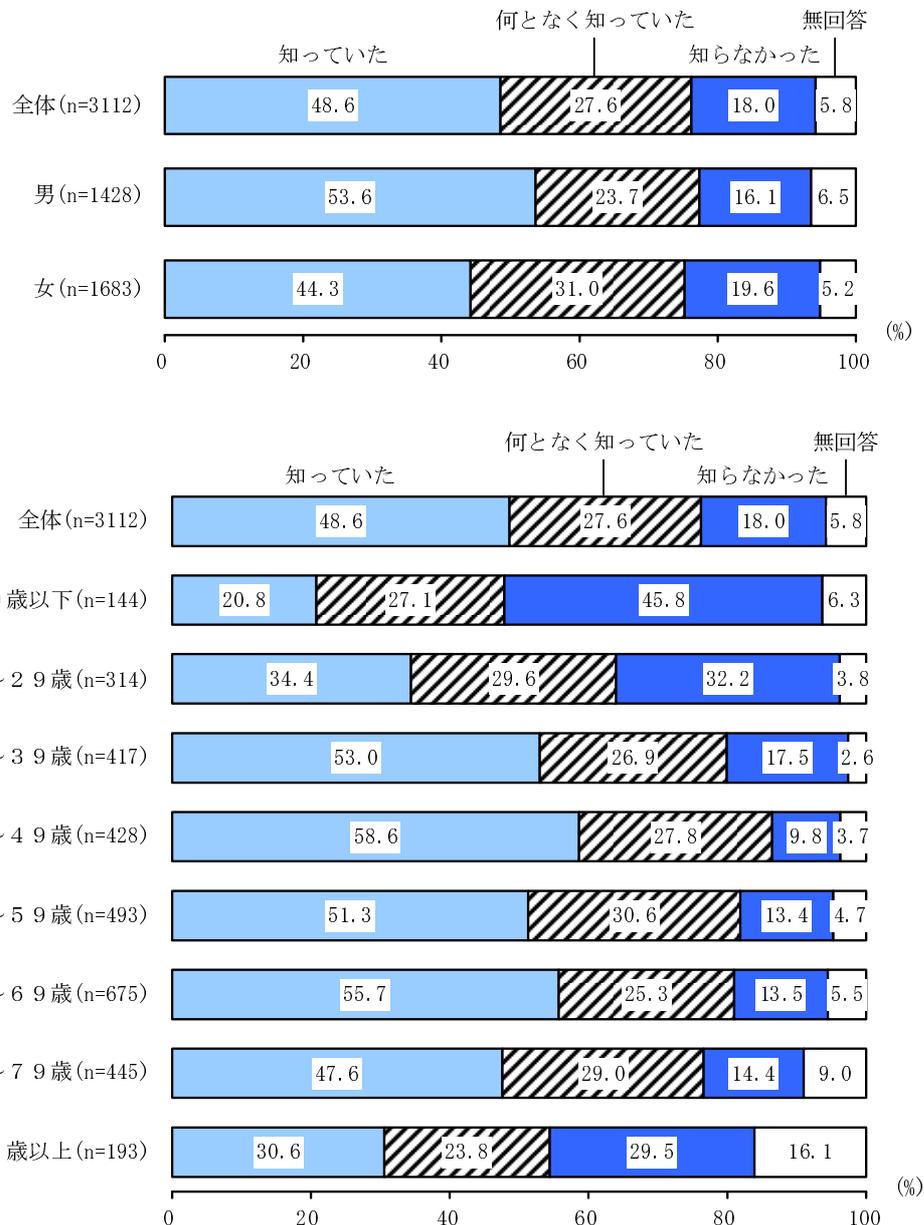
「⑤商業、サービス業が活性化する」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別でみると、「商業、サービス業が活性化する」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、女性（75.2%）よりも男性（77.4%）の方がやや高い程度で大きな差はみられないが、「知っていた」の割合だけでみると、男性が女性を10ポイント近く上回っている。

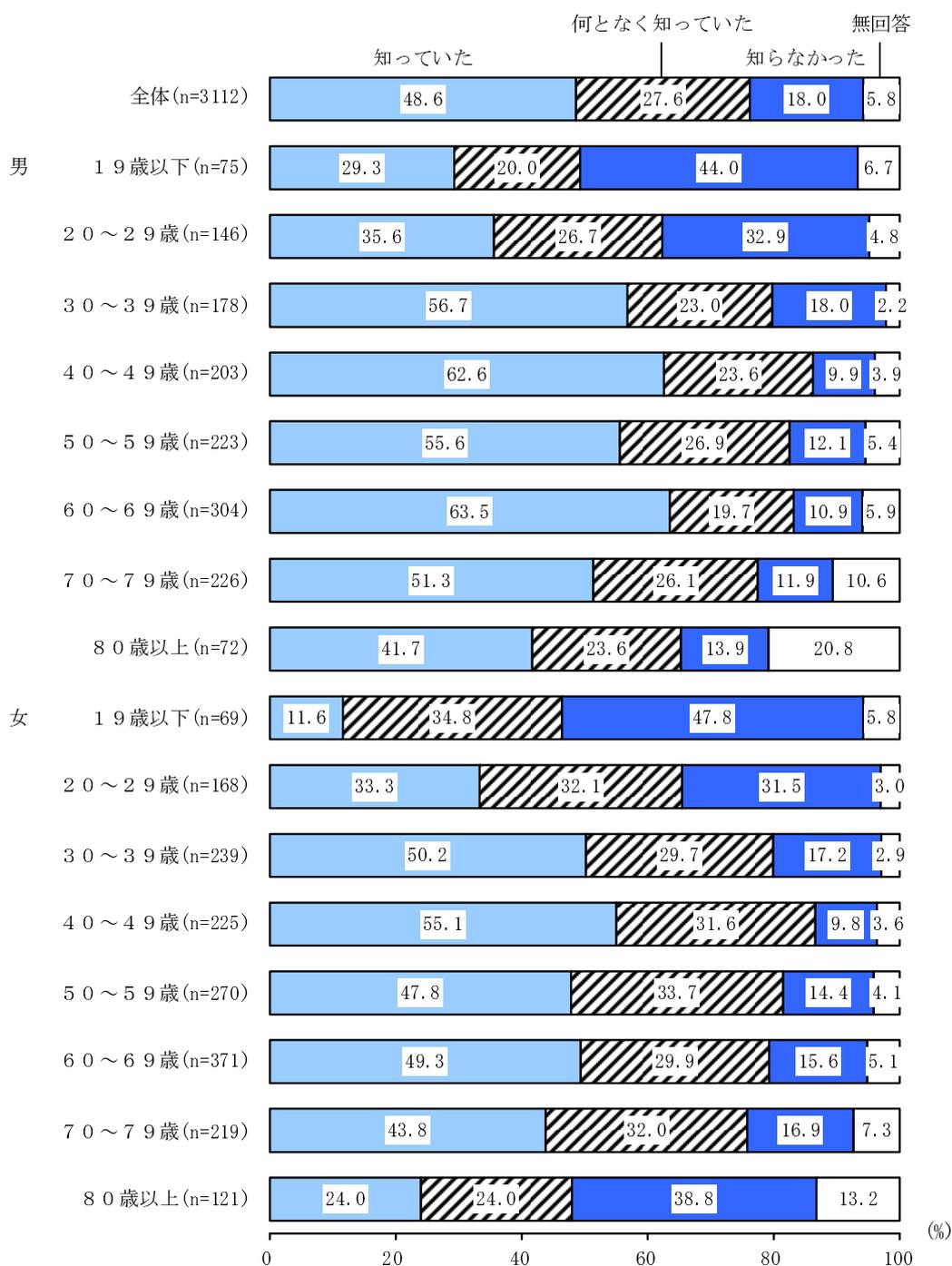
年代別でみると、「商業、サービス業が活性化する」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、40歳代が86.4%で最も高く、次いで50歳代（81.9%）の順となっており、19歳以下が47.9%で最も低い。

図57 〔性別／年代別〕「⑤商業、サービス業が活性化する」についての認知度



性・年代別でみると、「商業、サービス業が活性化する」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、40歳代の女性が86.7%で最も高く、次いで40歳代の男性(86.2%)、60歳代の男性(83.2%)の順となっており、19歳以下の女性が46.4%で最も低い。

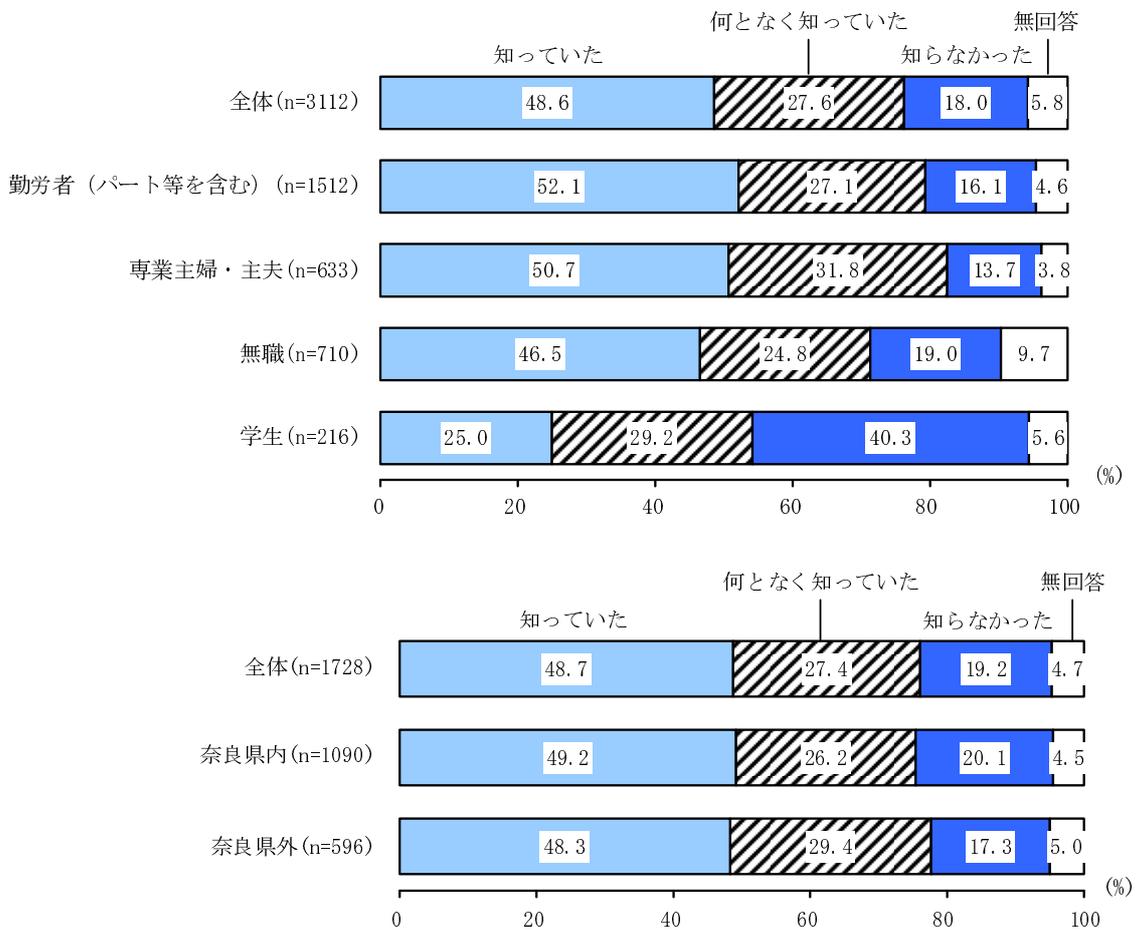
図58 〔性・年代別〕「⑤商業、サービス業が活性化する」についての認知度



就業等形態別でみると、「商業、サービス業が活性化する」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、専業主婦・主夫が82.5%で最も高く、次いで勤労者(79.2%)、無職(71.3%)の順となっており、学生が54.2%で最も低い。

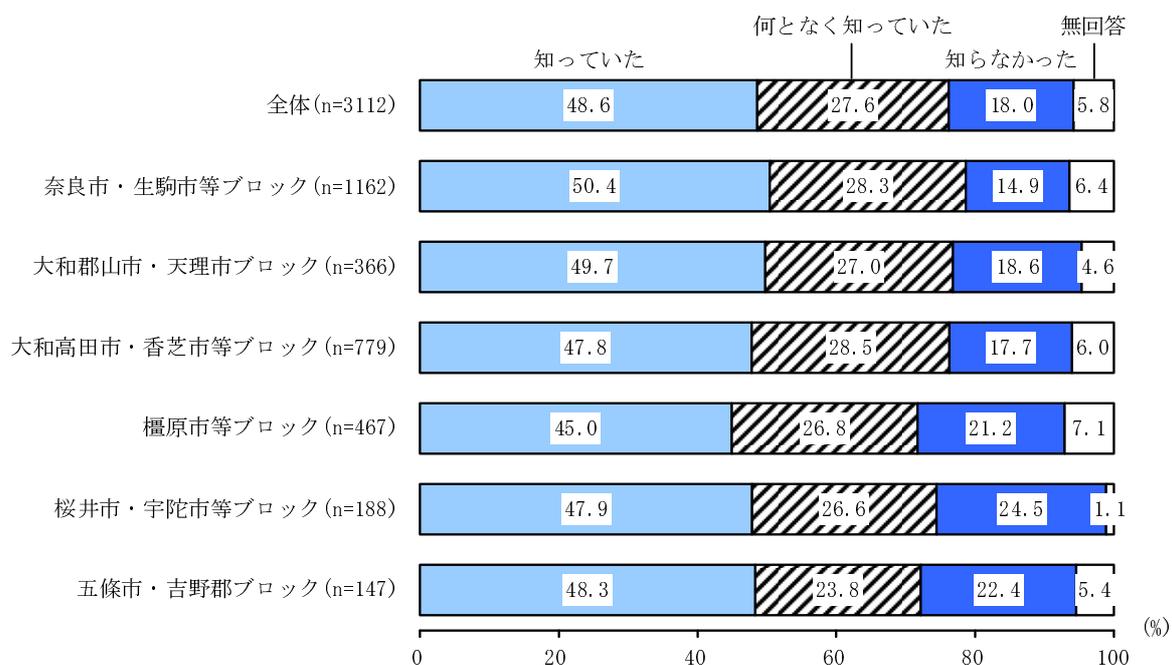
また、就業・就学地別でみると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良県内就業・就学者(75.4%)よりも奈良県外就業・就学者(77.7%)の方がやや高くなっているが、「知っていた」の割合だけでみると、奈良県内就業・就学者が奈良県外就業・就学者をやや上回っている。

図59 「就業等形態別／就業・就学地別」 「⑤商業、サービス業が活性化する」についての認知度



居住地ブロック別でみると、「商業、サービス業が活性化する」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良市・生駒市等ブロックが 78.7%で最も高く、次いで大和郡山市・天理市ブロック（76.8%）の順となっており、五條市・吉野郡ブロック（72.1%）、橿原市等ブロック（71.7%）がやや低くなっている。

図60 「居住地ブロック別」 「⑤商業、サービス業が活性化する」についての認知度



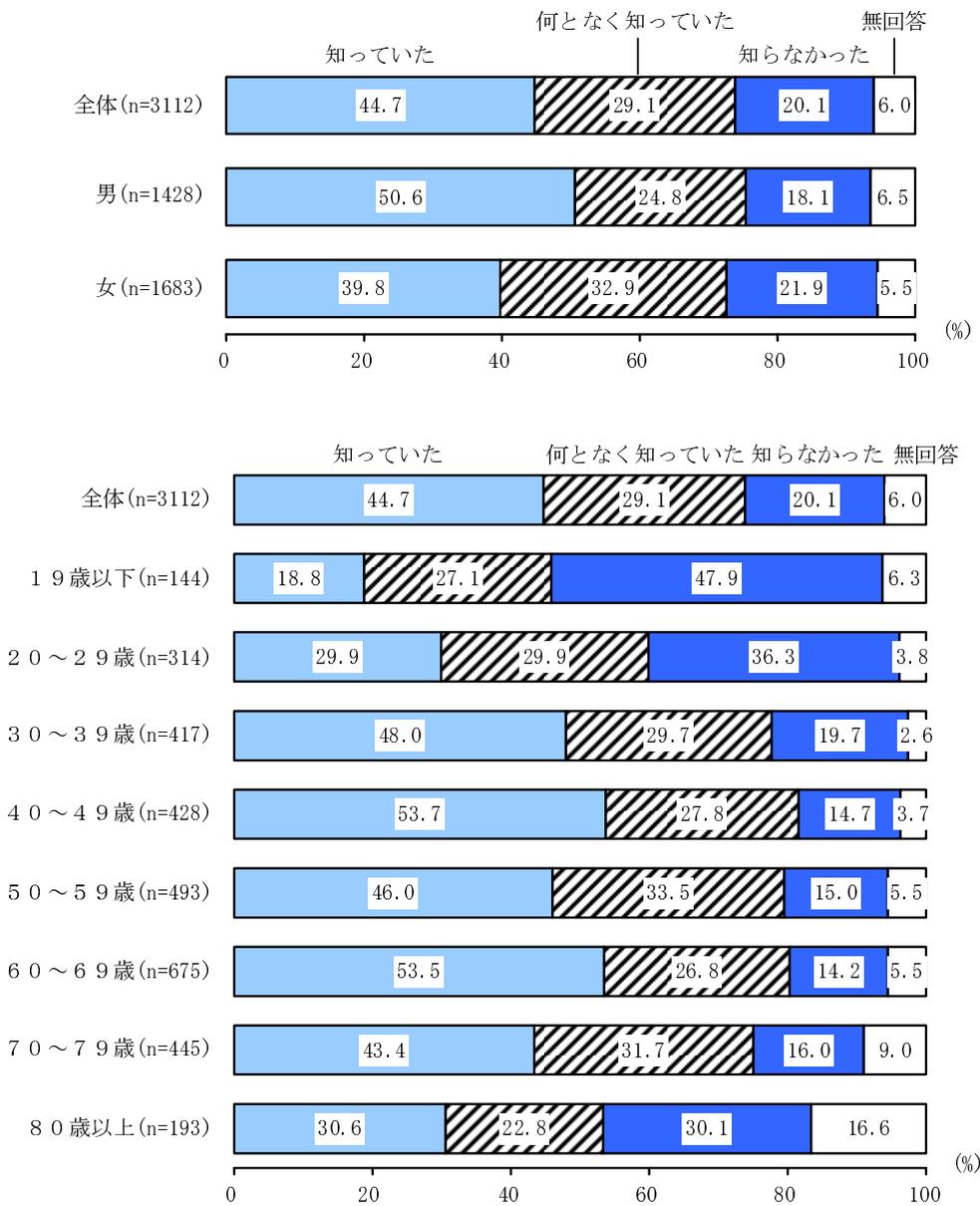
「⑥波及的に雇用拡大につながる」についての認知度

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「波及的に雇用拡大につながる」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、女性（72.6%）よりも男性（75.4%）の方がやや高くなっている。

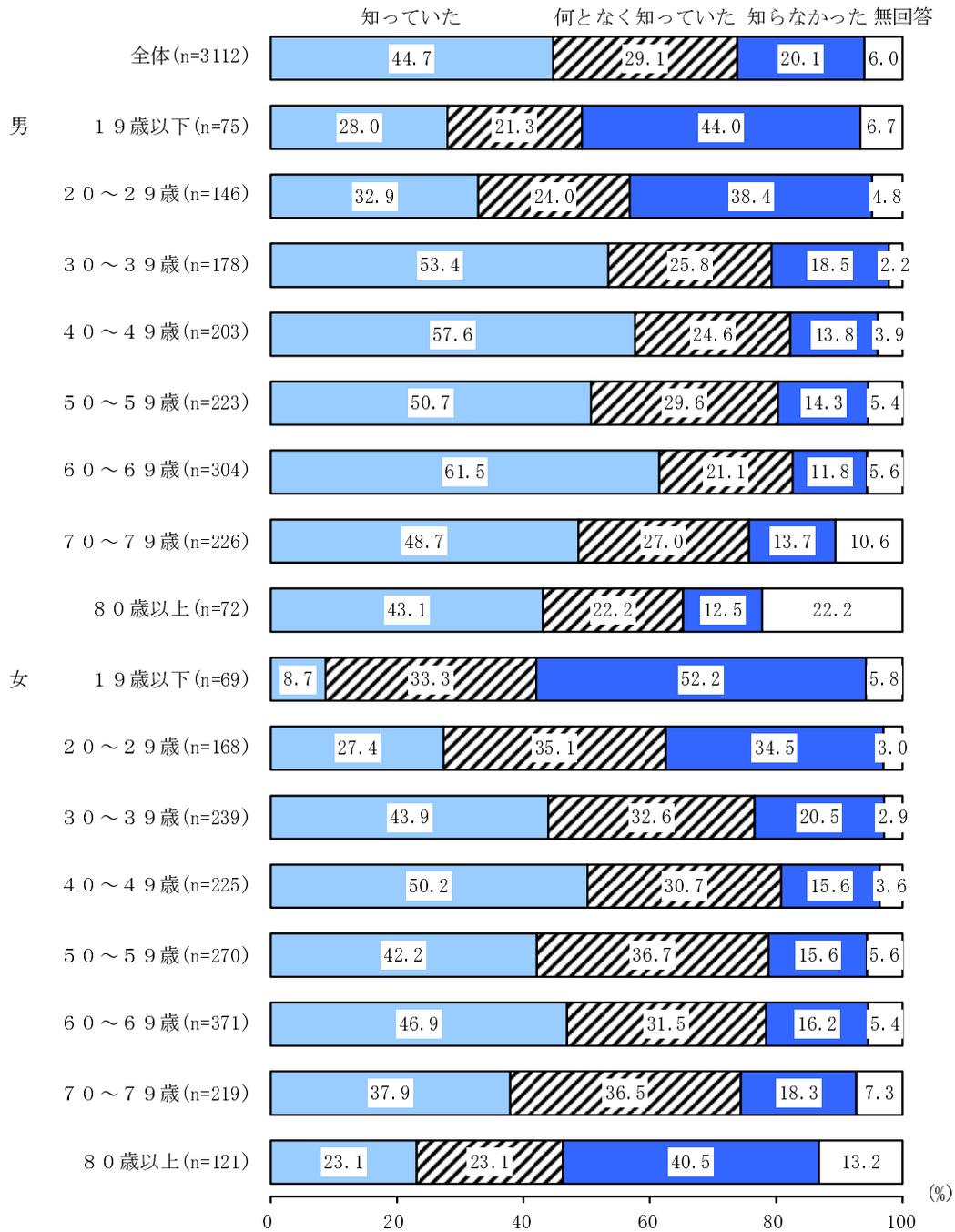
年代別で見ると、「波及的に雇用拡大につながる」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、40歳代が81.5%で最も高く、次いで60歳代（80.3%）の順となっており、19歳以下が45.8%で最も低い。

図61 〔性別／年代別〕「⑥波及的に雇用拡大につながる」についての認知度



性・年代別でみると、「波及的に雇用拡大につながる」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、60歳代の男性が82.6%で最も高く、次いで40歳代の男性(82.3%)、40歳代の女性(80.9%)の順となっており、19歳以下の女性が42.3%で最も低い。

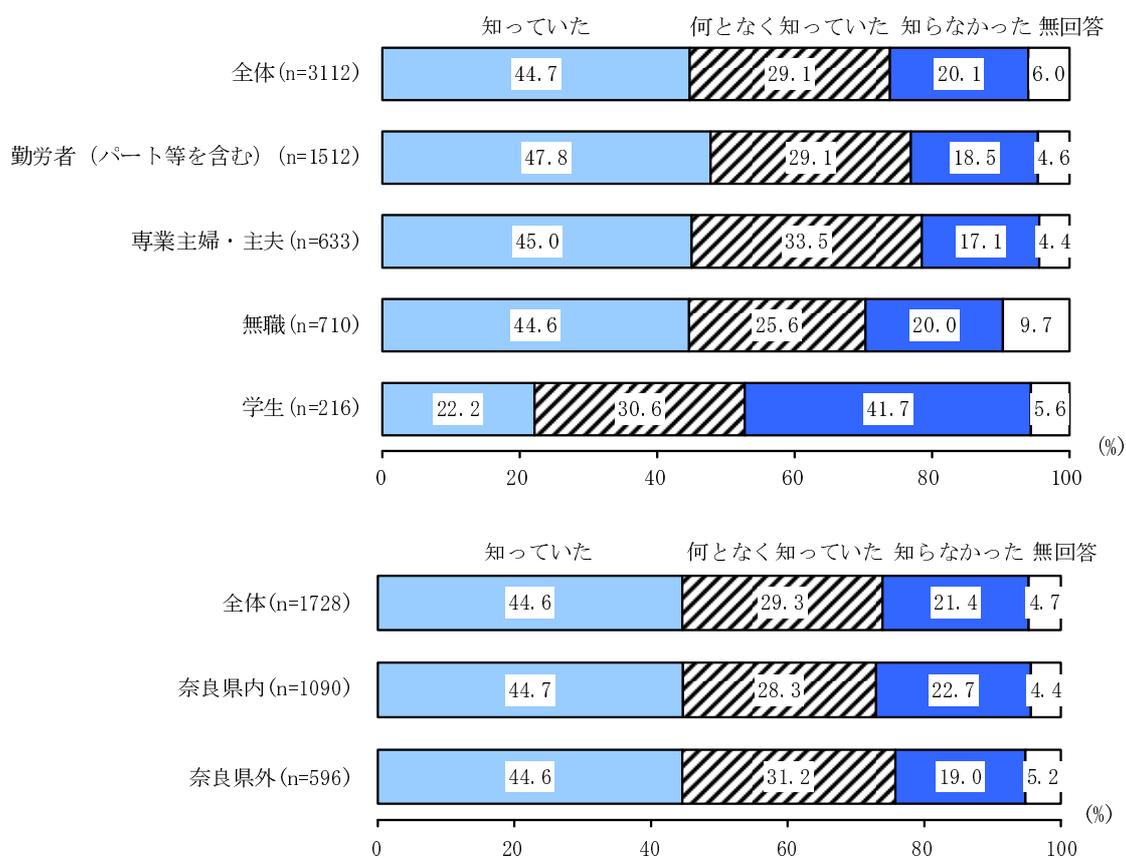
図62 〔性・年代別〕「◎波及的に雇用拡大につながる」についての認知度



就業等形態別で見ると、「波及的に雇用拡大につながる」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、専業主婦・主夫が78.5%で最も高く、次いで勤労者(76.9%)、無職(70.3%)の順となっており、学生が52.8%で最も低い。

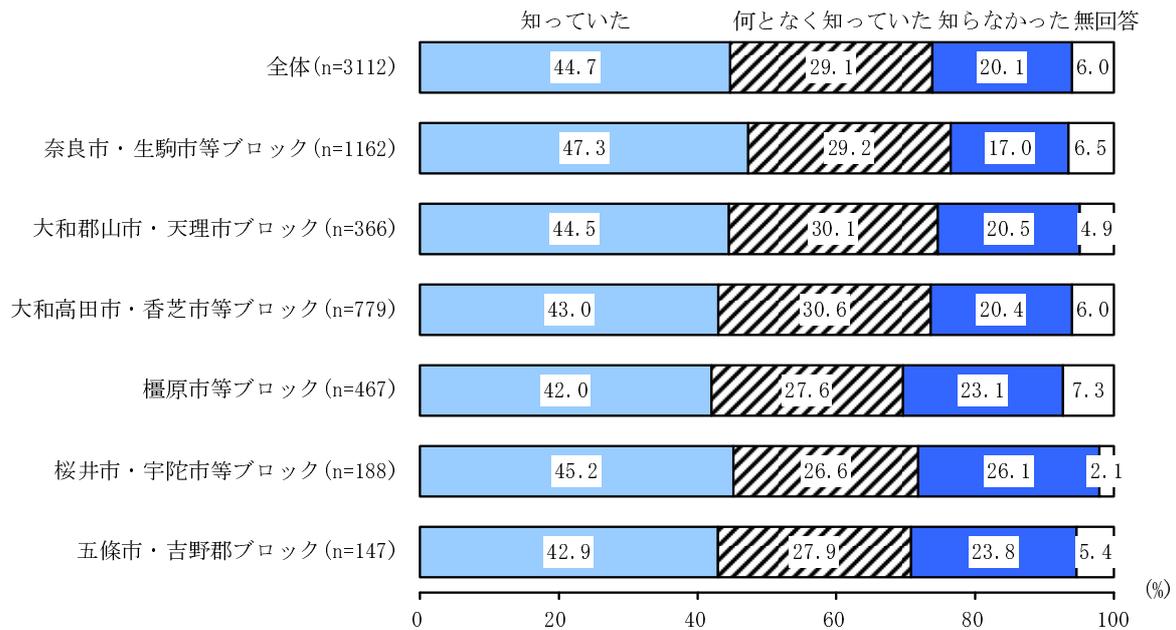
また、就業・就学地別で見ると、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良県内就業・就学者(72.9%)よりも奈良県外就業・就学者(75.8%)の方がやや高くなっているが、「知っていた」の割合だけでみるとほとんど差はない。

図63 〔就業等形態別／就業・就学地別〕「◎波及的に雇用拡大につながる」についての認知度



居住地ブロック別でみると、「波及的に雇用拡大につながる」について、「知っていた」と「何となく知っていた」を合わせた割合は、奈良市・生駒市等ブロックが76.5%で最も高く、次いで大和郡山市・天理市ブロック（74.6%）の順となっており、橿原市等ブロックが69.6%で最も低い。

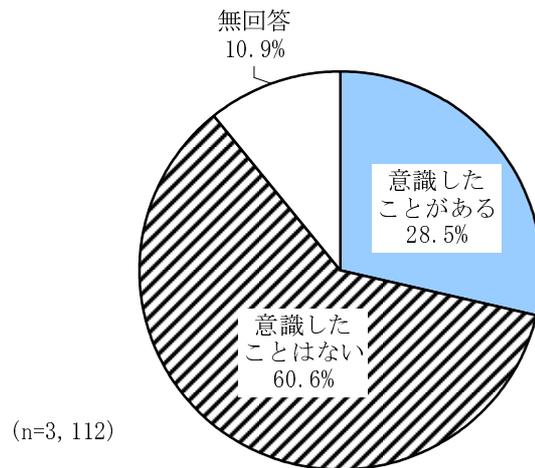
図64 〔居住地ブロック別〕「⑥波及的に雇用拡大につながる」についての認知度



県内消費を意識して消費行動をとったことの有無

問 11. あなたはこれまでに「県外で消費するより、県内で消費しよう」と意識して消費行動をとったことがありますか。(1つだけ○印)

図65 県内消費を意識して消費行動をとったことの有無



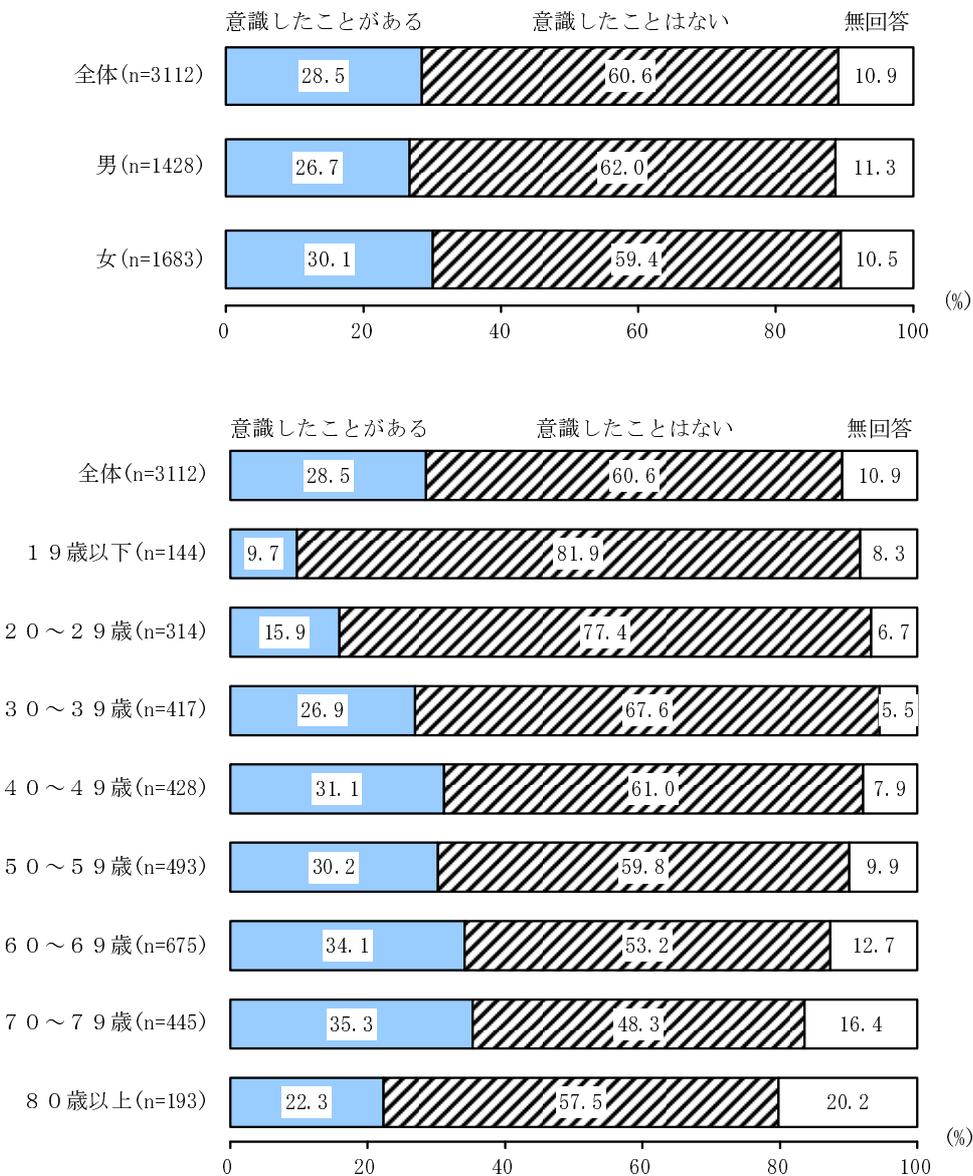
県内消費を意識して消費行動をとったことの有無をみると、「意識したことはない」が60.6%と「意識したことがある」(28.5%)を大きく上回っている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「意識したことがある」の割合は、男性（26.7%）よりも女性（30.1%）の方がやや高くなっている。

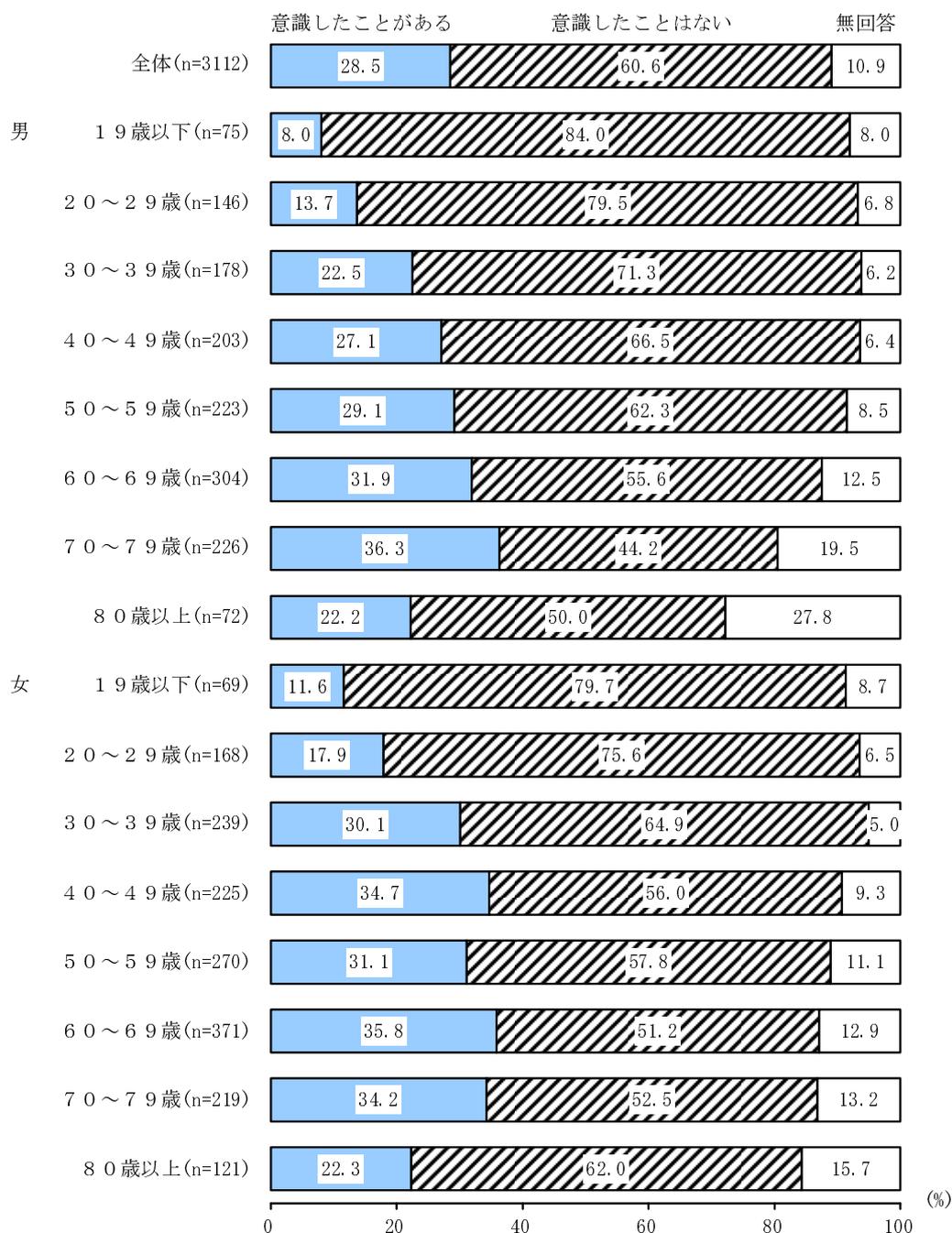
年代別で見ると、「意識したことがある」の割合は、70歳代が35.3%で最も高く、次いで60歳代（34.1%）の順となっており、40歳代からは年代が下がるほど低くなっていて、19歳以下は9.7%で最も低い。

図66 〔性別／年代別〕県内消費を意識して消費行動をとったことの有無



性・年代別でみると、「意識したことがある」の割合は、男性の70歳代が36.3%で最も高く、次いで女性の60歳代（35.8%）、女性の70歳代（34.2%）の順となっており、男性の19歳以下が8.0%で最も低い。

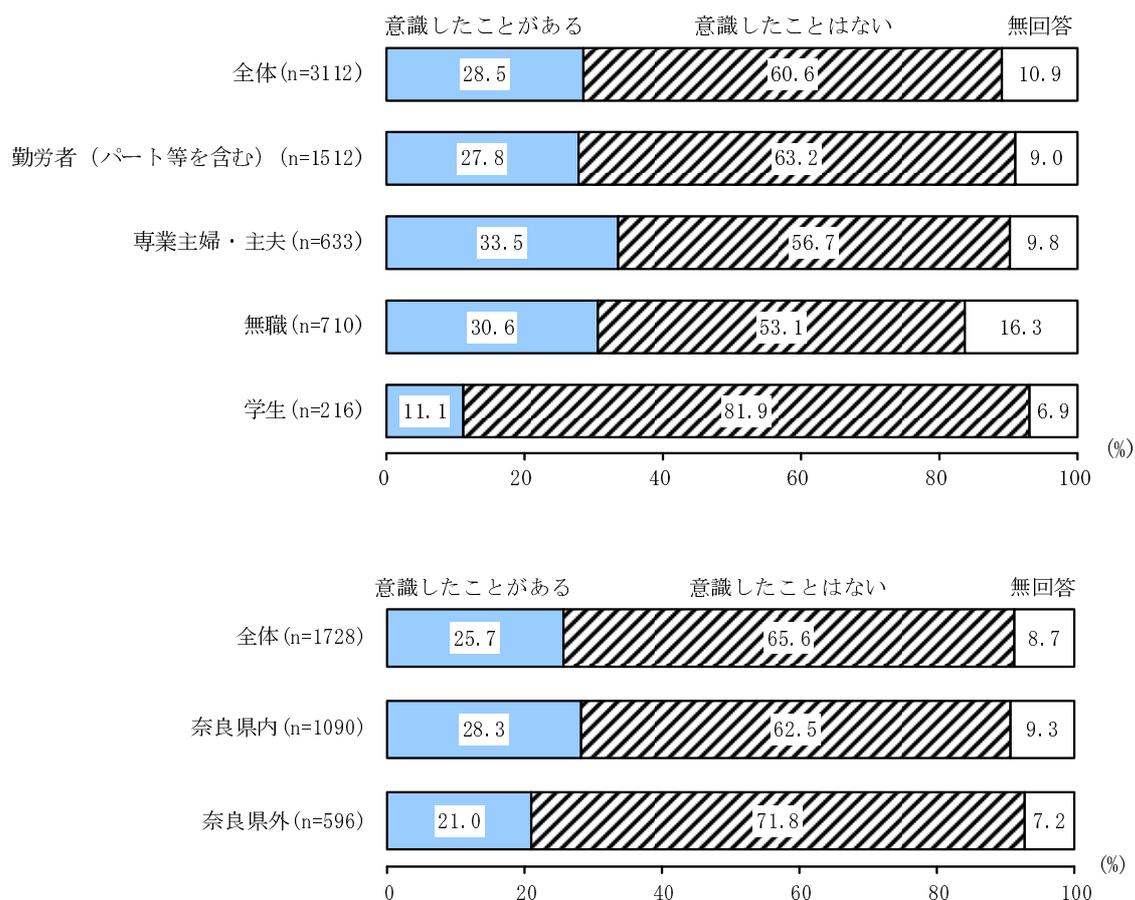
図67 〔性・年代別〕県内消費を意識して消費行動をとったことの有無



就業等形態別でみると、「意識したことがある」の割合は、専業主婦・主夫が 33.5%で最も高く、次いで無職（30.6%）、勤労者（27.8%）の順となっており、学生が 11.1%で最も低い。

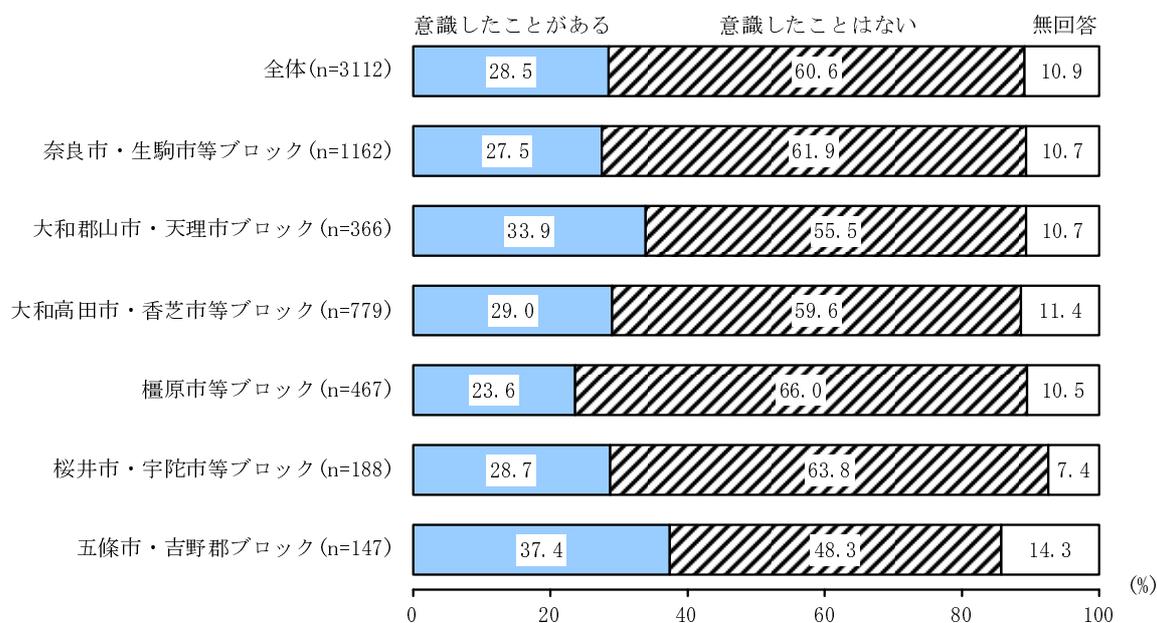
また、就業・就学地別でみると、「意識したことがある」の割合は、奈良県外就業・就学者（21.0%）よりも奈良県内就業・就学者（28.3%）の方が 5 ポイント以上高くなっている。

図68 〔就業等形態別／就業・就学地別〕 県内消費を意識して消費行動をとったことの有無



居住地ブロック別で見ると、「意識したことがある」の割合は、五條市・吉野郡ブロックが37.4%で最も高く、次いで大和郡山市・香芝市等ブロック（33.9%）の順となっており、橿原市等ブロックが23.6%で最も低い。

図69 〔居住地ブロック別〕県内消費を意識して消費行動をとったことの有無



■ 県内消費意識の有無と消費金額

「『県外で消費するより、県内で消費しよう』と意識して消費行動をとったことがありますか」について「意識したことがある」「意識したことはない」それぞれの消費金額をみると、「意識したことがある」「意識したことはない」ともに、消費金額（総合計）に占める割合は県内消費額の方がそれぞれ高くなっている。また「意識したことがある」「意識したことはない」それぞれの消費金額（総合計）に占める県内消費額の割合を比較してみると、「意識したことがある」では県内消費額割合が79.5%、「意識したことはない」では県内消費額割合が73.4%と、「意識したことがある」人の方が6.1ポイント高くなっている。

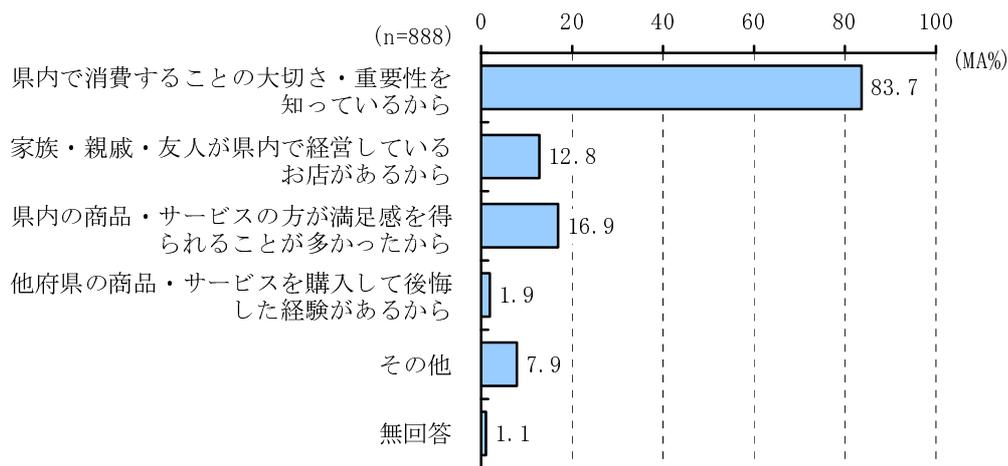
表120 県内消費意識の有無と消費金額

	消費金額（総合計）		県内消費額		県外消費額	
	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）	調査数	合計（円）
	消費金額（総合計）に対する割合	個人平均（円）	消費金額（総合計）に対する割合	個人平均（円）	消費金額（総合計）に対する割合	個人平均（円）
全 体	3,106	320,036,000	3,106	244,619,500	3,102	75,416,500
	100.0%	103,038	76.4%	78,757	23.6%	24,312
県内消費を 意識したことがある	888	105,766,500	888	84,047,500	888	21,719,000
	100.0%	119,106	79.5%	94,648	20.5%	24,458
県内消費を 意識したことはない	1,885	182,573,000	1,885	134,059,500	1,883	48,513,500
	100.0%	96,856	73.4%	71,119	26.6%	25,764

県内消費を意識したきっかけ

問 11-(1). 「奈良県内で消費しよう」と意識したそのきっかけは何ですか。
(あてはまるもの全てに○印)

図70 県内消費を意識したきっかけ



県内消費を意識したきっかけをみると、「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」が83.7%と大部分を占めており、以下は「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」(16.9%)、「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」(12.8%)となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、男性、女性とも「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が8割以上で最も高く、「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合が2番目に高くなっている。「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合は、女性の方が男性よりも5ポイント近く高くなっている。

年代別で見ると、いずれの年代も「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が最も高く、19歳以下を除いて「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合が2番目に高くなっている（40歳代、50歳代は「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」と同率）。

表121 〔性別／年代別〕県内消費を意識したきっかけ

	調査数	知の県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから	県内のお店があるから	家族・親戚・友人が経営しているから	県内の商品・サービスの方が満足感を得られたから	他府県の商品・サービスを購入して後悔した経験があるから	その他	無回答
全体	888 100.0	743 83.7	114 12.8	150 16.9	17 1.9	70 7.9	10 1.1	
男	381 100.0	322 84.5	52 13.6	54 14.2	7 1.8	26 6.8	2 0.5	
女	507 100.0	421 83.0	62 12.2	96 18.9	10 2.0	44 8.7	8 1.6	
全体	888 100.0	743 83.7	114 12.8	150 16.9	17 1.9	70 7.9	10 1.1	
19歳以下	14 100.0	12 85.7	2 14.3	1 7.1	- -	- -	- -	
20～29歳	50 100.0	39 78.0	2 4.0	11 22.0	1 2.0	3 6.0	- -	
30～39歳	112 100.0	95 84.8	14 12.5	19 17.0	2 1.8	20 17.9	- -	
40～49歳	133 100.0	112 84.2	24 18.0	24 18.0	- -	8 6.0	2 1.5	
50～59歳	149 100.0	119 79.9	18 12.1	18 12.1	3 2.0	9 6.0	3 2.0	
60～69歳	230 100.0	202 87.8	33 14.3	36 15.7	3 1.3	16 7.0	1 0.4	
70～79歳	157 100.0	132 84.1	17 10.8	32 20.4	6 3.8	11 7.0	3 1.9	
80歳以上	43 100.0	32 74.4	4 9.3	9 20.9	2 4.7	3 7.0	1 2.3	

性・年代別で見ると、いずれも「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が最も高く、女性は年代にかかわらず「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合が2番目に高くなっている。これに対し、男性は19歳以下、30～60歳代は「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」の割合が、それ以外の年代は「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

表122 〔性・年代別〕県内消費を意識したきっかけ

	調査数	知の県内 で大切で いさ消費 か重す ら要る 性を と	お県家 店内族 がで・ ある経親 るかし・ るか友 る人 が	るの県 内のが 多満 か足 つ感 たを か得 られ ら	した他 府の 経を 験購 が入 が品 あし るて か後 ら悔	そ の 他	無 回 答
全 体	888 100.0	743 83.7	114 12.8	150 16.9	17 1.9	70 7.9	10 1.1
男 19歳以下	6 100.0	5 83.3	2 33.3	- -	- -	- -	- -
20～29歳	20 100.0	15 75.0	- -	6 30.0	1 5.0	1 5.0	- -
30～39歳	40 100.0	34 85.0	8 20.0	5 12.5	1 2.5	6 15.0	- -
40～49歳	55 100.0	46 83.6	13 23.6	9 16.4	- -	2 3.6	- -
50～59歳	65 100.0	50 76.9	9 13.8	7 10.8	1 1.5	4 6.2	1 1.5
60～69歳	97 100.0	88 90.7	13 13.4	10 10.3	1 1.0	7 7.2	- -
70～79歳	82 100.0	70 85.4	6 7.3	14 17.1	3 3.7	6 7.3	1 1.2
80歳以上	16 100.0	14 87.5	1 6.3	3 18.8	- -	- -	- -
女 19歳以下	8 100.0	7 87.5	- -	1 12.5	- -	- -	- -
20～29歳	30 100.0	24 80.0	2 6.7	5 16.7	- -	2 6.7	- -
30～39歳	72 100.0	61 84.7	6 8.3	14 19.4	1 1.4	14 19.4	- -
40～49歳	78 100.0	66 84.6	11 14.1	15 19.2	- -	6 7.7	2 2.6
50～59歳	84 100.0	69 82.1	9 10.7	11 13.1	2 2.4	5 6.0	2 2.4
60～69歳	133 100.0	114 85.7	20 15.0	26 19.5	2 1.5	9 6.8	1 0.8
70～79歳	75 100.0	62 82.7	11 14.7	18 24.0	3 4.0	5 6.7	2 2.7
80歳以上	27 100.0	18 66.7	3 11.1	6 22.2	2 7.4	3 11.1	1 3.7

就業等形態別でみると、いずれも「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が最も高く、「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合が2番目に高くなっている。

就業・就学地別でみると、いずれも「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が最も高く、奈良県内就業・就学者は「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」の割合が、奈良県外就業・就学者は「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

居住地ブロック別でみると、いずれも「県内で消費することの大切さ・重要性を知っているから」の割合が最も高く、五條市・吉野郡ブロックは「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」の割合が、桜井市・宇陀市等ブロックは「家族・親戚・友人が県内で経営しているお店があるから」と「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合が同率で、それ以外のブロックは「県内の商品・サービスの方が満足感を得られることが多かったから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

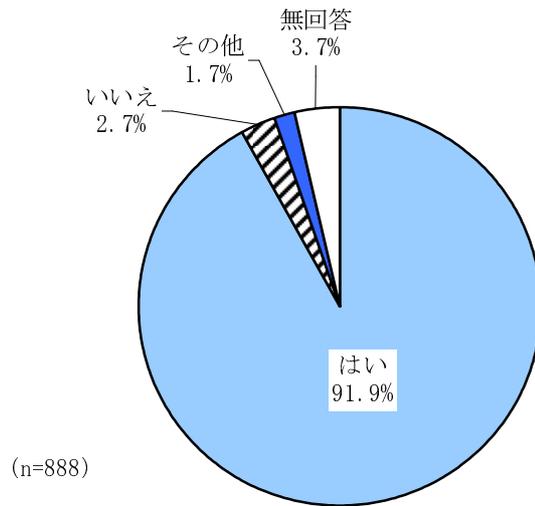
表123 「就業等形態別／就業・就学地別／居住地ブロック別」県内消費を意識したきっかけ

	調査数	知の県内 で大切 に消費 するこ とから 重要 性を と	県内 にお店 がある から	家族・ 親戚・ 友人が 経営し てい る	県内 の商品 ・サー ビス が満足 感を得 られ ること が多 かった から	他府 県 の 商品 ・サー ビス が満足 感を得 られ ること が多 かった から	その他	無 回 答
全体	888 100.0	743 83.7	114 12.8	150 16.9	17 1.9	70 7.9	10 1.1	
勤労者 (パート等を含む)	420 100.0	341 81.2	64 15.2	66 15.7	9 2.1	34 8.1	5 1.2	
専業主婦・主夫	212 100.0	186 87.7	28 13.2	38 17.9	3 1.4	18 8.5	3 1.4	
無職	217 100.0	186 85.7	18 8.3	39 18.0	4 1.8	17 7.8	2 0.9	
学生	24 100.0	18 75.0	3 12.5	5 20.8	-	-	-	
全体	444 100.0	359 80.9	67 15.1	71 16.0	9 2.0	34 7.7	5 1.1	
奈良県内	308 100.0	245 79.5	53 17.2	52 16.9	9 2.9	24 7.8	5 1.6	
奈良県外	125 100.0	107 85.6	12 9.6	17 13.6	-	8 6.4	-	
全体	888 100.0	743 83.7	114 12.8	150 16.9	17 1.9	70 7.9	10 1.1	
奈良市・生駒市等 ブロック	319 100.0	277 86.8	34 10.7	48 15.0	3 0.9	32 10.0	1 0.3	
大和郡山市・天理市 ブロック	124 100.0	103 83.1	16 12.9	18 14.5	4 3.2	13 10.5	2 1.6	
大和高田市・香芝市等 ブロック	226 100.0	190 84.1	33 14.6	39 17.3	7 3.1	14 6.2	3 1.3	
橿原市等 ブロック	110 100.0	87 79.1	9 8.2	27 24.5	3 2.7	4 3.6	2 1.8	
桜井市・宇陀市等 ブロック	54 100.0	45 83.3	10 18.5	10 18.5	-	2 3.7	1 1.9	
五條市・吉野郡 ブロック	55 100.0	41 74.5	12 21.8	8 14.5	-	5 9.1	1 1.8	

県内消費を意識した消費行動継続の有無

問 11-(2). 現在も「奈良県内で消費しよう」と意識した消費行動は継続されていますか。
(1つだけ○印)

図71 県内消費を意識した消費行動継続の有無



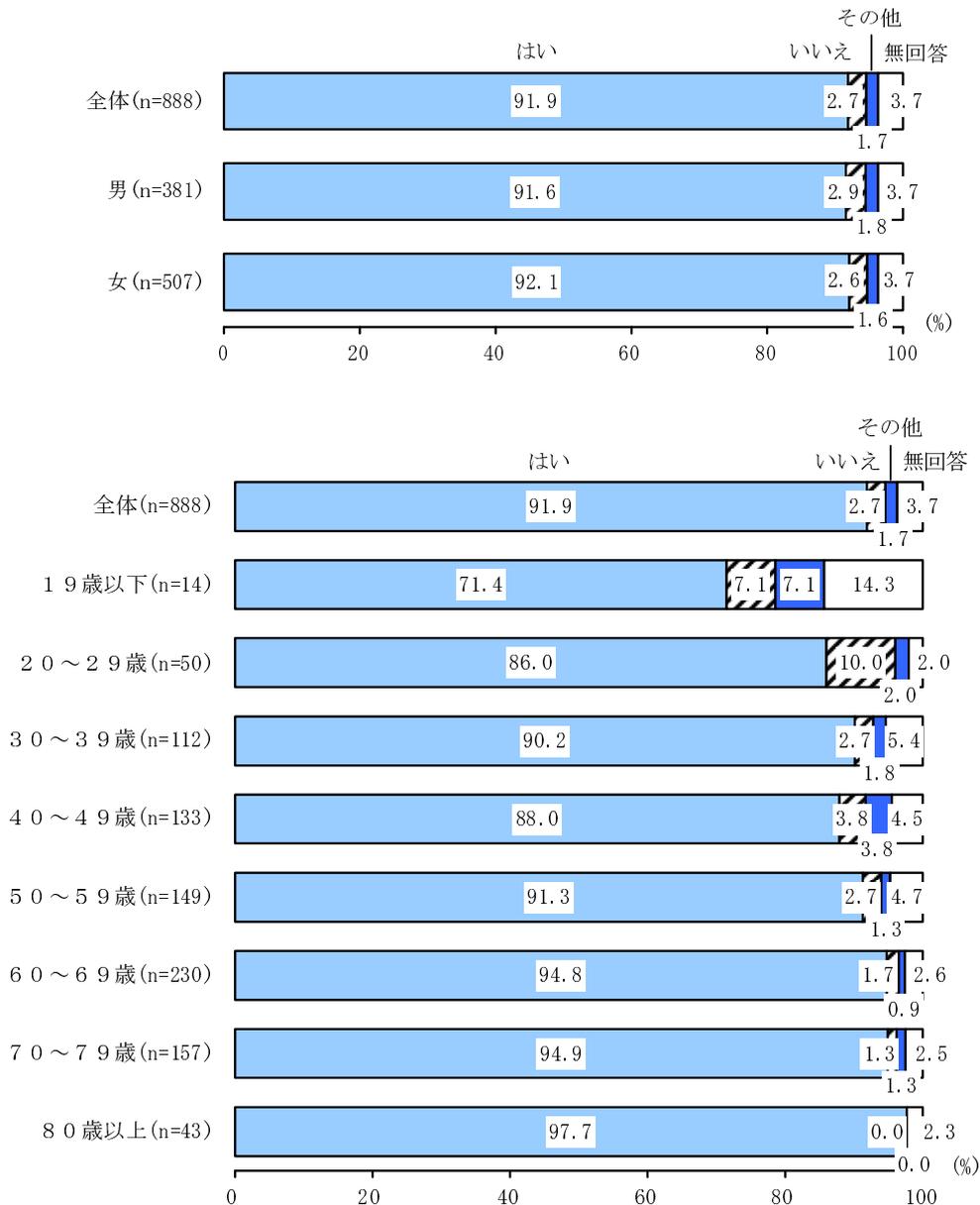
県内消費を意識した消費行動継続の有無をみると、「はい」が 91.9%と大部分を占めており、「いいえ」は 2.7%となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、「はい」の割合は男性よりも女性の方がやや高いが、大きな差はみられない。

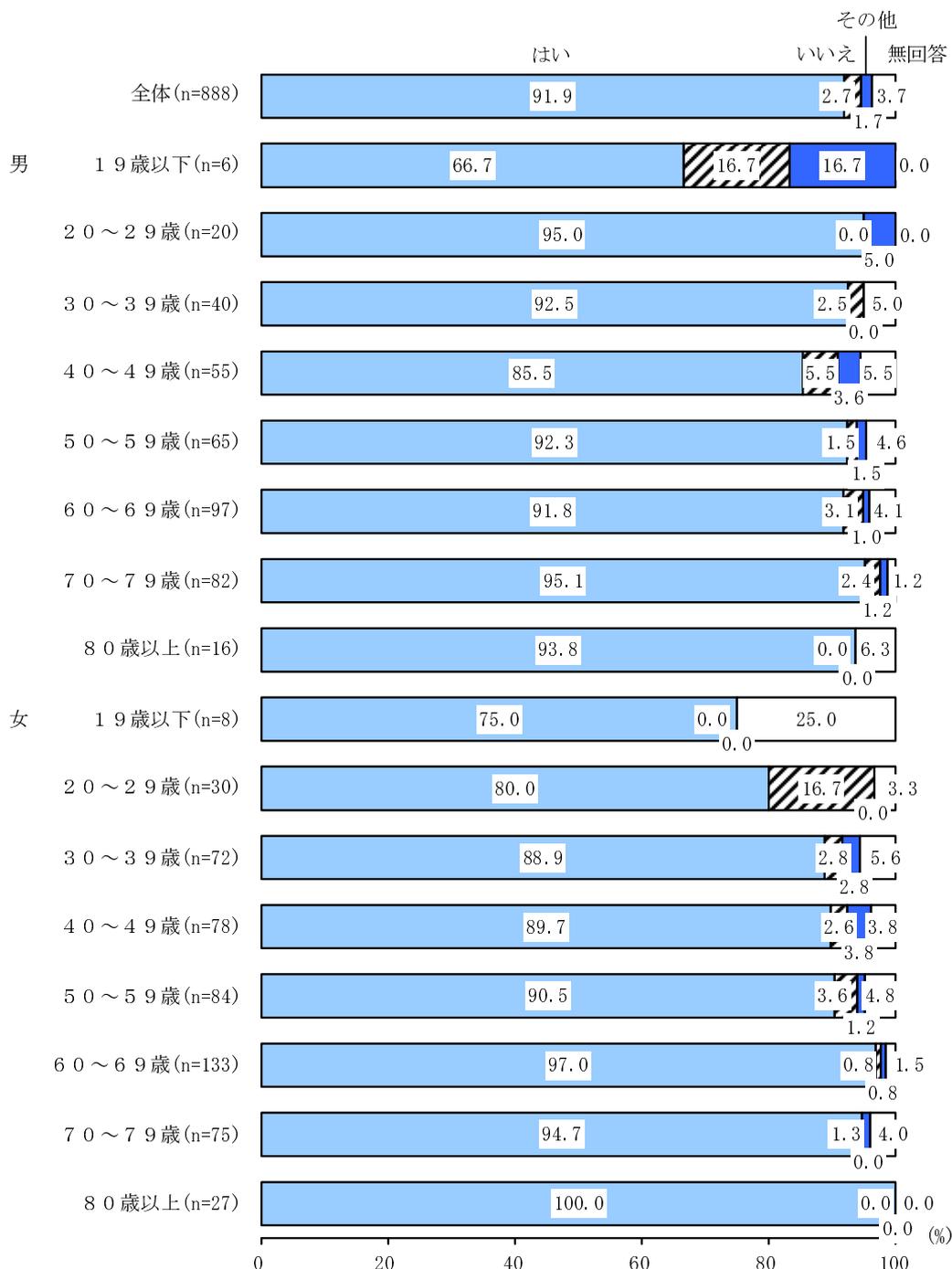
年代別で見ると、「はい」の割合は、80歳以上が97.7%で最も高く、次いで70歳代、60歳代が95%弱となっており、19歳以下が71.4%で最も低い。

図72 〔性別／年代別〕県内消費を意識した消費行動継続の有無



性・年代別でみると、「はい」の割合は、80歳以上の女性が100.0%で最も高く、次いで60歳代の女性（97.0%）、70歳代の男性（95.1%）、20歳代の男性（95.0%）の順となっており、19歳以下の男性が66.7%で最も低い。

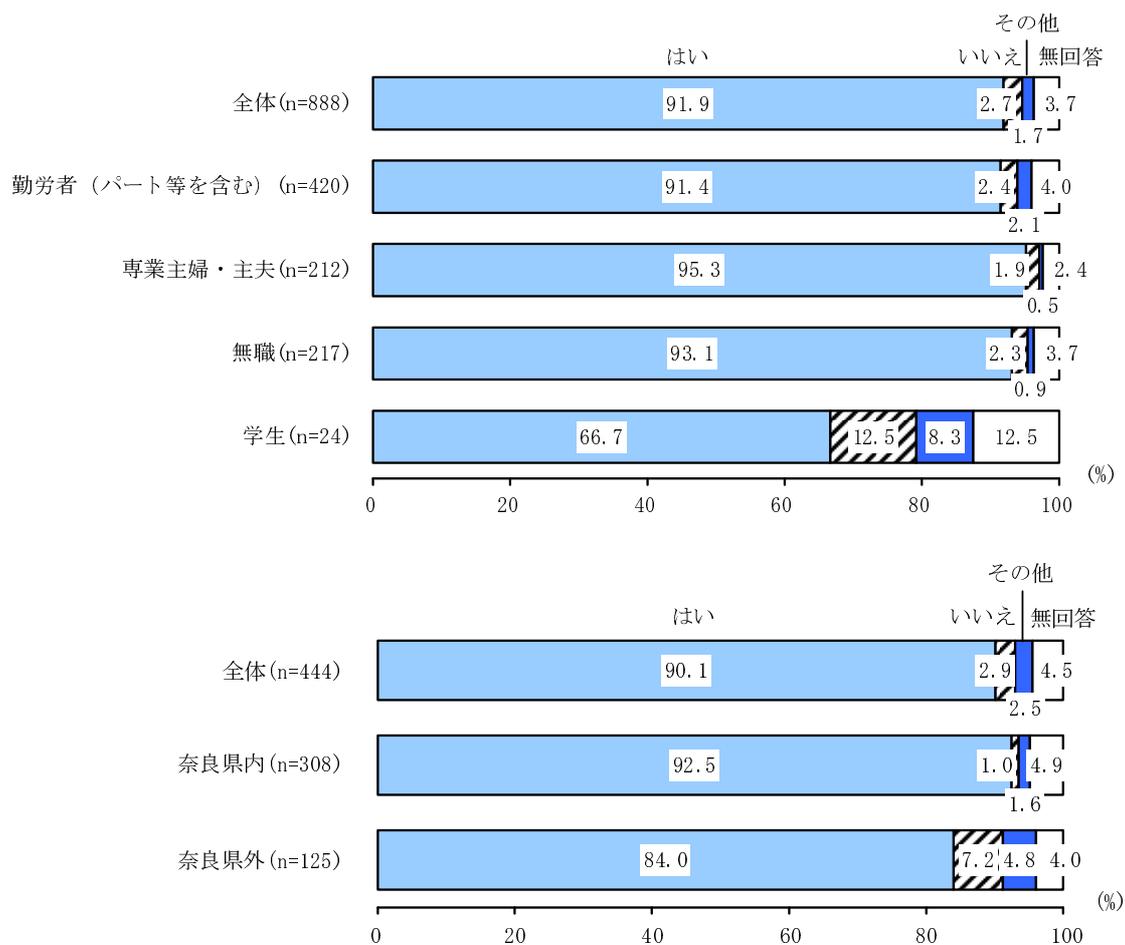
図73 〔性・年代別〕県内消費を意識した消費行動継続の有無



就業等形態別で見ると、「はい」の割合は、専業主婦・主夫が 95.3%で最も高く、次いで無職（93.1%）、勤労者（91.4%）の順となっており、学生が 66.7%で最も低い。

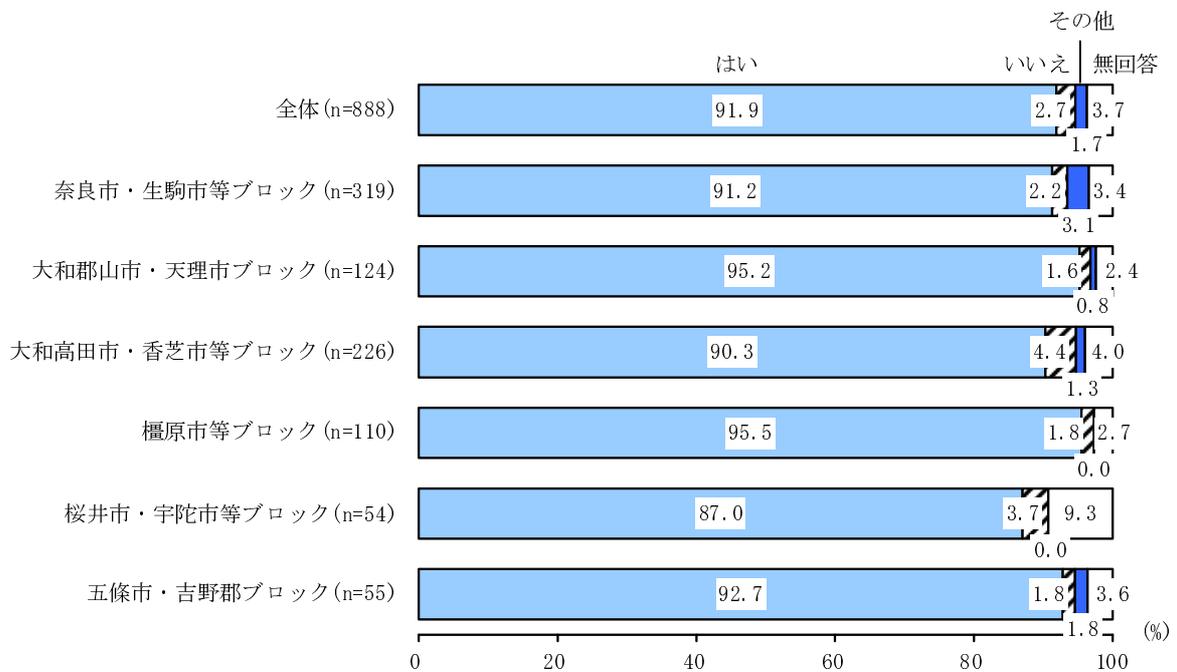
また、就業・就学地別で見ると、「はい」の割合は、奈良県外就業・就学者（84.0%）よりも奈良県内就業・就学者（92.5%）の方が 5 ポイント以上高くなっている。

図74 〔就業等形態別／就業・就学地別〕県内消費を意識した消費行動継続の有無



居住地ブロック別でみると、「はい」の割合は、橿原市等ブロックが 95.5%で最も高く、次いで大和郡山市・天理市ブロック（95.2%）の順となっており、桜井市・宇陀市等ブロックが 87.0%で最も低い。

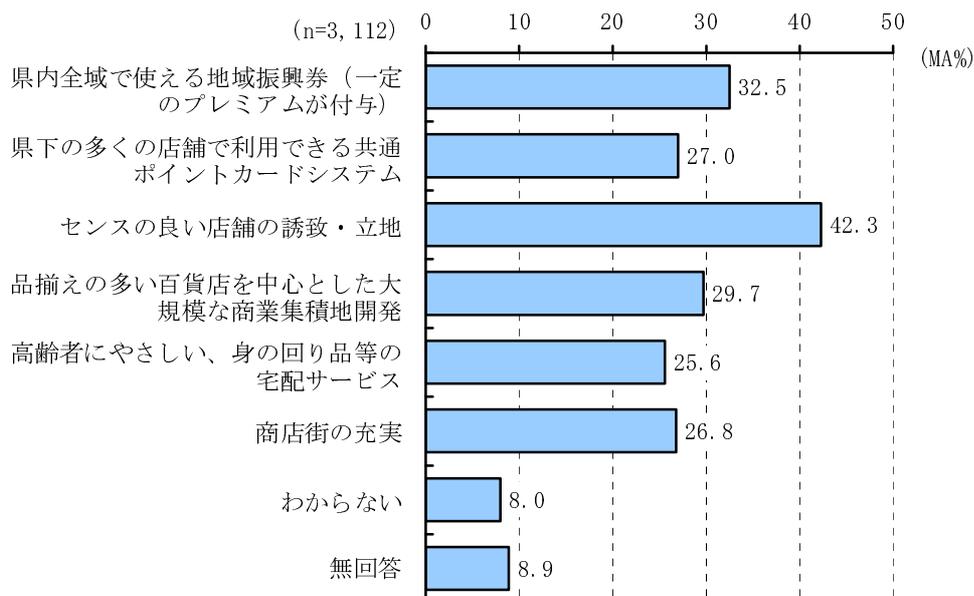
図75 「居住地ブロック別」県内消費を意識した消費行動継続の有無



県内消費を増やすために有効だと思われること

問 12. 奈良県内での消費を増やすためには、どのようなことが有効だと思われますか。
(あてはまるもの全てに○印)

図76 県内消費を増やすために有効だと思われること



県内消費を増やすために有効だと思われることをみると、「センスの良い店舗の誘致・立地」が42.3%で最も多く、次いで「県内全域で使える地域振興券 (一定のプレミアムが付与)」(32.5%)、「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」(29.7%)の順となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、男性、女性とも「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合が最も高く、「県内全域で使える地域振興券（一定のプレミアムが付与）」の割合が2番目に高くなっている。「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合は、女性の方が男性よりも5ポイント以上高い。

年代別で見ると、70歳代以上は「高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配サービス」の割合が、それ以外の年代は「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合がそれぞれ最も高くなっている。また、80歳以上は「商店街の充実」の割合が、20歳代以下は「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」の割合がそれぞれ2番目に高い。

表124 「性別／年代別」県内消費を増やすために有効だと思われること

	調査数	地域振興券（一定のプレミアムが付与）	県内全域で使える地域	利便性の高い店舗の誘致・立地	センスの良い店舗の誘致・立地	なを商業集積地開発	品揃えの多い百貨店	身の回り品等の宅配サービス	高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配	商店街の充実	わからない	無回答
全体	3,112 100.0	1,012 32.5	840 27.0	1,315 42.3	924 29.7	798 25.6	835 26.8	248 8.0	278 8.9			
男	1,428 100.0	434 30.4	352 24.6	548 38.4	405 28.4	319 22.3	374 26.2	136 9.5	140 9.8			
女	1,683 100.0	578 34.3	488 29.0	767 45.6	519 30.8	479 28.5	461 27.4	112 6.7	137 8.1			

	調査数	地域振興券（一定のプレミアムが付与）	県内全域で使える地域	利便性の高い店舗の誘致・立地	センスの良い店舗の誘致・立地	なを商業集積地開発	品揃えの多い百貨店	身の回り品等の宅配サービス	高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配	商店街の充実	わからない	無回答
全体	3,112 100.0	1,012 32.5	840 27.0	1,315 42.3	924 29.7	798 25.6	835 26.8	248 8.0	278 8.9			
19歳以下	144 100.0	21 14.6	28 19.4	73 50.7	44 30.6	3 2.1	13 9.0	35 24.3	14 9.7			
20～29歳	314 100.0	77 24.5	74 23.6	165 52.5	117 37.3	43 13.7	51 16.2	38 12.1	24 7.6			
30～39歳	417 100.0	150 36.0	133 31.9	236 56.6	146 35.0	82 19.7	99 23.7	23 5.5	22 5.3			
40～49歳	428 100.0	166 38.8	125 29.2	205 47.9	137 32.0	71 16.6	95 22.2	30 7.0	28 6.5			
50～59歳	493 100.0	182 36.9	142 28.8	213 43.2	176 35.7	114 23.1	164 33.3	25 5.1	37 7.5			
60～69歳	675 100.0	239 35.4	197 29.2	240 35.6	173 25.6	228 33.8	226 33.5	34 5.0	69 10.2			
70～79歳	445 100.0	133 29.9	113 25.4	150 33.7	94 21.1	165 37.1	137 30.8	40 9.0	52 11.7			
80歳以上	193 100.0	44 22.8	28 14.5	33 17.1	37 19.2	92 47.7	49 25.4	23 11.9	30 15.5			

性・年代別で見ると、80歳以上の男性、70歳代以上の女性は「高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配サービス」の割合が、60歳代の男性は「県内全域で使える地域振興券（一定のプレミアムが付与）」の割合が、それ以外は「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合がそれぞれ最も高くなっている。

表125 〔性・年代別〕県内消費を増やすために有効だと思われること

	調査数	地域振興券（一定のプレミアムが付与）	県内全域で使える地域	県下の多くの店舗で利用できる共通ポイント	誘致・立地の良い店舗の	センスの良い店舗の	なを中心とした百貨店	品揃えの多い百貨店	サの回者にやさしい、	身の高齢者にやさしい、	商店街の充実	わからない	無回答
全体	3,112 100.0	1,012 32.5	840 27.0	1,315 42.3	924 29.7	798 25.6	835 26.8	248 8.0	278 8.9				
男 19歳以下	75 100.0	9 12.0	16 21.3	34 45.3	23 30.7	3 4.0	6 8.0	17 22.7	10 13.3				
20～29歳	146 100.0	38 26.0	33 22.6	67 45.9	49 33.6	21 14.4	23 15.8	21 14.4	11 7.5				
30～39歳	178 100.0	53 29.8	43 24.2	92 51.7	54 30.3	29 16.3	44 24.7	15 8.4	10 5.6				
40～49歳	203 100.0	68 33.5	49 24.1	92 45.3	62 30.5	31 15.3	45 22.2	18 8.9	14 6.9				
50～59歳	223 100.0	80 35.9	61 27.4	87 39.0	73 32.7	43 19.3	68 30.5	16 7.2	17 7.6				
60～69歳	304 100.0	103 33.9	80 26.3	89 29.3	78 25.7	86 28.3	103 33.9	22 7.2	33 10.9				
70～79歳	226 100.0	66 29.2	59 26.1	70 31.0	51 22.6	68 30.1	65 28.8	23 10.2	34 15.0				
80歳以上	72 100.0	17 23.6	11 15.3	17 23.6	15 20.8	38 52.8	19 26.4	4 5.6	11 15.3				
女 19歳以下	69 100.0	12 17.4	12 17.4	39 56.5	21 30.4	-	7 10.1	18 26.1	4 5.8				
20～29歳	168 100.0	39 23.2	41 24.4	98 58.3	68 40.5	22 13.1	28 16.7	17 10.1	13 7.7				
30～39歳	239 100.0	97 40.6	90 37.7	144 60.3	92 38.5	53 22.2	55 23.0	8 3.3	12 5.0				
40～49歳	225 100.0	98 43.6	76 33.8	113 50.2	75 33.3	40 17.8	50 22.2	12 5.3	14 6.2				
50～59歳	270 100.0	102 37.8	81 30.0	126 46.7	103 38.1	71 26.3	96 35.6	9 3.3	20 7.4				
60～69歳	371 100.0	136 36.7	117 31.5	151 40.7	95 25.6	142 38.3	123 33.2	12 3.2	36 9.7				
70～79歳	219 100.0	67 30.6	54 24.7	80 36.5	43 19.6	97 44.3	72 32.9	17 7.8	18 8.2				
80歳以上	121 100.0	27 22.3	17 14.0	16 13.2	22 18.2	54 44.6	30 24.8	19 15.7	19 15.7				

就業等形態別でみると、無職を除いて「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合が最も高く、学生を除いて「県内全域で使える地域振興券（一定のプレミアムが付与）」の割合が2番目に高くなっている。無職は「高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配サービス」の割合が最も高く、学生は「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」の割合が2番目に高い。

就業・就学地別でみると、いずれも「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合が最も高く、奈良県内就業・就学者は「県内全域で使える地域振興券（一定のプレミアムが付与）」の割合が、奈良県外就業・就学者は「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

居住地ブロック別でみると、五條市・吉野郡ブロックは「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」の割合が、それ以外のブロックは「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合がそれぞれ最も高くなっている。また、大和高田市・香芝市ブロックは「品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発」の割合が、五條市・吉野郡ブロックは「センスの良い店舗の誘致・立地」の割合が、それ以外のブロックは「県内全域で使える地域振興券（一定のプレミアムが付与）」の割合がそれぞれ2番目に高い。

表126 「就業等形態別／就業・就学地別／居住地ブロック別」県内消費を増やすために有効だと思われること

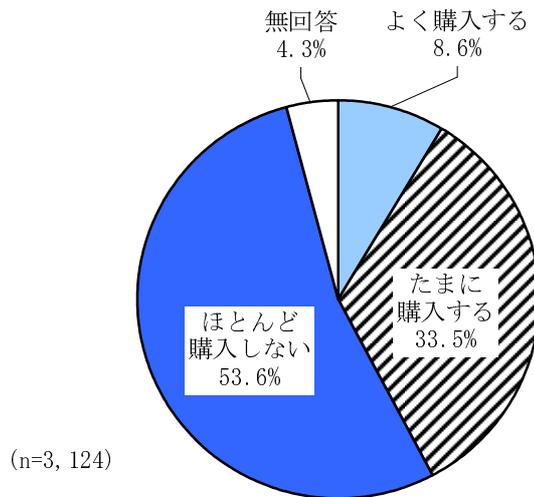
	調査数	地域振興券（一定のプレミアムが付与）	県内全域で使える地域振興券	利便性の高い店舗の誘致・立地	センスの良い店舗の誘致・立地	品揃えの多い百貨店を中心とした大規模な商業集積地開発	身の回り品等の宅配サービス	高齢者にやさしい、身の回り品等の宅配	商店街の充実	わからない	無回答
全体	3,112 100.0	1,012 32.5	840 27.0	1,315 42.3	924 29.7	798 25.6	835 26.8	248 8.0	278 8.9		
勤労者 （パート等を含む）	1,512 100.0	498 32.9	426 28.2	689 45.6	489 32.3	322 21.3	408 27.0	100 6.6	119 7.9		
専業主婦・主夫	633 100.0	248 39.2	211 33.3	292 46.1	197 31.1	197 31.1	195 30.8	29 4.6	45 7.1		
無職	710 100.0	217 30.6	154 21.7	207 29.2	145 20.4	253 35.6	198 27.9	74 10.4	90 12.7		
学生	216 100.0	38 17.6	37 17.1	110 50.9	78 36.1	15 6.9	18 8.3	44 20.4	20 9.3		
全体	1,728 100.0	536 31.0	463 26.8	799 46.2	567 32.8	337 19.5	426 24.7	144 8.3	139 8.0		
奈良県内	1,090 100.0	375 34.4	318 29.2	489 44.9	322 29.5	233 21.4	294 27.0	85 7.8	86 7.9		
奈良県外	596 100.0	151 25.3	126 21.1	295 49.5	235 39.4	98 16.4	123 20.6	57 9.6	48 8.1		
全体	3,112 100.0	1,012 32.5	840 27.0	1,315 42.3	924 29.7	798 25.6	835 26.8	248 8.0	278 8.9		
奈良市・生駒市等 ブロック	1,162 100.0	392 33.7	300 25.8	547 47.1	377 32.4	313 26.9	340 29.3	85 7.3	95 8.2		
大和郡山市・天理市 ブロック	366 100.0	125 34.2	85 23.2	134 36.6	73 19.9	89 24.3	112 30.6	42 11.5	32 8.7		
大和高田市・香芝市等 ブロック	779 100.0	232 29.8	221 28.4	331 42.5	241 30.9	193 24.8	191 24.5	55 7.1	73 9.4		
橿原市等 ブロック	467 100.0	165 35.3	133 28.5	174 37.3	121 25.9	112 24.0	108 23.1	42 9.0	45 9.6		
桜井市・宇陀市等 ブロック	188 100.0	60 31.9	57 30.3	81 43.1	55 29.3	54 28.7	51 27.1	16 8.5	10 5.3		
五條市・吉野郡 ブロック	147 100.0	38 25.9	44 29.9	48 32.7	57 38.8	37 25.2	33 22.4	8 5.4	20 13.6		

Ⅵ 奈良県の産品について

贈り物をする際の、奈良県の産品の購入実態

問5. あなたは、贈り物をする際に、奈良県の産品を購入されたことがありますか。
(1つだけ○印)

図77 贈り物に奈良県の産品を購入した経験

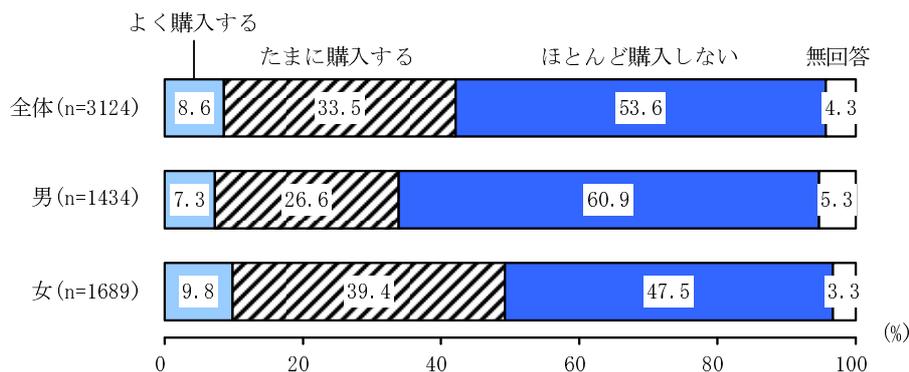


贈り物に奈良県の産品を購入した経験をみると、「ほとんど購入しない」が 53.6%と過半数を占め、「よく購入する」(8.6%)と「たまに購入する」(33.5%)を合わせた割合は 42.1%となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

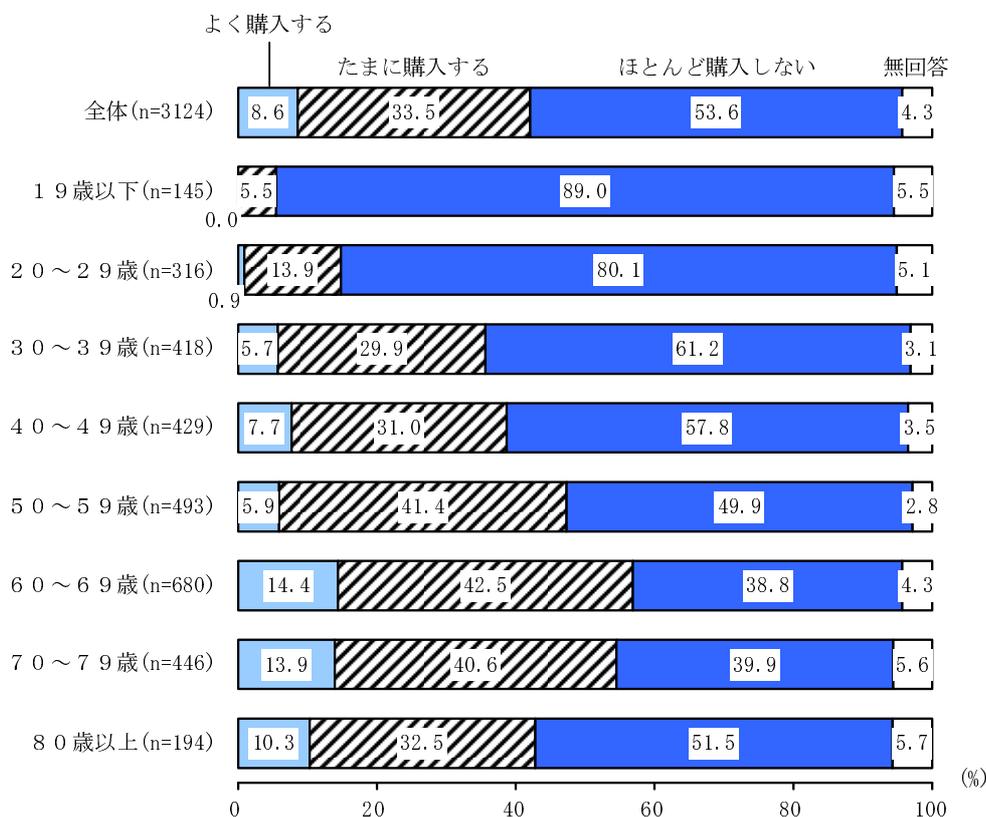
性別でみると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、男性(33.8%)に対し、女性(49.2%)が高くなっている。

図78 〔性別〕贈り物に奈良県の産品を購入した経験



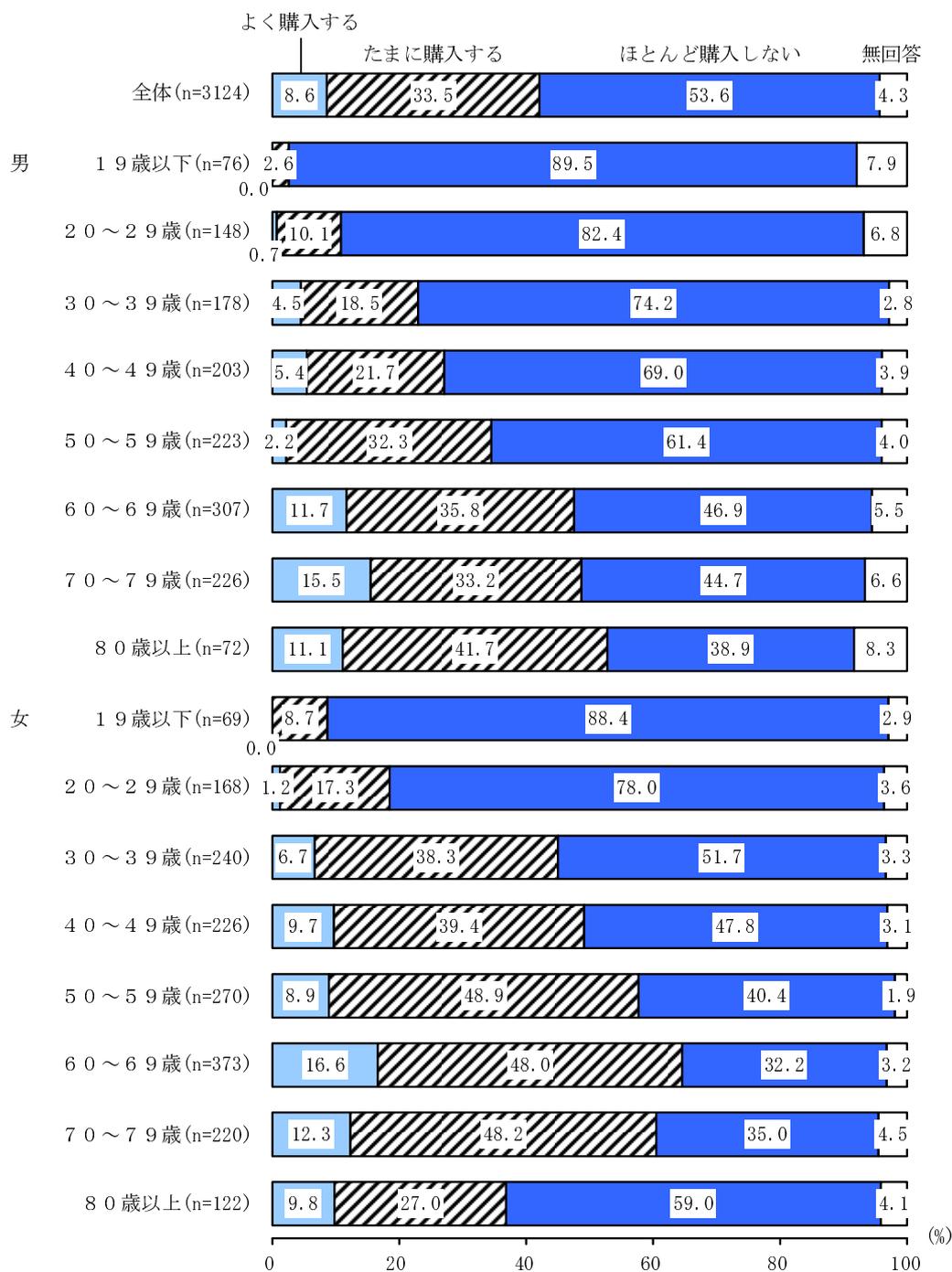
年代別でみると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、60歳代が56.9%で最も高く、70歳代も5割を超えている。次いで50歳代、80歳以上が4割台となっており、40歳代以下は年代が下がるほど購入する割合が低くなっている。

図79 〔年代別〕贈り物に奈良県の産品を購入した経験



性・年代別で見ると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、60歳代の女性が64.6%で最も高く、次いで70歳代の女性（60.5%）、50歳代の女性（57.8%）の順となっており、男性は80歳以上が52.8%で最も高い。

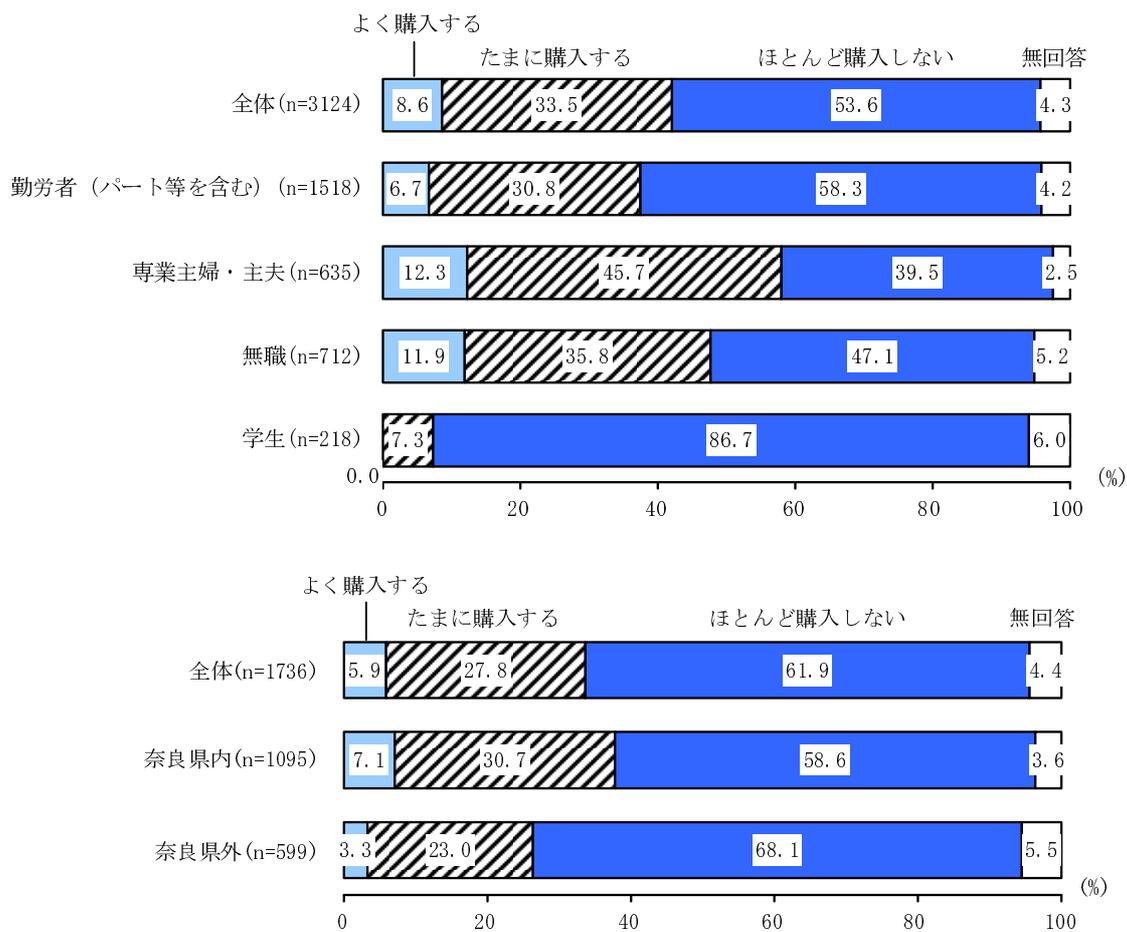
図80 〔性・年代別〕贈り物に奈良県の産品を購入した経験



就業等形態別で見ると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、専業主婦・主夫が 58.0%で最も高く、次いで無職（47.8%）、勤労者（37.5%）の順となっており、最も低い学生は 1 割未満である。

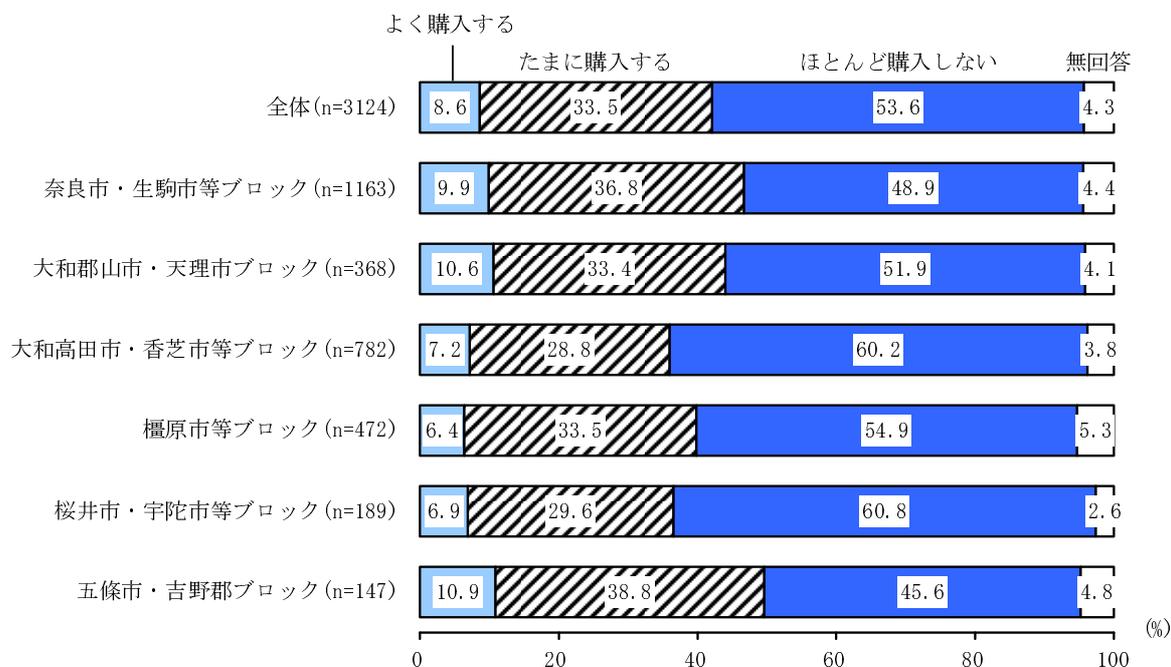
就業・就学地別で見ると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、奈良県外就業・就学者よりも奈良県内就業・就学者の方が高くなっている。

図81 〔就業等形態別／就業・就学地別〕贈り物に奈良県の産品を購入した経験



居住地ブロック別でみると、「よく購入する」と「たまに購入する」を合わせた割合は、五條市・吉野郡ブロックが 49.7%で最も高く、次いで奈良市・生駒市等ブロック（46.7%）、大和郡山市・天理市ブロック（44.0%）の順となっている。

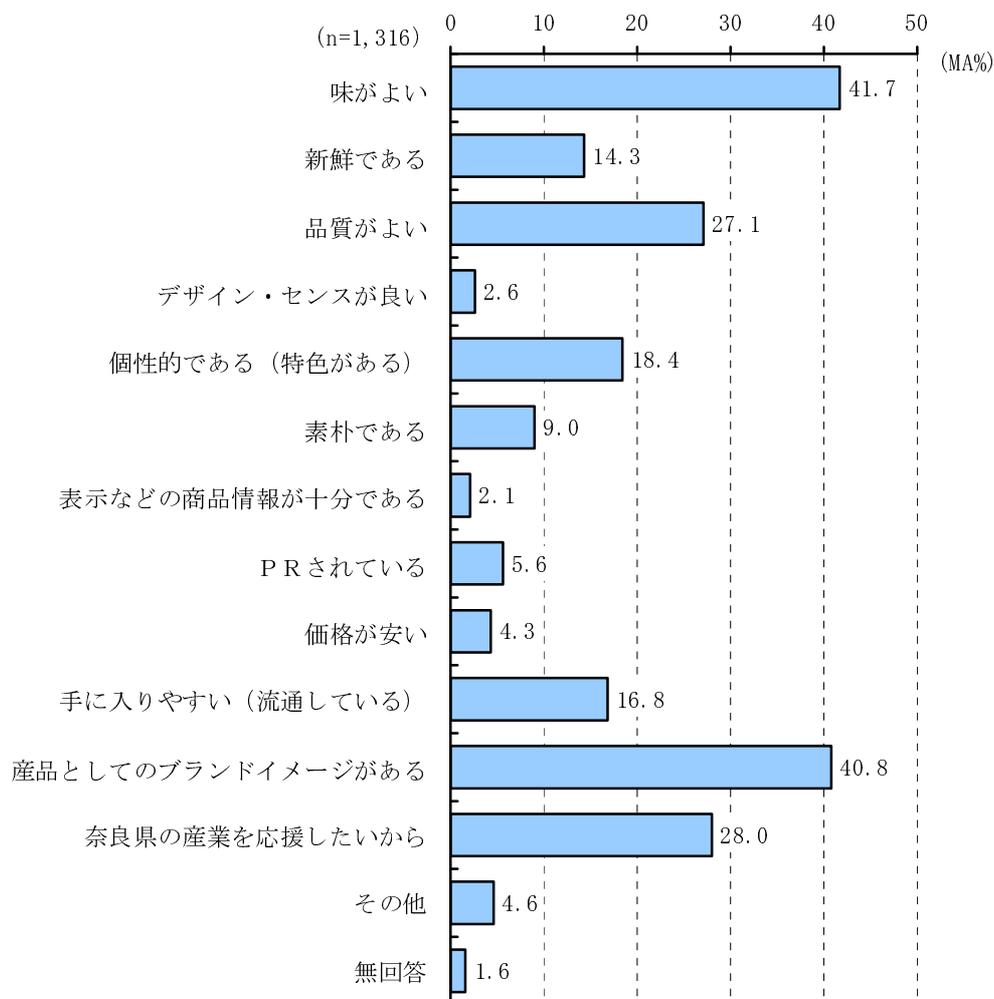
図82 〔居住地ブロック別〕贈り物に奈良県の産品を購入した経験



奈良県の産品を購入した理由

問6. なぜそれを購入されましたか。(あてはまるもの全てに○印)

図83 奈良県の産品を購入した理由



奈良県の産品を購入した理由をみると、「味がよい」が41.7%、「産品としてのブランドイメージがある」が40.8%と目立って多く、次いで「奈良県の産産を応援したいから」(28.0%)、「品質がよい」(27.1%)、「個性的である (特色がある)」(18.4%)、「手に入りやすい (流通している)」(16.8%)、「新鮮である」(14.3%)までが1割を超えている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、女性は「味がよい」の割合が44.2%で最も高いのに対し、男性は「製品としてのブランドイメージがある」の割合が40.6%で最も高く、「味がよい」の割合は37.5%と、女性よりも5ポイント以上低くなっている。この他、「品質がよい」の割合も、女性の方が男性よりも5ポイント以上高い。

年代別で見ると、50歳代～70歳代は「製品としてのブランドイメージがある」の割合が最も高いのに対し、それ以外の年代は「味がよい」の割合が最も高くなっている。「品質がよい」の割合は、若年層よりも高年層の方が高い。

表127 〔性別／年代別〕奈良県の産品を購入した理由

	調査数	味がよい	新鮮である	品質がよい	良いデザイン・センスがある	個性的である（特色がある）	素朴である	が表示などの商品情報が十分である	PRされている	価格が安い	通手に入りやすい（流通している）	産品としてのブランドイメージがある	奈良県産品を応援したいから	その他	無回答
全体	1,316 100.0	549 41.7	188 14.3	357 27.1	34 2.6	242 18.4	119 9.0	28 2.1	74 5.6	56 4.3	221 16.8	537 40.8	369 28.0	61 4.6	21 1.6
男	485 100.0	182 37.5	66 13.6	111 22.9	7 1.4	95 19.6	36 7.4	9 1.9	24 4.9	16 3.3	73 15.1	197 40.6	142 29.3	22 4.5	10 2.1
女	831 100.0	367 44.2	122 14.7	246 29.6	27 3.2	147 17.7	83 10.0	19 2.3	50 6.0	40 4.8	148 17.8	340 40.9	227 27.3	39 4.7	11 1.3
全体	1,316 100.0	549 41.7	188 14.3	357 27.1	34 2.6	242 18.4	119 9.0	28 2.1	74 5.6	56 4.3	221 16.8	537 40.8	369 28.0	61 4.6	21 1.6
19歳以下	8 100.0	4 50.0	2 25.0	-	-	-	-	1 12.5	1 12.5	-	2 25.0	-	1 12.5	-	1 12.5
20～29歳	47 100.0	16 34.0	6 12.8	8 17.0	8 17.0	8 17.0	6 12.8	1 2.1	4 8.5	2 4.3	6 12.8	11 23.4	7 14.9	4 8.5	-
30～39歳	149 100.0	74 49.7	10 6.7	35 23.5	4 2.7	32 21.5	17 11.4	3 2.0	6 4.0	5 3.4	24 16.1	52 34.9	38 25.5	10 6.7	-
40～49歳	166 100.0	74 44.6	13 7.8	26 15.7	6 3.6	29 17.5	10 6.0	1 0.6	5 3.0	7 4.2	20 12.0	56 33.7	41 24.7	7 4.2	1 0.6
50～59歳	233 100.0	101 43.3	32 13.7	66 28.3	7 3.0	37 15.9	28 12.0	6 2.6	22 9.4	12 5.2	43 18.5	102 43.8	69 29.6	15 6.4	2 0.9
60～69歳	387 100.0	145 37.5	65 16.8	110 28.4	6 1.6	71 18.3	28 7.2	8 2.1	24 6.2	19 4.9	67 17.3	169 43.7	120 31.0	15 3.9	6 1.6
70～79歳	243 100.0	94 38.7	45 18.5	82 33.7	3 1.2	53 21.8	21 8.6	6 2.5	8 3.3	6 2.5	40 16.5	109 44.9	75 30.9	10 4.1	8 3.3
80歳以上	83 100.0	41 49.4	15 18.1	30 36.1	-	12 14.5	9 10.8	2 2.4	4 4.8	5 6.0	19 22.9	38 45.8	18 21.7	-	3 3.6

性・年代別でみると、30～50 歳代の男性と 40 歳代以下および 80 歳以上の女性は「味がよい」の割合が最も高く、19 歳以下および 80 歳以上の女性、30 歳代の男性は 5 割を超えている。これに対し、60 歳代以上の男性と 50～70 歳代の女性は、「産品としてのブランドイメージがある」の割合が 4 割台で最も高い。

表128 〔性・年代別〕奈良県の産品を購入した理由

	調査数	味がよい	新鮮である	品質がよい	デザイン・センスがよい	個性がある(特色)	素材である	表示などの商品情報が十分である	PRされている	価格が安い	通手に入りやすい(流通)	産品としてのブランドイメージがある	奈良県の産品を応援したいから	その他	無回答
全体	1,316 100.0	549 41.7	188 14.3	357 27.1	34 2.6	242 18.4	119 9.0	28 2.1	74 5.6	56 4.3	221 16.8	537 40.8	369 28.0	61 4.6	21 1.6
男 19歳以下	2 100.0	-	1 50.0	-	-	-	-	1 50.0	1 50.0	-	-	-	1 50.0	-	-
20～29歳	16 100.0	3 18.8	3 18.8	2 12.5	2 12.5	3 18.8	1 6.3	1 6.3	1 6.3	1 6.3	-	3 18.8	4 25.0	2 12.5	-
30～39歳	41 100.0	21 51.2	2 4.9	4 9.8	1 2.4	5 12.2	5 12.2	-	1 2.4	-	9 22.0	12 29.3	11 26.8	3 7.3	-
40～49歳	55 100.0	26 47.3	3 5.5	4 7.3	-	11 20.0	3 5.5	-	3 5.5	1 1.8	7 12.7	17 30.9	11 20.0	1 1.8	1 1.8
50～59歳	77 100.0	31 40.3	9 11.7	21 27.3	1 1.3	12 15.6	9 11.7	2 2.6	5 6.5	5 6.5	9 11.7	27 35.1	21 27.3	5 6.5	1 1.3
60～69歳	146 100.0	45 30.8	19 13.0	32 21.9	2 1.4	32 21.9	6 4.1	2 1.4	5 3.4	5 3.4	23 15.8	67 45.9	52 35.6	6 4.1	3 2.1
70～79歳	110 100.0	39 35.5	22 20.0	34 30.9	1 0.9	26 23.6	8 7.3	3 2.7	5 4.5	2 1.8	19 17.3	53 48.2	36 32.7	5 4.5	3 2.7
80歳以上	38 100.0	17 44.7	7 18.4	14 36.8	-	6 15.8	4 10.5	-	3 7.9	2 5.3	6 15.8	18 47.4	6 15.8	-	2 5.3
女 19歳以下	6 100.0	4 66.7	1 16.7	-	-	-	-	-	-	-	2 33.3	-	-	-	1 16.7
20～29歳	31 100.0	13 41.9	3 9.7	6 19.4	6 19.4	5 16.1	5 16.1	-	3 9.7	1 3.2	6 19.4	8 25.8	3 9.7	2 6.5	-
30～39歳	108 100.0	53 49.1	8 7.4	31 28.7	3 2.8	27 25.0	12 11.1	3 2.8	5 4.6	5 4.6	15 13.9	40 37.0	27 25.0	7 6.5	-
40～49歳	111 100.0	48 43.2	10 9.0	22 19.8	6 5.4	18 16.2	7 6.3	1 0.9	2 1.8	6 5.4	13 11.7	39 35.1	30 27.0	6 5.4	-
50～59歳	156 100.0	70 44.9	23 14.7	45 28.8	6 3.8	25 16.0	19 12.2	4 2.6	17 10.9	7 4.5	34 21.8	75 48.1	48 30.8	10 6.4	1 0.6
60～69歳	241 100.0	100 41.5	46 19.1	78 32.4	4 1.7	39 16.2	22 9.1	6 2.5	19 7.9	14 5.8	44 18.3	102 42.3	68 28.2	9 3.7	3 1.2
70～79歳	133 100.0	55 41.4	23 17.3	48 36.1	2 1.5	27 20.3	13 9.8	3 2.3	3 2.3	4 3.0	21 15.8	56 42.1	39 29.3	5 3.8	5 3.8
80歳以上	45 100.0	24 53.3	8 17.8	16 35.6	-	6 13.3	5 11.1	2 4.4	1 2.2	3 6.7	13 28.9	20 44.4	12 26.7	-	1 2.2

就業等形態別でみると、無職を除いて「味がよい」の割合が最も高く、学生を除いて「産品としてのブランドイメージがある」の割合が2番目に高くなっている。無職は「産品としてのブランドイメージがある」の割合が最も高く、「味がよい」の割合が2番目に高い。

就業・就学地別でみると、奈良県内就業・就学者は奈良県外就業・就学者よりも「手に入りやすい(流通している)」の割合が5ポイント以上高い。これに対し、奈良県外就業・就学者は奈良県内就業・就学者よりも「个性的である(特色がある)」、「奈良県の産産を応援したいから」の割合が5ポイント以上高い。

居住地ブロック別でみると、大和郡山市・天理市ブロック、大和高田市・香芝市ブロック、五條市・吉野郡ブロックは「味がよい」の割合が最も高く、それ以外のブロックは「産品としてのブランドイメージがある」の割合が最も高い。

表129 〔就業等形態別／就業・就学地別／居住地ブロック別〕奈良県の産品を購入した理由

	調査数	味がよい	新鮮である	品質がよい	良いデザイン・センスがある	個性がある(特色)	素材である	表示などの商品情報が十分である	PRされている	価格が安い	通しに入りやすい(流通)	産品としてのブランドイメージがある	奈良県の産産を応援したいから	その他	無回答
全体	1,316 100.0	549 41.7	188 14.3	357 27.1	34 2.6	242 18.4	119 9.0	28 2.1	74 5.6	56 4.3	221 16.8	537 40.8	369 28.0	61 4.6	21 1.6
勤労者 (パート等を含む)	569 100.0	232 40.8	70 12.3	127 22.3	21 3.7	108 19.0	58 10.2	10 1.8	31 5.4	23 4.0	98 17.2	210 36.9	161 28.3	35 6.2	4 0.7
専業主婦・主夫	368 100.0	172 46.7	46 12.5	119 32.3	6 1.6	65 17.7	36 9.8	6 1.6	22 6.0	15 4.1	61 16.6	167 45.4	104 28.3	13 3.5	4 1.1
無職	340 100.0	129 37.9	60 17.6	102 30.0	5 1.5	63 18.5	21 6.2	7 2.1	19 5.6	16 4.7	57 16.8	153 45.0	95 27.9	10 2.9	10 2.9
学生	16 100.0	7 43.8	4 25.0	1 6.3	2 12.5	2 12.5	-	2 12.5	2 12.5	-	2 12.5	1 6.3	2 12.5	-	2 12.5
全体	585 100.0	239 40.9	74 12.6	128 21.9	23 3.9	110 18.8	58 9.9	12 2.1	33 5.6	23 3.9	100 17.1	211 36.1	163 27.9	35 6.0	6 1.0
奈良県内	414 100.0	175 42.3	54 13.0	88 21.3	16 3.9	72 17.4	43 10.4	10 2.4	27 6.5	17 4.1	79 19.1	150 36.2	109 26.3	25 6.0	3 0.7
奈良県外	158 100.0	62 39.2	16 10.1	39 24.7	7 4.4	38 24.1	14 8.9	1 0.6	5 3.2	6 3.8	18 11.4	56 35.4	51 32.3	10 6.3	2 1.3
全体	1,316 100.0	549 41.7	188 14.3	357 27.1	34 2.6	242 18.4	119 9.0	28 2.1	74 5.6	56 4.3	221 16.8	537 40.8	369 28.0	61 4.6	21 1.6
奈良市・生駒市等 ブロック	543 100.0	238 43.8	43 7.9	143 26.3	18 3.3	113 20.8	51 9.4	11 2.0	21 3.9	15 2.8	90 16.6	246 45.3	168 30.9	27 5.0	14 2.6
大和郡山市・天理市 ブロック	162 100.0	64 39.5	30 18.5	41 25.3	5 3.1	33 20.4	16 9.9	5 3.1	9 5.6	4 2.5	19 11.7	57 35.2	39 24.1	8 4.9	-
大和高田市・香芝市等 ブロック	281 100.0	126 44.8	51 18.1	74 26.3	6 2.1	45 16.0	22 7.8	6 2.1	22 7.8	22 7.8	53 18.9	120 42.7	75 26.7	10 3.6	4 1.4
橿原市等 ブロック	188 100.0	59 31.4	36 19.1	53 28.2	3 1.6	34 18.1	18 9.6	3 1.6	11 5.9	6 3.2	31 16.5	62 33.0	49 26.1	8 4.3	1 0.5
桜井市・宇陀市等 ブロック	69 100.0	20 29.0	9 13.0	23 33.3	2 2.9	11 15.9	9 13.0	3 4.3	7 10.1	5 7.2	11 15.9	31 44.9	21 30.4	1 1.4	1 1.4
五條市・吉野郡 ブロック	73 100.0	42 57.5	19 26.0	23 31.5	-	6 8.2	3 4.1	-	4 5.5	4 5.5	17 23.3	21 28.8	17 23.3	7 9.6	1 1.4

これまでにどのような奈良県の産品を購入したことがあるか[自由記述]

問7. これまでにどのような産品を購入されましたか。購入された奈良県の産品を具体的に記入ください。(いくつでも)

表130-① これまでに購入した奈良県の産品

分類	産 品	件数
奈良漬け	奈良漬け (山崎屋他)	419
果物	果物小計	410
	柿 (吉野、富有柿他)	142
	梨 (大淀、幸水他)	95
	ぶどう (明日香巨峰)	58
	いちご (明日香ルビー他)	43
	桃 (五條他)	14
	メロン (平群上庄他)	11
	すいか (大和すいか他)	9
	トマト (曾爾高原他)	9
	いちじく (安堵町他)	5
	みかん	3
	梅	2
	栗	2
	桃・梨・柿 (吉野下市)	1
	果物	16
	そうめん	そうめん小計
三輪そうめん (池利・山本他)		399
そうめんふし「藤兵衛」 (三輪そうめん山本)		2
麦縄菓子 (山本)		2
麦麺 (旧そうめん)		1
和菓子	和菓子小計	400
	和菓子 (菊屋他)、さつま焼 (春日庵) 他	147
	もなか (三諸もなか他)	63
	三笠 (天平庵他)	56
	だんご (攝原だんご庄他)	29
	まんじゅう (菊屋他)	25
	柿加工品 (柿寿賀他)	21
	わらび餅 (千寿庵吉宗他)	14
	豆菓子 (ぜいたく豆他)	13
	せんべい (味噌せんべい他)	7
	どら焼き・和菓子 (吉方庵他)	7
	草餅・よもぎ餅 (長谷寺・当麻寺他)	4
	ようかん (栗・桜他)	4
	その他 (幻の乳製品「蘇」他)	10
寿司	寿司小計	332
	柿の葉寿司 (たなか・平宗他)	331
	あゆ姿すし (平宗)	1
葛製品	葛製品小計	133
	吉野葛製品 (葛餅・たあめん他)	76
	葛製品 (葛餅・葛菓子他)	57
工芸品	工芸品小計	121
	布製品 (蚊帳ふきん・白雪ふきん・麻製品他)	66
	工芸品 (奈良筆・奈良墨・赤膚焼・吉野杉細工他)	39
	和紙製品 (奈良古代絵便箋・奈良彩一筆箋他)	7
	扇製品 (奈良絵扇子・奈良扇・奈良団扇他)	4
	その他 (柿渋染めバッグ他)	5
菓子類	菓子類小計	105
	あられ・おかき・せんべい (高山製菓他)	54
	その他菓子類 (道の駅の土産物他)	51

表130-② これまでに購入した奈良県の産品

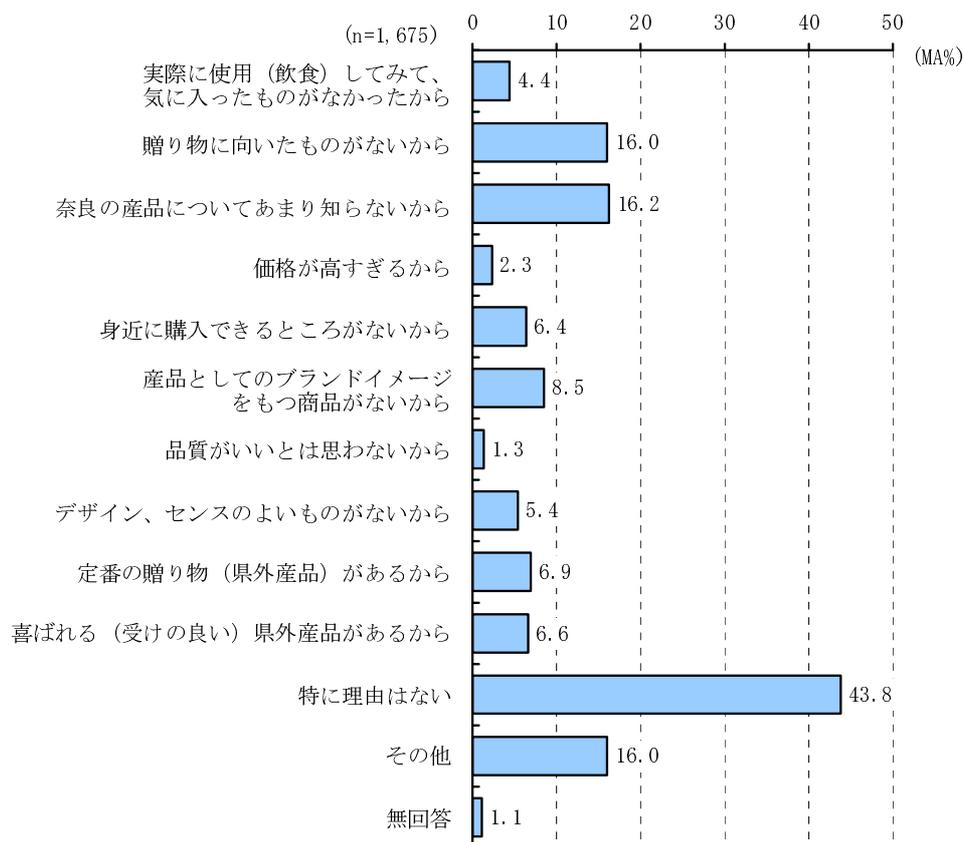
分類	産品	件数
酒類	酒類小計	100
	日本酒・焼酎（梅乃宿・春鹿・里の恵他）	95
	その他（曾爾村地ビール他）	5
食品類	食品類小計	88
	加工食材他（地玉子・昆布・漬物・佃煮他）	18
	肉類（榛原和牛肉・宇陀大和牛・大和地鶏・鴨肉他）	17
	その他食材（黒滝村深山そば・天理スタミナラーメン他）	17
	ジュース・ジャム等（トマトジュース・明日香ルビーのジャム他）	17
	調味料等（吉野宮滝地醤油・味噌・北山村ポン酢他）	14
	その他食品類（健康食品・生鮮食品他）	5
洋菓子	洋菓子小計	74
	プリン・ゼリー（大仏プリン・天理プリン他）	17
	ケーキ（柿ケーキ・空気ケーキ他）	15
	洋菓子（奈良祥楽・ガトー・ド・ボワ他）	14
	クッキー（山崎屋奈良漬クッキー・桜クッキー・金魚サブレ他）	10
	バームクーヘン・ロールケーキ他	6
	焼き菓子（ガトー・ド・ボワ・アスター・グランデリス他）	5
	その他（キャラメルスイーツ・スイートポテト他）	7
野菜	野菜小計	52
	大和野菜等	28
	きのこ類（松茸・平群椎茸・十津川村きのこ他）	10
	その他（吉野生こんにゃく・山芋・大和芋・天理豆他）	14
茶葉	茶葉小計	46
	大和茶・緑茶	46
米	米小計	25
	奈良産米（大和ひのひかり・あすか米・葛城米・古代米他）	25
雑貨	雑貨小計	22
	靴下・割り箸・鹿皮財布他	22
花	花小計	7
	生花・平群バラ他	7
計		2,738

これまでに購入した奈良県の産品をみると、奈良漬け、果物（柿、梨、ぶどう、いちごなど）、（三輪）そうめん、和菓子（もなか、三笠など）、柿の葉寿司などが300～400件前後と多く、また、葛製品やふきんなどの工芸品、あられやおかきなどの菓子類、日本酒や焼酎などの酒類も100件以上挙げられている。

奈良県の産品を購入しない理由

問8. ほとんど購入しない理由はどのようなものですか。(あてはまるもの全てに○印)

図84 奈良県の産品をほとんど購入しない理由



奈良県の産品をほとんど購入しない理由をみると、「特に理由はない」が43.8%で最も多い。具体的な理由の中では、「奈良の産品についてあまり知らないから」が16.2%、「贈り物に向けたものがないから」が16.0%で多く、次いで「産品としてのブランドイメージをもつ商品がないから」（8.5%）の順となっている。

■ 世帯員（個人）の状況

性別で見ると、男性、女性とも「特に理由はない」の割合が最も高く、男性は「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合が、女性は「贈り物に向けたものがないから」の割合が、それぞれ2番目に高くなっている。

年代別で見ると、いずれの年代も「特に理由はない」の割合が最も高く、20歳代以下、40～50歳代は「贈り物に向けたものがないから」の割合が、30歳代、60～70歳代は「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合が、80歳以上は「定番の贈り物（県外産品）があるから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

表131 「性別／年代別」奈良県の産品をほとんど購入しない理由

	調査数	の が な か つ た か ら	実 際 に 使 用 （ 飲 食 ） し て み て 、 気 に 入 っ た も の が な い か ら	贈 り 物 に 向 い た も の が な い か ら	あ ま り 知 ら な い か ら	価 格 が 高 ず ぎ る か ら	こ ろ 近 に 購 入 で き る こ ろ が な い か ら	産 品 と し て の ブ ラ ン ド イ メ ー ジ を も つ た か ら	品 質 が い い と は 思 わ な い か ら	デ ザ イ ン 、 セ ン ス の よ い も の が な い か ら	定 番 の 贈 り 物 （ 県 外 産 品 ） が あ る か ら	喜 ば れ る （ 受 け の 良 い ） 県 外 産 品 が あ る か ら	特 に 理 由 は な い	そ の 他	無 回 答
全 体	1,675 100.0	73 4.4	268 16.0	271 16.2	39 2.3	108 6.4	142 8.5	21 1.3	90 5.4	115 6.9	110 6.6	734 43.8	268 16.0	18 1.1	
男	873 100.0	28 3.2	109 12.5	121 13.9	13 1.5	40 4.6	61 7.0	9 1.0	23 2.6	42 4.8	42 4.8	416 47.7	167 19.1	9 1.0	
女	802 100.0	45 5.6	159 19.8	150 18.7	26 3.2	68 8.5	81 10.1	12 1.5	67 8.4	73 9.1	68 8.5	318 39.7	101 12.6	9 1.1	

全 体	1,675 100.0	73 4.4	268 16.0	271 16.2	39 2.3	108 6.4	142 8.5	21 1.3	90 5.4	115 6.9	110 6.6	734 43.8	268 16.0	18 1.1
19歳以下	129 100.0	2 1.6	16 12.4	11 8.5	2 1.6	1 0.8	4 3.1	-	9 7.0	-	2 1.6	78 60.5	19 14.7	1 0.8
20～29歳	253 100.0	12 4.7	40 15.8	37 14.6	8 3.2	9 3.6	18 7.1	5 2.0	21 8.3	8 3.2	17 6.7	125 49.4	30 11.9	4 1.6
30～39歳	256 100.0	22 8.6	56 21.9	66 25.8	10 3.9	24 9.4	36 14.1	6 2.3	20 7.8	14 5.5	20 7.8	86 33.6	37 14.5	1 0.4
40～49歳	248 100.0	8 3.2	54 21.8	52 21.0	5 2.0	22 8.9	22 8.9	1 0.4	10 4.0	10 4.0	14 5.6	106 42.7	36 14.5	2 0.8
50～59歳	246 100.0	11 4.5	47 19.1	34 13.8	5 2.0	15 6.1	27 11.0	3 1.2	11 4.5	20 8.1	18 7.3	114 46.3	34 13.8	4 1.6
60～69歳	264 100.0	13 4.9	32 12.1	45 17.0	6 2.3	22 8.3	23 8.7	2 0.8	13 4.9	37 14.0	17 6.4	102 38.6	47 17.8	5 1.9
70～79歳	178 100.0	4 2.2	19 10.7	20 11.2	2 1.1	11 6.2	12 6.7	4 2.2	6 3.4	17 9.6	17 9.6	76 42.7	35 19.7	-
80歳以上	100 100.0	1 1.0	4 4.0	6 6.0	1 1.0	4 4.0	-	-	-	9 9.0	5 5.0	46 46.0	30 30.0	1 1.0

性・年代別でみると、30歳代の女性を除いて「特に理由はない」の割合が最も高くなっている。30歳代の女性は「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合が最も高く、「特に理由はない」の割合が2番目に高い。

表132 〔性・年代別〕奈良県の産品をほとんど購入しない理由

	調査数	実際に使用（飲食）して みて気がついたから	贈り物に向けたもの がないから	奈良の産品について あまり知らないから	価格が高すぎるから	身近に購入できるところ がないから	産品としてのブランド イメージをもつから	品質がいいとは思わ ないから	デザイン、センスの よいものがないから	産品の贈り物（県外 産品）があるから	喜ばれる（受けの良 い）県外産品がある から	特に理由はない	その他	無回答
全体	1,675 100.0	73 4.4	268 16.0	271 16.2	39 2.3	108 6.4	142 8.5	21 1.3	90 5.4	115 6.9	110 6.6	734 43.8	268 16.0	18 1.1
男														
19歳以下	68 100.0	1 1.5	6 8.8	6 8.8	1 1.5	-	1 1.5	-	2 2.9	-	-	44 64.7	12 17.6	-
20～29歳	122 100.0	7 5.7	13 10.7	11 9.0	2 1.6	2 1.6	7 5.7	2 1.6	4 3.3	2 1.6	7 5.7	69 56.6	18 14.8	1 0.8
30～39歳	132 100.0	7 5.3	25 18.9	25 18.9	3 2.3	10 7.6	19 14.4	2 1.5	5 3.8	4 3.0	8 6.1	53 40.2	23 17.4	-
40～49歳	140 100.0	4 2.9	22 15.7	29 20.7	3 2.1	13 9.3	9 6.4	1 0.7	3 2.1	4 2.9	5 3.6	58 41.4	27 19.3	2 1.4
50～59歳	137 100.0	3 2.2	17 12.4	16 11.7	2 1.5	5 3.6	11 8.0	2 1.5	2 1.5	4 2.9	6 4.4	72 52.6	23 16.8	3 2.2
60～69歳	144 100.0	5 3.5	12 8.3	20 13.9	2 1.4	5 3.5	8 5.6	-	5 3.5	15 10.4	8 5.6	62 43.1	34 23.6	3 2.1
70～79歳	101 100.0	1 1.0	13 12.9	11 10.9	-	3 3.0	6 5.9	2 2.0	2 2.0	10 9.9	7 6.9	45 44.6	21 20.8	-
80歳以上	28 100.0	-	1 3.6	3 10.7	-	2 7.1	-	-	-	3 10.7	1 3.6	12 42.9	9 32.1	-
女														
19歳以下	61 100.0	1 1.6	10 16.4	5 8.2	1 1.6	1 1.6	3 4.9	-	7 11.5	-	2 3.3	34 55.7	7 11.5	1 1.6
20～29歳	131 100.0	5 3.8	27 20.6	26 19.8	6 4.6	7 5.3	11 8.4	3 2.3	17 13.0	6 4.6	10 7.6	56 42.7	12 9.2	3 2.3
30～39歳	124 100.0	15 12.1	31 25.0	41 33.1	7 5.6	14 11.3	17 13.7	4 3.2	15 12.1	10 8.1	12 9.7	33 26.6	14 11.3	1 0.8
40～49歳	108 100.0	4 3.7	32 29.6	23 21.3	2 1.9	9 8.3	13 12.0	-	7 6.5	6 5.6	9 8.3	48 44.4	9 8.3	-
50～59歳	109 100.0	8 7.3	30 27.5	18 16.5	3 2.8	10 9.2	16 14.7	1 0.9	9 8.3	16 14.7	12 11.0	42 38.5	11 10.1	1 0.9
60～69歳	120 100.0	8 6.7	20 16.7	25 20.8	4 3.3	17 14.2	15 12.5	2 1.7	8 6.7	22 18.3	9 7.5	40 33.3	13 10.8	2 1.7
70～79歳	77 100.0	3 3.9	6 7.8	9 11.7	2 2.6	8 10.4	6 7.8	2 2.6	4 5.2	7 9.1	10 13.0	31 40.3	14 18.2	-
80歳以上	72 100.0	1 1.4	3 4.2	3 4.2	1 1.4	2 2.8	-	-	-	6 8.3	4 5.6	34 47.2	21 29.2	1 1.4

就業等形態別でみると、いずれも「特に理由はない」の割合が最も高く、勤労者（パート等を含む）、学生は「贈り物に向けたものがないから」の割合が、それ以外は「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

就業・就学地別でみると、いずれも「特に理由はない」の割合が最も高く、奈良県内就業・就学者は「贈り物に向けたものがないから」の割合が、奈良県外就業・就学者は「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

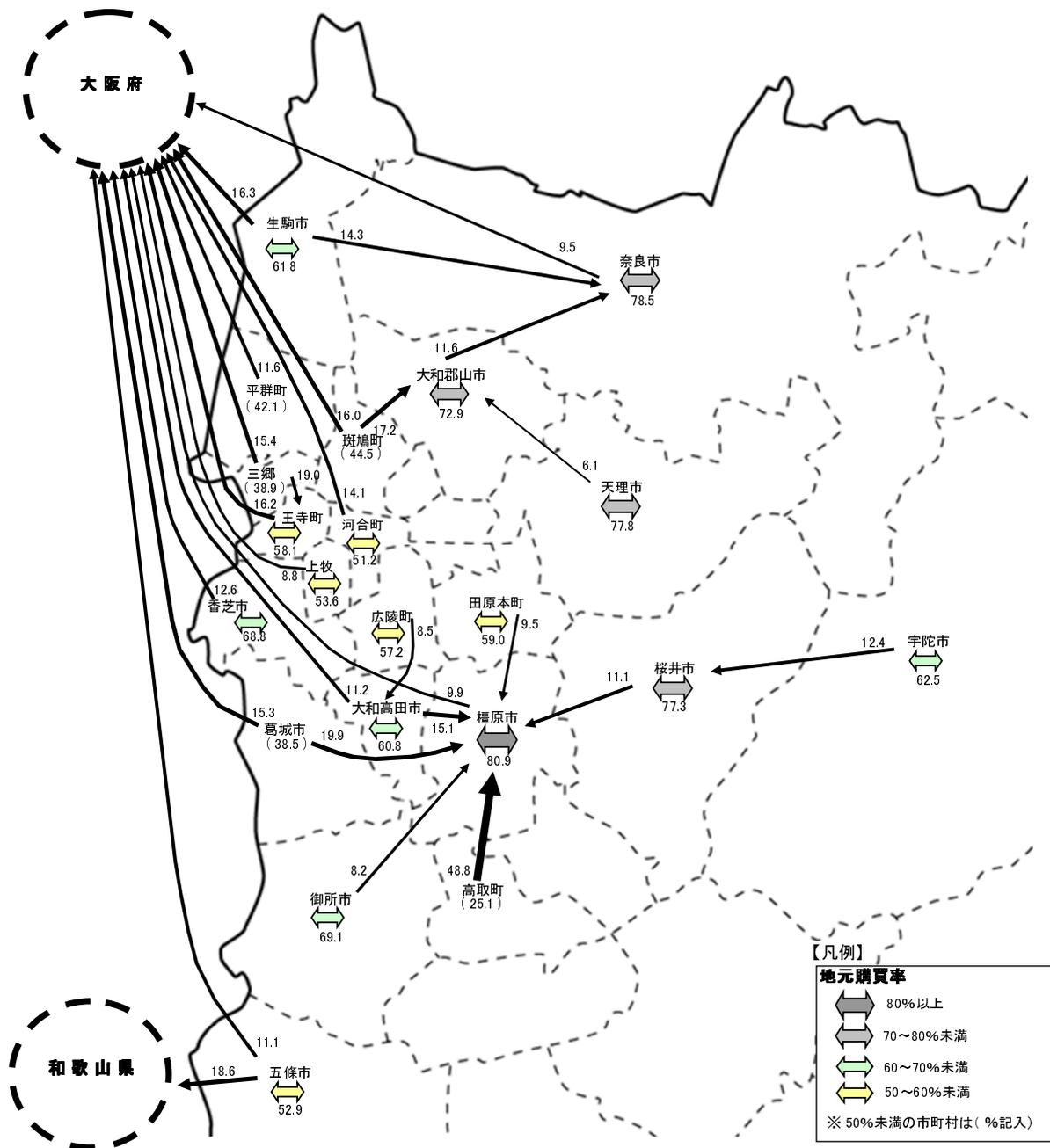
居住地ブロック別でみると、いずれも「特に理由はない」の割合が最も高く、奈良市・生駒市等ブロック、大和高田市・香芝市等ブロック、桜井市・宇陀市等ブロックは「贈り物に向けたものがないから」の割合が、五條市・吉野郡ブロックは「贈り物に向けたものがないから」と「身近に購入できる場所がないから」の割合が同率で、それ以外のブロックは「奈良の産品についてあまり知らないから」の割合がそれぞれ2番目に高くなっている。

表133 〔就業等形態別／就業・就学地別／居住地ブロック別〕奈良県の産品をほとんど購入しない理由

	調査数	実際に使用（飲食）し てみて気がついたから	贈り物に向けたもの がないから	奈良の産品について あまり知らないから	価格が高すぎるから	身近に購入できると ころがないから	産品としてのブラン ドイメージをもつ商 品がないから	品質がいいとは思わ ないから	デザイン、センスの よいものがないから	産品の贈り物（県外 産品）があるから	喜ばれる（受けの良 い）県外産品がある から	特に理由はない	その他	無回答
全体	1,675 100.0	73 4.4	268 16.0	271 16.2	39 2.3	108 6.4	142 8.5	21 1.3	90 5.4	115 6.9	110 6.6	734 43.8	268 16.0	18 1.1
勤労者 （パート等を含む）	885 100.0	44 5.0	161 18.2	159 18.0	19 2.1	59 6.7	76 8.6	15 1.7	45 5.1	58 6.6	59 6.7	388 43.8	118 13.3	12 1.4
専業主婦・主夫	251 100.0	21 8.4	54 21.5	56 22.3	11 4.4	24 9.6	40 15.9	2 0.8	18 7.2	31 12.4	26 10.4	77 30.7	37 14.7	2 0.8
無職	335 100.0	4 1.2	27 8.1	40 11.9	2 0.6	19 5.7	17 5.1	3 0.9	10 3.0	25 7.5	19 5.7	154 46.0	83 24.8	2 0.6
学生	189 100.0	4 2.1	24 12.7	15 7.9	5 2.6	3 1.6	8 4.2	1 0.5	16 8.5	-	5 2.6	111 58.7	27 14.3	2 1.1
全体	1,074 100.0	48 4.5	185 17.2	174 16.2	24 2.2	62 5.8	84 7.8	16 1.5	61 5.7	58 5.4	64 6.0	499 46.5	145 13.5	14 1.3
奈良県内	642 100.0	30 4.7	104 16.2	93 14.5	18 2.8	34 5.3	52 8.1	10 1.6	32 5.0	35 5.5	33 5.1	307 47.8	88 13.7	9 1.4
奈良県外	408 100.0	17 4.2	76 18.6	78 19.1	6 1.5	26 6.4	32 7.8	5 1.2	28 6.9	23 5.6	27 6.6	179 43.9	54 13.2	5 1.2
全体	1,675 100.0	73 4.4	268 16.0	271 16.2	39 2.3	108 6.4	142 8.5	21 1.3	90 5.4	115 6.9	110 6.6	734 43.8	268 16.0	18 1.1
奈良市・生駒市等 ブロック	569 100.0	29 5.1	101 17.8	81 14.2	14 2.5	26 4.6	38 6.7	10 1.8	36 6.3	49 8.6	47 8.3	229 40.2	104 18.3	6 1.1
大和郡山市・天理市 ブロック	191 100.0	16 8.4	25 13.1	40 20.9	7 3.7	11 5.8	21 11.0	2 1.0	9 4.7	16 8.4	20 10.5	74 38.7	27 14.1	-
大和高田市・香芝市等 ブロック	471 100.0	9 1.9	89 18.9	88 18.7	7 1.5	46 9.8	49 10.4	3 0.6	29 6.2	30 6.4	23 4.9	200 42.5	66 14.0	6 1.3
橿原市等 ブロック	259 100.0	13 5.0	30 11.6	44 17.0	5 1.9	9 3.5	22 8.5	3 1.2	12 4.6	12 4.6	7 2.7	138 53.3	35 13.5	3 1.2
桜井市・宇陀市等 ブロック	115 100.0	1 0.9	16 13.9	12 10.4	3 2.6	9 7.8	9 7.8	1 0.9	3 2.6	7 6.1	9 7.8	58 50.4	20 17.4	-
五條市・吉野郡 ブロック	67 100.0	5 7.5	7 10.4	6 9.0	3 4.5	7 10.4	3 4.5	2 3.0	1 1.5	1 1.5	4 6.0	32 47.8	16 23.9	3 4.5

第4章 地元購買率と消費実態

商品購入地 — 地元購入率及び市町村間・他府県購入率の実態 —



注1) 作図対象は商品購入に関する問4(1)・問9(1)に30人以上が回答している市町村とした。
 注2) 地元購入率は50%以上の市町村について図化している。
 注3) 市区町村間および他府県購入率は、当該市町村の地元購入率を含めて第2位まで図化している。
 ただし、第3位が10%以上の場合は併せて示している。

商品購入に際して、地元購入率が50%以上の市町村は11市5町あり、橿原市の80.9%を筆頭に、70%以上は4市（奈良市・天理市・桜井市・大和郡山市）、60%以上は5市（御所市・香芝市・宇陀市・生駒市・大和高田市）、50%以上は1市5町（五條市・田原本町・王寺町・広陵町・上牧町・河合町）である。

また、各市町村と他市町村および他府県の購入連関を上図に示しているが、なかでも高取町は地元購入率が25.1%と低いこともあり橿原市での購入率が48.8%と半分近くを占める。

以下、主な市町村および他府県連関を挙げれば、葛城市→橿原市の 19.9%、三郷町→王寺町の 19.0%、五條市→和歌山県の 18.6%、生駒市→大阪府の 16.2%、王寺町→大阪府の 16.2%、斑鳩町→大阪府の 16.0%等が該当する（以上 16%以上）。

なお、奈良県北部地域では奈良市および大和郡山市が、奈良県中部地域では橿原市が周辺市町村からの購買先となっている。併せて、奈良県北西部・中西部の各市町村からは大阪府への購買行動が顕著である。

以下、主な市町村および他府県連関を挙げれば、河合町→大阪府の 31.0%、三郷町→大阪府の 28.3%、平群町→大阪府の 26.0%、御所市→橿原市の 24.8%、葛城市→大阪府の 23.1%、大和郡山市→奈良市の 21.8%、生駒市→大阪府の 21.1%、王寺町→大阪府の 20.9%等が該当する（以上 20%以上）。

なお、商品購入と同様にサービス支出においても、奈良県北部地域では奈良市が、奈良県中部地域では橿原市が周辺市町村からの支出先となっている。併せて、奈良県北西部・中西部の各市町村からは大阪府への支出行動が顕著である。