コロナ禍が人々の食料品の購買行動・意識に及ぼした影響

関口 達也*・林 直樹・寺田 悠希***・大上 真礼******

How the COVID-19 Crisis Affected People's Shopping Behavior and Consciousness?

Tatsuya SEKIGUCHI*, Naoki HAYASHI**, Yuuki TERADA***, Maaya OOUE****

The COVID-19 pandemic is now a global crisis, and it changed people's various life styles. By using online questionnaire data conducted in Tokyo, this paper aims to analyze how the COVID-19 changed people's grocery shopping behavior (ex: store choice, Transportation modes, frequency of shopping etc…) and consciousness. The results show that even though several minute changes affected by COVID-19 pandemic were observed, the pandemic has not changed people's shopping behavior drastically as a whole. However, people's consciousness, especially the perception of the concept of inconvenience and attitudes toward shopping has been changed. These results will provide useful suggestions for countermeasures in order to make people's grocery shopping without inconvenience in the with/post COVID-19 pandemic era.

Keywords: 買い物弱者（Disadvantaged shoppers），コロナ禍（COVID-19 pandemic），アンケート調査（Questionnaire survey），買い物行動（Shopping behavior and consciousness）

１．はじめに

1.1. 研究の背景と目的

新型コロナウイルス感染症の蔓延（以下，コロナ禍）に伴い，日本の人々の生活や意識は大きく変化した．それは日常の買い物行動も例外ではない．例えば，コロナ禍により普段利用していた店舗が閉店した，感染リスクを避ける，などの理由から利用する店舗を変更したり，店舗の移動手段を変更したりした人も少なからず存在するものと思われる．また，利用店舗や移動手段の変更がなくとも，同様の理由から店舗の利用頻度や滞在時間等，日々の買い物行動を変更せざるを得なくなった人もいるだろう．そのような人の中には，これらの要因から買い物環境や行動･意識が変化して，新たに買い物時に不便や困難を有するようになった人も存在する可能性がある．

これらの不便や困難は，従来の買い物弱者問題と同様に買い物を十分に行えなくなる事での食事摂取 [1),2),3)]，ひいては健康への悪影響を及ぼしてしまう可能性もありうる．コロナ禍による人々の買い物行動･意識をとりまく変化は，従来から買い物弱者問題を論じるうえで着目されていた「店舗への距離･アクセス性」[4),5),6)]といった観点のみならず，利用店舗の変更による店舗の質の劣化や人々の購買能力の低下，店舗の利用形態の変化，さらには買い物に関する評価意識の変化等，多様な観点から検討をする必要がある．また，コロナ禍が人々の買い物行動にもたらした／もたらしている変化は短期的に起こったもの（例：コロナ禍初期の買占め行動）から，より中長期的（例：店舗の閉店やコロナ禍以前からの人々のライフスタイルや行動の変容など）に発生しているものまで様々であり，それぞれの変化が人々の買い物の不便や困難の要因とどのように関わっているのかを把握することの重要性は高い．

本研究では，上記のような背景を踏まえて，一都道府県単位での広範なウェブアンケート調査の結果に基

*　正会員　京都府立大学大学院 生命環境科学研究科 環境科学専攻（Kyoto Prefectural University）
〒 606-8522 京都府京都市左京区下鴨半木町 1-5　E-mail ta-sekiguchi@kpu.ac.jp
**　非会員　金沢大学 人間社会研究域（Kanazawa University）
***　非会員　東京大学大学院 教育学研究科（The University of Tokyo）
****　非会員　金沢学院大学 文学部（Kanazawa Gakuin University）

づき，コロナ禍前後での人々の日常の食料品の買い物行動･環境の評価意識の変化に着目する．具体的には，利用する店舗そのものや利用頻度･移動手段等の変化，それに起因する店舗への不満や買い物不便の状況を定量的に解析する．その際に，1)｢コロナ禍以前｣と，2)各自にとって異なりうる｢最も買い物に苦労があった時期｣，3)｢現在｣の3時点の状況を比較して，人々の不便や困難の状況やその要因の違いについて考察する．そして，このようなコロナ禍由来の買い物不便･困難の特徴を明らかにするとともに，その問題の発生予防･解消を図るための買い物環境の在り方について知見を得る事を目的とする．

1.2. 既存研究と本研究の位置づけ

コロナ禍が人々の買い物行動に及ぼした影響を扱った既存研究はまだそう多くはないが複数存在する．

山本ら(2021)[7)]では，コロナ禍が食生活の変化にもたらした影響を分析し，食品の買い物の行動の変化について触れている．その中で，コロナ禍初期の2020年4~5月頃にかけては，人々の買い物を行う店舗や買い物頻度の減少傾向がみられる事を指摘している．ただしこの研究は，10人程度へのヒアリング調査によるものであるため，一般化された知見が十分に得られているとは言い切れない．また，高橋ら(2022)[8)]では会員カードの購入履歴データを利用して，大阪市内のある大型商業施設に関する人々の利用動向を分析した．コロナ禍において，店舗と居住地の間の距離と当該商業の利用状況の関係や，施設内での店舗間移動等の利用実態の変化を捉えている．ただし，この研究は特定の1店舗への利用に着目したものであり，コロナ禍が多様な買い物行動・意識を持つ人々の買い物にもたらした影響を網羅的に把握しているとは言い難い．

本研究では，東京都内という一都道府県スケールで 1000 人という比較的大規模な調査を行い，多様な買い物行動・意識を持つ人々の買い物行動・意識にコロナ禍がどのような影響をもたらしたのか，定量的な根拠に基づき知見を得ようとする点に特徴がある．得られた結果は，今後大都市において類似の感染症のパンデミックが発生した際に発生しうる問題を想定や，事前にその対策を打つために役立てる事ができる．

２．対象地域と利用データ

2.1. 対象地域

対象地域は東京都とした（ただし，島しょ部を除く）．東京都のコロナ禍の深刻さから，日本の中で最も大規模に多くの人が生活行動への影響を受けて，多様な人々の不便･困難がみられる可能性があると考えた．また，買い物を含む移動時に徒歩や自転車等の近距離交通手段や公共交通の分担率が高いため，店舗の立地や社会環境の変化により，利用できる店舗の選択肢に影響が出やすく，困難や不便を抱えるケースが発生しやすく，その把握が重要だと考えた事も理由である．

2.2. 利用データ

2022年8月にウェブアンケート調査（マイボイスコム株式会社に調査委託）を東京都内在住の20～79歳の男女を対象に実施した．スクリーニング質問により，コロナ禍前（調査では「2019年の初め頃」を想定してくださいと指示した）から東京都内在住で現在まで居住場所が変わっておらず，世帯での買い物は主に自分が行く，と答えた人のみを本調査の対象とし，1,000件の回答を得た．

あとで比較ができるよう，東京23区から800件，多摩部から200件ずつの回答数の割り付けを行った．表1に回答者の基本属性を示す．

表１：アンケート調査の回答者の基本属性

居住地	区部= 800 ／ 多摩部= 200
性別	男性= 470 ／ 女性= 530
年齢	20代= 8 ／30代= 56／40代= 170／50代= 307／60代= 310／70代= 149

数字は該当者数を表す．

調査では，1)｢**コロナ禍以前**｣，2)｢各自にとって，『コロナ禍が始まってから現在に至るまでの期間のうちで，相対的に最も食料品の買い物に苦労のあった時期（ただし，今まさに「現在」を除く．各自により具体的な時期は異なりうる)』（以下，「**最苦労期**｣)，3)｢**現在**｣の3つの時期に分け質問を行った．

質問内容としては，各自の基本的な属性に関する質問に加え，食料品の買い物行動に関わる質問とし

て，主に 1) 最苦労期と現在について，利用している店舗（以下，利用店舗）がコロナ禍前と変わったかどうか，変わった場合はその理由（複数選択），2) 3 時点における各自の買い物行動（利用店舗の形態，買い物頻度（ほぼ毎日，週 4・5 回，週 2・3 回，週 1 回，月 2・3 回，月 1 回以下），移動手段，滞在時間（10 分未満，10～20 分未満，20～30 分未満，30 分～1 時間未満，1～2 時間未満，2 時間以上），友人・知人との会話の程度（頻繁に行う，よく行う，たまに行う，あまり行わない，全く行わない），買い物に帯同する人（複数選択）など）を訊ねた．また，買い物に対する評価・意識として，3) 3 つの時期に利用していた各店舗の満足度評価（1=満足～3=どちらともいえない～5=不満の 5 段階のリッカート尺度），4)食料品の買い物全般に関する不便の程度（1=とても不便～3=どちらともいえない～5=全く不便なしの 5 段階のリッカート尺度），5)買い物全般に抱く気持ちについて訊ねた．

3．分析１：コロナ禍前後での買い物行動の変化

3.1. 各自の最苦労期について

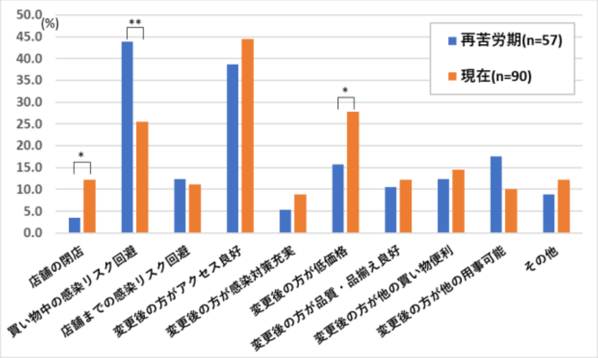
表 2 に，各自の最苦労期がいつ頃の時期に当たるのかをまとめたものを示す．ここから，2020 年 4～6 月（第 1 波，目安 : 2020 年 4 月　第 1 回目の緊急事態宣言）が群を抜いて最も多い事がわかる．2020 年 4 月に初めて緊急事態宣言が出されたときには，各地の食料品店で買いだめにより多くの食料品が品薄・品切れ状態に陥った事 [9]があり，その当時に買い物に苦労を感じた人が多い事がわかる．一方で，他の期間に最も苦労した人は全体の 4 割近くおり，各時期に比較的均等に分布する事もわかった．

表 2：各自の最苦労期の分布(%)

2020 年 1～3 月（目安 : 2020 年 2 月　ダイヤモンドプリンセス号集団感染）	6.6
2020 年 4～6 月（第 1 波，目安 : 2020 年 4 月　第 1 回目の緊急事態宣言）	66.5
2020 年 7～9 月（第 2 波，目安 : 2020 年 9 月安倍首相辞任，菅内閣発足）	3.0
2020 年 10～12 月（目安 : 欧米で感染急拡大，12 月末全世界からの入国禁止）	3.8
2021 年 1～3 月（第 3 波，目安: 2021 年 1 月　2 回目の緊急事態宣言）	5.2
2021 年 4～6 月（第 4 波，目安 : 2021 年 4 月　まん防（まん延防止等重点措置）1 回目→3 回目の緊急事態宣言）	3.1
2021 年 7～9 月（第 5 波，目安 : 2021 年 7～8 月　東京オリンピック，4 回目の緊急事態宣言）	4.5
2021 年 10～12 月（目安 : 2021 年 10 月　東京都，飲食店の時短営業の要請）	1.9
2022 年 1～3 月（第 6 波，目安 : オミクロン株による感染拡大，まん防 3 回目）	2.9
2022 年 4～6 月（目安 : 2022 年 6 月　外国人観光客の受け入れ再開）	2.5

3. 2. 買い物行動の変化

まず，コロナ禍前と比べて，利用店舗を変更した人の割合を集計した．最苦労期に 94.3%，現在でも 91.0%の回答者がコロナ禍前と同じ店舗を利用している事がわかる．一方で，最苦労期には約 6%，現在では約 9%の回答者が, 利用店舗を変更していた．これらのコロナ禍前と比較して利用店舗を変更した人たちには変更理由（複数回答可）を訊ねており，その結果を図 1 に示す.



比率の差の検定．有意水準 *10% , **5%, ***1%

図 1：コロナ禍前と比べて利用店舗を変更した理由

割合が多いのは，当該時期に「利用を変更した後の店舗の方がアクセスしやすいため」というものであり，近隣に新しく店舗ができた事など，ポジティブな理由で利用店舗を変更していると考えられる．ただし，次に多かったのが「店舗（内）における買い物中のコロナウイルスへの感染リスクを避けるため」であった．これは従前の利用店舗に感染リスクを感じて利用店舗を変更したという，コロナ禍由来の理由であり，特にコロナ禍での生活の仕方がうまく定まっていなかった最苦労期で有意に多かった．

また，他にもコロナ禍に由来して時期による差が

みられた理由もあり，それが「コロナ禍以前に利用していた店舗が閉店したため」であった．この理由を挙げた人は全て多摩部の居住者であり，東京都全体では店舗数は増加し続けている [10]ものの，多摩部などの一部地域では，コロナ禍に由来する店舗の閉店が，最苦労期よりもその後のコロナ禍を通して現在までに不況等の中で売り上げが減少し，閉店した影響を受けた人が現れたものと考えられる．一方で，店舗までの移動手段（図 2）については，特段の大きな変化は認められなかった．

利用している店舗業態（図 3）についてはスーパーマーケット（独立建物）が多い．全体的に最苦労

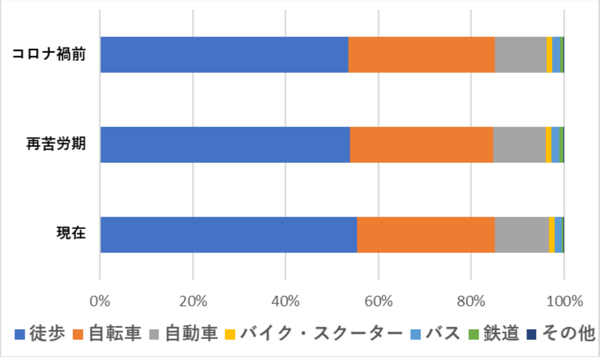


図 2：最もよく利用する店舗までの移動手段

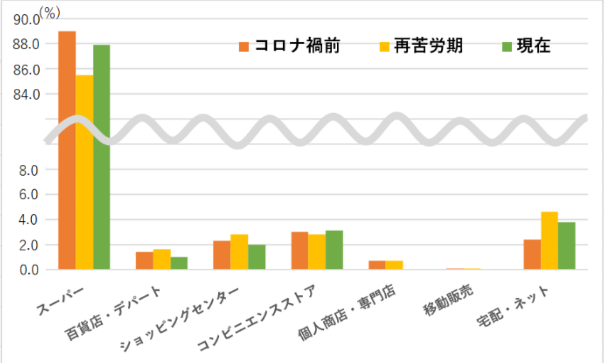


図 3：最もよく利用する店舗形態

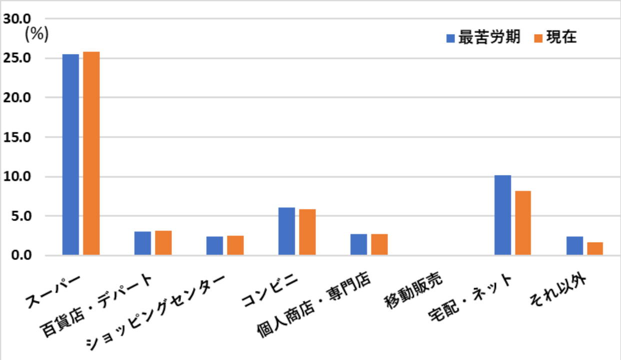


図 4：コロナ禍以降に利用が増えた店舗形態

期・現在までに大きな傾向の変化は見られない．ただし，割合としてはそう大きくないものの，宅配・ネットスーパーのような店舗を訪れなくても買い物ができる店舗に関しては，他の業態よりも利用者数の比率が相対的に大きく増えている事がわかった（コロナ禍前との比較で，最苦労期では 1.9 倍，現在でも 1.6 倍）．

これは，もっともよく利用する店舗以外でもコロナ禍以降に利用頻度の増えた形態を訊ねた結果からもいえる（図 4）．人の多く集まる大型小売店舗にあたる店舗形態よりも，人の集まりにくい独立した建物のスーパーやコンビニエンスストアの方が利用頻度の増加が大きく，宅配・ネットスーパーは独立建物のスーパーに次いで利用が増えた．

最もよく利用する店舗の買い物頻度（表 3）については，最苦労期では感染リスクを警戒したのか週 4 回以上の買い物が大幅に減り，週 1 回以下の買い物頻度で買い物を行う人が大幅に増えている．現在では，最苦労期と比べると買い物頻度は相対的にコロナ禍前に近い状態に戻ってきたように見えるが，週 3 回以下の回数に頻度を減らして日々の買い物を行っている様子がうかがえる．

表 3：最もよく利用する店舗での買い物頻度(%)

	ほぼ毎日	週 4・5 回	週 2・3 回	週 1 回以下
コロナ禍前	14.3	23.1	41.8	20.8
最苦労期	6.8	11.4	38.4	43.4
現在	10.0	19.0	46.0	25.0

・1=ほぼ毎日，2=週 4・5 回，3=週 2・3 回，4=週 1 回以下と順序尺度化した Friedman 検定により 1% 有意で分布に有意差あり

・Bonferroni 補正法による多重比較の結果、どの時点間の分布も互いに差あり

同様の傾向は店舗の滞在時間にもみられる（表 4）．最苦労期には 20 分以上の滞在をしていた人の割合が減り，現在でもそれよりはコロナ禍前の状況に戻りつつあるものの，まだ 20 分以上の滞在の割合はコロナ禍前よりやや少ない．

これらのうち，買い物頻度に特に着目したい．高

表 4：最もよく利用する店舗の滞在時間(%)

	～10 分	10～20 分	20～30 分	30 分～1 時間	1 時間以上
コロナ禍前	23.5	36.6	26.5	11.4	2.0
最苦労期	33.2	41.6	18.3	6.0	1.0
現在	26.1	41.4	22.9	8.6	0.9

・各時期の宅配・ネットスーパー等の利用者は回答がない（欠損値の）ため集計対象から除外
・・1=10 分未満，2=10～20 分未満，3=20～30 分未満，4=30 分～1 時間未満として順序尺度化し，欠損値を除いた 923 人のデータによる Friedman 検定：1%有意で分布に有意差あり
・Bonferroni 補正法による多重比較の結果、どの時点間の分布も互いに差あり

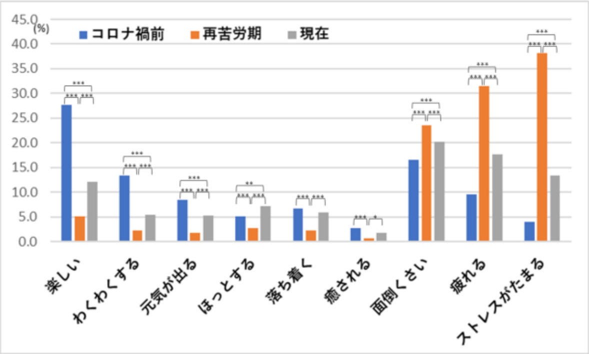
齢者を中心に食料品の買い物頻度の減少により十分に日々必要な食料品を入手できないと，欠食や食事摂取の多様性に悪影響を及ぼし，健康被害に繋がりかねない事が既存研究から指摘されている [1),2),3)]．また，感染リスクを避けて減らしている現在の買い物頻度で十分な食料品が買えていたとしても，コロナ禍前と同程度の量を購入しようとして，その過程で直接表れてこない無理をしてしまっている可能性がある．次章でも少し触れるが，本調査でも高齢の回答者の割合が高い事から，この点については，今後の分析でさらに検討を深める必要があるだろう．

4．分析２：買い物への意識や買い物時の不便に対する評価意識の変化

本章では，人々の食料品の買い物に対する意識や買い物不便といった主観的評価に着目をする．

4.1．買い物に対する評価意識の変化

図 5 には，食料品の買い物に対する意識について，それぞれの気持ちを感じている人の割合を示している．コロナ禍前は，楽しい，ワクワクするといったポジティブな評価を挙げる人が多かった．その一方で，最苦労期にはそれらのポジティブな評価を挙げる人は激減し，面倒くさい，疲れる，ストレスがたまるといったネガティブな評価を挙げる人が激増した事がわかる．現在では，そのような傾向は多少和らいだものの，コロナ禍前と比べてポジティブな評価を挙げる人の割合はコロナ禍前の半分以下に留まり，疲れる，ストレスがたまるといったネガティブな評価はコロナ禍前の 2 倍前後に達している．



有意水準（多重比較） *10%, **5%, ***1%
・項目ごとにコクランの Q 検定(全て 1%有意差あり)．多重比較は時期ごとのマクネマー検定（Bonferroni 補正）による

図 5：食料品の買い物に対して抱く意識

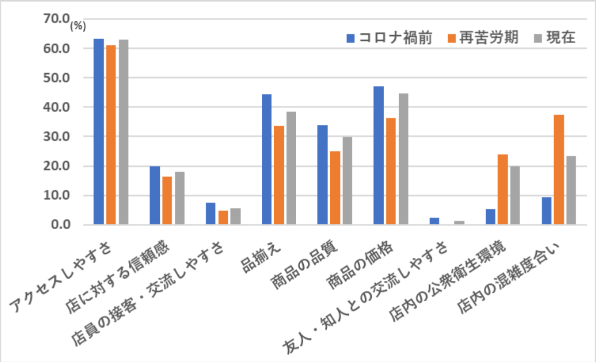


図 6：店舗の際に重視する項目

図 6 は，食料品の買い物時における店舗選びの際に重視する項目の変化である．これを見ると，店舗へのアクセス性や店舗で扱われる商品に関する要素等，従来からの重視項目に加え，現在まで含むコロナ禍以降はコロナ禍の感染リスクを考えた店内の公衆衛生環境や店内の混雑度合いといった要素が重視されるようになってきた事がわかる．

複数の調査や既存研究により，買い物を行う事自体や，買い物を通した他者との交流は特に高齢世代の生きがい要因や外出の機会になっていた事が指摘されている [11), 12), 13)]．しかし，重視項目の分析結果で見たように，これまでのような店舗への行きやすさ，そこで入手できる商品の質に加え，コロナ禍への感染リスクへの配慮を余儀なくされ，店舗に赴いてからの買い物も，コロナ禍前のようなポジティブな日常行動ではなくなり，精神的にネガティブな影響を与える日常行動になってしまっている．さらに表 5 に示すように，買い物を通した友人・知人との社会的な交流も思うようにできていない傾向にある．こ

表 5:買い物時の友人・知人との交流度合い(%)

	頻繁に行う	よく行う	たまに行う	あまり行わない	全く行わない
コロナ禍前	3.4	8.0	14.6	18.4	55.5
最苦労期	1.5	4.8	6.8	19.1	67.7
現在	1.9	5.5	10.6	20.4	61.6

・各時期の宅配・ネットスーパー等の利用者は回答がない（欠損値の）ため集計対象から除外
・1=頻繁に行う，2=よく行う，3=たまに行う，4=あまり行わない，5=全く行わないと順序尺度化，欠損値を除いた 923 人のデータによる Friedman 検定：1%有意で分布に有意差あり
・Bonferroni 補正法による多重比較の結果、どの時点間の分布も互いに有意差あり

のように，日常生活における買い物の位置づけやそこから得られる効果というものは，コロナ禍の最苦労期（特に第 1 回目の緊急事態制限の時期）をピークにネガティブなものになり，現在もまだコロナ以前の状態にまで回復しきっていないと思われる．

4.2. 買い物時の不便に対する評価意識

買い物弱者問題との関係性を考える時には，人々が食料品の買い物行動の中で，いかなる状態に不便を感じるのか，という事を考える必要がある．これまでの既存研究では，店舗での買い物についてみれば，店舗までのアクセス（特に距離）[3),4),5),6),14)]や，そこで扱われる商品への不満というのが，買い物不便に影響を与える主な要因であった．

本節では，その「(食料品の）買い物不便」がいかなる要素への不満から規定されるのか，それがコロナ禍以前とどのように変わっているのかを分析する．これが明らかになる事で，with/post コロナ禍における買い物弱者が発生する要因について検討を進める事ができ，そのような新しい不便や困難を抱える人々への対策を論じる事が可能になる．

そこで，各自が最もよく利用する店舗に対する種々の満足度評価（具体的には，前節の店舗選びの際の重視項目として用いた 9 項目、それぞれ 1:満足～5：不満まで 5 段階でスコア化）を説明変数，各回答者が買い物に不便を感じているかどうか（質問のうち「とても不便を感じる」，「やや不便を感じる」を【不便あり（1）】，「どちらともいえない」「あまり不便を感じない」「全く不便を感じない」を【不便なし（0）】に集約）を被説明変数とする二項ロジスティック回帰分析を，3 つの時期それぞれについて実施し，各時点で説明変数のどの満足度評価項目が有意な変数として採択されるのかを比較する．時期ごとに有意になる説明変数に違いがみられるのであれば，不満を有する事で買い物不便に繋がりやすい要素が異なるという事になる．

実際に，表 6(a)~(c)に示したように，各時期において買い物に不便を有している人は，不便のない人と比べて買い物頻度が低くなりやすいと考えられる傾向がみられる．この傾向は特にコロナ禍以降に強く，最苦労期に顕著である．前章で述べたように，食料品の買い物頻度の減少は，十分な食料品の入手可能性に影響を与えうるものであり，欠食や食事摂取の多様性に悪影響を及ぼし，健康被害に繋がるリスクを有している．そのような事から，コロナ禍により新たな買い物不便の要因が追加されたのであれば，その要素への不満を改善する事でコロナ禍の影響に

表 6:買い物不便の有無と買い物頻度の割合

(a)コロナ禍前 p= 0.079	ほぼ毎日	週 4・5 回	週 2・3 回	週 1 回以下
不便なし	14.7	23.8	43.1	18.4 (-)
どちらとも	11.7	19.8	40.1	28.4
不便あり	15.8	23.2	34.7	26.3

(b)最苦労期 p= 0.0001	ほぼ毎日	週 4・5 回	週 2・3 回	週 1 回以下
不便なし	9.6(+)	14.4(+)	42.3	33.6(-)
どちらとも	6.8	12.0	38.5	42.7
不便あり	4.8(-)	9.1(-)	35.6	50.5(+)

(c)現在 p= 0.007	ほぼ毎日	週 4・5 回	週 2・3 回	週 1 回以下
不便なし	10.8	21.2 (+)	47.2	20.8 (-)
どちらとも	7.6	16.1	47.1	29.1
不便あり	10.4	15.4	40.7	33.5(+)

・各表の左上の p 値はχ^2検定の結果
・各表中の(+)／(-)は調整済み残差が 1.96 以上／－1.96 以下

表 7:各時期の買い物不便に関する二項ロジスティック回帰分析の結果

(a) コロナ禍前	B	Exp(B)	Std. Error	Z value	*p*
自宅からのアクセスしやすさ	0.761	2.141	0.114	6.696	<0.01***
切片	-3.705	0.025	0.266	13.933	<0.01***

(b)再苦労期	B	Exp(B)	Std. Error	Z value	*p*
品揃え	0.22	1.246	0.073	3.016	<0.01***
店内の混雑度合い	0.442	1.556	0.073	6.086	<0.01***
切片	-1.848	0.158	0.235	-7.858	<0.01***

(c)現在	B	Exp(B)	Std. Error	Z value	*p*
自宅からのアクセスしやすさ	0.500	1.649	0.095	5.245	<0.01***
店内の混雑度合い	0.526	1.692	0.099	5.292	<0.01***
切片	-3.865	0.021	0.324	11.927	<0.01***

由来して発生する買い物弱者の発生を防ぐ事につなげられると考えている．

二項ロジスティック回帰分析は R の glm 関数を，変数選択については，R の step 関数を用いた．ただし，有意になった変数のうち，個々の項目を単独で説明変数に用いた二項ロジスティック回帰分析の結果（いずれの時点のどの項目も符号は正で，不満があると不便になりやすい，という向き）と符号が異なるものについては取り除き再度分析を行った．

表 7 に各時期の結果をまとめたものを示す. まず，コロナ禍前では，既存研究の結果とも整合する「自宅からのアクセスしやすさ」が有意になっている．自宅からのアクセス性に不満があると，買い物不便を感じやすくなると解釈できる．

次に最苦労期についてみる．特筆すべきは，買い物不便を扱う研究において大半の研究が買い物不便の主要因として挙げてきた, 店舗へのアクセス性（自宅からのアクセスしやすさ）が有意な変数になっていない事である．代わりに，「品揃え」が有意な変数として採択された．この項目に不満があると買い物が不便になりやすい可能性が高いという事である．回答者の最苦労期が第一回目の緊急事態宣言を含む時期が大半を占める事を考えれば，買占め等による品薄による品揃えに不満を有していた人が，多くこの時期に買い物に不便を感じていたためと考えられる．最苦労期には，このような品物の入手の困難さの方がアクセス性に不満がある事よりも買い物不便の有無に大きく寄与していた事が示唆されている．また，この時期には，「店内の混雑度合い」が有意になった．店舗の混雑度合いに不満を感じるくらい混雑した店内では，満足に商品を選んだり入手したりする事が困難になり，買い物に不便を感じる事や，コロナ禍においては店舗での混雑が感染リスクへの不安や食料品の入手といった様々な不便の要因にも直結しやすくなる．この評価項目はコロナ禍以降に店舗選びの際にも重視されるようになってきた項目であり，重視しているにも関わらずその満足度が低い店舗を利用していると，この項目に対する不満を有する事で不便を感じやすくなったと考えられる．

そして「現在」ではまた，買い物不便の要因になりうる店舗の評価項目に変化が出ている．コロナ禍前と同様に「自宅からのアクセスしやすさ」が有意な変数に戻り，店舗へのアクセス性が再び重要になっている．一方で，最苦労期で不便に影響があるとされていた商品に関する評価項目が有意になっていない．これは，商品に関する各項目に不満があっても，それが不便の要因にはなりにくい事を示唆している．初期の緊急事態宣言の頃に商品が入手しづらい状況が続いていたところから，食料品の供給が安定的になされるようになった反動で，多少の不満があったとしても不便とは感じなくなった可能性が推測される.「店内の混雑度合い」は引き続き有意な変数となっており，オッズ比も同等以上の値にある事から，三密の条件が揃いやすくなって感染リスクが増大する事に対する不安感等のコロナ禍特有の感情が不便への影響する傾向がまだ残っているものと考えられる．また，さらに特筆すべき事として，説明変数を多数用いて変数選択をした場合には有意には

ならなかったものの，不便の有無を被説明変数として，個々の項目ごとに説明変数として二項ロジスティック回帰を行うと，コロナ禍後には「顔見知りの友人・知人との交流しやすさ」が新たに有意な変数となり，不満があるほど不便になりやすい傾向がみられた(コロナ禍前：B=0.145, p=0.371，最苦労期：B=0.428, p < 0.01，現在：B=0.281, p= 0.030)．これは，コロナ禍の影響で日常生活の中における顔見知りの友人・知人との積極的な交流が減少する中（表 5）で，買い物の中で地域の友人・知人と会って交流ができる事は大きな生活の支えになっている[13]と考えられる．そのような状況の中では，友人・知人と交流ができるというのが買い物行動に求められる要素の一つになりつつあり，そのような交流機会が不十分な店舗を利用している場合には，買い物が不便であるとまで感じやすくなっている事なる．面と向かった社会交流の機会が制限されやすい with／post コロナの時代においては，日常の中での近しい他者との社会交流を行う場面として，消費者である地域住民が買い物における偶発的な出会い・交流に大きな期待を寄せるようになった事の現れである可能性が推測される．

５．おわりに

5.1. 本研究の成果のまとめ

本研究では，東京都を対象としたウェブアンケート調査の結果に基づき, コロナ禍前後を 1)コロナ禍以前, 2) 最苦労期，3)現在の 3 つの時期に分け，各時期での人々の日常の食料品の買い物行動や買い物環境の評価意識の変化に着目した分析を行った. 分析結果を概観すると, 買い物行動の方では, 利用店舗や移動手段など, 買い物行動の根幹にあたる店舗選択に関わる部分については, コロナ禍の渦中にあっても, 多くの人は最苦労期から現在まであまり行動を変えていない事が明らかになった. 一方で, 利用する店舗を変更した人は 5~10%存在したが, その理由の中には,「店舗（内）における買い物中のコロナウイルスへの感染リスクを避けるため」や「コロナ禍以前に利用していた店舗が閉店したため」といったように，コロナ禍の影響を受けたと思われるものも一定数存在した．店舗内での滞在時間や買い物頻度，店舗での他者との交流度合いといった，利用する店舗が定まった後にその店舗内で行われる行動については，コロナ禍の最苦労期では，緊急事態宣言を中心とした生活行動・様式の急激な変化により，大きな変化を余儀なくされた．いずれの行動も，人々との接触し「密」になる事での感染リスクを避ける方向への変化であった. コロナ禍と対峙しながらの生活の仕方がある程度確立してきた現在でも，完全にはコロナ禍以前の状況には戻っておらず，感染リスクを避けるように行動している事を示唆する形で，コロナ禍以前と最苦労期の中間にあるような行動傾向がみられる事が明らかになった.

このような買い物行動の変化に伴って，コロナ禍における人々の買い物に関する意識や買い物不便の捉え方も変化してきたことを示す結果も得られた.

日常生活における買い物の位置づけは，コロナ禍以前では楽しみや生きがいに繋がるようなポジティブなものとしてとらえられていたのが，コロナ禍の最苦労期をピークにネガティブな印象を与えるものになり，現在もまだそれは従前の状態に回復しきっていないように思われる．これらの問題を解決するには，従来の買い物行動の枠組みの中では難しい部分もあり，移動販売や IT/IoT 技術を利用した快適で有意義な買い物を補助するサービス等の導入により，with/post コロナ禍における，基本的な生活行動の一つとしての買い物の在り方を考えていく必要があるといえるだろう.

また，店舗選択の際に重視する項目の変化も相まって,「買い物不便」という従来から買い物弱者の問題を論ずるうえで根幹に据えられる概念の構成要素も変化しつつある．コロナ禍前は，店舗へのアクセスやそこで扱われる商品に対する評価が不便の構成要素の中心であった. しかし, コロナ禍においては,店舗の混雑具合といった感染リスクに直結する項目への不満が買い物不便に繋がる事を示唆する結果が得られていた．また，最苦労期では人々の買占め行動の発生時に食料品を満足に手に入れられなかった苦労や困難が多く反映された結果なのか，食料品の品ぞろえや品質といった商品に対する不満が買い物

不便に繋がる事，その問題が概ね解決しつつある現在では，コロナ禍において不足してしまいがちな身近な他者との交流の不足が買い物不便に繋がる事を示す結果が得られた．

このようにコロナ禍を経て日常生活における買い物の位置づけや買い物弱者問題を論じるうえで重要な概念である「買い物の不便」についても変化をしてきている事が本稿の分析結果から明らかになってきた．これらの結果は with／post コロナ禍における店舗の配置・建築に関する計画や，人々の買い物不便の問題の解決に向けた対策立案等に向けて，有用な基礎資料となる．本稿の結果が今後の買い物環境づくりに生かされる事を期待する．

5.2. 今後の課題

本研究における今後の課題としては，まず分析の深化があげられる．本稿 3 章では，単純集計に近い形でデータを集計し分析・考察したが，例えば各項目を居住地（23 区か多摩部か），年齢ごとなどデモグラフィック属性別に分けて集計を行う事で，より回答者属性ごとの買い物行動や意識・評価の違いが浮き彫りになる可能性がある．

また，今回は主にコロナ禍に伴う行動様式の変化や行動制限等，店舗内部での買い物行動に関する変化が買い物に対する意識・買い物不便に寄与する項目として多く出てきていた．都市計画・まちづくりの側面からコロナ禍特有の困難を有している有する人々への支援策を考えるうえでは，今回該当者はそう多くはなかったものの，店舗の閉店や交通手段の利用の変化に起因して買い物に不便や困難を感じている人々のケースをより詳細に見る必要もある．もし，地域的にそのような不便や困難を抱えるケースが多くみられる地域があるならば，そのような地域に着目して，より詳細な調査を行う事も重要であろう．実際の利用店舗や，買い物不便が食品摂取や肉体的・精神的な健康面にいかなる影響を与えるのかなど，コロナ禍に起因する買い物不便が人々に与える影響を把握する事ができるだろう．

また，そのような地域では，宅配や移動販売等の買い物を補助するサービスがそれらの不便や困難の改善にどう寄与するのかを分析する事で，この問題の改善に向けた対策の可能性についても検討する必要もあるだろう．本調査の分析を深め，そこから見えてきた事を踏まえて，より地域を限定した詳細な追加調査を行い，この問題の解決に取り組みたい．

謝辞

本稿の内容は，公益財団法人大林財団からの研究助成を受けて実施した成果の一部である.また，東京大学大学院 農学生命科学研究科の杉野弘明先生には，本稿の内容に対して貴重なコメントを頂いた．記して感謝申し上げる．

引用文献

1)Sharkey,J.R.,Horel,S.,Dean,W.R(2010) “Neighborhood deprivation, vehicle ownership, and potential spatial access to a variety of fruits and vegetables in a large rural area in Texas”, *International Journal of Health Geographics*, **9**, 26

2)中村恵美，浅見泰司(2019)「経済的アクセス困難性からみた大都市中心部におけるフードデザート問題の実態把握と規定要因-東京都港区麻布・高輪地区を対象に-」，日本建築学会計画系論文集,**84**(756), pp.437-445

3)関口達也，樋野公宏(2020)「食料品の買い物環境に対する多様な主観的評価が購買行動や食品摂取に及ぼす影響 -東京都心縁辺部の高経年住宅団地を対象としたアンケート調査に基づいて -」，都市計画論文集, **55**(3), pp.1013-1020

4)Larsen,K., Gilliland,J. (2008) “Mapping the evolution of ‘food deserts’ in a Canadian city: Supermarket accessibility in London, Ontario, 1961-2005”, *International Journal of Health Geographics*, **7**, 16

5)平井寛，南正昭(2013)「盛岡市における食料品店と買い物不便者の分布の変化」,都市計画論文集,**48**(3),pp.969 -974

6)Russell,S.E., Heidkamp,C.P.(2011) ”'Food desertification': The loss of a majorsupermarket in New Haven, Connecticut”,*Applied Geography*, **31**, pp.1197-1209

7)山本 淳子，上西 良廣(2021)「新型コロナウイルス

感染症の流行継続による食生活の変化　－子育て世帯へのインタビュー調査による分析－，フードシステム研究,**28**(3), 論文 ID: 10
8)高橋彰, 大阪直也, 安福健祐, 阿部浩和(2022)「大規模商業施設における新型コロナウイルス感染症の影響による買物行動の変化に関する研究, 日本建築学会計画系論文集, **87**(792), pp. 349-359
9)株式会社野村総合研究所コンサルティング事業本部(2021)「令和 3 年度コロナ禍の食料に係る購買行動と情報受発信との関係性に関する調査委託事業」https://www.maff.go.jp/j/zyukyu/anpo/attach/pdf/chousa_siryou-6.pdf, 2022 年 8 月 24 日閲覧
10)一般社団法人全国スーパーマーケット協会(2022)「統計・データでみるスーパーマーケット」http://www.j-sosm.jp/index.html, 2022 年 8 月 24 日閲覧
11)越谷市（2010）「第４期越谷市高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画」総論　第 2 章　pp.11-37
12)山崎幸子, 橋本美芽, 藺牟田洋美, 繁田雅弘, 芳賀博, 安村誠司(2008)「都市部在住高齢者における閉じこもりの出現率および住環境を主とした関連要因」, 老年社会科学, **30**(1), pp. 58-68
13)岡崎昌枝(2017)「高齢者の社会活動と社会交流が健康寿命の延伸に及ぼす影響 ―地方都市における高齢者の社会活動からの検討―」, 日本福祉教育・ボランティア学習学会研究紀要, **29**, pp. 66-71
14)関口達也, 樋野公宏, 石井儀光(2019)「遠郊外住宅団地における買い物支援策に関する一考察 -埼玉県日高市こま武蔵台を対象とした食料品の購買行動・意識調査の解析から-」, 日本建築学会計画系論文集, **84**(760), pp.1423-1432