

乳幼児連れが利用しやすい店舗に関する研究 —百貨店・ショッピングセンターを中心として—

The demand of customers with children on shopping facilities
-Focused on department stores and shopping malls-

神 吉 優 美^{*}
KANKI Yumi

要旨

近年、百貨店やショッピングセンター等乳幼児を連れた客も多く利用する商業施設では、乳幼児およびその帯同者を対象としたサービスが提供されるようになってきたが、店舗によりサービスは様々である。本研究では、アンケート調査を通してよく利用する店舗、その店舗を選択する理由、サービスの利用状況、さらに充実してもらいたいサービス等について把握するとともに、よく利用する店舗として回答のあった上位4施設における乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況を把握した。その結果、①店舗の選択理由では、「家から近い」が最も多く、次いで「子連れ客へのサービス・設備が充実」があげられたが、子どもの年齢により差異がみられた。0～1歳の世帯では「子連れ客へのサービス・設備が充実」、2～3歳では「子連れでも気兼ねなく利用できる」、4～6歳ではアクセスのしやすさがあげられた。②利用したことのあるサービス・設備では、「おむつ替え台」が最も多く、次いで「ベビーキープ」、「レンタルベビーカー」であった。95%の世帯が赤ちゃん休憩室を利用したことがあり、外出時に気を遣うことが多い両親にとって気兼ねなく利用できる点が評価されていた。③あると便利なサービス・設備では、移動・飲食・排泄・プレイスペース等について意見が出された。母親が買物している間、父親が子どもと一緒に過ごす世帯が多く、男性トイレへのおむつ替え台や子ども用トイレの設置等、父親向けサービス・設備の充足を求める意見が多かった。また、レストラン内や屋上にプレイスペースの設置を求める意見も多く、子どもにとっても楽しい場所であることが求められている。④サービス・設備が充実しているA・C百貨店はアンケートにおいて「子連れ客へのサービス・設備が充実」を選択理由にあげる人の割合が高かったことから、充実したサービス・設備が乳幼児連れ客に評価されていると考えられる。

キーワード：百貨店、ショッピングセンター、乳幼児連れ、設備とサービス

^{*}東洋大学ライフデザイン学部 Toyo University, Faculty of Human Life Design

住所：〒351-8510 朝霞市岡48-1（東洋大学）

電話・ファックス：048-468-6348（研究室直通）

1. 研究の背景と目的

不特定多数の人々が利用する施設において、ユニバーサルデザイン（以下、UD）の考えを取り入れた環境整備が推し進められている。UD化の進行に伴い、乳幼児連れにとっても施設は利用しやすくなりつつあるが、その一方で乳幼児連れならではの問題点がある。乳幼児連れが安全にかつ安心して外出できる環境の整備、いわゆる子育てバリアフリー^{注1)}が求められている。近年、百貨店やショッピングセンター等乳幼児連れも多く利用する商業施設では、乳幼児およびその帯同者を対象としたサービスが提供されるようになってきたが、店舗によりサービスは様々である。

乳幼児連れの外出行動に関連する既往研究を概観すると、交通手段と外出パターンの関連を明らかにした研究¹⁾、子ども連れに人気のある自由が丘および代官山エリアにおける外出の特徴と問題点を明らかにした研究²⁾、公共交通機関におけるベビーカーユーザーの移動の実態^{3) 4)}やバリアフリー対策の現状⁵⁾に関する研究、車両におけるユニバーサルスペースの開発および評価をした研究⁶⁾等がみられる。このように、乳幼児連れの外出に関する研究はなされているものの、乳幼児を連れての買い物に関する研究はほとんどなされていないのが現状である。

そこで本研究では、大規模商業施設の選択肢に恵まれた都心居住世帯を対象としたアンケート調査を通して、よく利用する店舗、その店舗を選択する理由、サービスの利用状況、さらに充実してもらいたいサービス等について把握するとともに、アンケートでよく利用する店舗として回答のあった上位4施設におけるサービス・設備の整備状況を把握することから、乳幼児のいる世帯が店舗に対してどのようなサービス・設備を求めているのか、またサービス・設備の差異が購買行動に影響を及ぼしているのかについて分析することを目的としている。

2. 調査方法

(1) 保育園児のいる世帯へのアンケート調査

2009年12月、渋谷区A保育園に子どもが通う97世帯の内、両親ともに外国人である世帯を除いた95世帯を対象としてアンケート調査を実施した。アンケート票は保育園を通して配布し、郵送により回収した。37世帯からアンケートが回収され、回収率は38.9%である。

(2) 百貨店4施設における乳幼児連れ客向けサービス・設備に関する調査

2011年2月、アンケートにおいて乳幼児連れでよく利用する店舗として回答のあった上位4施設を対象として、現地において乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況を把握した。

3. 回答者属性

アンケート回答者の属性を表1～表4に示す。子どもからみた続柄では母親が31世帯（83.8%）、父親が1世帯（2.7%）、父母一緒が5世帯（13.5%）であり、主な回答者の年齢では30～34歳が最も多く13人（35.1%）、ついで40～49歳の12人（32.4%）であった。子どもの数は1人が22世帯（59.5%）、

2 人が12世帯（32.4%）、3 人が2世帯（5.4%）、4 人が1世帯（2.73%）であり、子どもが1人のみの世帯が半数以上を占めた。子どもの年齢をみると、0 歳が2人（3.8%）、1 歳が13人（25.0%）、2 歳が7人（13.5%）、3 歳が6人（11.5%）、4 歳が6人（11.5%）、5 歳が6人（11.5%）、6 歳が5人（9.6%）、7 歳以上が7人（13.5%）であった。

表1 子どもからみた属性

	世帯数	割合
母 親	31	83.8%
父 親	1	2.7%
父母一緒に	5	13.5%
合 計	37	100.0%

表2 主な回答者の年齢

	世帯数	割合
25～29歳	2	5.4%
30～34歳	13	35.1%
35～39歳	10	27.0%
40～49歳	12	32.4%
合 計	37	100.0%

表3 子どもの人数

	世帯数	割合
1 人	22	59.5%
2 人	12	32.4%
3 人	2	5.4%
4 人	1	2.7%
合 計	37	100.0%

表4 子どもの年齢

	人数	割合
0 歳	2	3.8%
1 歳	13	25.0%
2 歳	7	13.5%
3 歳	6	11.5%
4 歳	6	11.5%
5 歳	6	11.5%
6 歳	5	9.6%
7 歳～	7	13.5%
合 計	52	100.0%

4. よく利用する百貨店・ショッピングセンターおよびその店舗を選択する理由

子どもを連れてよく利用する百貨店やショッピングセンター等の大規模商業施設について質問した結果、26施設（延73施設）があげられた。延73施設についてみると、百貨店が最も多く54施設（74.0%）、ショッピングセンターが11施設（15.1%）であり、その他は六本木ヒルズ、IKEA、コストコ、アウトレット等であった。

店舗を選択する理由^{注2)}としては、「家から近い」が31人（42.5%）と最も多く、ついで「子連れ客へのサービス・設備が充実」が24人（32.9%）、「車で行くことができる」が23人（31.5%）、「この店舗だけで用が足りる」が19人（26.0%）、「子連れでも気兼ねなく利用できる」が16人（21.9%）、「電車の駅から近い」が15人（20.5%）であった（図1）。その他に「子どもが遊べる場所がある」「近隣の利便施設も利用する」「友人や家族の家との中間に位置する」等が理由としてあげられた。

子ども連れでよく利用する店舗として回答のあった上位4施設は全て鉄道ターミナル駅周辺に立地する百貨店であった。いずれの店舗においても「家から近い」を理由にあげている人が多いが、A百貨店では「子連れ客へのサービス・設備が充実」、B百貨店とD百貨店では「電車の駅に近い」、C百

貨店では「子連れ客へのサービス・設備が充実」「この店舗だけで用が足りる」が理由にあげられており、選択理由に差異がみられた（表5）。

子どもが1人の世帯では、「電車の駅に近い」「子どもの食事に困らない」を理由にあげる人の割合が高く、子どもが複数の世帯では「子連れ客へのサービス・設備が充実」「この店舗だけで用が足りる」を理由にあげる人の割合が高かった。また、子どもが3人以上いる世帯からは子どもを連れて買い物に行くのは大変なため、インターネットで購入するという意見が聞かれた。

一番小さい子どもの年齢別にみると、どの年齢を通して「家から近い」が上位に選ばれているが、0～1歳の世帯では「子連れ客へのサービス・設備の充実」の割合が高い。2～3歳の世帯では「子連れでも気兼ねなく利用できる」の割合が高く、4～6歳の世帯では「車で行ける」や「電車の駅に近い」といったアクセスのしやすさが主な理由にあげられていた（図2）。

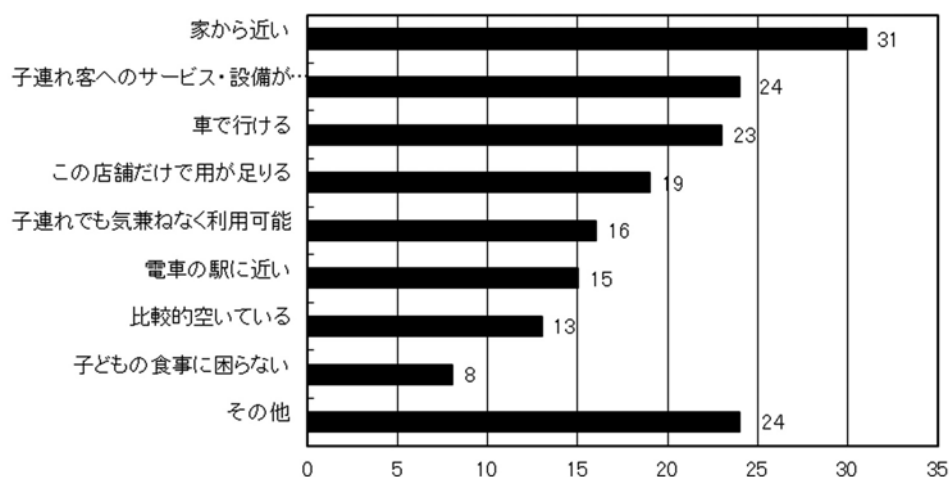


図1 店舗を選択する理由

表5 店舗別の選択理由

	A百貨店 (16人)	B百貨店 (11人)	C百貨店 (8人)	D百貨店 (6人)
家から近い	68.8%	45.5%	50.0%	50.0%
子連れ客へのサービス・設備が充実	43.8%	18.2%	62.5%	16.7%
車で行ける	31.3%	18.2%	25.0%	0.0%
この店舗だけで用が足りる	25.0%	9.1%	62.5%	0.0%
子連れでも気兼ねなく利用可能	25.0%	9.1%	12.5%	16.7%
電車の駅に近い	0.0%	63.6%	0.0%	50.0%
比較的空いている	18.8%	18.2%	0.0%	33.3%
子どもの食事に困らない	12.5%	18.2%	0.0%	0.0%
その他	31.3%	9.1%	25.0%	16.7%

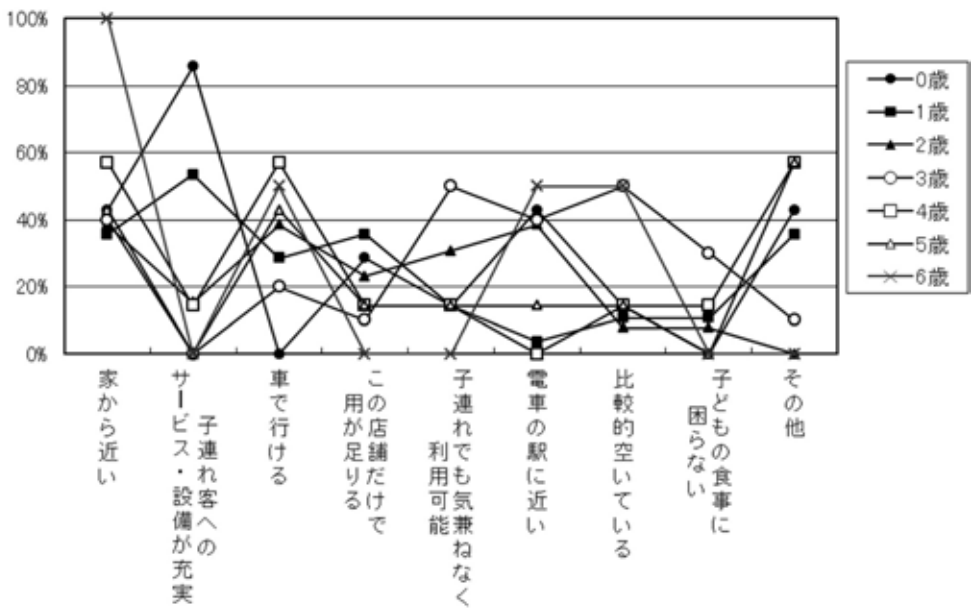


図2 子どもの年齢別にみた店舗を選択する理由

5. サービスや設備の利用状況

利用したことのあるサービス・設備について質問した結果、全員が「おむつ替え台」を利用したことがあり、ついで「ベビーキープ」の28人（75.7%）、「レンタルベビーカー」の27人（73.0%）、「子ども用トイレ」「プレイスペース」がそれぞれ20人（54.1%）、「育児相談」の2人（5.4%）であった（表6）。

37人中35人が百貨店やショッピングセンターの赤ちゃん休憩室を利用したことがある。利用したサービス・設備は、「おむつ替え台」が最も多く31人（83.8%）、ついで「授乳室」の29人（78.4%）、「身長体重計」の13人（35.1%）、「（粉ミルク用の）お湯」の12人（32.4%）であった。

赤ちゃん休憩室は設備が整っていて便利であると同時に、「皆子ども連れなので気を遣わなくてよい」「子どもが泣いている時でも気兼ねなく利用できる」「他のママたちと交流できる」「子どもだけでなくママパパの休憩の場としても使える」等といった意見が聞かれ、外出時に気を遣うことの多い両親にとって気兼ねなく利用できる点が評価されていた。

表6 利用したことのあるサービスと設備

	人数	割合
おむつ替え台	37	100.0%
ベビーキープ	28	75.7%
レンタルベビーカー	27	73.0%
子ども用トイレ	20	54.1%
プレイスペース	20	54.1%
育児相談	2	5.4%

6. あると便利なサービスと設備

百貨店やショッピングセンターにおける乳幼児連れ客に対するサービスの中で、便利なものあるいは充実してもらいたいものについて自由記入形式で回答してもらった。その結果35項目があげられ、それらを「移動」「飲食」「排泄」「プレイスペース」「その他」に大別した(表7)。

① 移動

ベビーカーや子どもと手をつないだ状態でも移動がしやすい広くてゆとりのあるスペースや、ベビーカーではEVに乘れないことが多いことからベビーカー等の専用または優先EVを望む意見が多かった。また、ベビーカーの貸出については、車型のカートや子ども2人が乗れるベビーカーを望む声が聞かれた。

② 飲食

授乳室としては、個室、広さ、数、イスの座りやすさが求められた。子ども用の飲食物として、何種類かの温度設定がしてある粉ミルク用のお湯、100%ジュース等の子ども用の飲料、アレルギー対応のベビーフード等があげられた。

③ 排泄

おむつ替え台および子ども用のトイレについて多くの意見がだされた。男性トイレは女性トイレと比べてこれらの設備が整えられていないことが多いことから、男性トイレへの設置を希望する声が多かった。

④ プレイスペース

レストランやカフェの中のプレイスペース、屋上のプレイスペース、ハイハイやヨチヨチ歩きの子どものでも利用しやすいプレイスペース等の意見が多く出された。

⑤ その他

買物している間に利用できる託児サービス等があげられた。

母親が買物している間に父親が子どもと一緒に過ごすという意見が多く、男性トイレへのおむつ替え台や子ども用トイレの設置、子どもと父親が待っている間に利用するプレイスペース、父親も入りやすい赤ちゃん休憩室を望む声が多く聞かれた。その一方で、赤ちゃん休憩室が父親休憩室と化し、子どもを抱っこしている母親がイスに座れない状況も起きており、赤ちゃんを抱いている人優先の表示が欲しいという意見も聞かれた。

7. 百貨店における乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況

(1) 乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況

よく利用する店舗として回答のあった上位4施設における乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況を表8に示す。

① 赤ちゃん休憩室

すべての百貨店において赤ちゃん休憩室が整備されている。面積は32.5㎡(B百貨店)~75㎡(C百貨店)である。共通する設備は、授乳室、おむつ替え台、粉ミルク用のお湯、電子レンジ、ジュ-

表7 あると便利なサービスと設備

大項目	中項目	具体的なサービス・設備
移動	バリアフリー	バリアフリーで、ベビーカーであってもどこにでも行ける
		ベビーカーや子どもと手をつないでいても移動しやすい広くてゆとりのあるスペース
		複数のEVがフロアの何箇所かにある
		高齢者・身障者・ベビーカー専用または優先のEV
	レンタルベビーカー	2人乗り用のベビーカー 車型のカート（子どもが車型のカートに乗りたがった時に、それまで乗ってきたベビーカーを入れられるロッカーがあるとさらに便利）
飲食	授乳室	個室の授乳室
		広い授乳室
		座りやすいイス
		授乳室の個数を多くしてほしい
	子ども用の飲食物	粉ミルク用のお湯（いくつかの温度設定のあるお湯）
		100%ジュースの自販機やおやつの販売
		アレルギー対応のベビーフードの販売
		授乳中は喉が渇くので、飲み物の自販機があると子どもだけではなく母親にとっても便利 お子様ランチだけではなく、大人用メニューのハーフサイズがほしい 電子レンジ
排泄	おむつ替え台	紙おむつやお尻拭きの販売
		おむつ用のごみ箱
		子どもが立った状態でおむつを替えることができる台
		男性トイレにもおむつ替え台が欲しい
	トイレ	子ども用のトイレ（女性用トイレには子ども用トイレが設けられているところがあるが、男性用トイレにも設置してほしい）
		ベビーカーと一緒に入れるトイレ 赤ちゃん休憩室の中に大人用のトイレ
プレイスペース		レストランやカフェ内のプレイスペース（大人が食事している間に安心して子どもを遊ばせることができる）
		絵本、おもちゃ、クレヨン、画用紙などが置いてあるプレイスペース
		子どもをベビーカーから解放してストレスを発散させることができるプレイスペース
		母親が買物している間に、父親と子どもが遊べるスペース
		屋上に屋根つきのプレイスペース
		授乳室の近くにプレイスペース（第2子授乳中に第1子が遊べるスペースが近くにあると便利）
		ハイハイやヨチヨチ歩きの子どもの遊べるスペース
		除菌スプレー（子どもはすぐおもちゃを口に入れるので、除菌スプレーを置いてほしい）
その他		買物している間に利用できる託児サービス
		買物したものをまとめて駐車場で受け取るサービス
		充実したおもちゃ売り場
		親子で楽しめるイベント

ス自販機である。これに加えて、ベビーチェア（A・B・C百貨店）、身長体重計（A・C百貨店）、紙おむつ自販機（A・B・C百貨店）を設置している百貨店がある。さらにC百貨店では、大人用と子ども用の便器のある親子トイレや予約制で無料で利用できる休憩室（ファミリールーム）が設けられている。

アンケートにおいて個室の授乳室を希望する声が聞かれたが、全て個室（D百貨店）、全て相部屋（C百貨店）、個室と相部屋の両方（A・B百貨店）と様々である。個室と相部屋の両方を整備しているB百貨店では、個室のブースが狭いため、個室が空いていても相部屋を利用する者が観察された。

② トイレ内の整備

多目的トイレについてみると、D百貨店でブース数が最も多く、レストランフロア以外の階では男女トイレ内にそれぞれ多目的ブースが整備されている。最もブース数が少ないのはB百貨店であり、約1/3の階にしか整備されていない。

女性トイレ内の設備についてみると、ベビーキープの設置率が最も高く、次いでおむつ替え台、幼児用補助便座となっている。ベビーキープは全ての百貨店において設置率が高いが、おむつ替え台はC百貨店の2.4、A百貨店の1.5、B・D百貨店の0.9と差が大きい。また、幼児用補助便座はC百貨店の1.9、A百貨店の1.6に対して、B・D百貨店では設置されていない。

男性トイレ内の設備についてみると、ベビーキープの設置率が0.9、幼児用補助便座が0.5である。百貨店別にみて最も設置率が高いのがA百貨店である。いずれの百貨店においても女性トイレと比べて男性トイレへのこれらの設置率は低い。

百貨店によって、また同じ百貨店であっても階によって設備の整備内容が異なり、そこに行かなければ分からないという問題点がみられた。整備内容を統一する、あるいは整備内容を把握できるサインを設置する等の工夫が必要であろう。

また、幼児用補助便座は大人用便器に固定されているタイプが多いが、C百貨店では置くタイプの物も活用されており、改修することなく軽費でできる工夫と言えよう。

アンケートにおいて男性トイレへのおむつ替え台や子ども用トイレの設置を求める意見が聞かれたが、いずれの百貨店においても女性トイレと男性トイレとでは設備の設置数に大きな差がみられたことから、男性トイレへのこれらの設備の整備促進が望まれる。

③ エレベーター

全ての百貨店が高齢者・障がい者・ベビーカー利用者の優先EVを設置しており、さらにA百貨店では高齢者・障がい者・ベビーカー利用者の専用EVを設置している。

④ ベビーカーの貸出

ベビーカーの貸出は全ての百貨店において実施されており、C百貨店のみ予約が可能となっている。アンケートで要望のあった車等の形をしたカートや2人乗り用ベビーカーの貸出をしている百貨店はなかった。

⑤ プレイスペース

B・C百貨店では屋上に滑り台等の遊具が設置されている。D百貨店では赤ちゃん休憩室内に靴を脱いで利用できるプレイスペースがあり、屋上にミニ遊園地が設けられている。

表8 4百貨店における乳幼児連れ客を対象としたサービス・設備^{注3)}

	A百貨店	B百貨店	C百貨店	D百貨店
赤ちゃん休憩室	2か所	1か所	1か所	1か所
面積	62㎡	32.5㎡	75㎡	67㎡
授乳室	個室6室、相部屋6人分	個室3室、相部屋4人分	相部屋9人分	個室5室
おむつ替え台	10台	6台	7台	8台
その他設備	ベビーチェア2脚 身長体重計、 粉ミルク用のお湯、 電子レンジ 紙おむつ自販機、 ジュース自販機	ベビーチェア1脚、 粉ミルク用のお湯、 電子レンジ 紙おむつ自販機、 ジュース自販機	親子トイレ、 ファミリールーム、 ベビーチェア3脚、 身長体重計、 粉ミルク用のお湯、 電子レンジ 紙おむつ自販機、 ジュース自販機	プレイスペース、 ベビーキープ、 粉ミルク用のお湯、 電子レンジ ジュース自販機
多目的トイレ（ブース数）	1.0	0.4	0.7	1.7
ユニバーサルシート	0.1	0.0	0.6	0.3
おむつ替え台	0.6	0.2	0.0	0.8
ベビーキープ	0.0	0.3	0.1	1.3
幼児用補助便座	0.6	0.0	0.7	0.0
幼児用便器	0.0	0.0	0.1	0.0
男児用小便器	0.0	0.0	0.0	0.0
女子トイレ（ブース数）	9.4	5.7	10.6	8.2
おむつ替え台	1.6	0.9	2.4	0.9
ベビーキープ	2.1	1.7	2.0	2.7
幼児用補助便座	1.7	0.0	1.9	0.0
幼児用便器	0.0	0.1	0.2	0.0
男児用小便器	0.0	0.0	0.9	0.8
男子トイレ（ブース数）	3.9	1.6	2.0	2.0
おむつ替え台	0.0	0.1	0.3	0.3
ベビーキープ	1.9	0.1	1.3	0.4
幼児用補助便座	1.6	0.0	0.4	0.0
幼児用便器	0.0	0.0	0.0	0.0
男児用小便器	0.0	0.0	0.0	0.0
E V	12基 (内、専用1基、 優先1基)	12基 (内、優先4基)	10基 (内、優先2基)	10基 (内、優先2基)
ベビーカー貸出	あり	あり	あり(予約可能)	あり
プレイスペース	なし	屋上	屋上	赤ちゃん休憩室内、 屋上
その他		育児相談あり	育児相談あり	

⑥ その他

B・C百貨店が育児相談を実施している。

都内では託児サービスを実施している百貨店があるが、調査した4百貨店では託児サービスは実施されていない。

(2) アンケート調査結果とサービス・設備の整備状況との関係

C百貨店では赤ちゃん休憩室に親子トイレやファミリールームが整備され、トイレ内におむつ替え台、幼児用補助便座、男児用小便器等が多く設置され、レンタルベビーカーの予約が可能となっている。またA百貨店では、2フロアに赤ちゃん休憩室が整備され、高齢者・車いす・ベビーカー専用EVが設置され、またトイレ内の設備も充実している。表5に示したように、両百貨店はアンケートにおいて「子連れ客へのサービス・設備が充実」を店舗選択理由にあげる人の割合が高かったことから、充実したサービス・設備が乳幼児連れ客に評価されていると考えられる。

8. まとめ

アンケート調査および施設における乳幼児連れ客向けサービス・設備の整備状況調査を通して、以下の点が明らかとなった。

①店舗の選択理由では、「家から近い」が最も多く、次いで「子連れ客へのサービス・設備が充実」があげられたが、子どもの年齢により差異がみられ、0～1歳の世帯では「子連れ客へのサービス・設備が充実」、2～3歳では「子連れでも気兼ねなく利用できる」、4～6歳ではアクセスのしやすさがあげられた。

②利用したことのあるサービス・設備では、「おむつ替え台」が最も多く、次いで「ベビーキープ」、「レンタルベビーカー」であった。95%の世帯が赤ちゃん休憩室を利用したことがあり、外出時に気を遣うことが多い両親にとって気兼ねなく利用できる点が評価されていた。

③あると便利なサービス・設備では、移動・飲食・排泄・プレイスペース等について意見が出された。母親が買物している間、父親が子どもと一緒に過ごす世帯が多く、男性トイレへのおむつ替え台や子ども用トイレの設置等、父親向けサービス・設備の充足を求める意見が多かった。また、レストラン内や屋上にプレイスペースの設置を求める意見も多く、子どもにとっても楽しい場所であることが求められている。

④よく利用する店舗として回答のあった上位4施設における乳幼児向けサービス・設備の整備状況を調査した結果、特にトイレ内設備で大きな差がみられた。A・C百貨店においてサービス・設備が充実しているが、両百貨店はアンケートにおいて「子連れ客へのサービス・設備が充実」を選択理由にあげる人の割合が高かったことから、充実したサービス・設備が乳幼児連れ客に評価されていると考えられる。

最後に、アンケート調査にご協力いただいた皆様に感謝申し上げます。

<参考文献>

- 1) 小久保亮佑・立俵晃次・小松尚：地域における子育て中の親子の外出行動に関する研究－外出距離と交通手段、外出先の関係を中心に－、日本建築学会大会学術講演梗概集 E-1、p.9-12、2009.8
- 2) 新福綾乃・十代田朗・津々見崇：乳幼児を伴う外出行動の実態に関する研究－東京・自由が丘及び代官山におけるケーススタディー、都市計画論文集 No.44(3)、p.367-372、2009.10
- 3) 立脇寛子・舟橋國男・木多道宏ほか2名：ベビーカー利用時の駅周辺における乳幼児同行者の行動調査－大阪梅田ターミナル駅周辺を例として－、日本建築学会大会学術講演梗概集 E-1、p.917-918、2004.8
- 4) 西本由紀子・上野勝代・梶木典子：公共交通機関におけるベビーカー利用者の行動特性に関する研究－神戸市における鉄道利用調査から－、日本建築学会技術報告集第16巻第33号、p.727-730、2010.6
- 5) 福田智雄：ベビーカー利用者に対する公共交通機関のバリアフリー対策についての調査研究、国際学院埼玉短期大学研究紀要 Vol.29、p.41-44、2008.3
- 6) 松岡茂樹ほか5名：通勤近郊車両におけるベビーカーの利用に配慮したユニバーサルスペースの提案、日本機械学会第15回交通・物流部門大会講演論文集、2006.12

<注釈>

- 1) 「子育てバリアフリー」は、子育てを支援する生活環境の整備を意味する言葉として、「少子化対策プラスワン」の中で初めて明示された。
- 2) 店舗の選択理由を8つの項目の中から3つ以下を選択してもらう形式とし、8つの項目に当てはまらない場合は、その理由を自由記入形式で回答してもらった。
- 3) トイレのブース数およびトイレ内設備の設置状況については、1フロア当たりの平均設置数を示している。

The Demand of Customers with Children on Shopping Facilities -Focused on Department Stores and Shopping Malls-

KANKI Yumi

Abstract

Recently a growing number of department stores and shopping malls have been equipped with a variety of facilities and services for customers with children. But facilities and services differ from store to store. Parents with children attending a nursery center in Shibuya report via questionnaire on where they make purchases, why they choose specific shops, and what they demand for such shops. According to the results of the questionnaire, the decision on where to buy differs by children's age and the number of children. Stores with good facilities and services are chosen by parents. This research reveals that customers with children want to feel at ease during shopping, that facilities and services for fathers should be improved, and that shops should be fun places for children.

Keyword: Department Store, Shopping Mall, Customers with Children, Facilities and Service