

消費者需要動向アンケート  
調査結果報告書

伊賀市商工会

平成29年12月9日

# 伊賀市商工会

## 消費者需要動向調査アンケート調査報告書

### 内容

1. 調査概要 .....	2 頁
2. 目的 .....	2 頁
3. 調査結果 .....	3 頁
4. まとめ .....	19 頁

## 1. 調査概要

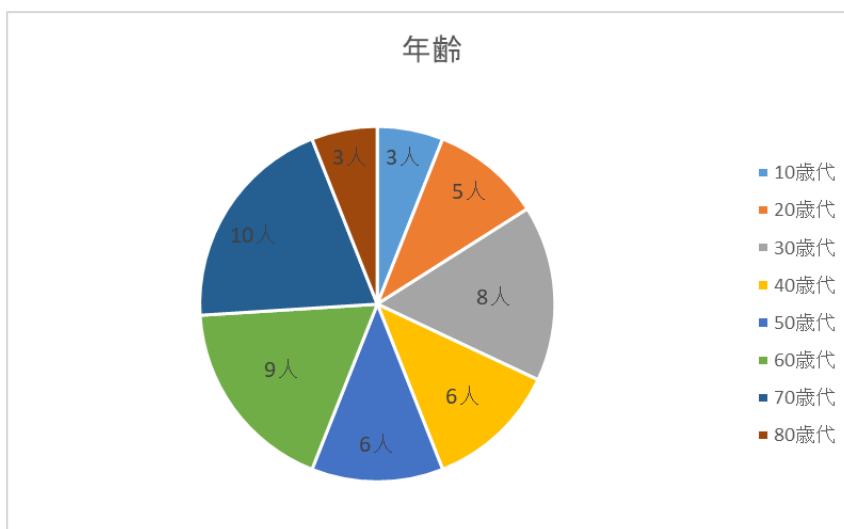
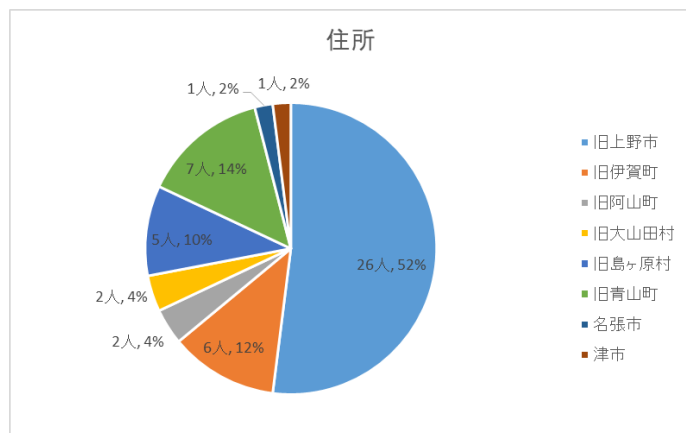
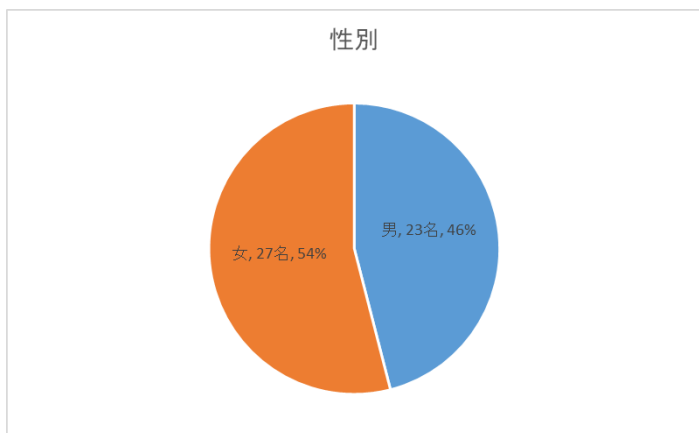
調査時期：平成29年12月9日（土）

調査対象：イベント来場者（海の幸・山の幸物産まつり2017）

調査方法：職員によるヒアリングの方法でのアンケート実施

回答数：50名

### ◆回答者属性



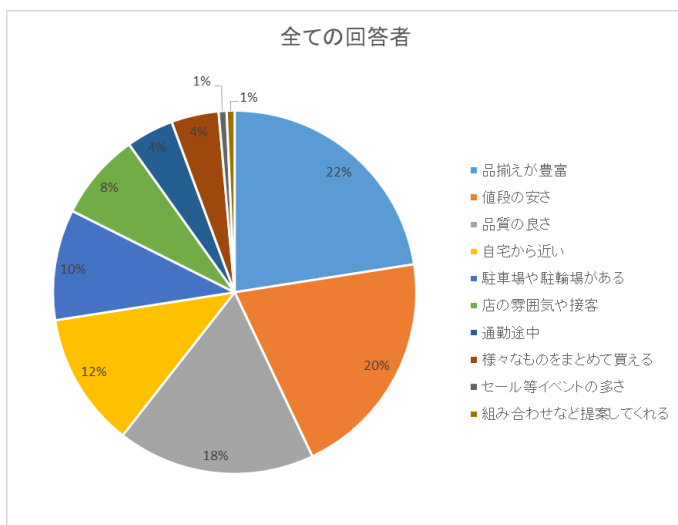
## 2. 目的

小規模事業者が新分野進出や新商品開発を想定する場合、プロダクトアウトの発想になりがちであることから、マーケットインの発想を持ってもらうには、適切な需要動向の情報提供が必要であり、そのために小規模事業者に必要な情報を収集するために調査を行う。

「伊賀市商工会経営発達支援計画 別表1 25頁 5. 需要動向調査に関すること（3）目的」より

### 3. 調査結果

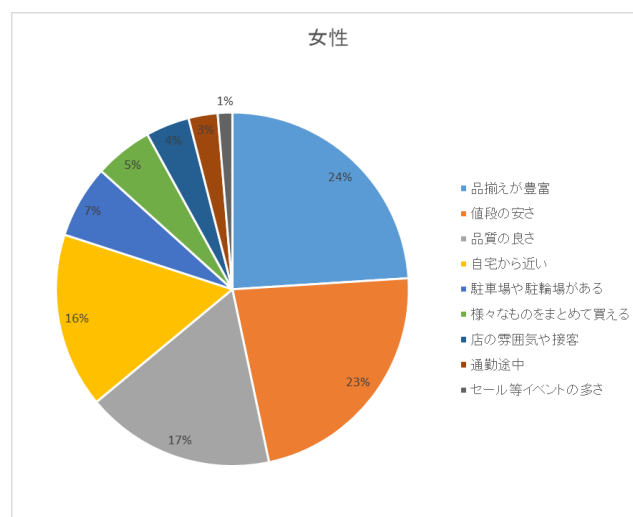
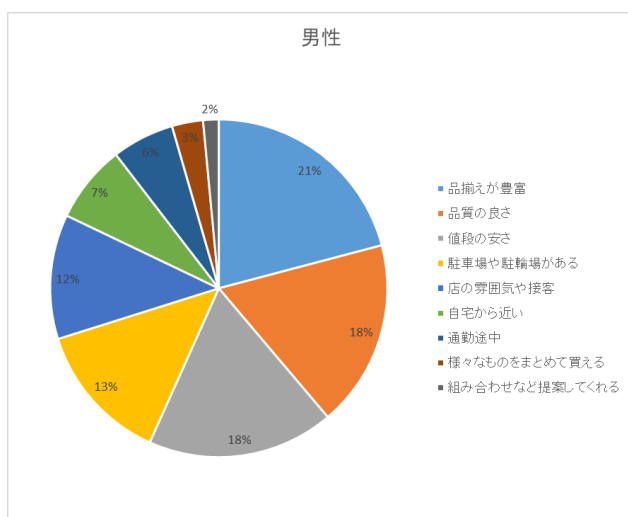
#### 1 日常の買い物でお店を選ぶ理由について



全ての回答者の内訳をみると、「品揃えが豊富」が22%で最も多く、次いで「値段の安さ」が20%、「品質の良さ」が18%と続いた。なお、「その他」の選択肢もあったが回答したものはなかった。

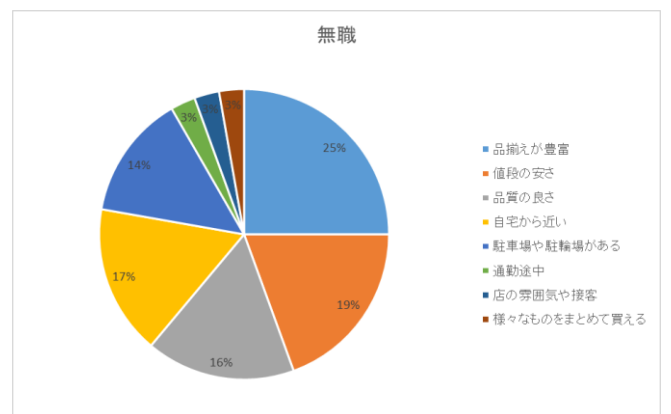
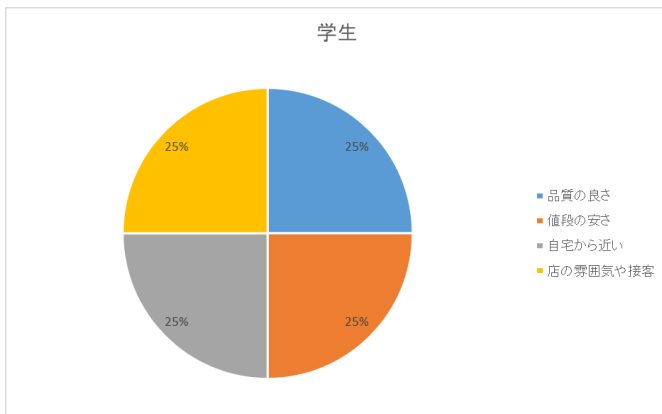
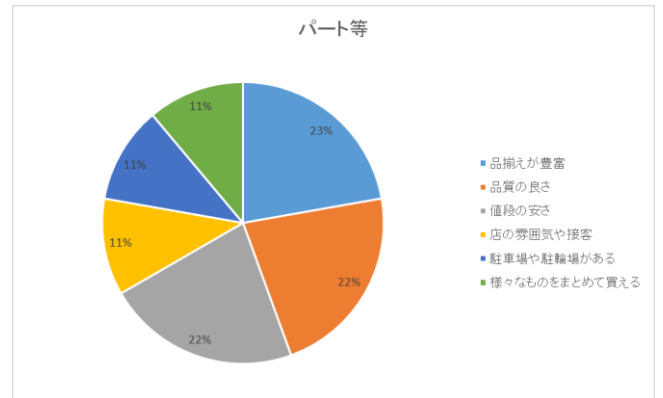
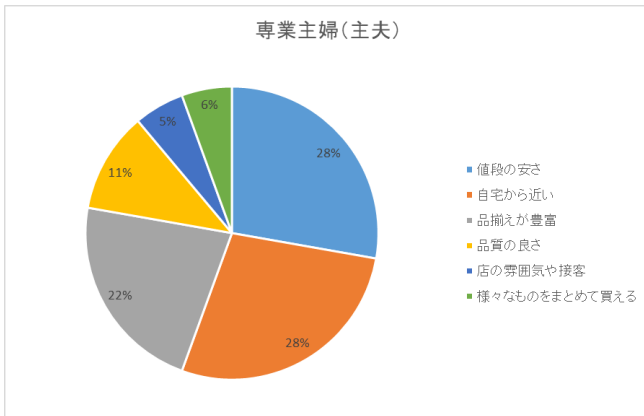
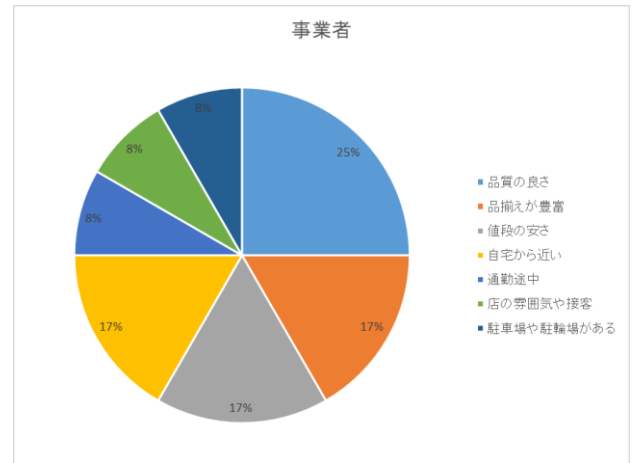
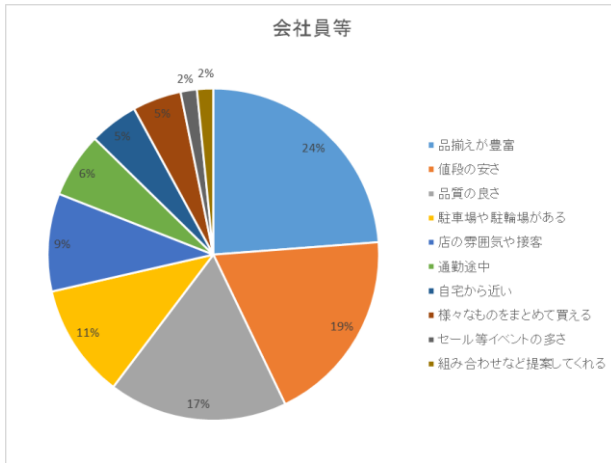
次に、クロス集計の結果、以下の通りとなった。

#### ◆男女別



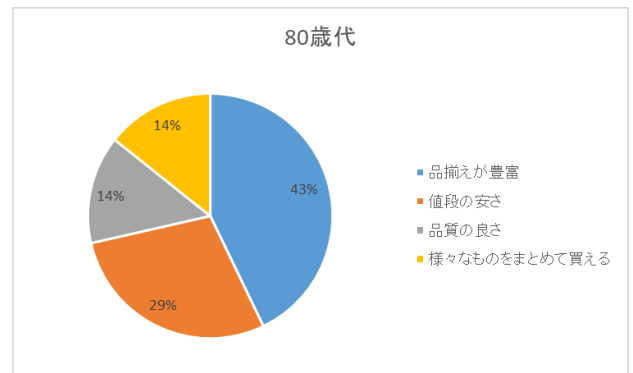
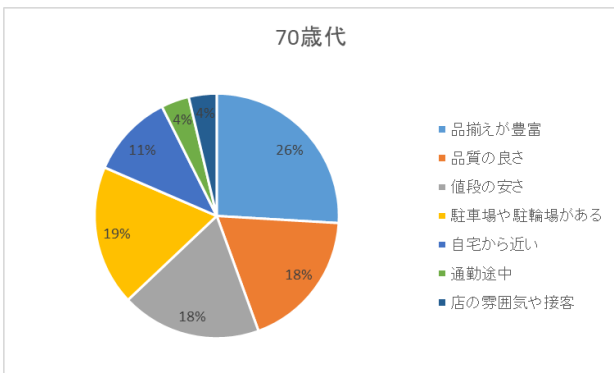
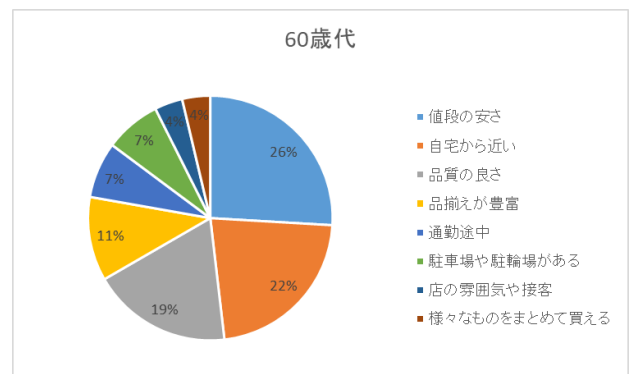
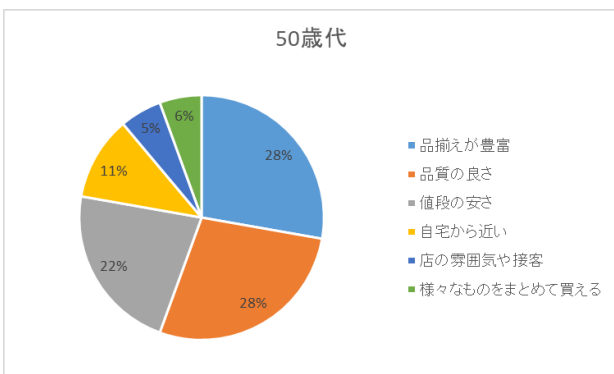
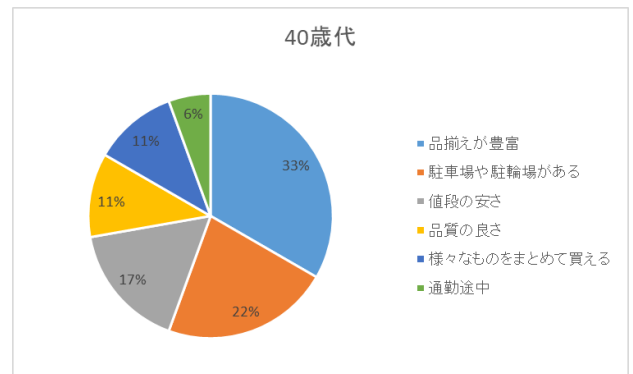
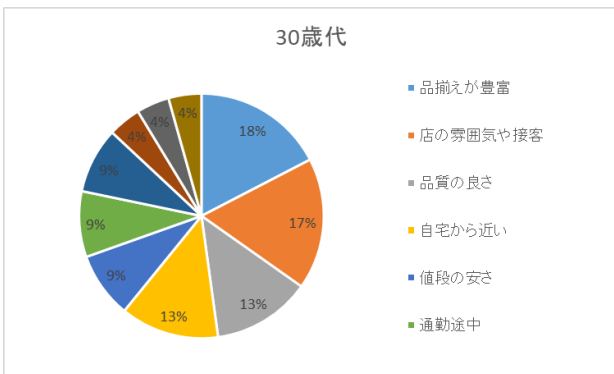
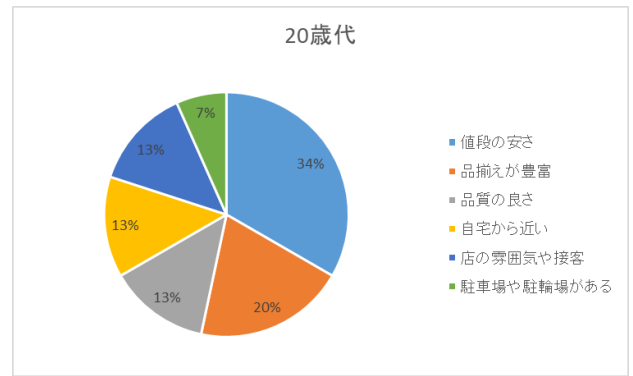
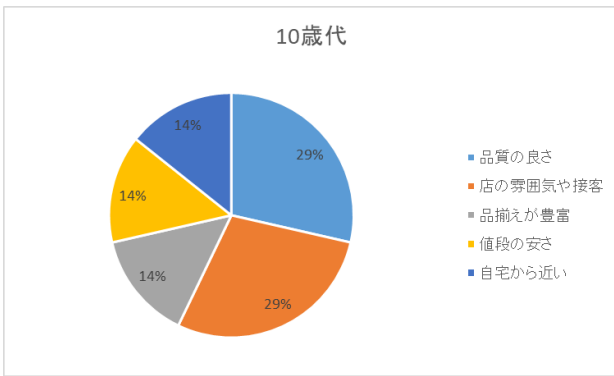
「品揃えが豊富」が男性21%、女性24%と最も多かった。  
 男性では次いで「品質の良さ」及び「値段の安さ」がともに18%と続いた。  
 女性では次いで「値段の安さ」が23%、「品質の良さ」が17%と続いた。

## ◆職業別



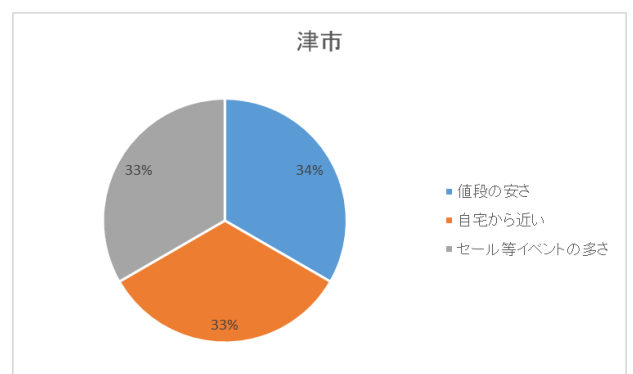
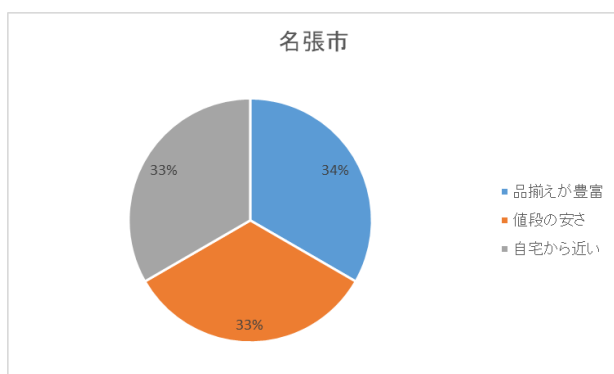
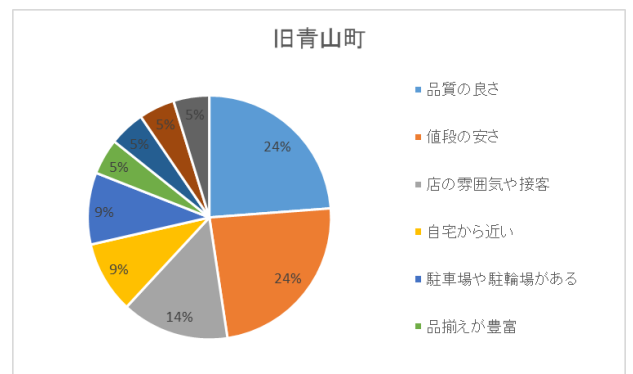
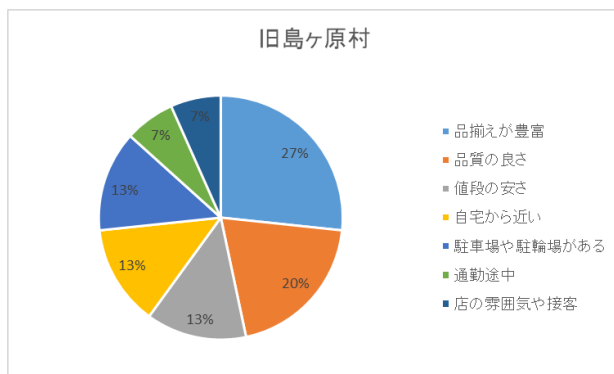
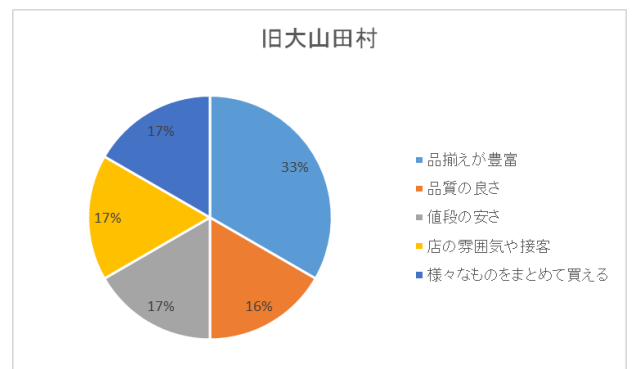
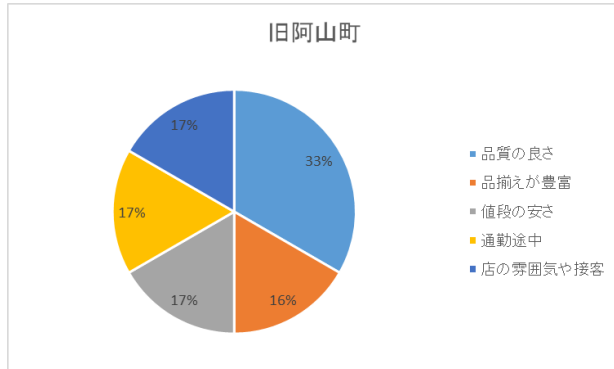
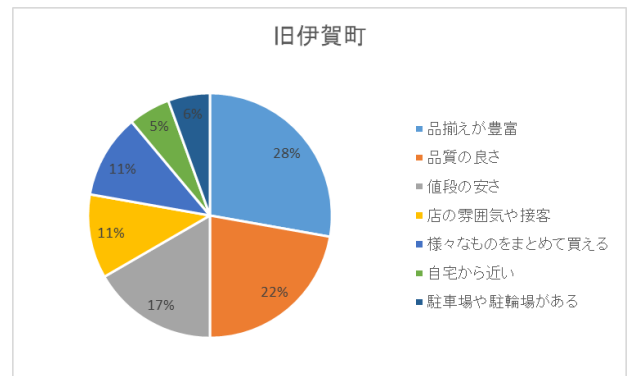
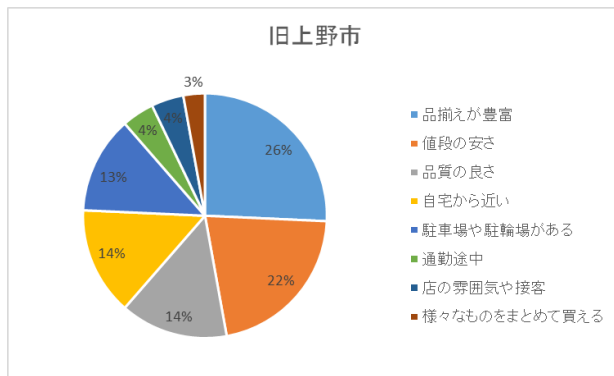
職業別にみると、会社員等では「品揃えが豊富」が24%と最も多く、事業者では「品質の良さ」が25%と最も多かった。専業主婦（主夫）では「値段の安さ」と「自宅から近い」が28%と同率で最も多かった。パート等では「品揃えが豊富」が23%と最も多く、「品質の良さ」と「値段の安さ」がともに22%と続いた。

◆年代別



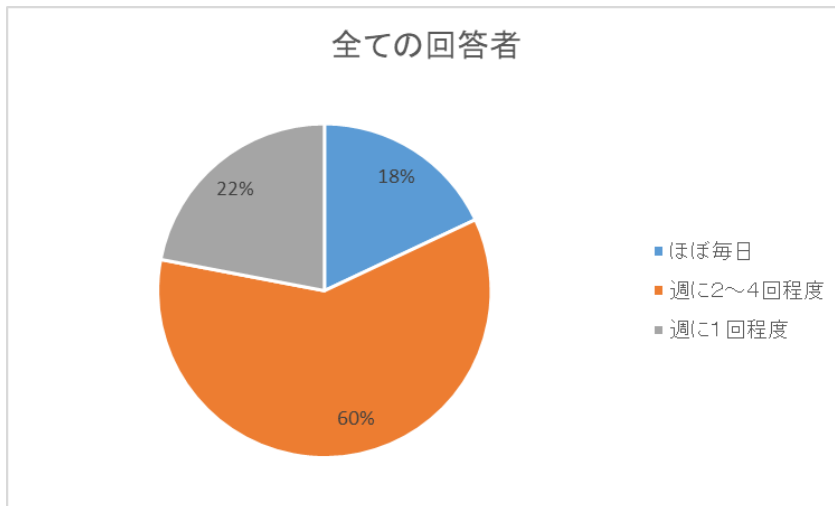
10歳代では「品質の良さ」と回答した割合が最も多かった。20歳代と60歳代では「値段の安さ」と回答した割合が最も多かった。30歳代、40歳代、50歳代、70歳代、80歳代では「品揃えが豊富」と回答した割合が最も多かった。

◆住所別



「品揃えが豊富」と回答した割合が最も多かった地区は旧上野市、旧伊賀町、旧大山田村、旧島ヶ原村であった。「品質の良さ」と回答した割合が最も多かった地区は旧阿山町、旧青山町であった。名張市と津市では同数で回答が分かれた。

## 2 日常の買い物に出かける回数について

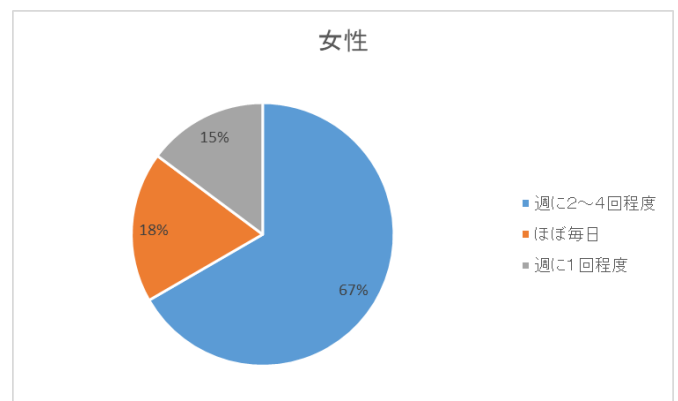
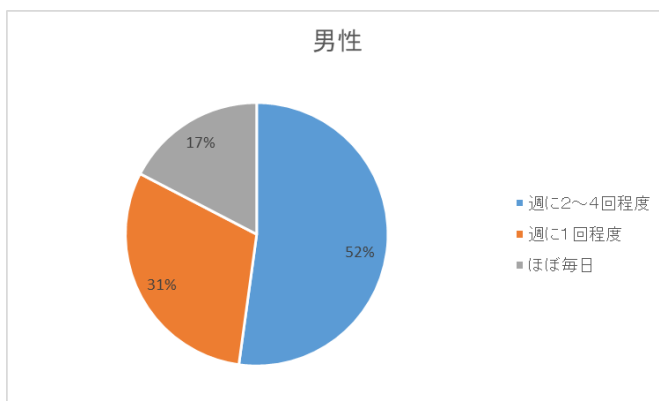


全ての回答者の内訳をみると、「週に2~4回程度」が60%で最も多く、次いで「週に1回程度」が22%、「ほぼ毎日」が18%と続いた。

なお、「買い物へ行かない」、「その他」の選択肢もあったがこれらに回答する者はいなかった。

次に、クロス集計の結果次の通りとなった。

### ◆男女別



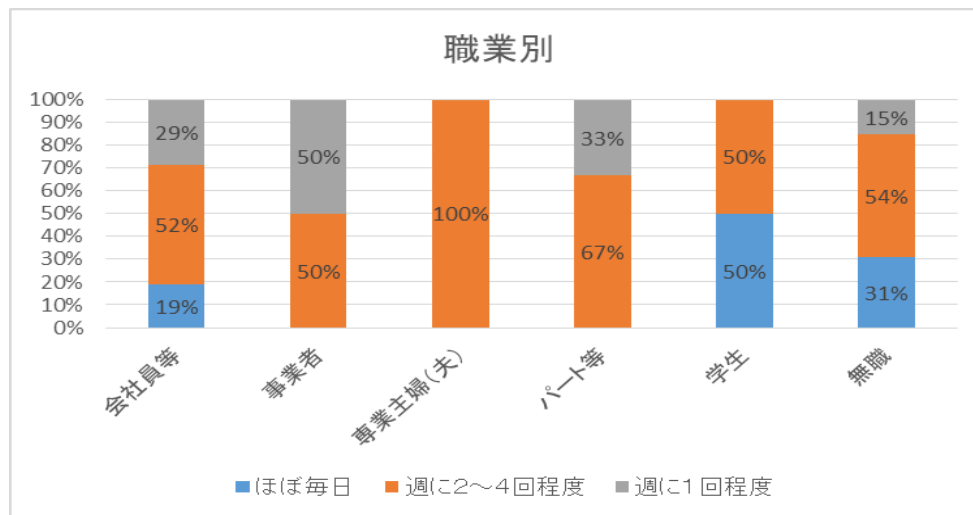
「週に2~4回程度」が男性52%、女性67%とそれぞれで最も多かった。

男性では「週に1回程度」が31%、「ほぼ毎日」が17%と続いた。

女性では「ほぼ毎日」が18%、「週に1回程度」が15%と続いた。



## ◆職業別



「事業者」は「週に2～4回程度」と「週に1回程度」とそれぞれ50%であった。

「学生」は「ほぼ毎日」と「週に2～4回程度」がそれぞれ50%であった。

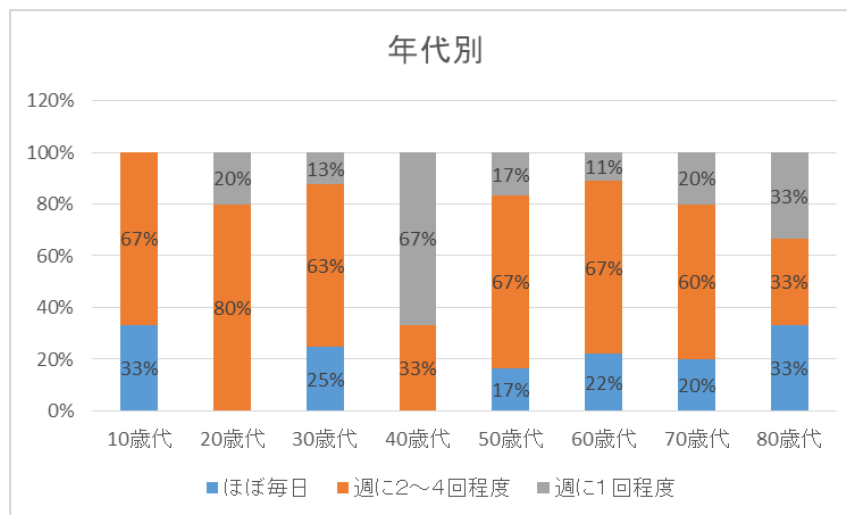
「専業主婦（主夫）」は全員が「週に2～4回程度」と回答した。

「パート等」は「週に2～4回程度」が67%、「週に1回程度」が33%であった。

「会社員等」は「週に2～4回程度」が52%、「週に1回程度」が29%、「ほぼ毎日」が19%と続いた。

「無職」は「週に2～4回程度」が54%、「ほぼ毎日」が31%、「週に1回程度」が15%と続いた。

## ◆年代別

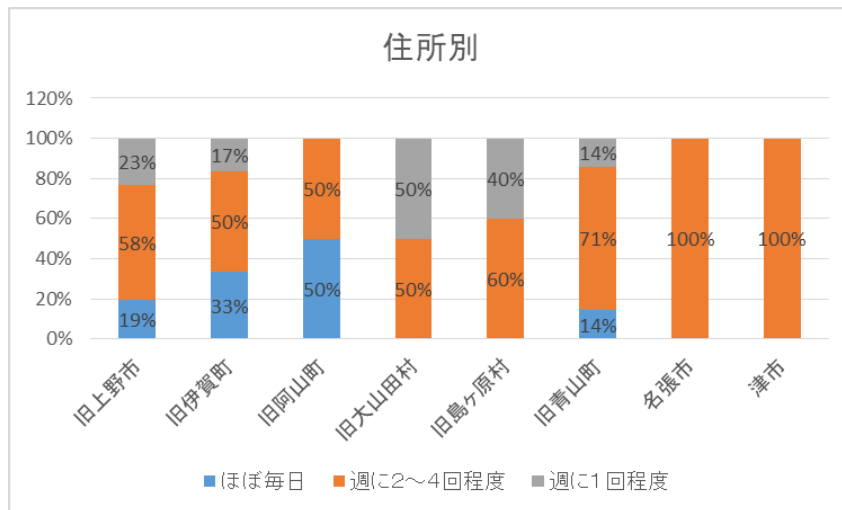


10歳代、20歳代、30歳代、50歳代、60歳代、70歳代で「週に2～4回程度」と回答した割合が最も多かった。

40歳代では「週に1回程度」の回答が最も多かった。

80歳代では「ほぼ毎日」、「週に2～4回程度」、「週に1回程度」の回答率が同じ割合であった。

## ◆住所別



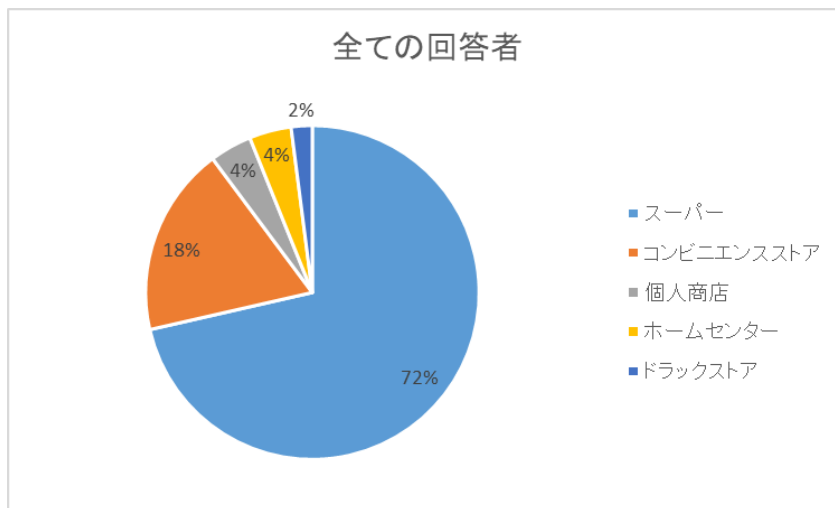
伊賀市の合併前の旧市町村地区に分けて分析を行った。

「週に2～4回程度」と回答した割合が最も多かったのは旧上野市 58%、旧伊賀町 50%、旧島ヶ原村 60%、旧青山町 71%であった。

旧阿山町では「ほぼ毎日」、「週に2～4回程度」がそれぞれ 50%と同数であった。

伊賀市以外から来場した名張市、津市に在住する回答者は全て「週に2～4回程度」と回答した。

### 3 日常の買い物よく利用するお店の種類について

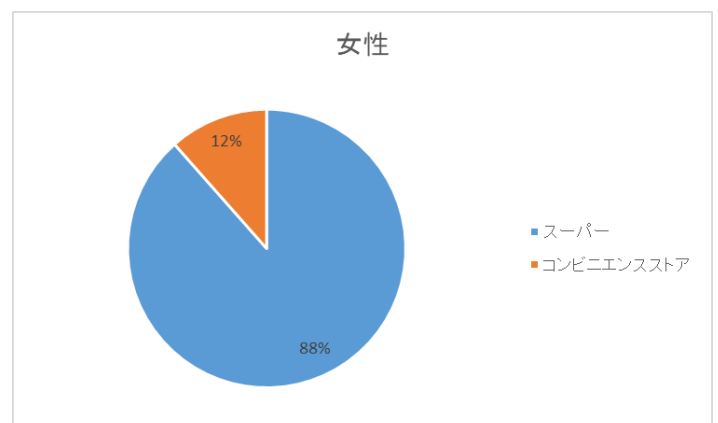
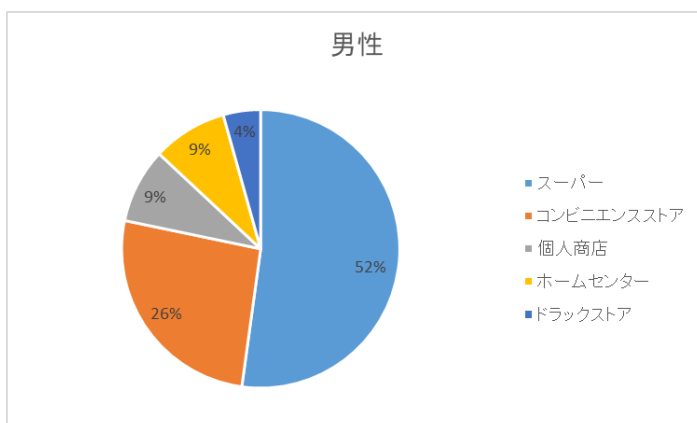


全ての回答者の内訳をみると、「スーパー」が72%で最も多く、次いで「コンビニエンスストア」が18%、「個人商店」・「ホームセンター」がそれぞれ4%、「ドラッグストア」が2%と続いた。

なお、「宅配サービス」、「インターネット」、「その他」の選択肢もあったが、回答する者はいなかった。

次に、クロス集計の結果次の通りとなった。

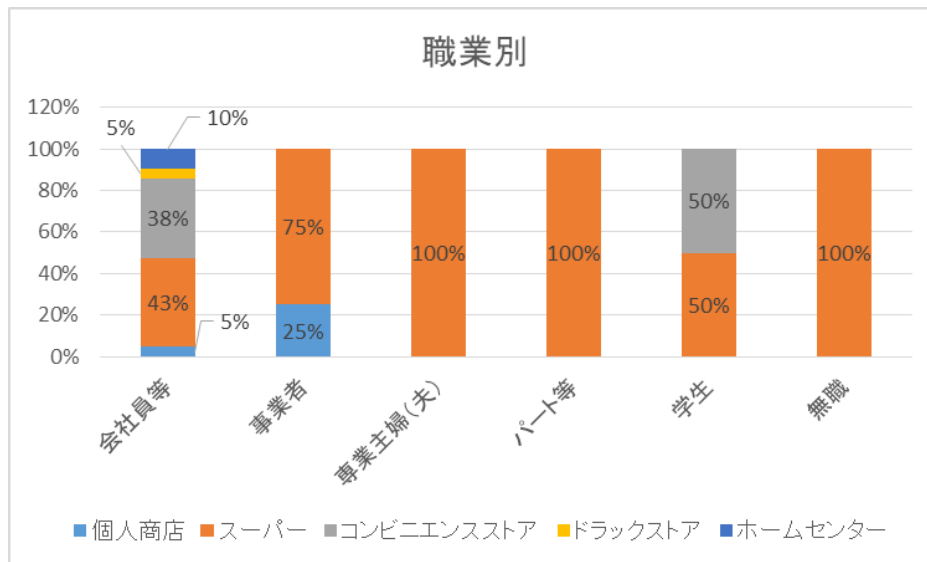
#### ◆男女別



男性、女性ともに「スーパー」と回答した割合が最も多かった。

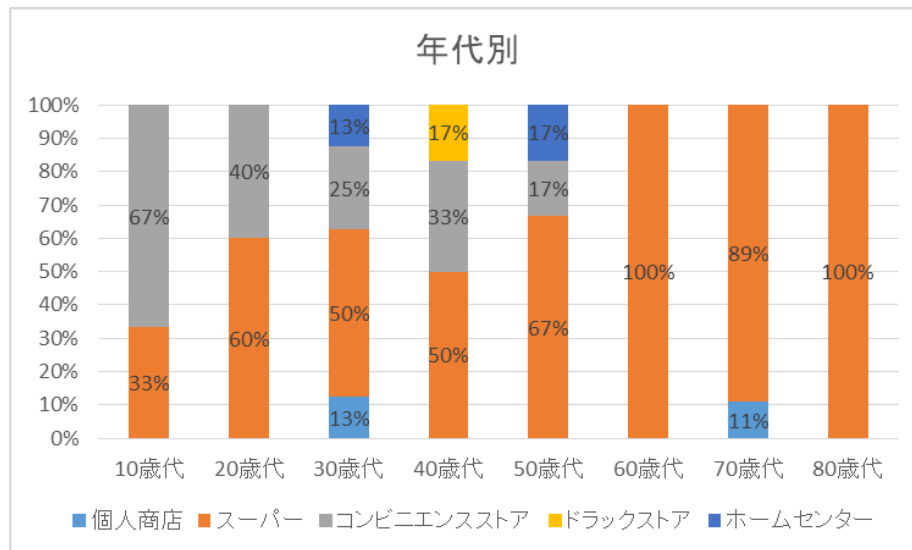
男性の回答結果をみると、「スーパー」が52%、「コンビニエンスストア」が26%、「個人商店」・「ホームセンター」がそれぞれ9%、「ドラッグストア」が4%であった。

## ◆職業別



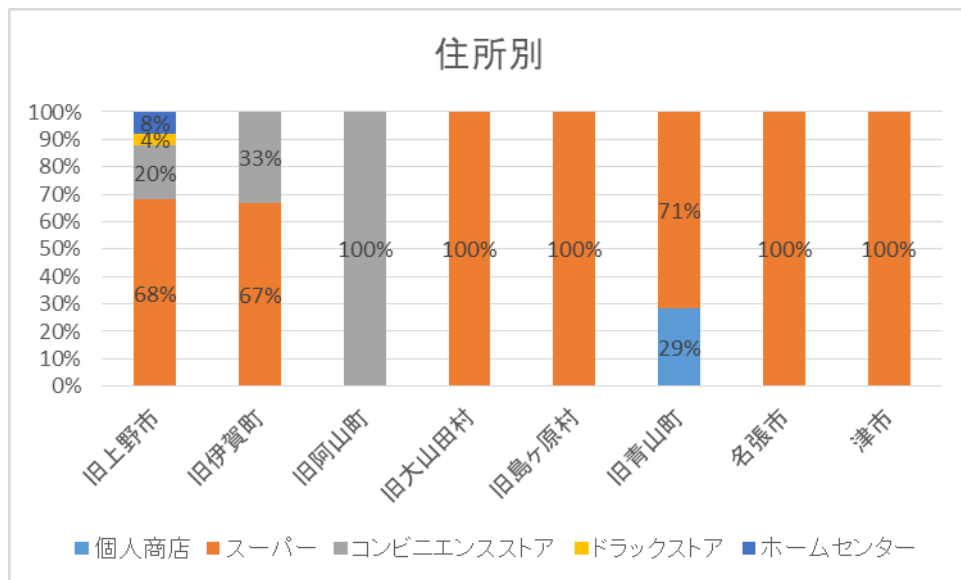
学生を除くそれぞれの職業において「スーパー」と回答した割合が最も多かった。専業主婦（主夫）、パート等、無職では全ての回答者が「スーパー」と回答した。学生をみると「スーパー」と「コンビニエンスストア」がそれぞれ50%と同数であった。会社員等をみると、「スーパー」が43%、「コンビニエンスストア」が38%、「ホームセンター」が10%、「個人商店」・「ドラッグストア」それぞれ5%であった。事業者をみると、「スーパー」が75%、「個人商店」が25%であった。

## ◆年代別



10歳代を除く全ての年代層において「スーパー」が最も多く回答された。10歳代では「コンビニエンスストア」が67%、「スーパー」が33%となった。60歳代と80歳代では全ての回答者が「スーパー」を選んだ。「個人商店」を選んだのは30歳代で13%、70歳代で13%であった。「ドラッグストア」を選んだのは40歳代で17%いた。

## ◆住所別



回答者を住所別にかけて分析を行った。

旧大山田村、旧島ヶ原村、名張市、津市に住む回答者は全て「スーパー」を選んだ。

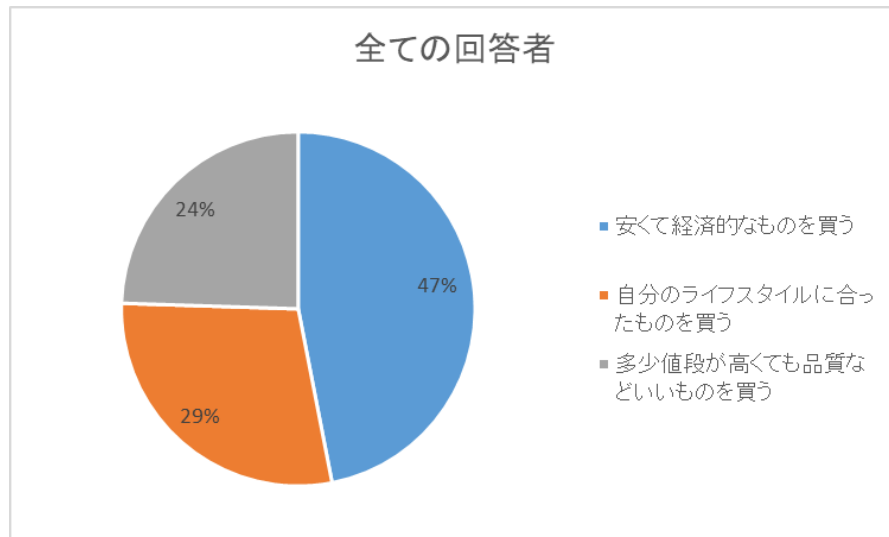
旧青山町に住む回答者のうち 71%が「スーパー」、29%が「個人商店」を選んだ。

旧阿山町に住む回答者は全て「コンビニエンスストア」を選んだ。

旧伊賀町に住む回答者のうち 3分の2が「スーパー」、3分の1が「コンビニエンスストア」を選んだ。

旧上野市に住む回答者のうち 68%が「スーパー」、20%が「コンビニエンスストア」、8%が「ホームセンター」、4%が「ドラッグストア」を選んだ。

#### 4 買い物に対する好みについて

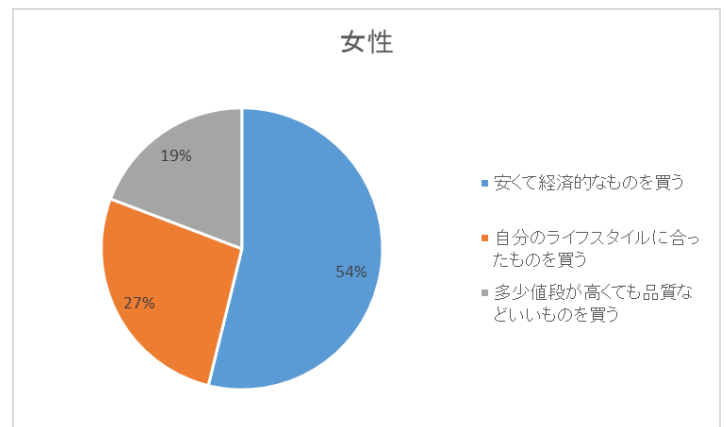
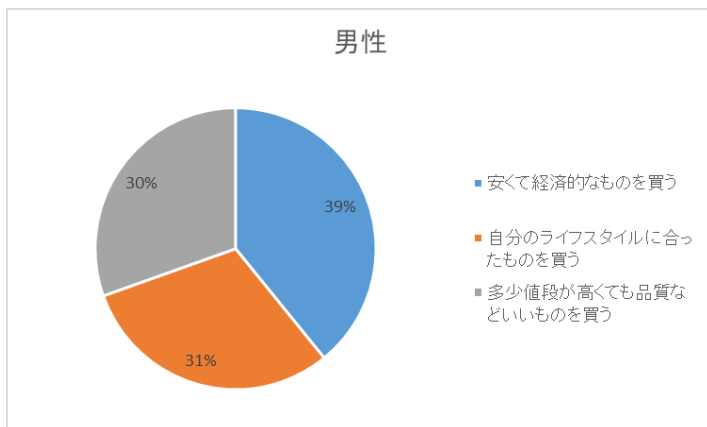


全ての回答者の内訳をみると、「安くて経済的なものを買う」が47%で最も多く回答され、次いで「自分のライフスタイルに合ったものを買う」が29%、「多少値段が高くても品質などいいものを買う」24%と続いた。

なお、「その他」の選択肢もあったが回答はなかった。

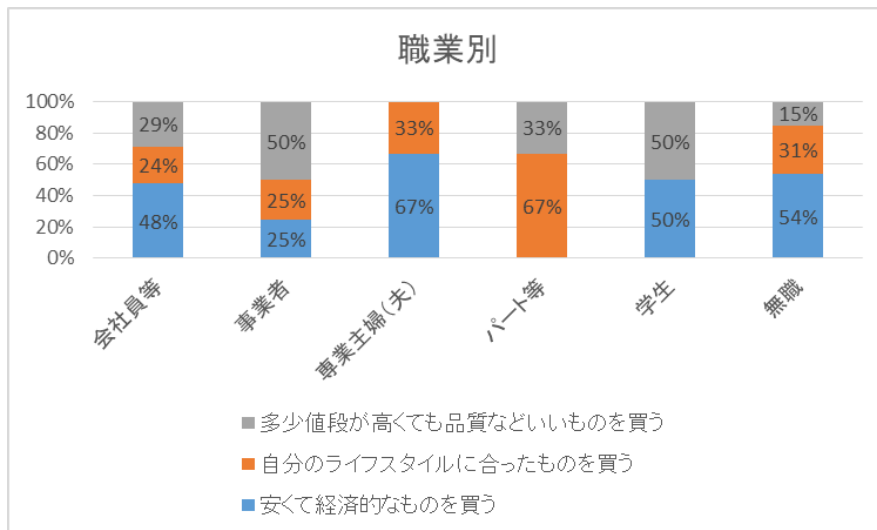
次に、クロス集計の結果、次の通りとなった。

#### ◆男女別



男性、女性とも「安くて経済的なものを買う」がそれぞれ39%、54%と最も多く回答された。男性では、次いで「自分のライフスタイルに合った

## ◆職業別

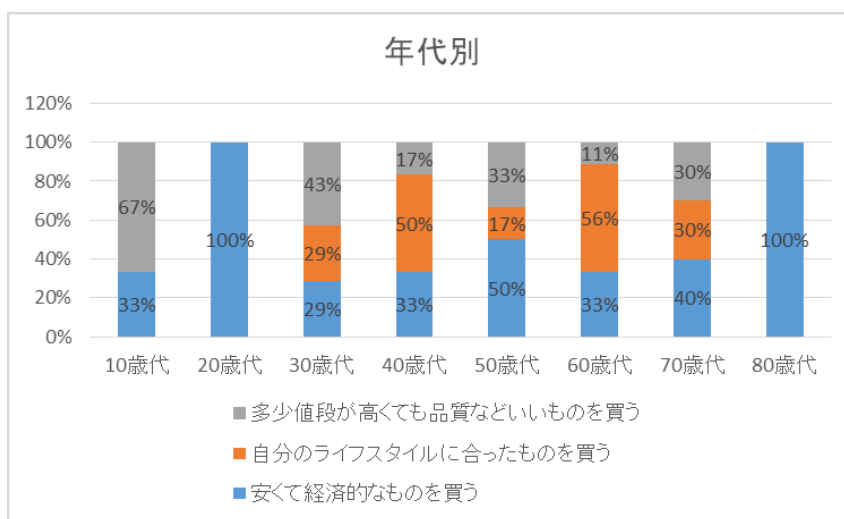


会社員等、専業主婦（主夫）、無職では「安くて経済的なものを買う」を選んだ割合が最も多かった。

事業者をみると「多少値段が高くても品質などいいものを買う」を選んだ割合が最も多く 50%であった。

パート等をみると「自分のライフスタイルに合ったものを買う」を選んだ割合が最も多く 67%であった。学生では「多少値段が高くても品質などいいものを買う」、「安くて経済的なものを買う」がそれぞれ 50%と同数であった。

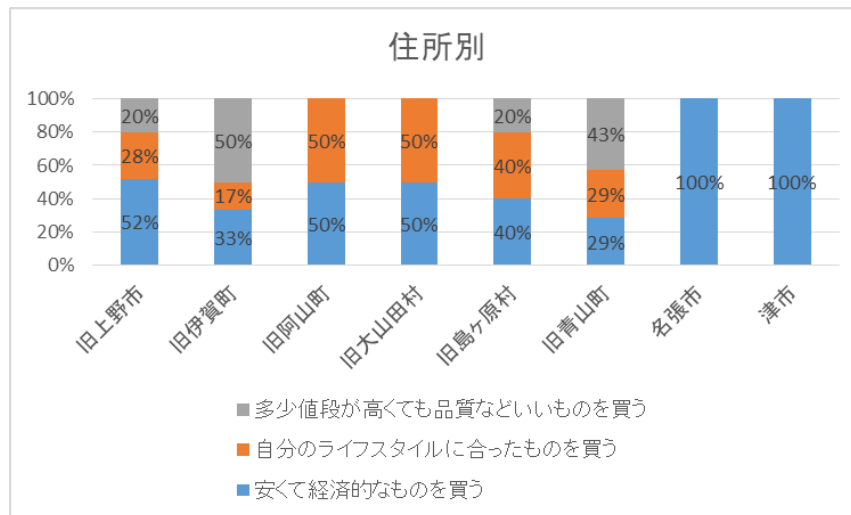
## ◆年代別



それぞれの年代ごとに最も回答された割合が多い選択肢をあげると、20歳代と80歳代のすべての回答者が「安くて経済的なものを買う」と回答した。10歳代の67%、30歳代の43%が「多少値段が高くても品質などいいものを買う」と回答した。

40歳代の50%、60歳代の56%が「自分のライフスタイルに合ったものを買う」と回答した。50歳代の50%、70歳代の40%が「安くて経済的なものを買う」と回答した。

## ◆住所別



回答者を住所別にかけて分析を行った。

名張市及び津市に住む回答者は全て「安くて経済的なものを買う」と回答した。

旧上野市に住む回答者の52%が「安くて経済的なものを買う」と回答した。

旧伊賀町に住む回答者の50%が「多少値段が高くても品質などいいものを買う」を選んだ。

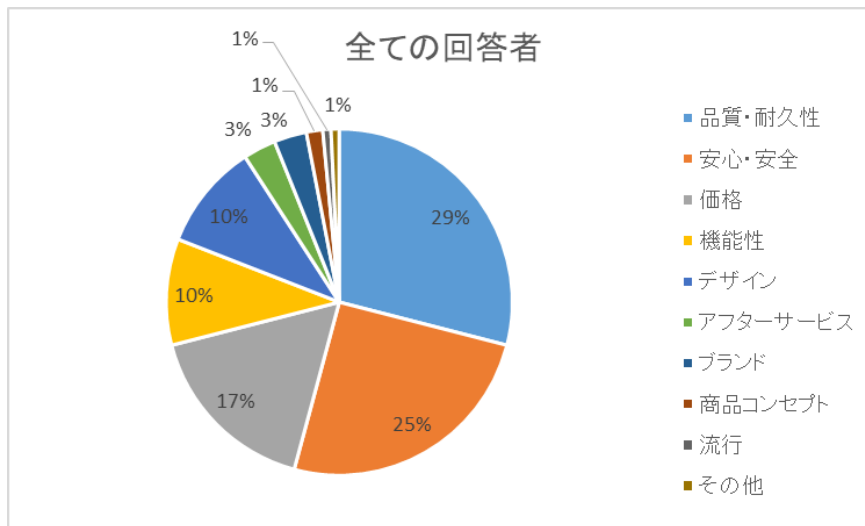
旧阿山町及び旧大山田村では「安くて経済的なものを買う」と「自分のライフスタイルに合ったものを買う」がそれぞれ50%と同数の回答であった。

旧島ヶ原村をみると「安くて経済的なものを買う」と「自分のライフスタイルに合ったものを買う」がそれぞれ40%占めている。

旧青山町をみると「安くて経済的なものを買う」と「自分のライフスタイルに合ったものを買う」がそれぞれ29%占めている。



5 こだわりの商品の買い物で重視することについて

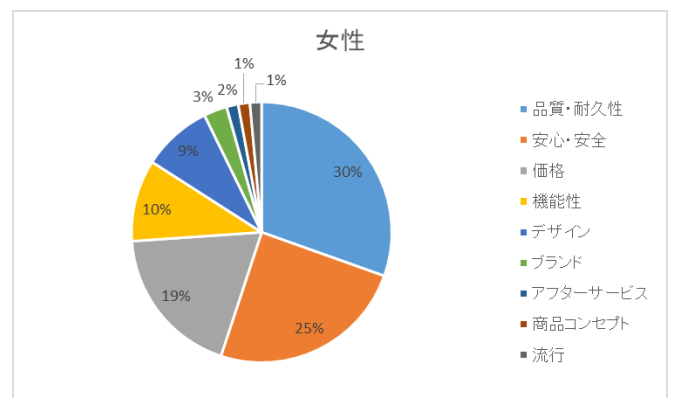
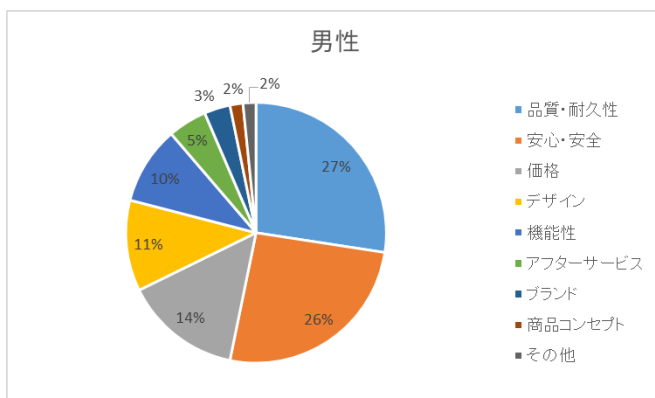


全ての回答者の内訳をみると、「品質・耐久性」が29%で最も多く回答され、次いで「安心・安全」が25%、「価格」が17%、「機能性」と「デザイン」が10%、「アフターサービス」と「ブランド」が3%、「商品コンセプト」、「流行」、「その他」が1%と続いた。

なお、「他では手に入らない」の選択肢もあったが回答はなかった。

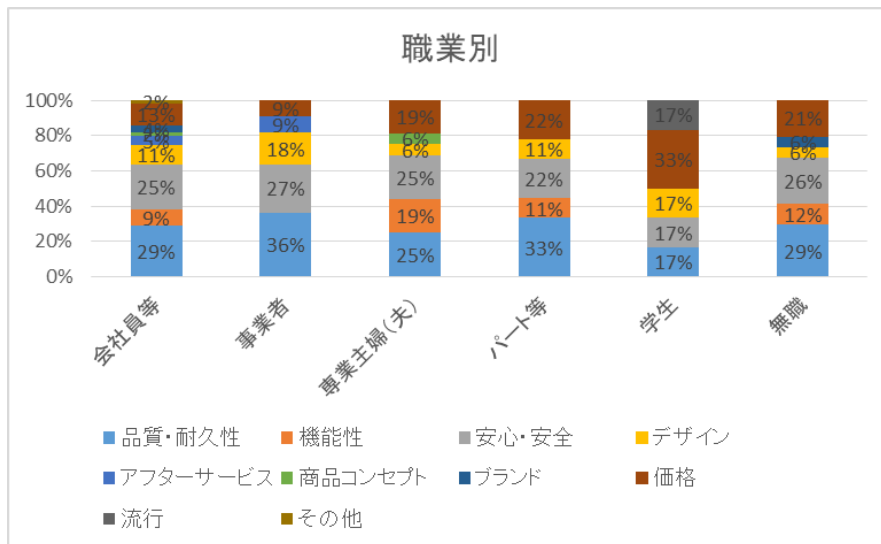
次に、クロス集計の結果、次の通りとなった。

◆男女別



男性、女性ともに「品質・耐久性」と回答した割合が最も多くそれぞれ27%、30%であった。男性では次いで「安心・安全」が26%、「価格」が14%、「デザイン」が11%と続いた。女性では次いで「安心・安全」が25%、「価格」が19%、「機能性」が10%と続いた。

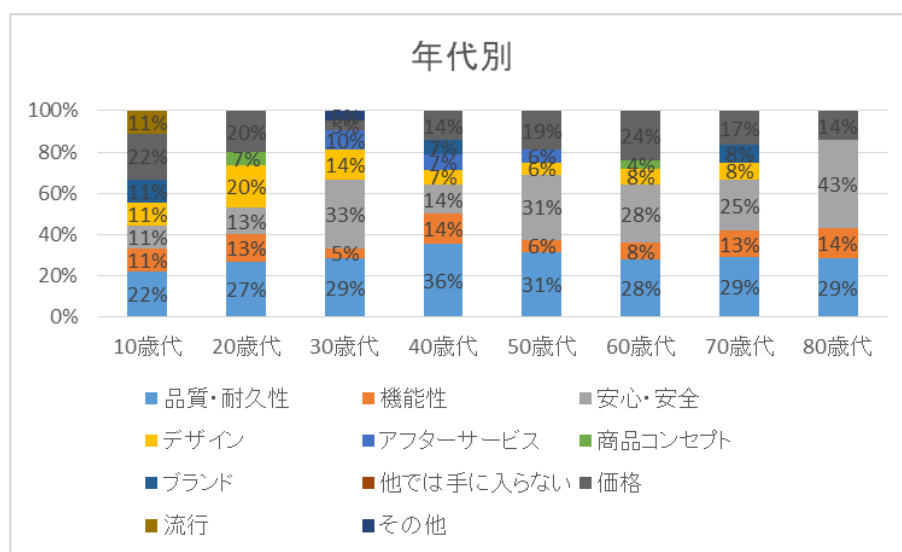
## ◆職業別



職業ごとに最も多く回答されたのを見ると、

会社員等では「品質・耐久性」が29%と最も多かった。事業者では「品質・耐久性」が36%と最も多かった。専業主婦（主夫）では「品質・耐久性」と「安心・安全」が25%同数で多かった。パート等では「品質・耐久性」が33%と最も多かった。学生では「価格」が33%と最も多く回答された。無職では「品質・耐久性」が29%と最も多かった。

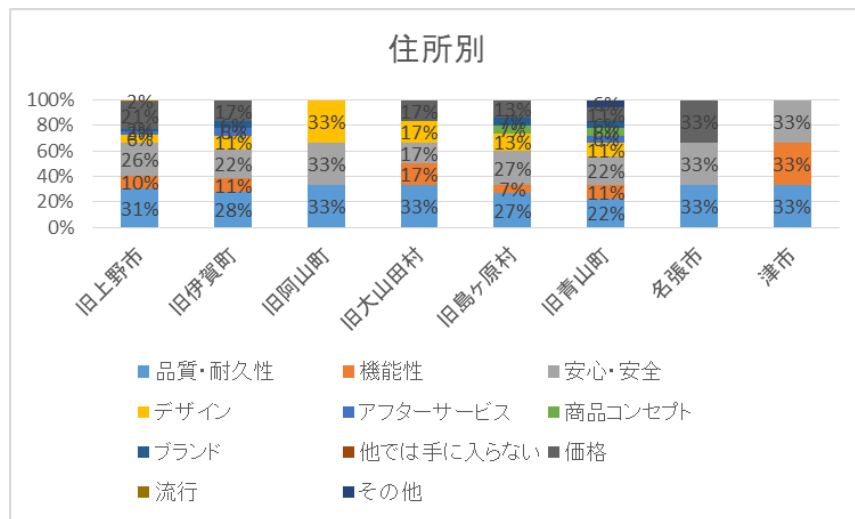
## ◆年代別



各年代について最も多く回答されたのを見ると、

10歳代では「品質・耐久性」と「安心・安全」がそれぞれ22%、20歳代では「品質・耐久性」が27%、30歳代では「安心・安全」が33%、40歳代では「品質・耐久性」が36%、50歳代では「品質・耐久性」が31%、60歳代では「品質・耐久性」と「安心・安全」がそれぞれ28%、70歳代では「品質・耐久性」が29%、80歳代では「安心・安全」が43%となった。

◆住所別



回答者の住所別にみると、

旧上野市、旧伊賀町、旧大山田村、旧島ヶ原村に住む回答者のうち最も多く回答されたものは「品質・耐久性」であった。

旧阿山町では「品質・耐久性」、「安心・安全」、「デザイン」が3分の1ずつと同数であった。

旧青山町では「品質・耐久性」、「安心・安全」がそれぞれ22%が多かった。

名張市に住む回答者は「品質・耐久性」、「安心・安全」、「価格」が3分の1ずつと同数であった。津市に住む回答者は「品質・耐久性」、「機能性」、「安心・安全」が3分の1ずつと同数であった。

## 4. まとめ

### 【調査を通して見えてきた需要動向、販路開拓等に向けた今後の方向性】

- 日常の買い物をするお店を選ぶ理由については全体の6割の人が「品揃えの豊富さ」、「値段の安さ」、「品質の良さ」のいずれかを重視していることがわかった。
  - 日常の買い物に出かける回数については「週に2～4回程度」と回答した人が全体の6割を占めている。男性より女性の方が買い物に出かける頻度が多いことがわかった。事業者、パート等と比較して専業主婦（主夫）、学生、無職の方が買い物の頻度が多いことがわかった。
  - 日常の買い物でよく利用するお店の種類では「スーパー」と「コンビニエンスストア」を合わせて全体の9割を占めた。「個人商店」で買い物する人が全体に対して少ないことがわかった。
  - 買い物の好みについて「安くて経済的なものを買う」が約5割を占めた。
  - こだわりの商品の買い物で重視することについて「品質・耐久性」、「安心・安全」、「価格」を合わせて全体の約7割を占めていた。
- 
- 買い物をするお店を選ぶ理由からお客様へどのように来店の動機づけをするかが重要になってくる。「商品のバリエーション」、「価格」、「品質」などどの部分を強化していくかが重要となる。
  - 日常の買い物でお客様の来店頻度を増やすことは難しいが「特典」や「割引」など集客を図る取り組みも必要と考えられる。
  - 「スーパー」や「コンビニエンスストア」は多くの方が日常的に利用しており、「個人商店」等が集客を図るために新たな取り組みを実施するなどお客様が来店したいと思える環境づくりが必要と考えられる。
  - 日常品、こだわりの商品ともに「価格」と「品質」を重視する割合が多かったことから、個々の事業所においては難しい場合もあるがサービスを付加するなどお客様の納得できる価格で質の良い商品を提供することが考えられる。