

(需要動向調査)

壬生町における消費者の 需要動向アンケート調査報告書

～平成 28 年度 伴走型小規模事業者支援推進事業～

平成 29 年 2 月

壬生町商工会

目次

回答者の属性.....	3
商品購入に対する意識.....	5
「食」についての購入基準.....	6
こだわりのある商品.....	7
こだわりのある商品に重視する要素.....	8
壬生町内店舗での購買経験.....	8
住宅需要動向.....	10

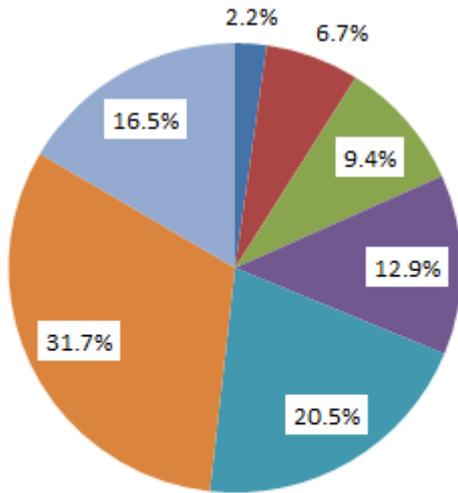
実施時期・方法

- 実施時期 : 第1回目 2017年1月13日(金) 9:00~14:00 平日
第2回目 2017年2月4日(土) 9:00~14:00 休日
- 調査対象者 : みぶハイウェイパークみらい館来場者
- 実施方法 : 調査員によるアンケート調査
第1回目 調査員2名
第2回目 調査員3名
- サンプル数 : 第1回目 n=80
第2回目 n=144

回答者の属性

【年代】

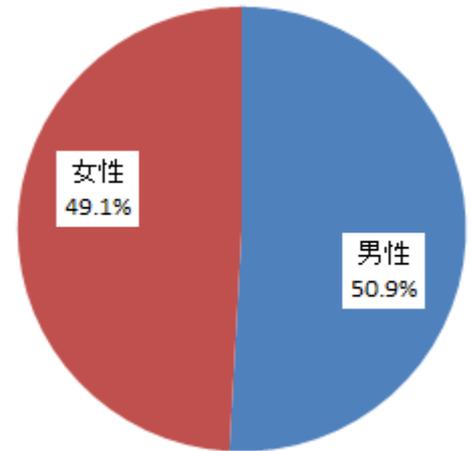
n=224



■ ~20歳 ■ 21~30歳 ■ 31~40歳 ■ 49~50歳
■ 51~60歳 ■ 61~70歳 ■ 71歳以上

【性別】

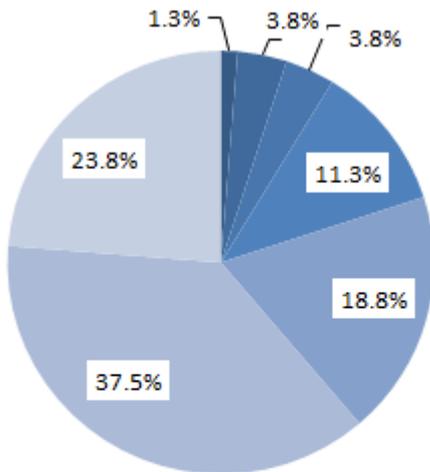
n=224



- ・ 年齢構成は、61~70歳が31.7%と最も多く、50代と60代の合計が約半数を占める。
- ・ 性別は、男性50.9%、女性49.1%とほぼ同数となっている。

【平日】

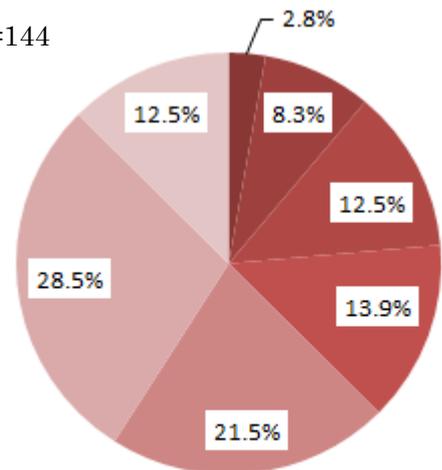
n=80



■ ~20歳 ■ 21~30歳 ■ 31~40歳 ■ 49~50歳
■ 51~60歳 ■ 61~70歳 ■ 71歳以上

【休日】

n=144

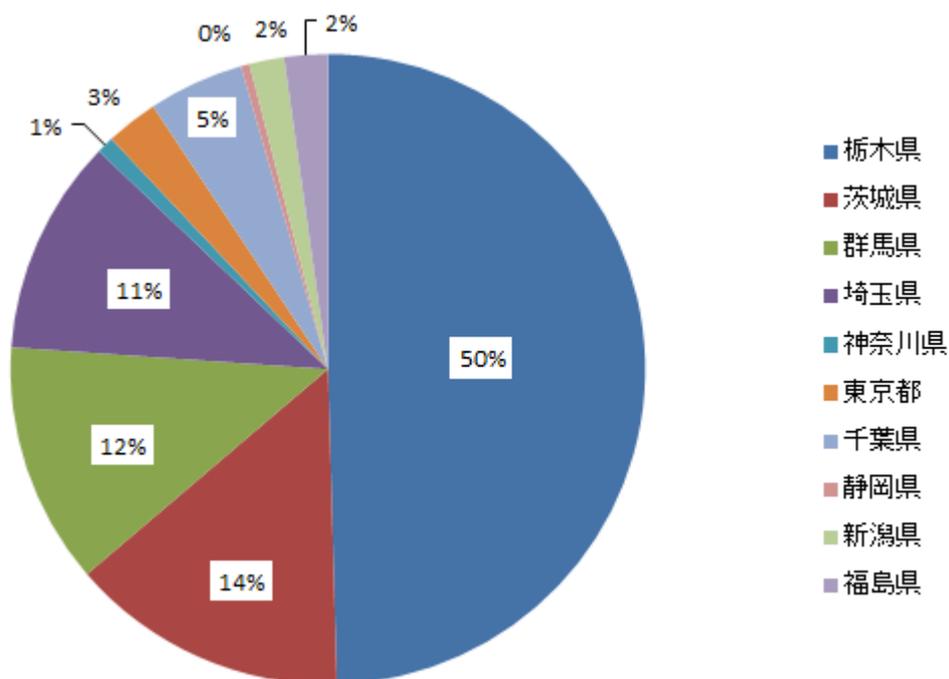


■ ~20歳 ■ 21~30歳 ■ 31~40歳 ■ 49~50歳
■ 51~60歳 ■ 61~70歳 ■ 71歳以上

- ・ 平日の年齢構成は、61~70代が37.5%を占め、61歳以上で約6割を占めている。
- ・ 休・祝日の年齢構成は、51~60歳の割合が平日に比べ増加している。

【居住地】

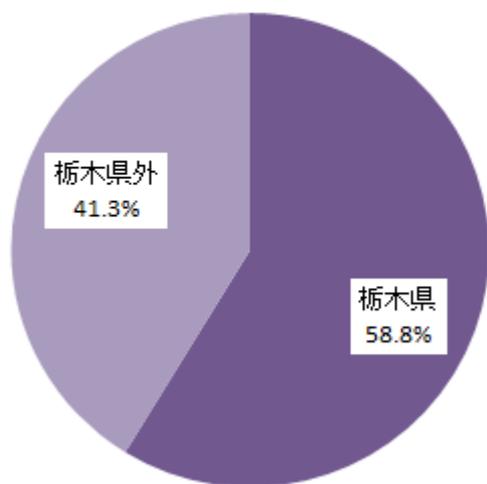
n=224



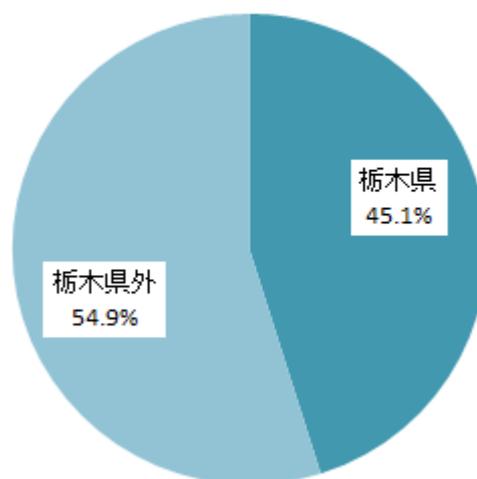
- 居住地は、栃木県在住者が50%。県外在住者が50%となった。

【栃木県・栃木県外別居住地】

平日

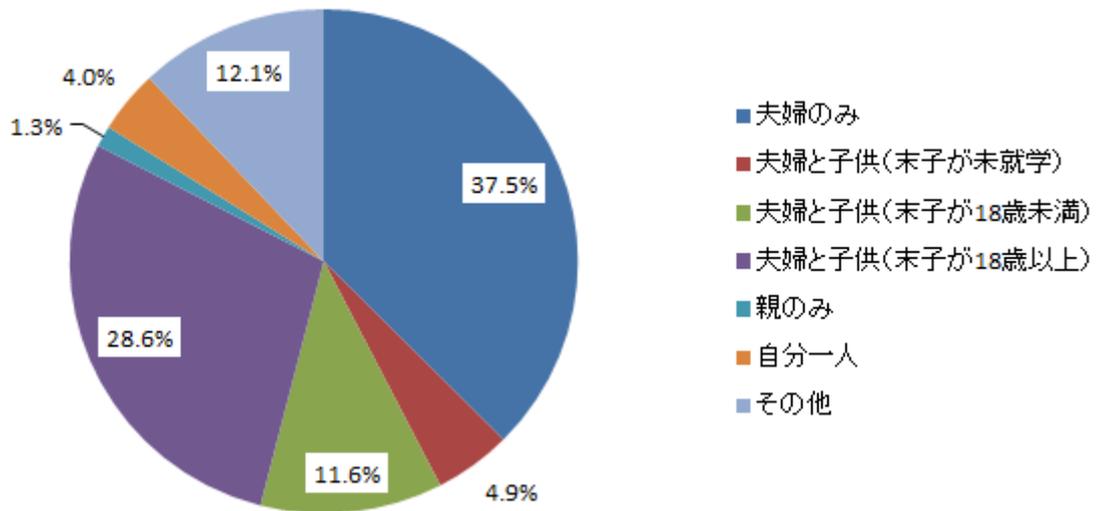


休日



- 平日の居住者比率は、栃木県在住者が約6割を占め、県外在住者が約4割となっている。
- 休・祝日の来場者は、栃木県在住者が約45%、県外在住者が約55%と県外在住者の方が県内在住者に比べ多くなっている。

【家族構成】

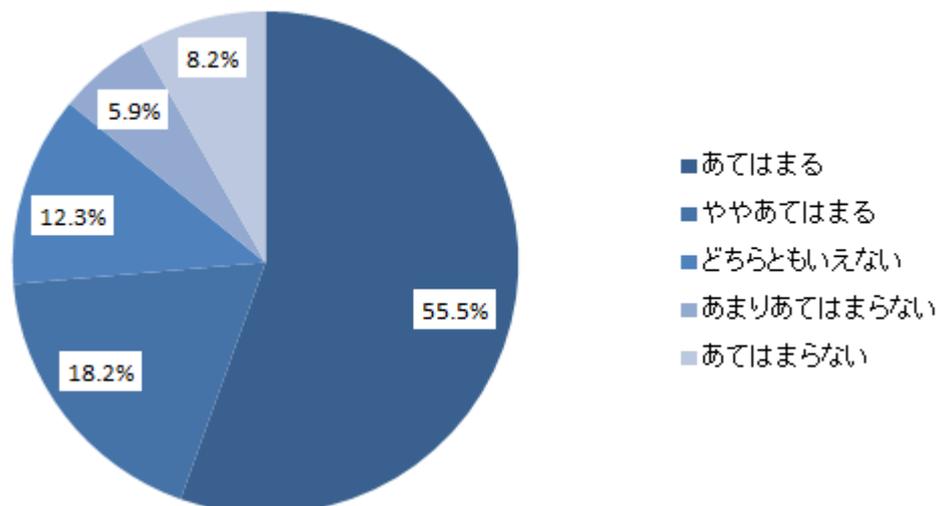


- ・ 家族構成では、「夫婦のみ」が37.5%と最も多く、次に「夫婦と子供（末子が18歳以上）」が続き「夫婦のみ」と「夫婦と子供（末子が18歳以上）」合わせて全体の約66%を占めている。

商品購入に対する意識

Q. あなたは、自分の「こだわり」のあるものなら価格が多少高くても購入しますか？

1. あてはまる 2. ややあてはまる 3. どちらともいえない 4. あまりあてはまらない 5. あてはまらない



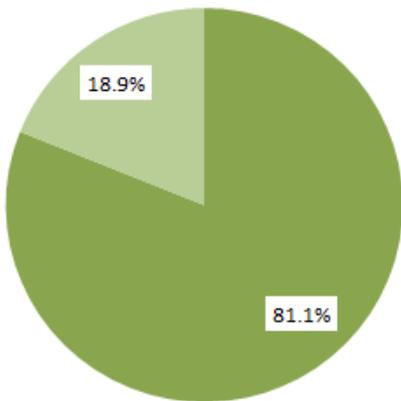
- ・ 「あてはまる」と「ややあてはまる」を合計すると73.7%となり、「こだわり」のある商品であれば多少高価でも購入するとの回答が大半を占めた。

「食」についての購入基準

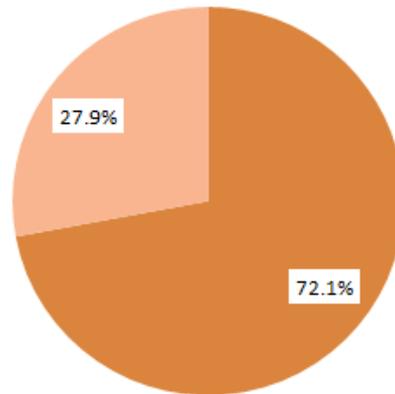
Q. 「食」についての購入をするときの基準を教えてください。

- 問 1. 1. より健康に良いものを選ぶ 2. 不健康でないものを選ぶ
 問 2. 1. 自分のライフスタイルに合わせて選ぶ 2. 自分のライフスタイルとは無関係である
 問 3. 1. 自分の体型、健康上の課題に合わせて選ぶ 2. 体型、健康上の課題とは無関係である
 問 4. 1. 「価格」より「こだわり」を重視 2. 「こだわり」より「価格」を重視

【問 1.】

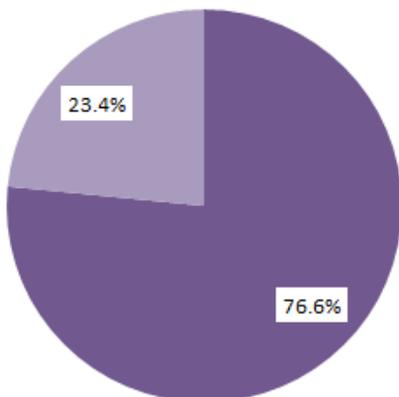


【問 2.】

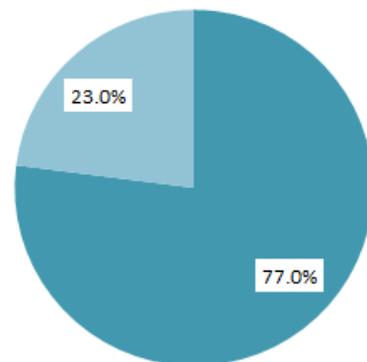


■より健康に良いものを選ぶ ■不健康でないものを選ぶ ■「価格」より「こだわり」を重視 ■「こだわり」より「価格」を重視

【問 3.】



【問 4.】



■自分のライフスタイルに合わせて選ぶ ■自分のライフスタイルとは無関係である
 ■自分の体型、健康上の課題に合わせて選ぶ ■健康上の課題とは無関係である

- 問 1 から問 4 の全ての回答において積極的な購入基準の割合が 7 割以上となった。みぶハイウェイパークみらい館への来場者は、「食」の購入に関しては高い「こだわり」を持っていると推測される。

こだわりのある商品

Q. 以下の商品について、あなたはどの程度こだわりますか？

問1. 家具・インテリア

1. こだわる 2. ややこだわる 3. どちらともいえない 4. あまりこだわらない 5. こだわらない

問2. 衣類（ファッション）

1. こだわる 2. ややこだわる 3. どちらともいえない 4. あまりこだわらない 5. こだわらない

問3. 電化製品（TV、PC等）

1. こだわる 2. ややこだわる 3. どちらともいえない 4. あまりこだわらない 5. こだわらない

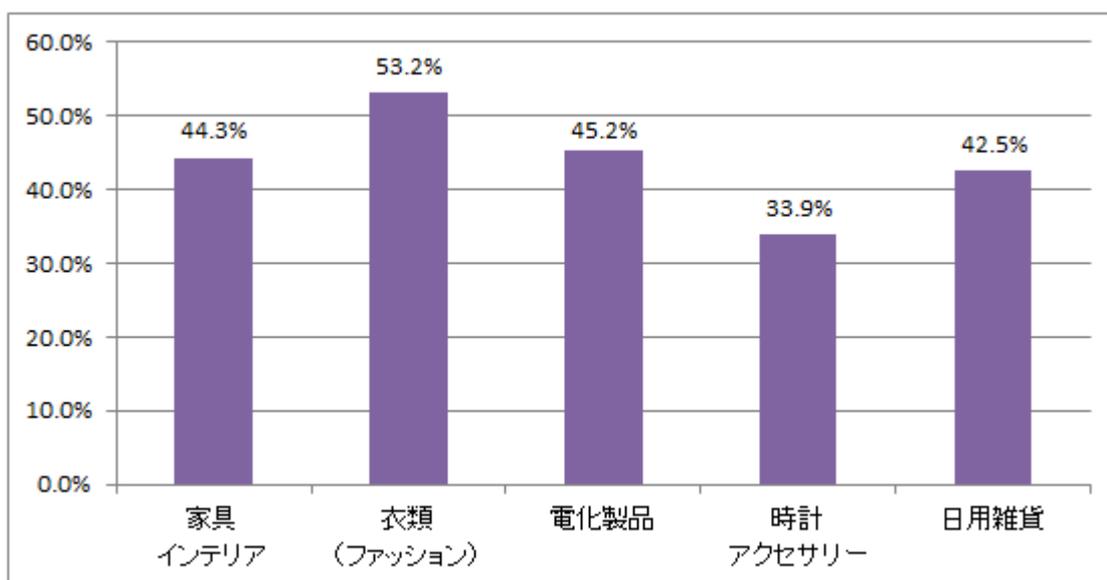
問4. 時計・アクセサリー

1. こだわる 2. ややこだわる 3. どちらともいえない 4. あまりこだわらない 5. こだわらない

問5. 日用雑貨

1. こだわる 2. ややこだわる 3. どちらともいえない 4. あまりこだわらない 5. こだわらない

【各商品の「こだわる」および「ややこだわる」の合計割合】

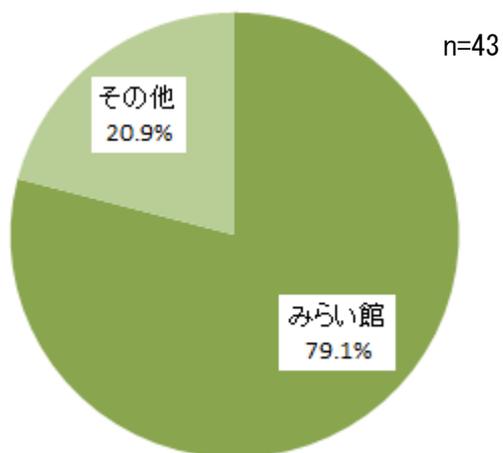


- ・ 「こだわる」および「ややこだわる」の合計割合として、最も多い商品は衣類（ファッション）の53.2%であり、次に電化製品の45.2%となっている。
- ・ 本調査であげた商品に関しては、50%を上回った商品は衣類（ファッション）のみであった。

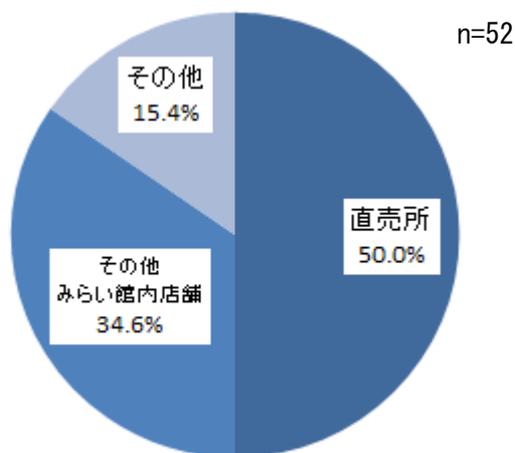
Q. あなたが壬生町内の店舗でこだわって購入している商品があれば教えてください。

店舗名 () 商品名 ()
購入理由 ()

【購入店舗名】



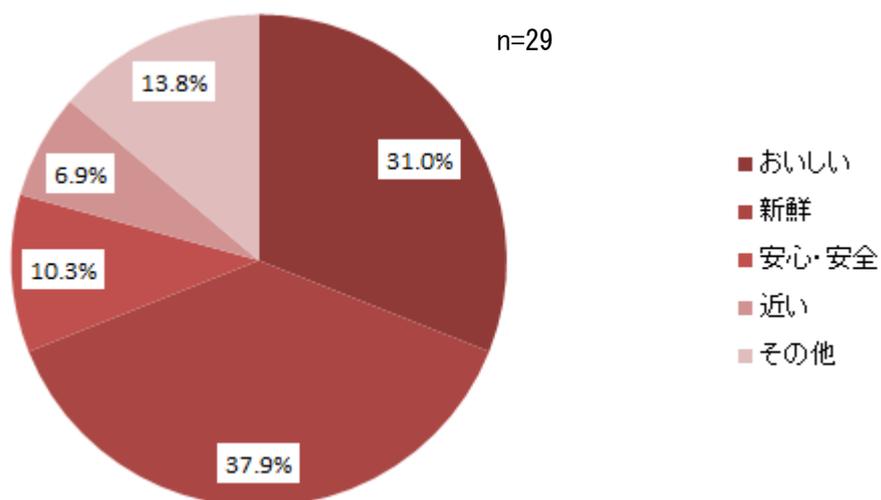
【購入商品】



注：店舗名のみ回答や商品名のみ回答があるためサンプル数が異なる。

- ・ 購入店舗として「みぶハイウェイパークみらい館」との回答が約8割を占めた。
- ・ 購入商品では「みぶハイウェイパークみらい館」内店舗でも「直売所」で扱う商品が5割、「直売所」以外での「みぶハイウェイパークみらい館」内店舗で扱う商品が36.4%となった。
- ・ 「その他」では、壬生町内の中・小規模店舗の回答となっている。

【購入理由】

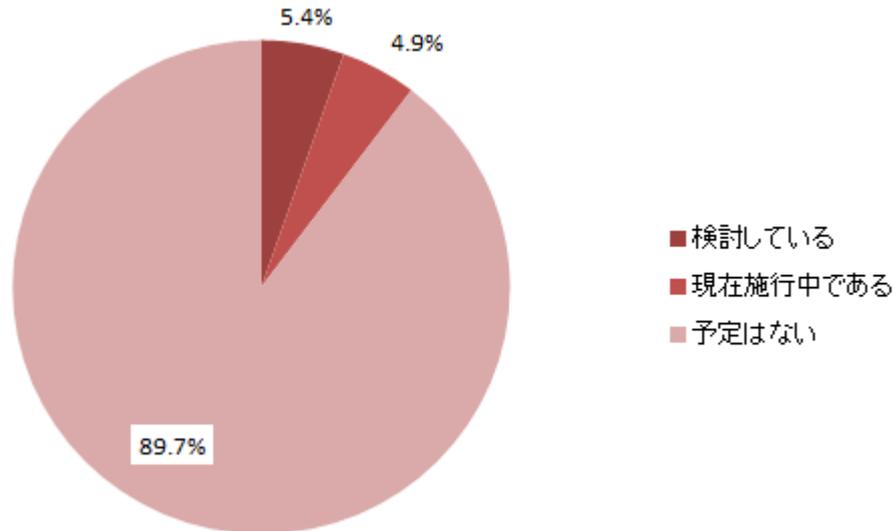


- ・ 購入理由では、「新鮮」との回答が37.9%と最多となり、次いで「おいしい」が31.0%となった。

住宅需要動向

Q. 現在、新築の購入または住宅のリフォームを検討していますか？

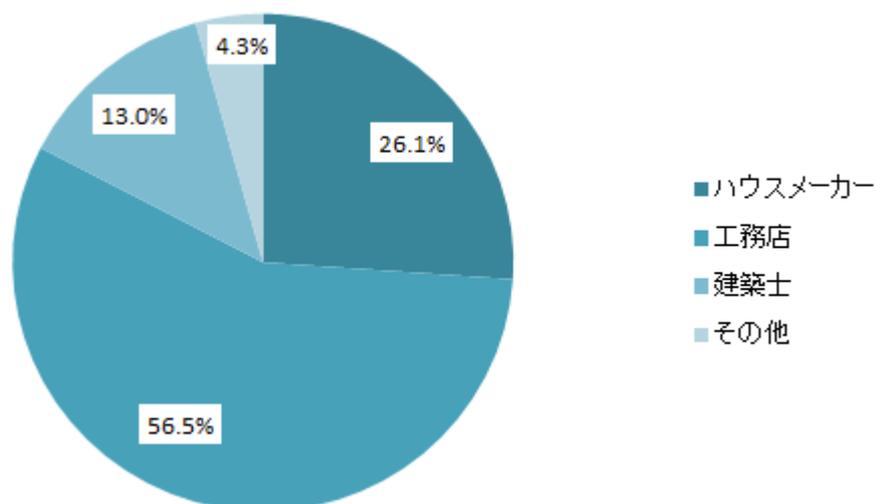
1. 検討している 2. 現在施行中である 3. 予定はない



- ・ みぶハイウェイパークみらい館来場者で住宅の新築・リフォームを「検討している」と回答した人は、5.4%。「現在施行中」と回答した人は、4.9%となった。みぶハイウェイパークみらい館来場者の6割以上を50歳以上の世代で占めていることが要因の一つと推測される。
- ・ 「検討している」「現在施行中」と回答した人で「新築」の検討・施行中と回答した割合は0%となり、「リフォーム」の検討・施行中が100%となった。

Q. 新築・リフォームを検討する際に最初に相談する相手は誰ですか？または、誰に相談しましたか？

1. ハウスメーカー 2. 工務店 3. 建築士 4. その他



- ・ 最初に相談する相手として、最も多かった回答は「工務店」で56.5%、次いでハウスメーカーの26.1%となった。

【作成・監修】

フィクサス・コンサルティング株式会社
中小企業診断士 大橋 文彦