

令和2年11月27日

需要動向調査 消費者向け商品・サービス(BtoC)に対する需要調査

令和2年11月調査報告 丸森町商工会

(丸森町消費者動向アンケート調査)

1. 収集期間・収集対象者

- ・令和2年11月4日～11月13日
- ・丸森町在住者（町内で勤務されている方）

2. 調査数

- ・男性24名、女性9名 計33名

アンケート設問ごとの回答結果

<回答者の属性>

問1. 回答者(該当する番号に○を付けてください)

- ・性別・年齢（1. 10代の回答は0人であった）

年齢区分 性別	2. 20代	3. 30代	4. 40代	5. 50代	6. 60代 以上	計 (人)
1. 男性	3	7	4	6	4	24
2. 女性	1	0	3	2	3	9
計(人)	4	7	7	8	7	33
構成比	12.1%	21.2%	21.2%	24.3%	21.2%	100%

問2. 世帯の状況(該当する番号に○を付けてください)

- ・住まいの地区 (人)

1. 丸森	2. 金山	3. 筆甫	4. 大内	5. 小齋	6. 館矢間	7. 大張	8. 耕野	計 (人)
12	6	0	5	0	8	2	0	33
36.4%	18.2%	0%	15.2%	0%	24.2%	6%	0%	100%

- ・家族構成 (人)

1. 单身	2. 夫婦	3 2世代(親子等)	4. 3世代(親子孫等)	5. その他	計 (人)
6	1	17	9	0	33
18.2%	3%	51.5%	27.3%	0%	100%

<買物動向や意識>

あなたのご家族(世帯全体)の普段のお買物動向や意識についてお聞きします。

コロナウイルス感染症(以下コロナと言う)拡大防止の為、宮城県の緊急事態宣言が発令された5月7日の前後での違いについてお聞きします。

問3. コロナ前はお買物などをするのは、どのくらいの頻度でしたか。

頻度 商品分類	1. 毎日	2. 週に二回以上	3. 週に一回程度	4. 月に一回程度	5. 二・三ヶ月に一回程度	6. 半年に一回程度	7. 年に一回程度	8. 利用しない
①食料品	△	◎	○					
②日用雑貨・日用衣料品など			○	◎	△			
③婦人服・紳士服・靴・かばんなど				○	◎	◎		
④家電・家具・インテリア用品など						△	◎	○
⑤外食			○	◎	△			
⑥理容・美容				○	◎			△

◎：最大回答比率区分、○：最大に次ぐ回答比率区分、△：◎、○以外で有意の回答区分

①食料品は、週に二回以上 51.5%、週に一回程度 36.3%。

②日用雑貨・日用衣料品などは、月に一回程度 45.4%、週に一回程度 39.3%。

③婦人服・紳士服・靴・かばんなどは、二・三ヶ月に一回程度と半年に一回程度 27.2%、月に一回程度 24.2%。

④家電・家具・インテリア用品などは、年に一回程度 42.4%、利用しない 24.2%。

⑤外食は、月に一回程度 45.4%、週に一回程度 24.2%。

⑥理容・美容は、二・三ヶ月に一回程度 60.6%、月に一回程度 21.2%。

問4. コロナ後はお買物などをするのは、どのくらいの頻度になりましたか。

頻度 商品分類	1. 毎日	2. 週二 回以上	3. 週一 回程度	4. 月に一 回程度	5. 二・三 ヶ月に一 回程度	6. 半年に 一回程度	7. 年に一 回程度	8. 利用し ない
①食料品	△	○	◎					
②日用雑貨・日用衣料品 など			◎	○	△			
③婦人服・紳士服・靴・ かばんなど				○	○	◎		
④家電・家具・インテリア 用品など						△	◎	○
⑤外食			△	○	◎			
⑥理容・美容				○	◎			△

◎：最大回答比率区分、○：最大に次ぐ回答比率区分、△：◎、○以外で有意の回答区分

①食料品は、週に一回程度 48.4%、週に二回以上 39.3%。

②日用雑貨・日用衣料品などは、週に一回程度 42.4%、月に一回程度 39.3%。

③婦人服・紳士服・靴・かばんなどは、半年に一回程度 36.3%、月に一回程度と二・三ヶ月に一回程度 21.2%。

④家電・家具・インテリア用品などは、年に一回程度 36.3%、利用しない 30.3%。

⑤外食は、二・三ヶ月に一回程度 33.3%、月に一回程度 30.3%。

⑥理容・美容は、二・三ヶ月に一回程度 57.5%、月に一回程度 18.1%。

●食料品の買い物頻度の間隔が長くなり、日用雑貨等の買い物頻度の間隔が短くなっている。コロナの影響により一度の外出で、多くの買い物を済ませようとしつつ、在宅時間の増加で日用品の消耗が多くなっていると思われる。洋服や家電、外食、理容、美容は不要不急の外出に含まれない為、コロナ後は減少傾向である。

問5. コロナ前はお買物などをするのは、主にどのようなところですか(商品分類ごとに1つ)

買物場所 商品分類	1. 町内個人店舗	2. 町内スーパー	3. 町内コンビニ	4. 町外	5. 移販販売	6. 通信販売・ネット販売	7. 利用しない
①食料品		◎		○			
②日用雑貨・日用衣料品など		○		◎			
③婦人服・紳士服・靴・かばんなど				◎		○	
④家電・家具・インテリア用品など				◎			○
⑤外食	○			◎			
⑥理容・美容	○			◎			

◎：最大回答比率区分、○：最大に次ぐ回答比率区分

①食料品は、町内スーパー63.6%、町外24.2%。

②日用雑貨・日用衣料品などは、町外51.5%、町内スーパー39.3%。

③婦人服・紳士服・靴・かばんなどは、町外78.7%。

④家電・家具・インテリア用品などは、町外78.7%。

⑤外食は、町外72.7%。

⑥理容・美容は、町外60.6%、次に町内個人店舗21.2%。

問6. コロナ後はお買物などをするのは、主にどのようなところですか(商品分類ごとに1つ)

買物場所 商品分類	1. 町内個人店舗	2. 町内スーパー	3. 町内コンビニ	4. 町外	5. 移販販売	6. 通販販売・ネット販売	7. 利用しない
①食料品		◎		○			
②日用雑貨・日用衣料品など		○		◎			
③婦人服・紳士服・靴・かばんなど				◎		○	
④家電・家具・インテリア用品など				◎			○
⑤外食	○			◎			
⑥理容・美容	○			◎			

◎：最大回答比率区分、○：最大に次ぐ回答比率区分

- ①食料品は、町内スーパー72.7%、町外18.1%。
- ②日用雑貨・日用衣料品などは、町外48.4%、町内スーパー42.4%。
- ③婦人服・紳士服・靴・かばんなどは、町外63.6%。
- ④家電・家具・インテリア用品などは、町外63.6%。
- ⑤外食は、町外63.6%。
- ⑥理容・美容は、町外57.5%、次に町内個人店舗27.2%。

●コロナ前後でも買物場所は町内スーパー又は町外で買物される利用者が多く、町内個人店舗は非常に少ない。

コロナ後 家計やお買物等、消費への影響について。

問7. コロナ後に消費について意識していることで当てはまるものはありますか。

(複数回答可) (回答数の多い順)

衛生用品(マスク、消毒用アルコール、トイレットペーパー等)を多めに購入している。 **36.5%**

生活必需品の予備分を買いだめしている。 **17.5%**

在宅生活に備え、食料品を買いだめしている。(インスタント・レトルト、冷凍食品、米やパン等) **14.3%**

趣味や娯楽のために使うお金を控えている。(外食やレジャーを含む) **14.3%**

特に変化はない。 **14.3%**

在宅生活に備え、本や雑誌、家電(モバイル等含む)等を購入した。 **3.1%**

問8. コロナ後のネットショッピング・通信販売の利用頻度について。

1. 利用機会が増えた。21.9%
2. 利用機会は変わらない、もしくは減った。59.4%
3. ネットショッピング・通信販売を利用しない。18.7%

問9. 購入した商品はどのようなものですか。(複数回答可)

順位	1	2	3
回答比率	37.8%	13.3%	11.1%
商品	衣服・靴・アクセサリ	家電	本・雑誌

問10. ネットショッピングを利用する理由は。(複数回答可)

順位	1	2	3
回答比率	21.1%	19.3%	17.5%
理由	安い商品が多いから	入手しにくい商品でも購入できるから	品揃えが豊富だから

問11. ネットショッピングを利用しない理由は。(複数回答可)

順位	1	2	2
回答比率	53.8%	15.4%	15.4%
理由	現物を確かめたい	セキュリティが不安	情報が多すぎる

ネットショッピングに関して、利用している割合が高く、普段の買い物で困っている面や不満に感じている、店舗の遠さや品揃えを補う為に利用していると推測出来る。

コロナの影響が大きく反映している訳ではなく普段から大きく変化は無いと思われる。

逆に利用していない理由からは、店舗での買い物へ安心・安全を求めていると推測される。

＜生活サービスの希望＞

問12. コロナ禍の現在、今後どのようなサービスを希望しますか。(複数回答可)

順位	回答比率 (全体比)	希望サービス
1	36.1%	健康維持
2	22.2%	その他
3	16.6%	買い物代行
4	11.1%	交歓場所 (喫茶・軽食等)
5	5.6%	教育学習 (学習塾・習い事)
5	5.6%	託児所
7	2.8%	食事配達
8	0%	娯楽

健康維持の希望が多く、次いで買い物代行が多かった。

その他の中には「特に希望しない」も含んでいる。

問13. 丸森町の特産品といえば、なにとおもいますか (最も重要なもの1つ)

＜食品＞

順位	回答比率 (全体比)	特産品 (食品) の種類
1	30.3%	へそ大根
2	27.3%	たけのこ
2	27.3%	干柿
4	9.1%	米
5	3.0%	凍み豆腐
5	3.0%	ヤーコン

＜食品以外＞

順位	回答比率 (全体比)	特産品 (食品以外) の種類
1	42.0%	和紙
2	16.1%	わら細工
2	16.1%	まゆ加工品
2	16.1%	その他 (分からない含む)
5	6.5%	竹炭
6	3.2%	織物

問14. 特産品の購入頻度は、どのくらいですか。(1つに○を付けてください)

順位	1	2	3	4	4
頻度区分	1年に1回	無回答	2~3月に1回	月に1回	半年に1回
回答比率(全体比)	66.7%	18.2%	9.1%	3.0%	3.0%

問15. 特産品一品の購入価格は、どのくらいですか。(1つに○を付けてください)

順位	1	2	3	5	5
価格帯区分	500円~1,000円	1,000円~2,000円	無回答	500円以下	2,000円以上
回答比率(全体比)	39.4%	30.3%	15.1%	9.1%	6.1%

<町内事業所や商工会への意見・要望(抜粋)>

現在コロナ渦で大変な時期にありますが、今後また神明神社のお祭りを以前のようにとは言いませんが町のイベントとしてやってほしい。齋理屋敷は観光目的が主であり町民が主のものでないから。

やまゆり商品券取扱店、多くして下さい。(利用出来る店が少ないです)

やまゆり商品券を使用出来る店舗を増やしてほしい。