

令和7年度

くろかわ商工会
地域消費者アンケート結果

くろかわ商工会

くろかわ商工会 地域消費者アンケート

(1) 調査目的

本調査は割増商品券がもたらす経済効果や購買活動における消費者マインド等について調査を行い公開する事で、管内事業者がマーケットインの視点にたった経営を検討する機会となるべく実施。

なお、本調査の実施にあたっては、割増商品券事業参加店の協力の基、商品券利用者を対象に調査を行った。

(2) 調査対象地域

大和町・大郷町・大衡村

(3) 調査方法

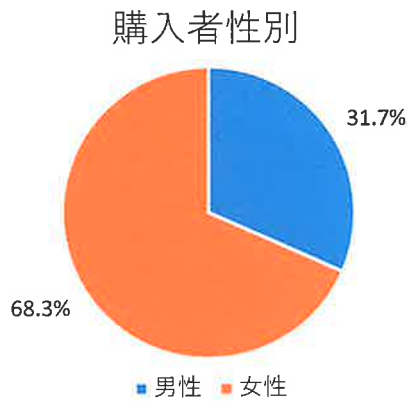
割増商品券参加事業所において、商品券利用者を対象にアンケート調査票による定量調査により実施。

なお、調査結果については、地域の状況が把握できるよう地域別に取りまとめを行った。

購入者基本情報1

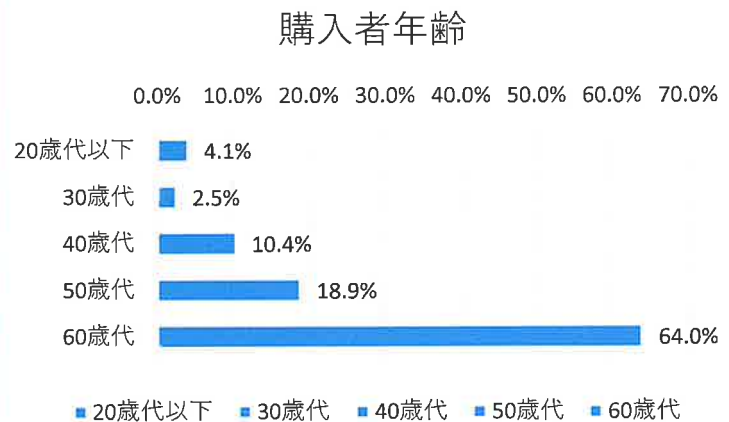
(1) ①購入者の性別について

購入者性別		
性別	回答数	回答率
男性	102	31.7%
女性	220	68.3%
合計	322	100%



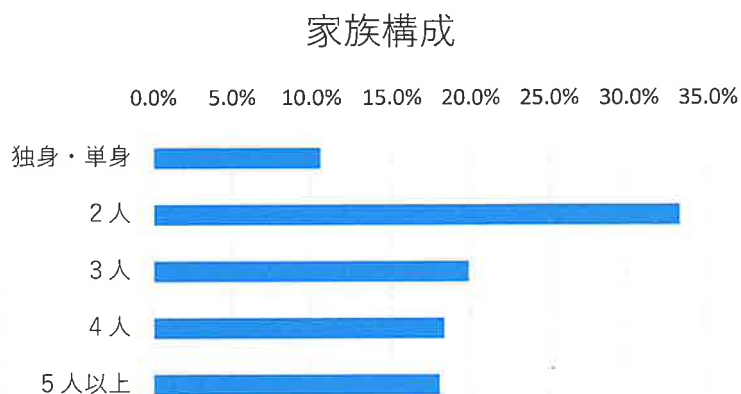
(1) ②商品券購入者の年齢について

購入者年齢		
年齢	回答数	回答率
20歳代以下	13	4.1%
30歳代	8	2.5%
40歳代	33	10.4%
50歳代	60	18.9%
60歳代	203	64.0%
合計	317	100%



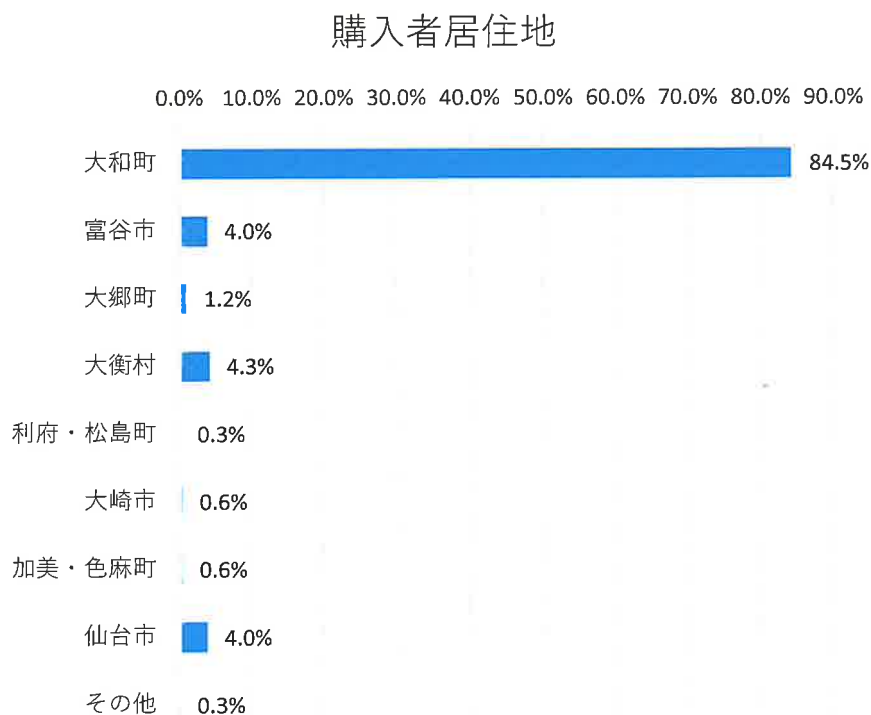
(2) 商品券購入者の家族構成について

家族構成		
	回答数	回答率
独身・単身	34	10.6%
2人	107	33.2%
3人	64	19.9%
4人	59	18.3%
5人以上	58	18.0%
合計	322	100%



(3) 購入者居住地

居住地		
地域	回答数	回答率
大和町	273	84.5%
富谷市	13	4.0%
大郷町	4	1.2%
大衡村	14	4.3%
利府・松島町	1	0.3%
大崎市	2	0.6%
加美・色麻町	2	0.6%
仙台市	13	4.0%
その他	1	0.3%
合計	323	100.0%



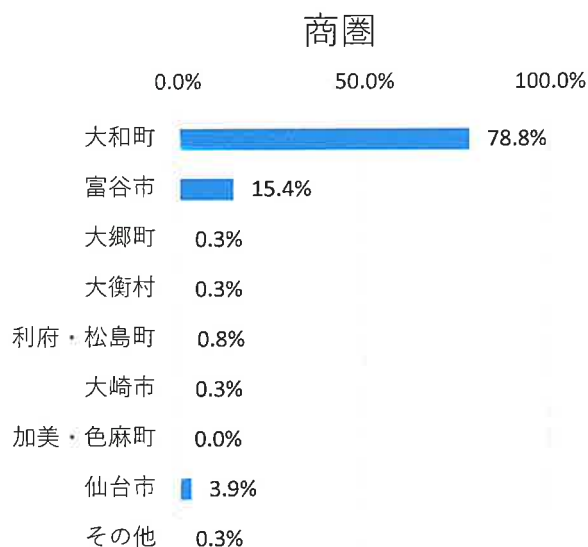
<その他内訳>

栗原市 1

購入者基本情報3

(4) 普段買物をするエリアについて（複数回答）

商圈		
地域	回答数	回答率
大和町	282	78.8%
富谷市	55	15.4%
大郷町	1	0.3%
大衡村	1	0.3%
利府・松島町	3	0.8%
大崎市	1	0.3%
加美・色麻町	0	0.0%
仙台市	14	3.9%
その他	1	0.3%
合計	358	100.0%



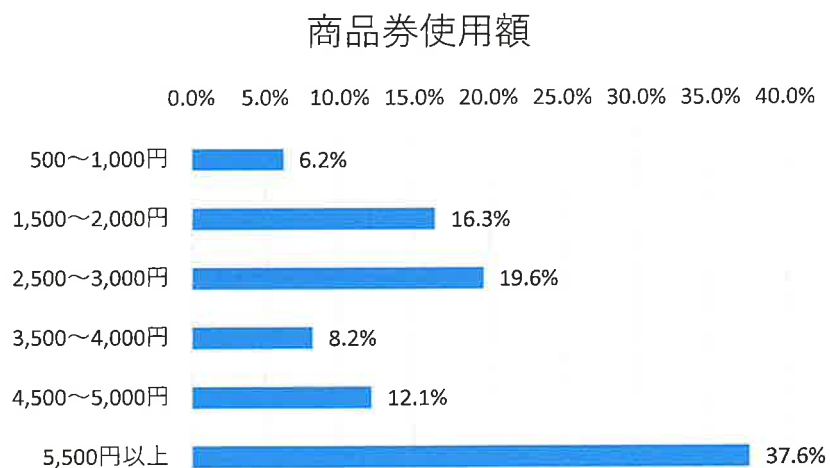
<その他内訳>

大崎市古川、栗原市築館

商品券の使用状況1

(5) 買物1回当りの商品券使用金額について

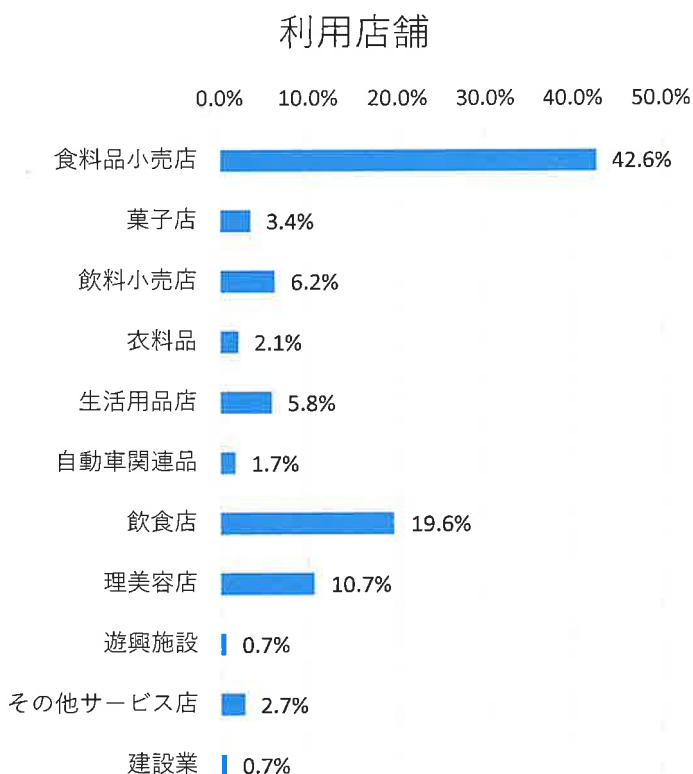
1回当りの商品券使用金額		
金額	回答数	回答率
500～1,000円	19	6.2%
1,500～2,000円	50	16.3%
2,500～3,000円	60	19.6%
3,500～4,000円	25	8.2%
4,500～5,000円	37	12.1%
5,500円以上	115	37.6%
合計	306	100%



1回の買物で使用される商品券の額は、「5,500円以上」が37.6%と最も多い割合となっており、次いで「2,500～3,000円」の19.6%、「1,500～2,000円」の16.3%となっている。
 なお「5,500円以上」と回答した方の主な利用先は「食料品小売店(29)」「飲食店(19)」「酒・飲料小売店(8)」となっており、長引く物価高の影響を受けて『食』に関係する支出額が増えているものと思料される。その他では、「理美容店(15)」「燃料販売店(8)」となっており、生活に関連する店舗の利用も増えているものと思料される。

(6) 商品券等の利用店舗

利用店舗		
購入品目	回答数	回答率
食料品小売店	124	42.6%
菓子店	10	3.4%
飲料小売店	18	6.2%
衣料品	6	2.1%
生活用品店	17	5.8%
自動車関連品	5	1.7%
飲食店	57	19.6%
理美容店	31	10.7%
遊興施設	2	0.7%
その他サービス店	8	2.7%
建設業	2	0.7%
その他	11	3.8%
合計	291	100%



<その他内訳>

①燃料代(灯油、ガス)	9
②スポーツ	1
③肥料	1

商品券の使用先として最も多かったのは、「食料品小売店」の42.6%、次いで「飲食店」の19.6%であった。

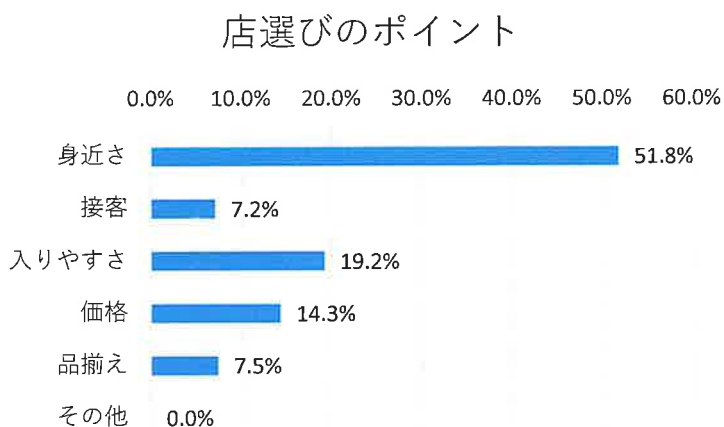
今年度も衣食住のなかの『食』に使用された割合が最も多く「飲食料品小売店」「飲食店」「菓子店」を含めると71.8%と7割を占める結果となった。

職以外では「理美容店」が、昨年度の5.2%から10.7%と約2倍に増加しており、生活に欠かせない業種での使用が多いことが思料される。

購買活動の状況

(7) 普段の買物における店選びのポイントについて

店選びのポイント		
項目	回答数	回答率
身近さ	159	51.8%
接客	22	7.2%
入りやすさ	59	19.2%
価格	44	14.3%
品揃え	23	7.5%
その他	0	0.0%
合計	307	100%



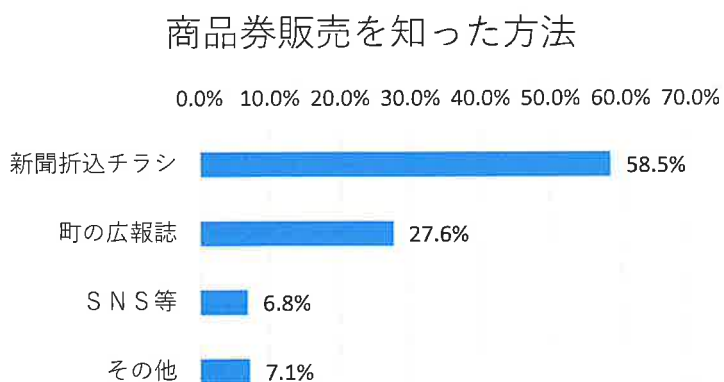
店選びのポイントについては「身近さ」が51.8%と最も多く、次いで「入りやすさ」が19.2%、「価格」が14.3%となった。

アンケート協力者の64.0%(約2/3)が60歳代以上ということもあり、地元志向で地域に根ざした店舗が好まれている要因であると思料される。

商品券事業について

(8) 商品券販売を知った方法について

商品券販売を知った方法		
エリア	回答数	回答率
新聞折込チラシ	172	58.5%
町の広報誌	81	27.6%
SNS等	20	6.8%
その他	21	7.1%
合計	294	100.0%



<その他内訳>

- ①友人・知人 11
- ②店頭(ポスター等) 5
- ③口コミ 2
- ④毎回購入 3

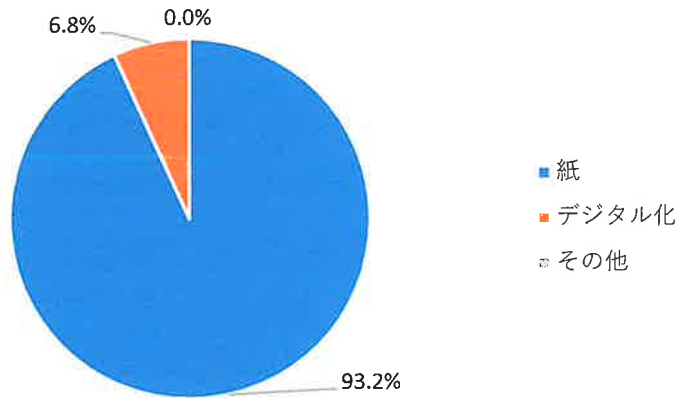
回答結果では「新聞折込チラシ」が最も多い58.5%となった。

それ以外の周知方法にも満遍なく回答が入っていることから、今後も様々な周知方法を検討していく必要がある。

(9) 商品券の発行媒体について

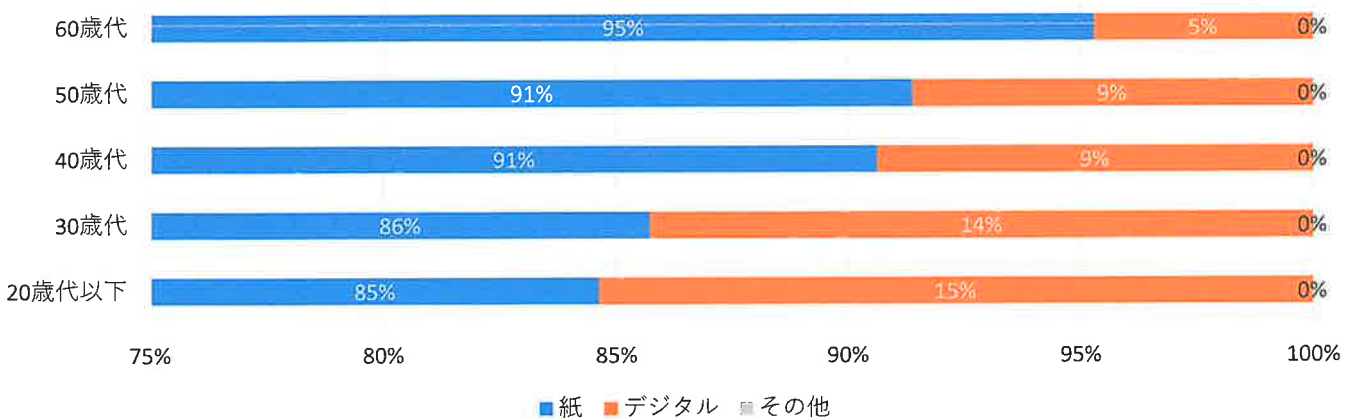
希望する発行媒体

発行媒体		
項目	回答数	回答率
紙	288	93.2%
デジタル化	21	6.8%
その他	0	0.0%
合計	309	100.0%



年齢	購入者年齢別発行媒体希望者数			希望割合		
	紙	デジタル	その他	紙	デジタル	その他
20歳代以下	11	2	0	85%	15%	0%
30歳代	6	1	0	86%	14%	0%
40歳代	29	3	0	91%	9%	0%
50歳代	53	5	0	91%	9%	0%
60歳代	182	9	0	95%	5%	0%
合計	281	20	0			

購入者年齢別発行媒体希望割合



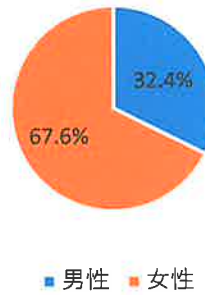
全年代を通して「紙媒体」を求める回答が多かったが、デジタル化を求める回答が昨年度(6.2%)から0.6%上昇しているとともに、全年代で割合も増えている。この結果より、徐々にデジタル化を求める方が増えているものと思料されることから、今後はデジタル化についての検討も必要と思われる。

購入者基本情報1

(1) ①購入者の性別について

購入者性別		
性別	回答数	回答率
男性	11	32.4%
女性	23	67.6%
合計	34	100%

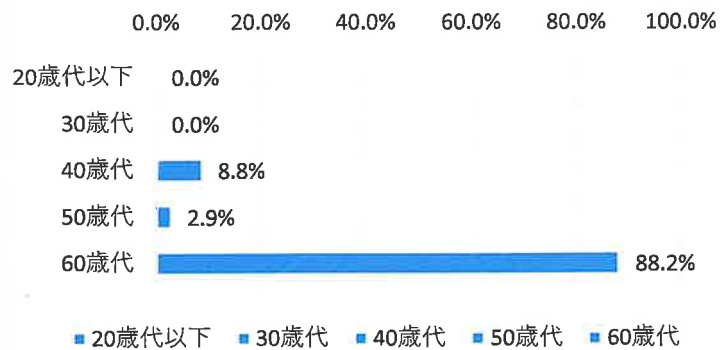
購入者性別



(1) ②商品券購入者の年齢について

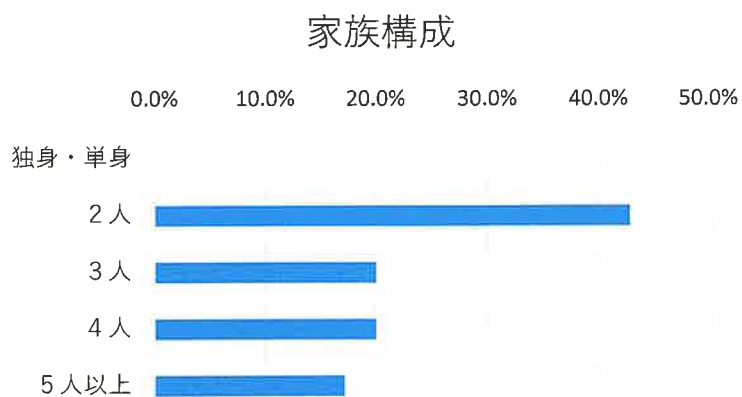
購入者年齢		
年齢	回答数	回答率
20歳代以下	0	0.0%
30歳代	0	0.0%
40歳代	3	8.8%
50歳代	1	2.9%
60歳代	30	88.2%
合計	34	100%

購入者年齢



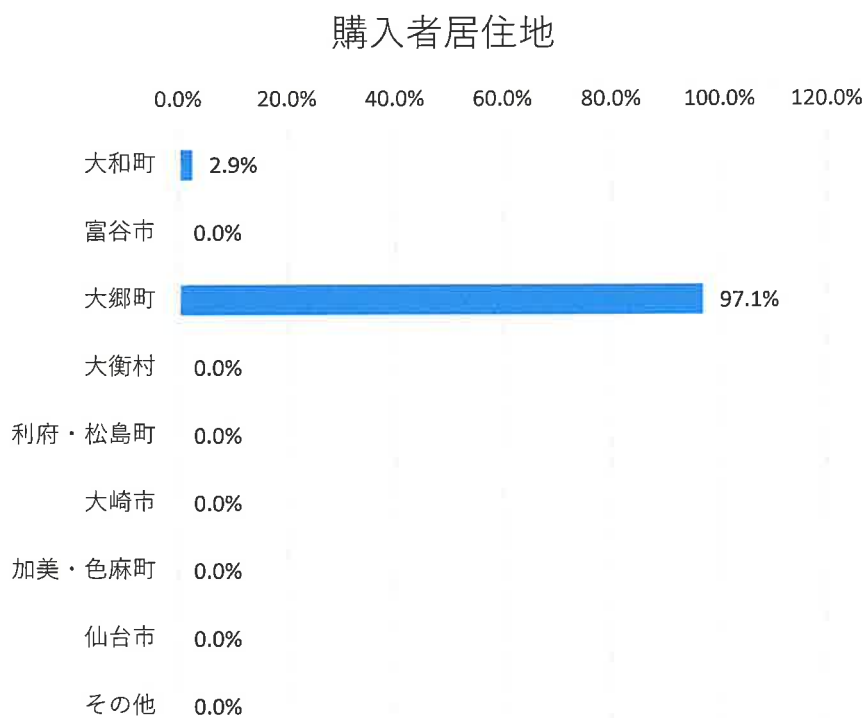
(2) 商品券購入者の家族構成について

家族構成		
	回答数	回答率
独身・単身	0	0.0%
2人	15	42.9%
3人	7	20.0%
4人	7	20.0%
5人以上	6	17.1%
合計	35	100%



(3) 購入者居住地

居住地		
地域	回答数	回答率
大和町	1	2.9%
富谷市	0	0.0%
大郷町	34	97.1%
大衡村	0	0.0%
利府・松島町	0	0.0%
大崎市	0	0.0%
加美・色麻町	0	0.0%
仙台市	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	35	100.0%

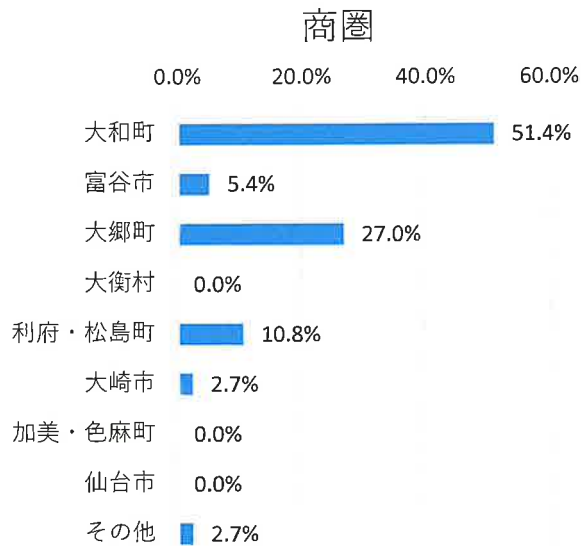


<その他内訳>

購入者基本情報 3

(4) 普段買物をするエリアについて (複数回答)

商圈		
地域	回答数	回答率
大和町	19	51.4%
富谷市	2	5.4%
大郷町	10	27.0%
大衡村	0	0.0%
利府・松島町	4	10.8%
大崎市	1	2.7%
加美・色麻町	0	0.0%
仙台市	0	0.0%
その他	1	2.7%
合計	37	100.0%



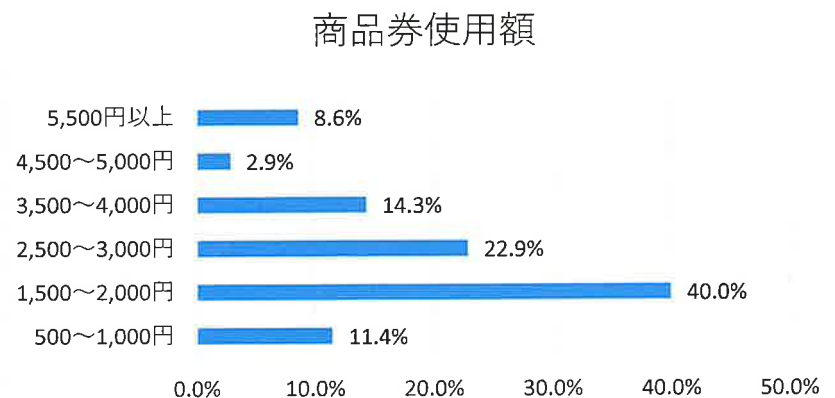
<その他内訳>

- ①塩釜市

商品券の使用状況 1

(5) 買物1回当りの商品券使用金額について

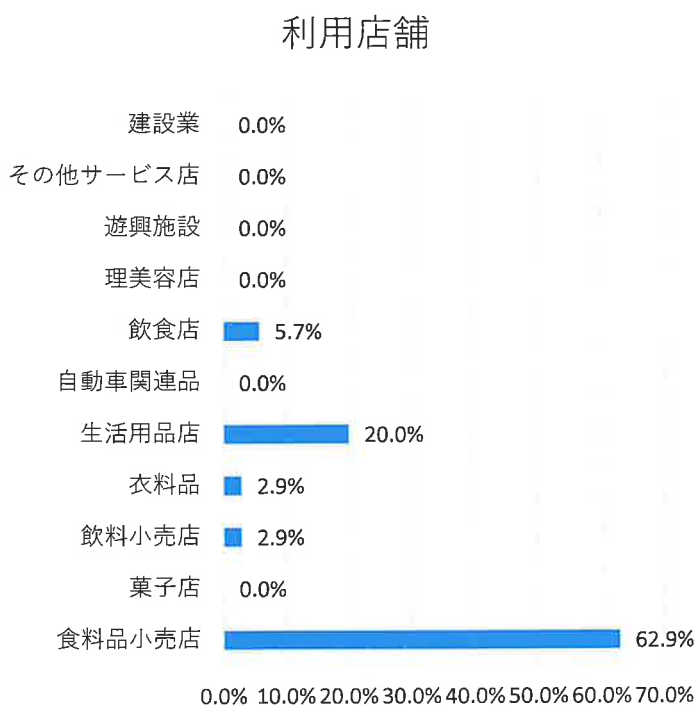
1回当りの商品券使用金額		
金額	回答数	回答率
500~1,000円	4	11.4%
1,500~2,000円	14	40.0%
2,500~3,000円	8	22.9%
3,500~4,000円	5	14.3%
4,500~5,000円	1	2.9%
5,500円以上	3	8.6%
合計	35	100%



1回の買物で使用される商品券の額は、「1,500~2,000円」が40.0%と最も多い割合となっており、次いで「2,500~3,000円」の22.9%、「3,500~4,000円」の14.3%となっている。
 なお「1,500~2,000円」と回答した方の主な利用先は「食料品小売店(10)」「生活雑貨等小売業(3)」「酒・飲料小売店(1)」となっており、長引く物価高の影響を受けて生活に直結する支出に利用されているものと思料される。

(6) 商品券等の利用店舗

利用店舗		
購入品目	回答数	回答率
食料品小売店	22	62.9%
菓子店	0	0.0%
飲料小売店	1	2.9%
衣料品	1	2.9%
生活用品店	7	20.0%
自動車関連品	0	0.0%
飲食店	2	5.7%
理美容店	0	0.0%
遊興施設	0	0.0%
その他サービス店	0	0.0%
建設業	0	0.0%
その他	2	5.7%
合計	35	100%



<その他内訳>

①薬店

商品券の使用先として最も多かったのは、「食料品小売店」の62.9%、次いで「生活雑貨等小売店」の20.0%であった。

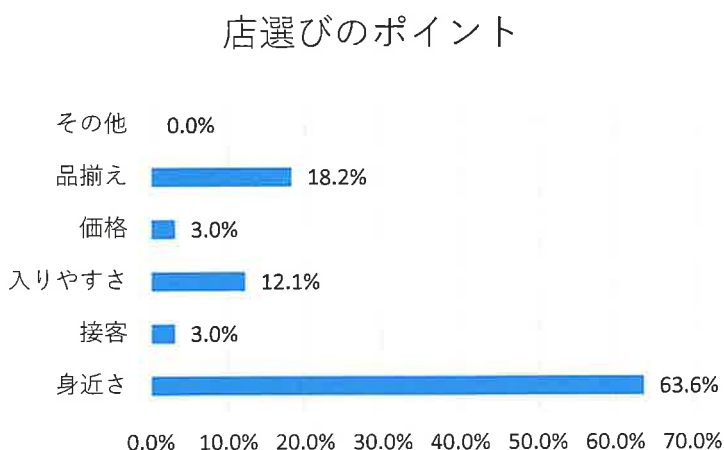
今年度も衣食住のなかの『食』に使用された割合が多く「飲食料品小売店」「飲食店」「酒・飲料小売店」を含めると71.4%と約7割を占める結果となった。

要因として、円安などによる長引く原油・物価高騰の影響を受け、生活をする上で欠かせない商品に多く使用されていると史料される。

購買活動の状況

(7) 普段の買物における店選びのポイントについて

店選びのポイント		
項目	回答数	回答率
身近さ	21	63.6%
接客	1	3.0%
入りやすさ	4	12.1%
価格	1	3.0%
品揃え	6	18.2%
その他	0	0.0%
合計	33	100%



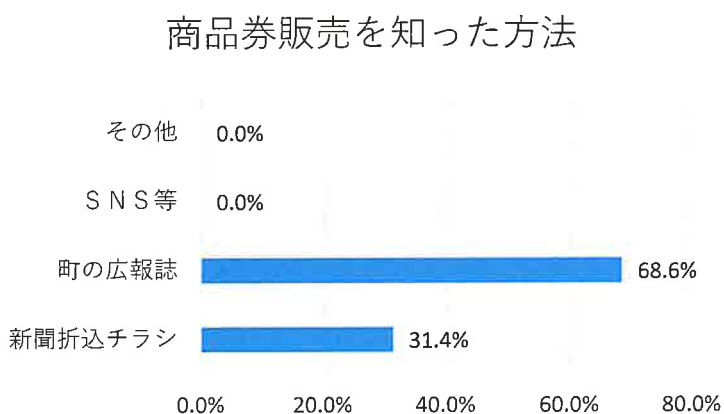
店選びのポイントについては「身近さ」が63.6%と最も多く、次いで「品揃え」が18.2%、「入りやすさ」が12.1%となった。

アンケート協力者の88.2%が60歳代以上ということもあり、地元志向で地域に根ざした店舗であることが、選ばれる理由となったと思料される。

商品券事業について

(8) 商品券販売を知った方法について

商品券販売を知った方法		
エリア	回答数	回答率
新聞折込チラシ	11	31.4%
町の広報誌	24	68.6%
SNS等	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	35	100.0%



<その他内訳>

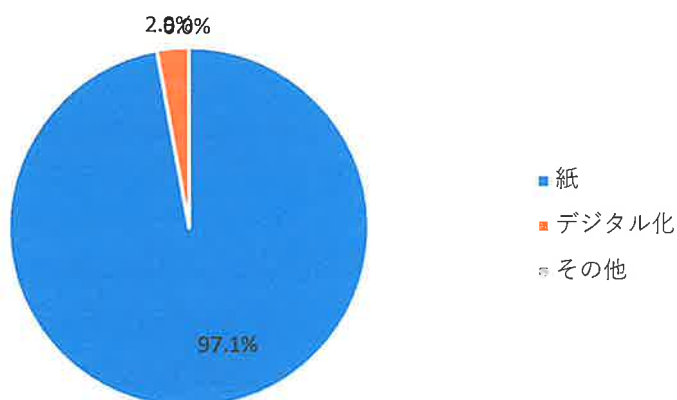
回答結果では「町の広報誌」が最も多い68.6%となった。

今回の調査では60歳以上の方が多かったこともありSNS等の回答はなかったが、現状の周知方法に固執せず、今後は様々な周知方法を検討していく必要がある。

(9) 商品券の発行媒体について

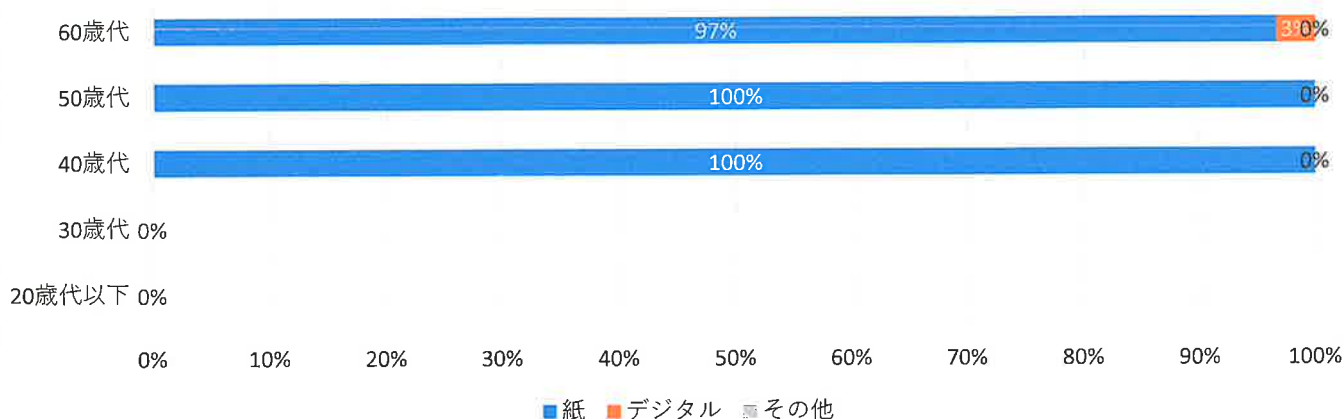
希望する発行媒体

発行媒体		
項目	回答数	回答率
紙	34	97.1%
デジタル化	1	2.9%
その他	0	0.0%
合計	35	100.0%



購入者年齢別発行媒体希望者数				希望割合		
年齢	紙	デジタル	その他	紙	デジタル	その他
20歳代以下	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
30歳代	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
40歳代	3	0	0	100%	0%	0%
50歳代	1	0	0	100%	0%	0%
60歳代	29	1	0	97%	3%	0%
合計	33	1	0			

購入者年齢別発行媒体希望割合



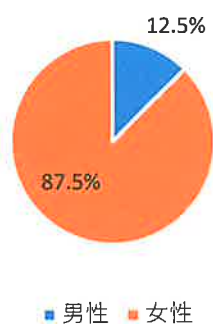
全年代を通して「紙媒体」を求める回答が多かったが、一部デジタル化を求める回答もあることから、今後はデジタル化も視野に入れた検討を重ねていく必要があると思われる。

購入者基本情報1

(1) ①購入者の性別について

購入者性別		
性別	回答数	回答率
男性	1	12.5%
女性	7	87.5%
合計	8	100%

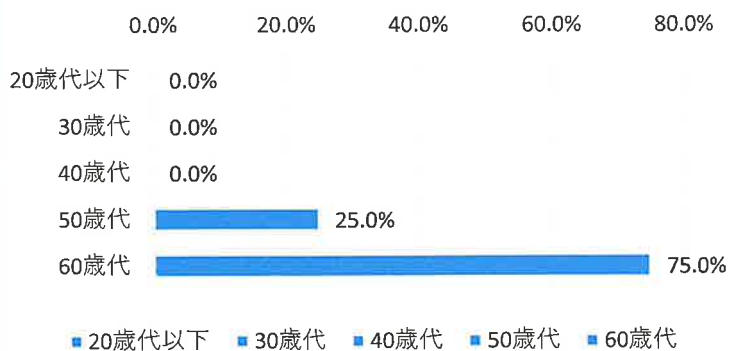
購入者性別



(1) ②商品券購入者の年齢について

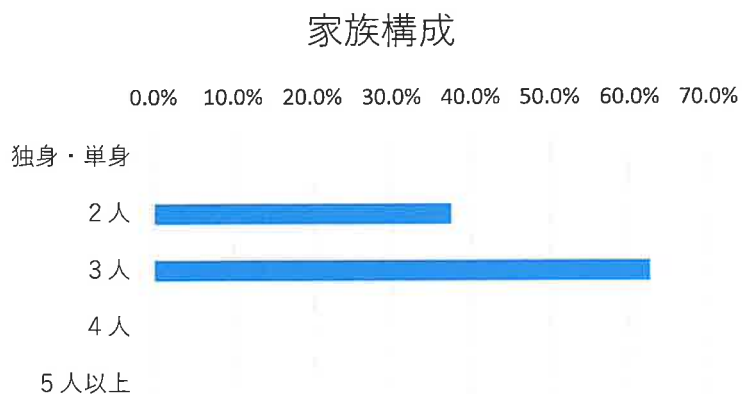
購入者年齢		
年齢	回答数	回答率
20歳代以下	0	0.0%
30歳代	0	0.0%
40歳代	0	0.0%
50歳代	2	25.0%
60歳代	6	75.0%
合計	8	100%

購入者年齢



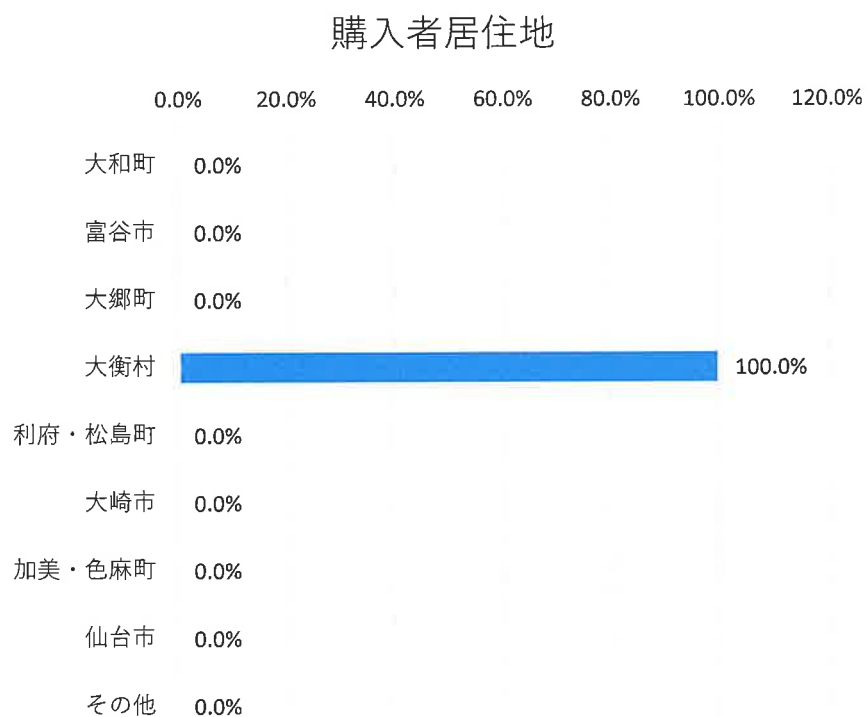
(2) 商品券購入者の家族構成について

家族構成		
	回答数	回答率
独身・単身	0	0.0%
2人	3	37.5%
3人	5	62.5%
4人	0	0.0%
5人以上	0	0.0%
合計	8	100%



(3) 購入者居住地

居住地		
地域	回答数	回答率
大和町	0	0.0%
富谷市	0	0.0%
大郷町	0	0.0%
大衡村	8	100.0%
利府・松島町	0	0.0%
大崎市	0	0.0%
加美・色麻町	0	0.0%
仙台市	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	8	100.0%



<その他内訳>

(4) 普段買物をするエリアについて（複数回答）

商圈		
地域	回答数	回答率
大和町	8	72.7%
富谷市	1	9.1%
大郷町	0	0.0%
大衡村	2	18.2%
利府・松島町	0	0.0%
大崎市	0	0.0%
加美・色麻町	0	0.0%
仙台市	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	11	100.0%

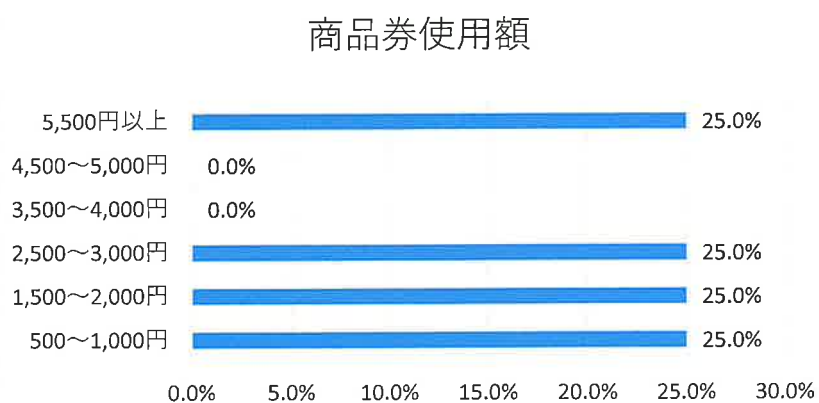


<その他内訳>

商品券の使用状況1

(5) 買物1回当りの商品券使用金額について

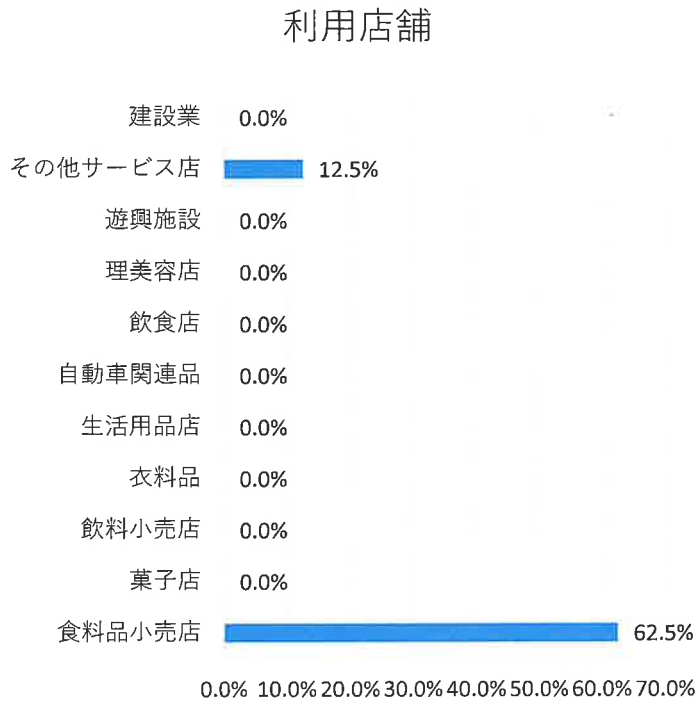
1回当りの商品券使用金額		
金額	回答数	回答率
500～1,000円	2	25.0%
1,500～2,000円	2	25.0%
2,500～3,000円	2	25.0%
3,500～4,000円	0	0.0%
4,500～5,000円	0	0.0%
5,500円以上	2	25.0%
合計	8	100%



今回は回答数が少なかったこともあり、回答に差がない結果となった。

(6) 商品券等の利用店舗

利用店舗		
購入品目	回答数	回答率
食料品小売店	5	62.5%
菓子店	0	0.0%
飲料小売店	0	0.0%
衣料品	0	0.0%
生活用品店	0	0.0%
自動車関連品	0	0.0%
飲食店	0	0.0%
理美容店	0	0.0%
遊興施設	0	0.0%
その他サービス店	1	12.5%
建設業	0	0.0%
その他	2	25.0%
合計	8	100%



<その他内訳>

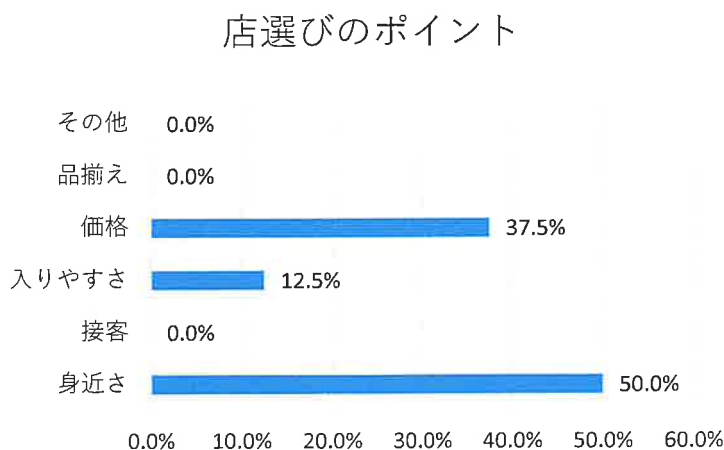
接骨院 2

商品券の使用先として最も多かったのは、「食料品小売店」の62.5%であった。
円安などを起因とした長引く原油・物価高騰の影響を受け、生活をする上で欠かせない商品に多く使用されているものと思料される。

購買活動の状況

(7) 普段の買物における店選びのポイントについて

店選びのポイント		
項目	回答数	回答率
身近さ	4	50.0%
接客	0	0.0%
入りやすさ	1	12.5%
価格	3	37.5%
品揃え	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	8	100%



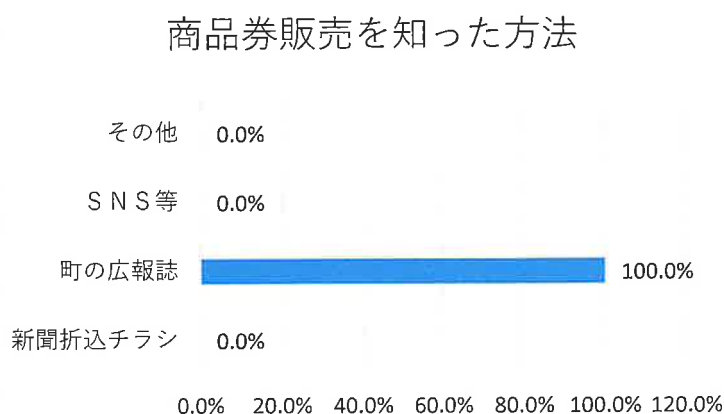
店選びのポイントについては「身近さ」が50.0%と最も多く、次いで「価格」が37.5%、「入りやすさ」が12.5%となった。

アンケート協力者の75%(約3/4)が60歳代以上ということもあり、地元志向で地域に根ざした店舗であることが、選ばれる理由となったと思われる。

商品券事業について

(8) 商品券販売を知った方法について

商品券販売を知った方法		
エリア	回答数	回答率
新聞折込チラシ	0	0.0%
町の広報誌	8	100.0%
SNS等	0	0.0%
その他	0	0.0%
合計	8	100.0%



<その他内訳>

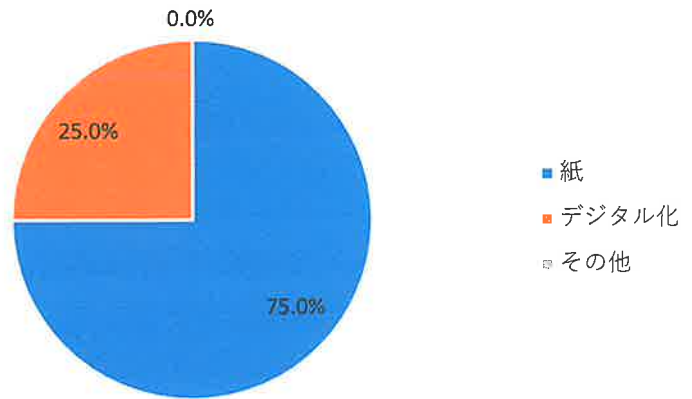
回答結果では「町の広報誌」が100%となった。

今回の調査では回答数が少なかったことからSNS等の回答はなかったが、現状の周知方法に固執せず、今後は様々な周知方法を検討していく必要がある。

(9) 商品券の発行媒体について

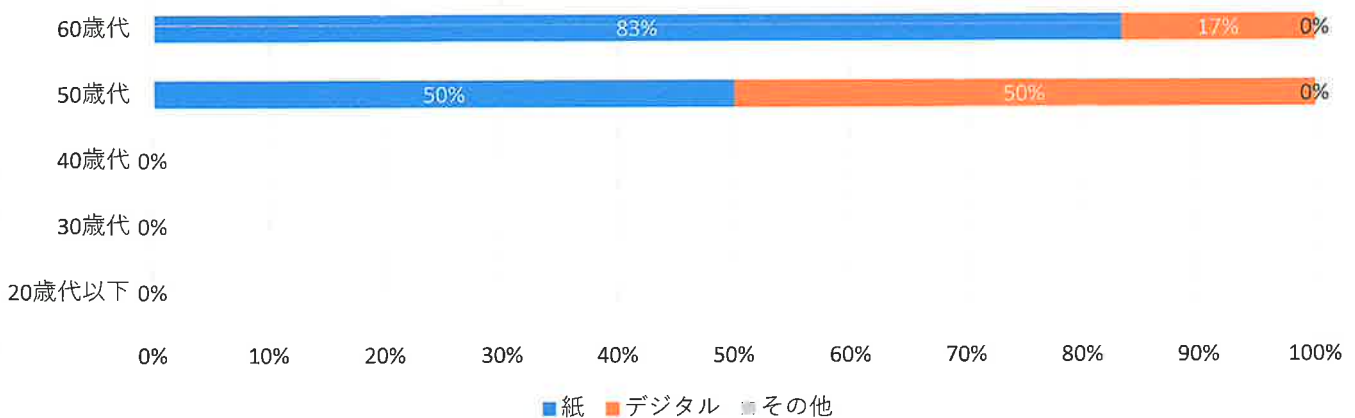
希望する発行媒体

発行媒体		
項目	回答数	回答率
紙	6	75.0%
デジタル化	2	25.0%
その他	0	0.0%
合計	8	100.0%



年齢	購入者年齢別発行媒体希望者数			希望割合		
	紙	デジタル	その他	紙	デジタル	その他
20歳代以下	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
30歳代	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
40歳代	0	0	0	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
50歳代	1	1	0	50%	50%	0%
60歳代	5	1	0	83%	17%	0%
合計	6	2	0			

購入者年齢別発行媒体希望割合



「紙媒体」を求める回答が75%を占めたが、25%の方からデジタル化を求める回答をいただいたことから、今後はデジタル化も視野に入れながら検討していく必要があると思われる。