

市民の消費ニーズに係るアンケート調査

調査結果概要

令和元年 1 1 月

【調査概要】

区分	今回調査	前回調査	性別	回答者年齢層	居住地
調査期間	令和元年 7 月 10 日～7 月 30 日	平成 28 年 11 月 11 日～12 月 15 日	・男性 : 251 人(41.8%) ・女性 : 347 人(57.7%) ・全体 : 604 人(その他 6 人含む)	30～40 歳代: 247 人(41.3%) 70 歳代以上: 109 人(18.2%)	・治田西地区: 69 人 ・治田地区: 66 人 など各地区 55 名以上が回答
配布数	2,000 件	2,000 件			
回収数(回収率)	604 件(30.2%)	482 件(24.1%)			

【買物、サービスを利用する地域】(Q3-②)

買物 P.1～18(目標値:38.5%)

【全体】(図1参照)

- ・市内購買率は全体で 35.7%であり、前回調査(35.0%)から 0.7%増加している

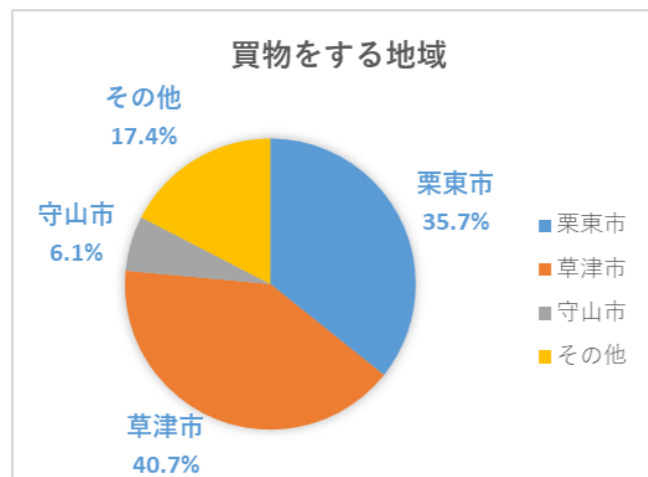


図 1

【年齢別】

- ・ 30 歳代(37.1%)、40 歳代(36.3%)および 70 歳以上(38.9%)の年代で市内購買率が高い(全体の平均である 35.7%以上)
- ・ 前回調査と比較して 30 歳代、50 歳代では市内購買率が増加(30 歳代: 29.4%⇒37.1%、50 歳代: 29.4%⇒34.4%)
- ・ 特に 30 歳代の「日用家庭用品類」(34.3%⇒59.8%)、70 歳以上の「衣料品類」(15.9%⇒24.1%)、「日用家庭用品類」(42.9%⇒57.1%)で市内購買率が大きく増加

【購買頻度別】

- ・ 市内購買率が高いのは購買頻度が高い食料品類である

【小学校区別】(表1、図2参照)

- ・ 市内購買率が最も高いのは、大宝東小学校区で 48.9%(前回調査: 42.9%)、次いで高いのは葉山東小学校区の 37.5%(前回調査: 38%)
- ・ 市内購買率が最も低いのは大宝西小学校区の 26.9%(前回調査: 25%)で草津市へ 50.7%流出しており、次いで低いのは治田西小学校区の 31.0%(前回調査: 26.3%)で草津市へ 50.7%流出している
- ・ 市内購買率が最も高い大宝東小学校区では食料品類の 80.9%(前回調査: 70%)、身廻雑貨類の 47.9%(前回調査: 35.9%)が高く、衣料品類の 31.0%(前回調査: 29.1%)が低く、草津市へ 40.5%流出している
- ・ 市内購買率が最も低い大宝西小学校区では食料品類の 36.1%(前回調査: 22.7%)、身廻雑貨類の 35.3%(前回調査: 32.5%)が高く、衣料品類の 16.4%(前回調査: 9.7%)が低く、草津市へ 56.8%流出している
- ・ 市内購買率が最も低いのは葉山東小学校区の衣料品類の 8.1%(前回調査: 14.2%)であり、草津市へ 69.1%流出している
- ・ 市内購買率の平均の 35.7%を下回る小学校区の主な消費先は草津市である

表 1

金勝			葉山			葉山東			治田			治田東		
市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他
34.3%	44.2%	21.5%	34.5%	52.6%	12.9%	37.5%	44.6%	17.9%	34.9%	51.4%	13.7%	36.9%	42.7%	20.4%
治田西			大宝			大宝東			大宝西					
市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他			
31.0%	54.2%	14.8%	36.7%	27.7%	35.6%	48.9%	32.2%	18.9%	26.9%	56.5%	16.6%			

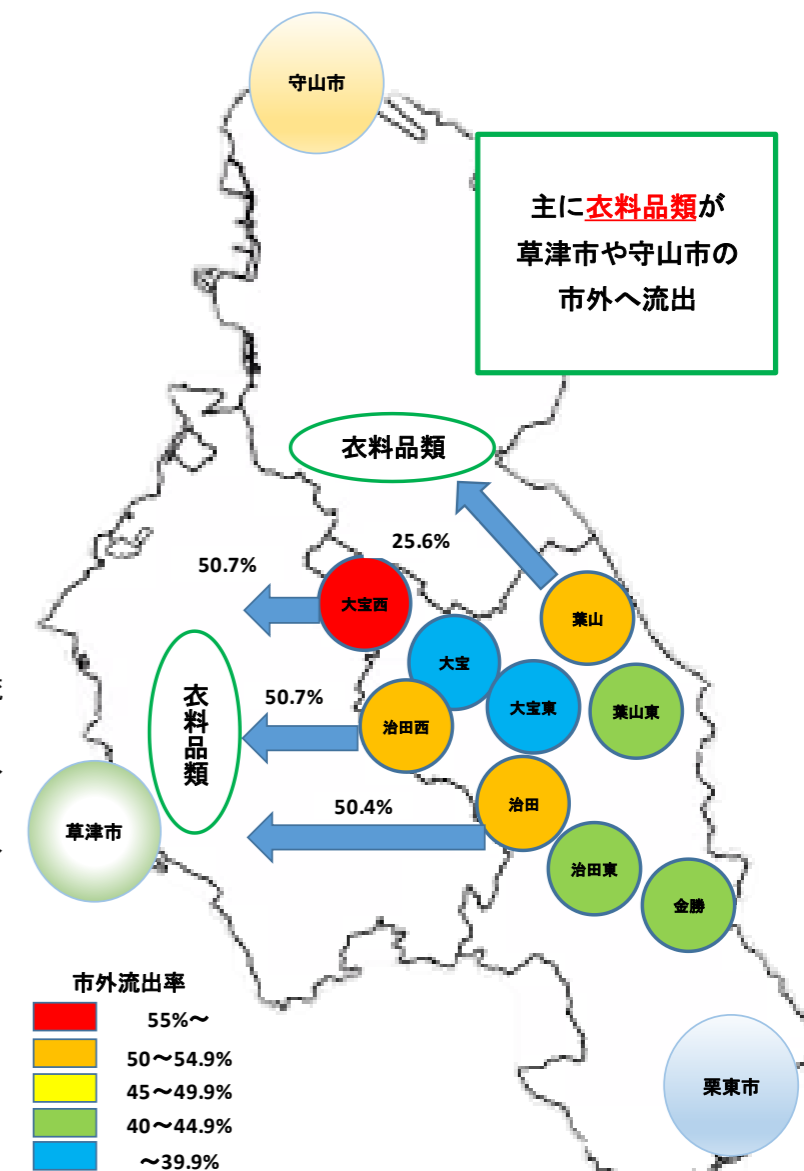


図 2

- 大宝西小学校区や治田西小学校区では市内購買率や市内利用率が他学区と比べて低いことから、商業施設が多数立地する草津市に近接していることが要因であると考えられる。
- 大宝東小学校区では市内購買率や市内利用率が高いことから、栗東駅周辺には買い物やサービスを利用に適した商業施設が他小学校区より多いといえる。

【全体】(図3参照)

- ・ 市内利用率は全体で 30.6%であり、前回調査 (42.5%) から 11.9%減少している

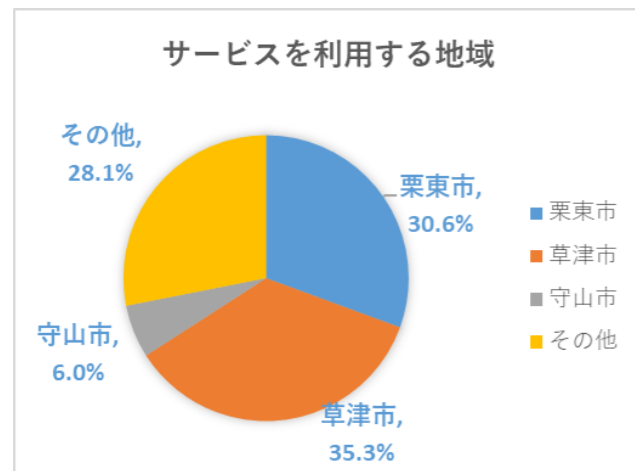


図 3

【年齢別】

- ・ 内利用率が最も減少したのは 70 歳以上で、18.0%減少している (51.0%⇒33.0%)。特に「飲食店類」では前回の 41.8%から 8.1%減少し、33.7%となっている
- ・ 20 歳代で市内利用率が 29.2%と最も低くなっているが、前回調査時よりも 11.6%増加している。特に「飲食店類」では 13.5%市内利用率が増加している (16.3%⇒29.8%)
- ・ 30 歳代 (31.2%)、50 歳代 (31.4%) および 70 歳以上 (33.0%) の年代で市内利用率が高い (全体の平均である 30.6%以上)

【利用頻度別】

- ・ 市内利用率が低いのは利用頻度が低い飲食店類である

【小学校区別】(表2、図4参照)

- ・ 市内利用率が最も高いのは、大宝東小学校区で 38.5% (前回調査: 47.5%)、次いで高いのは大宝小学校区の 34.3% (前回調査: 38%)
- ・ 市内利用率が最も低いのは治田東小学校区で 23.9% (前回調査: 38.2%) で草津市へ 36.6%流出しており、次いで低いのは大宝西小学校区で 25.2% (前回調査: 39.4%) で草津市へ 39.4%流出している
- ・ 市内利用率が最も高い大宝東小学校区では美容・美容類の 57.8% (前回調査: 48.4%)、飲食店類の 39.1% (前回調査: 58.2%) が高く、娯楽類の 11.1% (前回調査: 11.1%) が低く、草津市へ 42.6%流出している
- ・ 市内利用率が最も低い治田東小学校区では美容・美容類の 46.3% (前回調査: 55.8%) が高く、飲食店類の 19.2% (前回調査: 38.5%) が低く、草津市へ 44.3%流出している
- ・ 市内利用率が低いものは、葉山東小学区の飲食店類の 29.2% (前回調査: 32.3%) が低く、草津市へ 37.5%流出している、治田東小学校区の飲食店類の 19.2% (前回調査: 44.3%) が低く、草津市へ 44.3%流出している、大宝西小学校区の飲食店類の 23.8% (前回調査: 27.7%) が低く、草津市へ 42.5%流出している、小分類において治田小学校区の居酒屋の 3.7% (前回調査: 25%)、治田西小学校区のカフェの 19.5% (前回調査: 9.4%)、大宝西小学校区のカフェの 13.5% (前回調査: 28.9%)、料亭の 15% (前回調査: 29.2%) である
- ・ 市内利用率の平均の 30.6%を下回る小学校区の主な消費先は草津市である

表 2

金勝			葉山			葉山東			治田			治田東		
市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他
31.6%	39.3%	29.1%	35.9%	42.1%	22.0%	32.4%	37.0%	30.6%	30.0%	47.3%	22.7%	23.9%	37.7%	38.4%
治田西			大宝			大宝東			大宝西					
市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他	市内	市外	その他			
30.3%	46.6%	23.1%	34.3%	43.3%	22.4%	38.5%	24.1%	37.4%	25.2%	48.6%	26.2%			

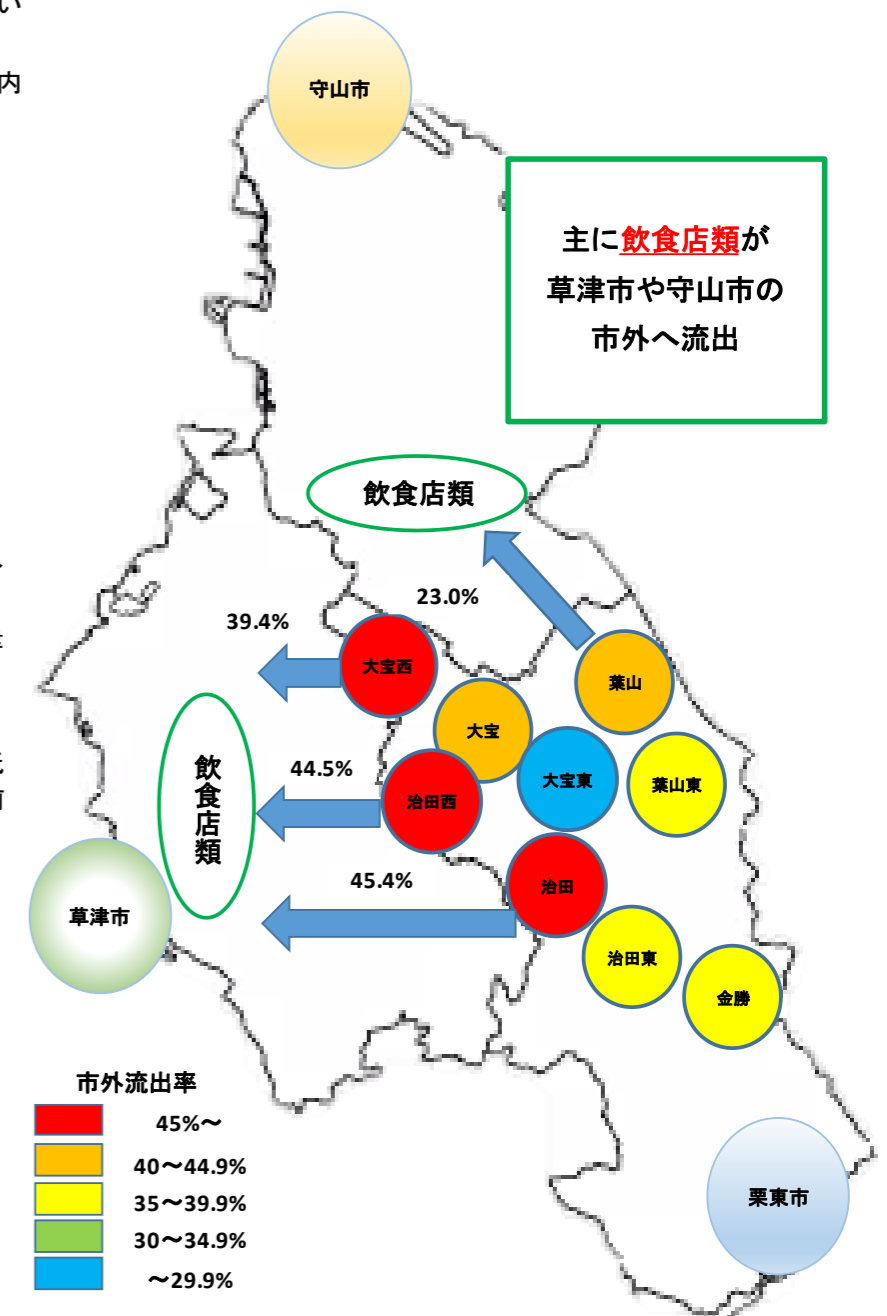


図 4

【買物、サービスを利用する際の交通手段】(Q3-③)

買物 P.37～46

【全体】(図5参照)

- ・ 最も多い移動手段は自動車やバイクである
- ・ 最も少ない移動手段は「バス・電車などの公共の乗り物」である

【小学校区別】

- ・ 最も「自動車やバイク」が低いのは大宝東小学校区の 47.6%である
- ・ 最も「自動車やバイク」が高いのは金勝小学校区の 89.3%である

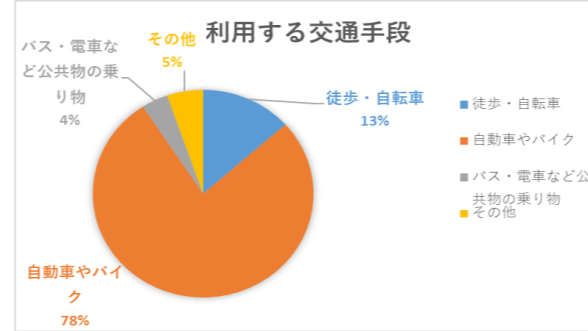


図5

サービス P.47～56

【全体】(図6参照)

- ・ 最も多い移動手段は自動車やバイクである
- ・ 最も少ない移動手段は「バス・電車などの公共の乗り物」である

【小学校区別】

- ・ 最も「自動車やバイク」が低いのは大宝東小学校区の 50%である
- ・ 最も「自動車やバイク」が高いのは葉山小学校区の 87.8%である

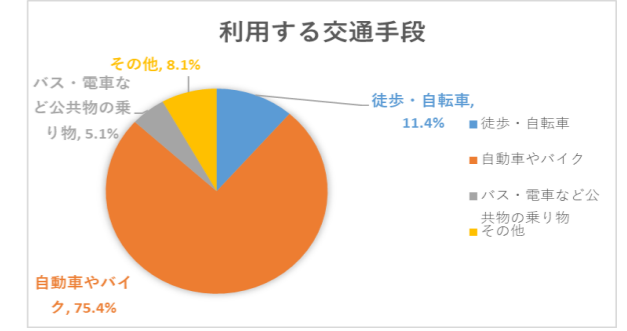


図6

●自動車やバイクにより市外へ移動していることから、市内店舗付近にアクセスしやすい交通手段などの買物環境の整備により、市内への消費創出への効果があると考えられる。

【お店やサービスを選ぶ理由】(Q4)

買物 P.57～73

【全体】(表3参照)

- ・ 前回調査と同様に、「商品が充実している」(65.7%)や「品質がよい」(41.3%)、「値段が安い」(36.4%)といった理由が重視されている

【年齢別】

- ・ 50歳以上の年代では「駐車場があり、車で行きやすい」お店を選ぶ傾向
- ・ 60歳以上の年代では「特典・ポイントカードがある」お店を選ぶ傾向
- ・ 前回調査と同様に、どの年齢層でも「商品が充実している」を最も多く回答

【性別】

- ・ 男女共に「商品が充実している」ことを最も重視している。次いで男性は「値段が安い」こと、女性は「品質がよい」ことを重視している

【小学校区別】

- ・ 大宝小学校区と大宝東小学校区では「家から近い」お店を選ぶ傾向

表3

	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		合計
	商品が充実している		値段が安い		品質がよい		まとめて何でも買えて便利		店員が商品情報に詳しい		特典・ポイントカードがある		営業時間が長く便利		駐車場があり車で行きやすい		家から近い		様々な施設が併設されていて便利		電子決済が使える		
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
食料品類	293	54.6%	278	51.8%	262	48.8%	115	21.4%	3	0.6%	123	22.9%	52	9.7%	164	30.5%	173	32.2%	14	2.6%	21	3.9%	1498
靴、化粧品、医薬品など	323	62.2%	201	38.7%	189	36.4%	83	16.0%	47	9.1%	145	27.9%	37	7.1%	144	27.7%	123	23.7%	38	7.3%	27	5.2%	1357
衣料品類	355	69.2%	205	40.0%	231	45.0%	99	19.3%	28	5.5%	88	17.2%	22	4.3%	156	30.4%	60	11.7%	75	14.6%	31	6.0%	1350
書籍、家具など文化用品類	358	71.7%	121	24.2%	154	30.9%	74	14.8%	41	8.2%	86	17.2%	48	9.6%	194	38.9%	77	15.4%	51	10.2%	31	6.2%	1235
贈答品など家庭用品類	360	71.4%	130	25.8%	226	44.8%	76	15.1%	50	9.9%	81	16.1%	21	4.2%	160	31.7%	65	12.9%	43	8.5%	35	6.9%	1247
全体	1689	65.7%	935	36.4%	1062	41.3%	447	17.4%	169	6.6%	523	20.3%	180	7.0%	818	31.8%	498	19.4%	221	8.6%	145	5.6%	6687

【全体】(表4参照)

- ・ 前回調査と同様に、「駐車場があり車で行きやすい」(39.2%)や「店員の接客態度、人柄が良い」(37.7%)、「値段が安い」(30.9%)といった理由が重視されている

【性別】

- ・ 男性は、理容、美容では「値段が安い」お店を選ぶ傾向、飲食店類では男女ともに「メニューやサービスが豊富」お店を選ぶ傾向
- ・ 女性は教養・習い事では「メニューやサービスにこだわりがある」お店、理容・美容では「店員の接客態度、人柄が良い」お店を選ぶ傾向

【年齢別】

- ・ 30～50歳代では、「駐車場があり車で行きやすい」お店を選ぶ傾向
- ・ 理容、美容における「店員の接客態度、人柄が良い」ことは50歳代以下の世代が特に重視している傾向
- ・ 60歳以上の世代では「家から近い」ことを重視する傾向

【小学校区別】

- ・ 大宝東小学校区では「家から近い」を最も多く回答

表4

	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11		合計
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	
飲食店類	303	59.4%	163	32.0%	165	32.4%	161	31.6%	92	18.0%	38	7.5%	98	19.2%	43	8.4%	192	37.6%	76	14.9%	18	3.5%	1349
理容、美容	47	9.3%	107	21.3%	179	35.6%	311	61.8%	25	5.0%	53	10.5%	55	10.9%	29	5.8%	162	32.2%	182	36.2%	17	3.4%	1167
教養、習い事	68	18.0%	72	19.1%	100	26.5%	139	36.9%	32	8.5%	9	2.4%	61	16.2%	51	13.5%	126	33.4%	163	43.2%	10	2.7%	831
映画、ボーリングなど娯楽類	106	25.2%	41	9.7%	115	27.3%	71	16.9%	64	15.2%	23	5.5%	51	12.1%	129	30.6%	230	54.6%	89	21.1%	15	3.6%	934
全体	524	28.9%	383	21.1%	559	30.9%	682	37.7%	213	11.8%	123	6.8%	265	14.6%	252	13.9%	710	39.2%	510	28.2%	60	3.3%	4281

- 選択理由が「商品が充実している」が多いことから商品や店舗が充実した草津市へ消費が流出している
- 大宝東小学校区では、「家から近い」お店を選ぶ傾向にあることから、市内購買率が高い要因の一つとなっている

【栗東市内の今後の買物環境について】(Q6)

市内に欲しいお店 P.91～107

【物販】

【全体】

- ・ 全体で「生鮮・一般食品」(52.8%)、「婦人服・子供服・紳士服・呉服類」(31.5%)、「書籍・CD・DVD・ゲームソフト類」(26.3%)がほしい

【性別】

- ・ 男性は「書籍・CD・DVD・ゲームソフト類」、女性は「婦人服・子供服・紳士服・呉服類」のお店がほしい

【年齢別】

- ・ 20～40代は「生鮮・一般食品」や「婦人服・子供服・紳士服・呉服類」がほしい
- ・ 50～70代は「生鮮・一般食品」や「婦人服・子供服・紳士服・呉服類」がほしい

【小学校区別】

- ・ 葉山東小学校区では「室内着・普段着類」が35.2%と他の小学校区と比較して需要が高い

【飲食店】

【全体】

- ・ 全体で「カフェ・喫茶店」(45.3%)、「レストラン」(44.9%)、「ファミリーレストラン・ファーストフード」(40.0%)がほしい

【性別】

- ・ 男性は「うどん・そば・ラーメン店」や「レストラン」、女性は「カフェ・喫茶店」や「レストラン」がほしい

【年齢別】

- ・ 20～40代は「カフェ・喫茶店」や「ファミリーレストラン・ファーストフード」がほしい
- ・ 50～70代は「レストラン」、「寿司・和食屋」がほしい

【その他】

- ・ 全体で「映画館・劇場等」(58%)、「理容室・美容室」(34.6%)、「ボーリング・カラオケボックス等」(28.1%)がほしい

【性別】

- ・ 男女共に「映画館・劇場等」がほしい

【年齢別】

- ・ 20～40代は「映画館・劇場等」や「ボーリング・カラオケ等」がほしい、50～70代は「理容室・美容室」や「映画館・劇場等」がほしい

【小学校区別】

- ・ 葉山小学校区では「スポーツジム・フィットネスクラブ」が33.3%、大宝東小学校では「クリーニング」が25.0%と他の小学校区と比較して需要が高い

市内で買物をする際に不便なこと P.108～111	市内のお店がどのようになれば利用したいか P.112～115
<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体で「徒歩圏内にお店がない」(61.4%)、「目的地まで行くバスや電車がいない」(27.8%)、「働いていて買物する時間が無い」(21.7%)ことが不便と感じている <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> どの年齢層でも「徒歩圏内にお店がない」ことが不便と感じている割合が最も高く、年代が低いほど「徒歩圏内にお店がない」、「近くにバス停や駅がない」、「目的地まで行くバスや電車がいない」ことが不便と感じている傾向 <p>【小学校区別】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「徒歩圏内にお店がない」の割合が最も高いのは、治田東小学校区で 80.4% 「目的地まで行くバスや電車がいない」の割合が最も高いのは、葉山小学校区で 41.5% 	<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体で「手ごろな値段で良質なものを扱う」(55.3%)、「いろいろな商品やサービスがある」(45.8%)、「駐車場が広く、車で行きやすい」(39.6%)ようなお店やサービスがほしい <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> どの年齢層でも「いろいろな商品やサービスがある」ことや「手ごろな値段で良質なものを扱う」ようなお店やサービスがほしい <p>【小学校区別】</p> <ul style="list-style-type: none"> どの小学校区でも「いろいろな商品やサービスがある」や「手ごろな値段で良質なものを扱う」ようなお店やサービスがほしい

【インターネット通販等の利用について】(Q7)

インターネット通販等の利用状況 P.116～117	利用した理由 P.118～119
<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体で約 7 割が利用したことがある <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> 年代が低いほどインターネット通販等を利用したことがある割合が高く、40 歳代以下では 90%以上が利用したことがある 高齢世代でも利用したことがある割合が増加している(60 歳代:40.2%⇒58.4%、70 歳以上:21.3%⇒28.5%) 	<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全体の利用理由として「営業時間を気にせず買物ができる」が 263 人(46.9%)、「品揃えが豊富」が 262 人(46.7%)、「様々な商品の価格や品質を比較しやすい」が 229 人(40.8%)となっている <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> 全年齢層で「品揃えが豊富」、「様々な商品の価格や品質を比較しやすい」などが利用した主な理由となっている

【地元のお店に関する情報について】(Q8-(1) Q8-(2))

地元店舗等の情報をどの程度知っているか P.120	地元店舗等の情報を知りたいと思うか P.121																																																														
<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 400 人(68.1%)が地元店舗等の情報を「どちらかといえば知らない」、「ほとんど知らない」と回答している <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> 40 歳代が「良く知っている」、「どちらかと言えば知っている」と回答した割合が最も高く 43.8%となっている 30 歳代が「どちらかといえば知らない」、「ほとんど知らない」と回答した割合が最も高く 80.6%となっている 	<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 左記の 400 人のうち、289 人(72.8%)が地元店舗等に関する情報を「知りたいと思う」と回答している <p>【年齢別】(表5参照)</p> <ul style="list-style-type: none"> どの年齢層でも情報を知りたいと回答した割合が 60%以上となっており、20 歳～40 歳代では前回調査よりも割合が増加している <p style="text-align: center;">表 5</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" rowspan="2"></th> <th colspan="2">20歳代</th> <th colspan="2">30歳代</th> <th colspan="2">40歳代</th> <th colspan="2">50歳代</th> <th colspan="2">60歳代</th> <th colspan="2">70歳以上</th> <th colspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>知りたい</td> <td>H28</td> <td>23</td> <td>60.5%</td> <td>53</td> <td>74.6%</td> <td>58</td> <td>76.3%</td> <td>41</td> <td>82.0%</td> <td>52</td> <td>67.5%</td> <td>24</td> <td>70.6%</td> <td>251</td> <td>68.0%</td> </tr> <tr> <td>と思う</td> <td>R1</td> <td>24</td> <td>64.9%</td> <td>68</td> <td>77.3%</td> <td>64</td> <td>81.0%</td> <td>49</td> <td>74.2%</td> <td>43</td> <td>72.9%</td> <td>39</td> <td>60.0%</td> <td>287</td> <td>72.8%</td> </tr> </tbody> </table>			20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		合計		回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	知りたい	H28	23	60.5%	53	74.6%	58	76.3%	41	82.0%	52	67.5%	24	70.6%	251	68.0%	と思う	R1	24	64.9%	68	77.3%	64	81.0%	49	74.2%	43	72.9%	39	60.0%	287	72.8%
				20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		合計																																															
		回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比																																																
知りたい	H28	23	60.5%	53	74.6%	58	76.3%	41	82.0%	52	67.5%	24	70.6%	251	68.0%																																																
と思う	R1	24	64.9%	68	77.3%	64	81.0%	49	74.2%	43	72.9%	39	60.0%	287	72.8%																																																

【地元のお店に関する情報について】(Q8-(3) Q8-(5))

店舗や商品等の情報をどのように入手するか P.122～123	今後どのような情報あれば地元で買い物をしたいか P.124～126																																																																																												
<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「新聞・チラシ」が 312 人(53.2%)、「家族や知人」が 291 人(49.7%)、「インターネット」が 199 人(34.0%)となっている <p>【年齢別】(表6参照)</p> <ul style="list-style-type: none"> 50～70 代では「新聞・チラシ」、30～40 代では「フリーペーパー」、20 代では「インターネット(ホームページ)」、「SNS」から情報を入手している 前回調査と比較して 30～70 歳代で「インターネット」を利用する割合が増加している 20～50 歳代で「SNS」を利用する割合が増加している <p style="text-align: center;">表 6</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2" rowspan="2"></th> <th colspan="2">20歳代</th> <th colspan="2">30歳代</th> <th colspan="2">40歳代</th> <th colspan="2">50歳代</th> <th colspan="2">60歳代</th> <th colspan="2">70歳以上</th> <th colspan="2">合計</th> </tr> <tr> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> <th>回答数</th> <th>構成比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">インター ネット</td> <td>H28</td> <td>26</td> <td>63.4%</td> <td>35</td> <td>39.8%</td> <td>35</td> <td>36.8%</td> <td>23</td> <td>33.8%</td> <td>20</td> <td>19.2%</td> <td>4</td> <td>7.4%</td> <td>143</td> <td>30.9%</td> </tr> <tr> <td>R1</td> <td>24</td> <td>47.1%</td> <td>53</td> <td>50.0%</td> <td>57</td> <td>42.2%</td> <td>33</td> <td>35.9%</td> <td>21</td> <td>23.3%</td> <td>8</td> <td>7.5%</td> <td>196</td> <td>33.8%</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">SNS</td> <td>H28</td> <td>17</td> <td>41.5%</td> <td>14</td> <td>15.9%</td> <td>3</td> <td>3.2%</td> <td>4</td> <td>5.9%</td> <td>0</td> <td>0.0%</td> <td>0</td> <td>0.0%</td> <td>38</td> <td>8.2%</td> </tr> <tr> <td>R1</td> <td>26</td> <td>51.0%</td> <td>27</td> <td>25.5%</td> <td>21</td> <td>15.6%</td> <td>9</td> <td>9.8%</td> <td>2</td> <td>2.2%</td> <td>2</td> <td>1.9%</td> <td>87</td> <td>15.0%</td> </tr> </tbody> </table>			20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		合計		回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	インター ネット	H28	26	63.4%	35	39.8%	35	36.8%	23	33.8%	20	19.2%	4	7.4%	143	30.9%	R1	24	47.1%	53	50.0%	57	42.2%	33	35.9%	21	23.3%	8	7.5%	196	33.8%	SNS	H28	17	41.5%	14	15.9%	3	3.2%	4	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	38	8.2%	R1	26	51.0%	27	25.5%	21	15.6%	9	9.8%	2	2.2%	2	1.9%	87	15.0%	<p>【全体】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「メニュー・価格・営業時間等の基本情報」が 429 人(74.0%)、「口コミ情報」が 324 人(55.9%)、「駐車場の有無」が 245 人(42.2%)となっている <p>【性別】</p> <ul style="list-style-type: none"> 男女共に「メニュー・価格・営業時間等の基本情報」がほしい <p>【年齢別】</p> <ul style="list-style-type: none"> どの年齢層でも「メニュー・価格・営業時間等の基本情報」がほしい
			20歳代		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳以上		合計																																																																														
		回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比																																																																														
インター ネット	H28	26	63.4%	35	39.8%	35	36.8%	23	33.8%	20	19.2%	4	7.4%	143	30.9%																																																																														
	R1	24	47.1%	53	50.0%	57	42.2%	33	35.9%	21	23.3%	8	7.5%	196	33.8%																																																																														
SNS	H28	17	41.5%	14	15.9%	3	3.2%	4	5.9%	0	0.0%	0	0.0%	38	8.2%																																																																														
	R1	26	51.0%	27	25.5%	21	15.6%	9	9.8%	2	2.2%	2	1.9%	87	15.0%																																																																														

●近くにお店のない地域の住民は、市内にどのようなお店があるのかを知らない人が多く、情報があれば、市内に誘導できる可能性がある。

●世代別に受け取りやすい手段で情報を発信することにより、効果的に市内店舗の情報を届けることができる。