

大阪はくいフェア 2022. 11. 28～30 於：ディアモール大阪

(回答数 128 件)

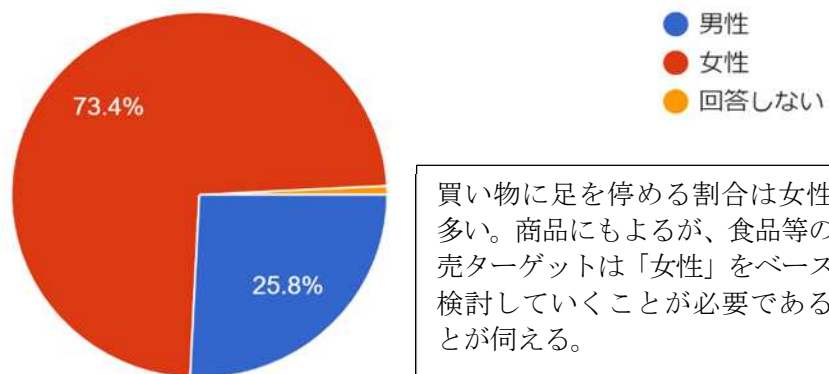
令和4年度伴走型小規模事業者支援推進事業として、令和4年11月28日(月)～30日(水)の3日間、大阪駅地下のディアモール大阪で実施された「はくいフェア」(主催：羽咋市)にてお客様アンケート調査を実施。

期間中は、多くのお客様が足を止め、商品を選定しながら購買していく光景が見られた。

商品を購入されたお客様にアンケートを実施し、3日間で128件の回答を得た。回答は、コロナ感染防止から、QRコードを読み込んで、回答してもらった。

①性別

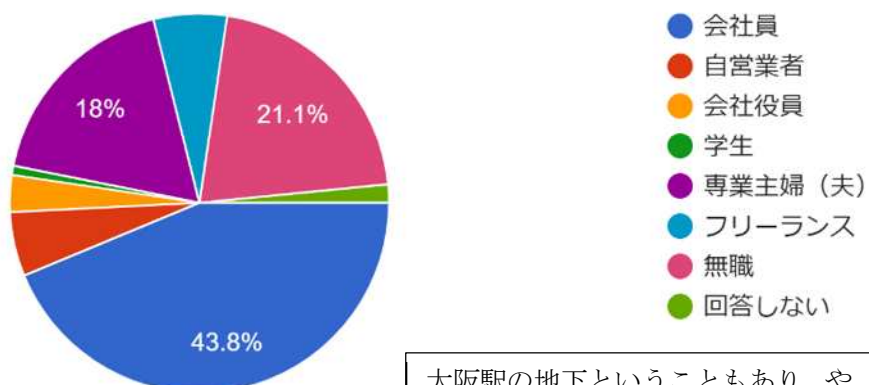
128 件の回答



買い物に足を止める割合は女性が多い。商品にもよるが、食品等の販売ターゲットは「女性」をベースに検討していくことが必要であることが伺える。

②ご職業

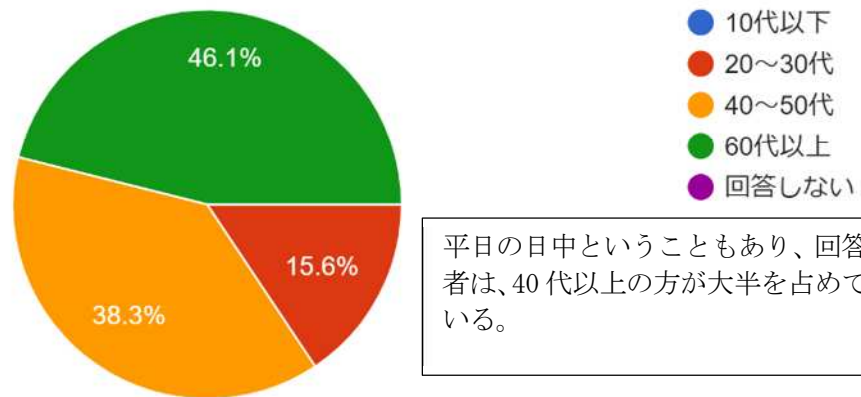
128 件の回答



大阪駅の地下ということもあり、やはり会社員や自営事業者が多くみられた。専業主婦(夫)も比較的多く、コロナ禍ではあるが人の流れが戻ってきていることがうかがえる。

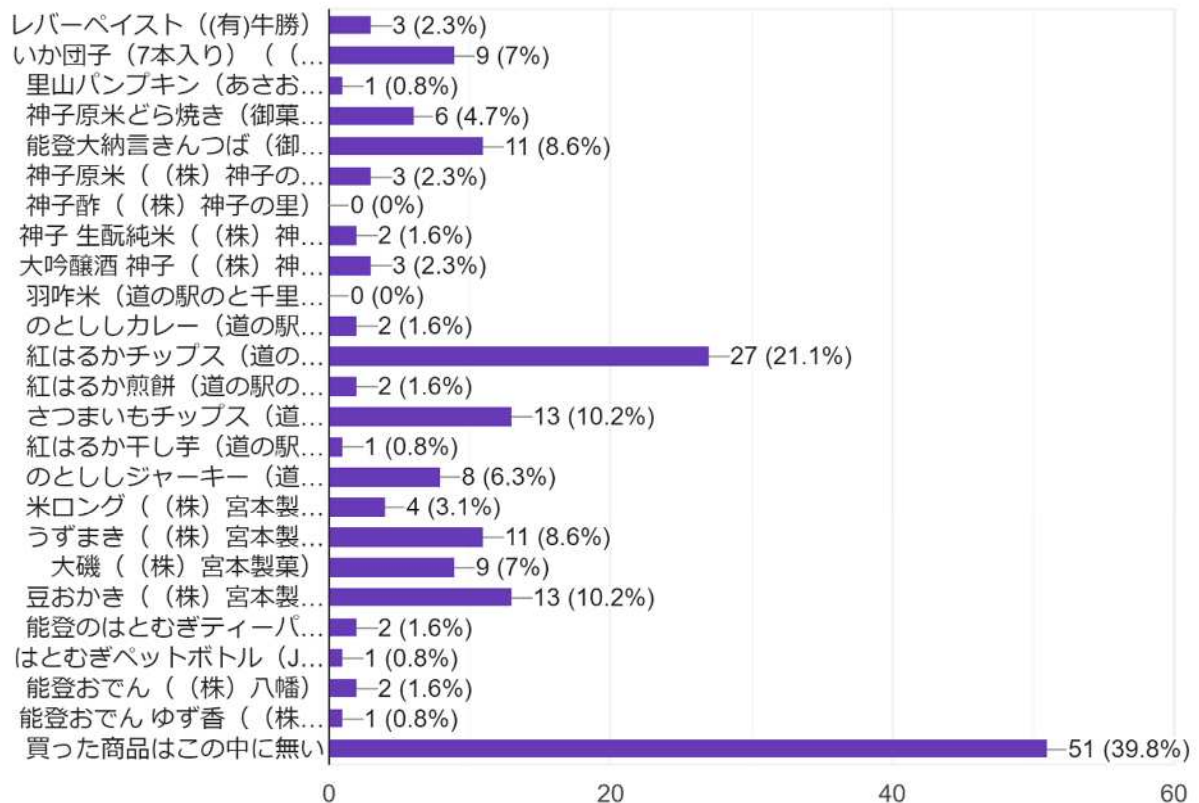
③年代

128 件の回答



④購入いただいた商品は、この中にありますか。（複数回答可）

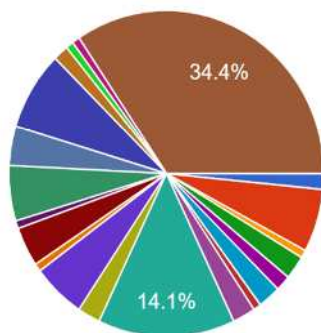
128 件の回答



今回出品した商品は、「道の駅 のと千里浜」の運営会社が選定した商品を中心に出品。その中で羽咋市内の本会会員事業所の商品を中心に調査を実施
 傾向としては、素材の味が想像できるような商品が選ばれていた傾向がある。
 理由としては、コロナ感染防止から試食・試飲が出来ないなかで、商品パッケージや商品名で判断できるものや、スタッフの説明などから購入している。
 やはり商品パッケージやネーミングは重要な販促であると再認識できる。

⑤ ④で、チェックを付けた商品の中で一番気に入った商品は、どれですか

128件の回答



安価で重さも比較的軽い、お菓子が多く出ていた印象である。

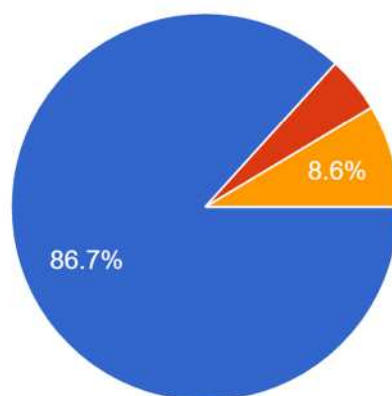
「紅はるかチップス」は、カップに入ったものが多く積まれていたこともあり、目立った感じで、手に取るお客様が多かった。全体の14.1%のお客様が一番気に入ったと回答

次に「豆おかき」7.8%、「いか団子」6.3%となっている。

どの商品もパッケージから味・素材が認識できる商品であった。

⑥ ⑤で、選んだその商品の購入頻度

128件の回答

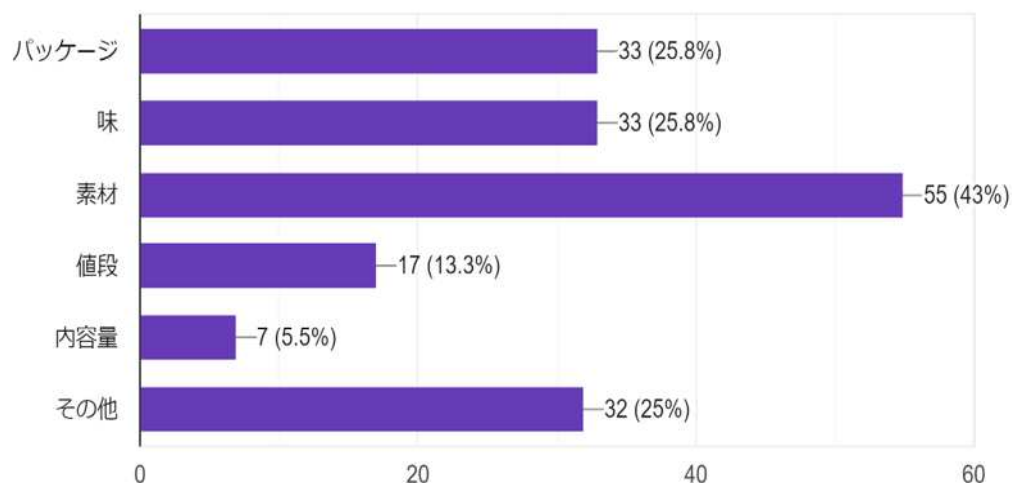


● 初めて
● 2回目
● 3回以上

初めて購入する方が多く周知活動は今後も継続的に実施することが望ましいと思われる。

⑦ ⑤で、選んだその商品の気に入ってるところはどこですか（複数回答可）

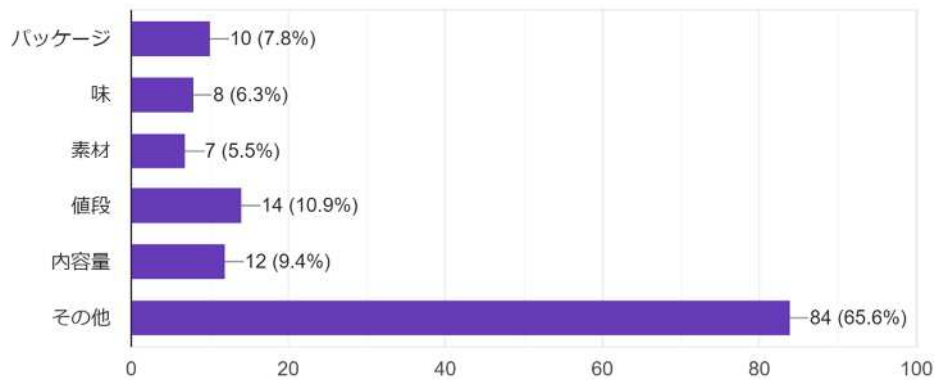
128件の回答



健康志向やアレルギーなどもあり素材にこだわる傾向がみられる。パッケージやデザインの意見も多い。

⑧ ⑤で、選んだその商品の改善すればいいと思うところはどこですか（複数回答可）

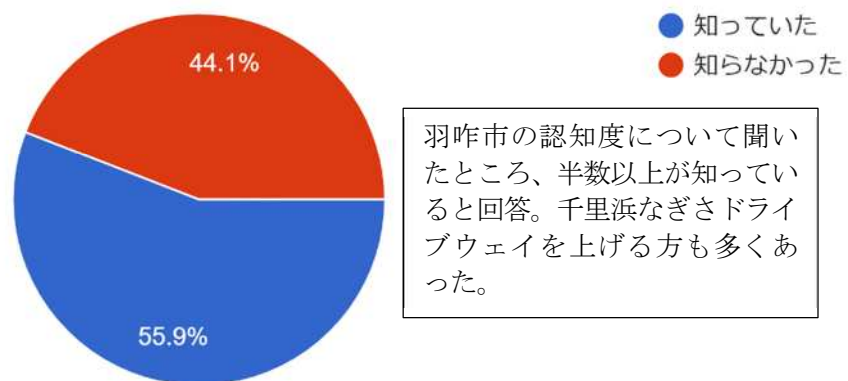
128 件の回答



購入後すぐのアンケートの為、改善すべき点については、有効な回答が無かった。食す前では、あるが、見た目からの値段やパッケージデザインを改善点に上げる方が多くあった。

⑨羽咋市の認知度

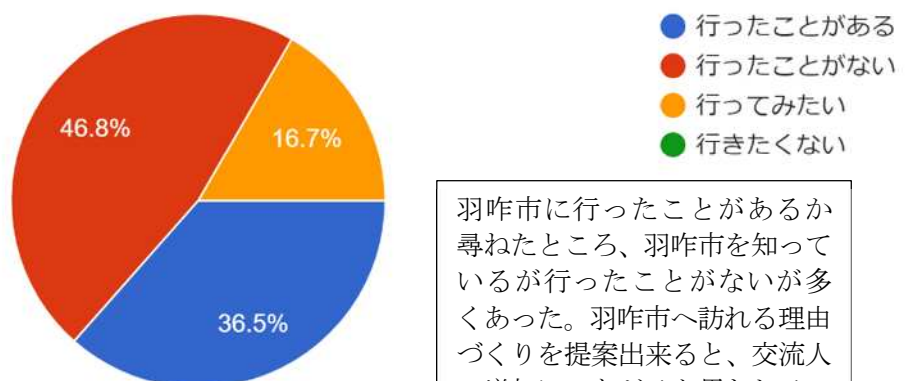
127 件の回答



羽咋市の認知度について聞いたところ、半数以上が知っているという回答。千里浜なぎさドライブウェイを上げる方も多くあった。

⑩羽咋市への訪問歴

126 件の回答



羽咋市に行ったことがあるか尋ねたところ、羽咋市を知っているが行ったことがないが多くあった。羽咋市へ訪れる理由づくりを提案出来ると、交流人口増加につながると思われる。