

10. 買い物状況アンケート調査（平成24年10月22日～平成25年3月31日）

（1）目的

市民の普段の買い物状況を調査し、今後の買い物弱者問題に対する資料とする。

（2）実施期間

平成24年10月22日～平成25年3月31日

（3）アンケート方法

スタッフの戸別訪問での聞き取り

（4）アンケート内容

買い物状況アンケート	
市では、日常の買い物に不自由な方を支援するため、公募型プロポーザル方式で選定した事業者が提案した、食料品や日用品の配達サービスのビジネスモデル構築事業を試験的に実施しています。 ついては、市民の普段の買い物状況を調査し、今後の買い物弱者問題に対する資料とするため、以下のアンケートにご協力いただくようお願いいたします。 秋田市商工労働課 あきた市民市場メイト	
回答される方ご自身について	
性別	男性 ・ 女性
年代	～20代、30代、40代、50代、60代、70代、80代～
住所	()
1. 普段の買い物状況及び配達サービスなどについて	
①生鮮食料品など、普段の買い物に困っていますか。	
はい（→②へ） ・ いいえ（→③へ）	
②どのようなことに困っていますか。※①で“はい”の人のみ回答【もっともあてはまるものを一つ】	
近くにお店がない・自分で買い物に行けない・家族に買い物に行ける人がいない・配達サービスが移動販売がない・その他（ ）	
③普段の買い物はどうしていますか。※①で“いいえ”の人のみ回答【もっともあてはまるものを一つ】	
近所のお店でする・自分で車で買い物に出る・家族が買い物をしてくれる・配達サービスを利用して移動販売を利用している・その他（ ）	
④あなたの回りに普段の買い物に困難を来している方はいますか。	
いる ・ いない	
⑤生鮮食料品の配達サービスを利用したことがありますか。	
ある ・ ない	
※ある場合どちらのサービスか【市場メイト便、生協、イオン、その他（ ）】	
※利用したいと思わない方は、理由を教えてください。【もっともあてはまるものを一つ】	
買い物に困っていないから・他社の配達サービスがあるから・市場メイト便に魅力がないから その他（ ）	
⑥市場メイト便で取り扱ってほしい商品があれば教えてください。【複数回答可】	
()	
以下の項目は市場メイト便をご利用いただいたことがある方のみご回答ください。	
⑦なぜ市場メイト便を利用しましたか。【複数回答可】	
買い物に困っているから・便利だったから・市民市場の商品だったから・安かったから ・試しに買ってみた・その他（ ）	
⑧サービスに満足しましたか。	
満足した（理由： ）	
不満がある（理由： ）	
どちらでもない	
⑨注文した商品の感想を教えてください。（主に商品の鮮度、価格、大きさについて）	
満足した（理由： ）	
不満がある（理由： ）	
どちらでもない	
⑩注文した商品の中で良かった商品の一つを教えてください	
()	
⑪これからもサービスを利用したいと思いませんか。	
利用したい ・ どちらでもない ・ 利用しない	
【アンケートは以上です。ご協力ありがとうございました。】	

⑥あなたのお住みの地域で配達サービスは必要だと思いますか。	
必要 ・ 不要	
⑦買い物弱者の問題を解決するためには、こういった手法が一番有効だと思いますか。	
【もっともあてはまるものを一つ】	
配達サービス ・ 移動販売車の巡回 ・ 近くにお店が出来る ・ お店に行く交通手段の充実	
2. 市場メイト便について	
⑧市場メイト便（秋田市委託事業）を知っていますか。	
知っている ・ 知らなかった	
※知っている方は、どのようにして市場メイト便のことを知りましたか。	
チラシを見て ・ 秋田市広報を見て ・ 新聞記事を見て ・ スタッフの訪問 秋田市民市場に来て ・ 口コミ ・ その他（ ）	
⑨チラシは見やすいか、見にくいか教えてください。	
見やすい ・ どちらでもない ・ 見にくい（理由： ）	
⑩注文の仕方は簡単か、面倒かを教えてください。	
簡単 ・ どちらでもない ・ 面倒（理由： ）	
⑪送料、注文受付金額、送料無料のそれぞれの設定金額について感想を教えてください。	
送料（常温315円、保冷525円） 高い ・ 安い ・ 適当	
注文受付金額（1,575円以上） 高い ・ 安い ・ 適当	
送料無料（2,000円以上） 高い ・ 安い ・ 適当	
⑫市場メイト便を利用したいと思いませんか。	
思う ・ 思わない	

アンケートにご協力頂いた方へ御礼の粗品
（ポケットティッシュ ※お一人様の一つ進呈）



※自社制作のメイト便案内入り

(5) アンケート集計結果

※未回答や複数回答により、回答数が合計と一致しない設問があります。

【アンケート回集数】

平成24年10月22日～平成25年3月31日

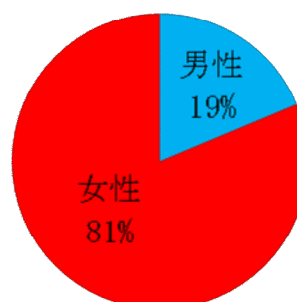
河辺	雄和	西部	中央	その他	合計
31	20	198	24	4	277

河辺、雄和地域に比べ西部地域は移動時間が短く、住宅密集地や集合住宅が多かったために回集数が多くなった。中央地域においては、他の地域よりも調査の開始が遅く、さらに注文件数が増加した時期と重なり、回集に十分な時間を費やせなかった。

【回答される方ご自身について】

性別

地域	男性	女性	合計
河辺	5	26	31
雄和	3	17	20
西部	40	158	198
中央	3	21	24
その他	1	3	4
合計	52	225	277



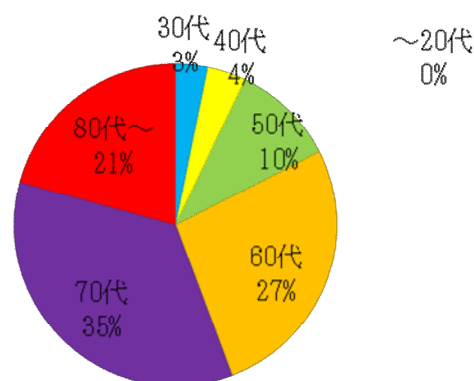
平日の日中を中心に調査を実施したため、回答者はほとんどが女性であった。

年代

地域	～20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代～
河辺		2	1	4	9	8	9
雄和				5	5	6	4
西部		7	10	19	57	75	31
中央				1	4	7	12
その他						2	2
合計	0	9	11	29	75	98	58

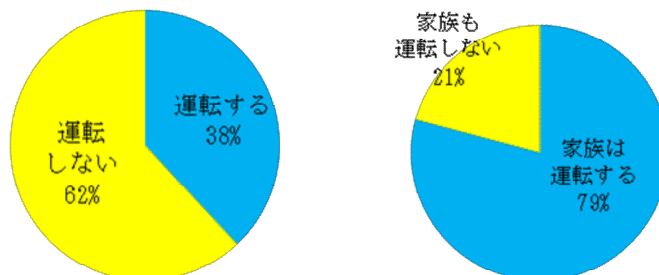
調査の実施が主に平日の日中であったために、60代以上の在宅がほとんどであった。ただし、妊娠中の30代の方や、育児中の方、介護中の50代の方等からもご協力頂いた。

また、中央地域はほとんどが60代以上であり、日中自宅にいる方は高齢者が多い傾向にあった。



車の運転状況

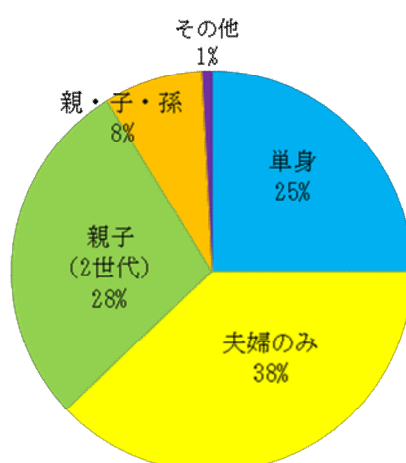
地域	運転する	運転しない	家族は運転する	家族も運転しない
河辺	15	13	9	2
雄和	8	11	6	1
西部	77	117	75	15
中央	2	21	5	7
その他		4		
合計	102	166	95	25



回答者は多くが高齢者であることから、自分で運転する人は4割、運転しない人は6割であった。アンケート協力者本人の運転する割合は低いのだが、家族が運転する全体の割合は高く、買い物は家族に連れて行ってもらう傾向が強い。

同居状況

地域	単身	夫婦のみ	親子 (2世代)	親・子・孫	その他
河辺	3	6	15	7	
雄和	1	5	8	5	
西部	77	117	75	15	夫婦と孫、本人と孫、叔母と甥
中央	7	9	5	2	
その他	3	1			
合計	91	138	103	29	

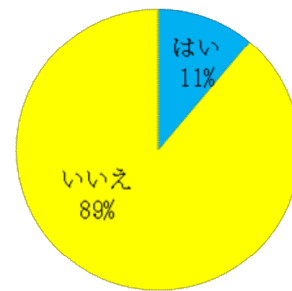


地域全体としては、単身（一人暮らし）と夫婦のみの世帯が半数以上であり、高齢者（60代以上）だけの世帯が多いことがわかった。ただし、河辺・雄和地域に関しては、親子（2世代）の世帯の割合が高かった。

1. 普段の買い物状況及び配達サービスの利用状況などについて

①生鮮食料品など、普段の買い物に困っていますか？

地域	はい	いいえ	合計
河辺	2	29	31
雄和	3	17	20
西部	19	179	198
中央	5	19	24
その他	2	2	4
合計	31	246	277

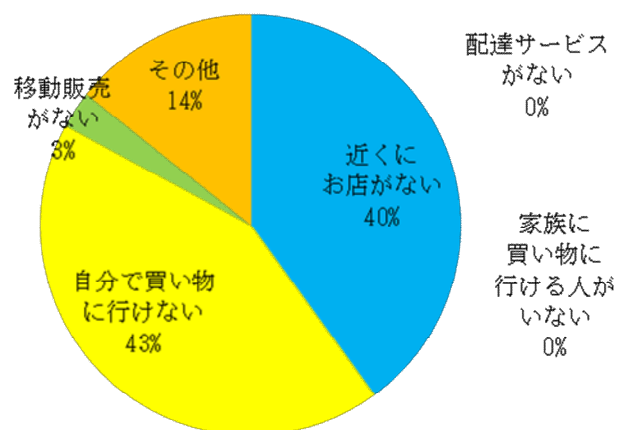


普段の買い物に困っている方は約1割と市のこれまでの調査と比べそれ程高くない割合であった。中央地域に限っては割合が20%で他の地域より高かった。

②どのようなことにお困りですか？①で「はい」の方のみ回答。

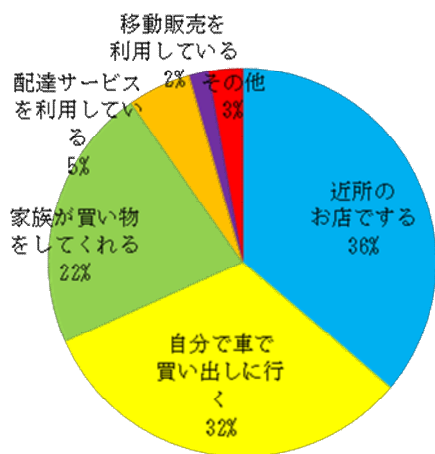
地域	近くにお店がない	自分で買い物に行けない	家族に買い物に行ける人がいない	配達サービスがない	移動販売がない	その他
河辺		2				
雄和	1	4				
西部	10	7			1	・歩行が困難 ・荷物をたくさん持てない
中央	2	2				・大雪で買い物に行くのが困難 ・思ったものを家族に頼んでも買っていない
その他	1					・バスを普段利用しているが雪で外に出られない
合計	14	15	0	0	1	5

「近くにお店がない」と、「自分で買い物に行けない」の割合が80%を越えていた。



③普段の買い物はどうしていますか？

地域	近所のお店です	自分で車で買い出しに行く	家族が買い物をしてくれる	配達サービスを利用している	移動販売を利用している	その他
河辺	6	10	10	1	1	・家の車で週1回買い物をする ・近所に住む親類が買い物してくれる
雄和	2	8	2	3	2	
西部	69	60	41	7	1	・仕事帰りスーパーを利用 ・娘（息子）が買い物に連れて行ってくれる ・親戚が買い物に連れて行ってくれる
中央	11	1	1	2		・ヘルパーに頼んでいる ・100円循環バスを利用している
その他	1					
合計	89	79	54	13	4	7



河辺・雄和地域は、「自分で買い出しに行く」や「家族が買い物をしてくれる」割合が高く家族間協力や運転率（車保有率）が高いことが伺えた。反対に、中央地域はそれらの割合が低く「近所のお店です」の割合が高い。西部地域においては、「配達サービス」も含め全体の割合が非常に高かった。

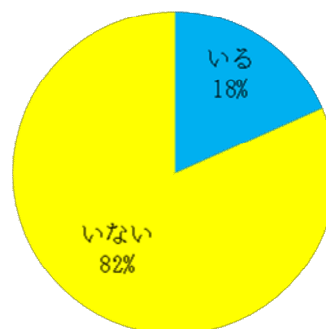
全体で「配達サービス利用」の割合が5%しかなくあまり利用されていない。同じく、「移動販売」も利用は少ない状況であった。

④あなたの回りに普段の買い物に困難を来している方はいますか。

地域	いる	いない
河辺	8	23
雄和	5	15
西部	30	168
中央	7	17
その他	1	3
合計	51	226

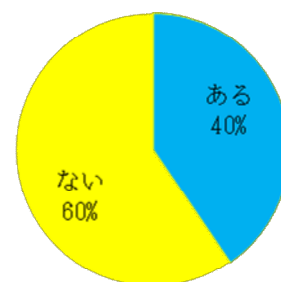
周囲に買い物に困難を来している方がいると回答した割合は18%だった。

地域別で見ると、中央地域は「いる」の割合が4割を越え、他の地域よりも買い物環境が困難な状況の人が多いと推測された。



⑤生鮮食料品の配達サービスを利用したことがありますか？

地域	ある	ない	合計
河辺	14	17	31
雄和	7	13	20
西部	76	122	198
中央	11	13	24
その他	4	0	4
合計	112	165	277



配達サービスを利用したことがある割合は4割と意外に高く、聞き取り調査と合わせて「興味があったり」、「試しで利用したことがある」方が多いことがわかった。

潜在的な利用者が多いことから、継続的な利用に繋がらなかった理由を分析し、利用者の掘り起こしを図る必要がある。

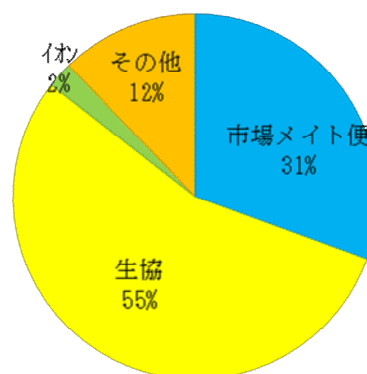
「ある」の場合どちらのサービスか。

地域	市場 メイト便	生協	イオン	その他
河辺	7	3	1	・ J A ・ マックスバリュー
雄和	4	4		・ J A
西部	8	60		・ 近所の魚屋 ・ ヨシケイ ・ トー屋 ・ 郵便局 ・ ドジャース ・ (八橋の) 豆腐屋 ・ 友人の店
中央	18	5		・ 西武 ・ サ・ガーデン ・ 市民市場内店舗 ・ タカヤナギ ・ 東レ ・ 前ヨーカ堂 (フォンテ)
その他	3	0	2	
合計	40	72	3	16

生協の配達サービスを利用したことがある人が5割以上であった。以前から配達サービスを実施してきたことがその要因であると考えられる。ただし、利用をやめた理由として、「生鮮品の配達が無い」や「数日前までの予約が不便」といった声があった。「肥料や洋服など取扱商品の幅が広いのはよかった」といった意見もあった。

J Aやスーパー、個人商店など聞き取り調査の結果を含め、多くの事業者が配達サービスを実施していることが分かった。しかし、一方で継続的に利用している方は、少ないようであった。

市場メイト便の利用は3割と8月からの開始であったが高い割合を占めていた。

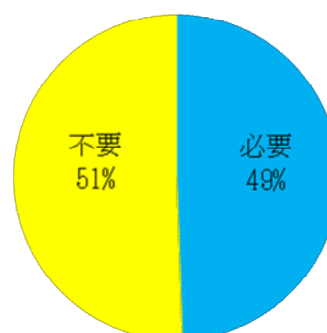


⑥あなたのお住まいの地域で配達サービスは必要だと思いますか。

地域	必要	不要
河辺	14	17
雄和	12	8
西部	89	109
中央	18	6
その他	4	0
合計	137	140

必要・不要ほぼ半々の割合であった。

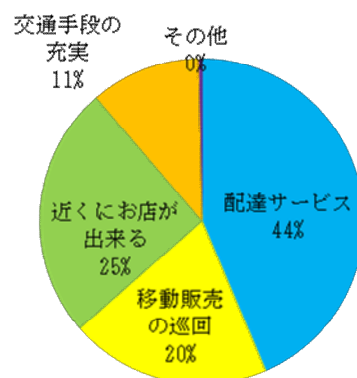
地域別で見ると、これまでの状況と同様に中央地域の必要の割合が高かった。また、聞き取り調査では、現在は不要だが将来的には必要になるかもしれないと、不安を抱えている声も複数聞かれた。



⑦買い物弱者の問題を解決するためには、こういった手法が一番有効だと思いますか。

地域	配達サービス	移動販売の巡回	近くにお店が出来る	交通手段の充実	その他
河辺	10	6	6	9	
雄和	9	4	3	2	
西部	83	41	54	11	配達と交通手段
中央	13	2	3	5	
その他	1	0	1	2	
合計	116	53	67	29	1

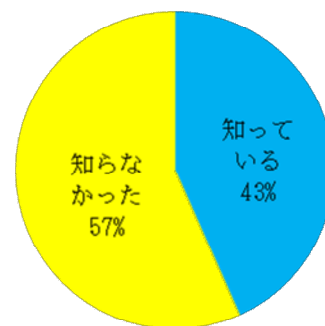
解決の手法として、「配達サービス」を選択した方が一番多かった。配達サービスと他の回答との違いは、メリットとして、外出せずに買い物出来る。デメリットとしては、商品を直接見て選ぶことが出来ないが挙げられる。



2. 市場メイト便について

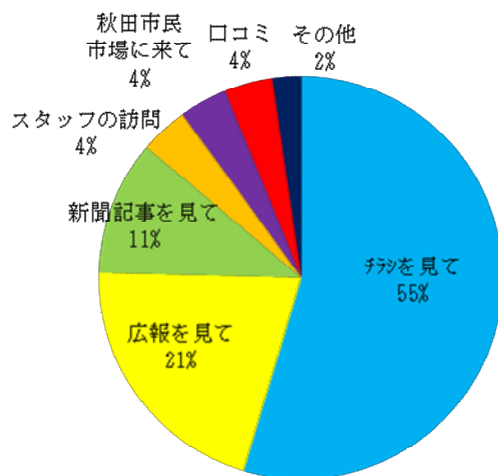
⑧市場メイト便（秋田市委託事業）を知っていますか。

知っている	知らなかった
120	157



※知っている方は、どのようにして市場メイト便のことを知りましたか？

チラシを見て	広報を見て	新聞記事を見て	スタッフの訪問	秋田市民市場に来て	口コミ	その他
71	27	14	5	5	5	3
・チラシや広報などいろいろ ・県外にいる子供がネットで調べた ・テレビを見て						



毎月のチラシ配布や秋田市広報への掲載をしたが、市場メイト便を知らない割合が半数以上であり、サービスが対象地域に浸透していなかった。

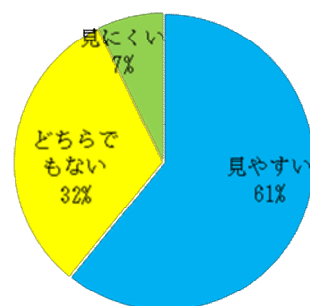
知るきっかけとしては、チラシを見てが一番高く、次が広報であった。

新聞記事を見ての回答も11%と意外に高く、情報の投げ込みなどによるマスメディアの活用も効果があった。

⑨チラシは見やすいか、見にくいかに教えてください。

見やすい	どちらでもない	見にくい
168	88	20
見にくい理由	・視力が弱いから ・写真がない ・具体的でない ・字が小さい ・色が暗 ・定期的にチラシを発行して情報を発信した方がよい	
	・カラー刷りが良い ・商品名だけ並んでいて見づらい ・市場の良さが伝わらない ・価格が高い ・ゴチャゴチャしている。	

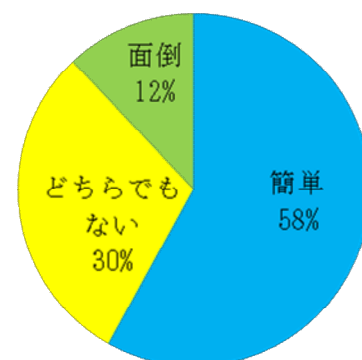
「見やすい」の割合が6割と高かった。
 チラシは、高齢者に配慮して文字が大きく、見やすいものを心掛けた。



⑩注文の仕方は簡単か、面倒かに教えてください。

簡単	どちらでもない	面倒
159	82	33
面倒な理由	・高齢なのでわからない ・実物を見て買えない ・電話でのやりとりが何度もあり面倒 ・電話が面倒 ・現物が写真を見ないとわからない ・量がわからない ・鮮魚などは自分の目で選びたい	
	・玄関にある電話まで移動するのが面倒 ・時間がかかる ・話すのが面倒 ・耳が遠くて間違えるかもしれない ・商品について細かく話すのが面倒 ・注文を聞きに来てほしい ・待っていないといけなから	

注文の仕方を簡単と回答した方が全体の半数以上であった。面倒と回答した方からは、「話すのが面倒」「量がわからない」「現物を見たい」といった意見があった。



⑪送料、注文受付金額、送料無料のそれぞれの設定金額について感想を教えてください。

送料 (常温 315円) (保冷 525円)	高い	安い	適当
	67	9	194

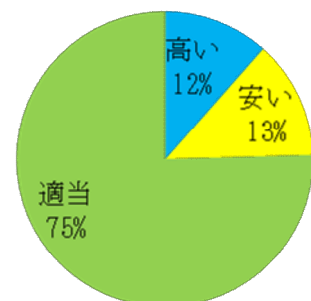
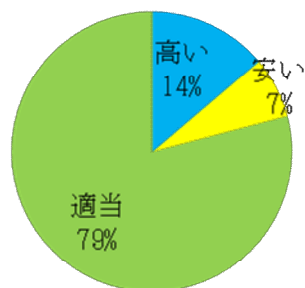
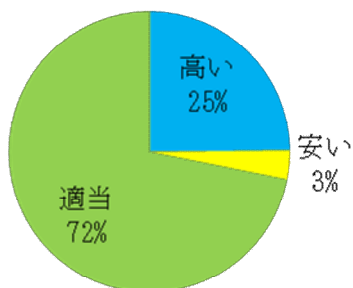
注文受付金額 (1,575円以上)	高い	安い	適当
	37	19	212

送料無料 (2,000円以上)	高い	安い	適当
	31	35	203

送 料

注文受付金額

送料無料

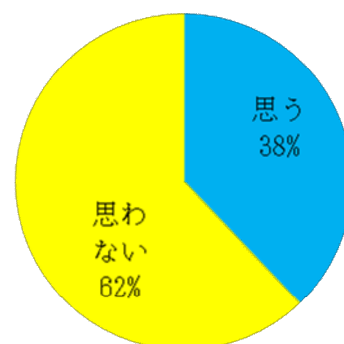


3つの設問とも、7割以上から「適当」との回答を頂き、おおむね利用者のニーズと合致した設定で金額との評価であった。

送料については、1/4の方が高いとの回答であったが、聞き取り調査では商品以外の料金が掛かることへ抵抗を持っている方が多くいた。

⑫市場メイト便を利用したいと思いますか。

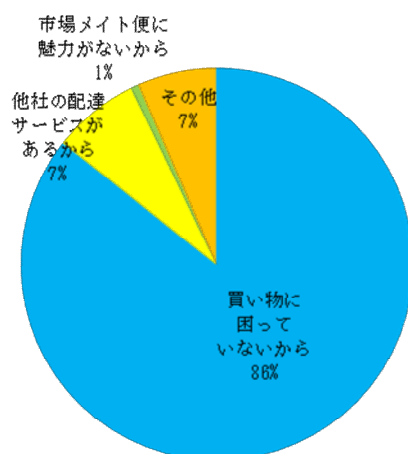
思う	思わない	合計
105	172	277



利用したいと思うと回答した人が4割弱であったが、設問③において、普段の買い物に困っていると回答した方が約1割であったことを勘案すると、興味、関心を持っていた方は多いと言える。

※利用したいと思わない方は理由を教えてください。

買い物に困っていないから	他社の配達サービスがあるから	市場メイト便に魅力がないから	その他
131	11	1	10
・自分で歩けるうちは自分で商品を見て買い物したい ・少家族なので、1575円以上の注文がない ・人数が少ないので、市場の商品だと量が多い ・移動販売を利用しているから ・よくわからない ・自分で商品を見たい ・動けるうちは自分で買い物したい ・友人に買い物を頼んでいる ・市民市場に魅力がない ・ドジャースやナイスが安いから			



市場メイト便を利用したいと思わない人の86%は、日々の買い物に困っていないからであった。買い物に困っていない人にとっての配達サービスは便利であったり魅力的なサービスではなく、利用するまでに至らないことが伺える。

⑬市場メイト便で取り扱ってほしい商品があれば教えてください。

河辺	・介護用品 ・焼酎（お酒）	
雄和	・重い物	
西部	・鮮度の高い魚類 ・毎日使うものを何でもやってほしい ・ペット用品（犬や猫のエサ） ・御歳暮の贈り物代行サービス	・生協は服や衣料も取り扱っている ・おかず類 ・塩干物の充実 ・除雪をしてほしい
中央	・家電 ・ホームセンターにある大きな商品 ・リンゴ、みかんの箱詰め ・高齢者向け衣料品の拡充	

当サービスでは商品の仕入れ先を主に秋田市民市場内の商店としていたが、より顧客満足を得るには、ニーズに対応し、秋田市民市場以外の商店とも連携し商品の提供を行う必要がある。

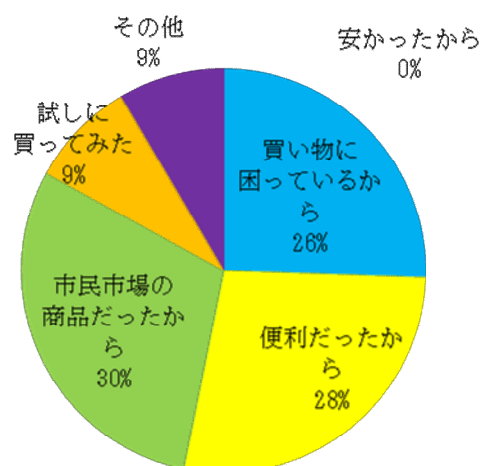
【以下の項目は市場メイト便をご利用頂いたことがある方のみの回答】

⑭市場メイト便を利用した理由を教えてください。

買い物に困っているから	便利だったから	市民市場の商品だったから	安かったから	試しに買ってみた	その他
12	13	14	0	4	4
					・魚を買いたかったから ・便利 ・寒い時、調子の悪い時に使った ・市場だから

買い物に困っているからを回答している人が26%であったことから、事業目的としている買い物弱者の利用は必ずしも高くない状況であった。

回答の割合では、「市民市場の商品だったから」が最も高く、地域で培った信頼や長年にわたっての地域密着がある事業者が買い物支援ビジネスを実施する、もしくは実施する団体や組織に協力することが大事であるとわかった。

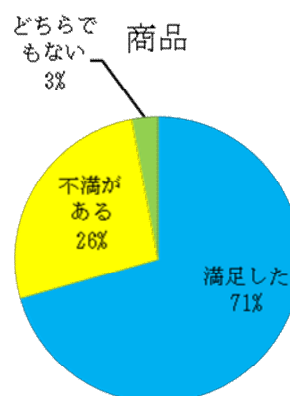
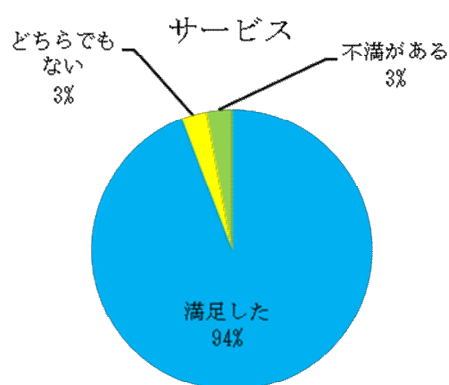


⑮サービスに満足しましたか

満足した	32	
理由	・遠路でも来てくれるのが良い ・注文、要望に応じてもらった ・寝たきりが多く助かった ・品物が良い／魚が新鮮だった ・親切丁寧な対応だった／電話の女性の対応が良かった／笑顔がよかった ・レシピなども報せてくれる	
不満がある	1	
理由	・商店の指定ができない ・受付時間を早くしてほしい（8時30分くらい）	
どちらでもない	1	
理由	・自分で商品を選べない	

⑯注文した商品の感想を教えてください

満足した	24	
理由	・おいしい ・新鮮 ・生ものやパンがよかった ・欲しい品を揃えてくれる ・紅鮭がおいしい ・魚が新鮮	
不満がある	9	
理由	・甘塩の鮭を買ったが、塩辛かった ・わかさぎの柔らかいものを希望したが硬かった ・ハタハタが小さかった ・実際大きさが希望と違っていた ・紅鮭の切り方が両端が残っていて、食べる前に包丁で落とした（手間がかかった） ・大きさや数量が電話ではわかりにくい	
どちらでもない	1	
理由	・自分で商品を選べない	



スタッフの対応やレシピなどの附加サービスが好評を得た結果サービスについては、9割以上の利用者から満足を得た。

電話やFAXでのやり取りの為、利用者のイメージと、色・大きさ・硬さ・切り方などが合致しない場合が何度かあった。

注文した商品については、満足したと回答した人が71%であったが、配達サービスという陳列商品を見ないで商品を提供する性質上、商品に対してのイメージの相違が不満に繋がるケースが多かった。

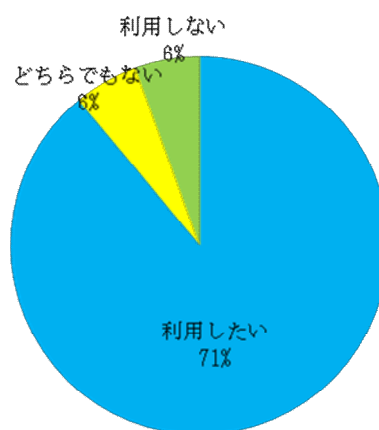
⑰注文した商品の中で良かった商品の一つ教えて下さい

・紅鮭	・刺身（マグロのブリなど）	・お惣菜（お弁当）	・雲平鯛
・野菜類（ほうれん草、なす）	・ようかん	・タラ	・精肉類
・鮮魚	・筋子	・イチゴ	・全て
・寿司	・リンゴ	・市田柿	

商品においては、事業の特徴であった生鮮品から、お惣菜、菓子類に至るまで幅広く好評を頂いた。

⑱これからもサービスを利用したいと思いますか。

利用したい	どちらでもない	利用しない
16	1	1



再度利用したいと回答頂いた方がほとんどであり、商品、スタッフの応対、その他追加サービス等について評価を頂いた。

設問⑫で、市場メイト便を利用したい人が多くいたことからまずは利用してもらうきっかけを作って、サービスの継続利用に繋げていくことが必要である。

（４）アンケート回集について

戸別訪問活動から、買い物状況アンケートへと移行したが、地域の方々の反応や対応として、「訪問活動＝セールス（押し売り）」・「アンケート＝行政等の情報収集への協力」といったとらえ方の違いがあり大分温度差があった。よって、戸別訪問を実施する場合は、アンケートにまずご協力頂き、その過程で事業の案内や紹介をする仕組みが良いと考えられた。

戸別訪問と聞き取りアンケートは、限られたスタッフの中で実施しなければならないため、配達サービスと同時期に実施するのは人員的に厳しいものであった。また、アンケートにより次の3点が把握できた。

- ①対象地域の買い物状況
- ②市場メイト便に対しての市民の評価や要望
- ③買い物弱者対策として望まれているサービスなどの地域の声

以上の事について、把握できたものについては事業途中にサービスを改善するとともに、今後の事業の継続についても参考とした。

限られた人員と期間での実施であったが、マーケット調査として非常に参考となる結果を得る事が出来た。