平成 28 年度
和歌山商工会議所
経営発達支援計画委託事業

わかやま商工まつり来場者アンケート調査
報　告　書

平成 29 年 2 月

和歌山地域経済研究機構

目 次

第１章　調査概要 1
１．調査背景と目的 1
２．実施要領 1
（１）　調査対象 1
（２）　調査日時 1
（３）　調査方法 1
（４）　調査項目 2
（５）　回収結果 2

第２章　調査結果 3
１．回答者の属性等 3
（１）　性別 3
（２）　年齢 3
（３）　居住地 4
（４）　職業 4
（５）　結婚の有無 5
（６）　同居子供の有無 5
２．回答結果 6
（１）　「産業展で紹介している商品」に対する来場者の評価 6
（２）　商品を購入する際に重視する点 11
（３）　展示商品の印象度と商品購入における重要度 17

第３章　総括（今後の取り組みについて） 22

参考資料
資料１　調査票 23
資料２　クロス集計 24
（１）　性別 24
（２）　年齢別 28
（３）　居住地別 40
（４）　職業別 44
（５）　結婚の有無別 48
（６）　同居子供の有無別 52

資料３　属性別レーダーグラフ.....56
資料４　属性別散布図.....58

※報告書の見方

回答結果の割合「%」は有効回答数に対して、それぞれの回答数の割合を小数点以下第２位で四捨五入したものです。そのため、単数回答であっても合計値が 100.0%にならない場合があります。

また、複数回答の設問の場合、回答は選択肢ごとの有効回答数に対して、それぞれの割合を示しているため、合計が 100.0%を超える場合があります。

グラフ及び表の「N 数（number of case）」は、有効回答数（集計対象者総数）を表しています。

第1章　調査概要

1. 調査背景と目的

例年、秋に開催するわかやま商工まつりは、和歌山商工会議所管内における事業所の技術や商品、企業活動等を広く市民や来場者に周知するための「産業展」や、商工会議所が販路開拓・商品開発等を支援した事業者による「商品展示・PR、販売コーナー」等を設け販売促進や知名度アップに努めており、例年、延べ2万5千～2万7千人の来場者があります。

今回、新たに産業展等の来場者を対象にアンケートを実施し、一般消費者の嗜好【価格、素材等】を調査・分析して、事業所における商品改良や販路開拓等の資料として活用し情報提供することを目的としています。

2. 実施要領

（1）調査対象

第68回わかやま商工まつり産業展（平成28年10月8日（土）～9日（日））への来場者を対象としています。

（2）調査日時

平成28年10月8日（土）、9日（日）の2日間です。

10月8日（土）　am11:00～pm5:00

10月9日（日）　am10:00～pm4:00

（3）調査方法

調査員が対象者に調査項目等の説明をし、対象者自身に回答を記入していただくヒアリング方式です。

現場におけるヒアリング調査は、和歌山大学経済学部柳研究室の学生と（一財）和歌山社会経済研究所の協力を得て、実施しています。

■調査風景

（4）調査項目

調査項目は、わかやま商工まつり産業展で紹介している商品に対する来場者の評価（8 項目）及び商品購入の際に重視する点（9 項目）を設定しています。

さらに、回答者の属性項目として「性別」、「年齢」、「居住地」、「職業」、「結婚の有無」、「同居子供の有無」を設定しています。

（5）回収結果

2 日間で 502 人から回答を得ました。そのうち、有効回答件数は、無回答、適当な回答をしている等の無効回答を除いた 467 件です。

第2章　調査結果

1. 回答者の属性等

（1）性別

回答者の約７割（67.9%）が「女性」です。

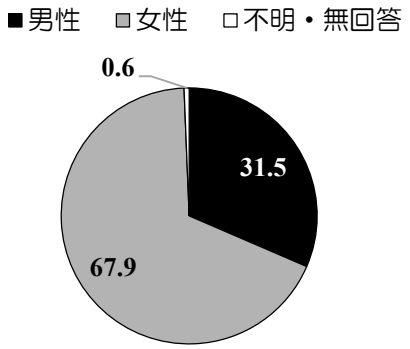


図 1　性別（N=467）

（2）年齢

回答者の年齢*は、「30 歳代」（25.5%）、「40 歳代」（26.8%）が多く、この年齢層で回答者の過半数を占めています。

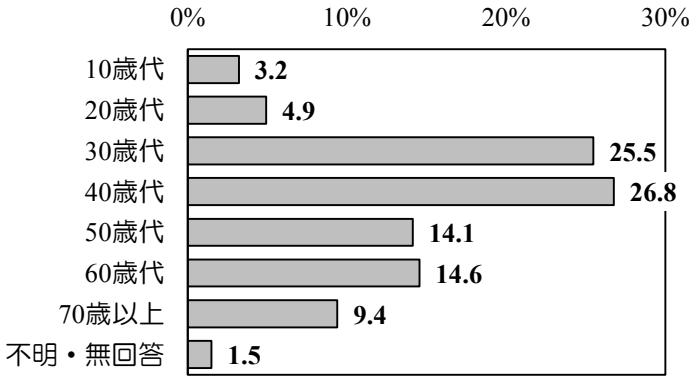


図 2　年齢（N=467）

* 「10 歳代」は、回答者数が少数（N=15）のため、以降の分析から除外しています。

（3）居住地

回答者の約 8 割（79.2%）が「和歌山市内在住者」であり、他府県在住者*は 1 割もありません。

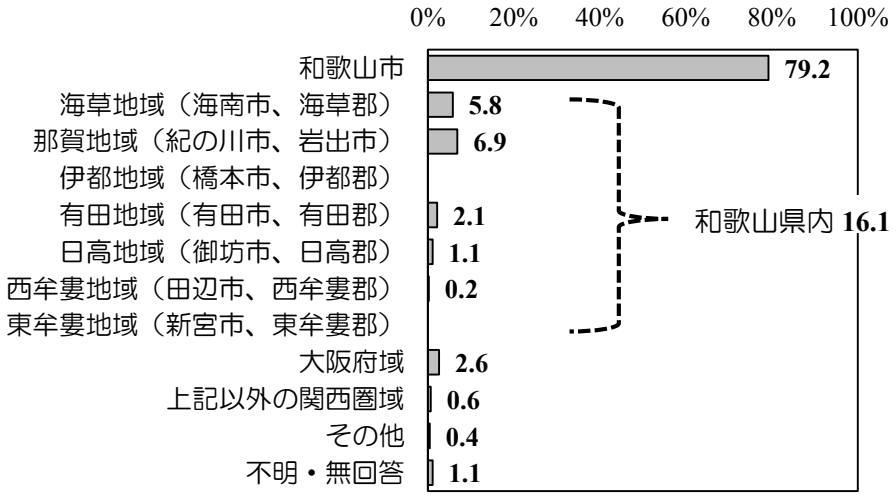


図 3　居住地（N=467）

（4）職業

回答者の職業*は、「家事専業（主婦・主夫）」「勤め人（常勤・フルタイム）」が各々 3 割強（31.7%、31.3%）で最も高くなっています。

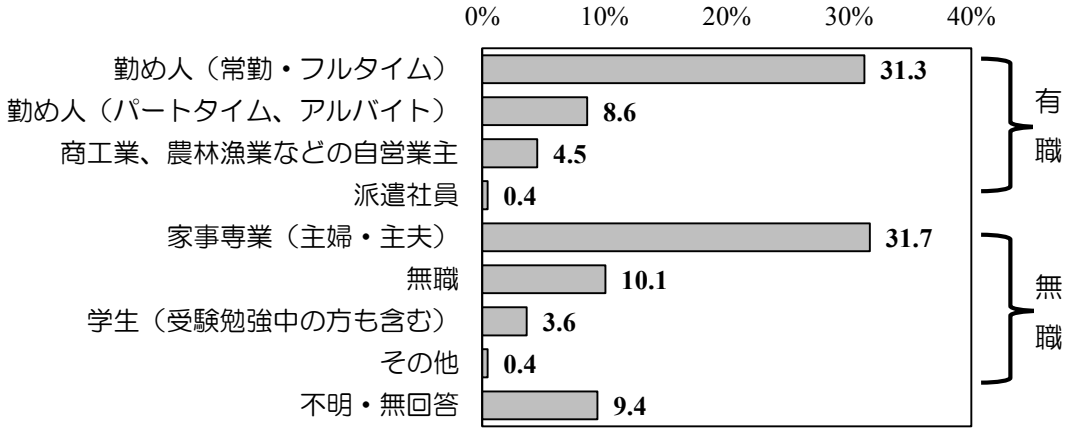


図 4　職業（N=467）

* 「他府県在住者」は、回答者数が少数（N=17）のため、以降の分析から除外しています。
* 「学生」は、回答者数が少数（N=17）のため、以降の分析から除外しています。

（５）結婚の有無

結婚の有無は、回答者の約８割（79.9%）が「既婚者」と回答しています。

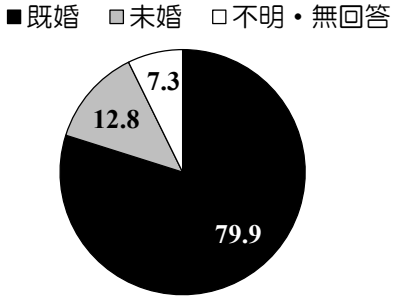


図 5　結婚の有無（N=467）

（６）同居子供の有無

同居子供の有無は、回答者の約７割（69.8%）が「居る」と回答しています。

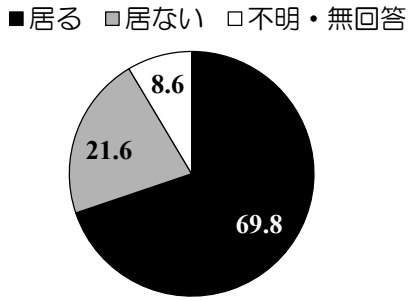


図 6　同居子供の有無（N=467）

今回の調査では、サンプルの偏り、特に年齢層で「10 歳代」「20 歳代」の回答者が少なかったことが課題です。今後、同様の調査を実施する際には、この年齢層の偏りの解消方法を検討しておきます。

2. 回答結果

（1）「産業展で紹介している商品」に対する来場者の評価

『産業展で紹介している商品』に対する来場者の評価として印象が高い項目（「その通り」「全くその通り」の合計）は、「和歌山を感じる商品」（83.7%）、「安心して利用できる素材」（73.4%）、「品質が高い」（63.0%）となっています。

一方、「よく知っているブランド」「高級感を感じる商品」の項目は、他項目に比べ低い結果となっています（各々46.7%、49.0%）。

また、項目により「わからない」が 2～4 割程度あります。

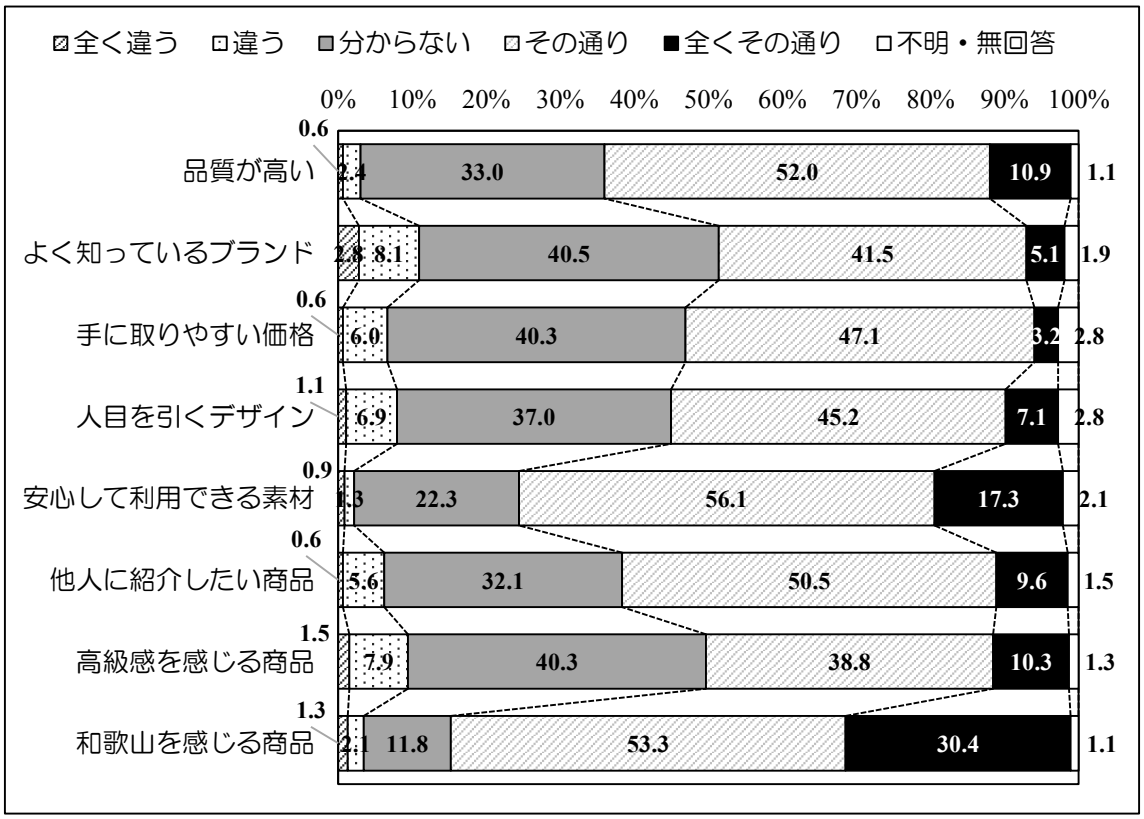


図 7　産業展で紹介された商品に対する来場者の評価

属性別（※参考資料 p24～55 参照）の結果をみても、全般的に同様の傾向を示しています。

次頁以降で印象度の高低『印象度低い（「全く違う」「違う」の%合計）、印象度高い（「その通り」「全くその通り」の%合計）』を属性別に少し詳しくみています。

【性別】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっています。

その中で「品質が高い」は、〈男性〉で 70.1%、〈女性〉で 59.9%と、属性により 10 ポイント以上の差があります。

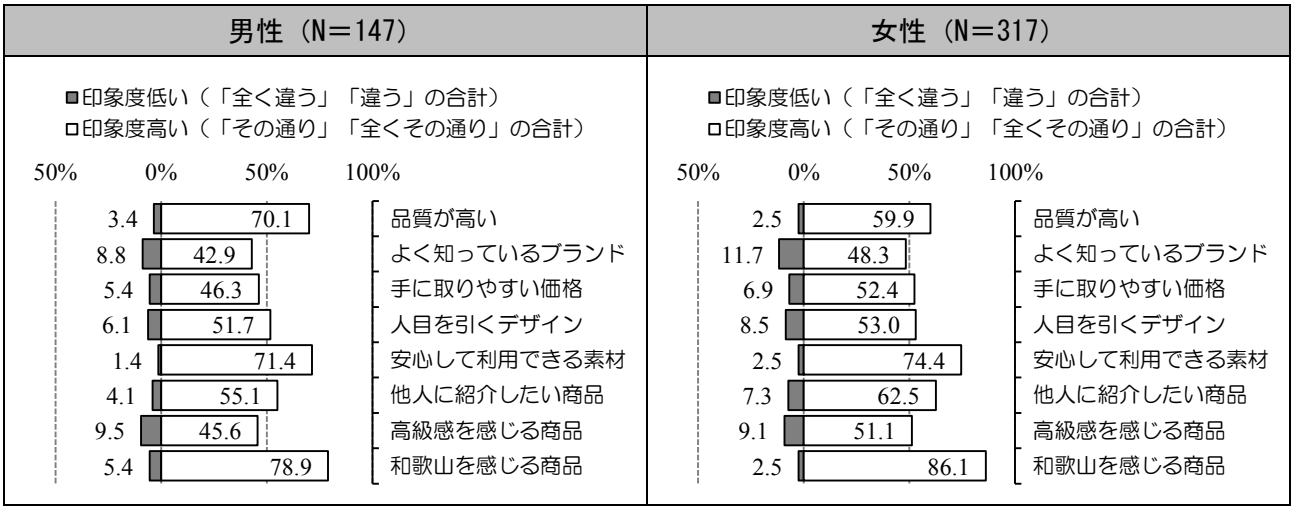


図 8　属性別（性別）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

【年齢】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっていますが、〈20 歳代〉では「手に取りやすい価格」（69.6%）、〈30 歳代〉では「他人に紹介したい商品」（66.4%）、〈70 歳以上〉では「高級感を感じる商品」（65.9%）が高くなっています（※20 歳代はサンプル数が少ない（N=23）ことに留意）。

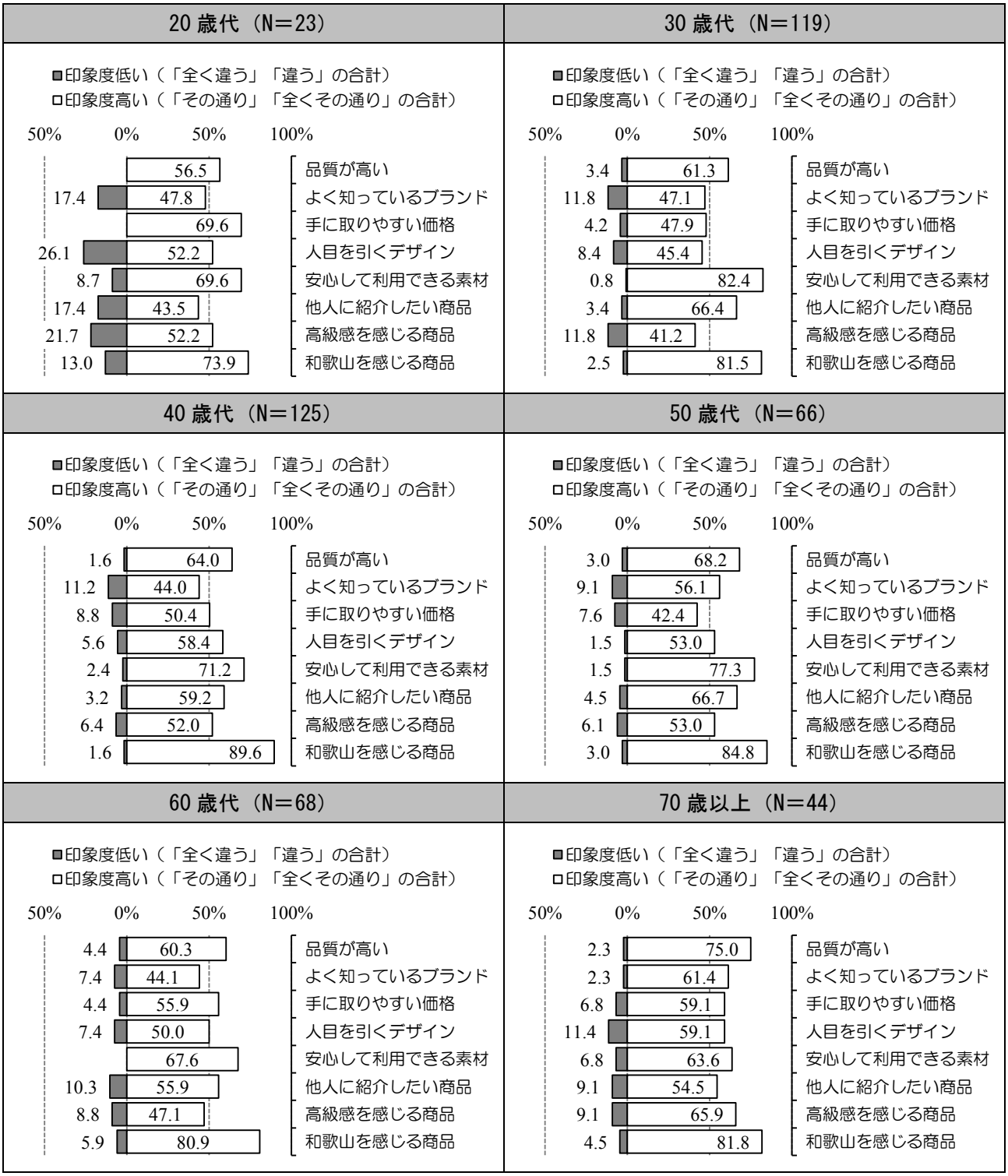


図 9　属性別（年齢）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

【居住地】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっています。

その中で「手に取りやすい価格」は、〈和歌山市内〉で 48.1%、〈和歌山市外〉で 62.7%と、属性により 15 ポイント程度の差があります。

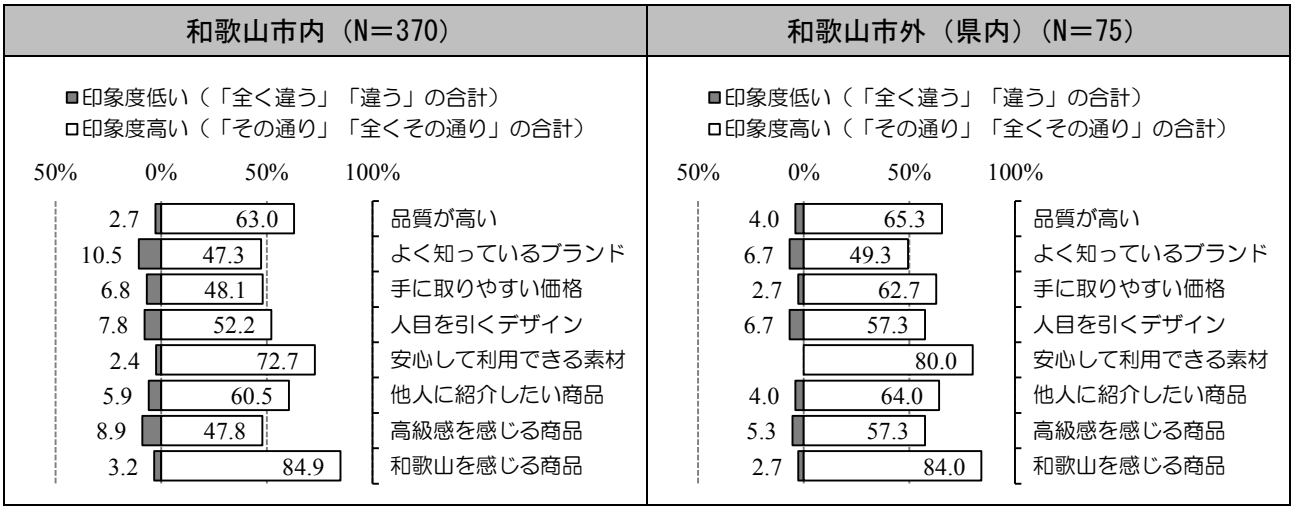


図 10　属性別（居住地）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

【職業】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっています。属性による違いは、余り見受けられません。

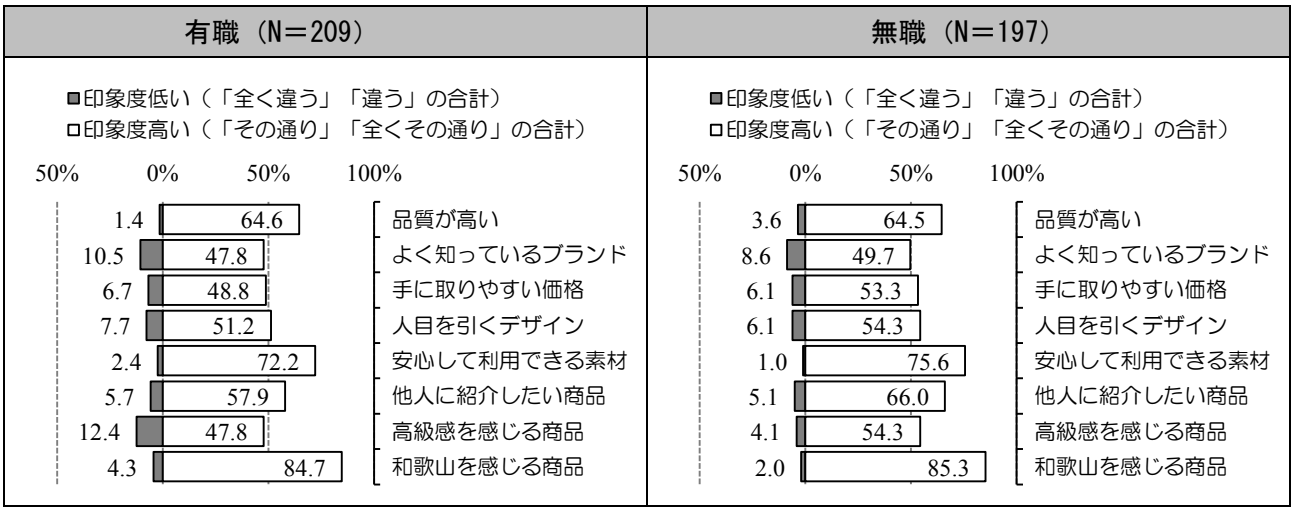


図 11　属性別（職業）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

【結婚の有無】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっています。

その中で「よく知っているブランド」は、〈既婚〉で 50.4%、〈未婚〉で 35.0%と、また、「高級感を感じる商品」は、〈既婚〉で 50.1%、〈未婚〉で 40.0%と、属性により 10～15 ポイント程度の差があります。

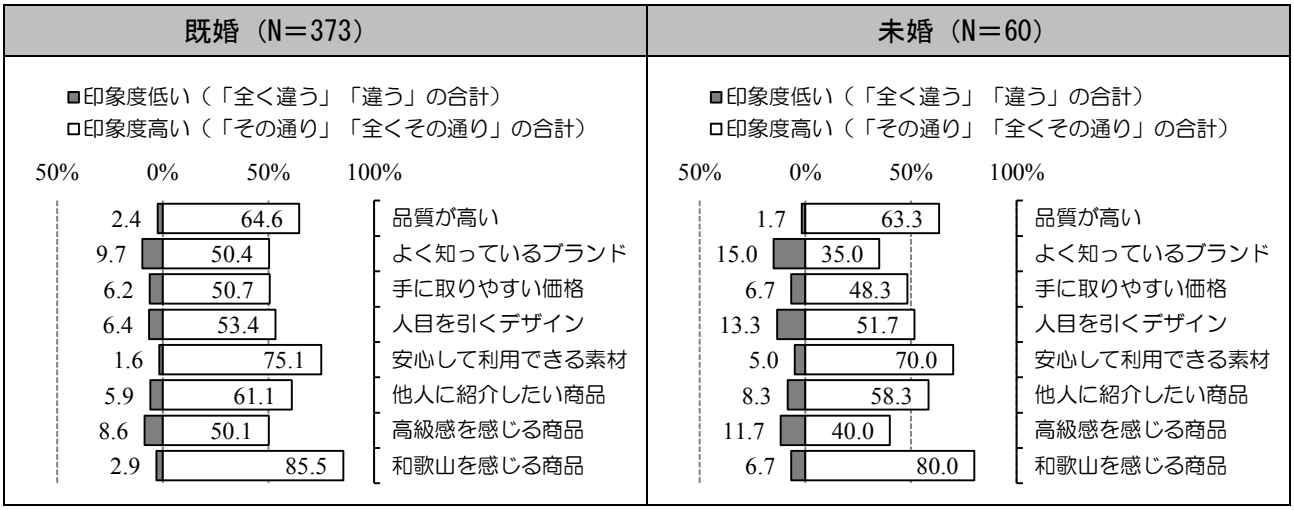


図 12　属性別（結婚の有無）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

【同居子供の有無】

印象度の高さは、全体結果の傾向と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」「品質が高い」が高くなっていますが、〈居る〉では「他人に紹介したい商品」が高くなっています（62.6%）。属性による違いは、余り見受けられません。

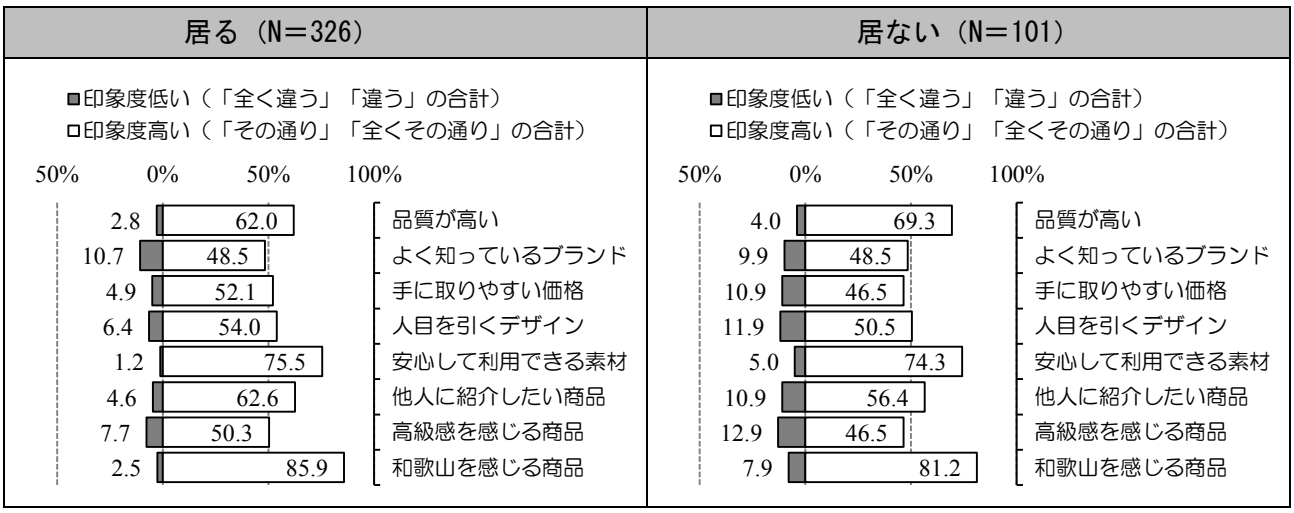


図 13　属性別（同居子供の有無）産業展で紹介された商品に対する印象度の高低

（2）商品を購入する際に重視する点

商品を購入する際に重視する点が高い項目（「重視する」「非常に重視する」の合計）は、「商品の質」（86.5%）、「価格」（85.0%）、「使用している素材」（79.7%）となっています。

一方、「周囲の評価」「高級感」「ブランドの知名度」の項目は、他項目に比べ低い結果となっています（各々46.7%、44.1%、43.9%）。

また、項目により「わからない」が 2～3 割程度あります。

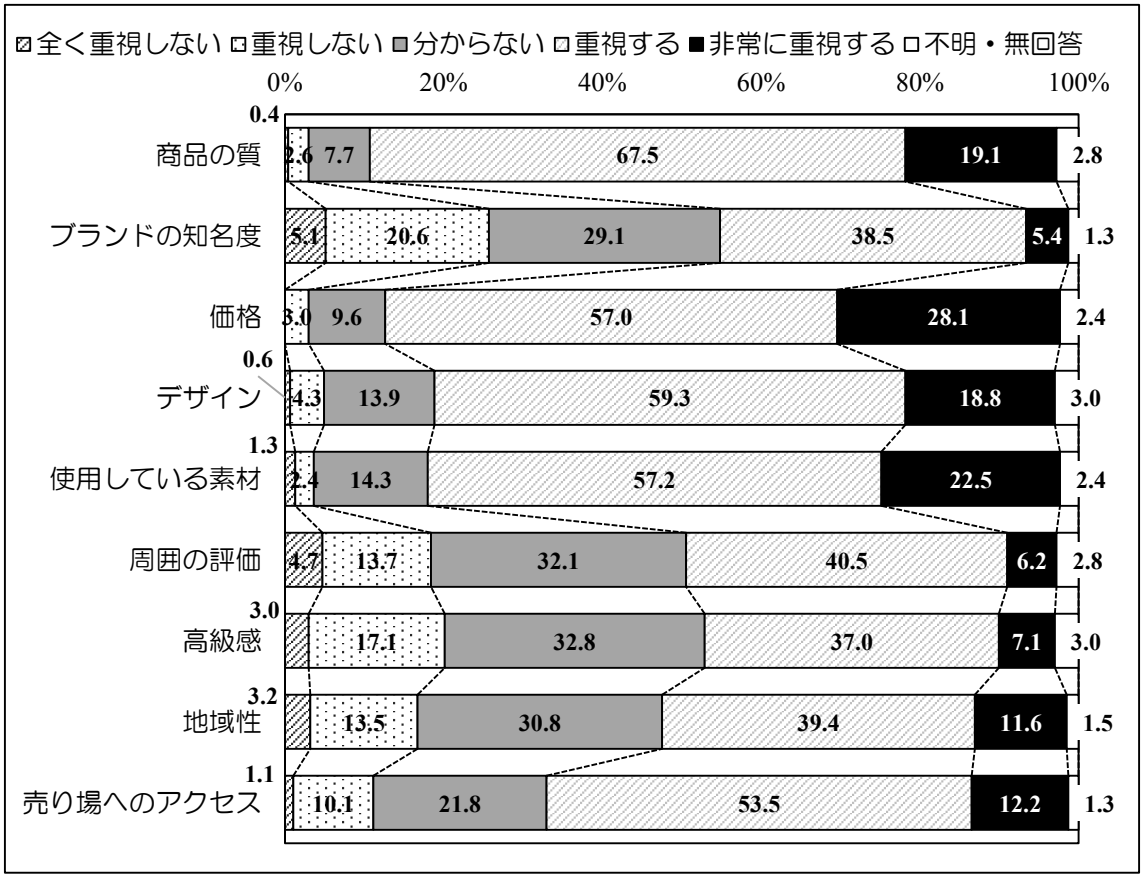


図 14　商品購入の際に重視する点

属性別（※参考資料 p24～55 参照）の結果をみても、全般的に同様の傾向を示していますが、一部の年齢層で「高級感」「売り場へのアクセス」といった項目が高くなっています。

次頁以降で重視度の高低『重視度低い（「全く重視しない」「重視しない」の%合計）、重視度高い（「重視する」「非常に重視する」の%合計）』を属性別に少し詳しくみています。

【性別】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっていますが、〈男性〉では「デザイン」が高くなっています（78.2%）。

その中で「周囲の評価」は、〈男性〉で 40.1%、〈女性〉で 49.5%と、また、「売り場へのアクセス」は、〈男性〉で 59.9%、〈女性〉で 68.8%と、属性により 10 ポイント程度の差があります。

そして、上記の属性による差は、重視度の低さに現れており、「周囲の評価」は、〈男性〉で 25.2%、〈女性〉で 15.1%と、また、「売り場へのアクセス」は、〈男性〉で 19.0%、〈女性〉で 6.9%と、10～13 ポイントの差となっています。

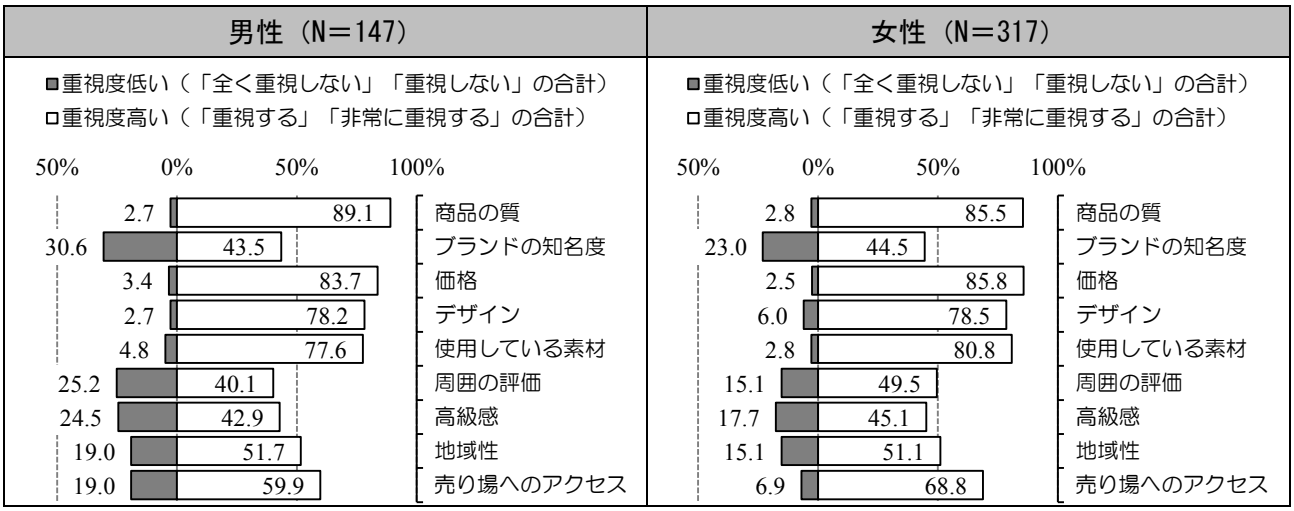


図 15　属性別（性別）商品購入の際に重視度の高低

【年齢】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっていますが、〈20 歳代〉〈30 歳代〉では「デザイン」（91.3%、84.0%）、〈70 歳以上〉では「売り場へのアクセス」（72.7%）が高くなっています（※20 歳代はサンプル数が少ない（N=23）ことに留意）。

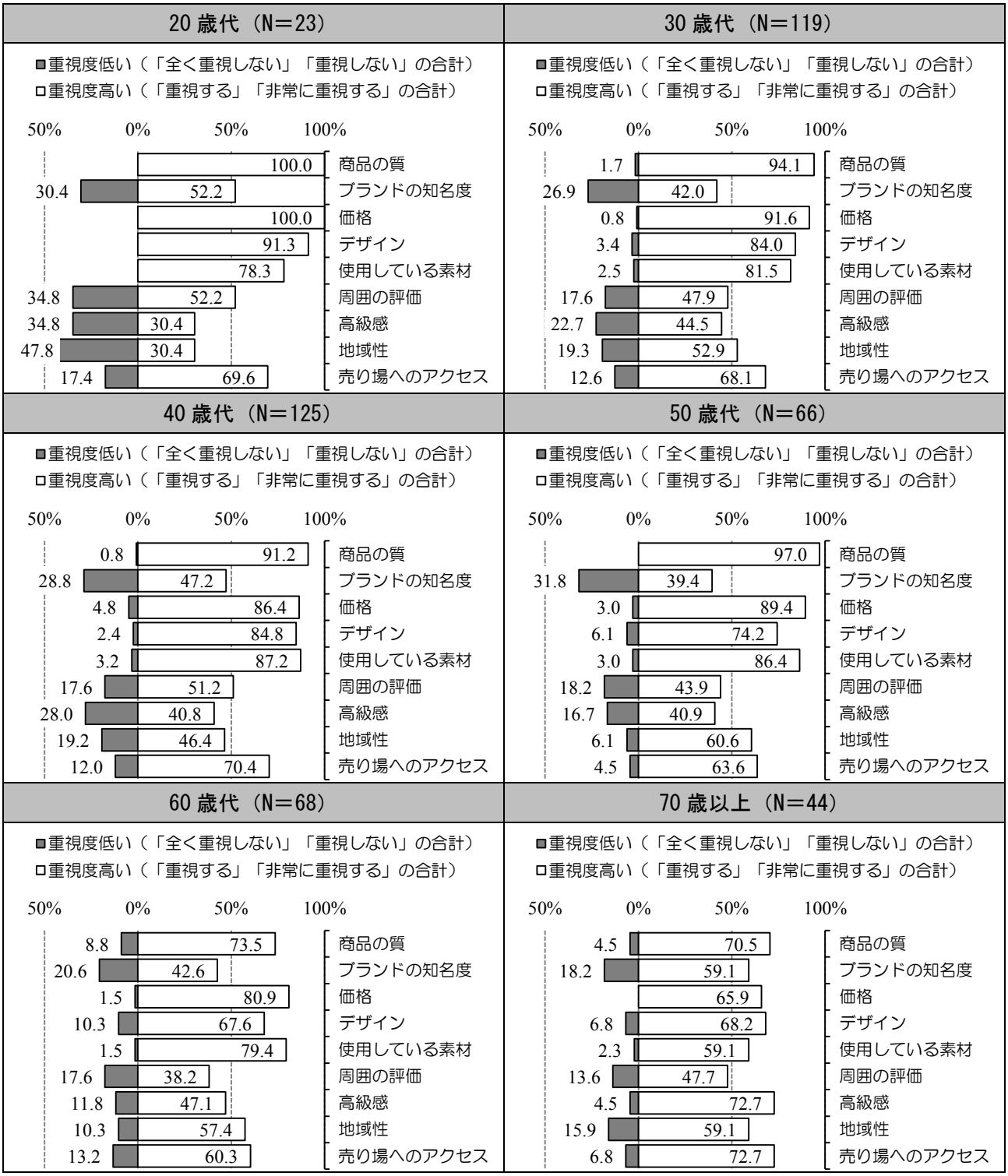


図 16　属性別（年齢）商品購入の際に重視度の高低

【居住地】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっていますが、〈和歌山市外（県内)〉では「デザイン」が高くなっています（92.0%)。

その中で「価格」は、〈和歌山市内〉で 83.2%、〈和歌山市外（県内)〉で 96.0%と、また、「デザイン」は、〈和歌山市内〉で 75.9%、〈和歌山市外（県内)〉で 92.0%と、属性により 13～16 ポイント程度の差があります。

そして、重視度の低さにおいて、「高級感」は、〈和歌山市内〉で 18.9%、〈和歌山市外（県内)〉で 28.0%と、10 ポイント程度の差となっています。

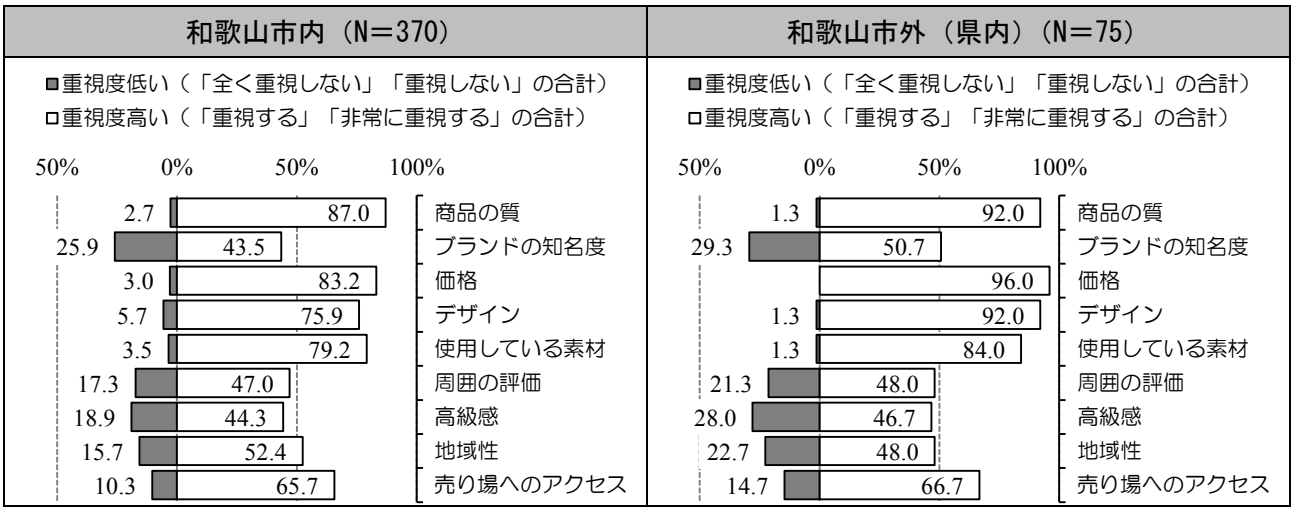


図 17　属性別（居住地）商品購入の際に重視度の高低

【職業】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっていますが、〈有職〉では「デザイン」が高くなっています（85.2%)。「デザイン」は、〈無職〉で 73.1%と、属性により 10 ポイント以上の差があります。

そして、重視度の低さにおいて、「ブランドの知名度」は、〈有職〉で 33.0%、〈無職〉で 18.8%と、「周囲の評価」は、〈有職〉で 24.4%、〈無職〉で 12.7%と、「高級感」は、〈有職〉で 29.2%、〈無職〉で 12.7%と、12～17 ポイント程度の差となっています。

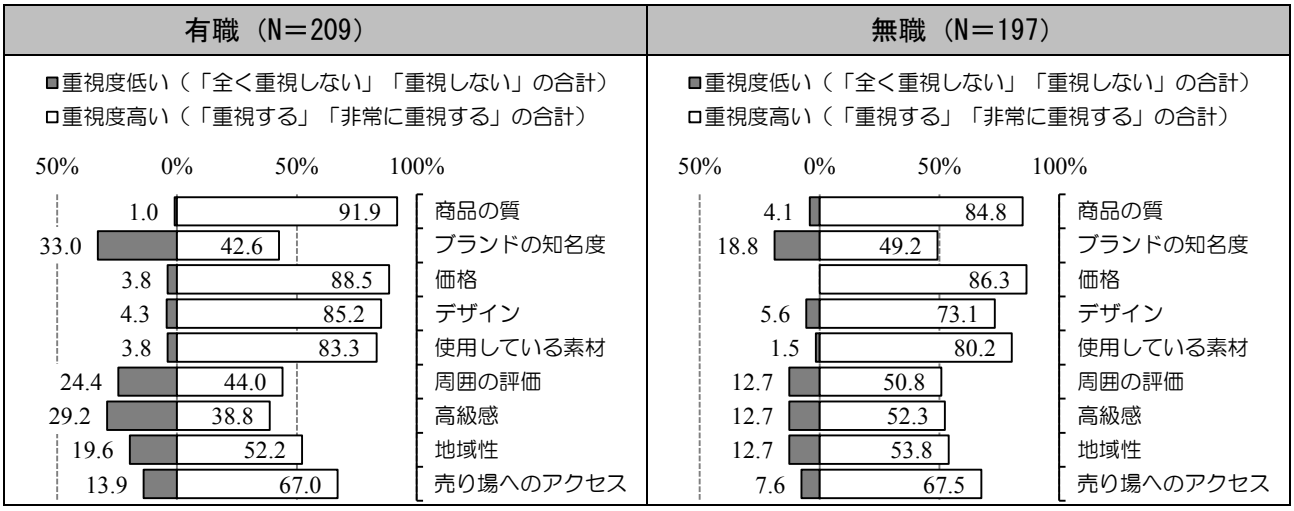


図 18　属性別（職業）商品購入の際に重視度の高低

【結婚の有無】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっていますが、〈未婚〉では「デザイン」が高くなっています（81.7%）。

その中で「高級感」は、〈既婚〉で 45.0%、〈未婚〉で 36.7%と、また、「地域性」は、〈既婚〉で 53.1%、〈未婚〉で 43.3%と、属性により 10 ポイント程度の差があります。

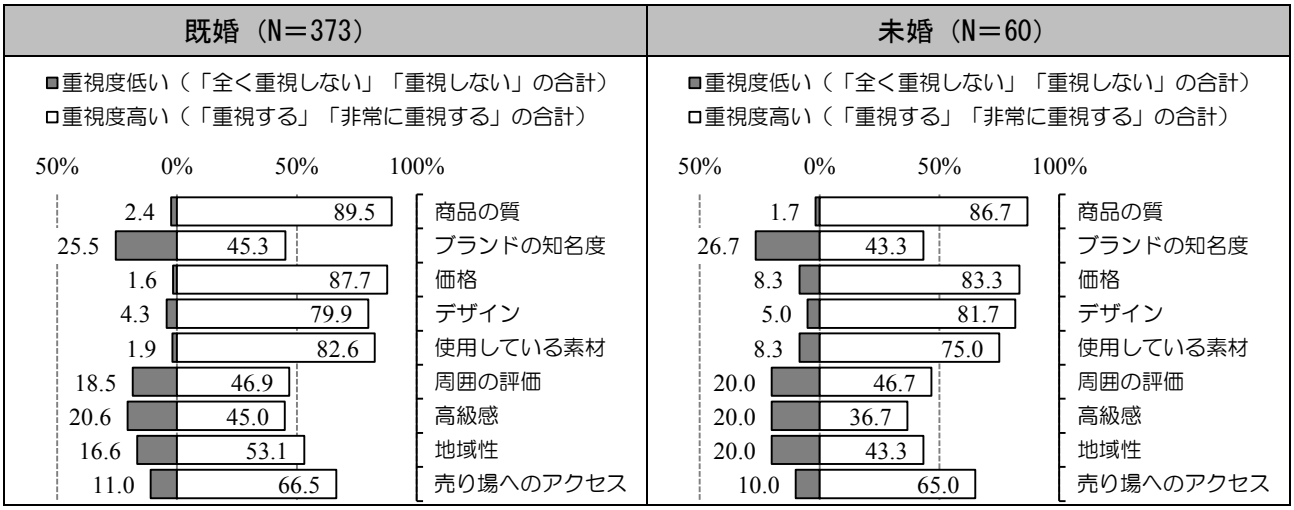


図 19　属性別（結婚の有無）商品購入の際に重視度の高低

【同居子供の有無】

重視度の高さは、全体結果の傾向と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」が高くなっています。

その中で「価格」は、〈居る〉で 88.3%、〈居ない〉で 79.2%と、属性により 10 ポイント程度の差があります。

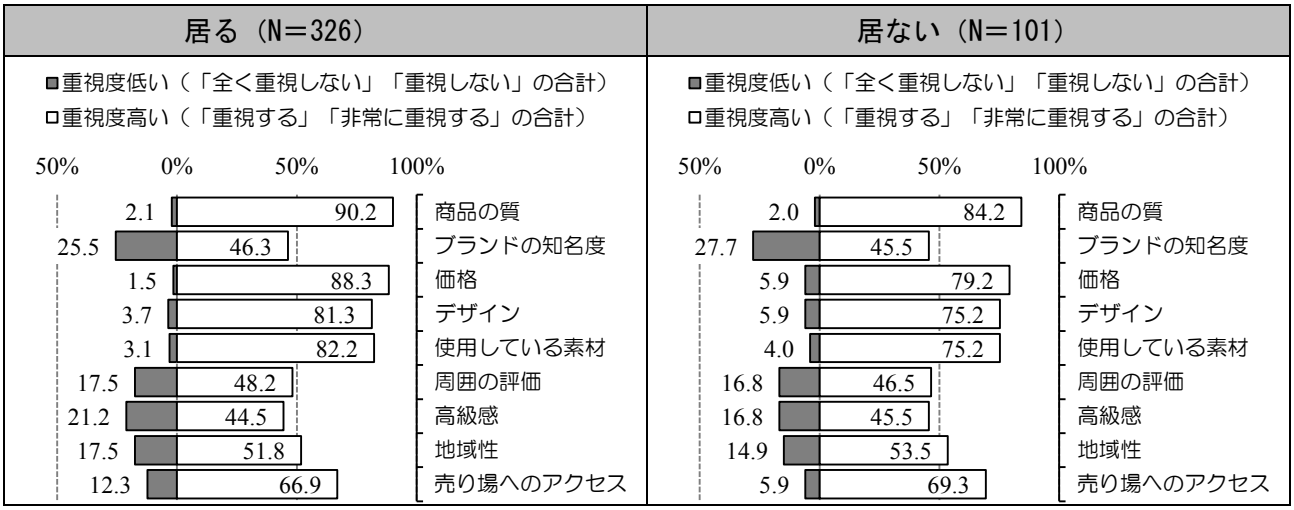


図 20　属性別（同居子供の有無）商品購入の際に重視度の高低

（3）展示商品の印象度と商品購入における重要度

①印象度

各評価項目について「全く違う」：1 点、「違う」：2 点、「わからない」：3 点、「その通り」：4 点、「全くその通り」：5 点として回答者の平均点*を算出し、スコア化しました。（1）「産業展で紹介している商品」に対する来場者の評価と同様に「和歌山を感じる商品」「安心して利用できる素材」項目が高い点数となっています。

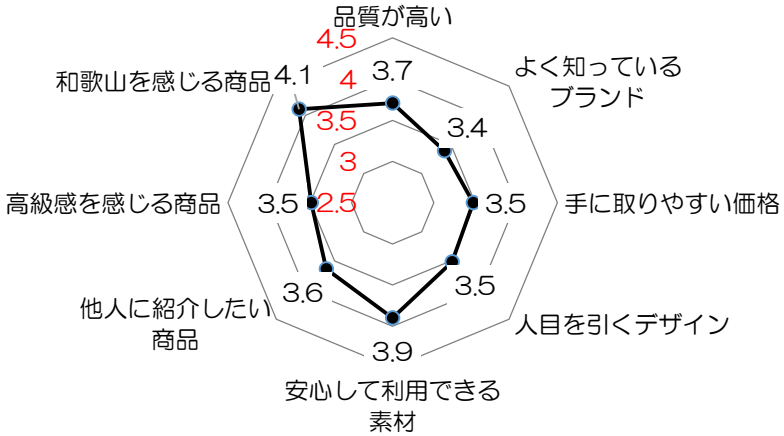


図 21　産業展で紹介された商品に対する評価（スコア化）

属性別のスコア結果（※グラフは p56～57 参照）みると、年齢「70 歳以上」を除き、同様の傾向を示しています。

表 1　産業展で紹介された商品に対する評価（スコア化）

	全体	性別		年齢						結婚	
		男性	女性	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	既婚	未婚
品質が高い	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.7	3.7	3.7	4.1	3.7	3.7
よく知っているブランド	3.4	3.3	3.4	3.3	3.4	3.3	3.5	3.5	3.7	3.4	3.2
手に取りやすい価格	3.5	3.5	3.5	3.8	3.5	3.5	3.4	3.6	3.6	3.5	3.4
人目を引くデザイン	3.5	3.5	3.5	3.3	3.4	3.6	3.5	3.5	3.8	3.5	3.4
安心して利用できる素材	3.9	3.8	3.9	3.8	4.0	3.9	3.9	3.8	3.8	3.9	3.8
他人に紹介したい商品	3.6	3.6	3.7	3.2	3.7	3.7	3.6	3.6	3.8	3.6	3.6
高級感を感じる商品	3.5	3.4	3.5	3.2	3.4	3.6	3.5	3.5	3.9	3.5	3.3
和歌山を感じる商品	4.1	4.0	4.2	3.9	4.1	4.2	4.0	4.0	4.2	4.1	4.1

※上位２項目を色付け

* 不明・無回答を除いて算出。以降の重要度も同様。

表 1　産業展で紹介された商品に対する評価（スコア化）（続き）

	全体	同居子供		住所		職業	
		居る	居ない	和歌山市	和歌山市外（県内）	有職	無職
品質が高い	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8
よく知っているブランド	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.4	3.5
手に取りやすい価格	3.5	3.5	3.4	3.4	3.7	3.5	3.5
人目を引くデザイン	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.5	3.6
安心して利用できる素材	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9
他人に紹介したい商品	3.6	3.7	3.6	3.6	3.7	3.6	3.8
高級感を感じる商品	3.5	3.5	3.4	3.5	3.6	3.4	3.7
和歌山を感じる商品	4.1	4.1	4.0	4.1	4.1	4.1	4.2

※上位２項目を色付け

②重要度

各評価項目について「全く重視しない」：1 点、「重視しない」：2 点、「わからない」：3 点、「重視する」：4 点、「非常に重視する」：5 点として回答者の平均点を算出し、スコア化しました。（2）商品を購入する際に重視する点と同様に「商品の質」「価格」「使用している素材」項目が高い点数となっています。

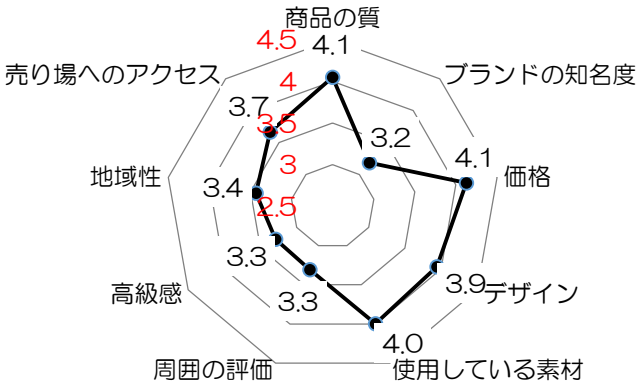


図 22　商品購入の際に重視する点（スコア化）

属性別のスコア結果を（※グラフは p56～57 参照）みると、同様の傾向を示していますが、一部「デザイン」を重視する傾向もみられます。

表 2　商品購入の際に重視する点（スコア化）

	全体	性別		年齢						結婚	
		男性	女性	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上	既婚	未婚
商品の質	4.1	4.1	4.0	4.3	4.1	4.1	4.1	3.9	4.0	4.1	4.0
ブランドの知名度	3.2	3.1	3.2	3.2	3.1	3.2	3.0	3.3	3.5	3.2	3.1
価格	4.1	4.1	4.2	4.4	4.3	4.1	4.2	4.0	3.9	4.2	4.0
デザイン	3.9	3.9	4.0	4.3	4.0	4.1	3.9	3.7	3.8	4.0	4.0
使用している素材	4.0	3.9	4.1	4.0	4.0	4.1	4.1	4.1	3.9	4.1	3.7
周囲の評価	3.3	3.1	3.4	3.1	3.3	3.4	3.3	3.2	3.5	3.3	3.3
高級感	3.3	3.2	3.4	2.9	3.2	3.2	3.3	3.4	4.0	3.3	3.2
地域性	3.4	3.4	3.5	2.5	3.4	3.4	3.7	3.6	3.6	3.5	3.3
売り場へのアクセス	3.7	3.5	3.8	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.9	3.7	3.7

※上位２項目を色付け

表 2　商品購入の際に重視する点（スコア化）（続き）

	全体	同居子供		住所		職業	
		居る	居ない	和歌山市	和歌山市外（県内）	有職	無職
商品の質	4.1	4.1	4.0	4.1	4.1	4.1	4.1
ブランドの知名度	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2	3.1	3.4
価格	4.1	4.2	4.0	4.1	4.3	4.1	4.2
デザイン	3.9	4.0	3.9	3.9	4.2	4.0	3.9
使用している素材	4.0	4.0	3.9	4.0	4.1	4.0	4.1
周囲の評価	3.3	3.3	3.4	3.3	3.2	3.2	3.4
高級感	3.3	3.3	3.4	3.3	3.2	3.1	3.5
地域性	3.4	3.4	3.5	3.5	3.3	3.4	3.5
売り場へのアクセス	3.7	3.7	3.8	3.7	3.6	3.6	3.7

※上位２項目を色付け

③印象度と重要度の関係

前述の①、②の各項目は、表裏一体の関係にあると考えられます。そこで、各項目間の関係性を示すキーワードを以下のように設定しました。

表 3　各項目の関係

印象度	重要度	キーワード
品質が高い	商品の質	品質
よく知っているブランド	ブランドの知名度	ブランド
手に取りやすい価格	価格	低価格
人目を引くデザイン	デザイン	デザイン
安心して利用できる素材	使用している素材	素材
他人に紹介したい商品	周囲の評価	評価
高級感を感じる商品	高級感	高級感
和歌山を感じる商品	地域性	地域性

横軸に印象度、縦軸に重視度を取り、各項目の平均点をグラフ上に示すと、各項目の分布した領域から今後の商品開発の方向性を読み取ることが可能になると推察されます。特に、【重点課題領域】にある項目が今後の商品開発の方向性を示唆するものとして考えられます。

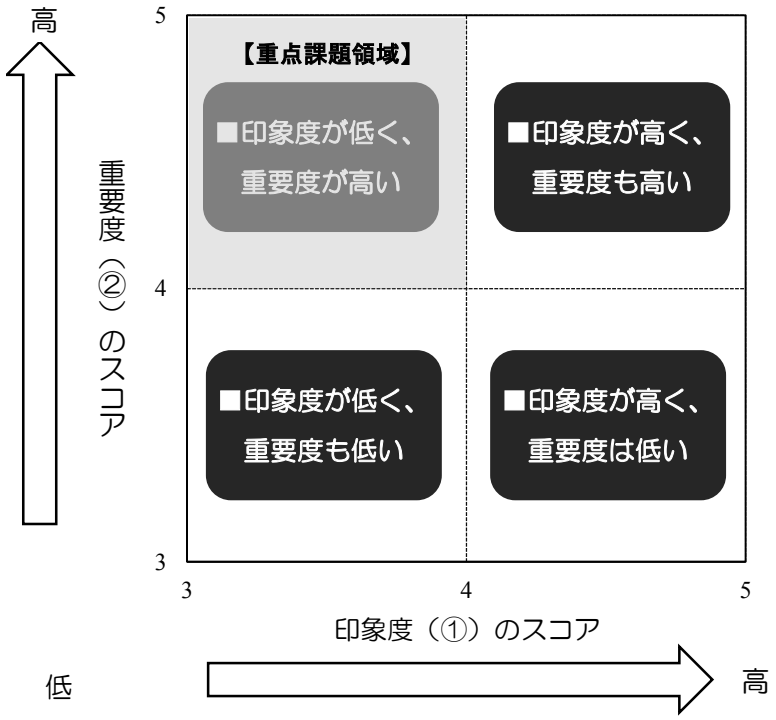


図 23　印象度と重要度の関係

前述の①、②の各項目の平均点をグラフ上に示すと、「低価格」「品質」「素材」「デザイン」といった項目は、重視度≧印象度（対角線の左上）にあり、特に「低価格」「品質」「素材」といった項目は重点課題領域にあります。

この領域にある項目は、今後、重点課題項目としてグラフ右側の領域（印象点の高い領域）に移行できるよう取り組んでいく必要があります。

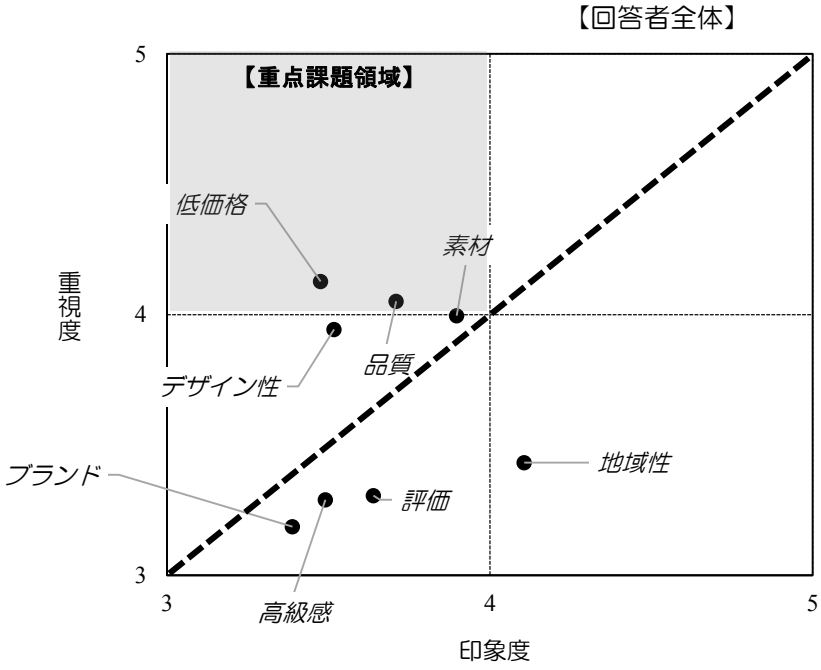


図 24　印象度と重要度の関係（プロット結果）

属性別の結果（※参考資料 p58～59 参照）をみても、「低価格」「素材」「品質」「デザイン」といった項目は、同様の傾向を示しています。

第3章　総括（今後の取り組みについて）

第 68 回わかやま商工まつり産業展にて実施した来場者アンケート結果を考察すると、いくつかの印象的なポイント（3 点）がありました。

第 1 に、産業展で紹介している商品に関する来場者の評価が高かった項目は、「地域性」「素材」「品質」でした。これに対して、来場者の評価が相対的に低かった項目は、「高級感」「ブランド」「価格」「デザイン」でした。

第 2 に、来場者が実際に商品を購入する際に重視する項目は、「品質」「価格」「素材」です。しかし、他項目より相対的に重視度が低かった項目は、「周囲の評価」「高級感」「地域性」そして、「ブランドの知名度」でした。

結論として第 3 に、消費者が商品を購入する際に重視度が、産業展の展示会にて得られた印象度（商品の評価点）を下回った項目は、「価格」「品質」「素材」でした。

今後、新しい商品開発の際には、この 3 項目（価格、品質、素材）に、集中的に資源を投入し、改善を図ることが商品に対する顧客満足度を高めることに繋がるものと考えられます。

参考資料

資料1　調査票

わかやま商工まつり「産業展来場者アンケート」

H28．10．8 － 10．9

拝啓　時下ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。
この度、商品改良のため印象調査を行っております。なお、いただきましたアンケートは統計的に処理され、個人が特定されることはございません。何卒ご協力よろしくお願い申し上げます。

Ⅰ　『産業展でご紹介した商品』に対するあなたのお考えについてお伺いします。
（各項目について該当する数字に１つずつ○をしてください）

	設問	全く違う		違う		分からない		その通り		全くその通り
1	品質が高い	1	－	2	－	3	－	4	－	5
2	よく知っているブランド	1	－	2	－	3	－	4	－	5
3	手に取りやすい価格	1	－	2	－	3	－	4	－	5
4	人目を引くデザイン	1	－	2	－	3	－	4	－	5
5	安心して利用できる素材	1	－	2	－	3	－	4	－	5
6	他人に紹介したい商品	1	－	2	－	3	－	4	－	5
7	高級感を感じる商品	1	－	2	－	3	－	4	－	5
8	和歌山を感じる商品	1	－	2	－	3	－	4	－	5

Ⅱ　あなたが商品を購入する際に重視する点を教えてください。
（各項目について該当する数字に１つずつ○をしてください）

	設問	全く重視しない		重視しない		分からない		重視する		非常に重視する
1	商品の質	1	－	2	－	3	－	4	－	5
2	ブランドの知名度	1	－	2	－	3	－	4	－	5
3	価格	1	－	2	－	3	－	4	－	5
4	デザイン	1	－	2	－	3	－	4	－	5
5	使用している素材	1	－	2	－	3	－	4	－	5
6	周囲の評価	1	－	2	－	3	－	4	－	5
7	高級感	1	－	2	－	3	－	4	－	5
8	地域性	1	－	2	－	3	－	4	－	5
9	売場へのアクセス	1	－	2	－	3	－	4	－	5

Ⅲ　最後にあなた自身のことをお伺いします。

性別：　男 ・ 女　　年齢：＿＿＿代　　居住地：＿＿＿＿＿市

職業：＿＿＿＿＿＿＿＿＿＿　　既婚 ・ 未婚　　同居子供有無：居る ・ 居ない

お忙しい中ご協力を頂き、ありがとうございました。

資料2　クロス集計

（1）性別

表 4　性別（男性）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	2	3	39	90	13	0	147
	1.4	2.0	26.5	61.2	8.8	0.0	100.0
よく知っているブランド	4	9	68	59	4	3	147
	2.7	6.1	46.3	40.1	2.7	2.0	100.0
手に取りやすい価格	0	8	68	62	6	3	147
	0.0	5.4	46.3	42.2	4.1	2.0	100.0
人目を引くデザイン	1	8	60	67	9	2	147
	0.7	5.4	40.8	45.6	6.1	1.4	100.0
安心して利用できる素材	2	0	39	82	23	1	147
	1.4	0.0	26.5	55.8	15.6	0.7	100.0
他人に紹介したい商品	0	6	58	73	8	2	147
	0.0	4.1	39.5	49.7	5.4	1.4	100.0
高級感を感じる商品	1	13	65	56	11	1	147
	0.7	8.8	44.2	38.1	7.5	0.7	100.0
和歌山を感じる商品	1	7	22	77	39	1	147
	0.7	4.8	15.0	52.4	26.5	0.7	100.0

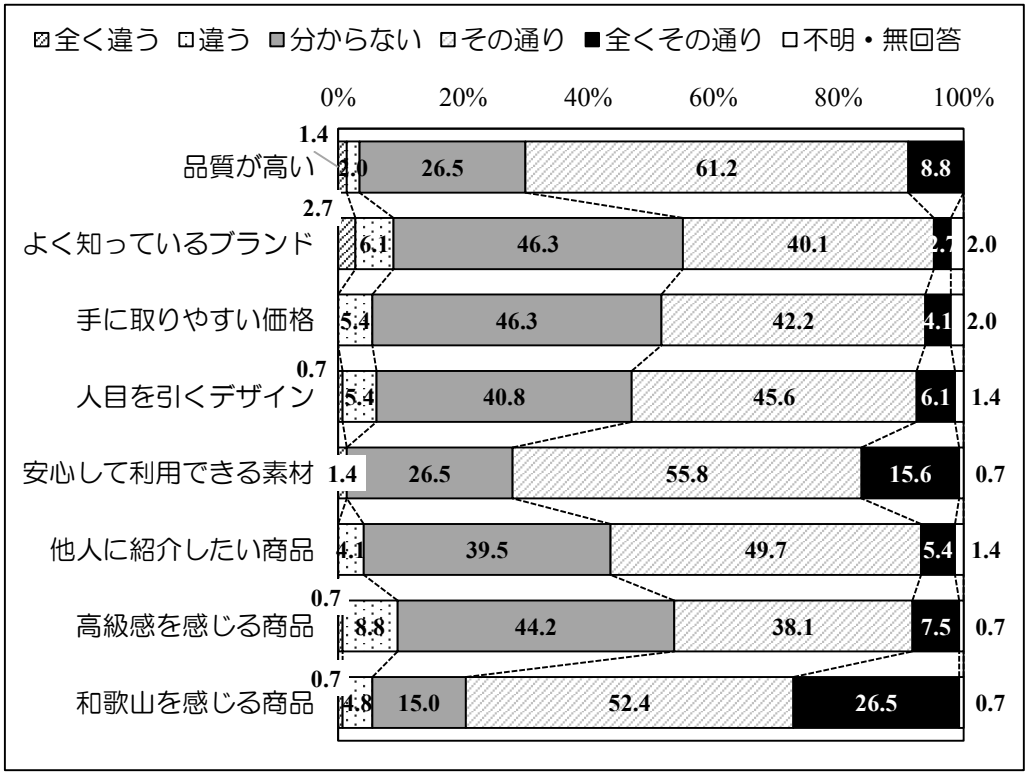


図 25　産業展で紹介された商品に対する評価（男性）

表 5　性別（女性）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	8	114	152	38	5	317
	0.0	2.5	36.0	47.9	12.0	1.6	100.0
よく知っているブランド	9	28	121	133	20	6	317
	2.8	8.8	38.2	42.0	6.3	1.9	100.0
手に取りやすい価格	3	19	119	157	9	10	317
	0.9	6.0	37.5	49.5	2.8	3.2	100.0
人目を引くデザイン	3	24	111	144	24	11	317
	0.9	7.6	35.0	45.4	7.6	3.5	100.0
安心して利用できる素材	2	6	65	179	57	8	317
	0.6	1.9	20.5	56.5	18.0	2.5	100.0
他人に紹介したい商品	3	20	92	161	37	4	317
	0.9	6.3	29.0	50.8	11.7	1.3	100.0
高級感を感じる商品	6	23	121	125	37	5	317
	1.9	7.3	38.2	39.4	11.7	1.6	100.0
和歌山を感じる商品	5	3	32	171	102	4	317
	1.6	0.9	10.1	53.9	32.2	1.3	100.0

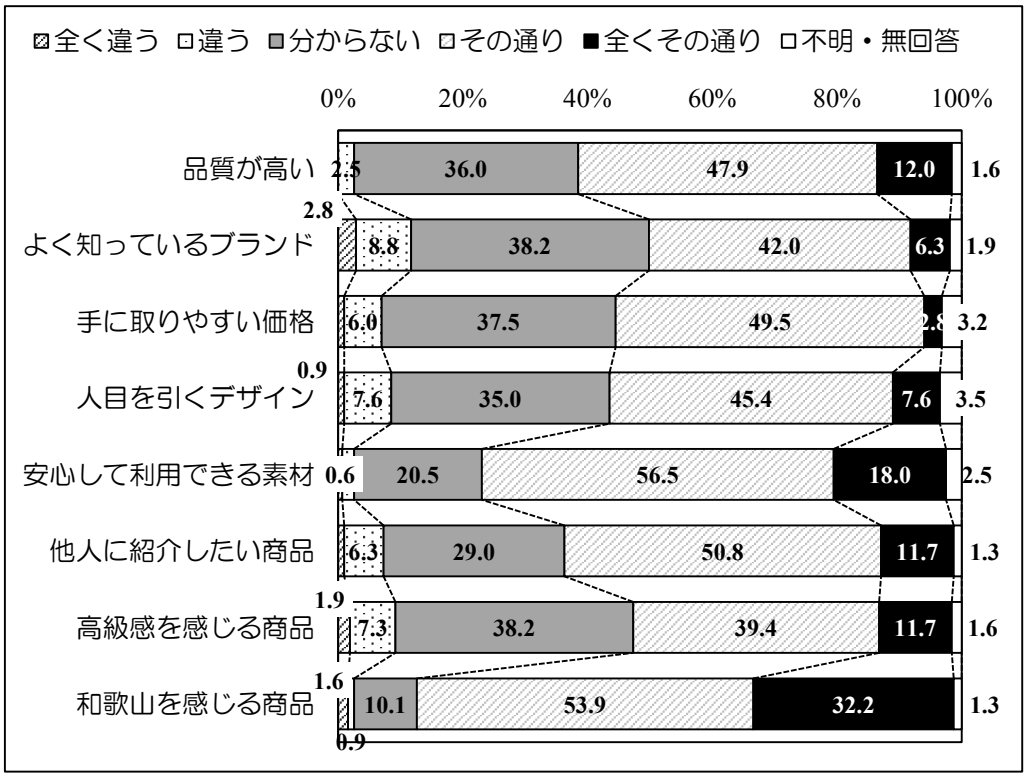


図 26　産業展で紹介された商品に対する評価（女性）

表 6　性別（男性）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	4	12	101	30	0	147
	0.0	2.7	8.2	68.7	20.4	0.0	100.0
ブランドの知名度	9	36	37	53	11	1	147
	6.1	24.5	25.2	36.1	7.5	0.7	100.0
価格	0	5	17	87	36	2	147
	0.0	3.4	11.6	59.2	24.5	1.4	100.0
デザイン	1	3	22	94	21	6	147
	0.7	2.0	15.0	63.9	14.3	4.1	100.0
使用している素材	2	5	24	89	25	2	147
	1.4	3.4	16.3	60.5	17.0	1.4	100.0
周囲の評価	13	24	48	51	8	3	147
	8.8	16.3	32.7	34.7	5.4	2.0	100.0
高級感	7	29	43	58	5	5	147
	4.8	19.7	29.3	39.5	3.4	3.4	100.0
地域性	6	22	41	60	16	2	147
	4.1	15.0	27.9	40.8	10.9	1.4	100.0
売り場へのアクセス	5	23	30	72	16	1	147
	3.4	15.6	20.4	49.0	10.9	0.7	100.0

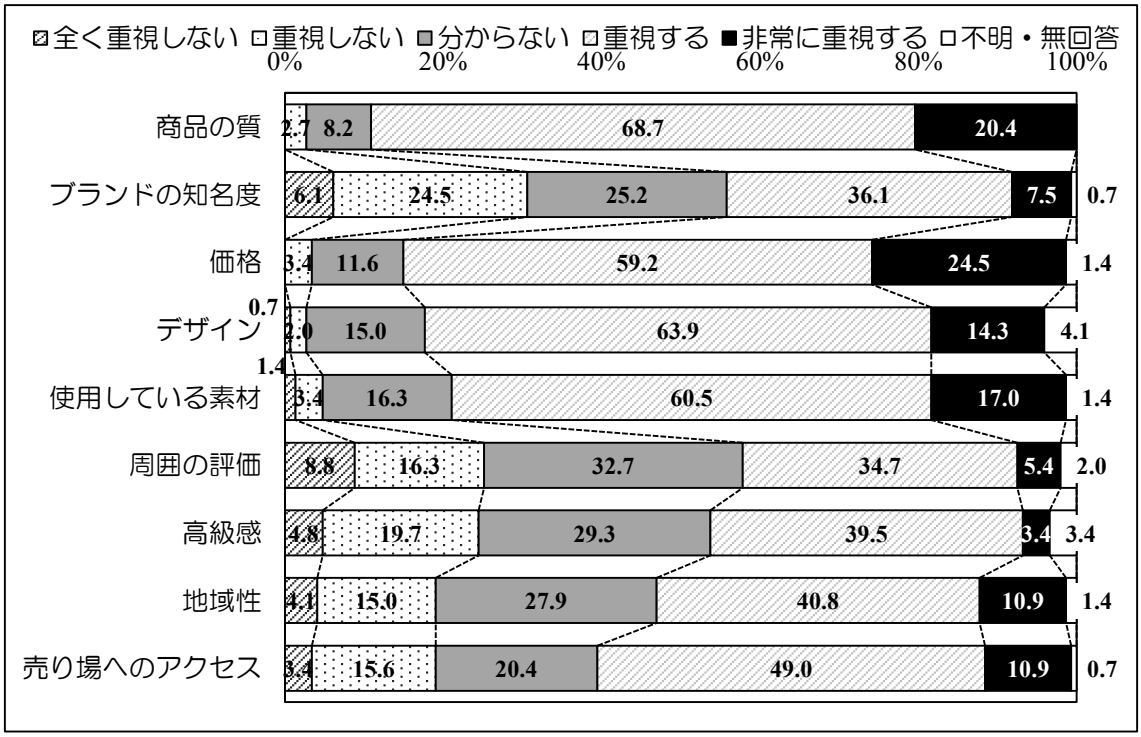


図 27　商品購入の際に重視する点（男性）

表 7　性別（女性）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	2	7	24	213	58	13	317
	0.6	2.2	7.6	67.2	18.3	4.1	100.0
ブランドの知名度	15	58	98	127	14	5	317
	4.7	18.3	30.9	40.1	4.4	1.6	100.0
価格	0	8	28	177	95	9	317
	0.0	2.5	8.8	55.8	30.0	2.8	100.0
デザイン	2	17	41	182	67	8	317
	0.6	5.4	12.9	57.4	21.1	2.5	100.0
使用している素材	3	6	43	176	80	9	317
	0.9	1.9	13.6	55.5	25.2	2.8	100.0
周囲の評価	9	39	102	136	21	10	317
	2.8	12.3	32.2	42.9	6.6	3.2	100.0
高級感	7	49	109	115	28	9	317
	2.2	15.5	34.4	36.3	8.8	2.8	100.0
地域性	9	39	102	124	38	5	317
	2.8	12.3	32.2	39.1	12.0	1.6	100.0
売り場へのアクセス	0	22	72	177	41	5	317
	0.0	6.9	22.7	55.8	12.9	1.6	100.0

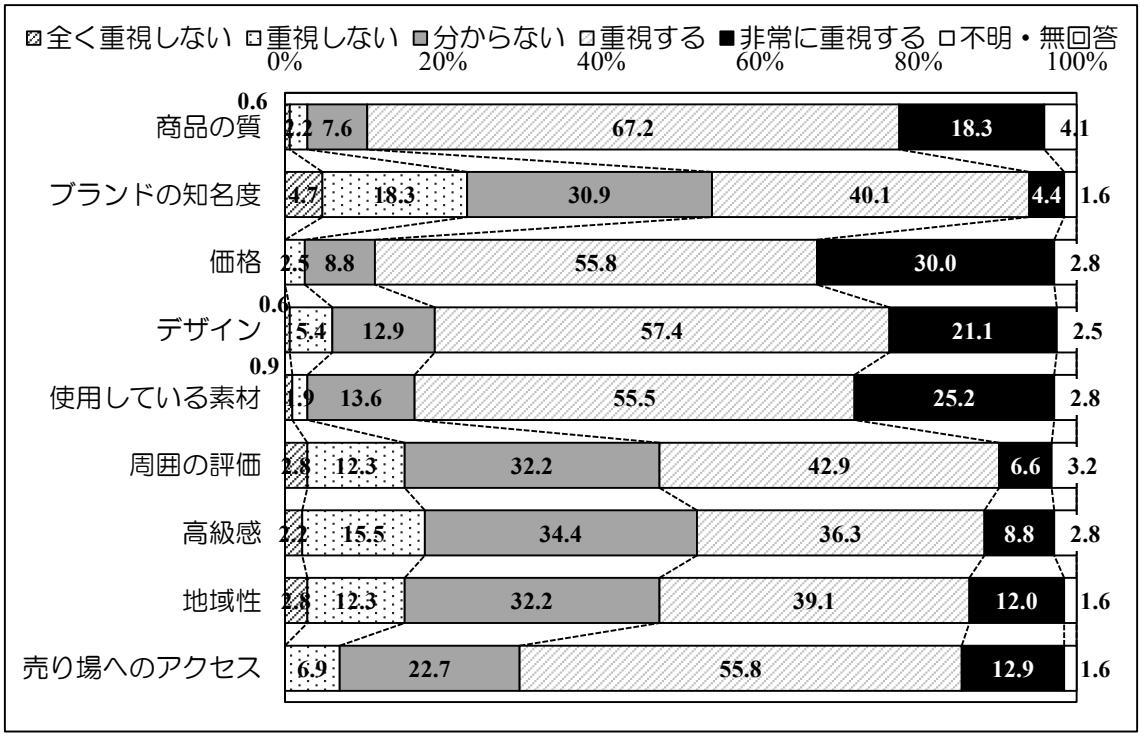


図 28　商品購入の際に重視する点（女性）

（2）年齢別

表 8　年齢別（20 歳代）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	0	10	11	2	0	23
	0.0	0.0	43.5	47.8	8.7	0.0	100.0
よく知っているブランド	1	3	8	10	1	0	23
	4.3	13.0	34.8	43.5	4.3	0.0	100.0
手に取りやすい価格	0	0	7	14	2	0	23
	0.0	0.0	30.4	60.9	8.7	0.0	100.0
人目を引くデザイン	1	5	5	10	2	0	23
	4.3	21.7	21.7	43.5	8.7	0.0	100.0
安心して利用できる素材	0	2	5	12	4	0	23
	0.0	8.7	21.7	52.2	17.4	0.0	100.0
他人に紹介したい商品	2	2	9	9	1	0	23
	8.7	8.7	39.1	39.1	4.3	0.0	100.0
高級感を感じる商品	3	2	6	11	1	0	23
	13.0	8.7	26.1	47.8	4.3	0.0	100.0
和歌山を感じる商品	2	1	2	10	7	1	23
	8.7	4.3	8.7	43.5	30.4	4.3	100.0

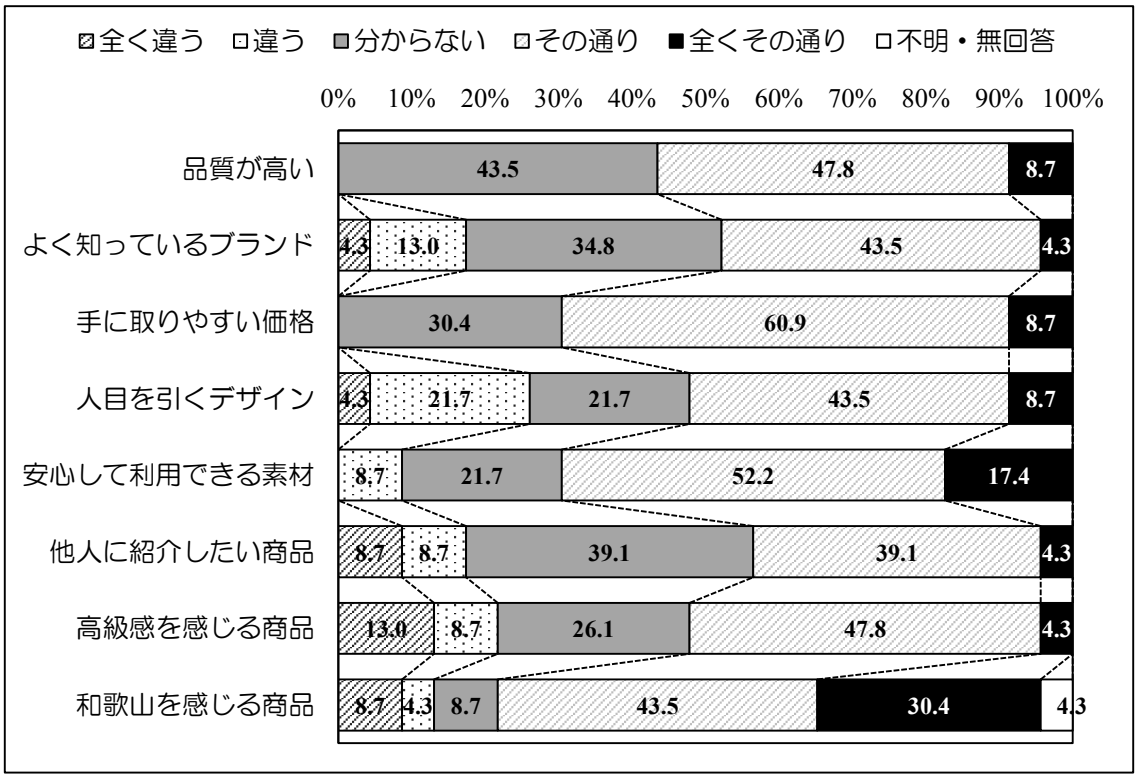


図 29　産業展で紹介された商品に対する評価（20 歳代）

表 9　年齢別（30 歳代）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	4	42	67	6	0	119
	0.0	3.4	35.3	56.3	5.0	0.0	100.0
よく知っているブランド	3	11	49	51	5	0	119
	2.5	9.2	41.2	42.9	4.2	0.0	100.0
手に取りやすい価格	0	5	56	55	2	1	119
	0.0	4.2	47.1	46.2	1.7	0.8	100.0
人目を引くデザイン	0	10	52	50	4	3	119
	0.0	8.4	43.7	42.0	3.4	2.5	100.0
安心して利用できる素材	0	1	20	76	22	0	119
	0.0	0.8	16.8	63.9	18.5	0.0	100.0
他人に紹介したい商品	0	4	36	69	10	0	119
	0.0	3.4	30.3	58.0	8.4	0.0	100.0
高級感を感じる商品	0	14	56	38	11	0	119
	0.0	11.8	47.1	31.9	9.2	0.0	100.0
和歌山を感じる商品	1	2	19	55	42	0	119
	0.8	1.7	16.0	46.2	35.3	0.0	100.0

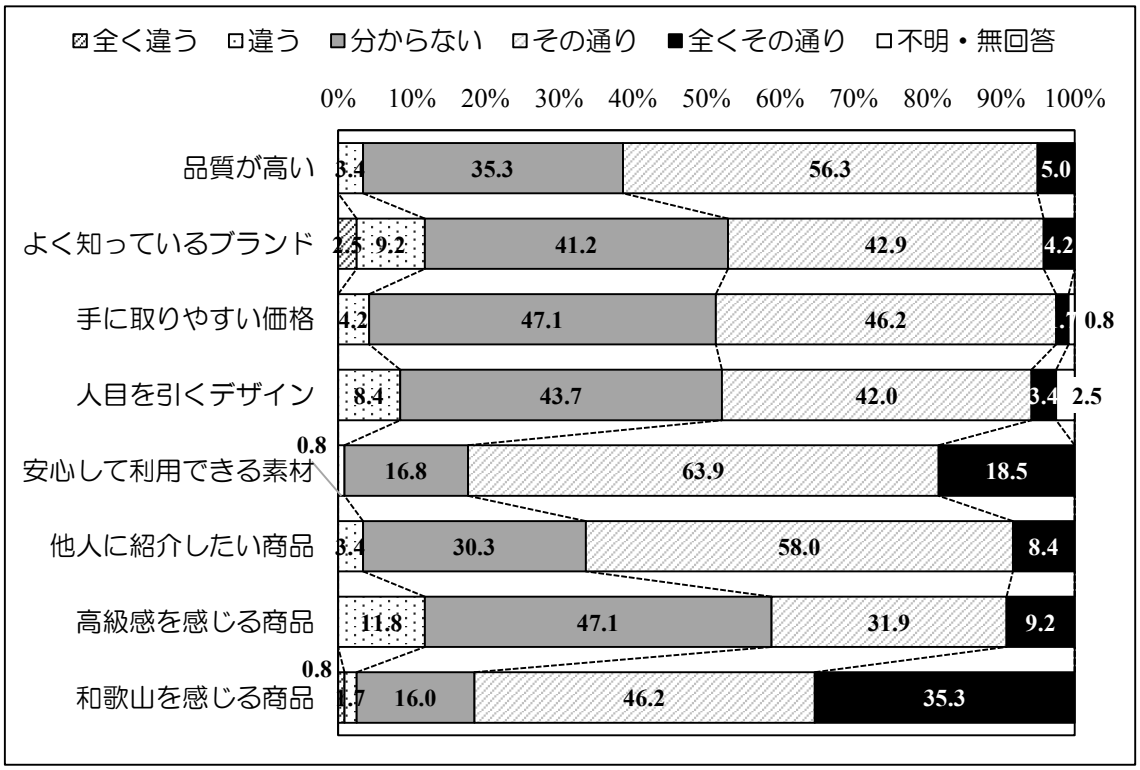


図 30　産業展で紹介された商品に対する評価（30 歳代）

表 10　年齢別（40 歳代）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	1	1	42	65	15	1	125
	0.8	0.8	33.6	52.0	12.0	0.8	100.0
よく知っているブランド	3	11	54	51	4	2	125
	2.4	8.8	43.2	40.8	3.2	1.6	100.0
手に取りやすい価格	0	11	51	58	5	0	125
	0.0	8.8	40.8	46.4	4.0	0.0	100.0
人目を引くデザイン	1	6	43	66	7	2	125
	0.8	4.8	34.4	52.8	5.6	1.6	100.0
安心して利用できる素材	1	2	29	66	23	4	125
	0.8	1.6	23.2	52.8	18.4	3.2	100.0
他人に紹介したい商品	0	4	45	62	12	2	125
	0.0	3.2	36.0	49.6	9.6	1.6	100.0
高級感を感じる商品	0	8	52	53	12	0	125
	0.0	6.4	41.6	42.4	9.6	0.0	100.0
和歌山を感じる商品	0	2	10	79	33	1	125
	0.0	1.6	8.0	63.2	26.4	0.8	100.0

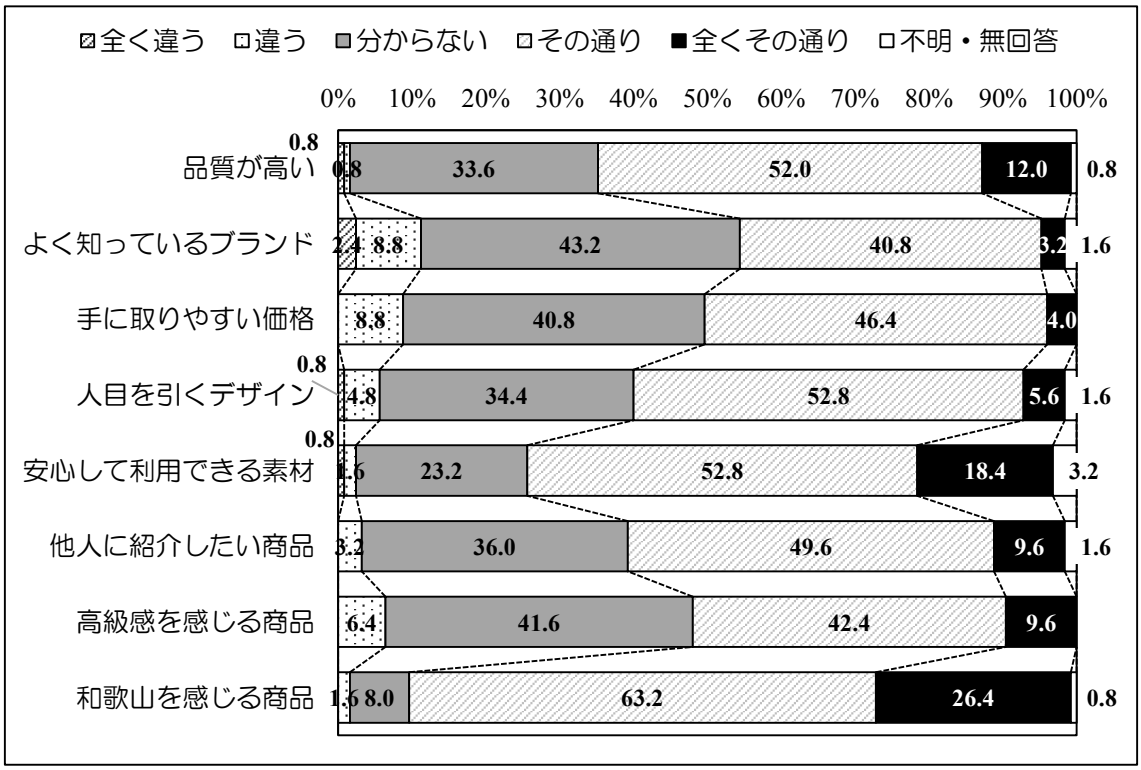


図 31　産業展で紹介された商品に対する評価（40 歳代）

表 11　年齢別（50 歳代）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	2	18	44	1	1	66
	0.0	3.0	27.3	66.7	1.5	1.5	100.0
よく知っているブランド	2	4	21	36	1	2	66
	3.0	6.1	31.8	54.5	1.5	3.0	100.0
手に取りやすい価格	1	4	31	26	2	2	66
	1.5	6.1	47.0	39.4	3.0	3.0	100.0
人目を引くデザイン	1	0	29	33	2	1	66
	1.5	0.0	43.9	50.0	3.0	1.5	100.0
安心して利用できる素材	1	0	13	43	8	1	66
	1.5	0.0	19.7	65.2	12.1	1.5	100.0
他人に紹介したい商品	1	2	18	43	1	1	66
	1.5	3.0	27.3	65.2	1.5	1.5	100.0
高級感を感じる商品	2	2	25	32	3	2	66
	3.0	3.0	37.9	48.5	4.5	3.0	100.0
和歌山を感じる商品	2	0	7	41	15	1	66
	3.0	0.0	10.6	62.1	22.7	1.5	100.0

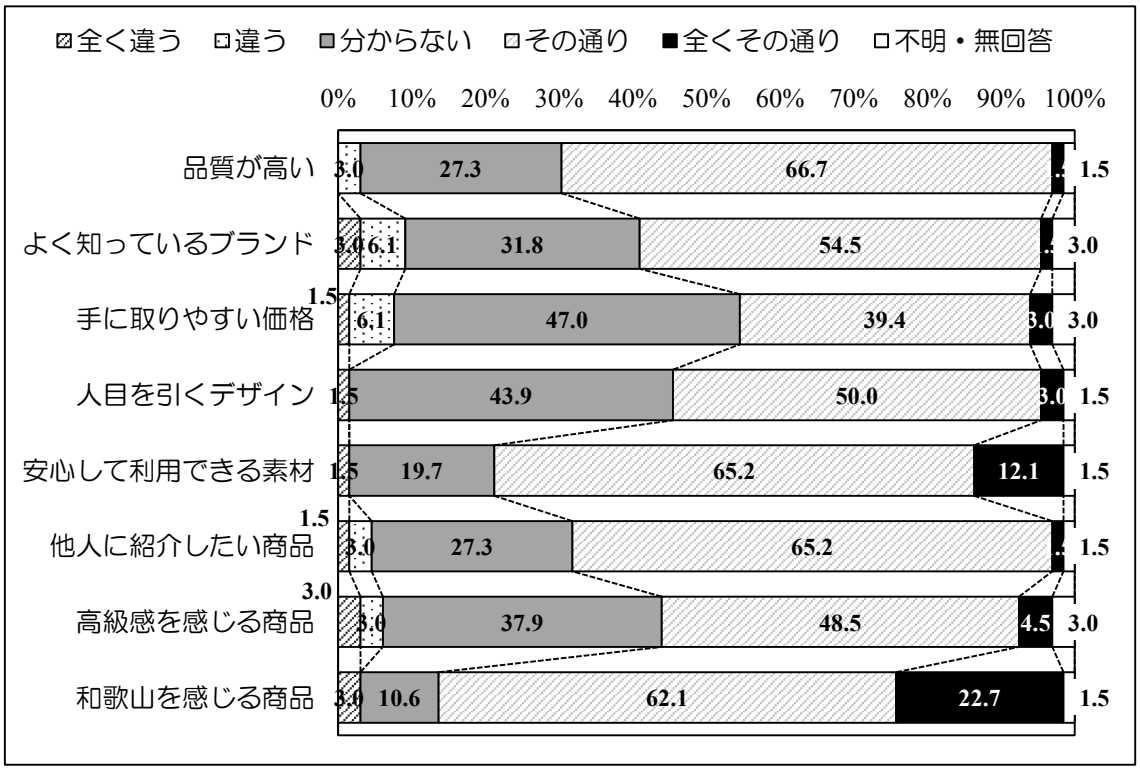


図 32　産業展で紹介された商品に対する評価（50 歳代）

表 12　年齢別（60 歳代）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	3	23	31	10	1	68
	0.0	4.4	33.8	45.6	14.7	1.5	100.0
よく知っているブランド	2	3	30	22	8	3	68
	2.9	4.4	44.1	32.4	11.8	4.4	100.0
手に取りやすい価格	0	3	21	36	2	6	68
	0.0	4.4	30.9	52.9	2.9	8.8	100.0
人目を引くデザイン	1	4	27	30	4	2	68
	1.5	5.9	39.7	44.1	5.9	2.9	100.0
安心して利用できる素材	0	0	19	37	9	3	68
	0.0	0.0	27.9	54.4	13.2	4.4	100.0
他人に紹介したい商品	0	7	22	31	7	1	68
	0.0	10.3	32.4	45.6	10.3	1.5	100.0
高級感を感じる商品	1	5	29	26	6	1	68
	1.5	7.4	42.6	38.2	8.8	1.5	100.0
和歌山を感じる商品	0	4	9	37	18	0	68
	0.0	5.9	13.2	54.4	26.5	0.0	100.0

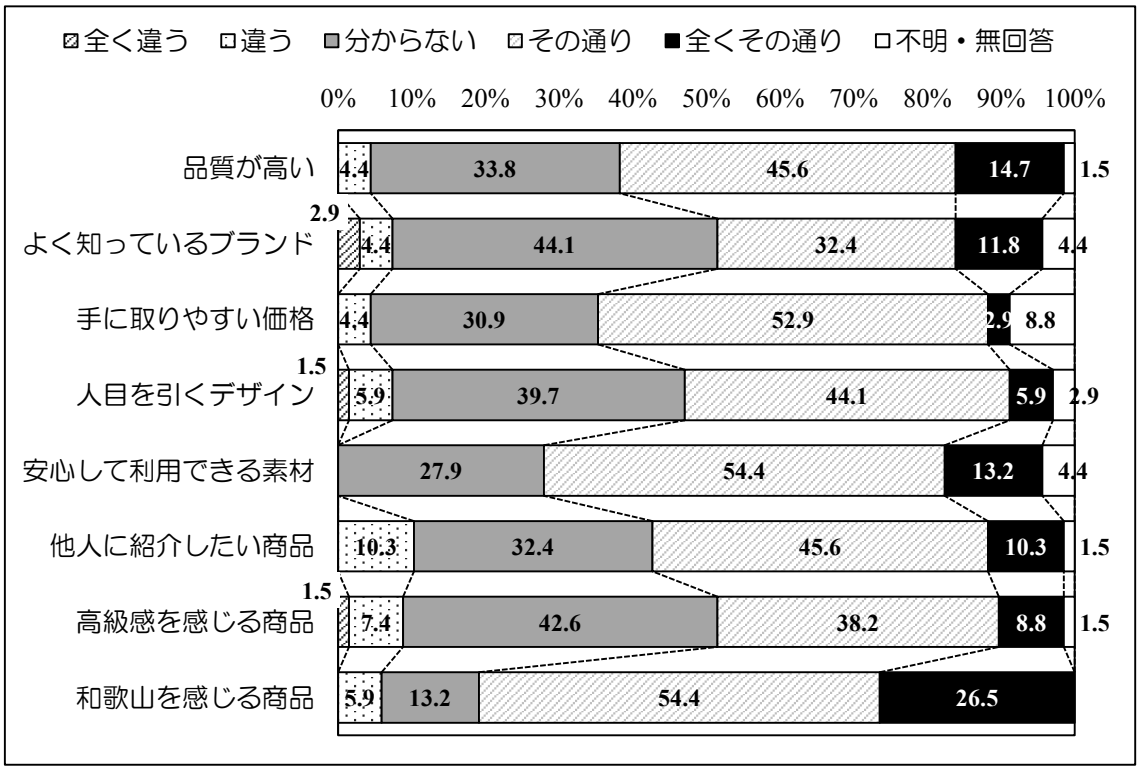


図 33　産業展で紹介された商品に対する評価（60 歳代）

表 13　年齢別（70 歳以上）×問Ⅰ．産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	1	8	19	14	2	44
	0.0	2.3	18.2	43.2	31.8	4.5	100.0
よく知っているブランド	0	1	14	22	5	2	44
	0.0	2.3	31.8	50.0	11.4	4.5	100.0
手に取りやすい価格	1	2	12	24	2	3	44
	2.3	4.5	27.3	54.5	4.5	6.8	100.0
人目を引くデザイン	0	5	9	16	10	4	44
	0.0	11.4	20.5	36.4	22.7	9.1	100.0
安心して利用できる素材	2	1	12	16	12	1	44
	4.5	2.3	27.3	36.4	27.3	2.3	100.0
他人に紹介したい商品	0	4	14	12	12	2	44
	0.0	9.1	31.8	27.3	27.3	4.5	100.0
高級感を感じる商品	1	3	9	15	14	2	44
	2.3	6.8	20.5	34.1	31.8	4.5	100.0
和歌山を感じる商品	1	1	4	18	18	2	44
	2.3	2.3	9.1	40.9	40.9	4.5	100.0

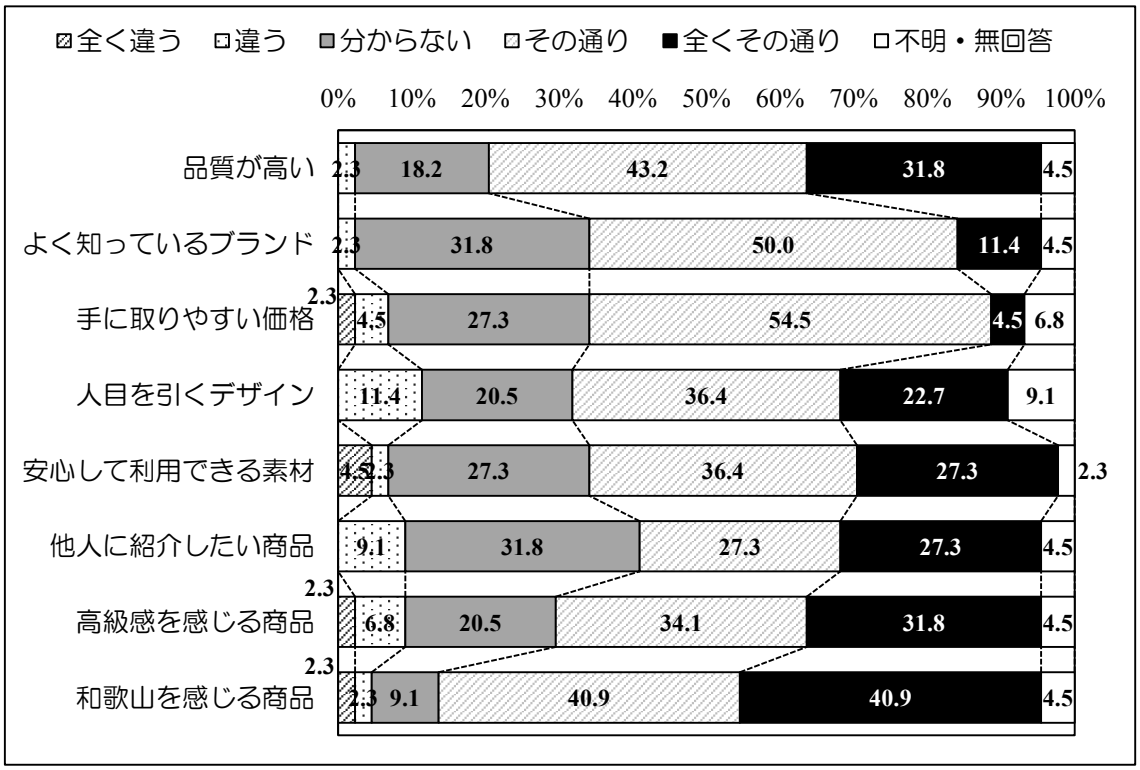


図 34　産業展で紹介された商品に対する評価（70 歳以上）

表 14　年齢別（20 歳代）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	0	0	16	7	0	23
	0.0	0.0	0.0	69.6	30.4	0.0	100.0
ブランドの知名度	3	4	4	10	2	0	23
	13.0	17.4	17.4	43.5	8.7	0.0	100.0
価格	0	0	0	13	10	0	23
	0.0	0.0	0.0	56.5	43.5	0.0	100.0
デザイン	0	0	2	13	8	0	23
	0.0	0.0	8.7	56.5	34.8	0.0	100.0
使用している素材	0	0	5	13	5	0	23
	0.0	0.0	21.7	56.5	21.7	0.0	100.0
周囲の評価	5	3	3	8	4	0	23
	21.7	13.0	13.0	34.8	17.4	0.0	100.0
高級感	4	4	8	5	2	0	23
	17.4	17.4	34.8	21.7	8.7	0.0	100.0
地域性	8	3	5	6	1	0	23
	34.8	13.0	21.7	26.1	4.3	0.0	100.0
売り場へのアクセス	0	4	3	13	3	0	23
	0.0	17.4	13.0	56.5	13.0	0.0	100.0

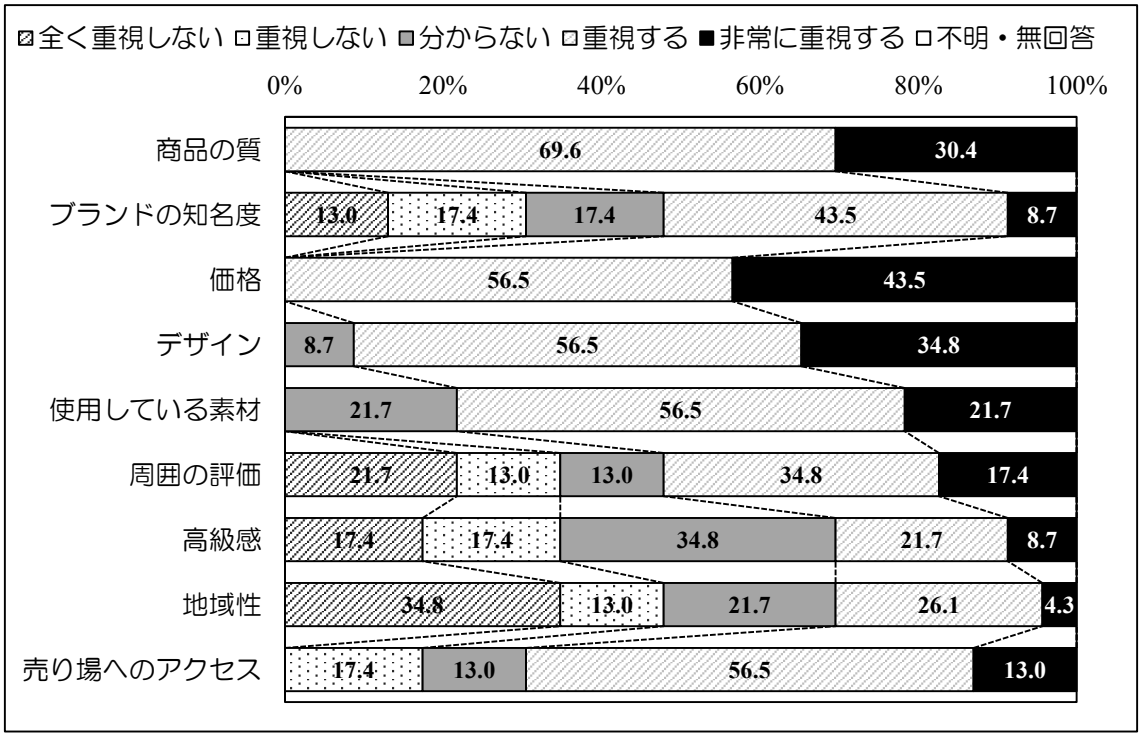


図 35　商品購入の際に重視する点（20 歳代）

表 15　年齢別（30 歳代）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	1	1	3	89	23	2	119
	0.8	0.8	2.5	74.8	19.3	1.7	100.0
ブランドの知名度	6	26	37	49	1	0	119
	5.0	21.8	31.1	41.2	0.8	0.0	100.0
価格	0	1	7	70	39	2	119
	0.0	0.8	5.9	58.8	32.8	1.7	100.0
デザイン	0	4	14	79	21	1	119
	0.0	3.4	11.8	66.4	17.6	0.8	100.0
使用している素材	1	2	17	78	19	2	119
	0.8	1.7	14.3	65.5	16.0	1.7	100.0
周囲の評価	8	13	40	52	5	1	119
	6.7	10.9	33.6	43.7	4.2	0.8	100.0
高級感	4	23	38	47	6	1	119
	3.4	19.3	31.9	39.5	5.0	0.8	100.0
地域性	3	20	33	51	12	0	119
	2.5	16.8	27.7	42.9	10.1	0.0	100.0
売り場へのアクセス	2	13	23	66	15	0	119
	1.7	10.9	19.3	55.5	12.6	0.0	100.0

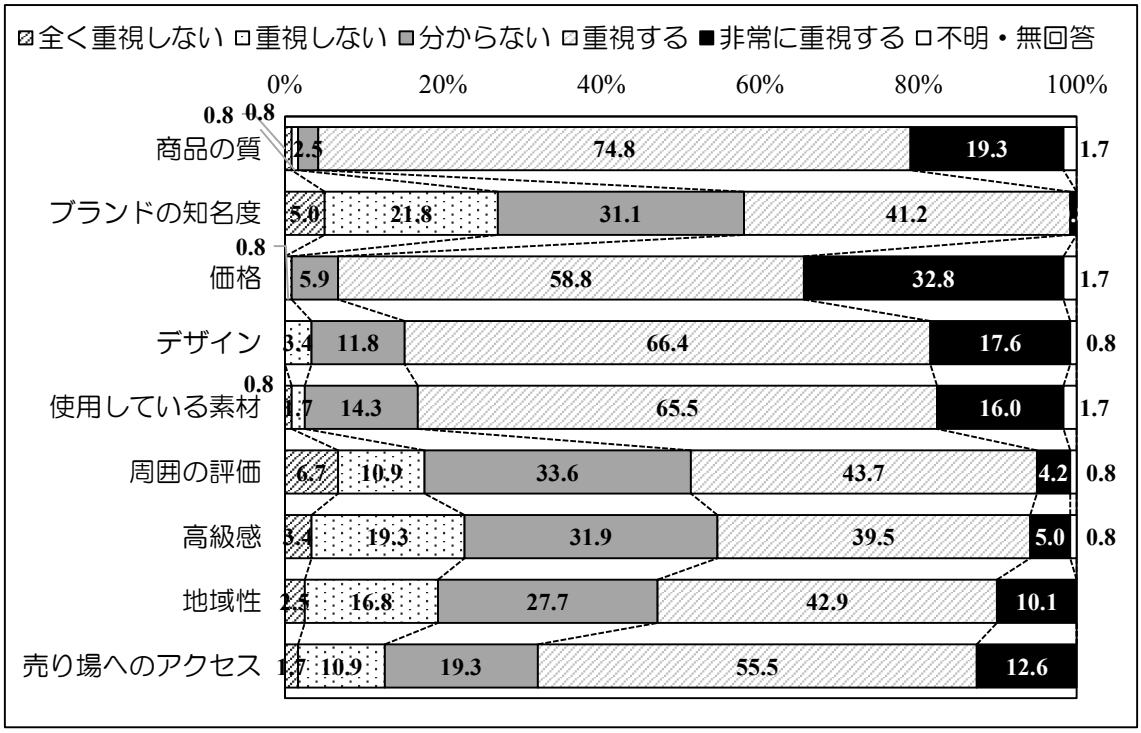


図 36　商品購入の際に重視する点（30 歳代）

表 16　年齢別（40 歳代）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	1	8	88	26	2	125
	0.0	0.8	6.4	70.4	20.8	1.6	100.0
ブランドの知名度	7	29	30	51	8	0	125
	5.6	23.2	24.0	40.8	6.4	0.0	100.0
価格	0	6	9	69	39	2	125
	0.0	4.8	7.2	55.2	31.2	1.6	100.0
デザイン	1	2	14	78	28	2	125
	0.8	1.6	11.2	62.4	22.4	1.6	100.0
使用している素材	2	2	11	76	33	1	125
	1.6	1.6	8.8	60.8	26.4	0.8	100.0
周囲の評価	4	18	37	57	7	2	125
	3.2	14.4	29.6	45.6	5.6	1.6	100.0
高級感	4	31	37	42	9	2	125
	3.2	24.8	29.6	33.6	7.2	1.6	100.0
地域性	3	21	43	45	13	0	125
	2.4	16.8	34.4	36.0	10.4	0.0	100.0
売り場へのアクセス	2	13	21	75	13	1	125
	1.6	10.4	16.8	60.0	10.4	0.8	100.0

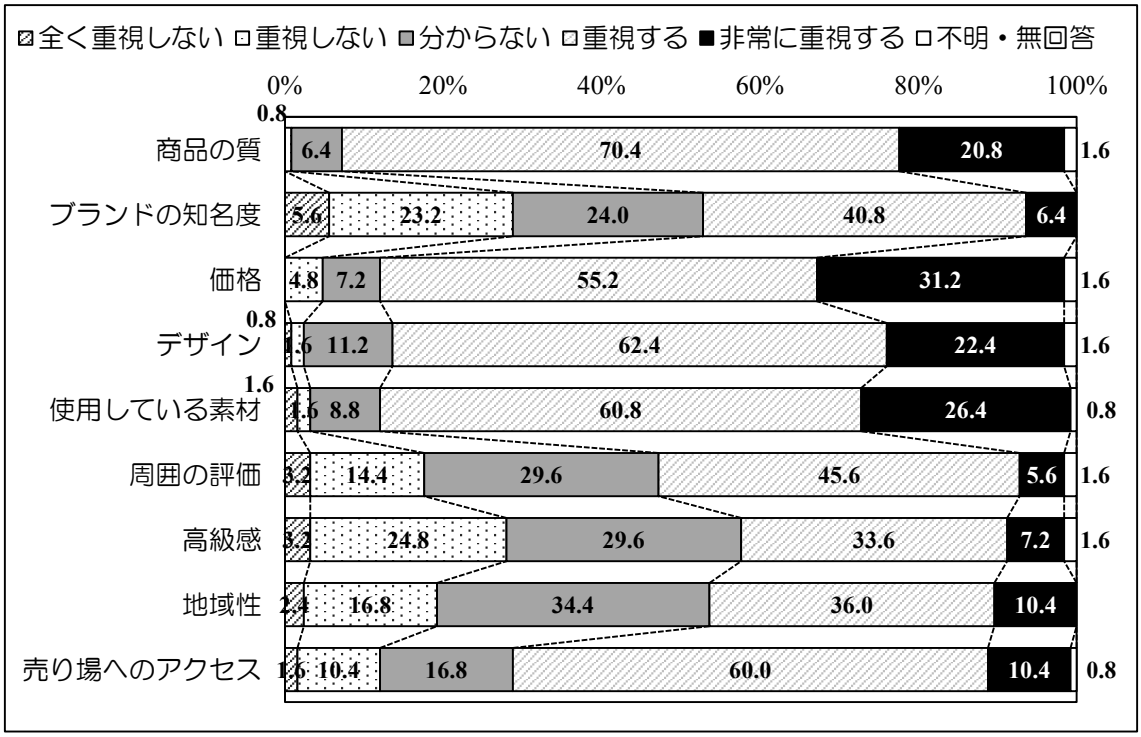


図 37　商品購入の際に重視する点（40 歳代）

表 17　年齢別（50 歳代）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	0	1	58	6	1	66
	0.0	0.0	1.5	87.9	9.1	1.5	100.0
ブランドの知名度	3	18	19	25	1	0	66
	4.5	27.3	28.8	37.9	1.5	0.0	100.0
価格	0	2	5	39	20	0	66
	0.0	3.0	7.6	59.1	30.3	0.0	100.0
デザイン	1	3	10	38	11	3	66
	1.5	4.5	15.2	57.6	16.7	4.5	100.0
使用している素材	1	1	6	41	16	1	66
	1.5	1.5	9.1	62.1	24.2	1.5	100.0
周囲の評価	3	9	22	24	5	3	66
	4.5	13.6	33.3	36.4	7.6	4.5	100.0
高級感	2	9	25	24	3	3	66
	3.0	13.6	37.9	36.4	4.5	4.5	100.0
地域性	0	4	22	28	12	0	66
	0.0	6.1	33.3	42.4	18.2	0.0	100.0
売り場へのアクセス	0	3	21	32	10	0	66
	0.0	4.5	31.8	48.5	15.2	0.0	100.0

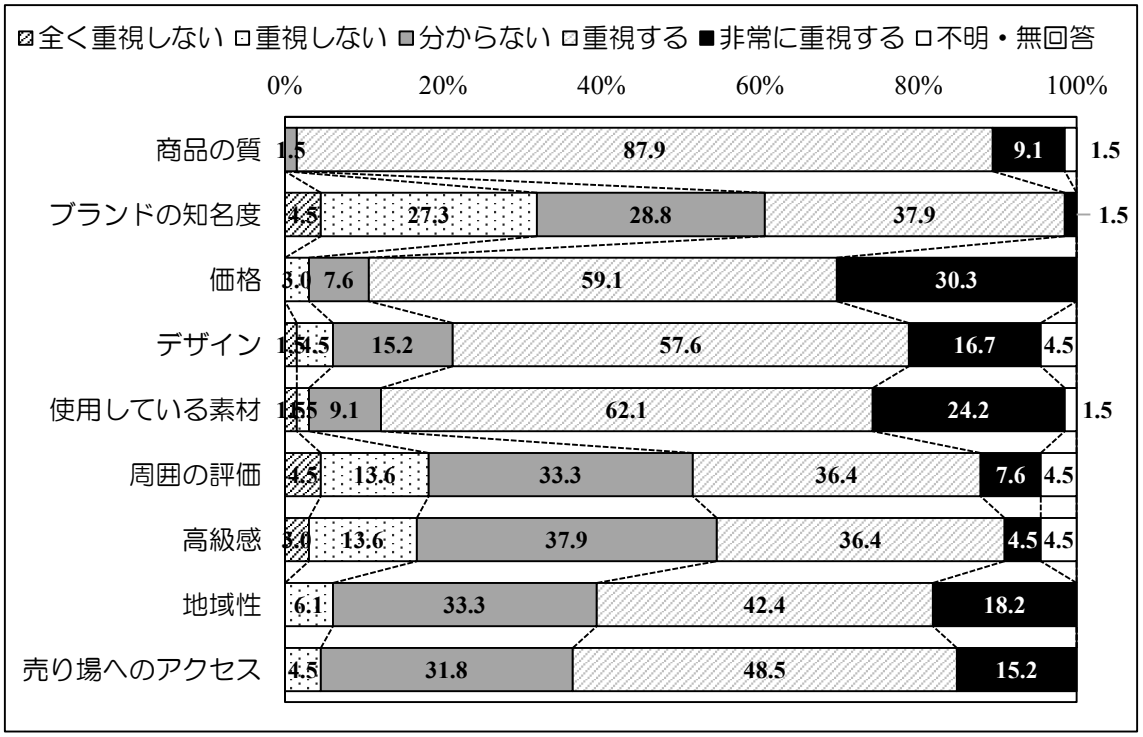


図 38　商品購入の際に重視する点（50 歳代）

表 18　年齢別（60 歳代）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	1	5	8	36	14	4	68
	1.5	7.4	11.8	52.9	20.6	5.9	100.0
ブランドの知名度	1	13	21	24	5	4	68
	1.5	19.1	30.9	35.3	7.4	5.9	100.0
価格	0	1	10	46	9	2	68
	0.0	1.5	14.7	67.6	13.2	2.9	100.0
デザイン	0	7	12	37	9	3	68
	0.0	10.3	17.6	54.4	13.2	4.4	100.0
使用している素材	0	1	10	36	18	3	68
	0.0	1.5	14.7	52.9	26.5	4.4	100.0
周囲の評価	1	11	25	24	2	5	68
	1.5	16.2	36.8	35.3	2.9	7.4	100.0
高級感	0	8	25	30	2	3	68
	0.0	11.8	36.8	44.1	2.9	4.4	100.0
地域性	0	7	19	30	9	3	68
	0.0	10.3	27.9	44.1	13.2	4.4	100.0
売り場へのアクセス	0	9	16	34	7	2	68
	0.0	13.2	23.5	50.0	10.3	2.9	100.0

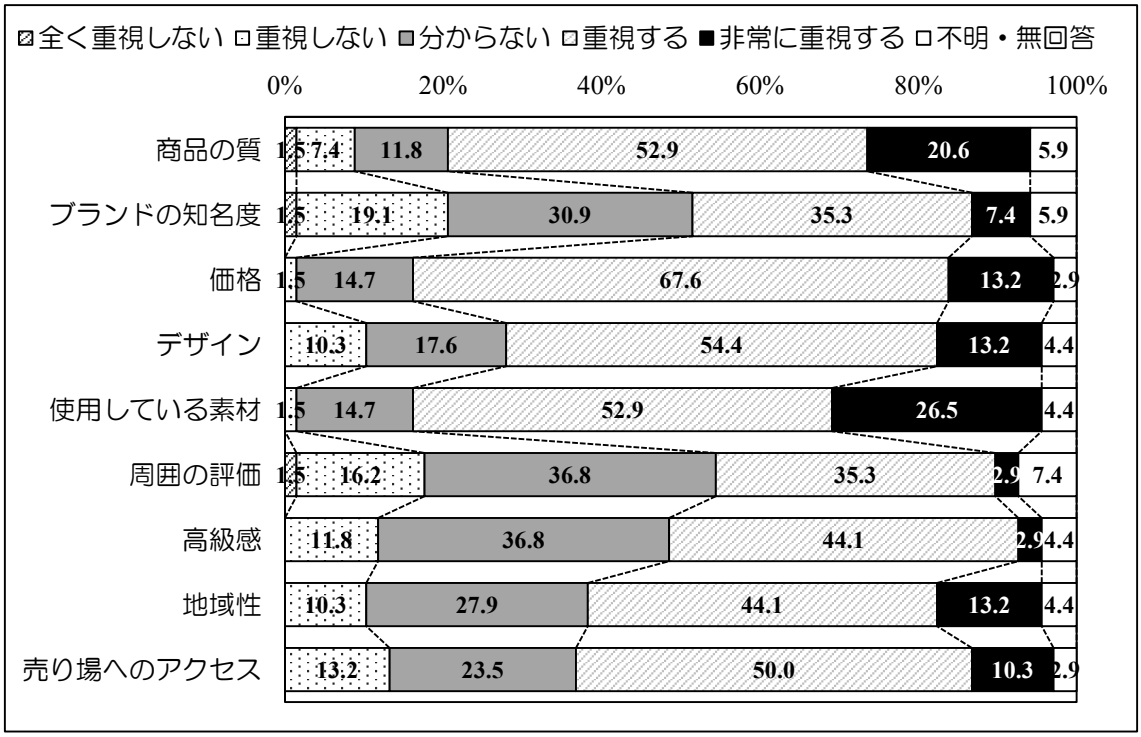


図 39　商品購入の際に重視する点（60 歳代）

表 19　年齢別（70 歳以上）×問Ⅱ．商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	2	7	19	12	4	44
	0.0	4.5	15.9	43.2	27.3	9.1	100.0
ブランドの知名度	3	5	9	18	8	1	44
	6.8	11.4	20.5	40.9	18.2	2.3	100.0
価格	0	0	12	20	9	3	44
	0.0	0.0	27.3	45.5	20.5	6.8	100.0
デザイン	1	2	8	23	7	3	44
	2.3	4.5	18.2	52.3	15.9	6.8	100.0
使用している素材	0	1	13	16	10	4	44
	0.0	2.3	29.5	36.4	22.7	9.1	100.0
周囲の評価	0	6	15	16	5	2	44
	0.0	13.6	34.1	36.4	11.4	4.5	100.0
高級感	0	2	7	22	10	3	44
	0.0	4.5	15.9	50.0	22.7	6.8	100.0
地域性	1	6	8	20	6	3	44
	2.3	13.6	18.2	45.5	13.6	6.8	100.0
売り場へのアクセス	0	3	7	24	8	2	44
	0.0	6.8	15.9	54.5	18.2	4.5	100.0

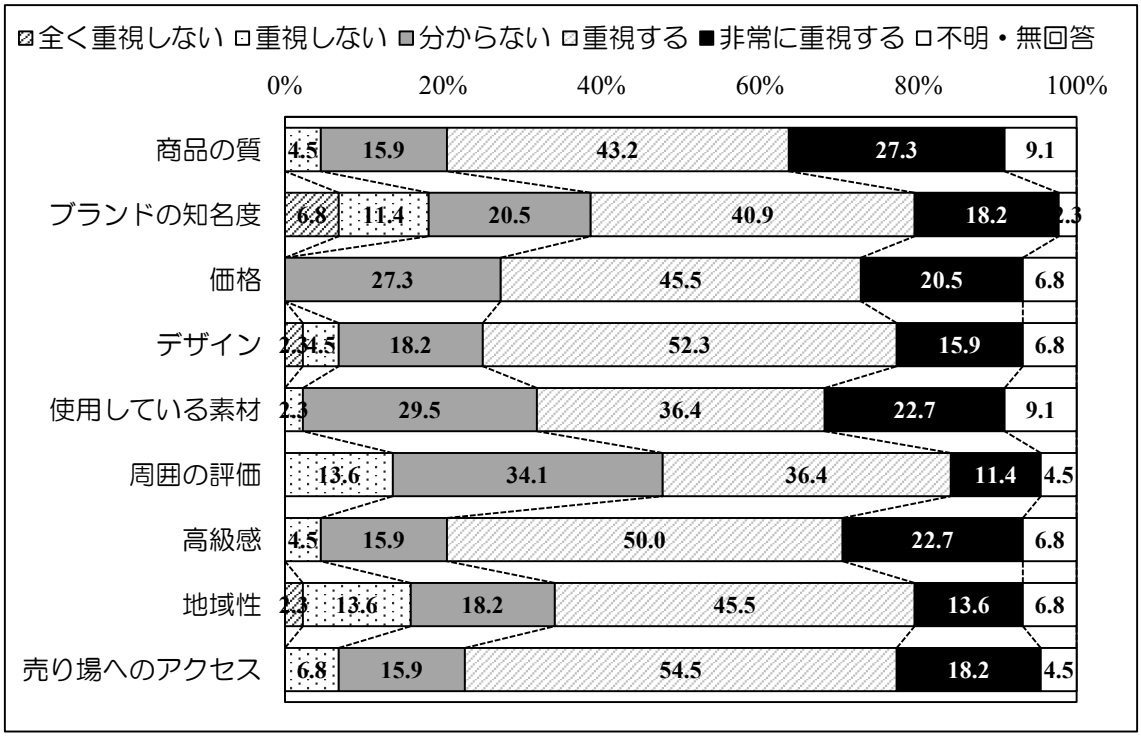


図 40　商品購入の際に重視する点（70 歳以上）

（3）居住地別

表 20　居住地別（和歌山市内）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	2	8	123	192	41	4	370
	0.5	2.2	33.2	51.9	11.1	1.1	100.0
よく知っているブランド	10	29	147	154	21	9	370
	2.7	7.8	39.7	41.6	5.7	2.4	100.0
手に取りやすい価格	3	22	155	170	8	12	370
	0.8	5.9	41.9	45.9	2.2	3.2	100.0
人目を引くデザイン	3	26	138	167	26	10	370
	0.8	7.0	37.3	45.1	7.0	2.7	100.0
安心して利用できる素材	3	6	84	204	65	8	370
	0.8	1.6	22.7	55.1	17.6	2.2	100.0
他人に紹介したい商品	2	20	120	187	37	4	370
	0.5	5.4	32.4	50.5	10.0	1.1	100.0
高級感を感じる商品	5	28	155	137	40	5	370
	1.4	7.6	41.9	37.0	10.8	1.4	100.0
和歌山を感じる商品	5	7	40	199	115	4	370
	1.4	1.9	10.8	53.8	31.1	1.1	100.0

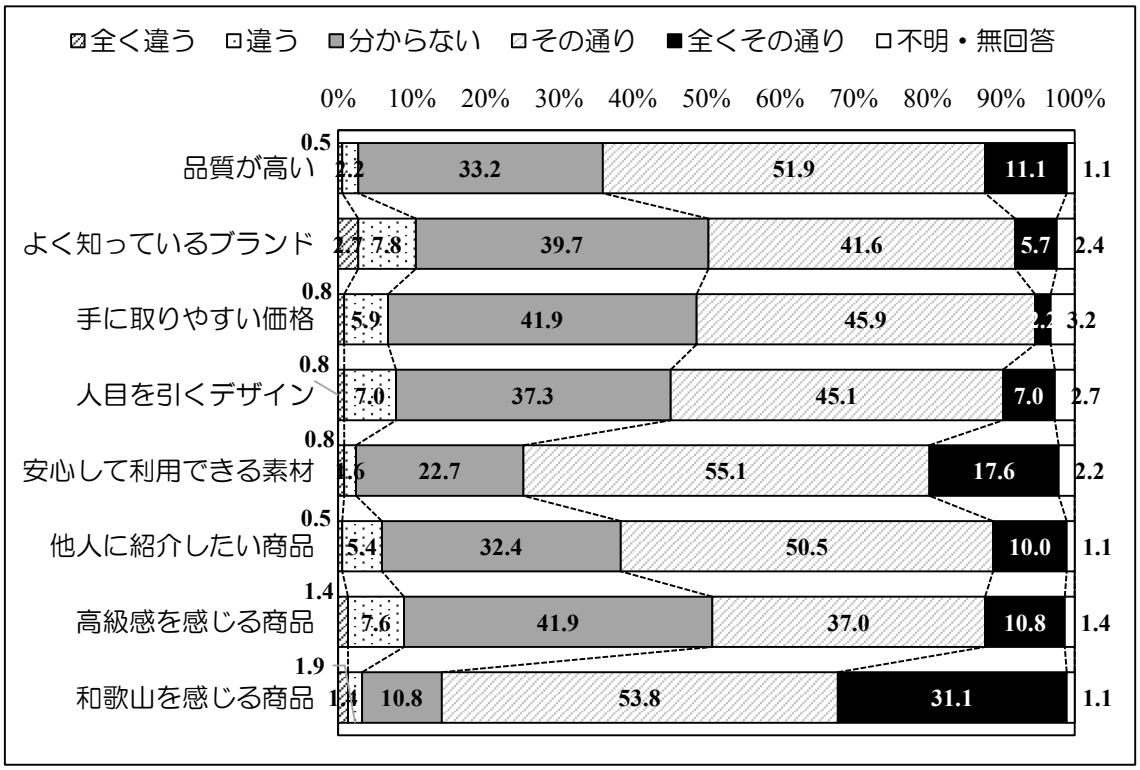


図 41　産業展で紹介された商品に対する評価（和歌山市内）

表 21　居住地別（和歌山市外（県内））×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	3	22	42	7	1	75
	0.0	4.0	29.3	56.0	9.3	1.3	100.0
よく知っているブランド	1	4	33	34	3	0	75
	1.3	5.3	44.0	45.3	4.0	0.0	100.0
手に取りやすい価格	0	2	25	42	5	1	75
	0.0	2.7	33.3	56.0	6.7	1.3	100.0
人目を引くデザイン	1	4	24	38	5	3	75
	1.3	5.3	32.0	50.7	6.7	4.0	100.0
安心して利用できる素材	0	0	14	50	10	1	75
	0.0	0.0	18.7	66.7	13.3	1.3	100.0
他人に紹介したい商品	0	3	22	42	6	2	75
	0.0	4.0	29.3	56.0	8.0	2.7	100.0
高級感を感じる商品	0	4	27	38	5	1	75
	0.0	5.3	36.0	50.7	6.7	1.3	100.0
和歌山を感じる商品	0	2	9	42	21	1	75
	0.0	2.7	12.0	56.0	28.0	1.3	100.0

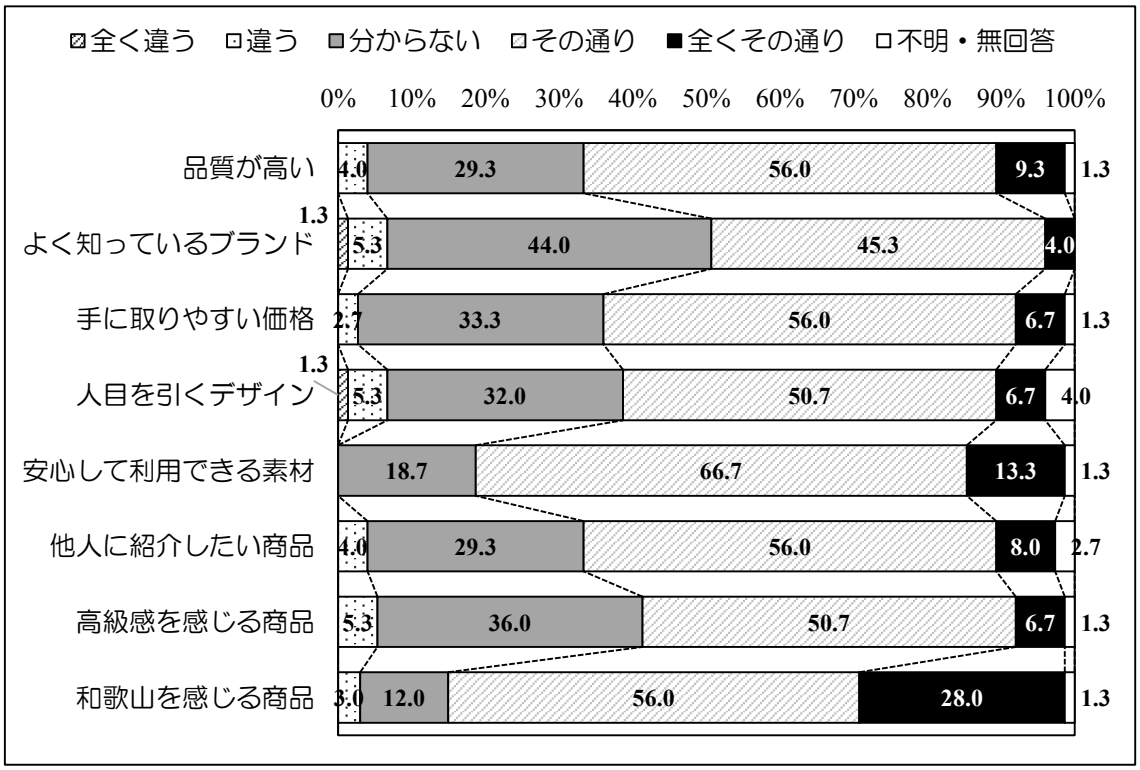


図 42　産業展で紹介された商品に対する評価（和歌山市外（県内））

表 22　居住地別（和歌山市内）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	2	8	26	247	75	12	370
	0.5	2.2	7.0	66.8	20.3	3.2	100.0
ブランドの知名度	20	76	107	140	21	6	370
	5.4	20.5	28.9	37.8	5.7	1.6	100.0
価格	0	11	41	202	106	10	370
	0.0	3.0	11.1	54.6	28.6	2.7	100.0
デザイン	3	18	56	217	64	12	370
	0.8	4.9	15.1	58.6	17.3	3.2	100.0
使用している素材	4	9	54	209	84	10	370
	1.1	2.4	14.6	56.5	22.7	2.7	100.0
周囲の評価	17	47	121	149	25	11	370
	4.6	12.7	32.7	40.3	6.8	3.0	100.0
高級感	10	60	126	139	25	10	370
	2.7	16.2	34.1	37.6	6.8	2.7	100.0
地域性	9	49	112	149	45	6	370
	2.4	13.2	30.3	40.3	12.2	1.6	100.0
売り場へのアクセス	4	34	83	193	50	6	370
	1.1	9.2	22.4	52.2	13.5	1.6	100.0

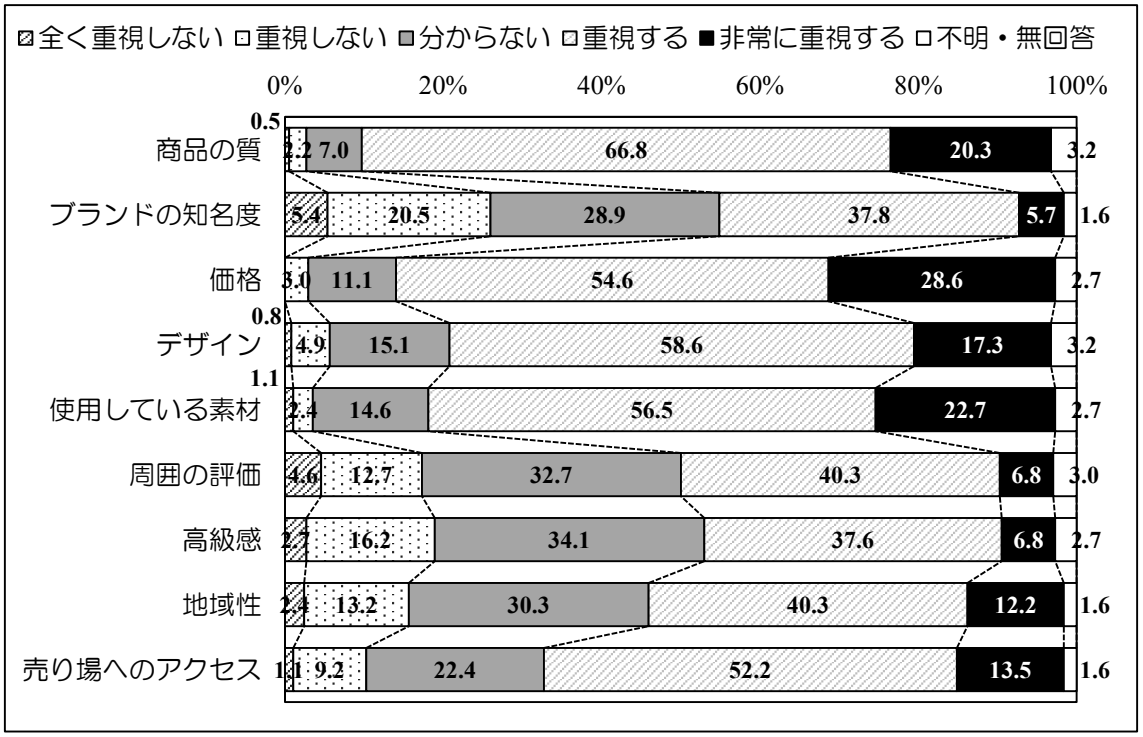


図 43　商品購入の際に重視する点（和歌山市内）

表 23　居住地別（和歌山市外（県内））×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	1	4	59	10	1	75
	0.0	1.3	5.3	78.7	13.3	1.3	100.0
ブランドの知名度	4	18	15	36	2	0	75
	5.3	24.0	20.0	48.0	2.7	0.0	100.0
価格	0	0	3	50	22	0	75
	0.0	0.0	4.0	66.7	29.3	0.0	100.0
デザイン	0	1	4	47	22	1	75
	0.0	1.3	5.3	62.7	29.3	1.3	100.0
使用している素材	1	0	10	45	18	1	75
	1.3	0.0	13.3	60.0	24.0	1.3	100.0
周囲の評価	5	11	22	33	3	1	75
	6.7	14.7	29.3	44.0	4.0	1.3	100.0
高級感	4	17	17	29	6	2	75
	5.3	22.7	22.7	38.7	8.0	2.7	100.0
地域性	4	13	22	31	5	0	75
	5.3	17.3	29.3	41.3	6.7	0.0	100.0
売り場へのアクセス	1	10	14	45	5	0	75
	1.3	13.3	18.7	60.0	6.7	0.0	100.0

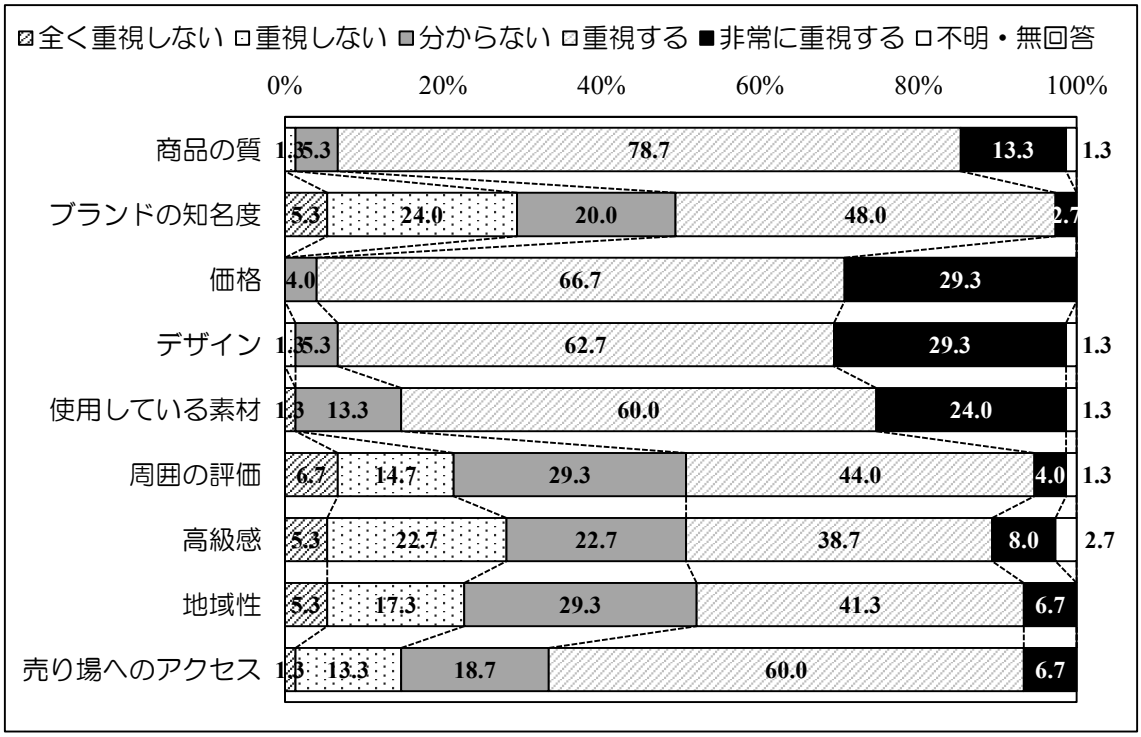


図 44　商品購入の際に重視する点（和歌山市外（県内））

（4）職業別

表 24　職業別（有職）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	1	2	70	122	13	1	209
	0.5	1.0	33.5	58.4	6.2	0.5	100.0
よく知っているブランド	6	16	84	91	9	3	209
	2.9	7.7	40.2	43.5	4.3	1.4	100.0
手に取りやすい価格	1	13	91	95	7	2	209
	0.5	6.2	43.5	45.5	3.3	1.0	100.0
人目を引くデザイン	3	13	80	98	9	6	209
	1.4	6.2	38.3	46.9	4.3	2.9	100.0
安心して利用できる素材	2	3	48	114	37	5	209
	1.0	1.4	23.0	54.5	17.7	2.4	100.0
他人に紹介したい商品	2	10	74	109	12	2	209
	1.0	4.8	35.4	52.2	5.7	1.0	100.0
高級感を感じる商品	4	22	83	81	19	0	209
	1.9	10.5	39.7	38.8	9.1	0.0	100.0
和歌山を感じる商品	3	6	23	117	60	0	209
	1.4	2.9	11.0	56.0	28.7	0.0	100.0

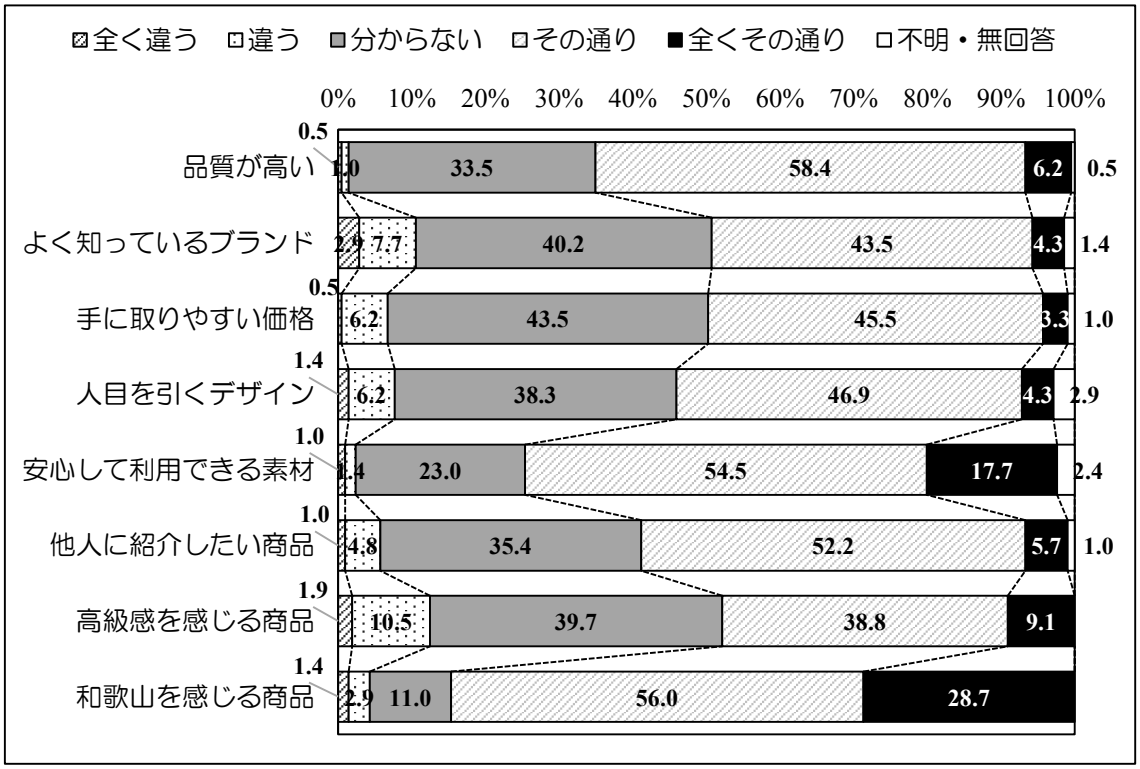


図 45　産業展で紹介された商品に対する評価（有職）

表 25　職業別（無職）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	7	60	97	30	3	197
	0.0	3.6	30.5	49.2	15.2	1.5	100.0
よく知っているブランド	4	13	79	85	13	3	197
	2.0	6.6	40.1	43.1	6.6	1.5	100.0
手に取りやすい価格	2	10	72	98	7	8	197
	1.0	5.1	36.5	49.7	3.6	4.1	100.0
人目を引くデザイン	1	11	75	89	18	3	197
	0.5	5.6	38.1	45.2	9.1	1.5	100.0
安心して利用できる素材	1	1	44	114	35	2	197
	0.5	0.5	22.3	57.9	17.8	1.0	100.0
他人に紹介したい商品	0	10	55	102	28	2	197
	0.0	5.1	27.9	51.8	14.2	1.0	100.0
高級感を感じる商品	0	8	79	79	28	3	197
	0.0	4.1	40.1	40.1	14.2	1.5	100.0
和歌山を感じる商品	2	2	22	106	62	3	197
	1.0	1.0	11.2	53.8	31.5	1.5	100.0

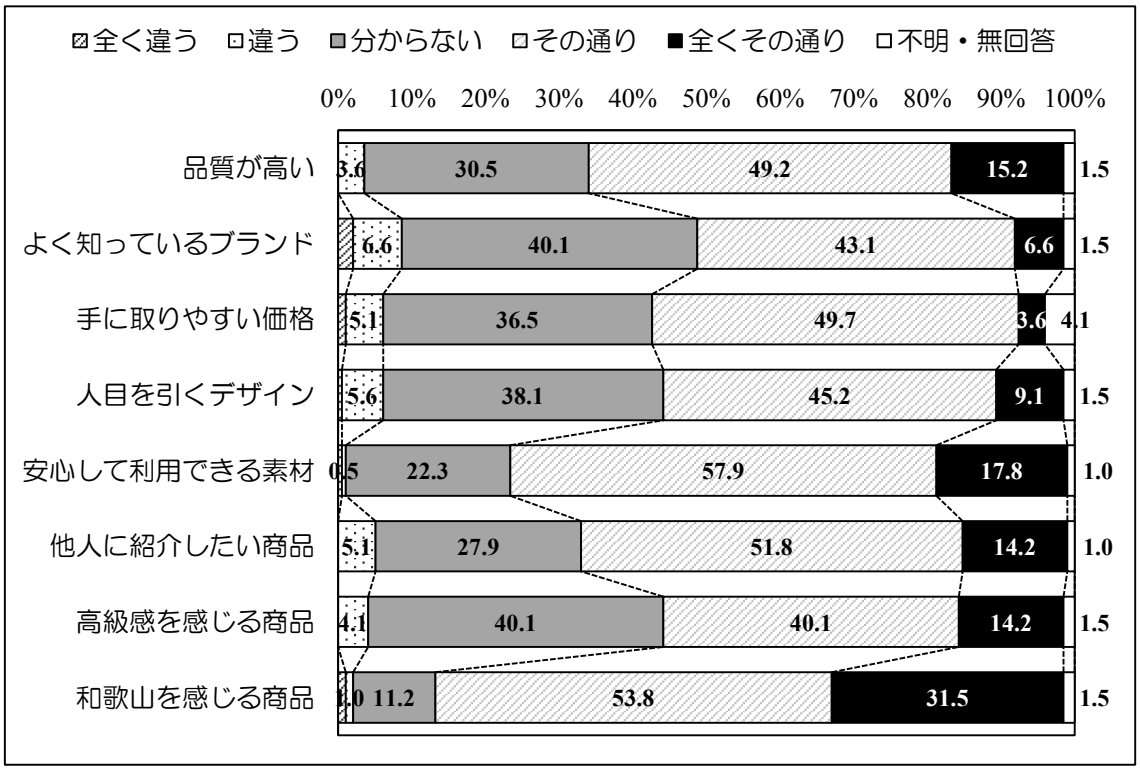


図 46　産業展で紹介された商品に対する評価（無職）

表 26　職業別（有職）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	2	12	154	38	3	209
	0.0	1.0	5.7	73.7	18.2	1.4	100.0
ブランドの知名度	14	55	51	81	8	0	209
	6.7	26.3	24.4	38.8	3.8	0.0	100.0
価格	0	8	13	136	49	3	209
	0.0	3.8	6.2	65.1	23.4	1.4	100.0
デザイン	2	7	20	130	48	2	209
	1.0	3.3	9.6	62.2	23.0	1.0	100.0
使用している素材	3	5	24	128	46	3	209
	1.4	2.4	11.5	61.2	22.0	1.4	100.0
周囲の評価	16	35	63	79	13	3	209
	7.7	16.7	30.1	37.8	6.2	1.4	100.0
高級感	11	50	64	68	13	3	209
	5.3	23.9	30.6	32.5	6.2	1.4	100.0
地域性	11	30	58	86	23	1	209
	5.3	14.4	27.8	41.1	11.0	0.5	100.0
売り場へのアクセス	4	25	40	113	27	0	209
	1.9	12.0	19.1	54.1	12.9	0.0	100.0

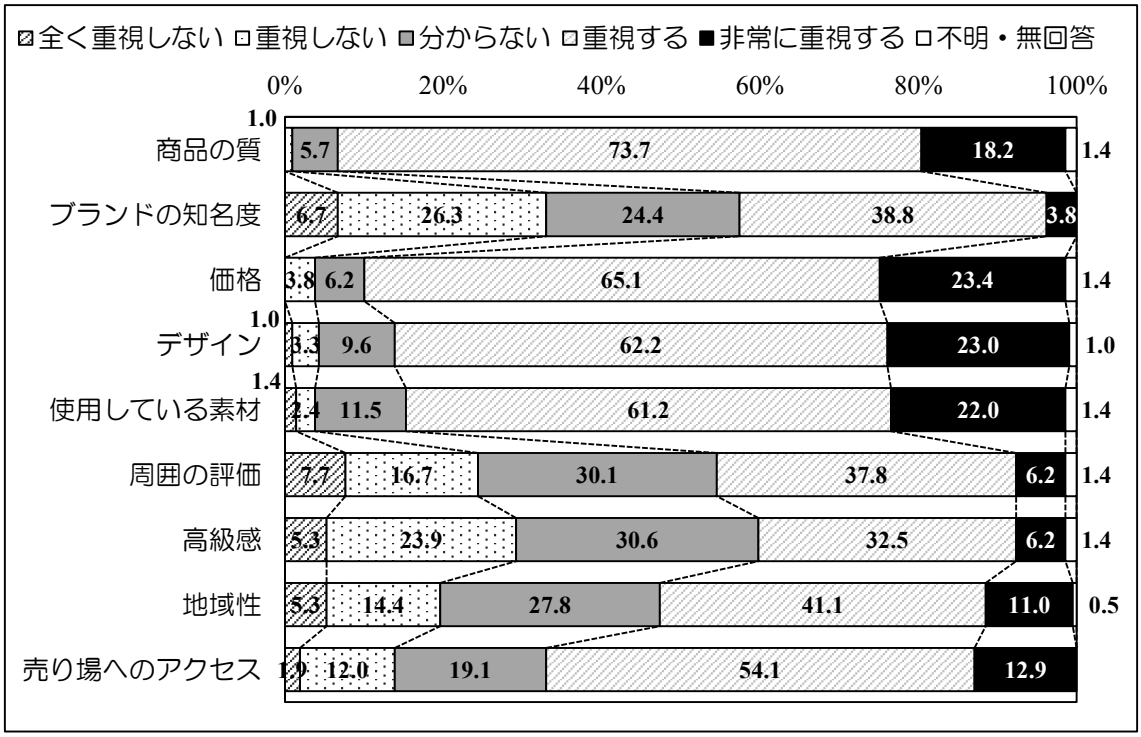


図 47　商品購入の際に重視する点（有職）

表 27　職業別（無職）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	2	6	14	125	42	8	197
	1.0	3.0	7.1	63.5	21.3	4.1	100.0
ブランドの知名度	6	31	58	83	14	5	197
	3.0	15.7	29.4	42.1	7.1	2.5	100.0
価格	0	0	25	105	65	2	197
	0.0	0.0	12.7	53.3	33.0	1.0	100.0
デザイン	0	11	33	115	29	9	197
	0.0	5.6	16.8	58.4	14.7	4.6	100.0
使用している素材	1	2	31	110	48	5	197
	0.5	1.0	15.7	55.8	24.4	2.5	100.0
周囲の評価	4	21	66	87	13	6	197
	2.0	10.7	33.5	44.2	6.6	3.0	100.0
高級感	2	23	64	86	17	5	197
	1.0	11.7	32.5	43.7	8.6	2.5	100.0
地域性	2	23	63	83	23	3	197
	1.0	11.7	32.0	42.1	11.7	1.5	100.0
売り場へのアクセス	0	15	45	107	26	4	197
	0.0	7.6	22.8	54.3	13.2	2.0	100.0

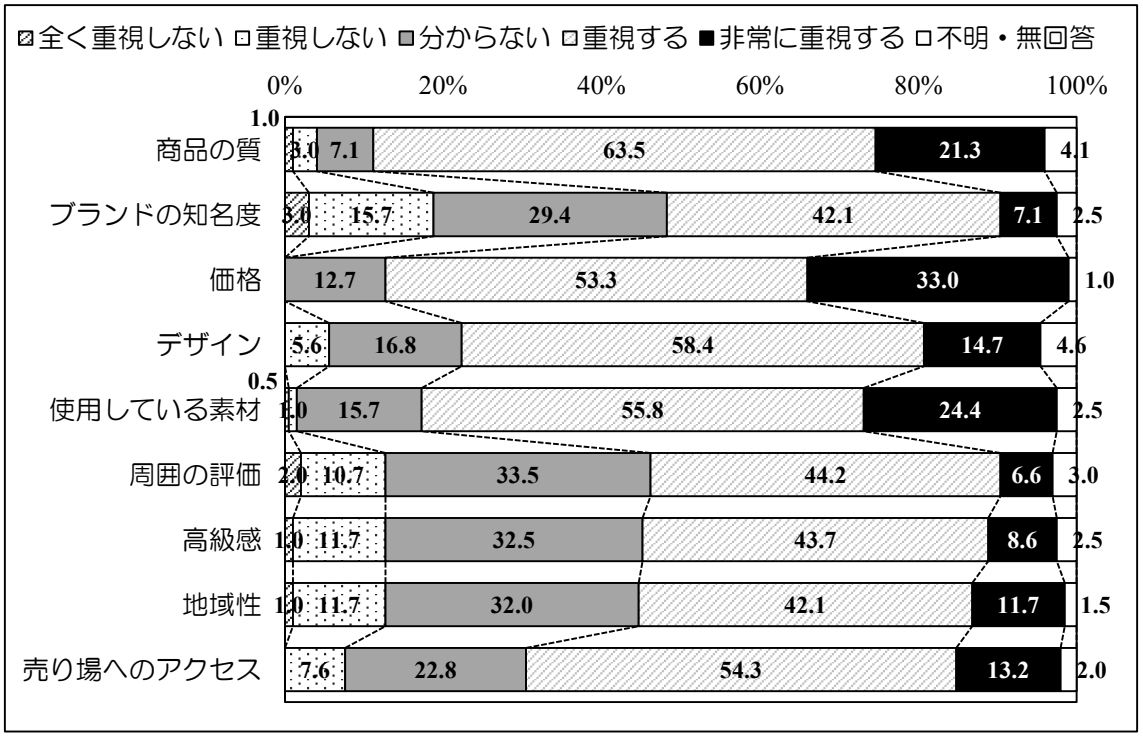


図 48　商品購入の際に重視する点（無職）

（5）結婚の有無別

表 28　結婚の有無別（既婚）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	0	9	119	201	40	4	373
	0.0	2.4	31.9	53.9	10.7	1.1	100.0
よく知っているブランド	10	26	146	166	22	3	373
	2.7	7.0	39.1	44.5	5.9	0.8	100.0
手に取りやすい価格	2	21	152	179	10	9	373
	0.5	5.6	40.8	48.0	2.7	2.4	100.0
人目を引くデザイン	2	22	142	177	22	8	373
	0.5	5.9	38.1	47.5	5.9	2.1	100.0
安心して利用できる素材	2	4	81	215	65	6	373
	0.5	1.1	21.7	57.6	17.4	1.6	100.0
他人に紹介したい商品	2	20	120	194	34	3	373
	0.5	5.4	32.2	52.0	9.1	0.8	100.0
高級感を感じる商品	3	29	150	151	36	4	373
	0.8	7.8	40.2	40.5	9.7	1.1	100.0
和歌山を感じる商品	4	7	40	208	111	3	373
	1.1	1.9	10.7	55.8	29.8	0.8	100.0

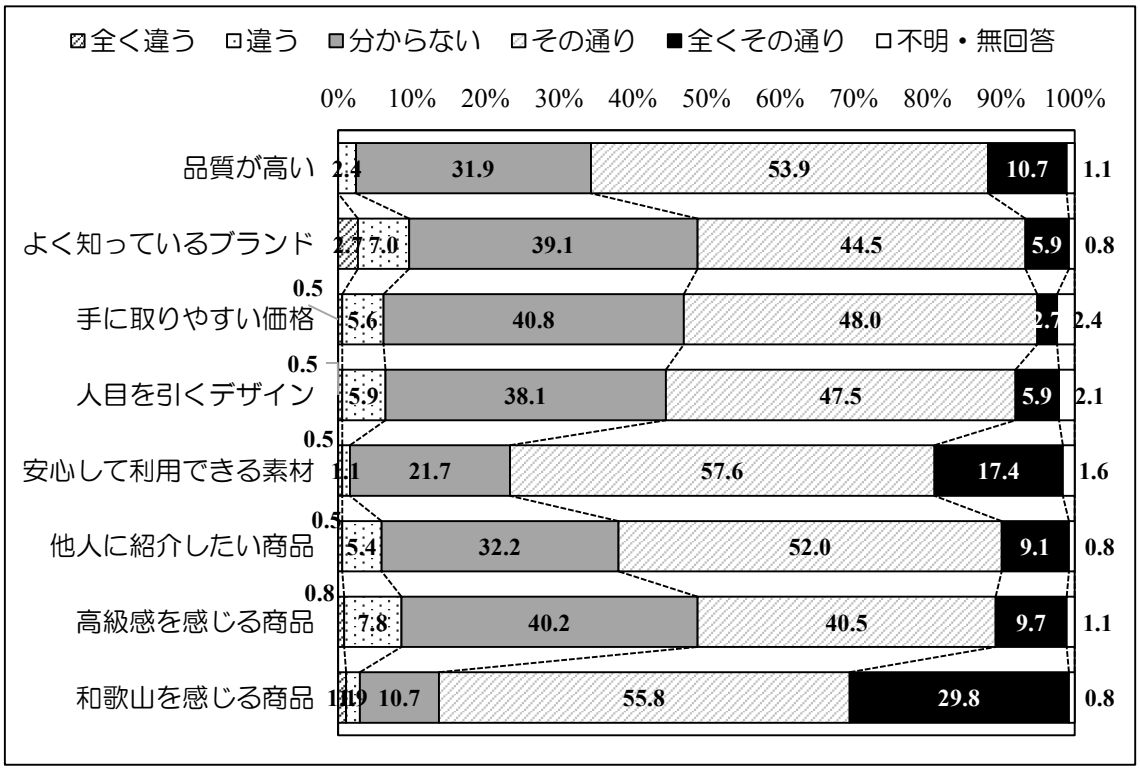


図 49　産業展で紹介された商品に対する評価（既婚）

表 29　結婚の有無別（未婚）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	1	0	21	30	8	0	60
	1.7	0.0	35.0	50.0	13.3	0.0	100.0
よく知っているブランド	3	6	28	19	2	2	60
	5.0	10.0	46.7	31.7	3.3	3.3	100.0
手に取りやすい価格	1	3	26	27	2	1	60
	1.7	5.0	43.3	45.0	3.3	1.7	100.0
人目を引くデザイン	2	6	19	26	5	2	2
	3.3	10.0	31.7	43.3	8.3	3.3	3.3
安心して利用できる素材	2	1	14	32	10	1	60
	3.3	1.7	23.3	53.3	16.7	1.7	100.0
他人に紹介したい商品	1	4	18	30	5	2	60
	1.7	6.7	30.0	50.0	8.3	3.3	100.0
高級感を感じる商品	3	4	29	19	5	0	60
	5.0	6.7	48.3	31.7	8.3	0.0	100.0
和歌山を感じる商品	2	2	7	26	22	1	60
	3.3	3.3	11.7	43.3	36.7	1.7	100.0

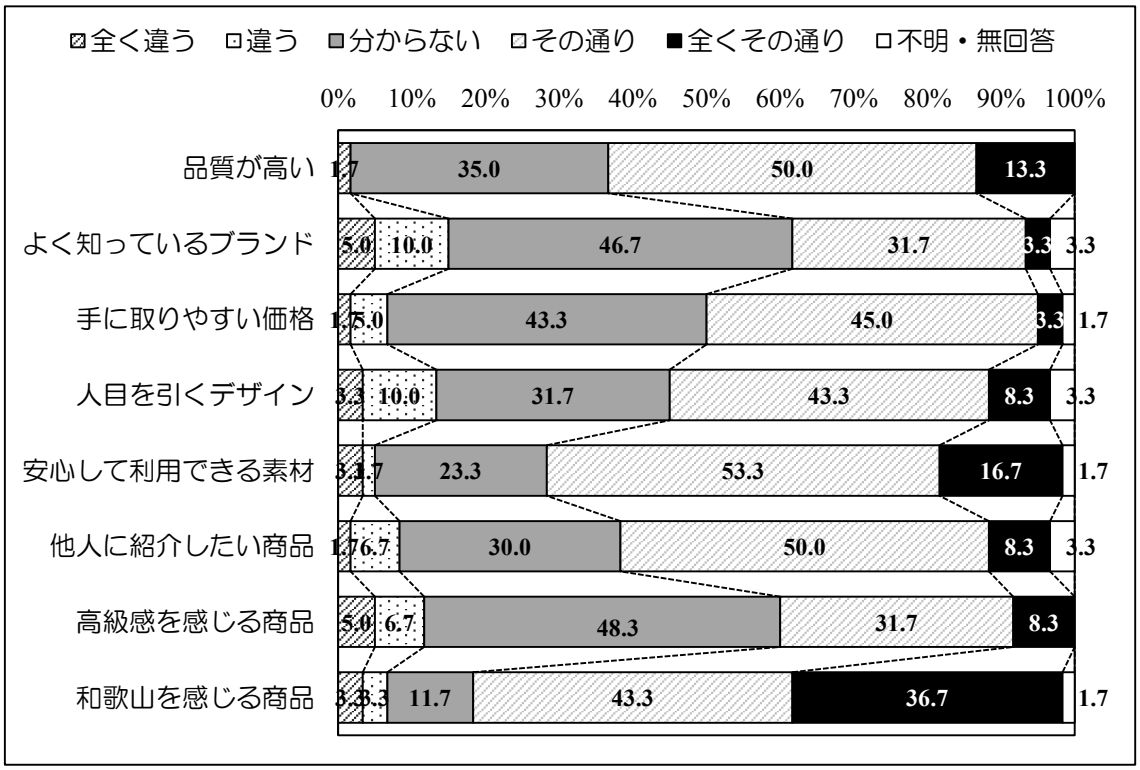


図 50　産業展で紹介された商品に対する評価（未婚）

表 30　結婚の有無別（既婚）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	2	7	23	260	74	7	373
	0.5	1.9	6.2	69.7	19.8	1.9	100.0
ブランドの知名度	15	80	104	148	21	5	373
	4.0	21.4	27.9	39.7	5.6	1.3	100.0
価格	0	6	34	219	108	6	373
	0.0	1.6	9.1	58.7	29.0	1.6	100.0
デザイン	0	16	50	231	67	9	373
	0.0	4.3	13.4	61.9	18.0	2.4	100.0
使用している素材	2	5	50	215	93	8	373
	0.5	1.3	13.4	57.6	24.9	2.1	100.0
周囲の評価	17	52	121	153	22	8	373
	4.6	13.9	32.4	41.0	5.9	2.1	100.0
高級感	12	65	120	144	24	8	373
	3.2	17.4	32.2	38.6	6.4	2.1	100.0
地域性	8	54	110	152	46	3	373
	2.1	14.5	29.5	40.8	12.3	0.8	100.0
売り場へのアクセス	4	37	82	202	46	2	373
	1.1	9.9	22.0	54.2	12.3	0.5	100.0

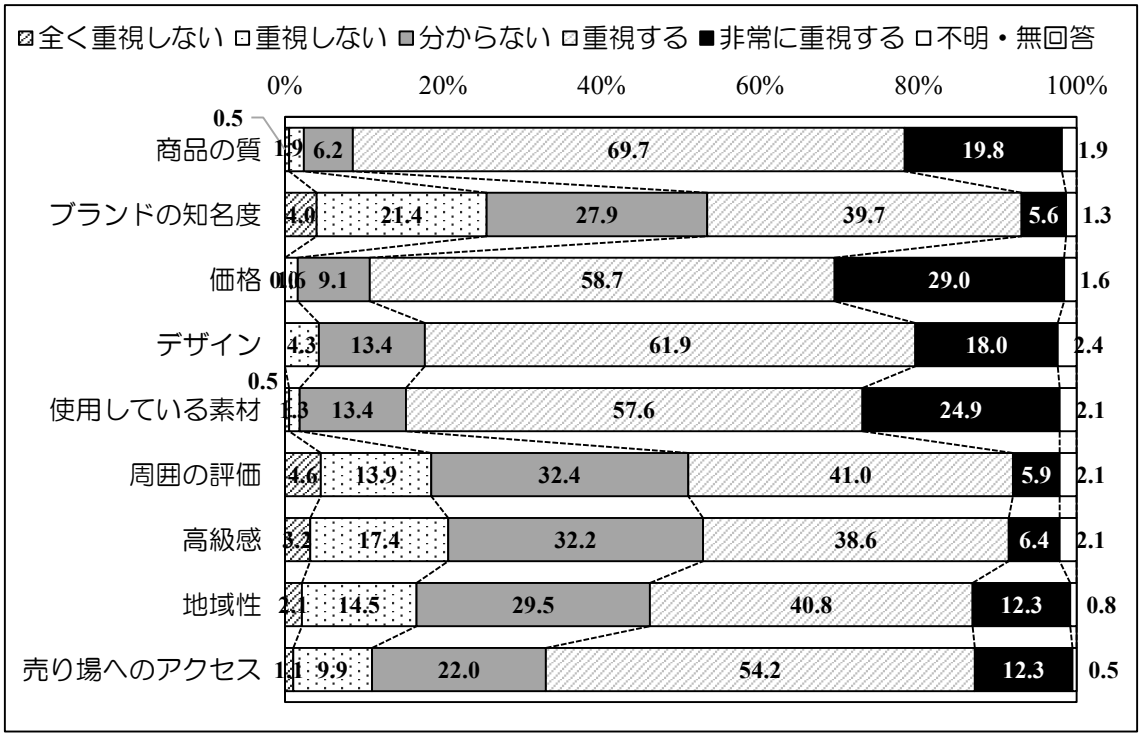


図 51　商品購入の際に重視する点（既婚）

表 31　結婚の有無別（未婚）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	1	4	44	8	3	60
	0.0	1.7	6.7	73.3	13.3	5.0	100.0
ブランドの知名度	5	11	18	26	0	0	60
	8.3	18.3	30.0	43.3	0.0	0.0	100.0
価格	0	5	5	36	14	0	60
	0.0	8.3	8.3	60.0	23.3	0.0	100.0
デザイン	2	1	7	33	16	1	60
	3.3	1.7	11.7	55.0	26.7	1.7	100.0
使用している素材	3	2	9	38	7	1	60
	5.0	3.3	15.0	63.3	11.7	1.7	100.0
周囲の評価	4	8	18	23	5	2	60
	6.7	13.3	30.0	38.3	8.3	3.3	100.0
高級感	1	11	25	17	5	1	60
	1.7	18.3	41.7	28.3	8.3	1.7	100.0
地域性	5	7	22	20	6	0	60
	8.3	11.7	36.7	33.3	10.0	0.0	100.0
売り場へのアクセス	0	6	13	31	8	2	60
	0.0	10.0	21.7	51.7	13.3	3.3	100.0

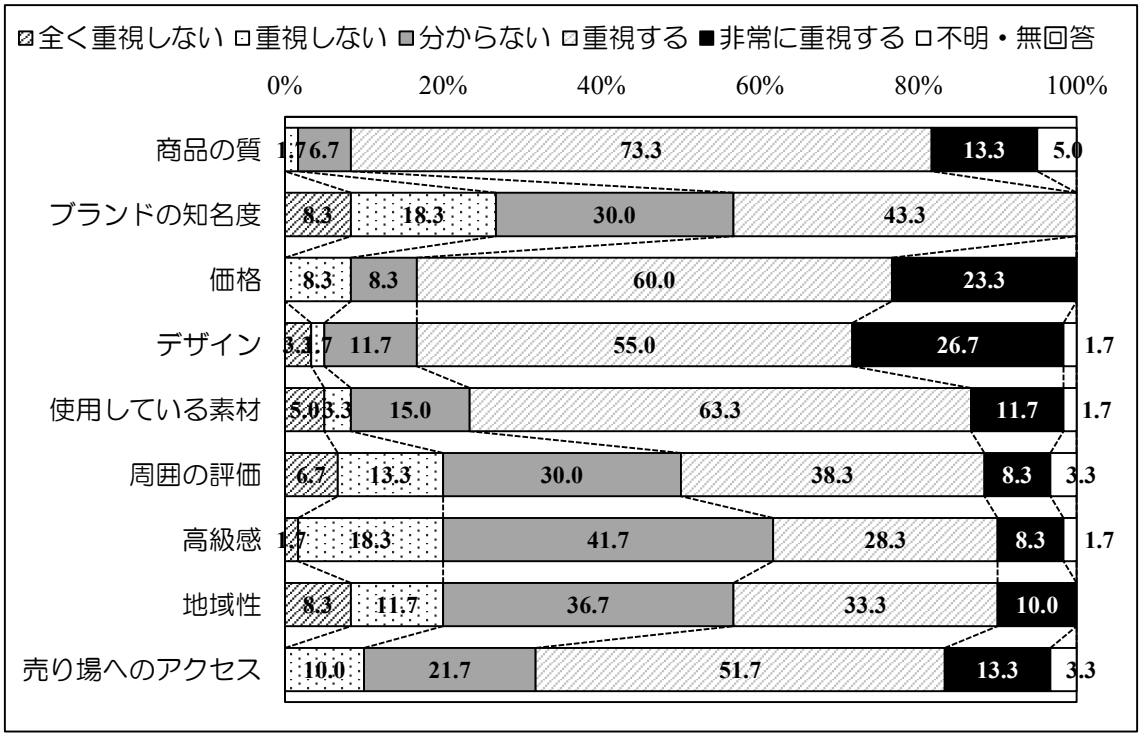


図 52　商品購入の際に重視する点（未婚）

（6）同居子供の有無別

表 32　同居子供の有無別（居る）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	1	8	112	169	33	3	326
	0.3	2.5	34.4	51.8	10.1	0.9	100.0
よく知っているブランド	10	25	126	142	16	7	326
	3.1	7.7	38.7	43.6	4.9	2.1	100.0
手に取りやすい価格	1	15	134	160	10	6	326
	0.3	4.6	41.1	49.1	3.1	1.8	100.0
人目を引くデザイン	2	19	122	156	20	7	326
	0.6	5.8	37.4	47.9	6.1	2.1	100.0
安心して利用できる素材	0	4	70	191	55	6	326
	0.0	1.2	21.5	58.6	16.9	1.8	100.0
他人に紹介したい商品	1	14	104	176	28	3	326
	0.3	4.3	31.9	54.0	8.6	0.9	100.0
高級感を感じる商品	3	22	134	134	30	3	326
	0.9	6.7	41.1	41.1	9.2	0.9	100.0
和歌山を感じる商品	2	6	36	182	98	2	326
	0.6	1.8	11.0	55.8	30.1	0.6	100.0

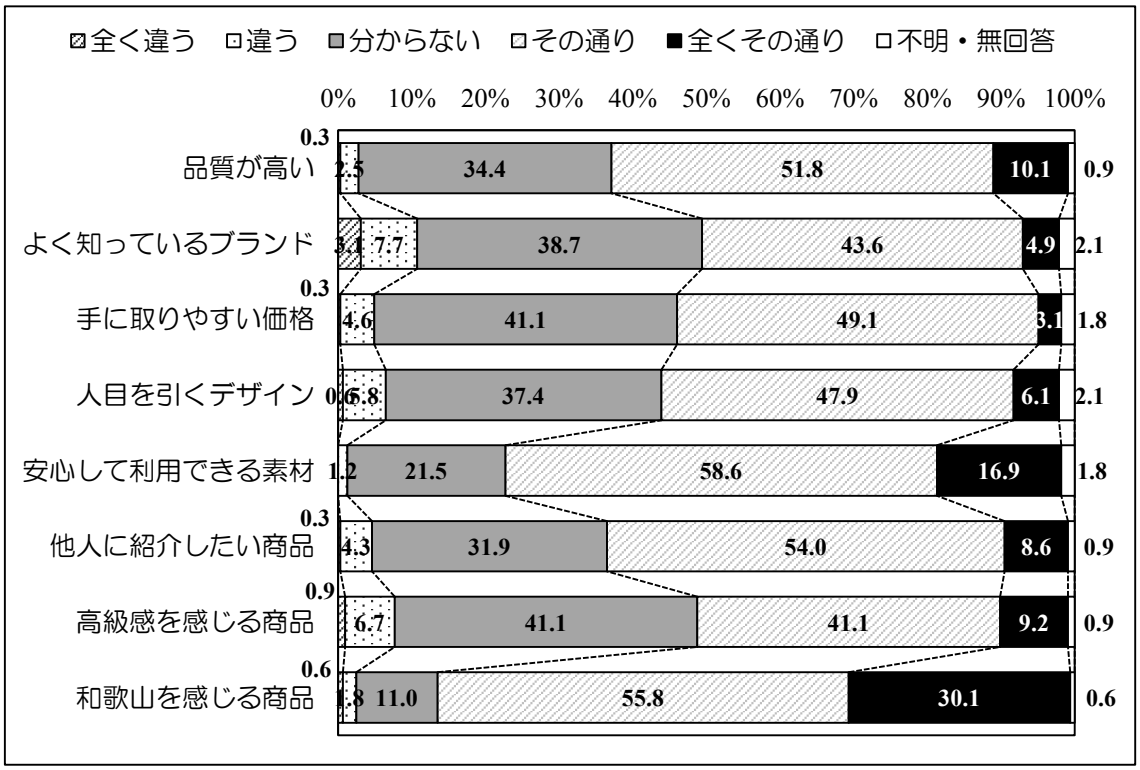


図 53　産業展で紹介された商品に対する評価（同居子供あり）

表 33　同居子供の有無別（居ない）×産業展で紹介された商品に対する評価

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く違う	違う	分からない	その通り	全くその通り	不明・無回答	合計
品質が高い	1	3	25	56	14	2	101
	1.0	3.0	24.8	55.4	13.9	2.0	100.0
よく知っているブランド	3	7	40	42	7	2	101
	3.0	6.9	39.6	41.6	6.9	2.0	100.0
手に取りやすい価格	2	9	36	45	2	7	101
	2.0	8.9	35.6	44.6	2.0	6.9	100.0
人目を引くデザイン	2	10	34	42	9	4	101
	2.0	9.9	33.7	41.6	8.9	4.0	100.0
安心して利用できる素材	3	2	20	54	21	1	101
	3.0	2.0	19.8	53.5	20.8	1.0	100.0
他人に紹介したい商品	2	9	30	46	11	3	101
	2.0	8.9	29.7	45.5	10.9	3.0	100.0
高級感を感じる商品	4	9	39	33	14	2	101
	4.0	8.9	38.6	32.7	13.9	2.0	100.0
和歌山を感じる商品	4	4	9	50	32	2	101
	4.0	4.0	8.9	49.5	31.7	2.0	100.0

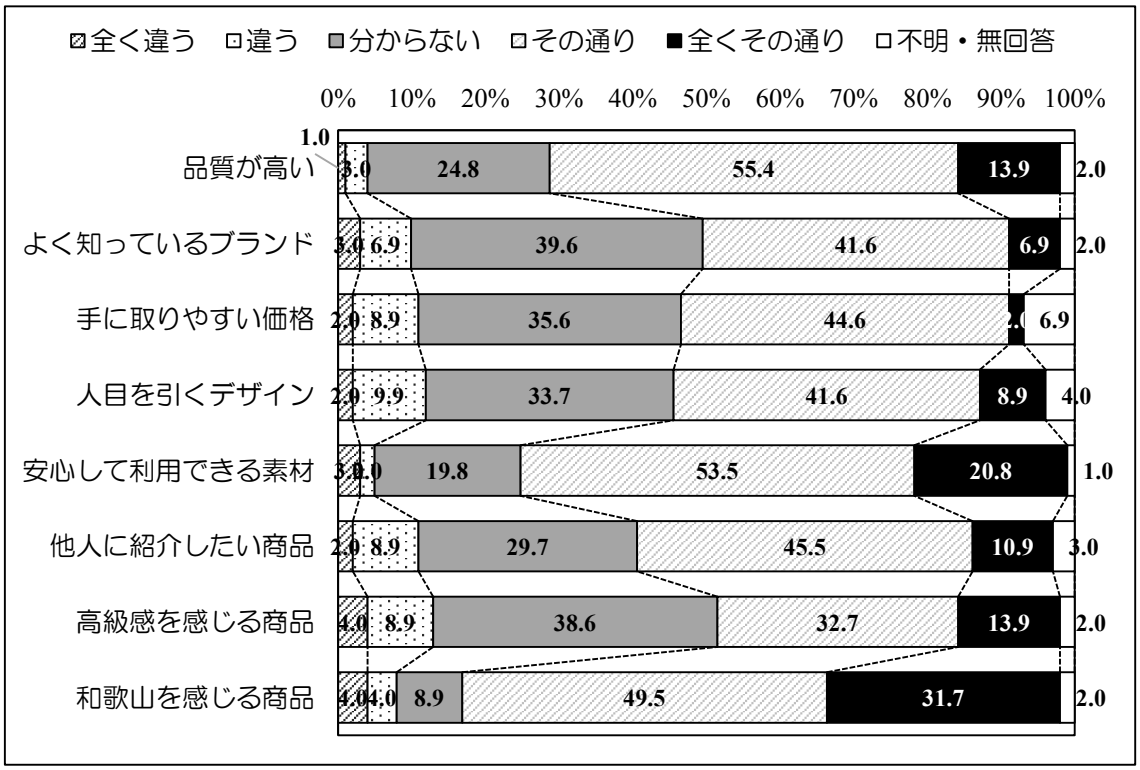


図 54　産業展で紹介された商品に対する評価（同居子供なし）

表 34　同居子供の有無別（居る）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	1	6	19	230	64	6	326
	0.3	1.8	5.8	70.6	19.6	1.8	100.0
ブランドの知名度	18	65	90	137	14	2	326
	5.5	19.9	27.6	42.0	4.3	0.6	100.0
価格	0	5	27	189	99	6	326
	0.0	1.5	8.3	58.0	30.4	1.8	100.0
デザイン	1	11	39	207	58	10	326
	0.3	3.4	12.0	63.5	17.8	3.1	100.0
使用している素材	3	7	43	193	75	5	326
	0.9	2.1	13.2	59.2	23.0	1.5	100.0
周囲の評価	17	40	106	138	19	6	326
	5.2	12.3	32.5	42.3	5.8	1.8	100.0
高級感	11	58	103	125	20	9	326
	3.4	17.8	31.6	38.3	6.1	2.8	100.0
地域性	9	48	96	130	39	4	326
	2.8	14.7	29.4	39.9	12.0	1.2	100.0
売り場へのアクセス	5	35	66	177	41	2	326
	1.5	10.7	20.2	54.3	12.6	0.6	100.0

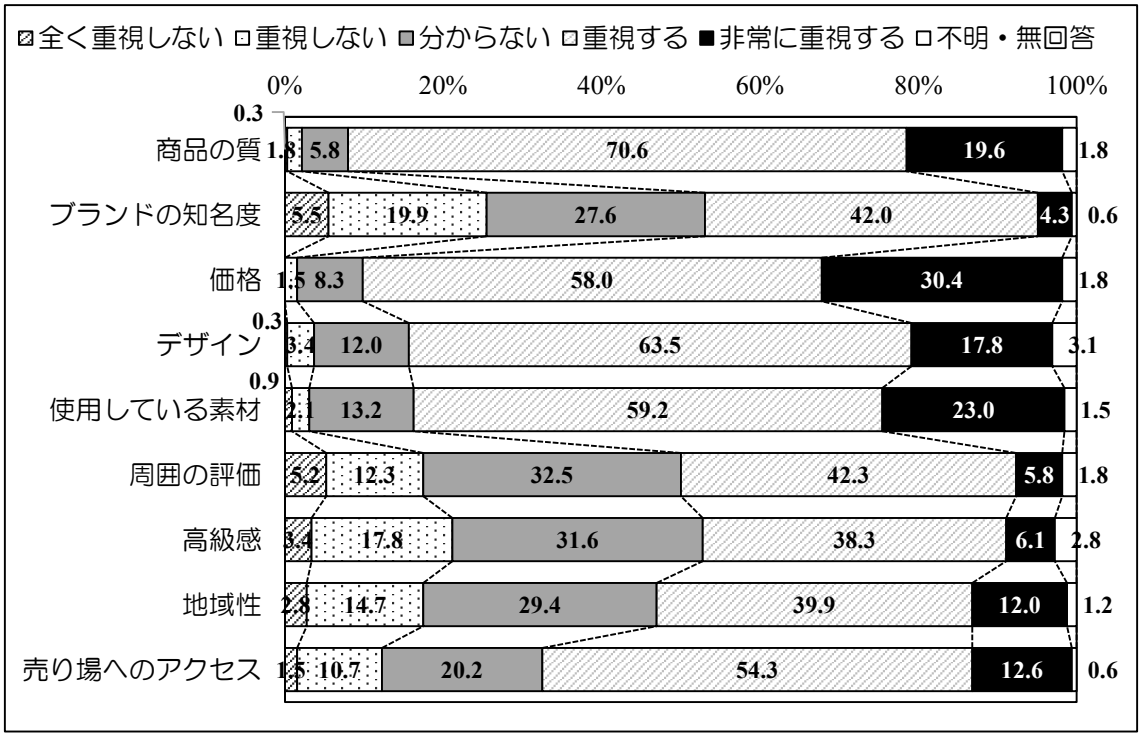


図 55　商品購入の際に重視する点（同居子供あり）

表 35　同居子供の有無別（居ない）×商品購入の際に重視する点

上段：回答者数 下段：構 成 比	全く重視しない	重視しない	分からない	重視する	非常に重視する	不明・無回答	合計
商品の質	0	2	10	67	18	4	101
	0.0	2.0	9.9	66.3	17.8	4.0	100.0
ブランドの知名度	5	23	25	37	9	2	101
	5.0	22.8	24.8	36.6	8.9	2.0	100.0
価格	0	6	14	59	21	1	101
	0.0	5.9	13.9	58.4	20.8	1.0	100.0
デザイン	2	4	16	54	22	3	101
	2.0	4.0	15.8	53.5	21.8	3.0	100.0
使用している素材	2	2	16	55	21	5	101
	2.0	2.0	15.8	54.5	20.8	5.0	100.0
周囲の評価	4	13	31	39	8	6	101
	4.0	12.9	30.7	38.6	7.9	5.9	100.0
高級感	2	15	34	36	10	4	101
	2.0	14.9	33.7	35.6	9.9	4.0	100.0
地域性	4	11	31	41	13	1	101
	4.0	10.9	30.7	40.6	12.9	1.0	100.0
売り場へのアクセス	0	6	22	56	14	3	101
	0.0	5.9	21.8	55.4	13.9	3.0	100.0

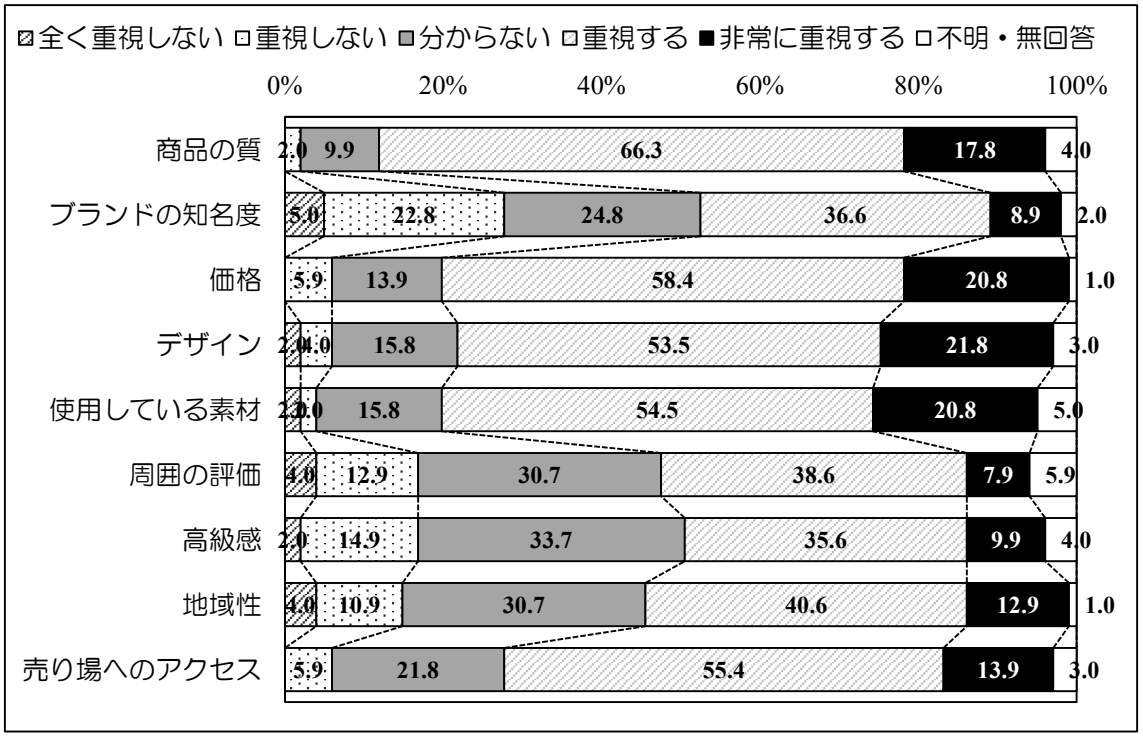


図 56　商品購入の際に重視する点（同居子供なし）

資料3　属性別レーダーグラフ

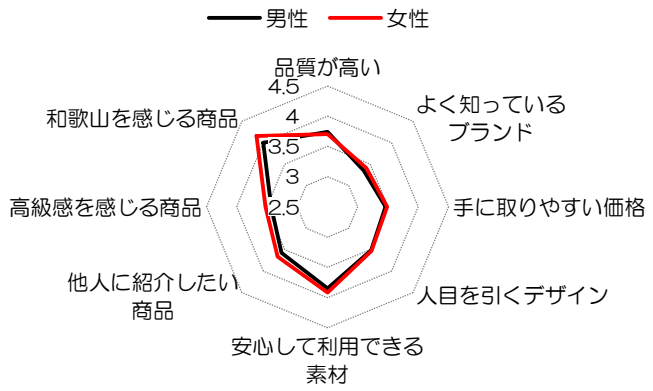
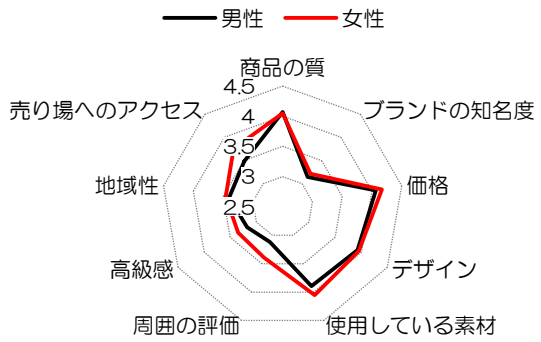
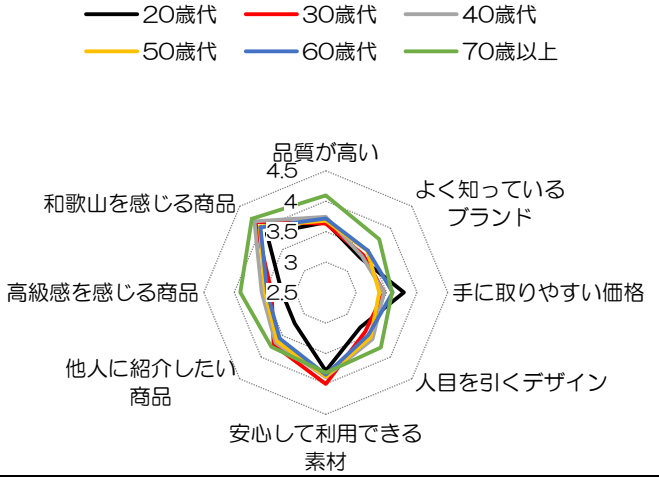
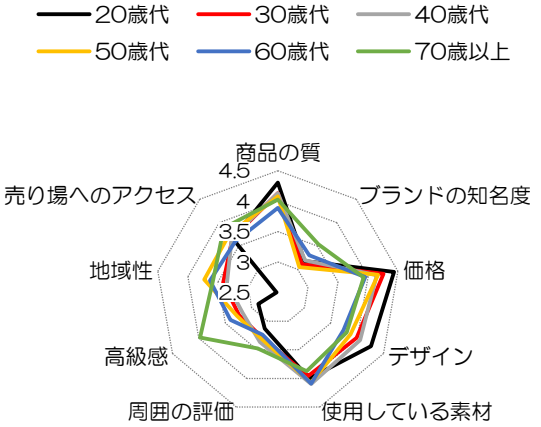
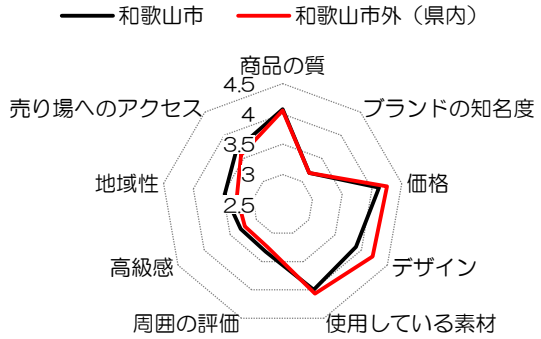
問Ⅰ　産業展で紹介している商品に対する評価	問Ⅱ　商品を購入する際に重視する点
【性別】  	
【年齢】  	
【居住地】 	

図 57　属性別レーダーグラフ

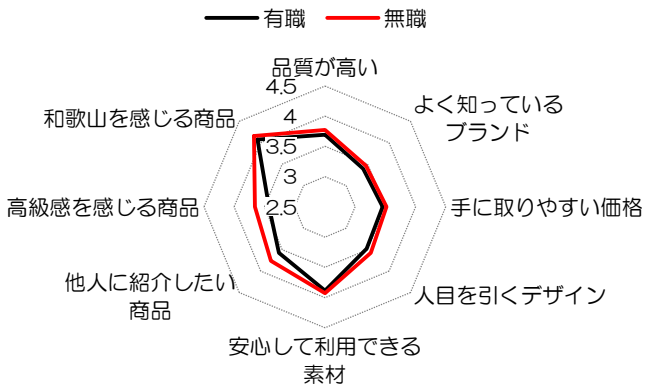
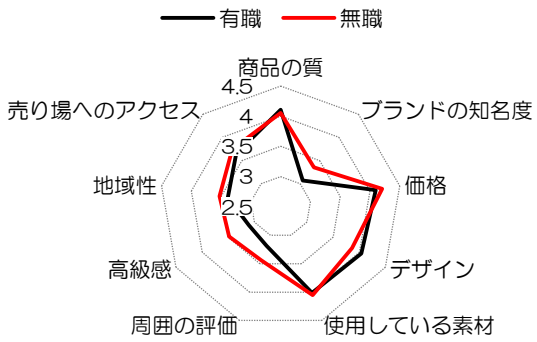
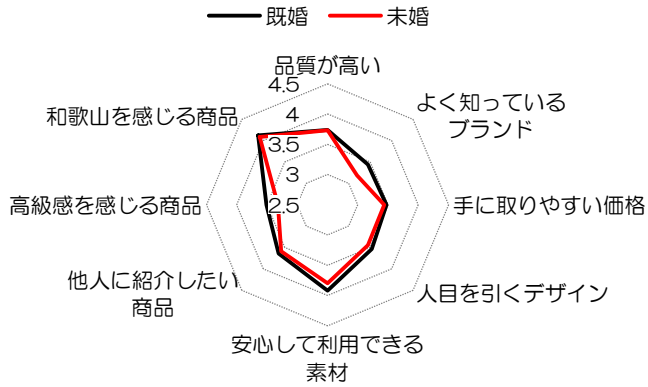
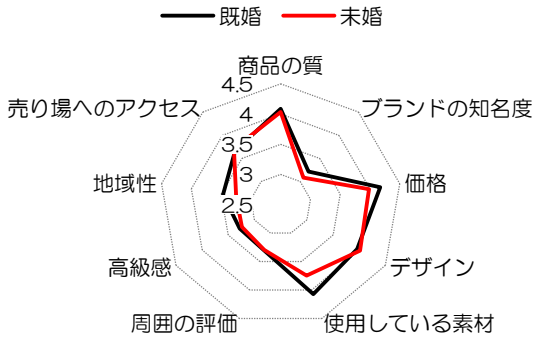
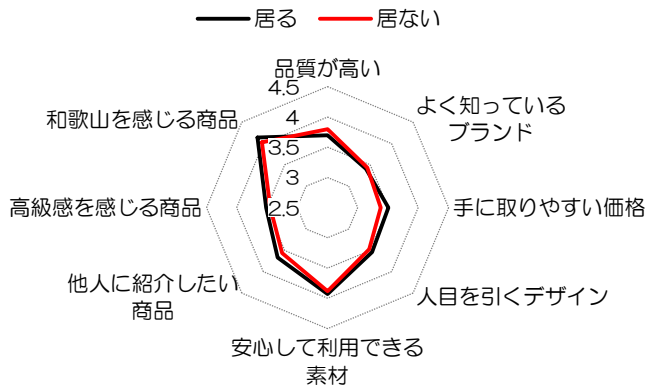
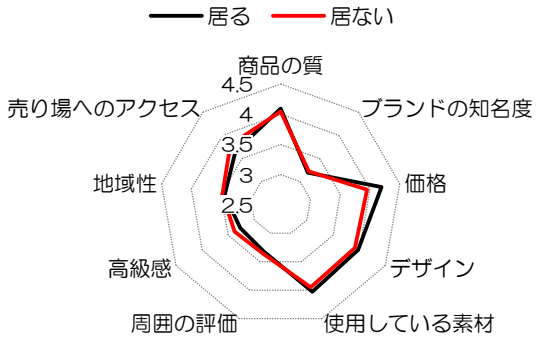
問Ⅰ　産業展で紹介した商品に対する評価	問Ⅱ　商品を購入する際に重視する点
【職業】  	
【結婚の有無】  	
【同居子供の有無】  	

図 57　属性別レーダーグラフ（続き）

資料4　属性別散布図

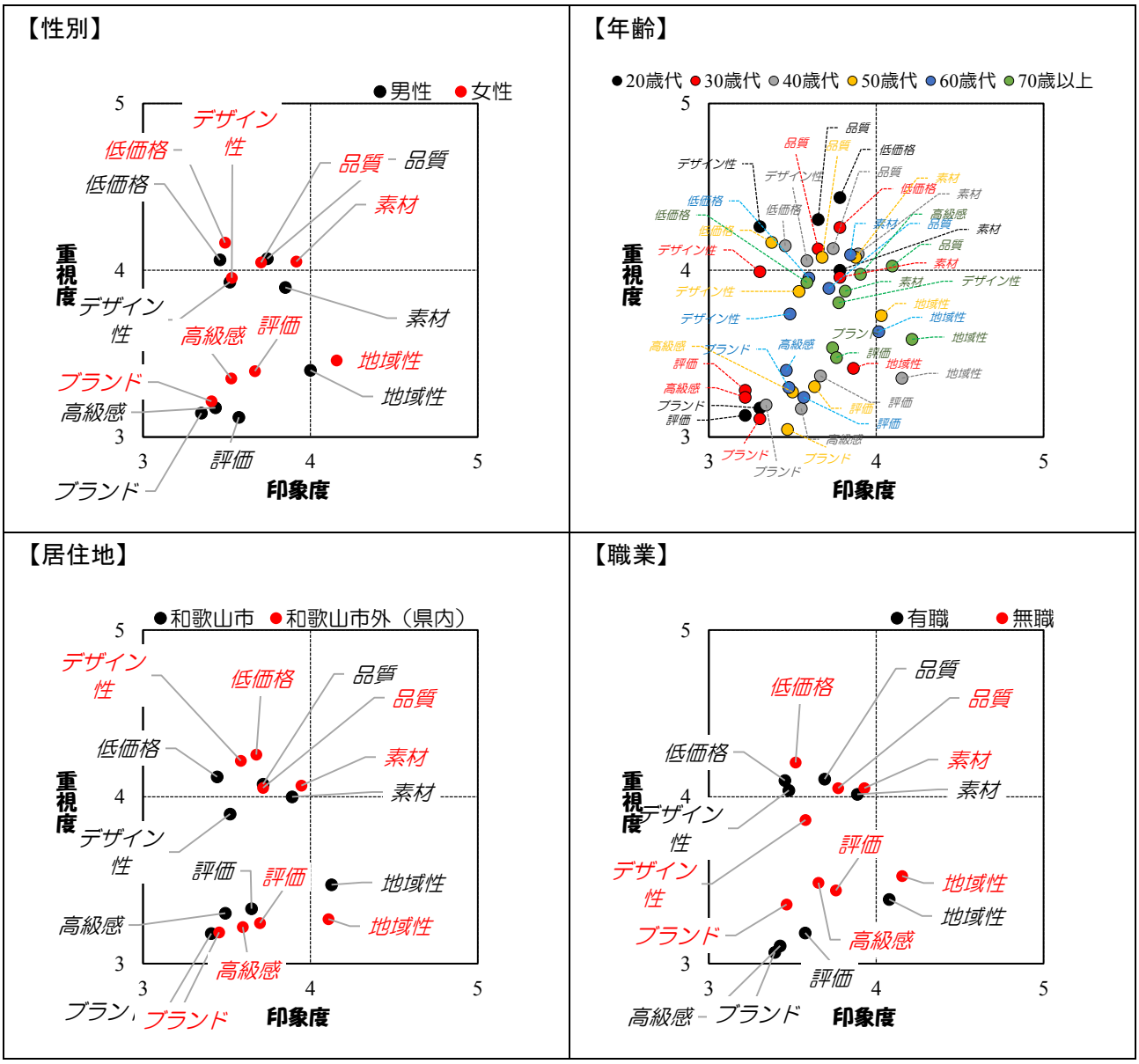


図 58　属性別散布図

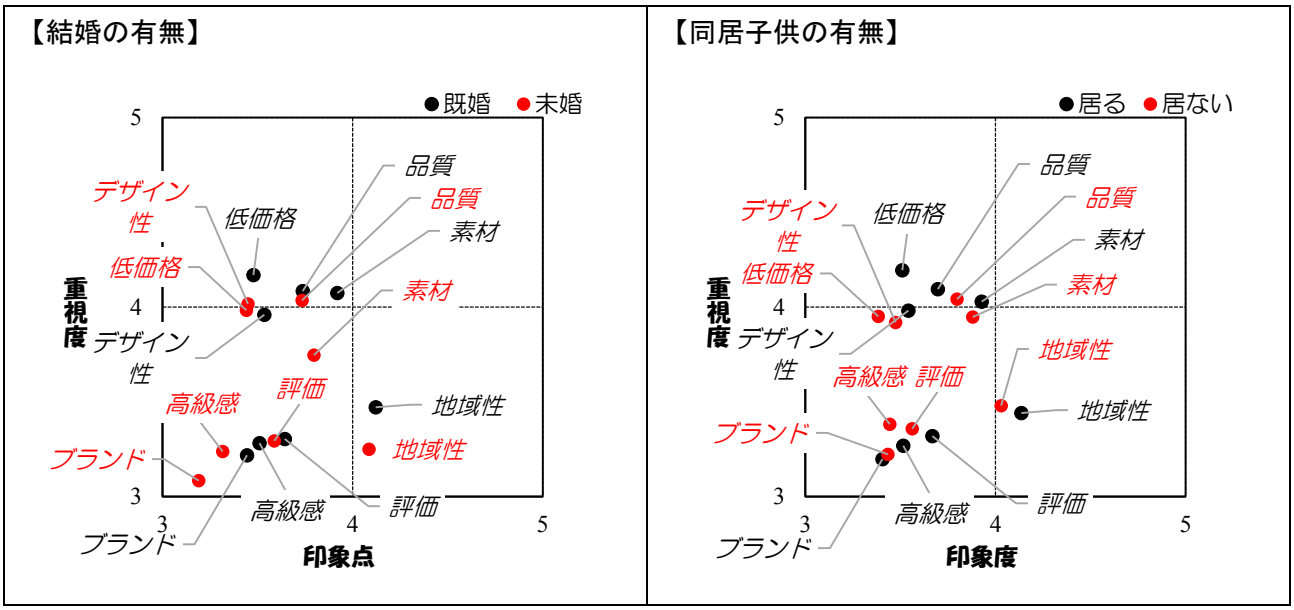


図 58　属性別散布図（続き）

わかやま商工まつり来場者アンケート調査　報告書

発 行 日：平成 29 年２月
発　　行：和歌山商工会議所
〒640-8567　和歌山県和歌山市西汀丁 36
TEL.073-422-1111　FAX.073-433-0543
http://www.wakayama-cci.or.jp/wakayama.shtml
編　　集：和歌山地域経済研究機構　わかやま商工まつり来場者アンケート調査チーム
柳　　到亨　和歌山大学経済学部教授
藤代　正樹　（一財）和歌山社会経済研究所主任研究員
中嶋　孝之　（一財）和歌山社会経済研究所研究員
中浴　正隆　和歌山商工会議所企画広報・街づくり支援室　室長補佐
髙松　辰徳　和歌山商工会議所企画広報・街づくり支援室　主事