

『歳末大売出し』に関する
『パソコンの使用』に関する
アンケート調査報告書

田熊商工振興会

平成20年(2008年)

田熊商工振興会

検索



◆はじめに

田熊商工振興会は今年で創立五十六年を迎えました。長年にわたって会の発展に尽力され歴史と伝統を培われた会員の皆様と、多くのご理解とご支援を賜りました関係者の皆様に心より感謝申し上げます。

かつての田熊村から因島市へそして尾道市へと自治体の変遷し、基幹産業の衰退により人口の減少と少子高齢化が顕著となり、また因島大橋の開通からしまなみ海道が全通するなど、地域の姿や経済・産業の構造、事業者や消費者の考え方も大きく変貌しました。この間、当会の中核的事業であり年末の恒例行事として定着した「歳末大売出し」も同様に回数を重ね、近年では従来の抽選器方式から夢くじ方式へと変わって昨年で5回目の開催となりました。

しかし地域社会の構造が変化し考え方や価値観も大きく異なる現在、「歳末大売出し」がどの程度消費者に支持されているのか、事業者にとって価値の高い事業なのか、事業自体のクォリティが保たれているのか、そして本当に必要な事業なのか、という疑問が常に存在していたことも事実です。

そこで、会員の意見を集約することにより「歳末大売出し」への考え方や在り方を今一度検討し、より効果的に事業に活かしていくことを目的に『歳末大売出しに関するアンケート』の実施をいたしました。同時に IT 社会の到来という現状から、『パソコンの使用に関するアンケート』も実施いたしました。

これらの貴重なアンケート結果を踏まえ、外部関係者として中小企業診断士の加藤克敏氏を招聘してご意見を賜り、地域とともに発展するという田熊商工振興会としての理念を大切にしながら、総合的な検討を加え報告書としてまとめました。

今後の事業に反映し、未来へ向けて一層の発展を目指して邁進するとともに、アンケートの実施にご協力頂いた会員並びに関係者の皆様に衷心より深く御礼申し上げます。

田熊商工振興会
会長 藤原 繁広

◆アンケート実施要領

- ・対象者 当会会員及び現在歳末大売出し協賛店
- ・記入方式 無記名
- ・配布及び回収 当会担当者

◆担当者名簿

- ・藤原 繁広(会長)
- ・岡野 博行(副会長)
- ・村上 茂(副会長)
- ・岡野 哲二(常任幹事・まちづくり特別部会長)
- ・圓光 克文(常任幹事・会計)
- ・藤原 浩二(常任幹事)
- ・村上 富男(顧問)
- ・坂井 邦弘(顧問)
- ・村上 剛 永宗大典 箱崎友彦 岡野勝志 村上英太郎(地区担当幹事)

◆経過

- ・実施の検討 平成 20 年 2 月 1 日(旅館金山)
- ・実施の決定 平成 20 年 2 月 13 日(金山区民館)
- ・内容の検討 平成 20 年 3 月 11 日(金山区民館)
- ・用紙作成 平成 20 年 3 月 25 日(金山区民館)
- ・依頼期間 平成 20 年 3 月 26 日～4 月 3 日
(アンケート用紙 A3 5P・依頼文・参考資料 A4 8P)
- ・回収期間 依頼日から平成 20 年 4 月 15 日まで
- ・集計作業 平成 20 年 4 月 21 日(金山区民館)
- ・総合的検討 平成 20 年 5 月 12 日(金山区民館)
(外部関係者 中小企業診断士 加藤克敏氏)
- ・製本 平成 20 年 6 月 9 日(金山区民館)

◆調査結果概要

『歳末大売出しに関するアンケート』

- ・アンケート配布部数 111 部 有効回答数 84 部 (75.67%)

『パソコンの使用に関するアンケート』

- ・アンケート配布部数 111 部 有効回答数 76 部 (68.46%)

※いずれも設問によって回答数が異なるため、有効回答数と各設問の有効回答数や割合の数値は必ずしも一致しない。記入された意見は、回答者の考え方の独自性を尊重して、原則として原文のまま掲載した。他の設問に分類可能と思われる意見もそのまま掲載している。

『歳末大売出しに関するアンケート』

問1 事業所の営業形態を教えてください。

- ① 商業 48件 (57.14%)
- ② 工業 16件 (19.04%)
- ③ どちらともいえない 18件 (21.42%)
- ④ 無回答 1件 (1.19%)

問2 これまで歳末大売出しに協賛したことがありますか（現在・過去を問わない）

- ① ある 50件 (59.52%) 問4へ
- ② ない 31件 (36.90%) 問3へ
- ③ 無回答 3件 (3.5%)

問3 歳末大売出しが開催されていたことをご存知でしたか

- ① 知っていた 32件 (100%)
- ② 知らなかった 0件 (0%)

※ 問3を回答した方はアンケート終了

※ 問4以降は有効回答数を53件として割合を算出

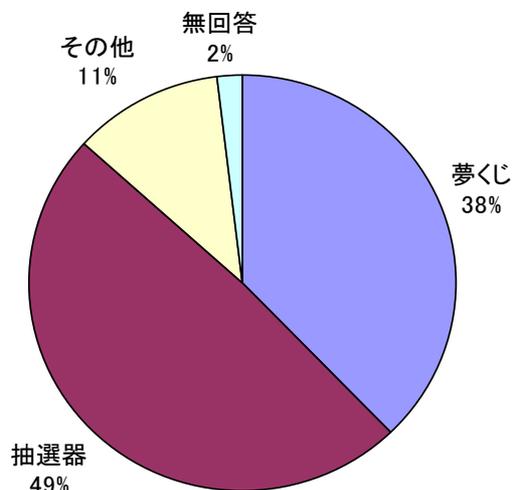
問4 歳末大売出しの方法としてはどのような方法が望ましいと思いますか。

（開催の是非ではありません）

- ① 現在の「夢くじ」方式 20件 (37.73%)
- ② 以前の「抽選器」方式 26件 (49.05%)
- ③ その他 6件 (11.32%)

- ・田熊商工振興会の店で好きな物を選んでもらう。
抽選会場であたった店で商品券を出して買い入れしてもらう
- ・抽選に来てくれる人を田熊商店で買い物してくれるお客様ととらえて
商店街全体として、以後いろいろフォローしていくような対策を
していけばどうか（ダイレクトメール・割引案内等）
- ・無意味 必要なし
- ・皆様の手間を考えると判断がつきません
- ・②の方が望ましいが、負担増を考えると①も仕方ないかなと思う
- ・よくわからないが他の方法を考えてもいいのではないか

- ④ 無回答 1件



問5 歳末大売出しの売出し期間はどのくらいが望ましいと思いますか。

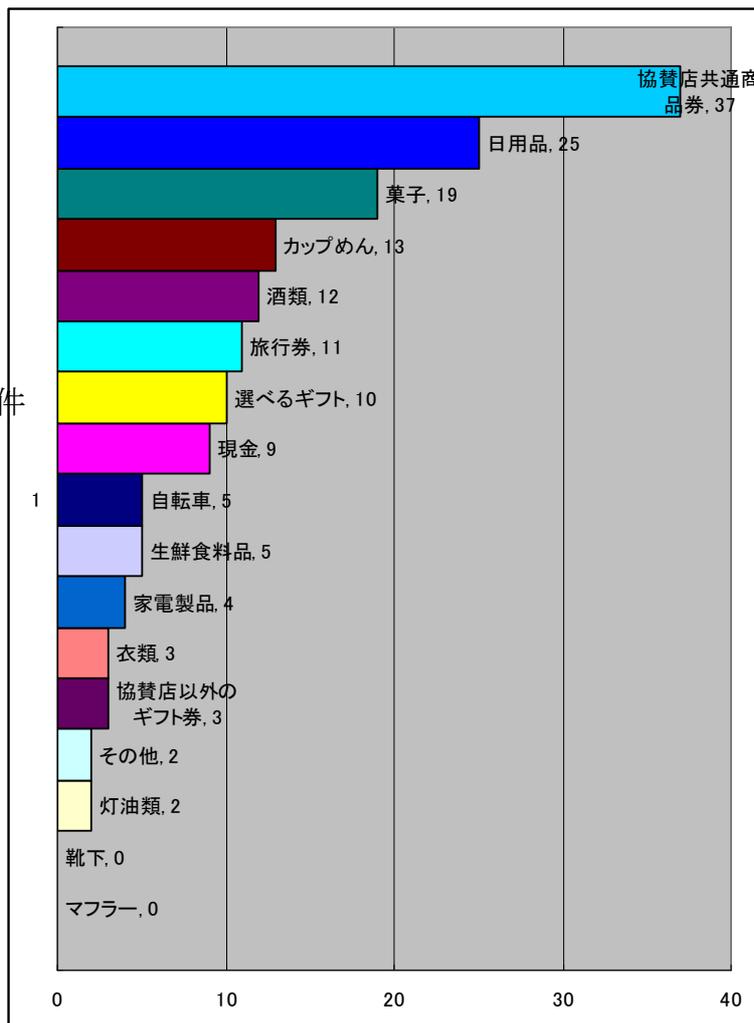
- ① 1週間位 25件 (47.16%)
- ② 10日~2週間くらい 25件 (47.16%)
- ③ その他 1件
 - ・20日間くらい 12/1~12/20
- 無回答 2件

問6 歳末大売出しの抽選日数はどのくらいが望ましいと思いますか。

- ① 1日 21件 (39.62%)
- ② 2日 17件 (32.07%)
- ③ 3日 10件 (18.86%)
- ④ 4日以上 3件 (5.6%)
- ⑤ その他 1件 (売出し期間毎日)
- 無回答 1件

問7 歳末大売出しの景品はどのようなものが望ましいと思いますか (複数回答可)。

- ① 現金 9件
- ② 協賛店共通商品券 37件
- ④ 家電製品 4件 (テレビ・洗濯機・電気釜)
- ④ 旅行券 11件
- ⑤ 日用品 25件
- ⑥ 酒類 12件
- ⑦ 灯油類 2件
- ⑧ 自転車 5件
- ⑨ 衣類 3件
- ⑩ 靴下 0件
- ⑪ マフラー 0件
- ⑫ 協賛店以外のギフト券 3件
- ⑬ 選べるギフト 10件
- ⑭ カップめん 13件
- ⑮ 菓子 19件
- ⑯ 生鮮食料品 5件
- ⑰ その他 2件
 - ・ゴミ袋
 - ・田熊商工振興会専用の商品券
- 無回答 6件



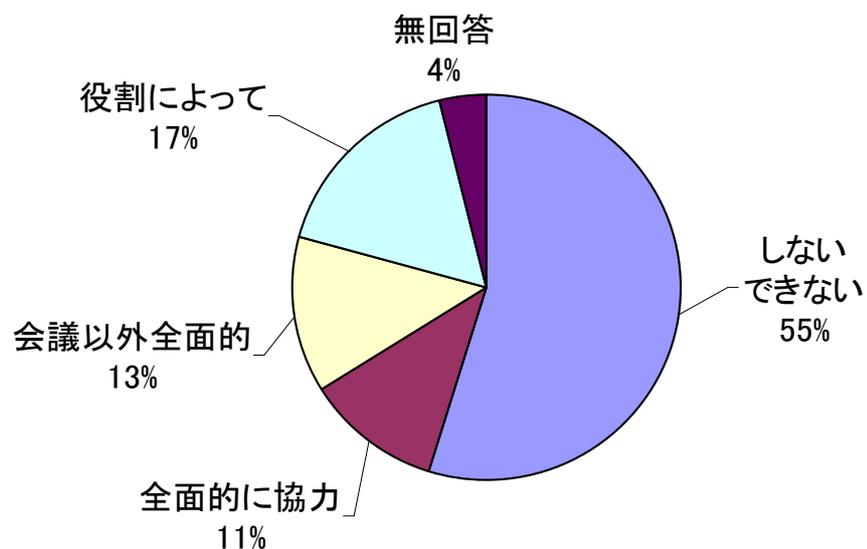
問 8 景品の手配方法はどのような方法が望ましいと思いますか。

- ① すべての景品を協賛店へ手配する 12 件 (22.64%)
- ② ほとんど又は大部分の景品を協賛店へ手配する 21 件 (39.62%)
- ⑤ 協賛店への手配にこだわる必要はない
(顧客のニーズや流行・予算に応じて決めればよい) 16 件 (30.18%)
- ④ その他 2 件
 - ・抽選会場を願した所に、すべての景品をおいておく。抽選の都度渡す。
 - ・現金、協賛店共通商品券が望ましい。
- 無回答 2 件

問 9 歳末大売出しの開催にあたり設営や抽選会場でのお手伝いにご協力いただけますか。

- ① しない (できない) 29 件 (54.71%)
- ② 打ち合わせの会議も含め全面的に協力してもよい 6 件 (11.32%)
- ③ 会議を除きほぼ全面的に協力してもよい 7 件 (13.20%)
- ④ 役割によってはしてもよい 9 件 (16.98%)
- 無回答 2 件

- ①と②は問 11 へ
- ③と④は問 12 へ



問 10 以下の項目でどのような協力の方法がありますか (複数回答可)。

(突発的な事情の予測はしないこと)

- ① 宣伝カーに乗る (1 日 30~50 分程) 6 件
- ② 看板の設置や宣伝カーの飾りつけ (1~2 時間程) 6 件
- ③ 抽選会当日又は前日の会場設営 (2 時間程) 7 件
- ④ 一日だけなら終日抽選会場にいてもよい 6 件
- ⑤ 二日以上終日抽選会場にいてもよい 0 件
- ⑥ 一日のうち 2 時間程度なら抽選会場にいてもよい 10 件
- ⑦ 抽選会場の後片付け 6 件
- ⑧ その他 0 件

問 11 歳末大売出しに協賛する（過去も含む）理由はなんですか（複数回答可）。

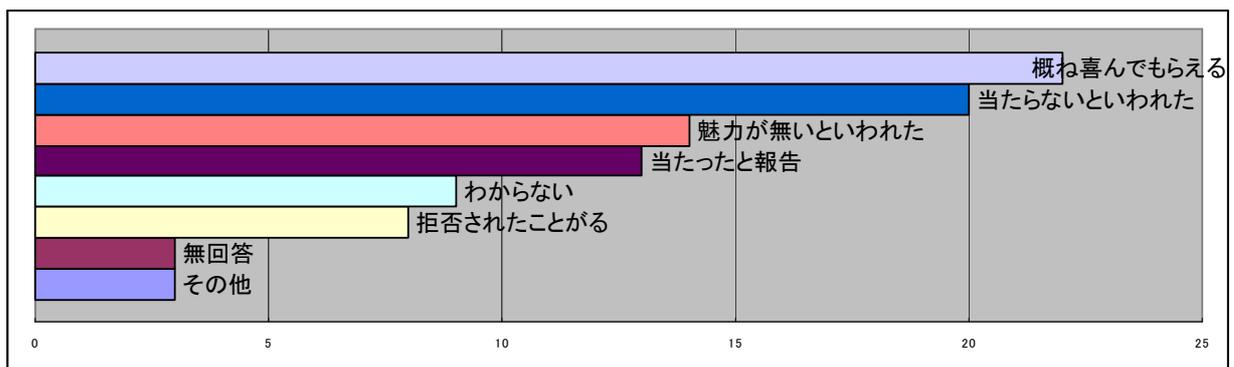
- ① つきあいで仕方なく 22 件
- ② それなりに売り上げに反映するから 4 件
- ③ 昔から続いているから 29 件
- ④ その他 2 件
 - ・抽選会場の活性化を望むから
 - ・客へのサービス及び田熊の活性化の為
- 無回答 3 件

問 12 顧客への抽選券の配布方法を教えてください（複数回答可）。

- ① 売出し期間中の概ね販売額に応じて 16 件
- ② 売出し期間中の販売額にはあまりこだわらずに 15 件
- ③ 一年間通しての顧客に配布（歳暮代わりのようなもの） 30 件
- ④ 自家消費 7 件
- ⑤ その他 2 件
- 無回答 3 件

問 13 抽選券を渡した顧客の反応を教えてください（複数回答可）。

- ① 概ねよろんでもらえる 22 件
- ② 拒否されたことがある 8 件
- ③ 当たらないといわれたことがある 20 件
- ④ 当たったと報告をされたことがある 13 件
- ⑤ 魅力的な景品が少ないといわれたことがある 14 件
- ⑥ わからない 9 件
- ⑦ その他 3 件
 - ・はずれでも子供が喜ぶお菓子でももらえれば渡しやすい。
 - ・五等の 30 円菓子ばかり 20 個もらった事があった。あれをまとめてゴミ袋に交換してくれたらいいのに。
 - ・抽選器方式の場合、手伝いの女性達に高額の商品が何度も当たると不満を言われた客が何人かいます。当たりくじの投入の時間が分かる為か？
 - ・あまり反応はない
- 無回答 3 件



問 14 現在の「夢くじ」方式と以前の「抽選器」方式に対する考えを選んでください。

「夢くじ」方式		「抽選器」方式	
①売上げにおける効果			
大きい	0 件	大きかった	2 件(3.77%)
普通	12 件(22.64%)	普通だった	14 件(26.41%)
少ない	17 件(32.07%)	少なかった	15 件(28.30%)
わからない	19 件(35.84%)	わからない	18 件(33.96%)
		覚えていない	0 件
無回答	5 件	無回答	4 件
②景品の魅力			
魅力的	3 件(5.66%)	魅力的だった	1 件(1.88%)
妥当	17 件(32.07%)	妥当だった	21 件(39.62%)
魅力が無い	13 件(24.52%)	魅力が無かった	10 件(18.86%)
わからない	18 件(33.96%)	わからない	14 件(26.41%)
		覚えていない	3 件(5.66%)
無回答	2 件	無回答	4 件
③当選確率			
高いと思う	2 件(3.77%)	高かったと思う	3 件(5.66%)
妥当	14 件(26.41%)	妥当だったと思う	19 件(35.84%)
低いと思う	16 件(30.18%)	低かったと思う	11 件(20.75%)
わからない	19 件(35.84%)	わからない	12 件(22.64%)
		覚えていない	4 件(7.54%)
無回答	2 件	無回答	4 件
④顧客の関心			
関心がある	3 件(5.66%)	関心があった	6 件(11.32%)
普通	17 件(32.07%)	普通だった	23 件(43.39%)
関心が無い	14 件(26.41%)	関心が無かった	8 件(15.09%)
わからない	15 件(28.30%)	わからない	12 件(22.64%)
		覚えていない	1 件(1.88%)
無回答	4 件	無回答	3 件(5.66%)
⑤ルール			
わかりやすい	10 件(18.86%)	わかりやすかった	20 件(37.73%)
普通	21 件(39.62%)	普通だった	14 件(26.41%)
わかりにくい	10 件(18.86%)	わかりにくかった	6 件(11.32%)
わからない	10 件(18.86%)	わからない	8 件(15.09%)
		覚えていない	2 件(3.77%)
無回答	2 件	無回答	3 件

※「抽選器」方式で協賛していない事業所は“わからない”を選択

問 15 景品の望ましい当選確率は。

- ① 特賞や一等の景品を高額にする。空クジがあってもよい。 7件 (13.20%)
 - ② 特賞や一等の景品を高額にする。但し空クジはなし。14件 (26.41%)
 - ③ 特賞や一等の景品を低額にして当選確率を上げる (空クジはなし) 24件
(45.28%)
 - ④ わからない 4件 (7.54%)
 - ⑤ その他 2件
 - ・宝くじ方式 特賞・一等など高額現金又は共通商品券にして空くじを多くして100円単位をカットする。
 - ・空くじもあってもよいが、2等、3等の数を多くし実用的なもの (食料品、地場野菜等でも良い)
- 無回答 2件

問 16 もし、歳末大売出しを廃止するとしたら、他にどのような事業が考えられますか

- ・夏祭りの前に町民で青空市かフリーマーケット
- ・いつでも良い他の町と合同で、演芸会・ミュージカル・落語等の招待状が当たるくじ等の配布
- ・春か秋の時期の良いころに、役員を含め協力してくれる会員を対象に、はっさく等生産物を利用したイベント
- ・クリスマスの前からクリスマス当日まで、商工会全員が商店や会員となっている道路や街路樹を電飾する
- ・ゴールデンウィーク明けに、役員や各会 (老人会等のグループ) でバザーをする
- ・田熊商工振興会祭り
- ・趣味の会 (生花教室、書道教室) の発表の場を提供して人が集まる日を作る。
- ・フリーマーケット等の開催
- ・田熊商工振興会の商品券を作る
- ・四月頃、会員旅行をする
- ・お手伝いをしていないので興味がうすい。空くじが100円菓子でもいいのですが、協賛して頂いている八百屋、スーパーで交換できたら1枚や2枚でもあげやすい。
- ・今まで通りでよいと思う

問 17 田熊商工振興会又は因島商工会議所或いは尾道市への意見・要望

■田熊商工振興会

- ・協力会員の拡大
- ・名前だけの役員ではなく、実行力のある役員を選んでほしい。

次頁へ

前頁から

■因島商工会議所

- ・個々の町でイベントが行われ、またかと言う気持ちも消費者にもあると思う。会議所が日時の調整なり、共同開催の推進なり、役割を遂行する事を望みます。
- ・他商工振興会との情報公開を活発化してほしい

■尾道市

- ・行政のサービスが低下している。もっとコンピューターを活用してサービスアップしてほしい。
- ・商業者に対する多くの予算を増やしてほしい



◆検討会議での意見

(1)個別の設問について

問5 売出しの期間について

- ・一般にチラシの効果はせいぜい1週間程度(実際には3日程度か)といわれており、1週間程度が密度が濃く認知度も高いだろう。
- ・立て看板の設置が効果的(昨年度は実施した)。
- ・告知の徹底を図るべきだ。

問6 抽選日数について

- ・全国50箇所の商店街の抽選日数平均をインターネットで調査したところ1.5日である。

問9 開催について会員の協力

- ・しない(できない)が全体の54%という数値はショックではあるが無記名方式のためもあって本音が出ているといえる。協力的な回答も半数近く有り今後期待される。

問4・問11 抽選器方式と夢くじ方式について

- ・問4では抽選器方式への回答が若干ではあるが上回った。その結果が問11の回答傾向にそのまま現れている。
- ・アンケート配布時に一緒に添付した資料(歳末大売出しについて)にも述べているように、現時点において以前のような抽選器方式に戻すことは困難。双方の長所を活かした方式を探っていく必要有り。

問12 抽選券の配布方法について

- ・歳暮代わりに配布するという事は再考の必要があるが、協賛店の営業形態や業種の違いもあるので致し方ない点もある。

(2)全般について

- ・概ね想像できた結果だ。想像できるということは全体的に魅力がないということにつながる。
- ・各店の情報や「頑張っている姿」を発信するシステムが必要だ。
- ・参加して楽しいと思える事業にもっとしていくべきだ。



(3)これから

- ・抽選券と引き換えに顧客アンケートに答えてもらう。予想通りの回答が多いかもしれないが、予想外の回答があったときに顧客の本音を知ることになり刺激になる。
- ・得意先(固定客)の流出を防止すること。ダイレクトメール(DM)も効果あり。DM10 通でも反応があり、昔の顧客の掘り起こしに効果があった例もある。全体の割合にするとわずかだが、なにかしらの反応があることで決して無駄ではないことがわかり、今以上に商売が面白くなるのではないか。また、初めての顧客のカウントもしてみてもどうか。
- ・女性の力も大切だ。土生では月 2 回程度の会合・会議を開催し、DM や POP 広告の勉強や情報交換をするなどしている。
- ・工業系の会員も、顧客にサービスを売っているという点では、共通の認識がもてるのではないか。
- ・イベントや顧客へのサービスはもちろん大切だが、会員相互のコミュニケーションがしっかりとれる場を設けることだ。お互いに店や商品のことを率直に指摘できたり意見交換をしたり、場合によってはグチをこぼしたりできる機会を増やすこと。但し、ただのサロンではなく、少なくとも会合レベルのものでなければならない。
- ・主催者も協賛店も開催前に目標を設定し、終了後は目標の到達度や売上げへの効果、消費者の動向について、反省したり情報を交換したりする場を設けることが大切だ。
- ・歳末大売出しを廃止して別の事業をした場合、新しい事業が定着するまでに相当な時間(年月)を費やすことになる。姿・形が変わっても続けていくべきだ。



◆おわりに

検討会議では、中小企業診断士の加藤克敏氏を招き、全国的な動向や土生商店街の活動を拝聴しながら、集計結果を基に活発な意見が交換されました。

ダイレクトメールや顧客アンケートなどは、商工振興会が行うというよりも各事業所の主体性が必要なものですが、色々な考え方や方法を提供・発信する機関として商工振興会の在り方を示したものと いえます。

田熊商工振興会の場合、いわゆる商店街とは異なり地域内に各種の商工業者が点在するという特徴を持っています。それ故、全体のコンセンサスが得られにくい、方向性を統一することが困難、といった消極的な面は否めません。しかし、立地や業種、顧客層の違いを互いに理解しあい、知識やノウハウを共有することで、いわゆる商店街とは違った新しい考え方を創造し幅広い事業を展開していくことが可能です。異業種コミュニケーションの構築を視野に入れた組織作りと活動は、田熊のような地域で活動する団体でこそ重要であり、大きな効果も得られるものと確信いたします。

会員の皆様におかれましても、この報告書から色々なご意見やご感想を持たれたものと存じます。このアンケートの実施を機に、一層皆様のご意見を拝聴しながらより充実した事業展開を心がけてまいりますので、引き続きのご理解とご協力をお願い申し上げます。

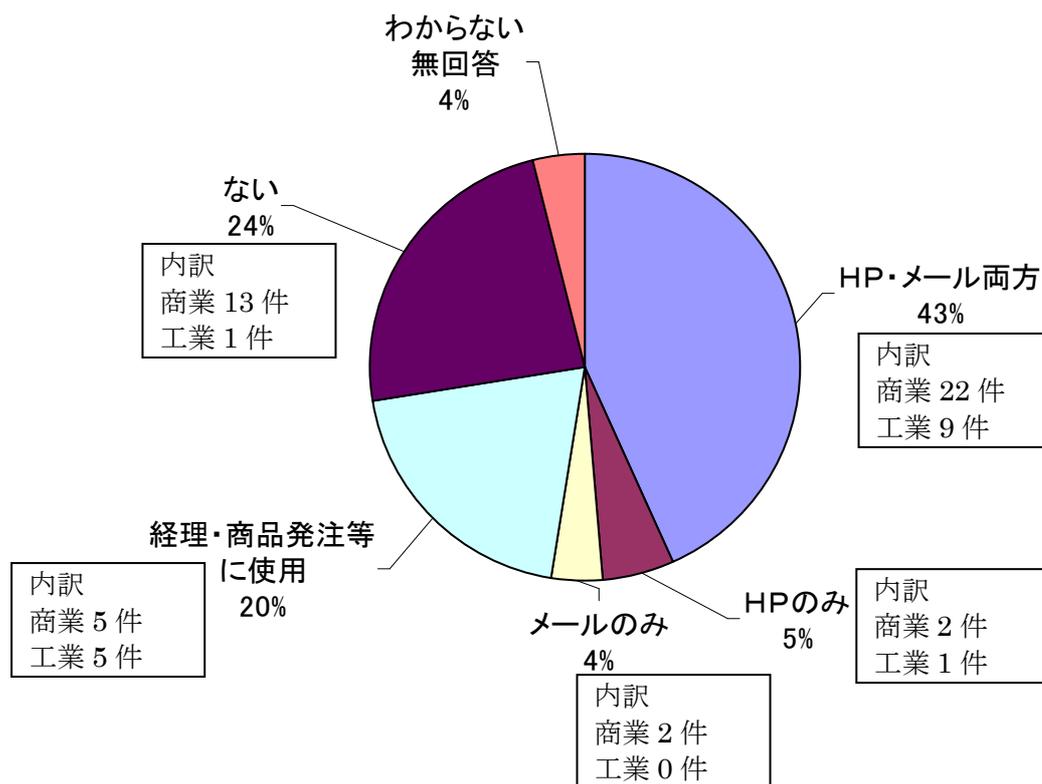
担当者一同



『パソコンの使用に関するアンケート』

問1 現在パソコンによるインターネットを使用できる環境（ホームページの閲覧・電子メールの使用）にありますか。

- ① ある「ホームページの閲覧・電子メールの使用 両方」
（家族等により、比較的簡単に閲覧・使用できる場合も含む）
33件（43.42%） 商業22件 工業9件 その他1件
- ② ある「ホームページの閲覧のみ」
（家族等により、比較的簡単に閲覧・使用できる場合も含む）
4件（0.52%） 商業2件 工業1件 その他1件
- ③ ある「電子メールの使用のみ」
3件（0.39%） 商業2件 工業0件 その他1件
- ④ ない「パソコンはあるが経理や商品発注など別の用途で使用している」
15件（19.73%） 商業5件 工業5件 その他5件
- ⑤ ない「パソコン自体ない」
18件（23.68%） 商業13件 工業1件 その他4件
- ⑥ わからない
3件（3.9%）



- ① ~③ は問4へ
- ④ は問3へ
- ⑤ 又は ⑥ は問2へ

問2 今後、パソコンの導入を検討していますか。

- ① 具体的に検討している 2件
- ② できれば検討したい 2件
- ③ していない 12件
- ④ わからない 5件

問3 今後、インターネット環境の導入を検討していますか。

- ① 具体的に検討している 2件
 - ② できれば検討したい 5件
 - ③ していない 15件
 - ④ わからない 2件
- 無回答 14件

問4 通信回線種別はなんですか。

- ① 光 又は ADSL 37件
- ② ISDN 又は アナログ 6件
- ③ わからない 2件

