

熊野筆イメージ調査 報告書

平成 29 年 10 月
熊野町商工会

目 次

第 1 章 調査概要	1
1. 調査目的	1
2. 調査方法	1
3. 回収結果	1
4. 報告書の見方	1
第 2 章 調査結果	3
1. 回答者の属性	3
2. 熊野筆の認知度	4
3. 熊野筆のイメージ	5
4. 熊野筆の認知媒体	11
5. 熊野筆の購入経験	13
6. 熊野筆の購入場所	16
7. 熊野筆の購入目的	18
8. 熊野筆の満足度	20
9. 熊野筆の購入意向	21
10. 熊野筆の詳しい説明を聞いた上での購入意向	25
第 3 章 調査結果のまとめ	29
<参考資料>	
調査票	31

第 1 章 調査概要

第1章 調査概要

1 調査目的

熊野筆の需要を増やすため、筆の潜在的な需要調査を行い、筆事業者が新たな販路や商品を開発するための参考資料として活用する。

2 調査方法

(1) 調査対象者

広島県内および広島県外在住の男女 15 歳～79 歳

※広島県外：奈良県、愛知県、札幌市、仙台市、東京 23 区、大阪市、岡山市、山口市、福岡市

(2) 調査方法

インターネット調査

(3) 調査期間

平成 29 年 9 月 12 日～平成 29 年 9 月 21 日

3 回収結果

(1) 回収数

1,981 件

(2) 居住地別回収数

居住地	熊野町	奈良県	愛知県	呉市	広島県 (呉市・熊野町除く)	札幌市	仙台市	東京 23 区	大阪市	岡山市	山口市	福岡市	合計
回答数	56	100	100	100	322	101	100	301	300	100	101	300	1,981
構成比 (%)	2.8	5.0	5.0	5.0	16.3	5.1	5.0	15.2	15.1	5.0	5.1	15.1	100.0

4 報告書の見方

(1) 本文及び図表中に示した調査結果の数値は百分比 (%) で示してある。これらの数値は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が 100.0% とならない場合がある。

(2) 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が 100.0% を超えることがある。

(3) 報告書中の図表では、コンピューター入力の都合上、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

(4) 文字数が多い選択肢については、意味を損なわない程度に選択肢を省略しているものがある。

(5) 図表中の「n」は number of cases の略で、回答者総数または分類別の回答者数を示す。各比率は n を 100% として算出している。