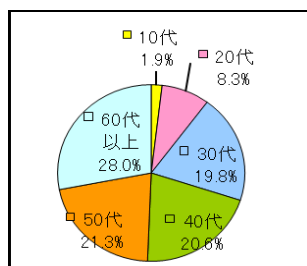


## えきまえレシートラリー調査結果について

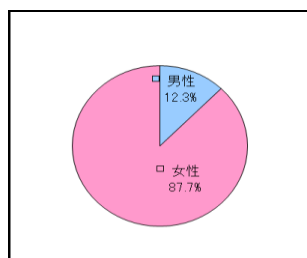
1. 調査目的 ふるさと商品券の販売に併せて行ったキャッシュバックキャンペーン「えきまえレシートラリー」応募者の消費動向を把握する。
2. 調査機関 まちづくり福井㈱
3. 調査期間 平成 22年6月 13 日(日)～7月 20 日(火) 38 日間
4. 調査対象 「えきまえレシートラリー」応募数 1,599 通
5. 調査方法 応募時に調査項目を記入
6. 回収 1,591 通(回収率99%)
7. 回答者の属性

【ふるさと商品券】  
期間(H22.6.13～7.20)38 日間  
回収 1,591 通

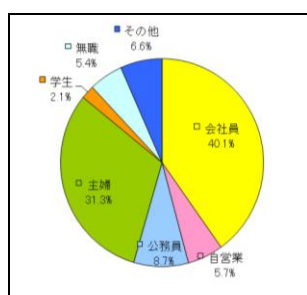
### ■年齢



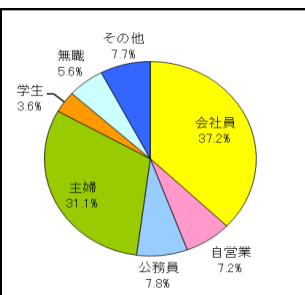
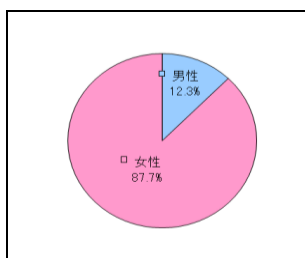
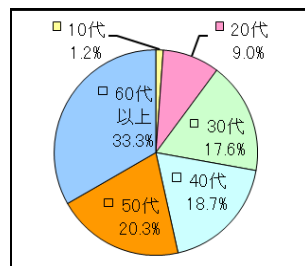
### ■性別



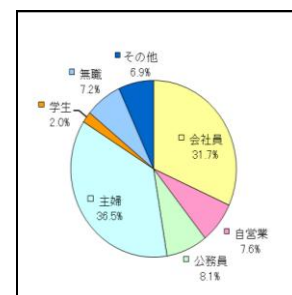
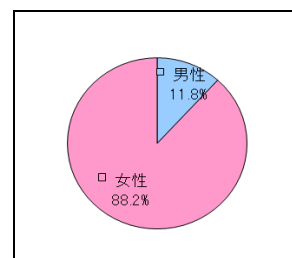
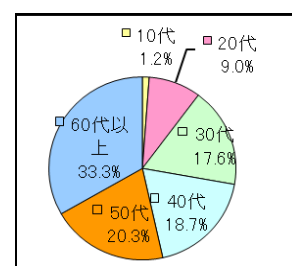
### ■職業



【クリスマスセール】  
期間(H21.11.20～12.27)38 日間  
回収 2,106 通



【定額給付金】  
期間(H21.4.4～5.17)44 日間  
回収 2,440 通



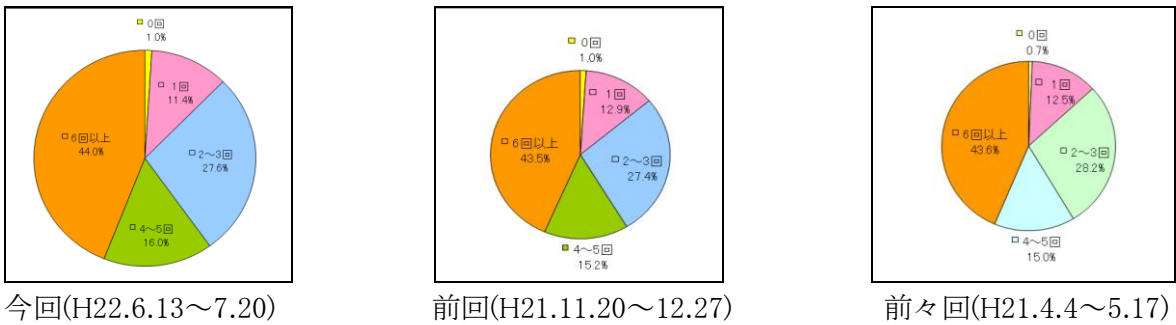
今回の応募者総数は前回からは515通、前々回からは849通減っている。年代別で見ると「60代」の応募数が前々回の798通から437通へ361通減と特に減少数が多い。また、職業別で見ると「主婦」の応募数が前々回の869通から485通へ384通減と特に減少数が多い。

## 8. 調査結果

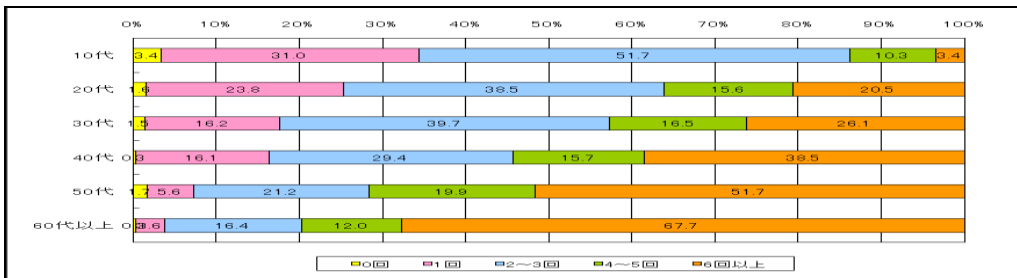
### (1) 駅前エリアでの買い物回数

「えきまえレシートラリー」応募者に駅前エリアでの買い物回数を聞いたところ、「月4回以上（週1回以上）」買い物する人が6割（60.0%）だった。前回の「クリスマスえきまえレシートラリー」前々回「定額給付金協賛駅前レシートラリー」とほぼ同様高い頻度で買い物に来ている人が応募していることが分かる。

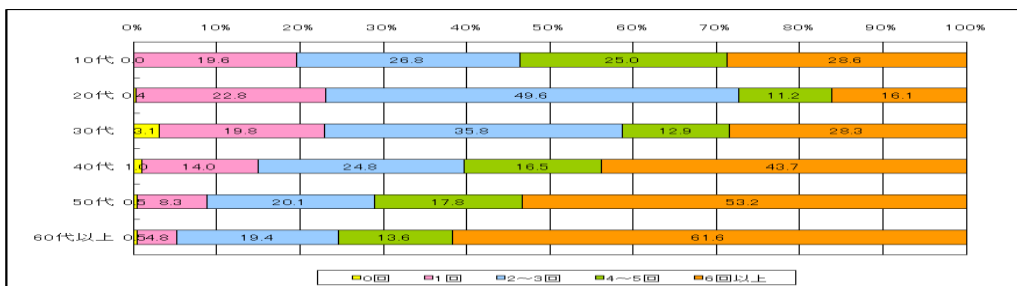
(図1-1) 駅前エリアでの1か月当たりの買い物回数



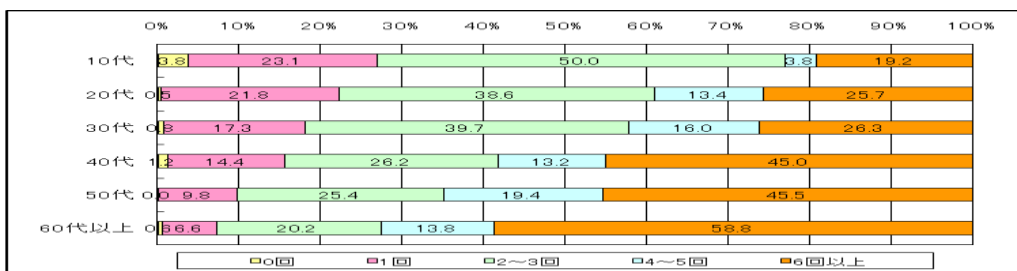
(図1-2) 駅前エリアでの1か月当たりの買い物回数【年代別】



今回 H22.6.13~7.20



前回 H21.11.20~12.27

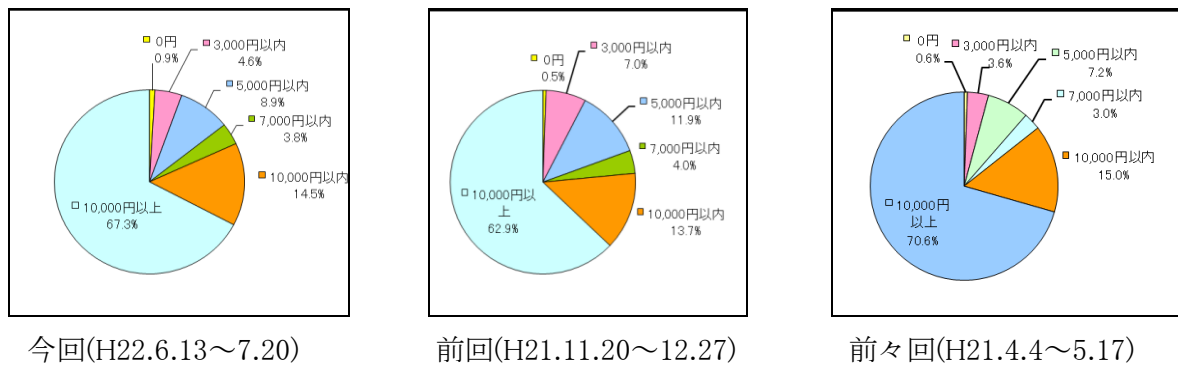


前々回 H21.4.4~5.17

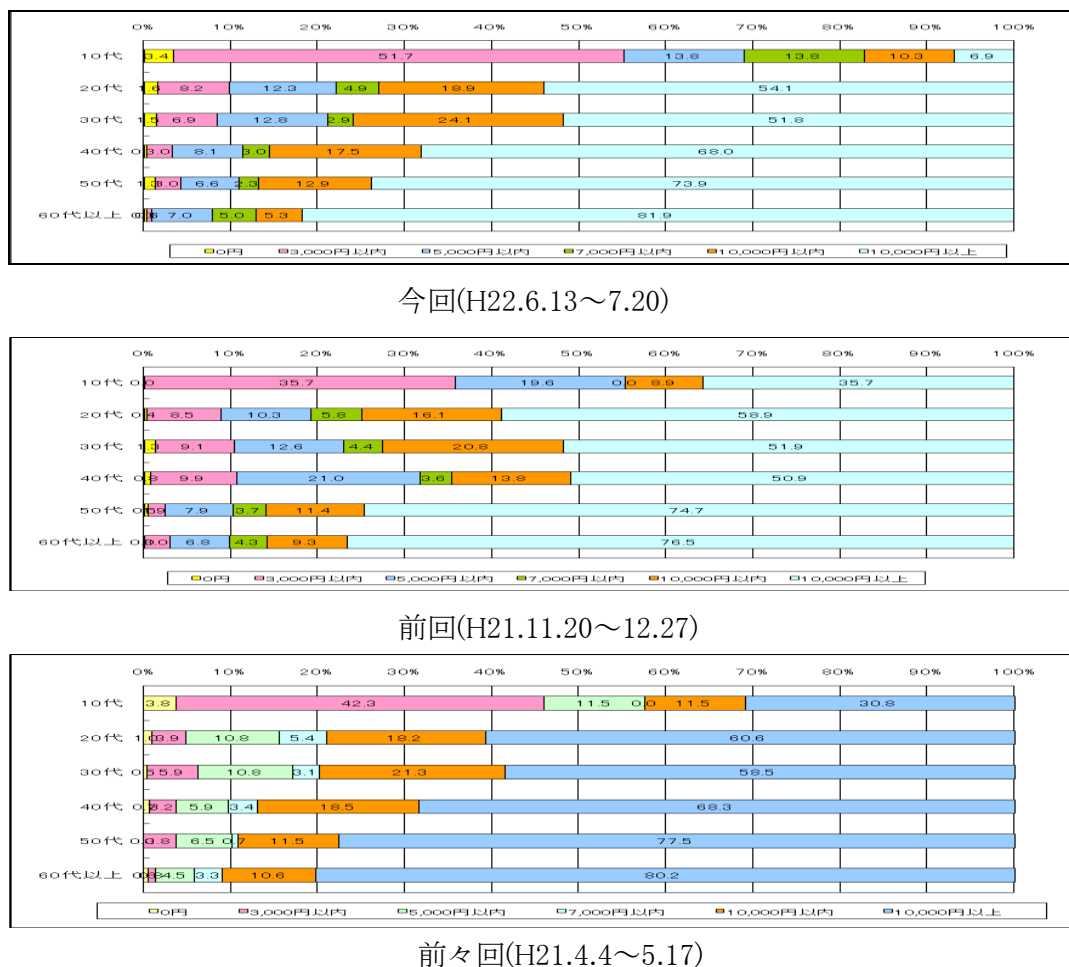
## (2) 駅前エリアでの買い物消費金額

「えきまえレシートラリー」応募者に駅前エリアでの買い物消費金額を聞いたところ、「10,000円以上」が約7割（67.3%）であった、また「7,000円超」でみると前回は76.6%であったのに対し、今回は81.8%と若干ではあるが高くなっている。また、年代別にみると前回は「10,000円以上」を消費する40代が50.9%であったのに対し、今回は68.0%と大きく伸びている。

(図2-1) 駅前エリアでの1か月当たり買い物消費金額



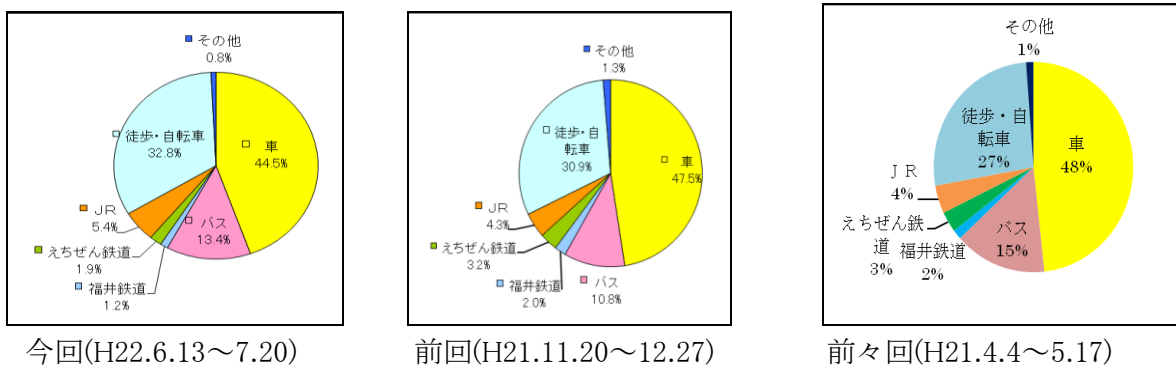
(図2-2) 駅前エリアでの1か月当たり買い物消費金額【年代別】



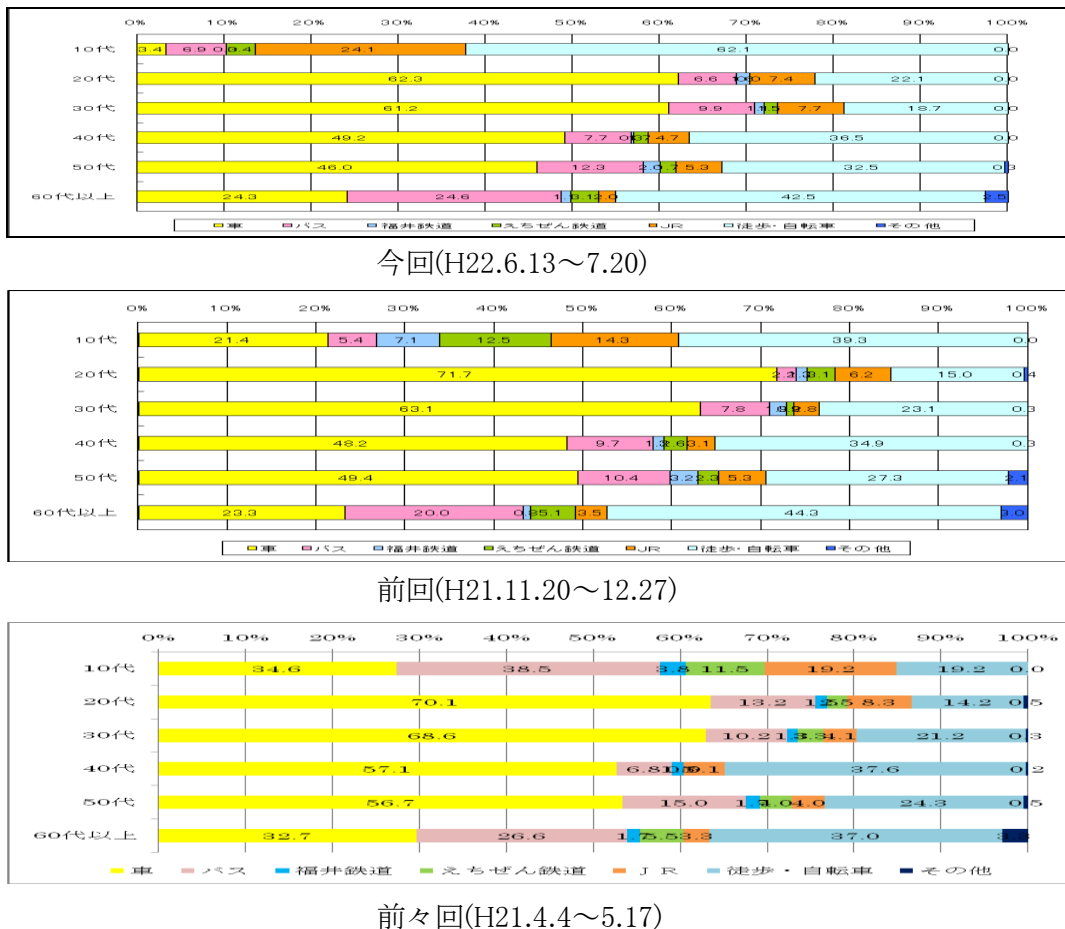
### (3) 駅前エリアへの来街手段

「えきまえレシートラリー」応募者に駅前エリアへの来街手段を聞いたところ、「車」が44.5%と最も高くなっており、次いで、「徒歩・自転車」が32.8%、「バス」が13.4%となっている。年代別にみると、10歳代と60歳代では「徒歩・自転車」の割合が一番高くなっているが、他の世代では「車」の割合が一番高くなっている。これは前回・前々回もほぼ同様の傾向を示している。

(図3-1) 駅前エリアへの来街手段



(図3-2) 駅前エリアへの来街手段【年代別】



## 9. まとめ

1、「えきまえレシートラリー」は3回の実施結果からみると30代以上の女性、特に会社員、主婦層の応募が多い。また1万円以上の購入者を対象にしていることから、一人当たりの買い物回数や消費額も多い「えきまえファン」を対象にしていることがわかる。

### 2、今後の課題

過去3回異なる時期に各種イベント等に併せて実施してきたが、今後の実施に当たっては、当該事業の効果測定を判断の上、実施時期、広報、ターゲットに喜ばれる商品の選定等を含む販売促進事業に育て上げることが望まれる。