

**ニッポン全国物産展  
来場者アンケート集計結果**

11/21 ~ 11/22  
池袋サンシャインシティ 展示ホールA・B



## 来場者アンケート集計結果 / 実施概要

# 来場者アンケート集計結果 / 実施概要

## 1. アンケート目的

「ニッポン全国物産展」の来場者意識調査  
年代・男女・地域別の、地域物産品の魅力、購入先、物産展の滞在時間  
広告自体の注目・記憶度などについての把握を行う。

## 2. アンケート方法

展示ホール内に設置したQRコードから、お手持ちのスマートフォン等で  
専用サイトにアクセスして頂き、任意で調査を実施。

アンケートトップ画面

アンケートにご協力ください。

ニッポン全国物産展

下記のボタンをタッチしてアンケート  
Q1~14にお答えください。  
ご回答いただいた皆様に景品を差し上げております。

スタート

## 3. アンケート対象者 / 期間・場所

性別・年齢 : 男女、10代～80代以上  
アンケート総数 : 1,891人(来場者が任意で回答 回答者に景品プレゼント)  
開催期間 : 2020/11/21～2020/11/22(2日間)  
開催場所 : 池袋サンシャインシティ 展示ホールA・B

## 4. 調査内容

- 性別
- 年齢
- 来場回数
- 同行者
- 同行人数
- 媒体別の広告認知度
- 居住地域
- 来場方法
- 滞在時間
- 来場目的
- 購入した地域エリア(予定含む)
- 購入金額(予定含む)
- 物産展の感想
- 次回物産展への来場有無

## 来場者アンケート集計結果 / アンケート設問一覧

## 来場者アンケート集計結果 / アンケート設問一覧

Q1	あなたの性別は？
選択肢	男性 / 女性

Q2	あなたの年齢は？
選択肢	10代 / 20代 / 30代 / 40代 / 50代 / 60代 70代 / 80代以上

Q3	この物産展へ来場するのは何回目でしょうか？(回答は1つ)
選択肢	初めて / 2回目 / 3回目 / 4回目 5回目以上

Q4	どなたと、いらっしやいましたか？(回答は1つ)
選択肢	友人・知人 / 家族・親戚 / 会社・仕事関係 1人で / その他

Q5	何人で、いらっしやいましたか？(回答は1つ)
選択肢	1人 / 2人 / 3~5人 / 6~9人

Q6	何を見て催事を知りましたか？(複数回答可)
選択肢	チラシ / 駅のポスター / DMハガキ 公式HPを見て / LINE / Facebook / その他のWeb広告 サンシャインシティに立ち寄って / 友人・知人に聞いて ラジオ / テレビ

Q7	どちらから、いらっしやいましたか？(回答は1つ)
選択肢	東京(豊島区、板橋区、北区、練馬区、文京区) 東京(新宿区、中野区、杉並区) / 東京(荒川区、台東区、墨田区、江東区) 東京(千代田区、中央区、港区、渋谷区) / 東京(足立区、葛飾区、江戸川区) 東京(世田谷区、目黒区、品川区、大田区) / 東京(23区以外) 埼玉県 / 神奈川県 / 千葉県 / その他

Q8	来場方法についてお聞かせ下さい。(回答は1つ)
選択肢	JR / 東京メトロ / 西武線 東武線 / 都電荒川線 / 車・バス 自転車・徒歩 / その他

## 来場者アンケート集計結果 / アンケート設問一覧

Q9	会場にどの程度いらっしゃいましたか？(これからの予定も含む)(回答は1つ)
選択肢	1時間未満 / 1～2時間 / 2～3時間 3～4時間 / 4～5時間 / 5～6時間 / 6時間以上

Q10	この物産展にきた目的を教えてください。(複数回答可)
選択肢	欲しい商品があるから / 新しい商品を探したいから 生産者と話がしたいから / 楽しそうだから サンシャインに立ち寄ったから / 普段買えないものがあるから / 全国のものが揃っているから

Q11	どのエリアで買い物をしましたか？(これからの予定も含む)(複数回答可)
選択肢	東北・北海道 / 関東 / 近畿 / 中部 / 中国 / 四国 九州・沖縄 / 酒ズキ横丁 / おらが自慢のフードコート 被災地支援ブース / 買い物をしていない

Q12	買い物でいくら使いましたか？(これからの予定も含む)
選択肢	500円未満 / 500～1,000円未満 / 1,000～3,000円未満 3,000～5,000円未満 / 5,000～10,000円未満 / 10,000～30,000円未満 30,000円以上 / 使っていない

Q13	この物産展の感想を教えてください。(複数回答可)
選択肢	欲しかった商品が手に入った / 生産者と話ができてよかった ここでしか買えないものがあった / 全国のものが集まるので面白かった 欲しい商品がなかった / 混雑していてよくわからなかった 目新しい商品が見つからなかった

Q14	次回、この「催事」があれば来場したいと思いますか？
選択肢	はい / いいえ

## 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

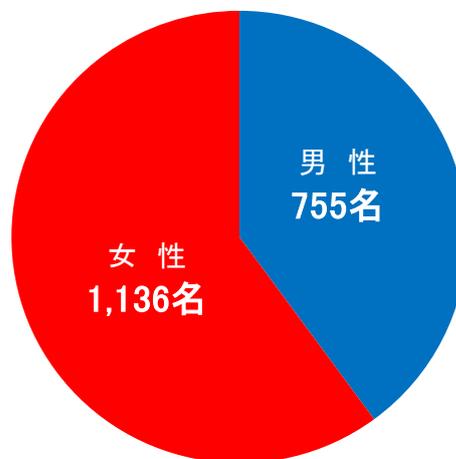
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q1 あなたの性別は？(回答は1つ)

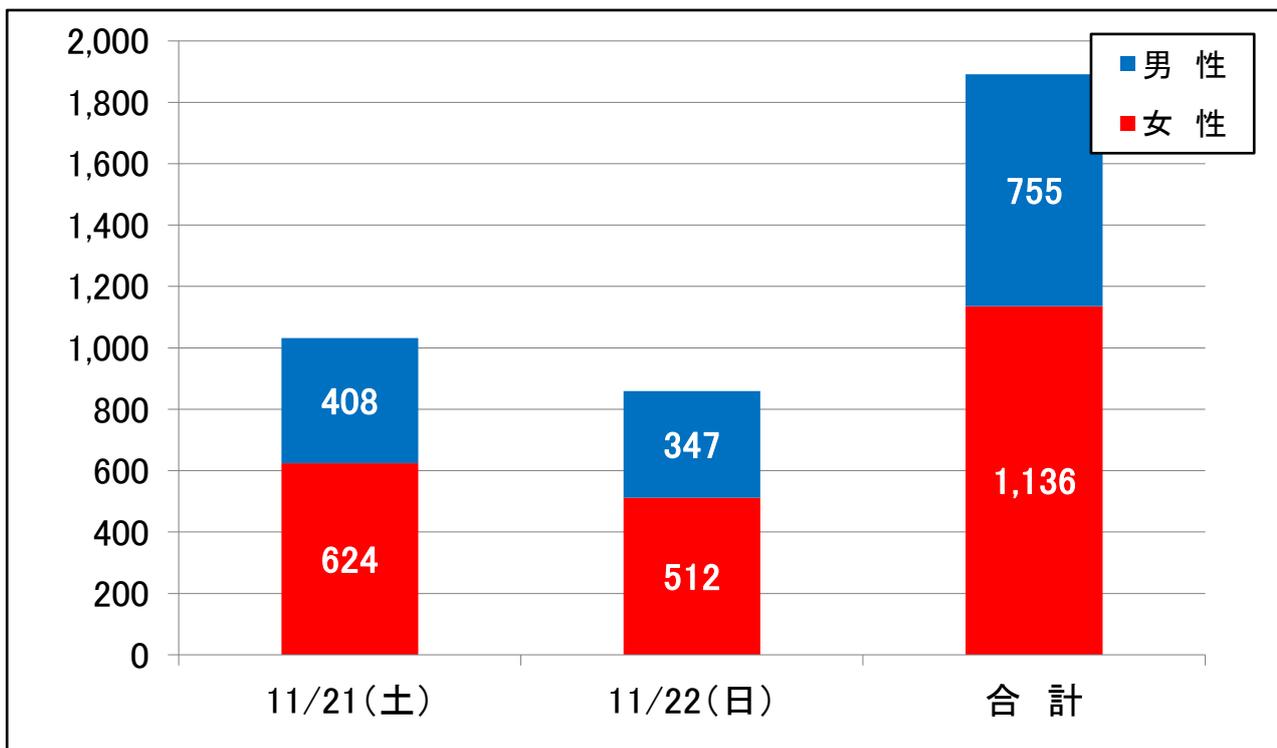
今回は新型コロナウイルス感染症対策の観点から入場時の事前登録制の実施や期間も前年より1日少ない2日間での開催となった。

2日間で1,891名がアンケートに回答し男女比では女性が60%を占めている。

### 男女別 回答者数



	11/21(土)	11/22(日)	合計
男性	408	347	755
女性	624	512	1,136
TOTAL	1,032	859	1,891



# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q2 あなたの年齢は？(回答は1つ)

### <年齢別>

10代	53
20代	290
30代	468
40代	479
50代	448
60代	109
70代	31
80代以上	13
<b>TOTAL</b>	<b>1,891</b>

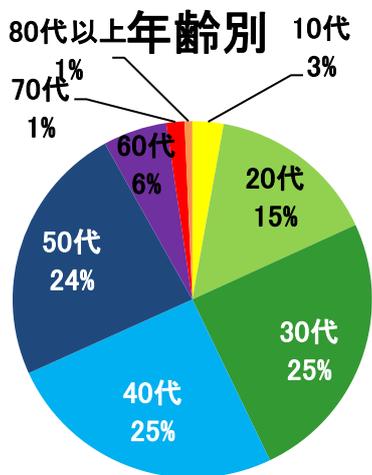
回答者全体の年齢内訳では、30代～50代の年齢層が中心で、40代が最も多い。

60代では男性の方が多かった。

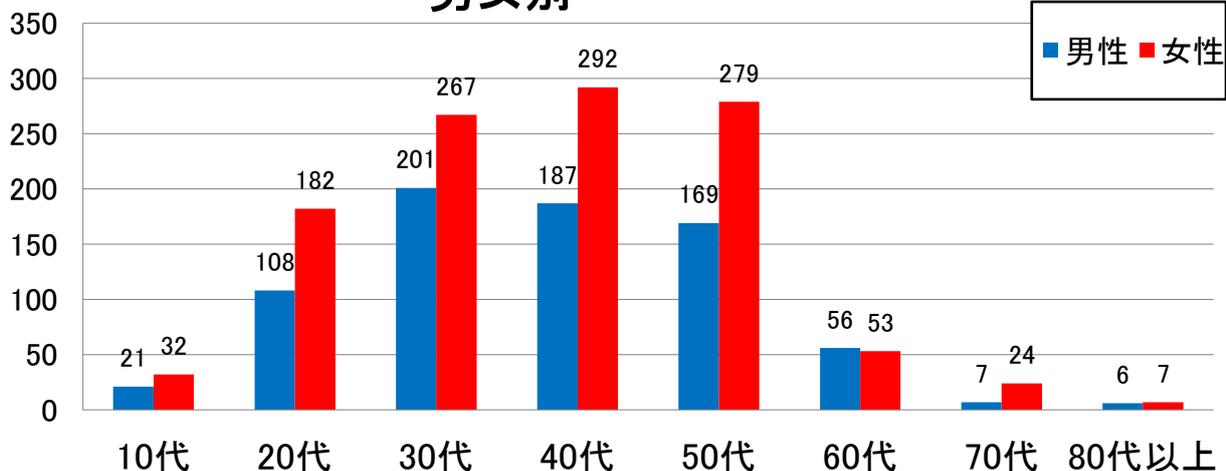
20代、30代の比率が前年より5ポイント以上高い結果となった。

### <男女別>

	男性	女性
10代	21	32
20代	108	182
30代	201	267
40代	187	292
50代	169	279
60代	56	53
70代	7	24
80代以上	6	7
<b>TOTAL</b>	<b>755</b>	<b>1,136</b>



### 男女別



# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

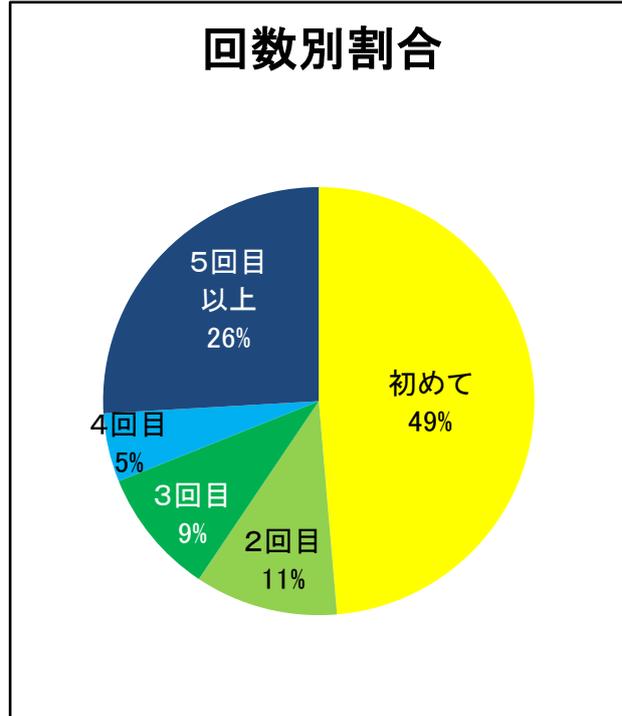
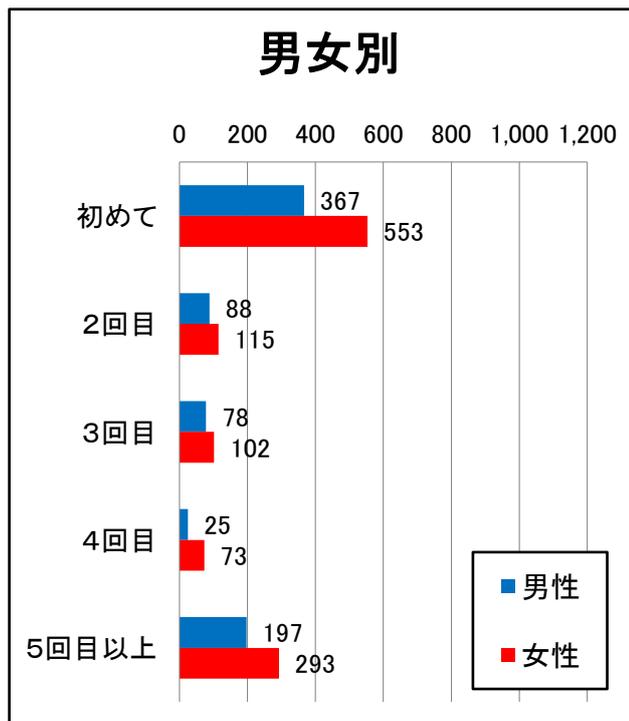
## Q3 この物産展へ来場するのは何回目でしょうか？(回答は1つ)

個別の来場回数について、49%の来場者が「初めて」と回答し、2回目以上のリピーターの割合は51%だった。初めての来場者比率が前年の26%から大幅な増加となった。

特に「20代」、「30代」で「初めて」の来場者が増えた結果となった。

### <男女別>

	男性	女性	合計
初めて	367	553	920
2回目	88	115	203
3回目	78	102	180
4回目	25	73	98
5回目以上	197	293	490
TOTAL	755	1,136	1,891

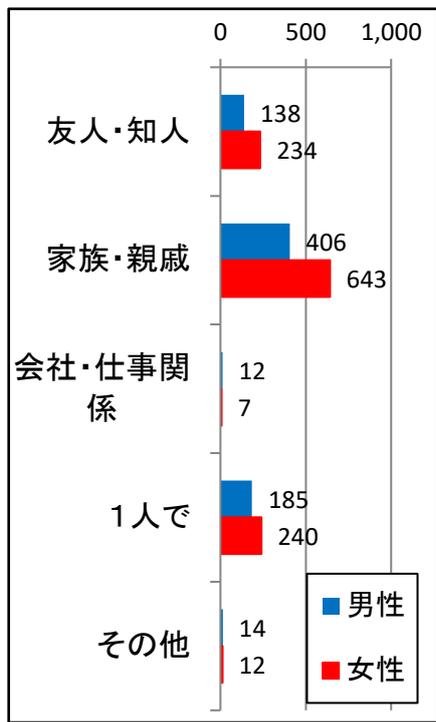


# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q4 どなたと、いらっしやいましたか？(回答は1つ)

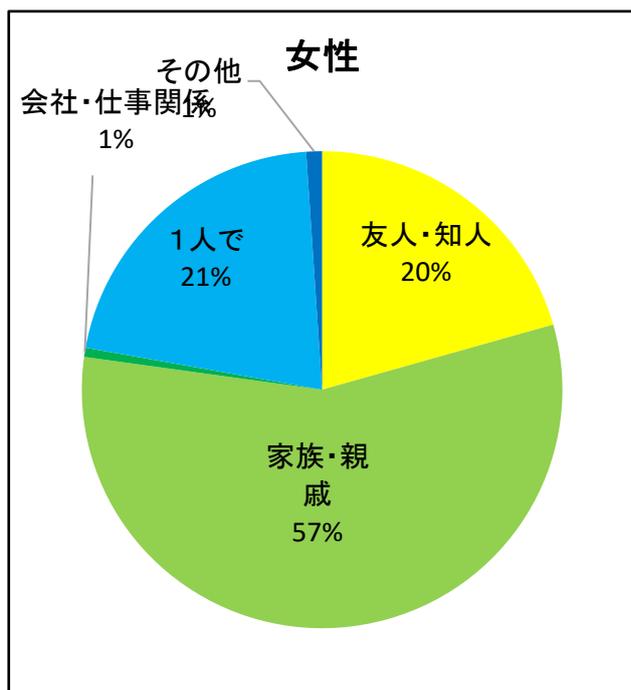
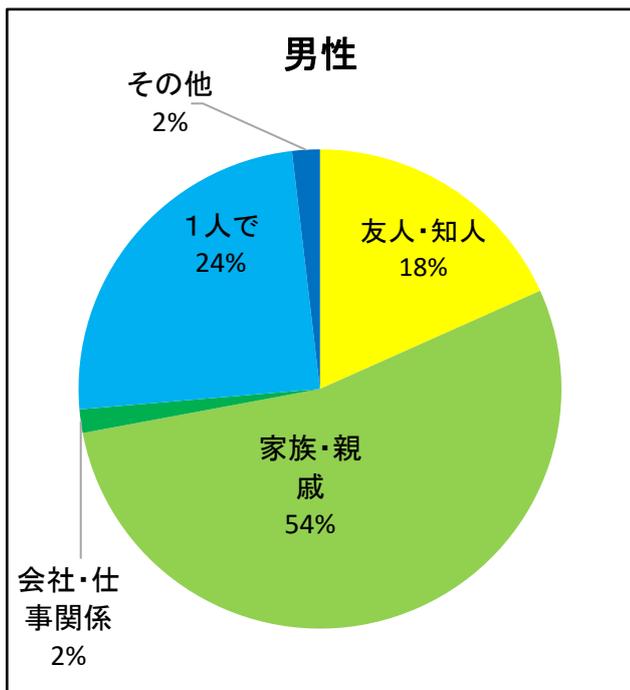
全体の割合では「家族・親戚」が最も多かった。続いて「1人で」の来場も多い結果となった。

男女別で比較しても、共に「家族・親戚」が最も多い結果となった。



### <男女別>

	男性	女性	合計
友人・知人	138	234	372
家族・親戚	406	643	1,049
会社・仕事関係	12	7	19
1人で	185	240	425
その他	14	12	26
<b>TOTAL</b>	<b>755</b>	<b>1,136</b>	<b>1,891</b>



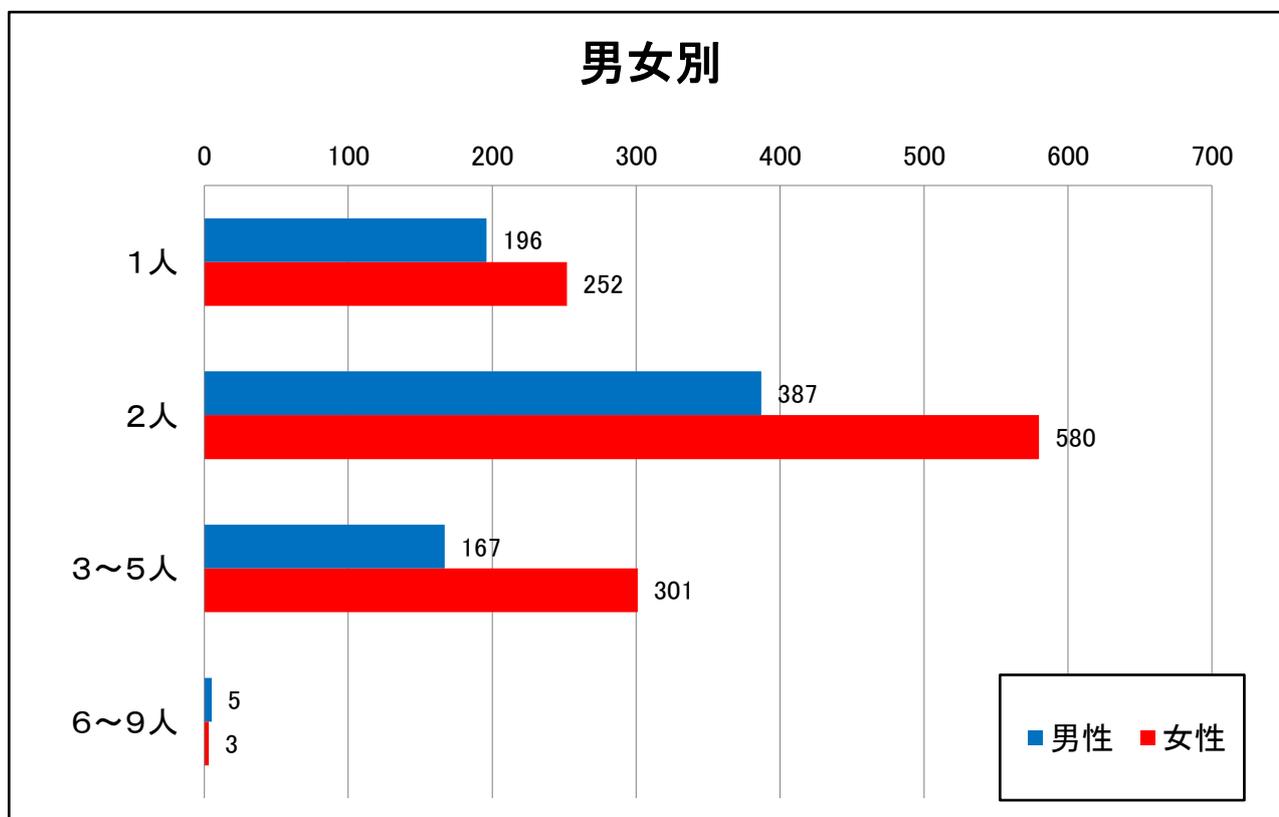
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q5 何人で、いらっしゃいましたか？(回答は1つ)

全体では、「2人」が最も多く、次いで「1人」「3～5人」という結果となった。「6～9人」の項目は男女ともに少数だった。

### <男女別>

	男性	女性	合計
1人	196	252	448
2人	387	580	967
3～5人	167	301	468
6～9人	5	3	8
TOTAL	755	1,136	1,891



# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

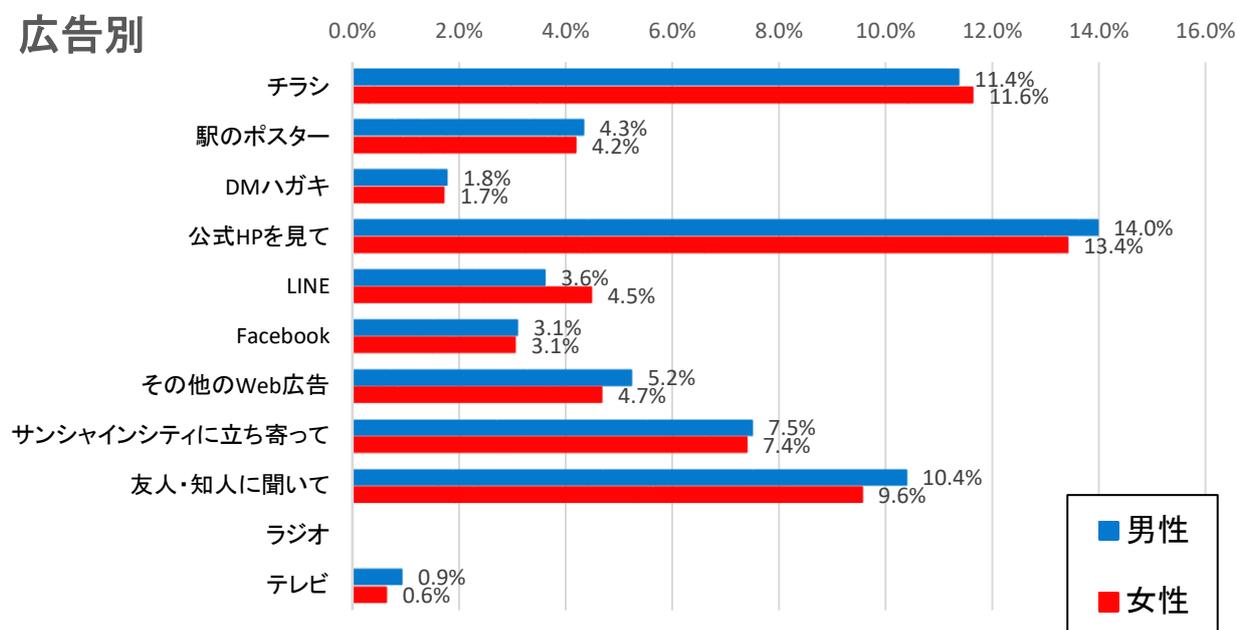
## Q6 何を見て催事を知りましたか？(複数回答可)

広告別では、「公式HPを見て」が最も多く、次いで「チラシ」が多かった。公式HPやSNSなどのWEB媒体は全体の約41%、チラシ、ポスターなどの紙の媒体は全体の約28%を占めており、前回と逆転した結果となった。

### <広告別>

	男性	女性	合計
チラシ	147	236	383
駅のポスター	59	85	144
DMハガキ	24	35	59
公式HPを見て	192	272	464
LINE	29	91	120
Facebook	41	62	103
その他のWeb広告	79	95	174
サンシャインシティに立ち寄って	99	150	249
友人・知人に聞いて	151	194	345
ラジオ	1	1	2
テレビ	18	13	31
<b>TOTAL</b>	<b>840</b>	<b>1,234</b>	<b>2,074</b>

### 広告別

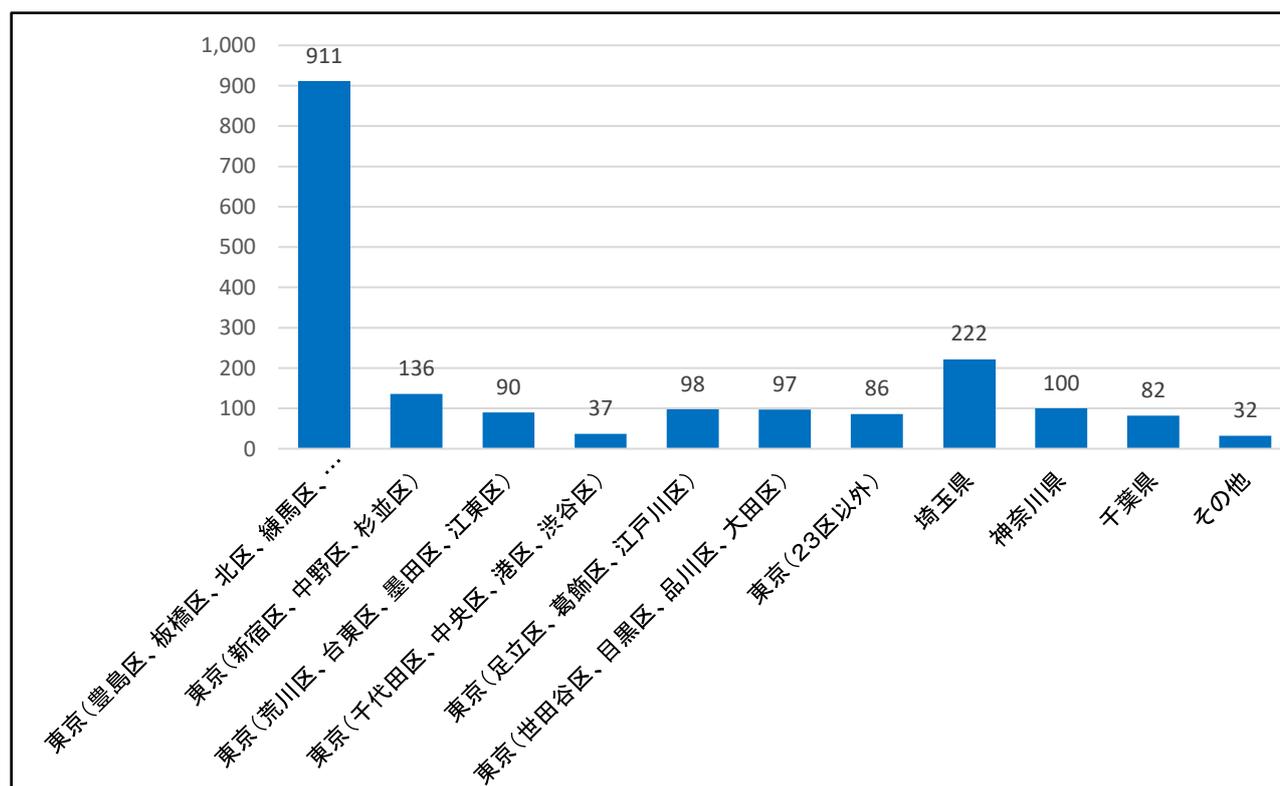


# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q7 どちらから、いらっしゃいましたか？(回答は1つ)

最も多かったのは地元地域の「東京(豊島区、板橋区…)」だった。  
その他の地域では「埼玉県」からの来場者が多かった。全ての地域で前回と同程度の数値分布となっている。

	男性	女性	合計
東京(豊島区、板橋区、北区、練馬区、文京区)	344	567	911
東京(新宿区、中野区、杉並区)	49	87	136
東京(荒川区、台東区、墨田区、江東区)	35	55	90
東京(千代田区、中央区、港区、渋谷区)	12	25	37
東京(足立区、葛飾区、江戸川区)	39	59	98
東京(世田谷区、目黒区、品川区、大田区)	41	56	97
東京(23区以外)	41	45	86
埼玉県	77	145	222
神奈川県	62	38	100
千葉県	33	49	82
その他	22	10	32
<b>TOTAL</b>	<b>755</b>	<b>1,136</b>	<b>1,891</b>



# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

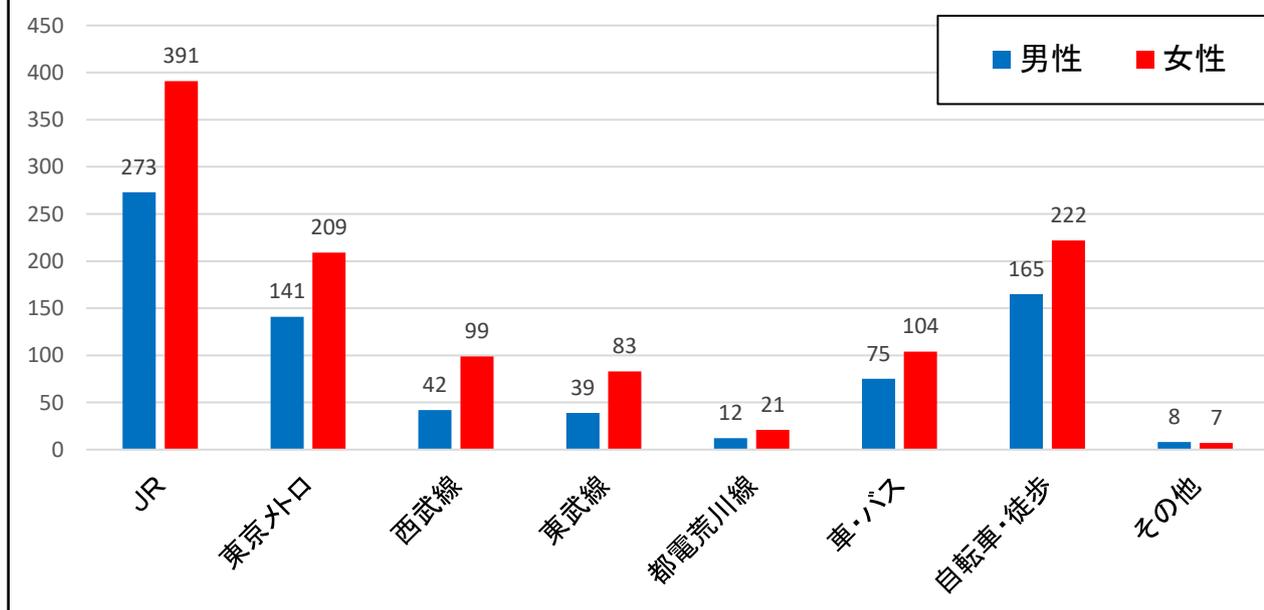
Q8 来場方法についてお聞かせ下さい。(回答は1つ)

全体では、「JR」が最も多く、次いで「自転車・徒歩」「東京メトロ」「車・バス」が多い。「自転車・徒歩」が多いのは、地元地域からの来場者が多いためと推測され、Q7の結果と一致する数値となっている。

## <男女別>

	男性	女性	合計
JR	273	391	664
東京メトロ	141	209	350
西武線	42	99	141
東武線	39	83	122
都電荒川線	12	21	33
車・バス	75	104	179
自転車・徒歩	165	222	387
その他	8	7	15
TOTAL	755	1,136	1,891

## 交通手段

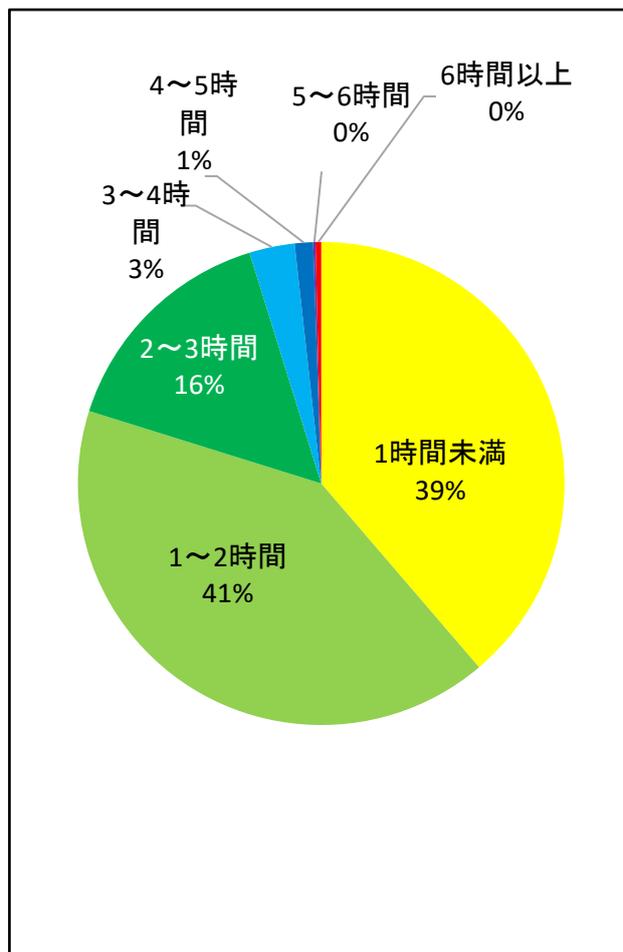
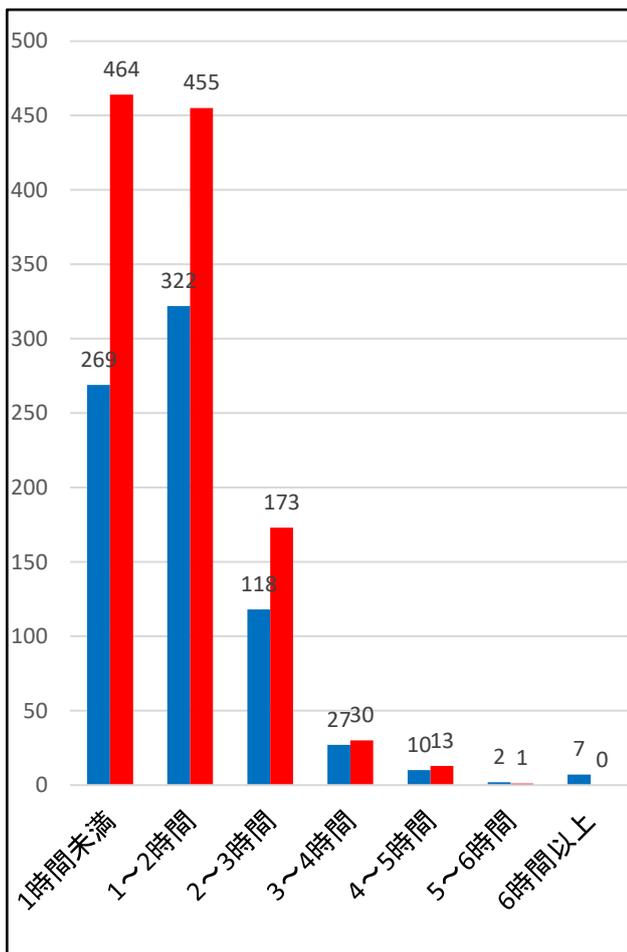


# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q9 会場にどの程度いらっしゃいましたか？(これからの予定も含む)(回答は1つ)

「1時間未満」「1～2時間」が約8割を占めていて、前回よりも割合が増えており、例年より滞在時間が短い結果となった。

	男性	女性	合計
1時間未満	269	464	733
1～2時間	322	455	777
2～3時間	118	173	291
3～4時間	27	30	57
4～5時間	10	13	23
5～6時間	2	1	3
6時間以上	7	0	7
<b>TOTAL</b>	<b>755</b>	<b>1,136</b>	<b>1,891</b>



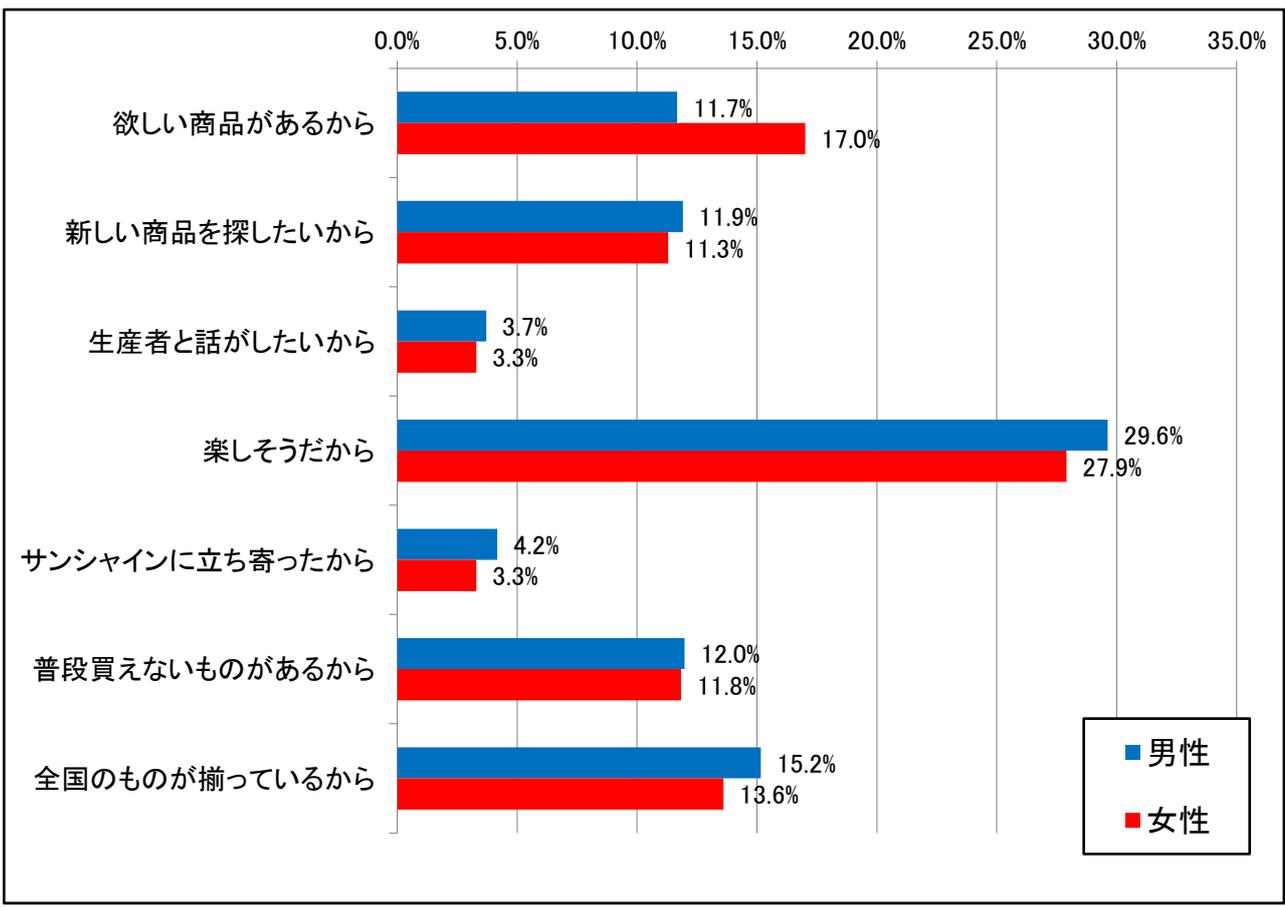
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q10 この物産展にきた目的を教えてください。(複数回答可)

最も多く回答されているのは「楽しそうだから」だった。  
 「欲しい商品があるから」も選ばれており、事前に購入する商品を決めての来場も多いことがうかがえる。また、「普段買えないものがあるから」や「全国のもものが揃っているから」といった項目も多く選ばれており、各地域の物産を目的に来場していることがわかる。

### <男女別>

	男性	女性	合計
欲しい商品があるから	151	345	496
新しい商品を探したいから	154	229	383
生産者と話したいから	48	67	115
楽しそうだから	383	566	949
サンシャインに立ち寄ったから	54	67	121
普段買えないものがあるから	155	240	395
全国のもものが揃っているから	196	276	472
<b>TOTAL</b>	<b>1,141</b>	<b>1,790</b>	<b>2,931</b>



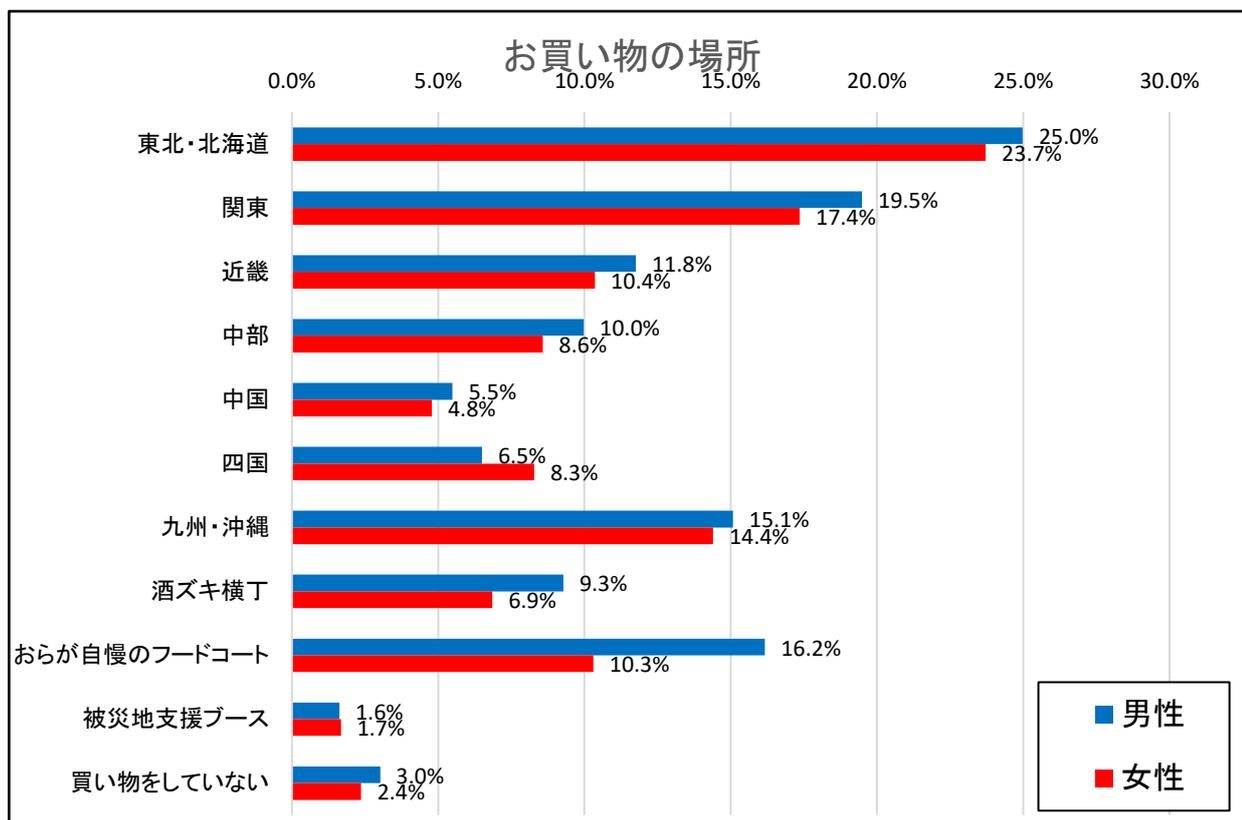
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q11 どのエリアで買い物をしましたか？(これからの予定も含む) (複数回答可)

「東北・北海道」が最も多く、次いで「関東」「九州・沖縄」が多い結果となった。  
男女別でも同様の結果となった。  
「おらが自慢のフードコート」は、前回と比べると微増している。

### <男女別>

	男性	女性	合計
東北・北海道	323	481	804
関東	252	352	604
近畿	152	210	362
中部	129	174	303
中国	71	97	168
四国	84	168	252
九州・沖縄	195	292	487
酒ズキ横丁	120	139	259
おらが自慢のフードコート	209	209	418
被災地支援ブース	21	34	55
買い物をしていない	39	48	87
<b>TOTAL</b>	<b>1,595</b>	<b>2,204</b>	<b>3,799</b>



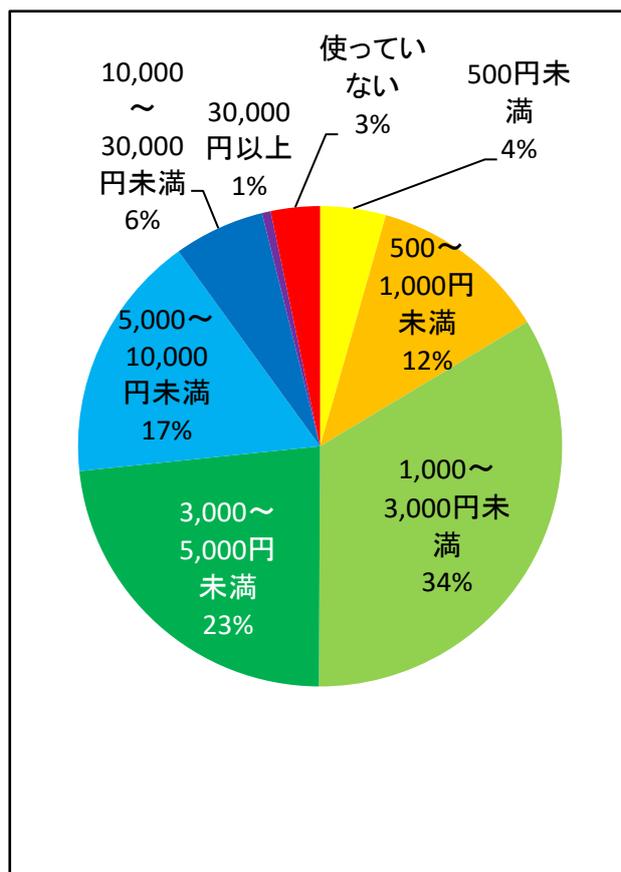
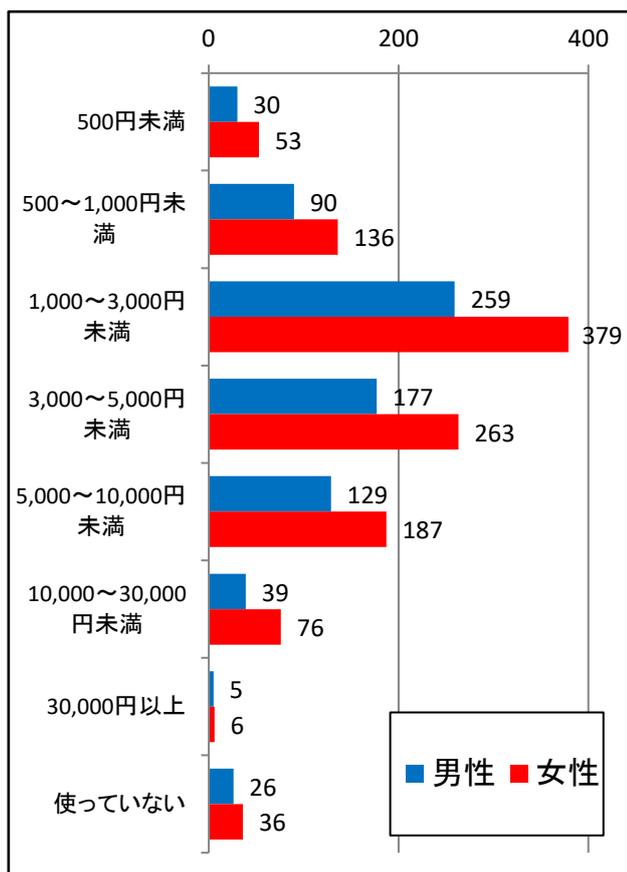
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q12 買い物でいくら使いましたか？(これからの予定も含む)

約3割が「1,000～3,000円未満」を選んでいる。続いて多かったのは「3,000～5,000円未満」「5,000～10,000円未満」だった。  
 全体で約7割の来場者が、商品購入に1,000円以上5,000円未満の金額を使用しており、前年と同様の比率となった。

### <男女別>

	男性	女性	合計
500円未満	30	53	83
500～1,000円未満	90	136	226
1,000～3,000円未満	259	379	638
3,000～5,000円未満	177	263	440
5,000～10,000円未満	129	187	316
10,000～30,000円未満	39	76	115
30,000円以上	5	6	11
使っていない	26	36	62
<b>TOTAL</b>	<b>755</b>	<b>1,136</b>	<b>1,891</b>



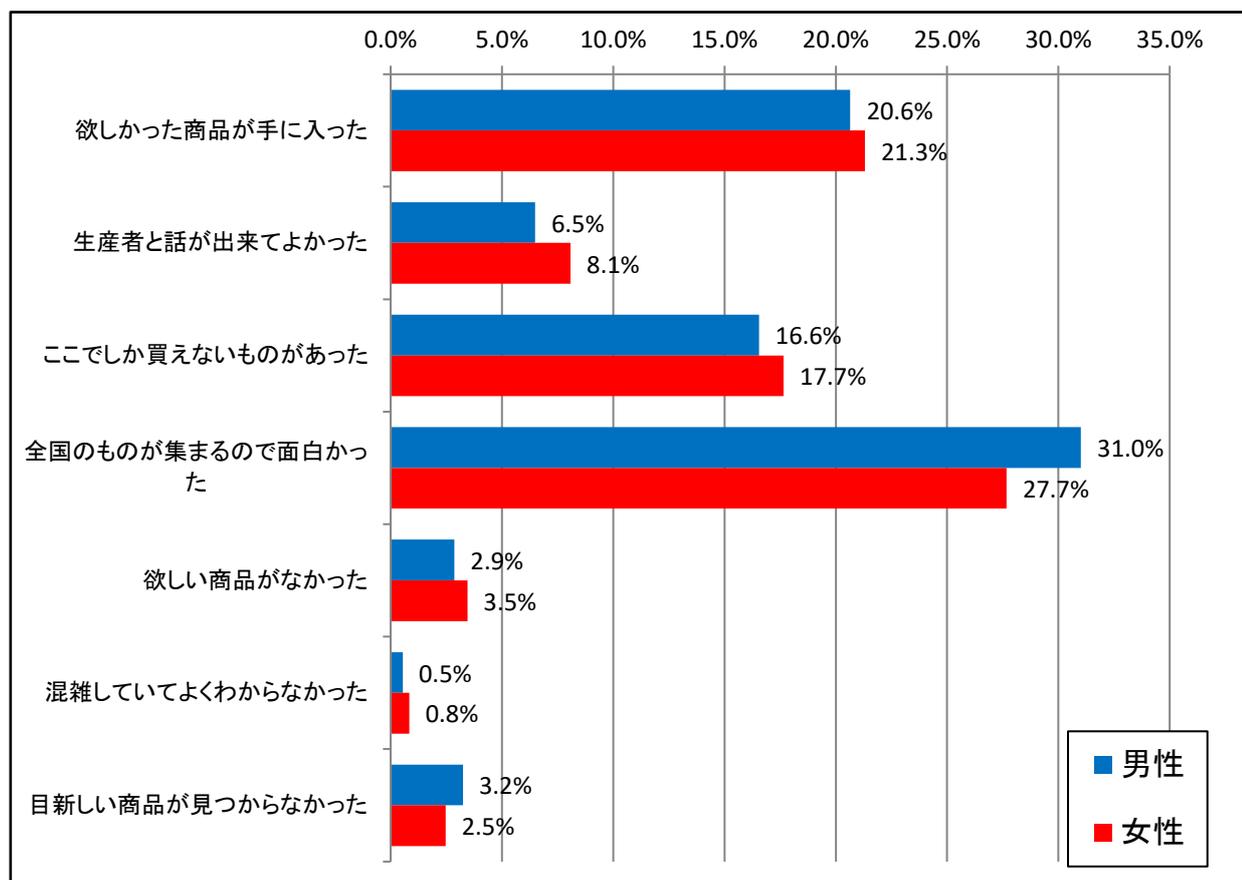
# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

## Q13 この物産展の感想を教えてください。(複数回答可)

「全国のもものが集まるので面白かった」「欲しかった商品が手に入った」が多く選ばれていた。  
また、「ここでしか買えないものがあった」も多く選ばれており、来場の動機の一つであることがうかがえる。

### <男女別>

	男性	女性	合計
欲しかった商品が手に入った	267	432	699
生産者と話が出来てよかった	84	164	248
ここでしか買えないものがあった	214	358	572
全国のもものが集まるので面白かった	401	561	962
欲しい商品がなかった	37	70	107
混雑していてよくわからなかった	7	17	24
目新しい商品が見つからなかった	42	50	92
<b>TOTAL</b>	<b>1,052</b>	<b>1,652</b>	<b>2,704</b>



# 来場者アンケート集計結果 / アンケートレポート

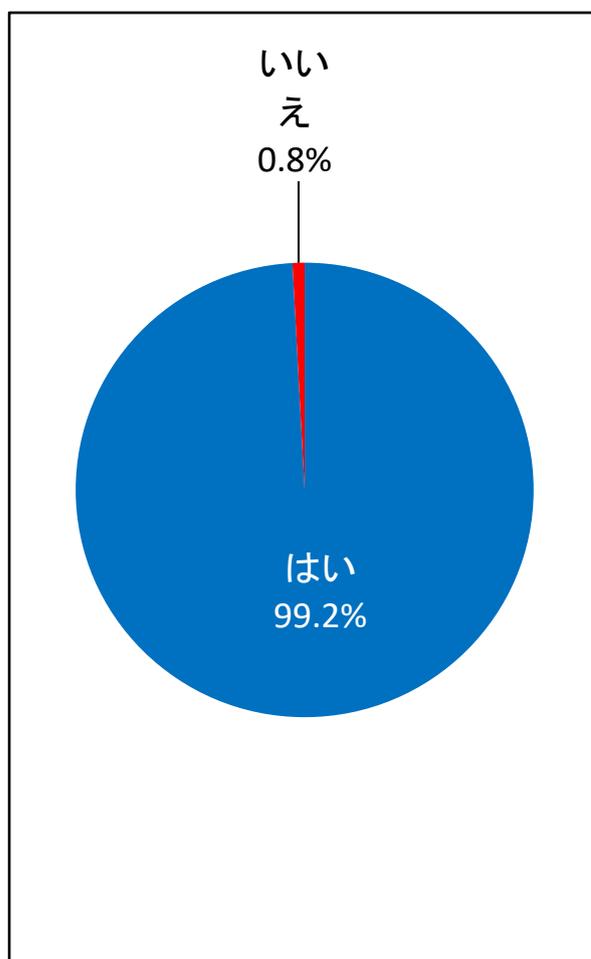
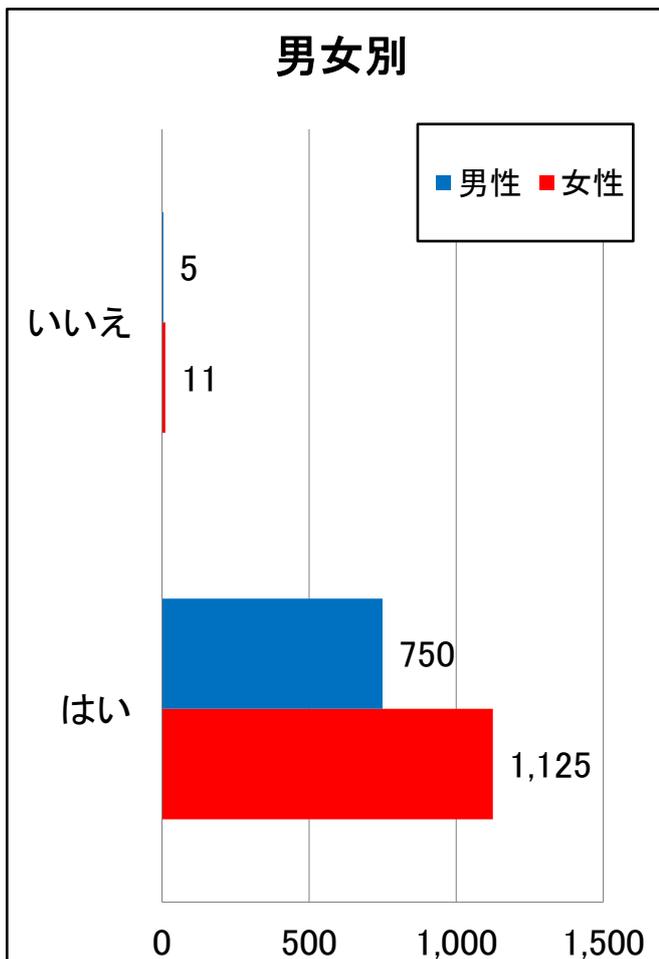
## Q14 次回、この「催事」があれば来場したいと思いますか？

ほとんどの回答者が「はい」を選んでいる。「いいえ」を選んだのは16名のみ。物産展に対する期待度が高いことがわかる。

「いいえ」を選んだ16名の内14名がQ3(来場回数)に対する回答で「初めて」を選んでいた。その他は「2回目」1名「3回目以上」1名となっている。

### <男女別>

	男性	女性	合計
はい	750	1,125	1,875
いいえ	5	11	16
TOTAL	755	1,136	1,891



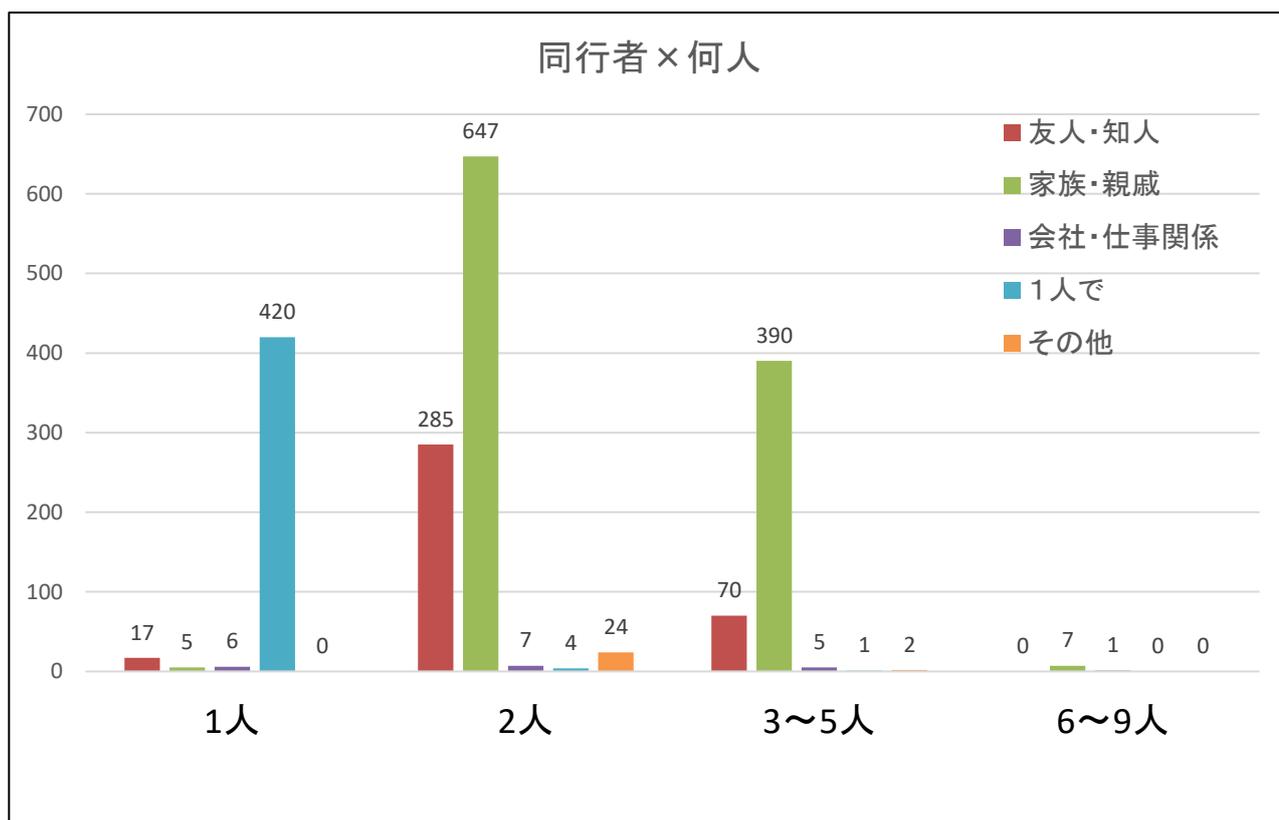
**来場者アンケート集計結果 / クロス集計  
(来場者の傾向)**

## 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

性別、同行者、何名での来場をクロス集計してみたところ、「家族・親戚」と「2名」の項目が最も多いことから、家族・親戚での来場が多かったのではないかと推測される。

「友人・知人」での来場も「2名」が最も多かった。一方で、「1人」での来場者も多かった。

	男性					女性					合計				
	1人	2人	3~5人	6~9人	計	1人	2人	3~5人	6~9人	計	1人	2人	3~5人	6~9人	計
友人・知人	7	108	23	0	138	10	177	47	0	234	17	285	70	0	372
家族・親戚	1	263	138	4	406	4	384	252	3	643	5	647	390	7	1049
会社・仕事関係	5	2	4	1	12	1	5	1	0	7	6	7	5	1	19
1人で	183	1	1	0	185	237	3	0	0	240	420	4	1	0	425
その他	0	13	1	0	14	0	11	1	0	12	0	24	2	0	26
<b>TOTAL</b>	<b>196</b>	<b>387</b>	<b>167</b>	<b>5</b>	<b>755</b>	<b>252</b>	<b>580</b>	<b>301</b>	<b>3</b>	<b>1136</b>	<b>448</b>	<b>967</b>	<b>468</b>	<b>8</b>	<b>1891</b>



**来場者アンケート集計結果 / クロス集計  
(40代)**

# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

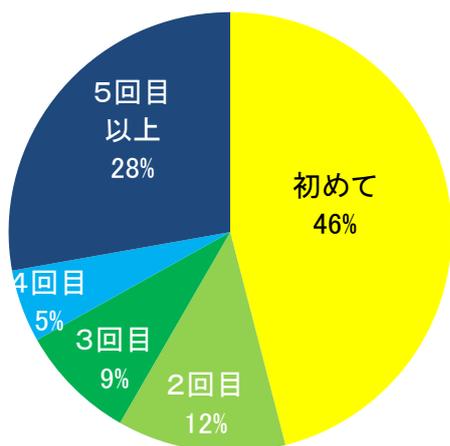
## 〈クロス・男女別〉

	40代 男性	40代 女性
初めて	86	120
2回目	23	37
3回目	16	26
4回目	10	20
5回目以上	52	89
TOTAL	187	292

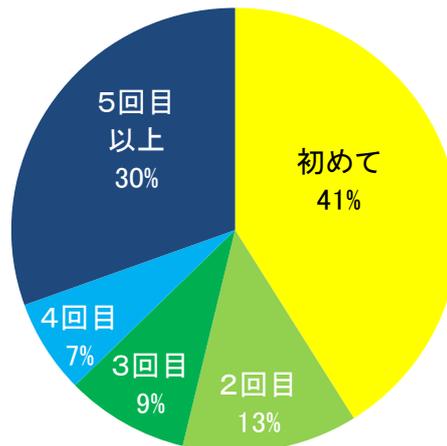
全年代で最も多い「40代男女」と「来場回数」のクロス集計を行った。

「初めて」の割合が男女共に前年と比べ20ポイント以上増えた結果となった。また、「3回目」「4回目」の割合が前年と比べ減少している。

### 40代男性



### 40代女性



# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

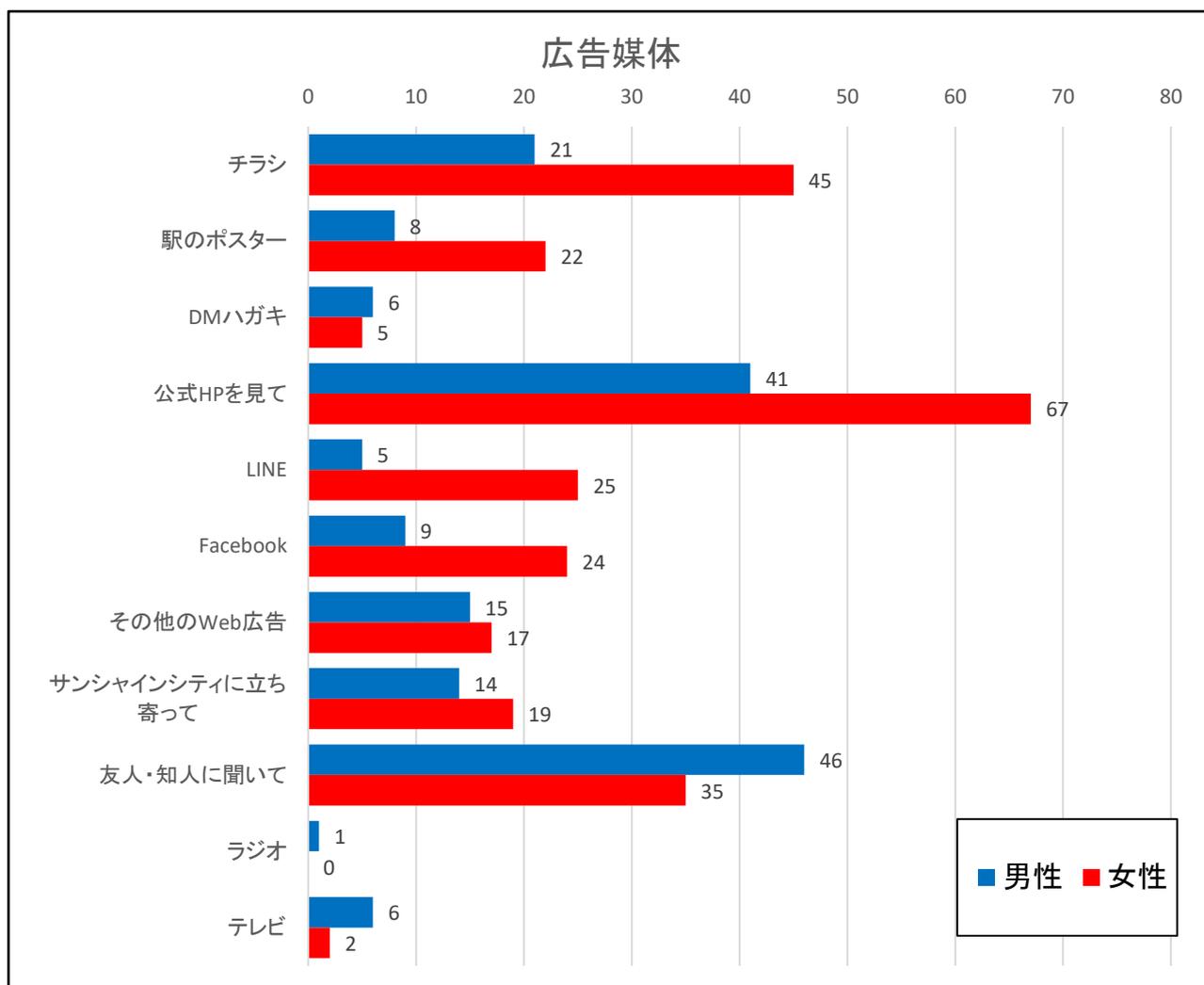
## <クロス・男女別>

	40代 男性	40代 女性
チラシ	21	45
駅のポスター	8	22
DMハガキ	6	5
公式HPを見て	41	67
LINE	5	25
Facebook	9	24
その他のWeb広告	15	17
サンシャインシティに立ち寄る	14	19
友人・知人に聞いて	46	35
ラジオ	1	0
テレビ	6	2
<b>TOTAL</b>	<b>172</b>	<b>261</b>

全年代で最も多い「40代男女」と「媒体別の広告認知度」のクロス集計を行った。

男性は「友人・知人に聞いて」が最も多く、女性は「公式HPを見て」が最も多い結果となった。

その他は前回同様の比率となっており、WEB関連の広告認知度が上がっているのがわかる。

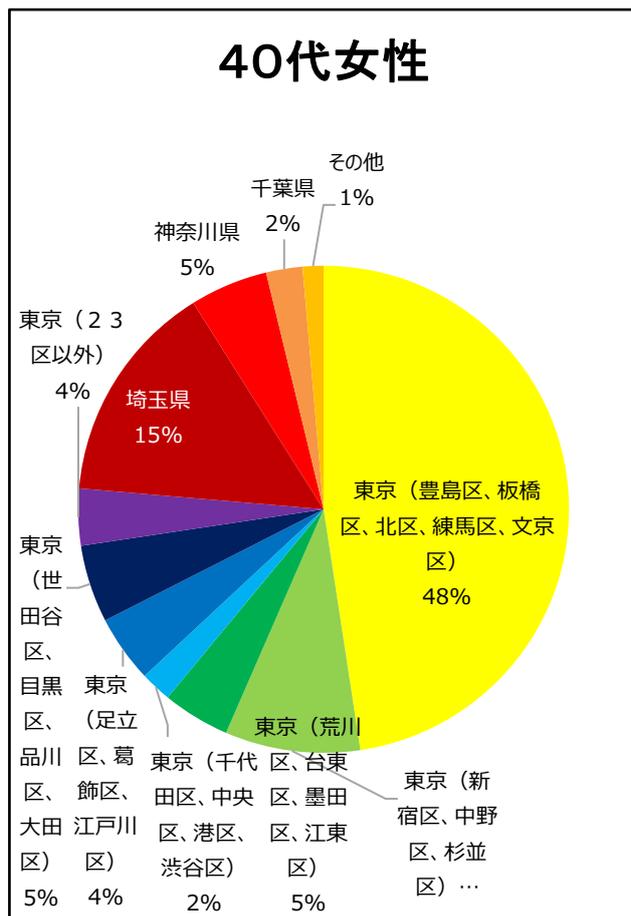
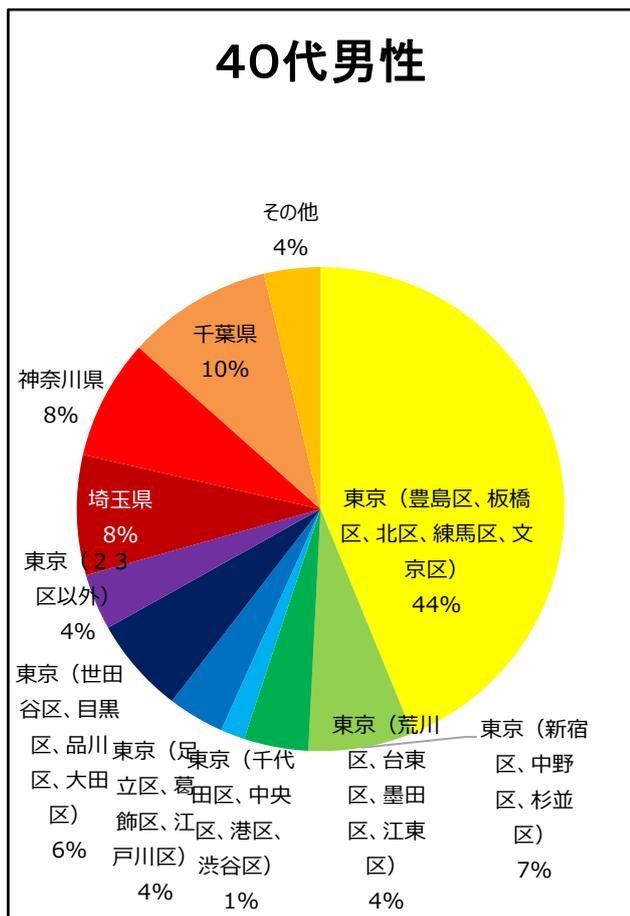


# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

全年代で最も多い「40代男女」と「居住地」のクロス集計を行った。

全体の数値と同様に「東京(豊島区…)」 「埼玉県」からの来場が多かった。  
男女ともに、ほぼ同じ比率となっており、前回と比較してもほぼ変化は無い結果となった。

	40代 男性	40代 女性
東京(豊島区、板橋区、北区、練馬区、文京区)	82	139
東京(新宿区、中野区、杉並区)	13	26
東京(荒川区、台東区、墨田区、江東区)	8	13
東京(千代田区、中央区、港区、渋谷区)	3	6
東京(足立区、葛飾区、江戸川区)	7	13
東京(世田谷区、目黒区、品川区、大田区)	12	15
東京(23区以外)	7	11
埼玉県	15	43
神奈川県	15	15
千葉県	18	7
その他	7	4
<b>TOTAL</b>	<b>187</b>	<b>292</b>



**来場者アンケート集計結果 / クロス集計  
(購入金額)**

# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

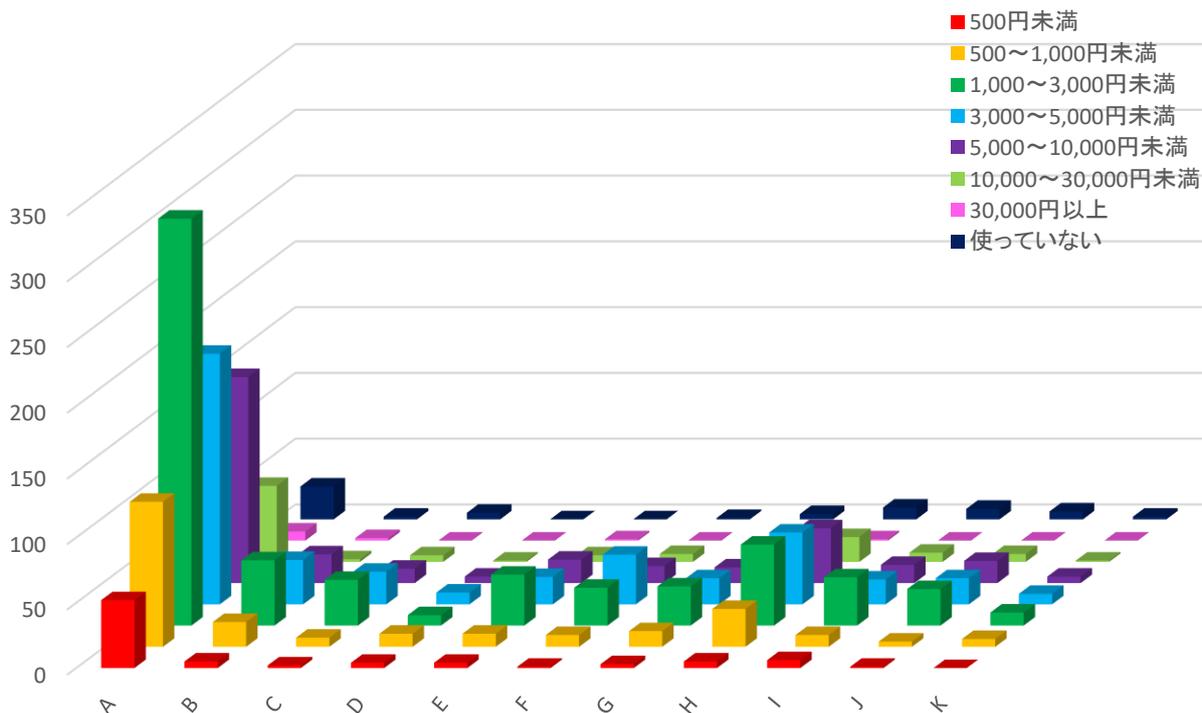
「購入金額」と「居住地」とのクロス集計を行った。

「1,000～3,000円未満」の割合が多く

「1,000～3,000円未満」と「3,000～5,000円」の割合を合計すると半数以上(約57%)が1,000円から5,000円間の金額を使っていることがわかる。

	500円未満	500～1,000円未満	1,000～3,000円未満	3,000～5,000円未満	5,000～10,000円未満	10,000～30,000円未満	30,000円以上	使っていない
A 東京(豊島区、板橋区、北区、練馬区、文京)	52	111	310	191	157	58	7	25
B 東京(新宿区、中野区、杉並区)	5	19	50	34	22	2	2	2
C 東京(荒川区、台東区、墨田区、江東区)	2	7	35	25	11	5	0	5
D 東京(千代田区、中央区、港区、渋谷区)	4	10	8	9	5	1	0	0
E 東京(足立区、葛飾区、江戸川区)	4	10	39	21	18	5	1	0
F 東京(世田谷区、目黒区、品川区、大田区)	1	9	29	38	13	6	0	1
G 東京(23区以外)	3	12	30	20	12	5	0	4
H 埼玉県	5	29	62	55	42	19	1	9
I 神奈川県	6	9	37	19	14	7	0	8
J 千葉県	1	4	28	20	17	6	0	6
K その他	0	6	10	8	5	1	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>226</b>	<b>638</b>	<b>440</b>	<b>316</b>	<b>115</b>	<b>11</b>	<b>62</b>

居住地と買い物額



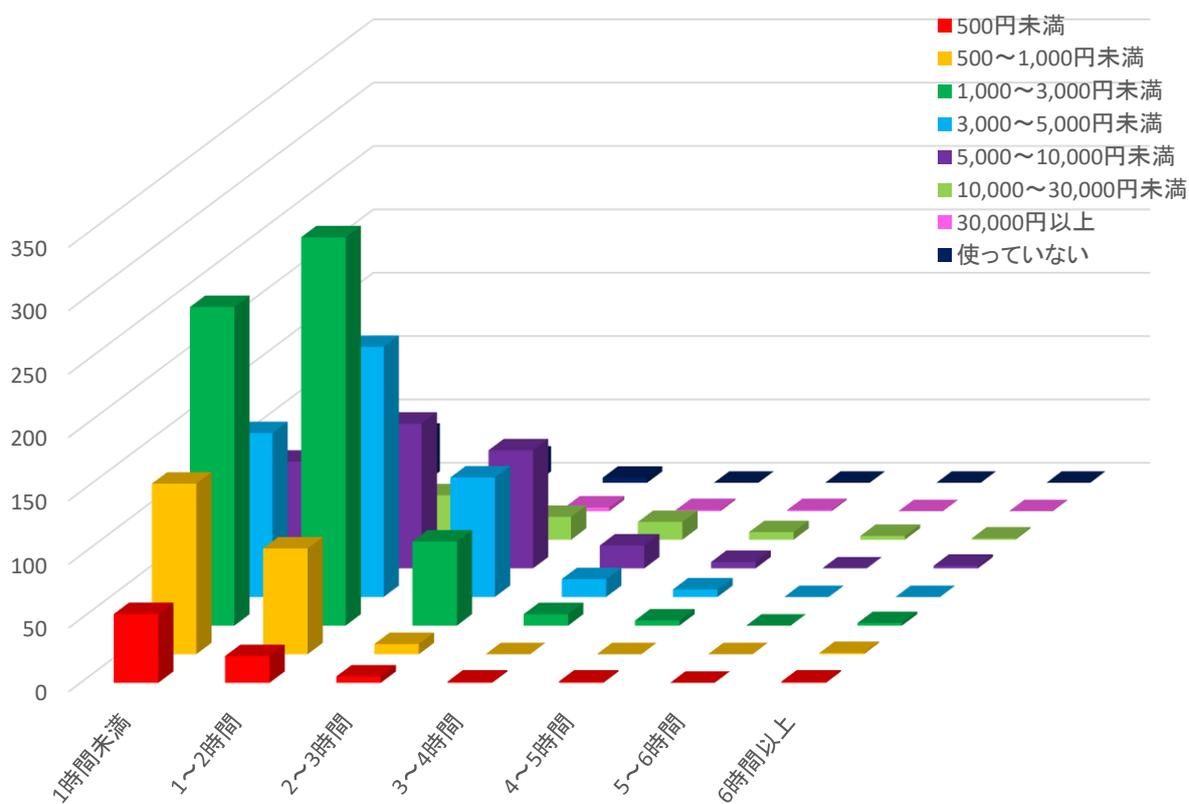
# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

「購入金額」と「滞在時間」のクロス集計を行った。

購入金額が多い(5,000円以上)場合でも、滞在時間は短め(4時間以下)の傾向を示している。

	500円未満	500～1,000円未満	1,000～3,000円未満	3,000～5,000円未満	5,000～10,000円未満	10,000～30,000円未満	30,000円以上	使っていない	計
1時間未満	54	134	251	129	84	38	5	38	733
1～2時間	21	83	306	197	114	35	1	20	777
2～3時間	5	8	66	94	93	18	3	4	291
3～4時間	1	0	9	14	18	14	1	0	57
4～5時間	1	0	4	6	5	6	1	0	23
5～6時間	0	0	0	0	0	3	0	0	3
6時間以上	1	1	2	0	2	1	0	0	7
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>226</b>	<b>638</b>	<b>440</b>	<b>316</b>	<b>115</b>	<b>11</b>	<b>62</b>	<b>1,891</b>

滞在時間と買い物額



# 来場者アンケート集計結果 / クロス集計

「購入金額」と「年齢」についてのクロス集計を行った。

年代が低い程、購入金額は低く、年代が高い程購入金額は高い。  
全体で見ると、30代～50代の年代で1,000円から10,000円の間の商品購入が多く、中心の層となっている。

	500円未満	500～1,000円未満	1,000～3,000円未満	3,000～5,000円未満	5,000～10,000円未満	10,000～30,000円未満	30,000円以上	使っていない	計
10代	6	10	17	9	5	2	1	3	53
20代	10	40	107	62	45	9	2	15	290
30代	13	61	161	122	67	22	3	19	468
40代	13	49	169	110	102	25	0	11	479
50代	33	51	122	105	76	50	1	10	448
60代	7	12	41	27	15	4	1	2	109
70代	1	2	16	3	3	2	2	2	31
80代以上	0	1	5	2	3	1	1	0	13
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>226</b>	<b>638</b>	<b>440</b>	<b>316</b>	<b>115</b>	<b>11</b>	<b>62</b>	<b>1,891</b>

年齢と買い物額

