

第9回はだの食べ歩きグルメフェスティバル アンケート結果

NPO日本技術マネジメント協会

中小企業診断士 西垣 仁

2025年1月29日

お客様アンケート実施概要

- 調査対象者

第9回はだの食べ歩きグルメフェスティバル参加店65店舗の利用客

- 実施時期

2024年10月1日（火）～10月31日（木）

- 実施方法

QRコード読み取りによるスマートフォンでの回答

- 質問内容

- ・属性、店舗選びについての選択肢15問+自由記述
- ・回答時間：3分程度を想定

- 回答数

有効回答者数：184名

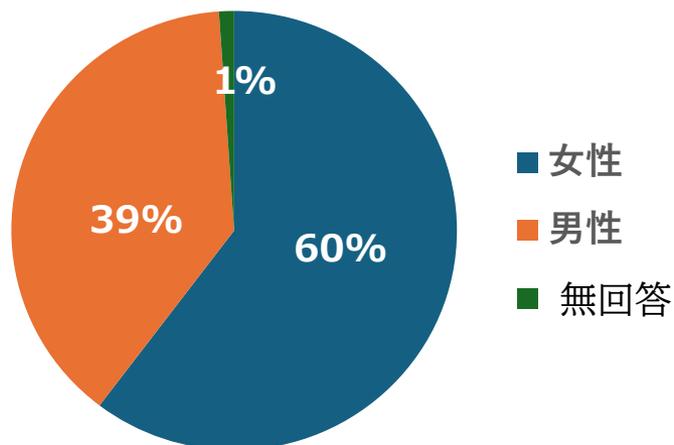
1店あたりの回答者数平均：2.8名

1. 回答者属性 性別・年代別

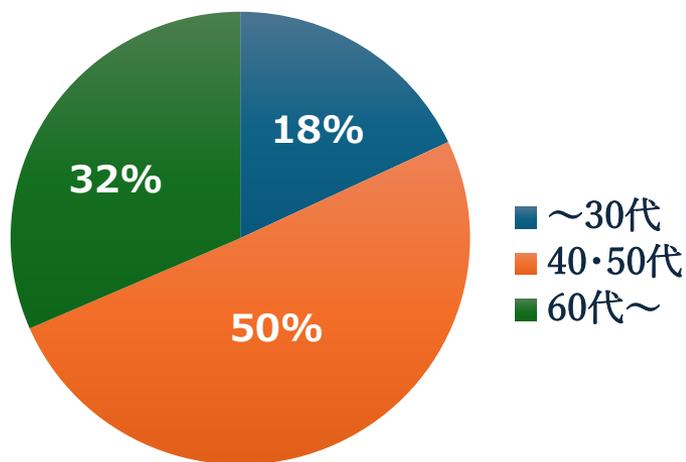
女性が6割

40,50代が約半数

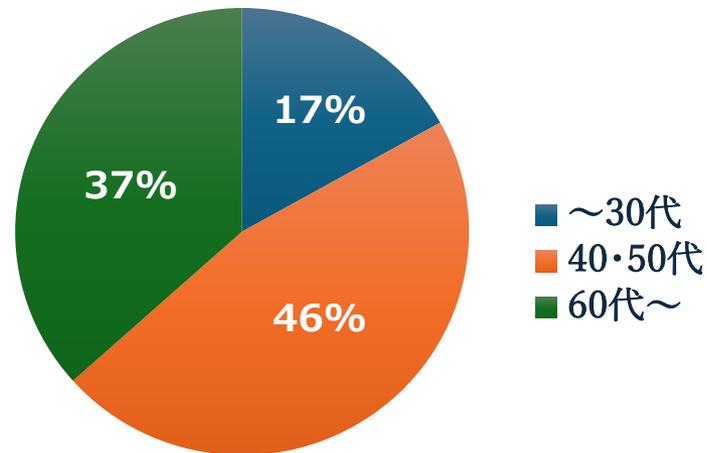
全体性別



女性年代別



男性年代別

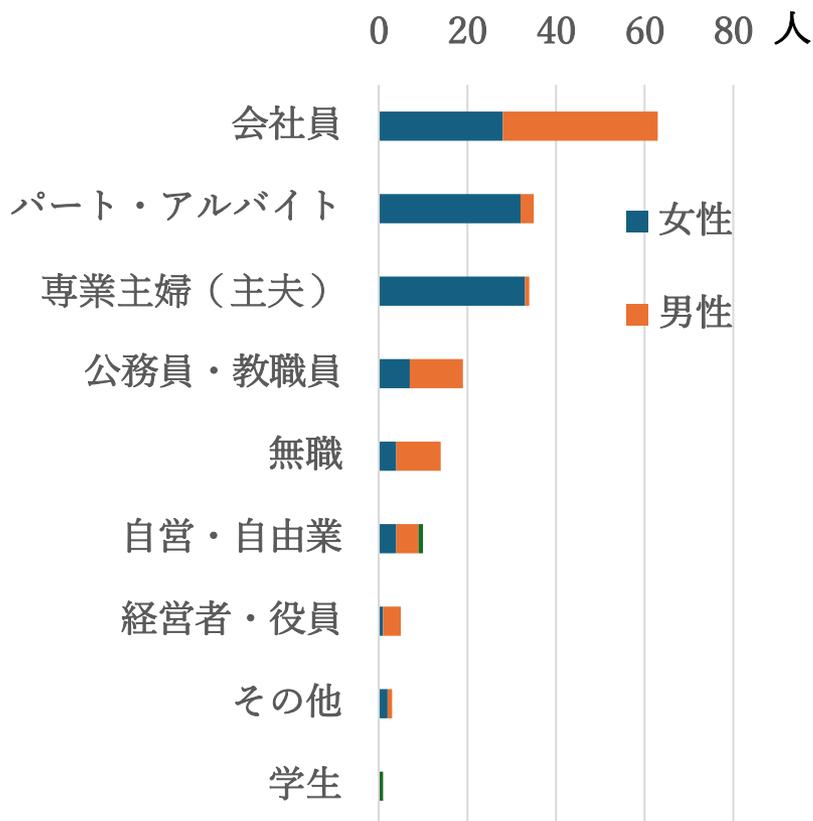


1. 回答者属性 職業別・年代別

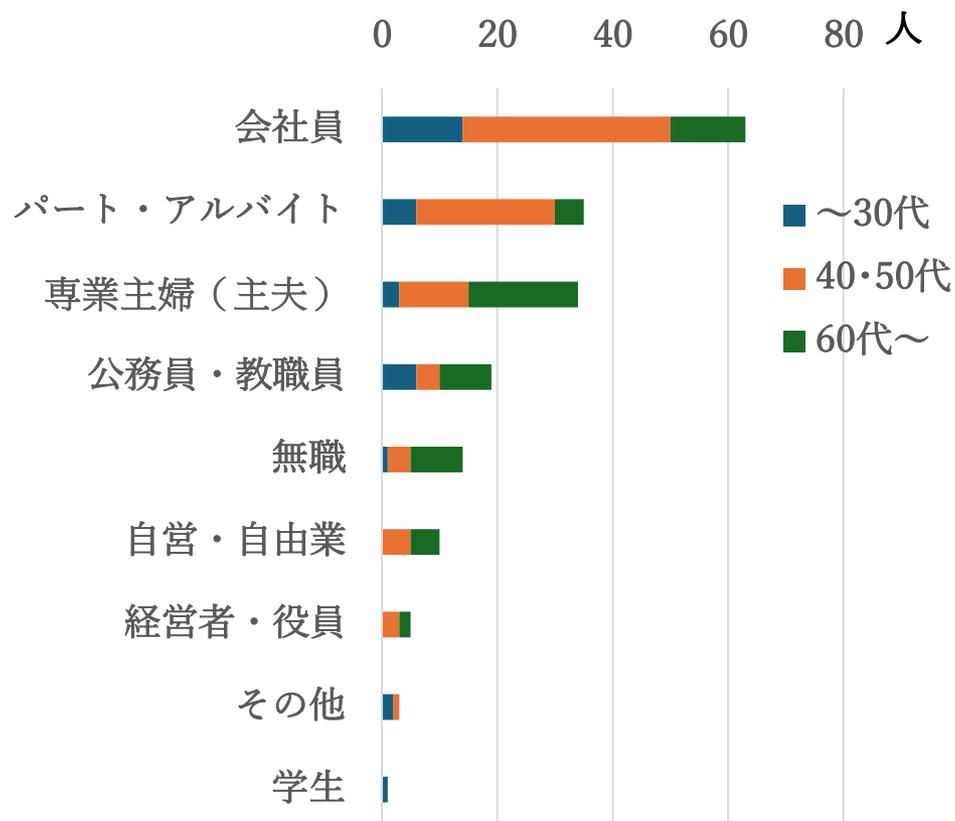
会社員が最も多い

専業主婦は60代以上が半数以上

職業別人数・男女別

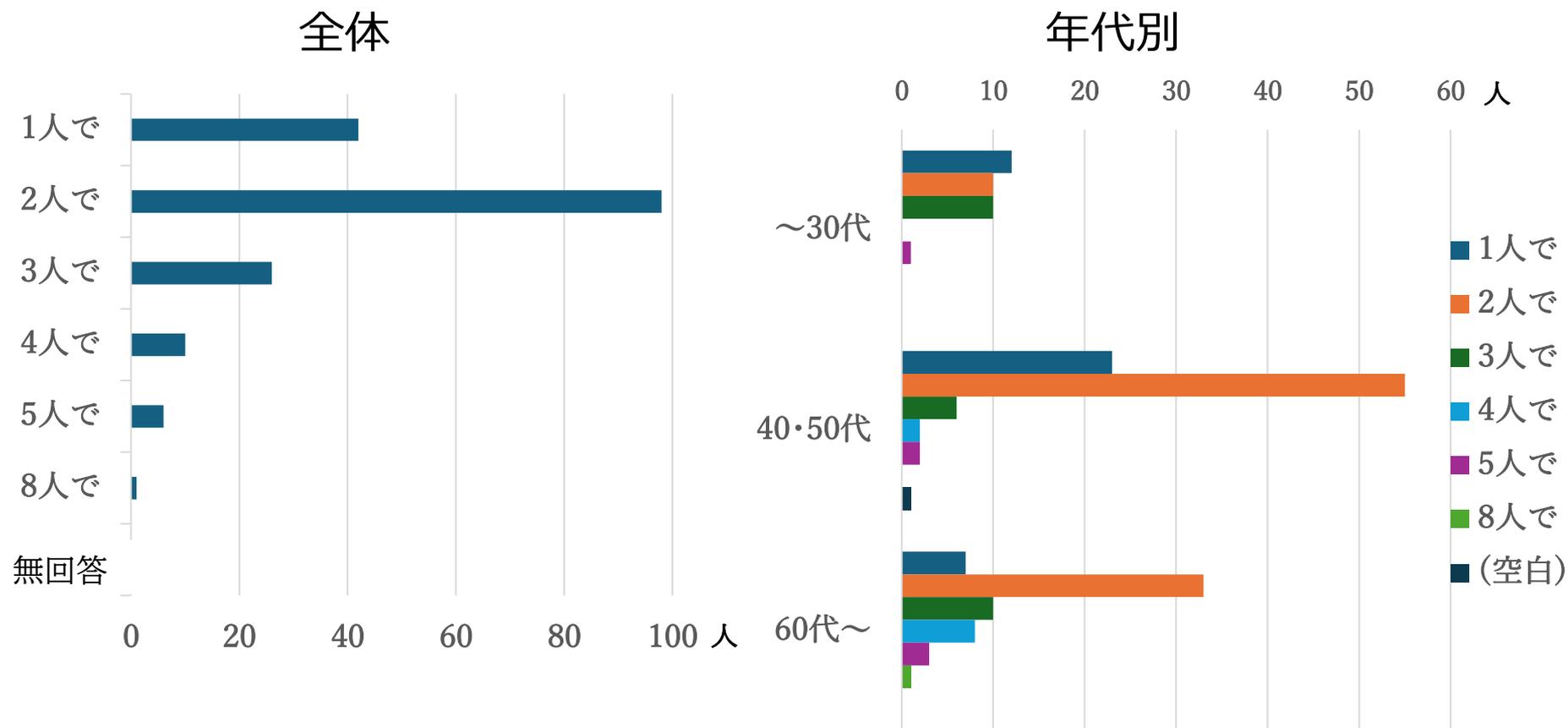


職業別人数・年代別



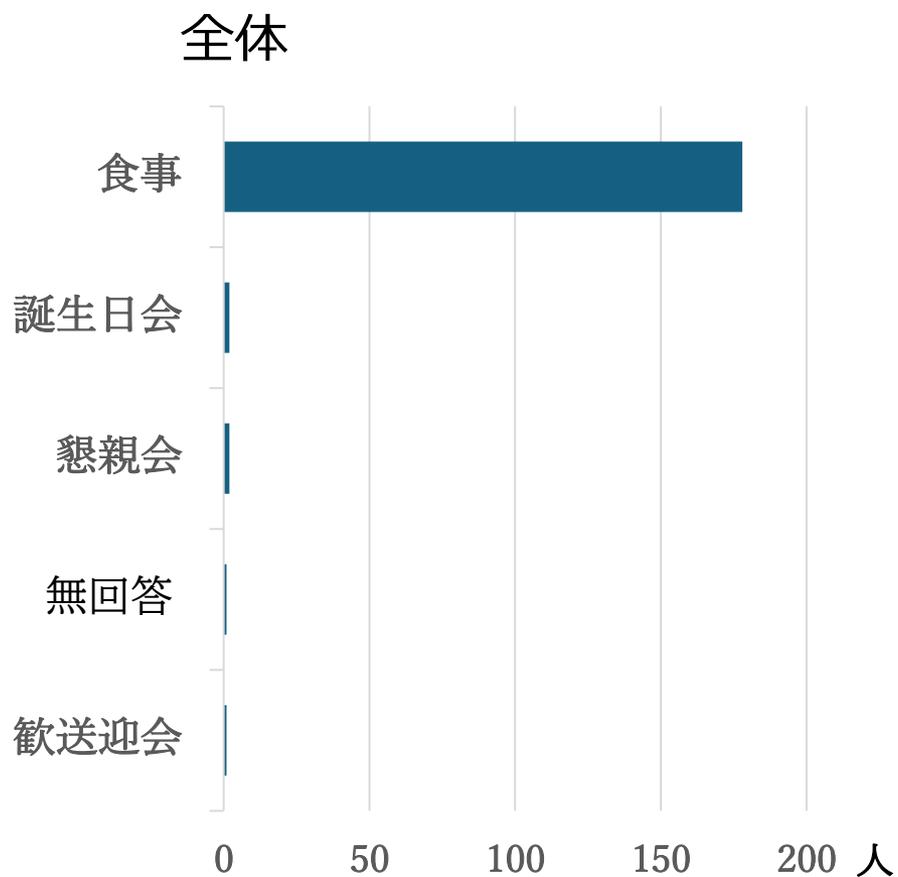
2. 来店人数

2人および1人での来店が多い
40代～は、2人での来店が多い



3. 来店目的

食事が大多数（ランチタイムが多い：後述）



その他の回答を頂いた方の内訳（人）

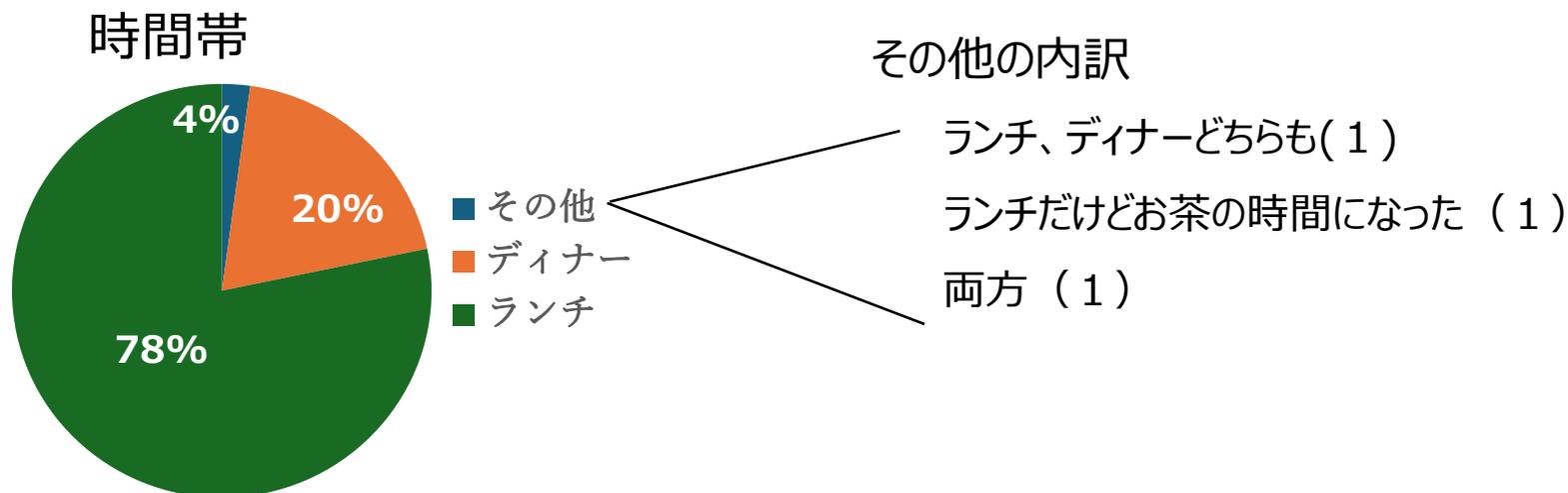
お昼ごはん。美味しいから(1)

自分へのご褒美(1)

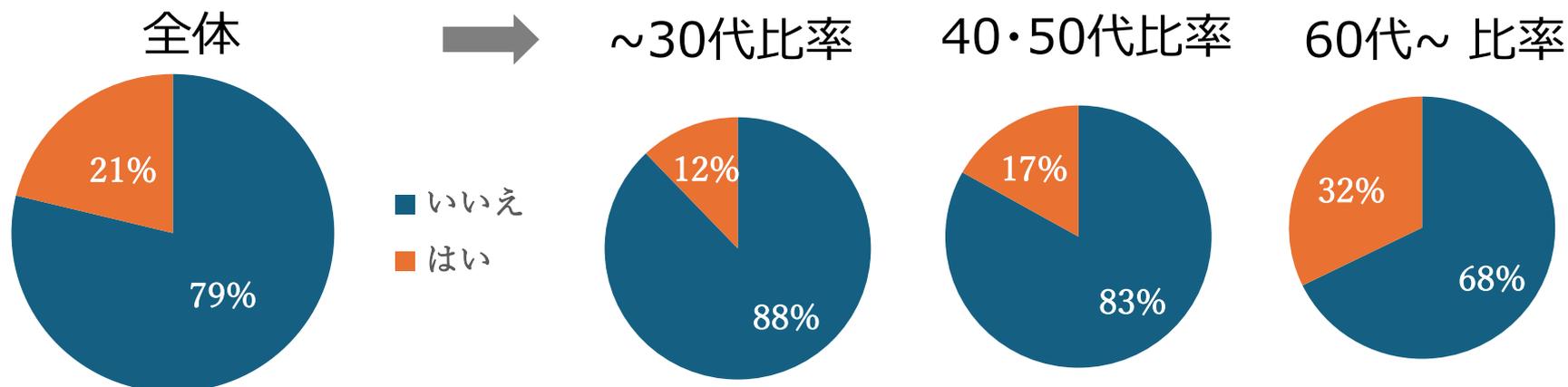
昼食、夜食(1)

4. 時間帯、他

ランチタイムのお客様が多数



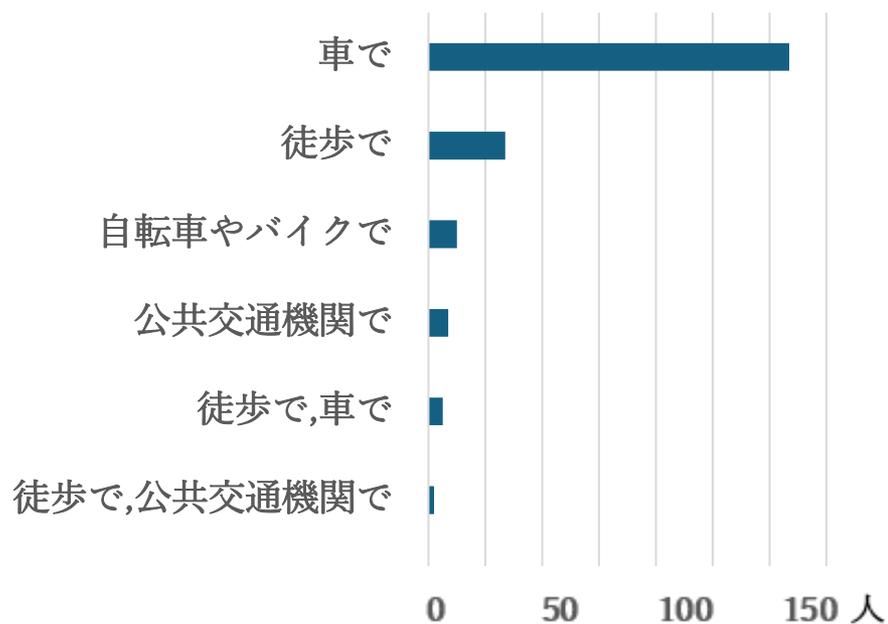
アルコール注文の有無



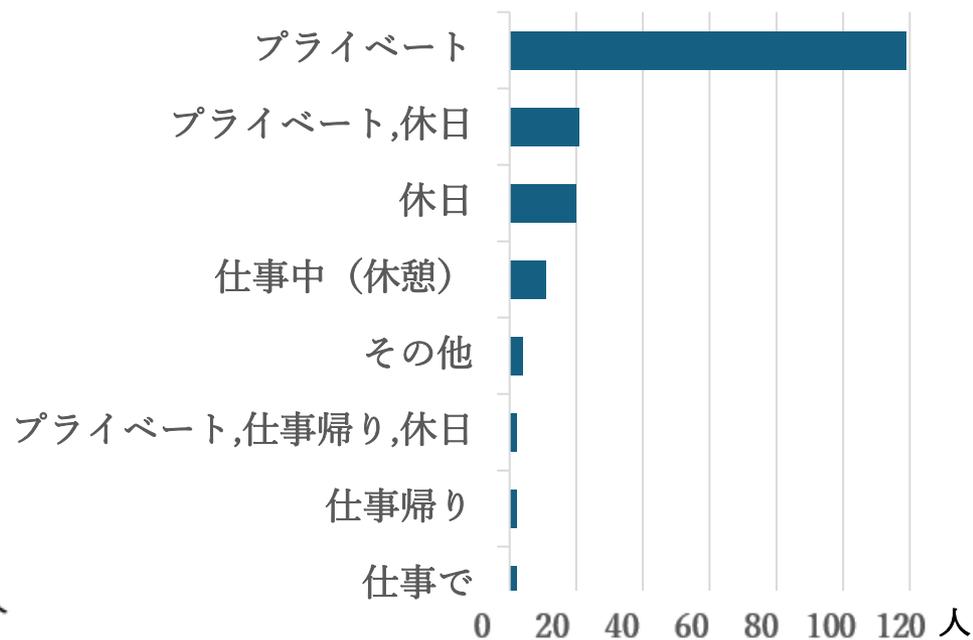
5. 交通手段・現在の状況

交通手段は車が大多数、プライベートの飲食が多数

交通手段



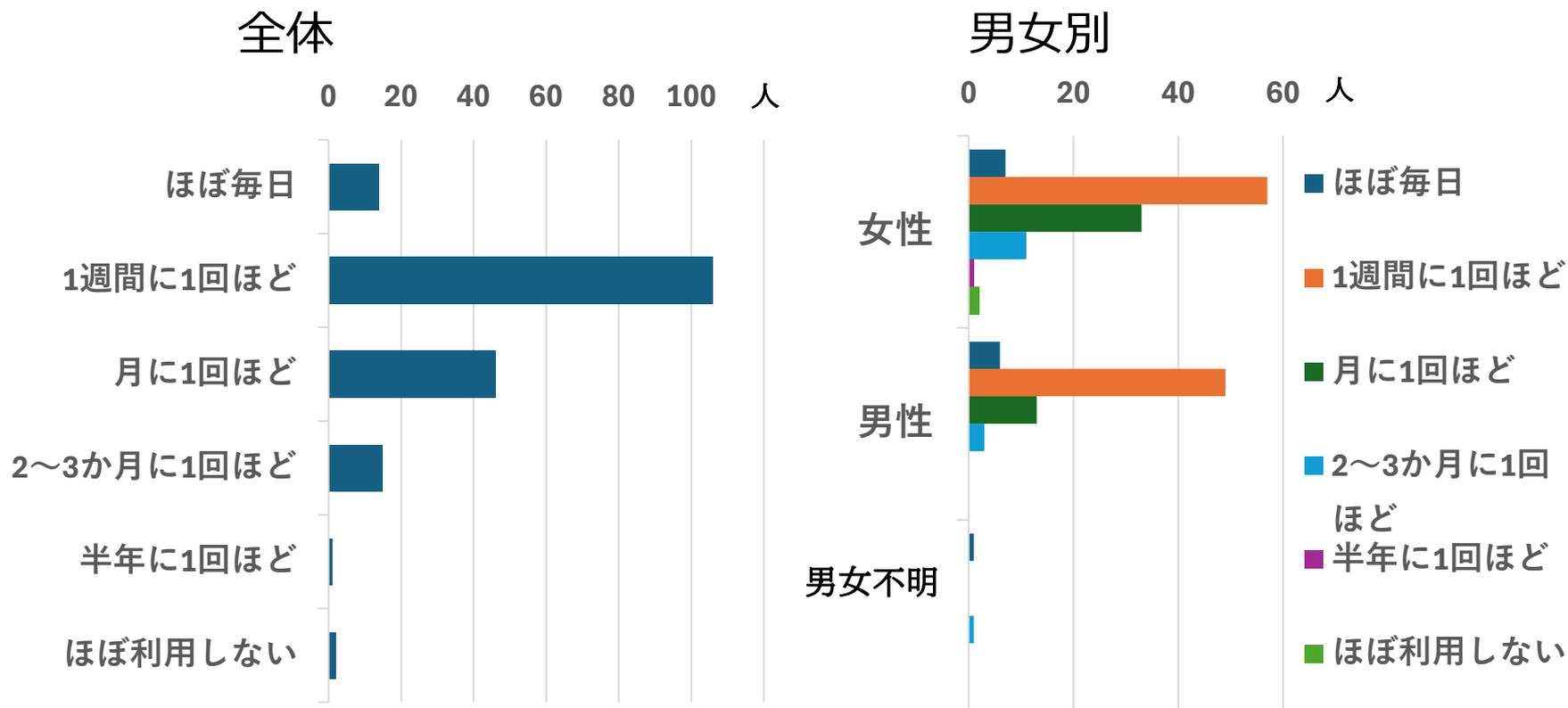
現在の状況



Q1. 飲食店の利用頻度

Q1.飲食店（時間帯問わず）を利用する頻度はどれくらいですか？

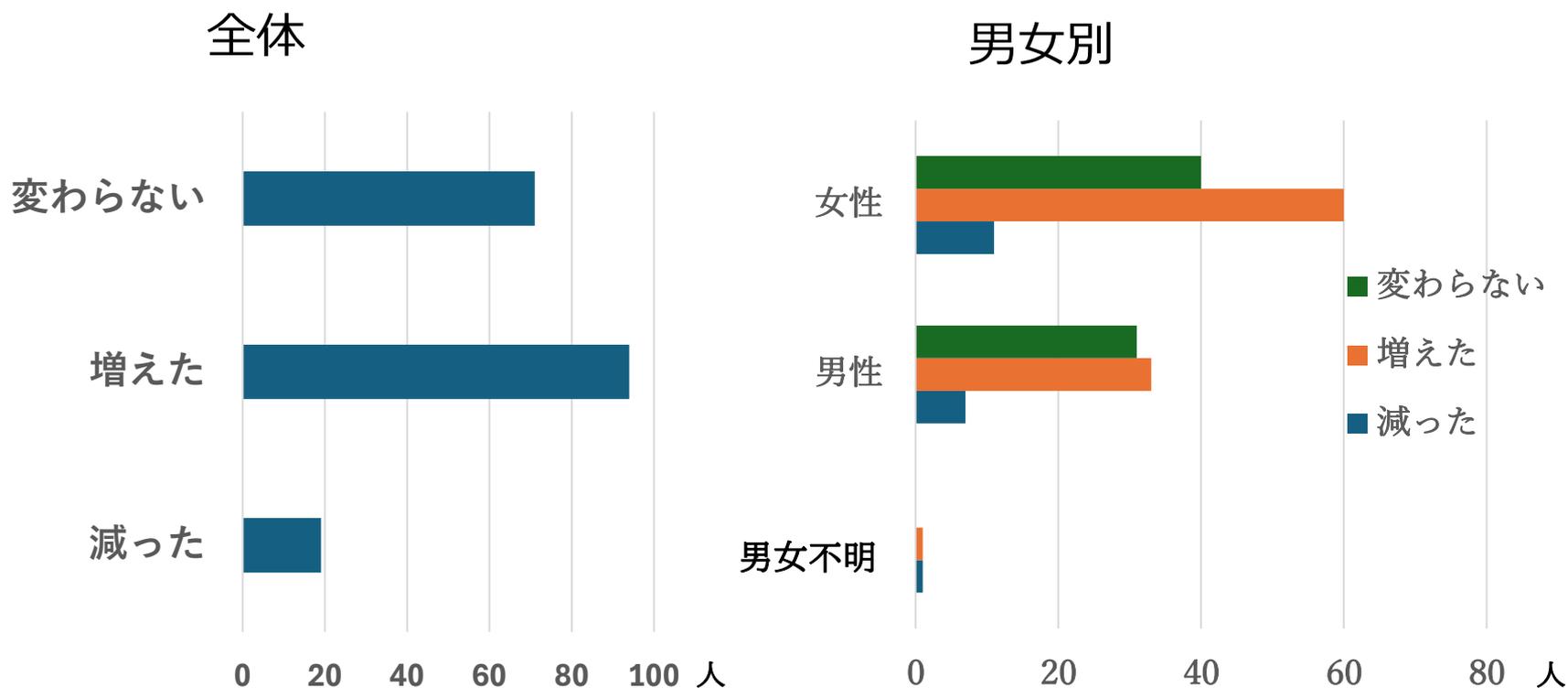
1週間に1回ほどが最も多い
（男女で同様の傾向）



Q3. コロナ5類以降の飲食店利用頻度

Q3.コロナが5類になってから（2023年5月以降）、飲食店ご利用頻度に変化はありますか？

利用頻度が増加した、変わらないというお客様が多い

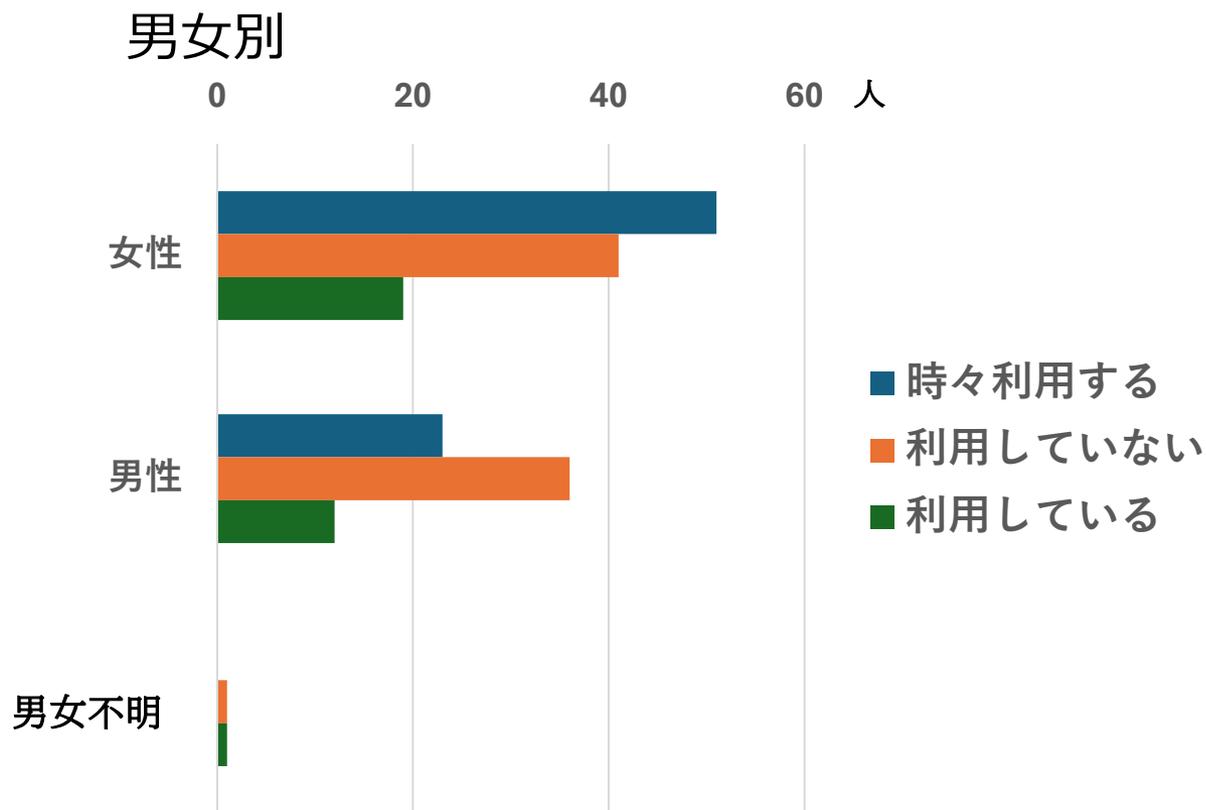


Q4. テイクアウトやデリバリーの利用状況

Q4.テイクアウトやデリバリーは利用していますか？

時々を含め利用しているお客様の方が多い

女性の方が時々利用している を回答した方の割合が多い

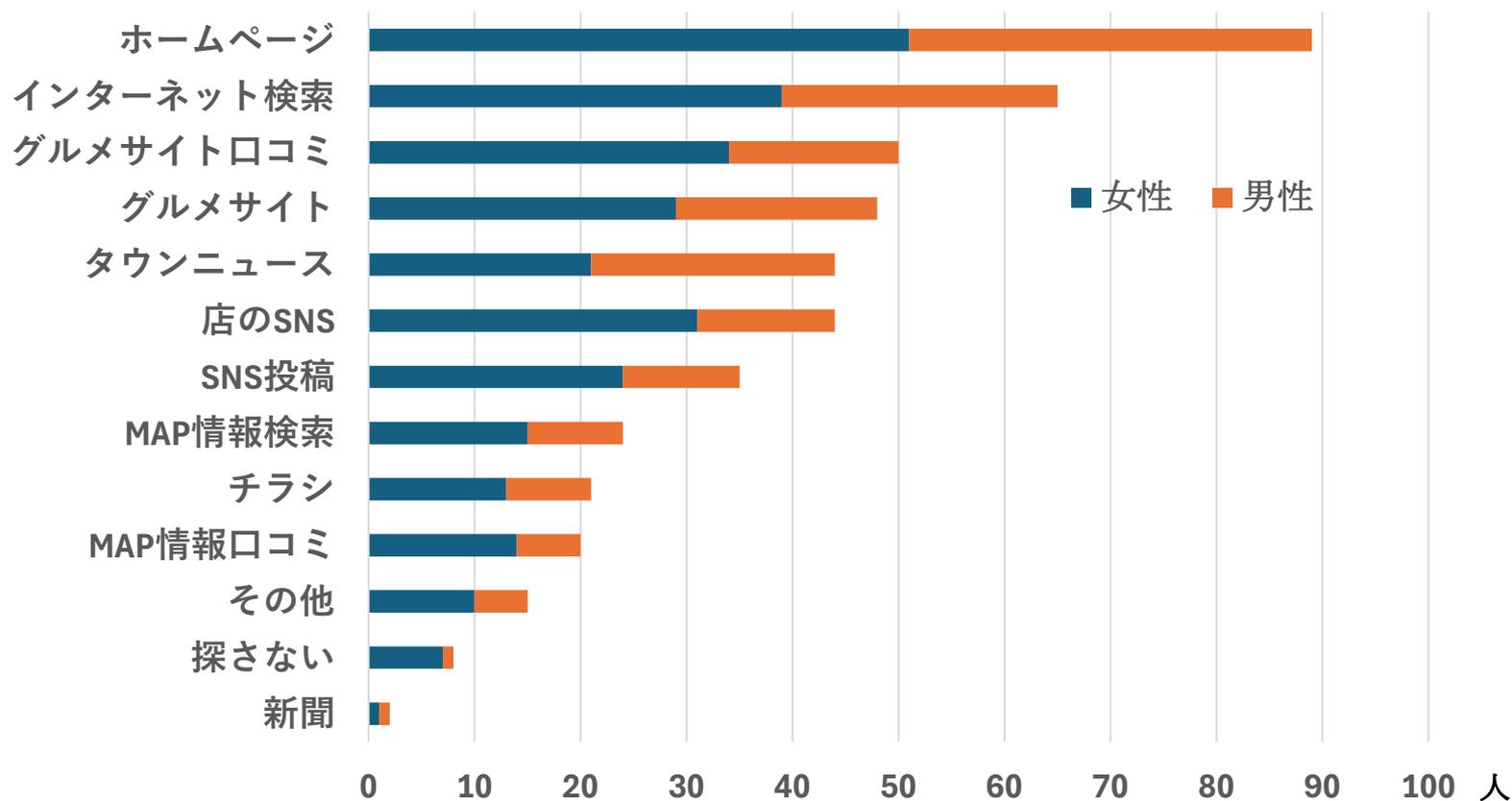


Q5. 飲食店の探し方

Q5.飲食店は何を見て探しますか？（複数回答可）

ホームページ、インターネット（グルメサイト含む）検索が多数
新聞・チラシの割合は少ない

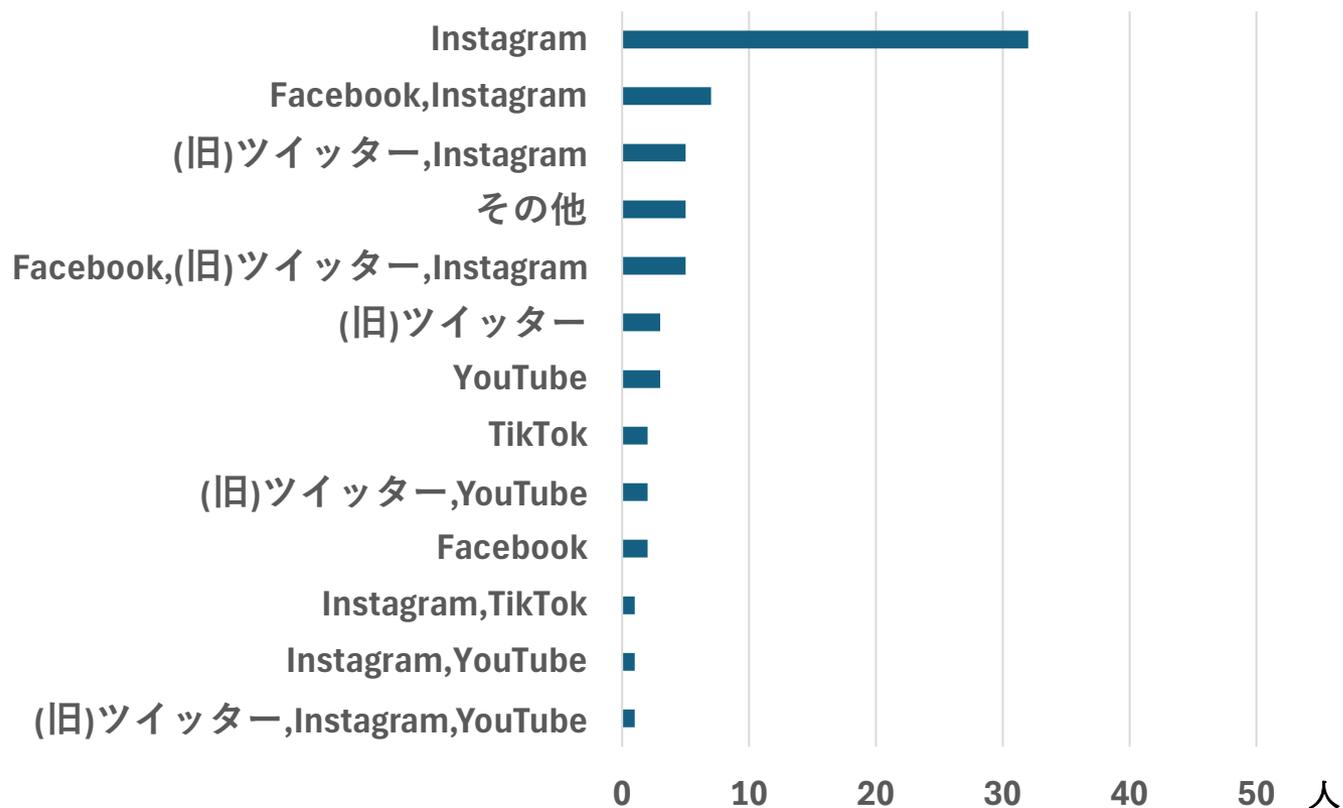
全体



Q5. 飲食店の探し方

Q5.飲食店は何を見て探しますか？ のうち
SNSの投稿を見て を選択した方（複数回答可）

SNSの中でもInstagramの活用者が多い

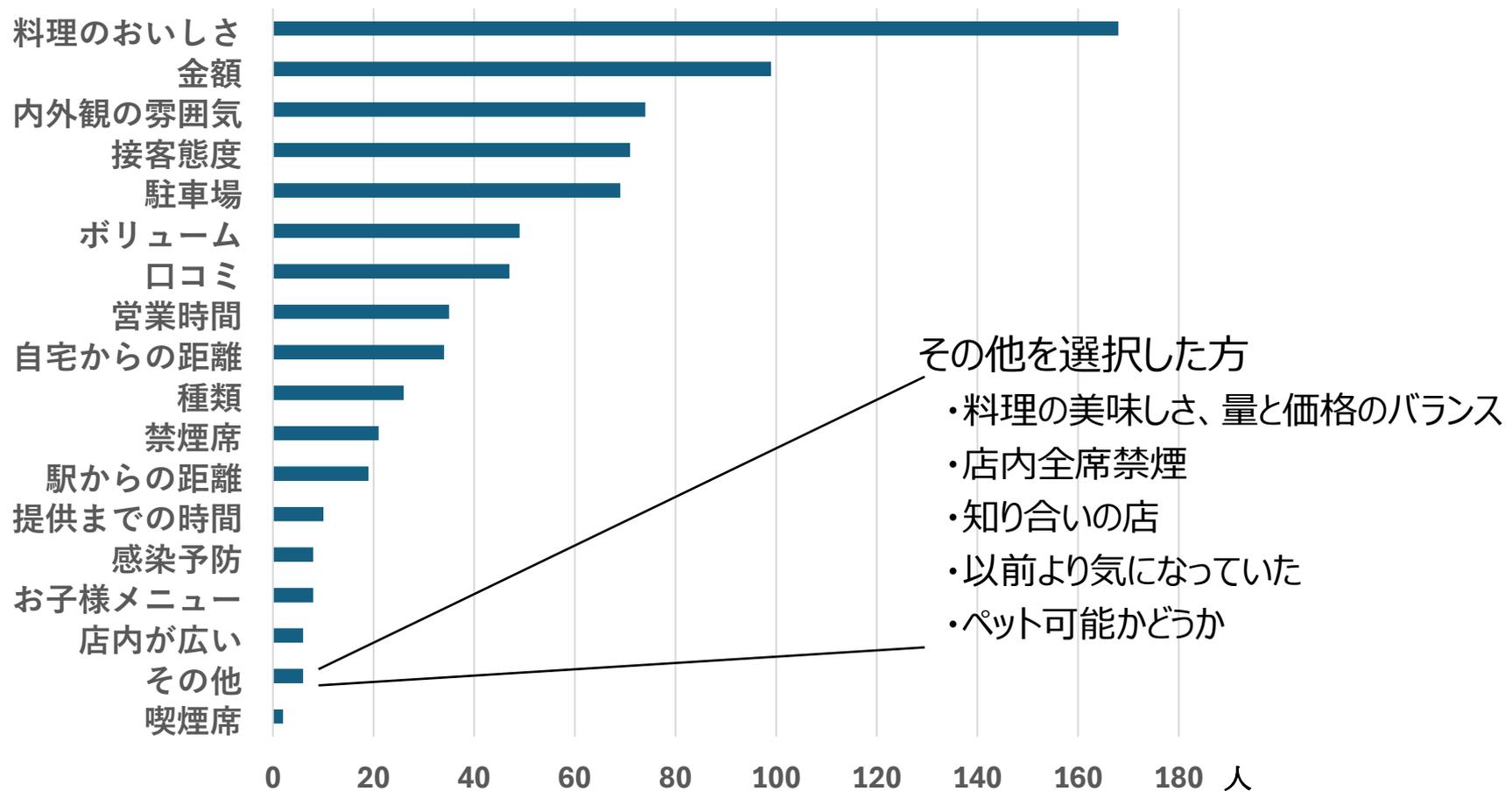


Q6. 飲食店選びで重視すること

Q6. 飲食店選びで重要視される内容は何ですか？（複数回答可）

料理のおいしさ、金額、店の雰囲気、接客態度、駐車場が上位

全体



Q7, 8. 行きつけの飲食店の有無と店舗数

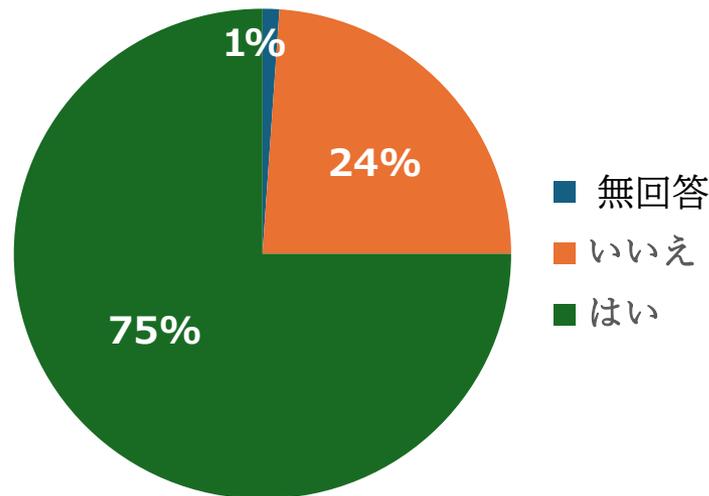
Q7. 行きつけと言える飲食店はありますか？

Q8. 行きつけと言える飲食店の店舗数はどれくらいですか？

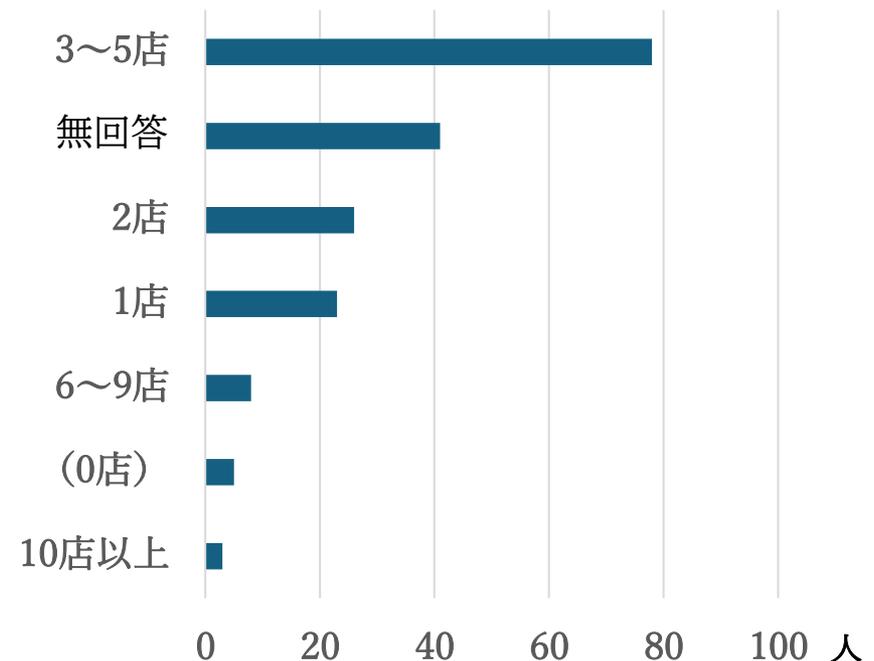
行きつけの飲食店があるというお客様は7割以上

3~5店を行きつけとしているお客様が多い

行きつけの飲食店の有無



行きつけと言える飲食店の店舗数

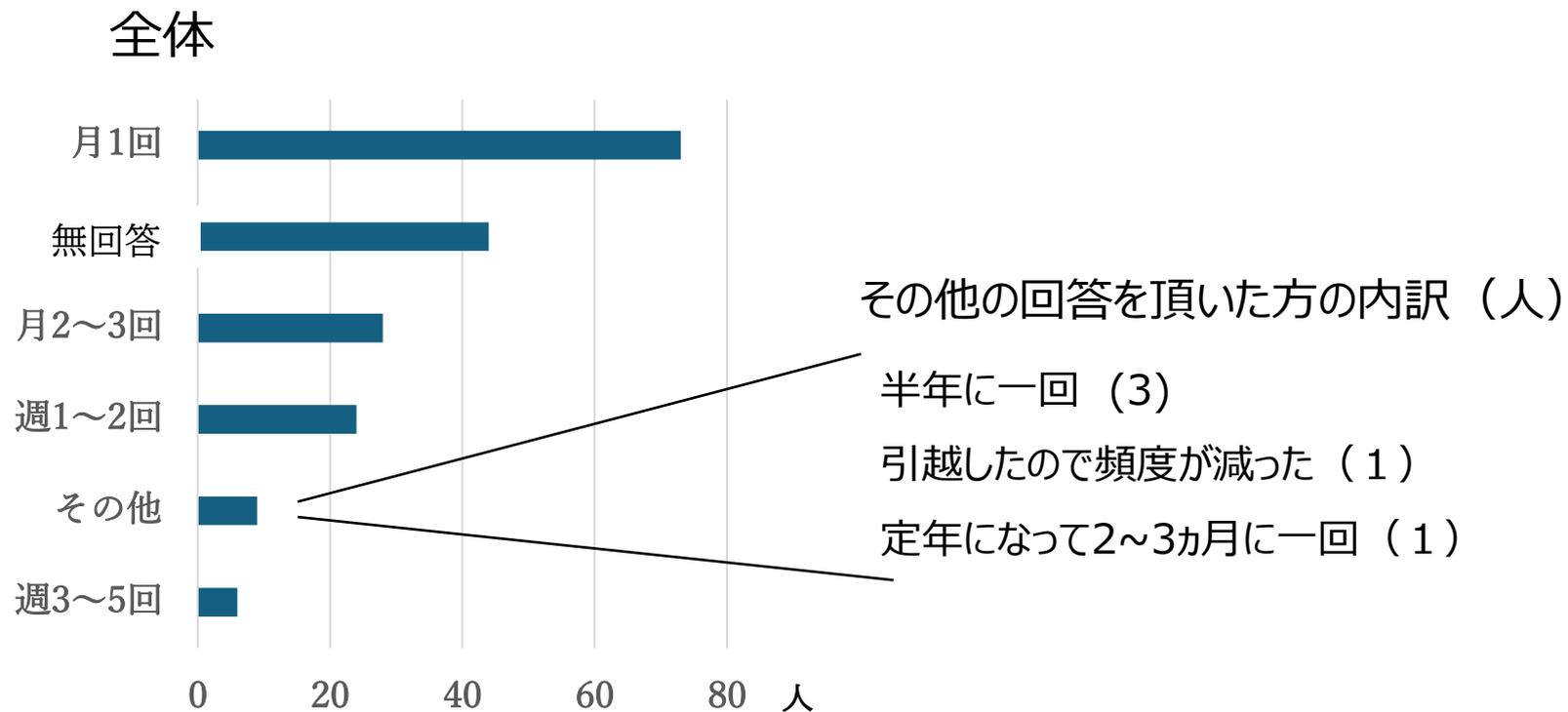


Q9. 行きつけの飲食店に行く頻度

Q9.行きつけの飲食店に行く頻度はどれくらいですか？

行きつけの店があるというお客様140名の回答

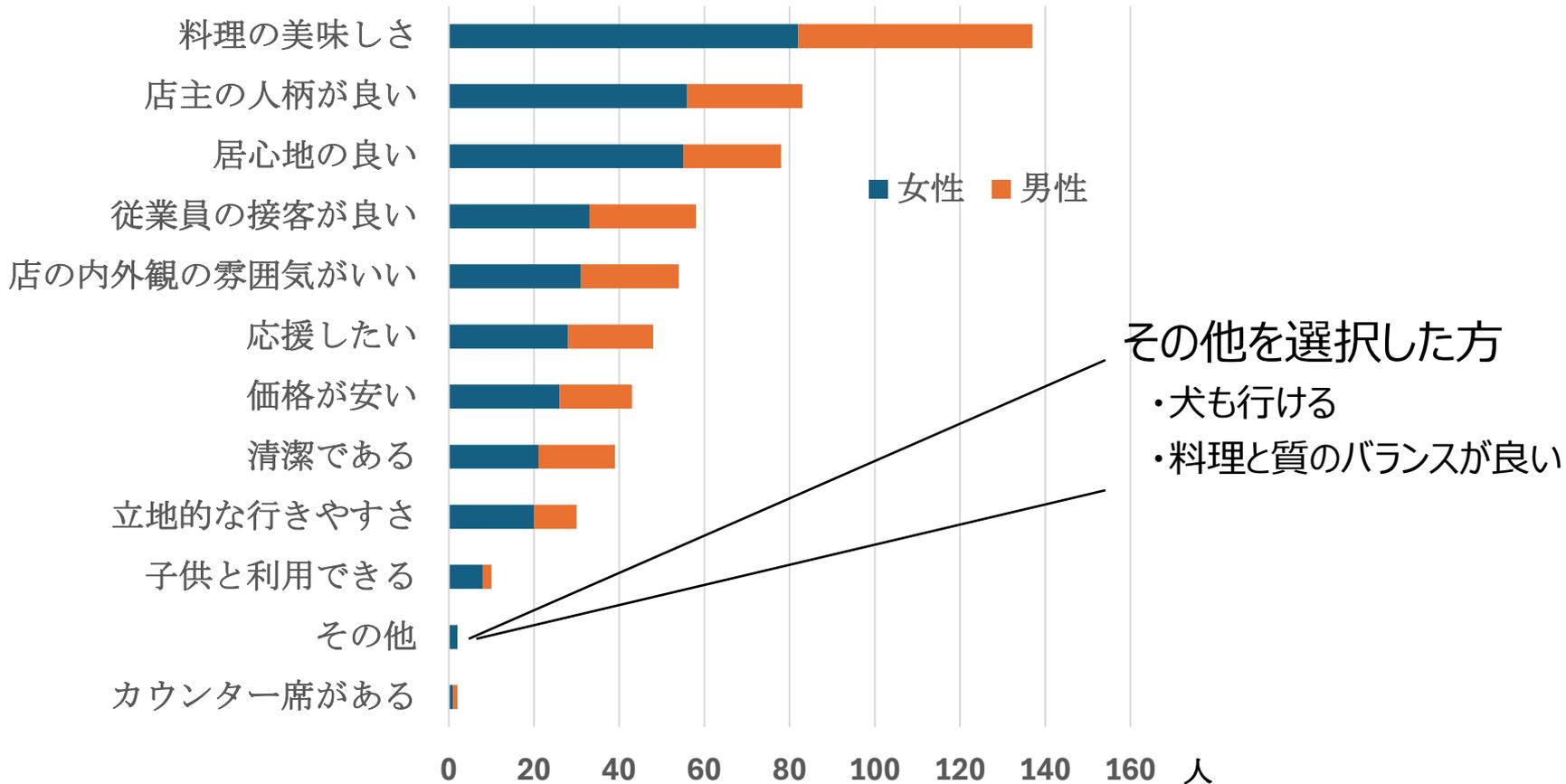
月1回というお客様が最も多い



Q10. 行きつけにしたい店に必要なもの

Q10.行きつけにしたいお店に必要なものは何ですか？ ※複数回答可

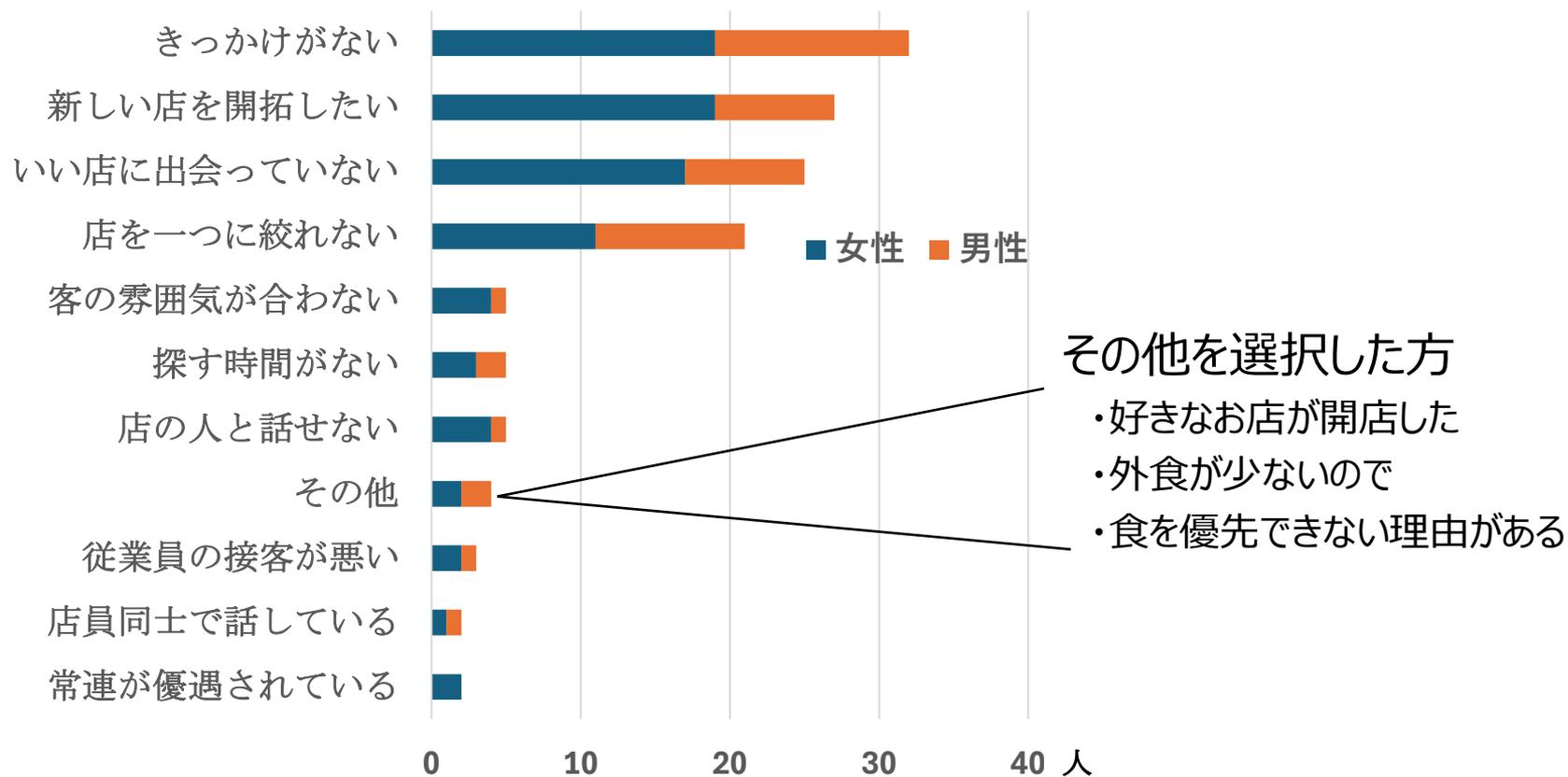
料理の美味しさ、店主の人柄、居心地、接客、雰囲気などが上位
第二位以降で男女間に差が出ている



Q11. 行きつけのお店ができない理由

Q11.これまでに行きつけの飲食店ができなかった理由は？ ※複数回答可

きっかけがない、新しい店を開拓したい、いい店に出会っていない
店を一つに絞れないなどで8割が占められている

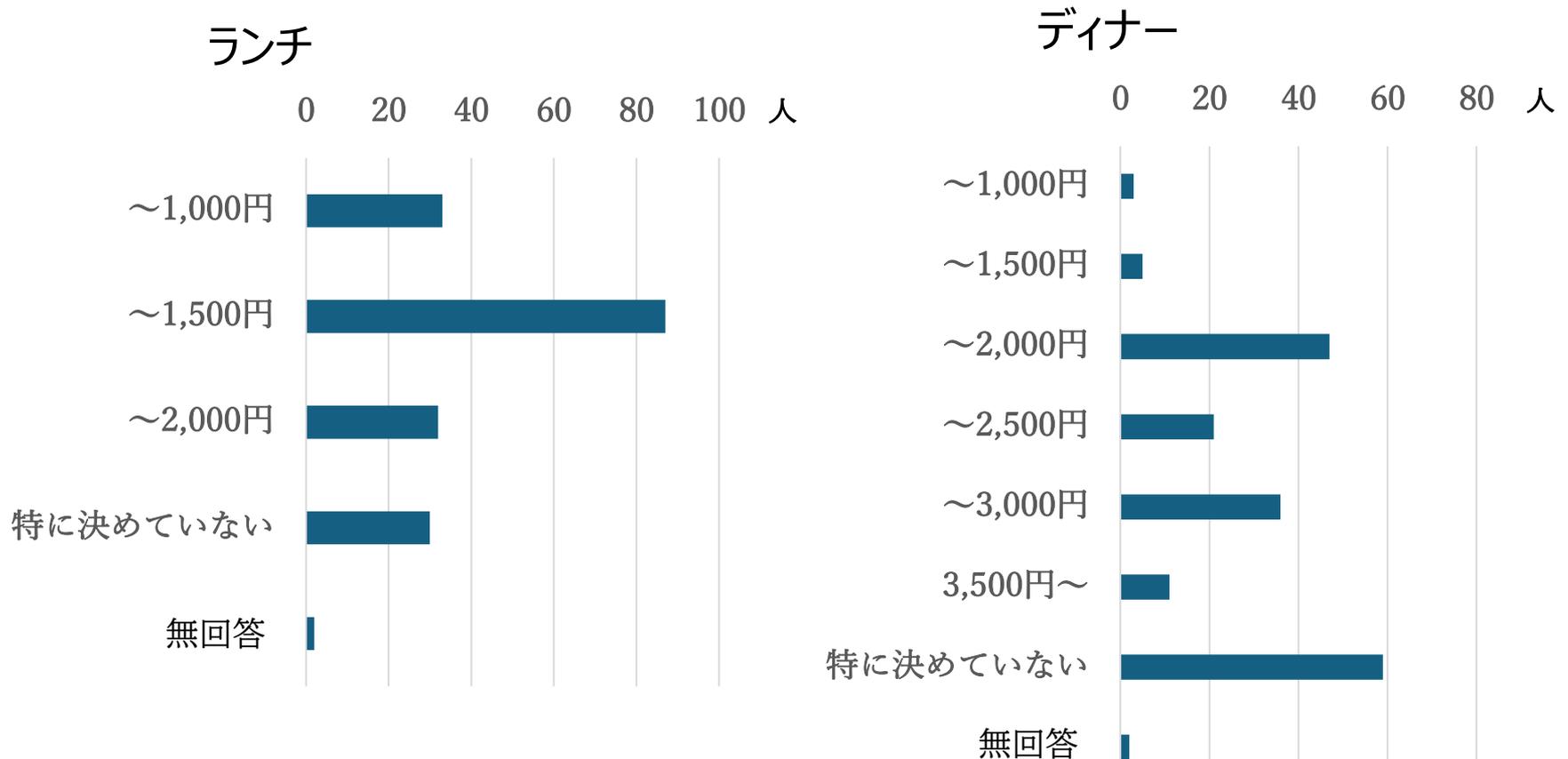


Q12,13. 予算について（ランチ、ディナー）

Q12.ランチの予算はどれくらいですか？

Q13.ディナーの予算はどれくらいですか？

ランチ：～1500円　ディナー：～2000円、特に決めていない が多い



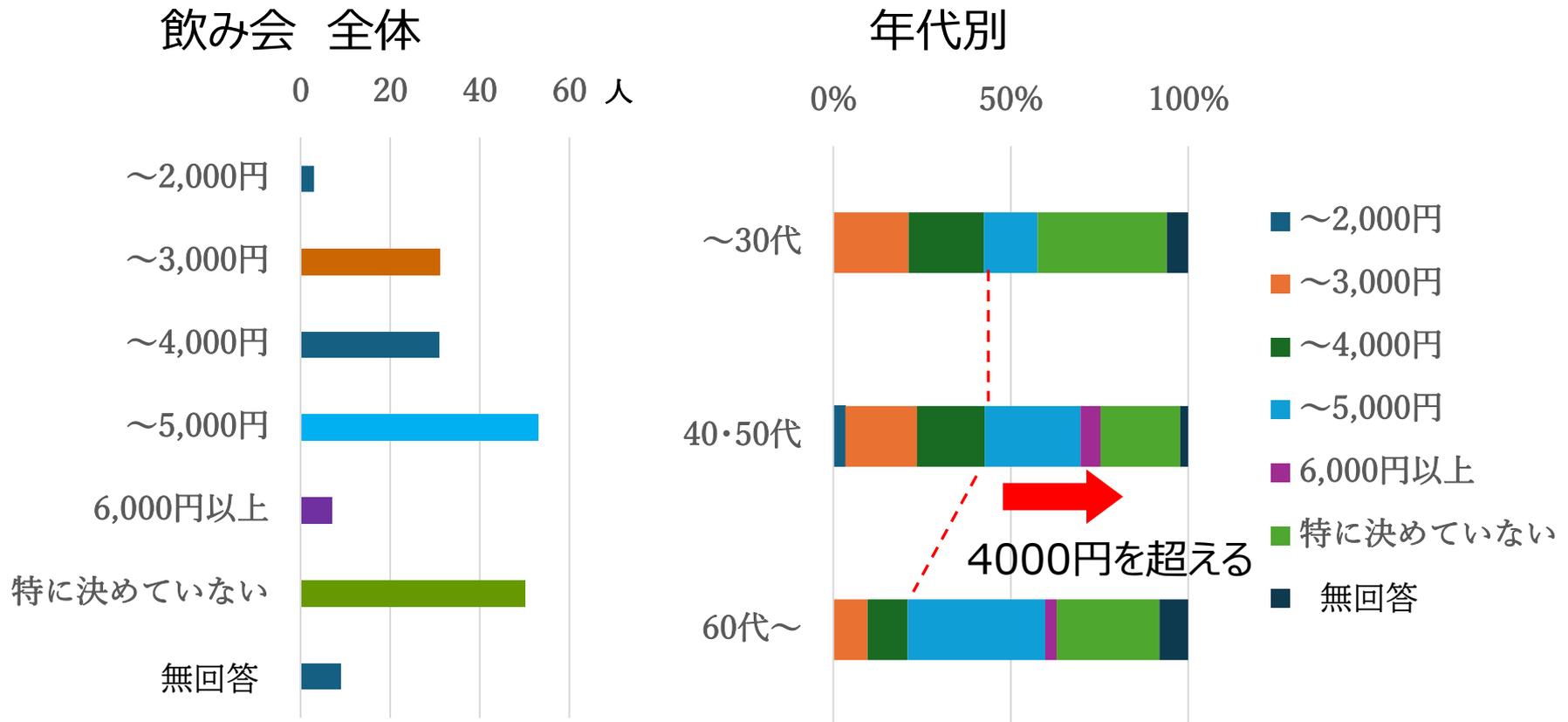
Q14. 予算について（飲み会）

Q14. 飲み会の予算はどれくらいですか？

全体として～5000円と決めているお客様が多い

4000円以内に設定しているお客様は60代～では減少している

～5000円と決めているお客様の割合が60代以上に多い



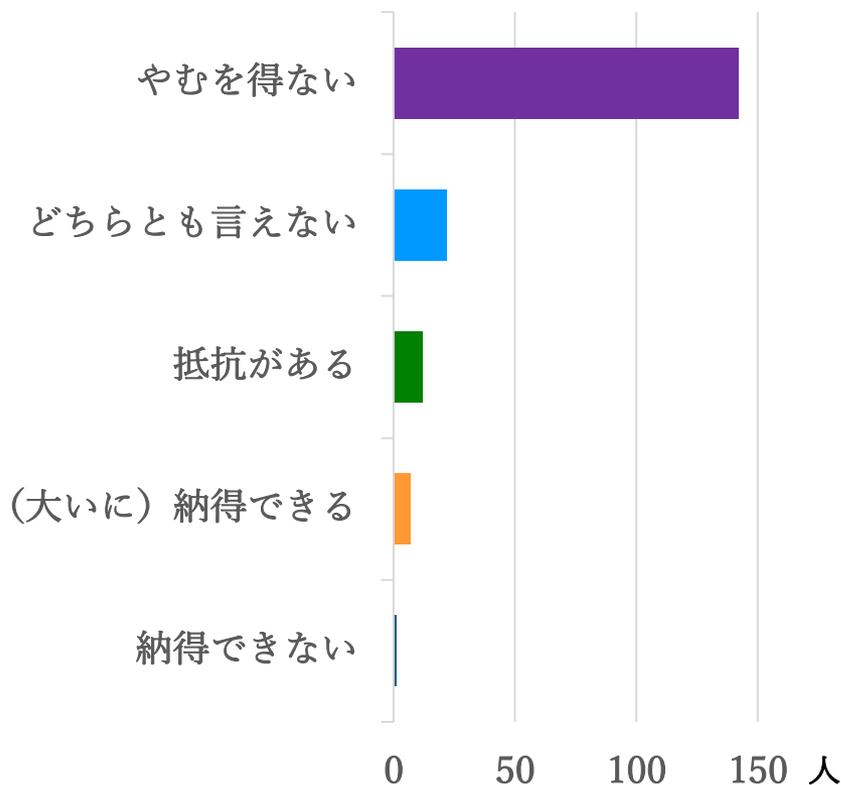
Q15. 飲食店の値上げについて

Q15. 飲食店の値上げについてはどのようにお考えですか？（今年新設）

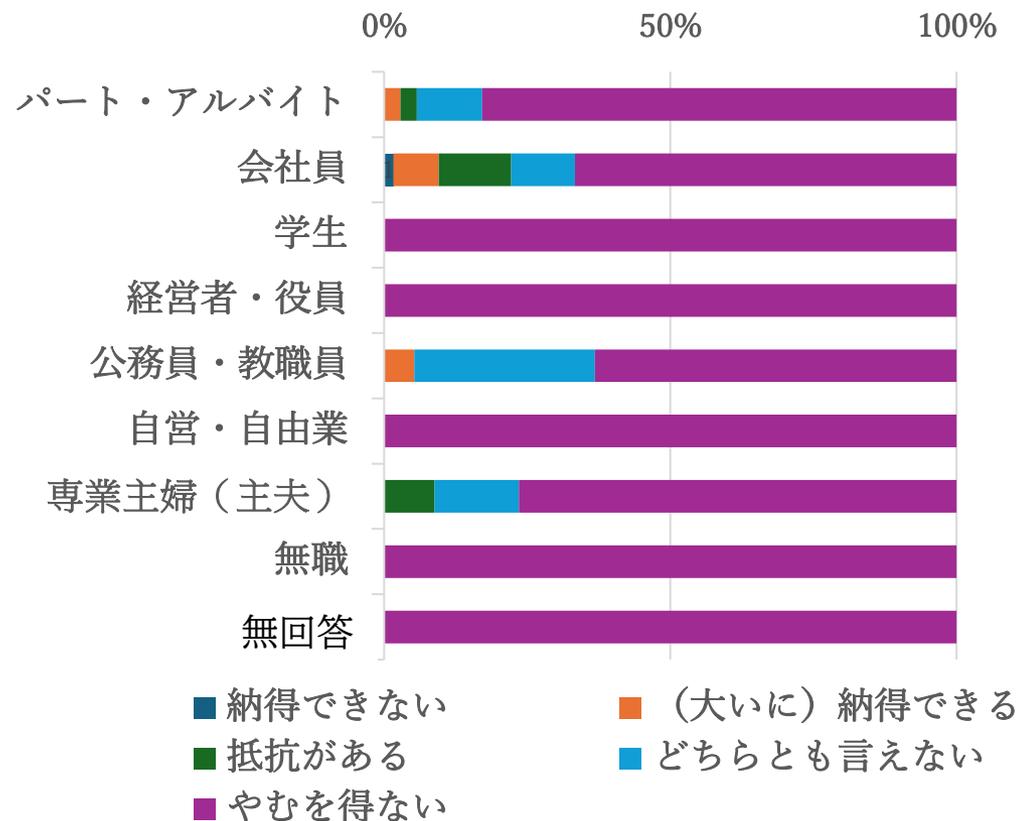
やむを得ないが最も多い

職業別で若干の差が見られる

全体



職業別構成比



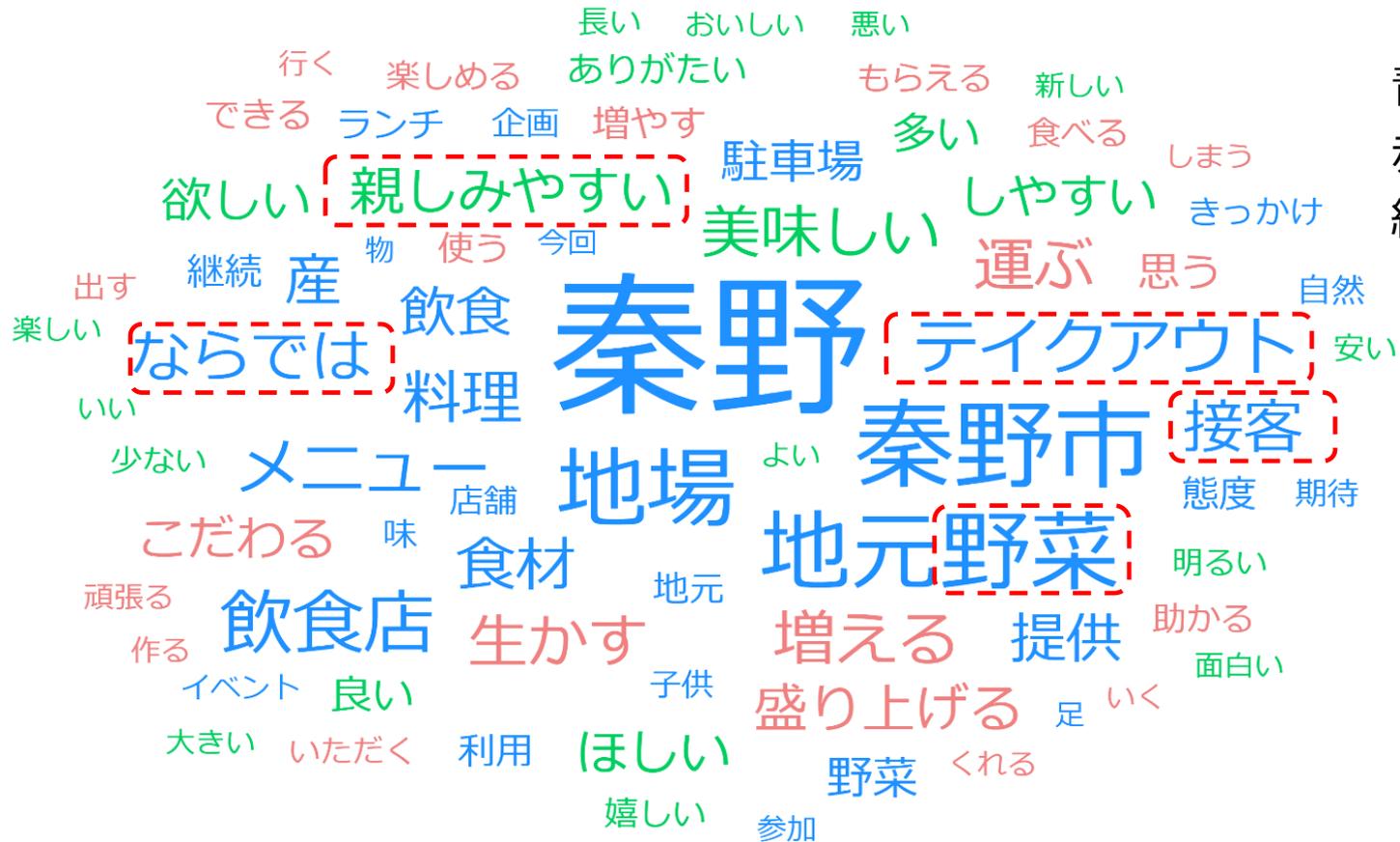
Q16. 秦野の飲食店に期待すること（自由記述）

Q16. 秦野の飲食店に期待することなどをご記入をお願いします

184名中108人が回答

テキストマイニングによる単語の頻度分析（頻度大→文字大）

赤枠は昨年無かった単語（一方ジビエ、フェスティバルなどが低下）



Q16. 秦野の飲食店に期待すること（自由記述）

【要約】

- ・地元食材の活用、個性あるメニュー、リーズナブルな価格設定
- ・地産地消を意識した料理や地元野菜・ジビエを使った新鮮で本格的なメニュー、特産物を活かしたPRが効果的
- ・接客の良さや清潔感、親しみやすい雰囲気、顧客満足に直結し、初心者でも入りやすい店作り
- ・駐車場の確保や営業時間の柔軟性、ランチや夜間営業の充実などに改善の余地
- ・テイクアウトメニューの充実や地域イベントへの積極的な参加による、街の活性化への貢献

秦野ならではの魅力を発信し、市外からの来客を増やしつつ地域全体を盛り上げてほしい

第9回目アンケート調査 まとめ

◆回答者属性など

- ・前回に比べ約80名減少
- ・全体的な傾向は、前回とほぼ同様、40代～60代が多く、女性回答者の割合が多い
ランチ利用が中心、2名での来店が多く、アルコール注文者は少数
- ・飲食店の利用は「週に1回」と回答された方が最多
- ・社会人の割合が多いにも関わらず平日や休日といった曜日はあまり関係しない
(→平日の利用が少な目 = コンビニやテイクアウトが多い)
- ・今までより利用頻度が増えたと回答された方が半数以上

◆店選びの方法

- ・前回と同様、ホームページやグルメサイト、InstagramなどのSNSなどでの検索が多い
(→店舗選択に重要な位置づけ)
- ・「おいしさ」「金額」が今回も上位1、2位だが、料理自体だけでなく、接客、居心地の良さ
雰囲気などサービスやソフト面を重視する回答も多い
(→この強化が高評価につながると再認識する必要)
- ・交通手段として車の利用が圧倒的に多い
(→車での利用への配慮が重要)

第9回目アンケート調査 まとめ

◆行きつけの店に関して

- ・「3店～5店」が最多
- ・行く頻度は月1回が最多
(→お店側が通常考える「行きつけ」の定義より頻度少)
- ・店選びと同様、美味しさのみならず、店主の人柄、居心地、接客、雰囲気も上位

◆予算関連

- ・飲み会予算「5,000円」と決めている方が最多だが、割合としては下がった
- ・「決めていない」方が昨年より5ポイントほど上がっている
- ・値上げについて約8割の方が許容
(→昨今の物価高騰との連動が理解されている)

◆自由意見

- ・期待を込めてお店を応援するメッセージが多い
- ・地元の野菜を使った料理についての意見が目立った
- ・今回、テイクアウトについての声が入っていた
- ・ジビエについては前向きなコメントが入っていたが、昨年よりも意見数は減少