フリモリサーチ

CHUCO 広告と生活情報誌

2015年10月1日
株式会社　中広

日本のまんなか意識調査
プレミアム付商品券に関するアンケート
調査結果

株式会社中広（本社：岐阜県岐阜市　代表取締役社長：後藤一俊）が運営するフリモリサーチでは、この度、岐阜県・三重県・愛知県・滋賀県・福井県・鳥取県のフリモ会員を対象に「プレミアム付商品券」についてアンケートを実施し、調査結果をまとめております。

本調査の目的は、当社の持つネットワーク（モバイル会員）を活用し、日本の「まんなか（中部圏）」に暮らしている方の消費動向を把握することです。

＜調査結果ハイライト＞

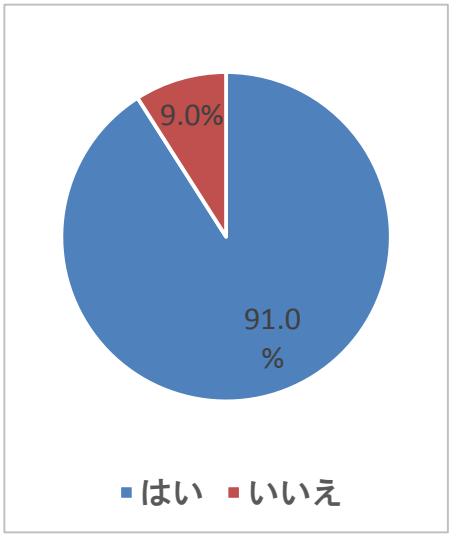
- **プレミアム付商品券を購入した　31％**
- **プレミアム付商品券を利用した・利用予定の場所**
  - **第1位　スーパーマーケット**
  - **第2位　大型商業施設**
  - **第3位　飲食店**
- **1回で利用する商品券の金額**
  - **1,000～5,000円未満　66％**
- **プレミアム付商品券が使えるお店を知っている　64％**
- **情報誌に商品券が使えるお店が載っていたら活用する　83％**
- **プレミアム付商品券は地域を活性化する効果がある　60％**

プレミアム付商品券の経済効果を期待する声が大きい一方で、暮らし向きが悪くなったと回答する人の増加が気にかかる。
プレミアム付商品券は日常生活の中で現金等の代りに利用する傾向がみられるが、消費者が耐久財の買替えやワンランク上の贅沢にお金を使う動機付けになるような施策が必要ではないだろうか。

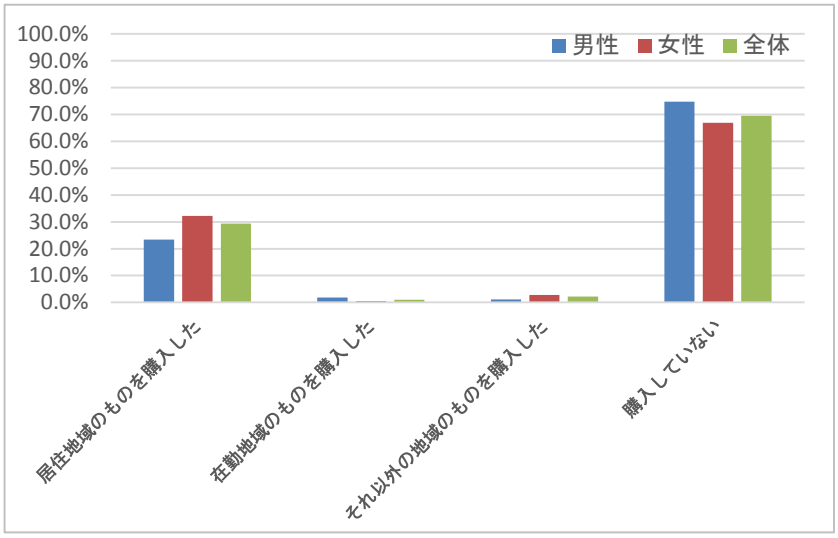
【本調査に関するお問合せ先】
株式会社　中広　開発本部　クリエイティブ部　企画課　CMR担当
TEL：058-214-3325　E-mail：info@furimo.jp

プレミアム付商品券の認知度と購入の有無について

Q1 ご存知ですか？

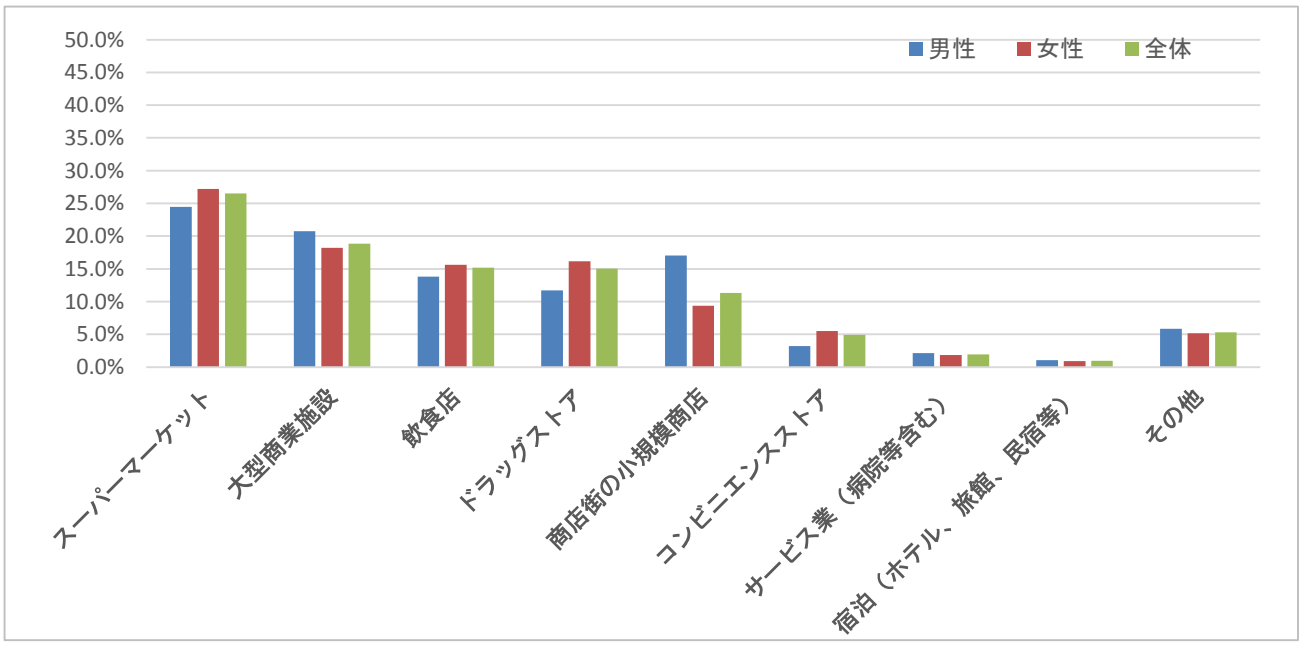


Q2　購入しましたか？



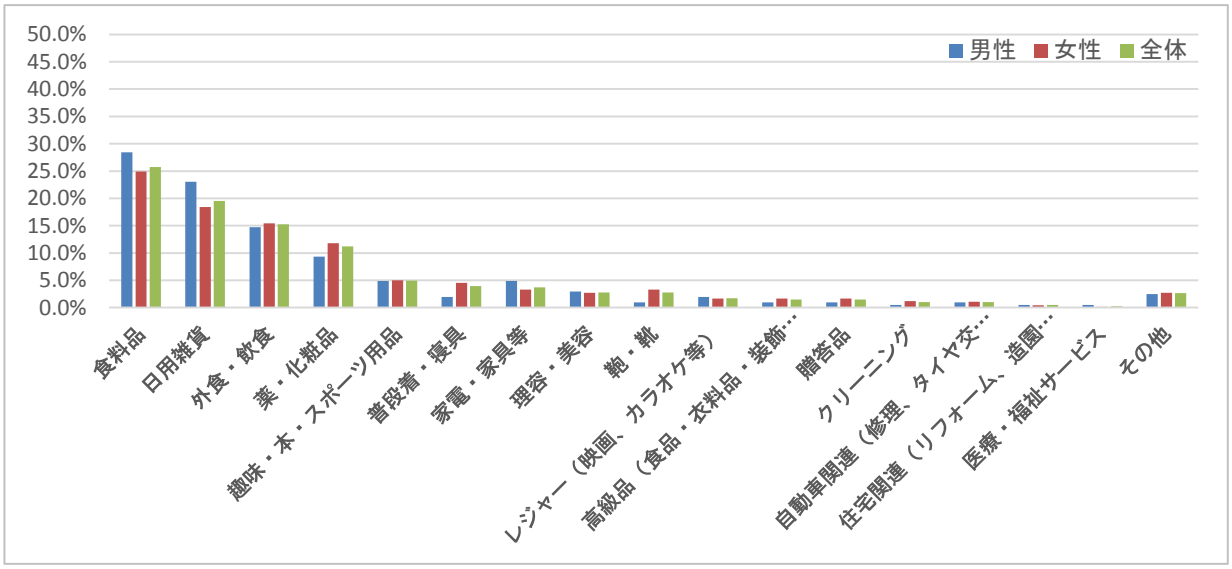
プレミアム付商品券は9割以上に認知されている。一方、実際に購入した方は約3割にとどまる。
居住地域以外のものを購入した人は3.2%。男性よりも女性の購入率が比較的高い。

Q3 プレミアム付商品券を利用した・利用予定の場所や店舗は？



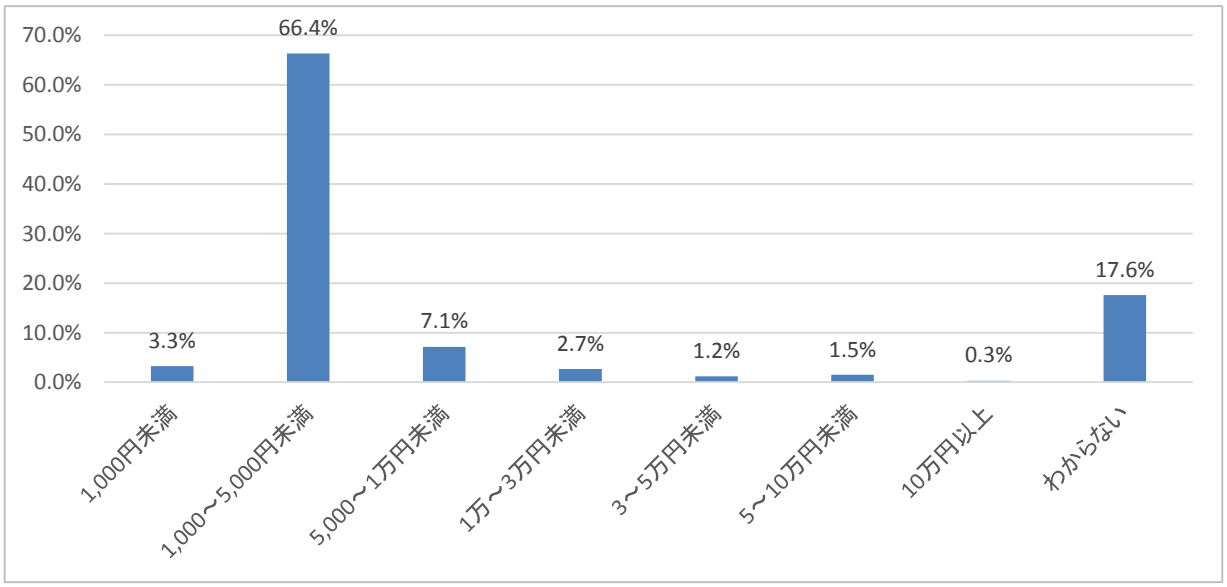
利用場所の第1位はスーパーマーケット、第2位は大型商業施設、第3位は飲食店である。
宿泊への利用は1%となり、普段の日常生活において利用している状況がうかがえる。
特に女性はスーパーマーケットやドラッグストアでの利用が相対的に高い。
一方、男性は商店街の小規模店舗での利用も多い様子がみられる。

Q4　プレミアム付商品券を利用した・利用予定のものは？



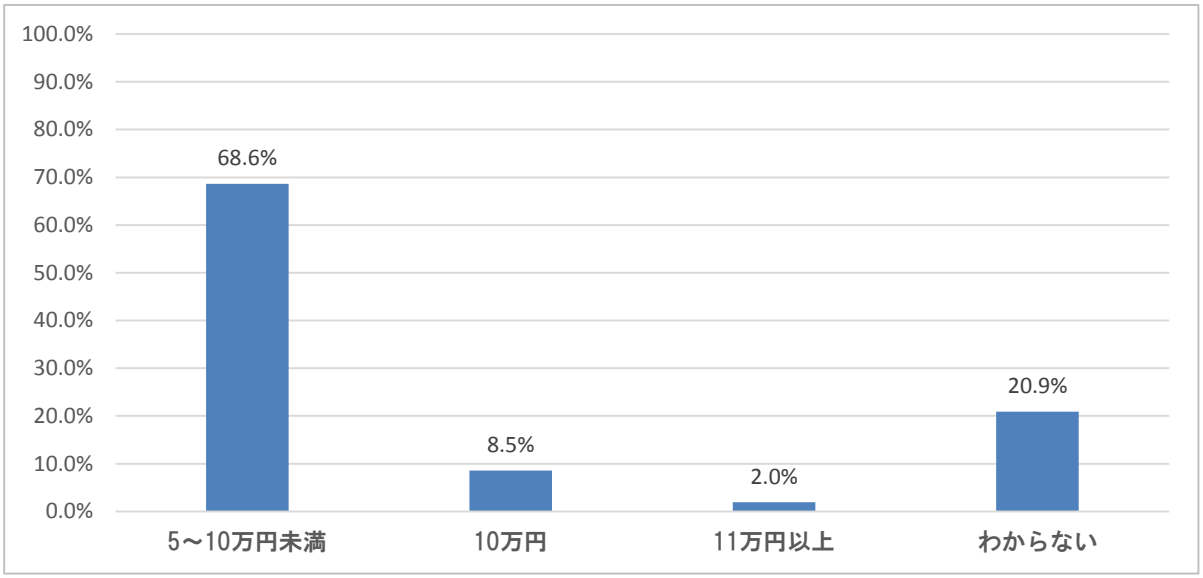
食料品への利用度が一番高く、次いで日用雑貨、3位は外食・飲食、4位は薬・化粧品となり、プレミアム付商品券を食費に、もしくは日用品の購入に充てている様子が伺える。

Q5　プレミアム付商品券を1 回のお買い物で使う金額は？



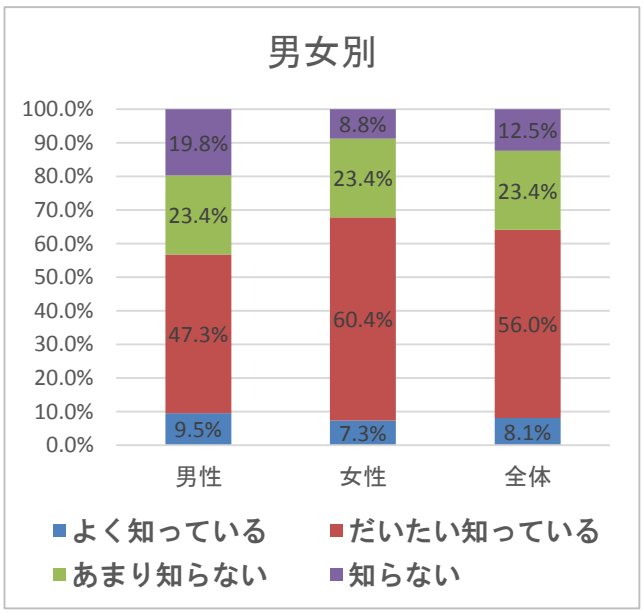
1回での利用金額は1,000円～5,000円未満が圧倒的に高い。
2位、3位を合わせて「1万円未満を利用する」が8割近くに上る。
利用金額からもプレミアム付商品券はこれまでと同じ消費生活の中で現金等の代りとして利用されている状況がみられる。

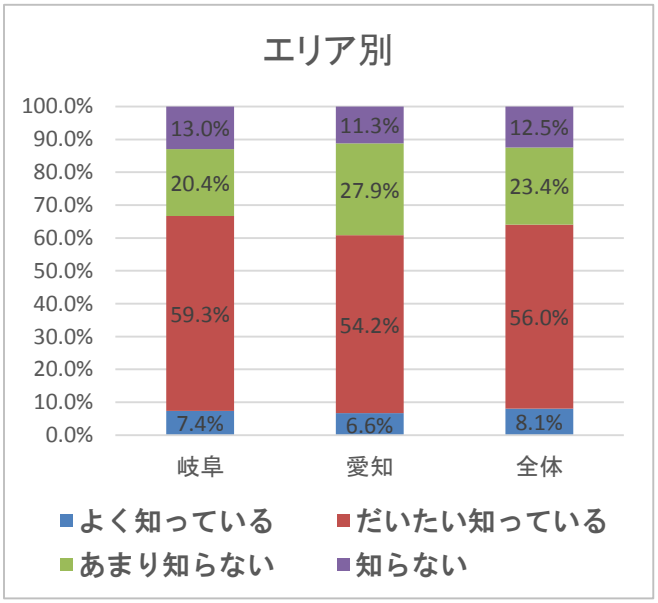
Q6　プレミアム付商品券の適当だと思う購入限度額は？



購入限度額は5～10万円未満が68.6%と約7割に上る。「わからない」の回答は2割である。

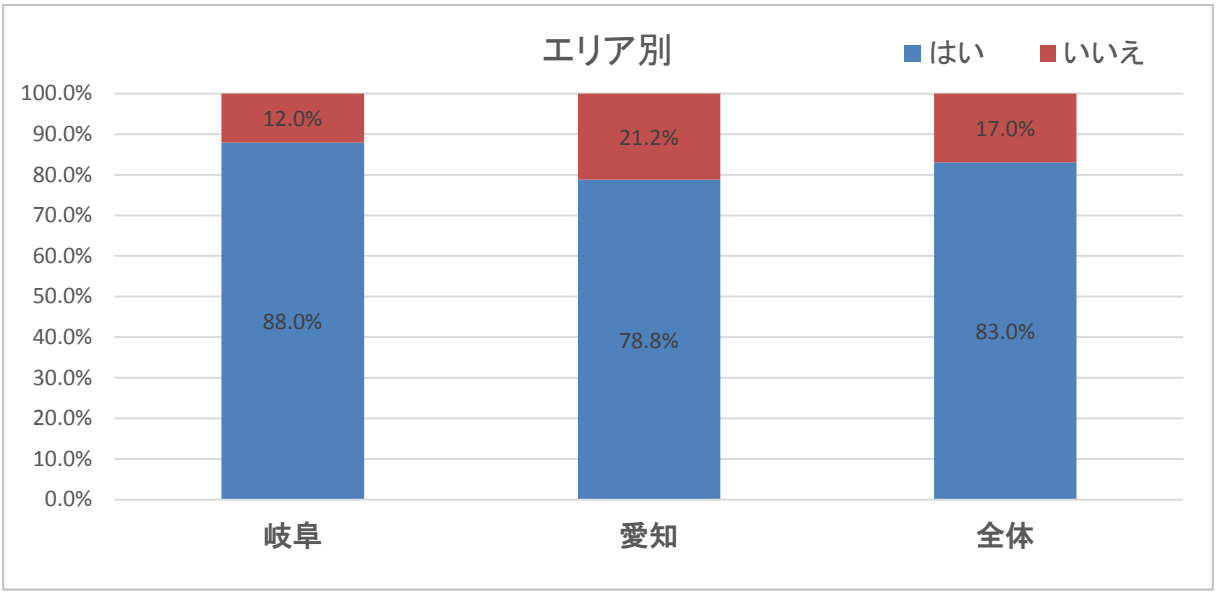
Q7　プレミアム付商品券が使えるお店を知っていますか？





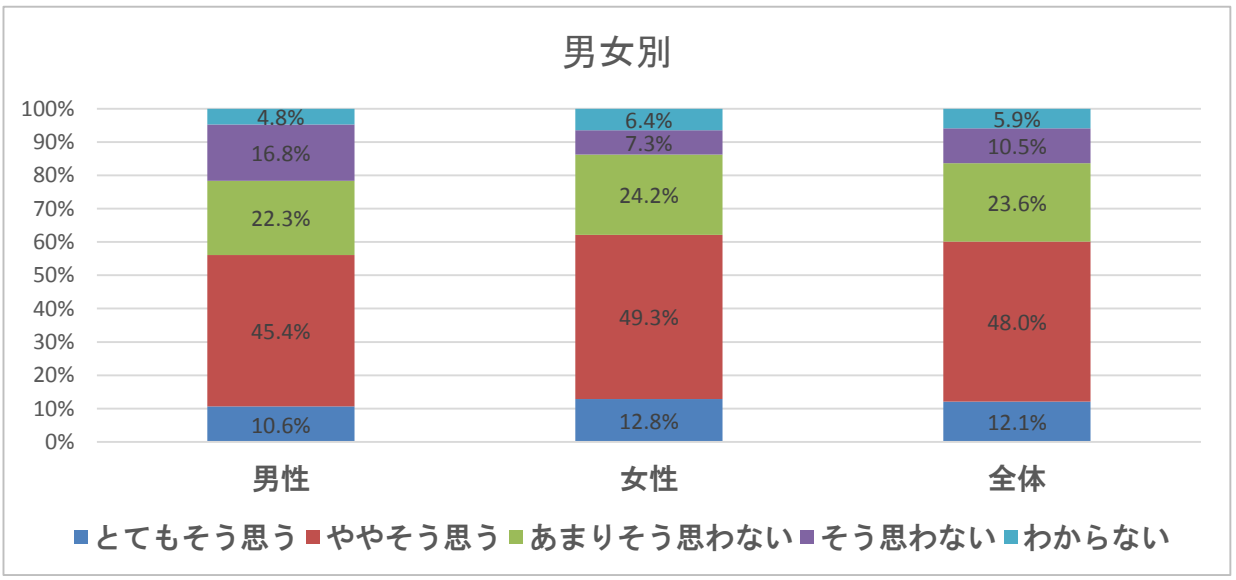
「よく知っている・だいたい知っている」は64%、「あまり知らない・知らない」は36%である。
性別では、女性は男性より認知率が高い。
エリア別では、岐阜県は愛知県よりも認知率が高い。

Q8　情報誌にプレミアム付商品券が使えるお店が掲載されていたら活用しますか？



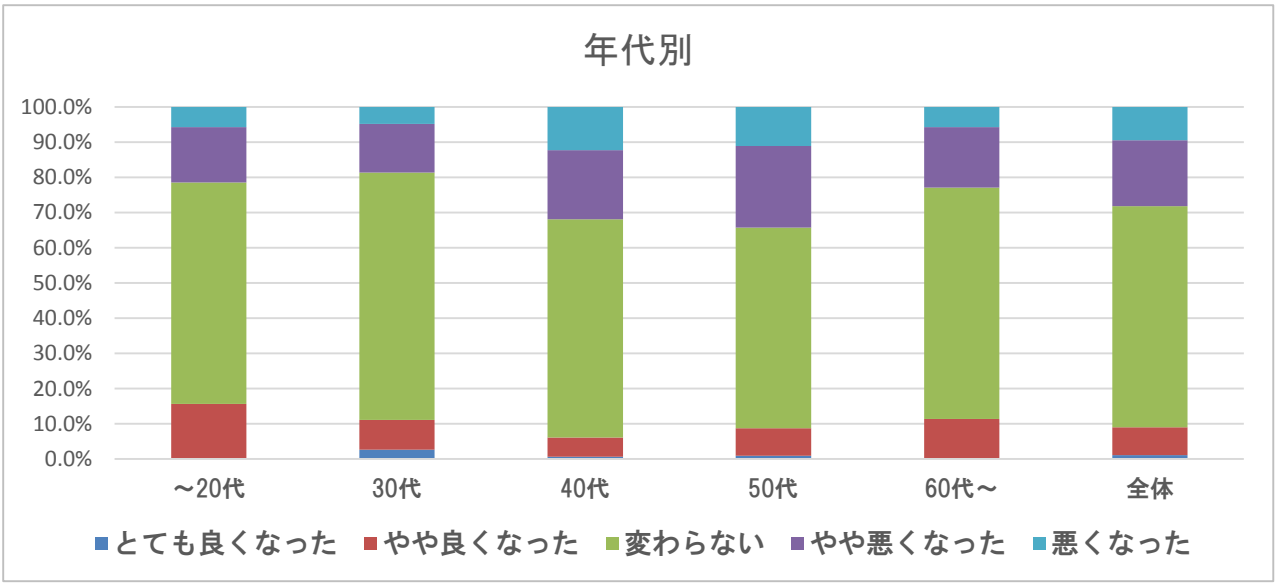
情報誌にプレミアム付商品券が使えるお店が掲載されていたら活用すると回答した人が83%。
エリア別では岐阜のほうが愛知よりも「はい」が10%程度上回った。

Q9　プレミアム付商品券で地域を活性化する効果があると思いますか？



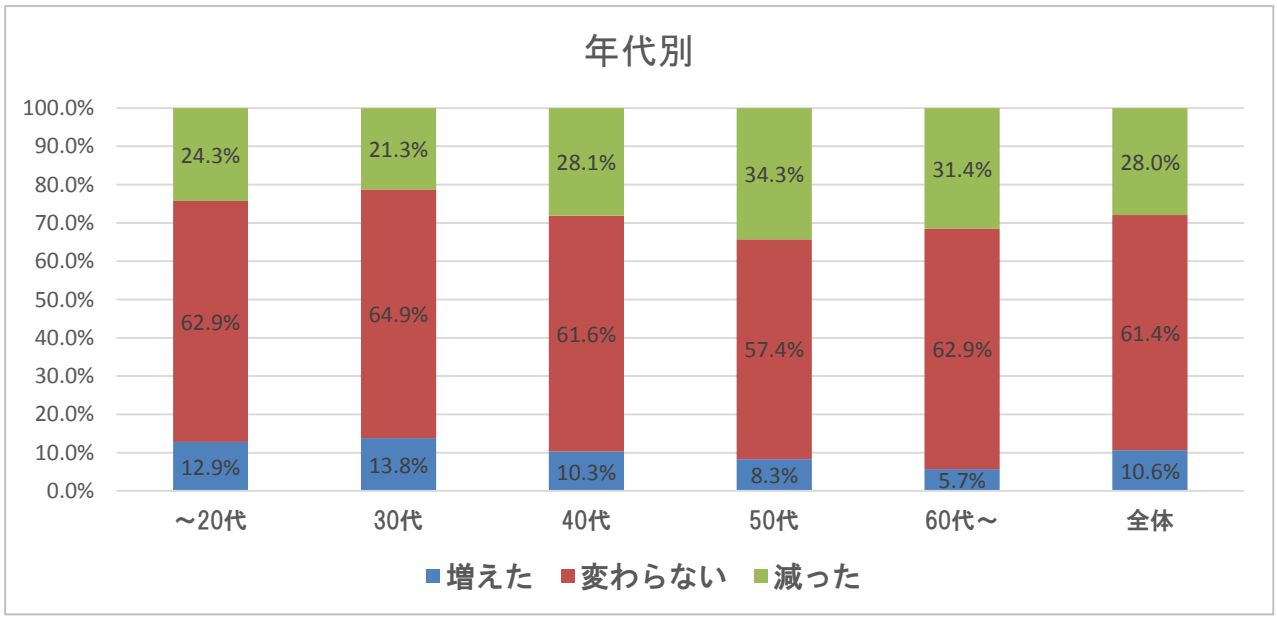
「経済活性化の効果がある」の回答は60%である。
また、性別では、女性のほうが男性と比較して活性化の効果に肯定的な回答比率が高い。

Q10　昨年に比べ暮らし向きはよくなりましたか？

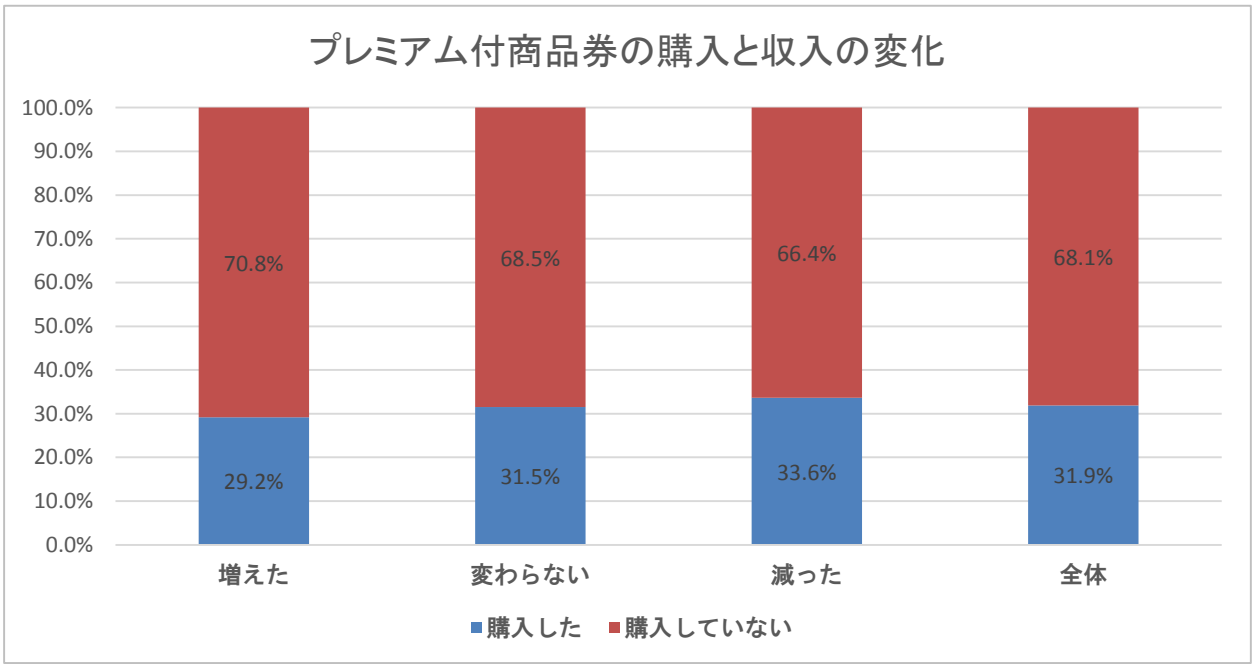


「変わらない」が一番多いが（62.8%）、「悪くなった」の回答が「良くなった」の回答を上回る。
年代別にみると、40代、50代では「悪くなった」と回答した比率が高い。

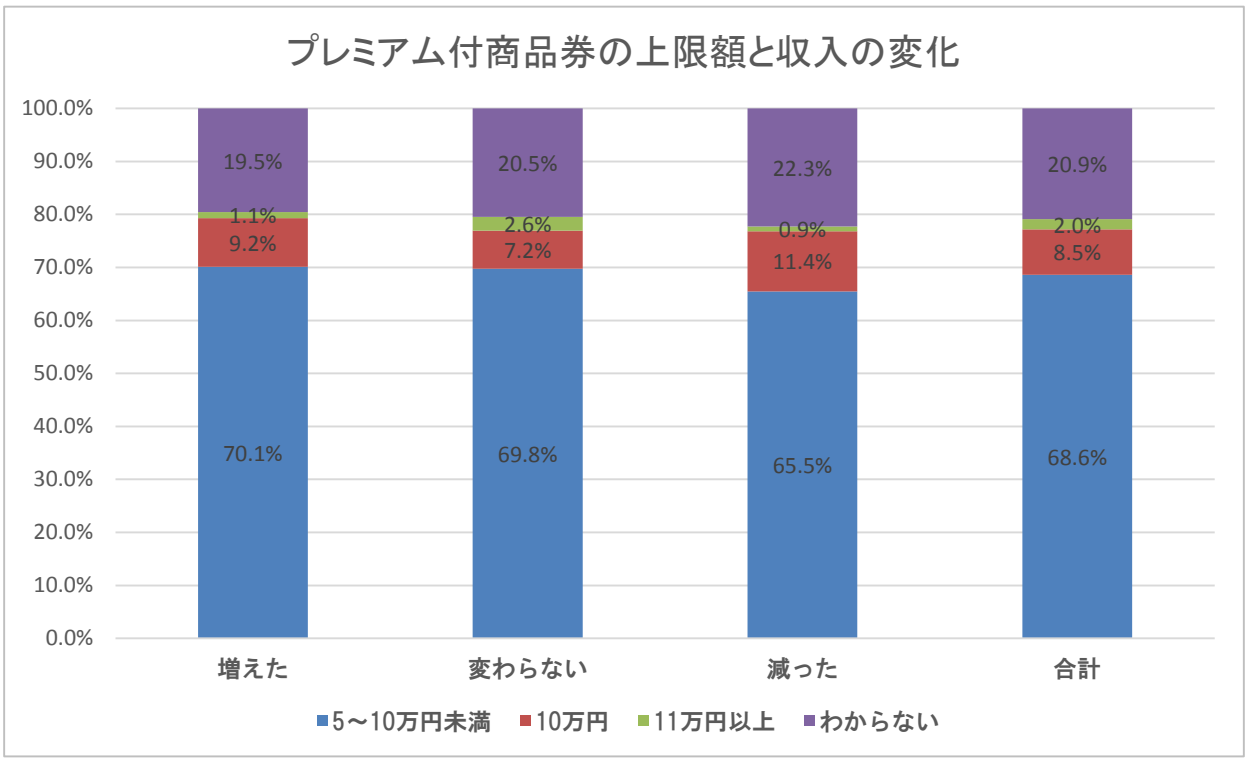
Q11　昨年にくらべ収入に変化はありましたか？



Q10の暮らし向きと同様に、収入に関しても、「変わらない」が最も多く、「悪くなった」の回答が「良くなった」を上回る結果となった。全体で約3割が「減った」と回答している。
また年代別にみても、40代、50代が「減った」と回答した比率が高い。

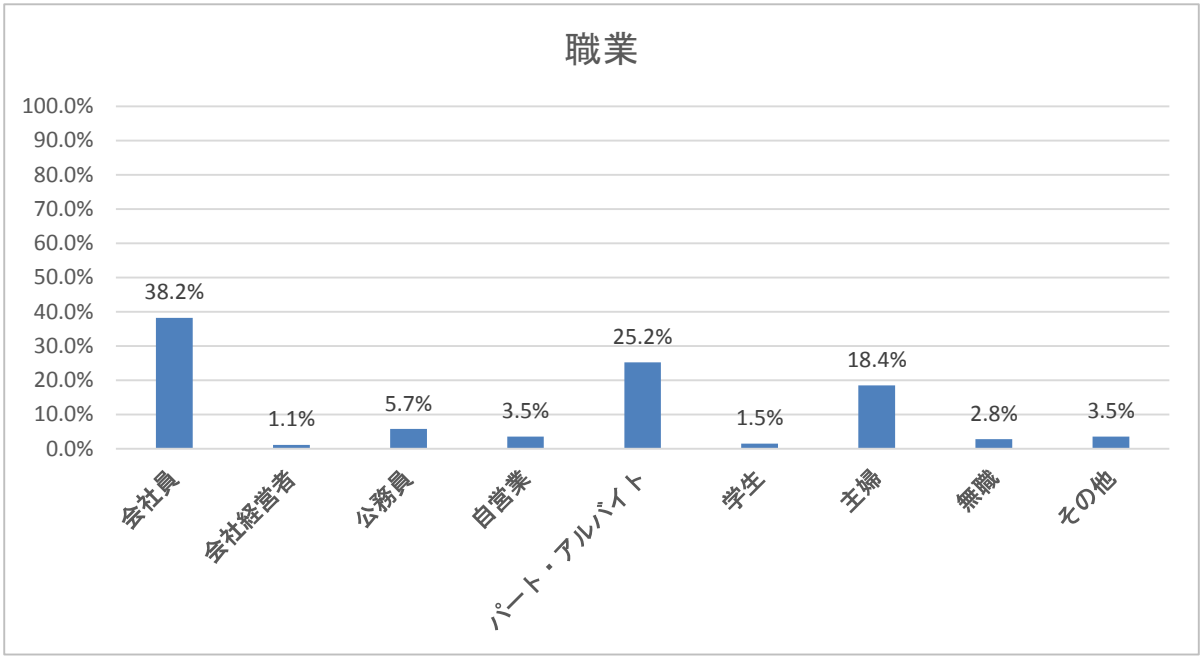


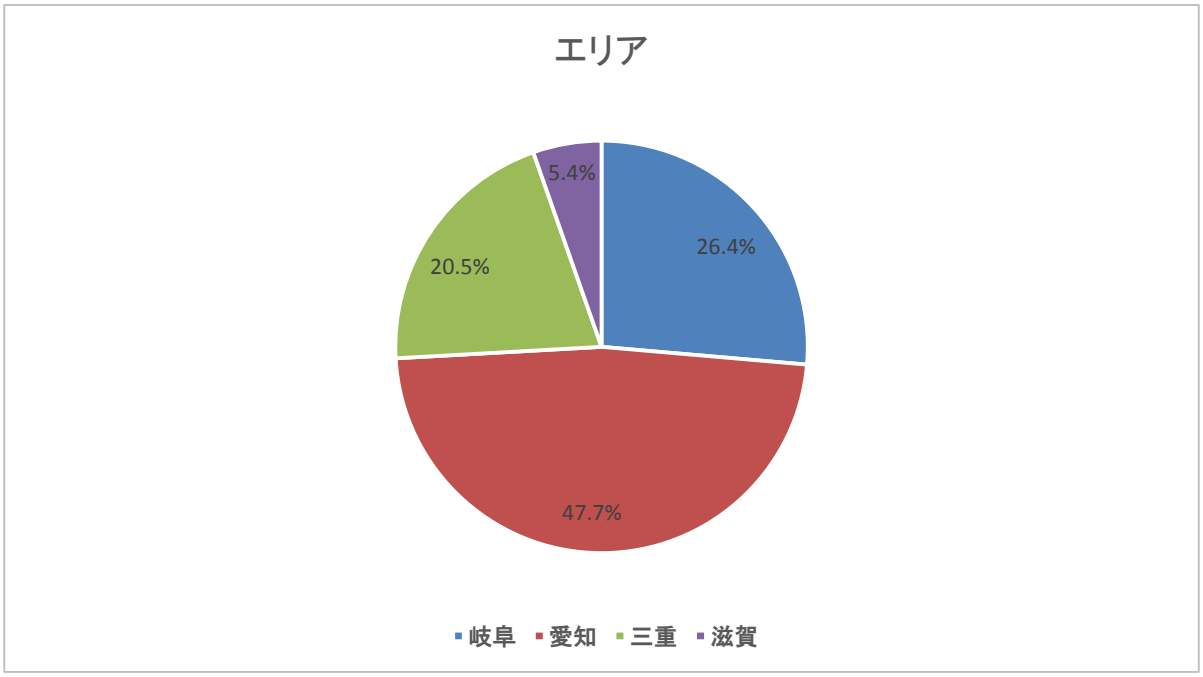
プレミアム付商品券の購入の有無を収入別でみると、収入が「減った」と回答した人は購入率がわずかながら高い結果となった。



プレミアム付商品券の上限額を収入別でみると、収入が「減った」と回答した人は収入が「増えた」「変わらない」と回答した人に対し「上限額10万円」の回答比率が高いと同時に「わからない」と回答する比率も高い。

基礎属性


職業
100.0%
90.0%
80.0%
70.0%
60.0%
50.0%
40.0%
30.0%
20.0%
10.0%
0.0%
38.2%
1.1%
5.7%
3.5%
25.2%
1.5%
18.4%
2.8%
3.5%
会社員
会社経営者
公務員
自営業
パート・アルバイト
学生
主婦
無職
その他


エリア
5.4%
26.4%
20.5%
47.7%
岐阜
愛知
三重
滋賀

【調査概要】
調査概要：日本のまんなか意識調査　プレミアム付商品券についてのアンケート
調査方法：フリモリサーチ
調査時期：2015年8月4日～8月16日
有効回答数：10～70代　男性273人　女性546人　合計819人

【フリモリサーチについて】
「フリモリサーチ」とは株式会社中広が運営するモバイルサイト「フリモ®」の会員に対しアンケート調査を実施するアンケート組織です。登録いただいている男女約97,500人を対象に不定期のアンケートを実施し、アンケート結果をサービス改善や資料作成に役立てています。

【フリモ®について】
「フリモ®」とは株式会社中広が運営する携帯ポータルサイトです。中部圏を中心に発行している各戸配布の生活情報誌と連動し、飲食店、ヘアサロン、整体、スクール、ハウジングなど、様々なジャンルが掲載されています。現在約13県140市町村郡の情報を掲載しており、掲載店舗・掲載エリアを拡大しております。
http://sp.furimo.jp/

【株式会社　中広について】
株式会社中広は岐阜に本社を置く広告会社です。当社は、東京・愛知・岐阜・三重・滋賀・福井・鳥取の1都6県下でメディア事業及び広告セールスプロモーション事業を展開しております。1978年の設立以来、多くの方々に支えられ、2007年セントレックスに上場、2012年に名証2部に上場、2014年には東証2部に上場致しました。
メディア事業においては、地域に根ざした生活情報を収集・編集して地域みっちゃく生活情報誌®を愛知・岐阜・三重・滋賀・福井・群馬・鳥取の7県で52誌317万部を発行（VC含め88誌518万部）、無料で各家庭に配布しております。また、イベントセミナー事業（講演会・研修会・イベント）・クロスメディア事業（フリモ・通販・PR）を実施しております。
広告SP事業においては広告戦略・広告計画・販売促進計画を立案する総合広告会社として、スポンサーの要望に応える媒体選択、デザイン提案、販売促進策の企画運営を行なっております。
http://www.chuco.co.jp/

株式会社　中広
本　社：岐阜県岐阜市東興町27番地
TEL：058-247-2511（代）
創　業：昭和53年5月1日
資本金：4億430万円
代表取締役社長：後藤一俊

【回答者属性】

	～20代	30代	40代	50代	60代～	合計
男性	13	48	104	91	17	273
女性	57	140	206	125	18	546
合計	70	188	310	216	35	819