

ハンサム・ママフェスタにおけるアンケート調査 実施概要

1 目的

主に子育て世代（女性）の消費者（エンドユーザー）としての実態やニーズを把握する。

（ハンサム・ママフェスタについて）

市は、「子育てしながら理想の働き方を実現」するために、創業や就労の支援を行う独自事業「ハンサム・ママプロジェクト」を平成 28 年度からスタートしている。「ハンサム・ママフェスタ」はプロジェクト参加者による出店イベントであり、平成 29 年度は 2 回実施し、約 1,500 人が来場した。

2 実施概要

（1）実施日及び場所

実施日：平成 30 年 7 月 10 日（火）10 時～13 時

場 所：アスタ 2 階センターコート

（2）実施方法

調査票をもとに、調査員が来場者にインタビューし、回答を記録する。

目標回答者数は 100 名程度を予定。

（3）調査項目（案）

① 日常の買物（食料品、日用雑貨等）をするエリア

（田無駅・西武柳沢駅・東伏見駅・ひばりヶ丘駅・保谷駅・その他）

② 日常の買物（食料品、日用雑貨等）をする場所

（地域商店街の小規模店・スーパー等大型店・宅配・コンビニエンスストア・その他）

③ ②で買物をする理由

（近さ・安さ・品質・品揃え・接客・営業時間・その他）

※選択した回答について、具体的に聞く

④ 地域商店街の利用意向

（利用している・利用していないが今後利用したい・利用しようと思わない）

※理由を具体的に聞く

⑤ 地域の商店街がより魅力的になるために必要と思うこと

（商品、サービスの充実・滞在できる場所の充実・商店街全体の景観・防犯、防災等の取組み・イベントの充実・情報発信の強化・その他）

⑥ 地元産農産物の購買意向

（購入している・購入していないが今後購入したい・購入しようと思わない）

※理由を具体的に聞く

⑦ 回答者の属性

・性別 ・年齢 ・職業 ・住所（町丁目まで） ・世帯構成