

伝統的工芸品に対して消費者が抱く購入・使用意欲や課題意識について —福岡・佐賀の伝統的工芸品に関する消費者意識調査より—

Consumers' Willingness to Purchase and Use Traditional Crafts and Awareness of Issues
— From a Consumer Awareness Survey on Traditional Crafts in Fukuoka and Saga —

大淵和憲

九州産業大学伝統みらい研究センター

Obuchi Kazunori

MIRAI Research Center for Traditional Crafts, Kyushu Sangyo University

Key words : traditional craft, awareness of purchase and use, internet survey

要旨

伝統工芸産業の活性化推進に向けて、各産地ではターゲット顧客の明確化や、商品開発や販売、コミュニケーション等を通じた、売上確保に向けた様々な取り組みが行われている。本研究では全国の消費者1,000人に対してインターネット調査を実施し、福岡・佐賀の伝統的工芸品9品目について、認知度や興味関心、購入・使用に際しての意識等に関する回答を得た。

その結果、9品目それぞれに消費者の認知度や興味関心度が異なっていることがわかった。これは今後それぞれの伝統的工芸品を消費者にいかにかアピールしていくべきであるか、その方向性を示唆するものであると考える。

Summary

In order to promote the revitalization of the traditional craft industry, various efforts are being made to secure sales through clarification of target customers, product development, sales, communication, etc. in each production area. In this study, the author conducted an internet survey on 1,000 consumers nationwide, and responses were obtained regarding the awareness, interests, and awareness of purchasing and using nine traditional crafts from Fukuoka and Saga prefectures.

As a result, the author found that consumers' awareness and interests differed in each of the nine items. This suggests how to appeal each traditional craft to consumers in the future.

1. はじめに¹⁾

我が国における国指定伝統的工芸品のうち、福岡県には7品目、佐賀県には2品目存在する(表1)。様々な販売手法の展開に伴い、これらの工芸品に対する消費者の認知・関心の度合いや、購入・使用したいと思う理由等について把握することは、生産者にとって今後ますます重要な取り組みになっていくと思われる。本研究では、消費者の意識の現状を調査し、そこから見出される論点を整理し、提言を行うことを目的とした。

表1. 福岡・佐賀県の国指定伝統的工芸品一覧

県名	品目名	工芸品の分類	主な製品
福岡県	小石原焼	陶磁器	かめ、壺、置物、飲食器
	博多織	織物	帯、小物、ネクタイ、ドレス生地、インテリア製品
	博多人形	人形・こけし	美人もの、男もの、歌舞伎もの
	久留米絣	織物	着物地、洋装、インテリア商品
	八女福島仏壇	仏壇・仏具	金仏壇
佐賀県	上野焼	陶磁器	茶器、酒器、花器、飲食器、香器、装飾器
	八女提灯	その他	盆提灯、祭礼提灯、献灯提灯、装飾提灯
	伊万里・有田焼	陶磁器	和洋食器、装飾品
	唐津焼	陶磁器	茶器、花器、徳利

出所: 伝統工芸青山スクエア「工芸品を知る」(<https://kougeihin.jp/learn/>)、2022年3月4日閲覧)

2. 先行調査研究

先行調査研究について、まず首都圏や全国における伝統工芸品消費者を対象とした以下の2調査を挙

げる。

一つ目は、伝統産業事業者が戦略的なマーケティングを行う上での基礎資料とするために行った京都市（2007）の調査である。この調査ではまず、団塊の世代に関する既存調査を取りまとめ、その消費行動や趣味嗜好等の把握がなされた。次に、既存調査の分析から導かれた仮説の検証等を行うため、当時消費市場に占める割合が大きく、新たな市場を創造する可能性を秘めている「首都圏に住む団塊の世代」に調査対象を絞り、インターネットによるアンケート調査が実施された。そして、「所得・金融資産」「価値観・意識」「趣味・文化的活動、消費」「コミュニケーション」の4つの視点に基づいて分析が進められ、京都の伝統工芸品購入に際しての意識等の把握がなされた。

二つ目は、吉田（2014）によるもので、伝統工芸産業のうち着物関連産業を対象を絞った調査が行われた。着物ユーザーの特性と、ユーザーにとっての着物の価値を、消費者調査によって明らかにする目的で実施され、文献調査やユーザーインタビュー、事業者ヒアリングによる探索的調査と、インターネットアンケート調査を通じて、着物愛好者の市場セグメントとその特徴の明確化が行われた。

以上の先行調査から少なくとも5年以上が経過し、消費者の年齢構成等が変容している現状がある。

ついで、福岡・佐賀の国指定伝統的工芸品に対して、全国の消費者がどのような消費意識を持っているかを把握する調査について以下2点を挙げる。

一つ目は黒木ほか（2009）によるもので、陶磁器消費地である福岡市都市圏の消費者と、窯業が盛んである有田・伊万里の消費者を対象に、陶磁器需要

に関する消費者意識調査が行われた。この調査では、消費地の消費者、生産地の消費者、及び生産者の意識の差異や消費者意識の差異がどのような要因と関係が強いのかといったことを分析している。

二つ目は内山（2020）によるもので、福岡県の伝統的工芸品・博多織に関し、九州地方の消費者がどのような消費意識を持ち、消費行動を行っているか等についてのアンケート調査である。この結果を基に、博多織の需要構造分析や、消費主体である成人女性の消費行動分析が行われた。

以上の他にも消費者を対象とした調査研究は存在するが、管見の限り、福岡・佐賀で生産される国指定伝統的工芸品9品目について、全国の消費者を対象とし、その消費意識や興味関心等を把握する調査研究はこれまで見られないものと思われる。

3. 消費者調査の方法

消費者調査のデータ収集は、インターネットによるアンケート調査によって行った。実査は楽天インサイト株式会社に委託した。

3.1. 対象者

消費者調査の回収目標数は1000サンプルで、総務省統計局の「人口推計」（2019年10月1日現在）の人口をもとに、全国を7地区、性別及び年齢を10区分とした人口構成比割付を行った。

3.2. 調査の構成

消費者調査は2021年1月13日から15日の間に実施し、有効回答1000サンプルが得られた。

調査対象とした工芸品は、福岡県の7品目（博多織、博多人形、久留米緋、小石原焼、上野焼、八女福島仏壇及び八女提灯）と、佐賀県の2品目（伊万

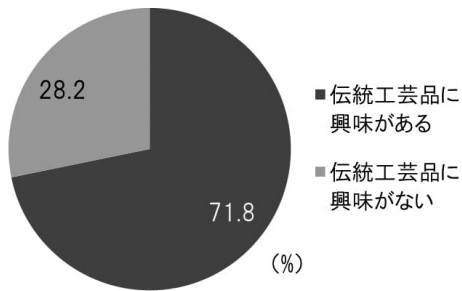


図 1. 「伝統工芸品全般への興味の有無」回答内訳

表 2. 「伝統工芸品全般への興味の有無 (性別年代別)」回答内訳

	伝統工芸品について	興味がある(%)	興味がない(%)	計
男性	18～29歳	50 (63.3)	29 (36.7)	79
	30～39歳	57 (74.0)	20 (26.0)	77
	40～49歳	63 (64.3)	35 (35.7)	98
	50～59歳	61 (72.6)	23 (27.4)	84
	60～79歳	120 (75.5)	39 (24.5)	159
	全体	718 (71.8)	282 (28.2)	1000
女性	18～29歳	53 (70.7)	22 (29.3)	75
	30～39歳	57 (78.1)	16 (21.9)	73
	40～49歳	61 (64.2)	34 (35.8)	95
	50～59歳	59 (70.2)	25 (29.8)	84
	60～79歳	137 (77.8)	39 (22.2)	176
全体	718 (71.8)	282 (28.2)	1000	

※回答の割合が全体の割合より5ポイント以上高いセルは灰色地に下線付で表記。(以下同じ)

里・有田焼及び唐津焼)であった。アンケート内では各品目の製品を示す写真として、福岡県の7品目は県ホームページのフリー素材写真を使用し、佐賀県の2品目は県ホームページ掲載写真の使用許可を得た上で使用した。

設問は計18問で構成され、主に京都市(2007)を参考に作成した。伝統工芸品全般への興味の有無をはじめ、福岡・佐賀の国指定伝統的工芸品9品目(以下「福岡・佐賀9品目」という。)の認知・関心度や購入経験の有無、購入意欲や使用意欲、さらに購入したい/使用したいと答えた人には、その理由についても尋ねた。

そして、福岡・佐賀9品目の課題・問題点や、実店舗・ネット通販サイトでの購入の際に重視する点、及び購入しようとする際の情報源について尋ねた。

なお、回答者属性の設問として、ライフスタイル、商品・サービスの決済可能額、出費対象、インターネットの利用状況や意欲、楽しみにしていることや人的関

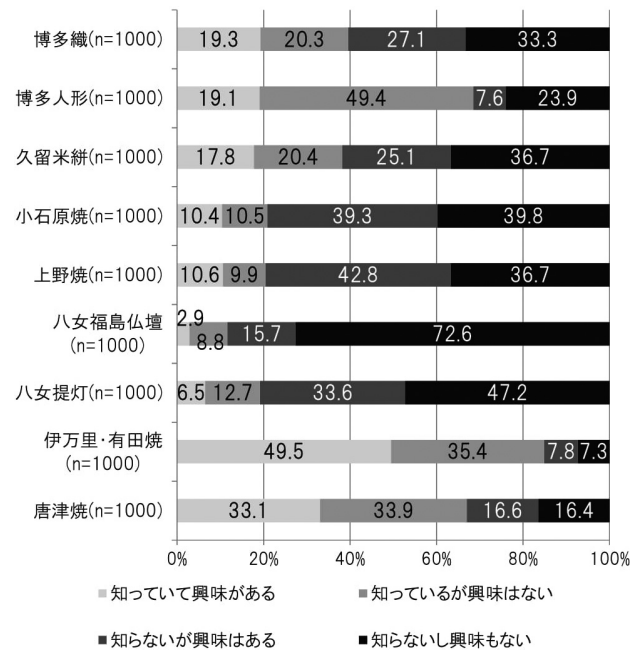


図 2. 「福岡・佐賀9品目の認知・関心度」回答内訳

係、及び世帯年収・職業・貯蓄額についても尋ねた。各設問の内容と回答状況を付属資料1に示した。

4. 調査の結果

4.1. 伝統工芸品全般への興味の有無

伝統工芸品全般への興味の有無については、全体の71.8%が「興味がある」と回答していた(図1)。

この回答内容を性別・年代別で区分したのが表2である。それぞれの区分で「興味がある」の割合を比較すると、「女性30～39歳」が78.1%、「女性60～79歳」が77.8%といずれも全体(71.8%)より5ポイント以上高かった。また、「興味がない」の割合を比較すると、「男性18～29歳」が36.7%、「男性40～49歳」が35.7%及び「女性40～49歳」が35.8%といずれも全体(28.2%)より5ポイント以上高かった。

4.2. 福岡・佐賀9品目の認知・関心度

まず、福岡・佐賀9品目の認知・関心度について、回答の単純集計を図2に示した。このうち、伊万里・有田焼を「知っている(知っている興味がある+知っているが興味はない)」が84.9%に上った。また、博多人形について「知っているが興味はない」が49.4%に上った。さらに「知らないが興味はある」

表 3. 「博多織の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

博多織について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	11 (13.9)	11 (13.9)	20 (25.3)	37 (46.8)	79
30～39歳	8 (10.4)	13 (16.9)	27 (35.1)	29 (37.7)	77
40～49歳	9 (9.2)	19 (19.4)	25 (25.5)	45 (45.9)	98
50～59歳	11 (13.1)	22 (26.2)	17 (20.2)	34 (40.5)	84
60～79歳	29 (18.2)	44 (27.7)	35 (22.0)	51 (32.1)	159
18～29歳	12 (16.0)	8 (10.7)	35 (46.7)	20 (26.7)	75
30～39歳	17 (23.3)	8 (11.0)	27 (37.0)	21 (28.8)	73
40～49歳	17 (17.9)	7 (7.4)	33 (34.7)	38 (40.0)	95
50～59歳	14 (16.7)	23 (27.4)	25 (29.8)	22 (26.2)	84
60～79歳	65 (36.9)	48 (27.3)	27 (15.3)	36 (20.5)	176
全体	193 (19.3)	203 (20.3)	271 (27.1)	333 (33.3)	1000

表 4. 「博多人形の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

博多人形について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	4 (5.1)	25 (31.6)	7 (8.9)	43 (54.4)	79
30～39歳	9 (11.7)	28 (36.4)	8 (10.4)	32 (41.6)	77
40～49歳	12 (12.2)	43 (43.9)	10 (10.2)	33 (33.7)	98
50～59歳	17 (20.2)	47 (56.0)	9 (10.7)	11 (13.1)	84
60～79歳	43 (27.0)	93 (58.5)	13 (8.2)	10 (6.3)	159
18～29歳	9 (12.0)	17 (22.7)	9 (12.0)	40 (53.3)	75
30～39歳	10 (13.7)	34 (46.6)	3 (4.1)	26 (35.6)	73
40～49歳	10 (10.5)	55 (57.9)	7 (7.4)	23 (24.2)	95
50～59歳	12 (14.3)	60 (71.4)	1 (1.2)	11 (13.1)	84
60～79歳	65 (36.9)	92 (52.3)	9 (5.1)	10 (5.7)	176
全体	191 (19.1)	494 (49.4)	76 (7.6)	239 (23.9)	1000

表 5. 「久留米緋の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

久留米緋について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	10 (12.7)	10 (12.7)	19 (24.1)	40 (50.6)	79
30～39歳	8 (10.4)	10 (13.0)	26 (33.8)	33 (42.9)	77
40～49歳	5 (5.1)	9 (9.2)	34 (34.7)	50 (51.0)	98
50～59歳	10 (11.9)	25 (29.8)	12 (14.3)	37 (44.0)	84
60～79歳	32 (20.1)	51 (32.1)	30 (18.9)	46 (28.9)	159
18～29歳	6 (8.0)	7 (9.3)	30 (40.0)	32 (42.7)	75
30～39歳	9 (12.3)	6 (8.2)	29 (39.7)	29 (39.7)	73
40～49歳	13 (13.7)	11 (11.6)	30 (31.6)	41 (43.2)	95
50～59歳	18 (21.4)	23 (27.4)	16 (19.0)	27 (32.1)	84
60～79歳	67 (38.1)	52 (29.5)	25 (14.2)	32 (18.2)	176
全体	178 (17.8)	204 (20.4)	251 (25.1)	367 (36.7)	1000

については上野焼が 42.6%、小石原焼が 39.3%、八女提灯が 33.6%で割合が比較的高かった。

4.3. 性別・年代別の認知・関心度

次に、各品目において、性別・年代別に区分した上で認知・関心度についてクロス集計を行った。

表 3 は博多織のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均 (27.1%) より 5 ポイント以上高くなった区分は「男性 30～39 歳」と「女性 18 歳～49 歳」であった。

表 4 は博多人形のクロス集計である。このうち、「知らないし興味もない」の回答が全体平均 (23.9%) より 5 ポイント以上高くなった区分は「男性 18～

表 6. 「小石原焼の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

小石原焼について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	7 (8.9)	14 (17.7)	22 (27.8)	36 (45.6)	79
30～39歳	10 (13.0)	8 (10.4)	31 (40.3)	28 (36.4)	77
40～49歳	5 (5.1)	4 (4.1)	53 (54.1)	36 (36.7)	98
50～59歳	11 (13.1)	8 (9.5)	28 (33.3)	37 (44.0)	84
60～79歳	21 (13.2)	14 (8.8)	54 (34.0)	70 (44.0)	159
18～29歳	2 (2.7)	8 (10.7)	39 (52.0)	26 (34.7)	75
30～39歳	9 (12.3)	8 (11.0)	32 (43.8)	24 (32.9)	73
40～49歳	7 (7.4)	4 (4.2)	36 (37.9)	48 (50.5)	95
50～59歳	9 (10.7)	8 (9.5)	31 (36.9)	36 (42.9)	84
60～79歳	23 (13.1)	29 (16.5)	67 (38.1)	57 (32.4)	176
全体	104 (10.4)	105 (10.5)	393 (39.3)	398 (39.8)	1000

表 7. 「上野焼の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

上野焼について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	11 (13.9)	15 (19.0)	20 (25.3)	33 (41.8)	79
30～39歳	7 (9.1)	8 (10.4)	35 (45.5)	27 (35.1)	77
40～49歳	8 (8.2)	8 (8.2)	45 (45.9)	37 (37.8)	98
50～59歳	10 (11.9)	8 (9.5)	32 (38.1)	34 (40.5)	84
60～79歳	20 (12.6)	13 (8.2)	61 (38.4)	65 (40.9)	159
18～29歳	4 (5.3)	6 (8.0)	40 (53.3)	25 (33.3)	75
30～39歳	10 (13.7)	7 (9.6)	34 (46.6)	22 (30.1)	73
40～49歳	8 (8.4)	8 (8.4)	39 (41.1)	40 (42.1)	95
50～59歳	5 (6.0)	5 (6.0)	39 (46.4)	35 (41.7)	84
60～79歳	23 (13.1)	21 (11.9)	83 (47.2)	49 (27.8)	176
全体	106 (10.6)	99 (9.9)	428 (42.8)	367 (36.7)	1000

表 8. 「八女福島仏壇の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

八女福島仏壇について	知っている 興味がある(%)	知っているが 興味はない(%)	知らないが 興味はある(%)	知らないし 興味もない(%)	計
18～29歳	1 (1.3)	10 (12.7)	14 (17.7)	54 (68.4)	79
30～39歳	8 (10.4)	8 (10.4)	14 (18.2)	47 (61.0)	77
40～49歳	3 (3.1)	7 (7.1)	21 (21.4)	67 (68.4)	98
50～59歳	4 (4.8)	6 (7.1)	13 (15.5)	61 (72.6)	84
60～79歳	2 (1.3)	23 (14.5)	22 (13.8)	112 (70.4)	159
18～29歳	2 (2.7)	2 (2.7)	19 (25.3)	52 (69.3)	75
30～39歳	1 (1.4)	6 (8.2)	11 (15.1)	55 (75.3)	73
40～49歳	2 (2.1)	6 (6.3)	10 (10.5)	77 (81.1)	95
50～59歳	1 (1.2)	3 (3.6)	6 (7.1)	74 (88.1)	84
60～79歳	5 (2.8)	17 (9.7)	27 (15.3)	127 (72.2)	176
全体	29 (2.9)	88 (8.8)	157 (15.7)	726 (72.6)	1000

49 歳」と「女性 18～39 歳」であった。

表 5 は久留米緋のクロス集計である。このうち、「知らないし興味もない」の回答が全体平均 (36.7%) より 5 ポイント以上高くなった区分は「男性 18～59 歳」と「女性 18～29 歳」及び「女性 40～49 歳」であった。

表 6 は小石原焼のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均 (39.3%) より 5 ポイント以上高くなった区分は「男性 40～49 歳」と「女性 18～29 歳」であった。

表 7 は上野焼のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均 (42.8%)

表 9. 「八女提灯の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

	八女提灯について	知っている		知らない		計
		興味がある(%)	興味はない(%)	興味はある(%)	興味もない(%)	
男性	18~29歳	4 (5.1)	10 (12.7)	26 (32.9)	39 (49.4)	79
	30~39歳	6 (7.8)	7 (9.1)	34 (44.2)	30 (39.0)	77
	40~49歳	5 (5.1)	8 (8.2)	32 (32.7)	53 (54.1)	98
	50~59歳	6 (7.1)	11 (13.1)	23 (27.4)	44 (52.4)	84
	60~79歳	10 (6.3)	25 (15.7)	42 (26.4)	82 (51.6)	159
女性	18~29歳	6 (8.0)	9 (12.0)	37 (49.3)	23 (30.7)	75
	30~39歳	6 (8.2)	7 (9.6)	27 (37.0)	33 (45.2)	73
	40~49歳	3 (3.2)	9 (9.5)	33 (34.7)	50 (52.6)	95
	50~59歳	1 (1.2)	10 (11.9)	24 (28.6)	49 (58.3)	84
	60~79歳	18 (10.2)	31 (17.6)	58 (33.0)	69 (39.2)	176
	全体	65 (6.5)	127 (12.7)	336 (33.6)	472 (47.2)	1000

表 10. 「伊万里・有田焼の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

	伊万里・有田焼について	知っている		知らない		計
		興味がある(%)	興味はない(%)	興味はある(%)	興味もない(%)	
男性	18~29歳	28 (35.4)	28 (35.4)	8 (10.1)	15 (19.0)	79
	30~39歳	39 (50.6)	26 (33.8)	6 (7.8)	6 (7.8)	77
	40~49歳	47 (48.0)	31 (31.6)	12 (12.2)	8 (8.2)	98
	50~59歳	40 (47.6)	36 (42.9)	3 (3.6)	5 (6.0)	84
	60~79歳	85 (53.5)	56 (35.2)	11 (6.9)	7 (4.4)	159
女性	18~29歳	33 (44.0)	25 (33.3)	5 (6.7)	12 (16.0)	75
	30~39歳	33 (45.2)	30 (41.1)	6 (8.2)	4 (5.5)	73
	40~49歳	39 (41.1)	41 (43.2)	9 (9.5)	6 (6.3)	95
	50~59歳	37 (44.0)	33 (39.3)	7 (8.3)	7 (8.3)	84
	60~79歳	114 (64.8)	48 (27.3)	11 (6.3)	3 (1.7)	176
	全体	495 (49.5)	354 (35.4)	78 (7.8)	73 (7.3)	1000

表 11. 「唐津焼の認知・関心度 (性別年代別)」回答内訳

	唐津焼について	知っている		知らない		計
		興味がある(%)	興味はない(%)	興味はある(%)	興味もない(%)	
男性	18~29歳	15 (19.0)	23 (29.1)	18 (22.8)	23 (29.1)	79
	30~39歳	27 (35.1)	21 (27.3)	16 (20.8)	13 (16.9)	77
	40~49歳	37 (37.8)	25 (25.5)	18 (18.4)	18 (18.4)	98
	50~59歳	34 (40.5)	28 (33.3)	9 (10.7)	13 (15.5)	84
	60~79歳	64 (40.3)	61 (38.4)	24 (15.1)	10 (6.3)	159
女性	18~29歳	16 (21.3)	16 (21.3)	22 (29.3)	21 (28.0)	75
	30~39歳	16 (21.9)	26 (35.6)	14 (19.2)	17 (23.3)	73
	40~49歳	28 (29.5)	36 (37.9)	10 (10.5)	21 (22.1)	95
	50~59歳	20 (23.8)	36 (42.9)	10 (11.9)	18 (21.4)	84
	60~79歳	74 (42.0)	67 (38.1)	25 (14.2)	10 (5.7)	176
	全体	331 (33.1)	339 (33.9)	166 (16.6)	164 (16.4)	1000

より5ポイント以上高くなった区分は「女性18~29歳」であった。

表8は八女福島仏壇のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均(15.7%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性40~49歳」と「女性18~29歳」であった。

表9は八女提灯のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均(33.6%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性30~39歳」と「女性18~29歳」であった。

表10は伊万里・有田焼のクロス集計である。このうち、「知っているが興味はない」の回答が全体平均

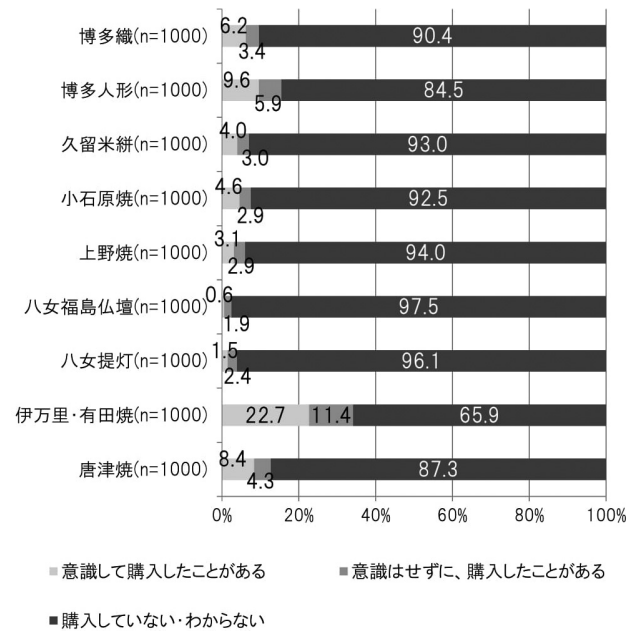


図 3. 「福岡・佐賀9品目の購入経験の有無」回答内訳

(35.4%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性50~59歳」と「女性30~49歳」であった。また、「知らないし興味もない」の回答が全体平均(7.3%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性18~29歳」と「女性18~29歳」であった。

表11は唐津焼のクロス集計である。このうち、「知らないが興味はある」の回答が全体平均(16.6%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性18~29歳」と「女性18~29歳」であった。また、「知らないし興味もない」の回答が全体平均(16.4%)より5ポイント以上高くなった区分は「男性18~29歳」と「女性18~59歳」であった。

4.4. 福岡・佐賀9品目の購入経験

福岡・佐賀9品目の購入経験について、回答の内訳を図3に示した。このうち、伊万里・有田焼の「購入経験がある」(「意識して購入したことがある」と「意識はせず、購入したことがある」の合計)が34.1%に上ったが、博多人形・唐津焼を除く6品目については「購入していない・わからない」が9割を超えていた。

4.5. 福岡・佐賀9品目に対する購入意欲

次に、福岡・佐賀9品目の購入意欲について、回答の内訳を図4に示した。このうち、伊万里・有田焼の「購入したい」(「とても購入したい」と「やや購

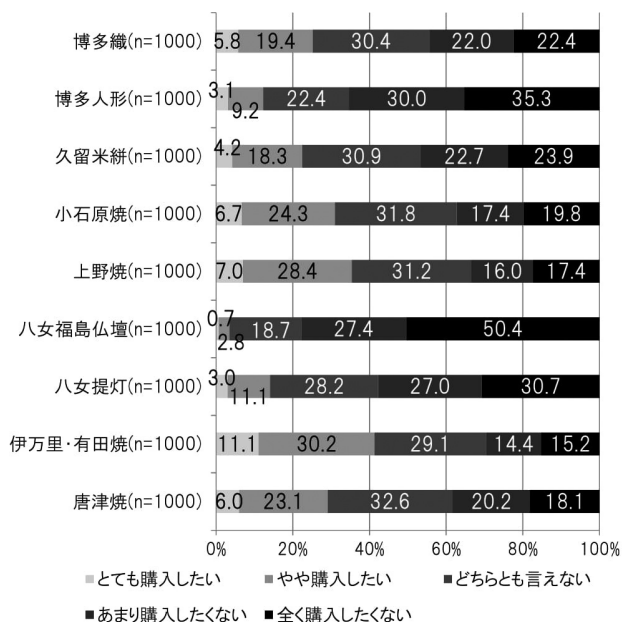


図4. 「福岡・佐賀9品目の購入意欲の有無」回答内訳

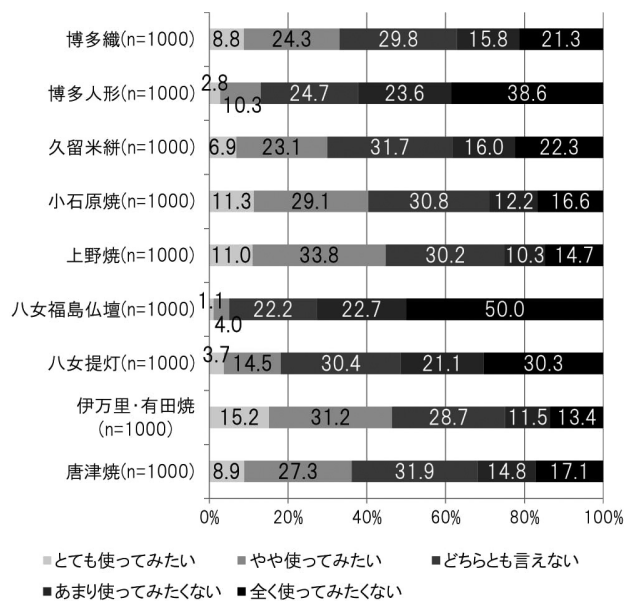


図5. 「福岡・佐賀9品目の使用意欲の有無」回答内訳

入したい」の合計)が41.3%に上った。続いて上野焼の「購入したい」が35.4%、小石原焼の「購入したい」が31.0%と陶磁器の購入意欲が軒並み3割程となった。

4.6. 福岡・佐賀9品目に対する使用意欲

さらに、福岡・佐賀9品目の使用意欲について、回答の内訳を図5に示した。このうち、伊万里・有田焼の「使用したい」(「とても使用したい」+「やや使用したい」)が46.4%に上った。続いて上野焼の「使用したい」が44.8%、小石原焼の「使用したい」

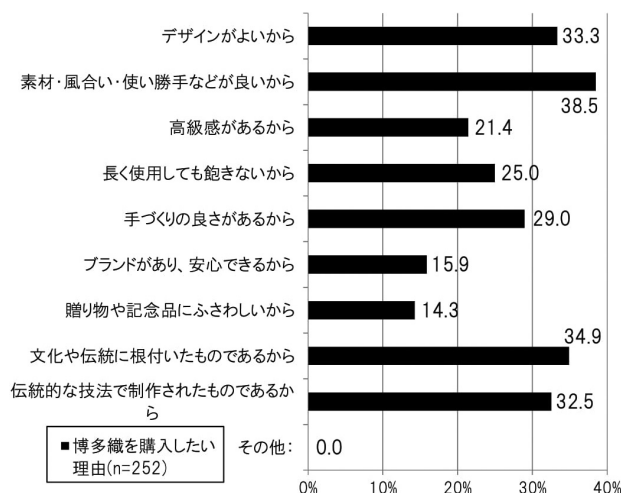


図6. 「博多織を購入したいと答えた理由」回答内訳

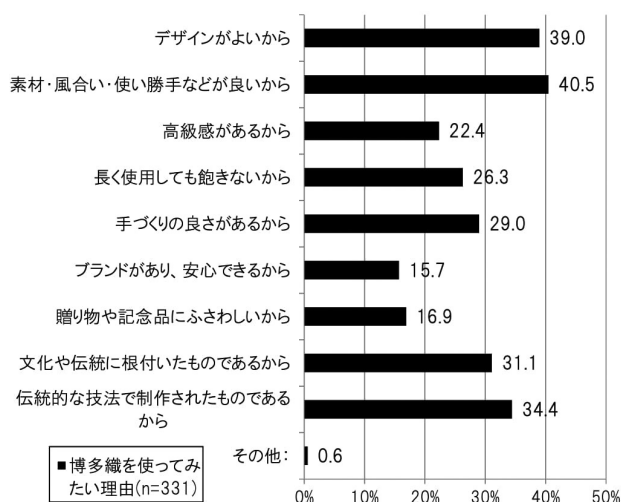


図7. 「博多織を使ってみた」と答えた理由」回答内訳

が40.4%、そして唐津焼の「使用したい」が36.2%と陶磁器の使用意欲が比較的高かった。

4.7. 福岡・佐賀9品目の購入・使用意欲理由

ここからは各品目を購入したい理由及び使用したい理由についての回答内容を示し、その割合の差が大きいものに注目する。

(1) 博多織の購入・使用意欲の理由

図6は博多織を購入したい理由、図7は博多織を使用したい理由の内訳である。このうち、「デザインがよいから」は購入したい理由(33.3%)より使用したい理由(39.0%)が上回った。また、「文化や伝統に根付いたものであるから」は使用したい理由(31.1%)より購入したい理由(34.9%)が上回った。

(2) 博多人形の購入・使用意欲の理由

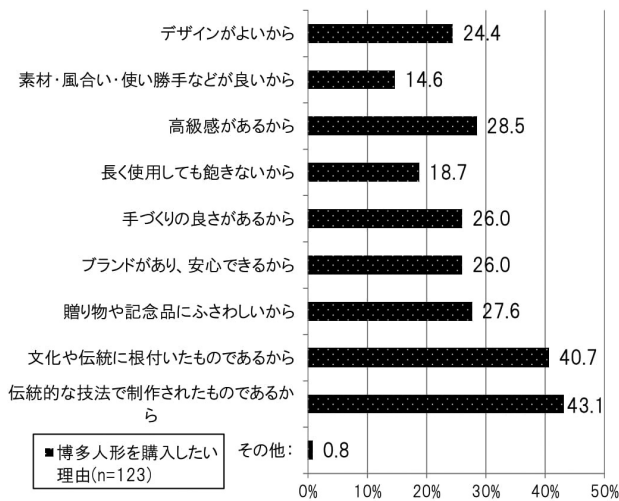


図 8. 「博多人形を購入したいと答えた理由」回答内訳

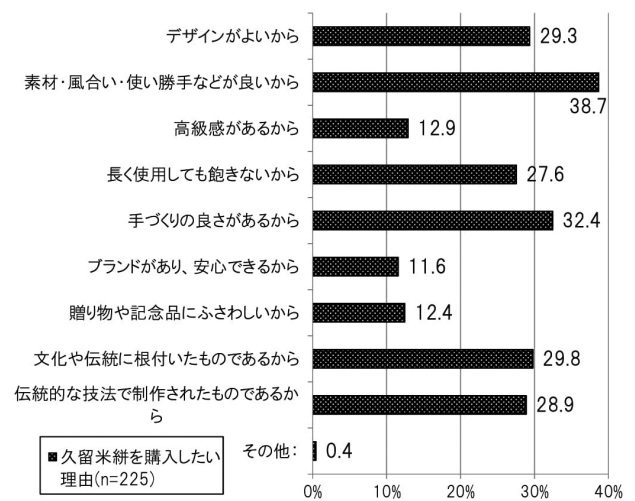


図 10. 「久留米餅を購入したいと答えた理由」回答内訳

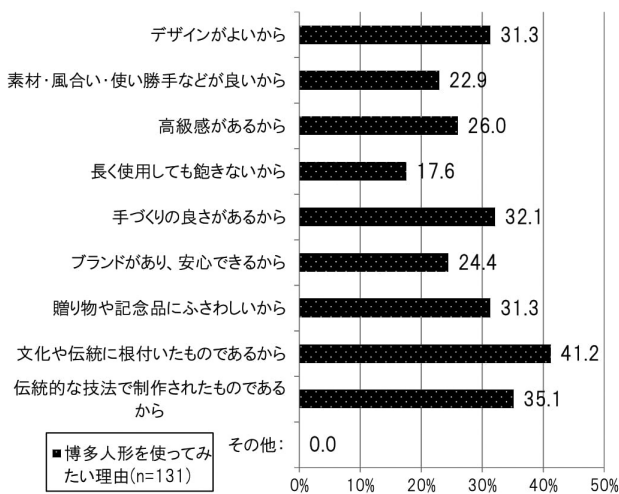


図 9. 「博多人形を使ってみたいと答えた理由」回答内訳

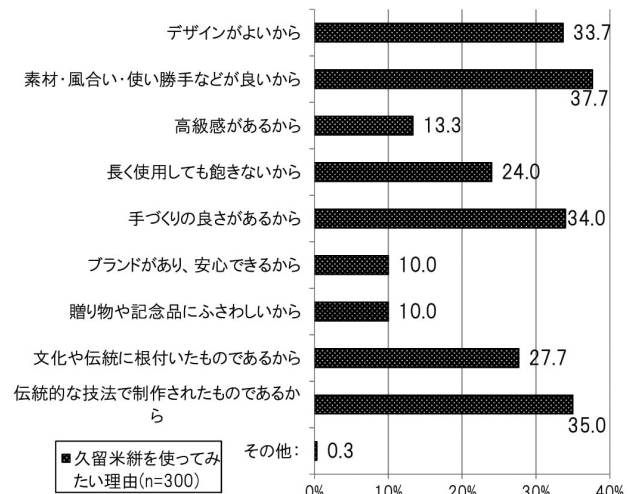


図 11. 「久留米餅を使ってみたいと答えた理由」回答内訳

図 8 は博多人形を購入したい理由、図 9 は博多人形を使用したい理由の内訳である。このうち、「デザインがよいから」と「素材・風合い・使い勝手などが良いから」及び「手づくりの良さがあるから」は購入したい理由（それぞれ順に 24.4%、14.6%、26.0%）より使用したい理由（31.3%、22.9%、32.1%）が上回った。また、「伝統的な技法で制作されたものであるから」は使用したい理由（35.1%）より購入したい理由（43.1%）が上回った。

（3）久留米餅の購入・使用意欲の理由

図 10 は久留米餅を購入したい理由、図 11 は久留米餅を使用したい理由の内訳である。このうち、「デザインがよいから」と「伝統的な技法で制作されたものであるから」は購入したい理由（それぞれ

順に 29.3%、28.9%）より使用したい理由（33.7%、35.0%）が上回った。

（4）小石原焼の購入・使用意欲の理由

図 12 は小石原焼を購入したい理由、図 13 は小石原焼を使用したい理由の内訳である。このうち、「長く使用しても飽きないから」は購入したい理由（28.7%）より使用したい理由（33.7%）が上回った。また、「デザインがよいから」は使用したい理由（35.9%）より購入したい理由（40.0%）が上回った。

（5）上野焼の購入・使用意欲の理由

図 14 は上野焼を購入したい理由、図 15 は上野焼を使用したい理由の内訳である。このうち、「デザインがよいから」は使用したい理由（39.1%）より購入したい理由（43.2%）が上回った。

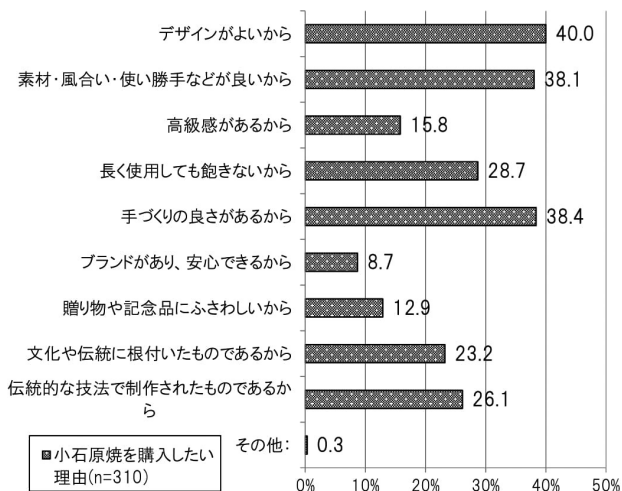


図 12. 「小石原焼を購入したいと答えた理由」 回答内訳

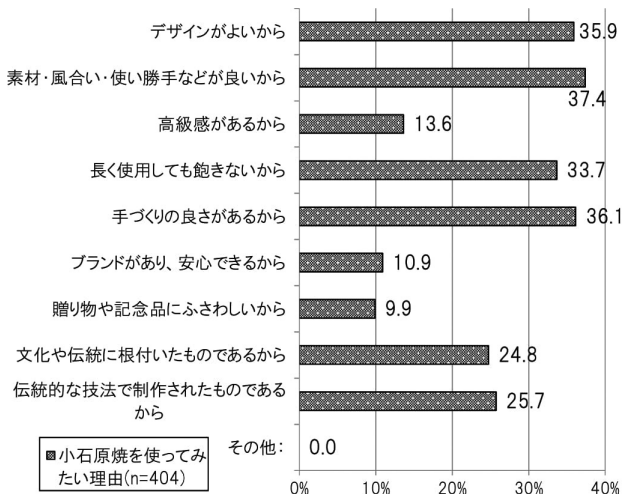


図 13. 「小石原焼を使ってみたいと答えた理由」 回答内訳

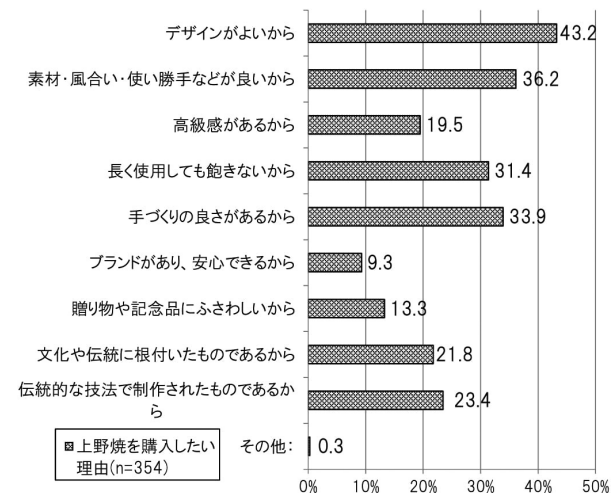


図 14. 「上野焼を購入したいと答えた理由」 回答内訳

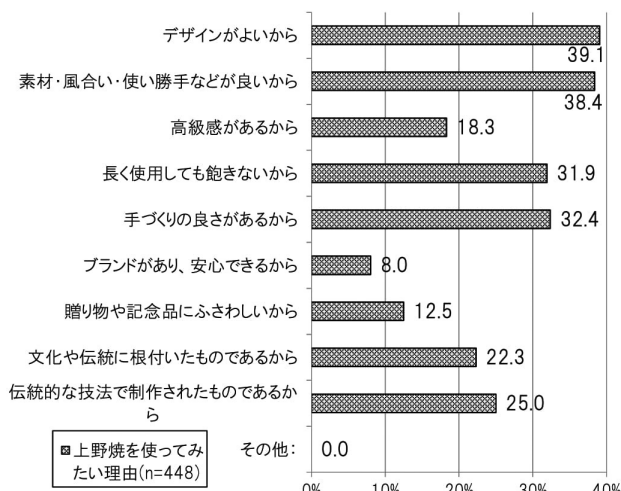


図 15. 「上野焼を使ってみたいと答えた理由」 回答内訳

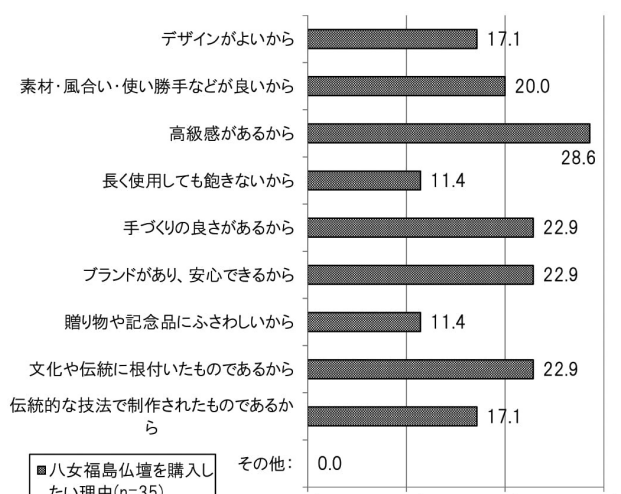


図 16. 「八女福島仏壇を購入したいと答えた理由」 回答内訳

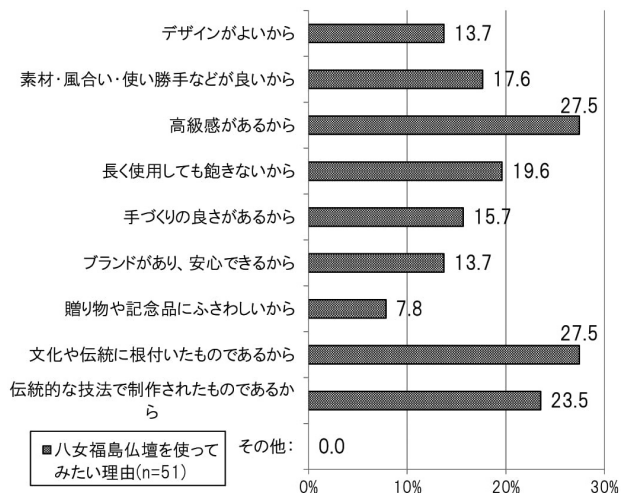


図 17. 「八女福島仏壇を使ってみたいと答えた理由」 回答内訳

(6) 八女福島仏壇の購入・使用意欲の理由

図 16 は八女福島仏壇を購入したい理由、図 17 は八女福島仏壇を使用したい理由の内訳である。このうち、「長く使用しても飽きないから」と「伝統的な

技法で制作されたものであるから」は購入したい理由（それぞれ順に 11.4%、17.1%）より使用したい理由（19.6%、23.5%）が上回った。また、「手づくりの良さがあるから」と「ブランドがあり、安心できるから」

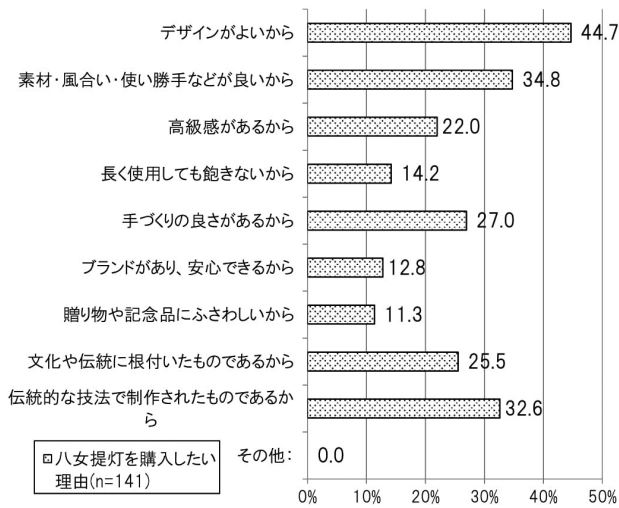


図 18. 「八女提灯を購入したいと答えた理由」回答内訳

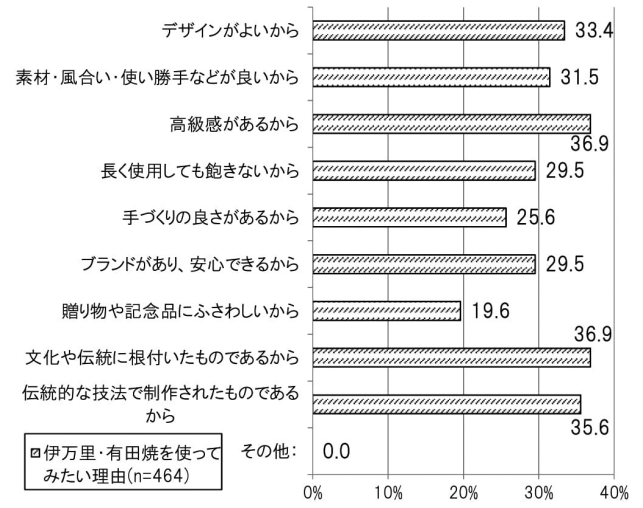


図 21. 「伊万里・有田焼を使ってみたく答えた理由」回答内訳

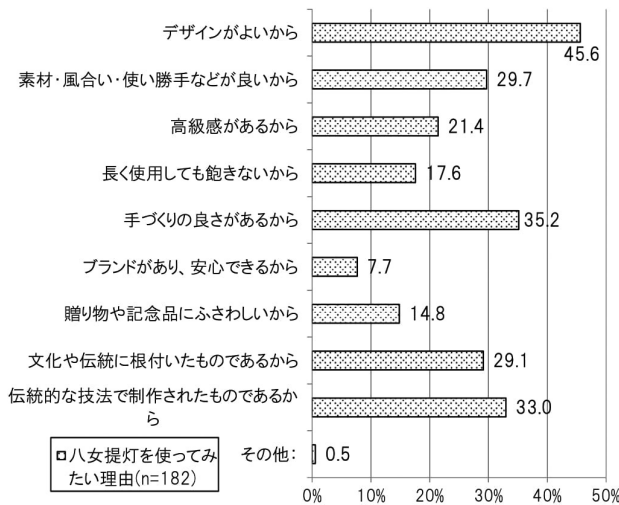


図 19. 「八女提灯を使ってみたく答えた理由」回答内訳

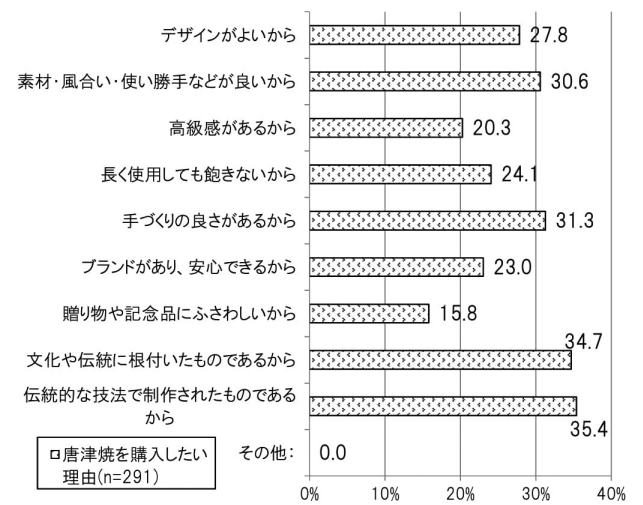


図 22. 「唐津焼を購入したいと答えた理由」回答内訳

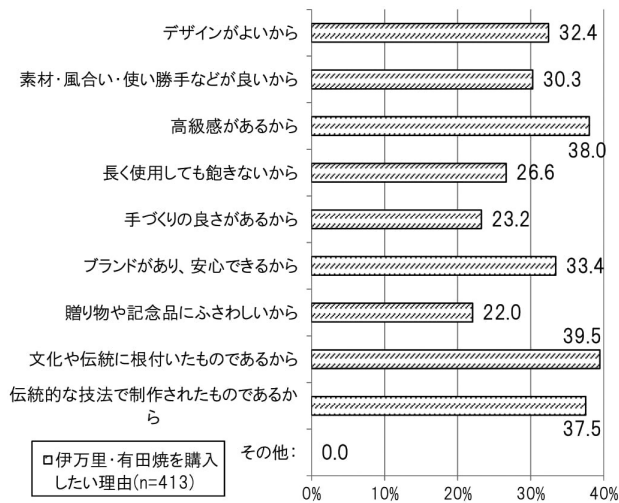


図 20. 「伊万里・有田焼を購入したいと答えた理由」回答内訳

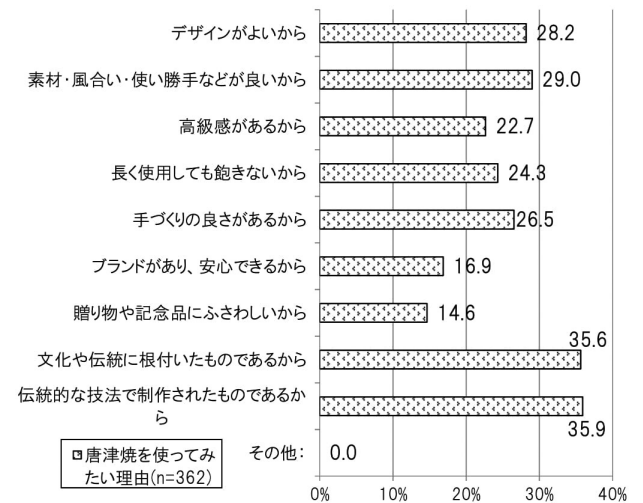


図 23. 「唐津焼を使ってみたく答えた理由」回答内訳

は使用したい理由（順に 15.7%、13.7%）より購入したい理由（22.9%、22.9%）が上回った。

（7）八女提灯の購入・使用意欲の理由

図 18 は八女提灯を購入したい理由、図 19 は八

女提灯を使用したい理由の内訳である。このうち、「長く使用しても飽きないから」「手づくりの良さがあるから」「贈り物や記念品にふさわしいから」及び「文化や伝統に根付いたものであるから」は購入したい理

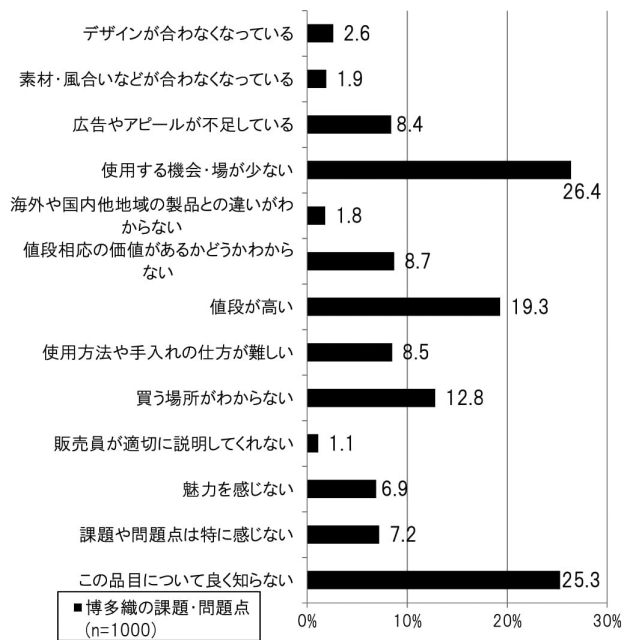


図 24. 「博多織の課題・問題点」回答内訳

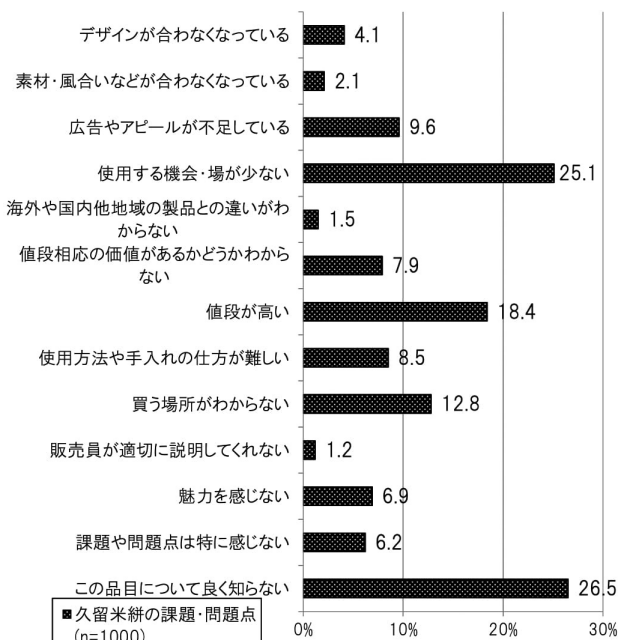


図 26. 「久留米絣の課題・問題点」回答内訳

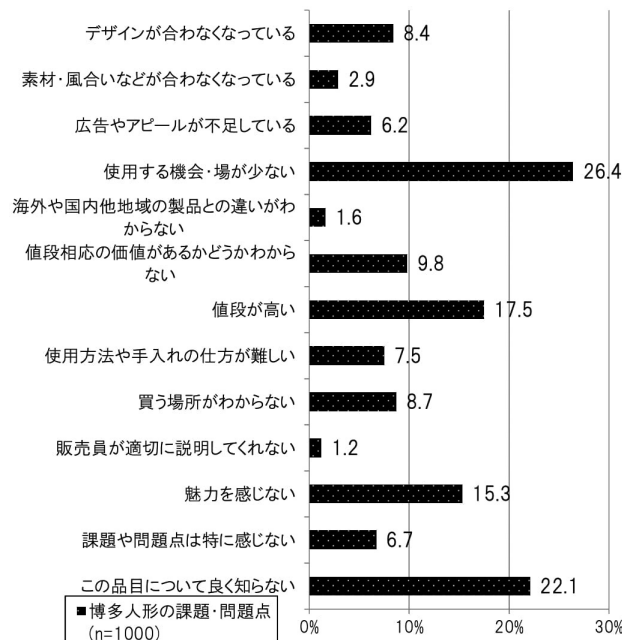


図 25. 「博多人形の課題・問題点」回答内訳

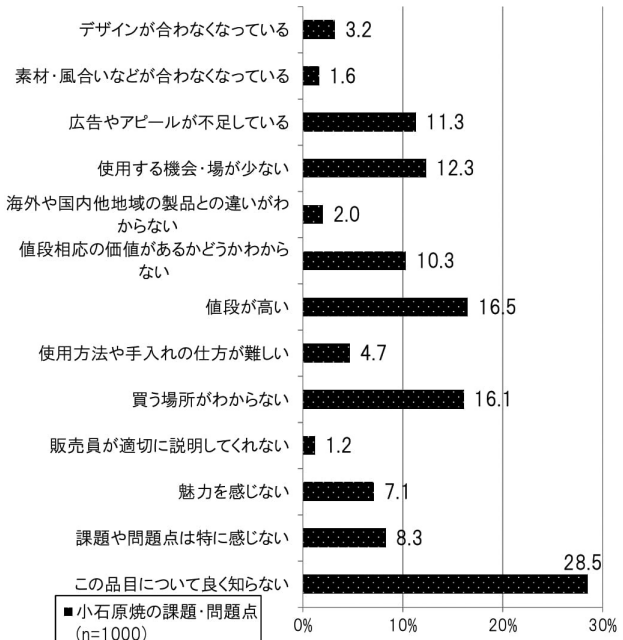


図 27. 「小石原焼の課題・問題点」回答内訳

由（それぞれ順に 14.2%、27.0%、11.3%、25.5%）より使用したい理由（17.6%、35.2%、14.8%、29.1%）が上回った。また、「素材・風合い・使い勝手などがよいから」と「ブランドがあり、安心できるから」は使用したい理由（順に 29.7%、7.7%）より購入したい理由（34.8%、12.8%）が上回った。

（8）伊万里・有田焼の購入・使用意欲の理由

図 20 は伊万里・有田焼を購入したい理由、図 21 は伊万里・有田焼を使用したい理由の内訳である。

このうち、「ブランドがあり、安心できるから」は使用したい理由（29.5%）より購入したい理由（33.4%）が上回った。

（9）唐津焼の購入・使用意欲の理由

図 22 は唐津焼を購入したい理由、図 23 は唐津焼を使用したい理由の内訳である。このうち、「手づくりの良さがあるから」と「ブランドがあり、安心できるから」は使用したい理由（それぞれ順に 26.5%、16.9%）より購入したい理由（31.3%、23.0%）が上回った。

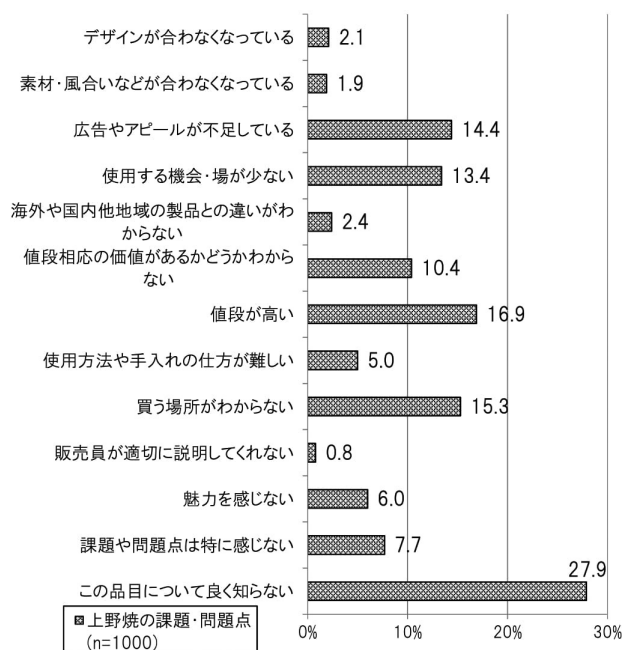


図 28. 「上野焼の課題・問題点」回答内訳

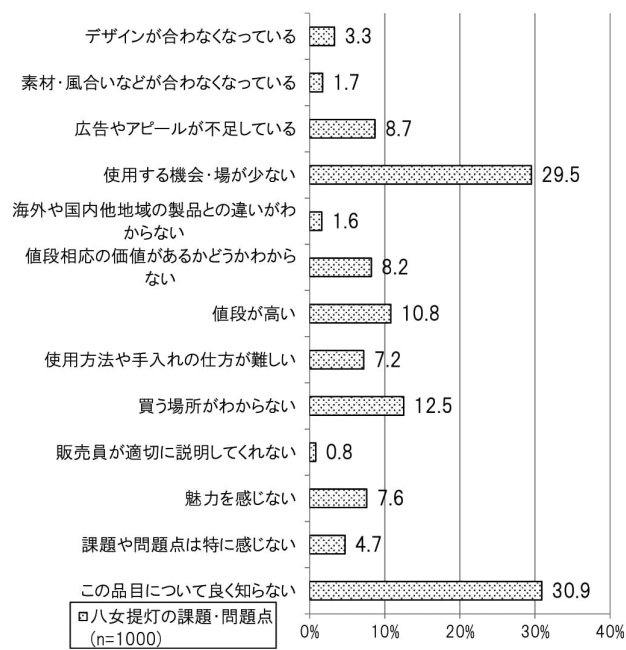


図 30. 「八女提灯の課題・問題点」回答内訳

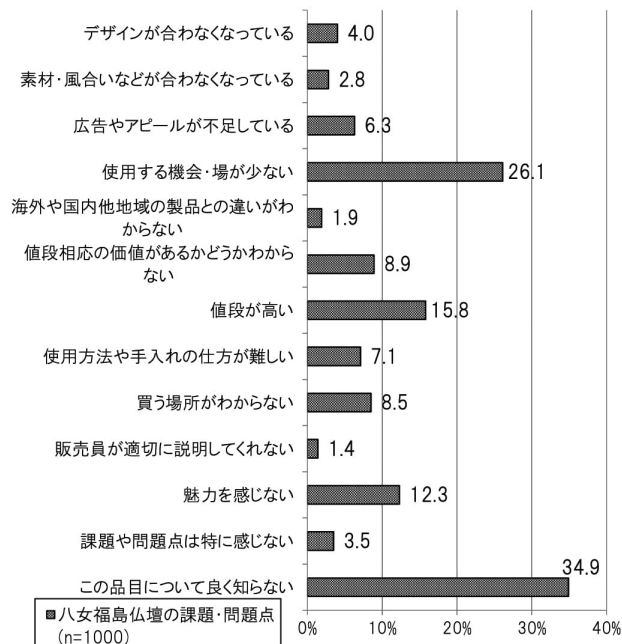


図 29. 「八女福島仏壇の課題・問題点」回答内訳

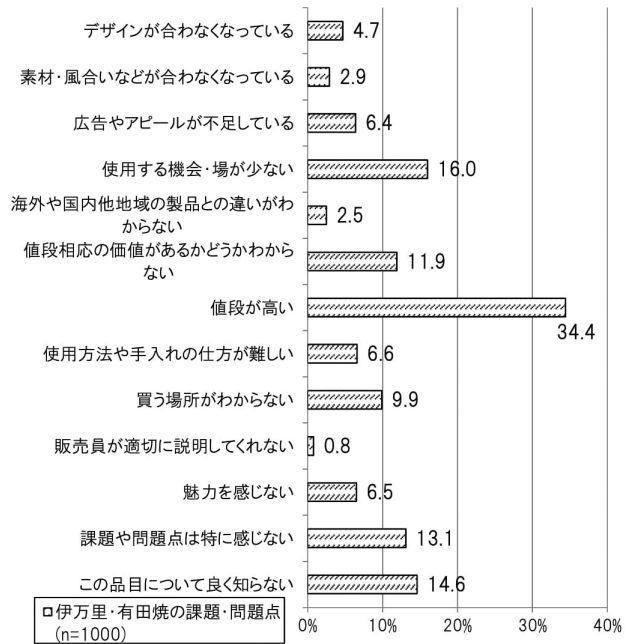


図 31. 「伊万里・有田焼の課題・問題点」回答内訳

4.8. 福岡・佐賀9品目の課題・問題点

ここでは、福岡・佐賀9品目それぞれの課題・問題点についての回答を図24から図32に示す。以下これらの図のデータを比較検討する。

まず、比較的に回答が多かった項目は「使用する機会・場が少ない」で、博多織が26.4%、博多人形が26.4%、久留米絨が25.1%、八女福島仏壇が26.1%、八女提灯が29.5%であった。

また、「値段が高い」という回答は、伊万里・有田

焼が34.4%、唐津焼が22.9%で、佐賀の陶磁器2品目が高い割合を示した。

さらに「買う場所がわからない」については、小石原焼が16.1%、上野焼が15.3%と、福岡の陶磁器2品目が比較的高い割合であった。また、「広告やアピールが不足している」についても、小石原焼が11.3%、上野焼が14.4%と比較的高い割合であった。

なお、「魅力を感じない」については、博多人形が15.3%と比較的高い割合を示していた。

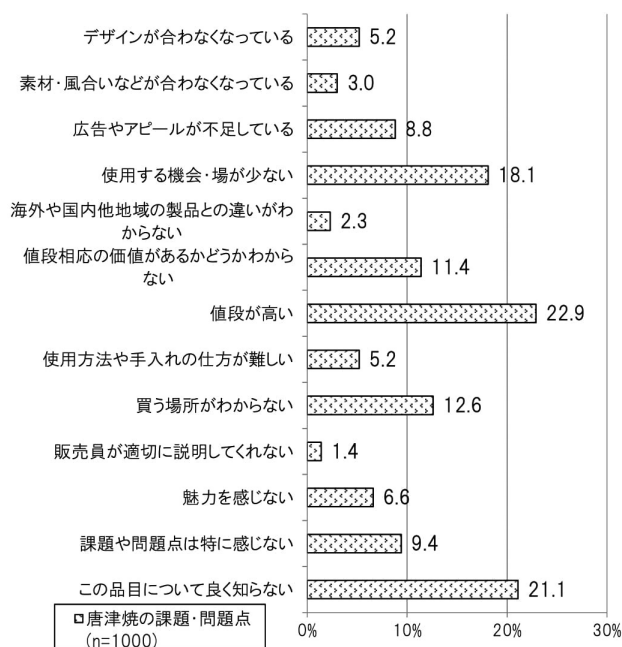


図 32. 「唐津焼の課題・問題点」回答内訳

5. 考察

5.1. 「伝統工芸品に興味がある」と7割が回答

まず、伝統工芸品全般について、「興味がある」と答えた人が71.8%を占めた。消費者対象の意識調査結果として、「7割程度の人が伝統工芸品に興味を持っている」とする根拠として示すことができると考える。

また、女性30代において、「伝統工芸品に興味がある」と答えた割合が高かった。一方で、男性の18～29歳と男性40代は「興味がない」と答えた割合が高かった。今後、「興味がある」世代、「興味がない」世代それぞれにターゲットを合わせた商品展開や認知度向上に向けた取組みの検討が必要であることが示唆された。

5.2. 女性若年層で「品目を認知してないが関心を持っている」人の割合が高い

福岡・佐賀9品目の性別・年代別の回答結果のうち、「知らないが興味はある」と答えた女性18～29歳の割合は、全体の割合より5ポイント以上多かった品目が7品目（博多織、久留米絣、小石原焼、上野焼、八女福島仏壇、八女提灯、唐津焼）に渡っていた。品目について認知はしていないが、興味関心を持つという「潜在的ファン候補」としての若い世代の存在を示すものであると考える。

5.3. 購入経験と購入意欲とのギャップが存在する

福岡・佐賀9品目の購入意欲については、陶磁器を「購入したい」と考える消費者が3割程度に上っていたが、実際に購入した経験については、伊万里・有田焼で3割程度が経験有だったのを除けば、他の8品目では購入経験が無い消費者が9割程度を占めていた。

5.4. 購入・使用意欲を持つには多様な理由がある

福岡・佐賀9品目の購入・使用意欲の理由について品目種類別にみても、織物（博多織や久留米絣）では「デザインがよいから」という理由が、購入意欲より使用意欲で高い割合を示していた。一方で福岡の陶磁器（小石原焼や上野焼）では「デザインがよいから」という理由が、使用意欲より購入意欲で高い割合を示していた。この差が品目種類の差異によって生じているかどうかは不明であるが、今後の検討すべき論点として提示したい。

また、佐賀の陶磁器（伊万里・有田焼や唐津焼）では「ブランドがあり、安心できるから」という理由が、使用意欲より購入意欲で高い割合を示していた。佐賀の2品目におけるブランド展開が功を奏している可能性がある。

5.5. 品目種類別による課題・問題点の抽出

福岡・佐賀9品目の課題・問題点について品目種類別にみても、織物（博多織や久留米絣）や人形（博多人形）及び仏壇仏具その他（八女福島仏壇や八女提灯）では「使用する機会・場が少ない」が高い割合を示していた。今後商品の新規開発や他産地・他品目との連携が重要となる可能性があり、検討すべき論点として提示したい。

また、福岡の陶磁器（小石原焼や上野焼）では「買

う場所がわからない」と「広告やアピールが不足している」が高い割合を示していた。今後の取組み方針に反映すべき論点である可能性がある。

そして、佐賀の陶磁器（伊万里・有田焼や唐津焼）については「値段が高い」が高い割合を示していた。高価格であるというイメージ訴求が利益創出にいかん反映できているか、等の論点についてさらに検討を進めることが重要であると考え。

6. おわりに

6.1. まとめ

以上まで、全国の消費者を対象に実施した調査結果の単純集計とクロス集計をもとに考察を試みた。調査の結果からは、福岡・佐賀9品目それぞれに消費者の認知度や興味関心度が異なっており、使用意欲と購入意欲とのギャップも存在していた。これは今後それぞれの伝統的工芸品を消費者にいかんアピールしていくべきであるか、その方向性を示唆するものであると考える。

6.2. 今後の課題

本研究の調査で対象とした福岡・佐賀9品目については、博多織や小石原焼など、趣味や土産品としての用途が主である品目と、八女福島仏壇や八女提灯といった、宗教儀礼において必要性を伴って用いられる品目とが混在している。このため、認知度や興味の有無などについて、一概に尋ねることが適切であるか否かを検討する余地が残った。即ち、工芸品の品目名とその写真を提示するだけでは、製品・品目のイメージが浮かばない世代が増えている可能性がある、ということである。

今後は、属性（性別・年代・地区等）のほか、

工芸品の課題や問題意識、実店舗・ネット通販サイトでの購入の際に重視する点、および購入時に情報を得る手段についてカテゴリー分けしたクロス集計を用いてさらに検討を進めることで、伝統的工芸品に対して消費者が抱く意識に影響力を持つ要因を探索することが可能となると考える。これらの影響要因の解明については、今後の課題としたい。

謝辞

本稿作成に当たっては、匿名の査読者から貴重なコメントを頂きました。ここに記して感謝の意を表します。

(注)

1) 本稿は大淵和憲「伝統工芸製品の消費者ニーズ把握と購入意識についての一考察」(『商品開発・管理学会学会第36回全国大会要旨集』2021年7月28日、静岡大学ウェブ開催)の発表内容を加筆修正したものである。

(参考文献)

- 1) 内山敏典(2020)「博多織需要に関する成人女性意識の計量分析」『九州産業大学伝統みらい研究センター論集』九州産業大学伝統みらい研究センター編集委員会、3号、1-28頁。
- 2) 京都市(2008)「京もの戦略的マーケティング調査結果」京都市産業観光局商工部伝統産業課。
- 3) 黒木宏一・内山敏典(2009)『有田・伊万里および福岡地域における消費者の意識調査分析—新しい陶磁器需要創造および生産構造をめざして—』九州産業大学柿右衛門様式陶芸研究センター。
- 4) 伝統的工芸品産業振興協会「伝統的工芸品について」<https://kyokai.kougeihin.jp/traditional-crafts/>、2021年8月18日閲覧。
- 5) 吉田満梨(2014)「着物関連市場における新たなセグメントとその特性の分析」『2013年度未来の京都創造研究事業研究成果報告書』大学コンソーシアム京都、81-104頁。

付属資料 1. 質問項目と回答の度数分布表及び記述統計量一覧

Q1. あなたは伝統工芸品に興味がありますか。(SA)	度数		
1. 興味がある	718		
2. 興味がない	282		
Q2. 以下にあげる福岡・佐賀の伝統的工芸品をご存知ですか。あてはまるものをそれぞれ教えてください。(SA)	度数		
1. 博多織	193		
	1. 知っていて興味がある	193	
	2. 知っていて興味はない	203	
	3. 知らないが興味はある	271	
	4. 知らないし興味もない	333	
2. 博多人形	191		
	1. 知っていて興味がある	191	
	2. 知っていて興味はない	494	
	3. 知らないが興味はある	76	
	4. 知らないし興味もない	239	
3. 久留米絣	178		
	1. 知っていて興味がある	178	
	2. 知っていて興味はない	204	
	3. 知らないが興味はある	251	
	4. 知らないし興味もない	367	
4. 小石原焼	104		
	1. 知っていて興味がある	104	
	2. 知っていて興味はない	105	
	3. 知らないが興味はある	393	
	4. 知らないし興味もない	398	
5. 上野焼	106		
	1. 知っていて興味がある	106	
	2. 知っていて興味はない	99	
	3. 知らないが興味はある	428	
	4. 知らないし興味もない	367	
6. 八女福島仏壇	29		
	1. 知っていて興味がある	29	
	2. 知っていて興味はない	88	
	3. 知らないが興味はある	157	
	4. 知らないし興味もない	726	
7. 八女提灯	65		
	1. 知っていて興味がある	65	
	2. 知っていて興味はない	127	
	3. 知らないが興味はある	336	
	4. 知らないし興味もない	472	
8. 伊万里・有田焼	495		
	1. 知っていて興味がある	495	
	2. 知っていて興味はない	354	
	3. 知らないが興味はある	78	
	4. 知らないし興味もない	73	
9. 唐津焼	331		
	1. 知っていて興味がある	331	
	2. 知っていて興味はない	339	
	3. 知らないが興味はある	166	
	4. 知らないし興味もない	164	
Q3. 以下の福岡・佐賀の伝統的工芸品を意識して購入したことがありますか。あてはまるものを教えてください。(SA、以下品目写真略)	度数		
1. 博多織	62		
	2. 意識はせずに、購入したことがある	34	
	3. 購入していない・わからない	904	
2. 博多人形	96		
	1. 意識して購入したことがある	59	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	845	
	3. 購入していない・わからない	40	
3. 久留米絣	30		
	1. 意識して購入したことがある	930	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	46	
	3. 購入していない・わからない	29	
4. 小石原焼	925		
	1. 意識して購入したことがある	31	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	29	
	3. 購入していない・わからない	940	
5. 上野焼	6		
	1. 意識して購入したことがある	19	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	975	
	3. 購入していない・わからない	15	
6. 八女福島仏壇	24		
	1. 意識して購入したことがある	961	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	227	
	3. 購入していない・わからない	114	
7. 八女提灯	659		
	1. 意識して購入したことがある	84	
	2. 意識はせずに、購入したことがある	43	
	3. 購入していない・わからない	873	

写真出典：福岡の7品目は福岡県観光政策課「福岡の伝統工芸品・フォトギャラリー」(https://www.crossroadfukuoka.jp/traditionalcrafts/galleries/index/category_id:1)、佐賀の2品目は佐賀県流通・貿易課「佐賀県の伝統工芸」(<https://www.pref.saga.lg.jp/kiji00325394/index.html>)より引用。

質問項目	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
Q4-1. 以下の福岡・佐賀の伝統的工芸品を購入してみたいと思いますか。あてはまるものを教えてください。(1.とても購入したい、2.やや購入したい、3.どちらとも言えない、4.あまり購入したくない、5.全く購入したくない)					
1. 博多織	1000	3.358	1.190	1	5
2. 博多人形	1000	3.852	1.097	1	5
3. 久留米絣	1000	3.438	1.159	1	5
4. 小石原焼	1000	3.193	1.200	1	5
5. 上野焼	1000	3.084	1.189	1	5
6. 八女福島仏壇	1000	4.240	0.900	1	5
7. 八女提灯	1000	3.713	1.105	1	5
8. 伊万里・有田焼	1000	2.924	1.222	1	5
9. 唐津焼	1000	3.213	1.163	1	5
Q4-2. 以下の福岡・佐賀の伝統的工芸品を使ってみたいと思いますか。あてはまるものを教えてください。(1.とても使ってみたい、2.やや使ってみたい、3.どちらとも言えない、4.あまり使ってみたくない、5.全く使ってみたくない)					
1. 博多織	1000	3.165	1.257	1	5
2. 博多人形	1000	3.849	1.129	1	5
3. 久留米絣	1000	3.237	1.227	1	5
4. 小石原焼	1000	2.937	1.236	1	5
5. 上野焼	1000	2.839	1.202	1	5
6. 八女福島仏壇	1000	4.165	0.977	1	5
7. 八女提灯	1000	3.598	1.166	1	5
8. 伊万里・有田焼	1000	2.767	1.232	1	5
9. 唐津焼	1000	3.039	1.209	1	5

Q5-1. 以前の設問の中で、購入したいとお答えになった理由について、いくつでもあてはまるものを教えてください。(MA)
(購入したいと答えた中での「あてはまる」の度数)

	博多織 n=252	博多人形 n=123	久留米絣 n=225	小石原焼 n=310	上野焼 n=354	八女福島 仏壇 n=35	八女提灯 n=141	伊万里・ 有田焼 n=413	唐津焼 n=291
1. デザインがよいから	84	30	66	124	153	6	63	134	81
2. 素材・風合い・使い勝手などが良いから	97	18	87	118	128	7	49	125	89
3. 高級感があるから	54	35	29	49	69	10	31	157	59
4. 長く使用しても飽きないから	63	23	62	89	111	4	20	110	70
5. 手づくりの良さがあるから	73	32	73	119	120	8	38	96	91
6. ブランドがあり、安心できるから	40	32	26	27	33	8	18	138	67
7. 贈り物や記念品にふさわしいから	36	34	28	40	47	4	16	91	46
8. 文化や伝統に根付いたものであるから	88	50	67	72	77	8	36	163	101
9. 伝統的な技法で制作されたものであるから	82	53	65	81	83	6	46	155	103
10. その他	0	1	1	1	1	0	0	0	0

Q5-2. 以前の設問の中で、使ってみたいとお答えになった理由について、いくつでもあてはまるものを教えてください。(MA)
(使ってみたいと答えた中での「あてはまる」の度数)

	博多織 n=331	博多人形 n=131	久留米絣 n=300	小石原焼 n=404	上野焼 n=448	八女福島 仏壇 n=51	八女提灯 n=182	伊万里・ 有田焼 n=464	唐津焼 n=362
1. デザインがよいから	129	41	101	145	175	7	83	155	102
2. 素材・風合い・使い勝手などが良いから	134	30	113	151	172	9	54	146	105
3. 高級感があるから	74	34	40	55	82	14	39	171	82
4. 長く使用しても飽きないから	87	23	72	136	143	10	32	137	88
5. 手づくりの良さがあるから	96	42	102	146	145	8	64	119	96
6. ブランドがあり、安心できるから	52	32	30	44	36	7	14	137	61
7. 贈り物や記念品にふさわしいから	56	41	30	40	56	4	27	91	53
8. 文化や伝統に根付いたものであるから	103	54	83	100	100	14	53	171	129
9. 伝統的な技法で制作されたものであるから	114	46	105	104	112	12	60	165	130
10. その他	2	0	1	0	0	0	1	0	0

Q6. 以下の福岡・佐賀の伝統的工芸品について、課題や問題点はどのようなところにあると思われますか。あてはまるものをいくつでも教えてください。(MA)
(いずれもn=1000)

	博多織	博多人形	久留米絣	小石原焼	上野焼	八女福島 仏壇	八女提灯	伊万里・ 有田焼	唐津焼
1. デザインが合わなくなっている	26	84	41	32	21	40	33	47	52
2. 素材・風合いなどが合わなくなっている	19	29	21	16	19	28	17	29	30
3. 広告やアピールが不足している	84	62	96	113	144	63	87	64	88
4. 使用する機会・場が少ない	264	264	251	123	134	261	295	160	181
5. 海外や国内他地域の製品との違いがわからない	18	16	15	20	24	19	16	25	23
6. 値段相応の価値があるかどうかわからない	87	98	79	103	104	89	82	119	114
7. 値段が高い	193	175	184	165	169	158	108	344	229
8. 使用方法や手入れの仕方が難しい	85	75	85	47	50	71	72	66	52
9. 買う場所がわからない	128	87	128	161	153	85	125	99	126
10. 販売員が適切に説明してくれない	11	12	12	12	8	14	8	8	14
11. 魅力を感じない	69	153	69	71	60	123	76	65	66
12. 課題や問題点は特に感じない(排他)	72	67	62	83	77	35	47	131	94
13. この品目について良く知らない(排他)	253	221	265	285	279	349	309	146	211

Q7. 福岡・佐賀の伝統的工芸品を実店舗・ネット通販サイトで購入する際、どのような点を重視しますか。あてはまるものをいくつでも教えてください。(MA)	実店舗: 度数	ネット 通販: 度数	Q8. 福岡・佐賀の伝統的工芸品を購入しようとするとき、どのような方法で情報を得ようと思いますか。あてはまるものをいくつでも教えてください。(MA)	度数
1. 商品の品質に信頼がおけること	546	376	1. 百貨店に行く	281
2. 低価格で販売していること	265	445	2. 専門店に行く	348
3. 使用方法や手入れなどの商品情報が充実していること	385	314	3. 自治体や産地が運営するアンテナショップに行く	201
4. 歴史的背景や伝統などの商品情報が充実していること	340	210	4. スーパーやショッピングセンターに行く	52
5. 製法・作者等の商品情報が充実していること	324	252	5. テレビ・ラジオ	112
6. 修理やメンテナンスを引き受けてくれること	422	248	6. 新聞記事・折込広告	50
7. 作者との交流や見学ができること	280	40	7. 趣味や文化・旅行の専門雑誌	155
8. 伝統的工芸品のみを幅広く集めていること	221	122	8. 一般雑誌	81
9. 伝統的工芸品と一般品を比較しながら買えること	325	193	9. 通販のカタログ、ダイレクトメール	85
10. キャッシュレス決済手段が充実していること	227	403	10. インターネット検索サイト	570
11. ふるさと納税として商品の購入ができること	113	241	11. SNS(LINEやFacebook、Instagramなど)	168
12. その他	8	11	12. 友人・知人の口コミ	123
13. あてはまるものはない(排他)	182	212	13. 家族内の会話	51
			14. 会社や仕事関係の口コミ	30
			15. その他	6
			16. あてはまるものはない(排他)	147

Q9. あなたのライフスタイルとして該当するものをそれぞれ一つだけ教えてください。(SA)
(1.あてはまる、2.どちらとも言えない、3.あてはまらない)

	有効n	平均値	標準 偏差	最小値	最大値
1. 今後の生活においては、物の豊かさより心の豊かさを重視したい	1000	1.527	0.611	1	3
2. 今後の生活においては、貯蓄や投資など将来に備えたい	1000	1.497	0.661	1	3
3. 今後の生活においては、将来よりも毎日の生活を充実させて楽しみたい	1000	1.637	0.645	1	3
4. 今後の生活においては、文化芸術を鑑賞することが大切だ	1000	1.831	0.702	1	3
5. 今後の生活においては、自ら文化活動を行うことが大切だ	1000	2.042	0.695	1	3
6. 流行の商品や新製品、サービスについては、いち早く購入したい	1000	2.376	0.670	1	3
7. 商品やサービスは、品質が良ければ価格は気にしない	1000	2.150	0.690	1	3
8. 商品やサービスを購入する際に、環境を考慮して、必要性をよく考え、価格や品質だけでなく、環境への負荷ができるだけ少ないものを選んで購入している	1000	1.833	0.690	1	3

Q10. あなたが商品やサービスを購入する際、自分ひとりで決済できる最高額について教えてください。(SA)	度数 n=1000
1. 1万円未満	99
2. 1万円以上2万円未満	119
3. 2万円以上3万円未満	108
4. 3万円以上5万円未満	121
5. 5万円以上10万円未満	177
6. 10万円以上20万円未満	81
7. 20万円以上50万円未満	44
8. 50万円以上100万円未満	50
9. 100万円以上	71
10. 答えたくない	130

Q11. あなたが商品やサービスを購入する際、誰のための購入であれば出費を借しませんが、あてはまるものをいくつか教えてください。(MA)	度数
1. 自分	619
2. 配偶者	416
3. 子ども	411
4. 孫	95
5. 兄弟姉妹	59
6. 親戚	34
7. 友人・知人	59
8. 会社や仕事関係の人	8
9. その他	36
10. あてはまるものはない(排他)	124

Q12. インターネットの利用について、それぞれどのくらい利用していますか。あてはまるものをそれぞれ一つだけ教えてください。(SA)(1.よく利用している(ほぼ毎週)、2.たまに利用している(回数回)、3.ほとんど利用しない、4.全く利用しない)	有効n	平均値	標準偏差	最小値	最大値
1. 電子メール	1000	1.718	0.927	1	4
2. 個人のホームページやブログの維持・管理	1000	3.330	0.973	1	4
3. 交通機関・宿泊施設・コンサート等の予約	1000	2.672	0.864	1	4
4. ネットショッピング	1000	1.858	0.700	1	4
5. ネットオークション	1000	3.294	0.887	1	4
6. 銀行取引	1000	2.575	1.022	1	4
7. 株式・投資信託等の金融商品の取引	1000	3.105	1.062	1	4
8. 動画投稿サイト(YouTube等)の閲覧	1000	2.009	1.069	1	4
9. SNS(LINE、Facebook等)の閲覧	1000	1.962	1.200	1	4

Q13. インターネットの利用について、今後もっと利用したい(してみたい)用途はありますか。あてはまるものをいくつか教えてください。(MA)	度数
1. 電子メール	346
2. 個人のホームページやブログの維持・管理	109
3. 交通機関・宿泊施設・コンサート等の予約	341
4. ネットショッピング	589
5. ネットオークション	191
6. 銀行取引	304
7. 株式・投資信託等の金融商品の取引	291
8. 動画投稿サイト(YouTube等)の閲覧	363
9. SNS(LINE、Facebook等)の閲覧	388
10. その他	2
11. 特になし(排他)	194

Q16. あなたの職業について教えてください。(SA)	度数
1. 農林水産業	5
2. 商工・自営業	30
3. 会社・法人の経営者	22
4. 管理職(企業・官庁の部長以上)	24
5. 管理職(企業・官庁の課長、係長)	47
6. 会社員	293
7. 専門・自由業(医師・弁護士など)	44
8. 契約社員	28
9. 派遣社員	20
10. パート・アルバイト	121
11. 専業主婦・主夫	164
12. 学生	30
13. 無職	119
14. その他	14
15. 答えたくない	39

Q14. 今後の生活において、楽しみにしているつながりや関係は何ですか。現在も楽しんでいる繋がりや関係も含めて、あてはまるものをいくつか教えてください。(MA)	度数
子供・孫	536
配偶者	480
兄弟姉妹・親戚	226
近所の知人、自治会・町内	92
会社や仕事関係	157
学生時代の友人	325
趣味・習い事・旅行・スポーツなどの仲間	330
NPOやボランティア活動などの社会的活動の仲間	41
その他	17
特になし(排他)	152

Q17. 世帯年収について教えてください。(SA)	度数
1. 収入はない	14
2. 200万円未満	61
3. 200万円以上500万円未満	297
4. 500万円以上700万円未満	158
5. 700万円以上1,000万円未満	148
6. 1,000万円以上1,500万円未満	76
7. 1,500万円以上2,000万円未満	17
8. 2,000万円以上3,000万円未満	12
9. 3,000万円以上5,000万円未満	4
10. 5,000万円以上	0
11. わからない／答えたくない	213

Q15. 今後の生活において、楽しみたいことは何ですか。現在行っているものも含めて、あてはまるものをいくつか教えてください。(MA)	度数
1. 海外旅行	323
2. 国内旅行	607
3. ボランティア活動	77
4. 研究活動	63
5. 習い事	162
6. 株取引	204
7. スポーツ	269
8. 散歩・ウォーキング	376
9. 写真撮影	142
10. パソコン・インターネット	360
11. 音楽鑑賞・コンサート	345
12. 映画鑑賞	344
13. 料理	307
14. 食べ歩き	466
15. ショッピング	452
16. その他	23
17. 特になし(排他)	55

Q18. 世帯の貯蓄額(預貯金、株式や投資信託の有価証券等を含む)について教えてください。(SA)	度数
1. 貯蓄はない	56
2. 200万円未満	127
3. 200万円以上500万円未満	104
4. 500万円以上700万円未満	53
5. 700万円以上1,000万円未満	55
6. 1,000万円以上1,500万円未満	47
7. 1,500万円以上2,000万円未満	40
8. 2,000万円以上3,000万円未満	49
9. 3,000万円以上5,000万円未満	50
10. 5,000万円以上	40
11. わからない／答えたくない	379