

「建設業部会」お客様アンケート(需要動向調査) 結果

受付日 令和 元年 7月 6日(土) 場所 思川駅南口ロータリー「笑幸まつり」会場

天候:曇り 回答 93 / 100 有効回答率 93%

◎ お客様のご住所は？

- ・美田地区内
- ・小山市内
- ・小山市外
- ・栃木県外

件数	割合	コメント
29	31.2%	美田地区内、小山市内等、回答者の約
53	57.0%	9割が商圏内であり、市外の方もいたが、
11	11.8%	場所によっては充分圏内となりうる。
0	0.0%	

◎ 現在のお住まいは？

- ・美田地区内
 - A)アパート
 - B)マンション
 - C)貸家
 - D)一戸建て(持ち家)

(栃木県内を対象) 99件

件数	割合	コメント
0	0.0%	今回のお客様は一戸建てであった。
0	0.0%	次いで貸家となり、アパート・マンション
3	10.3%	はいなかった。
26	89.7%	

- ・小山市内
 - A)アパート
 - B)マンション
 - C)貸家
 - D)一戸建て(持ち家)

件数	割合	コメント
7	13.2%	今回のお客様は一戸建ての方が多く、
1	1.9%	次いでアパート、借家、マンションの順
3	5.7%	となった。
42	79.2%	

- ・小山市外
 - A)アパート
 - B)マンション
 - C)貸家
 - D)一戸建て(持ち家)

件数	割合	コメント
1	9.1%	今回のお客様は一戸建ての方が多く、
1	9.1%	アパート・マンション・貸家の割合はほぼ
2	18.2%	変わりなかった。
7	63.6%	

○ A), B), C)の方に質問です。将来、一戸建て住宅(持ち家)に住みたいですか、または、住むご予定がありますか？

- ・美田地区内
 - a) 住みたい : 住む予定
 - b) 住みたくない : 予定無
無記名

件数	割合	コメント
3	100.0%	下の質問と合わせて回答
0	0.0%	
0	0.0%	

○a)の方に質問です。建築依頼先はどちらをお考えですか？

- 1) 大手メーカー
- 2) インターネット経由業者
- 3) 地元の建築業者
- 4) 地元以外の建築業者
- 5) その他

件数	割合	コメント
3	100.0%	今回の結果では大手メーカー希望の方
0	0.0%	だけとなってしまい、ブランド力やメディア
0	0.0%	を使ったPR効果が大きいと推測される。
0	0.0%	
0	0.0%	

○よろしければ、選んだ理由をお聞かせください。

件数	割合	コメント
2	18.2%	下の質問と合わせて回答
7	63.6%	
2	4.3%	

○a)の方に質問です。建築依頼先はどちらをお考えですか？

件数	割合	コメント
0	0.0%	今回は無回答が多く、一戸建てに住み
0	0.0%	たい人は2名のみ。顧客需要の具体的
1	50.0%	な分析は困難であるが、地元の建築業
0	0.0%	者を選ぶ方がいて、潜在的なニーズの
1	50.0%	可能性も捨て切れない。

○よろしければ、選んだ理由をお聞かせください。

特に記入無し

件数	割合	コメント
1	25.0%	一戸建てに固執することなく、住みたいと
3	75.0%	の回答も依頼先は未定とのことである。

○ D)の方に質問です。現在、改装・修理等でご相談事がありましたらご記入下さい。

{場所・状態等、書き込めればお願いします}

・美田地区内

改装等予定 庭:1件 3.8% 無し:2件 7.7% 特に記入無し:23件 88.5%

「庭」と書いた方は、名前が未記入なのでリフォームの実績に結びつけることはできなかつた。

・小山市内

改装等予定 無し:0件 0% 特に記入無し:42件 100%

今回は回答の記入が無かったため顧客需要の分析ができない状況となった。

・小山市外

改装等予定 無し1件 14.3% 新築3年目で予定無し1件 14.3% 特に記入無し:5件 71.4%

※ 総合コメント

今回のアンケートも、需要動向に重きを置いて作成してみた。

当日は天気も良く、用意していたアンケート用紙はすべて使い切っている。

アンケート結果について、回答者の多くは一戸建住宅の持ち主であるということ。持ち家の施工業者は大手か地元業者か分からなかったが、現状ではリフォームや家屋の改修を希望する人は少ないことが判明した。

地区内に 庭の改修希望者が1件あったが無記名のためにリフォームの実績まで

繋げることができなかった。

市内ではあるが、一戸建て注文を考えるのは大手メーカーとの回答が多数あり、テレビCMや新聞チラシ等の広告によるブランド力が大きいことがわかった。

今後の会員事業所においては、地元という「地の利」を有効に活用し、アフターサービスの充実や家の不具合への即応性等安心や信頼を重視した告知を行い、ブランド力を高めることで潜在的な顧客の掘り起こしを進めることが必要と考えられる。

コメント文責 小山市美田商工会 上野光春