

## 2015 年度 冬、消費者意識調査ハガキアンケートの結果報告

1. 5000 枚を量販店店舗に送り、回答は 17 枚でした。

返却推移

2015 年度冬	2014 年度冬	2013 年度冬
17 枚	60 枚	78 枚

2. 協力店舗

(株)エディオン	1	豊中店
	2	中環東大阪店
	3	八尾南店
	4	泉北店
マツヤデンキ	5	あびこ店
	6	豊新店
	7	針中野店
	8	四条畷店
	9	八戸ノ里店
(株)関西ケーズデンキ	10	箕面店
	11	岸和田和泉インター店
	12	枚方店
	13	りんくう泉南店
	14	東大阪店
(株)ヤマダ電機	15	テックランド大阪野田店
	16	テックランド堺本店
	17	テックランド大阪住之江店
	18	LABITなんば

3. 関西ケーズデンキ様の店舗には、チラシ「ちょっとまって！どっちがお得？」と、冊子「省エネエコなくらし」をお客様に配布をしてもらい(1店舗、各 250 枚)、後日、担当者に使い勝手や消費者の反応を担当者にアンケートをお願いしました。

## 回答結果

	2015冬		2014冬		2013冬	
	回収枚数					
1.お買い上げになった商品は(複数回答あり)	17		60		76	
エアコン	3	18%	13	22%	24	32%
冷蔵庫	9	53%	21	35%	19	25%
テレビ	3	18%	20	33%	14	18%
電気便座	0	0%	3	5%	1	1%
蛍光灯器具	1	6%	4	7%	13	17%
その他(無回答、対象外商品)	1	6%	1	2%	9	12%
2.選んだ決め手となったのは(複数回答可)						
1.価格が安いから。	8	47%	33	55%	42	55%
2.デザインが気に入ったから。	7	41%	4	7%	4	5%
3.省エネ性能が高いから。	8	47%	24	40%	36	47%
3.統一省エネラベルをご存知でしたか						
1.知っていた。	5	29%	32	53%	19	25%
2.見たことがある程度。	5	29%	13	22%	23	30%
3.知らなかった。	7	41%	15	25%	34	45%
4.統一省エネラベルは役に立ちましたか						
1.非常に役立った。	2	12%	21	35%	30	39%
2.ある程度役立った。	11	65%	28	47%	28	37%
3.あまり役立たなかった。	0	0%	4	7%		0%
4.全く役立たなかった・気にしていない。	4	24%	7	12%	18	24%
無回答					1	1%
○店員さんから統一省エネラベルの説明はありましたか(2013年冬のみ)						
1 説明があった、よく理解できた。					53	70%
2 説明があったが、よくわからなかった。					9	12%
3 説明はなかった。					13	17%
無回答					1	1%

省エネ性能で選ぶ方は  
40～47%

非常に役に立った、  
ある程度をあわせて  
66～82%

## ケーズデンキ様担当者アンケートのまとめ

### 1. ハガキ「消費者意識アンケート」について

#### (1)使い勝手はいかがでしたか。

- ①レジでお会計の後に、はがき 1 枚なのですぐ渡すことができました。使い勝手は良かったと思います。
- ②年末の多忙な時期ということもあり、省エネ商品をお買い上げいただいたすべてのお客様には、配布できなかった。パンフレットの数量とハガキの数量が違うので渡しにくい部分もあったが、アンケート内容についてはわかりやすかったと思います。

- ③問題ない。
- ④文字数の少ない選択形式のアンケートで使いやすい内容でした。
- ⑤良かったが何件かお渡し忘れをすることがありました。

(2)お客様からの質問、反応などはいかがでしたか。

- ①質問は特になかったです。そのまま受け取って下さいました。  
あまり質問・反応はなかった。
- ②お渡しするタイミングは自店では契約される際レジにて配布したが、お買いもの袋や封筒の中にそのまま入れられるお客様も多くあり、あまり見ていただけてなかったように感じます。渡す側ももっと積極的に行えば反応があったように思いますが、直接質問や反応は無かったように感じます。
- ③質問はほとんど受けなかった。
- ④お客様でポストへ投函して頂けることはなく、お店で預かることで記入して頂ける程度でした。
- ⑤特に問題はなく、反応も大きくはなかった。

## 2. チラシについて

(1)使い勝手や、内容についていかがでしたか。

- ①分かりやすく説明しやすく感じました。
- ②店側の問題として、ビラと冊子とありましたが、使い分けをきっちり決めていなかったため、うまく活用できなかった。次回からは、ビラを中心に配り冊子は売り場に配置してみようと思います。一件ずつ購入者に内容を説明しないとインパクトを与えられないと感じました。内容は非常にわかりやすいものでしたが、買い物ついでは渡してもなかなか反応は鈍かったように感じます。ビラを見せながら口頭にて説明を行うとインパクトがあり生きてくると思います。
- ③分かりやすくて良い。
- ④グラフなどで複数の家電に省エネ性を考えてもらえる内容で、分かりやすい内容でした。
- ⑤対象商品販売時に、省エネ製品をおすすめしやすくなった。

(2)お客様からの質問、反応などはいかがでしたか。

- ①照明器具の電気代比率が結構高い事に驚いていました。
- ②反応そのものはあまりなかった。個人的にはビラはわかりやすかったと思いますが、こちらから、ひと声添えないとなかなか反応はいただけなく感じました。
- ③質問はほぼ受けなかった。
- ④冷蔵庫、エアコン以外の家電への電気代の意識が低いです。

⑤特に質問はなかったが、お客様自体が元々そこまで意識して使ってはいなかった反応が多かった。

### 3. 冊子「省エネ、エコな暮らし」について

(1)使い勝手や、内容についていかがでしたか。

①お客様に渡すのは、はがき同様レジでは良かったです。

②省エネにご興味のあるお客様は多くおられると思います。レジカウンターに置いておくを持って帰られる方も数名おられました。内容はよくまとまっております。

③分かりやすくてよい。その場で読む方は少なかった。

④使い勝手としては、「また読んでおいてください。」という感じでお渡しする程度になってしまった。

(2)お客様からの質問、反応などはいかがでしたか。

①家で読んでおきます、という回答が多かったと思います。

②実際お客様が持って帰られて反応があったかが不明。店では渡すだけになっていた為省エネのツールとして活用できていなかったことが反省点。

③質問はほぼなし。

4. その他(当委員会の活動についてご意見がございましたらご記入ください。)

①今以上に省エネに努めようと思いました。

②ハガキ回収の良い店や省エネに強く取り組んでおられるところの成功事例みたいなものがあるとより良い渡し方ができ成果が上がると思います。