「既存住宅流通促進モデル事業」に関する

# 生駒市居住者アンケート調査　結果報告書　＜概要版＞

2016/01

# 目次

Ⅰ．調査概要…… 3～4

Ⅱ．結果のまとめ…… 6～8

# Ⅰ. 調査概要

# 調査概要

**調査目的**

◆ 生駒駅構内にあるデジタルサイネージコンテンツの認知状況・ニーズの把握

◆【近鉄“楽・元気”生活】のサービスの認知状況・ニーズの把握

**調査手法**

近鉄ケーブルネットワーク（株）（以下　KCN）サービスユーザーへの、メールニュース配信／インターネットによる回答

※回答回収目標を、300名に設定

**調査実施期間**

2015年12月10日（木）

**調査地域**

生駒市

**調査対象者と集計サンプル数**

**<対象者条件>**

◇ 生駒市内在住者

◇ KCNユーザー

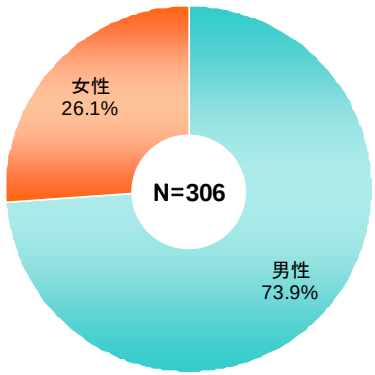
| | 30代 | 40代 | 50代 | 60代 | 70代以上 | 合計 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 男性 | 8s | 28s | 30s | 91s | 69s | 226s |
| 女性 | 10s | 21s | 23s | 21s | 5s | 80s |
| 計 | 18s | 49s | 53s | 112s | 74s | 306s |

# 対象者プロフィール

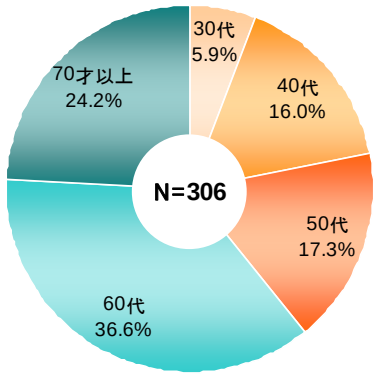
◆ 本調査における回答者の7割以上が「男性（73.9%）」。年代別では、「60代以上」が全体の6割を占めており、高年層が多い。
また、職業別に見ると、「有職（パート・アルバイト含む）」と「無職」がともに4割を占める。なお、同居家族は、配偶者が88.9%と、約9割を占める。

◆ 回答者の居住エリアは、「白庭台・真弓・真弓南」が11.4%。

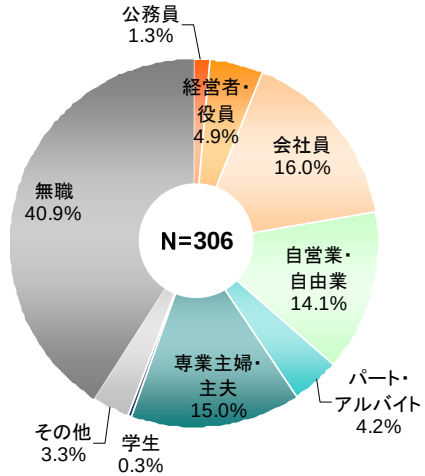
## 性別



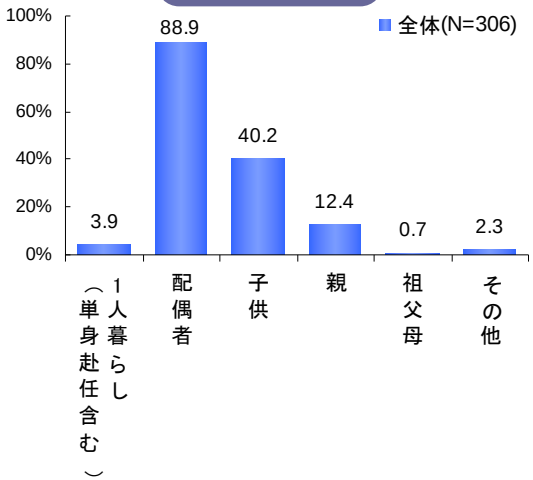

## 年齢



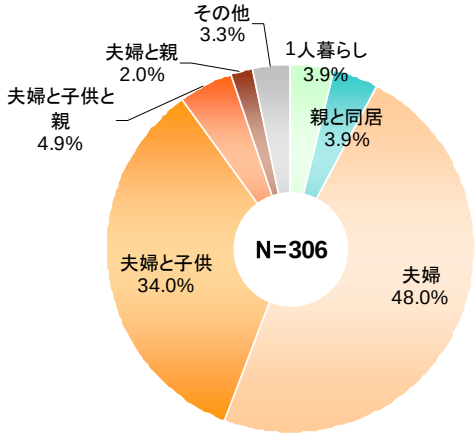

## 職業



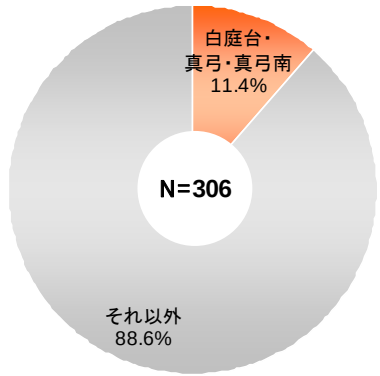

## 同居家族




## 家族構成




## 居住エリア



# Ⅱ. 結果のまとめ

# 1 【生駒情報ステーション】について

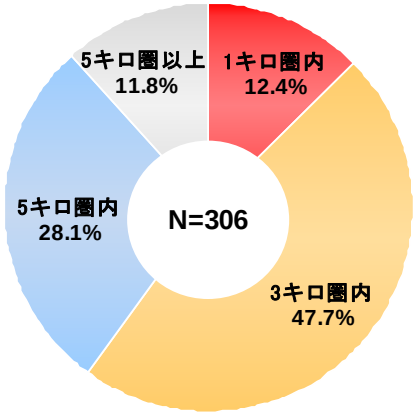
**4エリア別の割合は、「3キロ圏内」が47.7%と全体の半数近くを占める。**

**306名全体で見ると、「生駒駅自由通路利用率」が9割、「サイネージ存在認知率」が6割、「内容認知率」が4割となっている。**

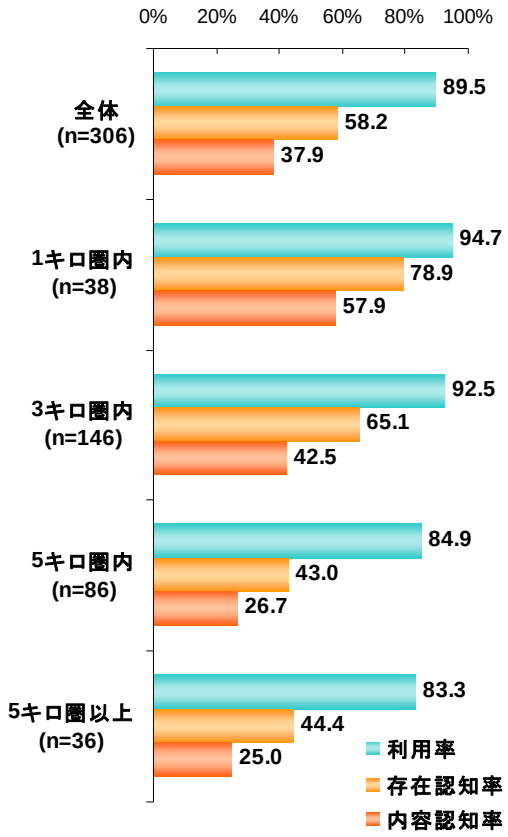
◆エリア別では、近鉄生駒駅から最も近い〔1キロ圏内〕で、「利用率」が9割を超え、「存在認知率」が8割、「内容認知率」が6割程度と、4エリアの中で利用率・認知率ともに最も高い。

〔5キロ圏内〕〔5キロ圏以上〕になると、「利用率」は8割を超えるものの、「サイネージ存在認知率」が半数に満たない。

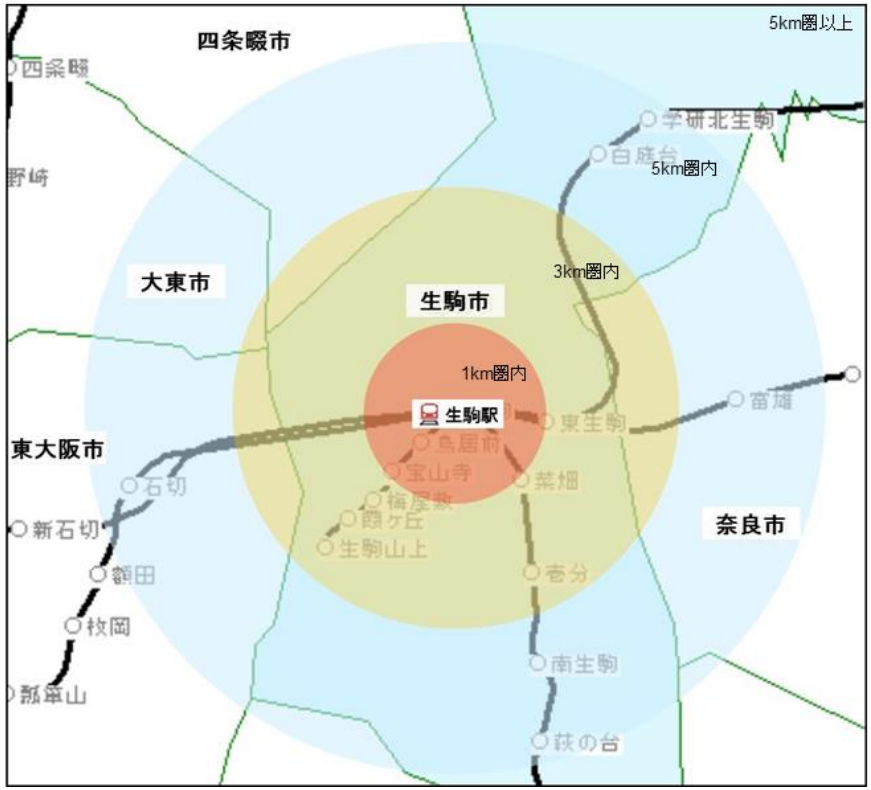
＜4エリア区分(N=306)＞




＜近鉄生駒駅「自由通路」利用率とサイネージ認知率＞




■対象エリアマップ




※仕訳基準

対象者(N=306)の居住地をベースとして以下4エリアに区分

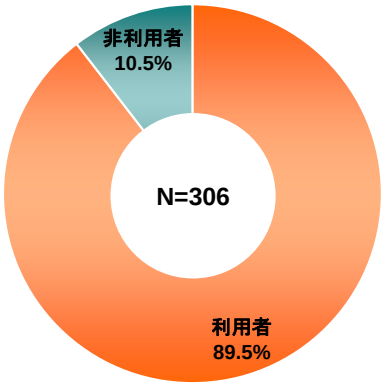
：生駒駅を中心とした4エリア(半径1キロ圏内・3キロ圏内・5キロ圏内・5キロ圏以上)

：隣接圏に跨る地域は、面積の広いエリアに振分け

# 1 【生駒情報ステーション】について

## ■ 近鉄生駒駅「自由通路」の利用状況

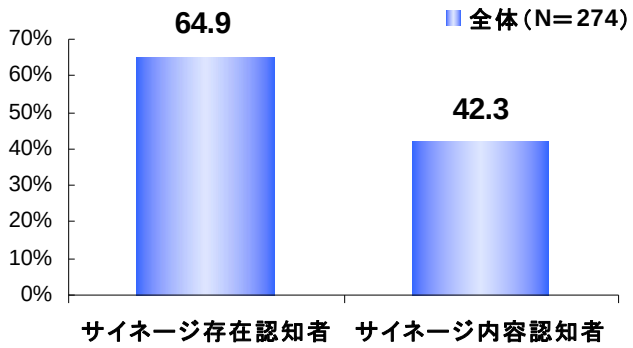
近鉄生駒駅「自由通路」の利用者は9割、非利用者は1割。
性別では、〔男性〕が88.9%、〔女性〕が91.4%と、男女比はほぼ同水準。




※利用者(「よく利用する」+「たまに利用する」+「あまり利用しない」の合算)
非利用者(「全く利用しない」のスコア)

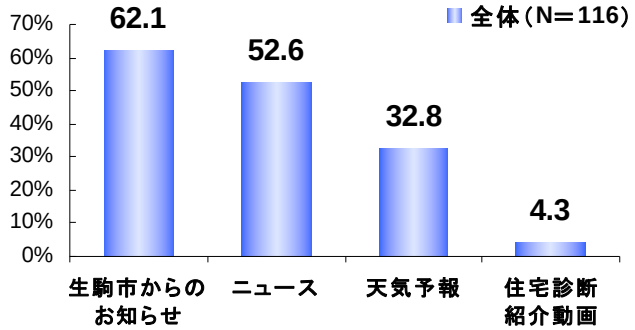
## ■【生駒情報ステーション】の閲覧状況

自由通路利用者の全体で存在認知者が6割台、内容認知者が4割。
存在認知率は、性別で男性が6割、女性は7割台と、1割以上程度高い。
また、年代別では、〔40～50代〕の存在認知率が7割を超え、
他層よりも高い。



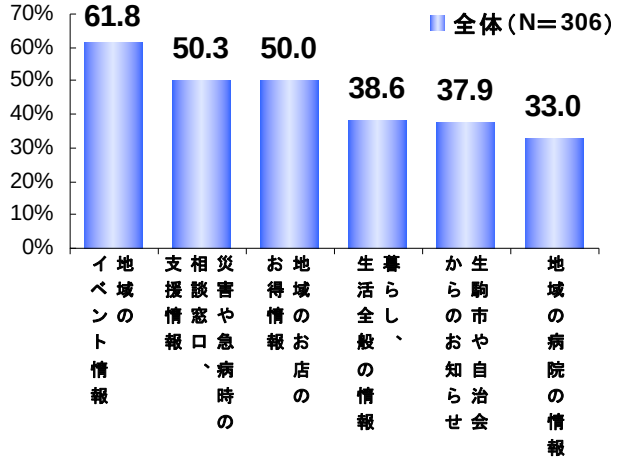

## ■【生駒情報ステーション】の閲覧コンテンツ

サイネージ内容認知者の全体で、「生駒市からのお知らせ」「ニュース」
が半数を超え閲覧率の高いコンテンツとなっている。
性別では、〔女性〕は〔男性〕に比べ、「ニュース」コンテンツの閲覧経験が、
4割程度と低いため、存在認知率の高い女性層に考慮したい。




## ■ 便利だと思うコンテンツ

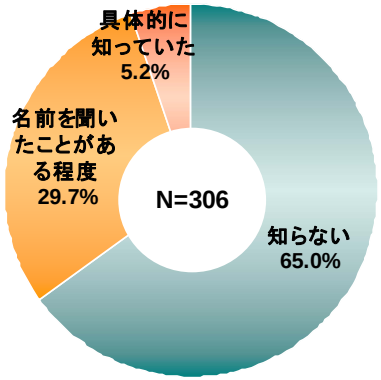
全体で「地域のイベント情報」「災害や急病時の相談窓口、支援情報」
「地域のお店のお得情報」の上位3つが半数を超える。
エリア別では、〔白庭台・真弓・真弓南〕エリアが「地域のお店のお得情報」
「暮らし、生活全般の情報」で6～7割を占め、〔その他〕のエリアより高い。



# 2 【近鉄“楽・元気”生活】について

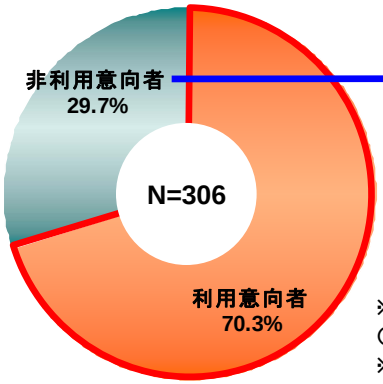
## ■【近鉄“楽・元気”生活】の認知状況

認知率は全体で、3割強。
エリア別では、〔白庭台・真弓・真弓南〕エリアが4割台と、〔その他〕のエリアより、認知率が1割以上高い。




## ■【近鉄“楽・元気”生活】サービス利用意向

サービス利用意向は全体で、7割を占める。
【近鉄“楽・元気”生活】サービス認知別では、〔認知者〕の意向率は8割を超え〔非認知者〕よりも2割以上高い。
なお、非利用意向者の意向理由は「必要がないから」が約7割を占め最も高い。



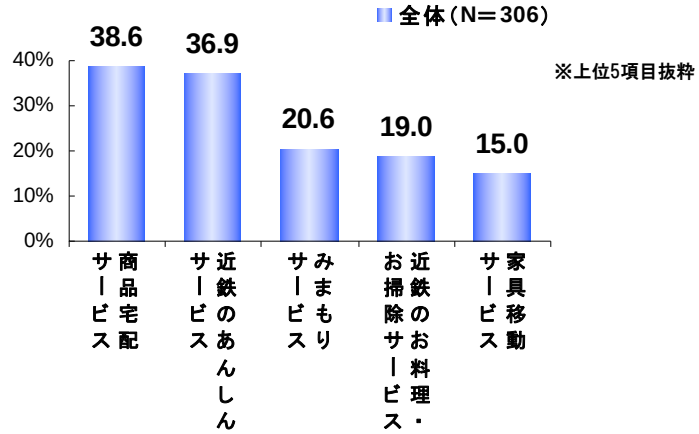

＜非利用意向者の理由＞

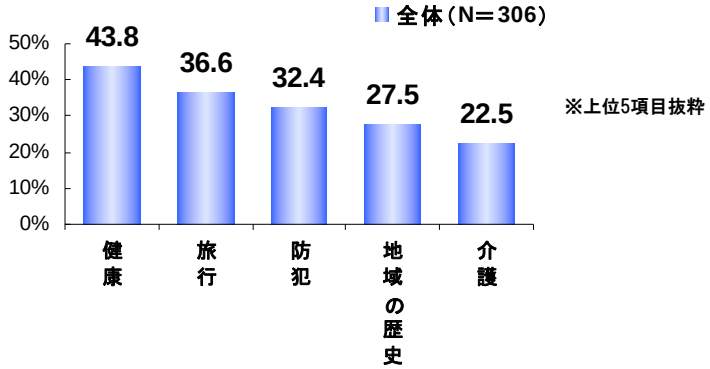
| | (N) | 必要がないから | 価格が高いから | 面倒だから | その他 |
|---|---|---|---|---|---|
| 非利用意向者 | 91 | 68.1 | 26.4 | 13.2 | 7.7 |

※利用意向者
（「ぜひ利用したい」+「内容によっては利用したい」の合算）
※非利用意向者
（「あまり利用したくない」+「全く利用したくない」の合算）

## ■【近鉄“楽・元気”生活】の利用してみたいサービス

利用したいサービスは、全体で「商品宅配サービス」「近鉄のあんしんサービス」が4割近くを占める。
性別では、〔男性〕は「近鉄のあんしんサービス」の利用意向が4割と高く、〔女性〕は「商品宅配サービス」「近鉄のお料理・お掃除サービス」が〔男性〕よりも高い。




## ■【近鉄“楽・元気”生活】の受講してみたいセミナー

興味のあるセミナー・イベントは、全体で「健康」が4割を超え最も高い。
性別では、〔女性〕は〔男性〕に比べ、「手芸などワークショップ」が2割台と高い。
一方、「防犯」「地域の歴史」は2割に満たず、意向が特に低い。