

2023 年度 北海道障がい者就労支援センター事業
雑貨品に関する一般市民の意識調査報告書

目次

目次	2
1. はじめに	3
1) 調査の概要	3
2. アンケート調査結果	4
1) 回答者に関する状況	4
2) 「雑貨品全般」に関する回答内容	5
3) 「ハンドメイド品」に関する回答内容	15
4) 「福祉雑貨品」に関する回答内容	21
3. まとめ	23
1) 各調査グループの回答概要	23
2) 本調査から考察する現状	25

1. はじめに

1) 調査の概要

①調査内容 :

2022年度に実施した「障がい者支援施設製品に関するアンケート」において、過去の調査データ(2013年度)との比較分析を行ったところ、【加工食品類】はニーズが高まっていることが確認出来たが、【雑貨品類】は購入意向が低下傾向にあることが判明した。そこで、今年度の調査では【雑貨品分類】に対する一般消費者の需要傾向を明らかにし、雑貨品類の制作を行う就労支援事業所等の収益性の向上に繋がる基礎データとして、活用するための分析・編集を行った。

②調査対象 :

●札幌圏及び主要都市圏を中心とするモニター会員(協力機関:インサーチ札幌)

③調査方法 : インターネット調査法

●配布方法 : システム配信

●回収方法 : システム回収

④実施時期 : 配布 2023年12月28日 回収 2024年1月16日迄

⑤総回収数 : 300件(人数指定調査)

取得状況

名称		取得数
道内在住の一般市民	WEBモニター調査	300
合計		300

回答者の居住地

地区名称	件数
札幌市	256
旭川市	2
芦別市	1
岩見沢市	3
恵庭市	5
江別市	9
小樽市	2
石狩市	3
千歳市	5
苫小牧市	2
富良野市	1
北広島市	1
名寄市	1
網走市	1
虻田郡	2
空知郡	1
日高郡	1
紋別郡	1
不明	3
合計	300

回答者の性別/年代層

年齢区分	人数
男性/35歳以下	8
男性/36~60歳	92
男性/61歳以上	50
女性/35歳以下	15
女性/36~60歳	85
女性/61歳以上	50
合計	300

2. アンケート調査結果

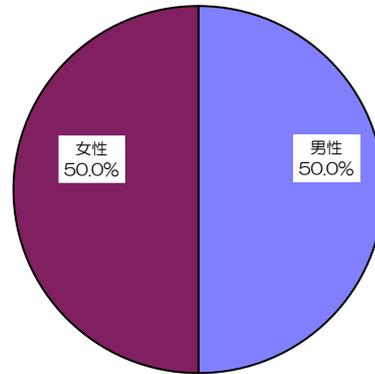
1) 回答者に関する状況

①性別

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
男性	150	50.0%
女性	150	50.0%
合計	300	100.0%

回答者の性別

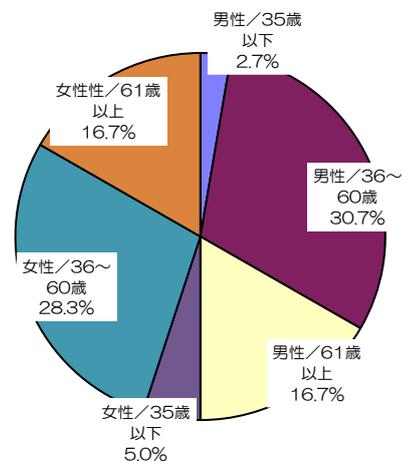


②性別／年代

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
男性／35歳 以下	8	2.7%
男性／36～60歳	92	30.7%
男性／61歳 以上	50	16.7%
女性／35歳 以下	15	5.0%
女性／36～60歳	85	28.3%
女性／61歳 以上	50	16.7%
合計	300	100.0%

回答者の性別／年代



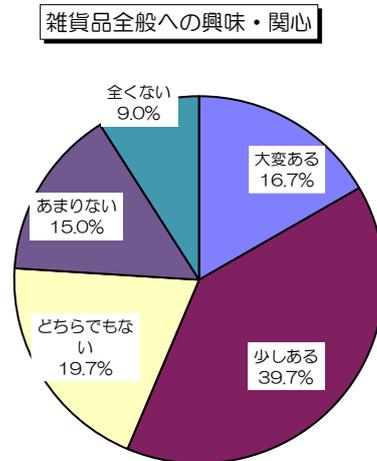
- 回答者の性別では、WEBモニター調査において、人数指定しているため、男女ともに50.0%となっている。
- 次に、性別／年代の状況では、男女ともに35歳以下の回答率が低くなっており、【男性／36～60歳】が30.7%、【女性／36～60歳】が26.3%と高くなっている。

2) 「雑貨品全般」に関する回答内容

①雑貨品全般への興味・関心

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
大変ある	50	16.7%
少しある	119	39.7%
どちらでもない	59	19.7%
あまりない	45	15.0%
全くない	27	9.0%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%



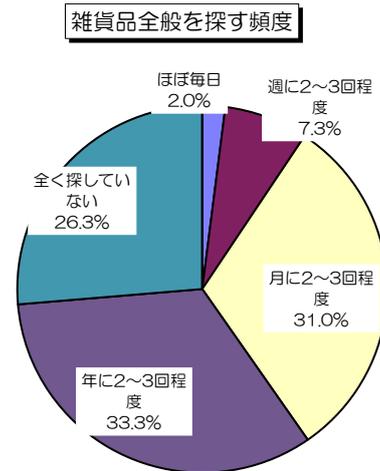
		合計	大変ある	少しある	どちらでもない	あまりない	全くない	不明
全体		300	16.7%	39.7%	19.7%	15.0%	9.0%	0.0%
1. 性別	男性	150	8.7%	37.3%	25.3%	17.3%	11.3%	0.0%
	女性	150	24.7%	42.0%	14.0%	12.7%	6.7%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	21.7%	43.5%	0.0%	17.4%	17.4%	0.0%
	36-60歳以下	177	18.6%	37.9%	17.5%	16.4%	9.6%	0.0%
	61歳以上	100	12.0%	42.0%	28.0%	12.0%	6.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	8.7%	40.2%	19.6%	19.6%	12.0%	0.0%
	男性-61歳以上	50	6.0%	34.0%	40.0%	12.0%	8.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	20.0%	53.3%	0.0%	13.3%	13.3%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	29.4%	35.3%	15.3%	12.9%	7.1%	0.0%
	女性-61歳以上	50	18.0%	50.0%	16.0%	12.0%	4.0%	0.0%

●雑貨品全般に関する設問の中での興味・関心では、【大変ある】が16.7%、【少しある】が最も高く39.7%、となっており、全体の56.4%が『ある』と答えている。性別／年代の詳細では、女性の約7割が『ある』と回答しているが、特に、『女性／35歳以下』で73.3%と、興味・関心が高くなっている状況である。

②雑貨品全般を探す頻度

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
ほぼ毎日	6	2.0%
週に2～3回程度	22	7.3%
月に2～3回程度	93	31.0%
年に2～3回程度	100	33.3%
全く探していない	79	26.3%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%



		合計	ほぼ毎日	週に2～3回程度	月に2～3回程度	年に2～3回程度	全く探していない	不明
全体		300	2.0%	7.3%	31.0%	33.3%	26.3%	0.0%
1. 性別	男性	150	3.3%	5.3%	23.3%	34.7%	33.3%	0.0%
	女性	150	0.7%	9.3%	38.7%	32.0%	19.3%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	0.0%	13.0%	26.1%	34.8%	26.1%	0.0%
	36-60歳以下	177	2.8%	8.5%	29.9%	31.1%	27.7%	0.0%
	61歳以上	100	1.0%	4.0%	34.0%	37.0%	24.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	0.0%	12.5%	12.5%	25.0%	50.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	4.3%	5.4%	22.8%	34.8%	32.6%	0.0%
	男性-61歳以上	50	2.0%	4.0%	26.0%	36.0%	32.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	0.0%	13.3%	33.3%	40.0%	13.3%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	1.2%	11.8%	37.6%	27.1%	22.4%	0.0%
	女性-61歳以上	50	0.0%	4.0%	42.0%	38.0%	16.0%	0.0%

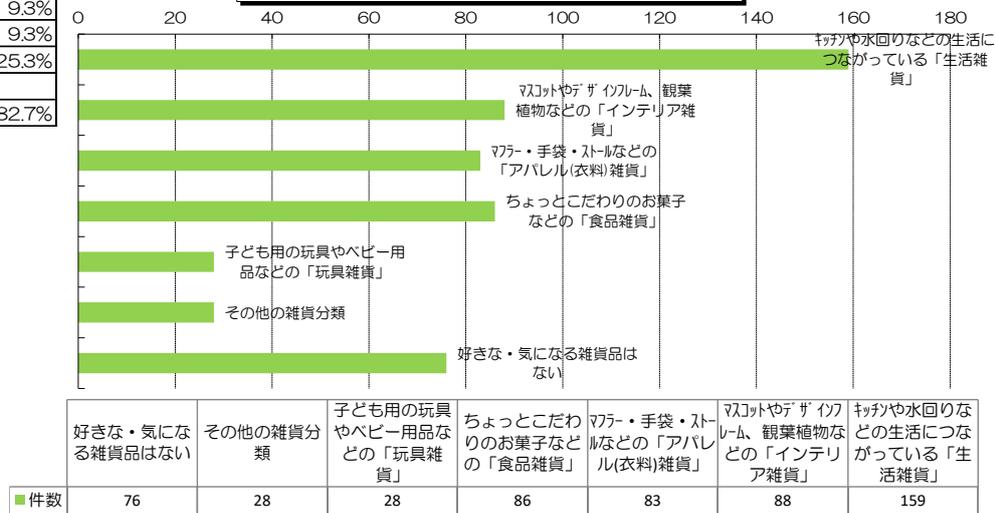
- 雑貨品全般を探す頻度では、【年に2～3回程度】が33.3%で最も高くなり、【月に2～3回程度】が31.0%、で続いている。性別／年代の詳細では、【月に2～3回程度】で女性の比率が高くなっており、逆に【年に2～3回程度】では男性の比率が高い傾向にあるようだ。

③雑貨品全般 好きな・気になる雑貨分類（複数回答）

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	159	53.0%
マスコットやデザインフレーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	88	29.3%
マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	83	27.7%
ちょっとこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	86	28.7%
子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	28	9.3%
その他の雑貨分類	28	9.3%
好きな・気になる雑貨品はない	76	25.3%
不明	0	-
回答件数	548	182.7%

雑貨品全般 好きな・気になる雑貨分類（複数回答）



	合計	キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	小さなマスコットやデザインフレーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	ちょっとこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	その他の雑貨分類	好きな・気になる雑貨品はない	不明
全体	300	53.0%	29.3%	27.7%	28.7%	9.3%	9.3%	25.3%	0.0%
1. 性別									
男性	150	40.7%	16.7%	12.0%	18.7%	7.3%	10.7%	36.0%	0.0%
女性	150	65.3%	42.0%	43.3%	38.7%	11.3%	8.0%	14.7%	0.0%
2. 年代									
35歳以下	23	34.8%	43.5%	30.4%	56.5%	17.4%	8.7%	26.1%	0.0%
36-60歳以下	177	48.6%	29.4%	28.2%	27.1%	9.6%	10.2%	27.7%	0.0%
61歳以上	100	65.0%	26.0%	26.0%	25.0%	7.0%	8.0%	21.0%	0.0%
3. 性別／年代									
男性-35歳以下	8	12.5%	37.5%	0.0%	25.0%	12.5%	0.0%	50.0%	0.0%
男性-36-60歳以下	92	37.0%	19.6%	14.1%	18.5%	5.4%	10.9%	37.0%	0.0%
男性-61歳以上	50	52.0%	8.0%	10.0%	18.0%	10.0%	12.0%	32.0%	0.0%
女性-35歳以下	15	46.7%	46.7%	46.7%	73.3%	20.0%	13.3%	13.3%	0.0%
女性-36-60歳以下	85	61.2%	40.0%	43.5%	36.5%	14.1%	9.4%	17.6%	0.0%
女性-61歳以上	50	78.0%	44.0%	42.0%	32.0%	4.0%	4.0%	10.0%	0.0%

記述回答

レトロ的なもの
布製バックなどの手芸品
便利グッズ
清掃小物、収納グッズ
DIY関係
部屋の装飾及び備品
季節のイベントの雑貨
神楽坂
季節のちょっとした飾り物

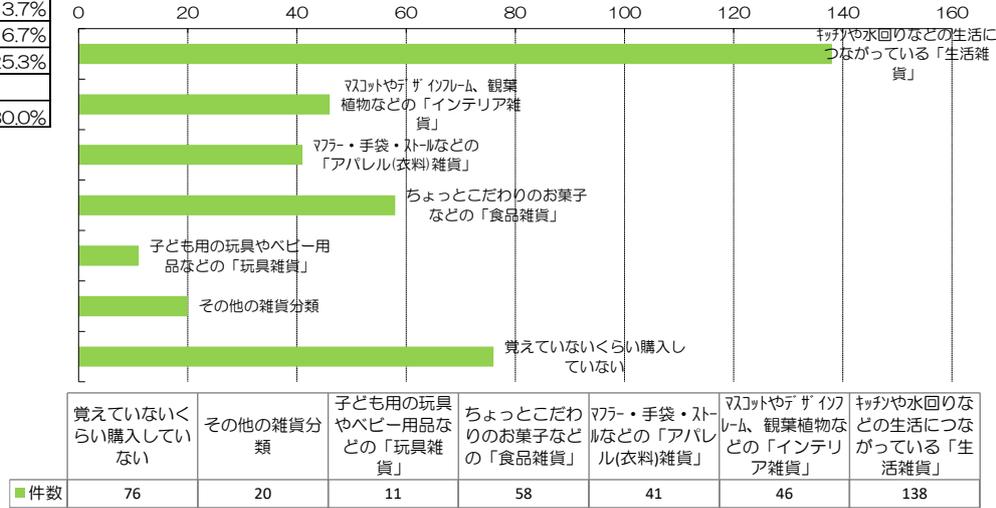
- 雑貨品全般において、好きな分類・気になる分類を聞いたところ、【生活雑貨】が最も高く53.0%、【インテリア雑貨】【衣料雑貨】【食品雑貨】が約3割で続いている。性別／年代の詳細では、『35歳以下』の若年層で【インテリア雑貨】【食品雑貨】の比率が高くなっている。その他の記述回答では、季節物、レトロ物、DIY関連も挙げられている。

④雑貨品全般 購入頻度の高い分類（複数回答）

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	138	46.0%
マスコットやデザインルーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	46	15.3%
マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	41	13.7%
ちょっとこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	58	19.3%
子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	11	3.7%
その他の雑貨分類	20	6.7%
覚えていないくらい購入していない	76	25.3%
不明	0	-
合計	390	130.0%

雑貨品全般 購入頻度の高い雑貨分類（複数回答）



	合計	キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	小さなマスコットやデザインルーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	ちょっとこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	その他の雑貨分類	覚えていないくらい購入していない	不明
全体	300	46.0%	15.3%	13.7%	19.3%	3.7%	6.7%	25.3%	0.0%
1. 性別									
男性	150	37.3%	10.0%	8.7%	15.3%	2.7%	8.0%	35.3%	0.0%
女性	150	54.7%	20.7%	18.7%	23.3%	4.7%	5.3%	15.3%	0.0%
2. 年代									
35歳以下	23	34.8%	21.7%	21.7%	26.1%	8.7%	13.0%	17.4%	0.0%
36-60歳以下	177	41.8%	16.4%	13.0%	19.2%	3.4%	5.6%	28.8%	0.0%
61歳以上	100	56.0%	12.0%	13.0%	18.0%	3.0%	7.0%	21.0%	0.0%
3. 性別／年代									
男性-35歳以下	8	25.0%	25.0%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	37.5%	0.0%
男性-36-60歳以下	92	35.9%	12.0%	7.6%	15.2%	2.2%	8.7%	35.9%	0.0%
男性-61歳以上	50	42.0%	4.0%	8.0%	16.0%	4.0%	8.0%	34.0%	0.0%
女性-35歳以下	15	40.0%	20.0%	20.0%	33.3%	13.3%	20.0%	6.7%	0.0%
女性-36-60歳以下	85	48.2%	21.2%	18.8%	23.5%	4.7%	2.4%	21.2%	0.0%
女性-61歳以上	50	70.0%	20.0%	18.0%	20.0%	2.0%	6.0%	8.0%	0.0%

記述回答

布製バックなどの手芸品
ガチャポン
収納や便利グッズ
雑貨家電
清掃小物 収納グッズ
DIY関係
文具類
事務用品
文房具

- 購入頻度の高い分類では、【生活雑貨】が46.0%と約半数を占めており、【食品雑貨】が19.3%で続いている。一方、【覚えていないくらい購入していない】も意外と多く、全体の1/4となった。性別／年代の詳細では、女性に【食品雑貨】が好まれている傾向が読み取れる。その他の記述回答では、文具類が2件、ガチャポン等も記載されている。

⑤雑貨品全般 最近購入した商品（記述回答）

記述回答
5本指が出して使える三トン型の手袋
お茶碗
お櫃、南部鉄器の鉄鍋、蒸し器、樺細工の茶筒
ガチャガチャ
かわいいスポンジ
キッチンにおく生活雑貨
キッチンの雑貨
キッチンフキン
キッチン用品
キッチン用品
キャップフック
キャラクター雑貨
キャラものの袋、お菓子、家着
キャラ物のタオル
キャンバス地の収納かご
クリスマス、お正月用品の雑貨品を購入しました。季節を楽しみながら過ごしています。
クリスマスカード
クリスマスのスノードーム
クリスマスの小物
クリスマスの飾り
クリスマス飾り(オーナメント、リース等)
クリスマス用のコースター
ケータホルダー
ころころ
ザル、ストール、手拭品
サンタの人形
システムキッチン
シマエナガの小物入れ
シルバニアで使えるようなミニチュアのバスタブ
シンクの上を洗い物スペースにできる小物
スポンジ
スマホスタンド
スマホのケーブルを収納するボックスタイプの入れ物食品の袋の口を止めるもの
スマホ用の三脚
セメダイン
たこ焼きの油を塗るもの
ツリー
ティッシュペーパー、コーヒーカップ、歯ブラシ、夜間反射鏡、ウィスキーグラス、衣類
てぶくろ
ドアリース（年中使用できる）、クリスマスやお正月の小さな置物
ドア飾り
ぬいぐるみ
ハンドメイド
ビーラ
ペット用品
ほうき、木製の台、木製のコースター、木製のトリーなど、木の風合いの雑貨を購入しました。
ほんだな
ボンド、塗料
マグネットリムーバー
マグネット式の浴室用タオルかけ電子レンジ用あたためバックこたつ（のようにあたたかい）靴下2000円
マスキングテープやレターセット。紙もの。
マフラー
マフラー
マフラーを購入しました。
ミニ門松、鏡餅
ランチョンマット
レッグウォーマー充電式カイロ
レトルトカレー
一目惚れしたもの
加湿ポット
懐中電灯

記述回答
絵画
干支の小物
伍切り、お玉、葉巻、割りばし
観葉植物
観葉植物
観葉植物、手袋
観葉植物クリスマスツリーグッズ
気に入ったもの
季節のお菓子
巾着袋
古い食器
購入はしていませんが、可愛い柄の日本製の布巾をプレゼントでもらいました。
皿
三段トレーやマグカップ
使い捨てビニール手袋、マウスウォッシュ
煮玉子がつくれるケース
手ぬぐい
手作りストラップ
手袋
手袋・マフラー
収納ボックス
収納用のフック
除雪用手袋
小さいかご
小さなバッグ
小さな額
小さな観葉植物(100円ショップで300円)
小さめの家電雑貨
照明用LED
植物
食器洗スポンジ
食器洗い洗剤用の容器
食品雑貨店でお餅を購入した
森永製菓の、パッケンチョコのチョコのお菓子です。
正月用のインテリア雑貨
節水用の後付け蛇口カバー
駄菓子。うまい棒。チョコ棒。
袋の口留め。
大きなクリスマスツリー
大きめのキルトバック
鉄のフライパン
電子レンジ用トレー 熱くなった容器を取り出すのに便利なグッズ
陶器のカップ
特にはないが、100均で気に入ったもの何だったかな
入浴剤の中に小さいおもちゃが入っているバスボール
部屋に飾る安価な額縁
防水型スマホケース
木製のおもちゃ
来年の辰年に関連のあるハンドメイド雑貨。(消しゴムはんこや、辰年にちなんだ置物など)
流しのマット
龍の置物

● 最近購入した雑貨品を聞いたところ、様々なアイテムが挙げられているが、

- ① キッチン用品
- ② クリスマス等の季節用品
- ③ スマートフォン関連用品
- ④ 手作り・ハンドメイド品
- ⑤ 観葉植物類
- ⑥ 駄菓子類 などとなっており、100円ショップでの購入品が多いように感じられる。

⑥雑貨品全般 現在探している雑貨商品（記述回答）

記述回答
アクセサリ
おいしい駄菓子。安いお菓子。他人に喜ばれるちょっとしたお菓子。
おしゃれで便利なキッチン用品
カーテン
がま口
かわいいやつ
キーホルダー
キッチングッズ
キッチンラック
キャラもの
キャラもののエコバッグ
キャンプグッズ
ケーキドーム
コースター
ストロー入れ
スプレー
スペース圧縮の収納具
テーブルクロス、エプロン
デジタル時計
ニトリ
ニトリ、DCM、100円ショップなどで購入
ぬいぐるみ
ハンコ（ゴム印）
ポータブル加湿器
よい
ラブラドルレトリバーのフォトフレーム
可愛い雑貨。キャラ物
絵画
額縁
観葉植物
観葉植物、木製の雑貨なら何でも。
観葉植物の大きい物
居間にかける絵画
軽い大きな鏡
古い食器
高価ではないがあると便利で今までにないような斬新な生活雑貨ミニマリストに向いてるような物
今の所は特にありません。
柴犬柄のグッズ
手頃な値段の雑貨店
除雪用スノーダンプ
小さいバッグ
小さなハウストール用では無いもので小さくて可愛いお家を探してます
小物
小物を片付けられる収納グッズ
消毒液
上品で可愛い雑貨
植物用の植木鉢
食器
食器
生活雑貨
生活便利グッズ
掃除用品
掃除用品
相応の値段の絵画（コピーも含む）
贈り物にして喜ばれる可愛い御菓子の詰め合わせ
直感
桃の節句に合うドアリース
日本の民藝の製品
入浴剤の中に小さいおもちゃが入っているバスボール
排水溝の受け皿
板
必要になった時に生活雑貨便利なものが欲しい時

記述回答

部屋に合う小さな棚、収納ボックス
便利になる物
暮らしを便利にするもの
包丁やピーラーの、料理に使う道具です。
毎日使う血圧測定器と、記録用紙、ペンを収納できて取り出しやすいところにおいても邪魔にならないすっきりとした入れ物
幼児向け(5歳くらいまで)玩具

● 現在探している雑貨品を聞いたところ、

①キッチン用品

②駄菓子類

③掃除用品

④絵画・観葉植物

⑤生活を便利にする雑貨類

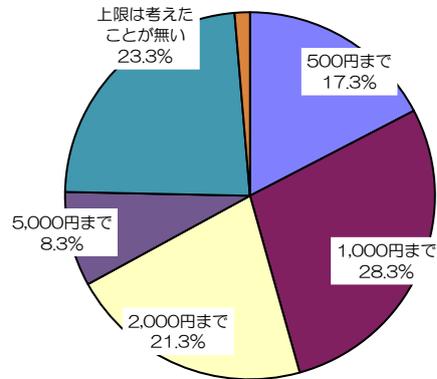
などが挙げられているため、是非、参考にして頂きたい。

⑤雑貨品全般 購入予算

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
わがや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	138	46.0%
リビングやダイニング、観葉植物などの「インテリア雑貨」	46	15.3%
ワゴン・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	41	13.7%
ちょっとしたお菓子などの「食品雑貨」	58	19.3%
子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	11	3.7%
その他の雑貨分類	20	6.7%
覚えていないくらい購入していない	76	25.3%
不明	0	-
合計	390	130.0%

雑貨品の購入予算



		合計	500円まで	1,000円まで	2,000円まで	5,000円まで	上限は考えたことが無い	その他	不明
全体		300	17.3%	28.3%	21.3%	8.3%	23.3%	1.3%	0.0%
1. 性別	男性	150	20.7%	29.3%	16.7%	6.0%	26.0%	1.3%	0.0%
	女性	150	14.0%	27.3%	26.0%	10.7%	20.7%	1.3%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	17.4%	30.4%	21.7%	8.7%	21.7%	0.0%	0.0%
	36-60歳以下	177	18.1%	31.1%	18.1%	5.1%	26.0%	1.7%	0.0%
	61歳以上	100	16.0%	23.0%	27.0%	14.0%	19.0%	1.0%	0.0%
3.性別/年代	男性-35歳以下	8	37.5%	37.5%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	20.7%	29.3%	16.3%	5.4%	26.1%	2.2%	0.0%
	男性-61歳以上	50	18.0%	28.0%	18.0%	8.0%	28.0%	0.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	6.7%	26.7%	26.7%	13.3%	26.7%	0.0%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	15.3%	32.9%	20.0%	4.7%	25.9%	1.2%	0.0%
女性-61歳以上	50	14.0%	18.0%	36.0%	20.0%	10.0%	2.0%	0.0%	

記述回答

ものによる
その時々で違う
そのものによって価格の許容範囲は変わる
バーコード決済ができればいくらでも

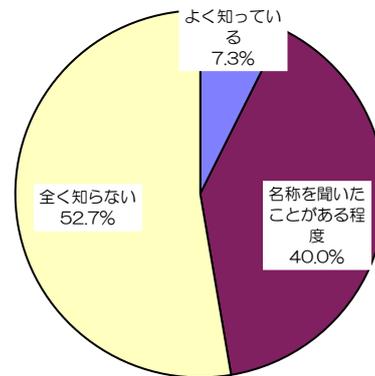
- 購入のための予算では、【1,000円まで】が28.3%、【2,000円まで】が21.3%、【500円まで】が17.3%、となっている。ただ、【上限を考えたことが無い】が約1/4に上っている。性別/年代の詳細では、男性で【500円まで】【1,000円まで】で約半数、女性では【1,000円まで】【2,000円まで】で約半数となっており、女性の方が予算感としては多い傾向となっている。記述回答では、ものによって予算が変わるといった回答が目立った。

⑥雑貨品全般 家庭用品品質表示法の認知度

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
よく知っている	22	7.3%
名称を聞いたことがある程度	120	40.0%
全く知らない	158	52.7%
不明	0	0.0%
回答件数	300	100.0%

家庭用品品質表示法の認知度



		合計	よく知っている	名称を聞いたことがある程度	全く知らない	不明
全体		300	7.3%	40.0%	52.7%	0.0%
1. 性別	男性	150	6.0%	32.7%	61.3%	0.0%
	女性	150	8.7%	47.3%	44.0%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	4.3%	34.8%	60.9%	0.0%
	36-60歳以下	177	7.3%	36.7%	55.9%	0.0%
	61歳以上	100	8.0%	47.0%	45.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	0.0%	12.5%	87.5%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	7.6%	25.0%	67.4%	0.0%
	男性-61歳以上	50	4.0%	50.0%	46.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	6.7%	46.7%	46.7%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	7.1%	49.4%	43.5%	0.0%
女性-61歳以上	50	12.0%	44.0%	44.0%	0.0%	

- 雑貨品販売における家庭用品品質表示法の認知度については、【全く知らない】が半数以上を占めた。逆に【よく知っている】は僅かに 7.3%しかいなかった。性別／年代の詳細では、特に、『60 歳以下』の男性において認知度が低くなっている。

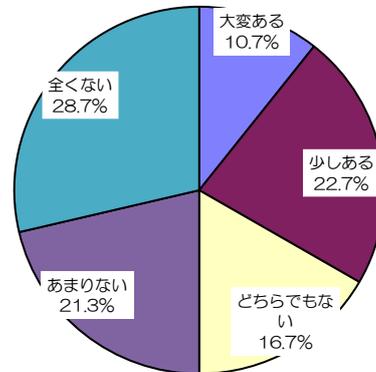
3) 「ハンドメイド品」に関する回答内容

①ハンドメイド品への興味・関心

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
大変ある	32	10.7%
少しある	68	22.7%
どちらでもない	50	16.7%
あまりない	64	21.3%
全くない	86	28.7%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

ハンドメイド品への興味・関心



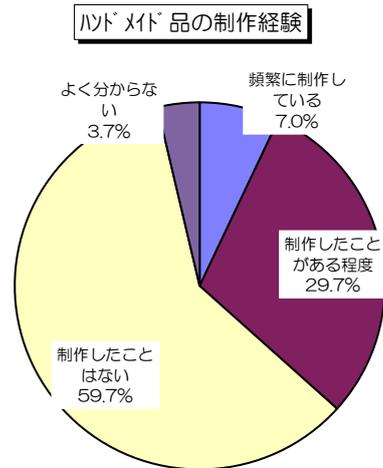
		合計	大変ある	少しある	どちらでもない	あまりない	全くない	不明
全体		300	10.7%	22.7%	16.7%	21.3%	28.7%	0.0%
1. 性別	男性	150	3.3%	20.7%	16.0%	28.0%	32.0%	0.0%
	女性	150	18.0%	24.7%	17.3%	14.7%	25.3%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	8.7%	17.4%	17.4%	26.1%	30.4%	0.0%
	36-60歳以下	177	13.6%	22.0%	11.3%	19.8%	33.3%	0.0%
	61歳以上	100	6.0%	25.0%	26.0%	23.0%	20.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	0.0%	25.0%	0.0%	37.5%	37.5%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	5.4%	17.4%	12.0%	27.2%	38.0%	0.0%
	男性-61歳以上	50	0.0%	26.0%	26.0%	28.0%	20.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	13.3%	13.3%	26.7%	20.0%	26.7%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	22.4%	27.1%	10.6%	11.8%	28.2%	0.0%
	女性-61歳以上	50	12.0%	24.0%	26.0%	18.0%	20.0%	0.0%

- 次に、昨今、市場が拡大している『ハンドメイド品』について確認した。興味・関心では、【大変ある】が10.7%、【少しある】が22.7%と全体約3割となった。一方、【全くない】【あまりない】の合計値が50%となっている。性別／年代の詳細では、【女性／36～60歳以下】で興味・関心が高くなっており、約半数が『ある』と答えている。『ハンドメイド品』のターゲット層は、当該層となることが考えられる。

②ハンドメイド品の制作経験

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
頻繁に制作している	21	7.0%
制作したことがある程度	89	29.7%
制作したことはない	179	59.7%
よく分からない	11	3.7%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%



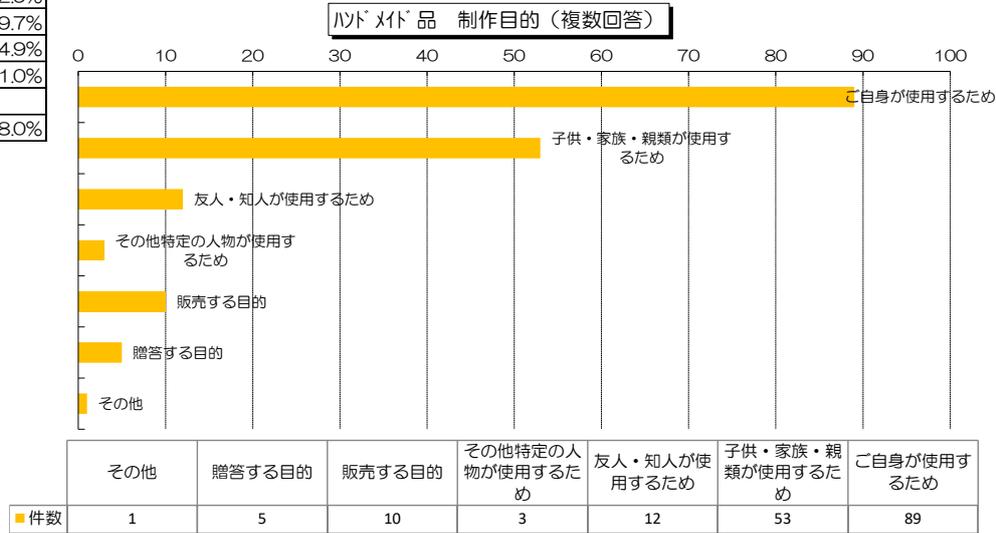
		合計	頻繁に制作している	制作したことがある程度	制作したことはない	よく分からない	不明
全体		300	7.0%	29.7%	59.7%	3.7%	0.0%
1. 性別	男性	150	2.7%	10.0%	82.0%	5.3%	0.0%
	女性	150	11.3%	49.3%	37.3%	2.0%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	4.3%	17.4%	78.3%	0.0%	0.0%
	36-60歳以下	177	7.9%	26.6%	59.9%	5.6%	0.0%
	61歳以上	100	6.0%	38.0%	55.0%	1.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	3.3%	7.6%	81.5%	7.6%	0.0%
	男性-61歳以上	50	2.0%	16.0%	80.0%	2.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	6.7%	26.7%	66.7%	0.0%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	12.9%	47.1%	36.5%	3.5%	0.0%
	女性-61歳以上	50	10.0%	60.0%	30.0%	0.0%	0.0%

- 『ハンドメイド品』は自ら制作・販売できる環境が整い、活況を呈しているが、制作経験について聞いたところ、【頻繁に制作している】が7.0%、【制作したことがある程度】が29.7%で全体の約3割は政策経験者であることが分かった。性別／年代の詳細では、【女性／36～60歳以下】で約6割が経験者となっている。

③ハンドメイド品を制作した目的（複数回答）

回答者数：110

選択項目	件数	構成比
ご自身が使用するため	89	86.4%
子供・家族・親類が使用するため	53	51.5%
友人・知人が使用するため	12	11.7%
その他特定の人物が使用するため	3	2.9%
販売する目的	10	9.7%
贈答する目的	5	4.9%
その他	1	1.0%
無回答	7	-
回答件数	180	168.0%



		合計	ご自身が使用するため	子供・家族・親類が使用するため	友人・知人が使用するため	その他特定の人物が使用するため	販売する目的	贈答する目的	その他	不明
全体		103	86.4%	51.5%	11.7%	2.9%	9.7%	4.9%	1.0%	0.0%
1. 性別	男性	18	77.8%	27.8%	0.0%	5.6%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性	85	88.2%	56.5%	14.1%	2.4%	7.1%	5.9%	1.2%	0.0%
2. 年代	35歳以下	5	80.0%	60.0%	20.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	36-60歳以下	55	83.6%	47.3%	12.7%	3.6%	9.1%	0.0%	1.8%	0.0%
	61歳以上	43	90.7%	55.8%	9.3%	2.3%	7.0%	9.3%	0.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	9	77.8%	11.1%	0.0%	11.1%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	男性-61歳以上	9	77.8%	44.4%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	女性-35歳以下	5	80.0%	60.0%	20.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	女性-36-60歳以下	46	84.8%	54.3%	15.2%	2.2%	4.3%	0.0%	2.2%	0.0%
	女性-61歳以上	34	94.1%	58.8%	11.8%	2.9%	5.9%	11.8%	0.0%	0.0%

記述回答

ただ、作りたかった。目的はない。欲しい人には、あげる。

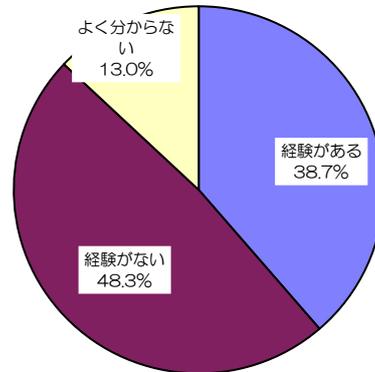
- 『ハンドメイド品』制作経験者の制作目的では、【ご自身で使用】が86.4%、【子供・家族・親類が使用】が51.5%と高くなった。一方、【販売する目的】は9.7%と、約1割に留まっている。性別／年代の詳細では、【販売する目的】では男性及び35歳以下で比率が高くなっている。

④ハンドメイド品の購入経験

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
経験がある	116	38.7%
経験がない	145	48.3%
よく分からない	39	13.0%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

ハンドメイド品の購入経験



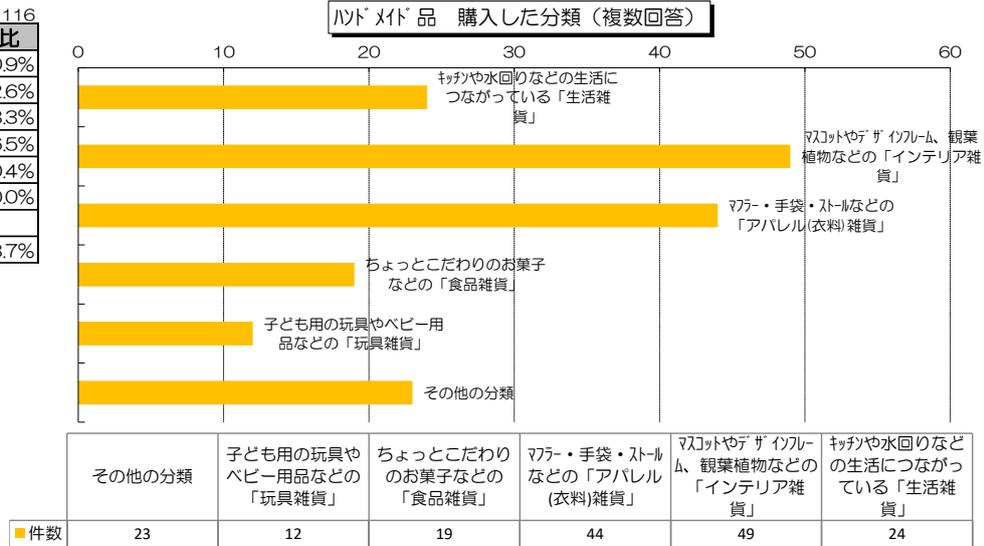
		合計	経験がある	経験がない	よく分からない	不明
全体		300	38.7%	48.3%	13.0%	0.0%
1. 性別	男性	150	20.7%	60.7%	18.7%	0.0%
	女性	150	56.7%	36.0%	7.3%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	34.8%	56.5%	8.7%	0.0%
	36-60歳以下	177	39.5%	49.2%	11.3%	0.0%
	61歳以上	100	38.0%	45.0%	17.0%	0.0%
3.性別／年代	男性-35歳以下	8	12.5%	75.0%	12.5%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	21.7%	63.0%	15.2%	0.0%
	男性-61歳以上	50	20.0%	54.0%	26.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	46.7%	46.7%	6.7%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	58.8%	34.1%	7.1%	0.0%
	女性-61歳以上	50	56.0%	36.0%	8.0%	0.0%

- 一方、『ハンドメイド品』の購入経験では、【経験がある】が38.7%、【経験がない】が48.3%、となった。性別／年代の詳細では、女性の購入経験者が56.7%と半数以上となったが、男性は20.7%に留まっている。性別／年代の詳細では、36歳以上の女性の比率が特に高くなっている状況である。

⑤ハンドメイド品 購入した分類（複数回答）

回答者数：116

選択項目	件数	構成比
キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	24	20.9%
マスコットやデザインフレーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	49	42.6%
マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	44	38.3%
ちょっとしたこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	19	16.5%
子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	12	10.4%
その他の分類	23	20.0%
無回答	1	-
回答件数	172	148.7%



		合計	キッチンや水回りなどの生活につながっている「生活雑貨」	小さなマスコットやデザインフレーム、観葉植物などの「インテリア雑貨」	マフラー・手袋・ストールなどの「アパレル(衣料)雑貨」	ちょっとしたこだわりのお菓子などの「食品雑貨」	子ども用の玩具やベビー用品などの「玩具雑貨」	その他の分類	不明
全体		115	20.9%	42.6%	38.3%	16.5%	10.4%	20.0%	0.0%
1. 性別	男性	30	26.7%	40.0%	33.3%	20.0%	10.0%	16.7%	0.0%
	女性	85	18.8%	43.5%	40.0%	15.3%	10.6%	21.2%	0.0%
2. 年代	35歳以下	8	12.5%	62.5%	50.0%	37.5%	12.5%	25.0%	0.0%
	36-60歳以下	69	24.6%	37.7%	39.1%	14.5%	11.6%	17.4%	0.0%
	61歳以上	38	15.8%	47.4%	34.2%	15.8%	7.9%	23.7%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	1	0.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	19	31.6%	36.8%	31.6%	15.8%	5.3%	21.1%	0.0%
	男性-61歳以上	10	20.0%	40.0%	30.0%	20.0%	20.0%	10.0%	0.0%
	女性-35歳以下	7	14.3%	57.1%	42.9%	28.6%	14.3%	28.6%	0.0%
	女性-36-60歳以下	50	22.0%	38.0%	42.0%	14.0%	14.0%	16.0%	0.0%
女性-61歳以上	28	14.3%	50.0%	35.7%	14.3%	3.6%	28.6%	0.0%	

記述回答

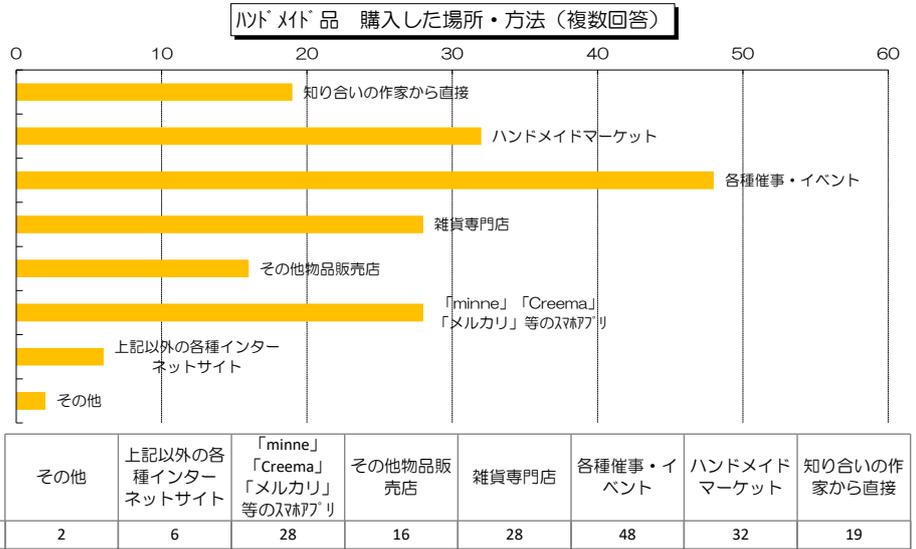
バンケース
バッグ、袋物
キーホルダー
人形
額縁
バッグ
木製の名刺入れ
ウェディングブーケ
バッグ
ヘアゴム
財布とか帽子とか
ポーチ
ポーチ
小銭入れ
ハンコ
アクセサリー 9件

- 『ハンドメイド品』の購入経験者の購入した分類では、【インテリア雑貨】が最も高く42.6%、【衣料雑貨】が38.3%、【生活雑貨】が20.9%で続いている。雑貨品全般では【生活雑貨】が最も高かったが、ハンドメイド品では購入される分類が異なることが分かった。その他の記述回答では、アクセサリーが9件と多く、バッグ、ポーチ等も挙げられている。

⑥ハンドメイド品 購入した場所・方法（複数回答）

回答者数：116

選択項目	件数	構成比
知り合いの作家から直接	19	16.7%
ハンドメイドマーケット	32	28.1%
各種催事・イベント	48	42.1%
雑貨専門店	28	24.6%
その他物品販売店	16	14.0%
「minne」「Creema」「メルカリ」等のスマホアプリ	28	24.6%
上記以外の各種インターネットサイト	6	5.3%
その他	2	1.8%
無回答	2	-
回答件数	181	157.0%



	合計	知り合いの作家から直接	ハンドメイドマーケット	各種催事・イベント	雑貨専門店	その他物品販売店	「minne」「Creema」「メルカリ」等のスマホアプリ	上記以外の各種インターネットサイト	その他	不明
全体	114	16.7%	28.1%	42.1%	24.6%	14.0%	24.6%	5.3%	1.8%	0.0%
1. 性別										
男性	30	13.3%	13.3%	53.3%	20.0%	13.3%	10.0%	0.0%	3.3%	0.0%
女性	84	17.9%	33.3%	38.1%	26.2%	14.3%	29.8%	7.1%	1.2%	0.0%
2. 年代										
35歳以下	8	25.0%	50.0%	25.0%	50.0%	0.0%	50.0%	12.5%	0.0%	0.0%
36-60歳以下	68	16.2%	29.4%	42.6%	16.2%	13.2%	29.4%	5.9%	0.0%	0.0%
61歳以上	38	15.8%	21.1%	44.7%	34.2%	18.4%	10.5%	2.6%	5.3%	0.0%
3. 性別／年代										
男性-35歳以下	1	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
男性-36-60歳以下	19	15.8%	10.5%	57.9%	15.8%	21.1%	15.8%	0.0%	0.0%	0.0%
男性-61歳以上	10	10.0%	10.0%	50.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%
女性-35歳以下	7	28.6%	42.9%	28.6%	42.9%	0.0%	57.1%	14.3%	0.0%	0.0%
女性-36-60歳以下	49	16.3%	36.7%	36.7%	16.3%	10.2%	34.7%	8.2%	0.0%	0.0%
女性-61歳以上	28	17.9%	25.0%	42.9%	39.3%	25.0%	14.3%	3.6%	3.6%	0.0%

記述回答

道の駅、温泉地の宿泊施設
知人
製作会社から直接

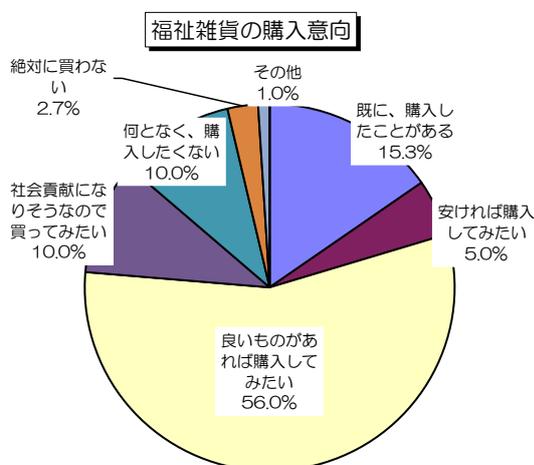
- 『ハンドメイド品』の購入場所・方法では、【各種催事・イベント】が最も高く42.1%、【ハンドメイドマーケット】【雑貨専門店】【スマホアプリ】が25%程度で続いている。性別／年代の詳細では、36歳以上の男性で【各種催事・イベント】の比率が高くなっている。一方、【スマホアプリ】では60歳以下の女性が高い傾向にある。その他記述では、道の駅や温泉宿泊施設等も記載されている。

4) 「福祉雑貨品」に関する回答内容

①福祉雑貨品 購入経験と意向

回答者数：300

選択項目	件数	構成比
既に、購入したことがある	46	11.8%
安ければ購入してみたい	15	3.8%
良いものがあれば購入してみたい	168	43.1%
社会貢献になりそうなので買ってみたい	30	7.7%
何となく、購入したくない	30	7.7%
絶対に買わない	8	2.1%
その他	3	0.8%
不明	0	0.0%
合計	300	76.9%



		合計	既に、購入したことがある	安ければ購入してみたい	良いものがあれば購入してみたい	社会貢献になりそうなので買ってみたい	何となく、購入したくない	絶対に買わない	その他	不明
全体		300	15.3%	5.0%	56.0%	10.0%	10.0%	2.7%	1.0%	0.0%
1. 性別	男性	150	8.7%	6.0%	53.3%	16.7%	10.7%	3.3%	1.3%	0.0%
	女性	150	22.0%	4.0%	58.7%	3.3%	9.3%	2.0%	0.7%	0.0%
2. 年代	35歳以下	23	4.3%	4.3%	65.2%	8.7%	13.0%	4.3%	0.0%	0.0%
	36-60歳以下	177	13.6%	5.1%	58.8%	7.3%	10.2%	4.0%	1.1%	0.0%
	61歳以上	100	21.0%	5.0%	49.0%	15.0%	9.0%	0.0%	1.0%	0.0%
3. 性別／年代	男性-35歳以下	8	0.0%	12.5%	37.5%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	男性-36-60歳以下	92	8.7%	6.5%	56.5%	12.0%	9.8%	5.4%	1.1%	0.0%
	男性-61歳以上	50	10.0%	4.0%	50.0%	24.0%	10.0%	0.0%	2.0%	0.0%
	女性-35歳以下	15	6.7%	0.0%	80.0%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%	0.0%
	女性-36-60歳以下	85	18.8%	3.5%	61.2%	2.4%	10.6%	2.4%	1.2%	0.0%
女性-61歳以上	50	32.0%	6.0%	48.0%	6.0%	8.0%	0.0%	0.0%	0.0%	

記述回答

わからない
物による
使えると判断できるもの、欲しいものであり、その上で安ければ買います。

- 最後に、『福祉雑貨品』について購入経験と意向を聞いたところ、【既に購入した～】が15.3%であった。一方、【良いものがあれば購入～】が56.0%、【社会貢献になりそうなので買ってみたい】が10.0%と、約7割が購入の意向を示唆している。作り手としての福祉事業者の努力次第で、販売できる可能性があるため、明るい材料として考えて良いのではないだろうか。性別／年代の詳細では、購入経験者は女性の方が高く、且つ、年代が上がるにつれて比率も上がっている。今後の購入意向では、性別、年代で多少ばらつきがあるものの全体的に好意的な印象が強い。

②福祉雑貨品 購入品の製造事業所（記述回答）

記述回答
ひかりパン購入
覚えていないが清田区のイベントで購入したので、清田区にある施設だと思う
清田区役所で定期的に催事があるそれを買ったけど事業所は不明
草の実
アリオ札幌のイベントなどで
元気ショップで購入
大通りの元気ショップで時々買い物しています
元気ショップで購入したが、事業所名はわからない
すでに退職した職場の近くだったので忘れてしまった
ふきのとう
本立て、しゃもじ
食品関連が多い（これも雑貨と推察）が具体的名称は失念
丘の上学園、西原学園
名称は覚えてませんが、欲しいと思ったら購入しています。元気ショップには昔から定期的に楽しみにして通っています。
食器
エコワーク
記憶にないです
木材を使用した物入れ
さんわ荘ひかり工房
ペンクアート
製造した事業所はわかりませんが、札幌市の大通にある「元気ショップ」で購入しました。
詳細不明・わからない・覚えていない 12件

③福祉雑貨品 購入したくない理由（記述回答）

記述回答
毀損がありそうだから
普通のものも買わないので
衛生面が不安
買うべき理由がない
高い
完成品の溺愛が良くないと、見る前に思うので
衛生面が心配だから。
深い意味はない
機会が無い
雑貨自体に興味がない
ほしくないのでは
作りが雑
必要性
品質が低下していそう
品質に不安
何となく 4件

- 購入経験者の購入品について聞いたところ、元気ショップ、清田区役所の催事、アリオ札幌のイベント等のキーワードが挙げられている。
- 購入したくない理由では、衛生面や品質面への不安を挙げる声もあったため、前出の表示法や制度を順守し、『消費者が安心して商品を購入できるように対応していくことが重要である』と、改めて確認出来る状況である。

3. まとめ

1) 各調査グループの回答概要

①回答者全体の回答

- 回答者の性別では、WEBモニター調査において人数指定しているため、男女ともに50.0%となっている。
- 性別／年代の状況では、男女ともに35歳以下の回答率が低くなっており、【男性／36～60歳】が30.7%、【女性／36～60歳】が26.3%と高くなっている。

②「雑貨品全般」に関する回答内容

- 雑貨品全般に関する興味・関心では、【大変ある】が16.7%、【少しある】が最も高く39.7%、と、全体の56.4%が『ある』と回答。性別／年代の詳細では、女性の約7割が『ある』と回答しているが、特に、『女性／35歳以下』で73.3%と、興味・関心が高くなっている。
- 雑貨品全般を探す頻度では、【年に2～3回程度】が33.3%で最も高くなり、【月に2～3回程度】が31.0%で続いている。性別／年代の詳細では、【月に2～3回程度】で女性の比率が高くなっており、逆に【年に2～3回程度】では男性の比率が高い傾向にあるようだ。
- 好きな分類・気になる分類を聞いたところ、【生活雑貨】が最も高く53.0%、【インテリア雑貨】【衣料雑貨】【食品雑貨】が約3割で続いている。性別／年代の詳細では、『35歳以下』の若年層で【インテリア雑貨】【食品雑貨】の比率が高くなっている。その他の記述回答では、季節物、レトロ物、DIY関連も挙げられている。
- 購入頻度の高い分類では、【生活雑貨】が46.0%と約半数を占めており、【食品雑貨】が19.3%で続いている。一方、【覚えていないくらい購入していない】も意外と多く、全体の1/4となった。性別／年代の詳細では、女性に【食品雑貨】が好まれている傾向が読み取れる。その他の記述回答では、文具類が2件、ガチャポン等も記載されている。
- 最近購入した雑貨品を聞いたところ、様々なアイテムが挙げられているが、①キッチン用品、②クリスマス等の季節用品、③スマートフォン関連用品、④手作り・ハンドメイド品、⑤観葉植物類、⑥駄菓子類などとなっており、100円ショップでの購入品が多いことが推測される。
- 現在探している雑貨品を聞いたところ、①キッチン用品、②駄菓子類、③掃除用品、④絵画・観葉植物、⑤生活を便利にする雑貨類等、が挙げられているため、是非、参考にして頂きたい。
- 購入予算では、【1,000円まで】が28.3%、【2,000円まで】が21.3%、【500円まで】が17.3%。意外なことに【上限を考えたことがない】も約1/4と高い。性別／年代の詳細では、男性で【500円まで】【1,000円まで】で約半数、女性では【1,000円まで】【2,000円まで】で約半数となっており、女性の方が予算感としては多い傾向となっている。記述回答では、ものによって予算が変わるという回答が目立った。
- 雑貨品販売における家庭用品品質表示法の認知度については、【全く知らない】が半数以上を占めた。逆に【よく知っている】は僅かに7.3%。性別／年代の詳細では、特に、60歳以下の男性において認知度が低くなっている。

③「ハンドメイド品」に関する回答内容

- 市場が拡大している『ハンドメイド品』に関する興味・関心では、【大変ある】が10.7%、【少しある】が22.7%と全体の約3割。一方、【全くない】【あまりない】の合計値が50%となっている。性別／年代の詳細では、【女性／36～60歳以下】で興味・関心が高くなっており、約半数が『ある』と回答。『ハンドメイド品』のメインターゲットは、当該層となることが考えられる。
- 『ハンドメイド品』の制作経験では、【頻繁に制作している】が7.0%、【制作したことがある程度】が29.7%で、全体の約3割は経験者であることが分かった。性別／年代の詳細では、【女性／36～60歳以下】で約6割が経験者となっている。
- 『ハンドメイド品』の制作目的では、【ご自身で使用】が86.4%、【子供・家族・親類が使用】が51.5%と高くなった。一方、【販売する目的】は9.7%と、約1割に留まっている。性別／年代の詳細では、【販売する目的】では男性及び35歳以下で比率が高くなっている。
- 『ハンドメイド品』の購入経験では、【経験がある】が38.7%、【経験がない】が48.3%となった。性別／年代の詳細では、女性の購入経験者が56.7%と半数以上となったが、男性は20.7%に留まっている。性別／年代の詳細では、36歳以上の女性の比率が特に高くなっている状況である。
- 『ハンドメイド品』の購入経験者の購入した分類では、【インテリア雑貨】が最も高く42.6%、【衣料雑貨】が38.3%、【生活雑貨】が20.9%で続いている。雑貨品全般では【生活雑貨】が最も高かったが、ハンドメイド品では購入される分類が異なることが分かった。その他の記述回答では、アクセサリが9件と多く、バッグ、ポーチ等も挙げられている。
- 『ハンドメイド品』の購入場所・方法では、【各種催事・イベント】が最も高く42.1%、【ハンドメイドマーケット】【雑貨専門店】【スマホアプリ】が25%程度で続いている。性別／年代の詳細では、36歳以上の男性で【各種催事・イベント】の比率が高くなっている。一方、【スマホアプリ】では60歳以下の女性が高い傾向にある。その他記述では、道の駅や温泉宿泊施設等も記載されている。

④「福祉雑貨品」に関する回答内容

- 『福祉雑貨品』について購入経験と意向を聞いたところ、【既に購入した～】が15.3%。一方、【良いものがあれば購入～】が56.0%、【社会貢献になりそうなので買ってみたい】が10.0%と、約7割が購入の意向を示めている。作り手としての福祉事業者の努力次第で、販売できる可能性があるため、明るい材料として考えて良いのではないだろうか。性別／年代の詳細では、購入経験者は女性の方が高く、且つ、年代が上がるにつれて比率も上がっている。今後の購入意向では、性別、年代で多少ばらつきがあるものの全体的に好意的な印象が強い。
- 購入経験者の購入品について聞いたところ、元気ショップ、清田区役所の催事、アリオ札幌のイベント等のキーワードが挙げられている。
- 購入したくない理由では、衛生面や品質面への不安を挙げる声もあったため、前出の表示法や制度を順守し、『消費者が安心して商品を購入できるように対応していくことが重要である』と、改めて確認出来る状況である。

2) 本調査から考察する現状

<雑貨品に関する一般市民の意識について>

- ①雑貨品分類全般の商品に対する興味・関心は、**全体の約6割**。
- ②探す頻度は、【年に2~3回程度】が33.3%、【月に2~3回程度】が31.0%。
- ③好きな分類、購入頻度の高い分類は、ともに【**生活雑貨**】で約半数の意見。
- ④最近購入した雑貨では、●キッチン用品、●季節用品、●スマートフォン関連用品、●手作り・ハンドメイド用品、●観葉植物類、●駄菓子類。
- ⑤購入予算では、【500円まで】が17.3%、【**1,000円まで**】が**28.3%**、【**2,000円**】までが**21.3%**。
- ⑥ハンドメイド用品に対する興味・関心は**全体の約3割**で、制作経験者も全体の約3割。
- ⑦ハンドメイド品の購入経験は全体で38.7%だが、**女性では56.7%**。購入商品は、【インテリア雑貨】が42.6%、【衣料雑貨】が38.3%と高かった。
- ⑧ハンドメイド品の購入方法は、【**各種催事・イベント**】が**42.1%**で最も高かった。
- ⑨福祉雑貨品については、【購入経験者】が15.3%。【**良いものがあれば購入**】が**56.0%**、【社会貢献にありそう】が10.0%と、約7割が購入意向であった。

<まとめ>

今回の調査から、雑貨品分類への一般消費者のニーズの高さが改めて確認出来た。但し、購入経験における具体的な商品については、おそらく100円ショップ等で気軽に購入できるアイテムが多数寄せられており、雑貨品市場における100円ショップの存在の大きさを再確認する結果となった。

一方、ハンドメイド品においては、女性層で56.7%が購入経験者となっており、売れ筋はインテリア雑貨と衣料雑貨。福祉雑貨品については、約15%が購入経験者、今後の購入意向では約7割が好意的であることが判明した。

上記のことから、①**30~60代女性層からのニーズが高いこと**、②**各種催事・イベントでの購入が多いこと**、③**予算は2,000円までが一定数存在**、④**売れ筋はインテリア雑貨と衣料雑貨**、等を考慮した商品が売れるというヒントになりそうだ。また、購入したくないとする意見では、衛生面や品質面での不安が挙げられており、商品の安全性について、分かりやすく伝えることが求められている。そのためには、**一般商品として「家庭用品品質表示法」等の関連法令への対応は必須**であると言える。

福祉雑貨品を制作・販売する事業者にとっては、福祉バザーを始めとする各種イベントへの参加が絶好の機会となり、「ハンドメイド品の魅力」や「安心できる品質表示」をアピールすることにより、販売数の増加に繋げて頂くことに期待している。