

2021 年度 北海道障がい者就労支援センター事業

新商品開発支援事業【ベーカリーに関する】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) 回答者に関する内容	4
2) パンの利用状況に関する回答内容	5
3) パンの購入経験に関する回答内容	9
4) ベーカリー専門店に関する回答内容	11
5) パンへの健康意識に関する回答内容	14
6) 障がい者施設のパンに関する回答内容	15
7) ご意見・アイデアなど	17
2. まとめ	20
1) 本調査における回答内容	20
2) ベーカリーに関する意識概要	22
<添付資料> 設問設計内容	23

1. はじめに

1) 調査の概要

①調査目的 :

本調査は、障がい福祉サービスにおける就労支援事業の「生産活動の活性化」と「事業所の収益向上」を目的に実施するものである。本年度においては、道内でも多数の事業所が取り組んでいる『製パン事業』を取り巻く環境と一般消費者のニーズを明らかにするために、北海道内に居住する一般市民に対する「ベーカリーに関する意識調査」を実施した。

②調査対象 :

●札幌圏及び道内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 : WEBモニター調査

●配布方法 : 協力機関によるモニターへの募集

●回収方法 : インターネット上での回答返信

④実施時期 : 配布 2022 年 2 月中旬 回収 2022 年 2 月下旬迄

⑤取得数 : 300 件（取得件数の指定数）

取得状況

名称	取得数
道内在住の一般市民	300
合計	300

回答者の居住地

地区名称	件数
札幌市豊平区	40
札幌市中央区	39
札幌市東区	35
札幌市北区	32
札幌市白石区	22
札幌市厚別区	20
札幌市西区	20
札幌市南区	20
札幌市清田区	14
札幌市手稲区	12
十勝地区	1
空知地区	4
宗谷地区	1
後志地区	6
上川地区	1
林-夕地区	1
胆振地区	3
石狩地区	29
回答者不明	0
合計	300

回答者の年代層

年齢区分	人数	男性	女性
39歳以下	55	17	38
40～59歳	118	66	52
60歳以上	127	67	60
合計	300	150	150

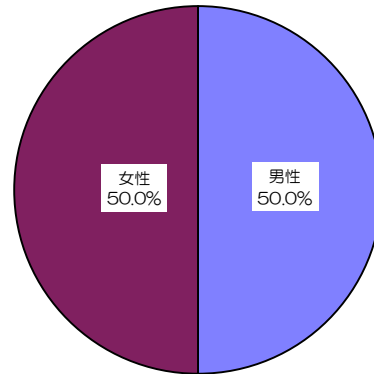
2. アンケート調査結果

1) 回答者に関する内容

①性別

選択項目	件数	構成比
男性	150	50.0%
女性	150	50.0%
無回答	0	0.0%
合計	300	100.0%

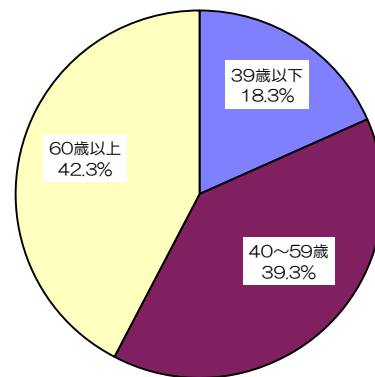
回答者 性別



②年齢層

選択項目	件数	構成比
39歳以下	55	18.3%
40～59歳	118	39.3%
60歳以上	127	42.3%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

回答者 年齢層



- 回答者における性別では、本調査での指定により、【男性】【女性】ともに 50.0%となっている。
- 年齢層では【60歳以上】が最も高く 42.3%、【40～59歳】が 39.3%、【39歳以下】が 18.3%で続いている。
- また、回答者の居住地区は、P 3に掲載した通り、札幌圏が多くなっている。

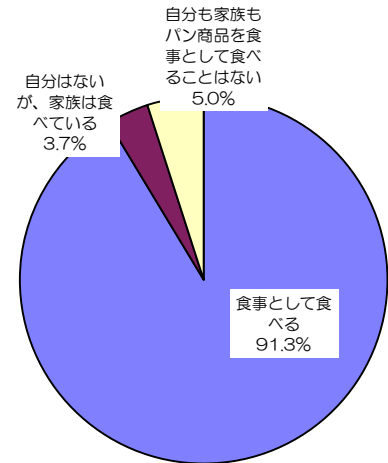
2) パンの利用状況に関する回答内容

①食事としての利用

n=300		
選択項目	件数	構成比
食事として食べる	274	91.3%
自分はないが、家族は食べている	11	3.7%
自分も家族もパン商品を食事として食べることはない	15	5.0%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

		合計	食事として食べる	自分はないが、家族は食べている	自分も家族もパン商品を食事として食べることはない	不明
F1. 性別	全体	300	91.3%	3.7%	5.0%	
	男性	150	90.7%	3.3%	6.0%	
	女性	150	92.0%	4.0%	4.0%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	55	87.3%	9.1%	3.6%	
	40～59歳	118	89.8%	4.2%	5.9%	
	60歳以上	127	94.5%	0.8%	4.7%	

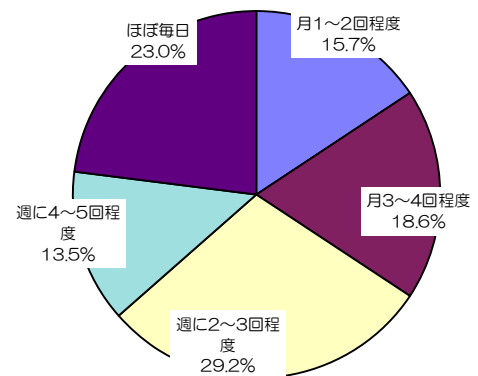
パンの利用状況 食事として



②食事とする頻度

n=300		
選択項目	件数	構成比
月1～2回程度	43	15.7%
月3～4回程度	51	18.6%
週に2～3回程度	80	29.2%
週に4～5回程度	37	13.5%
ほぼ毎日	63	23.0%
不明	26	-
合計（不明除く）	300	100.0%

パンの利用状況 食事とする頻度



		合計	月1～2回程度	月3～4回程度	週に2～3回程度	週に4～5回程度	ほぼ毎日	不明
F1. 性別	全体	274	15.7%	18.6%	29.2%	13.5%	23.0%	
	男性	136	13.2%	16.9%	33.8%	14.7%	21.3%	
	女性	138	18.1%	20.3%	24.6%	12.3%	24.6%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	48	14.6%	16.7%	35.4%	10.4%	22.9%	
	40～59歳	106	18.9%	17.9%	27.4%	16.0%	19.8%	
	60歳以上	120	13.3%	20.0%	28.3%	12.5%	25.8%	

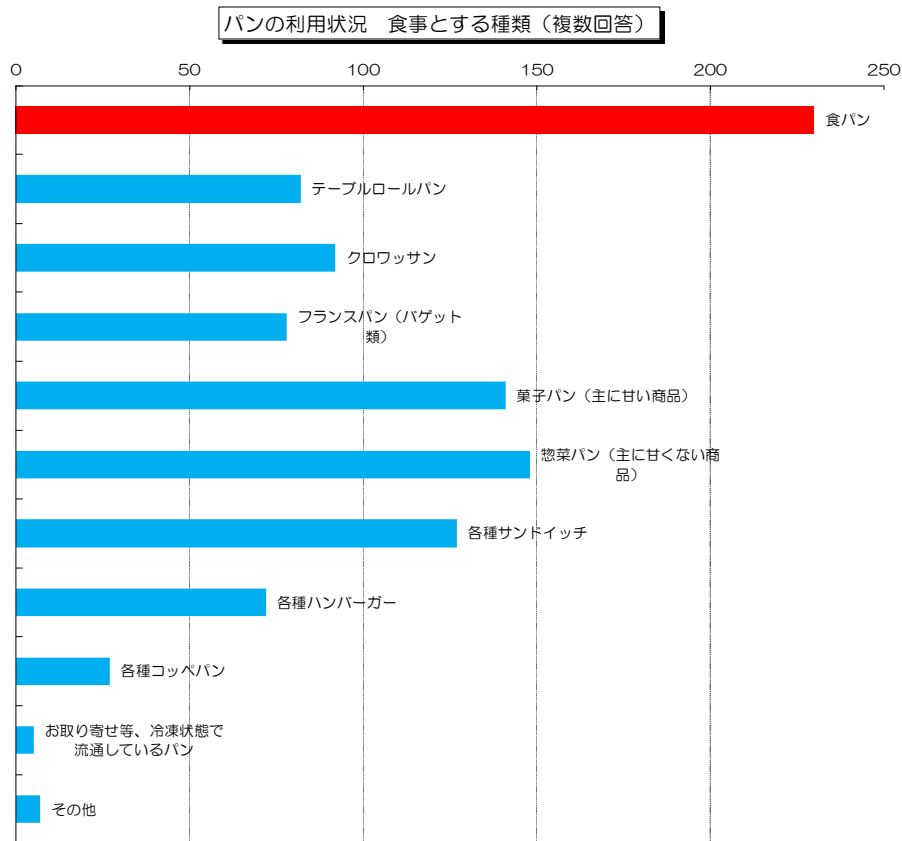
●次に、普段のパンの利用状況について確認した。食事としての利用では、【食事として食べる】が91.3%と9割以上の回答となった。

●食事とする頻度では、【週に2～3回】が29.2%で最も高くなったが、【ほぼ毎日】も23.0%と非常に高い値となったことから、日本の一般家庭における「パン食文化」の浸透が確認出来る状況である。また、性別及び年代別でのクロス集計で【ほぼ毎日】と答えた方は、『女性』で24.6%、『60歳以上』で25.8%、と高くなっている。

③食事とする種類（複数回答）

n=300

選択項目	件数	構成比
食パン	230	83.9%
テーブルロールパン	82	29.9%
クロワッサン	92	33.6%
フランスパン（バゲット類）	78	28.5%
菓子パン（主に甘い商品）	141	51.5%
惣菜パン（主に甘くない商品）	148	54.0%
各種サンドイッチ	127	46.4%
各種ハンバーガー	72	26.3%
各種コッペパン	27	9.9%
お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	5	1.8%
その他	7	2.6%
不明	26	-
総回答件数	1035	368.2%



	その他	お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	各種コッペパン	各種ハンバーガー	各種サンドイッチ	惣菜パン（主に甘くない商品）	菓子パン（主に甘い商品）	フランスパン（バゲット類）	クロワッサン	テーブルロールパン	食パン
■件数	7	5	27	72	127	148	141	78	92	82	230

		合計	食パン	テーブルロールパン	クロワッサン	フランスパン（バゲット類）	菓子パン（主に甘い商品）	惣菜パン（主に甘くない商品）	各種サンドイッチ	各種ハンバーガー	各種コッペパン	お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	その他	不明
F1. 性別	全体	274	83.9%	29.9%	33.6%	28.5%	51.5%	54.0%	46.4%	26.3%	9.9%	1.8%	2.6%	
	男性	136	81.6%	24.3%	29.4%	22.1%	57.4%	55.9%	43.4%	27.9%	10.3%	1.5%	2.2%	
	女性	138	86.2%	35.5%	37.7%	34.8%	45.7%	52.2%	49.3%	24.6%	9.4%	2.2%	2.9%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	48	89.6%	35.4%	37.5%	33.3%	64.6%	68.8%	45.8%	29.2%	12.5%	4.2%	4.2%	
	40～59歳	106	77.4%	33.0%	32.1%	34.0%	54.7%	62.3%	57.5%	42.5%	11.3%	1.9%	2.8%	
	60歳以上	120	87.5%	25.0%	33.3%	21.7%	43.3%	40.8%	36.7%	10.8%	7.5%	0.8%	1.7%	

<その他の記述回答>

記述回答
セコマのパン大好き
ホームベーカリーで作ったパン
ホットケーキ
ライムギパン
ライ麦パン 全粒粉
ライ麦パンやリュスティックなど
らふいー の自家製パン

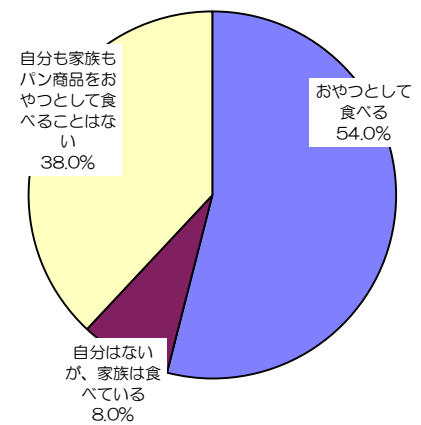
●食事とする種類では、【食パン】が83.9%で最も高くなり、【惣菜パン】が54.0%、【菓子パン】が51.5%で続いている。クロス集計では、『40～59歳』において、【各種サンドイッチ】が57.5%、【各種ハンバーガー】が42.5%と、他のセグメントよりも高くなっていることが確認できる。

④おやつとしての利用

n=300

選択項目	件数	構成比
おやつとして食べる	162	54.0%
自分はないが、家族は食べている	24	8.0%
自分も家族もパン商品をおやつとして食べることはない	114	38.0%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

パンの利用状況 おやつとして



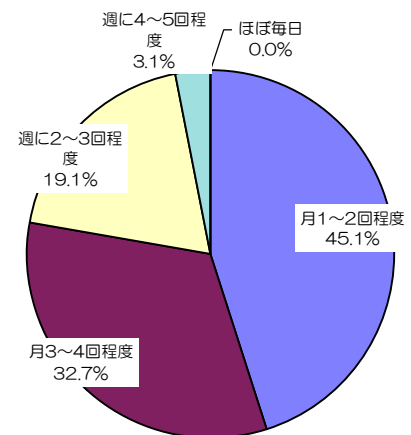
		合計	おやつとして食べる	自分はないが、家族は食べている	自分も家族もパン商品をおやつとして食べることはない	不明
全体		300	54.0%	8.0%	38.0%	
F1. 性別	男性	150	53.3%	8.7%	38.0%	
	女性	150	54.7%	7.3%	38.0%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	55	50.9%	7.3%	41.8%	
	40～59歳	118	60.2%	5.9%	33.9%	
	60歳以上	127	49.6%	10.2%	40.2%	

⑤おやつとする頻度

n=300

選択項目	件数	構成比
月1～2回程度	73	45.1%
月3～4回程度	53	32.7%
週に2～3回程度	31	19.1%
週に4～5回程度	5	3.1%
ほぼ毎日	0	0.0%
不明	138	—
合計（不明除く）	300	100.0%

パンの利用状況 おやつとする頻度



		合計	月1～2回程度	月3～4回程度	週に2～3回程度	週に4～5回程度	ほぼ毎日	不明
全体		162	45.1%	32.7%	19.1%	3.1%	0.0%	
F1. 性別	男性	80	42.5%	35.0%	17.5%	5.0%	0.0%	
	女性	82	47.6%	30.5%	20.7%	1.2%	0.0%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	28	35.7%	42.9%	21.4%	0.0%	0.0%	
	40～59歳	71	43.7%	29.6%	22.5%	4.2%	0.0%	
	60歳以上	63	50.8%	31.7%	14.3%	3.2%	0.0%	

●おやつとしての利用では、【おやつとして食べる】が 54.0%と約半数に留まっており、【自分も家族も～食べない】が 38.0%に上っていることから、家庭における食習慣の傾向が確認できる。一方、クロス集計では、【おやつとして食べる】においては『40～59歳』が最も高くなった。

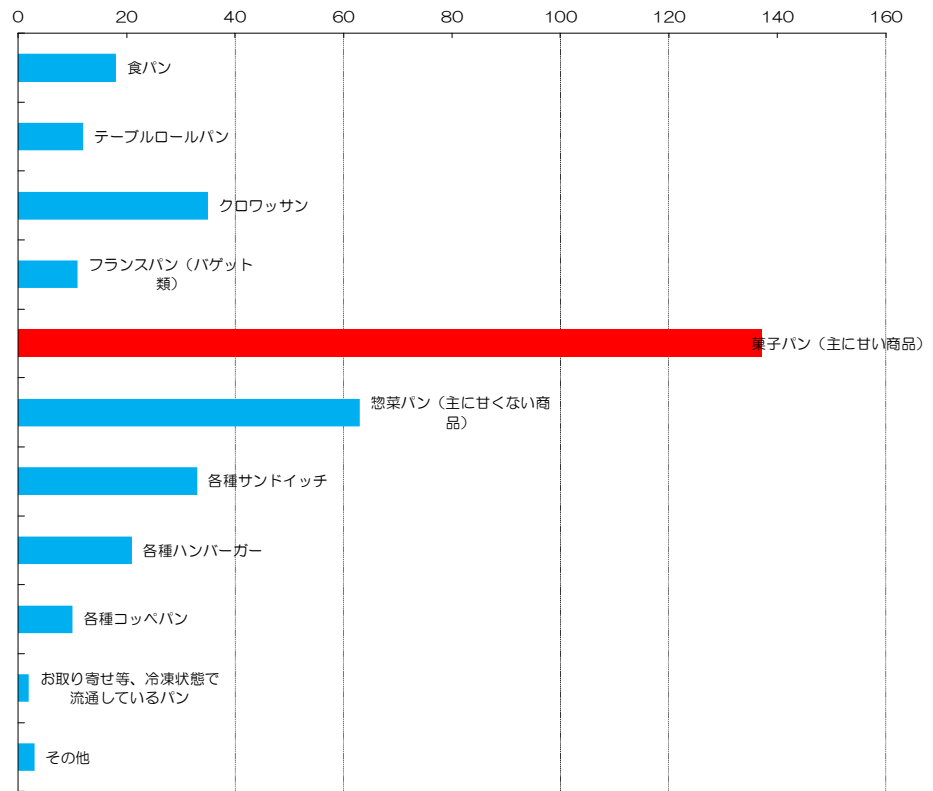
●おやつとする頻度では、【月1～2回程度】が最も高く 45.1%、【月に3～4回程度】が 32.7%、【週に2～3回程度】が 19.1%で続いている。

⑥おやつとする種類（複数回答）

n=300

選択項目	件数	構成比
食パン	18	11.1%
テーブルロールパン	12	7.4%
クロワッサン	35	21.6%
フランスパン（バゲット類）	11	6.8%
菓子パン（主に甘い商品）	137	84.6%
惣菜パン（主に甘くない商品）	63	38.9%
各種サンドイッチ	33	20.4%
各種ハンバーガー	21	13.0%
各種コッペパン	10	6.2%
お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	2	1.2%
その他	3	1.9%
不明	138	—
総回答件数	483	213.0%

パンの利用状況 おやつとする種類（複数回答）



	その他	お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	各種コッペパン	各種ハンバーガー	各種サンドイッチ	惣菜パン（主に甘くない商品）	菓子パン（主に甘い商品）	フランスパン（バゲット類）	クロワッサン	テーブルロールパン	食パン
■件数	3	2	10	21	33	63	137	11	35	12	18

		合計	食パン	テーブルロールパン	クロワッサン	フランスパン（バゲット類）	菓子パン（主に甘い商品）	惣菜パン（主に甘くない商品）	各種サンドイッチ	各種ハンバーガー	各種コッペパン	お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン	その他	不明
F1. 性別	全体	162	11.1%	7.4%	21.6%	6.8%	84.6%	38.9%	20.4%	13.0%	6.2%	1.2%	1.9%	
	男性	80	15.0%	7.5%	18.8%	8.8%	82.5%	45.0%	25.0%	16.3%	8.8%	2.5%	2.5%	
	女性	82	7.3%	7.3%	24.4%	4.9%	86.6%	32.9%	15.9%	9.8%	3.7%	0.0%	1.2%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	28	21.4%	7.1%	25.0%	3.6%	78.6%	35.7%	10.7%	3.6%	7.1%	0.0%	3.6%	
	40～59歳	71	12.7%	9.9%	26.8%	9.9%	84.5%	46.5%	22.5%	19.7%	8.5%	2.8%	1.4%	
	60歳以上	63	4.8%	4.8%	14.3%	4.8%	87.3%	31.7%	22.2%	9.5%	3.2%	0.0%	1.6%	

<その他の記述回答>

記述回答
ホームベーカリーで作ったパン
ホットケーキ
らふいー の自家製パン

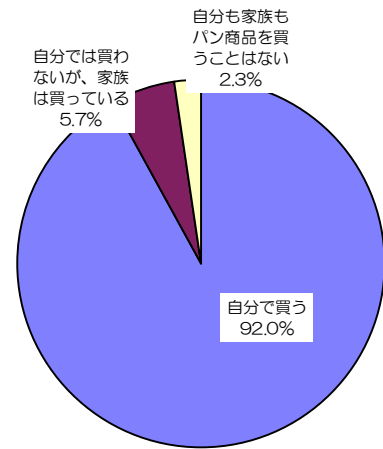
●おやつとする種類では、【菓子パン】が84.6%で最も高い状況。続く【惣菜パン】が38.9%、【クロワッサン】が21.6%、【各種サンドイッチ】が20.4%で続いている。クロス集計では、『40～59歳』で【惣菜パン】【各種ハンバーガー】の比率が他のセグメントよりも高くなった。

3) パンの購入経験に関する回答内容

① 購買傾向

選択項目	件数	構成比
自分で買う	276	92.0%
自分では買わないが、家族は買っている	17	5.7%
自分も家族もパン商品を買うことはない	7	2.3%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

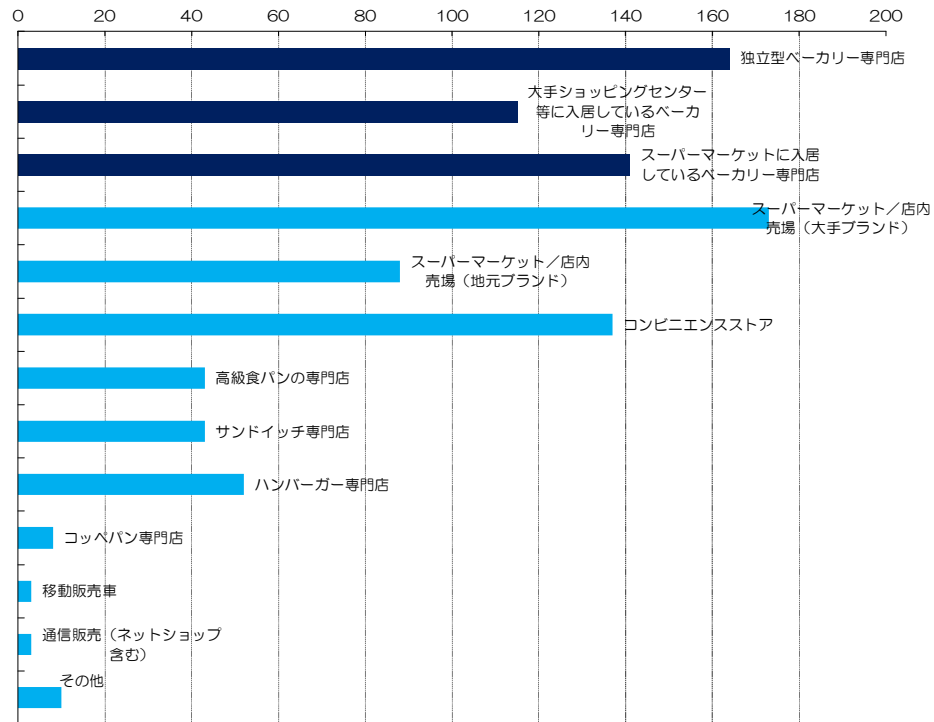
パンの購入 購買傾向



② 普段利用するお店（複数回答）

選択項目	件数	構成比
独立型ベーカリー専門店	164	59.4%
大手ショッピングセンター等に入居しているベーカリー専門店	115	41.7%
スーパーマーケットに入居しているベーカリー専門店	141	51.1%
スーパーマーケット/店内売場（大手ブランド）	173	62.7%
スーパーマーケット/店内売場（地元ブランド）	88	31.9%
コンビニエンスストア	137	49.6%
高級食パンの専門店	43	15.6%
サンドイッチ専門店	43	15.6%
ハンバーガー専門店	52	18.8%
コッパン専門店	8	2.9%
移動販売車	3	1.1%
通信販売（ネットショップ含む）	3	1.1%
その他	10	3.6%
不明	24	-
総回答件数	1004	355.1%

パンの購入 普段利用するお店（複数回答）



件数	その他	通信販売（ネットショップ含む）	移動販売車	コッパン専門店	ハンバーガー専門店	サンドイッチ専門店	高級食パンの専門店	コンビニエンスストア	スーパーマーケット/店内売場（地元ブランド）	スーパーマーケット/店内売場（大手ブランド）	スーパーマーケットに入居しているベーカリー専門店	大手ショッピングセンター等に入居しているベーカリー専門店	独立型ベーカリー専門店
10	3	3	8	52	43	43	137	88	173	141	115	164	

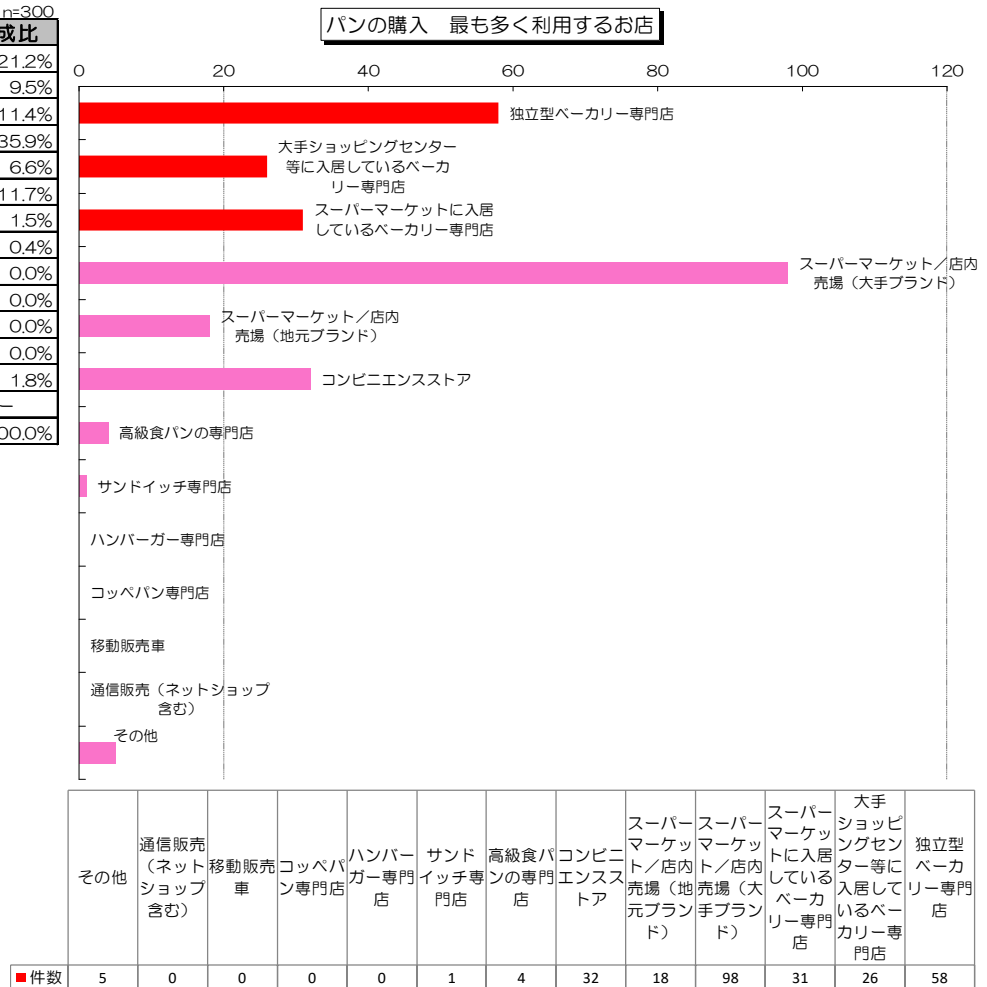
- パンの購入経験における購買傾向では、【自分で買う】が92.0%で9割以上となった。
- 普段利用するお店では、【スーパーマーケット/店内売場（大手ブランド）】が62.7%と最も高くなったものの、【独立型ベーカリー専門店】が59.4%、【スーパーマーケットに入居するベーカリー専門店】が51.1%、【大手ショッピングセンター等に入居するベーカリー専門店】が41.7%と、ベーカリー専門店の利用も多いことが分かる。また、【コンビニエンスストア】も49.6%と約半数となった。

<その他の記述回答>

記述回答
コストコ
コストコ
サツドラ
スーパーやドラッグストアのパンコーナーのパン
デパートのパン専門店
デバ地下 トドック
トドック
ドラッグストア
ロイズ
駅構内
道民はセイコーマート!

③最も多く利用するお店

選択項目	件数	構成比
独立型ベーカリー専門店	58	21.2%
大手ショッピングセンター等に入居しているベーカリー専門店	26	9.5%
スーパーマーケットに入居しているベーカリー専門店	31	11.4%
スーパーマーケット/店内売場(大手ブランド)	98	35.9%
スーパーマーケット/店内売場(地元ブランド)	18	6.6%
コンビニエンスストア	32	11.7%
高級食パンの専門店	4	1.5%
サンドイッチ専門店	1	0.4%
ハンバーガー専門店	0	0.0%
コッペパン専門店	0	0.0%
移動販売車	0	0.0%
通信販売(ネットショップ含む)	0	0.0%
その他	5	1.8%
不明	27	-
総回答件数	300	100.0%



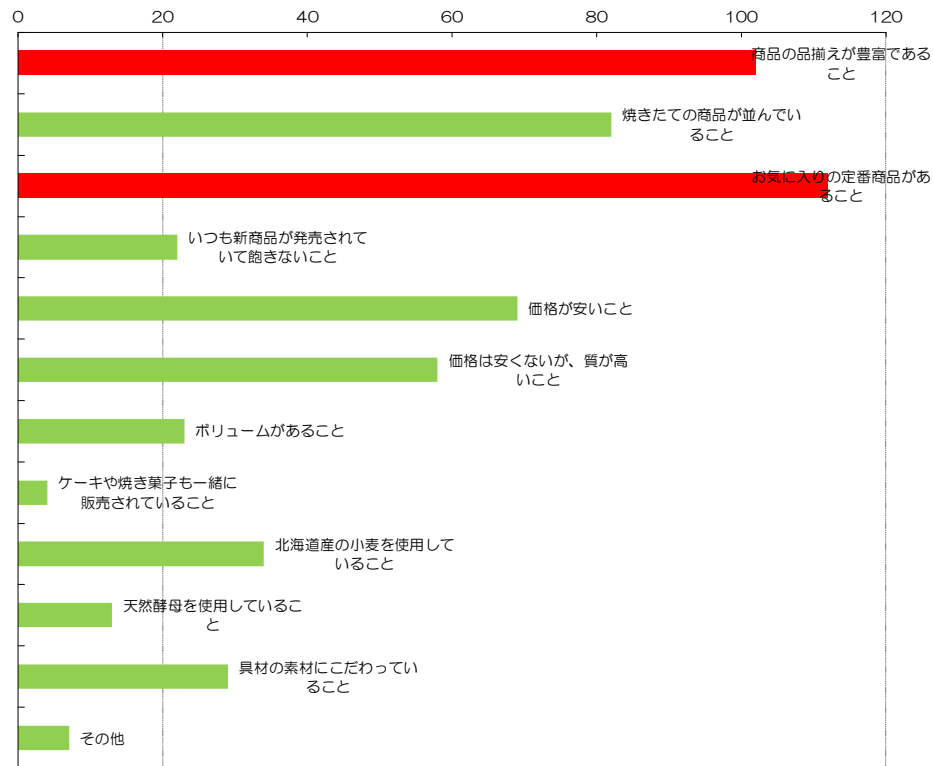
●前項の複数回答のうち、最も多く利用するお店を聞いたところ、【スーパーマーケット/店内売場(大手ブランド)】が35.9%、【コンビニエンスストア】が11.7%と、工場で生産された商品を求める合計値は47.6%となった。一方、ベーカリー専門店の3業態の合算値も42.1%と、高くなっていることから、商品特性においても、焼きたてのベーカリー商品を求める傾向が強まっている様子が伺える。

4) ベーカリー専門店に関する回答内容

①お店に求める要素

選択項目	件数	構成比
商品の品揃えが豊富であること	102	53.4%
焼きたての商品が並んでいること	82	42.9%
お気に入りの定番商品があること	112	58.6%
いつも新商品が発売されていて飽きないこと	22	11.5%
価格が安いこと	69	36.1%
価格は安くないが、質が高いこと	58	30.4%
ボリュームがあること	23	12.0%
ケーキや焼き菓子も一緒に販売されていること	4	2.1%
北海道産の小麦を使用していること	34	17.8%
天然酵母を使用していること	13	6.8%
具材の素材にこだわっていること	29	15.2%
その他	7	3.7%
不明	109	-
総回答件数	664	290.6%

ベーカリー専門店 お店に求める要素（複数回答）



件数	その他	具材の素材にこだわっていること	天然酵母を使用していること	北海道産の小麦を使用していること	ケーキや焼き菓子も一緒に販売されていること	ボリュームがあること	価格は安くないが、質が高いこと	価格が安いこと	いつも新商品が発売されていて飽きないこと	お気に入りの定番商品があること	焼きたての商品が並んでいること	商品の品揃えが豊富であること
7	29	13	34	4	23	58	69	22	112	82	102	

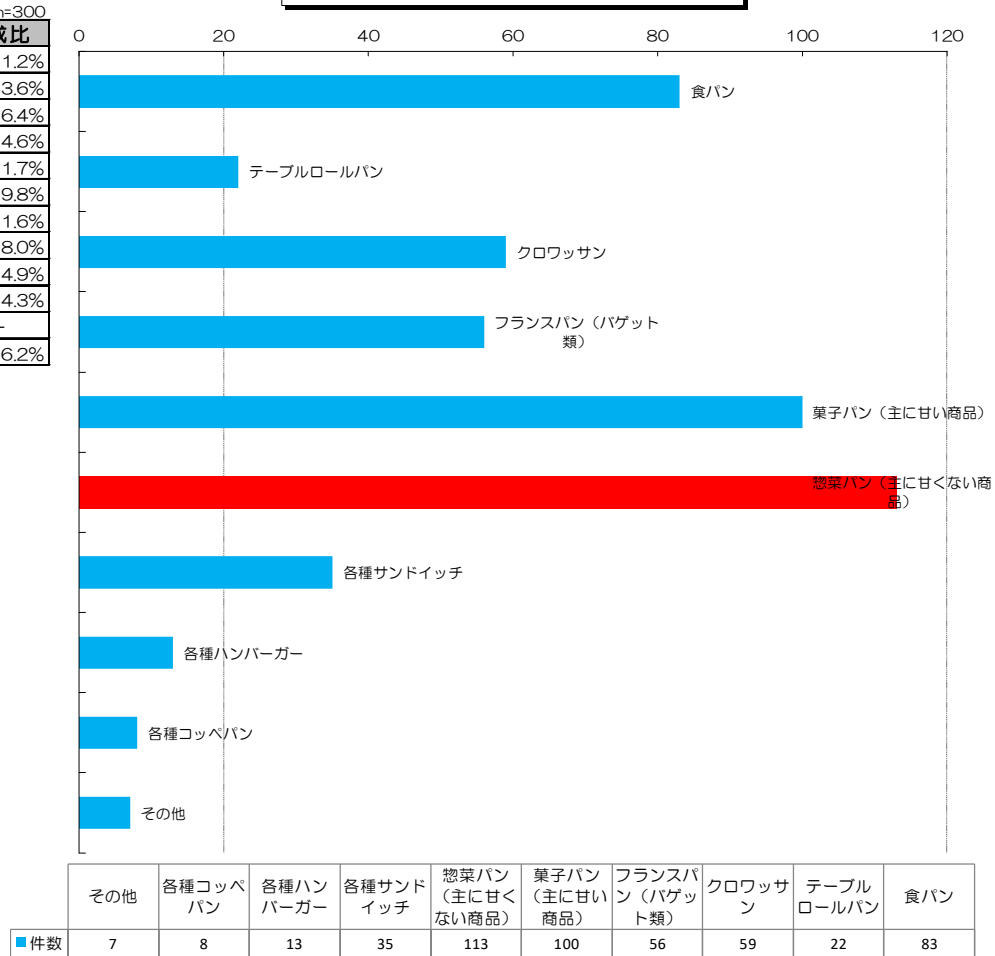
<その他の記述回答>

記述回答
おいしい
おいしいから
衛生面
近所の店
硬くてずっしりしたパンや、白ワインのつまみになりそうな調理パンがあること
早朝からも営業している
美味しい
美味しい
美味しそう

●次にベーカリー専門店に関する意向を聞いた。お店に求める要素では、【お気に入りの定番商品があること】が58.6%、【商品の品揃えが豊富であること】が53.4%と、ともに半数を超え、【焼きたての商品が並んでいること】が42.9%で続いた。また、非常に興味深いのが【価格が安いこと】が36.1%となった一方、【価格は安くないが、質が高いこと】が30.4%と、価格に対する考え方に2極化が見られたことである。昨今のベーカリー専門店の市場拡大の影響から、質の高い商品を消費者が気軽に購入できるように来てきているため、価格だけでは無い付加価値が求められている状況である。

②よく購入する種類

選択項目	件数	構成比
食パン	83	51.2%
テーブルロールパン	22	13.6%
クロワッサン	59	36.4%
フランスパン（バゲット類）	56	34.6%
菓子パン（主に甘い商品）	100	61.7%
惣菜パン（主に甘くない商品）	113	69.8%
各種サンドイッチ	35	21.6%
各種ハンバーガー	13	8.0%
各種コッペパン	8	4.9%
その他	7	4.3%
不明	138	—
総回答件数	634	306.2%



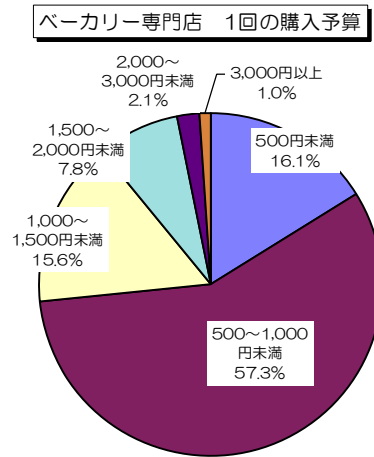
<その他の記述回答>

記述回答
くるみパン
ライムギパン
ライ麦 全粒粉
ライ麦パンやリュスティックなど
ライ麦入りのドライフルーツ入りか、雑穀もしくは、イチジク栗などが入ったパン
レーズンパン、ごまパン

●ベーカリー専門店がよく購入する種類では、【惣菜パン】が69.8%、【菓子パン】が61.7%と、ともに6割以上となった。続く【食パン】は51.2%、【クロワッサン】が36.4%、【フランスパン】が34.6%という状況である。また、記述回答では、「ライ麦パン」を上げた方が多かった。

③1回の購入予算

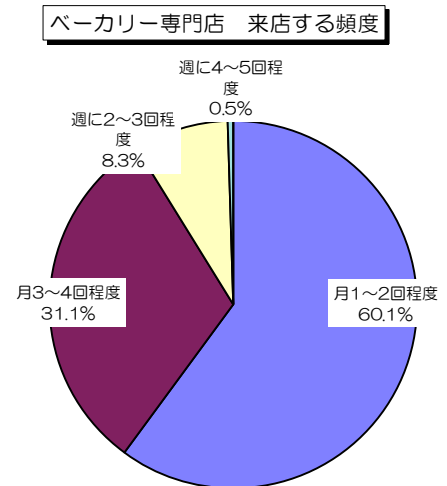
n=300		
選択項目	件数	構成比
500円未満	31	16.1%
500～1,000円未満	110	57.3%
1,000～1,500円未満	30	15.6%
1,500～2,000円未満	15	7.8%
2,000～3,000円未満	4	2.1%
3,000円以上	2	1.0%
不明	108	-
合計（不明除く）	300	100.0%



		合計	500円未満	500～1,000円未満	1,000～1,500円未満	1,500～2,000円未満	2,000～3,000円未満	3,000円以上	不明
全体		192	16.1%	57.3%	15.6%	7.8%	2.1%	1.0%	
F1. 性別	男性	81	17.3%	56.8%	17.3%	4.9%	3.7%	0.0%	
	女性	111	15.3%	57.7%	14.4%	9.9%	0.9%	1.8%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	35	2.9%	68.6%	14.3%	11.4%	0.0%	2.9%	
	40～59歳	79	21.5%	54.4%	16.5%	5.1%	1.3%	1.3%	
	60歳以上	78	16.7%	55.1%	15.4%	9.0%	3.8%	0.0%	

④来店する頻度

n=300		
選択項目	件数	構成比
月1～2回程度	116	60.1%
月3～4回程度	60	31.1%
週に2～3回程度	16	8.3%
週に4～5回程度	1	0.5%
ほぼ毎日	0	0.0%
不明	107	-
合計（不明除く）	300	100.0%



		合計	月1～2回程度	月3～4回程度	週に2～3回程度	週に4～5回程度	ほぼ毎日	不明
全体		193	60.1%	31.1%	8.3%	0.5%	0.0%	
F1. 性別	男性	81	51.9%	39.5%	7.4%	1.2%	0.0%	
	女性	112	66.1%	25.0%	8.9%	0.0%	0.0%	
F2. 年代（統合）	39歳以下	35	57.1%	31.4%	11.4%	0.0%	0.0%	
	40～59歳	79	68.4%	26.6%	5.1%	0.0%	0.0%	
	60歳以上	79	53.2%	35.4%	10.1%	1.3%	0.0%	

●ベーカリー専門店での一回の購入予算では、【500～1,000円未満】が57.3%と半数を超える状況であるが、【500円未満】が16.1%、【1,000～1,500円未満】が15.6%と、1,500円までとする回答が約9割に上っている。

●ベーカリー専門店への来店頻度では、【月1～2回程度】が60.1%、【月3～4回程度】が31.1%、【週に2～3回程度】が8.3%となった。

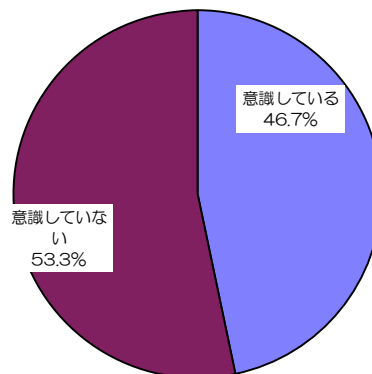
5) パンへの健康意識に関する回答内容

① 普段からの意識

n=300

選択項目	件数	構成比
意識している	140	46.7%
意識していない	160	53.3%
不明	0	-
合計（不明除く）	300	100.0%

パンへの健康意識 普段からの意識

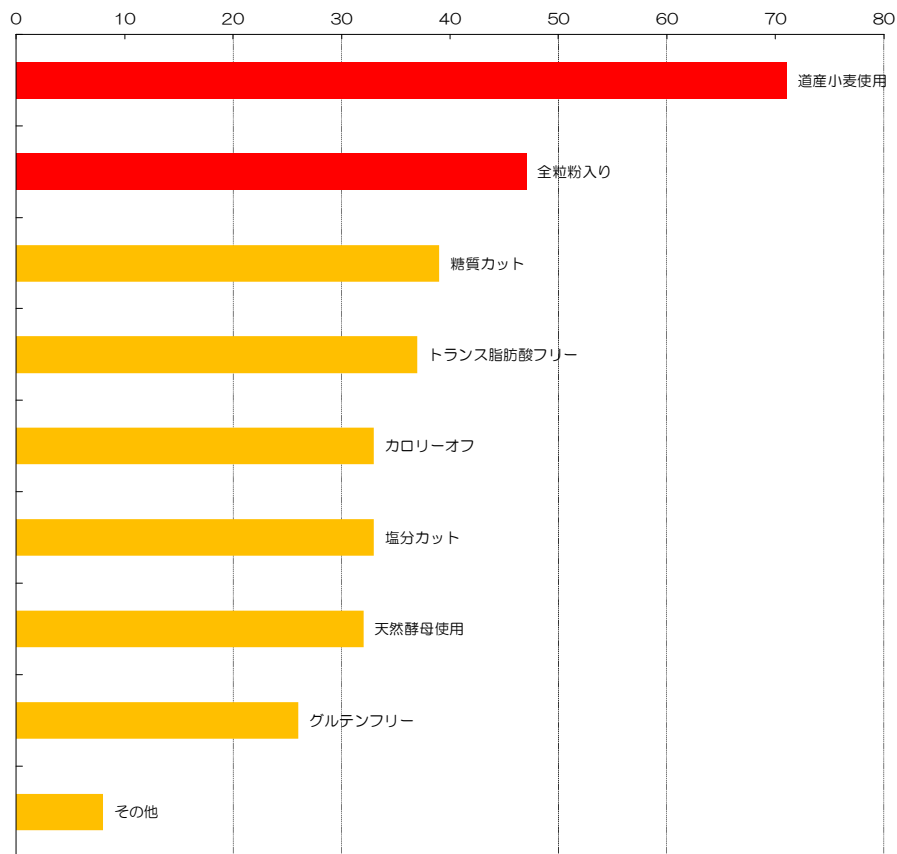


② 気にするキーワード（複数回答）

n=300

選択項目	件数	構成比
道産小麦使用	71	50.7%
全粒粉入り	47	33.6%
糖質カット	39	27.9%
トランス脂肪酸フリー	37	26.4%
カロリーオフ	33	23.6%
塩分カット	33	23.6%
天然酵母使用	32	22.9%
グルテンフリー	26	18.6%
その他	8	5.7%
不明	160	-
総回答件数	486	227.1%

パンへの健康意識 気にするキーワード（複数回答）



●パンに対する健康意識では、【意識している】が46.7%で約半数の方が、健康を意識していることが分かった。

●次に、気になるキーワードでは、【道産小麦使用】が50.7%で約半数、【全粒粉入り】が33.6%、以下、【糖質オフ】【トランス脂肪酸フリー】【カロリーオフ】【塩分カット】【天然酵母使用】【グルテンフリー】等も、2~3割の方が気にしているようだ。開発する商品仕様と、宣伝方法においては、非常に参考になるのではないだろうか。

<その他の記述回答>

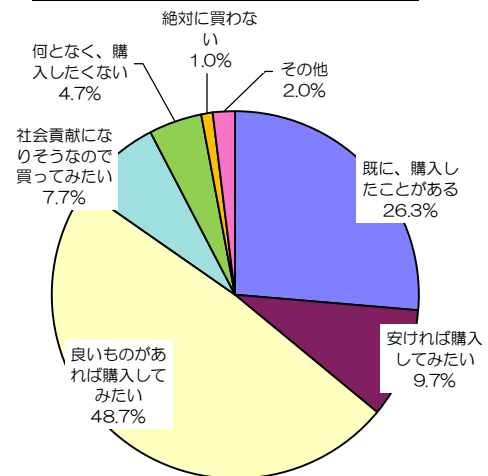
記述回答
おいしい
オーガニック小麦
ライムギが入っている事
甘くないこと
気になるが欲しいものはほとんど無い
食べる量が重要なのでキーワードは無い。運動によるカロリーコントロールと不要成分は代謝活性化で対応
量を食べない

6) 障がい者施設のパンに関する回答内容

①購入経験・意向

選択項目	件数	構成比
既に、購入したことがある	79	26.3%
安ければ購入してみたい	29	9.7%
良いものがあれば購入してみたい	146	48.7%
社会貢献になりそうなので買ってみたい	23	7.7%
何となく、購入したくない	14	4.7%
絶対に買わない	3	1.0%
その他	6	2.0%
不明	0	0.0%
合計	300	100.0%

障がい者施設のパン 購入経験・意向



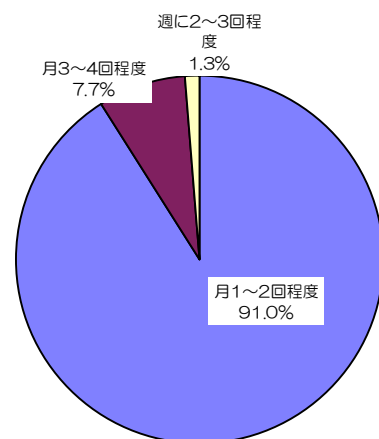
<その他の記述回答>

その場所に出会っていない
意識していないからわからない
近場ないと買わないと思う
店がない
店を知らない
買ったが好みじゃ無いのでもう買わない

②購入する頻度

選択項目	件数	構成比
月1~2回程度	71	91.0%
月3~4回程度	6	7.7%
週に2~3回程度	1	1.3%
週に4~5回程度	0	0.0%
ほぼ毎日	0	0.0%
不明	222	-
合計(不明除く)	300	100.0%

障がい者施設のパン 購入する頻度



		合計	月1~2回程度	月3~4回程度	週に2~3回程度	週に4~5回程度	ほぼ毎日	不明
F1. 性別	全体	78	91.0%	7.7%	1.3%	0.0%	0.0%	
	男性	37	83.8%	13.5%	2.7%	0.0%	0.0%	
	女性	41	97.6%	2.4%	0.0%	0.0%	0.0%	
F2. 年代(総合)	39歳以下	18	88.9%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
	40~59歳	34	91.2%	5.9%	2.9%	0.0%	0.0%	
	60歳以上	26	92.3%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	

●次に、障がい者施設のパンに関する意見を聞いた。購入経験・意向では、【既に、購入したことがある】が26.3%で1/4に上っている。購入経験の無い層では、【良いものがあれば購入してみたい】が48.7%で約半数を占めた。就労支援事業所が取り組むパンの製造事業においては、品質の向上に努め、積極的な宣伝活動を実行することにより、まだまだ、売り上げを高められることが推測出来る。

●障がい者施設での購入頻度では、【月1~2回程度】が91.0%となり、ベーカリー専門店よりも、頻度が低い状況である。

③購入したことのある福祉事業所名（記述回答）

記述回答
アイランドベーカリー
あすなろパン
いずみ学園
こむぎっこ
スワン ひかり
スワンカフェ&ベーカリーハーベストガーデン札幌店パン工房ひかりベーカリーサンライズ（岩内町）
ななかまど
ハート？
パティスリー楽
パティスリー楽
ばる希望の森さくら館
パン工房ひかり
パン工房ひかり
パン工房ひかり手稲さくら館
ひかり
ひかり
ひかり
ひかり
ひかり工房
ひかり小麦っ子ベーカリー
ふゆる（北広島市の障害者施設ベーカリー）
ほっぷすてっぷ
覚えていないが札幌市役所1階のカフェ地下鉄大通駅のパン店だが1回だけ
元気ショップ
元気ショップ
光作業所
江別のノテ福祉のパン屋さん
高島福祉会、和光学園
札幌東徳洲会病院横の光というお餅屋さん
真駒内駅に入っていました。
大通駅の元気ショップ？
東札幌のお店
苫小牧。。。昔過ぎて覚えていません
南平岸駅の売店
白い恋人
名前は忘れましたが地下鉄大通り駅のお店
和光パン

④あまり購入したくない理由（記述回答）

記述回答
おいしいかわからないので
どんな原材料が使用されているのかわからないから
なんとなく
パンを食べないから
パン職人の作ったものが食べたい
わざわざそこで買う必要がないので
衛生面が気になる
衛生面が心配。
衛生面の管理が不安
何となく
何となく、イメージ的。
気持ち悪いから
申し訳ないが、衛生面が大丈夫か気になる。せっかくならパンのプロが作ったものが食べたい。
美味しくない
良いと思います

- 記述回答で購入したことのある事業所は上記の通りであった。
- 一方、あまり購入したくない理由では、「衛生面」への不安を指摘する回答が見られるため、店舗内での衛生管理について、逆にしっかりとアピールすることで、安心して来店して頂けるきっかけになる可能性もある。

7) ご意見・アイデアなど

①道産素材を活用したパン商品の開発アイデア等（記述回答）

記述回答
アスパラガスを使ったもの
エゾ鹿パン（エゾシカの肉を使用）
カレーパンが好きです
グルテンフリー米粉パンのサンドイッチ。大葉、フキ、タラの芽、ウド等の旬菜とのチーズや味噌ミックス。道産食材のみ使用のおかず米粉パン。
コーンクリームを練り込んだ食パン…もうあるかな？
ご近所食材パン
サーモンなど、お魚を使った（ちくわ以外の）パン
ザンギパンチースコーンパンジンギスパン
ザンギを使ったパン
サンドイッチかバケット
じゃがいもなら北海道は強味があるので…・ポテトサラダをカレーパンやピロシキのような揚げパンの具にしてみるとか・トーストしたサンドイッチでじゃがバターにめんたいこ（たらこ）・北海道ポーク（豚肉）で台湾の割包のような豚の角煮を饅頭生地で挟むやつを常設でいつでも買えるといい
スパムパンスパムおにぎりのパンバージョン
とくにない
とんかつパン、自身フライパン
ひれカツサンド。ハムカツサンド
ぶりが沢山とれるので、サバサンドのようなかたちで商品化出来ると良いと思います
フルーツサンド
プロテイン入りパン・オ・ショコラ
ホタテとかを使ったパンを食べてみたい
ホッケフライサンド
メロンなどが入ったフルーツいりパン
ラム肉 ジンギスカン
ラム肉サンドイッチ
牡蠣を使用したパン
海鮮
完全地産地消のパン旬の食材を使用したパン天然の山菜やキノコ
牛乳を使用したシマエナガのパン
形の悪くて市場に出せない品物をもっと利用していただきたいです
鮭のフライのサンド
鮭やホッケのフライ入り
鮭を入れる。サーモンサンド。
産地の特産品を使ったパン
鹿肉バーガー
小麦粉を使うなら国産でかつオーガニックのもの。全粒粉を使用したサワーブレッドが欲しい
食パン等 甘めが多いので、黒豆等を入れて 少し塩気の味の お食事パン希望
新しいパンではないと思いますが北海道の美味しい牛乳や卵をたくさん使用したパンを食べたいです。
石狩鍋パン出汁味練り込みのパンと、シャク・ポテサラほか他の具を挟んだパン燻製チーズパン道産ウイスキーに合いそうな、塩っぽくて少し甘い重め食感あんぱん
選択したサラダや惣菜をその場で挟んでくれるサンドイッチ店。（トッピングを選べる）
惣菜パン
総菜パンは食べない
大豆粉や雑穀を生地に配合したパン。たくさん獲れているぶりやイワシをフライにしたサンドイッチ。
漬物パン
添加物が少ないもの
糖質カットのパンなら買う
道産ジャガイモのコロックパン
道産の野菜が蒸し焼きのような状態でふかふかのパンの上ののっていて、ちぎりながらドレッシングにつけて食べるパン子供が食べやすいように野菜が生地にたくさん練り込まれているお米パン
鍋、焼き肉のときに利用できる（一緒に加える等）パン類。
美味しくて手軽に購入できる100%道産のハンバーガー
米が余っているのでライスバーガーが良いのでは
米粉のパンを増やす。
米粉パンがもっと増えるといい。
米粉や米ぬか玄米など使った生地のパンを食べたいです。
北海道限定販売のパン、オール北海道製品。
毛蟹やタラバを使ったオープンサンド
野菜がたっぷり乗ったパン
野菜の素焼きを用いたパン
野菜の粉末を生地に練りこんでいるパン。
良いと思います
鮭を使ったサンドイッチ
30代以上のおじさんランチにむけた量は多いけど野菜がたくさん入ったパンが欲しいです。サブウェイ大好きです300～350円で競合は吉野家。サブウェイみたかカスタムとか種類とかは増やさなくていいので1、2種のメニューでオペレーションコスト安くしてできませんかね。

●道産素材を活用したパン商品のアイデアでは、様々な意見をお寄せ頂いた。
今後の商品開発において、是非、ご参照頂きたい内容である。

②障がい者施設のパンに関するご意見・アイデア等（記述回答）

記述回答
いいことだと思います。
いただいて食べたことがあります。美味しくできてました。近くのスーパーなどでも扱っていただければ是非購入したいと思ってます。
おいしい
おいしければ購入するので、特に意識していない
がんばれ
スーパーで販売してたらよい
スーパーマーケットで扱えるようになって欲しい。
スーパーやコンビニでも購入できれば良いと思います。
近くに店舗がないが、移動販売があれば購入することができそう
どこで購入出来るかが知りたいです
どこの場所で販売しているのかわからないしもっと広告などでアピールするとよいと思う。
とてもおいしいです。
どのような障害を持つ人が製造しているのかわかりやすくなっていると安心して購入したいと思います
どんどんやっていると気持ち悪い、とかは男性は気にならないので。あと、管理者とかNPOに金が落ちるだけで障害者に金が落ちないような経営する人達は地獄に落ちた方がいいですね
パンが人気があって、売り切れていることが多い（焼きたての時間を狙ってくる人が多いらしい）のでできる範囲でもっとたくさん焼いてほしい。
パンと一緒にスイーツもあるとより利用しやすいです。
パンの形など自由な発想で作って見て欲しいです。
ベーカリーでパンを買うのは、美味しさを求めているので、障がい者の雇用の為にも、何かそれを買いたくなる付加価値を付けていただければと思います。
ほんとは買ったほうが社会貢献になるのかもしれないけどつばが入っていたらとかマイナス面を考えてしまう
もっとSNSなどで、情報発信した方がよいと思う。
もっと宣伝したほうが良いと思う。
もっと増やしてほしい近所で買いやすくなれば嬉しい
もっと地下鉄駅構内での販売店を増やしてほしい。
わざわざ障がい者が作っていると、大きく出す必要があるのかな？と思う。とても優しい味と丁寧に作られているのが分かる商品です。普通におしゃれな名前前のベーカリーにしても十分売れるような商品でした。
安ければどの様な所のパンであって売れるのではないのでしょうか
一般の店舗でも販売できるルート確立する。
応援しています。
応援します
敢えて、障がい者施設で製造したパンとして販売しなくても良いと思います。美味しければ消費者は買うと思います。
頑張ってください。
頑張ってください。
基礎疾患があるので、出来るだけ食品添加物が入っていないパンを希望します
気にしていなかったのですが、今度見かけたら購入してみます
近くにあればぜひ買いたい
雇用を促進できるならとてもいいことだと思う
作業工程が分かる文章写真を商品の横に置いて欲しい。
時たましか買わない。
質が良くて安くておいしいものが多いと思う。地下鉄構内でも販売してほしい。
手頃な価格で美味しいパンが多いと思う
出来るだけオーガニックのものを使用してください。
商品の安全性が証明できればいいのではと思います。
焼きそばや芋サラダなどの調理パンが売れるのかな？
障がい者施設とかは気にせず、美味しければ購入する
障害の方であろうが指導を受けてしっかりパンを作るなら健常者と変わらないと思うので、いいと思います。
障害者施設で製造してると言っただけで買いたくないとは思わない。美味しそうなら買います。
上記の選択肢にもあったように障がい者の方が作るものを嫌がったりする偏見や差別があるのは悲しいことですが店舗等で事前に周知させる必要があるのか疑問に感じる。製造した品物で純粋に勝負させて給金も本人やサポートに充分な支払いが行われる仕組みが作れたらとは思いますが。前澤友作さんにも提携してもらおうとか…
食パン
身近に店がない。もっと店舗が増えると良い。
清潔感が必須だと思います。髪型、セーターなど毛羽立つ服装、ほこりや糸くずが入りやすい服を避けて服装にきをつけていただけると手に取りやすいですオープン楽しみです。
積極的に購入したいが、どこで買えますか？
積極的に買いたい店がどこにあるのかわからない
素材にこだわった特徴ある商品を期待します。
素材を吟味した丁寧なパンに好感を持っています。おいしさや安心のあるパンをこれからも購入したいです。

記述回答

大いに普及してほしいものです
丁寧に作られているという印象、実際そうであればそこを売りにしてはどうでしょうか。今日、地下鉄南北線真駒内駅に入っているお店で、ミカンが細かく散りばめられている「みかんパン」を見かけた。おいしそうで80円とお安く、面白いと思いました。買おうと思ったらバスが来てしまい次の機会に。いろいろアイデアを出し合っているのかなあと想像しました。応援しています。
店が無い
糖質カットのパンを作ってほしい
糖質の弊害が知られてきたので、ローソンなどで売っている糖質制限パンのような商品が出ればもっと購入したい。
売りを明確の表示したらよい
販売場所が特定されて、スーパーやコンビニで買えないのが残念
販売場所を増やした方がよい。
販路拡大すべき。
美味しいパンが多いです。
美味しいパン屋さん、実は障がい者施設で作ってましたー！っていう風になると良いな
美味しそうなものを作ってほしい
普段通り道にないので行けていませんが利用したいと常々思っています。
普通にスーパーやコンビニに商品として並んでいれば買うと思います
味と品質向上が大切
良いと思います
良く通る場所にあれば立ち寄ることもあると思います。駅とかバスターミナルとか。

●障がい者施設のパンに関するご意見・アイデアでは、

- ・活動へのエールを頂く意見
- ・スーパー、コンビニ、駅・バスターミナル等でも買える流通の拡大に期待する意見
- ・「売り切れ」に対する不満
- ・作業工程や製造の背景などを知りたいという意見
- ・障がいの有無は関係ないという意見
- ・積極的な告知活動を望む意見（「どこで売っているのか？」を知りたい等含む）
- ・安心・安全・素材に拘った商品作りに期待する意見

など

2. まとめ

1) 本調査における回答内容

①回答者に関する内容

- 性別は、調査設計時の指定から【男性】【女性】ともに50.0%。
- 年齢層では【60歳以上】が最も高く42.3%、【40～59歳】が39.3%、【39歳以下】が18.3%で続いている。
- 居住地区は、札幌圏が多くなっている。

②パンの利用状況に関する回答

- 食事としての利用では、【食事として食べる】が91.3%と9割以上。
- 食事とする頻度では、【週に2～3回】が29.2%で最も高くなったが、【ほぼ毎日】も23.0%と非常に高い値となったことから、日本の家庭において「パン食文化」が、かなり浸透している状況であることが確認できた。
- 食事とする種類では、【食パン】が83.9%、【惣菜パン】が54.0%、【菓子パン】が51.5%で続いている。クロス集計では、『40～59歳』において、【各種サンドイッチ】が57.5%、【各種ハンバーガー】が42.5%と、他のセグメントよりも高くなっている。
- おやつとしての利用では、【おやつとして食べる】が54.0%と約半数に留まっており、【自分も家族も～食べない】が38.0%に上っていることから、家庭における食習慣の傾向が確認できる。
- おやつとする頻度では、【月1～2回程度】が最も高く45.1%、【月に3～4回程度】が32.7%、【週に2～3回程度】が19.1%で続いている。
- おやつとする種類では、【菓子パン】が84.6%、【惣菜パン】が38.9%、【クロワッサン】が21.6%、【各種サンドイッチ】が20.4%で続いている。

③パンの購入経験に関する回答

- パンの購入経験における購買傾向では、【自分で買う】が92.0%で9割以上。
- 普段利用するお店では、【スーパーマーケット／店内売場（大手ブランド）】が62.7%と最も高い。ベーカリー専門店の利用では、【独立型ベーカリー専門店】が59.4%、【スーパーマーケットに入居するベーカリー専門店】が51.1%、【大手ショッピングセンター等に入居するベーカリー専門店】が41.7%。また、【コンビニエンスストア】も49.6%と約半数となった。
- 最も多く利用するお店では、【スーパーマーケット／店内売場（大手ブランド）】が35.9%、【コンビニエンスストア】が11.7%と、工場で生産された商品を求める合計値は47.6%となった。一方、ベーカリー専門店の3業態の合算値も42.1%と、高くなっていることから、商品特性においても、焼きたてのベーカリー商品を求める傾向が強まっている様子が伺える。

④ベーカリー専門店に関する意見

- お店に求める要素では、【お気に入りの定番商品があること】が58.6%、【商品の品揃えが豊富であること】が53.4%と、ともに半数を超え、【焼きたての商品が並んでいること】が42.9%で続いた。また、非常に興味深いのが【価格が安いこと】が36.1%となった一方、【価格は安くないが、質が高いこと】が30.4%と、価格に対する考え方に2極化が見られたことである。昨今のベーカリー専門店の市場拡大の影響から、質の高い商品を消費者が気軽に購入できるようになって来ているため、価格だけでは無い付加価値が求められている状況である。
- ベーカリー専門店によく購入する種類では、【惣菜パン】が69.8%、【菓子パン】が61.7%と、ともに6割以上となった。続く【食パン】は51.2%、【クロワッサン】が36.4%、【フランスパン】が34.6%という状況である。また、記述回答では、「ライ麦パン」を上げた方が多かった。
- ベーカリー専門店での一回の購入予算では、【500～1,000円未満】が57.3%と半数を超える状況であるが、【500円未満】が16.1%、【1,000～1,500円未満】が15.6%と、1,500円までとする回答が約9割に上っている。
- ベーカリー専門店への来店頻度では、【月1～2回程度】が60.1%、【月3～4回程度】が31.1%、【週に2～3回程度】が8.3%となった。

⑤パンへの健康意識に関する回答

- パンに対する健康意識では、【意識している】が46.7%で約半数の方が、健康を意識していることが分かった。
- 気になるキーワードでは、【道産小麦使用】が50.7%で約半数、【全粒粉入り】が33.6%、以下、【糖質オフ】【トランス脂肪酸フリー】【カロリーオフ】【塩分カット】【天然酵母使用】【グルテンフリー】等は、2～3割の方が気にしているようだ。開発する商品仕様と、宣伝方法においては、非常に参考になるのではなだろうか。

⑥障がい者施設のパンに関する回答

- 購入経験・意向では、【既に、購入したことがある】が26.3%で1/4に上っている。購入経験の無い層では、【良いものがあれば購入してみたい】が48.7%で約半数を占めた。就労支援事業所が取組むパンの製造事業においては、品質の向上に努め、積極的な宣伝活動を実行することにより、まだまだ、売り上げを高められることが推測出来る。
- 障がい者施設での購入頻度では、【月1～2回程度】が91.0%となり、ベーカリー専門店よりも、頻度が低い状況である。
- あまり購入したくない理由では、「衛生面」への不安を指摘する回答が見られるため、店舗内での衛生管理について、逆にしっかりとアピールすることで、安心して来店して頂けるきっかけになる可能性もある。

⑦ご意見・アイデア

- 道産素材を活用したパン商品のアイデアでは、様々な意見をお寄せ頂いたため、今後の商品開発において、是非、ご参照頂きたい内容である。

- ・障がい者施設のパンに関するご意見・アイデアでは、
 - 活動へのエールを頂く意見
 - スーパー、コンビニ、駅・バスターミナル等でも買える流通の拡大に期待する意見
 - 「売り切れ」に対する不満
 - 作業工程や製造の背景などを知りたいという意見
 - 障がいの有無は関係ないという意見
 - 積極的な告知活動を望む意見（「どこで売っているのか？」を知りたい等含む）
 - 安心・安全・素材に拘った商品作りに期待する意見
 - など

2) ベーカリーに関する意識概要

＜道内の一般市民におけるベーカリーに関する意識概要＞

- 「パンの**食事利用**」は約**9割**で、主に【食パン】【惣菜パン】【菓子パン】が食べられている。
- 「パンの**おやつ利用**」は約**5割**で、主に【菓子パン】、【惣菜パン】が食べられている。
- 購入傾向では、主に【スーパー】【コンビニ】等の工場生産品を求める合計値は47.6%、一方、ベーカリー専門店も42.1%と高く、**焼きたてのベーカリー商品**を求める傾向が強まっている。
- ベーカリー専門店では、【定番商品】【豊富な品揃え】【焼きたて】が重要視されており、【価格が安いこと】【高くても質が高いこと】がともに約3割と、**価格に対する考え方が2極化**しており、今般の状況では、**品質の高い商品作りが非常に重要**となっている。ベーカリー専門店では【惣菜パン】【菓子パン】が売れており、一回の購入予算では、【500～1,000円未満】が**57.3%**で、1,500円未満が9割に上る。来店頻度では、【月1～2回程度】が**60.1%**、【月3～4回程度】が**31.1%**、【週に2～3回程度】が**8.3%**。
- パンに対する健康を意識する層は全体の46.7%と高く、キーワードでは、【道産小麦使用】が**50.7%**、【全粒粉入り】が**33.6%**、以下、【糖質オフ】【トランス脂肪酸フリー】【カロリーオフ】【塩分カット】【天然酵母使用】【グルテンフリー】が2～3割に上る。**開発する商品仕様と、宣伝方法においては、非常に参考になる**のではないだろうか。
- 障がい者施設のパンについては、1/4が購入経験者であり、【よいものがあれば購入してみたい】が**半数に上る**。また、購入頻度は、一般ベーカリーよりも頻度が高くなかった。一方、衛生管理面を不安視する声もあったことから、これまで以上に管理強化が望まれる。記述回答では、【販路の拡大】【積極的な告知】【安心・安全・拘りの素材】に期待する声が多く、応援メッセージも寄せられた。

上記のことから、一般市場におけるベーカリー専門店の市場拡大を背景に、消費者のパンに対する意識では、「①高品質な商品」、「②価格以外の付加価値」、に対するニーズの高まりが確認出来た。その中で、就労支援事業所におけるパンの製造事業においては、民間事業者との差別化のために【道産小麦使用】【全粒粉入り】【その他の素材・製法】を積極的に取り入れること、また、そのことをうまく宣伝するためのスキルアップ等、が求められている。また、購買傾向ではパンを「食事」として利用する頻度が非常に高いため、商品開発においても食事利用出来る【食パン】【惣菜パン】【菓子パン】ジャンルを強化する方策が望ましいものと考えられる。

＜添付資料＞ 設問設計内容

*実際の調査は、WEB形式で実施した。

●0. 属性データ

- 性別
- 年代（10歳区切り）
- 住所（市町村まで）

●1. 食パン、菓子パン、惣菜パン等のパン商品を食べる頻度について

Q1 ご家庭又は職場で、【お食事】として「パン類」を食べることはありますか？・・・【単回答】

- ア. ある
 - イ. 自分はないが、家族は食べている
 - ウ. 自分も家族もパン類を食事として食べることはない
- ※「イ・ウ」に回答した方はQ2へ

Q1-① 【お食事】としてパン類を食べる方への質問・・・【単回答】

＜ご自身は【お食事】として、どのくらいパン商品を食べますか？＞

- ア. 月1～2回程度
- イ. 月3～4回程度
- ウ. 週に2～3回程度
- エ. 週に4～5回程度
- オ. ほぼ毎日

Q1-② 【お食事】としてパン商品を食べる方への質問・・・【複数回答】

＜【お食事】として食べるパン商品の種類はどのような商品ですか？＞

- ア. 食パン
- イ. テーブルロールパン
- ウ. クロワッサン
- エ. フランスパン（バゲット類）
- オ. 菓子パン（主に甘い商品／あんぱん、ジャムパン、クリームパン、豆パン等）
- カ. 惣菜パン（主に甘くない商品／カレーパン、ソーセージパン、コロケパン、焼きそばパン等）
- キ. 各種サンドイッチ
- ク. 各種ハンバーガー
- ケ. 各種コッペパン
- コ. お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン
- サ. その他（記述回答_____）

Q2 ご家庭又は職場で、【間食（おやつ）】としてパン類を食べることはありますか？・・・【単回答】

ア. ある

イ. 自分はないが、家族は食べている

ウ. 自分も家族もパン類を間食（おやつ）として食べることはない

※「イ・ウ」に回答した方はQ3へ

Q2-① 【間食（おやつ）】としてパン商品を食べる方への質問 ・・・【単回答】

<ご自身は【間食（おやつ）】として、どのくらいパン商品を食べますか？>

ア. 月1～2回程度

イ. 月3～4回程度

ウ. 週に2～3回程度

エ. 週に4～5回程度

オ. ほぼ毎日

Q2-② 【間食（おやつ）】としてパン商品を食べる方への質問 ・・・【複数回答】

<【間食（おやつ）】として食べるパン商品の種類はどのような商品ですか？>

ア. 食パン

イ. テーブルロールパン

ウ. クロワッサン

エ. フランスパン（バゲット類）

オ. 菓子パン（主に甘い商品／あんぱん、ジャムパン、クリームパン、豆パン等）

カ. 惣菜パン（主に甘くない商品／カレーパン、ソーセージパン、クロックパン、焼きそばパン、ピザパン等）

キ. 各種サンドイッチ

ク. 各種ハンバーガー

ケ. 各種コッペパン

コ. お取り寄せ等、冷凍状態で流通しているパン

サ. その他（記述回答_____）

●2. パン類の購入に関する経験について

Q3 普段、ご自身でパン商品を購入することはありますか？・・・【単回答】

ア. ある

イ. 自分では買わないが、家族は買っている

ウ. 自分も家族もパン類を買うことはない

※「イ・ウ」に回答した方はQ6へ

Q3-① ご自身でパン商品を購入する方への質問・・・【複数回答】

<普段、どのようなお店でパンを購入することが多いですか？>

- ア. 独立型ベーカリー専門店
- イ. 大手ショッピングセンター等に入居しているベーカリー専門店
- ウ. スーパーマーケットに入居しているベーカリー専門店
- エ. スーパーマーケット／店内売場のパンコーナー（大手ブランド／山崎・日糧・パスコ等）
- オ. スーパーマーケット／店内売場のパンコーナー（地元のベーカリー商品等）
- カ. コンビニエンスストア
- キ. 高級食パンの専門店
- ク. サンドイッチ専門店
- ケ. ハンバーガー専門店
- コ. コッペパン専門店
- サ. 移動販売車
- シ. 通信販売（ネットショップ含む）
- ス. その他（記述回答_____）

Q3-② ご自身でパン商品を購入する方への質問・・・【単回答】

<Q3-①で、回答した中で、最も購入頻度の高い店舗の種類>

- ア. 独立型ベーカリー専門店
- イ. 大手ショッピングセンター等に入居しているベーカリー専門店
- ウ. スーパーマーケットに入居しているベーカリー専門店
- エ. スーパーマーケット／店内売場のパンコーナー（大手ブランド／山崎・日糧・パスコ等）
- オ. スーパーマーケット／店内売場のパンコーナー（地元のベーカリー商品等）
- カ. コンビニエンスストア
- キ. 高級食パンの専門店
- ク. サンドイッチ専門店
- ケ. ハンバーガー専門店
- コ. コッペパン専門店
- サ. 移動販売車
- シ. 通信販売（ネットショップ含む）
- ス. その他（記述回答_____）

●3. ベーカリー専門店での購入に関して

Q4-① 上記Q3-①の「ア、イ、ウのベーカリー専門店」で購入する方への質問・・・【複数回答】

※上記Q3-①（複数回答）で「ア、イ、ウ」を選択していない方はQ5へ

<「ベーカリー専門店」で購入する際に、何を重視しますか？>

- ア. 商品の品揃えが豊富であること
- イ. 焼きたての商品が並んでいること
- ウ. お気に入りの定番商品があること
- エ. いつも新商品が発売されていて飽きないこと
- オ. 価格が安いこと
- カ. 価格は安くないが、質が高いこと
- キ. ボリュームがあること
- ク. ケーキや焼き菓子（クッキー／ラスク等）も一緒に販売されていること
- ケ. 北海道産の小麦を使用していること
- コ. 天然酵母を使用していること
- サ. 具材の素材にこだわっていること
- シ. その他（記述回答_____）

Q4-② 上記Q3-①の「ア、イ、ウのベーカリー専門店」で購入する方への質問・・・【複数回答】

※上記Q3-①（複数回答）で「ア、イ、ウ」を選択していない方はQ5へ

<「ベーカリー専門店」では、どのような商品を買うことが多いですか？>

- ア. 食パン
- イ. テーブルロールパン
- ウ. クロワッサン
- エ. フランスパン（バゲット類）
- オ. 菓子パン（主に甘い商品／あんぱん、ジャムパン、クリームパン、豆パン等）
- カ. 惣菜パン（主に甘くない商品／カレーパン、ソーセージパン、コロケパン、焼きそばパン、ピザパン等）
- キ. 各種サンドイッチ
- ク. 各種ハンバーガー
- ケ. 各種コッペパン
- コ. その他（記述回答_____）

Q4—③ 上記 Q3—①の「ア、イ、ウのベーカリー専門店」で購入する方への質問・・・【単回答】

※上記 Q3—①（複数回答）で「ア、イ、ウ」を選択していない方は Q5へ

＜「ベーカリー専門店」で購入する際の1回の平均ご予算はどのくらいですか？＞

- ア. 500円未満
- イ. 500～1,000円未満
- ウ. 1,000～1,500円未満
- エ. 1,500～2,000円未満
- オ. 2,000～3,000円未満
- カ. 3,000円以上

Q4—④ 上記 Q3—①の「ア、イ、ウのベーカリー専門店」で購入する方への質問・・・【単回答】

※上記 Q3—①（複数回答）で「ア、イ、ウ」を選択していない方は Q5へ

＜どのくらいの頻度で「ベーカリー専門店」を訪問しますか？＞

- ア. 月1～2回程度
- イ. 月3～4回程度
- ウ. 週に2～3回程度
- エ. 週に4～5回程度
- オ. ほぼ毎日

●4. パン商品と健康意識について

Q5 パン商品を購入する際に、健康を意識したことがありますか？・・・【単回答】

- ア. ある
- イ. ない

※「イ」に回答した方は Q6へ

Q5—① 健康を意識してパンを購入する方への質問・・・【複数回答】

＜パンを購入する際に、気になるキーワードはどれですか？＞

- ア. グルテンフリー
- イ. トランス脂肪酸フリー
- ウ. 糖質カット
- エ. カロリーオフ
- オ. 塩分カット
- カ. 全粒粉入り
- キ. 道産小麦使用
- ク. 天然酵母使用
- ケ. その他（記述回答_____）

●5. 障がい者施設で製造するパン類について

Q6 障がい者施設が製造・販売しているパンを購入したことはありますか？ 又、今後、購入の可能性はありますか？・・・【単回答】

- ア. 既に、購入したことがある
- イ. 安ければ購入してみたい
- ウ. 良いものがあれば購入してみたい
- エ. 社会貢献になりそうなので買ってみたい
- オ. 何となく、購入したくない
- カ. 絶対を買わない
- キ. その他（記述回答_____）

※上記 Q6「オ、カ」に回答した方は Q6-②へ ※上記 Q6「イ、ウ、エ、キ」に回答した方は Q7へ

Q6-① 障がい者施設のパンを購入したことがある方への質問・・・【記述回答】

<上記 Q6 で「ア、既に、購入したことがある」と回答した方は、製造した事業所の名称が分かればご記入お願いします>

【記述回答】_____

【購入頻度】【単一回答】

- ア. 月 1～2 回程度
- イ. 月 3～4 回程度
- ウ. 週に 2～3 回程度
- エ. 週に 4～5 回程度
- オ. ほぼ毎日

Q6-② 障がい者施設のパンを購入したことが無い方への質問・・・【記述回答】

<上記 Q6 で「オ. 何となく、購入したくない」、「カ. 絶対を買わない」と回答した方は、購入されない理由をご記入お願いします>

【記述回答】_____

●6. パン類に関する商品アイデアなど

Q7-① : 道産素材（野菜・肉・魚など）を使用した「新しいパン」のアイデアをお寄せ下さい・・・【記述回答】

【記述回答】_____

Q7-② : その他「障がい者施設で製造するパン類」に関するご意見など・・・【記述回答】

【記述回答】_____

以上