

第2回

消費者アンケート 調査報告書

〔観光施設・購買動向調査〕

みやぎ北上商工会

2017年2月

第2回消費者アンケート調査の概要

みやぎ北上商工会

(1) 目的

津山町道の駅「もくもくランド」、東和町道の駅「林林館」、登米町「遠山之里」の3施設に来場した一般消費者を対象に、利用目的や購買商品などに関するアンケートを実施、動向を把握し、個々の施設や納入業者、及び町内小規模事業者の今後の経営支援等に活用することを目的に実施した。

(2) 調査対象

津山町道の駅「もくもくランド」、東和町道の駅「林林館」、登米町「遠山之里」に来場した一般のお客様

(3) 実施期間

平成28年12月16日（金）配布、平成29年1月23日（月）回収

(4) 実施方法

- ・配布方法／会場に設置し来場者自由記入
- ・回収方法／来場者記入後、レジまたは各施設従業員に手渡し。その後商工会職員により回収

(5) 回収状況

- ・回収数／「もくもくランド」62件、「林林館」82件、「遠山之里」97件

目次

1. 津山もくもくランドアンケート調査編.....	3
問 1. アンケートにご協力いただいたお客様について.....	3
問 2. 同行者について（記入者 61 人）.....	4
問 3. 本日来訪の目的について（記入者 60 人）.....	4
問 4. 当日購入した商品について（記入数 83 件）.....	4
問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 59 人）.....	5
問 6. 地域ならではののおみやげと思う商品を教えてください.....	5
2. 林林館アンケート調査編.....	6
問 1. アンケートにご協力いただいたお客様について.....	6
問 2. 同行者について（記入者 82 人）.....	7
問 3. 本日の来訪の目的について（記入者 81 人）.....	7
問 4. 当日購入した商品について（記入者 88 人）.....	7
問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 69 人）.....	8
問 6. 地域ならではののおみやげと思う商品を教えてください.....	8
3. 遠山之里アンケート調査編.....	9
問 1. アンケートにご協力いただいたお客様について.....	9
問 2. 同行者について（記入者 95 人）.....	10
問 3. 本日の来訪の目的について（記入者 96 人）.....	10
問 4. 当日購入した商品について（記入数 135 件）.....	10
問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 83 人）.....	11
問 6. 地域ならではののおみやげと思われる商品について教えてください.....	11
4. 総括.....	12

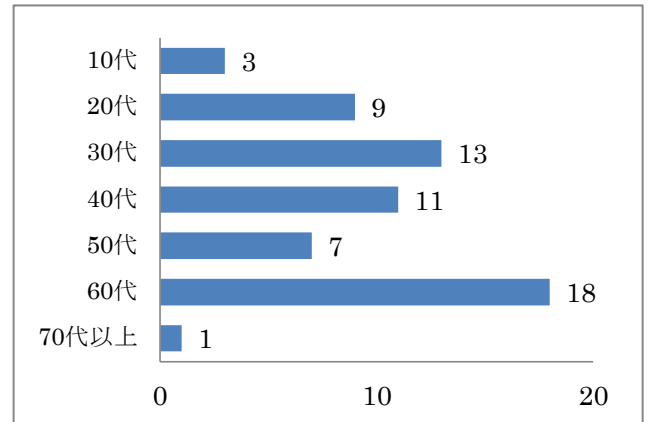
1. 津山もくもくランドアンケート調査編

問 1. アンケートにご協力いただいたお客様について

1) 年代別男女

年代	女性	男性	総計	比率
10代	2	1	3	5%
20代	4	5	9	15%
30代	3	9	12	20%
40代	9	2	11	18%
50代	5	2	7	12%
60代	12	5	17	28%
70代以上		1	1	2%
総計	35	25	60	100%

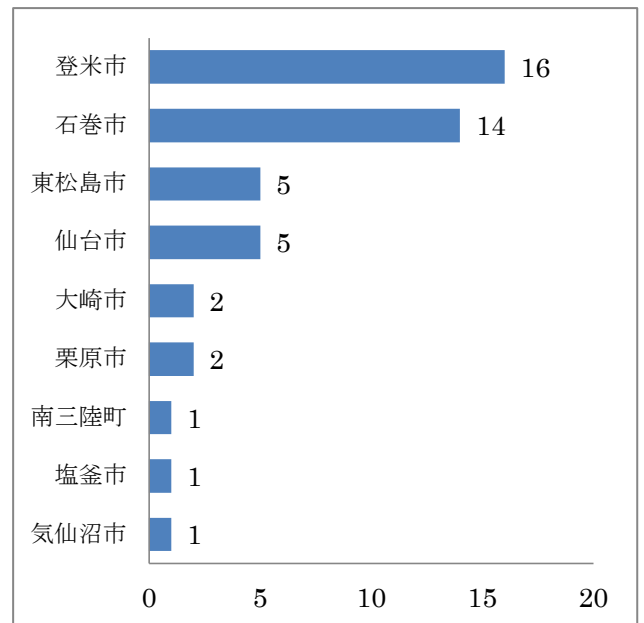
2) 年代別人数（記入者 62 人）



3) 都道府県別人数

都道府県	女性	男性	総計
岩手県	1	2	3
宮城県	27	19	46
山形県	2	1	3
神奈川県		1	1
東京都	3		3
総計	33	23	56

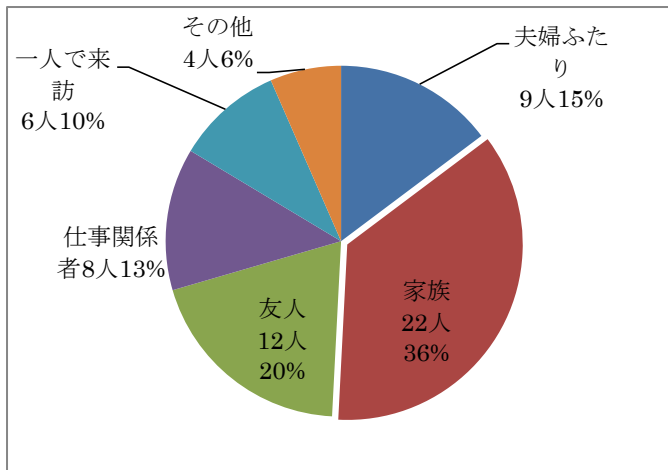
4) 宮城県内地域別人数



アンケート回答者の年代は、60代が最も多く、30代、40代と続いた。県別では、冬季ということが影響してか、宮城県が80%を超えた。県内地域別では、登米市と石巻市で64%を占め、東松島、仙台市の順となっている。

前回10月～11月調査に比べて、さらに近隣地域の利用者が多くを占める結果となった。

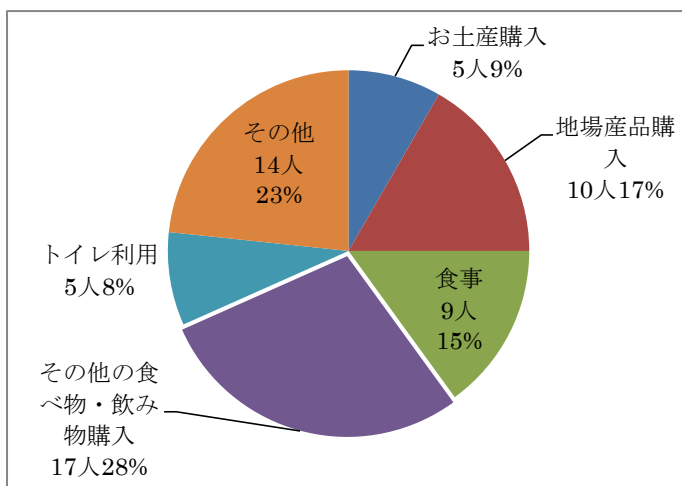
問 2. 同行者について（記入者 61 人）



来訪者は「家族」が 36%と最も多かった。冬季でありながら、近隣地域の公園利用目的の方も前回調査同様みられた。その他の中には、孫と祖父での来訪もあった。

仕事関係の立ち寄り客は、前回と同じく全体の 13%となっているが、一人での来訪者の中にも含まれるものと思われる。

問 3. 本日来訪の目的について（記入者 60 人）

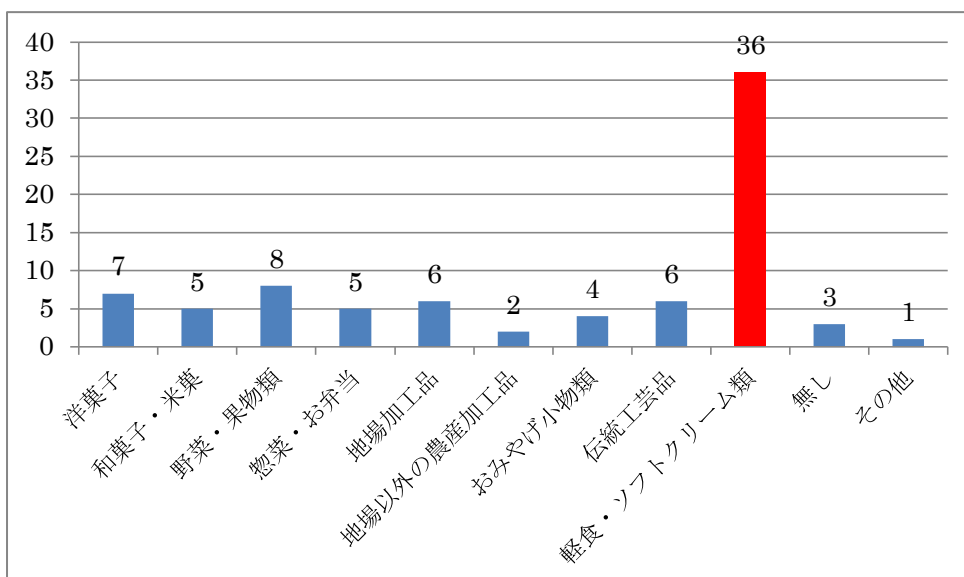


◇その他利用者の目的

目的	人数
ソフトクリーム	1
もくもくランド取材	1
観光	1
休憩	1
公園	6
仕事	1
志津川の帰り道	2
総計	13

来訪目的の第 1 位が「その他の食べ物・飲み物購入」、2 位が「地場産品の購入」であった。その他で「公園利用」が 6 名みられた。

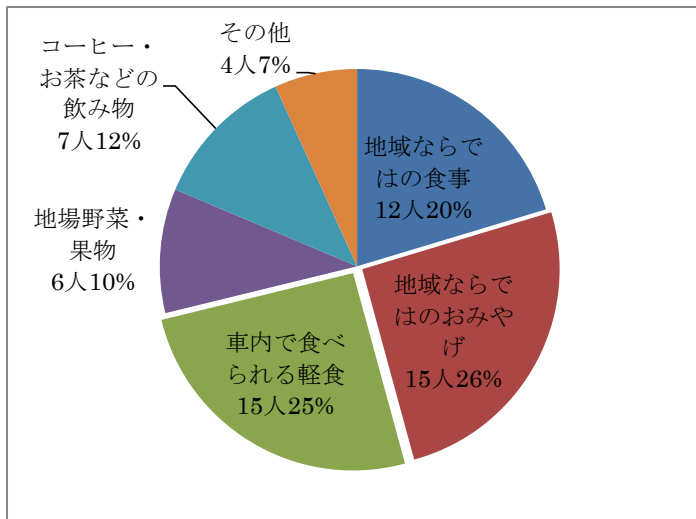
問 4. 当日購入した商品について（記入数 83 件）



第 1 位は、全体の 44%を占めた「軽食・ソフトクリーム類」であった。

観光シーズンではないことや、果物等の少ない時期であることが明確に結果として表れているため、季節対応の商品構成も必要かもしれない。

問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 59 人）



最も多かったのが各 15 人（25%）で「地域ならではの飲みやげ」「車で食べられる軽食」であった。

シーズンによる客層が影響している可能性もあるが、上記の車内での軽食にプラスコーヒー等の飲み物の充実を希望する回答がみられ、特に近隣地域に多く見られた。

	石巻市	登米市	総計
車で食べられる軽食	4	3	7
コーヒー・お茶などの飲み物	3	1	4
総計	7	4	11

その他として、「おしゃれなまな板」「花・山野草など」「公園の遊具」があげられた。

問 6. 地域ならではの飲みやげと思う商品を教えてください

おにぎり類
かいてん焼き
からくり BOX 的なもの
スペアリブ、ローストビーフ、カマ焼き、牡蠣汁
チョコレートお菓子
にんにくみそだれ
もくもくランドの製品、あぶらふ
海の幸を使った社内で食べられる軽食
近隣の町の名物（お菓子）
鯨の竜田揚げ、チルド（魚）の味噌煮
根わさび
常温で持ち歩けるもの
地域産のものの乾物
登米産ほうれん草と卵のキッシュ
肉類、海産類
木のビーズの髪飾り
木工品
木工品、納豆、油揚げ
薬草
遊具を増やしてほしい

回答には、もくもくランドの地域商品というものと、一般的に地域商品と思われるものの二通りの回答がみられるが、今後の参考としたい。

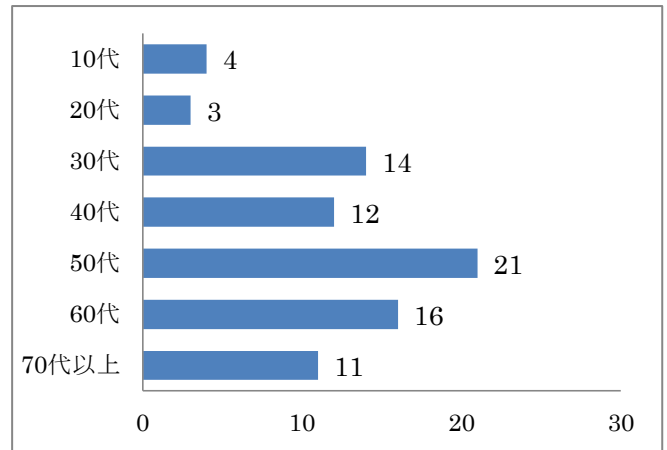
2. 林林館アンケート調査編

問 1. アンケートに協力いただいたお客様について

1) 年代別男女数

年代	女性	男性	総計	比率
10代	3	1	4	5%
20代	1	2	3	4%
30代	6	8	14	19%
40代	5	5	10	14%
50代	9	11	20	27%
60代	9	6	15	20%
70代以上	4	4	8	11%
総計	37	37	74	100%

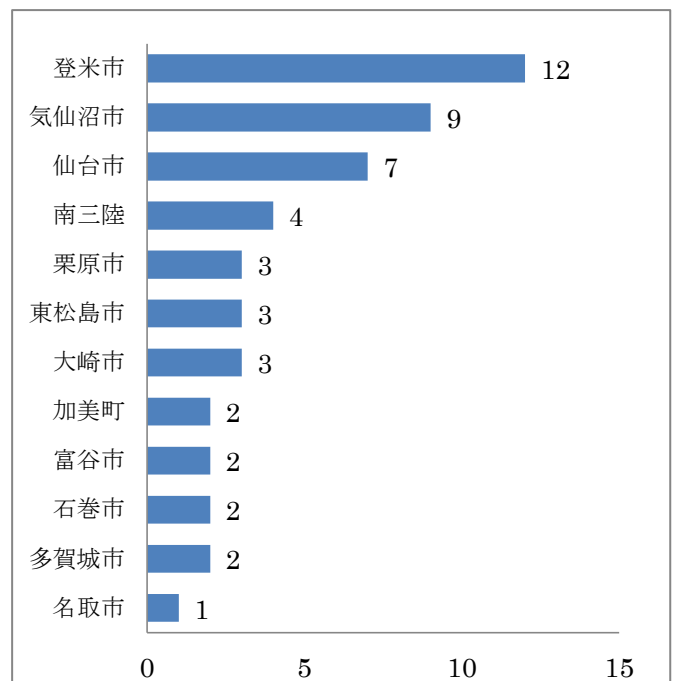
2) 年代別人数（記入者 81 人）



3) 都道府県別人数

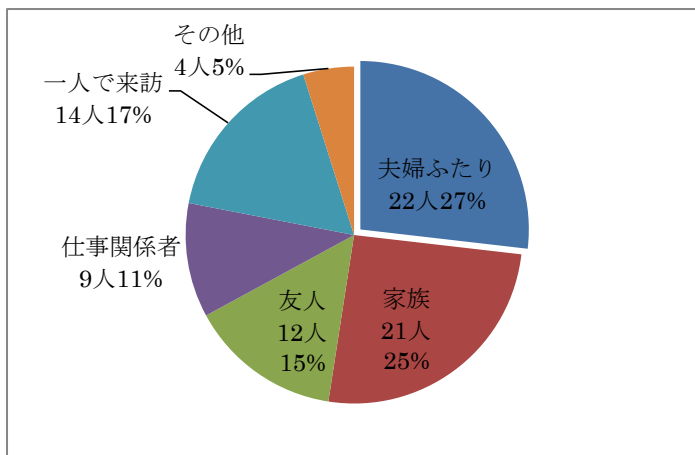
県	女性	男性	総計
宮城県	25	24	49
岩手県	8	5	13
東京都	1	3	4
千葉県		1	1
島根県		1	1
埼玉県		1	1
青森市		1	1
総計	34	36	70

4) 宮城県内地域別人数



来場者の傾向は、50代を中心に幅広い層に利用されている。県別では、岩手県からの来場者が宮城県に続き多く、交通ルートがそのまま反映されている。同様に、県内では登米市に続き気仙沼市からの来場者が多く、前回同様の傾向は変わらなかった。

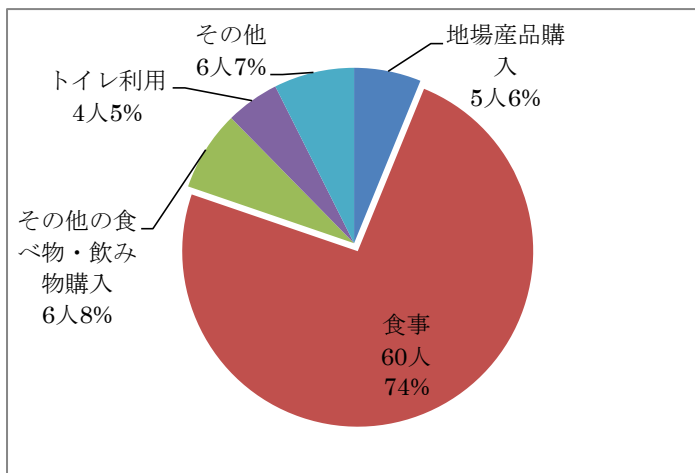
問 2. 同行者について（記入者 82 人）



同行者の第1位は「夫婦ふたり」27%、第2位は「家族」で25%、続いて「一人で来訪」が続いた。

前回調査同様、仕事関係者の来場も多く日常的に個人のお客様が利用しやすい形態で営業していることが伺える。

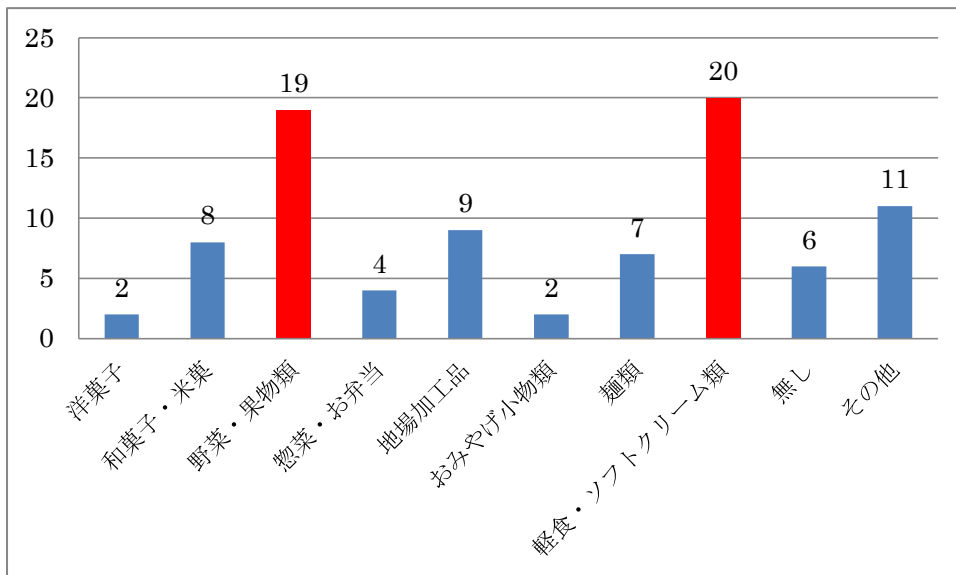
問 3. 本日の来訪の目的について（記入者 81 人）



来訪の目的は「食事」が全体の74%と多数を占める結果であった。

季節的な理由もあるが、回答の中に「おみやげ購入」はあげられなかった。

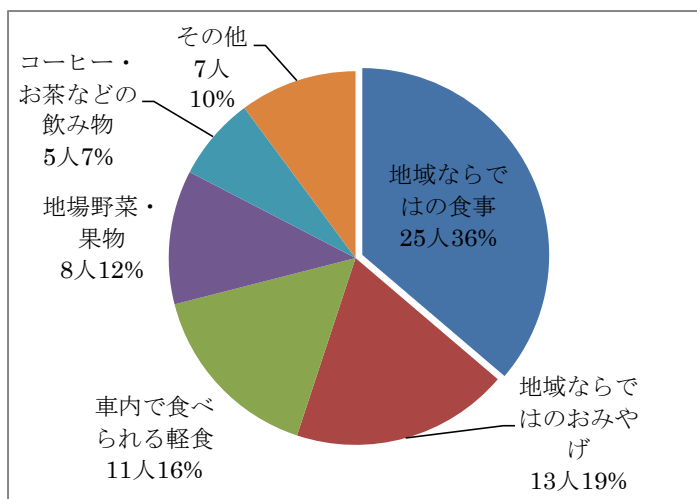
問 4. 当日購入した商品について（記入者 88 人）



購入した商品は、第1位が「軽食・ソフトクリーム類」、第2位が「野菜・果物類」であった。

その他として「コーヒー」が5件、「パン」が2件あり、気軽な利用のされ方や、地元購買率の高さを感じる。

問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 69 人）



利用目的の多い食事に対して、さらに望む声が最も多かった。これは、リピート客の多さの結果ともいえる。

地元利用ニーズ、気軽な立ち寄りニーズなどのバランスを感じさせる内容が伺える。

その他として、「アイスクリーム」「洋菓子」「ドッグラン」などの回答があった。

問 6. 地域ならではのおみやげと思う商品を教えてください

お手軽な食材
がんづき
キノコ類
岩出山のかりんとう
牛タン弁当
健康食品（エゴマ利用）
小豆はっなどおふくろの味を気軽に食べたい
新鮮な野菜
地域の名前の付くもの
地酒
地場産の米、野菜などで農業高校などと連携してはどうか？
登米風りんごパイはどうか？
餅類がとてもおいしい
野菜
油ふ以外のものが欲しい（2）

地域の食材を活かした産品を望む回答が多く見られた。利用客の「食」に対する期待度の大きい道の駅であることがわかる。

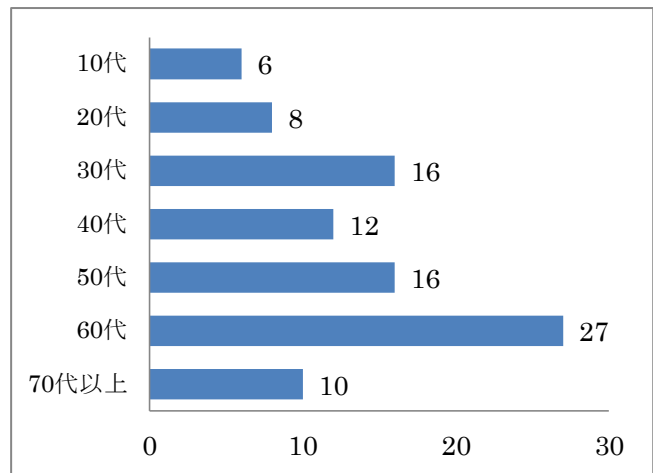
3. 遠山之里アンケート調査編

問 1. アンケートにご協力いただいたお客様について

1) 年代別男女数

年代	女性	男性	総計	比率
10代	1	5	6	7%
20代	2	6	8	9%
30代	5	11	16	18%
40代	7	5	12	13%
50代	9	5	14	16%
60代	19	6	25	28%
70代以上	5	4	9	10%
総計	48	42	90	100%

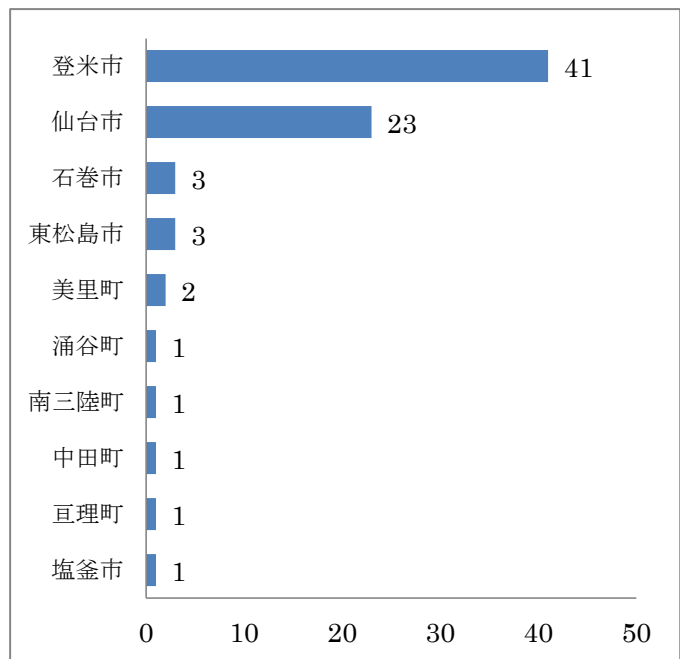
2) 年代別人数 (記入者 95 人)



3) 都道府県別人数

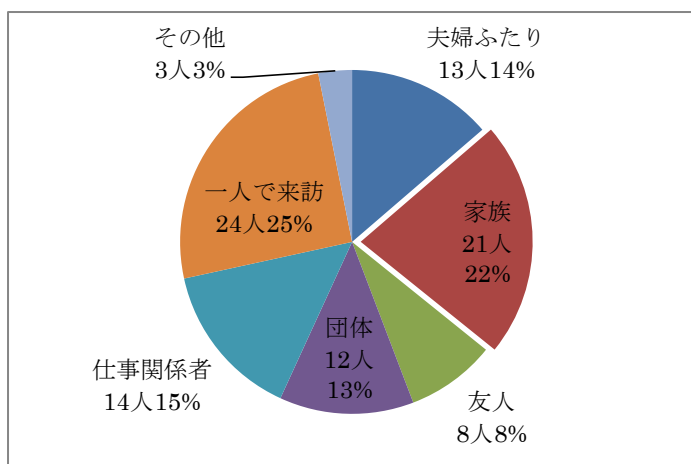
県	女性	男性	総数
宮城県	42	33	75
岩手県		3	3
東京都	1	1	2
北海道		1	1
山形県		1	1
総計	43	39	82

4) 宮城県内地域別人数 (記入者 77 人)



来場者の年代は、60代が最も多く、都道府県別人数は宮城県が91%となっている。県内地域別人数は、第1位が登米市、第2位が仙台市であった。冬季でありながら県内の広い地域からの来場がみられた。

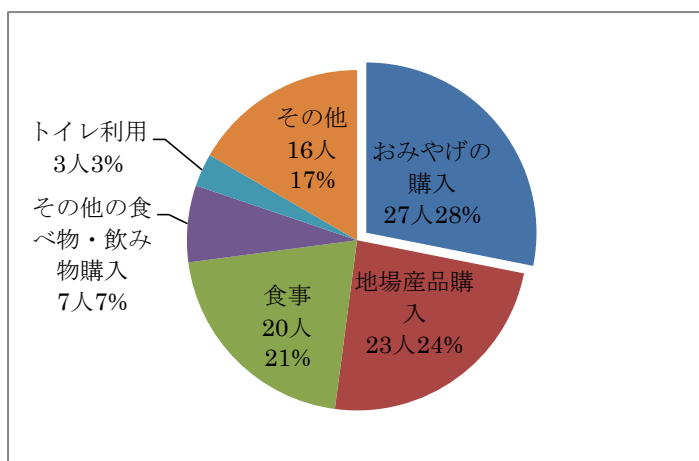
問 2. 同行者について（記入者 95 人）



地元を中心に「一人で来訪」25%が第1位、第2位が「家族」22%となっている。夫婦や団体、友人での来訪客も多いことから、冬期間でも観光的な要素が非常にみられた。

また、仕事途中での立ち寄り利用も15%あった。

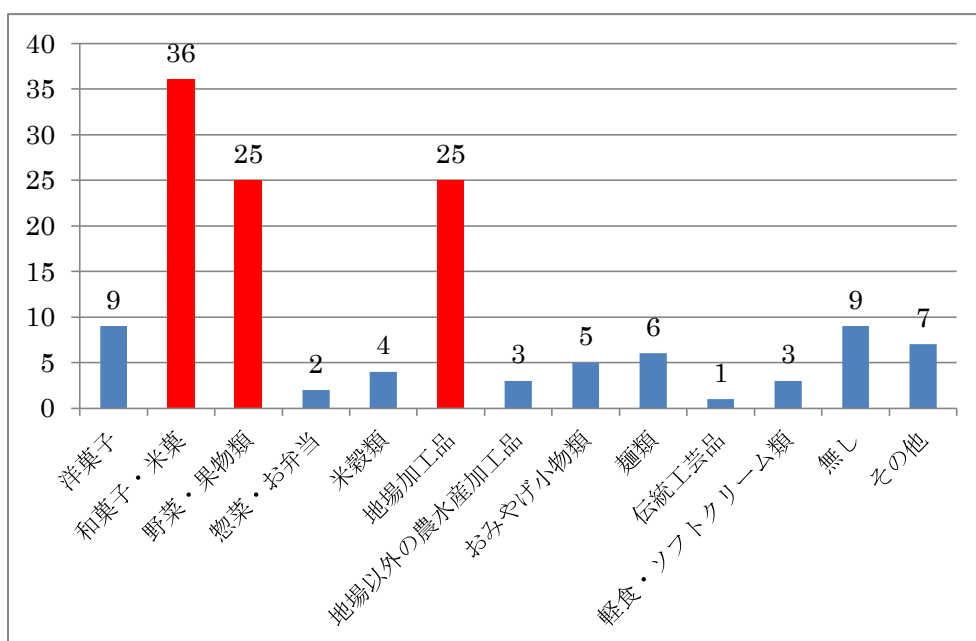
問 3. 本日の来訪の目的について（記入者 96 人）



観光利用が多いことから、「おみやげの購入」28%が第1位、第2位が「地場産品の購入」24%となっており、レストラン利用も21%と多く見られた。

その他の目的として「町内散策・ウォーキング」といった団体での利用者の拠点としての活用もあった。

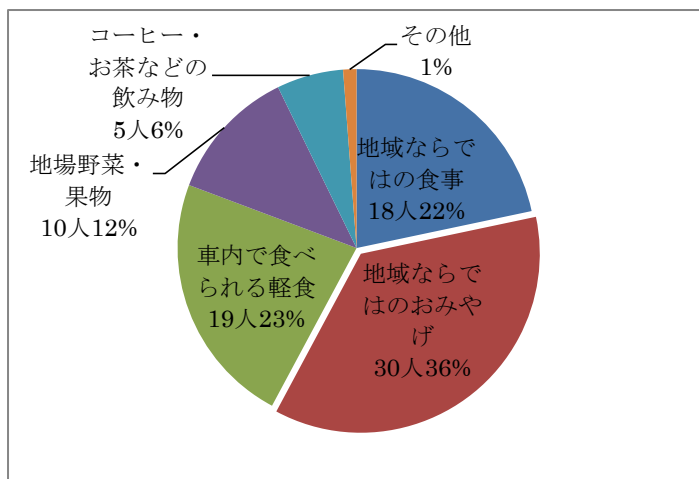
問 4. 当日購入した商品について（記入数 135 件）



購入した商品は、第1位が「和菓子・米菓」36人、続いて「野菜・果物類」「地場加工品」25人であった。おみやげ等の利用が多く見られるが、一方、野菜等の購入も多かった。

その他は、はがき、はつと、油ふがあった。

問 5. 充実して欲しい商品について（記入者 83 人）



充実して欲しい商品は、第 1 位が「地域ならではの軽食」36%が、第 2 位が「車内で食べられる軽食」23%、第 3 位が「地域ならではの食事」22%と続いた。

問 6. 地域ならではの軽食と思われる商品について教えてください

とり飯弁当
はつとがもう少し美味しいと良かった
はつと膳
ゆるきゃらグッズ
ワンコインランチ
夏は閉める時間をもう少し遅く
手作り商品
真空パックの油ふはつと
地場野菜の詰合せ
漬物
登米市全域の絵葉書が欲しい
登米町と言えば「これ」というおみやげ
萩の香りを利用したせんべい
半生のハット材料詰合せ
油ふ
油ふ丼をすぐ作れるセット商品
冷蔵ではなく常温で持ち帰れるはつと

「油ふ」や「はつと」は定着しているが、その他の商品がなかなか思い描けていない状況がある。問 5 のニーズでも多く見られるように、地域ならではの新たな商品を求められているように見える。

4. 総括

◇「もくもくランド」の消費者傾向と対策

来場者の地域は、前回調査同様、登米市内と石巻市内で60%以上を占めた。冬季でありながら、やはり公園利用目的のお客さまがおり、同行者では家族連れが最も多い結果であった。

仕事途中での立ち寄り客や公園利用のお客様のニーズとして、レストランでの食事以外に、比較的食べやすい軽食（ファストフード的な商品）や飲み物が非常に目立つ回答がみられた。

当日購入された商品も、軽食やソフトクリーム類が最も多いことから、家族連れに対応できる商品構成や商品開発、ミニイベント等の開催等、季節変動の少ない営業内容の取り組みが必要かもしれない。

◇「林林館」の消費者傾向と対策

来場者の傾向は、登米市以外では気仙沼市や岩手県の沿岸部からのお客様が多く見られた。立地を含め、お店のスタンスが明確に感じられることから、お客様の利用目的も明らかに見えてくる。食事利用が圧倒的に多く、かつ軽食や飲み物の購入も目立っていた。

一方、地元客の購買率も高く、野菜や果物類の購入も多かった。地域にとっても必要な施設となっていることを感じる。

「地域の新鮮な食材」というお客様の統一したイメージから、農産加工品等の地域商品の商品開発や手作り惣菜的な商品に期待感が生まれる。

「林林館に行けば地域の何かおいしいものが食べられる、買える」という明確なポジショニングを目指してはどうか。

◇「遠山之里」の消費者傾向と対策

冬期間ということもあり、宮城県内からの来場者が90%を超えていた。しかしながら、仙台市内からの来場者も多く、他の施設に比べ比較的身近な観光地として利用されていることがうかがえる。おみやげや地場加工品の購入率が高いことも納得できる。

遠地からの観光客が減る一方で、地元の利用率も高く、昼食や野菜類等の購入も非常に多く見られる結果となっている。

今後充実して欲しい商品として「地域ならではの「おみやげ」が36%とニーズが多かった。これは、観光客目線で見たとときに、地域ブランドの商品が少ないという回答ではないかと予想されるため、新たな商品開発に期待したい。