

平成 24 年度「道の駅はなわ」に関する意識調査

調理学研究室 吉田光一

平成 24 年実施都内アンケート

< アンケート実施についてと結果 >

(1) アンケート概要

平成 24 年 7 月には埴町からアンテナショップ「ダリちゃんショップ」が新小岩に出店し新鮮な野菜や埴町の特産品などで周囲の住民で大盛況となった。そこで平成 23 年度より調理学第 2 研究室で実施していた意識調査を行っていたので、その結果と今年度の意識調査の結果から埴町の認知度の変化を比較した。

下記はそのときに使用したアンケート用紙である。今回はアンケート用紙のほかに質問項目を追加し「ダリちゃんショップをしているか」について口答してもらった。

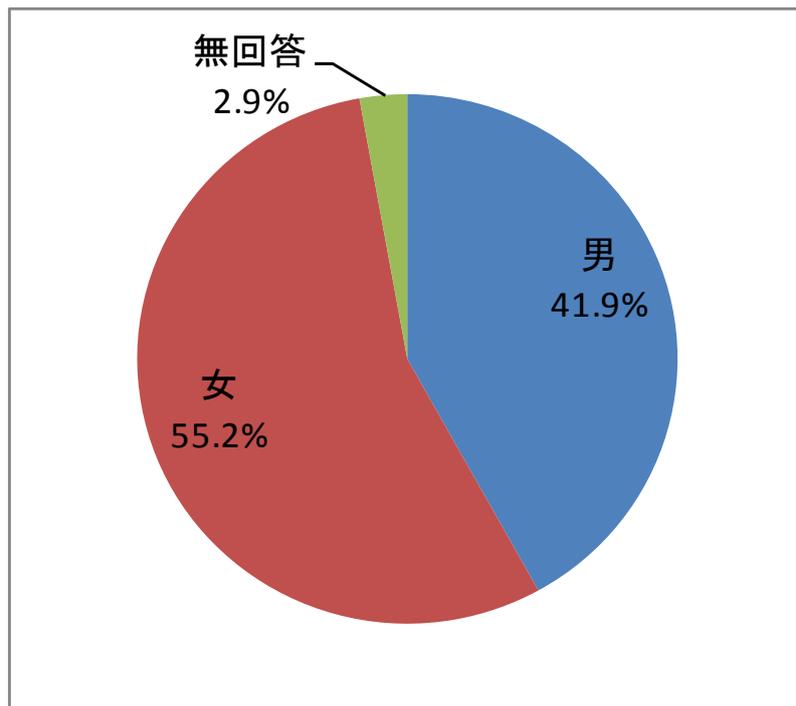
< 結 果 >

1 - 回答者の性別・年齢・地域分布

今回の調査における回答者の性別・年齢・地域分布は、以下のようになった。

表 6-1 性別の分布

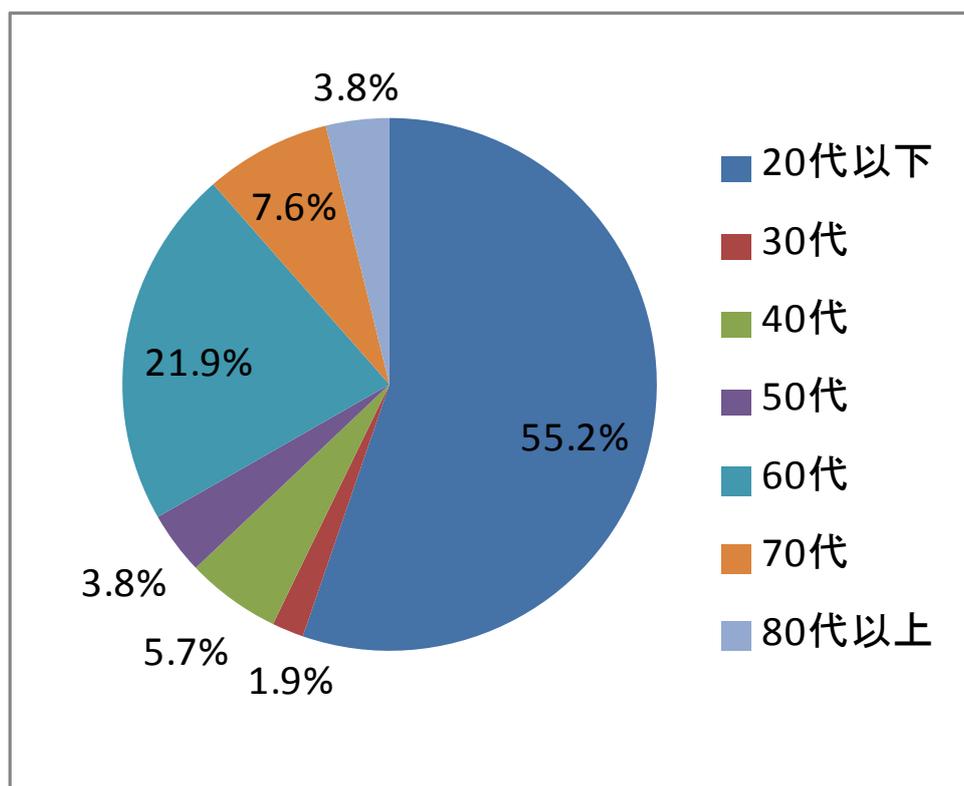
			人数	比率(%)
回答	1	男	44	41.8
	2	女	58	55.1
	3	無回答	3	2.9



- 5 - 1 図 性別の分布

表 6-2 年齢の分布

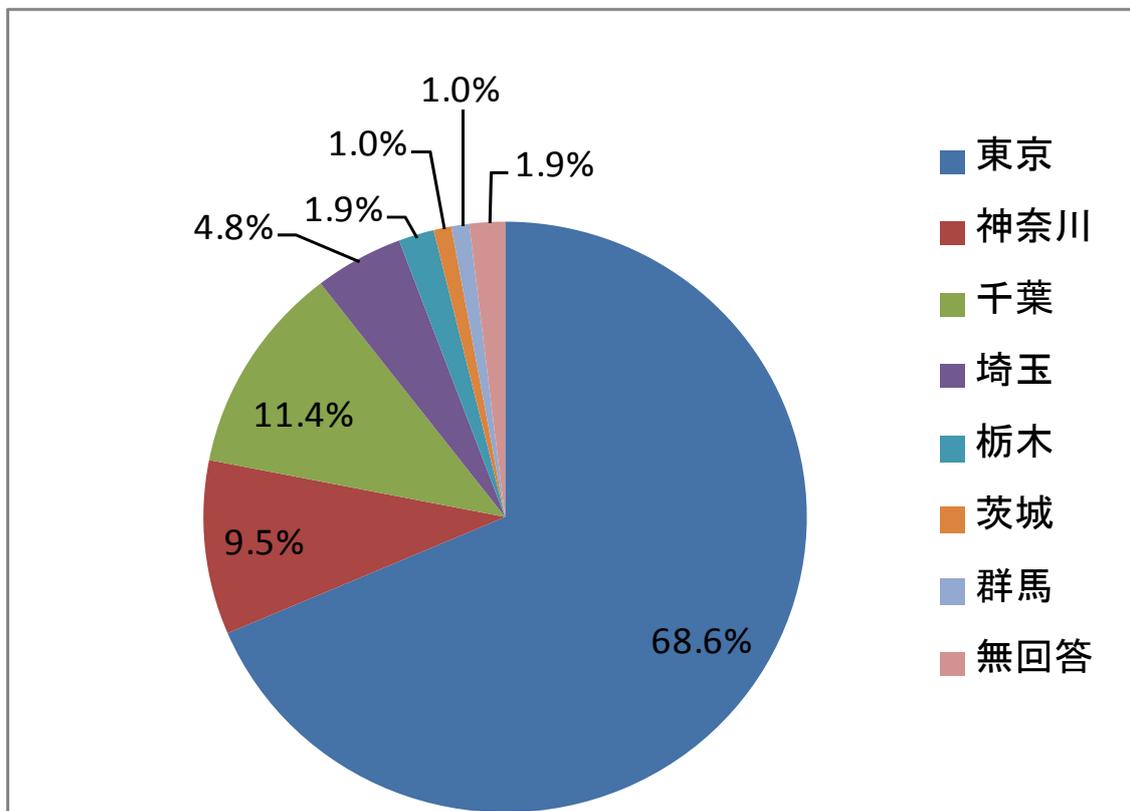
			人数	比率(%)
回答	1	20代以下	58	55.1
	2	30代	2	1.9
	3	40代	6	5.7
	4	50代	4	3.8
	5	60代	23	21.9
	6	70代	8	7.6
	7	80代以上	4	3.8



- 5 - 2 図 年齢の分布

表 6-3 居住地域の分布

			人数	比率(%)
回答	1	東京	72	68.4
	2	神奈川	10	9.5
	3	千葉	12	11.4
	4	埼玉	5	4.8
	5	栃木	2	1.9
	6	茨城	1	1.0
	7	群馬	1	1.0
	8	無回答	2	1.9



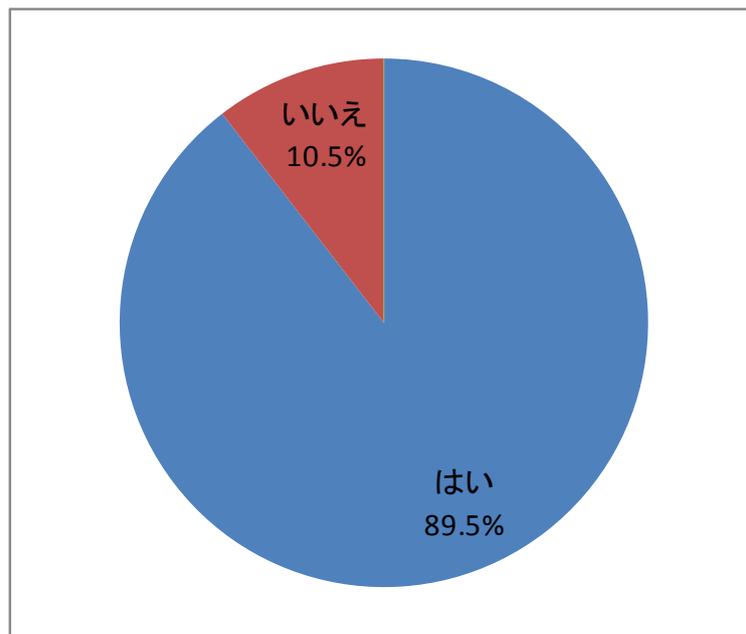
- 5 - 3 図 居住地域の分布

2 - 「道の駅」の認知度調査

「道の駅」という施設を知っているかどうか、利用したことがあるかの調査結果は以下のようになった。

表 6-4 「道の駅」という施設があることを知っていますか？

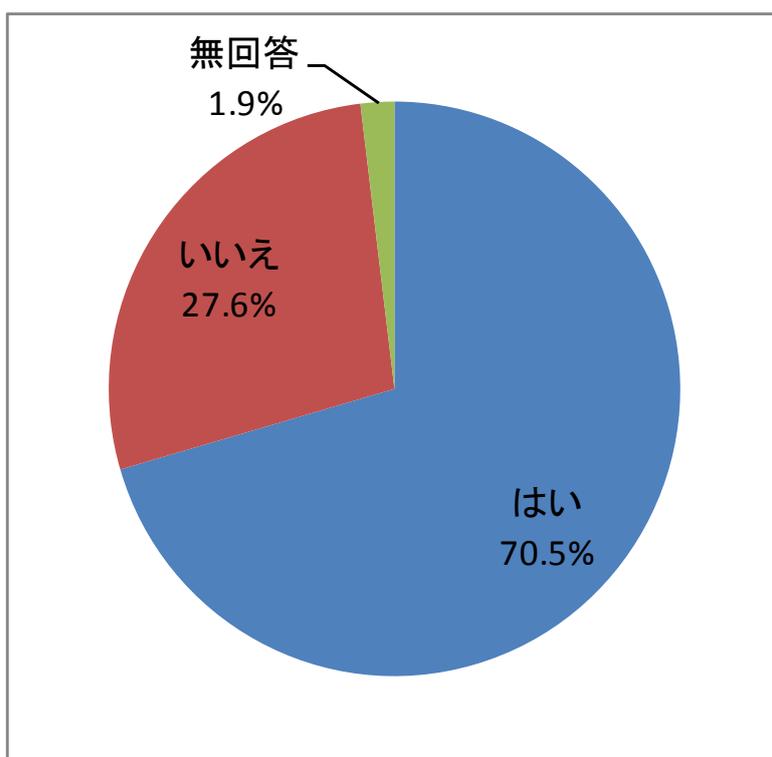
			人数	比率(%)
回答	1	はい	94	89.3
	2	いいえ	11	10.5



- 5 - 4 図 「道の駅」施設について

表 6-5 「道の駅」を利用したことがありますか？

			人数	比率(%)
回答	1	はい	74	70.3
	2	いいえ	29	27.6
	3	無回答	2	1.9



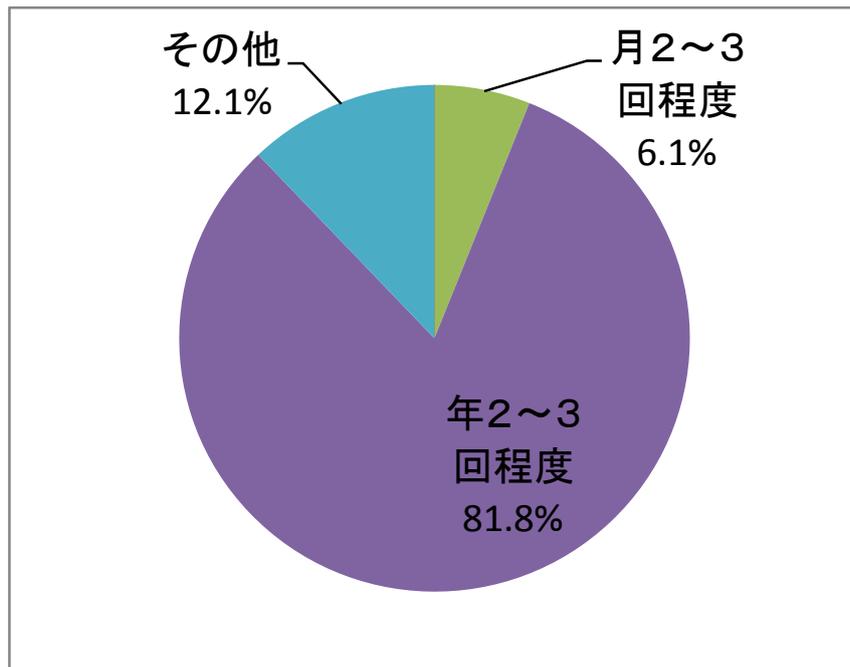
- 5 - 5 図 「道の駅」の利用について

3 - 「道の駅」利用についての調査

「道の駅」の利用頻度と目的についての調査結果は以下のようになった。

表 6-6 「道の駅」の利用頻度はどのくらいですか？

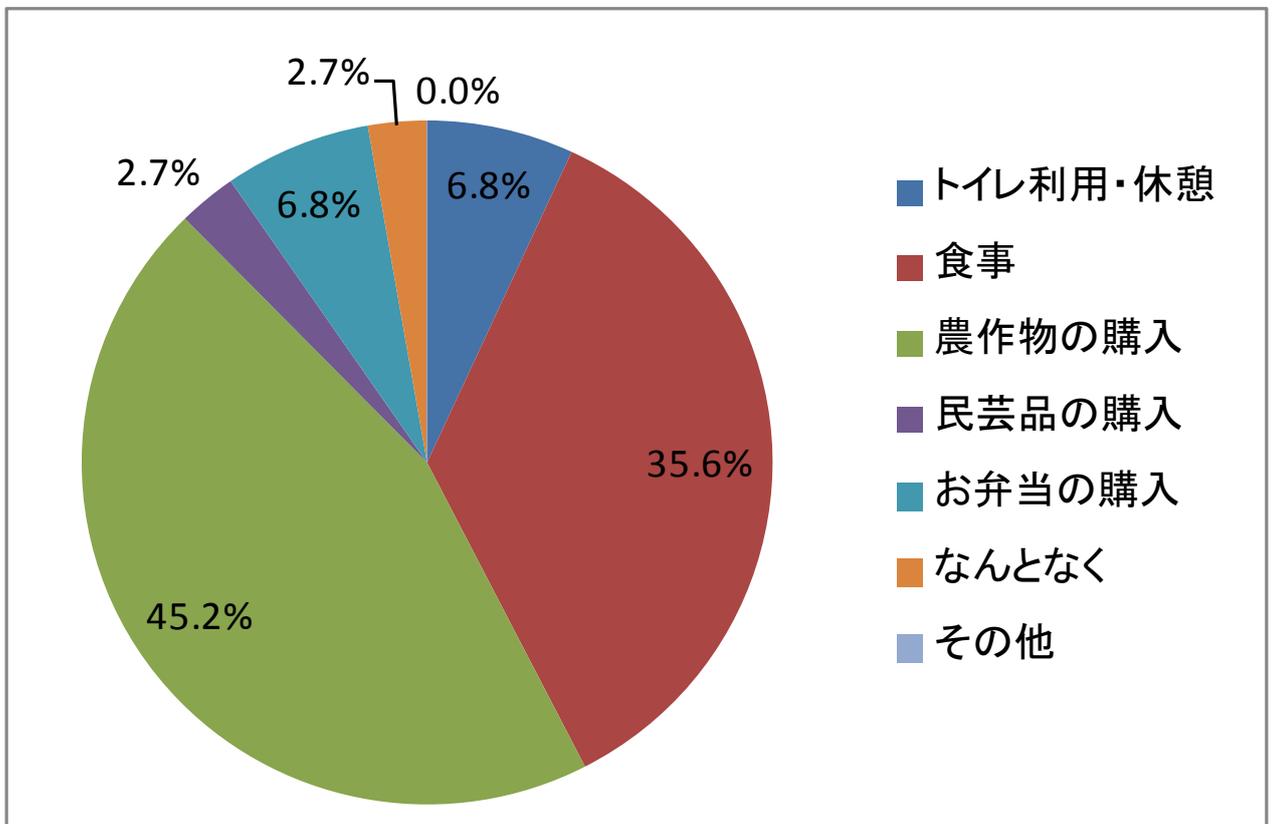
			人数	比率(%)
回答	1	ほぼ毎日	0	0.0
	2	週2～3回以上	0	0.0
	3	月2～3回程度	4	6.0
	4	年2～3回程度	54	81.5
	5	その他	8	12.1



- 5 - 6 図 「道の駅」の利用頻度

表 6-7 「道の駅」を利用する目的はなんですか？（複数回答）

			人数	比率(%)
回答	1	トイレ利用・休憩	5	6.9
	2	食事	26	35.6
	3	農作物の購入	33	45.2
	4	民芸品の購入	2	2.7
	5	お弁当の購入	5	6.9
	6	なんとなく	2	2.7



- 5 - 7 図 「道の駅」の利用目的

4 - あったらいいと思うもの調査

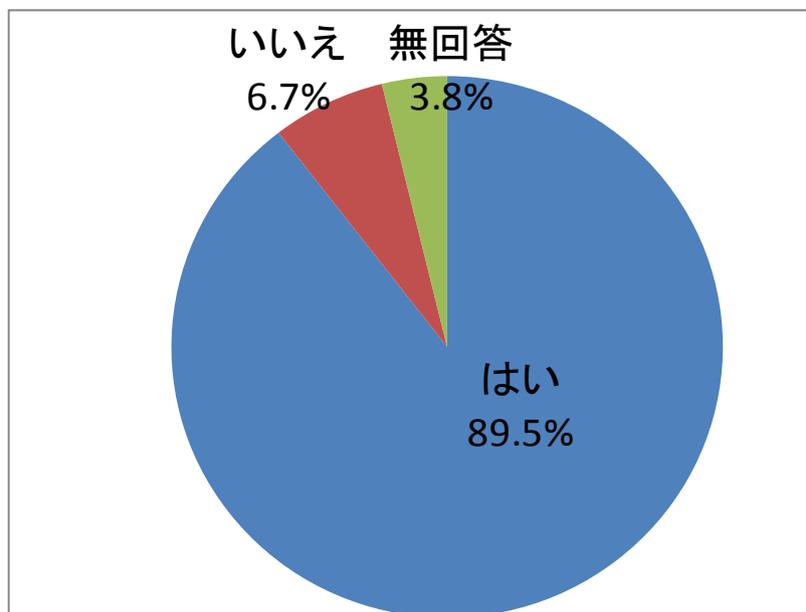
「道の駅」にどのような物や施設があったら利用したいかという調査では、前回アンケート同様の回答が多く、かつ回答数が少ないためここでは省略をさせてもらう。

5 - 「道の駅はなわ」の認知度調査

「道の駅はなわ」を知っているかどうかの調査結果は以下ようになった。

表 6-8 「道の駅はなわ」を知っていますか？

			人数	比率(%)
回答	1	はい	94	89.5
	2	いいえ	7	6.7
	3	無回答	4	3.8

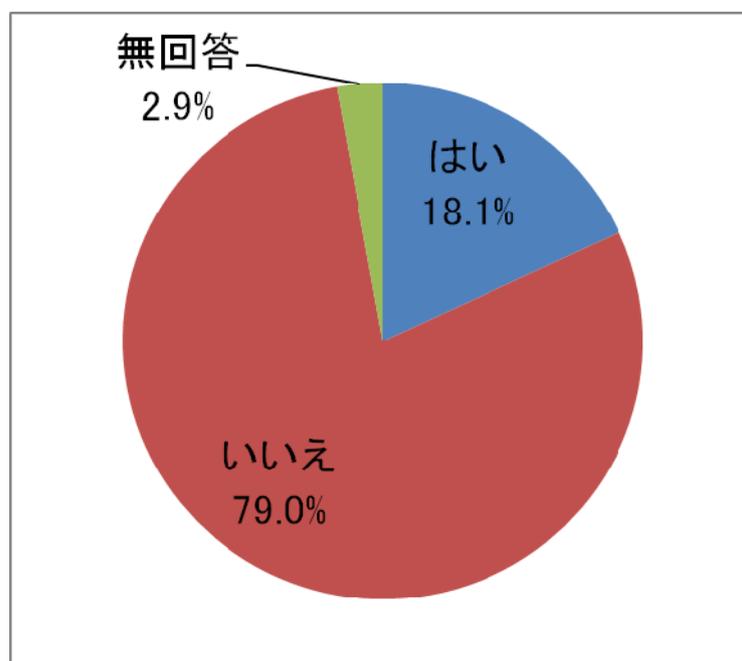


- 5 - 8 図 「道の駅はなわ」の認知

最後に、口問口答でダリちゃんショップについて質問を行った。

表 6-9 ダリちゃんショップを知っていますか？

			人数	比率(%)
回答	1	はい	19	18.1%
	2	いいえ	83	79.0%
	3	無回答	3	2.9%



- 5 - 9 図 「ダリちゃんショップ」の認知

< 考 察 >

平成 24 年の実施都内アンケートについて

(1) 回答者の性別・年齢・地域分布についての考察

前回に引き続きアンケートの半数を大学生に回答してもらったため性別、年代には偏りが見られるが東京（関東）での調査が最優先事項なので、その 2 項目については考慮していただきたい。

(2) 「道の駅」の認知度調査についての考察

前回のアンケート同様、道の駅自体の認知度は高かった。街頭アンケートでははじめはわからないと答えるも説明をすると知っているという回答者もいた。

(3) 「道の駅」利用についての調査についての考察

1) 「表 - 6 道の駅の利用頻度はどのくらいですか？」について

第 1 位が「年 2～3 回程度」で 81.5%と大きく占めている。「月 2～3 回程度」が 6.0%であり、大半の人は旅行などの機会を利用して利用しているが、一部の人は生活の中の身近なものとして利用していると考えられる。

2) 「表 - 7 道の駅を利用する目的はなんですか？」について

第 1 位は「農作物の購入」で 45.2%、第 2 位に「食事」で 35.6%という結果になった。休憩ついでに道の駅に寄るといふよりもその道の駅だからという理由があって利用する人が多いと結果から推測できる。

(4) 「道の駅はなわ」の認知度調査

「はい」が 89.5%と大きく占めている。この数字がでた理由として考えられるは、1 つは本校の生徒が福島県塙町の復興支援活動について知っている学生が多数いたこと。2 つ目は、塙町のアンテナショップ「ダリちゃんショップ」を利用している人が塙町を認知し始めているからと推測できる。

また、校門前でアンケート調査を行ったため、大学の取り組みを知っている人がアンケートに協力してくださったので、大きく逆転した結果になったのではないかと推測される。

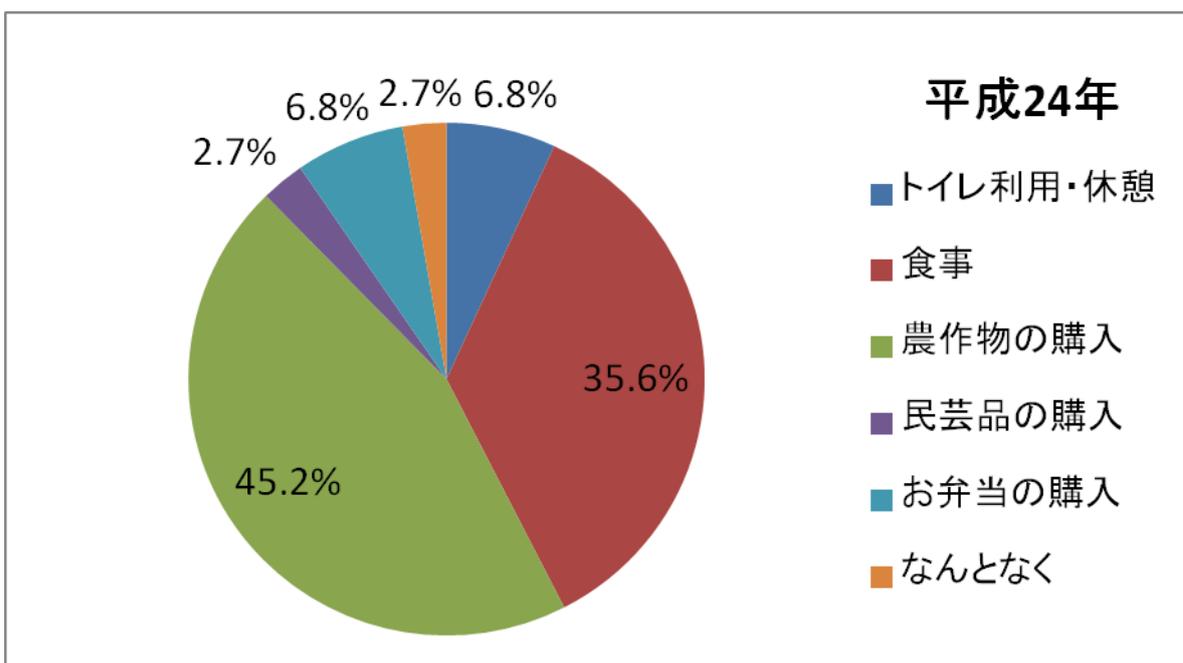
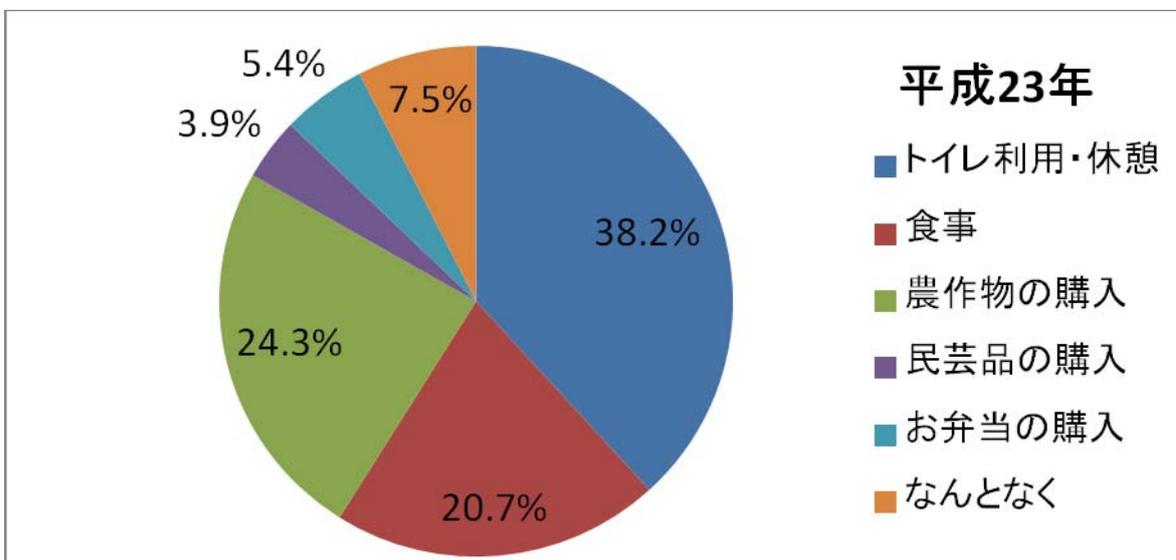
平成 23 年と平成 24 年の実施都内アンケートの比較

1 アンケート結果による塙町の意識変化

集落活性化プロジェクトを開始してから、平成 24 年 7 月には塙町からのアンテナショップ「ダリちゃんショップ」のオープン、本学の文化祭では塙町物産展・町についてのパネル展示などが行われてきた。

そこで都内で実施してきた道の駅のアンケートを平成 23 年と平成 24 年で比較し、1 年での塙町に対する意識の変化について確認をしてみる。

(1)「道の駅」を利用する目的はなんですか？



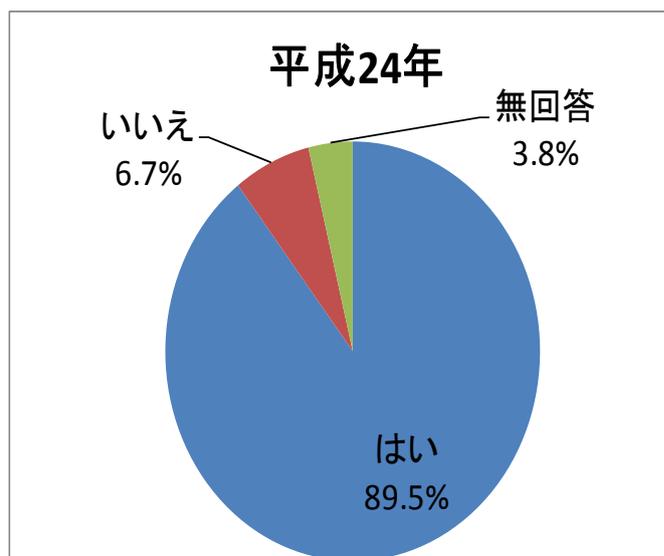
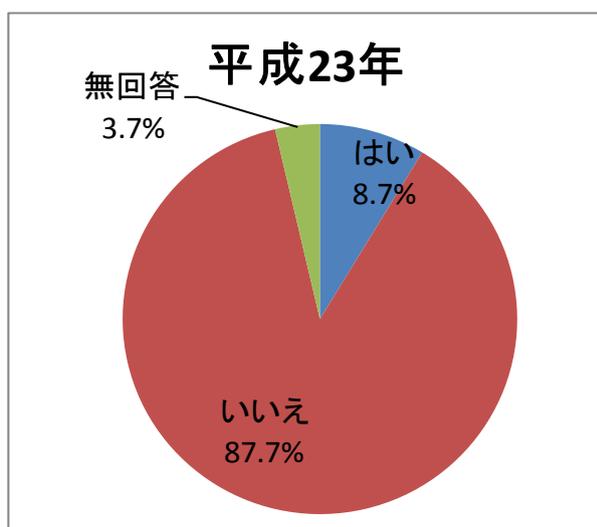
上) - 5 - 10 図 平成 23 年「道の駅の利用目的」

下) - 5 - 11 図 平成 24 年「道の駅の利用目的」

どちらとも「農作物の購入」「食事」の項目が大半を占めている。
このことから道の駅の「農作物の購入」「食事」への期待が大きいことがわかる。そのため「農作物の購入」「食事」の内容を改善すれば集客ができると期待している。

近年、道の駅でも独自の取り組みで客寄せを図っている。それにともない、メディアの報道もあり道の駅の在り方が多様化してきている。客の興味を芽生えさせ、目的をつくることで道の駅に来やすくなっている。

(2)「道の駅はなわ」を知っていますか？



左) - 5 - 12 図 平成 23 年「道の駅はなわの認知」

右) - 5 - 13 図 平成 24 年「道の駅はなわの認知」

2つのグラフ回答結果がほぼ真反対になっている。まず補足として、平成24年に行ったアンケートの中で、「ダリちゃんショップを知っていますか」という質問事項があり、それと質問内容が混合してしまったことが挙げられる。また、街頭アンケートでは地名だけをみて回答していることがあり、「道の駅はなわ」の認知が曖昧な結果となってしまった。しかし、「埴町」自体の認知度は高いことがわかる。これは「ダリちゃんショップ」をはじめ、文化祭での埴町物産展などが影響していると考えられる。さらに、埴町でも独自に新小岩で期間限定のアンテナショップを開くなど様々な宣伝活動で認知度上昇に貢献した結果といえるだろう。