

I - 4 - 2 「道の駅はなわ」に関するアンケート調査

調理学第二研究室 吉田光一、哥亜紀、臼井俊祐、高木優璃

本大学のある葛飾区と福島県塙町は、平成 10 年に相互防災協定を締結している。

塙町は、山に囲まれた自然豊かな地域であり町が目玉としてダリアが栽培されており、塙町遊々ランドにて 300 種 5000 株のダリアが咲くダリア展が開設される。また、肥沃な土地が多くたくさんの、様々な野菜が栽培されている。道の駅「はなわ」では採れた野菜や、その野菜を使ったお弁当や民芸品、お土産品などを販売している。しかし、震災の影響に伴う風評被害によって道の駅の売上は減少を余儀なくされた。

相互防災協定をきっかけに聖栄大学と塙町との活性化事業が始まった。今年度はその 2 年目である。

まず、葛飾区にできた道の駅「はなわ」のアンテナショップ、「ダリちゃんショップ」で現状の福島県産の野菜に対する意識調査を行った。その後、大学前にて「ダリちゃんショップ」の知名度と野菜に対する意識調査を行い現状での問題点、改善点をまとめを見つめることができた。

その後、福島県塙町に赴き葛飾区での現状を伝え現地調査を行った。主な内容は、道の駅「はなわ」の視察、アンケートの実施、地元の方々との交流会、塙町産業祭での出店である。塙町産業祭では、福島県特産のそば粉をしようしたそば粉シュークリームを試作品として試食してもらった。

アンケート結果をグラフ化して去年との差を出した結果、大きな変化は見られなく簡単には解決できないものが多いもの、時間をかけて解決していきたいと思う。

目次

はじめに

第一章 福島県塙町

第一節 塙町から

- 1 塙町について
- 2 塙町からの要求

第二章 現地調査

第一節 塙町訪問

- 1 事前準備
- 2 現地調査内容

第三章 アンケート結果

第一節 平成 25 年の現地アンケート結果

- 1 アンケート実施についてと結果
 - (1) アンケート概要
 - (2) 結果

第二節 平成 25 年都内アンケート結果

- 1 アンケート実施についてと結果
 - (1) アンケート概要
 - (2) 結果

おわりに

はじめに

本大学がある葛飾区は平成10年に福島県埴町と相互防災協定を結んでいます。それをきっかけに物産販売などで交流をはかっています。大学祭ではみちの駅はなわの物産品を販売し好評を得ました。

道の駅「はなわ」は2011年の東北震災による風評被害をうけ、売り上げが落ちている。

埴町の大蔵・大畑地区では約60%の方が農家であり、高齢者が多い。農作物は道の駅でも販売しており、東日本大震災の風評被害を大きく受けたため県外からのお客様は減少している。そこで、東京聖栄大学としては、調理の面から産業支援の手伝いができないかと考えた。東京聖栄大学として道の駅の改良点を見つけ、改善方法の提案や新商品の開発をして少しでも手伝えたらと思った。

今年はその二年目にあたる。

第一章 福島県埴町

第一節 埴町から

1 埴町について

福島県の南端に位置し、人口が約 9600 人、面積が 21160 平方キロメートルと広大である。町の東には阿武隈山脈、西に八溝山脈がそびえ、町の中央には一級河川の久慈川が流れている。町の総面積の八割が森林となり山から注がれる豊かな水の恩恵を受け、肥沃な土地を利用し水稻などの農業が盛んに行われている。

埴町は昔から「塩の道」といわれているように、浜通り・いわき地区とのつながりが多い。町には国道 118 号線、国道 349 号線、国道 289 号線が通っている。国道 118 号線は町の主要道路となっており埴町から南は茨城県大子市、北は須賀川市につながっている。平成 15 年にできた、みちの駅「はなわ」には来場者 100 万人、レジ通過者 30 万人のいわき方面をはじめ、茨城県からの来客者はその半分近くを占めている。



図 1-1 埴町所在

2 埴町からの要求

本大学が所属する葛飾区と埴町は平成 8 年から商店街の交流が始まり、平成 10 年には相互防災協定を結んでいる。

平成 23 年におきた東北大震災による風評影響を受けて、観光客および農産物の売り上げが減少している。葛飾区との交流を経て、落ち込んだ売り上げも平年の 7 割まで取り戻すことができたが、これを機に新たな取り組みも大切と考え、大学との交流をきっかけにみちの駅の支援と加工品の開発を進めることとなり、大学の特色を生かした加工品やお弁当作りへのアドバイスや、大学生の若い感覚・視点での活性化アイディアなどを出していくことになった。

第二章 現地調査

第一節 埴町訪問

1 事前準備

福島県埴町訪問にあたり、東京都葛飾区内においてみちの駅に対しての意識調査を行った。この結果から、現状でのみちの駅の改良点を見つけよりよいみちの駅にしようと考えたからである。その結果を埴町に提出し、現地でも意識調査を行った。

2 現地調査内容

(3) 道の駅「はなわ」視察

現地についてまず販売の拠点となる道の駅「はなわ」を視察した。

道の駅「はなわ」には

- ② トイレ
- ② お食事処「天領」
- ③ 農産物産直売所
- ④ 農業情報スペース
- ⑤ コンビニエンスストア
- ⑥ 農産物加工室
- ⑦ 研修室
- ⑧ 駐車場 がある。

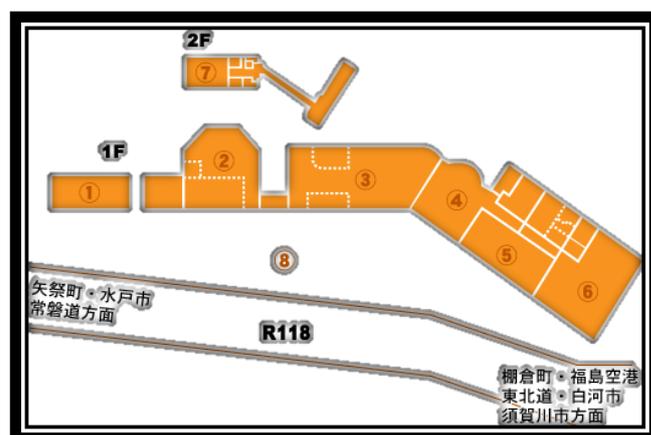


図 2-1 道の駅「はなわ」館内図

生産現場となる農産物加工室は中央の入り口から右側にあり、「惣菜室」「漬物室」「製菓室」「製油室」の4つの部屋があり、どの部屋もとても清潔にされておりこの加工室で作られたものが道の駅「はなわ」の直売所にて販売されている。製油室では特産品のエゴマ（じゅうねん）を原料とした油を精製している。その様子が館内の休憩スペースに写真で説明されている。

直売スペースは大きく分けて二つに分かれ農産物類のおかれていたスペースと加工品類のスペースがある。店内は広く、休憩スペースは吹き抜けになっており、とてもくつろげる空間になっている。しかし、農産物の販売スペースでは視察した時期が冬ということもあってか、空きスペースが多く商品の補充が間に合っていない印象をうけ、東北の珍しい野菜についてもポップなどの説明がなく遠くから来たお客さんが手に取りづらいと思った。そのほかにも、お弁当なども一つの量がとても多く小分けにすれば食べやすいのではないかと思った。

第三章 アンケート結果

第一節 平成 25 年の現地アンケート結果

1 アンケート実施についてと結果

(1)アンケート概要

平成 25 年 11 月に福島県塙町に現地調査を行った際に道の駅「はなわ」の現状と改良点を見つけるために、現地のお客さんにアンケートを実施した。

下記はアンケート用紙の内容と去年の結果と今回の結果を比べたものである。

(2)結果

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 3-1 性別

性別	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
男	34	50%	29	49%
女	33	48%	27	46%
無回答	1	1%	3	5%

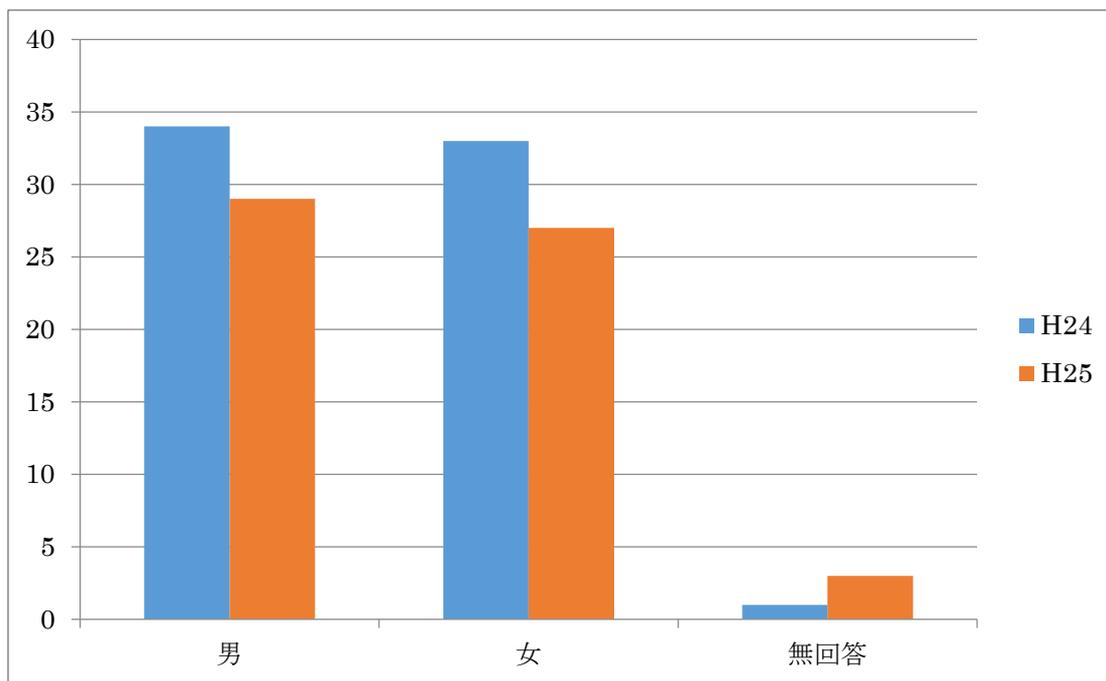


図 3-1

図 3-2 年代の分布

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
20代	3	4%	1	2%
30代	4	5%	2	4%
40代	10	13%	4	7%
50代	21	28%	9	15%
60代	21	28%	29	49%
70代	15	20%	12	20%
80代	1	1%	2	3%

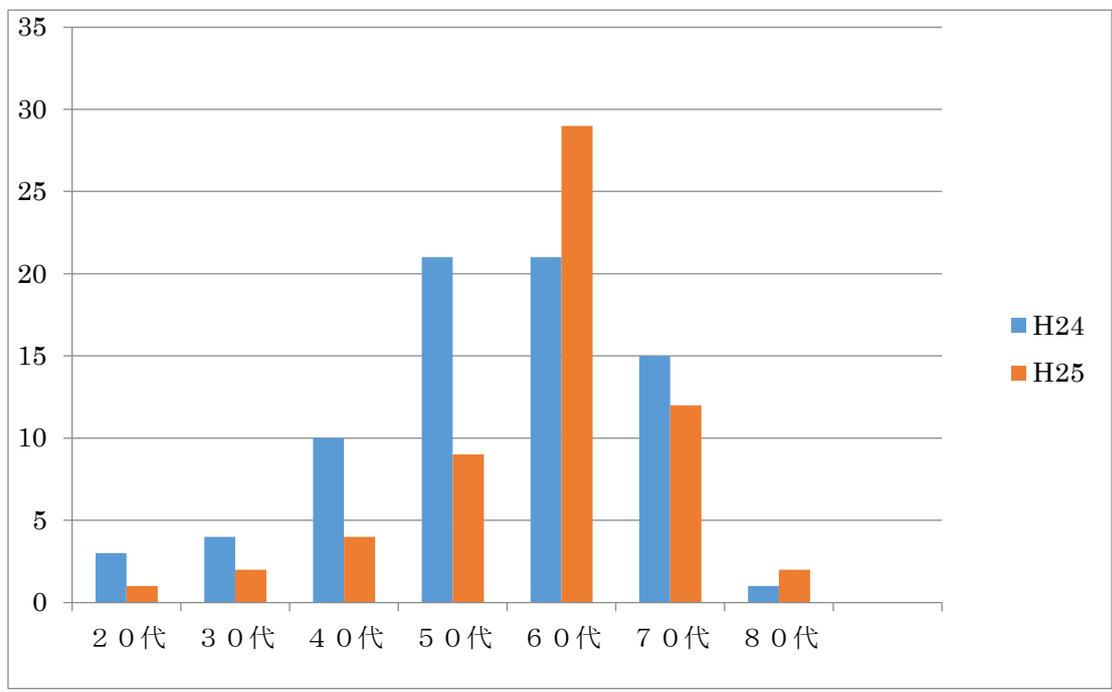


図 3-2 年代の分布

表 3-3 地域分布

	24 年度		25年度	
	人数	比率	人数	比率
埧町	28	36%	22	37%
埧町町外	49	64%	37	63%

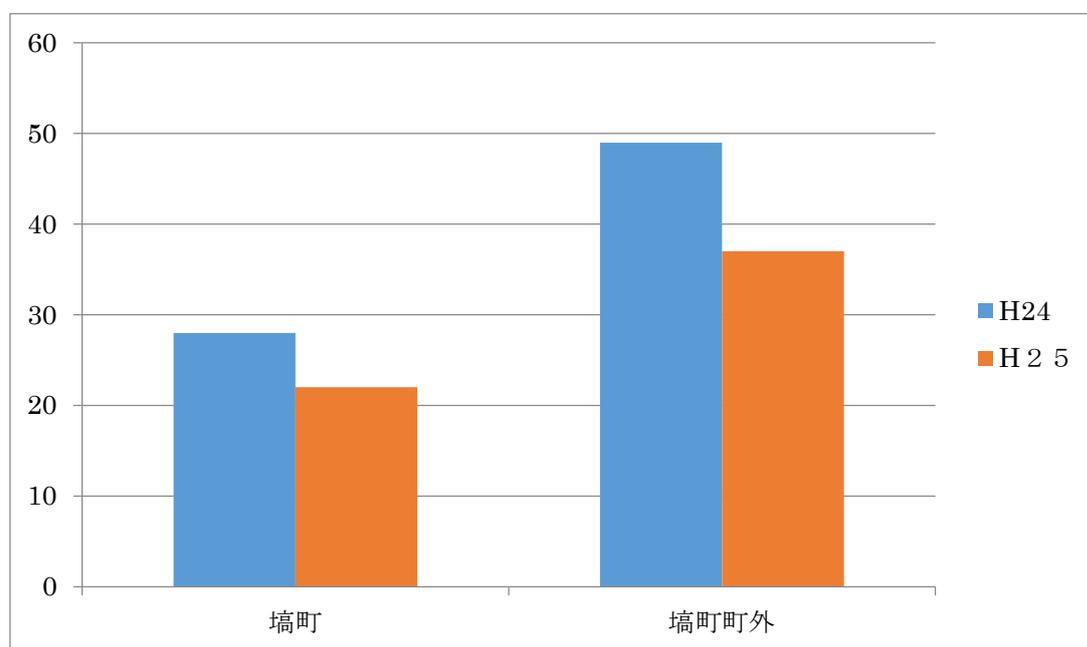


図 3-3 地域分布

道の駅「はなわ」の利用調査

道の駅「はなわ」の利用についての調査は以下のようになった。

表 3-4 道の駅「はなわ」の利用頻度はどのくらいですか？

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
初	5	7%	5	9%
ほぼ毎日	10	14%	2	3%
週2～3回	14	20%	5	9%
月2～3回	24	34%	15	25%
年1回以上	17	24%	32	54%

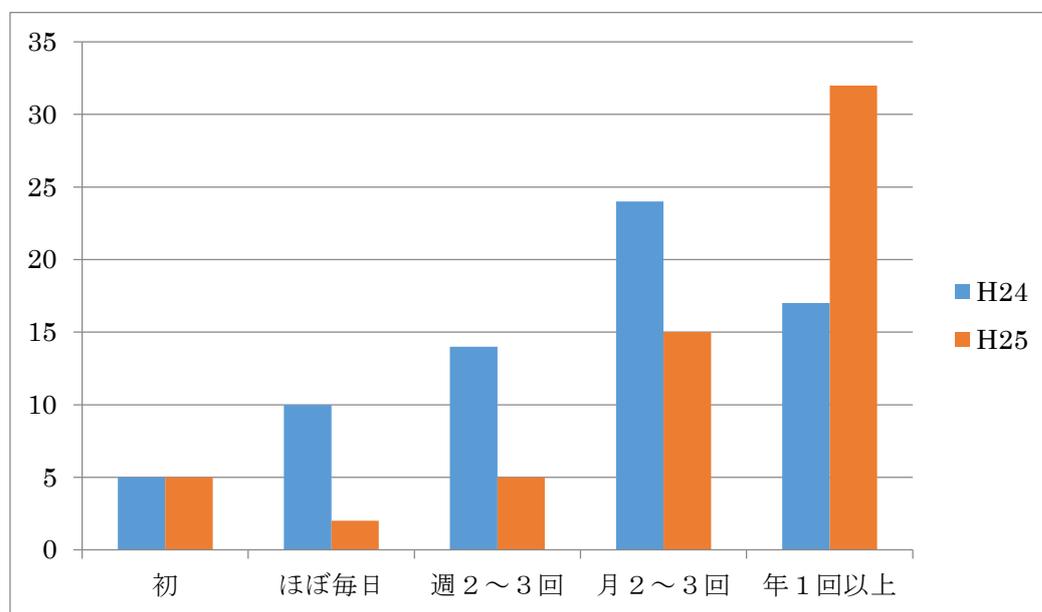


図 3-4 道の駅利用頻度

表 3-5 使用する目的はなんですか？

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
トイレ・休憩	25	39%	30	34%
食事	19	20%	7	8%
お弁当の購入	6	5%	4	9%
農作物の購入	65	52%	37	42%
なんとなく	5	4%	3	3%
その他	4	3%	7	8%

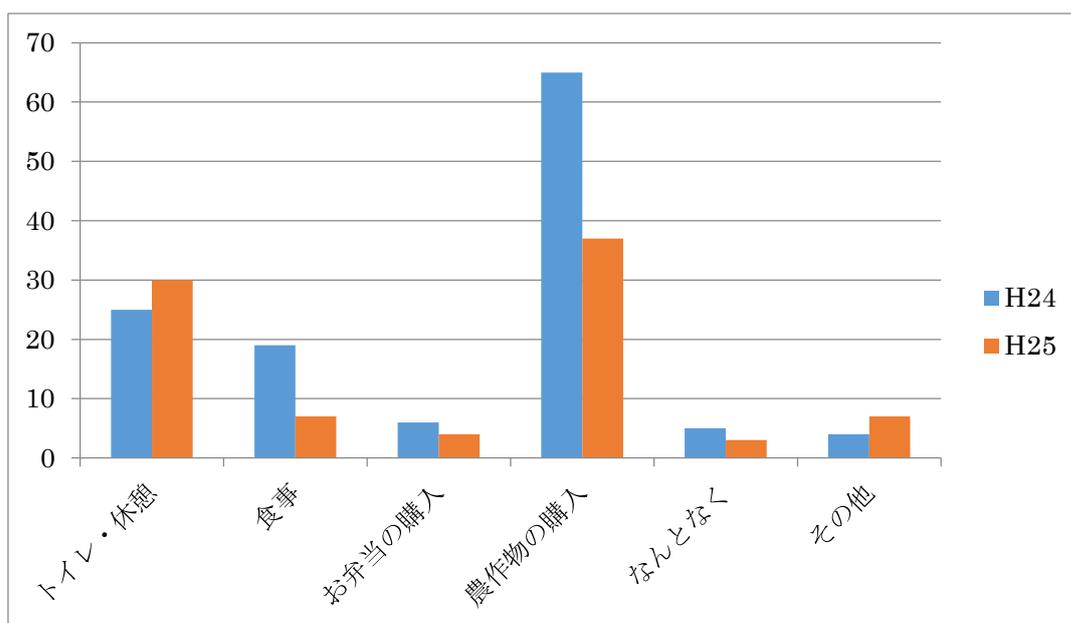


図 3-5 使用目的

道の駅「はなわ」のその他の調査

道の駅「はなわ」に他にあったらいいなと思うものについて調査したところ、以下のような回答があげられた。

- ・食事処、軽食スペースをもっと広くしてほしい。
- ・カートが有ると良い。
- ・野菜のバリエーションを増やしてほしい。
- ・足湯やドッグランなどの施設がほしい。
- ・長居できる娯楽がほしい。
- ・品物の数を増やしてほしい

etc...

2-考察

(1) 回答者の性別・年齢・地域分布について

性別の結果は、去年と変わらずほぼ半数ずつといえる比率になっており、年代の結果では若干比率が乏しい年代もあるが、均一がとれている。居住の結果については、町外にあたる比率が少し多く、去年より遠くから来ているお客さんが増えていることがわかった。

(2) 道の駅「はなわ」の利用調査について

使用頻度の回答結果については、去年と比べ年1回のお客さんが増えている、これは、去年と比べて遠くからのお客さんが増えていることが起因しているのではないかと考えられる。

道の駅「はなわ」の利用目的についての結果では、農作物の購入が目立つ形になり、ほしいものでもカートがほしい等の意見から農作物を多く購入したいと考えられる。

(3) その他の調査について

道の駅「はなわ」にあったらいいものでは特に、娯楽施設で長居できる場所にしてほしいとの意見が目立った。

第二節 平成 25 年都内アンケート

1 アンケート実施についてと結果

(1) アンケート概要と結果

平成 25 年 11 月に福島県への現地訪問にあたり葛飾区内での道の駅に対する意識調査を行った。この結果は資料として福島県埴町に提出した。

下記はアンケート用紙の内容とその結果である。

(2)結果

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 3-6 性別

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
男	44	41.9%	36	36.0%
女	58	55.2%	64	64.0%
無回答	3	2.9%	0	0.0%

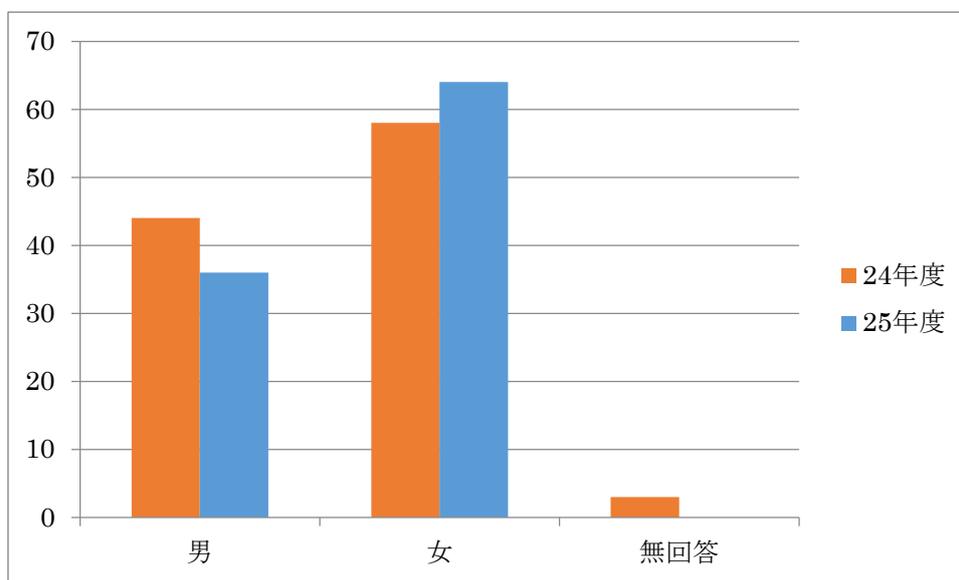


図 3-6 性別

表 3-7 年齢

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
20 代以下	58	55.2%	55	55.0%
30 代	2	1.9%	12	12.0%
40 代	6	5.7%	11	11.0%
50 代	4	3.8%	11	11.0%
60 代	23	21.9%	5	5.0%
70 代	8	7.6%	5	5.0%
80 代以上	4	3.8%	1	1.0%

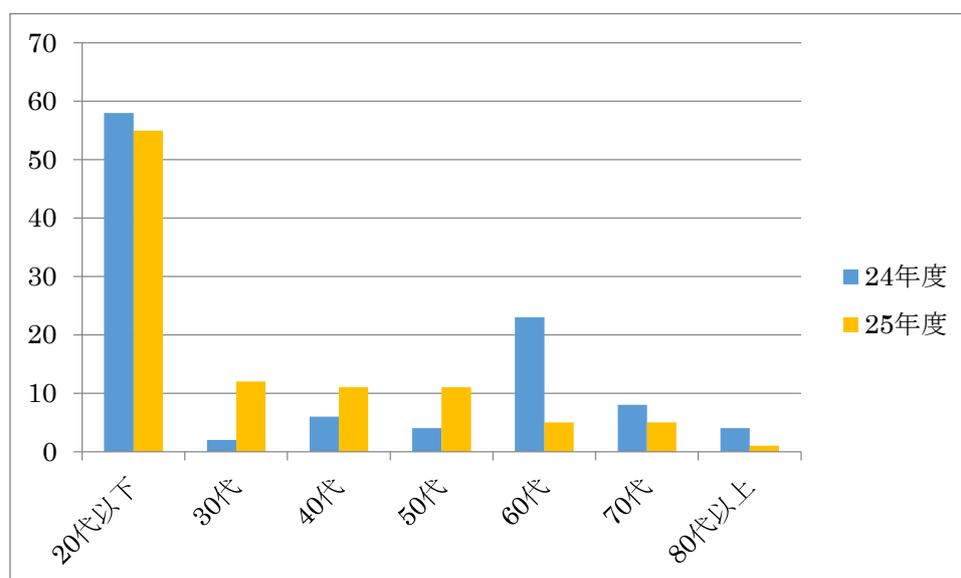


図 3-7 年齢

表 3-8 地域分布

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
東京	72	68.6%	53	53.0%
神奈川	10	9.5%	6	6.0%
千葉	12	11.4%	11	11.0%
埼玉	5	4.8%	3	3.0%
栃木	2	1.9%	0	0.0%
茨城	1	1.0%	5	5.0%
群馬	1	1.0%	0	0.0%
無回答	2	1.9%	22	22.0%

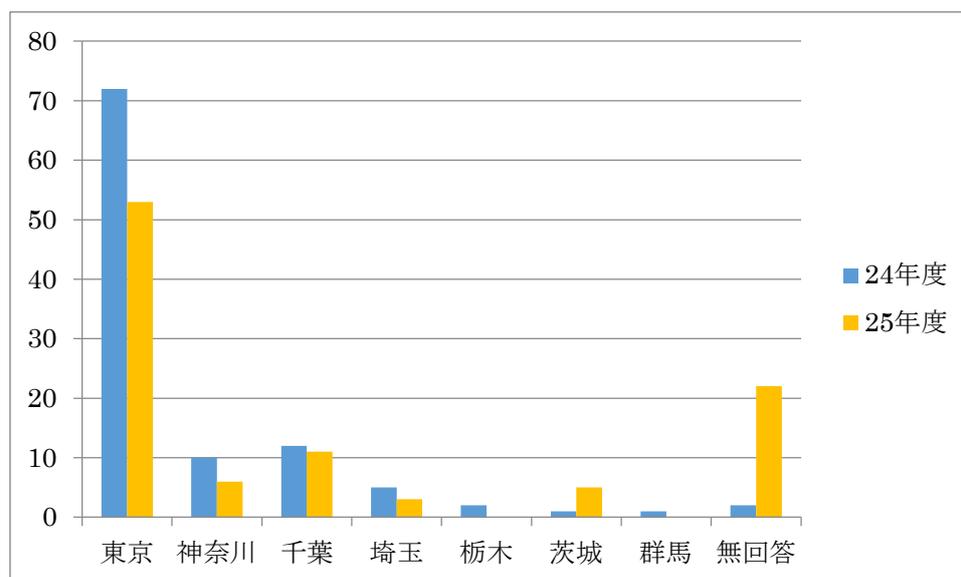


図 3-8 地域分布

道の駅「はなわ」の認知度調査

道の駅「はなわ」の認知度についての調査は以下のようになった

表 3-9 「道の駅」という施設があるのを知っていますか

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
はい	94	89.50%	76	76.0%
いいえ	11	10.50%	21	21.0%
無回答	0	0.00%	3	3.0%

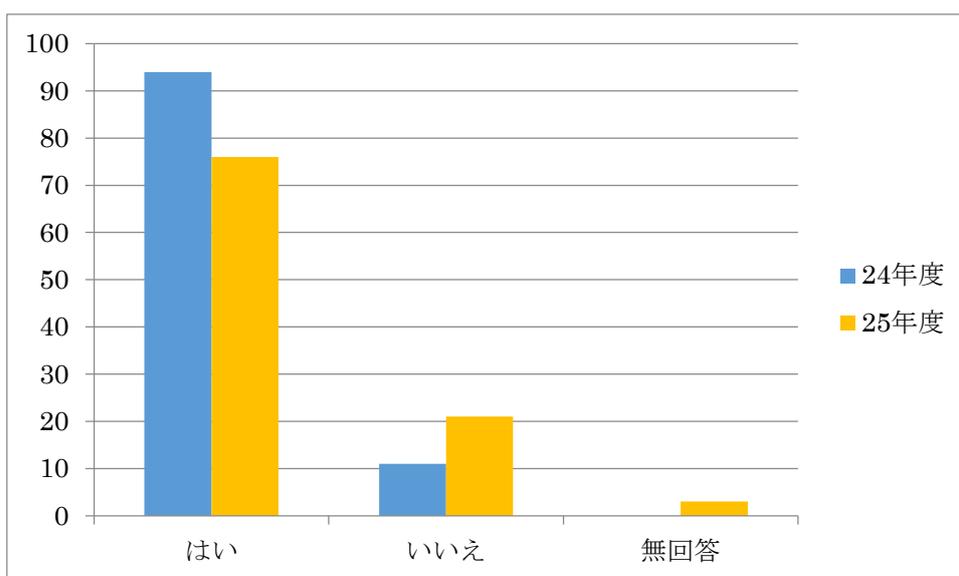


図 3-9 「道の駅」という施設があるのを知っていますか

表 3-10 「道の駅」を利用したことがありますか

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
はい	74	70.5%	54	54.0%
いいえ	29	27.6%	36	36.0%
無回答	2	1.9%	10	10.0%

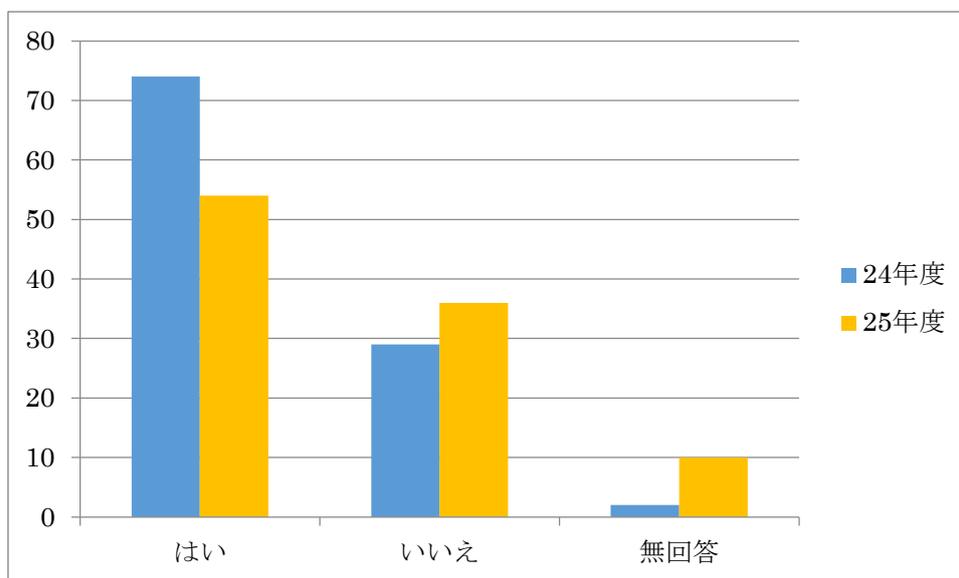


図 3-10 「道の駅」を利用したことがありますか

道の駅「はなわ」の利用調査

道の駅「はなわ」の利用についての調査は以下のようになった

表 3-11 「道の駅」の利用頻度はどのくらいですか

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
ほぼ毎日	0	0.0%	0	0.0%
週 2～3 回以上	0	0.0%	0	0.0%
月 2～3 回程度	4	6.1%	2	2.0%
年 2～3 回程度	54	81.8%	48	48.0%
その他	8	12.1%	50	50.0%

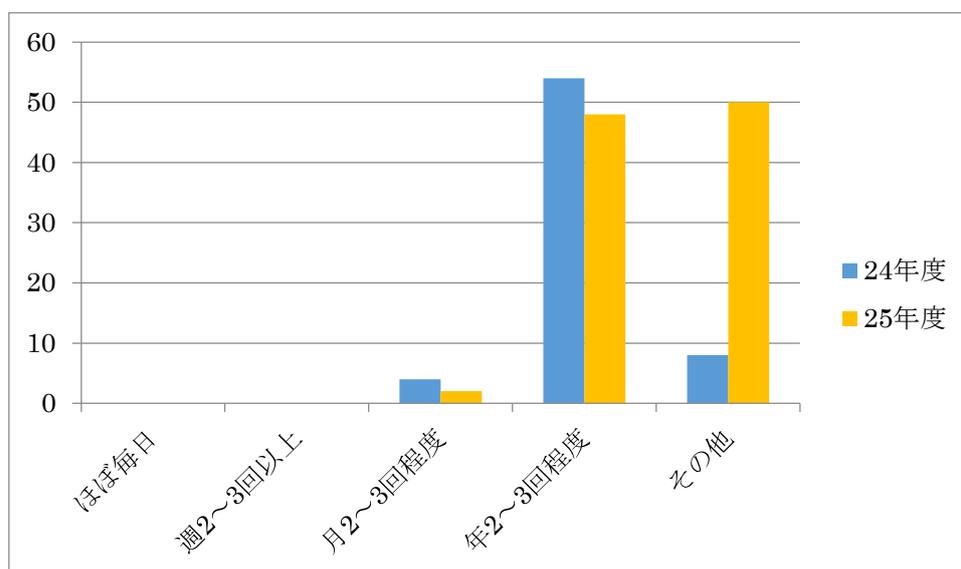


図 3-11 「道の駅」の利用頻度はどのくらいですか

表 3-12 「道の駅」の利用目的は何ですか

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
トイレ利用・休憩	5	6.8%	50	40.7%
食事	26	35.6%	32	26.0%
農作物の購入	33	45.2%	28	22.8%
民芸品の購入	2	2.7%	7	5.7%
お弁当の購入	5	6.8%	1	0.8%
なんとなく	2	2.7%	5	4.1%

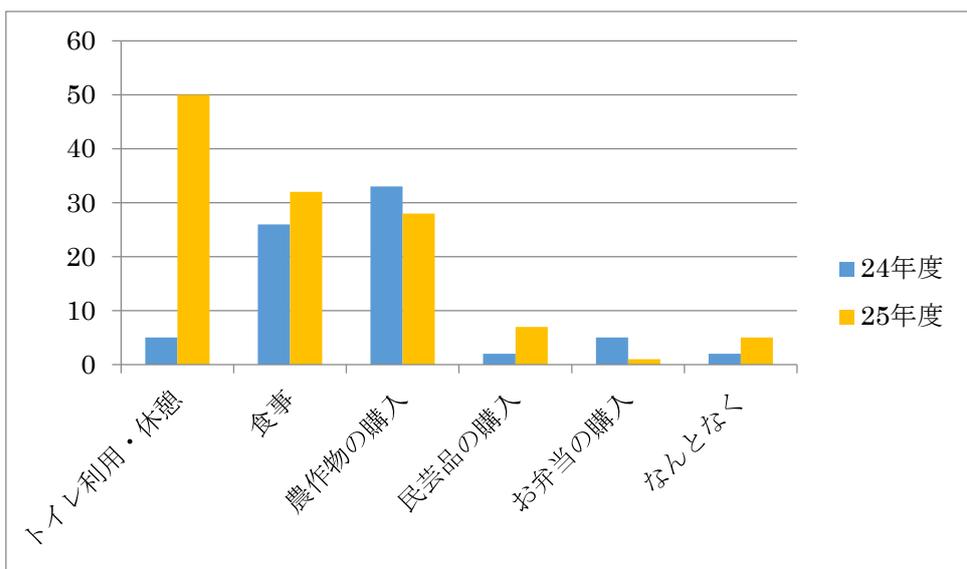


図 3-12 「道の駅」の利用目的は何ですか

表 3-13 道の駅「はなわ」をしていますか

	24 年度		25 年度	
	人数	比率	人数	比率
はい	94	89.5%	76	76.0%
いいえ	7	6.7%	10	10.0%
無回答	4	3.8%	14	14.0%

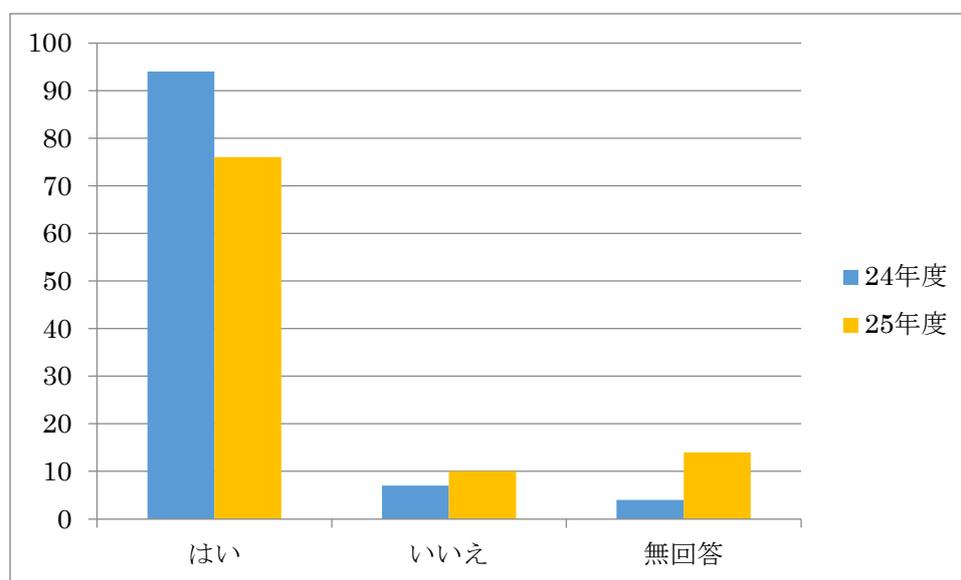


図 3-13 道の駅「はなわ」をしていますか

道の駅にあったらいいものという質問結果では、

- ・温泉がほしい。
- ・足湯がほしい。
- ・売っている野菜をその場で調理してほしい。
- ・珍しい野菜の使い方のレシピなどがほしい。
- ・子供が遊べる施設があるとよい。
- ・ペットを遊ばせるスペースがほしい。
- ・野菜をネット販売してほしい。

etc、、、

2-考察

回答者の性別・年齢・地域分布について

大学生を主体としてアンケートをとったため年代には偏りが見られてしまうが、東京での調査が優先なので考慮していただきたい。年代のデータでは去年と引き続き 20 代以下が約半数を占めているが、その他の年代も少数ながら均一にとれていると言える。

居住地では 53% で東京が半数以上を占めており、ついで千葉が 11% だった。その他ほぼ首都圏内であった。

「道の駅」の認知調査について

「表 3-9 道の駅という施設があるのを知っていますか？」について

76%の方がハイと答えた。東京などの都心部ではあまり見かけないのだが道の駅の認知度は高いことが分かった。

「表 3-10 道の駅を利用したことがありますか？」について

54%の方がハイと答えた。半数以上が道の駅を利用したことがあることが分かった。しかし先ほどの結果と合わせると少なからず知ってはいるが利用したことがない方がいる。

「道の駅」利用についての調査について

「表 3-11 道の駅の利用頻度はどのくらいですか？」について

年に 2～3 回が 48% と多かった。その他では旅行のたびにや、帰省時、幼い時など、機会があれば、という声が多かった。

「表 3-12 道の駅を利用する目的はなんですか？」について

第一位が 40% でトイレ・休憩、ついで食事、農作物の購入だった。購入目的で利用する人が半数以上なので、道の駅で地産物の購入というはっきりした目的を持って利用していることがわかった。

終わりに

去年から始まったこの活動では、都内での道の駅の認知度を上げることができた。この活動を長く続けることにより、埜町と本大学、葛飾区とのつながりをさらに綿密なものにできる活動である。

現地ではアンケートで得たお客さんの声を参考により良い道の駅にしてもらい、新商品を販売してもらいたい。また、学内や都内での活動としては道の駅の認知上昇のための活動、新商品の開発とその商品化の手助けをしていく方針だ。未だ商品として販売には至っていないので改良と調整を続けて行ってほしい。

数年では解決できない問題点もまだ多く残っているが、解決できるところから少しずつでも解決していきたい。

約一年間この研究を通して様々な体験ができた。イベントやダリちゃんショップを手伝う中で普段の学生生活では会うことのなかった人と関わることができた。その方々とコミュニケーションを取り、またイベントに参加することで自分も会話力、行動力などで成長することができたのではないかと思う。

単年では解決できないもののこの活動を継続することによって必ず結果はついてくると思う。結果をだすためにもこの活動を続けて行ってほしい。