

【伴走型小規模事業者支援推進事業】
観光市場状況調査報告書

平成29年3月

花巻商工会議所

目次

I	事業の概要	2
II	調査の目的	2
III	調査の実施時期	2
IV	調査対象者	2
V	調査内容	2
VI	調査方法	2
VII	調査結果	3
(1)	性別	3
(2)	年齢	3
(3)	職業	4
(4)	過去に花巻を訪れたことがあるかについて	4
(5)	同伴者について	5
(6)	今回の人数について	5
(7)	小学生以下の有無について	6
(8)	パックツアー等の利用について	6
(9)	岩手県までの主な交通手段について	7
(10)	花巻への到着時間について	7
(11)	どこに行ったかについて	8
(12)	花巻に滞在する期間について	8
(13)	花巻滞在中の交通手段について	9
(14)	一人あたりの旅行総予算について	9
(15)	一人あたりの宿泊料金について	10
(16)	花巻を選んだきっかけについて	10
(17)	花巻での行動予定について	11
(18)	花巻の旅行で快適なところについて	11
(19)	花巻の旅行で不満に思うところについて	12
(20)	旅行期間について	12
(21)	花巻を訪れる前に立ち寄った場所について	13
(22)	花巻の次に立ち寄る場所について	13
(23)	花巻以外に訪問した観光地について	14
(24)	花巻の出発時間について	14
(25)	最後の立ち寄りについて	15
(26)	昼食で利用したところについて	15
(27)	一回の食事の予算について	16
(28)	昼食で利用したところについて	16
(29)	お土産の予算について	17
(30)	おみやげで購入する予定のものについて	17
(31)	花巻のお土産で知っているものについて	18
(32)	花巻にまた来たいかについて	19
(33)	花巻ひきカレーを知っているか	19
(34)	花巻ひきカレーを食べたことがあるか	20
(35)	花巻ひきカレーを何回食べたことがあるか	20
(36)	花巻が「ひえ」の生産量日本一であることを知っているか	21
VIII	調査の分析	22
IX	総括	25
	実施アンケート票	26

I 事業の概要

平成26年6月に商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律(平成5年法律第51号。以下「小規模支援法」という。)の一部が改正された。本改正により、小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、商工会、および商工会議所が、小規模事業者による事業計画の作成、およびその着実な実施を支援することや、地域活性化にもつながる展示会の開催等の面的な取組を促進するため、商工会、および商工会議所が作成する支援計画のうち、小規模事業者の技術の向上、新たな事業の分野の開拓その他の小規模事業者の経営の発達に特に資するものについての計画を、経済産業大臣が認定する仕組みが導入された(中小企業庁ホームページより引用)。

上述より、商工会、および商工会議所は小規模支援法に基づく経営発達支援計画を作成し、小規模事業者に対し有効な支援策を実施するため、伴走型小規模事業者支援推進事業を実施する必要がある。具体的には【地域の経済動向調査に関すること】、【需要動向調査に関すること】、【経営状況の分析に関すること】、【事業計画策定支援に関すること】、【事業計画策定後の実施支援に関すること】、および【新たな需要の開拓に寄与する事業に関すること】の事業を実施するものである。

花巻商工会議所では、平成27年12月、経済産業大臣による経営発達支援計画の認定を受け、この計画に基づいた地域の小規模事業者の事業の持続的発展を支援するため、管轄市町村内の企業の実態をしっかりと把握し、個々の企業の業績向上につながる支援を行うことが求められている。

そこで、花巻商工会議所では伴走型小規模事業者支援推進事業の指針にある【地域の経済動向調査に関すること】の事業をおこない、地域内における景況調査、および各調査結果の分析をする。それにより、小規模事業者に対し地域の景況データの提供を行い、商工会議所職員が勘や経験に依らない支援を実施するものである。

なお、小規模事業者とは、製造業その他においては従業員20人以下、商業・サービス業においては従業員5人以下の事業者を指す。

II 調査の目的

本調査では、観光客の年齢、性別、住所、宿泊数(日帰り)、予算、来訪形態(個人・家族・友人・団体・その他)、満足度、不満点、感想等の調査を行い観光客の動向分析を行うものである。また、観光客の名所、名産品、お土産品の認知度を計測し、今後の観光産業に役立てるデータとする。

その結果を元に、小規模事業者の経営改善、経営革新等への指導・助言に活用し、「花巻ならではの」の商品・サービスを生み出し、地域ブランドとして価値を高め「賑わい」を創出し持続的な発展と活性化に寄与するものである。

III 調査の実施時期

平成28年10月～平成28年12月

IV 調査対象者

観光客(市内宿泊施設利用者)

V 調査内容

別紙実施アンケート票のとおり

VI 調査方法

宿泊施設での配布・回収

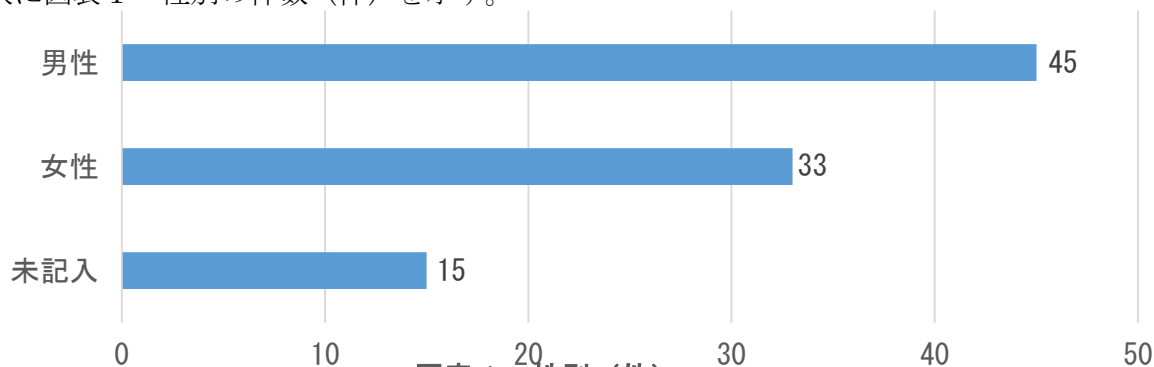
Ⅶ 調査結果

アンケートを回収した数は、93であった。

なお、以下の調査分析の集計母数が93と異なるものがあるのは、未記入、または未選択の調査票があるためである。

(1) 性別（観光客アンケート票 Iより）

次に図表1 性別の件数（件）を示す。

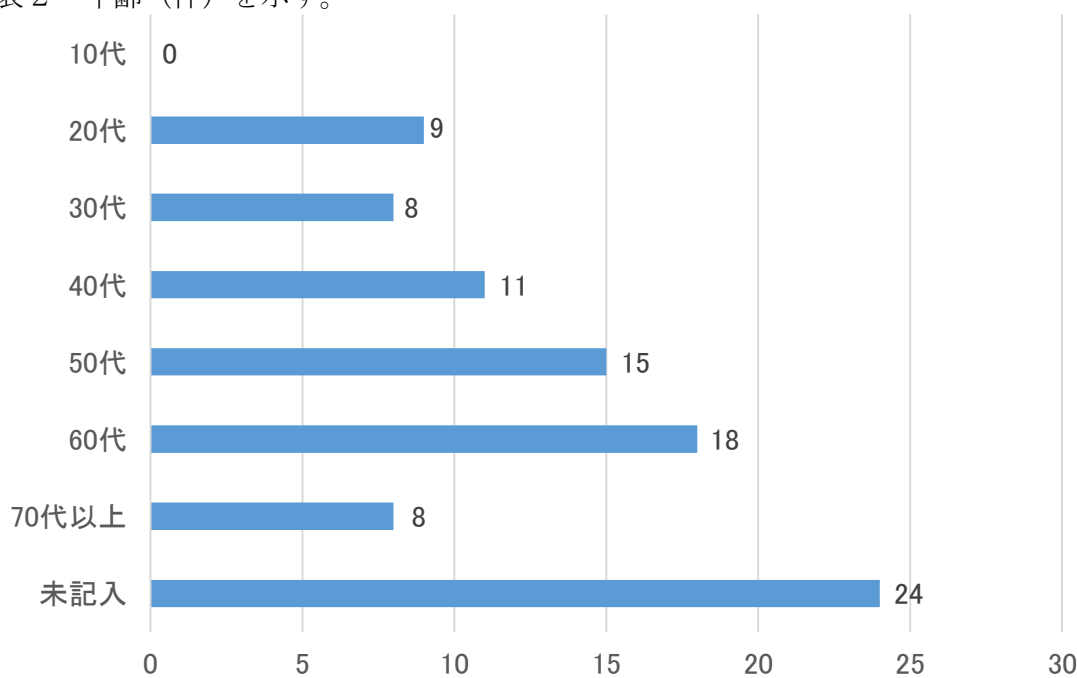


図表1 性別 (件)

・有効回答数は78件。「男性」が45件（48.4%）、「女性」が33件（35.5%）であった。

(2) 年齢（観光客アンケート票 Iより）

次に図表2 年齢（件）を示す。

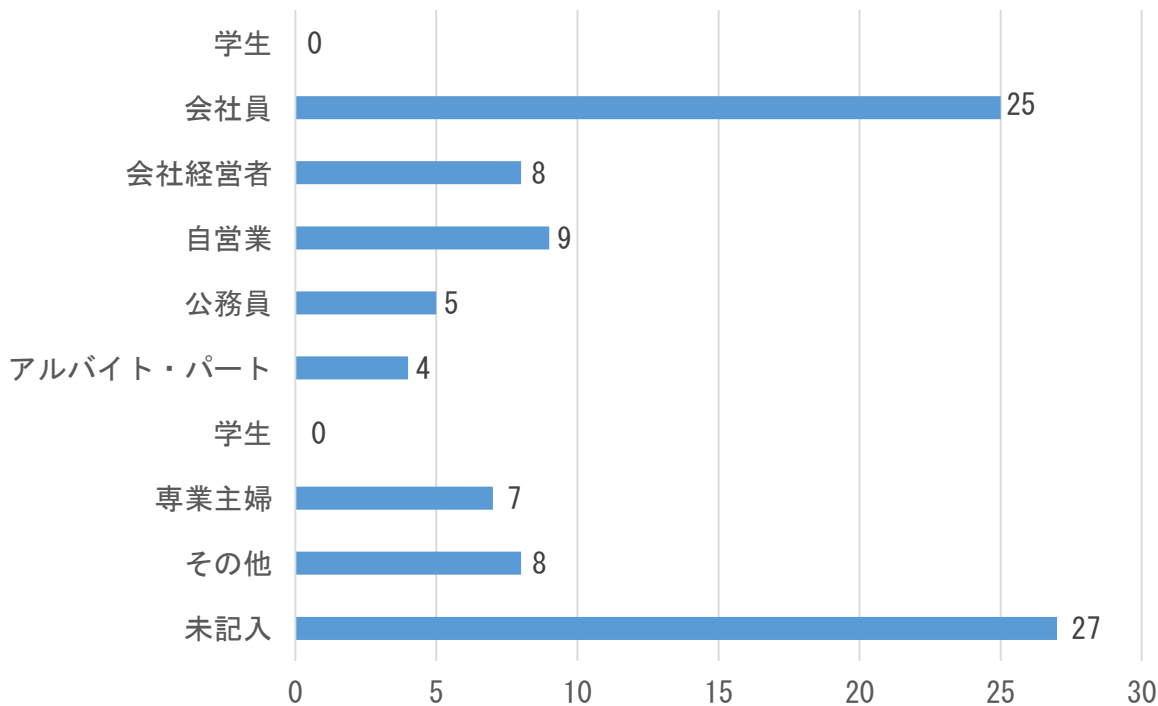


図表2 年齢(件)

・有効回答数は69件。年齢の多い順は、「60代」が18件（19.4%）、「50代」が15件（16.8%）、「40代」が11件（11.8%）であった。

(3) 職業について（観光客アンケート票 I より）

次に図表3 職業の件数（件）を示す。

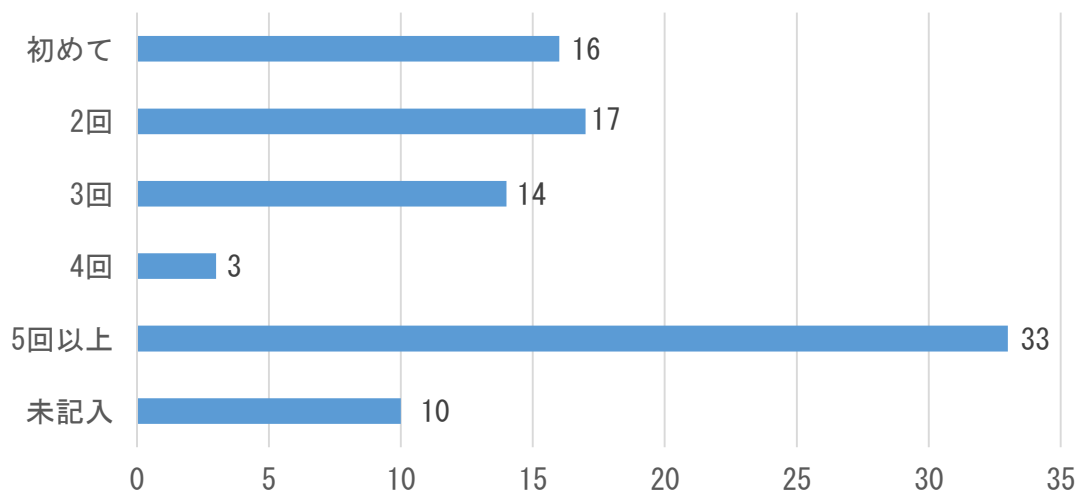


図表3 職業（件）

・有効回答数は66件。職業の多い順は、「会社員」が25件（26.9%）、「自営業」が9件（9.7%）、「会社経営者」と「その他」が共に8件（8.6%）であった。

(4) 過去に花巻を訪れたことがあるかについて（観光客アンケート票 II より）

次に図表4 過去の訪問回数の件数（件）を示す。

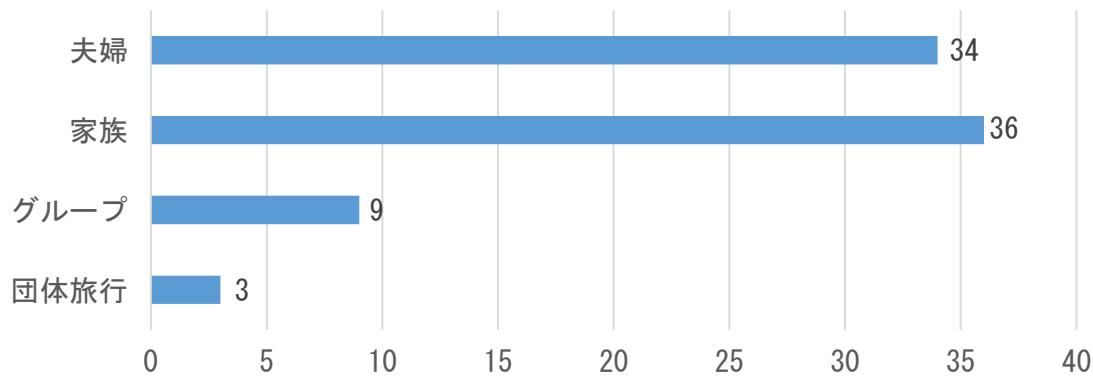


図表4 過去の訪問回数（件）

・有効回答数は83件。過去の訪問回数の多い順は、「5回以上」が33件（39.8%）、「2回」が17件（20.5%）、「初めて」が16件（19.3%）であった。

(5) 同伴者について（観光客アンケート票Ⅱより）

次に図表5 同伴者の件数（件）を示す。

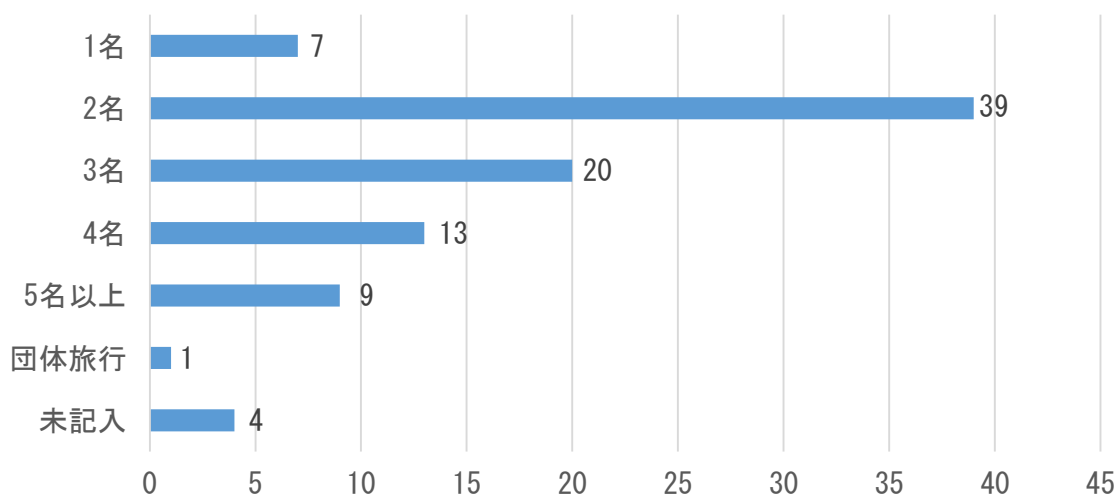


図表5 同伴者（件）

・有効回答数は82件。「夫婦」が34件（41.5%）、「家族」が36件（43.9%）、「グループ」が9件（11.0%）、「団体旅行」が3件（3.7%）であった。

(6) 今回の人数について（観光客アンケート票Ⅱより）

次に図表6 今回の人数の件数（件）を示す。

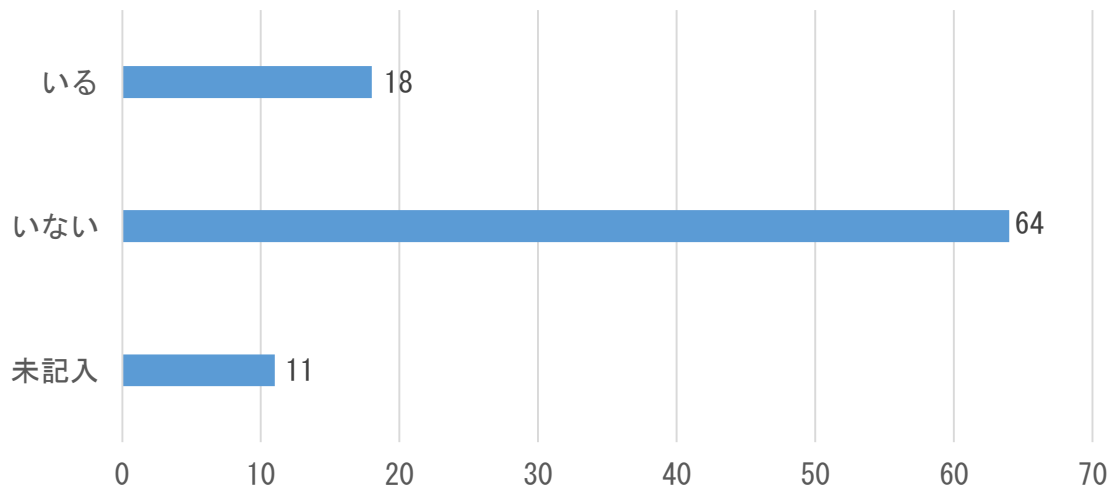


図表6 今回の人数（件）

・有効回答数は89件。今回の人数の多い順は、「2名」が39件（43.8%）、「3名」が20件（22.5%）、「4名」が13件（14.6%）であった。

(7) 小学生以下の有無について（観光客アンケート票 IIより）

次に図表7 小学生以下の件数（件）を示す。

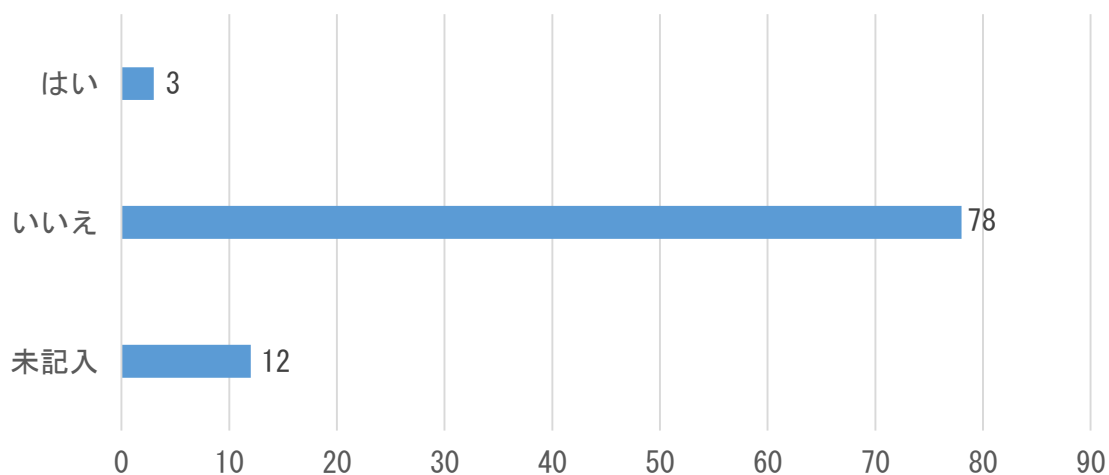


図表7 小学生以下（件）

・有効回答数は82件。「いる」が18件（19.4%）、「いない」が64件（68.8%）であった。

(8) パックツアー等の利用について（観光客アンケート票 IIより）

次に図表8 パックツアーの件数（件）を示す。

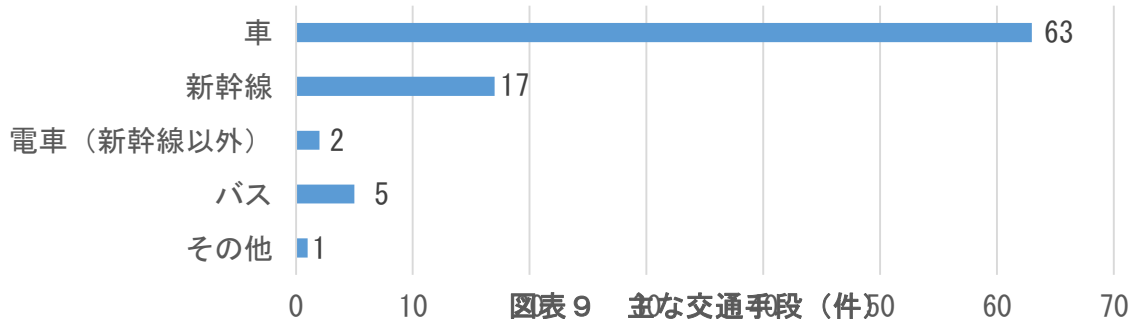


図表8 パックツアー（件）

・有効回答数は81件。「はい」が3件（3.2%）、「いいえ」が78件（83.9%）であった。

(9) 岩手県までの主な交通手段について（観光客アンケート票 IIより）

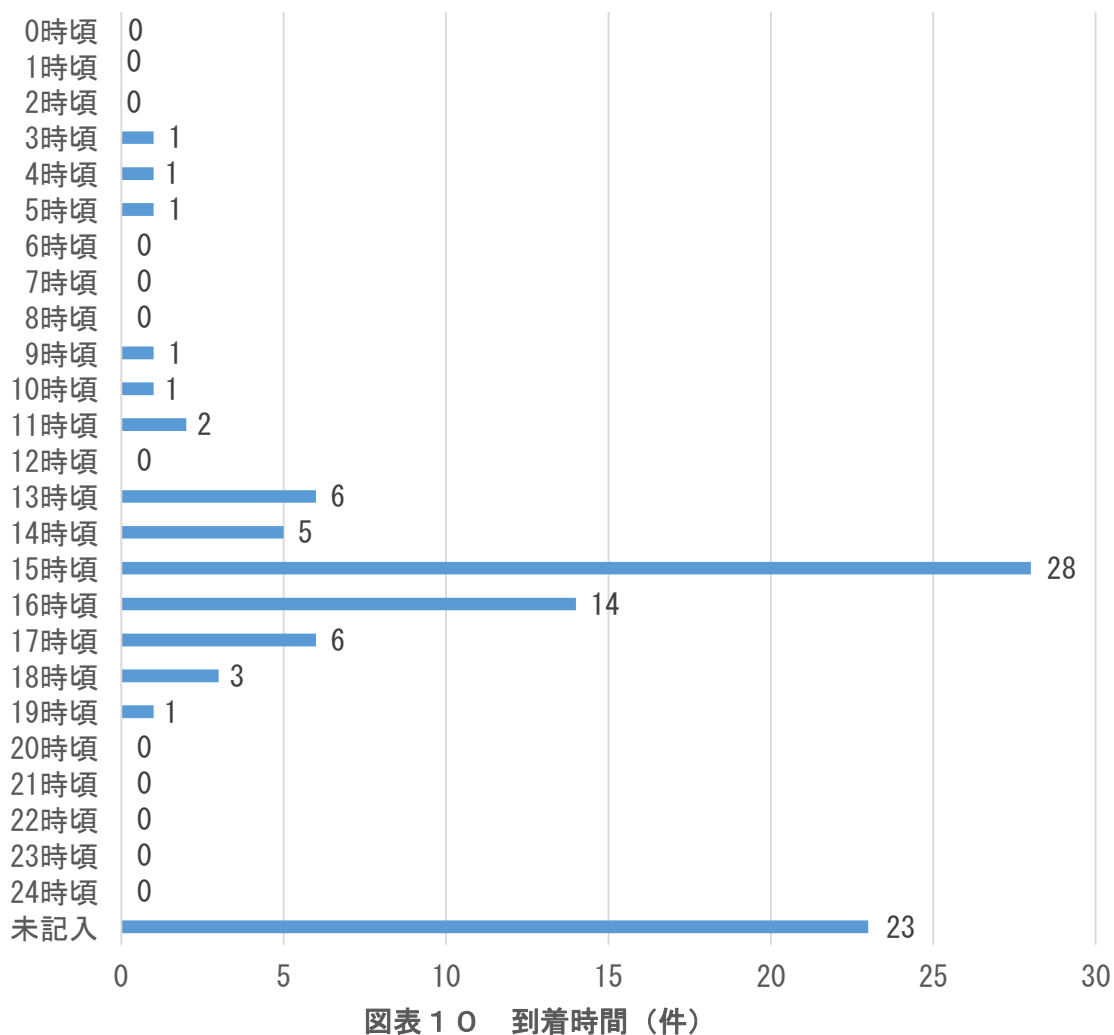
次に図表9 主な交通手段の件数（件）を示す。



・有効回答数は88件。主な交通手段の多い順は、「車」が63件（71.6%）、「新幹線」が17件（19.3%）、「バス」が5件（5.7%）であった。

(10) 花巻への到着時間について（観光客アンケート票 IIより）

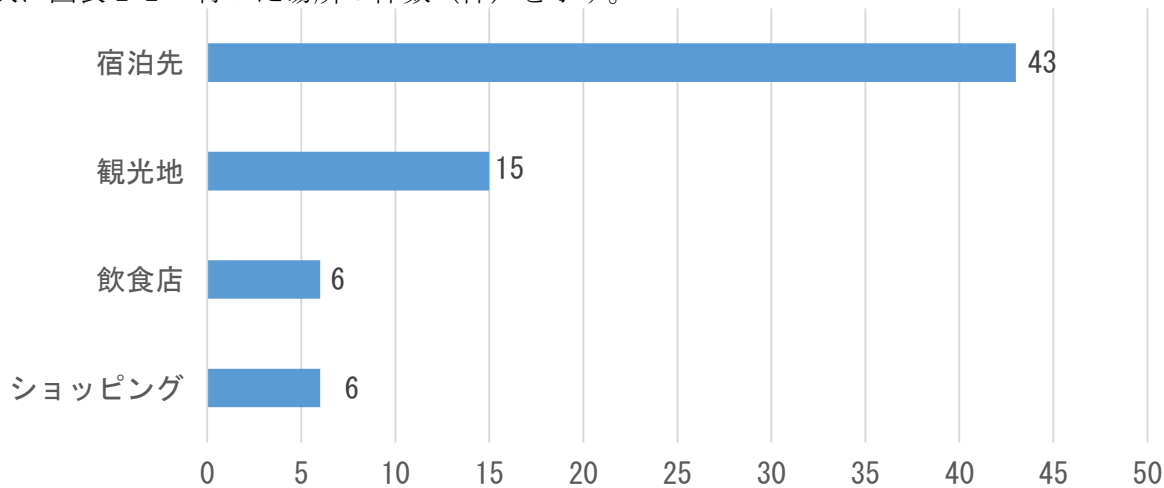
次に図表10 到着時間の件数（件）を示す。



・有効回答数は70件。到着時間の多い順は、「15時頃」が28件（30.1%）、「16時頃」が14件（15.1%）、「13時頃」と「17時頃」が共に6件（6.5%）であった。

(11) どこに行ったかについて（観光客アンケート票 IIより）

次に図表11 行った場所の件数（件）を示す。

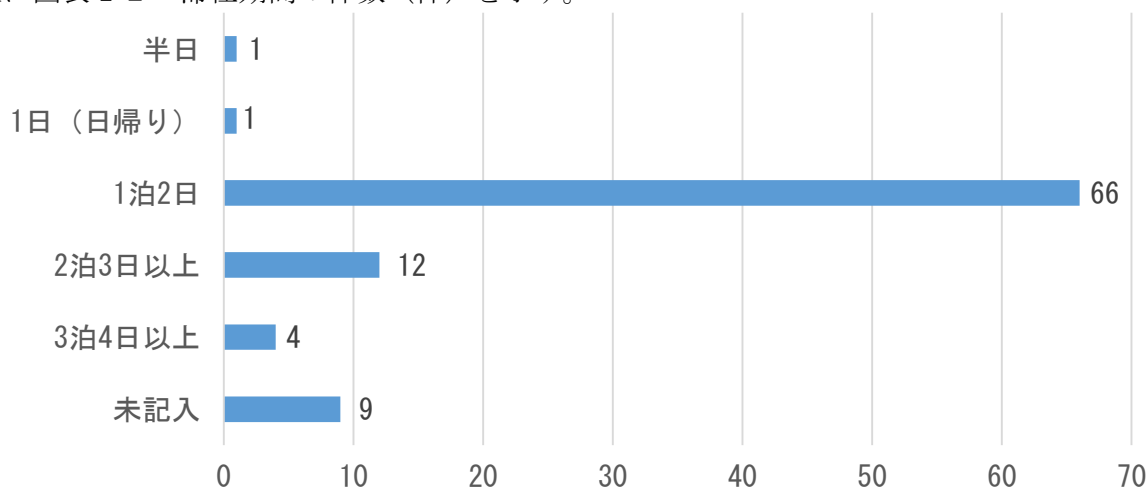


図表11 行った場所（件）

・有効回答数は70件。「宿泊先」が43件（61.4%）、「観光地」が15件（21.4%）、「飲食店」と「ショッピング」が共に6件（8.6%）であった。

(12) 花巻に滞在する期間について（観光客アンケート票 IIより）

次に図表12 滞在期間の件数（件）を示す。

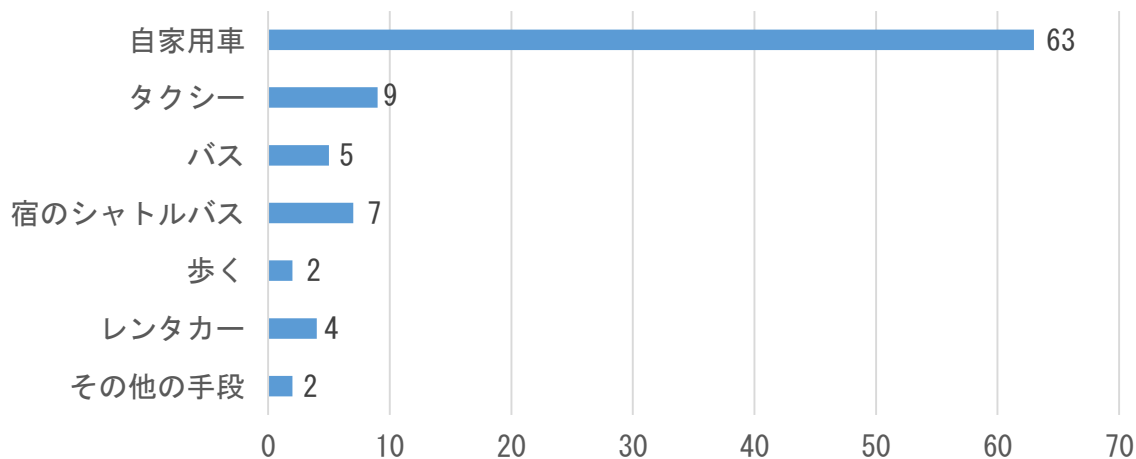


図表12 滞在期間（件）

・有効回答数は84件。滞在期間の多い順は、「1泊2日」が66件（71.0%）、「2泊3日以上」が12件（12.9%）、「3泊4日以上」が4件（4.3%）であった。

(13) 花巻滞在中の交通手段について（観光客アンケート票Ⅱより）

次に図表13 交通手段の件数（件）を示す。

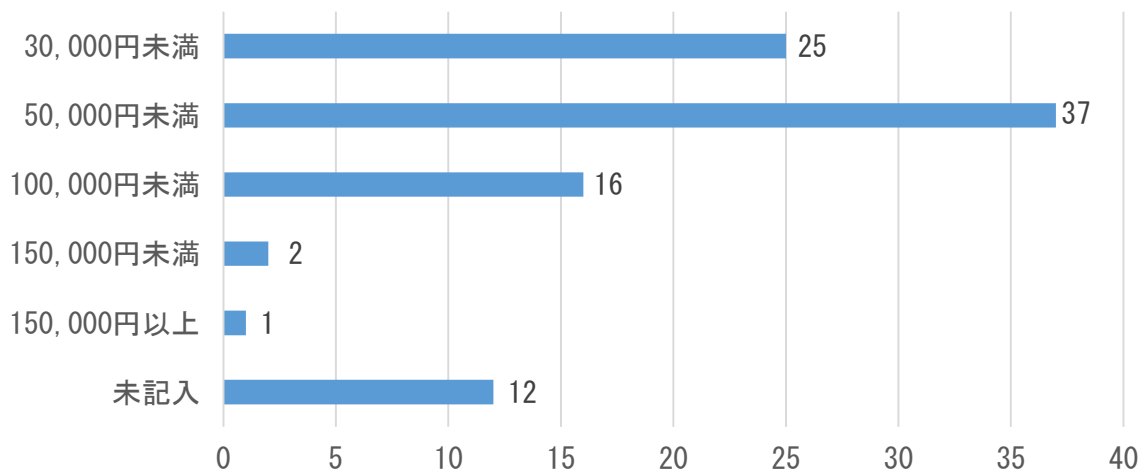


図表13 滞在中の交通手段（件）

・有効回答数は92件。滞在中の交通手段で多い順は、「自家用車」が63件（68.5%）、「タクシー」が9件（9.8%）、「宿のシャトルバス」が7件（7.6%）であった。

(14) 一人あたりの旅行総予算について（観光客アンケート票Ⅱより）

次に図表14 旅行総予算の件数（件）を示す。

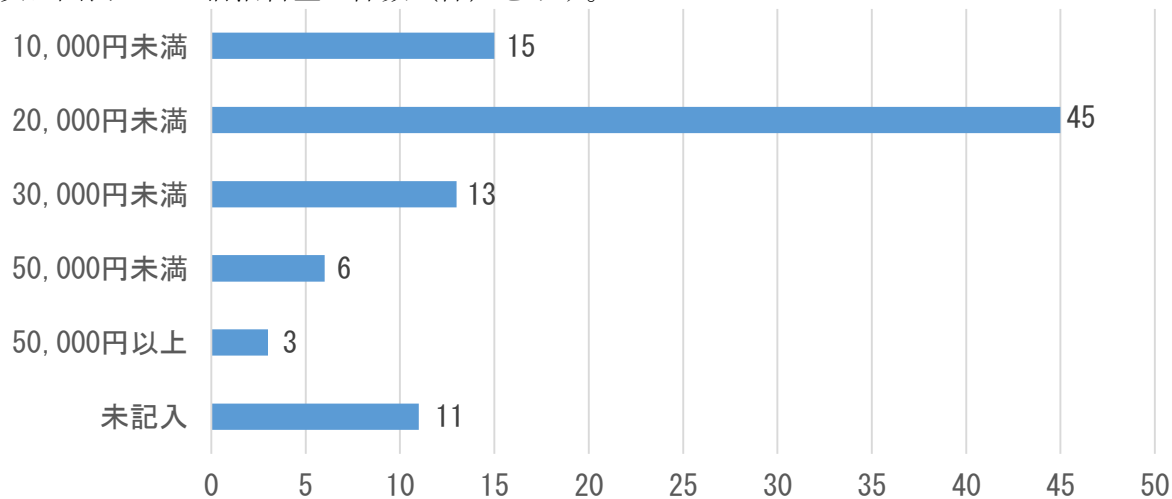


図表14 旅行総予算（件）

・有効回答数は81件。旅行総予算の多い順は、「50,000円未満」が37件（39.8%）、「30,000円未満」が25件（26.9%）、「100,000円未満」が16件（17.2%）であった。

(15) 一人あたりの宿泊料金について（観光客アンケート票 Ⅱより）

次に図表15 宿泊料金の件数（件）を示す。

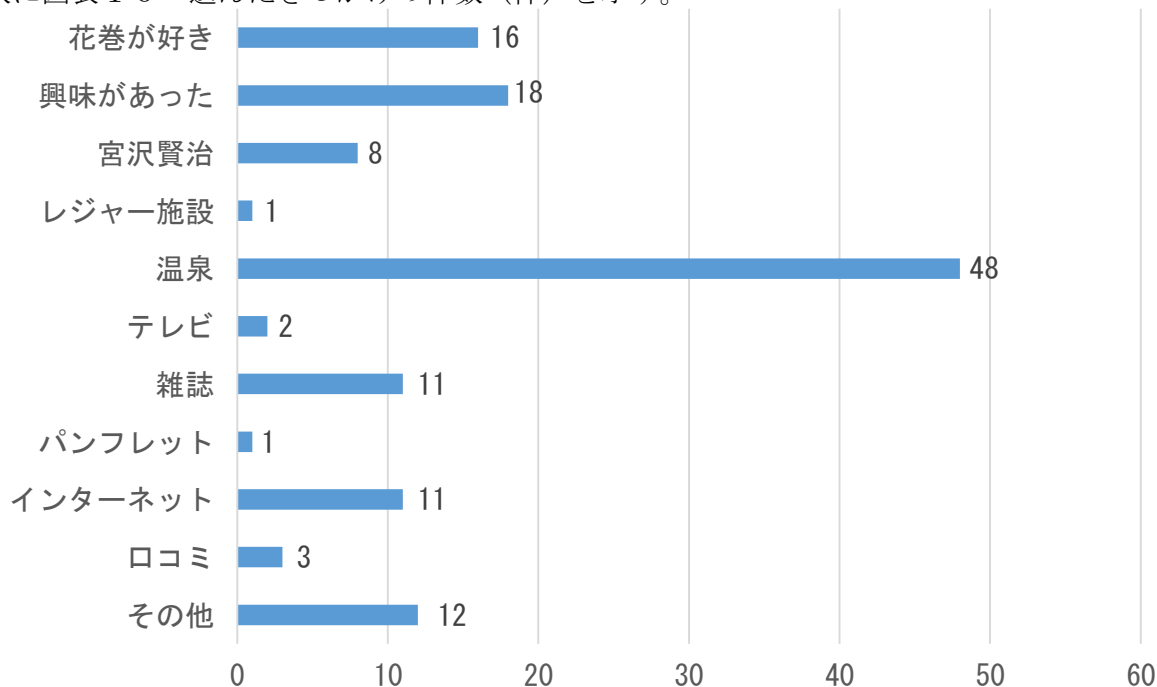


図表15 宿泊料金（件）

・有効回答数は82件。宿泊料金の多い順は、「20,000円未満」が45件（54.9%）、「10,000円未満」が15件（18.3%）、「30,000円未満」が13件（15.9%）であった。

(16) 花巻を選んだきっかけについて（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表16 選んだきっかけの件数（件）を示す。

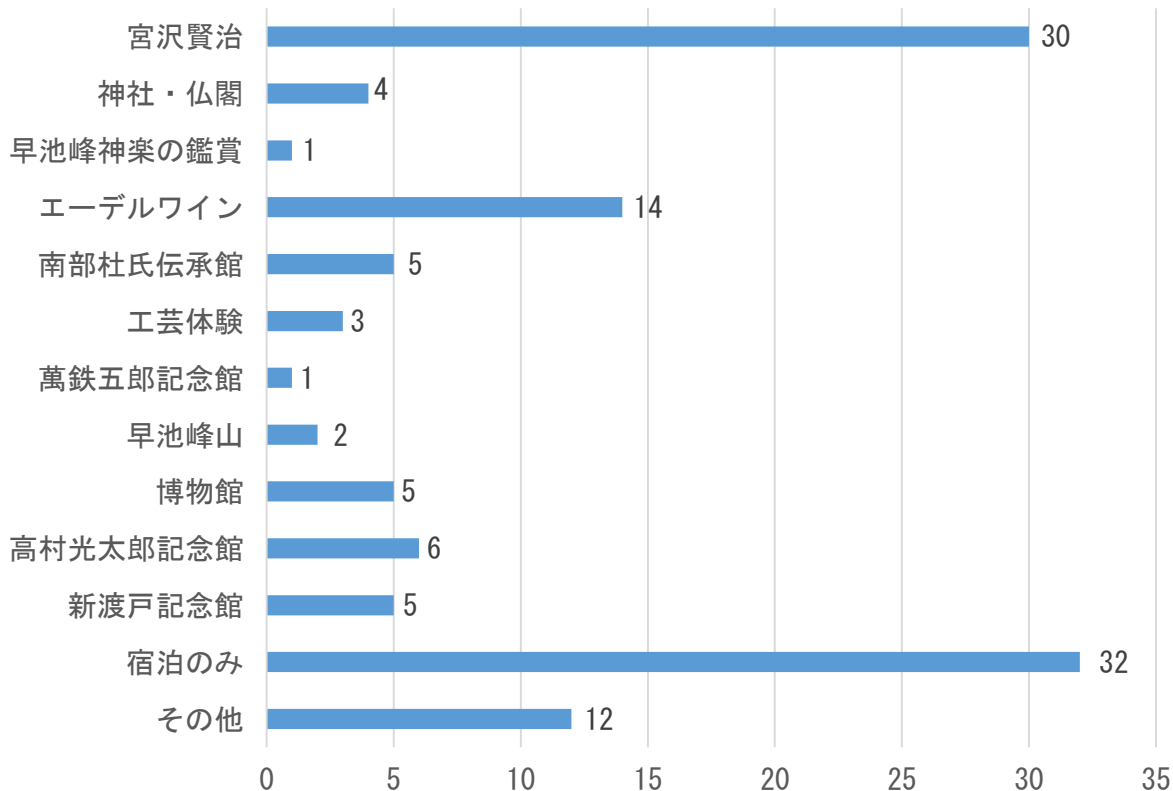


図表16 選んだきっかけ（件）

・有効回答数は131件。選んだきっかけの多い順は、「温泉」が48件（36.6%）、「興味があった」が18件（13.7%）、「花巻が好き」が16件（12.2%）であった。

(17) 花巻での行動予定について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表17 行動予定の件数（件）を示す。

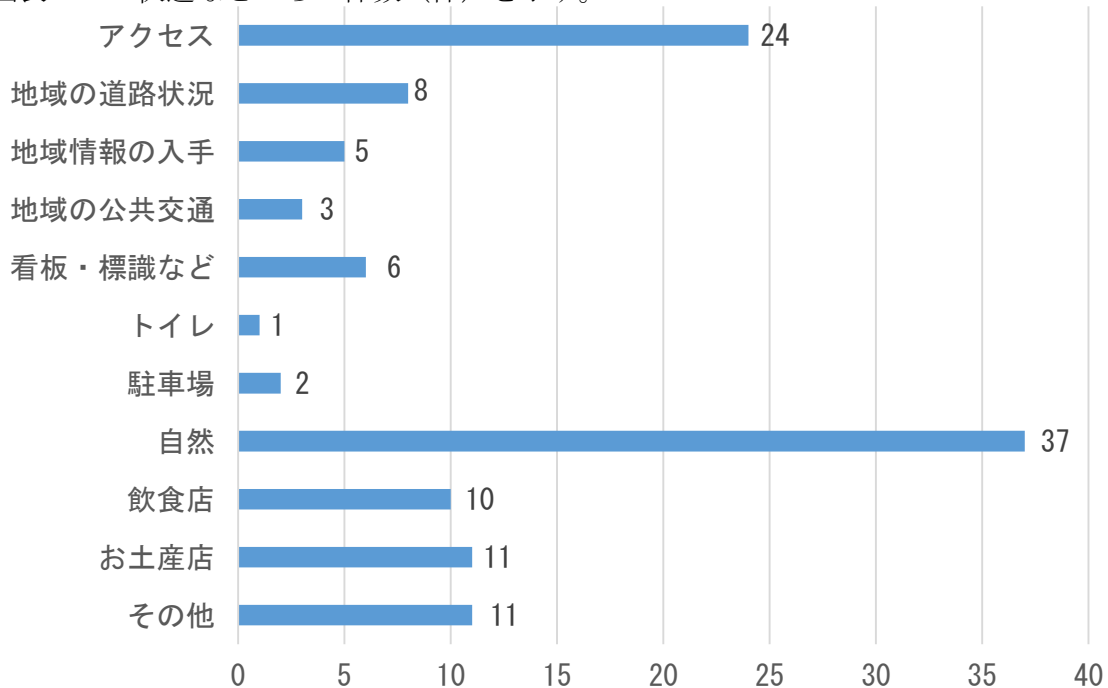


図表17 行動予定（件）

・有効回答数は120件。行動予定の多い順は、「宿泊のみ」が32件（26.7%）、「宮沢賢治」が30件（25.0%）、「エーデルワイン」が14件（11.7%）であった。

(18) 花巻の旅行で快適なところについて（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表18 快適なところの件数（件）を示す。

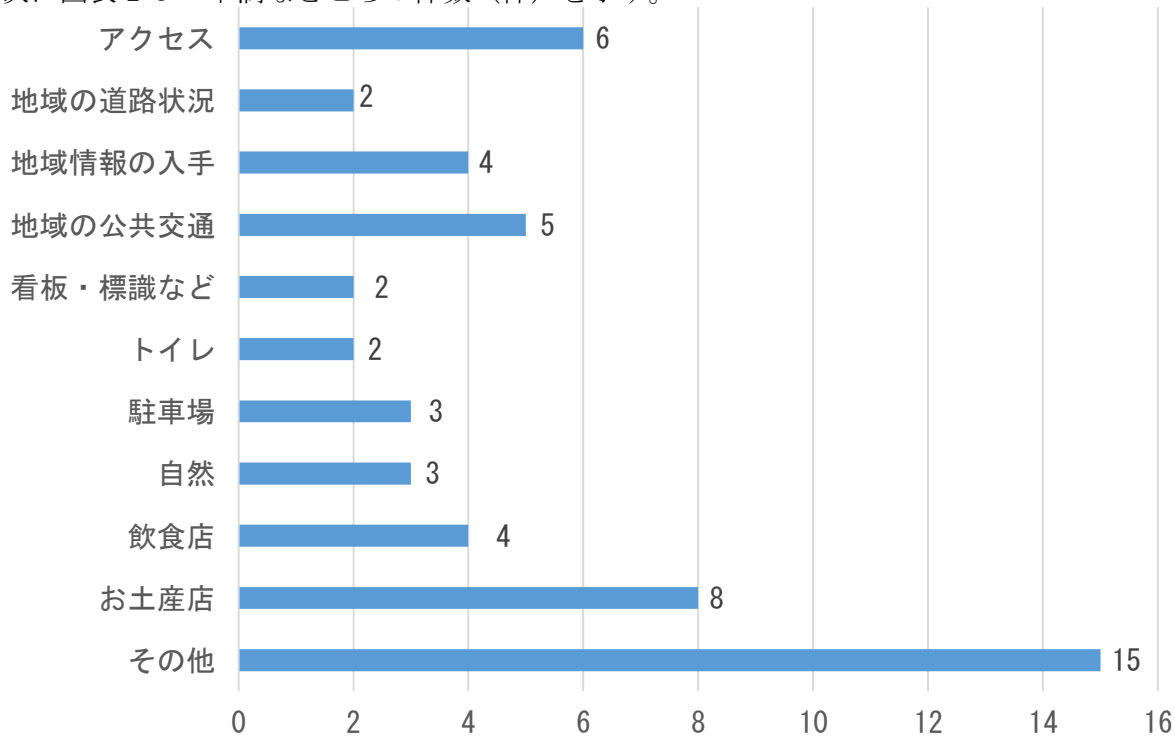


図表18 快適なところ（件）

・有効回答数は118件。快適なところの多い順は、「自然」が37件（31.4%）、「アクセス」が24件（20.3%）、「お土産店」と「その他」が共に11件（9.3%）であった。

(19) 花巻の旅行で不満に思うところについて（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表19 不満なところの件数（件）を示す。

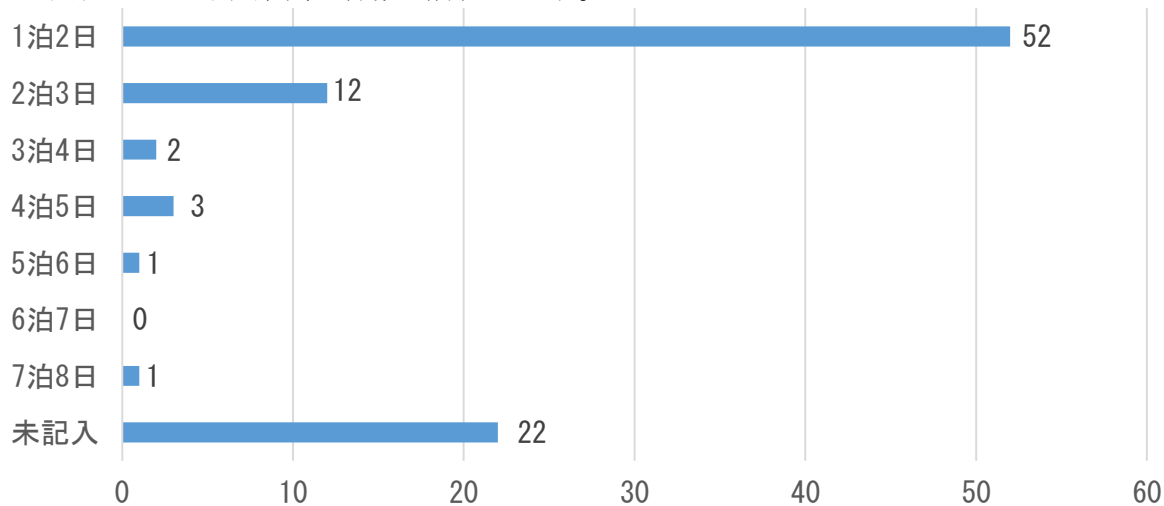


図表19 不満なところ（件）

・有効回答数は54件。不満なところの多い順は、「その他」が15件（27.8%）、「お土産店」が8件（14.8%）、「アクセス」が6件（11.1%）であった。

(20) 旅行期間について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表20 旅行期間の件数（件）を示す。

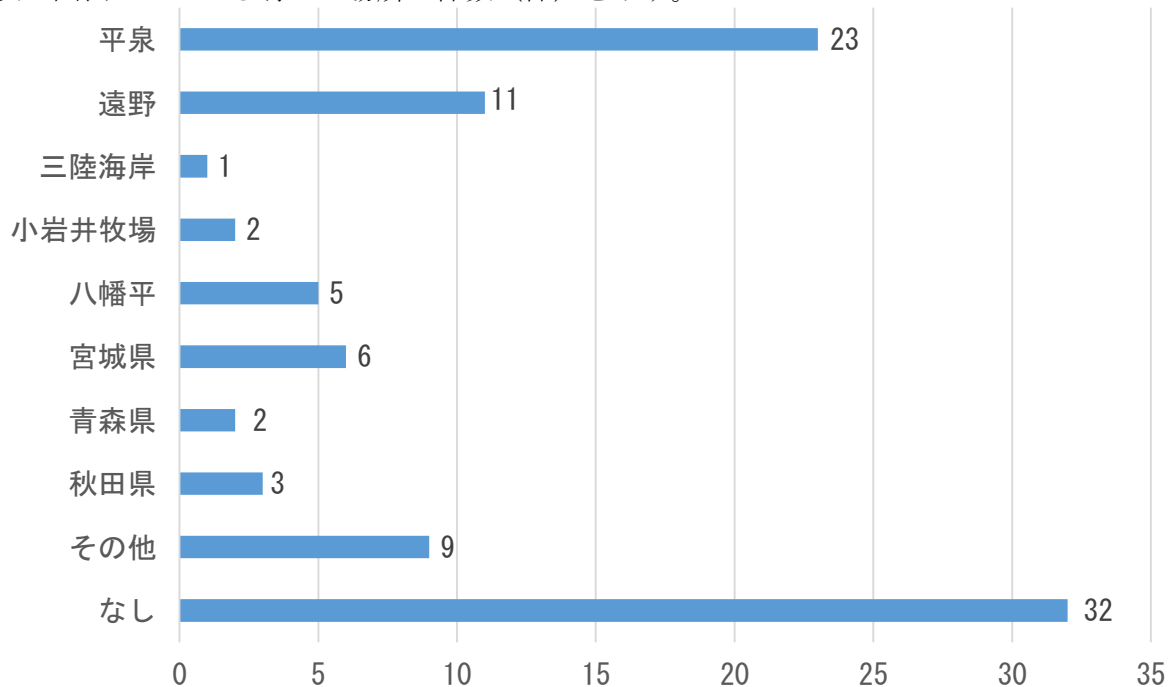


図表20 旅行期間（件）

・有効回答数は71件。旅行期間の多い順は、「1泊2日」が52件（55.9%）、「2泊3日」が12件（12.9%）、「4泊5日」が3件（3.2%）であった。

(21) 花巻を訪れる前に立ち寄った場所について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表2-1 立ち寄った場所の件数（件）を示す。

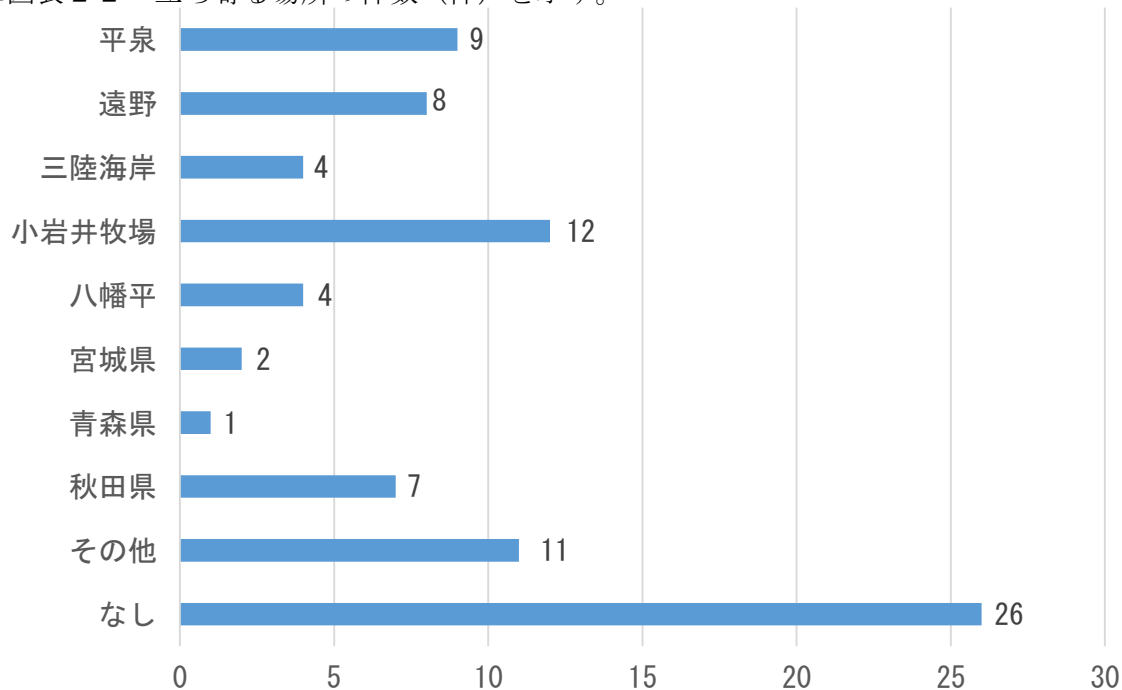


図表2-1 立ち寄った場所（件）

・有効回答数は94件。立ち寄った場所の多い順は、「なし」が32件（34.0%）、
「平泉」が23件（24.5%）、
「遠野」が11件（11.7%）であった。

(22) 花巻の次に立ち寄る場所について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表2-2 立ち寄る場所の件数（件）を示す。

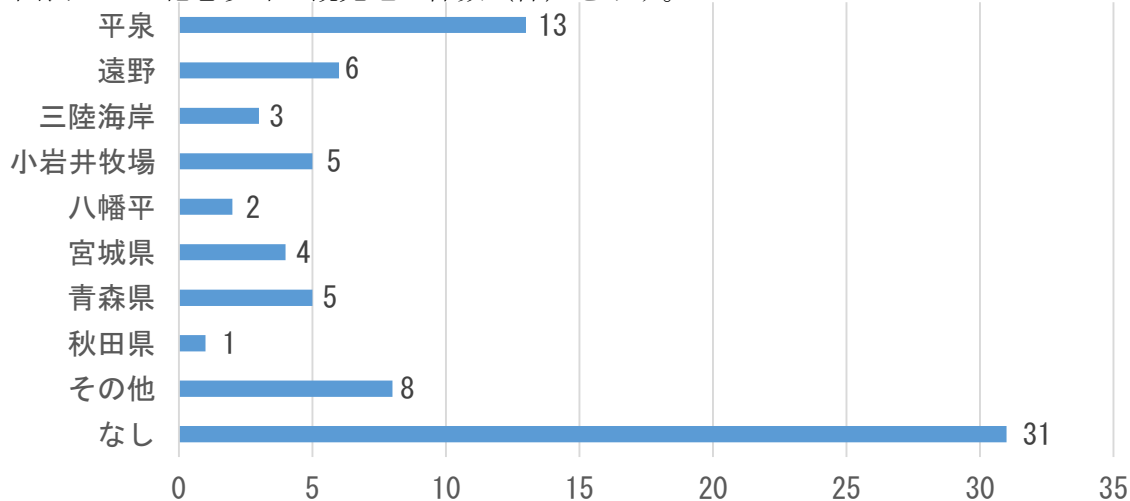


図表2-2 立ち寄る場所（件）

・有効回答数は84件。立ち寄る場所の多い順は、「なし」が26件（31.0%）、
「小岩井牧場」が12件（14.3%）、
「その他」が11件（13.1%）であった。

(23) 花巻以外に訪問した観光地について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表2-3 花巻以外の観光地の件数（件）を示す。

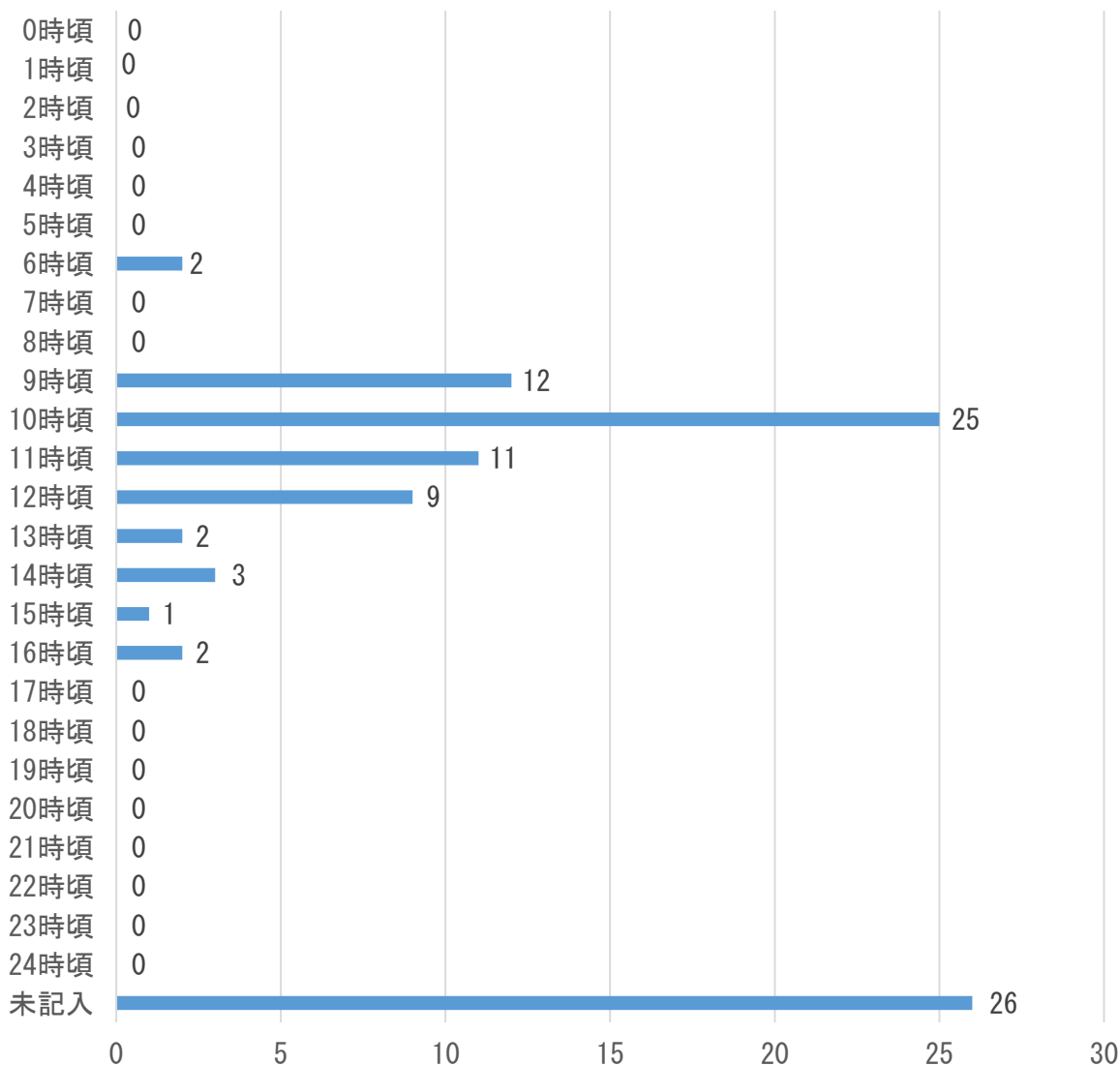


図表2-3 花巻以外の観光地（件）

・有効回答数は78件。花巻以外の観光地の多い順は、「なし」が31件（39.7%）、「平泉」が13件（16.7%）、「その他」が8件（10.3%）であった。

(24) 花巻の出発時間について（観光客アンケート票 Ⅲより）

次に図表2-4 出発時間の件数（件）を示す。

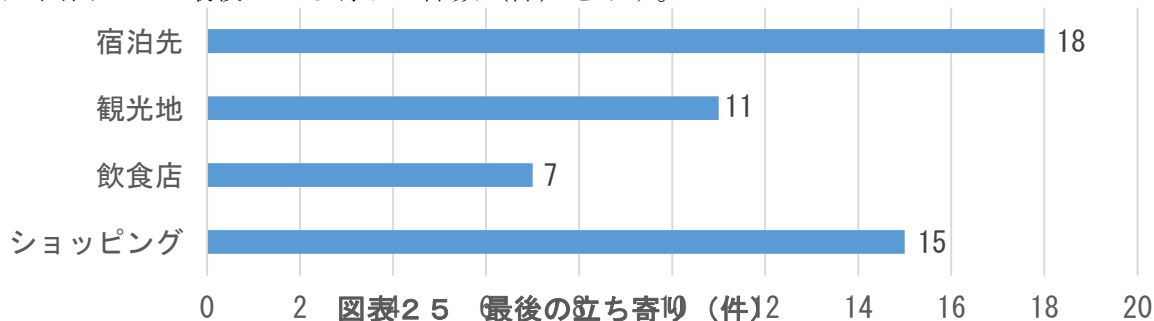


図表2-4 出発時間（件）

・有効回答数は67件。出発時間の多い順は、「10時頃」が25件（26.9%）「9時頃」が12件（12.9%）、「11時頃」が11件（11.8%）であった。

(25) 最後の立ち寄りについて（観光客アンケート票 Ⅲより）

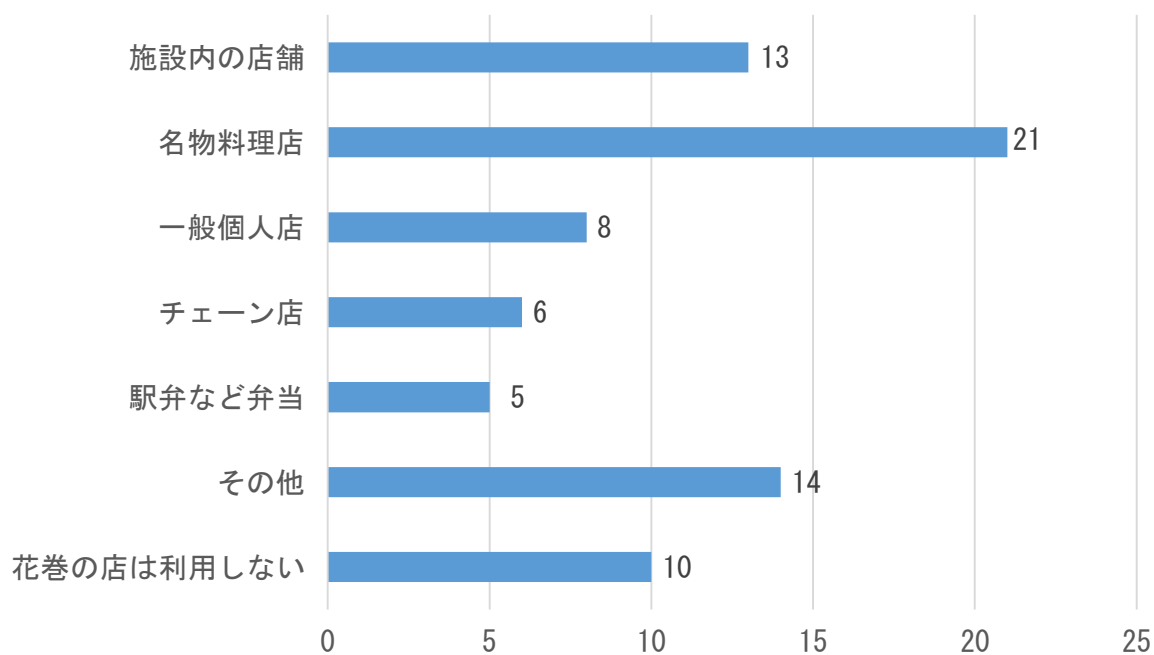
次に図表25 最後の立ち寄りの件数（件）を示す。



・有効回答数は51件。「宿泊先」が18件（35.3%）、「観光地」が11件（21.6%）、「飲食店」が7件（13.7%）、「ショッピング」が15件（29.4%）であった。

(26) 昼食で利用したところについて（観光客アンケート票 Ⅳより）

次に図表26 昼食場所の件数（件）を示す。

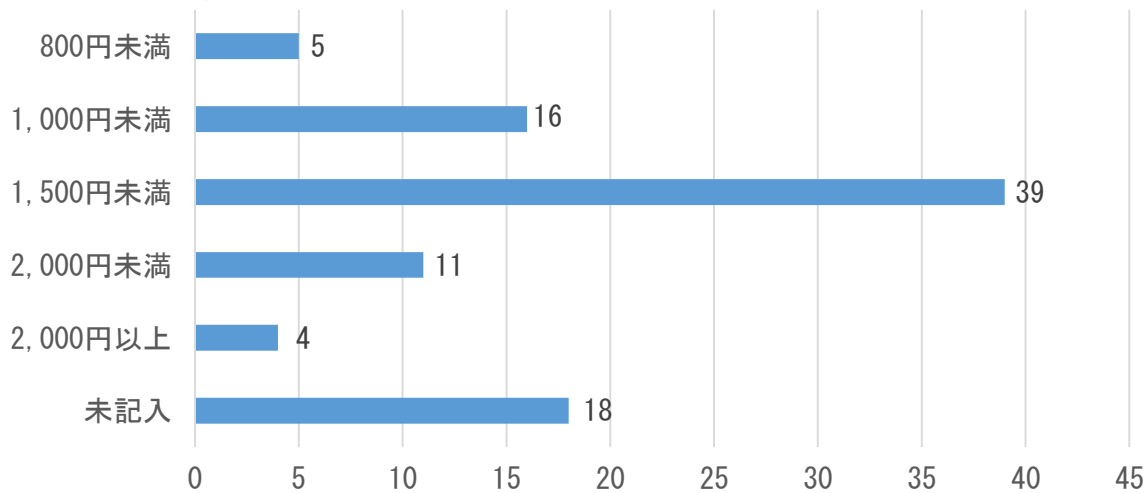


図表26 昼食場所（件）

・有効回答数は77件。昼食場所の多い順は、「名物料理店」が21件（27.3%）、「その他」が14件（18.2%）、「施設内の店舗」が13件（16.9%）であった。

(27) 一回の食事の予算について（観光客アンケート票 IVより）

次に図表27 食事の予算の件数（件）を示す。

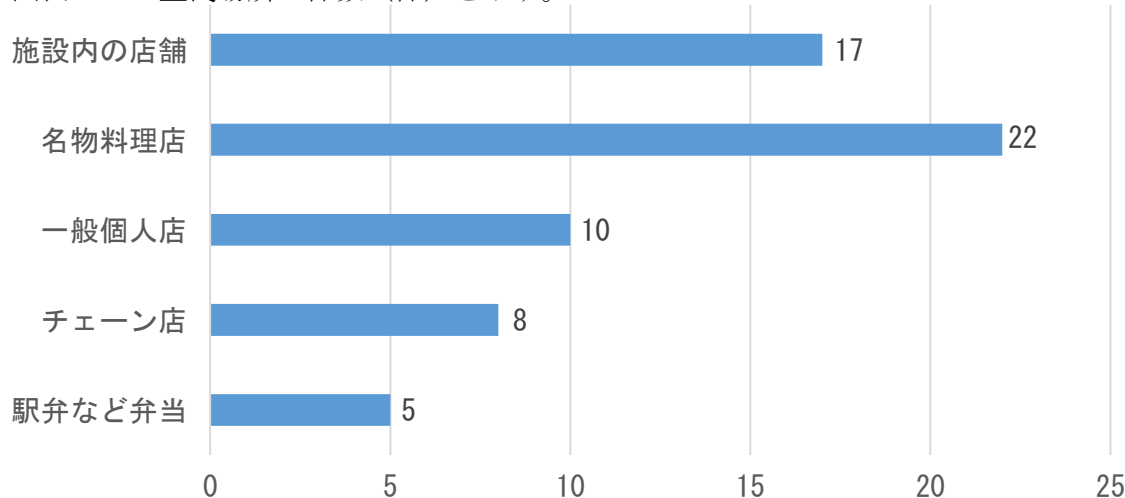


図表27 食事の予算（件）

・有効回答数は75件。食事の予算の多い順は、「1,500円未満」が39件（41.9%）、
「1,000円未満」が16件（17.2%）、「2,000円未満」が11件（11.8%）であった。

(28) 昼食で利用したところについて（観光客アンケート票 IVより）

次に図表28 昼食場所の件数（件）を示す。

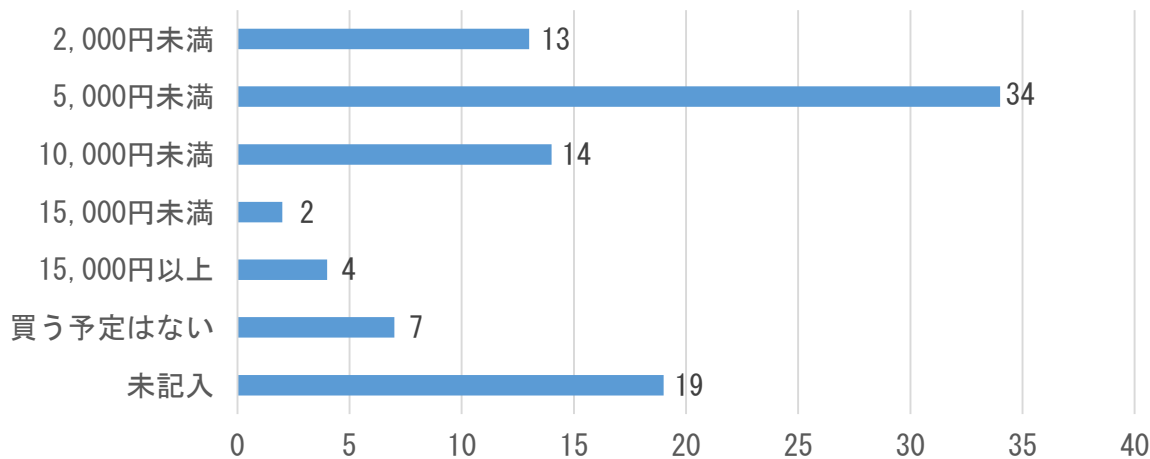


図表28 昼食場所（件）

・有効回答数は62件。昼食場所の多い順は、「名物料理店」が22件（35.5%）、
「施設内の店舗」が17件（27.4%）、「一般個人店」が10件（16.1%）であった。

(29) お土産の予算について（観光客アンケート票 Vより）

次に図表29 お土産の予算の件数（件）を示す。

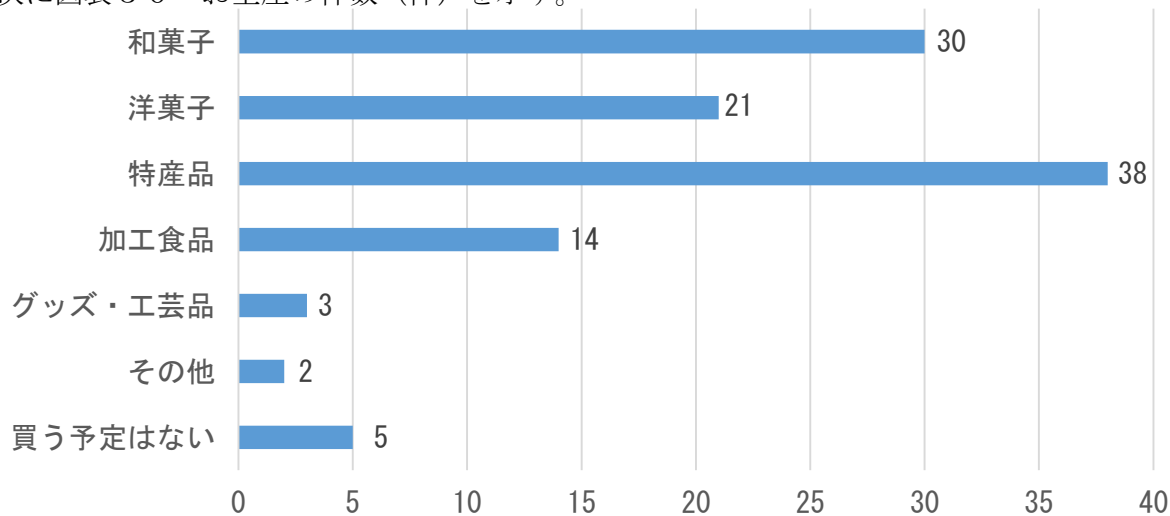


図表29 お土産の予算（件）

・有効回答数は74件。お土産の予算の多い順は、「5,000円未満」が34件（36.6%）、「10,000円未満」が14件（15.1%）、「2,000円未満」が13件（14.0%）であった。

(30) おみやげで購入する予定のものについて（観光客アンケート票 Vより）

次に図表30 お土産の件数（件）を示す。

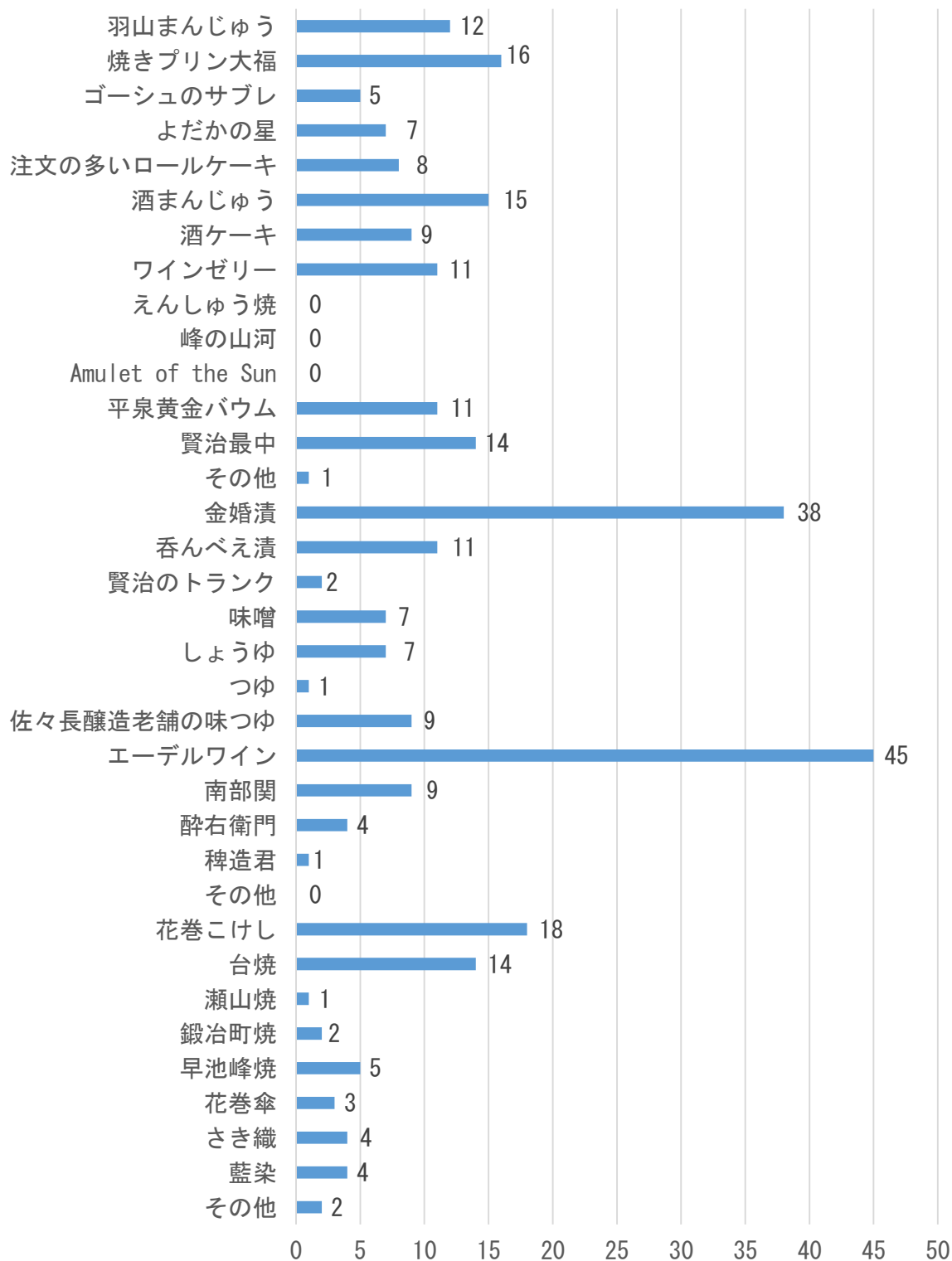


図表30 お土産（件）

・有効回答数は113件。お土産の多い順は、「特産品」が38件（33.6%）、「和菓子」が30件（26.5%）、「洋菓子」が21件（18.6%）であった。

(31) 花巻のお土産品で知っているものについて（観光客アンケート票 Vより）

次に図表3-1 知っているお土産の件数（件）を示す。

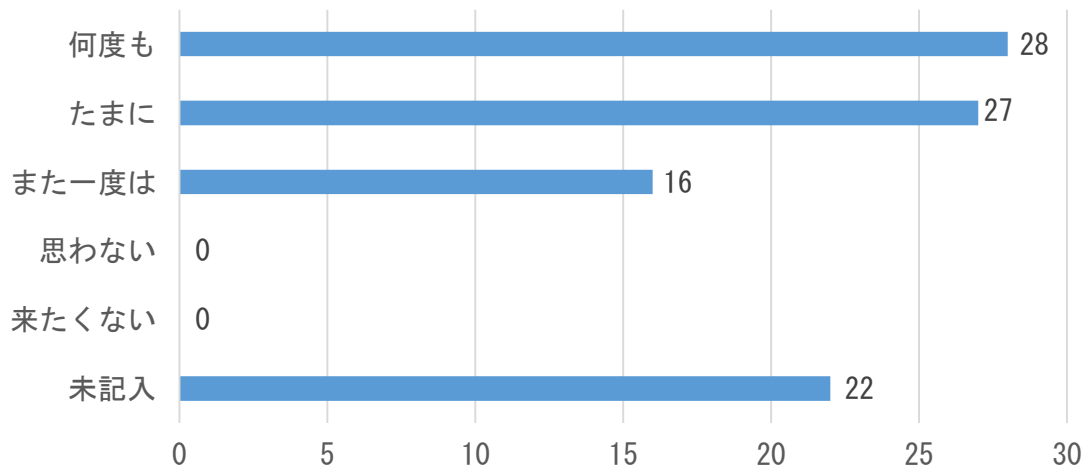


図表3-1 知っているお土産（件）

・有効回答数は296件。知っているお土産の多い順は、「エーデルワイン」が45件（15.2%）、「金婚漬」が38件（12.8%）、「花巻こけし」が18件（6.1%）であった。

(32) 花巻にまた来たいかについて（観光客アンケート票 VIより）

次に図表32 また来たいかの件数（件）を示す。

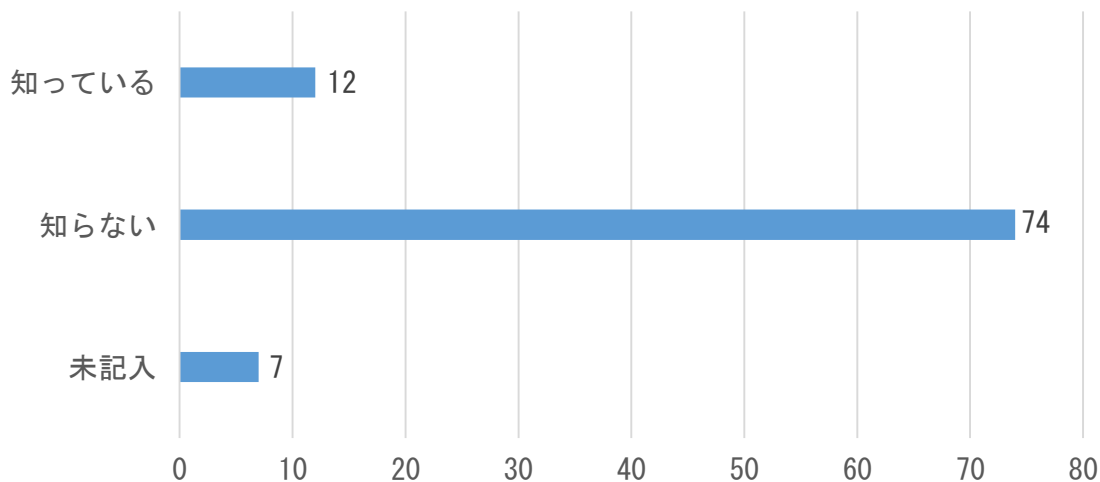


図表32 また来たいか（件）

・有効回答数は71件。「何度も」が28件（30.1%）、「たまに」が27件（29.0%）、「また一度は」が16件（17.2%）であった。

(33) 花巻ひきカレーを知っているか（観光客アンケート票 VII（1）より）

次に図表33 知っているかの件数（件）を示す。

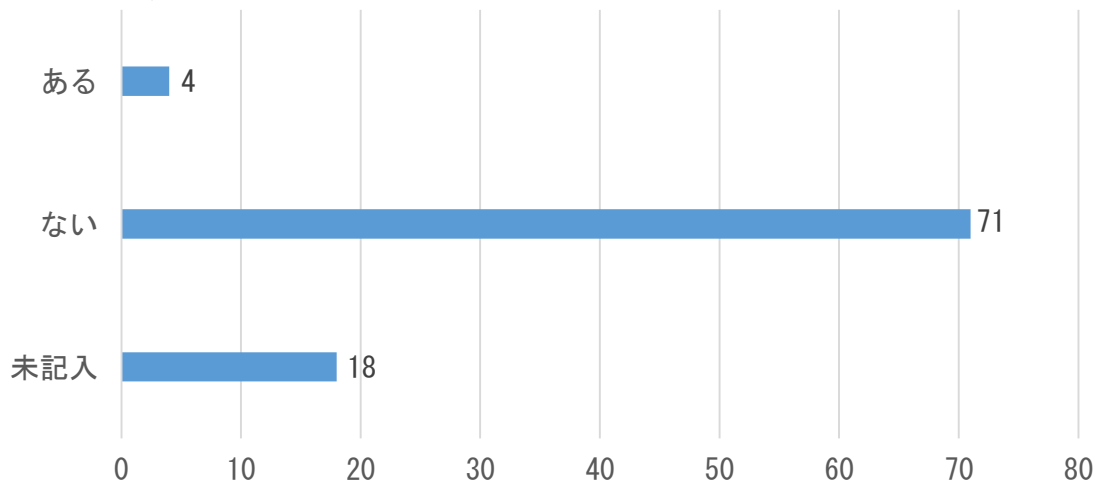


図表33 知っているか（件）

・有効回答数は86件。「知っている」が12件（12.9%）、「知らない」が74件（79.6%）であった。

(34) 花巻ひきカレーを食べたことがあるか（観光客アンケート票 VII(2)より）

次に図表34 食べたことがあるかの件数（件）を示す。

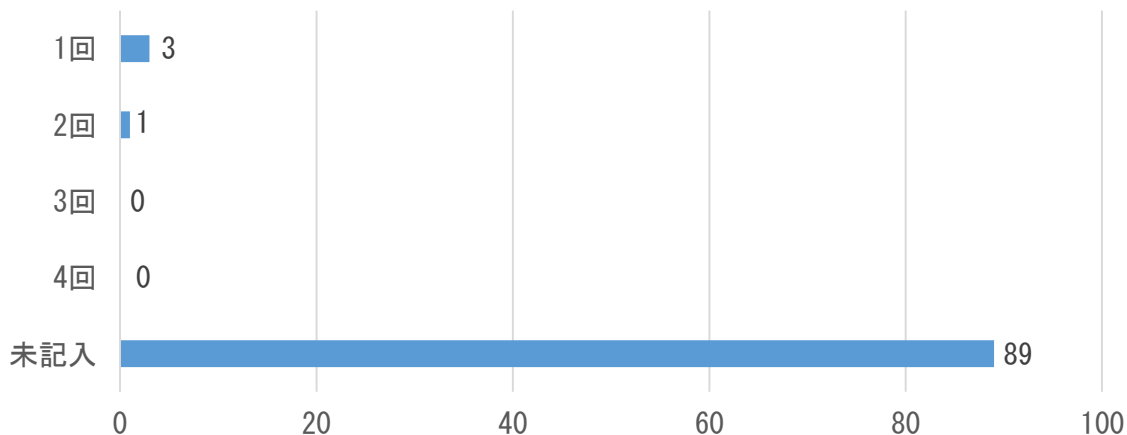


図表34 食べたことがあるか（件）

・有効回答数は75件。「ある」が4件（4.3%）、「ない」が71件（76.3%）であった。

(35) 花巻ひきカレーを何回食べたことがあるか（観光客アンケート票 VII(2)より）

次に図表35 回数の件数（件）を示す。

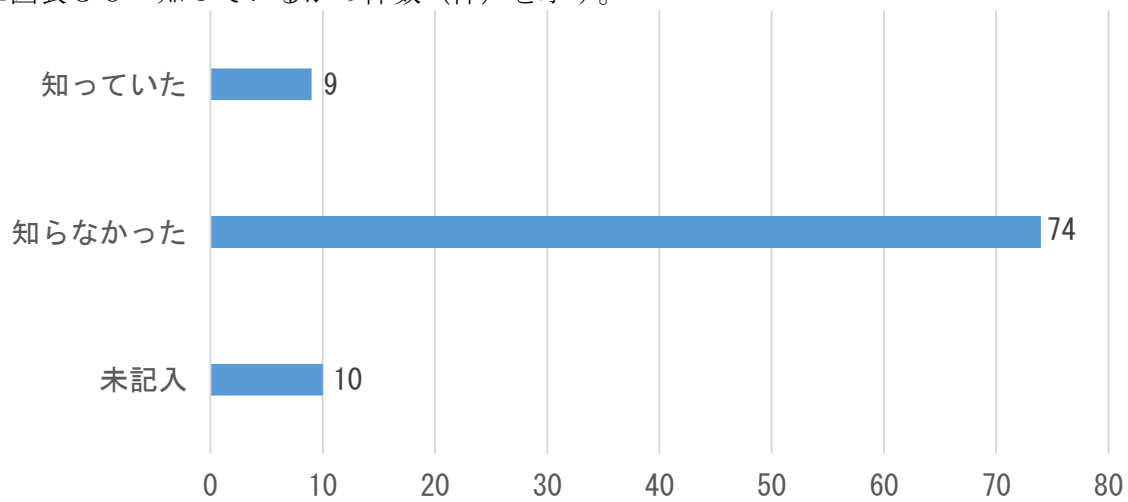


図表35 回数（件）

・有効回答数は4件。「1回」が3件（3.2%）、「2回」が1件（1.1%）であった。「施設内の店舗」が17件（27.4%）、「一般個人店」が10件（16.1%）であった。

**(36) 花巻が「ひえ」の生産量日本一であるのを知っているか
(観光客アンケート票 VII(3)より)**

次に図表36 知っているかの件数(件)を示す。



図表36 知っているか(件)

・有効回答数は83件。「知っていた」が9件(9.7%)、「知らなかった」が74件(79.6%)であった。

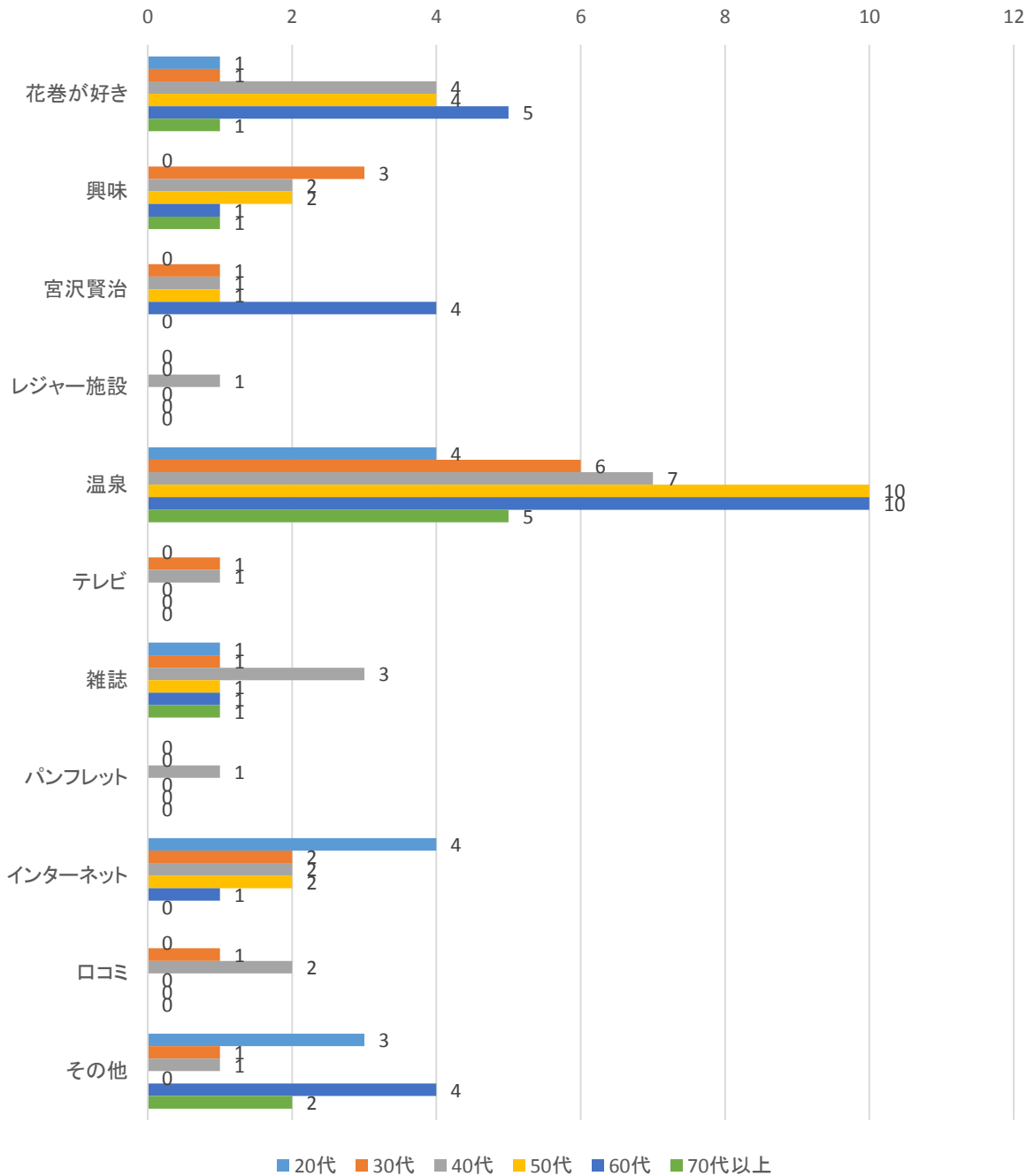
Ⅷ 調査の分析

分析の目的

事業の概要、及び調査目的に記載のとおり、伴走型小規模事業者支援推進事業に基づき、調査結果で得られた情報を用いて、現状把握、および今後の経営支援に有用となるであろうデータを抽出し分析を行うものとする。

(1) 年齢別の選んだきっかけ

「図表 1 6 選んだきっかけ」を年齢別に分析する。



図表 3 7 年齢別選んだきっかけ (件)

どの世代においても温泉を理由にしている人が多い。特に30～60代では突出している。

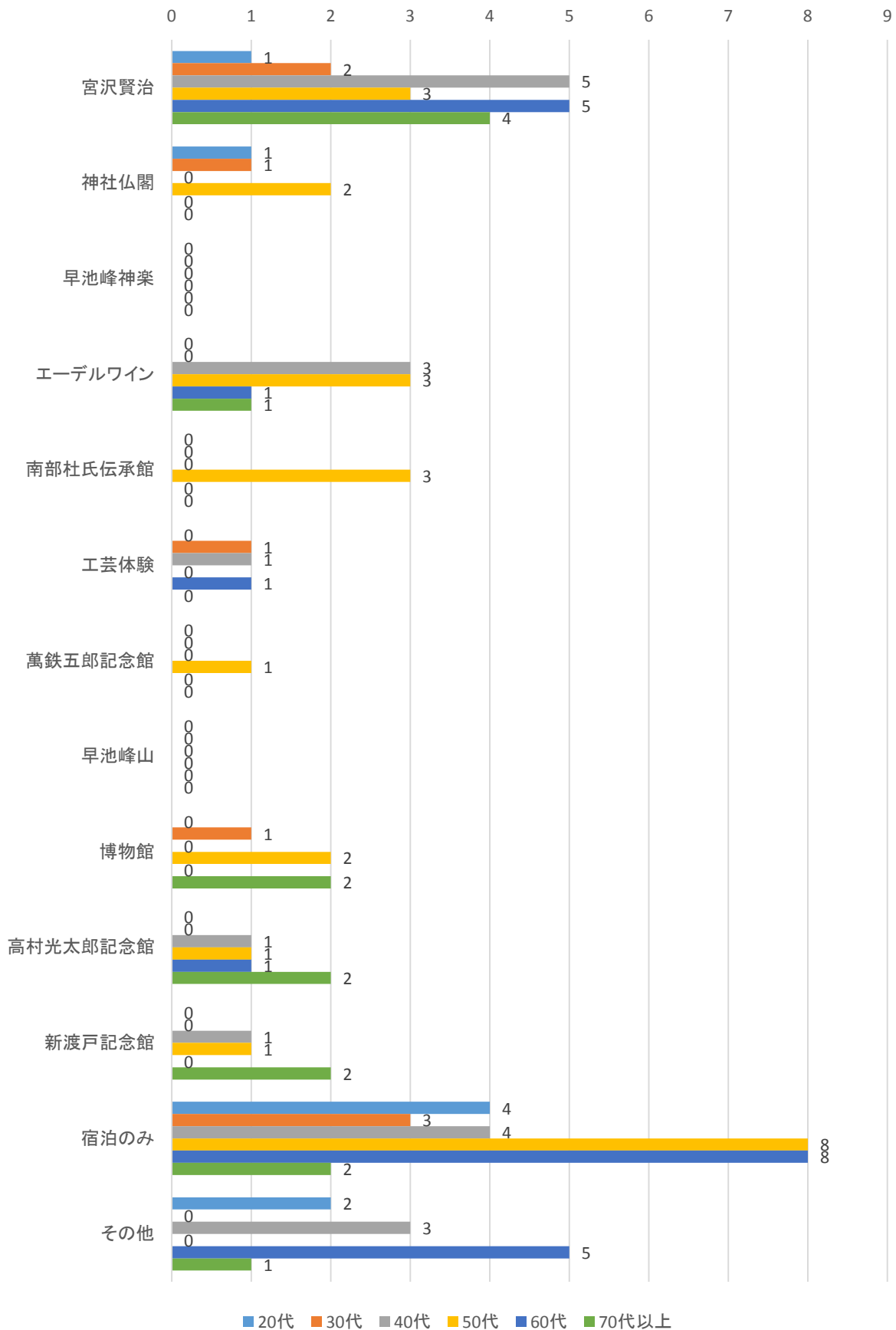
リピーターが多い結果がでており、花巻が好きという理由が多い特徴が表れてる。反面、テレビや雑誌をきっかけにしているケースが少なく、広報活動の手段は検討が必要である。

短期的には、温泉のよさを絶えず訴求していくことが有効であると推測される。若い層を呼び込みたい場合には、インターネットが重要であるといえる。

中長期的に見た場合、20代のインターネットの割合が高いことから、今後重要性が増していく傾向にあり、宮沢賢治は、60代だけに有効なので観光資源としては期待できなくなる傾向である。

(2)年齢別の行動予定

「図表17 行動予定」を年齢別に分析する。

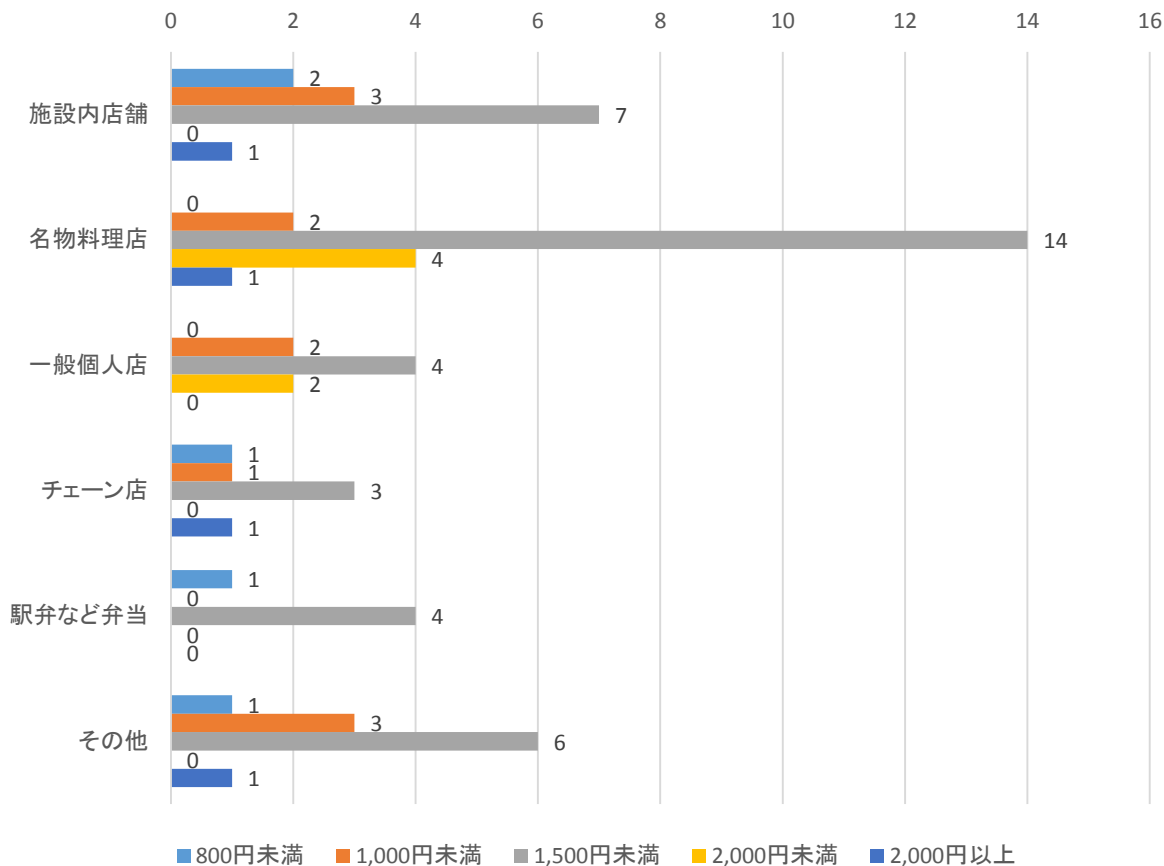


図表38 年齢別行動予定 (件)

花巻の観光地は、年齢に関係なくあまり認知されていないことが表れている。
 地域の魅力として、何を、どのように発信するか、を改めて検討する必要がある。
 地域の事業者が設定するターゲットの年齢別に情報を提供できるように、分析を検討したが、当面は全
 方位的な底上げを考えていくことになる。

(3) 昼食の予算と昼食場所

「図表 2 6 昼食場所」を予算別に分析する。



図表 3 9 昼食の予算と昼食場所 (件)

名物料理店が最も多いのでグルメとしての関心や期待が表れていることを、前提に価格の要素をく分けて分析する。

昼食場所によらず、1500円未満が最も高いことから、場所によって財布のひもが緩むこともなく、金額ありきで決まっている行動パターンとも考えられる。つまり、あまり強いこだわりが表れておらず、飲食関係の売上はある程度、立地条件で決まってしまうとも想定できる。価格帯として1500円が、真ん中か、高額帯かの違いによる差など各個別店舗の状況に応じて、メニュー検討が必要な場合も想定される。

また、名物料理店以外では、2000円以上の値付けは厳しいことも表れている。

注意としては、本アンケートは旅館の宿泊客を対象にしているため、バックパッカーや日帰り客は含まれていないことである。現地の実態として、より低価格帯が強いことは想定される。

Ⅸ 総括

①地域の観光客

リピーターが多く、一度来た人が何度も来る傾向にあることは、明るい調査結果となっている。年齢別に見ても、今の20代、30代が60代になっても来てくれることは大いに期待できる。

反面、観光事業として難しい面として、多くが自家用車で来ており、目的地から逸れた場所では観光客をターゲットとした事業は難しいことや、目当てが温泉と自然ということで、他の観光地との違いが明確ではないことである。

②観光客の行動

アンケート対象尾の宿泊施設の利用者の行動パターンは、家から直接に花巻に入って、日中花巻ですごし、そのまま宿泊し、午前中には花巻を出るといったものが主流であった。

花巻以外に訪れる場所としては、平泉と小岩井牧場が多く、全国的にも知名度がある地域と組み合わせてプランを立てていることがうかがえる。

③昼食

名物料理店が最も高く、観光客のグルメへの期待が表れているが、極端な差がでていないともいえる。

予算として1500円以下が一つの目安と考えられるので、コアな価格帯としてメニューを見直しの参考になると考えられる。

④お土産

エーデルワインと金婚漬以外は、ほとんど知られていないことが分かった。

予算の相場が、和菓子・特産品に関心があることから、まだこの分野で飛びぬけた商品がないといえる。各事業者にとっては、売上の柱となるヒット商品を生み出せる可能性は、市場に残されているとも考えられる。5000円の予算で満足できる商品展開は考えたい。

⑤花巻ひえカレー

ほとんどが食べたことがなく、知名度もないのが現状である。ひえを使った名物として更なる投資をつづけるか、新製品を打ち出すかを検討し、ひえの生産量日本一を観光資源として活用できる場面を創造していきたいと考えている。