

山形と仙台の交流についてのアンケート調査(予備調査)の
結果について 《中間報告》

平成18年2月

山形・仙台圏交流研究会

はじめに ～山形・仙台圏交流研究会～

山形大学人文学部地域連携室と山形県村山総合支庁は、山形・仙台圏の広域交流・連携に係る経済効果などについて、協働で調査・分析するため、17年9月に山形・仙台圏交流研究会を立ち上げた。

本研究会では、仙台圏からの誘客拡大を目的にしたマーケティング・リサーチ、産業連関表を活用した地域経済の分析、交流・連携の推進による経済効果に関するシミュレーション等を当面の課題としている。

通学、通勤、観光や買い物など住民生活から企業活動まで、山形と仙台圏との間の交流が拡大している一方で、その交流実態を端的に表す統計データ等がない中、本研究会の取組みは、仙台圏との広域交流・連携のあり方や事業の展開方策を検討していく上での貴重な基礎資料になるものと期待される。

1 マーケティング・リサーチについて

マーケティング・リサーチとは、情報を通じてメーカーと消費者を結び、マーケティングの問題点を明らかにすることである。

(1) 予備調査(探索的リサーチ)について

今回実施した予備調査は、競争軸を探ることを目的にしている。売りたい商品(村山地域の資源・強み)は何か、その商品を売り込んでいく上で競合する地域はどこで、消費者は何を基準に選択するか、をそれぞれ大まかに把握することで、相対的な村山地域のポジションを探るものである。

(2) 今後の展開

今回の予備調査の結果を踏まえ、今後本調査を実施し、その成果を施策・事業に反映する。

2 予備調査の概要

(1) 調査実施概要

- ・調査の実施主体：山形県村山総合支庁
- ・調査対象：やまがたファン

村山総合支庁では、平成14年9月に仙台市在住の20歳以上の方、6千名を対象に「山形・仙台の交流に関するアンケート調査」を実施した。その際に、山形県の観光パンフレットの送付を希望された方を「やまがたファン」と称し、平成15年2月から各種観光パンフレットを送付しているものである。

- ・調査数：1,165件
- ・調査方法：郵送による。秋の観光シーズンをPRする観光パンフレットの送付と併せて実施した。
- ・調査時期：平成17年10月3日(月)発送
- ・調査項目/内容：別添のとおり。選択形式及び自由記述形式の併用。

(2) 回収状況(平成17年10月31日時点)

- ・回収数：375件
- ・回収率：32.2%

(3) 集計及び分析上の留意点

- ・やまがたファンに対しては、平成15年2月以来、9回にわたり観光パンフレットを送付している。よって、一般的な仙台市民と比較してやまがたに対する興味関心や知識等が高いものと推測される。
- ・回答者の年齢層に偏りがあり(最少(20代11名)から最大(60代115名)まで約10倍の開きがある)また、サンプル数(375件)も少ない。

3 予備調査の結果

(1) 基礎的事項

回答者の状況

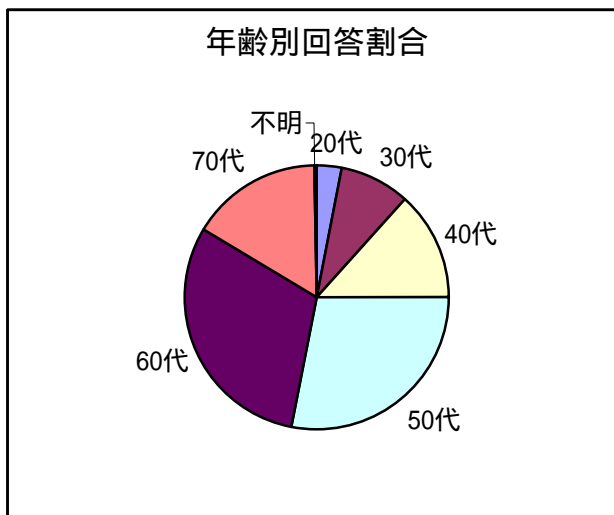
《男女別》

男性 211 名 (56.3%) 女性 164 名 (43.7%)

《年齢別》

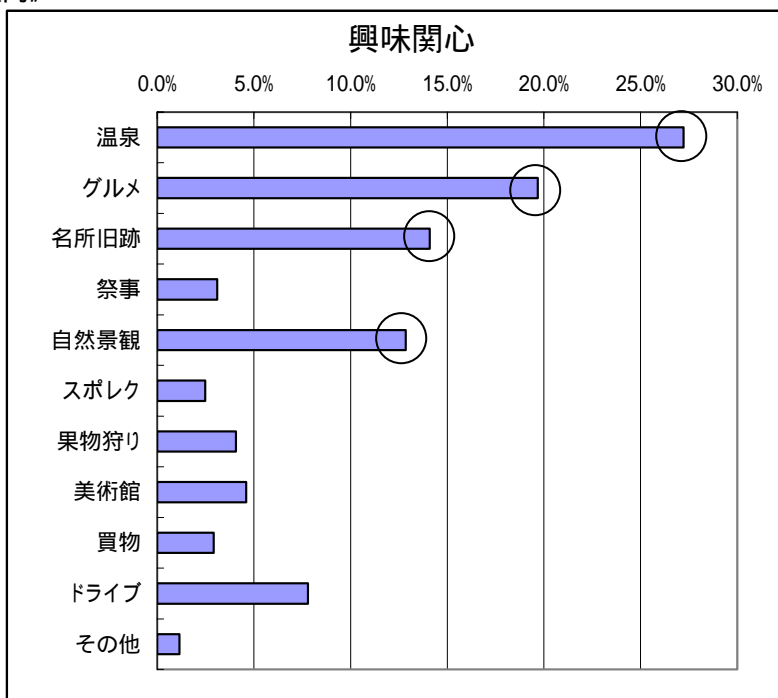
年齢毎の回答比率について、50代以上で全体の約 3/4 を占めており、年齢的な偏りがあるが、一方で、「団塊の世代」及び高齢世代として動向が注目されている層の傾向・知見が得られたとも言える。

年齢	人数
20代	11
30代	33
40代	50
50代	105
60代	115
70代	60
不明	1
計	375



《観光やレジャーに対する興味関心の傾向》

村山地域に限らない一般的な観光やレジャーに対する興味関心の傾向を見ると、「温泉」「グルメ」に対する関心が高く、「名所旧跡」と「自然景観」がそれに続く。次項の「村山地域の資源・強み」(村山地域のイメージ・村山地域への訪問目的)と対比すると、「温泉」「グルメ」「自然景観」については、興味関心のある資源を村山地域として提供できる状況にあると思われるが、「名所旧跡」については、村山地域への訪問目的となる割合が低く、必ずしも提供できていない面があるものと推測される。



(2) 目的事項

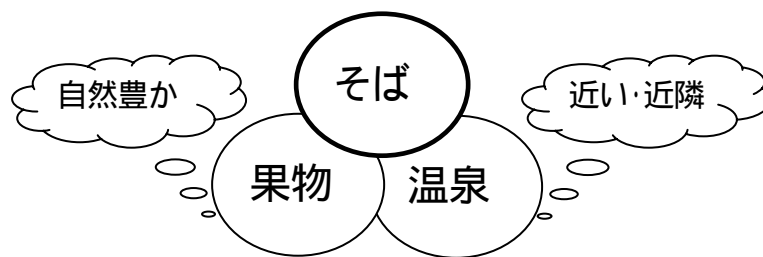
村山地域の資源・強み

《傾向》

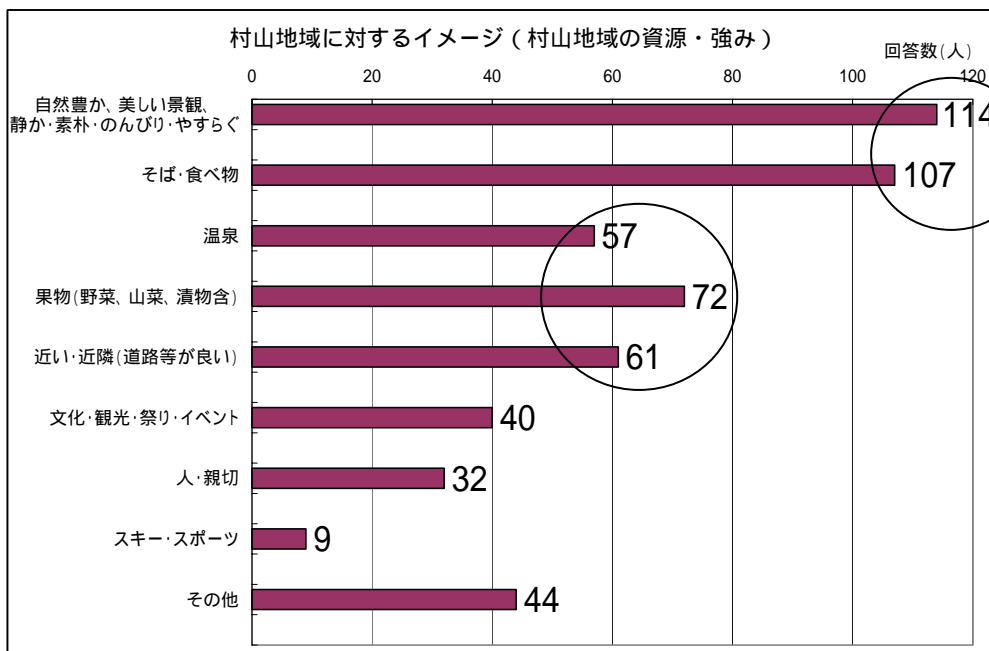
やまがたファンが村山地域に対して持つイメージは、「自然豊か、美しい景観、静か・素朴・のんびり・やすらぐ(114名)」、「そば・食べ物(107名)」が多く、「果物(72名)」、「近い・近隣(61名)」、「温泉(57名)」がそれに続く。【表1】

また、やまがたファンが村山地域を訪問する目的・目当ての上位は、「そば・グルメ飲食(176名)」、「果物(野菜・漬物・山菜含)(122名)」、「温泉(120名)」で、4番手である「教育文化施設・名所旧跡・観光(53名)」を大きく引き離している。【表2】

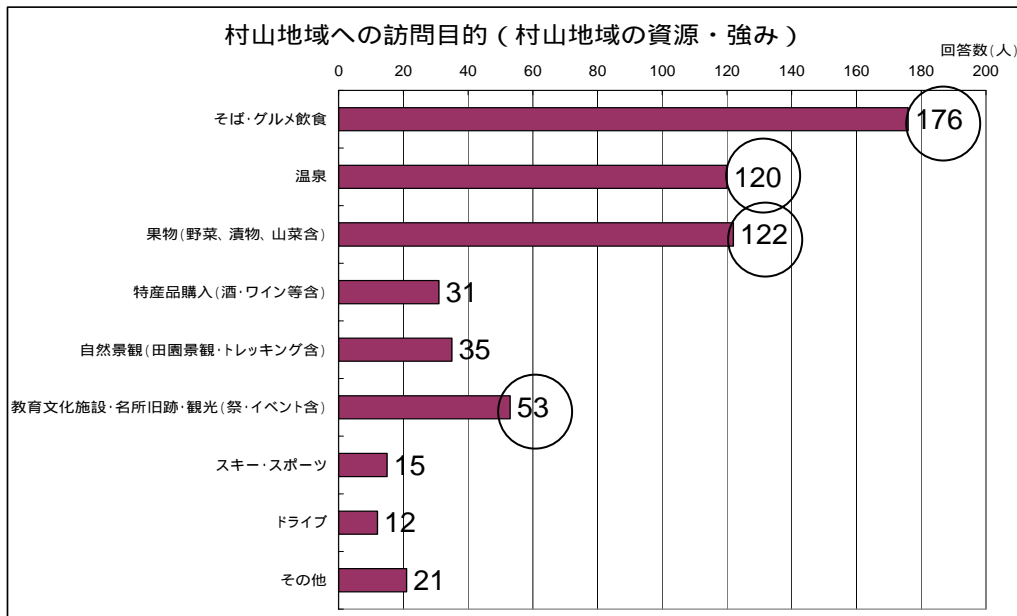
以上の結果から、村山地域が持つ「資源・強み」は、具体的な商品・サービスとしては、「そば」、「果物」、「温泉」であり、地域イメージとして、「自然豊か、美しい景観、静か・素朴・のんびり・やすらぐ」と「近い・近隣」があると考えられる。特に、やまがたファンにとって、「そば」の位置づけが極めて高い。



【表1】



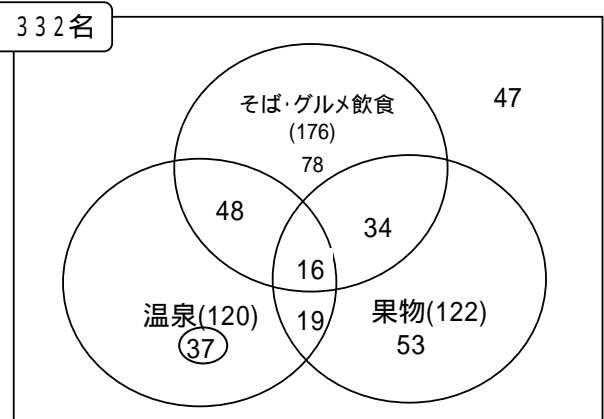
【表2】



【図1】

「そば・グルメ飲食 (176 名)」、「果物 (野菜・漬物・山菜含) (122 名)」、「温泉 (120 名)」について、訪問目的の重なり具合を表したのが【図1】である。

「温泉」のみを訪問目的にする方は、「そば・グルメ飲食」の 78 名、「果物」の 53 名と比較して、37 名と非常に少ない。「そば・グルメ飲食」等と組み合わせる訪問する人が多いものと推測される。



「村山地域に対するイメージ」と「村山地域への訪問目的」を【表3】によりクロス集計してみると、全体的な傾向と「自然豊か、美しい景観、静か・素朴・のんびり・やすらぐ」の傾向は類似しており、訪問目的を問わず、自然の豊かさ等は地域イメージが定着していると推測される。また、「近い・近隣(道路等が良い)」については、全体的な傾向と相違があり、今後分析が必要である。なお、「そば・食べ物」をイメージする層は、「そば・グルメ飲食」を、「温泉」をイメージする層は「温泉」を目的に来訪する割合が高いというように相関関係が確認できる。

【表3】

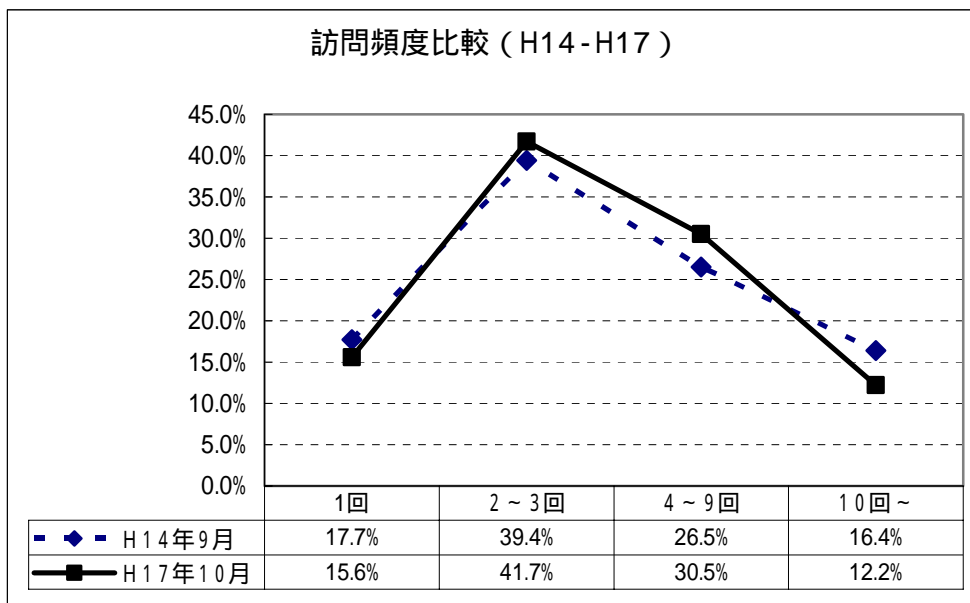
村山地域のイメージ × 目的・目当て											
目的・目当て	全体	そば・グルメ飲食	温泉	果物(野菜、漬物、山菜含)	特産品購入(酒・ワイン等含)	自然景観(田園景観・トレッキング含)	教育文化施設・名所旧跡・観光(祭・イベント含)	スキー・スポーツ	ドライブ	その他	
全体	375	46.9%	32.0%	32.5%	8.3%	9.3%	14.1%	4.0%	3.2%	5.6%	21
自然豊か、美しい景観、静か・素朴・のんびり・やすらぐ	114	48.2%	33.3%	38.6%	7.0%	17.5%	13.2%	3.5%	2.6%	5.3%	6
そば・食べ物	107	67.3%	41.1%	33.6%	12.1%	8.4%	14.0%	2.8%	1.9%	3.7%	4
温泉	57	43.9%	66.7%	26.3%	8.8%	10.5%	12.3%	5.3%	3.5%		
果物(野菜、山菜、漬物含)	72	51.4%	30.6%	51.4%	9.7%	9.7%	9.7%	1.4%	5.6%	2.8%	2
近い・近隣(道路等が良い)	61	50.8%	24.6%	41.0%	8.2%	16.4%	21.3%	4.9%	9.8%	6.6%	4
文化・観光・祭り・イベント	40	50.0%	45.0%	30.0%	5.0%	20.0%	27.5%	2.5%	2.5%	17.5%	7
人・親切	32	37.5%	43.8%	56.3%	9.4%	6.3%	12.5%		3.1%	12.5%	4
スキー・スポーツ	9	22.2%	33.3%	55.6%	11.1%	22.2%		33.3%	11.1%	11.1%	1
その他	44	47.7%	20.5%	27.3%	9.1%	9.1%	22.7%	4.5%	4.5%	2.3%	1

過去1年間の訪問回数は、【表4】のとおり2回(25.1%)の割合が最も高く、3回(16.6%)、1回(15.6%)がそれに続く。これは平成14年度に実施した調査と比較してほぼ同様の傾向と言える。【表5】

【表4】

訪問回数		1回	2回	3回	4回	5回	6～9回	10回～
目的・目当て								
全体	295	15.6% 46	25.1% 74	16.6% 49	8.5% 25	13.2% 39	8.8% 26	12.2% 36
そば・グルメ飲食	176	9.7% 17	23.3% 41	14.8% 26	6.8% 12	12.5% 22	8.0% 14	11.4% 20
温泉	120	10.8% 13	20.8% 25	17.5% 21	6.7% 8	10.8% 13	10.0% 12	15.0% 18
果物 (野菜、漬物、山菜含)	122	9.0% 11	25.4% 31	13.1% 16	9.8% 12	9.8% 12	7.4% 9	15.6% 19
特産品購入 (酒・ワイン等含)	31	12.9% 4	6.5% 2	9.7% 3	9.7% 3	19.4% 6	9.7% 3	9.7% 3
自然景観(田園景観・トレッキング含)	35	8.6% 3	2.9% 1	20.0% 7	11.4% 4	25.7% 9	11.4% 4	14.3% 5
教育文化施設 ・名所旧跡・観光 (祭・イベント含)	53	17.0% 9	28.3% 15	17.0% 9	7.5% 4	13.2% 7	1.9% 1	9.4% 5
スキー・スポーツ	15	6.7% 1	26.7% 4	13.3% 2	6.7% 1	13.3% 2	0.0% 0	20.0% 3
ドライブ	12	0.0% 0	16.7% 2	33.3% 4	8.3% 1	8.3% 1	8.3% 1	16.7% 2
その他	21	4.8% 1	14.3% 3	19.0% 4	9.5% 2	28.6% 6	9.5% 2	0.0% 0

【表5】



《今後の課題》

滞在時間を増やすために 予備調査により訪問目的の傾向は把握できたが、実際の訪問実態について、例えば「そばを食べる」という単独の目的か、「そばを食べて温泉に入る」、「温泉に入って果物を買う」というような行動を取っているか等について、今後さらに調査・分析を要する。

訪問回数を増やすために 14年度と比較して訪問頻度の傾向に変化がないことから、訪問目的と訪問回数の相関関係等について、今後さらに調査・分析を要する。

村山地域の位置づけ

(ア) 村山地域の競争相手

《傾向》

村山地域の競争相手を探るために、村山地域を来訪する目的・目当てとなる商品やサービスに関して、当該商品等を村山地域以外で利用するとしたらどこか、という質問を行った。

その結果について、村山地域が持つ「資源・強み」と推測される「そば・グルメ飲食」、「温泉」、「果物（野菜、漬物、山菜含）」について、集計したのが【表6】である。

まず、競争相手が思い浮かばない等理由により、回答がない（表中「空欄（地域内）」）の割合が全体で 51.8%であった。回答があったものから想定される村山地域の競争相手は、各商品等ともに県内他地域の割合が高く、特に庄内・置賜両地域の割合が高い。県外には明確な競争相手が見えてこない。

商品・サービス別に見ると、「果物（野菜、漬物、山菜含）」、「そば・グルメ飲食」、「温泉」の順に「空欄（地域内）」（競争相手なし）の割合が高い。なお、競争相手となる地域数を単純集計すると、「そば・グルメ飲食」が28地域、「温泉」が21地域、「果物（野菜、漬物、山菜含）」が19地域となる（「その他」を除く）。

【表6】

村山地域以外に利用する地域（競争相手）

競争相手		空欄 (地域内)	最上地域	置賜地域	庄内地域	宮城県	宮城県 仙台市	宮城県 仙台市秋保	宮城県 仙台市作並	宮城県 塩竈市	宮城県 利府町
目的・目当て											
全体	332	51.8% 72	10.5% 35	18.4% 61	19.0% 63	1.2% 4	1.2% 4	0.6% 2	0.3% 1	0.3% 1	0.3% 1
そば・グルメ飲食	176	51.7% 91	10.8% 19	16.5% 29	18.2% 32	1.1% 2	1.1% 2	1.1% 2	0.6% 1	0.6% 1	0.6% 1
温泉	120	45.0% 54	12.5% 15	20.8% 25	20.0% 24	2.5% 3		0.8% 1			
果物(野菜、漬物、山菜含)	122	54.1% 66	9.0% 11	19.7% 24	20.5% 25		0.8% 1	0.8% 1	0.8% 1		0.8% 1

競争相手		宮城県 女川町	宮城県 南三陸町	宮城県 新大崎市 (鳴子町)	宮城県 新大崎市 (岩出山町)	宮城県 栗原市 (旧花山村)	宮城県 川崎町	宮城県 蔵王町	宮城県 七ヶ宿町
目的・目当て									
全体	332	0.3% 1	0.3% 1	1.2% 4	0.9% 3	0.6% 2	0.3% 1	0.6% 2	0.3% 1
そば・グルメ飲食	176			1.7% 3	1.1% 2	0.6% 1		0.6% 1	0.6% 1
温泉	120	0.8% 1	0.8% 1	3.3% 4			0.8% 1	0.8% 1	
果物(野菜、漬物、山菜含)	122			0.8% 1	2.5% 3	1.6% 2		0.8% 1	0.8% 1

競争相手		福島県	福島県 福島市	福島県 福島市 土湯温泉	福島県 相馬市	福島県 会津若松市	福島県 喜多方市	福島県 北塩原村 (裏磐梯)	福島県 桧枝岐村	秋田県	秋田県 北秋田市 (旧阿仁町)
目的・目当て											
全体	332	2.1% 7		0.3% 1	0.6% 2	0.6% 2	0.6% 2	0.3% 1	0.3% 1	0.3% 1	0.3% 1
そば・グルメ飲食	176	2.3% 4		0.6% 1	0.6% 1	1.1% 2	1.1% 2	0.6% 1	0.6% 1	0.6% 1	0.6% 1
温泉	120	2.5% 3		0.8% 1	1.7% 2		0.8% 1	0.8% 1			
果物(野菜、漬物、山菜含)	122	2.5% 3		0.8% 1		0.8% 1	0.8% 1				

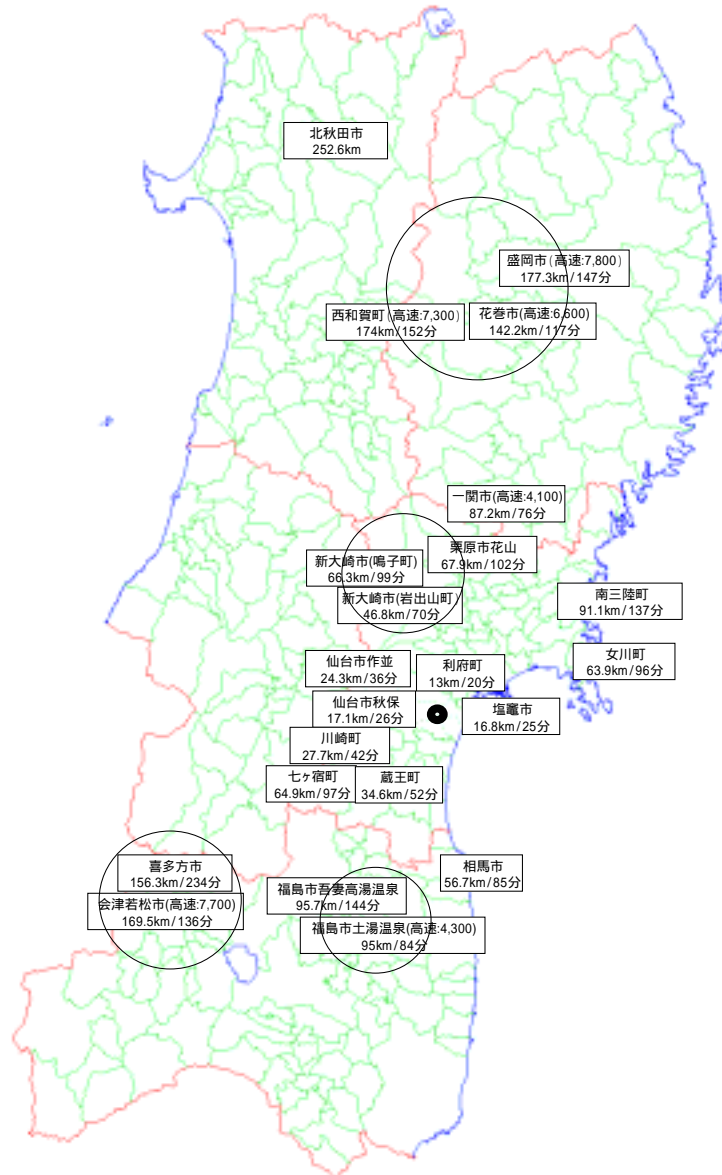
競争相手		岩手県	岩手県 盛岡市	岩手県 一関市	岩手県 花巻市	岩手県 西和賀町 (旧沢内村)	岩手県 三陸地方	青森県	その他
目的・目当て									
全体	332	0.6% 2	0.3% 1	0.6% 2	0.6% 2	0.3% 1	0.3% 1	0.3% 1	1.8% 6
そば・グルメ飲食	176	0.6% 1		1.1% 2	1.1% 2	0.6% 1	0.6% 1		1.7% 3
温泉	120	0.8% 1	0.8% 1	0.8% 1	1.7% 2	0.8% 1	0.8% 1		2.5% 3
果物(野菜、漬物、山菜含)	122	0.8% 1	0.8% 1		0.8% 1		0.8% 1		

《今後の課題》

村山地域のポジショニングを明確にする 今回の予備調査で、この調査項目は自由記述形式で実施したため、商品・サービス毎の競争相手の対応が明確でなく、今後さらに調査・分析を要する。また、競合する相手方として出された県内外の各地域について、その地域状況・実態等を調査・分析する必要がある。

【表7】

国土地理院承認 平14総複 第149号



注意

- ・仙台市青葉区役所から、原則として各市町村の役所所在地までの最短距離及び時間を概算した。
- ・概算にあたり、ホームページ「ハイウェイナビゲーター」等を参考に距離・料金等を計算した。
- ・一般道の走行速度は一律 40km/h として所要時間を概算した。

【表8】

県内各地域別 距離・所要時間(片道)

	距離(km)	時間(分)	経路
山形市	63.7	55	高速
山形市	66.2	99	R286号
上山市	75.2	73	高速
上山市	77.7	117	R286号
天童市	82.3	70	高速
天童市	56.2	84	R48号
山辺町	82	71	高速
山辺町	68	102	R286号
中山町	80.5	67	高速
中山町	66.5	100	R48号
寒河江市	80.5	67	高速
寒河江市	66.2	99	R48号
河北町	85.3	75	高速
河北町	62.1	93	R48号
西川町	92.8	76	高速
西川町	76.5	115	R48号
朝日町	95.9	91	高速
朝日町	82.3	123	R48号
大江町	85.8	75	高速
大江町	72.3	108	R48号
村山市	93.9	84	高速
村山市	58.5	88	R48号
東根市	89.5	77	高速
東根市	52.9	79	R48号
尾花沢市	108.2	105	高速
尾花沢市	72	108	R48号
大石田町	108	105	高速
大石田町	72.1	108	R48号
新庄市	130.4	139	高速
新庄市	93.6	140	R48号
米沢市	112.8	119	高速(東北道)
米沢市	102.4	154	R286号～R13号
高畠町	95.2	118	高速(東北道)
高畠町	92.1	138	R286号～R113号
長井市	101.1	111	高速
長井市	103.6	155	R286号～R348号
鶴岡市	155.8	139	高速
鶴岡市	137.7	207	R48号～R112号
酒田市	175.2	155	高速
酒田市	143.8	216	R48号～R13号～R47号

到着時間順(片道)

	距離(km)	時間(分)	経路	往復料金(円)
利府町	13	20	県8号	
塩竈市	16.8	25	R45号	
仙台市秋保温泉入口	17.1	26	R48号	
仙台市秋保温泉入口	20.3	26	高速	600
川崎町	37.3	35	高速	1,800
仙台市作並駅	24.3	36	R48号	
蔵王町	34.7	36	高速	1,400
川崎町	27.7	42	R48号～R286号	
蔵王町	34.6	52	県31号	
岩出山町	48.9	52	高速	1,800
山形市	63.7	55	高速	3,200
中山町	80.5	67	高速	4,100
寒河江市	80.5	67	高速	4,100
岩出山町	46.8	70	R4号～R47号	
福島市	80.2	70	高速	3,800
天童市	82.3	70	高速	4,100
山辺町	82	71	高速	4,000
上山市	75.2	73	高速	3,200
女川町	64.5	74	高速	2,100
河北町	85.3	75	高速	4,100
大江町	85.8	75	高速	4,100
一関市	87.2	76	高速	4,100
西川町	92.8	76	高速	4,800
東根市	89.5	77	高速	4,300
七ヶ宿町	68	78	高速	2,000
東根市	52.9	79	R48号	
鳴子町	68.8	82	高速	1,800
天童市	56.2	84	R48号	
村山市	93.9	84	高速	4,300
福島市土湯温泉	95	84	高速	4,300
相馬市	56.7	85	R4号～R6号	
栗原市花山	78.9	85	高速	2,600
村山市	58.5	88	R48号	
福島市吾妻高湯温泉(裏磐梯)	98.9	90	高速	4,300
朝日町	95.9	91	高速	4,100
河北町	62.1	93	R48号	
女川町	63.9	96	R45号	
七ヶ宿町	64.9	97	一般道	
山形市	66.2	99	R286号	
寒河江市	66.2	99	R48号	
鳴子町	66.3	99	R4号～R47号	
中山町	66.5	100	R48号	
栗原市花山	67.9	102	R4号～R47号	
山辺町	68	102	R286号	
大石田町	108	105	高速	4,300
尾花沢市	108.2	105	高速	4,300
尾花沢市	72	108	R48号	
大石田町	72.1	108	R48号	
大江町	72.3	108	R48号	
長井市	101.1	111	高速	3,200
西川町	76.5	115	R48号	
上山市	77.7	117	R286号	
花巻市	142.2	117	高速	6,600
高畠町	95.2	118	高速(東北道)	2,000
南三陸町	107.7	119	高速	3,300
米沢市	112.8	119	高速(東北道)	3,800
福島市	79.7	120	R4号	
朝日町	82.3	123	R48号	
一関市	88.9	133	R4号	
会津若松市	169.5	136	高速	7,700
南三陸町	91.1	137	R346号～R398号	
高畠町	92.1	138	R286号～R113号	
新庄市	130.4	139	高速	4,300
鶴岡市	155.8	139	高速	6,800
新庄市	93.6	140	R48号	
福島市吾妻高湯温泉(裏磐梯)	95.7	144	R4号	
福島市土湯温泉	97	146	R4号～R115号	
盛岡市	177.3	146	高速	7,800
喜多方市	177.1	151	高速	7,500
西和賀町沢内	174.2	152	高速	7,300
米沢市	102.4	154	R286号～R13号	
長井市	103.6	155	R286号～R348号	
酒田市	175.2	155	高速	7,700
秋田市	244.6	200	高速	10,200
鶴岡市	137.7	207	R48号～R112号	
酒田市	143.8	216	R48号～R13号～R47号	
花巻市	144	216	R4号	
喜多方市	156.3	234	R286号～R13号	
西和賀町沢内	174.3	261	R4号～R107号	
会津若松市	179.4	269	R4号～R49号	
盛岡市	180.3	270	R4号	
青森市	352.3	275	高速	14,300

(イ) 村山地域を選ぶ理由(基準)

《傾向》

村山地域を選ぶ基準は、全体として、「近い・交通の便」(38.3%)の割合が最も高く、「品質・おいしい・新鮮」(18.7%)、「そば」(12.7%)がそれに続く。村山地域が持つ「資源・強み」と推測される「そば・グルメ飲食」、「温泉」、「果物(野菜、漬物、山菜含)」について見てみると、各項目ともに全体的な傾向と同様、「近い・交通の便」の割合が高く、「品質・おいしい・新鮮」及び各商品・サービスがそれに次いでいる。この傾向は、前述の村山地域の資源・強みの傾向と類似している。また、その他の傾向として「種類が多い・多様性」の割合が比較的高いのが目に付く。【表9】

【表9】

村山地域を選ぶ基準(競争相手との相違点)

選ぶ基準		近い交通の便	そば	果物野菜漬物	温泉	品質おいしい新鮮	安い	評判がいい
目的・目当て								
全体	332	38.3% 127	12.7% 42	9.9% 33	8.7% 29	18.7% 62	4.2% 14	1.5% 5
そば・グルメ飲食	176	40.3% 71	21.0% 37	7.4% 13	7.4% 13	24.4% 43	5.7% 10	1.7% 3
温泉	120	46.7% 56	15.8% 19	10.0% 12	20.8% 25	15.8% 19	4.2% 5	1.7% 2
果物(野菜、漬物、山菜含)	122	37.7% 46	9.0% 11	16.4% 20	5.7% 7	26.2% 32	4.1% 5	1.6% 2

選ぶ基準		種類が多い多様性	親しみ親切馴染み	自然豊か	観光地	ドライブ	その他
目的・目当て							
全体	332	9.6% 32	7.5% 25	4.2% 14	1.5% 5	2.4% 8	5.4% 18
そば・グルメ飲食	176	11.4% 20	6.3% 11	4.5% 8	1.7% 3	0.6% 1	3.4% 6
温泉	120	11.7% 14	9.2% 11	3.3% 4	1.7% 2	1.7% 2	2.5% 3
果物(野菜、漬物、山菜含)	122	13.1% 16	6.6% 8	4.1% 5	0.0% 0	3.3% 4	3.3% 4

【表10】

単独目的の場合の選ぶ基準

選ぶ基準		近い交通の便	品質おいしい	種類が多い多様性
目的・目当て				
全体	332	38.3% 127	18.7% 62	9.6% 32
そば・グルメ飲食	78	30.8% 24	24.4% 19	6.4% 5
温泉	37	43.2% 16	5.4% 2	10.8% 4
果物(野菜、漬物、山菜含)	53	30.2% 16	18.9% 10	9.4% 5

村山地域のイメージと訪問目的の相関関係【表3】を見ると、村山地域が「近い・近隣」とイメージしている方の訪問目的で「温泉」の割合が低い傾向にある一方、【表9】及び【表10】を見ると、「温泉」に関し村山地域を選ぶ基準で「近い・交通の便」をあげる割合が高いという結果が出ている。

《課題》

村山地域の競争力・比較軸を確認する 今回の予備調査は自由記述形式で実施したため、商品・サービス毎の選ばれる基準及び当該基準を考える上で想定されている競争相手等が明確でなく、今後、さらに調査・分析を要する。

4 まとめ ～今後の展開～

本年度の予備調査は探索的リサーチによって実施し、予備調査の目的であった 村山地域の資源・強み、その商品・サービスを売り込んでいく上で競合する地域及び消費者の選択基準については、その概況を把握することができた。この調査結果を踏まえ、今後実施する本調査（ポジショニング等を探る実態記述的リサーチや因果の立証等を行う因果的リサーチ等）の企画・設計を行うこととしたい。

また、今回の予備調査は「2 予備調査の概要」にもあるとおり、「やまがたファン」を対象に実施している。「やまがたファン」は、仙台市民の中でも村山地域及び山形県について予備的知識を持ち、かつ、興味関心が高い方と考えられ、一般的な仙台市民の傾向とは一致しないことも想定される。さらに、回答年齢に偏りがあることと、総回答数が少ないことによる各回答項目の値の少なさも分析する上での問題であった。

今後実施する本調査では、インターネットの活用等を検討し、特に20代から40代の回答数増に重点を置きながら、総回答数を増やすことで、広く仙台市民の傾向を把握することとしたい。また、本調査を実施するためには、調査目的のさらなる明確化も必要となる。例えば誘客のターゲットをどこに置くか、若い層か高齢層か、リピーターか新規開拓か、競争力のある商品・サービスを伸ばしていくか、一歩劣っている商品・サービスに力を入れるか等について、今後さらに議論を重ねながら、本調査の企画・設計を行っていく必要がある。

なお、今回の予備調査において、村山地域及び山形県について予備的知識及び興味関心を持つ50代以降の年齢層の傾向が把握できた。この分析結果は、誘客力の高い情報発信や地域資源の組合せによる新たな商品企画など、今後実施する諸施策に有効に活用できるものとする。

最後に、この中間報告は、村山管内の各市町及びインターネットにより民間に公表する。また、今後、本調査を実施するにあたり、意欲のある市町及び民間事業者等に対し本研究会への参加を働きかけることとする。

(参考)

山形・仙台圏交流研究会活動経過

第1回研究会(平成17年9月22日(木)) 村山総合支庁201会議室

マーケティング・リサーチについて

- ・マーケティング・リサーチ(1)について 山形大学人文学部講師山口昌樹
- ・アンケート調査(予備調査)案について 村山総合支庁企画振興課主査東海林靖志
- 産業連関分析について 山形大学人文学部助教授鈴木明宏

第2回研究会(平成17年11月2日(水)) 山形大学人文学部第2会議室

マーケティング・リサーチについて

- ・マーケティング・リサーチ(2)について 山形大学人文学部講師山口昌樹
- ・山形と仙台の交流に係るアンケート(予備調査)の集計状況について
村山総合支庁企画振興課主査東海林靖志
- 産業連関表を活用した地域経済分析について 県総合政策室統計企画課解析主査賣間秀男

第3回研究会(平成17年12月7日(水)) 山形大学人文学部第2会議室

マーケティング・リサーチについて

- ・アンケート調査の進め方について 山形大学人文学部講師西平直史
- ・山形と仙台の交流に係るアンケート調査(予備調査)の分析及び検討について
村山総合支庁企画振興課主査東海林靖志

第4回研究会(平成18年1月18日(水)) 山形大学人文学部第2会議室

マーケティング・リサーチについて

- ・仮説の検証例について 山形大学人文学部講師山口昌樹
- ・山形と仙台の交流に係るアンケート調査(予備調査)の結果について(中間報告案)
村山総合支庁企画振興課主査東海林靖志

《山形・仙台圏交流研究会の構成》

(1) 山形大学人文学部

教授 立松潔(座長)

教授 北川忠明

助教授 鈴木明宏

助教授 西平直史

講師 山口昌樹

(2) 行政

山形県村山総合支庁(企画振興課、産業企画課、商工労働観光課)

山形県総務部総合政策室(政策企画課、統計企画課)

資料編 -

《男女別・年齢別の回答傾向》

年代	性別	回答人数	興味関心										
			温泉	グルメ	名所旧跡	祭事	自然景観	スポレク	果物狩り	美術館	買物	ドライブ	その他
全体		374	81.8% 306	59.4% 222	42.5% 159	9.4% 35	38.8% 145	7.5% 28	12.0% 45	13.6% 51	8.8% 33	23.5% 88	3.5% 13
男性計		210	81.4% 171	58.6% 123	45.7% 96	10.0% 21	36.7% 77	9.0% 19	11.4% 24	9.0% 19	7.6% 16	22.4% 47	4.8% 10
女性計		164	82.3% 135	60.4% 99	38.4% 63	8.5% 14	41.5% 68	5.5% 9	12.8% 21	19.5% 32	10.4% 17	25.0% 41	1.8% 3
20～30代	男性	19	68.4% 13	73.7% 14	10.5% 2	5.3% 1	10.5% 2	21.1% 4	15.8% 3	5.3% 1	10.5% 2	57.9% 11	10.5% 2
	女性	25	84.0% 21	88.0% 22	12.0% 3	4.0% 1	28.0% 7	16.0% 4	24.0% 6	4.0% 1	4.0% 1	20.0% 5	
40代	男性	27	77.8% 21	66.7% 18	40.7% 11	3.7% 1	40.7% 11	22.2% 6	11.1% 3			25.9% 7	3.7% 1
	女性	23	91.3% 21	69.6% 16	26.1% 6	17.4% 4	21.7% 5	8.7% 2	8.7% 2	17.4% 4	4.3% 1	26.1% 6	
50代	男性	51	88.2% 45	72.5% 37	47.1% 24	15.7% 8	35.3% 18	7.8% 4	5.9% 3	9.8% 5	5.9% 3	19.6% 10	
	女性	54	81.5% 44	61.1% 33	40.7% 22	7.4% 4	50.0% 27	5.6% 3	7.4% 4	20.4% 11	13.0% 7	22.2% 12	1.9% 1
60代	男性	67	80.6% 54	47.8% 32	47.8% 32	11.9% 8	43.3% 29	6.0% 4	14.9% 10	11.9% 8	3.0% 2	23.9% 16	6.0% 4
	女性	48	79.2% 38	43.8% 21	52.1% 25	8.3% 4	50.0% 24		12.5% 6	20.8% 10	10.4% 5	29.2% 14	2.1% 1
70代	男性	46	82.6% 38	47.8% 22	58.7% 27	6.5% 3	37.0% 17	2.2% 1	10.9% 5	10.9% 5	19.6% 9	6.5% 3	6.5% 3
	女性	14	78.6% 11	50.0% 7	50.0% 7	7.1% 1	35.7% 5		21.4% 3	42.9% 6	21.4% 3	28.6% 4	7.1% 1

年代	性別	回答人数	訪問状況		訪問回数						
			訪れた	訪れていない	1	2	3	4	5	6～9	10～
全体		371	78.9% 295	20.3% 76	15.6% 46	25.1% 74	13.1% 49	8.5% 25	13.2% 39	8.5% 25	12.2% 36
男性計		209	83.8% 176	15.7% 33	13.6% 24	24.4% 43	14.3% 30	9.1% 16	11.9% 21	10.2% 18	13.1% 23
女性計		162	72.6% 119	26.2% 43	18.5% 22	26.1% 31	11.6% 19	7.6% 9	15.1% 18	5.9% 7	10.9% 13
20～30代	男性	19	73.7% 14	26.3% 5	7.1% 1	21.4% 3	10.5% 2		35.7% 5		21.4% 3
	女性	24	58.3% 14	41.7% 10	14.3% 2	28.6% 4	12.0% 3	7.1% 1	21.4% 3	7.1% 1	
40代	男性	27	77.8% 21	22.2% 6	19.0% 4	23.8% 5	22.2% 6		9.5% 2	4.8% 1	14.3% 3
	女性	23	78.3% 18	21.7% 5	27.8% 5	33.3% 6	8.7% 2		11.1% 2	11.1% 2	5.6% 1
50代	男性	51	84.3% 43	15.7% 8	9.3% 4	23.3% 10	3.9% 2	14.0% 6	7.0% 3	18.6% 8	20.9% 9
	女性	53	66.0% 35	34.0% 18	25.7% 9	22.9% 8	11.1% 6	11.4% 4	14.3% 5		8.6% 3
60代	男性	67	88.1% 59	11.9% 8	15.3% 9	20.3% 12	19.4% 13	10.2% 6	13.6% 8	11.9% 7	6.8% 4
	女性	48	89.6% 43	10.4% 5	9.3% 4	25.6% 11	14.6% 7	7.0% 3	14.0% 6	9.3% 4	18.6% 8
70代	男性	45	86.7% 39	13.3% 6	15.4% 6	33.3% 13	15.2% 7	10.3% 4	7.7% 3	5.1% 2	10.3% 4
	女性	14	64.3% 9	35.7% 5	22.2% 2	22.2% 2	7.1% 1	11.1% 1	22.2% 2		11.1% 1

年代	性別	回答人数	村山地域に対するイメージ								
			自然豊か、美しい景観、静か、素朴・のんびり・やすらぐ	そば・食べ物	温泉	果物(野菜、山菜、漬物含)	近い・近隣(道路等が良い)	文化・観光・祭り・イベント	人・親切	スキー・スポーツ	その他
全体		374	30.2% 113	28.1% 105	14.7% 55	19.3% 72	16.3% 61	10.7% 40	8.3% 31	2.4% 9	11.5% 43
男性計		210	29.0% 61	31.4% 66	14.3% 30	19.0% 40	17.6% 37	11.9% 25	10.0% 21	3.3% 7	11.4% 24
女性計		164	31.7% 52	23.8% 39	15.2% 25	19.5% 32	14.6% 24	9.1% 15	6.1% 10	1.2% 2	11.6% 19
20~30代	男性	19	21.1% 4	26.3% 5	5.3% 1	15.8% 3	15.8% 3	10.5% 2		10.5% 2	10.5% 2
	女性	25	44.0% 11	20.0% 5	4.0% 1	32.0% 8	20.0% 5	16.0% 4	4.0% 1	4.0% 1	8.0% 2
40代	男性	27	33.3% 9	48.1% 13	7.4% 2	11.1% 3	25.9% 7	3.7% 1		7.4% 2	14.8% 4
	女性	23	21.7% 5	13.0% 3	13.0% 3	4.3% 1	13.0% 3				26.1% 6
50代	男性	51	27.5% 14	41.2% 21	9.8% 5	25.5% 13	17.6% 9	13.7% 7	7.8% 4	2.0% 1	7.8% 4
	女性	54	25.9% 14	31.5% 17	20.4% 11	25.9% 14	20.4% 11	7.4% 4	1.9% 1	1.9% 1	11.1% 6
60代	男性	67	34.3% 23	26.9% 18	19.4% 13	17.9% 12	19.4% 13	10.4% 7	11.9% 8	1.5% 1	13.4% 9
	女性	48	35.4% 17	22.9% 11	18.8% 9	18.8% 9	10.4% 5	12.5% 6	12.5% 6		8.3% 4
70代	男性	46	23.9% 11	19.6% 9	19.6% 9	19.6% 9	10.9% 5	17.4% 8	19.6% 9	2.2% 1	10.9% 5
	女性	14	35.7% 5	21.4% 3	7.1% 1			7.1% 1	14.3% 2		7.1% 1

年代	性別	回答人数	村山地域への訪問目的								
			そば・グルメ・飲食	温泉	果物(野菜、漬物、山菜含)	特産品購入(酒・ワイン等含)	自然景観(田園景観・トレッキング含)	教育文化施設・名所旧跡・観光(祭・イベント含)	スキー・スポーツ	ドライブ	その他
全体		331	47.1% 176	31.8% 119	32.6% 122	8.3% 31	9.4% 35	14.2% 53	4.0% 15	3.2% 12	5.6% 21
男性計		189	48.1% 101	32.4% 68	33.3% 70	8.1% 17	12.4% 26	16.7% 35	6.2% 13	3.8% 8	5.2% 11
女性計		142	45.7% 75	31.1% 51	31.7% 52	8.5% 14	5.5% 9	11.0% 18	1.2% 2	2.4% 4	6.1% 10
20~30代	男性	15	42.1% 8	21.1% 4	21.1% 4	10.5% 2	5.3% 1	15.8% 3	15.8% 3	5.3% 1	5.3% 1
	女性	21	47.6% 10	33.3% 7	42.9% 9	19.0% 4	4.8% 1	4.8% 1		14.3% 3	14.3% 3
40代	男性	25	56.0% 14	28.0% 7	24.0% 6	8.0% 2	16.0% 4	16.0% 4	8.0% 2		12.0% 3
	女性	21	38.1% 8	23.8% 5	28.6% 6	14.3% 3		4.8% 1	9.5% 2	4.8% 1	9.5% 2
50代	男性	47	68.1% 32	46.8% 22	38.3% 18	6.4% 3	6.4% 3	14.9% 7	6.4% 3	8.5% 4	8.5% 4
	女性	45	64.4% 29	33.3% 15	33.3% 15	11.1% 5	6.7% 3	17.8% 8			2.2% 1
60代	男性	63	42.9% 27	39.7% 25	41.3% 26	7.9% 5	15.9% 10	23.8% 15	7.9% 5	1.6% 1	1.6% 1
	女性	45	48.9% 22	42.2% 19	40.0% 18	2.2% 1	6.7% 3	13.3% 6			8.9% 4
70代	男性	39	51.3% 20	25.6% 10	41.0% 16	12.8% 5	20.5% 8	15.4% 6		5.1% 2	5.1% 2
	女性	10	60.0% 6	50.0% 5	40.0% 4	10.0% 1	20.0% 2	20.0% 2			

(クロス集計)

興味関心×目的・目当て

目的・目当て		そば・ グルメ飲食	温泉	果物 (野菜、漬物、山菜 含)	特産品購入 (酒・ワイン等含)	自然景観(田園景 観・トレッキング 含)	教育文化施設 ・名所旧跡・観光 (祭・イベント含)	スキー ・スポーツ	ドライブ	その他
興味関心	回答数	176	120	122	31	35	53	15	12	21
全体	375	46.9%	32.0%	32.5%	8.3%	9.3%	14.1%	4.0%	3.2%	5.6%
温泉	307	46.6%	37.8%	33.9%	8.5%	8.8%	12.7%	4.2%	2.6%	5.5%
グルメ (飲み物・食べ物)	222	55.4%	31.1%	30.6%	10.4%	6.3%	10.8%	1.8%	3.2%	5.4%
名所・旧跡めぐり	159	45.3%	31.4%	27.0%	6.9%	12.6%	20.1%	1.9%	2.5%	5.7%
祭事	35	45.7%	25.7%	34.3%	5.7%	17.1%	28.6%	8.6%	2.9%	11.4%
自然景観鑑賞	145	47.6%	32.4%	34.5%	7.6%	15.2%	17.2%	2.1%	4.8%	5.5%
スポーツ・ レクリエーション	28	39.3%	28.6%	39.3%	10.7%	14.3%	3.6%	39.3%	7.1%	10.7%
果物狩り・農業体験	46	34.8%	21.7%	50.0%	6.5%	6.5%	13.0%	4.3%		
美術館や博物館巡り	52	44.2%	30.8%	30.8%	7.7%	11.5%	17.3%		1.9%	9.6%
買い物	33	48.5%	30.3%	51.5%	21.2%	12.1%	9.1%	3.0%	3.0%	
ドライブ	88	46.6%	33.0%	29.5%	11.4%	8.0%	10.2%	3.4%	5.7%	5.7%
その他	13	38.5%	30.8%	23.1%	23.1%	38.5%	30.8%		7.7%	7.7%

目的・目当て×目的・目当て

目的・目当て		そば・ グルメ飲食	温泉	果物 (野菜、漬物、山菜 含)	特産品購入 (酒・ワイン等含)	自然景観(田園景 観・トレッキング 含)	教育文化施設 ・名所旧跡・観光 (祭・イベント含)	スキー・スポーツ	ドライブ	その他
全体	290	60.7%	41.4%	42.1%	10.7%	12.1%	18.3%	5.2%	4.1%	7.2%
そば・ グルメ飲食	176	-	36.4%	28.4%	6.3%	10.2%	14.2%	4.0%	4.5%	4.5%
温泉	120	53.3%	-	29.2%	3.3%	13.3%	12.5%	2.5%	2.5%	7.5%
果物 (野菜、漬物、山菜 含)	122	41.0%	28.7%	-	4.9%	9.0%	14.8%	3.3%	2.5%	2.5%
特産品購入 (酒・ワイン等含)	31	35.5%	12.9%	19.4%	-	9.7%	6.5%		3.2%	3.2%
自然景観(田園景 観・トレッキング 含)	35	51.4%	45.7%	31.4%	8.6%	-	11.4%	5.7%	2.9%	5.7%
教育文化施設 ・名所旧跡・観光 (祭・イベント含)	53	47.2%	28.3%	34.0%	3.8%	7.5%	-	3.8%	1.9%	
スキー・スポーツ	15	46.7%	20.0%	26.7%		13.3%	13.3%	-	13.3%	
ドライブ	12	66.7%	25.0%	25.0%	8.3%	8.3%	8.3%	16.7%	-	
その他	21	38.1%	42.9%	14.3%	4.8%	9.5%				-

訪問回数×目的・目当て

目的・目当て	そば・グルメ飲食	温泉	果物 (野菜、漬物、山菜 含)	特産品購入 (酒・ワイン等含)	自然景観(田園景 観・トレッキング 含)	教育文化施設・名 所旧跡・観光 (祭・イベント含)	スキー・ス ポーツ	ドライブ	その他	
訪問回数										
全体	290	60.7%	41.4%	42.1%	10.7%	12.1%	18.3%	5.2%	4.1%	7.2%
1	41	34.1%	24.4%	26.8%	7.3%	4.9%	22.0%	2.4%		2.4%
2	74	55.4%	33.8%	41.9%	2.7%	1.4%	20.3%	5.4%	2.7%	4.1%
3	49	53.1%	42.9%	32.7%	6.1%	14.3%	18.4%	4.1%	8.2%	8.2%
4	25	48.0%	32.0%	48.0%	12.0%	16.0%	16.0%	4.0%	4.0%	8.0%
5	39	56.4%	33.3%	30.8%	15.4%	23.1%	17.9%	5.1%	2.6%	15.4%
6-9	26	53.8%	46.2%	34.6%	11.5%	15.4%	3.8%		3.8%	7.7%
10~	36	55.6%	50.0%	52.8%	8.3%	13.9%	13.9%	8.3%	5.6%	

山形と仙台の交流についてのアンケート

お名前

ご住所又は封筒ラベルに記載の番号

※無記名でも結構ですが、賞品当選の場合、発送できませんのでご了承ください。

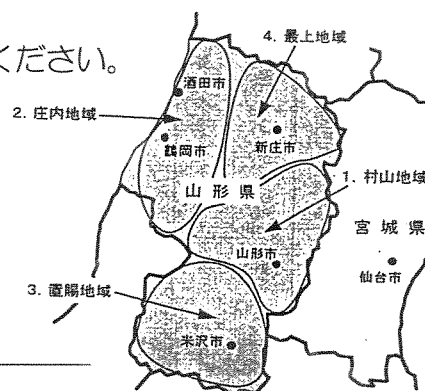
- 1 あなたの性別を教えてください。（男性・女性）
- 2 あなたの年齢を教えてください。
（10代 20代 30代 40代 50代 60代 70代以上）
- 3 あなたはどのような観光やレジャーにご興味やご関心がありますか？下の項目に3つ以内で○をつけてください。
①温泉 ②グルメ（食べ物・飲み物） ③名所・旧跡巡り ④祭り ⑤自然景観鑑賞
⑥スポーツ・レクリエーション ⑦果物狩り・農業体験 ⑧美術館や博物館巡り
⑨買い物 ⑩ドライブ ⑪その他（ ）

4 山形県村山地域（※1）について、あなたのご感想などを教えてください。

問1 あなたは過去1年のあいだに村山地域を訪れましたか？どちらかに○をつけてください。

・訪れた（約 回位） ・訪れていない

問2 村山地域に対してどのような印象をお持ちですか？



問3 観光・レジャーや買い物で村山地域を訪問される場合、具体的に何をお自当てにおいでになりますか？なお、村山地域を訪問しない場合には、空欄で結構です。

問4 問3でお答えいただいたお自当てのものについて、村山地域以外によく利用される地域や市町村などがあれば教えてください。村山地域のほかに利用する地域がない場合は、空欄で結構です。

問5 問3でお答えいただいたお自当てのものについて、ほかの地域などと比較して村山地域を選ぶ場合の理由（基準）は何ですか？

※1 村山地域とは、山形市の周辺地域で、山形市のほか上山市、天童市、寒河江市、村山市、東根市、尾花沢市、山辺町、中山町、河北町、西川町、朝日町、大江町、大石田町の14市町で構成されます。