

Delicious! Yokawa スタンプラリー!!

調査分析報告書

2022年3月14日

1. スタンプラリー実施期間

令和4年2月1日（火）～同年2月28日（月）

2. アンケート回収件数

141 件

3. アンケートから分かること

今回で本スタンプラリーのアンケート集計も3回目となった。新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置が兵庫県下に発令されていることや、開催時期が行楽に適した秋から冬に変更になった影響であろうか、アンケート回収件数が前回の3分の1強と大きく減少することとなった。

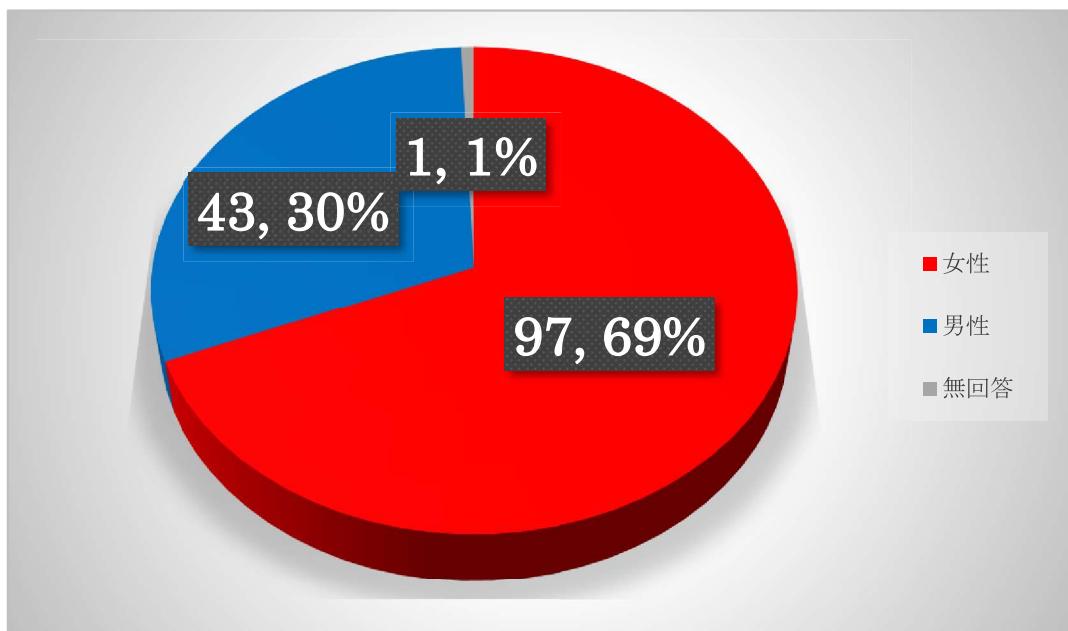
今回の報告書では、吉川町を訪れて『Delicious! Yokawa』を楽しむ消費者の分析を前2回のデータも参考にしながら検討する。

3-1 応募者の属性について

Q1:あなたの性別をお知らせください。

男性 女性 無回答

アンケートに回答いただいた人の属性を見ると、男女の構成比は男性43人、女性97人と女性が男性の約2倍となっており、昨年（男性32%、女性63%）とほぼ同様の割合である。



Q2：あなたの年齢（年代）をお知らせください。

- ～19歳 20歳～29歳 30歳～39歳 40歳～49歳
50歳～59歳 60歳～69歳 70歳～

年代別に見ると、全体では「60歳～69歳」の割合が最も高く、「50歳～59歳」の20.6%が続く。40歳以上の中高年層が全体の78.0%と約4分の3を占めている。一方、「～19歳」が全体の10%弱を占め、「20歳～29歳」、「30歳～39歳」と合わせると2割強となり、子供連れ等を中心に一定の若年層も利用していることがわかる。

男性は、「60歳～69歳」が全体の4分の1弱で最も多く、「70歳～」が全体の構成比よりも多くなっている。「～19歳」が18.6%と合計の構成比（9.2%）の2倍となっていることが特徴的である。

女性は、「50歳～59歳」が23.7%と最も多く、「60歳～69歳」が続く。これは昨年と同様である。40歳代以上の中高年層は77.3%とやはり男性同様に全体の約4分の3を占めている。

以上のとおり、男性、女性で年代別の構成比は異なるものの、応募者は「40歳以上の中高年層が全体の4分の3程度と、40歳未満の若年層を大きく上回っている」。また、中高年層が全体に占める比率は前年よりも高くなっている。

年 齢	合 計	男 性	女 性
～19歳	13(9.2%)	8(18.6%)	5(5.2%)
20歳～29歳	6(4.3%)	1(2.3%)	5(5.2%)
30歳～39歳	12(8.5%)	3(7.0%)	9(9.3%)
40歳～49歳	23(16.3%)	6(14.0%)	16(16.5%)
50歳～59歳	29(20.6%)	6(14.0%)	23(23.7%)
60歳～69歳	32(22.7%)	10(23.3%)	22(22.7%)
70歳～	23(16.3%)	9(20.9%)	14(14.4%)
不 明	3(2.1%)	0(0.0%)	3(3.1%)

※「合計」と「男性」、「女性」の合計が一致しないのは男女不明的回答があるため。

3-2 商圏について

Q3: どちらにお住まいですか。

【県内】 三木市（吉川町） 三木市（吉川町以外） 三田市 加東市
 神戸市北区 神戸市（北区以外） その他（ ）

【県外】 大阪府（ ） 京都府（ ）
 岡山県（ ） その他（ ）

回答者がどこから来ているか都道府県単位、市町村単位で分析することで、商圏を把握する。①で後述するとおり、兵庫県内からの回答者の構成比が他の都道府県に比べて圧倒的に高いため、前回同様、市町村単位の回答者の状況は兵庫県内を対象とする。

①都道府県別

兵庫県が124件と全体の約9割、大阪府が約1割を占めており、今回はこの2府県のみであった。

冒頭にも述べた新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響であろうか、前回、前々回には見られた、京都府等の近隣他府県からの回答者がみられなかった。感染症拡大の影響が長引くなか、遠隔地からの消費者に吉川町の魅力を伝えることができず、残念な結果となった。

(回答数：人、構成比：%、累計：%)

	今回			前回			前々回		
	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	累計
兵庫県	124	89.9	89.9	414	89.2	89.2	361	84.1	84.1
大阪府	14	10.1	100.0	39	8.4	97.6	46	10.7	94.9
京都府	-	-	-	6	1.3	98.9	9	2.1	97.0
滋賀県	-	-	-	-	-	-	5	1.2	98.1
奈良県	-	-	-	-	-	-	3	0.7	98.8
和歌山県	-	-	-	-	-	-	3	0.7	99.5
東京都	-	-	-	-	-	-	1	0.2	99.8
埼玉県	-	-	-	-	-	-	1	0.2	100.0
県外その他	-	-	-	5	1.1	100.0	-	-	-
合計	138	100.0	-	464	100.0	-	429	100.0	-

※前回より兵庫県、大阪府、京都府以外の都道府県は、まとめて「県外その他」で集計。

②市域別（兵庫県のみ）

兵庫県内の市町村別では前2回同様に神戸市が最多である一方、2位には三田市が三木市を抑えて入った。1位、2位で全体のおよそ6割という構造は前年と同様である。

三木市については、地元吉川町からの回答者は前回から1名減少しただけと健闘したもの、吉川町以外の三木市からの回答者が前年比4%と大きく減少した。

兵庫県内のその他市町村についても、尼崎市からは安定して回答があるものの、姫路市や明石市、加古川市といった、例年2ケタ以上の回答者がいる市域からの回答が大きく減少した。

また、回答者の居住する市町村数も11市町村と前回、前々回と比べて半分程度に減っている。①で述べた県外からの回答者のみならず、県内居住者が回答する地域も減少していることから、移動の自粛等により商圏が縮小していることが推測される。

(回答数：人、構成比：%、累計：%)

	今回			前回		前々回	
	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	回答数	構成比
神戸市	44	35.5	35.5	134	34.0	103	28.5
三田市	28	22.6	58.1	18	4.6	31	8.6
三木市(吉川町)	22	17.7	75.8	23	5.8	※三木市に含む	
西宮市	7	5.6	81.5	20	5.1	20	5.5
加東市	6	4.8	86.3	15	3.8	13	3.6
尼崎市	6	4.8	91.1	5	1.3	4	1.1
三木市(吉川町除く)	3	2.4	93.5	74	18.8	81	22.4
姫路市	2	1.6	95.2	23	5.8	17	4.7
明石市	2	1.6	96.8	18	4.6	11	3.0
宝塚市	2	1.6	98.4	12	3.0	5	1.4
加古川市	1	0.8	99.2	13	3.3	13	3.6
小野市	1	0.8	100.0	11	2.8	4	1.1
丹波市	-	-	-	5	1.3	1	0.3
稻美町	-	-	-	4	1.0	2	0.6
伊丹市	-	-	-	3	0.8	7	1.9
高砂市	-	-	-	3	0.8	2	0.6
加古郡(町域不明)	-	-	-	3	0.8	-	-
加西市	-	-	-	2	0.5	3	0.8
芦屋市	-	-	-	2	0.5	2	0.6
豊岡市	-	-	-	2	0.5	-	-

たつの市	-	-	-	1	0.3	5	1.4
播磨町	-	-	-	1	0.3	3	0.8
丹波篠山市	-	-	-	1	0.3	-	-
福崎町	-	-		1	0.3	-	-
西脇市	-	-	-	-	-	21	5.8
川西市	-	-		-	-	7	1.9
多可町	-	-	-	-	-	6	1.7
合計	124	-	100.0	394	-	361	-

また、神戸市の区ごとの回答者の構成比をみると、隣接する北区が44件と神戸市全体の4分の1を占めている。前回までは北区が4割前後を占めていたが、今回は大きく占有率を下げた。

(回答数：人、構成比：%)

	前回		前々回		前々回	
	構成比	回答数	構成比	構成比	回答数	構成比
神戸市	44	100.0	134	100.0	103	100.0
北区	11	25.0	51	38.1	44	42.7
北区以外	33	75.0	83	61.9	59	57.3

3-3 目的について

Q4：三木市吉川町に来られた目的は何ですか。（複数回答可）

- 山田錦の館 よかたん温泉 デリシャスよかわ ゴルフ ドライブ
神戸プレミアムアウトレット ネスタリゾート神戸 その他（ ）

この質問への回答については、前2回の順位から大きな変動がみられた。前2回とも1位であった「ドライブ」が4位に後退し、1位には「山田錦の館」が入った。しかも、「山田錦の館」と答えた方は26.1%と今回を含めた3回のアンケートで最も高い率となっている。前回2位の「デリシャスよかわ」も3位に順位を下げ、2位には「よかたん温泉」となった。「よかたん温泉」と答え方の割合も17.9%と高いものになっている。

「ドライブ」という回答が大きく減少した結果からも、新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響が推測される。

3位に落ちたものの、「デリシャスよかわ」と回答した方が11.9%と前回、前々回（と

もに 12.8%）と同程度の割合でいることから、1 位の「山田錦の館」と 2 位の「よかたん温泉」という近接した施設の安定した集客力にあらためて注目させられる結果となっている。

今後、いわゆるアフターコロナ、ウィズコロナのなかで「デリシャスよかわ」への集客を促進し、再活性化を図るために、両施設とのタイアップは重要施策の一つとなるであろう。

また、「その他」では、前 2 回において大部分を占めていた牧場施設に関する回答が減少しており、開催時期変更の影響もあることが推測される。特定の飲食店を示す回答もあり、根強いファンの存在がうかがえる一方、体育館と答えた方が従来になく多かったことは特徴的である。

(回答数：人、構成比：%、累計：%)

	今回			前回		前々回	
	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	回答数	構成比
山田錦の館	35	26.1	26.1	39	7.6	58	11.0
よかたん温泉	24	17.9	44.0	33	6.4	40	7.6
デリシャスよかわ	16	11.9	56.0	66	12.8	67	12.8
ドライブ	9	6.7	62.7	75	14.6	86	16.4
ゴルフ	5	3.7	66.4	5	1.0	20	3.8
神戸プレミアムアウトレット	2	1.5	67.9	32	6.2	25	4.8
ネスタリゾート神戸	1	0.7	68.7	4	0.8	2	0.4
その他	42	31.3	100.0%	261	50.7	212	40.5
合計	134	100.0	—	515	100.0		

その他	体育館 8、西山牧場 (BOSS&MOM など他の表現のものも含む) 4、ランチ 2、みなぎ乃 2、和輪笑 2、アリス 1、いちご狩り 1、通勤経路 1、実家 1、その他 21
-----	--

3-4 訪問頻度について

Q5：三木市吉川町をどれくらいの頻度で訪れますか。

- 毎日 週 2~3回 週 1回 月 2~3回 月 1回
1年に数回 1年に 1回 1年に 1回未満

前2回同様、「1年に数回」という回答が最も多い。

「月 2~3回」、「月 1回」と続き、三木市吉川町を月 1回以上訪れるという人が約4割いる。季節に応じたイベントを定期的に開催するなど、全体の3割~4割を占める「1年に1回」しか訪れない消費者の来町頻度を高めるような取組をおこなうことが求められるのではないだろうか。

「週 1回」、「週 2回」あるいは「毎日」と頻繁に三木市吉川町を人を合計した割合が23.5%と前回の12.3%、前々回の10.3%から倍増した。一見するとヘビーユーザーが増加しているように受け取ることもできるが、『3-2 商圏について』で述べたように、新型コロナウィルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響で遠隔地間の移動が減った結果、近隣地域の十住の来訪が相対的に増えたことも考えられるため、注意が必要である。

あると言えよう。

(回答数：人、構成比：%、累計：%)

	今回			前回		前々回	
	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	回答数	構成比
1年に1回未満	12	9.1	9.1%	97	21.0	30	7.5
1年に1回	3	2.3	11.4%	22	4.8	24	6.0
1年に数回	33	25.0	36.4%	176	38.1	134	33.7
月1回	24	18.2	54.5%	59	12.8	56	14.1
月2~3回	29	22.0	76.5%	51	11.0	59	14.8
週1回	12	9.1	85.6%	19	4.1	10	2.5
週2~3回	8	6.1	91.7%	17	3.7	5	1.3
毎日	11	8.3	100.0%	21	4.5	26	6.5
合計	132	100.0	-	462	100.0	398	-

※前々回アンケートにおいては、「はじめて」という選択肢があり、54名(13.6%)の方がこれを回答している。

3－5 飲食店の利用について

Q6：三木市吉川町の飲食店をどれくらいの頻度で利用されますか。

- 毎日 週 2～3 回 週 1 回 月 2～3 回 月 1 回
年 2～3 回 年 1 回 年 1 回未満

前 2 回の回答で最も多かった「年 2～3 回」という回答に代わり、「月 1 回」という回答が最多となっている。（前回比、前々回比およそ 2 倍の構成比。）

「月 2～3 回」という回答の構成比も前回、前々回のそれと比べると約 2 倍になっている。

『3-4 訪問頻度について』でも述べた新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響をここでも考慮する必要があるが、データ上はヘビーユーザー化が進んでいるものと考えられる。

(回答数：人、構成比：%、累計：%)

	今回			前回		前々回	
	回答数	構成比	累計	回答数	構成比	回答数	構成比
年 1 回未満	20	14.7	14.7%	114	24.9	39	9.7
年 1 回	30	22.1	36.8%	52	11.4	34	8.4
年 2～3 回	8	5.9	42.6%	160	35.0	121	30.0
月 1 回	41	30.2	72.8%	67	14.7	63	15.6
月 2～3 回	28	20.6	93.4%	38	8.3	31	7.7
週 1 回	5	3.7	97.1%	14	3.1	12	3.0
週 2～3 回	4	2.9	100.0%	8	1.8	7	1.7
毎日	0		100.0%	4	0.9	2	0.5
合計	136	100.0	-	457	100.0	404	-

※前々回アンケートにおいては、「はじめて」という選択肢があり、95 名 (23.5%) の方がこれを回答している。

3－6 飲食店の利用金額について

Q7： Q6の質問で1回おひとりあたりの飲食代はいくらですか。

- ～1,000円 1,001円～2,000円
2,001円～3,500円 3,501円～5,000円
5,000円以上

前回に引き続いで「1,001円～2,000円」のボリュームゾーンにシフトしていると推測される。

前回の調査では「～1,000円」の層からの移行が推測されたが、今回の調査では、従来15%～20%程度いた、「2,001円～3,500円」以上の中高価格帯からの移行が推測された。

「1,001円～2,000円」、「2,001円～3,500円」と回答した人の構成比は、今回、前回、前々回のいずれも全体の約8割となっている。今回の調査で見られた「2,001円～3,500円」の層から「1,001円～2,000円」の層への移行が正しいとすると、単価ダウンをもたらしている可能性がある。

前回までに繰り返し述べたように、高品質な地元産食材の訴求や店舗イメージの向上などにより付加価値を提供し、ワンマークアップの価格戦略を取れるようすることが引き続き求められる。

(回答数：人、構成比：%)

	今回		前回		前々回	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
～1,000円	16	11.8	42	9.1	61	15.3
1,001円～2,000円	98	72.1	311	67.0	251	62.8
2,001円～3,500円	12	8.8	73	15.7	71	17.8
3,501円～5,000円	7	5.1	33	7.1	17	4.3
5000円～	3	2.2	5	1.1	0	0.0
合計	136	100.0	464	100.0	400	100.0

3-7 利用人数について

Q8-1： 本日の「デリシャスよかわ」に何人で来られましたか。

ひとり (→Q9へ)

2人 3人 3人 5人以上 (→Q8-2へ)

「ひとり」で利用したと回答した人は約8%で、複数で利用する人がほとんどである状況に変わりはない。

「5人以上」、「4人」、「3人」と回答した人の構成比はそれぞれ減っている。

一方、やはり新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響であろうか、「2人」と回答した人が56.6%と過半数を超えた。

大人数での会食を避ける傾向が前回よりも加速し、定着してきていると考えられる。

(回答数：人、構成比：%)

	今回		前回		前々回	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
5人以上	12	8.8	61	13.3	76	18.8
4人	12	8.8	111	24.1	84	20.7
3人	24	17.6	97	21.1	86	21.2
2人	77	56.6	172	37.4	144	35.6
ひとり	11	8.1	19	4.1	15	3.7
合計	136	100.0	460	100.0	405	100.0

3-8 同伴者について

Q8-2： 誰と一緒に来られましたか。

- 配偶者 子ども その他家族 () 友人・知人
仕事関係の人 その他 ()

誰と一緒に來たか、では、「配偶者」、「その他家族」と回答した人の割合が前回よりもそれぞれ **2.3%、3.9%増えた増えた**。「仕事関係の人」も数字上の構成は増えているが、絶対数が少ないため、誤差と見なして良いであろう。

一方、「子ども」、「友人・知人」と答えた人は**減った**。特に、「子ども」と回答した人の割合は回を重ねるごとに減っている。

(回答数：人、構成比：%)

	今回		前回		前々回	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
配偶者	58	39.5	221	37.2	176	30.6
子ども	32	21.8	149	25.1	172	29.9
その他家族	31	21.1	102	17.2	120	20.9
友人・知人	23	15.6	111	18.7	84	14.6
仕事関係の人	3	2.0	7	1.2	17	3.0
その他	0	0.0	4	0.7	6	1.0
合計	147	100.0	594	100.0	575	100.0

3-9 広報媒体について

- Q9：「デリシャスよかわ」を何で知りましたか。
- 家族 友人・知人 参加店 山田錦の館 公共施設
新聞・雑誌 折込チラシ 神戸三田情報誌 HEREN
SNS () 通りがかり その他 ()

前回、前々回同様、「参加店」からの情報提供により知った人が最も多くなっている。また、前回、前回は数パーセントであった「山田錦の館」、「公共施設」で知った人がそれぞれ 16.0%と 10.6%となっており、集客力のあるリアルな場での情報提供が大きく影響していると考えられる。

また、「折込チラシ」、「神戸三田情報誌 HEREN」で知った人と「新聞・雑誌」を併せると、紙媒体を通じて知った人が2割以上いる。中高年齢層の参加者が多い本イベントにおいては、紙媒体による集客が有効であることが前回同様示された。

一方、「家族」や「友人・知人」を通じて知った方の割合は半減し、「SNS」で知ったという人も僅か 1名になっている。何らかの SNS を利用している人は次問の回答から相当数いるため、メディアを絞って効果的な情報発信をすることが求められる。

(回答数：人、構成比：%)

	今 回		前 回		前々回	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
家族	6	4.2	48	10.2	37	9.0
友人・知人	6	4.2	40	8.5	46	11.2
参加店	49	34.0	189	40.2	149	36.4
山田錦の館	23	16.0	8	1.7	14	3.4
公共施設	15	10.4	13	2.7	5	1.2
新聞・雑誌	2	1.4	27	5.7	16	3.9
折込チラシ	15	10.4	32	6.8	8	2.0
神戸三田情報誌 HEREN	15	10.4	-	-	-	-
SNS	1	0.7	15	3.2	38	9.3
通りがかり	11	7.6	56	11.9	40	9.8
無料情報誌	-	-	10	2.1	10	2.4
FMみつきい	-	-	1	0.2	0	0.0
その他	1	0.7	31	6.6	46	11.2

合計	144	100.0	470	100.0	409	100.0
----	-----	-------	-----	-------	-----	-------

その他	前から知っている 1
-----	------------

3-10 SNSについて

Q10：普段よく利用するSNSは何ですか。

- Facebook Instagram LINE Twitter その他（）
SNSは利用しない

「LINE」と答えた人が回答数の半分以上と前回に続いて最多となっており、「Instagram」、「Facebook」、「Twitter」の順位も前回同様である。

本イベントを活性化するためには、「LINE」を使った情報発信が特に有効な手段となる。メディアを絞って効果的な情報発信に役立てていただきたい。

(回答数：人、構成比：%)

	今回		前回	
	回答数	構成比	回答数	構成比
 LINE	99	51.3	281	47.4
 Instagram	36	18.7	112	18.9
 Facebook	14	7.3	70	11.8
 Twitter	10	5.2	47	7.9
その他	1	0.5	-	-
SNSは利用しない	33	17.1	-	-
覚えていない	-	-	83	14.0
合計	193	100.0	593	100.0

3-1-1 三木市吉川町の魅力について

Q11: あなたにとって三木市吉川町の魅力は何ですか。

- 食べ物 (米 酒 フルーツ その他 ())
- レジャー (ゴルフ フルーツ狩り アウトドア その他 ())
- 買い物 特にない

回答者が最も魅力に感じている項目は、「食べ物」に関してである。「食べ物（フルーツ）」を魅力と感じている人が最も多く、全体の約3分の1いる。「食べ物（酒）」や「食べ物（米）」への関心も「食べ物（フルーツ）」負けず劣らず高いといえる。

これも新型コロナウイルス感染症に関する蔓延防止等重点措置の影響であろうか、前回は約2割あった「レジャー」関連の回答が1%と大きく減少した。最も「レジャー」関連に魅力を感じる人が減った原因には、本イベントが今回は冬季に実施されたことも影響しているかもしれない。

	回答者数	構成比A	構成比B
食べ物	11		5.5%
食べ物(米)	46		22.9%
食べ物(酒)	55		27.4%
食べ物(フルーツ)	66		32.8%
食べ物(その他)	20		10.0%
小計	198	98.5%	-
レジャー	0		0.0%
レジャー(ゴルフ)	0		0.0%
レジャー(フルーツ狩り)	1		0.5%
レジャー(アウトドア)	1		0.5%
レジャー(その他)	0		0.0%
小計	2	1.0%	-
買い物	1	0.5%	-
特にない	0	0.0%	-
合計	201	100.0%	-

食べ物（その他）	野菜 11、その他 13 (アイスクリーム、お肉、チーズ、ケーキなど各 1)
----------	--

レジャー（その他）	温泉 15、自然 10、DASH 吉川 2、その他（西山牧場など各 1）
-----------	--------------------------------------

Q12: あなたが三木市吉川町にあればうれしい施設は何ですか。

- 道の駅 大規模商業施設 バスターミナル 宿泊施設
その他 ())

「道の駅」との回答が半数以上あった。三木市吉川町の「食べ物」への高い関心が Q11 の回答に見られるように、農産物をはじめとする地域の特産品を購入することができる「道の駅」を要望する声が多いものと推測される。大型商業施設という回答も 4 分の 1 あり、多様な買い物意欲を満たすことができる施設の存在が望まれている。

	今 回	
	回答数	構成比
道の駅	75	55.6
大型商業施設	34	25.2
バスターミナル	2	1.5
宿泊施設	17	12.6
その他	7	5.2
合計	135	100.0

その他	サーキット場、サバイバルゲーム施設、スーパーマーケット、 レジャー施設、自然、芝生のグラウンド、その他 各 1
-----	--

3-1-2 特産品、土産品などについて

Q13: あなたが三木市吉川町の特産品・土産物としてあつたらいいと思うものは何ですか。自由にお答えください。

Q14: あなたが三木市吉川町の農産物を使った料理で食べたいと思うものは何ですか。自由にお答えください。

Q13、Q14 で回答者が挙げたものを別添にて一覧にしているので、確認されたい。
三木市吉川町の魅力向上、活性化に資するアイデアとして活用されることを期待する。