

Delicious! Yokawa スタンプラリー!!

調査分析報告書

2024年3月29日

1. スタンプラリー実施期間

令和6年1月20日（土）～同年2月25日（日）・36日間

2. アンケート回収件数

410件

3. アンケートから分かること

本スタンプラリーのアンケート集計は、今回で5回目となる。新型コロナウイルス感染症拡大の日常生活への影響もなくなった今回の『Delicious! Yokawa』は、前回とほぼ同様の37日間（前回は39日間）にわたって開催された。

今回の報告書では前4回のデータも参考にしながら『Delicious! Yokawa』に訪れた参加者の分析をおこなう。全5回分のデータを一覧することでおよその傾向を見つけることも可能であると思われる。

なお、令和4年2月1日（火）から2月28日（月）に開催された『Delicious! Yokawa』は、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期間にあった。サンプル数が他の4回と比べて大幅に少なくなっており、他の4回と単純に比較することは注意が必要であることにはご留意いただきたい。

*本年を含めたデリシャスよかわ過去5回の実施スケジュールは次のとおりである。本報告書の文中において、「第1回」、「第2回」…「第5回」とある場合、下記の期間に実施されたデリシャスよかわを指している。

第1回：令和2年1月11日（土）から2月24日（土）

第2回：令和2年10月24日（土）から11月29日（日）

第3回：令和4年2月1日（火）から2月28日（月）

第4回：令和5年1月21日（土）から2月28日（月）

第5回：令和6年1月20日（土）から2月25日（日）

3-1 応募者の属性について

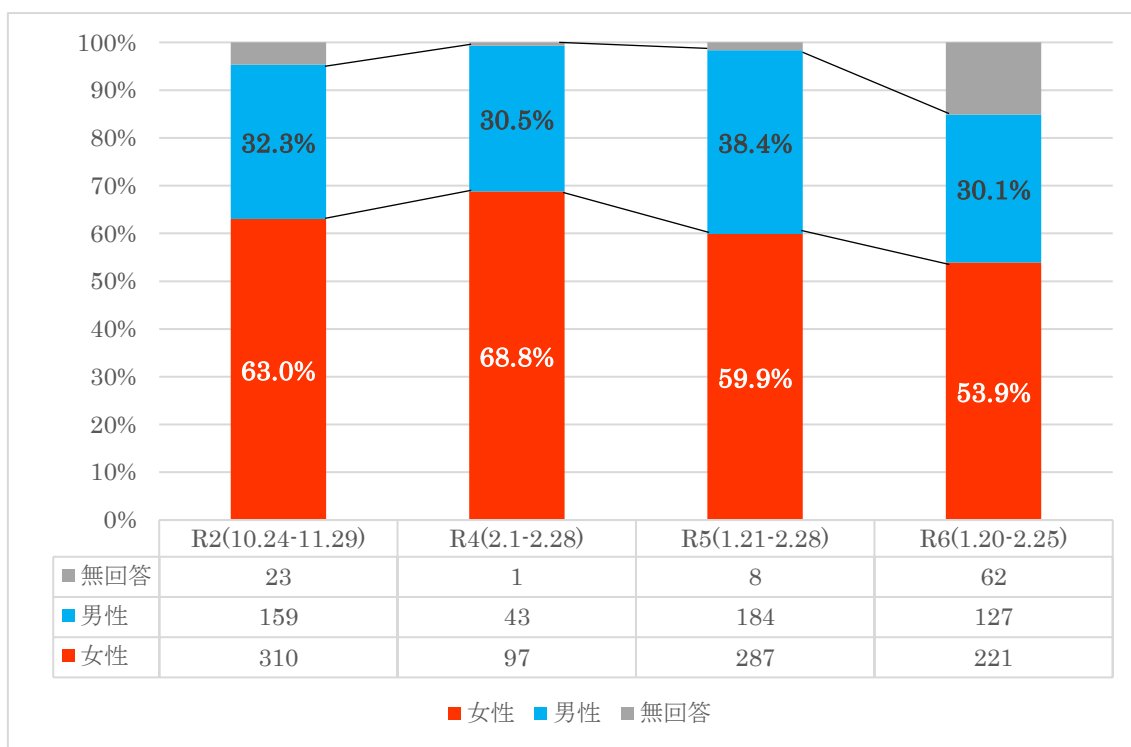
Q1: あなたの性別をお知らせください。

☐男性 ☐女性 ☐無回答

第5回の男女の人数をみると、「男性」127人、「女性」221人と「女性」が「男性」の約1.8倍となっている。

第2回から第5回（第1回はデータなし。）を通じて 「女性」と「男性」の比率は、おおむね2:1となっており、「女性」の参加者が多い状況が続いている。

また、第5回では「無回答」（回答案が空欄のものを含む）が62人（約15.1%）と前回までと比べて多かった。氏名から推測できるものもあるが、精度の高い集計をおこなうためには、きちんと回答してもらう必要がある。ジェンダーレス志向が社会的に強まるなか、質問の妥当性も含めて検討が必要となろう。



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～

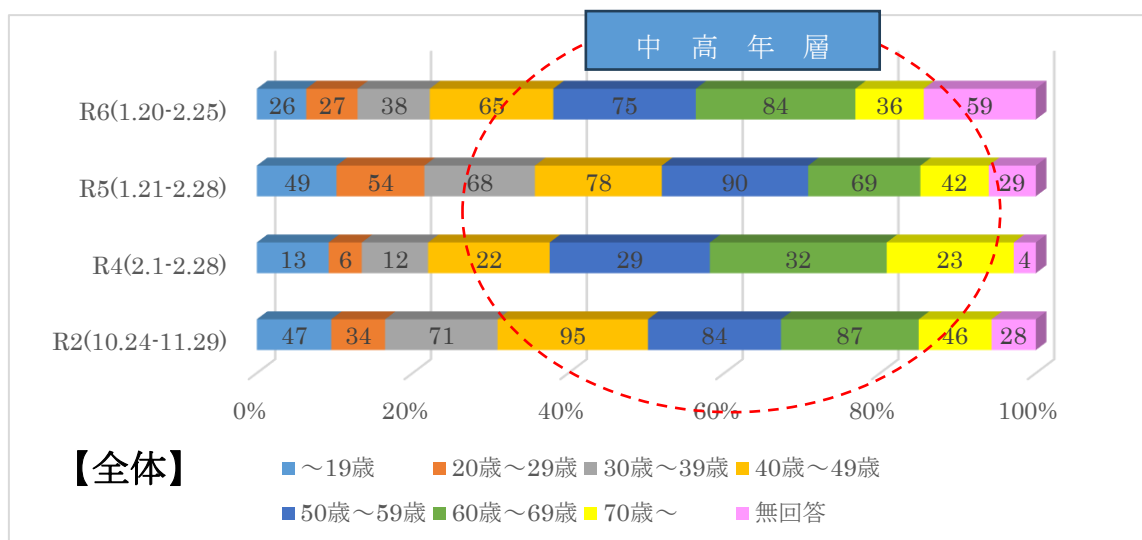
年代別に見ると、第5回においては、全体では「60歳～69歳」が84人(20.4%)と最も多く、「50歳～59歳」の75人(18.3%)、「40歳～49歳」の65人(15.9%)が続いた。

第2回から第4回（第1回はデータなし。）までの各回においても、これら3つの年代のいずれかが最も多くなっている。

上記の3つの年代に「70歳～」を加えた年代（以下、「中高年層」という。）が全体に占める割合をみると、第2回63.4%、第3回75.2%、第4回58.2%、第5回63.4%と、6～7割前後を占めており、本イベントのコア（核）な顧客層となっている。

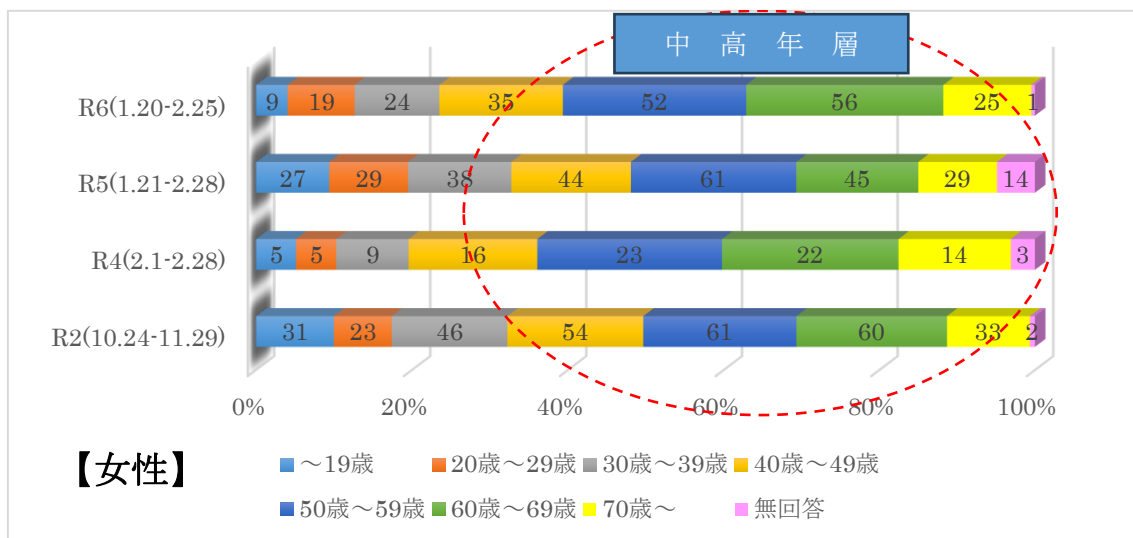
一方、「～19歳」、「20歳～29歳」、「30歳～39歳」を合わせた年代（以下、「若年層」という。）は22.2%と、新型コロナウイルス感染症拡大下でイベント参加者が極端に少なかった第3回の22.0%と同程度で、過去最低レベルとなった。

第2回、第4回では、若年層が約30%参加している。若年層を安定して呼び込むことで、中長期的な訪問につなげることが期待できよう。

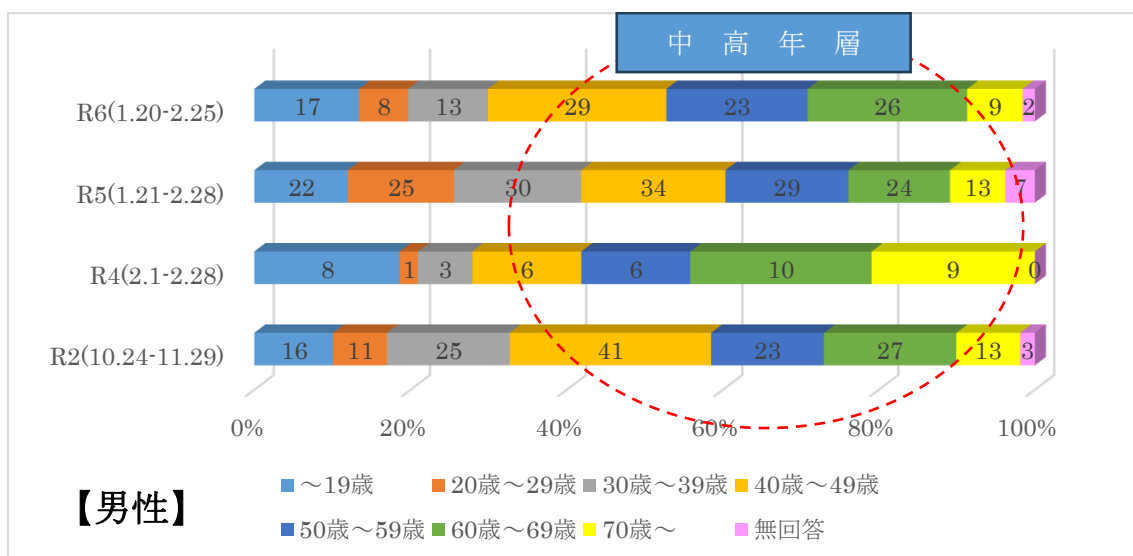


第5回では、女性は、「60歳～69歳」が56人(25.3%)と4分の1を占めて最も多く、「50歳～59歳」(23.5%)から「～19歳」(4.1%)まで年代が下がるにつれて全体に占める割合が減少する。また、「70歳～」の女性が11.3%と男性(7.1%)の約1.5倍であった。

前回までの各回においても「70歳～」の女性は1割以上を占めており、この年代が多いのは女性の特徴である。



一方、第5回での男性は、「40歳～49歳」が22.8%で最も多く、「60歳～69歳」(20.5%)、「50～59歳」(18.1%)と続く。全体と比較すると若年層(29.9%)が高い割合となっている。
「70歳～」の男性は、第3回では9名(20.9%)いるが、これは新型コロナウイルス感染症拡大下の特殊なものと考えられるであろう。



3-2 商圏について

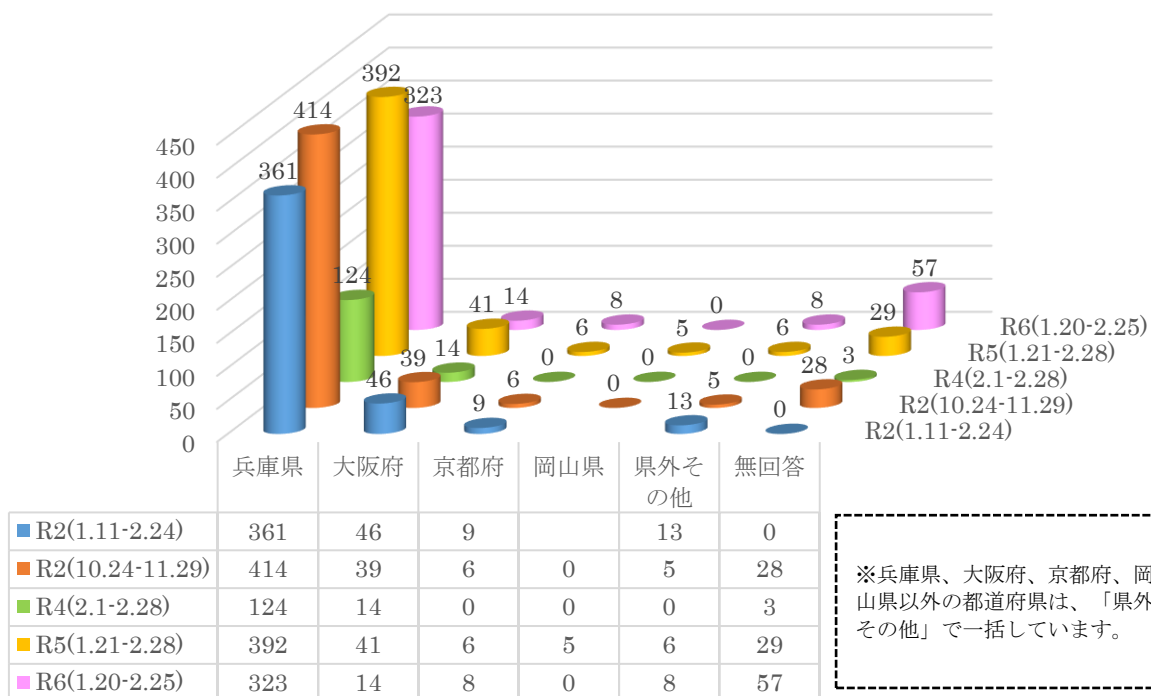
Q3: どちらにお住まいですか。

【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（ ）

① 都道府県別

第5回では、回答者の **8割弱が「兵庫県」(323人)** と前回までに引き続き大部分を占めた。前回には約1割いた「大阪府」は14人(3.4%)と減り、「京都府」が8件と微増した。「岡山県」は0人であった。「岡山県」は、前は5人いたものの、第2回、第3回、第5回と0人であった。隣県であり、中国自動車道を利用したアクセスが容易であるものの本イベントへの誘客には至っていないといえる。

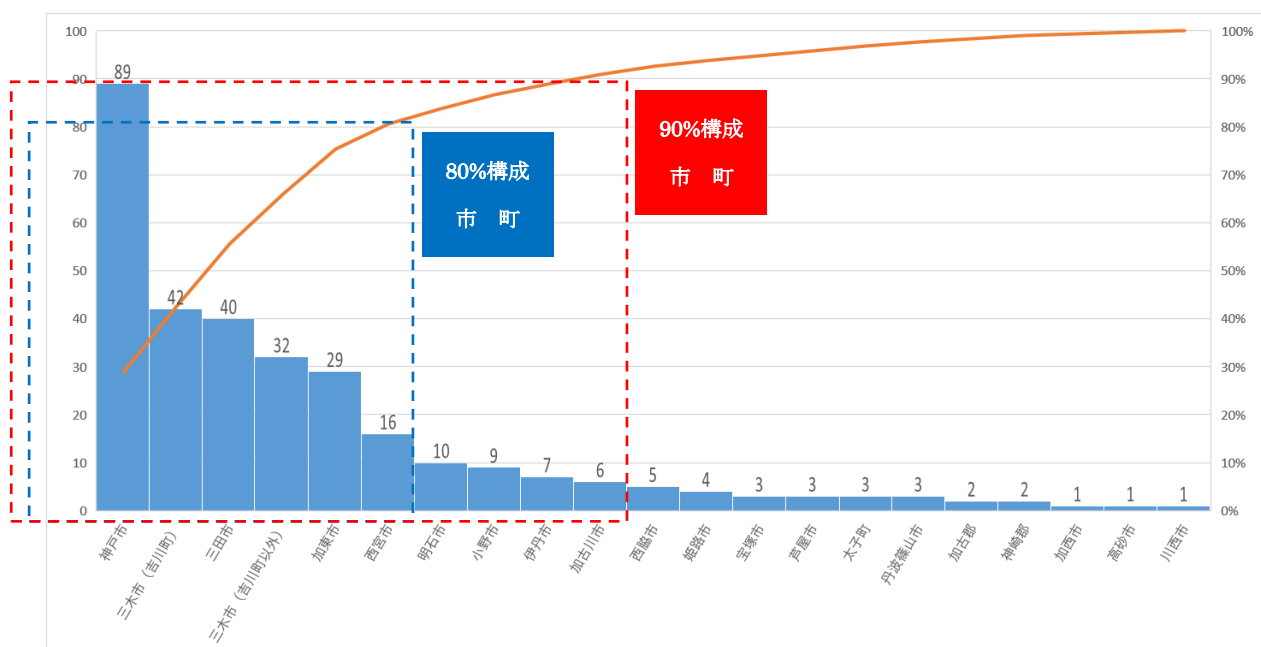
また、全体の1割以上の57人が「無回答」であった。「兵庫県」が最多であることに影響しないものの、2番目以下は「無回答」の中身により影響を受け得ることに注意しなければならない。



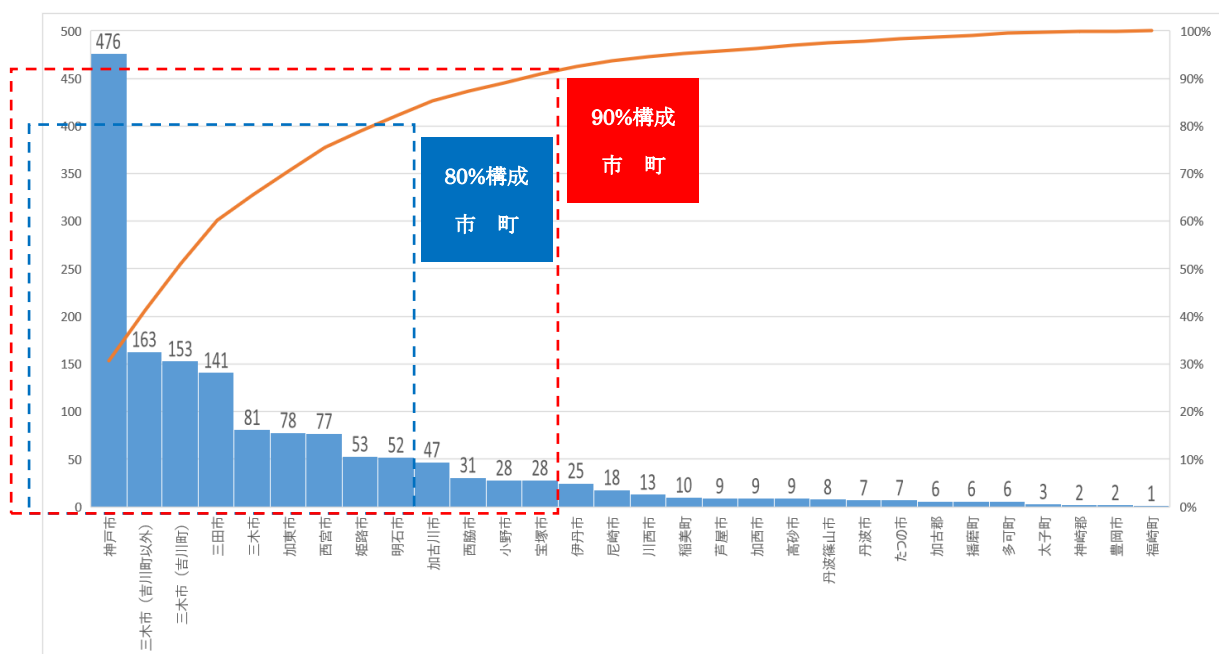
② 市域別（兵庫県のみ）

兵庫県内の市町別では今回もこれまで同様に「神戸市」(89人)が最多で、2位には「三木市（吉川町）」の42人が続いた。3位には40人の「三田市」が、4位には32人の「三木市（吉川町以外）」が、前回とは順位を入れ替えて入った。5位の「加東市」も含め、近隣からの誘客が中心となっている。

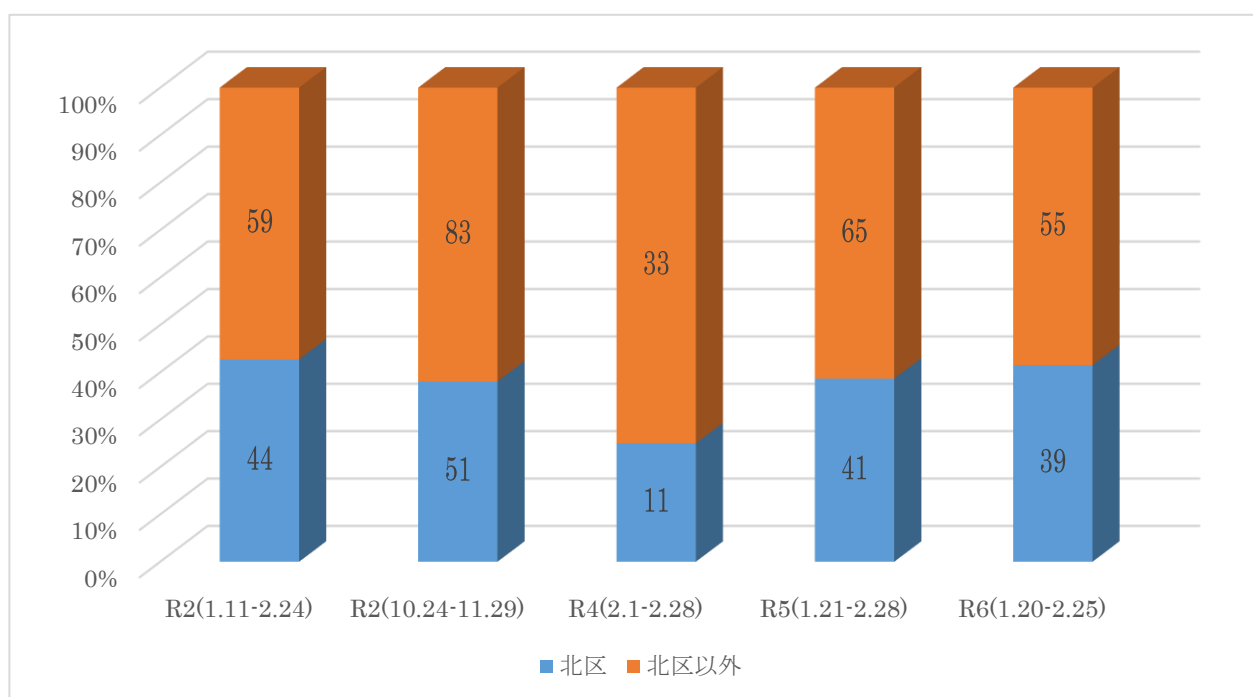
上記5位までに西宮市を加えた **6市で全体の8割**、明石市、小野市、伊丹市、加古川市までの計 **10市で全体の9割**を構成している。上位を占める地域に注力することで効果的に誘客をおこなうことができるのは勿論、絶対数が少ない下位あるいはランク外の地域からの誘客を増やす余地も十分にあるのではないだろうか。



また、次ページのグラフは、市長ごとの人数を全5回分の累計を上グラフと同様に集計したものである。累計では姫路市、明石市が全体の80%を構成する中に入っている。これらの市からの誘客を継続することは、本イベントを活性化するうえで重要となるであろう。



次に、第5回単独でも、あるいは全5回累計でも1位となっている「神戸市」の内訳を見ると、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が大きかった第3回を除き、吉川町に隣接している北区がおおよそ4割前後を占めている。

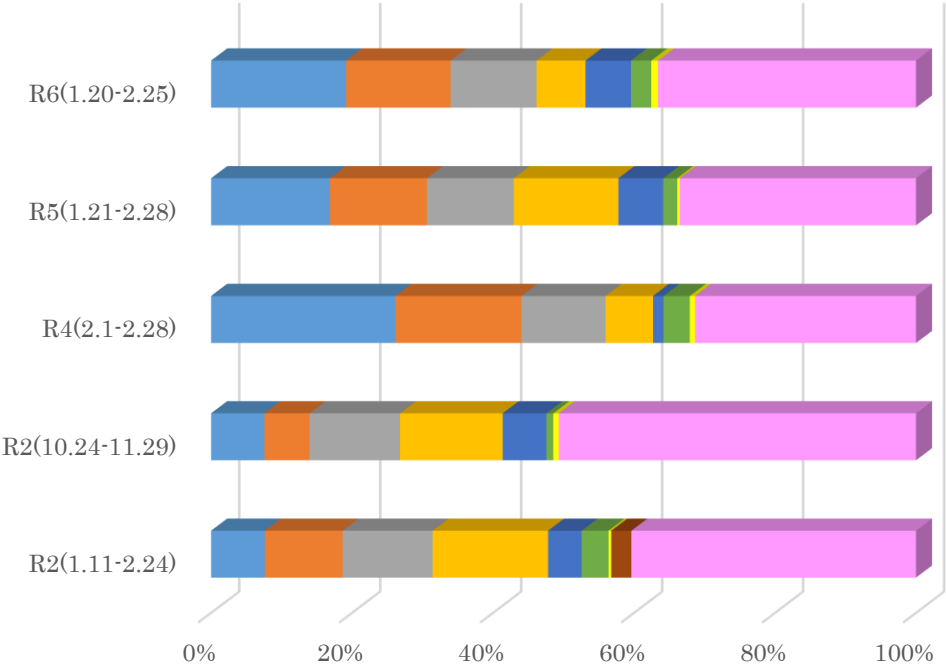


3-3 目的について

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（ ）

前回、前々回 1 位であった「山田錦の館」が **80 件**と今回も 1 位となった。前回 2 位であった「ドライブ」(29 件)が今回は第 4 位と順位を下げ、前回 3 位、4 位の「よかたん温泉」(62 件)、「デリシャスよかわ」(51 件) がそれぞれ 2 位、3 位と順位を上げた。



	R2(1.11-2.24)	R2(10.24-11.29)	R4(2.1-2.28)	R5(1.21-2.28)	R6(1.20-2.25)
■山田錦の館	40	39	35	93	80
■よかたん温泉	58	33	24	76	62
■デリシャスよかわ	67	66	16	68	51
■ドライブ	86	75	9	82	29
■神戸プレミアムアウトレット	25	32	2	35	27
■ゴルフ	20	5	5	11	12
■ネスタリゾート神戸	2	4	1	2	4
■フルーツフラワーパーク	15				
■その他	212	261	42	185	153

「山田錦の館」、「よかたん温泉」という一体となる商業集積を目的とする来訪は、第1回の18.7%から第2回には14.0%と割合を落としたものの、新型コロナウイルス感染症拡大の影響があった第3回には44%と半分近くまで上昇し、第4回の30.6%から今回の34.0%へと着実に増加している。両施設の魅力を高め、誘客の核とすることは、本イベントの活性化に寄与すると考えられる。

「デリシャスよかわ」そのものを来訪目的にあげた割合は、第1回12.8%、第2回12.8%、第3回11.9%、第4回12.3%、第5回12.2%となっており、安定して1割強いることがわかる。

また、第5回において「その他」と答えた中には次のようなものがあった。毎回、西山牧場（BOSS&MOM など他の表現のものも含む）との回答が多いが、今回は前回の半分ほどであった。回を追うにつれ、個別の飲食店名を回答したものが増加傾向にあり、その店のファンが定着していることを示しているのではないだろうか。

その他	西山牧場（BOSS&MOM など他の表現のものも含む）24、 食事（昼食、ランチ含む）24、お菓子工房アリス12、 稜庵（おそばを食べになど他の表現のものも含む）10、仕事7、 ケーキ4、明太パーク4、和輪笑3、さわい2、いちご狩り2、 図書館2、その他94
-----	---

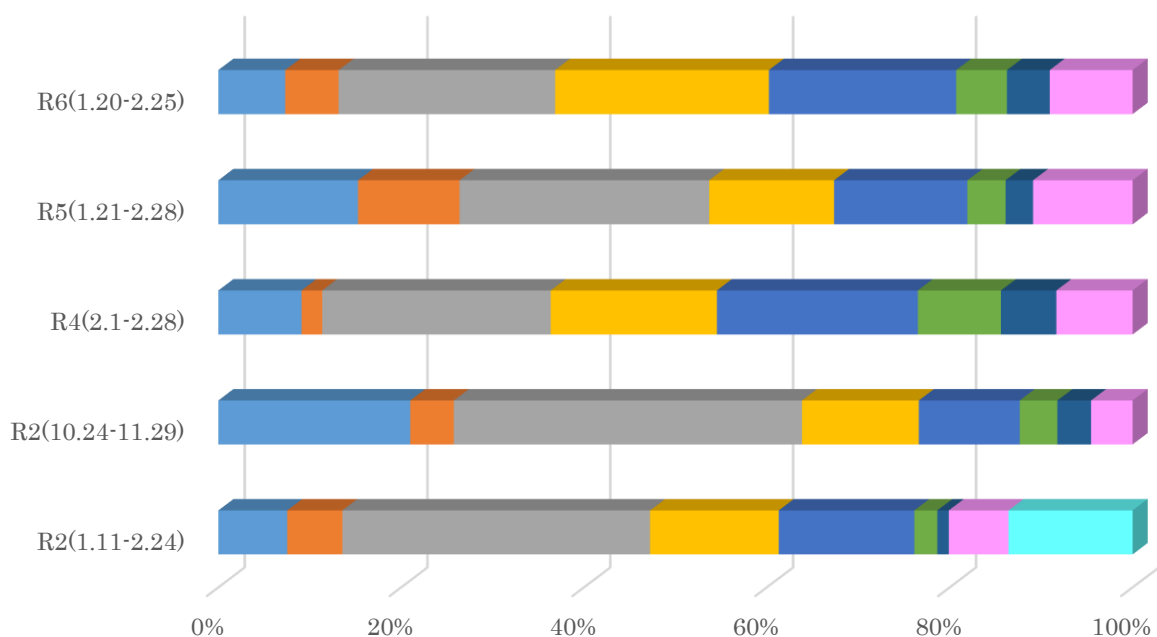
3-4 来訪頻度について

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4回同様、「1年に数回」（81件）という回答が最も多かった。「月1回」（80件）が僅差で続き、「月2～3回」との回答も70件あった。前回と比べると「月1回」、「月2～3回」の割合が増え、「1年に1回」、「1年に1回未満」の割合が減って、定期的に吉川町を訪れている回答者が増えたことを示唆する結果となった。

「週1回」、「週2～3回」と吉川町を訪れるヘビービジターは多くはないものの、吉川町を「1年に数回」から「月1回」と定期的に訪れている方は微増する傾向がうかがえる。本イベントは年に1度となっているので、吉川町を訪れるきっかけとなる誘因を定期的に提供することができれば、吉川町への訪問頻度を上げる後押しとなるだろう。



	R2(1.11-2.24)	R2(10.24-11.29)	R4(2.1-2.28)	R5(1.21-2.28)	R6(1.20-2.25)
■1年に1回未満	30	97	12	66	25
■1年に1回	24	22	3	48	20
■1年に数回(年2〜3回)	134	176	33	118	81
■月1回	56	59	24	59	80
■月2〜3回	59	51	29	63	70
■週1回	10	19	12	18	19
■週2〜3回	5	17	8	13	16
■毎日	26	21	11	47	31
■はじめて	54				

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

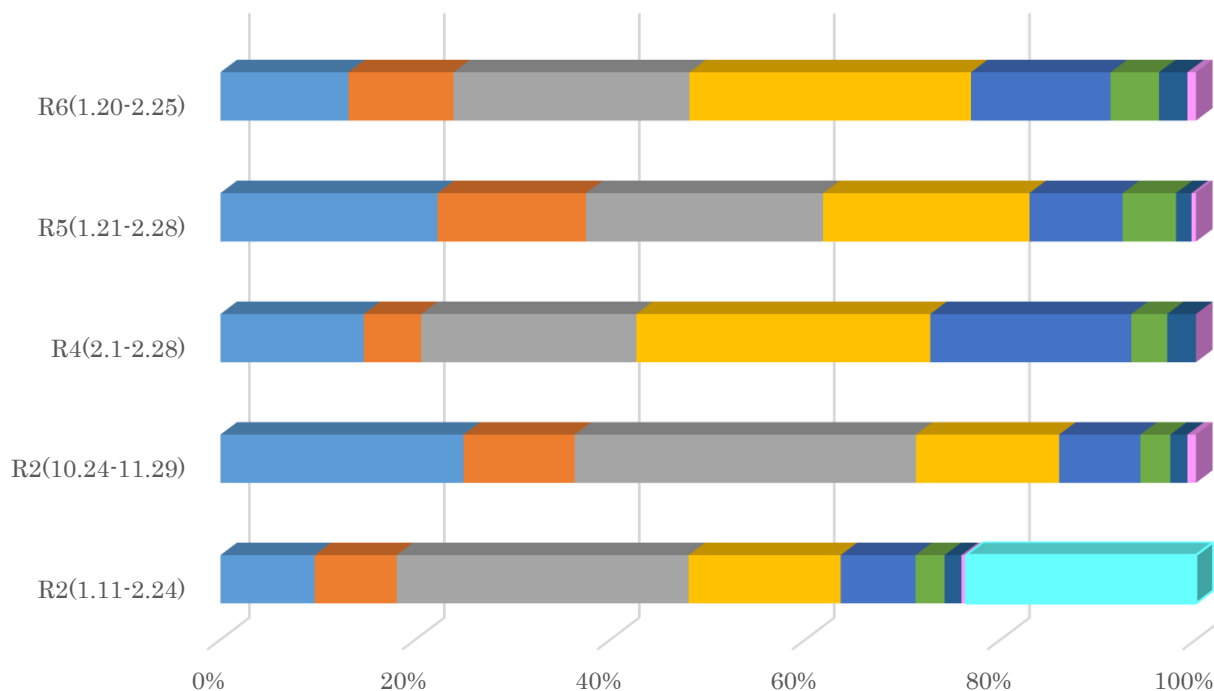
「月 1 回」という回答が 99 件と**最も多く**、「年 2〜3 回」(83 件)が続いた。「月 1 回と「年 2〜3 回」を合わせると全回答の過半を超え (53.1%) を超える。前回までの各回でも半数近く (第 1 回 45.5%、第 2 回 49.7%、第 3 回 52.2%、第 4 回 45.5%) あり、飲食店訪

問の核となる層であるが、「月 1 回」の比率が高まってきている、すなはち「年 2～3 回」から「月 1 回」へと訪問頻度が高まる傾向にあることがグラフから見て取れる。

また、サンプル数の少ない第 3 回を除くと、「月 1 回」、「月 2～3 回」の絶対数が毎回伸びており、月 1 度は吉川町の飲食店を訪れる回答者が増えていることを示している。

「3-4 来訪頻度について」で『定期的に吉川町を訪れている回答者が増えた』と述べたが、ここでも同様の傾向がうかがえる。

「3-3 目的について」で、『個別の飲食店名を回答したものが増加傾向にあり、その店のファンが定着していることを示している』ことを提起したが、こうしたストア・ロイヤリティの高い飲食店の存在が吉川町への訪問につながっている可能性がある。



	R2(1.11-2.24)	R2(10.24-11.29)	R4(2.1-2.28)	R5(1.21-2.28)	R6(1.20-2.25)
■ 年1回未満	39	114	20	98	45
■ 年に1回(年1回)	34	52	8	67	37
■ 年2～3回	121	160	30	107	83
■ 月1回	63	67	41	93	99
■ 月2～3回	31	38	28	42	49
■ 週1回	12	14	5	24	17
■ 週2～3回	7	8	4	7	10
■ 毎日	2	4	0	2	3
■ はじめて	95				

3-6 飲食店の利用金額について

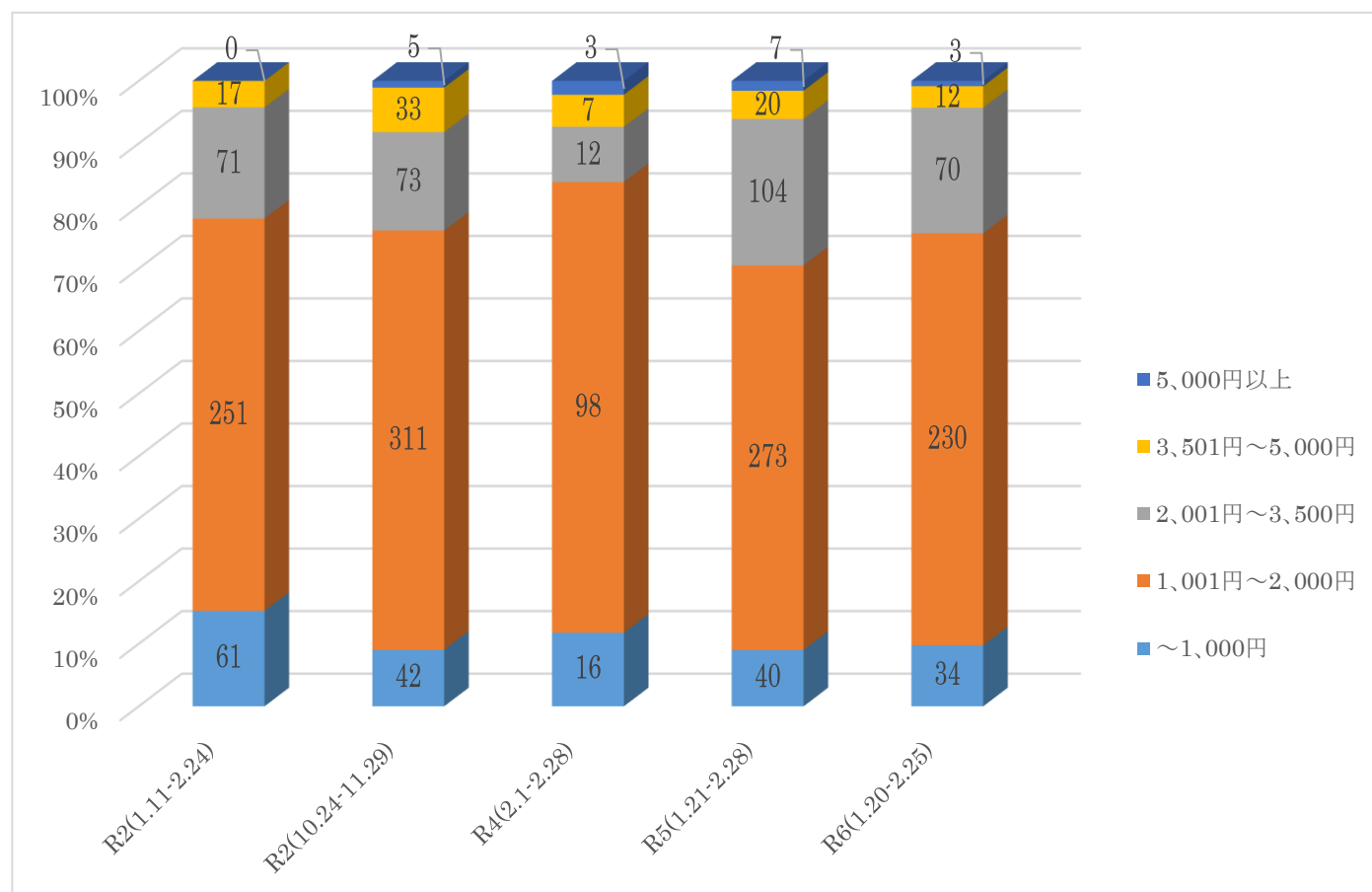
Q7: Q6の質問で1回おひとりあたりの飲食代はいくらですか。

- ☐ ~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

これまでの4回同様、「1,001 円~2,000 円」(230 件)が**最多のボリュームゾーン**となった。次に「2,001 円~3,500 円」(70 件)が続くのは、第3回を除いて同様である。

全5回の回答の推移から「1,001 円~2,000 円」という価格帯のディマンド（需要）が最も高いことは、決定的であろう。

品質の高い地元産食材の訴求や店舗イメージの向上などにより高付加価値化を指向し、ワンマークアップの価格戦略を取ることが有効である旨、これまでも提起してきたが、いよいよインフレがはっきりしてきたところ、「1,001 円~2,000 円」の価格帯のどこにニーズがあるのか、より細分化して調べてみる必要があるであろう。



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。

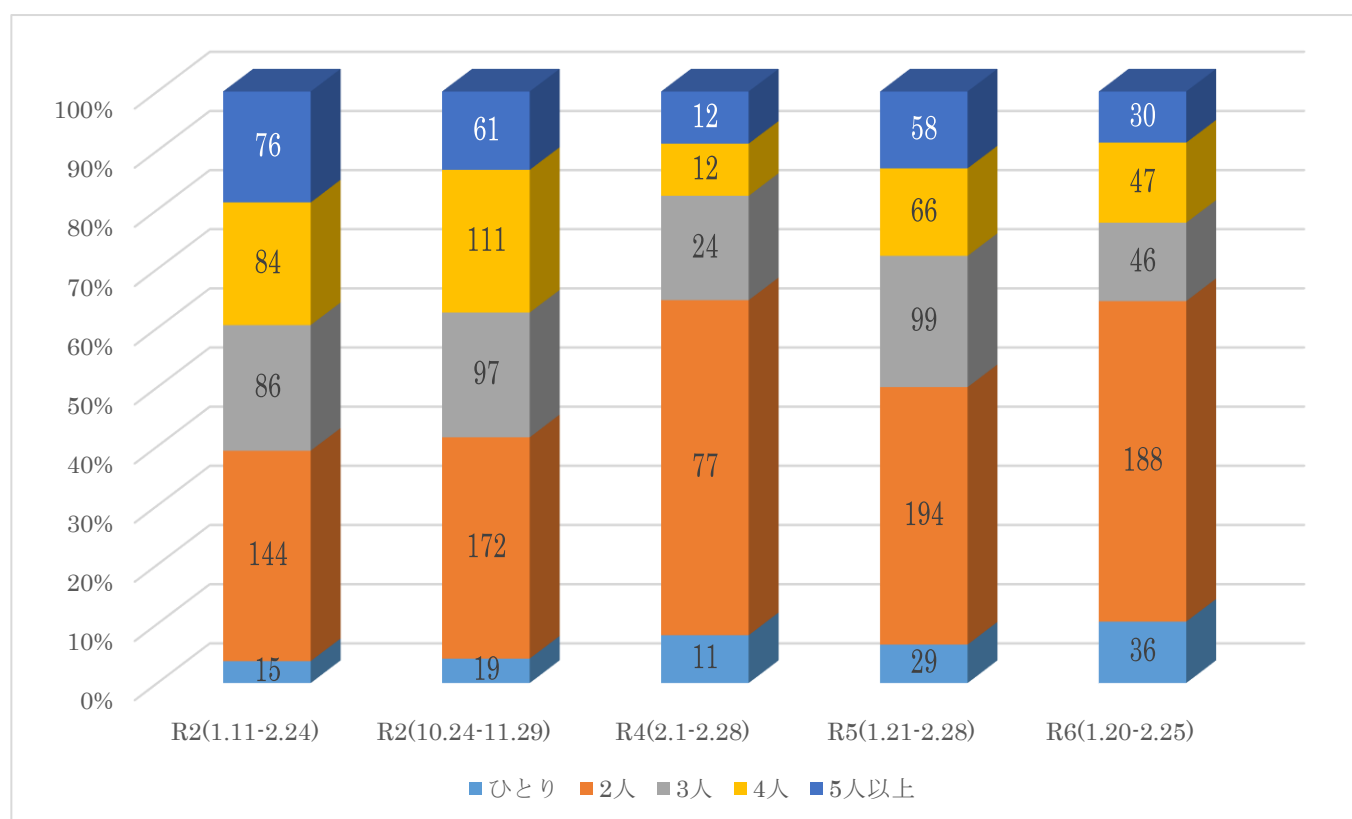
☐ ひとり (→Q9へ)

☐ 2人 ☐ 3人 ☐ 4人 ☐ 5人以上 (→Q8-2へ)

「2人」との回答が54.2%と過半数を超え、全5回を通じて最多の回答となった。

次のグラフからは、「ひとり」あるいは「2人」という少人数の比率が増加し、「3人」以上の比率は減少していることがわかる。「ひとり」で参加された方がはじめて全体の1割を超えた。

いわゆる「アフターコロナ」、「ウィズコロナ」の世になってもこの傾向が続くのか、それとも一過性の事象なのか、継続して注視する必要がある。



3-8 同伴者について

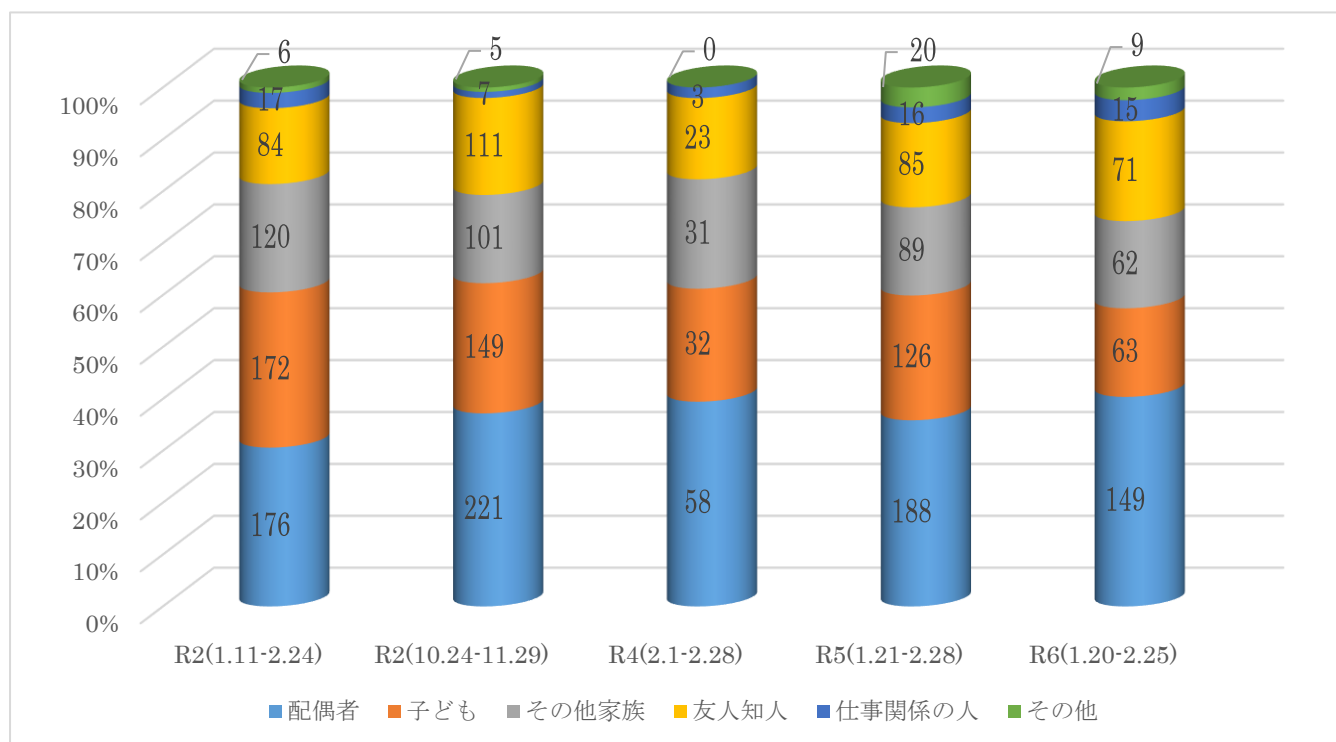
Q8-2: 誰と一緒に来られましたか。

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

第1回から第5回まで続けて「配偶者」が最多となった。「子供」、「その他家族」と家族で来訪する人がほとんどで全体の約8割を占めている。

また、第5回では「友人・知人」(71件)が全体の2割近く(19.2%)を占めた。「友人・知人」との回答は、新型コロナウイルス感染症拡大前の第2回でも18.7と2割近くに達していた。家族以外の身近な人との外出機会が戻ってきていることを示唆しているのであろうか。

「その他家族」の中では、父母を含む回答が最多(12人)であり、兄弟姉妹と訪れている人も3人いた。「その他家族」や「その他」と回答している人の半数以上が詳細を無回答であるため、これら近親者と一緒に来訪されている人の実数はもう少し多いと思われる。



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 ☐SNS（ ）
☐通りがかり ☐その他（ ）

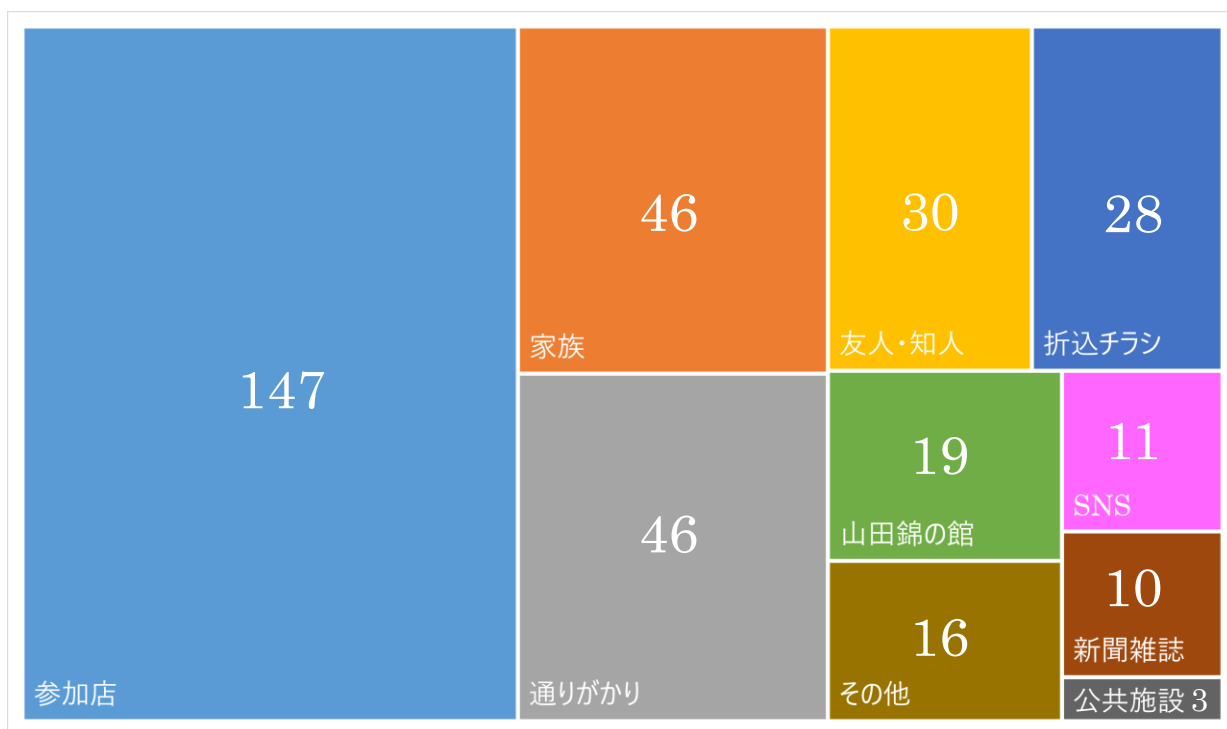
「参加店」を通じて本イベントを知ったという人が147人と**最も多く、全体の4割強**いた。「参加店」がきっかけとなった人は、第1回から第5回を通して最も多く、おおよそ35%から40%の人が挙げている。

「家族」や「友人」といった身近な人を通じて知った人も、それぞれ46人(12.9%)、30人(8.4%)いて、**合計すると2割強**であった。

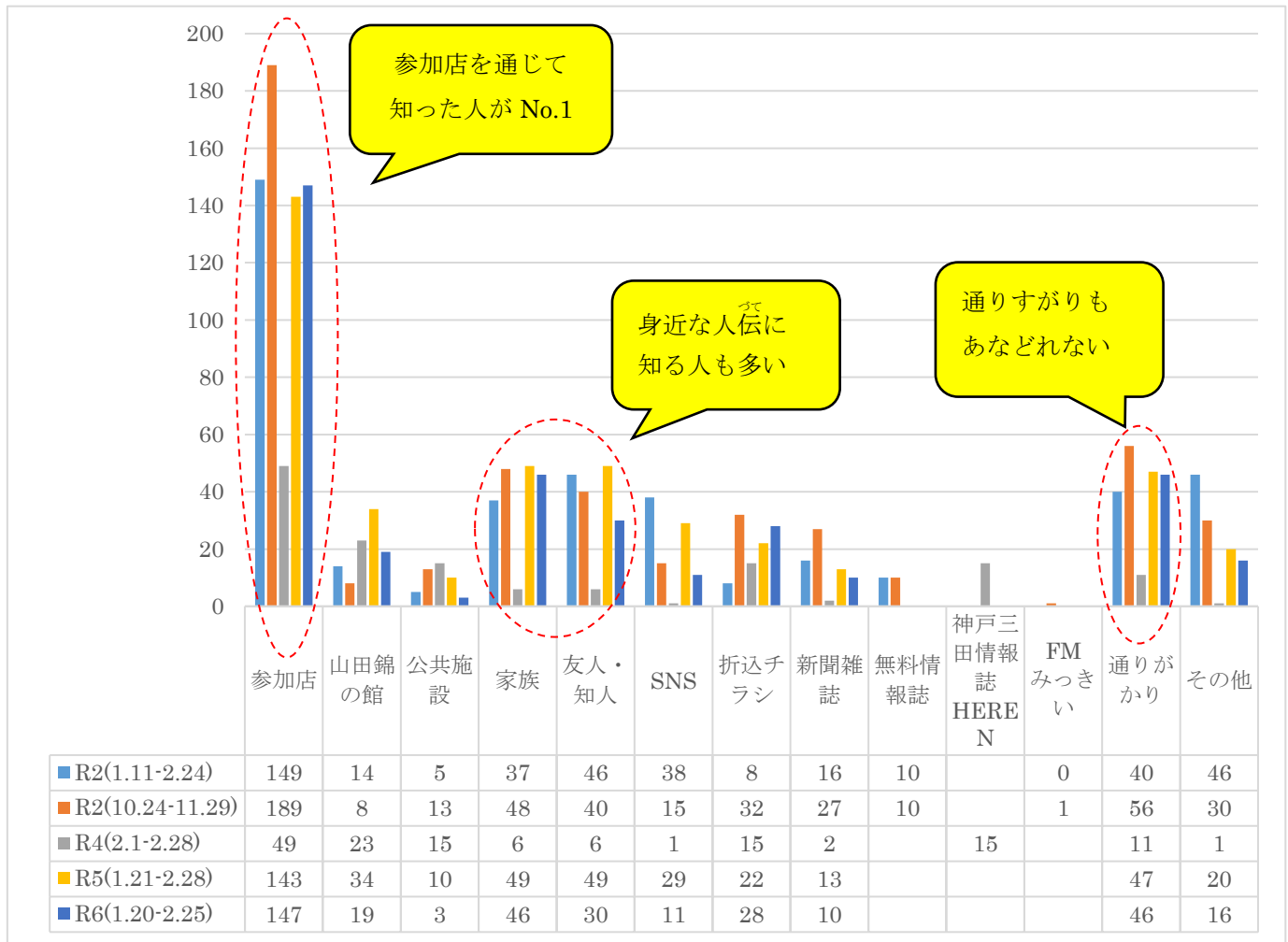
「通りがかり」と回答した人が「家族」と同じ46件、12.9%件あり、新型コロナウイルス感染症拡大下で不要不急な外出を自粛していた第3回を除くと、デリシャスよかわを知った主なきっかけのひとつとなっている。春や秋の行楽シーズンなど人々の外出機械が増える時期とイベント開催時期を合わせれば、誘客効果を発揮するであろう。

「SNS」で知った人が3.0%と前回の6.7%とから**半減**した。

「山田錦の館」や「公共施設」、「新聞雑誌」で知った人もそれぞれ前回より少なかった。いる。



その他	お店 3、アリス 3、関西国際大学 2、 稜庵 2、職場 1、 NET 1、Facebook 1、Web 記事 1、SNS/その他 1、 パンフレット（道の駅？） 1
-----	---



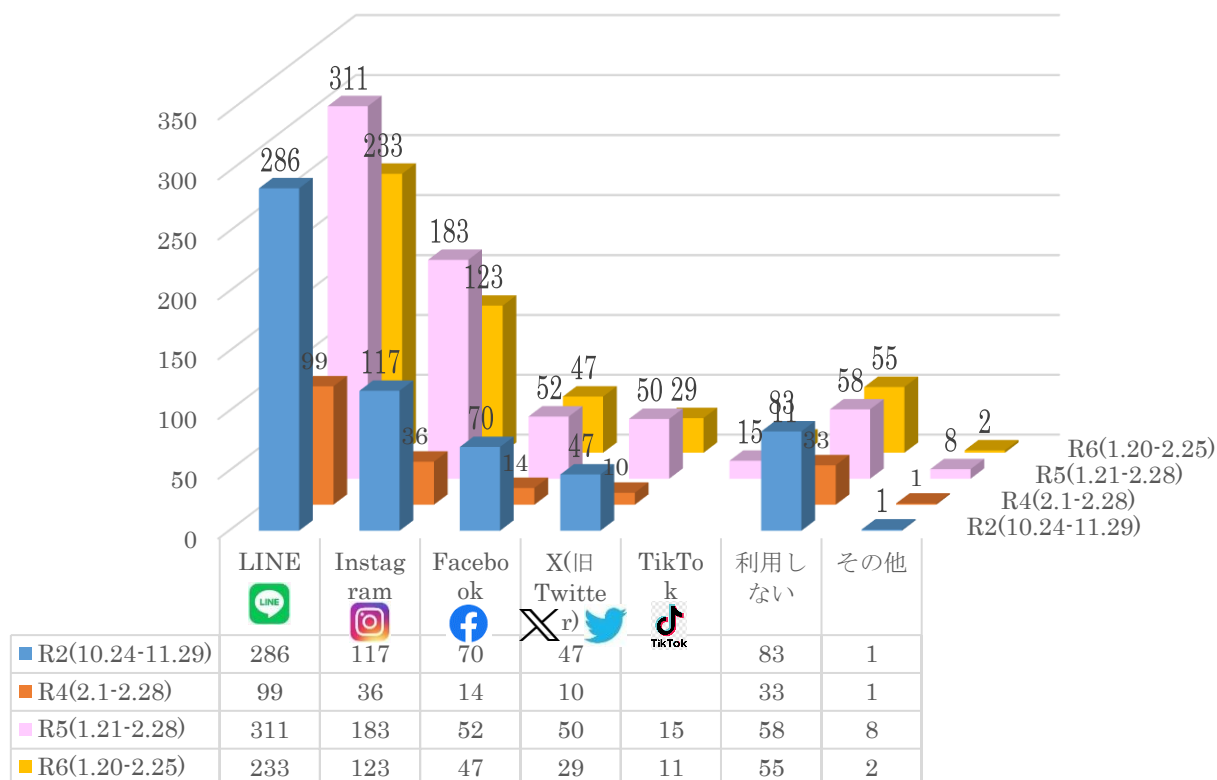
3-10 SNSについて

Q10： 普段よく利用する SNS は何ですか。

- ☐Facebook ☐Instagram ☐LINE ☐X(旧 Twitter) ☐TikTok
☐その他 () ☐SNS は利用しない

「LINE」と答えた人が233件と**最多**で、「Instagram」(123件)、「Facebook」(47件)「X(旧 Twitter)」(29件)、「TikTok」(11件)と続いた。データのない第1回を除いて「LINE」から「TikTok」の順位は変化していない。

おおよそ「LINE」50%、「Instagram」25%、「Facebook」10%、「X(旧 Twitter)」6～7%、
 『TikTok』2～3%の利用率となっており、SNS を効果的に活用する場合には「LINE」と
 「Instagram」に重点をおけばよいという状況に変わりはない。
 新しい SNS の勃興や既存 SNS の衰退に引き続き注視していきたい。

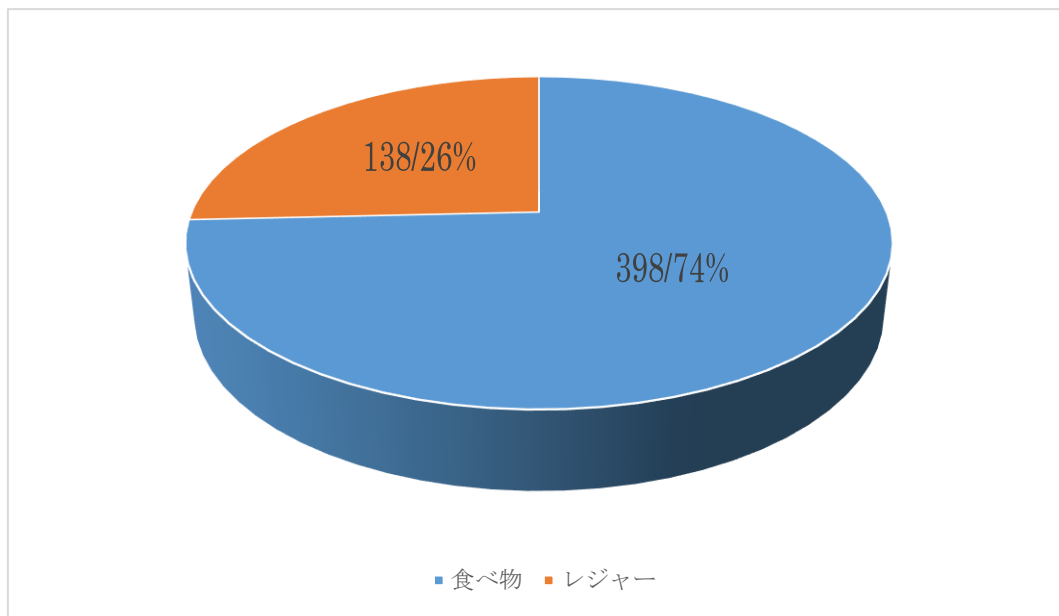


3-11 三木市吉川町の魅力について

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

これまで同様、より多くの回答者が吉川町の「食べ物」に魅力を感じていることが明らかになった。398件と約4分の3が支持している。

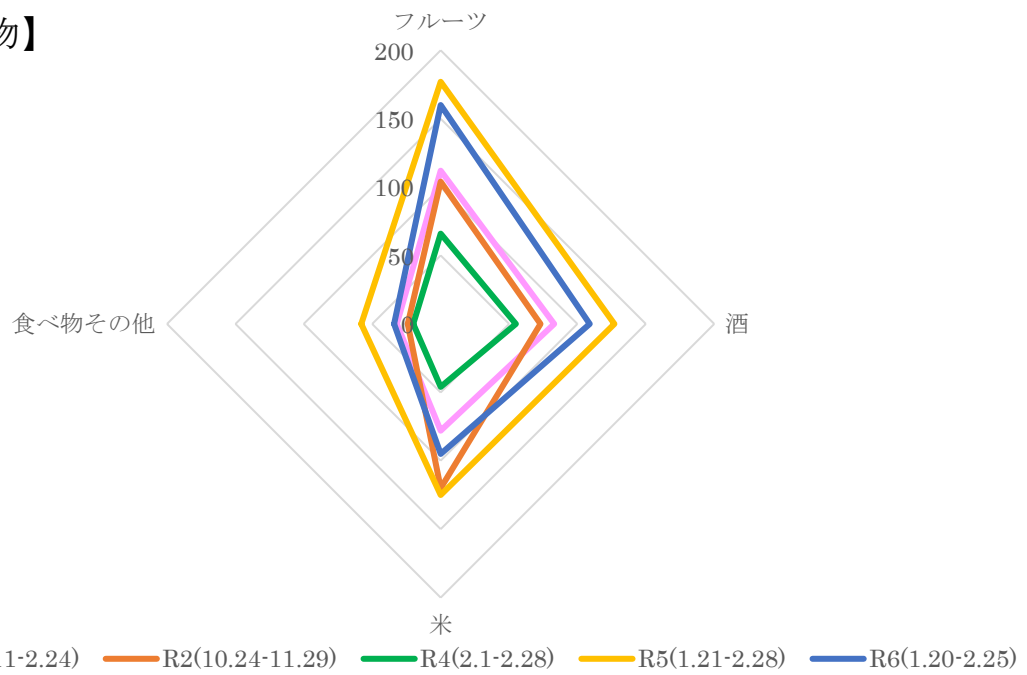


「食べ物」では、「フルーツ」(160件)を選ばれた人が最も多い。「酒」と「米」は、回によって順位が入れ替わることもあるが、第5回においては、「酒」(109件)を選んだ人が「米」(95件)を選んだ人よりも多かった。

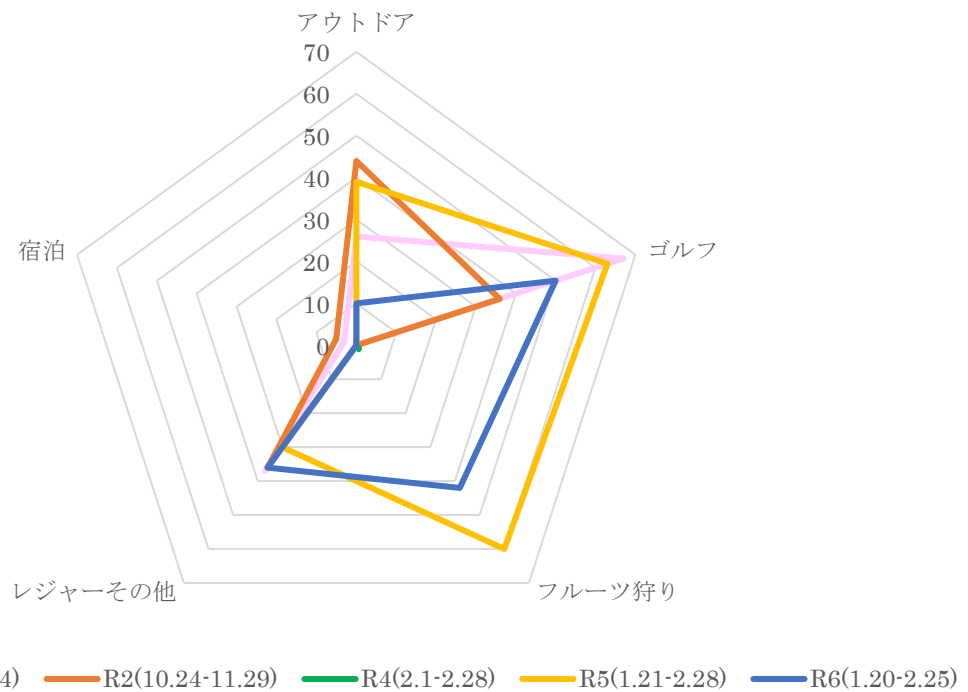
「レジャー」では、「ゴルフ」(50件)が最も多くで、「フルーツ狩り」(42件)、「アウトドア」(10件)と続いた。「ゴルフ」と「フルーツ狩り」は前回、今回と順位が逆転したが、絶対数に大きな差はない。

「食べ物」、「レジャー」それぞれの「その他」については、【別紙 Q12 その他】を参照されたい。

【食べ物】

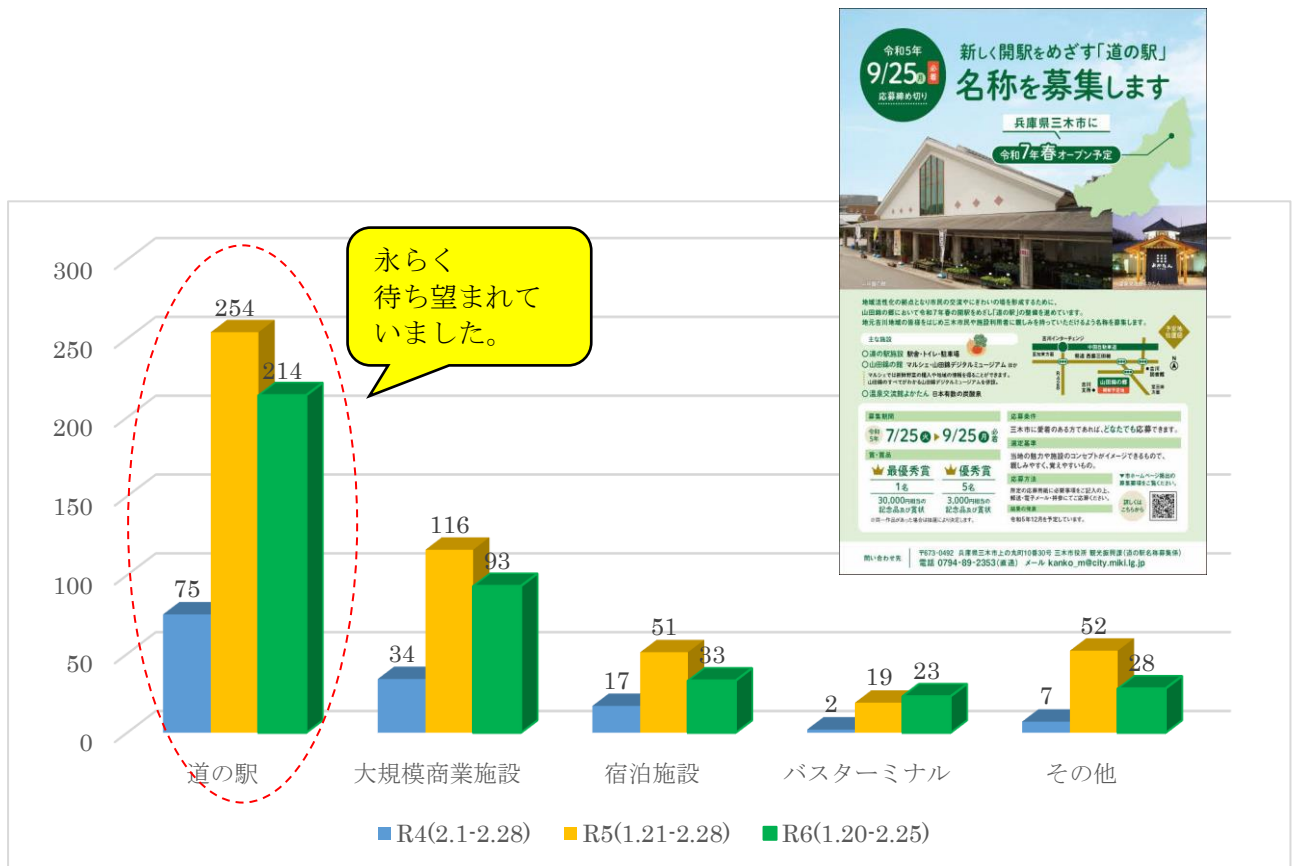


【レジャー】



☐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」については、すでに令和 7 年春にオープンすることが決まっており、吉川町を訪れる人の利便に供することが期待される。「道の駅」の次は「大規模商業施設」が求められることになろう。



3－12 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・土産物としてあっ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: 次回のデリシャスよかわで食べてみたいテーマは何ですか。自由にお答えください。