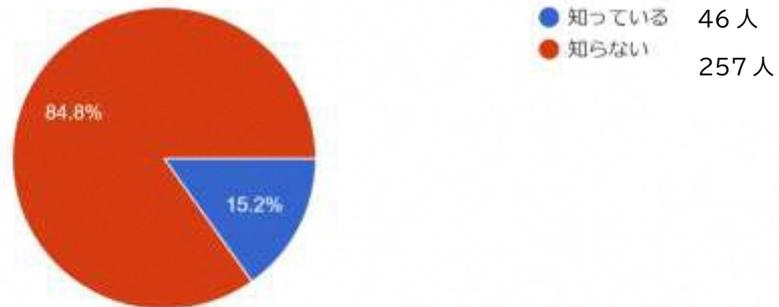


# 温海地域水産物販売実証実験アンケート 調査集計結果

回答数 306 件

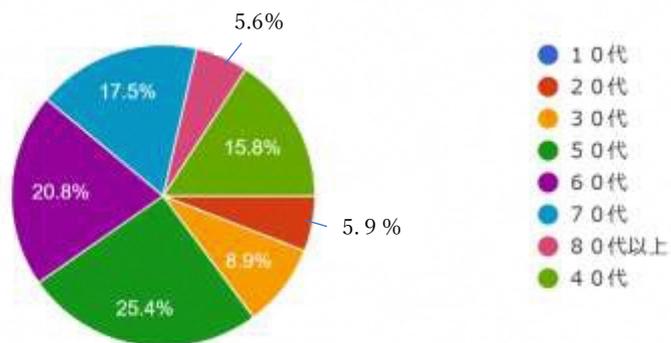
道の駅あつみが令和9年4月に移転することをご存知ですか。

303 件の回答



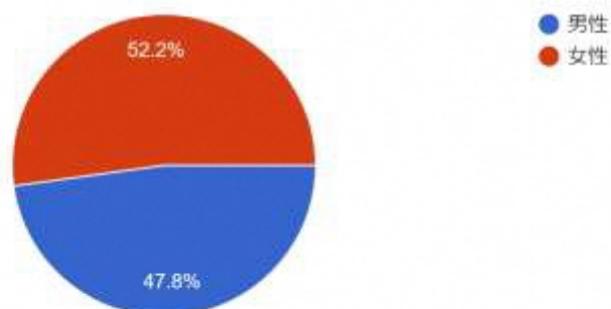
年代

303 件の回答



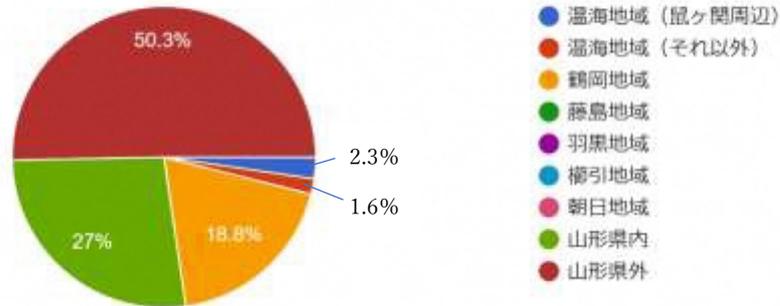
性別

297 件の回答

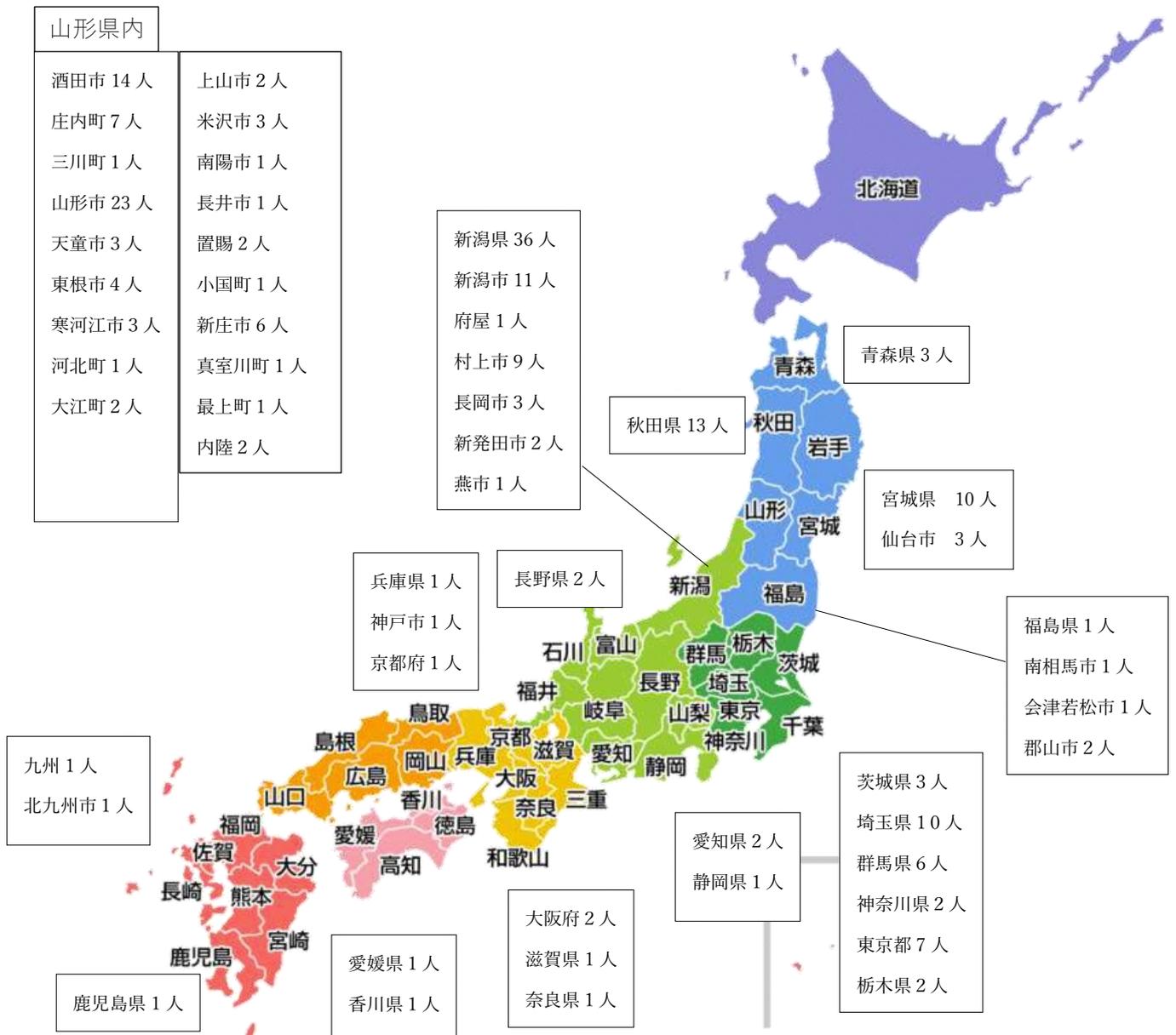


## 居住地

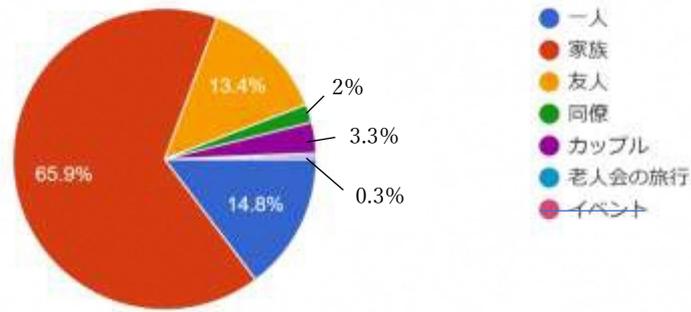
304 件の回答



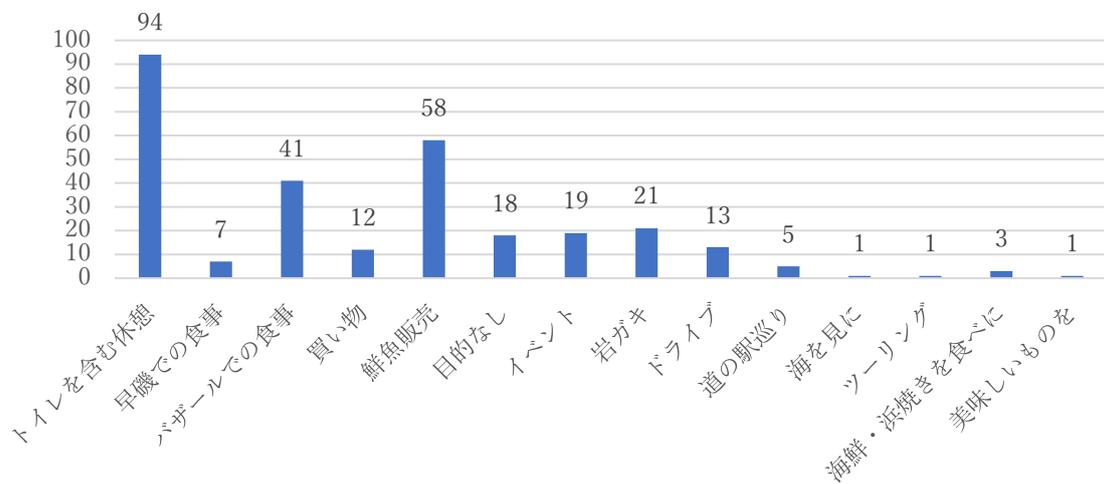
## 山形県内、もしくは県外者の具体的居住地



来館形態  
305 件の回答

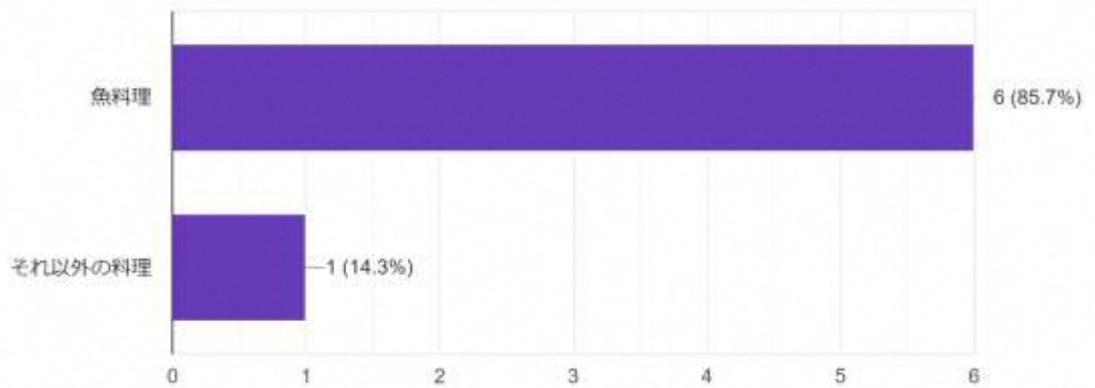


来館目的

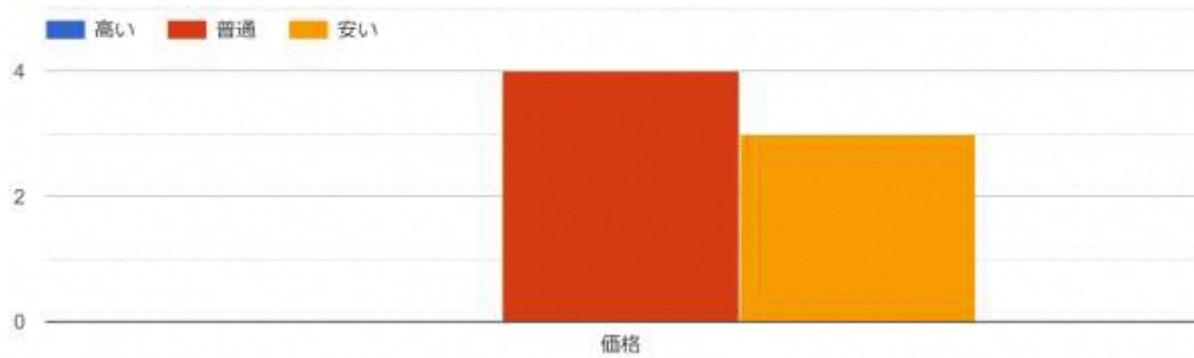


(上記回答で早機利用者へ) 召し上がったものを教えてください。

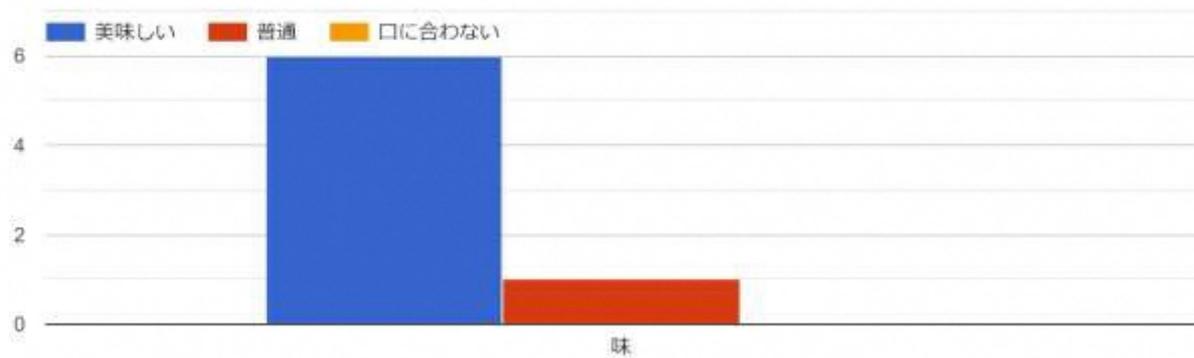
7 件の回答



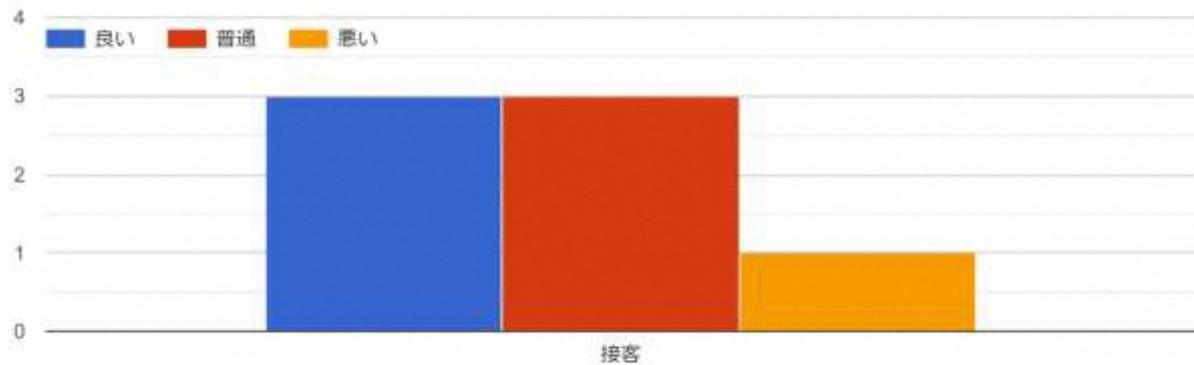
(上記回答者へ) 早磯の価格、味、接客、全体評価を3段階評価で教えてください。



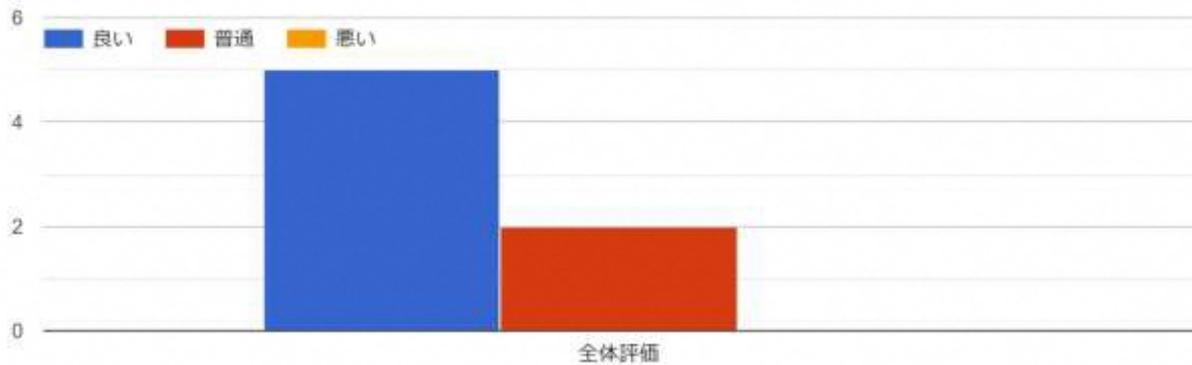
(上記回答者へ) 早磯の価格、味、接客、全体評価を3段階評価で教えてください。



(上記回答者へ) 早磯の価格、味、接客、全体評価を3段階評価で教えてください。

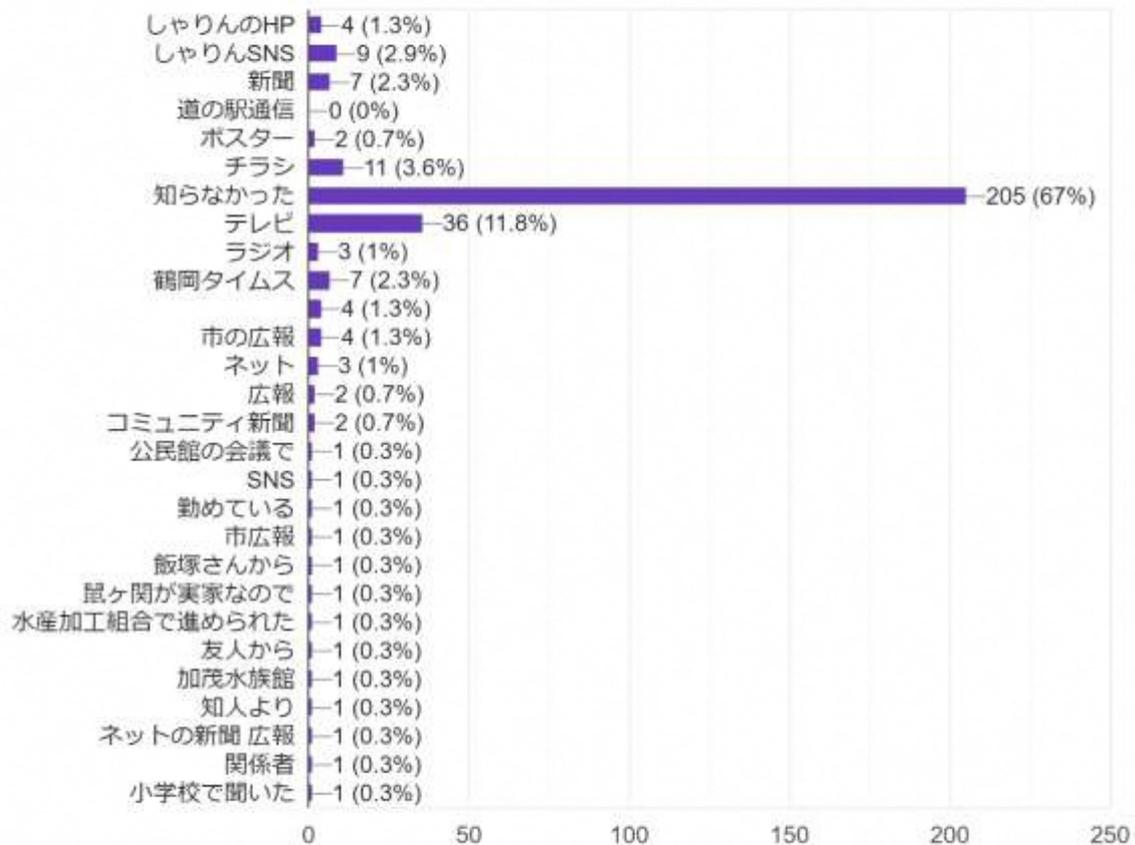


(上記回答者へ) 早磯の価格、味、接客、全体評価を3段階評価で教えてください。

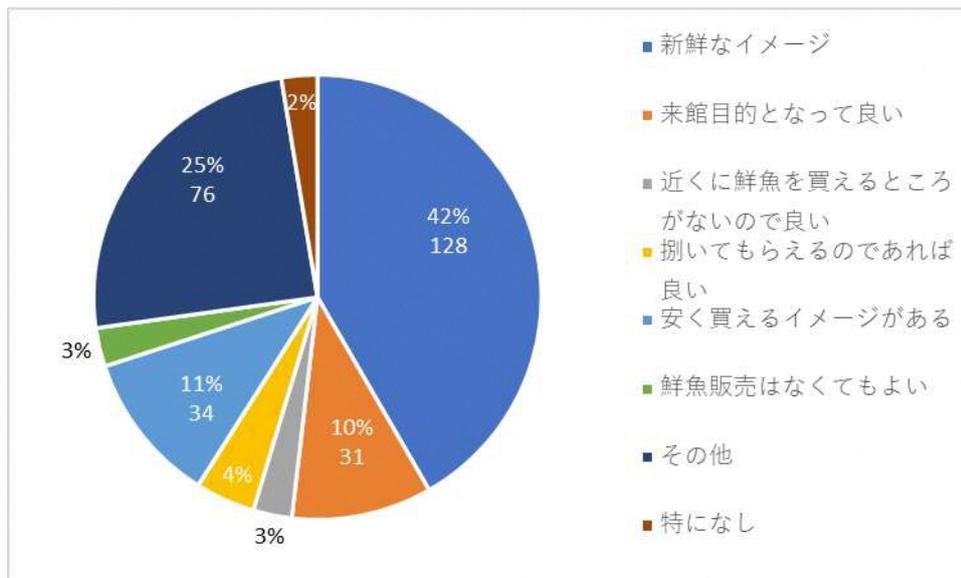


1. あつみの魚屋「さがなあや」のことを何でお知りになりましたか。(複数回答可)

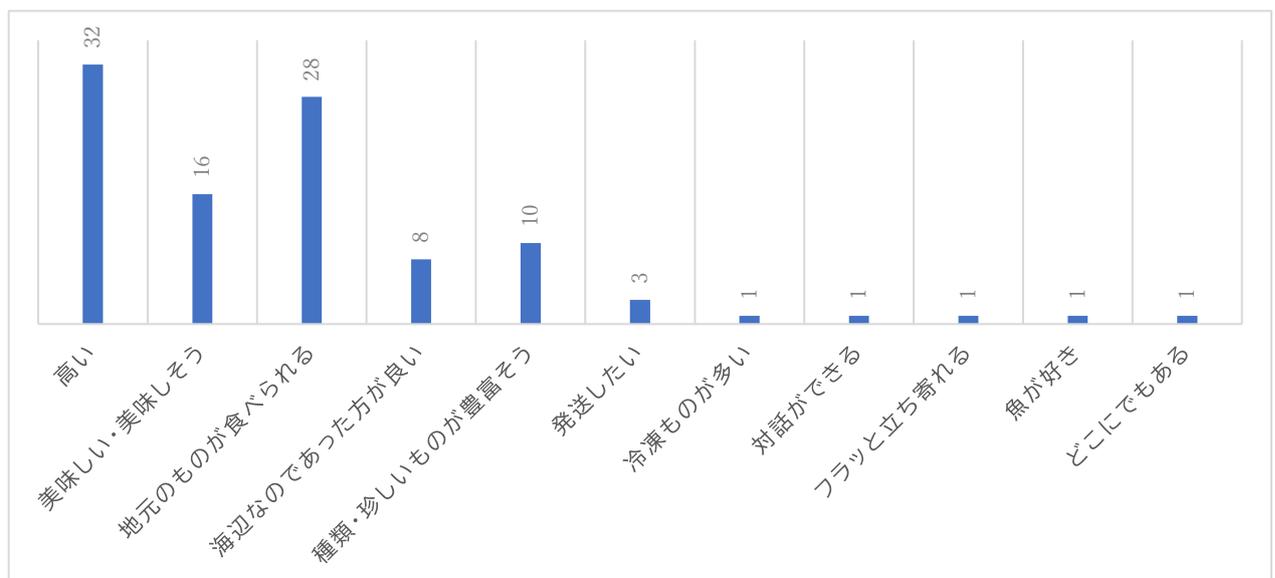
306件の回答



## 2. 道の駅での鮮魚販売について(複数回答可)

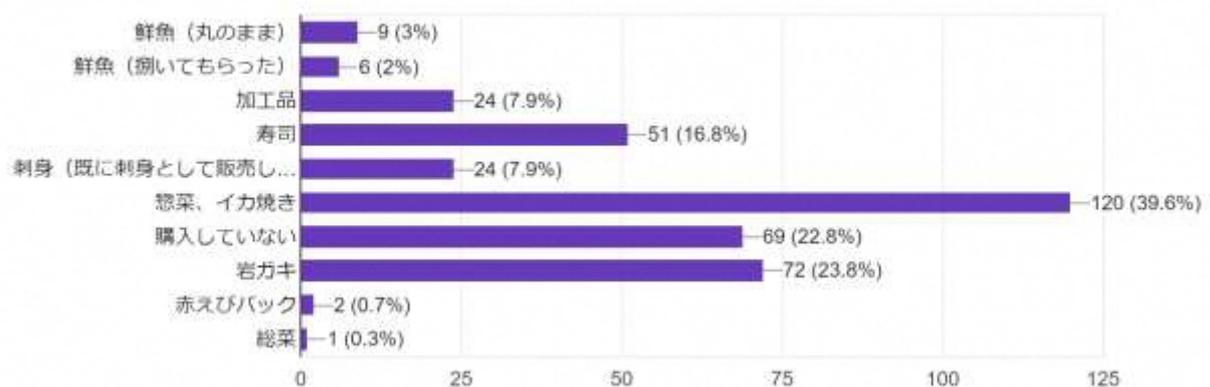


※上記、その他の回答



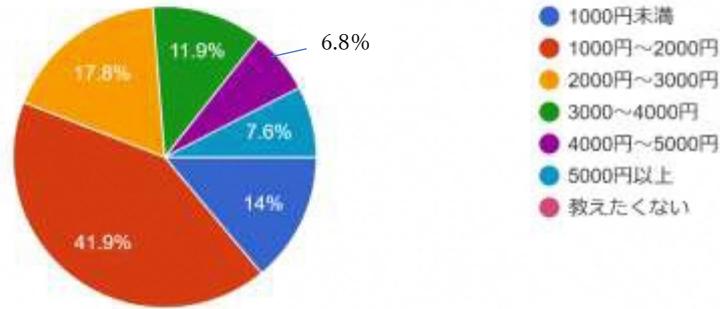
## 3. 本日購入された商品について教えてください。(複数回答可)

303 件の回答

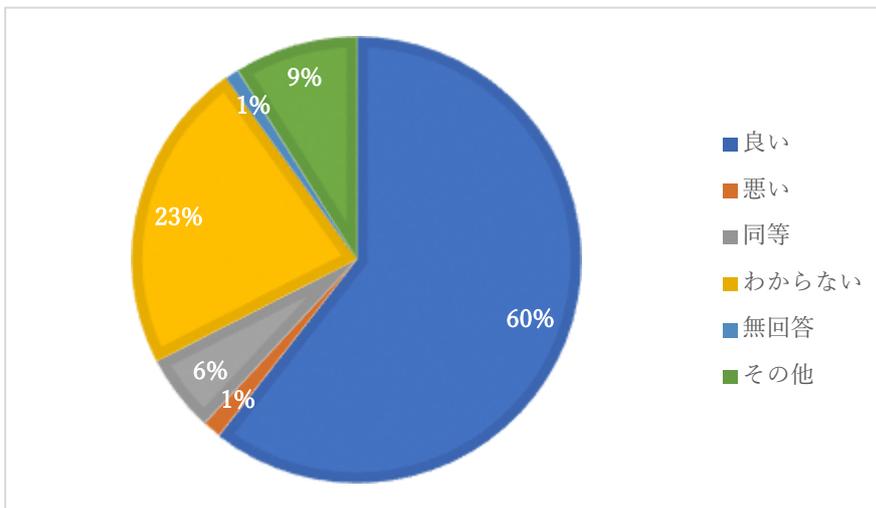


4. 購入金額帯を教えてください。

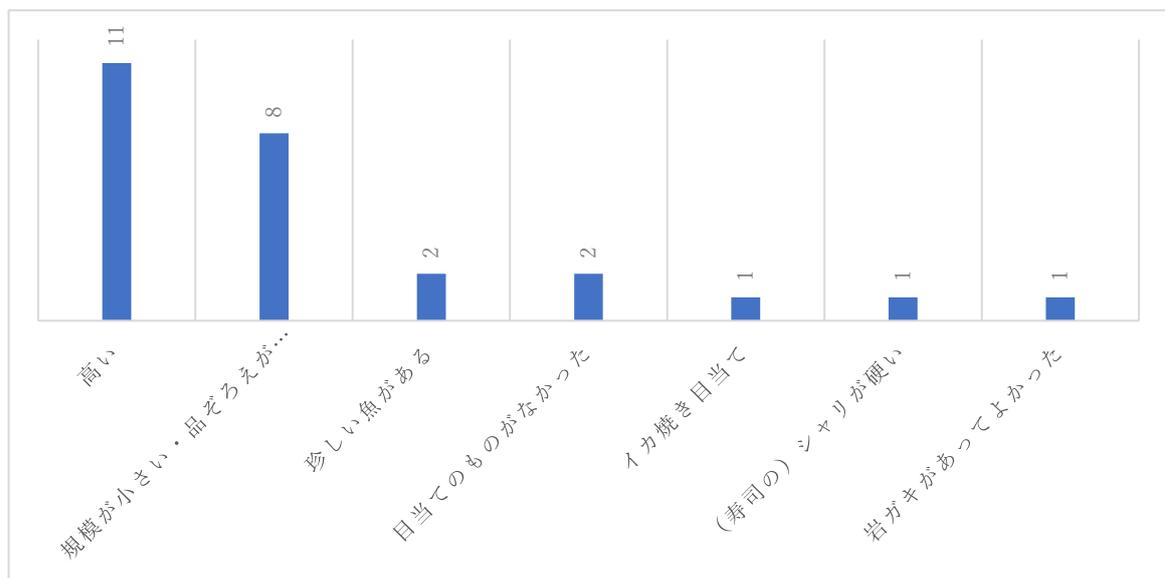
236 件の回答



5. 通常お魚を購入しているお店(スーパーや魚屋さん)と比較して、「さがなあや」はいかがでしたか。

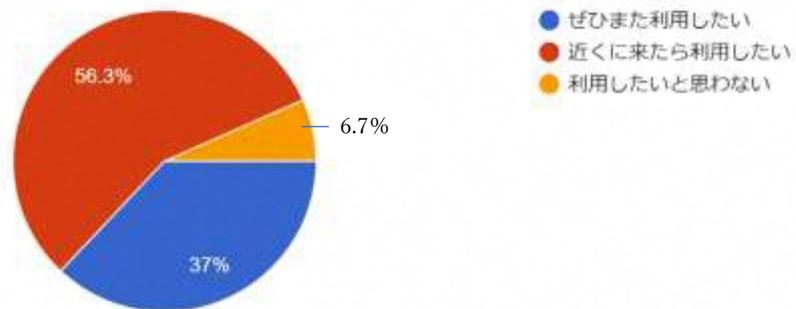


※上記その他の回答



6. 今後も「さがなあや」または道の駅しゃりんを利用したいと思いますか。

300 件の回答



6)の選択理由を教えてください。(例:通勤路だから、品揃えが良いから 等)

- ・あつみ温泉に来たら寄りたい
- ・地元の物を食べたいから
- ・庄内浜の魚は本当に美味しいから
- ・年に何回か訪れているから
- ・地元でも地元の生魚を買えるところがあまりないので
- ・思い出がある
- ・近いので
- ・遠いのでもう来れない
- ・岩ガキの時期には必ず
- ・景色が良いので
- ・海がないところから来た人には魅力的
- ・わざわざ来るには遠いので
- ・初めて寄ったが、思ったより充実しているから
- ・高い。観光客向けだから仕方がないが。
- ・毎年この時期にここでこれを食べると決めているから
- ・内陸の人は庄内に行けば必ず魚が売っているとそもそも思っているの、売ってないことが意外だった。
- ・釣りをしにきた人はクーラーBOX も持ってきてるので、ぼうずのときは買って帰りたい。
- ・近所なので
- ・もっと鮮魚の品揃えが良いと思ってきた。
- ・景色が良いから。
- ・毎年秋に赤カブ漬けを買いに来ている
- ・たまたま立ち寄っただけなので
- ・その地域らしさがあるから
- ・景色が良いので。
- ・海沿いなので海鮮的なものを皆求めて来るのでは

- ・スーパーより安くて鮮度も良いと思ったが、そうでもなかった
- ・やっぱり鮮度が良いから
- ・ツーリングに寄るのに丁度良い
- ・よくドライブに来るから
- ・新鮮で美味しい
- ・美味しかったから
- ・品揃えを見てから
- ・新鮮で安いから
- ・遠いので
- ・帰り道なら(鮮魚)寄りたい
- ・庄内の魚は美味しいので
- ・イカ焼きがとても美味しいので
- ・地元の魚を食べたいと思うから
- ・海沿いに来たら食べたい(値段が合えば)
- ・旅の帰り道なら買いたい
- ・来る機会がないので
- ・持ち帰りを考えるとすぐ食べられる物が良い(海鮮丼など)
- ・あまりこういうところがないので
- ・近くて新鮮なので
- ・地元の物を販売することを応援したい
- ・こういう寄り道が楽しくて旅しているので
- ・もっと規模を大きくしないと
- ・地元のものを買えるのが良いから
- ・寄るのが楽しみ
- ・トイレ休憩の規模なので
- ・魚を扱ってる道の駅は少ないので
- ・海沿いなので鮮魚はあった方が良い
- ・あちこちのものをちょっとずつ食べたいときにはちょうど良い(お寿司やお刺し身)
- ・ロケーションが良いので
- ・近くを通ったら利用したい
- ・毎年月山に来ているので必ず寄る
- ・規模が小さいのでチラ見する程度
- ・地元の魚を食べたいので
- ・干物を充実させてほしい
- ・来る機会がない
- ・魚が好きなので
- ・市内で購入できるものではなく、地元の物を無いなりに販売している
- ・前から通っているの
- ・海の近くなので販売はあったほうが良いと思う

- ・首都圏では売ってないものがあるから
- ・道の駅に鮮魚販売があったら寄ってみたいと思う
- ・ツーリングに来るとちょうどよい距離だから
- ・旅のスケジュールによる(帰り道なら)
- ・ドライブがてらに来るのにちょうどよい
- ・イカ焼きがとにかく美味しい
- ・海産物を直送で食べられるのは良い
- ・年を取ってから一匹捌いて食べるのは大変なので、気軽に買えるところがあるのは良い
- ・地元の物を食べたいので
- ・秋田県内でもオガーレまで行かないとないので
- ・岩ガキが食べたいので
- ・鼠ヶ関には度々来ているので
- ・長野は海がないので、道の駅で海産物が食べられると嬉しい
- ・内陸で買えるところがないので
- ・市内の料理屋でも同じ値段で食べられる。差別化しないと。
- ・スーパーで買ったほうが安い
- ・温海には釣りで年に何度か来るので
- ・旅のスケジュールによる
- ・もっと大きい規模で塩釜のように常に買えるようにしてほしい
- ・見るだけでも楽しい
- ・しゃりんにはよく立ち寄るから
- ・海が近いので地元の物を変えるのであれば寄りたい(クーラーボックスも持参している)
- ・いつも寄っているから
- ・こういう販売があればまた利用したい
- ・地元民でも何があるか見に来たい
- ・魚を見るのも食べるのも好きなので
- ・海辺なので立ち寄ってみたいと思う
- ・毎年来ているので
- ・この場所だからか、わざわざ立ち寄る。
- ・海沿いにあるから価値がある
- ・興味があるので
- ・海沿いに来たら、浜焼きとかそういうものが食べたいので。
- ・今より近くなるから

## 5.自由意見(品揃え、店構え、扱ってほしい魚、ご意見など)

- ・もっと大きく、いつもあったら嬉しい。早磯は早い時間から開いていて助かる。
- ・寿司 2 巻は少ない。10巻くらいをイメージしてきた
- ・今日は鮮魚が少なかったなので、もっと増やしてほしい
- ・この暖かい空間で、鮮魚を扱っていて、スーパーと比べて大丈夫かなという不安。
- ・知っていたらクーラーBOX など持ってきて買いたかった。  
持ち帰り用の何か保冷剤があれば鮮魚も買いたい。
- ・ネタが大きくて良かったです
- ・卸をしてもらえるとありがたい
- ・長期旅行者にとっては鮮魚販売はいらない
- ・安くて美味しそうなら買う。
- ・他の道の駅に比べて(野菜の)鮮度、値段の点で魅力に劣る
- ・酒田の海鮮市場のようなイメージしてきたのですが…。
- ・海が見えないところに移転するのは残念。
- ・酒田の海鮮市場のように発展してほしい
- ・新鮮、品揃え、安さ
- ・鮮魚販売はあったほうが良い
- ・海沿いなので、もっと鮮魚販売しているところがたくさんあると思ってきた(なのになかった)
- ・値段をもっとリーズナブルにして欲しい
- ・この景色が見られなくなるのは残念
- ・お寿司食べ放題があると良い
- ・焼き魚や惣菜が充実してほしい
- ・イカ焼きなどの焼き物は匂いに釣られる
- ・刺し身など車で持ち帰るには心配
- ・魚は見たいが、持ち帰れない
- ・海産物の焼物を置いてほしい
- ・旅の帰り道なら買いたい
- ・もっと軒数があれば良い
- ・帰り道なら買いたい、大抵中継地
- ・目当ての浜焼きがなかった
- ・浜焼きなどやってるイメージでした
- ・惣菜などを充実させてほしい
- ・もっと規模が大きいと良い
- ・道の駅に温泉があれば良い
- ・宮城県の道の駅では、鮮魚を扱っているところがないので良いと思う
- ・雰囲気と演出が大事。高くても価値があると思わせる見せ方。活気。品揃え
- ・生魚は自宅で料理しないので、料理された惣菜の方が良い
- ・秋にも来たい

- ・岩ガキは高い
- ・遠いのであっても買うかは別だが、無いと面白くない
- ・酒田も鮮魚市場があるが、混んでて地元の人あまり行かない
- ・昔より魚を食べる人が増えたと思うので、良いと思う。
- ・鮮魚販売があると、道の駅としての幅が広がる
- ・海が見えなくなるのは残念
- ・エゲシの味噌汁とか、ここならではのものを提供してほしい
- ・もう少しリーズナブルだと良い
- ・時化のときの対応が大変だね
- ・品揃えや見せ方等、もう少し考えたほうが良い
- ・持ちかえり用の準備をしてほしい
- ・捌いた状態の真空パックで送って欲しい(飲食店向けに)
- ・特産物を知ってほしい。土地のものをそこで食べられた方が良い
- ・自宅に持って帰るより、その場で食べられる惣菜などを充実させてほしい。
- ・場所は絶対このほうが良い
- ・ホタテをカットしてくれたので親切だと思った
- ・とにかく高い
- ・焼いて食べさせてくれるのが良かった
- ・期間限定と言わず販売してほしい
- ・青魚が欲しい
- ・もっと大々的であればよい
- ・売りになるものがあれば良い

## ■実証実験結果の解説と考察

### 1. 来館者層とターゲットについて

来館年代および来館形態からわかる通り、60代以上のシニア世代が43.9%となっており、ミドル世代の50代を合わせると、69.3%、約7割となる。

また来館形態をみると家族が65.9%となっており、これらを合わせてみると、シニア世代の夫婦連れが主な利用者であることがわかる。

更に、20代～30代の利用率は低く、カップルや友人同士での利用は現状では限定的である。

### 2. 来館者の居住範囲と来館目的について

無作為のアンケートであるにも関わらず、5割が県外者で約3割が鶴岡市以外の県内者であり、来館者の多くが地域外から来ていることが顕著である。

県外者の範囲は日本全域に広がっていて、当たり前ではあるが、その全ての人が(レンタカーを含む)車で来館している。

ヒアリングの結果、県外者の多くは目的地が鼠ヶ関や鶴岡市を含む庄内ではなく、秋田や新潟との往來の通過点である、もしくは蔵王や月山などへの滞在中に足を伸ばして、というケースが多かった。

遠方であるほど、長期旅行の途中である人が大半だった。

また、県外最多の63名だった新潟(各市を含む)の方々の来館事由としては、日帰りでドライブがてらに出かけるのにちょうど良い距離、という意見が多かった。

山形県内の方々においては、TVやラジオなどで見知って来館いただいた方も少なからずいたが、知らないで来た方の来館事由は新潟と同様である。

### 3. 来館目的

来館目的の3割がトイレを含む休憩となっているが、行動パターンを観察していると、トイレ→しゃりん館内を一周→ソフトクリームで30分弱の滞在時間のようなようだった。

それらは、ドライブやツーリング、道の駅巡り、目的なく、という回答者の行動パターンと同様で、食事をする、もしくは岩ガキを食べに来た、イベントに来たという明確な目的を持って来館するものと二分している。

この結果から、道の駅に求める来館目的の設計を、飲食店舗を重視し、充実させて足を運ばせるのか、もしくは明確な目的なく立ち寄った人達に、どのようにお金を使ってもらえるコンテンツや商品をそろえるのか、が収益化のヒントになると考えられる。

なお、今回のアンケートは主にバザール内もしくはその周辺でヒアリングを実施しており、回答数の少なさから、早磯で食事をした人が食後、バザールの方へはあまり流れてこない、ということもわかった。

#### 4. 道の駅での鮮魚販売について

道の駅での鮮魚販売のイメージや考えは、予測通り“新鮮なイメージ”が最も多く、価格については産直的な安さのイメージは51名に対し、観光地価格的な高さをイメージする人も32名いた。

また、積極的購買層となりえる、“来館目的となって良い”“捌いてもらえるのであればあっても良い”と答えた方は、合わせて全体の14%ほど。

逆にヒアリングをしていて、「買わないけど、ながめるためにあってほしい」という欲求と、「鮮魚で買って帰ることはできないから、その場で食べたい」という欲求が多いように感じた。

またその場で食べたいという欲求は、“道の駅に鮮魚販売はなくて良い”と回答した人の理由の大半である。

#### 5. 購入商品と金額について

購入商品において、今回の実験販売対象である鮮魚・寿司・刺身を購入した人は92名(30.3%)で、イカ焼き、岩ガキ、総菜などその場で食べられるものを購入した人は193名(63.6%)となっている。

季節柄、岩ガキを目当てに来店する客も多いが、イカ焼きだけを目当てに来店する人が各日において、一定数の固定客がいることもわかった。

ニーズとしては平日も“浜焼きなどが食べたかった”、という声が聞かれたので、やはり、その場で食べられるものを求めて来る客が多い印象。

ただ今回の寿司などは昼食には量が足りず、おやつにするにはちょっとヘビーという感じだった。

購入金額は、イカ焼き、岩ガキ共に1,000円なので、それらを何個購入しているかで1,000~3,000円が最も多いことも頷ける結果である。

#### 6. 「さがなあや」と多店舗との比較および再来店について

良いという回答が60%となっているが、今回の実証実験では実験対象となる丸のままの鮮魚が店頭には並ばない(もしくは極端に数、種類もない)日もあり、比較する条件がまちまち(もしくは比較できない)であったため、この結果はあまり参考にならないと考える。

しかしその中でも、その他の回答で“価格が高い”“品揃えが悪い(規模が小さい)”といったネガティブな具体的意見をどのように次回9月の検証へ反映させるべきか検討の必要がある。

また、上記の理由で、再来店についても「さがなあや」に対するリピートの有無調査は難しいと判断し、「さがなあや」もしくは「しゃりん」へのリピートの有無としてヒアリングを行った。

その中でも「この立地、ロケーション、景色だから来る(立ち寄りたい)」という声が、多く聞かれた。

リピートに関する結果では、“利用したくない(もしくは利用する機会がないを含め)”と答えた方は、6.7%となっている。それらの消極的意見にはアンダーラインを引いているので、参考にしてほしい。

## 7. 考察

実証実験の結果、来館層と来館目的が明らかとなった。

特筆すべき点として、地元客が現状ではとても少ないこと、県外客(特に遠方客)が予想よりも多いことが、鮮魚販売の在り方を検証するうえでカギとなると考えられる。

多くの県外者のニーズとしては、「その土地にしかない魚(食材)をみたい」「その場で食べたい」と考えている。

それらは、自由意見で述べられている多くの意見と一致する。

旅行者は、旅の途中で立ち寄る道の駅で、鮮魚を「買う」ことを元々想定していない。

長距離旅行者に魚を買わせるためには、「発送してでも買いたい魚」でなければならず、わかりやすいものではカニなどがそれに当たる。

短距離旅行者には、もう少しハードルは低いが保冷バッグを持たずに来ている客に対し、保冷箱や保冷バッグ、保冷剤などの提供ができることを、もっと周知する必要がある。

逆に、それらの点では心配のいらぬ近隣客の客足は鈍い。

近隣客が、道の駅の魚屋を利用するには、地元産の魚、という以上に、買いやすい価格設定や品揃えが重要となってくる。

いずれの客に関しても、焼き魚などの惣菜やイトインの充実を望む声が多い。

それらのニーズは売上げからも裏付けされる。

また、今回平日の各曜日において店頭で足を止めて覗いた人の数を大まかにカウントしてみた。

その数と実際にレジを通過した人の数をみると、平均約 3 割程度の人が何らかのものを購入し、7 割の人は覗いただけ、という結果になっている。

これら 7 割の人が購買意欲を持つためには、どのようにアプローチしたらよいか、検討する余地がある。

最後に、今回ヒアリングを行う中で回答者の方々から、そもそも道の駅に立ち寄りながら(それを楽しみに)旅をしている人たち(道の駅ユーザー)は高速道路を使って移動しない、という意見が聞かれた。

現在のしゃりんユーザーは、移転後の道の駅のユーザーになるとは限らない、ということだ。ターゲットや目的設計などの参考にしてほしい。

なお、今回は20日間のうち、18 日間は底引き網漁の禁漁期間で、また梅雨時期で天候にもめぐなれなかったため、次回の 9 月にはもう少し精度をあげた調査結果が得られると期待したい。

※参考に曜日別に細分化したデータを追って提出する。

## 【 曜日別来館者の傾向とまとめ 】

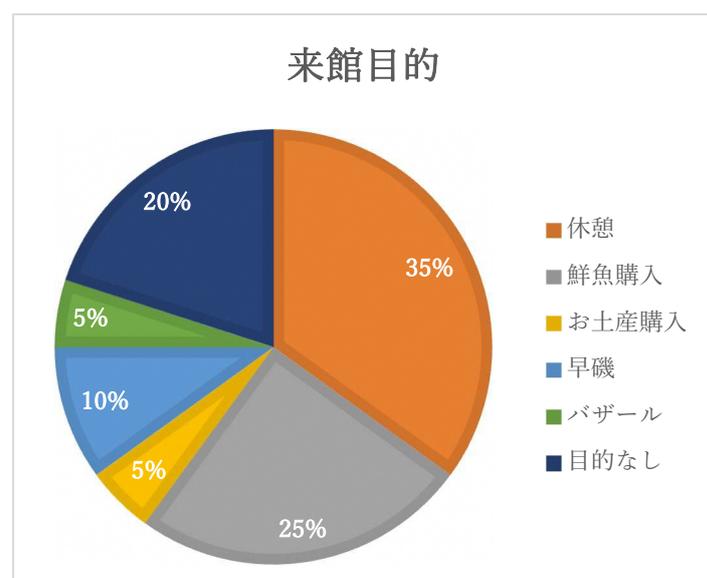
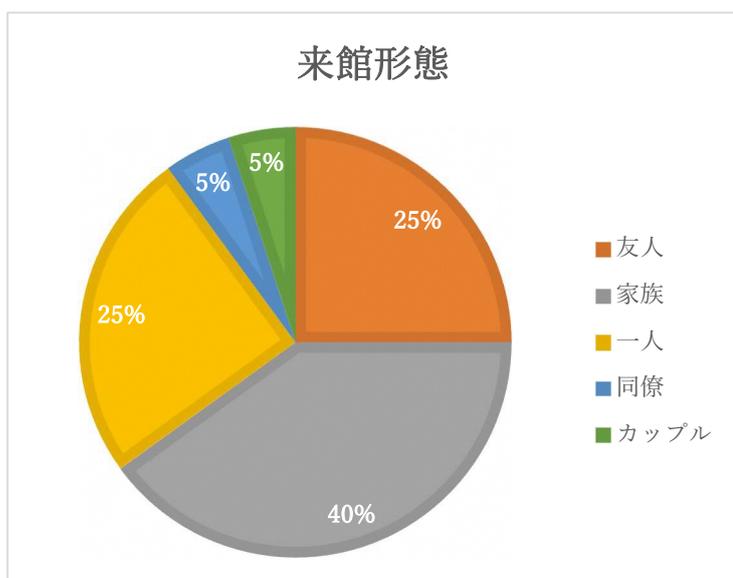
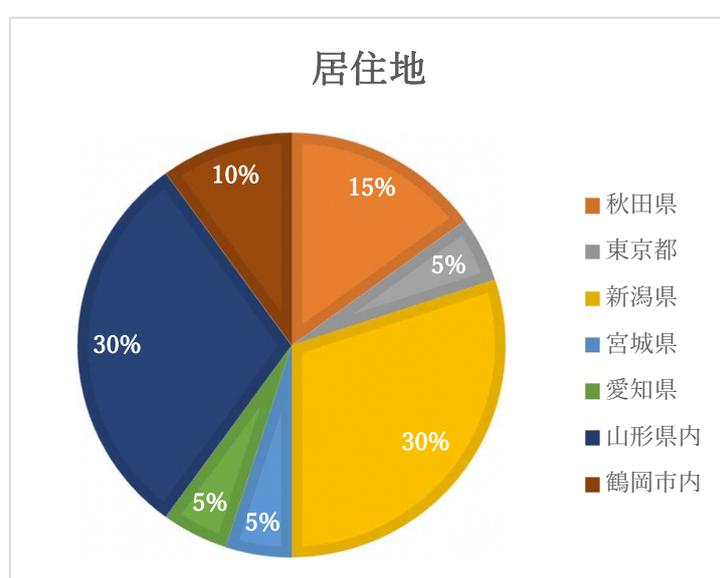
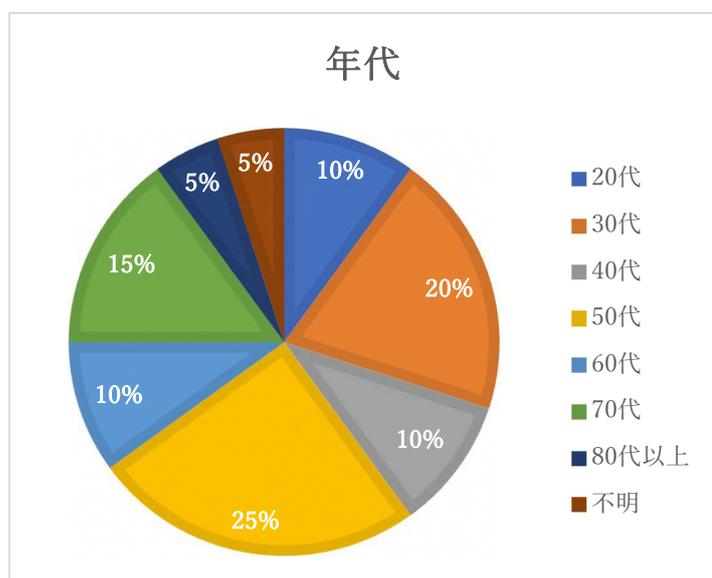
※調査日:6/29(木)、30(金)、7/2(日)、4(火)、9(日)、10(月)、12(水)、13(木)、15(土)  
7/16(日)、17日(月、祝) 計:11日間

※来館目的において、下記の通り大きく分類しています。

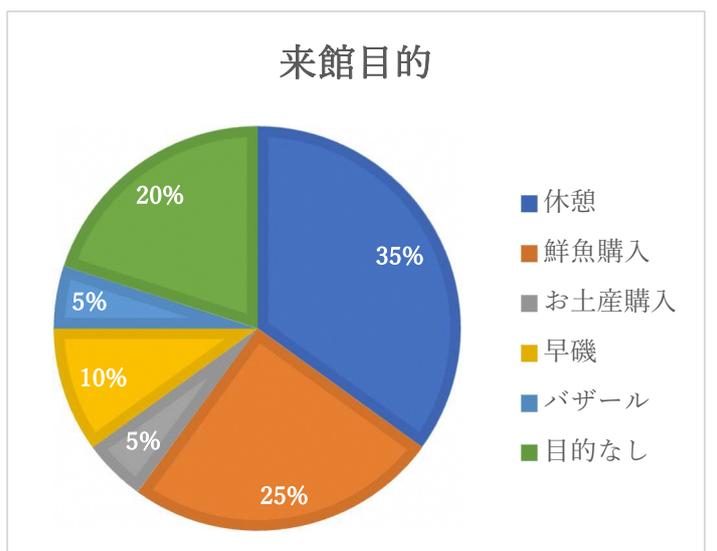
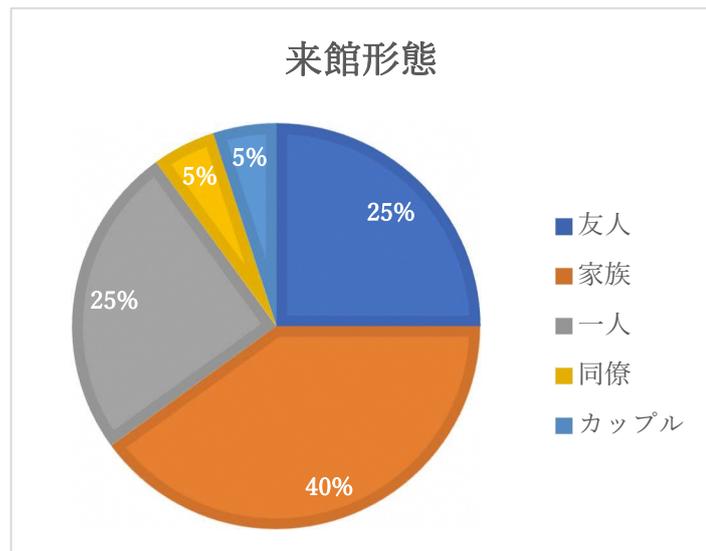
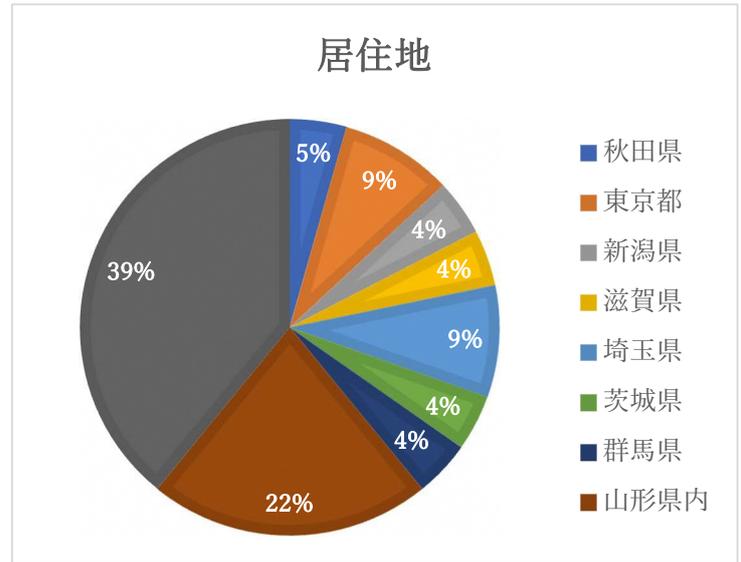
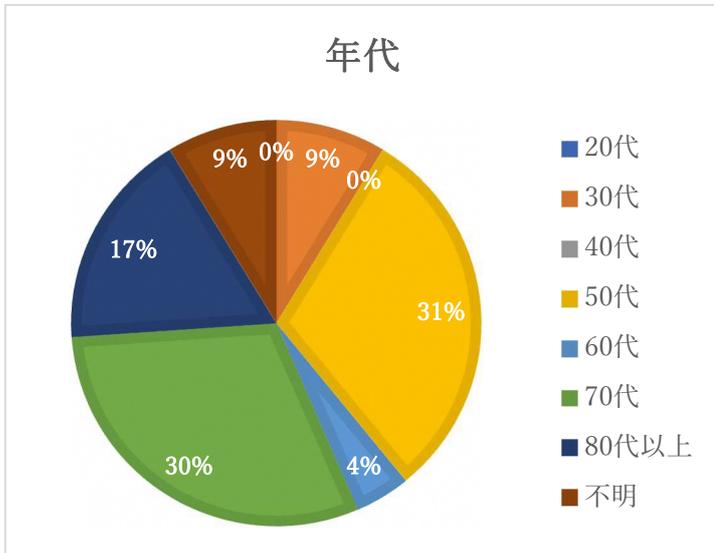
岩ガキ、イカ焼き、浜焼き、イベント →鮮魚等の購入(海産物を目当てとした来館である為)

ドライブなど明確な目的のないもの →目的なし

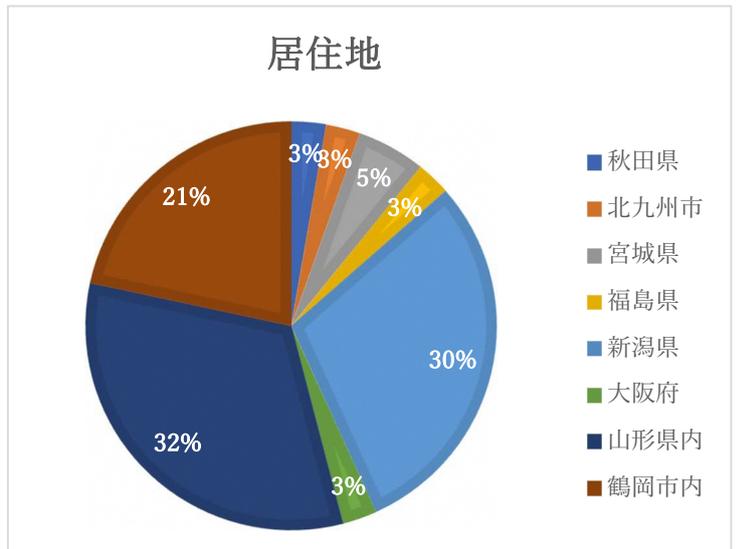
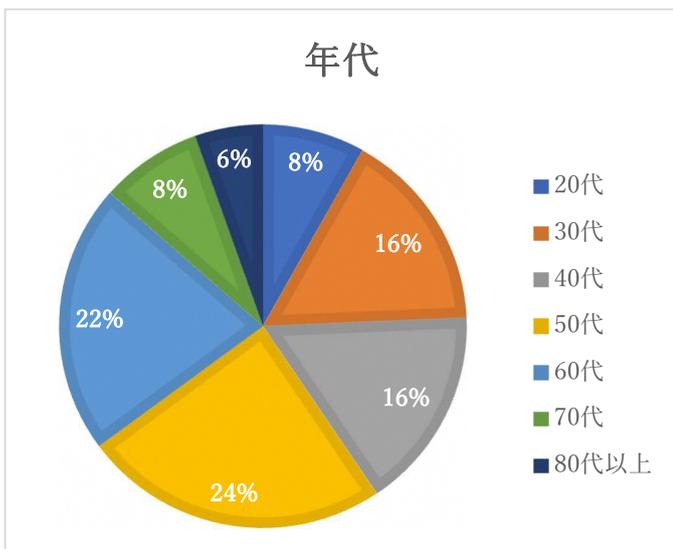
■木曜日(6/29) 回答数:20件 (女性14、男性6) 天気:曇り、晴れ



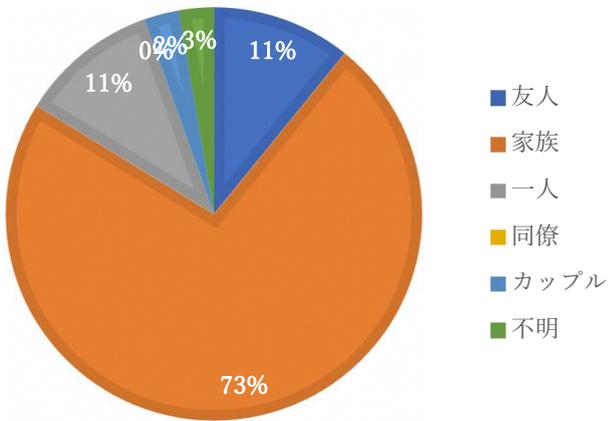
■金曜日(6/30) 回答数:23件(女性10名、男性12名、不明1名) 天気:雨のち曇り



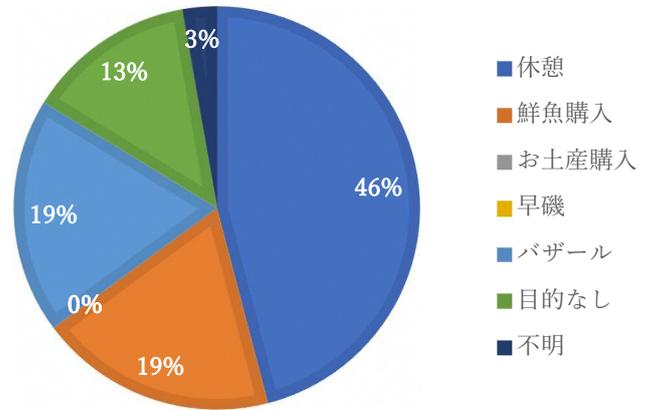
■日曜日(7/2) 回答数37件(女性17名、男性15名、不明5名) 天気:晴れ



来館形態

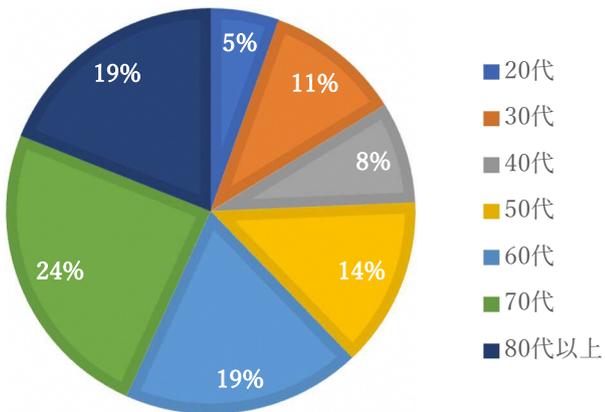


来館目的

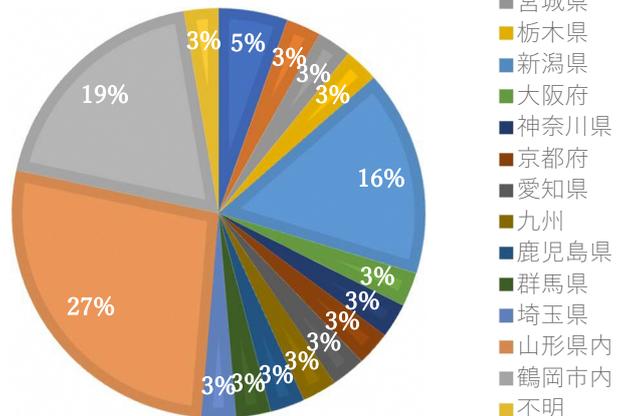


■火曜日(7/4) 回答数:37件(女性17名、男性19名、不明1名) 天気:晴れ

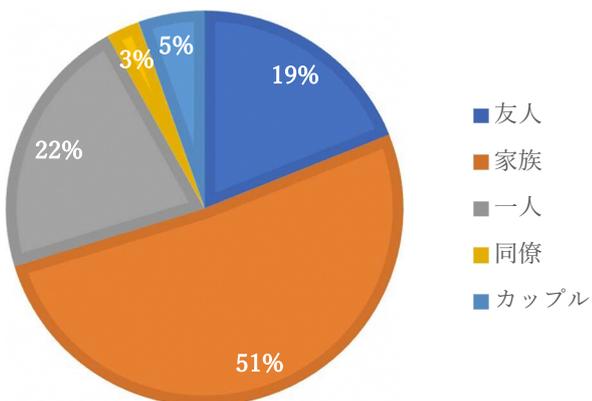
年代



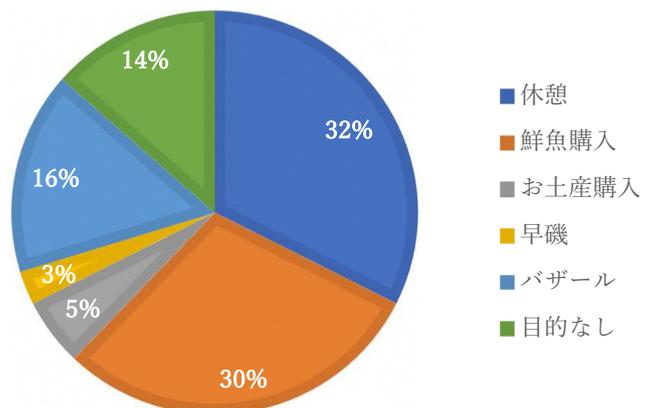
居住地



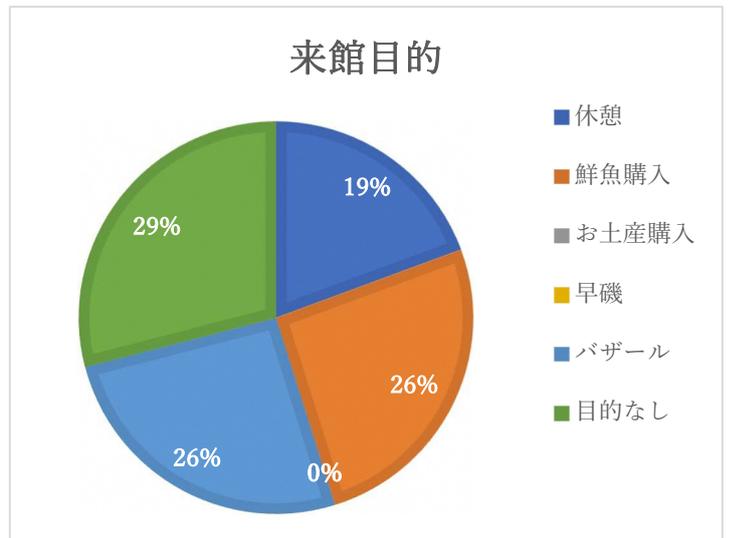
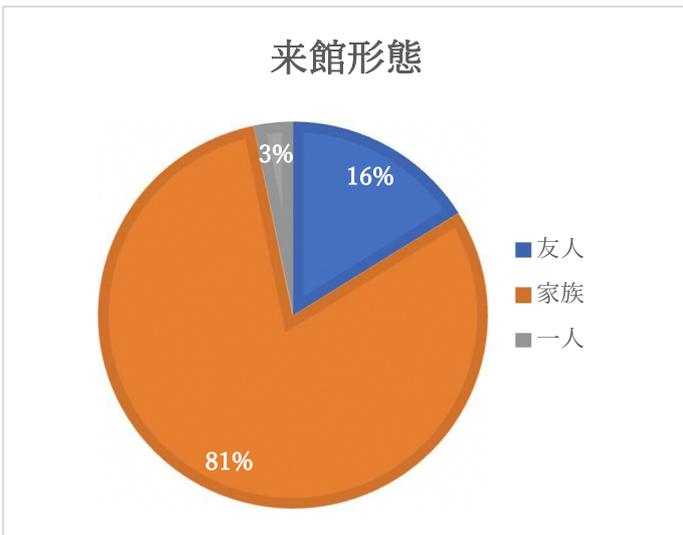
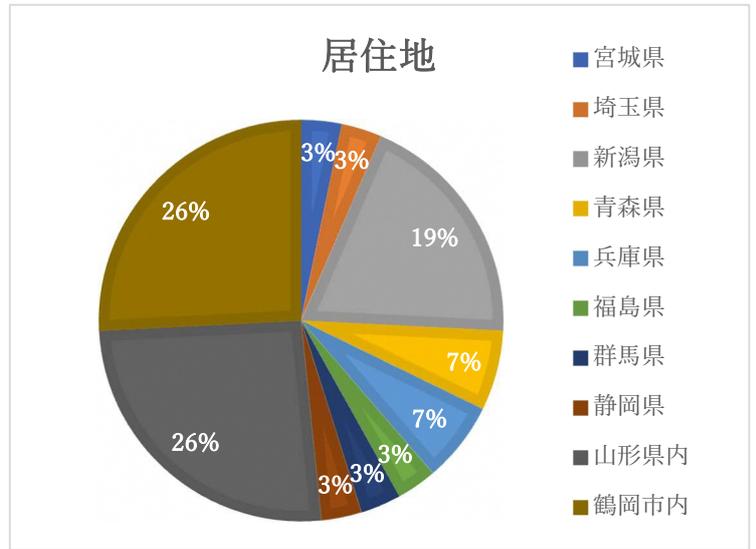
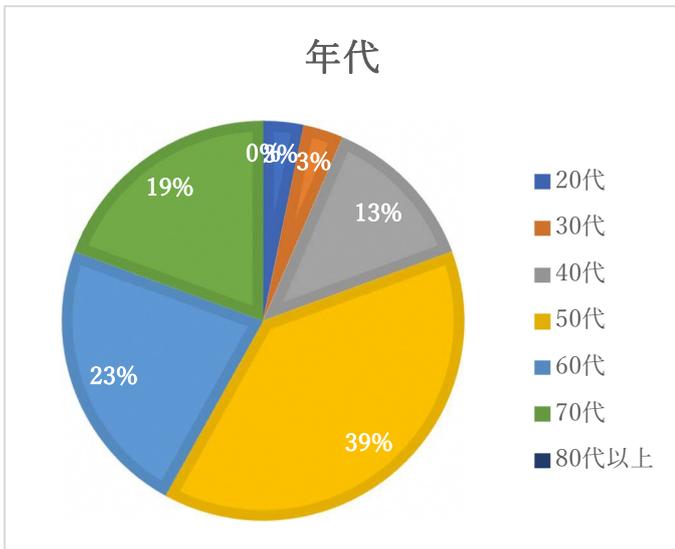
来館形態



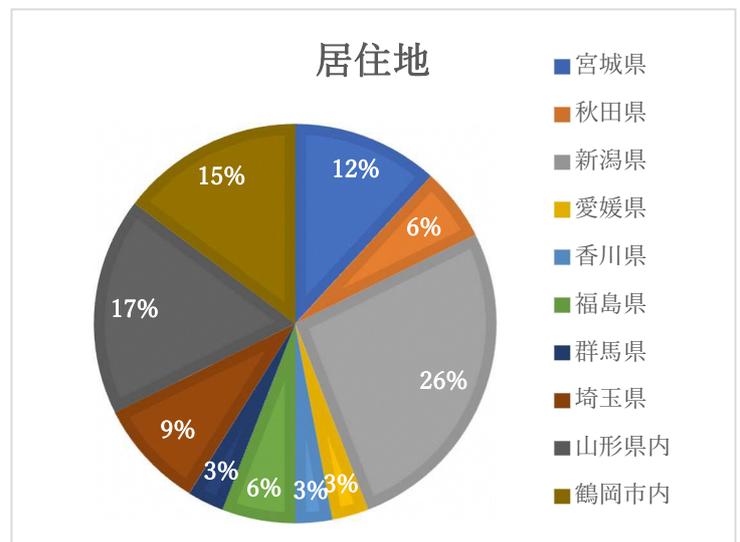
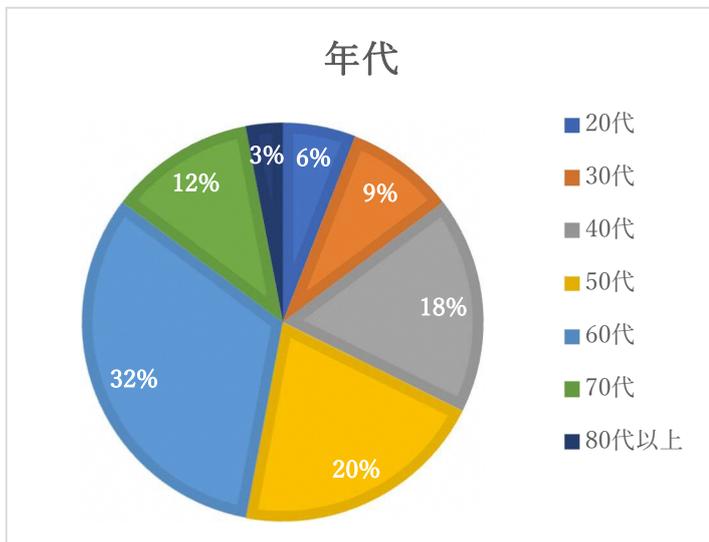
来館目的



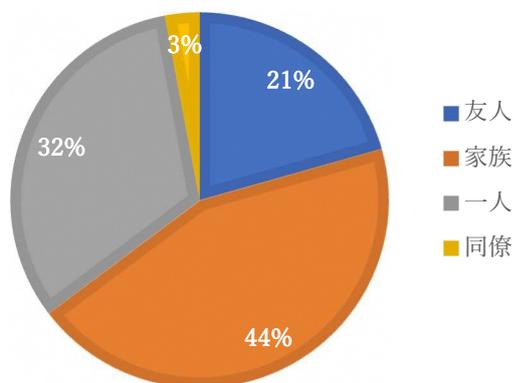
■日曜日(7/9) 回答数:31件(女性 16名、男性 13名、不明2名) 天気:断続的に雨、曇り



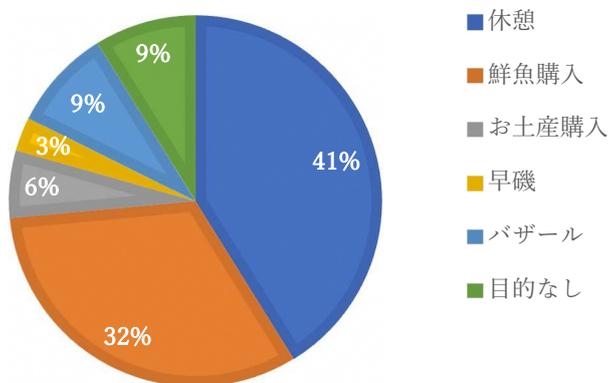
■月曜日(7/10) 回答数:34件(女性:18名、男性 16名) 天気:晴れ



来館形態

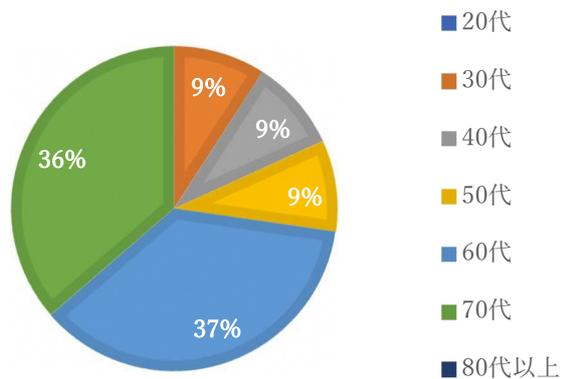


来館目的

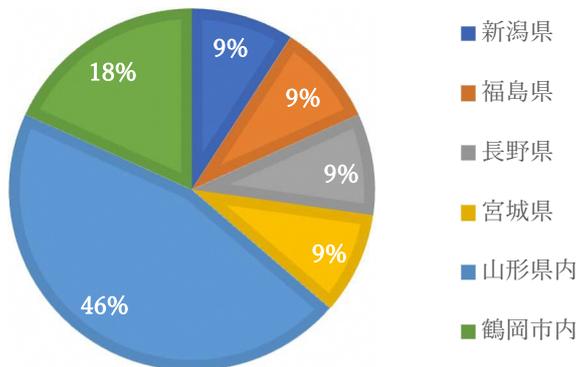


■水曜日(7/12 AMのみ) 回答数:11名(女性5名、男性6名) 天気:暴風雨

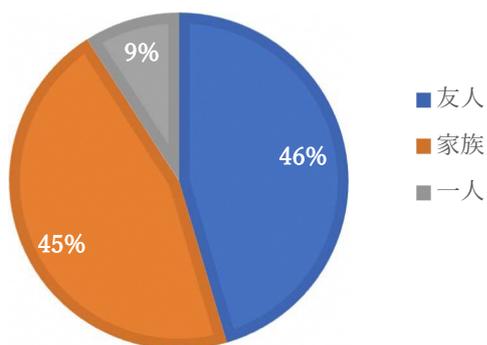
年代



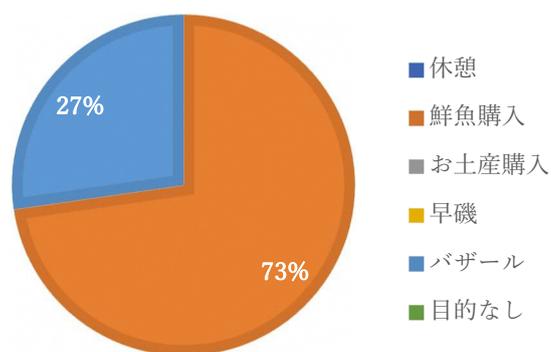
居住地



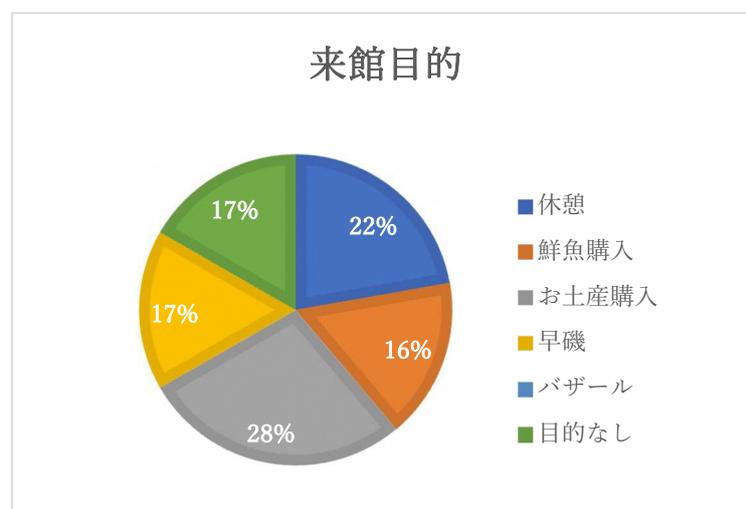
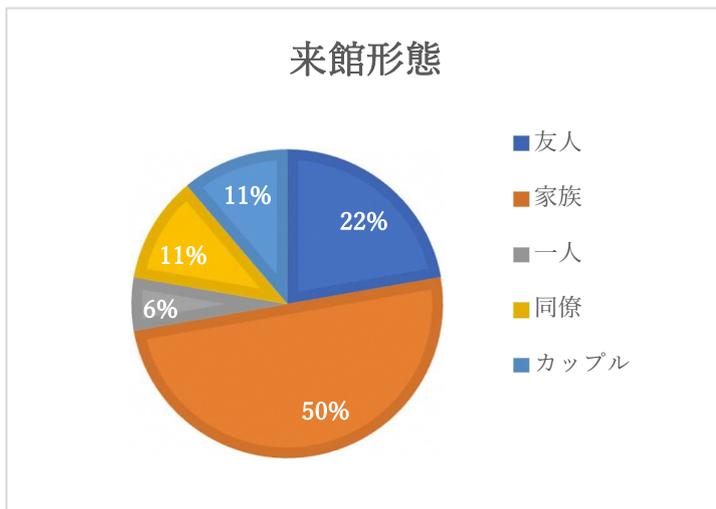
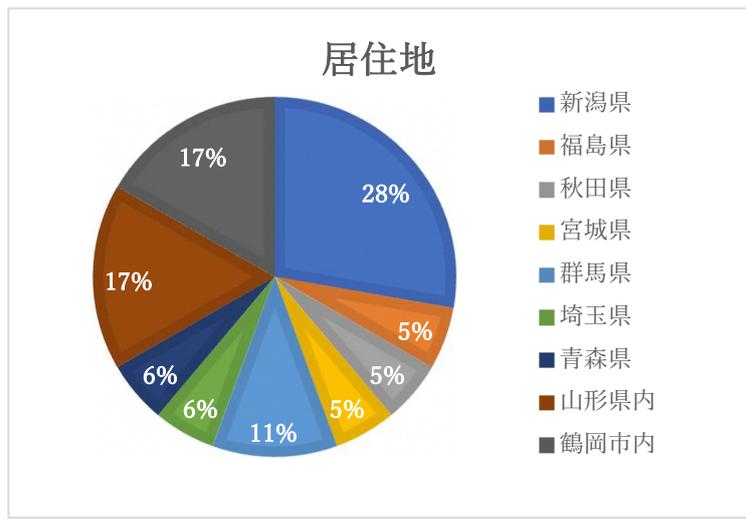
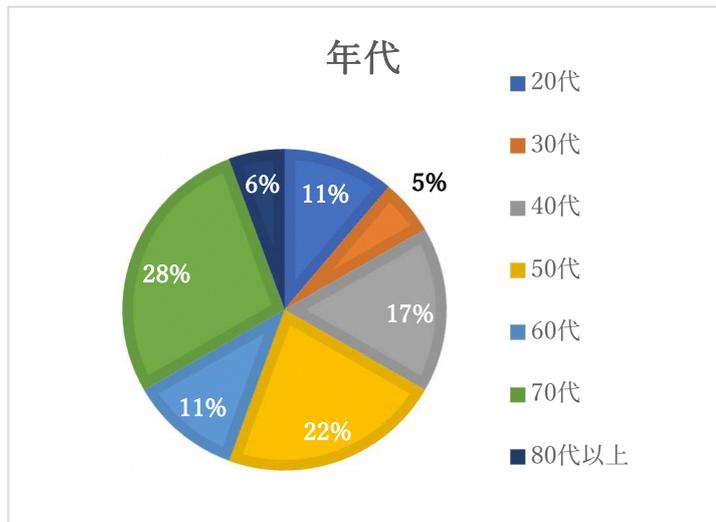
来館形態



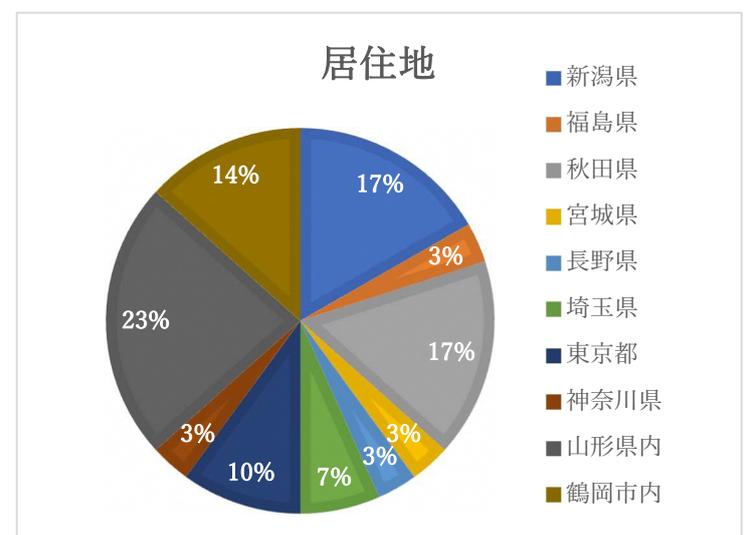
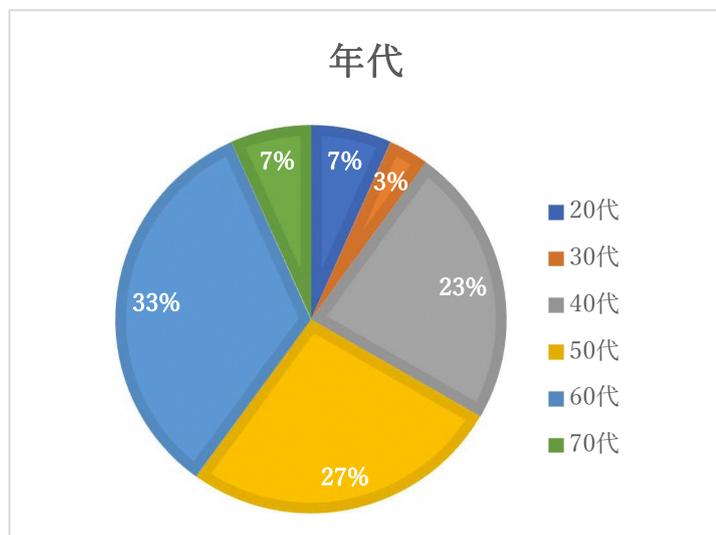
来館目的



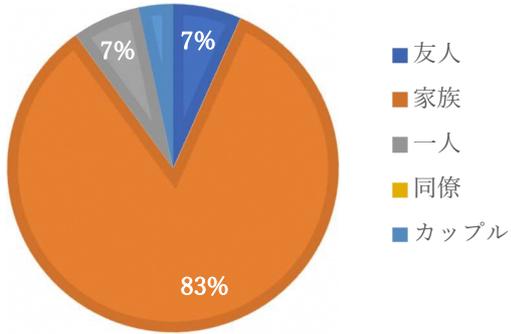
■木曜日(7/13) 回答数:18名(女性10名、男性8名) 天気:曇りのち晴れ



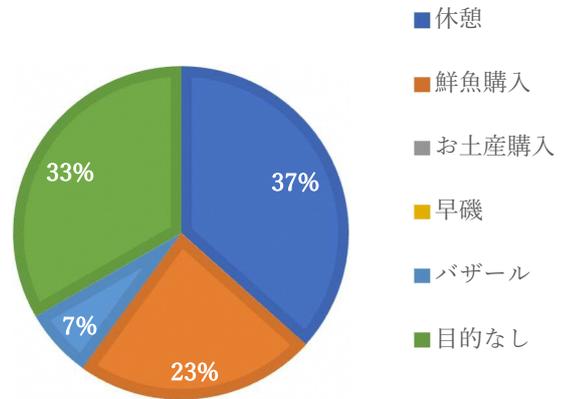
■土曜日(7/15)\*3連休初日 回答数:30件(女性16名、男性14名) 天気:暴風雨



来館形態

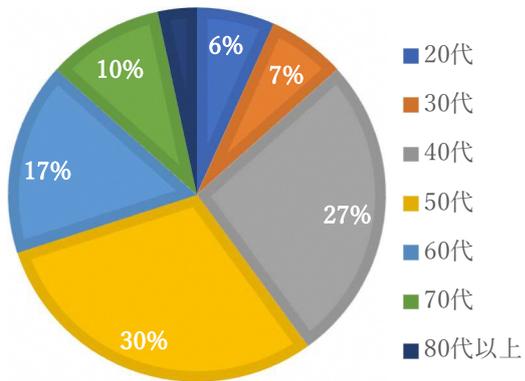


来館目的

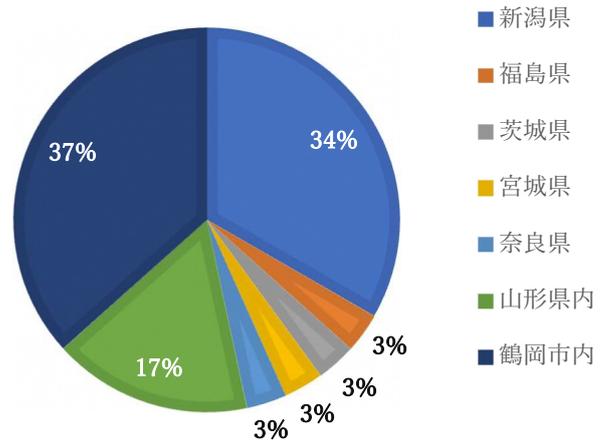


■日曜日(7/16) 回答数:30件(女性13名、男性17名) 天気:雨時々曇り

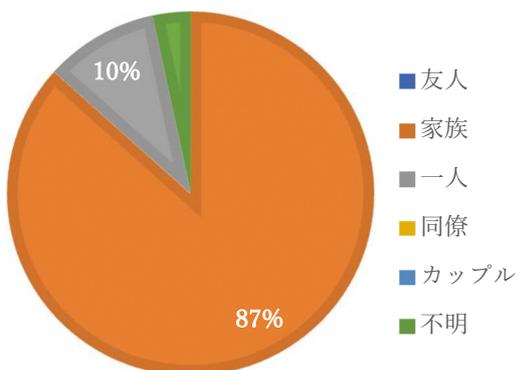
年代



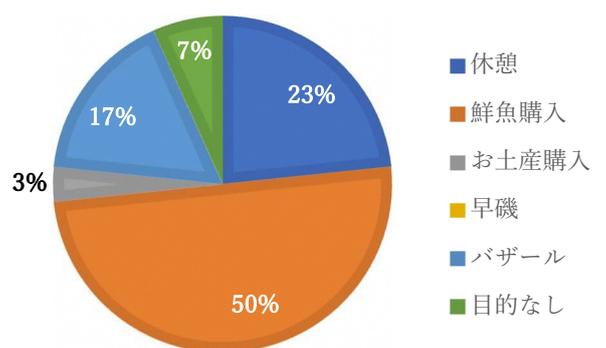
居住地



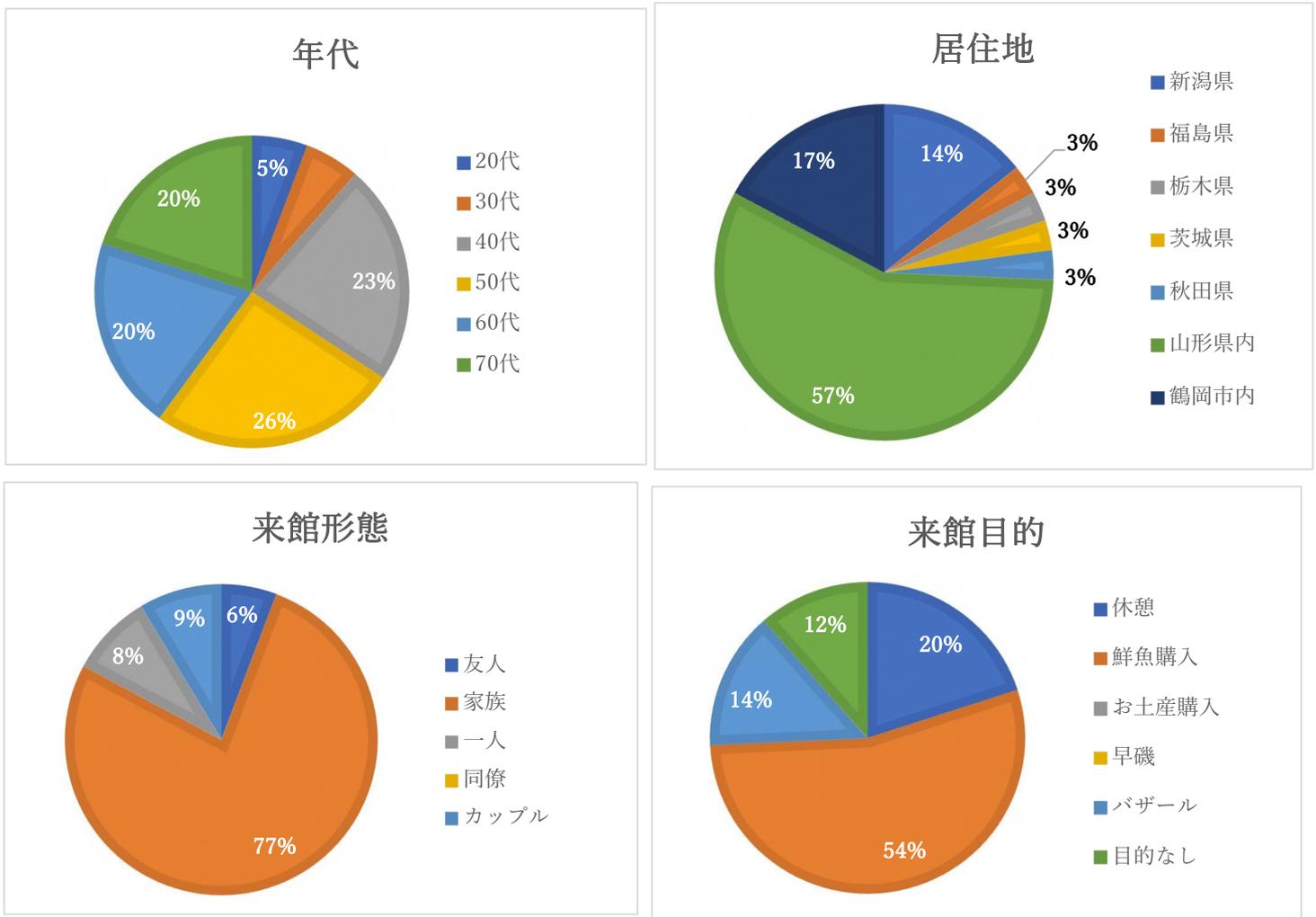
来館形態



来館目的



■月曜日(7/17)\*3連休最終日 回答数:35名(女性 19名、男性 16名) 天気:晴れ



■まとめ

曜日別で来館者の傾向を分けてみると、下記のような特徴が見受けられる。

〈平日〉

県外者で尚且つ遠方客が多く見受けられる。

年代は50代～80代と高め。来館形態は4～5割は家族連れだが、友人同士、もしくは1人での来館も残りの半数を二分している。

来館目的はトイレ休憩を含む小休憩に立ち寄る人と岩ガキやイカ焼き、鮮魚等を含む海産物を求めて立ち寄るひとで、6～7割を占める。

また、テレビやラジオなどの出演日の翌日は県内および市内からの来館者が増えている。

〈休日〉

休日は平日に比べて、県内および地域内からのお客様が5～7割を占めている。

更に7～9割が家族連れであることも特徴的。

イベントのあった3連休については、イベントでの海産物の飲食を含めた目的での来館が多かった。

また、明確な目的を持たず“出かける先”として、来館しているお客様が一定数平日より多くいる。

平日、休日ともに新潟県の利用客が多い。