

「道の駅あらお（仮称）」整備に関する
市民アンケート調査
報告書

目 次

1.調査概要	4
2.回答者属性	5
3.設問サマリー	10
4.市民アンケート調査における考察	39

1.調査概要

（１）調査目的

本調査の目的は、「道の駅あらお（仮称）」基本構想の策定の検討において必要となる、下記2点の把握を目的とする。

- ①荒尾市民の周辺地域の道の駅・直売所に関する利用実態・利用頻度・利用意向などの把握
- ②荒尾市民の「道の駅あらお（仮称）」に対する意識及び期待値・要望などの把握

（２）調査概要

- ①対象者：荒尾市民（無作為抽出によるアンケートの送付リストの作成）
- ②配布サンプル数：2000サンプル
- ③有効サンプル数：961サンプル
- ④調査法：郵送調査
(アンケート調査票を対象者の自宅に郵送し、回答を記入した後に郵送にて返送)
- ④調査期間：平成31年3月8日～平成31年3月31日

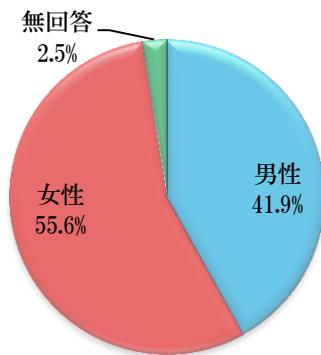
2.回答者属性

Q1 ご来店者の方に関してお答えください。

1. 性別

(単一回答)

選択肢	回答数
男性	403
女性	534
無回答	24
回答総数	961

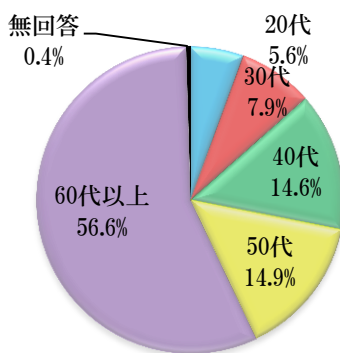


アンケート配布における回答率は、女性約56%男性約42%で、概ね同数値となっている。

2. 年代

(単一回答)

選択肢	回答数
20代	54
30代	76
40代	140
50代	143
60代以上	544
無回答	4
回答総数	961



アンケート配布数	2,000	回収率
20代	171	31.58%
30代	220	34.55%
40代	331	42.30%
50代	247	57.89%
60代以上	1,031	52.76%

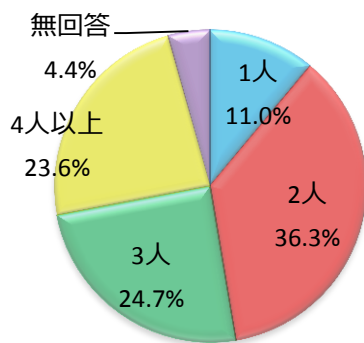
2000サンプルの配布先は、60代以上において、複数年代層への送付となるので、1031サンプルと多くなっている。

各世代別回答率を見ると回答率は、50代の57%、60代以上の52%と若い世代よりも高い数値となっており、道の駅あらお（仮称）に対する関心の高さがうかがえる。

3. 世帯人数

(単一回答)

選択肢	回答数
1人	106
2人	349
3人	237
4人以上	227
無回答	42
回答総数	961

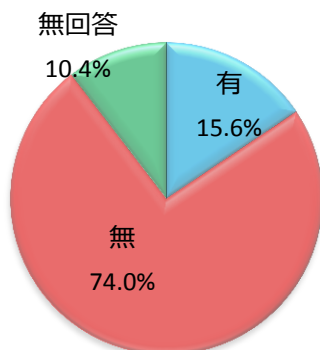


回答者の世帯人数は、2人が最も多く約36%、3人が約25%、4人以上が約24%で、全体の約85%が家族（複数人世帯）となっている。

4. 小学生以下子供

(単一回答)

選択肢	回答数
有	150
無	711
無回答	100
回答総数	961

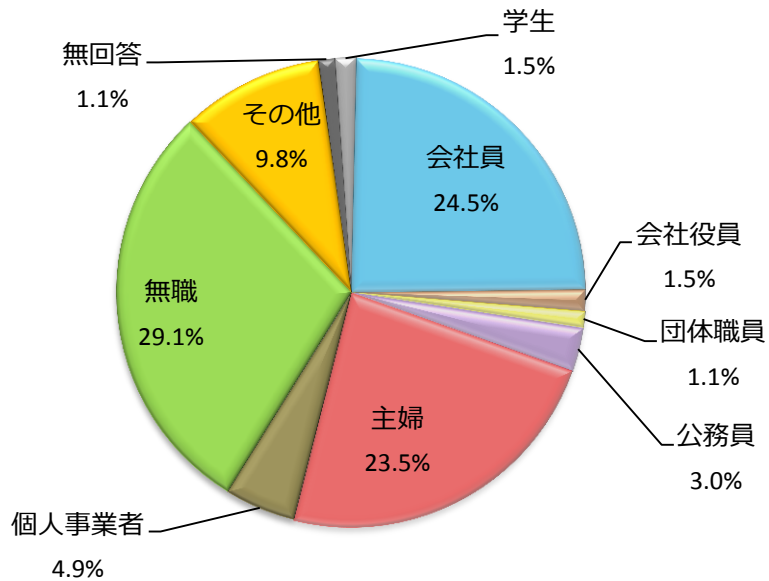


小学生以下の子供がいる世帯の比率は約16%にとどまっており、少子化の傾向がうかがえる。

5. 職業

(単一回答)

選択肢	回答数
学生	14
会社員	235
会社役員	14
団体職員	11
公務員	29
主婦	226
個人事業者	47
無職	280
その他	94
無回答	11
回答総数	961

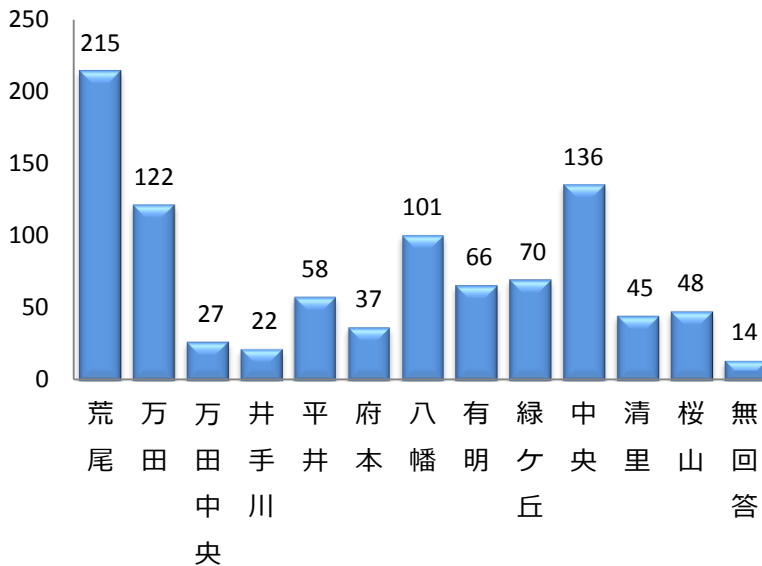


回答者の職業は、無職約30%、会社員約25%、主婦約24%となっている。

6. 居住地

(単一回答)

選択肢	回答数
荒尾	215
万田	122
万田中央	27
井手川	22
平井	58
府本	37
八幡	101
有明	66
緑ヶ丘	70
中央	136
清里	45
桜山	48
無回答	14
回答総数	961



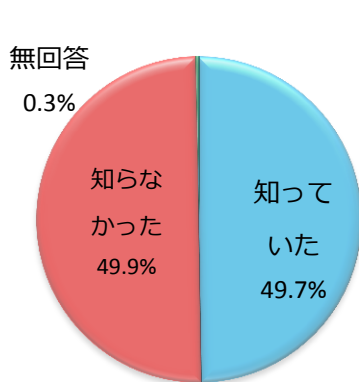
回答者の居住地は、荒尾・中央など、整備予定地まで、比較的行きやすい地区の居住者の回答が多くなされており、関心度が高いことがうかがえる。

3.設問 サマリー

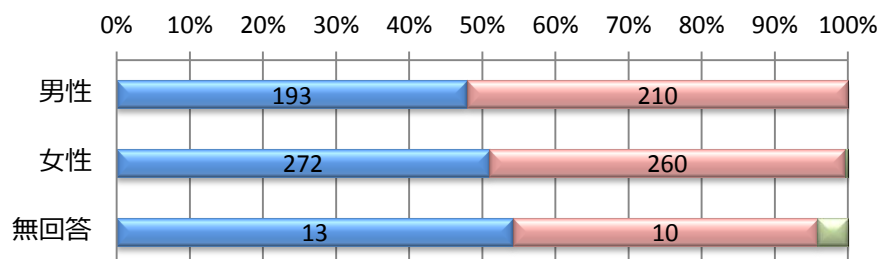
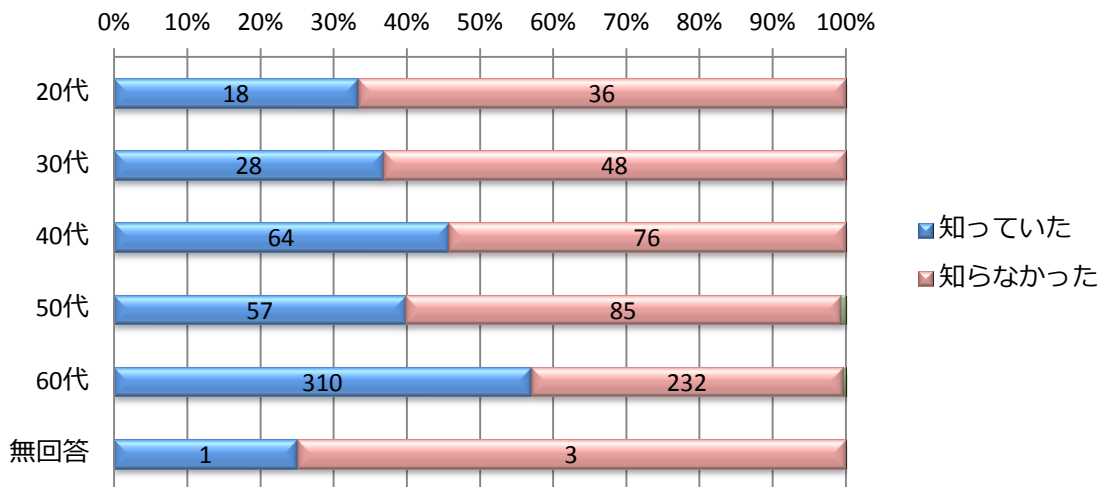
Q2「道の駅あらお（仮称）」の整備検討を推進していることについてご存知でしたか？

(単一回答)

選択肢	回答数
①はい	478
②いいえ	480
無回答	3
回答総数	961



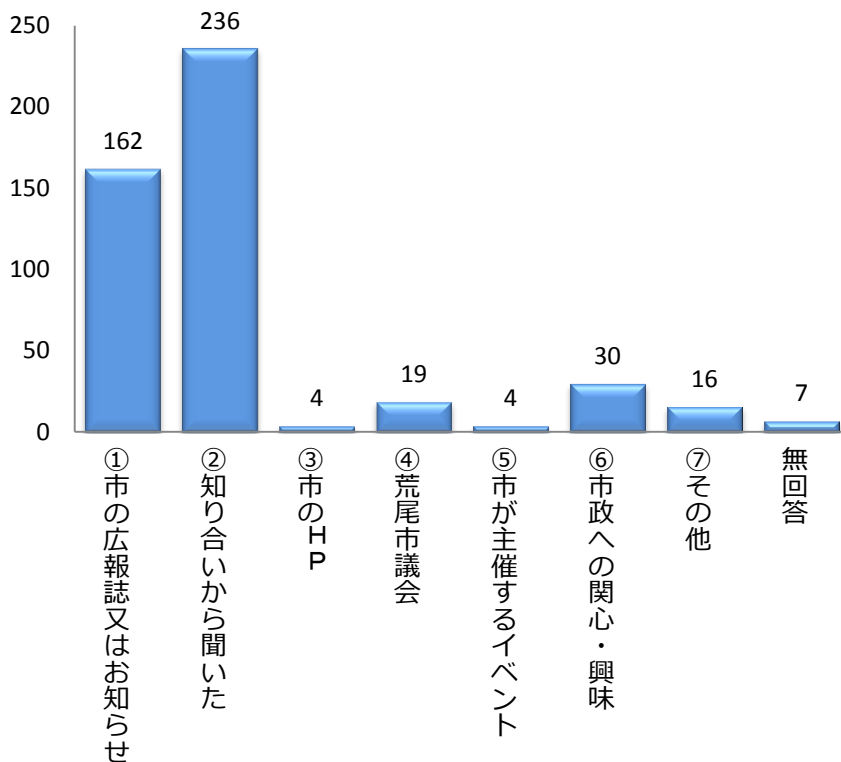
「道の駅あらお（仮称）」の整備における、回答者の認知度は、概ね半々となっており、今まで、行政から告知・情報発信等を特に行っていないにもかかわらず、認知されている結果と言える。



Q3 Q2で「はい」と答えた方にお聞きします。何で知りましたか？

(単一回答)

選択肢	回答数
①市の広報誌又はお知らせ	162
②知り合いから聞いた	236
③市のＨＰ	4
④荒尾市議会	19
⑤市が主催するイベント	4
⑥市政への関心・興味	30
⑦その他	16
無回答	7
回答総数	478

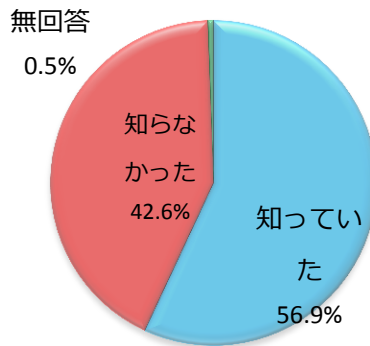


知り合いから聞いたが、市の広報よりも高く、日常的な会話の中で、「道の駅あらお（仮称）」の整備に関して、話題にされていることがうかがえる。

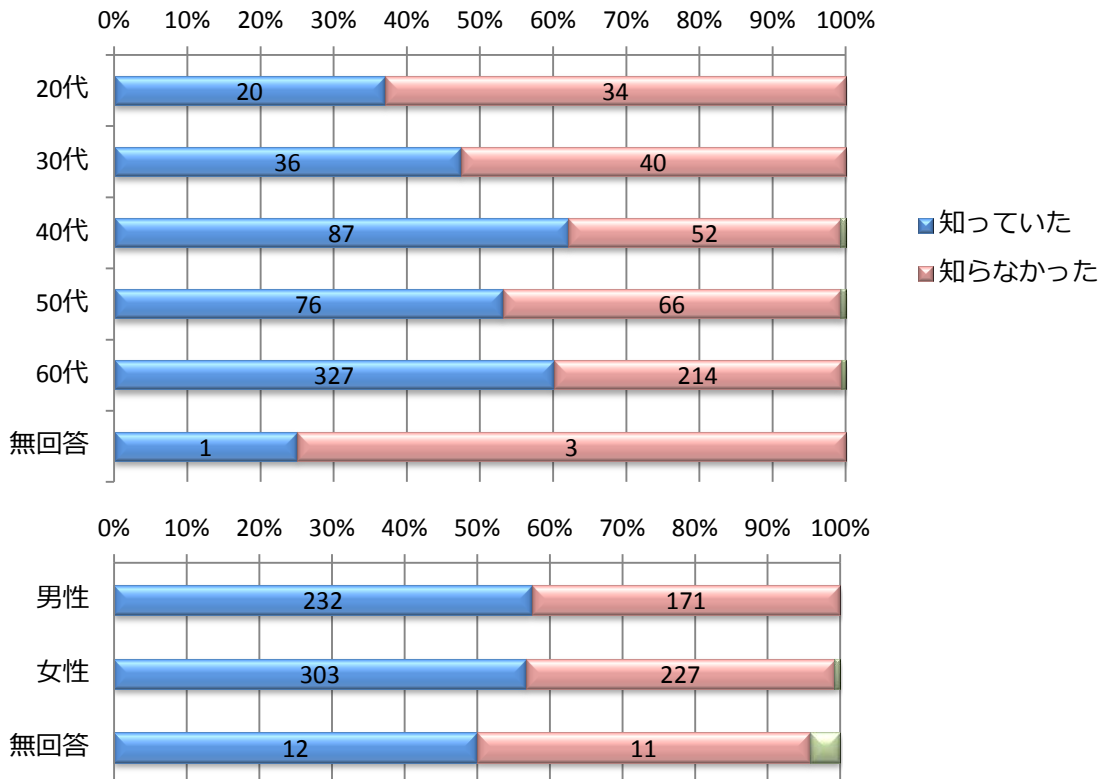
Q4南新地地区（競馬場跡地）の開発を推進していることについてご存知でしたか

(単一回答)

選択肢	回答数
①はい	547
②いいえ	409
無回答	5
回答総数	961



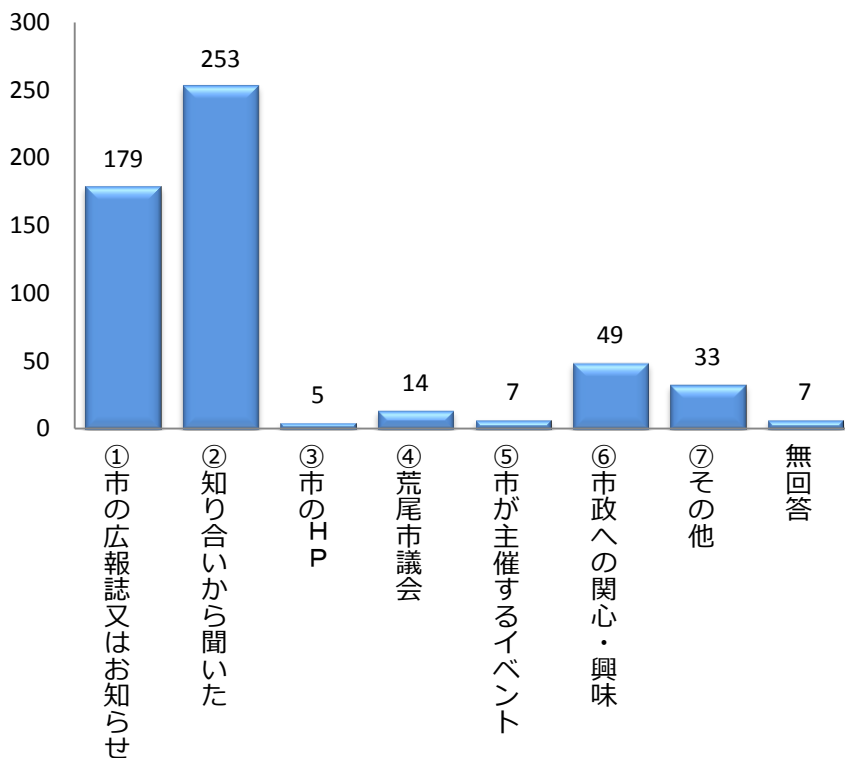
「道の駅あらお（仮称）」の開発整備の認知度に比べて高いのは、南新地地区の開発規模が大きく、機能も多岐に渡ると想定されることから、関心度は高いことがうかがえる。



Q5 Q4で「はい」と答えた方にお聞きします。何で知りましたか？

(単一回答)

選択肢	回答数
①市の広報誌又はお知らせ	179
②知り合いから聞いた	253
③市のHP	5
④荒尾市議会	14
⑤市が主催するイベント	7
⑥市政への関心・興味	49
⑦その他	33
無回答	7
回答総数	547



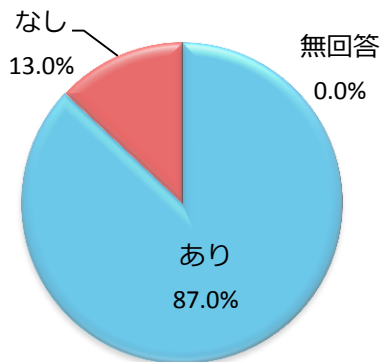
「道の駅あらお（仮称）」整備の認知と同じく、知り合いから聞いたが最も多い。

これは、南新地地区の開発規模が大きく、より多くの人を巻き込んだ開発となっていることなども、その要因の1つと想定される。

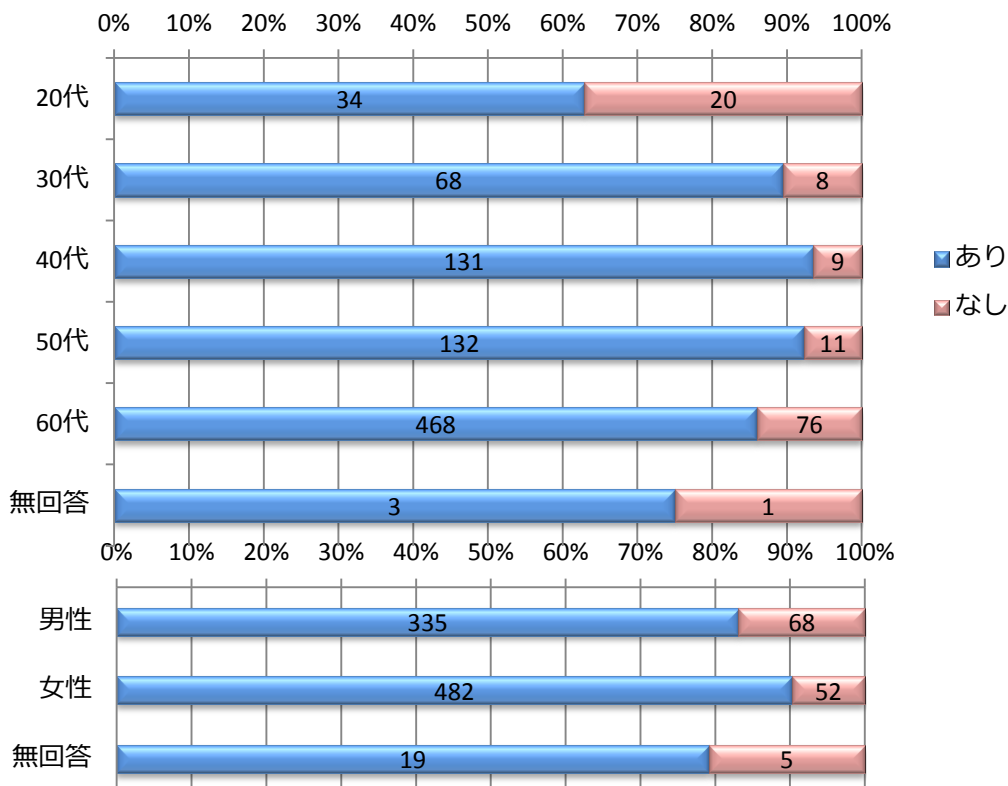
Q6あなたは、道の駅・大型直売所（J A直売所・なんかんいきいき村等）を利用したことがありますか？

（単一回答）

選択肢	回答数
①はい	836
②いいえ	125
無回答	0
回答総数	961



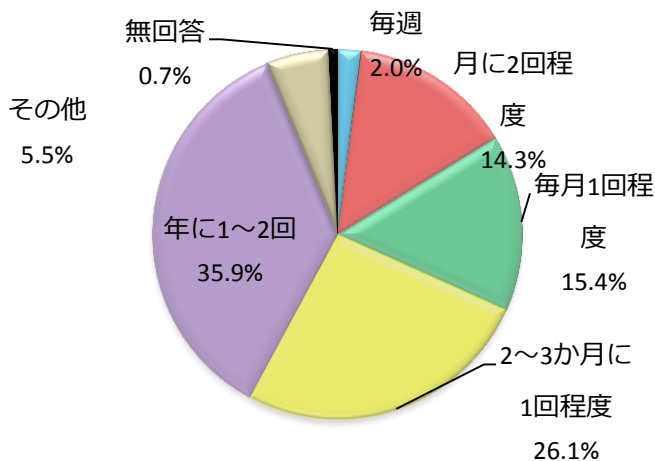
道の駅・直売所の利用率に関しては、87%の人が利用しており、道の駅・直売所の認知度及び需要は高いことがうかがえる。



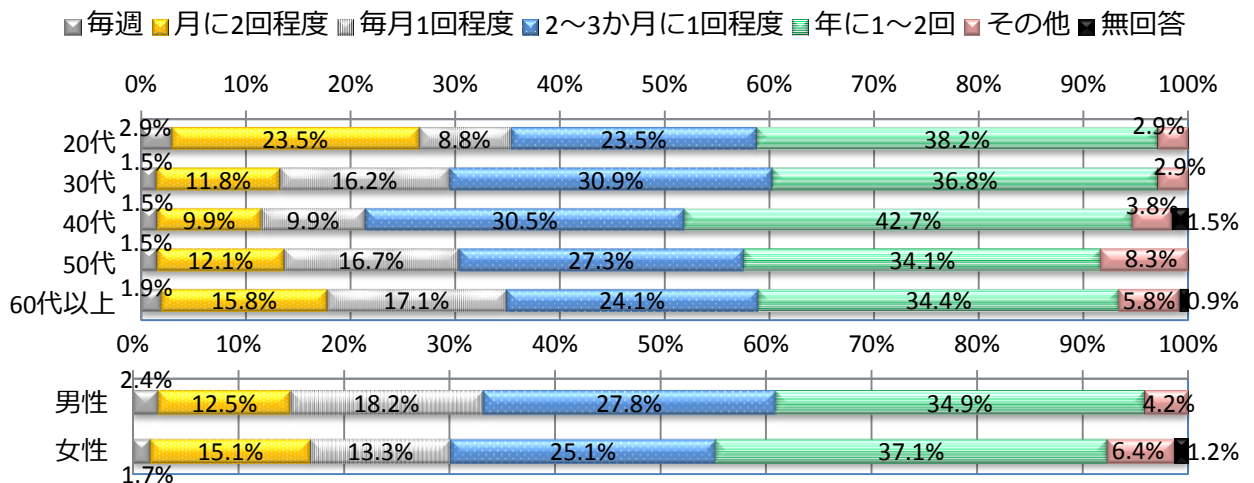
Q7 Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。利用頻度はどのくらいですか？

(単一回答)

選択肢	回答数
①毎週	17
②月に2回程度	119
③毎月1回程度	129
④2～3か月に1回程度	219
⑤年に1～2回	300
⑥その他	46
無回答	6
回答総数	836



利用頻度は、年に1～2回が最も多いが、月に2回程度・毎月1回程度と年間10回以上利用する人が29.7%と全体の3割近くおり、利用頻度の多さもうかがえる。

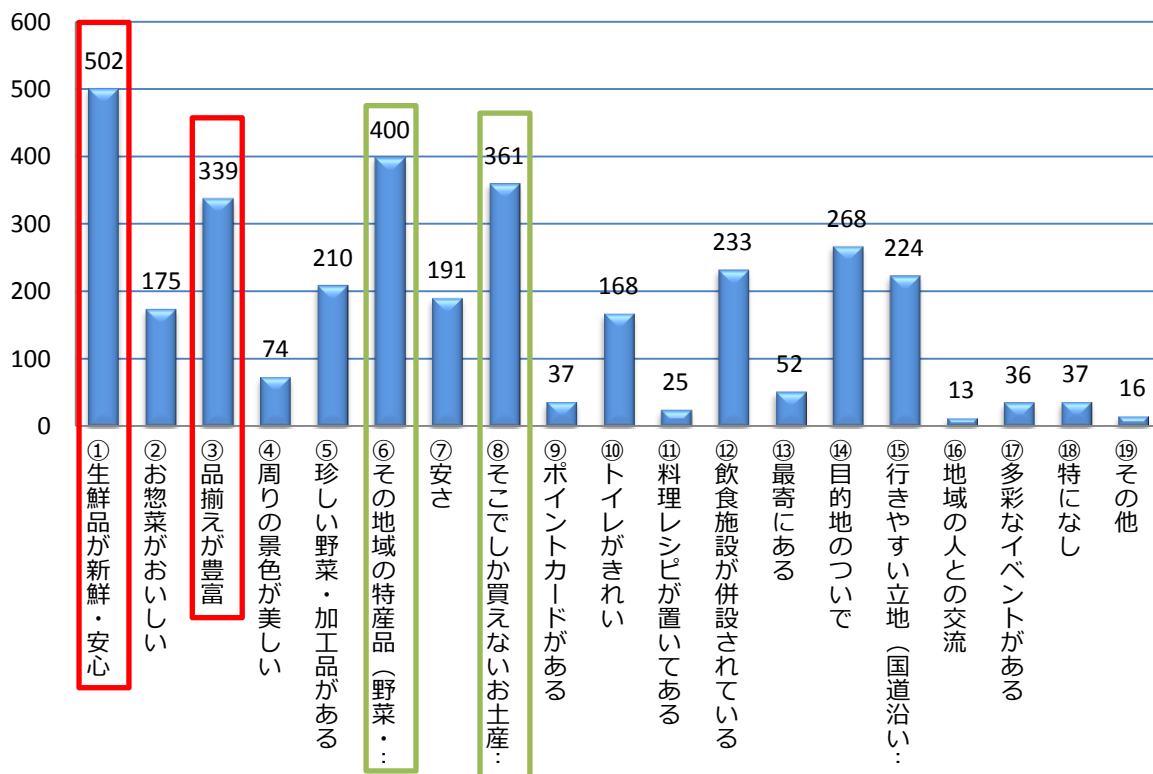


Q8 Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。訪問施設を選ぶ基準は何ですか？

(複数回答 回答者数836)

選択肢	回答数
①生鮮品が新鮮・安心	502
②お惣菜がおいしい	175
③品揃えが豊富	339
④周りの景色が美しい	74
⑤珍しい野菜・加工品がある	210
⑥その地域の特産品（野菜・加工品）が買える	400
⑦安さ	191
⑧そこでしか買えないお土産品や特産品がある	361
⑨ポイントカードがある	37
⑩トイレがきれい	168
⑪料理レシピが置いてある	25
⑫飲食施設が併設されている	233
⑬最寄にある	52
⑭目的地のついで	268
⑮行きやすい立地（国道沿い等）	224
⑯地域の人との交流	13
⑰多彩なイベントがある	36
⑱特になし	37
⑲その他	16

訪問施設選択理由に関しては、①③とスーパーにも該当する理由となっているが、⑥⑧に関しては、道の駅・直売所ならではの理由となっている。スーパーではなく、わざわざ道の駅・直売所に行く理由がつかえる。



	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
①生鮮品が新鮮・安心	50.0%	73.5%	59.5%	64.4%	57.9%	54.9%	64.7%
②お惣菜がおいしい	26.5%	29.4%	27.5%	18.2%	18.4%	17.3%	24.1%
③品揃えが豊富	29.4%	39.7%	35.1%	38.6%	43.6%	38.5%	42.3%
④周りの景色が美しい	11.8%	7.4%	10.7%	6.8%	9.0%	6.3%	10.8%
⑤珍しい野菜・加工品がある	26.5%	23.5%	29.0%	23.5%	24.6%	23.9%	26.3%
⑥その地域の特産品（野菜・加工品）が買える	44.1%	47.1%	45.0%	49.2%	48.9%	45.7%	49.6%
⑦安さ	35.3%	32.4%	27.5%	25.0%	18.6%	23.3%	23.0%
⑧そこでは買えないお土産品や特産品がある	35.3%	47.1%	55.0%	40.9%	40.8%	42.4%	44.2%
⑨ポイントカードがある	2.9%	8.8%	1.5%	6.1%	4.3%	3.0%	5.6%
⑩トイレがきれい	35.3%	30.9%	21.4%	17.4%	17.7%	18.8%	21.4%
⑪料理レシピが置いてある	0.0%	2.9%	1.5%	1.5%	4.1%	2.4%	3.5%
⑫飲食施設が併設されている	35.3%	26.5%	29.0%	27.3%	27.6%	25.7%	29.5%
⑬最寄にある	8.8%	2.9%	8.4%	6.1%	6.0%	6.0%	6.2%
⑭目的地のついで	44.1%	33.8%	38.9%	34.1%	28.6%	35.5%	30.1%
⑮行きやすい立地（国道沿い等）	35.3%	20.6%	29.0%	19.7%	28.4%	28.4%	26.1%
⑯地域の人との交流	2.9%	0.0%	2.3%	0.8%	1.7%	1.2%	1.9%
⑰多彩なイベントがある	0.0%	8.8%	9.2%	3.0%	3.0%	3.6%	5.0%
⑱特になし	2.9%	1.5%	6.1%	4.5%	4.3%	3.0%	5.0%
⑲その他	5.9%	1.5%	2.3%	1.5%	1.7%	1.8%	2.1%

選択理由の年代別回答では、①がすべての年代で50%を超えており、続いて⑥⑧が高くとなっており、道の駅・直売所への訪問において、生鮮を中心とした購買意向が高いことがわかる。

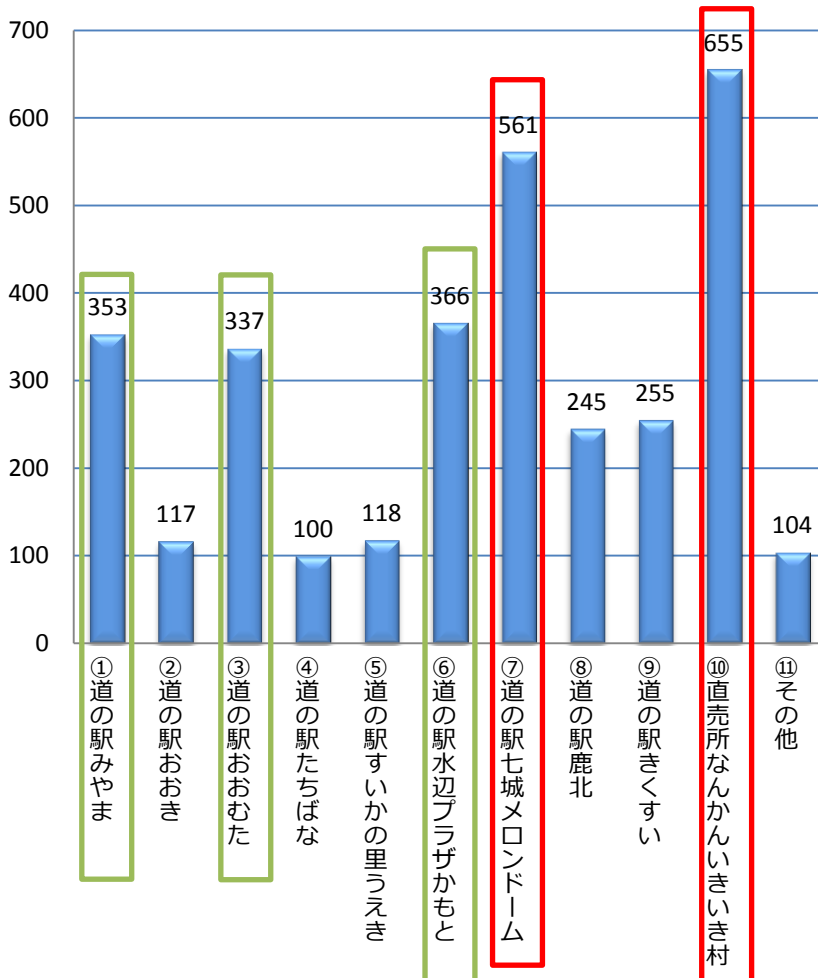
Q9 Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。どこに行かれますか？

(複数回答 回答者数836)

選択肢	回答数
①道の駅みやま	353
②道の駅おおき	117
③道の駅おおむた	337
④道の駅たちばな	100
⑤道の駅すいかの里うえき	118
⑥道の駅水辺プラザかもと	366
⑦道の駅七城メロンドーム	561
⑧道の駅鹿北	245
⑨道の駅きくすい	255
⑩直売所なんかんいきいき村	655
⑪その他	104

回答者における、道の駅・直売所の利用者においては、圧倒的に、「道の駅七城メロンドーム」と「直売所なんかんいきいき村」への訪問が多く、続いて、「道の駅みやま」「水辺プラザかもと」「道の駅おおむた」となっている。

各来訪施設への訪問頻度との兼ね合いもあるが、荒尾市に道の駅が整備された場合の利用の優位性が想定される。



Q9 Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。どこに行かれますか？

	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
①道の駅みやま	35.3%	50.0%	42.7%	45.5%	40.4%	39.7%	43.8%
②道の駅おおき	11.8%	14.7%	16.8%	15.9%	12.6%	11.9%	14.9%
③道の駅おおむた	26.5%	38.2%	38.2%	49.2%	39.5%	36.7%	41.9%
④道の駅たちばな	5.9%	8.8%	8.4%	7.6%	15.0%	10.7%	12.2%
⑤道の駅すいかの里うえき	8.8%	13.2%	13.7%	14.4%	14.5%	12.5%	14.9%
⑥道の駅水辺プラザかもと	20.6%	33.8%	49.6%	44.7%	45.1%	40.0%	46.1%
⑦道の駅七城メロンドーム	52.9%	58.8%	64.9%	65.9%	70.5%	66.0%	67.6%
⑧道の駅鹿北	11.8%	27.9%	31.3%	25.0%	31.2%	25.7%	30.9%
⑨道の駅きくすい	17.6%	30.9%	35.1%	28.0%	30.8%	26.3%	33.0%
⑩直売所なんかんいきいき村	70.6%	80.9%	74.8%	78.0%	79.7%	74.3%	80.5%
⑪その他	14.7%	5.9%	10.7%	13.6%	13.2%	10.1%	14.1%

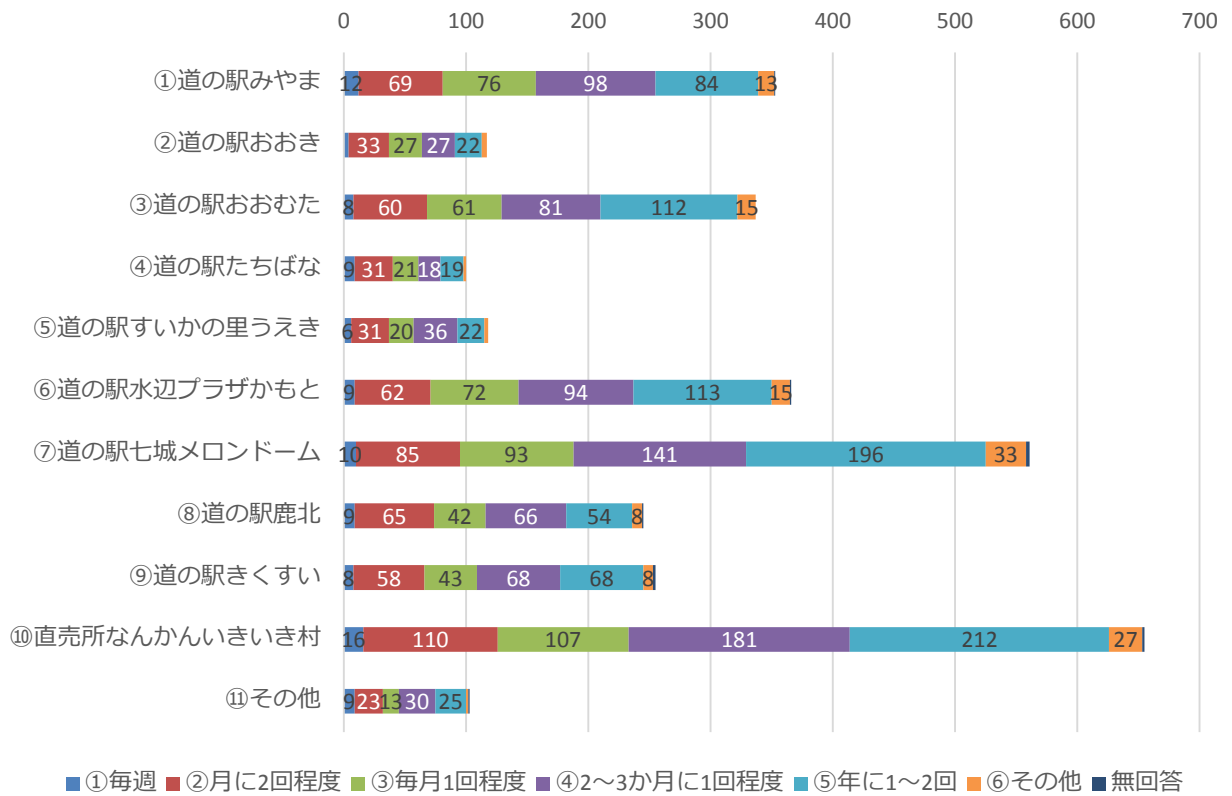
全回答者の87%が、道の駅・直売所の利用を行っており、利用者の80%近くの**方**が、「なんかんいきいき村」を利用している、また60～70%の**方**が「道の駅七城メロンドーム」の利用を行っており、この2施設の人気の高さが**うかがえる**。

【回答者の日ごろの施設利用頻度と利用施設の関係性】

(複数回答 回答者数836)

	①毎週	②月に2回程度	③毎月1回程度	④2～3か月に1回程度	⑤年に1～2回	⑥その他	無回答
①道の駅みやま	12	69	76	98	84	13	1
②道の駅おおき	4	33	27	27	22	4	0
③道の駅おおむた	8	60	61	81	112	15	0
④道の駅たちばな	9	31	21	18	19	2	0
⑤道の駅すいかの里うえき	6	31	20	36	22	3	0
⑥道の駅水辺プラザかもと	9	62	72	94	113	15	1
⑦道の駅七城メロンドーム	10	85	93	141	196	33	3
⑧道の駅鹿北	9	65	42	66	54	8	1
⑨道の駅きくすい	8	58	43	68	68	8	2
⑩直売所なんかんいきいき村	16	110	107	181	212	27	2
⑪その他	9	23	13	30	25	2	1

回答者の上記利用施設と日ごろの利用頻度（上記施設の利用頻度に限らない）で見ると、利用頻度では、どの施設も年に1～2回が最も多く、毎月1回程度の倍数になっている施設が多い、このことから利用者数上位の施設においては、日常買いの利用者と観光での利用者がいることが**うかがえる**。



Q10 Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。
もっともよく利用する道の駅・直売所はどこですか

（単一回答）

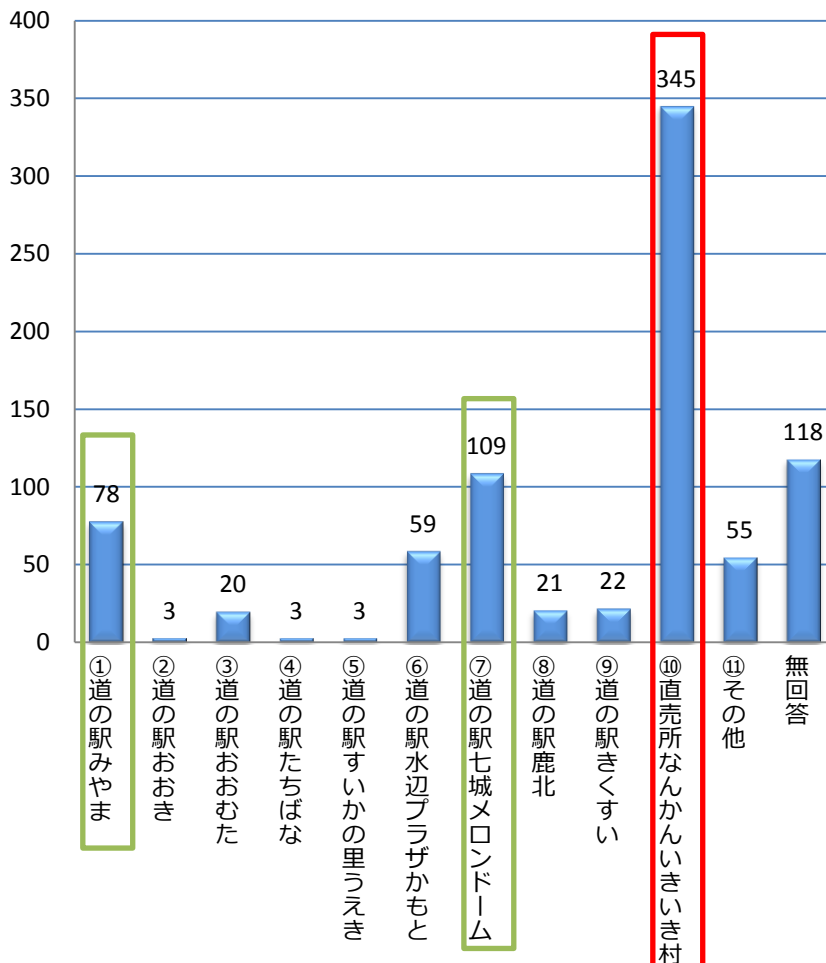
選択肢	回答数
①道の駅みやま	78
②道の駅おおき	3
③道の駅おおむた	20
④道の駅たちばな	3
⑤道の駅すいかの里うえき	3
⑥道の駅水辺プラザかもと	59
⑦道の駅七城メロンドーム	109
⑧道の駅鹿北	21
⑨道の駅きくすい	22
⑩直売所なんかんいきいき村	345
⑪その他	55
回答総数	836

複数回答のQ9と比べ単一回答になっても変わりがなく「直売所なんかんいきいき村」が、利用施設TOPである。

単一回答になったことで、94票であった、「道の駅七城メロンドーム」と「直売所なんかんいきいき村」の回答数が、236票と広がっている。

また、逆に208票あった、「道の駅七城メロンドーム」と、「道の駅みやま」の差は、31票と大きく縮まっている。

これらの変化は、利用頻度が関係していると想定される。



	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
①道の駅みやま	5.9%	19.1%	12.2%	13.6%	6.2%	9.3%	9.3%
②道の駅おおき	0.0%	0.0%	0.8%	1.5%	0.0%	0.0%	0.6%
③道の駅おおむた	2.9%	1.5%	2.3%	0.8%	3.0%	2.4%	2.5%
④道の駅たちばな	0.0%	0.0%	1.5%	0.0%	0.2%	0.6%	0.2%
⑤道の駅すいかの里うえき	0.0%	0.0%	0.0%	0.8%	0.4%	0.9%	0.0%
⑥道の駅水辺プラザかもと	2.9%	4.4%	9.2%	6.8%	7.3%	5.7%	8.3%
⑦道の駅七城メロンドーム	17.6%	14.7%	15.3%	12.1%	12.2%	14.6%	11.8%
⑧道の駅鹿北	0.0%	1.5%	0.8%	0.0%	4.1%	2.4%	2.5%
⑨道の駅きくすい	0.0%	4.4%	2.3%	2.3%	2.8%	1.8%	3.1%
⑩直売所なんかんいきいき村	44.1%	38.2%	38.2%	44.7%	41.2%	42.7%	40.9%
⑪その他	8.8%	5.9%	5.3%	8.3%	6.4%	6.9%	6.4%
無回答	17.6%	10.3%	12.2%	9.1%	16.2%	12.8%	14.3%

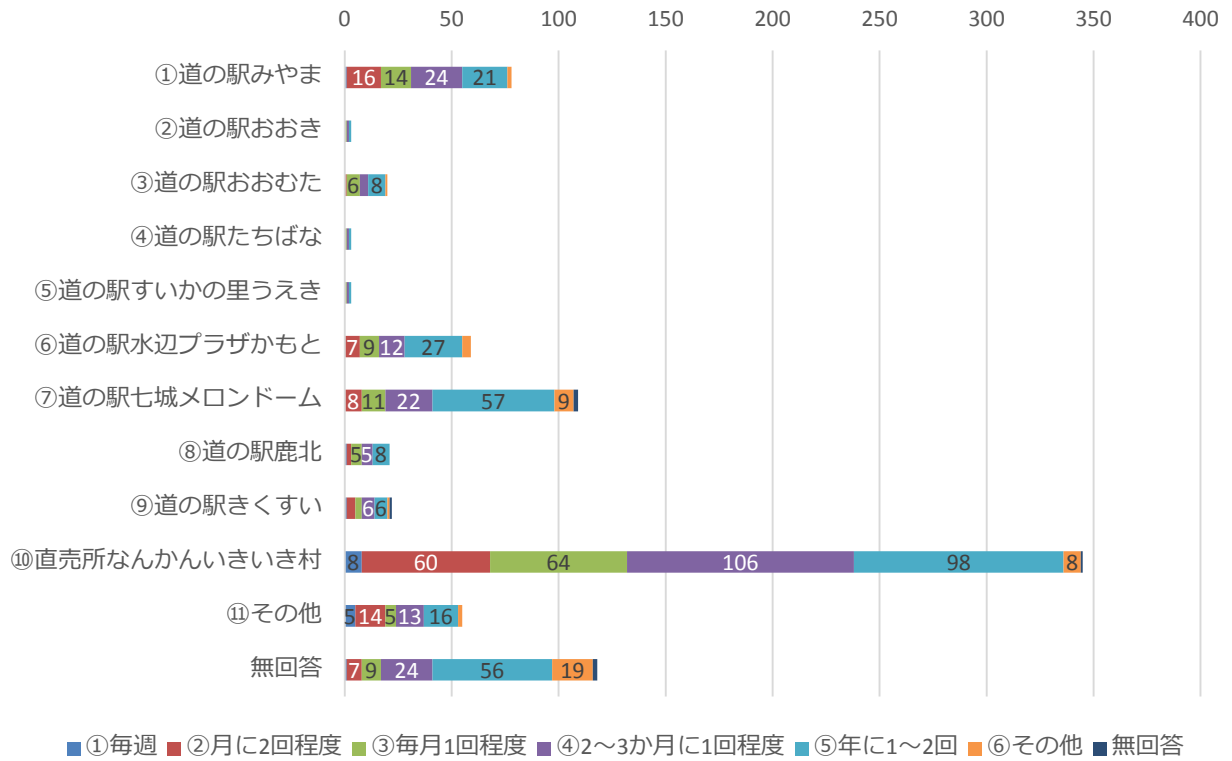
年代別の利用者の割合を見ても、「なんかんいきいき村」が他の施設を圧倒している。

【回答者の日ごろの施設利用頻度と、最もよく行く施設の関係性】

(単一回答)

	①毎週	②月に2回程度	③毎月1回程度	④2～3か月に1回程度	⑤年に1～2回	⑥その他	無回答
①道の駅みやま	1	16	14	24	21	2	0
②道の駅おおき	0	0	1	1	1	0	0
③道の駅おおむた	0	1	6	4	8	1	0
④道の駅たちばな	0	0	1	1	1	0	0
⑤道の駅すいかの里うえき	0	0	1	1	1	0	0
⑥道の駅水辺プラザかもと	0	7	9	12	27	4	0
⑦道の駅七城メロンドーム	0	8	11	22	57	9	2
⑧道の駅鹿北	1	2	5	5	8	0	0
⑨道の駅きくすい	1	4	3	6	6	1	1
⑩直売所なんかんいきいき村	8	60	64	106	98	8	1
⑪その他	5	14	5	13	16	2	0
無回答	1	7	9	24	56	19	2

最もよく行く施設における日ごろの利用頻度では、概ね全般的に1/2程度になっている。ここでも観光利用と日常買いでの利用の2通りがうかがえる。

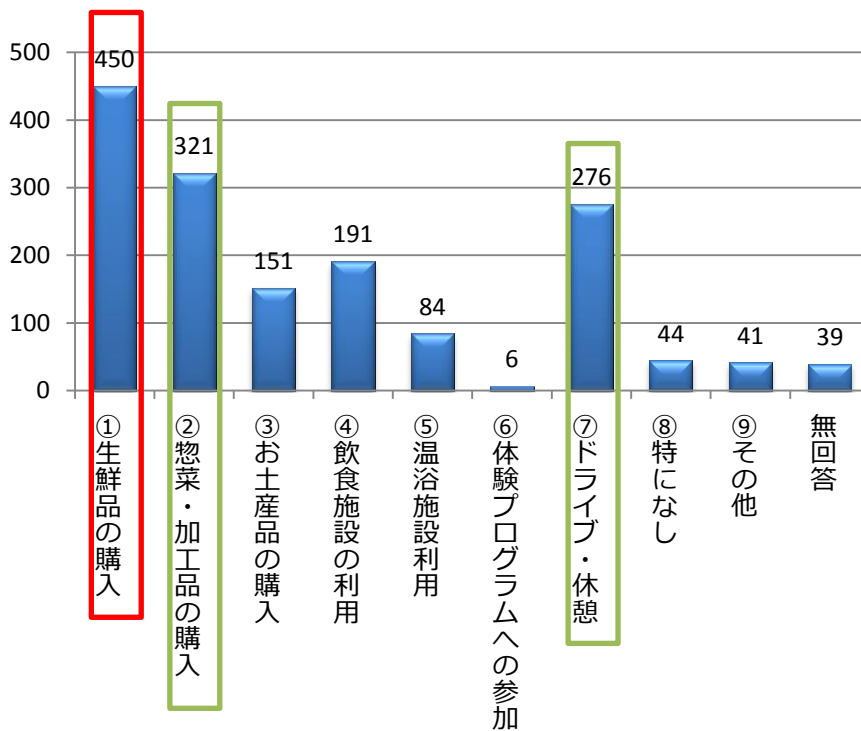


Q11Q6で「はい」と答えた方にお聞きします。主な利用目的は何ですか？

(複数回答 回答者数836)

選択肢	回答数
①生鮮品の購入	450
②惣菜・加工品の購入	321
③お土産品の購入	151
④飲食施設の利用	191
⑤温浴施設利用	84
⑥体験プログラムへの参加	6
⑦ドライブ・休憩	276
⑧特になし	44
⑨その他	41
無回答(Q10無回答からの記載漏れと推察)	39

利用目的は、Q8の日ごろ利用する、施設選択基準に沿っている。3番目に多い回答として、ドライブ・休憩となっており、観光的利用の多さもうかがえる。



	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
生鮮品の購入	41.2%	58.8%	49.6%	58.3%	54.1%	47.2%	58.9%
惣菜・加工品の購入	23.5%	39.7%	35.9%	40.9%	39.1%	37.3%	39.6%
お土産品の購入	14.7%	17.6%	14.5%	23.5%	17.9%	20.3%	16.2%
飲食施設の利用	29.4%	22.1%	26.7%	18.9%	22.6%	21.8%	23.7%
温浴施設利用	2.9%	1.5%	6.9%	11.4%	12.4%	9.6%	10.4%
体験プログラムへの参加	0.0%	2.9%	1.5%	0.0%	0.4%	0.3%	1.0%
ドライブ・休憩	41.2%	41.2%	36.6%	28.8%	31.6%	34.0%	32.4%
特になし	2.9%	2.9%	6.1%	6.8%	5.1%	7.2%	3.9%
その他	2.9%	2.9%	5.3%	3.0%	5.8%	5.1%	5.0%
無回答	11.8%	7.4%	4.6%	0.8%	4.7%	4.2%	5.0%

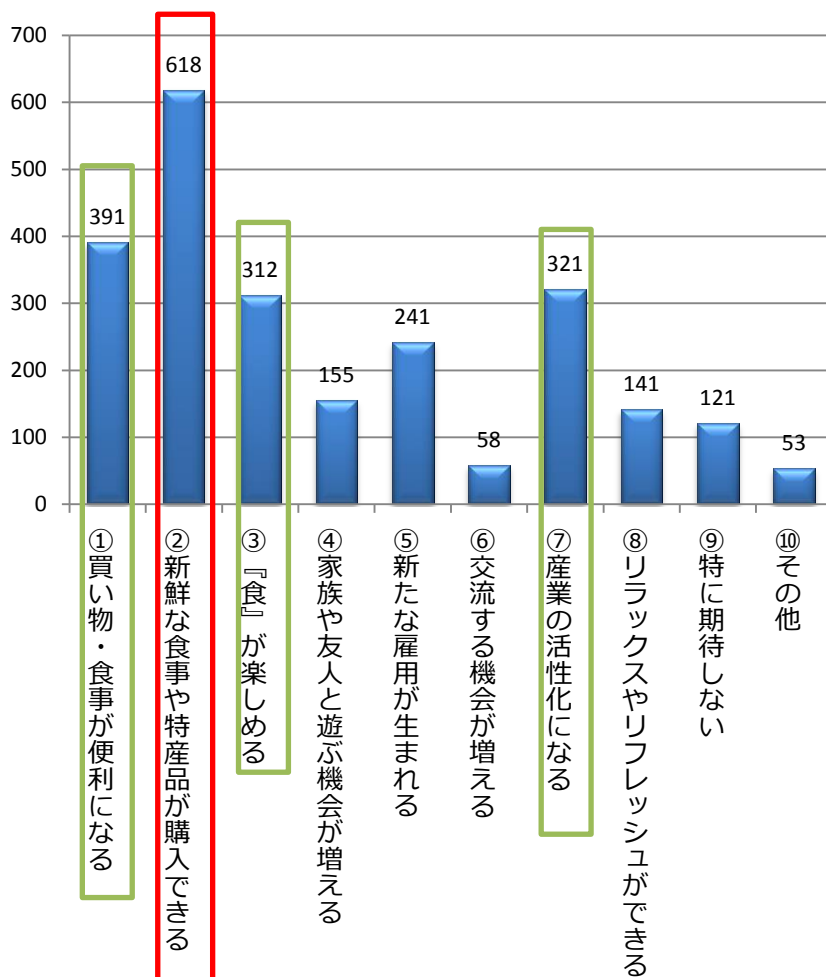
生鮮品の購入においては、全般的に高いが、ドライブ・休憩に関しては20代・30代が高くなっており、若い世代での観光的利用の意向がうかがえる。

Q12荒尾市に「道の駅あらお（仮称）」が出来た場合何に期待しますか

(複数回答 回答者数961)

選択肢	回答数
①買い物・食事が便利になる	391
②新鮮な食事や特産品が購入できる	618
③「食」が楽しめる	312
④家族や友人と遊ぶ機会が増える	155
⑤新たな雇用が生まれる	241
⑥交流する機会が増える	58
⑦産業の活性化になる	321
⑧リラックスやリフレッシュができる	141
⑨特に期待しない	121
⑩その他	53

「道の駅あらお（仮称）」に対する期待は、食と買い物に集まっている。利便性も見受けられるが、「新鮮な食事や特産品が購入できる」に関しては、道の駅・直売所ならではの期待感がうかがえる。また、「産業の活性化」においては、各産業の活性化への期待と想定される。

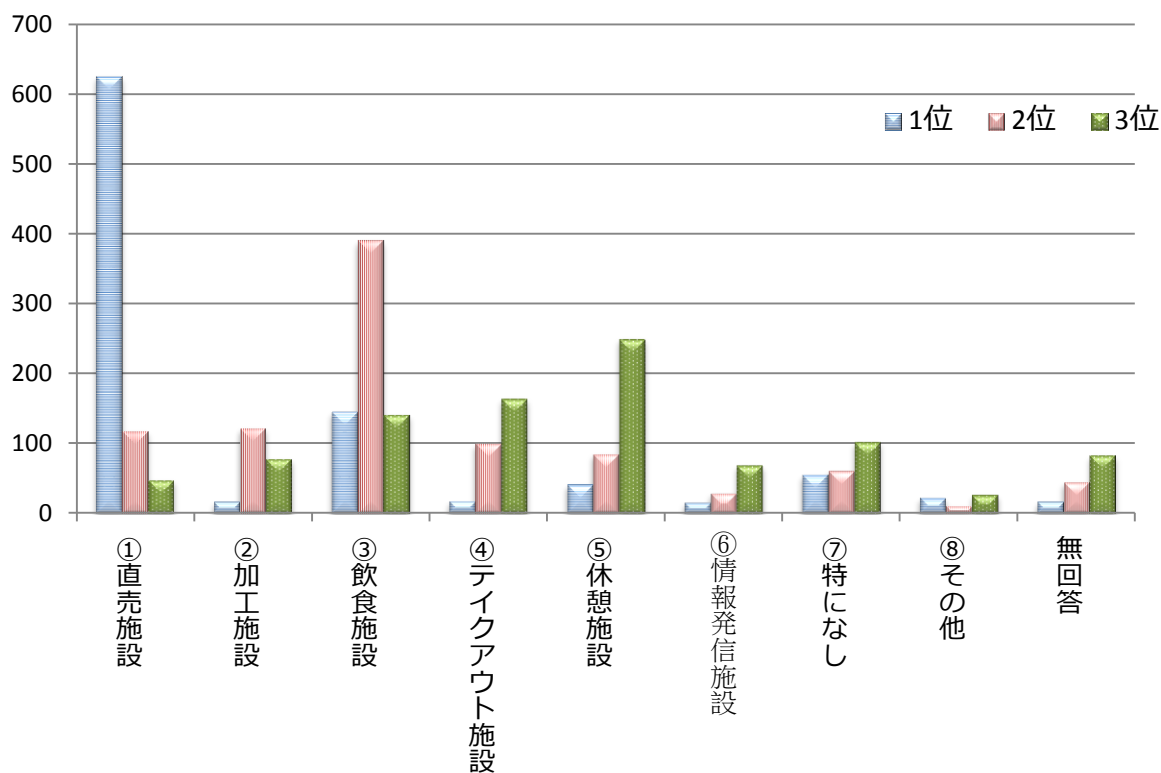


Q13 「道の駅あらお（仮称）」はどの施設を充実させた方がよいと思いますか？

(回答者が1位～3位までの優先順位をつけて単一回答)

選択肢	回答数（1位）	回答数（2位）	回答数（3位）
①直売施設	626	118	48
②加工施設（加工体験含む）	17	122	78
③飲食施設（レストラン・バイキングなど）	146	390	141
④テイクアウト施設（ポテト・ソフトクリームなど）	18	100	164
⑤休憩施設	42	85	249
⑥情報発信施設	16	29	69
⑦特になし	56	61	102
⑧その他	23	11	27
無回答	17	45	83
回答総数	961	961	961

充実させる施設の優先順位がわかる回答であるが、①直売施設 ②飲食施設 ③休憩施設となっており、一般的な道の駅と同様の傾向が見受けられる。



		20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
1位	①直売施設	40.7%	55.3%	54.3%	66.4%	71.3%	61.8%	68.5%
	②加工施設	3.7%	5.3%	2.9%	2.1%	0.7%	2.2%	1.5%
	③飲食施設	27.8%	27.6%	25.0%	14.0%	10.1%	15.6%	14.6%
	④テイクアウト施設	7.4%	3.9%	3.6%	1.4%	0.7%	1.0%	2.6%
	⑤休憩施設	11.1%	2.6%	3.6%	4.9%	4.0%	6.0%	3.2%
	⑥情報発信施設	5.6%	1.3%	0.0%	0.7%	2.0%	3.5%	0.4%
	⑦特になし	1.9%	0.0%	5.7%	5.6%	7.0%	5.7%	5.4%
	⑧その他	1.9%	2.6%	5.0%	2.8%	1.7%	2.5%	2.1%
	無回答	0.0%	1.3%	0.0%	2.1%	2.4%	1.7%	1.7%
2位	①直売施設	13.0%	21.1%	17.1%	14.0%	9.4%	13.6%	10.9%
	②加工施設	9.3%	7.9%	8.6%	14.7%	14.2%	12.2%	13.1%
	③飲食施設	25.9%	31.6%	37.9%	37.1%	44.9%	40.4%	41.2%
	④テイクアウト施設	27.8%	19.7%	14.3%	10.5%	6.4%	11.2%	9.9%
	⑤休憩施設	11.1%	9.2%	9.3%	7.7%	8.8%	9.9%	8.4%
	⑥情報発信施設	5.6%	5.3%	3.6%	2.1%	2.6%	1.7%	3.9%
	⑦特になし	1.9%	0.0%	6.4%	7.0%	7.4%	6.0%	6.2%
	⑧その他	1.9%	3.9%	1.4%	0.7%	0.7%	1.0%	1.3%
	無回答	3.7%	1.3%	1.4%	6.3%	5.7%	4.0%	5.1%
3位	①直売施設	7.4%	5.3%	10.7%	4.9%	3.3%	5.7%	4.7%
	②加工施設	7.4%	11.8%	5.7%	6.3%	8.6%	6.7%	9.6%
	③飲食施設	7.4%	19.7%	13.6%	16.8%	14.3%	16.6%	13.3%
	④テイクアウト施設	22.2%	22.4%	25.7%	20.3%	12.9%	15.4%	18.9%
	⑤休憩施設	27.8%	25.0%	23.6%	21.0%	27.9%	25.1%	26.6%
	⑥情報発信施設	7.4%	5.3%	5.0%	4.9%	8.6%	9.2%	6.0%
	⑦特になし	9.3%	5.3%	8.6%	11.9%	11.4%	11.4%	8.8%
	⑧その他	0.0%	2.6%	4.3%	5.6%	2.0%	2.7%	3.0%
	無回答	11.1%	2.6%	2.9%	8.4%	10.8%	7.2%	9.2%

1位・2位に関しては、回答の集中が見て取れるが、3位の休憩施設に関しては、集中回答が見受けられず、テイクアウト施設と拮抗している。

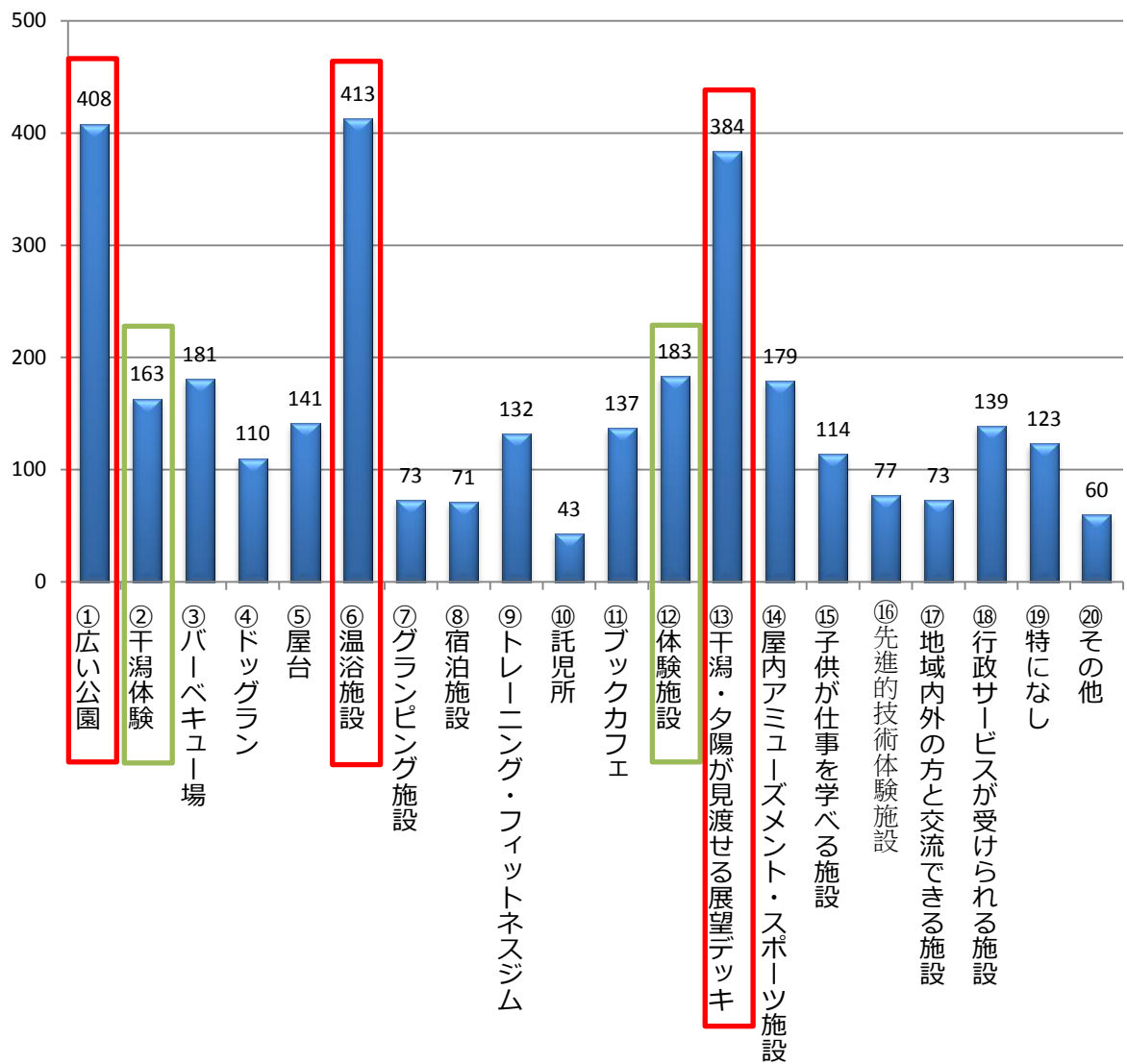
Q14 Q13以外にあればうれしい施設

(複数回答 回答者数961)

選択肢	回答数
①広い公園（イベント広場）	408
②干潟体験	163
③バーベキュー場	181
④ドッグラン	110
⑤屋台	141
⑥温浴施設（足湯・スパ等）	413
⑦グランピング施設	73
⑧宿泊施設	71
⑨トレーニング・フィットネスジム	132
⑩託児所	43
⑪ブックカフェ	137
⑫体験施設（小代焼・料理教室等）	183
⑬干潟・夕陽が見渡せる展望デッキ	384
⑭屋内アミューズメント・スポーツ施設（ボルダリング・卓球・ビリヤード・フットサル場等）	179
⑮キッズシアのような子供が仕事を学べる施設	114
⑯セグウェイ・ドローンなどの先進的技術体験施設	77
⑰地域内外（国外の方含む）の方と交流できる施設（ホール・研修室など）	73
⑱行政サービスが受けられる施設（各種証明書の交付、税・使用料等の納付等）	139
⑲特になし	123
⑳その他	60

回答数が130～180前後となっている中、①広い公園 ⑥温浴施設 ⑬干潟・夕陽が見渡せる展望デッキが突出して高く、回答者の道の駅の付帯機能のニーズとして、想定される。

また、②干潟体験 ⑫体験施設（小代焼・料理教室等）の体験関連に合わせて346票集まっている。



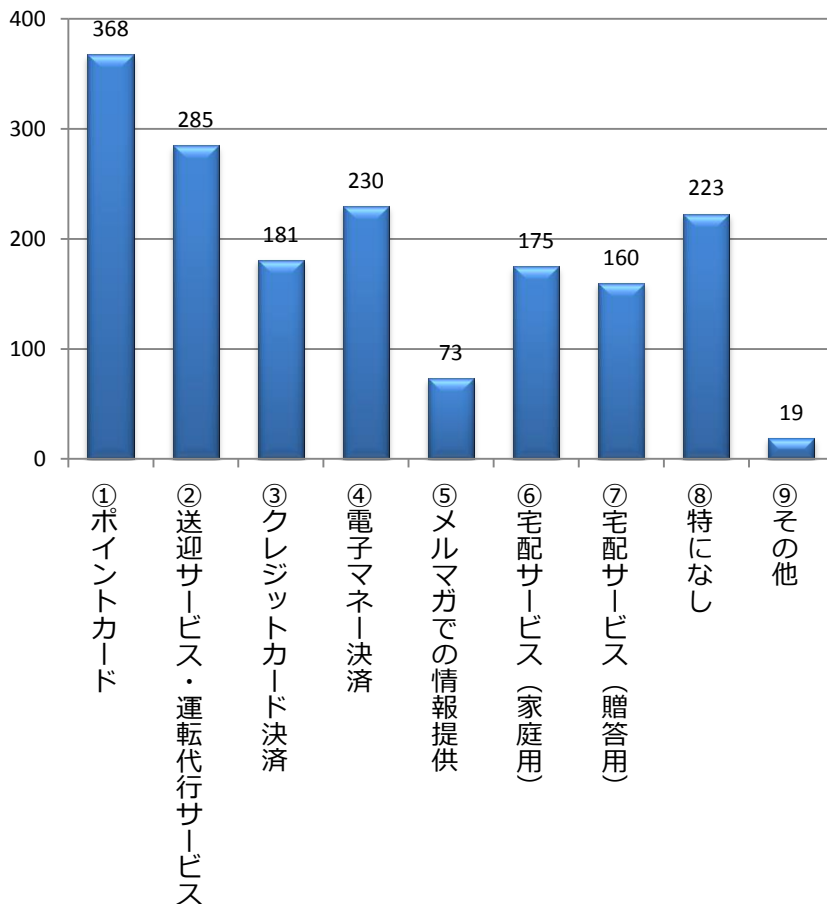
	20代	30代	40代	50代	60代 以上	男性	女性
①広い公園	50.0%	59.2%	44.3%	42.7%	39.2%	42.9%	43.4%
②干潟体験	9.3%	17.1%	25.0%	16.8%	15.8%	15.6%	18.0%
③バーベキュー場	33.3%	32.9%	36.4%	20.3%	10.7%	21.3%	17.4%
④ドッグラン	20.4%	11.8%	15.0%	13.3%	9.2%	8.9%	13.7%
⑤屋台	25.9%	25.0%	19.3%	16.1%	10.5%	17.9%	12.7%
⑥温浴施設	46.3%	40.8%	37.1%	45.5%	43.8%	40.2%	45.5%
⑦グランピング施設	22.2%	10.5%	15.0%	7.0%	4.0%	8.2%	7.3%
⑧宿泊施設	11.1%	2.6%	5.7%	7.0%	8.3%	7.7%	7.3%
⑨トレーニング・フィットネスジム	33.3%	21.1%	13.6%	12.6%	11.2%	14.4%	13.5%
⑩託児所	3.7%	13.2%	5.7%	7.0%	2.4%	5.0%	4.3%
⑪ブックカフェ	20.4%	17.1%	19.3%	20.3%	10.3%	9.4%	18.0%
⑫体験施設	14.8%	27.6%	22.9%	23.8%	16.2%	12.9%	23.8%
⑬干潟・夕陽が見渡せる展望デッキ	22.2%	43.4%	40.0%	44.8%	40.3%	36.7%	43.4%
⑭屋内アミューズメント・スポーツ施設	33.3%	36.8%	24.3%	11.9%	15.1%	18.9%	18.5%
⑮子供が仕事を学べる施設	11.1%	31.6%	21.4%	7.0%	8.1%	8.7%	14.2%
⑯先進的技術体験施設	7.4%	15.8%	13.6%	10.5%	5.0%	9.9%	6.9%
⑰地域内外の方と交流できる施設	9.3%	6.6%	9.3%	7.0%	7.4%	6.5%	8.6%
⑱行政サービスが受けられる施設	13.0%	17.1%	12.9%	13.3%	14.7%	15.1%	13.9%
⑲特になし	7.4%	2.6%	7.1%	9.1%	17.1%	12.2%	12.5%
⑳その他	3.7%	9.2%	9.3%	6.3%	5.3%	5.2%	6.9%

20代では、①広い公園 ⑥温浴施設は高いが、⑬はそこまで高くない、⑨トレーニング・フィットネスジム ⑭屋内アミューズメント・スポーツ施設など比較的体を動かす施設への回答が高くなっている。30代は、①広い公園が最も高く、次いで⑬干潟・夕陽が見渡せる展望デッキ、⑥温浴施設と続くが、⑫体験施設・⑮子供が仕事を学べる施設への回答もされており、子育て世代が多く含まれていることがうかがえる。

Q15 「道の駅あらお（仮称）」でのサービスで、あれば良いと思うものは何ですか？

(複数回答 回答者数961)

選択肢	回答数
①ポイントカード	368
②送迎サービス・運転代行サービス	285
③クレジットカード決済	181
④電子マネー決済	230
⑤メルマガでの情報提供	73
⑥宅配サービス（家庭用・デリバリー）	175
⑦宅配サービス（贈答用）	160
⑧特になし	223
⑨その他	19



回答においては、①ポイントカード ②送迎サービス・運転代行サービスの票が多い。

また、③クレジットカード決済 ④電子マネー決済をキャッシュレス化のシステムと捉えると411票で最も多いともいえる。

	20代	30代	40代	50代	60代以上	男性	女性
①ポイントカード	35.2%	55.3%	33.6%	40.6%	36.9%	36.7%	39.9%
②送迎サービス・運転代行サービス	25.9%	27.6%	21.4%	19.6%	35.3%	27.0%	31.6%
③クレジットカード決済	35.2%	34.2%	30.7%	19.6%	11.9%	21.3%	17.8%
④電子マネー決済	44.4%	44.7%	35.0%	32.9%	14.0%	24.3%	24.2%
⑤メルマガでの情報提供	3.7%	13.2%	8.6%	14.7%	5.1%	6.9%	8.2%
⑥宅配サービス（家庭用）	11.1%	22.4%	17.1%	14.0%	19.9%	17.6%	19.1%
⑦宅配サービス（贈答用）	13.0%	22.4%	13.6%	18.9%	16.5%	16.9%	16.7%
⑧特になし	16.7%	10.5%	20.0%	25.2%	25.6%	26.3%	20.4%
⑨その他	3.7%	0.0%	2.9%	0.7%	2.2%	1.7%	2.2%

②送迎サービス・運転代行サービスにおいては、60代以上の年配層と車を持たない女性からの回答が多いと想定される。

③クレジットカード決済 ④電子マネー決済などキャッシュレス化においては、20代・30代が多く回答しており、その逆として、50代・60代以上での回答は少ない。

Q16「道の駅あらお（仮称）」の開設後利用したいですか？

(単一回答)

選択肢	回答数
①頻繁に利用したい	265
②たまに利用したい	508
③利用しない	22
④わからない	154
無回答	12
回答総数	961

道の駅の開業後の利用の有無に関しては、

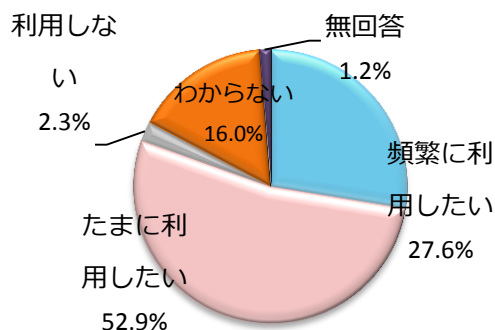
①頻繁に利用したい

②回答においては、

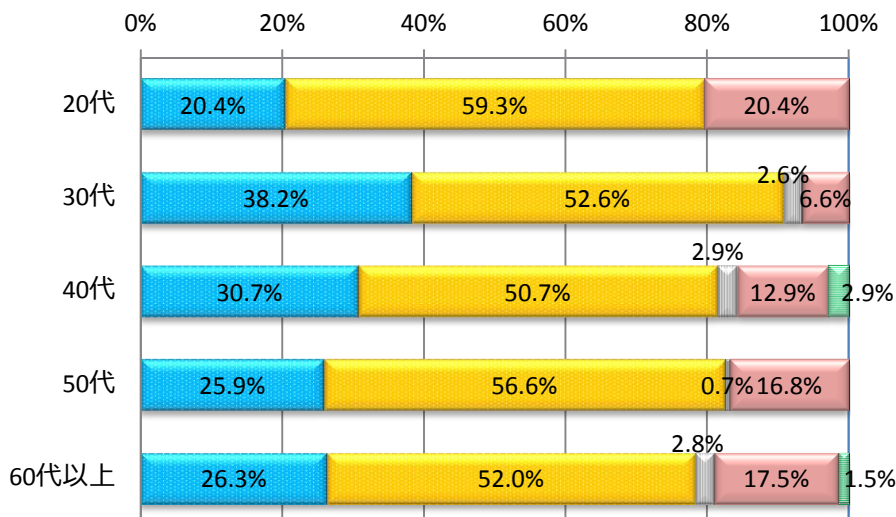
②たまに利用したい

を合わせると回答者の

80%が利用の意向を示している。

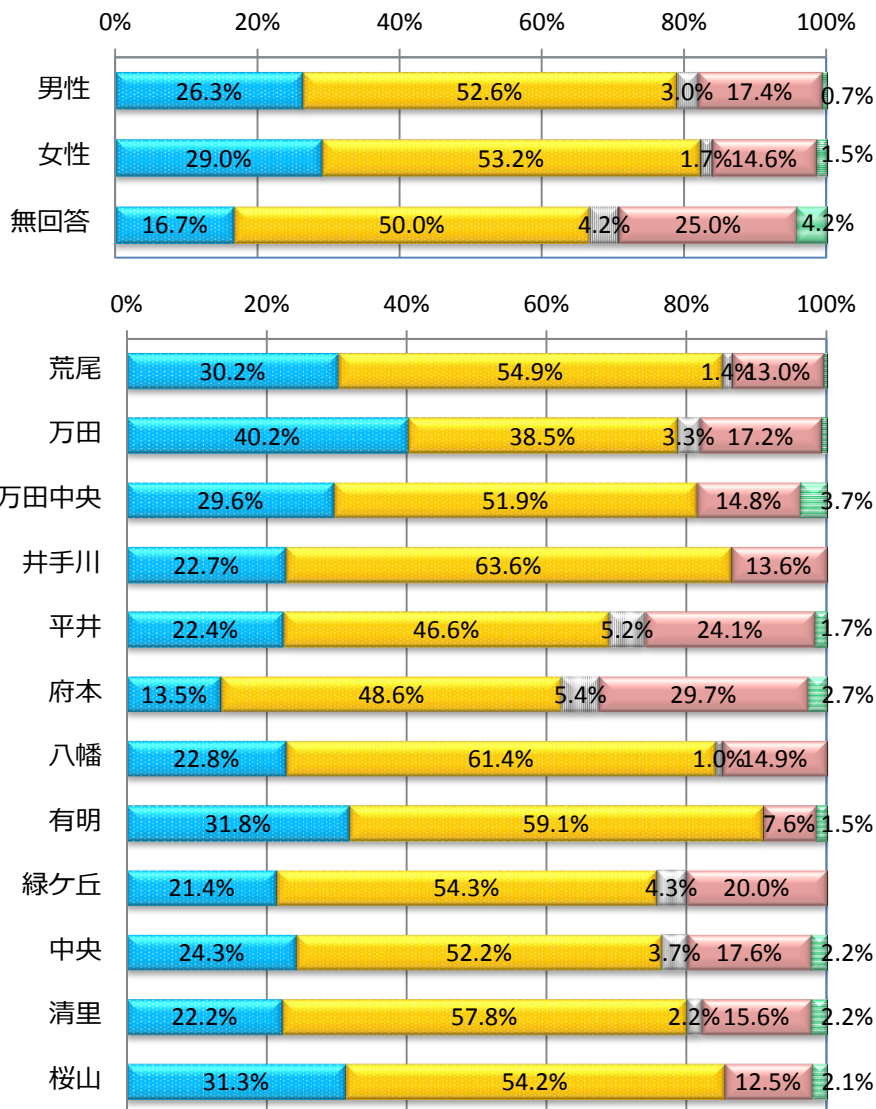


■ 頻繁に利用したい ■ たまに利用したい ■ 利用しない
■ わからない ■ 無回答



年齢別での利用意向は、たまに利用したいは、全世代の55%前後となっており、頻繁に利用したいは、30代が38.2%.40代が30.7%と多く見受けられる。

■ 頻繁に利用したい ■ たまに利用したい ■ 利用しない
■ わからない ■ 無回答



Q17 Q16で「利用しない」「わからない」と回答された方にお聞きします。理由は何ですか？

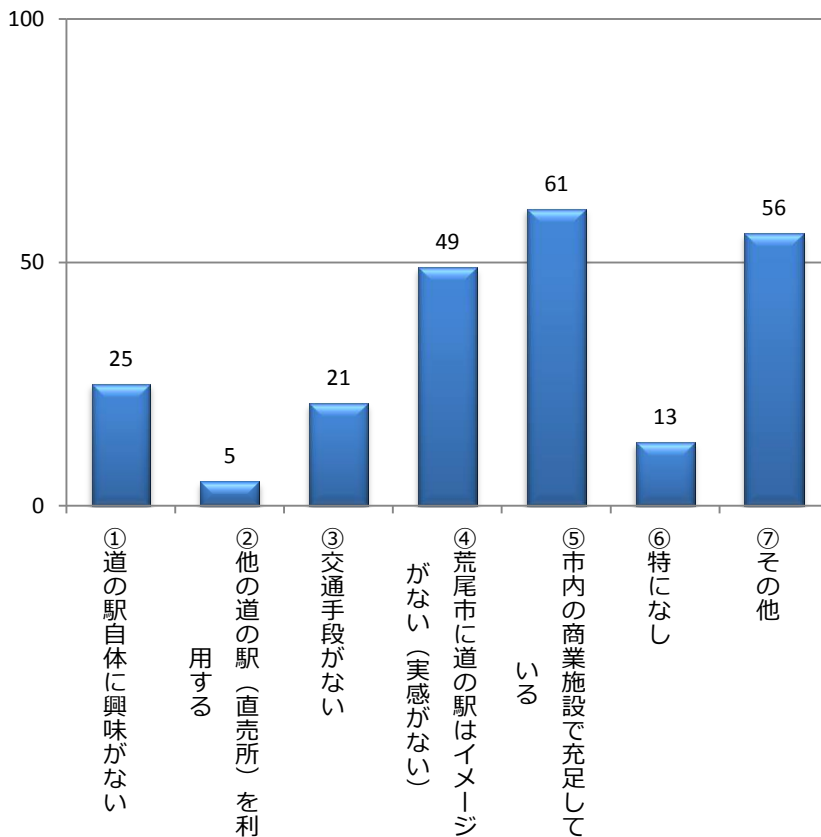
（複数回答 回答者数176）

選択肢	回答数
①道の駅自体に興味がない	25
②他の道の駅（直売所）を利用する	5
③交通手段がない	21
④荒尾市に道の駅はイメージがない（実感がない）	49
⑤市内の商業施設で充足している	61
⑥特になし	13
⑦その他	56

道の駅の開業後の利用の有無に関して、利用しない・わからないと回答したのは176票で、全体の18%となっている。

一番多いのは、市内の商業施設で充足しているで、次いでその他、実感が無いとなっている。

その他においては、整備自体よりも、導入機能に対する満足度を求める意見が多く、「良ければ行く」という回答が目立つ。



Q17で「その他」の回答者の理由

大牟田並みでは無理。最低でもメロンドームでないと。そこまで行けますか？
施設の内容による
平井地区より遠いから
運営次第で答えが出ます
今までのように、直売、体験、レストラン、休憩所、温泉、展望台と言った特色の無い（従来）のものになる だろうから
一度は行くが、価値が無ければ二度目は無い
集客イメージが沸かない
Q14で答えた施設ができれば利用すると思う
出来てみないと分からないから
他の道の駅と変わらないならほぼ行かない
出来る場所が不便
安くて良ければ
アンケートに答えたものが出来れば頻繁に利用したい
実際に開設後、見て楽しそうであれば利用する
人が集まる気がしない
道の駅方面へあまり行かないから
荒尾の端っこである。遠い。
市内の端に居住しているから
地権者がいい思いをするイメージが強い為
ガラが悪い・治安がよくない
内容次第
行きやすい道順だったら行くかも
遠いから
回復見込み無しの病気
施設によるから
遠い
立地がびんと来ない。①グリーンランド通り②国道
そこに目的の物があれば行く
道の駅は観光客のためのものだと思っているので、地元の間人が利用するという発想ができない
遠いので行く価値があるかどうか
公園利用したい
他の地域に比べて民間のその様な施設が沢山あるし、公が民間を圧迫してはならないし、経験上「公」は失敗 します
どんなものが出来るか今はわからないので（魅力ある施設であれば利用する）
市の体質で2～3年で倒産の道
どのような施設が出来るかによる
施設内容が解らない
市外の商業施設で充足している
設置場所が非常に悪い
内容を見てから
交通アクセスの見通しが無い
具体的な施設が見えない
内容次第解らない
形が想像できない
内容次第
交通渋滞したら迷惑
地元なので逆に利用しないかも
施設の内容次第

4.市民アンケート調査における考察

（１）回答者属性

送配布数2,000サンプルのアンケートに対して、インセンティブ（粗品など）が無い状態での48%の回収率が高いと言える。

20代～30代においては平均的回収率であるが、40代以降の回収率が高く、50代・60代以上の50%を超える回収率は、アンケート内容への関心の高さがうかがえる。

男女の回収率は概ね同数値となっている。世帯人数においては、2人住まいが多く、核家族化の傾向が見受けられる。

アンケート配布数	2,000	回収率
20代	171	31.58%
30代	220	34.55%
40代	331	42.30%
50代	247	57.89%
60代以上	1,031	52.76%
回収	961	
全体回収率	48.05%	

※通常このようなアンケートの場合、インセンティブ付きで45%前後。インセンティブが無い場合は、35%～40%の場合が多くみられる。

（２）道の駅・直売所全般での利用意向

全回答者の87%が、日ごろから道の駅・直売所を利用すると回答。961というサンプル数からその正確値は、理論上99%以上となるので、概ね荒尾市全体のデータとして考えることができる。

【利用頻度】

利用頻度の傾向としては、年に1～2回が35%、2～3か月に1度が26%となっており、概ね半数が観光的な施設利用と想定される。日常買いの目安となる、月に1回～2回が29%、毎週が2%と、合計で31%となっている。

【利用意向】

施設への来店動機は、弊社調査による道の駅・直売所出口調査での選定理由と同じく、「生鮮類が新鮮・安心」が最も高く、次いで、この地域の特産品が買える、そこでしか買えない土産品、品揃えと続いている。これらのことから、食品の購入において、スーパーと道の駅・直売所においては、明確な差別化がなされており、施設利用の明確な意向とされていることが想定される。

（３）「道の駅あらお（仮称）」への関心

南新地の開発の認知においては57%、「道の駅あらお（仮称）」整備の認知は50%と、どちらも関心事であることがうかがえる。

知り得た手段においては、南新地の開発／広報32%：口コミ46%。「道の駅あらお（仮称）」整備／広報33%：口コミ49%となっており、どちらも、広報誌などからの情報よりも、日常会話での情報入手がなされていることがわかり、話題性のある関心事と言える。

（４）「道の駅あらお（仮称）」への要望

【施設への期待と充実機能】

「道の駅あらお（仮称）」に期待することは、「新鮮な食事や特産品が購入できる」が最も多く、「買い物・食事が便利になる」「食」が楽しめると続いている。

また、「道の駅あらお（仮称）」で、充実させてほしい施設は、「直売施設」が最も多く、「飲食施設」「休憩施設」と続いており、日ごろ利用している道の駅・直売所の利用目的と概ね合致している。

これらのことから、日ごろ利用している道の駅・直売所への意向が、「道の駅あらお（仮称）」にも向けられ、同様に訪問が期待される。

【欲しいサービス】

施設利用におけるサービスの要望は、「ポイントカード」が最も多く、「送迎・運転代行サービス」と続いている。最近の道の駅・直売所へ求めるサービスの意向としては「クレジット・電子マネー」などのキャッシュレス決済などが多いが、今回の調査でも同様のデータとなっている。

最も要望の多い「ポイントカード」に関しては、観光利用主体の道の駅・直売所では、さほど高くない項目であるが、日常買い利用の傾向にある道の駅・直売所では高い項目となっている。

これらのことから、荒尾市民のニーズとして、「道の駅あらお（仮称）」に関しては、日常買いでの利用意向が持たれていることが想定される。

【付帯してほしい機能】

充実機能（直売機能・飲食機能・休憩機能）以外で、付帯する機能の要望としては、「温浴施設」が最も多く、続いて「広い公園（イベント広場）」「干潟・夕日が見渡せる展望デッキ」となっている。

これらは、他の道の駅・直売所での出口調査と同様のデータとなっている。

最も要望の多い温浴施設の、他の道の駅・直売所での出口調査では、その利用率は30%以下に程度にとどまっており、継続可能な施設としての成立（ビジネスモデルとしての成立）は、別途検討が必要となる。

また、「公園」や「展望デッキ」に関しては、収益を生まない機能なので、整備に関しては規模・メンテナンス費用なども十分検討する必要がある。

他の項目としては、干潟体験・体験施設・料理教室などの要望もこれらのpointを合わせると、上記3つに続く4番目の要望となるが、「温浴施設」同様に、継続可能な施設としての成立の検証・検討が必要となる。

（５）道の駅・直売所の利用の現状

【周辺の道の駅・直売所の利用の現状】

回答者の87%が日ごろ利用している荒尾市周辺の道の駅・直売所においては、下記表のようになっている。

選択肢	複数回答	単一回答	単独回答率
①道の駅みやま	353	78	22%
②道の駅おおき	117	3	2%
③道の駅おおむた	337	20	6%
④道の駅たちばな	100	3	3%
⑤道の駅すいかの里うえき	118	3	2%
⑥道の駅水辺プラザかもと	366	59	16%
⑦道の駅七城メロンドーム	561	109	19%
⑧道の駅鹿北	245	21	8%
⑨道の駅きくすい	255	22	8%
⑩直売所なんかんいきいき村	655	345	52%

複数回答においては、日ごろ利用する施設名を選択してもらったデータとなっており、単一回答においては、利用する複数の施設の中で最もよく行く施設を選択してもらっている。

単独回答率は、複数回答数における単独回答数の占める割合から算出している。

複数回答数と単独回答数の差異数に関しては、同日での周遊における複数施設への訪問。もしくは、日替わりでの施設利用頻度などが起因していると考えられる。

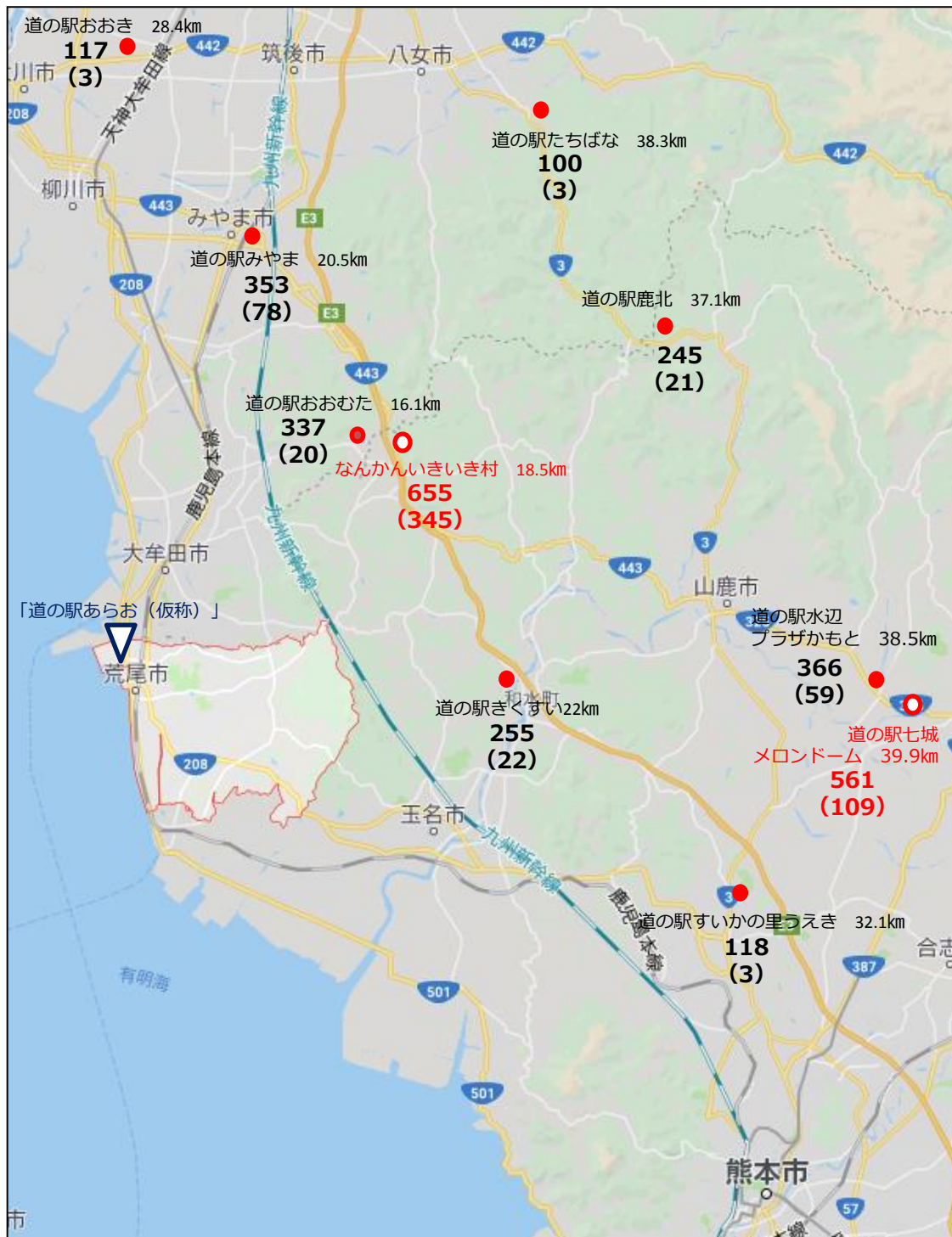
つまり、単独回答率の低い施設ほど、複数施設利用の周遊における、ついでとしての立ち寄り、または、訪問頻度が低い施設と想定される。

(6) 荒尾市民の道の駅・直売所利用地域イメージ

荒尾市民の道の駅・直売所の利用地域は、下の図のように広域と言える。

赤文字記載の施設の「なんかんいきいき村」と「メロンドーム」が利用のメインとなっている。

30kmを超える距離の施設は、2～3か月に1度から年に数回と比較的観光利用の傾向にあると想定される。



※施設名の下記数字は、複数回答での訪問数。
() 数字は単独回答での訪問数。