

3. アンケート調査結果

(1) 産業経済実態調査（市内生活者、市内事業者）

阿賀野市における買物や商店街の利用、産業を活性化させるための意識などについて把握し、今後の産業振興の方向性を示す計画策定の参考とするためにアンケートを実施しました。20歳以上の市民806名から回答を得ました。

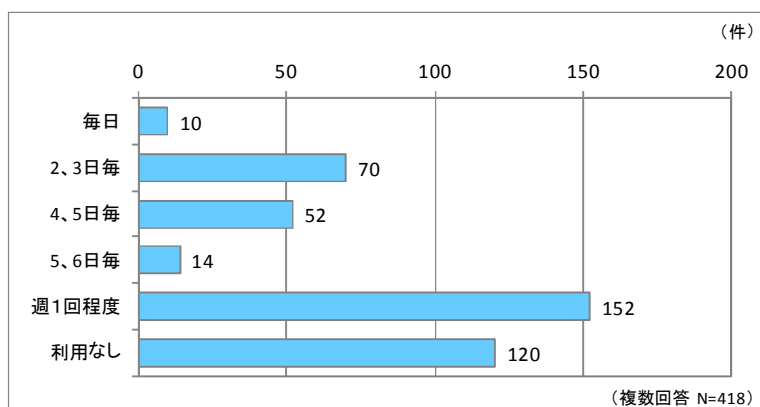
①市内生活者

食料品・日用品の場所別の買物頻度と移動手段について尋ねました。

1) 市内の商店街

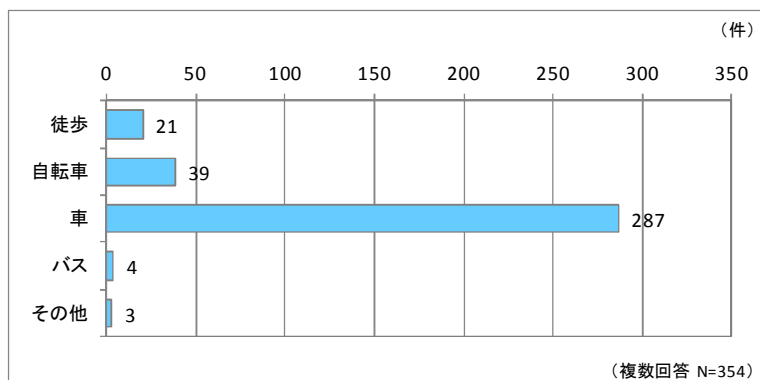
【買物の頻度】

- ・週1回程度の頻度が最も多く、次いで利用なしの順となっています。



【移動手段】

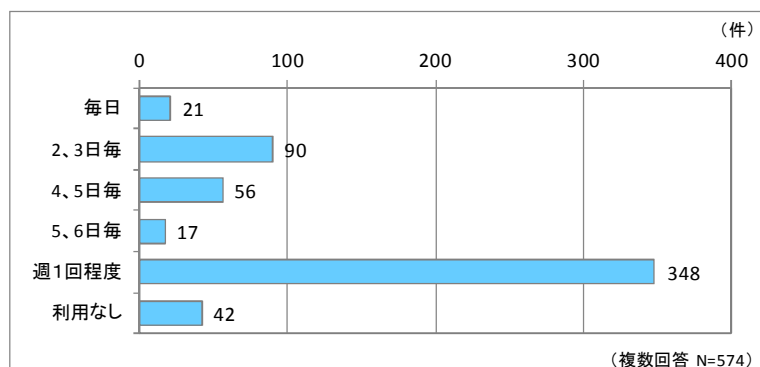
- ・車での移動が約8割を占めています。
- ・公共交通手段（バス）の利用は僅かとなっています。



2) 大型店

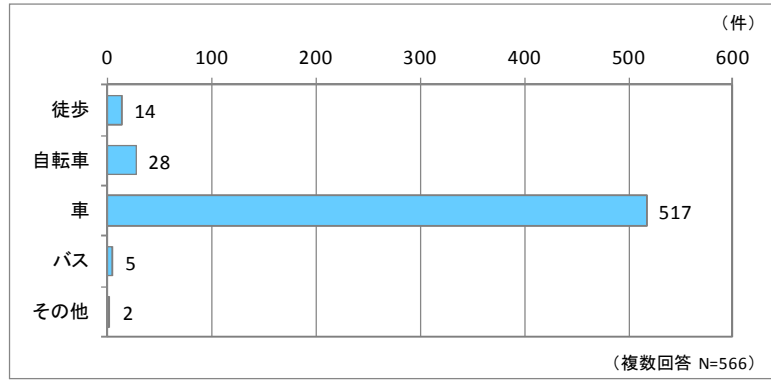
【買物の頻度】

- ・週1回程度の頻度が最も多く、次いで3日毎、5日毎の順となっています。



【移動手段】

- 車での移動が約9割を占めています。
- 公共交通手段（バス）の利用は僅かとなっています。

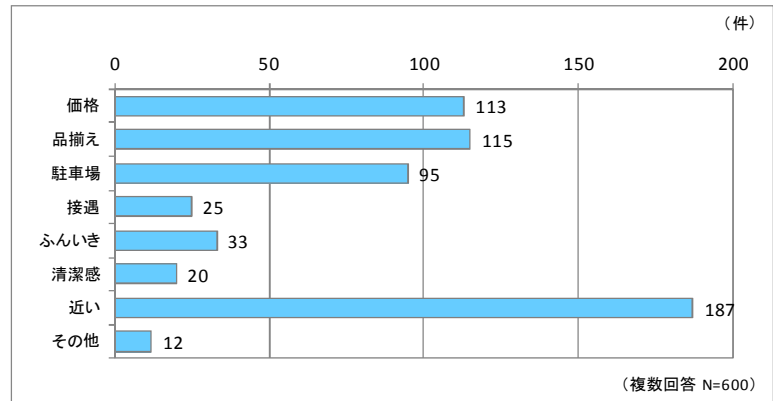


市内のお店・商店街の利用について尋ねました。

【よく利用する】

(41%)

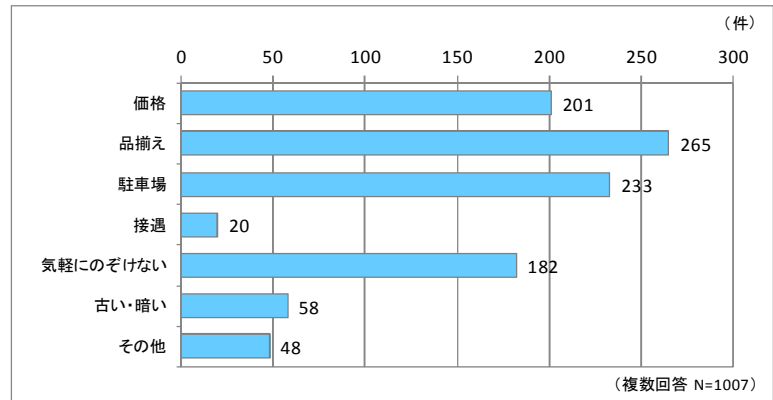
- よく利用する理由は「近い」からと答えた人が最も多く、「品揃え」「価格」「駐車場」と続きます。



【あまり利用しない】

(59%)

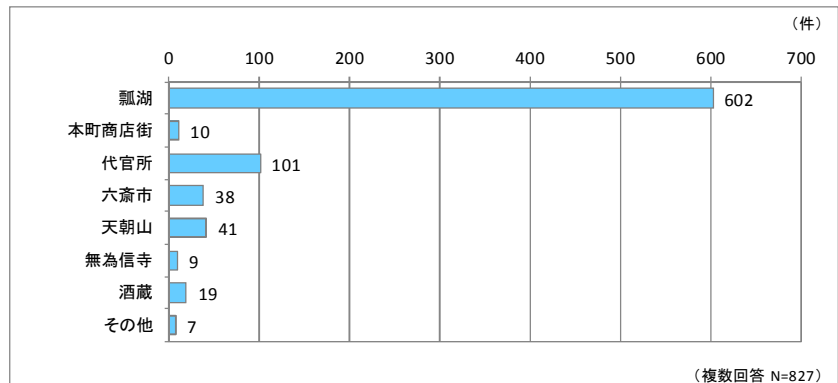
- あまり利用しない理由は「品揃え」「駐車場」「価格」「気軽にのぞけない」の4項目が上位を占めています。



市外から知人が来た時、どんな場所に連れて行くか尋ねました。

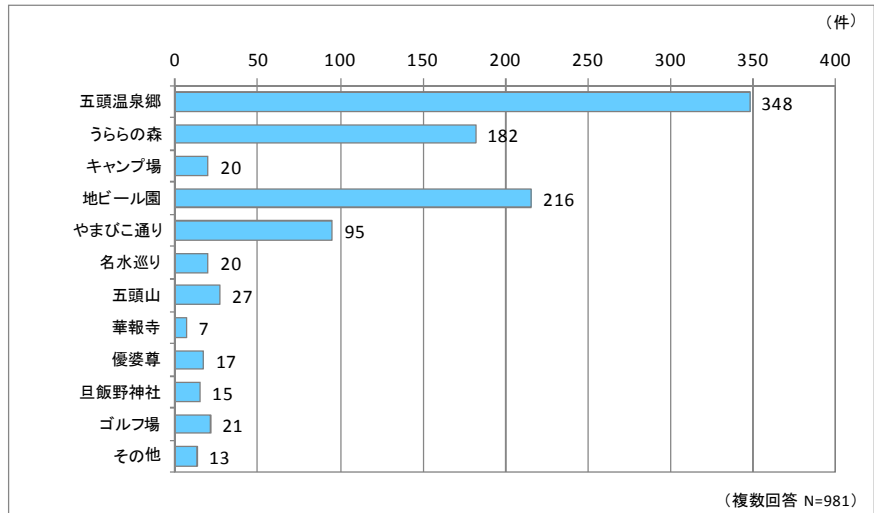
「水原」

- 約7割の人が「瓢湖」と回答しました。



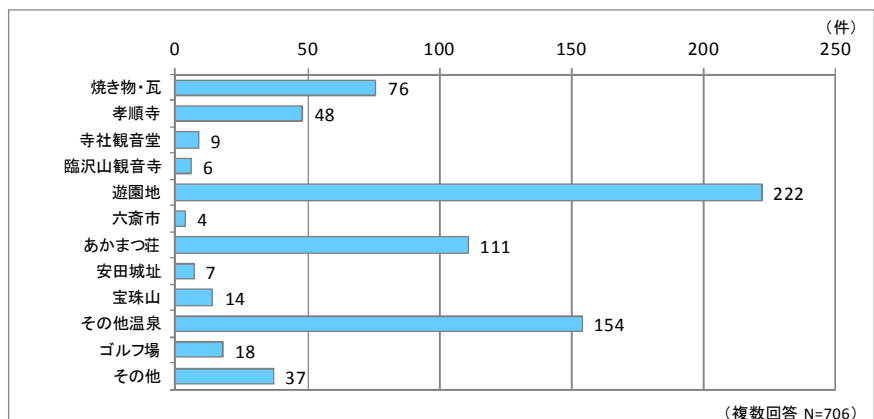
「笹神」

・「五頭温泉郷」と答えた人が最も多く、次いで「地ビール園」「うららの森」の順と続きます。



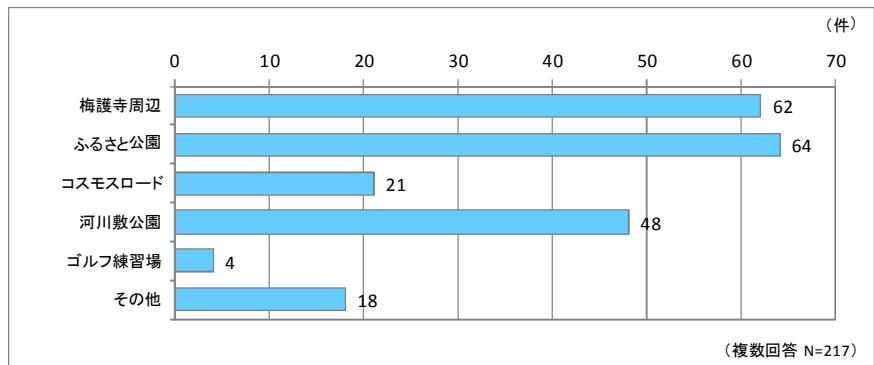
「安田」

・「遊園地」が最も多く、「その他温泉」「あかまつ荘」といった温泉地が続きます。



「京ヶ瀬」

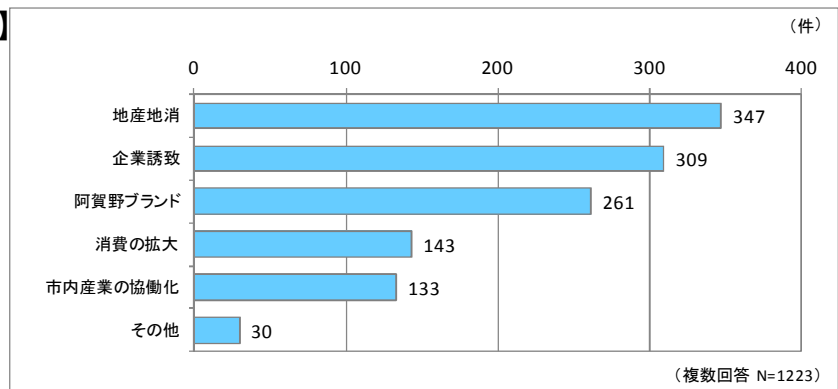
・「ふるさと公園」「梅護寺周辺」の2項目が上位を占めています。



産業活性化の方向性について尋ねました。

【消費拡大で重要なこと】

・「地産地消」「企業誘致」「阿賀野ブランド」が上位を占めています。



阿賀野市のブランドについて尋ねました。

【阿賀野ブランドがある】(68%)

- ・ブランドは「ヤスダヨーグルト」「コシヒカリ、米」が上位を占めています。

あると答えた方の、具体的な阿賀野ブランド

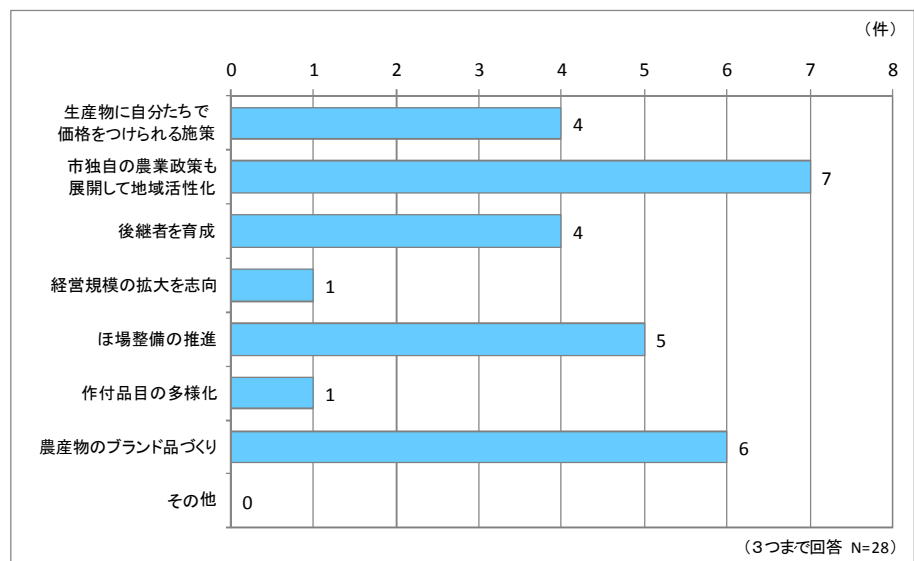
主な回答	回答数
ヤスダヨーグルト	280
コシヒカリ、米	175
お菓子(白鳥の卵、笹団子、樺もち等)	69
餅	27
瓢湖	20
安田瓦	19
温泉	17
焼き物	17
三角だるま	17
地ビール	16
白鳥	15
酒	14
農産物	11
豆腐	9
めんつう	9
ござつちよ	8
野菜	8

②市内事業者

【農業関連】

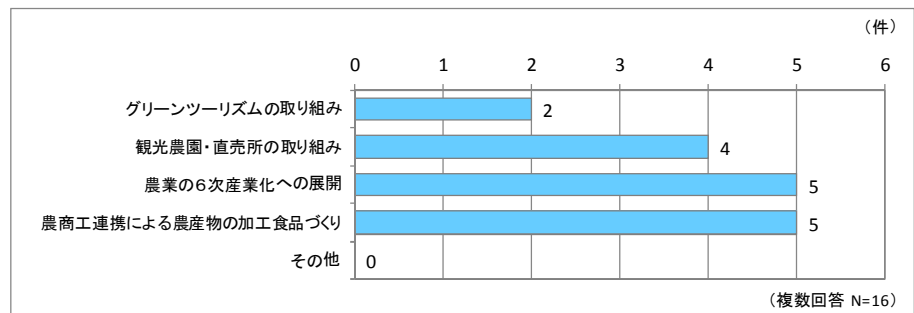
目標とすることについて尋ねました。

- ・「市独自の農業政策も展開して地域活性化」との回答が最も多くなりました。



他産業（事業拡大等）への参入について尋ねました。

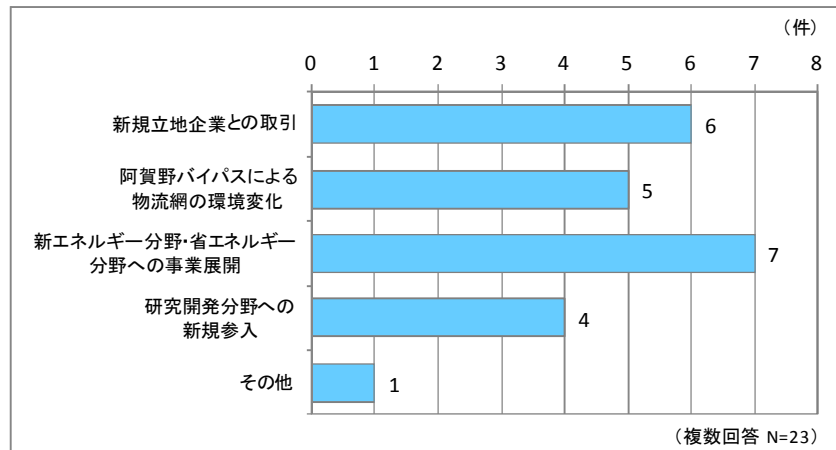
- ・「6次産業化への展開」「農産物の加工食品づくり」との回答が最も多くなりました。



【建設業関連】

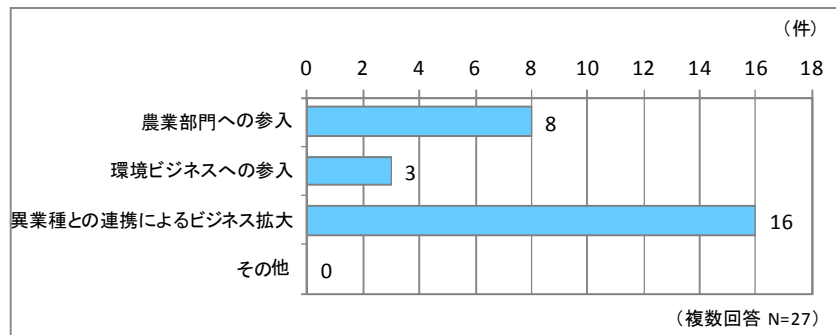
今後のビジネスチャンスについて尋ねました。

- 「エネルギー分野への事業展開」との回答が最も多くなりました。



他産業（事業拡大等）への参入について尋ねました。

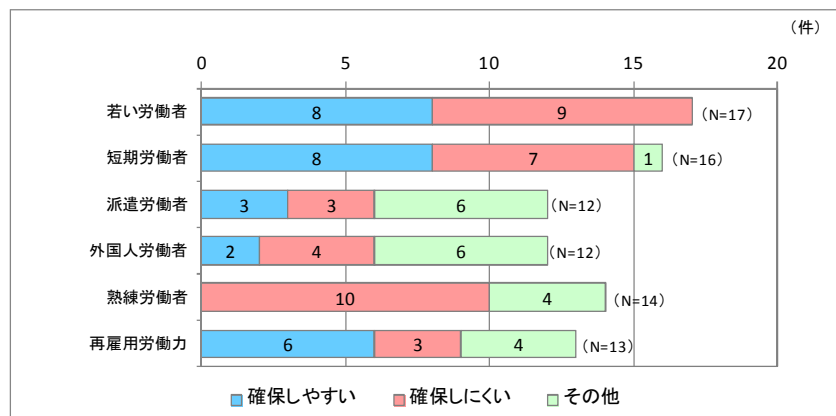
- 「異業種との連携によるビジネス拡大」との回答が最も多くなりました。



【製造業関連】

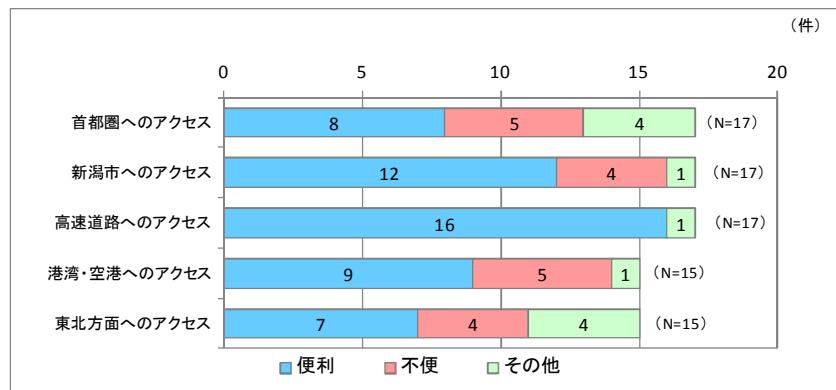
労働力確保の容易性について尋ねました。

- 「熟練労働者」が確保しにくいと回答する事業所の割合が高くなっています。



交通インフラの利用について尋ねました。

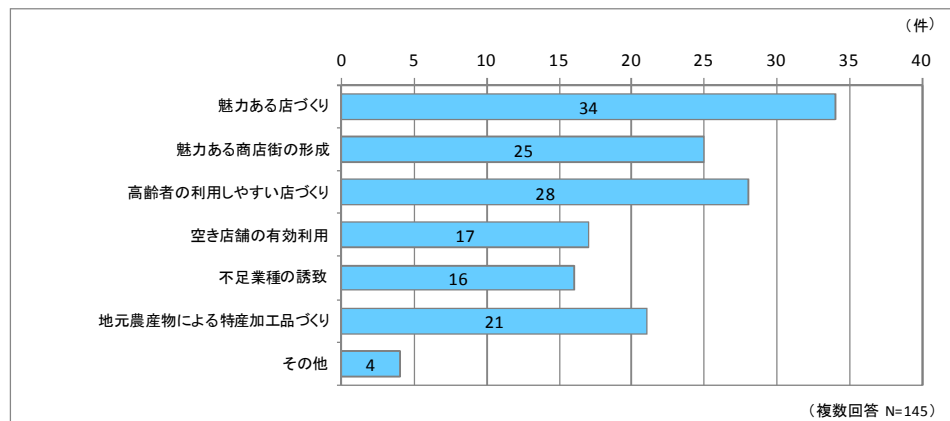
- ・高速道路へのアクセスが「便利」とする回答が高くなりました。



【商業・観光・サービス業関連】

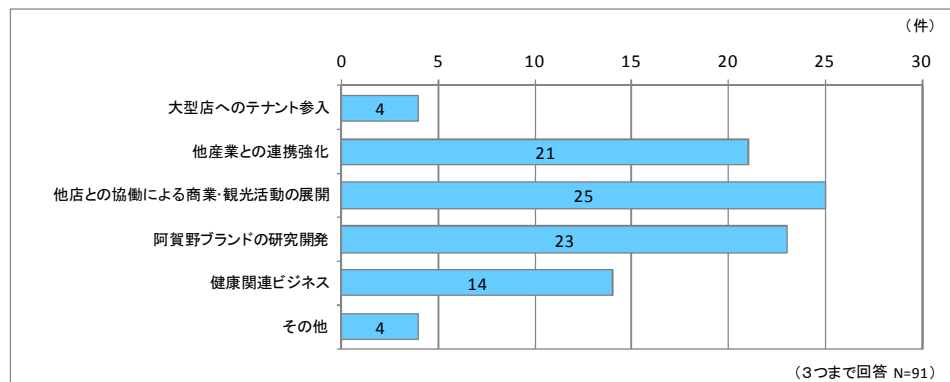
今後の商業・観光が目標とすることについて尋ねました。

- ・「魅力ある店づくり」との回答が最も多くなりました。



他産業（事業拡大等）への参入について尋ねました。

- ・「他店との協働による商業・観光活動の展開」との回答が最も多くなりました。



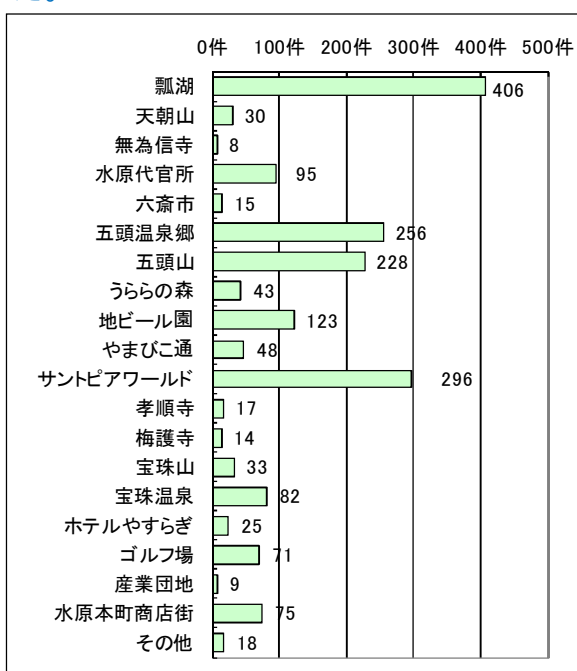
(2) 市外生活者アンケート調査（新潟市民）

市外生活者の阿賀野市に対するブランドイメージや地域資源等の認知度を探り、産業経済振興のための基礎資料とするためアンケートを実施しました。新潟市在住で20歳以上の一般男女477名から回答を得ました。

訪問経験のある場所について尋ねました。

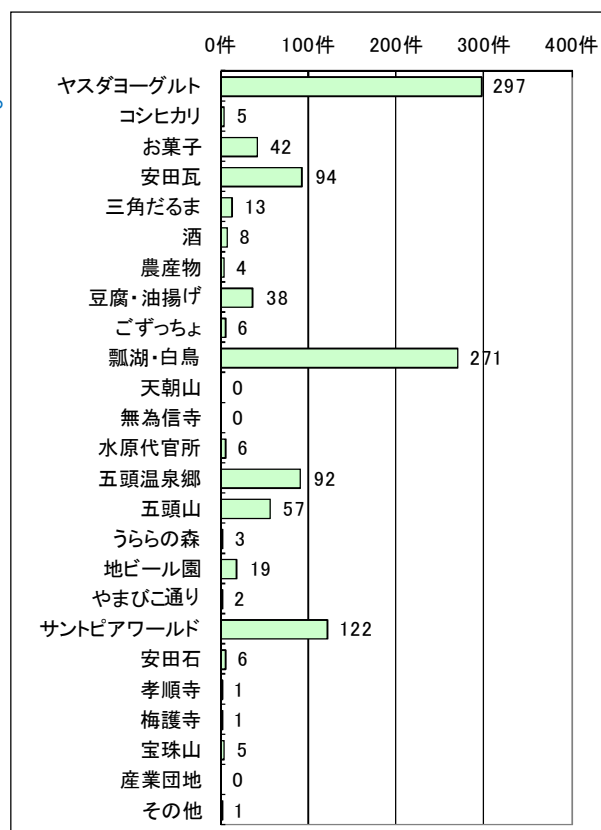
- 新潟市民が訪れたことのある場所は「瓢湖」、「サントピアワールド」、「五頭温泉郷」、「五頭山」、「地ビール園」などが多くなりました。

◆その他	意見数
(有)ヤスダヨーグルト	4
ロシア村	3
吉田東伍記念館	2
ワンワンパークの帰り道	1
五十嵐邸ガーデン	1
五頭少年自然の家	1
金子食品	1
しょこら亭	1
プラント4	1
スポーツ施設	1
阿賀野市役所	1
商用	1



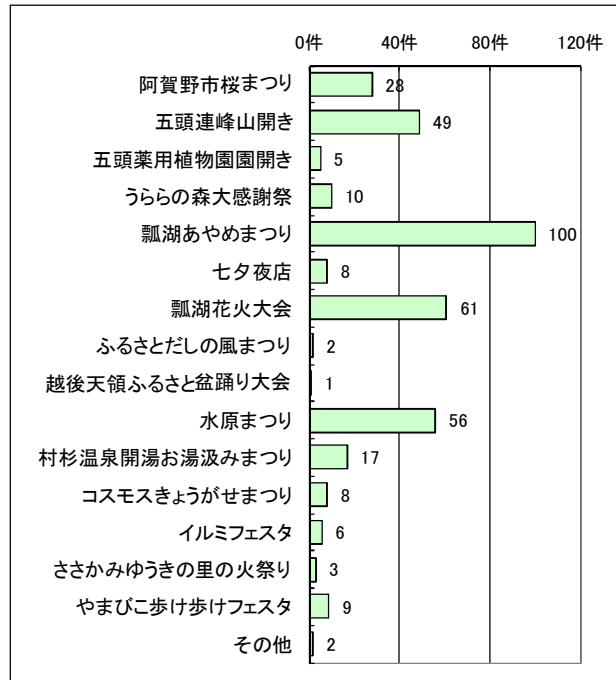
阿賀野市のブランドについて尋ねました。

- 新潟市民が感じる阿賀野市のブランドは「ヤスダヨーグルト」、「瓢湖・白鳥」、「サントピアワールド」、「安田瓦」、「五頭温泉郷」などが上位となりました。年代別で見ると、50代以下の年代は「ヤスダヨーグルト」が最も多く、60代以上の年代で「瓢湖・白鳥」が最も多くなりました。



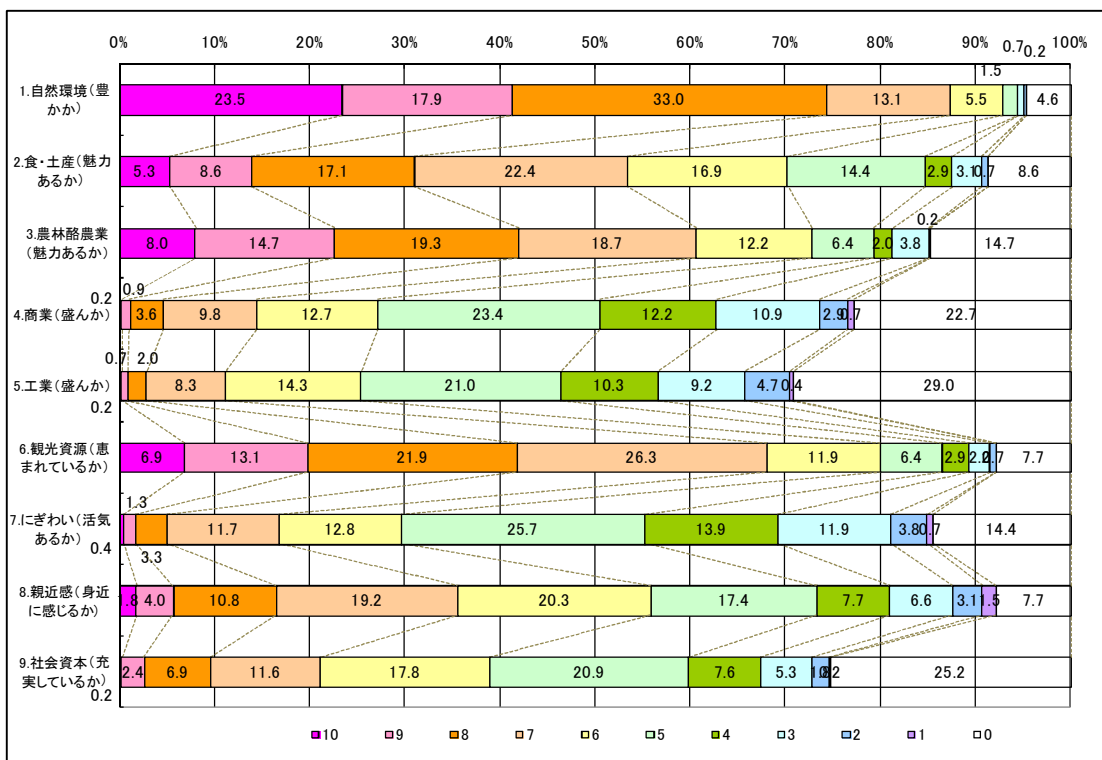
過去に足を運んだことのあるイベントについて尋ねました。

・新潟市民が足を運んだことのあるイベントは「瓢湖あやめまつり」、「瓢湖花火大会」、「水原まつり」、「五頭連峰山開き」、「阿賀野市桜まつり」などが上位となりました。



阿賀野市のイメージについて尋ねました。

「自然環境」、「食・土産」、「農林酪農業」、「商業」、「工業」、「観光資源」、「にぎわい」、「親近感」、「社会資本」の9分野のうち、新潟市民が阿賀野市のイメージとして高く評価しているのは「自然環境」と「観光資源」です。一方評価が低いのは「工業」と「商業」です。



(3) アンケート結果のまとめ

平成22年度の産業経済実態調査並びに平成23年度の市外生活者アンケート調査の結果から浮かび上がる阿賀野市民、阿賀野市事業者、新潟市民の意向について、次のとおり整理しました。

【商業・買物について】

- ・市内の消費者の多くは自動車を利用して買物に行く傾向が強いため、スーパーマーケットや大型店のほか、近所の商店街についても駐車場がないと利用頻度は向上しないと考えられます。
- ・市内の消費者の多くは市内の商店や商店街を利用する比率が低くなっています。その理由は「駐車場」や「品揃え」、「価格」の順となっており、これらのハード・ソフトの改善対策が必要であると考えられます。
- ・市内の商店や商店街の利用層は高齢者が多くなっています。
- ・事業者は「固定客の減少」や「大型店との競争」などを課題として認識しており、「魅力ある個店づくり」、「高齢者の利用しやすい店づくり」、「魅力ある商店街の形成」などを今後の目標としています。

【阿賀野ブランドについて】

- ・阿賀野市民と新潟市民が「ヤスダヨーグルト」を阿賀野市のブランドとしてあげているほか、阿賀野市民は「コシヒカリ」や「お菓子」、新潟市民は「瓢湖・白鳥」、「サントピアワールド」、「安田瓦」、「五頭温泉郷」などをあげています。

【温泉施設・旅館について】

- ・日帰り温泉施設では「料金」、「お湯」が概ね良い評価を得ている反面、「騒々しい」、「衛生面」を不満と感じている利用者が多くなっています。
- ・宿泊温泉施設では「お湯」、「料理」、「料金」、「静寂」に評価が高い反面、「料金」を不満に感じる利用者が多くなっています。
- ・市内の温泉施設・旅館について、市外の施設と比較して「設備」に劣ると感じている利用者が多くなっています。

【就業・従業について】

- ・阿賀野市民は市内で希望する職業に就くことは難しいと感じています。一方で市内の事業者は全般的に労働力が確保しにくいと感じています。

【事業所の経営について】

- ・新潟市民にとって阿賀野市は産業（商業、工業）のまちといったイメージが低くなっています。
- ・市内事業所の6割以上で売上高が減少。運転資金目的で融資を受けたいとする事

業者が多くなっています。

- ・ビジネスチャンスを「新エネルギー分野・省エネルギー分野への事業展開」とする市内事業者が多くなっています。
- ・「営業力」不足の打開策として「異業種との連携によるビジネス拡大」を事業拡大策と考える市内事業者が多くなっています。

【農業の経営について】

- ・市内の農業経営者（個人及び事業所）は「経営規模の拡大」、「作業受委託の拡大」といった拡大傾向意向が強い反面、生産者の主力は60代であり、「後継者不足と高齢化」、「農地の集約化」を課題にあげています。
- ・「安心安全な食物供給」を目標とし、事業拡大策として「農業の6次産業化」、「農商工連携による加工食品づくり」、「観光農園・直売所」などをあげています。

【観光について】

- ・新潟市民の阿賀野市のイメージとして、「自然環境」と「観光資源」の評価が高くなっています。
- ・阿賀野市民が来訪者を連れて行く場所、新潟市民が訪れたことのある場所は、ともに「瓢湖」、「遊園地」、「五頭温泉郷」が多くなっています。