

アンケート調査報告書  
～概要版～  
(会員・一般消費者・観光客)

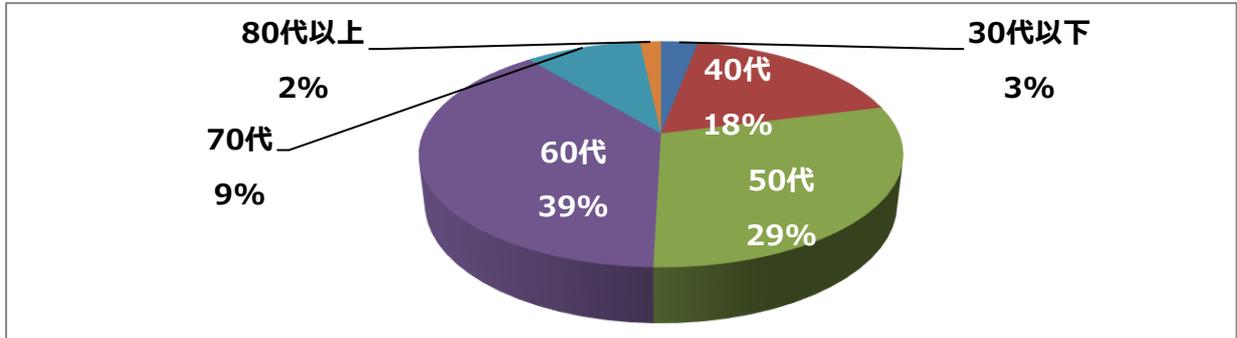
平成 29 年 2 月

南三陸商工会

# 1. 会員アンケート調査

## 1. 事業者年齢

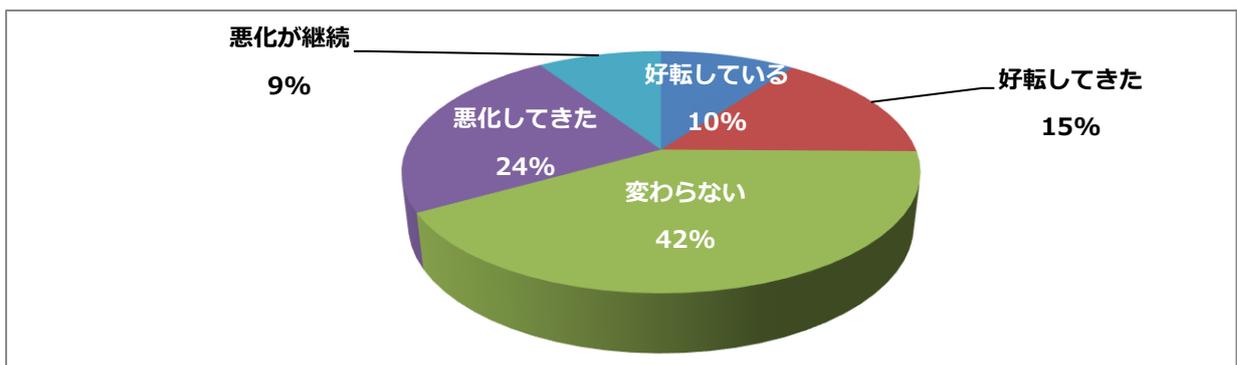
調査先会員事業者の代表者年代は、60代が最も多く、次いで50代・40代が続く。70代以上も1割以上を占めており、60代以上で約半数を占めている。



## 2. 経営状況

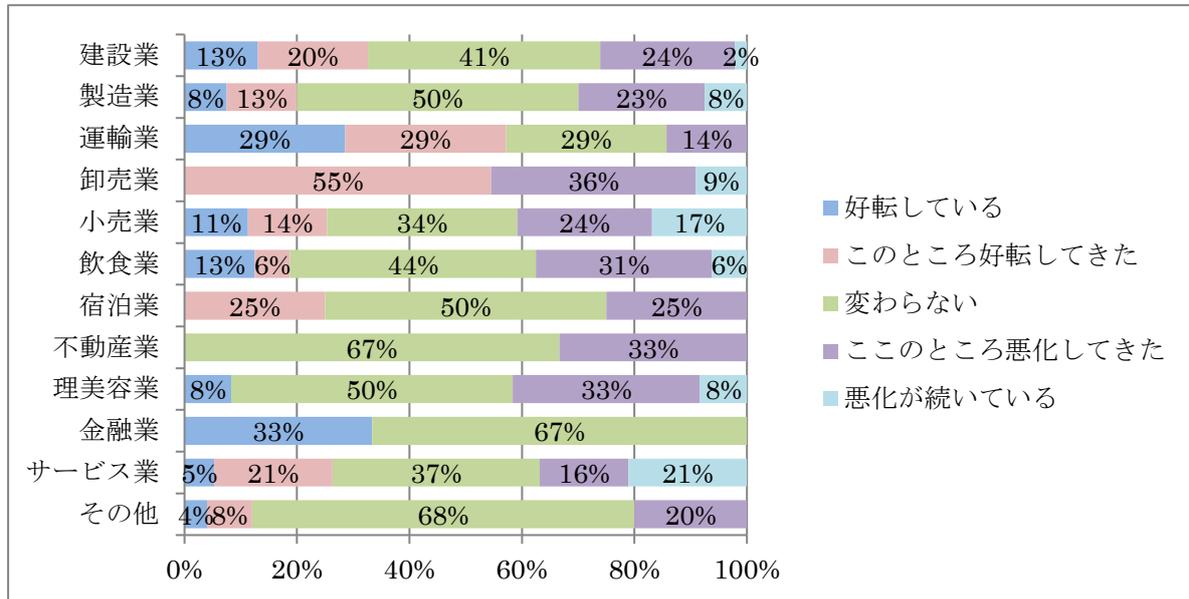
### (1) 一年前と比較した業況・景況感

現状維持が約42%を占めるも、好転傾向が約25%、悪化傾向が約33%となった。



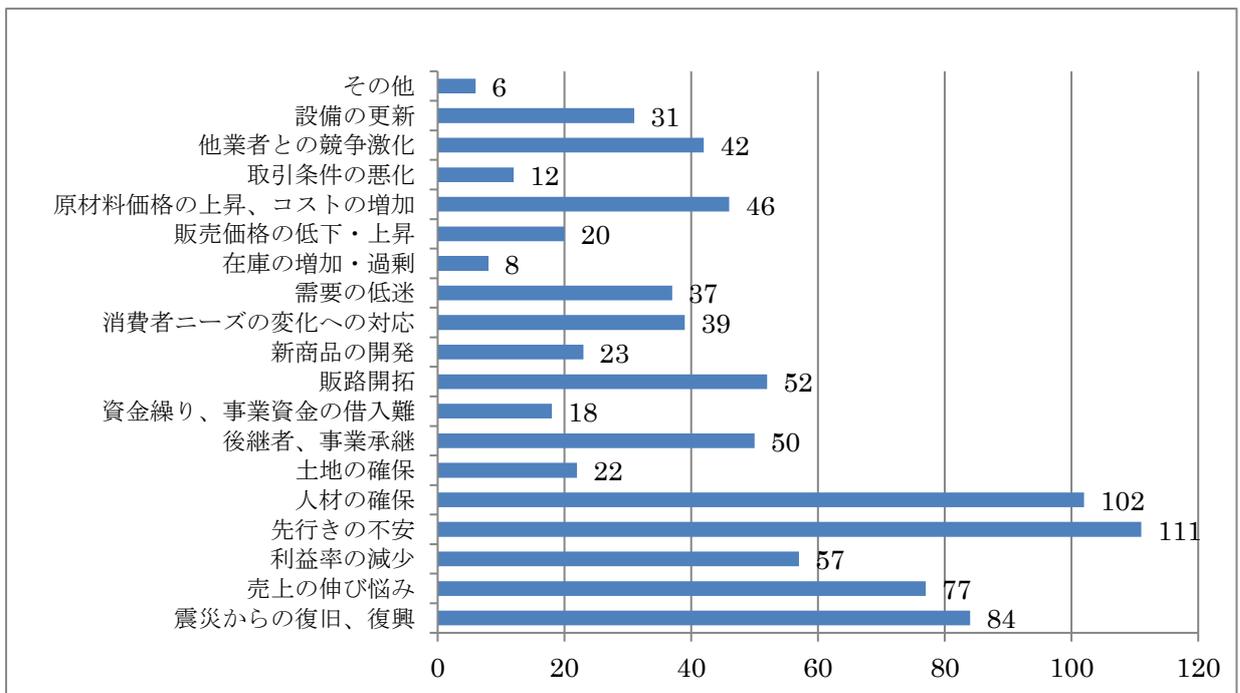
## (2) 業種別業況・景況感

業種別には、運輸・金融等に好転傾向がみえるが、全般的に悪化傾向が強い。卸・小売・サービス等は、事業者により二極化の傾向が伺える。



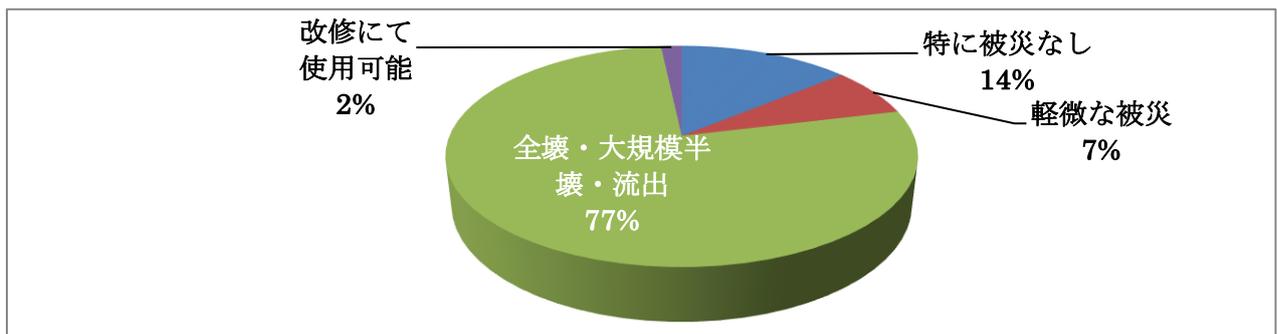
## (3) 経営上の課題

「先行き不安」「人材確保」「復旧復興」など被災地に多い傾向の課題が多く、「売上伸び悩み」「利益率減少」「販路開拓」等収益に関する課題が続く。また「事業承継」に対する関心も高い。



### 3.施設・設備の被災の程度

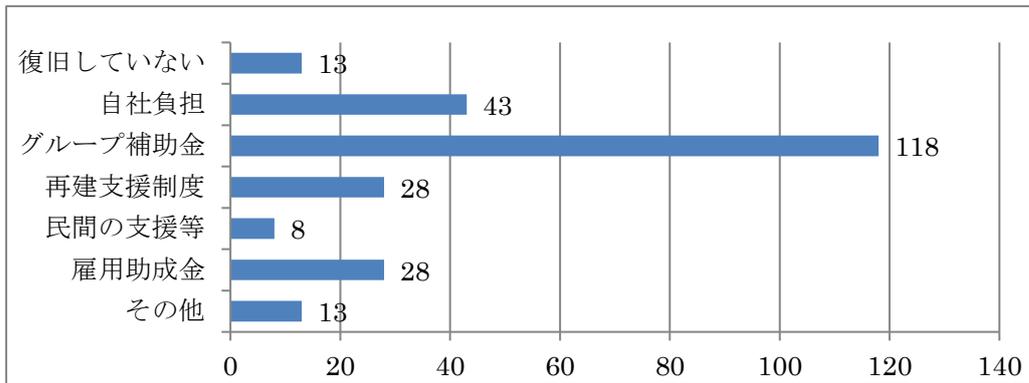
調査対象となった会員の8割弱が「全壊・大規模半壊・流出」と大きな直接被害を被っている。



#### 4.震災からの復旧状況と施策活用状況

##### (1) 復旧についての支援施策活用状況（複数回答）

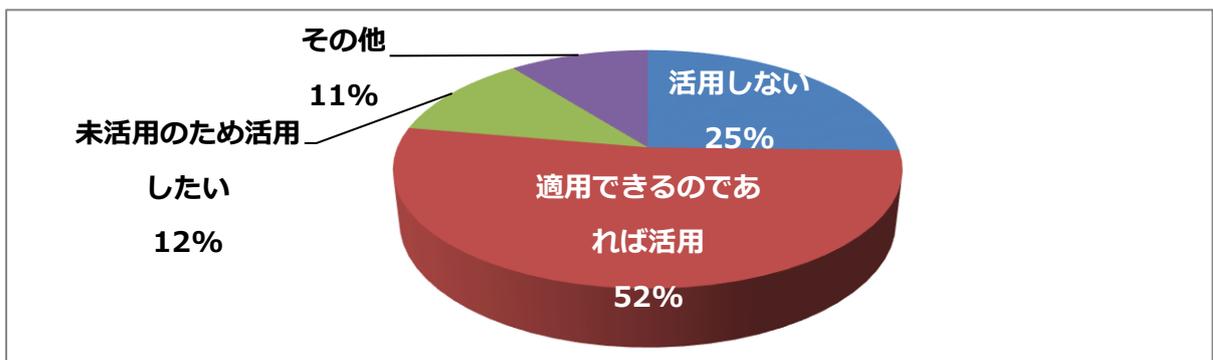
被災事業者の多くは補助金活用等にて復旧しているが、一部未復旧事業者も含まれる。



(2) グループ補助金の今後の活用意向

##### グループ補助金の今後の活用意向

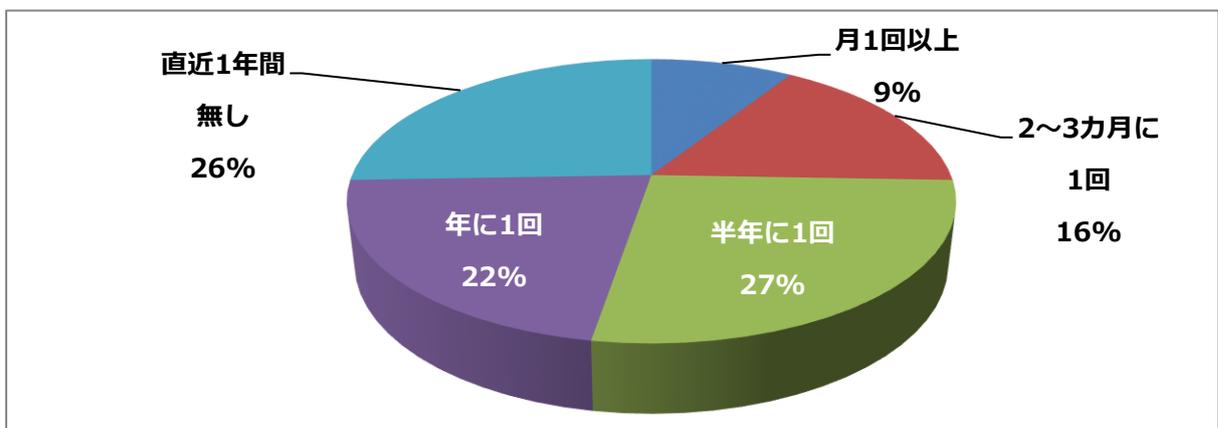
グループ補助金の活用意向としては、6割以上の事業者が活用（再活用含む）の意向を示している。また、未活用の事業者もいまだ1割強を占める。



#### 5.商工会の活用動向

##### (1) 商工会の活用頻度

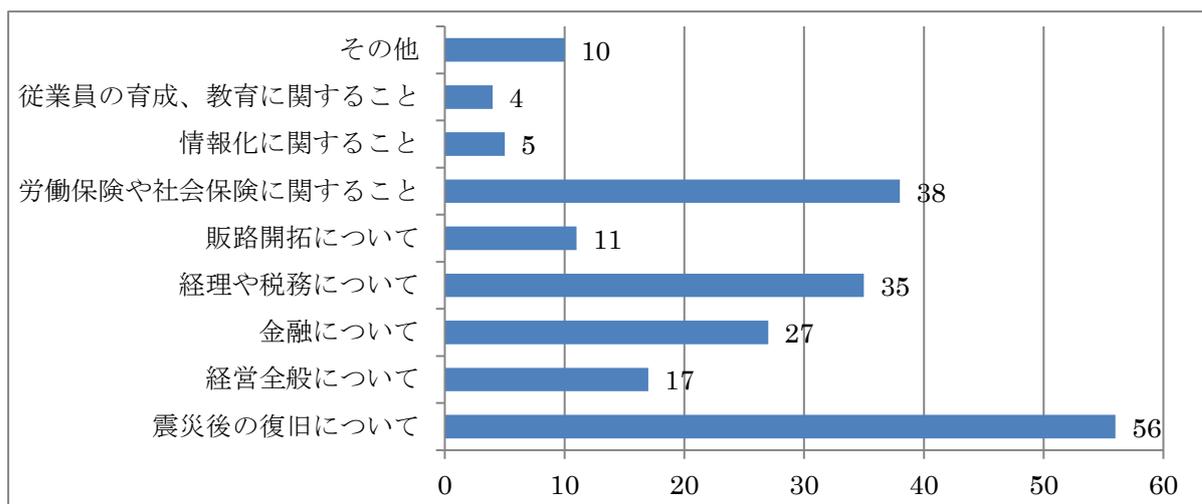
直近1年に経営相談など商工会を活用した事業者は、全体の4分の3を占めており、約1割の事業者が月1回以上の頻度で相談を行っている。



##### (2) 商工会への相談内容

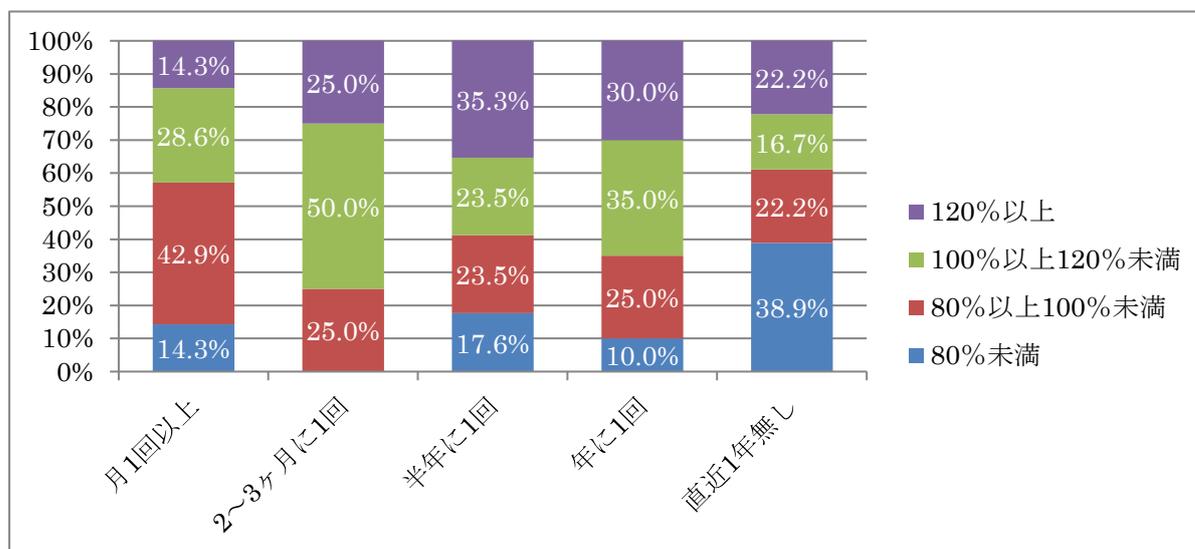
震災による被災からの「復旧」に対する支援要望が最も多く、「社会保険等」「経理税務等」「金融」

に関する相談が続く。



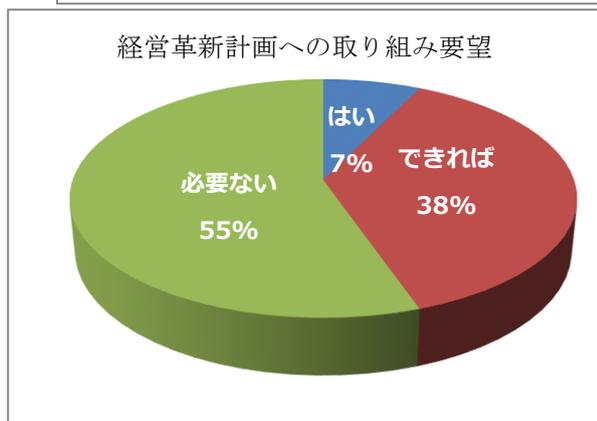
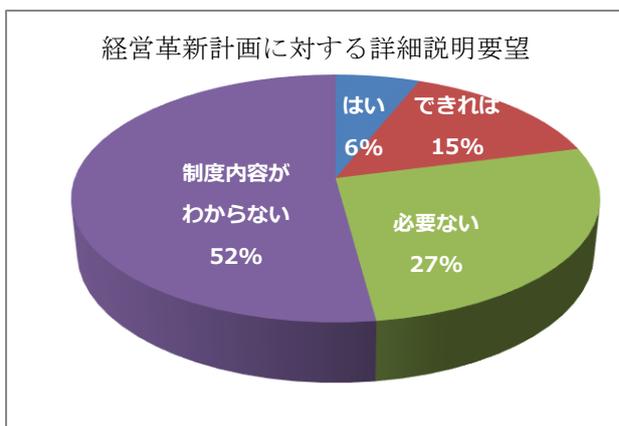
### (3) 商工会活用頻度と業績（売上高2期前比較）の関係

商工会に対する相談頻度と業績(2期前を100%として直近期の売上高を比較)の関係をみると、業績悪化傾向のある事業者は相談頻度が高く、商工会に対して事業再建に対する支援を求めている傾向があるものと考えられる。数か月に1度程度の事業者になると比較的業績は安定もしくは成長している傾向がみられる一方、直近1年に相談実績のない事業者は、業績悪化傾向にある事業者が6割以上存在している。



### 6. 経営革新計画承認制度に対する取り組みの意向

経営革新計画承認制度の認知度は半数弱に留まっており、詳細説明希望は約2割に留まった。また、経営革新計画承認制度への取り組みに対する要望では、約45%の事業者が取り組みを希望している。



#### <経営革新計画承認制度>

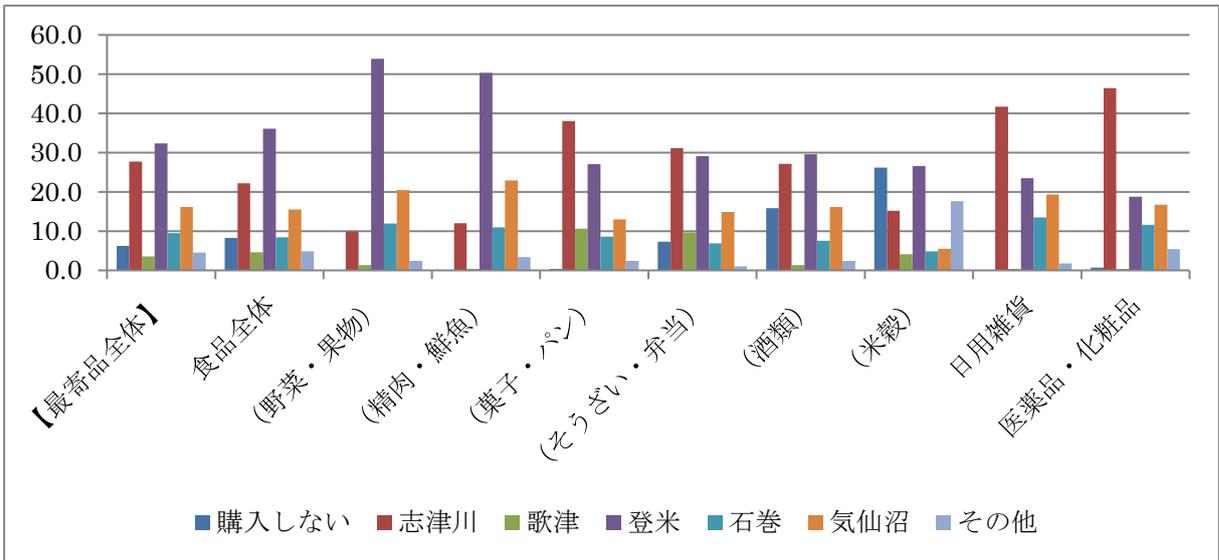
「経営革新計画」とは、中小事業者が経営の向上を目指して「新たな取り組み」を実践するための事業計画であり、国に計画が承認されると日本政策金融公庫の特別貸付や、信用保証協会の債務保証などの金融支援の他、対象となる各種補助金の審査上の加点や、販路開拓等に係る諸施策活用などの様々な支援等を受けることが可能となる制度。（必ずしも各支援策の活用が保証されるものではありません）

## 2. 一般消費者アンケート調査（南三陸町内小学生保護者アンケート）

### 1. 主な買い物先の市町村

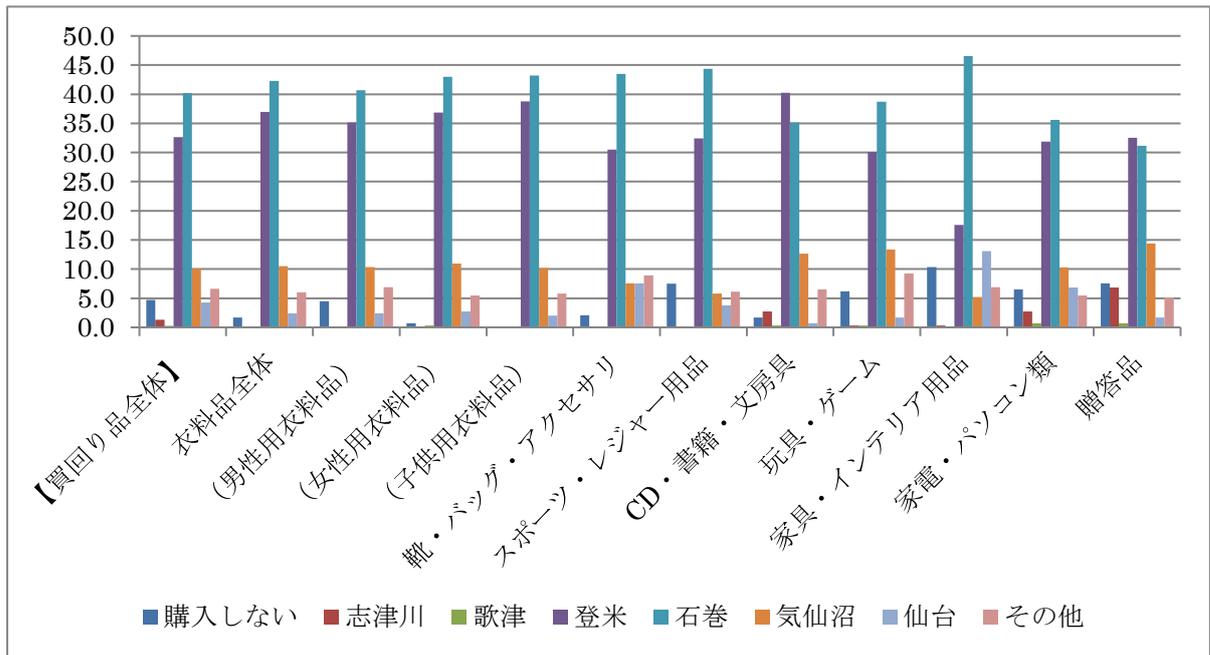
#### (1) 最寄品

最寄品（食料品・日用雑貨・医薬品・化粧品等）の町内居住者の買い物先は、志津川町内など地域内購入のほか、登米市が地元購入より多く、気仙沼市での購入も一定数認められる。内訳では、生鮮食品は登米市が主な購入先となっており、菓子類や惣菜、酒類等は地域内と登米市が同等程度となっている。日用雑貨・医薬品・化粧品等は地域内での購入傾向が強い。



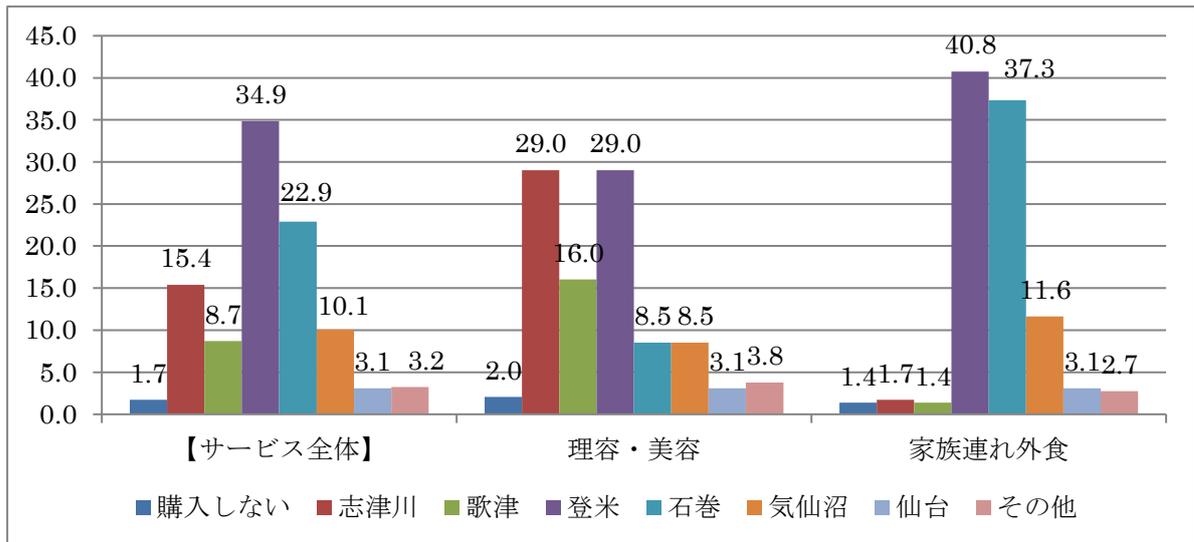
(2) 買回り品

買回り品（衣料品・靴・バック・アクセサリ・スポーツレジャー用品・書籍・文房具・玩具・ゲーム・家具・インテリア・家電・PC・贈答品等）の地域内居住者の買い物先は、石巻市・登米市が主な購入先となっている。次に、各項目で気仙沼市が1割程度で続いており、贈答品以外は地元購入の傾向は殆どみられない。



(3) サービス

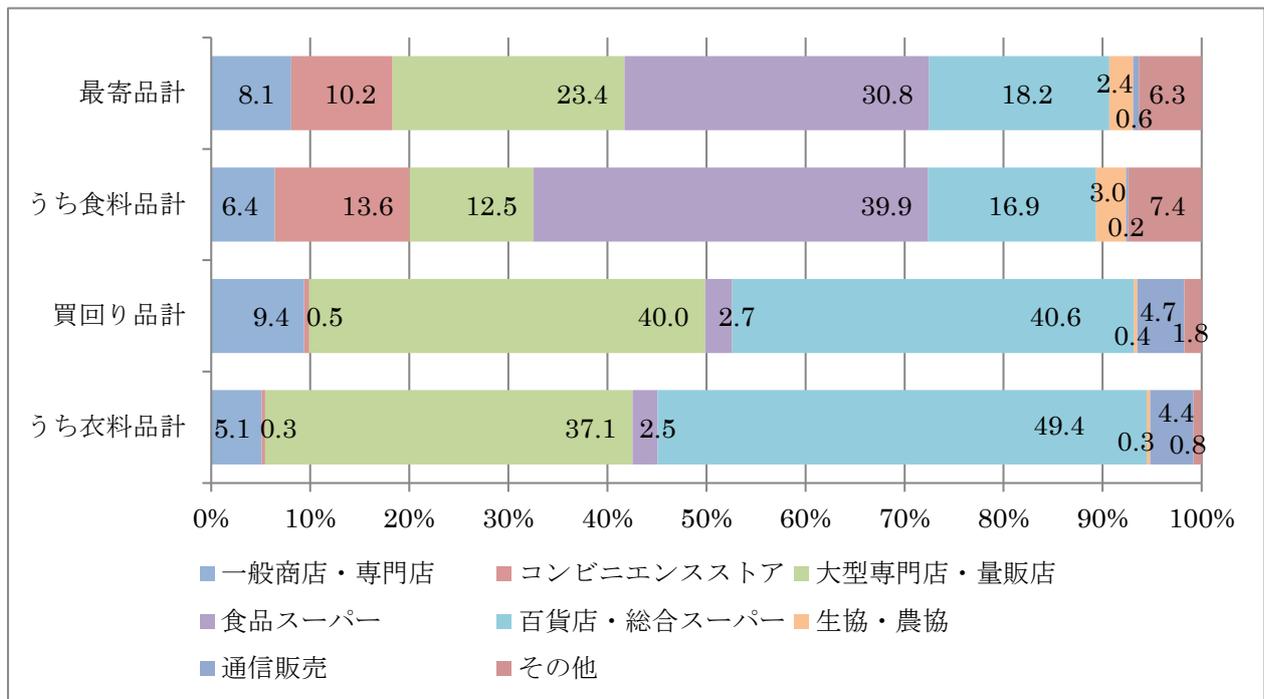
サービス（理容・美容・家族連れ外出）の地域居住者の買い物先は、理容・美容は地域内と登米市での消費が中心であり、家族連れ外出では登米市・石巻市が全体の8割弱を占める。



## 2. 主な買い物先の店舗形態（最寄品・買回り品）

「最寄品」の主な買い物先の店舗形態は、「食品スーパー」「大型専門店・量販店」「百貨店・総合スーパー」の利用で7割強となっており、そのうち食料品に関しても約7割が同様の買い物先となっている。「一般商店」はともに1割に満たない状況であり、「コンビニエンスストア」の利用度の方が高くなっている。

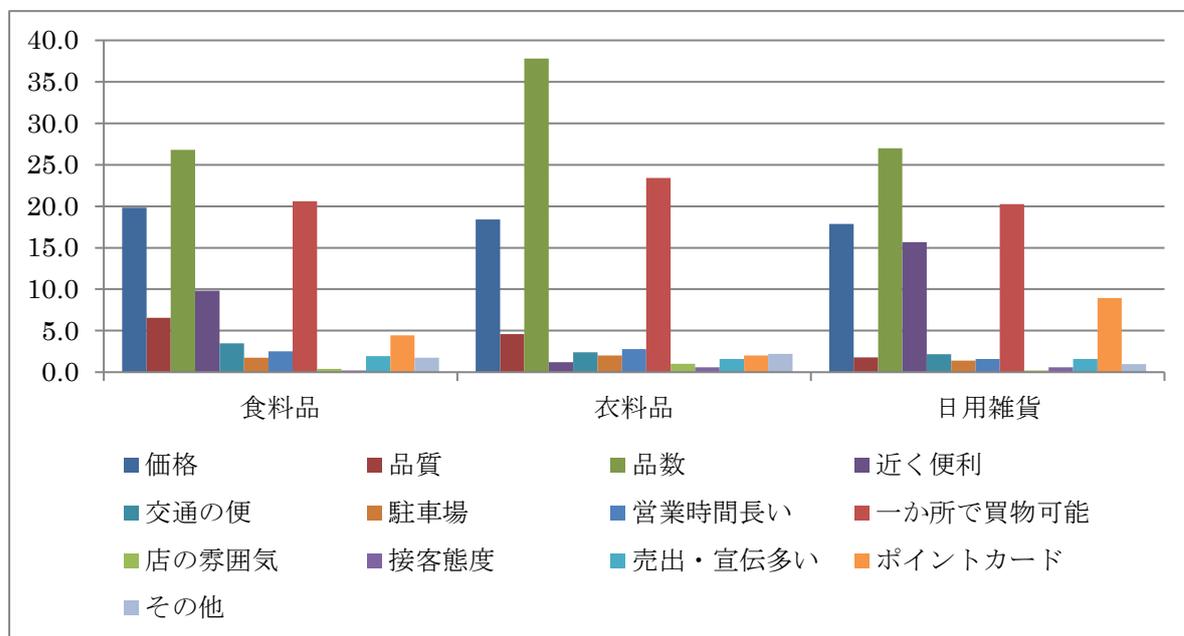
「買回り品」の主な買い物先の店舗形態は、「大型専門店」「百貨店・総合スーパー」の利用が8割強となっており、そのうち衣料品に関しては約86.5%が同様の買い物先となっている。一般商店の活用はともに1割以下となっており、通信販売も5%弱を占めている。



## 3. 買物先の選択理由

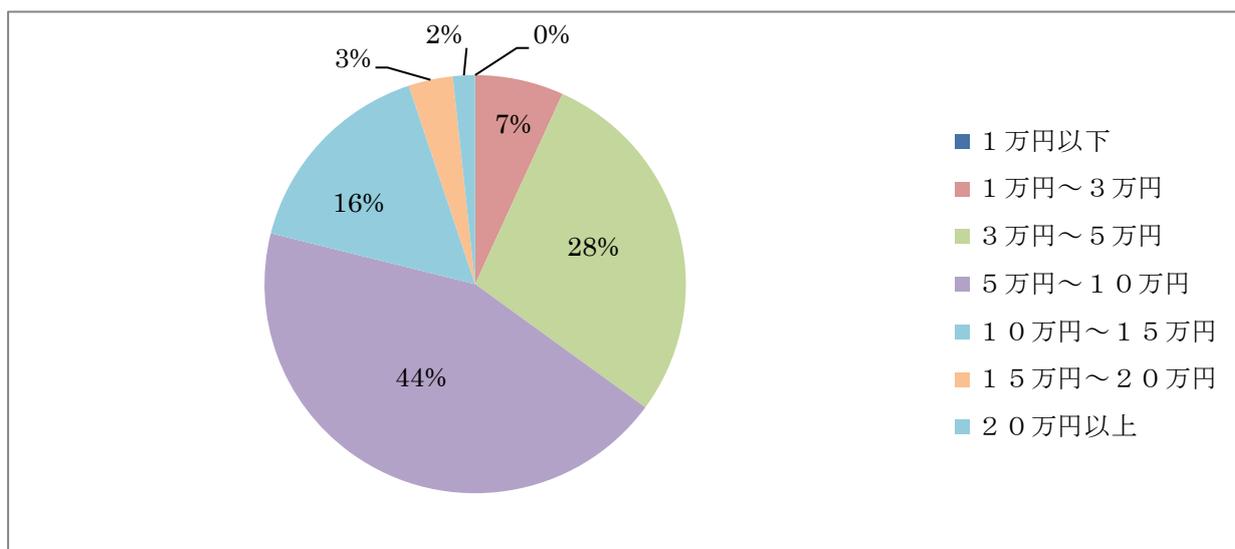
「食料品」の買い物先選択理由は、「品数」「価格」「一か所で買い物可能」が主要な選択理由となって

おり、「近く便利」「品質」は比較的少数ながらも一定の支持を得ている。「衣料品」の買い物先選択理由は、「品数」が4割強と最も多く、次いで「一か所で買い物可能」「価格」が2割前後を占めている。「日用雑貨」の買い物先選択理由は、「品数」が最も多く、「一か所で買い物可能」「価格」「近く便利」が続いている。



#### 4.月平均支出額（生活費）

最寄品・買回り品・サービスに対する一カ月の消費額は、5～10万円とする層が4割強と最も多く、3～5万（28%）、10～15万（16%）が続く。



### 3. 観光客アンケート調査（さんさん商店街来街者アンケート）

#### 1. 来町者の居住地（上位 10 カ所）

調査対象となった来町者の居住地は、宮城県内で半数近くを占め、関東・東北隣県が続く。県内からは、仙台市の他、県北地域および内陸市町村からの来町者が目立つ。

##### ●都道府県別集計結果

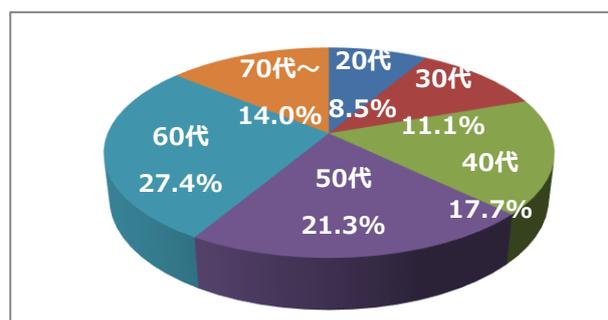
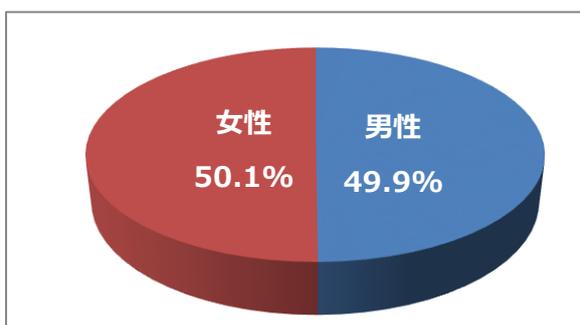
都道府県	件数	割合
宮城県	217	45.0%
埼玉県	44	9.1%
東京都	40	8.3%
滋賀県	36	7.5%
岩手県	22	4.6%
神奈川県	19	3.9%
山形県	12	2.5%
千葉県	12	2.5%
福島県	11	2.3%
群馬県	11	2.3%
その他	58	12.0%
合計	482	100.0%

##### ●宮城県(市町村)集計結果

都道府県市町村	件数	割合
宮城県仙台市	74	34.1%
宮城県加美町	22	10.1%
宮城県大崎市	16	7.4%
宮城県栗原市	16	7.4%
宮城県石巻市	15	6.9%
宮城県登米市	11	5.1%
宮城県南三陸町	9	4.1%
宮城県名取市	6	2.8%
宮城県岩沼市	6	2.8%
宮城県東松島市	5	2.3%
宮城県柴田町	5	2.3%
その他	32	14.7%
合計	217	100.0%

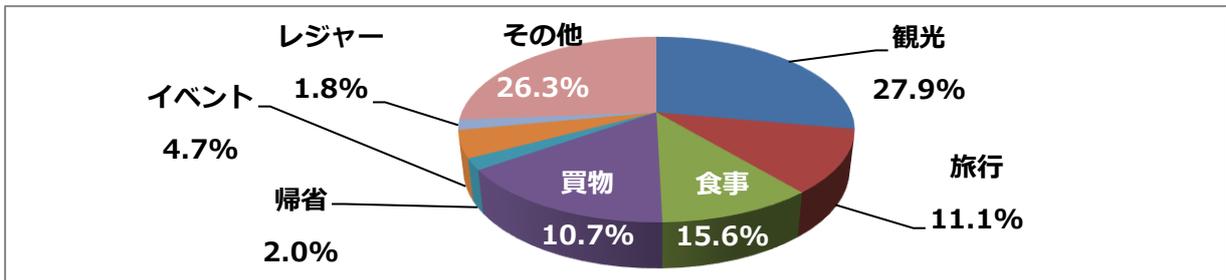
#### 2. 性別と年齢

調査対象となった来町者の年齢構成は、50代以上で全体の約3分の2を占める。



### 3.来町目的

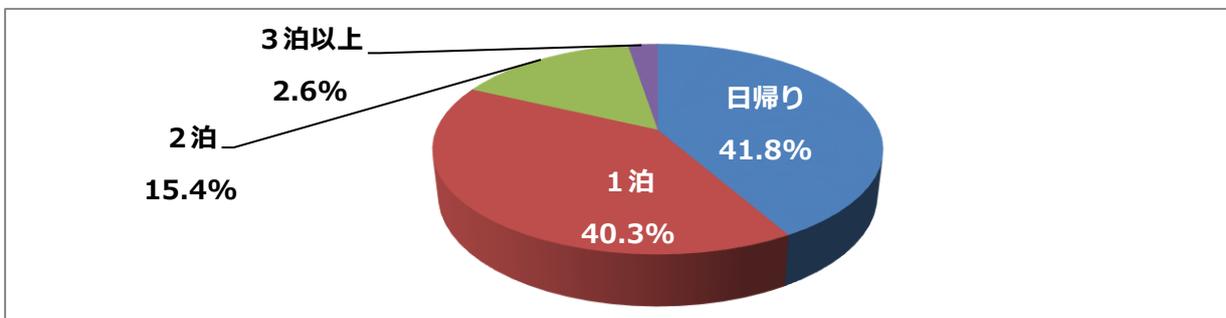
調査対象者の来町目的では、「観光」「旅行」が約4割、「食事」「買物」で約2.6割を占める。「その他」とした回答者は、研修等での来町が多いものと推察される。



### 4.滞在日数・宿泊先

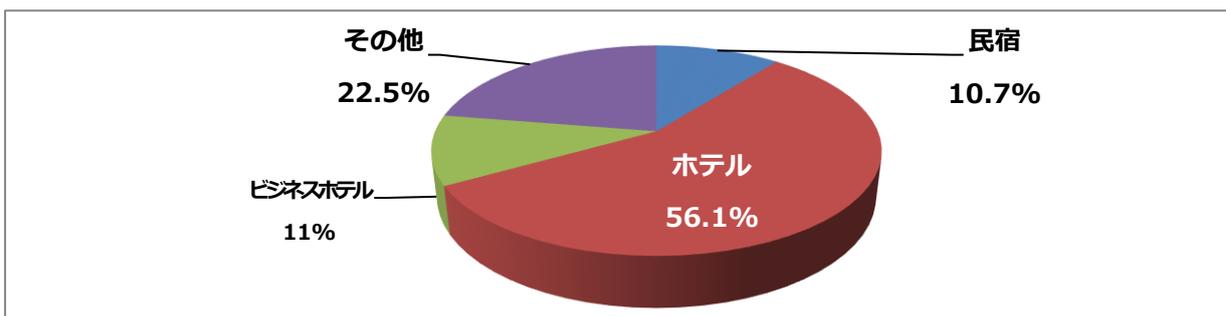
#### (1) 滞在日数

調査対象となった来町者の滞在日数は、「1泊」と「日帰り」がともに約4割を占めた。2泊以上は全体の2割弱に留まった。



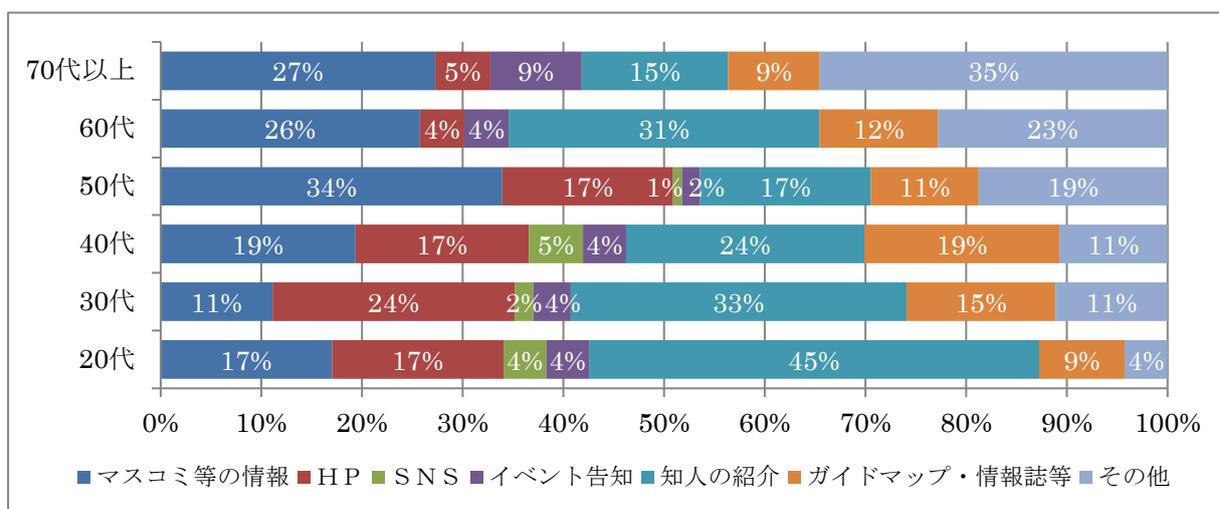
#### (2) 宿泊先

調査対象となった来町者の宿泊先は、ホテル56.1%と最も多く、民宿は約1割に留まった。団体旅行などによる影響も考えられる。



## 5.さんさん商店街周辺の情報入手先（複数回答／年代別）

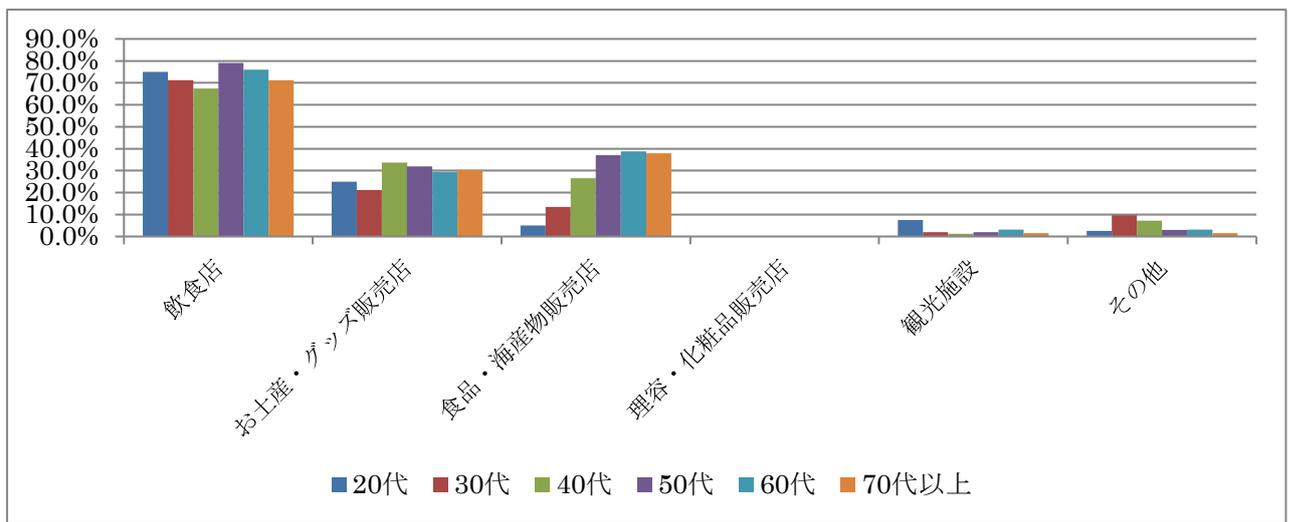
さんさん商店街周辺の情報入手先を年代別にみると、情報入手先を年代別にみると、50代以上で「マスコミ等の情報」が多い傾向があり、40代以下は「HP」「SNS」といったネット情報がマスコミ情報を上回っている。40代以下は、インターネットを含む口コミの効果が比較的高いと考えられる。



## 6.さんさん商店街周辺で利用した施設・金額（複数回答）

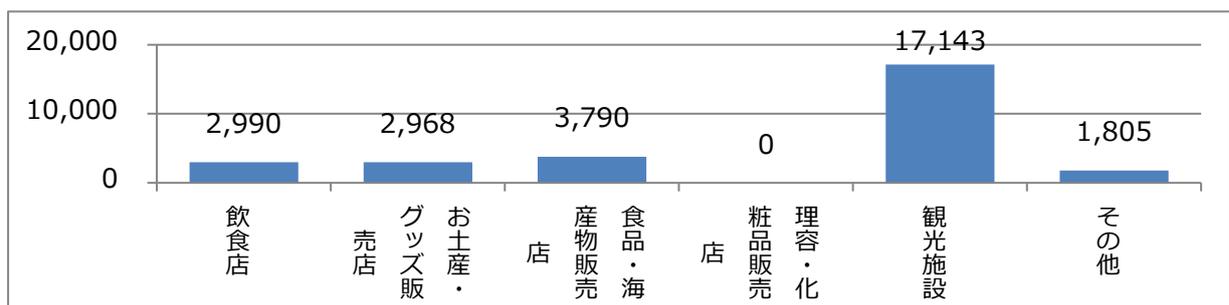
### (1) 購入者割合

年代別に購入先割合をみると、ほぼ全年代の7～8割が「飲食店」を利用しており、次いで「お土産・グッズ販売店」「食品・海産物販売店」といった土産需要が多い。「食品・海産物販売店」の利用は、年代が高くなるほど利用者割合が増加する傾向が顕著に表れている。



(2) 購入平均額 (客単価)

各施設 (店舗) 利用者の平均購入額は、「観光施設」を除くと「食品・海産物販売店」が約 3,800 円、「飲食店」「お土産・グッズ販売店」がそれぞれ 3,000 円弱という結果となった。



7.満足度調査

「満足」が過半数を超えたのは「食事の美味しさ」「スタッフの接客態度」「駐車場の広さ」となった。土産品に関しては、「満足」とする回答は半数弱に留まっており、改善の余地がみられる。

