

平成 27 年第 3 回定例会（12 月議会） 産業観光分科会・委員会 提出資料

平成 27 年 12 月 3 日
観光文化スポーツ部

【所管事項関連】

秋田うまいもの販売課	アンテナショップのあり方について	・・・	1
交 通 政 策 課	「秋田内陸線沿線住民意識調査」 結果の概要について（調査結果報告書 別冊）	・・・	2

アンテナショップのあり方について(案)

秋田うまいもの販売課

1 現 状

【大阪】

J R大阪駅周辺の再開発などによる急激な商圈の変化等に伴い、集客力や販売額が低迷し、今後も厳しい状況が続くと予想されたことなどから、三県の合意により大阪アンテナショップを平成27年3月末で閉店した。

(単位：百万円)

年度	H24	H25	H26
売上総額	86	78	75
秋田県分	25	23	22

【福岡】

アンテナショップの認知度の高まりなどにより、売上額は一定のレベルを確保しており、平成24年度以降は37百万円程度となっている。

平成27年度は、秋田地酒フェアや6月以降の3割引販売の効果もあり、10月末現在の売上は42百万円と前年同期比約2倍の大幅増となっている。特に日本酒が売上を大きく牽引しており、他県と比較して圧倒的な優位性を確立しつつある。

(単位：百万円)

年度	H24	H25	H26	H27.10
売上総額	152	155	154	164
秋田県分	37	37	36	42

※3県による日本酒の売上：秋田878万円、岩手222万円、青森85万円

【東京】

現在の事業者が本格的に運営を開始した平成22年度の売上総額は265百万円であったが、平成26年度は296百万円と過去最高となっている。平成27年度の売上も好調に推移しており、3億円を突破する見通しとなっている。

(単位：百万円)

年度	H24	H25	H26	H27.10
売上総額	275	293	296	192
(内訳)物販	96	105	118	76
(内訳)飲食	179	188	178	116

2 成果と課題

【大阪】

販路拡大に結びついている品目数は限定的であったものの、本県の食品事業者の販売促進に一定の役割を果たしてきた。

【福岡】

一定の売上高を確保しており、「いぶりがっこ」や「稲庭うどん」などの認知度向上に寄与している。一方で、事務所併設の利点や建物の特色を活かしきれていないことから、今後さらに販売拠点として取組を強化していく必要がある。

【東京】

アンテナショップを活用した情報の受発信や売り込み拠点としての活用は課題があるものの、県産品の認知度向上や販路拡大に一定の役割を果たしてきている。あきた美彩館がある品川地区は、今後、新駅の開業が見込まれるなど、立地環境が大きく変化することに留意していく必要がある。

3 今後の対応

【大阪】

県単独でのアンテナショップは設置しないこととするが、大阪アンテナショップを運営していた「(株)大近」とのネットワークの活用など、民間事業者と連携して販路開拓を図っていく。

【具体的な展開案】

- (株)大近など大阪エリアのバイヤーを県内に招聘して、生産現場や食品製造事業所などを視察してもらい、商品の定番化に向けた磨き上げを行う。併せて、(株)大近のスーパーマーケット(34店舗)において、秋田県フェアなど県産品の認知度を高める取組を行う。
- 秋田県酒造組合と連携し、日本酒の試飲試食会を開催し、県産酒の認知度向上を図る。
- 県内の民間事業者に対し、関西地域の営業拠点として大阪事務所を積極的に活用するよう働きかけていく。
- 大阪に本県ゆかりの飲食店が進出することになった場合には、当該事業者と連携してミニアンテナショップ的な展開も検討していく。

【福岡アンテナショップ】

店舗がある天神地区は地下鉄の駅から近く立地も恵まれており、利用客も多いことから、現地で運営を継続していく。

【具体的な展開案】

- 平成27年度において本県の日本酒は絶対的な優位性を確立しつつある。この流れを来年度以降も継続していくため、(株)秋田県物産振興会などと連携し、百貨店や店舗内スペースを有効活用し、日本酒を中心に販売強化を図っていく。
- 限られた売り場スペースの中で、効率的・効果的な県産品の販売促進を図っていくため、売れ筋商品の見極めを行いながら、商品の入れ替えを機動的に実施していく。
- 県内の民間事業者に対し、九州地域の営業拠点として福岡事務所を積極的に活用するよう働きかけていく。

【東京アンテナショップ】

アンテナショップの運営は、次期契約の更新となる平成30年度以降も現地で継続していくものとする。

その中で、アンテナショップとしての更なる機能の充実、「品川地区の再開発」といった環境変化も踏まえ、望ましいアンテナショップのあり方を継続的に検討していく。

【具体的な展開案】

- 首都圏百貨店バイヤーを招聘した試飲試食会を通じた商談会や、有識者等を招聘した日本酒や県産食材をPRするイベントを継続的に開催する。
- テスト販売の充実を図るとともに、その結果を事業者にきめ細かくフィードバックしながらマーケット情報の発信も強化していく。
- 首都圏におけるイベント情報や本県ゆかりの店舗紹介など、秋田の魅力をまるごと伝える情報の発信拠点として活用していく。

「秋田内陸線沿線住民意識調査」結果の概要について

交通政策課

I 調査の概要

1 調査の目的

秋田内陸線の沿線地域住民の利用実態及び意向を把握することにより、今後の施策の展開に資することを目的とする。

2 実施主体

秋田内陸地域公共交通連携協議会（北秋田市、仙北市で設置）

3 調査の対象

北秋田市及び仙北市の高校生以上の住民から無作為抽出した 3,000 人
（北秋田市 1,650 人、仙北市 1,350 人）

4 調査の方法

郵送による配布・回収（はがきによる督促 1 回）

5 調査の実施時期

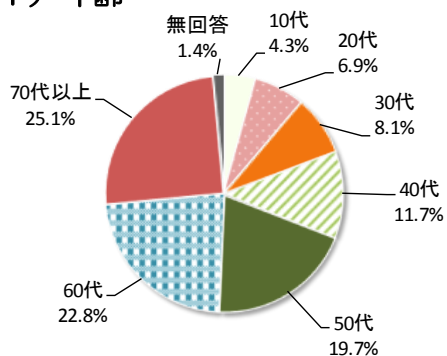
平成 27 年 8 月～9 月

6 総回収数

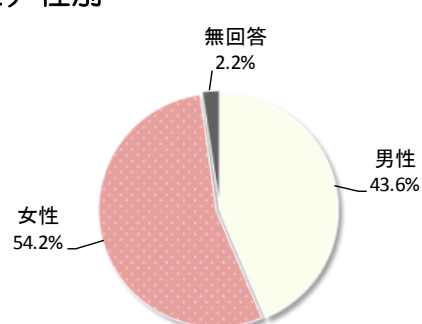
1,664 件（回収率 55.5%）

7 回答者の属性（有効回答者数：1,659 人）

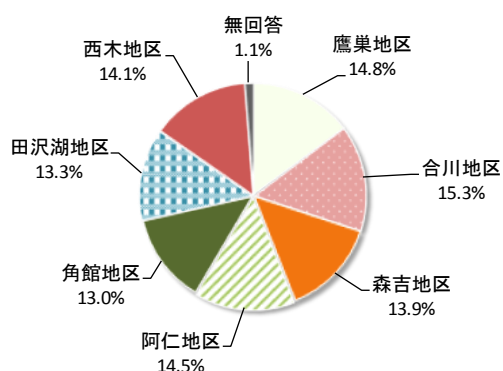
（1）年齢



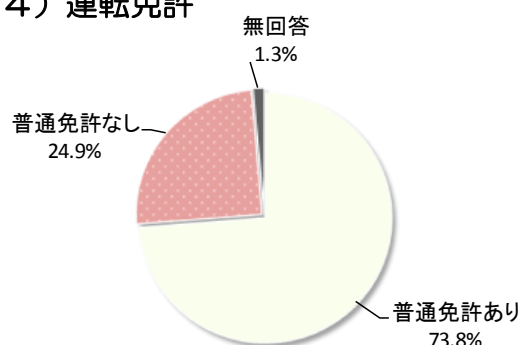
（2）性別



（3）住んでいる地区



（4）運転免許



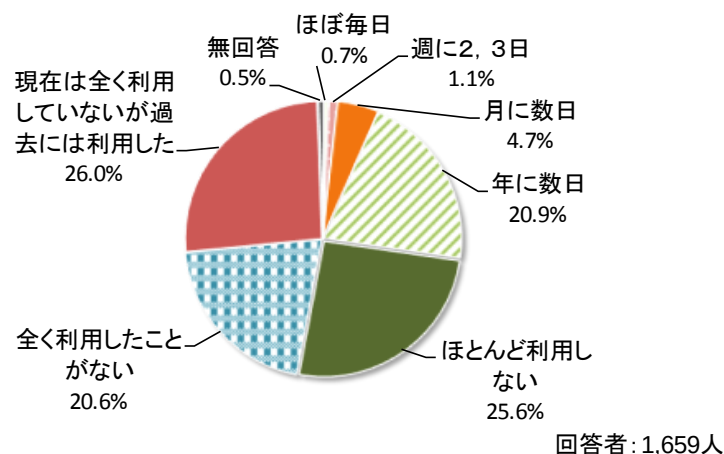
Ⅱ 調査結果

1 乗車状況

(1) 乗車頻度

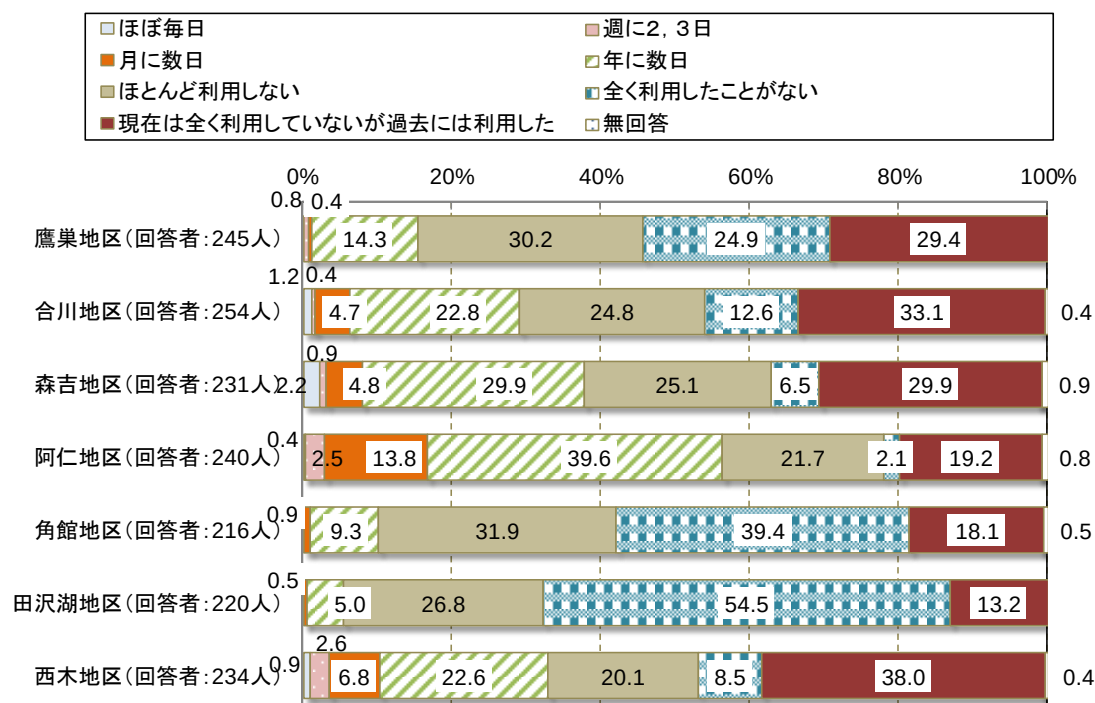
内陸線の乗車頻度は、「ほぼ毎日」、「週に2, 3日」、「月に数日」、「年に数日」利用しているという回答を合わせ 27.4% となっている。

また、「現在は全く利用していないが過去には利用した」、「ほとんど利用しない」、「全く利用したことがない」という回答の合計は7割を超えている。



地区別にみると、「阿仁地区」では乗車頻度が最も高くなっているが、それでも「ほぼ毎日」、「週に2, 3回」という回答は約3%にとどまっている。

一方、「田沢湖地区」、「角館地区」では、「ほとんど利用しない」、「全く利用したことがない」の回答が7割を超えており、他地区に比べ乗車頻度が低くなっている。



(2) 利用の実態

乗車頻度に関する質問で、「ほぼ毎日」から「年に数日」利用すると回答した 453 人に、利用の実態について訪ねた結果は以下のとおりとなっている。

① 「乗車の目的」については、「観光・レクリエーション」と回答した割合が 52.3%と半数を超えているが、その内訳は「月に数日」及び「年に数日」と回答した人が大部分（99.6%）を占めている。

② また、「乗車の理由」については、「車を持っていないため」が 25.8%で最も多く、次いで「他に交通機関がないため」が 23.4%、「駅が近いため」が 23.2%、「車の運転より安全なため」が 18.5%と続いており、「普段の乗車区間」としては、「阿仁合駅⇄角館駅」が 46 人で最も多く、次いで「鷹巣駅⇄阿仁合駅」が 43 人、「鷹巣駅⇄合川駅」が 36 人となっている。

③ 「運賃」や「車両」などに関して、利用していて不満な点・改善してほしい点をたずねたところ、全ての項目において「不満はない」という回答が最も多くなっている。

個別に見ると、「駅舎」については「駅までの距離が遠い」が最も多くなっているほか、「運賃」については「普通列車の運賃が高い」、「ダイヤ」については「全体の運行本数が少ない」、「車両」については「座席シートなどが古い」、「サービス」については「列車の遅れや運休時などの案内サービスが十分でない」が、それぞれ最も多くなっている。

（3）利用しない理由と利用しなくなった理由

乗車頻度に関する質問で、「ほとんど利用しない」、「全く利用したことがない」と回答した 766 人に、その理由をたずねると、約 7 割が「車を運転するため」という回答であった。また、「現在は全く利用していないが過去には利用した」と回答した方では、約半数が「車を運転するようになったため」と答えている。

（4）内陸線の位置づけ

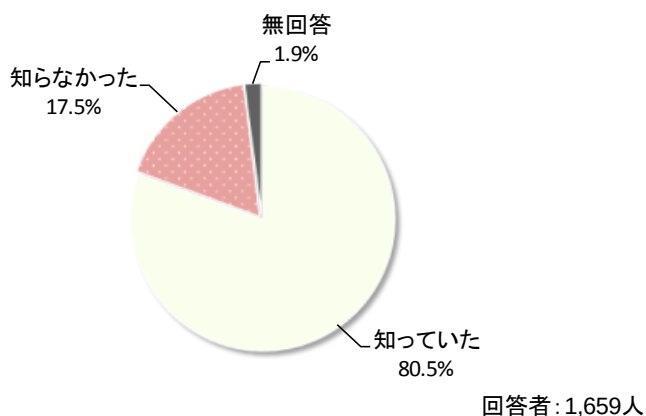
内陸線をどのようなものと考えているかについて、優先順位をつけて 2 つ選択してもらうと、優先順位 1 では「通学、通院など生活交通の手段」が 43.5%と 4 割を超えて最も多く、次いで「県北と県南を結ぶ広域交通の手段」が 14.1%となっており、地域の足として受け止める回答が多くなっている。

一方で、優先順位 2 では、「県北と県南を結ぶ広域交通の手段」の 21.2%に次いで、「それ自体が観光資源」が 15.6%、「観光地へのアクセス手段」が 15.4%と続いており、観光・交流促進のインフラとして考える回答が上位を占めている。

2 公費負担と 5 年後の運行

（1）公費負担に対する認知度

北秋田市・仙北市・県が内陸線の赤字に対し毎年 2 億円を補填していることについては、8 割以上の方が「知っていた」と回答しており、認知度が高いものとなっている。

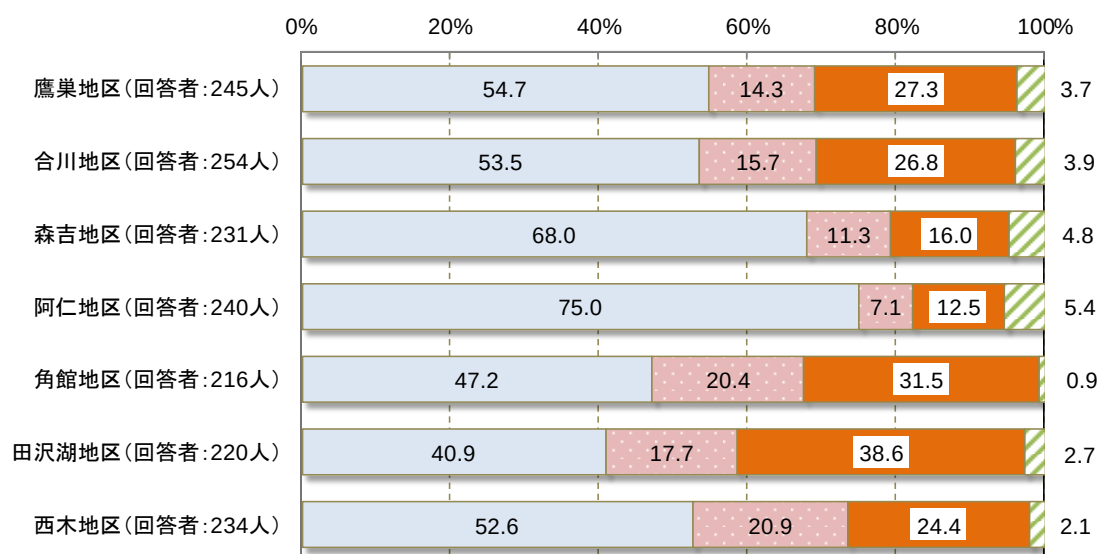
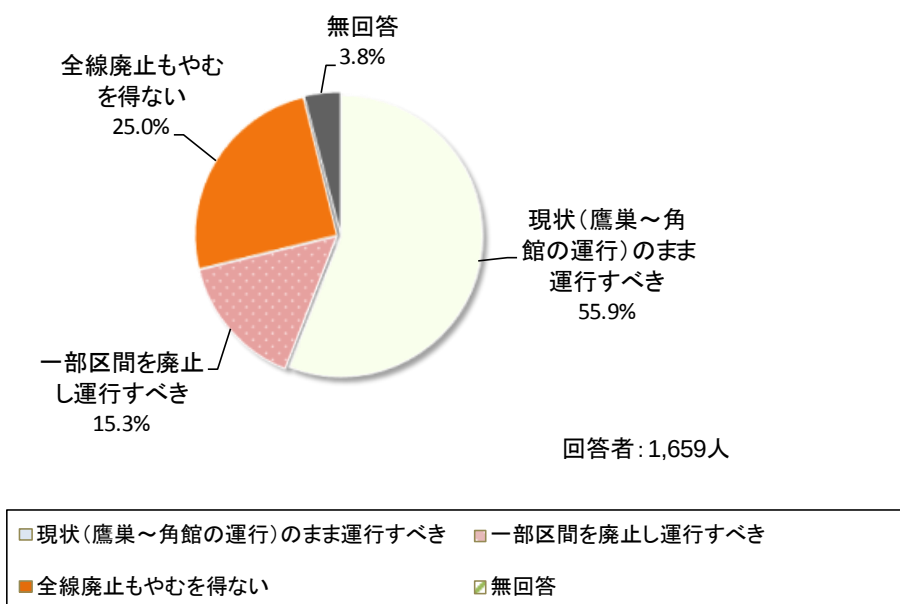


(2) 5年後の運行のあり方

5年後の内陸線の運行については、「現状（鷹巣～角館の運行）のまま運行すべき」が55.9%と半数を超えている。次いで「全線廃止もやむを得ない」が25.0%、「一部区間を廃止し運行すべき」が15.3%となっている。

地区別にみると、全ての地区で「現状（鷹巣～角館の運行）のまま運行すべき」という回答が最も多くなっており、特に「阿仁地区」においては7割を超えている。

一方、「角館地区」、「田沢湖地区」では「全線廃止もやむを得ない」という回答の割合が他の地区よりも高くなっている。



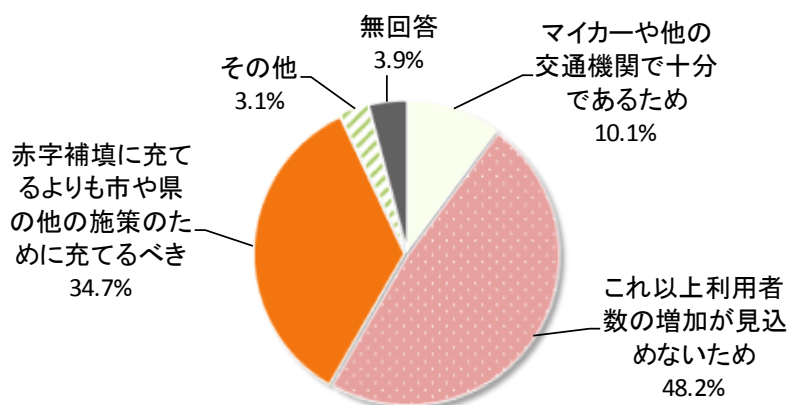
① 一部区間廃止後の交通手段

質問の中で、「一部区間を廃止し運行すべき」と回答した253人に、交通手段の確保についてたずねると、「デマンド型タクシーを運行すべき」が51.8%で半数を超え、次いで「新たに路線バスを運行すべき」が26.5%、「特にいらない」が15.4%となっている。

② 全線廃止と考える理由と全線廃止後の交通手段

また、「全線廃止もやむを得ない」と回答した415人に、その理由をたずねると、約半数の48.2%が「これ以上利用者数の増加が見込めないため」と回答しており、次いで「赤字補填に充てるよりも市や県の他の施策のために充てるべき」が34.7%、「マイカーや他の交通機関で十分であるため」が10.1%となっている。

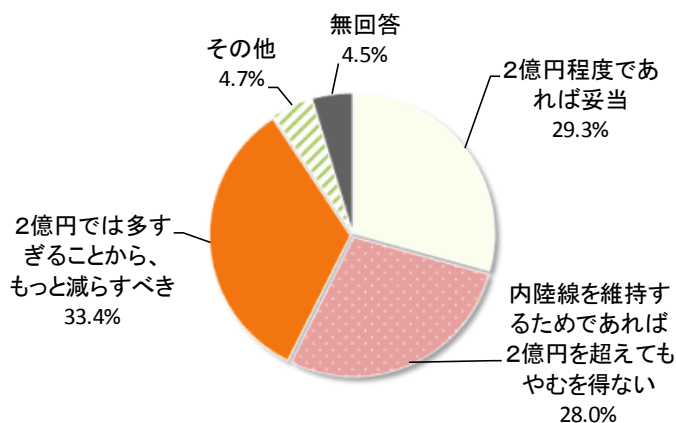
全線廃止後の交通手段の確保についてたずねると、「新たに路線バスを運行すべき」が35.2%で最も多く、次いで「デマンド型タクシーで確保すべき」が34.7%となっている。



回答者:415人

(3) 許容できる運営費の負担

5年後の運行のあり方について、「現状（鷹巣～角館の運行）のまま運行すべき」と回答した928人に、県や市が支出する赤字補填の妥当な額をたずねると、「2億円では多すぎることから、もっと減らすべき」が33.4%で最も多く、次いで「2億円程度であれば妥当」が29.3%、「内陸線を維持するためであれば2億円を超えてもやむを得ない」が28.0%となっており、意見が分かれる結果となっている。

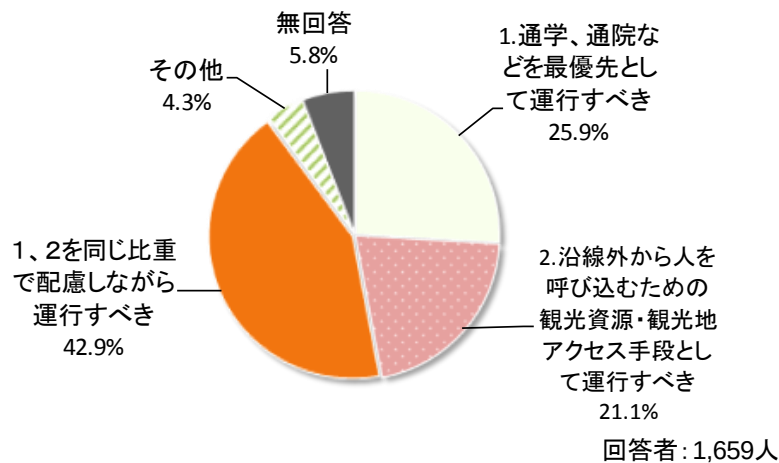


回答者:928人

3 内陸線のあり方

(1) 今後の運行

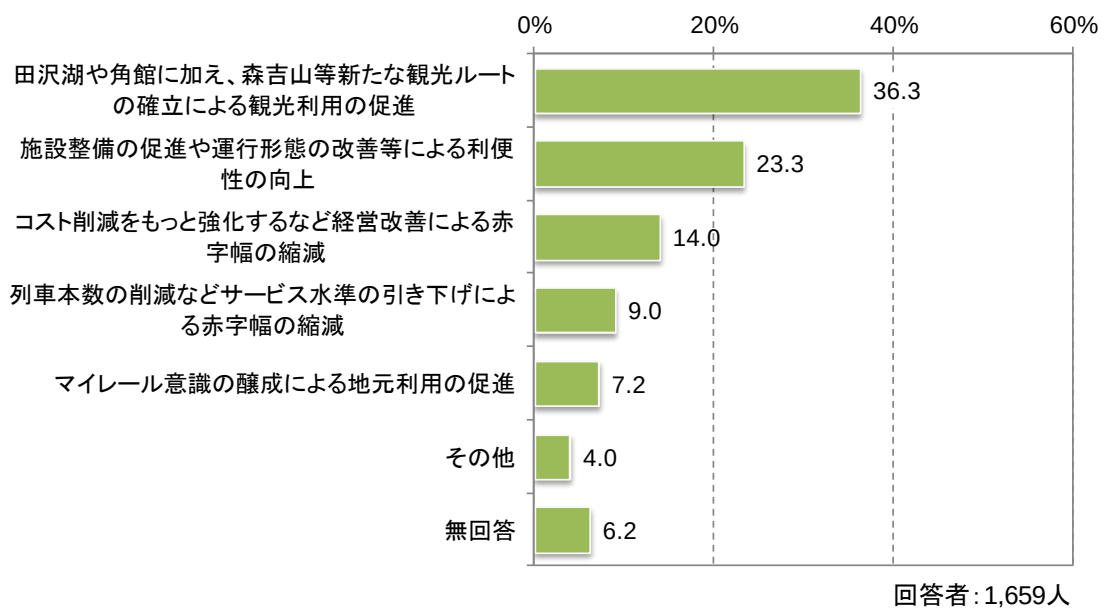
内陸線の今後の運行については、「1. 通学、通院などを最優先として運行すべき」が25.9%、「2. 沿線外から人を呼び込むための観光資源・観光地アクセス手段として運行すべき」が21.1%となっている一方、「1、2を同じ比重で配慮しながら運行すべき」が42.9%と最も多くなっている。



（２）内陸線活性化のため、取り組むべきこと

内陸線の活性化のため、最優先に取り組むべきことは、「田沢湖や角館に加え、森吉山等新たな観光ルートの確立による観光利用の促進」が 36.3%で最も多く、次いで「施設整備の促進や運行形態の改善等による利便性の向上」が 23.3%、「コスト削減をもっと強化するなど経営改善による赤字幅の縮減」が 14.0%と続いている。

年齢別にみると、「10代」では、「施設整備の促進や運行形態の改善等による利便性の向上」、その他の年代では、「田沢湖や角館に加え、森吉山等新たな観光ルートの確立による観光利用の促進」が最も多くなっている。



（３）内陸線の利便性向上のための取組

内陸線の活性化のため、最優先に取り組むべきことについて、「施設整備の促進や運行形態の改善等による利便性の向上」と回答した 386 人に、具体的な取組をたずねると、「鉄道とバスの乗り継ぎを良くする」が約半数の 49.7%、「近隣の主要観光地との 2 次アクセスを改善する」が 37.8%、「JR 線との直通運転を行う」が 30.6%となっており、「アクセス」の改善に関する回答が多くなっている。

また、「駅舎のバリアフリー化を進め、高齢者や障害者等にやさしい鉄道とする」という回答も 34.5%と多いものとなっている。