

2024年4月～2025年3月

# 御浜町観光アンケート・消費調査

---

2025/6

御浜町エリアマネジメント調整会議

## アンケート調査で把握する情報

### ①観光客向け

- ・ 観光目的
- ・ 御浜町の認知度、リピート
- ・ 道の駅の認知度・満足度
- ・ 御浜町の観光の可能性
- ・ 宿泊の有無、宿泊地
- ・ 消費金額

### ②地元住民（近隣住民）向け

- ・ 消費金額
- ・ Kii Cardの保有について

## アンケート調査概要

時期：2024年4月～2025年3月

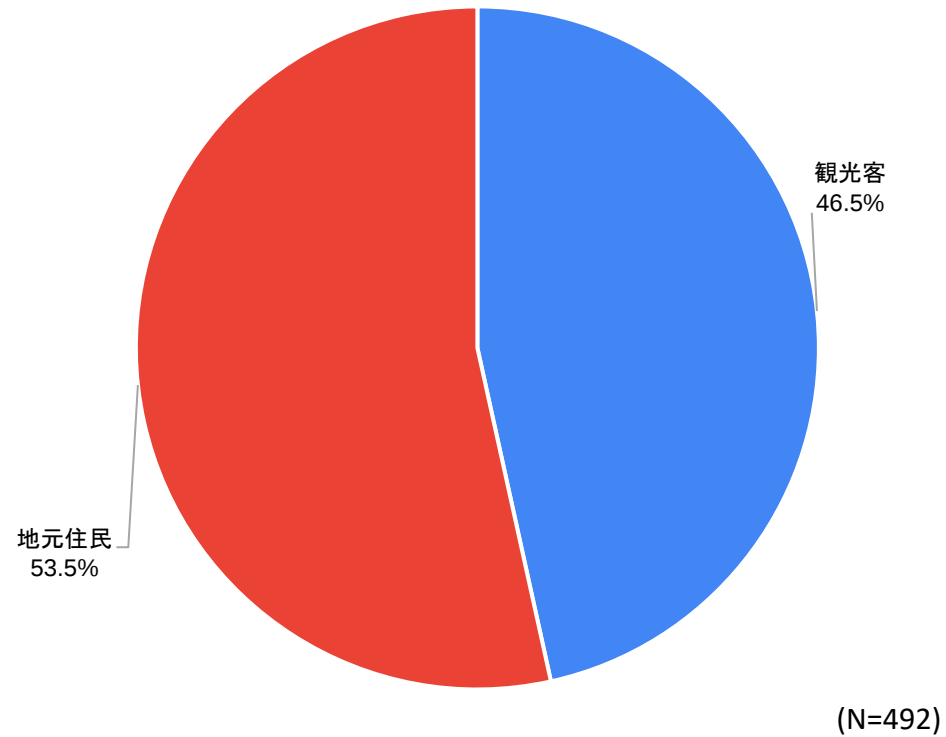
頻度：月1回

実施場所：道の駅パーク七里御浜内

対象者：道の駅訪問者

# 回答数

---



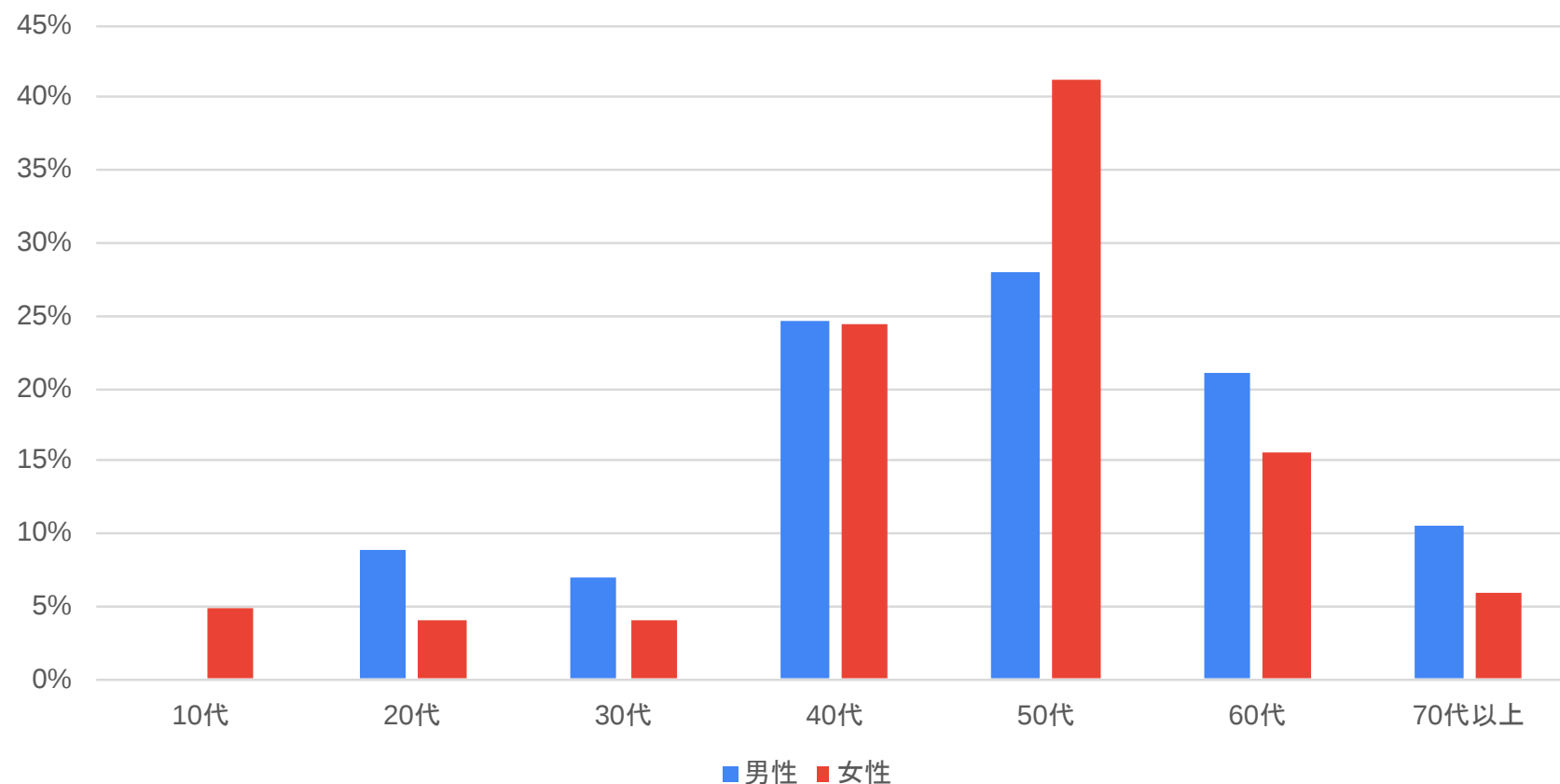
有効回答数 492件

(うち 観光客:229人 地元住民:263人)

アンケート回答者は観光客と地元住民がほぼ半数ずつを占めている。

# 属性

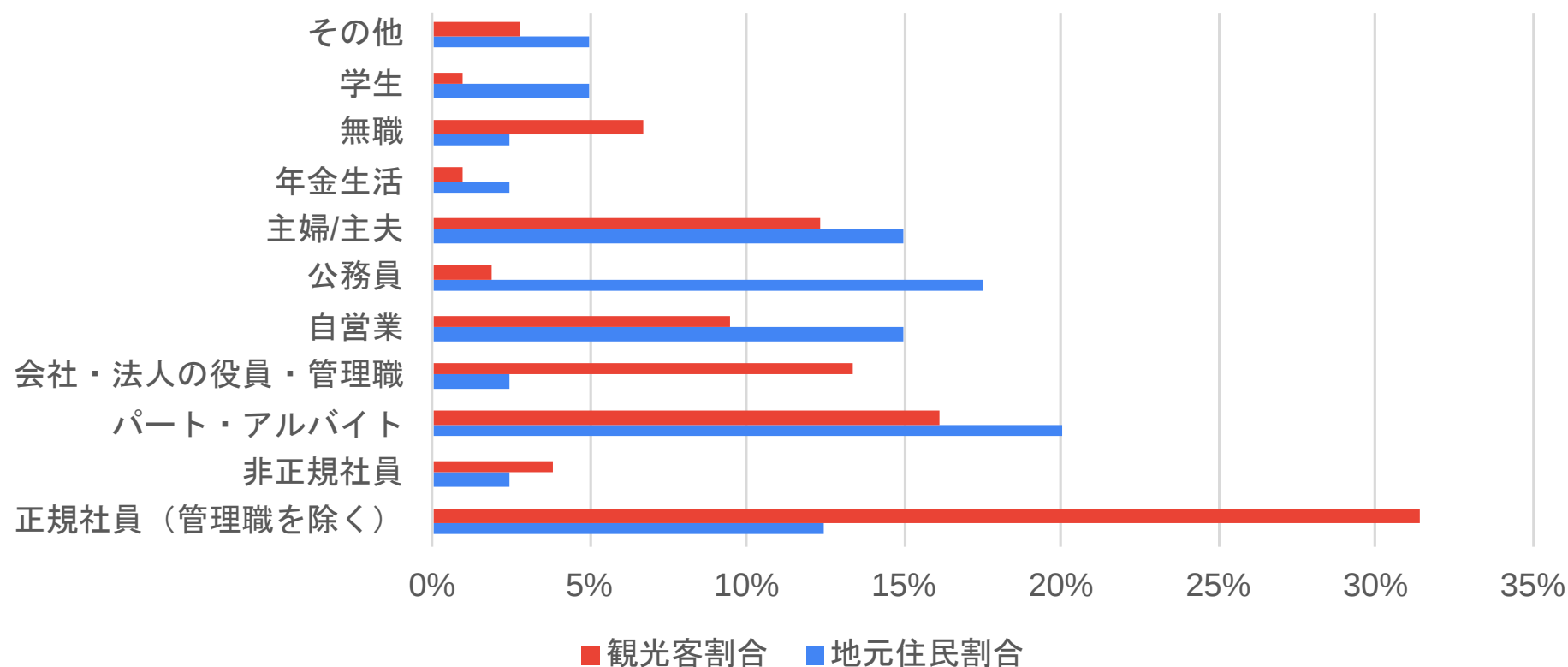
アンケート回答者は男性57人、女性102人、の計159人であり、女性の回答者が多い。  
年齢層は40代～60代と中高年が多く、若年層（10～30代）が少ない。



(N=159)

# 属性情報(観光客・地元住民別の職業)

観光客で最も多いのは正規社員(管理職を除く)。続いて、パート・アルバイト、役員管理職と続く。  
地元住民で最も多いのはパート・アルバイト。続いて、公務員となる。



(N=145)

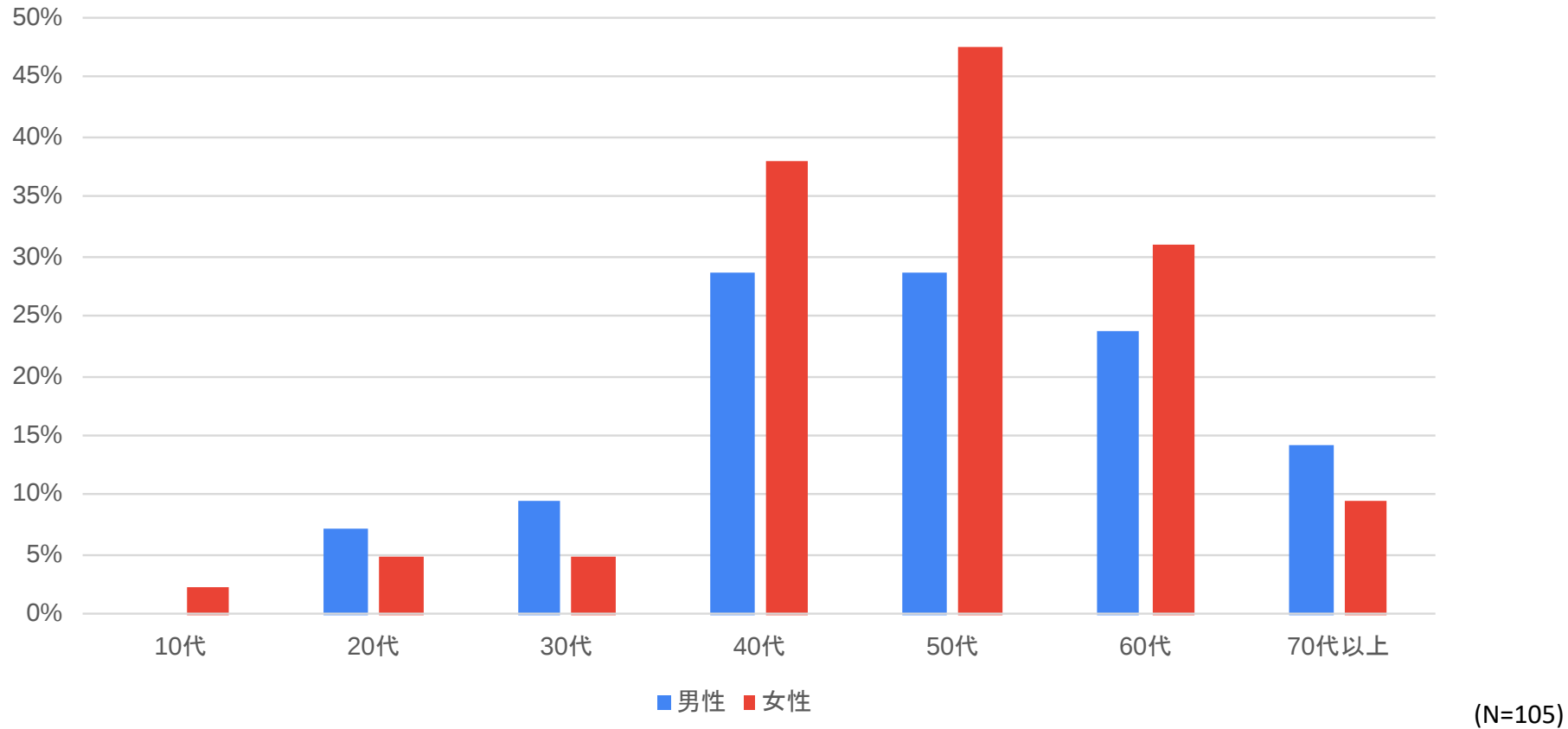
# 観光客のアンケート結果

---

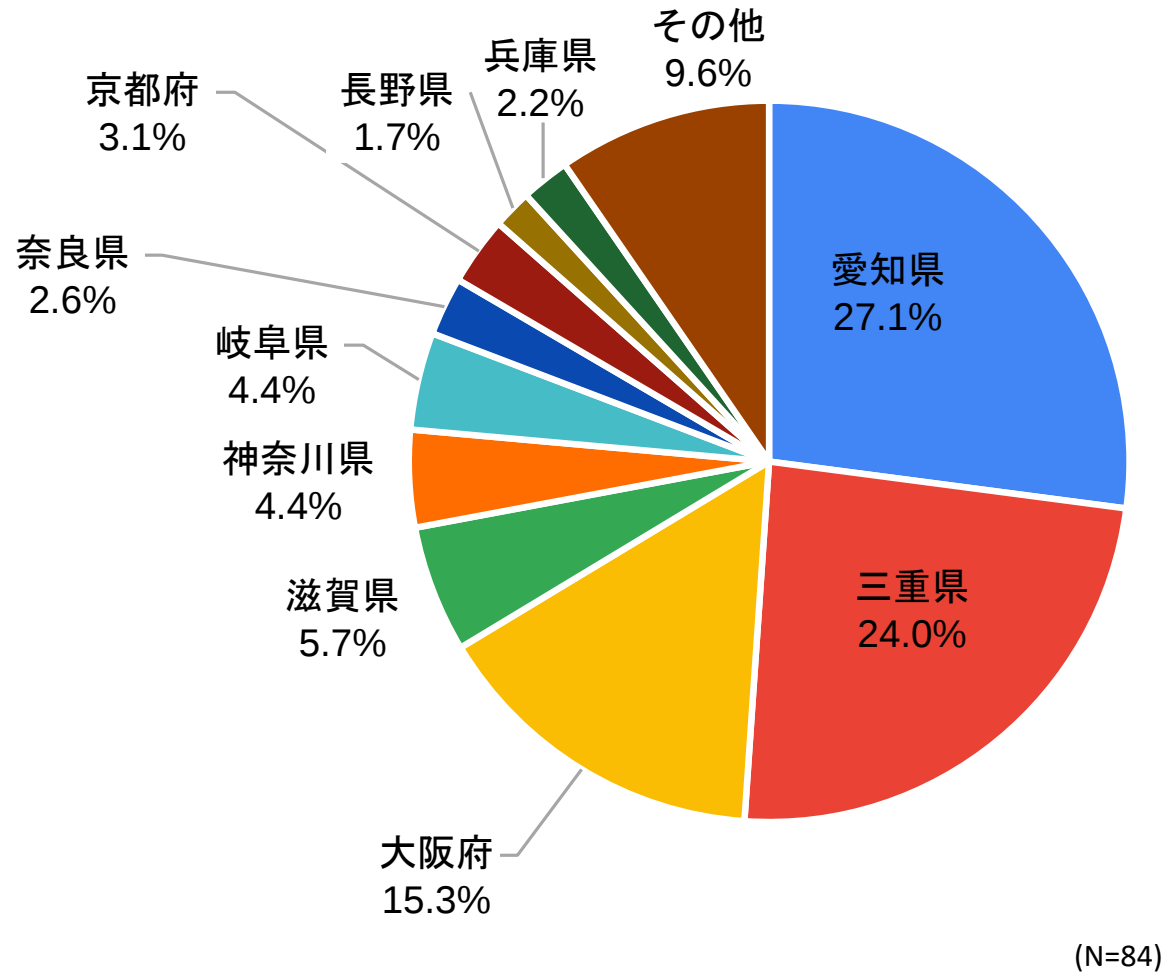
# 観光客・属性

男性47人、女性58人であった。

年齢層では40代～60代の中高年層が多数を占める結果となった。

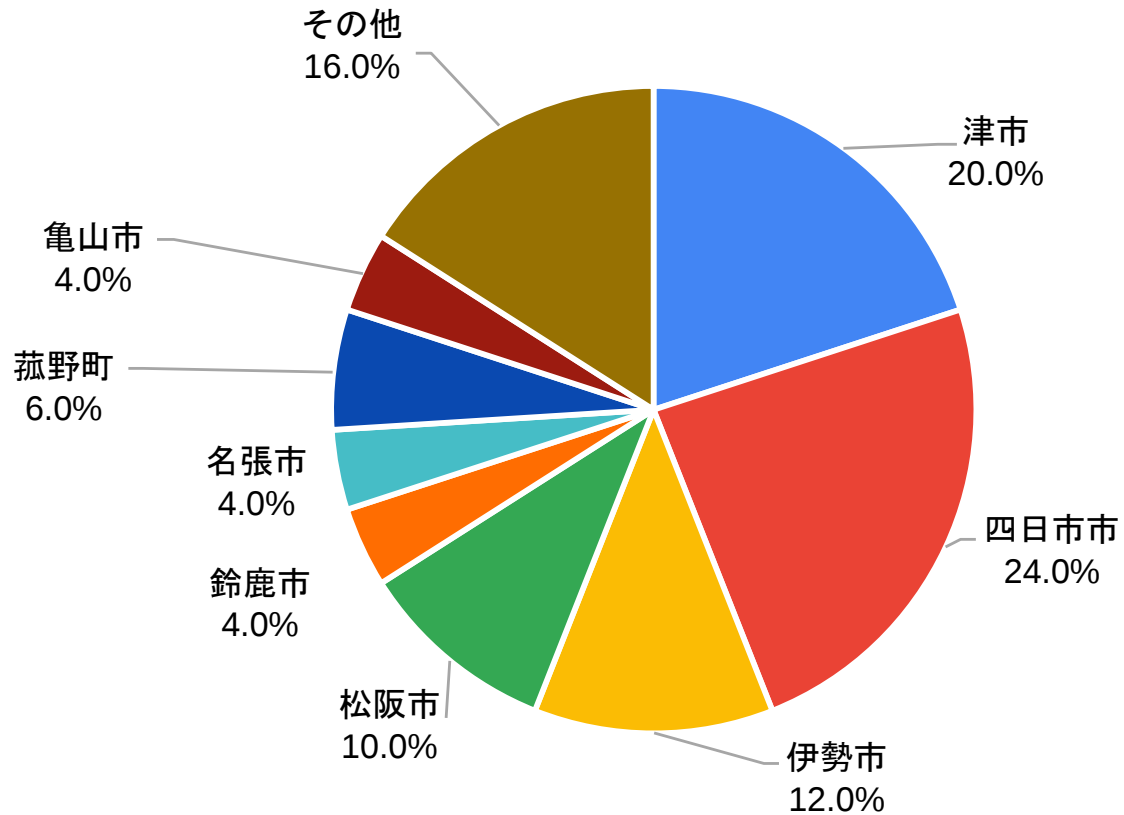


# 観光客の居住地



最も多いのは愛知県で約3割。  
次点の三重県内を含めると半数を超える。  
関西圏は大阪府、滋賀県が続いており、  
中京圏および関西圏を中心とした集客となっている。

# 三重県在住観光客の居住地

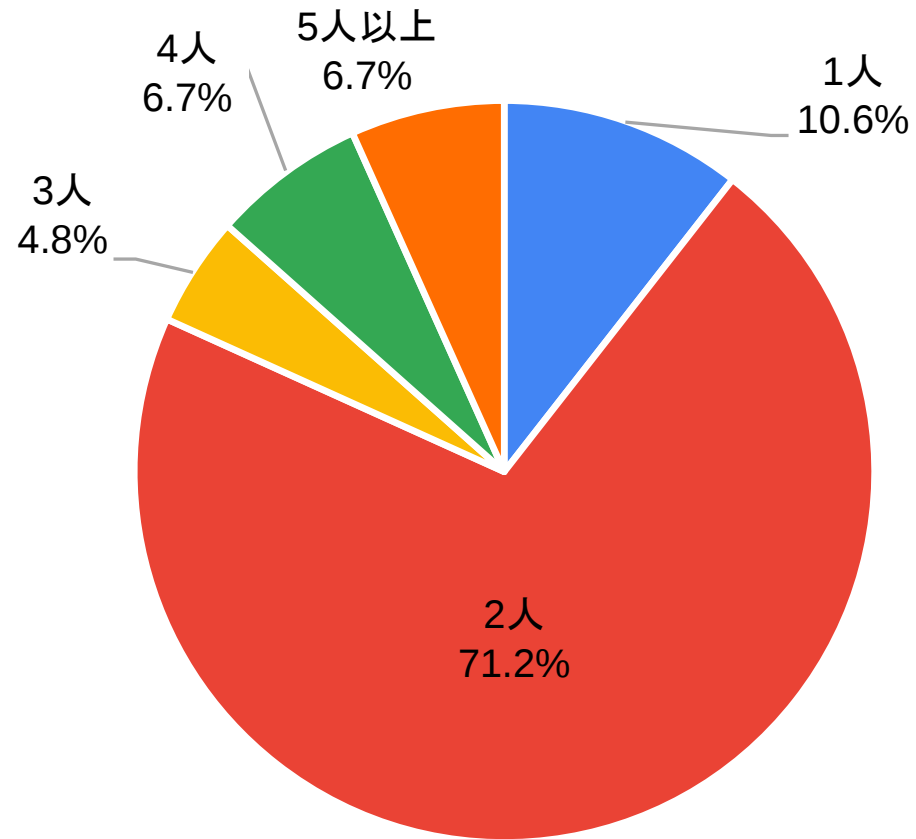


三重県内では津市からの来訪が最も多く、全体の約20%を占めた。

次いで四日市市、伊勢市が続き、その他にも多気町や志摩市など、県内各地から幅広く来訪があった。

(N=50)

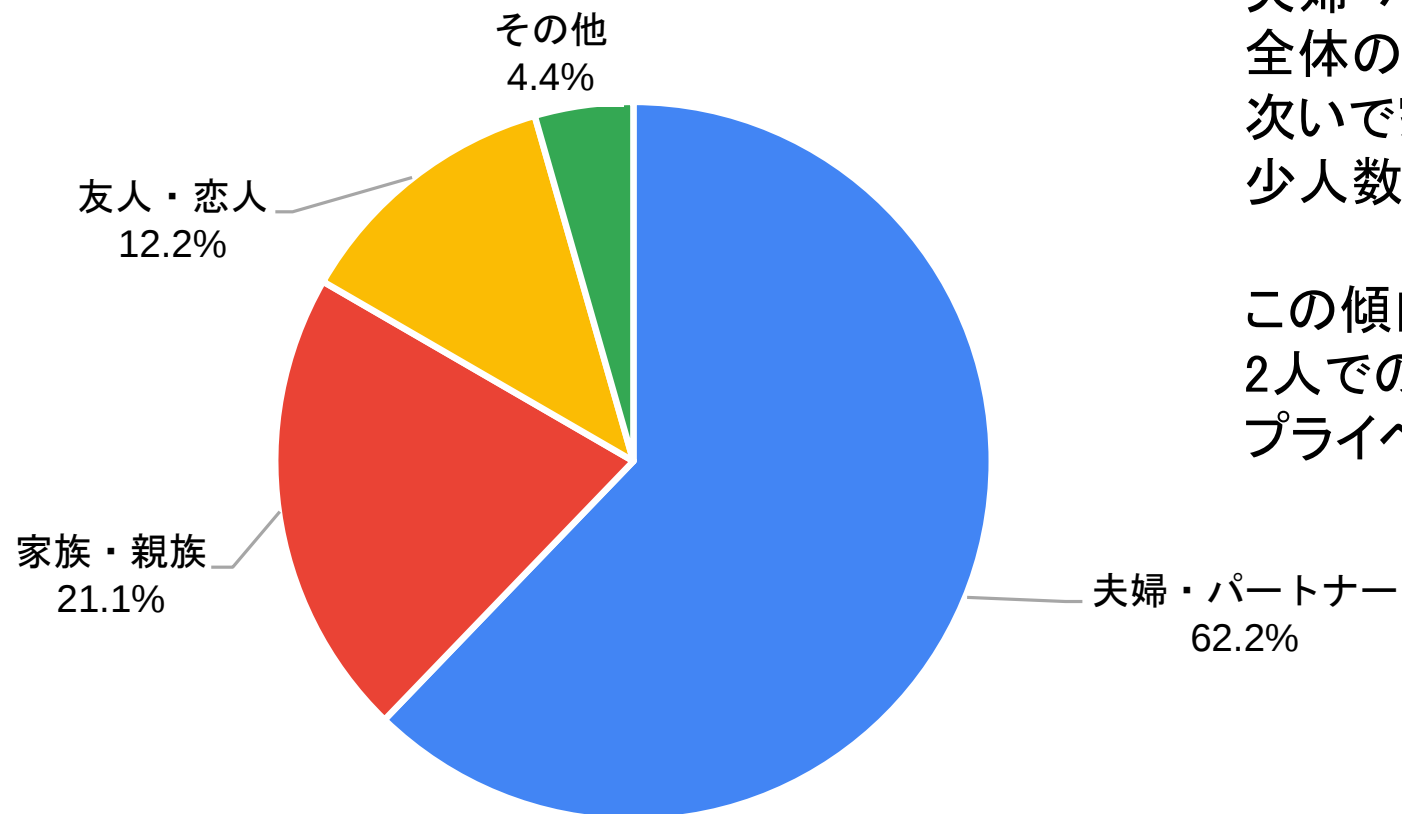
# 同伴人数



最多は2人で約7割を占める。  
次点で1人、5人以上と続く。  
この結果から、2人での来訪が半数以上を占めており、  
比較的少人数での訪問が主流であることがうかがえる。

(N=104)

# 同伴構成



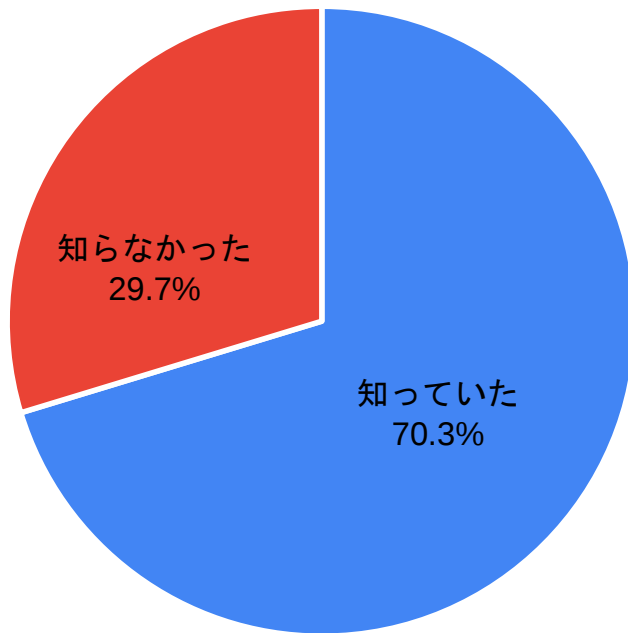
夫婦・パートナーとの来訪が最も多く、  
全体の約6割を占めた。  
次いで家族・親族、友人・恋人の順で多く、  
少人数による来訪が中心であることがわかる。

この傾向は、同行人数の調査結果とも一致しており、  
2人での来訪が最多であったことと合わせて、比較的  
プライベートな旅行形態が多いことがうかがえる。

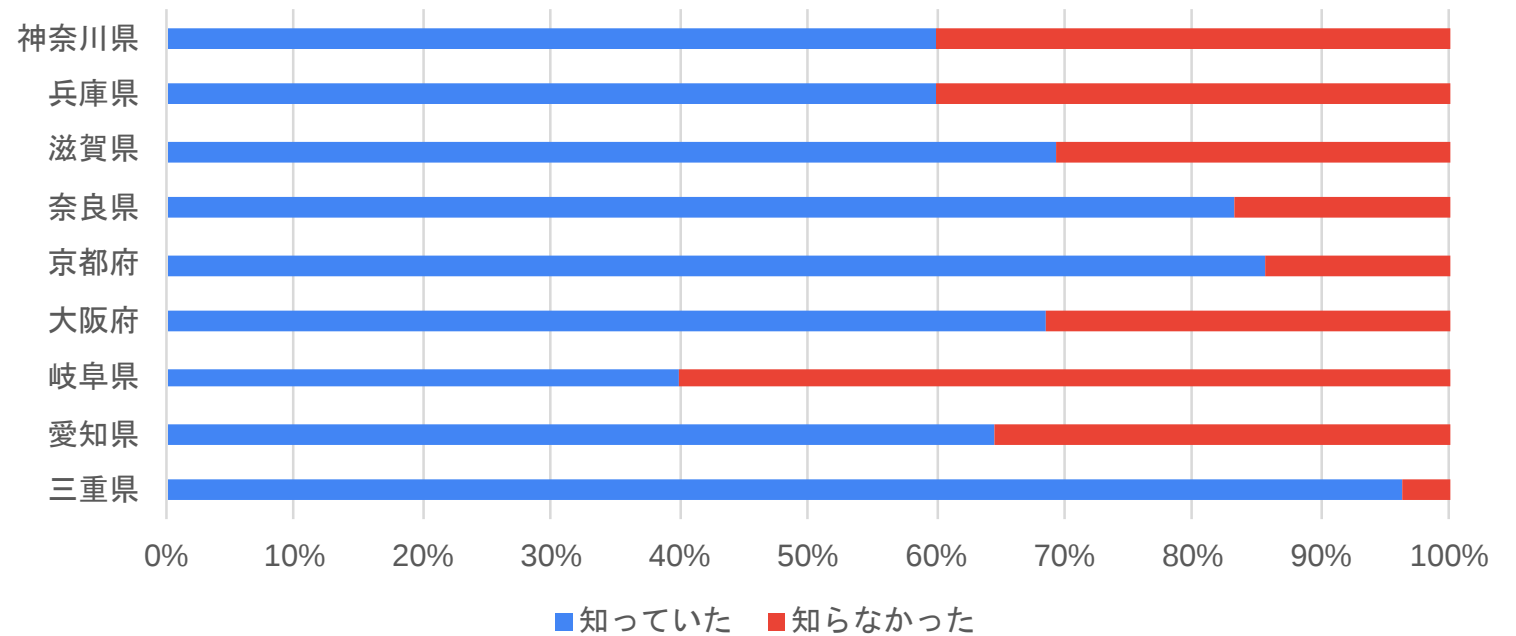
(N=90)

# 御浜町の認知度

観光客の多くが御浜町を「知っている」と回答している。特に三重県内での認知度は高い傾向が見られた。一方で、近隣府県においては認知度に差があり、とりわけ岐阜県では認知度が低く、地域によって情報の浸透度にばらつきがあることが明らかとなった。

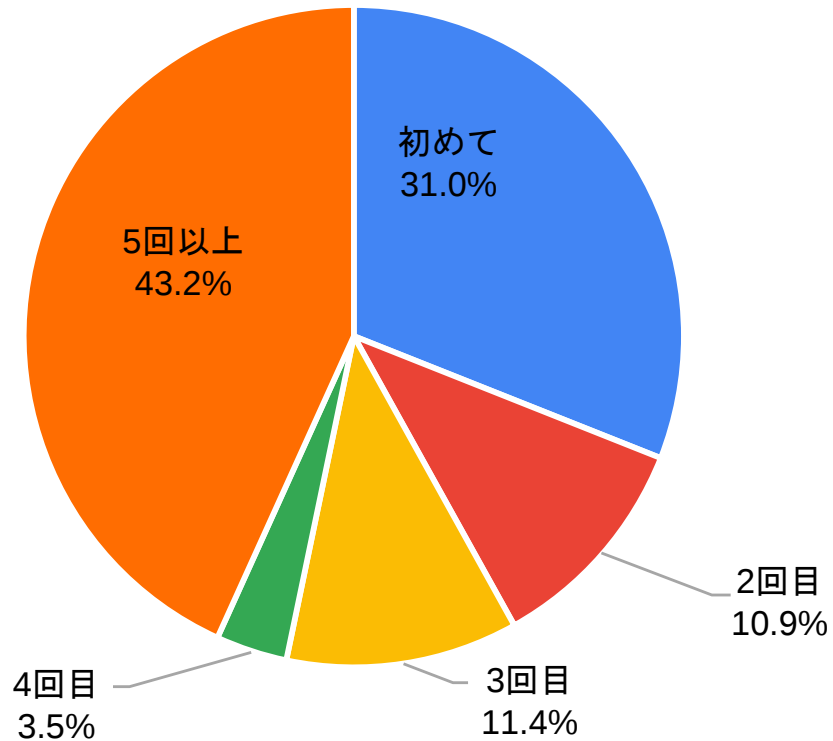


(N=229)

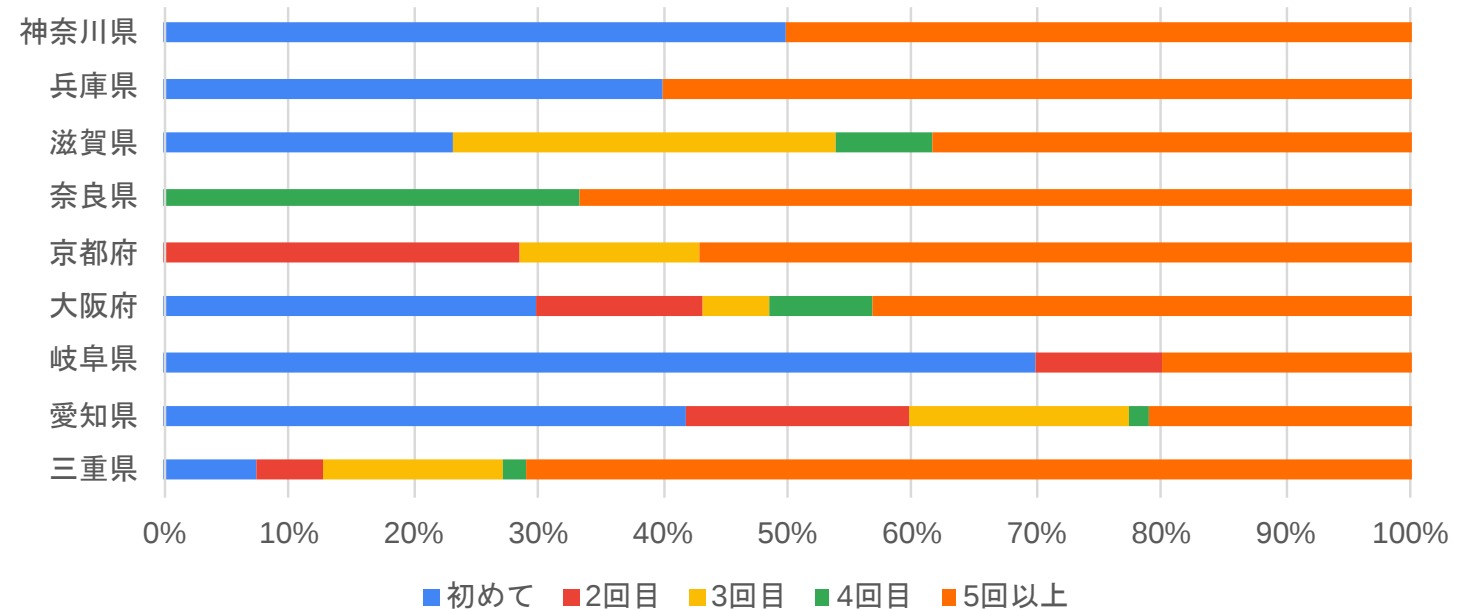


# 御浜町の訪問回数

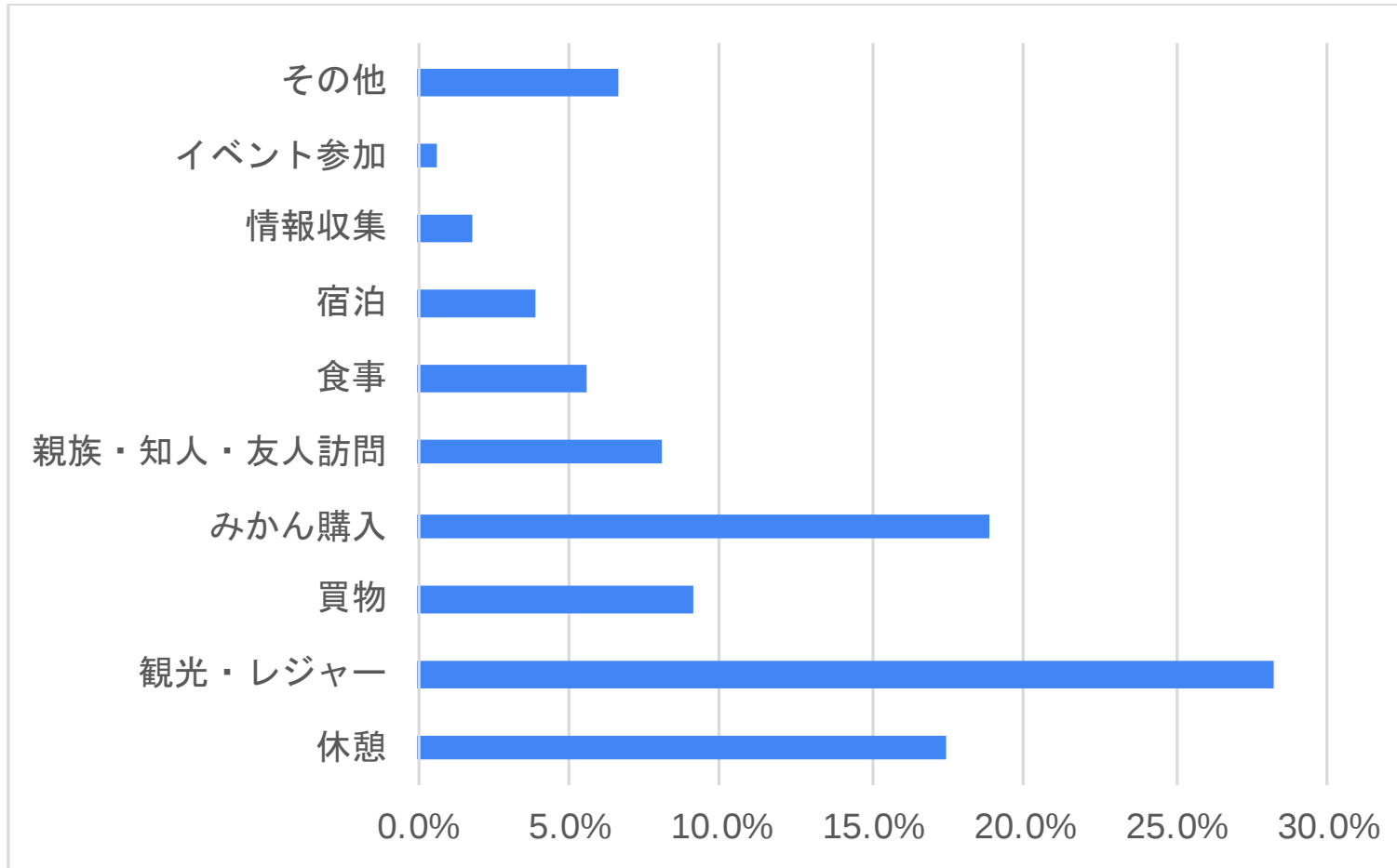
半数以上がリピーターであり、5回以上の来訪者が約4割に達した。  
一方、岐阜県では初めてと回答した人が多く、他県と比べて初訪問の割合が高かった。



(N=229)



# 御浜町の訪問理由



(MA=281)

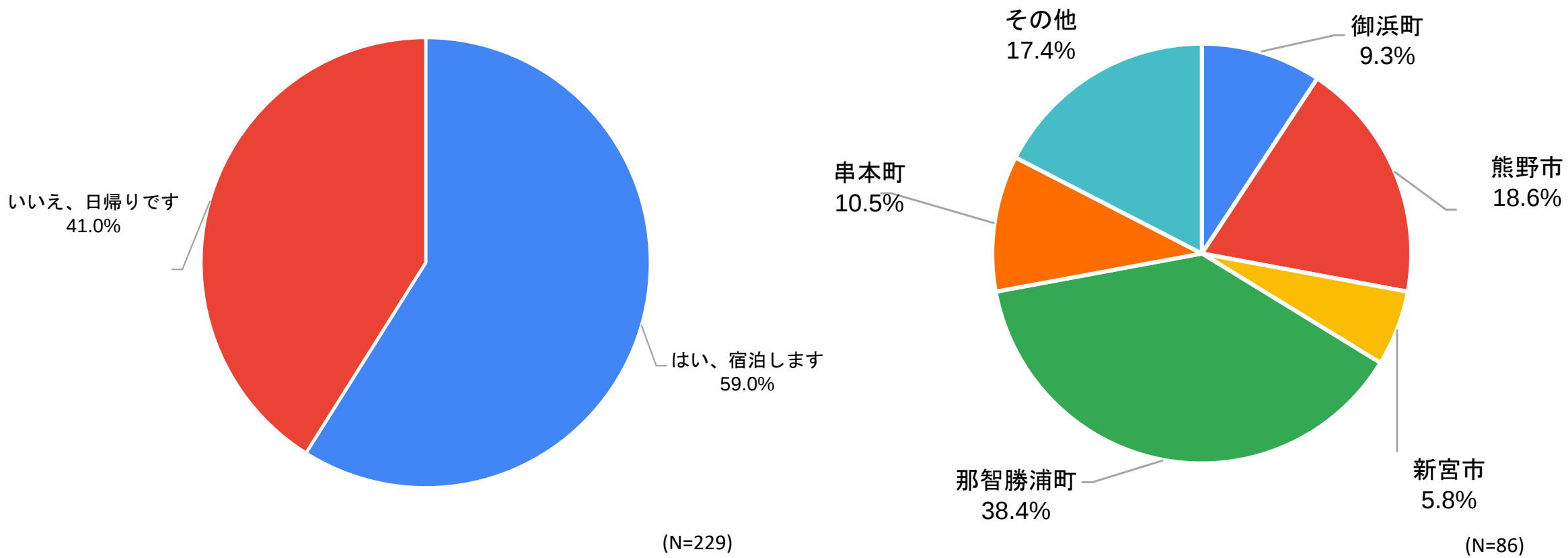
最多は観光・レジャーの立ち寄り。  
次点で休憩、みかん購入と並ぶ。

一方で、宿泊や食事を主目的とした来訪  
は少数にとどまる。

御浜町における観光客の多くは  
短時間・通過型の利用傾向にあることが  
うかがえる。

# 宿泊の有無と主な宿泊先

宿泊者は全体の半数以上を占める。  
しかし、多くは那智勝浦町や熊野市に宿泊しており、御浜町内での宿泊は少ない。  
町外での宿泊により、御浜町として観光による経済効果を十分に取り込めていない現状がある。

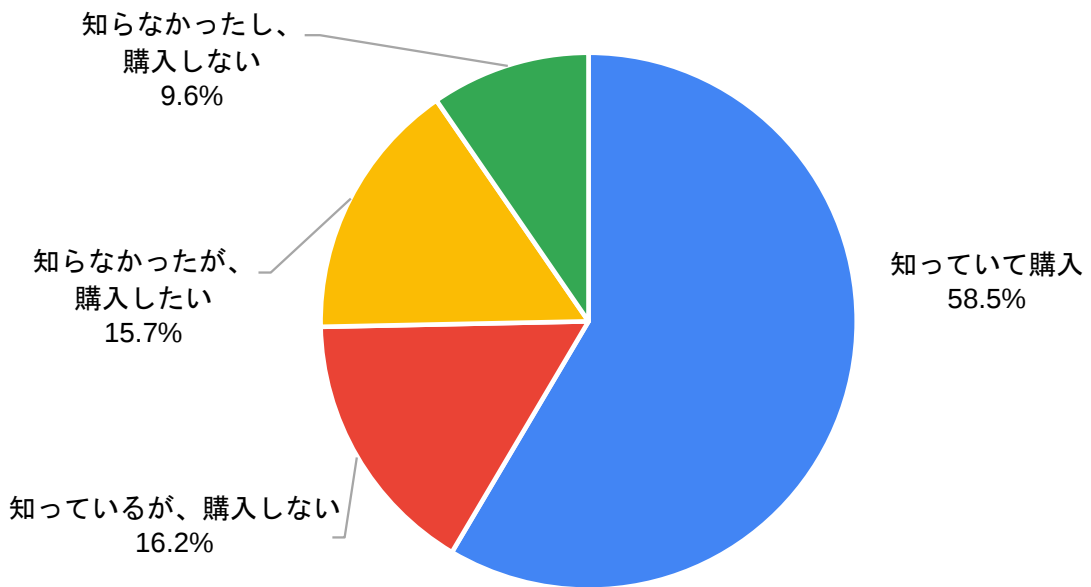


# みかんの認知度と購入意向

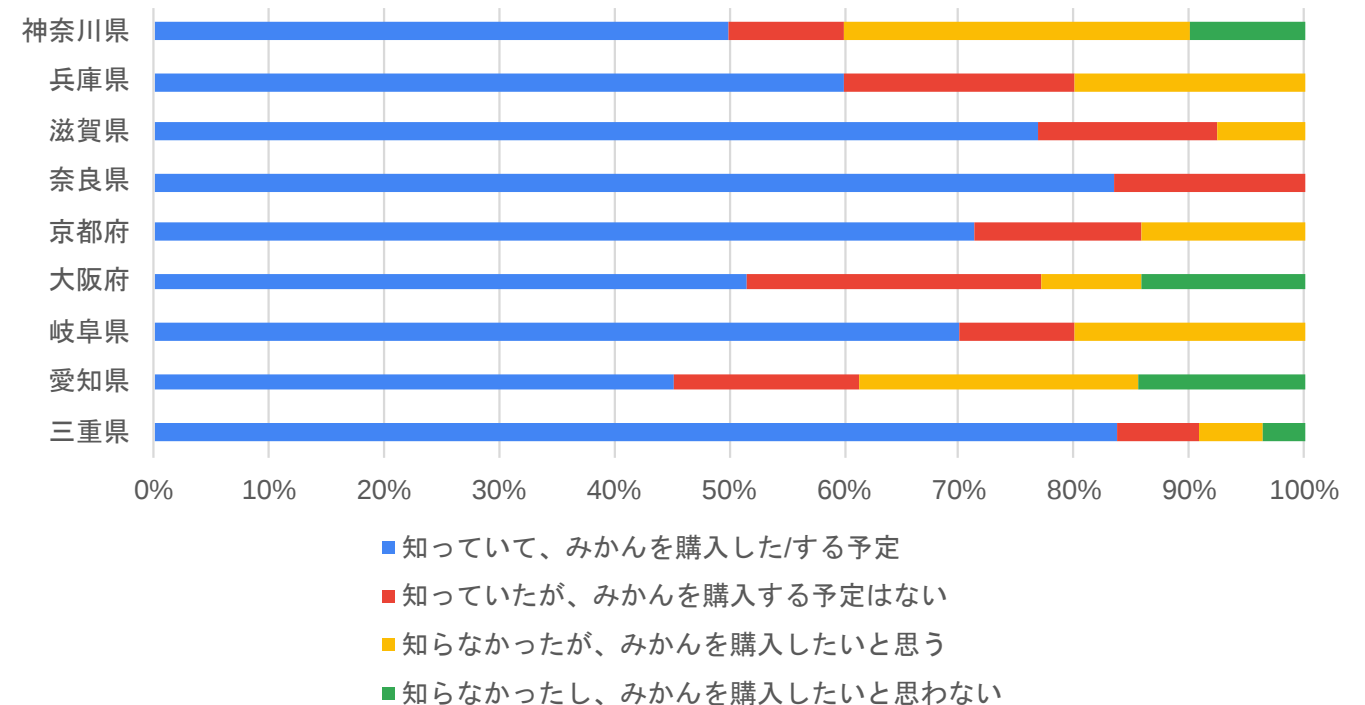
全体としては、「知っていて購入した」と回答した人が最多であり、特産品の認知が購買行動につながっていることがうかがえた。

特に三重県内では認知度が非常に高く、購入につながっている傾向が顕著である。

一方で、遠方の地域では認知度自体は高いものの、購入には至っていない層も一定数存在しており、情報接触と購買行動の間にギャップが見られる。

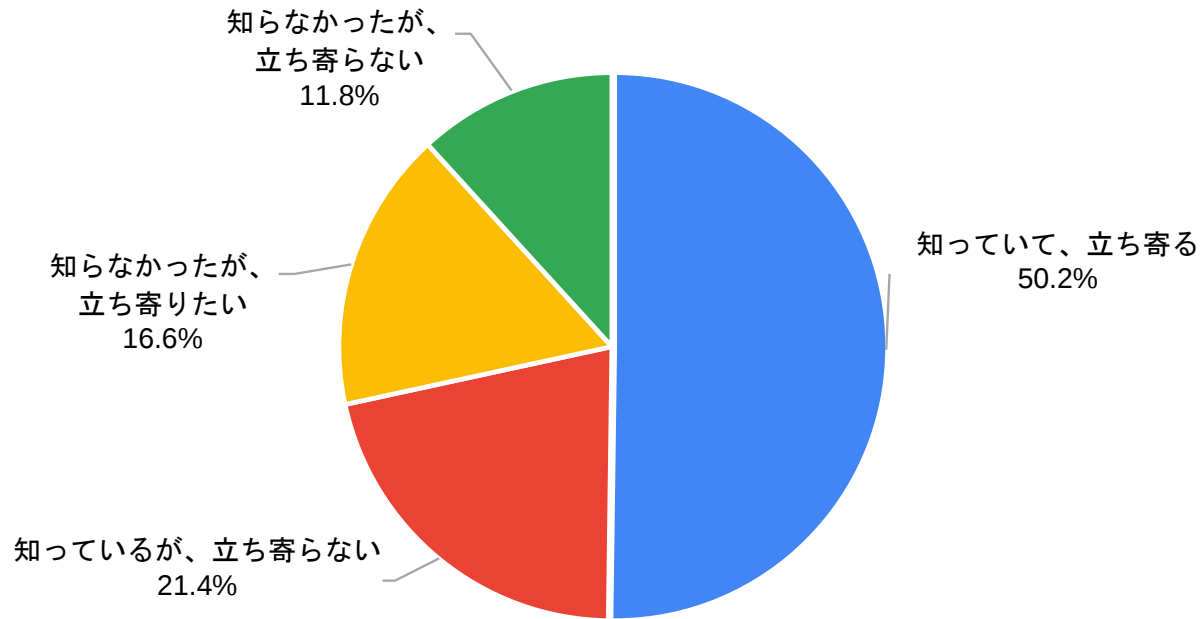


(N=229)

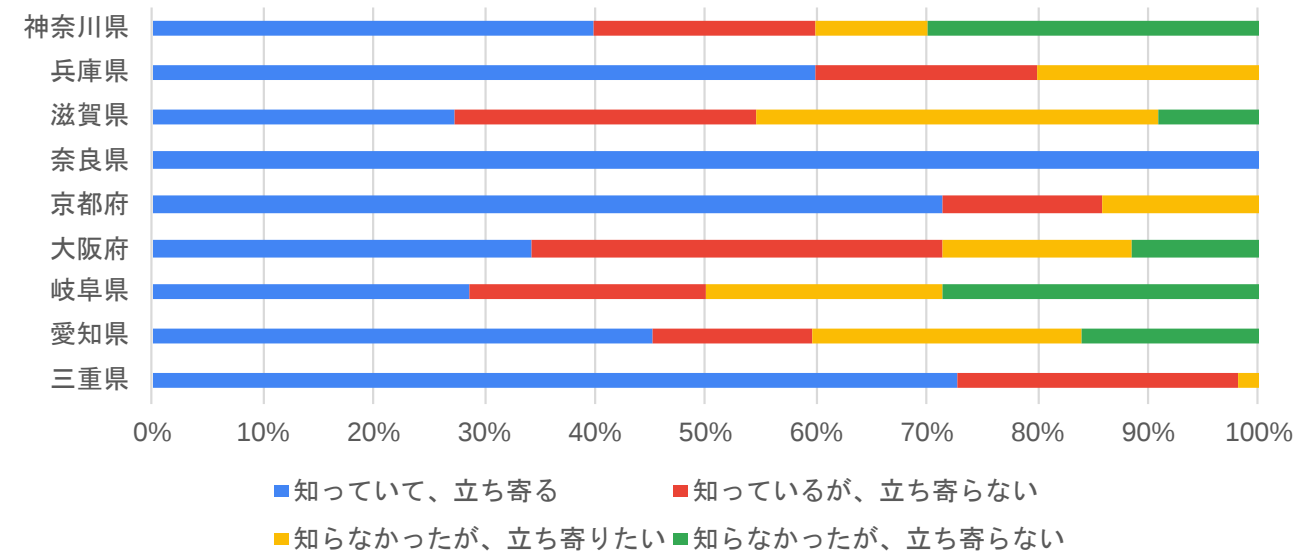


# 御浜町の「七里御浜」の認知と意向

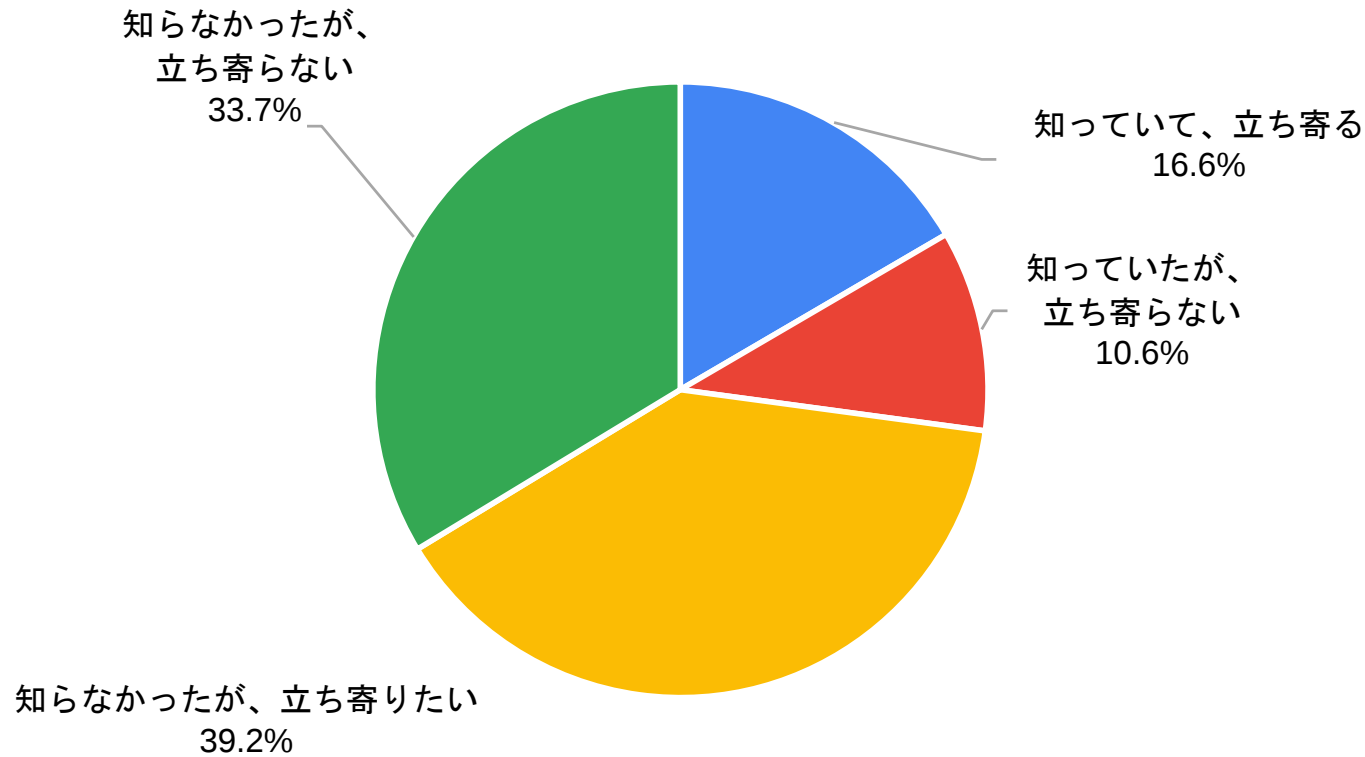
全体の7割が「知っている」を選択しているが、2割は「知っているが、立ち寄らない」を選択している。  
特に三重県や愛知県ではリピーターの割合が高い一方で、立ち寄り頻度が低下する傾向が見られた。



(N=229)



# 観光案内所の認知度



(N=199)

全体の半数以上がその存在を「知らない」と回答しており、認知度の低さが課題として浮かび上がった。

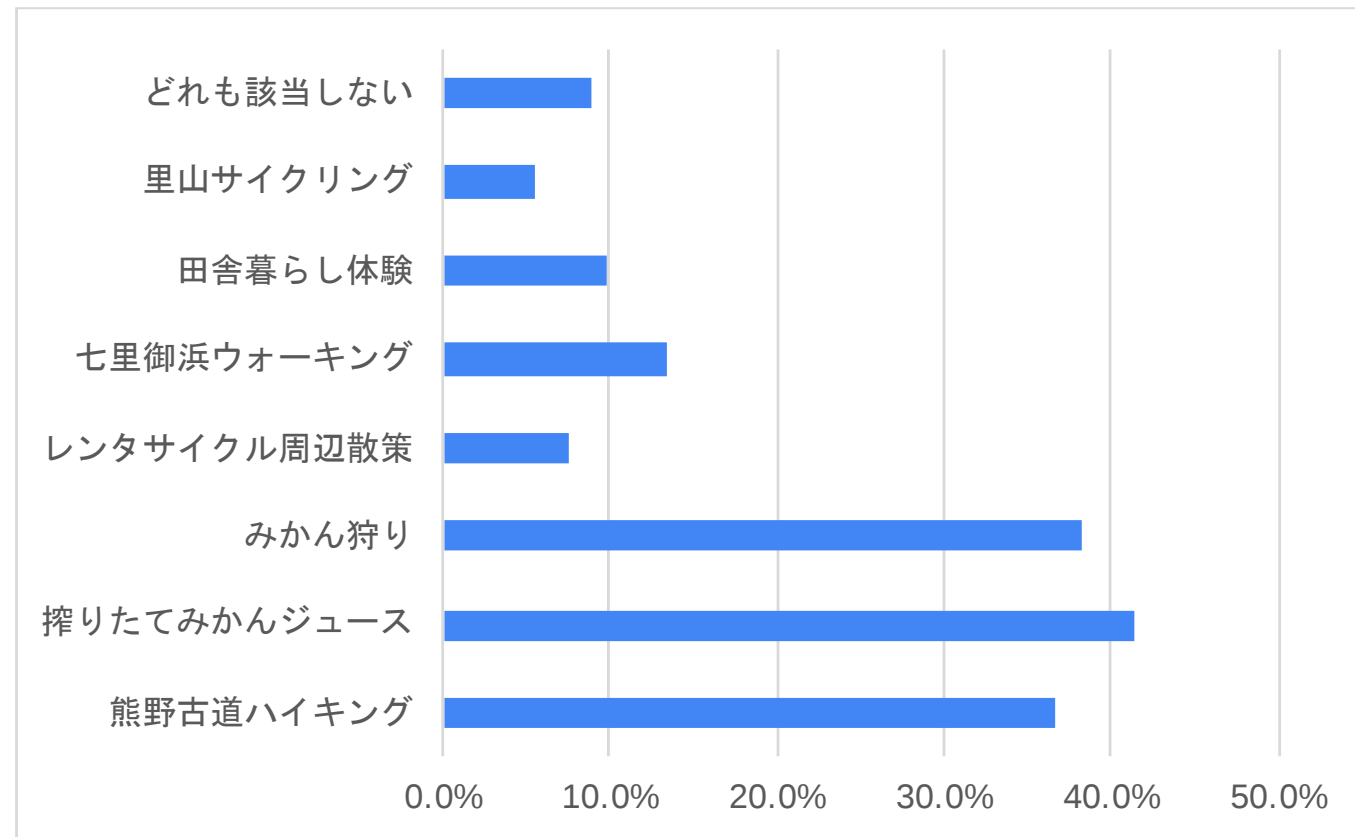
また、「知らなかったが、立ち寄らない」とした回答も約4分の1を占めており、案内所の存在が十分に届いていない状況がうかがえる。

一方で、「立ち寄った」「立ち寄りたい」とする回答も半数近くにのぼり、観光情報を求めるニーズは一定程度存在している。

特に、初訪問者や遠方からの来訪者に対しては、案内所の役割や利便性を明確に伝えることで、立ち寄り意欲の向上が期待される。

# 御浜町で興味あるアクティビティ

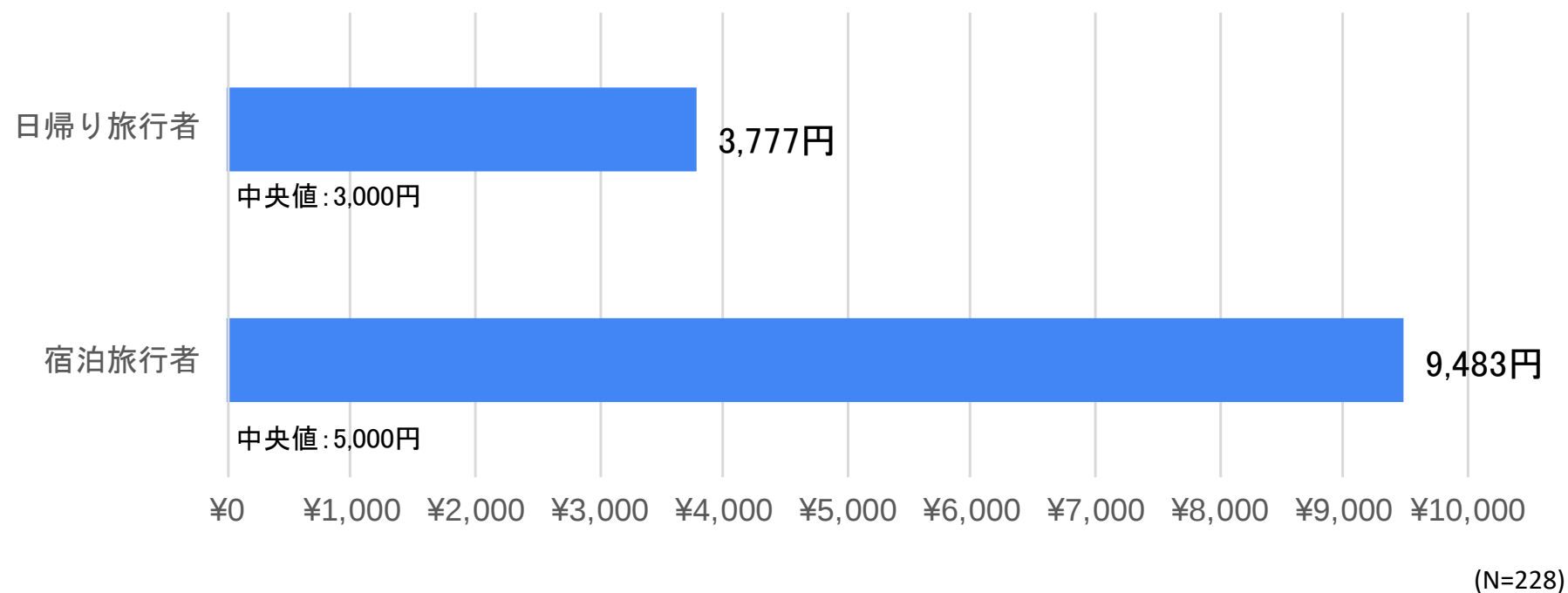
最も人気が高かったのは「搾りたてジュース」で、「みかん狩り」がこれに続いた。みかん関連の体験が上位を占める一方で、「熊野古道ハイキング」も多く選ばれ、自然・文化体験への関心も高いことが示された。



(MA=347)

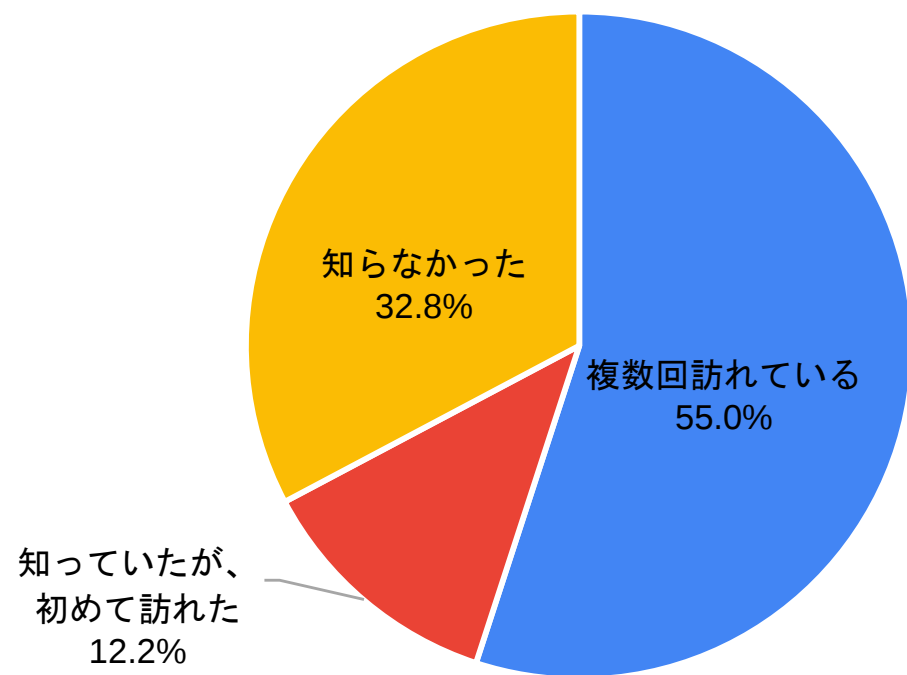
# 観光消費額

日帰り旅行者の平均は3,777円に対し、宿泊旅行者は9,483円と2倍以上の開きが見られた。  
この結果から、宿泊を伴う観光では滞在時間の長さに比例して消費額が増加する傾向が示されている。

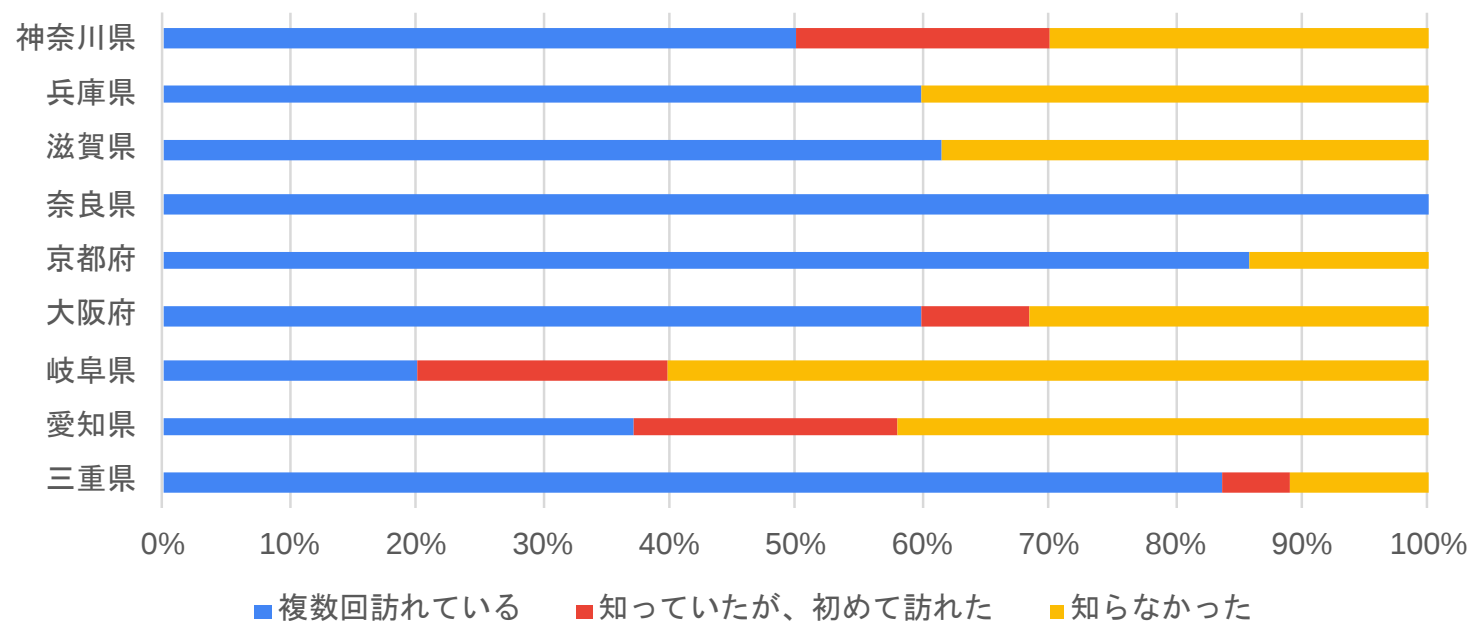


# 「道の駅 パーク七里御浜」の認知度と訪問回数

利用者の半数以上が道の駅のリピーターであり、特に三重県や奈良県、京都府では訪問頻度が高い。  
対して遠方地域では初訪問や認知不足の傾向が見られ、今後は広域的な情報発信が課題となる。



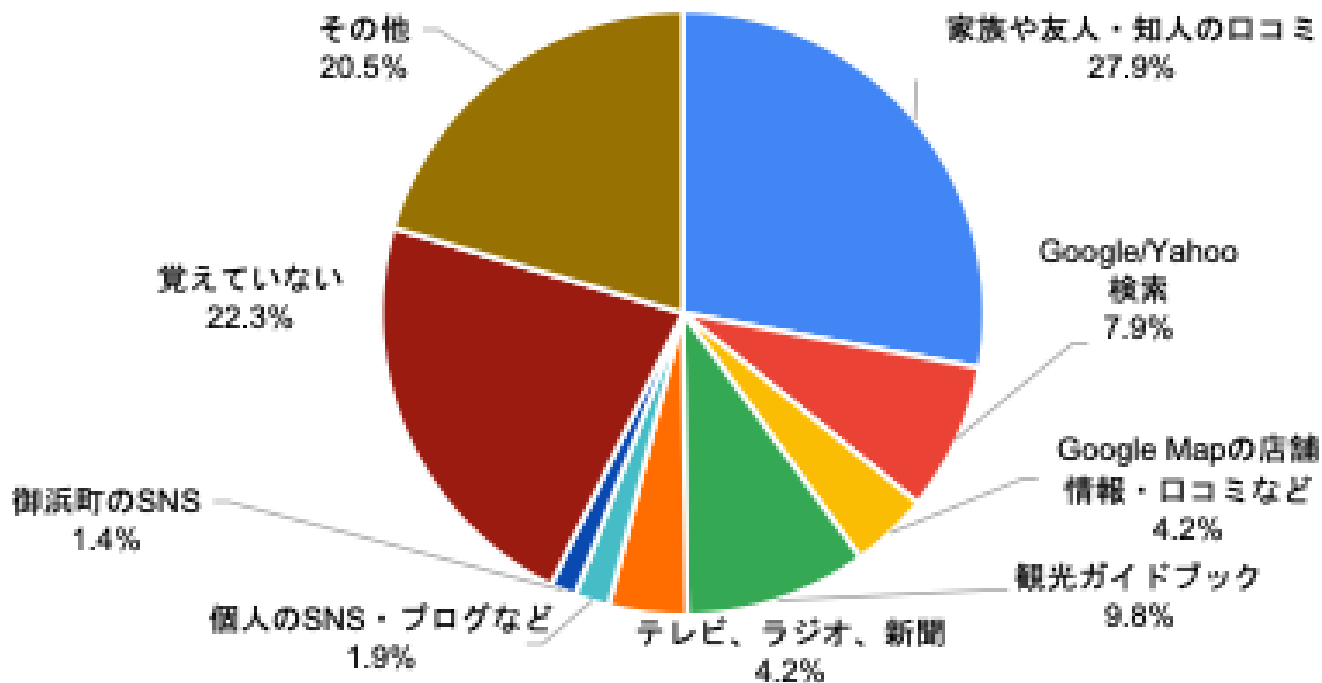
(N=229)



# 「道の駅 パーク七里御浜」の認知場所

御浜町に関する情報の入手経路としては、「インターネット検索」が最も多く、全体の約3割を占めた。

次いで「その他」(20.5%)や「観光パンフレット」「旅行雑誌・ガイドブック」など、紙媒体や多様なルートからの情報入手が確認された。

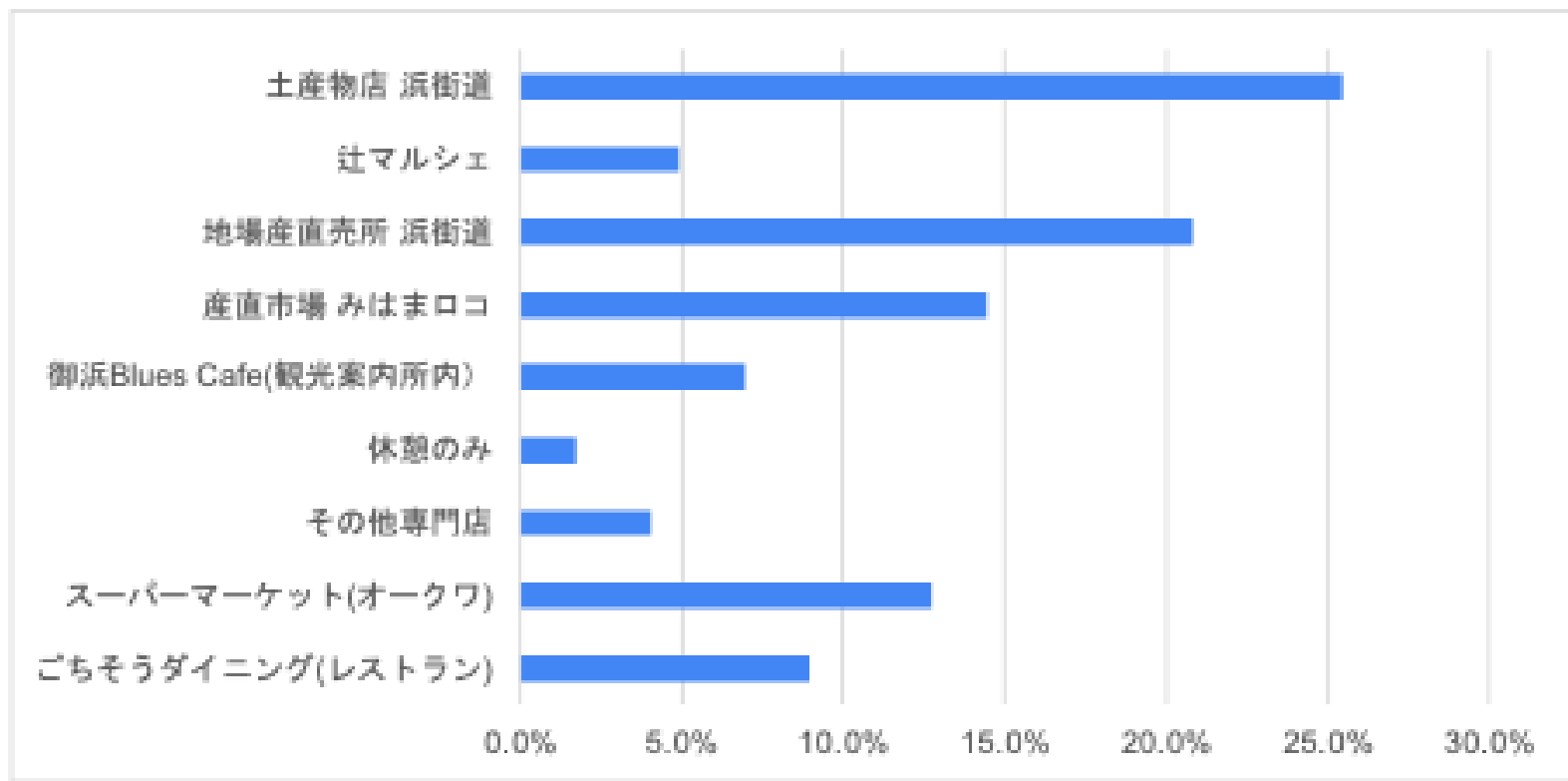


(N=159)

# 「道の駅 パーク七里御浜」内で立ち寄り先(複数回答)

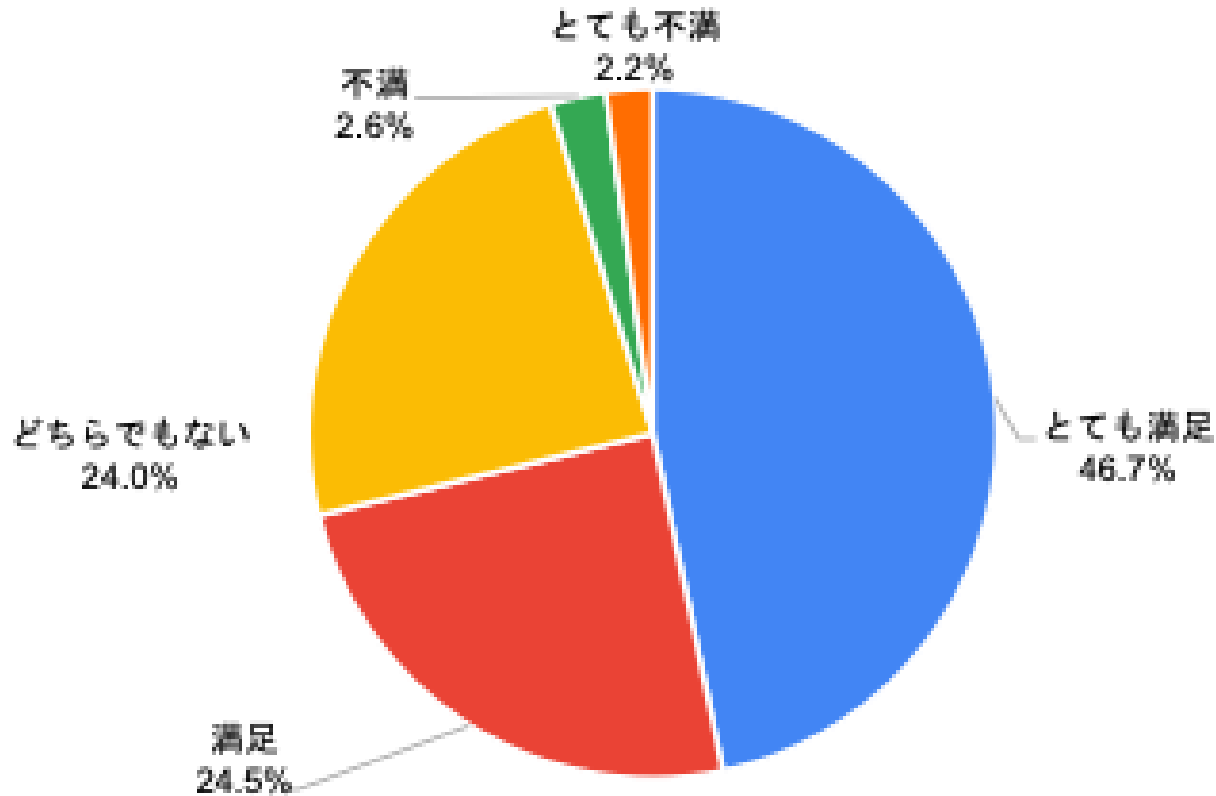
「土産物店(道の駅)」が最も多く、全体の約27%を占めた。

次いで、「地場産直売所(浜街道)」や「産直市場みはまロコ」など、生産者や地元密着型の販売所も多く利用されていた。オークワやごちそうダイニングへの立ち寄り是比较的少ないことから、現地での物販は、観光施設や直売所が主となっていることがわかる。



(MA=346)

# 「道の駅 パーク七里御浜」の満足度



(N=84)

半数以上は満足しており、満足度は比較的高いことがわかった。一方で、「どちらでもない」と回答した人は24%と一定数存在し、改善の余地も見受けられる。

～主な声～

- ・みかんが手に入る
- ・道の駅だけでなく、スーパーも併設のため便利
- ・景色と海が綺麗
- ・道の駅マグネットがほしい
- ・お土産たくさんあるし食事が美味しい
- ・レストランは朝からしてほしい
- ・みかんソフトがあればいい
- ・夜食べる店がない
- ・温泉などがあればいい
- ・レストランの営業時間が短い
- ・建物が古く、印象が暗い
- ・階段が多い

# まとめ

---

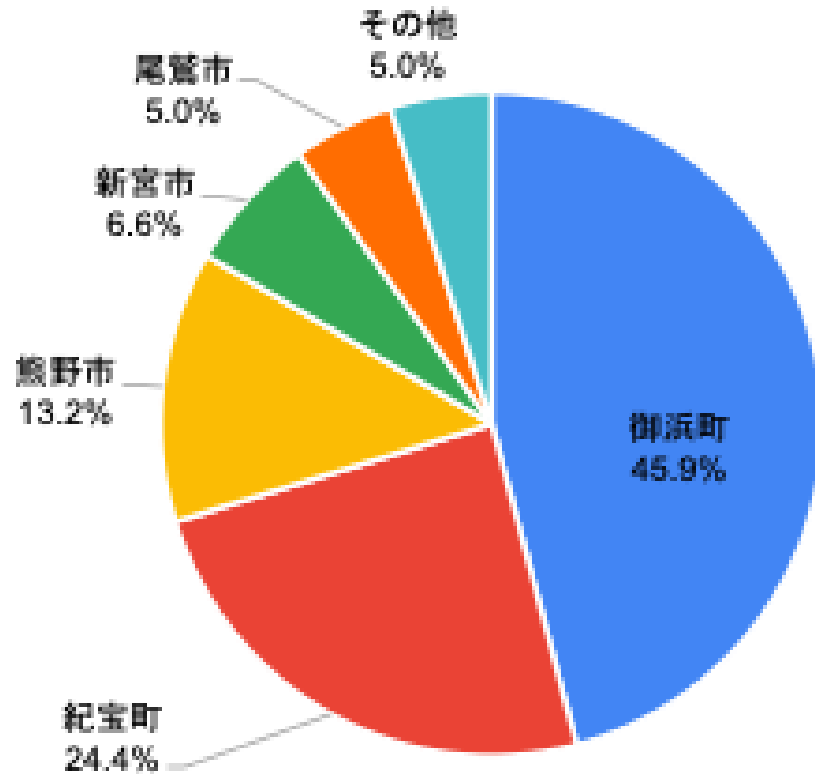
## 御浜町観光アンケート結果：概要

- ・御浜町を訪れる観光客の多くはリピーター、特に三重県内や愛知県からの訪問者が目立つ。同行者は「夫婦・パートナー」が約6割と最も多く、2人での来訪が主流となっている。遠方からの来訪者ほど初訪問が多くあった。
- ・特産品の認知は高く、大半の来訪者に購入されていた。一方で、購入につながっていないケースも見られた。
- ・回答者の約75%が道の駅に「満足」しており、特に多くの人が地場産の商品を購入できる店舗に立ち寄っていた。
- ・興味あるアクティビティとして「搾りたてジュース」と「みかん狩り」が上位に挙げられたことから、御浜町ならではの柑橘類を活かした体験への関心が高いことが明らかになった。
- ・観光客の半数以上が観光案内所の存在を知らず、「知らなかったし、立ち寄らない」「知っていても立ち寄らない」層が一定数存在している。
- ・宿泊を伴う来訪者は半数以上だが、多くが町外的那智勝浦町や熊野市に宿泊しており、町内での経済効果を取りこぼしている現状であった。
- ・情報源としては「インターネット検索」が多いものの、公式SNSからの認知は低い傾向にある。

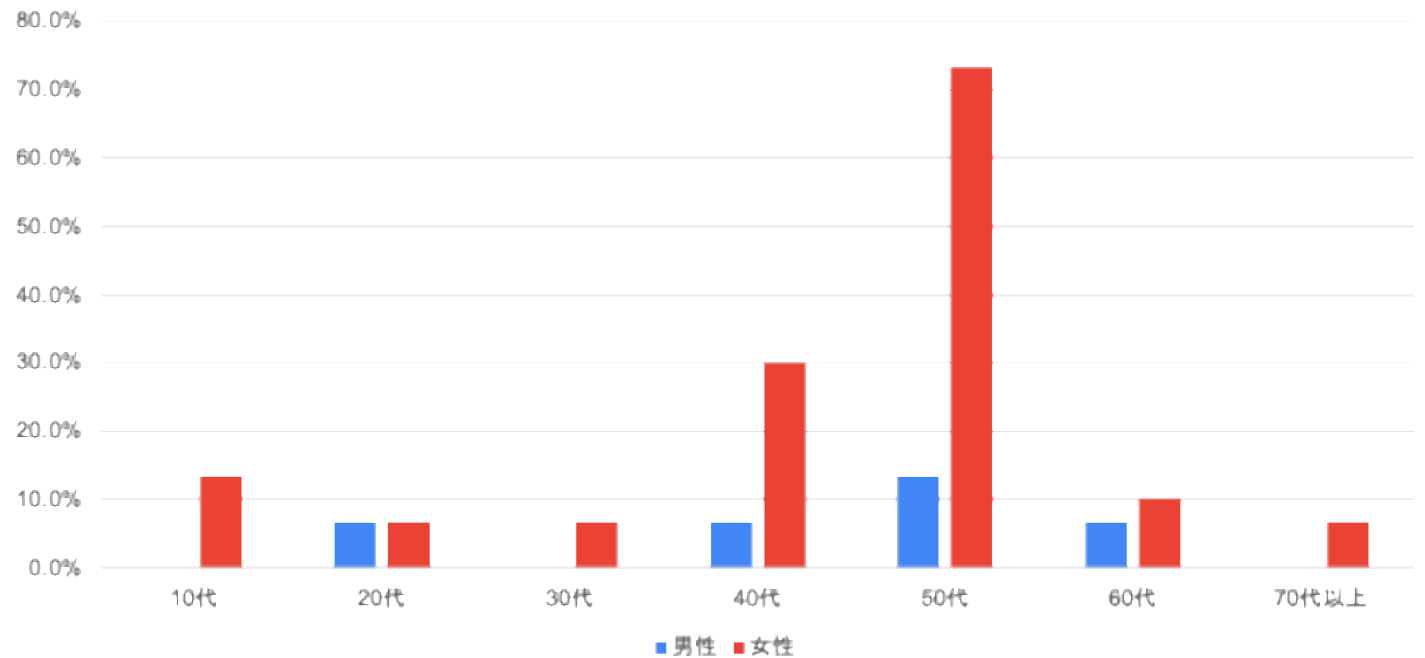
## 地元住民のアンケート結果

# 属性情報(居住地・性別・年代)

地元を除くと隣接する紀宝町、熊野市からの訪問が多い。  
また、年齢層は50代最も多い。

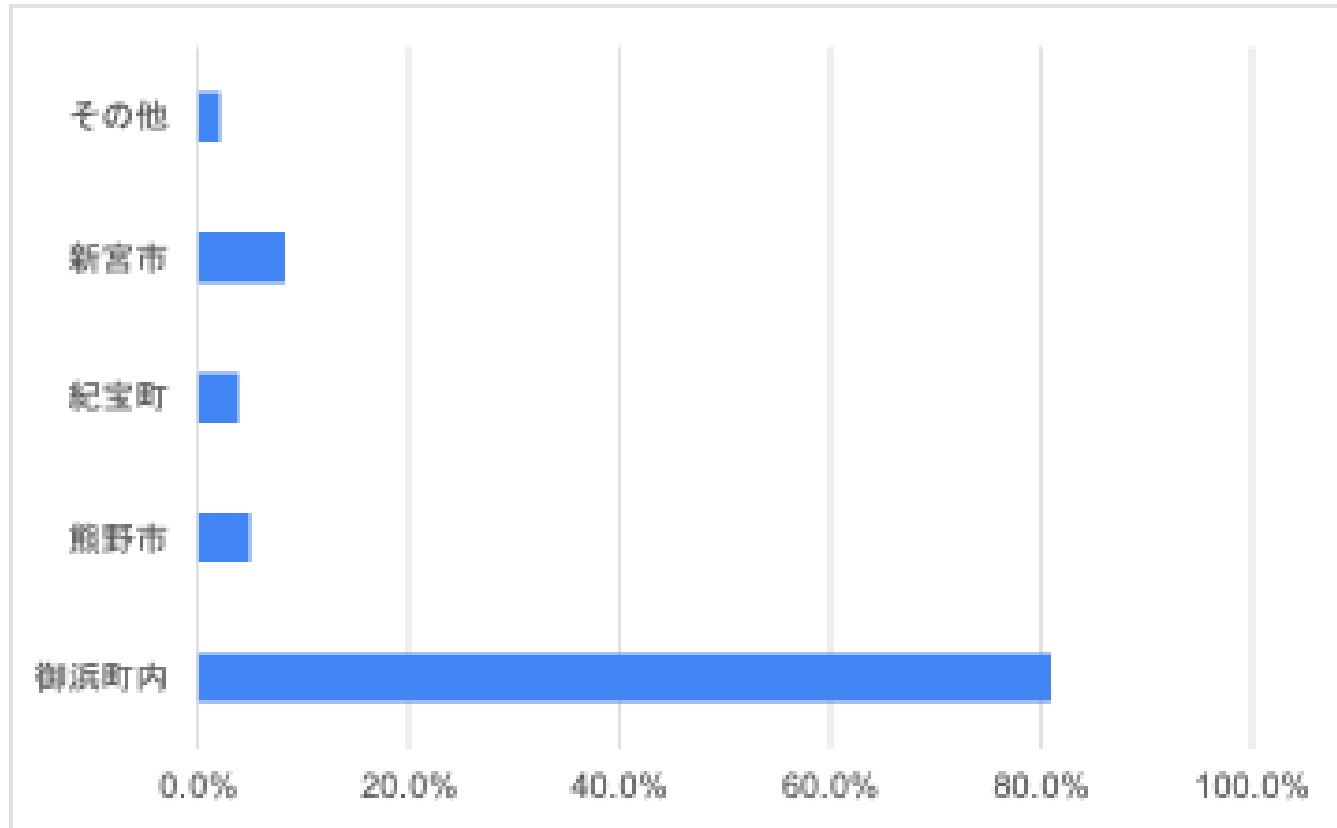


(N=242)



(N=54)

# 主な訪問先

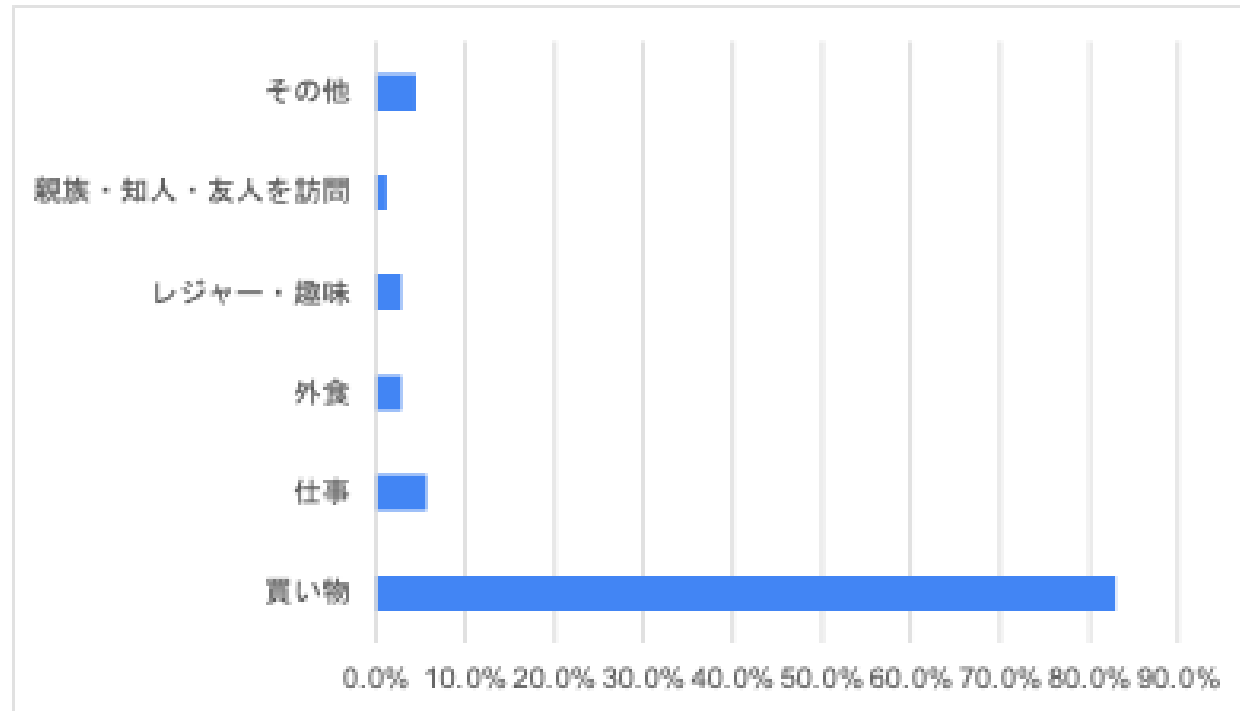


訪問先としては御浜町内が最も多い。

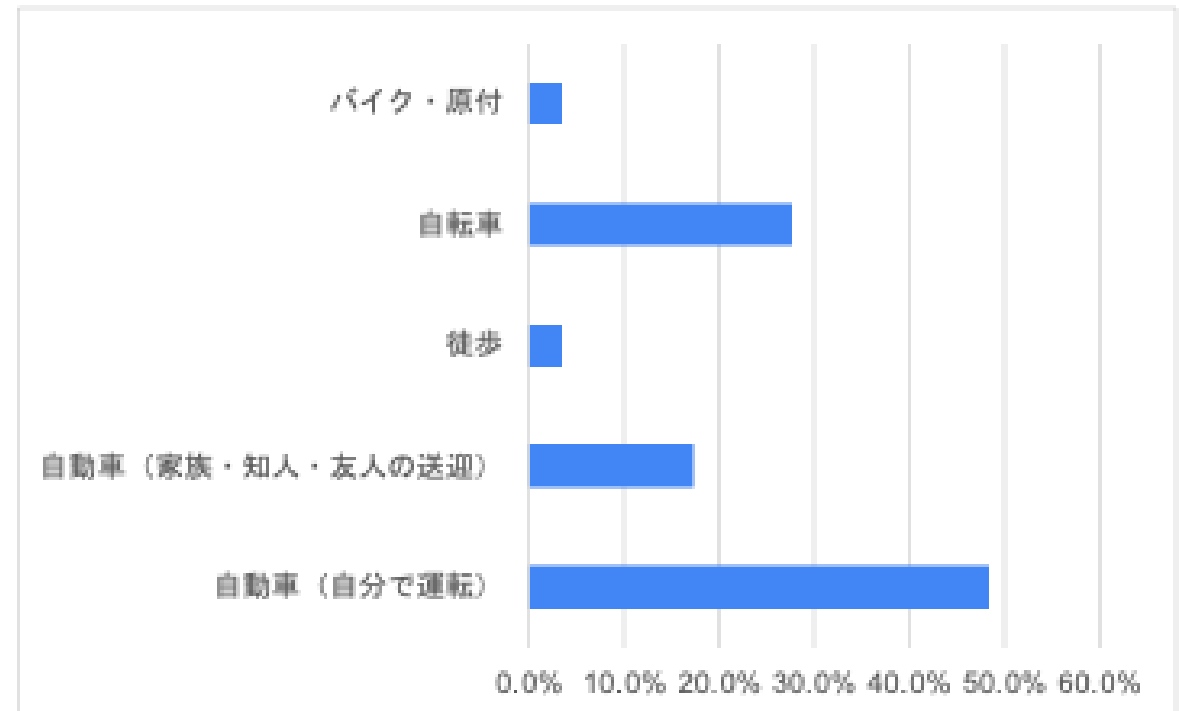
(MA=288)

# 外出の目的と交通手段

多くの人が買物での外出であり、自動車での来訪が半数以上を占めている。  
自転車での来訪も見られる。



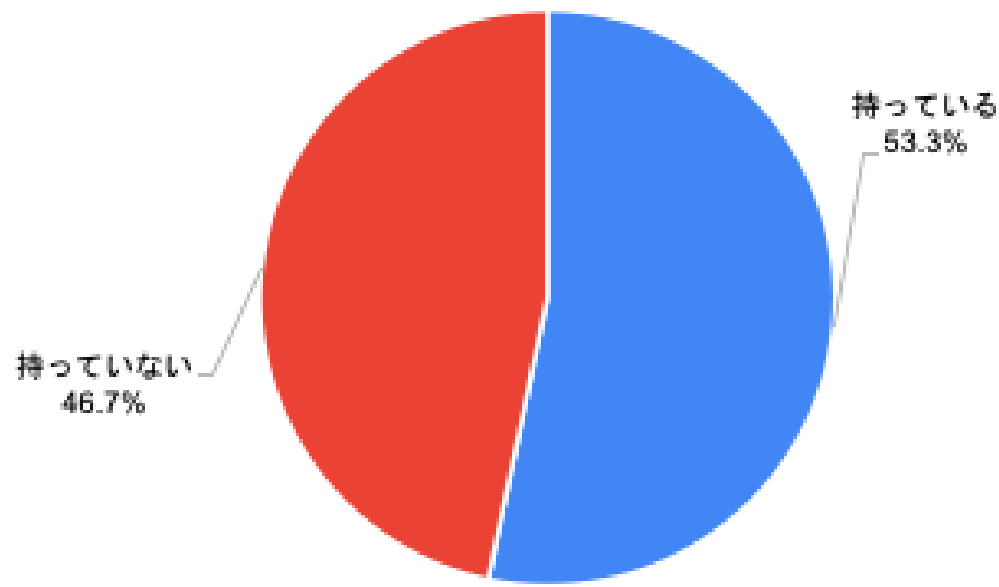
(MA=246)



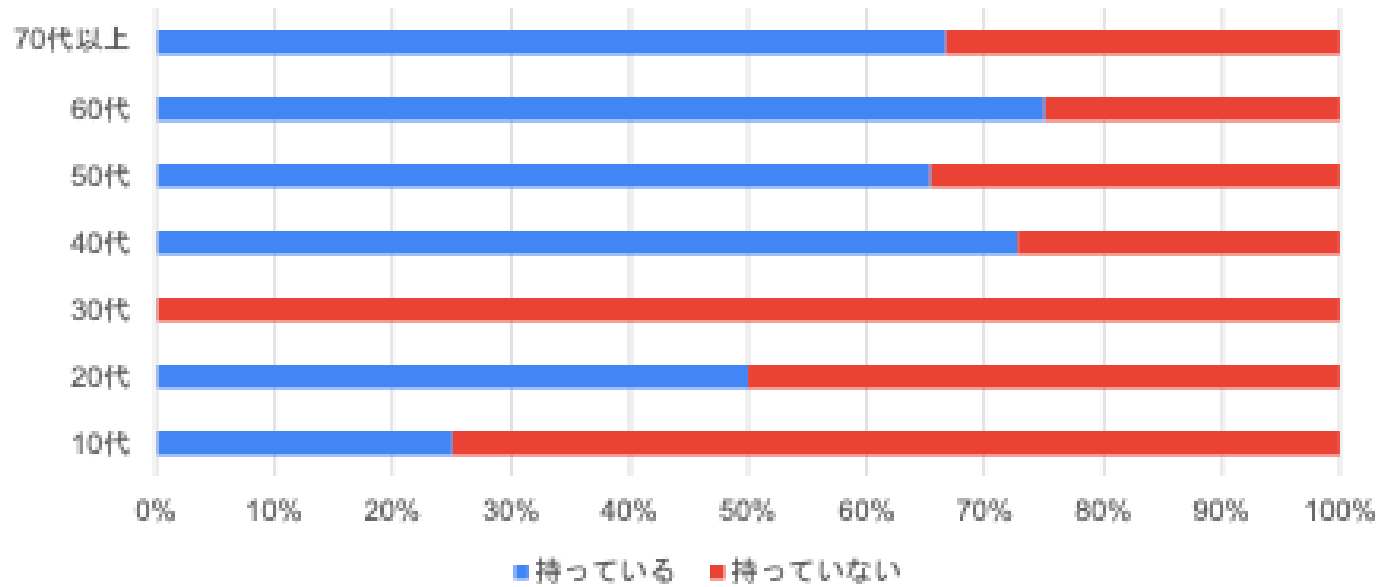
(MA=29)

# Kiiカードの保有有無

地元住民の約半数がカードを保有。40代以降の中高年層の保有が目立つ。

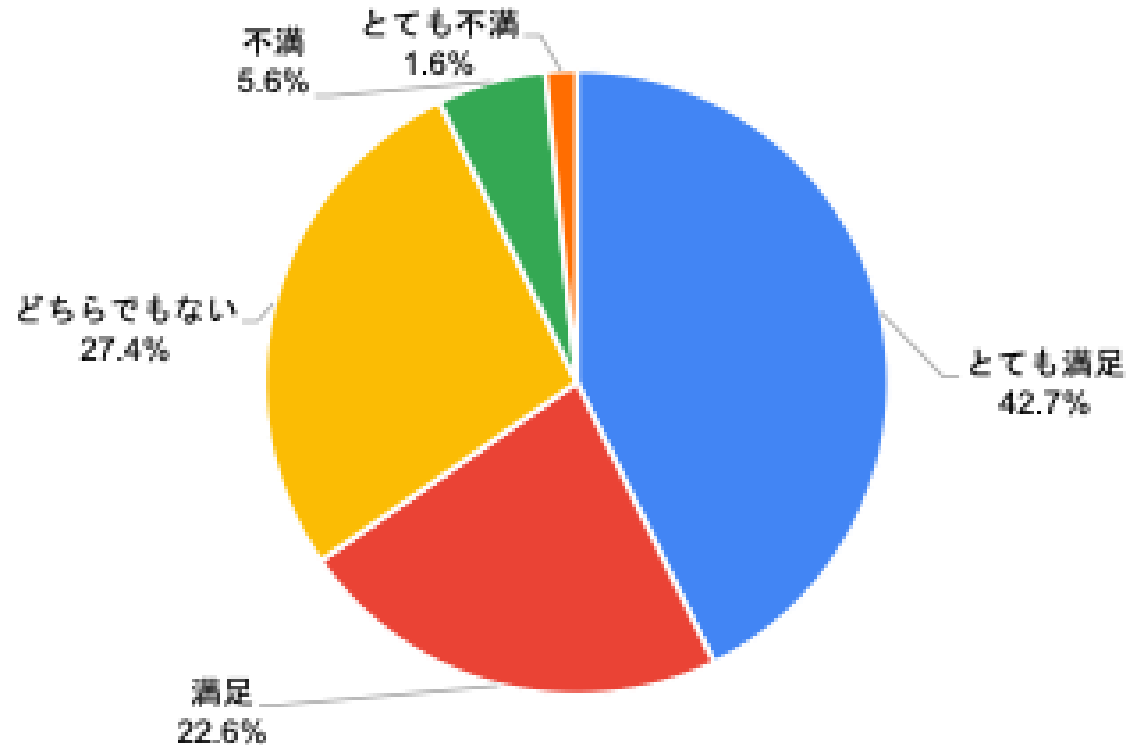


(N=242)



(N=83)

# Kiiカードの満足度



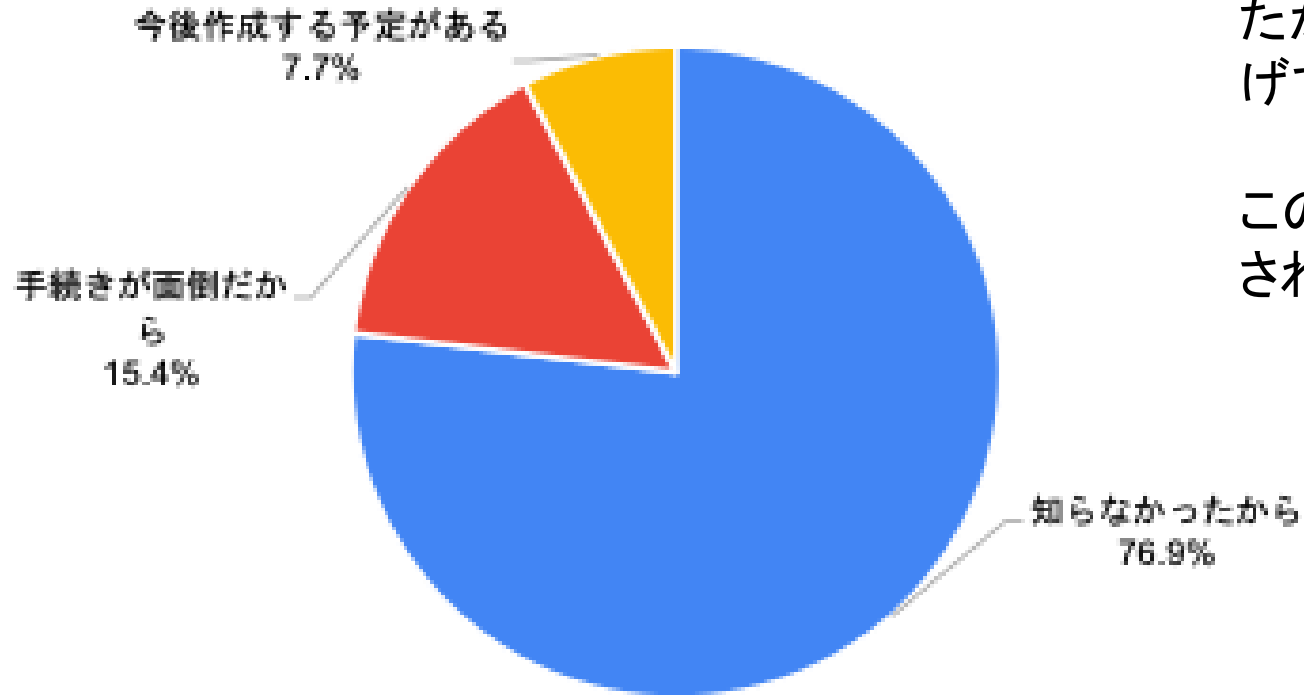
(N=124)

6割近くは満足している。  
しかし、どちらでもないと答えた層が3割程度存在している。

## ～主な声～

- ・カードが使える店舗を増やして欲しい  
(飲食店が欲しいという意見が多く上がった)
- ・貯まったポイントを簡単に確認できるようにしてほしい
- ・ポイントキャンペーンやクーポンの配布を実施して、ポイントを貯めやすくしてほしい

# Kiiカードを持っていない理由



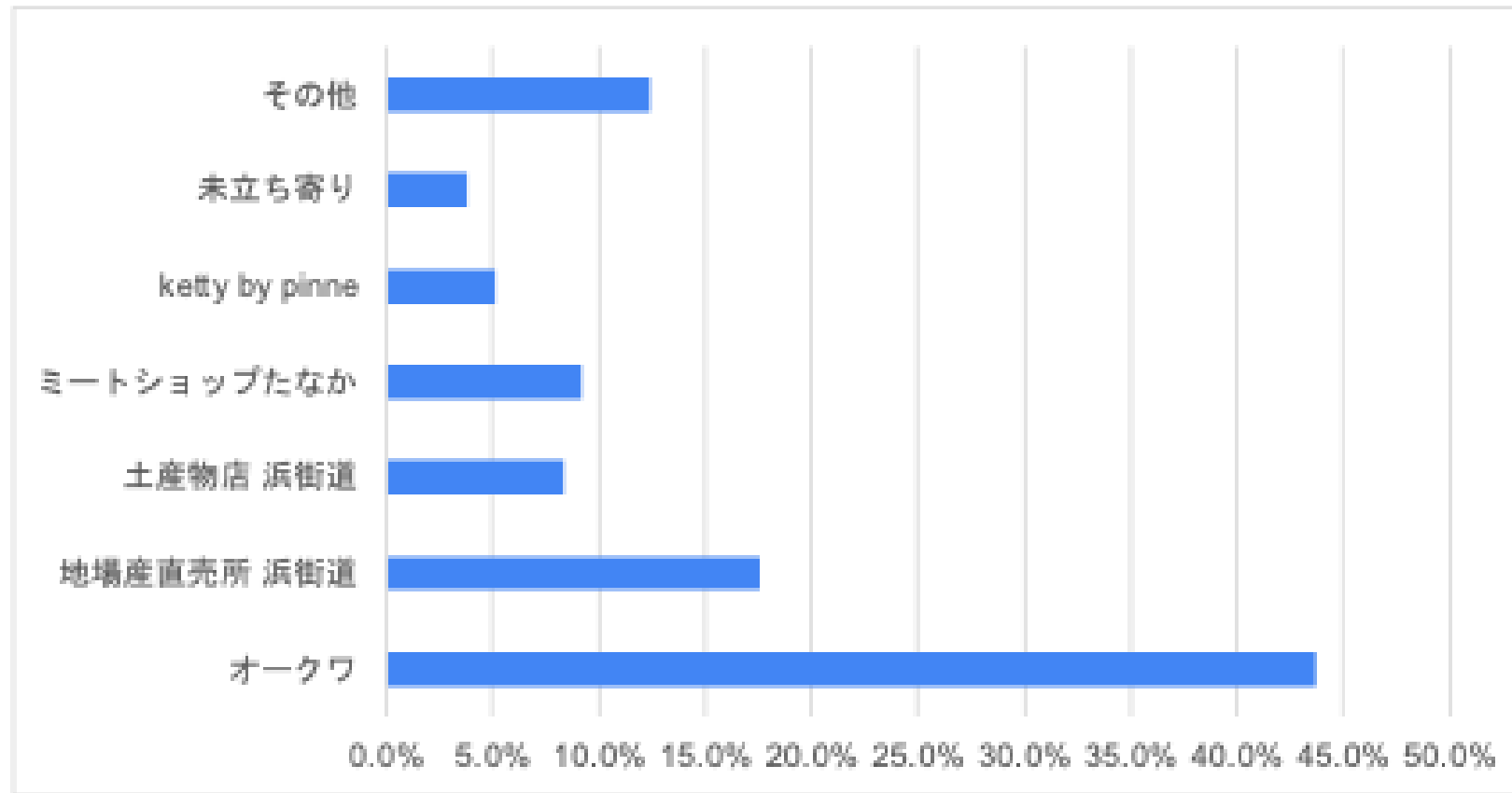
(N=13)

持っていない理由として最も多かったのが「知らなかったから」であり、回答者の半数以上がこの選択肢を挙げている。

この結果からは、キイカードの存在自体が十分に認知されていないという状況がうかがえる。

# 「道の駅 パーク七里御浜(ピネ)」内での立ち寄り場所

最も多いのがスーパーマーケットのオークワ。続いて、地場産直売所、土産物店と続く。

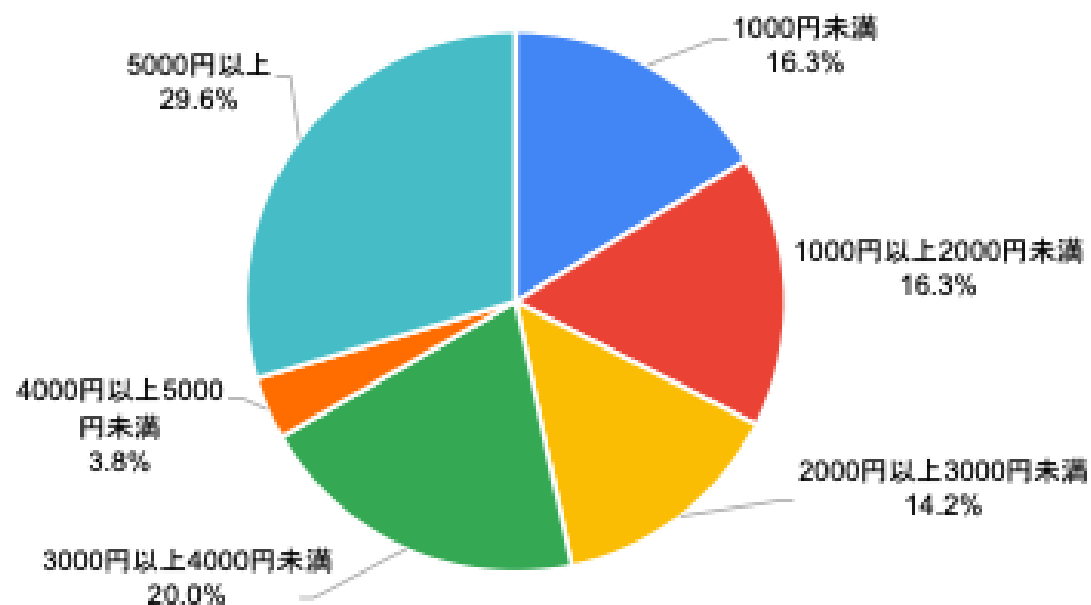


(MA=371)

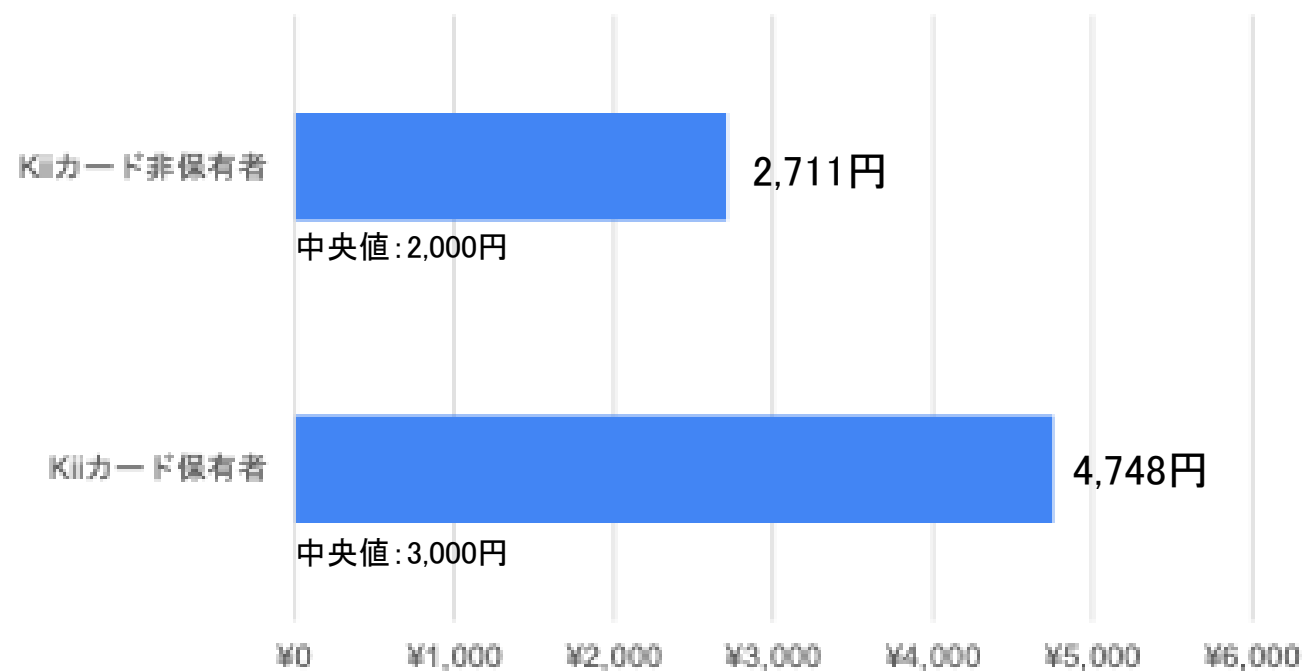
# 「道の駅 パーク七里御浜(ピネ)」内での購入額

全体の平均購入額は2,711円、中央値は2,000円であったのに対し、Kiiカード保有者に限定すると平均購入額は4,748円、中央値は3,000円と、いずれも高い傾向がみられた。

この差は、カード保有者が地域での消費に対して積極的であることを示唆している。特に中央値に1,000円の差があることから、一部の高額購入者の影響だけでなく、保有者全体にわたって消費額が底上げされていることがうかがえる。

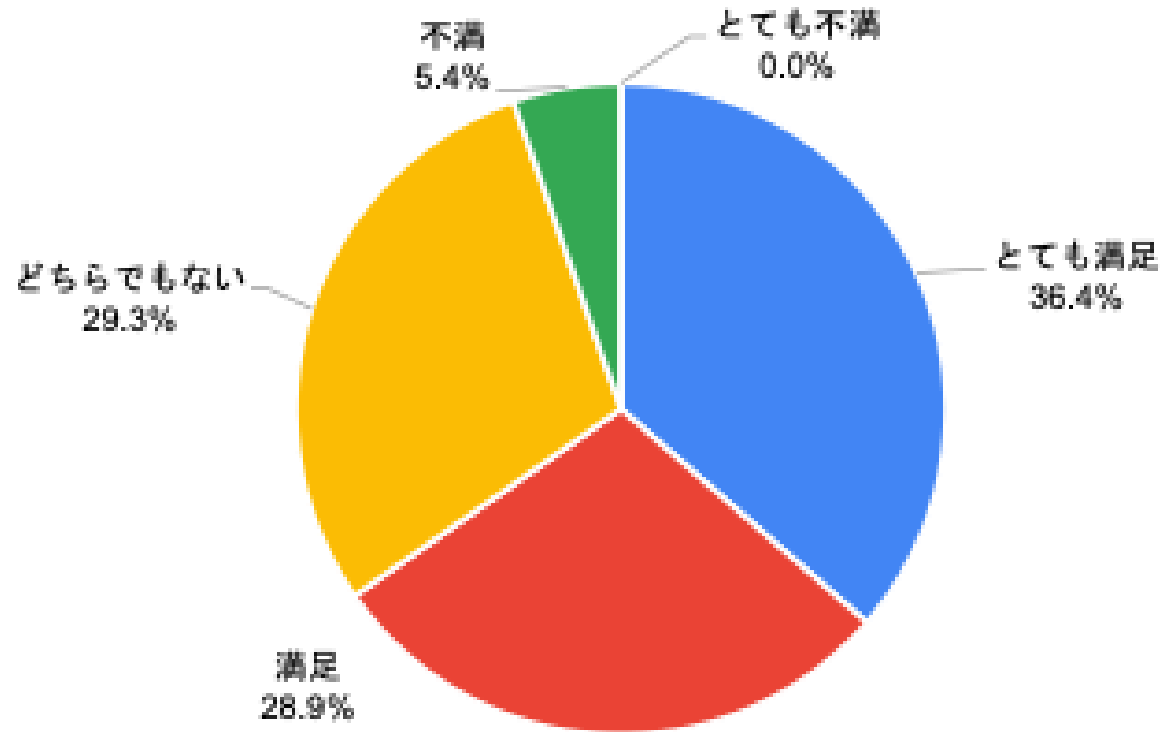


(N=240)



(N=240)

# 道の駅 パーク七里御浜(ピネ) の満足度



(N=242)

道の駅に対して「満足」とする回答が過半数を占める。一方で、「どちらでもない」とする中立的な意見も一定数存在した。

このことから、現状のサービスや商品に対して特段の不満はないものの、強い魅力や印象を感じていない層が存在することがうかがえる。

## ～主な声～

- ・老朽化が進んでいるので、見栄えを良くしてほしい
- ・色々揃っていて便利
- ・広さが手頃で買い物しやすい
- ・専門店街に入っているお店が少なくて寂しい
- ・もっと活気がある用になるといい
- ・好きなお店が入っている