

丸森町観光動向調査
調査結果報告書
(令和6年度)

○観光動向調査

調査票の回答者

①調査日及び標本数

調査日:令和6年度

標本数:501人

※表及び図の標記

”N”は回答者数

S.Aは単一回答

M.Aは複数回答

②男女別の構成比(N=501)

男性:238人(48%) 女性:253人(50%) その他・無回答:10人(2%)

③年代層別の構成(N=501)

20歳未満:16人(3%) 20～29歳:16人(3%) 30～39歳:44人(9%) 40～49歳:57人(11%)
50～59歳:71人(14%) 60～69歳:108人(22%) 70歳以上:184人(38%) 無回答:5人(1%)

④居住地の構成(N=501)

【丸森町内】46人(9%) 【丸森町外】431人(86%) 【無回答】24人(5%)
角田市:37人(8%) 白石市:9人(2%) 七ヶ宿町:0人(0%) 蔵王町:4人(1%) 大河原町:16人(4%)
村田町:0人(0%) 柴田町:6人(1%) 川崎町:1人(1%) 仙台市:104人(24%) 名取市:14人(3%)
岩沼市:18人(4%) 山元町:15人(3%) 亶理町:16人(4%) 相馬市:43人(10%) 南相馬市:16人(4%)
新地町:15人(3%) 伊達市:4人(1%) その他:113人(27%)

回答者属性／男女別年齢構成

数値単位:人

	男性		女性		その他・無回答	
	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
20歳未満	7	2.9%	9	3.6%	0	0.0%
20～29歳	7	2.9%	9	3.6%	0	0.0%
30～39歳	22	9.2%	22	8.7%	0	0.0%
40～49歳	29	12.2%	27	10.7%	1	10.0%
50～59歳	31	13.0%	38	15.0%	2	20.0%
60～69歳	54	22.7%	53	20.9%	1	10.0%
70歳以上	87	36.6%	93	36.8%	4	40.0%
未回答	1	0.4%	2	0.8%	2	20.0%
男女別合計	238	100%	253	100%	10	100%

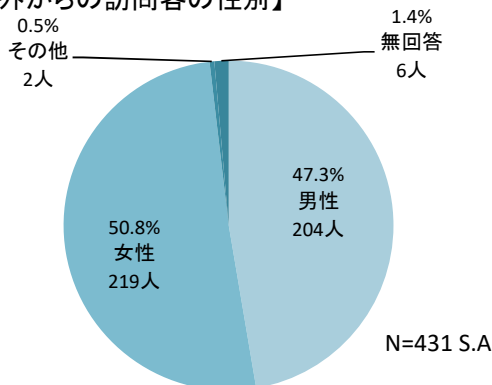
回答者属性／居住地別構成(丸森町外その他詳細)

数値単位:人

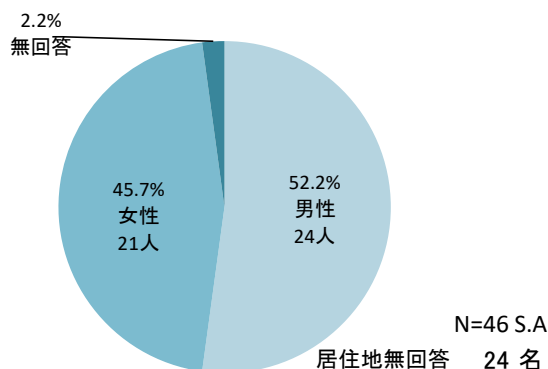
県内	人数	構成比	県外	人数	構成比
宮城県石巻市	6	5.3%	青森県	1	0.9%
宮城県大郷町	1	0.9%	岩手県	3	2.7%
宮城県塩竈市	7	6.2%	山形県	8	7.1%
宮城県多賀城市	12	10.6%	福島県	18	15.9%
宮城県松島町	1	0.9%	茨城県	10	8.8%
宮城県東松島市	3	2.7%	埼玉県	12	10.6%
宮城県利府町	3	2.7%	神奈川県	6	5.3%
宮城県美里町	1	0.9%	東京都	3	2.7%
			千葉県	6	5.3%
			石川県	3	2.7%
			富山県	1	0.9%
			奈良県	3	2.7%
			愛知県	2	1.8%
			三重県	1	0.9%
			鹿児島県	2	1.8%
			合 計	113	100%

回答者の属性

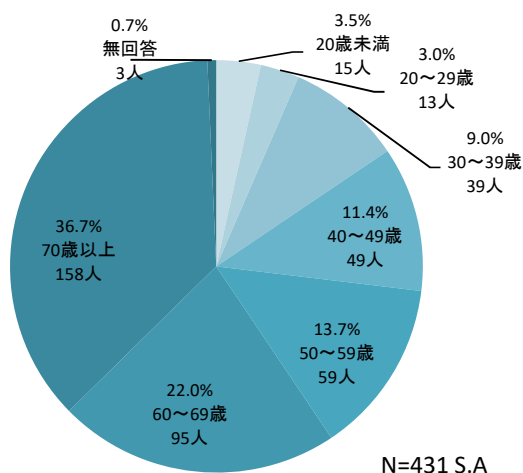
【町外からの訪問客の性別】



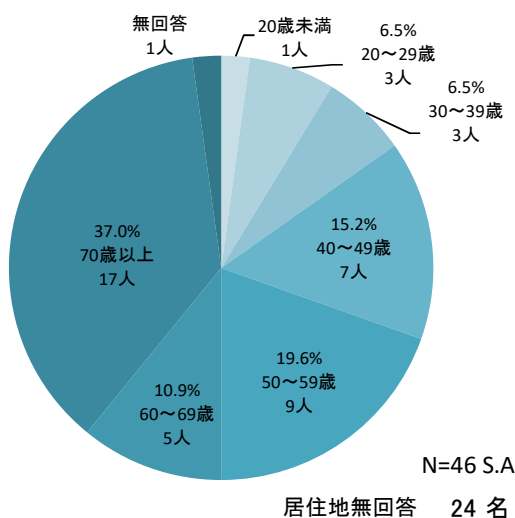
【町内からの訪問客の性別】



【町外からの訪問客の年代】



【町内からの訪問客の年代】

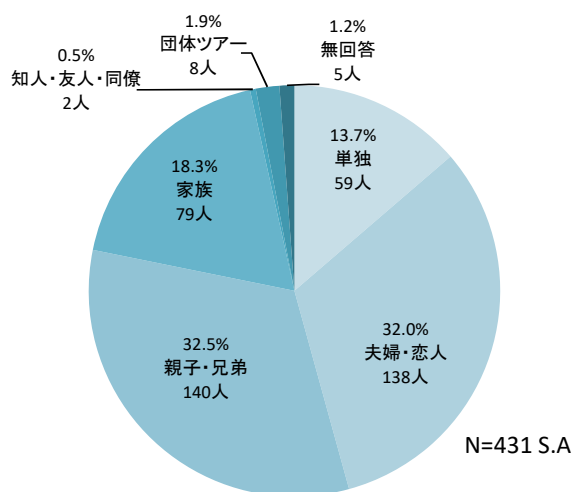


丸森町への訪問客は、町外は男性47.3%女性50.8%の割合で、町内は女性が45.7%である。

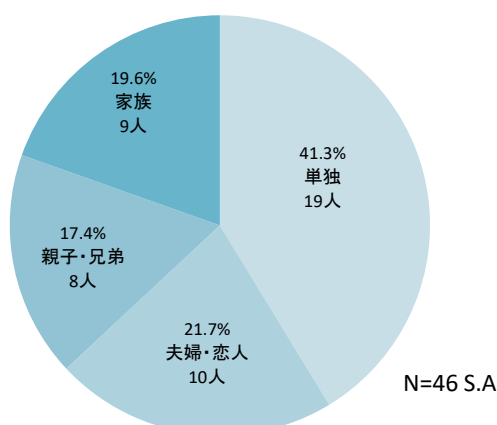
町外からの訪問客の年代は、「70歳以上」が36.7%で最も多く、次いで「60～69歳」が22%と多かった。以下、「50～59歳」が13.7%と続く。

町内からの訪問客の年代は、「70歳以上」が37%で最も多く、次いで「50～59歳」が19.6%と多かった。以下、「40～49歳」が15.2%と続く。

【町外からの訪問客の同伴者】



【町内からの訪問客の同伴者】

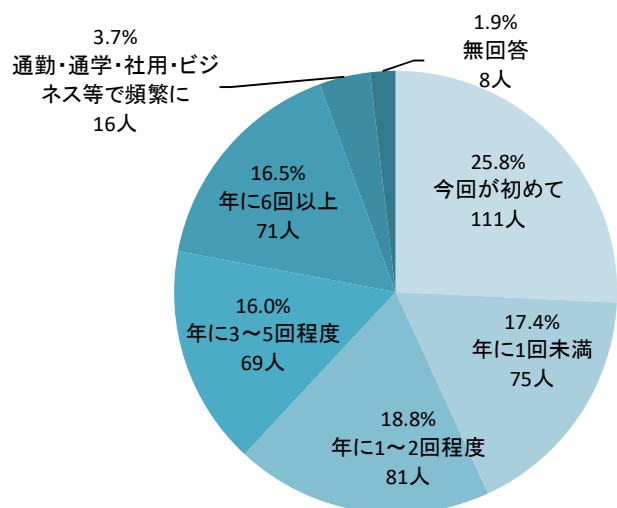


町外からの訪問客の同伴者は、「親子・兄弟」の訪問が32.5%で最も多く、次いで「夫婦・恋人」が32%と多かった。以下、「家族」が18.3%と続く。

町内からの訪問客の同伴者は、「単独」の訪問が41.3%で最も多く、次いで「夫婦・恋人」が21.7%と多かった。以下「家族」が19.6%と続く

丸森町への訪問頻度

【町外からの丸森町への訪問頻度】

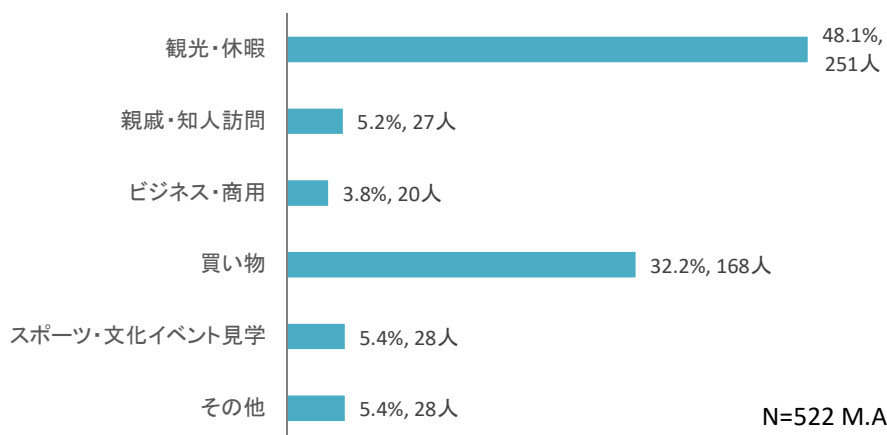


「今回が初めて」が25.8%と最も多く、次いで「年に1～2回程度」が18.8%と続く。以下、「年に1回未満」が17.4%、「年に6回以上」が16.5%と続く。

N=431 S.A

丸森町への訪問目的

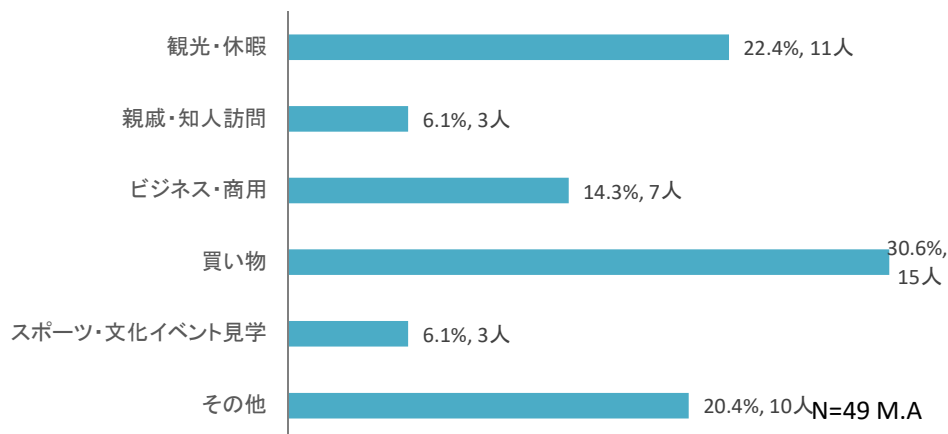
【町外からの訪問客の訪問目的】



「観光・休暇」が48.1% (251人) で最も多く、次いで「買い物」が32.2% (168人) と多かった。

N=522 M.A

【町内からの訪問客の訪問目的】

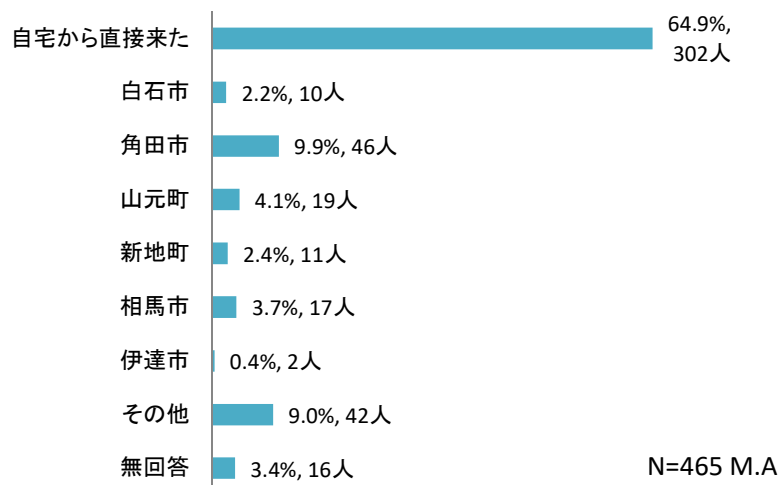


「買い物」が30.6% (15人) で最も多く、次いで「観光・休暇」が22.4% (11人) と多かった。

N=49 M.A

丸森町への訪問前後の訪問地

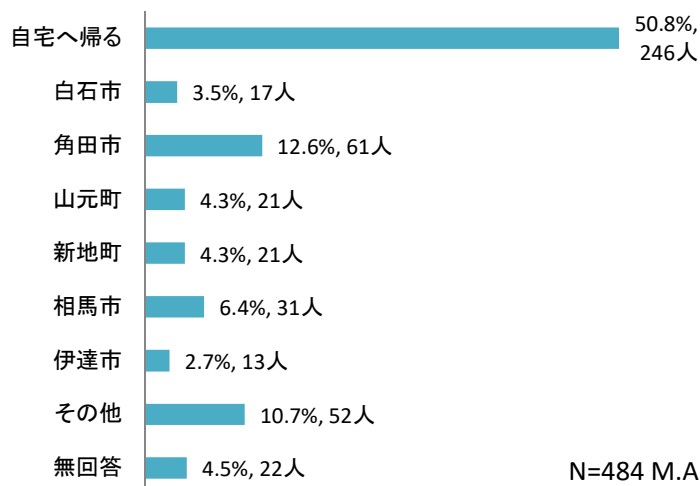
【丸森町に入る前の経由地】



町外からの訪問客における丸森町に入る前の経由地で最も多かったのは、「角田市」で46人(9.9%)だった。次いで「山元町」19人(4.1%)、「相馬市」17人(3.7%)と続く。
また、「自宅から直接来た(経由地なし)」が302人(64.9%)であった。

その他の主な回答は、福島市、名取市、仙台市、蔵王町、南相馬市、柴田町、松島町、亶理町、西郷村など。

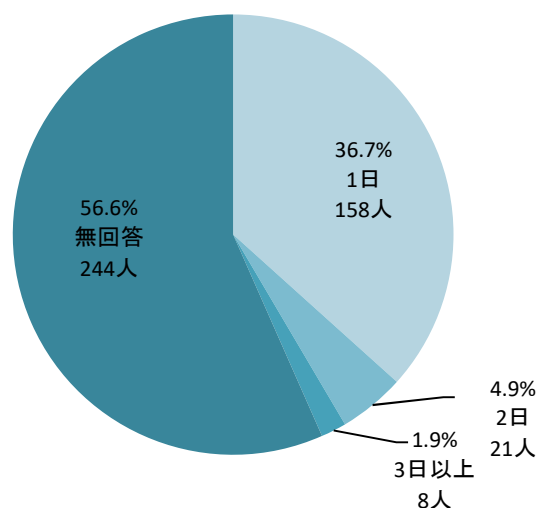
【丸森町出発後の訪問予定地】



町外からの訪問客における丸森町出発後の訪問予定地で最も多かったのは、「角田市」で61人(12.6%)だった。次いで「相馬市」が31人(6.4%)で「山元町」、「新地町」がともに21人(4.3%)と続く。
また、「自宅へ帰る(訪問予定なし)」が246人(50.8%)であった。

その他の内訳は、仙台市、南相馬市、亶理町、いわき市、福島市、松島町、東松島市、山形県など。

【丸森町での滞在予定日数】

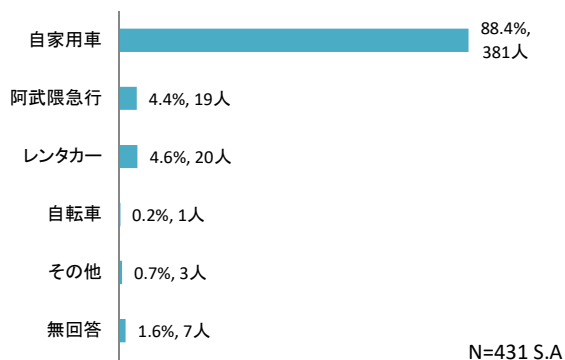


丸森町での滞在日数は、町外からの訪問客では「1日(日帰り)」が158人(36.7%)と最も多く、宿泊を伴う「2日」以上の複数日数の滞在は29人(6.8%)であった。

N=431 S.A

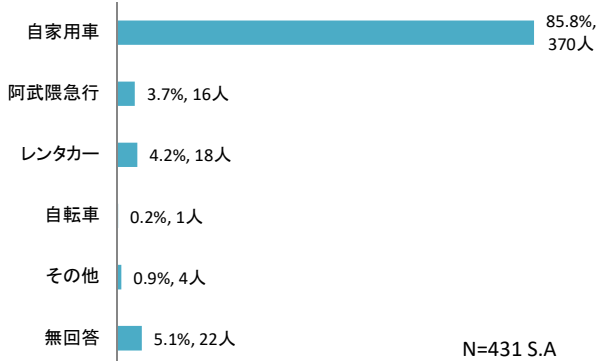
丸森町に入るとき、出るとき、利用、利用予定の交通機関

【丸森町に入るとき、最後に利用した交通機関】



町外からの訪問客が丸森町に入るとき、最後に利用した交通機関は、「自家用車」が最も多く88.4%であり、次いで「レンタカー」が4.6%、「阿武隈急行」が4.4%と続く。

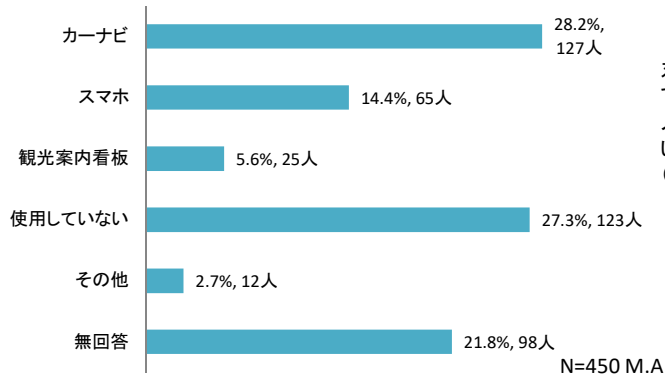
【丸森町を出るとき、最後に利用予定の交通機関】



町外からの訪問客が丸森町を出るとき、最後に利用予定の交通機関は、「自家用車」が最も多く85.8%であり、次いで「レンタカー」が4.2%、「阿武隈急行」が3.7%、続く。

丸森町に来るまでに利用した媒体

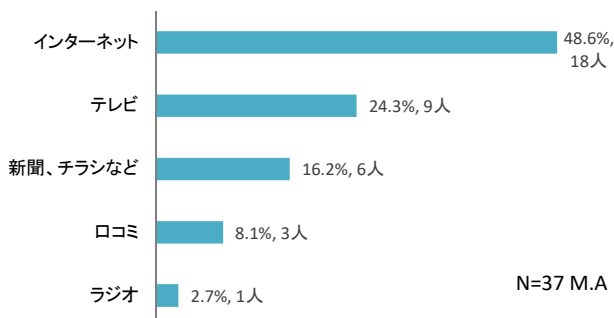
【丸森町に来るまでに使用した媒体】※自家用車、レンタカーで来たと回答した人のみ対象



丸森町を訪れるとき、使用した媒体として、「カーナビ」と回答した人が28.2% (127人)と最も多く、次いで、「何も使用していない」が27.3% (123人)、「スマホ」が14.4% (65人)、「観光案内看板」が5.6% (25人)と続く。

丸森町の情報を得た媒体

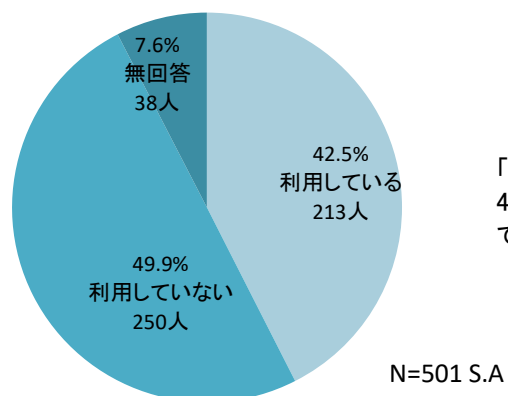
【丸森町の情報を得た媒体】※記述式回答



丸森町の情報を得た媒体として、「インターネット」と回答した人が48.6%と最も多く、次いで、「テレビ」が24.3%、「新聞、チラシなど」が16.2%と続く。
※該当の設問は記述式のため、回答から各項目にあてはまる回答を数え上げて集計を行った。

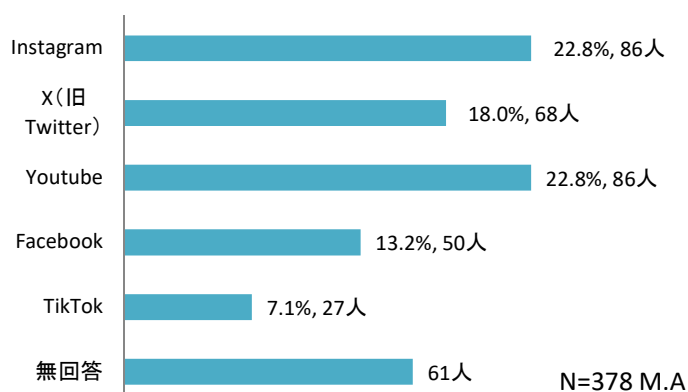
SNSについて

【SNSの利用】



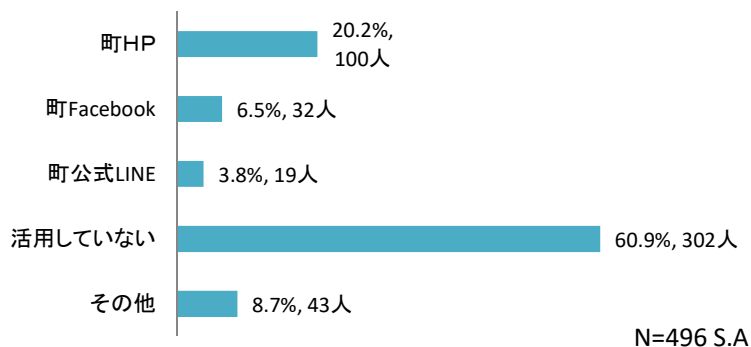
「SNSを利用している」と回答している人は42.5%、「SNSを利用していない」と回答している人は49.9%となっている。

【利用しているSNSの種類】



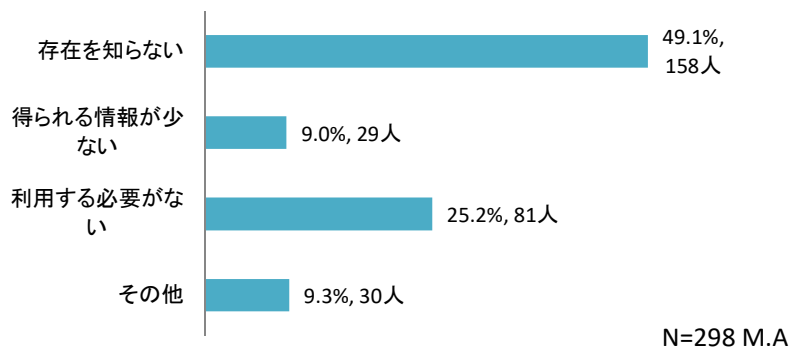
利用しているSNSの種類として、「Instagram」と「YouTube」が22.8%と最も多く、次いで、「X(旧Twitter)」が18%、「Facebook」が13.2%、TikTokが7.1%と続く。

【町の情報発信媒体の活用】



町の情報発信媒体の活用として、「活用していない」が60.9%と最も多く、次いで「町HP」が20.2%、「町Facebook」が6.5%、「町公式LINE」が3.8%と続く。

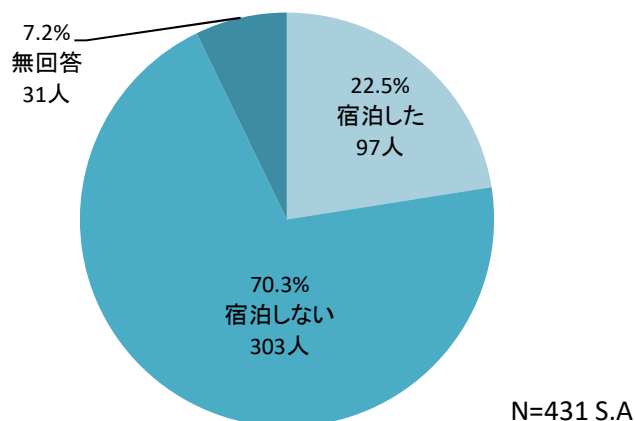
【町の情報発信媒体を活用していない理由】



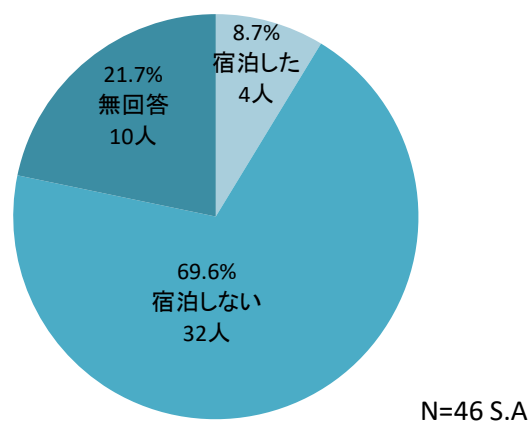
町の情報発信媒体を活用していない理由として、「存在を知らない」が49.1%と最も多く、次いで「利用する必要がない」が25.2%、「得られる情報が少ない」が9%と続く。

丸森町内での宿泊

【町外からの訪問客の宿泊有無】



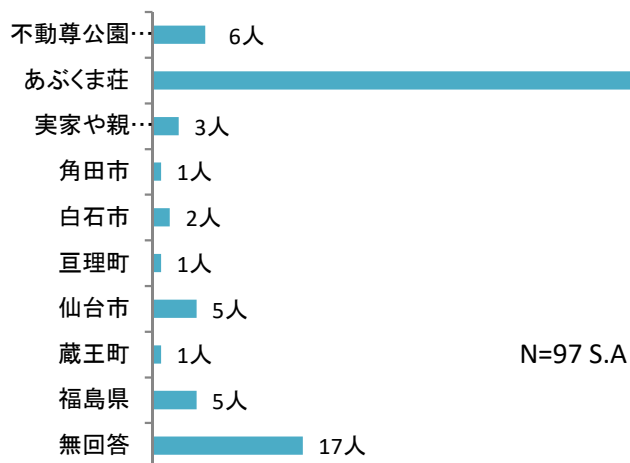
【町内からの訪問客の宿泊有無】



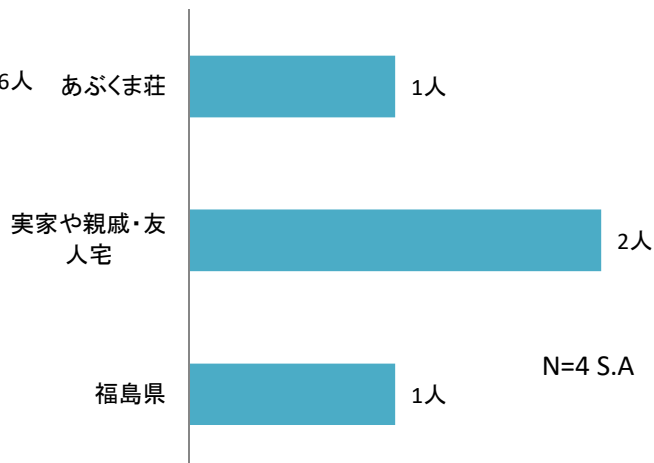
町外からの訪問客で「宿泊した、予定している」人は、22.5%(97人)であった。
「宿泊しない、予定していない」人は、70.3%(303人)であった。

町内からの訪問客では、「宿泊した、予定している」人は、8.7%(4人)であった。
「宿泊しない、予定していない」人は、69.6%(32人)であった。

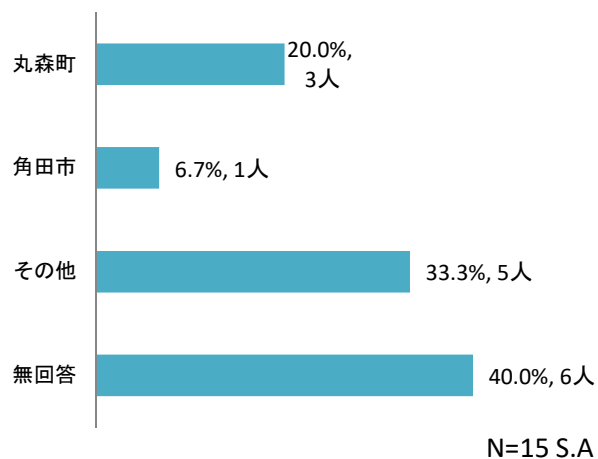
【町外から宿泊する人の宿泊先(予定を含む)】



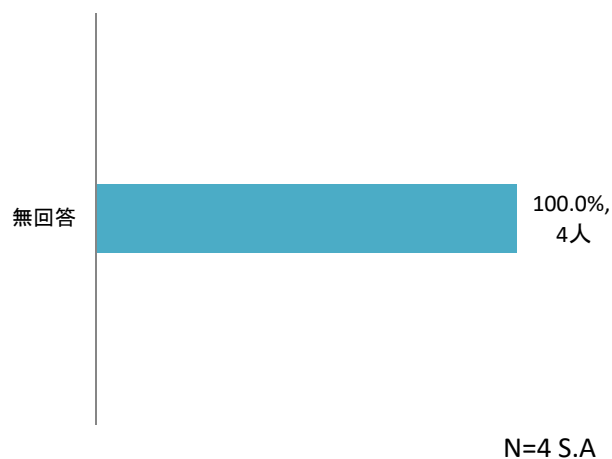
【町内からの訪問客の宿泊先(予定を含む)】



【2泊以上した町外からの訪問客の訪問先】

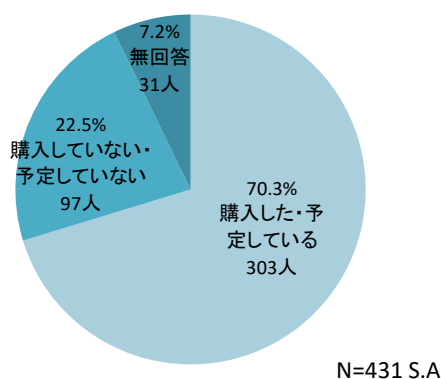


【2泊以上した町内からの訪問客の訪問先】

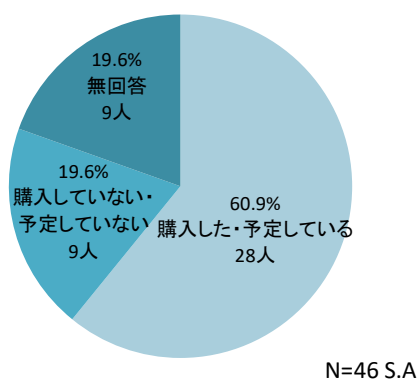


土産品の購入

【町外からの訪問客の土産品の購入有無】

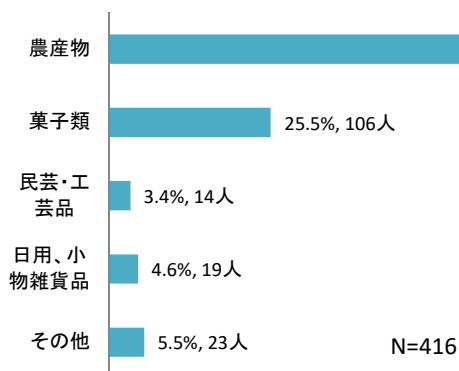


【町内からの訪問客の土産品の購入有無】

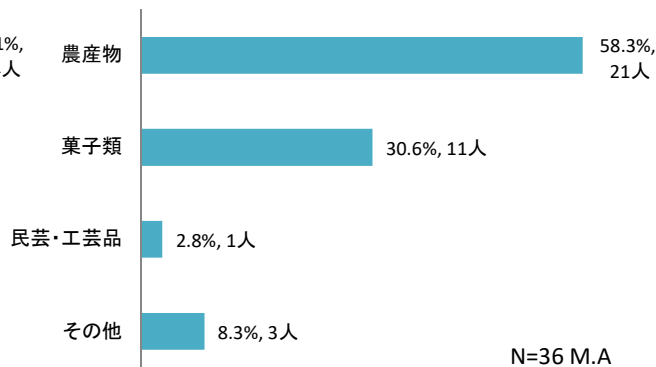


町外からの訪問客で土産品を「購入した、予定している」は70.3%(303人)であった。また、町内からの訪問客で土産品を「購入した、予定している」は60.9%(28人)であり、居住地を問わず訪問客の土産品購入割合は高い。

【町外からの訪問客が購入した土産品】



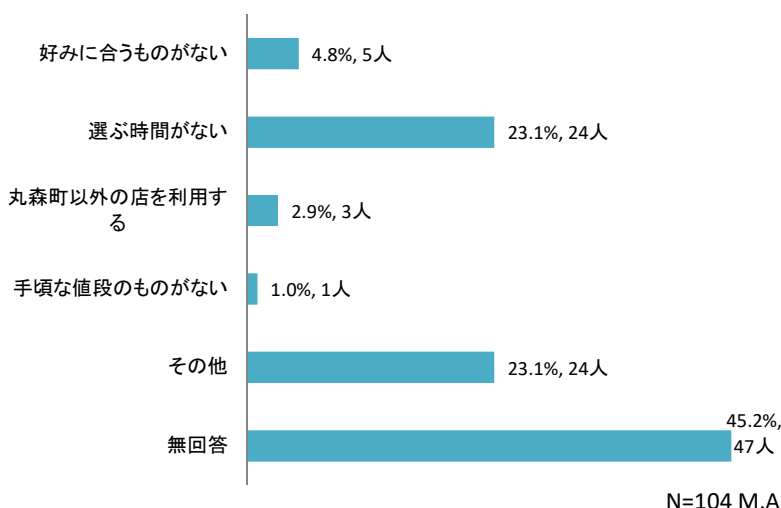
【町内からの訪問客が購入した土産品】



町内・町外どちらも購入する土産品の傾向は同じであった。町内・町外どちらも、「農産物」という回答が最も多く、町外の人で61.1%、町内の人で58.3%の人が購入している。次いで、「菓子類」という回答が多く、町外の人で25.5%、町内の人で30.6%の人が購入している。

町外からの訪問客、町内からの訪問客、どちらも「農産物」を目当てにしていることから、農産物直売所に訪問していることが予想される。

【町外からの訪問客が購入しなかった理由】



町外からの訪問客で土産品を「購入していない、予定していない」方の購入していない理由は「選ぶ時間がない」が23.1%(24人)、次いで「好みに合うものがない」4.8%(5人)、「丸森町以外の店を利用する」が2.9%(3人)と続く。

今回の訪問にかかる丸森町内での出費

【町外からの訪問客の出費】

●日帰り客(総数)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
日帰り客総数	313	313	313	313	313
利用額総計	249,200	0	352,460	736,703	110,720
1人あたり平均額	796	0	1,126	2,354	354

●日帰り客(消費者のみ)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
利用者数	87	0	122	161	42
利用額総計	249,200	0	352,460	736,703	110,720
1人あたり平均額	2,864	-	2,889	4,576	2,636

●宿泊客(総数)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
宿泊総数	102	102	102	102	102
利用額総計	240,790	774,330	201,900	98,800	111,900
1人あたり平均額	2,361	7,591	1,979	969	1,097

●宿泊客(消費者のみ)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
利用者数	41	64	60	39	17
利用額総計	240,790	774,330	201,900	98,800	111,900
1人あたり平均額	5,873	12,099	3,365	2,533	6,582

【町内からの訪問客の出費】

●日帰り客(総数)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
日帰り客総数	32	32	32	32	32
利用額総計	10,900	0	47,150	44,000	15,000
1人あたり平均額	341	0	1,473	1,375	469

●日帰り客(消費者のみ)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
利用者数	7	0	12	12	3
利用額総計	10,900	0	47,150	44,000	15,000
1人あたり平均額	1,557	-	3,929	3,667	5,000

●宿泊客(総数)

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
宿泊客総数	4	4	4	4	4
利用額総計	10,900	0	47,150	44,000	15,000
1人あたり平均額	2,725	0	11,788	11,000	3,750

●宿泊客

使途区分	交通費	宿泊費	飲食費	土産品購入	その他
利用者数	2	0	1	0	2
利用額総計	2,000	0	1,000	0	12,000
1人あたり平均額	1,000	-	1,000	-	6,000

※使途区分の「その他」は他の区分にあてはまらないものの料金

※日帰り客総数は【訪問客の宿泊の有無】で宿泊しないを回答した人数

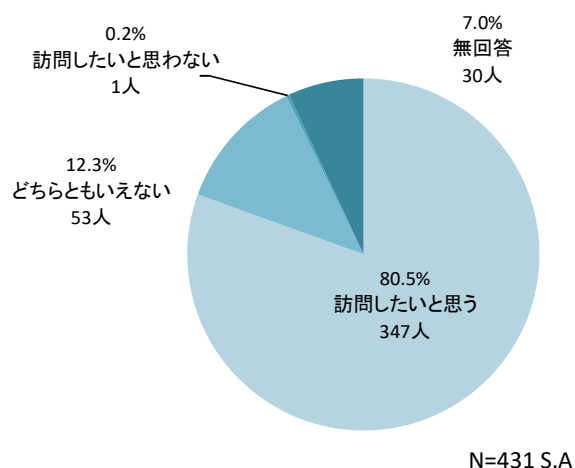
※宿泊客総数は【訪問客の宿泊の有無】で宿泊したを回答した人数

※利用者数は、各使途区分でそれぞれ回答があった観光客の人数

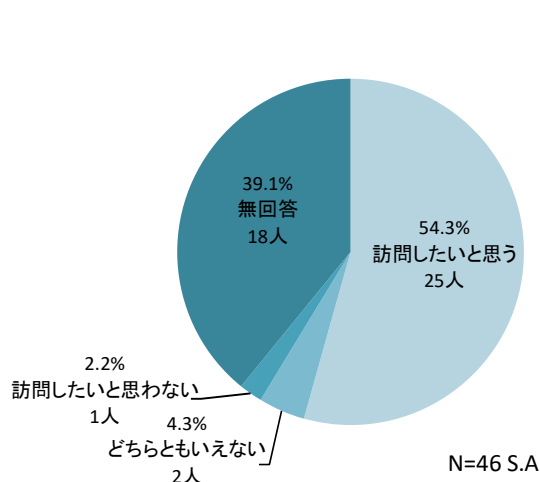
※利用額総計は使途区分別に回答があった金額の合計

再訪意向

【町外からの訪問客の再訪意向】



【町内からの訪問客の再訪意向】



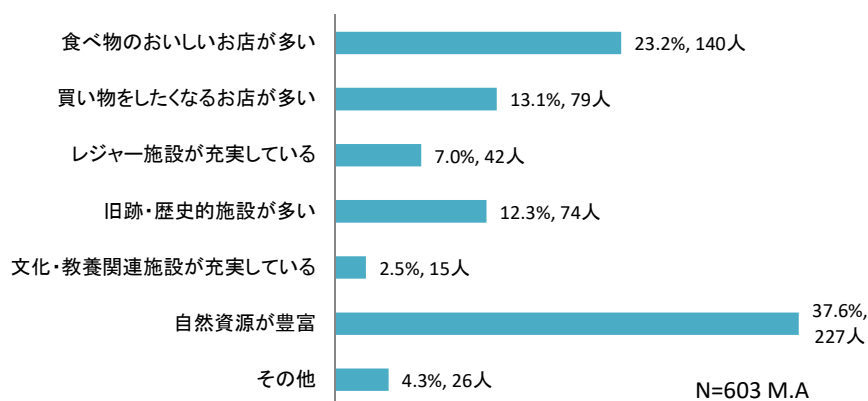
町外からの訪問客の丸森町への再訪意向は「訪問したいと思う」が80.5%(347人)、「どちらともいえない」が12.3%(53人)であった。

また、「無回答」は7.0%(30人)で、回答していただいた431人のうち「訪問したいと思わない」と回答した方は1人であった。

町内からの訪問客の再訪意向は「訪問したいと思う」が54.3%(25人)、「無回答」が39.1%(18人)であった。

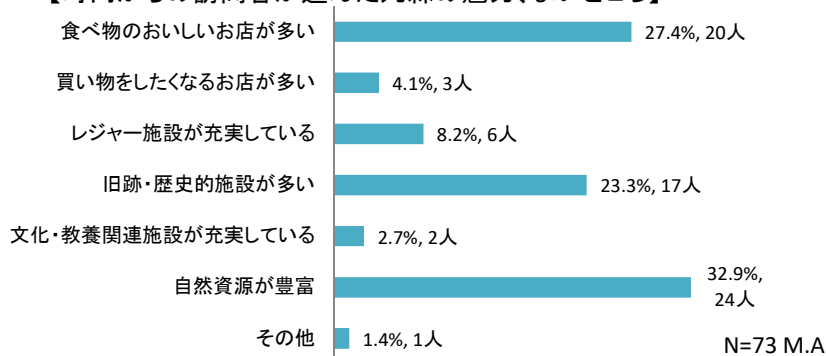
丸森町の魅力、よいところ

【町外からの訪問客が選んだ丸森の魅力、よいところ】



丸森町の魅力、よいところについて、町外からの訪問客では「自然資源が豊富」が37.6%(227人)と最も多く、次いで「食べ物のおいしいお店が多い」が23.2%(140人)と多かった。以下、「買い物をしたくなるお店が多い」が13.1%(79人)、「旧跡・歴史的施設が多い」が12.3%(74人)と続く。

【町内からの訪問客が選んだ丸森の魅力、よいところ】



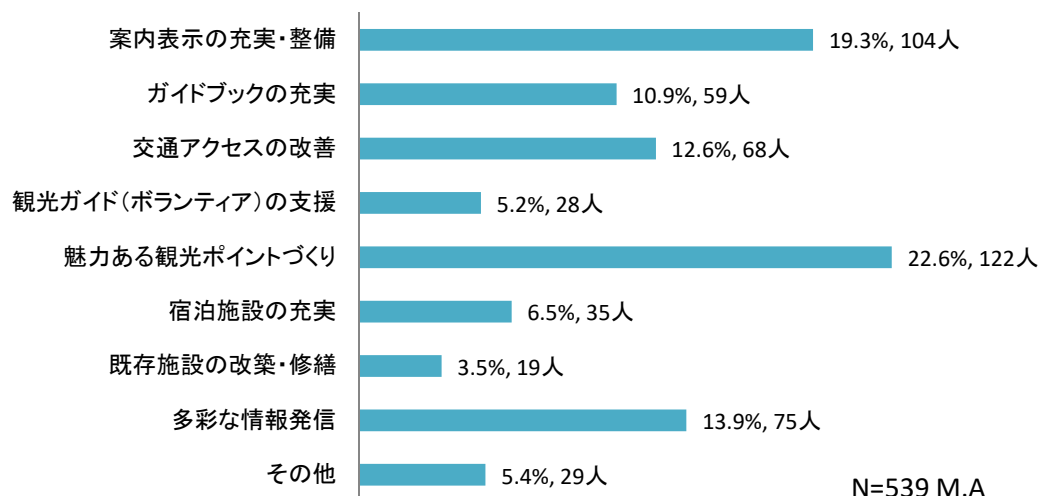
町内からの訪問客では「自然資源が豊富」が32.9%(24人)と最も多く、次いで「食べ物のおいしいお店が多い」が27.4%(20人)と多かった。以下、「旧跡・歴史的施設が多い」が23.3%(17人)と続く。

魅力については、町外・町内の訪問客のどちらも「自然資源が豊富」が最も多く、「文化・教養関連施設が充実している」が最も少なかった。

「その他」項目の主な内容は、「星空がきれい」、「日本酒がおいしい」など。

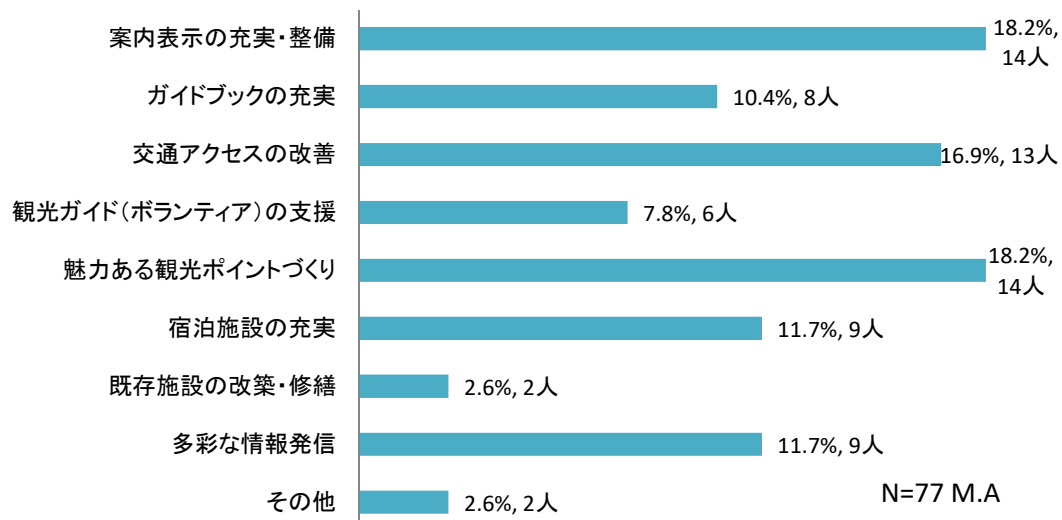
丸森町の観光に期待すること

【町外からの訪問客が丸森町の観光へ期待すること】



町外からの訪問客では、「魅力ある観光ポイントづくり」が22.6% (122人)と最も多く挙げられ、次いで「案内表示の充実・整備」が19.3%(104人)と多かった。以下、「多彩な情報発信」が13.9%(75人)、「交通アクセスの改善」が12.6%(68人)と続く。「その他」の項目では、「タクシーなど移動手段の整備」や「道路の整備」、「子供が遊べる施設の充実」いった内容を挙げる方がみられた。

【町内からの訪問客が丸森町の観光へ期待すること】



町内からの訪問客では、「案内表示の充実・整備」と「魅力ある観光ポイントづくり」が18.2% (14人)、次いで「交通アクセスの改善」が16.9%(13人)と多かった。「宿泊施設の充実」と「多彩な情報発信」が11.7%(9人)、「ガイドブックの充実」10.4%(8人)と続く。

丸森町の観光に期待することに対しては、町外の訪問客、町内の訪問客どちらも「魅力ある観光ポイントづくり」、「案内表示の充実・整備」の割合が多く、どちらの訪問客も期待する内容は同じ傾向がある。

観光動向調査票の結果を分析すると、仙台圏からの来訪及び町内の方、町外の方ともに、50歳以上の訪問客が多く、訪問客全体の約70%が50歳以上であると確認された。また、丸森町への訪問は、自宅からきて自宅に帰るという方が多い状況であり、移動手段として自家用車で訪問する状況から、町内での周遊を促す働きかけが有効であると考えられる。

来訪者の属性については、前年度と同じ傾向ではあるが、新たに記述式で設けた「丸森町を調べた動機、もしくは丸森町の情報を得た媒体は何ですか」については、情報を得た媒体として、テレビや口コミ、新聞等の回答もみられたが、インターネットという回答が、他の回答に比べて多かった。また、SNSの利用状況について、利用していないという回答の方が多かったが、年齢別に見ると、20～49歳まではSNSを利用している人が多く、50歳以上は利用していない人が多かった。若い世代の訪問客数を増やすには、SNSなどインターネットを活用した情報発信が有効的であると予想される。今後とも継続的に観光情報を発信しながらも、特にSNSやインターネットを活用した観光情報の発信の仕方について、さらに検討していきたい。

また、丸森町の魅力及びよいところとして、町内の方と町外の方いずれも「自然資源が豊富なこと」、「食べ物の美味しいお店が多い」が割合が高く、自然資源を有効に活用し、その足で飲食店に立ち寄ってもらい、美味しいものを食べて帰ってもらうことで、より満足度が高くなり滞在時間を長くすることができる可能性があると思われる。今後の入込数を増加させる方法として、今後は、滞在時間が長くなるような導線をつくり、観光消費額の増加に繋がるように取り組む必要がある。

なお、町の観光に期待することとして魅力ある観光ポイントづくり、案内表示の充実・整備、交通アクセスの改善が挙げられているため、今後の検討事項として考えていかなければいけない。

最後に、観光動向調査結果をもとに、観光情報の発信や観光魅力の向上などに活用していきたい。