

平成 30 年度

市政モニターアンケート調査結果
【長崎街道シュガーロードについて】
【長崎かんぼこ王国について】



長 崎 市
商工振興課

1. 調査の目的

長崎市の物産振興を図るにあたり、「長崎街道シュガーロード」及び「長崎かんぼこ王国」の市民の皆さまの認知度を調査し、取り組みによる浸透状況を把握・分析し、今後の事業の参考にすることを目的としています。

2. 調査の概要

調査期間：平成31年1月16日～平成31年1月31日

送付数：230人（郵送モニター 189人 インターネットモニター 41人）

回答率：82.6%（190人）

（郵送モニター 167人 インターネットモニター 23人）

3. 調査結果

長崎市では、物産振興のため、シュガーロード連絡協議会（※1）や長崎かんぼこ王国推進委員会（※2）と連携しながら、「長崎街道シュガーロード」「長崎かんぼこ王国」の情報発信に取り組んでいます。

今回の調査結果では、それぞれの認知度は、「長崎街道シュガーロード」が51.1%、「長崎かんぼこ王国」が45.8%でした。前回（平成28年度）の調査では、「長崎街道シュガーロード」が50.0%、「長崎かんぼこ王国」が48.8%で、この2年間で認知度はほぼ変わっていないということがわかりました。

長崎が誇る菓子や蒲鉾の販路拡大・消費拡大につなげるため、さらに認知度を向上させるような方策を研究し、関係団体とともに取り組んでいきたいと思えます。

※1 シュガーロード連絡協議会…長崎街道沿いの8市（長崎市、諫早市、大村市、嬉野市、小城市、佐賀市、飯塚市、北九州市）及び地域の菓子店等で構成し、シュガーロードの魅力発信に取り組んでいる。

※2 長崎かんぼこ王国推進委員会…長崎蒲鉾水産加工業協同組合、地元の蒲鉾店、長崎市等で構成し、「長崎かんぼこ王国」の活動を通じて、蒲鉾の消費拡大に取り組んでいる。

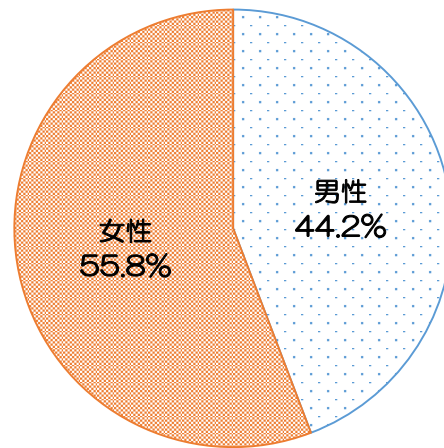
4. 調査結果の見方

調査結果の数字は、百分率で表記しているものがあり、百分率の値は、小数点以下第2位を四捨五入して、小数点第1位まで表記しています。そのため、内訳を合計しても100パーセントに合致しない場合があります。

また、複数回答可とした設問においては、合計が100パーセントを上回る場合があります。

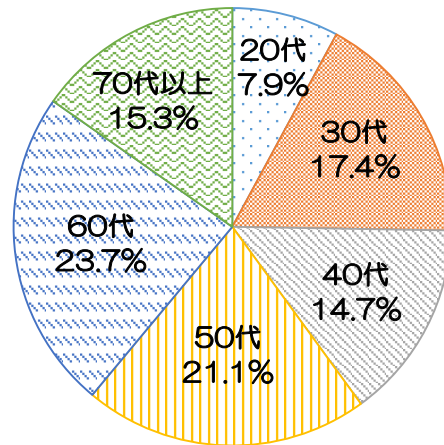
問1 あなたの性別をお答えください。

選択肢	回答者数	割合
男性	84人	44.2%
女性	106人	55.8%
合計	190人	100.0%



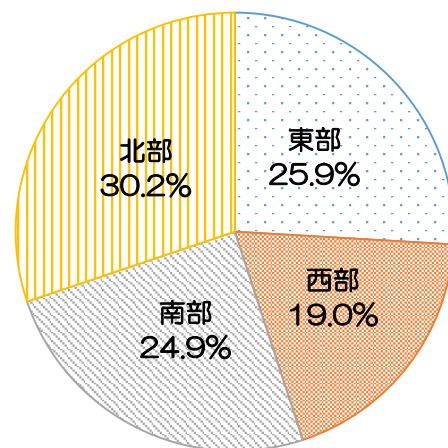
問2 あなたの年齢を選択してください。

選択肢	回答者数	割合
20代	15人	7.9%
30代	33人	17.4%
40代	28人	14.7%
50代	40人	21.1%
60代	45人	23.7%
70代以上	29人	15.3%
合計	190人	100.0%



問3 お住まいの町名を教えてください。

選択肢	回答者数	割合
東部	49人	25.9%
西部	36人	19.0%
南部	47人	24.9%
北部	57人	30.2%
合計	189人	100.0%



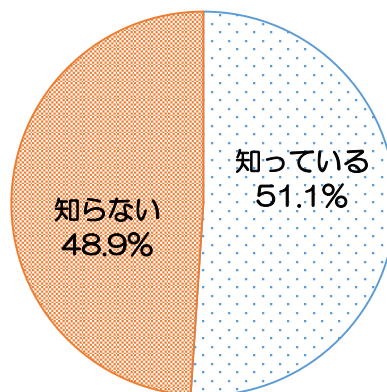
※ご記入いただいた町名をもとに、東西南北に分けて集計しています。

(無記入1人)

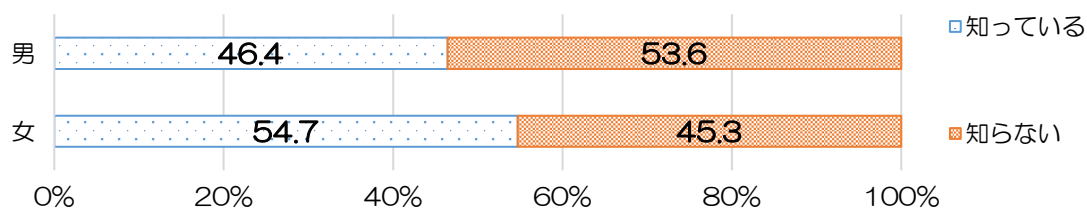
長崎街道シュガーロードについて

問 14 「長崎街道シュガーロード」を知っていますか。

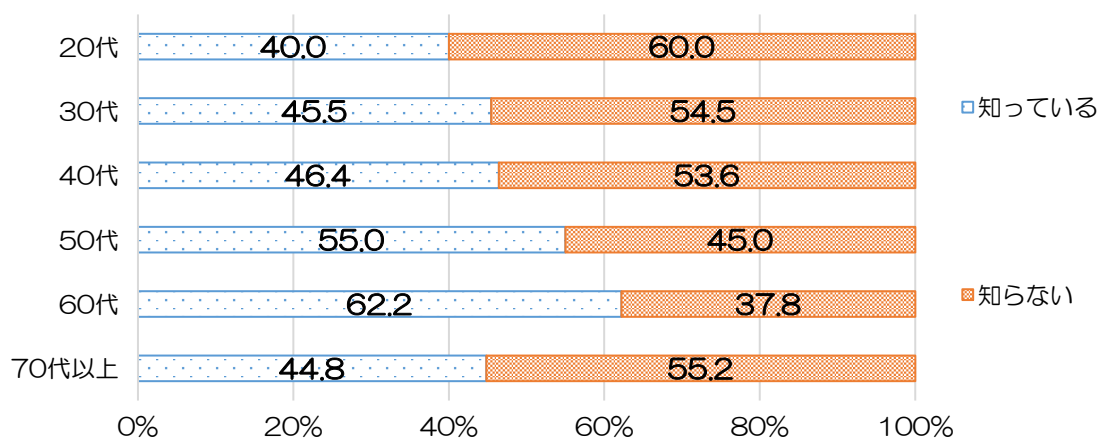
選択肢	回答者数	割合
知っている	97人	51.1%
知らない	93人	48.9%
合計	190人	100.0%



〈男女別割合〉



〈年代別割合〉

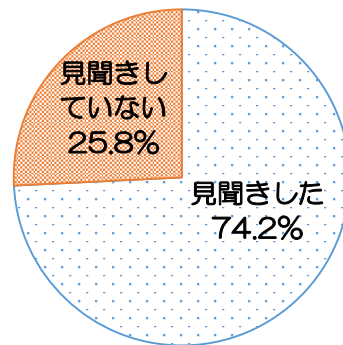


シュガーロードを「知っている」と答えたかたは51.1%で、性別で見ると、男女の比率にあまり差はありませんでした。年代別に見ると、50代、60代では50%を超えていますが、それ以外の年代では、認知度が低いことが分かりました。

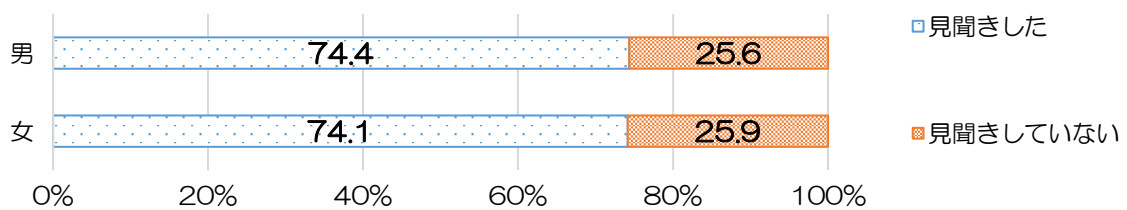
問 15 「問 14」で「知っている」と回答したかたに質問です。

過去1年間において、「長崎街道シュガーロード」に関する情報を見聞きしましたか。

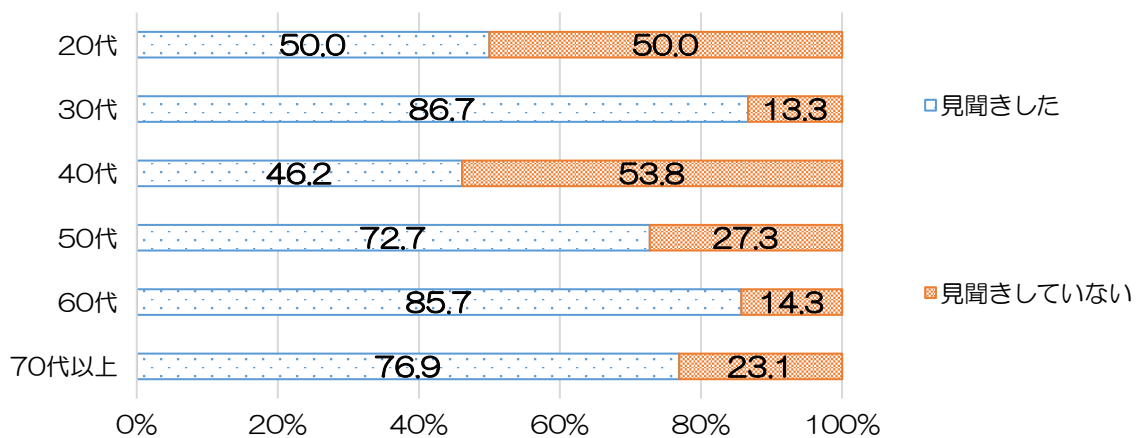
選択肢	回答者数	割合
見聞きした	72人	74.2%
見聞きしていない	25人	25.8%
合計	97人	100.0%



〈男女別割合〉

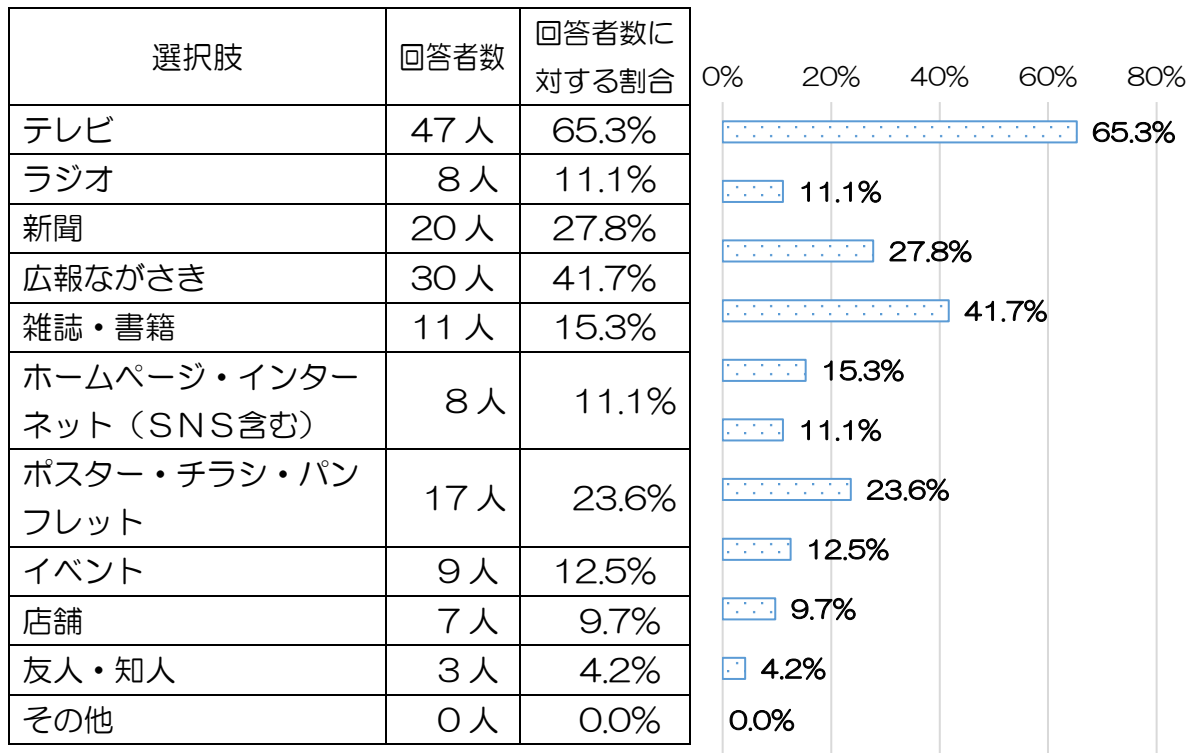


〈年代別割合〉



シュガーロードを知っていると答えたかたのうち、過去1年間に、シュガーロードに関する情報を見聞きしたことがあるかたの割合は74.2%で、性別で見ると、男女の比率に差はありませんでした。年代別で見ると、30代及び50代以上で70%を超える高い割合となっています。

問 16 「問 15」で「見聞きした」と回答したかたに質問です。
 どこで見聞きしましたか。【複数回答可】



回答者数 72 人、有効回答数 160

シュガーロードの情報を見聞きした手段としては、1位が「テレビ」、2位が「広報ながさき」、3位が「新聞」という結果でした。シュガーロードに関する特集がテレビや新聞で取り上げられる機会が増えていることが関係していると考えられます。

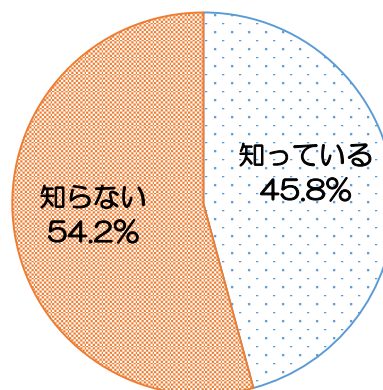
一方で、「ホームページ・インターネット（SNS含む）」の割合が約11%であることから、ホームページやインターネット、SNSを活用した情報発信の頻度を高めるなどの方策が必要であることが分かりました。

特に、認知度が40%と最も低く、シュガーロードの情報を見聞きした機会が少ない20代に向けたSNSを活用した周知活動の強化を図ることが必要であると感じました。

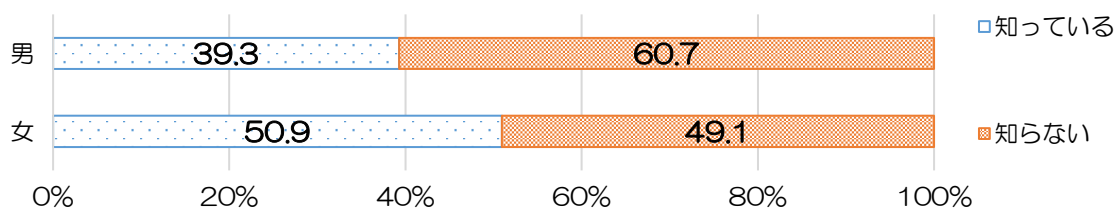
長崎かんぼこ王国について

問17 「長崎かんぼこ王国」を知っていますか。

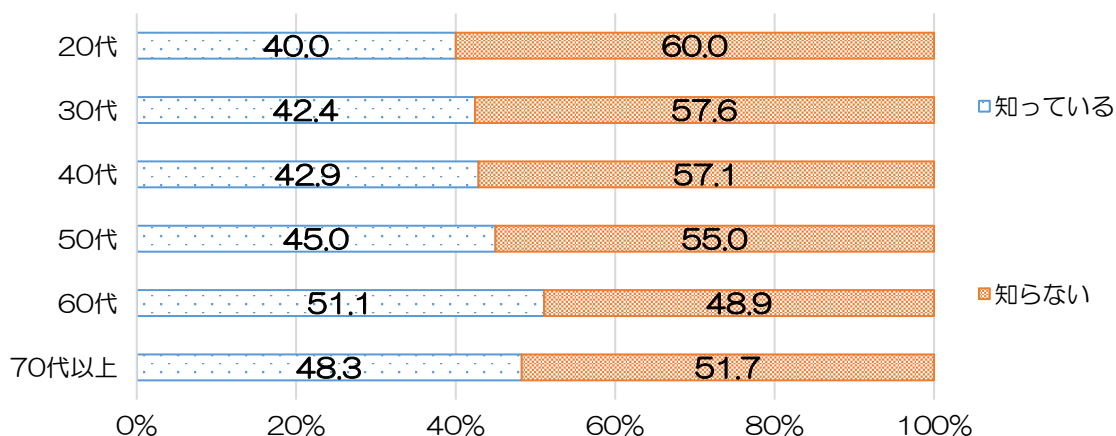
選択肢	回答者数	割合
知っている	87人	45.8%
知らない	103人	54.2%
合計	190人	100.0%



〈男女別割合〉



〈年代別割合〉

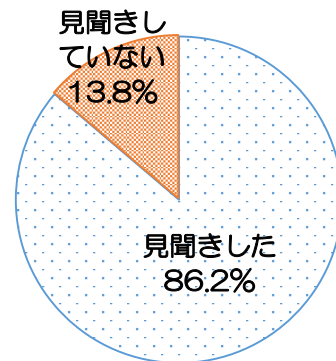


長崎かんぼこ王国を「知っている」と答えたかたは45.8%で、女性が知っている割合は50%を超えています。全体としては半数を下回る結果となりました。

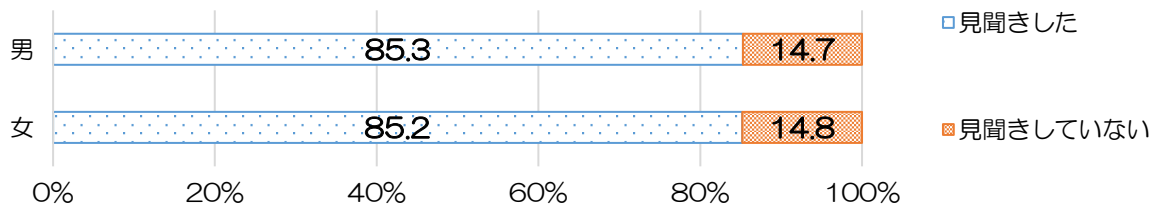
年代別に見ると、60代では50%を超えているものの、それ以外の年代では、40%程度の認知度となっており、情報発信の方策を研究していく必要があると考えます。

問18 「問17」で「知っている」と回答したかたに質問です。
過去1年間において、「長崎かんぼこ王国」に関する情報を見聞きしましたか。

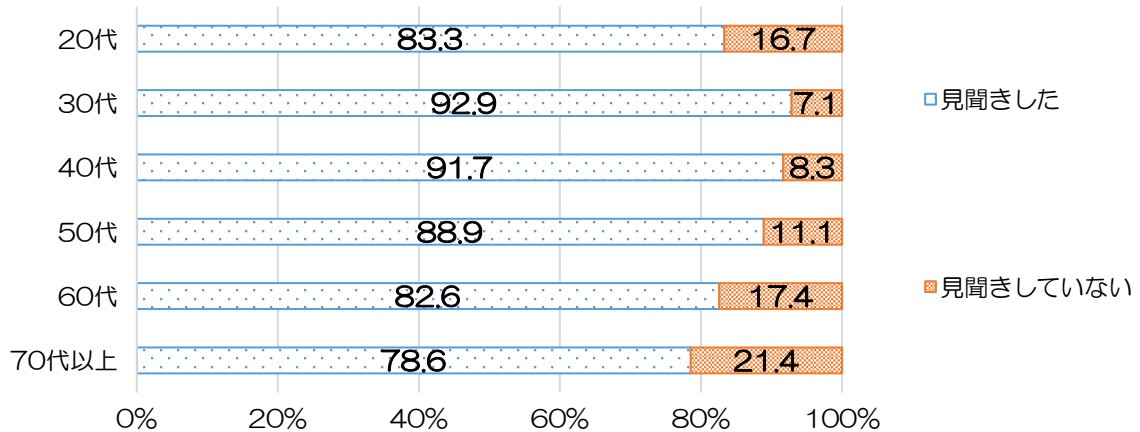
選択肢	回答者数	割合
見聞きした	75人	86.2%
見聞きしていない	12人	13.8%
合計	87人	100.0%



〈男女別割合〉

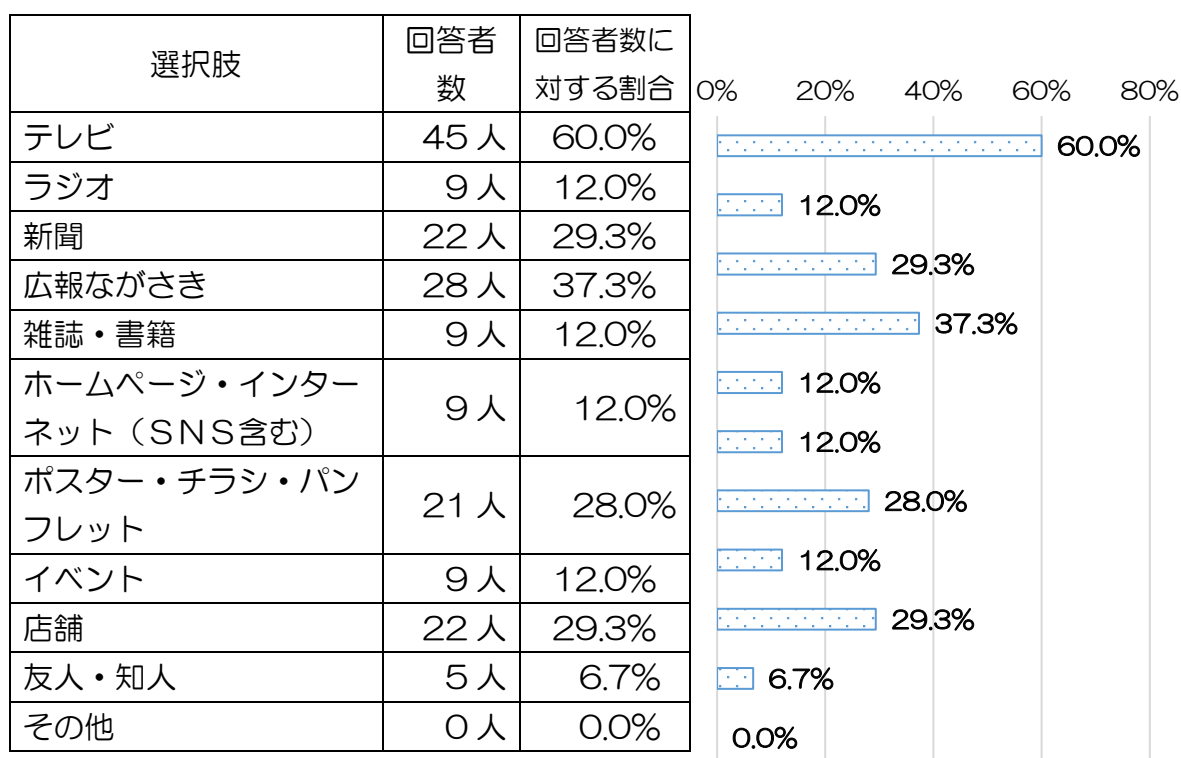


〈年代別割合〉



長崎かんぼこ王国を知っていると答えたかたのうち、過去1年間に、長崎かんぼこ王国に関する情報を見聞きしたことがあるかたの割合は86.2%で、性別で見ると男女の比率に差はありませんでした。年代別で見ると、どの年代も高い割合となっています。

問 19 「問 18」で「見聞きした」と回答したかたに質問です。
 どこで見聞きしましたか。【複数回答可】



回答者数 75 人、有効回答数 179

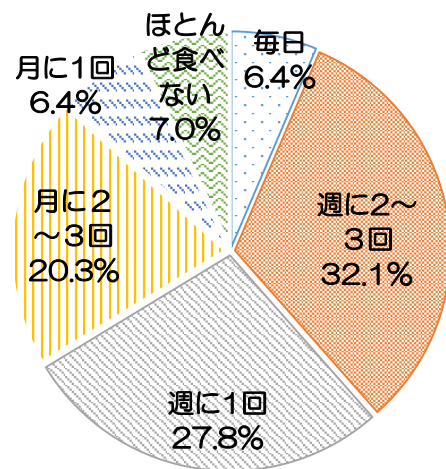
長崎かんぼこ王国の情報を見聞きした手段としては、1位が「テレビ」、2位が「広報ながさき」、3位が「新聞」「店舗」という結果でした。

「店舗」で情報を見聞きしたかたが比較的多いことから、長崎かんぼこ王国の構成員である地元の蒲鉾店の店舗での広報・PRをさらに拡大させることで、かまぼこの購入促進にもつなげることができるのではないかと考えます。

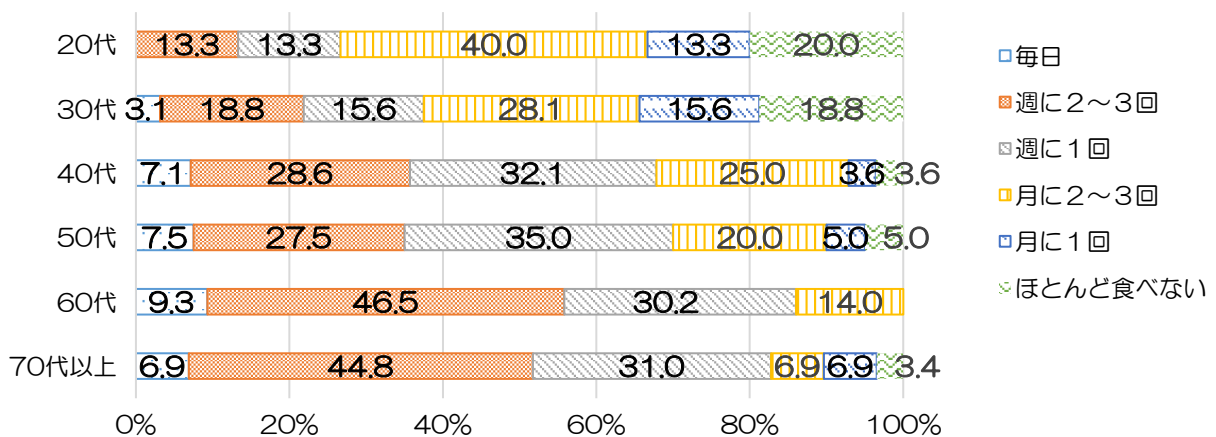
問 20 かまぼこをどのくらいの頻度で食べていますか。

選択肢	回答者数	割合
毎日	12 人	6.4%
週に2～3回	60 人	32.1%
週に1回	52 人	27.8%
月に2～3回	38 人	20.3%
月に1回	12 人	6.4%
ほとんど食べない	13 人	7.0%
合計	187 人	100.0%

(無記入 3 人)



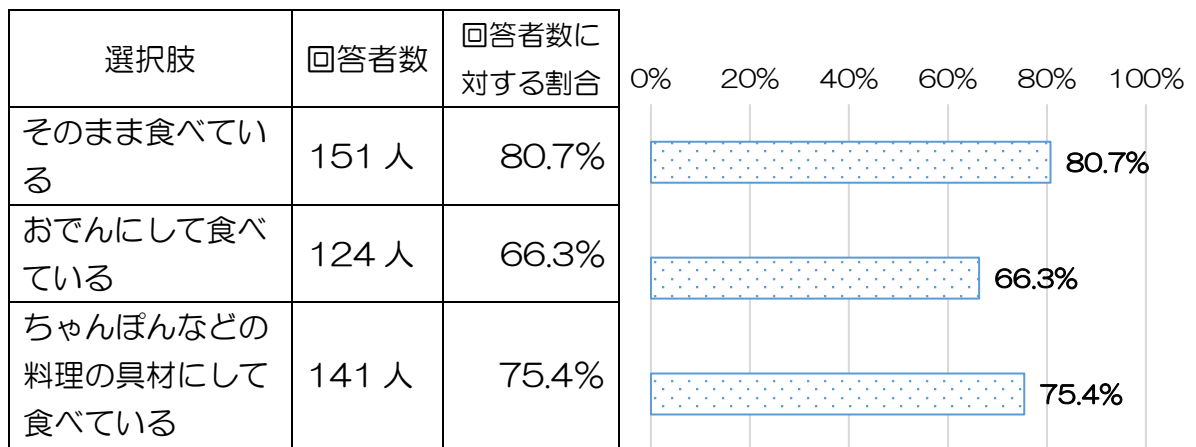
〈年代別割合〉



かまぼこを食べる頻度としては、週1回以上というカタが 65%を上回り、長崎市民に広く食されていることが分かりました。年代別に見ると、年代が上がるにつれ、食べる頻度も高くなっています。

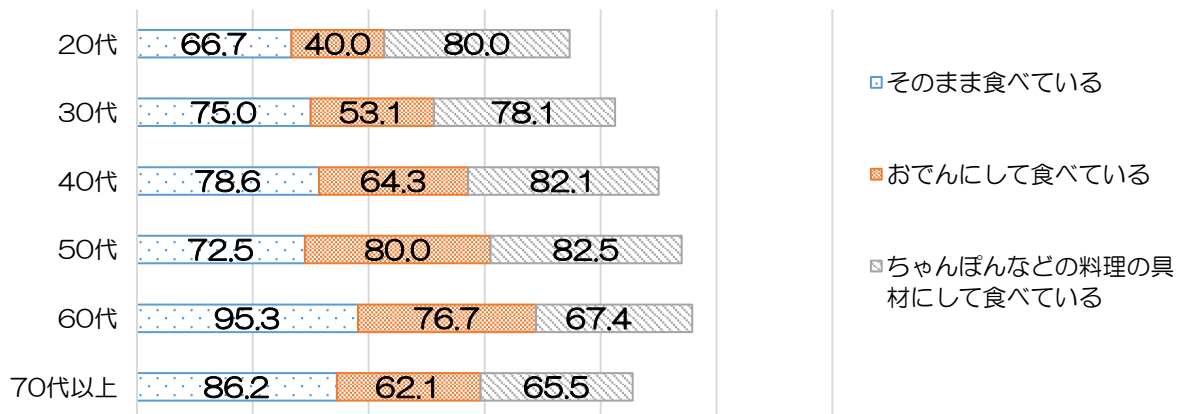
全国の県庁所在地における家計調査の結果でも、長崎市は魚肉練り製品の支出金額で、平成27年から3年連続で全国1位であり、長崎市民にとって、かまぼこは日常的に食べられる身近な食品であることが分かります。

問 21 かまぼこはどのように食べていますか。【複数回答可】



回答者数 187 人、有効回答数 416

〈年代別割合〉



かまぼこの食べ方については、そのまま食べるかたが 80%を上回り、料理の 1 品として広く食されていることが分かりました。

また、おでんやちゃんぽんなど料理の具材として食べるかたの割合も高く、新たなメニュー、食べ方の提案により、より多くのかたにかまぼこを食べてもらうことができると感じました。