

第11回全国和牛能力共進会宮城大会におけるアンケート調査結果の概要及び経済波及効果について

1 アンケート調査結果の概要について

(1) 調査目的

第11回全共宮城大会等に対する印象や意見等を集約し、今後の和牛生産振興施策に活用するとともに、次回第12回全共鹿児島大会の参考としていただくため、実施したもの。

(2) アンケート調査の方法

第11回全共宮城大会「種牛の部」会場(夢メッセみやぎ)において、アンケートを配付し、回収したもの。

(3) 回答者数

アンケート用紙を5日間で10,000枚配布したところ、3,242名から回答を頂戴したもの。

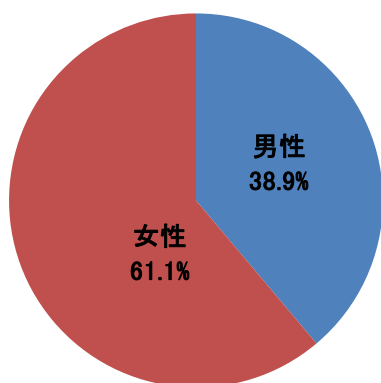
(4) アンケート調査結果の概要

① 回答者属性

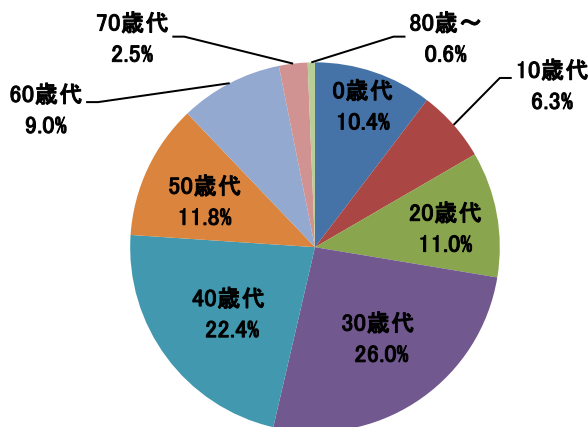
性別は、女性が61.1%を占めた。

年代構成は、30歳代が26.0%で最も多く、次いで40歳代の22.4%となった。また、20歳代から50歳代までで、71.2%を占めた。

【図1 性別】



【図2 年代構成】

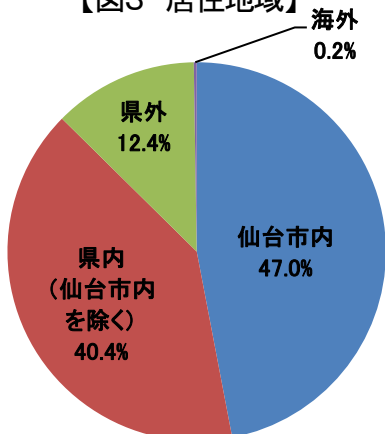


② 来場方法等

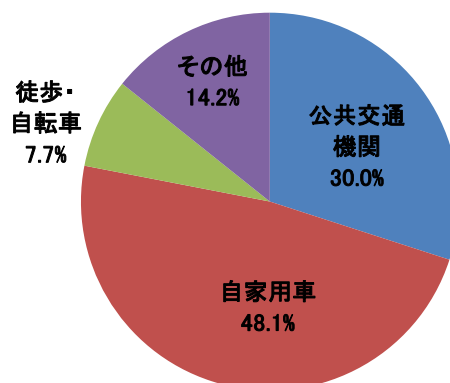
来場者の居住地域は、仙台市内が47.0%、次いで、市内を除く県内が40.4%となった。

交通手段は、自家用車が48.1%、次いで、公共交通機関が30.0%となった。

【図3 居住地域】



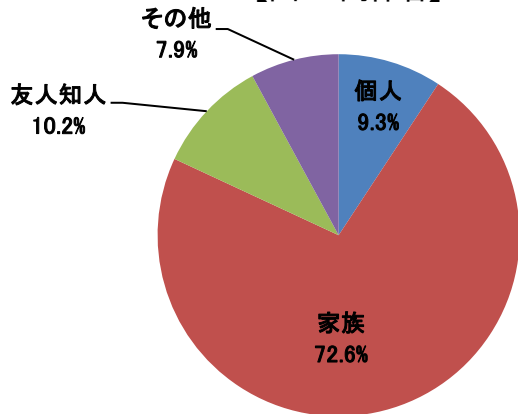
【図4 交通手段】



※ 公共交通機関:最寄駅からシャトルバス利用を含む

同伴者は、家族が 72.6%, 次いで、友人知人が 10.2%となった。

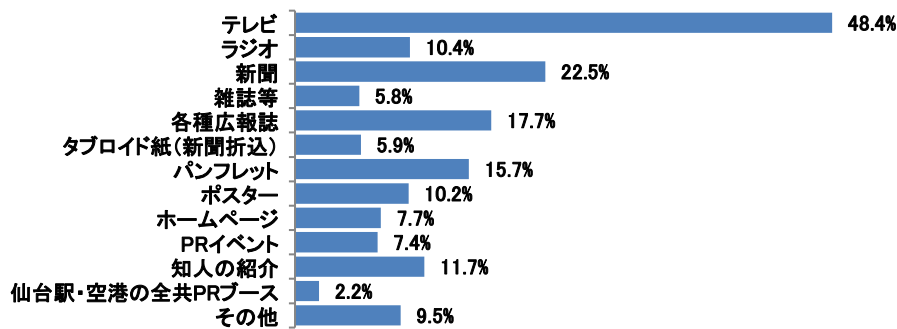
【図5 同伴者】



③ 大会認知の情報媒体（複数回答可能）

テレビでの認知が 48.4%, 次いで、新聞が 22.5%となった。

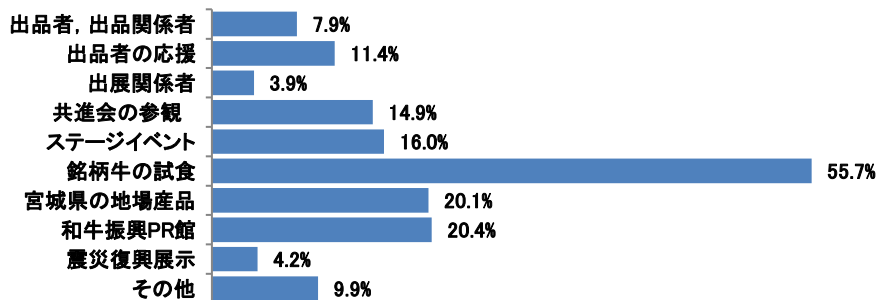
【図6 大会認知の情報媒体】



④ 来場目的（複数回答可能）

銘柄牛の試食が 55.7%, 次いで、和牛振興 PR 館が 20.4%となった。

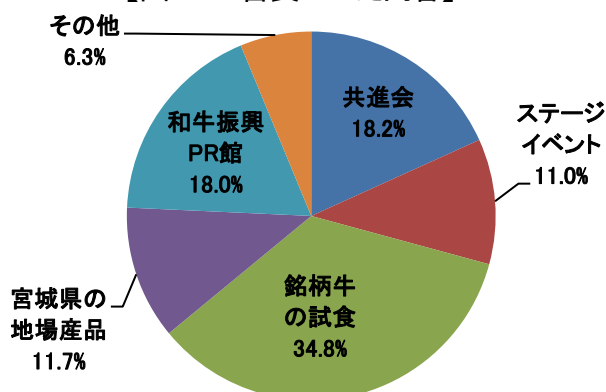
【図7 来場目的】



⑤ 一番良かった内容

銘柄牛の試食が 34.8%, 次いで共進会が 18.2%となった。

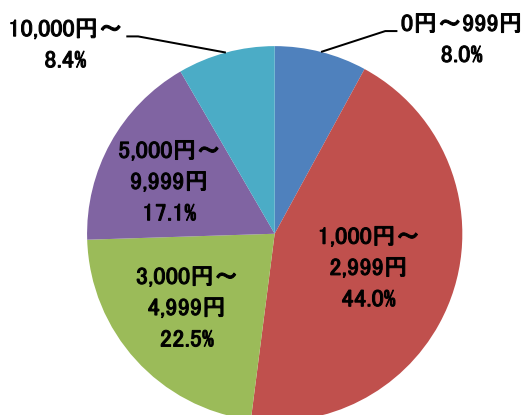
【図8 一番良かった内容】



⑥ 会場で一人あたり支出した経費

一人 1,000 円～2,999 円を支出した割合が 44.0%, 次いで、3,000 円～4,999 円が 22.5% となった。

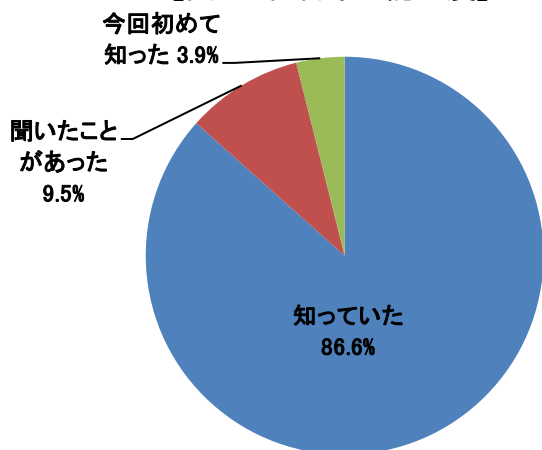
【図9 会場で一人あたり支出した経費】



⑦ 宮城県のブランド牛が「仙台牛」であることの認知度

仙台牛を知っていた割合は 86.6%, 聞いたことがあった割合は 9.5% となった。

【図10 仙台牛の認知度】



2 経済波及効果について

大会への来場者数や今回のアンケート調査結果等に基づき、震災復興・企画部で作成した経済波及効果分析ツールを用いて推計したところ、本大会の開催により約 101 億円の経済波及効果があったものと見込まれる。

区分	生産額(百万円)	備考
直接効果	6,229	来場者の大会期間中における消費に伴う需要により直接的に誘発される県内生産額
第1次波及効果	2,111	直接効果に必要な原材料や燃料等の需要増で誘発される関連産業の県内生産額
第2次波及効果	1,777	直接効果と第1次波及効果で生じた雇用者所得の増加を受けて新たに生まれる消費により誘発される県内生産額
総合波及効果(計)	10,117	

※ 平成25年宮城県産業連関表(延長表)を使用。

※ 第2次波及効果推計に利用する平均消費性向は、平成28年家計調査(仙台市勤労者世帯)の値(0.868)を使用。

※ 来場者の消費額はアンケート調査結果及び大会実行委員会が斡旋した宿泊料のほか、国土交通省観光庁「旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究(2014年版)」における平均消費額を使用。