

中城村商業施設誘致に関する住民ニーズ調査 報告書【概要版】

令和 7 年 1 月

中城村

中城村商業施設誘致に関する住民ニーズ調査 報告書 【概要版】

目 次

はじめに	1
1．アンケート調査	1
2．ヒアリング調査	6
3．ワークショップ	6
4．まとめ	8

調査概要

【調査の目的】

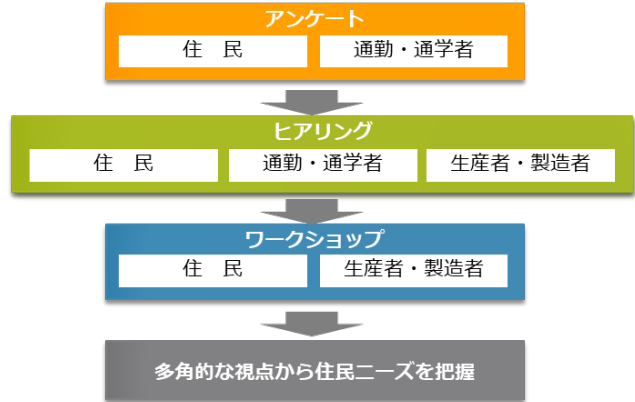
中城村（以下、「本村」という。）においては、商業施設等の不足、観光消費に繋がる施設の不足や、雇用の受け皿となるような働き場所の不足、さらに、村の基幹産業である農業においては多様な販路開拓が求められるなど、多方面において課題を抱えています。

そこで、これらの課題の解消に向けて、国道329号線沿いに立地する中城中学校を移転し、その跡地と、隣接する旧役場庁舎跡地を活用した商業施設誘致を計画し、令和3年11月に、その構想を示した「中城村商業施設誘致促進基本構想」（以下、「基本構想」という。）を策定しました。

令和6年度においては、単に商業施設を誘致するに留まらず、他地域にある同種・類似施設との差別化を図りつつ、本村の抱える課題の解消や、本村の魅力を十分に活かした商業施設の誘致に向けて、各種調査を実施し、住民等のニーズを把握することを目的とします。

【調査フロー】

本調査では、アンケート調査、ヒアリング調査、さらにワークショップを行い、多角的な視点から商業施設に対するニーズとしてまとめることとします。



1. アンケート調査

アンケートの調査概要

【住民ニーズ調査】

■調査期間

令和6年7月1日（月）～7月22日（月）

■調査対象

無作為入出した18歳～64歳の村民2,000人

■調査方法

アンケート票を郵送し、郵送またはオンラインによる回収

■調査項目

属性、日頃の買い物、新たに誘致する商業施設 等

■回収結果

配布数2,000件、回収612件、回収率30.6%

【通勤・通学者ニーズ調査】

■調査期間

令和6年7月1日（月）～7月22日（月）

■調査対象

村内企業等への通勤者および村内大学等への通学者

■調査方法

ウェブフォームのQRコードを付したフライヤー配布による周知、オンラインによる回収

■調査項目

属性、日頃の買い物、新たに誘致する商業施設 等

■回収結果

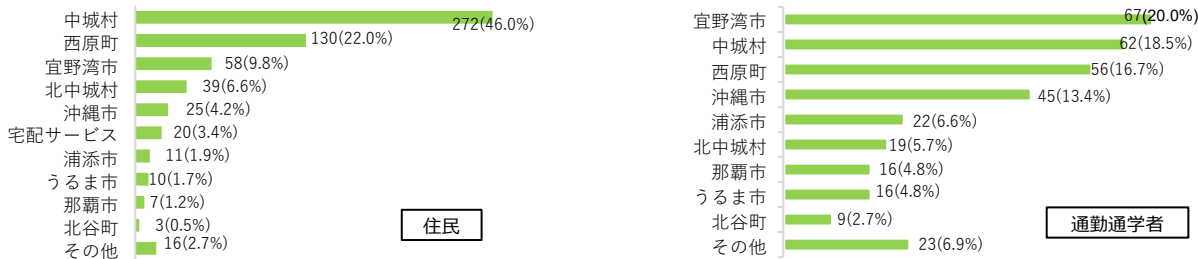
回収396件

（1）買い物の現状について

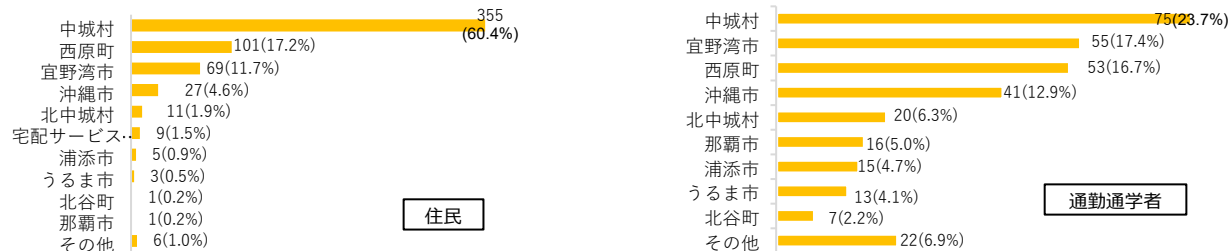
①場所

住民は、西原町・宜野湾市に吸引されている状況となっています。通勤通学者は、居住地で購入する割合が高いですが、居住地と勤務地・学校との間で目的に合った利便性の高い場所で購入する傾向も見られます。

購入している場所（日用品）

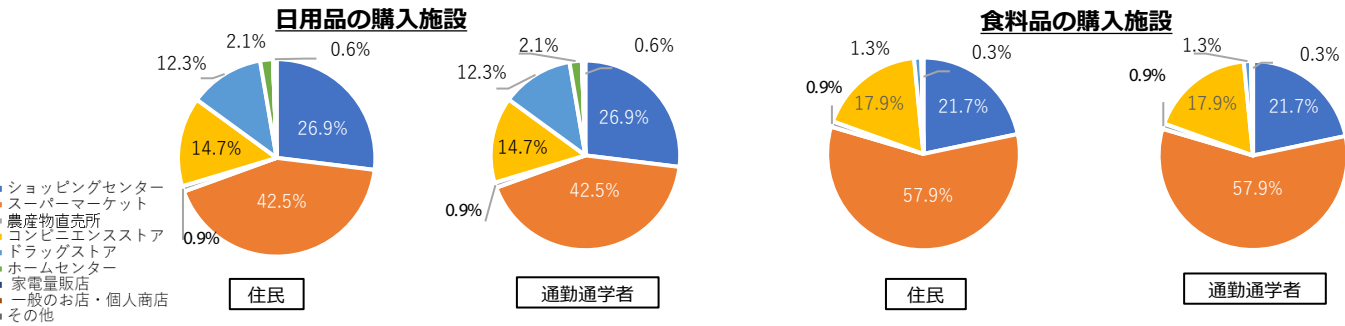


購入している場所（食料品）



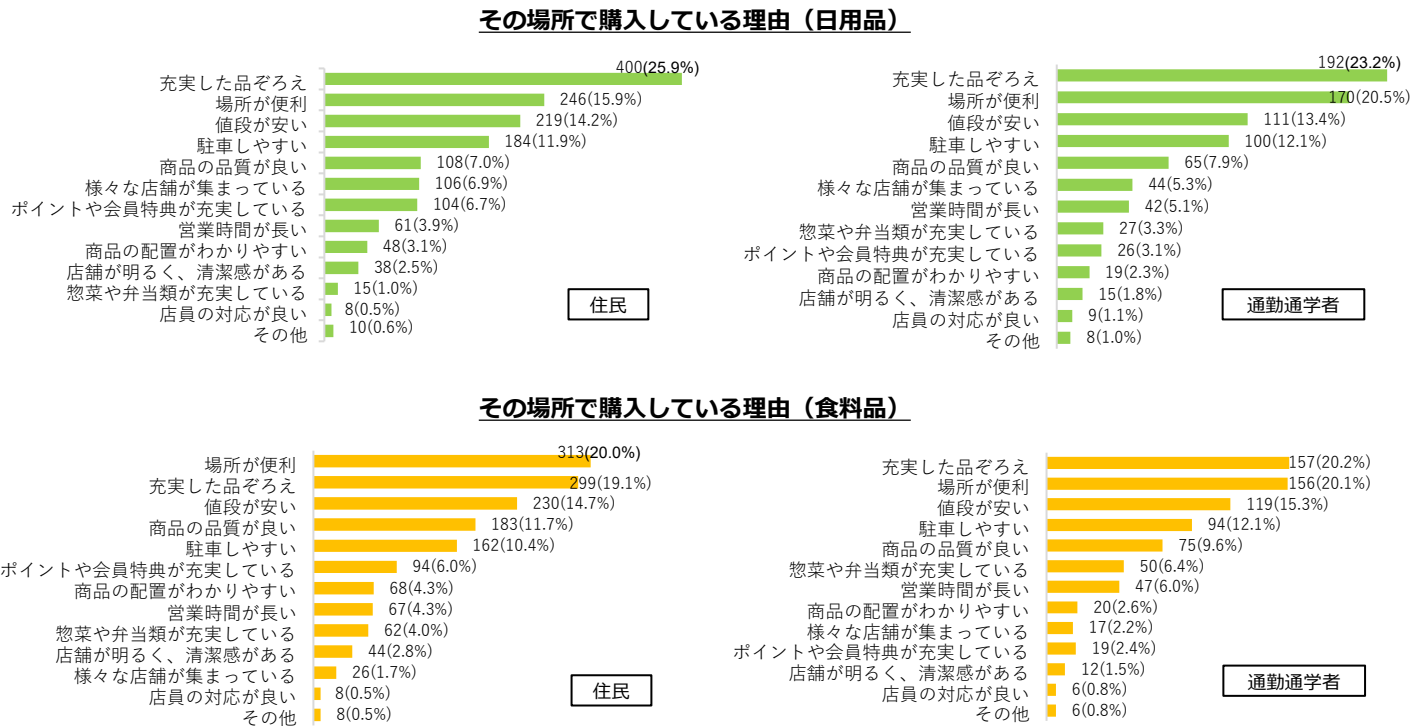
②施設

住民、通勤通学者ともに「スーパーマーケット」「ショッピングセンター」が上位となっています。次いで、住民は「ドラッグストア」、通勤通学者は「コンビニエンスストア」が多くなっています。



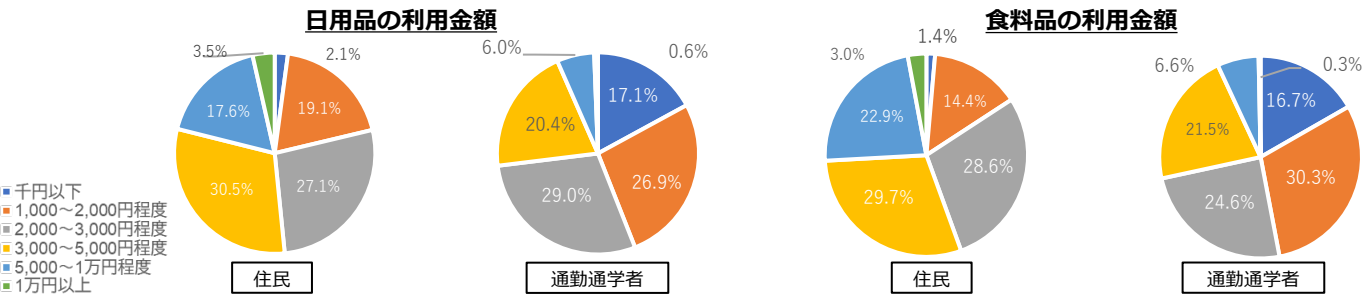
③理由

住民、通勤通学者ともに、「充実した品ぞろえ」「場所が便利」「値段が安い」が上位を占めています。



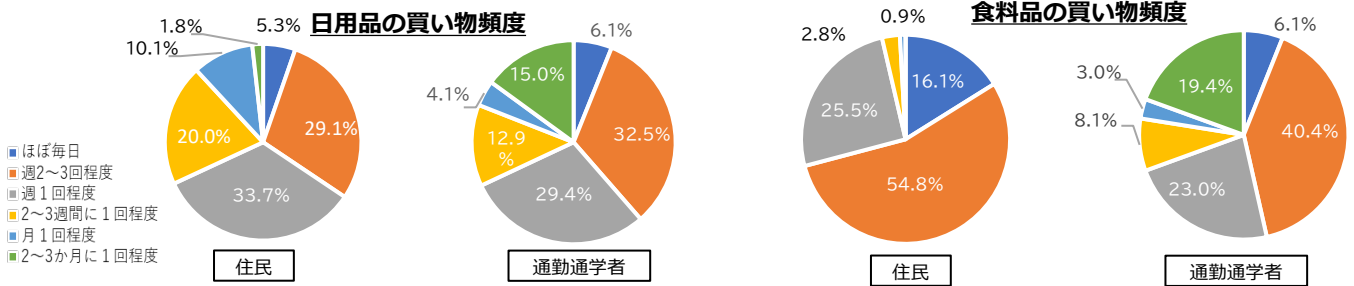
④利用金額

日用品、食料品ともに、通勤通学者と比較して住民の1回の買い物の利用金額が高い傾向です。



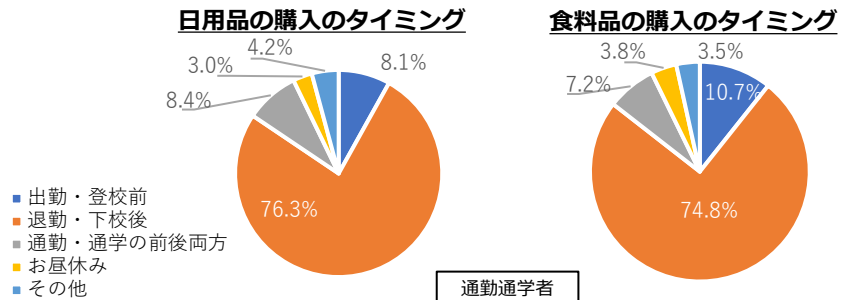
⑤頻度

住民、通勤通学者ともに、週1回以上が7割程度となっています。



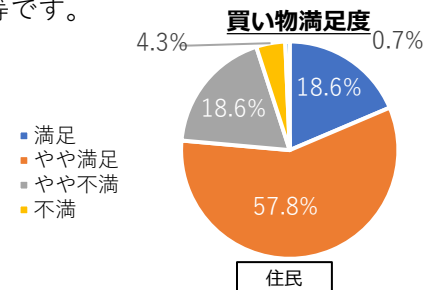
⑥タイミング

通勤・通学者の買い物のタイミングは退勤・下校時が7割以上を占めています。



⑦買い物の満足度

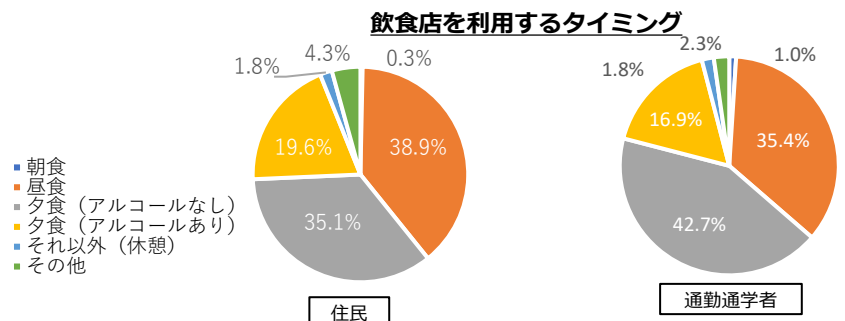
買い物の満足度については、住民の76.4%が満足、22.9%が不満を示しています。不満の主な理由は、「近くにお店がない」「1か所で買い物することができない」「価格が高い」等です。



(2) 飲食について

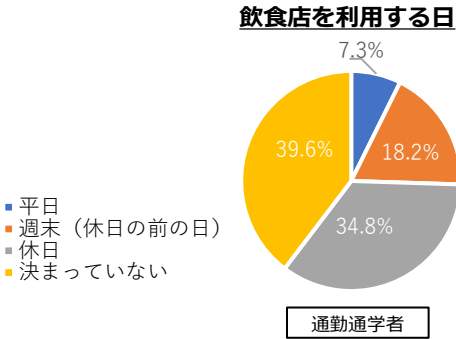
①タイミング

通勤通学者は「夕食（アルコールあり・なし）」の割合が住民よりも若干多くなっています。



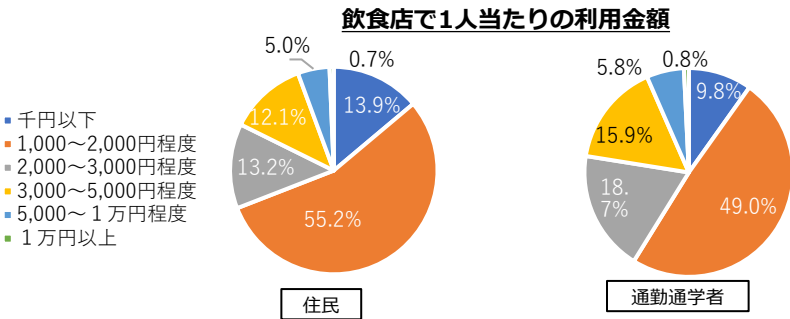
②利用日

通勤通学者の利用日は不定期が多く、次に休日と続きます。



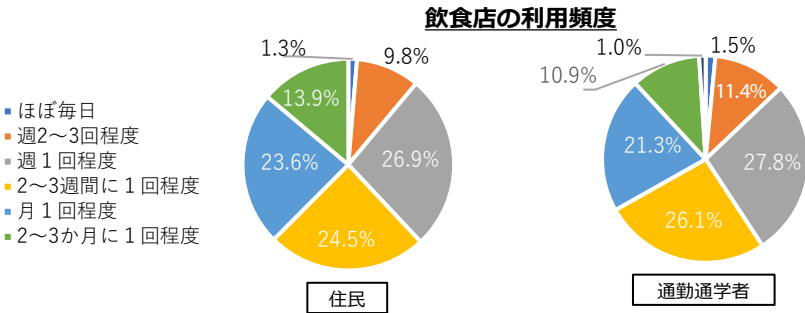
③金額

1人当たりの利用金額については、住民は69.1%、通勤通学者は58.8%が、2千円程度以下となっています。



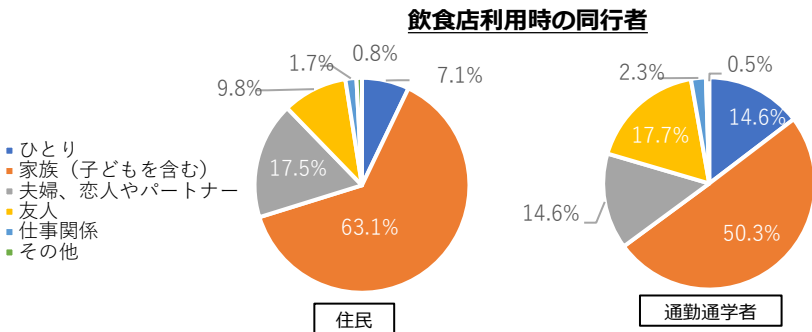
④頻度

住民は週1回以上が38.0%、月1回以上が86.1%、通勤通学者は週1回以上が40.7%、月1回以上が88.1%と、ほぼ同じ割合を示しています。



⑤同行者

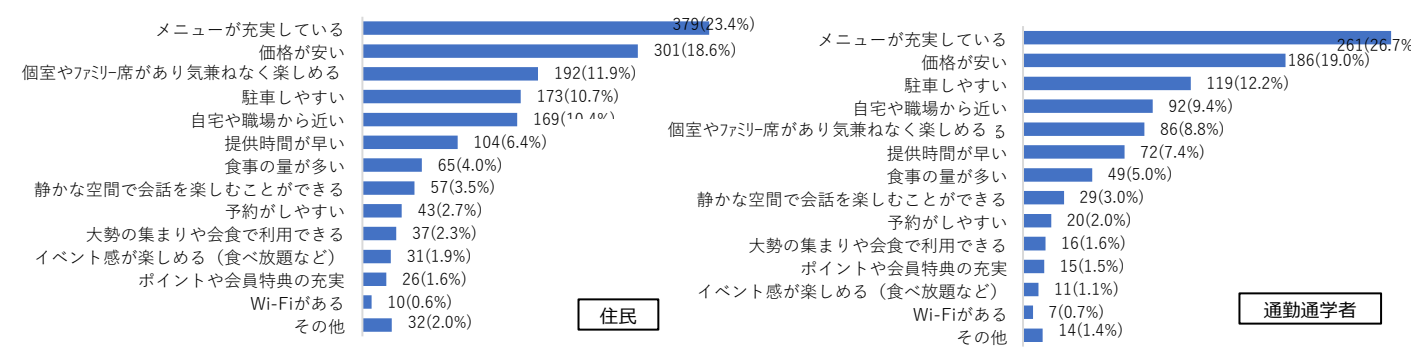
住民の約8割、通勤通学者の6.5割が「家族」や「夫婦・恋人やパートナー」となっています。また、通勤通学者については、「ひとり」や「友人」との利用が住民よりも高くなっています。



⑥重視する点

住民、通勤通学者ともに、「メニューの充実」「価格の安さ」をあげていますが、それ以外については、住民は「個室やファミリー向けの席」、通勤通学者は「駐車場のしやすさ」を重視する傾向です。

飲食店利用時に重視する点（味以外）

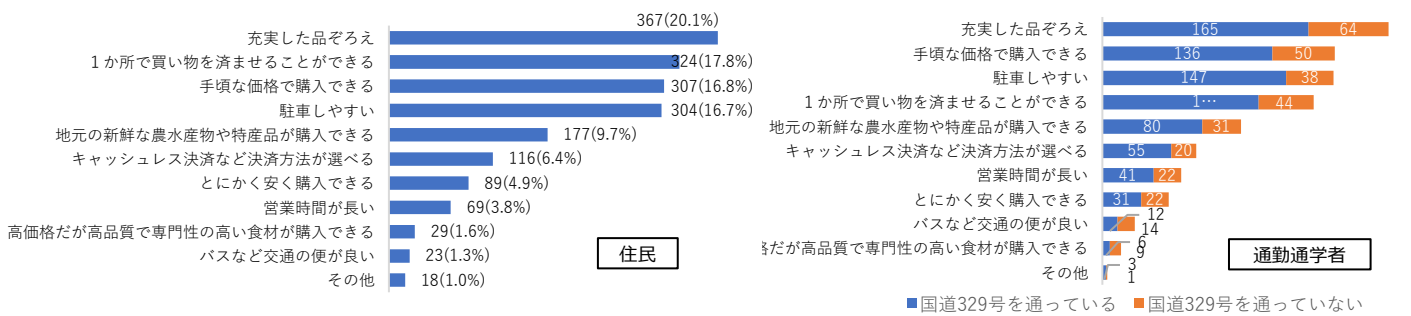


(3) 計画の商業施設について

①求めるもの

住民、通勤通学の両者が第1位に品揃えを挙げており、その後、住民は1か所で買い物できること、手頃な価格と続くのに対し、通勤通学者は手頃な価格、駐車場の利便性と続きます。

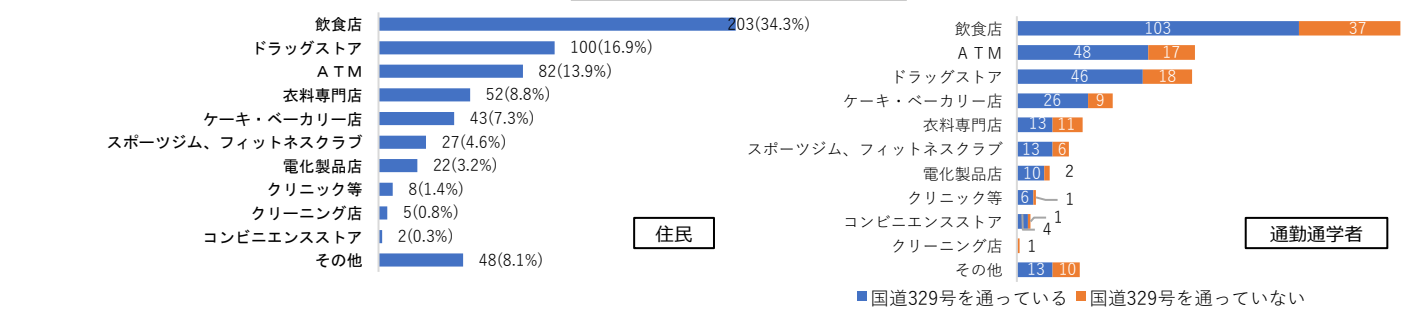
跡地に誘致する商業施設に求めること



②併設施設

住民、通勤通学者の両者が1位に飲食施設を挙げており、その後、住民はドラッグストア、ATMと続き、通勤通学者はATM、ドラッグストアと続いています。

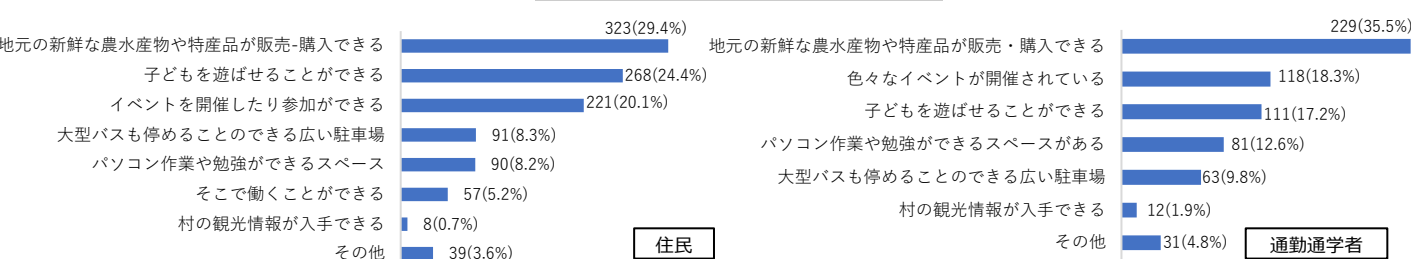
商業施設とあわせて欲しい施設



③にぎわい機能

にぎわい機能については、両者とも「農水産物・特産品販売」「こどもの遊び場」「イベント」を挙げていますが、住民はこどもの遊び場が2位で、通勤通学者はイベントが2位となっています。

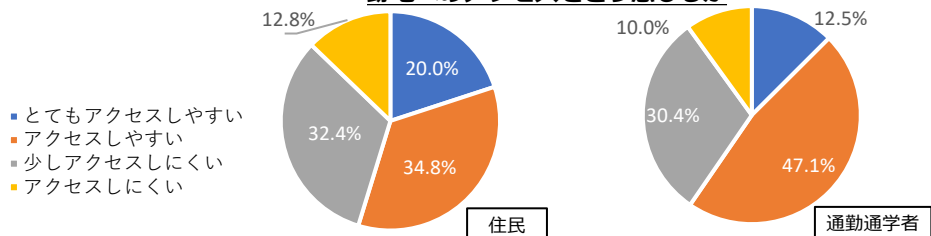
跡地に訪れたいするために必要な機能



④アクセス性

アクセス性については住民、通勤通学者とも「よい」が多少多い傾向です。「悪い」と答えた理由は、両者とも「北向け車線の右折のしづらさ」と「国道からの高低差」を挙げています。

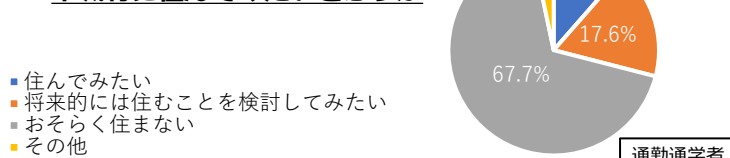
跡地へのアクセスをどう感じるか



(4) 居住ニーズについて

通勤通学者の居住ニーズは、住んでみたい等が29.1%となっています。住むた先条件は、「買い物の利便性」「通勤通学の利便性」「子育て、教育環境」等です。

中城村に住んでみたいと思うか



2.ヒアリング調査

【調査結果概要】

【住民】

- ・ 村内の上地区と下地区で買い物の環境は大きく異なり、上地区の住民は周辺にスーパーやその他の商業施設が多く利便性が高い一方で、下地区では近場に限られた商業施設があるだけで日常的に不便を感じ新たな商業施設に期待しています。
- ・ 商業施設については単なる買い物施設として以上に日常的な娯楽や利便施設としての役割も期待しています。

【通勤者】

- ・ 通勤者にとっては、勤務地周辺の商業施設の存在は身近な買い物の場所として認識していますが、食料品等は自宅近くの商業施設で購入する意向が高いです。しかしながら、魅力的な飲食施設等があると、十分吸引する可能性はあると思われます。
- ・ 通勤者の週末の行動範囲については、対象者によってかなりばらつきがみられます。

【農業生産者】

- ・ 生産者としてより多くの農作物等を出荷したいため、計画栽培の増加に繋がる事業者や商業施設の運営者に期待しています。
- ・ 住民の期待する農業体験については、運営を支援する組織との連携を期待し単独での運営は難しいと考えられます。

【食品製造販売事業者】

- ・ 商品価値を理解し販売に協力的な商業施設の運営者との良好な関係を期待しています。また、中城村の地域性を活かした商業施設の展開に期待しています。

【漁業従事者】

- ・ 現在、通常の競り以外に朝市等で住民に直接販売をしていますが、加工品の販売ができず素材を売るだけとなっている状況です。付加価値をつけ継続的な収入を確保するため商品化を展開したいと考えています。

3.ワークショップ

【住民ワークショップ概要】

■目的

現状における課題や誘致施設に求める機能等について、テーマを絞ったニーズの深堀を行うとともに、施設の誘致に向けた住民理解や参加意識の醸成を図ることを目的とします（全2回）。

■対象

子育て世代を含む中城村在住者



【住民ワークショップ結果概要（提案）】

1) 子どもと楽しめる商業施設を

- ・ 中城村は子育て環境に適した素材（無農薬の自家栽培の野菜等）は多く、そのような子育て世代層が子どもと行けて楽しめる商業施設の誘致を目指してほしいと考えます。例えば乳幼児と一緒にでも気兼ねすることなく過ごせる空間や安心できる食材が購入できるお店などです。

2) 子どもの体験学習は大切、商業施設と関連づけて

- 中城村には農業や漁業、自然や動物など体験学習の多くの素材があると思います。そのような素材を活かした子どものための体験学習と商業施設内の施設や設備を関連付けたイベントや学習プログラムを実現してもらいたいと思います。

3) 観光資源をもっと活用、そのために商業施設と連携

- 中城城跡や歴史の道をはじめ、農業や漁業など観光的資源をもっと活性化するため、商業施設を活用してほしいと思います。商業施設内に案内所をつくり、ツアーの基点となることなど検討してしてもよいと思います。

4) 地元の産業振興のため、商業施設を使う

- 中城村は島にんじんに代表される農業やその素材を活用した食品の製造、漁業等の産業振興のために商業施設を活用すべきと考えます。
- 朝市などイベントやフードコートや直売場等の整備を検討してもよいと思います。

5) 「〇〇ついで」での買い物もできる商業施設

- 図書館や吉の浦会館のイベント、ごさまる陸上競技場のサッカーキャンプ見学などの帰りに商業施設に立ち寄って買い物や食事を楽しむ、そのような連携も期待します。

【農業従事者ワークショップ概要】

■目的

住民アンケート結果を受け、現状の把握と誘致する施設へ期待する機能と関わり方、生産者側としてのニーズを把握することを目的とします（全2回）。

■対象

村内の農業従事者



【農業従事者ワークショップ結果概要（提案）】

1) 継続的な意見交換の機会

- 商業施設誘致は、中城村の農業の振興につながるきっかけになると思います。そのため、今後も継続的な意見交換の場を設けていただきたいと思います。
- 農業青年クラブは村内の農業事業者の一部ですが、JAさんを含め農業青年クラブ以外の農業に携わる方々との情報交換も可能です。また、農業青年クラブに参加する農家は作っている作物も違えば、考え方も異なります。1つのまとまった意見ではありませんが、多くの意見を持っています。

2) 地元農産物の販売や展示方法について、生産者側として要望や意見をお伝える場

- 自分たちの作った農作物がより多く消費者の皆様へ届くよう、地元農産物の販売や展示方法についても意見交換の場を設けていただき、ご提案する機会をいただきたいと思います。

3) 農作物を使った付加価値の高い商品開発や販売等の可能な事業者との協働

- 生産者として我々の農産物を使った魅力的で独創的な商品を開発し、販売できる事業者と連携することにより、より多くの農産物の出荷量が増えることになります。そのような連携が可能な事業者との協働を実現するためのご協力をいただきたいと思います。

4) 子どもたちの農業体験学習について、全体をコーディネートできる機関や団体との協働

- 子育て世代の保護者の方々が農業体験について興味をお持ちであることは理解しました。より円滑な運営を実現するためには全体の運営をコーディネートできる組織や団体との協働が望ましいと考えます。

【食品製造事業者ワークショップ概要】

■目的

住民アンケート結果を受け、現状の把握と誘致する施設へ期待する機能と関わり方、食品製造業者側としてのニーズを把握することを目的とします（全2回）。

■対象

村内の食品製造販売事業者



【食品製造事業者ワークショップ結果概要（提案）】

1) 運営事業者との良好な関係

- 商品を提供する側として、商業施設の運営者との良好な関係が必要です。商品の売り方や見せ方など消費者との接点である運営者からのアドバイスは重要です。また、商品の内容を伝えていただく情報発信力も重要と考えます。

2) 「ここでしか買えない商品」の開発

- 商業施設に集客する手段の1つは、ここでしか買えない魅力的な商品を作り販売することだと思います。そのためにも研究や開発など継続的な努力が必要です。その結果、商業施設による地域の活性化にもつながると考えます。

3) “食”の場を提供

- 地域の運動施設や文化施設の利用者から「食事をする場所」について尋ねられることがあります。集客を増加させるなど地域を活性化するためには、利用者の利便性を確保が必要であり、フードコート等、多彩な食事ができる施設がそれにあたると考えます。

4) 乳幼児連れでも安心して利用できる商業施設

- 日常の身近な点から考えると、既存の商業施設には乳幼児と一緒に食事や買い物を楽しむ環境が少ないと感じます。今後のまちづくりの中でも重要な点と思われ、子育て世代が気軽に立ち寄れる商業施設を誘致すべきと考えます。

5) 地域課題を解決するコミュニティビジネス

- 地域には買い物に苦勞している高齢者の方が多いと思われ、その方々が家庭菜園で栽培されている作物の出荷と組み合わせた地域課題を解決するコミュニティビジネスが可能と考えます。

4.まとめ

【調査の流れと求められたニーズ】

はじめにアンケート調査を実施し、住民・通勤通学者の買い物全般の現状把握と新たに整備予定の商業施設に対する要望等について定量的な把握を行いました。次に各対象者に対するヒアリング調査を実施し、詳細のニーズの把握を行いました。また、アンケート調査やヒアリング調査結果を前提とし、テーマを絞ったニーズの詳細を把握するため、住民ワークショップを2回実施し、具体的な提案をまとめました。

一方、住民アンケートの結果で、にぎわい拠点となるための必要な機能として「地元の新鮮な農水産物や特産品が販売、購入できる場所」が上位になったことから、生産者と製造者にヒアリング調査及びワークショップを行いました。まず、ヒアリング調査を実施し、現状の把握を行いました。次に、生産者・製造者ワークショップを各2回実施し、新たに整備予定の商業施設に期待する機能やそのための事業や取組の提案をまとめました。

【住民・通勤通学者のニーズ】

- 最も商業施設に近い住民ニーズは下地区を中心に日常的な利用が想定され、上地区の住民の日常的な利用には大きな吸引力が必要になります。
- その吸引力の1つなる可能性がある要素は、多様で魅力のある飲食等の時間を楽しめる要素が必要です。
- 商業施設は単に買い物機能だけでなく、子どもや家族、友人と訪れ、一定の時間を楽しむことができる要素や仕掛けが必要です。
- 周辺の公共施設や観光資源と連携し商業施設の機能を活用することで、新しい魅力を発信し集客につながる可能性があります。

【生産者・製造者のニーズ】

農業生産者・漁業事業者

- 農業生産者は現在、周辺の農産物直売所等へも出荷しており地元と同様な施設ができることは出荷量の増加に繋がると考えています。
- 商業施設誘致に関して、出荷する側として今後も意見交換の場を求めています。
- 六次産業化に取り組む可能性は低く、むしろまとまった量の計画栽培に結びつく新たな出荷先を求めています。

食品製造業者

- 食品製造者として販売施設運営者との相互連携できる良好な関係を望んでいます。
- 新たに整備する商業施設については、子育て世代への安心と安らぎを提供する等の地域性を活かした施設整備を望んでいます。
- 地域の小規模農家の野菜の出荷とその方々が困っている日頃の買い物を組み合わせた新たなコミュニティビジネスの提案がありました。