

平成 28 年度

七のや観光客・来場者調査  
報 告 書

多賀城・七ヶ浜商工会

## 【目 次】

I. 調査概要	2
II. 調査結果報告	
1. 回答者の属性	3
(1) 性別	
(2) 年代別	
(3) 地域別	
2. 来場頻度について	5
3. 来場動機について	6
4. 再来場意向について	
(1) 来場頻度別再来場意向	7
(2) 地域別再来場意向	7
5. 当店の評価について	
(1) 良かったと思われること	9
(2) 悪かったと思われること	10
6. 消費額について	
(1) 地域別生鮮食材の消費額	11
(2) 地域別飲食の消費額	12
(3) 地域別お土産品の消費額	13
7. まとめと考察	13
III. 調査票	16

## I. 調査概要

1. 調査目的 : 本会アンテナショップ「うみの駅七のや」への観光客及び来場者に対し、当該地域内外消費者の需要を探るため、アンケート調査を実施し、来店動機、満足度、購入額等を伺い、当観光産業に携わる小売業や飲食業、食品製造業等の小規模事業者へ情報提供を行うと共に、今後の運営とサービス強化に向けた基礎資料とすることを目的としている。
2. 調査対象者 : 本会アンテナショップ「うみの駅七のや」の来場者。  
特に、性・年代、地域別等の割り付けは行わない有意抽出。
3. 調査数 : 有効票数 213票
4. 調査方法 : 会場調査（インターセプト方式）。
5. 調査期間 : 平成28年10月～12月の任意の日曜日 各月1回。
6. 調査項目 : ①. 回答者の属性  
②. 来場回数について  
③. 来店動機について  
④. 来場回数と再来店意向  
⑤. 当店の評価について  
⑥. 消費額について
7. その他 : ①. 集計結果にあたっては、回収数を母数（標本内標本）とし地域全体の代表性を表すものではない。  
②. 集計時の構成比は小数点以下2位を四捨五入しているため合計が必ずしも100%にはならない（99.9～100.1）場合があるが、表記は100.0%としている。  
③. 報告書作成においては、集計・分析方針を受けて有用と判断されるものを採択し掲載することとする。

## II. 調査結果報告

### 1. 回答者の属性

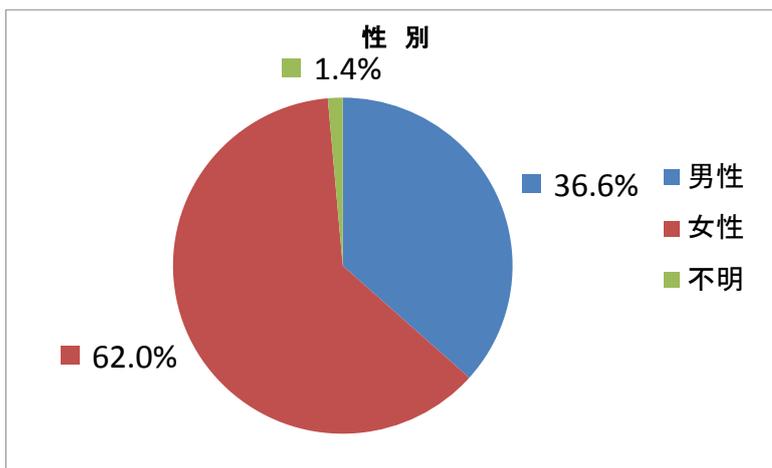
本調査で得られた有効回答票数 213 票で属性ごとの結果は以下の通りである。

#### (1) 性別

性別では、女性の回答割合が高く 132 件、62.0%であった。

【図表 1-1】

	合計	男性	女性	不明
調査数	213 100.0%	78 36.6%	132 62.0%	3 1.4%



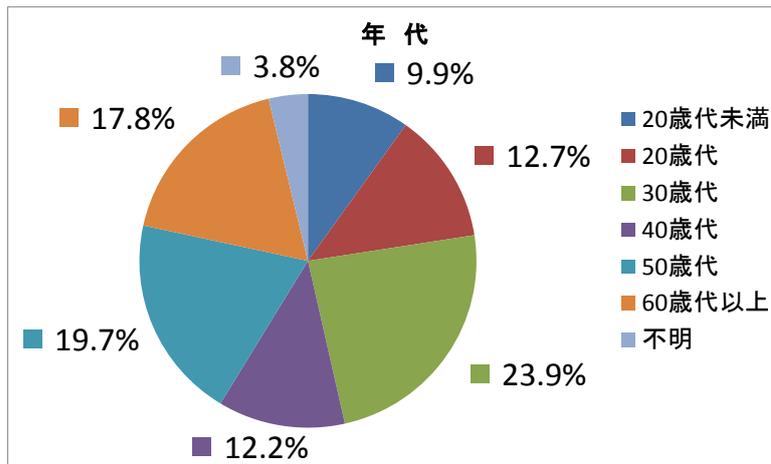
#### (2) 年代別

回答者の年代は 30 歳代が 23.9%と最も多くなったが、全体的に各年代がバランスよく回答されている。

【図表 1-2】

	合計	未 2 満 0 歳代	2 0 歳代	3 0 歳代	4 0 歳代	5 0 歳代	以 6 上 0 歳代	不明
調査数	213 100.0%	21 9.9%	27 12.7%	51 23.9%	26 12.2%	42 19.7%	38 17.8%	8 3.8%

【図表 1-2 (続き)】



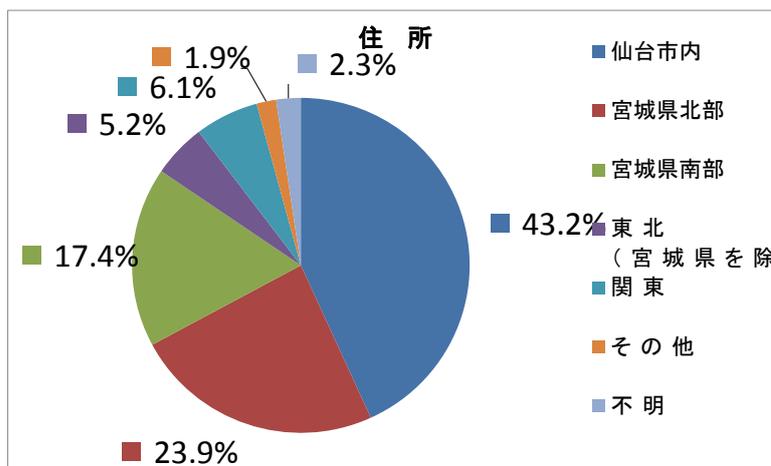
(3) 地域別来場者

仙台市からの来場者が最も多く 43.2%、次いで、宮城県北部 23.9%、宮城県南部 17.4%と宮城県内からの来場者が合計で 84.5%を占めた。

(多賀城市・七ヶ浜町からの来場者は宮城県北部に組している。)

【図表 1-3】

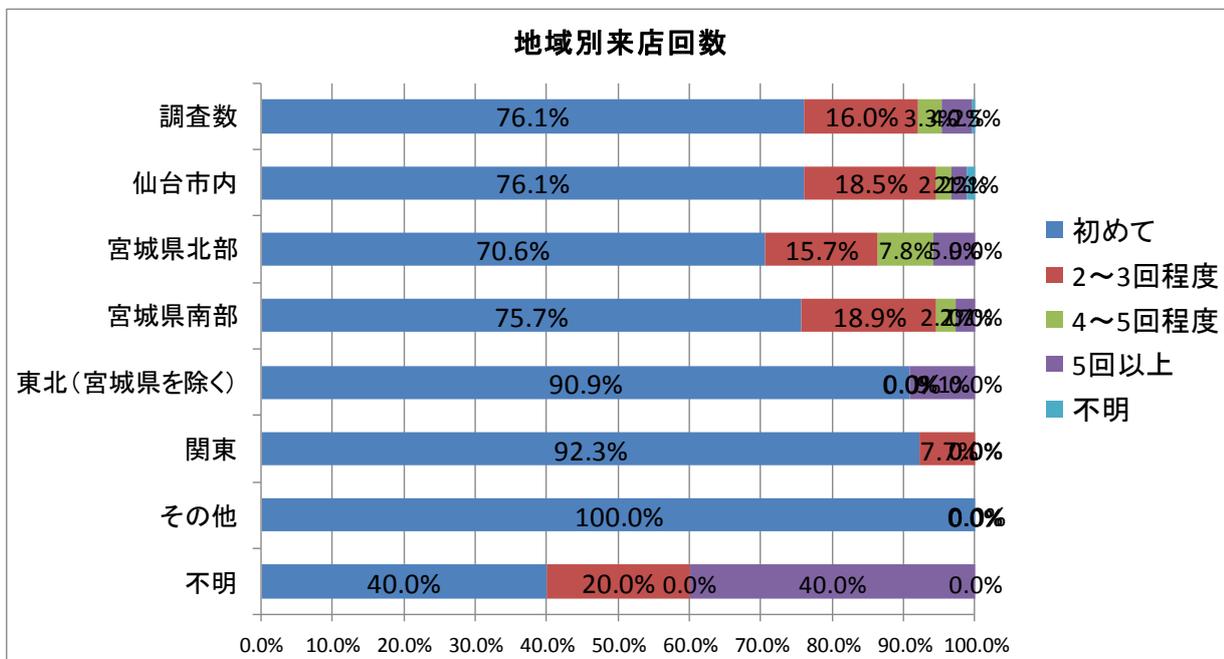
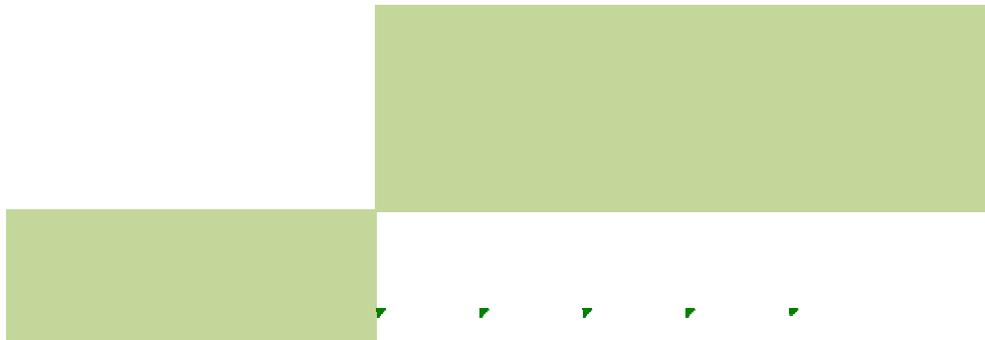
	合計	仙台市内	宮城県北部	宮城県南部	除く(東北 宮城県を 除く)	関東	その他	不明
調査数	213	92	51	37	11	13	4	5
	100.0%	43.2%	23.9%	17.4%	5.2%	6.1%	1.9%	2.3%



## 2. 来場頻度について

今回の調査では、来場が「初めて」との回答が大勢を占め全体では76.1%となった。  
また、全ての地域からの来場者のうち70%以上が「初めて」と回答されている。

【図表 2】



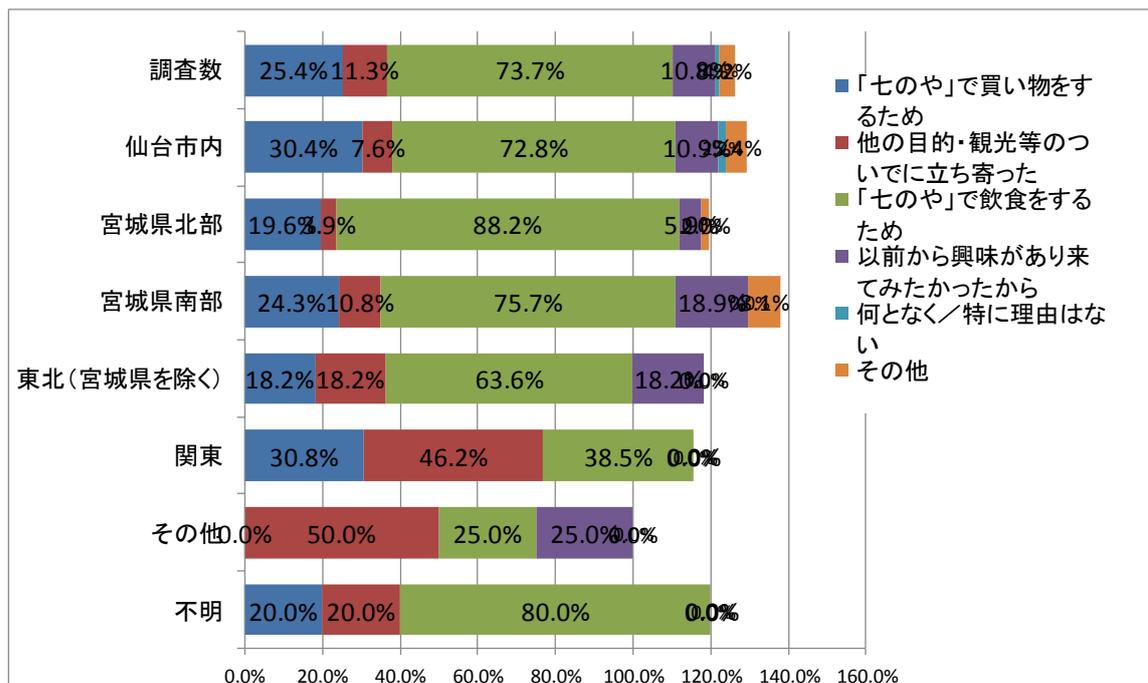
### 3. 来場動機について

来場者の多くは宮城県内であり、その来場動機は「七のやで飲食をするため」が突出しており、全体で73.7%となった。地域別では、宮城県北部においてその割合が特に高く88.2%が飲食目的で来場している。

また、関東、その他の地域からの来場者は、「観光目的のついでに立ち寄った」の回答が多かった。

【図表 3】

	合計	「七のや」で買い物をしたため	他の目的・観光等のついでに立ち寄った	「七のや」で飲食をするため	以前から興味があったから	何となく／特に理由はない	その他	不明
調査数	213	54	24	157	23	2	9	0
	100.0%	25.4%	11.3%	73.7%	10.8%	0.9%	4.2%	0.0%
仙台市内	92	28	7	67	10	2	5	0
	100.0%	30.4%	7.6%	72.8%	10.9%	2.2%	5.4%	0.0%
宮城県北部	51	10	2	45	3	0	1	0
	100.0%	19.6%	3.9%	88.2%	5.9%	0.0%	2.0%	0.0%
宮城県南部	37	9	4	28	7	0	3	0
	100.0%	24.3%	10.8%	75.7%	18.9%	0.0%	8.1%	0.0%
東北(宮城県を除く)	11	2	2	7	2	0	0	0
	100.0%	18.2%	18.2%	63.6%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%
関東	13	4	6	5	0	0	0	0
	100.0%	30.8%	46.2%	38.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	4	0	2	1	1	0	0	0
	100.0%	0.0%	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明	5	1	1	4	0	0	0	0
	100.0%	20.0%	20.0%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%



#### 4. 再来場意向について

今回の調査では、「初めて」の来場者が全体で76.1%と高い割合であったが、その感想や満足度の高さを踏る上でも再来場意向をみると、全体では、「ぜひまた来てみたい」46.9%、「また来てみたい」43.2%と、合計で再来場の意向は90.1%と、とても高い結果となった。

##### (1) 来場頻度別再来場意向

来場頻度別で「ぜひまた来てみたい」「また来てみたい」の合計値をみると以下の通りとなった。

- ・初めて 合計 91.1%
- ・2～3回程度 合計 88.2%
- ・4～5回程度 合計 100.0%
- ・5回以上 合計 88.9%

【図表 4-1】

	合計	ぜひまた来て	また来てみた	えんちらともい	とあまり思われない	もう来ないと	不明
調査数	213	100	92	14	0	0	7
	100.0%	46.9%	43.2%	6.6%	0.0%	0.0%	3.3%
初めて	162	78	68	10	0	0	6
	100.0%	48.1%	42.0%	6.2%	0.0%	0.0%	3.7%
2～3回程度	34	12	18	4	0	0	0
	100.0%	35.3%	52.9%	11.8%	0.0%	0.0%	0.0%
4～5回程度	7	3	4	0	0	0	0
	100.0%	42.9%	57.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
5回以上	9	7	1	0	0	0	1
	100.0%	77.8%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%
不明	1	0	1	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

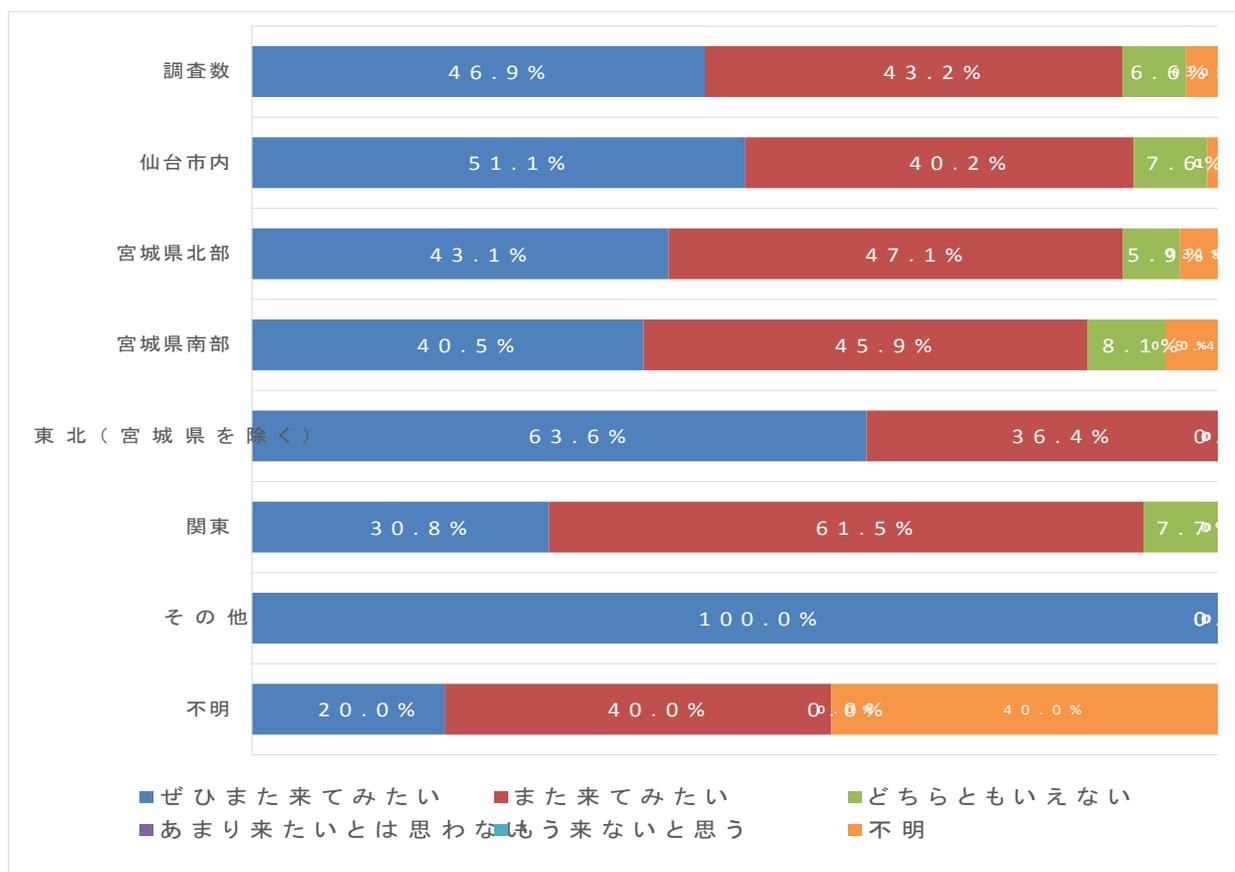
##### (2) 地域別再来場意向 (図表 4-2 参照。)

地域別で「ぜひまた来てみたい」「また来てみたい」の合計値をみると以下の通りとなった。

- ・仙台市 合計 91.3%
- ・宮城県北部 合計 90.2%
- ・宮城県南部 合計 86.4%
- ・東北（宮城県を除く）合計 100.0%
- ・関東 合計 92.3%

【図表 4-2】

	合計	ぜひ また 来て みたい	いま また 来て みた い	え ど ち ら と も い え な い	と あ ま り 来 た い と は 思 わ な い	思 う も う 来 な い と 思 う	不 明
調査数	213 100.0%	100 46.9%	92 43.2%	14 6.6%	0 0.0%	0 0.0%	7 3.3%
仙台市内	92 100.0%	47 51.1%	37 40.2%	7 7.6%	0 0.0%	0 0.0%	1 1.1%
宮城県北部	51 100.0%	22 43.1%	24 47.1%	3 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	2 3.9%
宮城県南部	37 100.0%	15 40.5%	17 45.9%	3 8.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 5.4%
東北(宮城県を除く)	11 100.0%	7 63.6%	4 36.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
関東	13 100.0%	4 30.8%	8 61.5%	1 7.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
その他	4 100.0%	4 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
不明	5 100.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 40.0%



## 5. 当店の評価について

### (1) 良かったと思われること

良かったと思われること、評価できることは、全体では「新鮮な食事が美味しい」55.4%、「鮮魚等新鮮な食材の品揃えがよい」40.8%等、食に関する満足度が高い。また、来場回数別、地域別でみた場合も同様である。

【図表 5-1】

	合計	鮮魚等新鮮な食材の品揃えがよい	他店では買いにくい特産品が多い	新鮮な食事が美味しい	全般的にお買い得品が多い	施設が利用しやすい	ご当地の雰囲気を楽しめる	特にな	その他	不明
調査数	213	87	28	118	14	14	50	5	3	6
	100.0%	40.8%	13.1%	55.4%	6.6%	6.6%	23.5%	2.3%	1.4%	2.8%
初めて	162	67	19	90	9	10	41	4	2	2
	100.0%	41.4%	11.7%	55.6%	5.6%	6.2%	25.3%	2.5%	1.2%	1.2%
2～3回程度	34	10	4	19	4	3	8	0	0	3
	100.0%	29.4%	11.8%	55.9%	11.8%	8.8%	23.5%	0.0%	0.0%	8.8%
4～5回程度	7	3	2	5	0	0	0	1	0	0
	100.0%	42.9%	28.6%	71.4%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
5回以上	9	7	3	4	1	1	0	0	1	1
	100.0%	77.8%	33.3%	44.4%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%
不明	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%

	合計	鮮魚等新鮮な食材の品揃えがよい	他店では買いにくい特産品が多い	新鮮な食事が美味しい	全般的にお買い得品が多い	施設が利用しやすい	ご当地の雰囲気を楽しめる	特にな	その他	不明
調査数	213	87	28	118	14	14	50	5	3	6
	100.0%	40.8%	13.1%	55.4%	6.6%	6.6%	23.5%	2.3%	1.4%	2.8%
仙台市内	92	45	15	56	9	7	18	0	1	1
	100.0%	48.9%	16.3%	60.9%	9.8%	7.6%	19.6%	0.0%	1.1%	1.1%
宮城県北部	51	19	8	27	3	3	9	1	2	2
	100.0%	37.3%	15.7%	52.9%	5.9%	5.9%	17.6%	2.0%	3.9%	3.9%
宮城県南部	37	16	2	15	1	2	12	3	0	2
	100.0%	43.2%	5.4%	40.5%	2.7%	5.4%	32.4%	8.1%	0.0%	5.4%
東北(宮城県を除く)	11	4	1	7	0	0	2	0	0	0
	100.0%	36.4%	9.1%	63.6%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%
関東	13	2	2	6	1	1	8	0	0	0
	100.0%	15.4%	15.4%	46.2%	7.7%	7.7%	61.5%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	4	0	0	4	0	0	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明	5	1	0	3	0	1	1	1	0	1
	100.0%	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%

(2) 悪かったと思われること

悪かったと思われること、評価できないことは、全体では「特にない」が最多となり 46.5%、次いで、「全体的に価格が高め」20.7%等となった。

また、来場回数別、地域別でみた場合も同様である。

【図表 5-2】

	合計	が買いた いと思 う商品	かど のよ うな 商品 なの	ケ ー ジ の 仕 方 や パ ッ	で全 体的 に 価 格 が 高 め	し 買 い 物 や 施 設 が 利 用	店 内 の 清 潔 感 が な い	特 に な い	そ の 他	不 明
調査数	213	16	11	4	44	12	4	99	24	17
	100.0%	7.5%	5.2%	1.9%	20.7%	5.6%	1.9%	46.5%	11.3%	8.0%
初めて	162	14	7	1	31	5	3	80	14	15
	100.0%	8.6%	4.3%	0.6%	19.1%	3.1%	1.9%	49.4%	8.6%	9.3%
2～3回程度	34	1	4	3	9	6	1	12	5	1
	100.0%	2.9%	11.8%	8.8%	26.5%	17.6%	2.9%	35.3%	14.7%	2.9%
4～5回程度	7	1	0	0	2	1	0	2	1	1
	100.0%	14.3%	0.0%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%	28.6%	14.3%	14.3%
5回以上	9	0	0	0	2	0	0	5	3	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	22.2%	0.0%	0.0%	55.6%	33.3%	0.0%
不明	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

	合計	が買いた いと思 う商品	かど のよ うな 商品 なの	ケ ー ジ の 仕 方 や パ ッ	で全 体的 に 価 格 が 高 め	し 買 い 物 や 施 設 が 利 用	店 内 の 清 潔 感 が な い	特 に な い	そ の 他	不 明
調査数	213	16	11	4	44	12	4	99	24	17
	100.0%	7.5%	5.2%	1.9%	20.7%	5.6%	1.9%	46.5%	11.3%	8.0%
仙台市内	92	8	2	1	17	4	1	43	11	10
	100.0%	8.7%	2.2%	1.1%	18.5%	4.3%	1.1%	46.7%	12.0%	10.9%
宮城県北部	51	1	3	1	13	2	1	23	6	5
	100.0%	2.0%	5.9%	2.0%	25.5%	3.9%	2.0%	45.1%	11.8%	9.8%
宮城県南部	37	5	3	1	6	5	1	17	3	1
	100.0%	13.5%	8.1%	2.7%	16.2%	13.5%	2.7%	45.9%	8.1%	2.7%
東北(宮城県を除く)	11	0	1	0	3	0	0	5	2	0
	100.0%	0.0%	9.1%	0.0%	27.3%	0.0%	0.0%	45.5%	18.2%	0.0%
関東	13	2	1	0	5	0	1	6	0	1
	100.0%	15.4%	7.7%	0.0%	38.5%	0.0%	7.7%	46.2%	0.0%	7.7%
その他	4	0	0	0	0	0	0	4	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
不明	5	0	1	1	0	1	0	1	2	0
	100.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	40.0%	0.0%

## 6. 消費額について

「七のや」の来場者が消費した品目ごとの平均金額は、(図表 6-1) の通りである。それぞれ、生鮮食材が 2,207 円、飲食が 2,782 円、お土産品 1,629 円となった。

また、消費額全体の平均では 2,488 円となり、これにより 2 つ、若しくは 3 つの品目を同時に消費した人が少ないということを表している。

【図表 6-1】

	生鮮食材	飲食	お土産品	全体平均
平均値	2,207	2,782	1,629	2,488

### (1) 地域別生鮮食材の消費額 (合計は購入者の実数)

生鮮食材の購入額は、全体で「1 千円以上～2 千円未満」が最多となり 27.1%。地域別の主な傾向としては、宮城県北部からの来場者は他の地域の方より購入額が高い傾向にあり「2 千円以上～3 千円未満」が最多の 58.3%となった。

【図表 6-2】

生鮮食材	合計	1 千円未満	2 千円未満	3 千円未満	4 千円未満	5 千円未満	5 千円以上
調査数	59	8	16	14	13	2	6
	27.7%	13.6%	27.1%	23.7%	22.0%	3.4%	10.2%
仙台市内	34	7	8	5	9	1	4
	100.0%	20.6%	23.5%	14.7%	26.5%	2.9%	11.8%
宮城県北部	12	0	2	7	1	1	1
	100.0%	0.0%	16.7%	58.3%	8.3%	8.3%	8.3%
宮城県南部	10	1	5	2	1	0	1
	100.0%	10.0%	50.0%	20.0%	10.0%	0.0%	10.0%
東北(宮城県を除く)	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
関東	1	0	0	0	1	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
その他	1	0	1	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明	1	0	0	0	1	0	0
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%

(2) 地域別飲食の消費額（合計は購入者の実数）

地域別飲食の消費額では、回答者数が突出して多い結果となった。これは、実際の消費者数が多いことを表しており、「七のや」への来場目的が飲食目的であったことを裏付けている。

また、飲食の購入額は、全体で「1千円以上～2千円未満」が最多となり31.9%。地域別の主な傾向としては、「1千円以上～4千円未満」の間で分散している。

【図表 6-3】

飲 食	合 計	1 千 円 未 満	2 1 千 千 円 円 未 未 満 満 上 上 ↓ ↓	3 2 千 千 円 円 未 未 満 満 上 上 ↓ ↓	4 3 千 千 円 円 未 未 満 満 上 上 ↓ ↓	5 4 千 千 円 円 未 未 満 満 上 上 ↓ ↓	5 千 円 以 上
調査数	188	11	60	37	39	9	32
	100.0%	5.9%	31.9%	19.7%	20.7%	4.8%	17.0%
仙台市内	82	8	22	13	17	6	16
	100.0%	9.8%	26.8%	15.9%	20.7%	7.3%	19.5%
宮城県北部	45	0	11	15	10	1	8
	100.0%	0.0%	24.4%	33.3%	22.2%	2.2%	17.8%
宮城県南部	34	3	12	7	6	1	5
	100.0%	8.8%	35.3%	20.6%	17.6%	2.9%	14.7%
東北（宮城県を除く）	9	0	3	1	4	0	1
	100.0%	0.0%	33.3%	11.1%	44.4%	0.0%	11.1%
関東	12	0	8	1	2	0	1
	100.0%	0.0%	66.7%	8.3%	16.7%	0.0%	8.3%
その他	4	0	3	0	0	1	0
	100.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
不明	2	0	1	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%

(3) 地域別お土産品の消費額（合計は購入者の実数）

お土産品の購入額では、全体で「1千円以上～2千円未満」が最多となり44.4%次いで、「2千円以上～3千円未満」の24.4%となった。

地域別では、仙台市内からの来場者のみが「2千円以上～3千円未満」が最多となり30.0%、他の地域からの来場者はそれぞれ「1千円以上～2千円未満」が最多となっている。

【図表 6-4】

土産品	合計	1千円未満	2千円未満以上	3千円未満以上	4千円未満以上	5千円未満以上	5千円以上
調査数	45	5	20	11	9	0	0
	100.0%	11.1%	44.4%	24.4%	20.0%	0.0%	0.0%
仙台市内	20	4	4	6	6	0	0
	100.0%	20.0%	20.0%	30.0%	30.0%	0.0%	0.0%
宮城県北部	10	1	4	2	3	0	0
	100.0%	10.0%	40.0%	20.0%	30.0%	0.0%	0.0%
宮城県南部	5	0	3	2	0	0	0
	100.0%	0.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%
東北(宮城県を除く)	2	0	2	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
関東	6	0	5	1	0	0	0
	100.0%	0.0%	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	2	0	2	0	0	0	0
	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
不明	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

7. まとめと考察

(1) 身近な観光地としての「七のや」の存在意義について

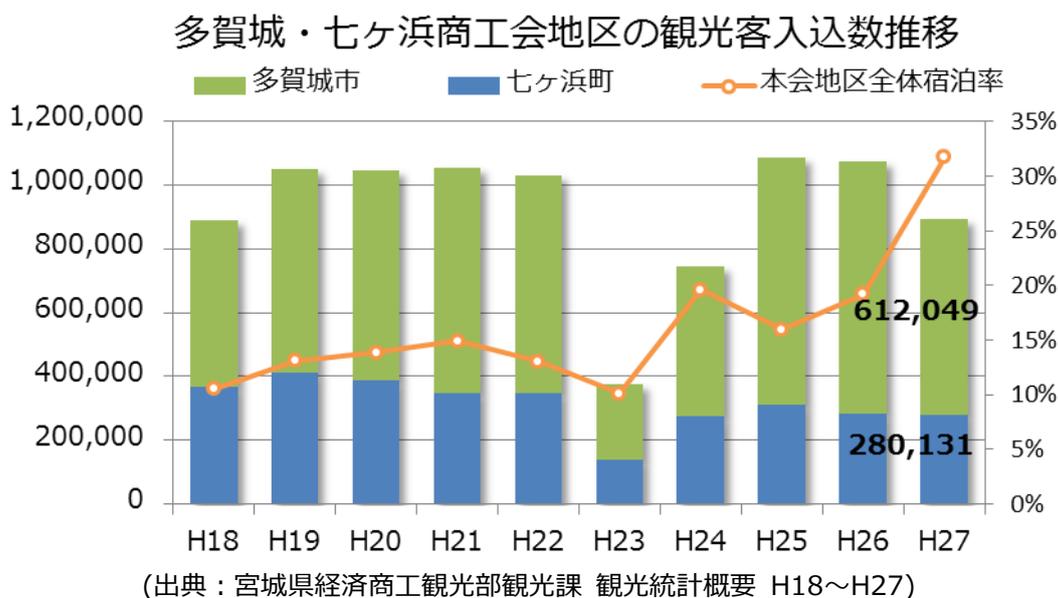
今回の調査結果を以てわかったことの一つに、「七のや」が「身近な観光地化している」ということである。

「身近な観光地」のいくつかの特性として、「少人数（家族含む）日帰り旅行」「低予算」、「単一目的」といった点が上げられる。

本調査で言えば、宮城県内の居住者が「飲食」目的で「七のや」を訪れるということである。実際、来場目的にここまで極端な結果が表れるとは考えにくかつ

たが、当店の強みが明確に表れたことで今後「身近な観光地」としての存在意義高めていくことが肝要と考える。

また、当地の経済・景気動向調査による観光事情からは、今後観光客の増加が見込まれる地域でもあり、ますます身近な観光地としてのポジショニングの確立が重要になってくる。



主要な観光スポットは基本的に観光客入込数横ばいの傾向を示している中、七ヶ浜町にある「七ヶ浜国際村」は一貫減少している。2016年2月にオープンした「七ヶ浜うみの駅 七のや」の滑り出しは順調であり、観光の起爆剤効果が期待されている。

## (2) 「七のや」の課題と今後の方向性について

「身近な観光地」として、その中心的役割を担うことが想定される「七のや」の課題を調査結果から抽出し、今後の方向性を勘案すると以下の点が上げられる。

### ①. 当店の魅力である飲食の充実

今回の調査では、初めて来場した方が約70%を超え、また再来店希望者も約90%以上と非常に高い満足度を供与している。この結果は、飲食目的で来場し、その期待に応えたと窺える。

しかし、継続してリピーターを増やし、集客力を高めるには、今後さらに飲食部門の強化と提案力を向上、そして広報活動を充実させることが、安定した運営に繋がるものと思われる。

②. 生鮮食材、お土産購入の動機付けの高揚

当店における消費事情をみた時、飲食以外の利用客は極端に少なかった。回答者数から各品目の利用客数の割合をみると、

生鮮食材 27.7%、飲食 88.2%、お土産 21.1% である。

(なお、生鮮食材は地元多賀城市・七ヶ浜町の消費量が多いとみられる。)

こうした傾向は店舗運営にあたり、あまり好ましくない結果であり、飲食と生鮮食材の関連付けや、県内全域から集まっている特産品の販促力強化など、今後改善策が求められる。

③. 消費者の予算を考慮した値付け

調査内容に、「良かったこと」、「悪かったこと」の評価設問を設定している。その結果をみると「良かったこと」の回答に「新鮮な食事が美味しい」「鮮魚等新鮮な食材の品揃えがよい」が上位の回答として上げられている。

一方、「悪かったこと」では、「特にない」「全体的に価格が高めである」が上位の回答として上げられている。

これらの結果を受けて状況を検討してみると次のようなことが考えられる。

ア. 食事と食材の品揃えは、関連性の高い商品で、評価も高いはずだが実際の消費は、食事の利用客が圧倒的に多く食材の購入者が少なかったこと。

イ. 悪かったことが「特にない」が最多の回答となったことは、食事目的で来場し、その満足度が高かったことから、他には目が行っていない可能性があること。

ウ. 価格が全体的に高めと感じさせていること。

これらのことを相対的にまとめて考えてみると、先にも述べたが、身近な観光地では来場者・観光客の予算は少なめである。そうした中、折角関連性の高い商品、魅力ある商品があっても予算オーバーでは購入までは至らないことが懸念される。そのため、商品の組み合わせ、提供の仕方、価格設定を再検討し平均客単価を少しでも引き上げる工夫が必要と思われる。

以上

### Ⅲ. 調 査 票

