

令和6年2月13日

地方創生特別委員会

産業振興課（商業振興担当）

「まちなか賑わい創出実現方策調査検討事業」の中間報告について

1 調査について

本調査は、アフターコロナ及び大河ドラマ放送終了後を見据え、まちなかの回遊性向上及びまちづくりの機運醸成を図るなど、官民連携による中心市街地の賑わい創出実現方策を調査検討することを目的として実施しています。

今回は、下記調査項目のうち市民アンケート及び関係者ヒアリングについて、その速報値を報告します。なお、今後、回答結果についてクロス集計等によりさらに分析を進め、全体の調査結果を取りまとめてまいります。

調査概要

- 1 現状整理
 - (1) 現況調査
 - (2) 既存計画の整理
 - (3) 中心市街地における課題
- 2 アンケート及びヒアリング
 - (1) 中心市街地・郊外商業施設等市民アンケート
 - (2) 中心市街地関係者ヒアリング
- 3 ワークショップ（コーディネーター養成編）
- 4 方向性の検討

2 アンケートについて

(1) 調査目的

中心市街地・郊外などにおいてアンケート調査を行い、課題、意見等を収集した。

アンケート内容

属性、中心市街地へ行く頻度・目的・滞在時間・回遊先・交通手段、中心市街地以外の外出頻度・行先・目的・滞在時間

(2) 調査対象及び調査方法

(ア) 中心市街地市民アンケート

- ・場所 浜松市ギャラリーモールソラモ
- ・日程 11月5日（日）・8日（水）、11日（土）、18日（土）計4日間
- ・回答数 501人

(イ) 郊外商業施設市民アンケート

- ・イオンモール浜松市野
日程 10月13日(金)～15日(日)(計3日間)
- ・遠鉄ストア(桜台店、笠井店、南浅田店)
日程 10月24日(火)～30日(月)の間(計3日間)
- ・回答数 合計 537人

(ウ) その他アンケート

- ・SNS(LINE)を活用した調査 回答数 217人
- ・浜松市広聴モニターアンケートは、今後実施

(3) 調査結果(速報値)

別紙1のとおり

3 ヒアリングについて

(1) 調査目的

中心市街地関係者にヒアリングを行い、課題、意見等を収集した。

ヒアリング内容

コロナ以前との変化、中心市街地の課題、中心市街地の将来像、中心市街地に必要な機能、中心市街地を歩いて回るために必要なこと等

(2) 調査対象

ヒアリング先

浜松商工会議所、浜松商店界連盟、各商店会、自治会、鉄道事業者、飲食組合、大型商業施設、中心市街地の中小事業者、金融機関、不動産事業者、大学生、高校生、PTA、老人クラブ、子育て関連団体、福祉団体、まちづくり団体等
(合計 46 団体)

(3) 調査結果(概要)

別紙2のとおり

3 市民アンケート結果

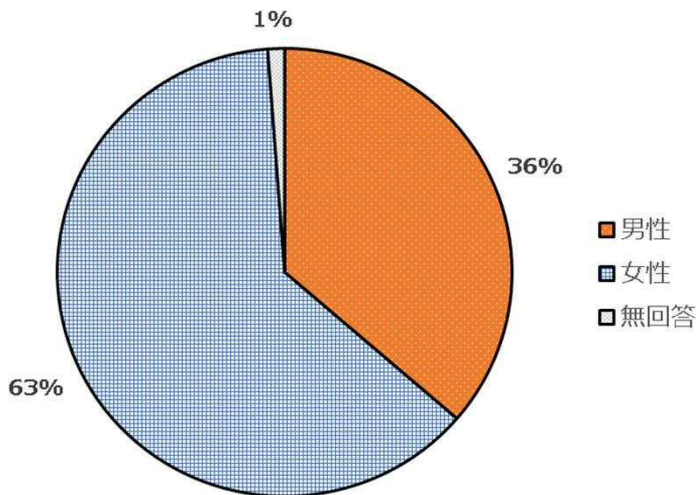
別紙1

問1 属性

① 性別

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
男性	456	174	226	56	36.3%	32.4%	45.1%	25.8%
女性	784	359	264	161	62.5%	66.9%	52.7%	74.2%
無回答	15	4	11	0	1.2%	0.7%	2.2%	0.0%

総計

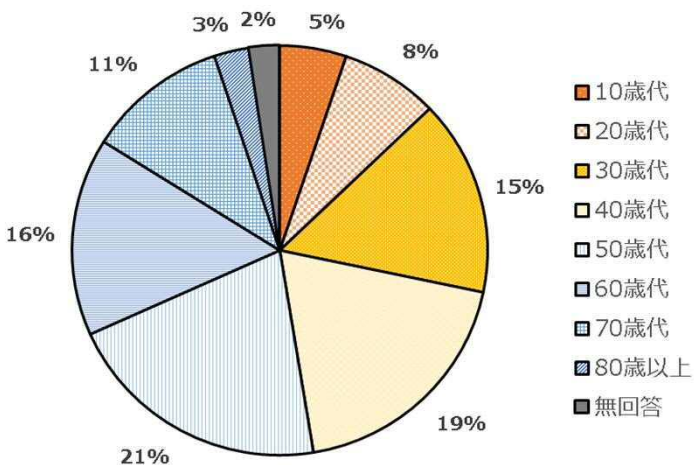


性別
郊外、中心市街地、LINEともに女性が多い。

② 年齢

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
10歳代	65	28	36	1	5.2%	5.2%	7.2%	0.5%
20歳代	96	23	52	21	7.6%	4.3%	10.4%	9.7%
30歳代	194	54	82	58	15.5%	10.1%	16.4%	26.7%
40歳代	240	79	97	64	19.1%	14.7%	19.4%	29.5%
50歳代	262	112	104	46	20.9%	20.9%	20.8%	21.2%
60歳代	196	109	68	19	15.6%	20.3%	13.6%	8.8%
70歳代	138	95	41	2	11.0%	17.7%	8.2%	0.9%
80歳以上	34	26	8	0	2.7%	4.8%	1.6%	0.0%
無回答	30	11	13	6	2.4%	2.0%	2.6%	2.8%

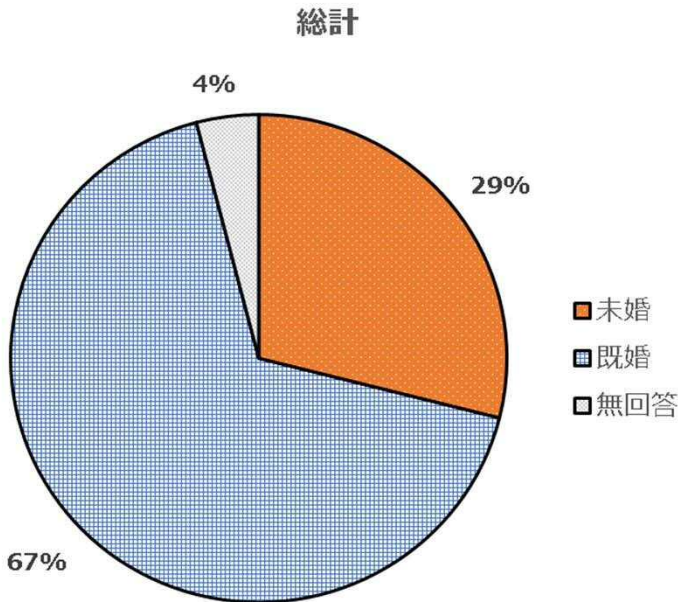
総計



年齢
郊外は50～60代、中心市街地は40～50代、LINEは30～40代が多い。

③ 家族状況

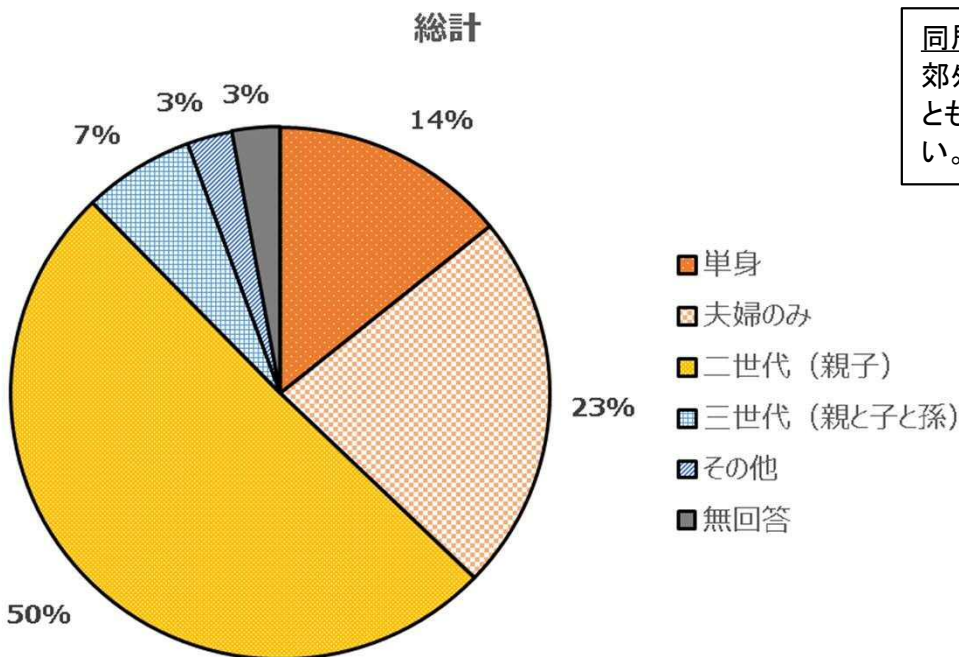
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
未婚	363	119	185	59	28.9%	22.2%	36.9%	27.2%
既婚	841	405	292	144	67.0%	75.4%	58.3%	66.4%
無回答	51	13	24	14	4.1%	2.4%	4.8%	6.5%



家族状況
郊外、中心市街地、LINEともに既婚が多い。

④ 同居家族

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
単身	178	64	97	17	14.2%	11.9%	19.4%	7.8%
夫婦のみ	289	147	108	34	23.0%	27.4%	21.6%	15.7%
二世世代(親子)	634	262	232	140	50.5%	48.8%	46.3%	64.5%
三世代(親と子と孫)	84	44	22	18	6.7%	8.2%	4.4%	8.3%
その他	34	10	16	8	2.7%	1.9%	3.2%	3.7%
無回答	36	10	26	0	2.9%	1.9%	5.2%	0.0%

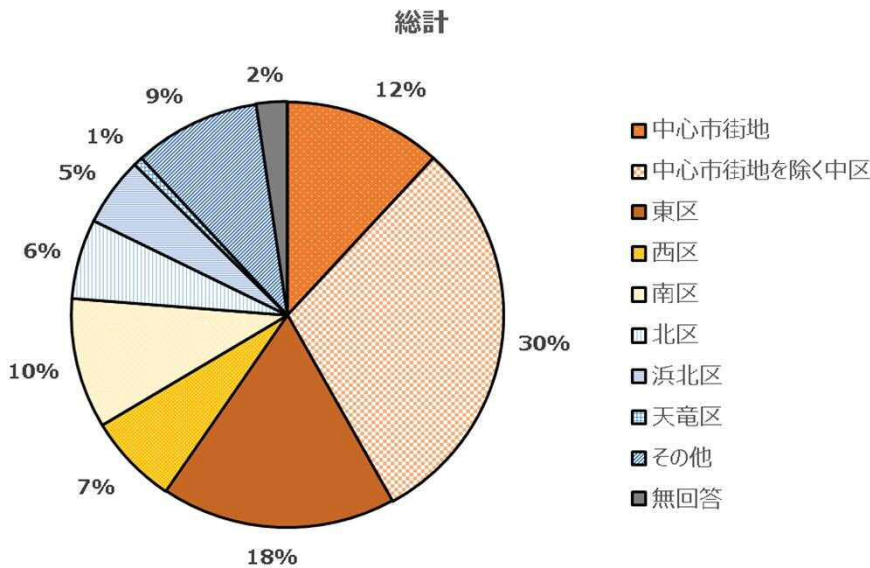


同居家族
郊外、中心市街地、LINEともに二世世代が最も多い。

⑤ 居住地

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
中心市街地	148	40	94	14	11.8%	7.4%	18.8%	6.5%
中心市街地を除く中区	378	158	162	58	30.1%	29.4%	32.3%	26.7%
東区	221	155	36	30	17.6%	28.9%	7.2%	13.8%
西区	86	30	31	25	6.9%	5.6%	6.2%	11.5%
南区	124	42	43	39	9.9%	7.8%	8.6%	18.0%
北区	76	47	14	15	6.1%	8.8%	2.8%	6.9%
浜北区	65	21	34	10	5.2%	3.9%	6.8%	4.6%
天竜区	9	6	3	0	0.7%	1.1%	0.6%	0.0%
その他	119	32	71	16	9.5%	6.0%	14.2%	7.4%
無回答	29	6	13	10	2.3%	1.1%	2.6%	4.6%

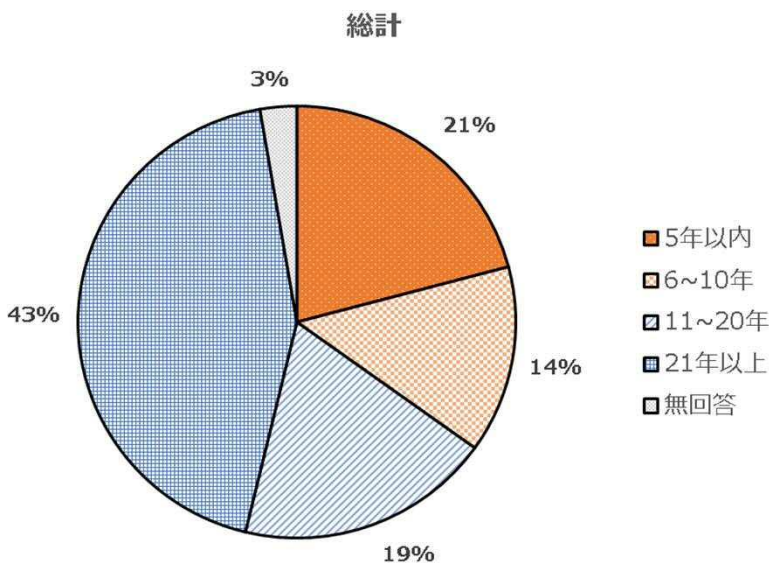
※区名は調査日時点で記載



居住地
 ・郊外は、中心市街地を除く中区、東区が多い。
 ⇒アンケートを取った場所によるものと推測
 ・中心市街地、LINEともに中心市街地を除く中区が最も多い。
 ※区名は調査日時点

⑥ 現在の地区の居住期間

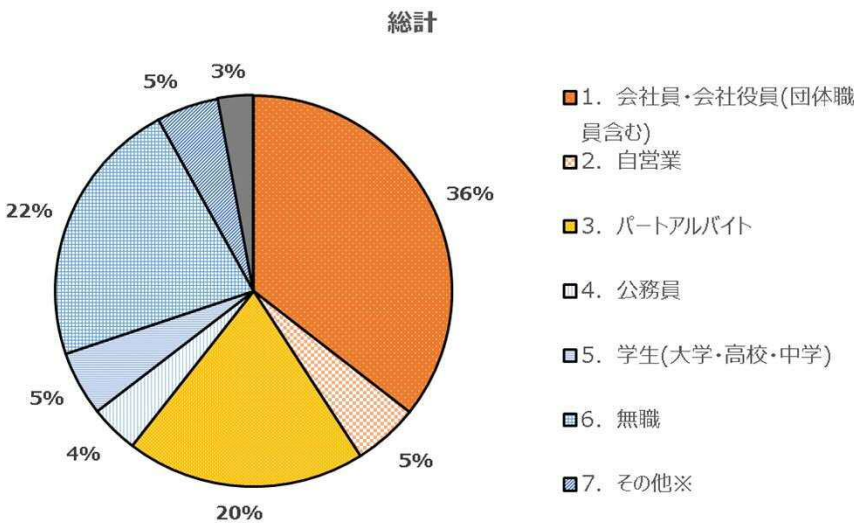
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
5年以内	262	91	126	45	20.9%	16.9%	25.1%	20.7%
6～10年	176	60	72	44	14.0%	11.2%	14.4%	20.3%
11～20年	237	90	108	39	18.9%	16.8%	21.6%	18.0%
21年以上	546	286	175	85	43.5%	53.3%	34.9%	39.2%
無回答	34	10	20	4	2.7%	1.9%	4.0%	1.8%



居住期間
 郊外、中心市街地、LINEともに21年以上が最も多い。

⑦ 職業

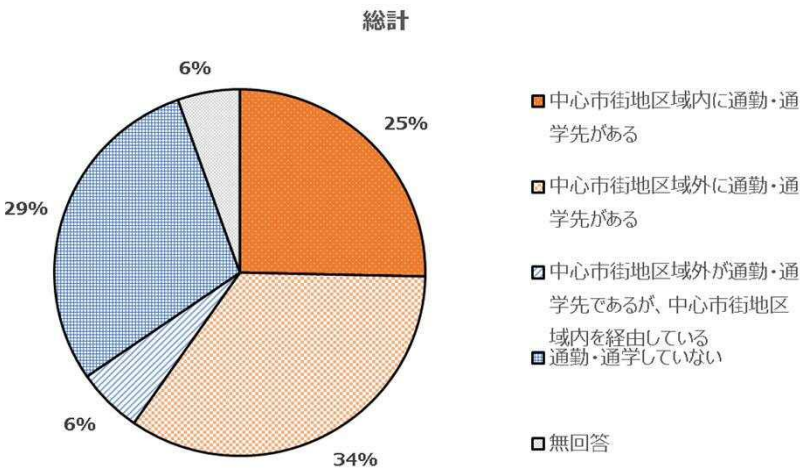
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1. 会社員・会社役員(団体職員含む)	447	146	193	108	35.6%	27.2%	38.5%	49.8%
2. 自営業	67	24	29	14	5.3%	4.5%	5.8%	6.5%
3. パートアルバイト	245	111	82	52	19.5%	20.7%	16.4%	24.0%
4. 公務員	50	13	25	12	4.0%	2.4%	5.0%	5.5%
5. 学生(大学・高校・中学)	67	22	43	2	5.3%	4.1%	8.6%	0.9%
6. 無職	279	183	82	14	22.2%	34.1%	16.4%	6.5%
7. その他※	64	30	25	9	5.1%	5.6%	5.0%	4.1%
無回答	36	8	22	6	2.9%	1.5%	4.4%	2.8%



職業
 郊外は無職が最も多く、中心市街地・LINEは会社員が最も多い。
 ⇒郊外は専業主婦の回答が多かったことによるものと推測

⑧ 通勤通学形態

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
中心市街地区域内に通勤・通学先がある	318	100	147	71	25.3%	18.6%	29.3%	32.7%
中心市街地区域外に通勤・通学先がある	431	168	165	98	34.3%	31.3%	32.9%	45.2%
中心市街地区域外が通勤・通学先であるが、中心市街地区域内を經由している	72	33	29	10	5.7%	6.1%	5.8%	4.6%
通勤・通学していない	366	202	127	37	29.2%	37.6%	25.3%	17.1%
無回答	68	34	33	1	5.4%	6.3%	6.6%	0.5%

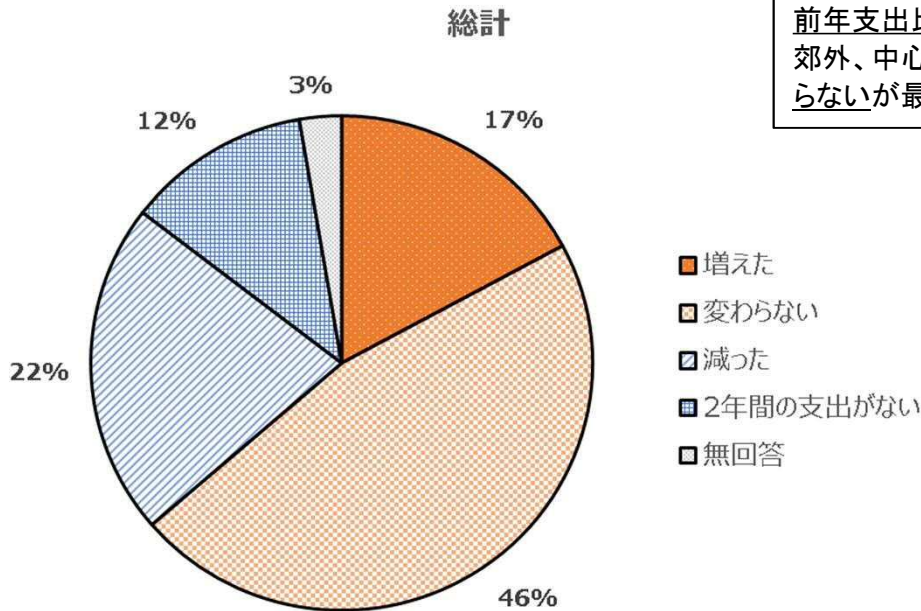


通勤通学
 ・郊外は通勤通学していないが最も多い。
 ・中心市街地、LINEは中心市街地区域外に通勤通学先があるが最も多い。
 ⇒郊外は専業主婦の回答が多かったことによるものと推測

⑨ 前年との支出金額の比較

⑨-1 浜松駅前の百貨店

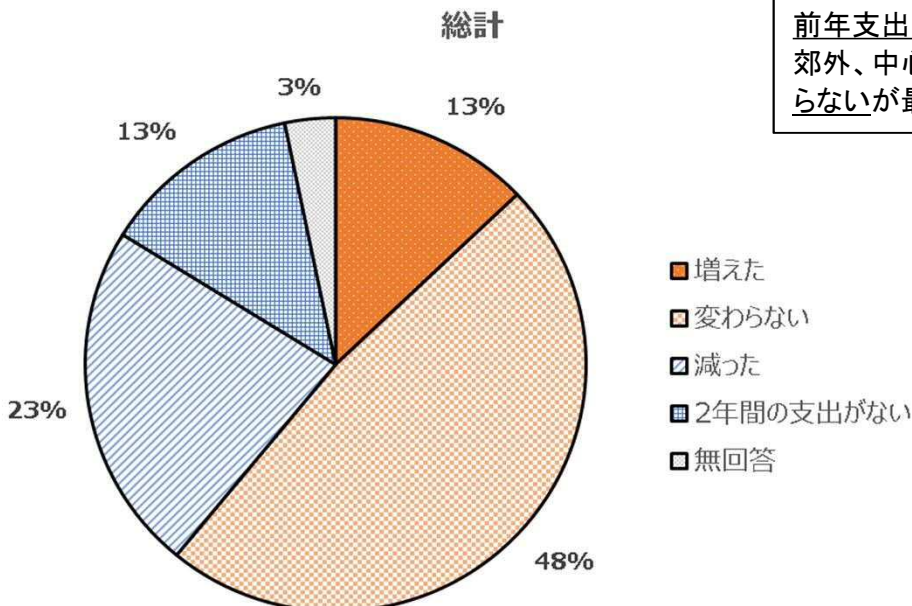
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	215	60	116	39	17.1%	11.2%	23.2%	18.0%
変わらない	584	236	238	110	46.5%	43.9%	47.5%	50.7%
減った	273	131	87	55	21.8%	24.4%	17.4%	25.3%
2年間の支出がない	149	94	42	13	11.9%	17.5%	8.4%	6.0%
無回答	34	16	18	0	2.7%	3.0%	3.6%	0.0%



前年支出比較(駅前百貨店)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多い。

⑨-2 浜松駅前の大型商業施設

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	162	52	89	21	12.9%	9.7%	17.8%	9.7%
変わらない	603	229	263	111	48.0%	42.6%	52.5%	51.2%
減った	287	132	88	67	22.9%	24.6%	17.6%	30.9%
2年間の支出がない	162	102	42	18	12.9%	19.0%	8.4%	8.3%
無回答	41	22	19	0	3.3%	4.1%	3.8%	0.0%

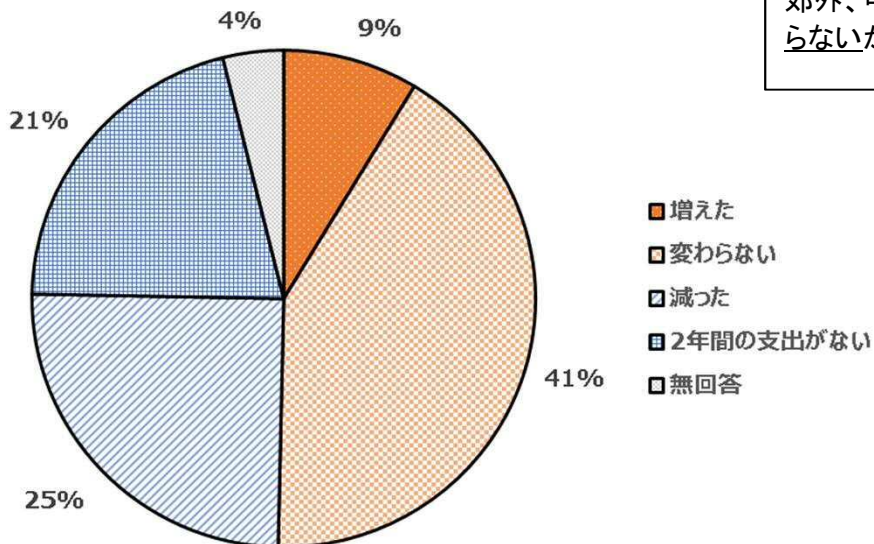


前年支出比較(駅前大型商業施設)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多い。

⑨-3 浜松駅周辺市街地の路面店

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	109	27	68	14	8.7%	5.0%	13.6%	6.5%
変わらない	523	201	228	94	41.7%	37.4%	45.5%	43.3%
減った	313	138	109	66	24.9%	25.7%	21.8%	30.4%
2年間の支出がない	261	145	73	43	20.8%	27.0%	14.6%	19.8%
無回答	49	26	23	0	3.9%	4.8%	4.6%	0.0%

総計

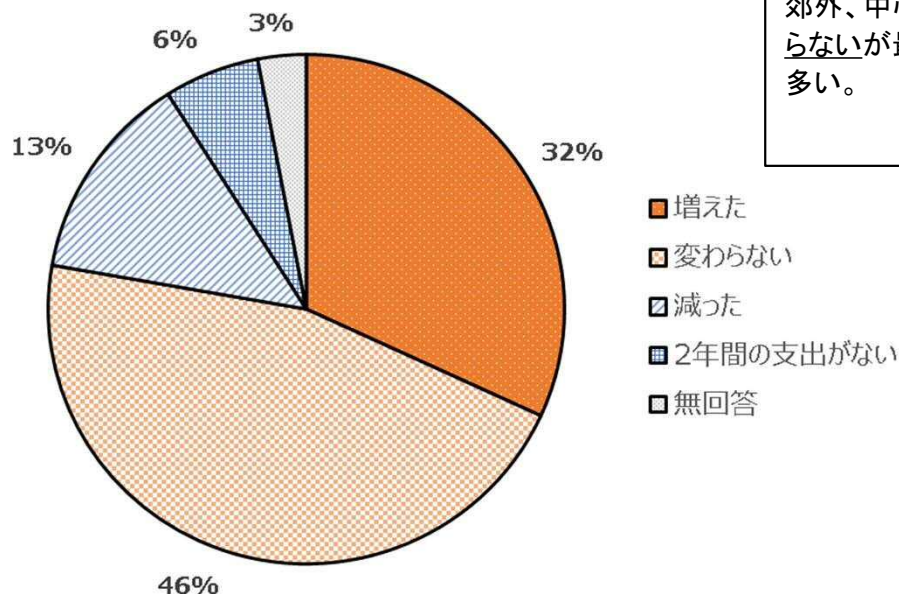


前年支出比較(駅周辺路面店)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多い。

⑨-4 モール型ショッピングセンター

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	400	201	125	74	31.9%	37.4%	25.0%	34.1%
変わらない	576	238	245	93	45.9%	44.3%	48.9%	42.9%
減った	166	57	67	42	13.2%	10.6%	13.4%	19.4%
2年間の支出がない	75	26	41	8	6.0%	4.8%	8.2%	3.7%
無回答	38	15	23	0	3.0%	2.8%	4.6%	0.0%

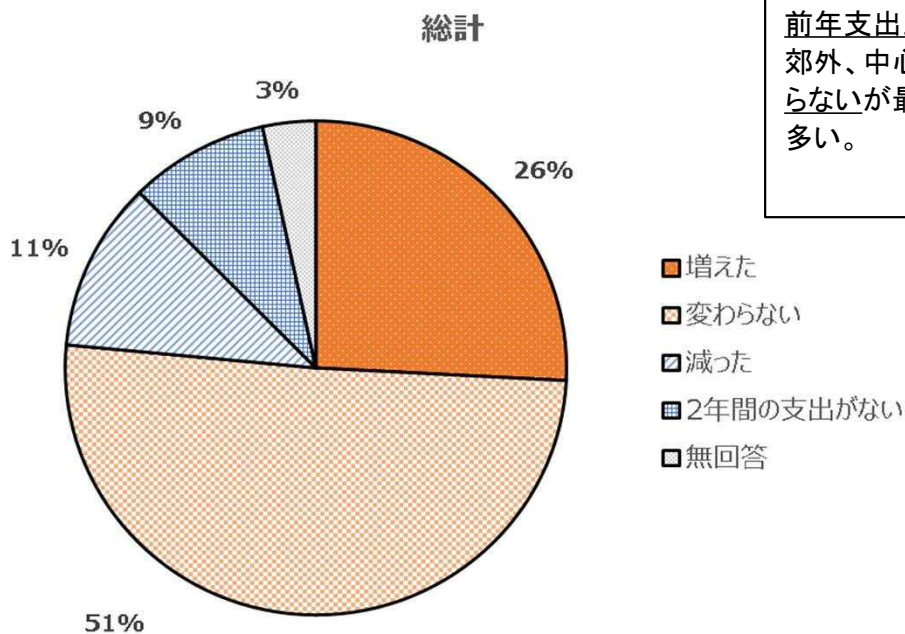
総計



前年支出比較(モール)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多く、次いで、増えたが多い。

⑨-5 ホームセンター

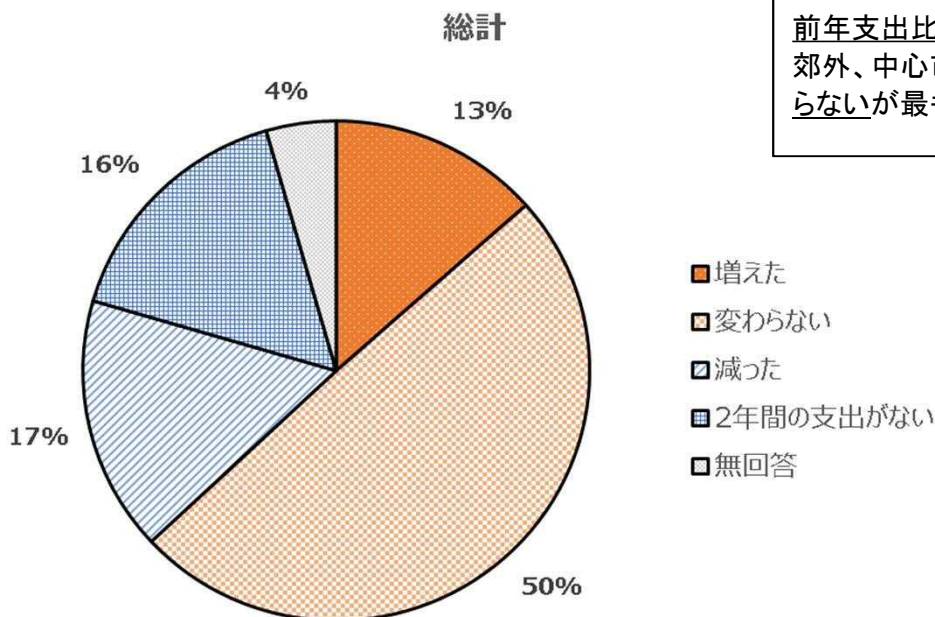
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	324	163	104	57	25.8%	30.4%	20.8%	26.3%
変わらない	636	265	253	118	50.7%	49.3%	50.5%	54.4%
減った	139	46	61	32	11.1%	8.6%	12.2%	14.7%
2年間の支出がない	113	44	60	9	9.0%	8.2%	12.0%	4.1%
無回答	43	19	23	1	3.4%	3.5%	4.6%	0.5%



前年支出比較(ホームセンター)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多く、次いで、増えたが多い。

⑨-6 郊外の路面店

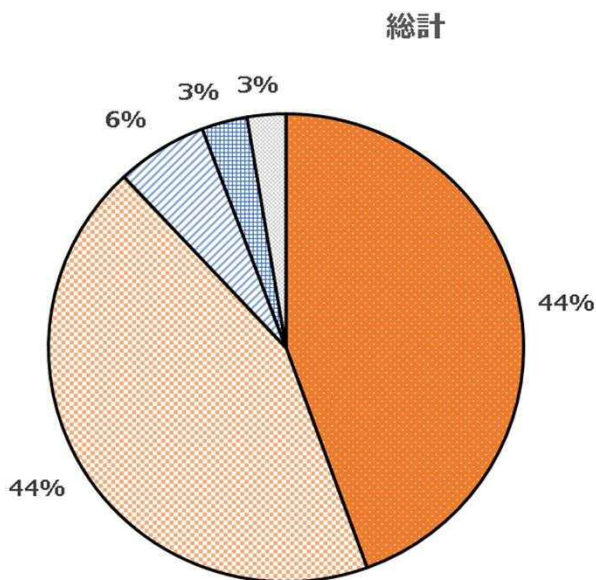
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	169	80	62	27	13.5%	14.9%	12.4%	12.4%
変わらない	622	249	254	119	49.6%	46.4%	50.7%	54.8%
減った	207	89	79	39	16.5%	16.6%	15.8%	18.0%
2年間の支出がない	201	94	76	31	16.0%	17.5%	15.2%	14.3%
無回答	56	25	30	1	4.5%	4.7%	6.0%	0.5%



前年支出比較(郊外路面店)
郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多い。

⑨-7 食品スーパー

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	558	246	201	111	44.5%	45.8%	40.1%	51.2%
変わらない	547	224	229	94	43.6%	41.7%	45.7%	43.3%
減った	78	39	28	11	6.2%	7.3%	5.6%	5.1%
2年間の支出がない	39	17	22	0	3.1%	3.2%	4.4%	0.0%
無回答	33	11	21	1	2.6%	2.0%	4.2%	0.5%



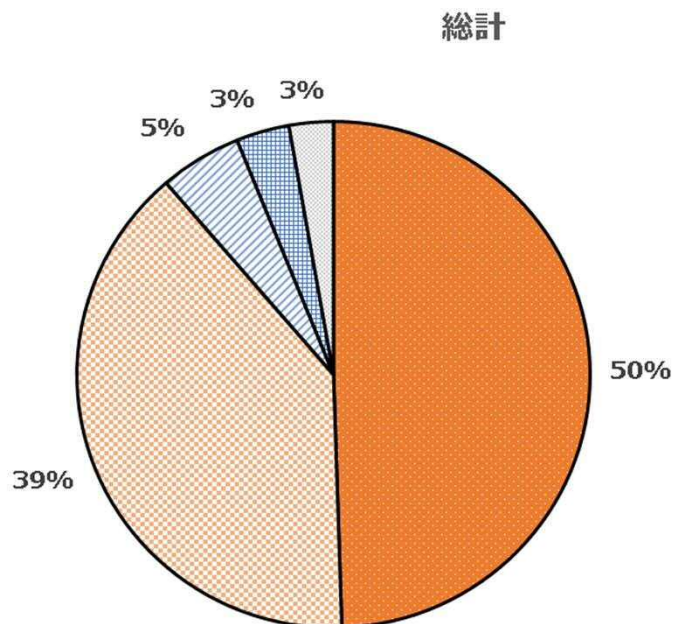
前年支出比較(食品スーパー)

・郊外、LINEともに増えたが最も多い。
 ・中心市街地は変わらないが最も多い。

- 増えた
- 変わらない
- 減った
- 2年間の支出がない
- 無回答

⑨-8 ドラッグストア

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	621	273	216	132	49.5%	50.8%	43.1%	60.8%
変わらない	492	202	216	74	39.2%	37.6%	43.1%	34.1%
減った	65	29	25	11	5.2%	5.4%	5.0%	5.1%
2年間の支出がない	42	19	23	0	3.3%	3.5%	4.6%	0.0%
無回答	35	14	21	0	2.8%	2.6%	4.2%	0.0%



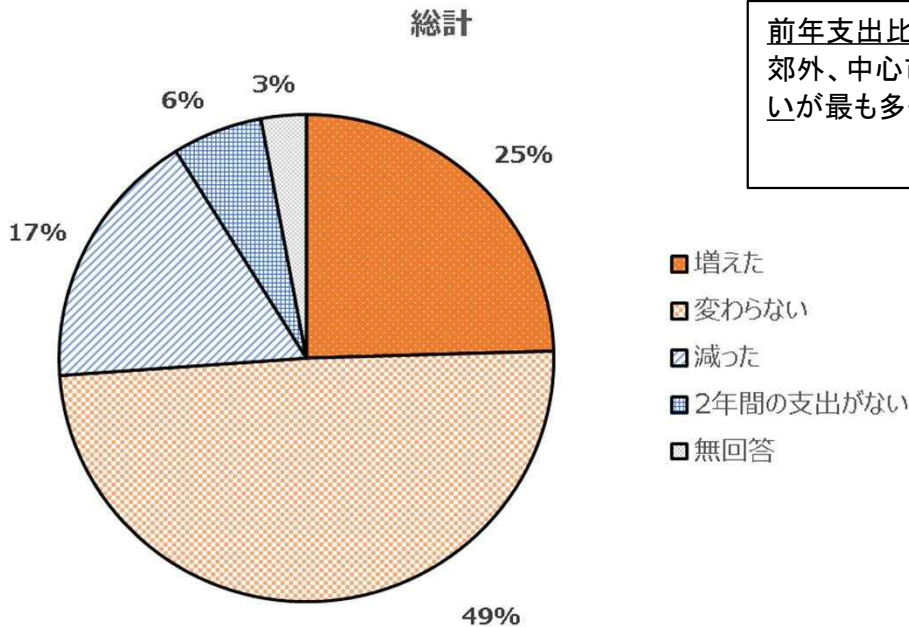
前年支出比較(ドラッグストア)

郊外、中心市街地、LINEともに増えたが最も多い。

- 増えた
- 変わらない
- 減った
- 2年間の支出がない
- 無回答

⑨-9 コンビニエンスストア

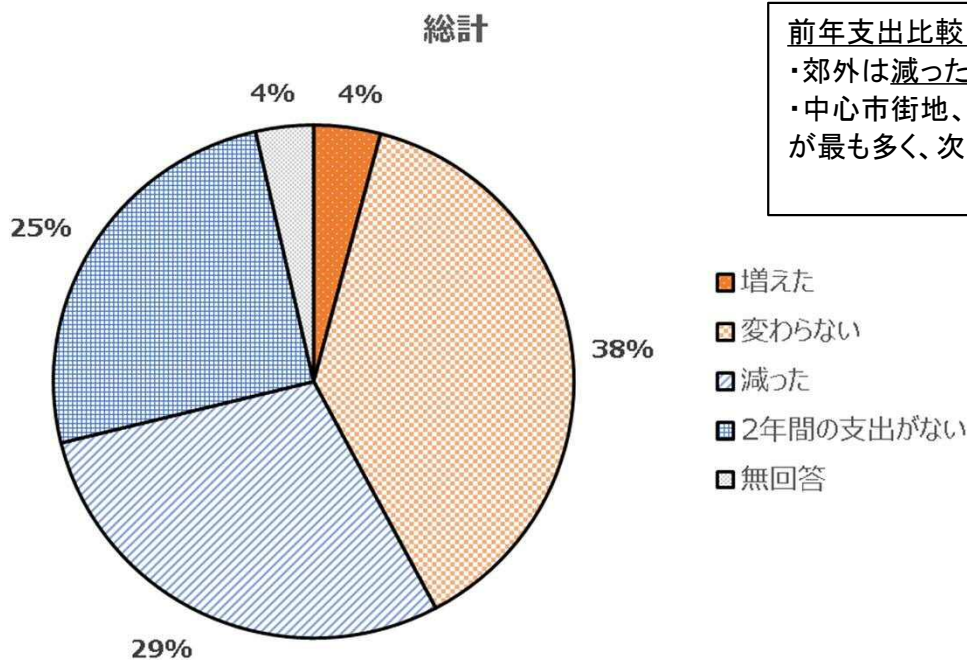
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	308	131	121	56	24.5%	24.4%	24.2%	25.8%
変わらない	619	253	251	115	49.3%	47.1%	50.1%	53.0%
減った	217	97	79	41	17.3%	18.1%	15.8%	18.9%
2年間の支出がない	74	40	29	5	5.9%	7.4%	5.8%	2.3%
無回答	37	16	21	0	2.9%	3.0%	4.2%	0.0%



前年支出比較(コンビニエンスストア)
 郊外、中心市街地、LINEともに**変わらない**が最も多く、次いで、**増えた**が多い。

⑨-10 地元の個人商店

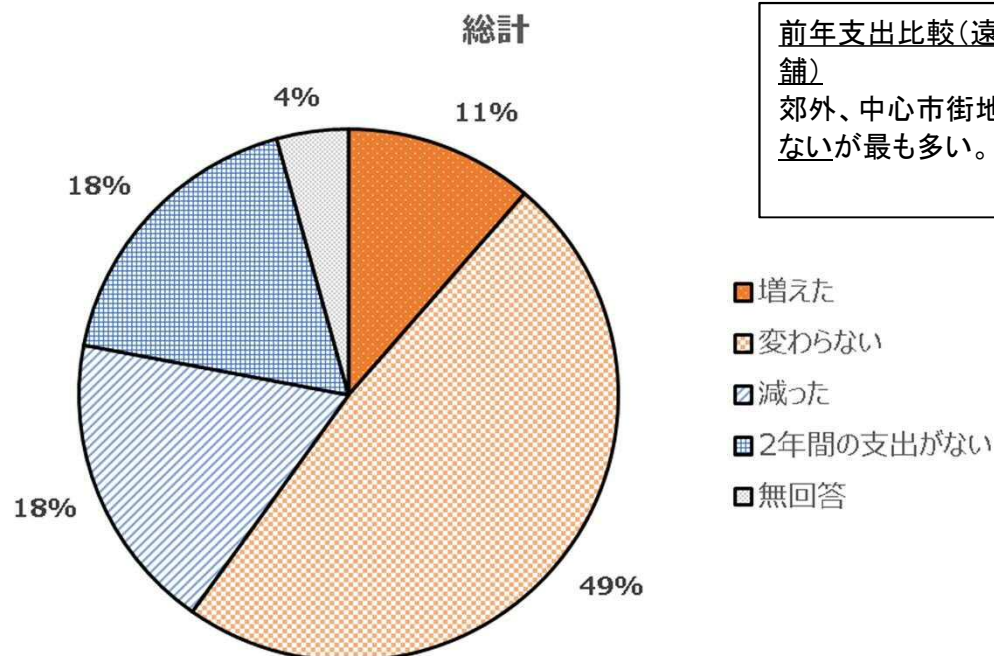
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	52	19	24	9	4.1%	3.5%	4.8%	4.1%
変わらない	478	168	219	91	38.1%	31.3%	43.7%	41.9%
減った	363	176	130	57	28.9%	32.8%	25.9%	26.3%
2年間の支出がない	317	153	104	60	25.3%	28.5%	20.8%	27.6%
無回答	45	21	24	0	3.6%	3.9%	4.8%	0.0%



前年支出比較(地元個人商店)
 ・郊外は**減った**、**変わらない**が多い。
 ・中心市街地、LINEともに**変わらない**が最も多く、次いで**減った**が多い。

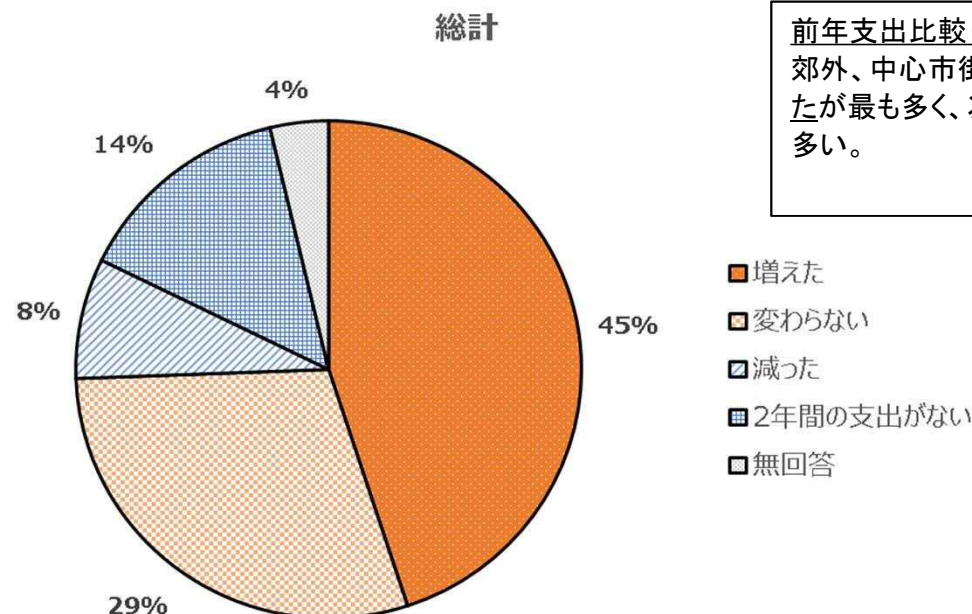
⑨-11 遠州地域以外の店舗

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	142	45	55	42	11.3%	8.4%	11.0%	19.4%
変わらない	609	236	258	115	48.5%	43.9%	51.5%	53.0%
減った	228	108	84	36	18.2%	20.1%	16.8%	16.6%
2年間の支出がない	222	121	77	24	17.7%	22.5%	15.4%	11.1%
無回答	54	27	27	0	4.3%	5.0%	5.4%	0.0%



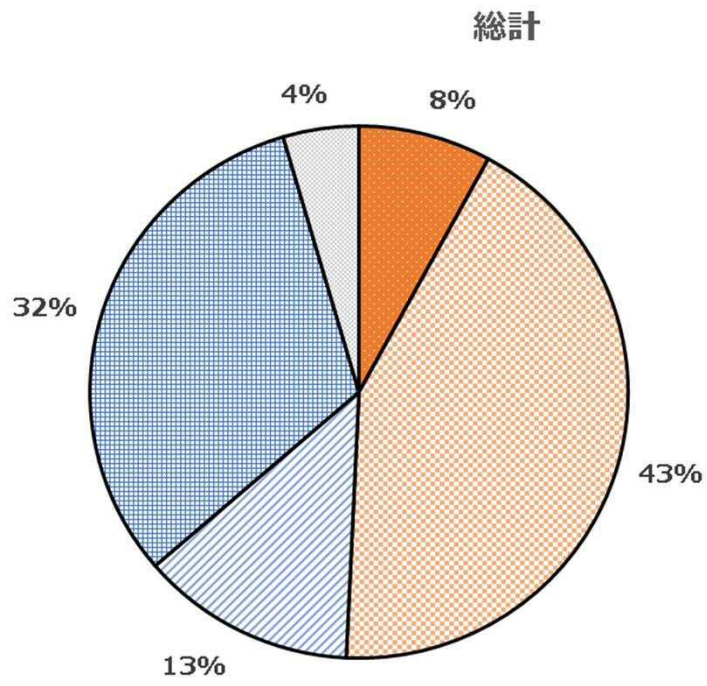
⑨-12 インターネット通販

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	564	219	210	135	44.9%	40.8%	41.9%	62.2%
変わらない	370	153	164	53	29.5%	28.5%	32.7%	24.4%
減った	98	38	36	24	7.8%	7.1%	7.2%	11.1%
2年間の支出がない	176	105	66	5	14.0%	19.6%	13.2%	2.3%
無回答	47	22	25	0	3.7%	4.1%	5.0%	0.0%



⑨-13 インターネット以外の通販(テレビショッピング、紙面により購入申込を行うものなど)

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
増えた	100	47	38	15	8.0%	8.8%	7.6%	6.9%
変わらない	537	221	230	86	42.8%	41.2%	45.9%	39.6%
減った	162	66	70	26	12.9%	12.3%	14.0%	12.0%
2年間の支出がない	399	175	134	90	31.8%	32.6%	26.7%	41.5%
無回答	57	28	29	0	4.5%	5.2%	5.8%	0.0%



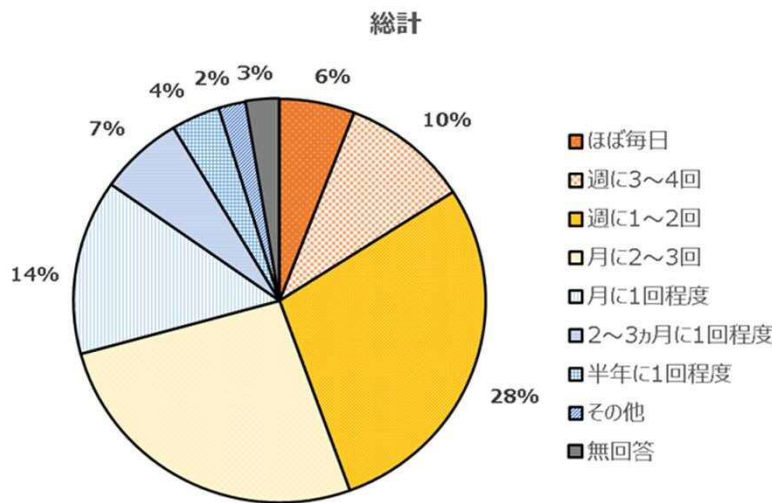
前年支出比較(インターネット以外通販)
 ・郊外、中心市街地は変わらないが最も多い。
 ・LINEは2年間の支出がないが最も多い。

- 増えた
- 変わらない
- 減った
- 2年間の支出がない
- 無回答

問2 あなたは郊外商業施設にどれくらいの頻度ででかけますか？(就業・就学を除く)

【郊外商業施設への外出頻度から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1. ほぼ毎日	74	52	20	2	5.9%	9.7%	4.0%	0.9%
2. 週に3~4回	126	64	47	15	10.0%	11.9%	9.4%	6.9%
3. 週に1~2回	358	172	137	49	28.5%	32.0%	27.3%	22.6%
4. 月に2~3回	330	139	122	69	26.3%	25.9%	24.4%	31.8%
5. 月に1回程度	176	59	66	51	14.0%	11.0%	13.2%	23.5%
6. 2~3か月に1回程度	83	25	36	22	6.6%	4.7%	7.2%	10.1%
7. 半年に1回程度	48	9	32	7	3.8%	1.7%	6.4%	3.2%
8. その他	27	5	21	1	2.2%	0.9%	4.2%	0.5%
無回答	33	12	20	1	2.6%	2.2%	4.0%	0.5%



問2 郊外頻度

・郊外、中心市街地は週に1~2回、月に2~3回が多い。

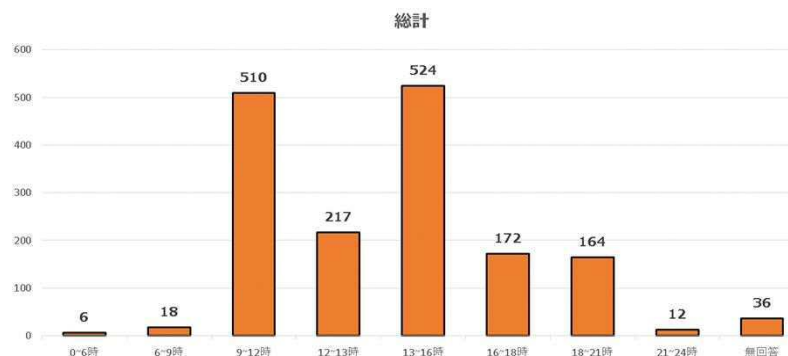
・LINEは月に2~3回、月に1回程度、週に1~2回が多い。

⇒中心市街地に来る方も、毎週1回程度、郊外の商業施設に出かけていることが推測される。

問3 主に出かける時間帯はいつですか。(就業・就学を除く)※2つまで回答可

【郊外商業施設への外出時間帯から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
0~6時	6	3	3	0	0.5%	0.6%	0.6%	0.0%
6~9時	18	11	7	0	1.4%	2.0%	1.4%	0.0%
9~12時	510	248	161	101	40.6%	46.2%	32.1%	46.5%
12~13時	217	97	77	43	17.3%	18.1%	15.4%	19.8%
13~16時	524	202	220	102	41.8%	37.6%	43.9%	47.0%
16~18時	172	55	77	40	13.7%	10.2%	15.4%	18.4%
18~21時	164	44	86	34	13.1%	8.2%	17.2%	15.7%
21~24時	12	7	3	2	1.0%	1.3%	0.6%	0.9%
無回答	36	10	25	1	2.9%	1.9%	5.0%	0.5%



問3 郊外出かける時間帯

・郊外は9:00~12:00が最も多く、次いで13:00~16:00が多い。

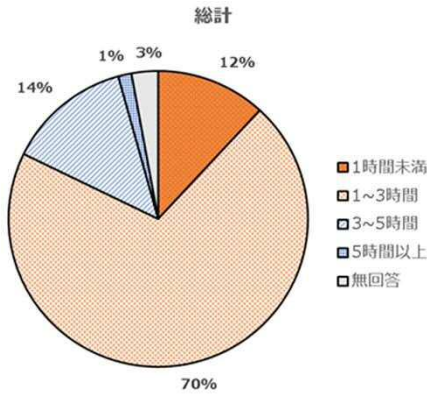
・中心市街地、LINEは13:00~16:00が最も多く、次いで9:00~12:00が多い。

⇒ほとんどの方が午前・午後

問4 郊外商業施設での滞在時間はどのくらいですか。(就業・就学を除く)

【郊外商業施設の滞在時間を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1時間未満	149	61	57	31	11.9%	11.4%	11.4%	14.3%
1~3時間	883	397	328	158	70.4%	73.9%	65.5%	72.8%
3~5時間	169	59	84	26	13.5%	11.0%	16.8%	12.0%
5時間以上	18	8	8	2	1.4%	1.5%	1.6%	0.9%
無回答	36	12	24	0	2.9%	2.2%	4.8%	0.0%



問4 郊外滞在時間

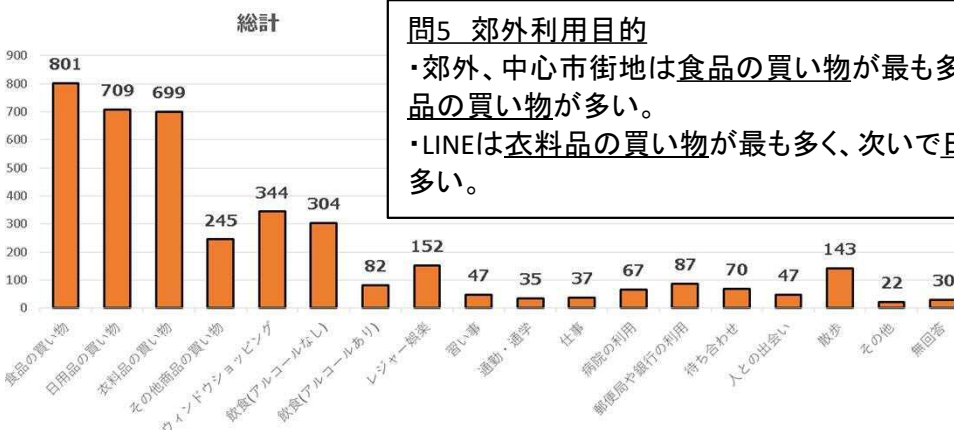
・郊外、中心市街地、LINEともに1~3時間が最も多い。

⇒問11と比較し、郊外商業施設と中心市街地の滞在時間は変わらない。

問5 あなたが郊外商業施設へ出かける主な目的は何ですか。※複数回答可

【郊外商業施設の利用目的を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.食品の買い物	801	387	287	127	63.8%	72.1%	57.3%	58.5%
2.日用品の買い物	709	302	270	137	56.5%	56.2%	53.9%	63.1%
3.衣料品の買い物	699	316	226	157	55.7%	58.8%	45.1%	72.4%
4.その他商品の買い物	245	106	86	53	19.5%	19.7%	17.2%	24.4%
5.ウィンドウショッピング	344	145	110	89	27.4%	27.0%	22.0%	41.0%
6.飲食(アルコールなし)	304	126	103	75	24.2%	23.5%	20.6%	34.6%
7.飲食(アルコールあり)	82	37	38	7	6.5%	6.9%	7.6%	3.2%
8.レジャー娯楽	152	48	77	27	12.1%	8.9%	15.4%	12.4%
9.習い事	47	26	14	7	3.7%	4.8%	2.8%	3.2%
10.通勤・通学	35	15	17	3	2.8%	2.8%	3.4%	1.4%
11.仕事	37	17	19	1	2.9%	3.2%	3.8%	0.5%
12.病院の利用	67	44	16	7	5.3%	8.2%	3.2%	3.2%
13.郵便局や銀行の利用	87	60	20	7	6.9%	11.2%	4.0%	3.2%
14.待ち合わせ	70	24	36	10	5.6%	4.5%	7.2%	4.6%
15.人との出会い	47	22	21	4	3.7%	4.1%	4.2%	1.8%
16.散歩	143	70	54	19	11.4%	13.0%	10.8%	8.8%
17.その他	22	7	11	4	1.8%	1.3%	2.2%	1.8%
無回答	30	10	20	0	2.4%	1.9%	4.0%	0.0%



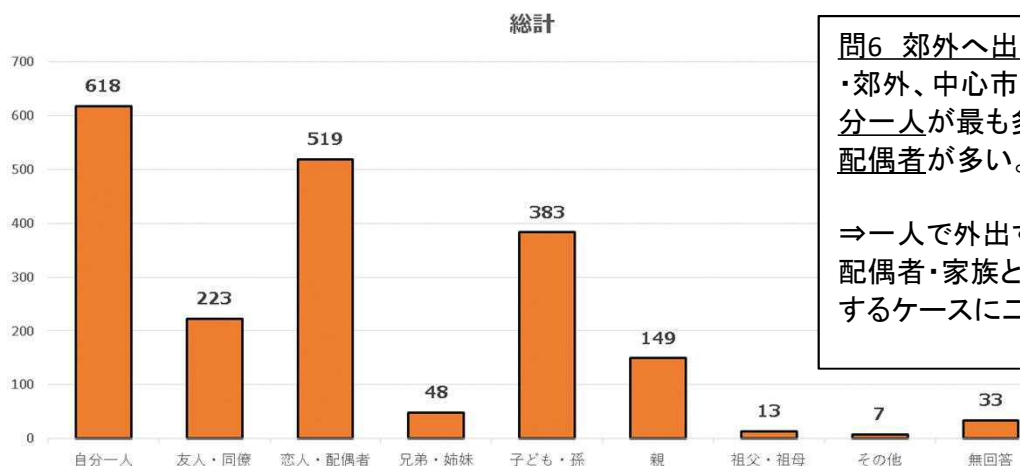
問5 郊外利用目的

・郊外、中心市街地は食品の買い物が最も多く、次いで衣料品、日用品の買い物が多い。

・LINEは衣料品の買い物が最も多く、次いで日用品、食品の買い物が多い。

問6 郊外商業施設へ行く時は、どなたと出かけることが多いですか。※複数回答可
【郊外商業施設への同行者から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.自分一人	618	255	243	120	49.2%	47.5%	48.5%	55.3%
2.友人・同僚	223	79	102	42	17.8%	14.7%	20.4%	19.4%
3.恋人・配偶者	519	235	172	112	41.4%	43.8%	34.3%	51.6%
4.兄弟・姉妹	48	25	14	9	3.8%	4.7%	2.8%	4.1%
5.子ども・孫	383	159	116	108	30.5%	29.6%	23.2%	49.8%
6.親	149	64	54	31	11.9%	11.9%	10.8%	14.3%
7.祖父・祖母	13	11	0	2	1.0%	2.0%	0.0%	0.9%
8.その他	7	1	6	0	0.6%	0.2%	1.2%	0.0%
無回答	33	10	23	0	2.6%	1.9%	4.6%	0.0%

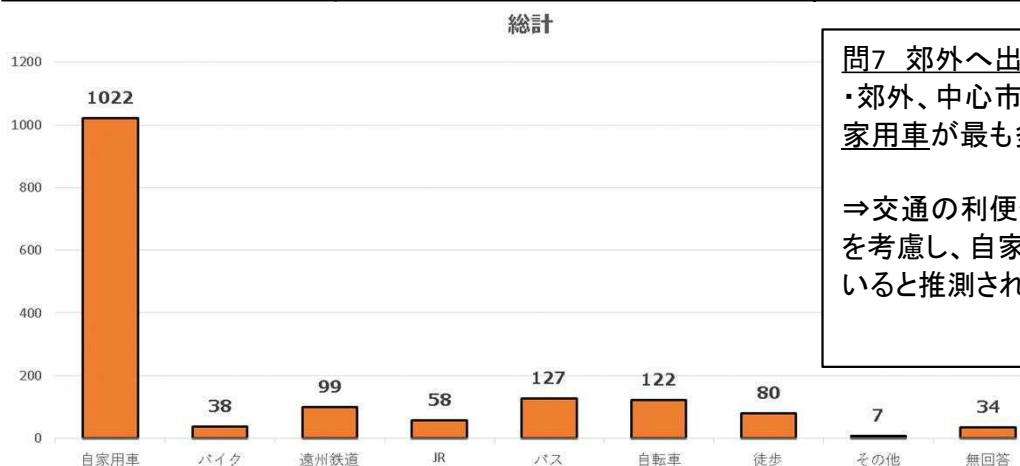


問6 郊外へ出かける相手
・郊外、中心市街地、LINEともに自分一人が最も多く、次いで恋人・配偶者が多い。

⇒一人で外出する場合と、恋人・配偶者・家族と楽しみながら外出するケースに二分される。

問7 郊外商業施設へ行く時は、どのような交通機関を利用しますか。※複数回答可
【郊外商業施設への外出方法から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.自家用車	1022	472	344	206	81.4%	87.9%	68.7%	94.9%
2.バイク	38	14	16	8	3.0%	2.6%	3.2%	3.7%
3.遠州鉄道	99	31	59	9	7.9%	5.8%	11.8%	4.1%
4.JR	58	16	41	1	4.6%	3.0%	8.2%	0.5%
5.バス	127	39	75	13	10.1%	7.3%	15.0%	6.0%
6.自転車	122	53	62	7	9.7%	9.9%	12.4%	3.2%
7.徒歩	80	30	48	2	6.4%	5.6%	9.6%	0.9%
8.その他	7	1	4	2	0.6%	0.2%	0.8%	0.9%
無回答	34	11	23	0	2.7%	2.0%	4.6%	0.0%



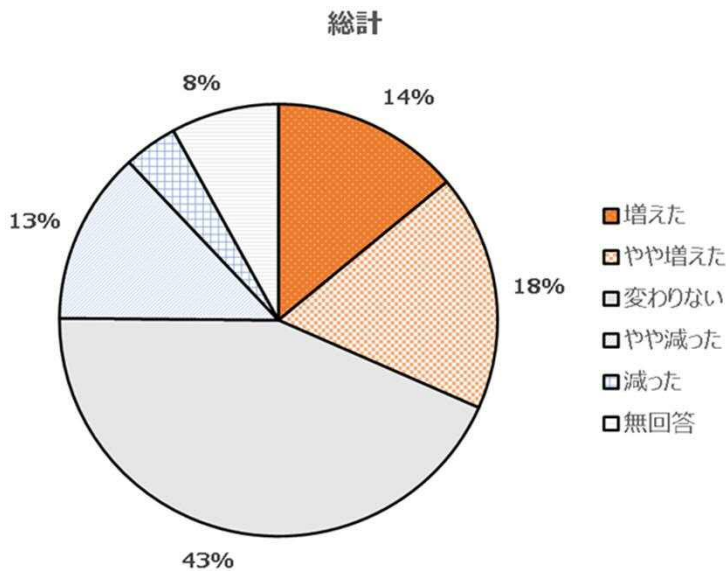
問7 郊外へ出かける交通機関
・郊外、中心市街地、LINEともに自家用車が最も多い。

⇒交通の利便性、購入品の運搬を考慮し、自家用車が選択されていると推測される。

問8 コロナ前と比べて、**郊外商業施設**へ訪れる機会はどうなりましたか。

【コロナ前後の消費行動の変化を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.増えた	175	60	83	32	13.9%	11.2%	16.6%	14.7%
2.やや増えた	222	105	88	29	17.7%	19.6%	17.6%	13.4%
3.変わらない	546	249	205	92	43.5%	46.4%	40.9%	42.4%
4.やや減った	162	65	54	43	12.9%	12.1%	10.8%	19.8%
5.減った	50	17	12	21	4.0%	3.2%	2.4%	9.7%
無回答	100	41	59	0	8.0%	7.6%	11.8%	0.0%



問8 郊外へ訪れる機会

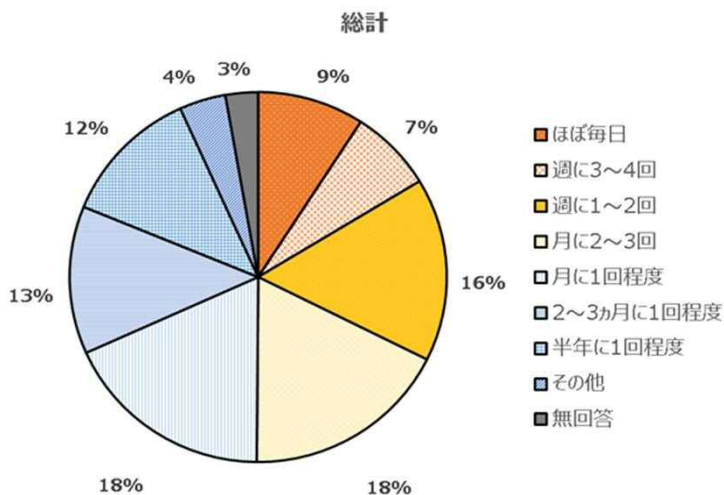
・郊外、中心市街地、LINEともに変わらないが最も多い。

⇒増えた、やや増えたの回答も3割前後あり、増加傾向が見られる。

問9 あなたは**中心市街地**にどれくらいの頻度ででかけますか？(就業・就学を除く)

【中心市街地への外出頻度から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1. ほぼ毎日	115	25	75	15	9.2%	4.7%	15.0%	6.9%
2. 週に3~4回	90	25	61	4	7.2%	4.7%	12.2%	1.8%
3. 週に1~2回	201	71	110	20	16.0%	13.2%	22.0%	9.2%
4. 月に2~3回	223	85	100	38	17.8%	15.8%	20.0%	17.5%
5. 月に1回程度	228	112	61	55	18.2%	20.9%	12.2%	25.3%
6. 2~3カ月に1回程度	162	84	29	49	12.9%	15.6%	5.8%	22.6%
7. 半年に1回程度	151	94	26	31	12.0%	17.5%	5.2%	14.3%
8. その他	50	27	18	5	4.0%	5.0%	3.6%	2.3%
無回答	35	14	21	0	2.8%	2.6%	4.2%	0.0%



問9 中心市街地頻度

・郊外は月に1回程度が最も多い。

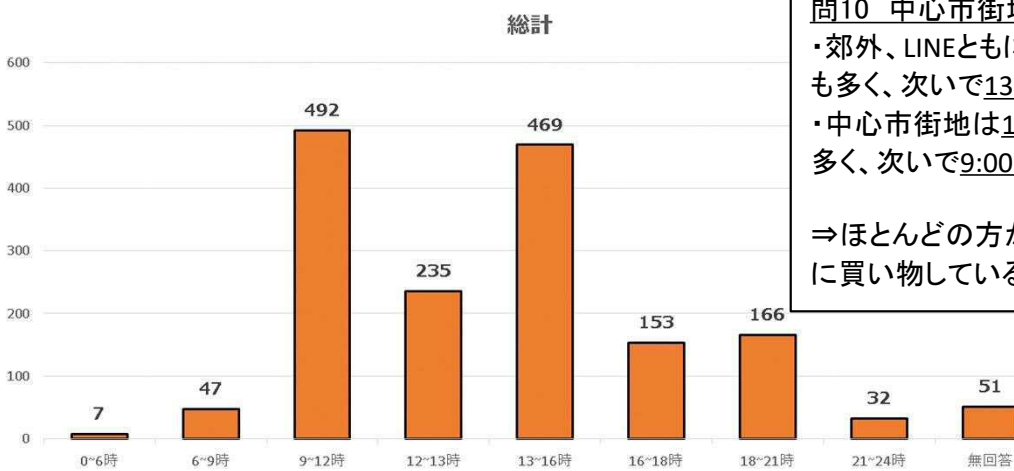
・中心市街地は週に1~2回、月に2~3回が多い。

・LINEは月に1回程度、2~3カ月に1回程度が多い。

⇒年齢層が若いLINE回答者が中心市街地に来る頻度が他の回答区分と比較し少ない。

問10 主に出かける時間帯はいつですか。(就業・就学を除く)※2つまで
【中心市街地への外出時間帯から、行動傾向を把握する】

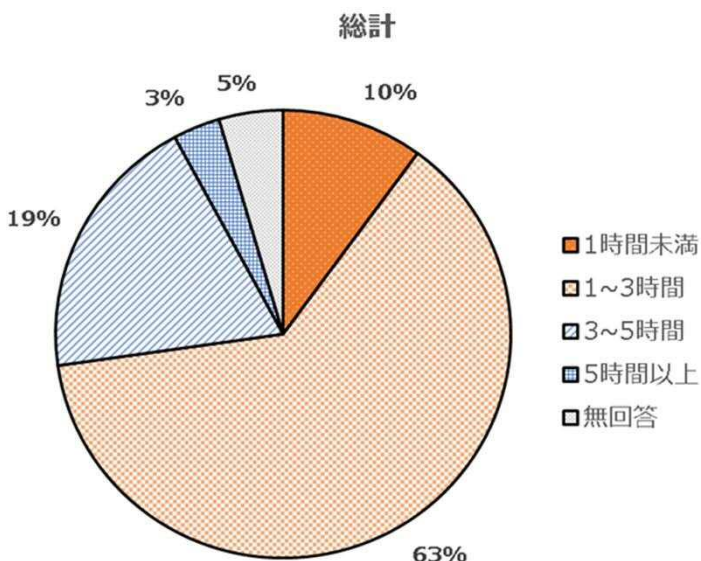
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
0~6時	7	3	3	1	0.6%	0.6%	0.6%	0.5%
6~9時	47	18	23	6	3.7%	3.4%	4.6%	2.8%
9~12時	492	233	156	103	39.2%	43.4%	31.1%	47.5%
12~13時	235	105	86	44	18.7%	19.6%	17.2%	20.3%
13~16時	469	185	200	84	37.4%	34.5%	39.9%	38.7%
16~18時	153	39	86	28	12.2%	7.3%	17.2%	12.9%
18~21時	166	45	82	39	13.2%	8.4%	16.4%	18.0%
21~24時	32	8	13	11	2.5%	1.5%	2.6%	5.1%
無回答	51	24	27	0	4.1%	4.5%	5.4%	0.0%



問10 中心市街地時間帯
・郊外、LINEともに9:00~12:00が最も多く、次いで13:00~16:00が多い。
・中心市街地は13:00~16:00が最も多く、次いで9:00~12:00が多い。
⇒ほとんどの方が午前・午後の日中に買い物している。

問11 中心市街地での滞在時間はどのくらいですか。(就業・就学を除く)
【中心市街地の滞在時間を把握する】

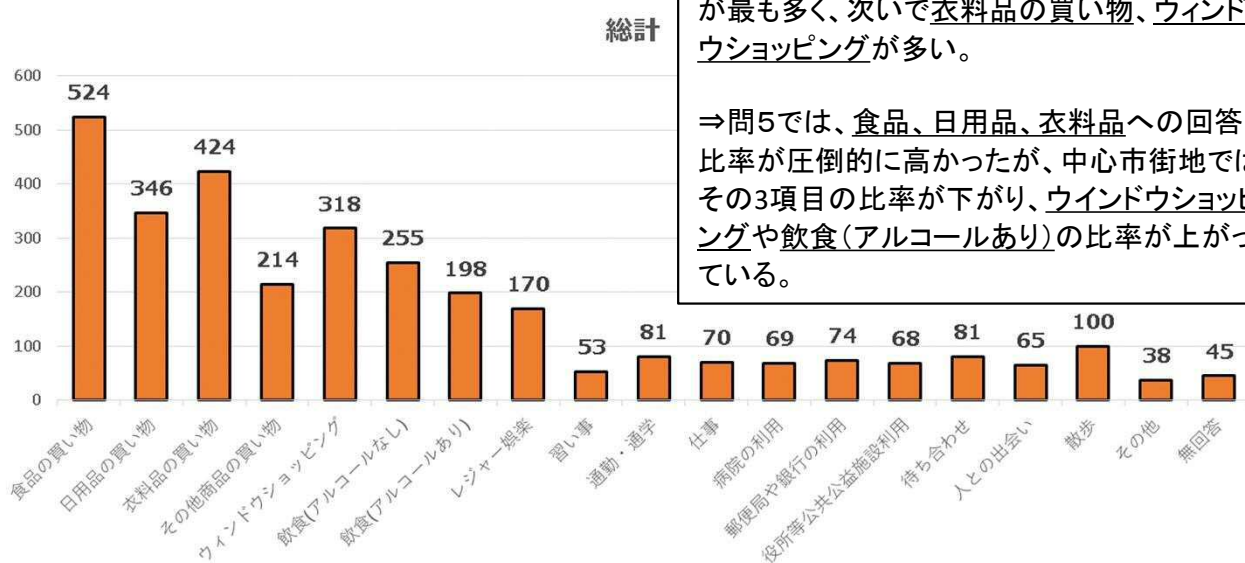
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1時間未満	126	51	50	25	10.0%	9.5%	10.0%	11.5%
1~3時間	787	347	301	139	62.7%	64.6%	60.1%	64.1%
3~5時間	243	99	101	43	19.4%	18.4%	20.2%	19.8%
5時間以上	42	12	21	9	3.3%	2.2%	4.2%	4.1%
無回答	57	28	28	1	4.5%	5.2%	5.6%	0.5%



問11 中心市街地滞在時間
・郊外、中心市街地、LINEともに1~3時間が最も多い。
⇒問4と比較し、郊外商業施設と中心市街地の滞在時間は変わらない。

問12 あなたが中心市街地へ出かける主な目的は何ですか。※複数回答可
【中心市街地の利用目的を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.食品の買い物	524	223	230	71	41.8%	41.5%	45.9%	32.7%
2.日用品の買い物	346	120	171	55	27.6%	22.3%	34.1%	25.3%
3.衣料品の買い物	424	199	160	65	33.8%	37.1%	31.9%	30.0%
4.その他商品の買い物	214	89	79	46	17.1%	16.6%	15.8%	21.2%
5.ウィンドウショッピング	318	138	117	63	25.3%	25.7%	23.4%	29.0%
6.飲食(アルコールなし)	255	109	90	56	20.3%	20.3%	18.0%	25.8%
7.飲食(アルコールあり)	198	58	89	51	15.8%	10.8%	17.8%	23.5%
8.レジャー・娯楽	170	65	68	37	13.5%	12.1%	13.6%	17.1%
9.習い事	53	19	26	8	4.2%	3.5%	5.2%	3.7%
10.通勤・通学	81	17	45	19	6.5%	3.2%	9.0%	8.8%
11.仕事	70	20	33	17	5.6%	3.7%	6.6%	7.8%
12.病院の利用	69	31	21	17	5.5%	5.8%	4.2%	7.8%
13.郵便局や銀行の利用	74	32	34	8	5.9%	6.0%	6.8%	3.7%
14.役所等公共公益施設利用	68	33	22	13	5.4%	6.1%	4.4%	6.0%
15.待ち合わせ	81	38	28	15	6.5%	7.1%	5.6%	6.9%
16.人との出会い	65	25	35	5	5.2%	4.7%	7.0%	2.3%
17.散歩	100	22	66	12	8.0%	4.1%	13.2%	5.5%
18.その他	38	18	11	9	3.0%	3.4%	2.2%	4.1%
無回答	45	23	22	0	3.6%	4.3%	4.4%	0.0%



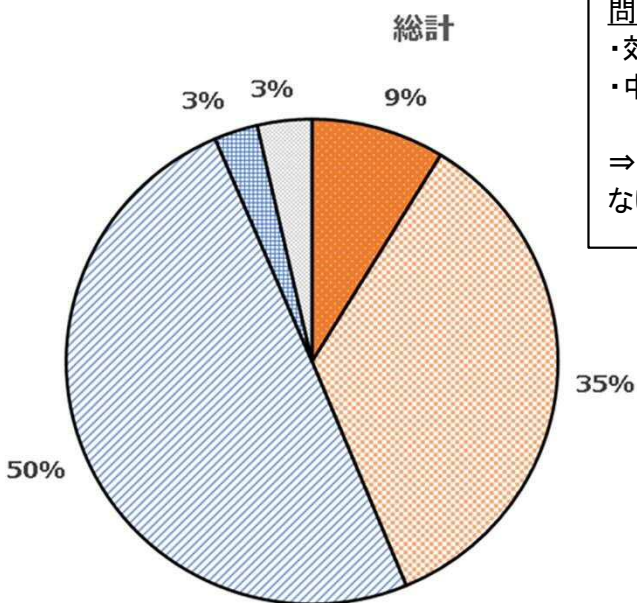
問12 中心市街地利用目的

・郊外、中心市街地、LINEともに食品の買い物が最も多く、次いで衣料品の買い物、ウィンドウショッピングが多い。

⇒問5では、食品、日用品、衣料品への回答比率が圧倒的に高かったが、中心市街地ではその3項目の比率が下がり、ウィンドウショッピングや飲食(アルコールあり)の比率が上がっている。

問13 中心市街地で大型商業施設以外の商店(飲食・物販店等)にはどのくらいの頻度で行きますか。
【中心市街地の大型商業施設以外の商店の利用頻度を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.よく行く	110	35	71	4	8.8%	6.5%	14.2%	1.8%
2.時々行く	439	164	200	75	35.0%	30.5%	39.9%	34.6%
3.あまり行かない	625	296	195	134	49.8%	55.1%	38.9%	61.8%
4.行ったことがない	36	24	9	3	2.9%	4.5%	1.8%	1.4%
無回答	45	18	26	1	3.6%	3.4%	5.2%	0.5%



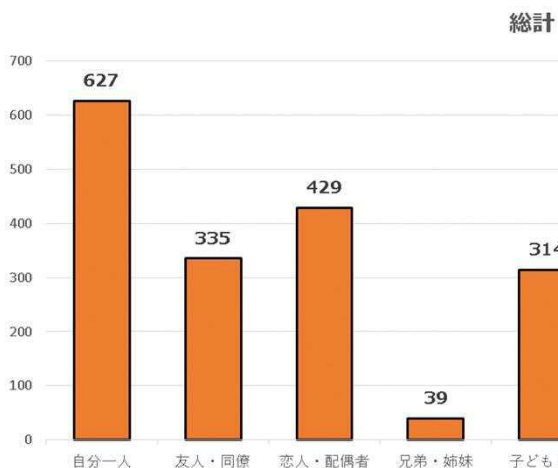
問13 中心市街地で大型店以外へ行く頻度
・郊外、LINEはあまり行かないが最も多い。
・中心市街地は時々行く、あまり行かないが多い。

⇒大型商業施設には行くが、個店へは時々しか行かない傾向が見られる。

- よく行く
- 時々行く
- あまり行かない
- 行ったことがない
- 無回答

問14 中心市街地へ行く時は、どなたと出かけることが多いですか。※複数回答可
【中心市街地への同行者から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.自分一人	627	234	271	122	50.0%	43.6%	54.1%	56.2%
2.友人・同僚	335	125	138	72	26.7%	23.3%	27.5%	33.2%
3.恋人・配偶者	429	190	149	90	34.2%	35.4%	29.7%	41.5%
4.兄弟・姉妹	39	26	10	3	3.1%	4.8%	2.0%	1.4%
5.子ども・孫	314	130	98	86	25.0%	24.2%	19.6%	39.6%
6.親	116	51	41	24	9.2%	9.5%	8.2%	11.1%
7.祖父・祖母	7	7	0	0	0.6%	1.3%	0.0%	0.0%
8.その他	6	1	4	1	0.5%	0.2%	0.8%	0.5%
無回答	39	18	21	0	3.1%	3.4%	4.2%	0.0%

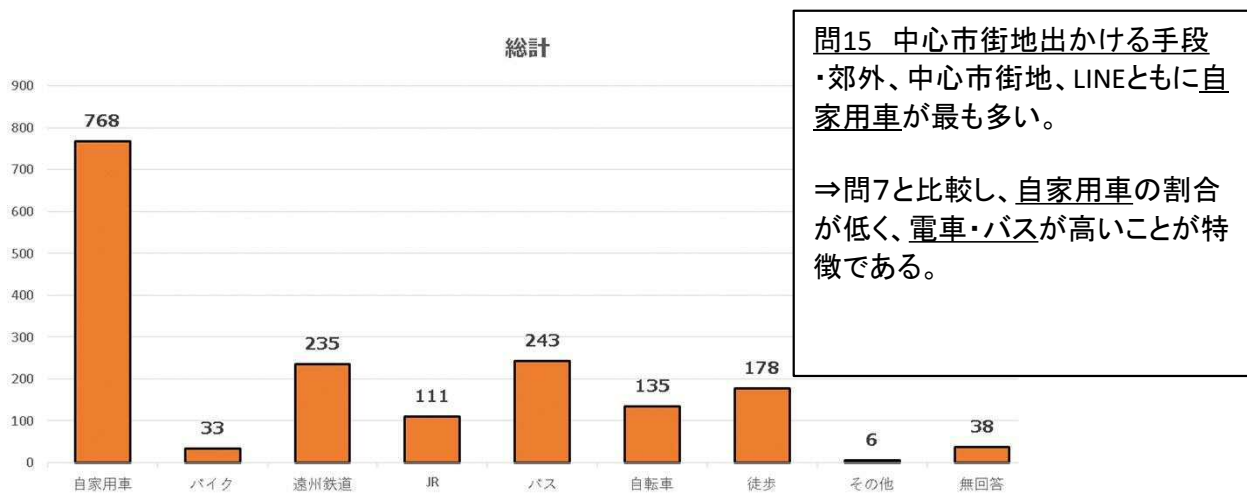


問14 中心市街地出かける相手
・郊外、中心市街地、LINEともに自分一人が最も多い。

⇒問6と比較し、恋人・配偶者、子供・孫の割合が低く、自分一人、友人・同僚が高いことが特徴である。

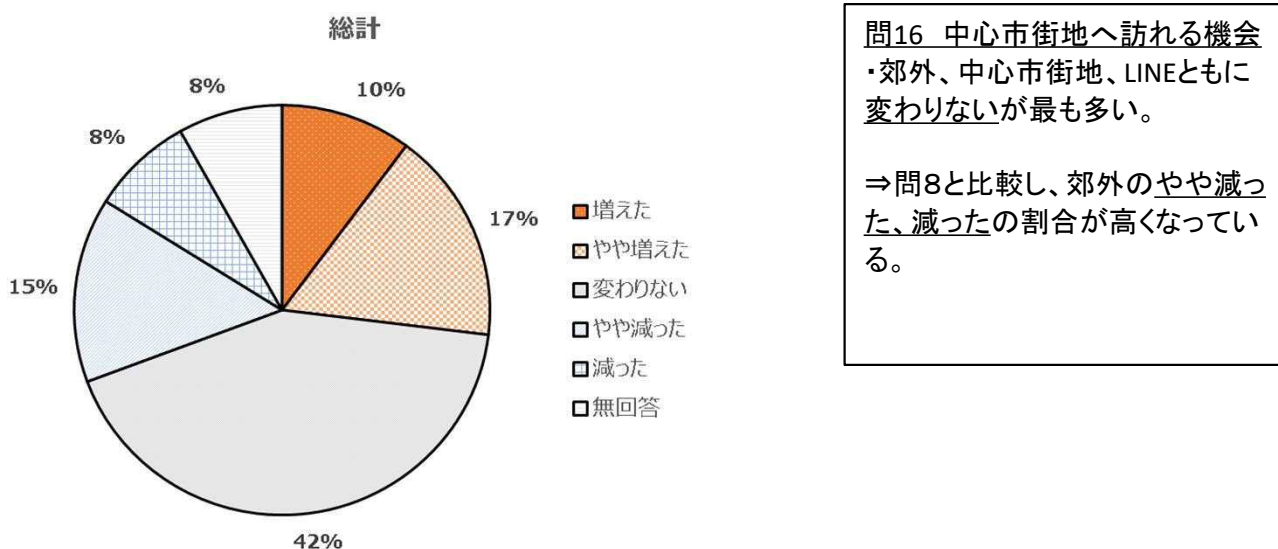
問15 **中心市街地**へ行く時は、どのような交通機関を利用しますか。※複数回答可
【中心市街地への外出方法から、行動傾向を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.自家用車	768	387	224	157	61.2%	72.1%	44.7%	72.4%
2.バイク	33	11	16	6	2.6%	2.0%	3.2%	2.8%
3.遠州鉄道	235	104	93	38	18.7%	19.4%	18.6%	17.5%
4.JR	111	31	59	21	8.8%	5.8%	11.8%	9.7%
5.バス	243	87	100	56	19.4%	16.2%	20.0%	25.8%
6.自転車	135	46	71	18	10.8%	8.6%	14.2%	8.3%
7.徒歩	178	45	111	22	14.2%	8.4%	22.2%	10.1%
8.その他	6	1	3	2	0.5%	0.2%	0.6%	0.9%
無回答	38	17	21	0	3.0%	3.2%	4.2%	0.0%



問16 コロナ前と比べて、**中心市街地**へ訪れる機会はどうになりましたか。
【コロナ前後の消費行動の変化を把握する】

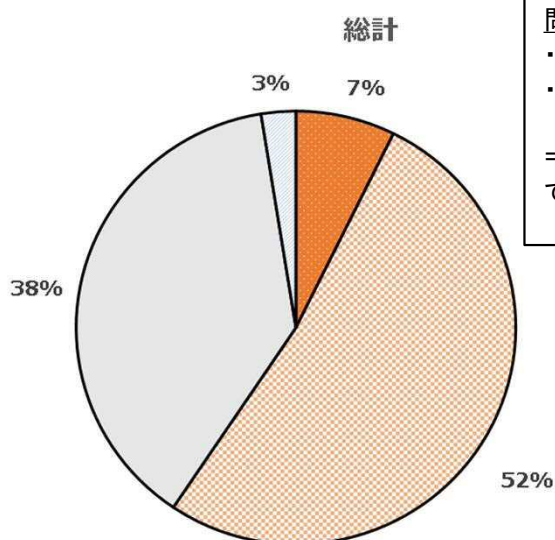
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.増えた	128	35	78	15	10.2%	6.5%	15.6%	6.9%
2.やや増えた	210	77	99	34	16.7%	14.3%	19.8%	15.7%
3.変わらない	532	230	215	87	42.4%	42.8%	42.9%	40.1%
4.やや減った	183	97	46	40	14.6%	18.1%	9.2%	18.4%
5.減った	100	49	11	40	8.0%	9.1%	2.2%	18.4%
無回答	102	49	52	1	8.1%	9.1%	10.4%	0.5%



問17 **中心市街地**へ行くことに対し、どの程度魅力を感じますか。

【中心市街地に対する意識を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.強く感じる	92	25	58	9	7.3%	4.7%	11.6%	4.1%
2.やや感じる	654	253	293	108	52.1%	47.1%	58.5%	49.8%
3.感じない	477	248	129	100	38.0%	46.2%	25.7%	46.1%
無回答	32	11	21	0	2.5%	2.0%	4.2%	0.0%



問17 中心市街地へ行く魅力

- ・郊外、LINEともにやや感じる、感じないが多い。
- ・中心市街地は、やや感じるが最も多い。

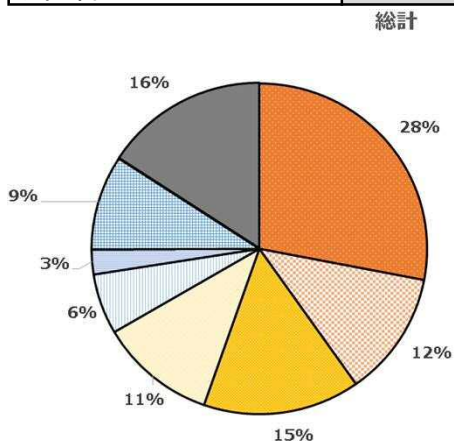
⇒郊外、LINEは、やや感じる、感じないの割合が同程度で二分している。

- 強く感じる
- やや感じる
- 感じない
- 無回答

問18 問17で魅力を感じると選択された方にお尋ねします。中心市街地のどういった点に魅力を感じますか

【中心市街地に対する意識を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.買物の際に多くの店やたくさんの商品から選べる	209	91	90	28	28.0%	32.7%	25.6%	23.9%
2.町が賑やかだから楽しい	91	23	54	14	12.2%	8.3%	15.4%	12.0%
3.飲食できるところがある	113	31	56	26	15.1%	11.2%	16.0%	22.2%
4.中心街に来れば色々な用事が一度に済む	84	27	42	15	11.3%	9.7%	12.0%	12.8%
5.流行や文化の雰囲気恵まれている	44	18	19	7	5.9%	6.5%	5.4%	6.0%
6.レジャー施設に恵まれている	18	7	7	4	2.4%	2.5%	2.0%	3.4%
7.特に理由はないが何となく惹かれる	69	32	21	16	9.2%	11.5%	6.0%	13.7%
無回答	118	49	62	7	15.8%	17.6%	17.7%	6.0%



- 1. 買物の際に多くの店やたくさんの商品から選べる
- 2. 町が賑やかだから楽しい
- 3. 飲食できるところがある
- 4. 中心街に来れば色々な用事が一度に済む
- 5. 流行や文化の雰囲気に恵まれている
- 6. レジャー施設に恵まれている
- 7. 特に理由はないが何となく惹かれる
- 無回答

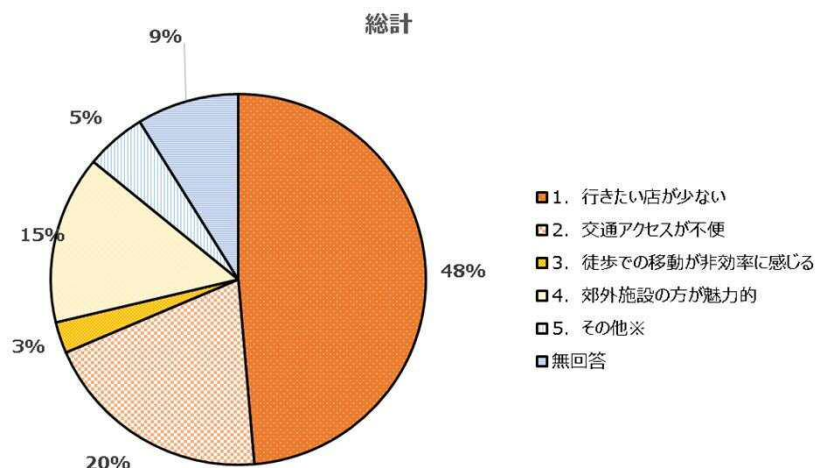
問18 中心市街地魅力を感じる点

- ・買物の際に多くの店やたくさんの商品から選べる、飲食できるところがある、無回答が多い。

問19 問17で魅力を感じないと選択された方にお尋ねします。その理由を教えてください。

【中心市街地に対する意識を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.行きたい店が少ない	232	117	67	48	48.6%	47.2%	51.9%	48.0%
2.交通アクセスが不便	95	45	19	31	19.9%	18.1%	14.7%	31.0%
3.徒歩での移動が非効率に感じる	13	8	3	2	2.7%	3.2%	2.3%	2.0%
4.郊外施設の方が魅力的	70	39	19	12	14.7%	15.7%	14.7%	12.0%
5.その他	25	10	9	6	5.2%	4.0%	7.0%	6.0%
無回答	42	29	12	1	8.8%	11.7%	9.3%	1.0%



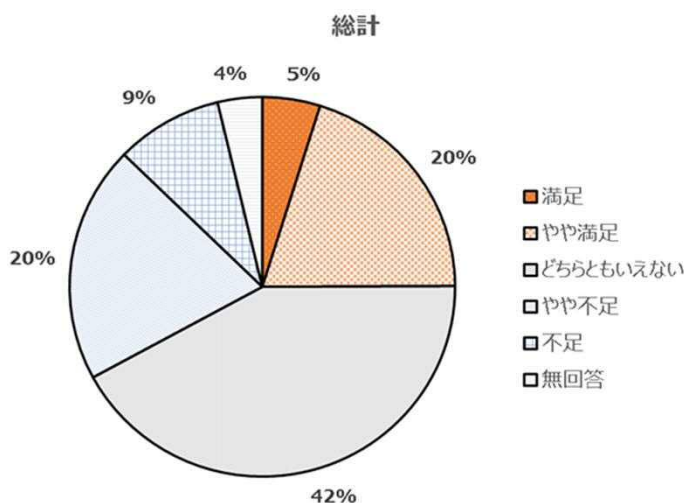
問19 中心市街地魅力を感じない理由

・郊外、中心市街地、LINEともに行きたい店が少ないが最も多く、次いで交通アクセスが不便、郊外施設の方が魅力的が多い。

問20 中心市街地に関連した情報発信は満足できる量があると思いますか。

【中心市街地の情報量の満足度を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.満足	61	14	38	9	4.9%	2.6%	7.6%	4.1%
2.やや満足	252	93	114	45	20.1%	17.3%	22.8%	20.7%
3.どちらともいえない	529	241	191	97	42.2%	44.9%	38.1%	44.7%
4.やや不足	253	113	99	41	20.2%	21.0%	19.8%	18.9%
5.不足	113	54	36	23	9.0%	10.1%	7.2%	10.6%
無回答	47	22	23	2	3.7%	4.1%	4.6%	0.9%



問20 中心市街地情報量

・郊外、中心市街地、LINEともにどちらともいえないが最も多い。

⇒どちらともいえないと無回答を合わせた約4割の回答者のうち、一定数が何も情報を得ていない可能性が推測される。

問21 どういった媒体で情報を収集することが多いですか。(複数回答可)

【中心市街地の情報を得る手段を把握する】

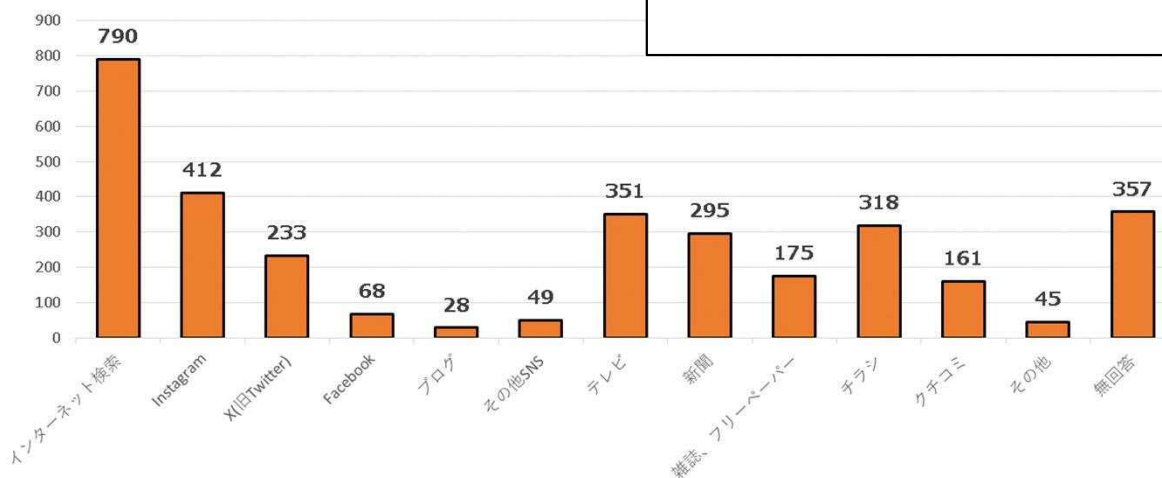
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.インターネット検索	790	319	320	151	62.9%	59.4%	63.9%	69.6%
2.Instagram	412	106	171	135	32.8%	19.7%	34.1%	62.2%
3.X(旧Twitter)	233	69	102	62	18.6%	12.8%	20.4%	28.6%
4.Facebook	68	21	29	18	5.4%	3.9%	5.8%	8.3%
5.ブログ	28	8	14	6	2.2%	1.5%	2.8%	2.8%
6.その他SNS	49	13	12	24	3.9%	2.4%	2.4%	11.1%
7.テレビ	351	170	145	36	28.0%	31.7%	28.9%	16.6%
8.新聞	295	155	114	26	23.5%	28.9%	22.8%	12.0%
9.雑誌、フリーペーパー	175	68	69	38	13.9%	12.7%	13.8%	17.5%
10.チラシ	318	162	112	44	25.3%	30.2%	22.4%	20.3%
11.クチコミ	161	64	64	33	12.8%	11.9%	12.8%	15.2%
12.その他	45	25	19	1	3.6%	4.7%	3.8%	0.5%
無回答	357	170	138	49	28.4%	31.7%	27.5%	22.6%

問21 中心市街地情報収集媒体

・郊外、中心市街地、LINEともにインターネット検索が最も多い。

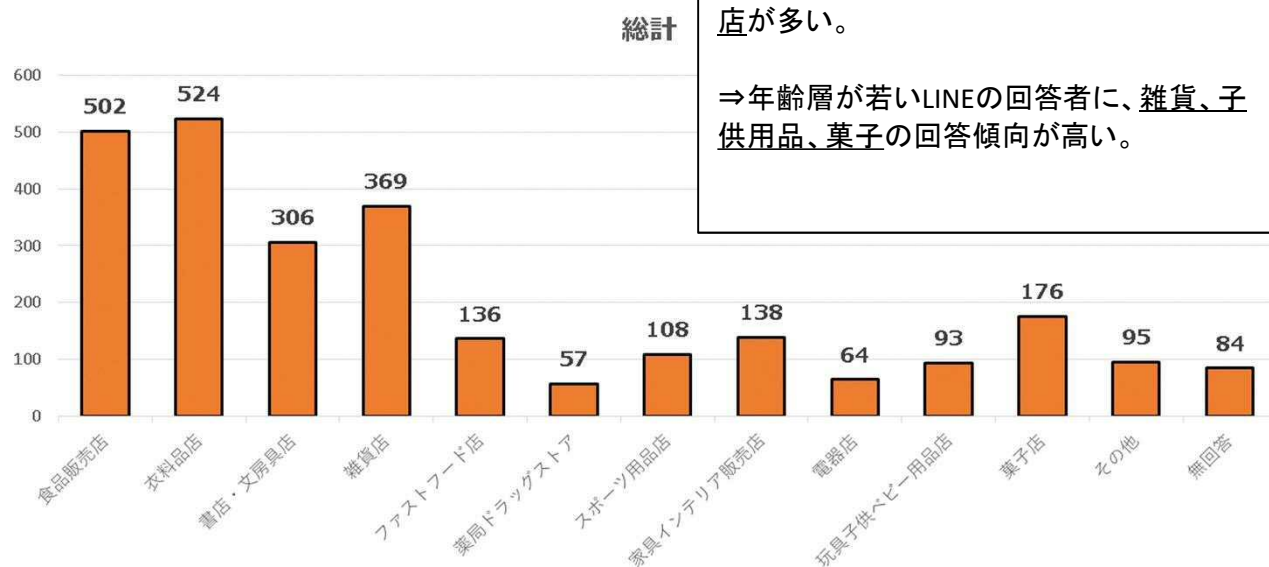
⇒インターネットの割合が高いが、特に年齢層が若いLINE回答者に、インターネット、SNSの回答傾向が高い。

総計



問22 中心市街地にどのようなお店があれば行きたいと思いますか。※3つまで回答可
【中心市街地の買い物に対する希望を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.食品販売店	502	220	201	81	40.0%	41.0%	40.1%	37.3%
2.衣料品店	524	227	193	104	41.8%	42.3%	38.5%	47.9%
3.書店・文房具店	306	130	141	35	24.4%	24.2%	28.1%	16.1%
4.雑貨店	369	142	138	89	29.4%	26.4%	27.5%	41.0%
5.ファストフード店	136	49	70	17	10.8%	9.1%	14.0%	7.8%
6.薬局ドラッグストア	57	16	31	10	4.5%	3.0%	6.2%	4.6%
7.スポーツ用品店	108	35	55	18	8.6%	6.5%	11.0%	8.3%
8.家具インテリア販売店	138	57	51	30	11.0%	10.6%	10.2%	13.8%
9.電器店	64	27	29	8	5.1%	5.0%	5.8%	3.7%
10.玩具子供ベビー用品店	93	21	40	32	7.4%	3.9%	8.0%	14.7%
11.菓子店	176	60	64	52	14.0%	11.2%	12.8%	24.0%
12.その他	95	36	32	27	7.6%	6.7%	6.4%	12.4%
無回答	84	47	36	1	6.7%	8.8%	7.2%	0.5%



問22 中心市街地にどのような店があれば行きたいか

- ・郊外、中心市街地は衣料品店、食品販売店が多い。
- ・LINEは衣料品店が最も多く、次いで雑貨店が多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、雑貨、子供用品、菓子の回答傾向が高い。

問23 中心市街地(商店街)で買い物をするために必要な条件は何ですか。※3つまで回答可
【中心市街地の買い物に対する希望を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.魅力ある商品が多い	754	296	310	148	60.1%	55.1%	61.9%	68.2%
2.家から近い	206	72	115	19	16.4%	13.4%	23.0%	8.8%
3.駐車場がある	598	297	161	140	47.6%	55.3%	32.1%	64.5%
4.品数が豊富	316	125	128	63	25.2%	23.3%	25.5%	29.0%
5.イベントの開催	396	152	170	74	31.6%	28.3%	33.9%	34.1%
6.割引セールの実施	239	98	79	62	19.0%	18.2%	15.8%	28.6%
7.様々な物が一度に買える	217	83	84	50	17.3%	15.5%	16.8%	23.0%
8.店主とのつながり	44	7	23	14	3.5%	1.3%	4.6%	6.5%
9.その他	16	7	2	7	1.3%	1.3%	0.4%	3.2%
無回答	62	30	29	3	4.9%	5.6%	5.8%	1.4%

問23 中心市街地の買い物に必要な条件

- ・郊外は駐車場、魅力ある商品が多い。
- ・中心市街地は魅力ある商品が最も多い。
- ・LINEは魅力ある商品が最も多く、次いで駐車場があるが多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、魅力ある商品、駐車場、割引、様々なものが一度に買えるの回答傾向が高い。

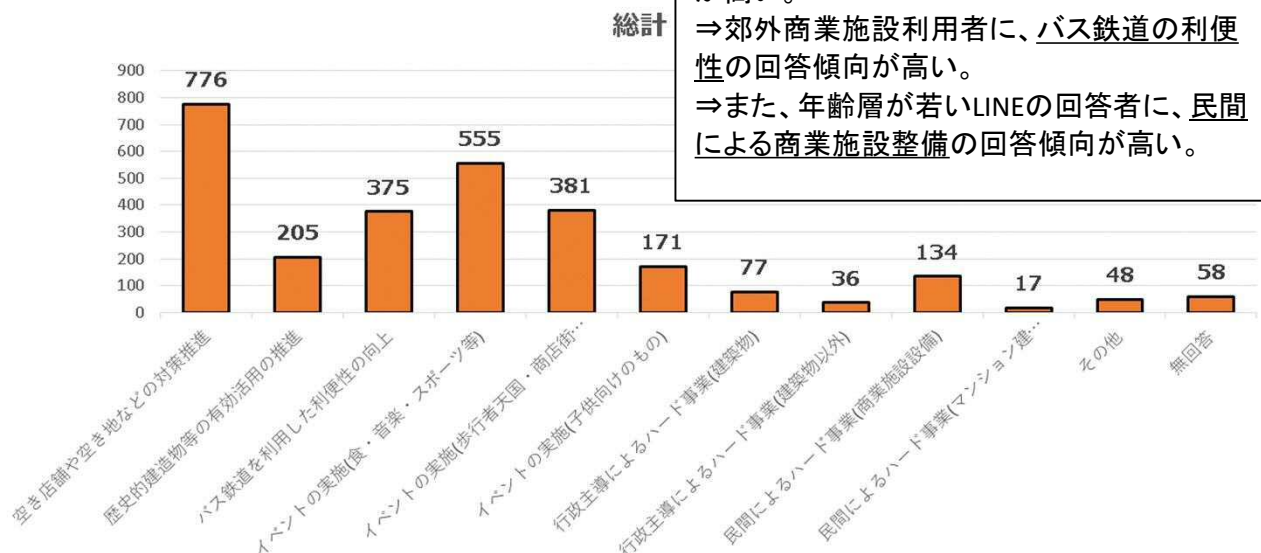


問24 中心市街地の魅力を高め、活性化していくために必要だと思う取り組みは何ですか。※〇3つまで
【中心市街地に対する希望を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.空き店舗や空き地などの対策推進	776	298	332	146	61.8%	55.5%	66.3%	67.3%
2.歴史的建造物等の有効活用の推進	205	92	89	24	16.3%	17.1%	17.8%	11.1%
3.バス鉄道を利用した利便性の向上	375	188	127	60	29.9%	35.0%	25.3%	27.6%
4.イベントの実施(食・音楽・スポーツ等)	555	223	228	104	44.2%	41.5%	45.5%	47.9%
5.イベントの実施(歩行者天国・商店街事業等)	381	153	150	78	30.4%	28.5%	29.9%	35.9%
6.イベントの実施(子供向けのもの)	171	60	63	48	13.6%	11.2%	12.6%	22.1%
7.行政主導によるハード事業(建築物)	77	24	34	19	6.1%	4.5%	6.8%	8.8%
8.行政主導によるハード事業(建築物以外)	36	12	16	8	2.9%	2.2%	3.2%	3.7%
9.民間によるハード事業(商業施設設備)	134	49	49	36	10.7%	9.1%	9.8%	16.6%
10.民間によるハード事業(マンション建設等居住関係)	17	8	6	3	1.4%	1.5%	1.2%	1.4%
11.その他	48	14	15	19	3.8%	2.6%	3.0%	8.8%
無回答	58	30	26	2	4.6%	5.6%	5.2%	0.9%

問24 中心市街地活性化に必要な取り組み・郊外、中心市街地、LINEともに空き店舗や空き地などの対策推進が最も多い。

⇒その他、どれもイベントの実施の回答傾向が高い。
⇒郊外商業施設利用者に、バス鉄道の利便性の回答傾向が高い。
⇒また、年齢層が若いLINEの回答者に、民間による商業施設整備の回答傾向が高い。

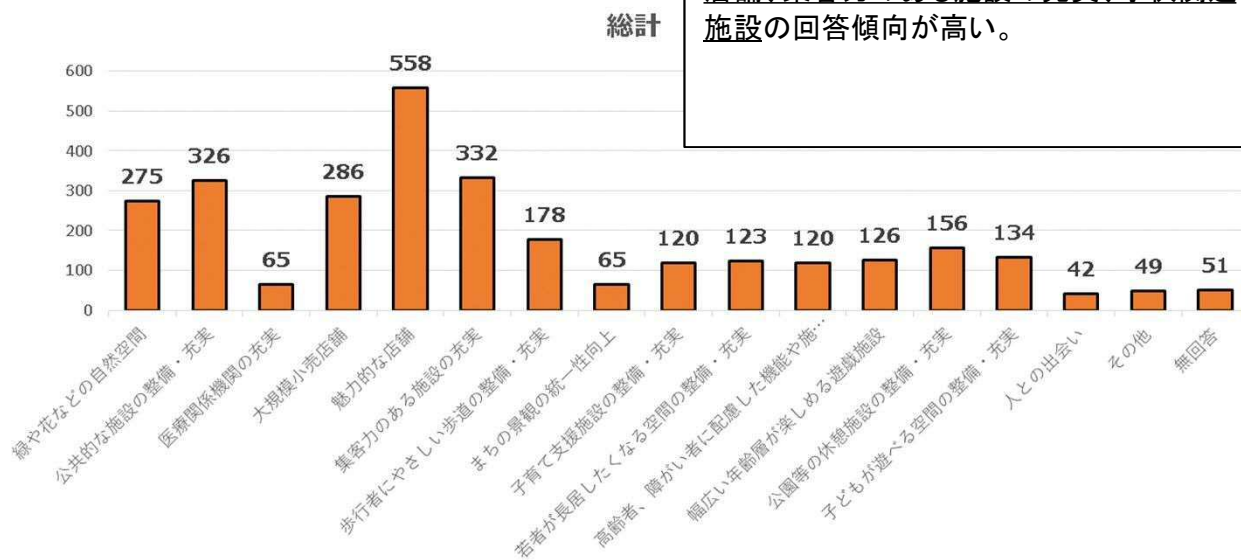


問25 あなたは何が整備されれば**中心市街地**への外出機会が増えますか。※〇3つまで
【中心市街地に対する希望を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.緑や花などの自然空間	275	126	121	28	21.9%	23.5%	24.2%	12.9%
2.公共的な施設の整備・充実	326	138	138	50	26.0%	25.7%	27.5%	23.0%
3.医療関係機関の充実	65	38	23	4	5.2%	7.1%	4.6%	1.8%
4.大規模小売店舗	286	107	112	67	22.8%	19.9%	22.4%	30.9%
5.魅力的な店舗	558	224	212	122	44.5%	41.7%	42.3%	56.2%
6.集客力のある施設の充実	332	118	124	90	26.5%	22.0%	24.8%	41.5%
7.歩行者にやさしい歩道の整備・充実	178	75	81	22	14.2%	14.0%	16.2%	10.1%
8.まちの景観の統一性向上	65	21	34	10	5.2%	3.9%	6.8%	4.6%
9.子育て支援施設の整備・充実	120	41	41	38	9.6%	7.6%	8.2%	17.5%
10.若者が長居したくなる空間の整備・充実	123	41	54	28	9.8%	7.6%	10.8%	12.9%
11.高齢者、障がい者に配慮した機能や施設の充実	120	73	40	7	9.6%	13.6%	8.0%	3.2%
12.幅広い年齢層が楽しめる遊戯施設	126	53	48	25	10.0%	9.9%	9.6%	11.5%
13.公園等の休憩施設の整備・充実	156	71	59	26	12.4%	13.2%	11.8%	12.0%
14.子どもが遊べる空間の整備・充実	134	43	42	49	10.7%	8.0%	8.4%	22.6%
15.人との出会い	42	14	23	5	3.3%	2.6%	4.6%	2.3%
16.その他	49	22	11	16	3.9%	4.1%	2.2%	7.4%
無回答	51	24	26	1	4.1%	4.5%	5.2%	0.5%

問25 中心市街地への外出増加に向けた整備
・郊外、中心市街地、LINEともに魅力的な店舗が最も多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、魅力的な店舗、集客力のある施設の充実、子供関連施設の回答傾向が高い。

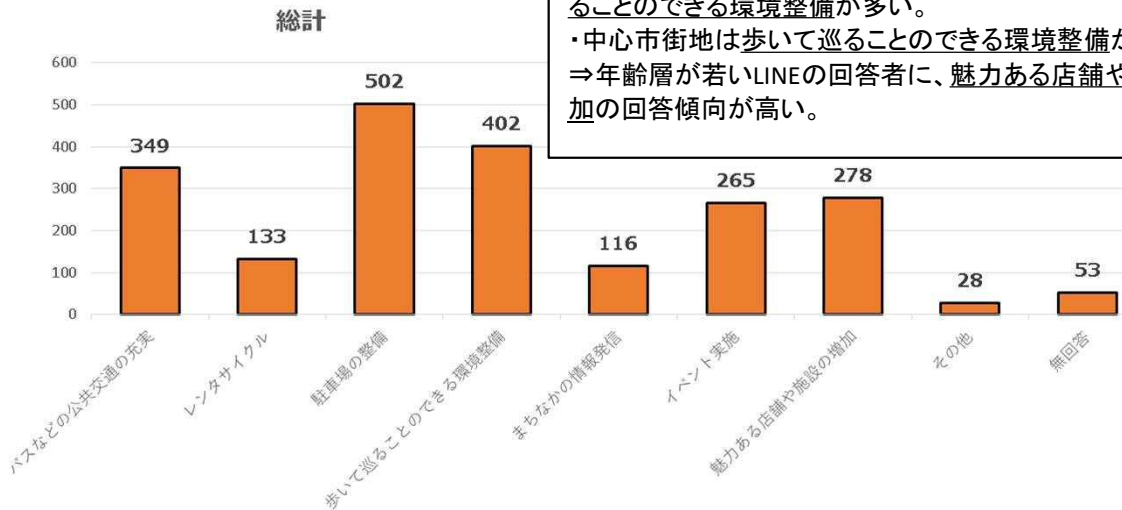


問26 あなたが1日、**中心市街地**で過ごすにはどのような機能があると良いですか？※〇2つまで
【中心市街地に対する希望を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.バスなどの公共交通の充実	349	160	145	44	27.8%	29.8%	28.9%	20.3%
2.レンタサイクル	133	52	65	16	10.6%	9.7%	13.0%	7.4%
3.駐車場の整備	502	252	142	108	40.0%	46.9%	28.3%	49.8%
4.歩いて巡ることのできる環境整備	402	167	163	72	32.0%	31.1%	32.5%	33.2%
5.まちなかの情報発信	116	37	55	24	9.2%	6.9%	11.0%	11.1%
6.イベント実施	265	93	116	56	21.1%	17.3%	23.2%	25.8%
7.魅力ある店舗や施設の増加	278	106	102	70	22.2%	19.7%	20.4%	32.3%
8.その他	28	9	10	9	2.2%	1.7%	2.0%	4.1%
無回答	53	24	26	3	4.2%	4.5%	5.2%	1.4%

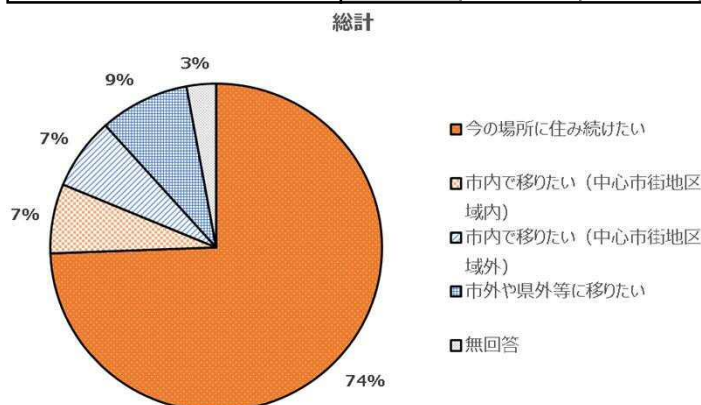
問26 中心市街地で1日過ごすための機能

・郊外、LINEともに駐車場の整備が最も多く、次いで、歩いて巡ることのできる環境整備が多い。
・中心市街地は歩いて巡ることのできる環境整備が最も多い。
⇒年齢層が若いLINEの回答者に、魅力ある店舗や施設の増加の回答傾向が高い。



問27 今後(約10年先)の居住地域についてのお考えをお伺いします。
【中心市街地への転居の可能性を把握する】

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.今の場所に住み続けたい	934	423	355	156	74.4%	78.8%	70.9%	71.9%
2.市内で移りたい(中心市街地区域内)	86	28	36	22	6.9%	5.2%	7.2%	10.1%
3.市内で移りたい(中心市街地区域外)	89	33	31	25	7.1%	6.1%	6.2%	11.5%
4.市外や県外等に移りたい	110	42	54	14	8.8%	7.8%	10.8%	6.5%
無回答	36	11	25	0	2.9%	2.0%	5.0%	0.0%



問27 今後の居住地域

・郊外、中心市街地、LINEともに今の場所が最も多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者のうち一定数において市内で移りたい(中心市街地区域内・外)への回答が見られる。

問28 中心市街地にどのような魅力があれば移住したいと思いますか。※3つまで回答可
【中心市街地への転居の可能性を把握する】

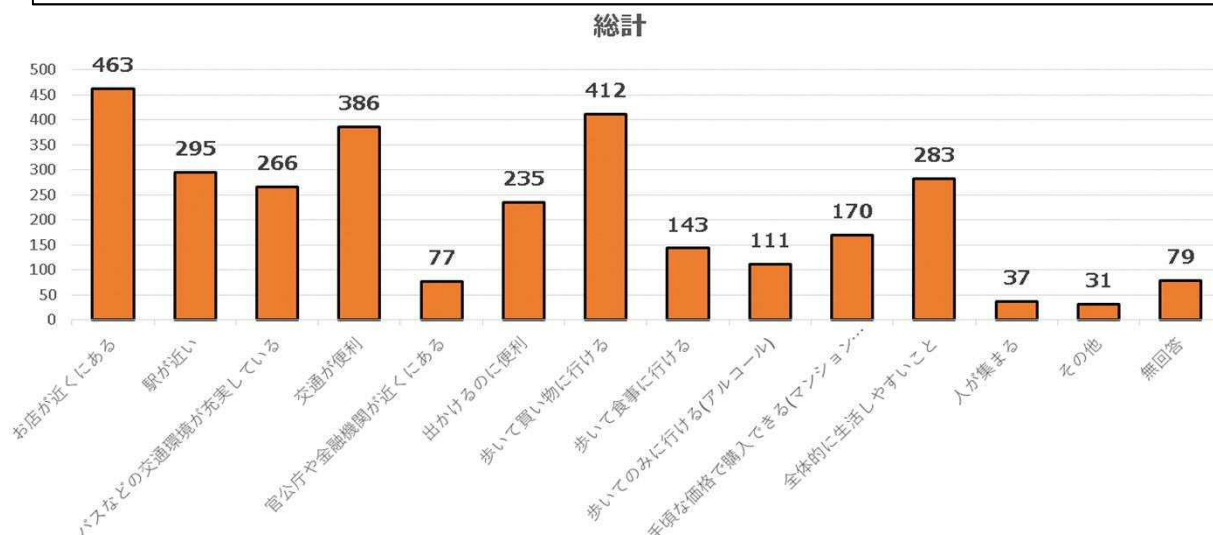
	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.お店が近くにある	463	213	193	57	36.9%	39.7%	38.5%	26.3%
2.駅が近い	295	126	136	33	23.5%	23.5%	27.1%	15.2%
3.バスなどの交通環境が充実している	266	119	115	32	21.2%	22.2%	23.0%	14.7%
4.交通が便利	386	173	126	87	30.8%	32.2%	25.1%	40.1%
5.官公庁や金融機関が近くにある	77	38	27	12	6.1%	7.1%	5.4%	5.5%
6.出かけるのに便利	235	92	85	58	18.7%	17.1%	17.0%	26.7%
7.歩いて買い物に行ける	412	184	155	73	32.8%	34.3%	30.9%	33.6%
8.歩いて食事に行ける	143	60	54	29	11.4%	11.2%	10.8%	13.4%
9.歩いてのみに行ける(アルコール)	111	36	45	30	8.8%	6.7%	9.0%	13.8%
10.手頃な価格で購入できる(マンションなど)	170	56	51	63	13.5%	10.4%	10.2%	29.0%
11.全体的に生活しやすいこと	283	98	90	95	22.5%	18.2%	18.0%	43.8%
12.人が集まる	37	11	19	7	2.9%	2.0%	3.8%	3.2%
13.その他	31	13	9	9	2.5%	2.4%	1.8%	4.1%
無回答	79	37	40	2	6.3%	6.9%	8.0%	0.9%

問28 中心市街地に移住したいと思える魅力

- ・郊外、中心市街地ともにお店が近くにあるが 最も多い。
- ・LINEは生活しやすいことが最も多く、次いで交通が便利が多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、交通が便利、出かけるのに便利、手頃な価格なマンション、全体的に生活しやすいことへの回答傾向が高い。

- ・郊外商業施設利用者には、お店が近くにある、交通環境の充実の回答傾向が高い。

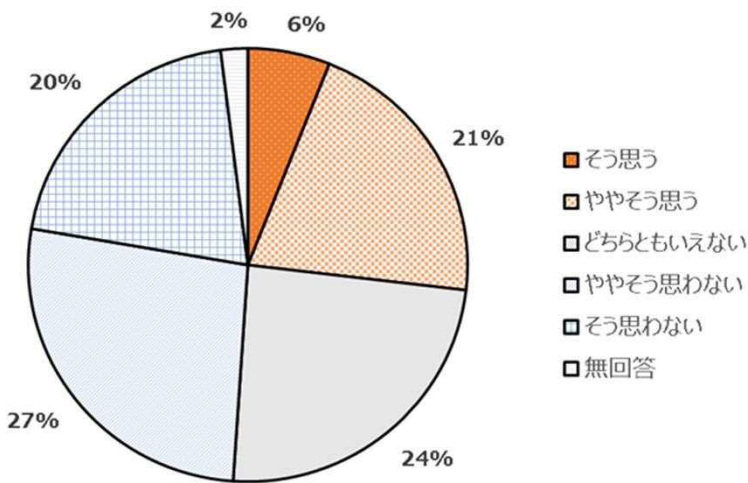


問29 次の①～⑥の項目についておたずねします。
中心市街地活性化に向けてあなたのお考えに近いものをお選びください。
 【中心市街地に対する意識・希望を把握する】

① 現在の中心市街地は、賑わいがある

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	76	19	53	4	6.1%	3.5%	10.6%	1.8%
2.ややそう思う	261	80	151	30	20.8%	14.9%	30.1%	13.8%
3.どちらともいえない	304	156	98	50	24.2%	29.1%	19.6%	23.0%
4.ややそう思わない	334	153	109	72	26.6%	28.5%	21.8%	33.2%
5.そう思わない	255	117	77	61	20.3%	21.8%	15.4%	28.1%
無回答	25	12	13	0	2.0%	2.2%	2.6%	0.0%

総計



問29① 中心市街地は賑わいがある

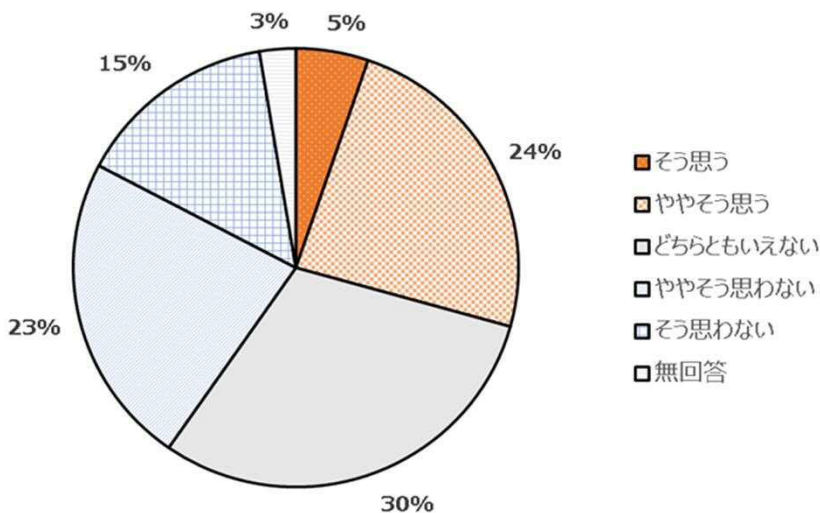
・郊外は、どちらともいえないが最も多く、次いで、ややそう思わないが多い。
 ・中心市街地は、ややそう思うが多い。
 ・LINEは、ややそう思わないが最も多く、次いで、そう思わないが多い。

⇒郊外商業施設利用者や年齢層が若いLINEの回答者に、賑わいを感じていない傾向が高い。

② 現在の**中心市街地**の買い物に満足している

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	66	21	43	2	5.3%	3.9%	8.6%	0.9%
2.ややそう思う	302	106	160	36	24.1%	19.7%	31.9%	16.6%
3.どちらともいえない	381	169	150	62	30.4%	31.5%	29.9%	28.6%
4.ややそう思わない	289	139	81	69	23.0%	25.9%	16.2%	31.8%
5.そう思わない	184	85	51	48	14.7%	15.8%	10.2%	22.1%
無回答	33	17	16	0	2.6%	3.2%	3.2%	0.0%

総計



問29② 中心市街地の買い物に満足しているか

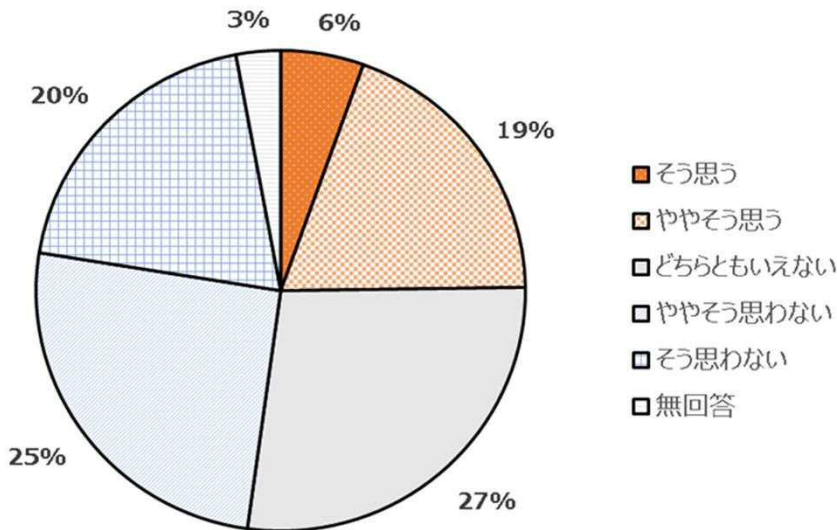
・郊外は、どちらともいえないが最も多い。
 ・中心市街地は、ややそう思うが最も多く、次いで、どちらともいえないが多い。
 ・LINEは、ややそう思わないが最も多く、次いで、どちらともいえないが多い。

⇒郊外商業施設利用者や年齢層が若いLINEの回答者に、満足を感じていない傾向が高い。

③ 現在の**中心市街地**に満足している
人数(人)

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	69	19	46	4	5.5%	3.5%	9.2%	1.8%
2.ややそう思う	242	76	143	23	19.3%	14.2%	28.5%	10.6%
3.どちらともいえない	344	167	120	57	27.4%	31.1%	24.0%	26.3%
4.ややそう思わない	318	143	101	74	25.3%	26.6%	20.2%	34.1%
5.そう思わない	245	116	70	59	19.5%	21.6%	14.0%	27.2%
無回答	37	16	21	0	2.9%	3.0%	4.2%	0.0%

総計



問29③ 中心市街地に満足しているか

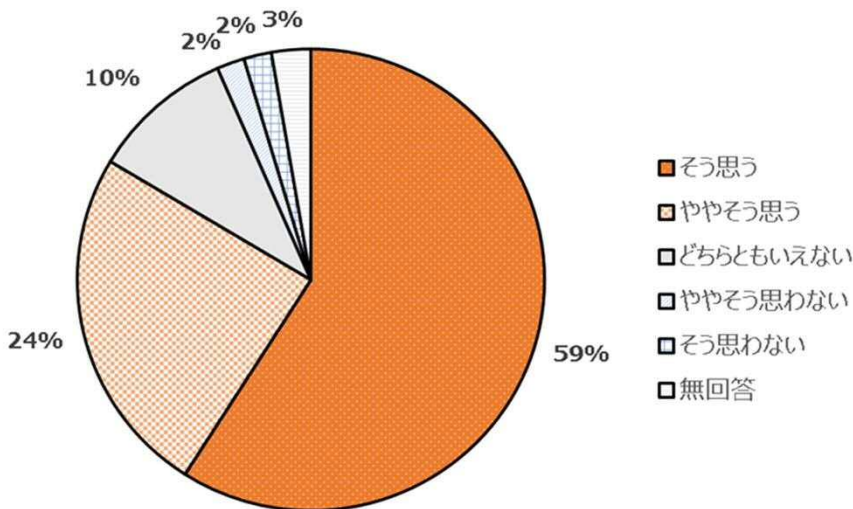
・郊外は、どちらともいえないが最も多く、次いで、ややそう思わないが多い。
 ・中心市街地は、ややそう思うが最も多く、次いで、どちらともいえないが多い。
 ・LINEは、ややそう思わないが最も多く、次いで、そう思わないが多い。

⇒郊外商業施設利用者や年齢層が若いLINEの回答者に、満足を感じていない傾向が高い。

④ 今後将来的にも、**中心市街地**を活性化していく必要がある
人数(人)

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	741	289	291	161	59.0%	53.8%	58.1%	74.2%
2.ややそう思う	308	142	132	34	24.5%	26.4%	26.3%	15.7%
3.どちらともいえない	124	64	45	15	9.9%	11.9%	9.0%	6.9%
4.ややそう思わない	24	12	7	5	1.9%	2.2%	1.4%	2.3%
5.そう思わない	24	13	9	2	1.9%	2.4%	1.8%	0.9%
無回答	34	17	17	0	2.7%	3.2%	3.4%	0.0%

総計



問29④ 中心市街地活性化の必要性

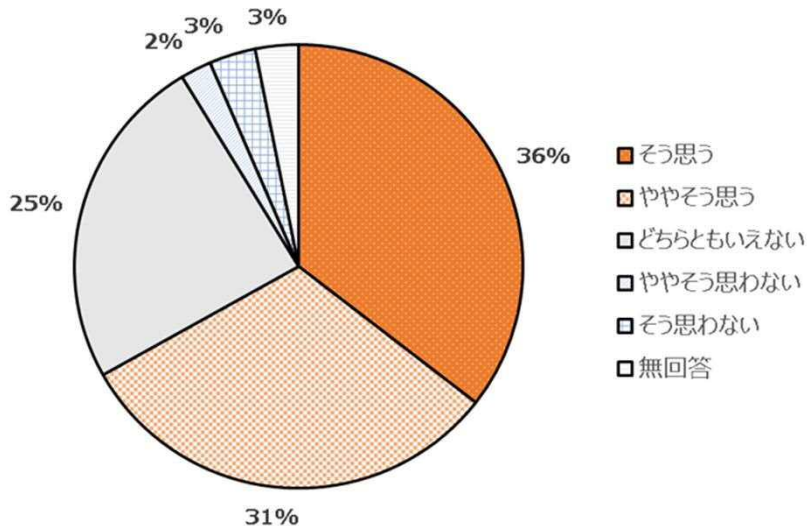
・郊外、中心市街地、LINEともにそう思うが最も多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、活性化の必要性を感じている傾向が高い。

⑤ 事業所を誘致し働く場を増やしてほしい

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	446	178	183	85	35.5%	33.1%	36.5%	39.2%
2.ややそう思う	393	163	163	67	31.3%	30.4%	32.5%	30.9%
3.どちらともいえない	307	139	111	57	24.5%	25.9%	22.2%	26.3%
4.ややそう思わない	28	15	8	5	2.2%	2.8%	1.6%	2.3%
5.そう思わない	42	22	17	3	3.3%	4.1%	3.4%	1.4%
無回答	39	20	19	0	3.1%	3.7%	3.8%	0.0%

総計



問29⑤ 事業所誘致

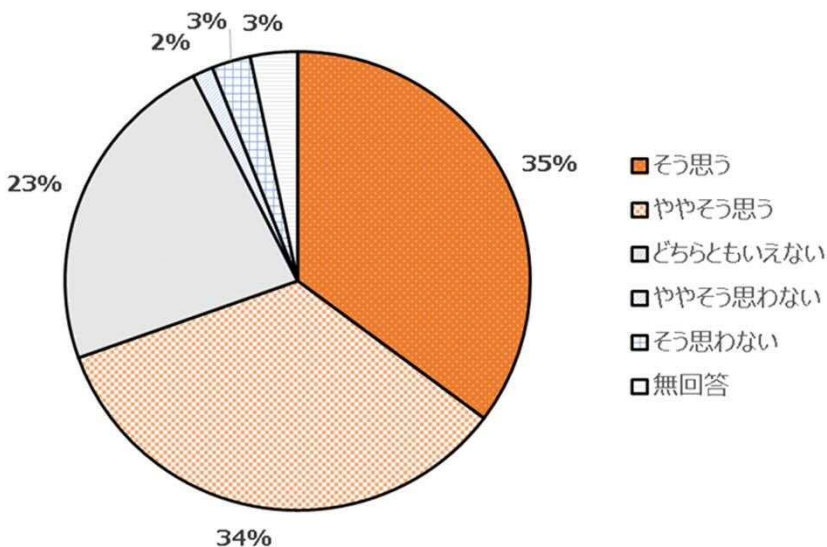
・郊外、中心市街地、LINEともに
そう思うが最も多く、次いで、やや
そう思うが多い。

⇒回答者の属性による回答に大
きな差が見られない。

⑥ 新しく事業活動を開始できる環境を整備してほしい

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.そう思う	442	179	180	83	35.2%	33.3%	35.9%	38.2%
2.ややそう思う	431	177	174	80	34.3%	33.0%	34.7%	36.9%
3.どちらともいえない	289	136	107	46	23.0%	25.3%	21.4%	21.2%
4.ややそう思わない	18	5	7	6	1.4%	0.9%	1.4%	2.8%
5.そう思わない	34	18	14	2	2.7%	3.4%	2.8%	0.9%
無回答	41	22	19	0	3.3%	4.1%	3.8%	0.0%

総計



問29⑥ 事業活動環境整備

・郊外、中心市街地、LINEともに
そう思うが最も多く、次いで、や
やそう思うが多い。

⇒回答者の属性による回答に大
きな差が見られない。

問30 浜松駅前周辺市街地の店舗、郊外モール型ショッピングセンターそれぞれを利用する理由についてあてはまる項目をお選びください。※複数回答可
【中心市街地や郊外店舗の利用理由を把握する】

① 浜松駅前周辺市街地の店舗※複数回答可

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.駐車場が利用しやすい	392	223	138	31	31.2%	41.5%	27.5%	14.3%
2.多くの店があって一度に買い物できる	447	191	192	64	35.6%	35.6%	38.3%	29.5%
3.天候を気にしなくて良い	225	108	92	25	17.9%	20.1%	18.4%	11.5%
4.家族連れで行きやすい	161	76	61	24	12.8%	14.2%	12.2%	11.1%
5.営業時間が長い	120	52	57	11	9.6%	9.7%	11.4%	5.1%
6.家から近い	188	57	103	28	15.0%	10.6%	20.6%	12.9%
7.値段が安い	120	53	56	11	9.6%	9.9%	11.2%	5.1%
8.時間が潰せる	227	85	111	31	18.1%	15.8%	22.2%	14.3%
9.好きな店舗がある	287	116	113	58	22.9%	21.6%	22.6%	26.7%
10.ハレの場だから	44	6	22	16	3.5%	1.1%	4.4%	7.4%
11.流行の店やブランドがある	166	73	43	50	13.2%	13.6%	8.6%	23.0%
12.こだわりの商品がある	153	71	45	37	12.2%	13.2%	9.0%	17.1%
13.贈答品に向いている商品がある	213	81	55	77	17.0%	15.1%	11.0%	35.5%
14.公共交通機関で行きやすい	161	55	69	37	12.8%	10.2%	13.8%	17.1%
15.その他	32	11	11	10	2.5%	2.0%	2.2%	4.6%
無回答	58	32	20	6	4.6%	6.0%	4.0%	2.8%

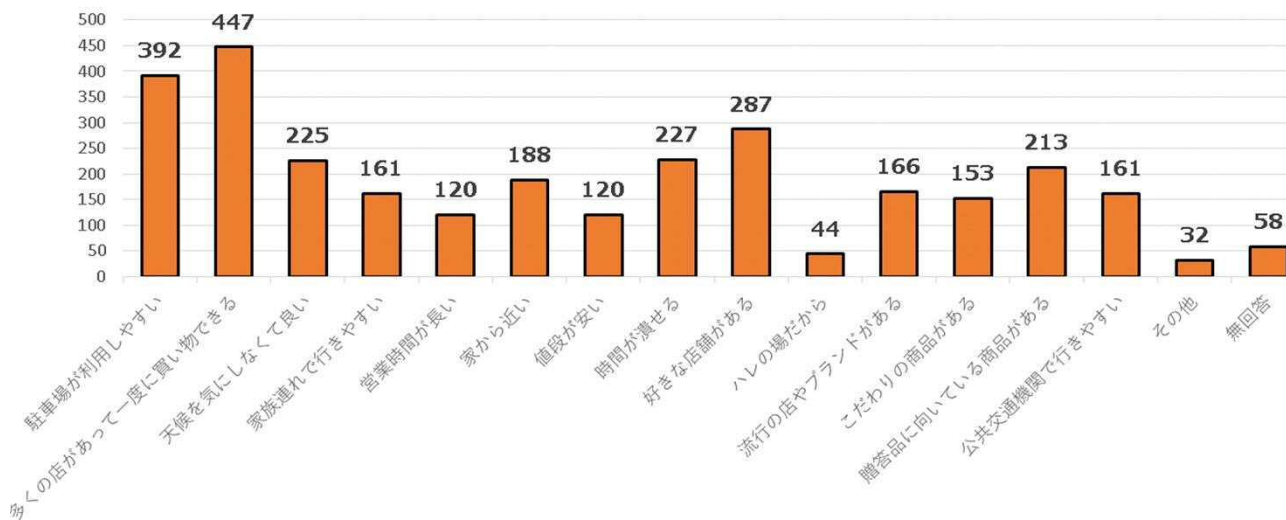
問30① 中心市街地の店舗

- ・郊外は、駐車場が利用しやすいが最も多い。
- ・中心市街地は、多くの店があり一度に買い物可能が最も多い。
- ・LINEは、贈答品に向く商品があるが最も多い。

⇒年齢層が若いLINEの回答者に、流行の店やブランド、こだわりの商品、贈答品に向く商品への回答傾向が高く、専門性の高い商品を理由に挙げている。

⇒郊外商業施設利用者、中心市街地の回答者に、駐車場が利用しやすい、多くの店があり一度に買い物可能への回答が多い。

総計



② 郊外モール型ショッピングセンター※複数回答可

	人数(人)				構成比			
	単純集計	郊外	中心市街地	LINE	全体	郊外	中心市街地	LINE
1.駐車場が利用しやすい	958	446	319	193	76.3%	83.1%	63.7%	88.9%
2.多くの店があって一度に買い物できる	746	332	248	166	59.4%	61.8%	49.5%	76.5%
3.天候を気にしなくて良い	490	212	158	120	39.0%	39.5%	31.5%	55.3%
4.家族連れで行きやすい	375	157	117	101	29.9%	29.2%	23.4%	46.5%
5.営業時間が長い	302	124	114	64	24.1%	23.1%	22.8%	29.5%
6.家から近い	222	112	57	53	17.7%	20.9%	11.4%	24.4%
7.値段が安い	241	111	81	49	19.2%	20.7%	16.2%	22.6%
8.時間が潰せる	285	117	93	75	22.7%	21.8%	18.6%	34.6%
9.好きな店舗がある	187	79	65	43	14.9%	14.7%	13.0%	19.8%
10.ハレの場だから	4	2	2	0	0.3%	0.4%	0.4%	0.0%
11.流行の店やブランドがある	86	39	24	23	6.9%	7.3%	4.8%	10.6%
12.こだわりの商品がある	49	26	13	10	3.9%	4.8%	2.6%	4.6%
13.贈答品に向いている商品がある	41	21	10	10	3.3%	3.9%	2.0%	4.6%
14.公共交通機関で行きやすい	42	22	17	3	3.3%	4.1%	3.4%	1.4%
15.その他	14	2	10	2	1.1%	0.4%	2.0%	0.9%
無回答	48	11	33	4	3.8%	2.0%	6.6%	1.8%

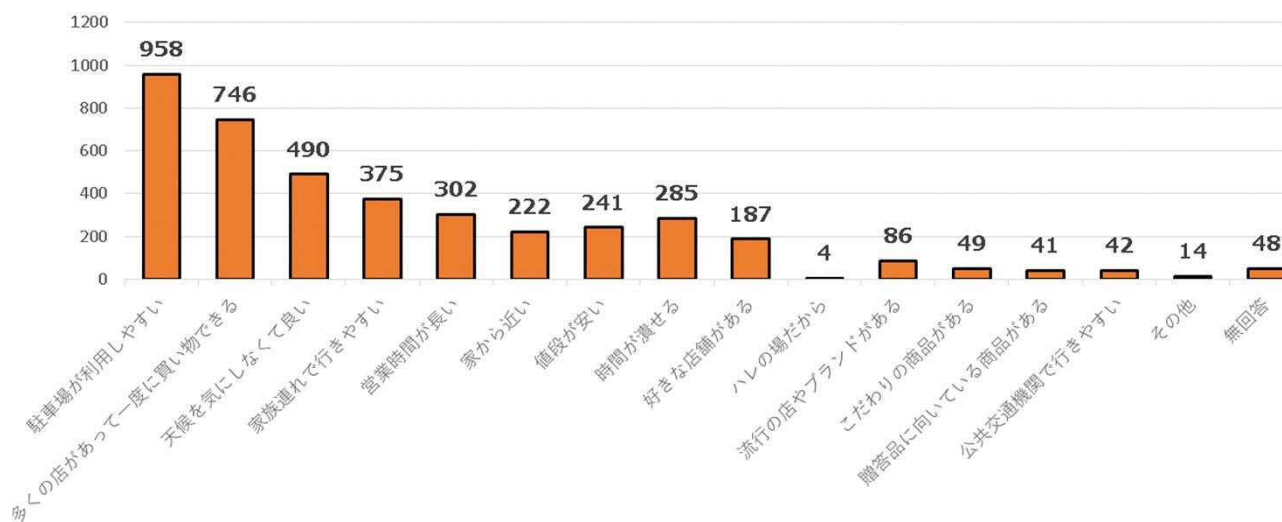
問30② 郊外ショッピングセンター

・郊外、中心市街地、LINEともに駐車場が利用しやすい最も多い。

⇒問30①と比較し、年齢層が若いLINEの回答者に、多くの店があって一度に買い物可能、天候を気にしなくてよい、家族連れで行きやすい、時間が潰せるへの回答が多く、中心市街地での買い物とは使い分けをしている傾向が推測される。

⇒郊外商業施設利用者、中心市街地の回答者に、駐車場が利用しやすい、多くの店があり一度に買い物可能への回答が多く、問30①と同じ傾向である。

総計



3 (1) まちなか賑わい創出実現方策調査検討事業

市民アンケート内容

あなた自身の状況及びお考えについてお伺いします。

1.あなた自身について

問1.次の①～⑨の項目について、あてはまるものをお選びください。

※不都合のある場合は未記入で結構です。

①性別	1. 男 2. 女				
②年齢	10歳代 20歳代 30歳代 40歳代 50歳代 60歳代 70歳代 80歳以上				
③婚姻	1. 未婚 2. 既婚	④同居家族	1. 単身 2. 夫婦のみ 3. 二世代(親子) 4. 三世代(親と子と孫) 5. ()		
⑤居住区	1. 中心市街地 2. 中心市街地を除く中区 3. 東区 4. 西区 5. 南区 6. 北区 7. 浜北区 8. 天竜区 9. その他()				
⑥現在の地区の居住期間	1. 5年以内 2. 6～10年 3. 11～20年 4. 21年以上				
⑦職業	1. 会社員・会社役員(団体職員含む) 3. パートアルバイト 5. 学生(大学・高校・中学) 7. その他()		2. 自営業 4. 公務員 6. 無職		
⑧通勤通学形態	1. 中心市街地区域内に通勤・通学先がある 2. 中心市街地区域外に通勤・通学先がある 3. 中心市街地区域外が通勤・通学先であるが、中心市街地区域内を経由している 4. 通勤・通学していない				
⑨前年との支出金額の比較	浜松駅前の百貨店	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	浜松駅前の大型商業施設	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	浜松駅周辺市街地の路面店	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	モール型ショッピングセンター	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	ホームセンター	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	郊外の路面店	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	食品スーパー	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	ドラッグストア	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	コンビニエンスストア	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	地元の個人商店	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	遠州地域以外の店舗	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	インターネット通販	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない
	インターネット以外の通販	1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った	4. 2年間の支出がない

2. 郊外商業施設の利用状況について

問2.あなたは郊外商業施設にどれくらいの頻度ででかけますか。(就業・就学を除く)

1. ほぼ毎日	2. 週に3～4回	3. 週に1～2回
4. 月に2～3回	5. 月に1回程度	6. 2～3カ月に1回程度
7. 半年に1回程度	8. その他()	

問3.主に出掛ける時間帯はいつですか。(就業・就学を除く)※○は2つまで

1. 0～6時	2. 6～9時	3. 9～12時	4. 12～13時
5. 13～16時	6. 16～18時	7. 18～21時	8. 21～24時

問4.郊外商業施設での滞在時間はどのくらいですか。(就業・就学を除く)

1. 1時間未満	2. 1～3時間	3. 3～5時間	4. 5時間以上
----------	----------	----------	----------

問5.あなたが郊外商業施設へ出かける主な目的は何ですか。※複数回答可

1.食品の買い物	2.日用品の買い物	3.衣料品の買い物
4.その他商品の買い物	5.ウインドショッピング	6.飲食(アルコールなし)
7.飲食(アルコールあり)	8.レジャー娯楽	9.習い事
10.通勤・通学	11.仕事	12.病院の利用
13.郵便局や銀行の利用	14.待ち合わせ	15.人との出会い
16.散歩		
17.その他()		

問6.郊外商業施設へ行く時は、どなたと出かけることが多いですか。※複数回答可

1.自分一人	2.友人・同僚	3.恋人・配偶者	4.兄弟・姉妹
5.子ども・孫	6.親	7.祖父・祖母	8.その他()

問7.郊外商業施設へ行く時は、どのような交通機関を利用しますか。※複数回答可

1.自家用車	2.バイク	3.遠州鉄道	4.JR
5.バス	6.自転車	7.徒歩	8.その他()

問8.コロナ前と比べて、郊外商業施設へ訪れる機会はどうなりましたか。

1.増えた	2.やや増えた	3.変わらない	4.やや減った	5.減った
-------	---------	---------	---------	-------

3.浜松市中心市街地の利用状況について

問9.あなたは中心市街地にどれくらいの頻度ででかけますか？(就業・就学を除く)

1. ほぼ毎日	2. 週に3~4回	3. 週に1~2回
4. 月に2~3回	5. 月に1回程度	6. 2~3か月に1回程度
7. 半年に1回程度	8. その他()	

問10.主に出掛ける時間帯はいつですか(就業・就学を除く)※○は2つまで

1. 0~6時	2. 6~9時	3. 9~12時	4. 12~13時
5. 13~16時	6. 16~18時	7. 18~21時	8. 21~24時

問11.中心市街地での滞在時間はどのくらいですか。(就業・就学を除く)

1. 1時間未満	2. 1~3時間	3. 3~5時間	4. 5時間以上
----------	----------	----------	----------

問12.あなたが中心市街地へ出かける主な目的は何ですか。※複数回答可

1.食品の買い物	2.日用品の買い物	3.衣料品の買い物
4.その他商品の買い物	5.ウインドショッピング	6.飲食(アルコールなし)
7.飲食(アルコールあり)	8.レジャー娯楽	9.習い事
10.通勤・通学	11.仕事	12.病院の利用
13.郵便局や銀行の利用	14.役所等公共公益施設利用	15.待ち合わせ
16.人との出会い	17.散歩	
18.その他()		

問13.中心市街地で大型商業施設以外の商店(飲食・物販店等)にはどのくらいの頻度で行きますか。

1.よく行く	2.時々行く	3.あまり行かない	4.行ったことがない
--------	--------	-----------	------------

問14.中心市街地へ行く時は、どなたと出かけることが多いですか。※複数回答可

1.自分一人	2.友人・同僚	3.恋人・配偶者	4.兄弟・姉妹
5.子ども・孫	6.親	7.祖父・祖母	8.その他()

問15.中心市街地へ行く時は、どのような交通機関を利用しますか。※複数回答可

1.自家用車	2.バイク	3.遠州鉄道	4.JR
5.バス	6.自転車	7.徒歩	8.その他()

問16.コロナ前と比べて、中心市街地へ訪れる機会はどうなりましたか。

1.増えた	2.やや増えた	3.変わらない	4.やや減った	5.減った
-------	---------	---------	---------	-------

4.浜松市中心市街地全体について

問17.中心市街地へ行くことに対し、どの程度魅力を感じますか。

- | | | |
|---------|---------|--------|
| 1.強く感じる | 2.やや感じる | 3.感じない |
|---------|---------|--------|

問18.魅力を感じると選択された方にお尋ねします。中心市街地のこういった点に魅力を感じますか。

- | | |
|--------------------------|----------------------|
| 1.買物の際に多くの店やたくさんの商品から選べる | 2.町が賑やかだから楽しい |
| 3.飲食できるところがある | 4.中心街にすれば色々な用事が一度に済む |
| 5.流行や文化の雰囲気恵まれている | 6.レジャー施設に恵まれている |
| 7.特に理由はないが何となく惹かれる | |

問19.魅力を感じないと選択された方にお尋ねします。その理由を教えてください。

- | | |
|------------------|--------------|
| 1.行きたい店が少ない | 2.交通アクセスが不便 |
| 3.徒歩での移動が非効率に感じる | 4.郊外施設の方が魅力的 |
| 5.その他 () | |

問20.中心市街地に関連した情報発信は満足できる量があると思いますか。

- | | | | | |
|------|--------|-------------|--------|------|
| 1.満足 | 2.やや満足 | 3.どちらともいえない | 4.やや不足 | 5.不足 |
|------|--------|-------------|--------|------|

問21.どういった媒体で情報を収集することが多いですか。(複数回答可)

- | | | |
|-------------|-------------|----------------|
| 1.インターネット検索 | 2.Instagram | 3.X (旧Twitter) |
| 4.Facebook | 5.ブログ() | 6.その他SNS() |
| 7.テレビ | 8.新聞 | 9.雑誌、フリーペーパー |
| 10.チラシ | 11.クチコミ | 12.その他 |

問22.中心市街地にどのようなお店があれば行きたいと思いませんか。※〇3つまで

- | | | |
|---------------|--------------|-------------|
| 1.食品販売店 | 2.衣料品店 | 3.書店・文房具店 |
| 4.雑貨店 | 5.ファストフード店 | 6.薬局ドラッグストア |
| 7.スポーツ用品店 | 8.家具インテリア販売店 | 9.電器店 |
| 10.玩具子供ベビー用品店 | 11.菓子店 | 12.その他() |

問23.中心市街地(商店街)で買い物をするために必要な条件は何ですか。※〇3つまで

- | | | |
|---------------|------------|------------|
| 1.魅力ある商品が多い | 2.家から近い | 3.駐車場がある |
| 4.品数が豊富 | 5.イベントの開催 | 6.割引セールの実施 |
| 7.様々な物が一度に買える | 8.店主とのつながり | 9.その他() |

問24.中心市街地の魅力を高め、活性化していくために必要だと思う取り組みは何ですか。※〇3つまで

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1.空き店舗や空き地などの対策推進 | 2.歴史的建造物等の有効利用の推進 |
| 3.バス鉄道を利用した利便性の向上 | 4.イベントの実施(食・音楽・スポーツ等) |
| 5.イベントの実施(歩行者天国・商店街事業等) | 6.イベントの実施(子ども向けのもの) |
| 7.行政主導によるハード事業(建築物) | 8.行政主導によるハード事業(建築物以外) |
| 9.民間によるハード事業(商業施設設備) | 10.民間によるハード事業(マンション建設等居住関係) |
| 11.その他具体的に() | |

問25.あなたは何か整備されれば中心市街地への外出機会が増えますか。※〇3つまで

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1.緑や花などの自然空間 | 2.公共的な施設の整備・充実 |
| 3.医療関係機関の充実 | 4.大規模小売店舗 |
| 5.魅力的な店舗 | 6.集客力のある施設の充実 |
| 7.歩行者にやさしい歩道の整備・充実 | 8.まちの景観の統一性向上 |
| 9.子育て支援施設の整備・充実 | 10.若者が長居したくなる空間の整備・充実 |
| 11.高齢者、障がい者に配慮した機能や施設の充実 | 12.幅広い年齢層が楽しめる遊戯施設 |
| 13.公園等の休憩施設の整備・充実 | 14.子どもが遊べる空間の整備・充実 |
| 15.人との出会い | 16.その他() |

5.回遊について

問26.あなたが1日、中心市街地で過ごすにはどのような機能があると良いですか？※〇2つまで

1.バスなどの公共交通の充実	2.レンタサイクル	3.駐車場の整備
4.歩いて巡ることのできる環境整備	5.まちなかの情報発信	6.イベント実施
7.魅力ある店舗や施設の増加	8.その他(具体的に)	

6.居住について

問27.今後(約10年先)の居住地域についてのお考えをお伺いします。

1.今の場所に住み続けたい	2.市内で移りたい(中心市街地区域内)
3.市内で移りたい(中心市街地区域外)	4.市外や県外等に移りたい

問28.中心市街地にどのような魅力があれば移住したいと思えますか。※〇3つまで

1.お店が近くにある	2.駅が近い
3.バスなどの交通環境が充実している	4.交通が便利
5.官公庁や金融機関が近くにある	6.出掛けるのに便利
7.歩いて買い物に行ける	8.歩いて食事に行ける
9.歩いて飲みに行ける(アルコール)	10.手頃な価格で購入できる(マンションなど)
11.全体的に生活しやすいこと	12.人が集まる
13.その他(具体的に)	

7.その他

問29.次の①～⑥の項目についておたずねします。

中心市街地活性化に向けてあなたのお考えに近いものをお選びください。

	〇は1つずつ				
	そう 思う	やや そう 思う	ど ちら とも いえ ない	や や そ う 思 わ ない	そ う 思 わ ない
①現在の中心市街地は、賑わいがある	1	2	3	4	5
②現在の中心市街地の買い物に満足している	1	2	3	4	5
③現在の中心市街地に満足している	1	2	3	4	5
④今後将来的にも、中心市街地を活性化していく必要がある	1	2	3	4	5
⑤事業所を誘致し働く場を増やしてほしい	1	2	3	4	5
⑥新しく事業活動を開始できる環境を整備してほしい	1	2	3	4	5

問30.浜松駅前周辺市街地の店舗、郊外モール型ショッピングセンターそれぞれを利用する理由について、

あてはまる項目をお選びください。※複数回答可

①浜松駅前周辺市街地の店舗

1.駐車場が利用しやすい	2.多くの店があって一度に買物できる	3.天候を気にしなくて良い
4.家族連れで行きやすい	5.営業時間が長い	6.家から近い
7.値段が安い	8.時間が潰せる	9.好きな店舗がある
10.ハレの場だから	11.流行の店やブランドがある	12.こだわりの商品がある
13.贈答品に向いている商品がある	14.公共交通機関で行きやすい	15.その他()

②郊外モール型ショッピングセンター

1.駐車場が利用しやすい	2.多くの店があって一度に買物できる	3.天候を気にしなくて良い
4.家族連れで行きやすい	5.営業時間が長い	6.家から近い
7.値段が安い	8.時間が潰せる	9.好きな店舗がある
10.ハレの場だから	11.流行の店やブランドがある	12.こだわりの商品がある
13.贈答品に向いている商品がある	14.公共交通機関で行きやすい	15.その他()

問31.その他、中心市街地活性化に関するご意見・要望等がありましたら、ご自由にお書きください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

皆様からいただいたご意見は、

中心市街地活性化事業を進めるにあたり、大切に活用させていただきます。

3 まちなか関係者ヒアリング結果

(1) コロナ以前との変化に関するコメント（抜粋）

- ・飲食店に関し、大型店より小型店、そして客単価の安い店が増えている。
- ・お金を落とす年代、経営者層の戻りが弱い。
- ・コロナ後、タクシーが捕まらないので時間を早めて1次会で帰る。1次会で終わる形に変わってきた。
- ・コロナ後、飲食店で働く人が離れており、戻っていない。
- ・宿泊事業に関し、稼働率、宿泊単価ともに、コロナ前の水準を超えるようになっている。
- ・駐車場経営に関し、コロナ前の水準に戻りつつある。

(2) 現在の中心市街地における課題に関するコメント（抜粋）

(交通)

- ・タクシーが全然いないから飲みに来れない。飲んでも帰れない。
- ・バス便が減っていることで、お客様、従業員の通勤に影響が出ている。

(空き店舗、テナント)

- ・大きなテナントスペースは空いている。10～20坪ぐらいのものが埋まってきている。
- ・空き店舗が相当増えて、不動産の供給よりも需要が少ない状態。大箱のところはなかなか入らない。20坪以上になるとなかなか借り手がない。

(子育て)

- ・外出の際、親子だと荷物を持っていかなくてはならないので、車で行ける郊外が便利である。
- ・街中は、子育てに優しくない、休める場所がない。子供を連れていって、おむつを替えるような場所がない。

(来街目的)

- ・目的来店の店をどれだけたくさん作るか。中心街で成立するビジネスはどういうものなのか掘り下げて、そのためにどのようなスキルが必要かを考えなければいけない。街中で生活必需品をやっても成立するのはコンビニだけ。
- ・郊外にはイオン、パルパル、映画館など色々遊ぶところがあり、わざわざ街に行く理由がない。

(松菱跡地)

- ・松菱跡地により街が分断されている。空白地帯があることで、ザザシティと駅近辺の商業施設との繋がりが弱い。
- ・政令指定都市の一等地が20年もそのままになっているのはおかしい。

(イベント)

- ・イベントが無いと人が来ない街では本当はいけない。シャッターが全部開いて、素敵な人たちがいっぱい入ったら、イベントをやらなくても常に人がいるようになる。
- ・イベントは打ち上げ花火だけ、その後になかなか続かないのが課題。

(その他)

- ・そもそも賑わう必要がない。現状で不足とは思っていない。
- ・ビジョンがない。
- ・市民が無関心。
- ・自分たちで動こうとする人が少ない。
- ・街中で昼間に店舗営業するためには、家賃を払っていたらとても難しい。小さい面積で高単価のものを売るビジネスでないと成り立たない。

(3) 中心市街地の将来像に関するコメント（抜粋）

- ・もっとアート、美術と関わりのあるまちづくりがあると、雰囲気的にも明るくなる。
- ・街に来る多様な人たちで、新しくコミュニティ、心地よく暮らせるコミュニティを作る。
- ・若い人、色々な階層、状況の人がいるのは、街中にあっても良い。
- ・旗振り役がいて、若い人たちが街中で何かをしたいって思えるような、この街の魅力をどう作っていくか。
- ・熱意を持って活動する人がいないとなかなか厳しい。
- ・街中活性化のビジョンを可視化し、共通イメージがあることで、魅力的なコンテンツが集まってくる。
- ・ビジョンは希望で、これに向かって自分ができることをやっ払いこうと思えるもの。血の通ったビジョンを作らないと意味がない。
- ・市民が安心して暮らせる街。安心して想像力を持ちながら暮らせる街が良い。

(4) 中心市街地に欲しい機能・コンテンツに関するコメント（抜粋）

- ・店主がマスターでお客さんがその弟子という構図を作る。マスタービジネスの店。
- ・ニッチな専門店やワンカテゴリーのショップが商店街に入り、それが複数あることで人を集める。
- ・イベントは、街中に来るきっかけを作るので必要。その上で、お店の魅力を発見してもらう。
- ・食べ歩きができる通りがあったら、もっと若者にも楽しんでもらえる。
- ・スタートアップ、ベンチャーの支援。志を持った新しい起業家が色々な方から刺激をもらえ、街に出る刺激をもらえて、新しいものを作れる場。
- ・デートスポット。飲食、お酒、映画館、娯楽等を集中させれば、年をとっても来る。映えするものを作っていく。
- ・子供を預かってもらえる施設。親が子供を預けて映画を見に行く、夫婦で美味しいものを食べに行くことができるとう良い。
- ・松菱跡地を当面の間イベントスペースとして運用するため、舗装したり、公園のように整備したりすべき。
- ・新幹線のコンコースの中に、ピアノが設置されているが、それが街中にあるとう良い。
- ・豊橋の駅前の図書館のようなコンテンツ。人が集え、自由に飲食もある、公園のような図書館。

(5) 中心市街地を歩いて回るために必要なことに関するコメント（抜粋）

- ・個々の点と点が連携することが必要。お店間の連携が出てくれば、目的地に向かうついでに色々寄って行くができる。
- ・道中に良い導線がない。商店街だったら面白くなければ、わざわざ歩かない。景観の問題もあるかもしれない。
- ・アーケードがあると、雨だろうが晴れだろうが、歩けるし良い。
- ・歩道の整備。歩きにくい、信号が邪魔をしたりする。