

## 秋田市民のニーズ等の把握・分析

### ① 市民アンケート調査

本計画策定に当たり、市内全域の市民を対象にアンケート調査を実施した。

実施月：平成28年1月

調査対象：20歳以上の市民から無作為抽出、郵送による配布回収

配布数：3,000票 回収数1,384票（回収率46.1%）

- 中心市街地の利用頻度よりも、中心市街地外の大型小売店の利用頻度の方が高まっているが、これは、大型小売店舗の満足度が高いことに加え、大型小売店舗の立地がより生活圏に近づいていることによると考えられる。
- 郊外部の居住者、高齢者の中心市街地離れが顕著である。
- 中心市街地を訪れる理由としては、依然として買物の要素が高いが、食料品店や衣料品店の不足の声もあることから対応が必要である。
- 中心市街地への定住人口を増やしていくためには、食品・日用品の買物環境の改善が必要である。

質問	回答
属性について	・回答者の中心は「60歳代以上」、「居住歴10年以上」の「無職」「主婦」。
① エリアなかいちの評価	・「活気」「訪れる機会」とも「中位」～「やや上位」の評価が多い。
② 中心市街地の利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・平成19年の前回調査より利用頻度が減っており、「週1～2回」以上は42%から20%に減り、「ほとんど行かない」が25%から45%に増えている。</li> <li>・年代別に見ると、「通学」という要素はあるものの若い世代ほど利用頻度が高く、高齢になるほど利用頻度が下がる傾向にある。60歳以上の半数が「ほとんど行かない」と回答している。</li> <li>・60歳以上の「ほとんど行かない」理由を見ると、「身近で用が足せる」「郊外大型店で用が足せる」の割合が高い。これは他の年代と比較しても高い割合となっている。</li> <li>・居住地域別に見ると、中央地域の利用頻度が高く、次いで東部地域、南部地域となっており、郊外から中心市街地へ行くという機会が減っている。</li> </ul>
③ 中心市街地の利用目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・利用目的は、「買物」86%が圧倒的に多く、「食事」27%、「イベント・催し物」22%が次いでいる。</li> <li>・平成19年の前回調査と比較して、大きくポイントが増加した目的としては、「イベント・催し物」「芸術・文化施設の利用」「食事」が挙げられる。</li> </ul>
④ 中心市街地へ行かない理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「郊外大型店で用が足せる」46%や「身近で用が足せる」39%と言った外部要因が上位を占め、内部要因では「行きたい、買いたいと思う店がない」42%や「駐車・駐輪料金が安い」32%が多い。</li> <li>・平成19年の前回調査と比較して、大きくポイントが増加した理由としては、「行きたい、買いたいと思う店がない」が挙げられる。</li> </ul>
⑤ 中心市街地の買物環境の満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・満足度を数値化し、満足をプラス、不満をマイナスで評価すると、相殺してプラス評価なのは「街並みの美しさ」「食料品の品質・鮮度」「接客サービス」のみで、他の12項目はすべてマイナス評価となっている。特にマイナス評価が高いものとしては、「駐車場の利用しやすさ」「買物以外の楽しみ」などがある。しかし、これらの項目については、平成19年の前回調査よりも値は低くなっている。</li> <li>・その一方で、マイナス評価が前回調査よりも高くなっている項目としては、「店の種類の多様さ」「商品の品ぞろえ」「価格の安さ」が挙げられる。</li> </ul>

⑥ 中心市街地に不足している専門店	<ul style="list-style-type: none"> <li>・選択肢にバラツキが多いが、「食料品店」31%、「衣料品店」29%、「電器店」27%が比較的多い。</li> <li>・平成19年の前回調査と比較して、大きくポイントが増加している専門店としては、「食料品店」「衣料品店」が挙げられる。</li> </ul>
⑦ 郊外大型店の利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「週1～2回」以上が46%、「ほとんど行かない」が19%で、平成19年の前回調査より郊外大型店の利用頻度が高くなっている。</li> </ul>
⑧ 郊外大型店を利用する理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「駐車場・駐輪場が無料」67%、「1ヶ所で買物がすむ」47%、「品ぞろえが豊富」34%が多い。</li> <li>・平成19年の前回調査と比較して、大きくポイントが増加している理由としては、「駐車場・駐輪場が無料」「自宅から近い」が挙げられる。</li> </ul>
⑨ 郊外大型店の評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地の評価と異なり、すべての項目においてプラス評価となっている。特に、「店の種類の多様さ」「商品の品ぞろえ」の評価が高い。</li> </ul>
⑩ 中心市街地への居住意向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地への居住意向は概して低く、「住んでみたいと思わない」が60%を占め、「住んでみたい(条件付き含む)」は23%にとどまっている。</li> <li>・平成19年の前回調査と比較して、「住んでみたい」という割合に大きな変化はないが、「住んでみたいと思わない」が9ポイント程度増加している。</li> </ul>
⑪ 重要視する事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>・中心市街地に居住を検討する場合に重要視することとしては、「食品・日用品の買物が便利」64%、「家賃・価格が手ごろ」45%、「医療・福祉施設が充実」44%が多い。</li> </ul>
⑫ 交通手段	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「自動車」63%が圧倒的に多く、次いで「バス」16%、「徒歩」8%、「自転車」5%の順である。</li> </ul>
⑬ 循環バスについて	<ul style="list-style-type: none"> <li>・循環バスを「利用した」人は8%と低く、利用したことがない人の方が多い。</li> <li>・循環バスを運行することによる効果としては、「高齢者の外出機会の促進」73%、「中心市街地の回遊性の向上」48%となっている。</li> <li>・今後循環バスに求めることについては、「買い回りしやすい循環コースの新設」54%、「現ルートの外に市内観光ルートの新設」53%となっている。</li> </ul>
⑭ 中心市街地の改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「空き店舗や空きビルが多く、街として寂しい」62%、「駐車場が少なく自動車で行きにくい」57%が多い。</li> </ul>
⑮ 今後のまちづくりの方向	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「駐車場の整備等交通利便性を高める」48%、「集客力のある施設整備等来街者を増やす」32%が多い。</li> </ul>
⑯ 必要な環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「駐車場・駐輪場」57%、「まち全体の美観や景観」30%、「イベント等の情報発信」26%が多い。</li> </ul>
⑰ 整備・充実させるべき施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>・「デパート等の商業施設」38%、「総合病院等の医療施設」30%、「映画館等の娯楽施設」29%が多い。</li> </ul>

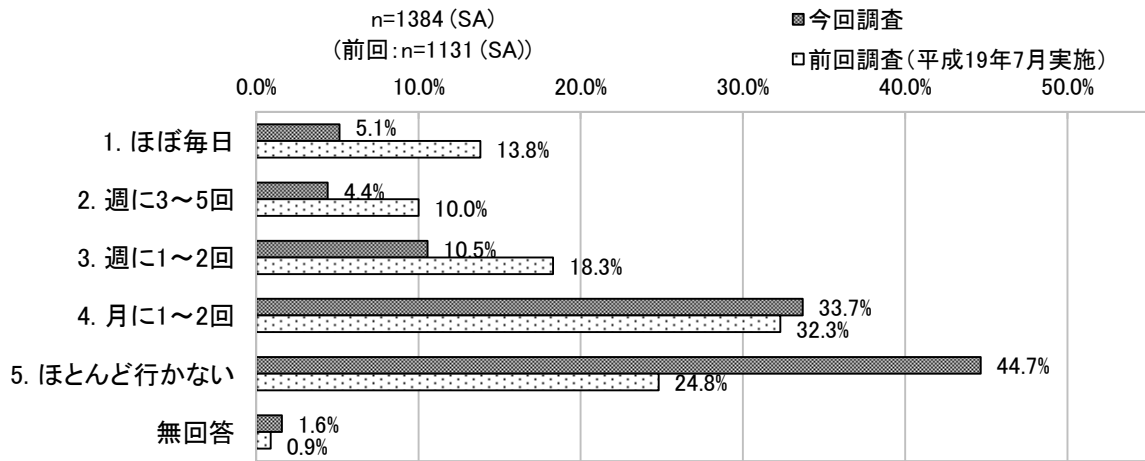


図 中心市街地の利用頻度

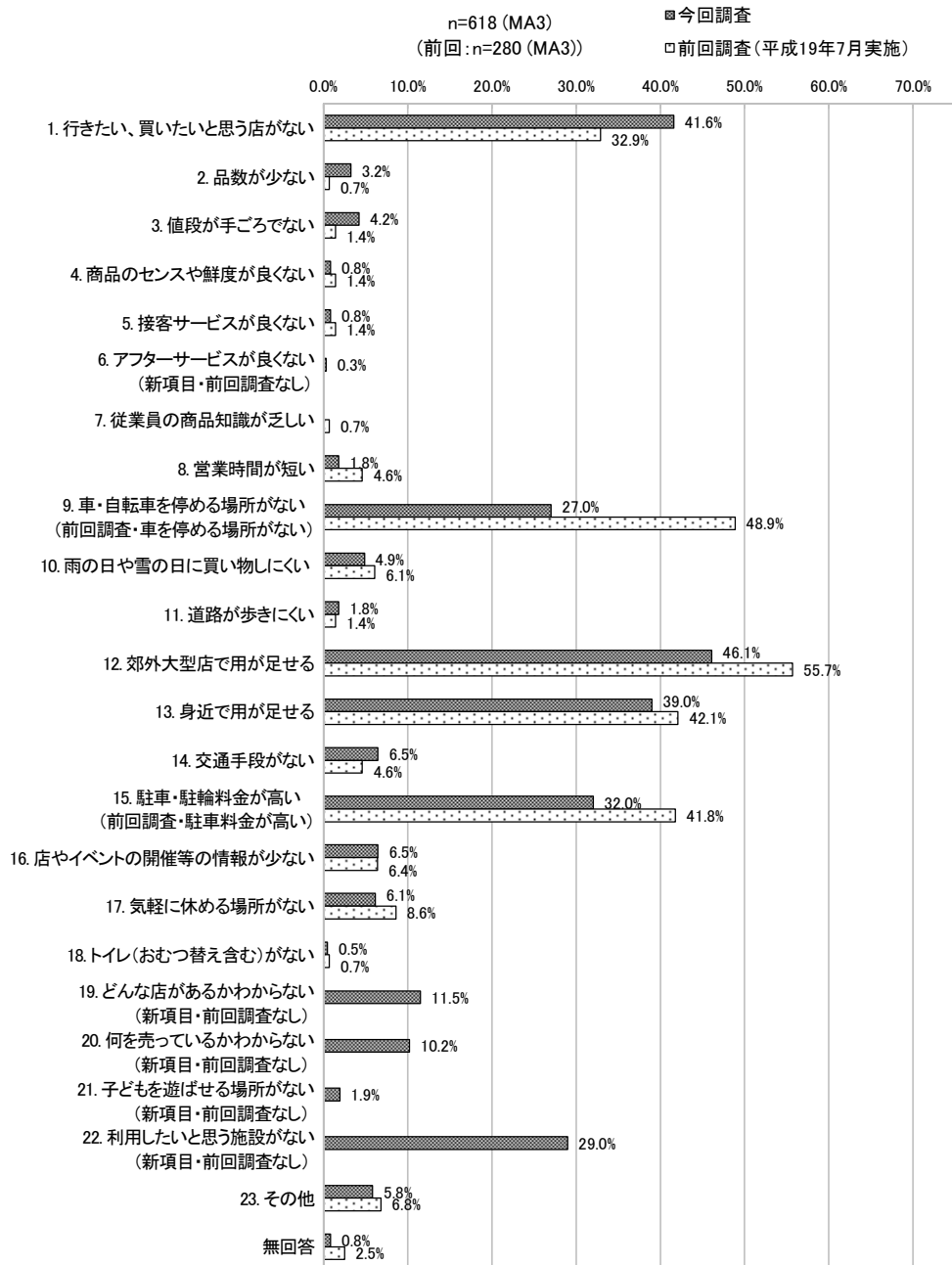


図 中心市街地を利用しない理由

## ② 商店主アンケート調査

本計画策定に当たり、中心市街地の商店主を対象にアンケート調査を実施した。

実施月：平成 28 年 2 月

調査対象：中心市街地に位置する商店街振興組合等に属する商業者

(商店街振興組合などを通しての手渡しによる配布、回収は郵送)

配布数：350 票 回収数 131 票 (回収率 37.4%)

- 中心市街地内には、生鮮食品等を扱う店舗が少ないが、アンケート調査で回答いただいた生鮮食品業種の店舗の多くが、廃業もしくは事業縮小を見込んでおり、より一層店舗の減少が危惧される。
- 回答いただいた方の店舗業種は、衣料品や加工品・菓子店などが多く、生鮮食品や日用品店が少ないなど、アンケートの割合がそのまま店舗実態とはいえないが、業種バランスに偏りがあることが推測される。
- 廃業もしくは事業縮小を見込んでいる経営者の多くは高齢の方で、事業の継続が難しい状況にある。

質 問	回 答
属性について	・回答者は、最寄り品を中心に従業員 1～4 人で 20 年以上営業している 50 歳代～70 歳代以上の店主が中心。
① 店の課題	・「売上の減少・停滞」65%、「客数の減少」53%が多く、「店舗、設備の老朽化」28%が次いでいる。 ・平成 19 年の前回調査と比較して、「売上の減少・停滞」は 1 ポイント程度の増加であるが、「経営者の高齢化」「店舗・設備の老朽化」の割合は倍に増えている。
② 店の方針	・「現状維持」が過半の 56%、「事業拡大」が 25%となっている一方、「事業縮小」「事業をやめる」も各々 8%となっている。 ・平成 19 年の前回調査と比較して、「事業拡大」が 4 ポイント減少する一方で、「現状維持」は 2 ポイント程度、「事業をやめる」は 4 ポイント程度増加している。 ・「事業縮小」「事業をやめる」と回答している方の業種としては、「衣料品・身の回り品店」が最も多い。今回、「生鮮食品・日配食品店」で回答いただいた店舗は 5 店舗のうちの半数以上が「事業縮小」「事業をやめる」と回答している。 ・「事業縮小」「事業をやめる」と回答している 22 店舗のうち、60 歳代以上の年齢の方は 15 店舗で 68%を占めている。
③ 今後の経営方針	・「接客の強化」44%、「消費者ニーズへの対応」37%、「品揃えの充実」34%が上位 3 点である。
④ エリアなかいちの影響	・「活性化への貢献」「活気」とも「中位」又は「やや上位」の評価が多いが、市民アンケートより評価がやや低く、店への影響は「ない」が 73%を占めている。
⑤ 中心市街地の改善点	・「空き店舗や空きビルが多く、街として寂しい」69%や「街として調和がない」40%が多い。
⑥ 今度のまちづくりの方向	・「店舗数を増やし商業機能を高める」24%や「医療、健康、子育て機能を充実させる」24%が比較的多い。 ・平成 19 年の前回調査と比較して、「集客力のある施設の整備」「駐車場・駐輪場の整備」の割合は下がり、「住宅の整備」「医療、健康、子育て機能の充実」の割合が高まっている。

⑦ 必要な環境整備	・市民・居住者アンケートと同様に、「駐車場・駐輪場」31%、「まち全体の美観や景観」31%が多かったが、「地域づくり活動等の支援制度」25%も多い。
⑧ 整備・充実すべき施設	・市民・居住者アンケート結果とは異なり、「文化・芸術施設」、「医療施設」、「アミューズメント施設」の順で多く、「首都圏等から移住する高齢者を受け入れる施設」も次いで多い。

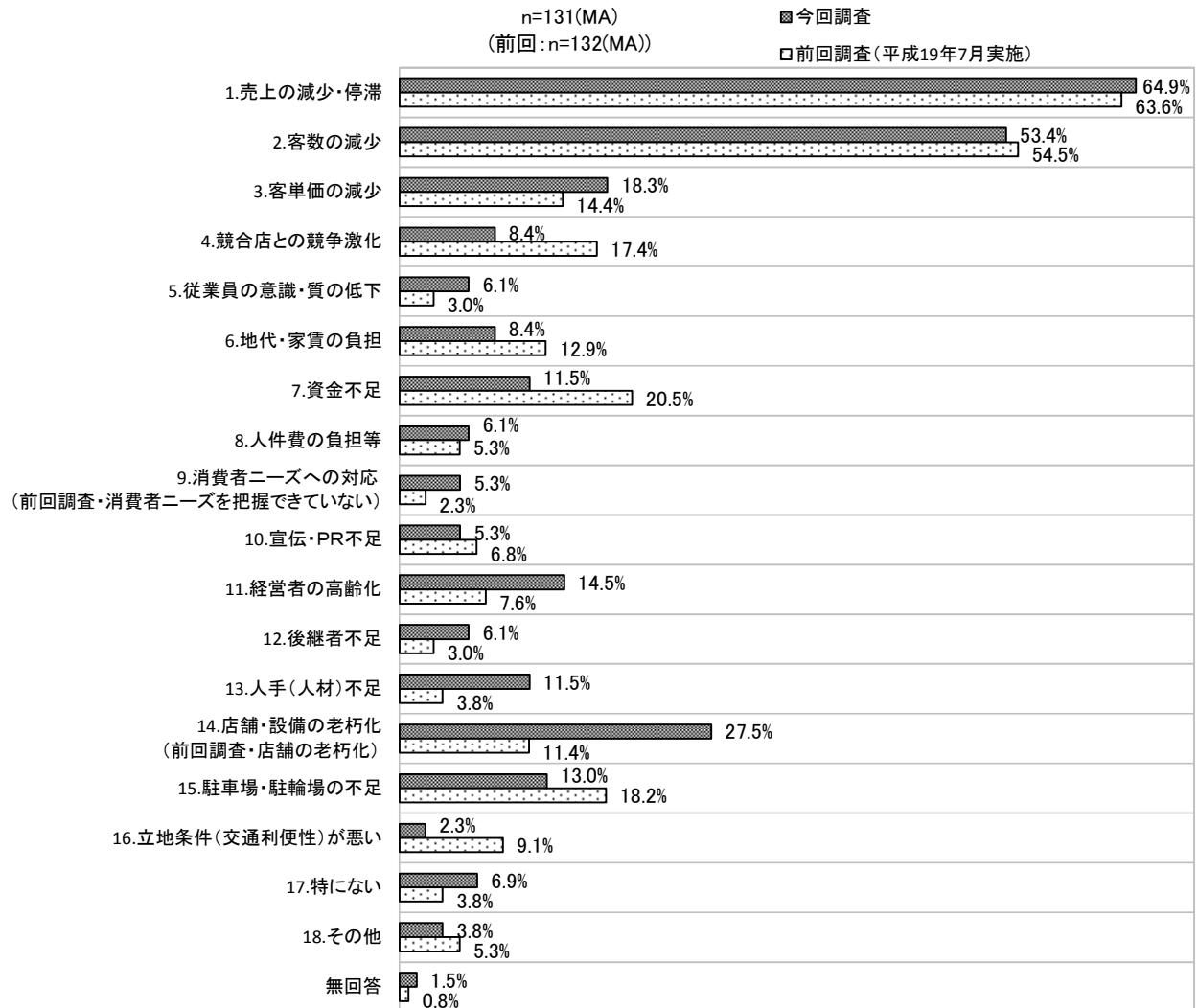


図 店舗の課題

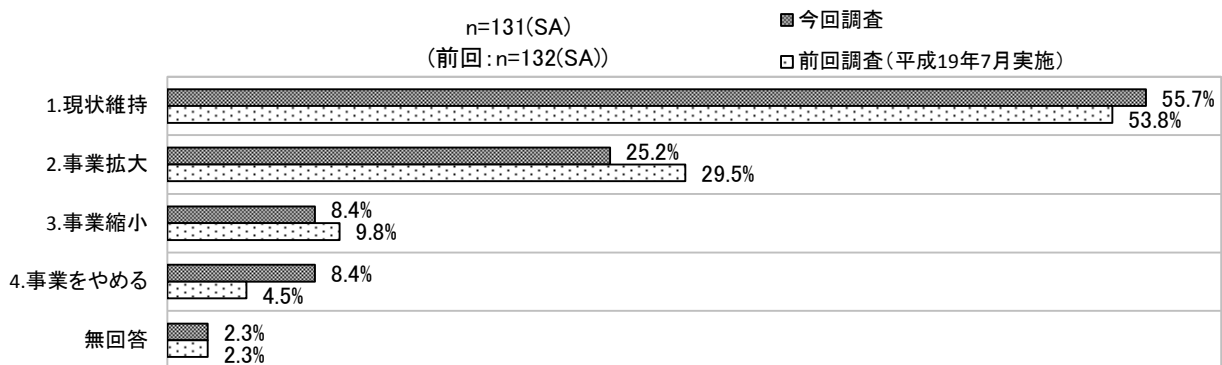


図 今後の店舗方針

### ③ 居住者アンケート調査

本計画策定に当たり、中心市街地の居住者を対象にアンケート調査を実施した。

実施月：平成 28 年 2 月

調査対象：中心市街地区域内の世帯主から無作為抽出、郵送による配布回収

配布数：500 票 回収数 204 票（回収率 40.8%）

- 中心市街地に居住している方にとって、中心市街地内での食料品などの日常的な買物利便性向上への要望は高いが、実態としてそれに応える商業機能の充足には至っていないと考えられる。
- そのため、日常的な買物を中心市街地周辺のスーパー等で済ます割合が高まっている。
- 中心市街地内での日常的な買物利便性向上は、高齢者よりも若い世代で強く求められている。

質問	回答
属性について	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 回答者の半数は 60 歳以上である。</li> <li>● 回答者の属性は、「市民アンケート」よりやや年齢層が低く、マンションに居住、居住歴は浅い社員の占める割合が高い。</li> </ul>
① 周辺環境への満足度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「満足」34%、「まあまあ満足」47%、両者で 81%と高い満足度を示している。</li> </ul>
② 不満な点	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「日常の買物の利便性」51%が圧倒的に多く、「道路の狭さ等」28%、「まちの景観」20%が次いでいる。</li> <li>● 平成 16 年の前回調査と比較して、「日常の買物の利便性」の不満の割合は倍に増えている。</li> <li>● 年代別に見ると、すべての年代において、「日常の買物の利便性」の不満が高くなっている。そのうち特に 30 代、50 代において、この割合が高い傾向にある。</li> <li>● その他、年代別の特筆すべき傾向としては、「まわりの道路の歩行時の安全」「近隣の人たちやコミュニティとの関わり」について、高齢者ほど不満の割合が高い傾向にある。また、若い世代の「子どもの遊び場・公園など」への不満が高い傾向にある。</li> </ul>
③ 現居住地選定理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「鉄道・バス等の公共交通」、「通勤・通学」、「食品・日用品の買物」の利便性が 30%台で上位を占めている。</li> </ul>
④ 今後の居住地予定	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「これからも中心市街地に住みたい」が 42%を占め、「住み替え」を考えている人は 5%に過ぎない。</li> <li>● 平成 16 年の前回調査と比較して、「これからも中心市街地に住みたい」が 22 ポイント減少している。</li> </ul>
⑤ 生活の場として欲しい機能	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「日常的な買物に対応した商業施設」70%や「冬でも安全に歩ける融雪歩道等」52%が多い。</li> <li>● 平成 16 年の前回調査と比較して、「日常的な買物に対応した商業施設」が 12 ポイント増加している。</li> </ul>
⑥ 中心市街地に不足している専門店	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「食料品店」50%と「電器店」41%が特に多く、次いで、「薬局・ドラッグストア」23%となっている。</li> </ul>
⑦ 郊外大型店の利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市民アンケート調査による全市平均より利用頻度が高く、「週 1～2 回」以上が 51%、「ほとんど行かない」は 27%となっている。</li> </ul>
⑧ 郊外大型店を利用する理由	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 「品ぞろえが豊富」52%、「1ヶ所で買物がすむ」46%、「駐車場・駐輪場が無料」43%の順となっている。</li> </ul>

⑨ 生鮮品・日用雑貨の買物場所	<ul style="list-style-type: none"> <li>平日・休日とも「中心市街地周辺のスーパー・個店」や「中心市街地の大型小売店」が多いが、休日は「郊外の大型小売店」も多くなる。</li> <li>平成16年の前回調査と比較して、中心部の大型小売店の利用が減り、中心市街地周辺のスーパー、郊外の大型小売店、中心市街地内の個店の利用が増えている。</li> </ul>
⑩ 中心市街地の改善点	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民アンケートと同様に「空き店舗や空きビルが多く、街として寂しい」64%が最も多いが、「駐車場が少なく自動車で行きにくい」31%は大幅に減少している。</li> </ul>
⑪ 今後のまちづくりの方向	<ul style="list-style-type: none"> <li>選択肢にバラツキが見られる中で「駐車場の整備、公共交通機関の整備」27%が最も多くなっているが、市民アンケートの48%より大幅に減少している。</li> </ul>
⑫ 必要な環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民アンケートと同様の順位で、「駐車場・駐輪場」41%、「まち全体の美観や景観」36%、「イベント等の情報発信」24%が多くなっている。</li> </ul>
⑬ 整備・充実させるべき施設	<ul style="list-style-type: none"> <li>市民アンケートと同様の順位で、「デパート等の商業施設」36%、「総合病院等の医療施設」25%、「映画館等の娯楽施設」24%が多くなっている。「老人ホーム」や「子育て支援施設」等の福祉的な施設ニーズも高い。</li> </ul>

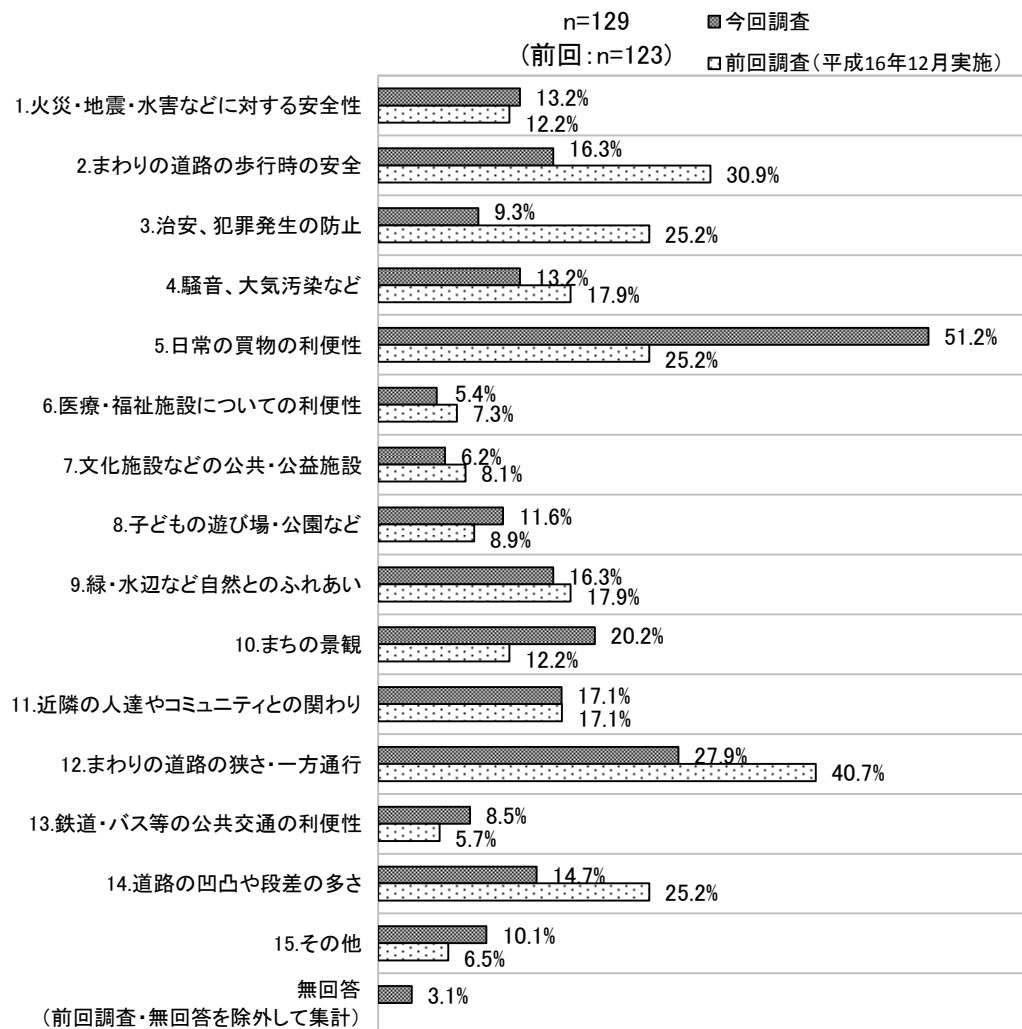


図 中心市街地居住周辺環境で不満な点

④ 低未利用地アンケート調査

本計画策定に当たり、中心市街地内の低未利用地所有者を対象にアンケート調査を実施した。

実施月：平成28年4月
調査対象：中心市街地域内に低未利用地を所有する個人・法人 (郵送による配布回収)
配布数：50票 回収数19票 (回収率38.0%)

- 低未利用地の多くは、時間貸又は月極の駐車場としての利用であり、稼働率も高い。そのため、他の用途に転用を考えている所有者は少ない。
- 中心市街地内での駐車場ニーズが、低未利用地の状態を支えているといえる。

質問	回答
属性について	• 回答者は、法人所有が個人所有よりもやや多い。また、所有規模は1,000㎡未満の土地の割合が高い。
①主な利用状況	• 「時間貸平面駐車場」が52.6%と最も多く、次いで「月極平面駐車場」が36.8%となっている。 • 駐車場の管理については、「所有者以外のその他」による管理が88.2%とほとんどを占めている。
②駐車場の稼働率	• 「80%台から90%台」が41.2%と多く、次いで「100%」が17.6%となっており、高い稼働率となっている。
③駐車場として利用する理由	• 「儲かるから」、「従前から駐車場として利用しているから」が、それぞれ29.4%、23.5%と上位を占めている。 • 一方で、「ほかに利用方法がないと思うから」「土地利用が決まるまでのつなぎ」といった積極的な利用とはいえない意見も多く見られる。
④現在の利用形態の開始時期	• 低未利用地が現在の利用形態になった時期としては、「10年以上20年未満」、「20年以上」の両項目ともに26.3%と高い。
⑤今後の活用方針	• 「当分現状のままにしておきたい」が52.6%と半数以上を占めており、「現在と違う形で有効活用を図りたい」は10.5%にとどまっている。 • 現状維持の理由として、「資産として保有していきたいから」が90.0%、ついで「特に困っていないから」が70.0%と高い割合を占めている。 • 上記を回答した方の駐車場の稼働割合は、高い傾向にある。

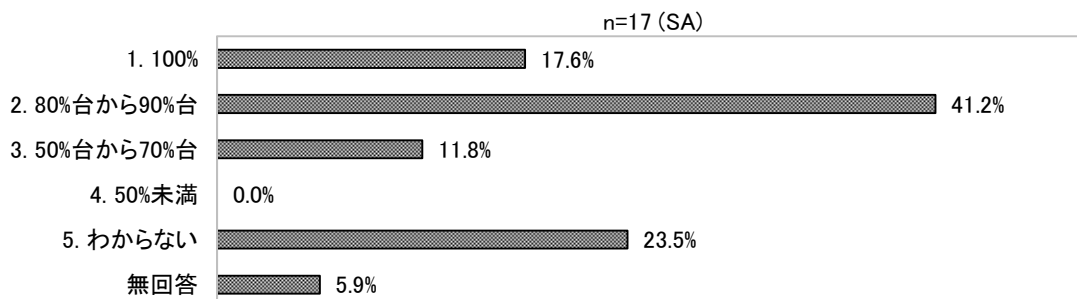


図 駐車場の稼働率



⑤ 街頭ヒアリング調査

本計画策定に当たり、中心市街地への来街者を対象にヒアリング調査を実施した。

実施月：平成28年4月10日、11日 調査対象：中心市街地への来街者（ヒアリング） 配布数：回収数 平日200票、休日208票
---

- 中心市街地の滞在時間は、平日・休日ともに「1～3時間未満」が最も高い割合となっている。中心市街地のにぎわいを生み出す上では、来街頻度を増やすとともに、滞在時間を延ばすための工夫が必要である。
- 中心市街地の活性化は、若者をはじめとして幅広い年代で期待されている。

質問	回答
属性について	・回答者は、休日・平日調査ともに女性の割合が高い。年齢については、60代以上の割合が高いものの各年代幅広く回答を得る。
①来街目的	・休日、平日ともに「買物」目的が30%台と最も高く、平日については、「通勤・通学」目的も33.0%と高い。
②来街頻度	・休日調査では、「週に1～2回」「月に1～2回」の割合がそれぞれ31.7%、26.0%と高い。 ・一方で、平日調査では「ほぼ毎日」の回答が29.0%と高くなっている。 ・「通勤・通学」を除いた割合で見ると、休日調査、平日調査ともに「週に1～2回」「月に1～2回」が多い。
③来街のための交通手段	・全体的に「自動車」が30%台、「徒歩」が25%前後と高くなっている。平日調査については、「バス」の割合も25.7%と高い。
④来街頻度の高い曜日	・最も来街頻度の多い曜日は、休日調査では「日曜日」が最も高く66.3%、平日調査では「平日（月～金曜日）」が最も高く91.5%となっている。
⑤滞在時間	・平日に来街された方の滞在時間は、「1時間～3時間未満」が最も高い割合を占めており、36.0%となっている。 ・一方、休日に来街された方の滞在時間についても、「1時間～3時間未満」が最も高い割合を占めており、40.4%となっている。 ・これを「通勤・通学」を除いた割合を見ても、同様の傾向となっている。
⑥中心市街地活性化への意向	・「もっと活性化してほしい」が50%前後を占め、「もう少し活性化してほしい」を合わせると、80%前後を占めており、更なる活性化を求める意見が多い。 ・これは、年代別にみても、すべての年代で同様の傾向が見られ、中心市街地の活性化を、幅広い世代が切望していることが伺える。