

沿道店舗アンケート 分析まとめ

0) 実施概要

- ・目的：沿道空間を活用することの効果検証
- ・質問項目：通りの印象の変化・来客数等への影響 / イベントへの参加有無・改善点 / 今後の参加意向 / 休憩所設置について / 広報・PR への意見 / まちづくり会議への参加意向

1) 回答者属性

路面店舗		回答数	立地		回答数
原町田	路面店舗	19	原町田大通り・	ファミリーマートより北西(~北 37,南 29)	22
中央通り	上階にある店舗	11	ぼっぼ町田側		
原町田大通り		2	文学館通り側	第一ビルより南東(北 38,南 30~)	8
合計		32	合計		30

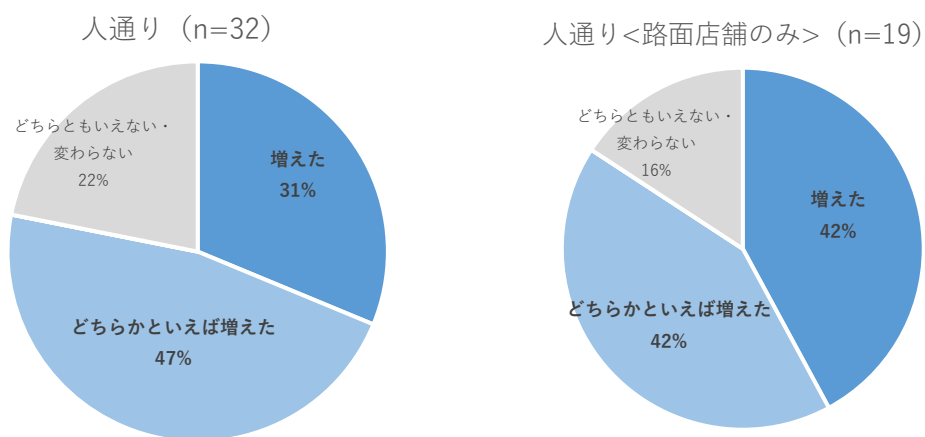
回答のあった 32 店舗のうち、9 割以上が原町田中央通りの店舗であり、そのうち約 6 割が路面店舗である。

原町田中央通り沿いの店舗のうち、人通りのある原町田大通り・ぼっぼ町田側に位置する店舗が 7 割以上を占める。

2) 社会実験に対する意見

■Q2 社会実験中、通りの人通りや雰囲気は変わったか？

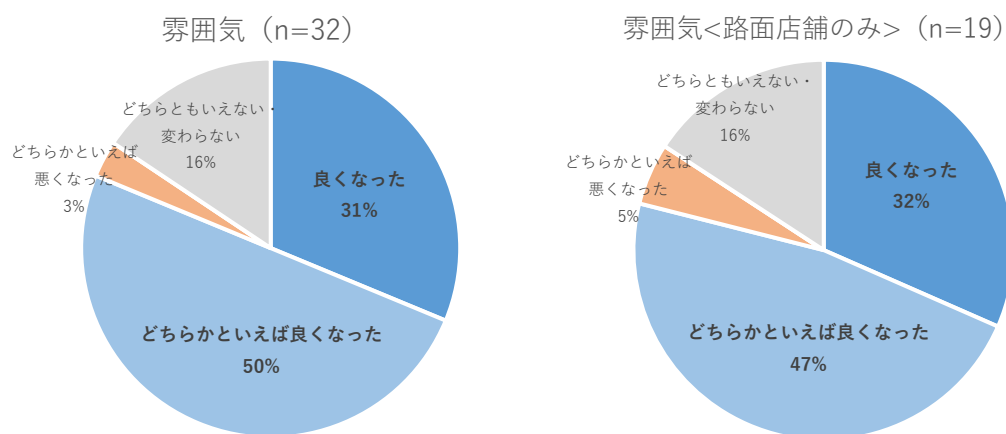
・人通り



回答者全体の8割近くが、人通りが「増えた」「どちらかといえば増えた」と回答した。

また、路面店舗のみで集計したグラフと比較すると、「増えた」の占める割合が増えていることがわかる。

・雰囲気

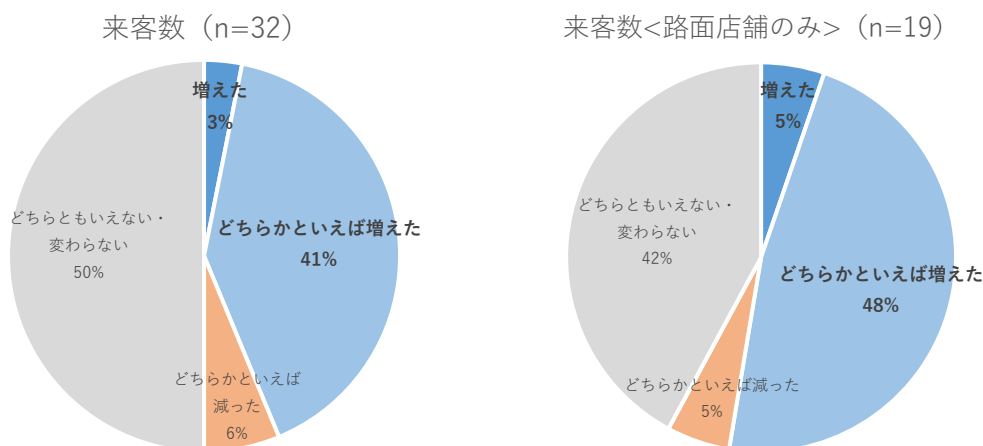


回答者全体の8割以上が、雰囲気が「良くなった」「どちらかといえば良くなった」と回答している。

また、路面店舗のみで集計したグラフと比較しても、大きな差はみられなかった。

■Q3 社会実験中、来客数や売上に影響はあったか？

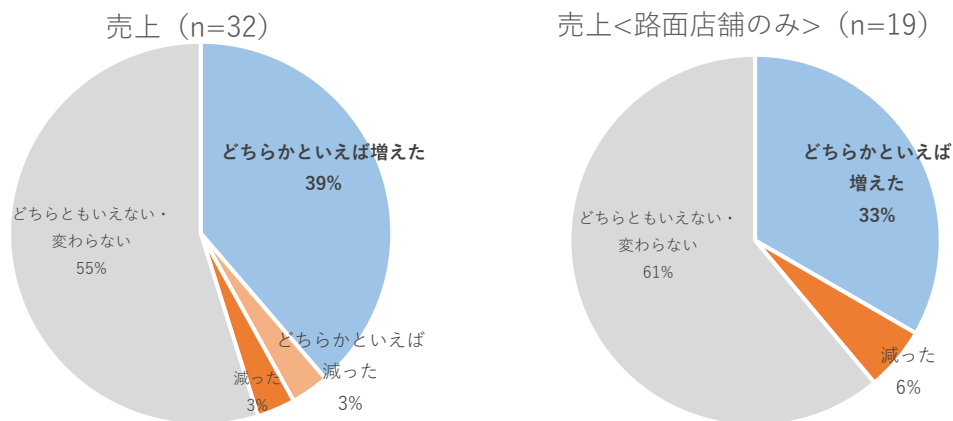
・来客数



回答者全体の約4割が、来客数が「増えた」「どちらかといえば増えた」と回答している。一方、「どちらとも言えない・変わらない」を選択した回答者が半数を占める。

路面店舗のみで集計したグラフと比較すると「どちらかといえば増えた」の割合が増えており、「増えた」と合わせると半数以上を占めている。

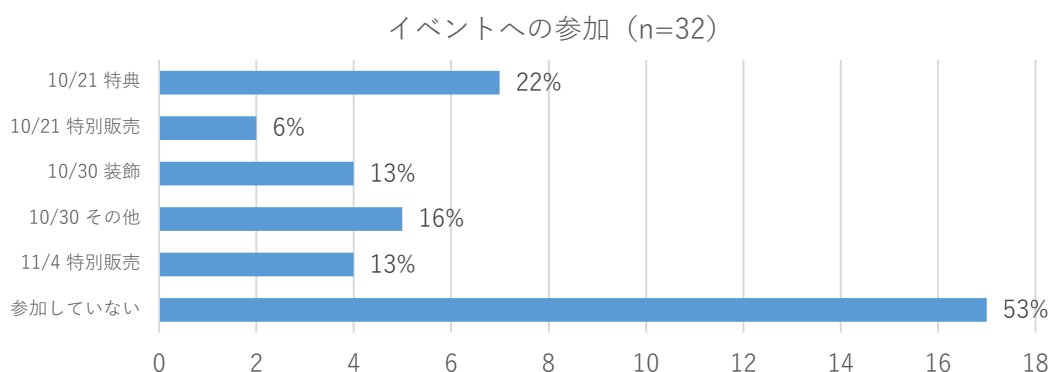
・売上



最も多かったのが「どちらとも言えない・変わらない」で回答者全体の半数以上を占め、次いで「どちらかといえば増えた」が4割近く占めている。

路面店舗のみで集計したグラフと比較すると、「どちらとも言えない・変わらない」「減った」の割合が増えている。

■Q4 沿道店舗参加型のイベントには参加したか？



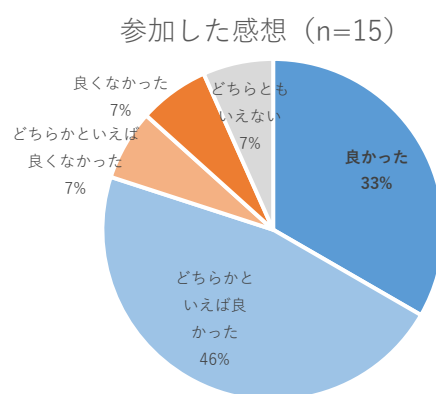
回答者全体の半数以上はイベントに「参加していない」と回答している。

回答者の中で最も参加率が高かったのは、10/21 むかしなつかしマーケットの特典参加であるが、利用者数の記入を見ると、0名が2件、2名、3名、5名が各1件という結果であった。利用者数が少なかった要因としては、強風のため想定より人出がなかったこと、また、イベント自体の周知不足が考えられる。

■Q5 参加してどうだったか？改善点やトラブル、弊害はあったか？ <Q4 参加した方のみ>

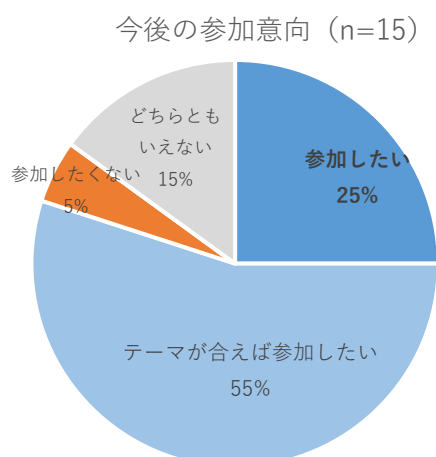
イベントに参加した15店舗のうち、4割が「良かった」と回答した。「どちらかといえば良かった」と合わせると、参加店舗の8割を占める。

改善した方が良い点としては、イベントの周知、貸出出店者と沿道店舗の価格調整や周辺店舗も含めた活気づくりの必要性が挙げられた。



	自由記述 回答抜粋
良かった点	<ul style="list-style-type: none"> ・人通りが多く、賑わいがあり良かった ・蔵元もPRできて喜んでいました ・平日午前中の方が集客が良かった
弊害・良くない点	<ul style="list-style-type: none"> ・風が強い ・想定より反応が少なかった ・利点がわからない
改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・事前のアピールが足りなかった ・イベントを知らないお客さんもいた ・出店者と沿道店舗の価格設定を合わせた方が良い ・出店時間がバラバラで隣店との温度差や活気がなかった

■Q6 今後もイベントを行う場合、参加したいか？

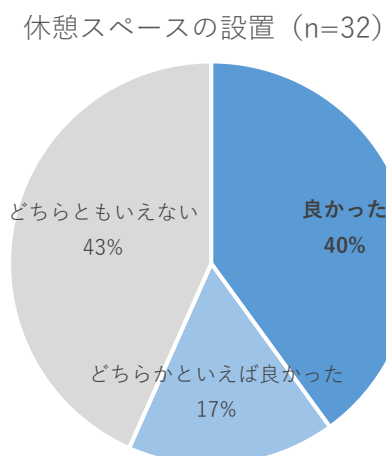


イベントに参加した店舗のうち2割以上が「参加したい」と回答し、「テーマが合えば参加したい」と合わせると8割を占める。

■Q7 今後参加したいテーマはあるか？

4店舗から回答があり、回答者自身の業種に関する「スポーツ関連」「食べ歩き」「美容マーケット（服も含む）」と、比較的沿道空間が広い店舗からは「休憩スペース」が挙げられた。

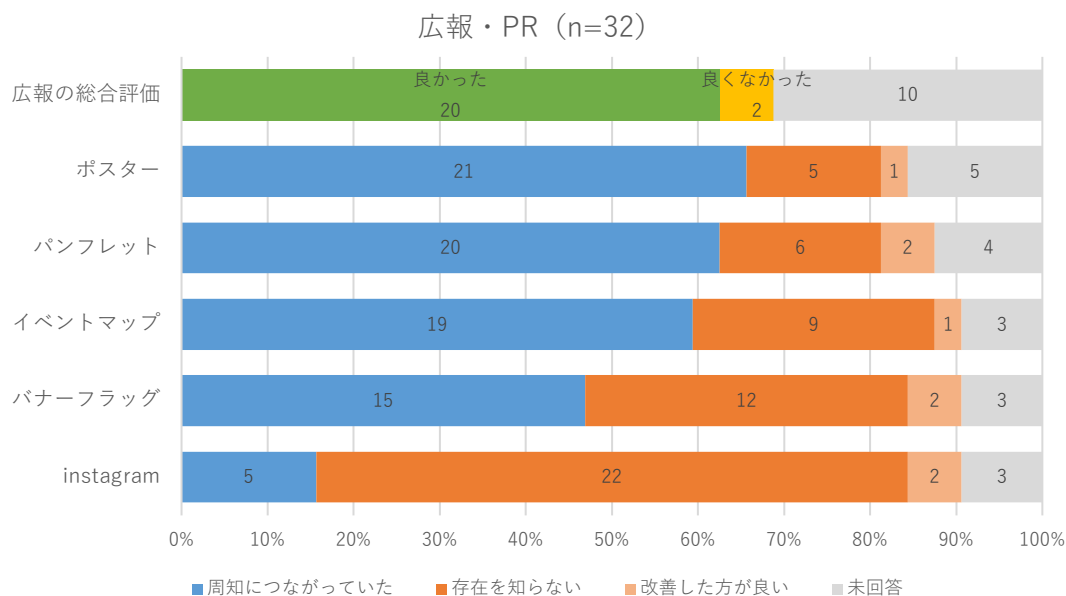
■Q8 自由に利用できる休憩スペースについてどう思うか？



回答者全体の6割近くが、「良かった」「どちらかといえば良かった」と回答している。一方、最も多かったのは「どちらとも言えない」で、4割を超える。

3) 事務局で実施した広報・PRについて

■Q9 事務局で実施したPRへの評価



		件数	自由記述 記入内容抜粋
全体の評価	良い点	3	・かなり見てくれていたと思う ・デザインの温かみが良かった ・わかりやすかった
	改善点	2	・事前のアピールがもっとあると良かった。(垂れ幕や駅看板等) ・常時開催が一番の広報になる
それぞれの改善点	ポスター	1	・色合いが暗い
	パンフレット	3	・色合いが暗い ・日程が見づらい ・もっと部数があっても良い
	イベントマップ	1	・わかりにくい
	Instagram	1	・発信数が少ない

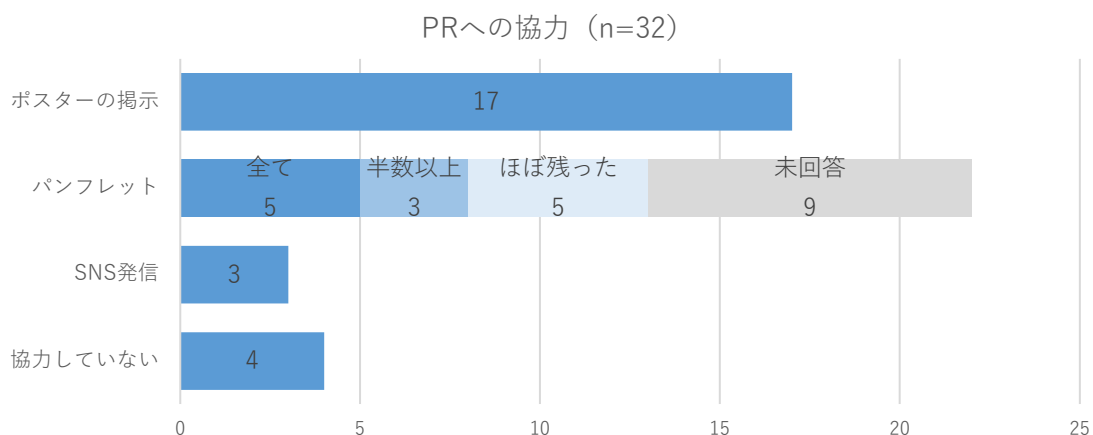
事務局が実施した広報全般に関して、回答者全体の7割近くが「良かった」と回答している。

ポスター、パンフレット、イベントマップに関しては回答者全体の6割前後が「良かった」と回答している。「デザインが良かった」という意見もある一方、「色合いが暗い」「日程が分かりづらい」との声も聞かれた。

「存在を知らない」「改善した方がよい」の割合が高かったのはInstagramであり、回答者全体の7.5割近くを占める。改善点としては「発信数が少ない」ことが挙げられた。

その他、開催頻度や装飾を増やすことで触れる機会を増やすことが一番の広報につながるという意見や、店頭の配布物置場の空き次第ではもっと多くパンフレットを置いても良いと協力的な声も聞かれた。

■Q10 PRに協力したか？

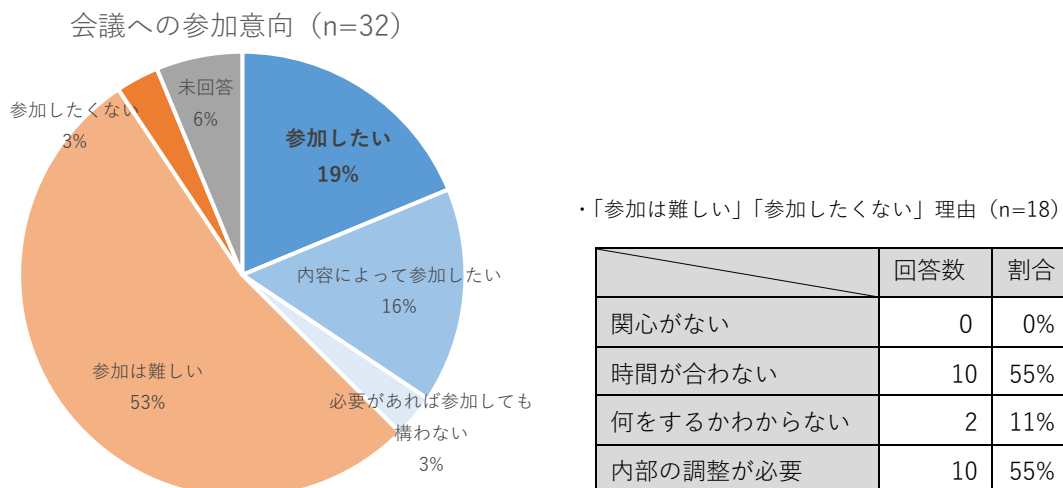


最も多く協力してもらったのは**パンフレット**の配布であり、回答者全体の7割近くが協力している。配布量としては「**全て**」「**ほぼ残った**」を選択した店舗が同数ずつとなった。

その他、**ポスターの掲示**は回答者全体の半数程度、**SNS発信**は1割程度が協力した。SNSの媒体に関しては、twitter、Instagramがそれぞれ1件ずつだった。

4) まちづくりについて考える会議への参加について

■Q11 沿道空間活用の取組内容やルール等について検討する**会議へ参加したいか？**



回答者全体のうち2割が「**参加したい**」と回答し、「**内容によって**」「**必要に応じて**」と合わせると、4割近くが参加しても構わない回答者が4割近くを占める。

一方、「**参加は難しい**」「**参加したくない**」店舗は全体の半数以上を占める。理由としては、時間が合わないことや社内の調整が必要であることを挙げた店舗が多く、「**関心がない**」を選択した店舗はいなかった。

5) 上記以外の自由回答 (Q12)

良かった点	<ul style="list-style-type: none">・残念ながら店舗として実績(売上)に繋がることはありませんでしたが、通り一体の取組として参加できて良かったです。・今後も他の店舗様方と一体となる取組で街全体を盛り上げられたらと思います。
改善点	<ul style="list-style-type: none">・買い物客を増やすならパチンコの出店規制、客引きを取り締まる等別の取組をしてほしい

その他、他の店舗と一緒に参加できる本取組に対する賛同の声をいただいた一方、業種による出店規制や客引きの取締等通りの印象を向上させる取組の方が有意義だという意見もあった。