

静岡地域来街者調査概要

調査日時 平成28年11月27日(日) 10:00~17:00

回答者数 600人(各地点60人)
 男性 29.3% 女性 70.7%
 市内 62.5% 市外 37.5%

調査地点 全10地点

- ◆ 駅ビル パルシェ前
- ◆ 静岡伊勢丹前
- ◆ 松坂屋静岡店前
- ◆ 静岡マルイ前
- ◆ SHIZUOKA 109前
- ◆ 静岡パルコ前
- ◆ 新静岡セノバ前
- ◆ 紺屋町商店街 (クーポール会館前)
- ◆ 呉服町商店街 (SANADAYA[真田屋]前)
- ◆ 七間町商店街 (静岡北ワシントンホテルプラザ前)

調査方法 来街者に対する面接アンケート方式

住所別区分

住所地	割合(%)	
静岡市	葵区	31.2
	駿河区	20.3
	清水区	11.0
焼津・藤枝・島田市	13.3	
その他県内外	24.2	

街へ来る交通手段は？

市内からは「自動車」、市外からは「JR東海」が最多

来街の主な交通手段は、全体では「自動車」が最も多く、次に「JR東海」となり、昨年同様であった。回答者住所の市内・市外別にみると、市内からは「自動車」「バス」「徒歩」の順で、市外からは「JR東海」が約5割を占め、次いで「自動車」「バス」の順であった。(表1)

街へ来る頻度は？

「月1~2回」が最多

静岡の中心市街地にとの位の割合で来るか尋ねたところ、全体では「月1~2回」「週1~2回」「ほぼ毎日」の順であった。市内では「月1~2回」と「週1~2回」で約6割を占め、市外では「月1~2回」と「2~3カ月に1回」で約6割を占めた。(表2) また、1年前と比べた来街頻度は、全体で58.8%と約6割が「ほとんど変わらない」との回答だった。

来街場所・目的地は？

商店街では「呉服町商店街」、大型店では「新静岡セノバ」が最多

来街者の目的地(複数回答)は、商店街では例年同様「呉服町商店街」が最も多く、次いで「七間町商店街」「紺屋町商店街」の順で、第2位と第3位が入り替わった。大型店では「新静岡セノバ」が35.7%と3割強を占め、オープンした平成23年度から6年連続で第1位となった。次いで「静岡パルコ」「静岡伊勢丹」「駅ビルパルシェ」の

順であった。なお、新静岡セノバは市内外別男女別でも、ほぼ同様の割合で幅広い支持を集めている。そのほか、商店街・大型店以外の目的として「文化施設」が挙げられた。(表3)

来街場所・目的地 [複数回答] (表3)

区分	割合(%)	
商店街	呉服町商店街	14.7
	七間町商店街	6.7
	紺屋町商店街	3.7
	御幸町商店街	1.3
	新静岡セノバ	35.7
大型店	静岡パルコ	29.5
	静岡伊勢丹	22.0
	駅ビルパルシェ	15.8
	静岡マルイ	12.7
	SHIZUOKA 109	12.2
	松坂屋静岡店	11.8
	アスティ静岡	2.3
施設等	文化施設	4.2
	公園	1.8
	病院	1.3
	その他	0.3

来街交通手段 (表1)

順位	1位	割合(%)	2位	割合(%)	3位	割合(%)
全体	自動車	31.5	JR東海	27.8	バス	15.7
市内	自動車	24.0	バス	21.9	徒歩	20.8
市外	JR東海	49.3	自動車	44.0	バス	5.3

来街頻度 (表2)

順位	1位	割合(%)	2位	割合(%)	3位	割合(%)
全体	月1~2回	30.7	週1~2回	23.3	ほぼ毎日	19.5
市内	週1~2回	31.7	月1~2回	28.5	ほぼ毎日	27.7
市外	月1~2回	34.2	2~3カ月に1回	27.6	ほとんど来ない	20.4

中心市街地を訪れる目的は？

全体の約7割が「買物」、買物の内容は「衣料品」が最多

来街の目的は「買物」が断トツの最多で

買物の内容 [複数回答] (表5)

順位	購入品目	割合(%)
1	衣料品	33.7
2	食料品	20.3
3	化粧品・医薬品	8.8
4	書籍・文具	7.7
5	カバン・履物	7.2
6	その他	5.0
7	贈答品	4.5
8	家庭用品	4.5
9	時計・宝石・メガネ	2.8
10	レジャー・娯楽品	1.3
11	CD・DVD	1.2
12	インテリア・家具	0.5

約7割を占めており、次いで「飲食」「散策」「その他」「イベント」の順であった。なお、「その他」の内容は、美術館、コンサート、美容室、カルチャースクール等であった。(表4) 買物と答えた方にその内容(購入品目)を尋ねたところ、「衣料品」が3割強で最も多く、以下「食料品」「化粧品・医薬品」「書籍・文具」の順であった。(表5)

来街目的 [複数回答] (表4)

順位	内容	割合(%)
1	買物	70.3
2	飲食	21.3
3	散策	12.2
4	その他	10.3
5	イベント	7.0

買物・飲食での予算は？

予算は「1万円未満」が7割強を占める

買物・飲食の予算額は「3千円未満」が25.9%で最も多く、次に「3千円~5千円未満」「2.4~9%」「5千円~1万円未満」「2.2~5%」の順で、1万円未満が73.3%を占めている。(表6)

なお、年代別では10代・70代以上では「3千円未満」、20代・60代では「3千円~5千円未満」、30代では「5千円~1万円未満」、40代では「3千円未満」と「1万円~2万円未満」、50代では「5千円~1万円未満」が最多であった。

中心市街地での滞在時間は?

「2時間～3時間未満」が最多

来街者の滞在時間は「2時間～3時間未満」が例年同様34.7%で最も多く、以下「3時間～5時間未満」25.0%、「1時間～2時間未満」17.5%の順となっている。また、3時間未満が合わせて約6割を占めた。(表7)

区分	割合(%)
1時間未満	7.2
1時間～2時間未満	17.5
2時間～3時間未満	34.7
3時間～5時間未満	25.0
5時間～7時間未満	11.0
7時間以上	4.6

予算額	割合(%)
3千円未満	25.9
3千円～5千円未満	24.9
5千円～1万円未満	22.5
1万円～2万円未満	14.9
2万円～3万円未満	5.4
3万円～5万円未満	4.4
5万円～10万円未満	1.0
10万円以上	1.0

中心市街地でのお買物・サービスの機能については?

全体の6割が概ね「満足」、「ポイント」は「接客サービス」と「品揃え」

静岡の中心市街地でのお買物やサービスの機能については「満足」と「やや満足」が合わせて60.2%を占め、「やや不満」と「不満」の合わせて7.1%を大きく上回った。(表8)

満足している点は、「品揃え」が56.0%で最も多く、次に「接客サービス」が33.0%と第1位と第2位が入り替わった。以下「気軽ににお店に入れる雰囲気」「品質・鮮度」の順であった。(表9)

一方、不満な点は、「その他」が30.6%で最も多く、主な内容は、好きなブランドがない、飲食店の増加などが挙げられた。

次いで「品揃え」「接客サービス」の順となっている。(表10)

区分	割合(%)
満足	27.2
やや満足	33.0
どちらでもない	32.7
やや不満	6.3
不満	0.8

順位	内容	割合(%)
1	品揃え	56.0
2	接客サービス	33.0
3	気軽ににお店に入れる雰囲気	16.3
4	品質・鮮度	13.0
5	催事・イベントの内容	11.6
6	歩行者天国	6.9
7	商品のオリジナル性	5.5
8	店舗の内装	5.3
9	閉店時刻	1.4
10	その他	1.7

順位	内容	割合(%)
1	その他	32.6
2	品揃え	30.2
3	接客サービス	18.6
4	商品のオリジナル性	9.3
4	閉店時刻	9.3
6	催事・イベントの内容	4.7
6	気軽ににお店に入れる雰囲気	4.7
8	店舗の内装	2.3

中心市街地の機能については?

全体の5割強が概ね「満足」、「ポイント」は「接客サービス」と「品揃え」

静岡の中心市街地の機能については「満足」と「やや満足」が合わせて54.8%を占め、「やや不満」と「不満」の合わせて9.7%を大きく上回った。(表11)

満足している点は、「物販店の充実」が55.9%で最も多く、次に「飲食店の充実」、「徒歩での巡りやすさ」、「イベント・催しの充実」の順であった。(表12)

一方、不満な点は、「その他」が29.3%で最も多く、主な内容は、薬局・宝石店が多い、目玉な所がない等が挙げられた。次いで、「徒歩での巡りやすさ」の順となっている。(表13)

区分	割合(%)
満足	22.8
やや満足	32.0
どちらでもない	35.5
やや不満	8.5
不満	1.2

順位	内容	割合(%)
1	物販店の充実	55.9
2	飲食店の充実	33.7
3	徒歩での巡りやすさ	19.5
4	イベント催しの充実	12.5
5	娯楽・サービス店の充実	8.5
6	自家用車での来やすさ	7.3
7	文化・スポーツ・図書館等施設	4.9
7	景観・街並みの美しさ	4.9
9	憩い・くつろぎ空間	4.3
10	医療・福祉機能	2.4
11	その他	1.8
12	子育て環境	0.6
13	多くの人との交流	0.6

順位	内容	割合(%)
1	その他	29.3
2	徒歩での巡りやすさ	17.2
3	物販店の充実	15.5
3	自家用車での来やすさ	15.5
5	飲食店の充実	13.8
6	イベント催しの充実	10.3
6	憩い・くつろぎ空間	10.3
8	文化・スポーツ・図書館等施設	3.4
8	医療・福祉機能	3.4
8	子育て環境	3.4
11	景観・街並みの美しさ	3.4
12	娯楽・サービス店の充実	1.7
12	多くの人との交流	1.7

中心市街地に充実してほしい施設やサービスは?

施設 約4割が「休憩スペース・ベンチ」を希望

中心市街地にどのような施設を充実してほしいか尋ねたところ、例年同様「休憩スペース・ベンチ」が38.0%と最多であり、次いで「駐輪場」「駐車場」の順であった。

なお、「その他」の内容は、アーケード、子供が遊べる施設、喫煙所等であった。(表14)

年代別で見ると、20代では「駐輪場」、20代以外の年代で「休憩スペース・ベンチ」が第1位だった。第2位は、10代・50～60代では「駐輪場」、20代では「駐輪場」と「休憩スペース・ベンチ」、30～40代では「駐車場」、70代は「公衆トイレ」を挙げている。

内容	割合(%)
休憩スペース・ベンチ	38.0
駐輪場	25.2
駐車場	23.0
公衆トイレ	22.3
スロープ・障害者用トイレ	13.2
託児施設	5.7
その他	3.3

内容	割合(%)
公衆無線LAN(Wi-Fi)	28.7
共通駐車券	26.3
商店街マップ	19.7
ポイントカードスタンプサービス	14.5
貸自転車	6.0
有人案内所	5.7
その他	1.8

サービス 「公衆無線LAN(Wi-Fi)」「共通駐車券」を希望

中心市街地にどのようなサービスを充実してほしいか尋ねたところ、「公衆無線LAN(Wi-Fi)」「共通駐車券」「商店街マップ」の順であった。(表15)

年代別で見ると、10～20代では「公衆無線LAN(Wi-Fi)」、30～40代・60代では「共通駐車券」、50代では「商店街マップ」と「共通駐車券」、70代では「商店街マップ」が最多であった。

街なかで入手したい情報は?

入手したい情報 4割が「催事・イベント」を希望

中心市街地での入手したい情報について尋ねたところ、「催事・イベント」が40.5%と最多であり、次いで「商店街・大型店のセール」「駐車場の場所」の順であった。(表16)

内容	割合(%)
催事・イベント	40.5
商店街・大型店のセール	32.0
駐車場の場所や混雑情報	26.3
駐輪場の場所	14.7
その他	3.5