

平成26年度

消費者アンケート調査 結果報告概要

まちづくり松山
マーケティング部

大街道・銀天街お客様の声情報センター

コンソーシアム事業の概要

中央商店街を中心に消費者アンケート調査や商店街環境の実態調査 マーケティング活動を展開することで
当該地域のエリアマネジメント支援を目的とした

(株)まちづくり松山

(有)オフィス・マリ

NPO法人えひめ消費者ネット

松山市

からなる

まちづくり松山 マーケティング部 大街道・銀天街
お客様の声情報センターを組織し 各種調査事業を実施

商店街の活性化は
まずお客様の声をお聞きすることからはじまる

目次

- 1 松山市民の経済状況と消費傾向 *p* 5
- 2 大街道・銀天街の利用状況 *p* 14
- 3 現在の来街者の回遊状況 *p* 26
- 4 大街道・銀天街の店舗状況 *p* 35
- 5 店舗オーナーアンケート調査結果 *p* 49

主な調査一覧

調査名	対象	方法
各種通行量調査	来街者	調査員によるカウント
店舗状況変化調査	店舗	調査員が現地で確認
街頭聞き取り アンケート調査	大街道・銀天街への 来街者	タイムサンプリングによる面接法
松山市中心部時間貸 駐車場実態調査	商店街周辺の 時間貸駐車場	調査員によるカウント
松山市民の 消費行動に関する アンケート調査	20～49歳までの 松山市に住む男女 (大街道・銀天街に 来ていない人も含む)	住民台帳による層化2段無作為抽出方法 調査員による訪問留置法
店舗オーナー アンケート調査	オーナー・ 店長・責任者	調査員による訪問留置法

松山市民の経済状況と消費傾向

世帯年収

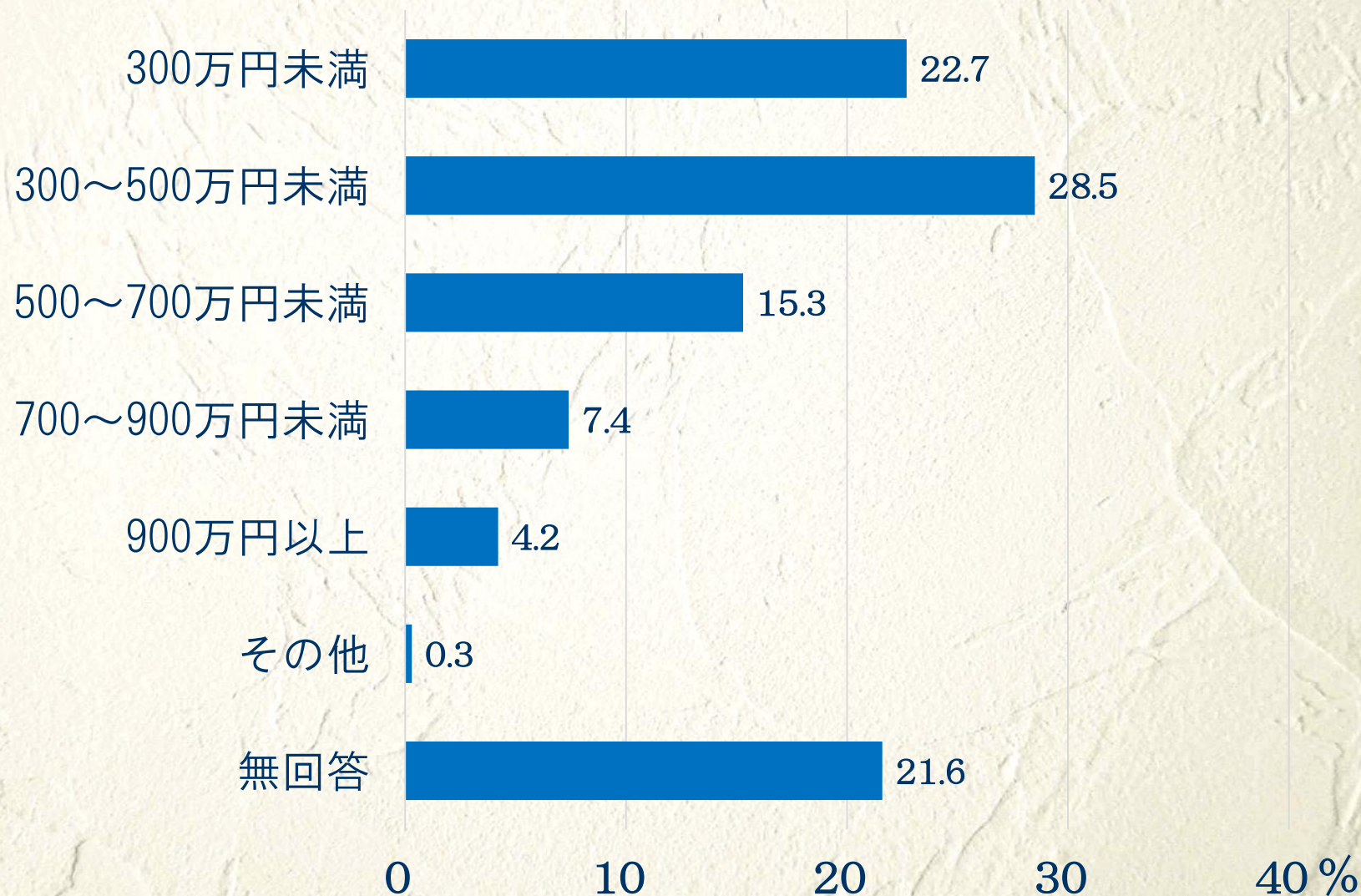
家計・経済状況

消費一般についての考え方や感覚

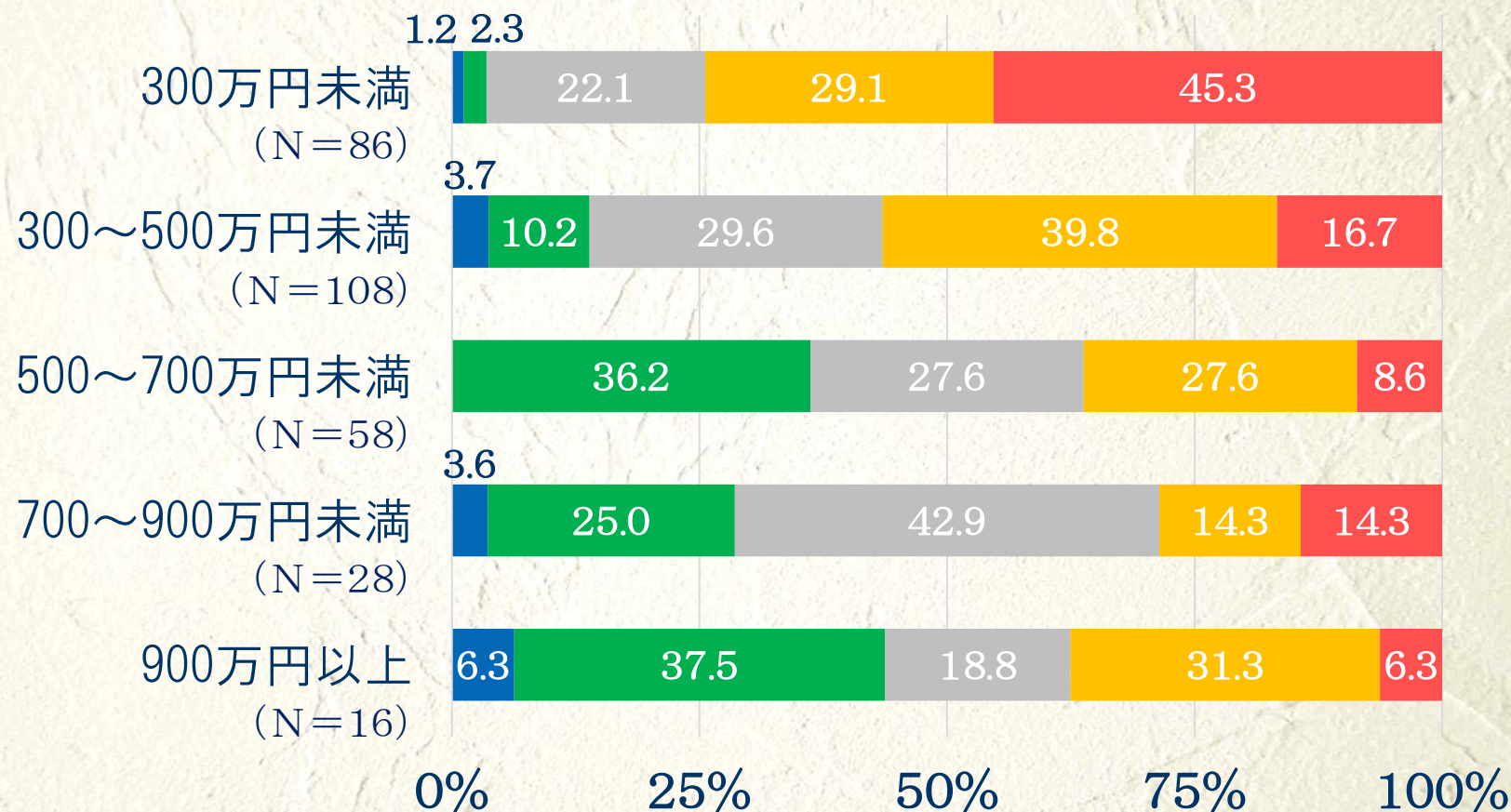
余暇の過ごし方

よく利用する店

世帯年収

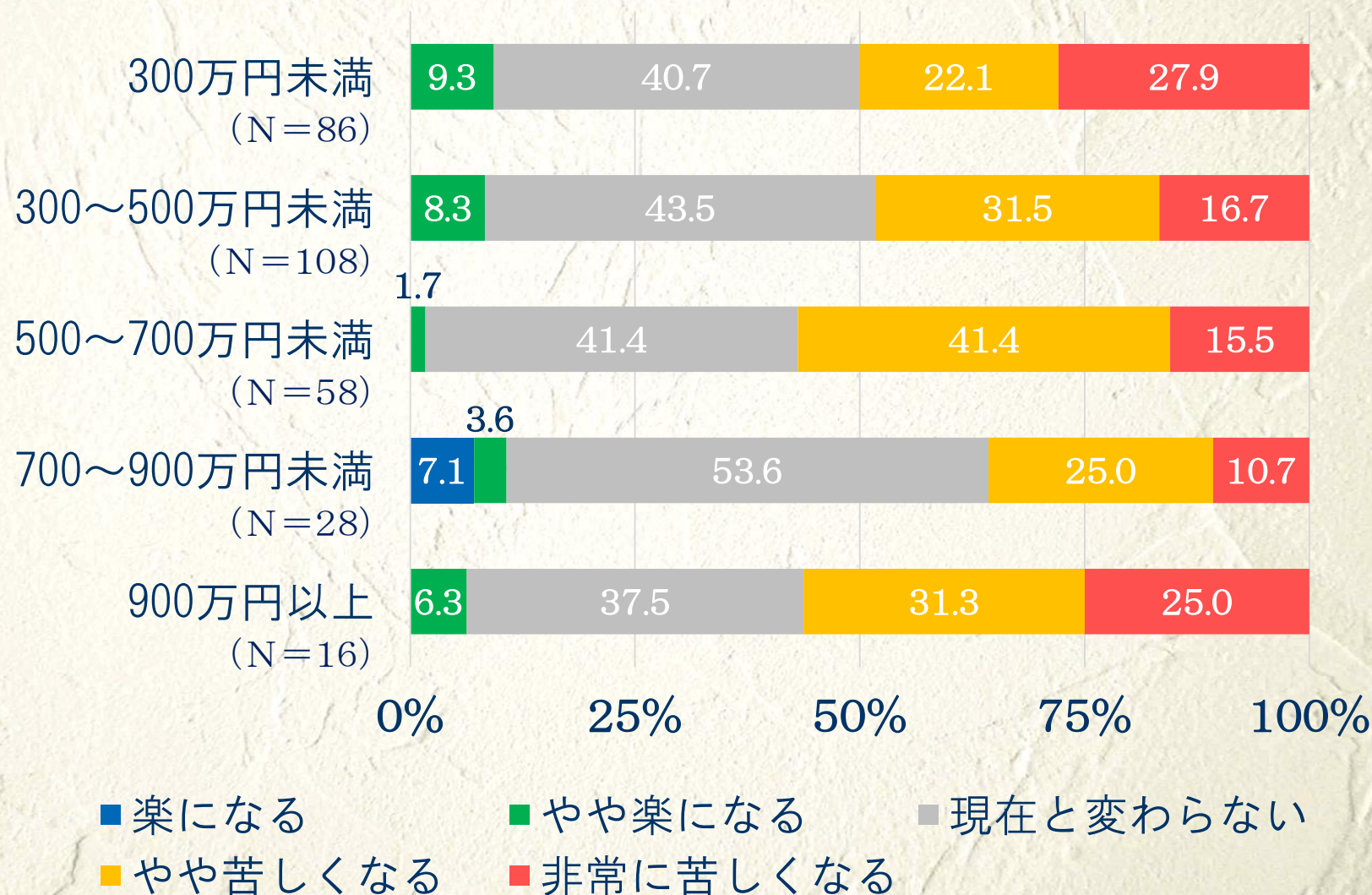


世帯年収別にみた現在の家計・経済状況

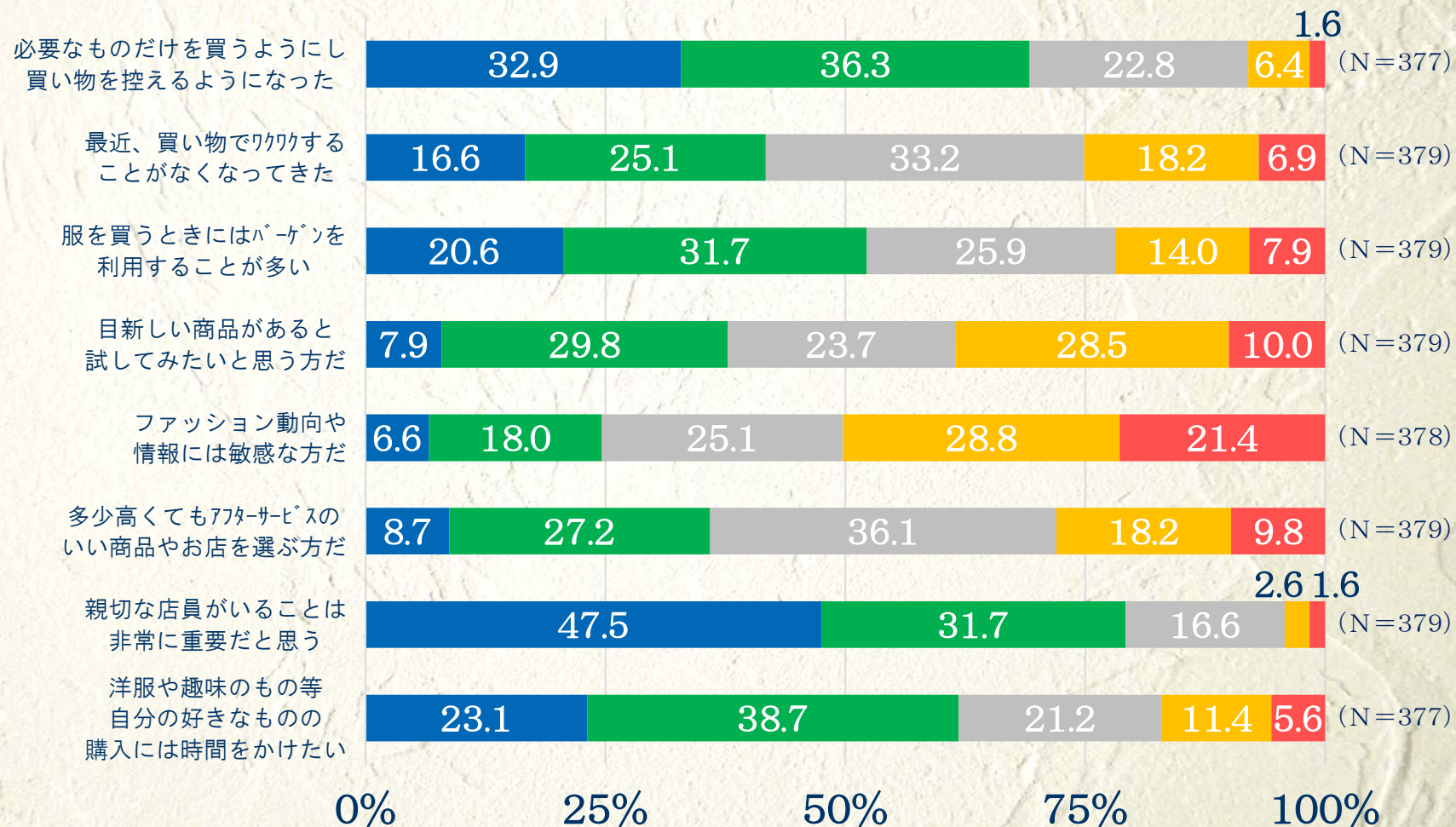


- 余裕のある方だ
- やや余裕のある方だ
- どちらともいえない
- やや余裕のない方だ
- 全く余裕のない方だ

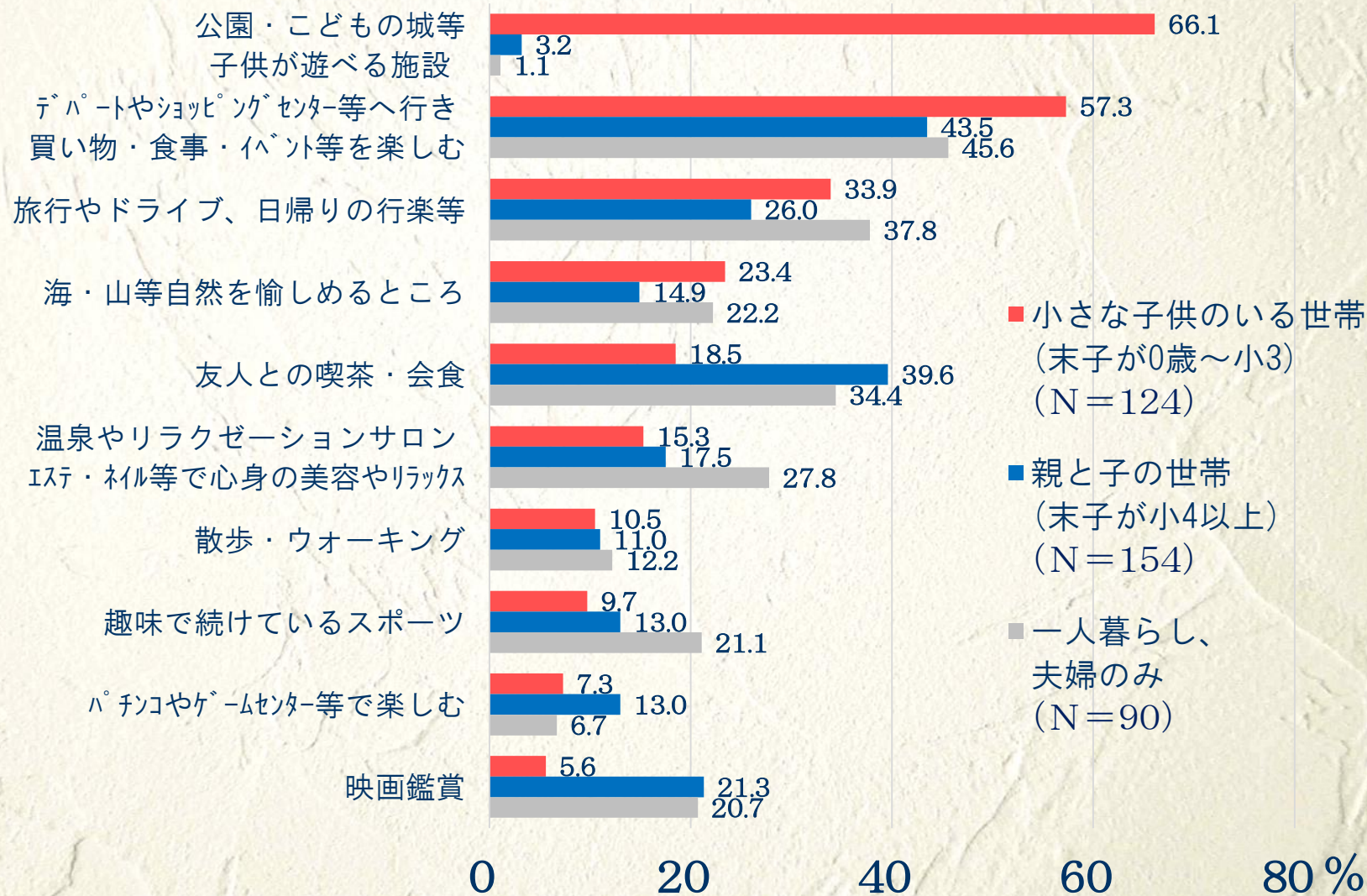
世帯年収別にみた今後の家計・経済状況



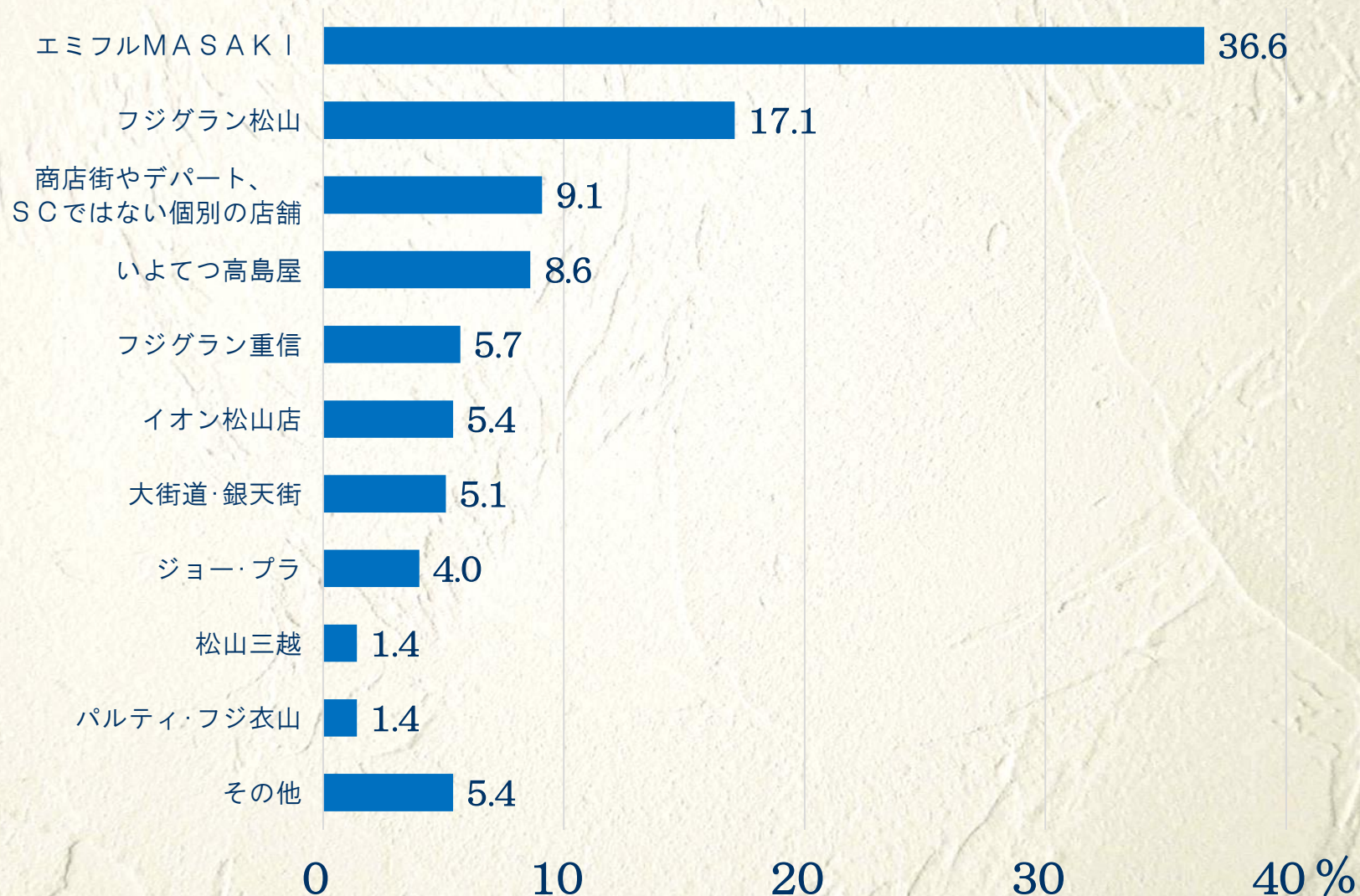
消費一般についての考え方や感覚



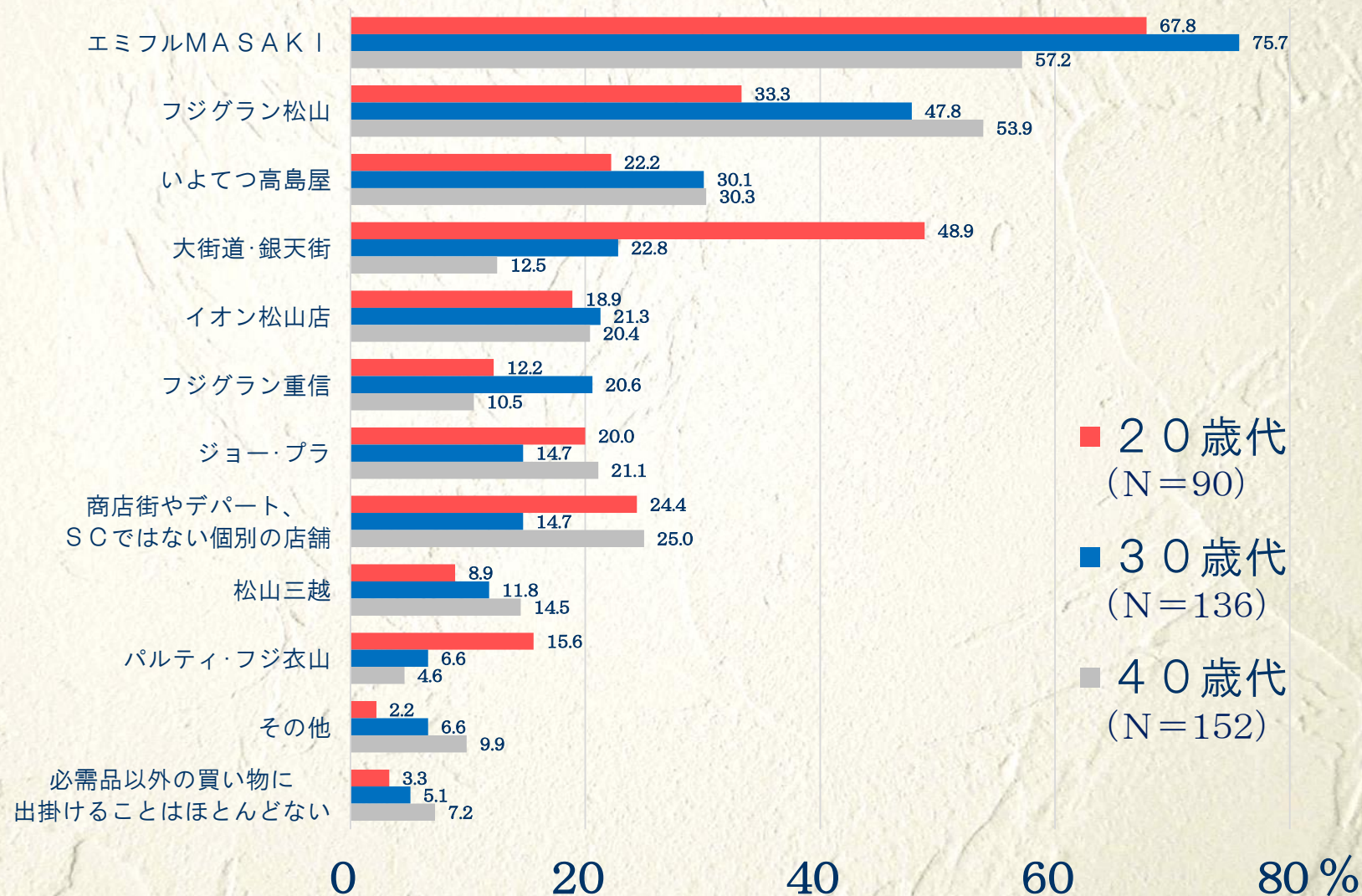
家族構成別にみた余暇の過ごし方



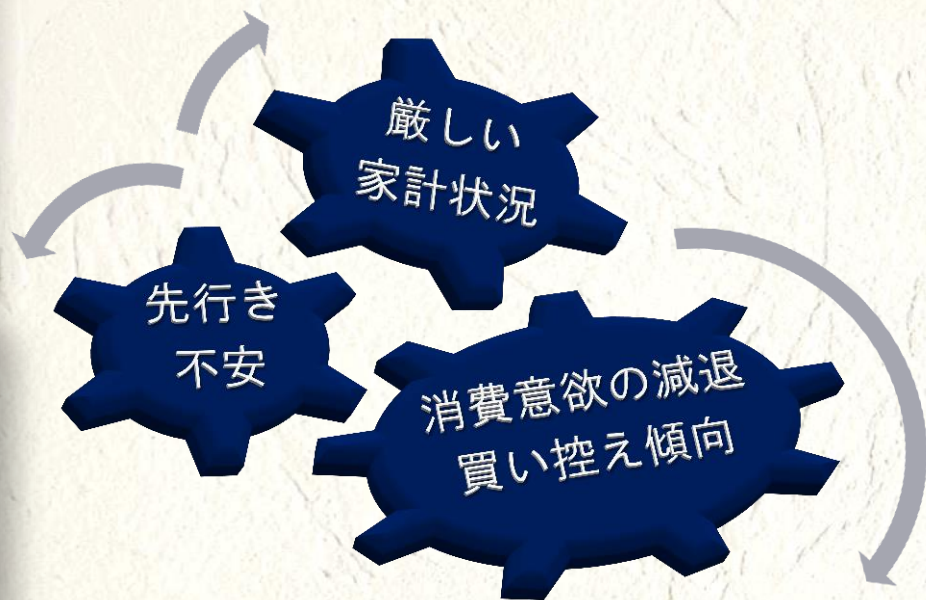
最もよく利用する店



年齢層別にみたよく利用する店



松山市民の経済状況と消費傾向は



しかし



ショッピングは
依然として
有力なレジャー

そんな状況の中

選ばれているのは
ショッピングセンター

エミフル
MASAKI

フジグラン

大街道・銀天街の利用状況

休日通行量の推移

来街頻度

年齢層・性別

居住エリア

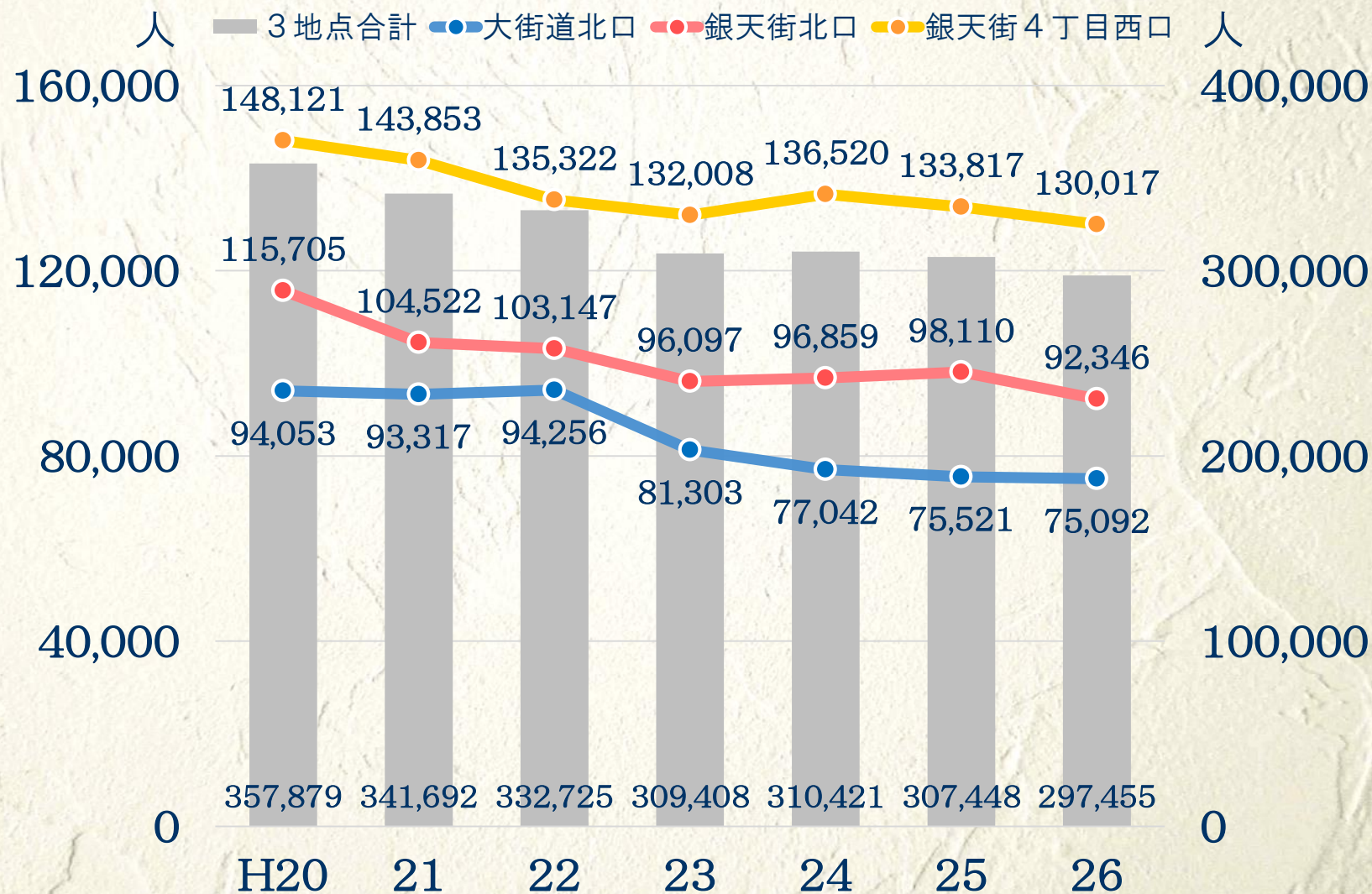
交通手段

松山市中心商店街に行かない理由

平均駐車料金

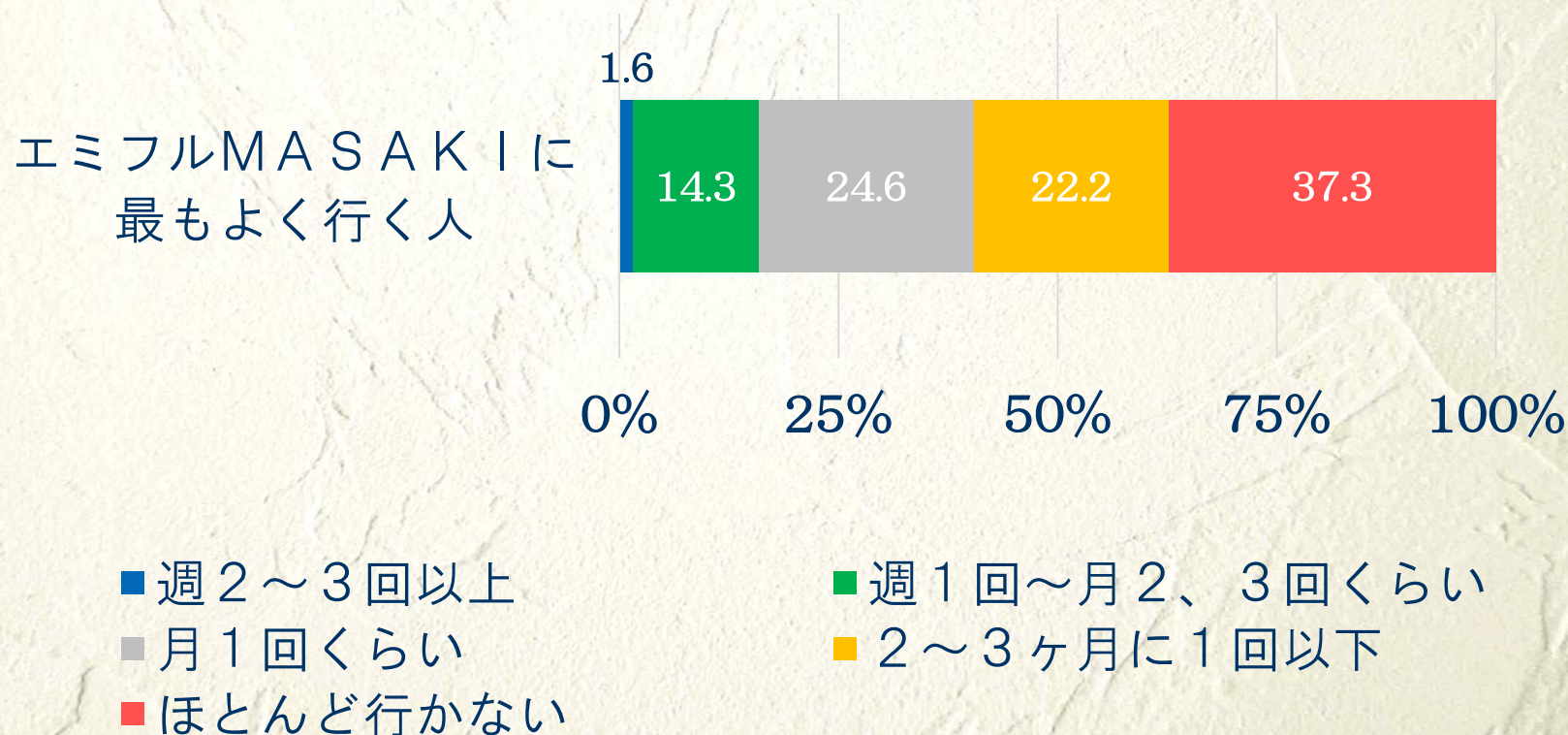
各年1月～12月 4時間の合計

大街道・銀天街休日通行量の推移

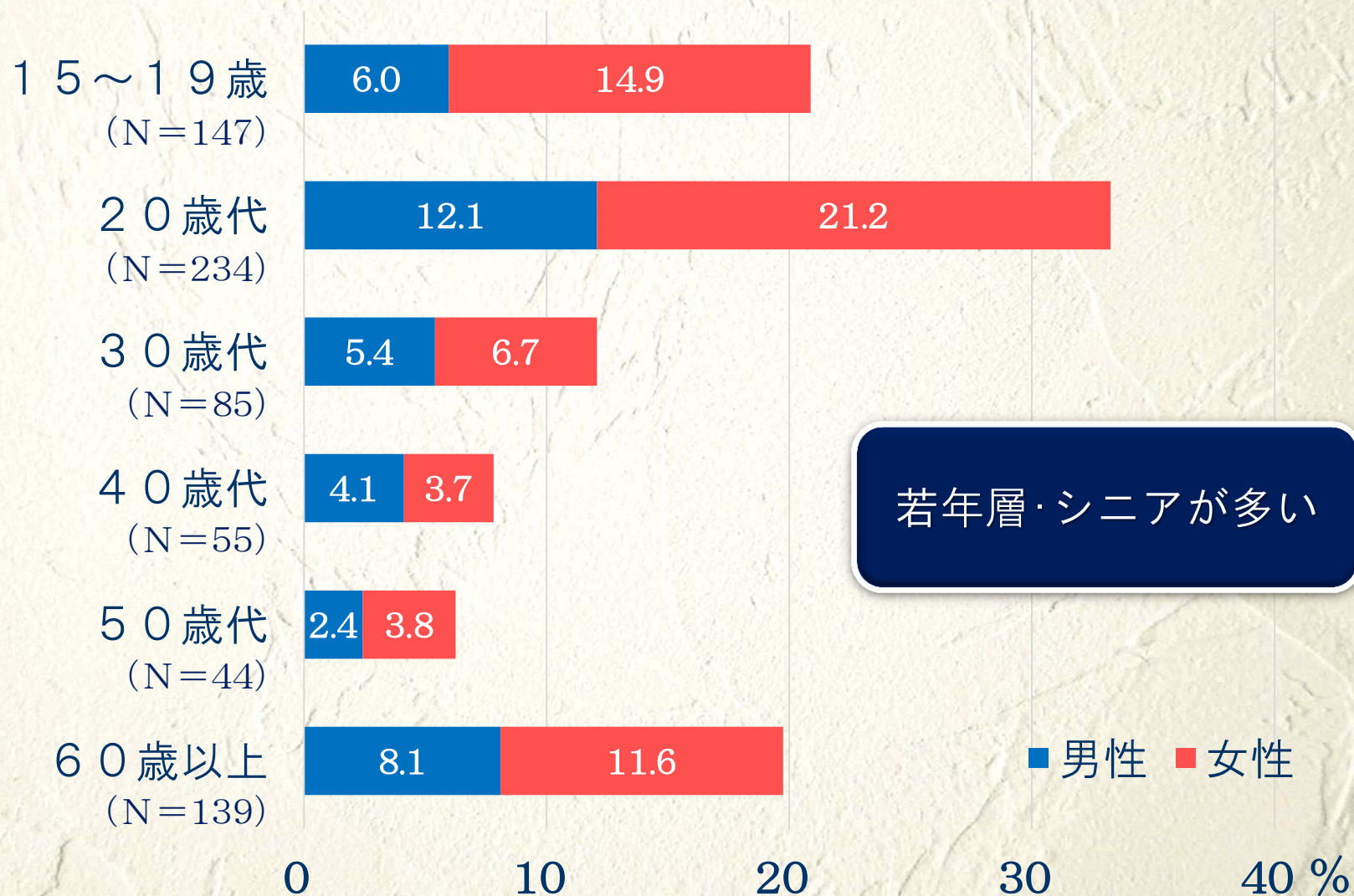


エミフルに最もよく行く人の中心商店街への来街頻度

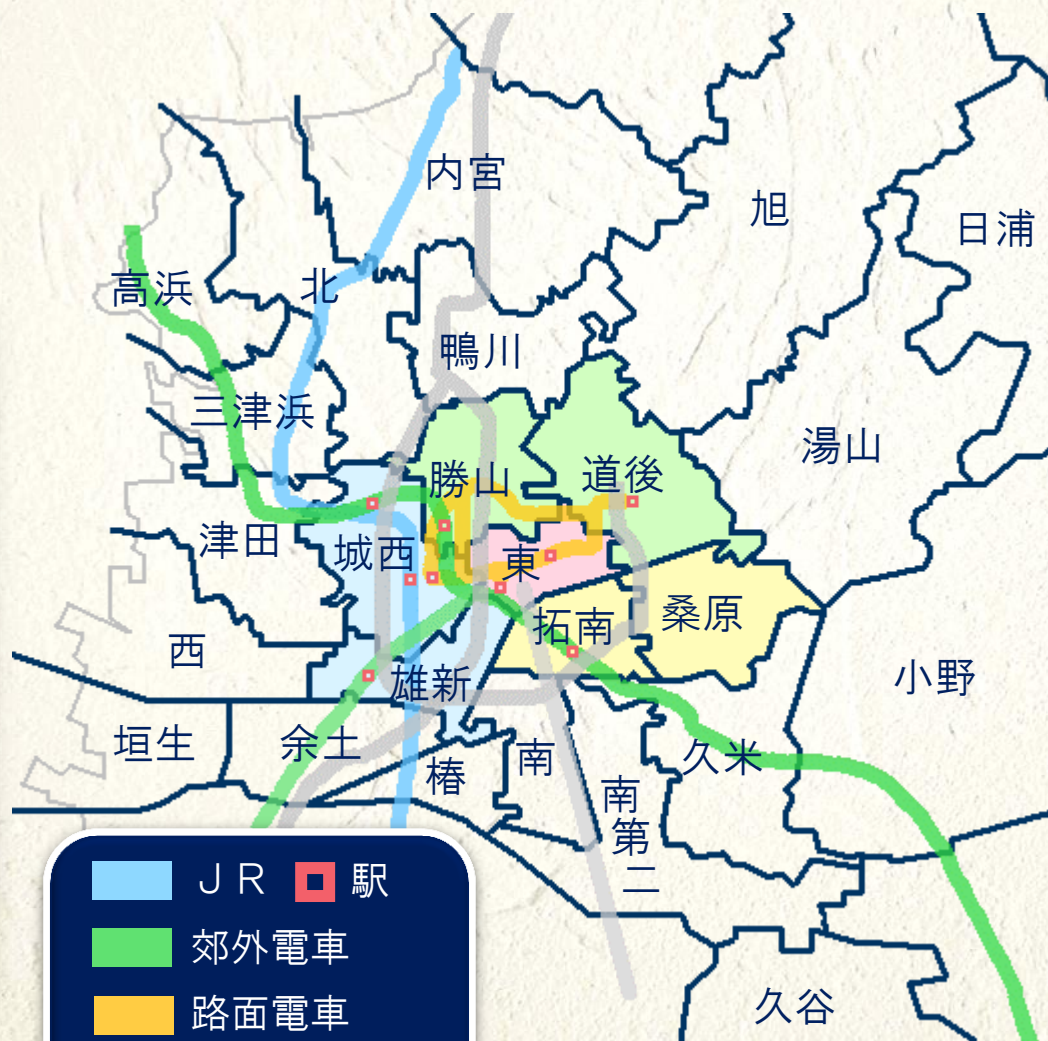
中心商店街にはほとんど行かない人が4割



来街者の年齢層と性別



来街者の居住エリア



勝山・道後地区 16.1%

東中区域
(松山市中心地区) 13.4%

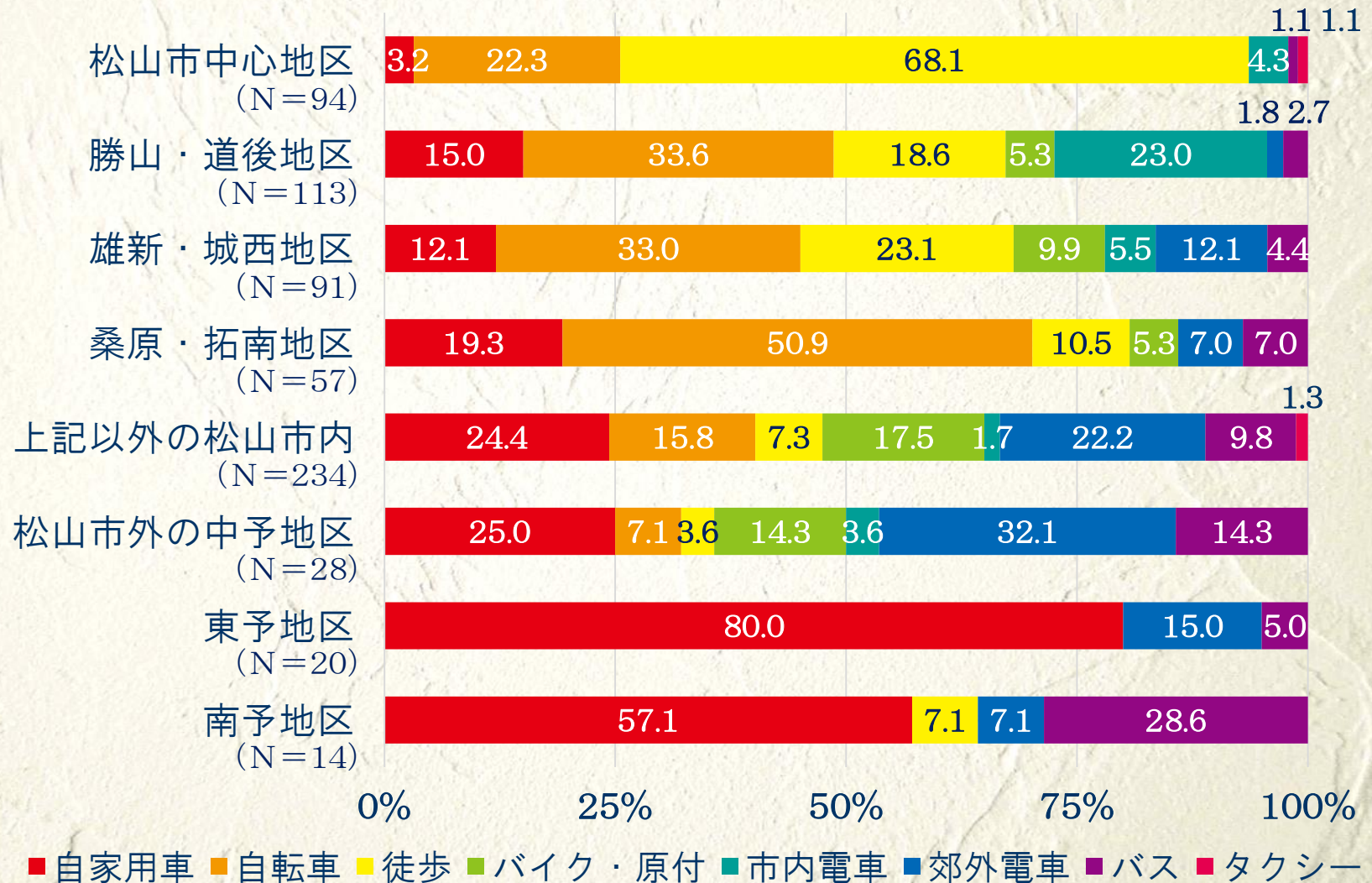
雄新・城西地区 12.9%

桑原・拓南地区 8.1%

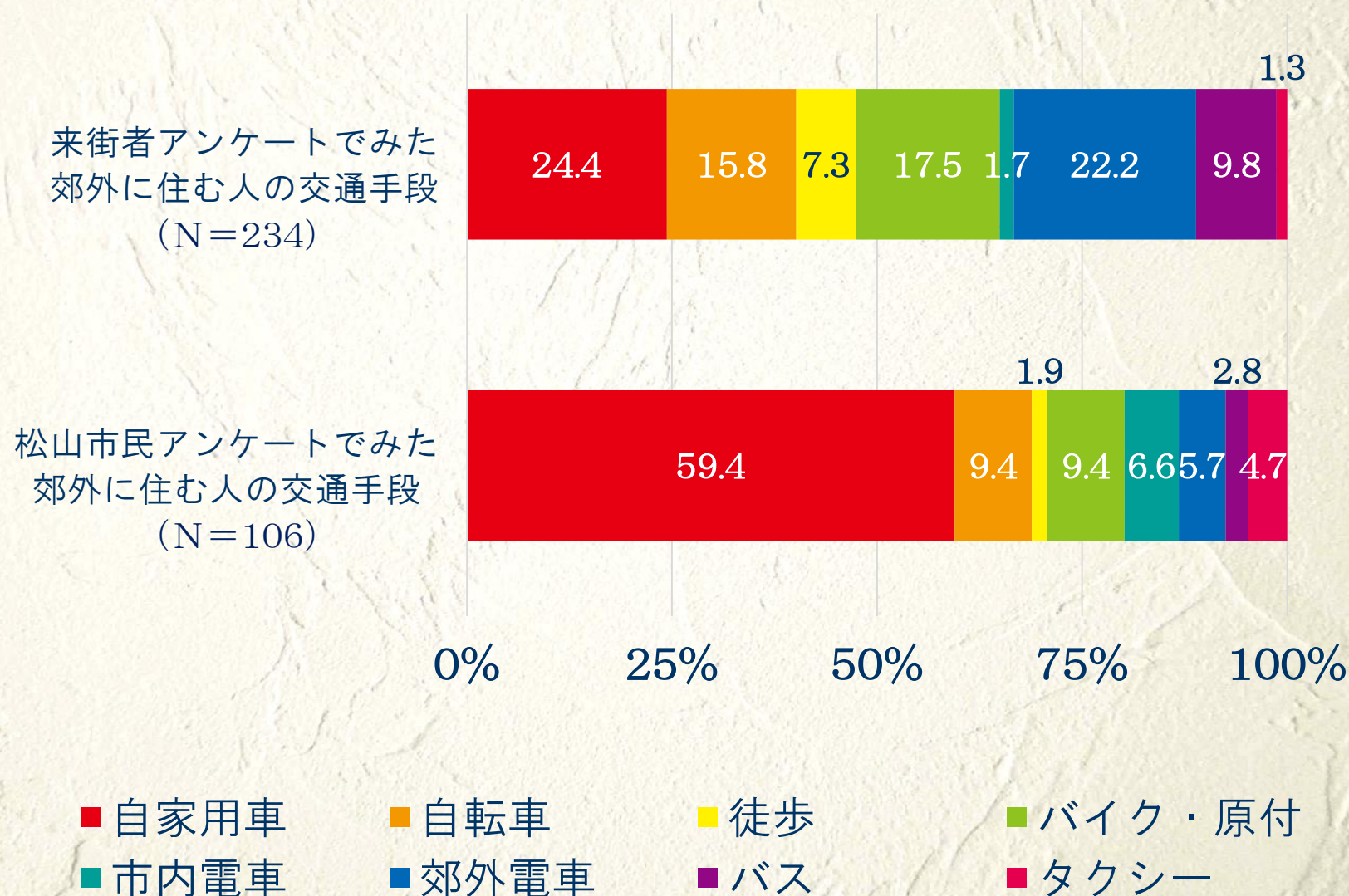
近隣地区
からの来街者

50.5%

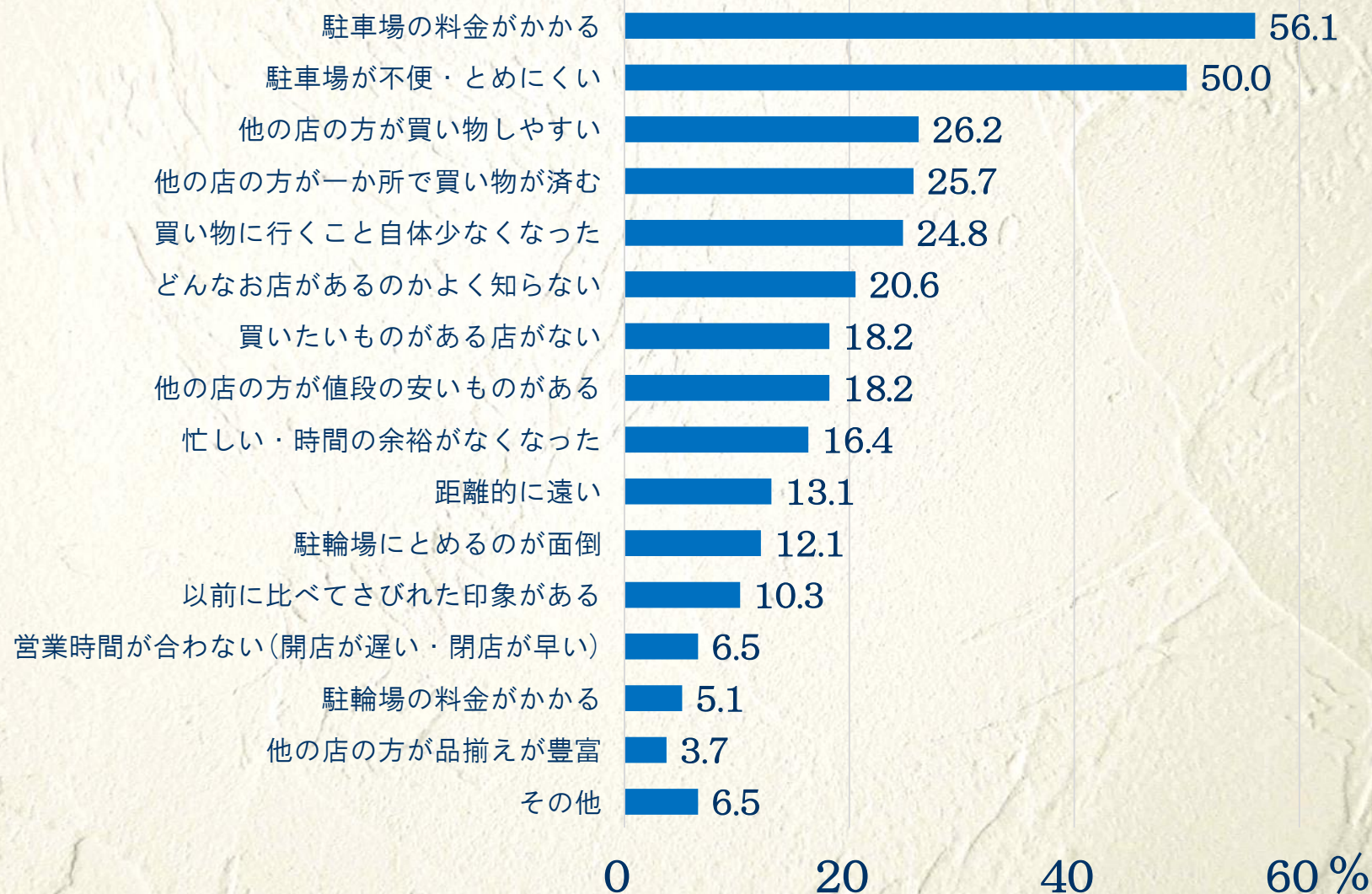
居住エリア別にみた主な交通手段



郊外に住む人の商店街への主な交通手段



松山市中心商店街にあまり行かない理由



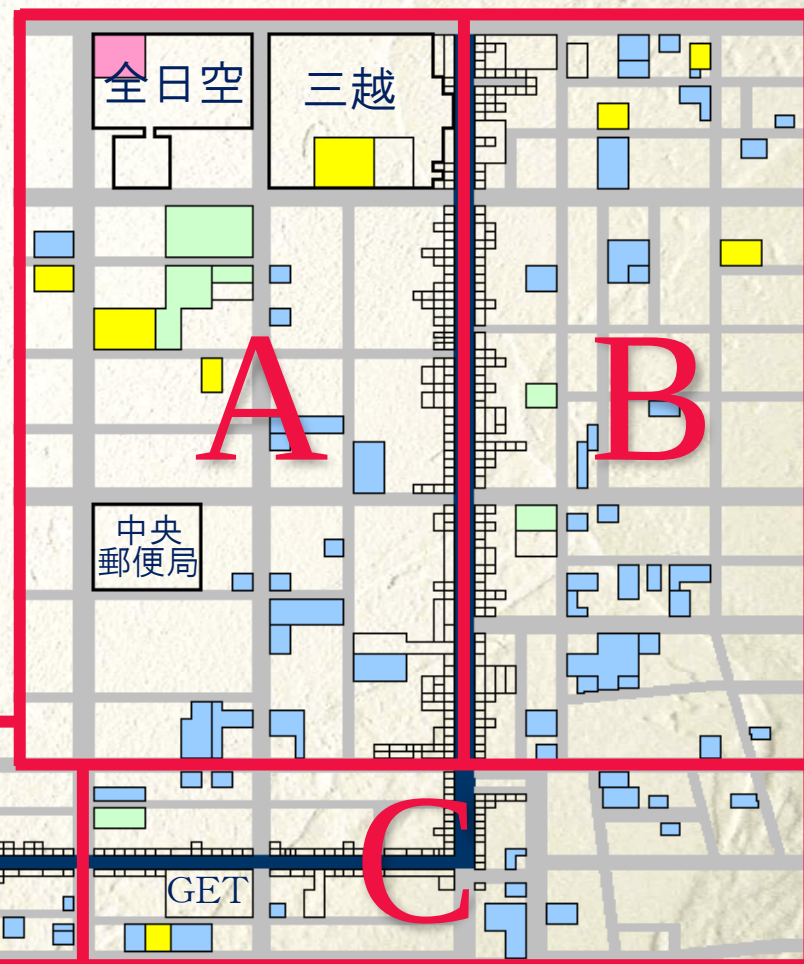
エリア毎の調査対象駐車場

駐車場数

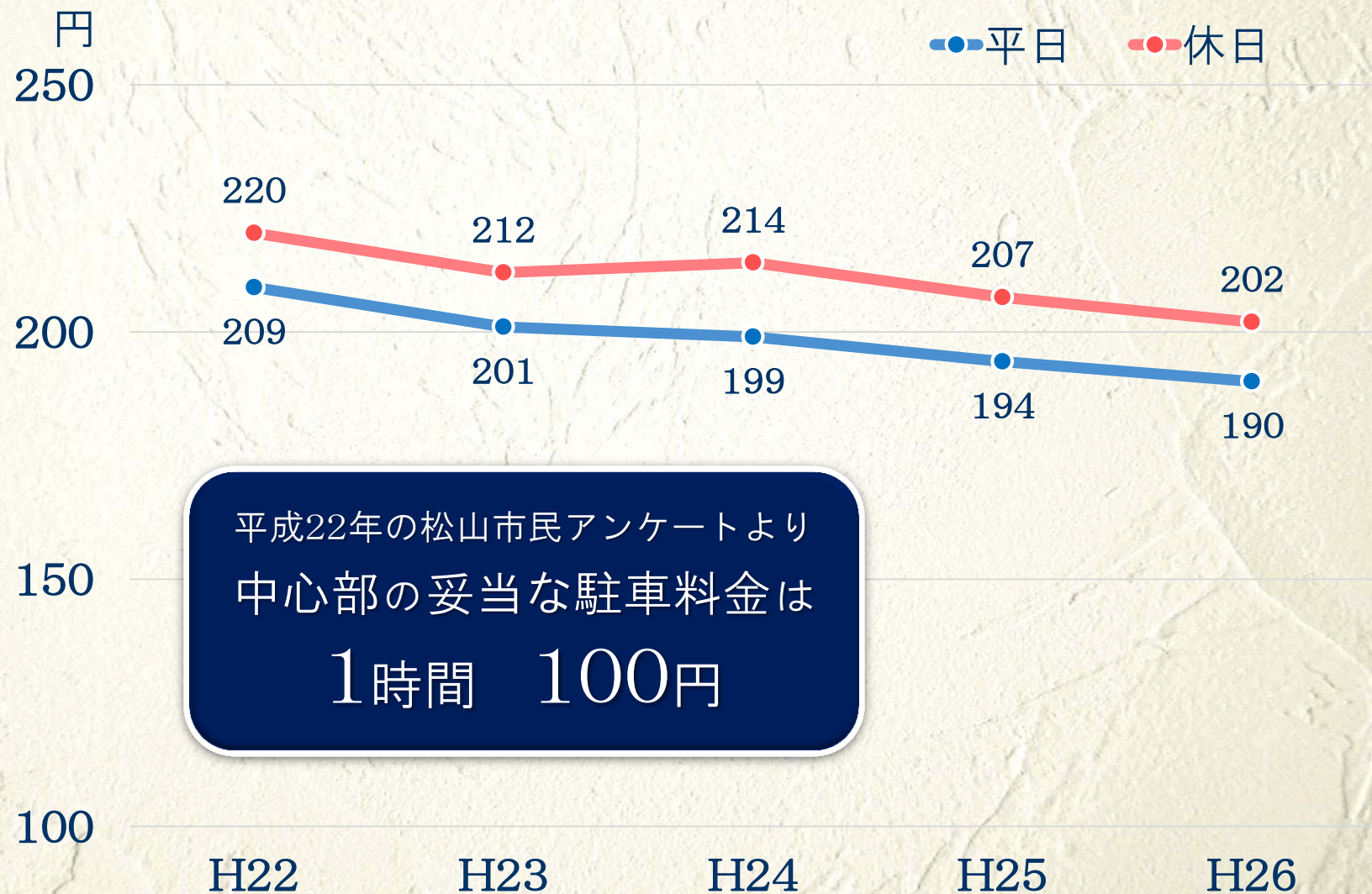
	A	B	C	D	合計
平面	15	28	15	14	72
立体	3	2	1	1	7
タワー	4	3	1	3	11
地下	1	0	0	0	1
合計	23	33	17	18	91

収容台数

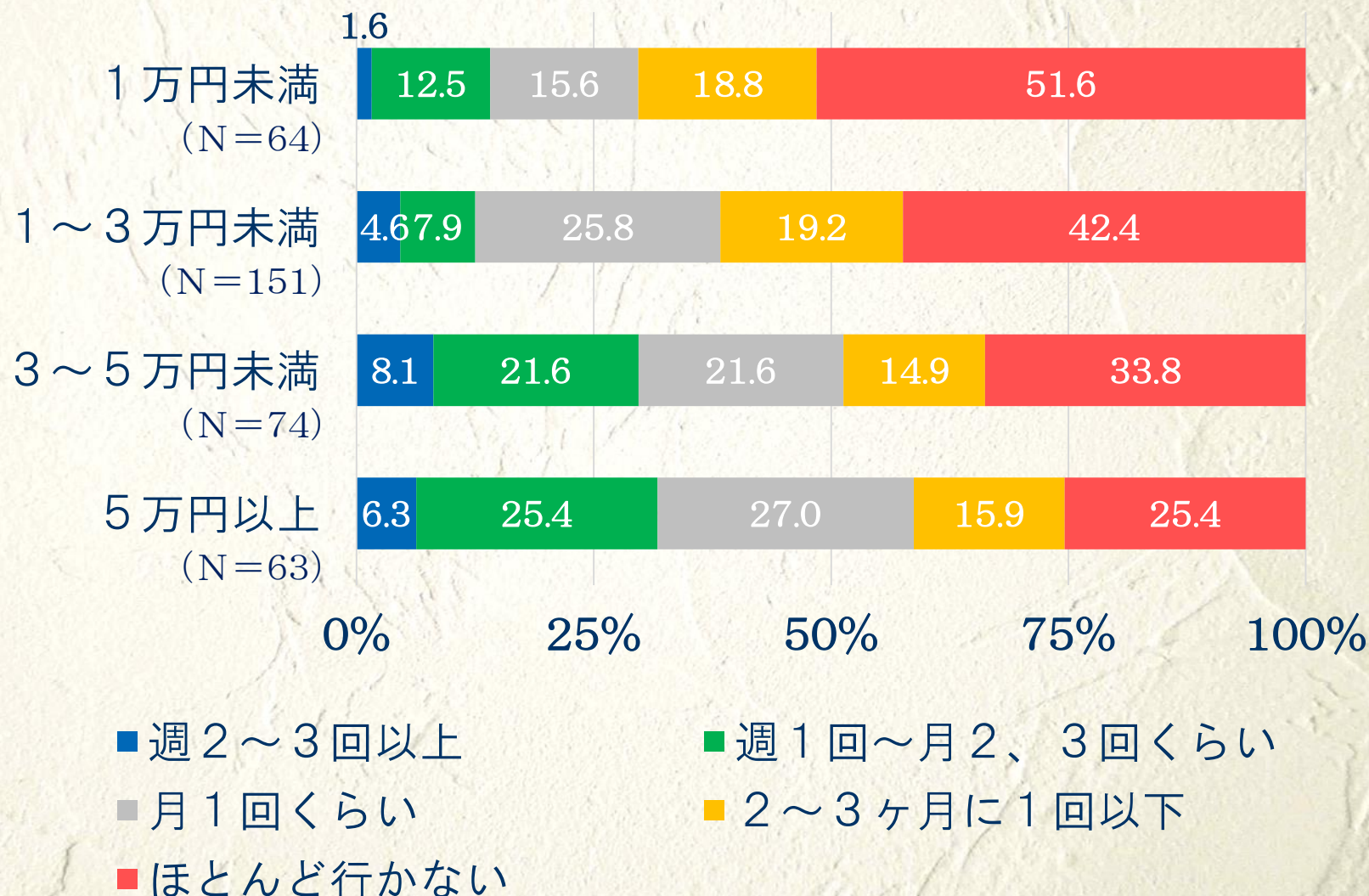
	A	B	C	D	合計
平面	236	382	255	114	987
立体	378	321	89	146	934
タワー	517	332	30	213	1,092
地下	60	0	0	0	60
合計	1,191	1,035	374	473	3,073



昼の1時間あたりの平均駐車料金



松山市中心商店街の来街頻度と1ヶ月のお小遣い額



大街道・銀天街の利用状況は

駐車料金がかかる
駐車料金が高い

松山市民は
車で動く人が多数

狭い 入りにくい
使いにくい

中心商店街の駐車場は受け入れられていない



近隣地区から徒歩・自転車で来る人
公共交通機関を利用する一部の人に偏っている

現在の来街者の回遊状況

滞在時間

回遊範囲

地点別通行量

駐車場所・駐輪場所

松山市中心商店街に行く理由

エミフルMASAKIに行く理由

主な交通手段と滞在時間

自転車・バイク
(N=46)



自家用車
(N=68)



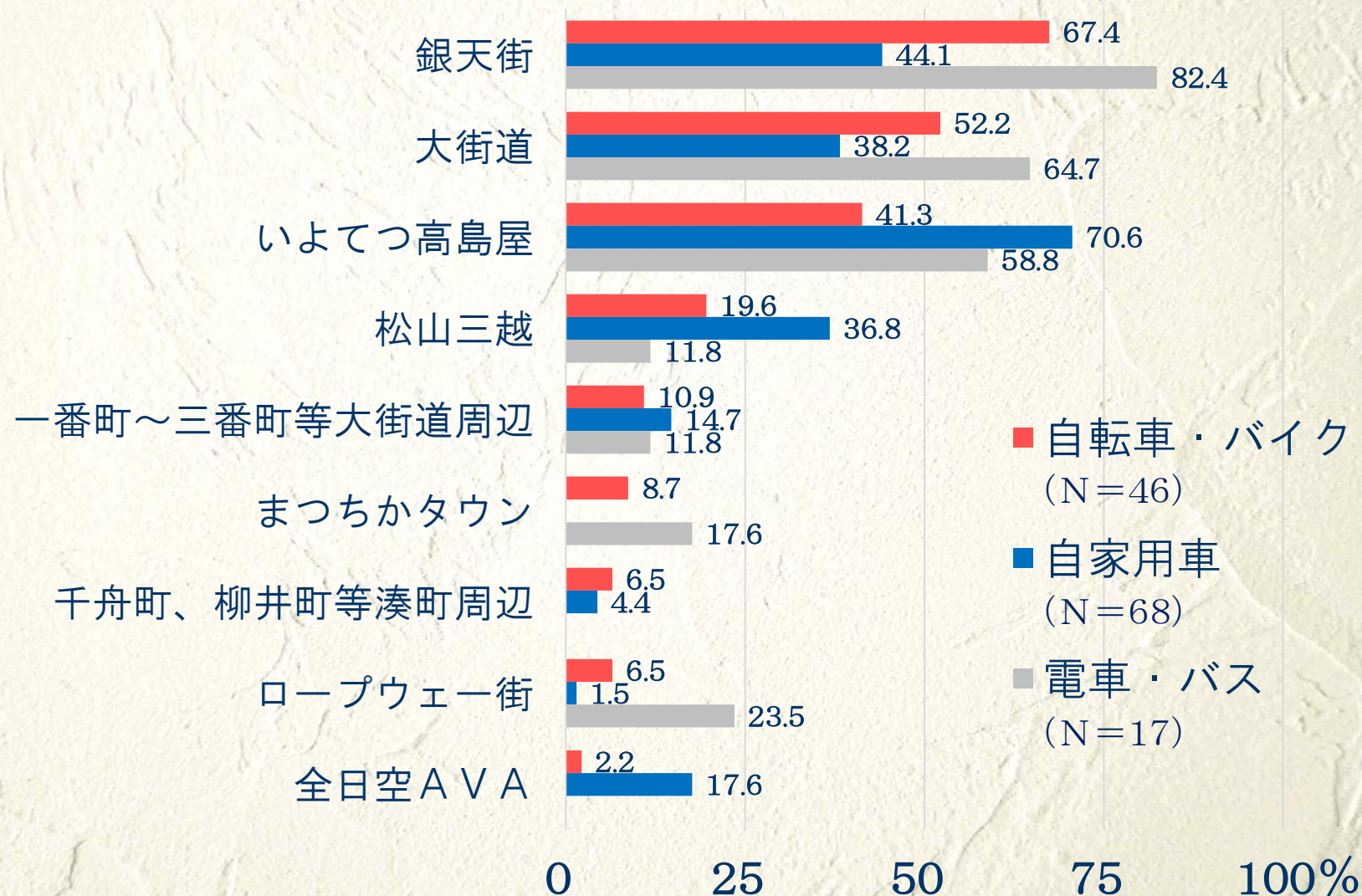
電車・バス
(N=17)



0% 25% 50% 75% 100%

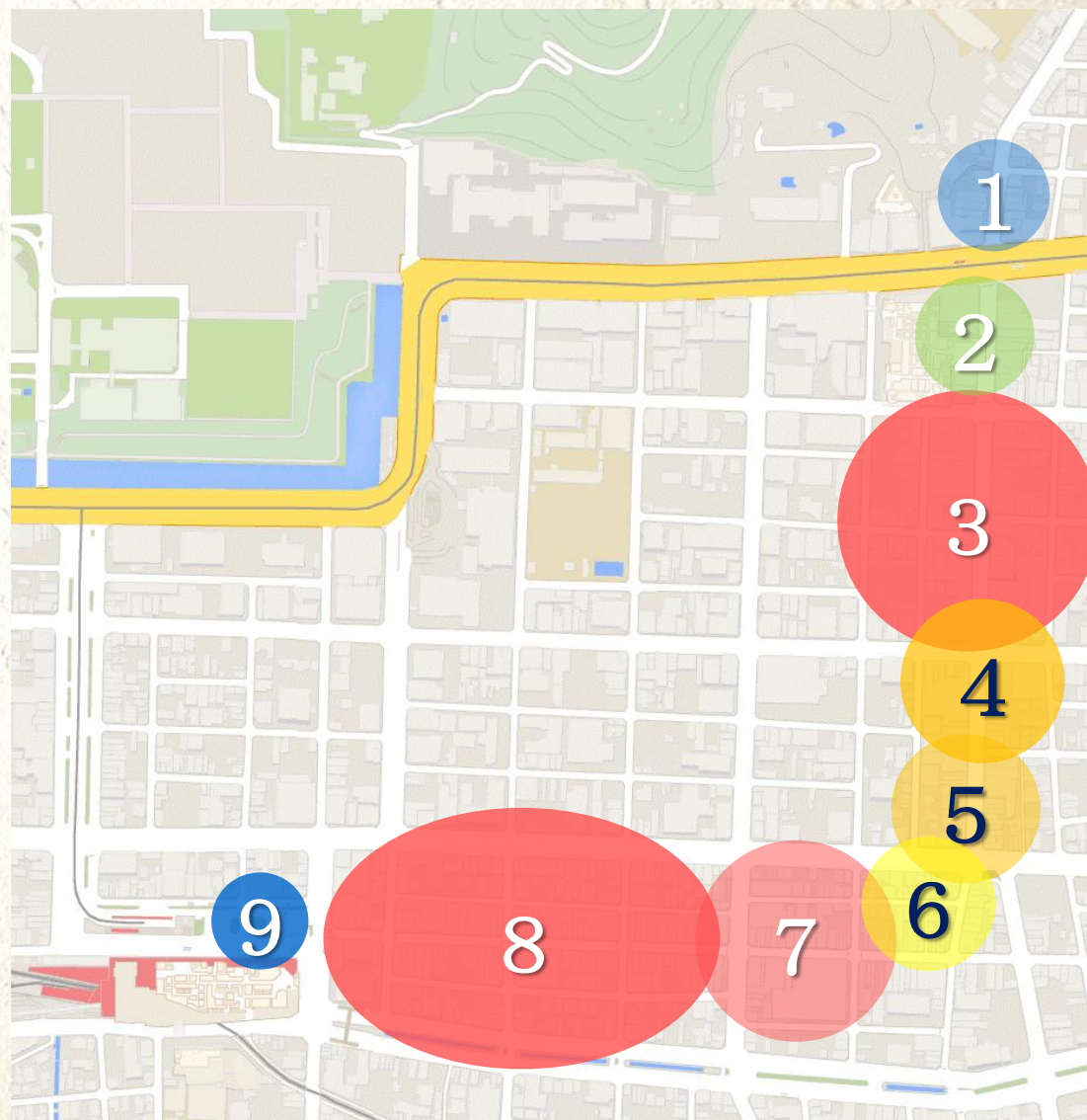
■ 1 時間以内 ■ 2 時間以内 ■ 3 時間以内 ■ 3 時間以上

主な交通手段と回遊範囲

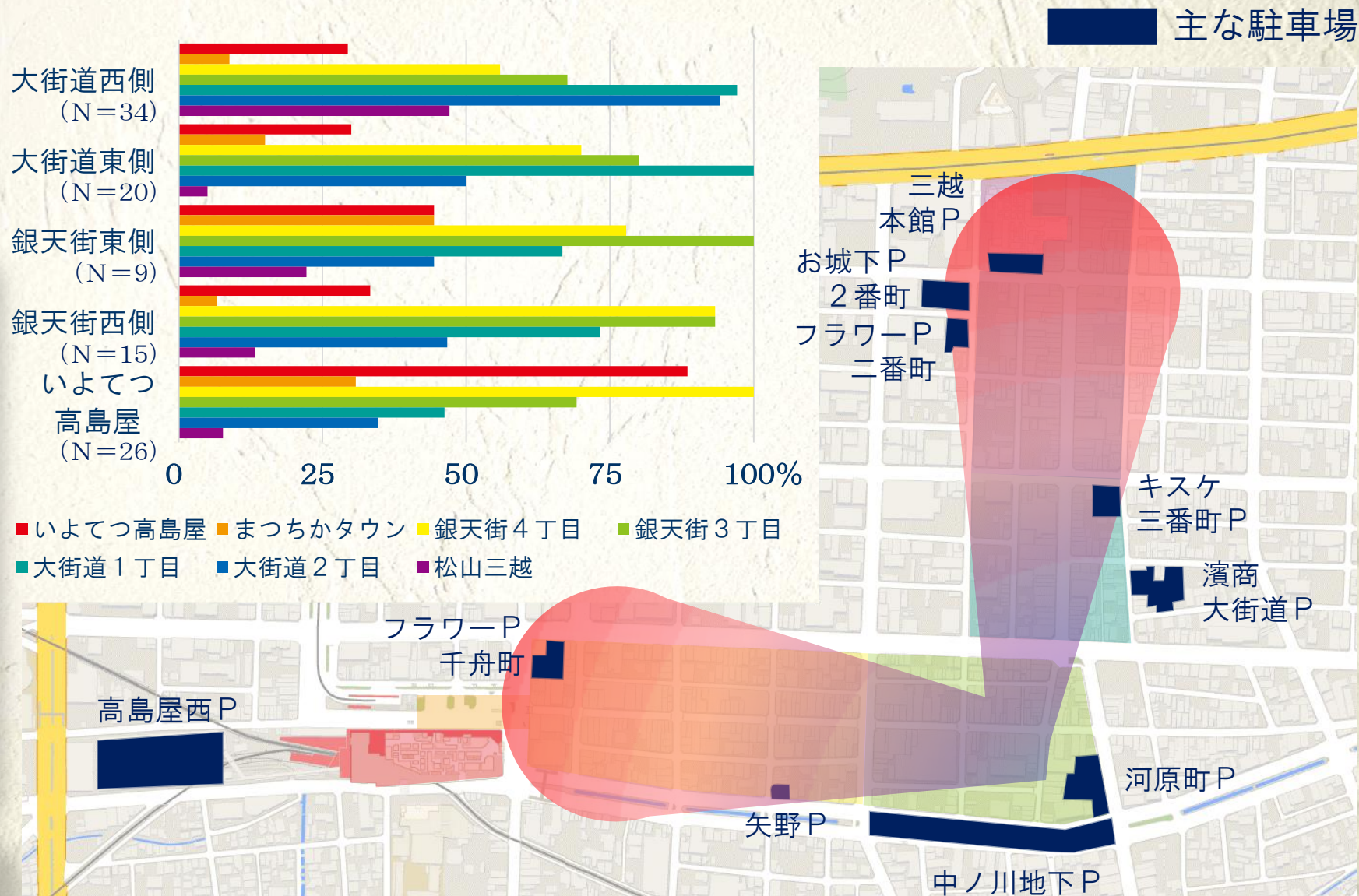


地点別通行量

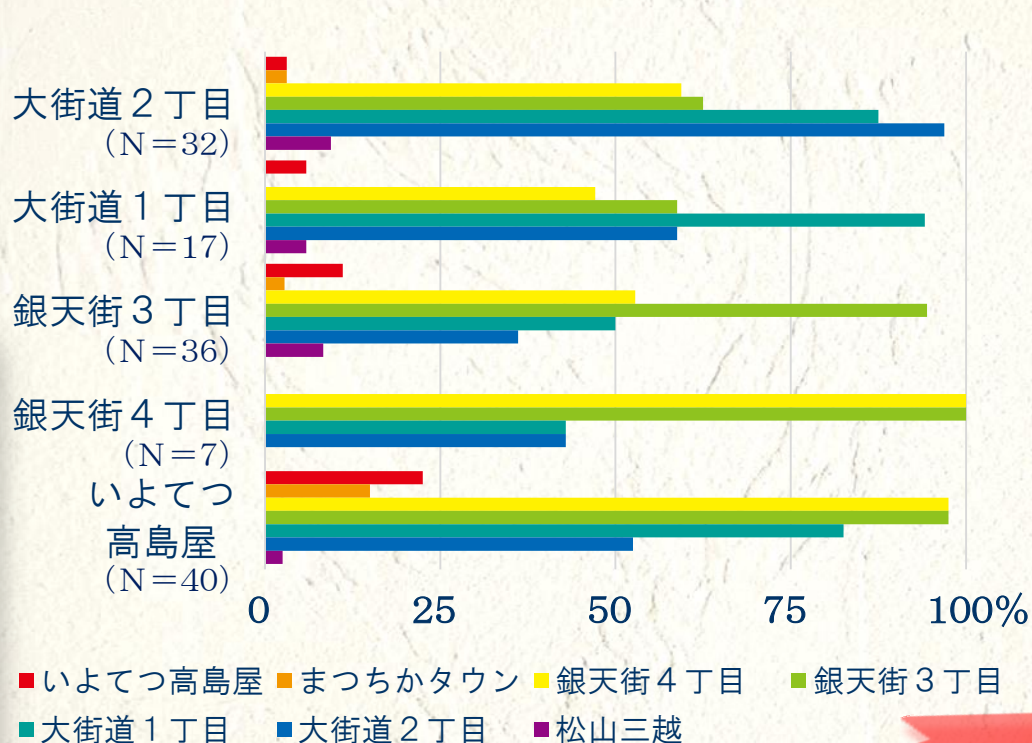
1	ロープウェー街 南口	11,120
2	大街道北口	14,054
3	大街道 二番町通り	20,363
4	大街道 三番町通り	16,883
5	大街道南口	16,178
6	銀天街北口	14,600
7	銀天街3丁目 西口	17,648
8	銀天街4丁目 西口	20,060
9	まつちかタウン 中央	8,538
合計		139,444



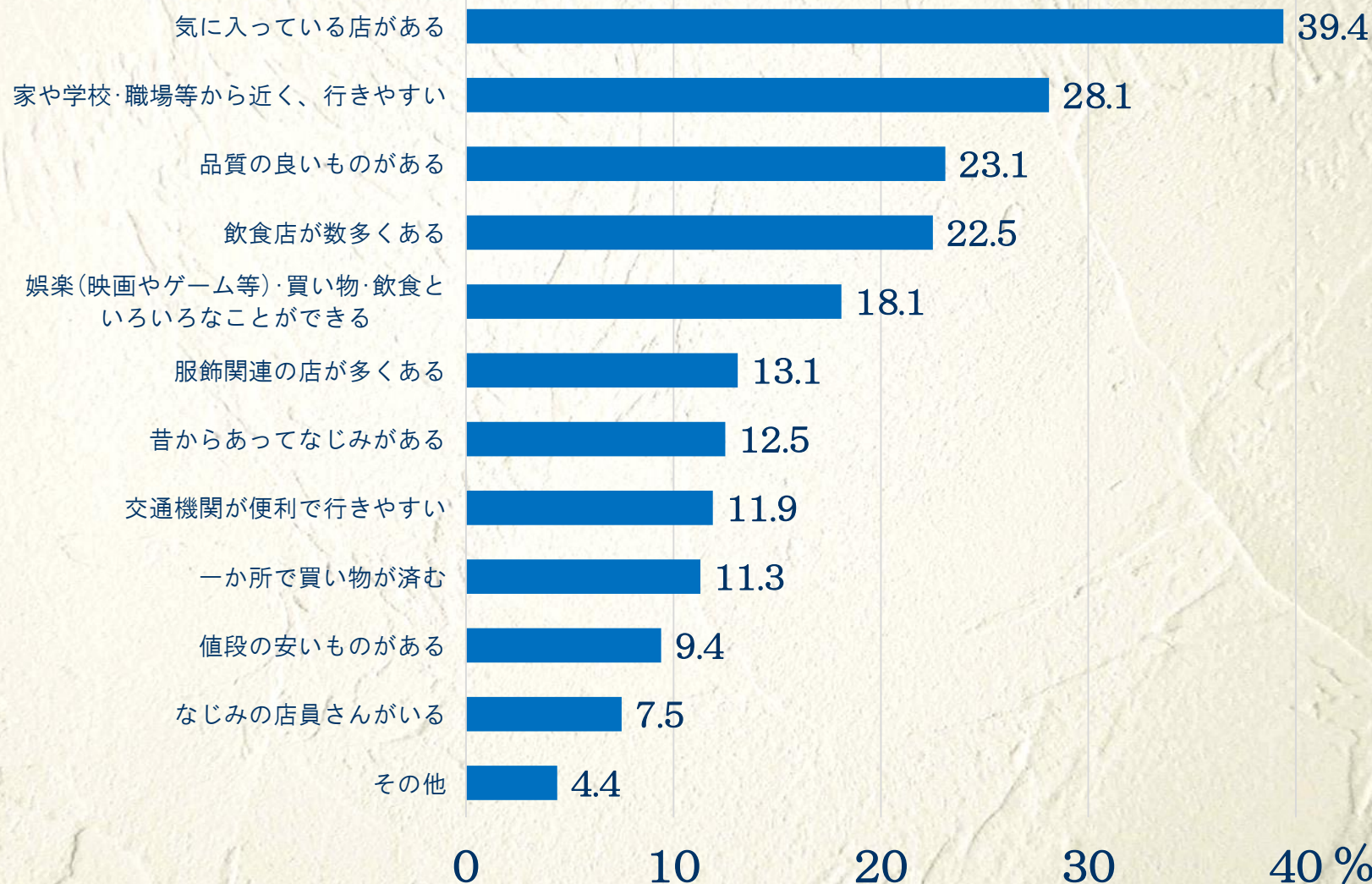
回遊範囲と駐車場所



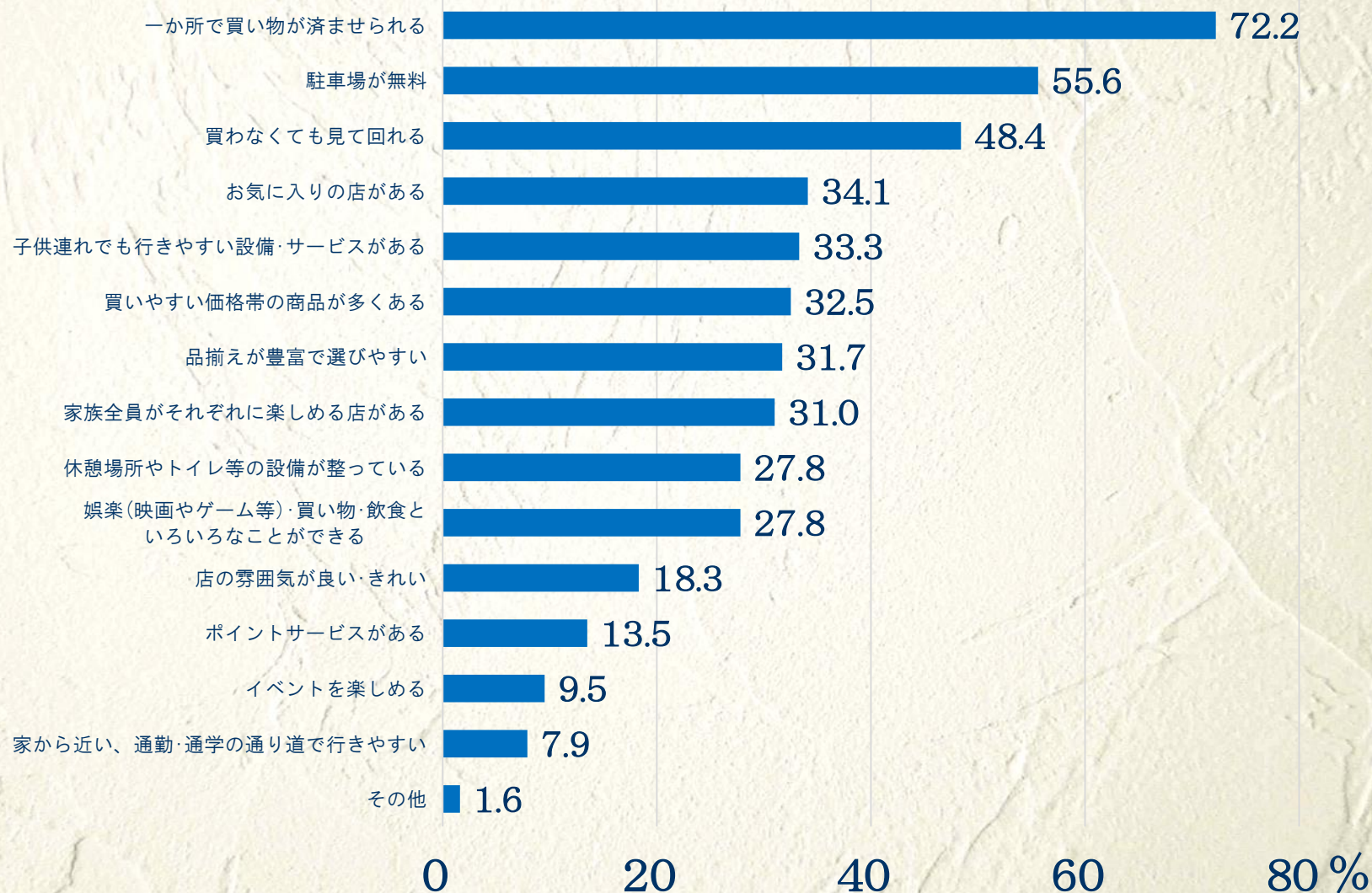
回遊範囲と駐輪場所



松山市中心商店街によく行く理由



エミフルMASAKIによく行く理由



来街者の回遊状況からみた問題点

狭い範囲の回遊 L字部分の
へこみがみられる

駐車場代をかけたくない

滞在時間が制限される

回遊範囲が狭くなる

目的の店だけに行く

商店街全体の
回遊性が下がる

大街道・銀天街の店舗状況

空店舗率

店舗状況

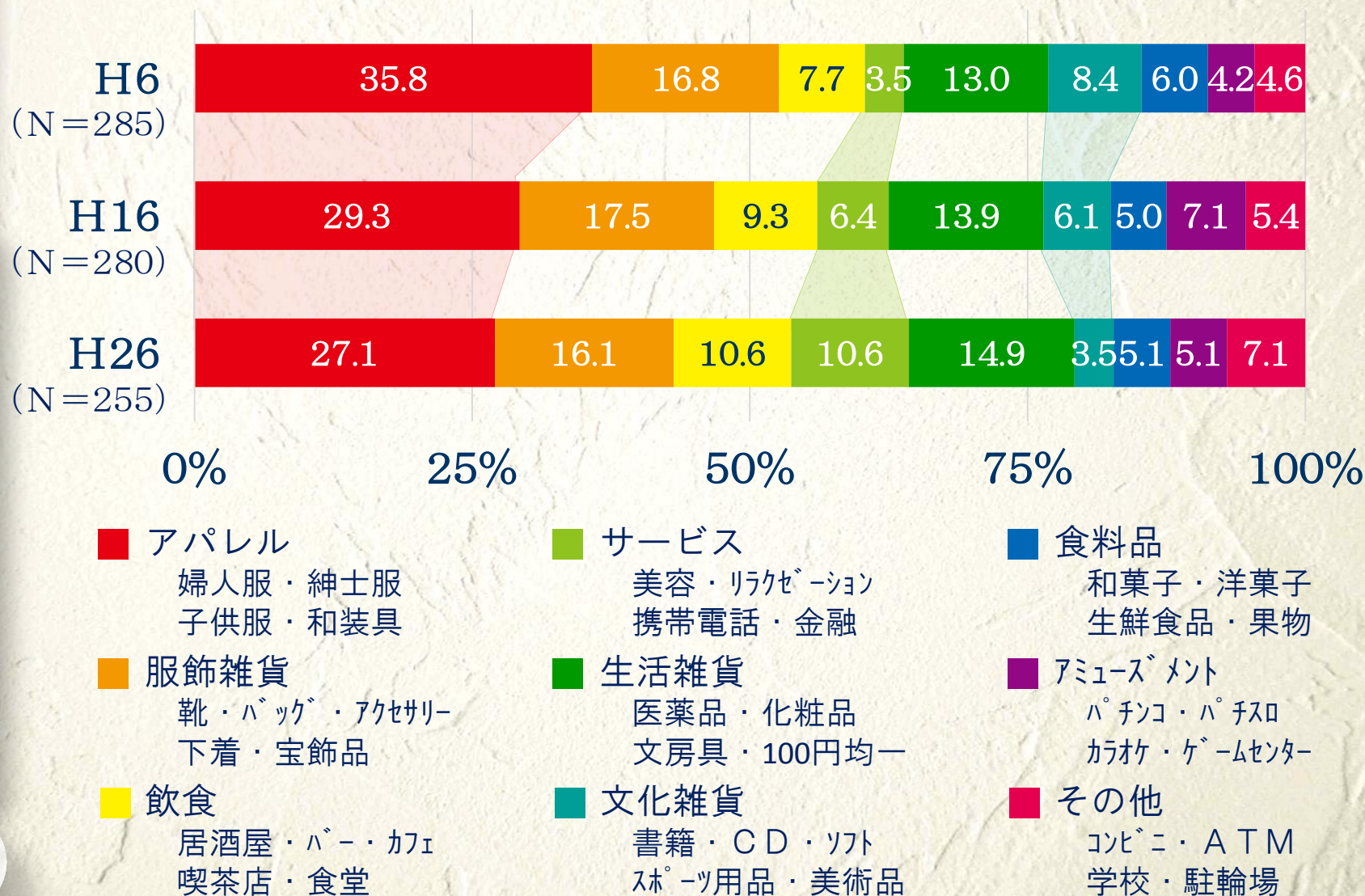
業種割合

業種別店舗数

新規開業の減少と魅力の低下

再開発ビルの開業に対する関心

10年ごとの業種割合



10年ごとの大街道の店舗状況

H6

H16

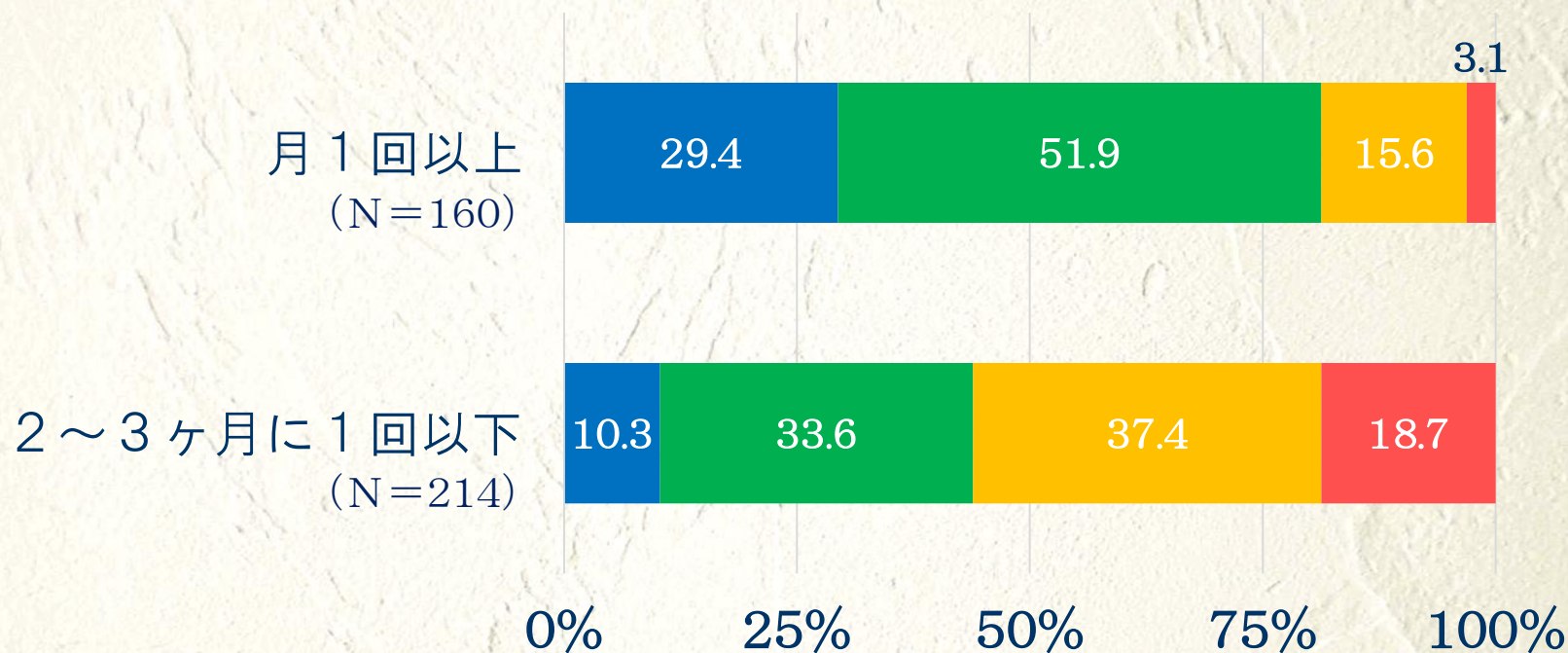
H26



10年ごとの銀天街の店舗状況

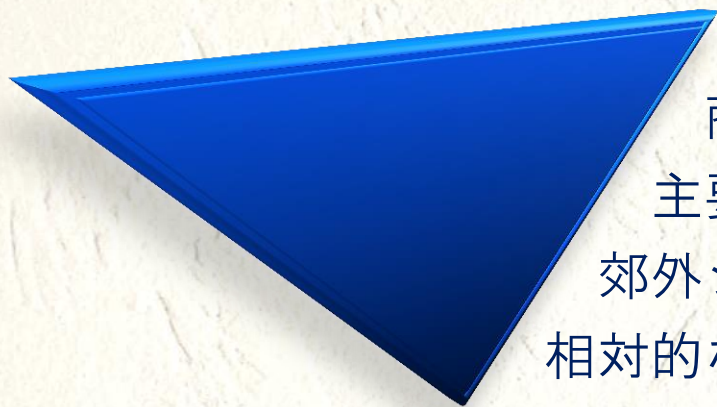


再開発ビルの開業に対する関心と来街頻度



- ぜひ行ってみたいと思う
- ビルの内容(入居するテナント等)に興味を持てたら行くと思う
- 強い関心はないが、一度見に行くくらいはするかもしれない
- あまり関心はないので、わざわざ街に出掛けることはないと思う

再開発をきっかけに好循環を



商店街全体の魅力が下がっている
主要業種のアパレル店の減少や
郊外ショッピングセンターの台頭による
相対的な魅力の低下

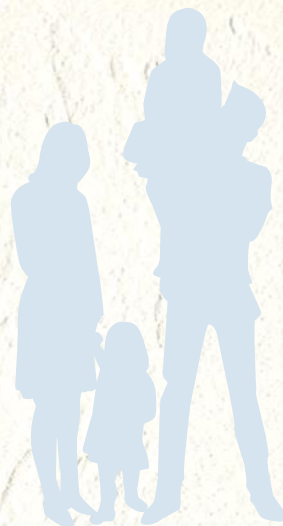
特にＬ字部分は回遊が途切れるため
新規入店が少ない状態に陥っている

中心に新たな集客核をつくることで
Ｌ字を起点とし街全体に
好循環を起こすきっかけに



ゆっくり買い物を楽しめる街

消費者の
ニーズ



ショッピングは
レジャーのひとつ

買い物は
ゆっくり楽しみたい

現在の商店街は駐車場料金が許容できる価格ではない

満たされて
いない

1日ゆっくり過ごしても
負担の少ない駐車場が
求められている

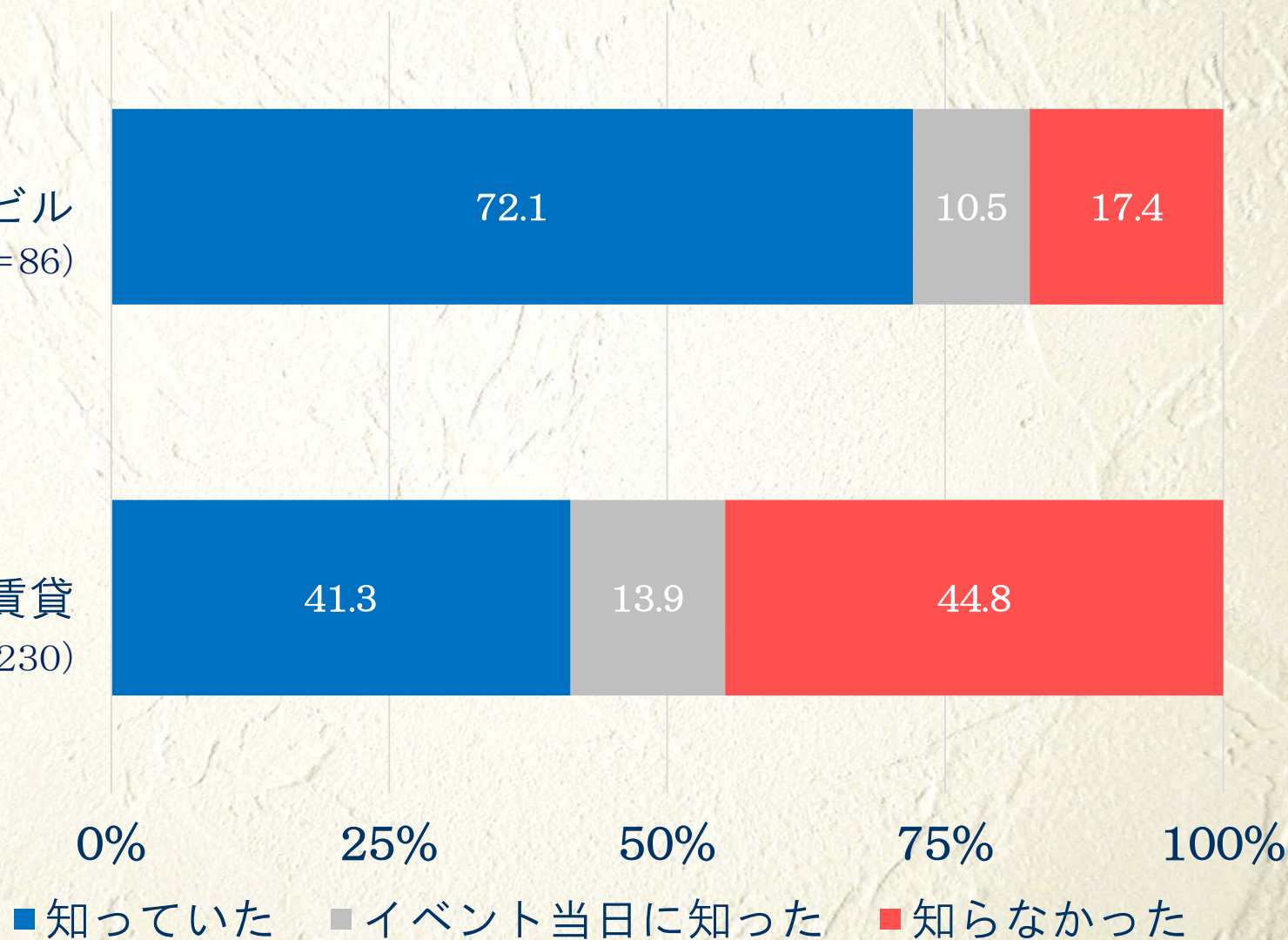
店舗オーナー アンケート調査結果

お城下スプリングフェスタの認知度
イベントに対する意識
イベントへの協力可否
松山市の観光客数推移
外国人観光客の推定数推移
台湾からの宿泊客数の推定数推移
観光客・サービスセンター設置について

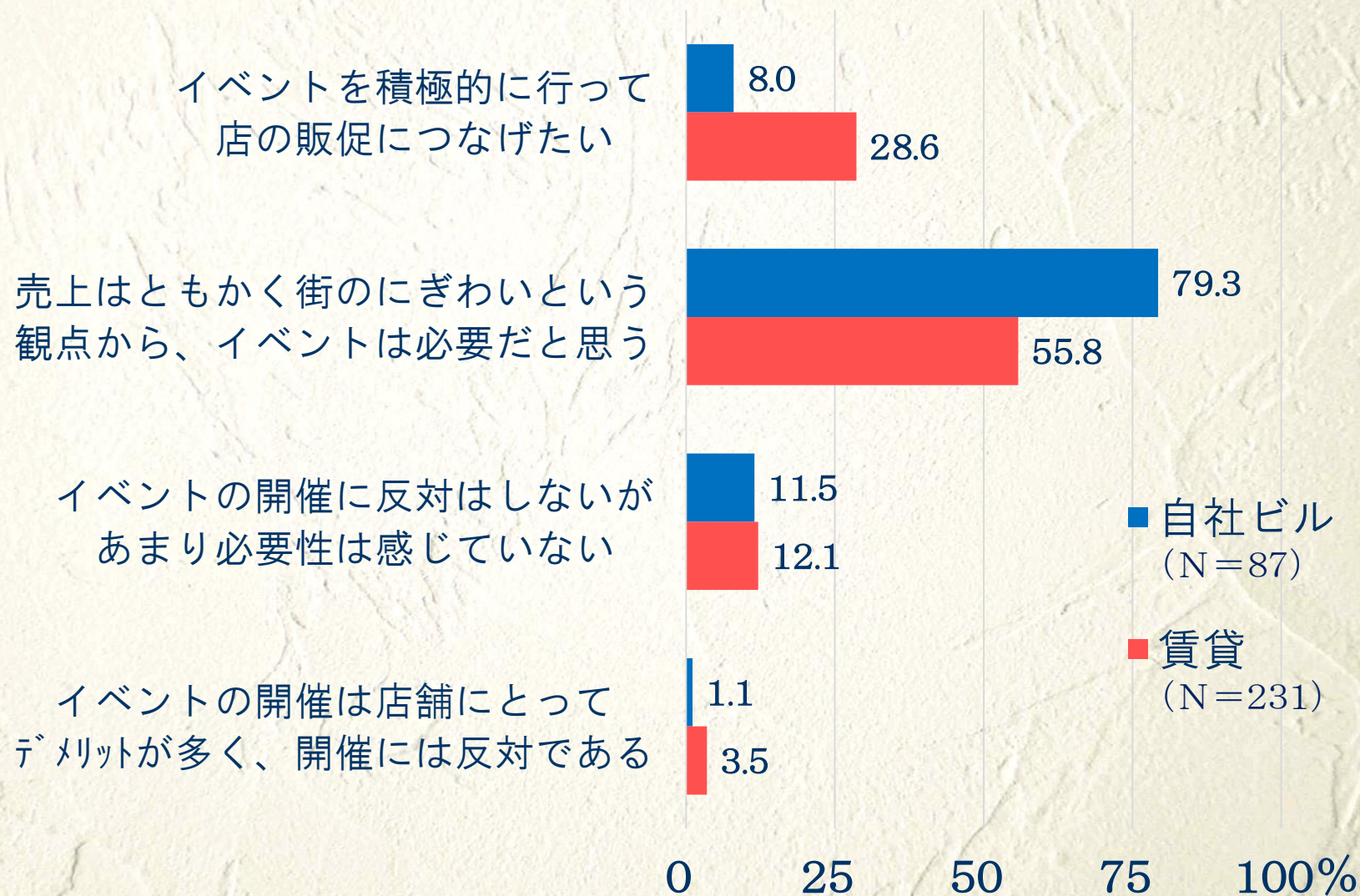
お城下スプリングフェスタの認知度

自社ビル
(N=86)

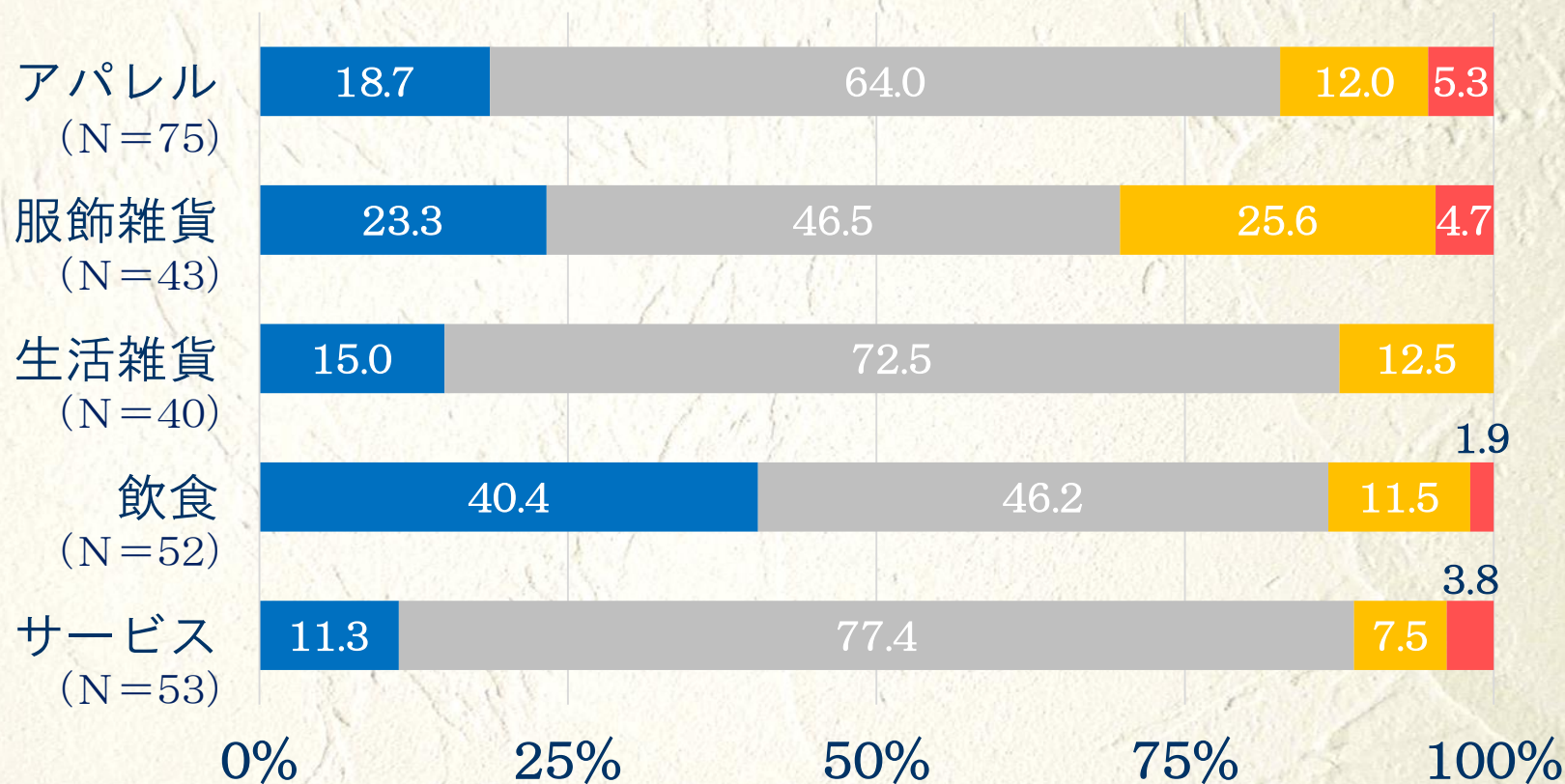
賃貸
(N=230)



自社・賃貸別イベントに対する意識



主な業種別イベントに対する意識



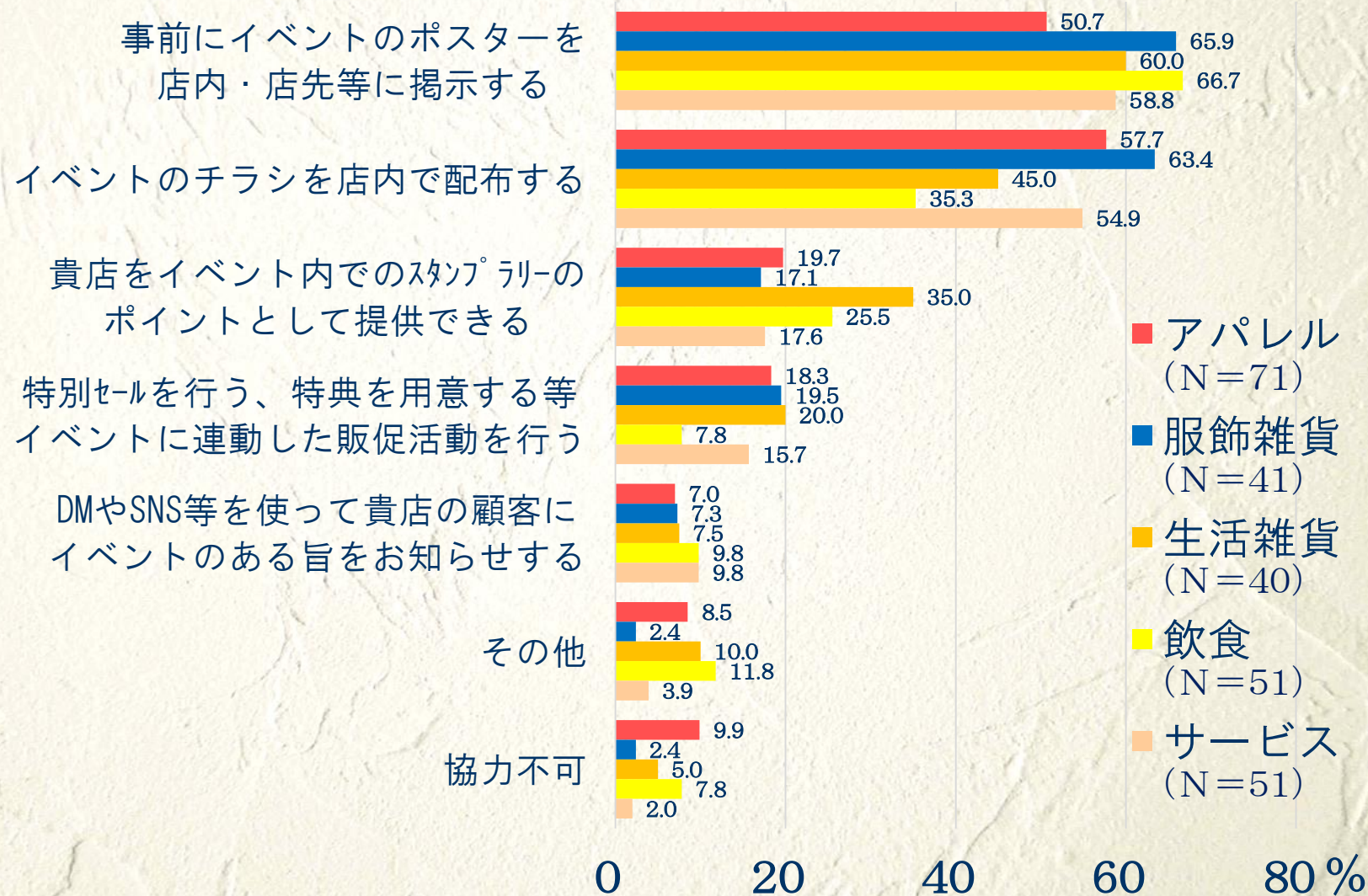
■ イベントを積極的に行って店の販促につなげたい

■ イベントの開催に反対はしないがあまり必要性は感じていない

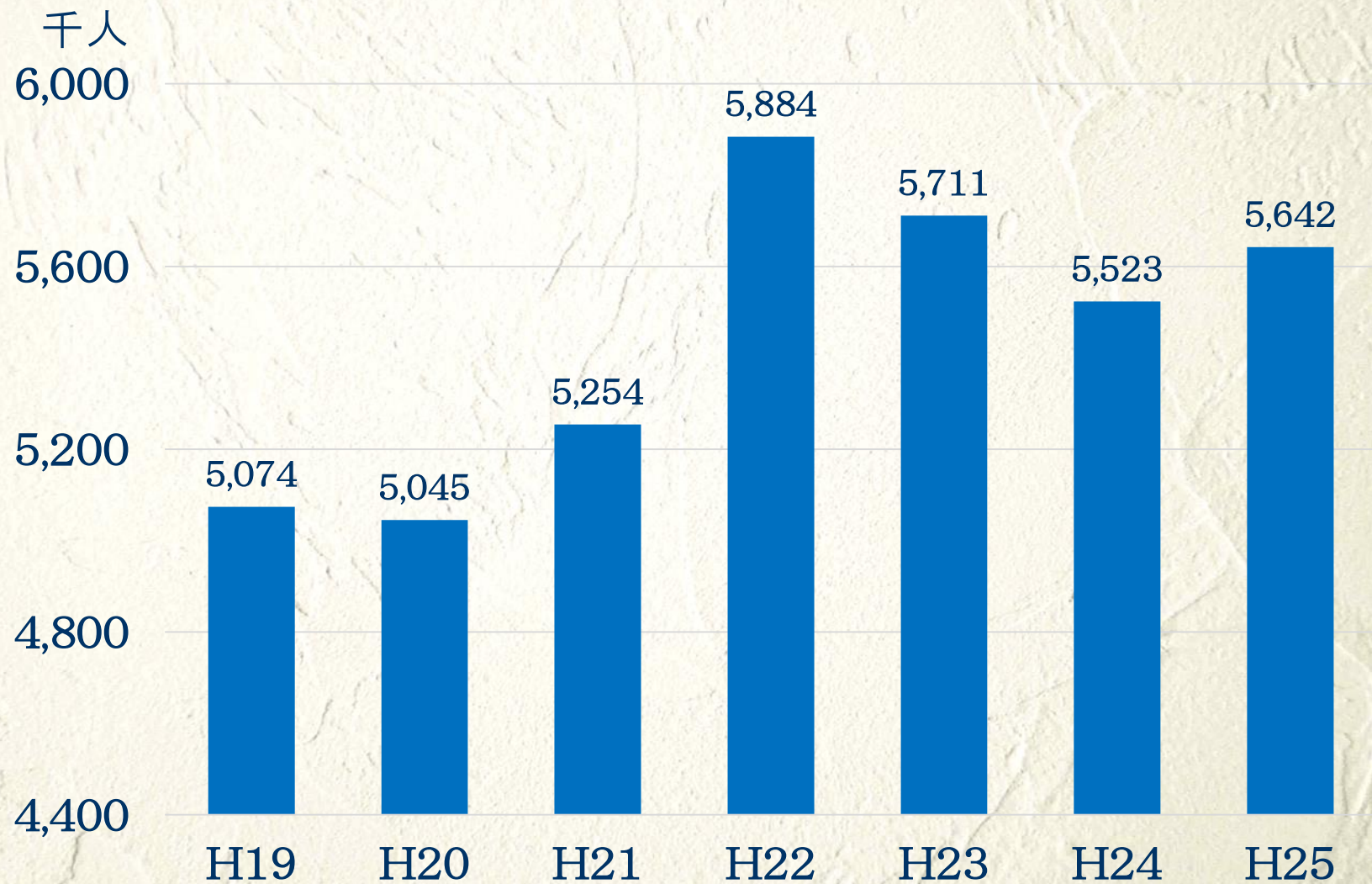
■ 売上はともかく街のにぎわいという観点から、イベントは必要だと思う

■ イベントの開催は店舗にとってデメリットが多く、開催には反対である

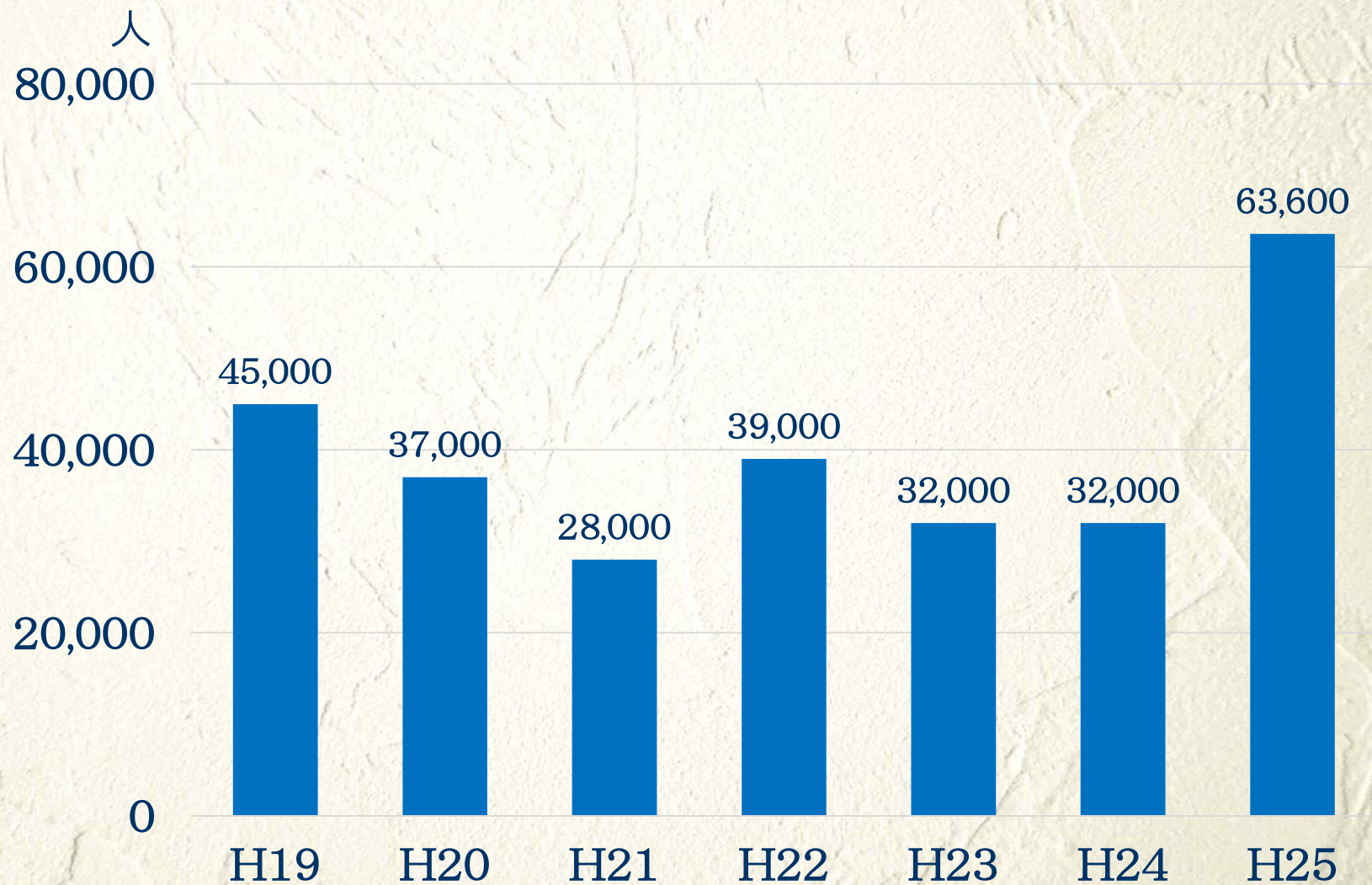
イベントに対しどのような協力が可能か



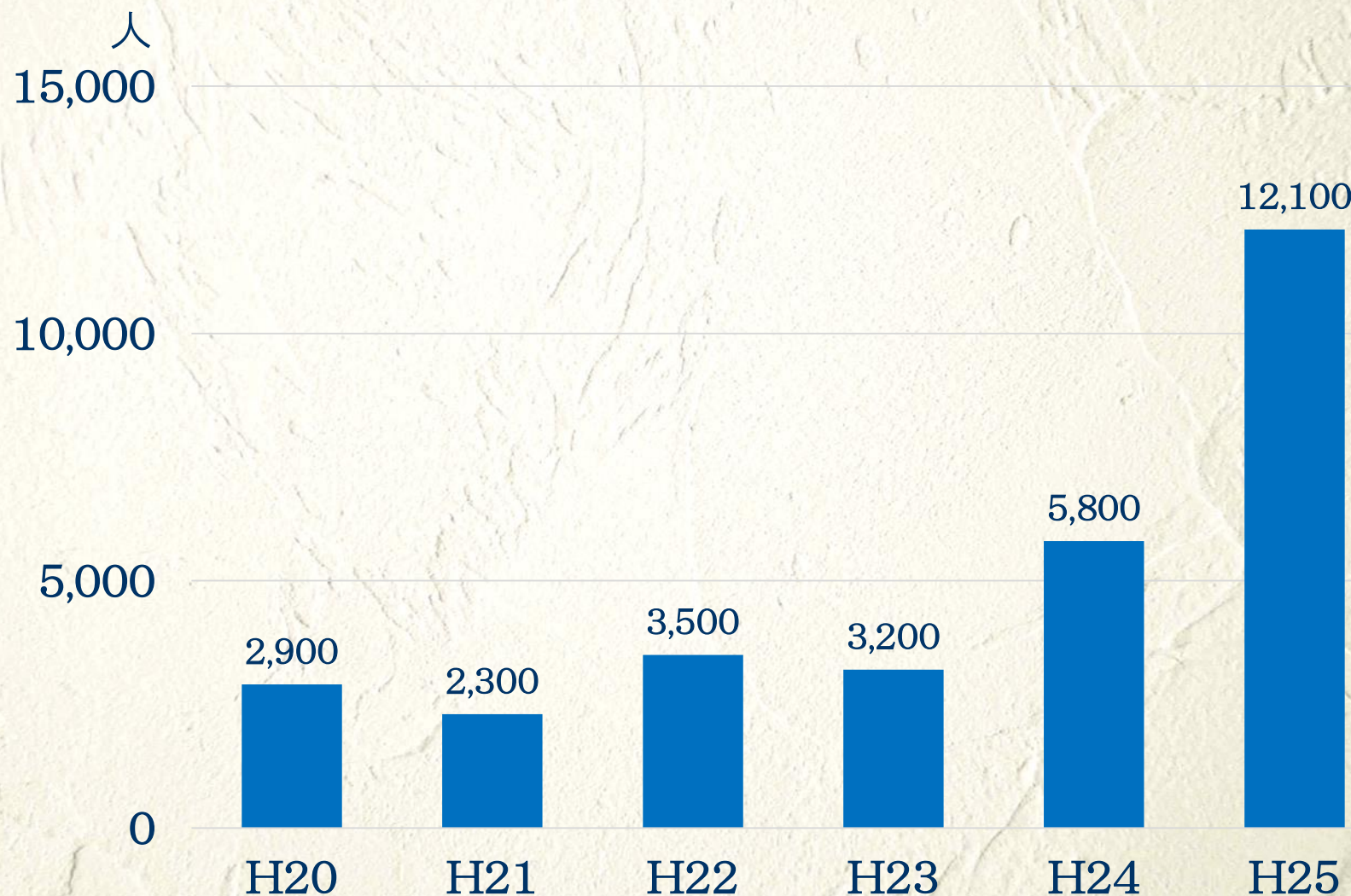
松山市の観光客数推移



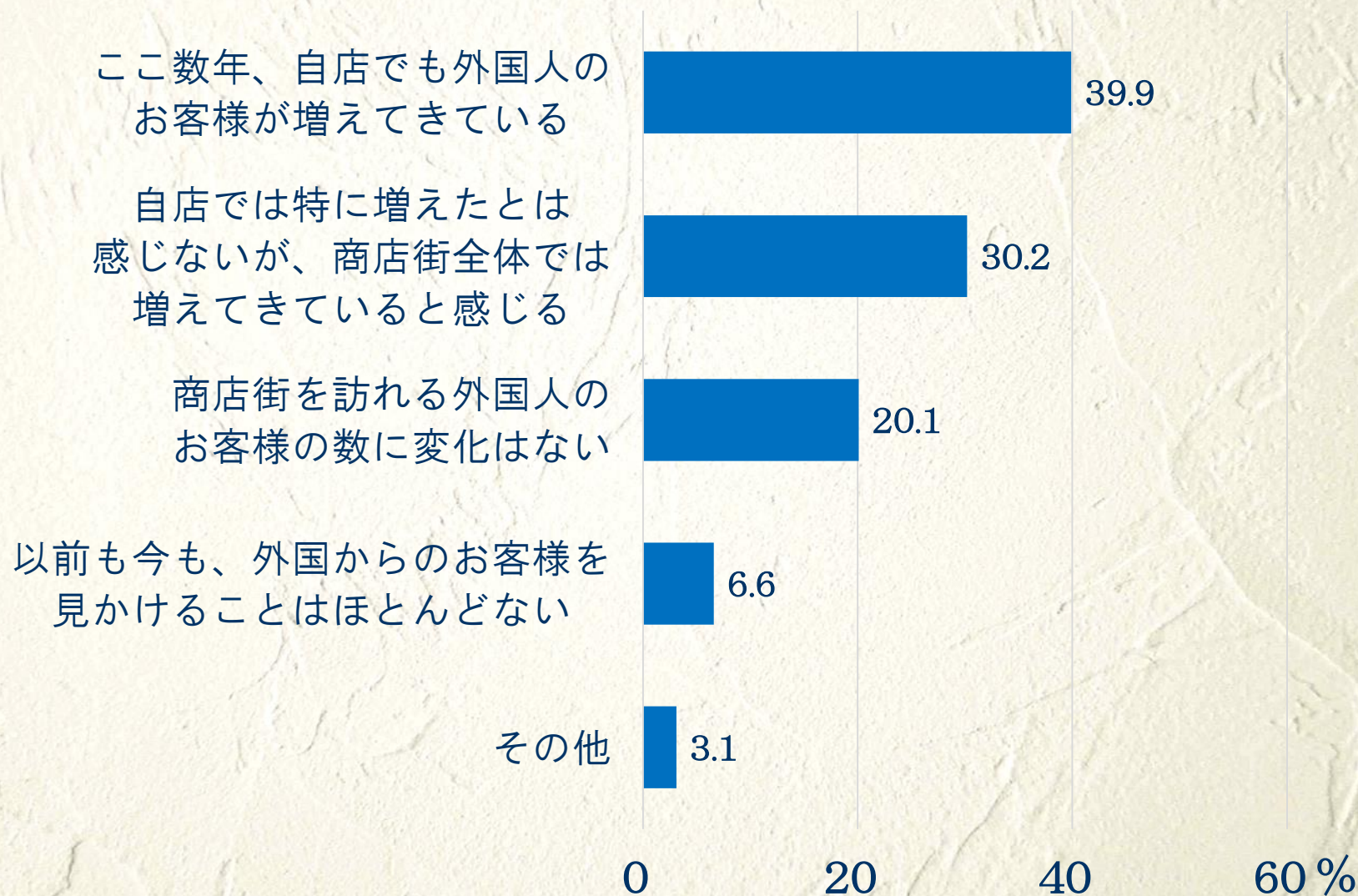
外国人観光客の推定数推移



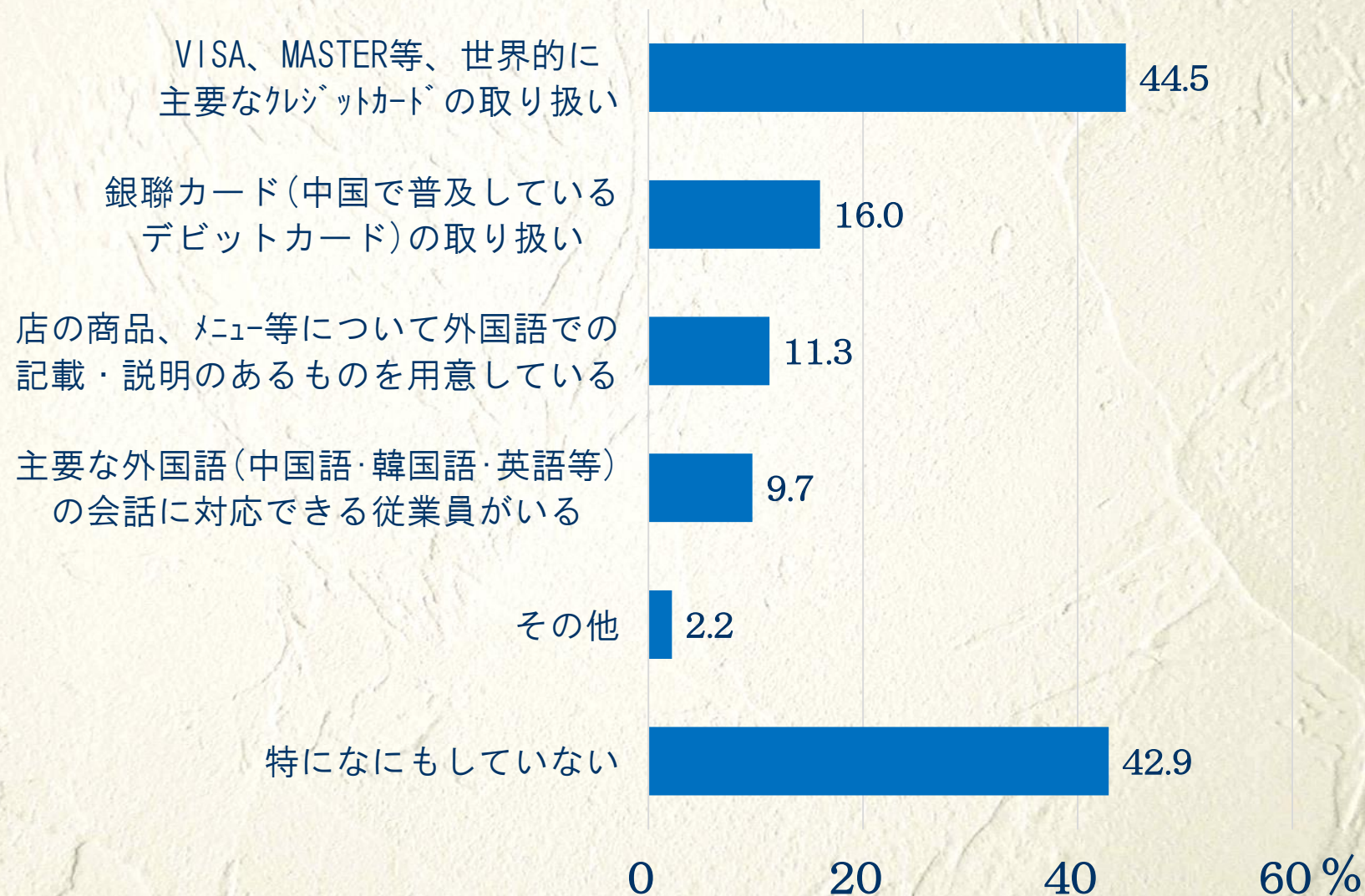
台湾からの宿泊客数の推定数推移



中央商店街を訪れる外国人客の状況



外国人客に対する準備や対応



観光客に対してどのように考えているか

観光やビジネス等で訪れる客を
有望な客層として期待している

46.5

自店に来ることは考えにくい
が商店街として今後観光客等
に対する働きかけは必要

39.3

観光等の目的で遠来から
訪れる客は多くはなく今後も
特別な対応が必要とは思わない

9.1

その他

5.0

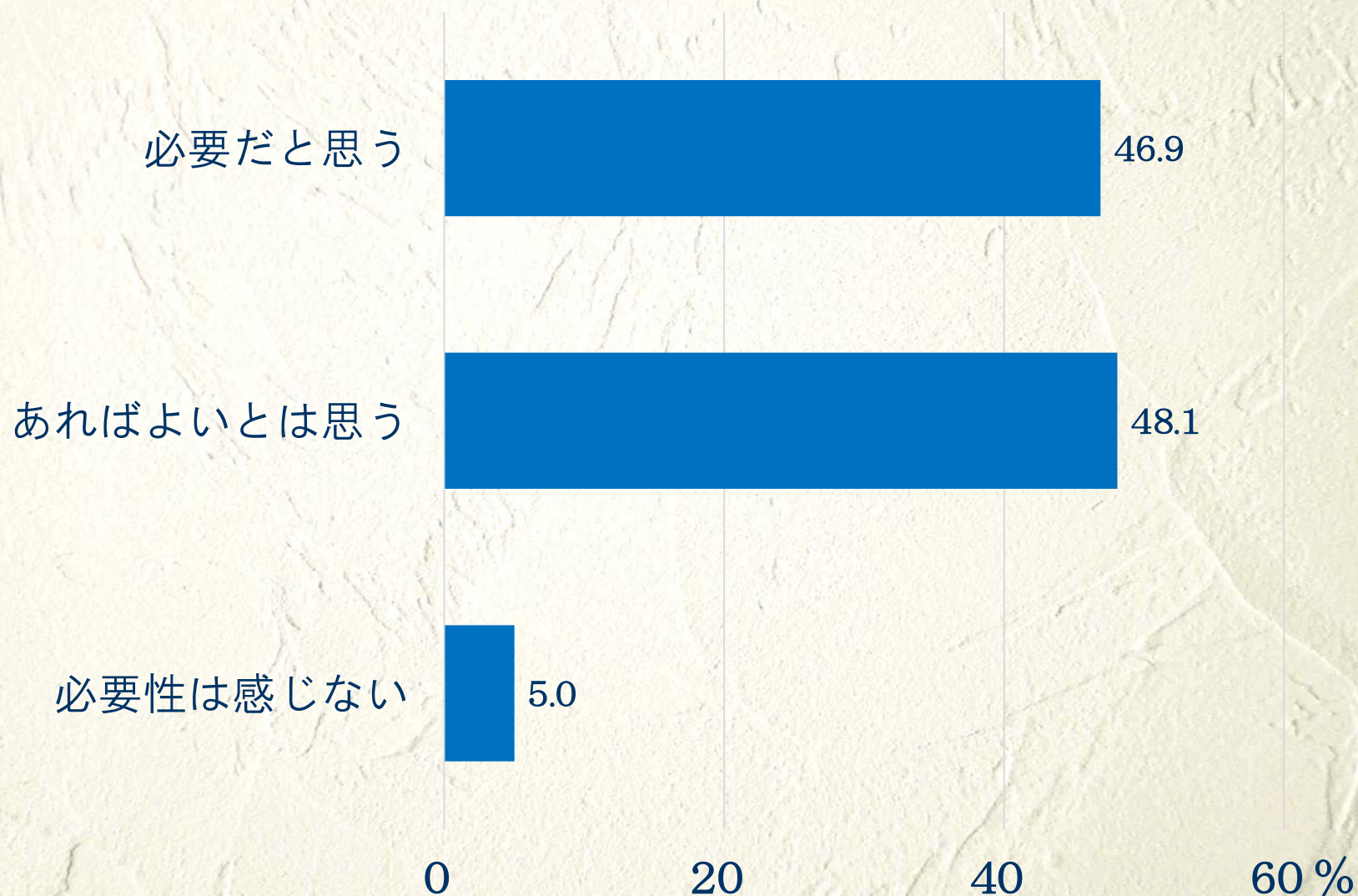
0

20

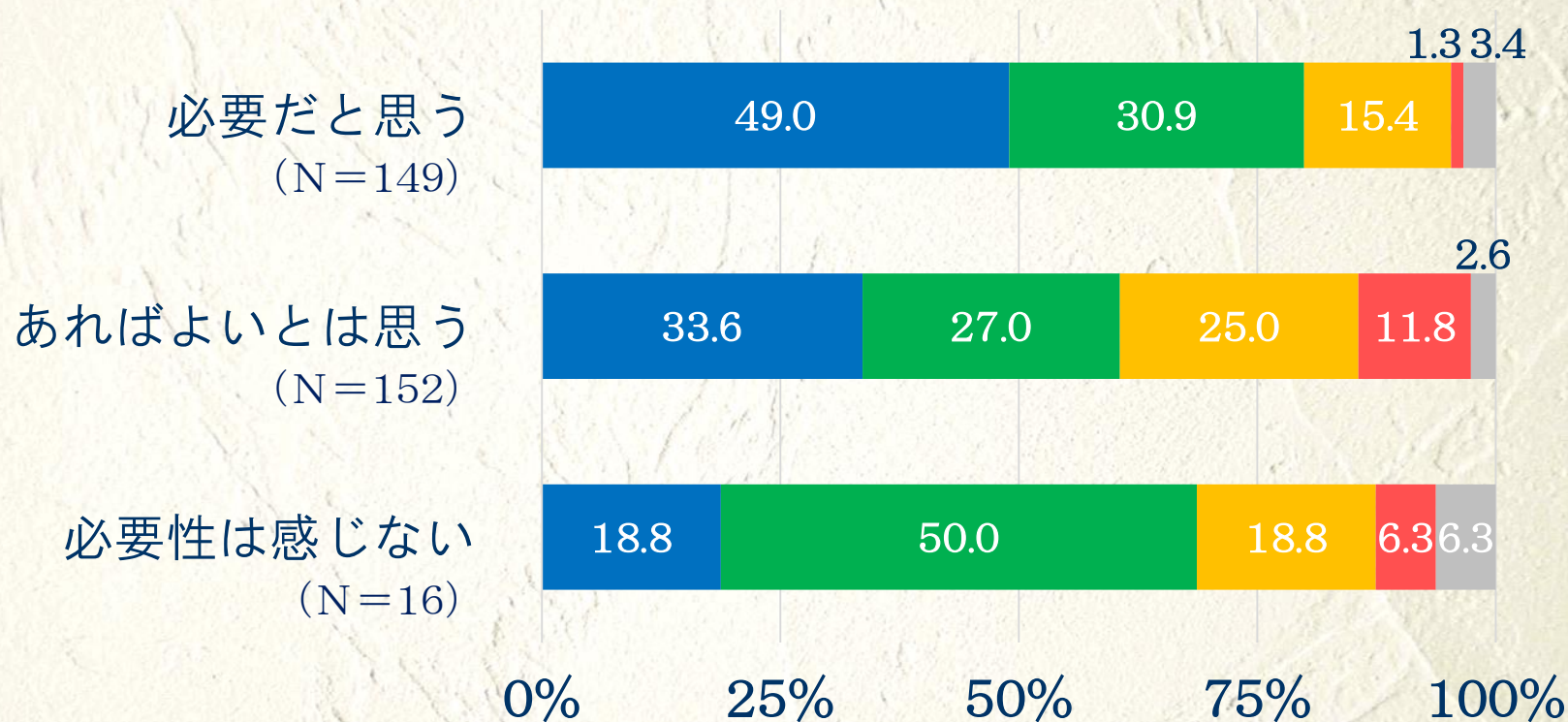
40

60 %

サービスセンターの設置についてどう思うか



サービスセンター設置に対する考えと外国人客の状況



- ここ数年、自店でも外国人のお客様が増えてきている
- 自店では特に増えたとは思えないが、商店街全体では増えてきていると感じる
- 商店街を訪れる外国人のお客様の数に変化はない
- 以前も今も、外国からのお客様を見かけることはほとんどない
- その他

もっと詳しい調査結果をご覧になりたい方は

まちづくり松山のHPをご覧ください

まちづくり松山

検索



パスワードを入力してください

okyakusamanokoe

OK



<http://home.e-catv.ne.jp/machi-matsuyama/>

調査結果に対するお問い合わせについては下記までお願いいたします

まちづくり松山 マーケティング部

大街道・銀天街 お客様の声情報センター

TEL 089-998-3534

FAX 089-998-3588

担当 高木