

[3]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：令和4年4月
 調査対象：20歳以上の秋田市民（WEBアンケートモニター）
 配布数：5,387票（対象モニター数） 回答数：1,256票（回収率23%）

- ・郊外部で30代以上の中心市街地離れが顕著である。
- ・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い。
- ・中心市街地では、駐車場利用に不便であり、店舗の種類、商品の品ぞろえが少ない。このため、無料駐車場があり、店舗種類が豊富で衣料品店や電気店、食料品店を1ヶ所で買い回ることが出来る郊外大型店が需要を満たしている。
- ・しかし、必ずしも利用者は郊外大型店に満足しているわけではないことが推察される。

質問	回答
属性について	・回答者の中心は「50歳代・40歳代」、「中央地域」「居住歴10年以上」の「会社員」。
①秋田市文化創造館の評価	・「行ったことがある」9%、中心市街地への貢献は「あまり貢献していない」27%、活気は「やや活気がない」「活気がない」45%・「わからない」42%の評価、中心市街地来訪頻度は「変わらない」の評価が多い。
②泉外旭川駅(JR奥羽線)の評価	・「行ったことがある」25%、中心市街地への貢献は「あまり貢献していない」29%、活気は「分からない」46%・「やや活気がない」「活気がない」34%、中心市街地来訪頻度は「変わらない」の評価が多い。
③都市計画道路千秋久保田町線の評価	・「通行したことがある」54%、中心市街地への貢献は「おおむね貢献している」41%、活気は「分からない」40%・「やや活気がある」28%、中心市街地来訪頻度は「変わらない」の評価が多い。
④中心市街地の利用頻度	・コロナ禍前比（令和2年1月以前）では、平成28年の前回調査より利用頻度が全体的に増加しており、コロナ禍後比（令和2年2月以降）では、前回調査結果よりも「週に3～5回程度」以上の頻度が増加している。 ・年代別にみると、20代の利用頻度が高く、30代以降は「ほとんど行かない」の割合が高い。 ・居住地域別にみると、中央地域の利用頻度が高く、次いで東部、西部、南部であり、前回同様に郊外から中心市街地へ行く機会が減少している。
⑤中心市街地の買物環境の満足度	・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となる項目はなくなり、全15項目で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」「店の種類の多様さ」「買い物以外の楽しみ」などがある。 ・「駐車場の利用しやすさ」は平成28年の前回調査よりも減少し改善傾向にあることが考えられるが、その一方で「店の種類の多様さ」「商品の品ぞろえ」「価格の安さ」は前回調査よりも値が高くなっている。
⑥中心市街地に不足している専門店	・「衣料品店」26%、「電気店」25%、「食料品店」「飲食店」23%が比較的多い。 ・平成28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、「ブランド店」が挙げられる。
⑦郊外大型店の利用頻度	・コロナ禍前後で傾向は変わらず、「月に1～2回」41%、「週に1～2回」以上が約3割である。 ・平成28年の前回調査と比較して、「週に1～2回」が減少し、「月に1～2回」が増加している理由としては、インターネット通販の拡大といった消費者行動の変化が考えられる。
⑧郊外大型店を利用する理由	・コロナ禍前後で傾向は変わらず、「駐車場・駐輪場が無料」54%、「1ヶ所で買い物がすむ」51%、「店がたくさんある」36%が多い。

	<ul style="list-style-type: none"> 平成 28 年の前回調査と比較して「駐車場・駐輪場が無料」の割合が低下しているが、依然として理由の上位となっている。
⑨ 郊外大型店の評価	<ul style="list-style-type: none"> 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、中心市街地の評価とは異なり、相殺してプラス評価となる項目が発生した。 コロナ禍前は、プラス評価が 7 項目であったのに対し、コロナ禍後はプラス項目が「駐車場の利用しやすさ」12pt、「雨の日、冬期の買い物のしやすさ」8pt の 2 項目のみであった。品ぞろえや「店舗営業時間等」へマイナスの影響が発生していたことが挙げられる。 平成 28 年の前回調査と比較して、評価が逆転している項目が多く発生している利用としては、郊外大型店の見慣れた状況が進んだ結果が挙げられる。
⑩ 中心市街地への居住意向	<ul style="list-style-type: none"> 「住んでみたいとは思わない」53%が最も多く、「住んでみたい（条件付き含む）」は 27%にとどまっている。 平成 28 年の前回調査と比較して、「住んでみたいとは思わない」が 7 ポイント程度減少、「住んでみたい（条件付き含む）」が 4 ポイント程度増加している。
⑪ 居住を検討する場合重要視する事項	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地に居住を検討する場合に重視することとしては、「家賃・価格が手ごろ」57%、「食品・日用品の買物が便利」56%、「鉄道・バス等の公共交通の利用しやすさ」32%が多い。 平成 28 年の前回調査と比較して、「家賃・価格が手ごろ」が増加し、「福祉・医療施設が充実」は減少している。
⑫ 交通手段	<ul style="list-style-type: none"> 「自動車」75%が圧倒的に多く、次いで「徒歩」9%、「自転車」6%、「バス」5%の順である。 平成 28 年の前回調査と比較して、自動車の割合が 12 ポイント増加、バスの割合が 11 ポイント減少している。
⑬ 循環バスについて	<ul style="list-style-type: none"> 循環バスを「利用した」人は 9%と低く、利用したことがない人の方が多い。 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」53%、「中心市街地の回遊性の向上」39%となっている。 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%、「現ルートの他に市内観光ルートの新設」36%となっている。
⑭ 中心市街地の改善点	<ul style="list-style-type: none"> 「駐車場・駐輪場の利用金が高い」45%、「駐車場が少なく自動車で行きにくい」37%、「空き店舗や空きビルが多く街として寂しい」36%が多い。
⑮ 今後のまちづくりの方向	<ul style="list-style-type: none"> 「駐車場の整備、公共交通機関の整備」36%、「集客力のある施設整備等来街者を増やす」22%、「商店街の店舗数を増やす」21%が多い。
⑯ 必要な環境整備	<ul style="list-style-type: none"> 「駐車場・駐輪場」49%、「アーケード・大屋根」25%、「無料 Wi-Fi 等」25%、「道路・歩道・横断歩道等」17%が多い。
⑰ 整備・充実させるべき施設	<ul style="list-style-type: none"> 「デパート等の商業施設」36%、「映画館等の娯楽施設」32%、「アーケード・大屋根等の天候を気にせずに街歩き可能な施設」30%が多い。

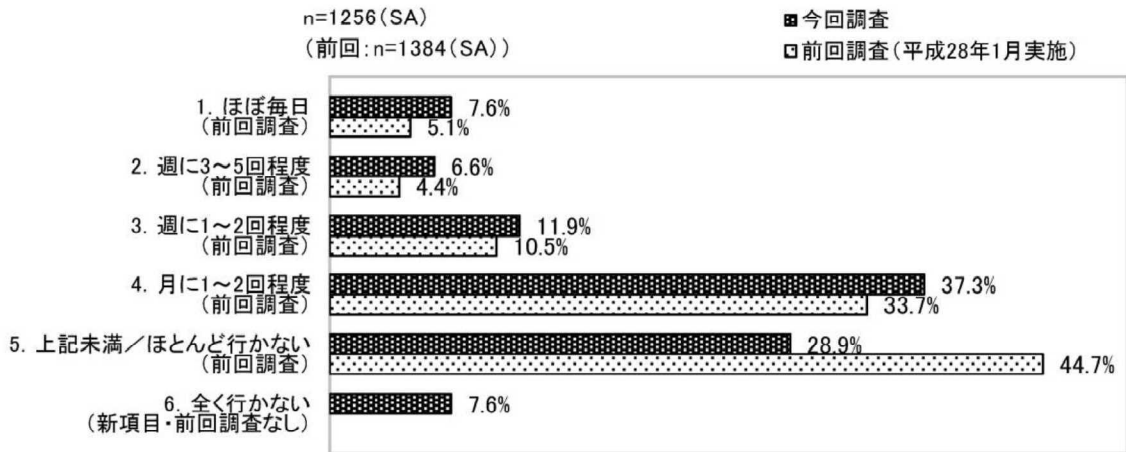


図 中心市街地の利用頻度

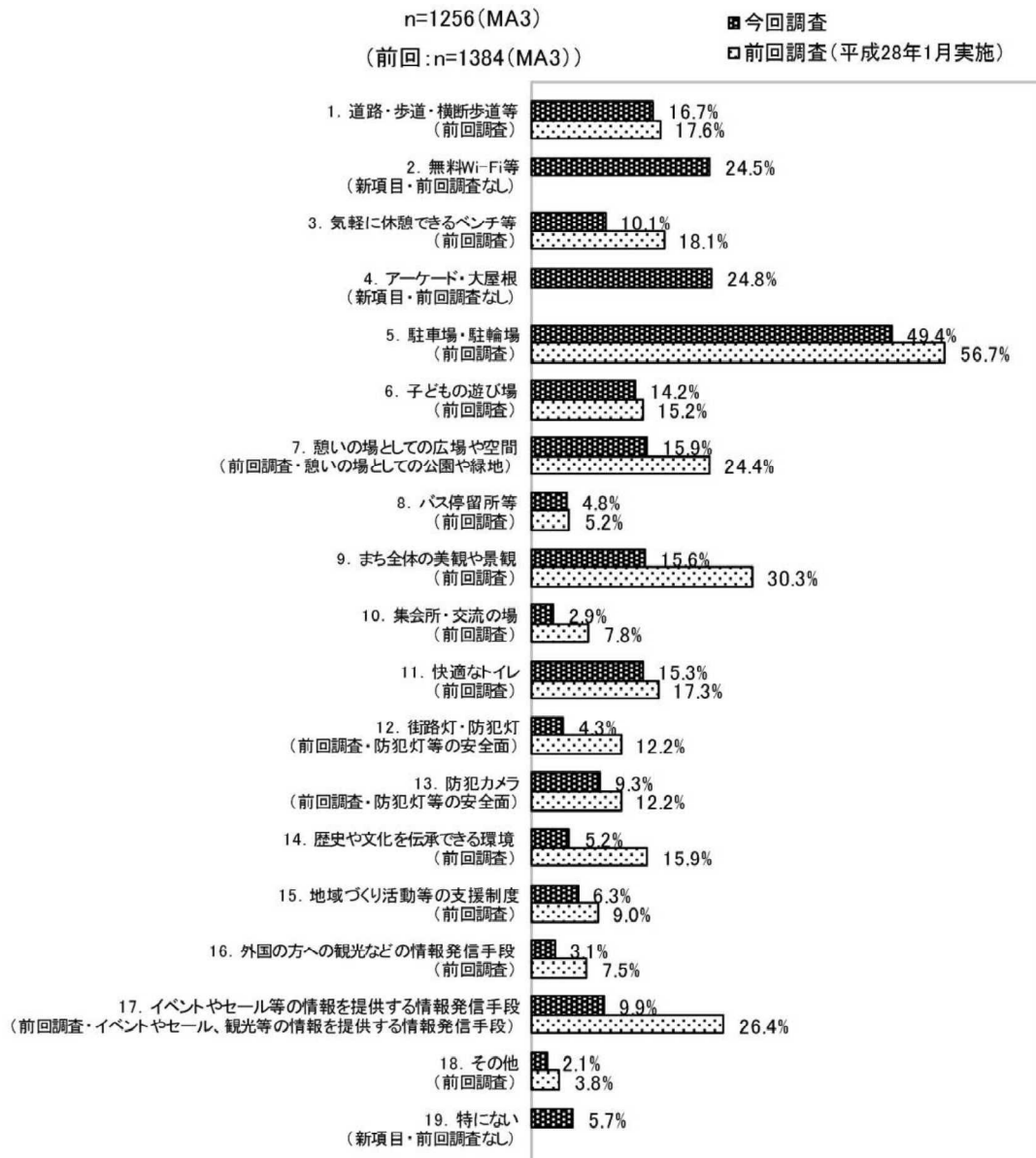


図 中心市街地に必要な環境の整備

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：令和4年4月
 調査対象：中心市街地区域内商業者から無作為抽出、郵送による配布回収
 配布数：配布350票 回収数134票（回収率38.3%）

- ・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売り上げの低迷や後継者がいないことから継続が難しい状況にある。
- ・今後の経営方針の上位に経費削減が挙がっており、「売り上げの減少・停滞」「客数の減少」に対する課題が挙げられている。

質問	回答
属性について	・回答者は、飲食店を中心に従業員1～4人で20年以上営業している50歳代以上の店主が中心。
①店の課題	・「売り上げの減少・停滞」72%、「客数の減少」52%が多く、「人手不足」22%が続く。 ・平成28年の前回調査と比較して、「売り上げの減少・停滞」は7ポイント程度増加している。「店舗・設備の老朽化」は10ポイント以上減少しており、更新された店舗等が挙げられる。
②店の方針	・「現状維持」が過半数の54%、「事業拡大」が37%となっている一方で、「事業縮小」4%、「事業をやめる」5%も存在する。 ・平成28年の前回調査と比較して、「事業拡大」が12ポイント程度大幅に増加し、「現状維持」は2ポイント減少した。 ・「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、「飲食店」「衣料品・身の回り品店」が多い。 ・「事業縮小」「事業をやめる」と回答している11店舗は「売り上げの低迷」50%、「後継者がいない」33%が主な要因であり、店主の半数以上は70歳代以上である。
③今後の経営方針	・「接客の強化」36%、「消費者ニーズへの対応」33%、「経費の削減」30%が上位3点である。 ・平成28年の前回調査では上位3位であった「品揃えの充実」は上位5位に下がっている。
④秋田市文化創造館の影響	・「活性化への貢献」「活気」とともに「やや下位」の評価が多く、店への影響は「ない」が84%を占めている。
⑤都市計画道路千秋久保田町線の影響	・「活性化への貢献」は「中位」、「活気」は「やや下位」の評価が多く、店への影響は「ない」が88%を占めている。
⑥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」63%、「雨や雪などの天候時に行動が制限される」33%が多い。
⑦今後のまちづくりの方向	・「店舗数を増やし商業機能を高める」「中心市街地内に事業所を誘致し働く人を増やす」が25%で比較的多い。 ・平成28年の前回調査と比較して、上記2項目の割合が増加し、「集客力のある施設の整備」「医療、健康、子育て機能の充実」の割合が減少している。
⑧必要な環境整備	・「まち全体の美観や景観」37%、「アーケード・大屋根」32%、「駐車場・駐輪場」31%が多く、「アーケード・大屋根」「駐車場・駐輪場」が上位に来ることは、市民アンケート調査結果と同様である。
⑨整備・充実すべき施設	・「アーケード・大屋根等の天候を気にせずに街歩き可能な施設」36%、「デパート等の商業施設」31%、「総合病院等の医療施設」23%が多い。「アーケード・大屋根等の天候を気にせずに街歩き可能な施設」「デパート等の商業施設」が上位の傾向であることは市民アンケート調査結果と同様である。

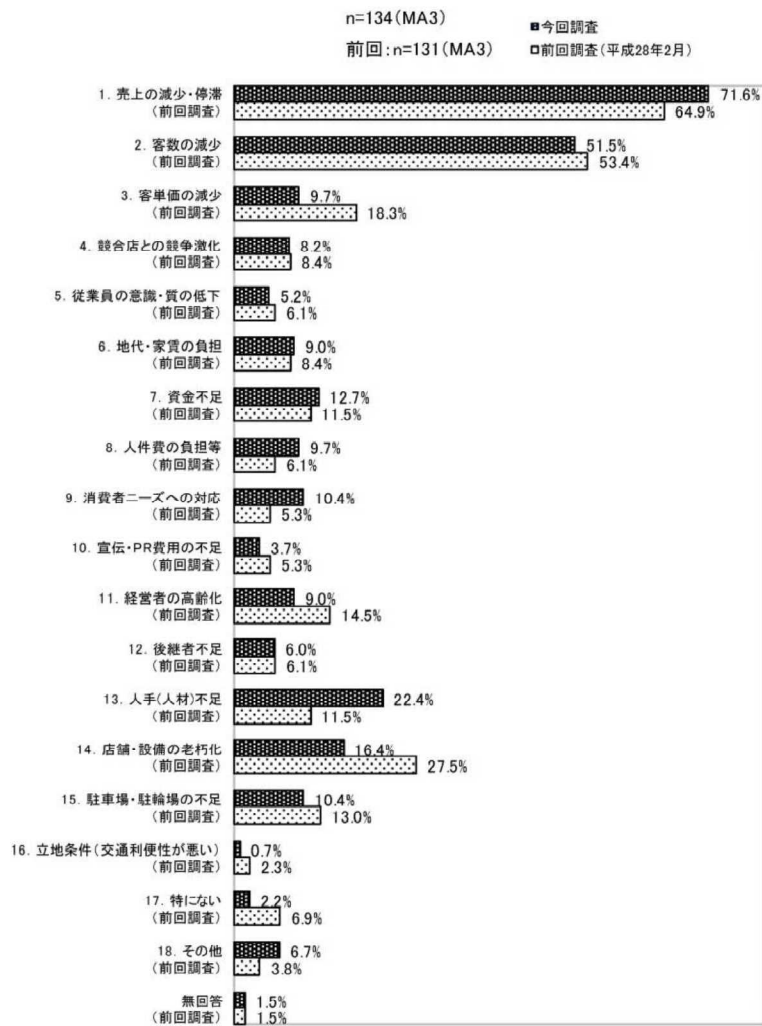


図 店舗の課題

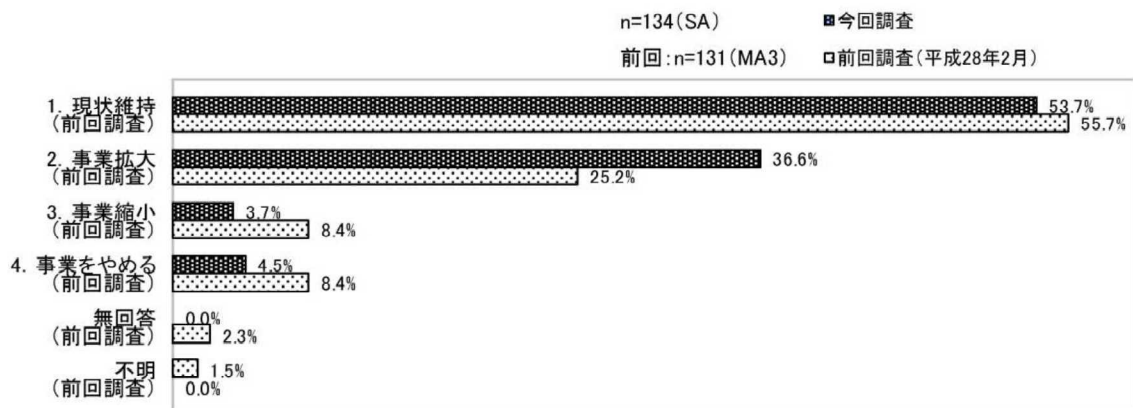


図 今後の店舗方針

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：令和4年4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 224票（回収率 44.8%）

- ・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等の日常的な買物利便性は高く、平日に中心部の大型小売店へ、休日に中心市街地周辺のスーパー等へ移動する傾向が示されている。
- ・中心市街地に不足している専門店として電気店、食料品店を挙げており、これらの需要から郊外大型店の利用頻度は全市平均よりも高い状況となっている。
- ・一方で、中心市街地の居住満足度は高い傾向が示されている。

質問	回答
属性について	<ul style="list-style-type: none"> ・回答者の半数は60歳以上である。 ・回答者の属性は、「市民アンケート」より年齢層は高め、マンションに居住、居住歴は10年以上の会社員・無職の占める割合が高い。
① 周辺環境への満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・「満足」40%、「まあまあ満足」45%、両者で85%と高い満足度を示している。
② 不満な点	<ul style="list-style-type: none"> ・「日常の買物の利便性」28%が高く、「まわりの道路の狭さ・一方通行」24%、「雨や雪等天候時に行動が制限」21%が続く。 ・平成28年の前回調査と比較して、「日常の買物の利便性」の不満の割合は減少している。
③ 現居住地選定理由	<ul style="list-style-type: none"> ・「鉄道・バス等の公共交通の利用しやすさ」41%、「通勤・通学に便利」37%、「食品・日用品の買物が便利」27%が多い。 ・平成28年の前回調査と比較して同様の傾向となっており、上位2項目は前回値よりも増加している。
④ 今後の居住地予定	<ul style="list-style-type: none"> ・「これからも中心市街地に住みたい」が46%を占めており、「中心市街地以外への住み替え」を考えている人は8%と少ない。 ・平成28年の前回調査と比較しても同様の傾向である。
⑤ 生活の場として欲しい機能	<ul style="list-style-type: none"> ・「冬でも安全に歩ける融雪歩道等」54%、「日常的な買物に対応した商業施設」52%、「天候を気にせずに街歩きできるアーケード・大屋根」36%が多い。 ・平成28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」の割合は減少している。
⑥ 中心市街地に不足している専門店	<ul style="list-style-type: none"> ・「電気店」41%、「食料品店」37%が特に多く、「家具・インテリア販売店」23%、「スポーツ用品店」21%、「衣料品店」21%が続く。
⑦ 郊外大型店の利用頻度	<ul style="list-style-type: none"> ・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59%、「ほとんど行かない」26%となっている。
⑧ 郊外大型店を利用する理由	<ul style="list-style-type: none"> ・「品ぞろえが豊富」56%、「1ヶ所で買物がすむ」55%、「駐車場・駐輪場が無料」37%が多い。
⑨ 生鮮品・日用雑貨の買物場所	<ul style="list-style-type: none"> ・平日では「中心部の大型小売店」55%が多く、休日では「中心市街地周辺のスーパー・個店」38%が多い。 ・平成28年の前回調査と比較して、平日の傾向が逆転している。
⑩ 中心市街地の改善点	<ul style="list-style-type: none"> ・商店主アンケートと同様の順位で、「空き店舗や空きビルが多く、街として寂しい」51%、「雨や雪などの天候時に行動が制限される」29%、「駐車場・駐輪場の料金が高い」24%が多い。
⑪ 今後のまちづくりの方向	<ul style="list-style-type: none"> ・「大規模小売店舗を誘致し商業機能を高める」26%、「商店街の店舗数を増やし商業機能を高める」21%、「歩道・歩行者環境整備、回遊しやすいまちづくりを行う」20%が多い。

	<ul style="list-style-type: none"> 平成28年の前回調査は「駐車場の整備、公共交通機関の整備」が最も高かったが、今回調査では回答割合は減少している。今回の市民アンケートでは「駐車場の整備、公共交通機関の整備」が高かったが、異なる傾向となった。
⑫ 必要な環境整備	<ul style="list-style-type: none"> 「アーケード・大屋根」「まち全体の美観や景観」26%、「駐車場・駐輪場」25%が多く、市民アンケートの傾向とは異なり、商店主アンケートと同様の傾向となっている。
⑬ 整備・充実させるべき施設	<ul style="list-style-type: none"> 「デパート等の商業施設」38%、「アーケード・大屋根等の天候を気にせずに街歩き可能な施設」37%、「映画館等の娯楽施設」20%が多く、上位2項目は商店主アンケートと同様の傾向である。

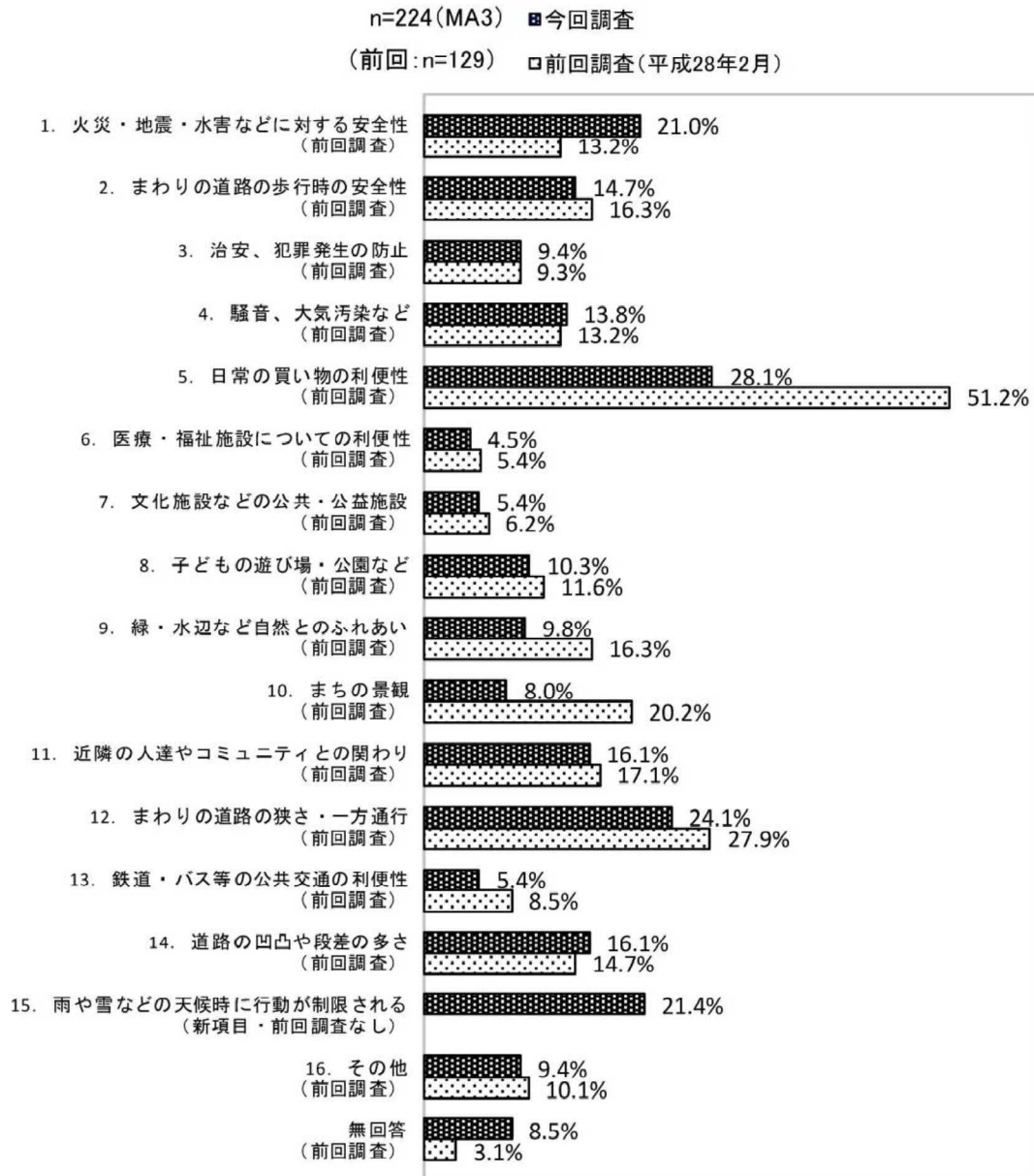


図 中心市街地居住周辺環境で不満な点

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：令和4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：配布50票 回収数13票（回収率26%）

- ・回答者の低未利用地の主な利用状況は、月極平面駐車場または時間貸駐車場としての利用が大部分を占めており、稼働率が高い傾向が示されており、他の用途に転用を考えている所有者は少ない。
- ・市民アンケート調査で示されたように、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	<ul style="list-style-type: none"> ・回答者は、個人・法人所有が約半数である。 ・所有規模は1,500㎡以上の土地の割合が高い。
①主な利用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・「月極平面駐車場」が46%と最も多く、次いで「時間貸駐車場」が39%となっている。 ・駐車場以外の空き地、資材等の置き場といった回答はない。 ・駐車場の管理については、「所有者による直接経営」と「所有者以外の企業」が約半数である。
②駐車場の稼働率	<ul style="list-style-type: none"> ・「80%台から90%台」が46%と多く、次いで「100%」が27%であり、高い稼働率となっている。
③駐車場として利用する理由	<ul style="list-style-type: none"> ・「従前から駐車場として利用しているから」が73%で多くを占めている。 ・「土地利用が決まるまでのつなぎとして」といった意見も少数見られた。
④現在の利用形態の開始時期	<ul style="list-style-type: none"> ・「月極平面駐車場」「時間貸駐車場」以外の箇所について現在の利用形態となったのは、「20年以上」前からである。
⑤今後の活用方針	<ul style="list-style-type: none"> ・「当分現状のままにしておきたい」が85%とほぼ全数を占めている。「現在と違う形で有効活用を図りたい」といった意見も少数見られた。 ・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55%、「将来、自分や親族などが利用するかもしれないから」「好きな時に処分や利用が出来なくなるから」が36%と多い。

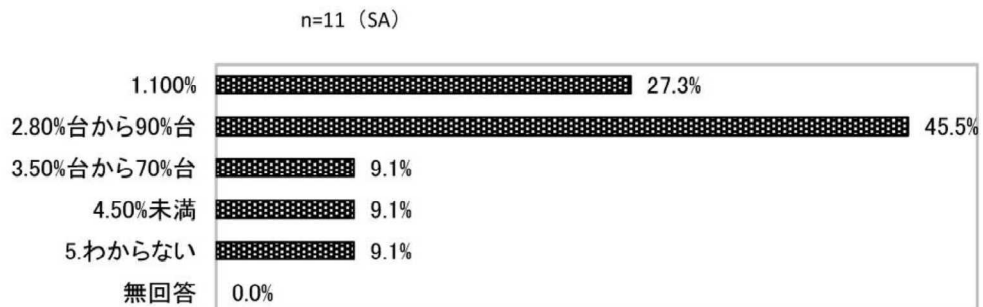


図 駐車場の稼働率

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：令和4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 210票、休日 218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。 ・年齢は、70代以上の割合が高く、30代の割合が低い。
①来街目的	・休日、平日ともに「買物」目的が40%以上と最も高く、平日については、「通勤・通学」目的も26%と高い。
②来街頻度	・コロナ禍前後の傾向は同様であるが、割合が若干異なる。コロナ禍前では、休日は「月に1～2回」30%、「週に1～2回」28%が多い。平日は「ほぼ毎日」26%、「週に1～2回」24%が多い。 ・コロナ禍後では、休日は「月に1～2回」32%、「週に1～2回」30%が多い。平日は「ほぼ毎日」34%、「週に1～2回」22%が多い。
③来街のための交通手段	・休日は「自動車」37%、「徒歩」34%が多く、平日は「徒歩」30%、「鉄道」22%が多い。
④来街頻度の高い曜日	・休日に実施した調査では「日曜日」41%が多く、平日に実施した調査では「平日（月～金曜日）」56%が最も多い。
⑤滞在時間	・平日の来街者の滞在時間は、「1時間～3時間未満」が最も高い割合を占めており、44%となっている。 ・休日の来街者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、46%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70%以上を占め、更なる活性化を求める意見が多い。 ・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、幅広い世代が期待していることがわかる。

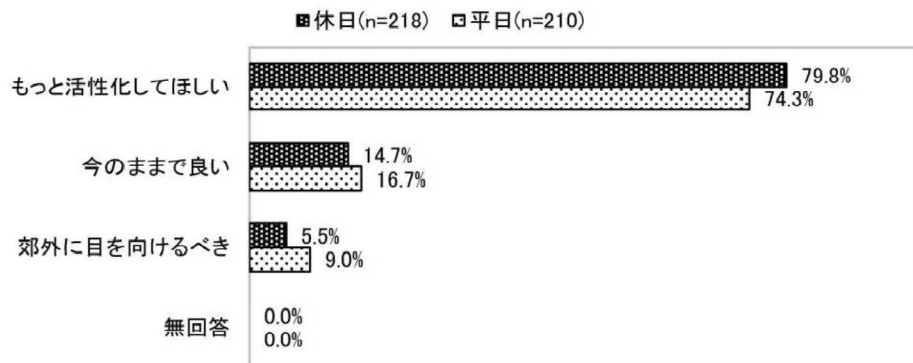


図 中心市街地活性化への意向

【地域住民等のニーズのとりまとめ】

調査名	実施概要	主な回答等
①市民アンケート調査	R4年4月 配布：5,387票 回収：1,256票 回収率：23%	<ul style="list-style-type: none"> ・「秋田市文化創造館」「泉外旭川駅」の認知度は高いが、活性化への貢献などの評価は高くない。 ・中心市街地の店舗の満足度は低く、「駐車場の利用しやすさ」「店の種類の多様さ」「買い物以外の楽しみ」などが求められている。 ・郊外大型店が需要を満たしているが、必ずしも満足度を満たしているわけではない。
②商店主アンケート調査	R4年4月 配布：350票 回収：134票 回収率：38%	<ul style="list-style-type: none"> ・過半数の店が「売上の減少・停滞」「客数減少」を課題としている。 ・今後の経営方針として、「接客の強化」「消費者ニーズへの対応」「経費の削減」を挙げている店が多い。 ・必要な整備環境として、「まち全体の美観や景観」「アーケード・大屋根」「駐車場・駐輪場」を挙げている店が多い。
③居住者アンケート調査	R4年4月 配布：500票 回収：224票 回収率：45%	<ul style="list-style-type: none"> ・周辺環境の満足度は「満足」「まあまあ満足」で85%と高い。 ・不満点は、「日常の買物の利便性」「まわりの道路の狭さ・一方通行」「雨や雪等天候時に行動が制限」となっている。 ・「これからも中心市街地に住みたい」が46%、「中心市街地以外への住み替え」8%となっている。 ・必要な整備環境として、「アーケード・大屋根」「まち全体の美観や景観」「駐車場・駐輪場」が求められている。
④低未利用地アンケート調査	R4年4月 配布：50票 回収：13票 回収率：26%	<ul style="list-style-type: none"> ・「月極平面駐車場」が46%、「時間貸駐車場」が39%と平面駐車場が多い。 ・一定の収入を得ているため、「当分現状のままにしておきたい」が85%とほぼ全数を占めている。
⑤街頭ヒアリング調査	R4年4月 地点：フォンテAKITA前周辺 回収票：428票	<ul style="list-style-type: none"> ・来街目的は、休日は「買物」「食事」、平日は「買物」「通勤・通学」が多い。 ・活性化を望む回答は約7割以上である。 ・好きなところ：色々な店がある、千秋公園、賑やかなど ・嫌いなところ：店舗が少ない、駐車場が使いにくい、空地・空きビルがあり寂しい、活気がないなど



【地域住民等のニーズより導かれる課題】

■市民アンケート調査

- ①30代以上・郊外居住者の中心市街地利用頻度向上
- ②中心市街地商業施設の一体となった魅力・集客力の向上
- ③自動車利用者の利用向上

■商店主アンケート調査

- ④周辺施設と一体となった連携強化及び魅力向上
- ⑤自動車利用者の利用向上

■居住者アンケート調査

- ⑥日常の買物利便性及び冬期も含めた歩行空間の利便性向上
- ⑦景観改善及び自動車利用者の利用向上

■低未利用地アンケート調査

- ⑧土地の有効活用

■街頭ヒアリング調査

- ⑨来街手段の中心である歩行者・自転車の利便性向上
- ⑩更なる活性化への対応