

滞在時間 (表7)

区分	割合(%)
1時間未満	10.3
1時間～2時間未満	24.2
2時間～3時間未満	34.2
3時間～5時間未満	21.0
5時間～7時間未満	6.8
7時間以上	3.5

「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34.2%で最も多く、以下「1時間～2時間未満」24.2%、「3時間～5時間未満」21.0%の順となっている。
 また、3時間未満が合わせて約7割を占めた。(表7)

買物・飲食の予算額 (表6)

予算額	割合(%)
3千円未満	28.7
3千円～5千円未満	20.2
5千円～1万円未満	26.6
1万円～2万円未満	14.4
2万円～3万円未満	3.4
3万円～5万円未満	3.2
5万円～10万円未満	2.1
10万円以上	1.4

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28.7%で最も多く、次に「5千円～1万円未満」26.6%、「3千円～5千円未満」20.2%の順で、1万円未満が75.5%を占めている。(表6)
 なお、年代別では10代・30代では「3千円未満」、20代・60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「3千円～5千円未満」と「5千円～1万円未満」、70代では「3千円未満」と「5千円～1万円未満」が最多であった。

不満(やや不満)な点 (表10)

順位	内容	割合(%)
1	品揃え	27.3
2	接客サービス	24.2
3	その他	21.2
4	商品のオリジナリティ	18.2
4	催事・イベントの内容	18.2
4	気軽にお店に入れる雰囲気	18.2
4	閉店時刻	18.2
8	歩行者天国	9.1

満足(やや満足)している点 (表9)

順位	内容	割合(%)
1	接客サービス	42.4
2	品揃え	40.1
3	気軽にお店に入れる雰囲気	25.4
4	催事・イベントの内容	13.5
5	歩行者天国	11.7
6	品質・鮮度	9.9
7	店舗の内外装	7.3
8	商品のオリジナリティ	6.4
9	その他	2.9
10	閉店時刻	2.3

お買物・サービスの満足度 (表8)

区分	割合(%)
満足	21.5
やや満足	35.5
どちらでもない	37.5
やや不満	4.5
不満	1.0

中心商店街でのお買物・サービスの機能については「満足」と「やや満足」が合わせて57.0%を占め、「やや不満」と「不満」の合わせて5.5%を大きく上回った。(表8)

中心商店街でのお買物・サービスの機能について
 全体の約6割が概ね「満足」、「ポイント」は「接客サービス」と「品揃え」。静岡の中心商店街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57.0%を占め、「やや不満」と「不満」の合わせて5.5%を大きく上回った。(表8)
 満足している点は、「接客サービス」が42.4%で最も多く、次に「品揃え」が僅差の40.1%と第1位と第2位が入り替わった。以下「気軽にお店に入れる雰囲気」「催事・イベントの内容」の順であった。(表9)
 一方、不満な点は、昨年同様に「品揃え」が27.3%で最も多く、次に「接客サービス」24.2%と満足している点と同じ項目となっている。(表10)

充実してほしい施設 (表11)

内容	割合(%)
休憩スペース・ベンチ	58.7
駐輪場	32.3
公衆トイレ	20.8
駐車場	20.5
スロープ・身障者用トイレ	7.3
その他	3.2
託児施設	2.7

充実してほしいサービス (表12)

内容	割合(%)
商店街マップ	27.5
ポイントカード・スタンプサービス	24.0
共通駐車券	23.7
公衆無線LAN(Wi-Fi)	16.0
貸自転車	7.8
有人案内所	5.7
その他	2.7

中心商店街に充実してほしい施設やサービスは？
 施設は「約6割が「休憩スペース・ベンチ」を希望」。中心商店街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58.7%と最も多く、次いで「駐輪場」「公衆トイレ」の順であった。なお、「その他」の内容は、キッズスペース、花壇、喫煙所等であった。(表11)
 年代別で見ると、すべての年代で「休憩スペース・ベンチ」が第1位だった。第2位は、10代・40代・50代・60代では「駐輪場」、30代では「駐車場」、70代は「公衆トイレ」を挙げている。
サービスは「商店街マップ」「ポイントカード・スタンプサービス」を希望。中心商店街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、「商店街マップ」「ポイントカード・スタンプサービス」「共通駐車券」の順であった。(表12)
 年代別で見ると、10代・60代では「商店街マップ」、20代では「公衆無線LAN(Wi-Fi)」、30代・50代では「共通駐車券」、40代・70代では「ポイントカード・スタンプサービス」が最多であった。

静岡地域来街者調査概要

調査日時 平成27年11月29日(日) 10:00～17:00
 調査地点 全10地点
 調査方法 来街者に対する面接アンケート方式

回答者数 600人(各地点60人)
 男性 32.2% 女性 67.8%
 市内 75.3% 市外 24.7%

住所別区分

住所地	割合(%)
静岡市	75.3
焼津・藤枝・島田市	10.0
その他県内外	14.7

街へ来る交通手段は？
 市内からは「自動車」「徒歩」、市外からは「JR東海」「自動車」が最も多く、次に僅差で「JR東海」となり、順位が入り替わった。
 回答者住所の市内・市外別にみると、市内からは「自動車」「徒歩」「バス」の順で、市外からは「JR東海」が約6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
 静岡の中心商店街にどの位の割合で来るか尋ねたところ、全体では平成25年度以降、同様に「月1～2回」「週1～2回」「ほぼ毎日」の順であった。市内では「週1～2回」と「月1～2回」で7割近くを占め、市外では「2～3か月に1回」と「月1～2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51.7%と半数強が「ほとんど変わらない」との回答だった。

来街場所・目的地 (表3)

区分	割合(%)
商店街	75.3
大型店	24.7

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	25.5	JR東海	22.2	バス	16.5
市内	自動車	22.8	徒歩	20.8	バス	20.6
市外	JR東海	57.4	自動車	33.8	バス	4.1

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	30.5	週1～2回	29.3	ほぼ毎日	18.8
市内	週1～2回	35.0	月1～2回	31.2	ほぼ毎日	23.0
市外	2～3か月に1回	33.8	月1～2回	28.4	ほとんど来ない	15.5

と5割近くを占め、オープンした平成23年度から5年連続で第1位となった。次いで「静岡パルコ」「駅ビルパルシェ」「静岡伊勢丹」の順であった。(表3)
 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。

買物の内容 (表5)

順位	購入品目	割合(%)
1	衣料品	32.0
2	食料品	21.3
3	書籍・文具	13.3
4	化粧品・医薬品	8.3
5	カバン・履物	6.5
6	贈答品	6.3
7	家庭用品	6.0
8	その他	3.8
9	インテリア・家具	2.5
10	時計・宝石・メガネ	2.3
11	CD・DVD	1.7
12	レジャー・娯楽品	1.5
13	携帯電話	0.2

来街目的 (表4)

順位	内容	割合(%)
1	買物	65.0
2	飲食	28.5
3	散策	15.5
4	イベント	12.2
5	その他	12.0

中心商店街を訪れる目的は？
 全体の6割強が「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6割強を占めており、次いで「飲食」「散策」「イベント」「その他」の順であった。なお、「その他」の内容は、図書館、ジム、美容室、習い事等であった。(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」「書籍・文具」「化粧品・医薬品」の順であった。(表5)

●1,000万円のスポーツ傷害保険付●入会金・年会費無料
 会員特別割引10%～5%OFF 赤札商品さらに5%～2%OFF(一部除外品あり)

Member's Card 会員募集中!

おトクな情報をメールでお届け
 ホームページ会員募集中!

<http://www.spopia-shiratori.co.jp/> (株)シラトリ本部/静岡市葵区東町66番地 ☎054-255-0166