

第一幕イベントの成果・効果について

平成 17 年度の戦略的中心市街地活性化支援事業の効果を把握するために、佐原のまちなかへの来街者に対して回遊性調査（スタンプラリー調査）を実施した。この調査は、来街者の実際の回遊地点を調査し、事業実施によってどのような回遊性をもたらされたかを検証するために実施したものである。あわせて、佐原のまちなかについての意向調査を行い、中心市街地活性化にむけての参考となる意見を収集した。

【回遊性調査の実施概要】

対象：佐原のまちなかへの来街者

方法：まちなかの商店街（佐原駅前商店街振興組合、仲川岸商店会、東通り商店会、銀座商店会、横宿商店会、中央商店会、佐原市忠敬通り商店街協同組合、共栄商店会）において調査票を配布し、各商店街にて回収

期間：平成 17 年 10 月 23 日

回答数：236 票（スタンプラリーへの参加は 90 票）

【回遊性調査に見られる特徴的な意向（概要）】

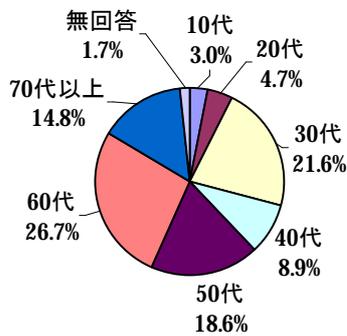
- ①回答者の年齢は、10代から70代まで幅広く分布。特に50代以上のシニア・ヤングシニア層が6割を占めている。居住地は7割近くが「佐原市内」。
- ②「まちおこし会社（株）ゼットやっぺい社」は、半数以上の回答者が「知らなかった」と回答。
- ③商店街までの利用交通機関は、「自家用車（50.4%）」が最も多い。
- ④商店街への来訪目的は、「買い物」「観光」「通勤・通学」。「週に2・3回」「毎日」「週1回程度」の比較的短い期間での再来訪傾向。
- ⑤商店街に望む施設やサービスは、「買いたいと思える商品やサービスの充実」「ショッピングモールの創出」「憩いの場の創出」「イベントの開催」が多く見られる。
- ⑥「佐原のまちの人々」へは高評価を得ているが、他の評価項目は平均以下の評価。中でも「商店街のにぎやかさ」が最も低い。
- ⑦スタンプラリー調査によって調査した立ち寄り施設（商店街）のスタート地点は「佐原駅前商店街振興組合」が最も多く、次いで「東通り商店会」、「仲川岸商店会」の順となっている。
- ⑧立ち寄り施設（商店街）は、「東通り商店街」が最も多く、次いで、「佐原市忠敬通り商店街協同組合」、「中央商店会」となっている。8つの商店街すべてにおいて、5割以上の回答者が立ち寄っていることから、まちなか全域を巡る広範囲の回遊が確認できる。

1. 回答者の属性について

○回答者の年齢は、10代から70代まで幅広く分布している。特に「60代（26.7%）」が他の年齢層に比べて多く、50代以上のシニア・ヤングシニア層が6割を占めている。
 また、「女性（68.2%）」「男性（16.1%）」であり、女性の方が多くみられる。
 ○居住地は、7割り近くが「佐原市内」であった。「その他」の回答では、「千葉県（44人）」が最も多く、次いで「神奈川県（10人）」、「東京都（8人）」となっている。
 ○佐原のまちなかへの同行人数は、「1人」が突出して多くなっている。

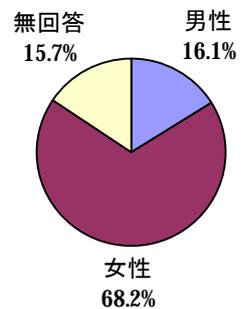
◆ 年齢

年齢	人数
10代	7
20代	11
30代	51
40代	21
50代	44
60代	63
70代以上	35
無回答	4
合計	236



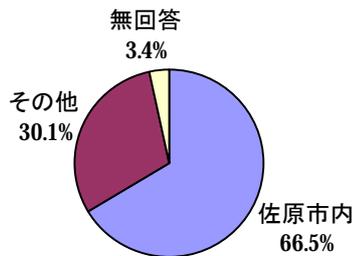
◆ 性別

性別	人数
男性	38
女性	161
無回答	37
合計	236



◆ 居住地

居住地	人数
佐原市内	157
その他	71
無回答	8
合計	236

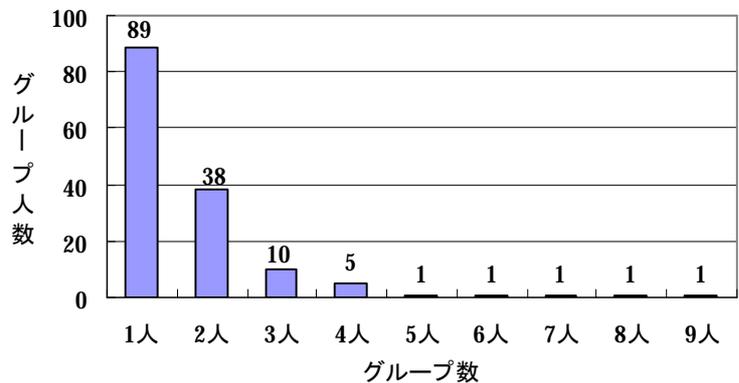


◆ その他の内訳

居住地	人数
千葉県	44
神奈川県	10
東京都	8
茨城県	5
静岡県	1
大阪府	1
鹿児島県	1
無回答	1
合計	71

◆ 同行人数

回答人数	回答者数	推定グループ数
1人	89	89
2人	75	38
3人	28	10
4人	19	5
5人	4	1
6人	3	1
7人	1	1
8人	8	1
9人	2	1
無回答	7	
合計	236	77



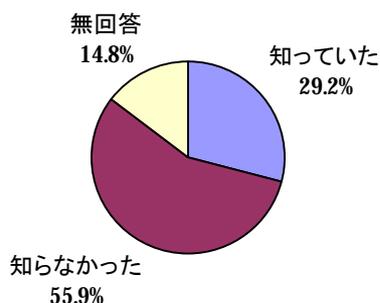
※推定グループ数：「回答者数/回答した人数」によって求めた（少数第1位切り上げ）。

2. ゼットやっぺい社の認知について

○「まちおこし会社（株）ゼットやっぺい社」については、半数以上の回答者が「知らなかった」と回答している。

◆ ゼットやっぺい社の認知状況

知っていた	69
知らなかった	132
無回答	35
合計	236

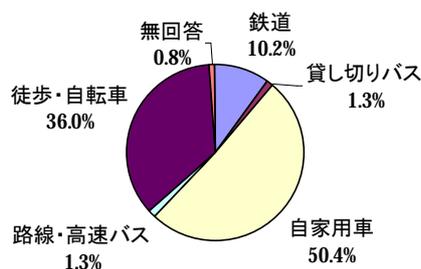


3. 商店街までの利用交通機関について

○商店街までの利用交通機関は、「自家用車（50.4%）」との回答が最も多く、次いで「徒歩・自転車（36.0%）」となっている。

◆ 利用交通機関

	(人)
鉄道	24
貸し切りバス	3
自家用車	119
路線・高速バス	3
徒歩・自転車	85
無回答	2
合計	236

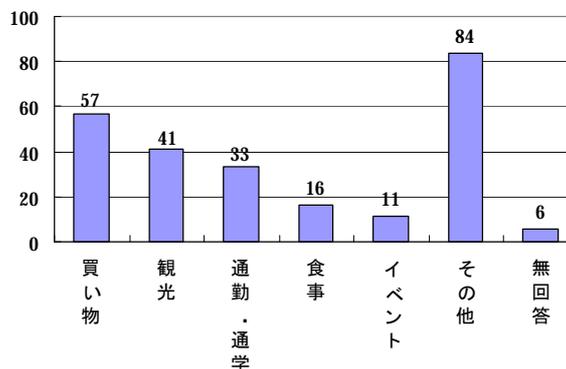


4. 商店街への来訪目的について

○商店街への来訪目的は、「買い物（57人）」が最も多く、次いで「観光（41人）」、「通勤・通学（33人）」となっている。その他の意見としては、「家族などの送迎」などの意見が挙げられている。

◆ 来訪目的（複数回答）

来訪目的	回答人数	割合
買い物	57	24.2%
観光	41	17.4%
通勤・通学	33	14.0%
食事	16	6.8%
イベント	11	4.7%
その他	84	35.6%
無回答	6	2.5%



◆ その他の意見

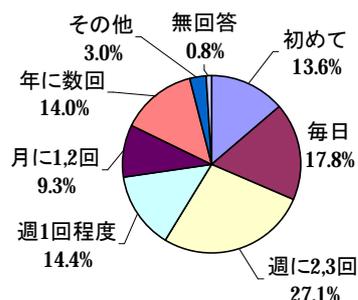
- ・ 家族などの送迎（7人）
- ・ 趣味（5人）
- ・ 記念館へ来訪（4人）
- ・ 散歩のため（3人）
- ・ 仕事のため（3人）
- ・ 同窓会が開催されたから（3人）
- ・ 試合があったため（2人）
- ・ ボランティア活動のため（2人）
- ・ 知人の訪問（1人）

5. 商店街への来訪頻度について

○商店街への来訪頻度を見ると、「週に2・3回（27.1%）」の回答が最も多く、次いで「毎日（17.8%）」、「週1回程度（14.4%）」となっており、比較的短い期間での再来訪傾向が見てとれる。

◆商店街への来訪頻度

	(人)
初めて	32
毎日	42
週に2,3回	64
週1回程度	34
月に1,2回	22
年に数回	33
その他	7
無回答	2
合計	236



6. 商店街の満足度について

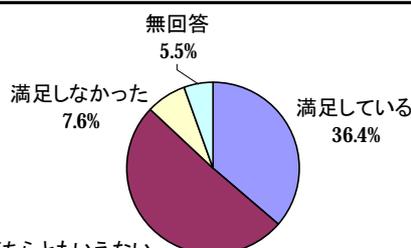
○商店街への満足度は「どちらともいえない（50.4%）」が最も多くなっており、次いで「満足している（36.4%）」となっている。

○来訪目的と満足度の関係を見てみると、来訪目的を「観光」「食事」「イベント」と答えた回答者においては、6割近く以上が「満足している」と回答している（観光：73.2%、食事56.3%、イベント：72.7%）。

○また、来訪頻度と満足度の関係においては、「初めて」や「月1・2回、年に数回」といった、比較的ロングタームでの再来訪者においては満足度が高いのに対し、「週1回以上」商店街に訪れている人の満足度は低くなっている。

◆商店街の満足度

	(人)
満足している	86
どちらともいえない	119
満足しなかった	18
無回答	13
合計	236



◆来訪目的×満足度

来訪目的	満足度			無回答	合計
	満足している	どちらともいえない	満足しなかった		
買い物	24 42.1%	31 54.4%	1 1.8%	1 1.8%	57 100.0%
観光	30 73.2%	9 22.0%	1 2.4%	1 2.4%	41 100.0%
通勤・通学	9 27.3%	22 66.7%	1 3.0%	1 3.0%	33 100.0%
食事	9 56.3%	5 31.3%	1 6.3%	1 6.3%	16 100.0%
イベント	8 72.7%	3 27.3%	0 0.0%	0 0.0%	11 100.0%

◆来訪頻度×満足度

来訪頻度	満足度			無回答	合計
	満足している	どちらともいえない	満足しなかった		
初めて	22 68.8%	8 25.0%	2 6.3%	0 0.0%	32 100.0%
週1回以上	27 19.3%	94 67.1%	11 7.9%	8 5.7%	140 100.0%
月に1・2回	32	16	4	3	55
年に数回	58.2%	29.1%	7.3%	5.5%	100.0%

7. 商店街に望む施設やサービスについて

○商店街に望む施設やサービスについては、「買いたいと思える商品やサービスの充実（106人）」がもっとも多く挙げられている。

○次いで多い項目としては、「ショッピングモールの創出（76人）」、「憩いの場の創出（61人）」、「イベントの開催（55人）」となっている。

○商店街に望む施設やサービスと回答者の来訪目的（回答の多かった、「買い物」「観光」「通勤・通学」）との関係を見てみると、

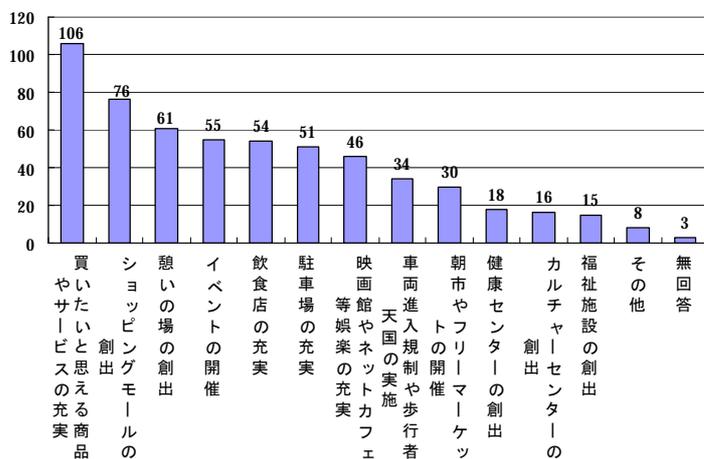
- ・「買い物」においては、「買いたいと思える商品やサービスの充実」との回答が52.6%と半数を超えている。
- ・「観光」においては、「買いたいと思える商品やサービスの充実（19.3%）」、「憩いの場の創出（19.3%）」との回答が最も多く、「ショッピングモールの創出」と答えた回答者の割合は低い。
- ・「通勤・通学」においては、「ショッピングモールの創出（36.8%）」が最も多くなっている。

◆商店街に望む施設・サービス（複数回答）

	回答人数	割合
買いたいと思える商品やサービスの充実	106	44.9%
ショッピングモールの創出	76	32.2%
憩いの場(公園や無料スペース)の創出	61	25.8%
イベントの開催	55	23.3%
飲食店の充実	54	22.9%
駐車場の充実	51	21.6%
映画館やネットカフェ等娯楽の充実	46	19.5%
車両進入規制や歩行者天国の実施	34	14.4%
朝市やフリーマーケットの開催	30	12.7%
健康センターの創出	18	7.6%
カルチャーセンターの創出	16	6.8%
福祉施設の創出	15	6.4%
その他	8	3.4%
無回答	3	1.3%

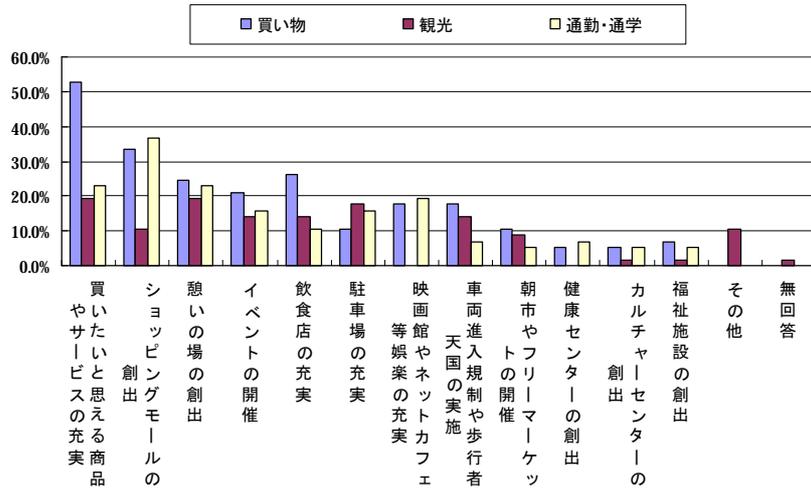
◆その他の意見

- ・魅力ある店の出店
- ・月に何度か、六斎市のように日を決め、川岸辺りで市（フリーマーケット）を設けるとよいのでは
- ・ペットOKの施設があると良い
- ・小野川の水を美しくしてほしい
- ・あまり作りすぎないで今のままが良い（作りすぎると魅力がなくなる）



◆商店街に望む施設・サービス×来訪目的

	買い物 N=57		観光 N=41		通勤・通学 N=33	
買いたいと思える商品やサービスの充実	30	52.6%	11	19.3%	13	22.8%
ショッピングモールの創出	19	33.3%	6	10.5%	21	36.8%
憩いの場(公園や無料スペース)の創出	14	24.6%	11	19.3%	13	22.8%
イベントの開催	12	21.1%	8	14.0%	9	15.8%
飲食店の充実	15	26.3%	8	14.0%	6	10.5%
駐車場の充実	6	10.5%	10	17.5%	9	15.8%
映画館やネットカフェ等娯楽の充実	10	17.5%	0	0.0%	11	19.3%
車両進入規制や歩行者天国の実施	10	17.5%	8	14.0%	4	7.0%
朝市やフリーマーケットの開催	6	10.5%	5	8.8%	3	5.3%
健康センターの創出	3	5.3%	0	0.0%	4	7.0%
カルチャーセンターの創出	3	5.3%	1	1.8%	3	5.3%
福祉施設の創出	4	7.0%	1	1.8%	3	5.3%
その他	0	0.0%	6	10.5%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	1	1.8%	0	0.0%



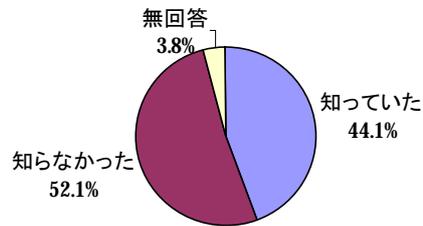
8. まちなかめぐりラリー（スタンプラリー）開催の認知・認知方法のについて

○まちなかめぐりラリー（スタンプラリー）の開催は、半数以上の回答者が「知らなかった（52.1%）」と答えている。

○また、まちなかめぐりラリーを「知っていた」と答えた回答者の認知方法は、「チラシ（46人）」、「現地に来てから（40人）」が多い。

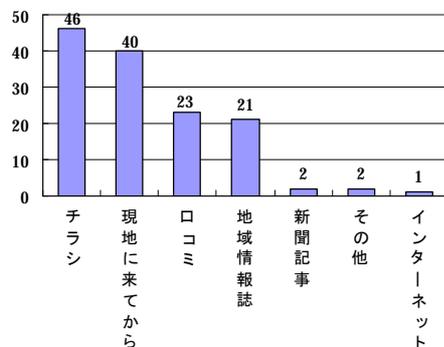
◆まちなかめぐりラリーの認知状況

	(人)
知っていた	104
知らなかった	123
無回答	9
合計	236



◆認知方法（複数回答）

認知方法	(人)
チラシ	46
現地に来てから	40
口コミ	23
地域情報誌	21
新聞記事	2
その他	2
インターネット	1



9. 佐原のまちなかを巡ってみた印象について…来街者からの“つうしんぼ(通信簿)”

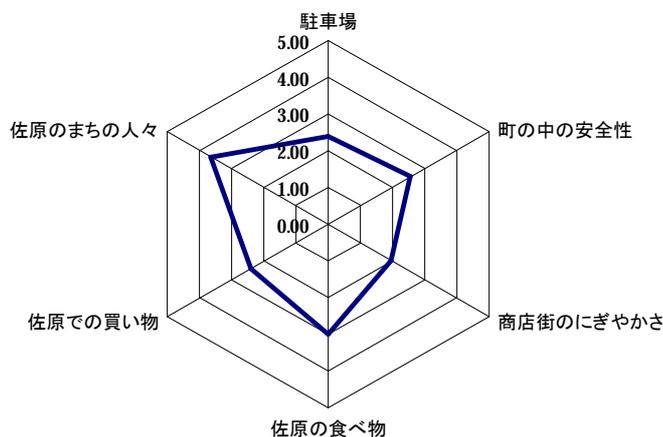
来街者に対して「駐車場」「町の中の安全性（歩きやすさ）」「商店街のにぎやかさ」「食べ物」「買い物」「まちの人々」の6項目について5点満点で評価していただいた。それぞれ毎の評価は、「5」が大変よい、逆に「1」がもっとがんばりましょう、という言わば来街者からの通信簿と見ることができる。

点数の見方としては、「3」は平均的な評価であり、標準偏差が大きい評価項目は、評価にバラツキがあることを示している。逆に標準偏差が小さい評価項目は、多くの来館者が同じような評価をしていることを示している。なお評価の表現方法は、6つの評価項目をレーダーチャートとして取りまとめている。

○6項目のうち、「佐原のまちの人々（3.66点）」だけが平均的評価である3.0点より上回っているものの、他の評価項目は平均以下の評価がされている。
○中でも「商店街のにぎやかさ」の評価平均点が1.95点となっており、最も低くなっている。標準偏差も小さくなっていることから、佐原に訪れた多くの方々が「商店街のにぎやかさ」に対する評価が低いといえる。

◆佐原を観光した印象

項目	平均点	標準偏差
駐車場	2.39	1.08
町の中の安全性	2.55	1.17
商店街のにぎやかさ	1.95	0.97
佐原の食べ物	3.00	1.03
佐原での買い物	2.43	1.16
佐原のまちの人々	3.66	1.03



10. 佐原での回遊性について

○スタンプラリー調査によって調査した立ち寄り施設（商店街）のスタート地点は（有効回答数 90 票）、「佐原駅前商店街振興組合（28.9%）」が最も多く、次いで「東通り商店会（28.9%）」、「仲川岸商店会（16.7%）」の順となっている。

○立ち寄り施設（商店街）は、「東通り商店街（82.2%）」が最も多く、次いで、「佐原市忠敬通り商店街協同組合（81.1%）」「中央商店会（78.9%）」の順となっている。また、8つの商店街すべてにおいて、5割以上の回答者が立ち寄っていることから、まちなか全域を巡る広範囲の回遊が確認できる。

○立ち寄り施設（商店街）の上位3位のスタート地点からの回遊ルートとしては、

- ・「佐原駅前商店街振興組合（28.9%）」からは、「東通り商店会」、「仲川岸商店会」へと向かうルートが最も多く見られる。
- ・「東通り商店会（28.9%）」からは、「横宿商店会」、「中央商店会」へと南へ向かうルートが多く見られる。
- ・「仲川岸商店会（16.7%）」からは、「佐原駅前商店街振興組合」、「東通り商店会」へと向かうルートが最も多く見られる。

◆スタンプラリー スタート地点

商店街名	回答人数	割合
佐原駅前商店街振興組合	26	28.9%
東通り商店会	26	28.9%
仲川岸商店会	15	16.7%
共栄商店会	9	10.0%
中央商店会	8	8.9%
佐原市忠敬通り商店街協同組合	6	6.7%
銀座商店会	0	0.0%
横宿商店会	0	0.0%

◆立ち寄り地点

商店街名	回答人数	割合
東通り商店会	74	82.2%
佐原市忠敬通り商店街協同組合	73	81.1%
中央商店会	71	78.9%
佐原駅前商店街振興組合	63	70.0%
横宿商店会	58	64.4%
共栄商店会	58	64.4%
仲川岸商店会	53	58.9%
銀座商店会	46	51.1%

◆回遊ルート

No.	店名	⇒	No.	商店街名	回答人数	割合	⇒	No.	商店街名	回答人数	割合
1	佐原駅前商店街振興組合 回答人数:26 28.9%	⇒	3	東通り商店会	16	17.8%	⇒	2	仲川岸商店会	10	11.1%
							⇒	5	横宿商店会	2	2.2%
								-	無回答	4	4.4%
		⇒	2	仲川岸商店会	3	3.3%	⇒	4	銀座商店会	3	3.3%
		⇒	5	横宿商店会	3	3.3%	⇒	6	中央商店会	3	3.3%
		⇒	7	佐原市忠敬通り商店街協同組合	3	3.3%	⇒	8	共栄商店会	2	2.2%
							⇒	5	横宿商店会	1	1.1%
⇒	4	銀座商店会	1	1.1%	⇒	6	中央商店会	1	1.1%		

No.	店名	No.	商店街名	回答人数	割合	No.	商店街名	回答人数	割合
3	東通り商店会 回答人数:26 28.9%	⇒ 5	横宿商店会	15	16.7%	⇒ 6	中央商店会	14	15.6%
		⇒ 1	佐原駅前商店街 振興組合	7	7.8%	⇒ -	無回答	7	7.8%
		⇒ 8	共栄商店会	3	3.3%	⇒ 5	横宿商店会	1	1.1%
		⇒ 6	中央商店会	1	1.1%	⇒ 7	佐原市忠敬通り商店街 協同組合	1	1.1%
		⇒ -	無回答	1	1.1%	⇒ -	無回答	1	1.1%

No.	店名	No.	商店街名	回答人数	割合	No.	商店街名	回答人数	割合
2	仲川岸商店会 回答人数:15 16.7%	⇒ 1	佐原駅前商店街 振興組合	5	5.6%	⇒ 3	東通り商店会	4	4.4%
		⇒ 3	東通り商店会	3	3.3%	⇒ 7	佐原市忠敬通り商店街 協同組合	1	1.1%
		⇒ 4	銀座商店会	3	3.3%	⇒ 1	佐原駅前商店街 振興組合	3	3.3%
		⇒ 7	佐原市忠敬通り商店街 協同組合	2	2.2%	⇒ 6	中央商店会	3	3.3%
		⇒ 8	共栄商店会	1	1.1%	⇒ 8	共栄商店会	2	2.2%
		⇒ 7	佐原市忠敬通り商店街 協同組合	1	1.1%	⇒ 7	佐原市忠敬通り商店街 協同組合	1	1.1%
		⇒ -	無回答	1	1.1%	⇒ -	無回答	1	1.1%

◆スタート地点上位3位からの回遊ルート

