資料６

令和元年度 市民アンケート調査結果

中心市街地の来街者に対し、中心市街地の利用状況、ニーズ、評価などを把握し、基礎資料とするためアンケート調査を実施した。

調査の概要は次のとおりである。

調査手法	タブレットを使った対面式調査（自記式）
調査日	令和元年 10 月 24 日（木）・25 日（金）・26 日（土）・28 日（月）・29 日（火）
調査時間	10:00 から 17:00 まで（7 時間）
調査地点	山形駅自由通路、山交ビル前、アズ七日町前、市役所エントランス（26 日は除く）の 4 地点
調査対象	高校生以上の来街者
回収数	1,503 票（10/24:273 票、10/25:313 票、10/26:368 票、10/28:240 票、10/29:309 票）

アンケート結果を次頁以降に示す。

なお、結果の見方は次のとおりである。

・図表の中のＮ（number of cases の略）は、質問に対する回答者数であり、回答比率における 100.0%に相当する。

・回答の構成比は百分率であらわし、小数点第２位を四捨五入して算出している。
従って、単一選択式の質問においては、回答比率を合計しても 100.0%にならないことがある。また、回答者が２つ以上の回答をすることができる多肢選択式の質問においては、各設問の調査数を基数として算出するため、全ての選択肢の比率を合計すると 100.0%を超える。

・集計表・グラフ及び文章中では、選択肢の語句を一部簡略化してあらわしている場合がある。

・集計表の網掛けは、その行のなかで最も高い数値をあらわしている。また、複数の網掛けの場合は濃い方が高い。ただし、「その他」や「無回答」はのぞく。

・本文中の『・・・』は２つ以上の選択肢を合わせたことをあらわしている。

・集計表の数値について、Ｎの列は実数（件）、他の列は割合（%）を表している。

（１）来街者アンケートプロフィール

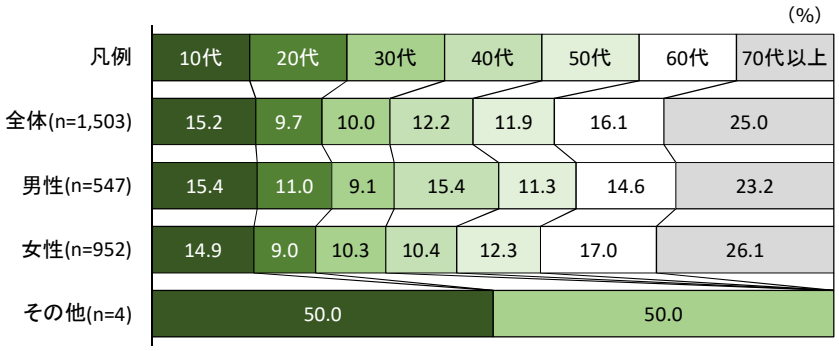
- 年齢について、「60 代」「70 代以上」がおよそ４割を占めるが、他の年代も決して少なくない。幅広い年齢の方が中心市街地を訪れていることがうかがえる。
- 性別について、「女性」と「男性」の比率はおよそ６：４で、女性の方が多い。
- 居住地について、「山形市内（中心市街地）」が約 44%を占める。これに「山形市（中心市街地以外）」とを合わせた『山形市内居住者』は約 76%にのぼる。駅に近い調査地点ほど「市外」と「県外」とを合わせた『山形市外居住者』の割合が高まる。
- 職業について、市役所は「会社員」と「無職」が、アズ七日町は「専業主婦」が、山形駅自由通路は「高校生」の占める割合がそれぞれ高い。

①年齢・性別

・年齢についてみると、「70 代以上」が 25.0%で最も多く、次いで「60 代」16.1%、「10 代」15.2%と続く。

・性別は「男性」が 36.4%、「女性」が 63.3%と、「女性」の占める割合が「男性」より高い。

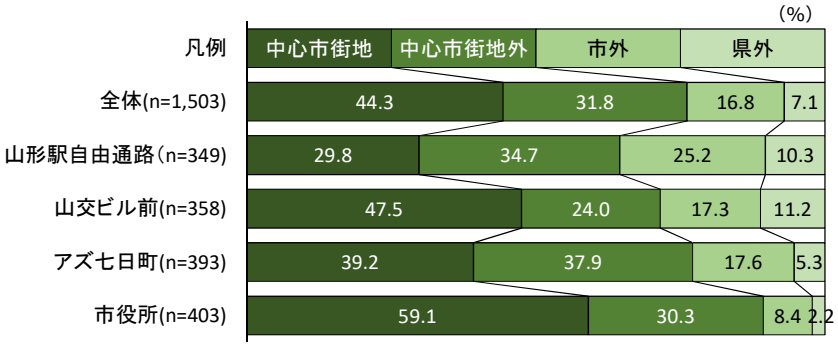
・性・年齢別でみると、男性は「40 代」以下の世代が多いのに対し、女性は「50 代」以上の世代が多い。



②居住地

・居住地についてみると、「山形市内（中心市街地）」が 44.3%を占め、「山形市（中心市街地以外）」が 31.8%となっている。これらを合わせた『山形市内の居住者』は 76.1%にのぼる。一方、「市外」は 16.8%、「県外」が 7.1%で、これらを合わせた『山形市外の居住者』は 23.9%となっている。

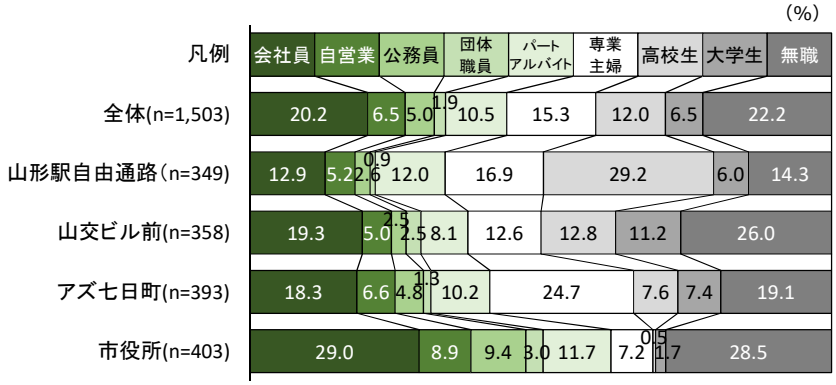
・調査地点別にみると、駅に近い調査地点ほど「市外」・「県外」の占める割合が高い。



③職業

・職業についてみると、「無職」が 22.2%で最も多く、次いで「会社員」20.2%、「専業主婦」15.3%、「高校生」12.0%などとなっている。

・調査地点別にみると、市役所は「会社員」と「無職」が、アズ七日町は「専業主婦」が、山形駅自由通路は「高校生」の占める割合がそれぞれ高くなっている。



（２）アンケート結果

来街者の 行動特性	● 来街の際の利用交通手段について、全体では「自動車」がおよそ４割を占める。中心市街地外の居住者は公共交通の利用率が比較的高い。 ● 来街目的について、「買い物」が約 66%、「飲食（昼）」が約 31%、「飲食（夜）」が 18%となっている。中心市街地内居住者は「飲食（夜）」「病院」「官公庁」といった項目も高く、中心市街地の利便性を享受していることがうかがえる。 ● 平均消費額は 5,000 円未満がおよそ６割を占める。県外居住者は県内居住者に比べて平均消費額が高い傾向がある。 ● 回遊状況について、立寄り箇所数「２か所」が約 43%と最多。県外居住者は立寄り箇所数「４か所以上」が約 22%と高く、街なかを回遊する観光客は少なくない。 ● ２名以下の少人数がおよそ８割を占める。同伴者がいる場合は「家族」や「友人（恋人含む）」が多い。 ● 来街する頻度について、「週１回程度」（約 25%）や「月１回程度」（約 24%）が多く、その来街頻度は中心市街地からの距離に比例する傾向がうかがえる。 ● 滞在時間は 3 時間以内が約 75%と大半を占める。
評価・認知度	● 魅力・賑わい・楽しめるものの充実といった中心市街地の評価は軒並み低い。『市内居住者』よりも市外・県外居住者といった外からの評価が高い傾向がある。 ● 中心市街地の活性化推進について、「推進すべき」が 81.3%と圧倒的多数を占めており、中心市街地活性化の意識は高い。 ● 各事業の認知状況について、「まるごと館 紅の蔵」が 75.4%で最も認知されており、次いで「べにちゃんバス」71.9%、「山形まなび館」66.1%が続く。一方、最も認知されていないのは「やまがた街なか情報発信サイト」で１割に満たない。 ● 中心市街地の取り組みの評価について、「良い」（26.6%）と「やや良い」（25.5%）を合わせた『良い』との評価は 52.1%で過半数を占める。
中心市街地 のニーズ	● 中心市街地にほしい店舗・業種・機能について、「百貨店」が約 30%で最多。次いで「カフェ」約 25%、「娯楽施設」22%などが続く。
居住意向	● 中心市街地に「住んでみたい・住みたい」と思う人の割合は全体でおよそ４割。中心市街地内居住者に限れば約 51%と過半数を占める。

①中心市街地に来街する際の利用交通手段（複数回答）

普段、中心市街地に来街する際の利用交通手段（複数選択可）

・中心市街地を訪れる際の利用交通手段ついてきいたところ、「自動車」が 41.8%で最も多く、次いで「徒歩」27.3%、「路線バス」19.5%などとなっている。

・居住地別でみると、中心市街地外の居住者は「自動車」のほか、「路線バス」や「ベニちゃんバス」の割合も高くなっている。また、市外・県外の居住者は「鉄道」の割合が高くなる。

(%)

	N	自動車	ベニちゃんバス	路線バス	鉄道	タクシー	バイク	自転車	徒歩	無回答
全体	1,503	41.8	9.8	19.5	11.8	2.7	0.6	14.0	27.3	0.9
中心市街地	666	39.0	10.1	13.8	3.3	1.8	0.6	17.9	36.2	1.7
中心市街地外	478	48.5	13.4	28.2	5.2	4.2	0.4	14.4	23.2	0.4
市外	253	42.7	0.0	17.4	32.8	0.0	0.4	5.9	0.0	8.7
県外	106	26.4	0.0	20.8	44.3	7.5	1.9	6.6	0.0	10.4

②中心市街地への来街目的（複数回答）

普段の中心市街地での行動（複数選択可）

・中心市街地を訪れる目的についてきいたところ、「買い物」が 65.9%で最も多く、次いで「飲食(昼)」30.7%、「飲食(夜)」18.0%などとなっている。また、「仕事」「病院」「イベント」「官公庁」も一定の割合を占める。

・居住地別でみると、中心市街地内居住者は「飲食(夜)」「病院」「官公庁」といった項目も高く、中心市街地の利便性を享受していることがうかがえる。また、中心市街地外居住者は「買い物」「飲食(昼)」のほか、「カルチャー教室や習い事」「病院」「イベント」「官公庁」「娯楽」「子育て関係」といった項目が全体より高い。このほか、市外は「通学」、県外は「観光」などの割合が高い。

(%)

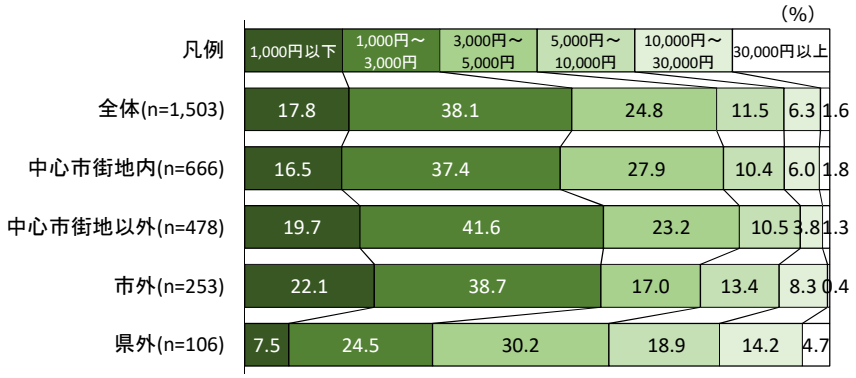
	N	買い物	飲食(昼)	飲食(夜)	カルチャー教室や習い事	仕事	病院	イベント	観光	通学	官公庁	娯楽	子育て関係	理美容	要件はなく、なんとなく	無回答
全体	1,503	65.9	30.7	18.0	7.6	16.3	12.7	12.2	3.8	6.7	12.2	5.5	1.5	3.0	7.5	0.5
中心市街地	666	69.5	30.9	23.1	6.8	18.0	13.7	10.4	1.2	5.0	14.3	4.5	1.7	4.1	8.0	0.2
中心市街地外	478	66.5	31.0	13.2	10.7	14.9	16.1	14.0	1.5	3.8	15.5	7.5	2.1	2.3	7.9	0.4
市外	253	64.0	30.8	13.4	5.5	11.9	7.1	14.2	3.6	18.2	4.3	4.0	0.0	2.0	5.5	0.4
県外	106	45.3	28.3	18.9	3.8	22.6	4.7	11.3	31.1	2.8	2.8	5.7	1.9	1.9	6.6	2.8

③中心市街地での平均消費額

普段の中心市街地での平均使用料金

・中心市街地での平均消費額についてきいたところ、「1,000 円～3,000 円」が 38.1%で最も多く、次いで「3,000 円～5,000 円」24.8%などとなっている。

・居住地別でみると、県外居住者は消費額が高い傾向がうかがえる。



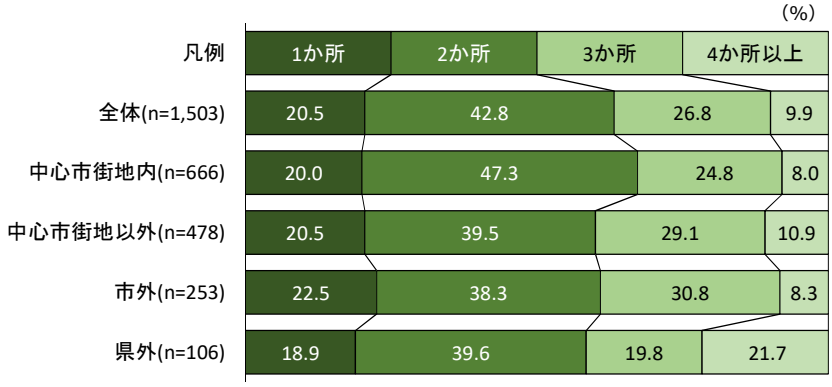
④中心市街地の回遊状況

＜中心市街地での立寄り箇所数＞

普段の中心市街地での立寄り箇所数

・中心市街地での立寄り箇所数についてきいたところ、「２か所」が 42.8%で最も多く、次いで「３か所」26.8%、「１か所」20.5%と続く。

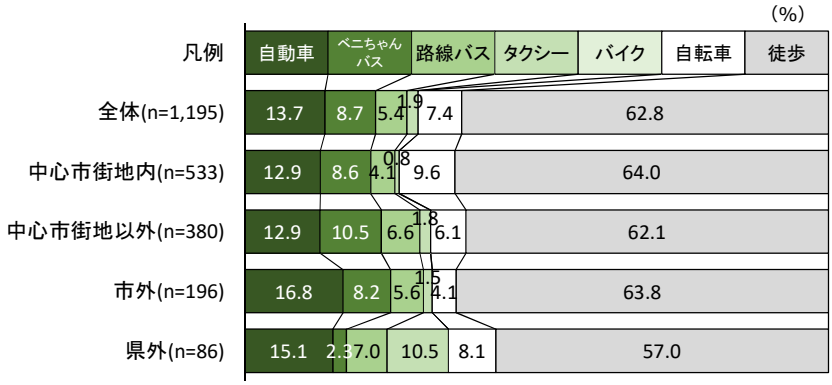
・居住地別でみると、県外居住者は立寄り箇所数「４か所以上」が 21.7%と高く、より回遊していることがうかがえる。



＜街なかを回遊する際に利用する交通手段＞(立寄り箇所数２箇所以上限定)

街なかを回遊する際に利用する交通手段はなんですか？

このうち、回遊に際して利用している交通手段についてきいたところ、「徒歩」が 62.8%と圧倒的に高くなっている。



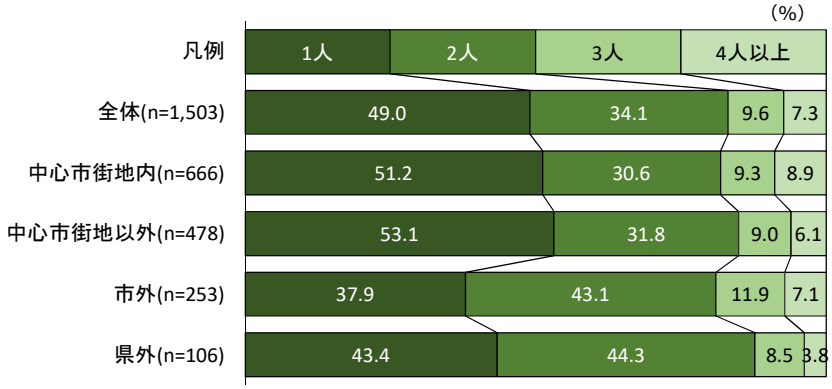
⑤同伴者

＜平均同伴人数＞

普段の中心市街地での平均同伴人数

・平均同伴人数ついてきいたところ、「１人」が 49.0%と最も多く、次いで「２人」34.1%と続く。

・居住地別でみると、市外、県外居住者は「２人」の割合が高くなっている。

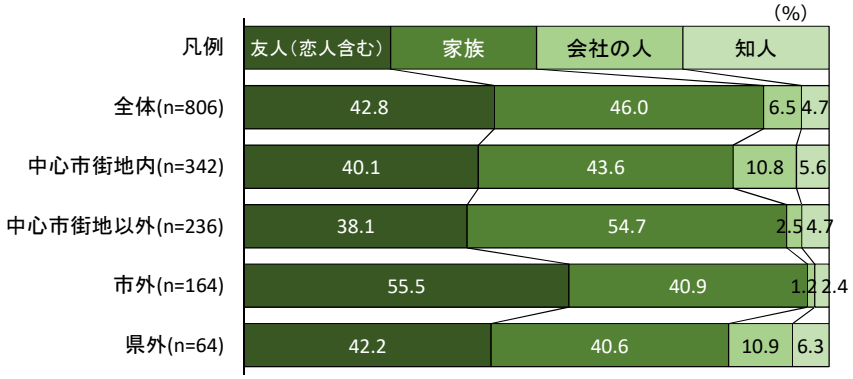


＜主な同伴者＞(同伴者数２人以上限定)

主に同伴される方は誰ですか。

・主な同伴者ついてきいたところ、「家族」が 46.0%と最も多く、次いで「友人（恋人含む)」42.8%と続く。

・居住地別でみると、中心市街地外居住者は「家族」が 54.7%と過半数を超え、市外居住者は「友人（恋人含む)」が 55.5%と過半数を超えている。

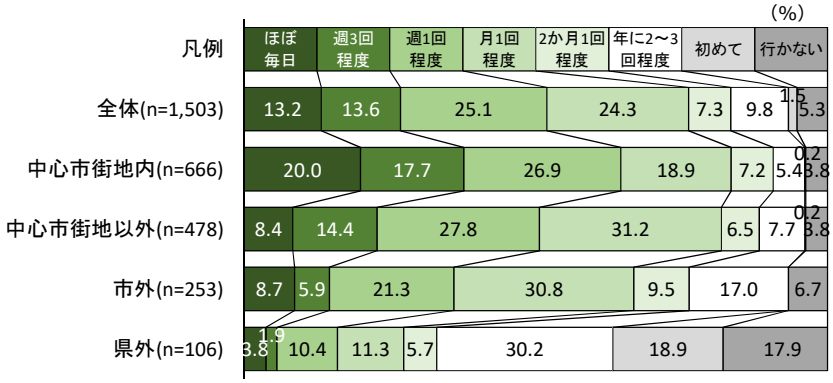


⑥中心市街地への来街頻度

仕事以外で、中心市街地に来街する頻度

・来街頻度ついてきいたところ、「週１回程度」が 25.1%と最も多く、次いで「月１回程度」24.3%と続く。

・居住地別でみると、その来街頻度は中心市街地からの距離に比例する傾向がうかがえる。

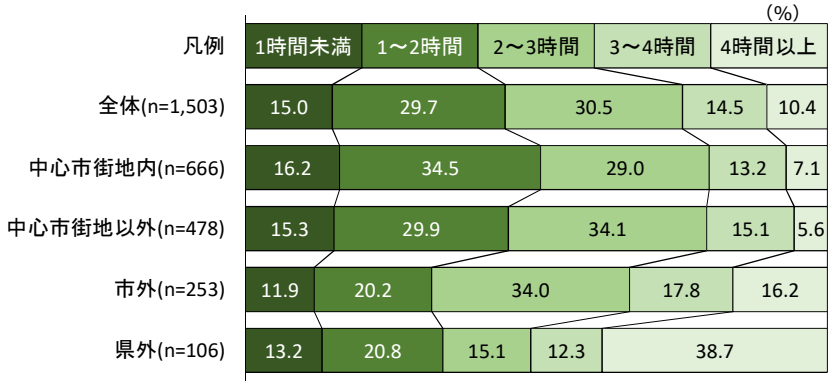


⑦中心市街地での滞在時間

仕事以外で、中心市街地での滞在時間

・滞在時間ついてきいたところ、「2～3 時間」が 30.5%と最も多く、次いで「1～2 時間」29.7%、「１時間未満」15.0%と続く。

・居住地別でみても、県外を除き「2～3 時間」が主流となっている。



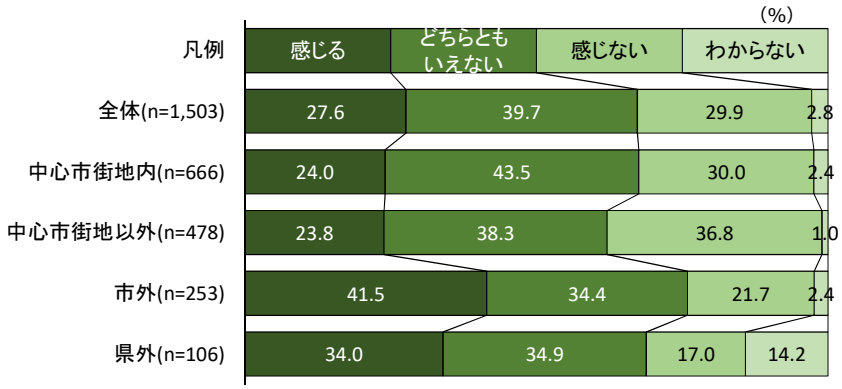
⑧中心市街地の評価

＜中心市街地に魅力を感じているか＞

中心市街地に魅力を感じていますか？

・中心市街地に魅力を感じているかきいたところ、「感じる」が 27.6%、「感じない」が 29.9%と、評価が分かれる結果となった。

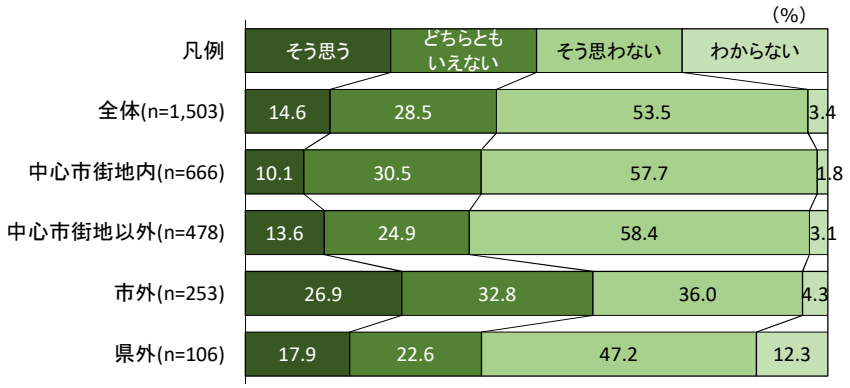
・居住地別でみると、市外や県外の居住者の方が『山形市内居住者』よりも中心市街地に魅力を感じている。



＜中心市街地に「賑わいがある」と感じているか＞

中心市街地に「賑わいがある」と感じていますか？

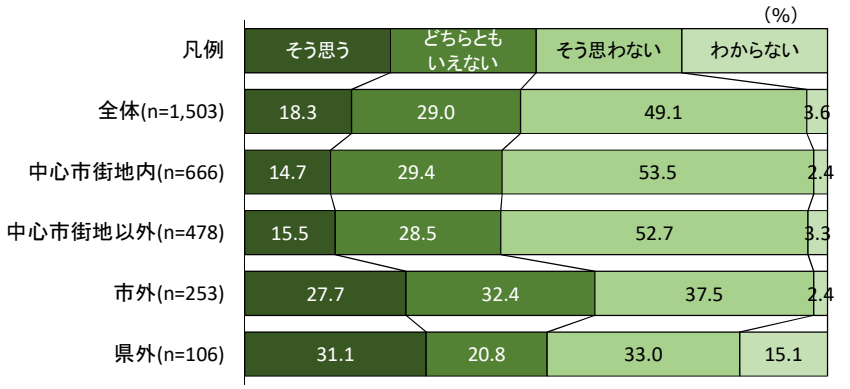
・中心市街地に「賑わいがある」と感じているかをきいたところ、「そう思わない」と答えた割合が 53.5％と過半数を超えた。これに対し、「そう思う」は 14.6％にとどまった。
・居住地別でみると、中心市街地内居住者は 57.7％の方が賑わいがないと感じている。
・第２期計画策定時のアンケート結果と比べると、賑わいがあると感じている割合は、19％→14.6％と 4.4 ポイント下がり、賑わいがないと感じている割合が 40％→53.5％と 13.5 ポイント上がっている。



＜街の機能として「楽しめるものが充実している」と感じているか＞

街の機能として「楽しめるものが充実している」と感じていますか？

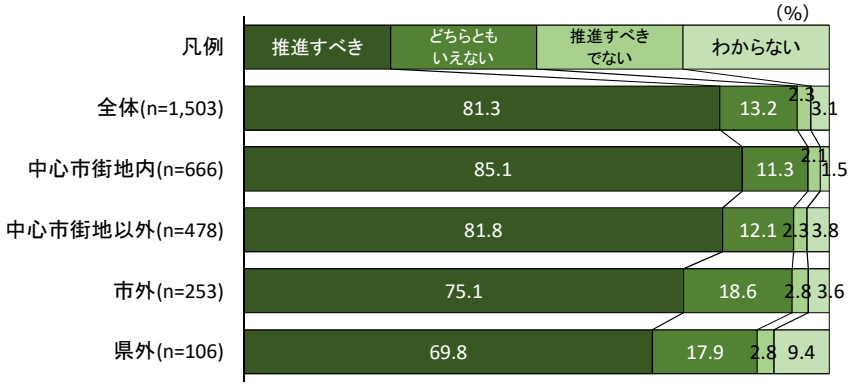
・中心市街地に「楽しめるものが充実している」と感じているかをきいたところ、「そう思わない」と答えた割合が 49.1％となっている。これに対し、「そう思う」は 18.3％にとどまっている。
・居住地別でみると、市内の居住者より市外・県外の居住者の方が「そう思う」と回答した割合が高い。
・第２期計画策定時のアンケート結果と比べると、充実していると感じている割合は 31％→18.3％と 12.7 ポイント下がり、充実していないと感じている割合が 28％→49.1％と 21.1 ポイント上がっている。



＜中心市街地の活性化推進について＞

中心市街地の活性化推進について

・中心市街地の活性化推進についてきいたところ、「推進すべき」と答えた割合が 81.3%と圧倒的多数を占めた。これに対し、「推進すべきでない」はわずか 2.3%にすぎない。
・居住地別でみると、中心市街地内居住者は「推進すべき」との回答が 85.1%と最も高い。
・第２期計画策定時のアンケート結果と比べると、推進すべきと考える方は 83%→81.3%と８割超を維持しており、中心市街地活性化に対する意識の高さがうかがえる。



＜各中心市街地活性化事業の認知状況＞

山形市の街なかを活性化するために実施している次の事業のうち知っているものはありますか？（複数選択可）

・山形市の街なかを活性化するために実施している各事業についてその認知状況を確認したところ、「まるごと館 紅の蔵」が 75.4%で最も認知されており、次いで「べにちゃんバス」71.9%、「山形まなび館」66.1%が続き、「水の町屋七日町御殿堰」や「256」も過半数を占める。一方、最も認知されていないのは「やまがた街なか情報発信サイト」で、9.0%と１割に満たない結果となった。
・居住地別でみると、『山形市内居住者』はその認知の程度に差はあるものの、全体の傾向と大きな違いは見受けられない。一方、県外居住者にとっては、「水の町屋七日町御殿堰」の方が「山形まなび館」よりも認知されている。

(%)

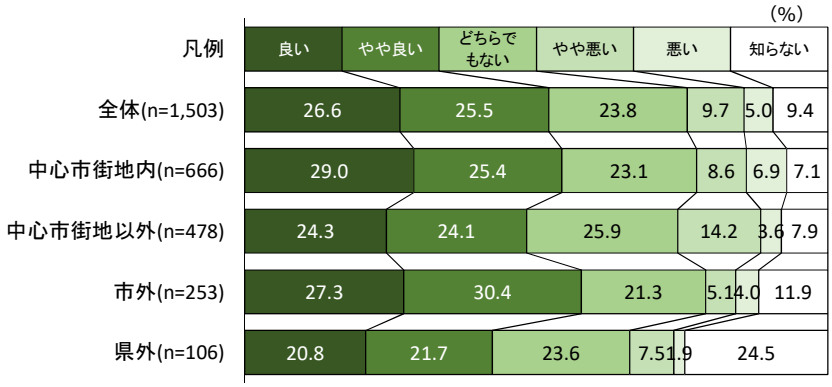
	N	山形まるごと館 紅の蔵	山形まなび館	水の町屋七日町御殿堰	256(スーパー)	とんがりビル	gura	七日町商店街駐車場(N-GATE)	べにちゃんバス	やまがた街なか出店サポートセンター	やまがた街なか情報発信サイト	無回答
全体	1,503	75.4	66.1	58.7	55.1	23.2	34.7	39.1	71.9	19.4	9.0	8.5
中心市街地	666	83.0	75.5	65.8	66.2	31.2	44.7	47.4	80.0	27.0	12.3	4.1
中心市街地外	478	85.4	74.7	68.6	63.4	22.4	36.6	42.5	79.3	17.6	8.2	3.3
市外	253	53.4	45.1	36.8	29.6	12.6	16.6	24.5	53.8	9.9	5.5	16.6
県外	106	34.9	17.9	22.6	8.5	0.9	5.7	6.6	31.1	1.9	0.9	40.6

＜取り組みの評価＞

中心市街地の取り組みの評価について

・中心市街地の取り組みの評価についてきいたところ、「良い」が 26.6%で最も高く、次いで「やや良い」25.5%が続く。これらを合わせた『良い』との評価は 52.1%で過半数を占める。一方、「やや悪い」と「悪い」とを合わせた『悪い』は 14.7%であった。

・居住地別でみると、いずれも『良い』と答えた割合の方が『悪い』と答えた割合よりも高い。なお、中心市街地内居住者の『良い』と答えた割合は 54.4%、『悪い』と答えた割合は 15.5%となっている。



⑨中心市街地にほしい店舗・業種・機能

中心市街地にほしい店舗・業種・機能（複数選択可）

・中心市街地にほしい店舗・業種・機能をきいたところ、「百貨店」が 30.4%と最も多く、次いで「カフェ」24.9%、「娯楽施設」22.0%などとなっている。

・居住地別でみると、中心市街地外や県外者において「飲食店（昼)」のニーズが高まるものの、全体的に大きな違いは見受けられない。

(%)

	全体	中心市街地内	中心市街地外	市外	県外
N	1,503	666	478	253	106
第 1 位	百貨店 30.4	百貨店 32.7	百貨店 29.3	カフェ 30.4	百貨店 28.3
第 2 位	カフェ 24.9	カフェ 25.7	飲食店（昼） 21.8	百貨店 27.3	飲食店（昼） 23.6
第 3 位	娯楽施設 22.0	娯楽施設 22.1	カフェ 21.3	娯楽施設 26.5	カフェ 22.6
第 4 位	飲食店（昼） 21.2	専門店 20.3	娯楽施設 21.1	専門店 23.3	スーパー、コンビニ 19.8
第 5 位	専門店 20.3	飲食店（昼） 19.7	専門店 20.7	飲食店（昼） 22.9	休憩所、ベンチ 17.9

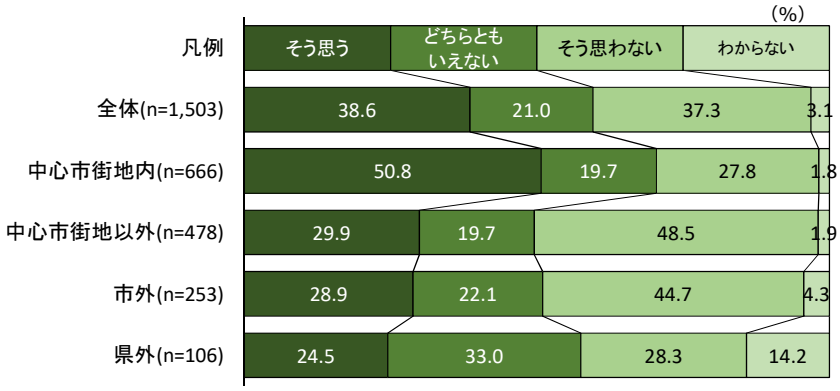
⑩中心市街地の居住意向

中心市街地に「住んでみたい・住みたい」と思いますか？

・中心市街地の居住意向をきいたところ、「そう思う」と答えた割合が 38.6%、「そう思わない」と答えた割合が 37.3%で拮抗している。

・居住地別でみると、中心市街地内居住者は「そう思う」と答えた割合が 50.8%と過半数を占める。一方、中心市街地外居住者は「そう思わない」と答えた割合が 48.5%にのぼり、「そう思う」より 18.6 ポイント上回っている。

・第２期計画策定時のアンケート結果と比べると、居住意向のある方は 28%→38.6%と 10.6 ポイント上がっており、街なかへの居住志向が高まっていることがうかがえる。



⑪中心市街地におけるキャッシュレス対応に向けた意向調査

キャッシュレス対応になってほしいものはありますか？（複数回答可）

・キャッシュレス対応を望むものとして、全体では「バス」が 36.7%と多く、次いで「電車」27.4%「飲食店」24.2%となっている。

・居住者別にみると、市内及び市外居住者で、いずれも「バス」、「電車」、「飲食店」が上位を占めており、次いでいずれも「駐車場」となっている。

・県外居住者は全て交通系の「バス」、「電車」、「タクシー」が上位を占め、次いで「飲食店」となっている。

・県外居住者で、「バス」が 49.1%と「電車」の 39.6%を超えているのは、電車は事前にチケット購入による対応がある程度出来るのに対し、市内での移動手段である「バス」がキャッシュレス対応になっていないことに対しての要望であることが見受けられる。

・この質問項目に対しての「無回答」が 32.9%となっており、その 75.6%が 60 代以上の方々で占めている。

〔居住地別〕 (%)

	N	バス	電車	タクシー	駐車場	飲食店	小売店	サービス業	宿泊施設	公共施設
全体	1,503	36.7	27.4	17.2	20.9	24.2	16.2	12.8	11.2	12.4
中心市街地	666	37.4	25.4	17.3	22.4	24.0	14.9	11.7	11.1	11.7
中心市街地外	478	34.1	21.8	13.4	19.9	22.4	16.5	12.8	8.6	11.1
市外	253	34.8	38.3	17.0	21.7	25.7	17.0	14.2	13.8	14.6
県外	106	49.1	39.6	34.0	14.2	29.2	21.7	16.0	17.0	17.9

（３）アンケートから導き出される課題

＜来街者の行動特性からみる課題＞

・中心市街地の来街目的は「買い物」や「飲食」に大きく偏っており、また、中心市街地内での立寄り箇所数も「２か所」が主流となっている。現状は中心市街地の利便性や歴史文化資源を活かしきれているとは言い難く、回遊を促す仕掛けや効果的な情報発信が必要である。

・来街の際の利用交通手段について、「自動車」の利用割合が依然として高いものの、「路線バス」「ベニちゃんバス」「自転車」「徒歩」といった「自動車」以外の交通手段の割合も決して少なくない。環境整備による利便性向上と共に利用を促す情報発信を進め、街なかの回遊や交流人口の増加につなげていく必要がある。

＜中心市街地の評価からみる課題＞

・中心市街地の取り組み自体は評価されているものの、その効果についての評価は総じて高くない。賑わいを感じているのは約 15%、楽しめるものが充実していると感じているのは約 18%で、中心市街地に魅力を感じている人は約 28%といずれも低調となっている。特に中心市街地内に居住する人の評価が低く、居住者自らが誇りを持てるまちづくりが求められる。なお、中心市街地の活性化推進を支持する割合は全体で８割を超える。

・中心市街地活性化の各事業は、認知状況に格差が出ている。第１期計画における三つの新名所や中心市街地のモビリティについては既に定着しているほか、第２期計画に位置付けられた整備施設も認知が進んでいる様子がうかがえるなか、「やまがた街なか出店サポートセンター」と「やまがた街なか情報発信サイト」はあまり認知されていない。事業の効果、成果などを広く周知していく必要がある。

＜中心市街地のニーズにおける課題＞

・十字屋山形店の閉店が記憶に新しいなかの調査であったこともあり、中心市街地に必要なものとして「百貨店」を挙げる人が多い。地方都市における百貨店が持つ「まちの中心」「ハレの場」「格の高さ」などの役割は代替がきかないことから、地元の商店街との連携や地域の盛り上げは不可欠である。

・街なかでの滞在時間の延長にもつながる「カフェ」や「娯楽施設」、中心市街地の個性化につながる「専門店」を挙げる人も比較的多いことから、出店につながる支援、情報発信が必要である。

＜中心市街地の居住における課題＞

・中心市街地内居住者における居住意向は過半数を超えることから、引き続き生活利便性の向上に努める必要がある。

・中心市街地内に居住する人で中心市街地内の居住を望む層に加え、態度を保留する層も一定程度いるため、住宅情報の提供や住宅取得の支援等の取組が必要である。