

## 商店街店舗魅力向上支援事業、商店街等需要喚起緊急支援事業喚起、商店街等モデル創出普及事業 来街者アンケート調査結果概要

### 1. 調査目的

大阪府では、コロナ禍の影響が続く中、地域商業や地域コミュニティの担い手として重要な商店街において、「コロナ禍からの回復に向けた需要喚起」に取り組むことで、商店街・市町村の取り組みを後押しし、商店街の持続的な発展につなげる取組みとして、3事業を実施（商店街店舗魅力向上支援事業、商店街等需要喚起緊急支援事業、商店街等モデル創出普及事業）。この事業効果を測定することを目的とし、令和4年度は従来の来街者アンケートより広範に、WEBにてアンケート調査を実施。

### 2. 調査概要

調査対象	15歳以上の大阪府在住の方で商店街に行ったことのある方
調査実施主体	本事業事務局（大阪府商店街振興組合連合会・株式会社産経アドス共同企業体）
調査方法	WEBによるアンケート（株式会社クロス・マーケティング）
調査時点	令和4年12月8日（木）から12月11日（日）
回収数	1000サンプル

### 3. 調査結果のポイント

- ・ 商店街への来街頻度（R3年とR4年との比較）では、「増えた（8%）」、「やや増えた（41%）」、「やや減った（39%）」、「減った（12%）」となっている。
- ・ 3事業についての評価は、「評価する（26%）」、「どちらかといえば評価する（64%）」を合わせると約90%が評価している。
- ・ 商店街を訪れる目的としては、「買い物（66%）」、「病院や理美容等生活に必要な施設の利用（12%）」、「知り合いとの交流（8%）」の順に多い。

### 4 昨年度アンケートとの比較

#### 商店街への来街頻度

- ・ 「増えた」、「やや増えた」の合計で、R3年度が19%、R4年度が49%であった。

#### 商店街を訪れる目的

- ・ 「買い物（R3年度66% ⇒ R4年度66%）」、「病院等生活に必要な施設の利用（R3年度12% ⇒ R4年度12%）」、「知り合いとの交流（R3年度12% ⇒ R4年度8%）」の順に多く、買物目的の来街が多くを占めていることが判った。

#### 府事業に対する評価

##### 【R3年度】

- ・ モデル創出普及事業についての評価は、「評価する（62%）」、「どちらかといえば評価する（25%）」を合わせると87%が評価された。

##### 【R4年度】

- ・ 3事業についての評価は、「評価する（26%）」、「どちらかといえば評価する（64%）」を合わせると約90%が評価された。（再掲）

##### 【評価】

- ・ 府事業については、両年度ともに8割以上の高い評価を得た。

商店街が新しい生活様式を実践する、安心できる場所であるとともに、買物の場であることが示された。