

大阪府商店街支援事業に関する来街者アンケート調査結果概要

1. 調査目的

大阪府では「商店街等モデル創出普及事業」において、新しい生活様式(ニューノーマル)に沿った「ICT 活用」や地域内経済を循環させる「バイローカル」の「モデル創出」や「成果の普及」に取り組む事業を実施。また、「商店街店舗魅力向上支援事業」において、誘客のポテンシャルある商店街の観光コンテンツ化や商店街エリアの観光情報の発信、万博の機運醸成に関する事業を実施。事業効果を測定することを目的とし、昨年度に引き続き WEB にて来街者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5年 12 月 10 日(日)から 12 月 11 日(月)
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(R4 年と R5 年との比較)では、「増えた(8%)」、「やや増えた(39%)」、「やや減った(40%)」、「減った(13%)」となっている。
- ・ 2事業についての評価は、「評価する(27%)」、「どちらかといえば評価する(62%)」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(87%)」、「観光(14%)」、「病院や理美容等生活に必要な施設の利用(10%)」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、R4 年度が 49%、R5 年度が 47%であった。

商店街を訪れる目的

- ・「買い物(R4 年度 66% ⇒ R5 年度 87%)」、「病院や理美容等生活に必要な施設の利用(R4 年度 12% ⇒ R5 年度 10%)」、「知り合いとの交流(R4 年度 8% ⇒ R5 年度 7%)」となっており、買物目的の来街が多くを占めていることが判った。
- ・今年度新たに調査した「観光」は 14%であり、商店街が観光コンテンツとして一定認識されていることが判った。

府事業に対する評価

【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。

【R5 年度】

- ・2事業についての評価は、「評価する(27%)」、「どちらかといえば評価する(62%)」を合わせると約 90%が評価された。

【評価】

- ・府事業については、両年度ともに約9割の高い評価を得た。

商店街が地域商業を支える買物の場であるとともに、観光コンテンツとして一定評価されていることが示された。