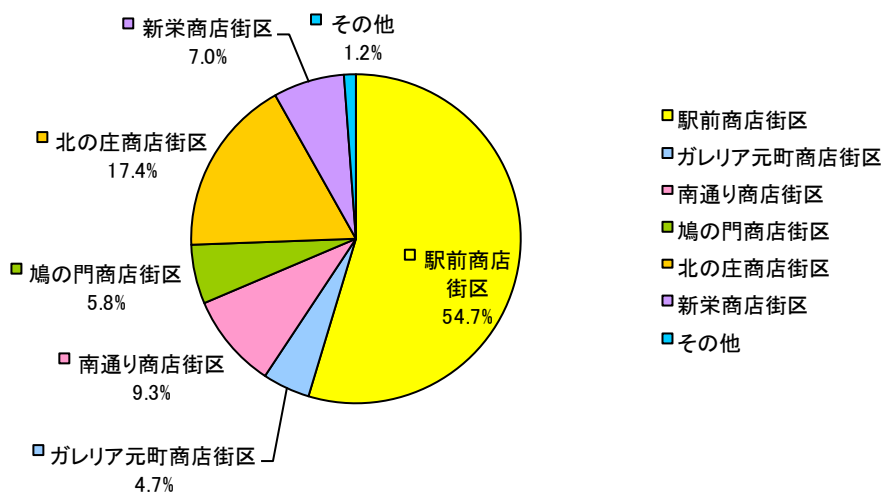
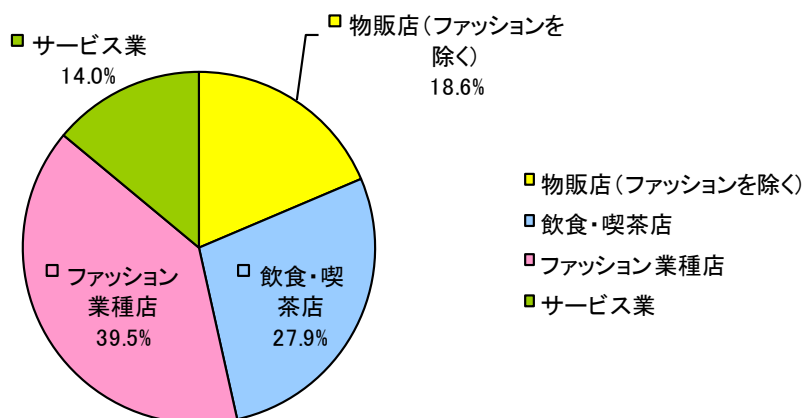


# まちなかで展開されるイベントに関する調査 結果概要

## I 調査の概要

- 1 目的 まちなかで多数展開されているイベントがどのように中心市街地の活性化に貢献しているかを把握し、今後の中心市街地としてのエリア集客・販促活動の参考とする。
- 2 調査対象 中央1丁目地区の商業店舗経営者 300人
- 3 調査方法 郵送によるアンケート方式
- 4 調査期間 平成22年7月9日(金)～7月27日(火)
- 5 回答状況 有効回答数 86 回答率 28.7%
- 6 回答者属性



### ◆昨年駅周辺で行われたイベントについての意識

#### 【今年のイベントの感想】

- ・ 全般的な感想としては「普通」が最も多く 44.0%である。「良い」方向の回答は 27.4%、逆に「良くない」方向の回答は 28.5%であった。
- ・ イベント回数については「普通」が 57.8%と最も多い。「多い」という方向の回答は 13.2%、逆に「少ない」方向の回答は 28.9%であった。
- ・ 来街者の増加の観点では、「あまり良くない」が最も多く 32.1%であり、「良くない」(11.9%)と合わせると 44.0%あることが目立つが、「良い」方向の回答も 26.2%あった。
- ・ 商業活性化の観点では、「あまり良くない」が最も多く 33.3%あり、「良くない」(14.3%)と合わせると半数に近い店舗で良くない評価が多くなっている。

#### 【商業の活性化にイベントが貢献しないとする理由】

- ・ 「イベント客と買物客では来街目的が違っており、個店の売上に繋がらない」が群を抜いて多く 8店に7店の割合(87.5%)であり、次いで「普段買い物にきてもらっている顧客が来なくなってしまう」(40.0%)、「イベントのイメージが自店のコンセプトにそぐわない」(27.5%)と続いている。

### ◆イベントの望ましい形態や開催場所

#### 【イベントの規模】

- ・ イベントの規模については、「大小織り交ぜて行う」が 56.5%と群を抜いて多い。次に「大規模なものを行う」(17.6%)、「小規模なものをたくさん行う」(8.2%)と続いている。

#### 【イベントの開催場所】

- ・ イベントの開催場所については、多い順に「駅西口広場」(33.7%)、「電車通り(通行止め)」(32.5%)、「アップルロード(通行止め)」(22.9%)と続いている。

## ◆まちなかイベントと販売促進に関する意識

### 【イベント開催時の個店の販促対応】

- ・「対応した」と回答したのは、およそ3店舗に1店の割合で32.9%であり、「何もなかった」は3店舗に2店の割合(67.1%)であった。

### 【集客イベントを個店の売上に繋げるために必要なこと】

- ・「イベント開催の事前の情報提供」が群を抜いて多く63.0%、次に「経営者の意識改革」(37.0%)となっている。

### 【今後展開するイベントで望ましいもの】

- ・集客イベントについては、多い順に「食をテーマにしたイベント」(46.3%)、「縁日的な催事、テント市」(39.0%)、「商店街フリーマーケット」(26.8%)、「ファッションショー的な催事」(17.1%)と続いた。
- ・販売促進策については、「駐車場の無料化」が群を抜いて多く71.1%であり、次いで「駐車場の割引サービスの拡充」(28.9%)、「抽選会」(15.7%)、「商店街共通お買い物券」(14.5%)と続いている。

### 【共同販促事業の費用負担に関する意識】

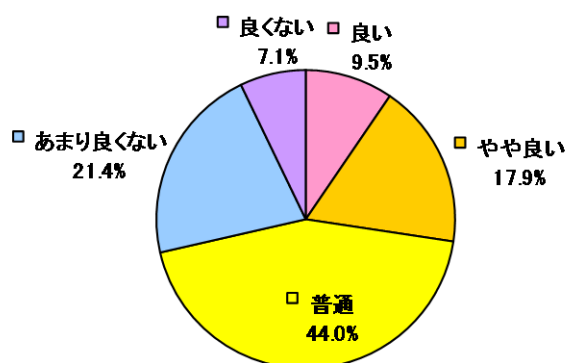
- ・今後、中央1丁目エリアとして各商店街・店舗が共同で販売促進策を仕掛けていく場合の費用負担について、最も回答が多かったのは「販売促進策の内容によるので、なんとも言えない」で41.2%、次いで「効果が見込めるなら応分の費用負担はかまわない」(21.2%)という積極的な意見が21.2%ある一方で、「商店街組合の予算の中から捻出すべき」(16.5%)、「共同販促の費用は、補助金でまかなうべきもの」(12.9%)と個店の負担以外を求める意見が合計で39.4%となっている。

### Ⅲ 調査結果

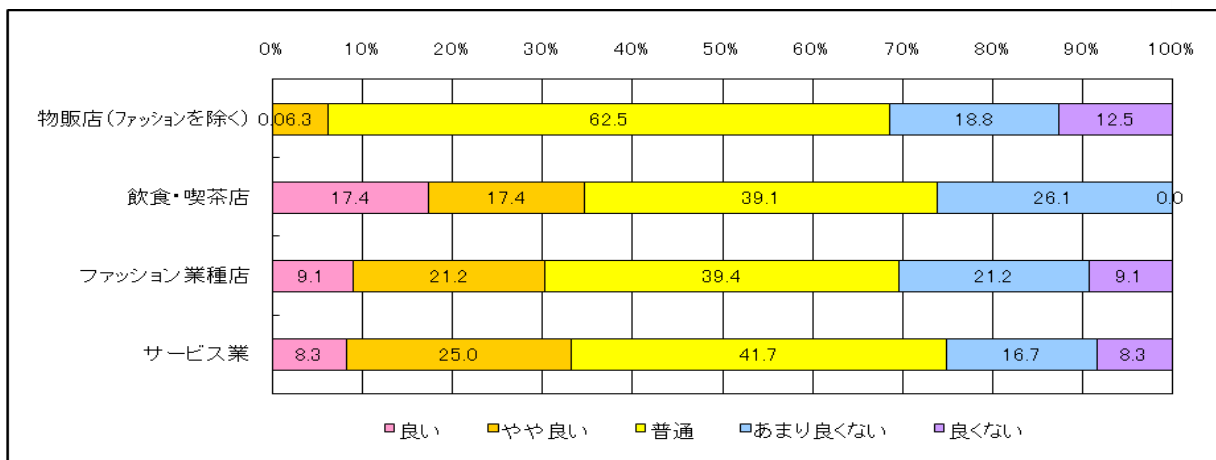
#### 1. 昨年、駅周辺で行われたイベントをどう感じたか？

##### (1) 全般的には？

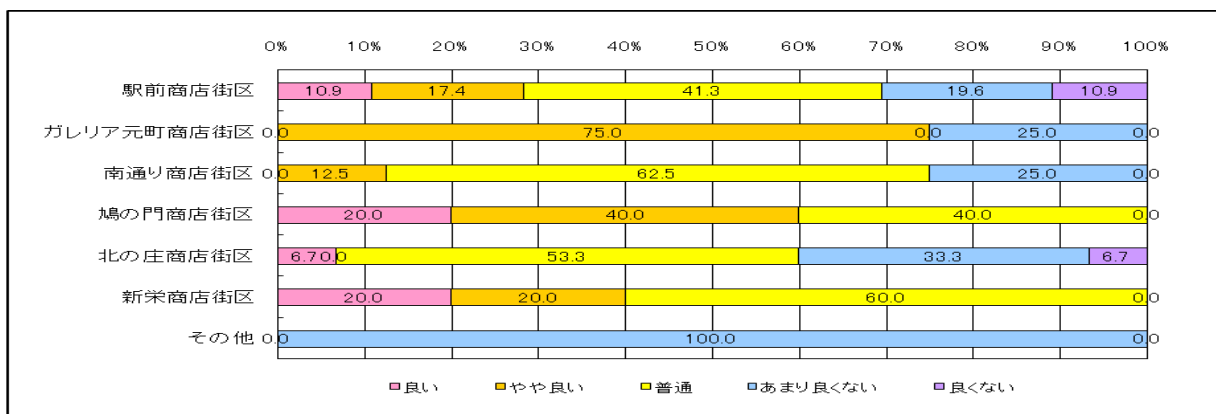
昨年、駅周辺で行われたイベントについて、全般的な感想を聞いたところ最も多かったのは「普通」で44.0%であった。また、「良い」と「やや良い」の合計は27.4%、一方「良くない」と「あまり良くない」の合計は28.5%という結果となり、「良い」評価と「良くない」評価がほぼ同じ割合となった。



##### 【業種別】

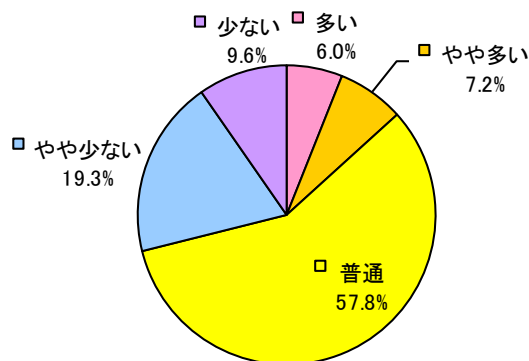


##### 【商店街区別】

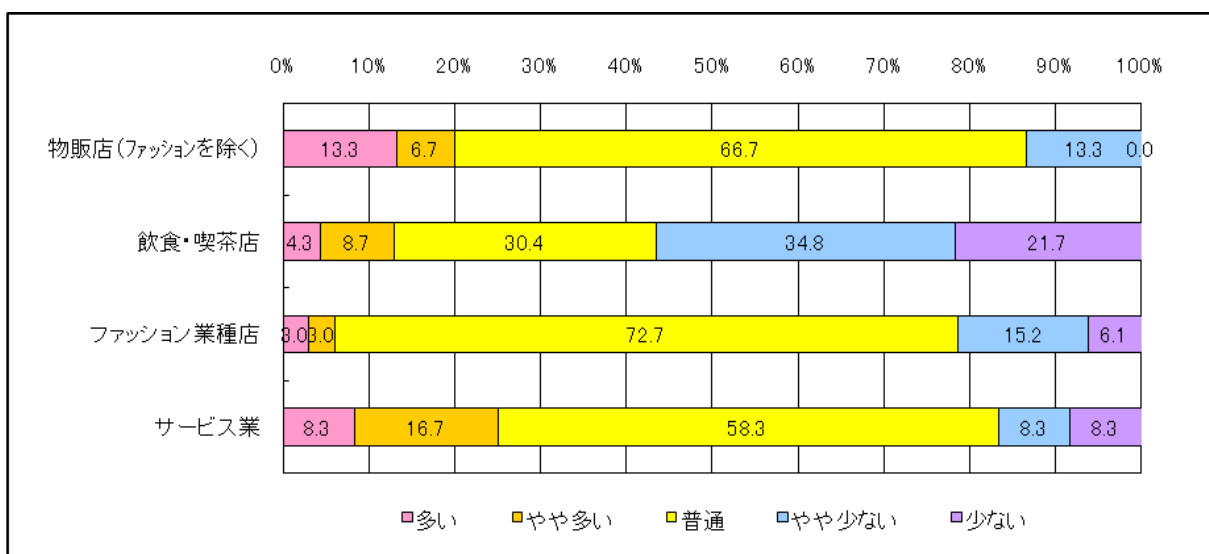


## (2) イベントが開催された回数は？

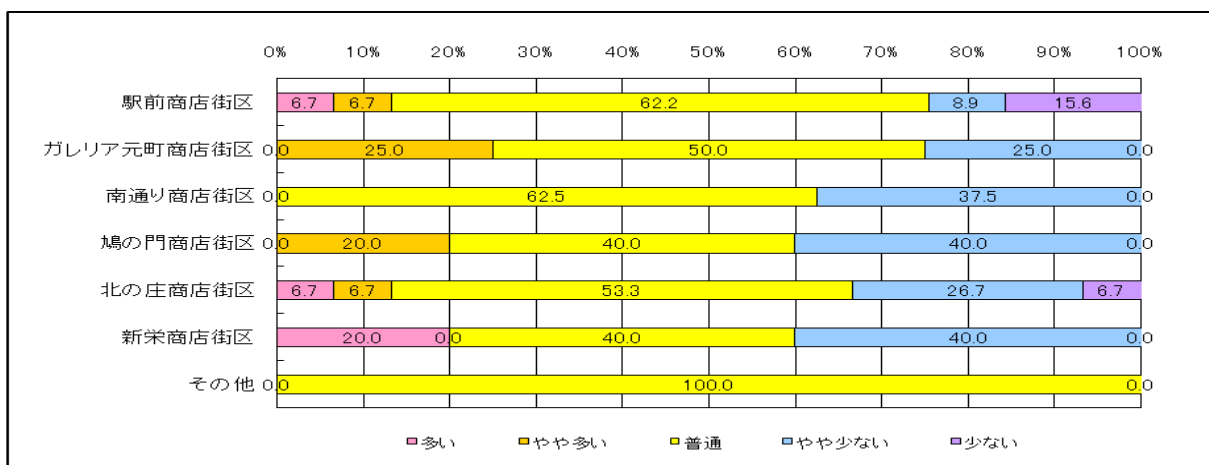
昨年のイベントが開催された回数について、最も多かった回答は「普通」の57.8%であった。また、「多い」と「やや多い」を合わせると13.2%、一方「少ない」と「やや少ない」の合計は28.9%となり、7店舗に2店でイベントが少な目と感じている。



### 【業種別】



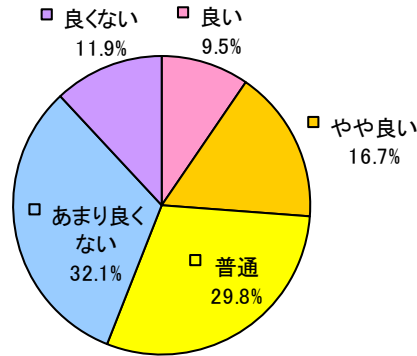
### 【商店街別】



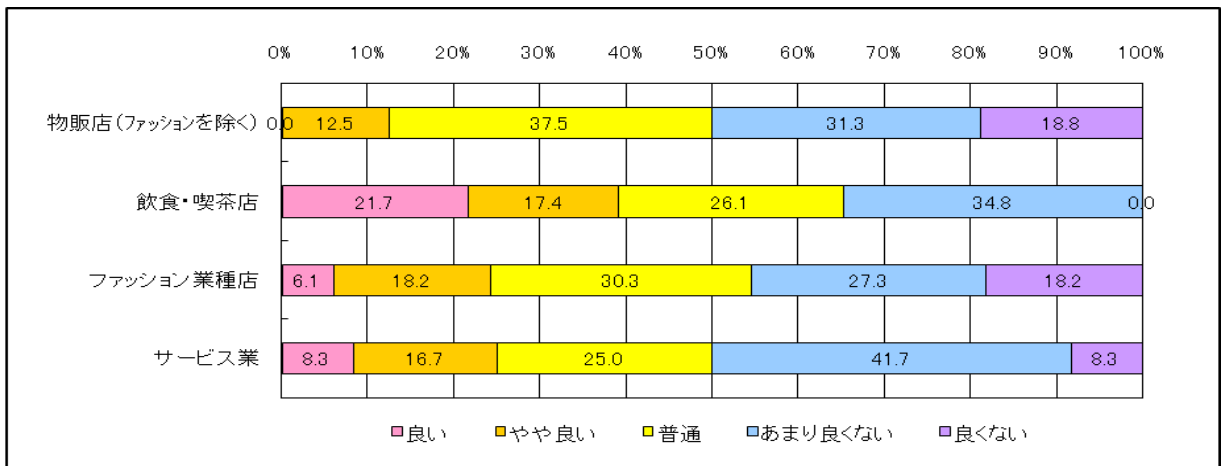
### (3) 来街者の増加の観点では？

イベント開催時の来街者の増加について、最も多い回答は「あまり良くない」で32.1%、次いで「普通」(29.8%)、「やや良い」(16.7%)となっている。「良くない」と「あまり良くない」を合わせると44.0%の割合となる。

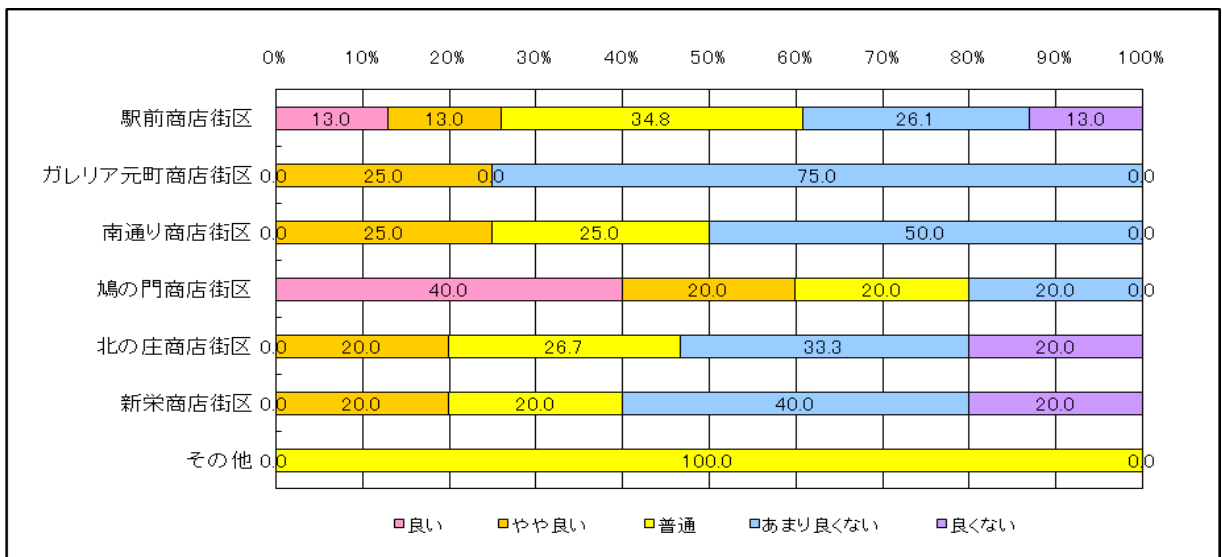
業種別にみると、良い方向の回答が「飲食・喫茶店」では最も多く39.1%あることが目立つ。



#### 【業種別】



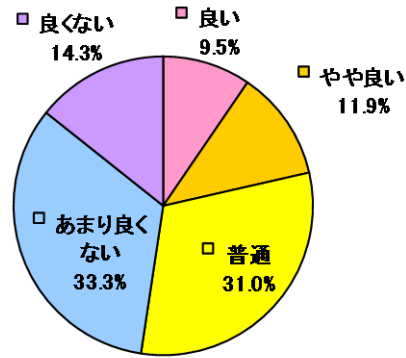
#### 【商店街区別】



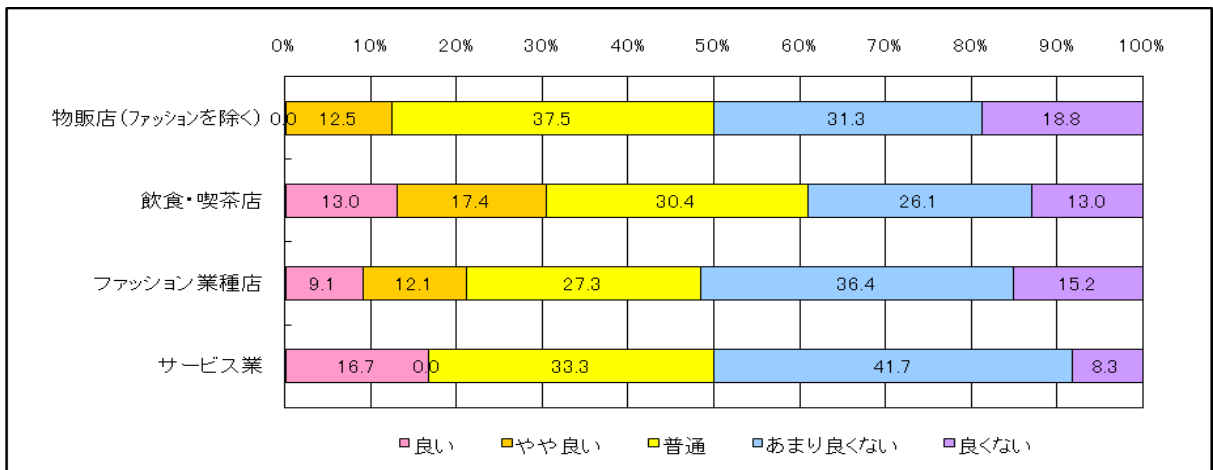
#### (4) 商業活性化の観点では？

商業活性化の観点では、「あまり良くない」が最も多く 33.3%、「良くない」も 14.3%の回答があり、合わせると過半数に近い店舗で良くない評価が目立つ。一方で「良い」(9.5%)、「やや良い」(11.9%)となっている。

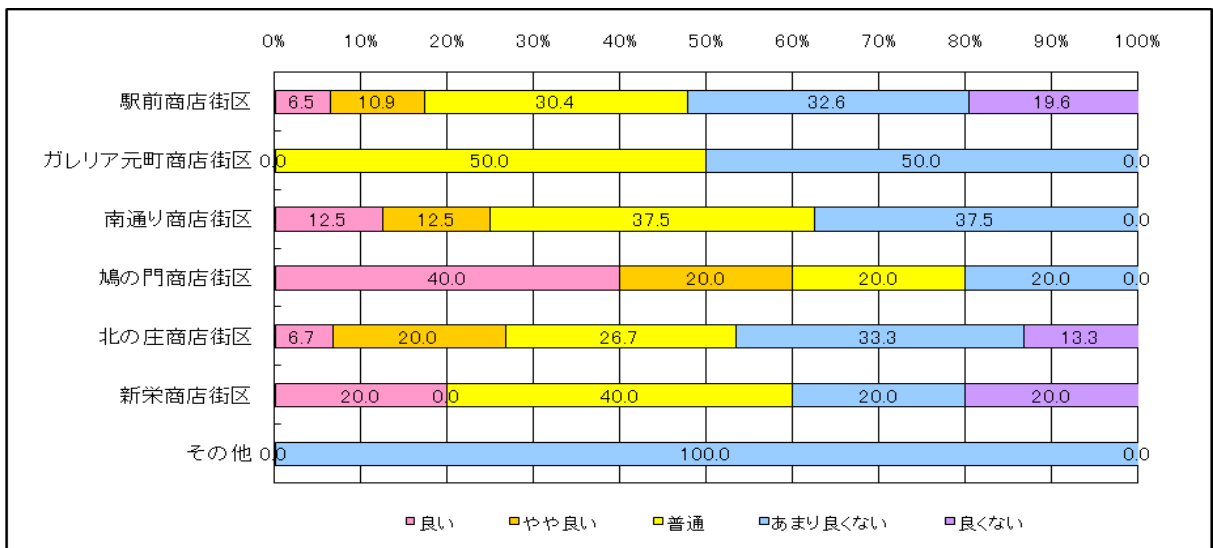
業種別にみると、良い方向の回答が「飲食・喫茶店」では最も多く 30.4%あることが目立つ。



#### 【業種別】

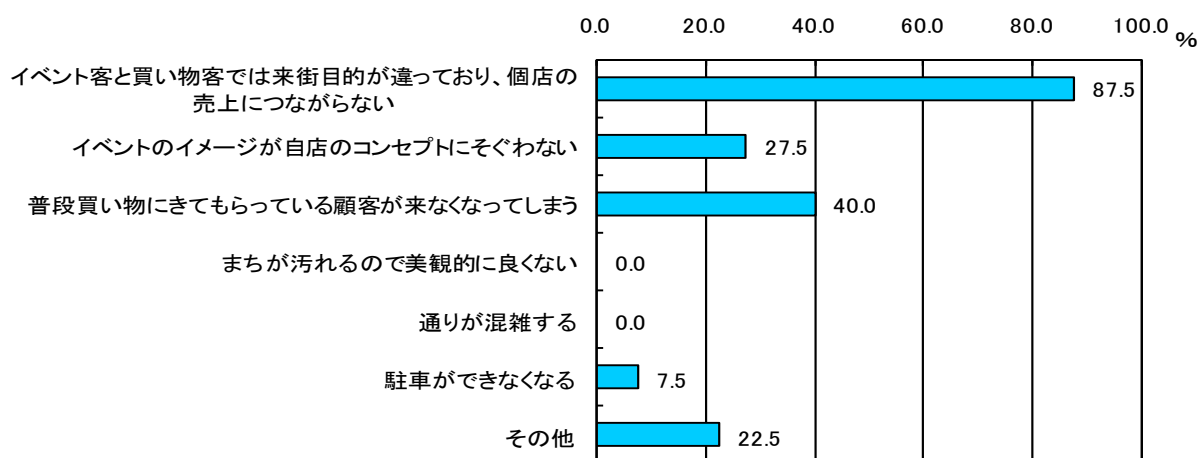


#### 【商店街区別】



2. 前問（4）の設問で、「商業活性化の観点では ④あまり良くない ⑤良くない」と答えた理由（重複回答）

前問（4）の「商業活性化の観点では ④あまり良くない ⑤良くない」と回答した40店舗の理由として最も多かったのは、「イベント客と買物客では来街目的が違い売上に繋がらない」で87.5%、次いで「普段買い物に来てもらっている顧客が来なくなってしまう」（40.0%）、「イベントのイメージが自店のコンセプトにそぐわない」（27.5%）と続いている。



【「その他」の回答】

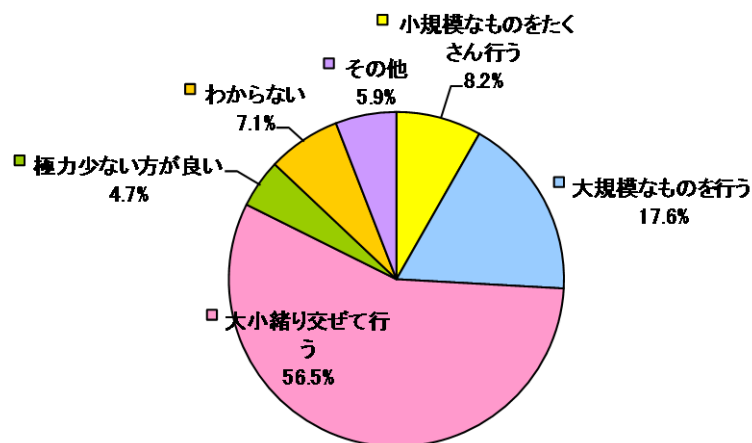
- ・各商店街が一体となっていない。
- ・バスが停まれないため。
- ・飲食店だからイベントに参加しているが、売上は思わしくない。設備投資をしてまでは難しい。
- ・イベントの内容が必ずしも各店舗への集客に合致していない。
- ・直接的な来店動機になっていない。
- ・実質的に買う人が少ない。
- ・もう少しインパクトのあるイベントの開催を期待する。
- ・どんなイベントがあったか思い出せない。インパクトがなかったのでは？
- ・個店を巻き込んだイベントの開催を。
- ・イベント内容の充実が必要。大道芸やジャズなど小規模なイベントも必要。回遊性を考えたイベントも。



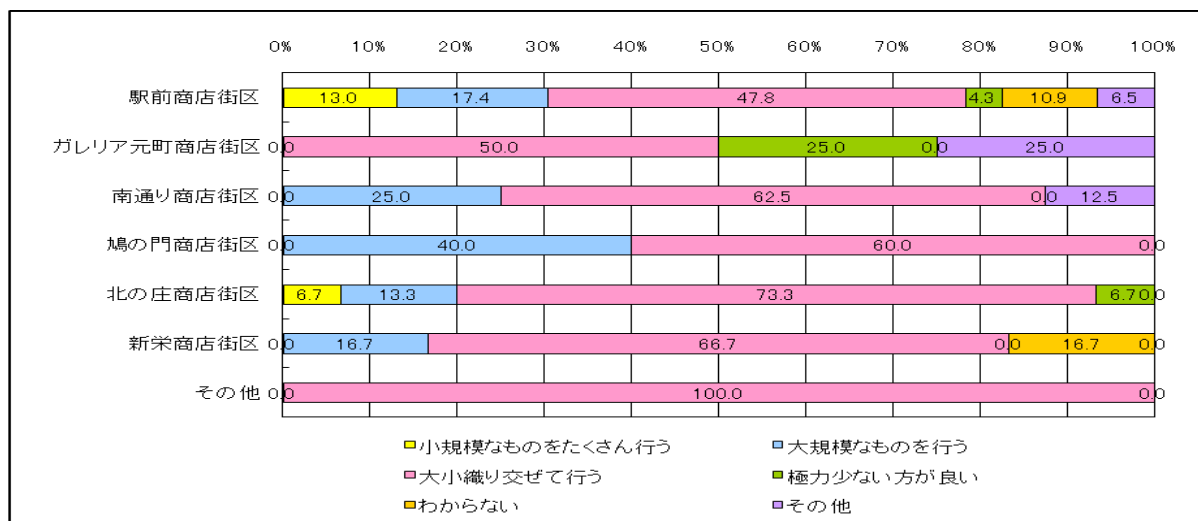
### 3. 望ましいイベントの形態は？

イベントがどのような形で行われた方が良いと思うかと聞いたところ、「大小織り交ぜて行う」が過半数を超える 56.5%と最も多く、次いで「大規模なものを行う」(17.6%)、「小規模なものをたくさん行う」(8.2%)と続いている。

一方、「極力少ない方が良い」という回答は 4.7%であった。



#### 【商店街別】

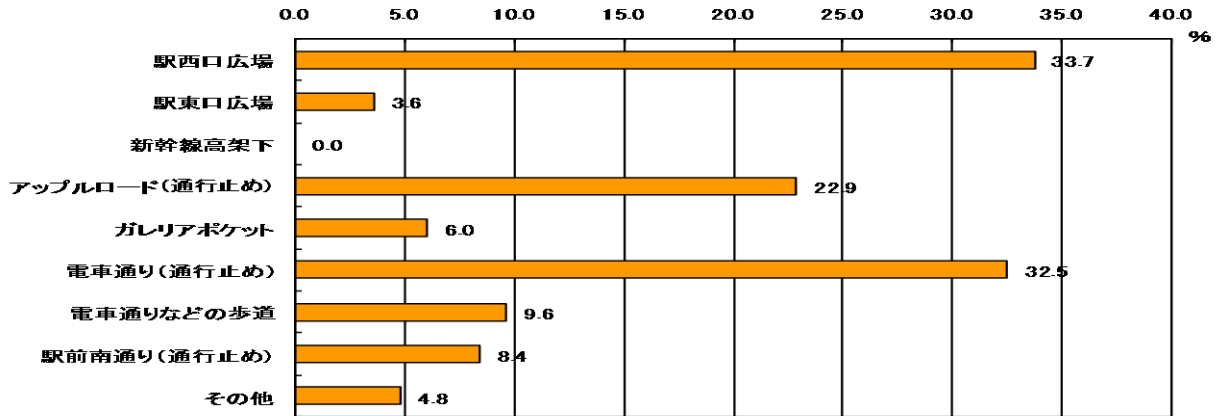


#### 【「その他」の回答】

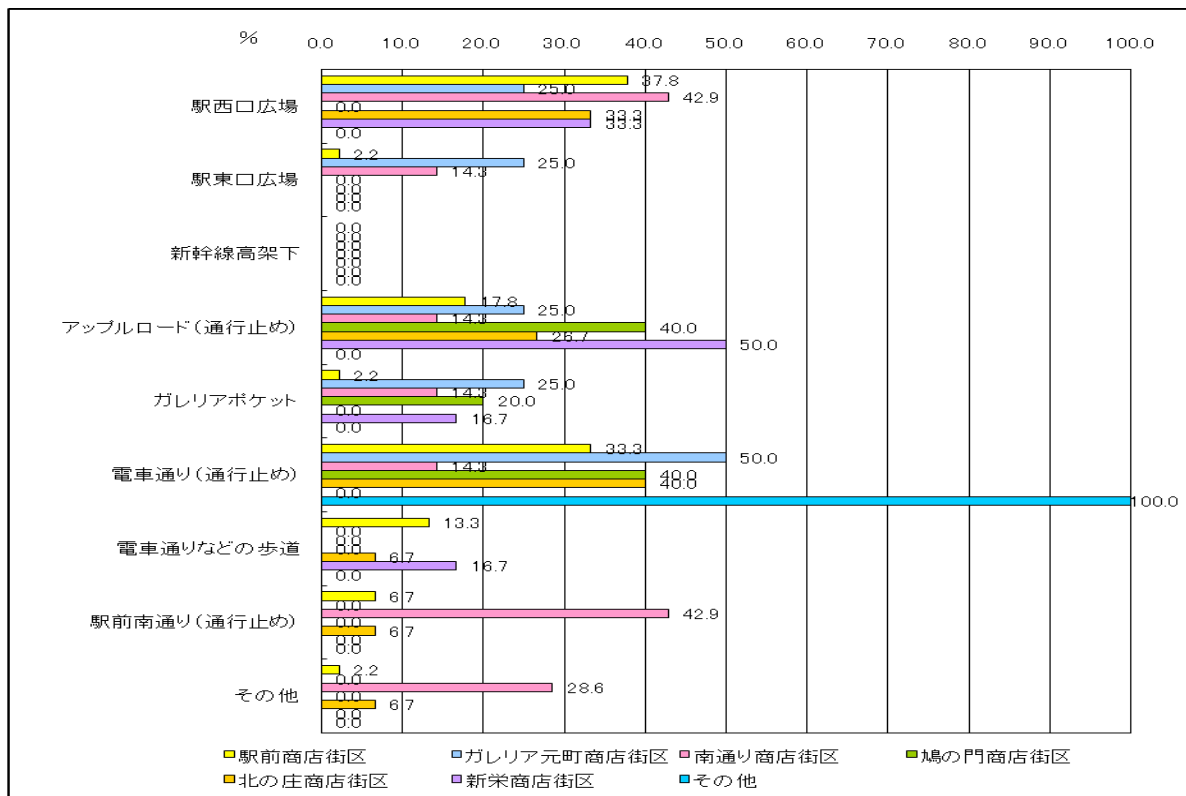
- ・ 大小に拘らず常にやっていると良い。
- ・ 規模の大小ではなく問題は中身。
- ・ 継続的にやること、単発では効果がない。
- ・ 必要なし。
- ・ 効率の良い方法で行う。JR西口で行われたテント市のように大金をつぎ込んだにも拘らず県内の広告費で全てを消費して大失敗に終わるような企画は、県民からバカにされるだけなので防止してほしい。

#### 4. まちなかのイベントはどこで開催するのが良いか？

まちなかで展開されるイベントはどこで開催するのが良いと思うか聞いたところ、最も多かったのは「駅西口広場」で33.7%、次いで「電車通り(通行止め)」(32.5%)、「アップルロード(通行止め)」(22.9%)と続いている。



#### 【商店街別】



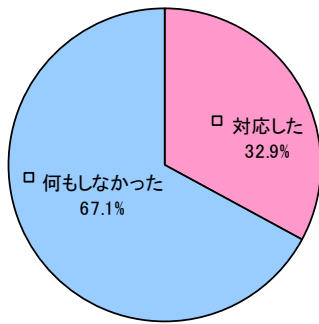
#### 【「その他」の回答】

- ・イベントによって場所は違って良いと思うが、メイン会場は西口広場がベスト。しかしながらバスターミナルになった後が問題。
- ・ランダムに場所を変えるべき。
- ・イベントの内容によって、適材適所が良いと思う。
- ・異常ととられるかも知れないが、場所はどこでも良い。歩道など狭い所でと言うなかれで、広くして意識散漫であってはならぬ。狭くして意識集約、高揚すれば盛り上げる疑いなし。

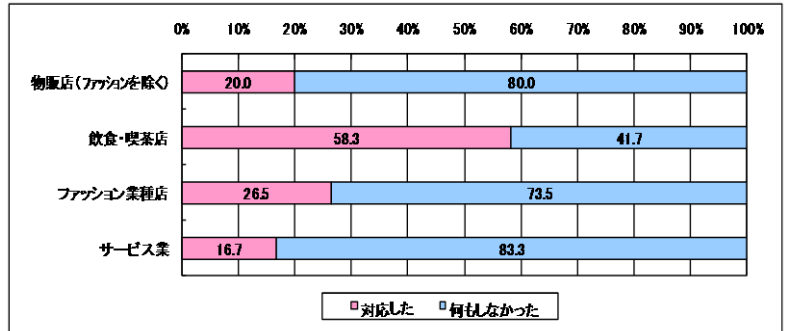
## 5. イベント開催時の来街者に向けての 個店の販促対応

イベント開催時の来街者に向けて、個店の販売促進の対応状況を聞いたところ、「対応した」と回答したのはおよそ3店舗に1店舗の割合で32.9%、一方、「何もしなかった」は3店舗に2店舗の割合で67.1%という結果となった。

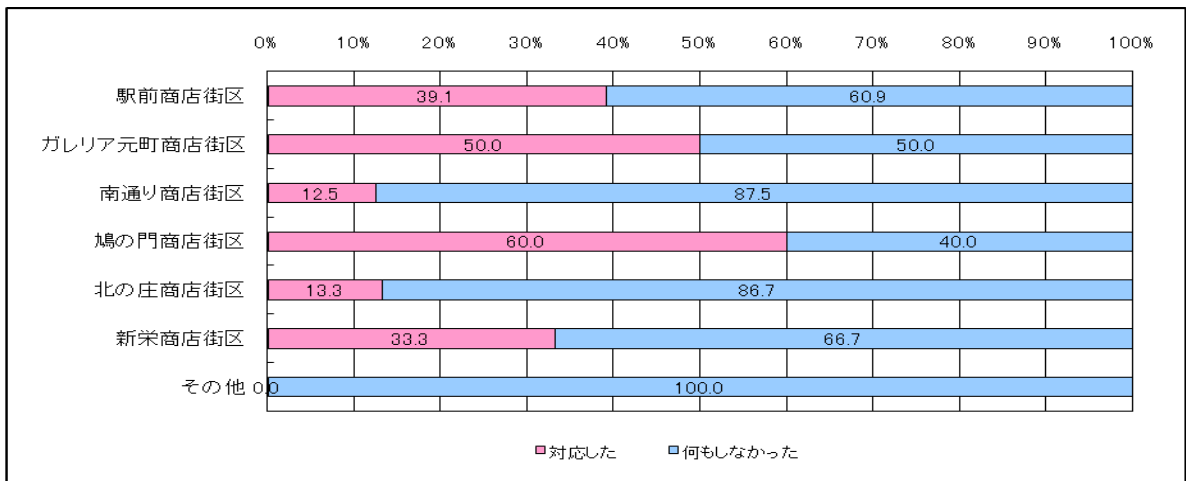
業種別にみると、「飲食・喫茶店」で対応したと答える割合が高く58.3%と過半数を超えている。



【業種別】



【商店街区別】

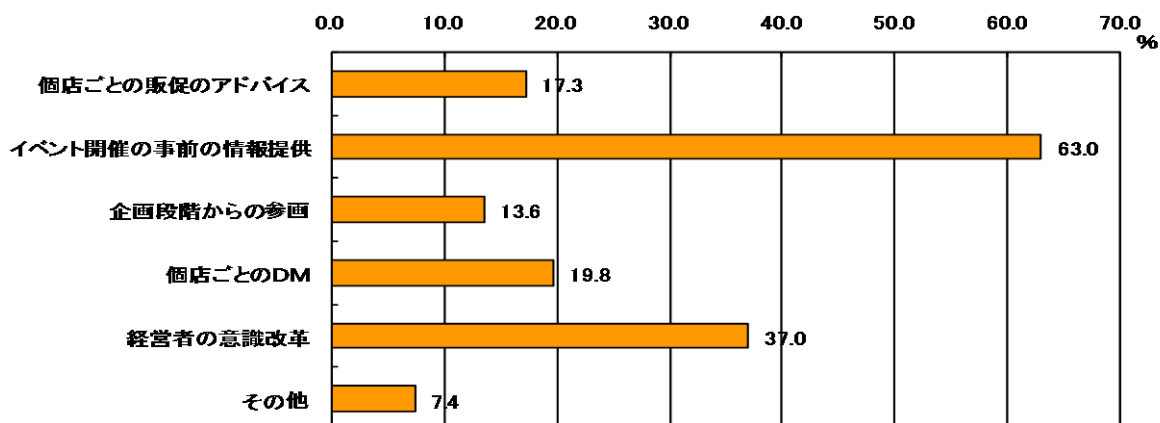


【具体的な対応策】

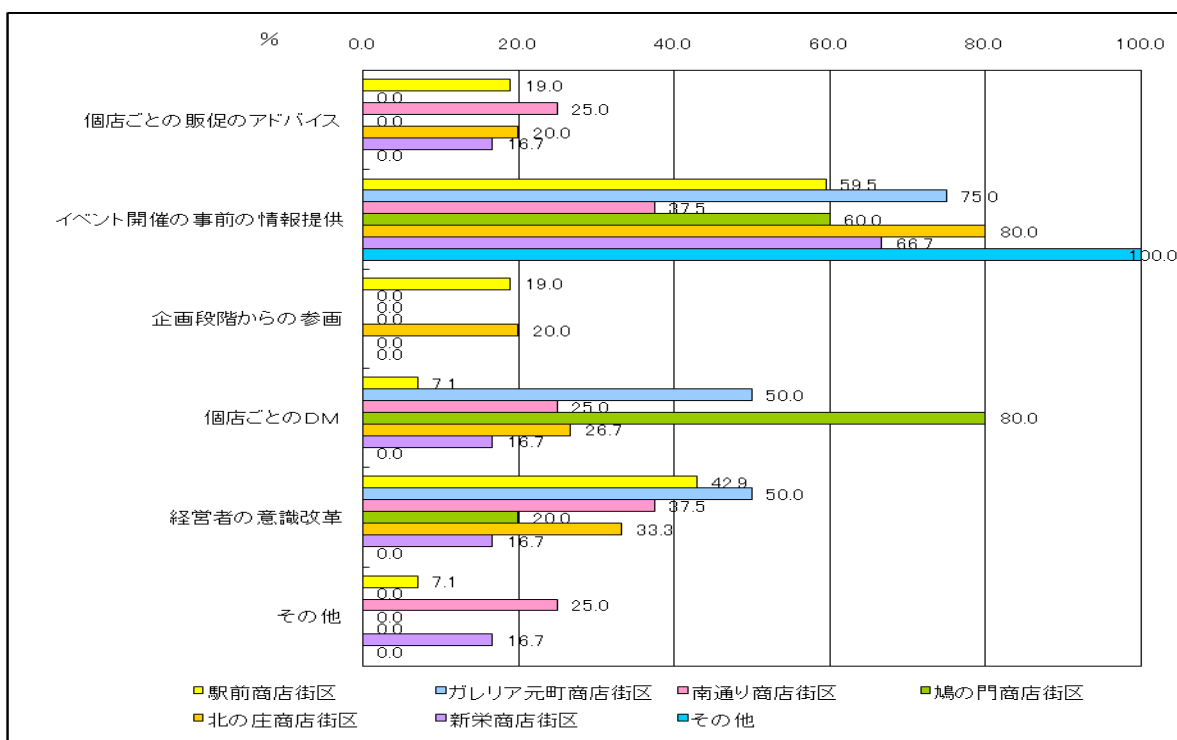
- ・ 人員を増やす 他1件
- ・ H Pでの告知、口頭での案内
- ・ ワゴンセール、ノベルティ 他1件
- ・ 店頭市、クーポン等
- ・ 屋台販売
- ・ 店外での販売(ドリンク主体)
- ・ 顧客へのイベントの連絡
- ・ DMでのイベント告知、チラシ・ポスターの活用 他1件
- ・ イベントに参加して食品のテイクアウト商品で勝負しているが負けてばかり
- ・ 今日まで幾多の催事ありしもその効果がないとあっては、こちらの無気力とか無視とか失礼のそしり申し訳ないと致すもの。
- ・ セール 他6件
- ・ ディスカウント販売、メニュー改定 他1件
- ・ 食事の方にデザートサービス 他1件
- ・ ドリンク1杯無料サービス
- ・ セール、お買い得品の展開 他2件
- ・ シフォンケーキの販売
- ・ イベントの説明、用紙の配布

## 6. 集客イベントに対応して、個店の売上に繋げるために必要なこと（重複回答）

集客イベントに対応して、個店の売上に繋げるために必要なことを聞いたところ、最も多かったのは「イベント開催の事前の情報提供」で63.0%、次いで「経営者の意識改革」(37.0%)、「個店ごとのDM」(19.8%)、「個店ごとの販促のアドバイス」(17.3%)と続いている。



### 【商店街区別】



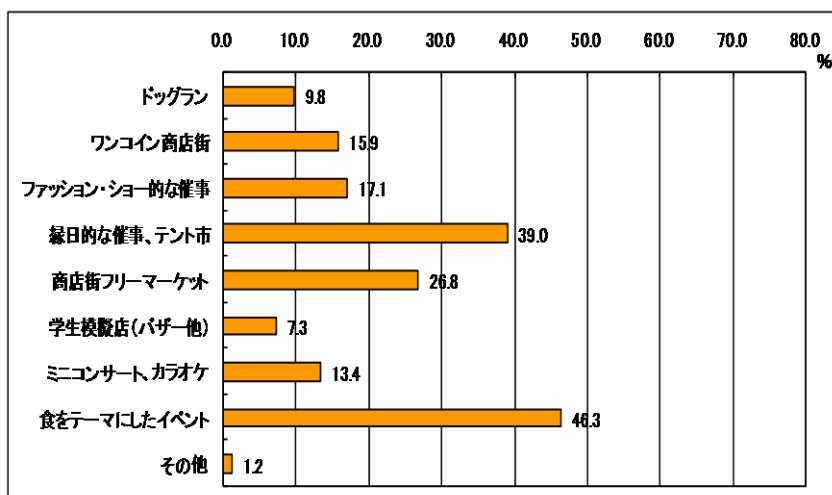
### 【「その他」の回答】

- ・経営者の意識改革に尽きる。同じ経営者として恥ずかしい人間が多い。
- ・イベントそのものの内容の検討。
- ・アクセスの対応の仕方。
- ・駐車場の無料開放や補助券の配布。
- ・イベント来街者のターゲット層を事前に周知。
- ・イベント時に当店の売上は向上しない。

7. これまでに開催された、或いは今後実施するかもしれない次の【集客イベント】や【販売促進策】について、駅前地域の活性化に貢献すると思うもの（重複回答）

【集客イベントについて】

駅前地域の活性化に貢献すると思う集客イベントで最も多かった回答は「食をテーマにしたイベント」で46.3%、次いで「縁日的な催事、テント市」(39.0%)、「商店街フリーマーケット」(26.8%)と続いている。

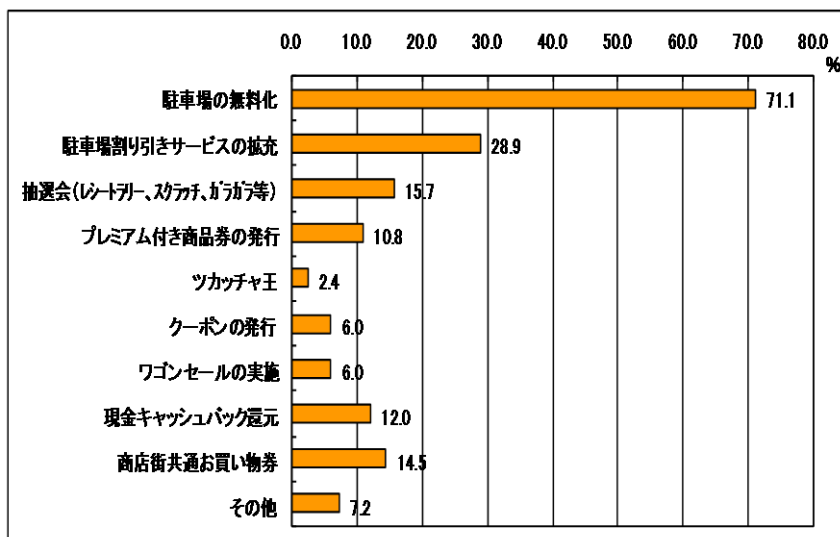


「その他」の回答

- ・最終的には高架下を常設のドッグランにすると良い
- ・ディスカウント市、リサイクル市
- ・お客様自身のファッションショー

【販売促進策について】

駅前地域の活性化に貢献すると思う販売促進策で最も多かった回答は「駐車場の無料化」で71.1%、次いで「駐車場の割引サービスの拡充」(28.9%)、「抽選会」(15.7%)と続いている。やはり駐車場に関する関心が高い結果となっている。

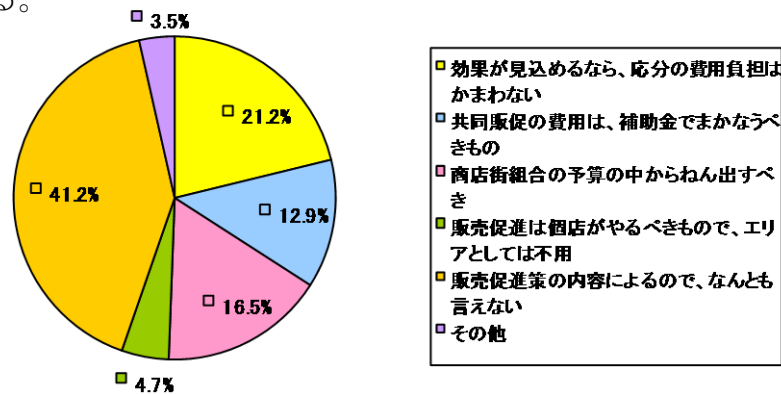


「その他」の回答

- ・駐車場の無料化社会実験をすべき
- ・心地良い空間の提供
- ・土日曜日の県市等の使用していない駐車場の開放
- ・集客アクセス(電車・バス)の割引
- ・西武とのタイアップ
- ・レシートラリーよりスタンプラリーが良い(レシートを出さない店もあるから)

8. 今後、中央1丁目エリアとして各商店街・店舗が共同して販売促進事業を仕掛けていく場合に、費用負担についてあなたのお考えは？

今後、中央1丁目エリアとして各商店街・店舗が共同で販促を仕掛けていく場合の費用負担について聞いたところ、最も多かったのは「販売促進策の内容によるので、なんとも言えない」で41.2%、次いで「効果が見込めるなら応分の費用負担はかまわない」(21.2%)、「商店街組合の予算の中から捻出すべき」(16.5%)となっている。



【商店街別】



【その他の回答】

- ・現在はまちづくり福井が販促事業を展開しており、毎回参加しているが効果はない。しかし結果が出るのはまだ先で今は評価すべき時期ではない。期待しているし協力していきたい。
- ・全国チェーンのため費用負担は厳しいが多少なら。
- ・興味を持つような販促なら多少の費用は仕方ないが、内容に見合った費用というのが前提。
- ・経費の負担は個店のやる気や自覚が出る。
- ・エリアで販促を行うは必然だと思うが、この商店街の持つハードなる面の欠陥或いは欠落を修正するなら、協力することはやぶさかでない。