

ハピリンオープン来街者調査結果

1 調査目的

ハピリン開業時の来街者の特性や行動を把握することにより、今後のまちづくりの参考とする。

2 調査期間

平成28年4月29日(金)～5月7日(土)の9日間

3 調査対象・調査方法

ハピテラス、パピリン館内にて、1,000人に聞き取り調査を実施

4 調査実施機関

まちづくり福井株式会社

5 回収

1,000人 (100%)

6 主な特徴

(1) 来街者

ハピリン開業時がゴールデンウィークということもあって、県外からの来街者も11%見受けられた。

(2) 来街手段

従来までは中心市街地への来街手段は、概ね自家用自動車が約65%、公共交通が15%程度となっていたが、今回は西口交通広場が整備されたことや駐車場が少ないという情報が認識されていたためか、従来より自家用自動車での来街が約2割減少し、その分公共交通による来街が増加した。

(3) ハピリンへの来街目的

ハピリンへの来街目的は、オープニング時の多彩なイベントによる集客が多く、商業機能を目的にした来訪は 28.9%であった。また、これから駅前望むものの自由意見では、圧倒的にファッション、生活雑貨などの商業機能の充実を望む声が多く、これからの中心市街地の商業における大きなテーマになっている。

(4) 駅前への回遊

ハピリン以外への駅前での回遊については、西武福井店、西武新館、アオッサ、プリズム等の複合店舗への回遊が多くなっており、周辺商店街は少なくなっていた。

(5) 駅前の印象

当社が平成 25 年 9 月に実施した調査で、「21 年と比較して駅前がよくなった」と回答したのは約 3 割しかなかったが、今回の調査で駅前の印象が良くなったと回答したのは 9 割を超えており、概ね好印象で捉えられていた。

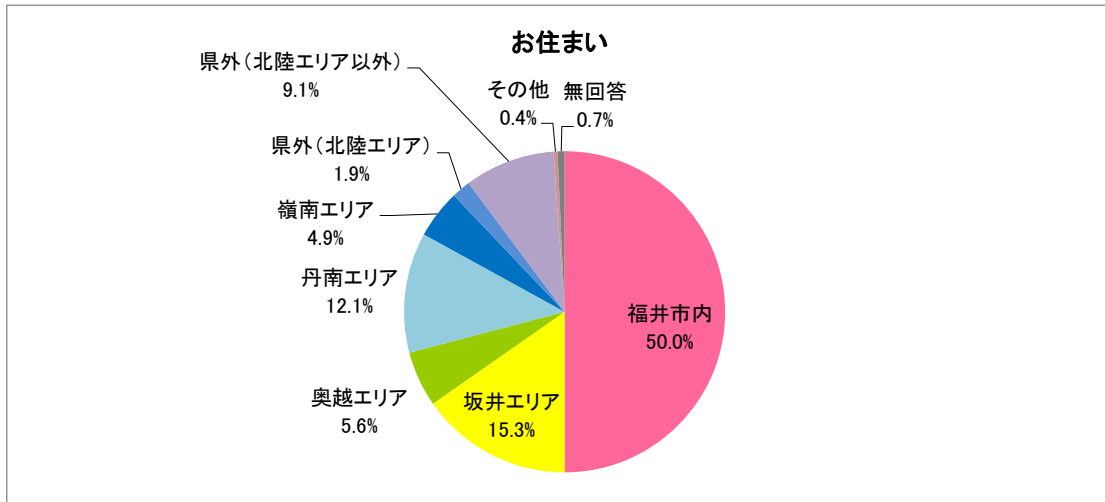
(6) 駅前で不満や不便に思っていること、これからの駅前に望むもの

ハピリンのオープンを含む駅前の印象については、「かなり良くなった」52%、「少し良くなった」が 40%と合計 92%で好印象であった。一方で「駅前で不満や不便に思っていること、これからの駅前に望むこと」の自由意見では、商業機能ではファッションやブランド、生活雑貨関連の店舗を望む声が 170 件中 127 件と圧倒的に多かった。その他にはおしゃれなカフェ、飲食店、ホームセンター、家電店舗、若者向け店舗、福井らしい商品や店舗等が各 10 件程度挙げられており、商業サービス業の充実が求められている。

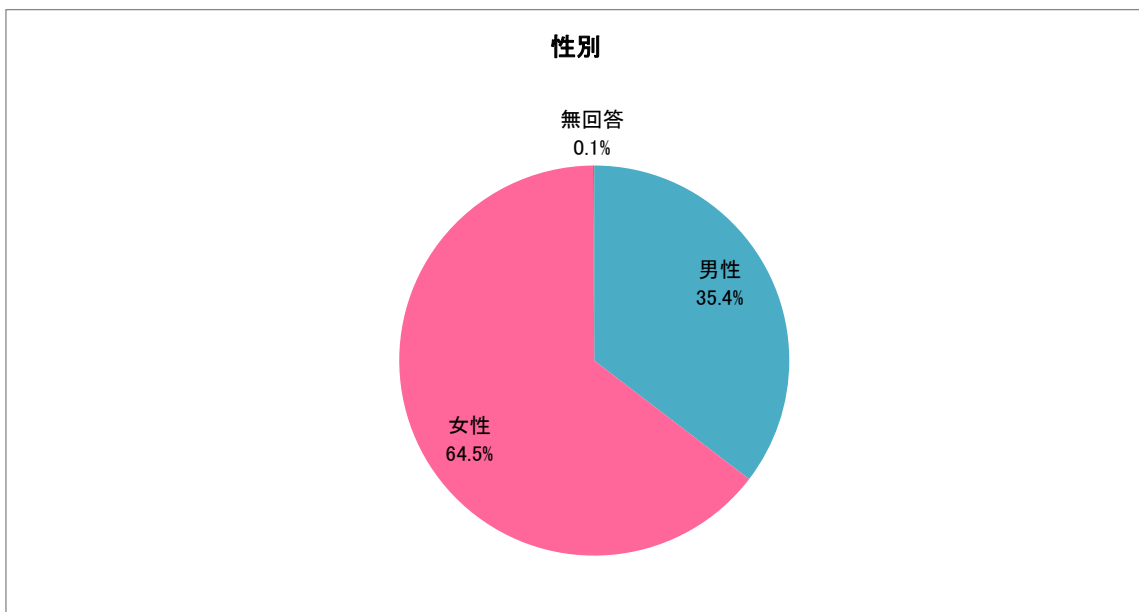
また施設に関しては、今回公共交通による来街者が増加したものの、駐車場に関する意見（駐車場が少ない、場所が遠い、料金が高等）が 280 件中 190 件と最も多く、公共交通の結節機能が高まった後でも、中心市街地の大きな課題となっている。その他にはベンチ、トイレ、ごみ箱、風対策、若者向けファッションやレジャー施設も各 10 件程度挙げられていた。

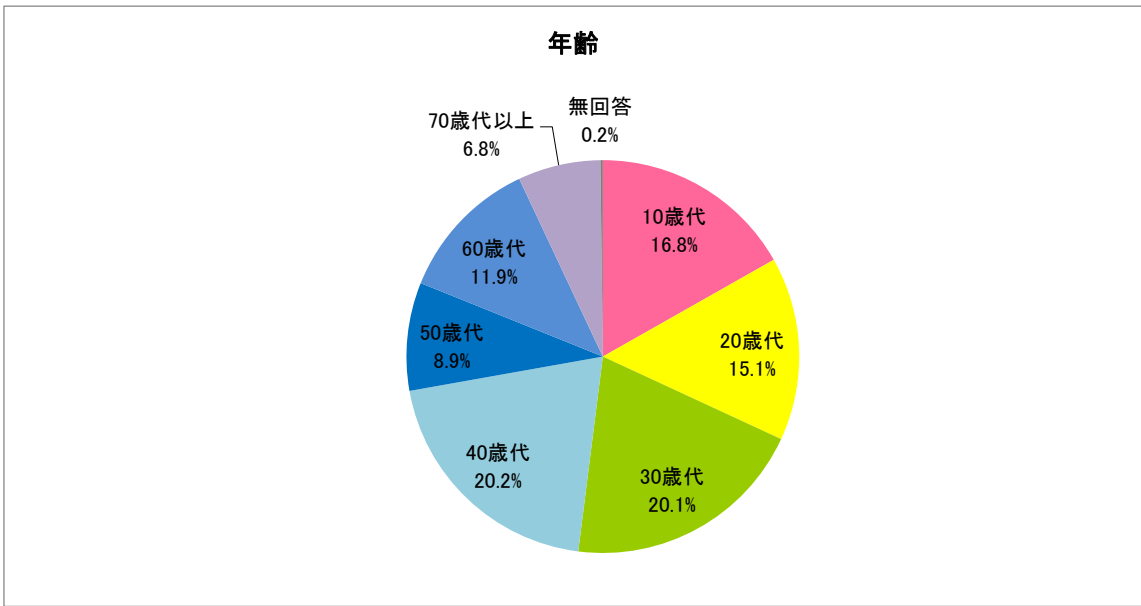
サービス面では、賑わいイベントの継続が 74 件中 42 件と最も多かった。その他では、公共交通の増便や時間延長、店舗の時間延長、Wi-Fi 機能の充実が挙げられた。

7 回答者属性



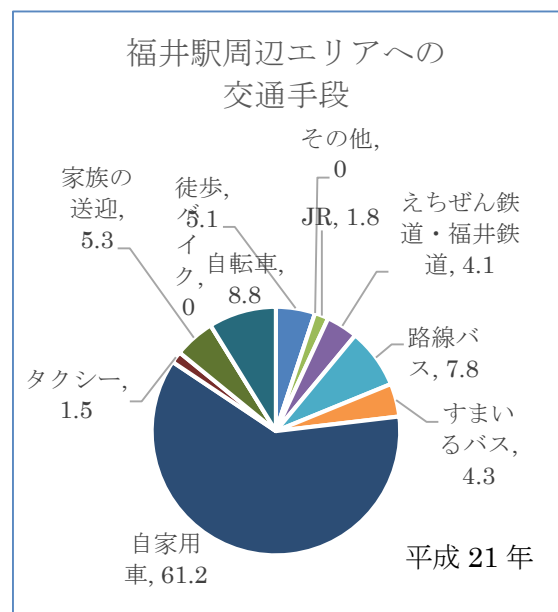
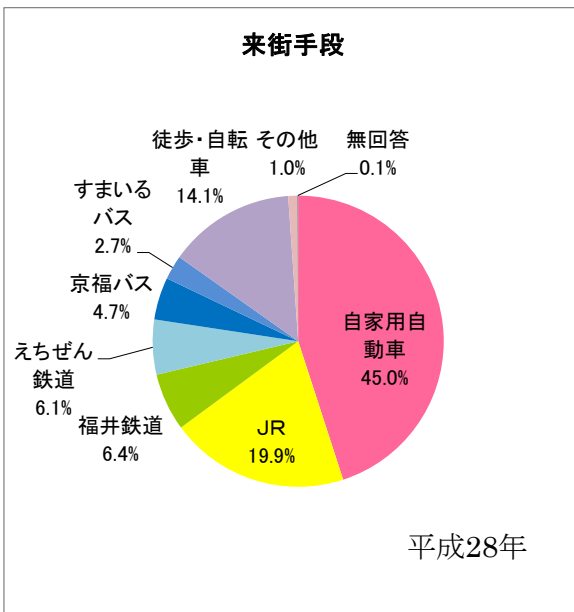
来街者は福井市内からが 50%、次いで坂井エリアからが 15.3%、丹南エリアが 12.1%の順となっているが、開業時がゴールデンウィークということもあり、県外からの来街者も 11%見受けられた。



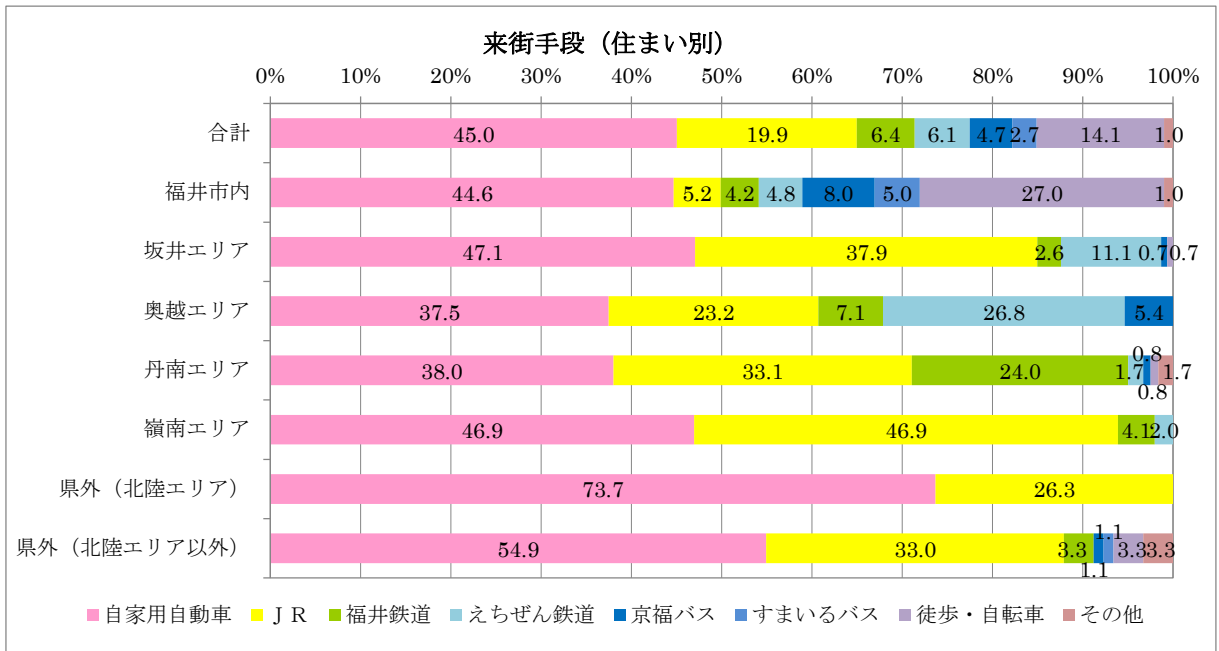


調査結果

1. 来街手段

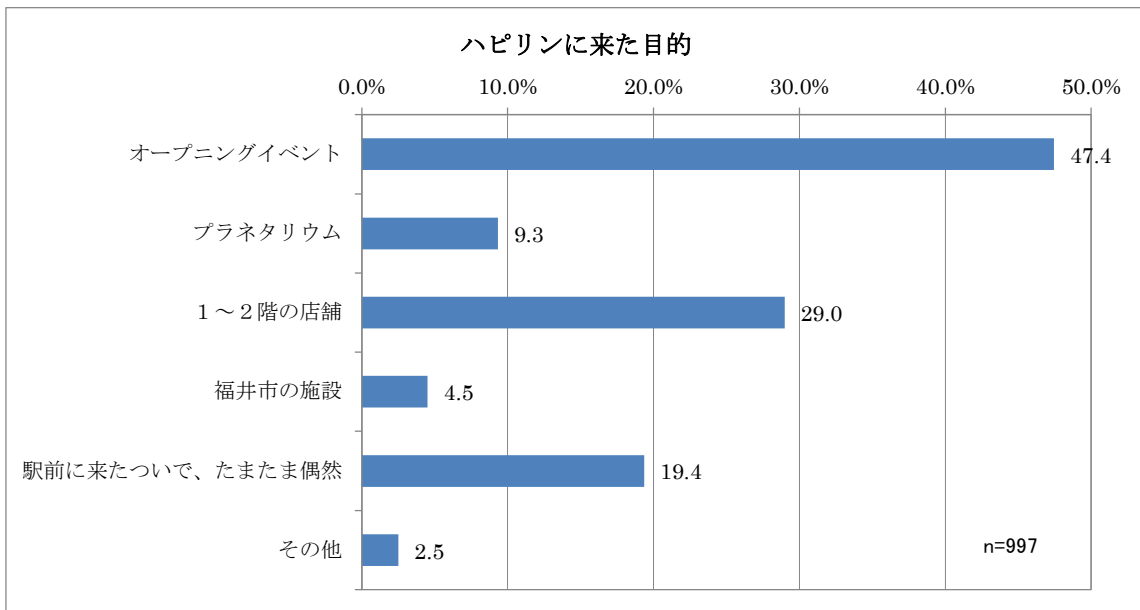


来街手段については平成 21 年 11 月に実施した「福井駅周辺動態調査」の結果と今回の調査を比較すると、平成 21 年においては自家用自動車が 61.2%だったが、今回の調査においては自家用自動車が 45%と減少した。公共交通（JR、福井鉄道、えちぜん鉄道、京福バス、すまいるバス）の利用は平成 21 年の 18%から今回は 39.8%に増加した。

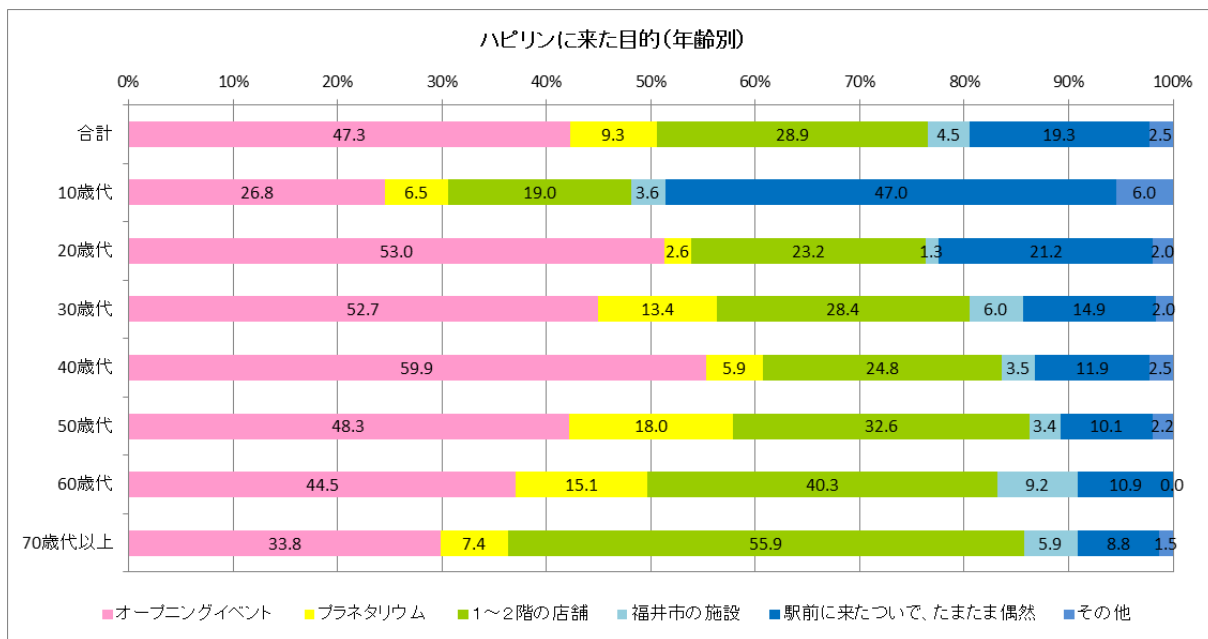


来街手段を住まい別でみると、全てのエリアで「自家用自動車」での来街が1位となっていた。県外客の来街手段では北陸エリアからは「自家用自動車」が73.7%。北陸エリア以外では54.9%が「自家用自動車」で来街しているとなっていた。

2. ハピリンに来た目的

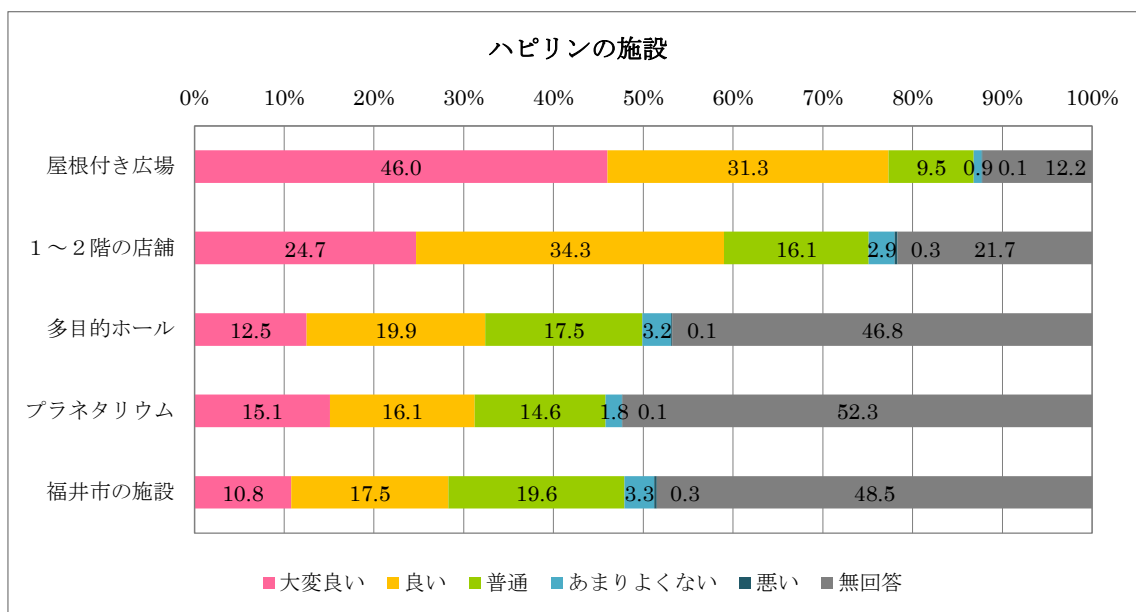


ハピリンへの来訪目的は約半数近く(47.3%)が、「オープニングイベント」を目的に来訪していた。次いで、「ハピリンの商業施設」29.0%、「駅前に来たついで、偶然」が19.4%となっていた。



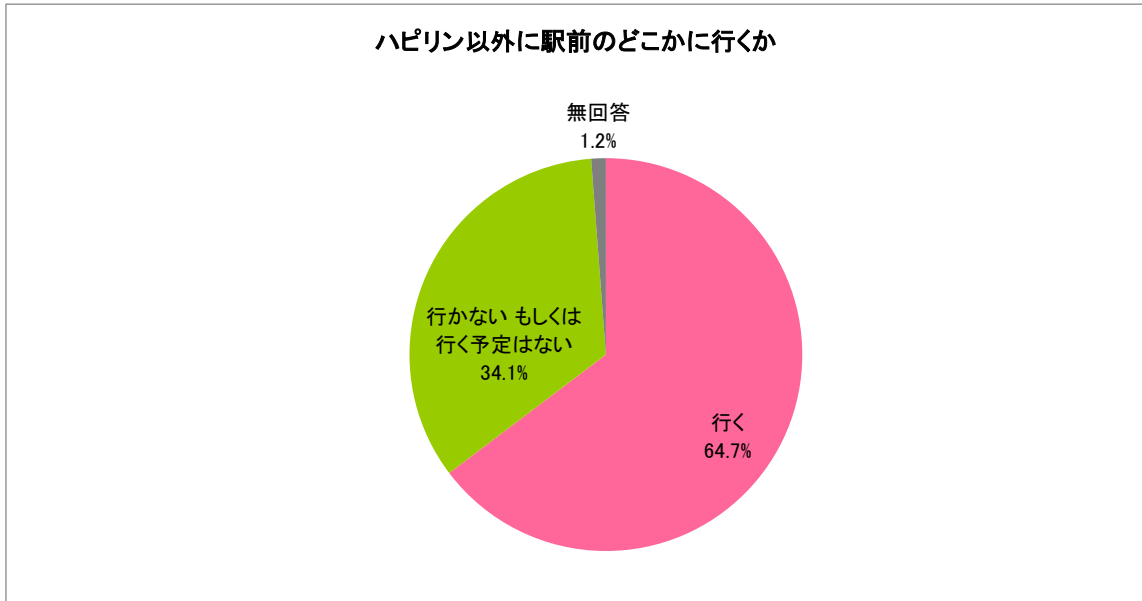
ハピリンへの来訪目的を年齢別にみると、10歳代と70歳以上を除き各年代で「オープニングイベント」が第1位となっていた。また、1～2階の商業施設については、年齢が高くなるにつれて目的割合も高くなる傾向となっていた。

3. ハピリンの施設についての感想

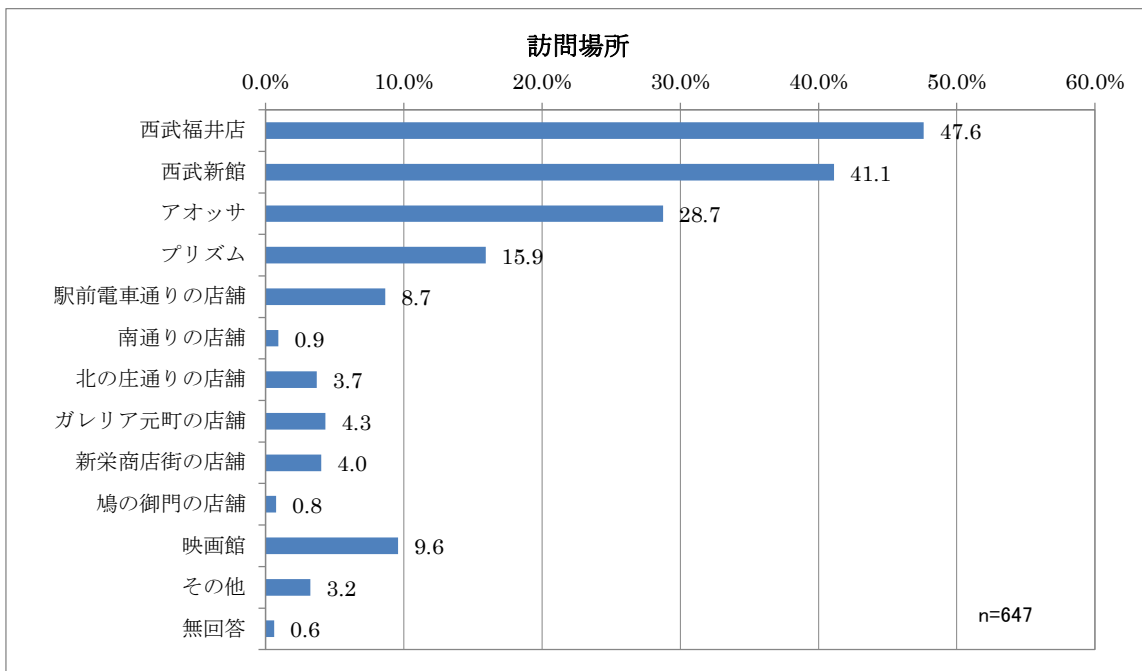


ハピリンの施設は、「屋根付き広場」は77.3%が、「商業施設」は59%が「大変良い」「良い」と答えている。「多目的ホール」「プラネタリウム」「福井市施設」は「無回答」が最も多くなっているが、これは収容人数も限られており、まだ見ていない回答者が多いためと思われる。

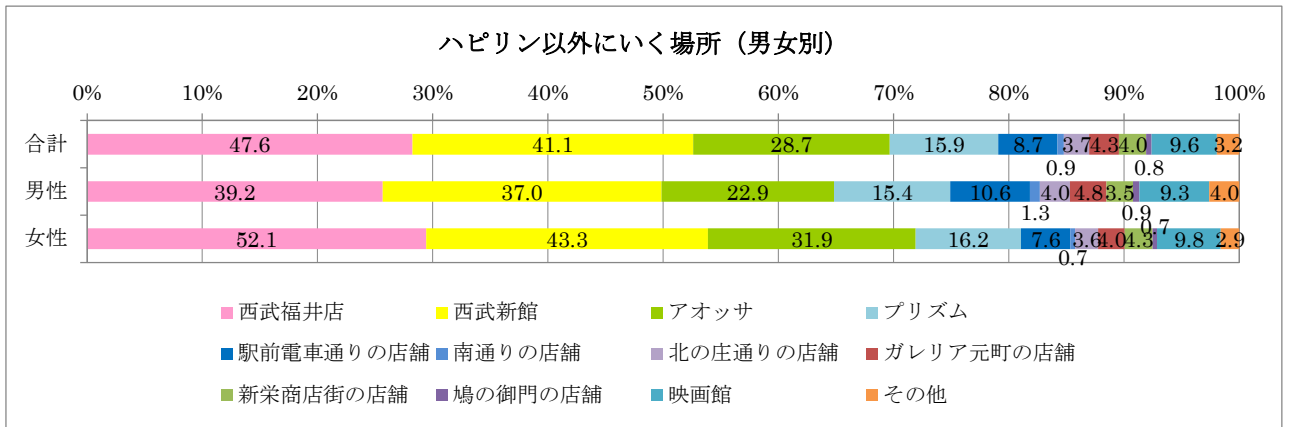
4. ハピリン以外に駅前のどこかに行くか



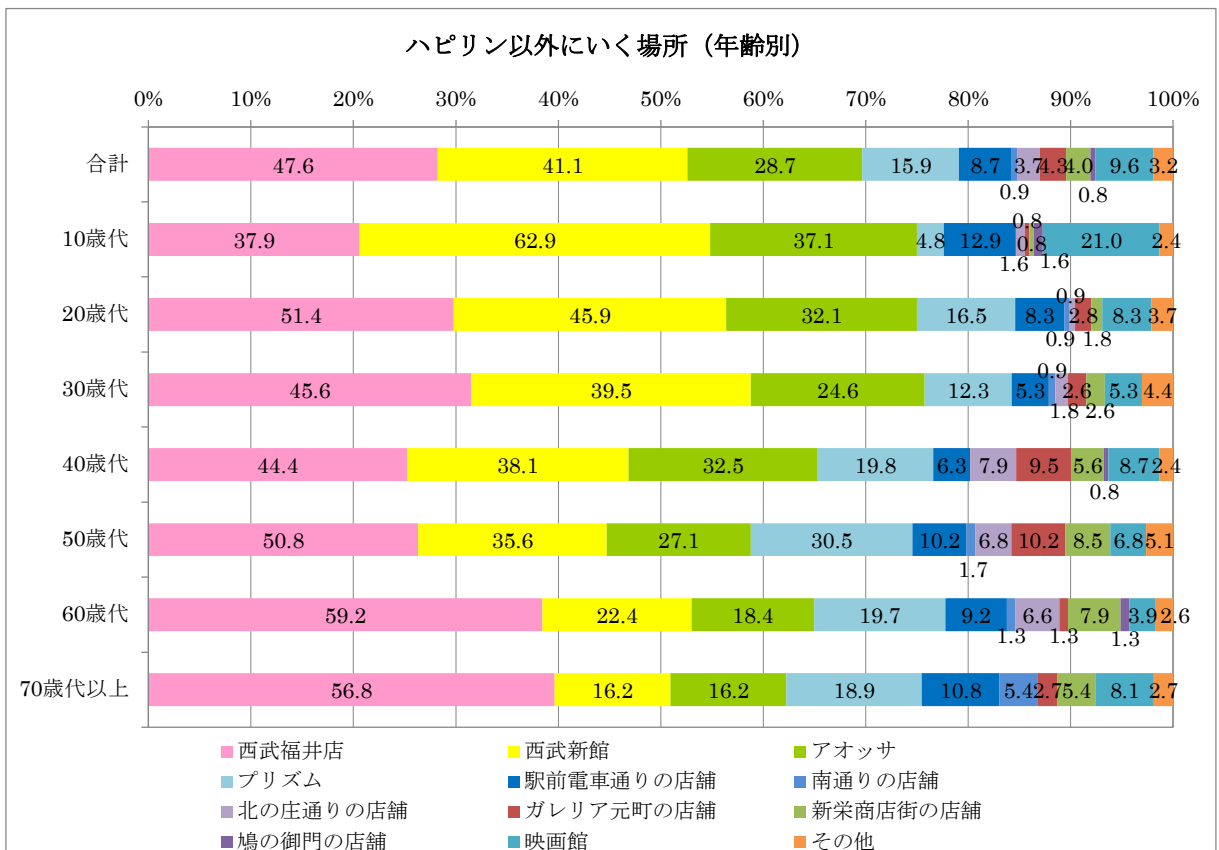
ハピリン来訪のついでに、または併せて駅周辺へ行くかについては、「行く」が 64.7%、「行かない、予定がない」が 34.1%となっていた。



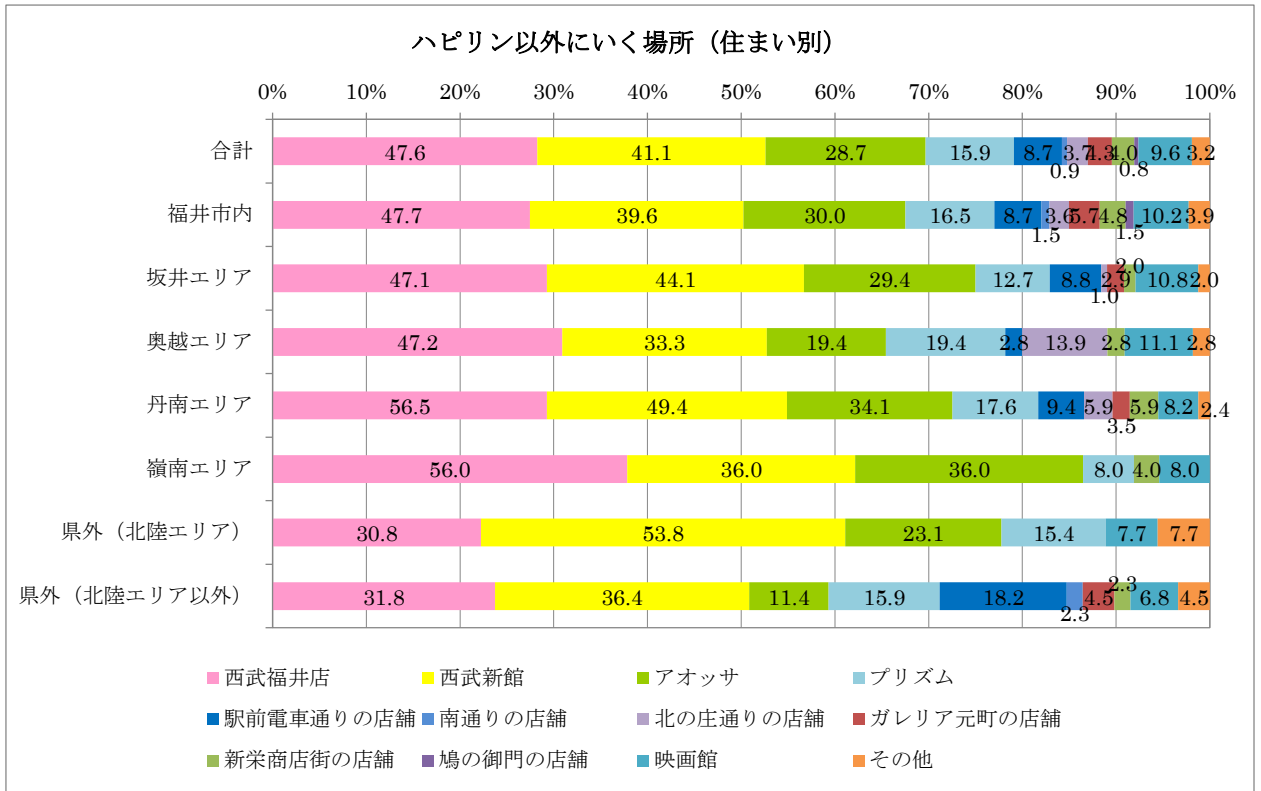
ハピリン以外への訪問場所としては、「西武福井店」47.6%「西武新館」41.1%「アオッサ」28.7%「プリズム」15.9%の順となっており、複合店舗への訪問が顕著で、商店街への訪問は、「駅前電車通りの店舗」8.7%「ガレリア元町」4.3%「新栄商店街」4%となっていた。



ハピリン来訪のついでに訪れる場所を男女別にみると、男女とも「西武福井店」「西武新館」「アオッサ」の順となっているが、何れも女性の方が男性より1割程度高くなっていた。

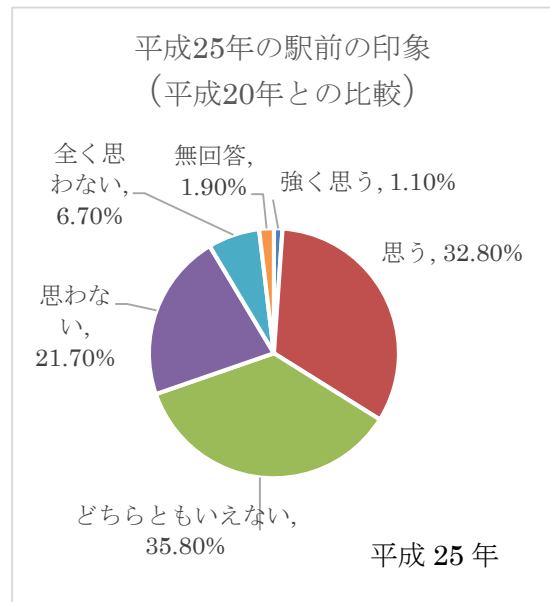
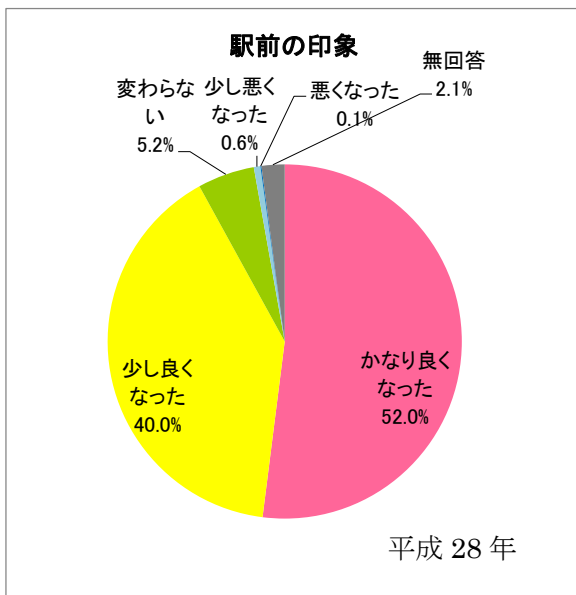


また、年齢別にみると10歳代では「西武新館」がもっとも高くなっているが、その他の年代では「西武福井店」が高くなっていた。



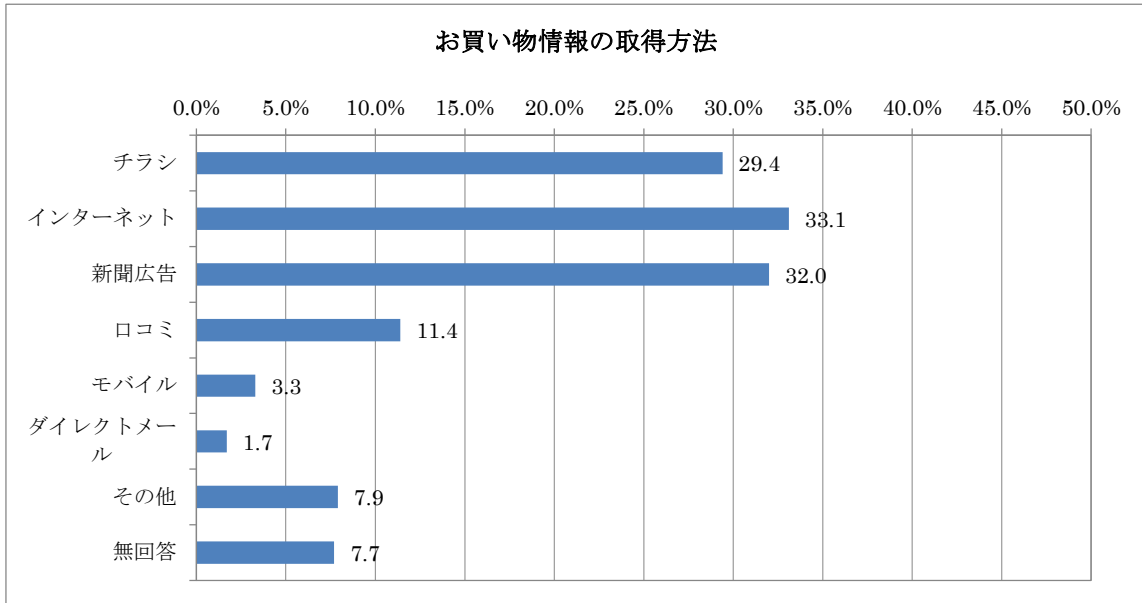
ハピリン以外に行く場所を住まい別でみると、「西武福井店」と「西武新館」への訪問が全てのエリアで50%を超えていた。

5. 駅前の印象

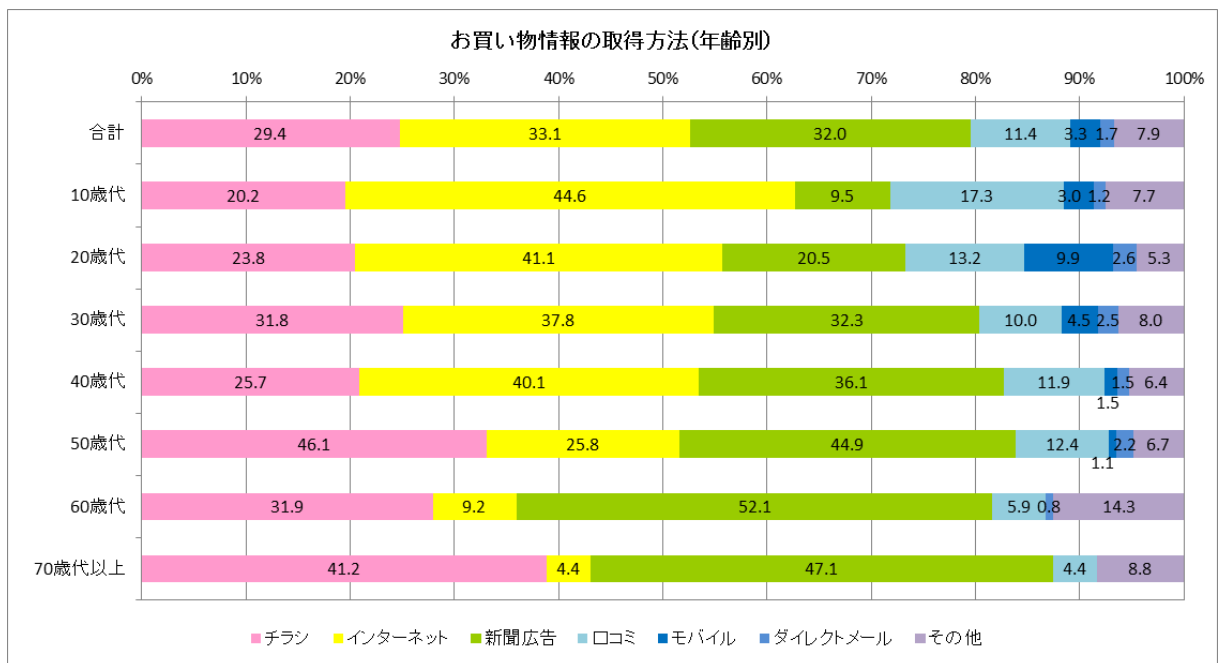


今回のハピリンオープンや西口交通広場の整備等による駅前の印象については、「かなり良くなった」が52%、「少し良くなった」が40%となっており、9割以上の人から好印象を得ていた。また、平成25年9月の「まちなか好感度・素敵度調査」の結果と比較すると、平成25年9月調査時では5年前の平成20年と比較して「良くなっていると思う」が全体の3割程度であったが今回でかなり改善された。

6. 買い物情報の取得方法



買い物情報の取得方法としては、「インターネット」33.1%、「新聞広告」32%、「チラシ」29.4%の順となっていた。



買い物情報の取得方法を年齢別にみると、50歳代以上で「チラシ」や「新聞広告」など紙媒体による情報収集が多く、30歳代以下では「インターネット」や「モバイル」等の電子媒体が多くなっている。