

大阪府商店街感染症対策等支援事業 来街者アンケート調査結果概要

1.調査目的

大阪府では、商店街での新しい生活様式(ニューノーマル)に沿った ICT 活用やバイローカルの「モデル創出」と、セミナー、事例集、商店街レポートなどの特設HPでの情報発信の2つの取組みを実施。この事業効果を測定することを目的としモデル創出事業実施商店街の来街者に対してアンケート調査を実施。

2.調査概要

| | |
|--------|--------------------------------------|
| 調査対象 | 本事業のモデル創出事業実施商店街 11 か所 |
| 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 | 現地でのアンケート調査 |
| 調査時点 | 令和3年11月26日から12月20日 |
| 回収数 | 11 か所 計 550 (1ヶ所あたり 50 程度) |

3.調査結果のポイント

- ・ 商店街への来街頻度(R2年とR3年との比較)では、「増えた(11%)」、「やや増えた(8%)」、「変わっていない(60%)」、「やや減った(13%)」、「減った(7%)」となっている。
- ・ 本事業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%が評価している。
- ・ 商店街を訪れる目的としては、「買い物(66%)」、「病院等生活に必要な施設の利用(12%)」、「知り合いとの交流(12%)」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」、「変わっていない」の合計で、R2年度が83%、R3年度が79%であり、来街頻度に変化はなかった。

商店街を訪れる目的

・「買い物(R2年度:75% ⇒ R3年度:66%)」、「病院等生活に必要な施設の利用(R2年度:13% ⇒ R3年度:12%)」、「知り合いとの交流(R2年度:12%)」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

【R2年度】

- ・ 商店街の感染症対策の取組みに関しては、「安心して買い物ができる(25%)」、「ある程度安心して買い物ができる(51%)」を合わせると76%が安心して買い物できると回答。
- ・ 商店街の需要喚起の取組みに関しては、「購買意欲が高まった(11%)」、「ある程度購買意欲が高まった(59%)」を合わせると70%が、購買意欲が高まったと回答。

【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%が評価している。

【評価】

・ 府事業については、両年度ともに7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。