

三島市商店街来訪者調査報告書

2023年9月28日

I. 調査の背景・目的

商店街利用者のニーズを把握し、新たな顧客獲得による個店の売上げ増、商店街の活性化につなげていくために調査を行った。

II. 概要・項目

《調査概要》

調査方法	該当調査
調査エリア	三島駅南口・三島広小路駅・大場駅
調査対象者	18歳以上の三島市の来訪者・住民
調査時期	各日 10:00-18:00 8月4日（金） / 晴れ 6日（日） / 雨 26日（土） / 曇り→雨
各エリアの状況	<p>三島駅南口 【三島駅南口駅前広場～愛染院跡の熔岩塚】 学生から高齢の方まで幅広い層が利用していた。旅行者も多く、市外の人からも多くの方に回答に協力してもらった。特に人やバス待ちの人を中心に回答に協力してもらった。 特に待ち合わせ中、バス待ち中の若い層の方が多く回答してくれた印象あり。</p> <p>三島広小路駅周辺 【三島広小路駅～本町交差点の三島大通り沿い】 駅の利用者および商店街で買い物をしている人はいるが、止まってバスやタクシー、迎えの車、友人を待つ人や休憩している人が少なく回収が行いにくい状況が続いていた。 お店への入店待ちでベンチに座っている方々が多く回答してくれた印象あり。 子どもを連れたファミリー層が多い印象を受けた。</p> <p>大場駅 【大場駅前バス停・タクシー乗場、商店街】 利用者が少なく、多くの回答を得ることができなかった。</p>

	バス停でバス待ちをしている高齢の方を中心にアンケートに協力してもらった。
声掛け人数	全 体 : 約 500 人 三島駅南口 : 約 400 人 三島広小路駅 : 約 100 人 大 場 駅 : 約 20 人
有効回答者数	156 件 (地元住民 67 件・観光客 89 件)

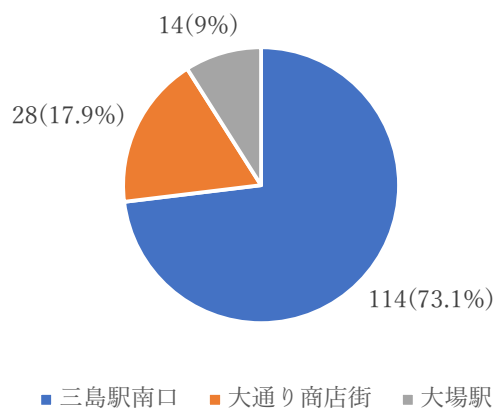
《調査項目》

属性について	性別・年齢・居住地
来訪について	来訪理由・来訪方法
求めていることについて	個店に求めること・商店街に求めていること

III. 調査結果

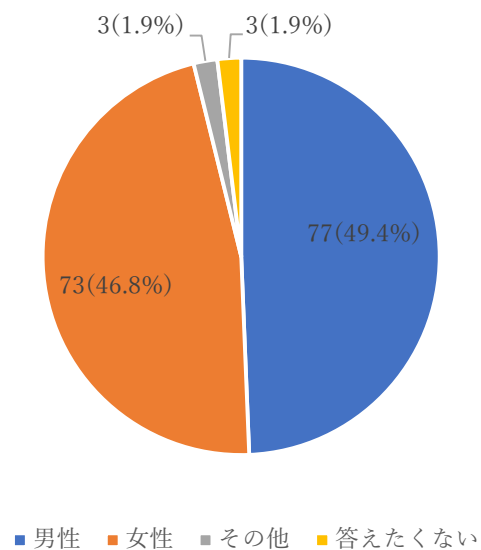
1. 単純集計

Q0. 調査場所

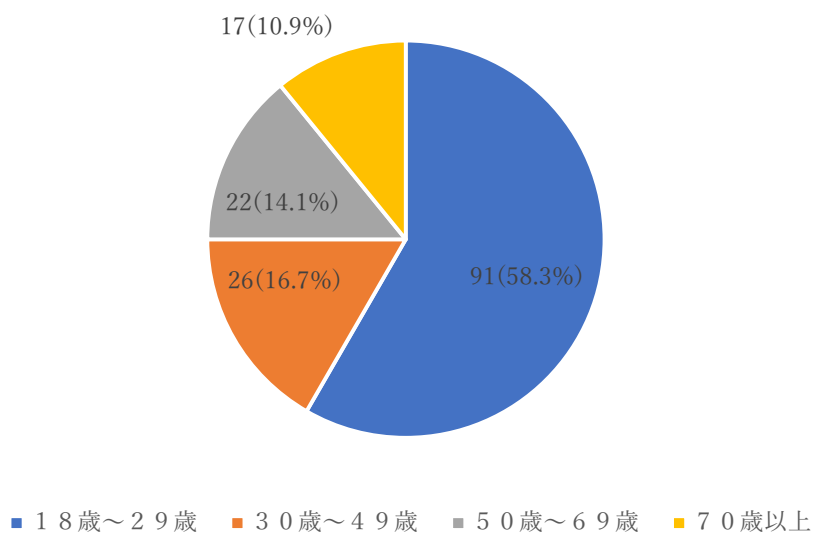


	三島駅南口	大通り商店街	大場駅	総計
中心市街地	22	6	1	29
旧市内	3	2	4	9
北上	8	1	9	9
錦田	11	1	12	12
中郷	6	2	8	8
三島市計	50	9	8	67
観光客	64	19	6	88
総計	114	28	14	156

Q1. 性別について



Q2. 年齢について



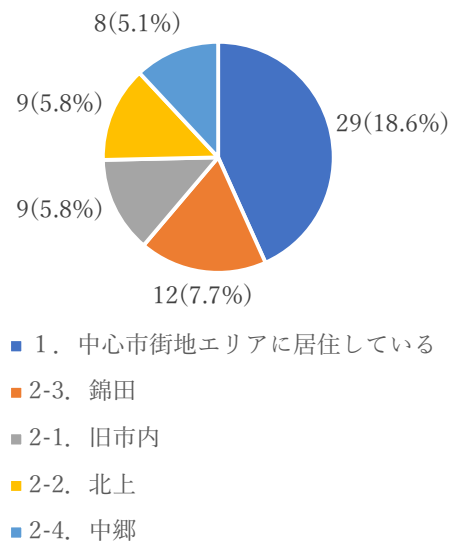
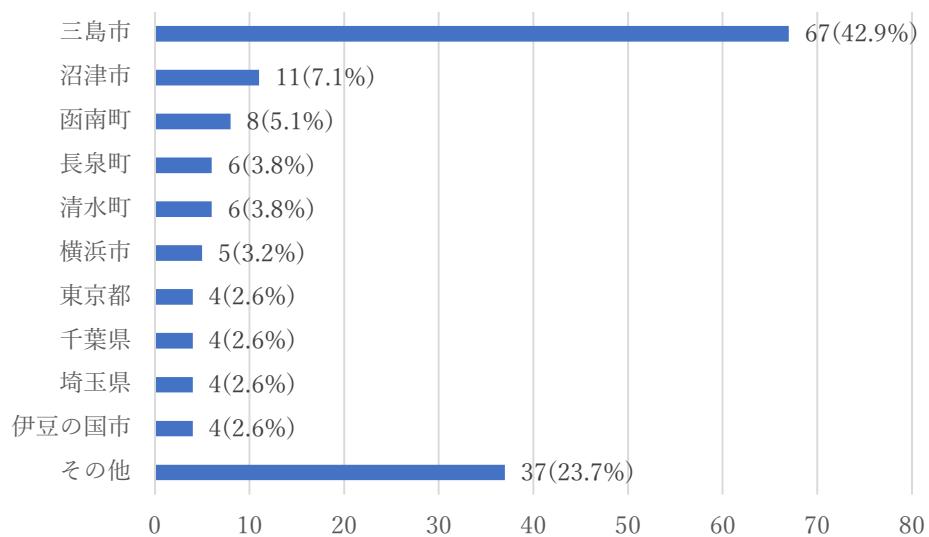
	10歳～29歳	30歳～49歳	50歳～69歳	70歳以上	総計
中心市街地	19		4	4	29
旧市内		3		2	9
北上		8		1	9
錦田		9	2		12
中郷		4	2	2	8
三島市計		43	8	7	67
観光客		48	18	15	89
総計		91	26	22	156

	18歳～29歳	30歳～49歳	50歳～69歳	70歳以上	総計
三島駅南口	83	15	8	8	114
大通り商店街	4	8	12	4	28
大場駅	4	3	2	5	14
総計	91	26	22	17	156

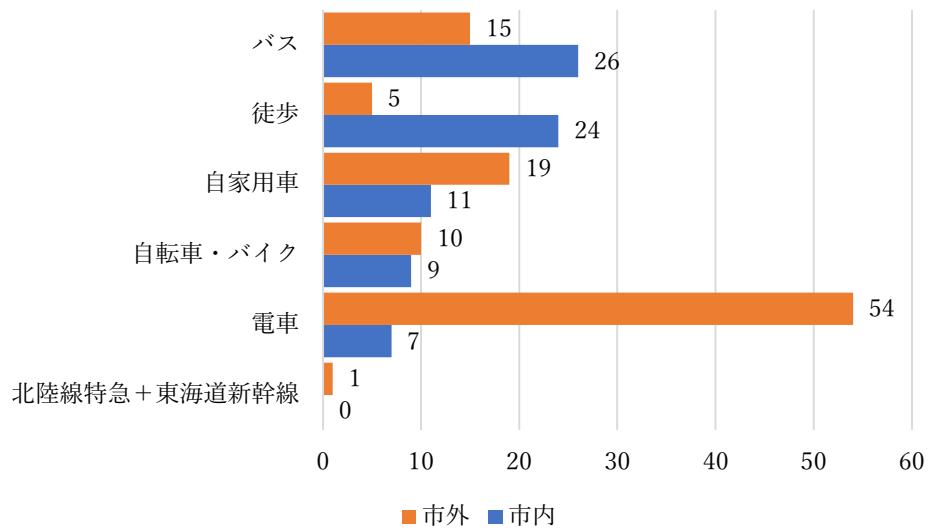
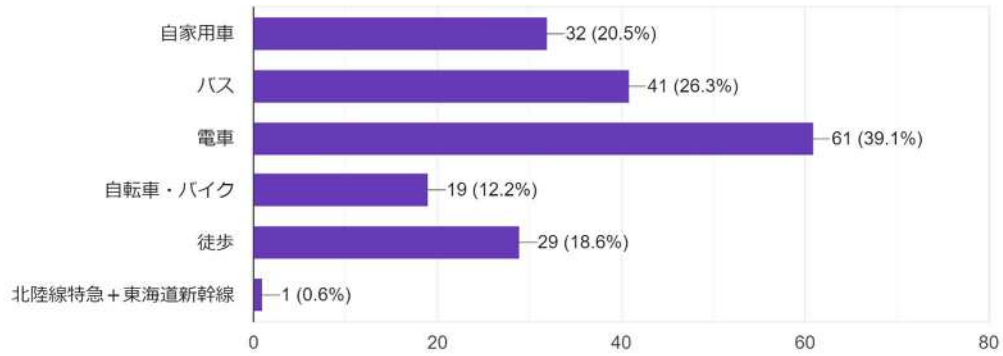
・男女比率は、男性が約49%、女性が約46%となっており半数ずつの回収ができています。

・若年層の回答率が高めとなっているが、こちらは回答方法がQRコードの読み取りと手書きの回答用紙を用意したため、回答が簡易的であるQRコードからの回答率が高くなり、比較的に若い層の回答が集まっていると考えられる。

Q3. 居住地について

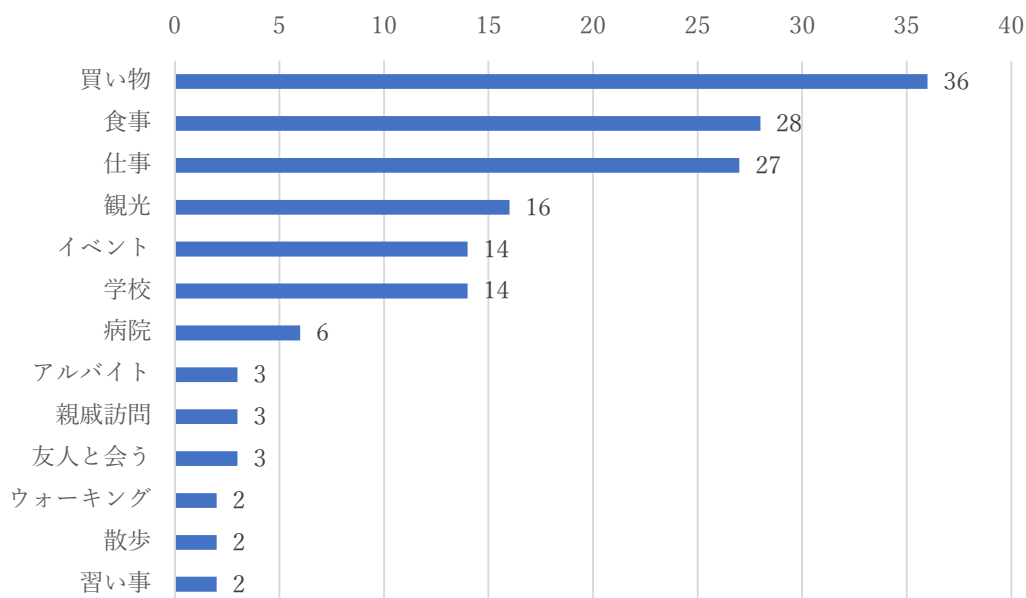


Q4. 来訪方法



	中心市街地	旧市内	北上	錦田	中郷	
バス	5	3	5	8	5	
徒歩	16	2	5	1	0	
自家用車	3	3	3	3	2	
自転車・バイク	4	1	3	0	1	
電車	5	0	0	1	1	
総計	27	9	9	12	8	

Q5. 来訪理由



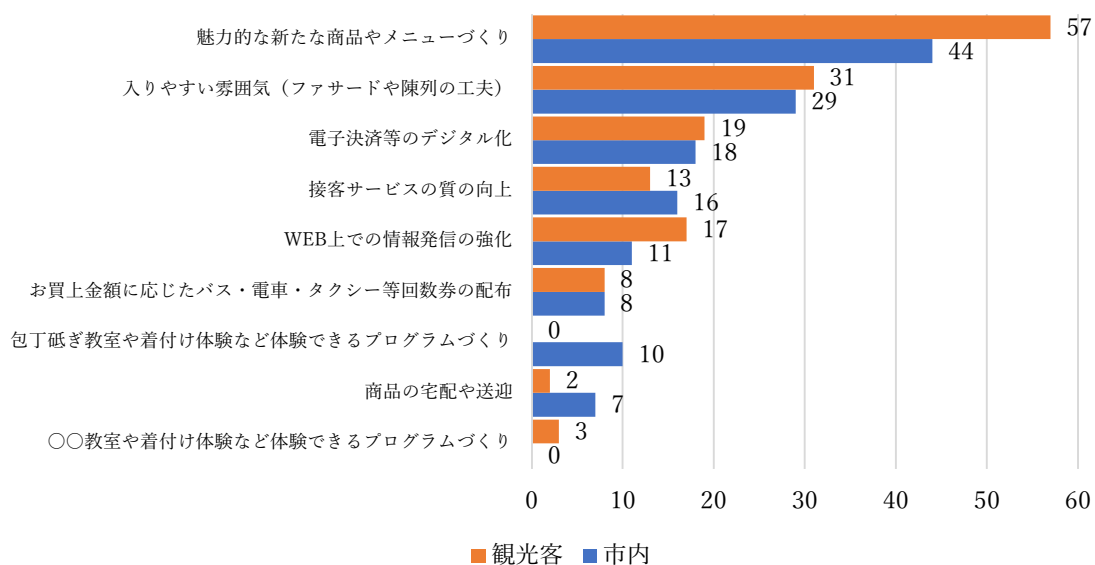
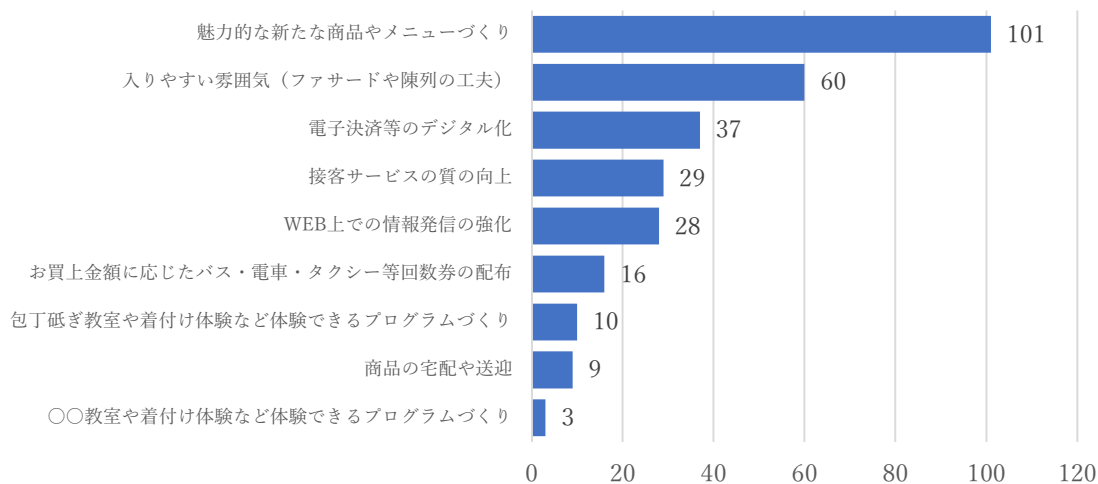
【その他、自由記入】

カラオケ、ゴルフ、居酒屋、近くに住んでいる、歯医者、七五三の写真撮影

就職活動、出張から帰宅、順天堂大学のオープンキャンパス、図書館大学のフィールドワーク、長泉へ行く途中、美容室、墓参り
旅行先への乗り継ぎの為、寮生（寮が近くにあるため）

- ・ 買い物や食事など商店街の直接的な利用に関わる理由が多くなっており、日常的な利用客の取り込みが重要であることが分かる。
- ・ 一方で、観光やイベントで訪れた方も一定程度商店街を訪れていることが分かる。観光客やイベント開催時の来訪者に、商店街や各個店に来てもらうような取り組みを行っていくことも有効であるといえる。

Q6. 個店に求めること

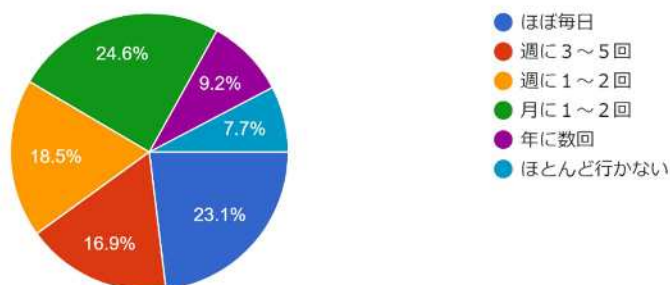


年齢別包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり

10歳～29歳	8
30歳～49歳	1
50歳～69歳	1
70歳以上	0
総計	10

- ・魅力的な新たな商品やメニューの開発が特に票を集めており、これまでとは違うものに対するニーズがあり、商店街全体に求められていることが分かる。
- ・特に観光客は魅力的な商品やメニューを求めているといえ、三島の特徴がある商品やメニューづくりが観光客には受けるといえる。
- ・お店への入りやすさ（親しみやすい雰囲気、店頭陳列からの誘導など）は、観光客、市内のお客さんともにとっても重要であることが分かる。
- ・電子決済、バス、タクシー券の配布、商品の宅配などの事業も、観光客、市内のお客さんともニーズがあるといえる。
- ・体験できるプログラムは、市内の方にニーズがあることが分かり、その中でも比較的若い層のお客さんにニーズがあるといえる。

Q7. 来訪頻度（住民のみ回答）（n=65）



1. クロス集計 年代別来訪理由

	10歳～29歳	30歳～49歳	50歳～69歳	70歳以上	総計
アルバイト	1				1
イベント	8	2		1	11
イベント,	1				1
イベント, 通学	1				1
ウォーキング			2		2
カラオケ	1				1
ゴルフ			1		1
その他				1	1
バイト	1				1
リゾートバイト	1				1
学校	5				5
学校で部活のため	1				1
観光	7	3	1		11
観光, イベント	1				1
帰宅	1				1
記入なし				1	1
居酒屋	1				1
近くに住んでる				1	1
散歩	2				2
仕事	10	8	2	2	22
仕事, 観光			1		1
七五三の写真撮影		1			1
実家への帰省	1				1
就職活動	1				1
習い事	1				1
塾	1				1
出張から帰宅		1			1
順天堂大学のオープンキャンパス	1				1
食事	9	1	8	2	20
食事, 観光	1				1
食事, 観光,	1				1
親戚訪問		1			1
図書館	1				1
息子のところに来た				1	1
大学のフィールドワーク	1				1
大場駅前のともだちのお宅に来た			1		1
長泉へ行くため				1	1
通院のため広小路から田町駅まで行く				1	1
通学	3				3
登校	2				2
買い物	17	3	1	2	23
買い物, 観光			1		1
買い物, 仕事	1	2	1		4
買い物, 歯医者			1		1
買い物, 食事	4		1	1	6
買い物, 病院				1	1
美容	1				1
病院		2		2	4
部活	1				1
墓参り		1			1
友人と会う	1				1
友達に会う			1		1
旅行先への乗り継ぎの為		1			1
寮生	1				1
総計	91	26	22	17	156

年齢別における商店街に求めていること

	10歳～29歳	30歳～49歳	50歳～69歳	70歳以上	総計	
WEB上での情報発信の強化			1		1	
WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）				1	1	
WEB上での情報発信の強化、電子決済等のデジタル化		2	1		4	
WEB上での情報発信の強化、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1	1		2	
お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布				3	3	
なし				1	1	
もう少し近くにマックスバリュが欲しい				1	1	
外観		1			1	
若者に人気のお店		1			1	
若者向けのお店		1			1	
商品の宅配や送迎、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布				1	1	
接客サービスの質の向上		5	1		7	
接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化		1			1	
接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1		1	2	
電子決済等のデジタル化		2		3	6	
電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		2			2	
電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、駅前から広小路の巡回バス			1		1	
電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、交通の便		1			1	
入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		5	3		9	
入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布		1	2		3	
入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、商品の宅配や送迎、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布			1		2	
包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布				1	1	
包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1			1	
包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、電子決済等のデジタル化、商品の宅配や送迎、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり	34	3		3	41	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、〇〇教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり	1				1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、〇〇教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、WEB上での情報発信の強化	1				1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、〇〇教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）	1				1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化	2		3		5	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、ECサイトでの購入機会、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）			1		1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布	2				2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化	1			1	2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化、三島を生かしたお店のこだわり				1	1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）				1	1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、電子決済等のデジタル化		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）			1		1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		2			2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、WEB上での情報発信の強化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、商品の宅配や送迎			1		1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、商品の宅配や送迎			1		2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、接客サービスの質の向上		1		1	2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、接客サービスの質の向上、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布				1	1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1		4	6	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、電子決済等のデジタル化		3		1	4	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		3	1		4	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、商品の宅配や送迎					1	1
魅力的な新たな商品やメニューづくり、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		4	3	2	10	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、商品の宅配や送迎		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）、商品の宅配や送迎、お買上金額に応じたバス・電車・タクシー等回数券の配布				1	1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、WEB上での情報発信の強化、接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		1			1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、接客サービスの質の向上、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）				1	1	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、電子決済等のデジタル化、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）		2			2	
魅力的な新たな商品やメニューづくり、包丁砥ぎ教室や着付け体験など体験できるプログラムづくり、入りやすい雰囲気（ファサードや陳列の工夫）			1		1	

年齢別における来訪頻度（住民のみ）

	10歳～29歳	30歳～49歳	50歳～69歳	70歳以上	総計
ほぼ毎日	8	2	4	1	15
週に3～5回	9			2	11
週に1～2回	8		3	1	12
月に1～2回	9	3		4	16
年に数回	5	1			6
ほとんど行かない	2	2		1	5
総計	41	8	7	9	65

性別における来訪頻度

	男性	女性	総計
ほぼ毎日	6	9	15
週に1～2回	2	10	12
週に3～5回	5	6	11
月に1～2回	6	9	15
年に数回	5	1	6
ほとんど行かない	2	3	5
総計	26	38	64

Q5. (追加) 来訪する上で目的のお店や商品、立ち寄り予定の場所、おすすめなお店や商品、店主等お聞かせください。

北上	観光客
ミスタードーナツ	鈴木ストア
和菓子	幼魚水族館
錦田	福の軒
BAR、飲食店	白滝公園
白滝公園	陶器のうちだ
イトーヨーカドー	中郷温水池
さくらや	杉山矯正歯科
楽寿園	沼津港水族館
白滝公園	山中湖
三島私立図書館	三嶋大社
中郷	三島コロッケ
チェーン店のカフェ	桜家
鈴木ストア	源兵衛川
	近くのセブン
	極炭火焼一茶
	居酒屋
	菊の鳥
	楽寿園
	柿田川湧水群
	柿田川公園
	せせらぎ公園
	スターバックス
	すき家
	サントムーン
	さわやか
	コンビニ
	ヴィドフランス
	アルペロ
	301餃子

Q8. 商店街に求めることは何ですか。

中心市街地

豊富で選ぶ楽しみを持てる商品
便利さ おしゃれさ
美味しいご飯
入りやすさ
日用品の充実
生活する上で必要なものがそろう 適度に休める場所がある
休憩できるようなスペース
喫煙所を増やして欲しい
気軽に寄れるカフェ
海老
飲食店
マックスバリューが近くに欲しい
ヘルシーなものを提供するお店。
地元工芸品
コーヒーが飲めるorコーヒー豆を買えるお店
オシャレなカフェ
100円ショップ

旧市内

生鮮食品
新鮮な野菜
新鮮な魚
安さ
郵便局
おしゃれな内装の飲食店

北上

商品の品揃え
全世代が気軽に立ち寄れる雰囲気、入りやすさ
和菓子と焼鳥など惣菜

錦田

綺麗な外観
若者が興味を持つような今時感あるおみせ
活気
安くて美味しい飲食店
オシャレなカフェ

中郷

無料の勉強スペース
オシャレなカフェ
そこに行けばなんでも揃う
何かに特化した専門店
鮮魚店
日用品の充実

市外

良い品物

湧水を生かした商品

夜遅くまで開店

美味しいお店

入りやすい雰囲気

電器屋さん、ナショナルチェーン店舗

地域の特産物を使った美味しい飲食物

地域の特産物

若者が集まる街

思い出に残るような独自の何か

三島コロッケが冷凍で家まで送れたらうれしい

気軽に入れる喫茶店 ex) コーヒー

活気。そこでしか体験できないもの

街の売りをイメージした食べ物系の商品など。例えばいずっぱこをイメージしたクッキーやパンなど。

飲食店の数

一見さんお断りの雰囲気をなくすこと

その土地独自の名物、食事や特徴のある町並み

スマホ決済サービス

スイーツ系のお土産

コスパの良さ

ここにしかない商品

カフェ

お土産屋さん

うなぎ

インスタ映えするようなお店や美味しいご飯！

1000円くらいで食べられるランチ