

京都商店街応援隊女子部の情報発信

～「マチオモイ女子に聞く！～私が思う商店街や街の魅力」から～

～伏見大手筋商店街 消費者アンケート調査から～

本市では、市民や観光客など消費者と共に考える商いをめざして、消費者の目線に立った商いの推進に取り組んでいます。

その取組の一つに、商店街や街の活性化に取り組んでいる女性から話を聞き、商業やまちのあり方について考えるイベントや普段商店街を利用している女性を対象にアンケートを実施しました。

商店街に対して「こんな良いところがある」、「こうすればもっと良くなる」という応援のメッセージを発信します。

1. 「マチオモイ女子に聞く！～私が思う商店街や街の魅力」

京都市商業振興課のホームページで情報発信をしています。

<http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/page/0000196106.html>

2. 「伏見大手筋商店街 消費者アンケート調査」

伏見大手筋商店街では、商店街をよりよくするために商店街を訪れるお客様に対してアンケート調査を行いました。

このアンケート調査の中から大手筋商店街を訪れた女性の方のご意見を抽出した上で、アンケートを分析し、伏見大手筋商店街の応援に繋がるメッセージを発信します。

「伏見大手筋商店街アンケート調査」について

1. 女性回答者の属性について

(1) 年齢構成

30歳代から50歳代を中心に、ほぼすべての年代の方が来街している。

(2) 職業

最も多いのが主婦(43.3%)で、20歳代未満及び20歳代を除くすべての年齢層で最も多く、20歳代未満及び20歳では、学生が最も多かった。

(3) 居住地

来街者の住まいは、殆どが伏見区内であるが、交通至便な地にあることから区外からの来街者も多い。

(4) 利用回数

商店街を利用する回数は、週に 2 回～3 回とする人がもっとも多い(39.4%)一方、週に 4 回以上利用するという人が 32%もあることから、商店街が日常の買い物の場として根付いている。

2. 伏見大手筋商店街の魅力

(1) 「近さ」は魅力

伏見大手筋商店街の来街者は、商店街の周辺に住む主婦層が中心となっていることから、商店街の魅力の一番は「近さ」であるということである。

しかし実際の意見を拾うと、家に近いと言うだけでなく、「駅から近く、割とどんな店もあるので便利だと思う」（女性、20 歳未満、学生）という意見のように、「近さ」と「様々なお店がある」ということが伏見大手筋商店街の魅力の一つである。

昨今のライフスタイルでは、週末に車などで大規模な複合型商業施設（ショッピングモールなど）へ買い物に出かけることが多くなっているが、「様々なお店がある」ということで、近隣の顧客をしっかりと捕まえているのが大手筋商店街である。

(2) 商店街の魅力は、「私のいちおしのお店」と「買いたいものを売るお店がたくさんある」こと

2 番目に多かった回答は、「気に入った店がある」というものであり、3 番目に多かった回答は、「買い物が一度で済む」であった。

商店街に「気に入った店がある」では、「X'mas, いつも楽しみにしています！！」（女性、20 歳代、学生）という意見があり、「買い物が一度で済む」では、「若者向けやお年寄り向け両方を合わせ持ったショップ、店が多く、便利さを感じる」（女性、20 歳未満、学生）という意見があった。

買い物客が商店街へ足を運ぶきっかけは、気に入った店があったり、気に入ったものが手に入るお店が沢山あるということであり、それこそが商店街の本来の姿である。

(3) 商店街の賑わいは、さらなる集客に繋がる

商店街の賑わいは、「伏見大手筋商店街は大変賑わっている商店街だと思います。『大変賑わっているなあ！』と言われると伏見の人間として嬉しいです」（女性、40 歳代、主婦）という意見や「伏見に住んで 9 年になりますが年々、イベントなどに力を入れて活気があふれている商店街だと思っています。ほっこりとした気持ちで利用できる商店街が大好きです」（女性、30 歳代、アルバイト）という意見に見られるように、商店街の賑わいは、非日常を買い物客に提供することでリピーターを増やし、さらなる来街者を呼び込む原動力となっている。

3. 女性回答者が思う、「ここが良くなれば、もっと伏見大手筋商店街が良くなるのに」

(1) 気になるところは「設備」

伏見大手筋商店街の「ここが良くなれば、もっと伏見大手筋商店街が良くなる」と思うところを尋ねた結果、カフェスペースや駐車場・駐輪場、トイレなどの設備を充実させて欲しいという回答が多かった。また、「伏見の物産を集めた店舗」なども設備の一つして要望が多かった。

実際の意見では、「お子様連れや年配の方が多く利用されている商店街で自転車やバイクで禁止の時間に平気で乗っている人が年齢問わず非常に多い。呼びかけのアナウンスだけでは甘いと思う。事故がおきてからではおそいと思います」（女性、30 歳代、アルバイト）という意見や「自転車を押して通行することを徹底してほしい。車が通れる時間帯の歩行者の安全確保をしてほしい」（女性、40 歳代、パートタイマー）など、自転車やバイクなど商店街を通行する車両のマナーに関する改善点を挙げる人が多かった。

(2) 頑張れ！伏見大手筋商店街

伏見大手筋商店街を愛する顧客からは、次のような応援メッセージが寄せられている。

「オリンピックに向けて、必ず観光客が来ることに予定を立てて、活性化につながるようにがんばって下さい」（女性、50 歳代、その他）や「外国人の方がとても増えてきたので Wi-Fi 整備や英字観光案内板はいるかと。店舗にタブレット(通訳できる)があってもいいかと思います」（女性、30 歳代、主婦）など、インバウンドの取り込みに積極的に取り組むことでより一層商店街が活性してほしいという応援メッセージである。

4. 参考（アンケート）

(1) 回答者数

全回答者数 974 名，うち女性の回答者数は，623 名（性別未記入を除く）。

(2) 女性回答者の年齢別構成

年齢	20 歳未満	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳以上
人数	17	70	98	105	162	130	41

(3) 女性回答者の居住地（無回答を除く）

居住地	伏見区	京都市内 (他区)	近畿圏	その他
人数	440	85	73	10

(4) 女性回答者の世帯構成

世帯構成	単身	夫婦のみ	親子	3 世帯	兄弟姉妹等	その他
人数	56	97	369	90	6	4

(5) 女性回答者の職業

職業	主婦	会社員	自営業	公務員	学生	その他
人数	268	130	26	1	45	149

(6) 女性回答者の来街頻度

来街頻度	20 歳 未満	20 歳 代	30 歳 代	40 歳 代	50 歳 代	60 歳 代	70 歳代 以上	全体	割合
ほぼ毎日	5	9	12	11	15	21	14	87	14.2%
週 4～5 回	3	18	30	16	20	17	4	108	17.7%
週 2～3 回	1	21	27	54	85	47	6	241	39.4%
週 1 回	1	10	8	6	9	11	8	53	8.7%
月に数回	6	10	13	16	20	26	5	96	15.7%
ほとんど行かない	0	2	7	1	7	5	3	25	4.1%
過去に一度も行っ たことが無い	1	0	0	0	0	0	0	1	0.2%

(7) 年齢別商店街の魅力

良いところ	件数	割合
家や職場が近い	290	51.9%
気に入った店がある	69	12.3%
商品の品質が良い	1	0.2%
買い物が一度で済む	49	8.8%
価格が安い	10	1.8%
店員が親切	7	1.3%
オリジナリティが高い	1	0.2%
特売が魅力的	3	0.5%
チラシ等で情報が入る	2	0.4%
雨の日でも安心（アーケード）	19	3.4%
イベントが魅力的	1	0.2%
品揃えが豊富	1	0.2%
駐車場がある	0	0.0%
その他	106	19.0%

(8) 年齢別商店街の改善点

改善点	件数	割合
地域住民の交流の場	84	8.3%
カフェスペース	176	17.5%
買い物時の託児所	26	2.6%
伏見を学ぶ文化施設	59	5.9%
誰でも気軽に利用できる憩いの場	94	9.3%
伏見の物産を集めた店舗	156	15.5%
駐車場・駐輪場	173	17.2%
トイレ	131	13.0%
商店街の案内板	64	6.3%
公共施設のバリアフリー化	31	3.1%
その他	14	1.4%