茨木市中心市街地活性化基本計画（２期）
市民アンケート調査報告書

大阪府茨木市

０．調査概要

①実施期間：令和６年５月 25 日(金)～令和６年６月 10 日(月)
②調査対象者：茨木市に居住する 18 歳以上の市民 2,000 人
③調査手法：調査対象者を無作為に抽出し、郵送により調査票を配布・回収
④回答数：602 票（30.1%）

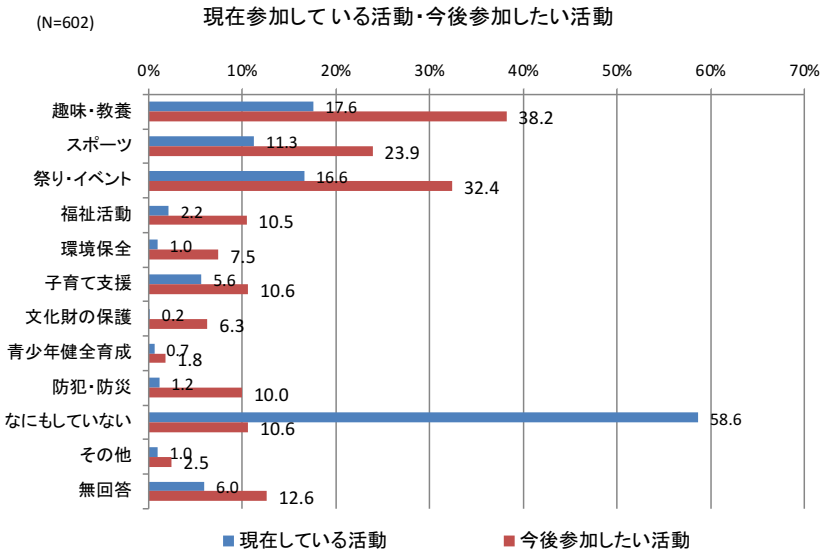
Ⅰ 回答者について

（１） 中心市街地内の活動への参加について（３つまで 複数回答）

中心市街地内の活動への参加についてみると、現在は「なにもしていない」人が最も多く、約６割となっている。

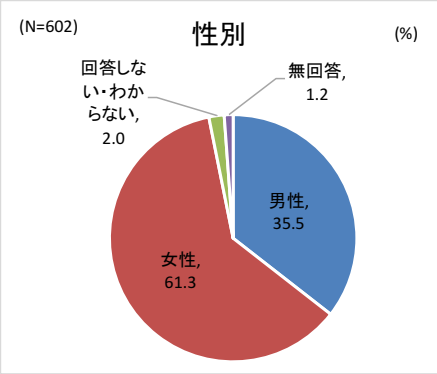
現在参加している活動で多いのは「趣味・教養」(17.6%)、「祭り・イベント」(16.6%)、「スポーツ」(11.3%) となっている。

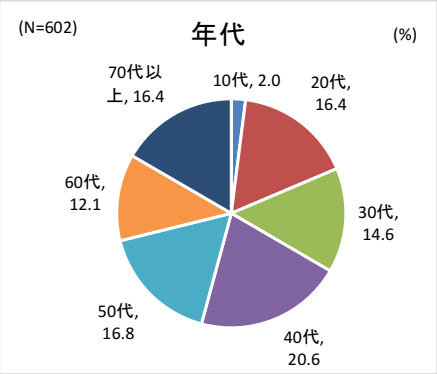
一方、今後参加したい活動については、「趣味・教養」との回答が約４割と、現在参加している人の割合の２倍以上となっている。また、「祭り・イベント」も約３割、「スポーツ」も約２割と、いずれも現在参加している人の割合の約２倍となっている。



（２） 性別と年齢

回答者のうち、女性は 61.3%と占めており、男性の 35.5%を上回った。すべての年齢層に人がいるが、40 代がやや多く２割以上、10 代は対象が 18～19 歳となるため 2.0%と少ない。

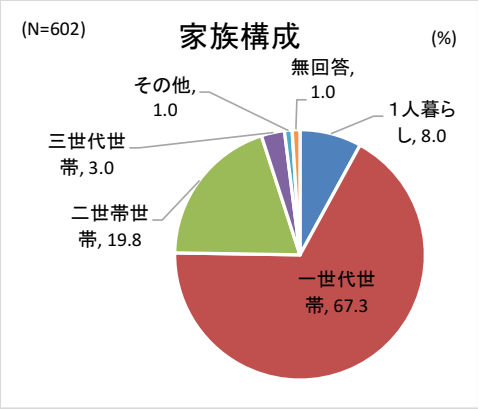


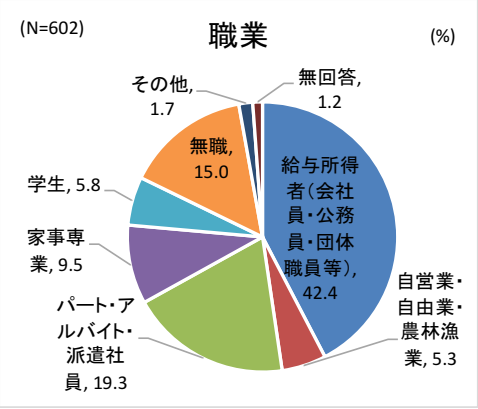


（３）　家族構成と職業

回答者の家族構成について、「一世代世帯」は最も多く、67.3%を占めている。「二世代世帯」は 19.8%、「一人暮らし」は 8.0%である。「三世代世帯」の割合は 3.0%と低い。

回答者の職業は、「給与所得者」が 42.4%と最も多く、「パート・アルバイト、派遣社員」が 19.3%、「無職」が 15.0%であった。さらに、「家事専業」が 9.5%、「学生」が 5.8%、「自営業・自由業・農林漁業」が 5.3%となっている。



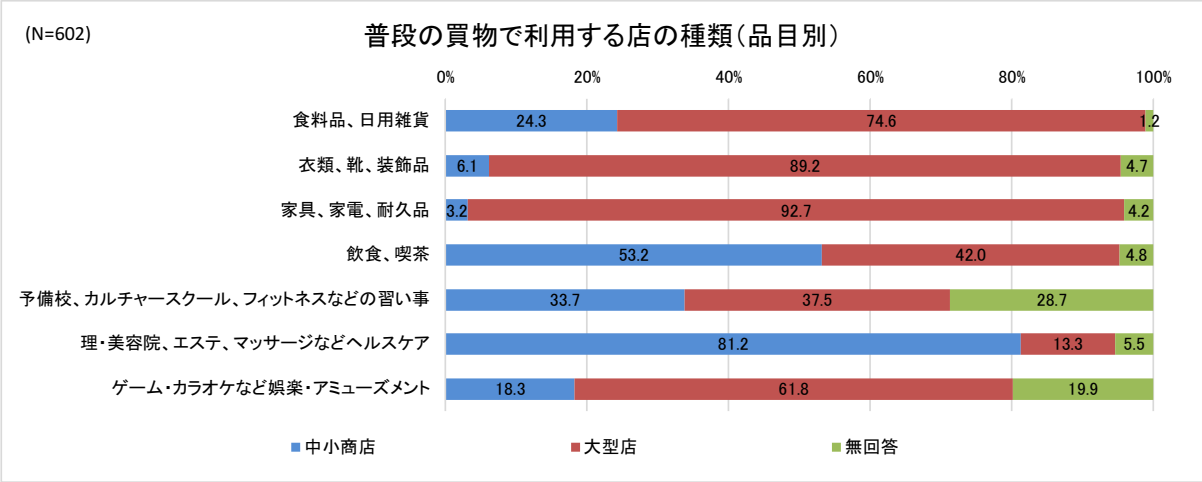


Ⅱ．買い物・消費行動の場所について

（１）　普段の買物で利用する店の種類

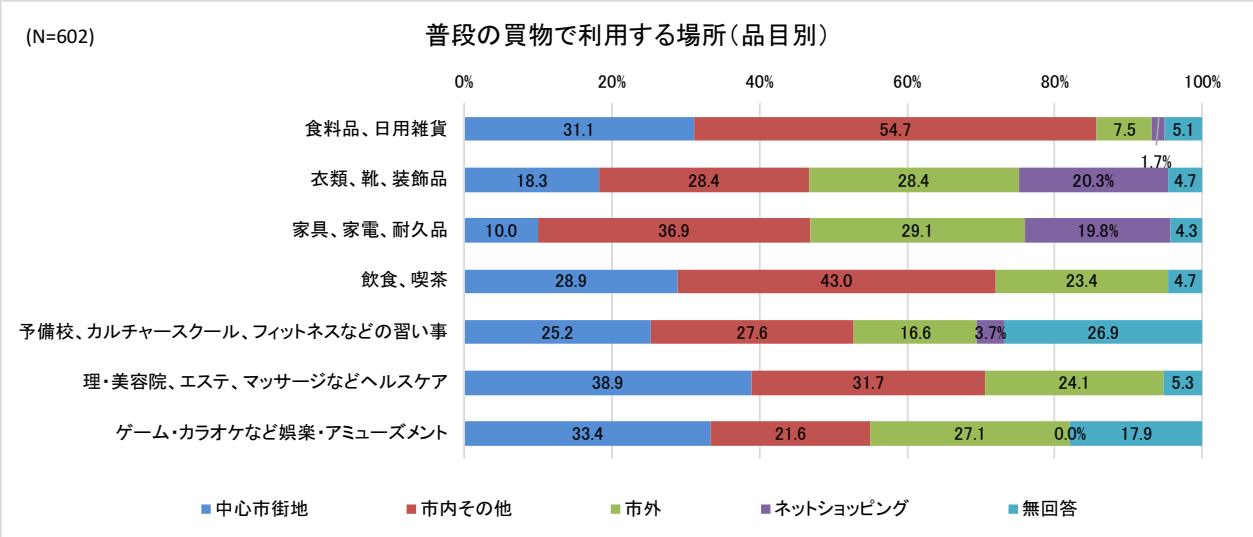
普段の買物で利用する店の種類についてみると、「大型店」の利用が多いのは、「食料品、日用雑貨」、「衣類、靴、装飾品」、「家具、家電、耐久品」で、７割以上となっている。

「中小商店」の利用が多いのは、「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」、「飲食、喫茶」であり、５割以上となっている。



（２）　普段の買物で利用する場所

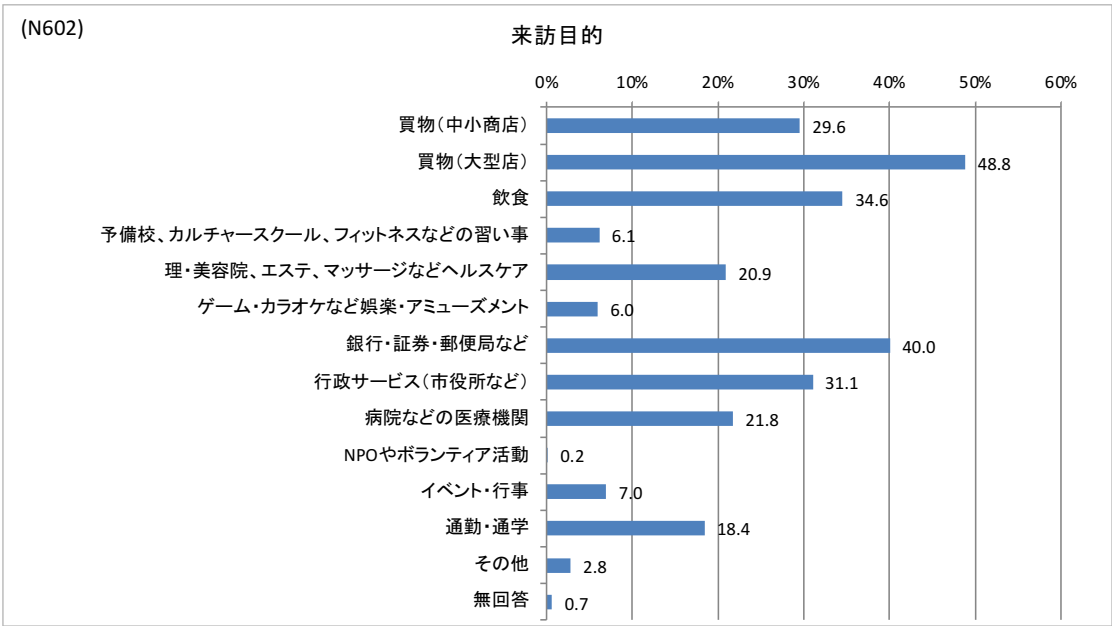
普段の買物で利用する店の場所についてみると、「中心市街地」が多いのは「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」、「ゲーム・カラオケなど娯楽・アミューズメント」、「食料品、日用雑貨」、「飲食、喫茶」と３割以上、もしくは前後の数値となっている。「市内その他」が多いのは「食料品、日用雑貨」で５割以上、「飲食、喫茶」も続いて４割以上となっている。「市外」が多いのは「家具、家電、耐久品」や「衣類、靴、装飾品」が３割弱で、いわゆる買い周り品だが、これらは「ネットショッピング」を選択した人も約２割となっている。



Ⅱ．中心市街地への来訪や利用の現状について

（１）　来訪目的（複数回答　３つまで）

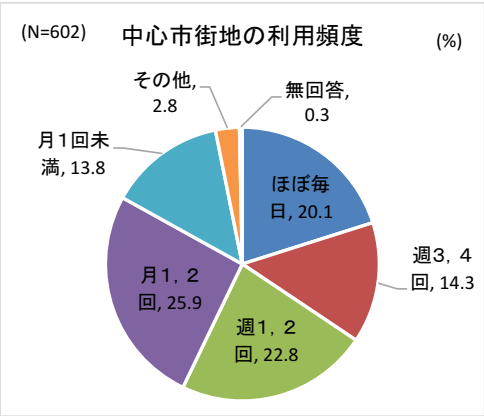
来訪目的について、「買い物（大型店）」が最も多く、48.4%であった。次いで、「銀行・証券・郵便局など」40.0%、「飲食」34.6%、「行政サービス（市役所など）」31.1%、「買い物（中小商店）」29.6%、「病院などの医療機関」21.8%、「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」20.9%、「通勤・通学」18.4%、「イベント・行事」7.0%、「予備校、カルチャースクール、フィットネスなどの習い事」6.1%、「ゲーム・カラオケなど娯楽・アミューズメント」6.0%、「NPO やボランティア活動」0.2%であった。

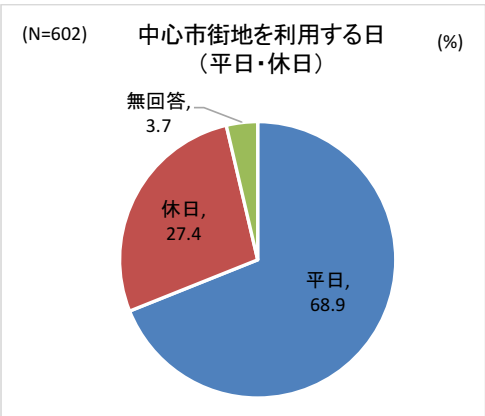


（２）　利用頻度

中心市街地の利用頻度についてみると、、「月１，２回未満」と回答した人が最も多く、25.9%となっている。次に、「週 1、2 回」と回答した人は 22.8%、「ほぼ毎日」と回答した人が 20.1%、週 3，4 日と回答した人が 14.3%、月 1 回未満と回答した人が 13.8%である。

また、中心市街地を訪れるのは平日と休日ではどちらが多いかについては、「平日」利用と回答した人が 68.9%、「休日」利用と回答した人が 27.4%であった。平日利用が休日利用の約 2.5 倍となる。





＜来訪目的に関する分析＞

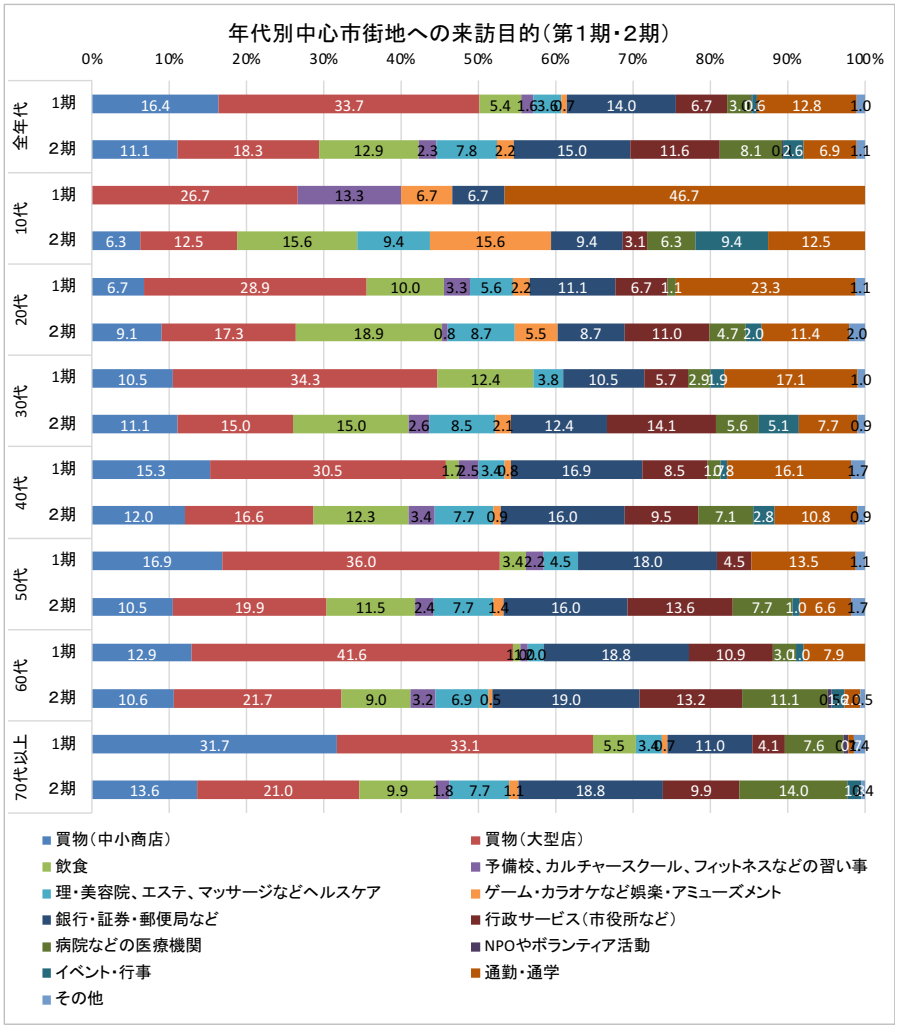
全年代の中心市街地への来訪目的を第１期計画策定時と今回とで比較すると、「飲食」、「理・美容院、エステ・マッサージなどヘルスケア」、「行政サービス（市役所など）」が他の項目に比べて増えている。一方、「買物（大型店など）」は大幅に減少、「買物（中小商店）」、「通勤・通学」が減少と、買い物や通勤・通学での来訪は減っている。

年代別に今回の中心市街地への来訪目的の傾向をみると、「飲食」が他の項目より多いのは 20 代、10 代、30 代となっている。40 代以上の年代では、「買物（大型店）」と「銀行・証券・郵便局など」が他の項目より多い傾向にある。

年代別の中心市街地への来訪目的の傾向を第１期計画策定時と今回とで比較すると、60 代・70 代以上で他の年代よりも多かった「買物（大型店）」・「買物（中小商店）」の減少が顕著で、「病院などの医療機関」をはじめとした買物・飲食以外の用事に関する項目が増えている。

また、「通勤・通学」の減少が顕著なのは 10 代であり、コロナ禍以降の大学等でのオンライン授業の増加といった生活様式の変化が特に学生を中心に現れているものと考えられる。

第１期計画記載事業に関連するものとしては、主要事業として「おにクル」の開館や omo cafe の開業等が想定されるが、ターゲットとして想定していた子育て世代である 20 代・30 代で「行政サービス（市役所など）」は増加、祖父母世代にあたる 50 代以上でも増加しており、中心市街地への来訪を誘導するという「おにクル」の効果は一定発揮されているものと推察される。omo cafe をはじめとした店舗誘致の効果については、「買物（中小商店）」は全体に減ったものの、「飲食」は増加、特に 20 代・30 代・40 代では他の項目と比べてのポイント数も多い。



※複数回答のため、各年代の総回答数を母数として各項目の割合を算出

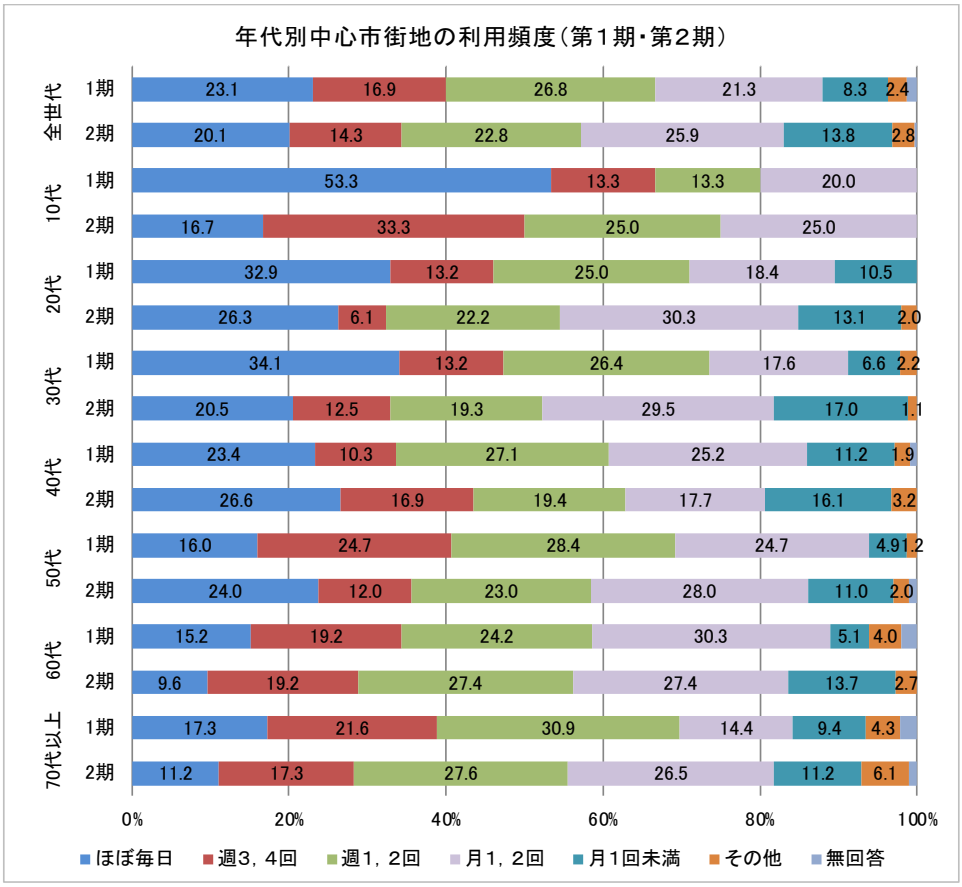
※第１期計画策定時の調査では、１位～３位を回答としていたため、１～３位の回答を複数回答として扱い総回答数を算出、母数として今回調査と比較可能な集計を行った（以下同質問においては同様）

＜利用頻度に関する分析＞

中心市街地の利用頻度の構成比を第２期計画策定時（以下「今回調査」という。）と第１期計画策定時とで比較すると、「月１回未満」、「月１，２回」が増え、「ほぼ毎日」、「週３、４回」、「週１、２回」が減り、全体としては中心市街地への来訪頻度が減少している傾向がみられる。

今回調査における利用頻度を年代別にみると、「ほぼ毎日」が多いのは 40 代・20 代・50 代、「週３，４回」が多いのは 10 代・40 代で特に 10 代が 30%以上と多い。「週１，２回」が多いのは、70 代・60 代となっている。「月１，２回」以上の構成比が最も多いのは 10 代に次いで多いのは 40 代・50 代となっており、第１期計画策定時の 30 代・70 代とは異なる結果となった。特に、第１期計画策定時では来訪頻度が高い傾向にあった 70 代で低頻度の回答が増えており、コロナ禍の影響により外出機会や習慣自体が減少しているものと推察される。

また、第１期計画策定時と比べ、10 代で「ほぼ毎日」が大幅に減少したのは、コロナ禍を経て大学のオンライン授業等が増えたこと等が要因として考えられる。

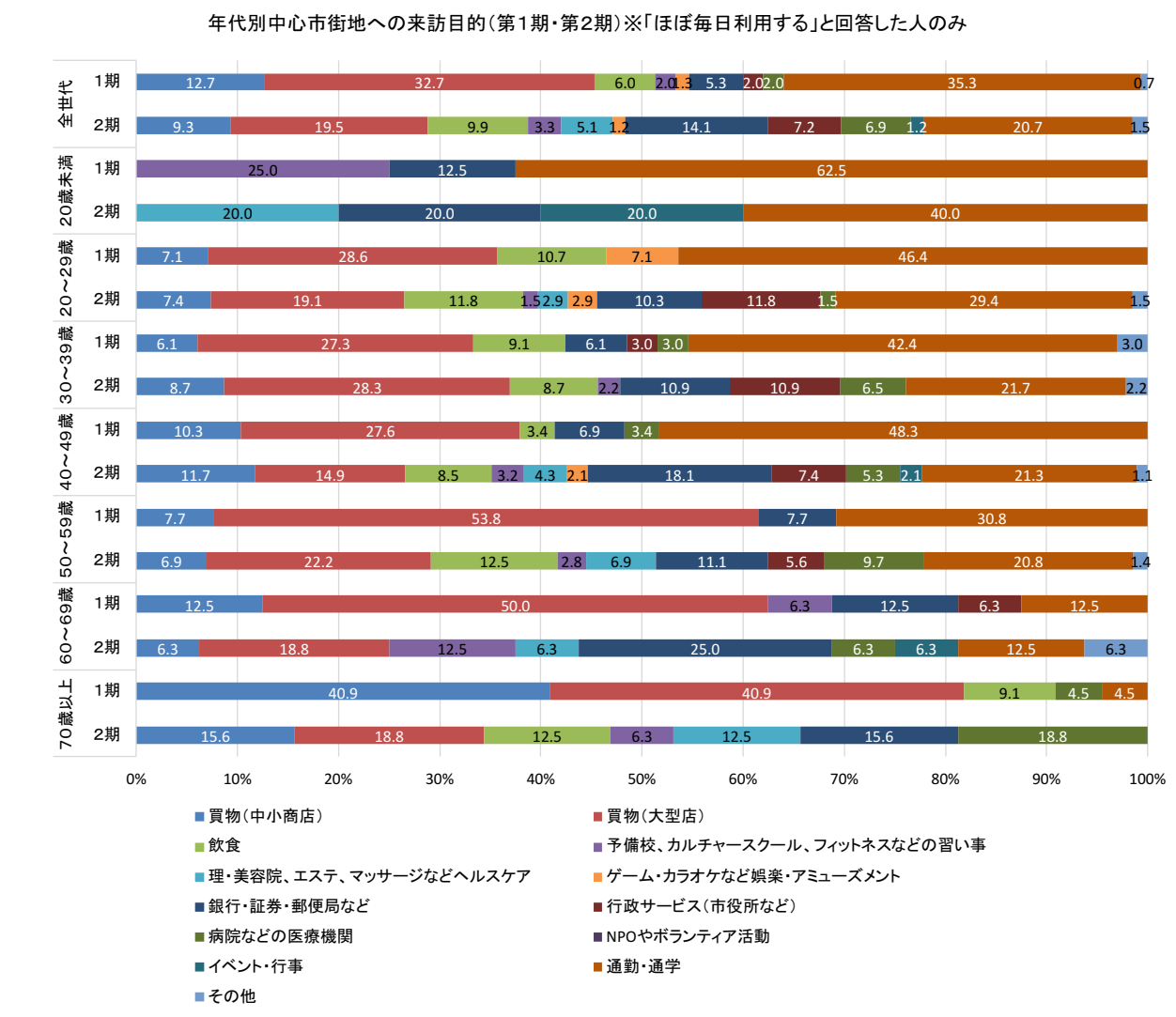


＜中心市街地内での来訪頻度と来訪目的に関する分析＞

中心市街地内への来訪頻度別に、来訪目的を第１期計画策定時と今回とで比較すると、「ほぼ毎日訪れている」と回答した人の来訪目的として最も多いのは「通勤・通学」、次いで多いのは「買物（大型店）」だが、いずれもポイント数は大幅に減り、「銀行・証券・郵便局など」や「飲食」、「行政サービス」、「病院などの医療機関」、「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」が増えている。

「ほぼ毎日訪れている」と回答した人の年代別の傾向をみると、20 代～40 代でも「通勤・通学」が大幅に減少しており、コロナ禍を経て自宅勤務等生活様式の変化が一定定着した様子がうかがえる。また、全世代では「買物（中小商店）」が減少している中、30 代・40 代では増加している。

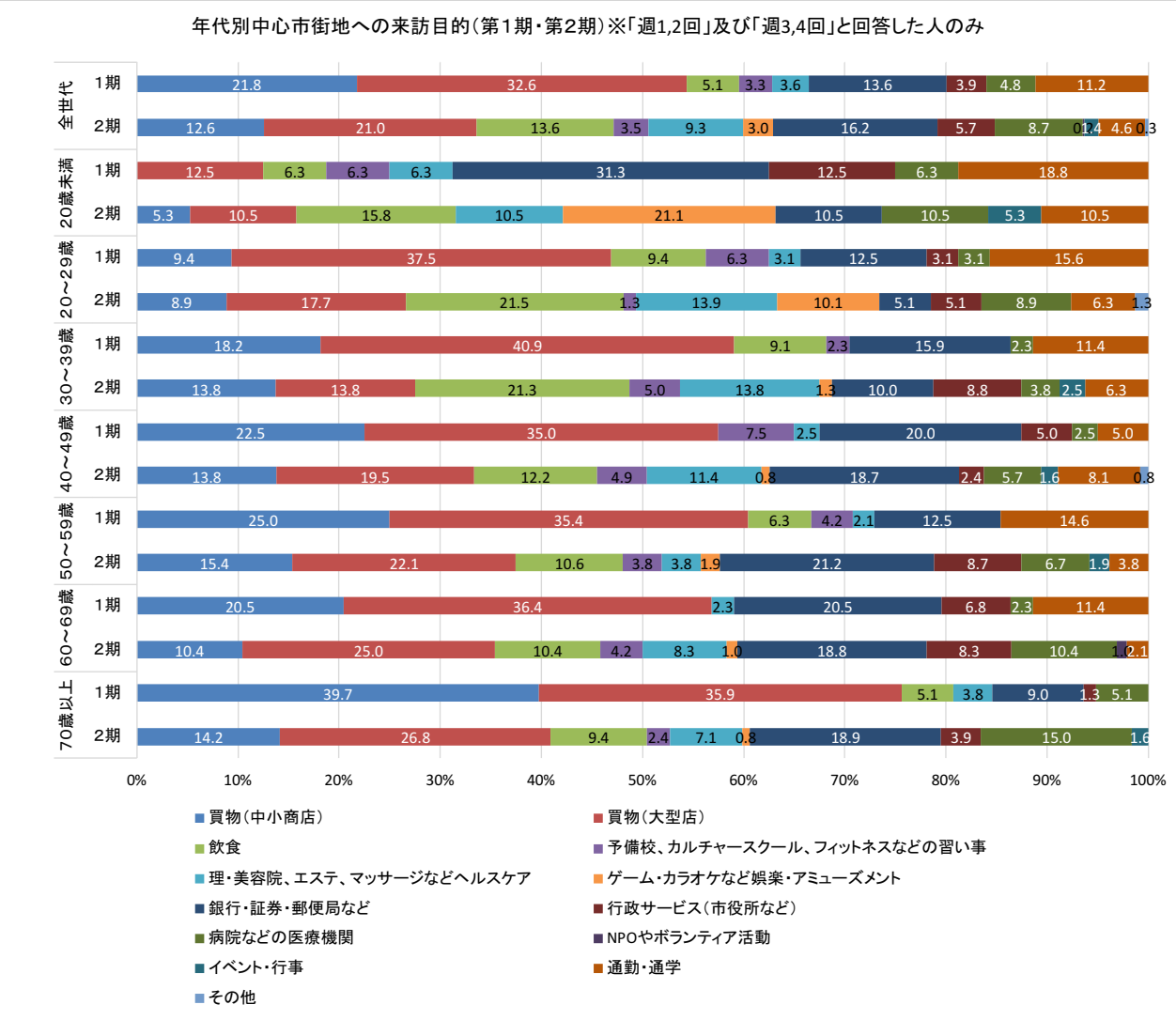
また、20 代・30 代で「行政サービス（市役所など）」の増加が顕著であり、第１期計画の主要事業である「おにクル」整備の効果が特に現れているものと考えられる。



中心市街地の利用頻度について、「週 1, 2 回」及び「週 3, 4 回」と回答した人、つまり毎日ではないが定期的に中心市街地を来訪している人の来訪目的として最も多いのは「買物（大型店）」、次いで多いのは「銀行・証券・郵便局など」、「飲食」、「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」と、いずれも増加している。

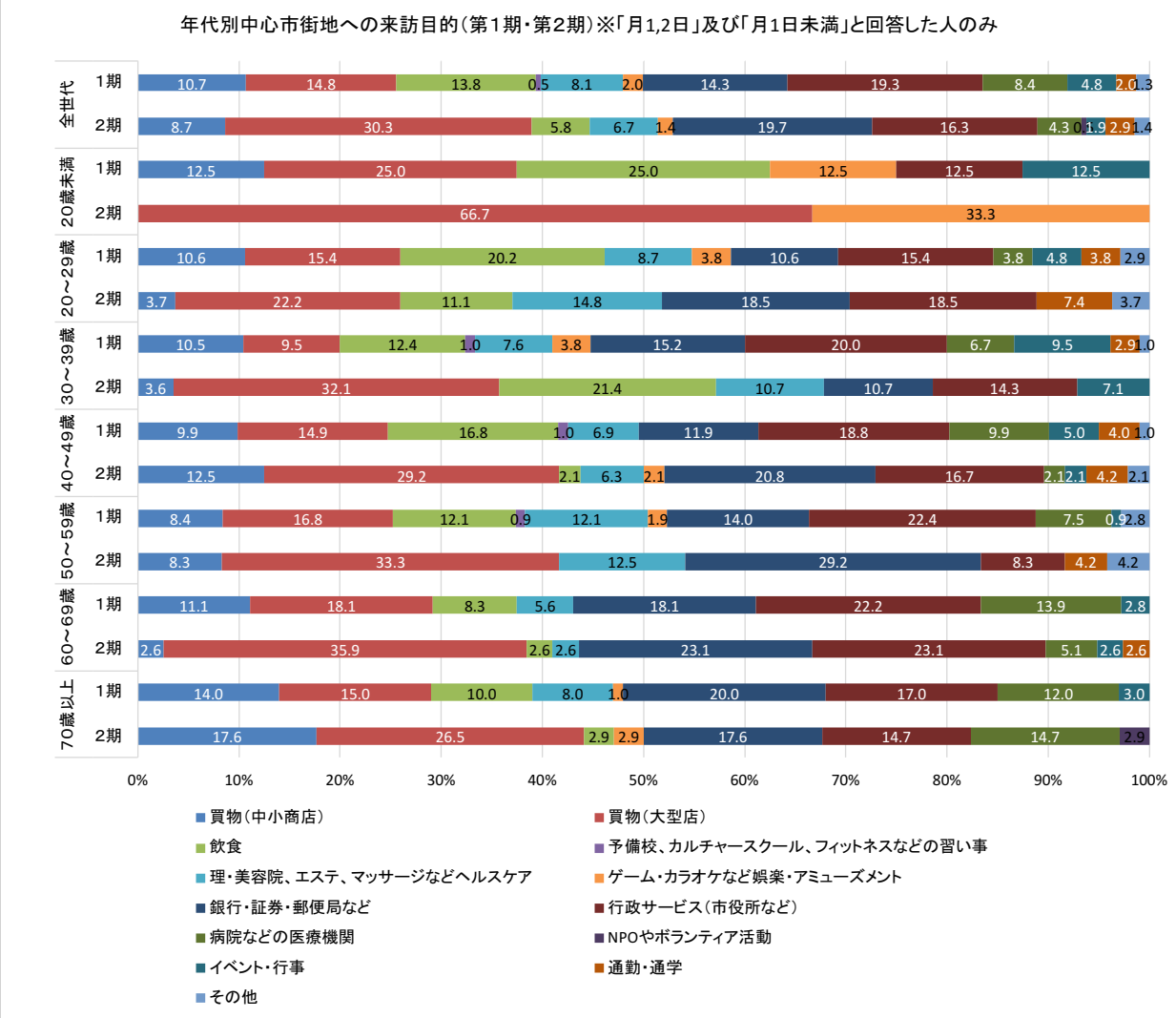
「週 1, 2 回」及び「週 3, 4 回」と回答した人の年代別の傾向をみると、20 代・30 代で特に「飲食」が他の項目と比べても最も多くなっており、定期的に中心市街地を訪れる際の主要な目的となっていることが推察される。

また、10 代では「ゲーム・カラオケなど娯楽・アミューズメント」が他の項目と比べても最も多くなっており、増えている。20 代・30 代では「理・美容院、エステ、マッサージなどヘルスケア」が「買物（中小商店）」と同等あるいは超えるポイント数となっている。



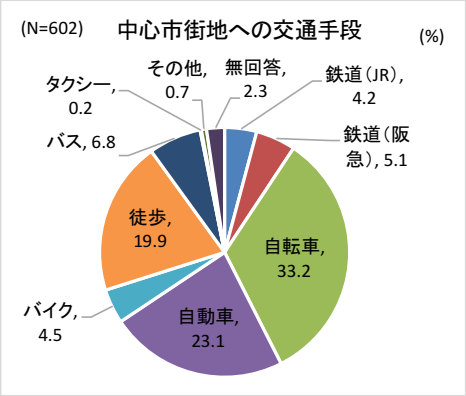
中心市街地の利用頻度について、「月 1,2 日」及び「月 1 日未満」と回答した人、つまりあまり中心市街地に来訪しない人の来訪目的として最も多いのは「買物（大型店）」、次いで多いのは「銀行・証券・郵便局など」が次ぐ。他の来訪頻度の人に比べて「買物」のポイント数が高く、増加傾向にあることも特徴である。

「月 1,2 日」及び「月 1 日未満」と回答した人の年代別の傾向をみると、30 代で「買物（大型店）」や「飲食」のポイント数が高く、かつ増えている。



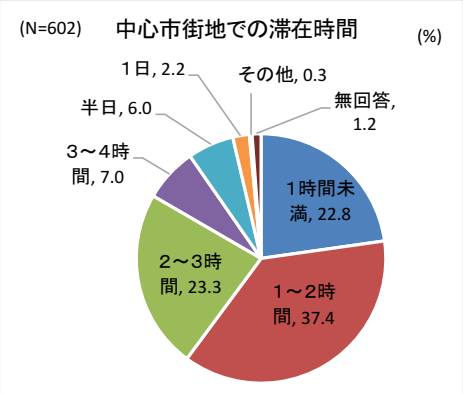
（３） 交通手段

中心市街地への交通手段については、「自転車」が最も多く 33.2%であった。次いで、「自動車」23.1%、「徒歩」19.9%、「バス」6.8%、「鉄道（阪急）」5.1%、「バイク」4.5%、「鉄道（JR）」4.2%、「タクシー」0.2%であった。



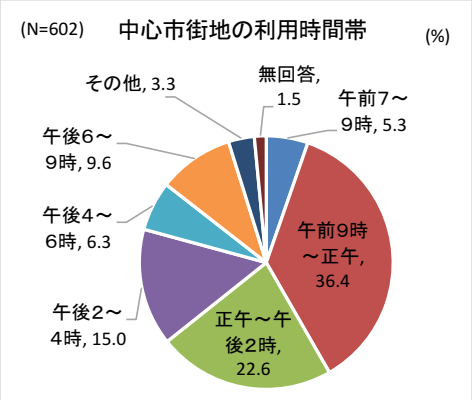
（４） 滞在時間

滞在時間については、「1～2 時間」と回答した人が最も多く、37.4%となっている。次いで「2～3 時間」が 23.3%、「1 時間未満」が 22.8%とほぼ同じ。また、「3～4 時間」と回答した人が 7.0%、「半日」と回答した人が 6.0%、「一日」と回答した人が 2.2%である。３時間までの滞在が８割以上と多く、３時間以上の滞在は２割以下と少ない。



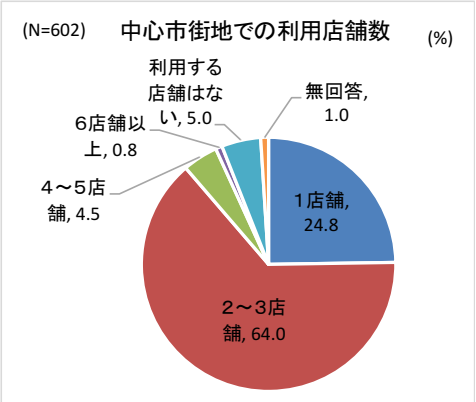
（５） 時間帯

滞在時間帯については、「午前 9 時～正午」と回答した人が最も多く、36.4%、次いで、「正午～午後 2 時」22.6%、「午後 2～4 時」15.0%、「午後 6～9 時」9.6%、「午後 4～6 時」6.3%、「午前 7～9 時」と回答した人が 5.3%である。午前 9 時～午後 4 時の昼間の時間帯が約 75%と多くなっている。



（６） 利用店舗数

中心市街地での利用店舗数については、「2～3 店舗」が最も多く 64.0%、「1 店舗」が 24.8%、「4～5 店舗」が 4.5%、「6 店舗」が 0.8%、「利用する店舗はない」が 5.0%であった。中心市街地での買物時に、２～３店舗の買い回りをしている人が一定数いるものと推察される。



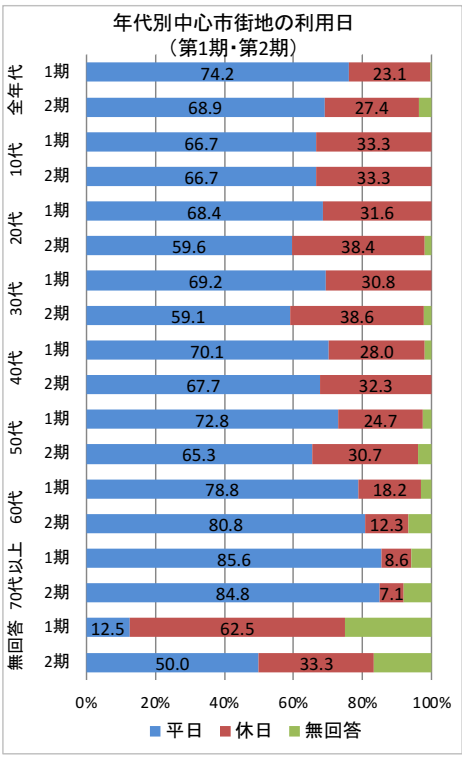
＜中心市街地内の利用日・利用時間帯・滞在時間・利用店舗数＞

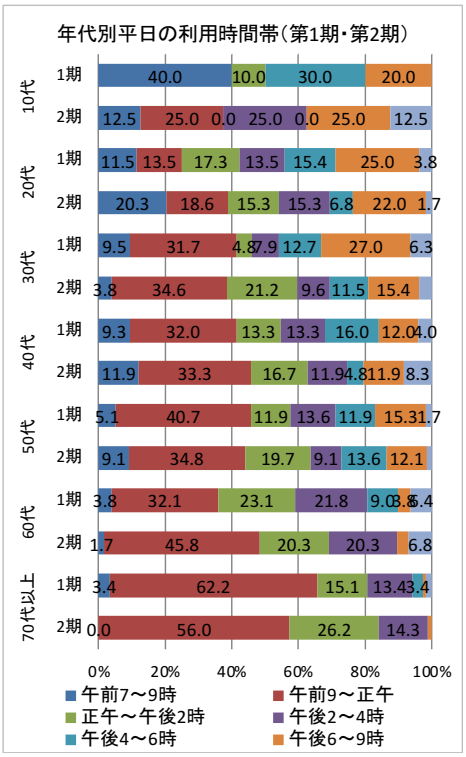
中心市街地の利用日を第１期計画策定時と今回とで比較すると、「平日利用」は今回調査では68.9%と第１期計画策定時の74.2%から減少した。

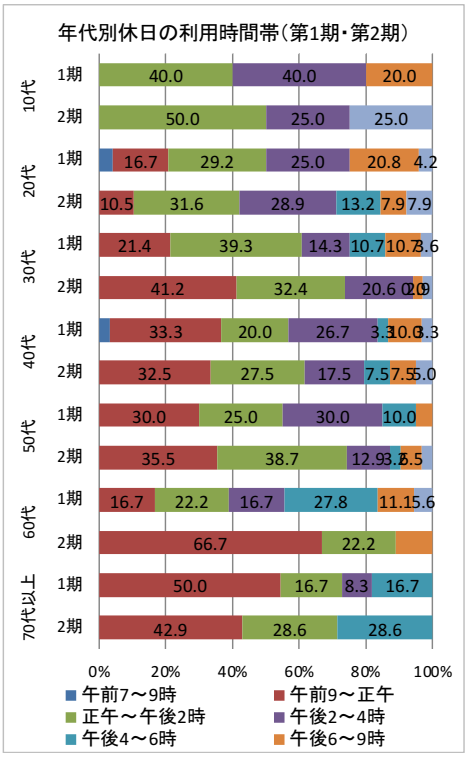
年代別にみると、60代以上の高齢者の「平日」利用の構成比が約８割と他の年代よりも高くなっている。第１期計画策定時と今回調査とで比較すると、50代以下の年代で「休日利用」が増加している。

利用時間帯を年代別にみると、平日では、30代以上は「午前９時～正午」の利用が最も多く、年代が上がるとより「午前９時～正午」の時間帯の利用割合が高くなる傾向にある。第１期計画のターゲットでもあった「平日昼間の子育て層の利用」に着目すると、20代～50代で利用時間帯について大きな変化はみられず、年代が上がると日中の利用が多くなる傾向も同様である。

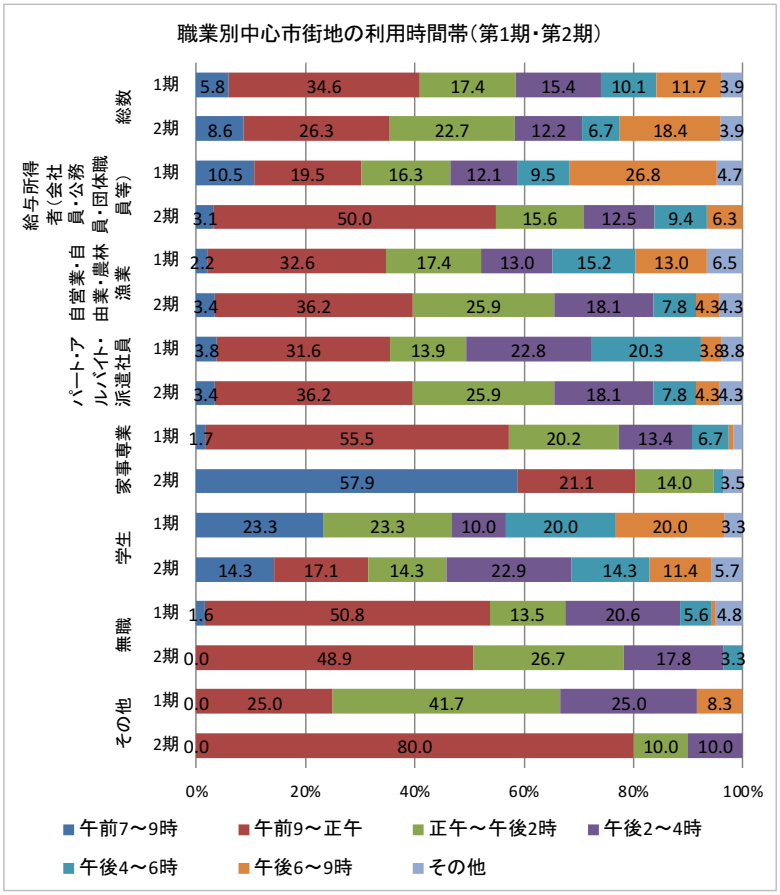
休日・祝日では、60代の６割以上が「午前９時～正午」で利用と午前中の利用が多くなっている。また、平日と比べて30代～50代での「正午～午後２時」の回答が多くなっており、午後日中の利用が休日・祝日では増えているものと考えられる。また、第１期計画策定時では利用の多かった休日・祝日での60代・70代の「午後4～6時」が減っており、高齢者層の夜間の外出が減っている様子がうかがえる。



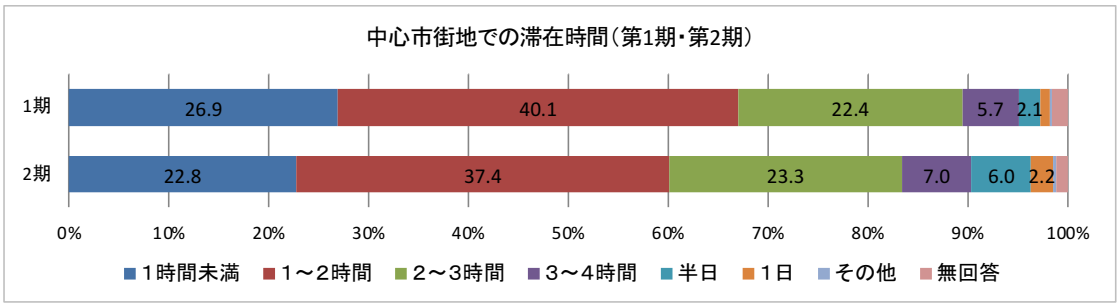


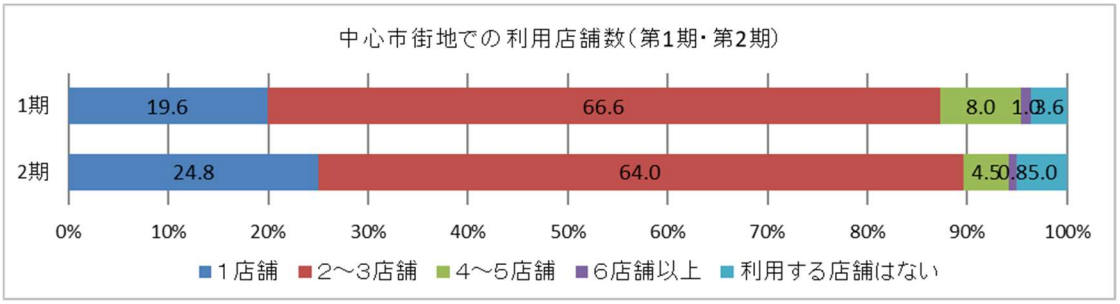


職業別に、中心市街地の利用時間帯をみると、午前９時～午後４時までの昼間の時間帯の利用が最も多いのは「家事専業」と「無職」となっている。第１期計画策定時と今回調査とを比較すると、「給与所得者」の午前９時～午後４時までの昼間の時間帯の利用と、午後６～９時の利用が増えている。



中心市街地における滞在時間と利用店舗数を第１期計画策定時と今回とで比較すると、滞在時間については、第１期の結果から大きな変化はなく、「１～２時間」が最も多い。利用店舗数についても、第１期の結果からやや減少しているが、「２～３店舗」が最も多い。

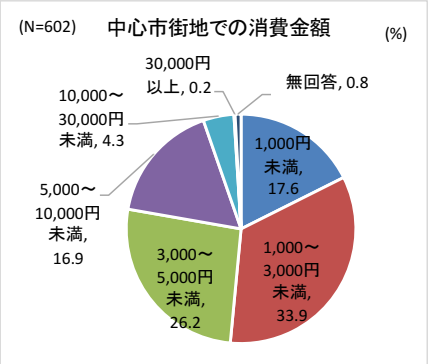




（７） 消費金額

中心市街地での消費金額について、1,000～3000 円未満と回答した人が最も多く、33.9%となった。その次は「3,000～5,000 円」と回答した人、26.2%である。「1,000 円未満」と回答した人が 17.6%、「5,000～10,000 円未満」と回答した人が 16.9%、「10,000～30, 000 円未満」と回答した人が 4.3%、「30,000 円以上」と回答した人が 0.2%である。

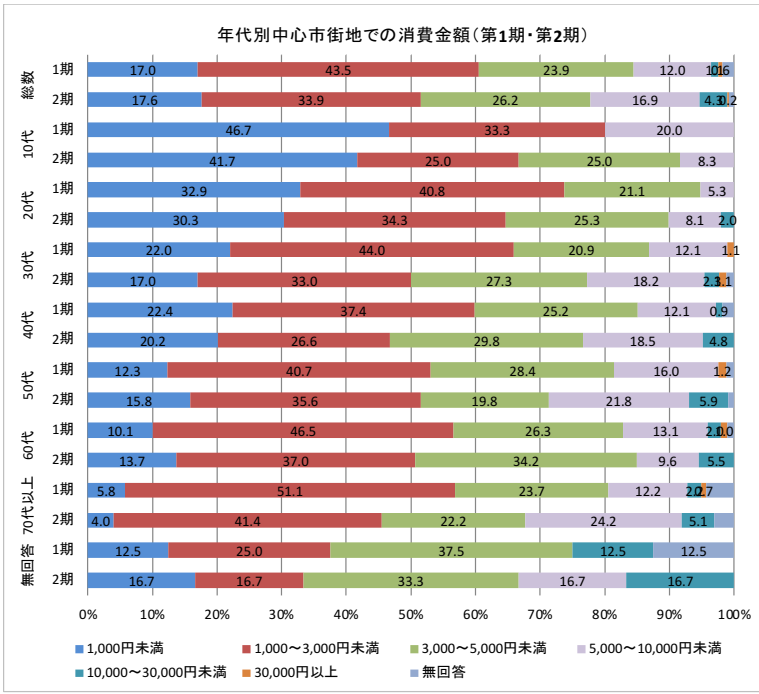
1,000～5,000 円が約 6 割と、中心市街地内での消費金額の中心的な価格帯であると言える。



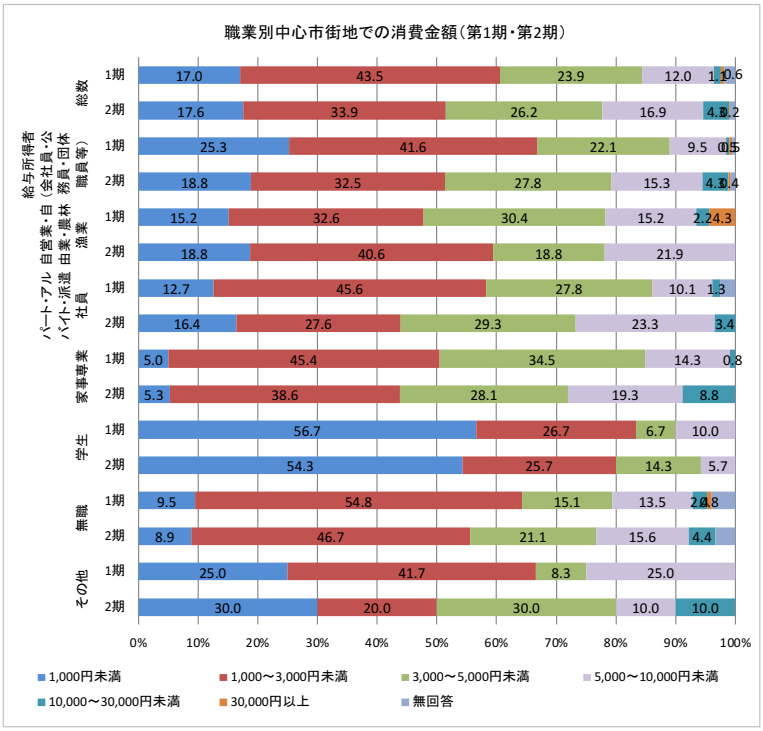
＜中心市街地内での消費金額の分析＞

中心市街地内での平均的な消費金額を年代別にみると、40 代では「3,000～5,000 円未満」が他の項目と比べて最も多くなっており、他の年代では「1,000～3,000 円未満」が多い。また、10 代・20 代では「1,000 円未満」が他の年代に比べて多くなっている。

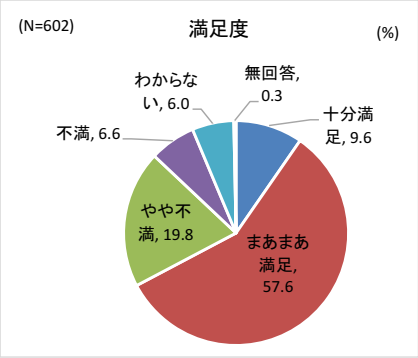
第 1 期計画策定時と今回調査とを比較すると、各年代で多く選択される項目は概ね同じとなっており、年代別の傾向に大きな変化は見られない。



職業別で消費金額をみると、5,000 円以上を選択した人が多いのは「家事専業」であり、消費金額が高い傾向にある。第 1 期計画策定時と今回調査とを比較すると、「家事専業（主婦（夫））」で 5,000 円以上と回答した人が増えており、物価の上昇等の影響が現れているものと推察される。



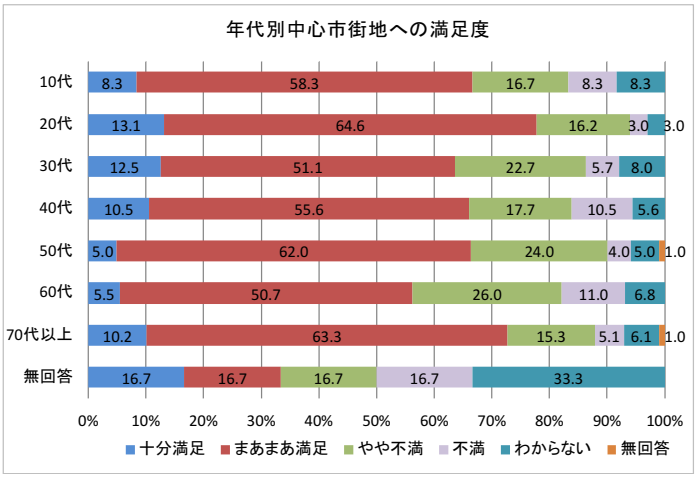
（８） 満足度

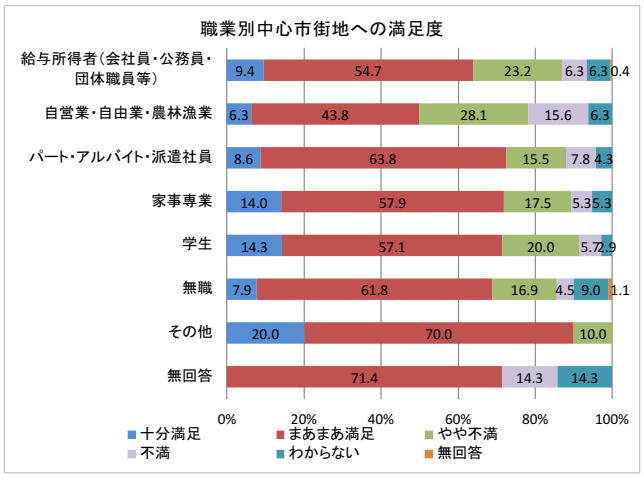


中心市街地に対する満足度について、「まあまあ満足」が最も多く 57.6%、次いで「やや不満」が 19.8%、「十分満足」が 9.6%、「不満」が 6.6%、「わからない」が 6.0%であった。

年代別に中心市街地への満足度をみると、全年代で 5 割以上の人が「満足」と回答している。特に「満足」の回答が他の年代に比べても多いのは 20 代、70 代で、「不満」の回答が多いのは 60 代であった。

職業別にみると、「自営業・自由業・農林漁業」に従事している人の満足度がやや低い。





Ⅲ 中心市街地の現状・今後について

（１） 過去５年間の主な取組の活性化への効果について

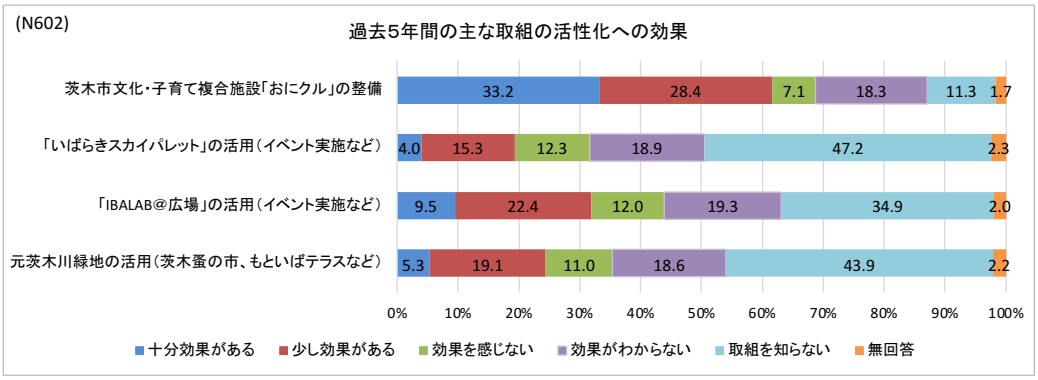
茨木市文化・子育て複合施設「おにクル」（以下、「おにクル」という）の整備については、「十分効果がある」が 33.2%、「少し効果がある」が 28.4%、「効果を感じない」が 7.1%、「効果が分からない」が 18.3%、「取組を知らない」が 11.3%との回答となった。「おにクル」について効果があると回答した人は５割以上、取組を知らない人は１割程度と、施設の整備効果は市民に十分に実感・認識されているものと考えられる。

「いばらきスカイパレット」の活用（イベント実施など）については、「十分効果がある」が 4.0%、「少し効果がある」が 15.3%が、「効果を感じない」が 12.3%、「効果が分からない」が 18.9%、「取組を知らない」が 47.2%との回答となった。「いばらきスカイパレット」については、効果があるとの回答が２割程度に止まっているが、その要因は取組を知らない人が５割近くに上っていることにあると考えられる。

「IBALAB@広場」の活用（イベント実施など）については、「十分効果がある」が 9.5%、「少し効果がある」が 22.4%、「効果を感じない」が 12.0%、「効果が分からない」が 19.3%、「取組を知らない」が 34.9%との回答となった。「IBALAB@広場」については、効果があるとの回答が３割程度に止まっているが、その要因は取組を知らない人が約 35%に上っていることにあると考えられる。

元茨木川緑地の活用（茨木蚤の市、もといばテラスなど）については、「十分効果がある」が 5.3%、「少し効果がある」が 19.1%、「効果を感じない」が 11.0%、「効果が分からない」が 18.6%、「取組を知らない」が 43.9%との回答となった。元茨木川緑地の活用については、効果があるとの回答が約 25%に止まっているが、その要因は取組を知らない人が約 45%に上っていることにあると考えられる。

過去５年間の主な取組のうち、特に「おにクル」は開館から間もないにも関わらず、市民への認知度も高く、効果が広く実感されていると言える。「いばらきスカイパレット」、「IBALAB@広場」、元茨木川緑地の活用については、効果の実感としては２～３割に止まっているものの、「効果を感じない」との回答は１割程度と低く、「取組を知らない」が３～５割の回答となっており、取組内容ではなく認知度に主な課題があるものと考えられる。

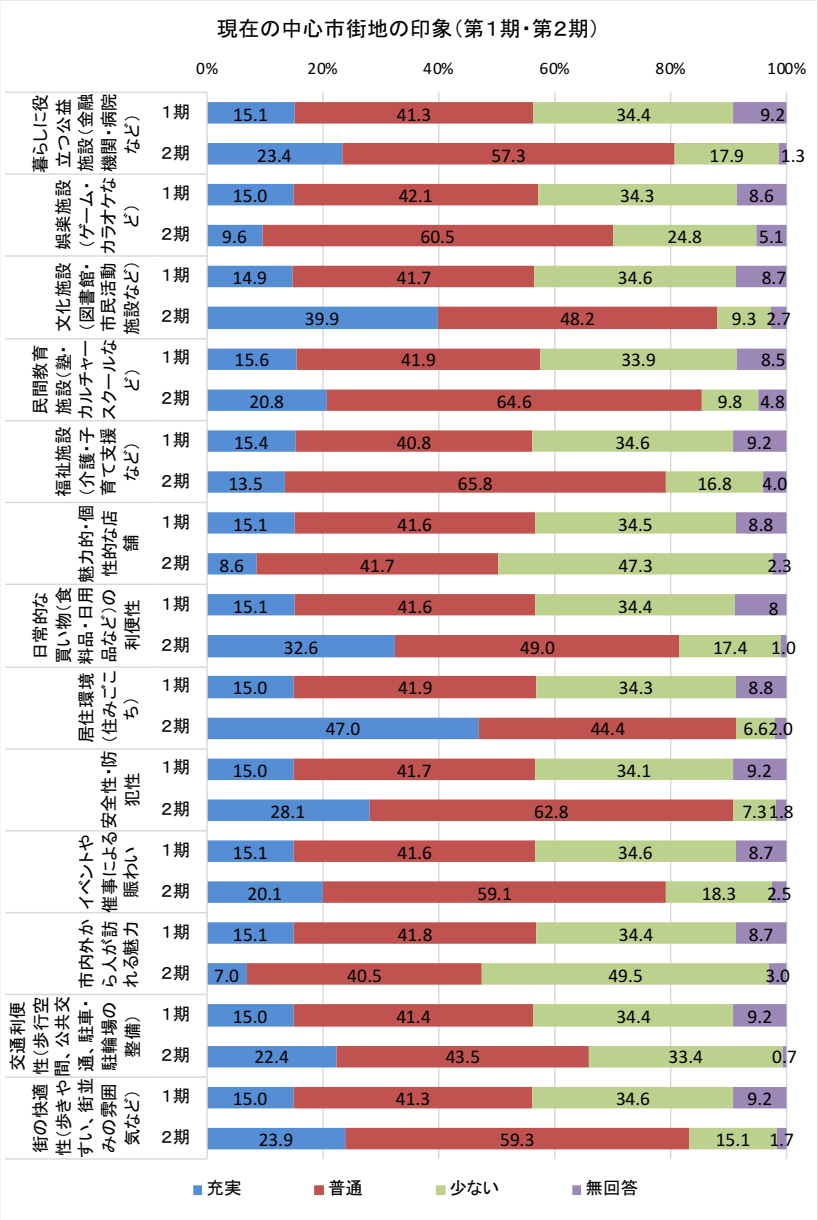


（２）　現在の中心市街地の印象

現在の中心市街地の印象について、「充実」との回答が多い項目は「居住環境（住みごこち）（47.0%）」、「文化施設（図書館・市民活動施設など）（39.9%）」、「日常的な買物（食料品・日用品など）の利便性」が上位となっており、現在の中心市街地の魅力を構成する中心的な要素と考えられる。

一方、「少ない」との回答が多い項目は「市内外から人が訪れる魅力（49.5%）」、「魅力的・個性的な店舗（47.3%）」が上位となっており、現在の中心市街地の弱みと考えられる。

また、第１期計画策定時と今回とで比較すると、「充実」が大幅に増加したのは「居住環境（住みごこち）」と「文化施設（図書館・市民活動施設など）」、「日常的な買物（食料品・日用品など）の利便性」となっている。



※第１期計画策定時の調査では、同質問を「（１）中心市街地の活気の有無」と「（２）その理由　＊今回調査の中心市街地の印象と同じ選択肢　第１位～３位までを回答」として設計していたため、今回調査の集計については、以下の集計を行った上で比較している。

ｉ）第１期計画策定時の調査で質問した「（１）中心市街地の活気の有無」については、「活気が増えた」との回答を今回調査の「充実」、「変わらない」との回答を今回調査の「普通」、「衰退した」との回答を今回調査の「少ない」と読みかえた。

ⅱ）「（１）中心市街地の活気の有無」と、「（２）その理由」のクロス集計を行った上で、１～３位の回答は３つまでの選択の複数回答として集計、各項目の回答数の和を母数として割合を算出した。

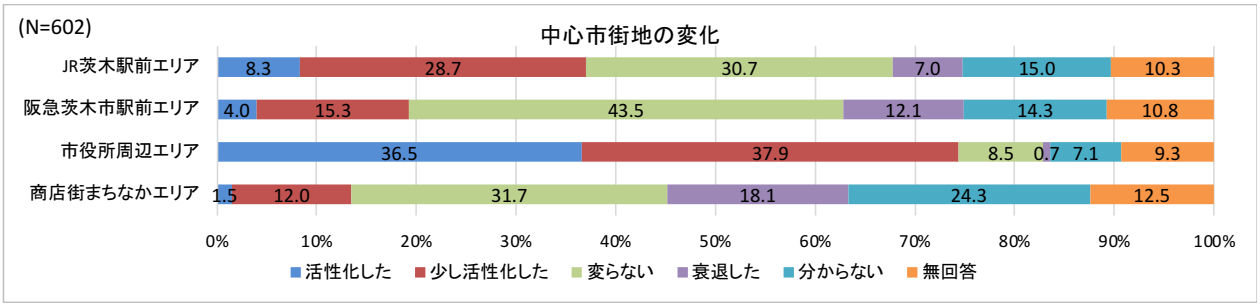
ⅲ）今回調査（2 期）の集計については、各項目回答者数 602 を母数として算出している。（単一回答のため）

（３）　中心市街地の変化

中心市街地の変化についてみると、「市役所周辺エリア」で「活性化した」(36.5%)、及び「少し活性化した」(37.9%）と約 75%が活性化したと回答、多くの市民から活性化の効果が実感されているエリアと言える。

また、「ＪＲ茨木駅前エリア」で「活性化した」(8.3%)、及び「少し活性化した」(28.7%）と約４割が活性化したと回答、「衰退した」(7.0%）と１割以下に留まった。

一方、「阪急茨木市駅前エリア」では「活性化した」(4.0%)、及び「少し活性化した」(15.3%）と活性化したとの回答は約２割、「商店街まちなかエリア」では「活性化した」(1.5%)、及び「少し活性化した」(12.0%）と活性化したとの回答は約 15%と各々低くなっている。特に、「商店街まちなかエリア」では「衰退した」が 18.1%と活性化したとの回答を上回っており、市民の実感としては賑わいに課題があると言える。



（４）　今後中心市街地に欲しい民間商業施設・店舗（複数回答　３つまで）

中心市街地内の各エリアにおける、今後欲しい機能についてみると、全エリア共通して４～５割と「飲食店」が他の項目と比べても最も多く回答されている。

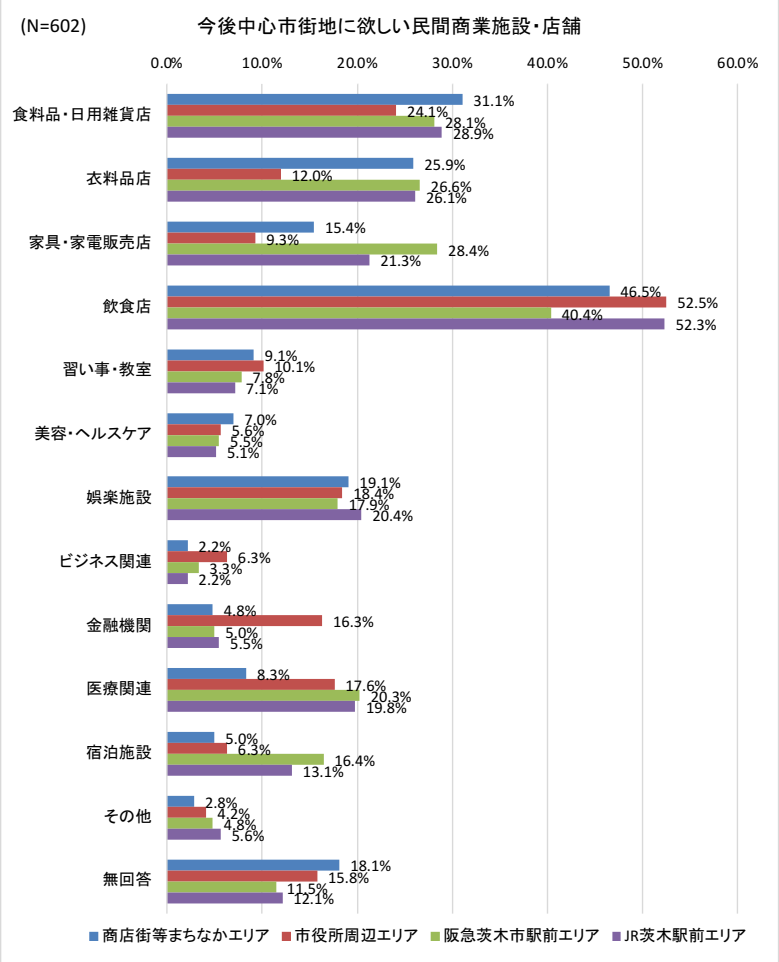
次いで全エリア共通して多く選ばれている項目は、「食料品・日用雑貨店」となっている。

エリア別では、「商店街等まちなかエリア」で他のエリアに比べて「食料品・日用雑貨店」、「衣料品店」が多い。

「市役所周辺エリア」では「飲食店」、「金融機関」が他のエリアに比べて多い。

「阪急茨木市駅前エリア」では「家具・家電販売店」、「宿泊施設」が他のエリアに比べて多い。

「JR 茨木駅前エリア」では「飲食店」、「娯楽施設」が他のエリアに比べて多い。



（５）　今後中心市街地に欲しい公共施設・機能（複数回答　３つまで）

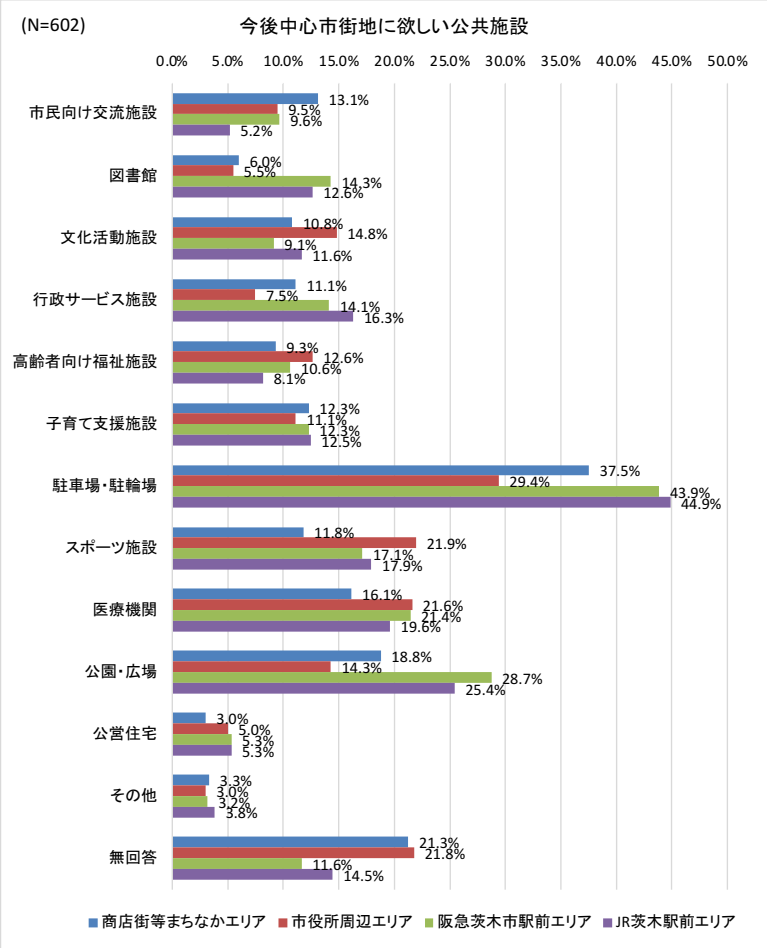
中心市街地内の各エリアにおける、今後欲しい公共施設についてみると、全エリア共通して「駐車場・駐輪場」が最も多く回答されている。

エリア別では、「商店街等まちなかエリア」で「市民向け交流施設」が他のエリアに比べて多く選ばれている。

「市役所周辺エリア」では「文化活動施設」が他のエリアに比べて多く選ばれている。

「阪急茨木市駅前エリア」では「公園・広場」、「図書館」が他のエリアに比べて多く選ばれている。

「JR 茨木駅前エリア」では「行政サービス施設」が他のエリアに比べて多く選ばれているほか、「駐車場・駐輪場」の回答も他エリアと比べ最も多い。

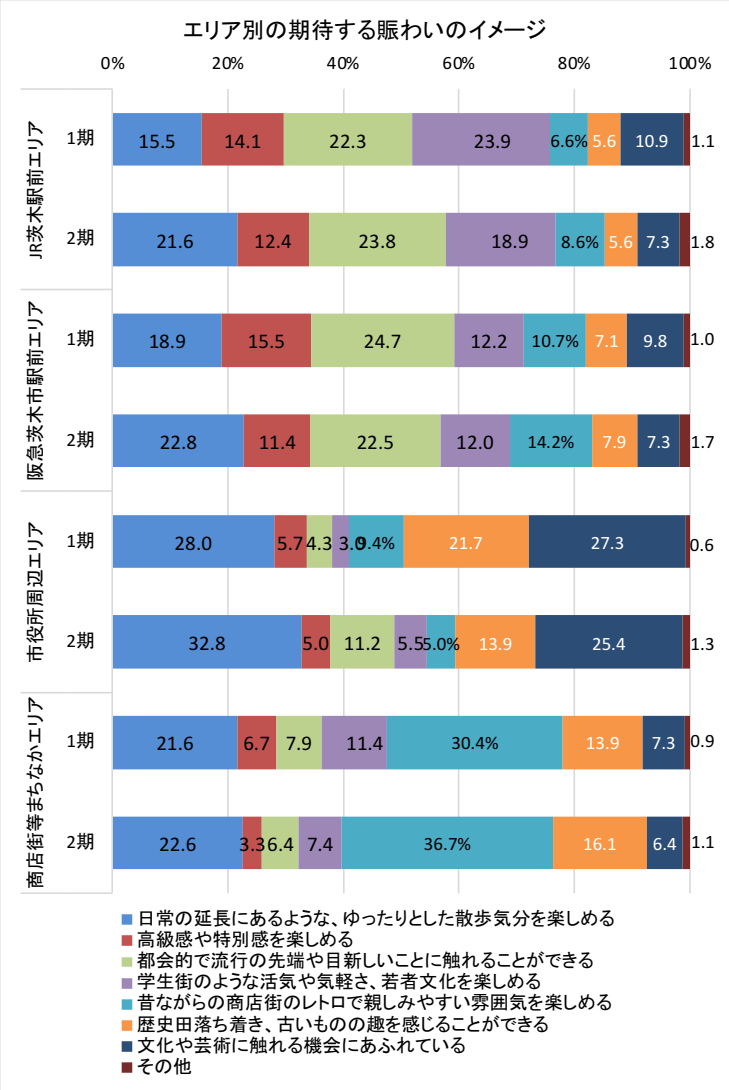


（６）　中心市街地に期待する賑わいのイメージ（複数回答　３つまで）

中心市街地内の各エリアにおける、期待する賑わいのイメージをみると、「商店街等まちなかエリア」では、「昔ながらの商店街のレトロで親しみやすい雰囲気を楽しめる」が他のエリアと比べても著しく多くなっている。

「市役所周辺エリア」では、「日常の延長にあるような、ゆったりとした散歩気分を楽しめる」が５割以上、「文化や芸術に触れる機会にあふれている」が４割以上となっており、特に「文化や芸術に触れる機会にあふれている」は他のエリアに比べて突出して多い。

「阪急茨木市駅前エリア」では、「日常の延長にあるような、ゆったりとした散歩気分を楽しめる」、「都会的で流行の先端や目新しことに触れることができる」が共に約４割程度と多いほか、「昔ながらの商店街のレトロで親しみやすい雰囲気を楽しめる」も２割以上となっている。



「JR 茨木駅前エリア」では、「都会的で流行の先端や目新しことに触れることができる」、「日常の延長にあるような、ゆったりとした散歩気分を楽しめる」が約４割と多いほか、「学生街のような活気や気軽さ、若者文化を楽しめる」の回答が約３割と他のエリアと比べて多くなっている。

※第１期計画策定時の調査では、同質問を１～３位まで各エリアで回答する形式としていたため、今回調査（2 期）と比較するため、１～３位の回答は３つまでの選択の複数回答として集計、各項目の回答数の和を母数として割合を算出した。

ⅲ）今回調査（2 期）の集計については、複数回答の質問のため、各項目の回答数の和を母数として割合を算出し、第１期計画策定時と比較できる形式とした。

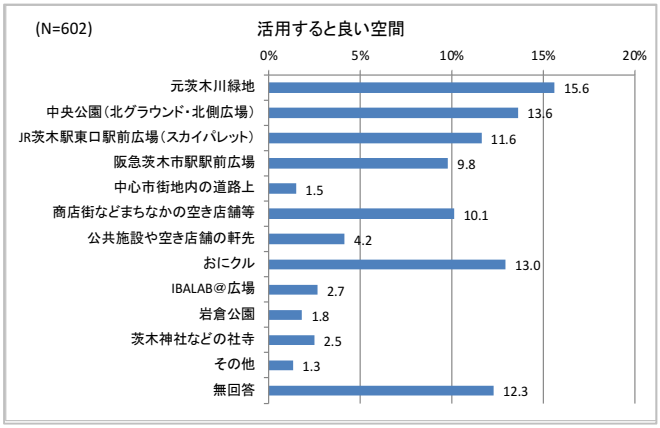
（７）　公共空間の活用について（複数回答　３つまで）

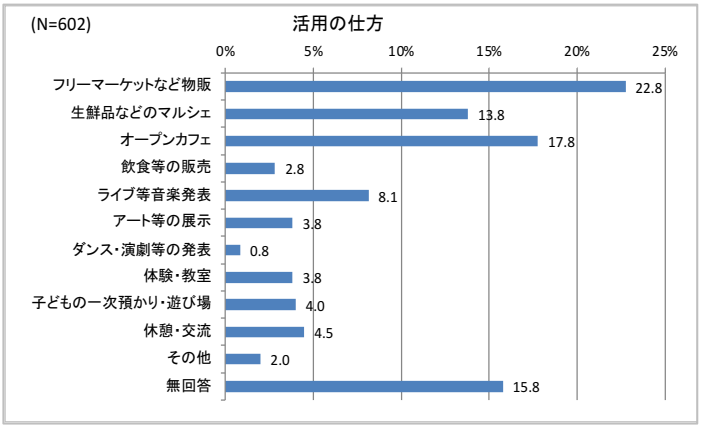
中心市街地の賑わいづくりに向けて、日常的に活用されると良いと思う中心市街地内の空間についてみると、「おにクル」と「商店街などまちなかの空き店舗等」が約 35%と他の項目に比べて多く回答されている。次いで、「JR 茨木駅東口駅前広場（スカイパレット）」（26.4%）、「中央公園（北グラウンド・北側広場）」（26.1%）、「阪急茨木市駅駅前広場」（24.1%）が多く回答されており、茨木市中心市街地の２コア（鉄道駅前）１パーク（中央公園・おにクル等）を活用することへの市民の希望は強いと考えられる。

また、希望する活用の仕方をみると、「フリーマーケットなど物販」が最も多く 44.5%、次いで「生鮮品などのマルシェ」（40.2%）、「オープンカフェ」（39.9%）が多く、商業的要素を含む活用のあり方が多くの市民から望まれている。

活用されると良いと思う中心市街地の空間ごとに、希望する活用の仕方をみると、「商店街などまちなかの空き店舗等」では、「オープンカフェ」、「生鮮品などのマルシェ」、「フリーマーケットなど物販」が多くなっている。また、「おにクル」では「ライブ等音楽発表」が最も多く、「フリーマーケットなど物販」が次ぐ。

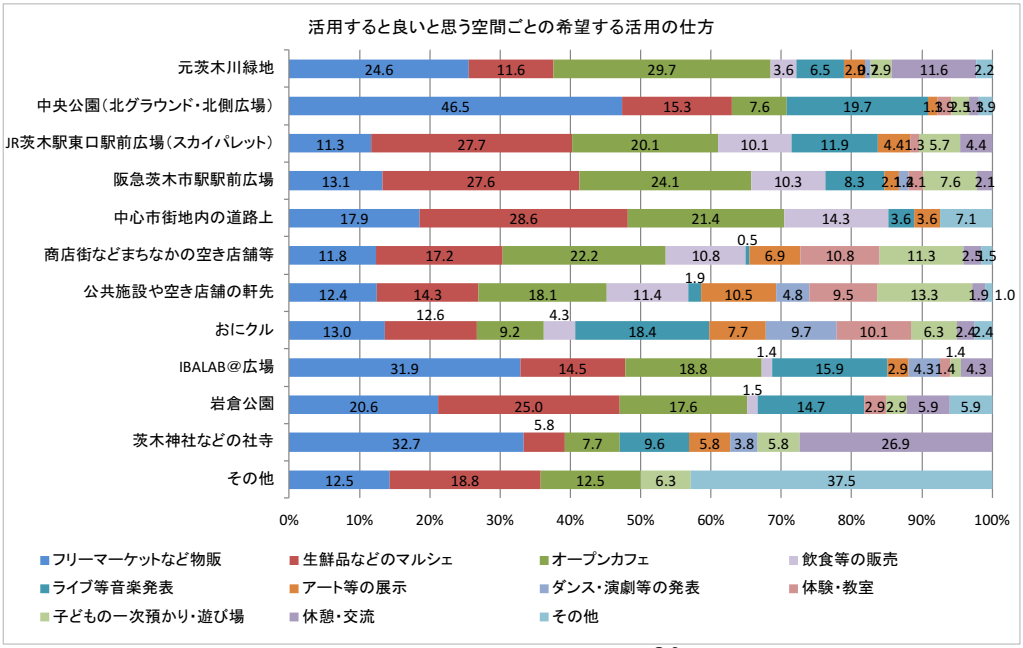
＜活用されると良いと思う中心市街地内の空間＞＜希望する活用の仕方＞





※複数回答

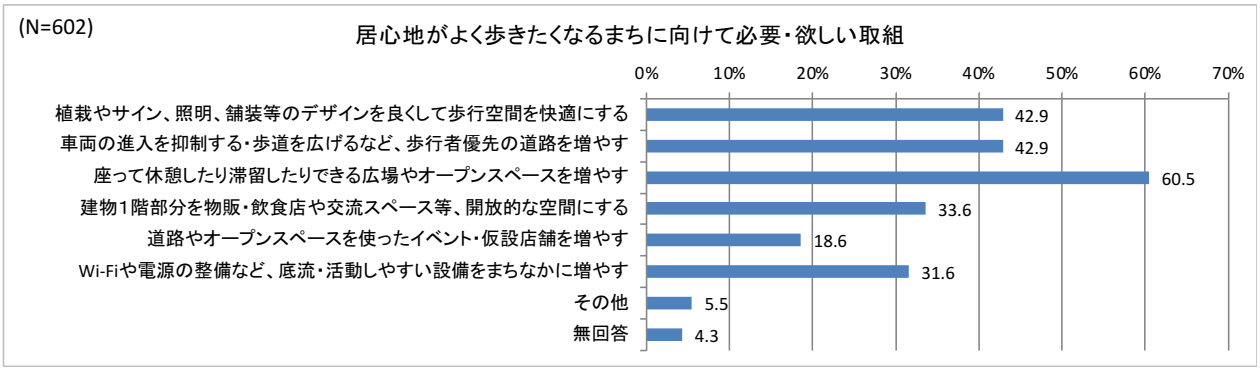
＜活用されると良いと思う中心市街地内の空間ごとに希望する活用の仕方＞



※「活用されると良いと思う中心市街地内の空間」については複数回答のため、各項目の回答数を母数として「希望する活用の仕方」とのクロス集計を行い割合を算出。

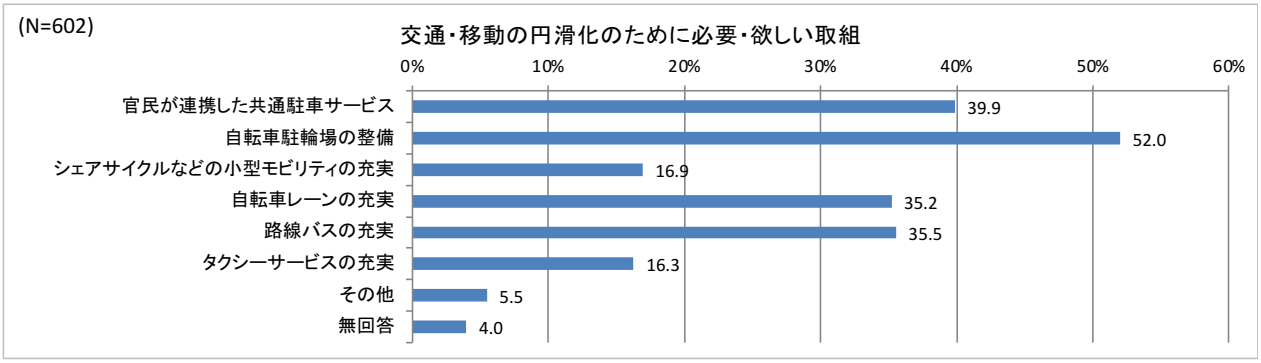
（８）　居心地がよく歩きたくなるまちに向けて必要・欲しい取組（複数回答　全て選択）

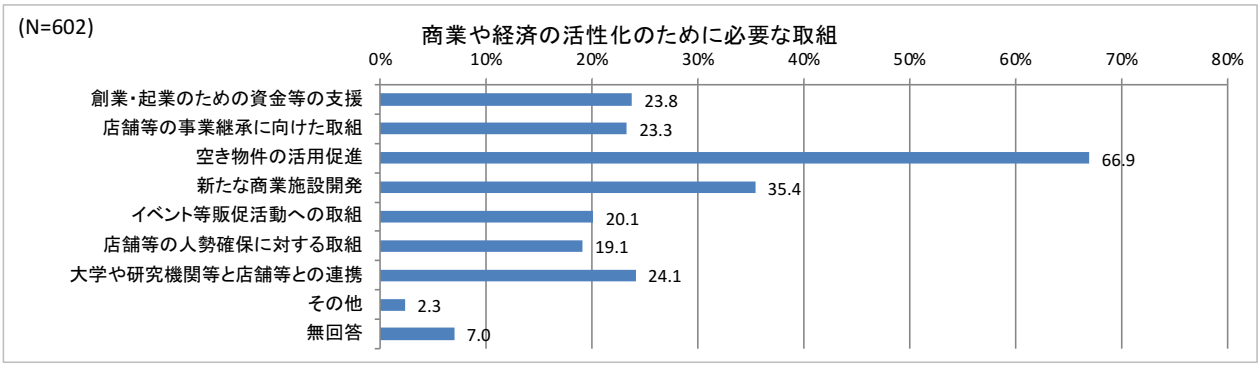
中心市街地を居心地がよく歩きたくなるようにするために必要・欲しいと思う取組についてみると、「座って休憩したり滞留したりできる広場やオープンスペースを増やす」が最も多く、６割以上から回答されている。次いで、「植栽やサイン、照明、舗装等のデザインを良くして歩行空間を快適にする」と、「車両の進入を抑制する・歩道を広げるなど、歩行者優先の道路を増やす」が 42.9％となっている。その他の回答としては、「建物１階部分を物販・飲食店や交流スペース等、開放的な空間にする」が 33.6％、「Wi-Fi や電源の整備など、交流・活動しやすい設備をまちなかに増やす」が 31.6％と約３割となっている。



（９）　交通・移動の円滑化のために必要・欲しい取組（複数回答　全て選択）

中心市街地への交通アクセスや中心市街地内での移動をしやすくするために必要・欲しい取組をみると、「自転車駐輪場の整備」が最も多く、約５割となっている。次いで「官民が連携した共通駐車サービス」が多く約４割、続いて「自転車レーンの充実」、「路線バスの充実」が各々35.2％となっている。



（１０）　商業や経済の活性化のために必要な取組（複数回答　全て選択）

中心市街地内の商業や経済の活性化のために必要な取組をみると、「空き物件の活用促進」が最も多く、６割以上が回答した。次いで「新たな商業施設開発」が 35.4％となっている。