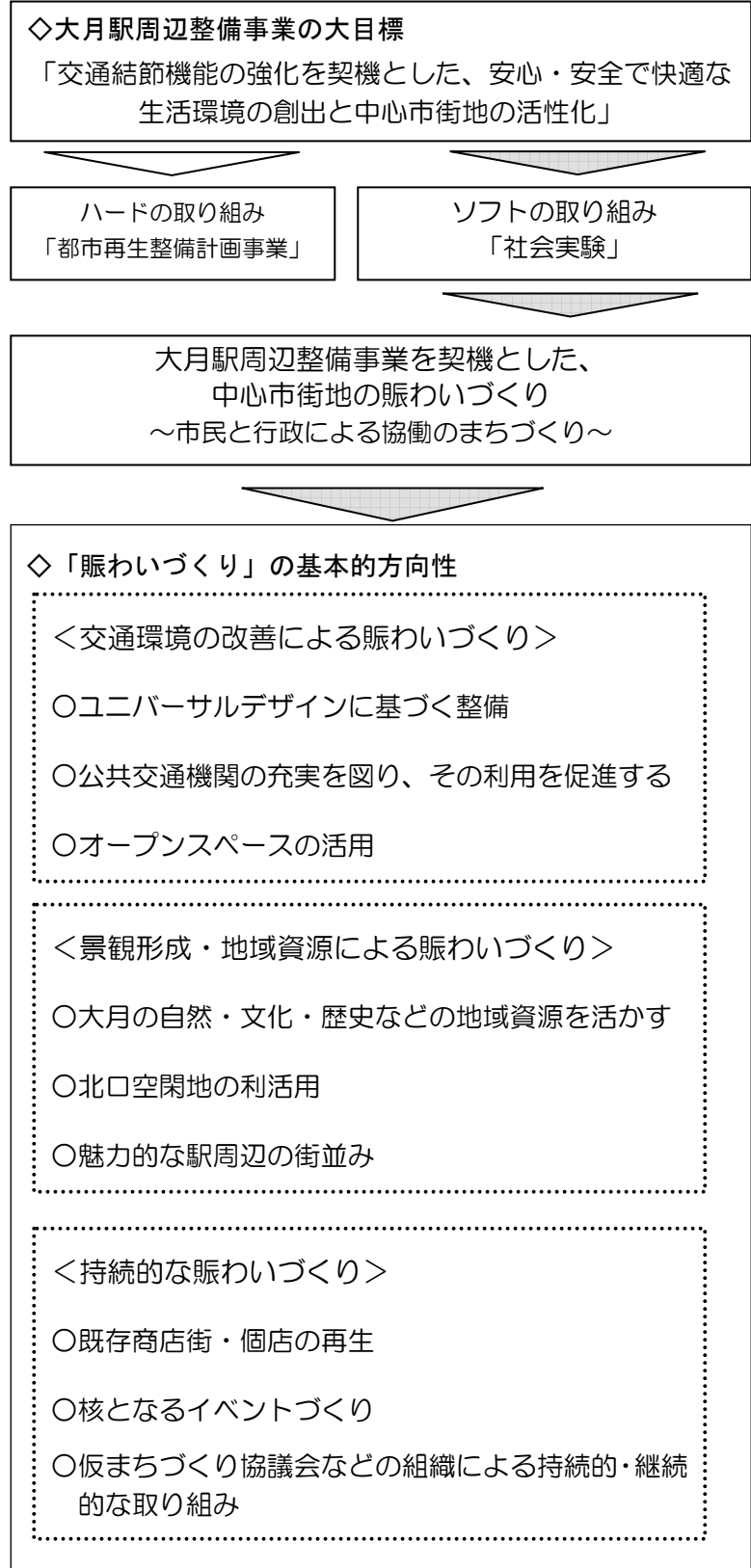


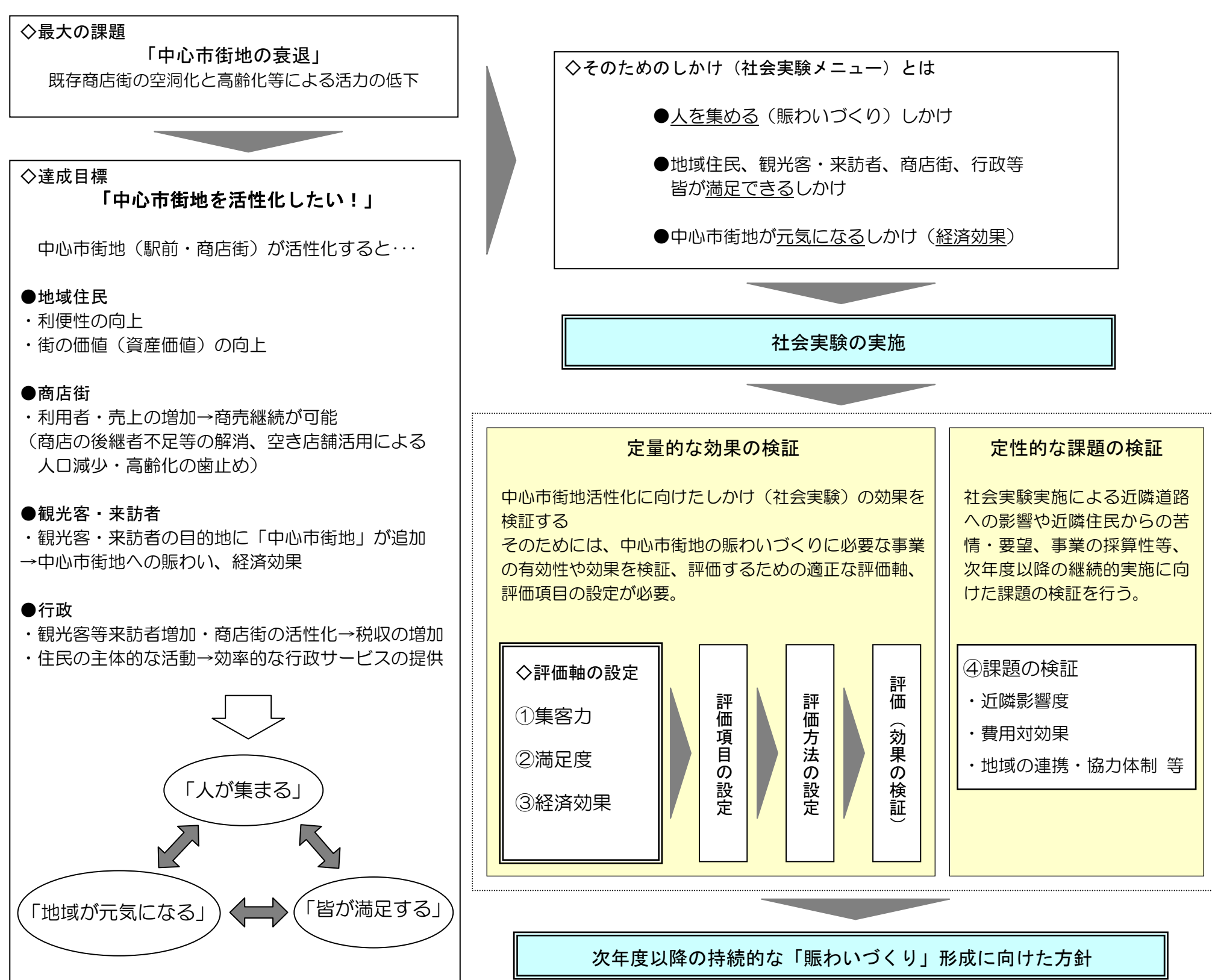
1. 大月駅周辺における賑わい形成（社会実験）の効果検証に向けて

平成22年度まで検討・議論を進めてきた「賑わいづくり」の基本的方向性のもとに各社会実験メニュー別に内容の検討を進め、今年度社会実験を実施したが、社会実験の実施にあたり、中心市街地の賑わいづくりに必要な事業の有効性や効果を検証・評価し、また、社会実験実施に伴う近隣への影響等のリスク・課題の検証を行うため、下記フローの通り、社会実験の目的（達成目標）を再度確認し、評価軸等の設定を行った。

[昨年度までの委員会検討事項]



[中心市街地の賑わいづくりの効果検証・評価に向けたフロー]


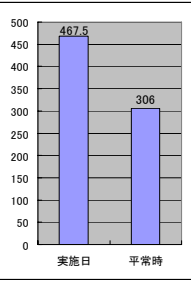
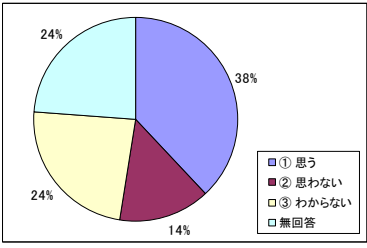
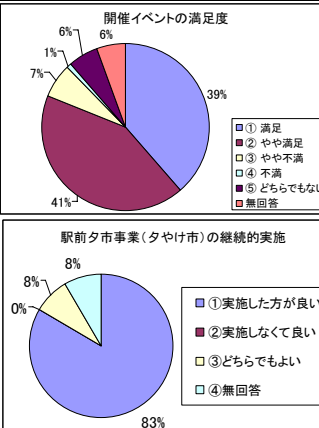
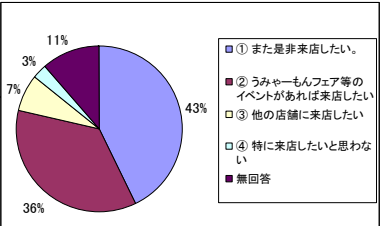
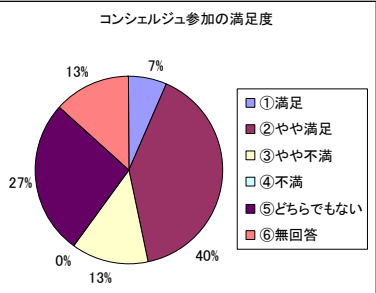
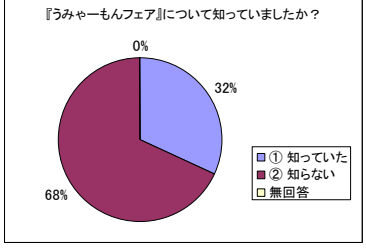



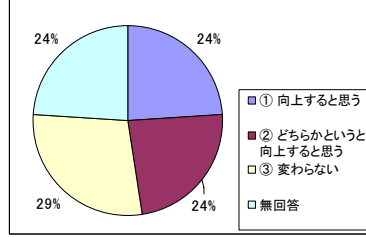
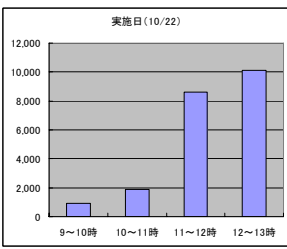
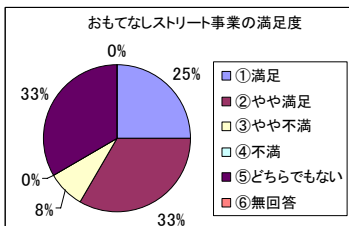
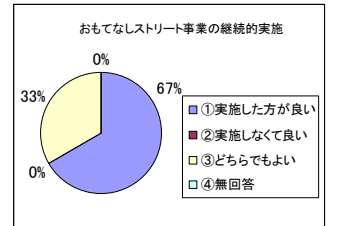
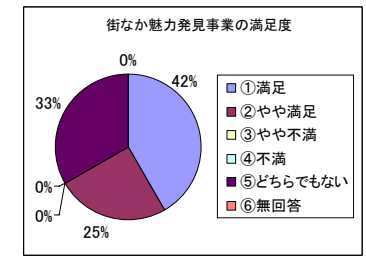
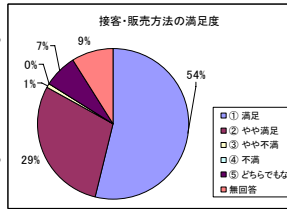
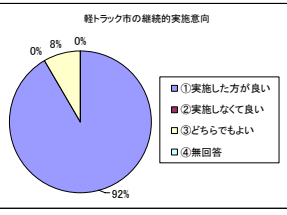
(1) 大月賑わいづくり社会実験 計測項目一覧

事業	評価軸	計測項目	対象者	手法	計測日	計測手法
A1	①集客力	タヤけ市の来場者数（ちらし配布数）	来街者	計測	8/20、9/17、10/22	タヤけ市会場において来場者にちらしを配布し、来場者数を計測する。
		駅前来訪者数（歩行者通行量調査）	来街者	計測	8/20、9/17、10/22、平常時（7/30、9/10、11/5）	タヤけ市開催による駅前及び商店街への来訪者数の変化を把握するため、商店街から駅への歩行者動線2箇所においてカウンター器により歩行者数を計測する。
	②満足度	タヤけ市の来街者満足度（来訪意向含む）	来街者	アンケート	8/20、9/17、10/22	タヤけ市会場においてアンケートを設置し、フリーに記入してもらう方式及びヒアリング形式の2つの方法で調査する。
		うみゃーもんフェアの来街者満足度（来訪意向含む）	来街者	アンケート	実施期間中（8/26～10/31）	うみゃーもんフェア参加店舗にアンケートを配布し、来店客へアンケートを記入して頂き回収する。
	③経済効果	タヤけ市の商店街満足度	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
		タヤけ市出店者店舗の売上高（購入客数）調査	タ市出店者	アンケート	8/20、9/17、10/22の開催後	タヤけ市開催後、出店者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
		うみゃーもんフェアの売上高（来店客数）調査	フェア参加店	アンケート	実施期間中（8/26～10/31）	うみゃーもんフェア参加店舗にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
	④課題の検証	事業実施における課題	来街者	アンケート	8/20、9/17、10/22	タヤけ市会場においてアンケートを設置し、フリーに記入してもらう方式及びヒアリング形式の2つの方法で調査する。
商店街			アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
		地域の連携・協力体制	事業関係者	アンケート	12月中旬	実施期間終了後、事業関係者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
A2	①集客力	コンシェルジュによる利便性の向上	来街者	アンケート	10/17～10/31	大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
		来街者満足度	来街者	アンケート		大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
	②満足度	コンシェルジュ満足度	コンシェルジュ	アンケート	12月末	実施期間終了後、コンシェルジュ全員（交通事業者5社、商店70店舗、飲食店15店舗、ボランティア10名）にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
		商店街満足度	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
④課題の検証	事業実施における課題	コンシェルジュ	アンケート	12月末	実施期間終了後、コンシェルジュ全員（交通事業者5社、商店70店舗、飲食店15店舗、ボランティア10名）にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
B1	①集客力	利便性の向上	来街者	アンケート	10/17～10/31	大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
	②満足度	商店街（おもてなしサービス実施店舗）満足度	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街（サービス実施店舗）にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
	④課題の検証	事業実施における課題	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街（サービス実施店舗）にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
B2	①集客力	魅力度の向上	来街者	アンケート	10/17～10/31	大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
	②満足度	来街者満足度	来街者	アンケート		大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
		商店街満足度	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
	④課題の検証	事業実施における課題	来街者	アンケート	10/17～10/31	大月駅、岩殿山ふれあいの館、商店街店舗等にアンケートを設置し、来街者に記入・投函して頂き回収する。
商店街			アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
B3	①集客力	軽トラック市来訪者数（ちらし配布数）	来街者	計測	10/22	軽トラック市会場において来場者にちらしを配布し、来場者数を計測する。
		軽トラック市・商店街来訪者数（歩行者通行量調査）	来街者	計測	10/22、平常時（11/5）	軽トラック市開催による開催会場及び商店街への来訪者数の変化を把握するため、商店街から駅への歩行者動線2箇所においてカウンター器により歩行者数を計測する。
	②満足度	軽トラック市の来街者満足度（来訪意向含む）	来街者	アンケート	10/22	軽トラック市会場においてアンケートを設置し、フリーに記入してもらう方式及びヒアリング形式の2つの方法で調査する。
		出店者満足度	出店者	アンケート	10/22	軽トラック市開催後、出店者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
		商店街満足度	商店街	アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
	③経済効果	軽トラック市出店による売上高（購入客数）調査	出店者	アンケート	10/22	軽トラック市開催後、出店者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。
		軽トラック市後の商店街の売上（来店客数）調査	商店街	アンケート	10/23～11/12	軽トラック市開催後の2週間における商店街の売上・来店客数について、商店街店舗にアンケートを配布・記入してもらい、回収する。
	④課題の検証	事業実施における課題	来街者	アンケート	10/22	軽トラック市会場においてアンケートを設置し、フリーに記入してもらう方式及びヒアリング形式の2つの方法で調査する。
出店者			アンケート	10/22開催後	軽トラック市開催後、出店者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
商店街			アンケート	12月末	実施期間終了後、商店街にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
事業関係者			アンケート	12月中旬	事業関係者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。	
		地域の連携・協力体制	事業関係者	アンケート	12月中旬	事業関係者にアンケートを配布・記入して頂き回収する。

※関連する調査については、併せて計測する。

(2) 賑わいづくり社会実験 結果報告

事業名	A-1 駅前夕市事業		A-2 おおつきコンシェルジュ事業	
	タヤけ市	うみゃーもんフェア		
事業概要	<p>大月駅前広場において、飲食物の販売、イベントを実施し、駅前に人が集まる仕掛けを行い、賑わいを創出する。 実施日：8/20(土) 12時~17時 9/17(土) 14時~17時 (10/22(土) 9時~13時) ※B-3 軽トラック市事業にて整理。</p> 	<p>各飲食店独自の“大ツキ”メニューを開発し、各店舗において期間限定で“大ツキ”メニューを食べられるグルメフェアを開催する。 実施日：8/26~10/31の毎週金・土曜日</p>	<p>来訪者への情報提供、接遇の良さを知ってもらうため、大月に係るQ&Aの冊子を作成し、商店街・飲食店・交通事業者・住民等に配布し、各人がコンシェルジュとなって来訪者への情報提供を行う。</p>	
評価軸	①集客力	<p>■タヤけ市の来場者数 ・8/20：約1,200人、9/17：約600人が来場。 ■周辺地域への波及効果 ・合計歩行者通行量：880人/5h(8/20)、439人/3h(9/17) ・平常時との比較において約1.5倍歩行者通行量が増加。 ⇒タヤけ市開催により、駅前及び商店街への来訪者が増加し、駅前から商店街への回遊性の向上及び賑わいの創出に寄与した。</p> 	<p>—</p>	<p>■コンシェルジュによる利便性の向上 (n=21) ・約4割が利便性が向上すると回答。 ⇒利便性の向上への期待度はあまり高くない。</p> 
	②満足度	<p>■来街者満足度 (n=106) ・出品メニュー、開催イベントについて約7~8割が満足と回答。 ・8割以上が次回タヤけ市に訪れたいと回答。 ・約7割が商店街に来店したい・興味を持てたと回答。 ■商店街満足度 (n=12) ・約6割が満足と回答。 ・8割以上が今後の継続を希望。 ⇒来街者・商店街の満足度はともに高く、商店街への来店意向の向上に寄与するとともに、継続的実施を希望している。</p> 	<p>■来街者満足度 (n=69) ・大ツキメニューについては約6割、うみゃーもんフェアについては約4割が満足と回答。 ・約8割が商店街にまた来店したいと回答。 ⇒フェア全体としての満足度は高くなかったが、大ツキメニューの満足度は高く、フェア開催により、大ツキメニューの認知度の向上及び商店街への来店意向の向上に寄与した。</p> 	<p>■来街者満足度 (n=5) ・8割が満足と回答。 ■コンシェルジュの満足度 (n=15) ・約5割が満足と回答。 ・約3割が継続的関与を希望。 ■商店街の満足度 (n=12) ・約4割がやや満足と回答。 ・約7割が今後の継続を希望。 ⇒認知度が低く、また満足度もあまり高くなかったが、商店街の継続的実施意向は高い。</p> 
	③経済効果	<p>■出店店舗の売上高(購入客数)調査 (n=40) 売上高全体：約21万円/回(平均) 購入客数(延べ人数)：約440人/回(平均) 各出店者の売上高：平均約1.2万円/店舗(最大売上高：約2.9万円/店舗) 各出店者の購入客数：平均約25人/店舗(最大購入客数：50人/店舗) ⇒事業による一定の売上高(購入客数)は得ることができたが、直接的な経済効果にはつながらなかった。</p>	<p>■参加店舗の売上高(購入客数)調査 (n=17) ・売上：約41%(7店舗/17店舗)増加 ・来客数：約47%(8店舗/17店舗)増加 ⇒フェア開催により、売上及び来客数が増加し、商店街の賑わいの創出に寄与した。</p>	<p>—</p>
	④課題の検証	<p>■事業実施における課題(来街者満足度調査n=106、商店街満足度調査n=12) ・継続的な実施が必要 ・集客のための方策の検討(開催時間の見直し等) ⇒継続的な実施、集客のための方策の検討の必要性有り。 ■地域の連携・協力体制 (n=9) ・準備段階及び実施段階において、約6割が良いと回答。 ・約9割が事業への継続的関与を希望。 ⇒地域の連携・協力体制は良好であり、今後の継続的実施の意向も強い。</p>	<p>■事業実施における課題(来街者満足度調査n=69、商店街満足度調査n=12) ・認知度が低い。 ・大ツキメニューの今後の展開の検討が必要。 ⇒認知度の低さ、大ツキメニュー展開の検討の必要性有り。</p> 	<p>■事業実施における課題(コンシェルジュ満足度調査 n=15) ・事業の目的や具体的な内容が浸透していない。 ・事業に参加している意識が低い。 ⇒サービスを提供する側の事業への参加意識が低く、また、来街者の認知度も低い。</p>
効果・検証	<p>・事業実施により、駅や商店街への集客・回遊性が向上し、賑わいが創出された。 ・事業単体での経済効果は見込まれないが継続的に実施することで、駅前や商店街への集客を図り、知名度の向上、リピーターの増加等の波及効果による経済効果を期待する。</p>	<p>・事業実施により、商店街への来訪意向が向上した。 ・今後は、大ツキメニューのような商店街の各店舗の魅力アップにつながるような商品、サービスの提供を期間限定ではなく、継続的な実施が必要である。 ・実施においては、来街者への周知を十分に行い、大ツキメニュー等の知名度の向上を図ることが必要である。</p>	<p>・サービスを受ける側、提供する側ともにサービス内容が浸透しておらず、事業目的の達成が不十分であった。 ・ただし、継続的実施意向は高く街として必要な機能であることから、実施にあたっては利用者への十分な周知を行うとともに、コンシェルジュ勉強会を定期的に開催する等、サービス提供者側の意識啓発を行い、事業の目的を達成するための事業手法について再度検討する必要がある。</p>	

事業名	B-1 おもてなしストリート事業	B-2 街なか魅力発見事業（回遊性創出事業）	B-3 “大ツギ” 軽トラック市事業	
事業概要	商品お届け、送迎、トイレ貸し出し等の新たなサービスを実施し、参加店舗の店頭等、人目に付きやすい箇所におもてなしステッカーを掲示する。また、駅前や商店街に「おもてなしベンチ」を設置し、「おもてなしマインド」による商店街のイメージアップを図る。	商店街や観光スポットを紹介する“大月散策ラッキーマップ”の作成と街のビュースポットへの案内看板設置により、街の魅力の向上及び来街者の満足度向上を図る。	甲州街道において軽トラックの模擬店による市場（軽トラック市）を開催し、新たな商店街機能の発見と地域経済活性化の方向性を探る。また、来街者と地域住民の新たな交流機会の増加を図る。 	
評価軸	①集客力	<p>■魅力度の向上（来街者アンケート）（n=21）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビュースポットへの案内看板設置により約5割が魅力度が向上すると回答。 ⇒案内看板設置によるまちな街の魅力度の向上は図られると考えられる。 	<p>■軽トラック市の来場者数（ちらし配布数）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・雨天にも関わらず約7,000人が軽トラック市に来場した。 ■軽トラック市来訪者数（歩行者通行量） ・歩行者通行量：約21,500人/4h ・最大時間当たり歩行者通行量：約11,000人/h（12時～13時） ・軽トラック市開催場所である大商協前では平常時の約93倍。 ・開催場所へアクセスする山梨中銀前においては平常時の約2.3倍。 ⇒軽トラック市開催により、駅前及び商店街への来訪者が増加し、駅前から商店街への回遊性の向上及び賑わいの創出に寄与した。 	
	②満足度	<p>■商店街（実施店舗）の満足度</p> <ul style="list-style-type: none"> ・約6割が「満足」・「やや満足」と回答。 ・約7割が継続的に「実施した方が良い」と回答。 ⇒商店街の満足度は高く、継続的な実施を希望している。  	<p>■来街者の満足度（n=21）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・大月散策ラッキーマップについて約4割が満足と回答。 ■商店街の満足度 ・約7割が満足と回答。 ・約7割が継続的実施を希望。 ⇒商店街の満足度・継続的実施意向は高かったが、来街者の満足度は得られなかった。 	<p>■来街者の満足度（n=100）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・出品商品は約8割、イベントは約7割、接客・販売方法は約8割が満足と回答。 ・約9割以上が次回来訪意向有り。 ■出店者満足度（n=70） ・約7割が出店目的を達成できたと回答。 ・約7割が次回出店意向有り。 ■商店街満足度（n=40） ・約8割が満足と回答、9割以上の継続的な実施を希望。 ⇒来街者、出店者、商店街の満足度が高く、継続的実施への要望も高い結果となった。  
	③経済効果	—	—	<p>■出店店舗の売上（購入客数）状況（n=71）</p> <p>〈軽トラック店〉 売上高全体：約286万円、購入客数：約4,600人（延べ人数） 各出店店舗の売上高：平均4.0万円/店舗、最大売上高18万円/店舗 購入客数：平均64人/店舗、最大購入客数200人/店舗</p> <p>〈既存店〉（n=15）売上高全体：約89万円、購入客数：約790人（延べ人数） 各店舗の売上高：平均5.9万円/店舗、最大売上高40万円/店舗 購入客数：平均52人/店舗、最大購入客数200人/店舗</p> <p>⇒事業による一定の売上高（購入客数）は得ることができたが、二極化が顕著に見られる。</p>
	④課題の検証	<p>■事業実施における課題（商店街満足度調査n=12）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・継続的実施が必要。 ・おもてなしベンチの管理・清掃等、店舗や住民の協力が必要。 ・広く市民へのPRが必要。 ・商店街個々の意識改革が必要。 ⇒継続的実施によるサービス提供側の意識改革、ベンチの維持管理等における地域の協力体制の必要性有り。 	<p>■事業実施における課題（来街者満足度調査n=21、商店街満足度調査n=12）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ラッキーマップの入手方法がわからない。 ・ラッキーマップの配布方法の検討が必要。 ⇒来街者及び商店街共に入手方法（配布方法）について課題有り。 	<p>■事業実施における課題（来街者、出店者、商店街、事業関係者満足度調査）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・準備、予算、スタッフ等、全てにおいて大掛かりな事業であるため、継続的実施のための検討が必要。 ・集客性や採算性等に配慮した開催時期、開催時間、開催場所の検討が必要。 ・商品レイアウトや接客方法等の出店者側の工夫が必要。 ⇒事業の採算性・継続性を考慮し、実施体制の構築の検討が必要。 ■地域の連携・協力体制 ・事業に関わる多くの市民が協力して事業を実施することができた。 ⇒多くのスタッフが必要ではあったが、良好な連携・協力体制であった。
効果・検証	<ul style="list-style-type: none"> ・おもてなしサービスについては、利用者への浸透が十分ではなく、サービス提供側の意識の向上が不可欠であることから短期間での目的達成は困難であった。 ・今後はサービス提供側の意識改革を行いながら日常的なサービスとして定着させ、商店街への集客を図るとともに、まち全体のイメージを図るため、サービス提供範囲の拡大の可能性についても検討することが必要である。 ・おもてなしベンチについては、今後の維持管理等を検討するとともに、利用者のニーズや防犯上の観点から設置場所等の検討が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ラッキーマップの配布やビュースポットへの案内看板設置により、まちな街の魅力度は向上すると考えられる。 ・ラッキーマップについては、入手方法がわからない等、誰でも容易に入手できないことに関する不満が大きく、今後配布方法の検討が必要である。 ・配布方法の検討を行う上でも、ラッキーマップの作成費用等に係る行政との役割分担等の検討が必要である。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業実施により、駅前及び商店街への来訪者が増加し、賑わいの創出に寄与した。 ・来街者の次回来訪意向は高く、また出店者及び商店街の継続的実施要望も高い結果となった。 ・事業実施にあたっては、費用面、スタッフ面、交通規制等による周辺への影響等を考慮すると大掛かりな事業であるため、経済効果やにぎわい創出（地域活性化）への効果等を踏まえ、継続的に実施可能な体制が構築することが可能かどうか、検討していく必要がある。 	