

Ⅱ アンケート調査の結果

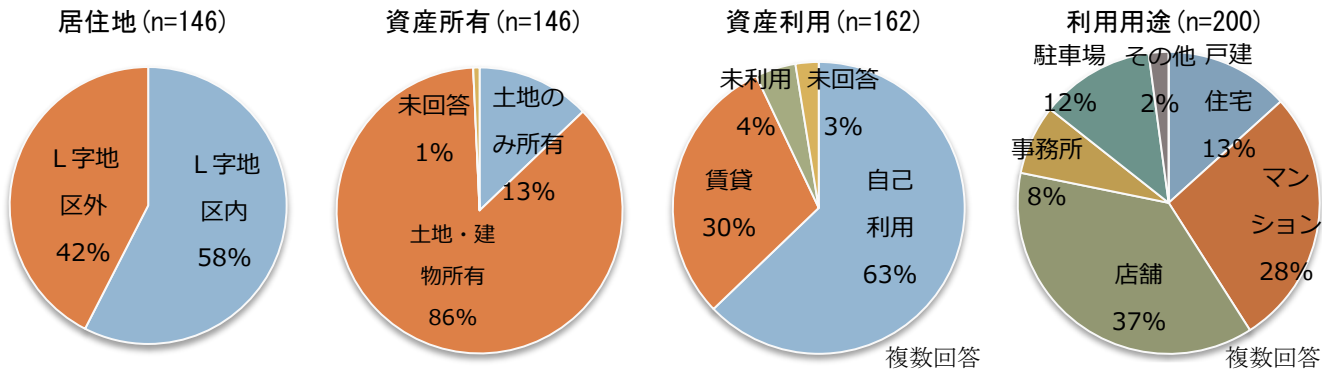
Ⅰ. 調査概要

1－1 目的

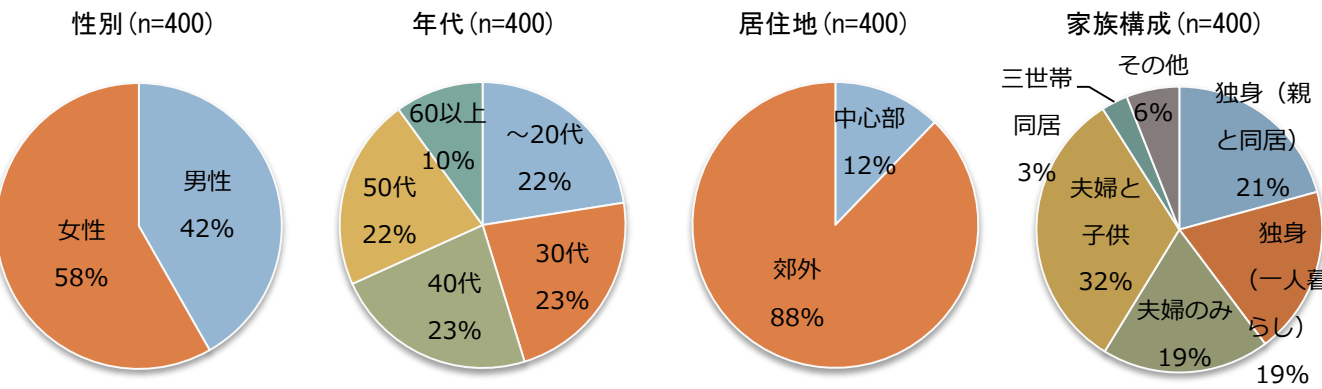
・地元（権利者）と市民（来街者）に対し、銀天街 L 字地区の満足度や将来像について調査を行い、地区の課題と必要な機能について検証する。

1－2 属性

1）地元（権利者）（配布 313 名に対して回収 146 名、回収率 46. 6%）



2）市民（来街者）（松山市民 400 名が回答）



1－3 調査項目

| 視点               | 調査項目                              | 地元（権利者）   | 市民（来街者） |
|------------------|-----------------------------------|-----------|---------|
| 所有財産の状況<br>（暮らし） | 所有状況、利用状況、用途、悩み、資産活用              | ●         | －       |
|                  | 住宅所有理由、買物行動、住み替え意向                | ●（地区内居住者） | －       |
| 利用の状況<br>（来街）    | 来街目的、交通手段、頻度、滞在時間、<br>同伴者、立ち寄りエリア | －         | ●       |
| L 字地区の評価         | 満足度、不足しているハードやソフト                 | ●         | ●       |
|                  | 街の比較、来街頻度                         | －         | ●       |
| 将来イメージ           |                                   | ●         | ●       |
| 再開発への期待          | 関心度                               | ●         | ●       |
| 協議会の認知度          | 共同化意向                             | ●         | －       |
| 自由意見             |                                   | ●         | ●       |

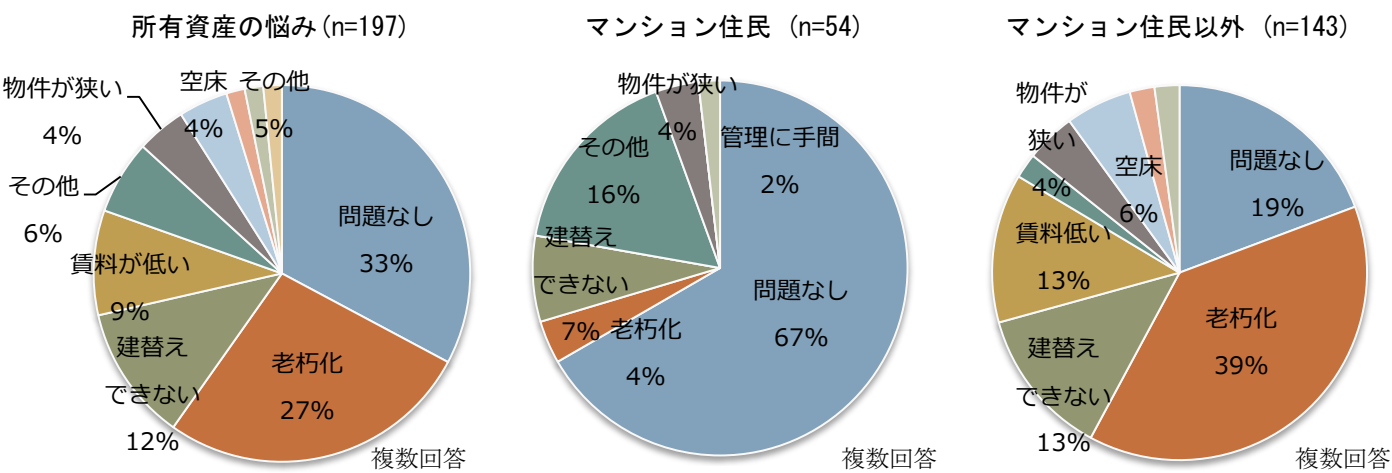
II. 調査結果

2－1 所有資産の状況（暮らし）

1）所有資産全般について

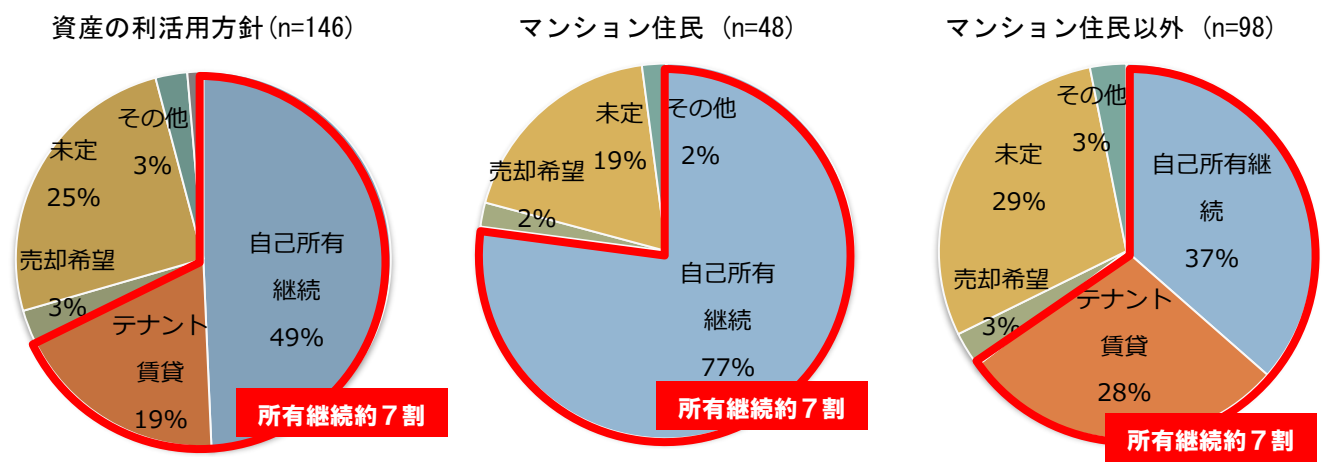
①所有資産の悩み（複数回答）

・建物や設備の老朽化、個別で建替えができない、家賃収入が少ない等の回答が多く挙げられている



②資産の利活用方針

・約7割がテナント賃貸を含む所有継続意向、4分の1は未定、売却希望は3%となっている



2）住宅及び住環境について（住宅居住者限定）

①住宅所有理由（複数回答）

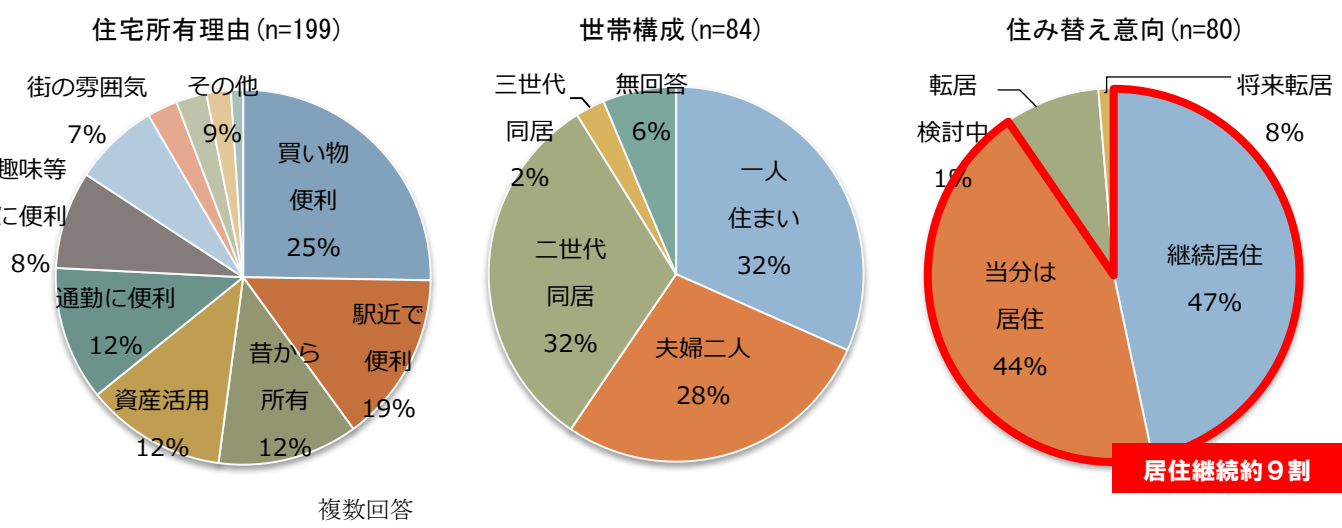
・買物の利便性や鉄道駅に近いといった利便性を評価している意見が多い

②世帯構成

・単身及び2人世帯が約6割を占めている

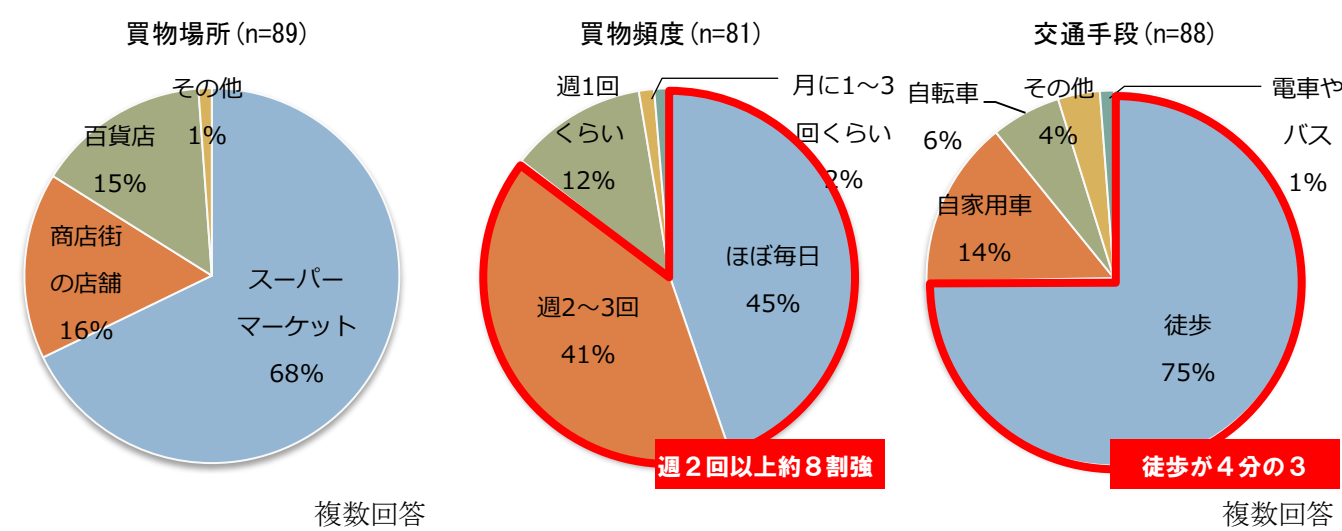
③住み替え意向

・約9割が居住意向、将来的な転居を考えているのは約1割



④買物特性

・日常の買物場所はスーパーが多いが、商店街や百貨店を利用する人も見られる  
・買物頻度は「ほぼ毎日」と「週2～3回」で約8割強を占める  
・交通手段は「徒歩」が4分の3を占めるが、自家用車利用も見られる



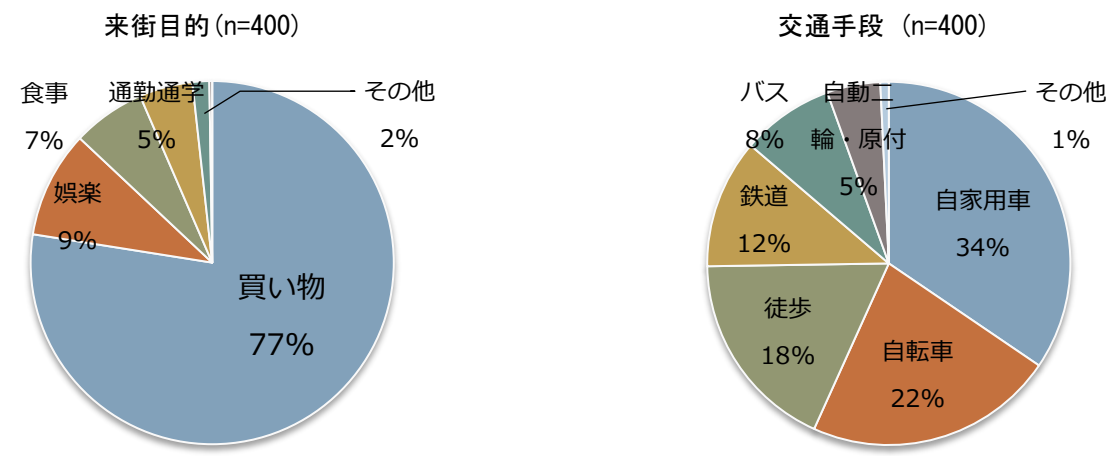
2-2 利用の状況（来街）

①来街目的

・来街目的は「買物」が圧倒的に多い

②交通手段

・来街手段は「自家用車」が最も多く、「自転車」や「徒歩」も比較的多い

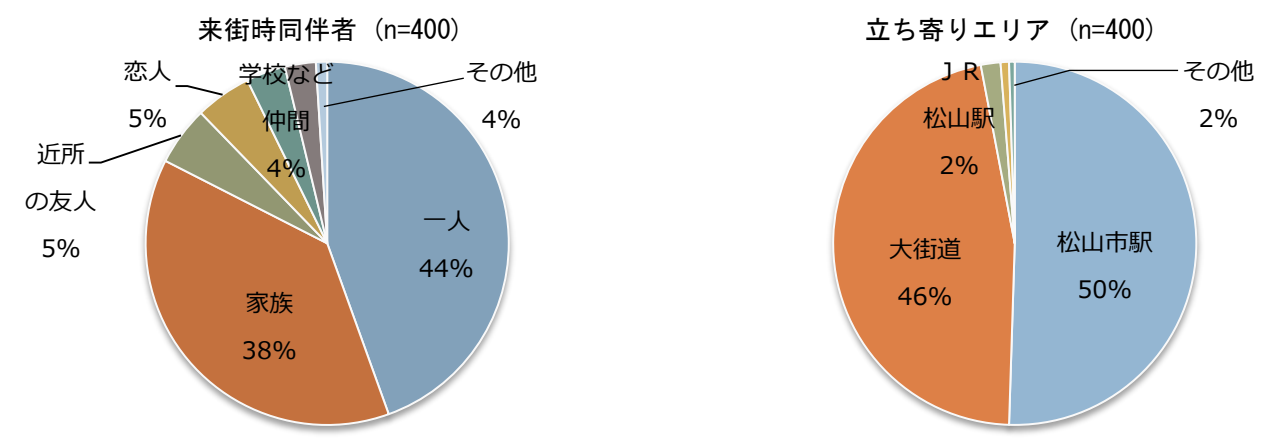


③来街時同伴者

・半数の人が1人で行くことが多く、家族で行く人も4割にのぼる。恋人や友人等による来街は少ない

④立ち寄りエリア

・L字地区来街時には、松山市駅周辺か、大街道周辺に立ち寄る人に分かれる



⑤来街頻度

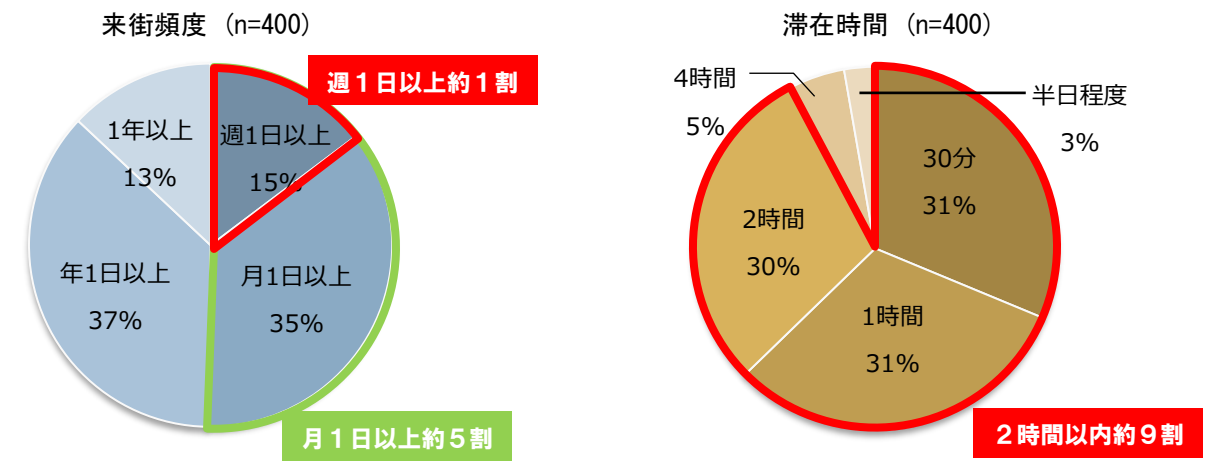
・来街頻度は月1日以上が約5割、週1回以上だと約1割

⑥主要な街の来街頻度

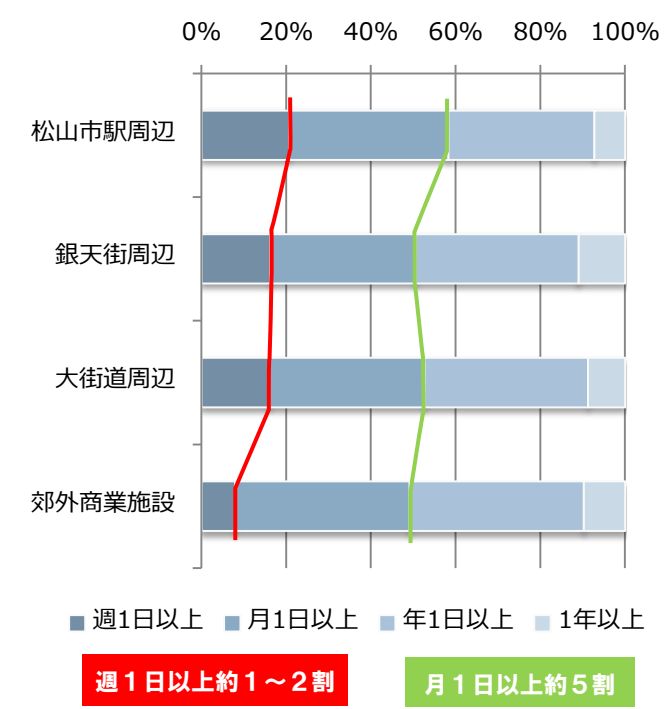
・どの街も概ね月1回以上の来街が約5割程度となっている  
・週1回以上来街する割合は郊外商業施設に比べて都心部の方が高い

⑦滞在時間

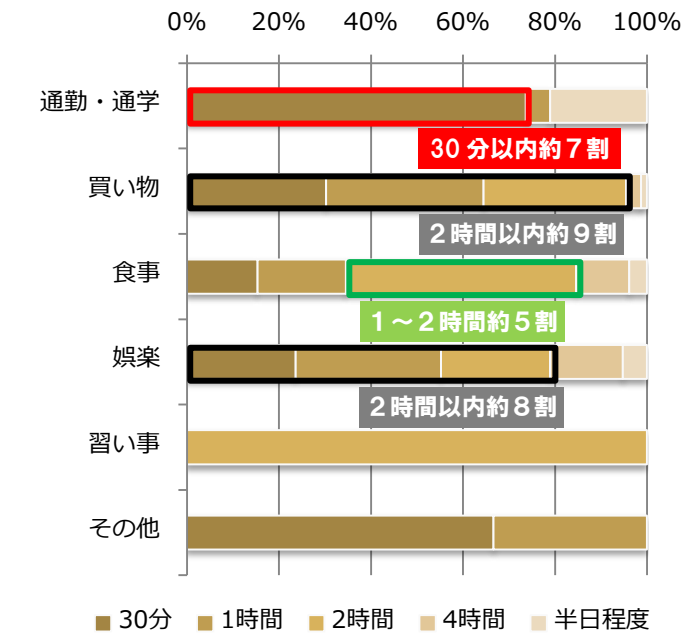
・滞在時間は2時間以内だと約9割となる  
・来街目的別には「通勤・通学」の7割が30分以内、「買物」は30分～2時間にそれぞれ分散、「食事」は1～2時間が約5割となっている



主要な街の来街頻度の比較 (n=400)



＜滞在時間×来街目的とクロス集計した結果＞

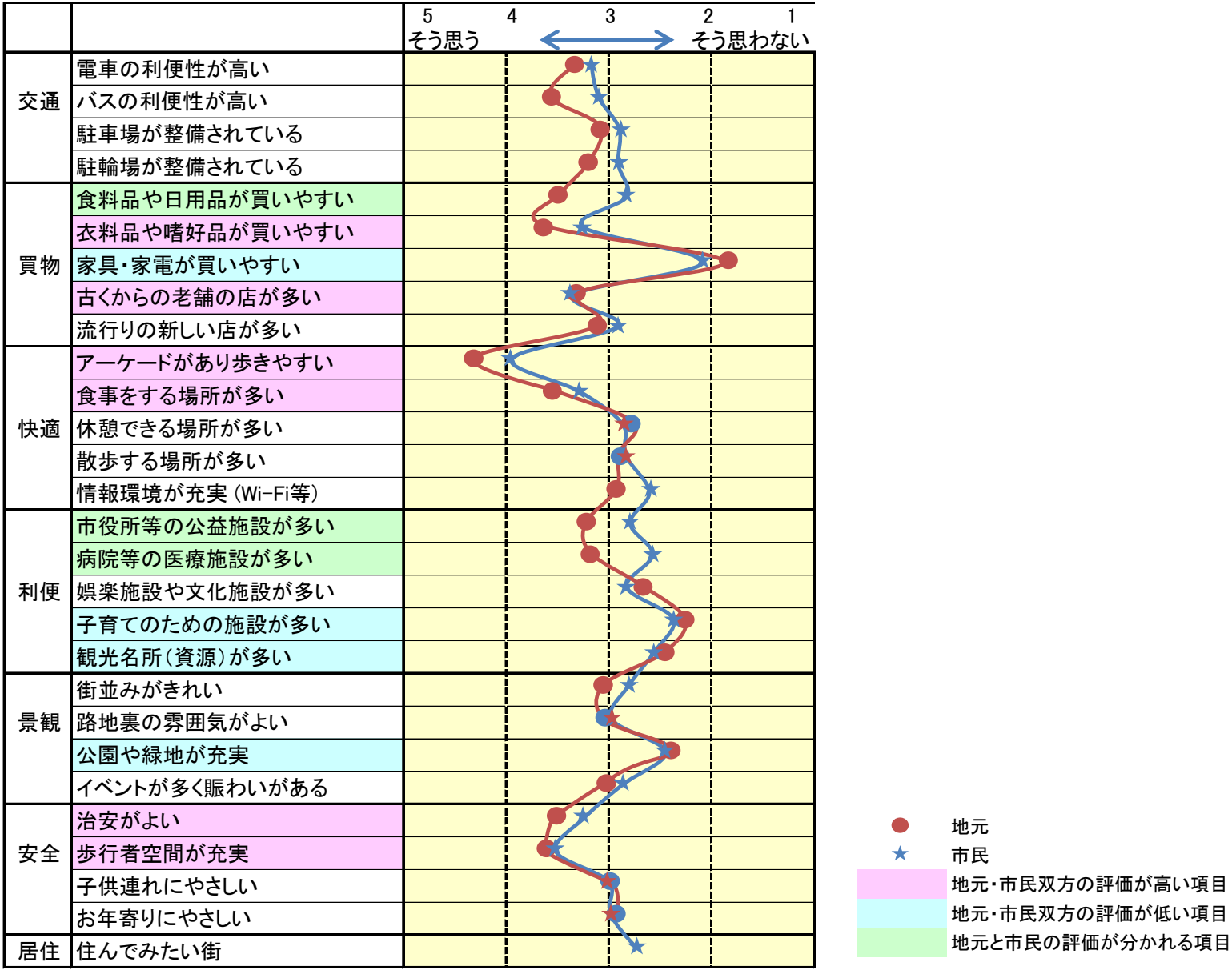


2-3 L字地区の評価

1) L字地区の満足度（地元／市民比較）

①銀天街L字地区の現状評価

- ・「交通」については、概ね平均水準となっている
- ・「買物」については、「衣料品」「老舗が多い」の評価がやや高いが、「家具・家電」の評価が低い「食料品」に関しては地元と市民評価が分かれている
- ・「快適」については、「アーケード」の評価が非常に高く、「食事場所」も高い
- ・「利便」については、「子育て施設」「観光名所」の評価が低い「公益施設」「医療施設」については、地元と市民評価が分かれている
- ・「景観」については「公園・緑地」の評価が低い
- ・「安全」に関しては、「治安」や「歩行者空間の充実」の評価が高い
- ・全体的に、地元の方が市民評価より満足度が高い



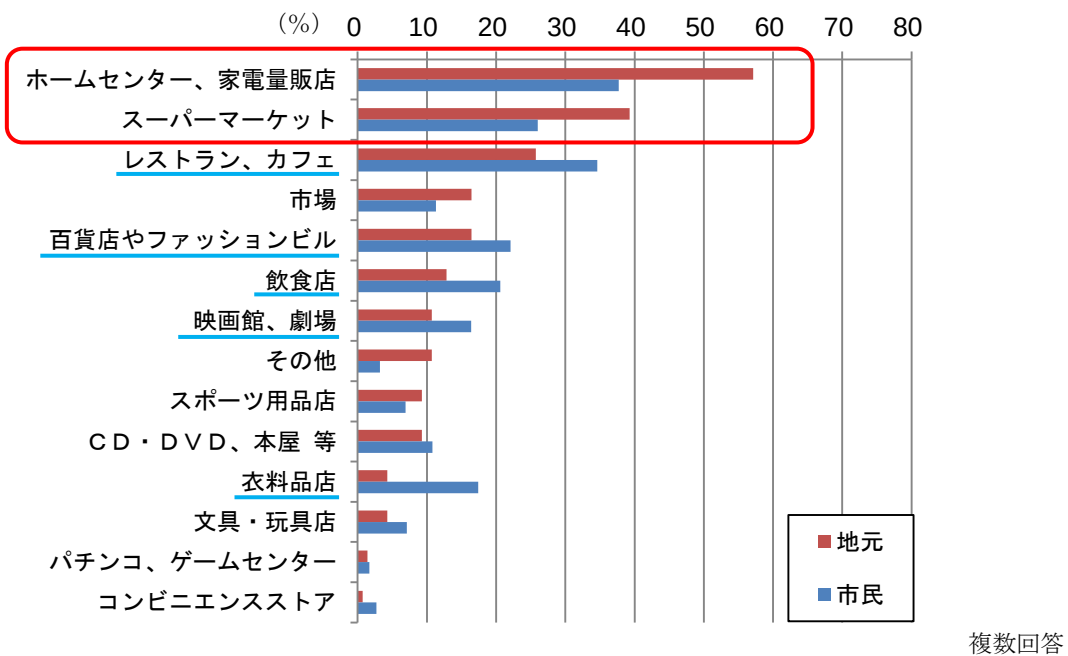
※「そう思う」を5点、「ややそう思う」を4点として、点数づけし、地元、市民それぞれに平均点を算出した

※「住んでみたい街」については、市民アンケートのみの質問項目

## 2) 不足している機能など

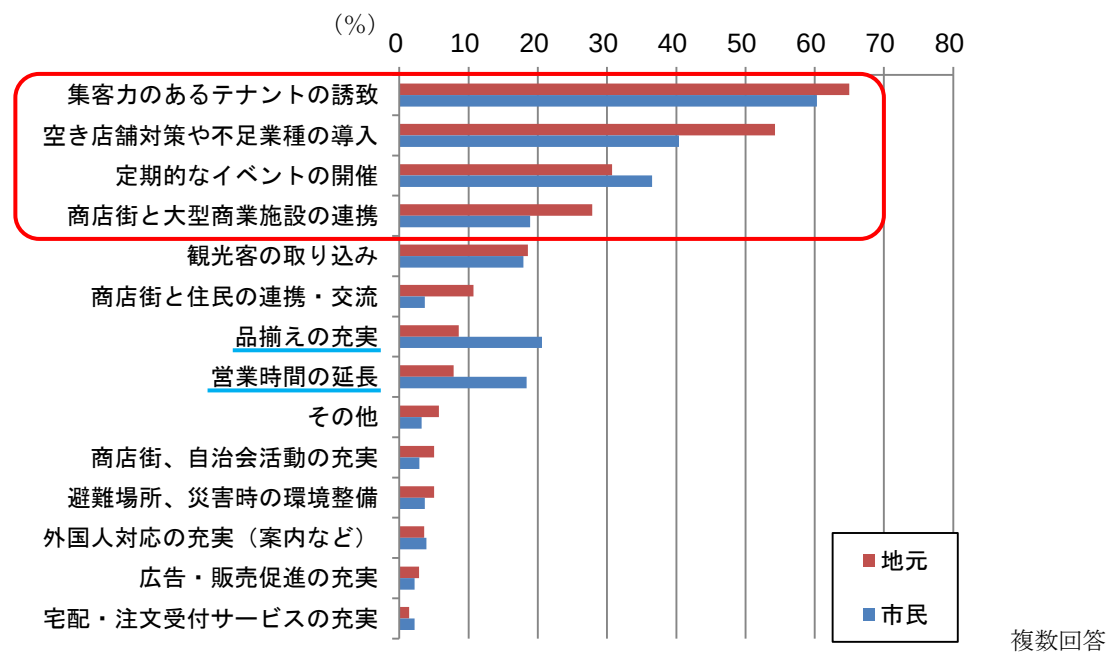
### ①地区に不足する「商業施設」

- ・地元が不足する商業施設として3割以上の指摘があった施設としては「ホームセンター、家電量販店」、「スーパー」
- ・地元評価に比べて、市民からの不足評価が高かった施設は以下の通り  
「レストラン」「百貨店」「飲食店」「映画館、劇場」「衣料品店」



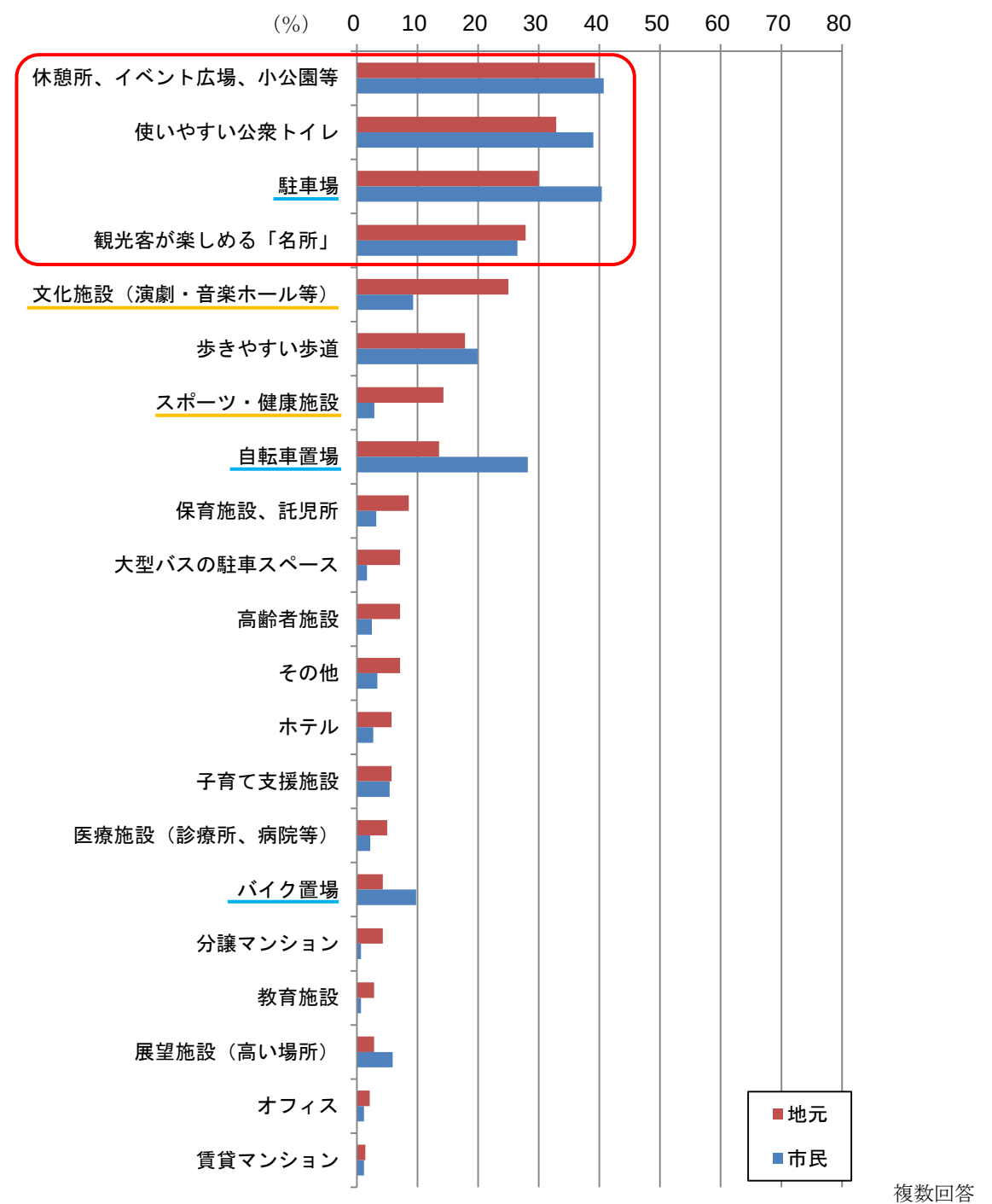
### ②地区の活性化に必要な「こと」

- ・回答が多かったのは「魅力テナント誘致」「空き店舗対策」「イベント開催」「商店街と大型店の連携」
- ・地元の回答に比べて、市民からの回答が多かった項目は「品揃えの充実」「営業時間の延長」



### ③地区の活性化に必要な「もの」

- ・活性化に必要な「もの」として、地元及び市民の回答が多いのは「休憩所など」「公衆トイレ」「駐車場」「観光名所」
- ・「駐車場」「自転車置場」「バイク置場」といった交通施設は、地元よりも市民の求める回答が多い
- ・「文化施設」「スポーツ・健康施設」といった施設は、地元に比べて市民の回答は少ない



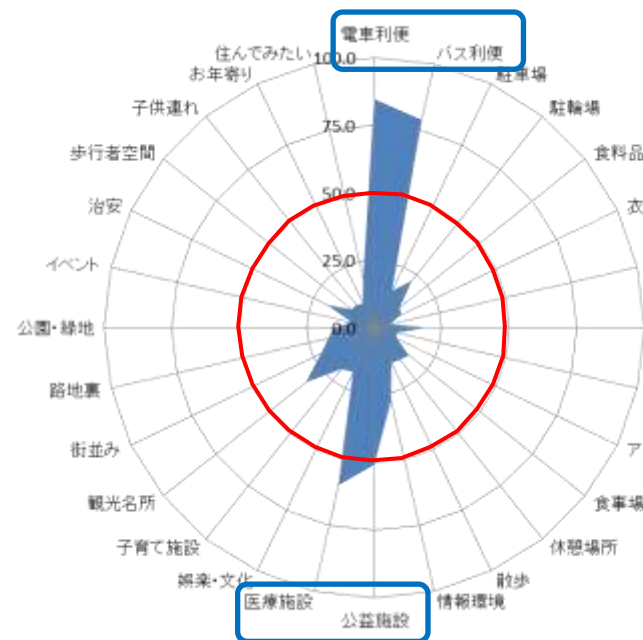


### 3) 他の街との比較（市民のみ）

#### ①松山の主要な街の評価

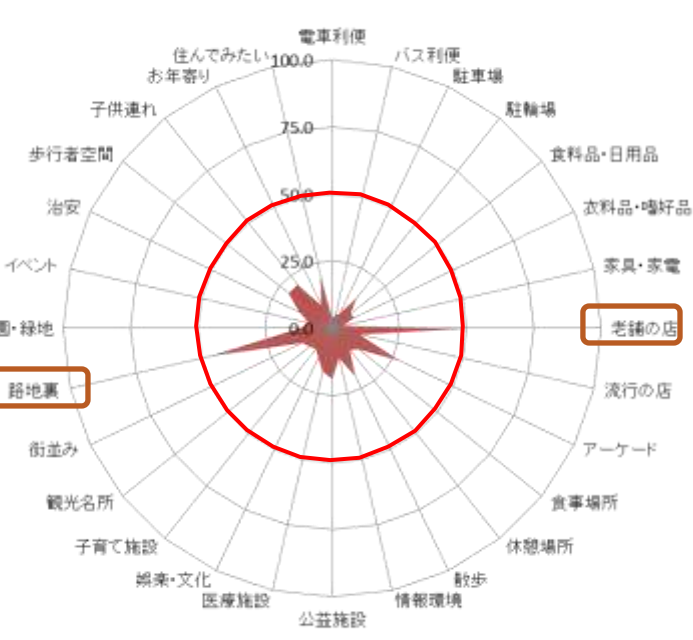
- ・市民回答において、L字地区が高く評価されている項目は「老舗の店が多い」「路地裏」（約半数が評価）
- ・郊外商業施設（エミフル松前）は「駐車場」、「衣料品・嗜好品」、「家具・家電」、「休憩場所」、「イベント」など、多くの点で評価が高い

松山市駅周辺



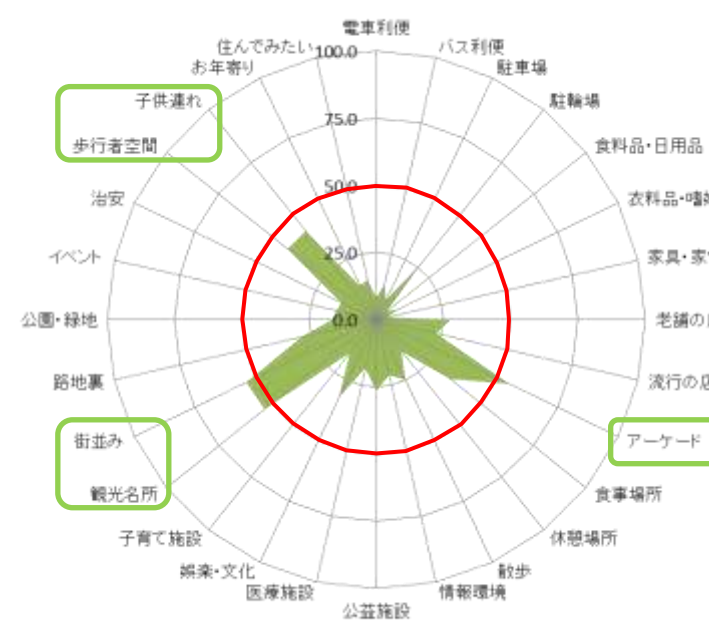
- ・松山市駅周辺は、電車・バスの利便性や医療・公益施設の評価が高い

銀天街周辺（L字地区）



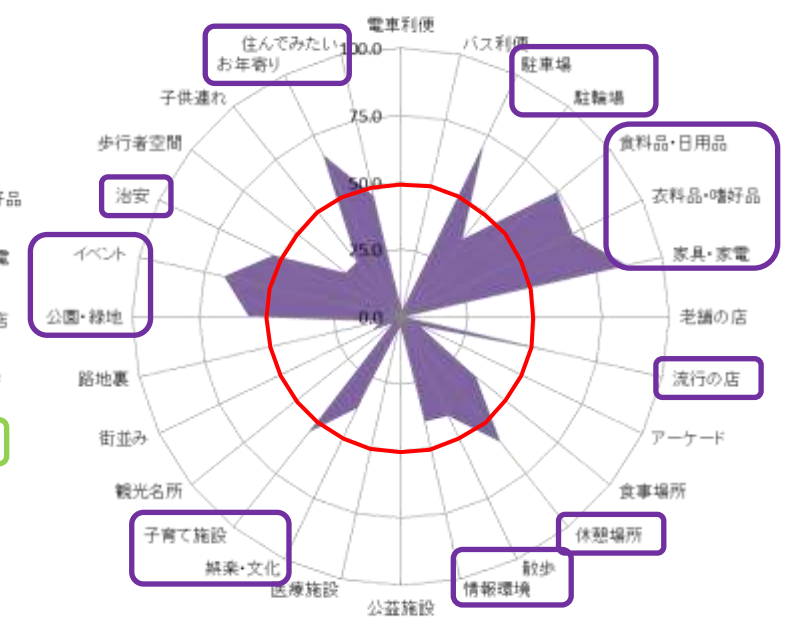
- ・銀天街周辺は、老舗の店や路地裏の評価が高い
- ・1)「L字地区の満足度」で市民からの評価が高かったアーケードや歩行者空間は、大街道周辺の評価に比べて低い

大街道周辺



- ・大街道周辺はアーケードの他、歩行者空間や子供連れ、街並み、観光名所といった点で評価が高い

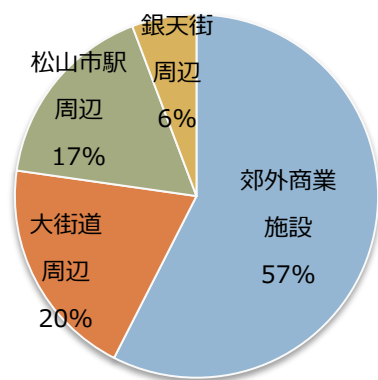
郊外商業施設（エミフル松前周辺）



- ・郊外商業施設は、「買回りの魅力度（商品が充実）」「来街環境（駐車場等）」「アメニティ（休憩場所・公園）」をはじめ、「サービス（子育てや娯楽文化）」「安全・安心（治安）」といった様々な指標で評価が高い

#### ②最も行きたい街

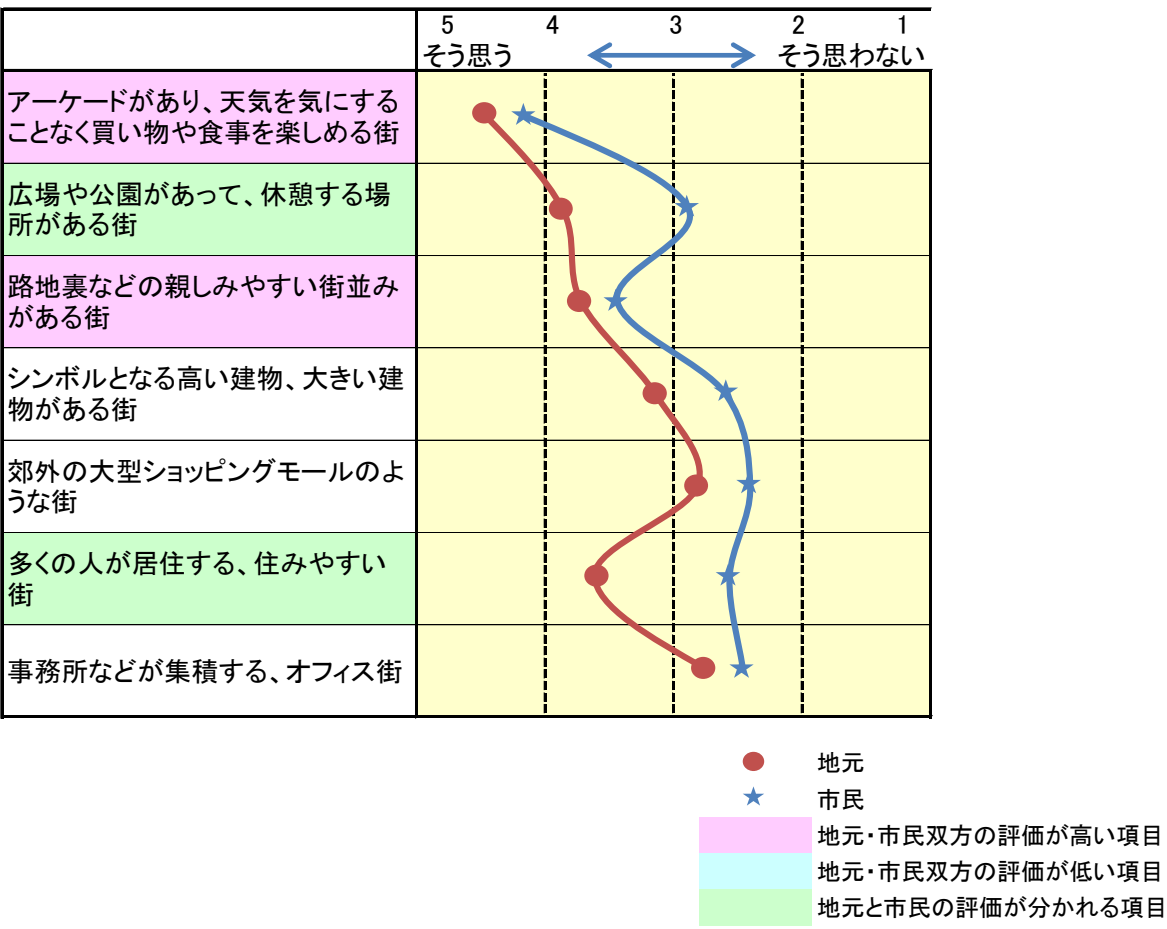
- ・行きたい街は「郊外商業（エミフル松前）」が最も高く、L字地区は最も低い



2-4 L字地区の将来イメージ

① L字地区の将来イメージ

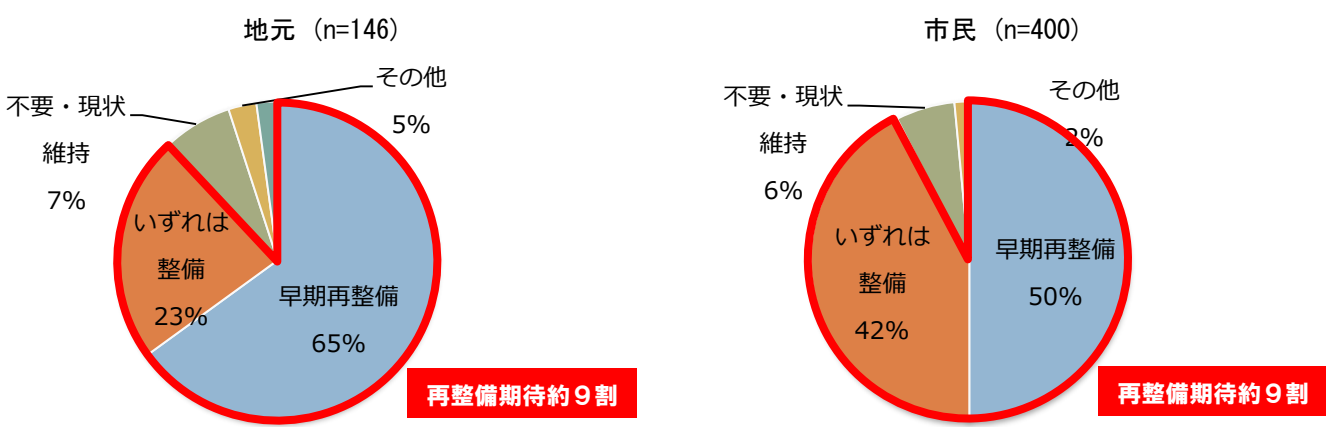
- ・「アーケード」に関しては、地元、市民ともに高い評価となっており、「路地裏」についても高めの評価となっている。
- ・「広場や公園」「多くの人が居住」については、地元の意見は高いが、市民の意見は低い
- ・「郊外ショッピングモール」「オフィス街」について、いずれも意見は低い



2-5 再開発への期待・関心

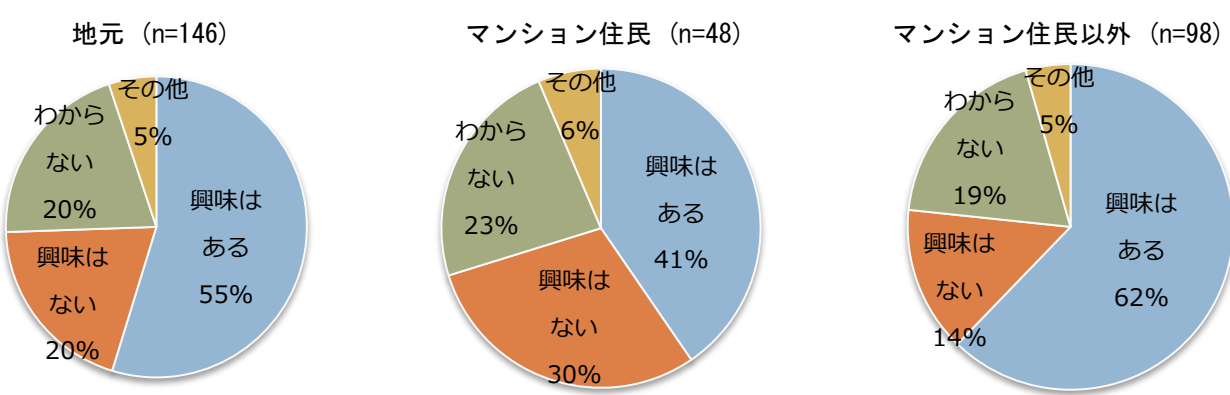
① L字地区の再整備への期待

- ・地元及び市民の約9割が再整備に期待している



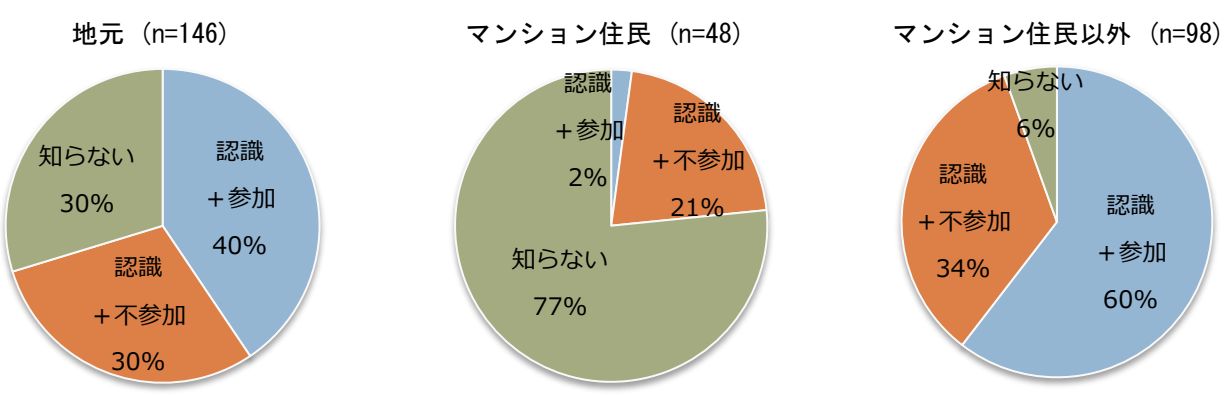
② 共同建替えへの関心

- ・地元全体で約5割強の人が共同建替えに関心を持っており、マンション住民に比べてマンション以外の人の関心が高い



③ 全体協議会への参加

- ・回答者のうち、地元全体で約6割の人が全体協議会に参加している。参加者はマンション以外の人々が圧倒的に多く、マンション住民の認知度は低かった



2-7 自由意見

|               | 地元意見                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 市民意見                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| まちづくりの考え方     | <ul style="list-style-type: none"><li>・四国 No1 であるまちづくりを望む</li><li>・L字の大規模再開発は時代に逆行していると思う</li><li>・一度に開発するのは無理があり、部分的な開発で協力を増える地区が増えるのでは</li><li>・かつての活気を取り戻して欲しい</li><li>・行政の意見や姿勢について知りたい</li><li>・郊外商業施設に頼らず、地域内で生活が完結できる環境を整えて欲しい</li><li>・開発の失敗例も十分説明して欲しい</li><li>・再開発の話があるので、貸し出すことに躊躇する</li><li>・湊町に住んで良かったと思うことが多い</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>・大街道に負けない地区づくりが必要</li><li>・どこにでもある若者向けの街より、お年寄りや中高年が過ごしやすい街がよいと思う</li><li>・松山らしい、情緒ある雰囲気のまちづくりを</li><li>・ハローワークや専門学校もあるし、存在意義のある地域なので、もう少し、古い店舗に活気を取り戻す方法を考えてみてほしい</li><li>・再開発もいいとは思いますが、人口減の今、人を呼び寄せるための街づくりをしなくても、人が住みやすい街にしたほうがよいように思う</li><li>・全体を大型ショッピングモールのように整備していくことが必要</li></ul>                                                                                                                                                                                                                            |
| 活性化に必要な「商業施設」 | <ul style="list-style-type: none"><li>・レンタルショップ、フィットネスクラブ、温浴施設等が必要</li><li>・飲食店が増えると松山で一番行きたい場所になる</li><li>・スーパーが1店しかなく、電気店も閉店で不便</li><li>・アミューズメント性にあふれる楽しい街にしてほしい</li><li>・専門家による空き店舗のリーシングの充実</li><li>・店舗の個性とおもてなしが充実した店が集うコンパクトな街並みが良い</li><li>・地元でない店舗や企業を入れて活性化して欲しい</li></ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li>・郊外店までいくのは大変なので、一通りほしい</li><li>・ファストファッションの店舗を増やしてほしい</li><li>・電気屋、ホームセンター、ユニクロなど”</li><li>・家電や家具の店舗が必要</li><li>・カフェが増えて欲しい 空き店舗を活用して欲しい</li><li>・飲食店やアミューズメント施設の増加</li><li>・センスのいいおしゃれなお店も少ない</li><li>・年齢に関係なく立ち寄れるような、それでいて時代に遅れてないような品揃えの店など</li><li>・銀天街に寄る目的となる主要な店舗をつくってお客さんを定着させることが大切と思う</li></ul>                                                                                                                                                                                                             |
| 活性化に必要な「もの」   | <ul style="list-style-type: none"><li>・河原町側にバスターミナルを作ってシャトルバスの拠点とする</li><li>・大型バスの駐車場が必要</li><li>・電車アクセスが弱いのがL字地区の課題であり補う方策が必要</li><li>・駐車場は平面だと風景が良くないので、立体利用が良い</li><li>・観光客が楽しめるような「名所」をつくるべき</li><li>・外国人を含む観光客が1日楽しめるような仕掛けが必要</li><li>・「〇〇横丁」を作りPRしたら良いと思う</li></ul>                                                            | <ul style="list-style-type: none"><li>・バスターミナルをL字地区に移転する</li><li>・エミフル等とのアクセス改善（シャトルバス等）</li><li>・駐車場の整備が不可欠、車で行く機会が増える</li><li>・土日祭日は駐車場探しが大変なうえ、駐車料金が気になってゆっくりできない</li><li>・自家用車で気軽に行ける所を選択しがちなので、無料駐車場が有れば必ず行きたいと思う</li><li>・大通り以外はなんとなく怖いイメージがあり、あちこちに自転車・バイクが止まっていて狭苦しい</li><li>・アエルのような話題性のある施設、または観光客に来てもらえるような施設、駐輪が不便</li><li>・体験施設（じゃこ天、食品サンプル、手まり等）</li><li>・商業施設との複合拠点を作り、大街道・銀天街の街並みやイメージを統一する</li><li>・銀天街や大街道全体の問題だがトイレが少ない</li><li>・子供連れ（ベビーカー）で回れる施設の充実</li><li>・学生がかぶりたくなるような、自転車用ヘルメットを自分でカスタマイズできる店とか</li><li>・近くに医療関係が充実してほしい</li></ul> |
| 活性化に必要な「こと」   | <ul style="list-style-type: none"><li>・アーケードの刷新を求める（今は暗い）</li><li>・正岡子規の家や中の川があり、いい風景をつくれる</li><li>・「お城山」はどこに住んでいてもよく見えるのが良いと思う</li><li>・路地裏に小川が流れ、魚が泳いでいる風景等は、雰囲気が良く癒される</li><li>・店舗内のバリアフリーも十分でない</li><li>・中の川通り等、街路樹の統一や花壇の整備が必要</li></ul>                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>・狭めのアーケードも味があっていいと思うが、もう少し明るいイメージに変わると良いと思う</li><li>・新しいものを入れればいいというわけではない。銀天街は古き良き商店街としての形を残してほしい</li><li>・大街道のように、もう少しきれいにしてほしい</li><li>・路地裏はなくさないでほしい</li><li>・素敵な雰囲気のお店が多く裏路地を通ることが多い</li><li>・ベビーカーでも歩きやすい歩道の改善、拡幅</li><li>・喫煙スペースがあるため、子供連れでは行きにくい</li><li>・無料で休憩できて、店舗紹介等がある掲示板など</li><li>・もう少し子供の遊ぶことのできる場所や、お手洗い、着替え等ができる場所が欲しい</li></ul>                                                                                                                                                                     |



Ⅲ. 調査まとめ

3－1 結果のまとめ

は地元意見、は市民意見、は地元及び市民双方の意見

|                  |    |                                                   |
|------------------|----|---------------------------------------------------|
| 所有資産の状況<br>(暮らし) | 資産 | 老朽化や建替えができない等の課題を抱えている<br>今の資産については、7割の所有継続意向がある  |
|                  | 住宅 | 住宅所有理由は様々な利便性を評価している<br>居住継続意向は9割と高い              |
|                  | 買物 | 日常の買物はスーパーが大半で、徒歩利用が大半<br>スーパー等の買物頻度も週2回以上が8割強と高い |

|               |             |                                                                |
|---------------|-------------|----------------------------------------------------------------|
| 利用の状況<br>(来街) | 来街目的        | 買物が圧倒的に多い                                                      |
|               | 交通手段        | 自家用車が多いが、公共交通機関の利用は多く、来街手段は多様である                               |
|               | 来街頻度        | どの街も月1回以上来る人の割合は5割、週1回以上だと1割であり、それほど頻繁に来る場所ではない(日常性を有する場所ではない) |
|               | 滞在時間<br>同伴者 | 約9割が2時間以内と滞在時間は長くない<br>1人や家族での来街が大半                            |

|         |          |      |                                                                                                                                                |
|---------|----------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| L字地区の評価 | 高い要素     |      | 「アーケード」、「歩行者空間」、「治安の良さ」                                                                                                                        |
|         | 低い要素     |      | 「家具・家電」、「子育て施設」、「公園・緑地」、「観光名所」                                                                                                                 |
|         | 評価差のある要素 |      | 「食料品・日用品」、「公益施設」、「医療施設」<br>→地元比べて、市民が上記の生活施設が充実していないと感じている                                                                                     |
|         | 不足要素     | 商業施設 | 地元はスーパーや家電など生活に根ざした施設を求める意見が強い<br>市民は買物だけでなく、娯楽等幅広い商業の充実を求める意見が強い                                                                              |
|         |          | もの   | 「休憩・トイレ」など「まちのアメニティ」の充実を求める意見が強い<br>「駐車場」等の来街環境の改善を求める意見は市民の方が強い                                                                               |
|         |          | こと   | 商業エリアとしての業種拡大や魅力度向上を求める意見が強い<br>イベントの充実や大型店と商店街の連携といった施策を求める意見も強い                                                                              |
|         | 他の街との比較  |      | 「路地裏」「老舗」が最も高い評価(L字のみ評価ではそこまで高くない)<br>「アーケード」「歩行者空間」は他の街より低い(L字地区では高評価)<br>商品構成や来街環境等、あらゆる面で「郊外商業施設」の優位性が評価<br>→結果として、「郊外商業施設(エミフル松前周辺)」の評価が高い |

|                 |                |                                                           |
|-----------------|----------------|-----------------------------------------------------------|
| L字地区の<br>将来イメージ | 地元・市民<br>双方が認識 | ・アーケードがあり、天気を気にすることなく買い物や食事を楽しめる街<br>・路地裏などの親しみやすい街並みがある街 |
|                 | 地元が認識          | ・広場や公園があって、休憩する場所がある街<br>・多くの人が居住する、住みやすい街                |

|                |     |                                                          |
|----------------|-----|----------------------------------------------------------|
| 再開発への<br>期待・関心 | 関心度 | 再整備への関心度は非常に高く、共同建替えといったハード整備に関しては、マンション住民外で約6割が関心を寄せている |
|----------------|-----|----------------------------------------------------------|

3－2 結果の考察

1) 地元から見た視点

・暮らしに根ざした施設・機能(スーパー・家電・スポーツ・文化施設等)への要望が高い

・居住地としての評価は高く、ポテンシャルを有している市街地である

・老朽化や建替えができない等のハード上の課題を抱えている人が多く、再整備に関しての関心は非常に高い

2) 市民から見た視点

・買物の業種・品揃えの充実や娯楽など、商業全般(買回り)に関する施設・機能への要望がある

・L字地区への行きやすさの改善(来街環境・駐車場等)を求めている

・回遊時のアメニティ(休憩場所やトイレ)の充実を求めている

3) 街の将来イメージに関する視点

・「アーケード」や「路地裏」は市民全体に浸透しているイメージと捉えられる

・地元は「広場や公園が豊かな街」や「住みやすい街」を求めている

・市民に対しては、そのような「暮らしやすい街」というイメージ形成がなされていない

3－3 L字地区のキーワード

キーワード①: **暮らし(居住)と賑わい(商業)の共生**

生活に必要な商業や利便施設を充実させるとともに、広場等のアメニティ空間を設けることで、「暮らしやすく、賑やかで楽しい」まち

キーワード②: **表(アーケード)と裏(路地裏)の共生**

L字地区のイメージとして根強いアーケードを継承・充実させるとともに、再整備時においても路地裏の雰囲気を活かしたまち

キーワード③: **各拠点(松山中心部)との共生**

郊外商業施設が充実している「買回りの魅力度」「来街環境」、「アメニティ」といった機能を、中央商店街全体で役割分担した、魅力度の高い持続可能なまち