

調査結果報告書【概要版】

富士市では、人口減少や急速な高齢化の進展、社会経済情勢の変化、ライフスタイルの多様化など、目まぐるしい環境変化が起こっており、コンパクトで効率的なまちづくりを進めていくことが必要となっております。

本アンケート調査は、本市の中心市街地の現状と、市民が求める「まちの機能」を調査することで、今後必要と思われる取り組みの方向性を見出し、中心市街地の活性化に結び付けるために実施しました。

調査概要

調査目的

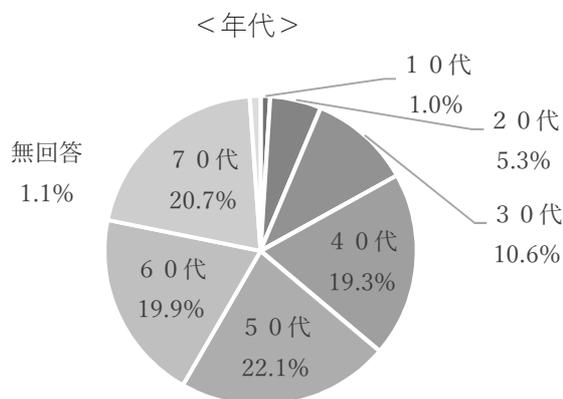
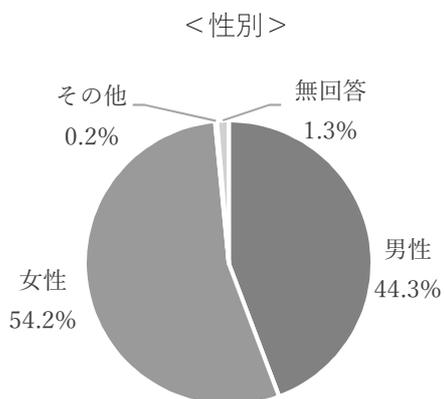
富士市の「中心市街地のにぎわいづくり」について、市民の意識・評価・要望などを把握すること。

調査内容

中心市街地の利用頻度、期待されるまちの機能、公共空間を活用したまちなかの魅力向上など。

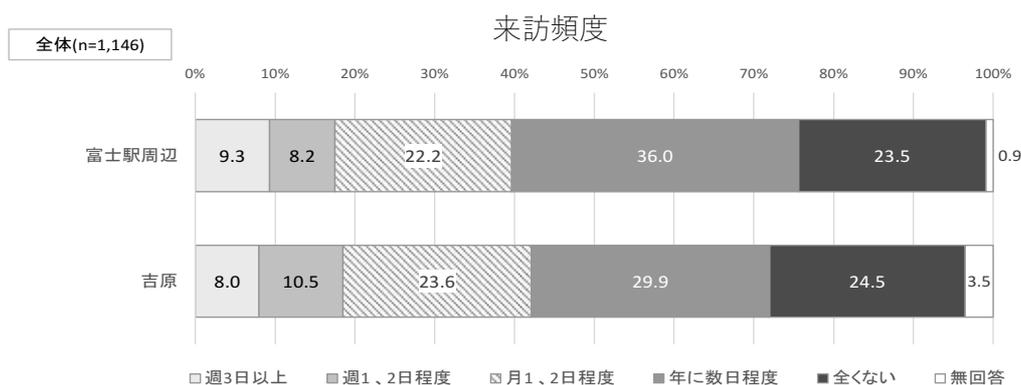
| | |
|------------|------------------------------------|
| 調査地域・対象 | 富士市全域・富士市在住の18歳以上80歳未満の男女 |
| 標本数・抽出方法 | 3,000人・住民基本台帳から無作為抽出 |
| 調査方法 | 郵送調査（調査票は郵送し、回答は郵送またはインターネットのいずれか） |
| 調査期間 | 令和3年10月15日～11月15日 |
| 有効回答数（回答率） | 1,146件（38.2%） |

回答者属性



1 中心市街地への来訪頻度・目的

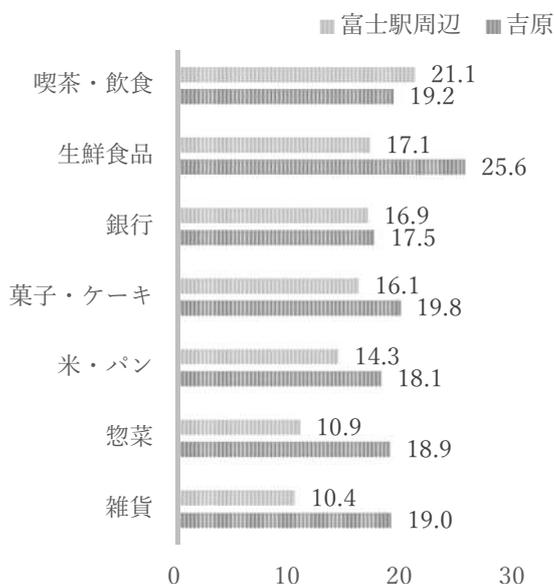
- ・【富士駅周辺】【吉原】ともに、継続的（月1、2日以上）に来訪する人は、40%前後。
- ・年代別では、【富士駅周辺】は20代以下での継続的来訪の割合が他の年代と比較して特に高く、【吉原】は、30代、50代での継続的来訪の割合が高い。
- ・来訪目的は、どちらの地区も「買い物やサービス利用」が半数以上を占めるが、その割合は【吉原】の方が10ポイント以上高く、【富士駅周辺】では「知人・友人等に会う」「通勤・通学」目的の割合が【吉原】より高くなっている。



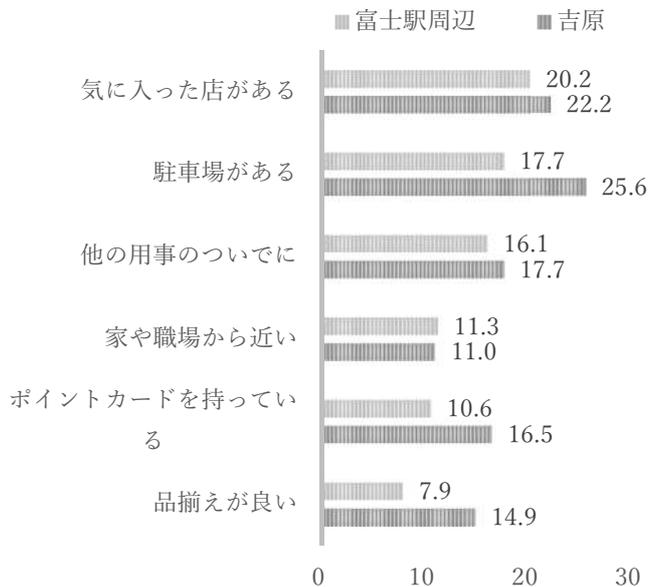
2 中心市街地の店舗で買う商品（利用するサービス）・利用する理由

- ・買う商品等は、【富士駅周辺】では「喫茶・飲食」が最も高く、【吉原】では「生鮮食品」の割合が最も高い。【富士駅周辺】の「喫茶・飲食」利用者は、30～40代での割合が高く、【吉原】の「生鮮食品」購入者は、50代以上での割合が特に高い。
- ・中心市街地の店舗を利用する理由は、【富士駅周辺】では「気に入ったお店がある」の割合が最も高く、【吉原】では「駐車場がある」が最も高い。

買う商品等



利用する理由



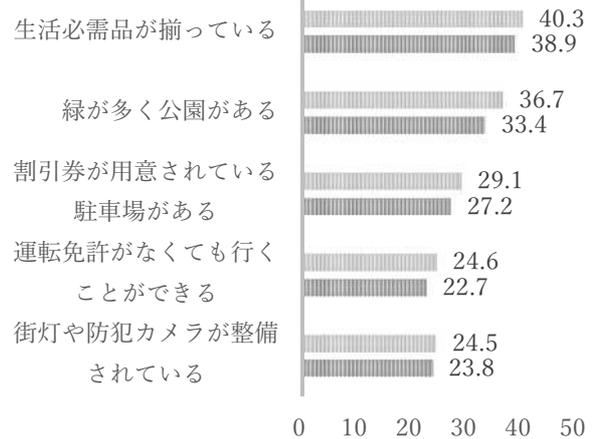
グラフは各地区の上位項目を抜粋。単位：%（以下同じ）

3 中心市街地に求める『まちの機能』

■ 富士駅周辺 ■ 吉原

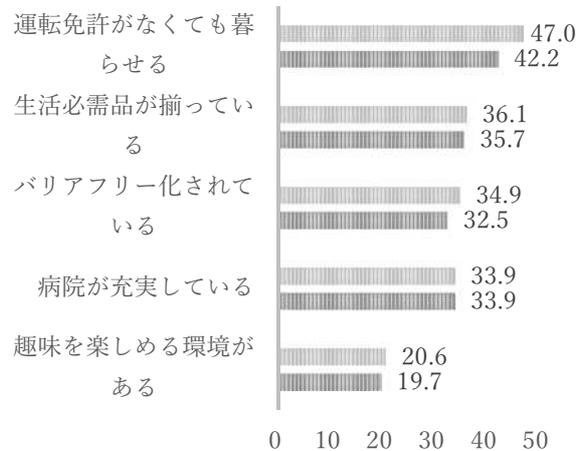
(1) 子育て

- ・全体では、両地区とも「生活必需品が揃っている」が最も高く、次いで「緑が多く公園がある」が高くなっている。
- ・年代別でみると、30代以下では「おむつ交換や授乳できる場所がある」が30%前後と他の年代より高い。
- ・30代は「緑が多く公園がある」が約5割と特に高く、トップ項目となっている。



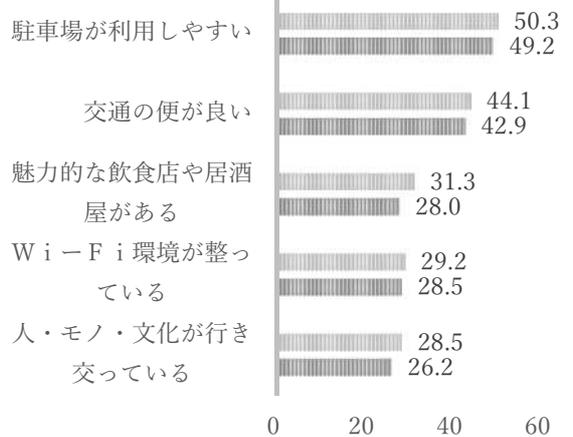
(2) 年配者の暮らし

- ・全体では、両地区とも「運転免許がなくても暮らせる」が最も高く、次いで「生活必需品が揃っている」が高くなっている。
- ・年代別でみると、30～40代で「運転免許がなくても暮らせる」が両地区で5割以上を占め、他の年代より高い。
- ・「生活必需品が揃っている」については、40～60代で4割前後と高くなっている。



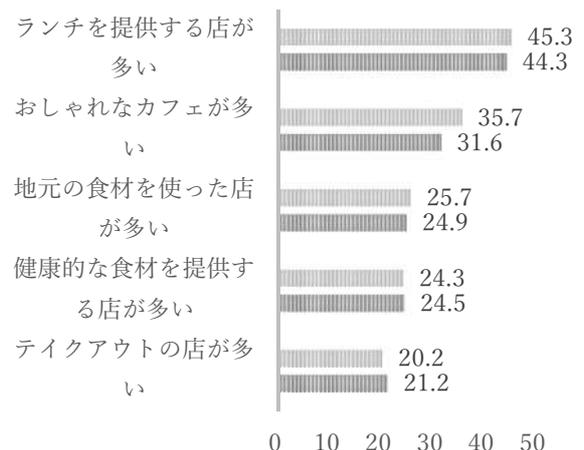
(3) 働く

- ・全体では、両地区とも「駐車場が利用しやすい」が最も高く、次いで「交通の便が良い」が高くなっている。
- ・年代別でみると、30～50代で「駐車場が利用しやすい」が6割前後と特に高い。
- ・20～50代では、「Wi-Fi環境が整っている」が4割前後で他の年代より高い。



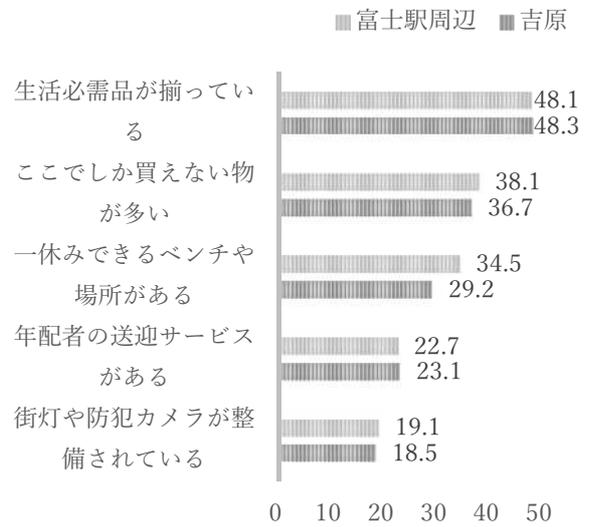
(4) 食べる

- ・全体では、両地区とも「ランチを提供する店が多い」が最も高く、次いで「おしゃれなカフェが多い」が高くなっている。
- ・年代別では、40～60代で「ランチを提供する店が多い」が約5割とトップ項目となっている。
- ・30代以下で「おしゃれなカフェが多い」が最も高くなっている。



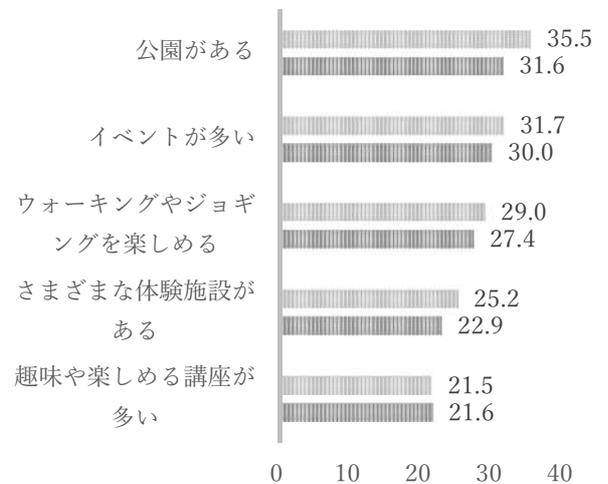
(5) 買う

- ・全体では、両地区とも「生活必需品が揃っている」が特に高く、次いで「ここでしか買えない物が多い」が高くなっている。
- ・年代別で見ると、40～50代で「生活必需品が揃っている」が5割以上を占め、特に高くなっている。
- ・30代は「ここでしか買えない物が多い」が5割前後を占め、トップ項目となっている。



(6) 楽しむ

- ・全体では、両地区とも「公園がある」が特に高く、次いで「イベントが多い」が高くなっている。
- ・年代別で見ると、20代以下で「スポーツ施設がある」が約4割を占め、トップ項目となっている。(全体では2割弱で6位項目)
- ・30～40代では、「イベントが多い」が4割前後を占め、40代ではトップ項目となっている。(30代は僅差で「公園がある」がトップ項目)



4 富士駅北口にあったら魅力的に思うもの

- ・全体では、「マルシェ、フリーマーケット」が最も高く、次いで「休憩スペース」、「自由に飲食のできる屋外テラス」が同率が続いている。
- ・年代別で見ると、30～40代では「マルシェ、フリーマーケット」「キッチンカーなどの露店」が他の年代と比較し高くなっており、50代以上では「休憩スペース」「段差がない歩道」が他の年代より高くなっている。
- ・「自由に飲食のできる屋外テラス」は20代以下と60代で4割以上を占めている。

