

# 本町アーケード アンケート集計報告

## 1. 概要

実施方式	オンライン
有効回答数	442 件
集計期間	2026 年 4 月 6 日～4 月 24 日

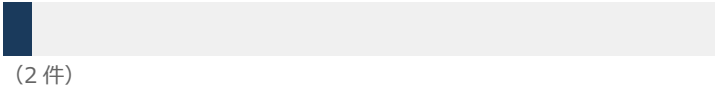
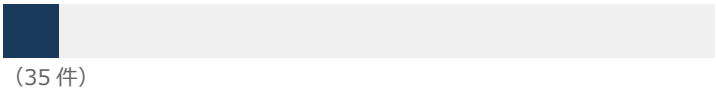
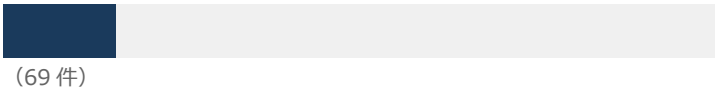
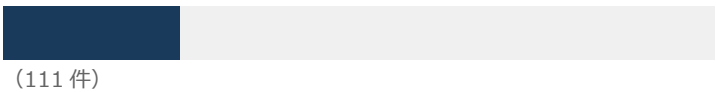
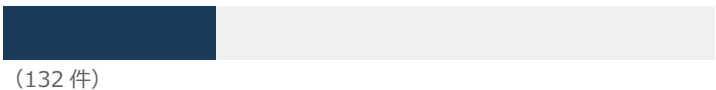
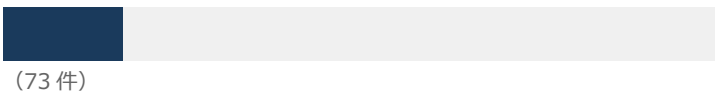
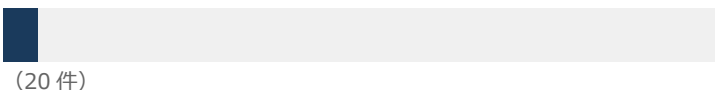
回答者の約 71%が「八代市内（中心部以外）」在住であり、普段アーケードを訪れない層（「ほとんど行かない」 + 「年数回程度」の合計 68%）が中心を占めています。

しかしながら、まちづくり活動への参加意欲を示した回答者は 61%に達しており、潜在的な民間活力を活かせる余地が大きい結果となりました。

## 2. 回答者属性

■ Q1：あなたの年代を教えてください。

年代別分布（n=442）

選択肢	回答数／割合	回答率
10代	 (2件)	0%
20代	 (35件)	8%
30代	 (69件)	16%
40代	 (111件)	25%
50代	 (132件)	30%
60代	 (73件)	17%
70代以上	 (20件)	5%

### 【分析】

回答者の中心は50代（30）・40代（25）であり、合わせて半数以上を占める結果となりました。


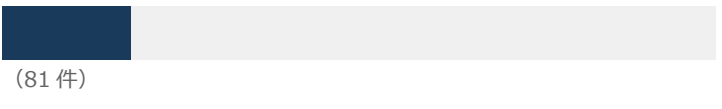
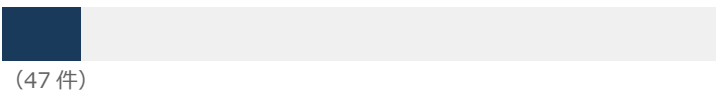
30代・60代がこれに続き、子育て世代から高齢者まで幅広い年代からご意見をいただきました。

一方、10代・20代を合わせても8%にとどまっており、若年層の声が相対的に少ない点は留意が必要と考えられます。

アーケードの将来像を検討するにあたっては、若い世代のニーズを把握するための別途の調査・対話の場を設けることも課題の一つと考えられます。

■ Q2 : お住まいはどちらですか？

居住地域 (n=442)

選択肢	回答数/割合	回答率
八代市内 (中心部以外)	 (314 件)	71%
市中心部 (周辺)	 (81 件)	18%
八代市外	 (47 件)	11%

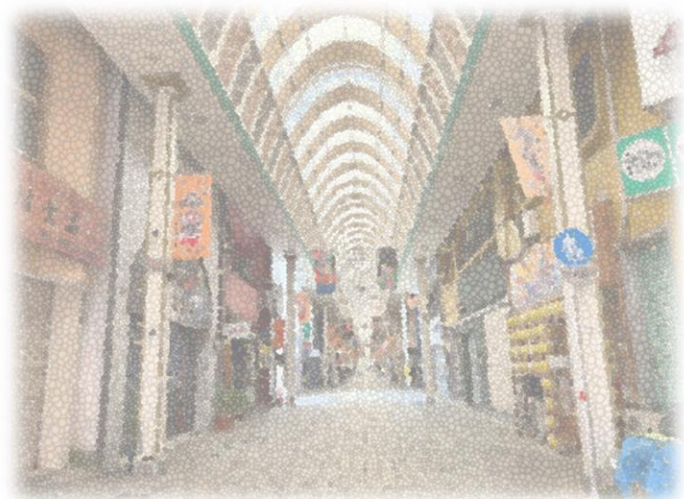
【分析】

回答者の 71%が「市内 (中心部以外)」在住であり、アーケードの日常商圈外に住む市民が大多数を占める結果となりました。

アーケード周辺 (中心部) からの回答は 18%にとどまっており、最も近くに住む住民の声が相対的に少ない状況です。

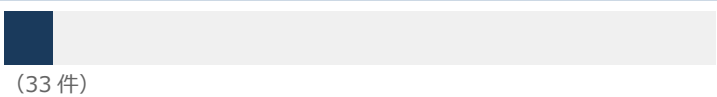
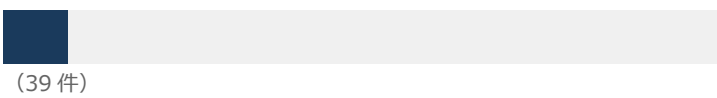
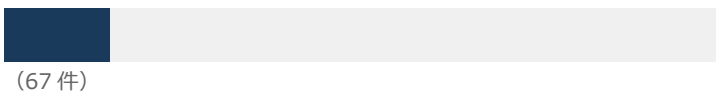
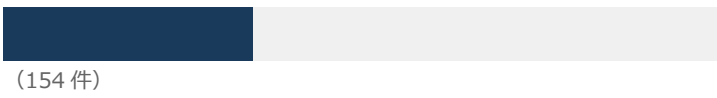
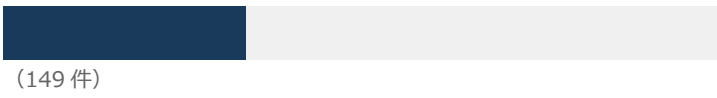
また市外からも 47 件 (11%) のご回答をいただき、広域からの関心も一定程度確認できました。

普段アーケードに足が向かない市民からも多数のご回答をいただいております。この層が「何があれば来るか」というニーズを把握することがアーケード再生の鍵になると考えられます。



### 3. 訪問頻度

#### ■ Q3：現在、アーケードをどのくらいの頻度で訪れますか？

選択肢	回答数／割合	回答率
週1回以上	 (33件)	7%
月2～3回	 (39件)	9%
月1回	 (67件)	15%
年数回程度	 (154件)	35%
ほとんど行かない	 (149件)	34%

#### 【分析】

「ほとんど行かない」（34%）と「年数回程度」（35%）を合わせると69%が低頻度訪問者であり、アーケードが市民の日常動線から外れている実態が確認されました。





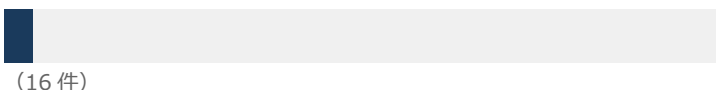
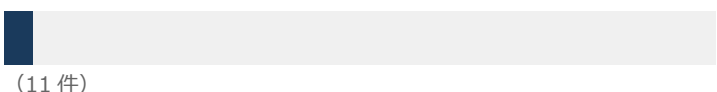
週1回以上訪れる常連客は33件（7%）にとどまっており、固定客への依存だけでは持続的なにぎわいを生み出すことは難しい状況です。

一方で「月1回以上」の訪問者を合計すると31%にのぼり、きっかけ次第で来訪頻度を高められる潜在層も一定数いらっしゃる事が確認されました。

来訪を妨げる要因（Q4）と合わせて来訪促進策の優先順位を検討することが重要と考えられます。

## 4. 来訪をさまたげている理由

### ■ Q4：アーケードへの来訪をさまたげている理由があるとすれば何ですか？（複数選択）

選択肢	回答数／割合	回答率
行きたい店・サービスがない	 (362 件)	82%
駐車場が不便	 (292 件)	66%
空き店舗が多く雰囲気が暗い	 (274 件)	62%
大型商業施設・ネット通販を利用	 (231 件)	52%
その他	 (16 件)	4%
特に理由はない／よく行っている	 (11 件)	2%

#### 【分析】

来訪を妨げる理由の上位 4 項目は、それぞれ異なる課題の性質を示しています。

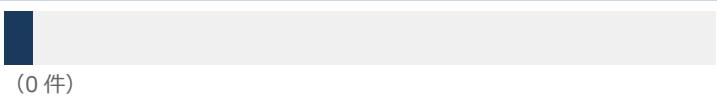
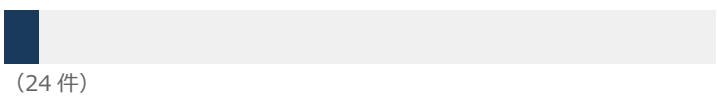
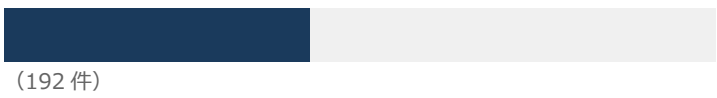

「行きたい店・サービスがない」（82%）はコンテンツ不足、「駐車場が不便」（66%）はハード整備、「空き店舗が多く雰囲気が暗い」（62%）は景観・安心感、「大型商業施設・ネット通販を利用」（52%）は競合環境への対応という、四つの異なる課題が複合的に重なっている結果となりました。

いずれか一点の解決だけでは来街者の回復は見込みにくく、複数の課題に並行して取り組む必要があると考えられます。

特に「行きたい店がない」と「駐車場が不便」は 8 割・7 割近い回答を集めており、最優先で対処すべき課題と考えられます。

## 5. 現在のアーケードへの印象

■ Q5：現在のアーケードの印象として、最もあてはまるものを選んでください。

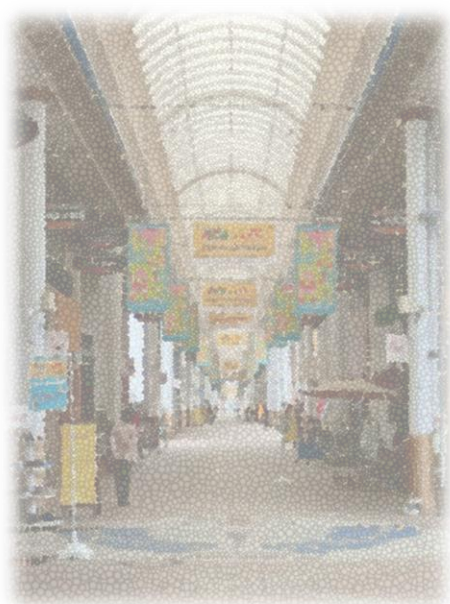
選択肢	回答数／割合	回答率
とても魅力的だと思う	 (0 件)	0%
まあまあ魅力的だと思う	 (24 件)	5%
あまり魅力を感じない	 (192 件)	43%
まったく魅力を感じない	 (226 件)	51%

### 【分析】

回答者の95%が「あまり魅力を感じない」または「まったく魅力を感じない」を選択しており、現状のアーケードに対する評価は非常に厳しい結果となりました。


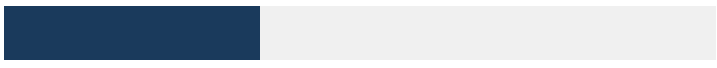
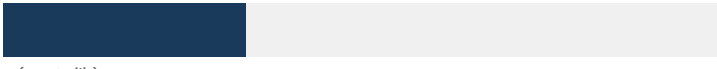
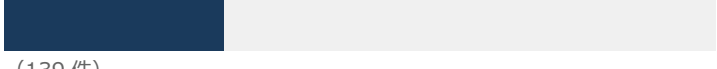
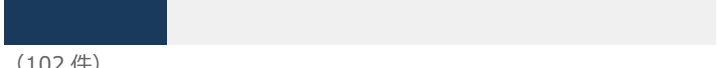
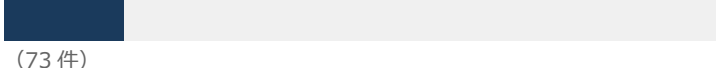
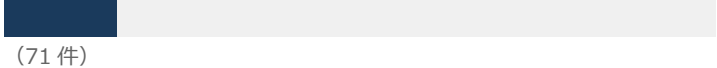


「まったく魅力を感じない」が過半数（51%）を占めていることは、単なる不満にとどまらず、アーケードへの無関心化が進んでいる可能性を示していると考えられます。

一方でこれは、何らかの変化があれば評価が大きく転換し得る余地があることも意味しており、市民が「変わった」と実感できる可視的な変化を生み出すことが、まちなか再生に向けた第一歩と考えられます。



## 6. 増えてほしいもの・あってほしいもの

### ■ Q6：アーケードに増えてほしいもの・あってほしいものは何ですか？（上位3つ選択）

選択肢	回答数／割合	回答率
カフェ・飲食店	 (331件)	75%
週末マーケット・イベント	 (161件)	36%
雑貨・衣料品	 (150件)	34%
生鮮食品・惣菜店	 (139件)	31%
地元の特産品・土産物店	 (102件)	23%
子育て・高齢者向けサービス	 (73件)	17%
その他	 (71件)	16%
休憩スペース・ベンチ	 (48件)	11%
コワーキング・作業スペース	 (39件)	9%

#### 【分析】

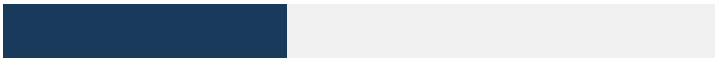
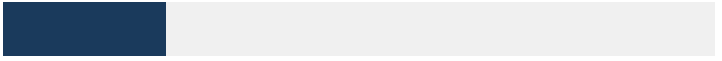
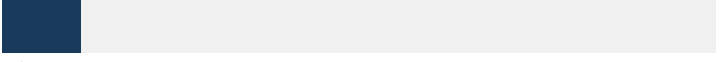
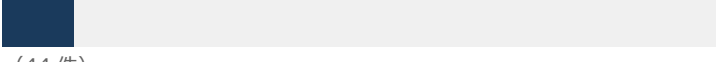
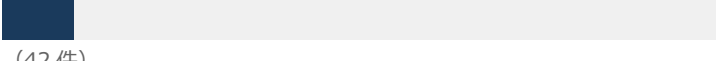
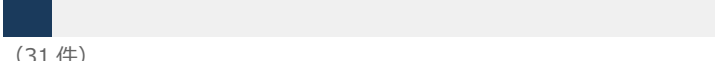
「カフェ・飲食店」が75%で、世代別で見ても全世代が最多であったことから、圧倒的な支持を集めており、アーケードに最も強く求めているものは「気軽に立ち寄れる飲食の場」であることを示す結果となりました。

2位の「週末マーケット・イベント」（36%）は、日常の定点利用ではなく非日常の体験としてアーケードを訪れたいというニーズを示しています。

3位「雑貨・衣料品」（34%）・4位「生鮮食品・惣菜店」（31%）という結果は、週末の買い物先として機能させることへの期待を示していると考えられ、飲食を軸としながら物販・イベントを組み合わせた複合的な賑わいづくりが市民の求める姿に合致していると考えられます。

## 7. 空き店舗の活用方法

### ■ Q7：空き店舗をどのように活用してほしいですか？

選択肢	回答数／割合	回答率
起業家・チャレンジショップ向けに開放	 (175 件)	40%
期間限定のポップアップストア	 (103 件)	23%
分からない	 (47 件)	11%
福祉・子育て支援施設	 (44 件)	10%
その他	 (42 件)	10%
地域の交流・コミュニティスペース	 (31 件)	7%

#### 【分析】

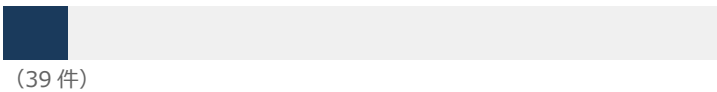

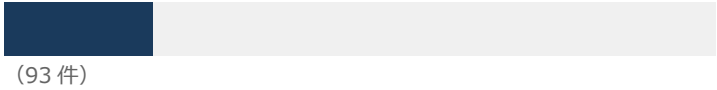
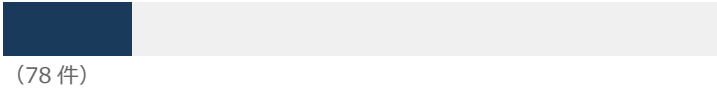
「起業家・チャレンジショップ向けに開放」（40%）と「期間限定ポップアップストア」（23%）を合わせると、回答者の63%が新たな出店者・事業者に空き店舗を活用してほしいと考えていることが確認されました。

市民が空き店舗問題を「新しい挑戦の場」として捉えていることが伺えます。

固定的な商店の誘致が難しい現状において、低リスクで出店できる短期・試行型の活用モデルへの需要が高く、多様な担い手が試せる柔軟な仕組みへの期待が読み取れます。

## 8. まちづくり活動への参加意向

■ Q8：もし機会があれば、アーケードのまちづくり活動（ワークショップ・イベント等）に参加したいと思いますか？

選択肢	回答数／割合	回答率
ぜひ参加したい	 (39件)	9%
機会があれば参加したい	 (232件)	52%
あまり参加したくない	 (93件)	21%
参加したくない	 (78件)	18%

### 【分析】

まちづくり活動に参加意向がある回答者は61%と過半数を超えており、地域への関与意識は決して低くない結果となりました。

「ぜひ参加したい」という積極的な意欲をお持ちの39名は、活動の中核を担い得る層として注目されます。

「機会があれば参加したい」（52%）という層は、参加への扉が開かれれば行動できる潜在的な支持者であり、参加のきっかけや仕組みの整備によって実際の活動につなげていくことが期待されます。



## 9. 自由記述の主なテーマ

■ Q9：あなた自身がアーケードで何かお店や活動をやるとしたら、どんなことをやってみたいですか？（回答数：238件）

■ Q10：アーケードへの期待・ご意見を自由にお書きください。（回答数：268件）

テーマ	主な内容	件数
1位 飲食・カフェ	地元食材を活用したカフェ、食べ歩きスイーツ、屋台村、学生が立ち寄れる安価な飲食提供の場など	124件
2位 駐車場・アクセス	「駐車場がなければどんな店ができて来られない」といった、立体駐車場整備や無料駐車場拡充を求める声が多数	114件
3位 地元特産・農産物	い草・トマト・イチゴなど八代の農産物を活かした直売所、加工品、土産物店への期待	111件
4位 若者・子ども・学生	勉強スペース、ゲームセンター、駄菓子屋、プリクラ機など。学生が気軽に集まれる場所への要望	85件
5位 昭和レトロ・雰囲気	アーケードの雰囲気を活かした昭和レトロ路線、城下町の復元、イルミネーションなど	74件
6位 イベント・マーケット	週末マルシェ、蚤の市、フェスティバル、季節イベントなど定期的な賑わいを生む企画への期待	73件
7位 空き店舗・再開発	空き店舗のリノベーション活用、老朽化した建物の建て替え・整備、町並みの再生への声	73件

### ■ 代表的な声（Q10より抜粋）

50代	立体駐車場をアーケードに作ってほしい。駐車場がないのにどんな店ができようとも行けない。
20代・学生	イベントに関わりたい学生は多いが、学校と地域が離れている。行政が主体となって若者が応募できる仕組みを整えてほしい。
50代	子どもに行かない理由を聞いたら「遊ぶところがない」と言われた。子どもが外で集まれる場所が活性化の起爆剤になる。
40代	大型商業施設にはない魅力の創出が必要。ここでしか体験できないものがなければ人は来ない。
40代	賑わっていた頃は大型店から大型店へ歩ける動線があった。両端に集客力のある店を置き、アーケード内を通る流れをつくるべき。

## 10. まとめ・課題整理

### 現状の課題

- ▶ **魅力不足（5%が魅力的評価）** 現在のアーケードに「とても魅力的だと思う」「まあまあ魅力的だと思う」と答えた方は、合わせて5%という結果でした。
- ▶ **行きたい店・サービスがない（82%）** 来訪を妨げる最大の要因であり、コンテンツ不足が最優先で解決すべき課題となっています。
- ▶ **駐車場の不便さ（66%）** 自由記述でも114件と上位。「駐車場がなければどんな店ができて来られない」という声が多く寄せられました。
- ▶ **空き店舗による暗い雰囲気（62%）** 空き店舗の増加が景観悪化・安心感の低下につながっており、可視的な変化が求められています。

### 市民ニーズ

- ▶ **カフェ・飲食店の充実（75%）** 「増えてほしいもの」で圧倒的1位。気軽に立ち寄れる飲食の場が最も強く求められています。
- ▶ **定期イベント・マーケット（36%）** 週末マルシェや蚤の市など、繰り返し訪れるきっかけをつくる仕掛けへの期待が高くなっています。
- ▶ **若者・子ども向けスペース** 自由記述で85件。勉強スペースや放課後の居場所など、学生が集まれる環境整備への需要が高いことを示しています。
- ▶ **起業家支援・チャレンジショップ（40%）** 「空き店舗の活用」ではチャレンジショップへの開放が1位。低リスクで出店できる仕組みへの期待が高まっています。

### 市民参画の可能性

- ▶ **まちづくり参加意欲 61%** 「ぜひ参加したい」39名を含め、過半数が活動への関与意欲を示しました。潜在的な担い手は確実に存在します。
- ▶ **自由記述 507件のアイデア** Q9・Q10合わせて507件の記述が寄せられ、飲食・駐車場・若者向けスペースなど多彩な提案が集まりました。
- ▶ **地元食材・文化を活かした提案** い草・トマト・イチゴなど八代ならではの素材を活かすアイデアが自由記述（111件）の中で多数見受けられました。
- ▶ **学生・若者の参加意識** 「行政が主体となって若者が応募できる仕組みを」という声があるように、仕組みづくりを行うことで若い世代の参加が期待できます。