

参考資料 効果検証内容について

1. 調査方針の実施方針

- ・効果検証において、社会実験による効果を明確に整理するため、社会実験時のみだけでなく、通常時（社会実験前）のデータ収集（もしくは昨年度収集した調査データを活用）を行い、データの比較検討を行う
- ・限られた予算で最大限の効果検証を行うため、必要最低限でのエリプメンバーや発注者、沿道店舗等の協力を得ることも含め、各調査の実施可否を検討・調整する

調査方法（案）	調査時期	調査対象	実施方法
①来街者アンケート調査	実験期間中	来街者	紙・Web
②沿道店舗事業者アンケート調査	実験終了後	沿道店舗事業者	Webを主
③人流データ分析	実験終了後	居住者・来街者	データ分析
④まちなかの居心地の良さを測る指標調査	実験期間中（平・休） ※実験前データは昨年度収集データを活用	来街者、空間	カウント調査
⑤アクティビティ調査	実験期間前・期間中（平・休）	滞在空間の来街者	カウント調査
⑥モビリティ利用者アンケート調査	実験期間中	モビリティ利用者	Webを主
⑦通行量調査	実験期間前・中（平・休）	来街者	ビデオ調査
⑧出店者アンケート調査	実験期間中（都度）	バスキングエリア出店者等	Webを主

2. 来街者アンケート調査

(1) 調査方針

調査時期：社会実験期間中

調査日程：8月11日（日）～9月7日（土）8：00～20：00

調査手法：紙面によるアンケート調査もしくは、Webアンケート

- Webによるアンケート調査実施にあたっては、右のような名刺サイズのカードを作成し、
回答フォームのQRコードを掲載する。これにより、アンケートフォームの配布数を増やし、
回収数を確保する
- 社会実験のロゴやカラーと統一した調査用紙とすることで、回答者に対して、社会実験関連での
調査であることを視覚的に伝える
- 回答率確保のため、現地の紙面でのアンケート調査と併用する



2. 来街者アンケート調査

(2) 設問 (案)

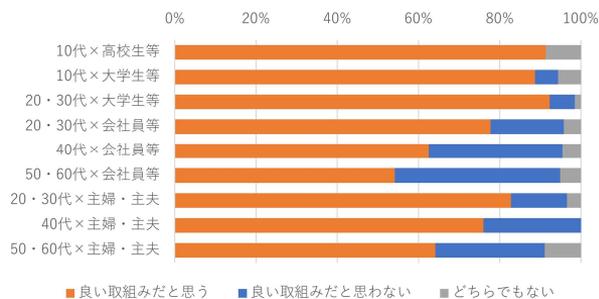
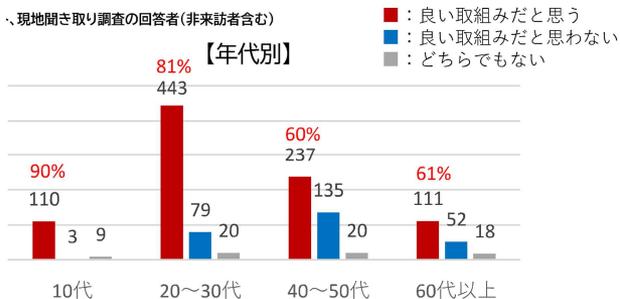
No.	効果検証の指標 (調査項目)	アンケート調査設問 (案)
	社会実験全体	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験の取組評価 ・社会実験の認知度 ・社会実験の取組で良かった点や継続してほしい取組
1	沿道 (建物) への立ち寄り (来街目的、回遊スポット数)	<ul style="list-style-type: none"> ・買物公園エリアへの来街目的、来外時の交通手段 ・沿道建物への立ち寄りの有無 ・買物公園エリアでの買い物の有無や、購入品、利用金額
2	滞在空間の居心地 (利用者満足度、居心地・滞在時間)	<ul style="list-style-type: none"> ・滞在空間の評価 ・普段および社会実験時の滞在時間
4	エリア内外の回遊状況 (新たな移動行動、利用者数)	<ul style="list-style-type: none"> ・モビリティ通行による歩行者空間の安全性の変化 ・モビリティが通行することによる周辺店舗等への影響 ・買物公園エリア内の回遊が生まれたか (他に訪れた場所とその目的・交通手段、モビリティの利用意向、モビリティを設置する場合の改善点)
5	あってほしい活動がうまれているか、やりたい活動ができているか (活動の種類)	<ul style="list-style-type: none"> ・買物公園エリアや滞在空間で実現したいこと ・社会実験期間中のイベント (コンテンツ) の参加によって新たな交流が持てたか
8	滞在空間の利用機会、交通手段 (基礎情報)	<ul style="list-style-type: none"> ・社会実験時の来街有無、ライフスタイルの変化 (来街頻度、来街目的・社会実験有無での交通手段、買物公園エリア内で利用する交通手段、利用経路の変化)
	基礎情報	<ul style="list-style-type: none"> ・性別、年代、居住地 (旭川市内外・北海道外)、旭川市の居住歴、職種 (沿道店舗事業者、学生、会社員、公務員、主婦、その他等)

2. 来街者アンケート調査

(3) アウトプットイメージ

■社会実験の評価

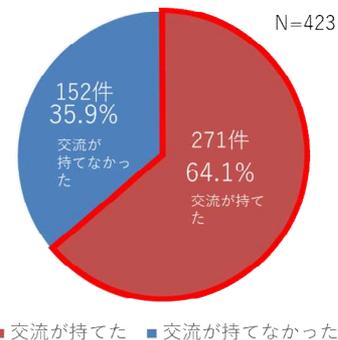
※、現地聞き取り調査の回答者(非来訪者含む)



- 学生や20~30代の会社員・主婦を中心に、7割を超える方々から取組みを評価する意見が寄せられた
 - 属性別で見ると、学生は約9割が取組みを好印象に捉えていた
- ⇒居心地の良さの向上は主に若者の評価につながった

※仙台青葉通社会実験 (OC実績)

■交流の有無



■交流の持てたコンテンツ (上位抜粋)

ストリートピアノ	51件	スタッフと話した	9件
焚き火	25件	南三陸杉のブロック、ジャングルジム	8件
遊び場	15件	ONE TOHOKU	6件
ポッチャ体験	9件		4

3. 沿道店舗事業者アンケート調査



(1) 調査方針

調査時期：社会実験期間終了後

調査日程：2024年9月9日（月）～10月4日（金）

調査手法：紙面によるアンケート調査もしくは、Webアンケート

留意事項：

- ・買物公園エリアプラットフォームのディレクター陣と連携し、商店街連合組合の加入店舗を含む沿道店舗への協力を依頼する
- ・店舗事業者の忙しさを考慮し、簡易で回答可能なWebによるアンケート調査によって、社会実験期間中と期間外の客層・売上げの変化や、今後の課題を抽出する

3. 沿道店舗事業者アンケート調査

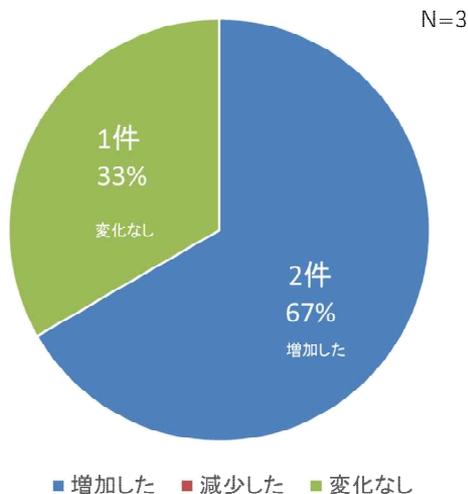
(2) 設問 (案)

No.	効果検証の指標 (調査項目)	調査設問 (案)
	社会実験全体	<ul style="list-style-type: none">・社会実験の取組評価・社会実験の取組で良かった点や継続して取組んでほしいこと
1	沿道 (建物) への立ち寄り (来街目的、回遊スポット数)	<ul style="list-style-type: none">・ (社会実験前後の) 売上の変化, 変化の要因・ (社会実験前後の) 客層の変化, 変化の要因・ 社会実験期間中の売上, 客層変化以外のメリット, デメリット・ モビリティ運行による影響・ エリア情報一括発信について (発信したい情報, して欲しい情報, 効果的だと思う発信方法や発信場所など)
5	あってほしい活動がうまれているか、やりたい活動ができていないか (活動の種類)	<ul style="list-style-type: none">・ 今後の社会実験等への協力意向や協力する際に実施したい取組・ 社会実験に協力, 参画する際の課題・ バスキングエリアの影響や必要なルールについて
	基礎情報	<ul style="list-style-type: none">・ 店舗形態 (位置・面積等)・ 商業形態の種類 (飲食, 衣料, 日用雑貨, 食品販売など)・ 出店経歴

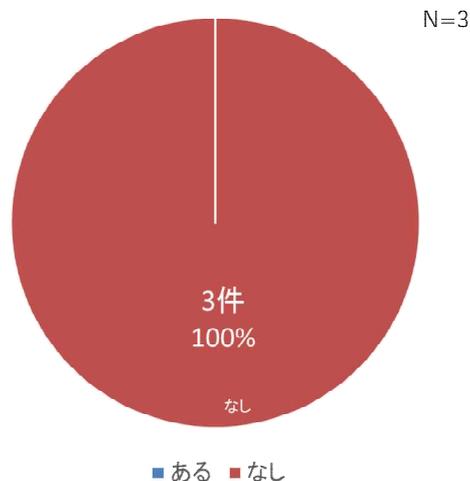
(3) アウトプットイメージ

※仙台青葉通社会実験（OC実績）

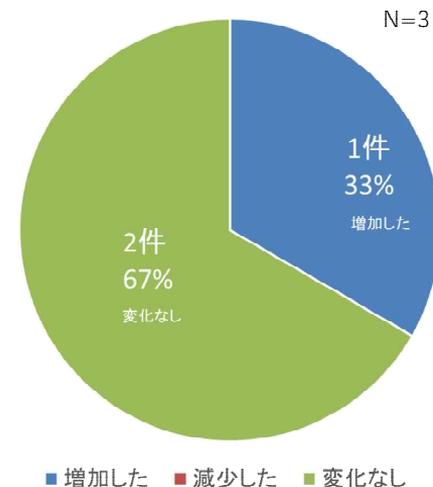
■客層の変化



■混雑による来店敬遠



■売上変化



- ・利用客が増加した店舗や売上げが増加した店舗も見られた
- ・青葉通仙台駅前エリアのコン冊による来店客の敬遠は見られなかった

4. 人流データ分析

(1) 調査方針

調査時期：社会実験期間中、前年度同一期間、あるいは社会実験期間前後などを比較

調査手法：KDDI Location Analyzer（GPS位置情報分析）を活用

- ・人流データ分析においては、当社で契約している KDDI Location Analyzer（GPS位置情報分析：以下KLAという）での実施 を想定する
- ・KLAのデータはメッシュデータとなるため、ミクロの分析は難しいため、エリア全体の人流の傾向を把握する ために活用する

※ミクロの分析は他調査手法のアクティビティ調査や通行量調査での実施を想定する

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査内容（案）
4	エリア内外の回遊状況（新たな移動行動、利用者数）	<ul style="list-style-type: none">・社会実験期間中および社会実験期間外における滞在空間の滞在人口の比較・エリアの滞在者属性（年齢・性別・居住）

4. 人流データ分析

(2) アウトプットイメージ

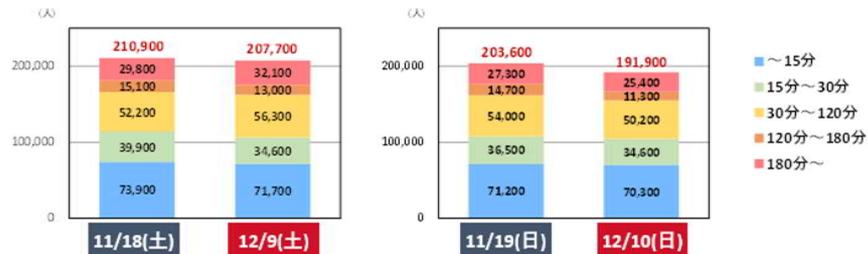
※OC実績

なんば駅前広場
周辺エリア

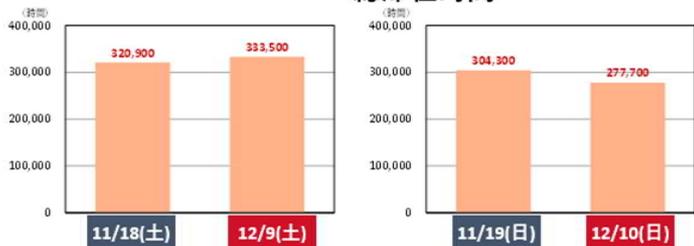
広場周辺で
来訪者・滞在時間の
大きな変化は見られない



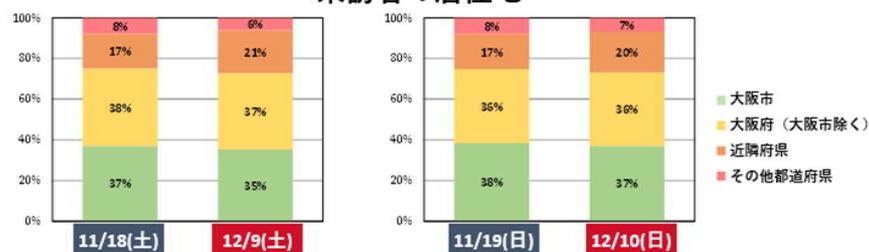
来訪者数



総滞在時間



来訪者の居住地



5. まちなかの居心地の良さを測る指標調査

(1) 調査日程

調査時期：社会実験期間前と社会実験期間中（平日・休日）の比較

フィールドワーク
の様子（昨年度）



調査日程：

○社会実験期間前（平日）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅣ（7条） → 2023年8月24日（木）（昨年度あり方検討会議にて実施したデータを活用）

ゾーンⅢ（5条） → 2024年8月 6日（火）14：00～調査実施

○社会実験期間前（休日）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）、ゾーンⅣ（7条） → 2024年8月 4日（日）14：00～調査実施

○社会実験期間期間中（平日・モビリティ運行中）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）ゾーンⅣ（7条） → 2024年8月20日（火）14：00～調査実施

○社会実験期間前（休日・モビリティ運行中）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）、ゾーンⅣ（7条） → 2024年8月18日（日）14：00～調査実施

○社会実験期間期間中（平日・モビリティ運行なし）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）ゾーンⅣ（7条） → 2024年9月 3日（火）14：00～調査実施

○社会実験期間前（休日・モビリティ運行なし）

ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）、ゾーンⅣ（7条） → 2024年9月 1日（日）14：00～調査実施

5. まちなかの居心地の良さを測る指標調査

(2) 調査方針

- ・指定調査票に基づきカウント調査
 - ・国土交通省が出している居心地の良さを人間らしい視点から把握・改善点を発掘するツール「まちなかの居心地の良さを測る指標調査」を実施する
 - ・本調査は、昨年度あり方検討会議で実施した調査データ結果を用いて、社会実験期間中に実施予定のデータとの比較検討を行う
 - ・集計データとしては、沿道の建物状況、人々の活動量（滞在・通行）、総合評価を主観および客観的に調査する
- ⇒買物公園における通行者・滞在者の活動の量や多様性、ストリートとしての魅力・環境に関する総合評価等を通常時と社会実験時で比較

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査内容（案）
2	滞在空間の居心地（利用者満足度、居心地・滞在時間）	<ul style="list-style-type: none">・モビリティが運行することでの滞在のしやすさの変化・歩きやすさ、アクセスのしやすさ、滞在のしやすさ、景観・雰囲気・建物付属物、建物用途種別、交流誘発要素・ハードおよびソフトの総合評価（ストリートの環境、ストリートの魅力）・調査時の滞在者数・滞在者属性（グループ人数・国籍・年齢）
4	エリア内外の回遊状況（新たな移動行動、利用者数）	<ul style="list-style-type: none">・調査時の通行者数、通行者属性（グループ人数・国籍・年齢）
5	あってほしい活動がうまれているか、やりたい活動ができていないか（活動の種類）	<ul style="list-style-type: none">・滞在者・通行者の行動の多様性

5. まちなかの居心地の良さを測る指標調査



(3) アウトプットイメージ

※仙台青葉通社会実験 (OC実績)

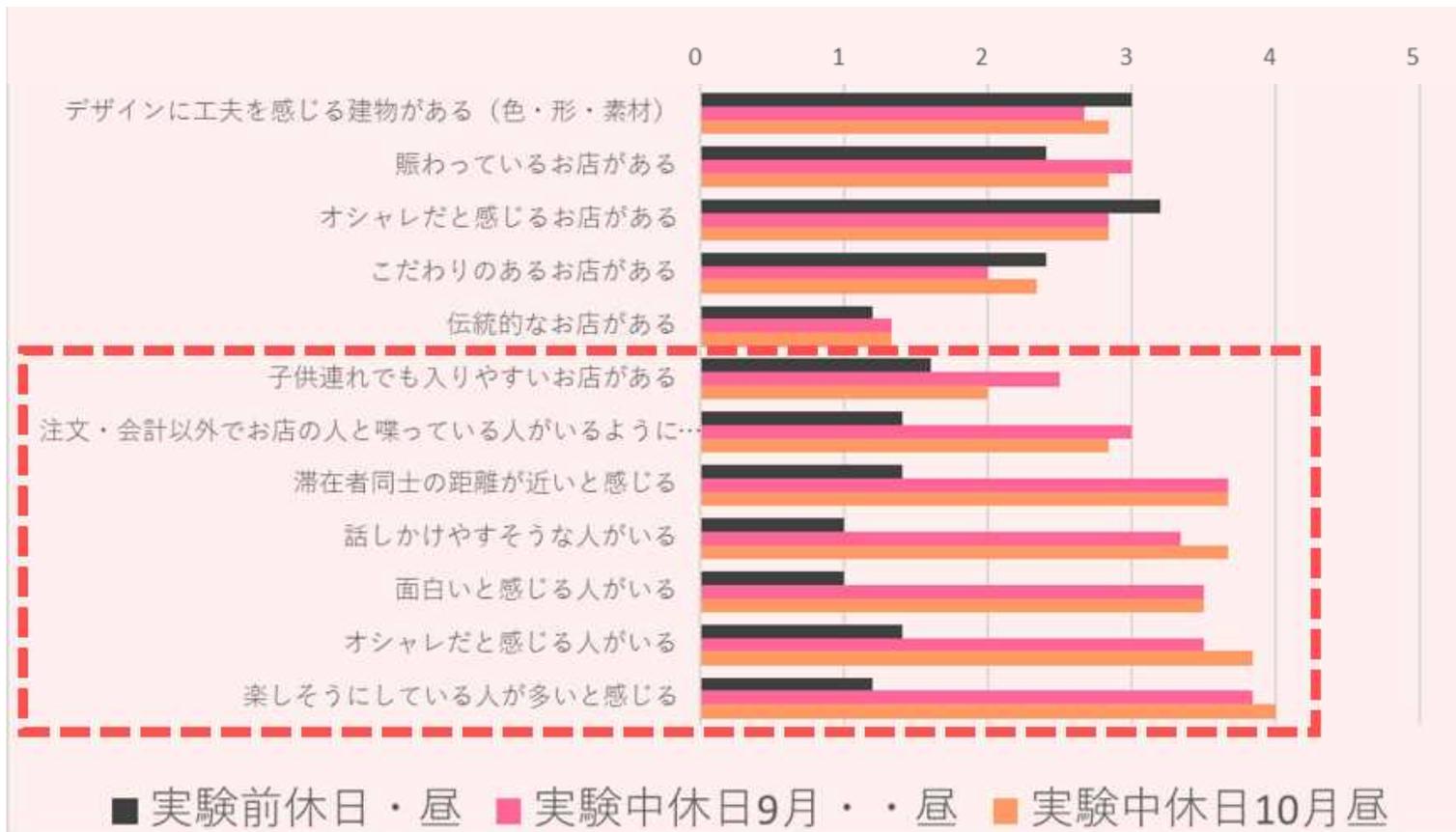
- ・ハード環境スコア、快適性スコアはいずれも社会実験期間中に増加
- ・滞在者数や通行者数は、平日は微増であるが、社会実験期間中はどちらも増大した

平日	実験前 9月7日	社会実験期中 9月28日	社会実験期中 10月4日
ハード環境総合スコア	54.9	71.2	72.3
快適性総合スコア	57.3	65.9	68.9
滞在者数	6	15	18
通行者数	27	25	51
休日	実験前 9月4日	社会実験期中 9月25日	社会実験期中 10月2日
ハード環境総合スコア	54.7	64.7	72.5
快適性総合スコア	51.5	69.6	73.4
滞在者数	9	135	90
通行者数	24	83	76

5. まちなかの居心地の良さを測る指標調査

(3) アウトプットイメージ

※仙台青葉通社会実験（OC実績）



(1) 調査方針

調査時期：社会実験期間前および実験期間中（平日・休日）の比較

調査日程：

○社会実験期間前 → 2024年8月 4日（日）、 6日（火） 8：00～20：00の毎正時

○社会実験期間中（モビリティ運行中） → 2024年8月18日（日）、20日（火） 8：00～20：00の毎正時

○社会実験期間中（モビリティ運行なし） → 2024年9月 1日（日）、 3日（火） 8：00～20：00の毎正時

調査場所：ゾーンⅠ（1条）、ゾーニングⅡ（4条）、ゾーンⅢ（5条）ゾーンⅣ（7条）、

調査手法：滞在空間ごとに、調査対象範囲を区分し、滞留行動についてカウント調査

- ・社会実験の各滞在空間において、調査実施時の滞在者数、滞在者のアクティビティの種類・数・姿勢を調査する
- ・社会実験期間前および、社会実験期間中（モビリティ運行（直線）、モビリティ運行非運行時）の平日・休日を想定する
- ・毎正時ごとの滞留者の属性、行動の種類数を比較する
⇒どのような滞留者がどのような滞留行動をとっているか、社会実験の実施により通常時と比べて、滞留者の属性、行動の種類に変化があるかを比較
- ・場所ごと・調査実施日ごと・時間帯ごとの滞留行動のプロットを行う
⇒日ごと・時間帯ごとの滞留行動の総数をプロットし、どの場所でどのような滞留行動が起きていたかを検証

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査内容（案）
2	滞在空間の居心地（利用者満足度、居心地・滞在時間）	<ul style="list-style-type: none"> ・調査時の滞在者数 ・滞在者属性：年齢、国籍、グループ
5	あってほしい活動がうまれているか、やりたい活動ができてきているか（活動の種類）	<ul style="list-style-type: none"> ・来街者の活動（アクティビティ）の種類

6. アクティビティ調査

(2) アウトプットイメージ

※仙台青葉通社会実験 (OC実績)

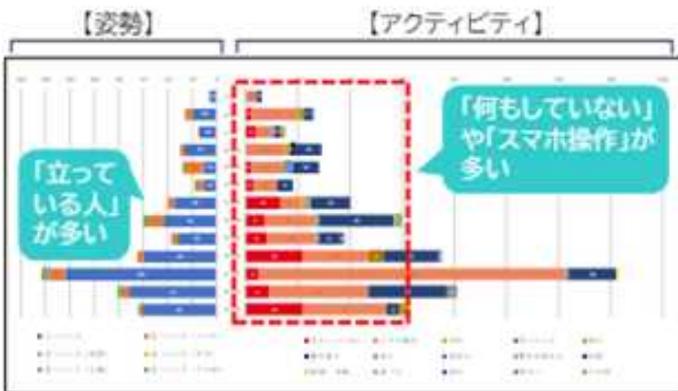
①通常(9月4日(日)):利用者属性



②社会実験時(10月2日(日)):利用者属性



①通常(9月4日(日)):姿勢-アクティビティ



②社会実験時(10月2日(日)):姿勢-アクティビティ



(2) アウトプットイメージ

※仙台青葉通社会実験 (OC実績)

■休日・社会実験時 2022年9月25日(日) 10:00~14:00

遊び・余暇



晴れ 調査時最高気温 28° C・調査時最低気温 21° C



何かを作成する (ワークショップ)

遊ぶ (子ども)

7. モビリティ利用者アンケート調査

(1) 調査方針

- ・本実証実験のモビリティ運行においては、3種類の電動モビリティ（電動カート、電動車いす、電動キックボード）を活用し、買物公園エリア全体の移動性向上と賑わいの広がり・回遊を高めることが目的であることを踏まえて調査項目を検討する
- ・電動カートは、実験期間中、買物公園内直線ルートと、ホテル利用者向け周遊ルートの2種類の運行ルートを1週間ずつ実施することから、平日と休日での利用時間帯や乗降場所の違い、ルートの違いによる利用者属性の違いを検証する
- ・将来の運営を見据え、利用属性・目的や利用前後の滞在行動、待ち時間の許容時間等についても調査する
- ・電動キックボードは観光ツールとしての需要確認を行う
- ・電動車いすと電動キックボードはアンケート協力が必須の条件となっており、高い回答率が期待できることから、駅前広場のモビリティハブ（乗換、滞留、親水等）に関するアンケートも可能な範囲で検討する

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査設問（案）
3	モビリティの利用者数、評価	<ul style="list-style-type: none">・モビリティの利用満足度・待ち時間の許容時間・ルートごとの利用者数、利用者属性 ※利用者アンケートとは別でモビリティ乗車数をカウント調査
4	エリア内外の回遊状況（新たな移動行動、利用者数）	<ul style="list-style-type: none">・モビリティを利用した立ち寄り箇所・利用前後の滞在行動・乗降場所

7. モビリティ利用者アンケート調査

○調査目的・内容 「モビリティの利用者数、評価」「エリア内外の回遊状況（新たな移動行動、利用者数）」

	電動カート (定時運行)	車椅子 (レンタル)	電動キックボード (乗車体験ツアー)
概要図			
期待する効果	<ul style="list-style-type: none"> ・ 徒歩以外の選択肢が増え、エリア全体の賑わい、店舗訪問者や消費活動が増える ・ 買物公園エリアへの来街が増える 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 歩くには距離が遠く、移動を控えていた人が気軽に移動できる、足を伸ばせるようになる ・ 多様な来街者を受け入れる意識が高まる 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1度のツアーで“まちなか”の街並み・景色を体感できる、知れる ・ 次の日や次回来旭時の来街や回遊のきっかけにつながる
アンケート方法、調査内容	QRコード+Googleフォーム <ul style="list-style-type: none"> ・ 乗車場所・降車場所(選択式) ・ 利用人数(数字入力) ・ 利用の動機(選択式) ・ 利用の満足度(5段階) ・ 降車後の行き先(記述式) ・ カートが運行しているまちの魅力度(5段階) ・ 自由意見・要望(記述式) 	記述回答(全数) <ul style="list-style-type: none"> ・ 乗車場所・降車場所 ・ 利用動機 ・ 利用の満足度(5段階) ・ 徒歩以外の手段としての価値(5段階) ・ 電動車椅子が走行しているまちの魅力度(5段階) ・ 利用料金の支払意思(選択式) ・ 自由意見(記述式) 	記述回答(全数) <ul style="list-style-type: none"> ・ ツアールート(選択式) ・ 参加動機(選択式) ・ モビリティの満足度(5段階) ・ 走行安全性の評価(5段階) ・ 観光ツアーの満足度(5段階) ・ 電動キックボードが走行しているまちの魅力度(5段階) ・ 利用料金の支払意思(選択式) ・ 自由意見(記述式)

(1) 調査方針

- ・通行量調査については、沿道建物等からのビデオ動画撮影による交通量調査を想定する
- ・ビデオ調査により、調査人員の人的費削減や熱中症リスクの回避の他、実験期間終了後の確認、実験期間中の写真撮影記録の代替も可能となる
- ・調査実施にあたっては、カメラ設置箇所の調整が必要なため、発注者と相談・調整の上、買物公園沿道施設への協力を依頼することを想定する
(例：市の施設（旭川フードテラス）や空き店舗2階、エリプラメンバー等の社会実験協力者の沿道建物・施設の利用を想定)



【当社実績】ビデオ観測による交通量等調査（歩行者・自転車交通量調査等）の実績

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査内容（案）
4	エリア内外の回遊状況（新たな移動行動、利用者数）	・調査地点の通行者数

9. (バスキングエリア) 出展者アンケート調査



(1) 調査方針

調査時期：社会実験期間中（2024年8月11日（日）～9月7日（土））

調査手法：Webアンケート調査（必要に応じて郵送）

- ・バスキングエリアの目的である各滞在空間に、バスキングエリア（ワンストップ申請で利用できるエリア）に関する①利活用ニーズ及び②利用ルールや申請ルールなどの運用等の課題抽出を目的に、バスキングエリア利用者（出展者）に対するアンケート調査を実施する
- ・出展条件として、アンケート協力が必須の条件となっており、高い回答率が期待できる

No.	効果検証の指標（調査項目）	調査方法（案）
6	(バスキングエリアについて) 簡単な申請で利用できるか	・バスキングエリアの申請に関する課題・改善点
7	社会実験期間中の出店者数・利用満足度	・バスキングエリア申請者数（出展者属性） ・バスキングエリアの利用満足度 ・運用ルールの課題・改善点 ・出展による売り上げ・利用客数 ・空間・設備に関するニーズ ・今後の利用意向