

みんなのリビングinスタモ 社会実験・効果把握結果

平塚市

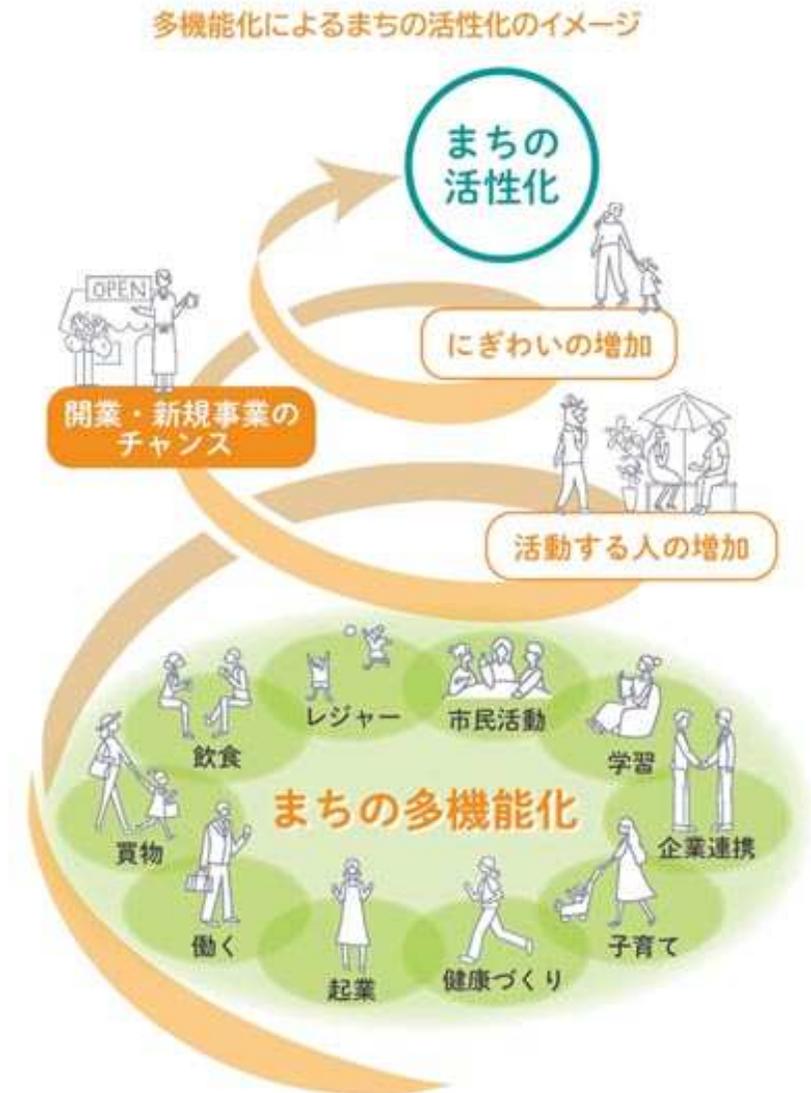
もくじ

1	調査の概要	3
2	ベンチの利用状況	24
3	ベンチの利用者アンケート結果	43
4	お店ひろば利用者アンケート結果	49
5	歩行者交通量の検証	50
6	商店街店主アンケート結果	53
7	出店者アンケート結果	56
8	出店者グループヒアリング結果	64
9	結果の考察	69

1 調査の概要

■平塚駅周辺地区将来構想で踏まえるべき事項

平塚駅周辺地区将来構想では、
「平塚駅周辺地区をみんなのリビングに」
をコンセプトとして、多機能化によるまち
の活性化を目指しています。



1 調査の概要

下図に示す10のアクティビティの創出により、多機能化を図ります。



1 調査の概要

アクティビティの創出には、以下のような取組を重ねていく必要があります。

- ①公共空間（道路、公園、駅前広場等）の再整備
- ②市街地のリニューアル（再開発）
- ③図書館等の公共施設、民間施設の誘致
- ④ソフトのまちづくり、マネジメント

今回の社会実験は、①公共空間（道路）の再整備の効果を測る実験になります。

1 調査の概要

■社会実験の目的

社会実験は、今後のまちづくり、施設整備につなげるために、確認したいことを把握するために実施します。

最も把握したいことは、

**歩道を活用した滞留・交流空間整備、お店ひろば等が、
アクティビティの創出に繋がること**

です。

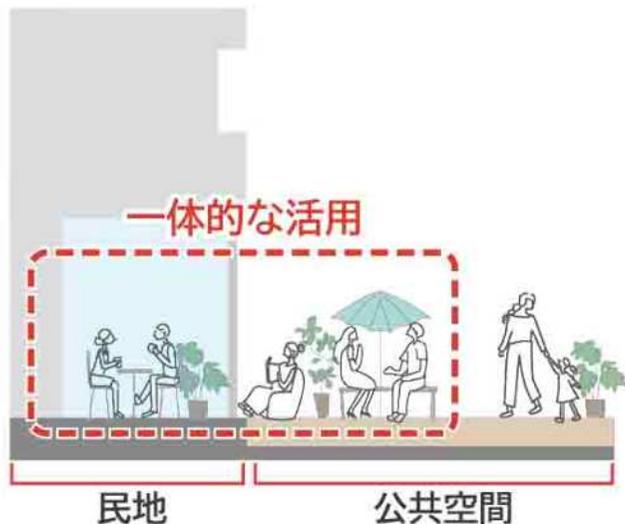
10のアクティビティのうち、どのアクティビティに効果があるのか、
また、直接の効果に繋がらないアクティビティについては、どのような
取組（公共施設や民間施設の誘致、ソフトのまちづくり等）で実現するのかを
検討する材料にします。

1 調査の概要

■社会実験の目的

- 湘南スターモールが、買物に加えて、交流の場、活動の場になることが、まちの活性化に繋がると考えます。
- また、店先の道路等の活用により、店舗の資産価値が向上すると考えます。

官民空間の一体的な活用例

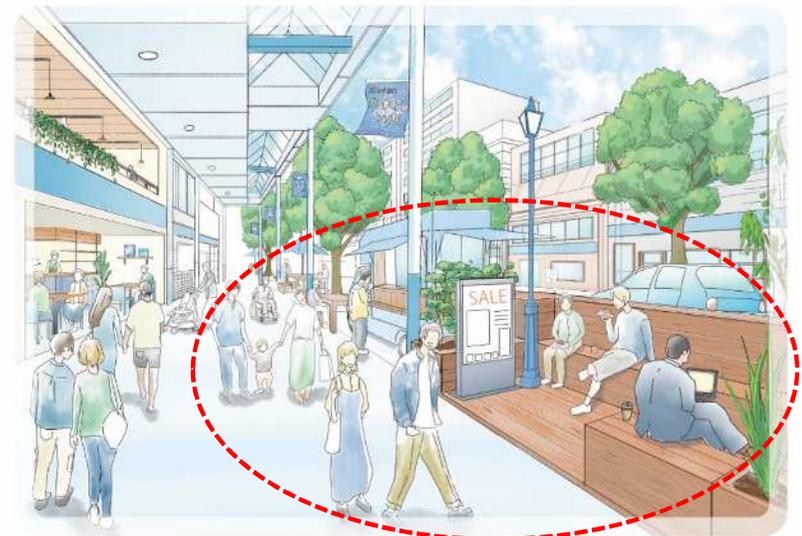


- このような道路空間の整備に向けて、実際の活用可能性を把握するために、社会実験を行います。

■社会実験の内容

- 平塚駅周辺地区将来構想では、ベンチ（パークレット）を設置するようなイメージをつくりました。
- 2箇所パークレットを設置し、その他の区間は既製品の休憩施設を設置しました。
- デザイン等に湘南スターモールらしい演出を検討した結果、「かささぎ橋」をコンセプトとしました。
- 合わせて、日常的な買物促進の取組として、チャレンジショップやキッチンカー等を実施しました。

参考イメージ



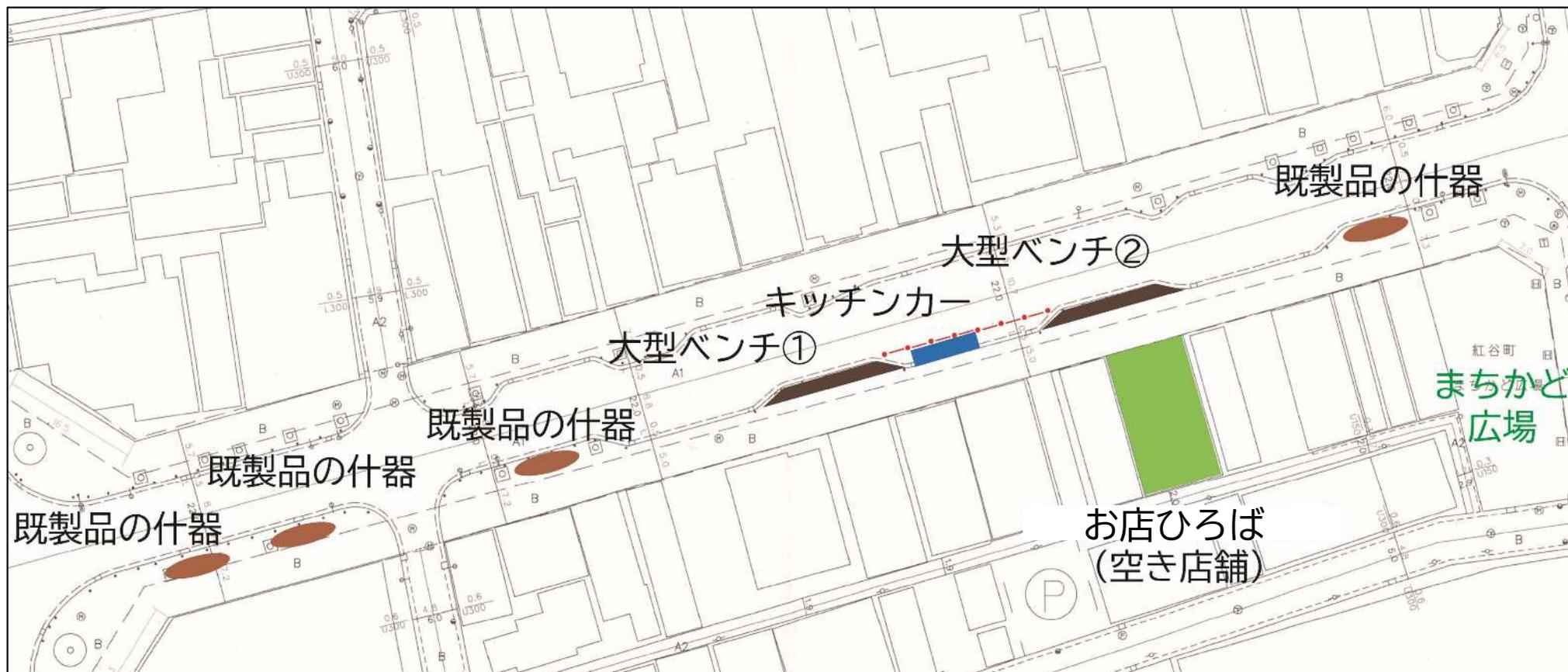
1 調査の概要

【実施区間】

◆ 湘南スターモール

お店ひろば前設置期間：9月19日（金）～10月20日（月）

希望店舗前設置期間：10月21日（火）～11月28日（金）



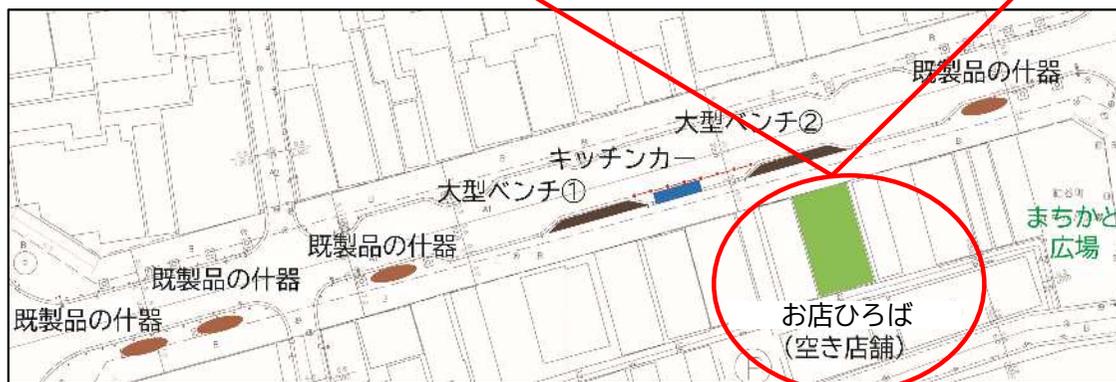
1 調査の概要

【設置した大型ベンチ】



1 調査の概要

【お店ひろば】



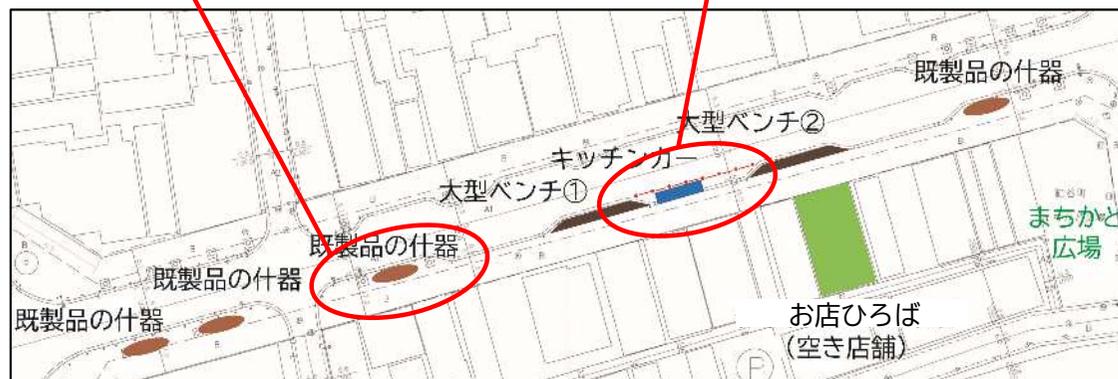
※「お店ひろば」とは、空き店舗を活用し、マルシェやイベント等に参加している方や、自分の店舗を持ってみたい方に出店してもらう「お店」スペースと、親子が滞留して遊べる「ひろば」スペースを合わせたもの。

1 調査の概要

【既製品の什器】



【キッチンカー】



1 調査の概要

【調査の様子】



アクティビティ調査



交通量調査



シールアンケート調査



短冊アンケート調査

1 調査の概要

■効果把握内容

評価項目

- 評価① 将来構想に示すまちづくりに合致しているか？
(平塚駅周辺地区将来構想に基づくアクティビティ創出効果)
- 評価② 歩行者の交通に影響なく空間が整備できるか？ (歩行者の快適性)
- 評価③ 来街者のニーズに合った空間はどのようなものか？ (来街者ニーズ)
- 評価④ 商店主の協力を得て維持していくことができるか？ (商店主のニーズ)
- 評価⑤ 新規出店を誘導するためにはどのようなことが重要になるのか？
(新規出店のニーズ)

1 調査の概要

評価① 将来構想に示すまちづくりに合致しているか？

<目的>

平塚駅周辺地区将来構想では、「みんなのリビング」へを目指して、10のアクティビティを創出することを推進している。

歩道に設置するベンチ等、あるいは、空き店舗を活用するお店ひろばが、アクティビティ創出につながるかを評価する。

<評価の活用>

この結果により、歩道上のベンチ等、あるいは子育て支援施設、お店ひろば等の効果を把握し、有効であれば、道路整備、施設誘致を推進する。

1 調査の概要

評価① 将来構想に示すまちづくりに合致しているか？

<評価方法>

項目	内容
日時	15日間実施(平日、休日、イベント時含む) 調査時間帯は10時～18時
方法	<p>①アクティビティ調査 調査員が、今回の実験で目標としているアクティビティ（子育て、買い物、飲食、起業、市民活動、学習、働く）の創出になっているかを評価 10時、11時等の1時間ごとに、ベンチに滞留している人の数と、アクティビティの種類をカウント 内2日間（平日・休日）を対象に、滞留者の滞留時間を調査し、アクティビティごとの滞留時間を分析</p> <p>②シールアンケート調査（同様の内容を紙、WEBでも実施） 道路上のベンチ、お店ひろば内に、パネルを設置し、今回の取組によって創出されると考えられるアクティビティ（子育て、買い物、飲食、起業、市民活動、学習、働く）を回答</p>

1 調査の概要

評価② 歩行者の交通に影響なく空間が整備できるか？

<目的>

歩道に滞留・交流施設を配置しても歩行者の通行に支障を来さないことを確認する必要がある。

実験時に歩行者交通量をカウント調査し、歩行者の通行への影響を評価する。

<評価の活用>

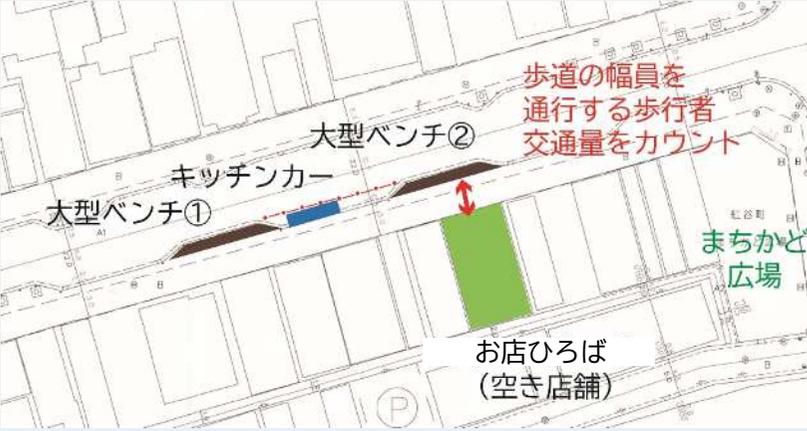
この結果により、歩行者の快適性が確保されることが証明されれば、以下の事項に繋がる。

- ①現在の歩道幅員の中で、滞留・交流施設を整備して支障がないことが想定される
- ②市民や商店街等に、歩道に滞留・交流施設の受容性が高まる
- ③ほこみち制度を活用する場合に、関係機関への説明性が確保される

1 調査の概要

評価② 歩行者の交通に影響なく空間が整備できるか？

<評価方法>

項目	内容										
日時	7日間実施(平日、休日、イベント時含む) 調査時間帯は10時~18時										
方法	<p>①交通量調査</p> <ul style="list-style-type: none">・ビデオカメラを設置し、滞留・交流施設(ベンチ等)を設置した箇所の歩道1か所を撮影し、朝、昼、夕のピークを整理し、ピーク15分の歩行者交通量、自転車交通量をカウント・整理・大規模開発地区関連交通計画マニュアルに基づく、歩道のサービスレベルを評価し、常時Aであることを確認 <p>■大規模開発地区関連交通計画マニュアルの基準</p> <table border="1"><tbody><tr><td>A 自由歩行</td><td>~27人/m・分</td></tr><tr><td>B やや制約</td><td>27~51人/m・分</td></tr><tr><td>C やや困難</td><td>51~71人/m・分</td></tr><tr><td>D 困難</td><td>71~87人/m・分</td></tr><tr><td>E ほとんど不可能</td><td>87~100/m・分</td></tr></tbody></table> 	A 自由歩行	~27人/m・分	B やや制約	27~51人/m・分	C やや困難	51~71人/m・分	D 困難	71~87人/m・分	E ほとんど不可能	87~100/m・分
A 自由歩行	~27人/m・分										
B やや制約	27~51人/m・分										
C やや困難	51~71人/m・分										
D 困難	71~87人/m・分										
E ほとんど不可能	87~100/m・分										

1 調査の概要

評価③ 来街者のニーズに合った空間はどのようなものか？

<目的>

湘南スターモールに必要な空間の機能等について、来街者のニーズに応えるかたちで、本格整備ができると良い。

そのために、アンケートにより、来街者の意向を把握する。

<評価の活用>

必要な空間の機能等を整理し、設計時に申し送り事項として伝達する。

1 調査の概要

評価③ 来街者のニーズに合った空間はどのようなものか？

<評価方法>

項目	内容
日時	シールアンケート調査：15日間実施(平日、休日、イベント時含む) 調査時間帯は10時～18時 紙・WEBアンケート調査：上記期間含む実験実施期間 合計71日間
方法	<p>①シールアンケート調査【空間の評価】（同様の内容を紙、WEBでも実施） 今回設置した空間について、座りやすい場所・向きについて、パネルにシールを貼ってもらう。</p> <p>②シールアンケート調査【必要な機能】（同様の内容を紙、WEBでも実施） 複数のおしゃべりできるベンチ、ひとりで飲食や作業ができるベンチ、日陰、作業ができるテーブル、通信環境（フリーwifi）など、必要な空間の機能を選んで、パネルにシールを貼ってもらう。</p> <p>③短冊アンケート 湘南スターモールに必要なことを自由回答方式で短冊に記載してもらい、木組みに結んでもらう。</p>

1 調査の概要

評価④ 商店主の協力を得て維持していくことができるか？

<目的>

ベンチ等の管理については、商店主の協力が必要である。
また、業種によって、店舗前にベンチ等の必要性が異なる。
実験に際して、商店主へアンケートを実施し、意向を把握する。

<評価の活用>

ベンチを希望する店舗、清掃等の協力が得られる店舗をふまえて、
ベンチ等の設置箇所等を検討する。

1 調査の概要

評価④ 商店主の協力を得て維持していくことができるか？

<評価方法>

項目	内容
日時	令和7年12月19日（金）（配布）～令和8年1月16日（金）（回収締切日）
方法	<p>①商店主アンケート調査</p> <p>記名式のアンケートとする。</p> <p>以下の事項を回答してもらう。商店会にて配付、回収。</p> <ol style="list-style-type: none">1) 商店街へのベンチ等の必要性2) 自店舗前へのベンチ等の必要性 <p>※今回は必要性を把握することとし、清掃活動等の協力の意向については、設計時に説明会等を開催し、把握していくことが考えられる。</p>

1 調査の概要

評価⑤ 新規出店を誘導するためにはどのようなことが重要になるのか？

<目的>

今回実験する道路空間やお店ひろばが店舗等の新規出店に繋がる効果があるかを把握する。

お店ひろばの出店者等から、出店の条件等を把握する。

<評価の活用>

商店街への出店を増やしていくための道路空間に求められる条件、お店ひろば等に求められる条件を明らかにし、今後の道路整備やまちづくりに反映させる。

1 調査の概要

評価⑤ 新規出店を誘導するためにはどのようなことが重要になるのか？

<評価方法>

項目	内容
日時	令和8年1月20日（火）
方法	<p>①出店者アンケート調査 今回の社会実験の評価と今後の出店意向について把握</p> <p>②グループインタビュー調査 お店ひろば、キッチンカーの店主に、社会実験後、集まっていたいただき、新規出店の条件等を把握</p> <ol style="list-style-type: none">1) お店ひろばの施設内容2) 道路空間の条件3) 本格出店の際の条件

2 ベンチの利用状況

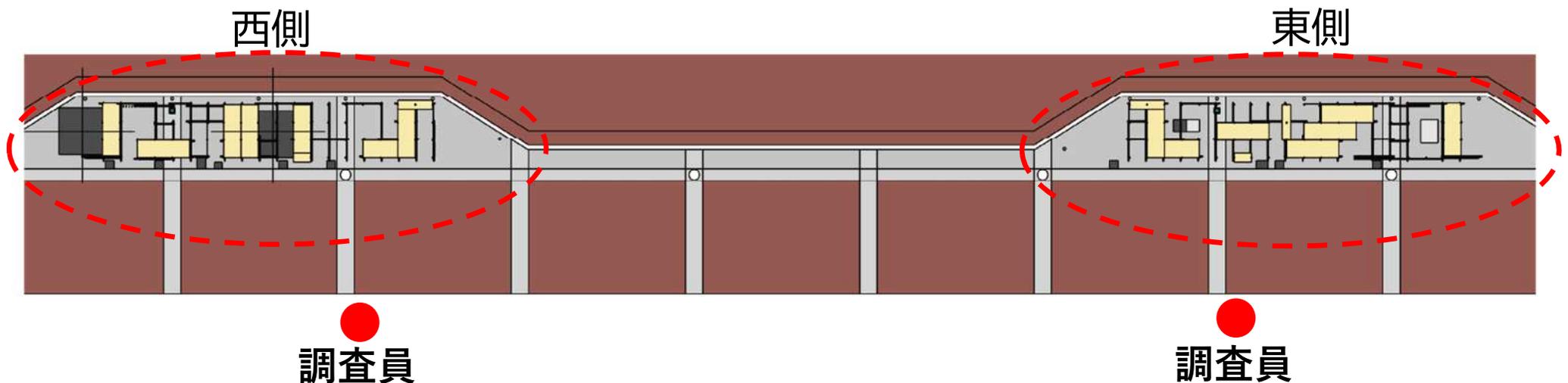
【アクティビティ調査概要】《評価①に関する調査》

調査員が下図の位置に立ち、西側と東側についてベンチに滞留している人の人数とアクティビティの種類をカウントした。

○8時間調査

調査日 : 10月12日 (日) 休日、パールロードにて湘南ひらつか囲碁まつりが開催
10月20日 (月) 平日、曇りで気温が低い日

調査時間 : 10時～18時



2 ベンチの利用状況

【アクティビティ集計方法】

ベンチ周辺では以下のような多様なアクティビティが行われた。

会話 通話 食事 飲み ぼーっとしている 勉強 仕事 遊ぶ 読書
キッチンカーの列 ベンチや看板等を眺める スマートフォン等の操作 その他

実際に行われたこれらのアクティビティを、「平塚駅周辺地区将来構想」で掲げる創出すべき10のアクティビティに対応させ、以下に示す表のように分類した。

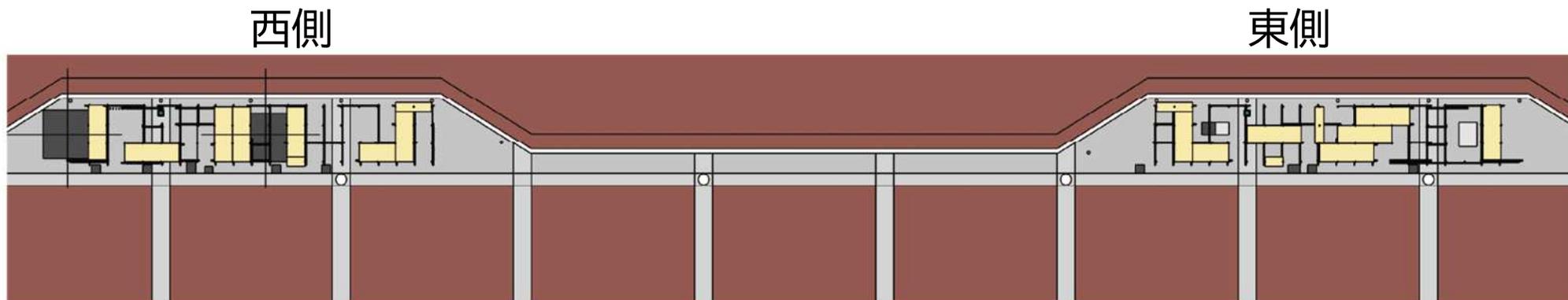
子育て	買い物						飲食		市民活動	学習		起業	働く	企業連携	レジャー	健康づくり
遊ぶ	キッチンカー	会話	通話	眺める	ぼー	スマホ	食事	飲み	—	勉強	読書	—	仕事	—	—	—

※会話・通話・ベンチや看板等を眺める・ぼーっとしている（ただ座っているだけの状態）・スマートフォン等の操作については、買い物途中の休憩や、周辺店舗の情報確認等、購買行動に関連する滞留として定義

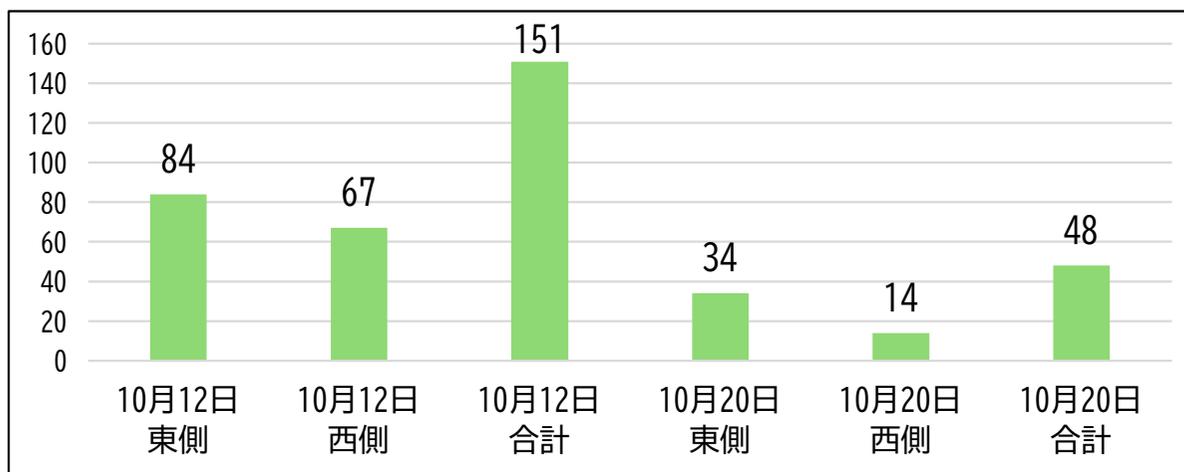
個別のアクティビティの単純集計ではなく、将来構想に掲げる10のアクティビティのどれに該当するのかを集計することで、歩道上のベンチの有効性を評価する。

2 ベンチの利用状況

囲碁祭りが開催され、歩行者交通量が多かった10月12日（日）は、ベンチ周辺に151人が滞在しました。一方で、イベントが無く、気温が低かった10月20日（月）は、ベンチ周辺に滞在したのは48人のみでした。



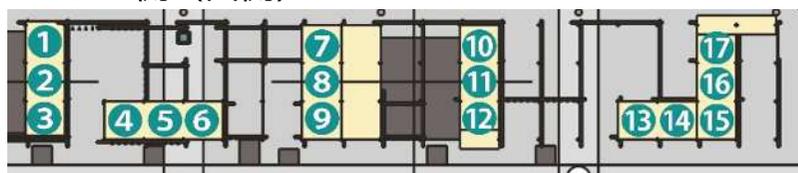
10月12日(日)、10月20日(月) 滞在人数(人)
10月12日 (日) 〈N=151〉 10月20日 (月) 〈N=48〉



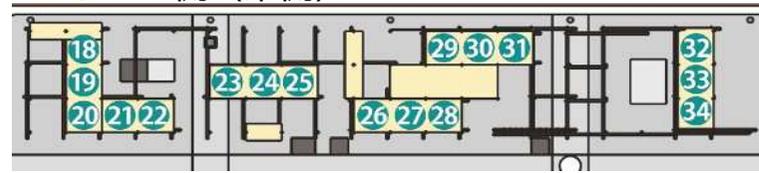
2 ベンチの利用状況

ベンチの座る位置は、4、5、13、20、28等、歩道向きの位置がよく利用されていました。

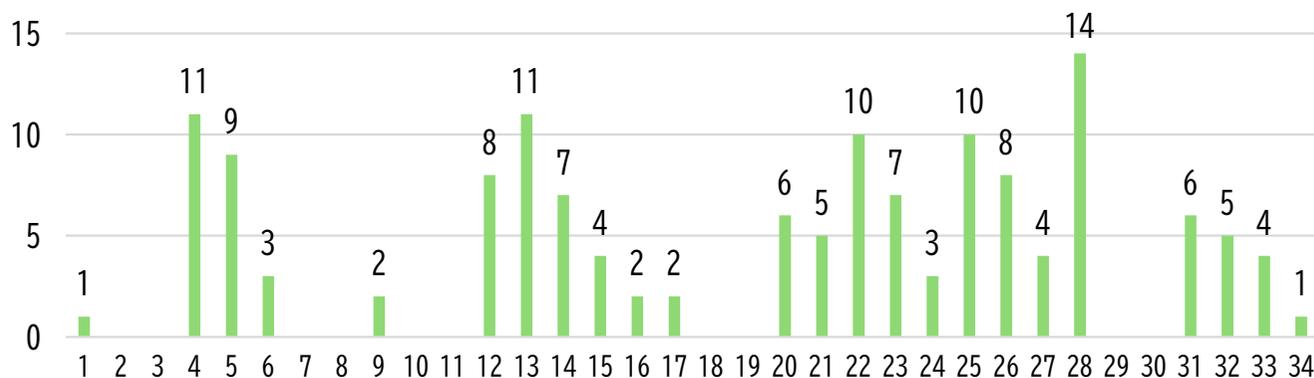
プラザ側（西側）



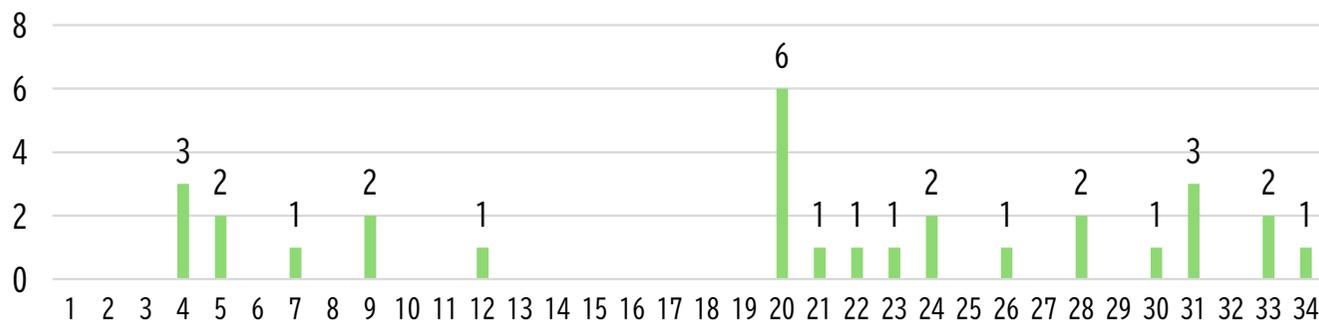
まちかど側（東側）



10月12日(日) 座席別の利用者数(人) <N=143>



10月20日(月) 座席別の利用者数(人) <N=30>

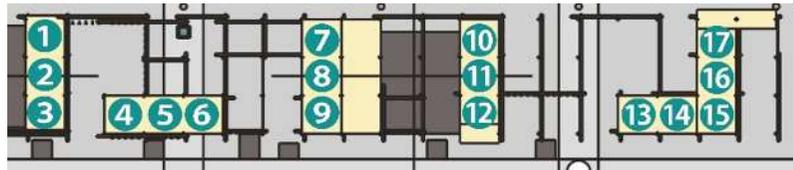


※ベンチに着席した人数のみの結果のため、立ったまま滞留していた人数は含まない。そのため、p.26のNとは一致しない。

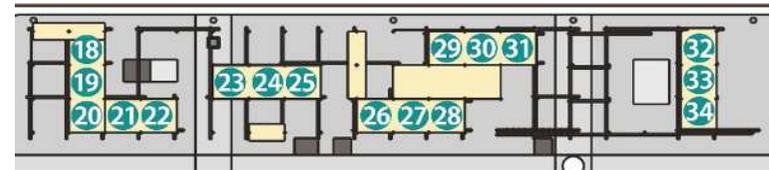
2 ベンチの利用状況

子育てでは、7、12の座席が利用された。買い物では、4の座席が最も利用が多く、次いで28、5となった。

プラザ側（西側）



まちかど側（東側）

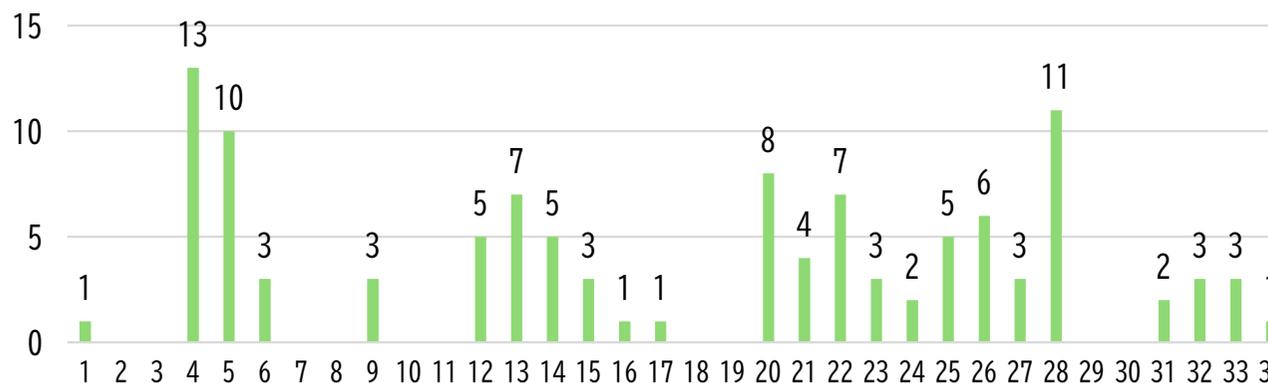


アクティビティ×座席のクロス集計

子育て
〈N=2〉



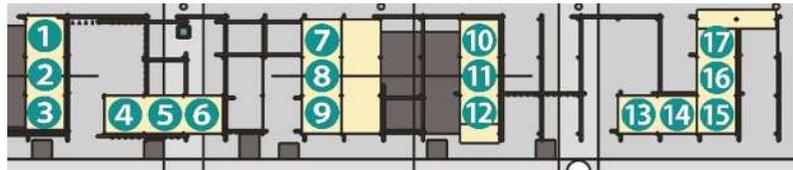
買い物
〈N=110〉



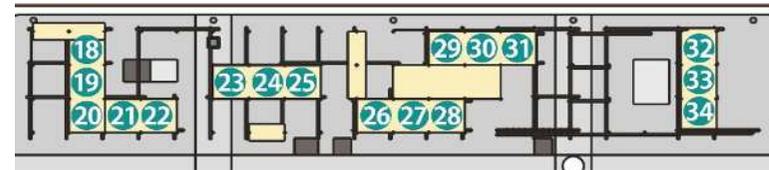
2 ベンチの利用状況

飲食では23、25、31の座席が多く利用された。学習では、4、5、13、28、30、31の座席が利用された。

プラザ側（西側）

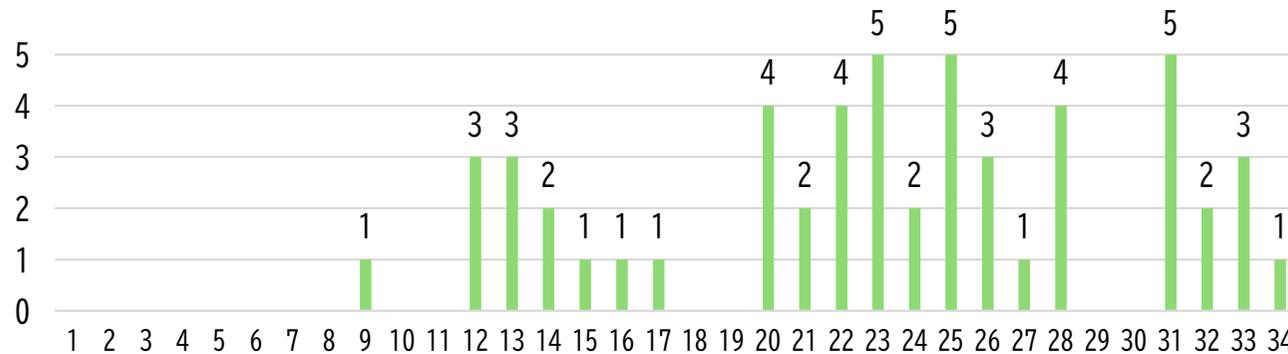


まちかど側（東側）

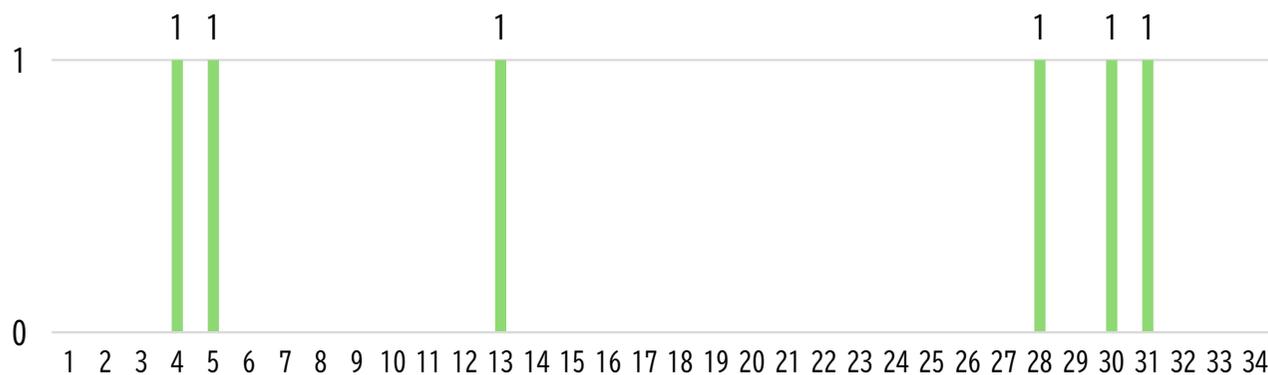


アクティビティ×座席のクロス集計

飲食
(N=53)



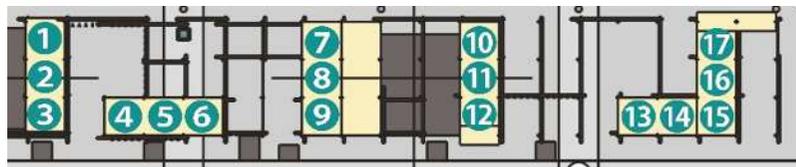
学習
(N=6)



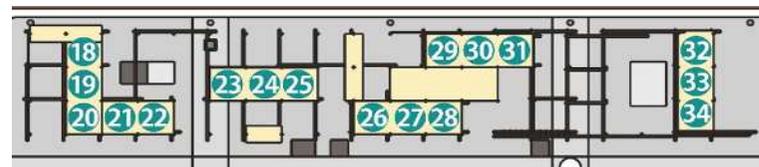
2 ベンチの利用状況

働くでは、24、31の座席が利用された。

プラザ側（西側）



まちかど側（東側）



アクティビティ×座席のクロス集計

働く
〈N=2〉



座席の特徴

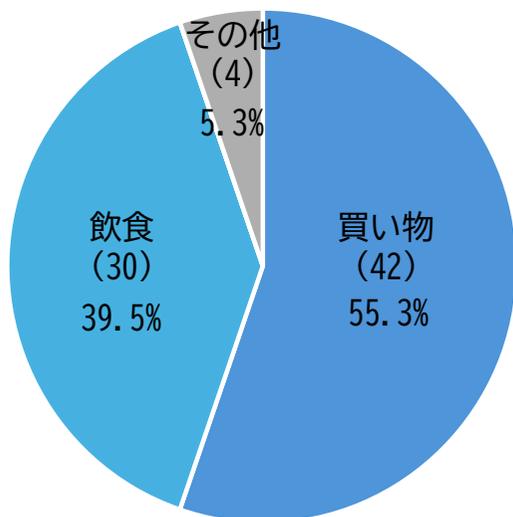
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	
歩道向き				○	○	○							○	○	○					○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○					
車道向き																										○	○	○							
横向き	○	○	○				○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○													○	○	○	○
テーブル							○	○	○															○			○	○	○	○					
サイドテーブル												○					○	○								○									
背もたれ	○	○	○							○	○	○												○	○	○						○	○	○	
目隠し		○			○										○	○	○	○													○			○	

2 ベンチの利用状況

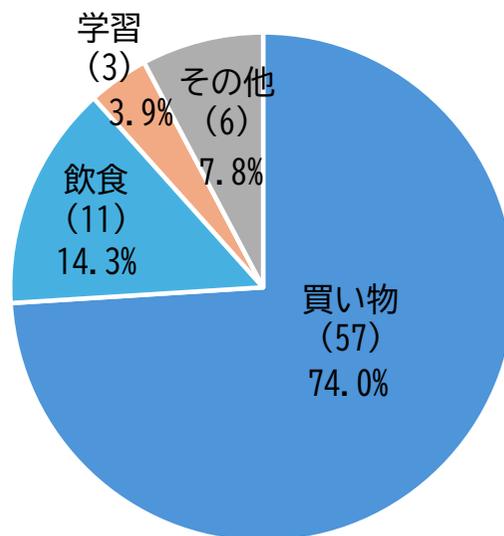
10月12日（日）の囲碁祭りの日は、今回の歩道に滞留スペースを設置する社会実験によって、普段何も行われていなかったスペースで、いくつかのアクティビティが行われました。東西の合計では、買い物に関するものが64.7%、飲食に関するものが26.8%、学習に関するものが2.0%でした。

アクティビティ数

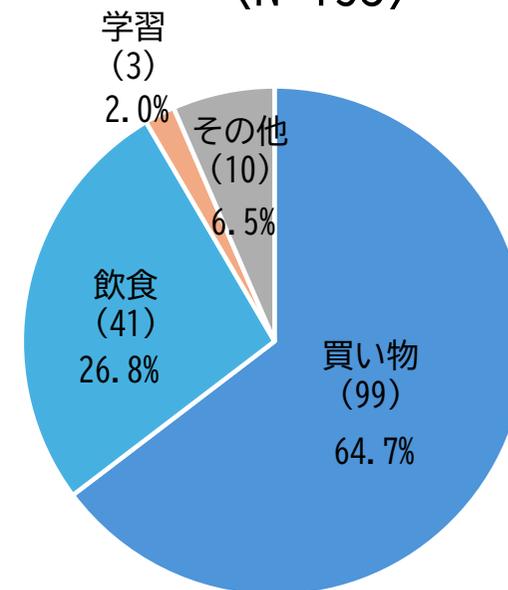
10月12日（日） 東側
〈N=76〉



10月12日（日） 西側
〈N=77〉



10月12日（日） 合計
〈N=153〉



※ 1人で複数のアクティビティを行った場合は重複してカウントしているため、p.26のNとは一致しない。
「その他」とは、10のアクティビティのいずれにも当てはまらなかったもの。

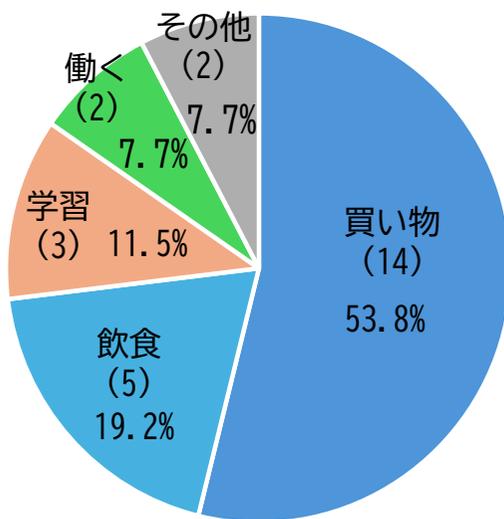
2 ベンチの利用状況

10月20日（月）は平日でしたが、10月12日（日）と同様に、いくつかのアクティビティが行われていました。

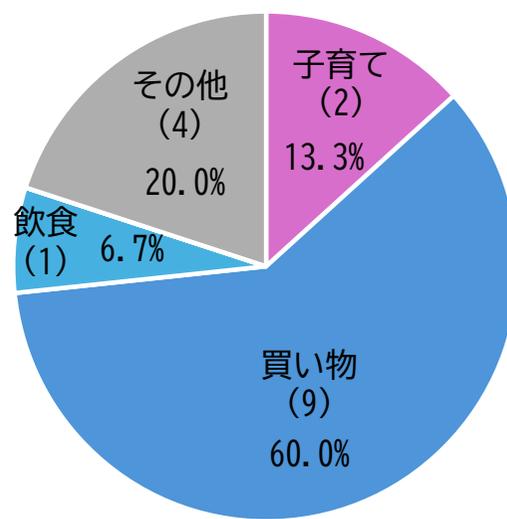
東西の合計では、買い物に関するものが56.1%、飲食に関するものが14.6%、学習に関するものが7.3%、子育てに関するものが4.9%、働くことに関するものが4.9%でした。

アクティビティ数

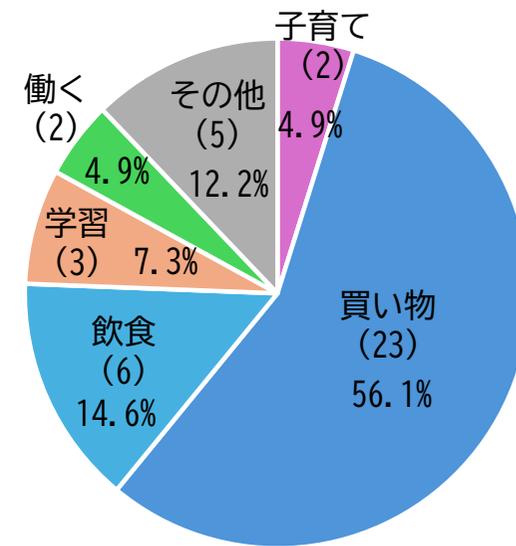
10月20日（月） 東側
〈N=26〉



10月20日（月） 西側
〈N=15〉



10月20日（月） 合計
〈N=41〉

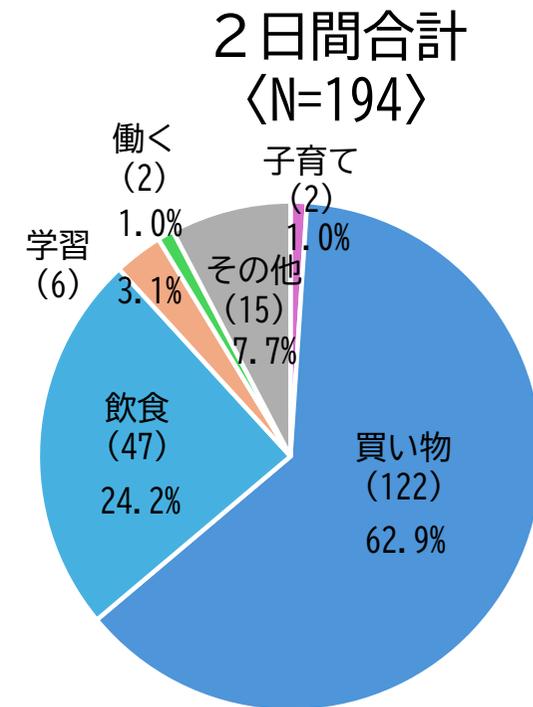
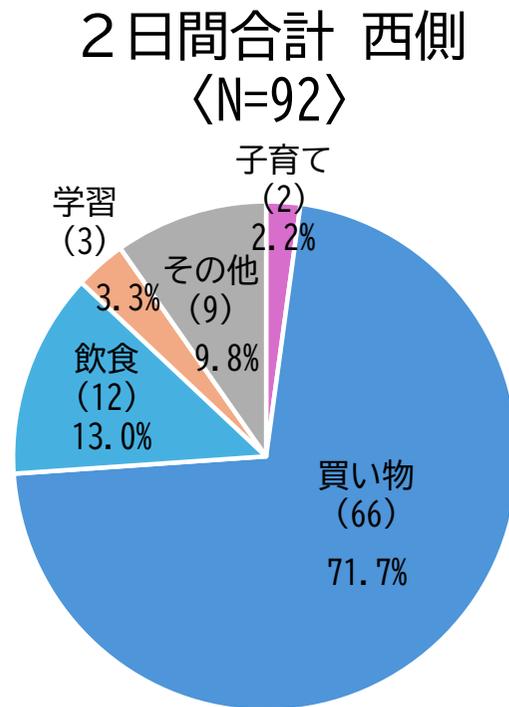
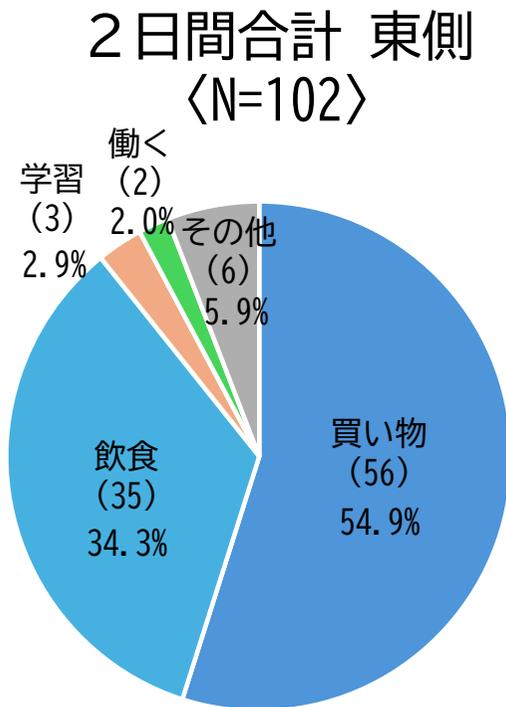


※ 1人で複数のアクティビティを行った場合は重複してカウントしているため、p.26のNとは一致しない。
「その他」とは、10のアクティビティのいずれにも当てはまらなかったもの。

2 ベンチの利用状況

2日間の合計では、買い物に関するものが62.9%、飲食に関するものが24.2%となりました。東側では働くことに関するアクティビティが2つ、西側では子育てに関するアクティビティが2つ行われました。

アクティビティ数



※ 1人で複数のアクティビティを行った場合は重複してカウントしているため、p.26のNとは一致しない。
「その他」とは、10のアクティビティのいずれにも当てはまらなかったもの。

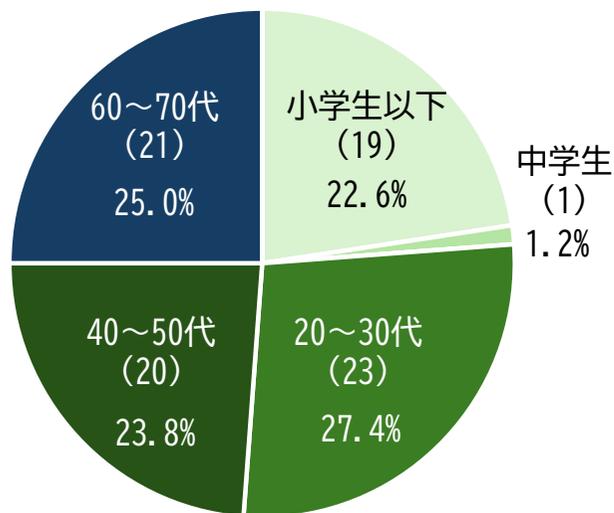
2 ベンチの利用状況

利用者を年齢別にみると、40～50代の利用が最も多く、次いで20～30代、60～70代の利用がありました。

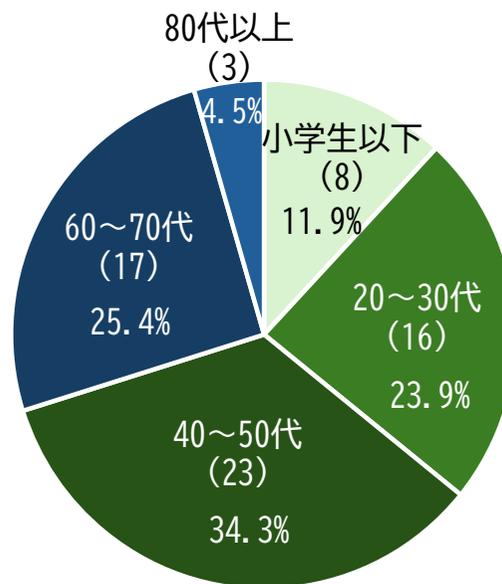
10月12日（日）は、中高生、80代以上の利用が少ない傾向にありました。

年齢別の人数(人)

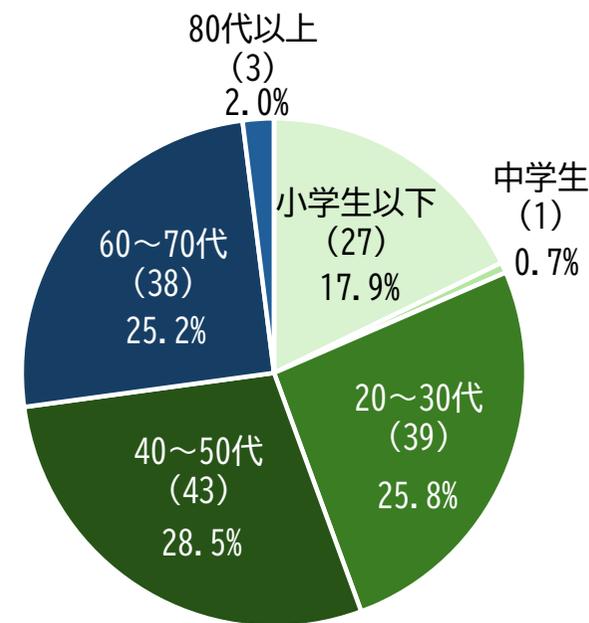
10月12日(日) 東側
〈N=84〉



10月12日(日) 西側
〈N=67〉



10月12日(日) 合計
〈N=151〉

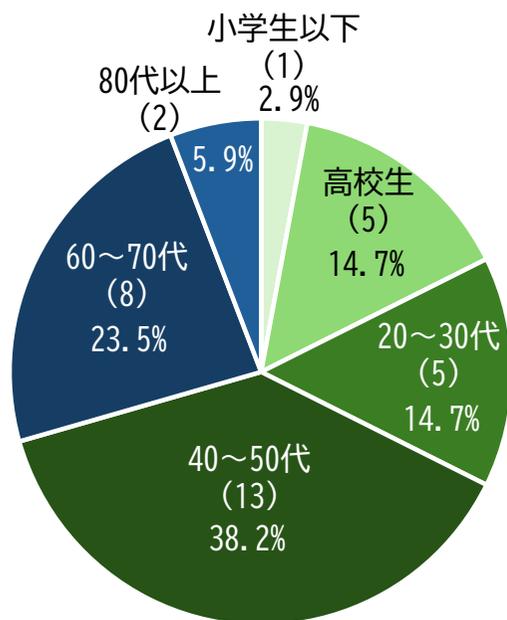


2 ベンチの利用状況

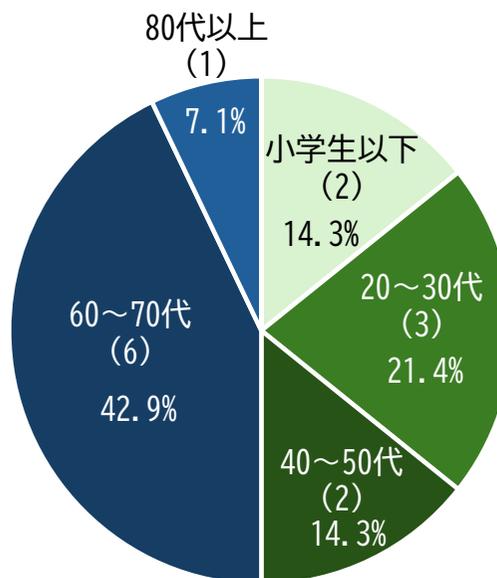
東側は40～50代が38.2%、西側は60～70代が42.9%と多くの利用がありました。
10月12日（日）にはなかった高校生の利用が、東側のベンチでありました。

年齢別の人数(人)

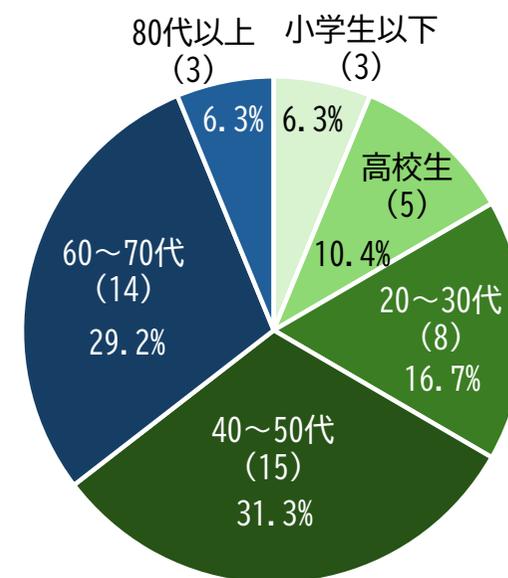
10月20日(月) 東側
〈N=34〉



10月20日(月) 西側
〈N=14〉



10月20日(月) 合計
〈N=48〉

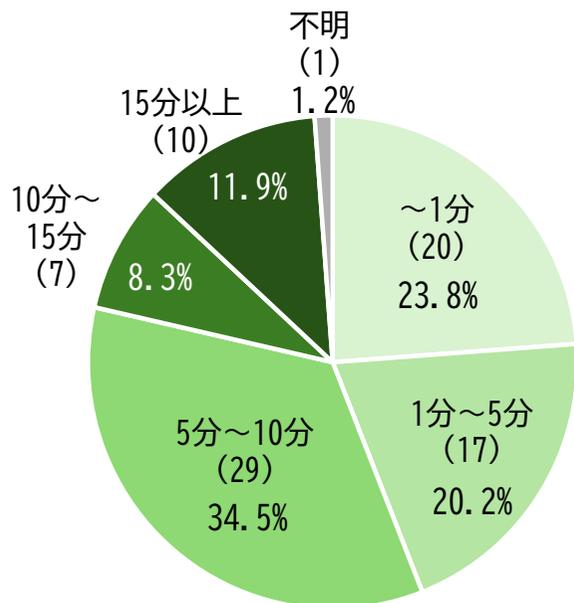


2 ベンチの利用状況

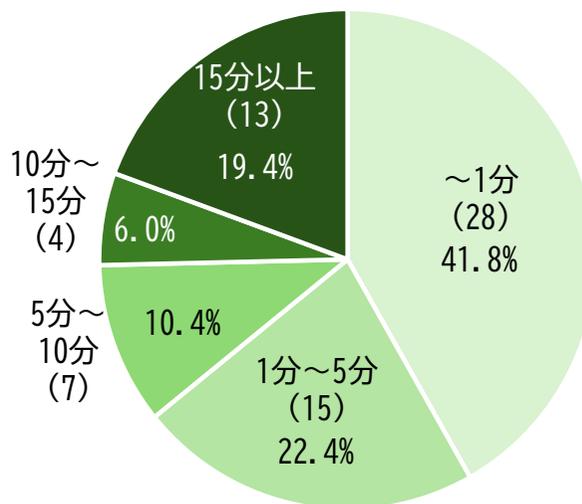
東西の合計では、10分未満の短時間の滞在が77.3%と多くを占めています。
東側は5分～10分が34.9%、西側は1分未満が41.8%と最も多くなっています。

滞在分数

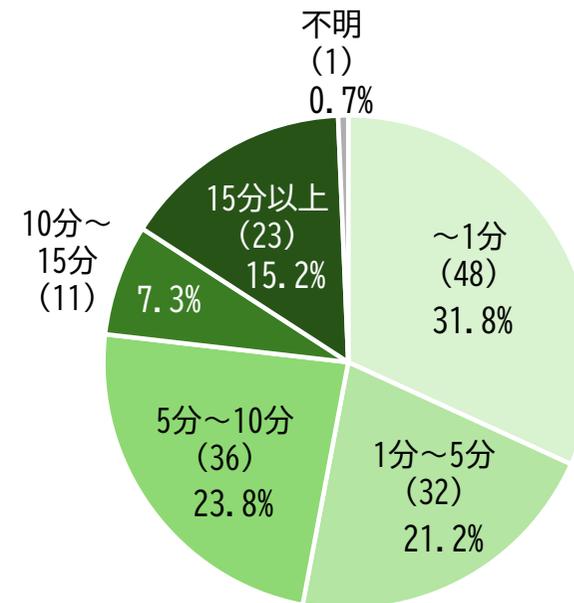
10月12日(日) 東側
〈N=84〉



10月12日(日) 西側
〈N=67〉



10月12日(日) 合計
〈N=151〉

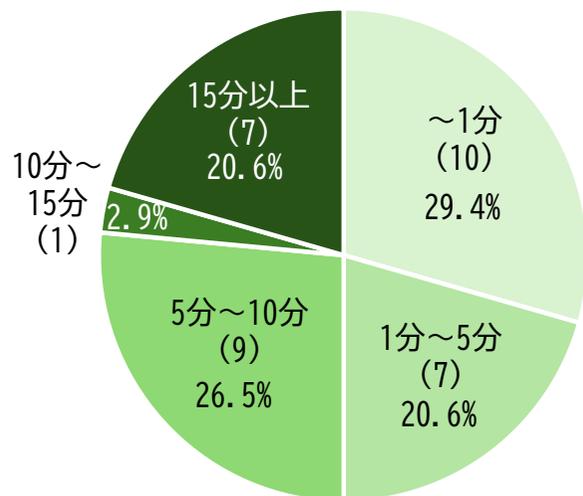


2 ベンチの利用状況

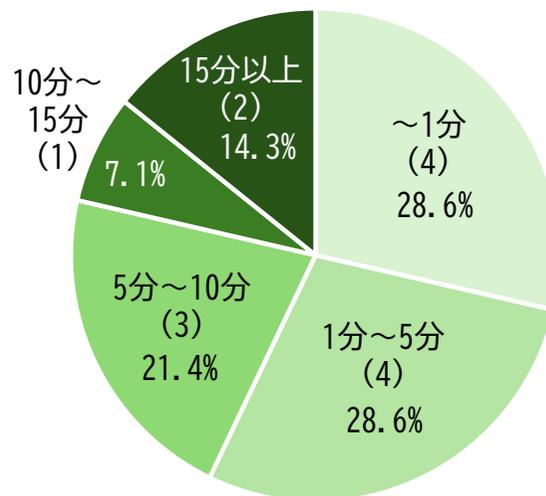
10月12日（日）と同様に、東西の合計では10分未満の短時間の滞在が77.1%と多くを占めています。東側は1分未満が29.4%、西側は1分未満・1分～5分が28.6%と最も多くなっています。

滞在分数

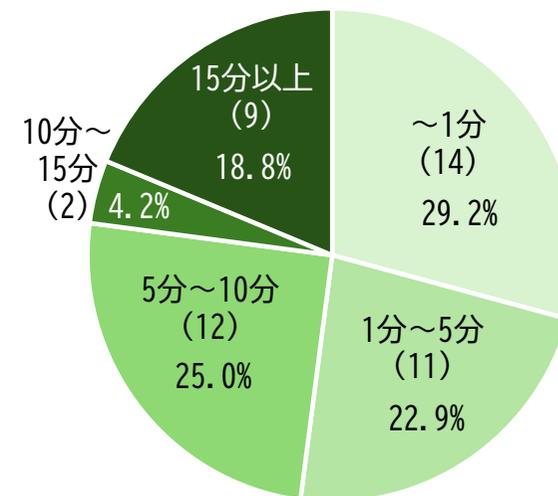
10月20日（月） 東側
〈N=34〉



10月20日（月） 西側
〈N=14〉



10月20日（月） 合計
〈N=48〉

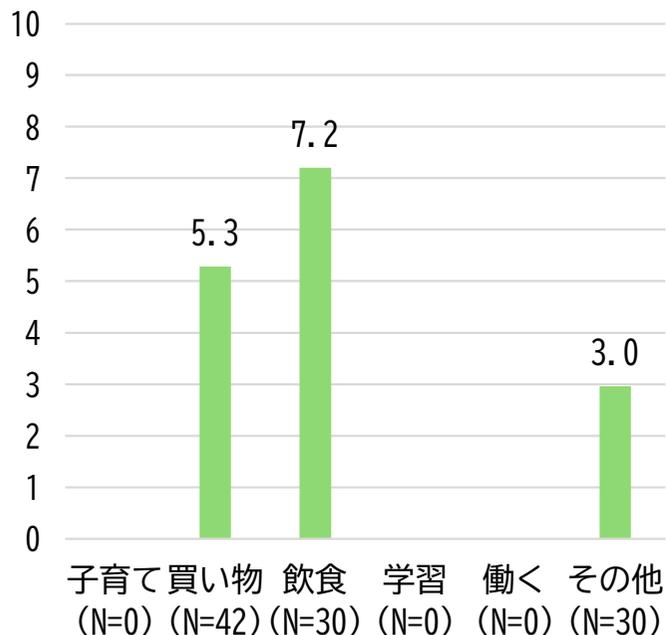


2 ベンチの利用状況

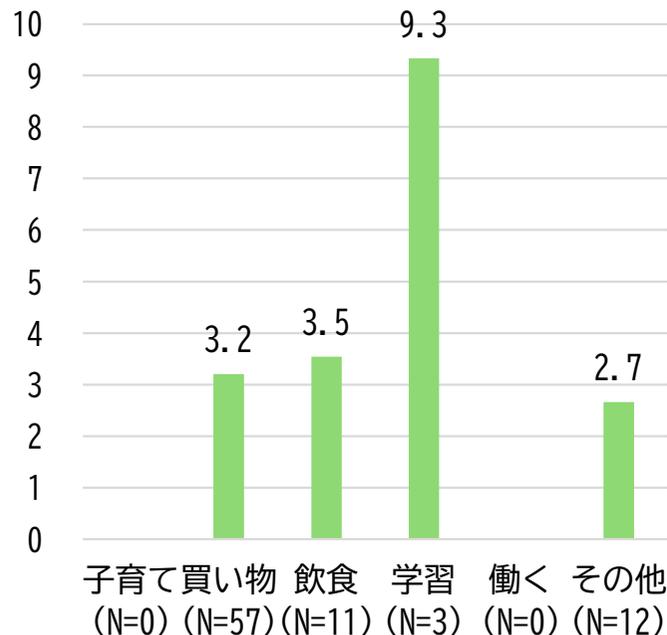
東西の合計では、学習が9.3分と最も長くなっています。東西で比較すると、東側は西側より買い物・飲食 の平均滞在時間が長くなっています。

アクティビティ別の平均滞在分数

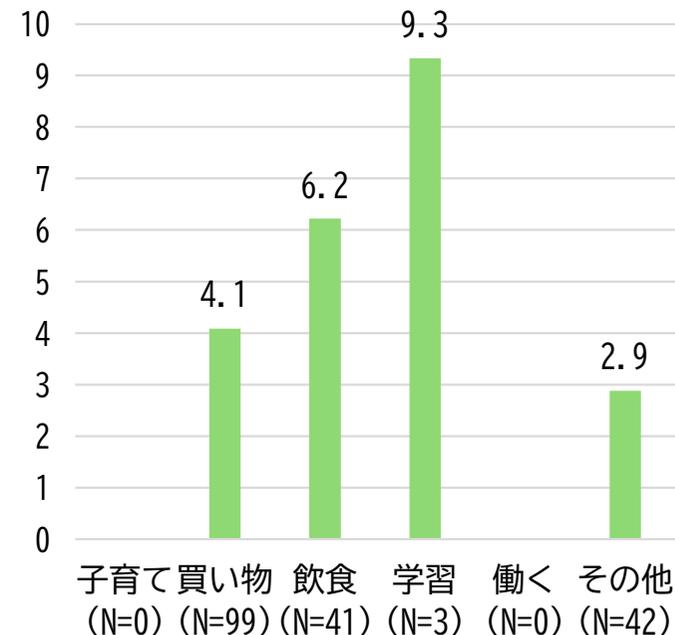
10月12日(日) 東側



10月12日(日) 西側



10月12日(日) 合計



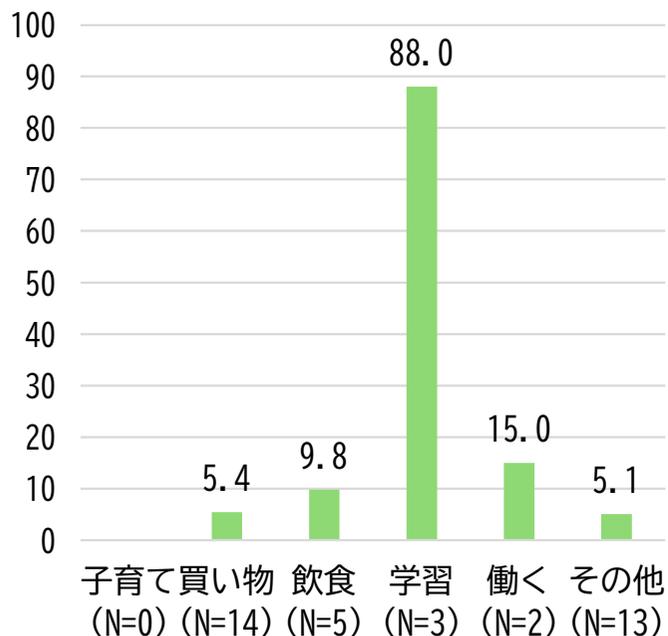
単位：分

2 ベンチの利用状況

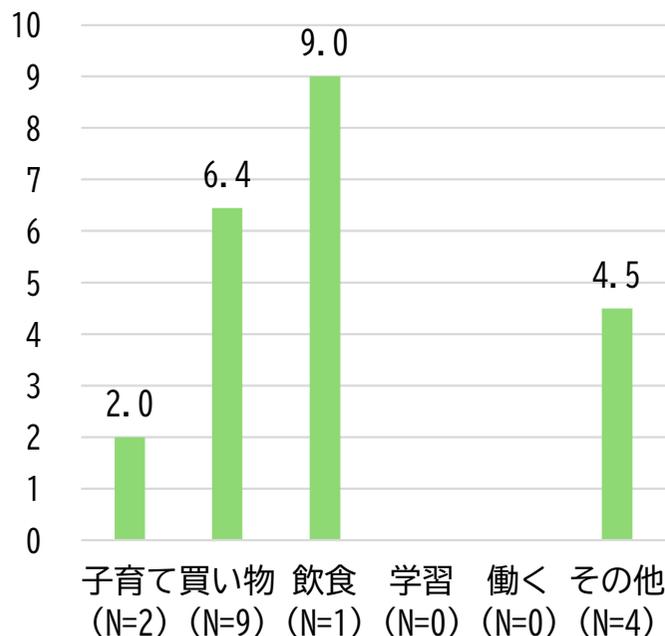
東西の合計では、学習が88.0分と最も長くなっています。東西で比較すると、東側は西側より飲食・働く の平均滞在時間が長くなっています。

アクティビティ別の平均滞在分数

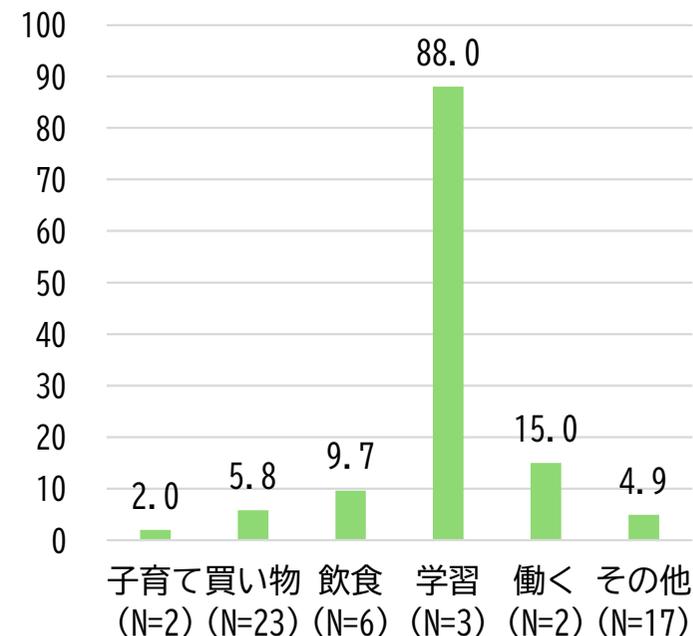
10月20日(月) 東側



10月20日(月) 西側



10月20日(月) 合計



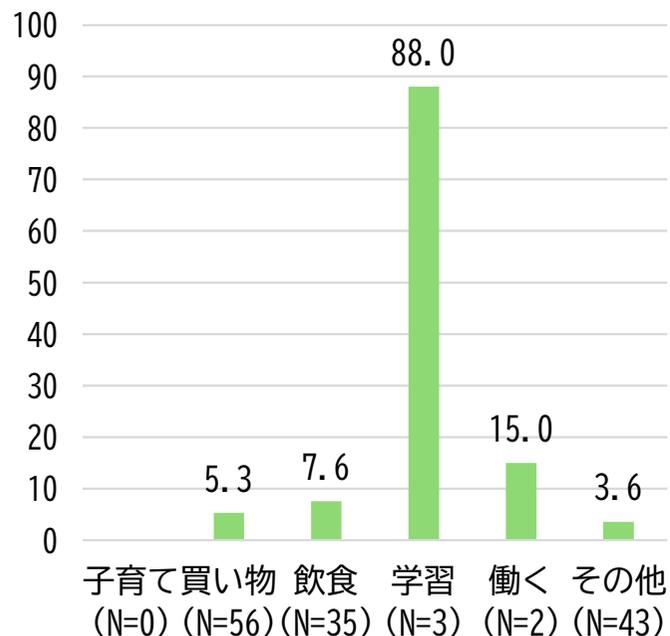
単位：分

2 ベンチの利用状況

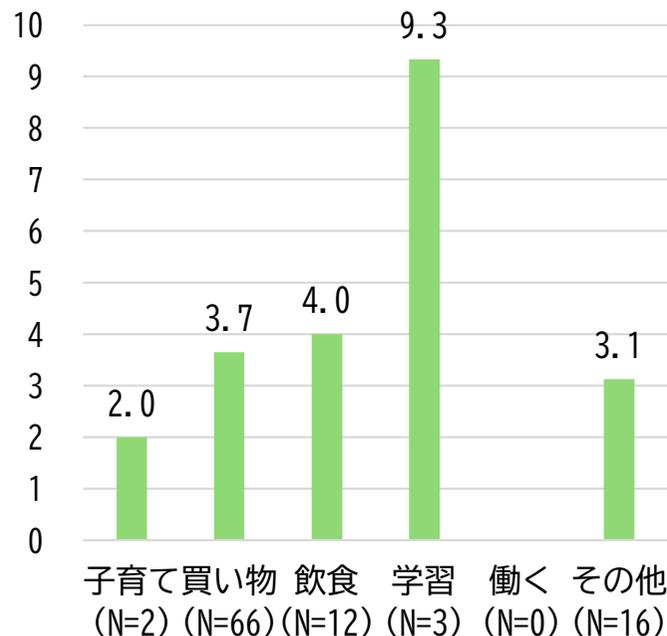
東西の合計では、学習が48.7分と最も長くなっています。東西で比較すると、東側は西側より買い物・飲食・学習・働く の平均滞在時間が長くなっています。

アクティビティ別の平均滞在分数

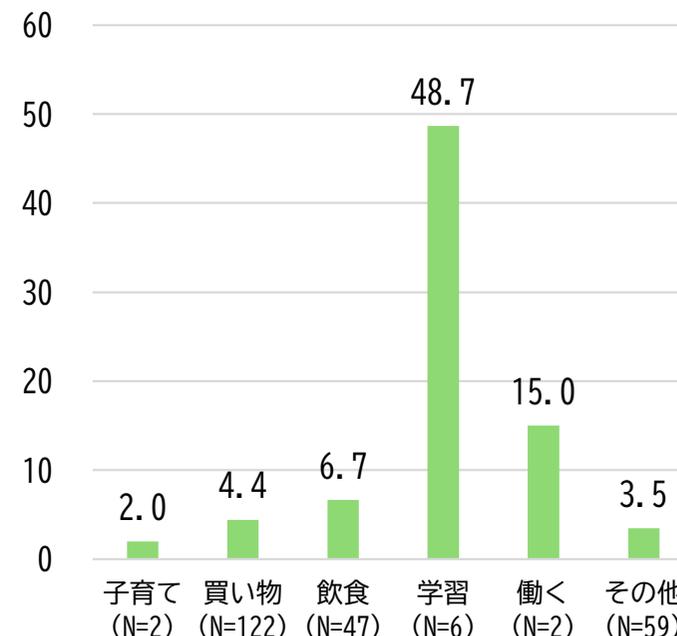
2日間 東側



2日間 西側



2日間 合計



単位：分

2 ベンチの利用状況

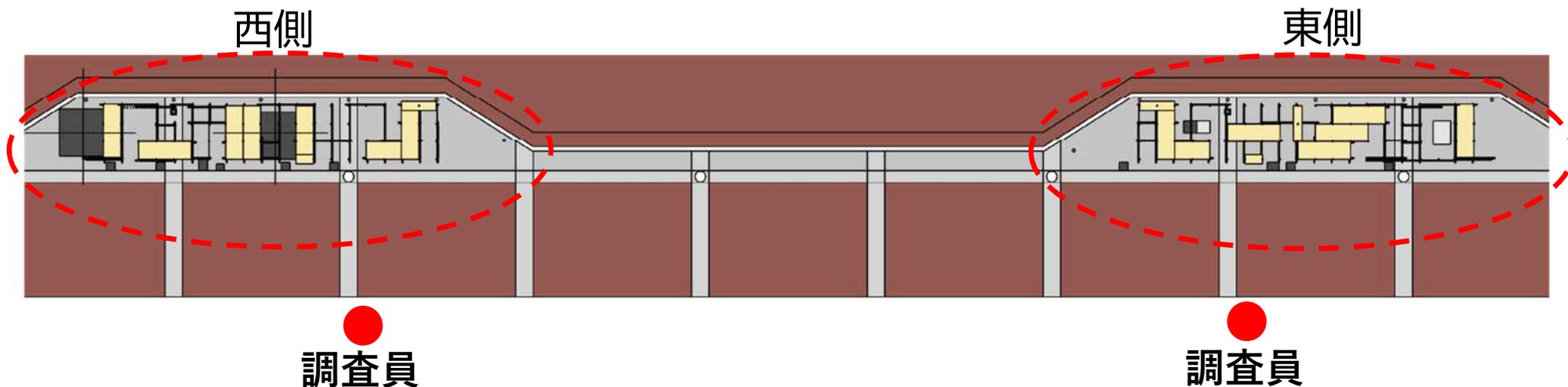
【1時間ごとアクティビティ調査概要】

調査員が下図の位置に立ち、西側と東側についてベンチに滞留している人の人数とアクティビティの種類をカウントした。

○1時間ごと調査

調査日 : 2025年9月19日(金)、9月21日(日)、9月27日(土)、
10月2日(木)、10月5日(日)、10月18日(土)

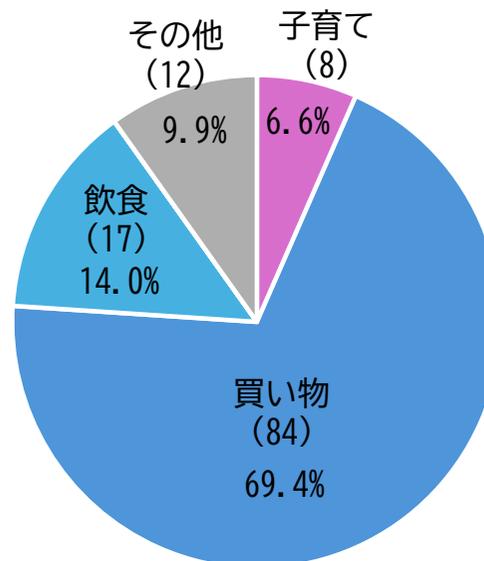
調査時間 : 10時~18時 1時間ごとに計9回



2 ベンチの利用状況

買い物に関するアクティビティが69.4%と最も多く見られました。続いて飲食が14.0%、子育てが6.6%となりました。

1時間ごとのアクティビティ調査
アクティビティ数〈N=121〉



3 ベンチの利用者アンケート結果

【シールアンケート調査】《評価①・③に関する調査》

○大型ベンチにパネルを設置し、シールを貼る形で回答

調査日：15日間

9月19日（金）、9月20日（土）、9月21日（日）、9月22日（月）、
9月23日（火・祝）、9月26日（金）、9月27日（土）、
10月2日（木）、10月5日（日）、10月7日（火）、10月10日（金）、
10月12日（日）、10月18日（土）、10月19日（日）、10月20日（月）

○同様の内容を紙アンケート、WEBアンケートにて実施

調査日：什器設置期間中（9月19日～10月20日）、

希望店舗前に什器を設置した期間（10月21日～11月28日）

回答数：9月19日（金）～10月20日（月） 313回答
（パネル解答 137回答、紙回答 108回答、WEB回答 68回答）

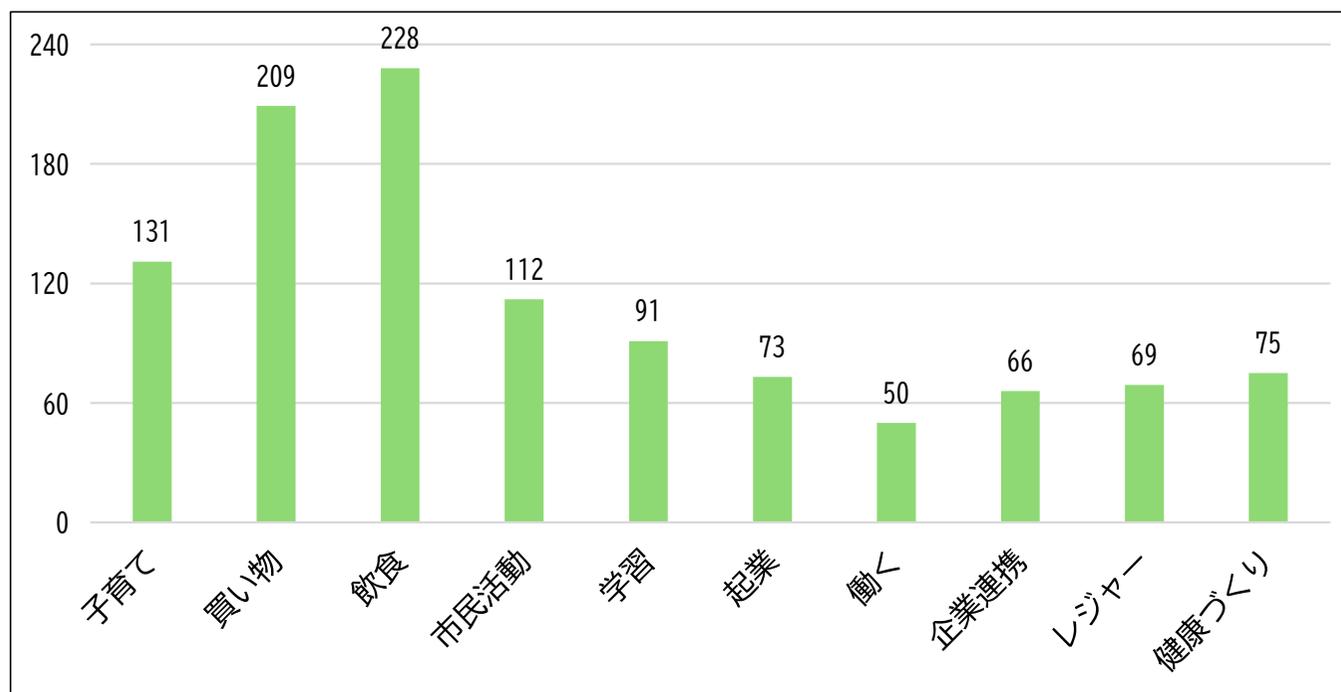
10月21日（火）～11月27日（木） 44回答
（紙回答 43回答、WEB回答 1回答）

12月9日（火） 東海大学学生 46回答 合計403回答

3 ベンチの利用者アンケート結果

滞留空間で増えそうな活動は、飲食が228と最も多く、買い物が209、子育てが131と続きます。

① 滞留空間でどのような活動が増えそうか（複数回答） 〈N=1104〉

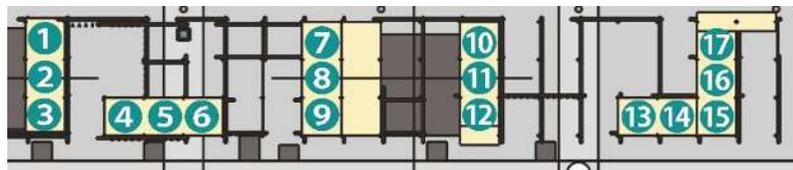


3 ベンチの利用者アンケート結果

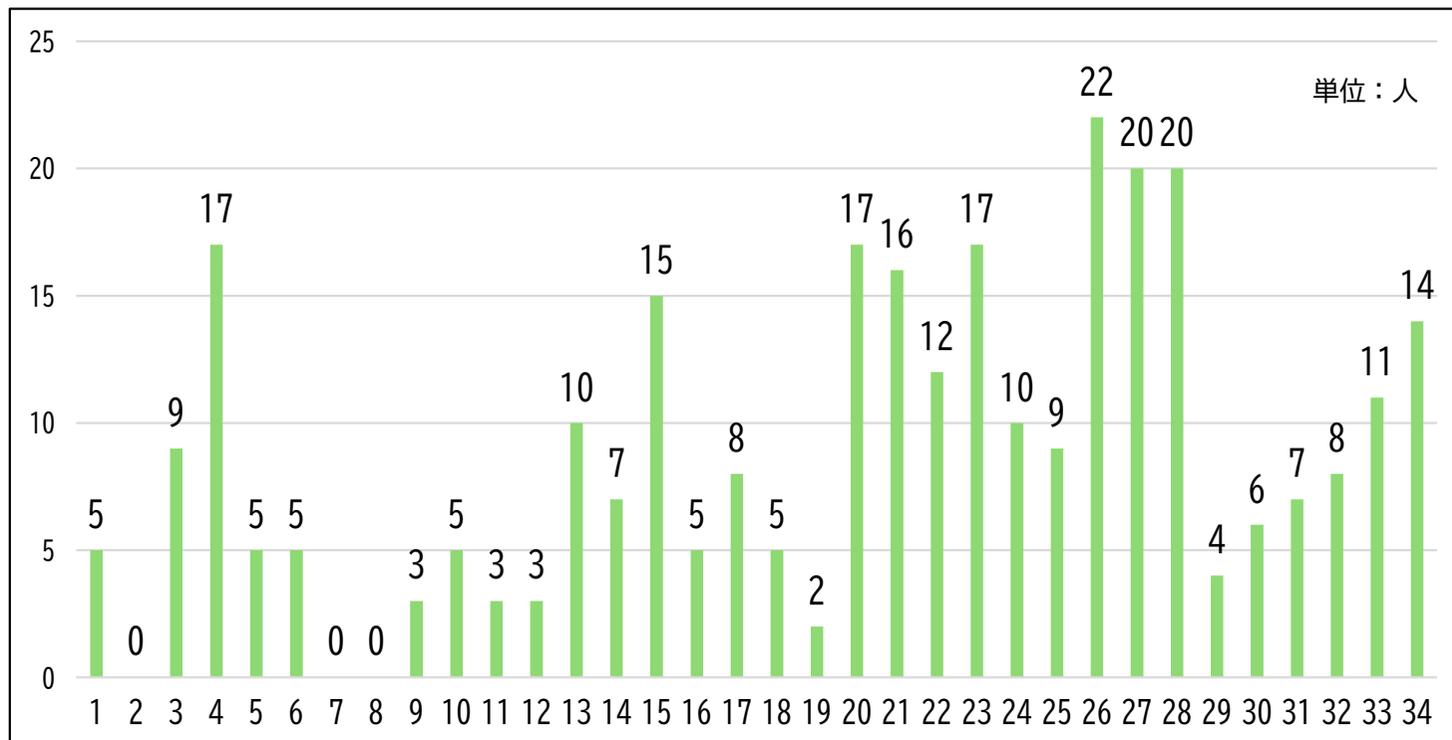
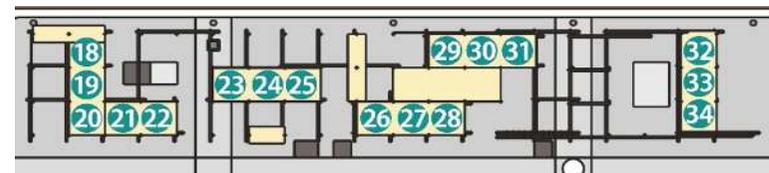
歩道向きの4、15、20、21、22、23、26、27、28等の座席が多く利用されていました。

② 実際に座った場所 (什器設置期間中 (9月19日~10月20日) の結果)
〈N=300〉

プラザ側 (西側)



まちかど側 (東側)



3 ベンチの利用者アンケート結果

座りやすいベンチの向きは、歩道向きが58.1%と最も多く、次に横向きが28.8%、車道向きが11.4%と最も少なくなりました。

③ 座りやすいベンチの向き 〈N=403〉



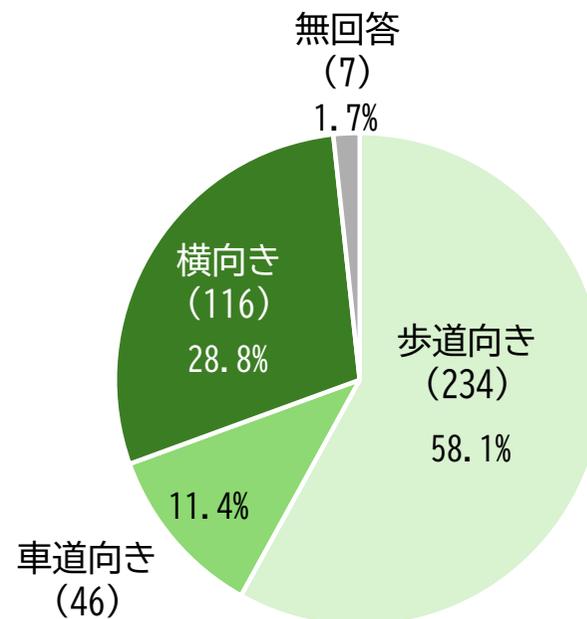
歩道向き



車道向き



横向き



3 ベンチの利用者アンケート結果

道路に必要な機能等は、日陰が241と最も多く、複数人で会話できるベンチが196、ひとりで飲食・作業ができるベンチが183と続きます。

④ 道路に必要な機能等（複数回答） 〈N=877〉



複数人で会話
できるベンチ



ひとりで飲食・作業
ができるベンチ



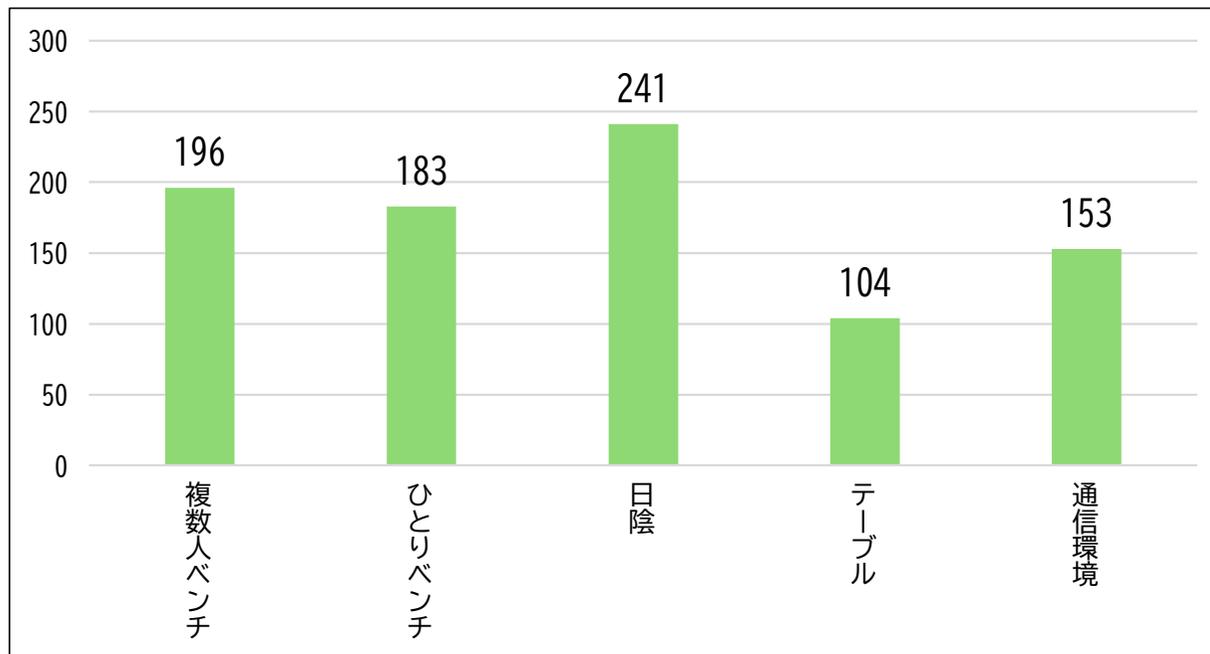
日陰



作業ができるテーブル



通信環境
(フリーWi-fi)



3 ベンチの利用者アンケート結果

魅力的なお店や滞在・休憩できる場所がほしい、ベンチの設置が必要等の回答が多く挙がりました。

⑤ スターモールが居心地良くなるために必要なもの

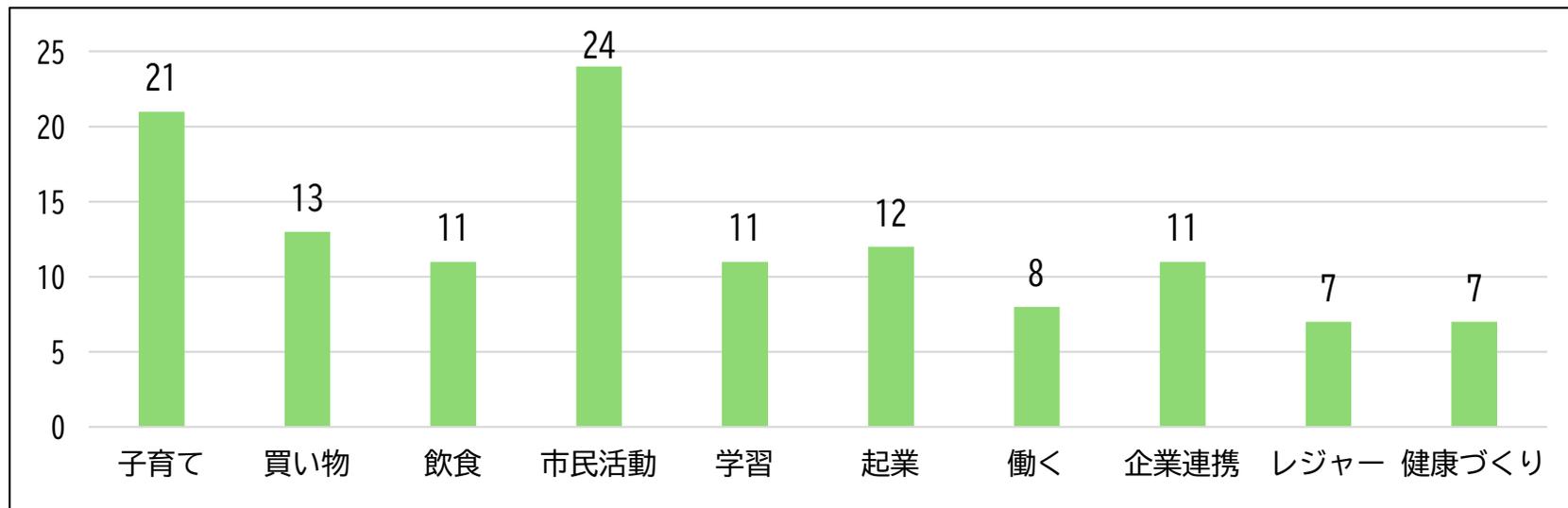
- ・ 活気ある、魅力的なお店（23）
 - ・ 滞在できる場所（15）
 - ・ ベンチ（14）
 - ・ 緑や自然（12）
 - ・ 屋根、日陰（10）
 - ・ カフェ（10）
 - ・ イベント開催（10）
 - ・ 子どもの遊び場（8）
 - ・ 自転車の動線を分離（8）
 - ・ 空き店舗を減らす（8）
 - ・ 綺麗な外観（7）
 - ・ 飲み歩き、食べ歩きできる環境（5）
 - ・ 駐輪場（5）
 - ・ 色々な業種の店舗（4）
 - ・ 道路の整備（3）
 - ・ お店の連続性（3）
 - ・ 飲食店（3）
 - ・ イートインできるお店（3）
- など

4 お店ひろば利用者アンケート結果

【シールアンケート調査】《評価①・③に関する調査》
お店ひろば内にパネルを設置し、シールを貼る形で回答
調査日：2025年9月19日（金）～10月20日（月）

滞留空間で増えそうな活動では、市民活動が24と最も多く、子育てが21、買い物が13と続きます。

Q. 滞留空間でどのような活動が増えそうか（複数回答） 〈N=125〉



5 歩行者交通量の検証

【交通量調査】《評価②に関する調査》

○次項に示す調査地点に置いて動画撮影による交通量調査を実施

調査日：7日間

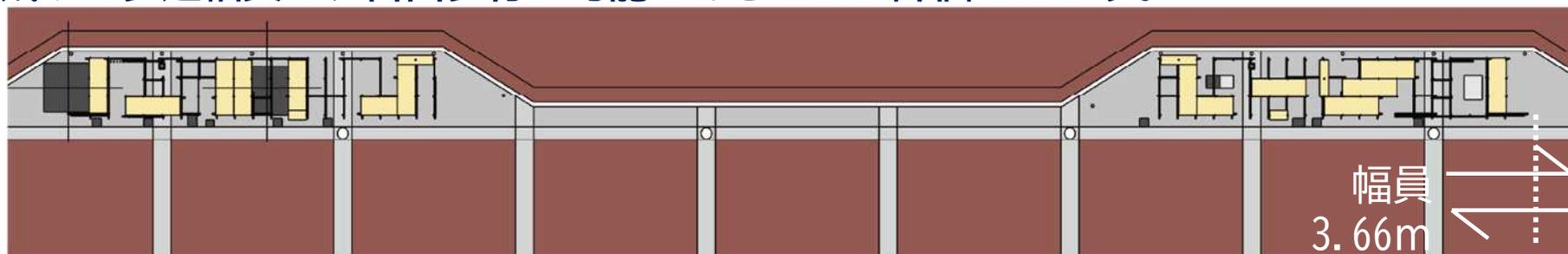
9月19日(金)、9月21日(日)、9月27日(土)、10月2日(木)、
10月5日(日)、10月12日(日)、10月18日(土)

方法：

撮影した映像をもとに、東西方向に移動する歩行者と自転車の交通量をそれぞれカウントした。また、15分単位で交通量を集計した。

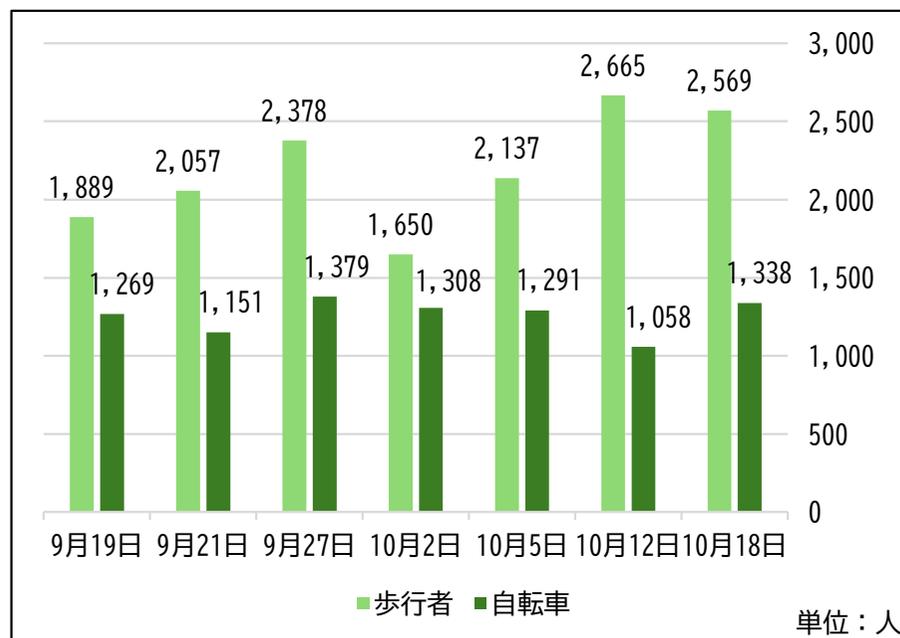
5 歩行者交通量の検証

実験区間（湘南スターモール）の歩行者交通量は、10～18時の8時間で約1,700～2,700人、自転車交通量は、約1,100～1,400台でした。評価基準（大規模開発地区関連交通計画マニュアル）に沿って計算すると、4.04人/m・分 判定Aとなり、歩道上にベンチを設置しても残りの歩道幅員で、自由歩行が可能であることが評価できます。



調査地点

調査日別歩行者交通量グラフ



	ピーク交通量 (人/15分)
東行き 歩行者	75
東行き 自転車	35
西行き 歩行者	73
西行き 自転車	39
合計	222

4.04人/m・分
判定 A 自由歩行

評価基準（大規模開発地区関連交通計画マニュアル）

- A 自由歩行 ~27人/m・分
- B やや制約 27~51人/m・分
- C やや困難 51~71人/m・分
- D 困難 71~87人/m・分
- E ほとんど不可能 87~100/m・分

5 歩行者交通量の検証（参考）

大規模開発地区関連交通計画マニュアルより安全性を確認した

大規模開発地区関連交通計画マニュアルでは、歩行者流量によるサービス水準を下記の通り示している。（P42）

$$\begin{aligned} \text{サービス水準} &= \text{1分間に幅員1mの範囲を通過する歩行者数} \\ &= \frac{\text{15分間でピーク時に222人（ピーク交通量合計）}}{\text{幅員3.66m} \times \text{15分間}} \\ &= 4.04\text{人/m} \cdot \text{分} \end{aligned}$$

評価基準（大規模開発地区関連交通計画マニュアル）

A 自由歩行	~27人/m・分
B やや制約	27~51人/m・分
C やや困難	51~71人/m・分
D 困難	71~87人/m・分
E ほとんど不可能	87~100人/m・分

4.04人/m・分

判定 A 自由歩行

6 商店街店主アンケート結果

【スターモール商店街店主アンケート概要】 ‹‹評価④に関する調査››

対象者：スターモール商店会会員

回答期間：2025年12月19日（金）～2026年1月16日（金）

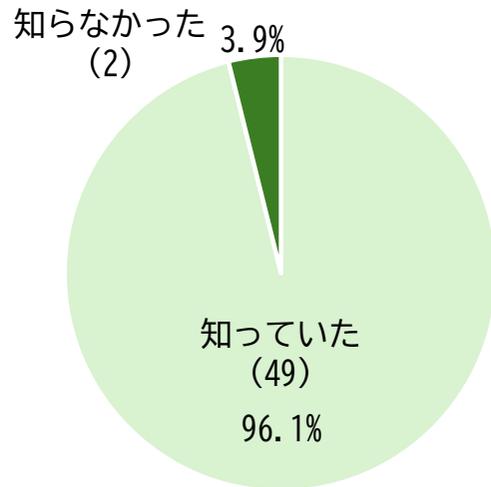
商店街アンケート配布数：59

アンケート回答者数：51

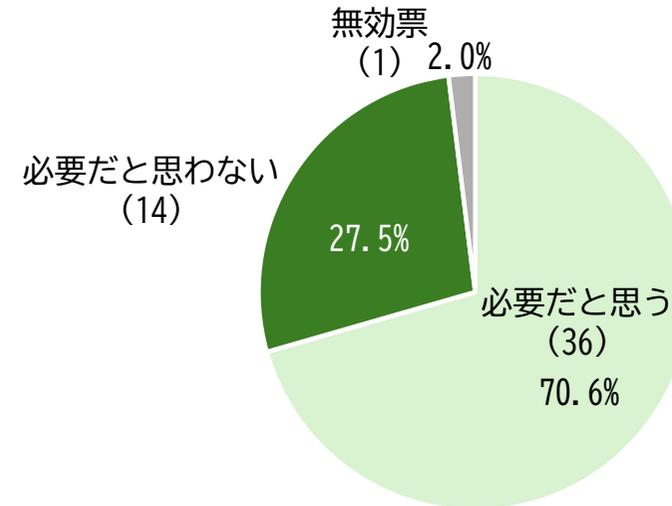
回答率：86.4%

6 商店街店主アンケート結果

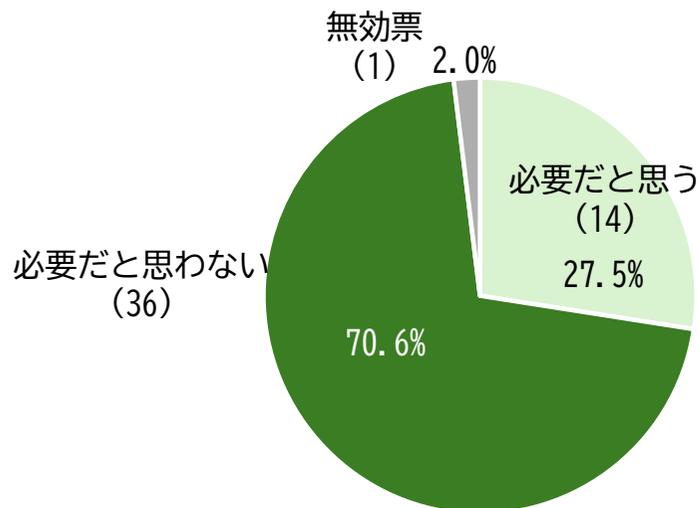
問1. 社会実験を知っていたか 〈N=51〉



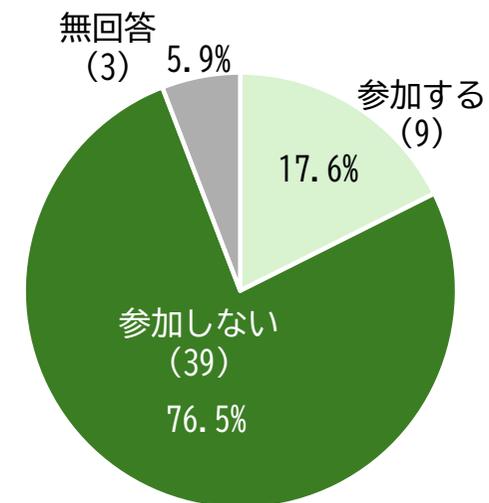
問2. スタモに滞留空間は必要か 〈N=51〉



問3. 自分の店舗前に滞留空間は必要か 〈N=51〉



問4. 意見交換会に参加するか 〈N=51〉



6 商店街店主アンケート結果

問5. 社会実験やスターモールのまちづくりに関する自由意見

- キッチンカーのタイムテーブルが分かりづらかった。
- 今回の社会実験は良い試みだと思う、ホームレス対策を協議してほしい。
- 滞留空間は必要だが、駐輪スペースの方が必要。
- 店前のパーキングが使用禁止となり、荷物の搬入・搬出が大変だった。
- ベンチは簡易とはいえ、ケガをしそうだった。
- 社会実験を実施していることを知らない人が多かった。
- 滞留空間は無いよりはあった方が良いが、売上向上に結び付くようには思えない。
- 実験のコンセプトが曖昧で、実現に向けたイメージがしづらい。
- 最終的な目標のイメージを共有して進めるべき。
- まずは店を増やすことが一番大事だと思う。

など

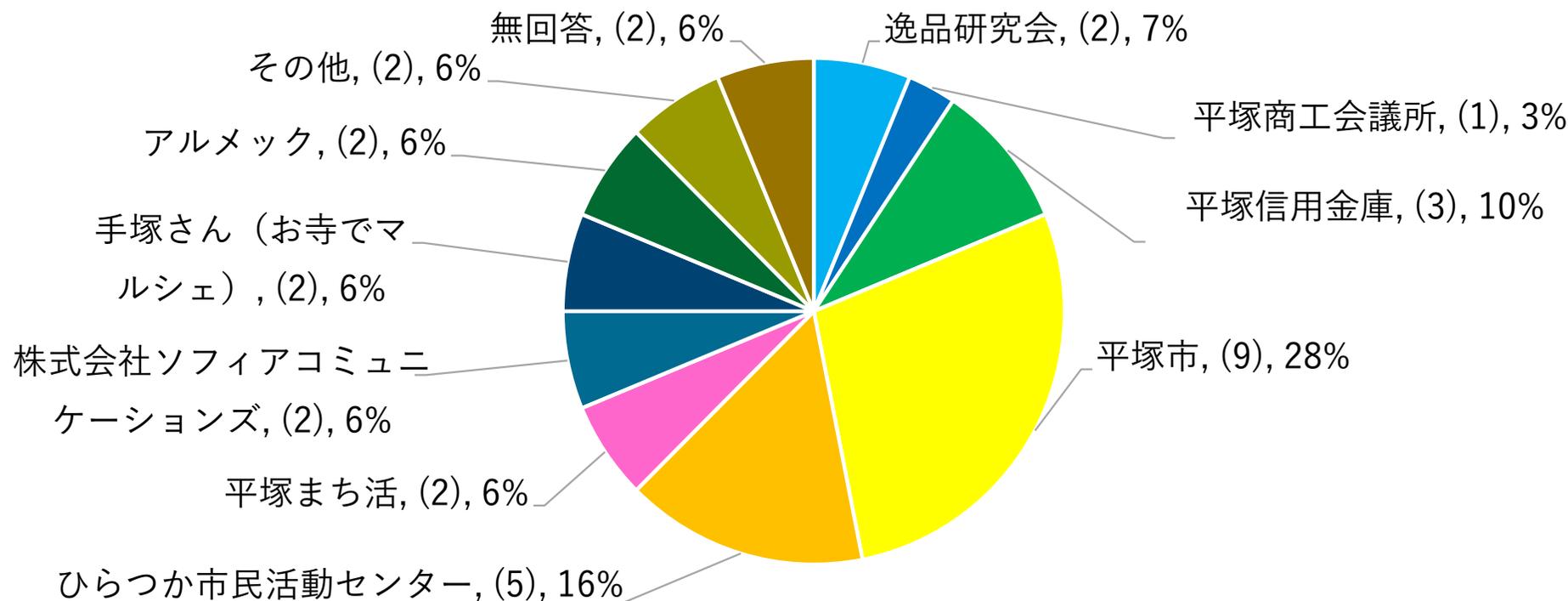
7 出店者アンケート結果

【お店ひろば内出店者アンケート結果】 《評価⑤に関する調査》

お店ひろば内出店者数：33
アンケート回答者数：32
(1店舗で複数人出店の場合は複数人回答)
回答率：97.0% (参考値)

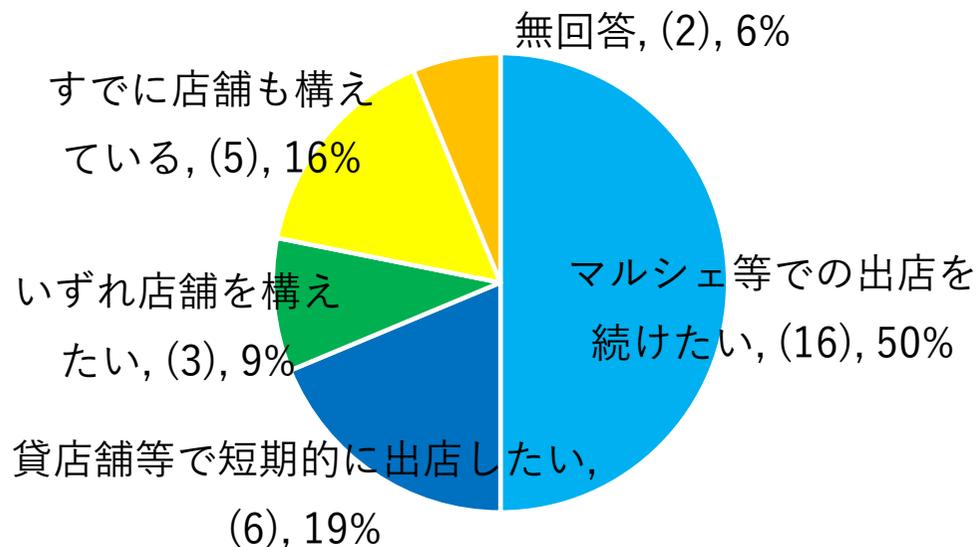


問1. 紹介いただいた方

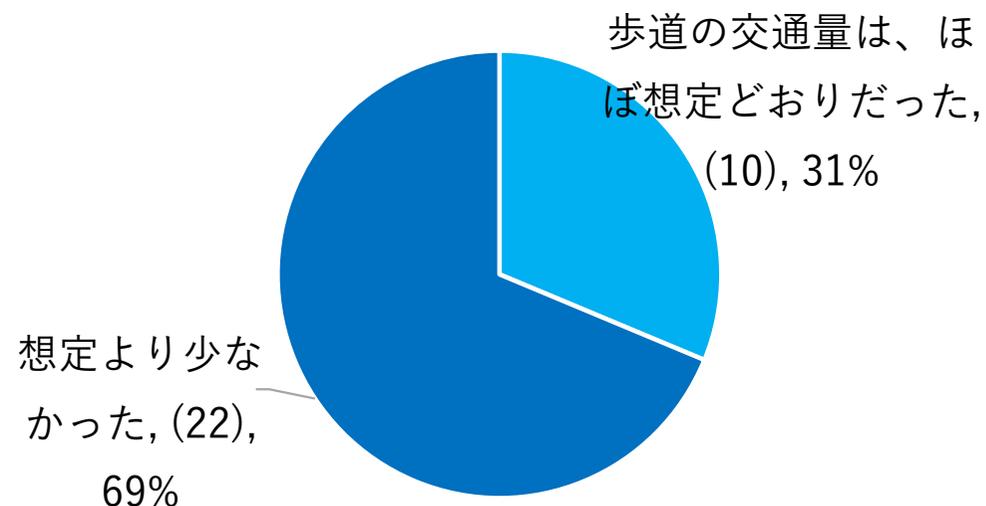


7 出店者アンケート結果

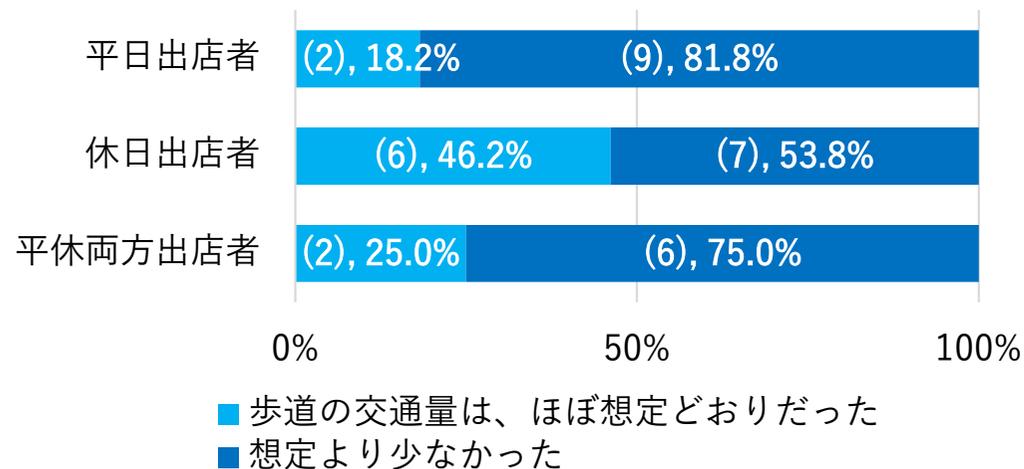
問2. 今後の事業予定



問3. 歩道の人の流れ

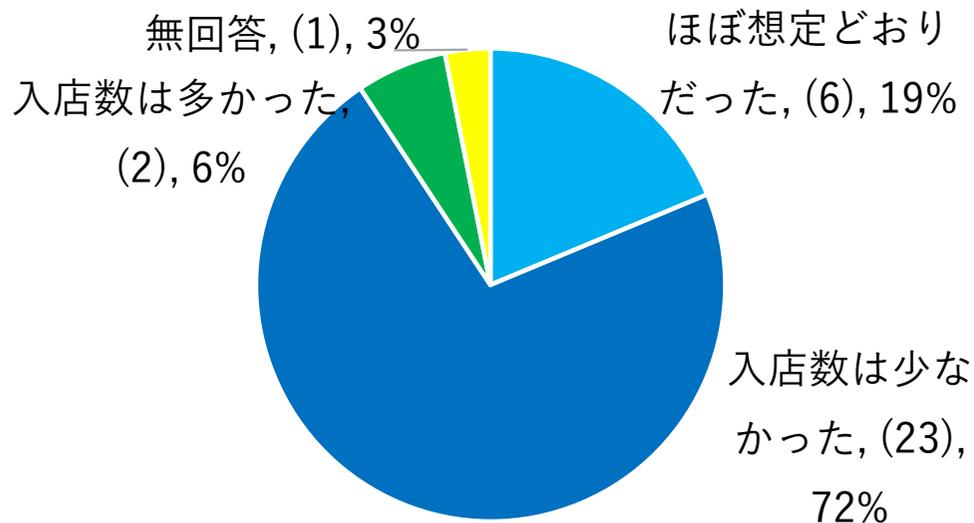


【クロス集計】 問3. 歩道の人の流れ

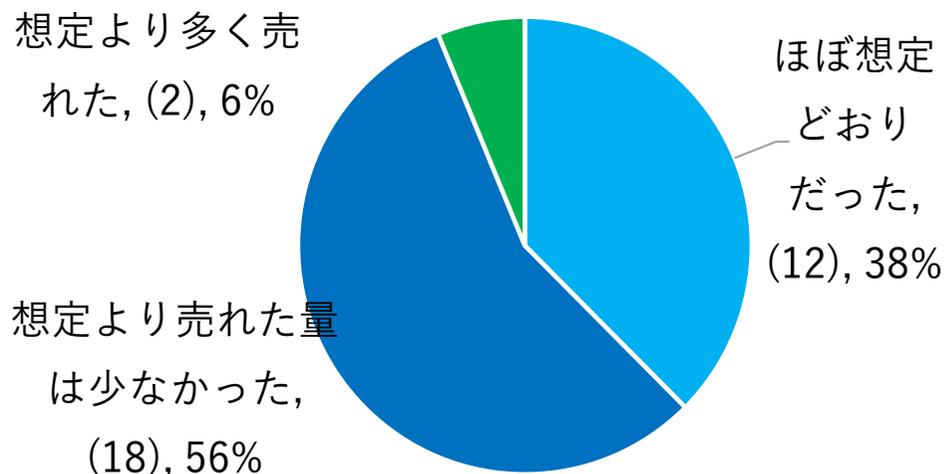


7 出店者アンケート結果

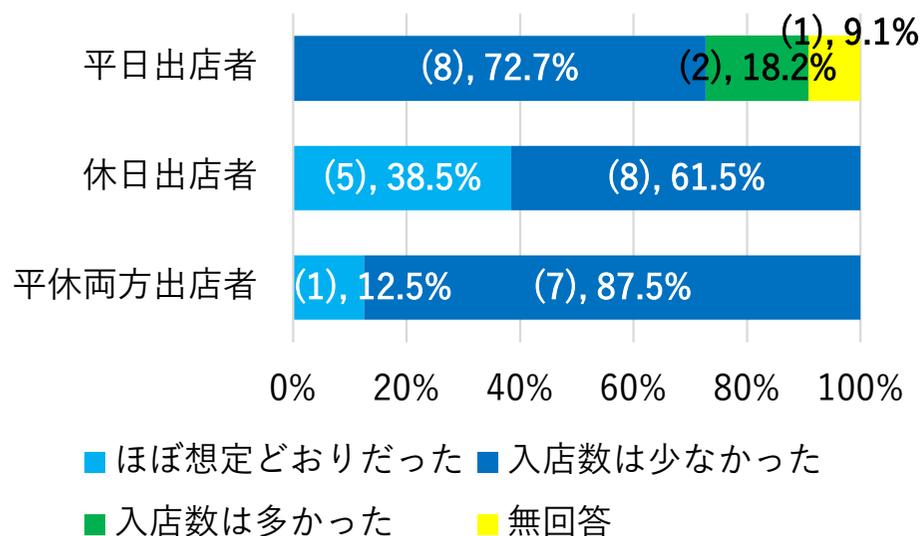
問4. 店舗内への入店状況



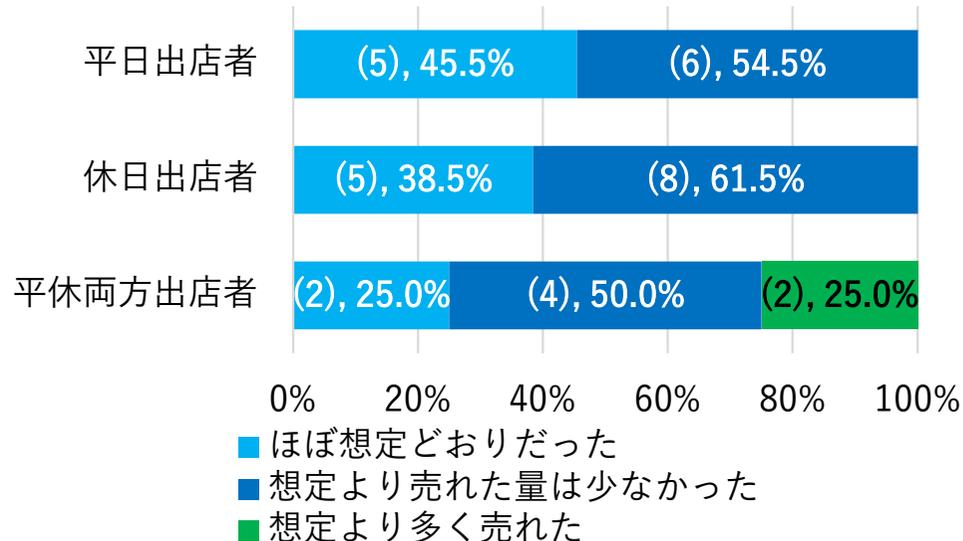
問5. 出店での販売量



【クロス集計】 問4. 店舗内への入店状況

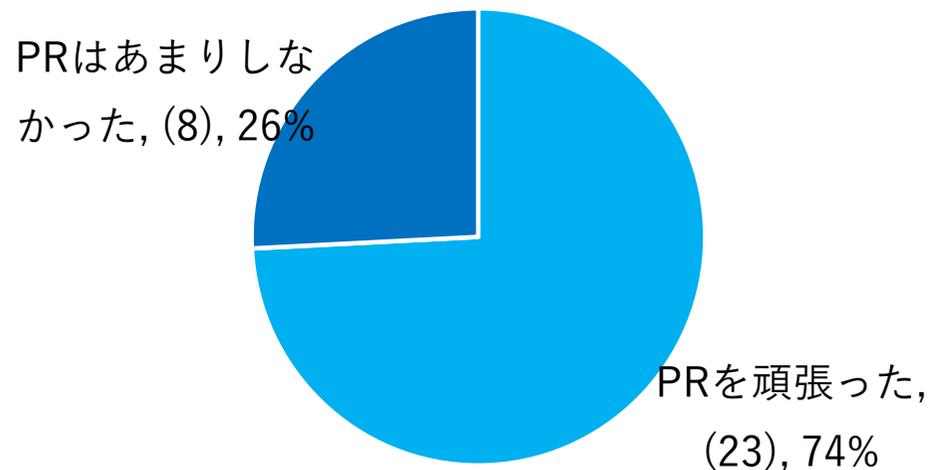


【クロス集計】 問5. 出店での販売量

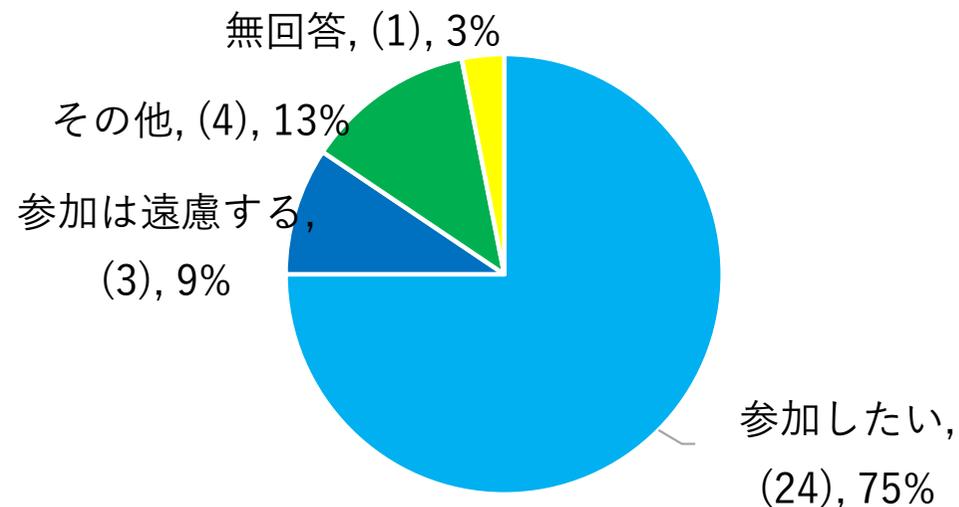


7 出店者アンケート結果

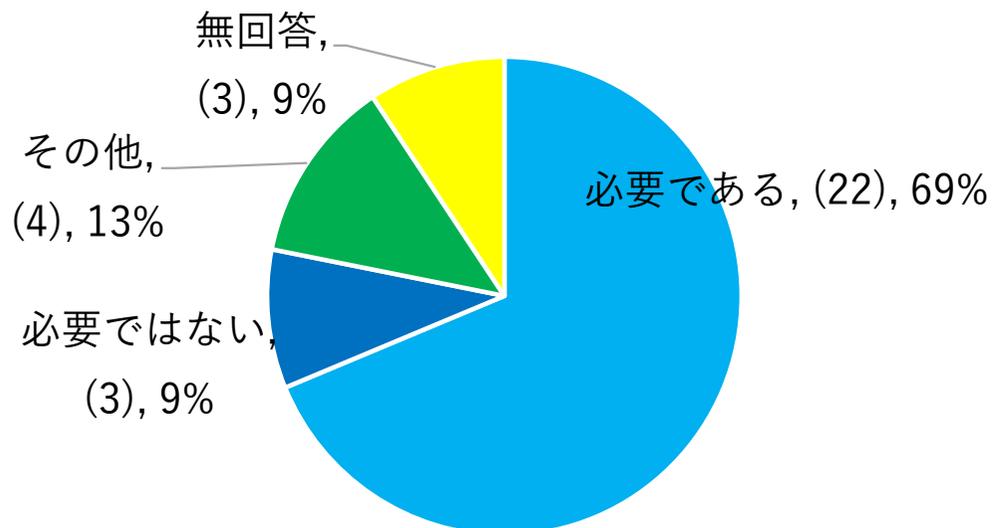
問6. 集客のためのPR



問7. 駅周辺地区でのイベント出店機会



問8. 店舗でのチャレンジスペース



問9. 主な意見・感想

- ・ 出店者同士の繋がりができて良かった
- ・ 初めて出店する機会となり良かった
- ・ もっと人通りが多い場所が良い
- ・ もっと集客のための宣伝が必要
- ・ ジャンルごとに日を分けた方が良い (子ども、鉄道、若い女性、お酒等)
- ・ 内装の状態がもっと良い方が良い
- ・ 商店街店舗のチャレンジも必要 など

7 出店者アンケート結果

【キッチンカー出店者アンケート結果】

キッチンカー出店者数：18（内4店舗は未出店）

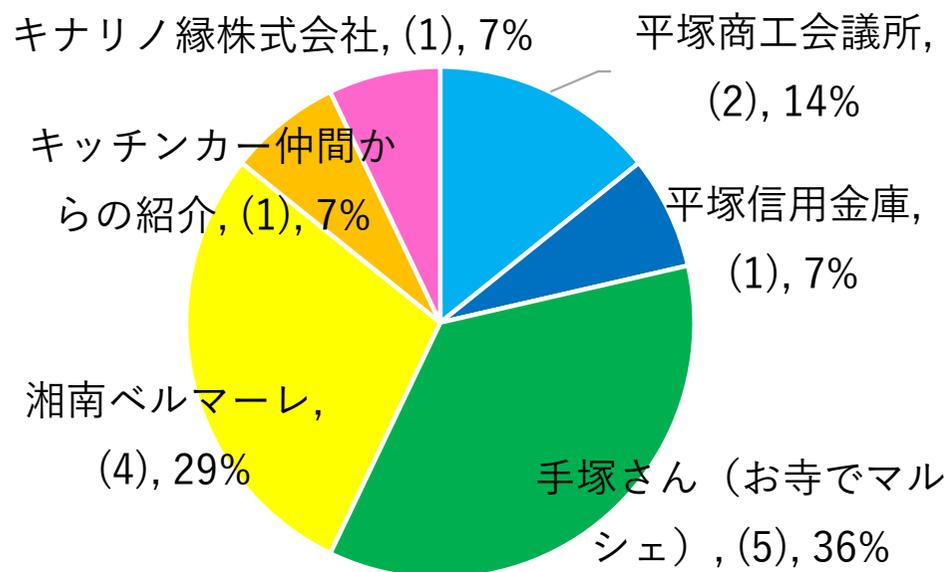
アンケート回答者数：14（内2店舗は未出店）

注）未出店：出店申し込みがあったものの、当日の天候等の事情で出店できなかった出店者

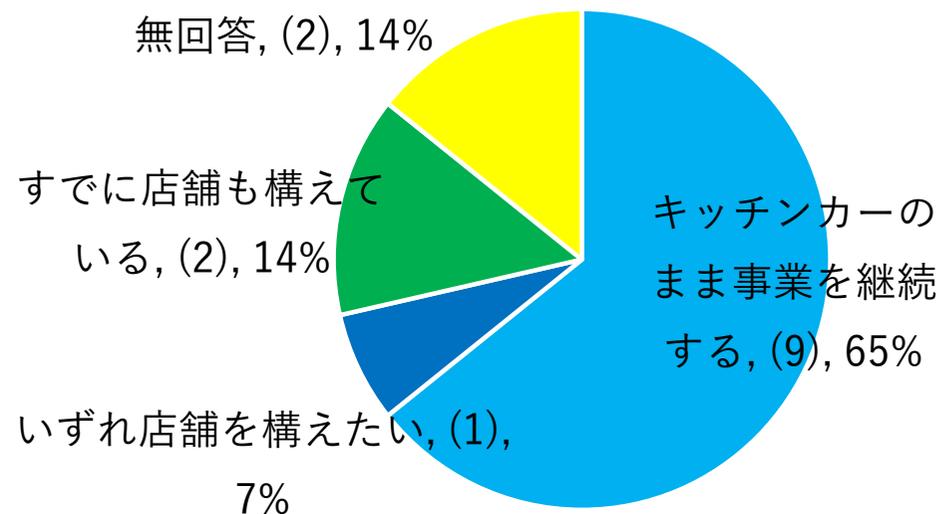


回答率 77.8%（未出店未回答を除くと87.5%）

問1. 紹介いただいた方

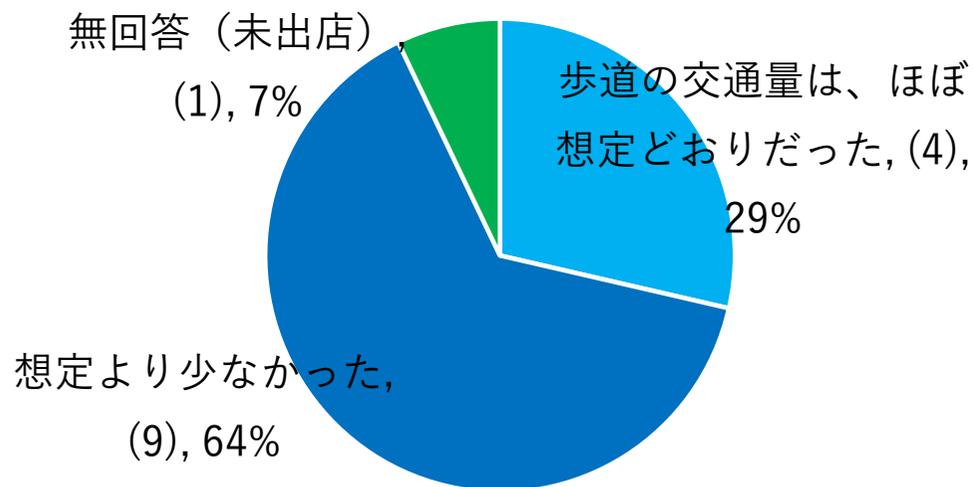


問2. 今後の事業予定

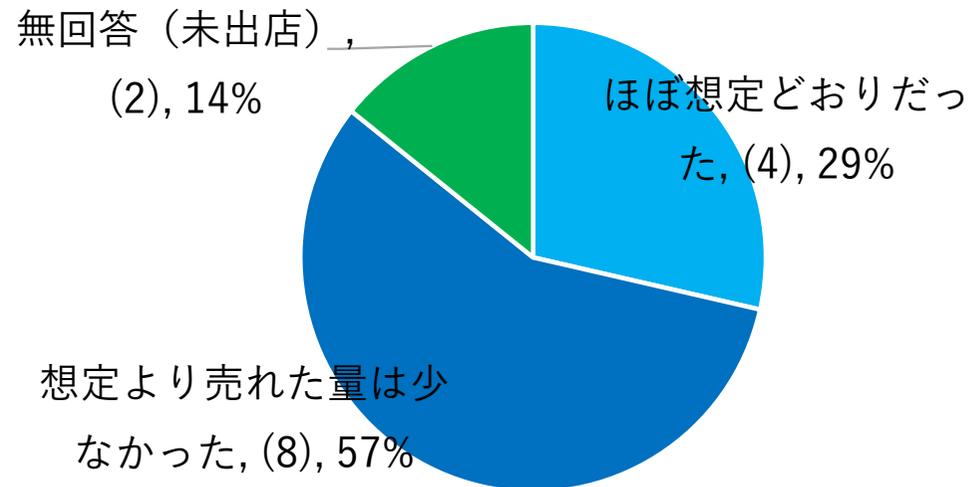


7 出店者アンケート結果

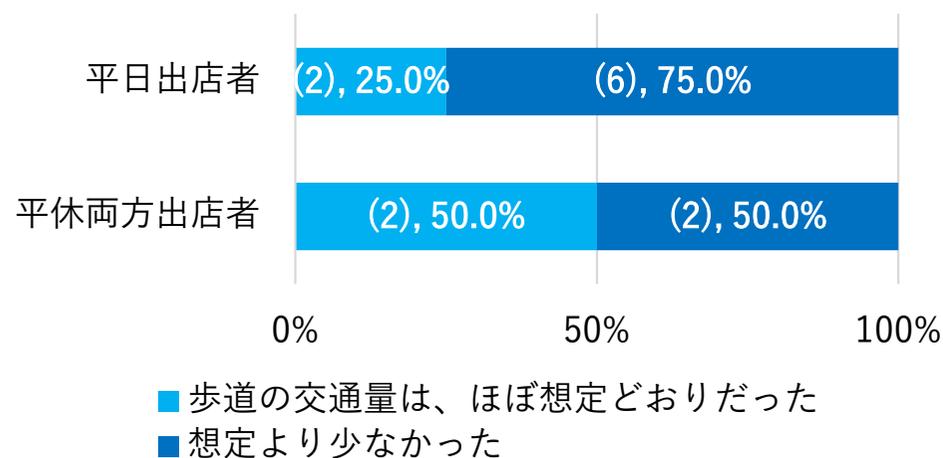
問3. 歩道の人の流れ



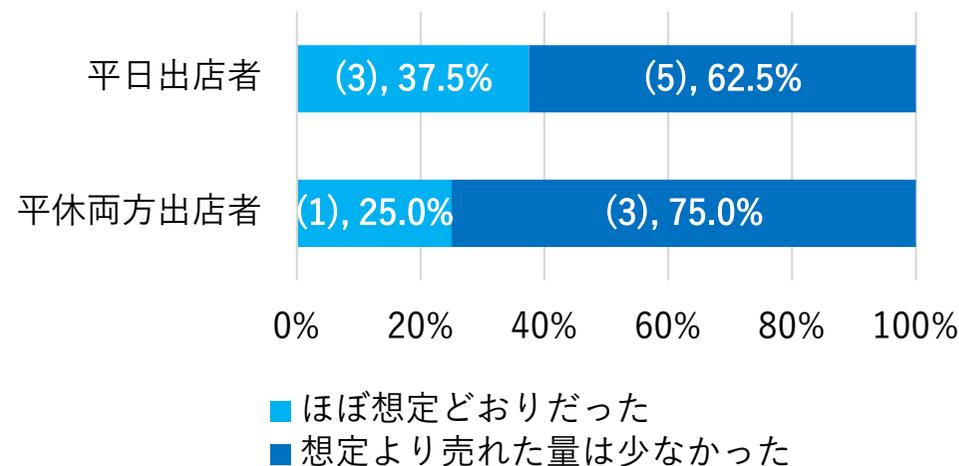
問4. キッチンカーの販売量



【クロス集計】 問3. 歩道の人の流れ

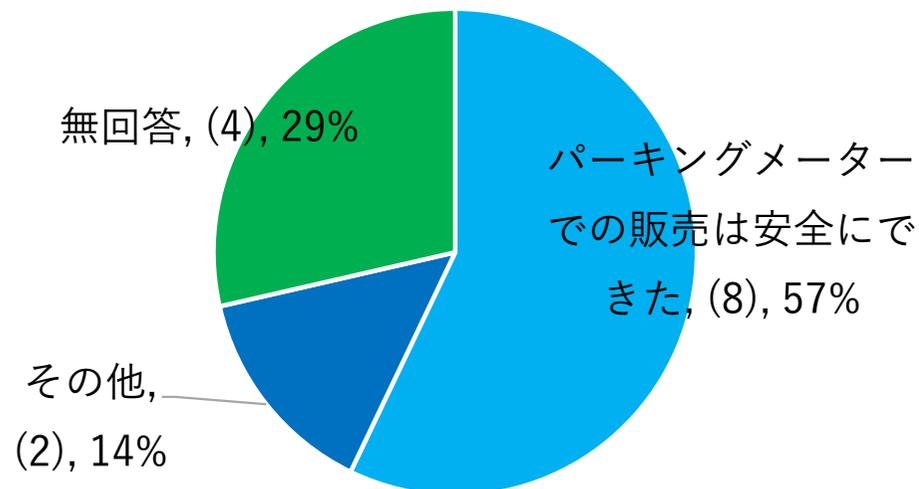


【クロス集計】 問4. キッチンカーの販売量

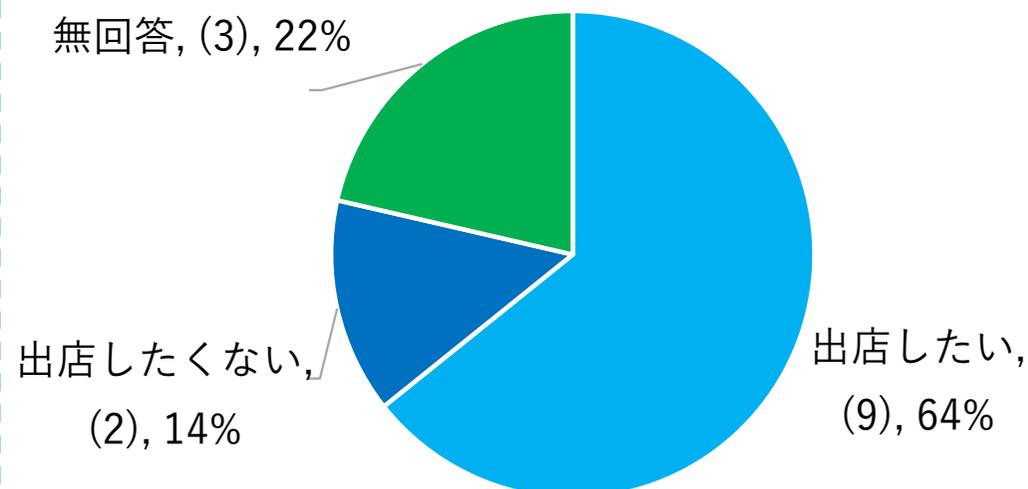


7 出店者アンケート結果

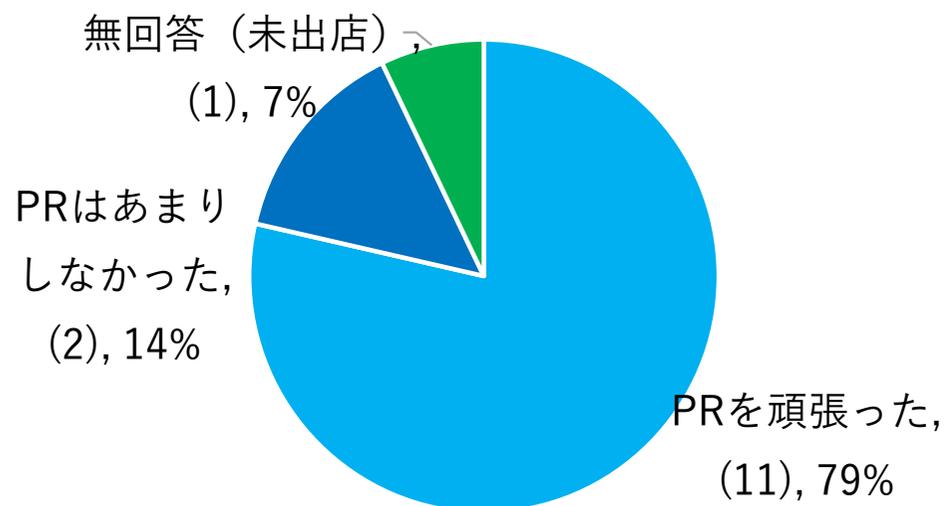
問5. パーキングメーターでの営業



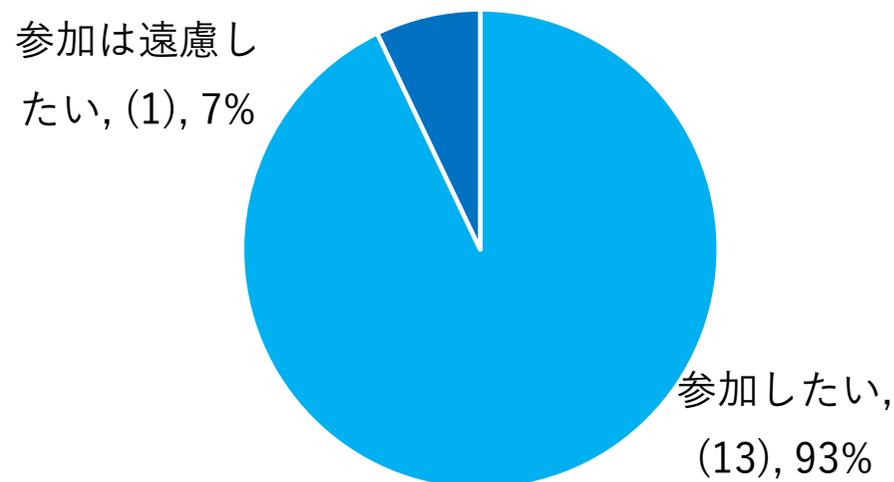
問6. パーキングメーターでの今後の出店



問7. 集客のためのPR



問8. 駅周辺地区でのイベント出店機会



7 出店者アンケート結果

問9. 主な意見・感想

- ・ベンチを案内したが、チラシと違うと言われてしまった。チラシのようなベンチが今後できると良い
- ・W i - F i が使えることがとても良い
- ・商店街の商店の方の意識を変える必要がある（17時閉店等）
- ・いい雰囲気の商品街であるが、人通りが少ないと感じた。もっと商店街を盛り上げる方法があればぜひ協力したい

など

8 出店者グループヒアリング結果

【出店者グループヒアリング概要】 ‹‹評価⑤に関する調査››

出店者を対象に、今回の社会実験を通して今後の整備に向けて、施設内容や条件についてヒアリングを行った。市内の方はグループヒアリング、市外の方はオンラインにて実施した。

調査方法：

- | | | |
|---------------------|--------------------------|----|
| 1.オンラインヒアリング | 2026年1月20日（火）13:30～14:30 | 1名 |
| | Zoomにて実施 | |
| 2.グループヒアリング① | 2026年1月20日（火）16:00～17:00 | 4名 |
| | まちなかベースきちきち | |
| 3.グループヒアリング② | 2026年1月20日（火）19:00～20:00 | 3名 |
| | まちなかベースきちきち | |

調査内容：

- 1) 複数店舗でシェアし出店する際の施設内容
- 2) キッチンカーでパーキングメーターへ出店する際の道路空間の条件
- 3) 本格出店の際の条件

8 出店者グループヒアリング結果

【複数店舗でシェアし出店する際の施設内容】

問1. シェア店舗等に出店する際のテナントの条件（広さ、出店料、人通り等）

- ・広さは今回の実験同等（1坪程度）で十分である。
- ・出店料は駐車場代等を含む金額による。原価率の5～10%程度が妥当。
- ・人通りはもう少しあった方が良い。入りやすさの工夫が必要。
- ・人通りが多くても売り上げに繋がらない場合もある。

問2. シェア店舗の近隣の条件（駐輪場や駐車場等）

- ・搬入出時に駐車場は必要である。

問3. その他、気にするもの

- ・シェア店舗内に空いている空間がない方が良い。
- ・シェア店舗の際、同日に出店する店舗の業種や分類を行った方が良い。
- ・大きな看板等通りかかった人がわかる工夫が必要。
- ・出店する商店会と共同していく必要がある。

問4. 定期的な出店

- ・月1回とかであれば出店したい。

問5. まちづくりへの参加意向

- ・まちづくりにつながるイベント等は今後も出店していきたい。

8 出店者グループヒアリング結果

【キッチンカーでパーキングメーターへ出店する際の道路空間の条件】

問1. 出店する際の条件（時間、出店料、人通り等）

- ・ 定期的に行うのであれば出店料はとった方が良い。
- ・ 周辺店舗の営業時間や人の導線は重要である。

問2. 近隣の条件（トイレの近さ等）

- ・ 電源がとれる設備があると良い。

問3. その他、気にするもの

- ・ パーキングメーターが空車の際に一般の方に駐車されない工夫が必要。

問4. 定期的な出店

- ・ 場所や条件によるが出店したい。

問5. まちづくりへの参加意向

- ・ 今回の社会実験と同様の取り組みがある際は教えてほしい。

8 出店者グループヒアリング結果

【本格出店の際の条件】

問1. どういうまちに出店したいか

- ・縁のあるまち（夫の地元）。
- ・平塚で出店したい。

問2. 出店する際のテナントの条件（広さ、家賃、人通り等）

- ・家賃を第一条件として探している。（月10万円程度）
- ・敷金、礼金が高く難しいと感じている。

問3. 出店時期について

- ・来年を目指している。
- ・空き店舗ツアーに参加し、採算がとれず未定となっている。

問4. テナント近隣の条件（駐輪場や駐車場等）

- ・駐車場や駐輪場は大事である。

問5. 商店街との関係について

- ・イベント等への参加は行いたい、子育てと調整が必要である。
- ・加入は必要と考えている。

8 出店者グループヒアリング結果

【本格出店の際の条件（つづき）】

問6. まちの雰囲気

- ・重視しない。

問7. 出店にあたり、近隣の店舗へ配慮すること

- ・特になし。

問8. 出店にあたり困っていることや課題

- ・予算感にあったテナント探し。
- ・業態（販売だけでなく、教室、WS、アトリエ等）の検討。
- ・まずはシェア店舗で出店できると良い。
- ・日頃から空き店舗情報が確認できる仕組みがあると良い。

問9. まちづくりへの参加意向

- ・まちづくりにつながるイベントへの出店は考えている。

9 結果の考察

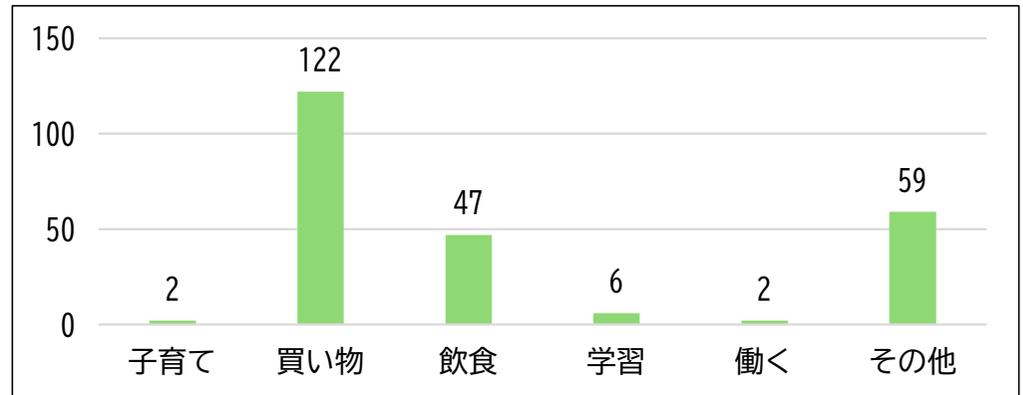
評価① 将来構想に示すまちづくりに合致しているか？

(平塚駅周辺地区将来構想に基づくアクティビティ創出効果)

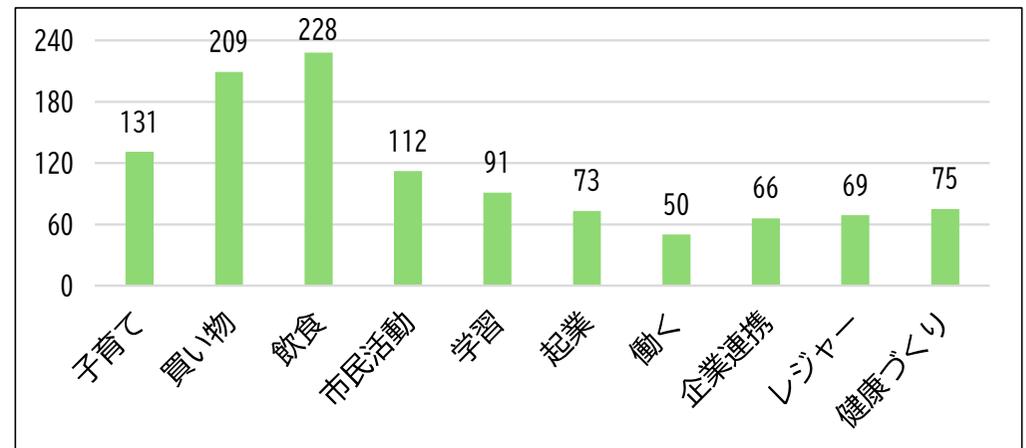
道路について

- 道路上のベンチで「買い物」、「飲食」に関するアクティビティが多く見られました。
 - ベンチ利用者アンケート結果から、「飲食」、「買い物」、「子育て」、「市民活動」に関する活動への期待が高いことが明らかになりました。
- ⇒ 「子育て」や「市民活動」は社会実験中にあまり見られませんでした。ニーズが高いため、道路上の滞留空間で実施できるような機能が求められます。また、行われたアクティビティ数としては少なかったですが、「学習」は滞在時間が長かったため、行われたアクティビティ数が多いもののみを整備に反映するのではなく、長時間滞在することによる効果や行動も踏まえ、整備に向けて検討する必要があります。
- ⇒ 一方で、「学習」、「起業」、「働く」、「企業連携」、「レジャー」、「健康づくり」に関しては、道路空間で創出しにくいいため、他のまちづくりで対応するよう検討していく必要があります。

ベンチの利用状況：
10月12日（日）、10月20日（月）アクティビティ数の合計（N=238）



ベンチ利用者アンケート結果：
滞留空間でどのような活動が増えそうか（複数回答）（N=1104）



9 結果の考察

評価① 将来構想に示すまちづくりに合致しているか？

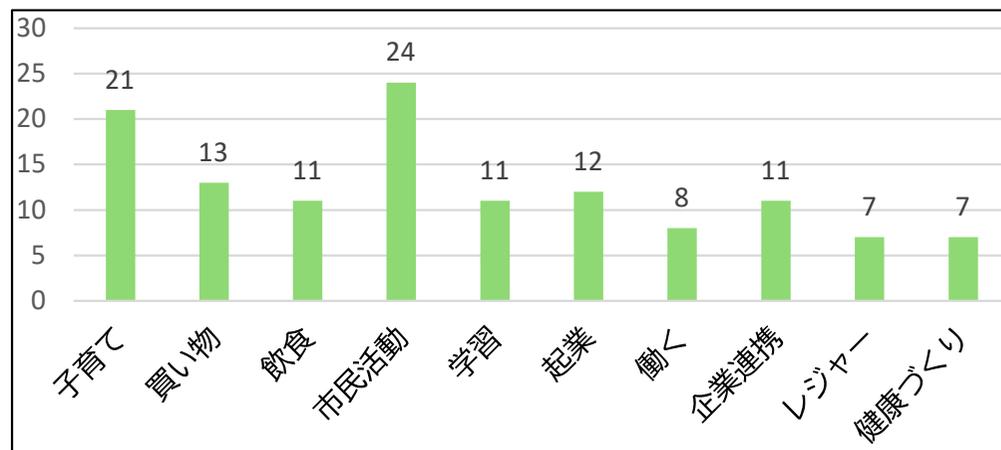
(平塚駅周辺地区将来構想に基づくアクティビティ創出効果)

お店ひろばについて

- お店ひろばに設置したシールアンケート結果から、「市民活動」と「子育て」に関する活動への期待が高いことが明らかになりました。

⇒ 「市民活動」と「子育て」の活動を行うことができるフリースペースや拠点の整備が求められています。

お店ひろばシールアンケート結果：
滞留空間でどのような活動が増えそうか（複数回答）〈N=125〉



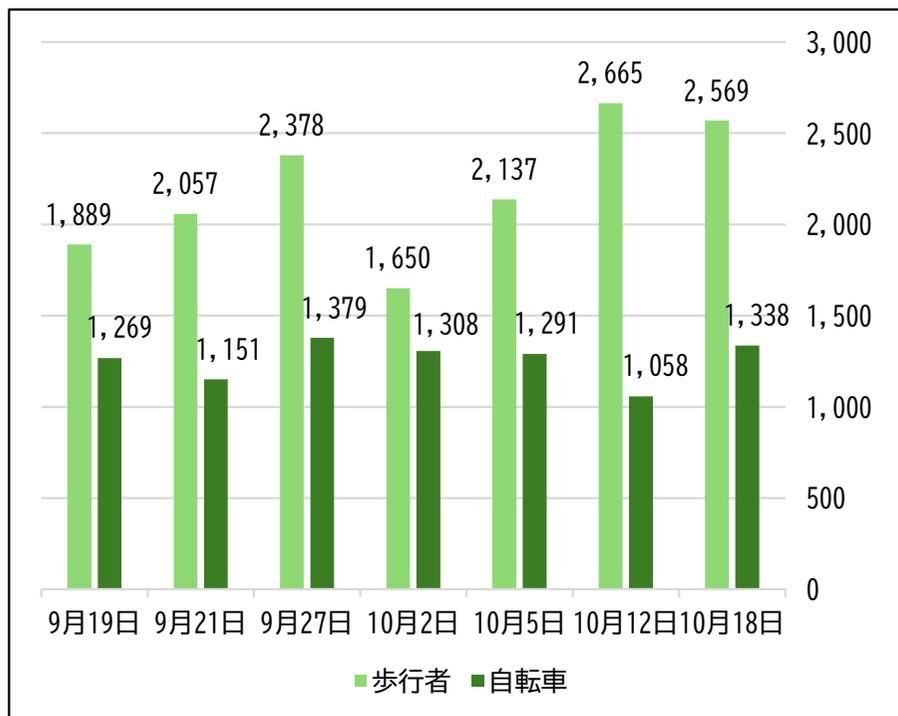
9 結果の考察

評価② 歩行者の交通に影響なく空間が整備できるか？ (歩行者の快適性)

- 歩行者交通量を大規模開発地区関連交通計画マニュアルに基づき評価すると、判定はAであり、自由歩行が可能な状況でした。

⇒ この結果から、歩行者の円滑な通行を維持しながら歩道上に滞留空間を整備することができます。

調査日別歩行者交通量グラフ



	ピーク交通量 (人/15分)
東行き歩行者	75
東行き自転車	35
西行き歩行者	73
西行き自転車	39
合計	222

4.04人/m・分
判定 A 自由歩行

評価基準 (大規模開発地区関連交通計画マニュアル)

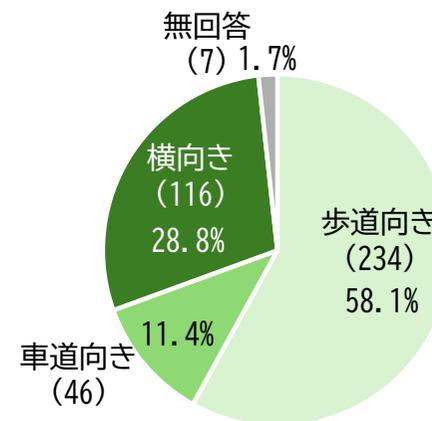
- A 自由歩行 ~27人/m・分
- B やや制約 27~51人/m・分
- C やや困難 51~71人/m・分
- D 困難 71~87人/m・分
- E ほとんど不可能 87~100/m・分

9 結果の考察

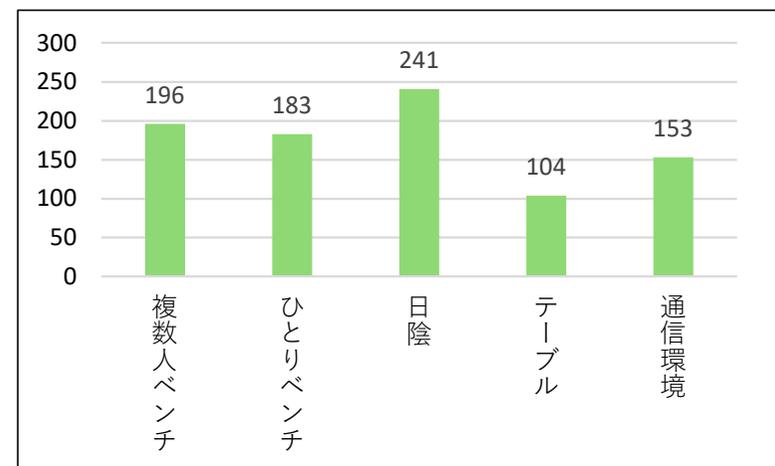
評価③ 来街者のニーズに合った空間はどのようなものか？（来街者ニーズ）

- ベンチ利用者アンケート結果から、座りやすいベンチの向きは、「歩道向き」が最も多いことが明らかになりました。
- さらに、「日陰」や「複数人で会話できるベンチ」が道路空間に必要であるという意見が多く挙がりました。
- また、スターモールが居心地よくなるために必要なものとして、「活気ある、魅力的なお店」、「滞在できる場所」、「ベンチ」、「カフェ」が必要という意見も挙がりました。

ベンチ利用者アンケート結果：
座りやすいベンチの向き 〈N=403〉



ベンチ利用者アンケート結果：
道路に必要な機能等（複数回答） 〈N=877〉

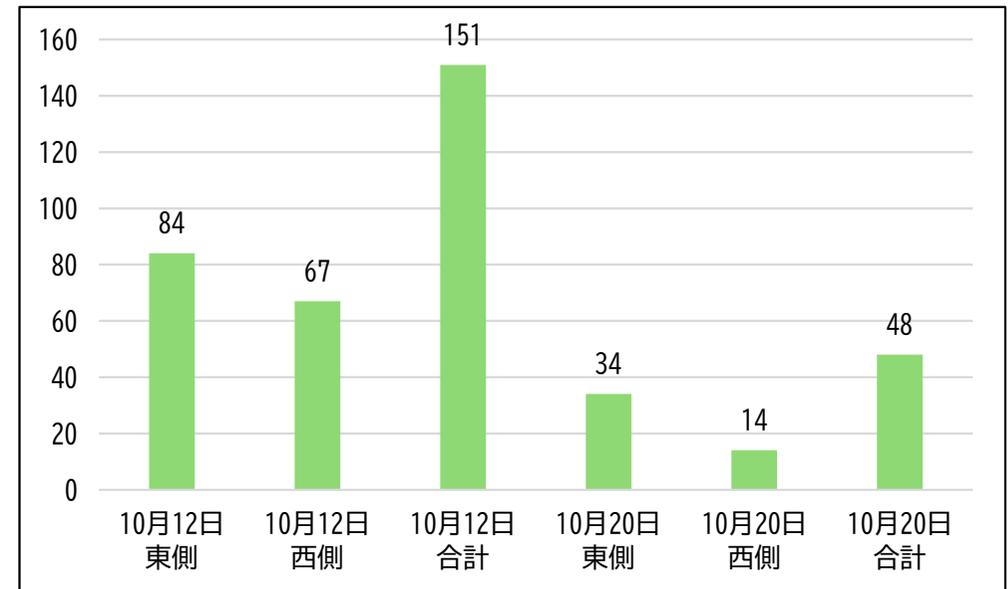


9 結果の考察

評価③ 来街者のニーズに合った空間はどのようなものか？（来街者ニーズ）

- ベンチの利用状況から、西側よりもお店ひろば前に設置した東側のベンチが多く利用されていたことが明らかになりました。
- ⇒ これらを踏まえると、スターモールには「座りやすい歩道向きのベンチ」、「日影」、「魅力的なお店」という空間の機能が、来街者ニーズとしてあると言えます。
- ⇒ また、店舗前にベンチを設置することで、店舗利用者がベンチをあわせて利用しやすくなるという、店舗とベンチの関係性も明らかになりました。
- ⇒ 「働く」のアクティビティが行われた座席が24、31であり、机が設置されていたことから（p.30）、「働く」アクティビティに必要な設備として「机」が考えられます。
- ⇒ 7,8,10,11,18,19,24,29,30等の座席は、他の座席と比較して利用されにくい傾向がありました（p.27~30）。これは、座る際に木材をまたぐ必要があるという構造上の要因が可能性として考えられるため、本設までに再度構造の検討が必要です。

ベンチの利用状況：
10月12日(日)、10月20日(月) 滞在人数(人)

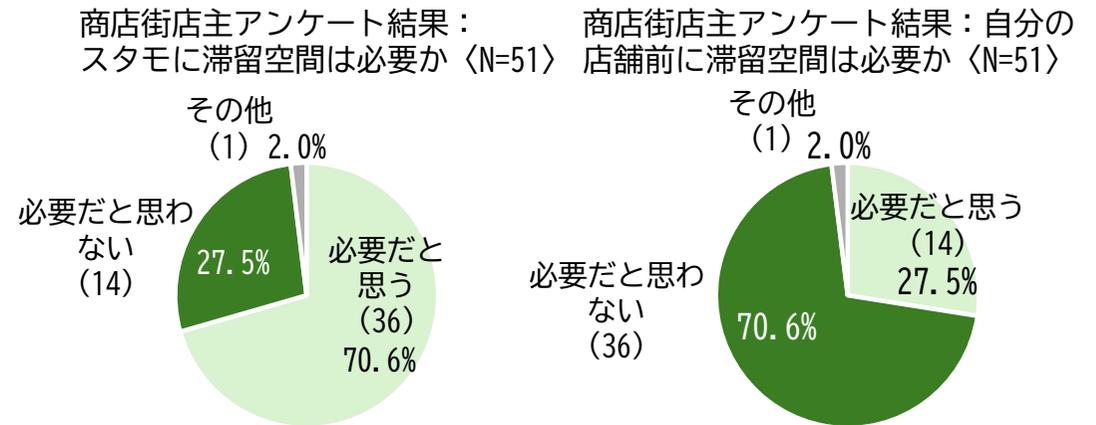


9 結果の考察

評価④ 商店主の協力を得て維持していくことができるか？（商店主のニーズ）

- 商店街店主アンケート結果から、スターモールに滞留空間が必要だと思う人の割合は70.6%、自分の店舗前に滞留空間が必要だと思う人の割合は27.5%でした。

⇒ 地域の方と話し合いながら、適切な場所を決め、滞留空間を整備していくことが必要です。



9 結果の考察

評価⑤ 新規出店を誘導するためにはどのようなことが重要になるのか？

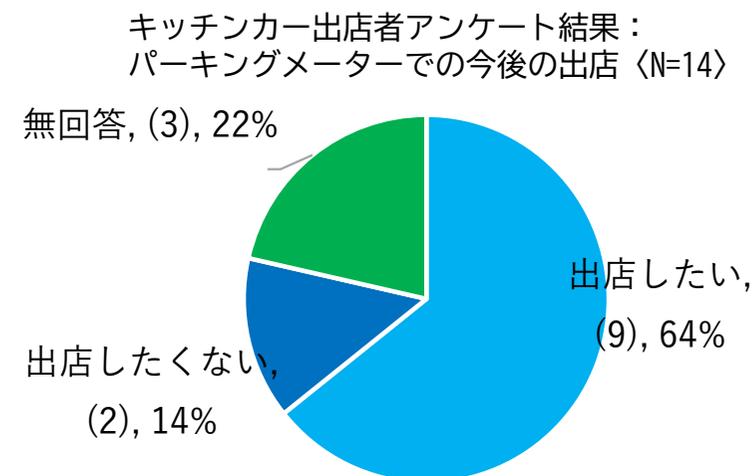
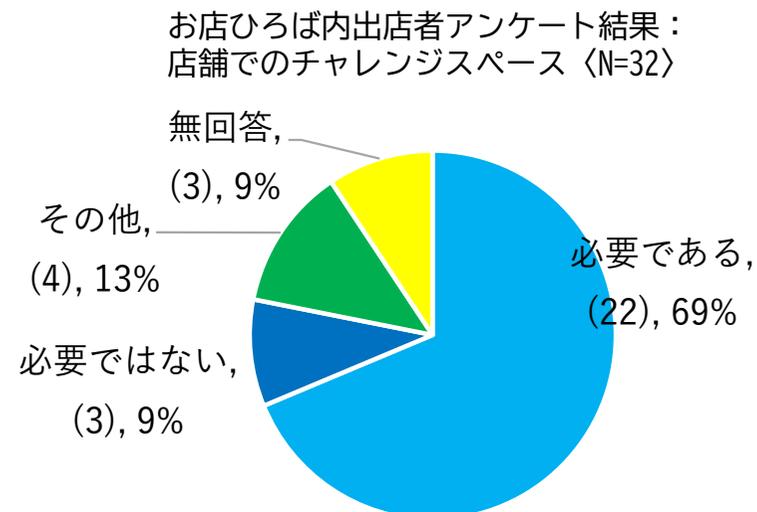
(新規出店のニーズ)

- お店ひろば内出店者アンケート結果から、店舗でのチャレンジスペースは必要であると回答した方が69%でした。
- 出店者グループヒアリング結果から本格出店へ向けて、シェア店舗があればまずは出店したいという話がありました。

⇒ 本格出店に向けて、シェア店舗へ出店するという需要があり、駅周辺に機能として必要です。

- キッチンカー出店者アンケート結果から、パーキングメーターでの今後の出店について出店したいと回答した方が64%でした。
- 出店者グループヒアリング結果から道路空間の条件として電源設備があると良いという話がありました。

⇒ 今回の社会実験ではパーキングメーターを活用しましたが、そのような道路上へキッチンカーが出店できるスキームは必要であり、その際、電源設備が必要となります。



9 結果の考察

評価⑤ 新規出店を誘導するためにはどのようなことが重要になるのか？ (新規出店のニーズ)

- 出店者グループヒアリング結果から、平塚駅周辺は家賃が高いという話がありました。また、敷金、礼金などの初期投資の話がありました。
 - また、店舗を探す際に、不動産屋からの情報だけでなく、人のつながり、ネットワークによって物件情報が得られると良いという話がありました。
- ⇒ 新規出店を増やすためには、家賃や初期投資にかかる費用について対応していく必要があります。
- ⇒ 新規出店者向けにテナント情報を収集し、見える形にしていく必要があります。