

甘木駅前マルシェ

アンケート結果報告

朝倉市 都市政策課 まちづくり企画係

社会実験 甘木駅前マルシェ

概要	日 時 : 令和5年3月11日(土) 10:00-15:00 場 所 : 甘木駅前駐車場(朝倉市甘木1315-1) 出店数 : 14店舗 開催趣旨: 駅舎や駅前広場等における整備内容についての知見を得る。 市民や関係機関による公共空間の利活用と地域活性化に関わる契機とする。
来場者	約 1,000人 (アンケート配布者数: 900人 + アンケートを受け取られなかった方: 約100人)
当日の様子	

□□ 出店者アンケート □□

アンケート実施方法

駅前マルシェに出店した14店を対象にアンケート調査を実施。
ふくおか電子申請サービスの簡易申請受付を利用して調査。

来場者アンケート回収数

9店 （回答率 64.3%）

【1】開催時間(10時～15時)は適当でしたか？

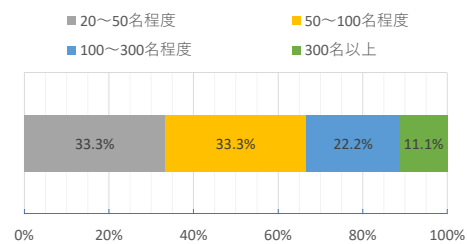
選択肢	回答数	比率
適当だと思う	9	100.0%
もう少し長い方が良かった	0	0.0%
もう少し短い方が良かった	0	0.0%
その他(具体的な希望があれば)	0	0.0%
計	9	100.0%

開催時間については、10～15時で適当だったと言える。

【2】購入者数(概算)はどのぐらいでしたか？

選択肢	回答数	比率
～10名程度	0	0.0%
10～20名程度	0	0.0%
20～50名程度	3	33.3%
50～100名程度	3	33.3%
100～300名程度	2	22.2%
300名以上	1	11.1%

「20～50名程度」「50～100名程度」が共に最も多く、それぞれ3店が回答。次いで2店が「100～300名程度」と回答。
「300名以上」の方に購入された店もあった。

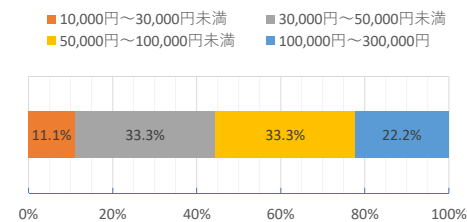


3

【3】売上金額はどのぐらいでしたか？

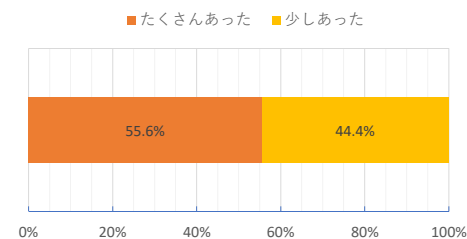
選択肢	回答	比率
10,000円未満	0	0.0%
10,000円～30,000円未満	1	11.1%
30,000円～50,000円未満	3	33.3%
50,000円～100,000円未満	3	33.3%
100,000円～300,000円	2	22.2%
300,000円以上	0	0.0%

「30,000円～50,000円未満」と「50,000円～100,000円未満」が共に最も多く、それぞれ3店ずつが回答。このうち、購入者数(概算)で「20～50名程度」と回答したのは1店、「50～100名程度」と回答したのは2店、「100～300名程度」と回答したのは2店、「300名以上」と回答したのは1店だった。
「100,000円～300,000円」と回答した2店は、購入者数(概算)では、それぞれ「20～50名程度」と「50～100名程度」と回答した。

【4】来場者とのコミュニケーションの機会がありましたか？
(営業以外でのお話など)

選択肢	回答数	比率
たくさんあった	5	55.6%
少しあった	4	44.4%
あまりなかった	0	0.0%
全くなかった	0	0.0%

すべての出店者が来場者とのコミュニケーションの機会があったと回答。また、半数以上が「たくさんあった」と回答した。
「地域でのコミュニケーションの場も少なくなり、コロナ禍もあったので、人に会える、話せる機会が嬉しかった」という意見も寄せられた。

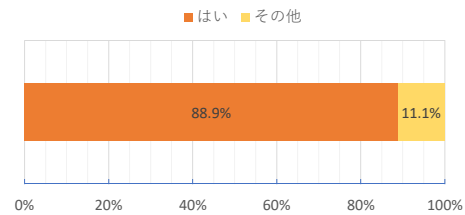


4

【5】実店舗への誘導(オンライン販売など含む)に繋がりそうでしたか？

選択肢	回答	比率
はい	8	88.9%
いいえ	0	0.0%
その他	1	11.1%

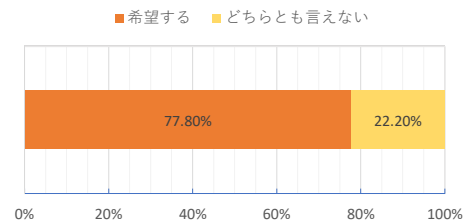
ほとんどの出店者が「はい」と回答。その他の意見としては、「実店舗がなく製造と卸販売なので該当せず」とのコメントがあった。



【6】このような取り組みを今後も継続することを希望しますか？

選択肢	回答数	比率
希望する	7	77.8%
どちらとも言えない	2	22.2%
希望しない	0	0.0%

「希望する」が最も多く77.8%が回答。
希望する理由として、「自社の商品を知ってもらえる」「市と一緒に活動する事に意義が有ると思う」という意見が寄せられた。



【希望する取り組み】

- ・今回のようなマルシェ
- ・このようなイベントの定期的開催
- ・春と秋の気候が良い時期の開催

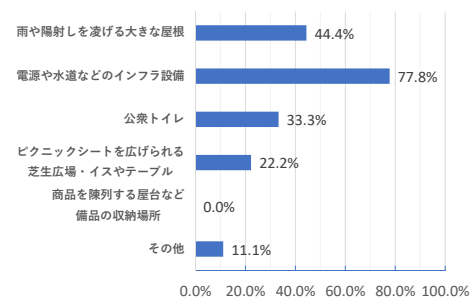
5

【7】【設備など】出店にあたり、あったら良いと思うものがあれば教えてください。(重要と思う2つまで)

【8】コメント

選択肢	回答	比率
雨や陽射しを凌げる大きな屋根	4	44.4%
電源や水道などのインフラ設備	7	77.8%
公衆トイレ	3	33.3%
ピクニックシートを広げられる芝生広場・イスやテーブル	2	22.2%
商品を陳列する屋台など備品の収納場所	0	0.0%
その他	1	11.1%

「電源や水道などのインフラ設備」が最も多く、77.8%が良かったと回答。次いで、「雨や陽射しを凌げる大きな屋根」が44.4%、「公衆トイレ」が33.3%と続いた。その他の意見としては、「駅前マルシェ開催中のサイン看板、アイキャッチとなるシンボリックな装飾があれば」とのコメントがあった。

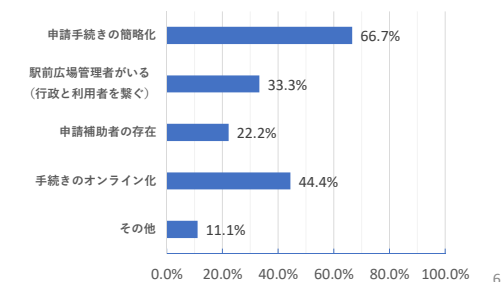


【9】イベントで駅前広場(公共用地)を借りるとしたら、借りやすくするにはどういったことが考えられますか？(重要と思う2つまで)

【10】コメント

選択肢	回答数	比率
申請手続きの簡略化	6	66.7%
駅前広場管理者がいる(行政と利用者を繋ぐ)	3	33.3%
申請補助者の存在	2	22.2%
手続きのオンライン化	4	44.4%
その他	1	11.1%

「申請手続きの簡略化」が66.7%、「手続きのオンライン化」が44.4%と申請手続きに関する回答が多く見られた。
その他の意見として、「常駐ではなくても、利用ルールや申請、片付けの指導など困ったときの担当者が必要」「屋根、電源、水道があれば利用しやすい」というコメントが寄せられた。



6

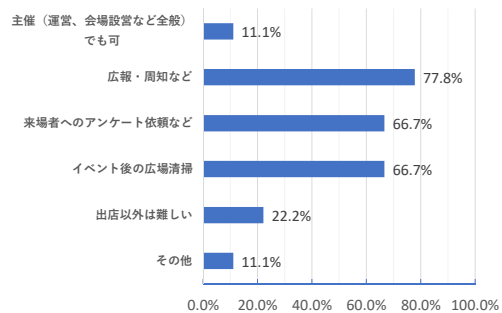
【11】出店にあたりどういったことなら担えると思いますか？（複数回答）

【12】コメント

選択肢	回答	比率
主催（運営、会場設営など全般）でも可	1	11.1%
広報・周知など	7	77.8%
来場者へのアンケート依頼など	6	66.7%
イベント後の広場清掃	6	66.7%
出店以外は難しい	2	22.2%
その他	1	11.1%

「広報・周知など」が最も多く77.8%、次いで「来場者へのアンケート依頼など」と「イベント後の広場清掃」が共に66.7%。

主催については、1店が「可能」と回答し、「1社で主催というのは難しいので、出店者でイベント担当のグループなどを作りみんなで取り組む必要がある」という意見も寄せられた。

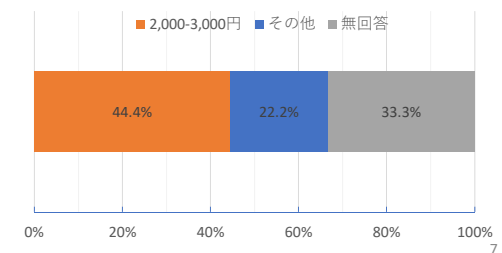


【13】出店料が発生する場合いくらぐらいまでであれば出店したいと思いますか？（来場者数は今回程度、1区画3×3mで想定）

（自由回答）	回答	比率
2,000～3,000円	4	44.4%
その他	2	22.2%
無回答	3	33.3%

おおむね2,000～3,000円を希望する意見が多かった。その他の料金設定として、「売上歩合制で15%」や「商品種類によって設定価格を変える（農産物、食品、物品など）」という意見があった。

また、「備品は店側の持ち込みにして、出店料は区画代のみ」「テント・テーブル等の貸し出しがあれば別途料金にしてはどうか」という意見も寄せられた。出店料が発生することに関して、「取り組みを長期的に継続させるためには参加費をとって、店側の販売努力を促す必要がある」という意見もあった。



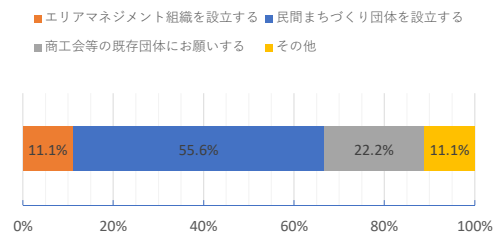
7

【14】開催主体はどのようなものが考えられますか？

（将来的には市主体の運営は難しく、このようなイベントを継続するためには何らかの仕組みをつくっておく必要があると考えています。）

選択肢	回答数	比率
エリアマネジメント組織を設立する	1	11.1%
民間まちづくり団体を設立する	5	55.6%
商工会等の既存団体をお願いする	2	22.2%
その他	1	11.1%

過半数が「民間まちづくり団体を設立する」と回答した。その他の意見としては、「市が貸し出し（日程管理等）を行えば、各種団体で開催することができるのではないか」という意見が寄せられた。



【15】自由意見

<良かった点>	<要望等>
○市が動くとかかなり集客があった	・市から補助や備品の貸し出しをしてほしい
○地域コミュニケーションの場が少なくなっているの、人に会える、話せる機会になった	・市の施設でマルシェなどに利用可能な施設を公表してほしい ・市が管理している施設について、それぞれ担当している課が異なっているため問い合わせ先が分かりにくい
○若い子連れの世が多かった（イベントをきっかけに帰省した方もいた）	・県内のほかの市町村と連携して、相互開催などしてほしい ・あのエリアをどうしたいのか、市の全体的な施策の中での位置づけをした開発
良かった点としては、集客や、それによって生まれた交流についての意見が寄せられた。 一方で、施設や備品の管理や申請に関する要望や、市外と連携した取り組みを望む声が寄せられた。 また、市の全体的な施策の中での本事業の位置づけを明確に示してほしいという意見も寄せられた。	

8

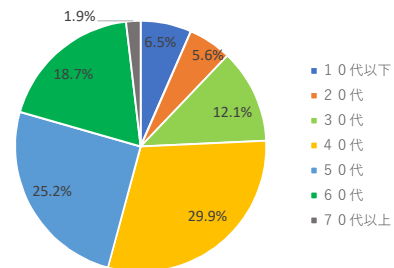
□ □ 来場者アンケート □ □

アンケート実施方法	マルシェ会場にて、来場者にアンケート回答用二次元コードを記載した紙を配布。 ふくおか電子申請サービスの簡易申請受付を利用して調査。
来場者アンケート回収数	107人（回答率 11.9%）

【1】貴方のご年齢は？

選択肢	回答数(人)	比率
10代以下	7	6.5%
20代	6	5.6%
30代	13	12.1%
40代	32	29.9%
50代	27	25.2%
60代	20	18.7%
70代以上	2	1.9%
計	107	100

「40代」が29.9%で最も多く、次いで「50代」が25.2%、「60代」が18.7%という結果だった。家族連れが多かったためと思われる。
30代以下の世代は、全体の24.3%にあたる計26人から回答が得られた。

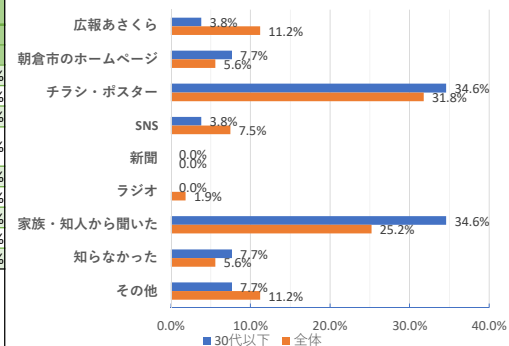


9

【2】マルシェが行われることを何で知りましたか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
広報あさくら	12	11.2%	1	3.8%
朝倉市のホームページ	6	5.6%	2	7.7%
チラシ・ポスター	34	31.8%	9	34.6%
SNS (ツイッター、インスタ、フェイスブックなど)	8	7.5%	1	3.8%
新聞	0	0.0%	0	0.0%
ラジオ	2	1.9%	0	0.0%
家族・知人から聞いた	27	25.2%	9	34.6%
知らなかった(たまたま通りがかった)	6	5.6%	2	7.7%
その他	12	11.2%	2	7.7%

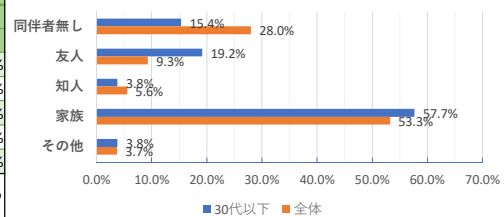
「チラシ・ポスター」を見ての来場者が31.8%で最も多く、次いで「家族・知人」から聞いたの来場25.2%、「広報あさくら」を見ての来場が11.2%が多かった。
また、30代以下の世代では、「チラシ・ポスター」を見ての来場と、「家族・知人」から聞いたの来場が34.6%と共に最も多かった。



【3】本日はどなたとお越しになられましたか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
同伴者無し	30	28.0%	4	15.4%
友人	10	9.3%	5	19.2%
知人	6	5.6%	1	3.8%
家族	57	53.3%	15	57.7%
その他	4	3.7%	1	3.8%

「家族連れ」の来場者が53.3%で最も多く、次いで「お一人」での来場が28.0%が多かった。「友人または知人」との来場も14.9%見られた。
30代以下の世代でも、「家族連れ」の来場者が57.7%で最も多い。

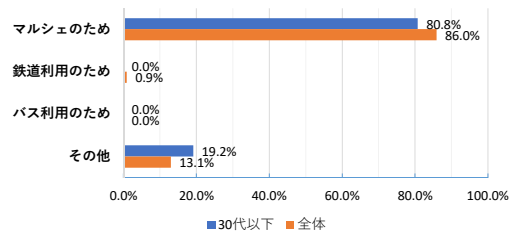


10

【4】甘木駅周辺にお越しになられた目的は何ですか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
マルシェのため	92	86.0%	86.0%	80.8%
鉄道利用のため	1	0.9%	0.9%	0.0%
バス利用のため	0	0.0%	0.0%	0.0%
その他	14	13.1%	13.1%	19.2%

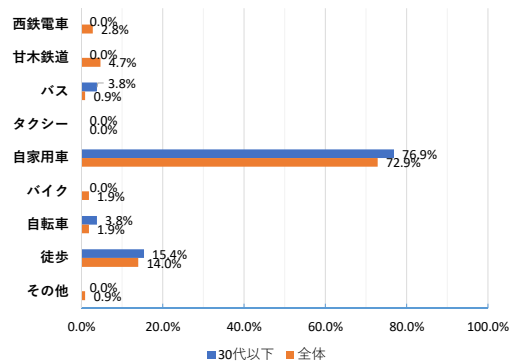
マルシェを開催したことによる来場が86.0%で最も多く、鉄道利用やその他の目的での来場も見られた。



【5】会場まではどうやってお越しになりましたか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
西鉄電車	3	2.8%	0	0.0%
甘木鉄道	5	4.7%	0	0.0%
バス	1	0.9%	1	3.8%
タクシー	0	0.0%	0	0.0%
自家用車	78	72.9%	20	76.9%
バイク	2	1.9%	0	0.0%
自転車	2	1.9%	1	3.8%
徒歩	15	14.0%	4	15.4%
その他	1	0.9%	0	0.0%

「自家用車」での来場が72.9%で最も多く、市営の無料駐車場が隣接していたためと思われる。次いで「徒歩」での来場が14.0%。
「鉄道(甘木鉄道・西鉄電車)」を利用したの来場は7.5%と1割に満たない。

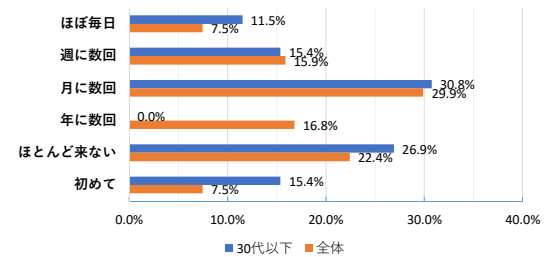


11

【6】甘木駅周辺へはどのくらいの頻度でお越しになりますか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
ほぼ毎日	8	7.5%	3	11.5%
週に数回	17	15.9%	4	15.4%
月に数回	32	29.9%	8	30.8%
年に数回	18	16.8%	0	0.0%
ほとんど来ない	24	22.4%	7	26.9%
初めて	8	7.5%	4	15.4%

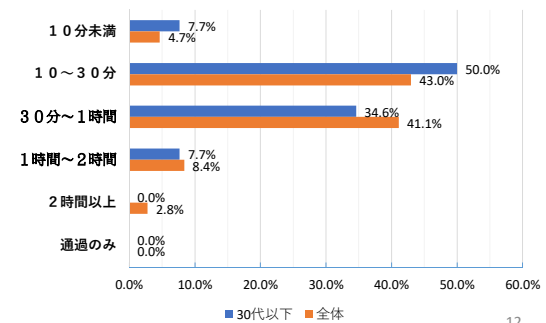
「月に数回」の利用が最も多く29.9%、次いで「ほとんど来ない」方が22.4%で多かった。
「年に数回」、「ほとんど来ない」、「初めての利用」の合計が46.7%となっており、マルシェ開催による効果かと考えられる。



【7】マルシェの滞在時間はどのくらいでしたか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
10分未満	5	4.7%	2	7.7%
10～30分	46	43.0%	13	50.0%
30分～1時間	44	41.1%	9	34.6%
1時間～2時間	9	8.4%	2	7.7%
2時間以上	3	2.8%	0	0.0%
通過のみ	0	0.0%	0	0.0%

「1時間以内」の短時間の滞在が88.8%と最も多く、「1時間以上」の長時間滞在した来場者も11.2%見られた。



12

【8】マルシェで他者(出店者や他の来場者)とのコミュニケーションの機会がありましたか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
たくさんあった	17	15.9%	3	11.5%
少しあった	68	63.6%	18	69.2%
あまりなかった	14	13.1%	3	11.5%
全くなかった	8	7.5%	2	7.7%

交流が「少しあった」方が63.6%、次いで「たくさんあった」方が15.9%であり、マルシェ開催により会場内で参加者同士の交流が図られたと思われる。出店者(特に高校生)と交流できてよかったという意見が寄せられた。

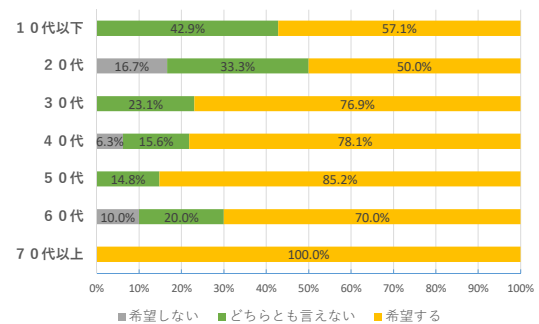
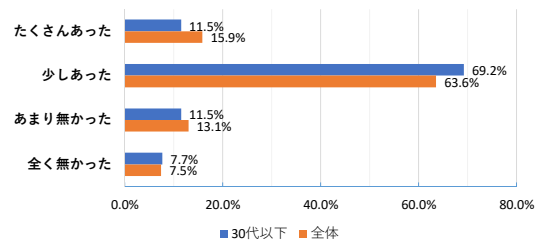
【9】このような取り組みを今後も継続することを希望しますか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
希望する	81	75.7%	17	65.4%
どちらとも言えない	21	19.6%	8	30.8%
希望しない	5	4.7%	1	3.8%

今後も駅前で何かしらの取組を希望する方が75.7%で最も多かった。希望する取組の内容としては、定期的な開催、また出店数や規模を拡大してのマルシェ系を希望するものが多く、その他体験型や飲食型などのイベントを望むものもあった。

希望しないという意見も、20・40・60代で1割程度見られ、主な意見としては、出店数や商品の少なさに対する不満が寄せられた。

(年代別の比率)	10代以下	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
希望しない	0.0%	16.7%	0.0%	6.3%	0.0%	10.0%	0.0%
どちらとも言えない	42.9%	33.3%	23.1%	15.6%	14.8%	20.0%	0.0%
希望する	57.1%	50.0%	76.9%	78.1%	85.2%	70.0%	100.0%

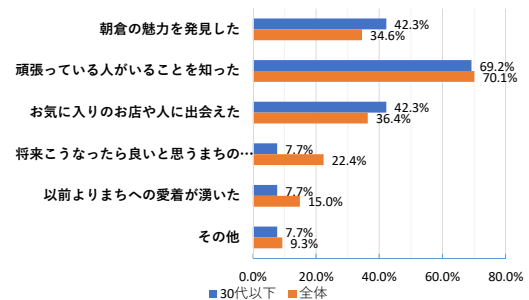


13

【10】来場されて感じたことはありますか？

選択肢	全体		30代以下	
	回答数	比率	回答数	比率
朝倉の魅力を発見した	37	34.6%	11	42.3%
頑張っている人がいることを知った	75	70.1%	18	69.2%
お気に入りのお店や人に会えた	39	36.4%	11	42.3%
将来こうなったら良いと思うまちの姿があった	24	22.4%	2	7.7%
以前よりまちへの愛着が湧いた	16	15.0%	2	7.7%
その他	10	9.3%	2	7.7%

「頑張っている人がいることを知った」が最も多く7割の方が選択した。次いで「お気に入りのお店や人に会えた」、「朝倉の魅力を発見した」、「将来こうなったら良いと思うまちの姿があった」、「以前よりまちへの愛着が湧いた」の順に続いた。



14

【自由意見等】

★：30代以下の世代からも寄せられた意見

■今回の駅前マルシェに対する主な意見■	
【良かった点】	
★にぎわいを感じることができた	・プロも高校生も一緒にお店を出していておもしろい
・活性化につながっている	・高校生の頑張っている姿に朝倉の将来性を感じた
・様々な世代が来られていた	
【要望等】	
★定期的な開催（毎週第〇曜日など）	・雰囲気が寂しくみえた
・出店数の拡大	★音楽があると良い
★広いスペース（休憩、飲食できる場所）	・入り口や案内を分かりやすく
★近隣の観光やお店を紹介する地図やパンフレットを置くなど、朝倉の魅力を発信する機会に	★水害後頑張っているお店や、朝倉市に移住後お店を出したところの紹介や出店
■今後期待する取り組み■	
【マルシェ】	【イベント】
・メインテーマを決めてはどうか （肉フェス、園芸マーケット、パンフェア等）	・屋台（飲食）、ビアフェス
★地元の特産品（果物）	★学校、地域との交流
・地元の加工技術	・手工芸、園芸など体験型イベント
	・鉄道ファン向けのイベント
【フリーマーケット】	★地元企業や地産地消を応援するイベント
★蚤の市	・子供向けのイベント

15

□□ アンケート結果 まとめ □□

【来場者アンケート】
○5時間で約1,000人の来場があった → 駅前のイベント会場としてのポテンシャルを確認できた
○過半数の方が家族と来場された → 家族連れの需要がある
○電車での来場は1割に満たなかった → 交通手段としての駅利用にはつながらなかった 特に「30代以下の世代」では電車利用が見られなかった → 駅利用を促すためには若い層をターゲットにした取り組みも必要
○約半数の方が駅周辺の利用が「年数回以下」と回答 → 普段駅周辺にこない方を集客する効果があった また、このうち7割の方が「このような取り組みの継続を希望する」と回答した → 今回のようなイベントが開催しやすいスペースの整備が求められている

【出店者アンケート】 —マルシェ等のイベントを長期的に運営していくために—	
市に求められるもの	出店者等で担えるもの
設備 ○電気、水道などの整備 ○屋根や公衆トイレなどの施設 ○備品の貸し出し 管理 ○申請手続きの簡略化・明瞭化 ○利用可能施設の案内・日程管理の一本化	運営 ○広報・周知 ○イベントを主催する「民間のまちづくり団体」もしくは「運営担当者を各出店者から集めたグループ」の設立 ○来場者へのアンケートの依頼 利用 ○イベント後の清掃 ○出店料の支払い

16

□□ 今後の社会実験について □□

今回の駅前マルシェで寄せられた意見をふまえた上で、社会実験実施の本旨にかなった次回以降の取り組みを検討していく必要がある。

整備内容についての

知見を得る

- 今回とは規模が異なるもの
(出店数、休憩スペース)
- 駅周辺紹介チラシの配布など
観光と連携した取り組み
- 今回とは形態が異なるもの
 - ▷体験型イベント
(園芸、手工芸、子供向け)
 - ▷フリーマーケット
 - ▷音楽、飲酒を伴うもの

若い世代の活躍と

利用の促進

- フリーマーケット
- テーマを決めたフェア
(特産品、鉄道、酒、音楽)
- 学校と連携した取り組み

駅・鉄道利用の促進

- 鉄道ファン向けのイベント
- ビアフェスなど飲酒を伴う
イベント