

2019年度 茨木フェスティバル 「茨木の交通と暮らし」アンケート集計結果分析報告書

令和元年12月
茨木商工会議所商業部会
追手門学院大学ベンチャービジネス研究所共催
文責：池田 信寛（追手門学院大学経営学部教授）

茨木商工会議所商業部会（小売業・卸売業・飲食サービス）と追手門学院大学ベンチャービジネス研究所は、2019年度も茨木フェスティバルにおいて市民アンケートを行った。その分析結果を、ここに報告する。
まず、回答者の属性を記述した後、質問項目順に分析を行う。

【回答者の基本属性】

1. 年齢分布

グラフは、時計回りに低年齢層から高年齢層の全体に占める割合を示している。最も多いのは10才台の36.4%でほぼ4割、次いで、30才台と40才台がそれぞれ24.9%と25.0%であり、この3つで全体の9割を占めている。

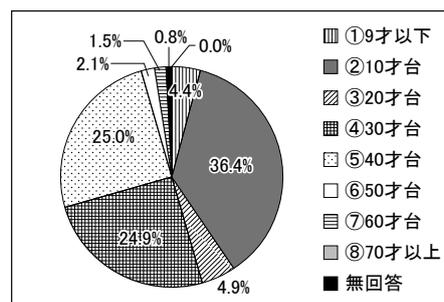
10才台の子どもが単独または同年齢の友人たちと来場していることも考えられる一方、30才台と40才台の来場者の割合が5割に達していることに鑑みると、家族連れ、親子連れで茨木フェスティバルに訪れていると推察できる。

後述するように、茨木市民が全体に占める割合が8割であることを考えると、茨木市とその近辺の地域には、子育て世代が多いと言えるだろう。同時に働き盛り世代のベッドタウンとして、茨木市とその周辺部が機能していることが分かる。これらファミリー層をターゲットとした経営戦略や都市計画が重要になるとと思われる。

気を付けたいのは、その他少数の来客層である。

例えば、9才以下の来場者は全体の4.4%であるが、これは、茨木フェスティバルが幼い子どもを連れて来るには魅力がないのか、または、9才以下の子どもを抱える家庭には来場しづらい要因があるのか、あるいは、9才以下の子どもを抱える家庭が茨木市には少ないかどうかであろう。幼い子どもを育てるのに魅力のある都市であるかどうか検討する余地があると考えられる。

また、20才台の若者の来場者も、全体の4.9%と9才以下同様に低い。最近の結婚事情からすれば、20才台の多くは独身者であり、若者にとって、茨木フェスティバルが魅力的に映らないのか、または、茨木市とその周辺都市は、若者には魅力的に映らないのか、疑問である。



見方を変えれば、独身者も結婚し子育てするようになると、茨木市とその周辺都市に引っ越ししてきて考えられるが、しかし、30~40才台の子育て世代が子育てを終えた後も、これらの都市に住み続けると予測するならば、住民の高齢化に今後どう対処するのか経営戦略を練らねばならない。可能性は、この2つがあるが、この点については、再度、調査しないと今後の動向は把握できない。

同様な仮説は、50才台以降の高齢者にも当てはまり、全体の4.4%を占めるのみである。もし、茨木市とその周辺部が、常時、子育て世代の働き盛り家庭のベッドタウンとして性格付けされており、その前後の世代は、他の地域に住むというのであ

れば、中長期の経営戦略としては、ファミリー層をターゲットとした内容にするべきである。

あるいは、これらの家族がこの地域に定住する予定であれば、客層の高齢化に対応した中長期的な経営戦略を立てる必要がある。この点に関しては、早急で綿密な調査が求められる。短期的には、毎年行っているこのアンケートが参考になるが、中長期的な経営戦略を立てる場合、別途、アンケートを行うか、来年の茨木フェスティバルでは、この点に関する質問を組み込んだ調査をすべきである。

2. 性別分布

来場者の性別割合は、グラフでは、男性が36.9%、女性が60.7%となっており、女性が男性の約1.6倍である。このフェスティバルへの女性の関心の高さがうかがえるが、その理由としては、いくつか考えられる。

例えば、家庭で家計の紐を握っているのが女性である場合が多い、女性の社会進出に伴って女性の購買力が高まった、休日に外出傾向があるのが女性である、フェスティバルで売られている物品や催し物が女性の関心を引くものが多い、などである。

今回のアンケートでは、来場者が使うメディア（ラインやインスタグラムなど）についての調査がないので断言はできないが、前年までのアンケートから言えば、女性の情報発信力が高いといえる。それが何を意味するかといえば、茨木市の魅力を発見する情報発信の機会が、この茨木フェスティバルにあるということであり、そのカギを握っているのが女性であるということである。女性に向けた情報発信の特色を吟味してみると良いと思われる。

とは言え、男性の占める割合も4割近くある。女性の場合と同様に、男性におけるこのフェスティバルへの来場理由やフェスティバルの魅力、情報発信の有無・頻度・内容などを調べて、フェスティバルで男性に何をどう伝えるかを考えてみることを勧めたい。

性別の内訳を年齢別に見たのが、次のグラフである。

来場者の女性比率を上げているのが、10才台から40才台である。30才台から40才台で女性の占める割合が高いのは、上記のグラフから容易に想像できるが、興味深いのは、20才台の女性比率が他の世代に比べて、著しく高いことである。20才台の来場者数は、全体の4.9%に過ぎないが、その7割近くが女性であるという事実は、30才台～40才台のファミリー層を惹きつける理由とは別の理由があると考えることができる。

このフェスティバルのどこに彼女たちが惹きつけられている理由が分かれば、そこに力を入れて、若者世代への情報発信力と併せて、茨木市の魅力を探れば、これまででは気付かなかった隠れた茨木市および茨木フェスティバルの魅力を発見できるかもしれない。

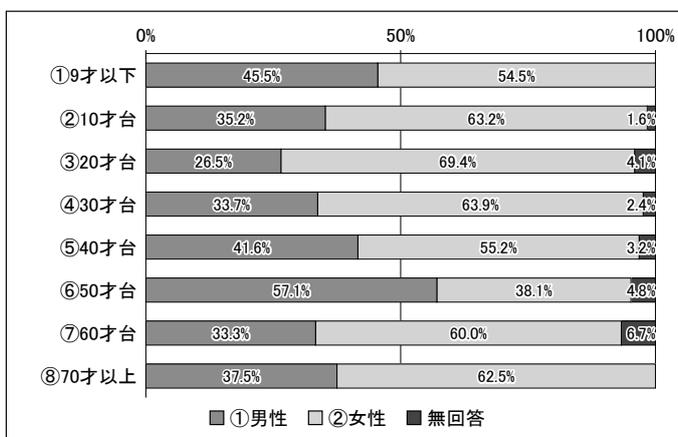
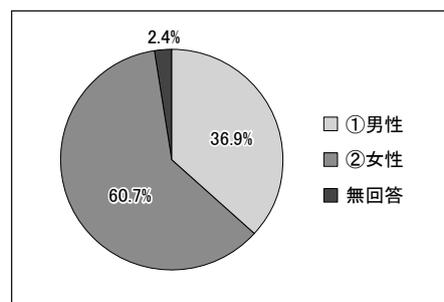
同様なことは、高齢者層にも言える。60才代～70才代の来場者数は全体の2.3%にしか過ぎないが、ここでも女性の割合が男性を上回っており、その来場理由を探れば興味深い理由が分かる可能性がある。

また、50才台における女性が占める割合が38.1%とあるが、他の世代では女性の割合が男性を上回っているのとは対照的に、男性の占める割合が6割近くになる。これを単なる例外として扱うのか、何か50才台男性を惹きつける何かの理由があるのか興味深いところである。

いずれにせよ、若者や高齢者などファミリー層以外の人たちを、ターゲットから外すのか（現状維持）、あるいは、そこに潜在需要があると考えてターゲットに組み入れて、彼らへ向けての経営戦略を練るのかは、経営判断に委ねる部分である。

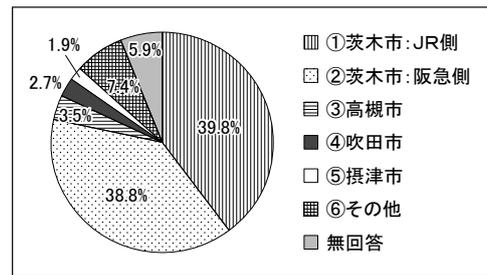
3. 居住地の分布

居住地別に見てみると、茨木市民が全体の約8割を占めており、JR茨木駅側も阪急茨木市駅側も、それぞれ39.8%と38.8%となり、特に目立った偏りは見られない。茨木フェスティバルの開催場所が、両駅のちょうど中間地点であることも、両者が同等の割合を占める理由の一つであろう。それぞれの駅から徒歩で10分もかからないため、地の利



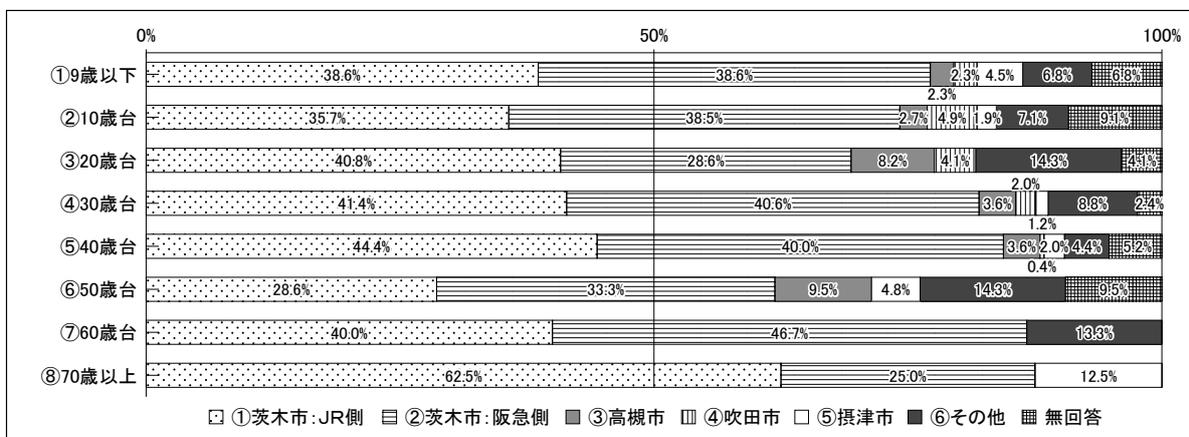
はとても良いと考えられる。

残りの16%弱を、高槻市・吹田市・摂津市・その他が占めていることも見逃せない（無回答の5.9%は除いてある）。JR茨木駅は、新快速以外の列車が必ず停車する駅であり、また、阪急茨木市駅は、大阪梅田と京都河原町を週末だけほぼ停車なしに運航する快速特急以外の列車はすべて停車するため、他市からのアクセスは非常に良い。彼らがどのような理由で茨木フェスティバルを訪れているのかが分かれば、茨木市と茨木フェスティバルの魅力を再発見できる可能性があるだろう。可能であれば、彼らに独自のアンケートやヒアリングを行うことを提案する。



年齢別に居住地の内訳をまとめたのが、次のグラフである。

来場者の割合が高かった30才台～40才台の働き盛り層では、圧倒的に、茨木市民（JR茨木駅側および阪急茨木市側ともに）が多い。地元の催し物に積極的に参加していると言えよう。同様なことは、60才代～70才台にも言える。



反対に、茨木市以外の居住地からの来場者が占める割合が、他の年齢と比べて相対的に多いのが、10才台～20才台、そして、50才台である。彼らがわざわざ茨木市に足を運ぶ理由は何であろうか。

特に、50才台は、先に述べた男女別でも唯一男性が女性の割合を上回っている年齢層であり、このフェスティバルにどのような魅力を感じているのか興味深い。茨木市以外の近隣住民の男性が、どのような目的でこのフェスティバルを訪れているのかを調査すれば、興味深い要素が見えてくるかもしれない。隠れたターゲットである。

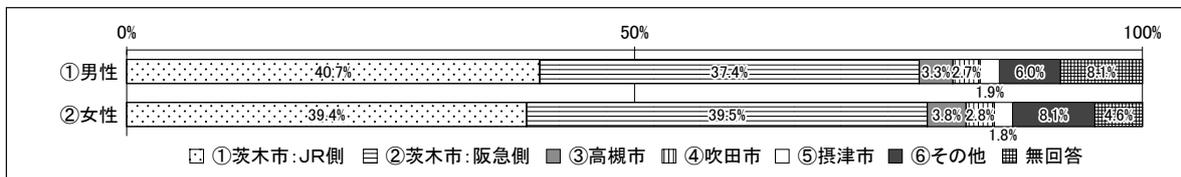
10才台～20才台も、茨木市以外の近隣住民が、30才台～40才台に比べて相対的に多い。われわれが気づいていない茨木市や茨木フェスティバルの魅力に、彼らが気づいて来場していることは考えられる。その魅力が何であるか調査を期待したい。

もちろん、経営戦略上のターゲットとして彼らを位置付けるか位置づけないかは、経営判断によるだろう。そのためにも、茨木市が、ファミリー層のベッドタウンとして今後も機能していくのか、あるいは、年を経るにつれてターゲット層が高齢層にシフトしていくのかを調べるのが、この経営判断の材料を与えるであろう。

次のグラフは、居住地の男女比率を調べたものだが、特に男女間で目立った違いは認められなかった。JR茨木駅側の



茨木市民も阪急茨木市駅側の茨木市民も、それぞれ男女ともに40%ずつ占めており、逢わせて8割が茨木市民であるのは、居住地別に見た全体の比率とも合致しており、他の近隣地域からの来場者割合にも特記すべきことはない。メインターゲットは、茨木市民であるが、高槻市・吹田市・摂津市なども無視できない割合を占めている点も同様である。



以上の分析から言えるのは、茨木フェスティバルを訪れる主なターゲットは、茨木市に住む30才台～40才台の子育て世代で働き盛りのファミリー層である。このことは、茨木市民のかなりの部分が、このファミリー層で占められているということを示していると言って差支えないだろう。また、そのファミリー層でも、女性が購買力を握っていることが多い傾向にあると推察できる。

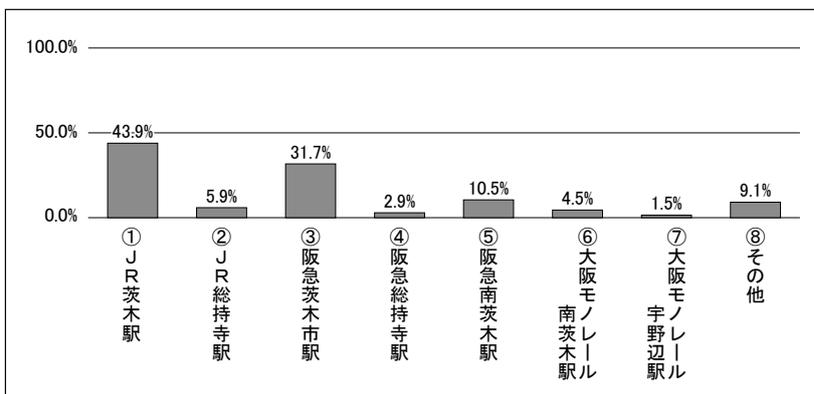
このファミリー層向けの商品企画開発やイベントの企画、販売促進を中心に展開するのを主軸としながら、他の年齢層や茨木市近隣住民をターゲットとした経営戦略を展開するのが理想的だと言える。

ただし、動的に見てこのターゲット層が変化しないのか、あるいは、住民の高齢化に伴って変化するのは予断を許さず、この点に関しての調査を求めたい。

次からは、アンケートの質問ごとの回答を集計したものを分析する。

【質問1】あなたが普段よく利用する鉄道（モノレールを含む）の最寄り駅はどこですか？

よく利用する最寄り駅で調べると、JR茨木駅が43.9%であるのに対し、阪急茨木市駅は31.7%である。フェスティバルに訪れた茨木市民の割合は、両者とも40%弱だったことを考えると、この数字はどう解釈すればよいのだろうか。単純に考えれば、両駅の利用者割合は、ほぼ同じになるはずであるが、10%以上の開きが存在している。



後述するが、最寄り駅の利用目的を

尋ねると、通勤通学が36.1%で市外での買い物が34.5%となり、両方の目的の割合はほぼ同じである。それを考慮すると、通勤通学にしても市外での買い物にしても、利便性が若干高いのがJR茨木駅と解釈できる。

しかしながら、JRと阪急で茨木市民が利用する最寄り駅を、JRは茨木駅と総持寺駅とし、また、阪急では茨木市駅と南茨木駅および総持寺駅として、これに阪急南茨木駅に近い大阪モノレール南茨木駅を加えると、それぞれの合計が、前者が49.8%、後者が49.6%となり、その差はほとんどなくなる。この2つと4つの合計5つの駅が茨木市民の利用する最寄り駅であると言えるだろう（なお、複数回答のため全合計は100%を超える）。

列車の交通の便に関しては、茨木市民のニーズを十分に満たしていると解釈できる。

年齢別に最寄り駅の利用分布を見たのが、次のグラフである。

茨木市外での買い物で鉄道を使う人たち、通学世代の9才以下と10才台、仕事のために列車で通勤する働き盛り世代の20才台～40才台では、最寄り駅に関わらずほぼ似たような傾向を示している。

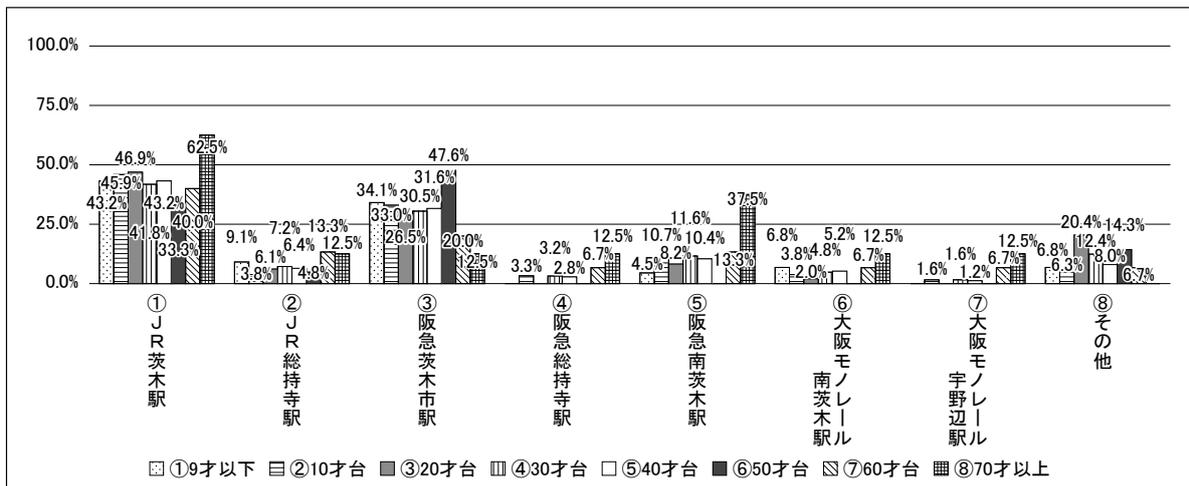
ところが、50才台に注目してみると、JR茨木駅の利用率は他より低くなり、反対に、阪急茨木市駅の利用率は突出して高くなっている。鉄道を通勤通学や茨木市外での買い物に使う人が多いことから、50才台は阪急茨木市駅を使う人がJR茨木駅よりも多いという結果になっている。

同じように突出して目立つのが、60才台と70才台である。JR茨木駅では、この世代が突出して多い一方で、阪急茨木市駅ではかなり低い、これは高齢者の居住地がJR茨木駅周辺に多いということだろうか。

だが、先に見た年齢別での居住地分布では、60才台の場合、JR茨木駅側と阪急茨木市駅側での分布に違いが見られない。70才台の場合、JR茨木市駅側に住む人は、阪急茨木市駅側に住む人よりも圧倒的に多い。加えて、阪急南茨木

や大阪モノレール南茨木駅でも70才台の利用率が顕著に高くなっており、その点では、70才台の人たちは、JR茨木市駅側および南茨木駅周辺（阪急と大阪モノレール）に住んでいると言える。

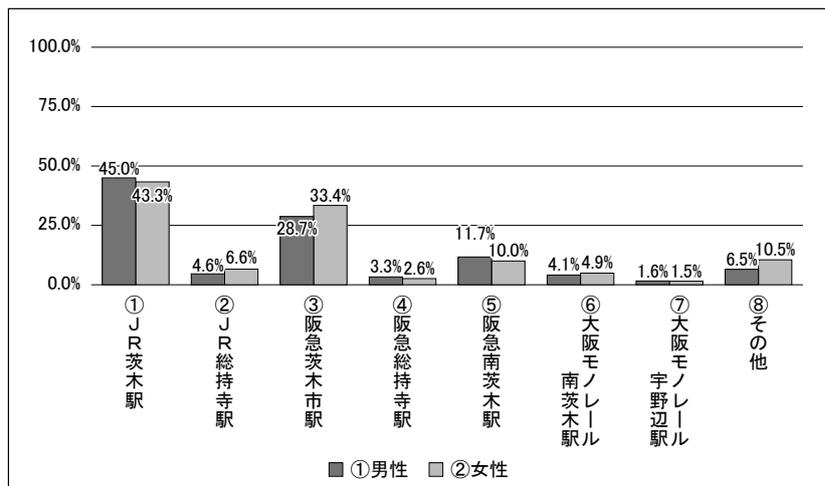
ところが、60才代ではそうならない。おそらく言えるのは、阪急沿線に住む60才台の人たちにとって、JRの方が使い勝手が良いのではないか。その理由は不明であるが、それを調べることで、60才台の人たちのニーズを知ることができるだろう。調査することを求めたい。



よく利用する最寄り駅を性別分布で調べたのが、次のグラフである。

男女間で著しく異なるということはなく、どの駅も男女ともに同じような比率で利用している。若干の差はあるが、これを単に誤差の範囲と見るか、何かしらの異なった傾向を表しているか、難しい問題である。

何らしかの異なった傾向を読み取ろうとすれば、JR茨木駅と阪急南茨木駅そして阪急総持寺駅の場合は、女性より男性の利用が若干多く、反対に、JR総持寺駅と阪急茨木市駅の場合は、男性よりも女性の利用が若干多い。



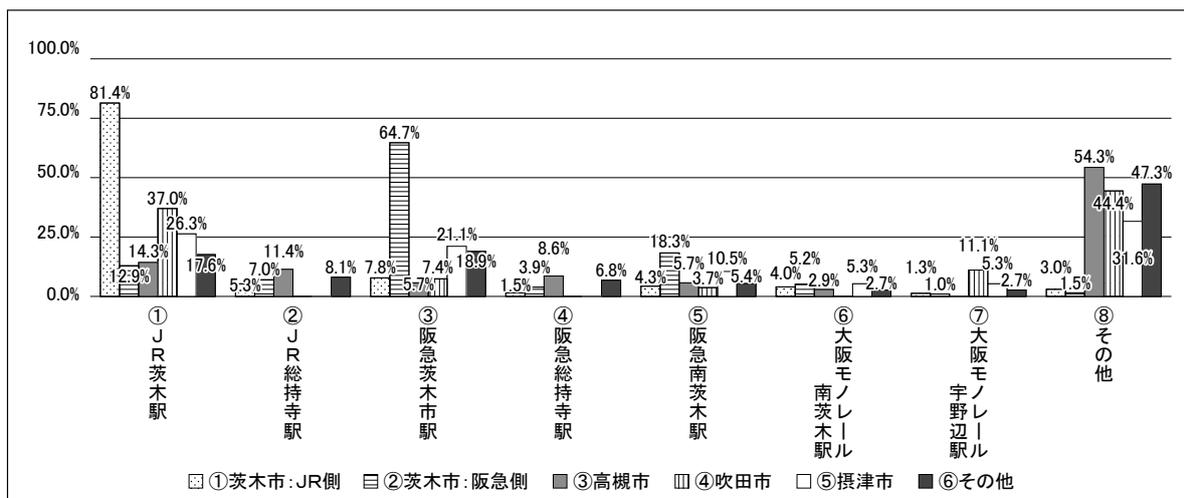
JR茨木駅や阪急茨木市駅など、実際に訪れて周辺を見て回ると分かるが、JR茨木駅周辺よりも阪急茨木市駅周辺の方が、店舗も多くお洒落な雰囲気があるのは確かである。また、一般的に、阪急沿線はお洒落な街や店が多い印象がある。そのため、女性の方が男性よりも阪急茨木市駅を利用している可能性は高い。

居住地別で利用する最寄り駅に特徴が見られるかを調べたのが、以下のグラフである。

自分の居住地に一番近い駅を利用するのは自然な行動であり、反対に、自分の居住地から遠い駅を利用するに特別な理由があるのも自然な考えである。もちろん、最寄り駅までの交通手段の問題も考慮する必要があるし、どの駅で降りるかを考慮して利用駅を選択する必要もある。これについては、後述する。

まず、JR茨木駅を利用するJR茨木駅側の住民が81.4%であるのに対して、阪急茨木市駅を利用する阪急茨木市駅側の住民は64.7%であるが、阪急茨木市駅側の住民がJR茨木駅を利用しているという数字は出ていない。これは、考えられるのは、阪急茨木市駅側の住民が市外で買い物する割合よりも、JR茨木駅側の住民が市外で買い物する割合が高いのではないかと考えられる。魅力的な店舗揃えが、JR茨木駅周辺では少なく市外で買い物せざるを得ないか、あるいは、阪急茨木市駅周辺では多く買い物が事足りるという仮説は考えられる。通勤通学についても同様な仮説が立てられる。調査していただきたい。

ところで、JR茨木駅を最寄り駅として利用する茨木市民の他には、高槻市民や吹田市民そして摂津市民などがいる。これらの市民は、移動の出発点としてわざわざ遠い駅を利用することは考えにくいので、例えば、利用する最寄り駅としてJR茨木駅や阪急茨木市駅を挙げる高槻市民や吹田市民そして摂津市民は、これらの駅を下車駅として使ってい



と考えられる。

その理由として、最寄り駅の利用理由を知る必要がある。その主な理由は、詳しくは後述するが、通勤通学と自分の居住地以外への買い物である。茨木市以外の都市に住んでいて茨木市のJR駅や阪急駅あるいは大阪モノレールを利用するのは、そこに通う学校や職場があるからだろうし（塾などの教育機関も含んでいると思われる）、利用したい店や購入したい商品（モノとサービス）があるからと思われる。

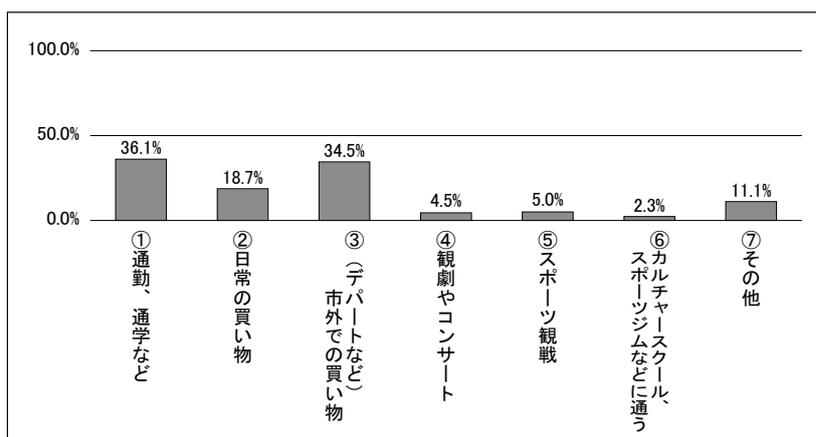
茨木市の経済を活性化する観点から、このグラフを考察すると、茨木市内に魅力的な店舗やそこでしか買えない商品（モノやサービス）を揃え、また、増やすことである。他市から茨木市に来て買い物をする機会を魅力的にすることで、茨木市の活性化につながる。

他に注目したいのは、その他の最寄り駅が無視できないほどによく利用されていることだ。誰が何の目的でどの最寄り駅を利用しているのか、これは知るに値する数字である。今後の調査を期待したい。

その理由は、そこに何か潜在的な需要が隠れているのではないかと推測できるからである。全体の30%~50%ほどを占めており（複数回答）、どのような行動をしているのか知ることができれば、新たな消費者行動が見えてくるだろう。

【質問2】最寄り駅を利用する目的はなんですか（複数回答可）？

グラフを見ると、通勤通学に使う人が36.1%、デパートなど市外への買い物に使う人が34.5%であり、ほぼ同率である。茨木市が、大阪のベッドタウンであることを考えると自然な結果である。また、茨木市内ですべての買い物が収まるとは考えられないので、大阪市や京都市にある商業施設へ出かけるために最寄り駅を利用するのも納得できる。この2つで全体の70%を占めており、最寄り駅利用の理由の大半がこの2つの理由である。



買い物をすべて茨木市内で済ませるようにするという案もあるだろうが、一般的な消費者は変化を求める性向を持っており、その意味では、市外へ出かけるというのは健全な傾向であると言えるし、また、茨木市の規模からして、大阪市や京都市のような巨大な商業施設を備えるというのは現実的ではない。ベッドタウンとしての機能を考えれば、日々の買い物がある程度市内で済むというのは当然の帰結である。

ところが、日常の買い物をするために最寄り駅を利用するのは、自分たちの住んでいる地域に十分な商業施設が整っていないと解釈されるが、この点については、最寄り駅を利用する人たちがどこから来ているかをクロス集計分析で後述する。

残りの項目「観劇やコンサート」「スポーツ観戦」「カルチャースクール、スポーツジム」に関して言えば、これ

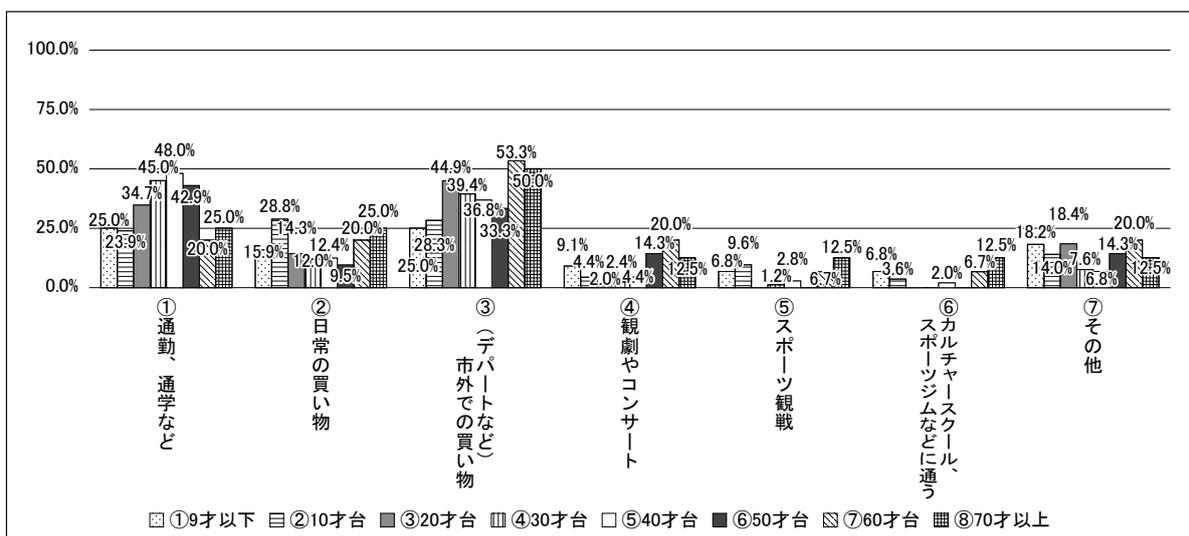
らサービスを行える施設が茨木市内には少ないため、駅の利用目的としては自然な結果である。もちろん、これらのサービスを行える施設を茨木市内に置いて、茨木市外の地域から集客するという案はあるだろうが、ベッドタウンとしての静かな住環境を求めるのであれば現実的ではない。むしろ、後述するように、茨木市に不足している日常の買い物をする店の充実を図る方が生産的であり現実的である。

気になるのは、その他の11.1%である。少なくない割合であるため、この項目に内訳を一度調べてみる必要があるだろう。

次のグラフは、最寄り駅の利用目的を年齢別に調べたものである。通勤通学目的の利用では、20才台～50才台が突出しており通勤目的の利用が多い。次いで9才以下～10才台が多いが、これらは通学に利用しているものと思われる。

同じような割合は、60才台～70才台が占めており、働き盛り世代に比して低くはあるが、依然として働いている世代であることが分かる。この世代は、デパートなど市外での買い物をする割合が、他の世代よりも突出して多く、市内では求めている商品が入手できていない可能性を指摘できる。この部分の品揃えや店揃えをどうするか一度考えたい。

この世代の最寄り駅の利用目的を見ると、「観劇やコンサート」「スポーツ観戦」「カルチャースクールやスポーツジム利用」でも相対的に高い割合を占めており、旺盛な消費行動が見られる。「観劇やコンサート」「スポーツ観戦」は施設の関係で、茨木市内に設置することは現実的ではないが、「カルチャースクールやスポーツジム」に関しては、それらを行う施設を市内に備える必要があるかどうかを検討してみる価値があるだろう。



というのも、例えば、スポーツジムに関して言えば、茨木市には（中高年）女性をターゲットにした手軽に利用できる「カーブス」が3か所もあり、昨今の高齢者の健康志向に鑑みると、さらなる充実を図る必要性が考えられる。見方を変えれば、高齢者の健康志向に答えきれていない実情が浮かび上がっており、換言すれば、それだけの需要が見込まれるという事である。高齢者を対象とした健康施設に対する需要を調べるアンケートの実施を提案したい。

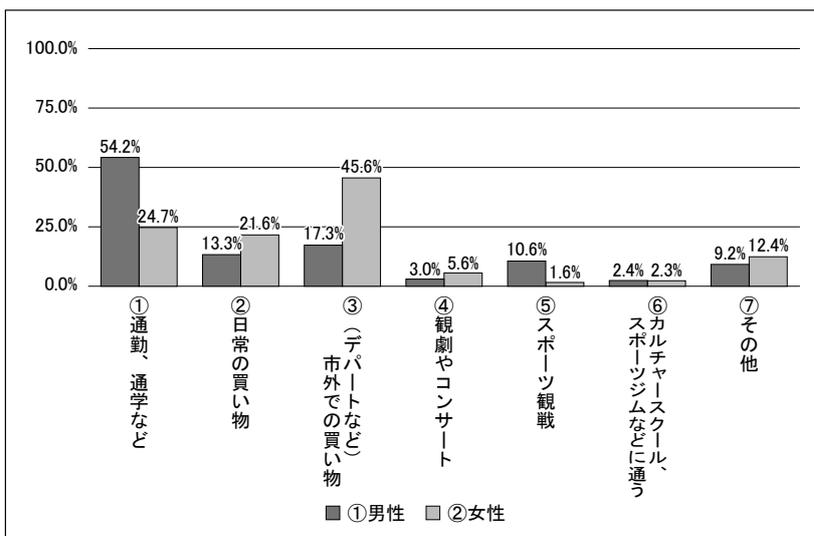
同様なことは、カルチャースクールにも言え、茨木市内では満たされない内容の講座があることを指摘できる。とは言え、気を付けたいのは、気分転換を求めて市外のスポーツジムやカルチャースクールに出向いている可能性もあり、この点も含めてアンケートをしていただきたい。

ところで、日常の買い物をするために最寄り駅を利用するという項目であるが、通勤通学および市外での買い物で利用する項目に次いで多い。特に、9才以下～10才台と60才台～70才台が他の世代より多い。日常の買い物といえば、最寄り品が中心だと考えられるが、そうであれば自宅や学校などの近場で買い物を済ませられるのが一般的には好ましい。気分転換に出かける可能性は否定しないが、最寄り品であればその可能性は低い。彼らがどこで何を買っているかを知ることができれば、もしかしたら失われているかもしれない販売機会（チャンスロス／機会損失）を知ることができよう。

日常の買い物で最寄り駅を使う人たちは低いが、無視できない率がある「その他」の内訳が気になる。特に注目すべきものではない可能性もあるが、思いもしなかった需要がある可能性があり、この部分についても調査することを希望する。

男女別に見た最寄り駅の利用目的であるが、次のグラフを見ると、通勤通学に使う女性が24.7%であるのに対し、男性が54.2%と2倍以上を占めている。女性の社会進出が進んだとはいえ、一家の主な収入源が男性であるとは言えるが、収入のある女性も少なくない。

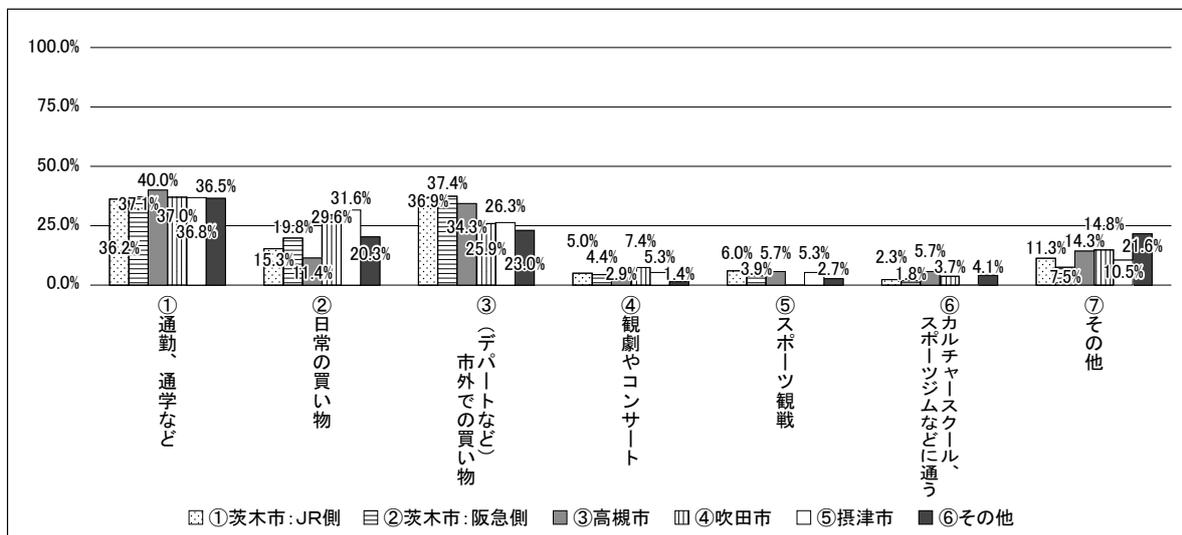
そのことは、購買の鍵を握っているのが女性であることにつながっており、「デパートなど市外での買い物」に最寄り駅を使用するのは、男性が17.3%であるのに対して、女性が45.6%と2.6倍に達している。購買行動においては、女性が主導権を握っているのが分かる。このことは、通勤通学においては男性の利便性を、市外での買い物については女性の利便性をさらに促進すべきなのか、あるいは反対に、現時点では利用の低い、通勤通学における女性の利便性を高め、市外での買い物については男性の利便性を高める何かしらの方策を講じるべきであるという解釈も成り立つ。これについても調査が必要である。



なお、「日常の買い物」においても女性優位という状況は変わらないが、パーセンテージとしては21.6%と「市外での買い物」の半分以下になる（男性はそれほど変わらない）。このことは、日常の買い物は自分たちが住んでいる地域内でかなりの程度まかなえていると解釈すべきであろう。日常生活を送るベッドタウンとしては、それなりに充実していると判断する。もちろん、後述するように、不足している店があることは否めない。

ここでも気になるのが、「その他」であり、10%前後あるのを無視するか、あるいは、何かチェックし忘れていた行動目的がある可能性もあり、一度調べてみることを勧める。

次は、居住地別に見た最寄り駅利用の内訳である。通勤通学で最寄り駅を使用すると回答した住民は、その居住地の間で有為な差は認められなかった。茨木市にしても、高槻市や吹田市そして摂津市は、京阪間のベッドタウンであり、通勤通学の便が整備されていると言える。



これに比べると、若干の差が見られるのが、「デパートなど市外での買い物」であり、吹田市と摂津市が、他の市より10%ほど低い。あくまで解釈であるが、吹田市と摂津市では市内で購入できる商品が多く、市外にまで出かけて購買する必要が低いのかも知れない。実際、両市にはデパート（百貨店）が何件かあるため、茨木市（JR茨木駅側も阪急茨木市駅側も）とは違うのだろう。

しかしながら、茨木市と同程度に「市外での買い物」をする高槻市民がおり、高槻市にはデパート（百貨店）があることを考えると、この説明は腑に落ちない。この点を明らかにするには、各市民が利用する百貨店はどれかを調べる必要があるだろう。百貨店だけではなく他の商業施設を含める必要があるかも知れない。

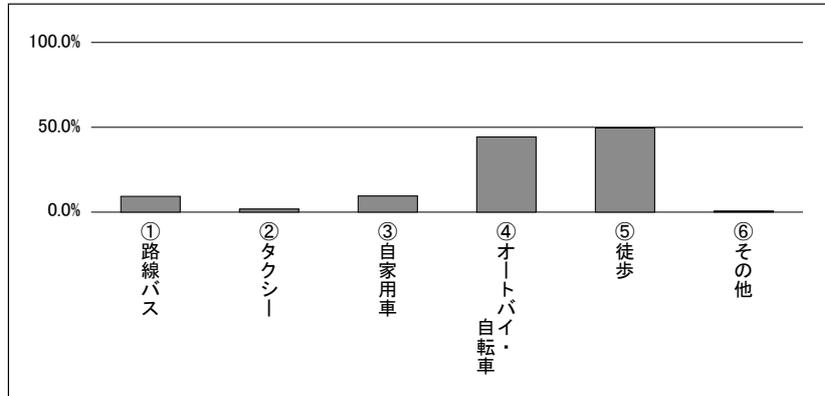
吹田市民と摂津市民に関して言えば、「日常の買い物」で最寄り駅を利用する程度が、他の市民よりも多く、デパートは市内のものを利用する反面、最寄り品を買うために駅を利用するという現象が読み取れる。この2つの都市に関

しては、最寄り品がそれほど充実していないのかも知れない。彼らが最寄りの駅を利用してどの地域へ最寄り品を買いに出ているのかを調べ、その購買行動を知ることで新たな商機が見えてくる可能性がある。

【質問3】最寄り駅までの手段はなんですか（複数回答可）？

圧倒的に、徒歩とオートバイ・自転車の利用者が多い。前者が49.6%で、後者が44.3%である。この2つでほぼ全体を占めており、自家用車や路線バスをはるかに上回っている。

このグラフをそのまま読めば、路線バスはそれほど利用されていないと思われるが、路線バスが充実していないので、徒歩やオートバイ・自転車にせざるを得ないとも言える。実際に、茨木市を取り上げてみても、確かに、JR茨木駅前や阪急茨木市駅前のバスターミナルを見れば、さまざまな方向へバスが走っているが、大阪市内や京都市内と比べた場合、多くの地方都市と同様に、地下鉄も含め、これらの交通網が完備されているとは言えない。その結果として、徒歩やオートバイ・自転車の利用が自然と多くなる。

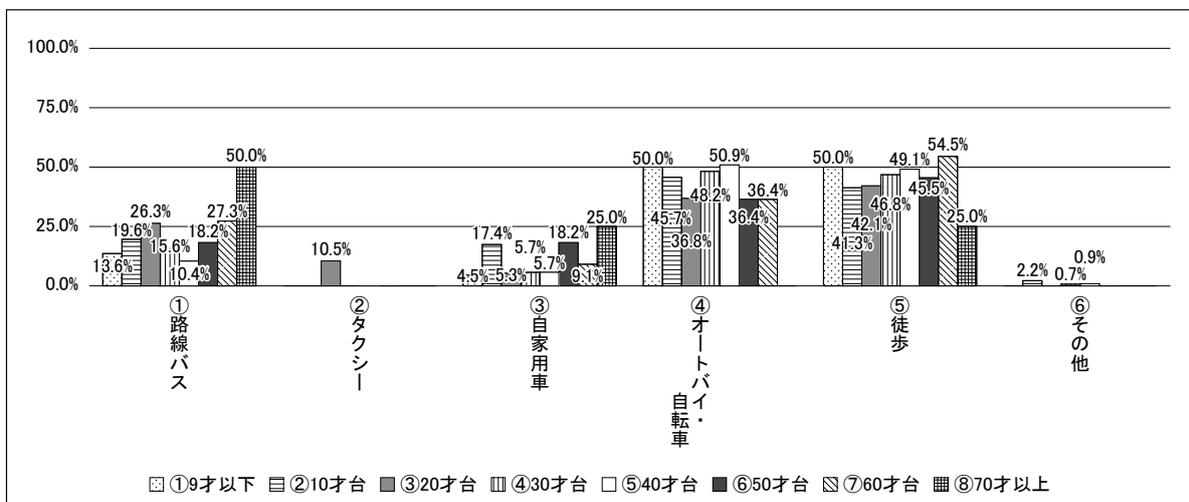


例えば、JR茨木駅から阪急茨木市駅に乗り替えるにしても、その間をつなぐバスはあるものの徒歩の方がはるかに時間の節約になる（約15分）。最寄り駅まで徒歩で行く場合は、おそらく徒歩圏内（最大20分か？）に住居などがあると考えられるが、果たして、オートバイ・自転車を利用するのは、利用の便が良いバス路線がないと考えた方が良いでしょう。そのため、地方都市では主な足の一つである自動車用の駐車場や駐輪場を充実することが望まれる（ただし、幹線道路の充実も伴わねばならず難しい問題である）。

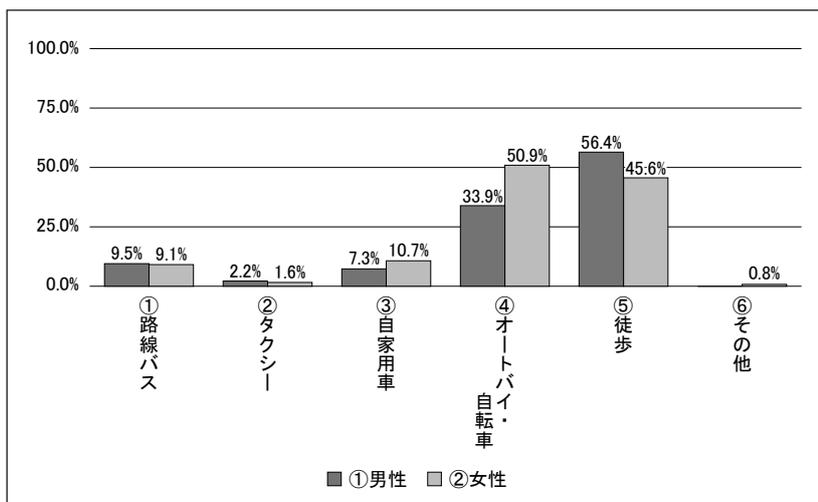
例えば、JR茨木駅から阪急茨木市駅に乗り替えるにしても、その間をつなぐバスはあるものの徒歩の方がはるかに時間の節約になる（約15分）。最寄り駅まで徒歩で行く場合は、おそらく徒歩圏内（最大20分か？）に住居などがあると考えられるが、果たして、オートバイ・自転車を利用するのは、利用の便が良いバス路線がないと考えた方が良いでしょう。そのため、地方都市では主な足の一つである自動車用の駐車場や駐輪場を充実することが望まれる（ただし、幹線道路の充実も伴わねばならず難しい問題である）。

とは言え、バス路線の充実に関しては、採算性の問題があるし、また、駐輪場や駐車場に関しては、駅周辺の土地がないという問題もある。この問題を解決するには知恵を絞らねばならないが、例えば、駐輪場や駐車場については、土地の狭さを高さで解消するという方法、立体の駐輪場や駐車場である。加えて、その料金体系を見直すことも必要だ。特に日々の利用ということになれば、料金の高さはその利用を敬遠させてしまう。薄利多売のような規模の経済が実現できないものだろうか。

ここで、年齢別の内訳を見てみよう。どの年代も、徒歩やオートバイ・自転車の利用が多い。次いで、路線バスの利用割合であるが、70才台の利用が突出している。徒歩やオートバイ・自転車の利用率と同様の多さである。理由として考えられるのは、路線バスを利用しやすい地域に住んでいる、利用する店舗などがバス路線の沿線に多いなどである。



男女別に見た内訳は、次のようになる。徒歩で最寄り駅まで移動する男性は、女性よりも若干多く、反対に、オートバイ・自転車で最寄り駅まで移動する男性よりも女性が比較的多い約1.5倍である。男女とも最寄り駅を利用する理



由の大半が、通勤通学と市外への買い物に占めているが、前述したように、市外への買い物に最寄り駅を使うのが主に女性であると考え、買い物などの荷物を運ぶには、徒歩よりもオートバイ・自転車の方が断然運びやすいと考えるのが妥当だろう。

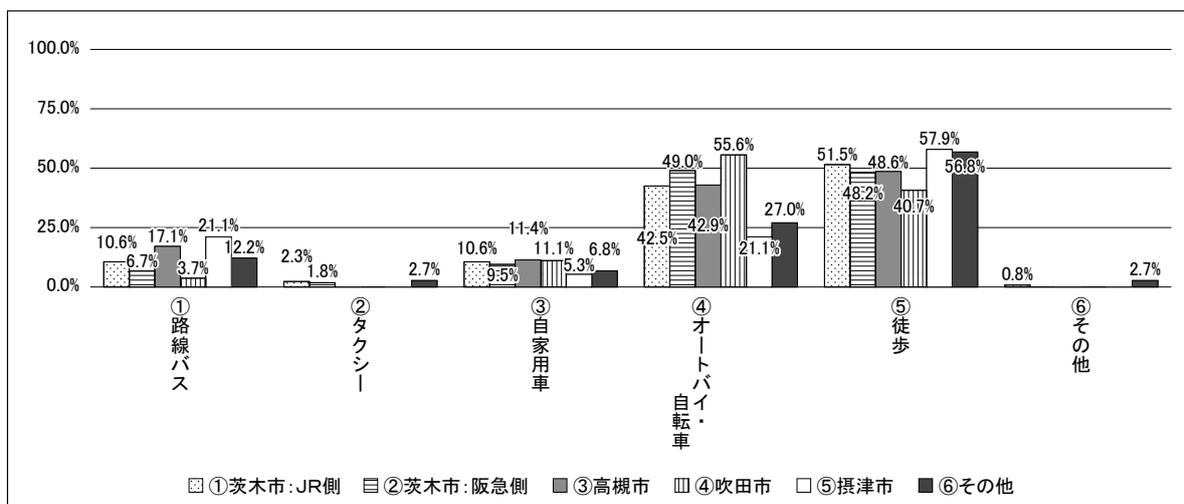
居住地別に見た最寄り駅への交通手段は、以下のグラフのようになる。

全体的な傾向として、徒歩やオートバイ・自転車の占める割合がほとんどで、路線バスの利用者はかなり低く、それに次いで、自動車の利用者も低い

(とは言え、無視できるほどの割合ではない)。一般的な地方都市と同様に、地下鉄はもとよりバス路線網が充実していないという現実を考えれば、徒歩やオートバイ・自転車の利用が大半を占めるのは当然だろう。

細かく見ると気になるのは、摂津市とその他の都市では他の居住地と比べて徒歩を交通手段とする人が高く、反対に、これらの都市でのオートバイ・自転車の利用率が低いということである。これは、最寄り駅が徒歩圏内にあるためとも考えられるが、オートバイ・自転車の利用率が低いのは、他の要因があるかもしれない。実際に、摂津市とその他の居住地では、路線バスを使うと回答した人が、茨木市や高槻市そして吹田市よりも多いので、路線バスが充実していると想像できる。

また、自動車を使うとした人が10%前後いることも注意しておきたい。



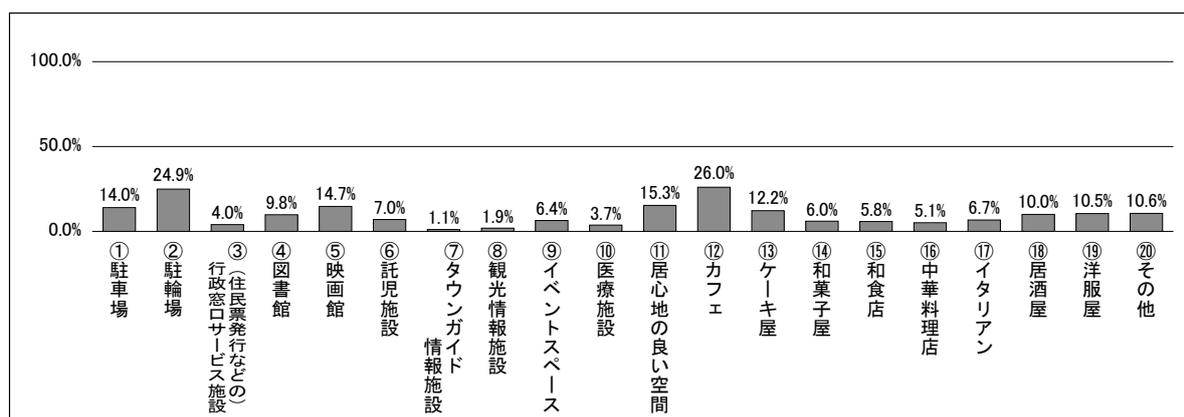
以上、最寄り駅までの交通手段を、年齢別・性別・居住地別で見てきたが、すべて似通った傾向を示しており、徒歩やオートバイ・自転車の利用が大半を占めている。次の設問で駅周辺に不足している施設を問うているが、これら徒歩やオートバイ・自転車の利用者が多いため、それらへの対策が遅れていることが見て取れる。

【質問4】よく利用する駅周辺に不足していると思う施設・お店は何ですか？(複数回答可)

全体の傾向から見て、最も不足していると考えられているのが、カフェである(20.6%)。茨木市と周辺の居住地にもカフェと名のつく店はいくつかあるが、仕事帰りや買い物の休憩などで立ち寄りたいたいカフェの絶対数が足りないことが考えられる。

今回の調査では行われていないが、過去のアンケート調査では、お洒落な店が不足していると回答している人たちが少なからずいたことを考えると、いわゆるコーヒー・チェーン店、例えば、スターバックスコーヒーやタリーズコーヒーなどがいないことは指摘できる。これらのコーヒー・チェーンは、「サードパーティー」と呼ばれているが、それは、家と職場のほかにもホッと一息つける第3の場所という意味である。

現代の消費傾向を調べると、第1に求められるのが手軽さ、第2に求められるのが感動と癒しである。その意味で、特にアンケート回答者の大部分を占める茨木市民が、カフェに代表される「癒し」「寛ぎ」の場を求めているのは、切実な問題として受け止めるべきである。その流れでこのグラフを見てみると、カフェの他に「居心地の良い空間」(15.3%)や「映画館」(14.7%)そして「図書館」(9.8%)が、他の項目よりも高い割合を占めており、街全体で「お洒落」で「寛げ」て「気楽」に「気分転換」できる店や施設、設備などを拡充する必要がある。ベッドタウンとして人気のある街だからこそ、このような店舗や施設の誘致および整備が求められている。これはビジネスチャンスでもある。検討していただきたい。



この全体的な傾向を、年齢別、性別、そして、居住地別で調べたのが、次に挙げる3つのグラフである。全体の中ではそれほど目立った数字ではなかったが、年齢別では、駐輪場や駐車場の問題以外に、託児所を求める20代の存在が目立つ。まだ幼少期の子どもを抱える保護者が苦労している様子が明らかである。

他にも、10代が突出しているが他の世代も無視できないのが、映画館である。大阪市内に出かけないと映画を観ることがなかなか叶わず、切望されている。

これに次いで無視できないのが、図書館を求める声である。グラフでは、30~40代以外の世代の要望が高い。ただ、30~40代の要望はかなり低いのかと言えば、むしろ、働き盛りで本を読む暇がないと解釈する方が妥当であろう。ますます混雑化する社会にあって、問題解決の手段の1つとして本を求めるのは不思議ではない。また、本離れが叫ばれて久しいが、本を読む人は読んでおり、読む層と読まない層の2極化が進んでいると言われている。娯楽としての読書も切望する声は少なくないと思われる。

同様な意味では、カフェほどではないが、「気分転換」「寛ぎ」の場である飲食店関連の店の拡充も求められる。ケーキ屋(12.2%)は、例年のアンケートでも要望が高く、次いで、居酒屋(10.0%)も多い。自宅や市外に出ていると楽しむのもいいが、地元でちょっとした「気分転換」や「寛ぎ」の機会を持てることは、茨木市の魅力アップにつながる。是非とも、これらの店舗や施設の誘致活動を行っていただきたい。

これら以外で注目したいのは、前述したように、駐輪場と駐車場の整備である。公共交通網(バス)が市内を網羅しているとは言い難い現状では、徒歩以外にはオートバイ・自転車に移動手段を選択せざるを得ない。駐輪場を立体化して収容可能な台数を確保することはできないものだろうか。他の市町村、都道府県の事例を検討してみたいがであろう。

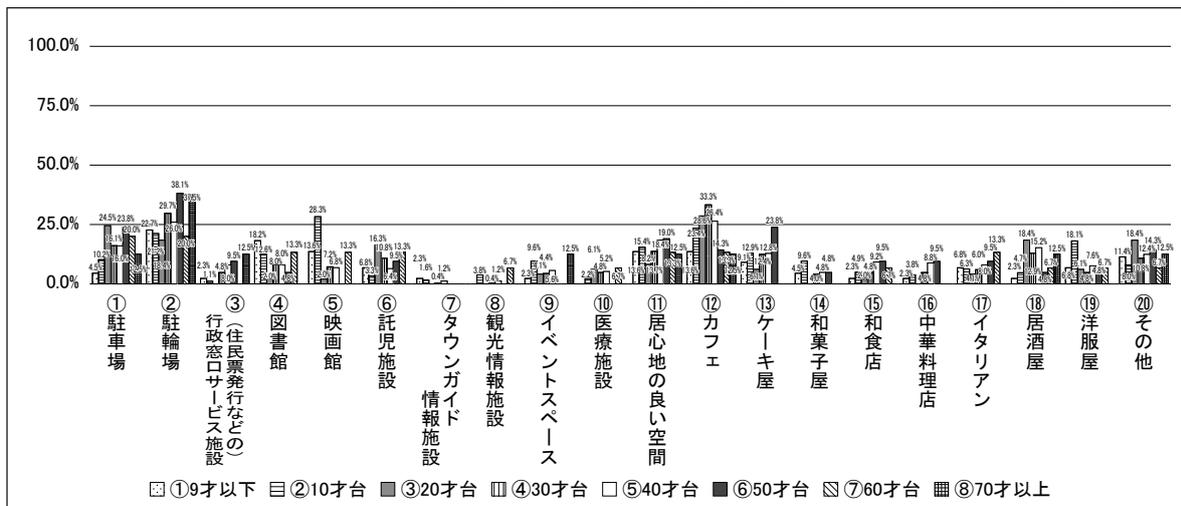
駐輪場については、悩ましい問題である。平日の利用を考えると、JR茨木駅周辺や阪急茨木市駅周辺には、ある程度の駐輪場があることは確かである。しかしながら、市外の買い物などをする場合、現在の駐輪場では、週末に増加する自動車移動をさばききれない。そこで、仮に駐輪場を拡充できたととしても、茨木市を例に取れば、幹線道路が少なく車線も少ないことから、大渋滞を引き起こす危険性が高い。駐輪場の問題は、駐輪場の問題とは別に議論する必要があるだろう。

同じ質問への回答を年齢別に見たのが、以下のグラフである。

カフェは大人の嗜好品であることを考えると、20才台以降の世代が不足していると感じるのはもっともなことである。「居心地の良い空間」「映画館」「図書館」も総じて働き盛りを中心と



して山型のカーブを描いている。やはり、「手軽」に「寛いで」「気分転換」を図りたいという希望が読み取れる。



ただ「映画館」を望んでいるのは、特に10才台が突出して多く、茨木市で言えば、イオンモール内のイオンシネマで上映される映画が、子どもたちの要望に合致していないということが考えられる。興味深いのは、現在は、ネットフリックスのような自宅でいつでも好きな時に映画を観られる環境があるにも関わらず、映画館への要望が高いことである。これは、映画館の大画面と大音響が、自宅で鑑賞するには比喩にならないほど重要であることを示しているだろう。

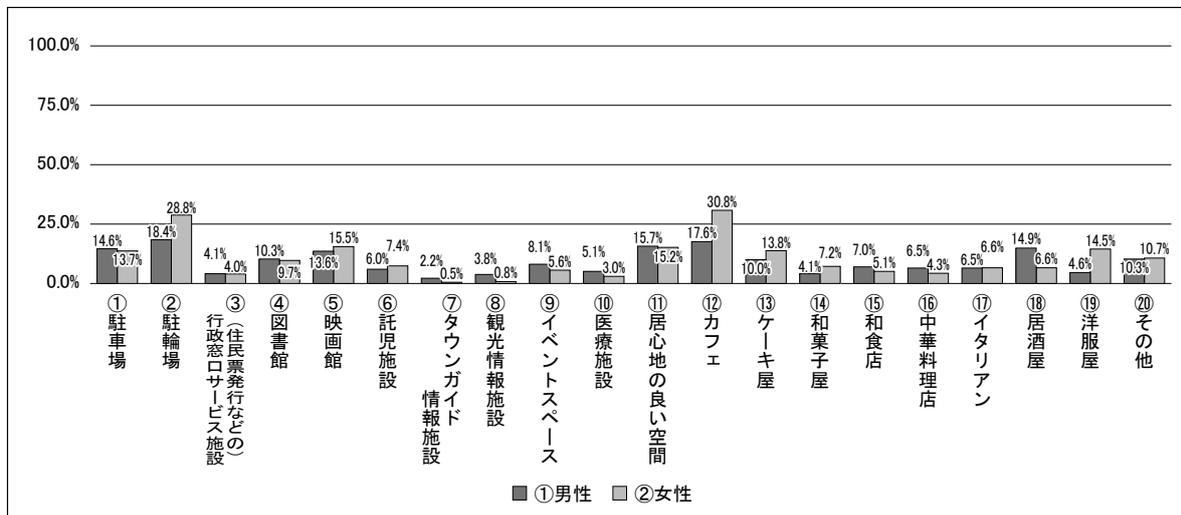
もっとも不足している施設として挙げられているのが、「駐輪場」であり、次いで、「駐車場」である。「駐輪場」については、どの世代も不足していると感じており、特に世代が上がるほどにその不足感は高くなる。20才台以降の働き盛り前後の人々にとっては、通勤にしても市外への買い物にしても、一生の内でもっとも物入りな時期であり、切実な要望である。

「駐車場」も「駐輪場」ほどの割合はないが、全体の中では上位に入る項目であり、その整備が求められる。この「駐車場」「駐輪場」については、週のいつ頃に必要になるのか、一日の何時ごろに必要になるのかなどを詳しく調べる必要がある。通勤通学で時間に余裕がない場合は、駅近辺に置く必要があるし、比較的時間の余裕がある週末であれば、また別の場所が候補に上がることもあるだろう。

男女別に不足している店舗などを調べたのが、次のグラフである。

カフェは、お酒を嗜む女性層の割合が高い（30.8%、男性は17.6%）。ケーキ屋も女性の割合が高いが（13.8%）、男性の隠れ甘党が多いことがここ10年以上の傾向であることを考えると、男性も入りやすい（あるいは買いやすい）ケーキ屋の出店が望まれる。

反対に、男性の要望が女性の要望をかなり上回っているのが、居酒屋である。男性の居酒屋イメージは、仕事帰りに「一杯」というものだと思うが、地元で飲みたいという希望も多いと見受けられる。消費のキーワードで言えば、



「手軽に」「癒されたい」のであろう。ビジネスチャンスはあると言えよう。

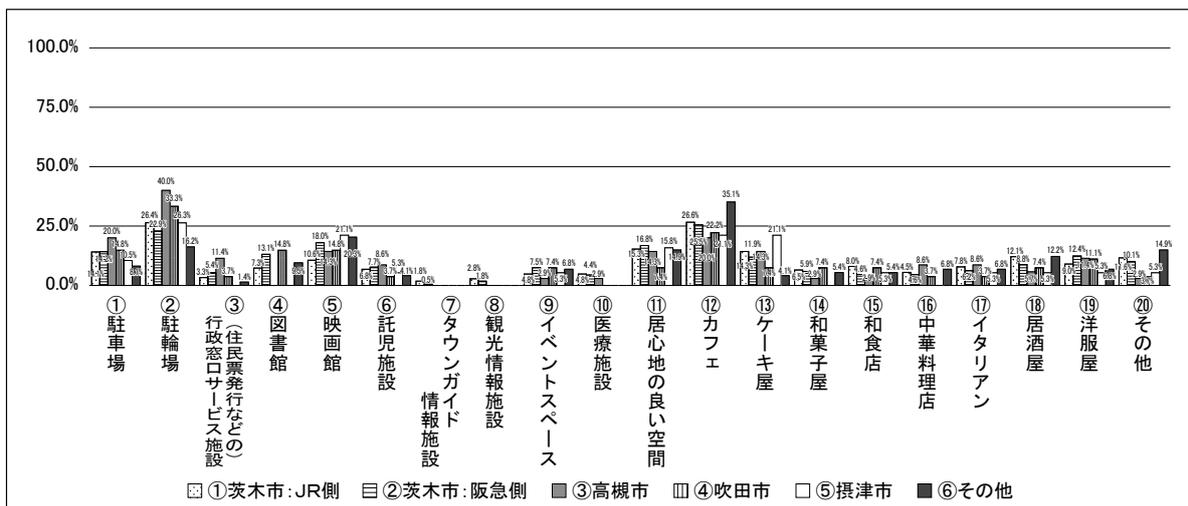
男女ともに同程度不足していると回答があったのが、「居心地の良い空間」であるが、具体的にどのような空間がほしいのかは分からない。しかしながら、先ほども挙げたように、現代の消費のキーワードの1つは「癒し」「寛ぎ」である。同時に、「ふれあい」「コミュニケーション」というもう1つのキーワードもある。1分1秒を競う現代日本が人々に多大なストレスがかかっていることも事実である。

現代人は、「自由と引き換えに孤独を得た」と言われるが、できるなら「孤独」を避けたいだろうし、果たして「自由」なのかと問われると疑問である。その意味で、しばし気分転換ができて気晴らしができる空間が求められている。例えば、西欧では都市部でも公園がたくさんあり整備されている。心を開放しボーっとできる時間や空間を提供できないものだろうか。

この件に関しては、ブレイン・ストーミングなどで案を出してみる価値があるだろう。具体的には今は何も言えないが、だからこそ提案できる新しい価値のある時空間（店舗も含む）を自治体と企業と市民が共同して生み出す意味はある。

駐輪場に関しては、男性（18.4%）よりも女性が不足感を抱いている（28.8%）。買い物の主導権を握っている女性だからこそ、オートバイ・自転車での移動が多いと考えられるため、駐輪場の問題は切実な問題である。このアンケートも何年も行っているが、相変わらず駐輪場の問題は解決していない。対応を切に望むものである。

次に、居住地別に不足していると回答があったものをまとめたのが、次のグラフである。



全体的な傾向は、これまでのグラフとそれほど変わりがないが、強いて指摘するとすれば、駐輪場の不足を他の居住地より多く挙げているのが、高槻市と吹田市である。これに比べると茨木市は、JR茨木駅側も阪急茨木市駅側もやや低いが、住民にとっていまだに切実な問題であることには変わりがない。また、カフェに関しては、「その他」の居住者がもっとも不足していると回答しているが、その内訳は分からない。

以上、細かな差はあるものの、総じて言えば、カフェなどの「手軽に」「気分転換」できて「寛げる」時間と空間を求めているとともに、駐輪場の確保が切迫した問題である。現時点で、ある程度、市民はそこそこ快適に日々の生活を送っているのではないかと、特段、取り立てて問題にすべきものはないというのではなく、ベッドタウンとしての居住の時空間をもっと快適にすることが、茨木市の今後の発展につながる。隠れている、あるいは、眠っているビジネスチャンスを掘り起こして、経済の活性化を図りたい。

【質問5-1】よく買い物をするスーパーはどこですか？（複数回答可）

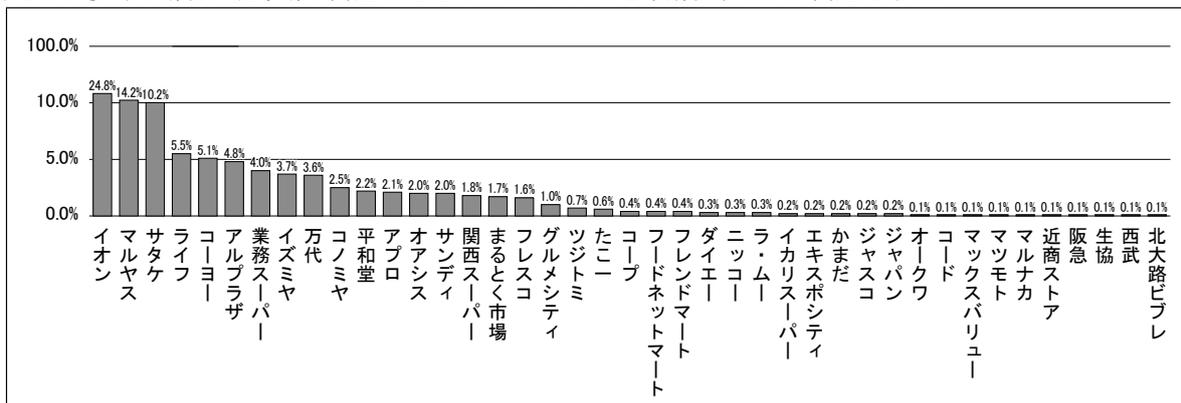
イオンで買い物をするという割合が、24.8%と全体の4分の1を占めていて、圧倒的に他を引き離している。茨木市だけではなく、その近隣の高槻市や吹田市などにもイオンは出店しており、その集客力は強い（グラフは見やすいように加工しているため、正確な数字はグラフに記載の数字を見ていただきたい）。

イオンがこれほどの集客力を持つ理由にはいくつかあるが、1つは品揃えの良さと、もう1つは大規模駐車場を完備していることである。買い物客にとっての店舗の利便性は、そのアクセスの良さであるが、地方都市全般に言えるのは、移動の手段が自動車に頼らざるを得ないということだ。特に、毎日、買い物に出かけるという人もいるだろうが、男女とも平日は仕事で十分な買い物時間を割けないこともあり、週末に1週間分の食材などを買うという傾向が

ある。そうすると、1回の買い物の量は多くなり、結果として自動車での購買行動を取ることになる。

買い物客にとって、商品の値段の安さは訴求力があるが、加えて、買い物に要する「コスト」も無視できない。例えば、駐車場代のかかるスーパーとそうでないスーパーとでは、後者の方が「コスト」が低い。また、さまざまな商品を買回するには、できるだけ1か所でまとめ買いができる方がよい。これは「時間」という「コスト」の削減につながる。言い換えれば、買い物の機会がいかに容易に手に入れられるかである。

1か所で買い物を済ませることができる仕組みを「ワン・ストップ・ショッピング」というが、これはスーパー以外の店舗も揃っているショッピングモールの強みでもある。商店街も「ワン・ストップ・ショッピング」の形態の1つであるが、多くの場合、駐車場の問題を抱えている。それをどう解決するかが問題である。



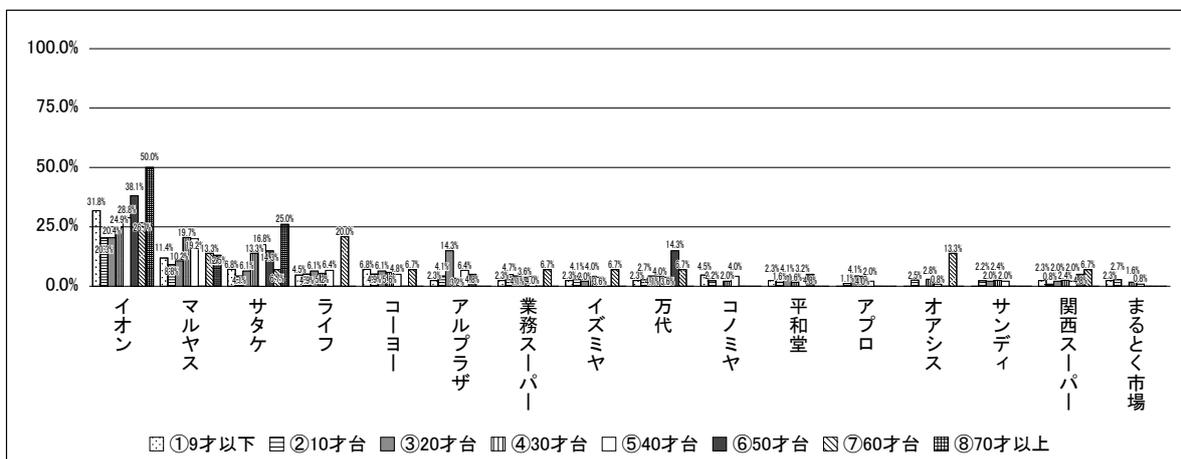
品揃えに関して言えば、イオンの強みは、そのPB（プライベート・ブランド）である「TOPVALU」の充実である。一般のスーパーでは、NB（ナショナル・ブランド）を主に扱っているが、必ずしも消費者の声に込んでいるというわけではない。イオンの場合、POSシステムに始まる徹底的な市場調査を行い、消費者が何を欲しているかを十分に調べ、その欲求に応える商品づくりをしている。コンビニでもPBはそこそこ充実しているが（特にセブンイレブン）、イオンの徹底ぶりは店内を回って見れば、そのPBの多さに驚かされる。品揃えという観点では、イオンは他のスーパーを抜きでている。

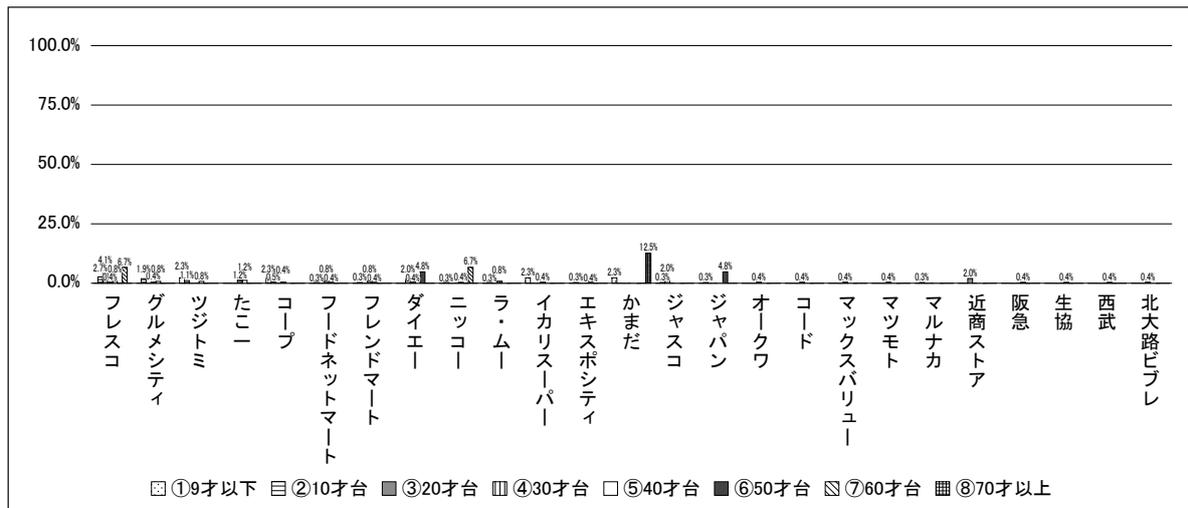
他のスーパーに関して言えば、イオンに次いで多いのが、マルヤス（14.2%）とサタケ（10.2%）であり、イオンの約半分となる。その他のスーパーは、5%以下となり、詳しくはグラフでチェックしていただきたい。

年齢別で利用するスーパーの内訳を見たのが、次のグラフである。

イオンの場合、働き盛り世代の利用率は多いが、特徴的なのは、10才台と70才台の利用が他と比べて目立っている。特に、70才台に目を向けると、サタケ・ライフ・業務スーパー・万代・オアシス・関西スーパーでも突出して多くなっている。理由は不明である。考えられるのは、高齢者向けの商品が揃っている、高齢者がアクセスしやすい立地であるなどであるが、推測の域を出ない。高齢者をターゲットとした経営戦略を立てるのであれば、調査が必要である。その際、他のスーパーでも適用できる戦略を見出せるかもしれない。

アルプラザの場合、他と比して20才台の利用が目立っている。これも理由が不明であるが、調査次第では、20才台を購買行動に向ける何かしらの理由が明らかになり、他のスーパーでも取り入れられる経営戦略が見つかる可能性があるだろう。



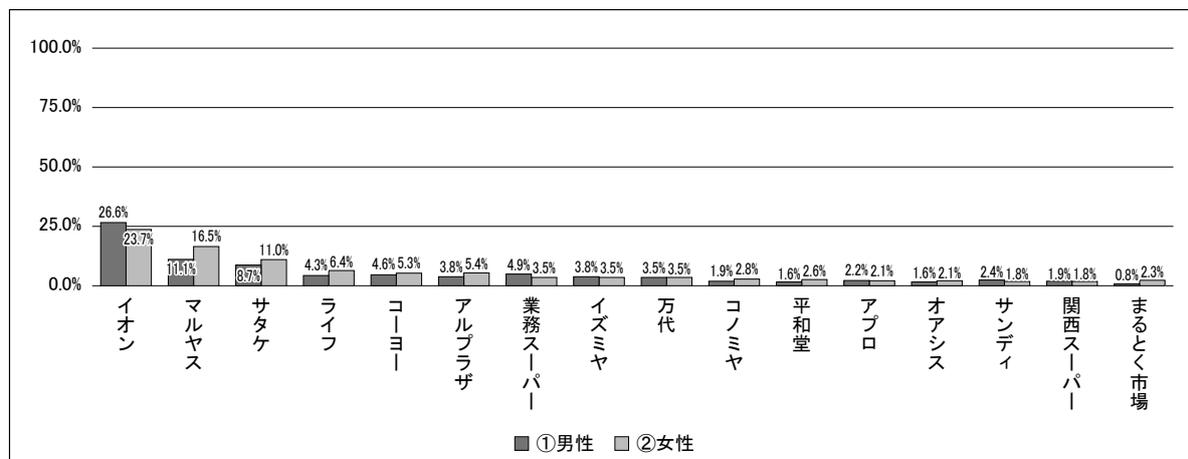


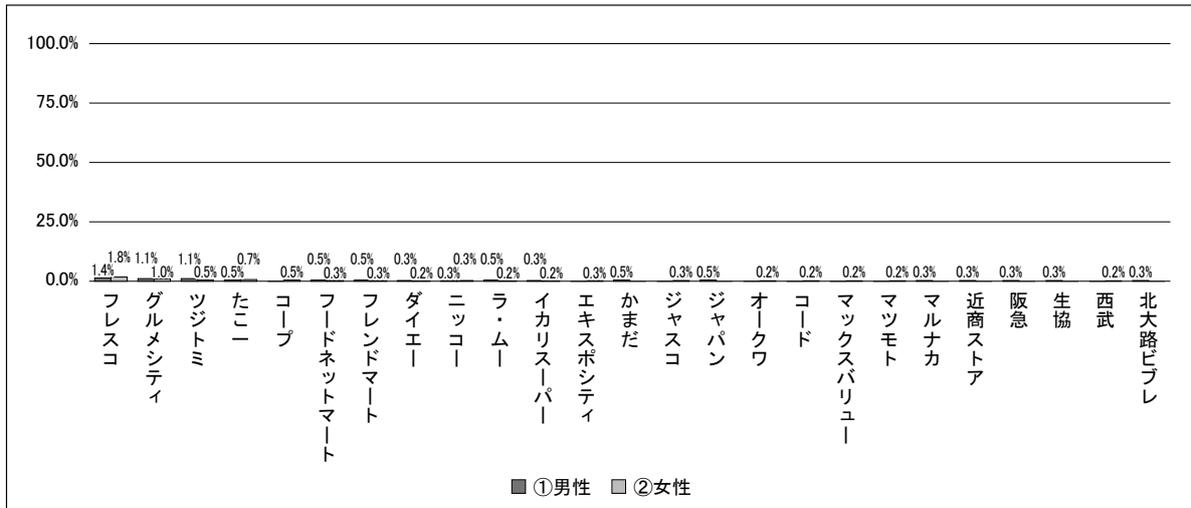
これを性別で見たのが次のグラフである。

凡その傾向として、男性よりも女性の利用が多いが、スーパーを利用する男性客が多くなったとは言え、まだまだ女性が中心であることを裏付けている。働く女性が多くなったが、日常の買い物は、女性がになっているのであろう。しかしながら、ひと昔に比べるとスーパーで買い物をする男性も多くなってきており、男女間で大きな差があるという訳ではない。

また、ここ数年のテレビでは、料理関係のCMで男性が食事を作る場面がほとんどであり、実際の男性の家事参加率はまだまだ低いとは言え、男性にも家事を促す傾向にあるのは確かである。そのため、スーパーでの買い物に抵抗を示さなくなった男性が増えているという結果になっている。男性と女性で購買行動が異なるのかどうかは分からないが、男女ともに買いやすい売り場づくりを一度検討してみるのもよい。

例外的に、スーパーを利用する女性よりも男性が若干上回っているのがイオンである。推測であるが、イオンモールにはスーパー以外の店舗も揃っており男性の集客力を高めているか、あるいは、イオンスーパーには、男性客を惹きつける商品が揃っている可能性もある。

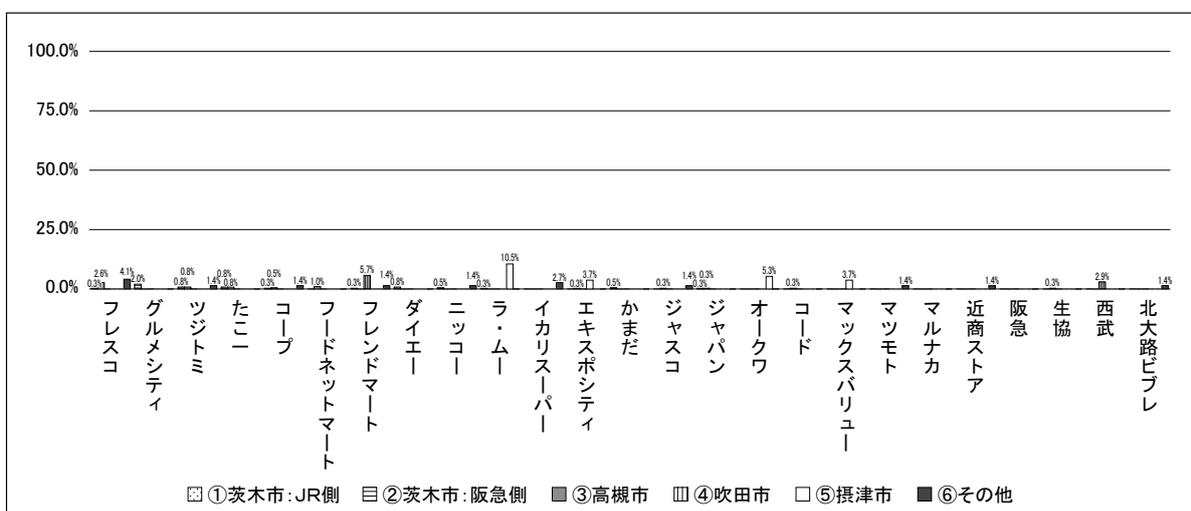
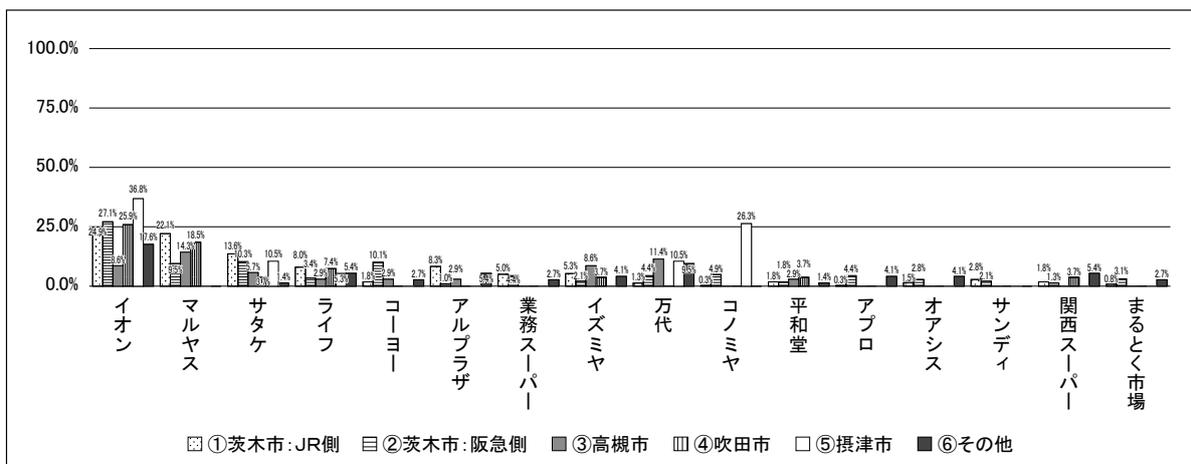




居住地別に利用するスーパーを調べたのが、次のグラフである。

イオンを利用する人たちは、全体でもっとも多いが、高槻市だけは他の居住地と比べてかなり低い傾向がある。イオンは、高槻市にも出店しており、なぜ高槻市だけがイオンの利用が低いかは分からない。その代りマルヤスの方がイオンよりも利用されているので、マルヤスの方が理由しやすい理由があるのだろう。

また、摂津市の場合、コノミヤの利用がイオンに次いで多く、突出している。「すべてはお客さまのために」をモットーに、野菜や果物等のばら売り、賞味期限又は消費期限が近づいている商品の値引き販売、紙の両面使用、マイ

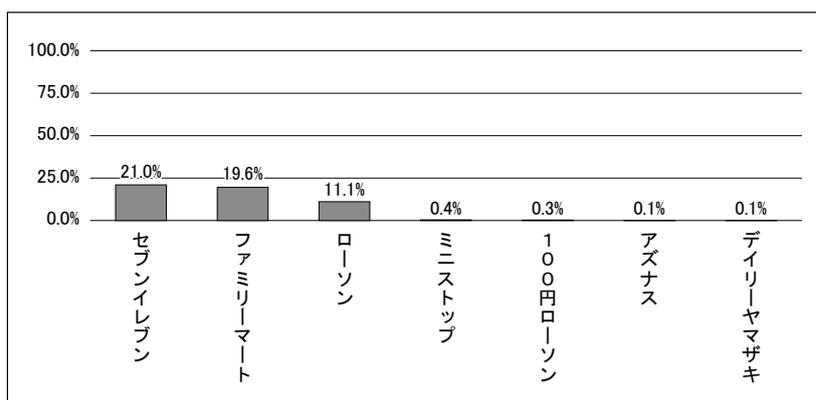


バック持参の奨励、そして、紙バック・ペットボトル・白色トレイの店頭回収などの工夫をしており、それが摂津市民の支持を得ているのかも知れないが、単にアクセスの良さであるかも知れない。高槻市にもコノミヤは出店しているので、正確な理由は、さらに詳しい調査が必要だろう。

いずれにせよ、イオンがトップを独走していることには変わりはなく、次いで、マルヤスやサタケ、ライフ、コーヨー、アルプラザ、業務スーパー、イズミヤ、万代、コノミヤが上位10位であり、その他の利用率は相対的に低い。また、集客力は、品揃えの良さ、価格の値ごろ感（安いから良いとは限らない）、チラシなどの広告戦略、立地や駐車場の設置などアクセスの良さの点によるため、これらを再チェックしていただきたい。

【質問5-2】よく買い物をするコンビニはどこですか？

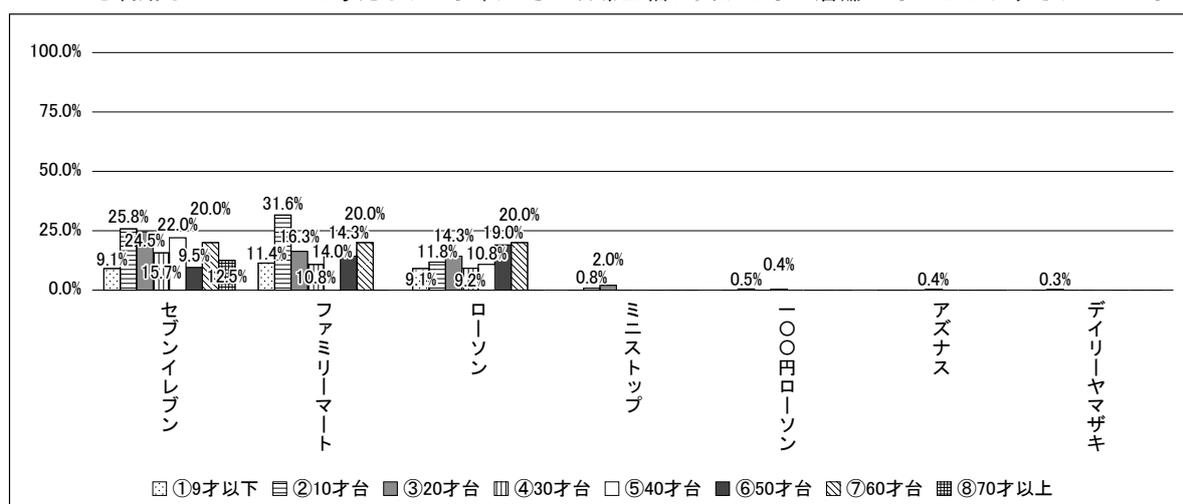
日頃利用するコンビニは、次のグラフにあるように、セブンイレブン（21.0%）とファミリーマート（19.6%）がトップに位置する。ローソンも、11.1%と検討しているが、この2社には及ばない。セブンイレブンは、コンビニの老舗でもあり、POSデータを元にした商品戦略には定評があり、店舗数も多く、ファミリーマートがこれに追従している。



年齢別の利用を見ると、セブンイレブンもファミリーマートも、ほぼすべての世代が利用しているが、ファミリーマートでは10才台の利用が特に多く、この世代を狙った経営戦略を立てている可能性がある。ファミリーマートを研究することで、10才台の消費者への訴求力が何であるか分かるだろう。対照的に、ローソンは、高齢者の利用が他世代よりも目立っている。これも高齢者層をターゲットとした経営戦略の参考になるかもしれない。

他のコンビニ、ミニストップや100円ローソン、アズナス、デイリーヤマザキの場合、セブンイレブンやファミリーマート、ローソンと比べて、絶対的な出店数が少ないと考えられるため、どの世代の利用者も少なくなっている。

気を付けたいのは、従来、コンビニの利用者は若者と言われてきたが、このグラフでも分かるように、あらゆる世代に利用されていることが分かる。これは、若い頃、コンビニを利用していた若者が、その後、年を重ねて、引き続きコンビニを利用しているためと考えられる。私たちの日常生活に欠かせない店舗であることが示されている。



男女別に利用実態を調べると、従来は、男性がその利用客の中心を占めていた。例えば、都市部では、サラリーマンが出勤時に利用するというイメージがあり、実際、例えば、中高齢男性をターゲットとした花王のヘルシア緑茶は、コンビニ限定で売り出されていた。しかしながら、ここ10年～15年ほどは、女性客や高齢者をターゲットとした経営戦略を打ち出していることもあり、年齢別では高齢者の利用も多かったが、性別でも女性の利用もかなり多くなり、男性客に迫る勢いである。特にその傾向は、セブンイレブンが強い。

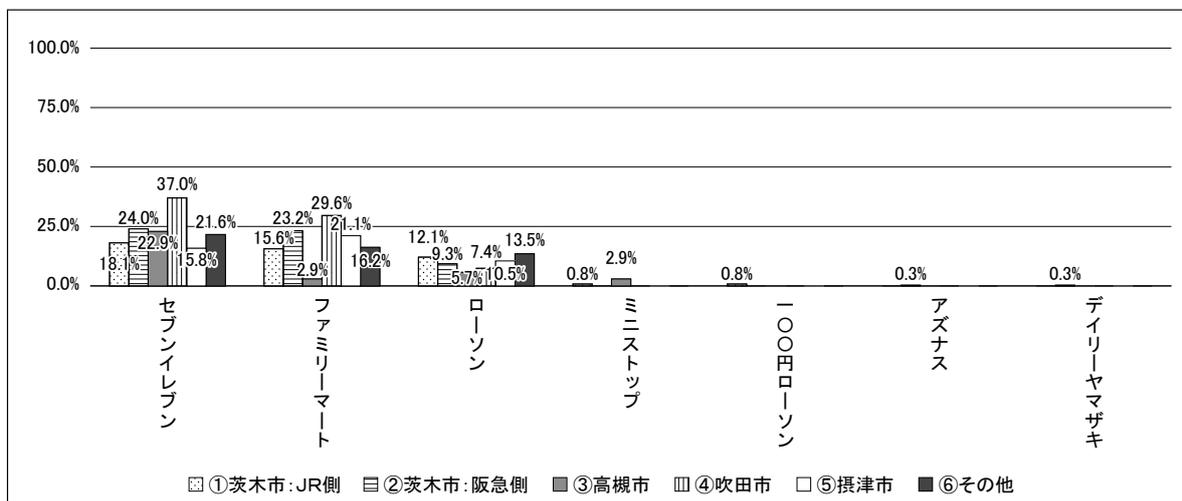
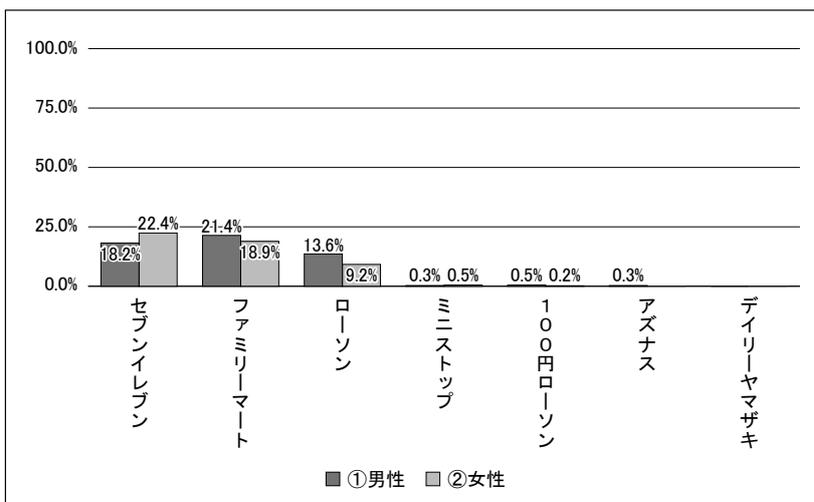
居住地別に見ると、セブンイレブンやファミリーマート、ローソンが上位3社を占めていることには変わりがないが、高槻市ではファミリーマートとローソンの利用が低い傾向がある。一方、吹田市ではセブンイレブンとファミリーマートの利用が非常に高い。その理由は、不明である。

これら上位3社は、徹底的な消費者行動分析に基づいて、出店計画や品揃え計画を行っているはずであり、また、それも地域ごとにきめ細かく異なるため、適切な消費者対応ができていると思われる。そのため、このような差の決定的な理由は、現時点では思いつかない。

ただ、業界関係者への聞き取りから得た情報であるが、セブンイレブンは非常に真面目な社風を持っており、それが出店計画や商品戦略（新商品企画開発力や品揃え計画の適切さ）につながっていると思われる。

一方、ファミリーマートの社風は、「面白いことなら何でもやってみよう」というものであり、それが良好な経営状態を生み出しているようである。年齢別で見たグラフでは、特に若者からの支持が高いのは、それが理由だと推察できる。その戦略が、もしかしたら、高槻市では受け入れられていないことも考えられる。他方、ローソンに関しては、悪い意味で「いい加減」という社風があると聞いており、それが、適切な出店計画や商品戦略の不備につながっている可能性がある。

これら3社の社風の違いが、吹田市におけるセブンイレブンやファミリーマートの利用が多い理由かも知れない。特に、セブンイレブンにおいては、他の居住地と比べて低いということがないため、良好な経営戦略を行っていると考えられる。



【質問5-3】よく買い物をする商店街・個店はどこですか？（複数回答可）

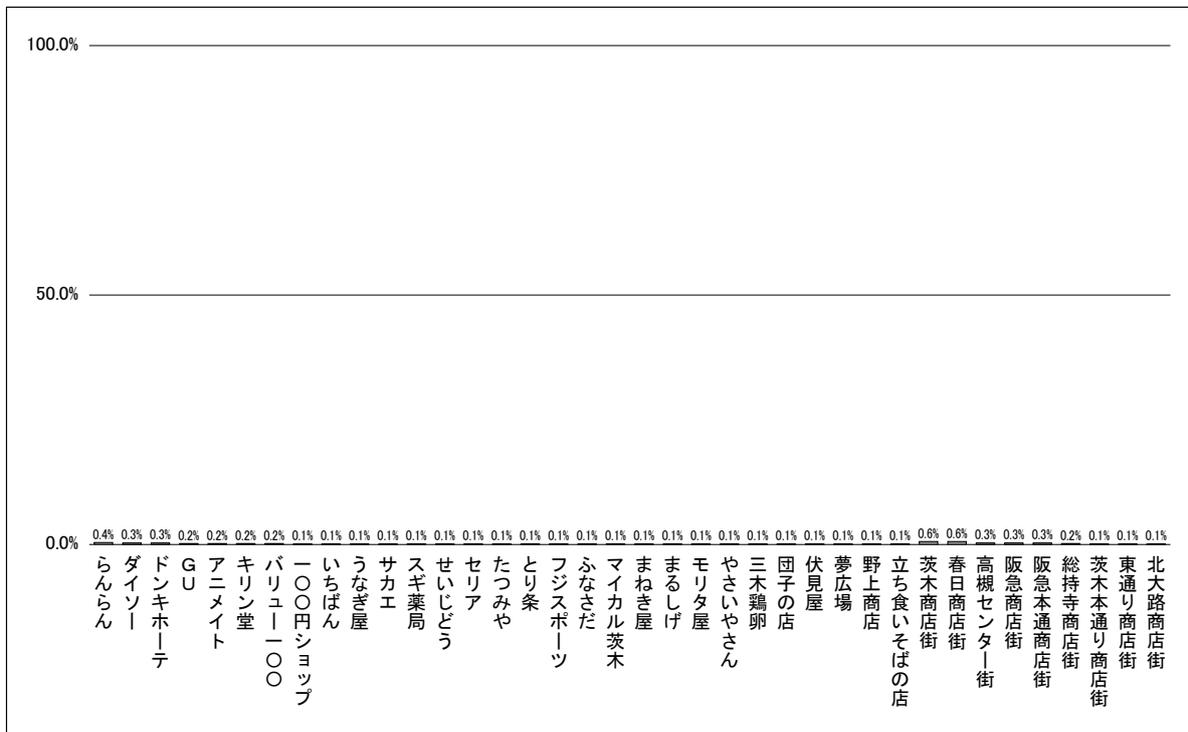
グラフを見ての通り、どنگりの背競べである。スーパーやコンビニに比べると、最大の利用を示しているらんらんでも0.4%であり、次ぐダイソーも0.3%である。壊滅状態であると言え言い過ぎであろうか。

商店街は、先述した「ワン・ストップ・ショッピング」ができる商業集積地である。買い物客にとって、店がばらばらに立地していれば、移動が大変であり非効率的である。それを1か所にまとめることにより、売り手と買い手が一堂に会して取り引きできるため、両者にとって相手を探し回る必要もなく便利である。

一般論であるが、全国の商店街や個店を調査して回ったこれまでの経緯に鑑みると、当初は人通りの多い場所に集中して出店していたため、とても賑わっていたことは確かである。しかし、都市は時代とともに変化する。客の流れ

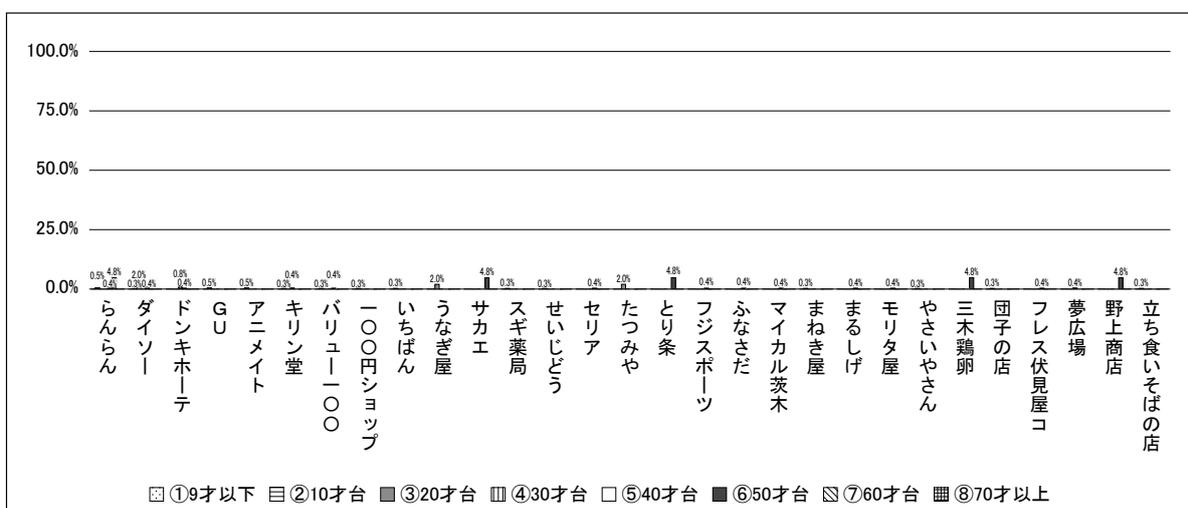
も変化する。その変化に機動的に対応してきたのが、スーパーでありコンビニである。この2者は常に出店計画と商品戦略を見直し、スクラップ&ビルドを繰り返して来た。

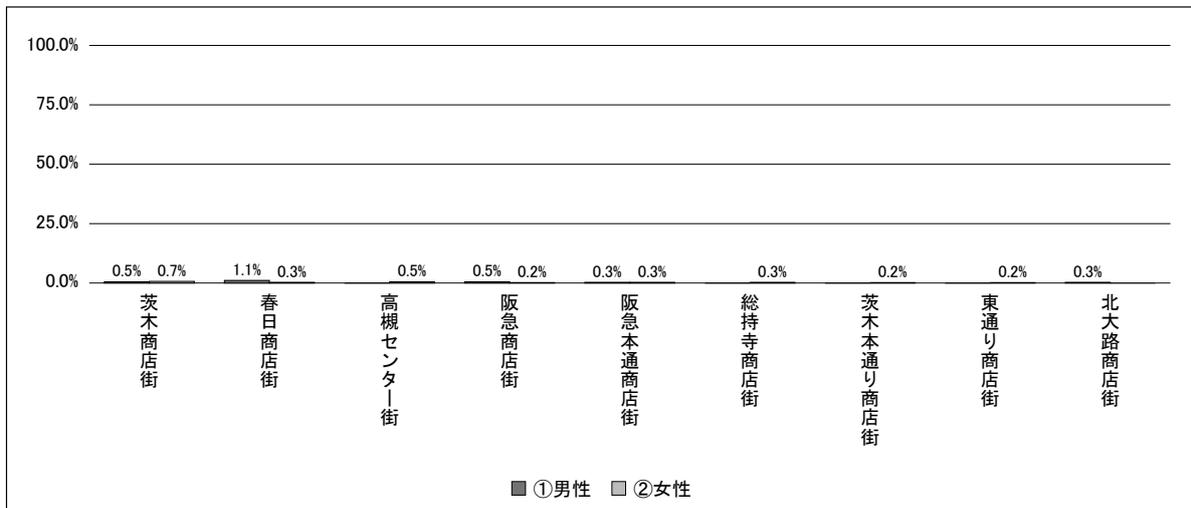
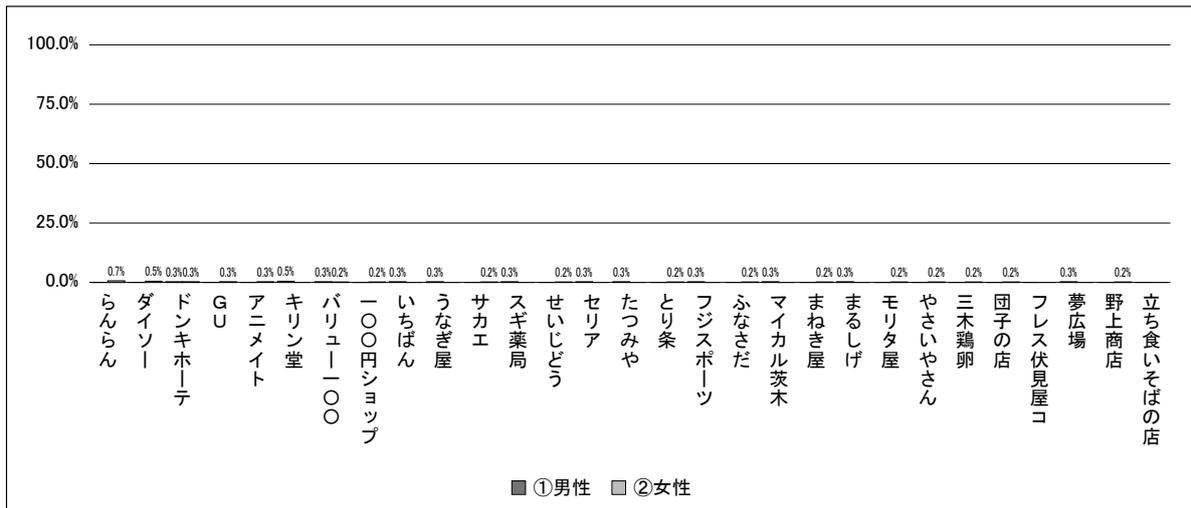
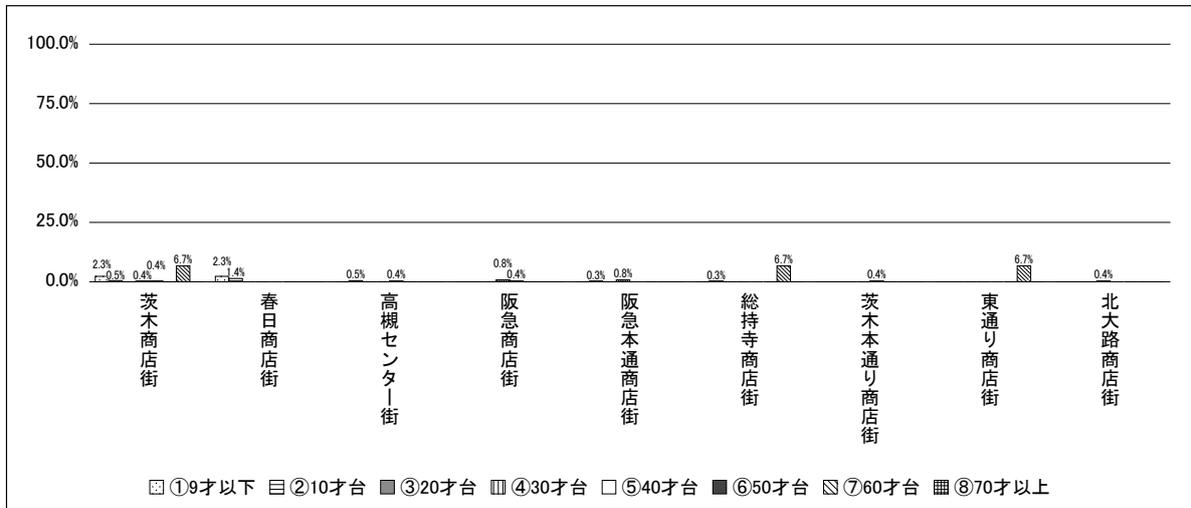
一方、商店街はというと、時代の変化に対応していない。客の流れが変わってしまったのでは集客力を発揮できない。いまや集まってくるのは、商店街や個店の近くに住み続ける人たちであり、商店街や個店とともに年を取って行くばかりである。最後は消滅だろうか。

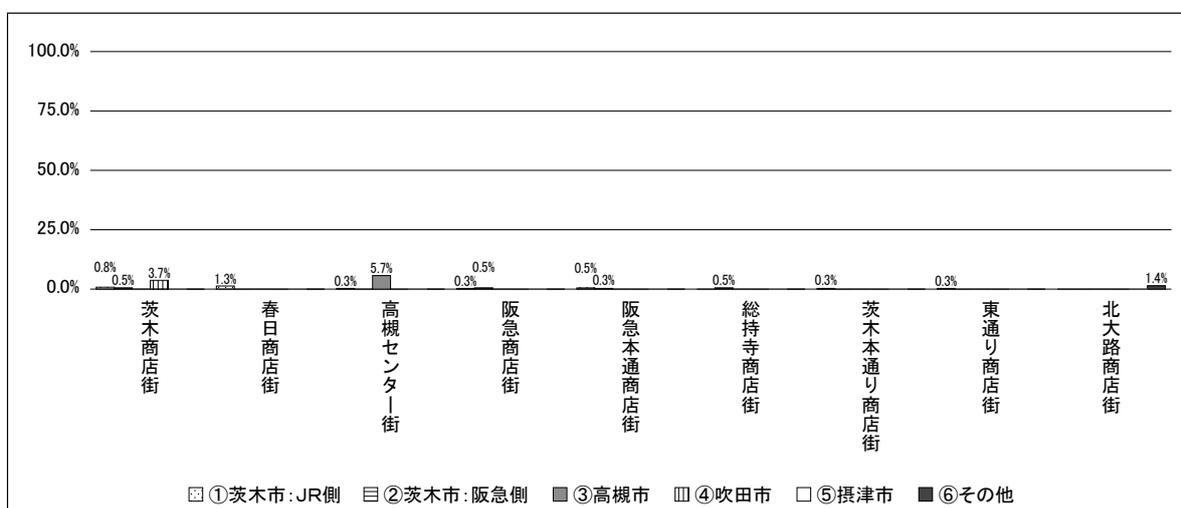
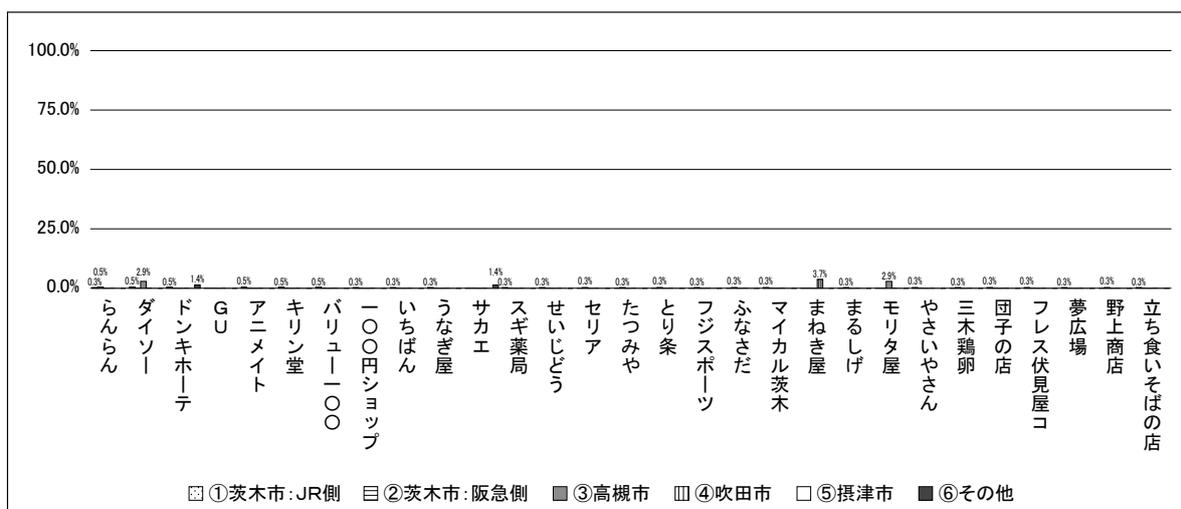


以下に、年齢別・性別・居住地別に集計した結果をグラフとして載せたが、数値が低すぎるため、そこに見られるわずかな違いを議論しても不毛だと思われる。商店街や個店の店主がどの程度、店舗の再活性化を望んでいるのかは分からないが、過去の調査結果から言えば、一般論であるが、真剣味が不足していると感じる。もちろん、このグラフに挙げられている商店街や個店と個別に調査しなければ正確なことは言えない。

ただ、取り扱う商品の魅力や品揃え、競争的な価格付け（安ければ良いというのではなく、消費者が支払うに値すると感じた価格であり、場合によっては高額商品の可能性もある）、十分な広告・広報と営業や販売の戦略、店へのアクセスに利便性を持たせることなど、これらの基本的な経営戦略をもう一度チェックしていただきたい。







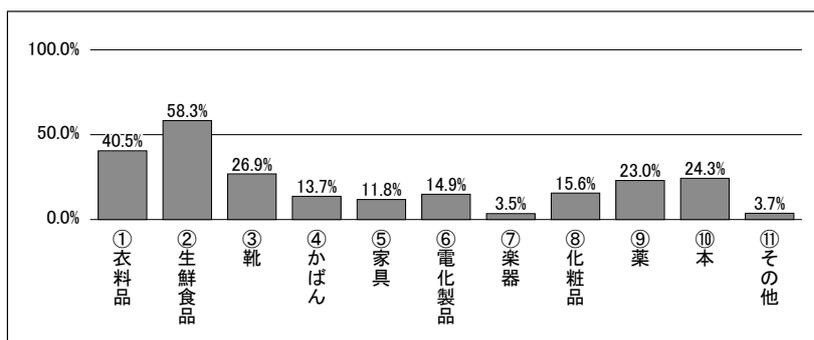
【質問6】 ネットや通信販売でなく、お店で直接買う物は何でしょうか？（複数回答可）

実店舗で購入する商品の特徴は、実際に手に取って確認し納得した上で買いたいもの、日頃使っている商品で実際によく商品のことを知っているもの、一度ネットや通信販売で買って納得したもの、商品ごとに状態が変化しないもの（常に同じ品質や状態）、人によってはこだわりのないもの、などである。

それを念頭に置いて、以下のグラフを見ると、特に、生鮮食品が58.3%に上るのが理解できる。工業製品と違い、生鮮食品は個体ごとの状態が微妙に異なり、また、いくらネットや通信販売でも生鮮食品の選択を業者に任せることに抵抗がある人が多いからである。

同様なことは、身に付けるものでは、衣料品（40.5%）や靴（26.9%）、化粧品（15.6%）などがあり、これらは、着心地や履き心地、付け心地を実際に試してみなければ「納得」が行かない商品である。加えて、素材や色などもパソコンやスマホの画面では正確には分からないことが多く、紙媒体のカタログでも同様である。

同じような理由で、実際に手にしてみなければ、商品の状態や中身が分かりにくいものが、本（24.3%）、かばん（13.7%）、家具（11.8%）、楽器



(3.5%) などである。本は、実際に中を開いてある程度読んでみなければ分からないものであり、かばんや家具も素材や色などが分からない。楽器も実際に弾いてみないと弾き心地や音色、音の響き方が一つひとつ異なるため、ネットや通信販売を避ける傾向にある。

薬 (23.0%) も、自分の体の中に入るものであるため、店頭で説明書きをよく読んだり、薬剤師などに相談したりすることもあり、店頭購買が求められている。電化製品も、カタログで見るよりも、家電量販店で実物を見たり販売員の説明を聞いたり、そして、相談もするだろうから、ネットや通信販売には必ずしも向いていない。

しかしながら、これらの商品がネットや通信販売とは競合しないかと言えば、必ずしもそうではない。一度、店頭で購入して納得した商品で、再購入した時に商品状態が同じ工業製品のような場合、最初は店頭で購入しても、次回からはネットや通信販売で購入するというリピーターを念頭に置く必要がある。

また、上記のグラフに挙がっている①～⑩の商品では、これに回答していない消費者は、ネットや通信販売を利用する可能性があるため、これらを扱う実店舗も油断はできない。商品にこだわりがない消費者であれば、気楽に買えるネット商品や通信販売商品を買うことになり、また、ネットや通信販売であっても、届いて気に入らなければ、一定期間に返送できるという仕組みもある。

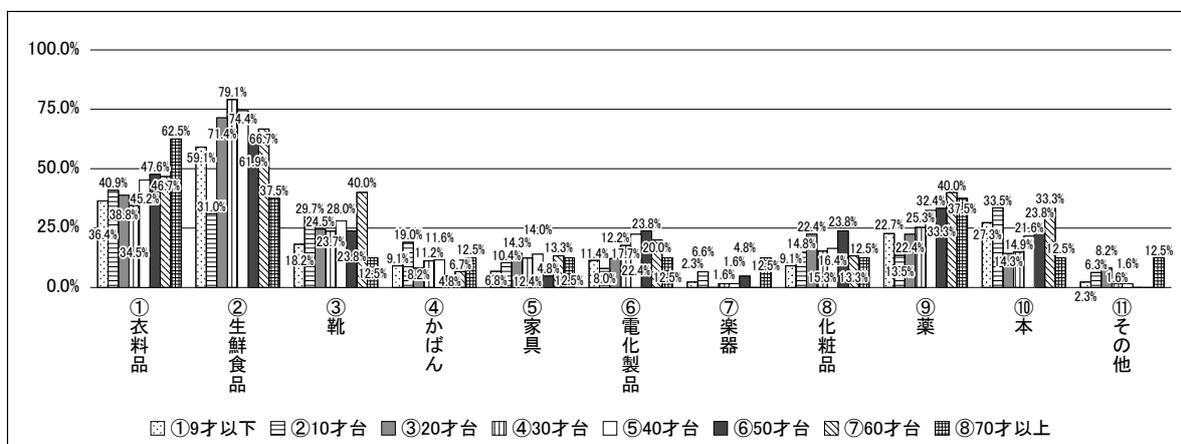
このような点を考慮に入れて、実店舗では何をすれば良いのだろうか。

ネットや通信販売でも、うまく行っていない所とそうでない所がある。その理由は、コミュニケーション力が高いかどうかにある。ネットや通信販売というと、特に深く考えず気楽に注文して届くという利便性があることは否定しないが、購入する際の判断材料として、ネット上の口コミが重要な役割を果たしている。

例えば、Amazonでは、本を買うにしても既に購入した人たちからのレビューが載っている。良い評価もあるし反対の評価もある。反対の評価があれば、確かに敬遠されることもあるが、事前に情報や評価を知った上で購入するので「納得感」が高い。この「納得」という感情は、あまり気にされていない感があるが、とても重要な感情である。

実店舗が、ネットや通信販売より優るものがあるとするれば、この「納得感」を、買い物客とのコミュニケーションでどこまで高められるかである。

年齢別に見た実店舗での購買傾向は、次のグラフ通りである。

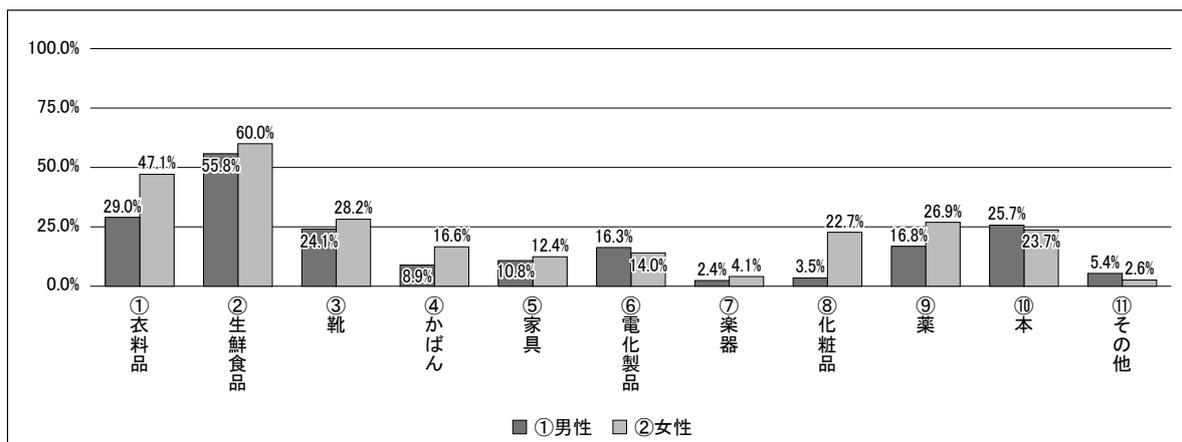


総じて、どの世代も全体の傾向とは変わらないが、よく見ると年齢が上がるほどに実店舗での購入を重視している。これは、ネットや通信販売での買い物が、代代的に慣れていないために実店舗を重視しているとも考えられるが、今後、時代が下るとネットや通信販売に抵抗のない若い世代が台頭してくるかもしれない。年齢が上がると、若い世代も後々実店舗を重視するようになるのか、あるいは、実店舗をネットや通信販売が凌駕するのか、気になるところである。

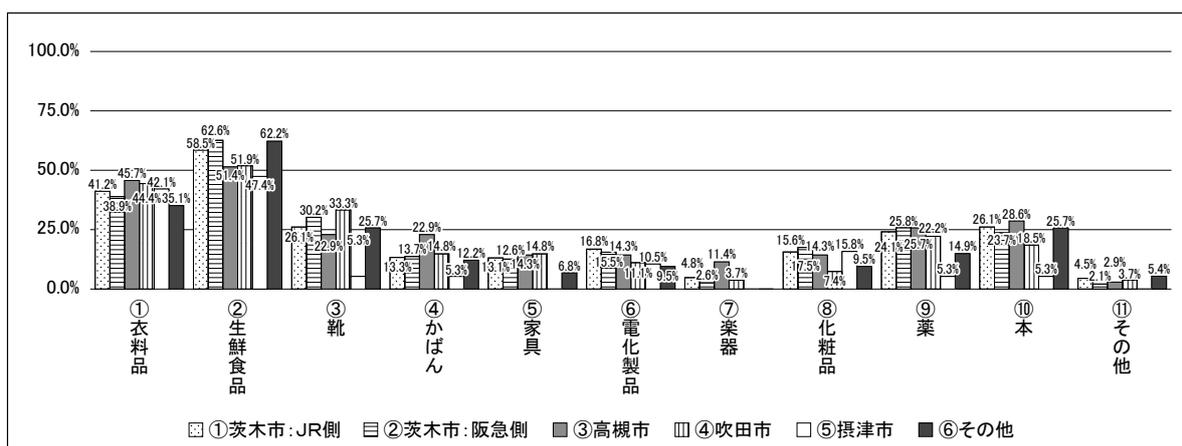
男女別で見ると、凡そ、女性の方が実店舗を重視している傾向を読み取れるが、特に化粧品 (22.7%) は多くの場合、女性がするものであるため当然と言えるが、薬 (26.9%) も女性が高い割合を示しているのは、女性の方が薬の利用率が男性よりも高いのか、あるいは、家庭における薬の主な購買者が女性であるのかもしれない。

興味深いのは、生鮮食品を実店舗で購入する男性 (55.8%) が女性 (60.0%) とそれほど変わらないことである。スーパーで買い物する男性客が増加していることも、ここに反映されているのだろうし、男性の家事参加も影響していることは言えるかもしれない。実店舗で買い物する男性客に向けた品揃えや販売促進を検討してみる価値はあるだろう。

衣料品に関しては、女性の47.1%と比べると、男性は29.0%であり、生鮮食品に比べて男性の割合が低い。これは、最近の男性も身だしなみに気を遣ったりお洒落に励むようになってきたとは言え、まだまだ無頓着な人も多く、ネットや通信販売で済ませると考えるが、果たして時代錯誤的な推察であろうか。



居住地別に見て、実店舗を利用する際に、なにか特徴があるかと問われると、次のグラフを見る限り、それほど特徴的な差は見られない。多少の凸凹はあるが、全体的な傾向とほぼ一致している。強いて言えば、靴・かばん・家具・楽器・薬・本において、摂津市が実店舗を利用する人が少ない傾向にあるということである。もしかしたら、これらの実店舗が充実していないのか、あるいは、ネットや通信販売に抵抗のない人々が住んでいるのかだろうが、この点については、別途、調査が必要なのかもしれない。

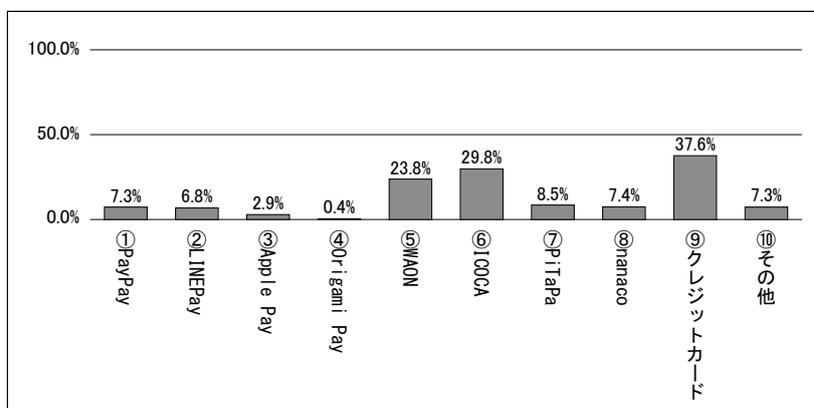


【質問7】よく使うキャッシュレスサービスは？（複数回答可）

グラフの集計を見る限り、最近、出現した「～pay」は、まだまだ普及していない。よく使われているのは、従来からあったクレジットカードやICOCA、WAONである。いわゆる前払い式のカード（プリペイドカード）、一般的には、電子マネーと呼ばれているが、このグラフではnanacoのみ触れられている。

かつて割賦販売と呼ばれていた制度を、イメージをお洒落にするためにクレジットカードと名称を変えて40年

ほど経つが、このグラフでは37.6%の人たちが使用している。利用下限額が1万円以上に設定されていた頃に比べて、最近はスーパーなどでの少額決済も可能になり、利便性が高まってはいるが、それでも、クレジットカードの普及率が高いアメリカなどに比べると、まだまだ低いと言える。



nanacoなどの電子マネーも、購買時に小銭を用意しなくとも良いという手軽さが宣伝されているが、これも普及しているとは言い難い。「～pay」に至っては、かなり多くの種類が現在あるが、これもまだまだ普及しているとは言えない。

決済のキャッシュレス化が叫ばれて早40年ほどになるが、欧米諸国と比べるとかなり低い普及率であり使用率である。これはどうしてだろうか。そして、いまだに現金決済が主流なのはどのような理由なのだろうか。

それは、現金が他の決済手段に比べて汎用性ももっとも高いからである。クレジットカードにしても、VISAやMASTERはどこでも使えるようにはなっていないが、すべての店舗で使用できるかと言うと、そうでもない。一言で言えば、現金以外の支払い手段でどこでも買い物ができるようにするには、複数種類を用意しなければならない。これは手間である。同時に、日本は他の先進諸国に比べて、現物主義が根強い。

横道に逸れるが、音楽の購入形態がすべてダウンロードになってしまったアメリカでは、タワーレコードは倒産してしまっただけでなく、日本では、まだまだCDで音楽を聴く人が多いため、タワーレコードが存続している。

中国のクレジットカードと言えば、銀聯カードが代表的であり、これでどこでも支払いができる。また、日本でも導入されたデビットカードであるが、フランスではCARTE BLEUEと1種類しかない。小切手を使う下地があったのもあるが、どの銀行でデビットカードを作っても、CARTE BLEUEの1種類のみである。現金でなくとも汎用性があるため、人々は喜んで使う。

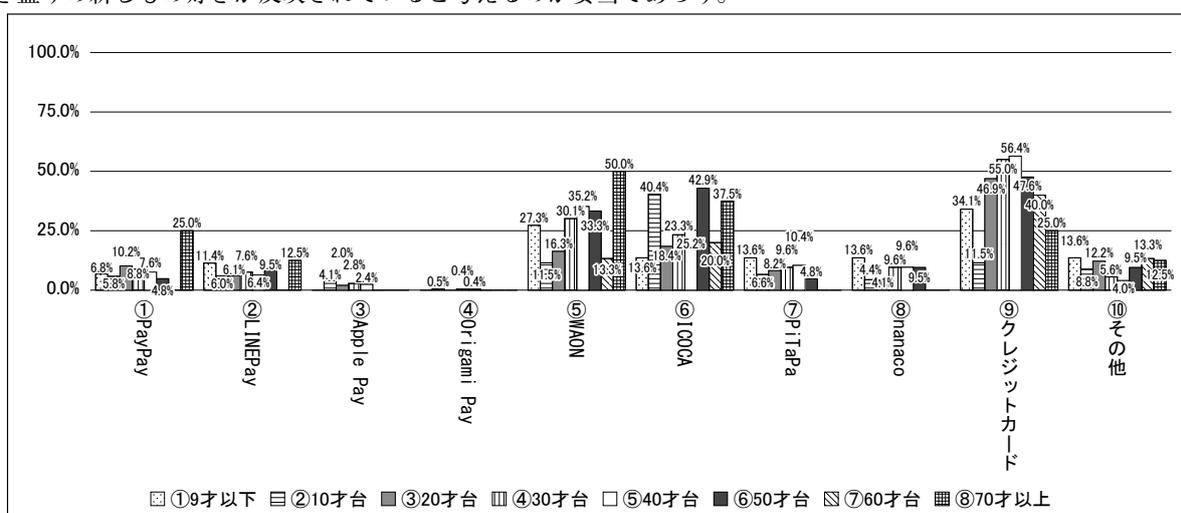
ただ、電子マネーにしても「～pay」にしても、さらに、クレジットカードにしても、その導入目的は、決済の利便性向上だけではない。実は、現金での購買は匿名性であるのに対して、これらの現金以外の支払い手段は記名性を帯びている。「誰が」「何を」「どれだけ」「いつ」「どこで」買ったのかがリアルタイムで分かる。最近では、これらの支払い手段が利用される際に集められるデータをビッグデータと言うようになったが、要は、市場調査手段でもある。これで集められたデータを、品揃え計画や商品企画開発に活かすというものである。

しかしながら、日本では、この仕組みを「ポイントカード」や「メンバーズカード」の使用により行っており、現金以外の決済手段で集められる記名性の顧客データを収集できている。店舗側は、新しく出現し続けている支払い手段に対応しなければ客を逃がしてしまう危険性もあるが、現金がいまだに主流である状況は変わっていない。

各店舗は、どのような意味合いで、これらの新しい決済手段に向かい合っていくのか、よく考えていただきたい。膨大な種類のカードや支払い手段に対応するのは、どのような意味があるのか。それらを使う一部の客の利便性によって集客力を高めるといふのであれば、どの程度まで受け入れるのかが悩みどころである。

新しい支払い手段を利用する消費者を、年齢別に見たのが、次のグラフである。年齢によって、ばらつきがあるのが見取れるが、その理由は不明である。「なぜその支払い手段を使うのですか?」という質問で回答を得ていれば、何かしらの理由があるのかもしれないが、手元の資料だけでは推し量れない。

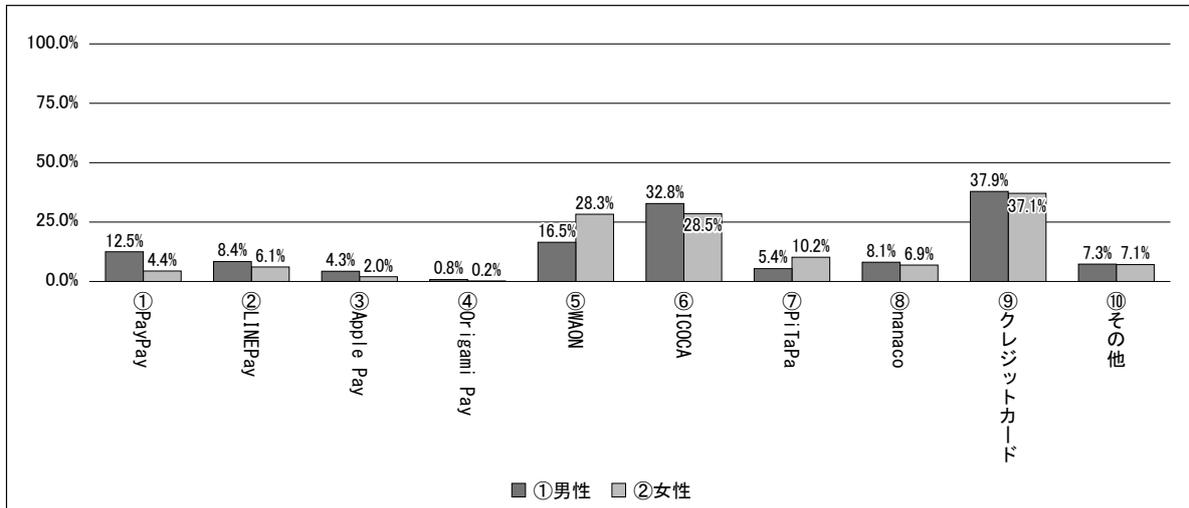
とは言え、高齢者でも新しい支払い手段を使っていることは読み取れる。クレジットカードにしても、その登場から40年ほど経過していることを考えると、若い時に親しみ始めたキャッシュレス決済に今でも抵抗がないのだと思われる。ICOCAにしてもWAONにしてもPayPayにしても、その傾向は見られるため、時代をリードしてきたかつての働き盛りの新しもの好きが反映されていると考えるのが妥当であろう。



男女別に見た場合、次のグラフにあるように、クレジットカードでは、男女の差は見られない。ICOCAについては、男性が若干女性よりも多いが、それほど有為な差だとは思わない。WAONに関しては、男女で開きがあり、男性が16.5%であるのに対して女性は28.3%と2倍近い利用の多さである。これは、WAONがイオンのカードであり、ポイ

ントも集めることができるため、一般的にポイントには無頓着と思われる男性とは異なり、女性が敏感であるためであろう。PayPayに関しては、女性が4.4%であるのに対して、男性は12.5%と3倍近い利用の多さである。理由は定かではない。

提言であるが、現金も含めた数々の支払い手段を、どのような理由で使用しているかのアンケートやヒアリングを行えば、決済行動に関する興味深い性向が見えてくるかも知れず、一度、調査して見ることと勧めたい。

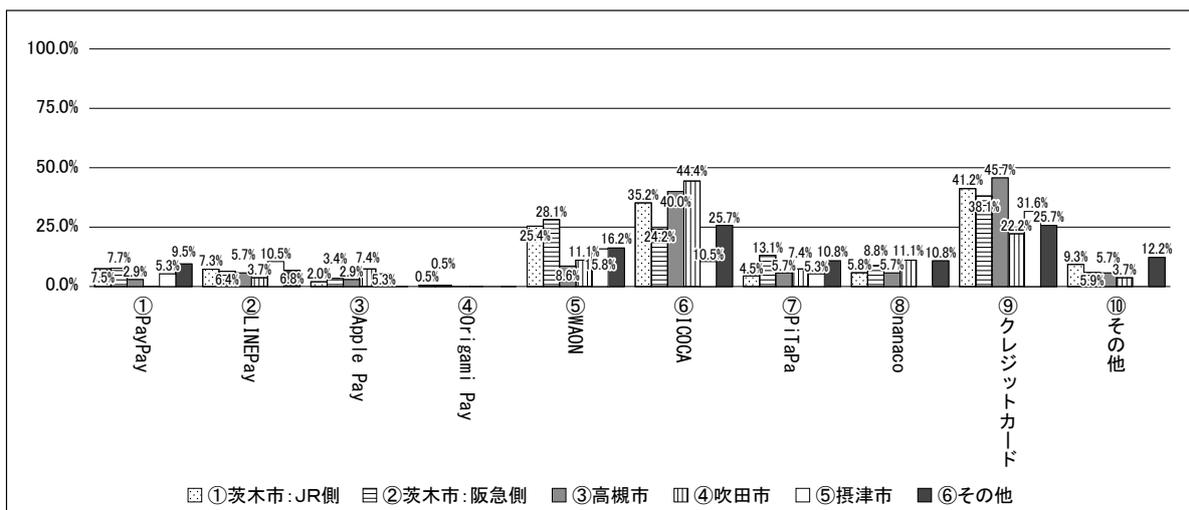


居住地別で見ると、JR茨木駅側の住民と阪急茨木市駅側の住民が、WAONを他の居住地に比べて利用率が高い。他の居住地にもイオンがあることを考えると、この突出ぐあいの理由は不明である。

反対に、ICOCAの利用率が高いのは、阪急茨木市駅側の住民よりもJR茨木駅側の方である。ICOCAがJR系のカードであることを考えると、自然な結果である。高槻市も吹田市もICOCAの利用率が高いのは、通勤通学や日頃の買い物でJR線を利用する人が多いのかも知れない。詳しくは、調査が要る。

クレジットカードの場合、JR茨木駅側および阪急茨木市駅側、そして、高槻市の居住者の利用率が他に比べて高い。理由は不明である。

ここでもやはり、どの居住地の人たちが、現金を含めて、さまざまな決済手段をどのような理由で使うのか、あるいは、使わないかについて調査が必要である。それによって、消費者の購買行動と決済手段がどのように結びついていくか分かるだろう。その際には、ポイントカードやメンバーズカードの利用も含めて調査していただきたい。



【質問8】 JR総持寺駅が出来て駅周辺はどういうイメージとなりましたか？

総じて、便利な街（31.7%）そして学生の街（27.1%）が上位2つで、全体の6割を占める。おしゃれな街という雰囲気はあまりないようだ（7.1%）。庶民的ということか。

気になるのは、安全なまちというイメージが低いことである（12.0%）。住環境およびショッピングという点で見過

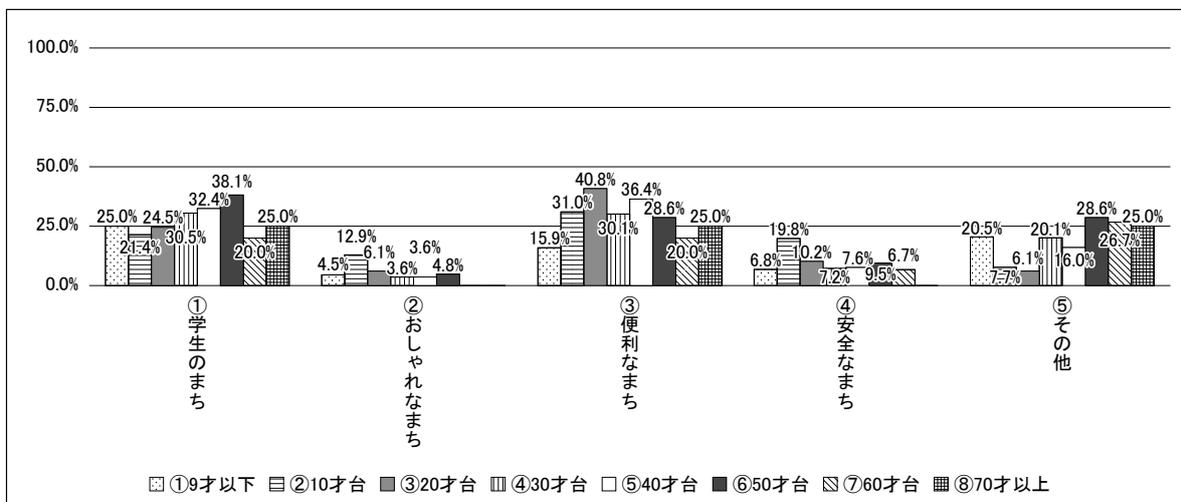
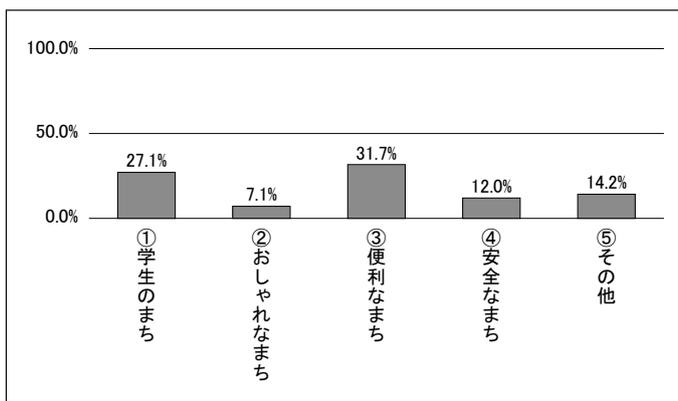
ごせない。どのような点が、そのような印象を与えているのか調査すべき項目である。また、その他が14.2%もあり、その内訳が気になる。これも調べておきたい。

年齢別に、総持寺駅周辺のイメージをみると、学生の街と考えているのが、年齢が上がるにつれて高くなっている。特に、働き盛りの世代が多い。ここは判断が難しい。学生の街だから活気があって良いという内容なのか、学生中心で居場所がないとマイナスのイメージなのか、このグラフだけでは測りかねる。これは、安全なまちというイメージが中高年齢層を中心として低いため、後者の要因が高いと言えるだろう。

同時に、9才代以下から20才台にかけては、学生のまちと考えているのが他世代よりも低く、対照的である。30才代以上は学生の街と考えているのに対して、当の学生たちはそうではないというイメージだ。どちらの世代にとって、総持寺駅周辺はミスマッチを起こしている可能性がある。それは、便利な街と考えているトップが20才代であるということからもうかがえる。

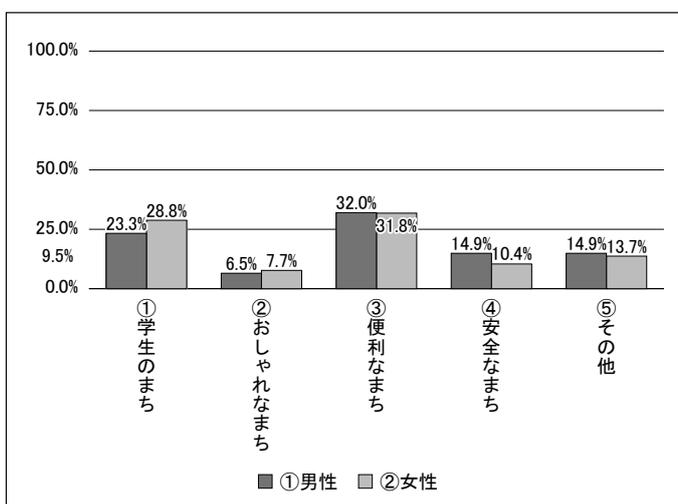
このことは、安全な街と考えているのが、10才台がトップを占める（19.8%）。他の世代は10%台に届かない。この世代は、お洒落な街とも考えている世代のトップで（12.9%）、他の世代が5%前後なのと対照的である。興味深いのは、その他の項目では、50才代以上が20~30%近く回答しており、内容が気になる。

いずれにせよ、まだ新しい駅なので、今後の動向に注目したい。また、街としてどのように商業政策などを進めていくのか検討が望まれる。



男女間の差に関しては、特に目立った数値は出ていない。全体の傾向とほぼ同じである。若干の違いがあるとすれば、学生の街と考えている女性（28.8%）が男性（23.3%）よりもわずかに高いことと、安全な街と考えている男性（14.9%）が女性（10.4%）よりも若干高いことである。両者にとって、なぜそう思うのか調査すれば、今後の街づくりや商業政策に活かせるものと考えられる。

全体で男女とも最も率が高かったのが、便利な街というもので、男性が32.0%、女性が31.8%である。これもどのような点で便利と考えているのかはグラフからは読み取れない。今後の総持寺駅周辺の開発を考えると、その点を詳しく調べて、現在、どのようなことを便利と考えているのか、



そして、今後、どのようなものがあれば便利と考えるのかを調査する必要がある。是非とも実施していただきたい。
住居地別で見ると、これも全体の傾向とそれほど変わらない。

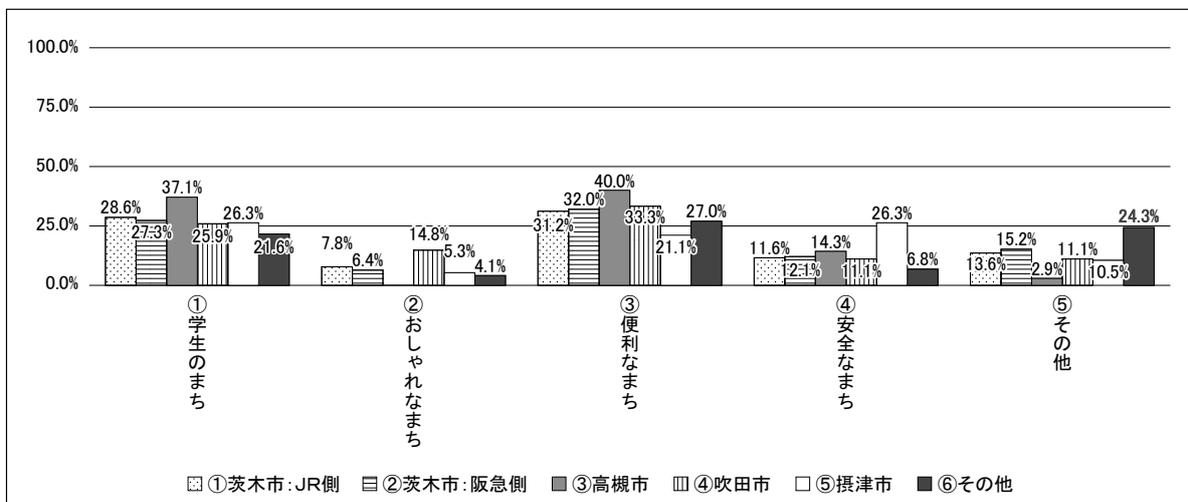
どの居住地の人々も、便利な街であると考えているのがトップであり、次いで、学生の街、そして、安全な街というものである。

細かな違いに目を付けてみると、便利な街と考えている人々の中で、高槻市の人々がほんの少し多いのに対して、摂津市の人々はそれほどそう考えていない。各々の居住地と比較してのイメージなのだろうか。

便利な街というイメージをそれほど持たない摂津市であるが、反対に、安全な街というイメージでは最も高い。摂津市の治安がそれほどよくない可能性がある。

学生の街というイメージを最も高く持っているのが高槻市である。その他が同じ高さであることを考えると少々高いが、理由は不明である。

総持寺駅周辺をお洒落と考えている人たちは殆どいないが、唯一、吹田市がそう考えている。どの点を指してそう考えているのかは分からないが、相対的高さを考えると、興味のあるところであり、調査する価値はあるだろう。



【質問9】 その他「茨木の交通と暮らし」についてご意見があればご記入ください。

詳しくは、実際の以下の記述を読んでいただきたいが、これまでの分析の内容を指示する内容となっている。良い点がたくさんあり、この街に満足している様子が見える。

しかしながら、不満に思っている点も多々あり、茨木市の街づくりの政策としては慎氏に考えるべきものである。というものの、ビジネスの世界でよく言われる言葉であるが、「不満がある顧客の9割は、黙ってそのまま去る」と言われているからである。

いまここで不満を表明している人たちの背後には、その9倍の人たちがいると思って差支えないだろう。住みよい街づくりをするのであれば、これらの不満を解消するように努力が必要である。不満は言ったものの、まったく、あるいは、ほとんど考慮されていないとなれば、失望を生むだけである。

しかし、ピンチはチャンスでもある。東北楽天ゴールデンイーグルスの元社長の島田亮氏の言葉だが、「クレームを言ったら、その翌日は直っている。そしたら、球団は俺たちのことをちゃんと聞いているな。場合によっては、感動しさえする」と述べているように、感動を生む街であってほしい。

今回のアンケート、そして、これまでのアンケートで、市民のことがかなり分かっている。その声に応えていただきたい。

■①9才以下 ②女性

1	②茨木市：阪急側	茨木がもっと住みやすくなってほしい。最近治安悪いです。
2	②茨木市：阪急側	渋滞の緩和をお願いしたい
3	②茨木市：阪急側	駅前車が多い

4	②茨木市：阪急側	便利です。エキスポの乗り換えモノレールがもう少し安くなってほしい
---	----------	----------------------------------

■②10才台 ①男性

1	①茨木市：J R側	大好きだよ♡
2	①茨木市：J R側	最高
3	①茨木市：J R側	いいと思う
4	①茨木市：J R側	整備をもっと良くして欲しい
5	①茨木市：J R側	交通についてはとてもいいと思います。花火大会は混むので改善して欲しいです。
6	①茨木市：J R側	特になし
7	②茨木市：阪急側	便利です
8	③高槻市	事故多い
9	無回答	だいすきです！
10	無回答	安全だと思う

■②10才台 ②女性

1	①茨木市：J R側	アニメイト・4Dの映画館があれば嬉しいです。今のままでも十分かと思います。
2	①茨木市：J R側	とても良い
3	①茨木市：J R側	信号が無い所があり怖い
4	①茨木市：J R側	ランチが出来るオシャレなまちになって欲しい
5	①茨木市：J R側	とにかく勉強できるスペースが欲しい
6	②茨木市：阪急側	ないです。アニメイトほしい。
7	②茨木市：阪急側	坂道多い
8	②茨木市：阪急側	とても過ごしやすいです！
9	②茨木市：阪急側	沢良宜神社交差点の街灯がいつも切れている
10	②茨木市：阪急側	駅が遠い
11	②茨木市：阪急側	子どもに関して他の行政と同じように、もしくはそれ以上に力を入れて欲しい
12	②茨木市：阪急側	優しい人が多く、エキスポシティが近くて便利
13	④吹田市	ローソンを増やして頂きたいです
14	⑥その他	良き！
15	⑥その他	駅周辺がもっと活性化してほしい

■②10才台 性別無回答

1	②茨木市：阪急側	駅が遠い
---	----------	------

■③20才台 ①男性

1	①茨木市：J R側	車などによる交通が多い分その安全対策をしてほしい
2	②茨木市：阪急側	駐車場をもっと増やしてほしい
3	④吹田市	追手門総持寺キャンパス付近の道が狭い。
4	無回答	大きな道路が混む・狭い道も自転車や自動車のスピード出し過ぎが危ない

■③20才台 ②女性

1	①茨木市：J R側	特になし
2	②茨木市：阪急側	枚方～茨木までバスなのが辛い・電車を走らせて欲しい
3	②茨木市：阪急側	キッズスペースありなど、子連れの入しやすいカフェ、レストランを増やして欲しい。キャッシュレスの導入されていない店が減ればいい。

■③20才台 性別無回答

1	①茨木市：J R側	JR茨木周辺、車が混みすぎ
---	-----------	---------------

■④30才台 ①男性

1	①茨木市：J R側	発展しすぎない良さがあると思います。
2	①茨木市：J R側	駅前に高槻のような商業施設が欲しい
3	①茨木市：J R側	駅を離れると色々と不便
4	①茨木市：J R側	総持寺周辺は狭く入り組んだ道が多いので、車の利用は不便に感じる。
5	①茨木市：J R側	JR側がもう少し発展してほしい
6	①茨木市：J R側	宇野辺のアクセスの悪さ
7	①茨木市：J R側	道路の渋滞がひどい。産業道路の休日は特に
8	②茨木市：阪急側	阪急南茨木駅前が地震以降不便です。早く復旧して下さい。
9	②茨木市：阪急側	南茨木のオアシスがなくなって不便です。
10	②茨木市：阪急側	自動車逆走危ない
11	②茨木市：阪急側	圧倒的居酒屋不足、主要駅近くにしかない。
12	⑥その他	バスが使いにくい
13	⑥その他	渋滞緩和
14	⑥その他	左京区に比べると運転マナーがいい

■④30才台 ②女性

1	①茨木市：J R側	駅近くがもっと歩きやすくなってほしい
2	①茨木市：J R側	モノレールの料金が高い

3	①茨木市：J R側	子育てしやすく住みやすい。保育園が駅近にあるととっても便利。
4	①茨木市：J R側	道路計画がない。交通渋滞の解消を求む。
5	①茨木市：J R側	ご飯を食べるところが少ない
6	①茨木市：J R側	飲食店がとにかく少ない！
7	①茨木市：J R側	総持寺駅にタワーマンションはいらないです
8	①茨木市：J R側	JRの新快速の停車駅になってほしい
9	①茨木市：J R側	子どもが楽しく遊べる遊具がある公園が吹田や箕面に比べて非常に少ない
10	②茨木市：阪急側	茨木にスーパーとカフェを増やしてほしい
11	②茨木市：阪急側	充実している、全て茨木市内でこと足りている
12	②茨木市：阪急側	自転車で移動しやすい
13	②茨木市：阪急側	雨に濡れない駐車場のあるお店が近くに欲しい
14	②茨木市：阪急側	道幅（自転車走行スペース）を広くしてほしい
15	②茨木市：阪急側	交通や買い物が便利
16	②茨木市：阪急側	山側にも商業施設が欲しい
17	⑥その他	モノレールは高いですし、バスも1時間に1本で不便です。マイカーが必要です。
18	無回答	日曜の茨木イオン混みすぎて辛い

■④30才台 性別無回答

1	①茨木市：J R側	道路が狭い。路駐が多い。
---	-----------	--------------

■⑤40才台 ①男性

1	①茨木市：J R側	休日のイオン周辺の混雑が激しい
2	①茨木市：J R側	渋滞が減ってほしい
3	①茨木市：J R側	JR総持寺駅周辺に商業施設ができれば嬉しい
4	①茨木市：J R側	アルプラザ周辺に飲食店が増えて欲しい
5	①茨木市：J R側	JR駅前にもう少し商業施設が欲しい
6	①茨木市：J R側	渋滞が多い
7	①茨木市：J R側	門真方面のバスがあれば便利
8	①茨木市：J R側	茨木は渋滞が多いので、渋滞緩和を望みます。
9	①茨木市：J R側	子どもが安全でマナーの良い町にしたい
10	①茨木市：J R側	駅に送迎用の無料スペースが欲しい
11	①茨木市：J R側	枚方への分かりやすいルートが欲しい
12	①茨木市：J R側	14号の渋滞を緩和してほしい（道隔を広げる）

13	②茨木市：阪急側	商業道路・JR茨木周辺の渋滞を改善してほしい
14	②茨木市：阪急側	交通の便が良いが、渋滞も多く時間がかからない
15	②茨木市：阪急側	南茨木駅のエレベーターが地震の影響で使えない早く復旧してほしい
16	②茨木市：阪急側	いつも高槻と比べられるが、茨木独自の何か良いものをアピール出来ればと思います。昔は学力の茨木、高齢者に優しい高槻と言われていたが、、、
17	②茨木市：阪急側	駅前ロータリーが小さく車での迎えがしにくい
18	②茨木市：阪急側	もっとバスが便利になってほしい
19	②茨木市：阪急側	渋滞の対応、南茨木駅周辺の再開発
20	②茨木市：阪急側	雨が降ると交通渋滞が起きるので何とかしてほしい
21	②茨木市：阪急側	総持寺駅前の開発（JR、阪急共に）
22	②茨木市：阪急側	ファミリーマートが多すぎる
23	②茨木市：阪急側	南茨木駅前を充実させてほしい。スーパーが潰れたまま。
24	②茨木市：阪急側	JRに新快速が止まってほしい。阪急の終電を遅くしてほしい
25	無回答	道が混んでいる
26	無回答	JR駅前に大型商業施設やフリマ等ができるイベントスペースが必要
27	無回答	171号線の横断自転車も含めて高架や地下道を設置して欲しい。車の渋滞がひどくなる。

■⑤40才台 ②女性

1	①茨木市：JR側	栄えているところとそうでないところの差が激しい
2	①茨木市：JR側	活気があって良いと思う
3	①茨木市：JR側	JR茨木駅に新快速が止まってくれるようになれば助かる。公園をもっと増やしてほしい
4	①茨木市：JR側	モノレールとJRをむすぶバスが欲しい
5	①茨木市：JR側	自転車の運転が危ないと思うことが多々ある。（耳にイヤフォン等）
6	①茨木市：JR側	駅から離れた場所にもカフェがほしい
7	①茨木市：JR側	もっと人が集まるおしゃれなところになってほしい
8	①茨木市：JR側	送迎車が駐車できるスペースがほしい
9	①茨木市：JR側	街並みをもう少しきれいにしてほしい
10	①茨木市：JR側	バスが便利になると嬉しい
11	①茨木市：JR側	アルプラザ周辺に飲食店を増やして欲しい
12	①茨木市：JR側	駅前のビル（駅ビル）が充実するともっと便利
13	①茨木市：JR側	道路整備を完了させてから開校の流れが良かったと思います。総持寺駅からの各ルートが交通しにくくなったので、早く工事が終わることを望みます。
14	①茨木市：JR側	市役所付近は便利
15	②茨木市：阪急側	便利だと思う

16	②茨木市：阪急側	法務局前のバス通りが狭くて交通量も多くてきけんだとおもいます
17	②茨木市：阪急側	桜通りが渋滞した時、午前で知りたい（ネットなど）
18	②茨木市：阪急側	高槻市より便利な街です
19	②茨木市：阪急側	南茨木周辺にスーパーが欲しい
20	②茨木市：阪急側	すごく便利だと思います
21	②茨木市：阪急側	便利
22	②茨木市：阪急側	ダンプ街道から171号線に出る道の空地为道路にしてほしい。また、朝トラックが止まり一車線占領しているのを禁止してほしい。
23	③高槻市	京阪神の立地

■⑤40才台 性別無回答

1	①茨木市：J R側	新快速が止まってほしい
---	-----------	-------------

■⑥50才台 ①男性

1	①茨木市：J R側	土地が高い
2	②茨木市：阪急側	渋滞を減らして欲しい。

■⑥50才台 ②女性

1	②茨木市：阪急側	茨木市駅周辺の交通集中がひどくなるとかなりませんか
2	②茨木市：阪急側	阪急商店街を活性化してほしい。もっと洋服など雑貨の店やお茶できる店を増やしてほしい
3	③高槻市	住みやすい。フリーマーケットではいつもお世話になってます。

■⑦60才台 ②女性

1	①茨木市：J R側	コンサートのできるところがあるといいですね
2	①茨木市：J R側	住みやすい良い町です
3	②茨木市：阪急側	総持寺の方に大型店がほしい

以上、2019年度の茨木フェスティバルで行われたアンケートの集計結果とその分析結果である。