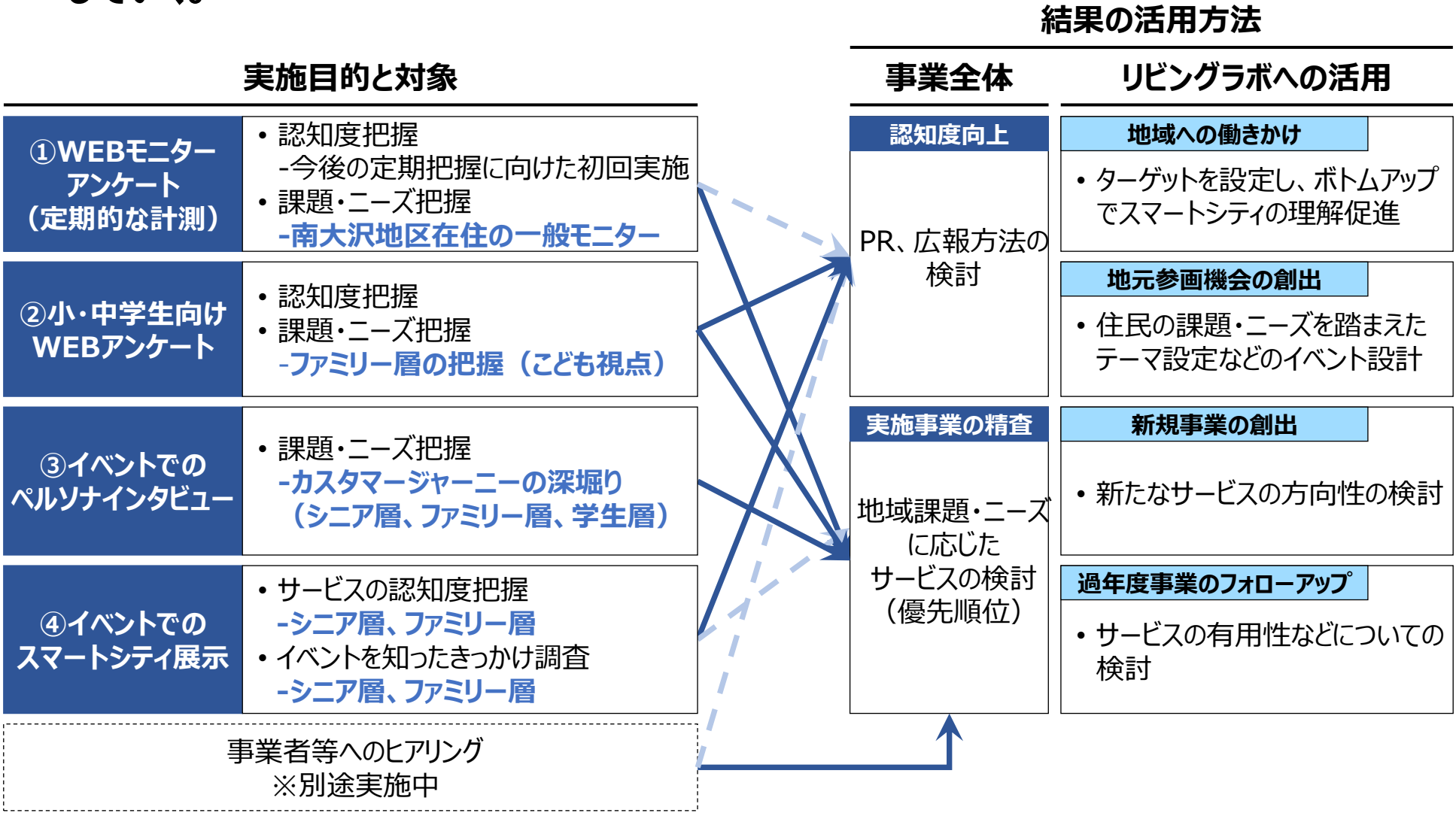


アンケート調査等について

① 調査実施サマリ

- 3種類のアンケート・インタビュー調査およびイベントでの展示によるアンケートを実施。
- これまでの検討とアンケート結果を踏まえた課題やサービスを、リビングラボにて深度化していく。



① WEBアンケート（サマリ）

南大沢地域住民をモニターとしたアンケートの結果、住民生活の満足度が高いことがわかった反面、スマートシティの認知の低さや、ペルソナによる機微の差異性が把握できた。

実施概要

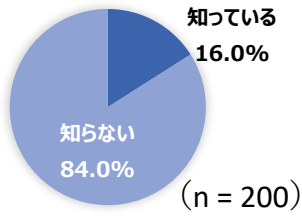
目的	<ul style="list-style-type: none">南大沢スマートシティに対する認知度把握住民の課題・ニーズ把握
モニター対象者	<ul style="list-style-type: none">南大沢駅周辺エリア居住者（15歳以上の男・女） ※シニア層が多い
実施期間	<ul style="list-style-type: none">2023/11/7（火）～9（木）
回収件数	<ul style="list-style-type: none">200件
主なアンケート項目	<ul style="list-style-type: none">認知・イメージ取組テーマに関する課題感PRイベント・リビングラボ
結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none">定期的な認知度の把握

実施結果（抜粋）

調査項目① 認知・イメージについて

- 認知度が高いとはいえなかったが、**利便性や活性化等のイメージを持つ方が見られた**

スマートシティの認知度



スマートシティへのイメージ（上位回答）

選択肢	回答数	割合
便利なサービスを受けられる	103件	51.5%
地域の活性化につながる	70件	35.0%

(n = 200)

調査項目② 取組テーマに関する課題感について

- 取組のテーマ（移動、買い物、情報、医療、教育、地域のつながり、防災、環境）に関する現状の住民生活における度について質問した
- 結果としては、**いずれも「満足」または「普通」という回答が多く、「不満」は少なかった**

調査項目③ PRイベント・リビングラボを通じた興味・関心について

- 11/19(日)に開催したPRイベントや、今後開催するリビングラボについての興味・関心について質問した結果、**「南大沢スマートシティ紹介」自体への興味・関心の高さを確認**できた

②小・中学生向けWEBアンケートテーマ（サマリ）

子供たちの自身の行動から、放課後や休日の過ごす場所が少ない子供がいる可能性が把握できた他、大人よりも「スマートシティ」の認知度や感心度合が高いことが分かった。

実施概要

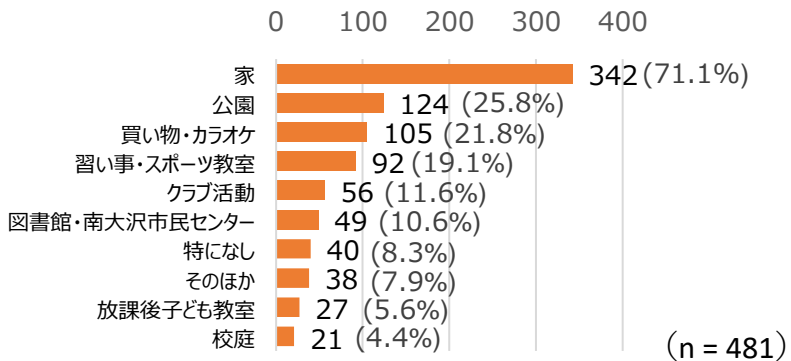
目的	<ul style="list-style-type: none"> 南大沢スマートシティに対する認知度把握 ファミリー層の課題・ニーズ把握
モニター対象者	<ul style="list-style-type: none"> 南大沢地域の公立小中5校の全生徒・児童 小学校3校：柏木小、南大沢小、宮上小 中学校2校：南大沢中、宮上中
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> 2023/11/10（金）～12/5（火）
回収件数	<ul style="list-style-type: none"> 481件
主なアンケート項目	<ul style="list-style-type: none"> 生活の中での課題・ニーズ スマートシティ・関連サービスに関する認知度
結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> ペルソナ・カスタマージャーニーの精緻化 サービス群へのニーズ反映

実施結果（抜粋）

調査項目① 普段の過ごし方について

- 放課後や休日は決まった過ごし方をし、特に「**自宅**」を好む傾向

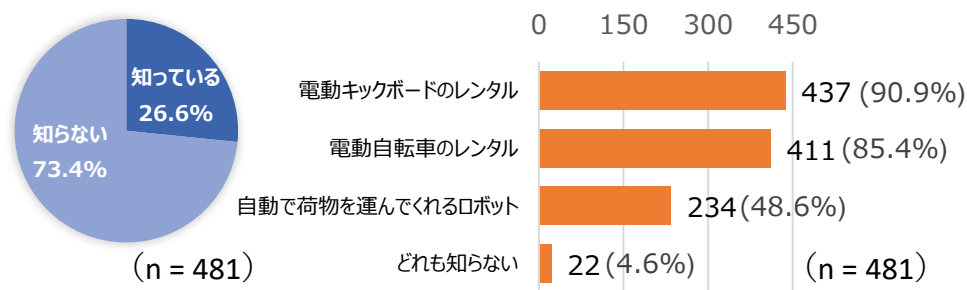
南大沢で放課後や休日に過ごす好きな場所（複数回答）



調査項目：② スマートシティ・関連サービスの認知度について

- 各モビリティの認知度は高い
- 大人に比して「スマートシティ」の認知度は高いものの、**高いとは言えない状況である**

スマートシティの認知度 スマートシティ関連サービスの認知度



③ イベントでのペルソナインタビュー（サマリ）

想定している各ペルソナへのインタビュー結果からは概ね不満が少ないものの、各層生活に合わせた課題が把握できた一方で、駅周辺の利用施設は各層で重複していた。

実施概要

目的	・カスタマージャーニーの深堀り
モニター対象者	・南大沢スマートシティFES来場者や通行人 ※シニア層、ファミリー層、学生層
実施期間	・2023/11/19（日）
回収件数	・42件 ※内、南大沢在住者：39件
主なアンケート項目	・南大沢の特徴と課題 ・訪れる場所 ・南大沢の未来
結果の活用方法	・ペルソナ・カスタマージャーニーの精緻化 ・サービス群へのニーズ反映

実施サマリ

- ・シニア層
 - ✓ アウトレットがなくなるのが不安
 - ✓ 電動キックボードは厳しい
 - ✓ 若い世代が楽しく過ごせてバリアフリーも大切にしてほしい
- ・ファミリー層
 - ✓ 遊歩道、道路が整っている、車が通るところを通らずに行ける
 - ✓ アウトレットがなくなったら出ていくかもしれない
- ・学生層
 - ✓ 店が多く一日中居られそう、田舎だと思ったけど案外色々あり便利
 - ✓ 都会に行きたい、企業が南大沢周辺にないため社会人になったら南大沢からは出ていく予定



にぎわう会場の様子



インタビュー行う様子
(都立大の学生さん)

④ イベントでのスマートシティ展示（サマリ）

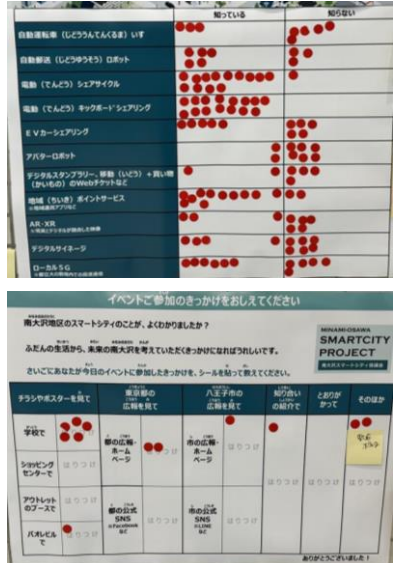
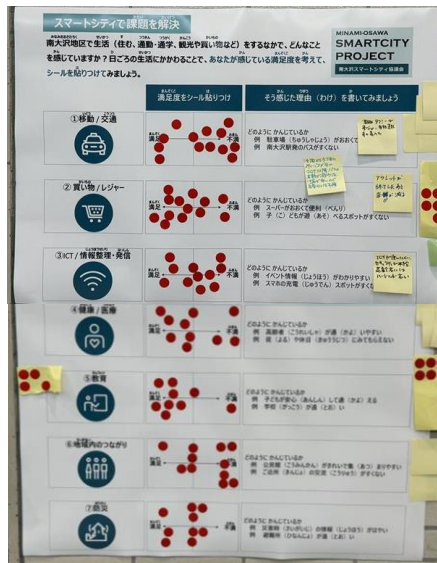
展示物を眺めたり、説明を個別に求める方も多く見られ、スマートシティの取組自体に関心を寄せている様子であった。駅前で視認しやすいサービスは認知が高かった。

実施概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> サービスの認知度把握 イベントを知ったきっかけ調査
主なモニター対象者	<ul style="list-style-type: none"> 南大沢スマートシティFES来場者や通行人 ※シニア層、ファミリー層、学生層
実施期間	<ul style="list-style-type: none"> 2023/11/19（日）
回収件数	<ul style="list-style-type: none"> イベントコンテンツ：最大15件 ※項目によりばらつき有
主な項目	<ul style="list-style-type: none"> 南大沢の各項目の満足度や課題 スマートシティサービスの認知度 イベント来訪契機
結果の活用方法	<ul style="list-style-type: none"> 今後の認知拡大施策への反映 告知・宣伝方法等への反映

実施サマリ

- イベント当日は様々な世代の方が会場を訪れ、壁面掲示の下記コンテンツハシールや付箋を貼付け、参加した



壁面展示の様子（イベント後）



壁面展示の様子（イベント中）