一般社団法人ママフェスまつもと
松本市えきまえエリアビジョン社会実験

Machikara Living

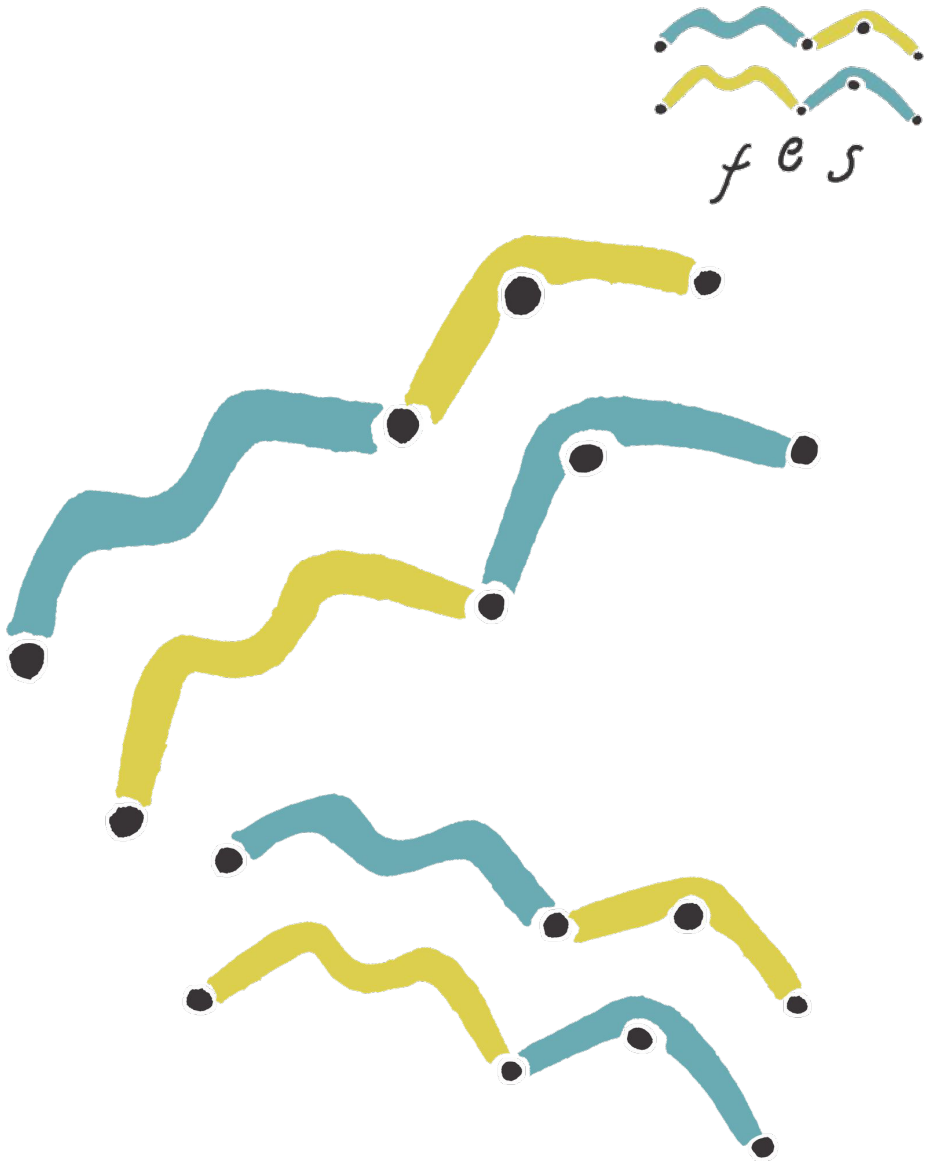
実施報告

※ 検証結果から導かれる論点は、別紙「論点整理」にまとめています。

松本駅前記念公園 ／ 信毎メディアガーデン

来場者2,536名・アンケート212件の記録

実 施 日 2026年9月4日（金）・9月5日（土）
主　　催 一般社団法人ママフェスまつもと
共同実施 松本市 総合戦略局 中心市街地活性本部
作 成 日 2026年9月12日



SUMMARY

要旨

2日間の実証実験と212件のアンケートによる主な数値と、そこから導かれる論点の要約。

2,536名以上
2日間の計測来場者数
（1日目1,034名／2日目1,502名以上）

212件
アンケート有効回答
（回収率8.4%）

75.9%
これまで公園に
ほとんど立ち寄っていない

87.0%
体験して公園の
印象が変わった（2日目）

83.5%
駐車料金の負担が下がれば
来街回数が増える

要点

1. **認知はあるが、利用に結びついていない**　徒歩圏に住む41人でも53.7%が「ほとんど立ち寄ったことがない」。39.2%は「見たことはあるが公園だと思っていなかった／覚えていない」。
2. **要望は滞在の最低条件に集中している**　「あったら行きたい」上位5項目のうち4項目が日陰・小さい子の遊具・きれいなトイレ・おむつ替え。Wi-Fi 2.4%、情報提供 0.9%。
3. **一度の体験で印象は変化している**　2日目の回答者の87.0%が公園の印象が変わったと回答。屋内開催の1日目でも89.0%が「公園で開かれたら行きたい」と回答した。

CONTENTS

目次

本紙はⅠ・Ⅱの2部構成。検証結果から導かれる論点は別紙にまとめている。

Ⅰ

REPORT

実施報告

- 本事業の位置づけ
- 開催概要と会場変更
- 実施プログラムと検証意図
- 来場者数と計測方法
- アンケートの設計と回答者の構成
- 当日の記録（写真）

Ⅱ

FINDINGS

検証結果

- 仮説検証の一覧
- 8つの結果（認知・印象・設備・年齢帯・常設・駐車場・日陰・屋内外）
- 支持されなかった仮説
- イベントとしての評価と座談会への意向

別紙

ISSUES

論点整理

- 論点整理の方針
- 市の「5つの指針」との対応
- 6つの論点と選択肢
- まとめ

I

REPORT
実施報告

実施の背景と位置づけ、開催概要、プログラム、
来場者数の計測方法、アンケートの設計と回答者の構成。

位置づけ　開催概要　プログラム
来場者数　アンケート　当日の記録



本事業の位置づけ

松本市中心市街地再設計検討会議の提言に基づく社会実験として、松本市　中心市街地活性本部との共同で実施した。

市の側

- 中心市街地再設計検討会議提言「将来の見取り図」
- パブリックスペースの再設計
- 課題認識「多くの人が集まれる居場所がない」
- えきまえエリアビジョン社会実験補助金（告示355号）

主催者の側

- 一般社団法人ママフェスまつもと（2018年設立）
- 絵本のおさがり会・パルコde美術館で約2,000冊配布
- 2025年7月・10月 花時計公園マルシェ 計1,200名
- 育休中の母親が運営に参画する MachiKara プロジェクト

本実験の検証課題

「歩きたくなる街」「居心地の良いくつろぎ空間」という方向性が、松本駅前記念公園という具体の場所で成立するかどうか。

- ✓ 人が集まった状態での利用実態を観察する
- ✓ 来場者数・滞在時間・アンケートを同時に記録する
- ✓ 得られた結果を市へ共有する

補助要綱における社会実験の定義　「本格的に制度や施策を導入する前に、場所や期間を限定して施策を試行し効果や課題を検証する取組み」（第　2条第2号）。本資料は、このうち「効果や課題の検証」にあたる部分を報告する。

開催概要

名称	Machikara Living（マチカラ・リビング）
日程	2026年9月4日（金）10:00–14:00 ／ 9月5日（土）10:00–16:00
会場	松本駅前記念公園（松本市中央 1丁目）および周辺道路 ※9月4日（金）は降雨予報のため 信毎メディアガーデン 1Fエントランス へ変更
主催	一般社団法人ママフェスまつもと
共同実施	松本市 総合戦略局 中心市街地活性本部
道路空間の使用	9月5日（土）8:00–17:00 歩行者天国（警備会社配置）
協力	ホテルブエナビスタ、長野県建築士会、 株式会社ムラサキスポーツ 、株式会社ゼインアーツ、ホテルニューステーション、株式会社 SEASON 、松本大学松商短期大学部、信大学生の便利屋さん
期間限定設置	モバイル遊具「MOPPS」7種20パーツ（松本市が9月3日から約1か月設置）

設計上の位置づけ

2日間のイベントを「初動」と位置づけ、遊具の期間限定設置を前後に置くことで、ハレの日とケの日の両面を観察する設計とした。

1日目の会場変更 — 経緯と対応

降雨予報により、1日目は屋内会場へ変更した。結果として屋内と屋外を比較できる条件が生じた。

1 9/3 20:00

雨天判断

前日夜の予報をもとに、屋外開催を断念。屋内への変更を決定

2 9/3 夜〜9/4 早朝

通達・周知

出店者・協力団体・サポーターへ通達文を発出。SNSで来場者へ告知

3 9/4 5:00〜

会場設営

信毎メディアガーデン1Fエントランスで設営。開催時間を10:00–14:00に短縮

4 9/4 当日

実施

物販・絵本・ワークショップを実施。1,034名が来場、満足度4.2

運営面の記録

- 前日夜の判断と早朝の再設営で、屋内への振替は実行できた
- 屋内でも物販・絵本・ワークショップは成立し、満足度は低下しなかった
- 屋根のある代替会場を持たない開催は、天候リスクを全面的に負う

調査条件への影響

同じ企画を屋内と屋外で1日ずつ実施したため、屋内・屋外の比較が可能になった（Ⅱ-10）。ただし開催時間が4時間と6時間で異なるため、差をすべて空間の性質に帰することはできない。

実施プログラムと検証意図

各プログラムは「駅前にこの機能があった場合の使われ方」を仮設で確かめるものとして設計した。

BOOK

絵本のおさがり会
青空ライブラリー

検証項目

駅前に図書館などの公共機能があった場合の使われ方

ART

参加型オープンアート
（巨大キャンバス）

検証項目

色彩が公園に視覚的な安心感と活気を生むか

PICNIC

キッチンカー・マルシェ
ピクニックエリア

検証項目

日常消費の受け皿になるか。「ついでに買って帰れる」需要の有無

PLAY

モバイル遊具「 MOPPS」
ダンボール迷路

検証項目

駅前に常設の遊び場があった場合の使われ方

実証実験として設定した3つの制約条件

アクセス

公園周辺に提携駐車場がない。近隣民間駐車場と組んだ参加者割引を試験導入し、潜在需要を数値化する

環境（暑さ）

9月の残暑と日陰の少なさ。大型テント・シェードを仮設インフラとして設置し、滞在時間との関係を見る

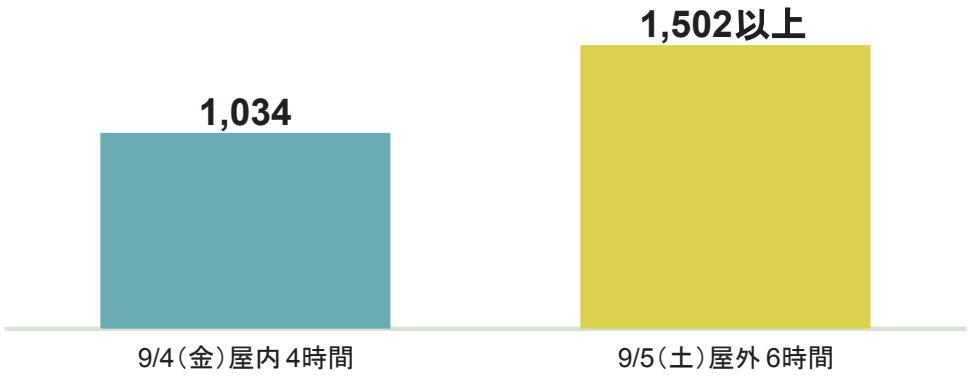
継続性

2日間では一過性で終わる。前後約1か月の遊具設置により、ケの日の使われ方まで観察する

来場者数と計測方法

2日間の計測来場者数は 2,536名 以上。いずれも計測方法の制約から、実数はこれを上回る。

日別来場者数（名）



1時間あたりの来場者数

約259名/時
9/4（金）屋内
10:00–14:00

約250名/時
9/5（土）屋外
10:00–16:00

平日の屋内会場と土曜の屋外会場で、1時間あたりの来場者数はほぼ同水準だった。2025年の花時計公園マルシェ（平日午前・計1,200名）と同様、平日でも一定の集客がある。

計測上の留意点

- 1日目は抱っこ・ベビーカーの子どもを計測していない
- 2日目は会場表側のみの計測で、裏側からの流入は未計測
- 2日目は会場が広く複数方向に退出があり、声かけに取りこぼしがある
- 「2,536名 以上」は下限値である

アンケートの設計と回収

10の仮説を設定し、それぞれを検証できる設問として設計した。

	9/4（金）	9/5（土）	合計
会場	信毎メディアガーデン1F	駅前記念公園・周辺道路	—
開催時間	10:00–14:00（4時間）	10:00–16:00（6時間）	—
計測来場者数	1,034名	1,502名以上	**2,536名以上**
有効回答数	88件	124件	**212件**
回収率	8.5%	8.3%	**8.4%**

アンケート設問構成

- 前半は全員に：認知・立ち寄り頻度・欲しい設備・常設時の利用・駐車場
- 後半は同意した人に：来場動機・認知経路・滞在時間・満足度・印象の変化
- 2日目のみ、体験による印象の変化を問う設問を追加
- 末尾に座談会への関心を設置

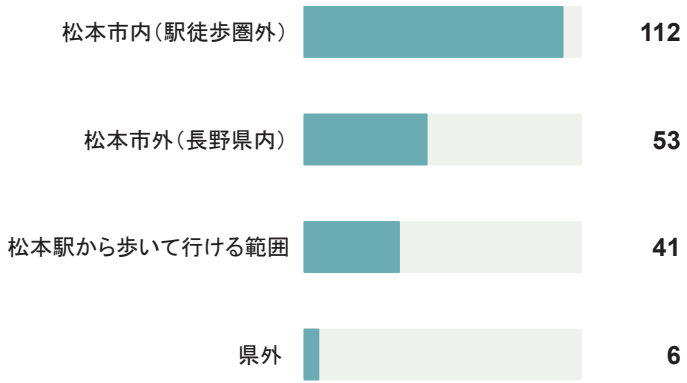
検証した10の仮説

H1 認知と利用に乖離がある	H2 体験すると印象が変わる	H3 求められているのは滞在の最低条件	H4 常設なら日常的に使われる	H5 駐車場がボトルネック
H6 日陰が滞在時間を延ばす	H7 子どもの年齢で必要な設備が違う	H8 きっかけは人づて・園や学校が中心	H9 動機は催しより日常ニーズ	H10 屋外である必然性がある

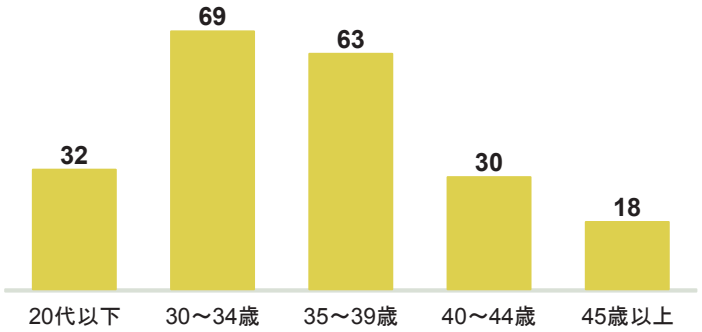
回答者の構成

回答者212名の内訳。松本市内在住が 72.1%、30代が62.3%、未就学児を連れた来場が 77.8%。

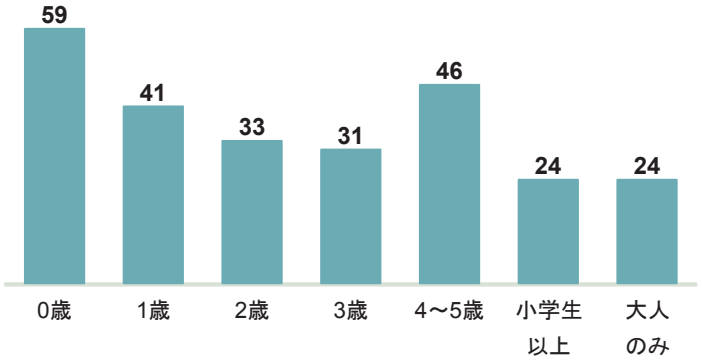
居住地（n=212）



年代（n=212）



同行した子どもの年齢（複数回答・　n=212）



72.1%
松本市内在住（徒歩圏19.3%＋市内52.8%）

62.3%
30代（30～34歳69名／35～39歳63名）

77.8%
未就学児を連れて来場（165名）

57.5%
0～2歳を連れて来場（122名）

71.5%
当日の来場手段が自家用車（n=137）

調査結果の適用範囲

本調査の回答者は、SNSを通じて情報を得て来場した子育て層に偏っている。

本調査が対象としている範囲

- 乳幼児を連れて街に出る層が、駅前に求める設備・環境
- 同じ層のなかでの年齢帯別の違い（ 0歳／3歳／小学生）
- 市の課題認識「20代・30代女性の転出超過」と重なる層の回答

本調査が対象としていない範囲

- 高齢層（45歳以上は18名、60代は2名）
- 単身者・学生・通勤者（同行者なしの回答は 24件）
- 公園を通過しながら立ち寄らない人（来場者調査のため対象外）

認知経路の内訳

64.2%	19.0%	15.3%	8.8%	2.9%	0.7%
Instagram	知人・友人・家族	チラシ・ポスター	LINE	園・学校のお知らせ	市の広報・HP

※ n=137（後半設問に回答した人・複数回答）。市の広報経由は1件、新聞経由は1件

当日の記録 ① — 9月4日（金）

信毎メディアガーデン 1Fエントランス／10:00–14:00／来場1,034名



会場全景



絵本のおさがり会



みんなの推し絵本ライブラリー



絵本のワークショップ



野菜販売



パンパパンフェス



抱っこ隊・手つなぎ隊



受付・アンケート

当日の記録 ② — 9月5日（土）

松本駅前記念公園および周辺道路（歩行者天国）／ 10:00–16:00／来場1,502名以上



歩行者天国の様子



会場全景



モバイル遊具「MOPPS」



ダンボール迷路



シャボン玉パフォーマンス



キッチンカー



ピクニックエリア



絵本のおさがり会

II

FINDINGS
検証結果

10の仮説のうち7つが支持され、2つは否定された。

単純集計・クロス集計・自由記述の結果を示す。

認知　印象　設備

年齢帯　常設　駐車場

日陰　屋内外



仮説検証の一覧

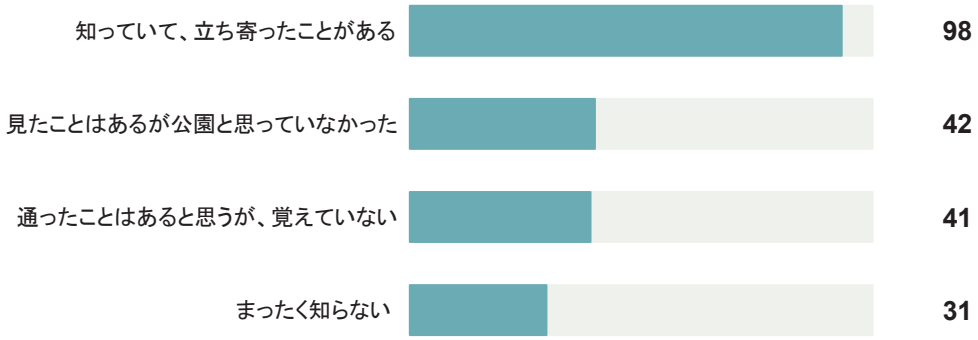
	仮説	判定	決め手になった数字
H1	認知と利用に大きな乖離がある	強く支持	「知っていて立ち寄ったことがある」98人のうち48人（49.0%）が「ほとんど・まったく立ち寄っていない」
H2	体験すると印象が変わる	強く支持	9/5で87.0%が「印象が変わった」。屋内の 9/4でも89.0%が「公園で開かれたら行きたい」
H3	求められているのは滞在の最低条件	支持	上位5項目のうち4項目が日陰・遊具・トイレ・おむつ替え。 Wi-Fi 2.4%、情報 0.9%
H4	常設なら日常的に使われる	支持	遊具常設で71.7%が月1回以上、28.3%が週1回以上使うと回答
H5	駐車場がボトルネックである	強く支持	83.5%が「無料・割引があれば街なかに出る回数が増える」
H6	日陰が滞在時間を延ばす	弱い支持	日陰選択者の 1時間以上滞在 65.6%対57.1%（差8.5pt・n小）。不満の 1位が「暑さ・日陰不足」26.9%
H7	子どもの年齢で必要な設備が違う	強く支持	0歳連れの 1位はおむつ替え 55.9%（全体24.1%）、小学生連れは体を動かせる遊具 34.8%（全体11.3%）
H8	きっかけは人づて・園学校が中心	否定	Instagram 64.2%が突出。口コミ19.0%、園・学校2.9%
H9	動機は催しより日常ニーズ	否定寄り	両日ともコンテンツが上位。「情報を知りたい」「つながりたい」は数　%
H10	屋外である必然性がある	支持（要注意）	1時間以上の滞在が 9/4 31.7%→9/5 61.4%。ただし開催時間が 4時間と6時間で異なる

判定は単純集計・クロス集計・自由記述の整合をもとに付した。サンプル数が小さい項目は「弱い支持」として区別している。

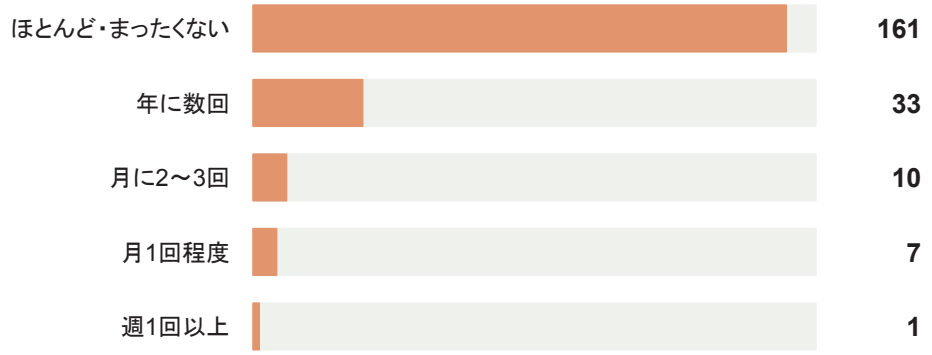
認知と利用の乖離

公園の認知率は低くない。一方で、立ち寄った経験のある人は限られている。

駅前記念公園を知っていたか（ n=212）



これまでの立ち寄り頻度（ n=212）



75.9%
これまで公園に
ほとんど立ち寄っていない

39.2%
「見えているが公園と
認識していない」層（83名）

8.5%
月1回以上立ち寄っている人
（18名）

50.0%
これまでの印象は
「通り過ぎるだけの場所」

※ 認知は単一回答。「見たことはあるが公園だと思っていなかった」42名＋「通ったことはあると思うが覚えていない」41名＝83名（39.2%）。

クロス集計

「立ち寄ったことがある」と回答した 98人の、立ち寄り頻度の内訳。

「知っていて、立ち寄ったことがある」 98人の内訳



「ほとんど・まったく立ち寄ったことはない」と回答

年に数回以上の立ち寄りがある

徒歩圏に住む人の立ち寄り頻度

53.7%

松本駅から歩いて行ける範囲に住む41人のうち22人が「ほとんど・まったく立ち寄ったことがない」と回答。

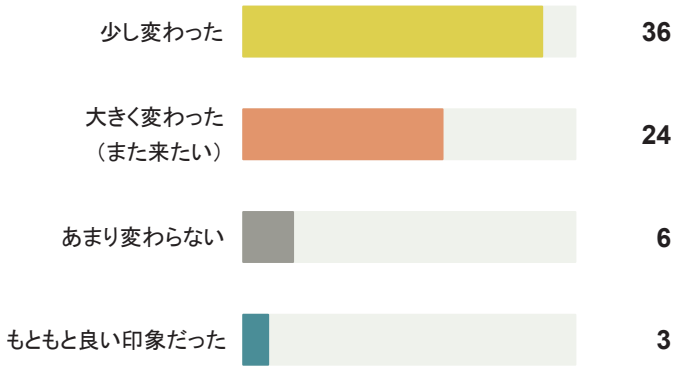
考察

松本駅前記念公園における課題は、認知の不足ではなく、日常的な利用に結びついていない点にある。徒歩圏の住民の半数以上が立ち寄った経験を持たず、39.2%は公園として認識していない。空間整備と並行して、利用されている状態を可視化する運用が課題となる。

体験による印象の変化

2日目（公園）の回答者に「ここで過ごして印象は変わったか」を尋ねた結果。

公園の印象は変わったか（ n=69）



87.0% **印象が変わったと回答** 大きく変わった 34.8%＋少し変わった 52.2%

85.7% **「通り過ぎるだけの場所」と思っていた 35人のうち** うち40.0%が「大きく変わった」

100% **「入りにくい・居づらい場所」と思っていた 8人** 全員が印象の変化を回答

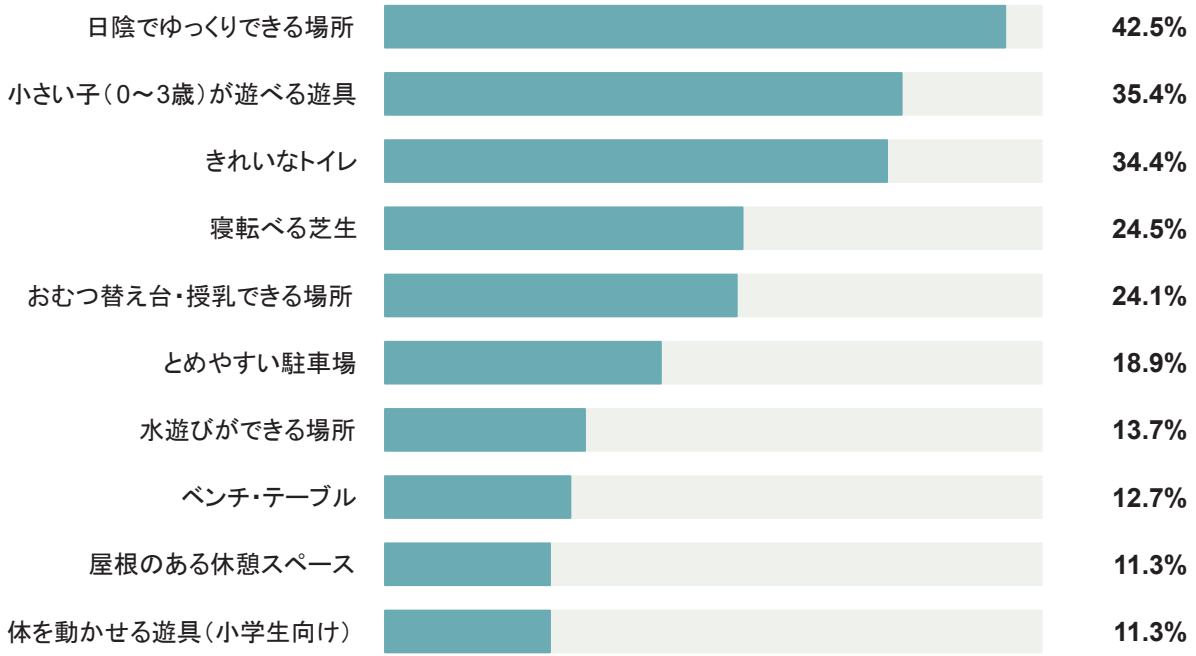
89.0% **屋内開催の 1日目** 「今日のような場が駅前の公園で開かれたら行きたい」（ぜひ 65.6%＋たぶん23.4%）

考察

印象は空間そのものの性質ではなく、体験によって変化している。ただし変化を回答したのは来場した人であり、来場していない層の認識は含まれない。反復開催による効果は、本調査では検証していない。

「あったら行きたい場所」の上位項目

「松本駅の近くにこんな場所があったら行きたい」（ 3つまで・n=212）。上位10項目。



※ 選択肢は19項目。「定期的に開かれるイベント・マルシェ」は10.8%で11位。

選択率が低かった項目

カフェ・キッチンカーの常設	9.4%
本が読める場所	5.7%
夜の照明	3.3%
Wi-Fi・電源	2.4%
子育て・地域の情報が手に入る	0.9%
知らない人と話せる仕掛け	0.5%

考察

上位5項目のうち4項目が〈日陰・小さい子の遊具・きれいなトイレ・おむつ替え〉であり、滞在に必要な基本設備に要望が集中している。情報提供や交流機能の選択率は1%未満だった。

子どもの年齢帯別の設備ニーズ

同行した子どもの年齢別に、「あったら行きたい場所」の上位項目を集計した。

同行した子ども	n	1位	2位	3位
0歳	59	**おむつ替え台・授乳 55.9%**	0〜3歳遊具 45.8%	日陰 42.4%
1歳	41	**0〜3歳遊具 48.8%**	きれいなトイレ 41.5%	日陰 36.6%
2歳	33	**日陰／0〜3歳遊具 48.5%**	—	きれいなトイレ 27.3%
3歳	31	**日陰 51.6%**	きれいなトイレ 41.9%	0〜3歳遊具 32.3%
4〜5歳	46	**0〜3歳遊具／日陰 41.3%**	—	きれいなトイレ 39.1%
小学1〜3年	23	**日陰 43.5%**	体を動かせる遊具 34.8%	きれいなトイレ 34.8%
大人のみ	24	**日陰 50.0%**	きれいなトイレ 37.5%	定期的なイベント 29.2%

全体平均との差

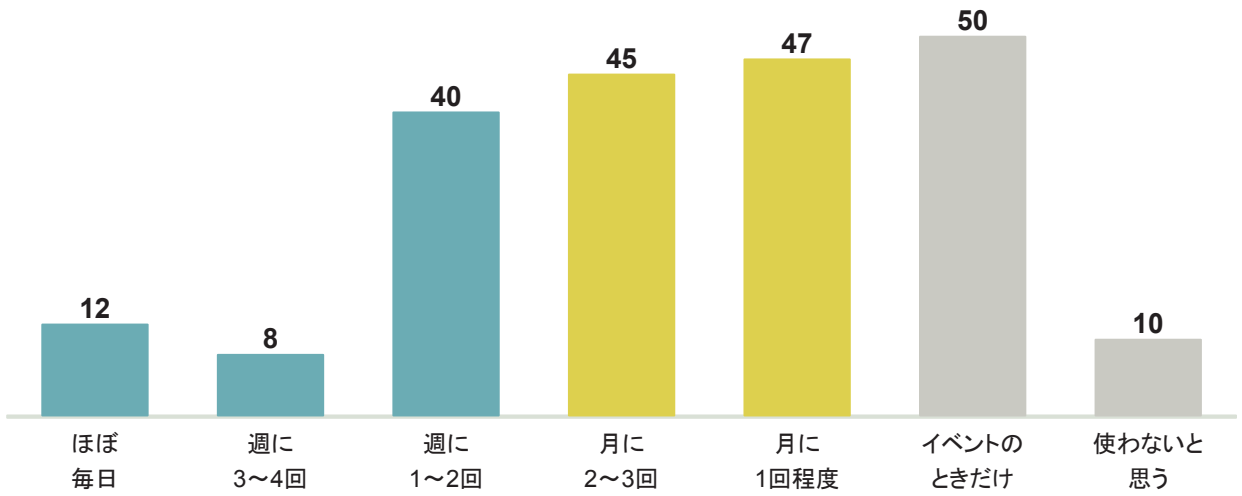
- おむつ替え・授乳は全体24.1%→0歳連れ55.9%（2.3倍）
- 体を動かせる遊具は全体11.3%→小学生連れ34.8%（3.1倍）

考察

0〜2歳連れが来場者の57.5%を占めており、この層の要望はおむつ替え・授乳環境に集中している。年齢帯をまとめた集計では、この差は表面化しない。

遊具を常設した場合の利用見込み

「松本駅の近くの公園に、遊具がずっとあったら、どのくらい使うと思いますか」（ n=212）



71.7%
月1回以上使う（152名）

28.3%
週1回以上使う（60名）

「イベントのときだけ」は 23.6%

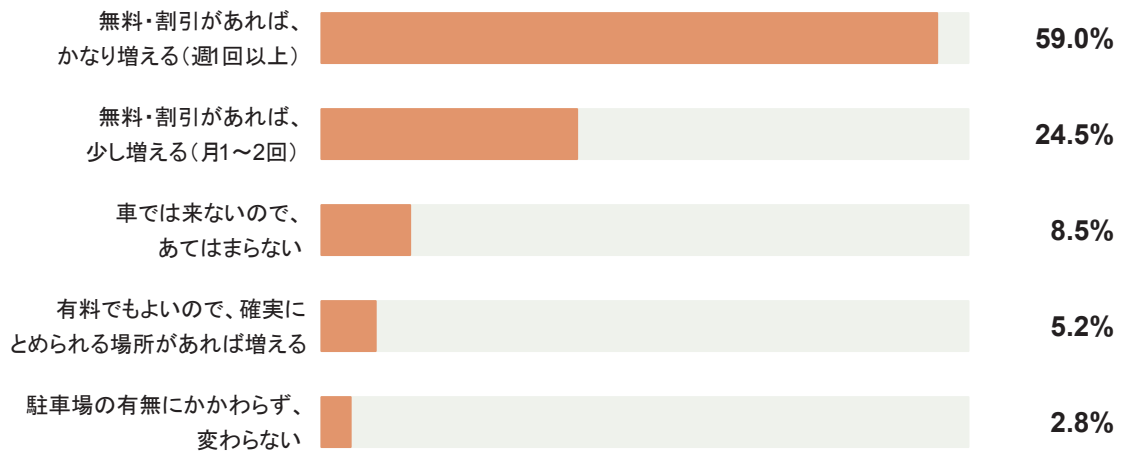
「使わないと思う」は4.7%（10名）。イベント時に限らない利用の見込みが示されている。

留意点

これは意向であり実績ではない。イベント当日の回答であり、実際の利用頻度は下振れする可能性がある。MOPPSの期間限定設置（9月3日〜約1か月）における平日の実利用を記録することで検証できる。

駐車料金の負担と来街頻度

「街なかに出かけるとき、駐車場についてあてはまるものを選んでください」（ n=212）



「増える」と回答した割合

88.7%

（かなり増える＋少し増える＋有料でも確実にとめられれば）

「変わらない」は2.8%（6名）

無料・割引に限れば 83.5%（177名）

63.3% 自家用車で来場した98人のうち「かなり増える」

67.9% 駅から徒歩圏外の松本市内在住者112人のうち「かなり増える」

71.5% 当日の来場手段が自家用車（n=137）

自由記述にも「無料駐車場がほしい」「車で来やすくなるとうれしい」「休日の渋滞が気になって外出を控えることがある」が複数寄せられた。

日陰と滞在時間

日陰の有無と滞在時間の関係について、統計的に有意な差は確認できなかった。

日陰の有無と1時間以上の滞在（9/5）

「日陰・テントがあって涼しかった」を選んだ人（n=32）



65.6%

選ばなかった人（n=35）



57.1%

差は8.5ポイント。方向は仮説どおりだが、サンプル数が小さく、日陰が滞在を延ばしたとは断定できない。

他の設問における日陰の順位

1位	「もっと長くいたかったができなかった理由」＝暑かった・日陰が足りなかった	26.9%
1位	「あったら行きたいもの」＝日陰でゆっくりできる場所	42.5%
1位	「ゆっくり過ごせた理由」＝日陰・テントがあって涼しかった	47.1%
3位	「長くいられなかった理由」＝日差し・天気が気になった	11.9%

考察

日陰が滞在時間を延ばしたことは、本調査では実証できなかった。一方で、滞在を妨げた要因の3位、あったら行きたいものの1位、ゆっくり過ごせた理由の1位がいずれも日陰であり、要望としての優先度は高い。

屋内開催と屋外開催の比較

同じ企画を屋内（9/4）と屋外（9/5）で実施した結果。開催時間が 4時間と6時間で異なる。

9/4（金） 信毎メディアガーデン 1F

屋内・4時間・1,034名

1時間以上の滞在	**31.7%（20/63）**
満足度（5点満点）	**4.20**
特によかったもの上位	絵本のおさがり会 48.4%／パンパパンフェス 34.4%／野菜販売 26.6%

長くいられなかった理由

- 座れる場所が足りなかった　18.5%
- 子どもが走り回れる場所がなかった　13.0%
- 広さが足りず窮屈だった　7.4%
- 人が多くて落ち着かなかった　5.6%

9/5（土） 松本駅前記念公園＋周辺道路

屋外・6時間・1,502名 以上

1時間以上の滞在	**61.4%（43/70）**
満足度（5点満点）	**4.12**
特によかったもの上位	シャボン玉 32.4%／絵本 25.4%／キッチンカー 25.4%

屋外のみで挙がった「よかったこと」

- 歩行者天国・道路が広場になったこと　14.1%
- 子どもが自由に過ごせたこと　14.1%
- 日陰・テントで休めたこと　8.5%
- ピクニックエリアでゆっくりできたこと　4.2%

留意点

滞在時間の差（31.7%→61.4%）は約2倍だが、開催時間が4時間と6時間で異なる。

考察

屋内でも満足度は低下せず、雨天時の代替として機能した。一方「子どもが自由に過ごせる」「道路が広場になる」は屋外のみで挙がった。

支持されなかった仮説

事前に設定した仮説のうち、H8とH9はデータによって否定された。

H8　否定 「きっかけは人づて・園学校が中心」

実際はInstagramが64.2%で最多。園・学校ルートは 2.9%、市の広報・HPは0.7%（1件）、新聞は0.7%（1件）だった。

経路別の分布

- 園・学校ルートで知った4人のうち3人（75%）が駅徒歩圏在住
- 「たまたま通りかかった」8人のうち4人（50%）が駅徒歩圏在住
- Instagram経由は市内全域に分布

園・学校と現地掲示は件数が少ない一方、近隣在住者への到達率が高い。SNSを利用しない層への到達は限られている。

H9　否定寄り 「動機は催しより日常ニーズ」

実際はコンテンツ目的が上位を占めた。「情報がほしい」「つながりたい」はいずれも数％だった。

	9/4	9/5
絵本のおさがり会・青空ライブラリー	54.7%	34.3%
パンパパンフェス／シャボン玉	39.1%	31.4%
子どもを遊ばせたかった	14.1%	25.7%
子育てや地域の情報を知りたかった	7.8%	2.9%
同年齢の子を持つ人・地域の人とつながりたかった	3.1%	1.4%

屋外開催では「子どもを遊ばせたかった」が14.1%→25.7%に上昇している。

イベントとしての評価

満足度は2日間平均4.16（5点満点）。4以上が79.6%、2以下は5.1%。

満足度（5点満点）

4.16 / 5

9/4（屋内）	4.20	4以上 81.5%
9/5（屋外）	4.12	4以上 77.8%

2以下は5.1%（n=135）

特によかったもの　9/4（屋内・n=64）

1	絵本のおさがり会・青空ライブラリー	48.4%
2	パンパパンフェス	34.4%
3	野菜販売	26.6%
4	スタッフ・出店者との会話	21.9%
5	絵本のワークショップ	21.9%
6	抱っこ隊・手つなぎ隊	20.3%

特によかったもの　9/5（屋外・n=71）

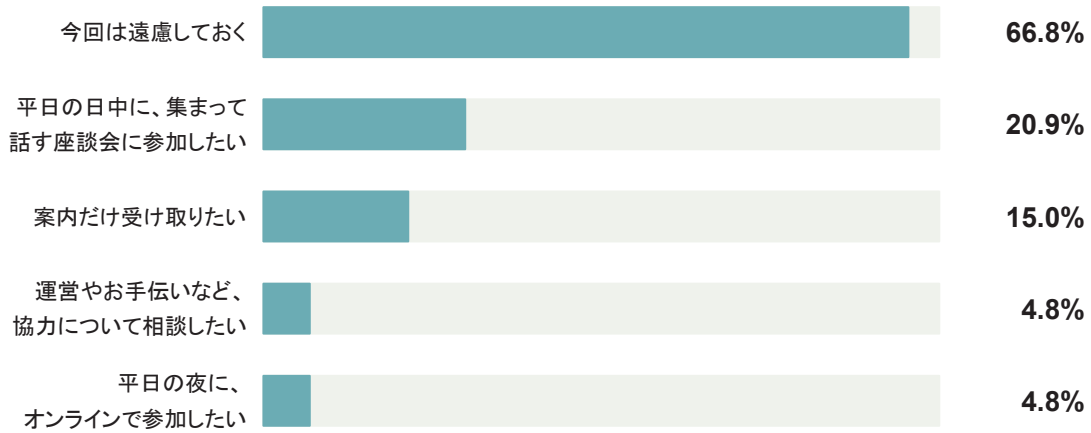
1	シャボン玉パフォーマンス	32.4%
2	絵本のおさがり会・青空ライブラリー	25.4%
3	キッチンカー	25.4%
4	ダンボール迷路	21.1%
5	遊具「MOPPS」	21.1%
6	子どもが自由に過ごせたこと	14.1%

プログラム別の傾向

- 絵本のおさがり会は両日とも上位
- 屋内では「スタッフ・出店者との会話」が4位（21.9%）
- 屋外では「歩行者天国・道路が広場になったこと」が4.1%
- MOPPSは2日目で21.1%が「特によかった」と回答

座談会への意向

アンケート末尾で、今後の座談会や活動への関心を尋ねた結果（ n=187）。



67名 何らかの関心を示した（重複を除く）

46名 参加・協力の意向を示した

27名 メールアドレスを記入した

開催形式による差

平日日中の対面が20.9%、平日夜のオンラインが4.8%で、対面が4倍以上上回った。乳幼児を連れた層では、夜間・オンラインより日中・対面のほうが参加しやすい傾向がみられる。市民参画の場を設計する際の条件となる。

自由記述

「松本駅の近くがこんな場所になったらいいな」への回答（ 21件）から抜粋。

環境の質

「緑が多く心地いい広場とちょっとした遊具、その雰囲気に馴染むような周辺の環境（お店など）があると魅力的。」

「木々や草花などの植物がイキイキとして、深呼吸したくなるような、心地のよい場所」

「自然もありつつ、日陰もあって綺麗、子供が近寄りやすい場所、明るい雰囲気、休憩できる場所がある、図書館がある」

子連れでの使いやすさ

「トイレが綺麗で子どもをのびのび遊ばせられる場所。無料駐車場がほしい。」

「今回も、日陰になる場所が用意してあったり、おむつ替えや授乳スペースがあり、ゆっくりできました。そういう場所やイベントが増えるといいです。」

「子供を、もっと自由に遊ばせられる場所」

安全・安心

「見通しのよい公園の方が気持ち的に安心できると思っています」

「駅前公園は人気がないと怖いと思うこともあるのと、犬の落とし物がそのままになっていることも多く、マナーが改善されるといいなと思っています」

「歩行者、自転車、車がそれぞれ安全に通行できること」

通年での使いやすさ・アクセス

「夏と冬、気温が高い &低いときに、外で遊ぶことが難しいことが多いので、一息つける場所がもっと増えてくれるとうれしいです」

「座って休憩できる屋内施設があると助かる」

「休日の渋滞が気になって外出を控えることがあるので緩和するとゆっくり過ごせていいと思います」

調査概要と出典

調査概要

調査名	松本駅前ですごす時間についてのアンケート
実施日	2026年9月4日（金）・9月5日（土）
実施場所	信毎メディアガーデン（4日）／駅前記念公園（5日）
方法	会場での声かけによるオンラインフォーム回答
有効回答	212件（9/4：88件／9/5：124件）
設問数	全19問（前半5問は全員、後半は同意者のみ）

参照した資料

- 松本市中心市街地再設計検討会議「提言〜将来の見取り図〜」
- 松本市告示第355号 松本市えきまえエリアビジョン社会実験補助金交付要綱（令和8年6月1日）
- Machikara Living 企画書・開催背景と目的（一般社団法人ママフェスまつもと）
- 来場者カウント記録（両日・会場実測）
- 来場者アンケート回答原票（Googleフォーム）

数値の取り扱い

- 本資料の比率はすべて回答原票から再集計したもの
- 複数回答の設問は、選択肢ごとに回答者数に対する比率で表記
- 設問により母数が異なるため、各図表にn を明記
- 来場者数は計測方法の制約から下限値
- 個人が特定される情報（氏名・メールアドレス）は含めていない
- 小数第2位以下は四捨五入。合計が100%にならない場合がある