

平成 17 年度 マスターセンター補助調査・研究事業

# 美濃市商業活性化のための調査研究

## 報 告 書

平成 18 年 1 月

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部

はじめに

第1章 美濃市の概要	1
1. 歴史	1
2. 地勢	2
3. 観光資源	2
4. 交通体系	4
5. 人口動態	6
6. 産業特性	8
7. 商業構造	9
8. 観光・商業活性化計画	17
第2章 美濃市商店街の実態	18
1. 商店街の特性	18
2. 個店経営実態と経営者の意識調査結果	26
3. 消費者の意識と買物行動調査結果	43
4. 在勤者の意識と買物行動調査結果	57
5. うだつの町並み歩行者通行量調査結果	71
第3章 美濃市商業を取り巻く環境変化と課題	78
1. 美濃市商業の外部環境の把握	78
2. 内部資源の把握	79
3. 商店街を取り巻く問題点	81
4. 美濃市商業の特徴づくり	82
5. 将来市場の予測	82
6. 美濃市商業の課題	83
第4章 タウン及び商品構成のポジショニング	84
1. タウンポジショニング	84
2. 商品構成ポジショニング	85
第5章 美濃市商業活性化構想	86
1. 基本構想	86
2. 具体的商業振興策	87
3. 個店の対応	90
おわりに	91
参考資料	1～ 12

## はじめに

長い平成不況から脱し、ようやく個人消費に明るい兆しがみえてきましたが、中小小売業は大規模店舗や新業態店舗の台頭による競争激化の狭間で翻弄され、依然、厳しい経営環境にあります。今、日本経済の仕組みそのものが大きく変化しつつある『構造変革の時代』であり、地域商業のあり方においても独自性を求められるようになってきました。地域小売商業活性化の方向性も見直さなければならない時期にあるといえるでしょう。

美濃市商業の歴史は古く、美濃地方の中心都市として室町時代から栄えてきました。江戸・明治・大正・昭和初期には全国的にも有名な和紙の産地として多くの豪商を輩出し、往時の佇まいが『うだつのある町並み』として保存されています。平成11年5月に、うだつのある町並みが国の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、『美濃和紙あかりアート展』も本年で12回を数えるなど、内外に広く知られるようになりました。また、昨年、東海環状自動車道が開通し、東海北陸道とを結ぶ美濃関JCTが完成して美濃市を取り巻く周辺環境が大きく変化してきました。環境変化に即応して消費者ニーズも変化していると思われま

す。

そこでこの度、美濃市商店街及び商店をより快適な魅力ある買物場所とし、地元購買の強化と観光客数の増加を図るため、美濃市商業の現状と問題点を調査し、今後の美濃市商業のあり方に関する提言の策定に資することを目的として本調査・研究を行うこととしました。

なお、この調査・研究は（社）中小企業診断協会経営戦略工学センター（マスターセンター）の平成17年度補助事業として実施したものであり、この報告書が地域経済活性化の一助となれば幸いです。

最後になりましたが、今回の調査・研究事業の実施にあたり、ご協力いただきました関係各位に対し、厚く御礼申し上げます。

平成18年1月

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部  
支部長 堀 貢  
マスターセンター補助事業委員会 委員  
中小企業診断士 井戸 三 兼  
中小企業診断士 川瀬 國 男  
中小企業診断士 林 敦 司  
中小企業診断士 前田 志 朗

## 第1章 美濃市の概要

### 1. 歴史

当地の歴史は美濃和紙との深いかかわりの中で発展してきた。現存する最古の美濃の紙は702年製の正倉院所蔵の御野国戸籍断簡であるから、約1300年の歴史を持つといえる。

鎌倉時代には美濃紙はかなり有名になっており、室町時代になって守護土岐氏の治世に和紙づくりはさらに盛んになり、大矢田地区には定期的に紙の市が立ち美濃は全国的に有名な紙の産地になった。1540年頃、この紙の市は上有知（今の美濃市街地）に移った。

1600年関ヶ原の合戦の功により金森長近がこの地を拝領し、長良川畔に小倉山城を築城、1606年頃現在の町割りが完成した。美濃紙は徳川幕府の御用紙となり、また長近が開いた長良川の上有知湊は1615年に尾張藩領となってからも舟運による物資集散の拠点として、商業都市として繁栄した。

1873年（明治6年）美濃紙はウィーン万国博覧会に出品され、その位置づけは確固たるものとなった。

しかし大正年代に入ると和紙の機械漉き生産がはじまり、手漉き生産は激減したが、近年手漉き和紙の良さが再評価され、美濃和紙の技術は国の無形文化財に、美濃和紙そのものは伝統的工芸品に指定された。今後更なる発展が期待される。

#### <市域の変遷>

1889年（明治22年）安毛・前野・曾代の3か村が合併し、安曾野村となる。

上野・御手洗・乙狩・小倉の4か村が合併し、上牧村となる。

横越・極楽寺・笠神の3か村が合併し、藍見村となる。

松森・生櫛・志摩の3か村が合併し、中有知村となる。

1890年（明治23年）保木脇・上河和・下河和・立花・須原の5か村が合併し、須原谷村となる。

1897年（明治30年）長瀬・片知・蕨生・神洞の4か村が合併し、下牧村となる。

須原谷村を洲原村と改称。

1911年（明治44年）それまでの地名上有地町を美濃紙にちなんで美濃町に改名した。

1954年（昭和29年）4月1日、美濃町、洲原村、下牧村、上牧村、大矢田村、藍見村、中有知村の1町6村が合併して美濃市となった。

1955年（昭和30年）関市の市域のうち小野の一部を編入し、美濃市の区域のうち東志摩を関市へ分離した。

以後、関市との合併も協議されたが、合併に到らず現在に至っている。

## 2. 地勢

美濃市は岐阜県の中央南部、長良川と板取川が合流する地帯、東経 136 度 50 分～136 度 58 分、北緯 35 度 30 分～35 度 38 分、面積は 11,705 h a、海拔は 31m～1,162m である。

北は郡上市、南と東西は関市に接し、南北 15.8km、東西 12.5km である。

## 3. 観光資源

かつて美濃和紙の商いで栄えた商業都市も、今は「うだつの上がる町並み」として、むしろ観光都市の色合いが強い。古い歴史に育まれた当市には美濃和紙関連資源の他にも多くの観光資源がある。

### (1) 観光資源

#### ① うだつの上がる町並み

うだつの残る家は全部で 19 棟。その中でも国指定の重要文化財である小坂家住宅や、美濃資料館で市指定文化財でもある旧今井家住宅などは歴史的価値を持つ代表的な建造物である。

#### ② 大矢田神社ほか神社・仏閣

大矢田神社は奈良時代の創建といわれ、国指定文化財。洲原神社はこれも奈良時代の創建で県指定文化財。他にも国指定文化財の長蔵寺、鹿苑寺地藏堂などがある。

#### ③ まつり・イベント

美濃和紙でできたピンクの花みこし、江戸時代に製作された 6 両の山車、無形民俗文化財となっている風刺劇美濃流し仁輪加や人形劇「ひんここ」。4 月第 2 土曜日と日曜日の「美濃さくらまつり」は華やかで、美濃の町民文化に触れることができる。

うだつの町並みを幻想的に照らす「あかりアート展」は美濃を代表するビッグイベントで、年々規模内容とも充実してきている。

#### ④ その他

美濃市の代表的産業であり、生活や文化にも大きな影響をあたえてきた美濃和紙を知る場所として美濃和紙の里会館がある。映像、作品展、紙漉き体験など多方面から学ぶことができる。

その他の文化財としては国登録文化財の中部電力長良川発電所、国指定文化財美濃橋、県指定文化財上有知湊（川湊灯台）がある。

### (2) 観光客の入込数の推移

美濃市総数としての入込数はほぼ横這いで推移している。

美濃和紙あかりアート展は順調に増加しているが、最大の入込数の小倉公園・うだつの町並みは減少傾向にある。その他も横這いまたは若干減少傾向にある。

単位：千人

	平成 6 年	平成 11 年	平成 12 年	平成 13 年	平成 14 年	平成 15 年
美濃市総数	433	571	608	588	538	584
小倉公園、うだつの町並み	202	181	228	191	170	153
美濃和紙あかりアート展	4	25	25	40	75	90
産業祭	53	50	50	50	35	50
湯の洞温泉	15	--	--	--	--	--
大矢田もみじ谷	44	46	49	48	50	44
美濃さくらまつり	32	67	71	66	65	56
板取川・長良川中流域	45	120	112	113	79	74
ひんこまつり	15	18	19	18	11	13
和紙の里会館	23	64	54	62	53	54

参考：郡上市（平成 16 年 3 月合併新市域の数値、以下同じ）平成 15 年の観光客数は 6,688 千人

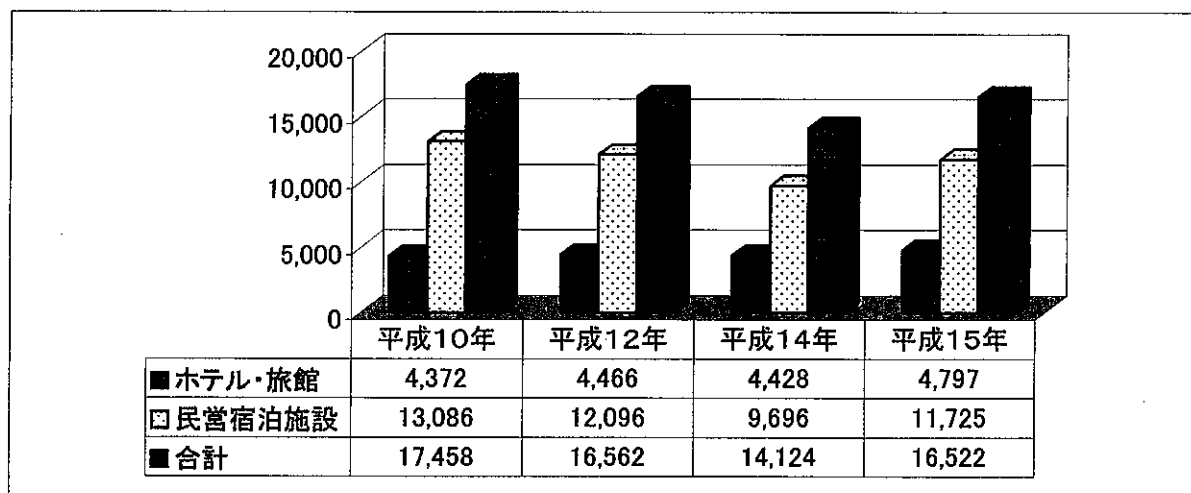
資料：岐阜県観光レクリエーション動態調査

### (3) 宿泊客数

美濃市の宿泊客数は郡上市と比較するまでもなく、観光地としては極少ない。

しかも近年の推移を見るに弱含みの横這いである。

このことは観光客の当地での滞在時間が極めて短いため、みやげ物の購入や飲食に使われる金額も結果として少なくなる。



参考：郡上市平成 15 年宿泊者数 ホテル・旅館 180,460 人、民営宿泊施設 146,844 人、  
合計 327,304 人

資料：岐阜県観光レクリエーション動態調査

注：平成 14 年については美濃市の独自集計による速報値

#### 4. 交通体系

##### ① 交通体系

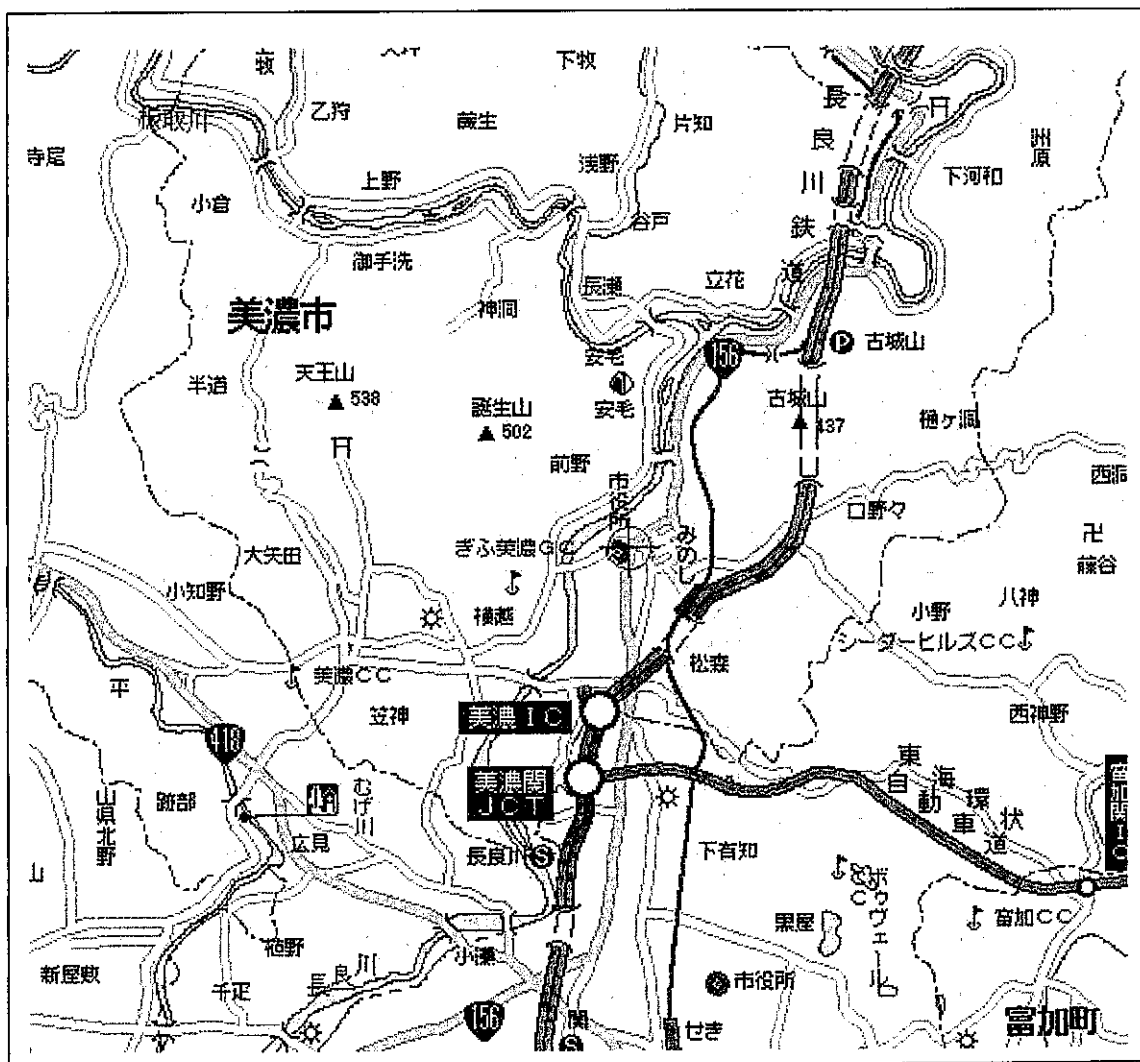
当市の交通網は、東海北陸自動車道と国道 156 号が南北に走り、東に向かって東海環状自動車道が新たに開通した。

国道 156 号は美濃市周辺住民が日常最も利用する道路だが交通量はやや減少傾向、東海北陸自動車道の出入交通量は横這いで推移している。

鉄道は美濃加茂市から北へ郡上市白鳥町まで長良川鉄道が走っている。美濃市内には 5 駅あり、乗降客は少なくかつ年々減少している。しかも乗降客のほとんどは定期券利用者である。

平成 17 年 4 月 1 日で名鉄美濃町線は新岐阜～新関間の廃止により全線が廃止となった。これにより名鉄美濃町線を利用していたの岐阜市内との交流ができなくなり、乗降客減少の影響がでる可能性がある。

図表 1-1



ヤフーHP 地図情報 アルプス社

<国道 156 号> 美濃市～郡上市美並

単位：台

		昼間 12 時間交通量
平成 6 年	平日	8,866
平成 9 年	平日	9,977
平成 11 年	平日	8,362
	休日	8,538

資料：道路交通センサス報告書

<東海北陸自動車道> IC 別 1 日平均出入交通量

単位：台

	関 IC	美濃 IC	郡上八幡 IC
平成 11 年	8,966	6,519	4,628
平成 12 年	9,687	6,262	4,671
平成 13 年	9,823	6,455	3,998
平成 14 年	9,742	6,432	3,838
平成 15 年	9,917	6,275	3,710

資料：日本道路公団

<長良川鉄道> 1 日当たり乗降客数

単位：人

		平成 12 年	平成 13 年	平成 14 年	平成 15 年	平成 16 年
総数	合計	1,330	1,213	1,180	1,116	1,047
	内定期	1,095	999	943	906	935
松森駅	合計	89	76	99	88	105
	内定期	71	58	76	66	85
美濃市駅	合計	586	482	482	444	366
	内定期	422	349	326	299	298
梅山駅	合計	394	416	394	395	447
	内定期	370	386	366	375	435
湯の洞温泉口駅	合計	160	134	111	95	65
	内定期	147	122	95	80	56
洲原駅	合計	101	105	94	94	64
	内定期	85	84	80	86	61

資料：長良川鉄道（株）



② 乗用車保有状況

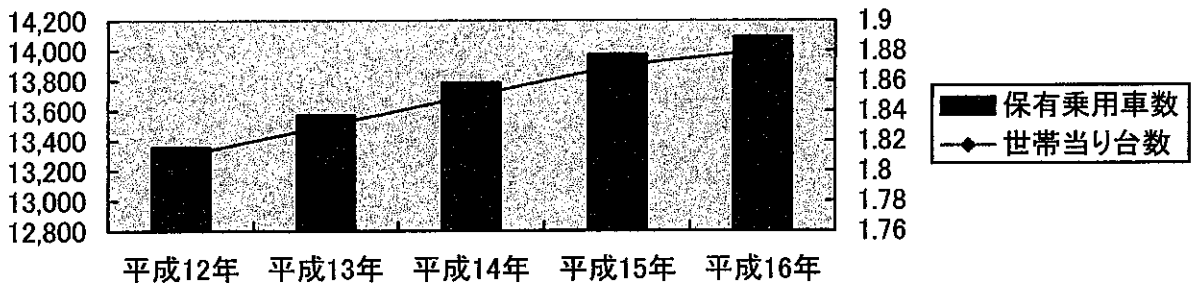
平成16年美濃市における1世帯当りの乗用車保有率(含む軽乗用車)は1.88台で安定的に増加している。この状況は美濃市周辺においてもほぼ同様であり、道路の整備とあいまって車利用の購買動向は益々広域化している。

消費者を吸引する魅力ある商業集積地であるか否かがより明確に結果に反映されることになるといえる。

<美濃市乗用車保有状況>

単位：台数

	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
保有乗用車数	13,358	13,571	13,789	13,975	14,090
世帯当たり台数	1.81	1.83	1.85	1.87	1.88



資料：(社)岐阜県自動車会議所

5. 人口の動態

① 人口・世帯数

美濃市の人口は年々減少している。5年前の平成11年人口に比して約5%減少しており、隣接する関市関地区(平成17年2月7日付け新関市誕生前の旧関市のこと。以下関市関という)が逆に若干ながら増加しているのは対照的である。

世帯数は増加傾向にあり、当市でも核家族化が進んでいるようだ。

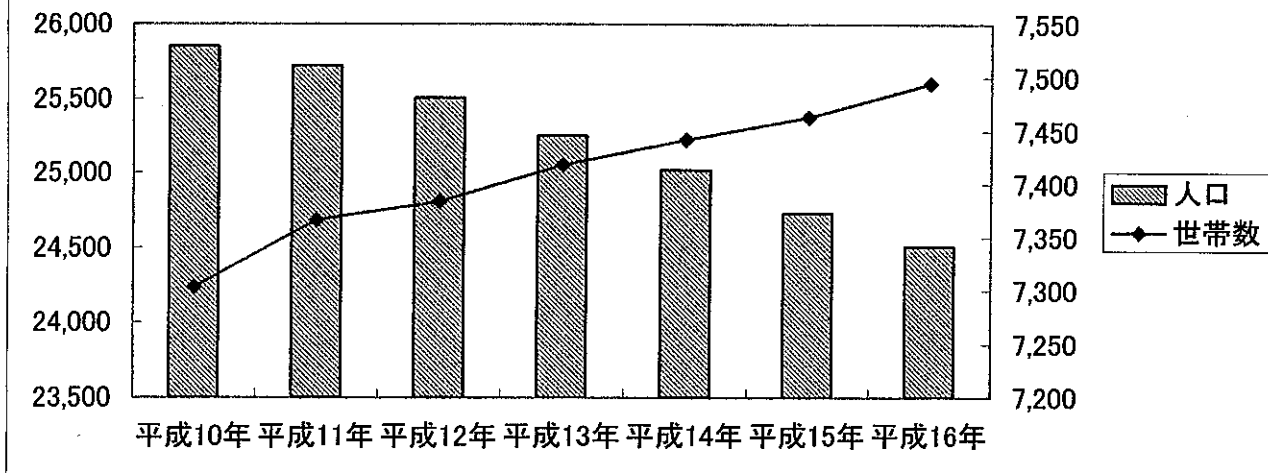
<美濃市の人口・世帯数の推移>

単位：人、世帯

		平成10年	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
美濃市	人口	25,850	25,720	25,507	25,253	25,023	24,734	24,511
	世帯数	7,303	7,366	7,384	7,418	7,442	7,463	7,495
岐阜県	人口	2,105,973	2,108,530	2,109,147	2,109,804	2,109,013	2,109,185	2,106,917
	世帯数	656,551	664,983	672,234	679,490	687,089	694,599	701,408

資料：住民基本台帳 3月31日現在

美濃市の人口・世帯数の推移



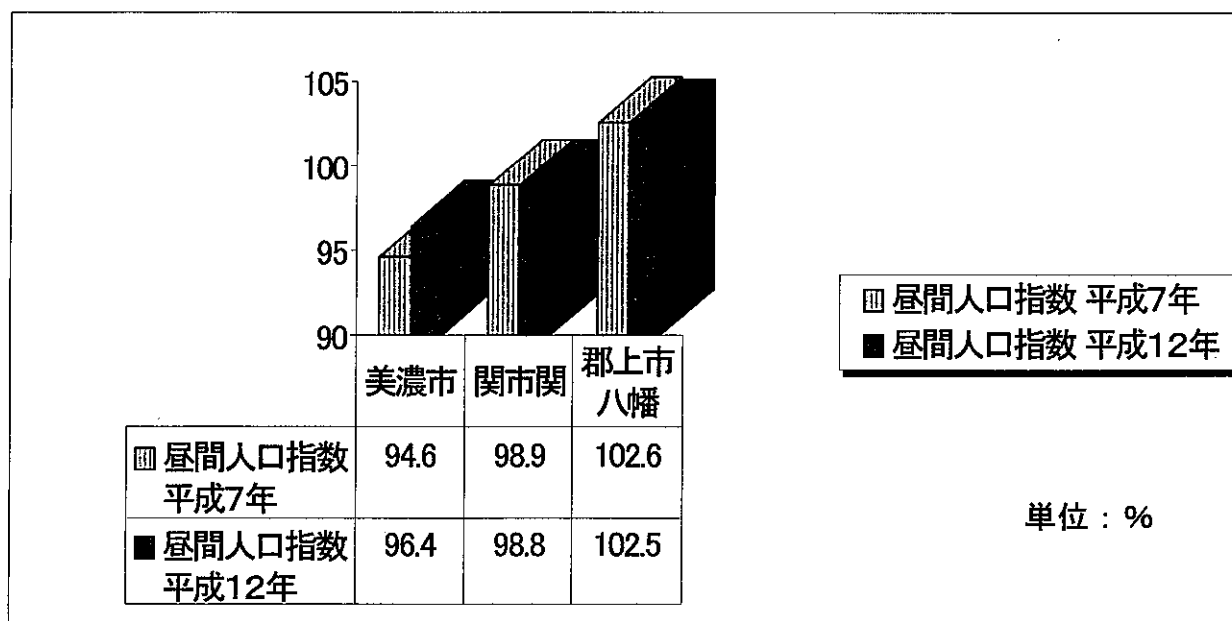
② 昼間人口

美濃市の昼間人口指数は平成12年で96.4%、岐阜県全体の指数とほぼ同じである。

隣接する関市関や郡上市八幡（調査時点では郡上郡八幡町）に比較するとやや低い。

注：以下における関市および郡上市の各地名は調査時点にかかわらず合併後の地名を採用した。

(E X) 美並村は郡上市美並、洞戸村は関市洞戸



資料：国勢調査

③ 高齢者（65歳以上）人口

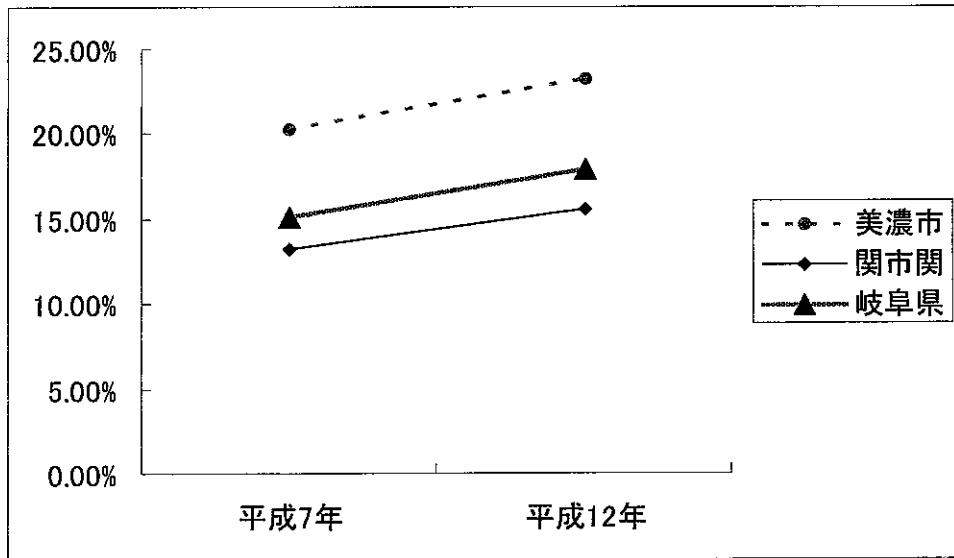
美濃市の高齢者人口が急速にその比率を高めている。平成12年での高齢者人口比率は23.2%隣接する関市関、岐阜県全体の指数と比べてもその高齢化の進展の速さが見える。

<高齢者人口比率>

単位：人、%

	平成7年		平成12年	
	高齢者人口	高齢者人口比率	高齢者人口	高齢者人口比率
美濃市	5,278	20.3	5,715	23.2
関市関	9,458	13.2	11,632	15.6
岐阜県	315,734	15.1	377,552	17.9

資料：国勢調査 10月1日現在



6. 産業特性

① 産業構造

工業製品出荷額等は緩やかながら減少傾向にあり、商業年間販売額は明確に減少傾向にある。

<美濃市の工業製品出荷額等及び商業年間販売額の推移>

単位：百万円

	平成9年	平成11年	平成14年
工業製品出荷額等	105,887	99,429	100,975
商業年間販売額	27,215	26,524	21,869

資料：工業統計調査・商業統計調査

## ② 就業構造

当市においては平成2年の調査までは第2次産業の構成比が高くなる傾向にあったが、平成7年の調査以降第1次産業および第2次産業の構成比率が低下し、第3次産業の構成比が高くなってきている。しかしながら平成12年の第3次産業の就業人口は平成7年に比べて減少しており、美濃市の産業は3分野とも縮小していることになる。

<美濃市の産業別就業人口の推移>

単位：人

	第1次産業	第2次産業	第3次産業	総数
平成7年	343	7,607	5,857	13,808
平成12年	276	6,876	5,732	12,896

資料：国勢調査

## 7. 商業構造

### (1) 商業環境

小売業は商店数と年間販売額は減少傾向にあるが、従業者数と売場面積は若干ながら増加している。

卸売業は商店数、従業者数、年間販売額とも減少傾向にある。

<美濃市の小売業の推移>

単位：人、百万円、㎡

	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積
平成9年	318	1,189	18,477	24,299
平成11年	313	1,303	17,213	25,584
平成14年	296	1,336	16,064	26,211

資料：商業統計調査

<美濃市の卸売業の推移>

単位：人、百万円、㎡

	商店数	従業者数	年間販売額
平成9年	51	346	8,738
平成11年	62	400	9,312
平成14年	53	262	5,804

資料：商業統計調査

<美濃市の飲食店の推移>

単位：人、百万円

	商店数	従業者数	年間販売額
平成元年	71	248	1,204
平成4年	75	236	1,214

資料：商業統計調査

(2) 消費購買力の流出入

① 美濃市の自市購買依存率

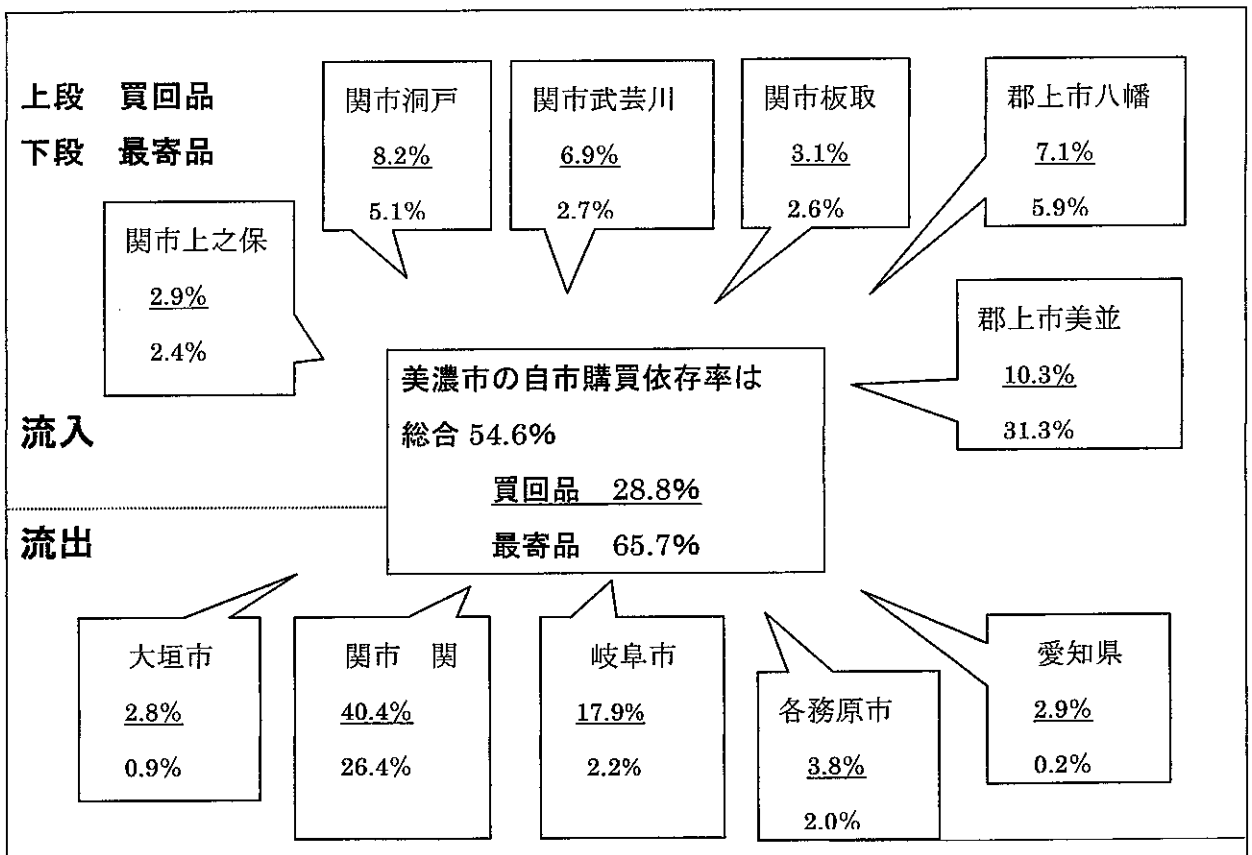
美濃市の自市購買依存率は平成9年の調査では商品総合で54.6%、買回品で28.8%、最寄品では65.7%である。昭和63年の調査においては商品総合で63.1%であったからかなり大幅な下落となっている。この数値は調査時点における岐阜県内の市では最も低い。

隣接する関市関では総合75.3%、買回品で59.7%、最寄品では82.0%である。

美濃市に流出入する消費購買力は下表の通り。

流入は隣接する郡上市美並が多く、流出は関市に集中している。何れも国道156号線を利用することで利便性が高い地域である。

<消費購買力の流出入状況>



資料：岐阜県買物動向調査報告書 平成9年3月

<美濃市の品目別自市購買依存率>

単位：%

買回品	紳士服・洋品 24.2 婦人服・洋品 30.4 子供服 22.1 日用衣料 42.6 靴・かばん 20.7 めがね・時計・カメラ 35.5 スポーツ・レジャー用品 15.1 家具 31.9 家電 42.9
最寄品	食料品 66.7 酒類 47.3 日用雑貨 68.1 医薬品 81.5 化粧品 63.8 書籍 45.1
外食	外食 31.3

資料：岐阜県買物動向調査報告書 平成9年3月

② 美濃市の商圈

商圈の定義を消費者が各市町村でどの程度買い物をしているかという割合を基にして表すと、美濃市の商圈は一次商圈（30%以上依存している市町村）は買回品では該当地域なく、最寄品では美濃市と郡上市美並となる。

2次商圈（15%以上30%未満）は買回品では美濃市のみ、最寄品では該当するところはない。

3次商圈（5%以上15%未満）は買回品では郡上市の美並と八幡、関市の洞戸と武芸川、最寄品では郡上市八幡と関市洞戸が該当する。

	一次商圈	2次商圈	3次商圈
買回品	該当なし	美濃市 28.8%	郡上市美並 10.3%・八幡 7.1% 関市武芸川 6.9%
最寄品	美濃市 65.7% 郡上市美並 31.3%		郡上市八幡 5.9% 関市洞戸 5.0%

③ 潜在購買力

平成15年の家計調査によれば岐阜市の1世帯当り年間消費支出額は1,763,808円である。美濃市の主力商圈は美濃市と郡上市美並であり、この地域の潜在購買力は岐阜市の1世帯当り年間消費支出額を当てはめると下表のようになる。

	地域名	世帯当り支出額（円）	世帯数	潜在購買力（百万円）
主力商圈	美濃市	—	7,463	—
	郡上市美並	—	1,323	—
主力商圈	支出額計	1,763,808	8,786	15,497
	食料	724,428	8,786	6,365
	被服及び履物	170,796	8,786	1,501
	医薬品・化粧品	101,448	8,786	891

資料：住民基本台帳（平成15年3月） 家計調査年報（平成15年 岐阜市）

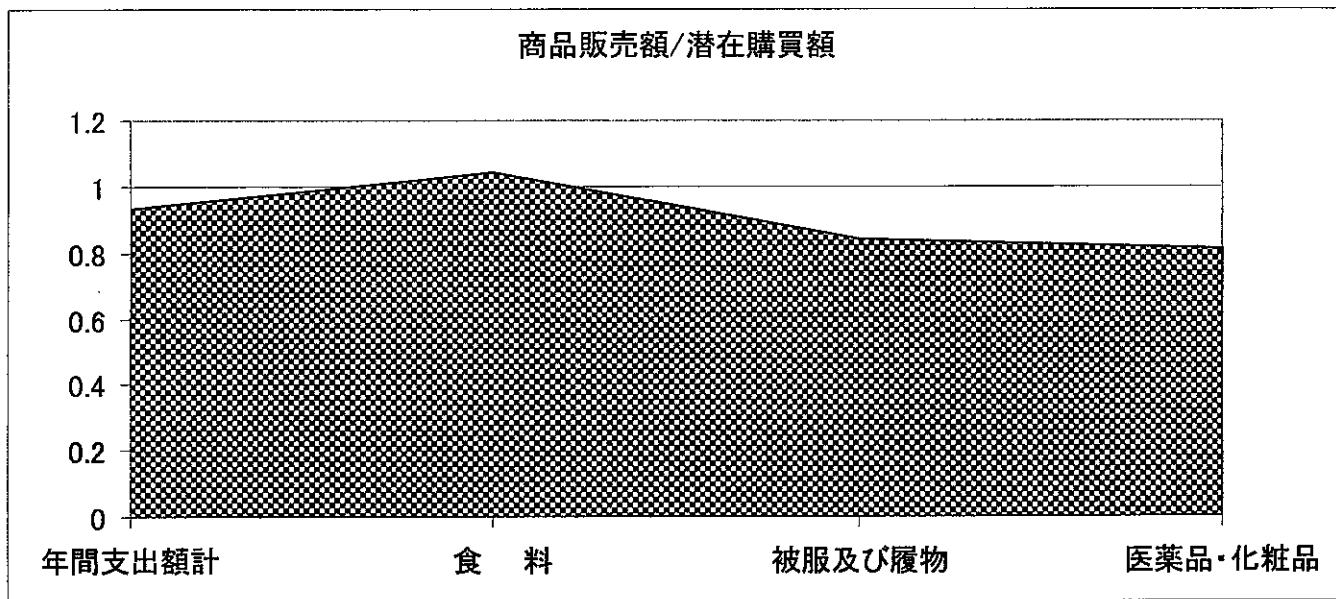
〈美濃市の小売業年間商品販売額と上記潜在購買力の対比〉

潜在購買力は美濃市商圏の全てを含むものではないし、美濃市小売業年間商品販売額には観光客や美濃市の主力商圏外の顧客への販売額が含まれ、対比するには無理がある。あくまで参考値として紹介する。

単位：百万円

	美濃市主力商圏の 潜在購買力 A	美濃市小売業 年間商品販売額 B	B/A
年間支出額計	15,497	14,350	0.93
食料	6,365	6,638	1.04
被服及び履物	1,501	1,262	0.84
医薬品・化粧品	891	719	0.81

資料：家計調査年報、商業統計調査



<世帯当り年間消費支出額>

単位：円

最 寄 品			買 回 品		
品 目	月間	年間	品 目	月間	年間
1. 食料 (食料—外食 +交際食料)	60,369	724,428	1. 家具・家事用品 家庭用耐久財 室内装備・装飾品 寝具類 (交際家具・家事用品)	2,266 542 524 351	27,192 6,504 6,288 4,212
2. 住居 (設備材料)	2,246	26,952	2. 被服及び履物 被服及び履物 (交際被服及び履物)	13,460 773	161,520 9,276
3. 家具・家事用品 家事雑費 家事用消耗品費	1,702 1,862	20,424 22,344	3. 交通・通信 (自転車)	77	924
4. 保健医療 医薬品 健康保持用摂取品 保健医療洋品・器具	2,157 969 1,781	25,884 11,628 21,372	4. 教養・娯楽 教養娯楽用耐久財 教養娯楽用品 書籍・他の印刷物	2,250 6,680 4,434	27,000 80,160 53,208
5. 教育 教科書・学習参考教材	423	5,076	5. その他の消費支出 (身の回り用品)	2,060	24,720
6. その他の消費支出 (理美容品費) (たばこ) (その他) 小遣い1/2)	3,547 1,033 10,999 10,038	42,564 12,396 131,988 120,456	6. 交際費 (教養娯楽) (他の交際費)	1,384 3,375	16,608 40,500
物販小売業対象小計	97,126	1,165,512	物販小売業対象小計	38,176	458,112
7. 外食 (一般外食)	11,682	140,184	買回品合計		458,112
最寄品合計		1,305,696	世帯当り年間消費支出額		1,763,808

資料：総務省統計局家計調査年報平成15年（岐阜市）

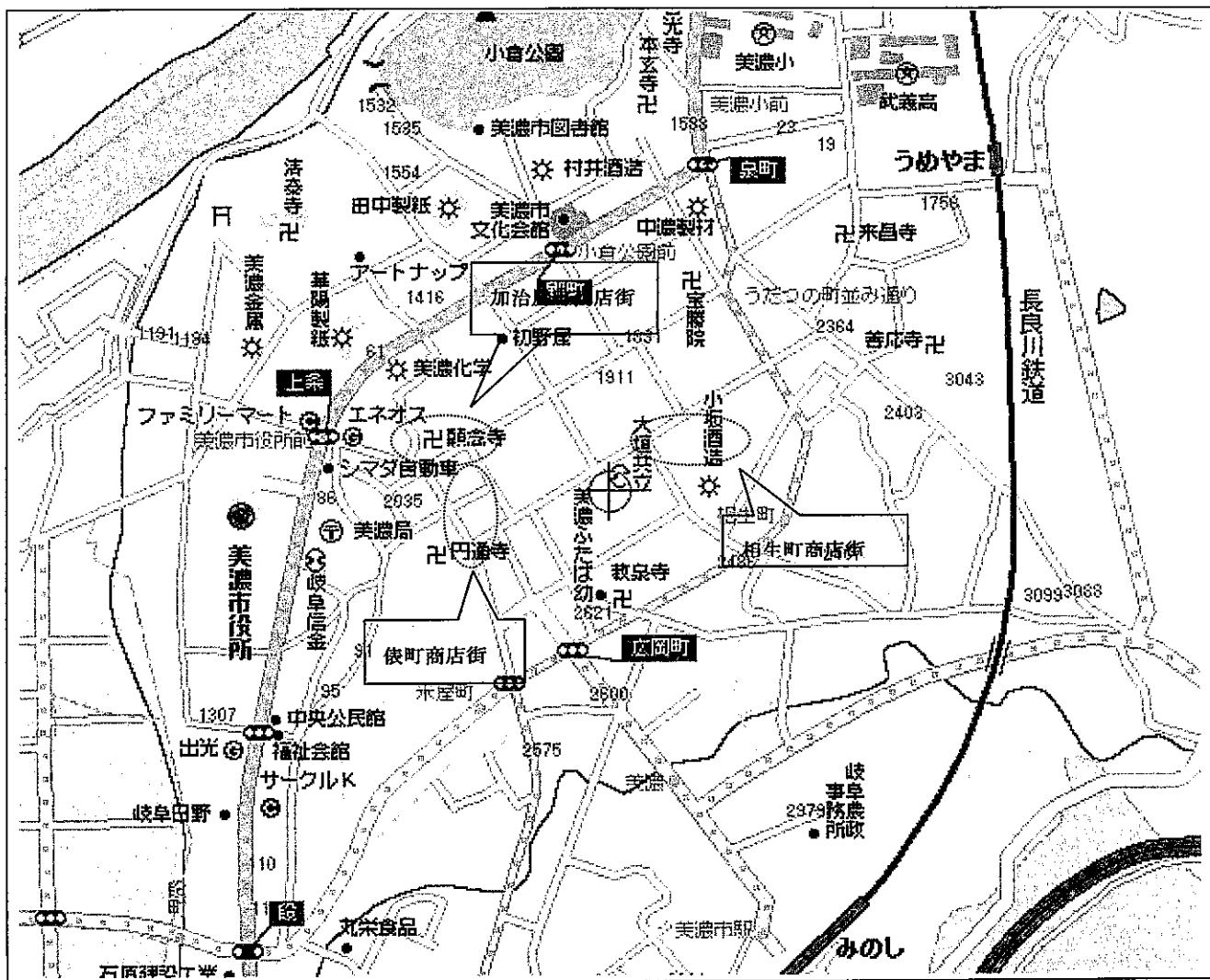


### (3) 美濃市の商店街

うだつの上がる古い町並み、「目の字」の町割、この一帯が美濃市の商業及び観光の中心である。国や市指定の文化財や資料館などの観光資源も多くあり、各商店も観光客をもてなすためのしやれた雰囲気づくりや和紙用品の販売などが行われている。

美濃市の商店街はこの地域と周辺に、美濃俵町商店街振興組合と加治屋町発展会、相生町旧発展会の商店街がある。だが俵町商店街以外は組織化が不十分で今後の発展にとって解決を要する課題である。

図表 1-2



ヤフーHP 地図情報 アルプス社

### (4) 大型店の出店状況

美濃市の大規模小売店は第1種大規模小売店舗ではジャスコ美濃店が昭和63年9月に開店し、第2種小売店舗としては主婦の店美濃店が昭和56年9月に開店した。

これはユニー関ショッピングセンターが昭和51年3月に、パロー関緑ヶ丘店が52年9月に開店し

たのに比べて5～10年の遅れになる。

また規模の面においても、美濃市最大のサピーショッピングセンターの店舗面積が6,601㎡、関市にあるサンサンシティマーゴの店舗面積は22,488㎡である。

以上のことは美濃市の消費購買力が大きく関市に流出している要因の一つになっている。

<主な大型店>

—第1種大規模小売店舗(3,000㎡以上)—

店舗名	所在地	開店年月	店舗面積	核テナント	主要販売品
サピー ショッピングセンター	美濃市松森上竹下 200-1	平成10年11月	6,601㎡	じゅうぼし カネスエ	家庭用品 DIY、食料品
ジャスコ美濃店	美濃市千畝町 2776-1	昭和63年9月	4,559㎡	イオン フジヤHC	総合小売
大和リバーサイドタウン	郡上市大和町徳永 284-1	平成12年11月	7,044㎡	バロー 大和ストアー	総合小売
サンサンシティマーゴ	関市倉知516	平成6年9月	22,488㎡	イオン	総合小売
ユニー関 ショッピングセンター	関市片倉町1-3	昭和51年3月	10,297㎡	ユニー	総合小売
バロー関緑ヶ丘店	関市緑ヶ丘1-1-55	昭和52年9月	7,072㎡	バロー	食料品、DIY 家庭用品
バロー関ひがし店	関市平賀字鹿塚88	平成7年7月	4,160㎡	バロー	食料品 家庭用品

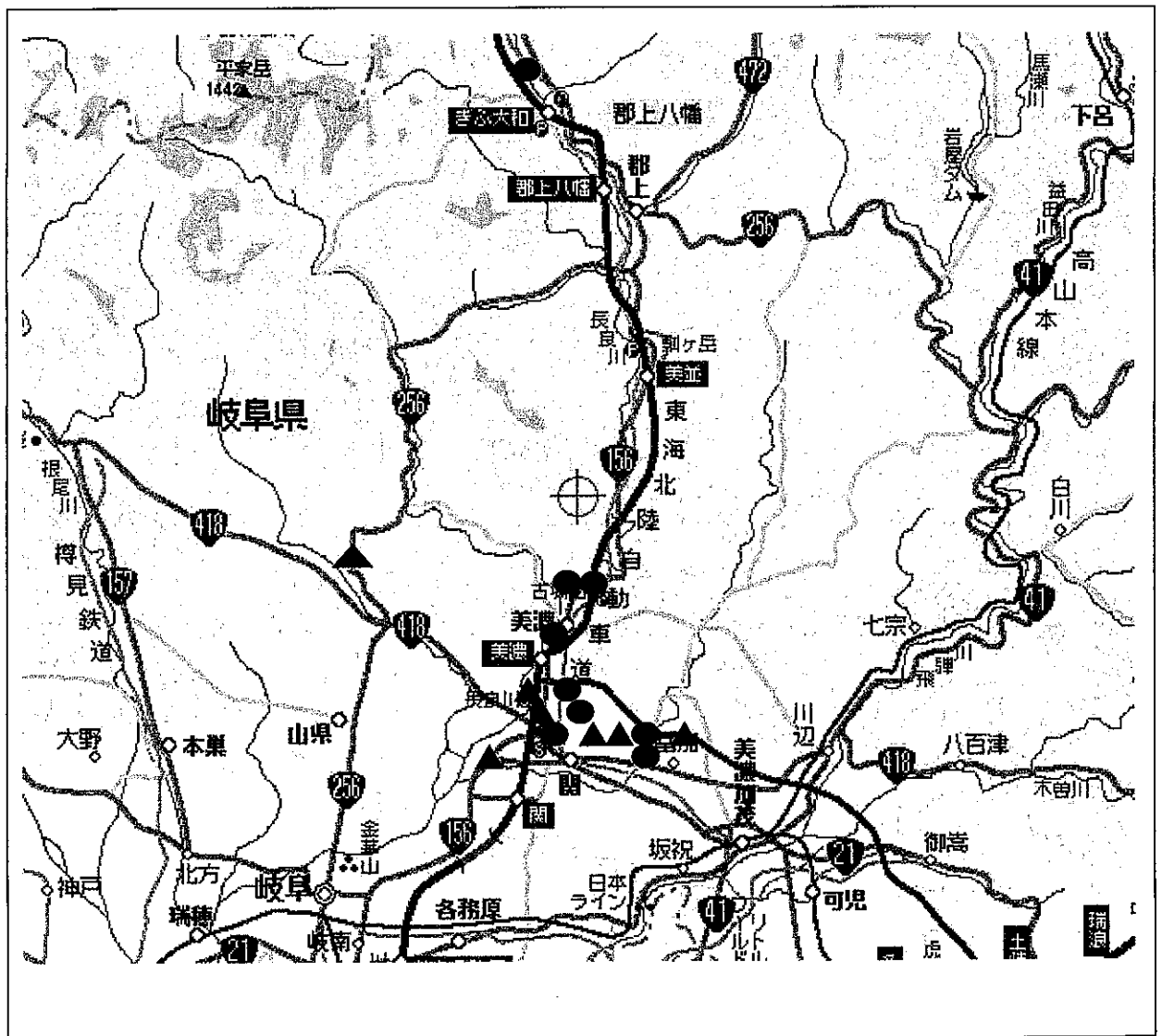
—第2種大規模小売店舗(501㎡以上3,000㎡未満)—

店舗名	所在地	開店年月	店舗面積	核テナント	主要販売品
主婦の店美濃店	美濃市新町90-1	昭和56年9月	2,484㎡	主婦の店	食料品
K-1 マート関店	関市肥田瀬字道前 912-1	平成7年11月	2,665㎡	川口屋スーパ ーチェーン	食料品
エイデン関店	関市池田町1	平成12年6月	2,500㎡	エイデン	電気製品
ギガス関店	関市小瀬字大洞山 2468-3	平成6年7月	2,453㎡	ギガス	電気製品
三星ホームセンター関店	関市山田156	昭和51年7月	2,308㎡	三星ホームセ ンター	家庭用品 DIY

久米タンス	関市西福野 1-5-3	昭和 58 年 10 月	2,120 m <sup>2</sup>	久米商店	家具類
ナフコ不二屋関店	関市寿町 2-81	平成 11 年 5 月	1,632 m <sup>2</sup>	不二屋	食料品
ファミリースーパー マルキ武芸川店	関市武芸川町高野 501-1	平成 11 年 5 月	1,063 m <sup>2</sup>	ファミリース ーパーマルキ	食料品
三星ホームセンター 旭ヶ丘店	関市旭ヶ丘 3-16-1	平成 4 年 10 月	1,049 m <sup>2</sup>	三星ホームセ ンター	家庭用品 DIY
スーパーマルキ稲口店	関市稲口字巻町田 623	平成 17 年 7 月	2,515 m <sup>2</sup>	ファミリース ーパーマルキ	食料品 家庭用品

資料： 全国大型小売店総覧 東洋経済新報社

図表 1-3



● 第 1 種大規模小売店舗

▲ 第 2 種大規模小売店舗

ヤフーHP 地図情報 アルプス社

## 8. 観光・商業活性化計画

美濃市の観光・商業活性化計画は美濃市第4次総合計画（2000～2010年）「美濃市21世紀のグランドデザイン」によれば下記の通りである。

### （1）中心市街地の活性化

- ① 道路整備やポケットパークの建設により、買い物客が楽しく安心して散策できる商店街の整備推進。
- ② 商工会議所や商店街振興組合などが主体となって行なう空き店舗改修費等の商店街活性化事業の促進。
- ③ 商店街の空き店舗などを活用し、事業を営む事業者を対象にした借入金の利子補給事業の推進。
- ④ 歴史のある町並みを訪れる観光客のニーズに合った商品開発や店舗づくり促進のためのアドバイス事業の充実。
- ⑤ 中心市街地活性化基本計画策定の検討。
- ⑥ 商業まつりなどイベントに対する支援。

### （2）商業・サービス業の振興

- ① 商工会議所と市の連携による事業者に対する経営相談や経営指導の促進。
- ② 店舗の近代化と経営の安定のための融資制度等の促進・充実。
- ③ 消費者や企業のニーズに対応したサービス業の育成と立地促進。

## 第2章 美濃市商店街の実態

### 1. 商店街の特性

#### (1) 街区と商店街施設の状況

うだつの上がる町並み地区は、美濃市の中心市街地を形成し、江戸時代初期に行われた町割を残した、うだつの上がる町並みが形成されている。また、特産の和紙を使った花みこし、流し仁輪加など、歴史と伝統を引き継いでいる。

平成11年には重要伝統的建造物群保存地区に選定され、これを機に、住民の参画により「総合地区整備計画」「景観マニュアル」が策定され、景観の保全と形成が行われてきた。

当地区は、架空線の地中化により空の広がりや山並みの緑の眺望が確保され、まちなみのファサードと調和して、風格のあるまちなみの景観が生み出され、さらに市民協働による「美濃和紙あかりアート展」など、多彩なイベントも開催し、町並みの賑わいが再生しつつある。

しかし、和紙・うだつがあるものの、駐車場不足、商工住混在、空き店舗の発生、一部店舗の老朽化の進行、街の楽しさ不足、入店しにくいなど町並みイメージに対する在勤者や消費者のきびしい評価がある。

#### (2) 業種構成

当該地区は、美濃市の中心市街地区である。

うだつの上がる町並み（目の字）地区の業種構成は、最寄品・買回品業種は6割弱で目的購買が中心である。

目の字地区は商工住混在のため、純商度の低い商業地になっている。

【うだつの上がる町並み(目の字)の隣接地区】 商店数 9店

小売業			飲食・サービス		その他		
最寄品	生鮮食料品		飲食		その他	歯科	1
	一般食料品	3					
	薬・化粧品			計		0	
	計	3		理美容		2	
買回品	家電	1	サービス				
	靴・時計	2					
	計	3		計(サービス)	2	計	1

【うだつの上がる町並み(目の字)俵町関係分】 商店数 22

小売業			飲食・サービス			その他		
最 寄 品	生鮮食料品	3	飲 食	食堂・料理	2	そ の 他	ギャラリー	1
	一般食料品	3						
	薬・化粧品	2						
	花	1		計	2			
	計	9						
買 回 品	衣料	3	サ ー ビ ス	理美容	1			
	家具・カメラ	2		タクシー	1			
	ギフト	1						
	靴	1						
	和紙	1						
	計	8		計(サービス)	2	計	1	

【うだつの上がる町並み(目の字)加治屋町・永重町・魚屋町関係分】 商店数 20店

小売業			飲食・サービス			その他		
最 寄 品	生鮮食料品		飲 食	食堂・料理		そ の 他	肥料店	1
	一般食料品	2		喫茶	1		卸(和紙)	1
	住居関連	2		寿司	1		歯科	1
	薬・化粧品	2					会計事務所	1
	花	1		計	2			
	計	7						
買 回 品	衣料	4	サ ー ビ ス	旅館	1			
	文具(印舗)	1						
	和紙(観光協会)	1						
	計	6		計(サービス)	1	計	4	

【うだつの上がる町並み(目の字)相生町・常盤町関係分】 商店数 24店

小売業			飲食・サービス			その他		
最 寄 品	生鮮食料品	1	飲 食	食堂・料理	1	そ の 他	卸(模型製造)	1
	一般食料品	3		そば	1		銀行	1
				喫茶	2			
				計	4			
	計	4						
買 回 品	衣料	4	サ ー ビ ス	理美容	3			
	家具(畳)	1		クリーニング	2			
	和紙・スポーツ (釣)	4						
	計	9		計(サービス)	5	計	2	

【うだつの上がる町並み(目の字)本住町・泉町関係分】 商店数 16店

小売業			飲食・サービス			その他		
最 寄 品			飲 食	食堂・料理	1	そ の 他	紙加工品	1
				喫茶	1		卸(和紙)	1
				居酒屋	1		会計事務所	1
				計	3		銀行	1
	計	0					病院	1
買 回 品	和紙	1	サ ー ビ ス	理美容	2	美濃史料館	1	
	和紙(書籍)	1		表具	1			
	和紙(ドレス)	1		DPE	1			
	計	3		計(サービス)	4	計	6	

【うだつの上がる町並み地区】(まとめ)

商店数 82店

小売業			構成 比	飲食・サービス		構成 比	その他		構成 比
最 寄 品	生鮮食料品	4	24.4%	食堂・料理	4	13.4%	業務用品	2	15.9%
	一般食料品	8		うどん・そば	1		卸売業	3	
	住居関連	2		寿司	1		銀行	2	
	薬・化粧品	4		喫茶	4		観光関連	2	
	花	2		居酒屋	1		歯科・病院	2	
							会計事務所	2	
	計	20		計(飲食)	11		計	13	
買 回 り 品	衣料品	11	31.7%	理・美容	6	14.6%			
	家具・家電製品	3		クリーニング	2				
	パソコン・カメラ			表具	1				
	ギフト	1		旅館	1				
	時計・メガネ・ 宝飾・靴・カバン	1		タクシー	1				
	和紙・書籍・CD/DVD	10		DPE	1				
	文具・玩具・スポー ツ								
	計	26		計(サービス)	12				
小売業合計	46	56.1%	飲食・サービス 合計	23	28.0%	その他合計	13	15.9%	



【俵町商店街振興組合】

①会員店 39店

小売業			飲食・サービス			その他		
最 寄 品	生鮮食料品	4		食堂・料理	3		業務用品	1
	一般食料品	3		うどん・そば			卸売業	
	住居関連	2		寿司	1		金融機関	
	薬・化粧品	2		喫茶	1			
	花	1		居酒屋	3			
	計	12		計(飲食)	8		計	1
買 回 り 品	衣料品	2		理・美容	4			
	家具・家電製品	5		クリーニング				
	パソコン・カメラ							
	ギフト	1		旅行				
	時計・メガネ・ 宝飾・靴・カバン	2		DPE				
	和紙・書籍・CD/DVD	2		レンタル				
	文具・玩具・スポー ツ							
	ガソリン・プロパ ン	1		タクシー	1			
	自動車・カー用品							
	自転車・バイク							
計	13		計(サービス)	5				
合計	25			13				

### (3) 商店街団体運営の現状

#### 【うだつの上がる町並み地区】

##### ① 商店数

業種構成	店舗数	構成比
最寄品小売店	20 店	24.4%
買回品小売店	26 店	31.7%
飲食娯楽サービス	23 店	28.0%
その他	13 店	15.9%
合計	82 店	100.0%

##### ② 街区の沿革

“うだつの上がる町並み”として、平成11年5月、国の重要伝統的建造物群保存地区に選定された。

電線地中化工事 完成(平成15年度)

カラー舗装工事

ポケットパーク(番屋前)

##### ③ 組織の運営

うだつのある町並みは、俵町、加治屋町、永重町、魚屋町、相生町、常盤町、本住町、泉町から構成されている。

##### ○うだつの上がる町並み地区の団体

俵町商店街振興組合

加治屋町発展会

相生町旧発展会

##### ○地区の共同事業の活動状況

商業活性化事業

プレミアム商品券 1万円(500円券×22枚)を単位に発行

平成11年度より実施。年間2,200万円の売上

期間限定(8月1日～翌年1月31日)

スタンプ事業 実施していない

イベント

“美濃和紙あかりアート展” 観光協会主催で実施、本年度は第12回

“美濃市産業祭”

まつり

“美濃さくらまつり”

“もみじまつり・ひんここまつり”

“美濃町家あきんど祭り

“美濃まつり”

“美濃町家回廊”

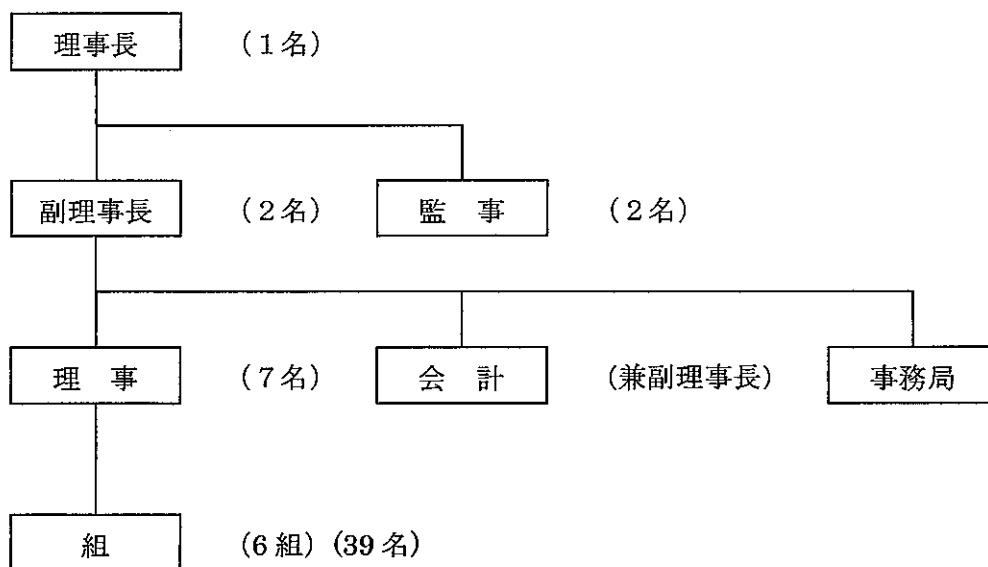
### 【俵町商店街振興組合】

#### ①商店数

業種構成	店舗数	構成比
最寄品小売店	12店	30.8%
買回品小売店	13店	33.3%
飲食娯楽サービス	13店	33.3%
その他	1店	2.6%
合計	39店	100.0%

#### ②組織の運営

##### ○ 役員構成



##### ○ 共同事業の活動状況

###### 1) 共同売出し事業

プレミアム商品券・夜祭協賛

全国町並みゼミ協賛(9月中旬、3日間)

あかりアート展協賛(10月8日～9日)

美濃市産業祭協賛(11月12日～13日)

2) 環境整備事業

お雛様・端午の節句の展示

クリスマス装飾

花いっぱい運動とリサイクル運動の展開

設置街路灯の維持管理

トイレ及び駐車場の整備、ベンチの設置

3) 教育情報事業

組合員講習会

女性部会活性化推進事業

先進商店街視察及び研修会

4) 福利厚生事業

組合員家族及び従業員レクリエーション

5) 共同駐車場事業

共同駐車場の維持管理

## 2. 個店経営実態と経営者の意識調査結果

調査方法：美濃商工会議所が美濃市内商業者から無作為に抽出した 100 事業所の経営者にアンケート調査票を配布、商工会議所が回収。

調査日時：平成 17 年 8 月 28 日から 9 月 20 日

配布数 : 100

回収数 : 95

回収率 : 95%

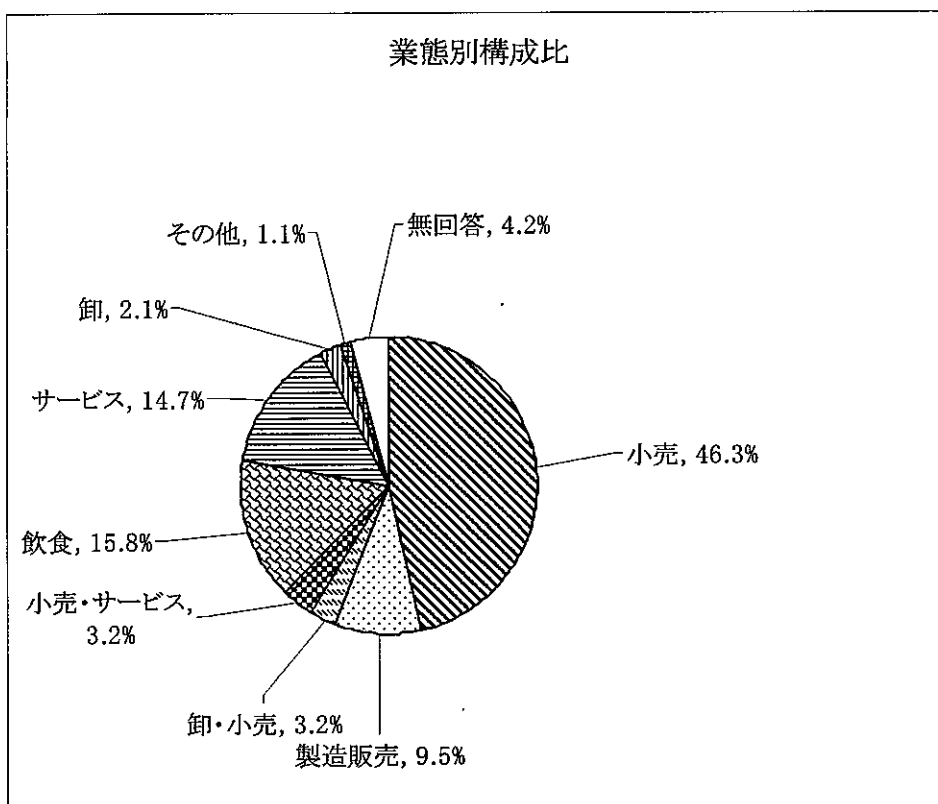
商店経営者の実態が把握できる

### (1) 商店経営実態概要

美濃市商店街（美濃俵町商店街振興組合、加治屋町発展会、相生町旧発展会、その他商店）は近隣型商店街で、大部分が小規模店である、

#### ① 業種業態

今回調査にご回答いただいた企業の業態は、「小売」46.3%、「製造販売」9.5%、「卸・小売兼業」3.2%、「小売・サービス兼業」3.2%、「飲食」15.8%、「サービス」14.7%、「卸」2.1%で小売関連企業が6割強を占めている。



業種別の企業数は、全体で95社のうち小売業では生鮮食料品5社、一般食料品8社、衣料品6社、住居関連4社、家具・家電4社、薬・化粧品5社、製造販売では菓子製造5社、飲食業では食堂・料理5社、サービス業では理美容6社が代表的業種である。

業種業態の企業数と構成比

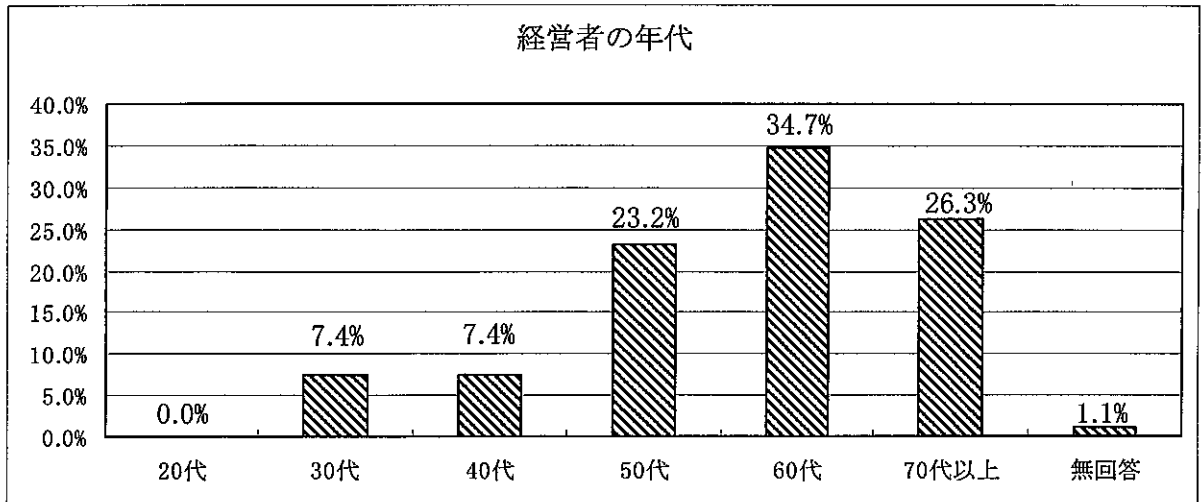
業態	業種
小売 44企業 (46.3%)	生鮮食料品 (5)、一般食料品 (8)、衣料品 (6)、住居関連 (4.) 家具・家電 (4)、薬・化粧品 (5)、ギフト(1) 和紙・書籍・工芸品 (2)、燃料 (1)、業種不明 (8)
卸・小売 3企業 (3.2%)	薬品(1)、食品 (1)、業種不明 (1)
小売・サービス 3企業 (3.2%)	インターネット接続(1)、業種不明(2)
製造販売 9企業 (9.5%)	菓子製造 (5)、業種不明(4)
卸 2企業(2.1%)	和紙 (1)、食品(1)
飲食 15企業 (15.8%)	喫茶(2)、寿司(3)、焼肉(1)、食堂・料理(5)、業種不明(4)
サービス 14企業 (14.7%)	理美容(6)、旅館(2)、クリーニング(1)、旅行(1)、業種不明(4)
その他 1企業(1.1%)	電気工事 (1)
無回答 4企業 (4.2%)	

## ② 所在地

企業の所在地は、「俵町」34.7%、「加治屋町」11.6%、「相生町」10.5%、「サビー」6.3%、「その他」32.6%、「無回答」4.2%である。

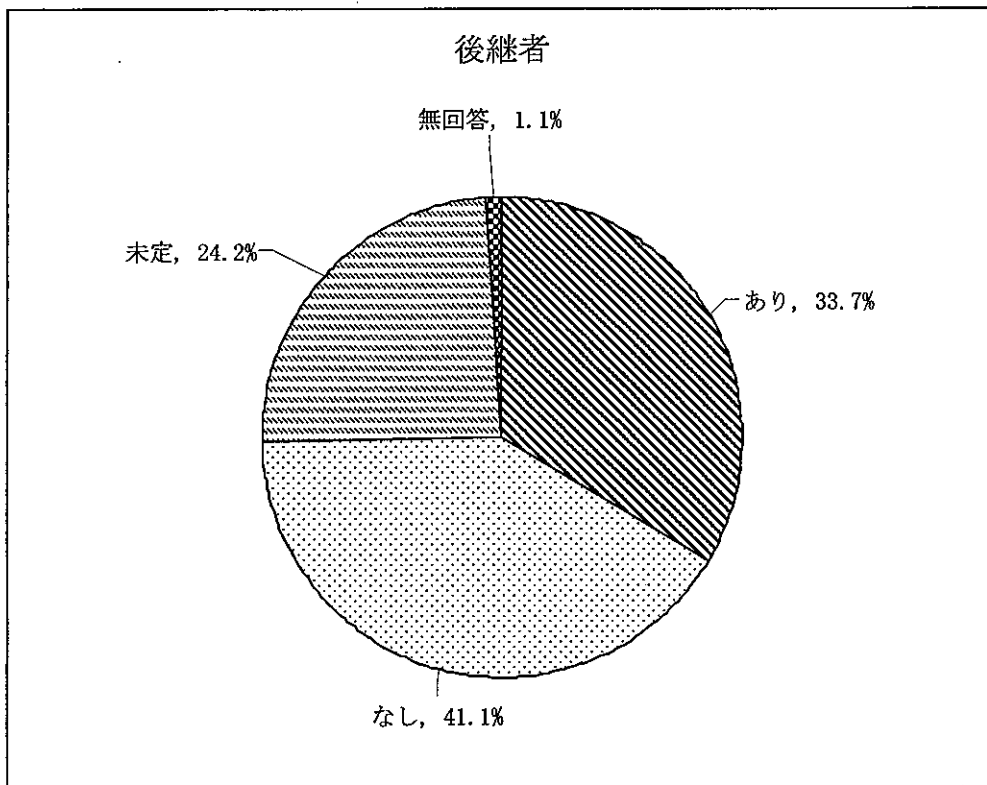
## ③ 経営者の年代

「60代」34.7%、「70代以上」26.3%、「50代」23.2%で8割強を占めており高齢者が多い。40代以下は14.8%であった。



#### ④ 後継者の有無

後継者については、「あり」33.7%、「なし」41.1%、「未定」24.2%で、後継者が決まっているのは3割強であった。



#### ⑤ 企業形態

企業形態は、「個人」68.1%、「法人」29.8%、「無回答」2.1%で、個人経営が7割弱を占めている。

⑥ 従業員数

従業員別の企業数は、「1名」23.2%、「2名」24.2%で、2名以下が約5割を占めている。

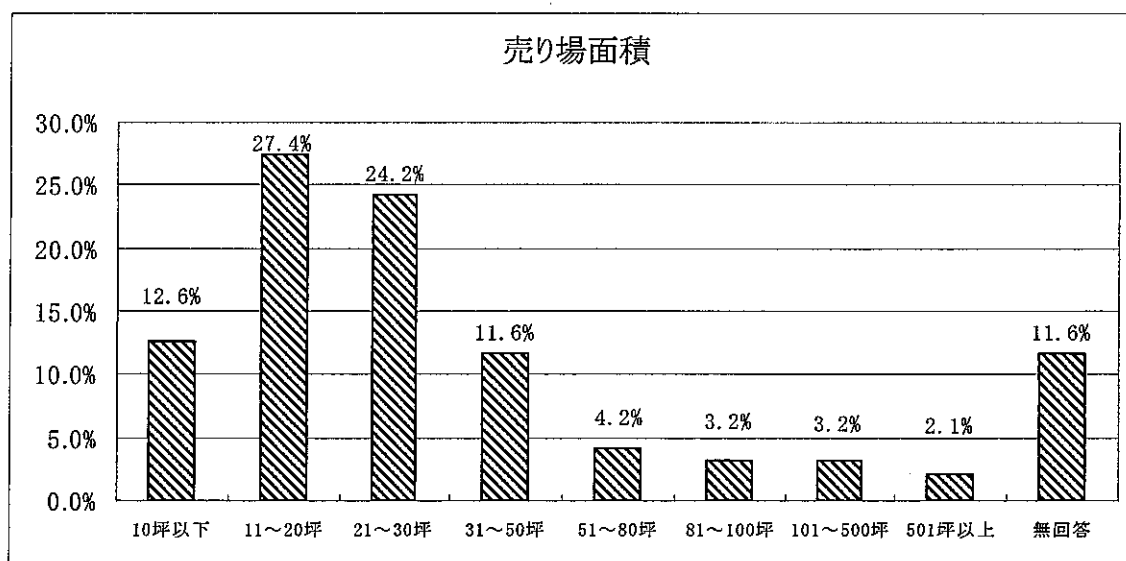
従業員構成の内訳をみると、5名以下は家族経営が多く、経営規模が大きくなると家族従業員が減少する。

従業員数別の従業員構成

従業員	企業数	家族	雇用	パート(人)	計(人)
1名	22(社) 23.2%	17(人) 5.3%	3(人) 0.9%	2(人) 0.6%	22(人) 6.9%
2名	23(社) 24.2%	37(人) 11.6%	3(人) 0.9%	6(人) 1.9%	46(人) 14.5%
3名	18(社) 18.9%	33(人) 10.4%	14(人) 4.4%	7(人) 2.2%	54(人) 17.0%
4～5名	20(社) 21.1%	57(人) 17.9%	9(人) 2.8%	19(人) 6.0%	85(人) 26.7%
6～10名	8(社) 8.4%	21(人) 6.6%	21(人) 6.6%	21(人) 6.6%	63(人) 19.8%
11名以上	3(社) 3.2%	5(人) 1.6%	9(人) 2.8%	34(人) 10.7%	48(人) 15.1%
無回答	1(社) 1.1%	—	—	—	—
計	95(社) 100.0%	170(人) 53.4%	59(人) 18.6%	89(人) 28.0%	318(人) 100.0%

⑦ 売り場面積

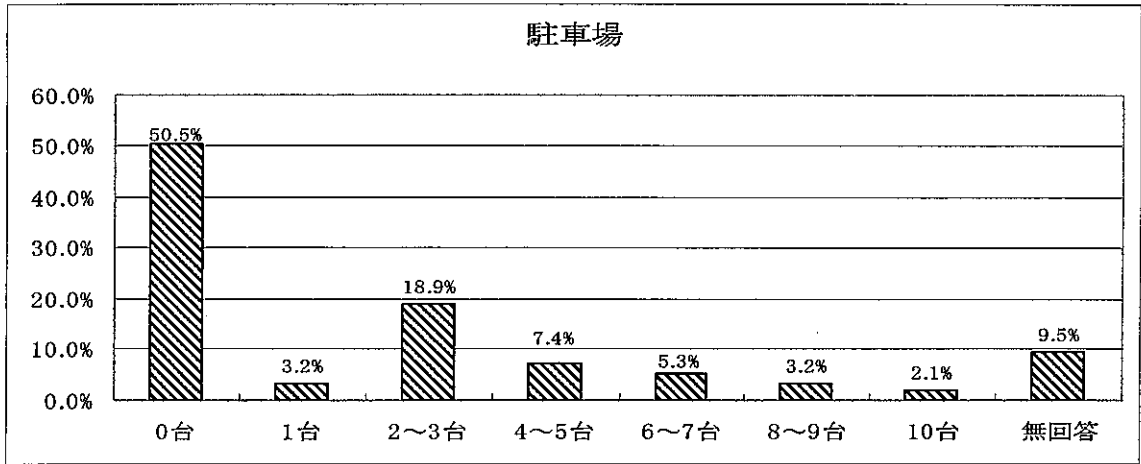
「10坪以下」12.6%、「11～20坪」27.4%、「21～30坪」24.2%で30坪以下が6割強を占める。



⑧ 顧客専用駐車場

共同店舗サピーを除く顧客専用駐車場は、「なし」50.5%、「2～3台」18.9%、「4～5台」7.4%、「6～7台」5.3%で2～3台が最も多い。





⑨ 土地・店舗の所有状況

土地は、「自己所有」80.0%、「借地」14.7%、無回答5.3%で自己所有が8割である。

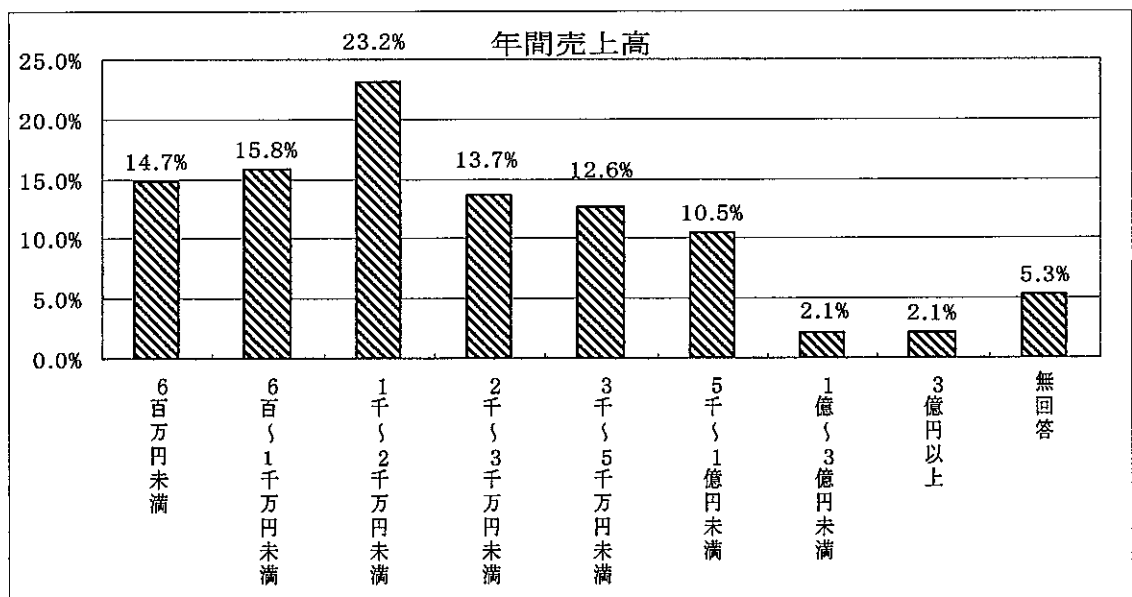
店舗は、「自己所有」77.9%、「賃貸」14.7%、無回答7.4%で自己所有が8割弱である。

⑩ 今後3年以内の改装予定

3年以内の改装予定は、「あり」4.2%、「なし」68.4%、「未定」26.3%、無回答1.1%で、新たな投資には消極的である。

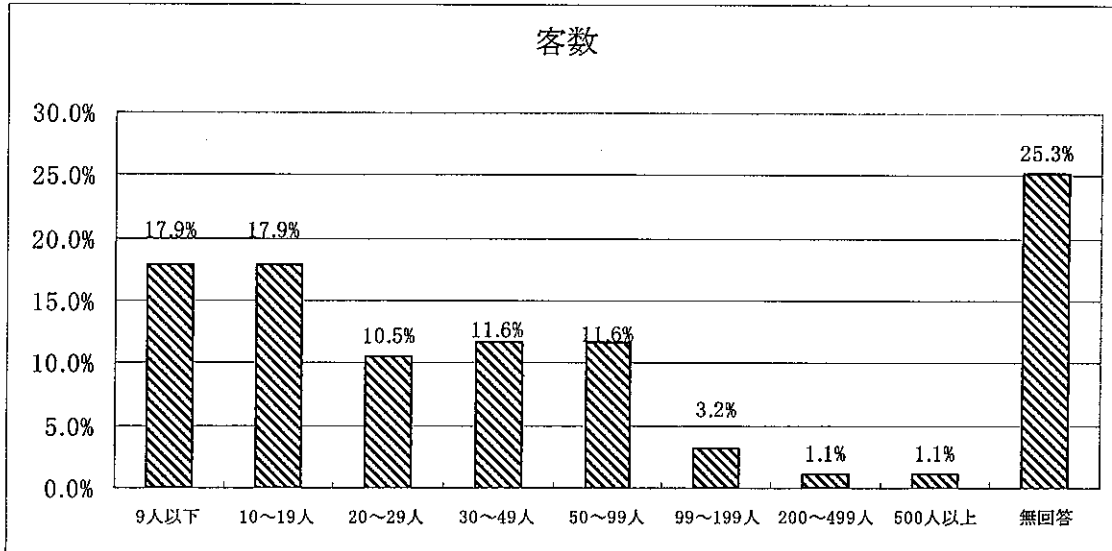
⑪ 年間売上高

年間売上高の企業の割合は、「6百万円未満」14.7%、「6百～1千万円未満」15.8%、「1千～2千万円未満」23.2%、「2千～3千万円未満」13.7%、「3千～5千万円未満」12.6%で、2千万円未満が5割強を占めている。

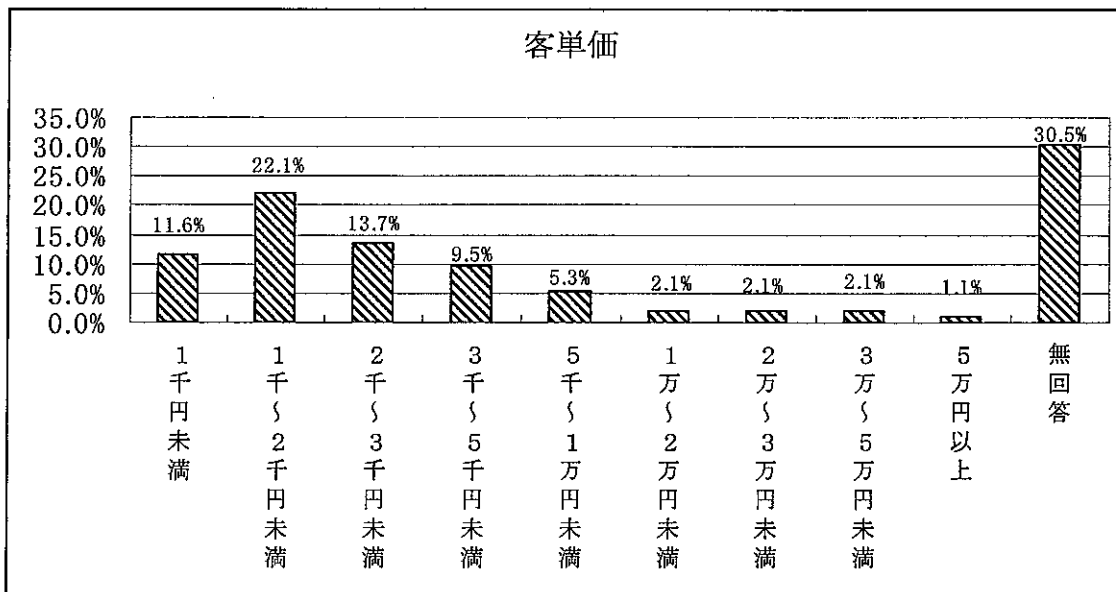


① 客数・客単価

1日あたりの客数は、「0～9人」17.9%、「10～19人」17.9%、「20～29人」10.5%、「30～49人」11.6%、「50～99人」11.6%で、19人以下が多い。



客単価は、「1千～2千円未満」22.1%、「2千～3千円未満」13.7%、「1千円未満」11.6%で、1千～2千円未満が最も多い。



主な業態について、客単価の分布を見ると、「最寄品」は1～3千円未満が多く、「買回り品」は2千円～1万円以上の広範囲に分布し、「飲食」は3千円未満が多く、「サービス」は5千～1万円未満が多い分布となっている。

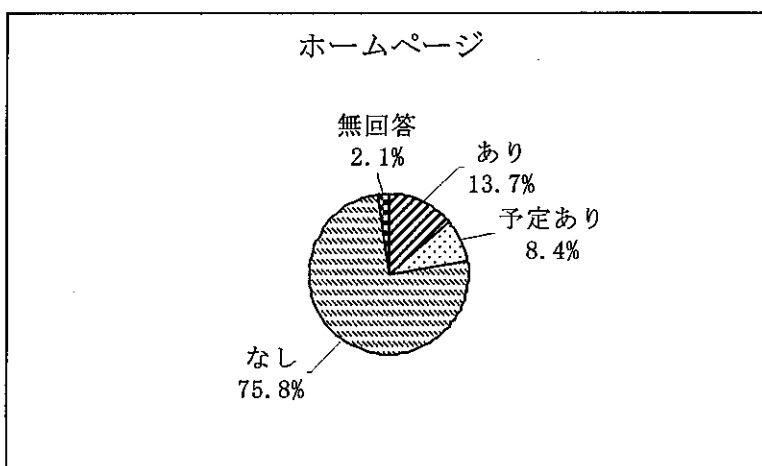
	1千円 未満	1～2 千円未満	2～3 千円未満	3～5 千円未満	5千～1 万円未満	1万円 以上	計
最寄品	5.0%	55.0%	25.0%	15.0%	0%	0%	100.0%
買回り品	0%	22.2%	22.2%	0%	22.2%	33.3%	99.9%
飲食	30.0%	20.0%	40.0%	10.0%	0%	0%	100.0%
サービス	0%	10.0%	0%	50.0%	30.0%	10.0%	100.0%

⑫ ホームページの開設の有無

ホームページの開設は、

- ・「あり」13.7%、
- ・「予定あり」8.4%、
- ・「なし」75.8%、
- ・「無回答」2.1%である。

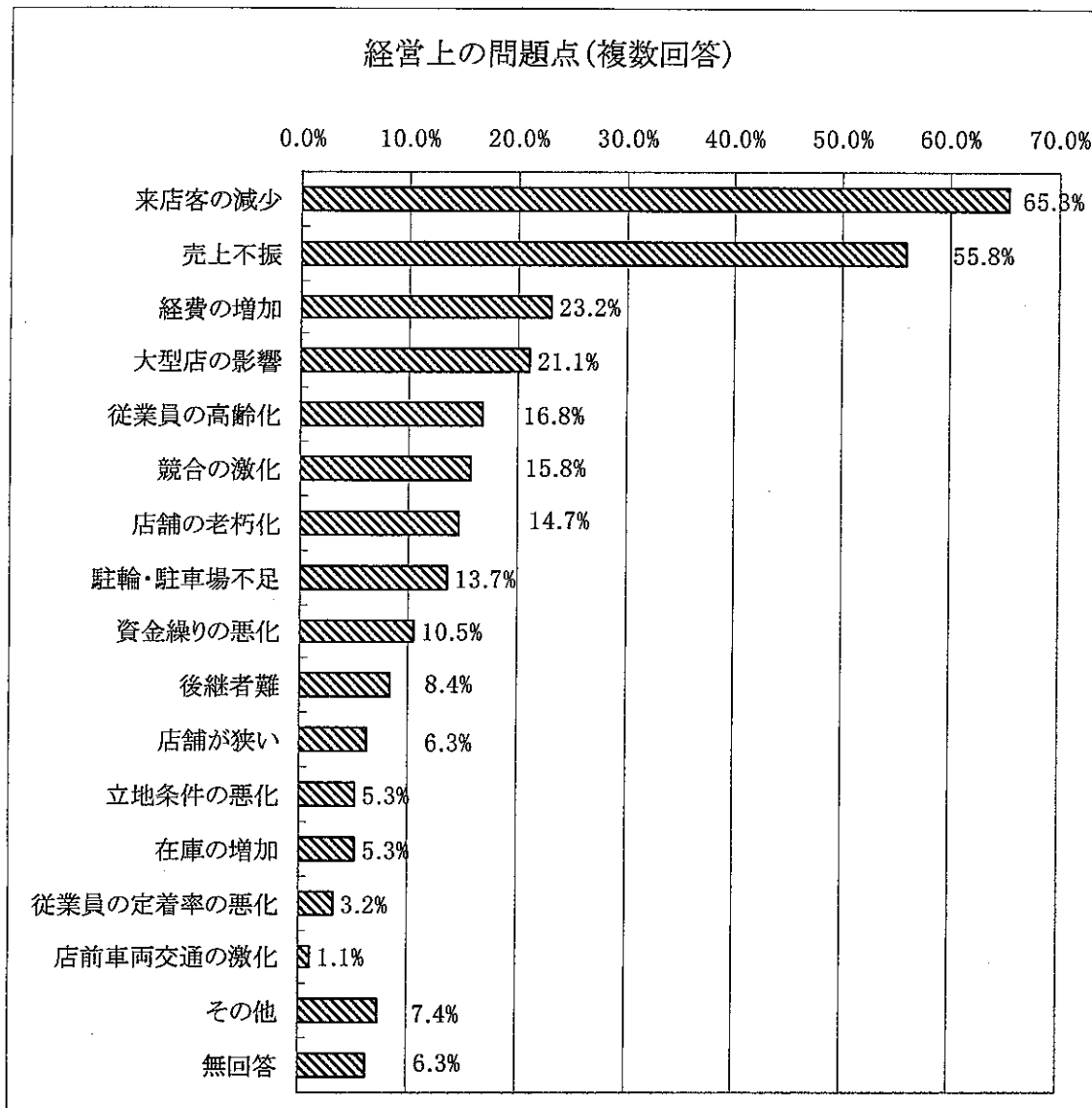
開設あり、または予定ありの2割強の企業でITへの積極的な取組みがみられる。



(2) 経営動向

① 経営上の問題点

経営上の問題点では、「来店客の減少」65.3%、「売上不振」55.8%、「経費の増加」23.2%、「大型店の影響」21.1%、「従業員の高齢化」16.8%、「競合の激化」15.8%など経営状況は極めて厳しい状況におかれている。

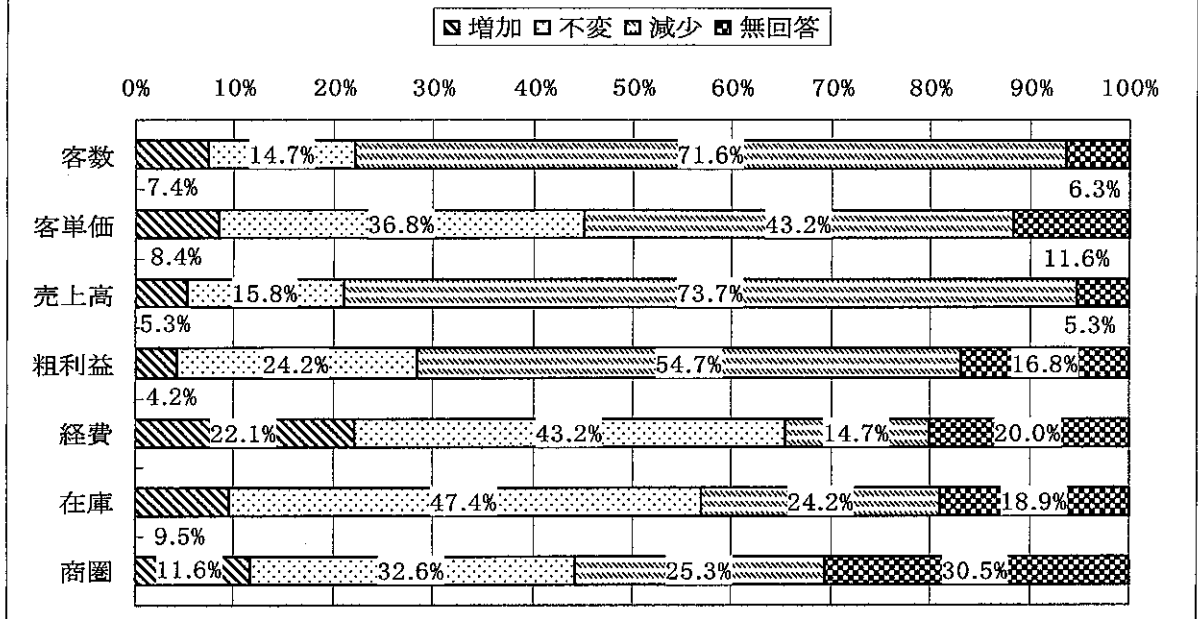


「その他」は取扱商品に問題あり・見直し、車社会の進展、適正な人材不足、家賃が高い、若い従業員の定着がむつかしい、従業員教育対策（接客サービスなど）である。

② 経営動向

直近3年間の経営動向については、客数、客単価、売上高の減少が顕著であり、経費と在庫水準が変わらないため、粗利益率が減少し厳しい経営環境になっている。商圈動向の変化は少ない。

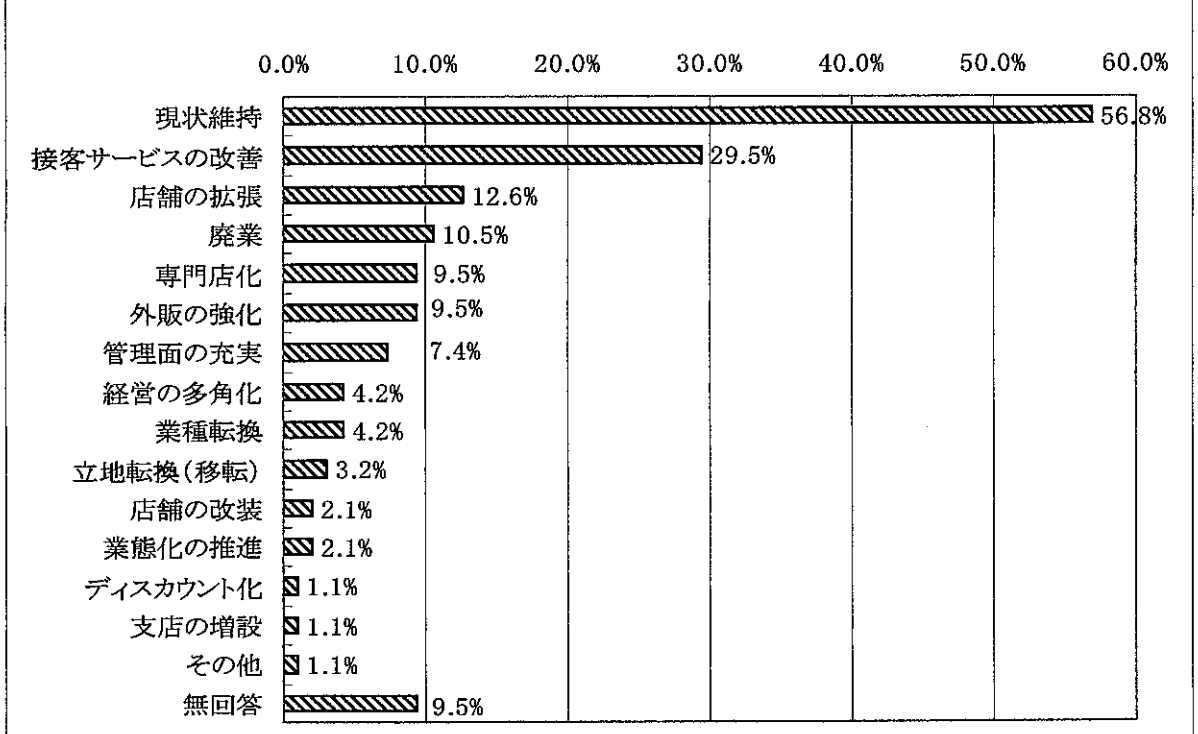
### 直近3年間の経営動向



### ③ 今後の経営方針

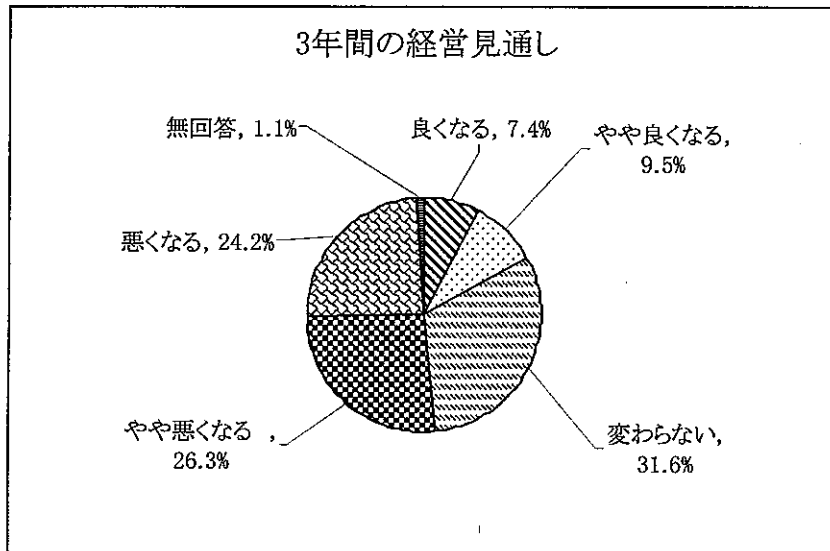
経営方針は、「現状維持」56.8%、「廃業」10.5%の消極経営派と、「接客サービスの改善」29.5%、「店舗の拡張」12.6%、「専門店化」9.5%、「外販の強化」9.5%等の積極経営派に意識の二極化が見られる。「その他」は、観光地にふさわしい店づくりである。

### 経営方針



④ 今後3年間の経営の見通し

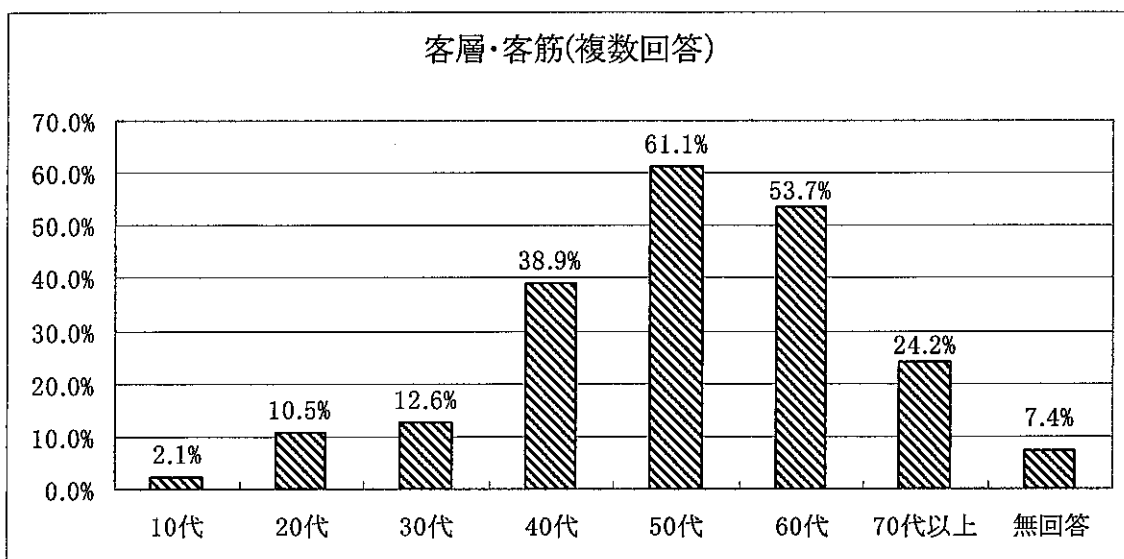
今後の経営の見通しについては、「悪くなる」24.2%、「やや悪くなる」26.3%で5割強が厳しいと受け止め、「良くなる」7.4%、「やや良くなる」9.5%で2割弱が明るい見通しもっており注目される。



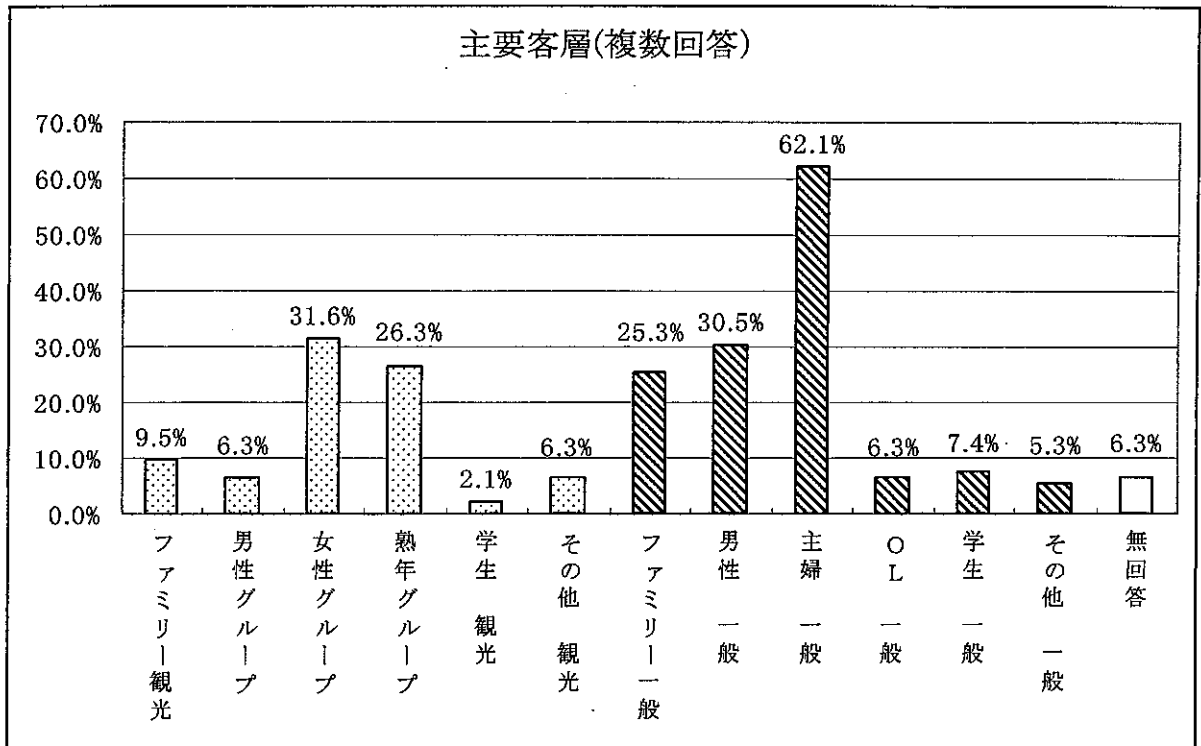
(3) 対象顧客

① 主な客層について

「50代」61.1%、「60代」53.7%、「40代」38.9%、「70代以上」24.2%で中心顧客は50～60代である。

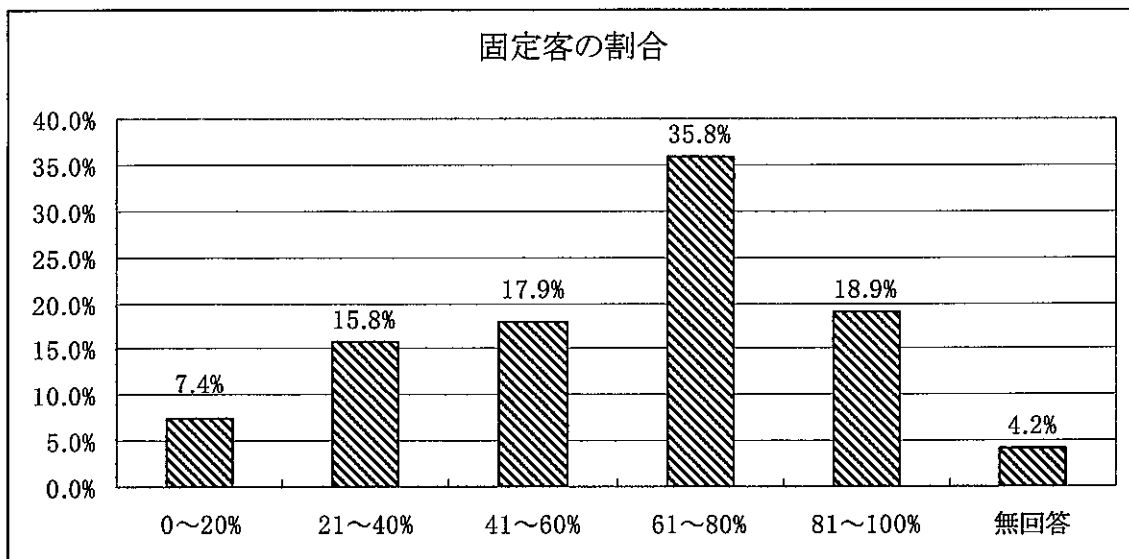


一般の主要顧客は、「主婦」62.1%、「男性」30.5%、「ファミリー」25.3%で主婦が中心である。観光客は、「女性グループ」31.6%、「熟年グループ」26.3%、「ファミリー」9.5%で女性グループ、熟年グループが中心である。



### ② 固定客について

固定客の割合は「61～80%」35.8%、「81～100%」18.9%、「41～60%」17.9%であり、61%以上の割合は5割強である。



### (3) 大型店の影響

大型店（総合スーパー、ホームセンター等）から何らかの影響について、「影響あり」42.1%、「影響なし」30.5%、「不明」25.2%、「無回答」2.1%で、4割強が影響を受けている。

特に大きな影響を与えている大型店は、

総合スーパー（ジャスコ、マルキ、マーゴ、サピーなど6件）

ホームセンター（フジヤHCなど2件）

ディスカウントストア（ロフト、タケナカなど）、大型専門店（名神、青山）である。

#### (4)美濃市商業・商店街

##### ① 問題点

「商圏人口の減少」57.9%、「空き店舗の増加」37.9%、「後継者不足」30.5%、「集客施設・有力店舗がない」30.5%、「周辺商業施設・大型店との競合」25.3%などが主な問題点である。

問題点に対する意見

##### 【空き店舗関係】

○もっと、うだつのあるまちに合った観光客をターゲットにしてはどうですか。旧店舗兼住宅、店先だけが空き店舗で現在住宅だけに使用されている物件が多いのではないかと、表通りのはずが、さびしい通りになっている。

○空き店舗活用の賃貸契約が困難。

##### 【イベント関係】

○イベント実施地域の拡大（目の字地区以外への拡大）

○何をやるにも、特に今井家住宅の通りが重点になっている目の字で始めたのだから、うだつの上っている建物の場所だけでなく目の字で、公平にやってほしい。

○イベントの時だけ集客をねらうのではなく、平日にこそ、どれだけ人を呼べるかを考えて欲しい。美濃に行くのは、イベントの時だけという人が多い。

○イベントのマンネリ化

##### 【交通対策】

○ほとんどのお客は車で来店であり、イベントによる通行止めで、売上が減ってしまう。

○市営駐車場に地元の車が止っている。

○一方通行で困っている人が多い。

○一方通行のため、客足が減少している。

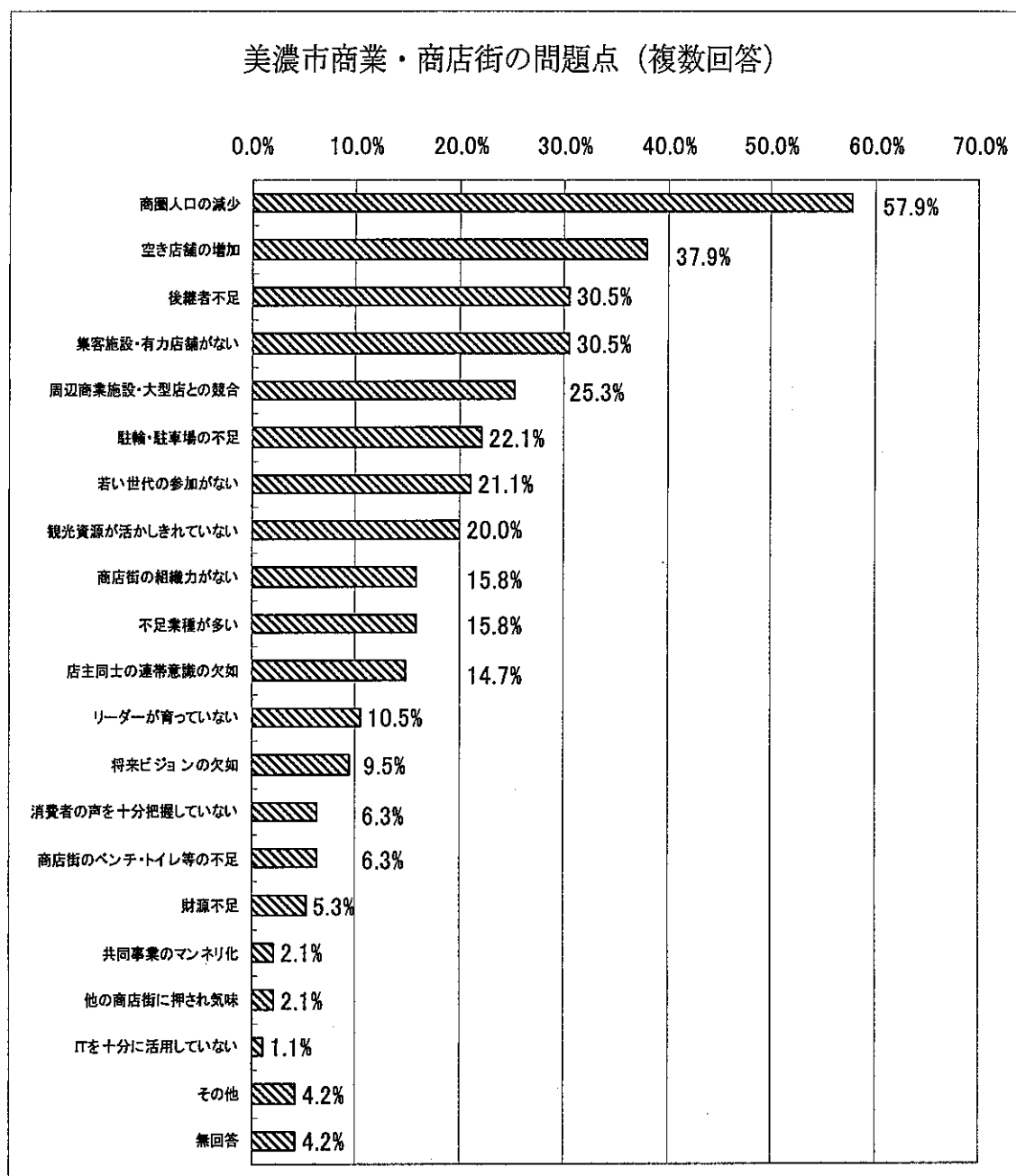
##### 【消費者関連】

○50歳以下の消費者が地元を利用しない。



【広告宣伝】

○交通手段や商品のPR不足（ちらし宣伝がない）。

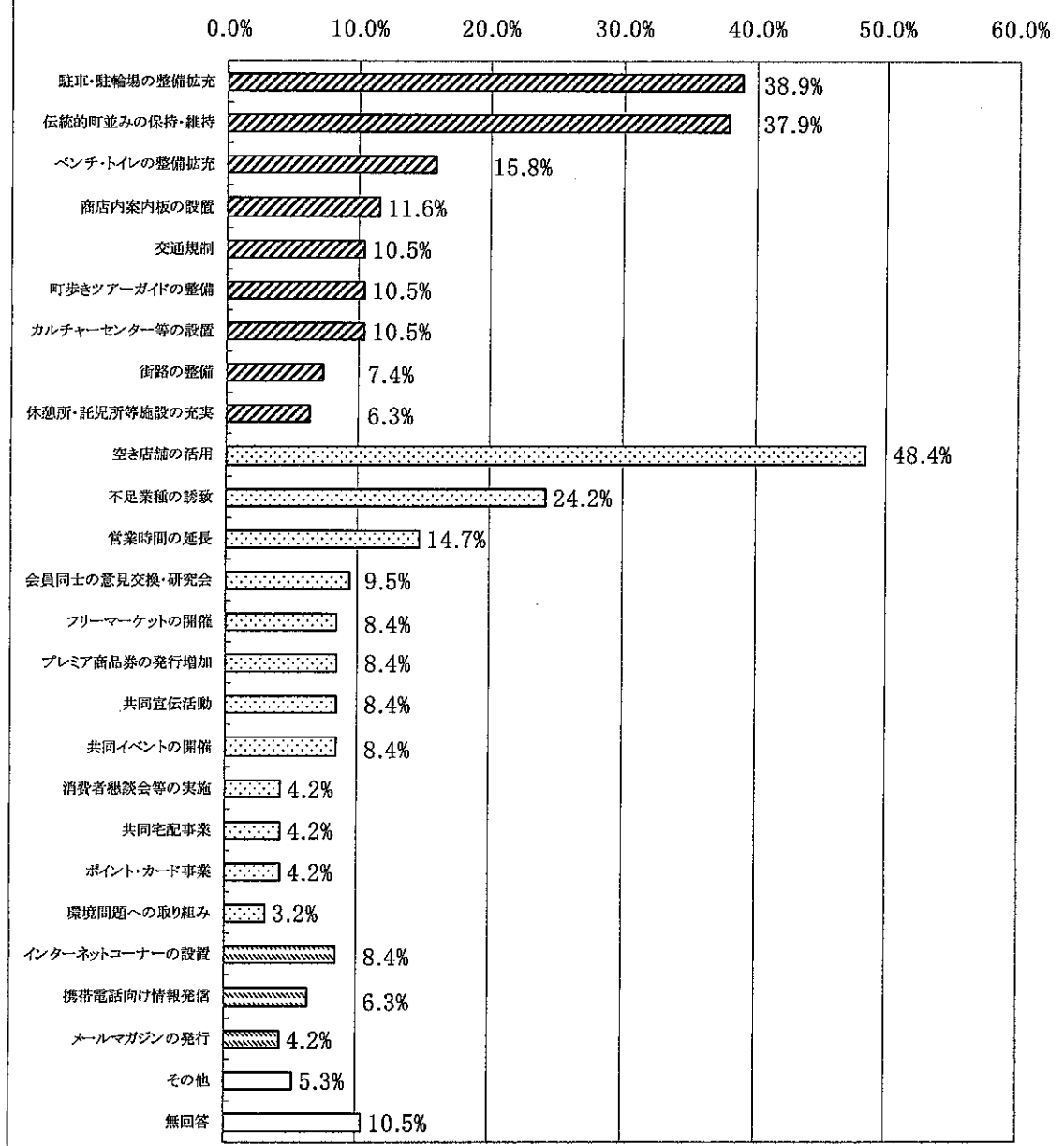


② 集客力向上対策

町並みでは、「駐車・駐輪場の整備拡充」38.9%、「伝統的町並みの保存・維持」37.9%、「ベンチ・トイレの整備拡充」15.8%である。

共同事業では、「空き店舗の活用」48.4%、「不足業種の誘致」24.2%である。

### 美濃市商業・商店街の集客力向上対策(複数回答)



#### 町並みに対する意見

- 町並みはよく整備されてきているが、もう少し目に宇地区への参入道路を整備して欲しい。
- 目の宇地区以外の町並みの保存整備
- 人口の増加、若者が住みつくまちづくりを行なう。
- 店舗を増やし（衣・食・娯楽など）集中させ、拡大していく。

## 共同事業に対する意見

### 【空き店舗活用】

○空き店舗活用支援事業は3年でなく、長く支援して欲しい。

### 【組織】

○あまり、古い物だけに固執せずにオリジナリティを持つ、よそ者を受け入れ、若い人達をどんどん増やす。また多くの年配者の意見も取り入れ、新旧の“いいとこどり”をする。

### 【イベント】

○あかりアートと商業の接点が欲しい。

○一年中、“毎週土日は美濃に行かねば”というような魅力あるイベントが必要である。

○折角の“あかりアート”が9時に終わってはもったいない、あれだけのお客が夜暗くなって、アッという間に終わってしまい残念に思う、とお客さまからよく言われます。

○あかりアート開催期間を長くする(1ヶ月以上)。

○消費者を増やす、若者を増やす事業(イベントなど)をする。

### 【啓蒙活動】

○“お互いの町の中で買物をする”活動をする。

○地元で揃う物は地元で買うような啓蒙活動と、各商店の心構えを明確にする。

### 【交通・アクセス】

○“わっちも乗ろうカー”(コミュニティバス)の商店街への乗り入れ。

## ③ 商業活性化

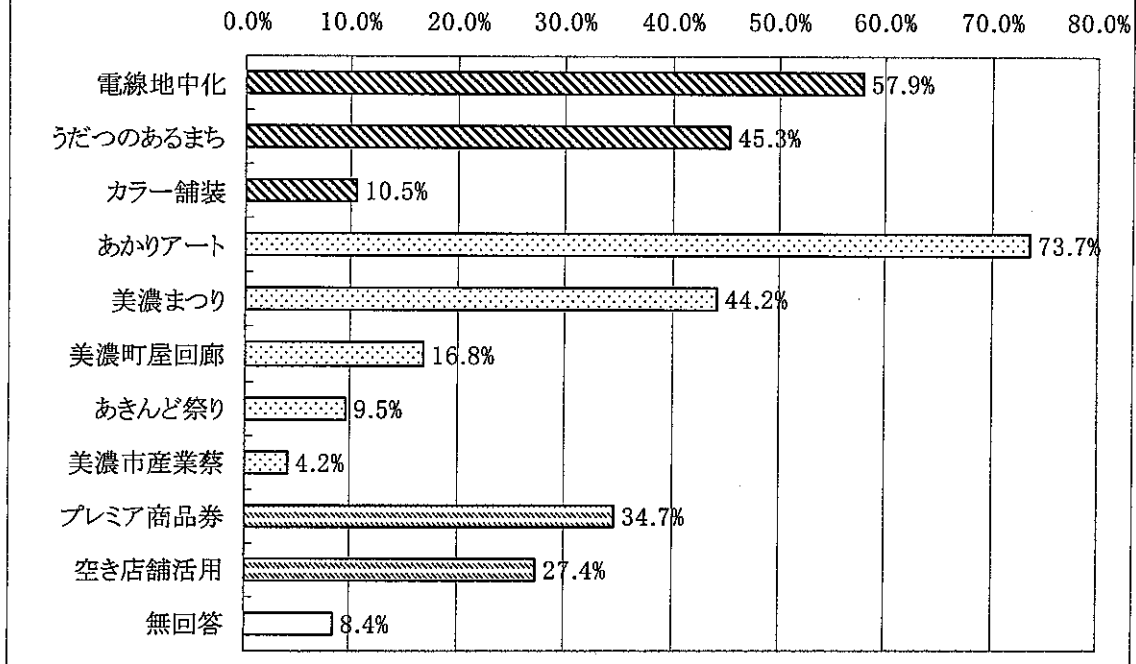
### 1) 効果があった事業

町並み整備として、「電柱地中化」57.9%、「うだつのあるまち」45.3%がある。

各種イベントとして、「あかりアート」73.7%、「美濃まつり」44.2%がある。

商業活性化事業として、「プレミアム商品券」34.7%、「空き店舗活用」27.4%がある。

効果のあった活性化事業(複数回答)



効果のあった事業に対する意見

- “あかりアート”と同じように、和紙の“のれんアート”を開催したらどうか。
- 町並み整備で、とても美しい町並みになってきました。

2) 効果のなかった事業

- あきんど祭り (15 件)
- プレミアム商品券 (7 件)
- 美濃市産業祭 (4 件)
- カラー舗装 (2 件)
- 空き店舗活用、町屋回廊、うだつのあるまち、あかりアート (各 1 件)

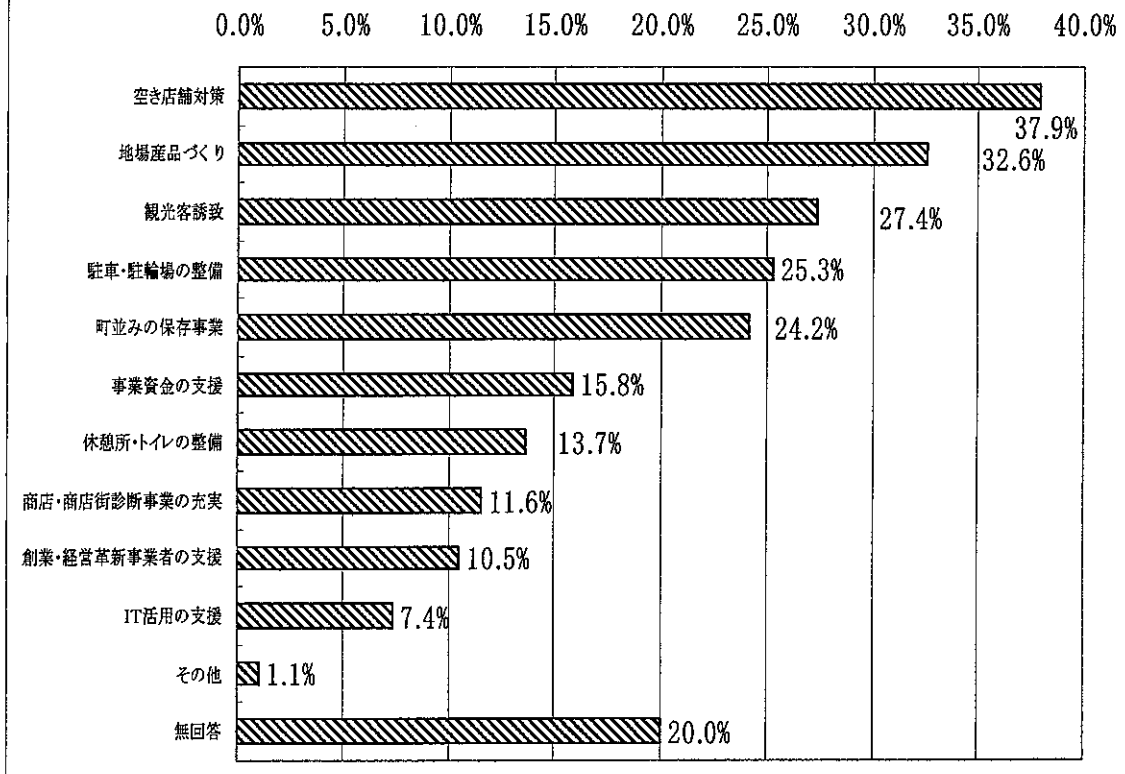
効果のなかった事業に対する意見

- “あきんど”のタイトルと行事内容がバラバラである。

3) 今後力を入れて欲しい事業

「空き店舗対策」37.9%、「地場産品づくり」32.6%、「観光客誘致」27.4%、「駐車・駐輪場の整備」25.3%、「町並みの保存整備」24.2%が上位にあげられている。

### 今後力を入れて欲しい事業(複数回答)



### 3. 消費者の意識と買物行動調査結果

調査方法：美濃商工会議所が美濃市の商店街・商店に依頼し、商店街・商店の各店が買物客にアンケート調査票を配布し、郵送にて回収。

調査日時：平成17年8月28日から9月20日

配布数：300

回収数：233

回収率：77.7%

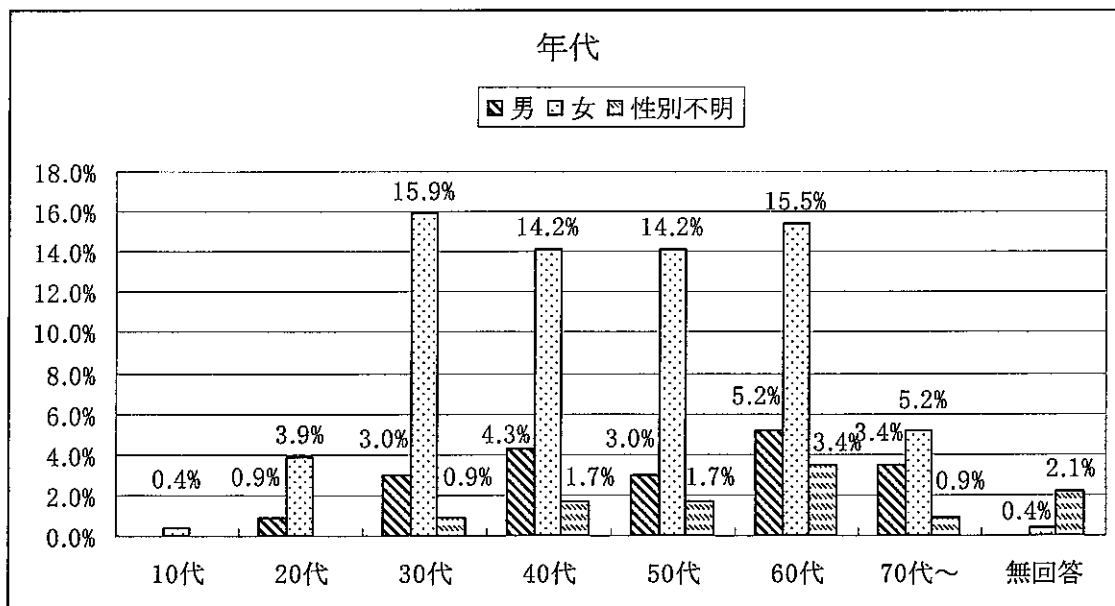
美濃市の各商店街及び商店の利用客を対象に「アンケート調査」を実施し、消費者としての買物行動と意識についてその動向を分析した。注意すべきことは、非利用者の意見が反映されていないことを考慮のうえ、集計結果については厳しい見方で受け取らなければならない。

#### (1) 消費者の概要

##### ① 年代

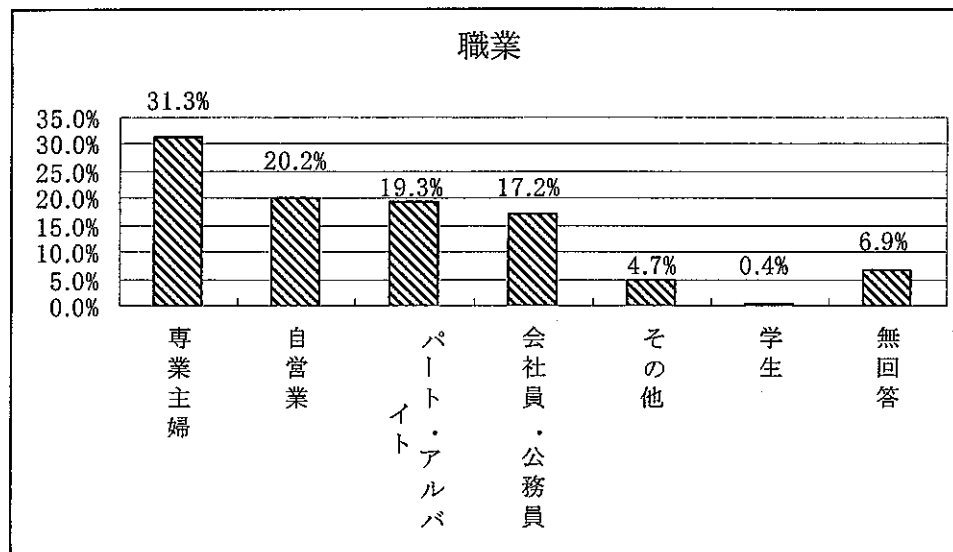
男女の構成比は、「男性」19.7%、「女性」69.5%、「無回答」10.7%である。

年代別に見ると、男性は「30代」3.0%、「40代」4.3%、「50代」3.0%、「60代」5.2%、「70代」3.4%、30～70代で全体の2割弱を占めている。女性は「30代」15.9%、「40代」14.2%、「50代」14.2%、「60代」15.5%、30～60代で全体の6割を占めている。



##### ② 職業

「専業主婦」31.3%、「自営業」20.2%、「パート・アルバイト」19.3%、「会社員・公務員」17.2%で3割強が専業主婦、6割弱が勤労者である。



③ 回答者の居住地

「美濃市」84.1%、「関市」8.6%、「郡上市」0.8%、「その他」2.1%で、美濃市が全体の8割強を占めている。

美濃市	196人 (84.1%)	美濃市内(56人)、上河和(1人)、須原(1人)、蕨生(1人)、上牧(5人)、下牧(4人)、立花(1人) 曾代(3人)、前野(1人)、大矢田(6人)、藍見(1人)、中有知(2人)、松森(4人)、生櫛(2人)、笠神(1人)、地区不明(107人)
関市	20人 (8.6%)	下有知(4人)、武芸川(2人)、広見(1人)、洞戸(1人)、志津野(1人)、東福野(1人)、地区不明(10人)
郡上市	2人 (0.9%)	
その他	5人 (2.1%)	岐阜市(4人)、不明(1人)
無回答	10人 (4.3%)	

(2) 買物動向

買物場所を、業種別の全平均で、最も多いのは「美濃市内商店」33.2%で、ついで「美濃市大型店」30.8%、「関市大型店」24.2%、「美濃市外商店」13.3%、「その他大型店」10.2%と続いている。

① 業種別買物動向(複数回答)

1) 最寄品(生鮮食料品、一般食料品、住居関連、薬・化粧品)の買物場所は、業種別平均では、「美濃市大型店」59.6%、「美濃市内商店」34.6%、「関市大型店」22.9%である。

消費者は、近くて便利な駐車場と豊富な品揃えの美濃市大型店の利用が最も多く、ついで近くて便利な美濃市内商店を利用している。

a. 生鮮食料品（食肉、鮮魚、青果、惣菜等）の買物は、「美濃市大型店」76.4%、「美濃市内商店」38.2%、「関市大型店」22.7%、「生協」5.6%である。美濃市大型店の利用が最も多く、次いで4割弱の消費者が美濃市内商店を利用している。

b. 一般食料品（酒、米、菓子、パン等）の買物は、「美濃市大型店」57.5%、「美濃市内商店」47.2%、「関市大型店」19.7%である。美濃市大型店の利用が最も多く、次いで5割弱の消費者が美濃市内商店を利用している。

c. 住居関連（家庭用品、日用雑貨、建築資材）の買物は、「美濃市大型店」60.5%、「関市大型店」32.6%、「美濃市内商店」15.9%である。美濃市大型店や関市大型店の利用が多く、美濃市内商店の利用している消費者は2割弱である。

d. 葉・化粧品の買物は、「美濃市大型店」43.8%、「美濃市内商店」36.9%、「関市大型店」16.7%である。美濃市大型店の利用が最も多く、次いで4割弱の消費者が美濃市内商店を利用している。

2) 買回り品（衣料品、耐久消費財、ギフト、身の回り品、文化用品）の買物場所は、業種別平均では、「関市大型店」36.5%、「美濃市内商店」25.7%、「美濃市大型店」17.8%である。消費者は、関市大型店を最も多く利用し、次いで美濃市内商店を利用している。

a. 衣料品（呉服、寝具、婦人、子供、紳士服）の買物は、「関市大型店」41.6%、「美濃市内商店」29.2%、「美濃市大型店」21.0%、「美濃市外商店」18.0%、「その他大型店」17.6%である。関市大型店の利用が最も多く、3割弱の消費者が美濃市内商店を利用している。

b. 耐久消費財（家具、家電製品、パソコン・カメラ）の買物は、「関市大型店」55.4%、「その他大型店」16.7%、「美濃市内商店」15.5%、「美濃市外商店」12.0%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している消費者は2割弱である。

c. ギフトは、「美濃市内商店」26.2%、「関市大型店」24.9%、「美濃市大型店」20.2%、「その他大型店」19.7%、「美濃市外商店」11.6%である。美濃市内商店を利用している消費者は3割弱である。次いで関市大型店、美濃市大型店、その他大型店の利用が多い。



d. 身の回り品（時計・メガネ・宝飾・靴・カバン）の買物は、「関市大型店」33.5%、「美濃市内商店」22.7%、「その他大型店」21.5%、「美濃市外商店」20.6%である。関市大型店の利用が最も多く、美濃市内商店を利用している消費者は2割強である。

e. 文化品（和紙・書籍・CD/DVD・文具・玩具・スポーツ）は、「美濃市内商店」34.8%、「関市大型店」27.0%、「美濃市大型店」22.7%、「美濃市外商店」16.3%である。美濃市内商店を利用している消費者が最も多く3割強である。

3) 自動車・自転車・バイク等や、飲食・サービスは専門性が高く、買物場所は、商店街・商店が多い。

a. ガソリンスタンドの利用は、「美濃市内店」48.9%、「美濃市大型店」28.8%、「関市大型店」13.3%、「美濃市外店」11.6%である。市内のガソリンスタンドの利用者が最も多く5割弱である。

b. 自動車・カー用品は、「関市大型店」33.0%、「美濃市内店」21.5%、「美濃市大型店」21.0%、「美濃市外店」20.2%である。関市の大型自動車・カー用品店の利用が最も多く、美濃市内店の利用者は2割強である。

c. 自転車・バイクの買物は、「美濃市内店」32.6%、「美濃市大型店」18.9%、「関市大型店」14.6%である。美濃市内店を利用者が最も多く3割強である。

d. 飲食店の利用は、「美濃市内店」47.6%、「美濃市外店」35.2%、「関市大型店」22.3%、「美濃市大型店」17.6%である。美濃市内店の利用者が最も多く5割弱に達している。

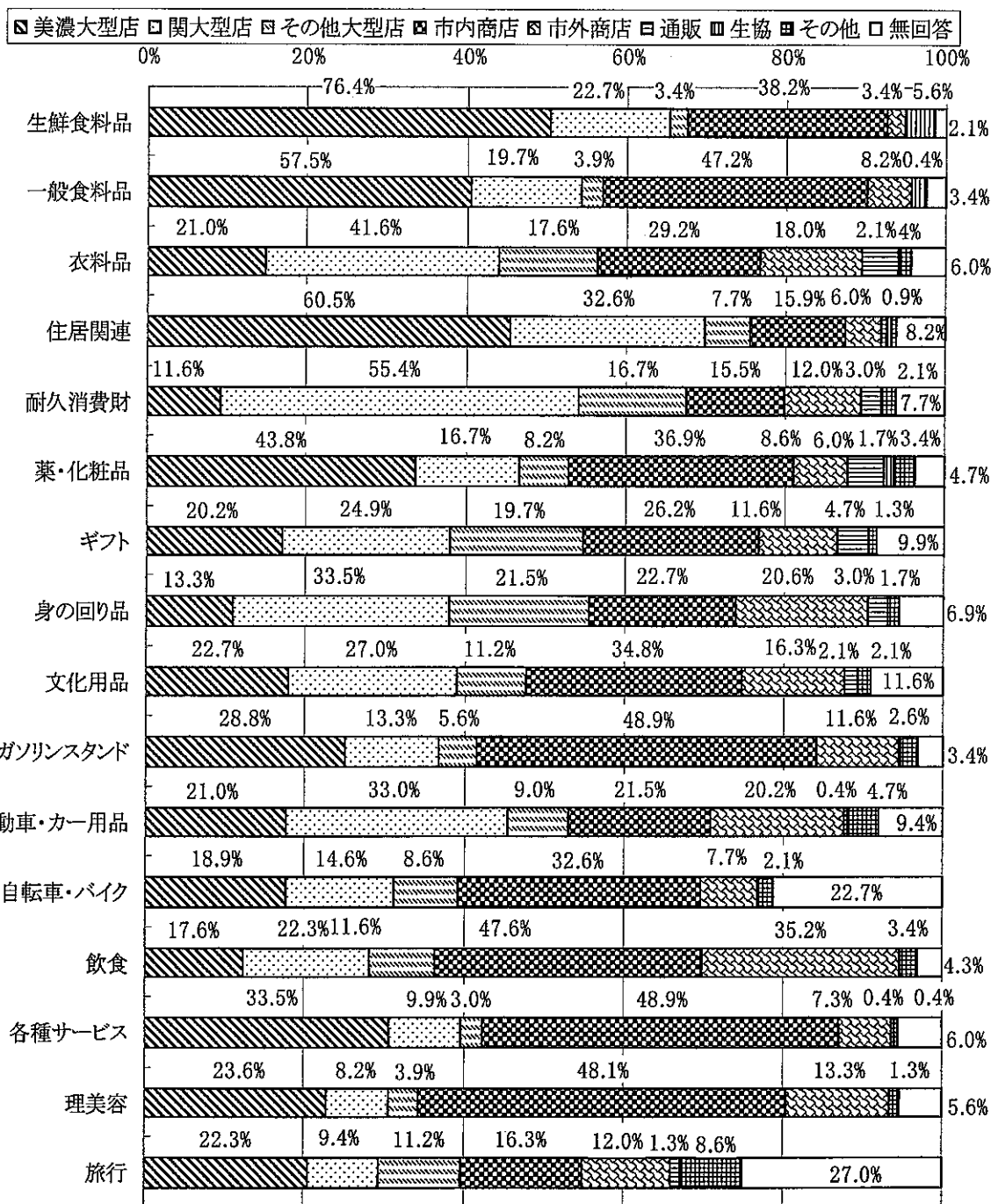
e. 各種サービス（クリーニング・DPE・レンタルなど）の利用は、「美濃市内店」48.9%、「美濃市大型店」33.5%、「関市大型店」9.9%である。美濃市内店の利用者は美濃市大型店を上回り5割弱に達している。

f. 理美容の利用は、「美濃市内店」48.1%、「美濃市大型店」23.6%、「美濃市外店」13.3%、「関市大型店」8.2%である。美濃市内店の利用者は美濃市大型店を上回り5割弱に達している。

g. 旅行は、「美濃市大型店」22.3%、「美濃市内店」16.3%、「美濃市外店」12.0%、「その他大型店」

11.2%、「関市大型店」9.4%である。美濃市大型店の利用が最も多く、美濃市内店の利用者は2割である。

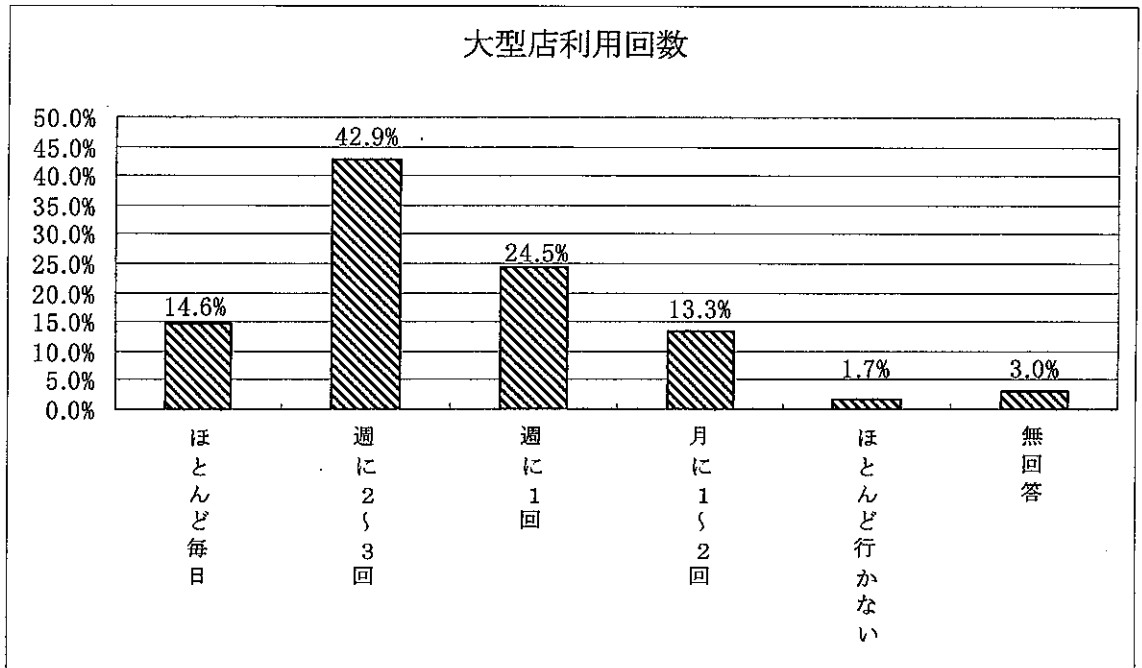
消費者買物場所(複数回答)



② 大型店利用実態

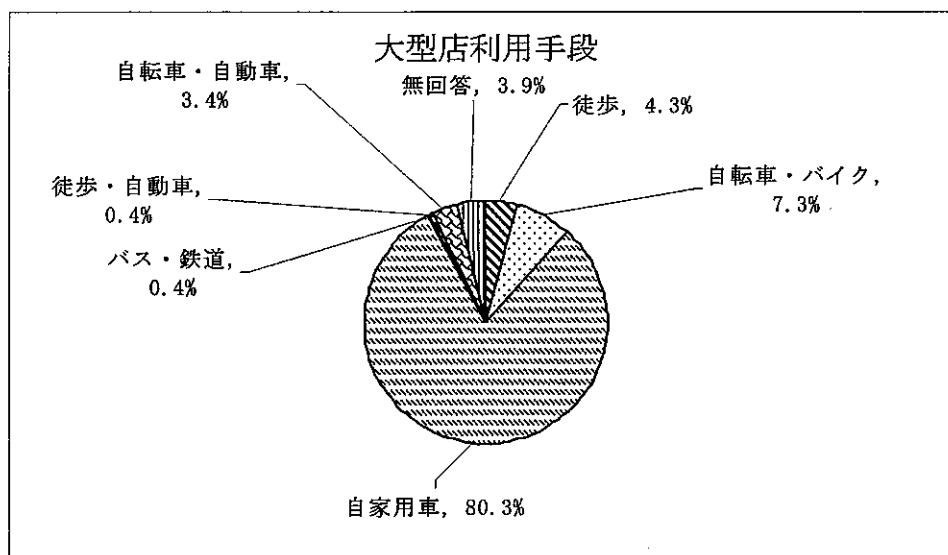
1) 利用回数

大型店を利用する回数は、「週に2～3回」42.9%が最も多く、「週に1回」24.5%、「ほとんど毎日」14.6%で週1～3回が7割弱を占めている。



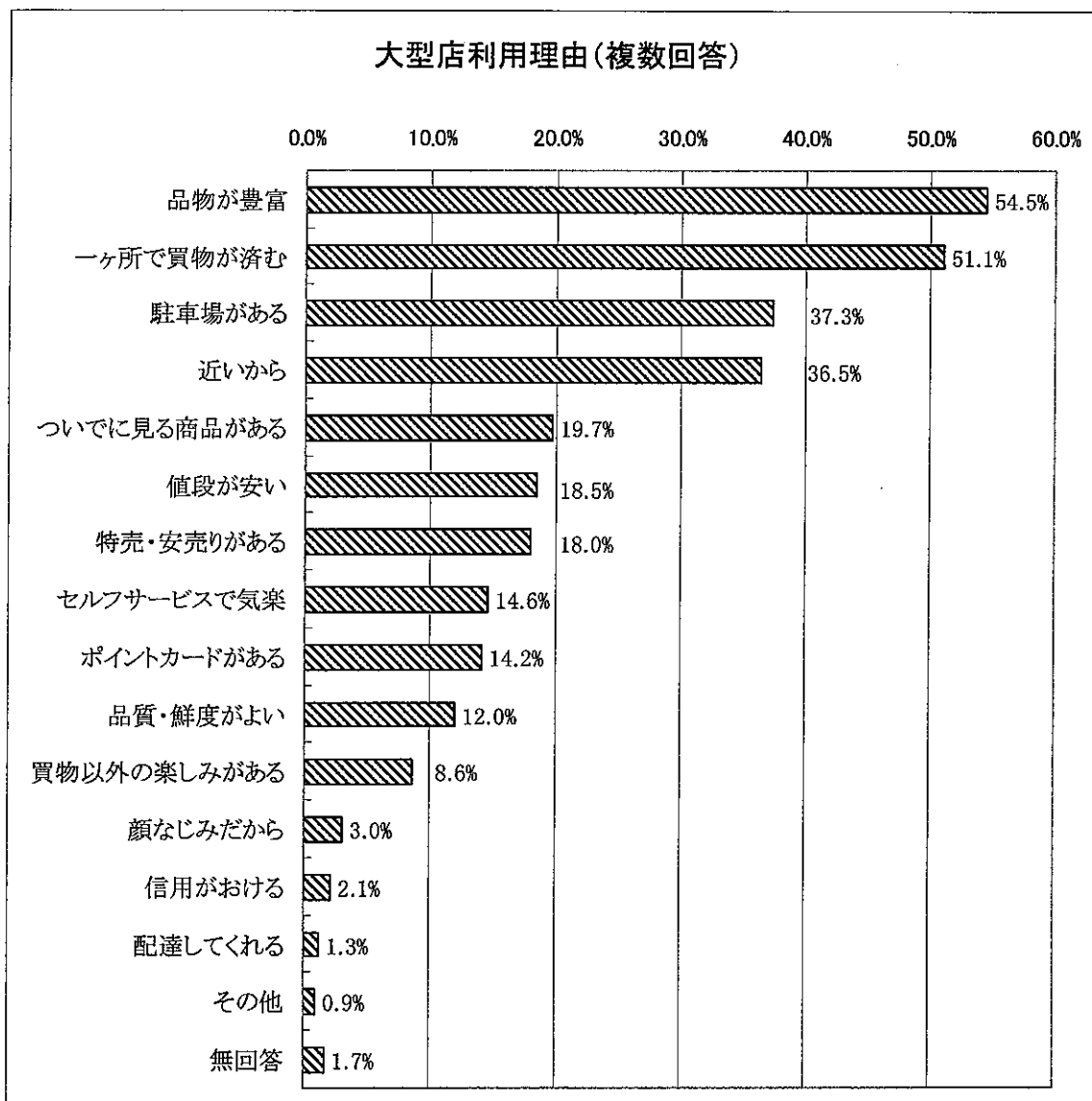
2) 利用手段

大型店へのアクセスは、「自家用車」80.3%、「自転車・バイク」7.3%、「徒歩」4.3%で、自家用車がほとんどである。



### 3)利用する理由

大型店を利用する理由は、「品物が豊富だから」54.5%、「1ヶ所で買物が済む」51.1%、「駐車場がある」37.3%、「近いから」36.5%、「ついでに見る商品がある」19.7%、「値段が安い」18.5%、「特売・安売りがある」18.0%、「セルフサービスで気楽」14.6%、「ポイントカードがある」14.2%で、品揃えやワンストップショッピングが支持されている。



#### その他意見

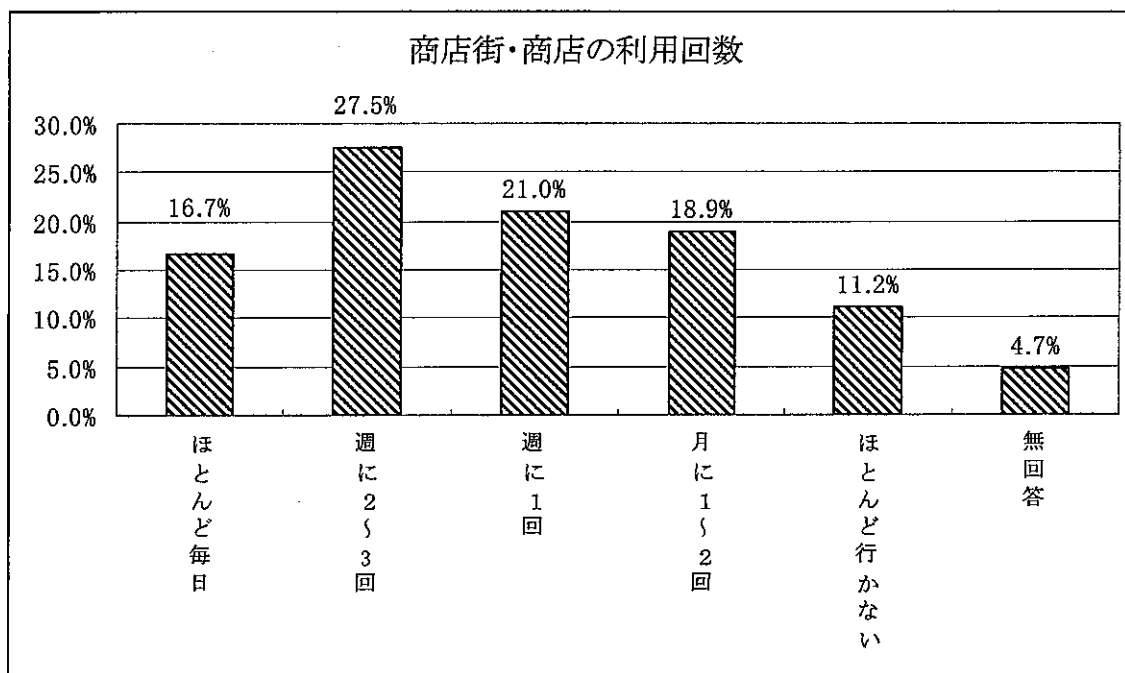
○美濃市内の商店で間に合わないものを大型店で買う。

○会社帰りに利用する。

### ③ 商店街・商店の利用実態

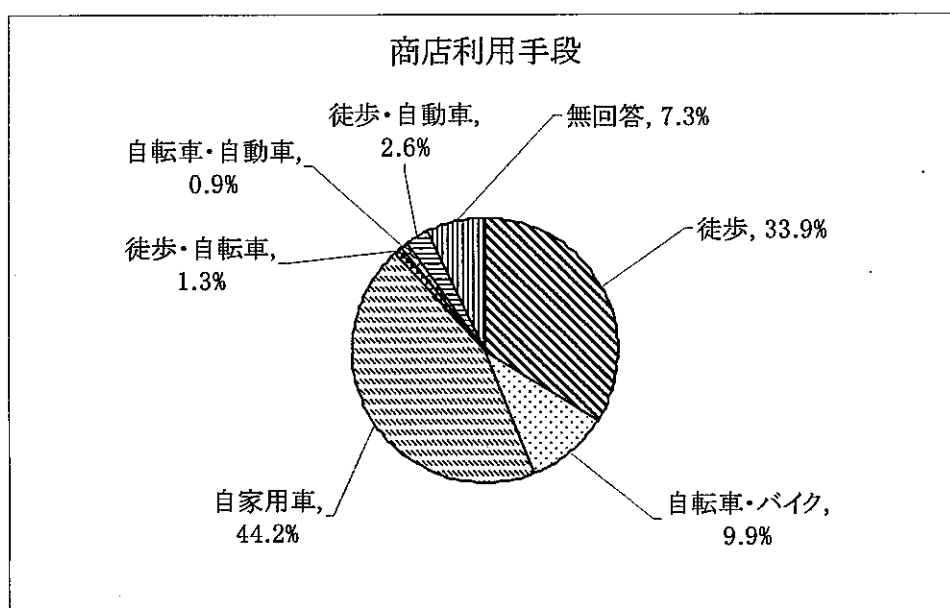
#### 1) 利用回数

商店街・商店を利用する回数は、「週に2～3回」27.5%、「週に1回」21.0%、「月に1～2回」18.9%で、月に1回以上から週に1回が全体の7割弱であるが、「ほとんど行かない」が1割強であることに注目すべきである。



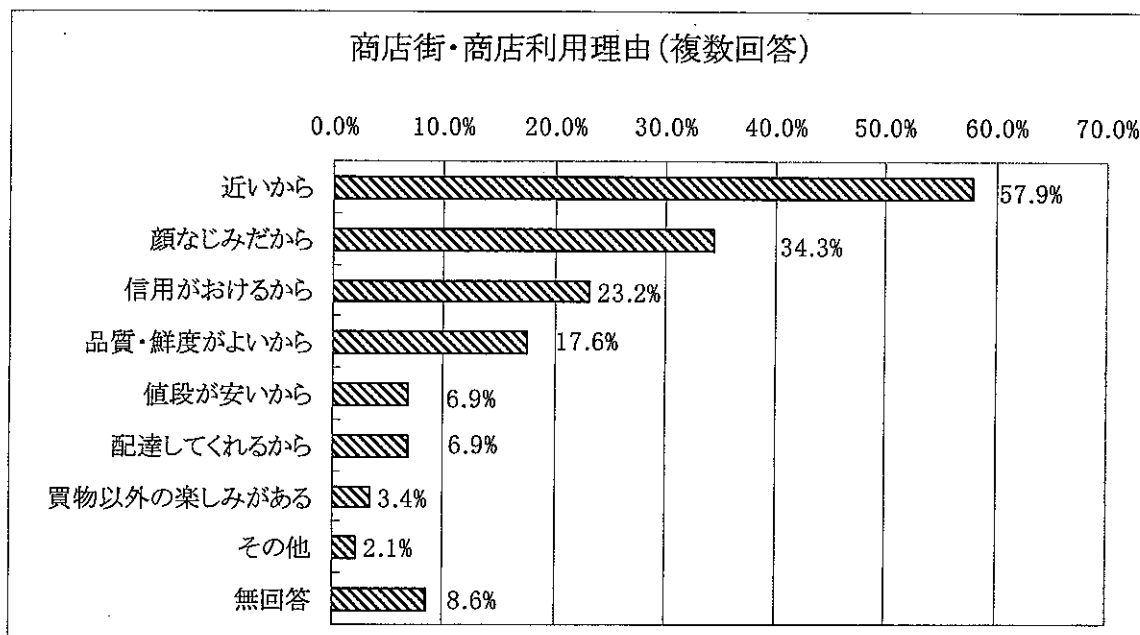
#### 2) 利用手段

商店街・商店へのアクセスは、「自家用車」44.2%、「徒歩」33.9%、「自転車・バイク」9.9%、で、自家用車が4割強であるが、徒歩が3割強あることが特徴である。



### 3) 利用理由

商店街・商店を利用する理由は、「近いから」57.9%、「顔なじみだから」34.3%、「信用がおけるから」23.2%、「品質・鮮度がよいから」17.6%で、近い顔なじみが主な理由である。



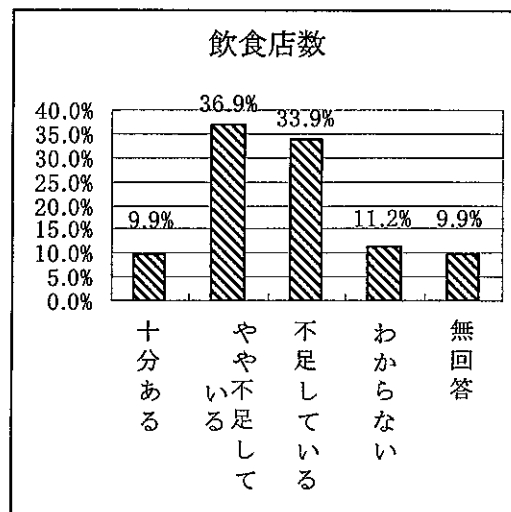
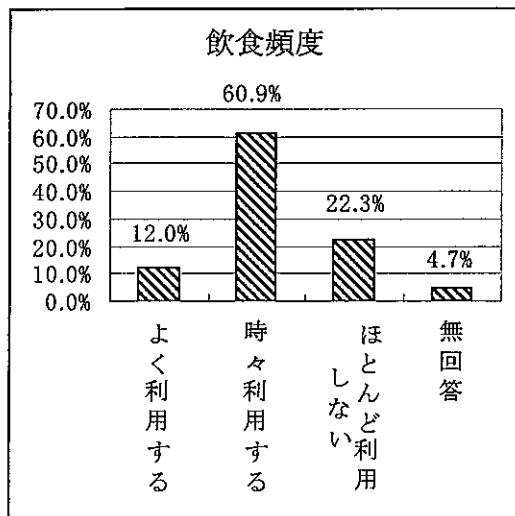
#### その他意見

- 気に入った店があるから。
- 美濃町の雰囲気が好きだから。
- 八百屋に旬なものが並んでいると欲しくなる。スーパーに行っても買わないけれど、八百屋のものは新しい感じがするので、つい買ってしまう。
- 必要なものは商店街・商店で揃っているので商店で買う。
- 地元で購入できれば、地元で購入する。
- 親切だから。
- 何かのついでにしか行かない。

### ④ 飲食店の利用実態

#### 1) 飲食頻度

美濃市内の飲食店・レストラン等の利用頻度は、「時々利用する」60.9%、「ほとんど利用しない」22.3%、「よく利用する」12.0%で、「時々利用する」と「よく利用する」が7割強を占めている。



## 2) 飲食店数

美濃市内の飲食店・レストラン等の店数は、「やや不足している」36.9%、「不足している」33.9%で、「不足している」や「やや不足している」が7割を占め、大半の消費者が不足を感じている。

## (3) 消費者の商店街・商店に対する意識

### ① 商店街・商店のイメージ

消費者が商店街・商店に対して感じているイメージについて、

「よい」というイメージが高い項目は、「信頼と安心」41.2%、「店舗立地」33.5%、「入店」14.6%、「わかりやすさ」11.2%、等である。

「わるい」というイメージの高い項目は、「駐車場」54.9%、「閉店時間」36.5%、「街の楽しさ」30.0%、「入店」24.9%、「店の新鮮さ」21.5%、「わかりやすさ」14.2%、「店の特徴」13.7%、「明るく清潔」12.0%等がある。

「信頼と安心」や「店舗立地」は支持されているが、他の項目は、悪いというイメージが強い。特に、「駐車場」は5割を超え、「閉店時間」、「街の楽しさ」は3割以上、「入店」や「店の新鮮さ」は、2割以上、「わかりやすさ」、「店の特徴」、「明るく清潔」は1割以上の消費者が不満を抱いている。

消費者が感じている商店街・商店のイメージ

イメージ	よい	ふつう	わるい	無回答
明るく清潔	8.6%	76.8%	12.0%	2.6%
わかりやすさ	11.2%	68.2%	14.2%	6.4%
街の楽しさ	7.7%	55.8%	30.0%	6.4%
店の新鮮さ	7.7%	66.1%	21.5%	4.7%
入 店	14.6%	55.8%	24.9%	4.7%
店の特徴	7.7%	73.8%	13.7%	4.7%
信頼と安心	41.2%	47.6%	2.6%	8.6%
店舗立地	33.5%	51.1%	4.3%	11.2%
閉店時間	5.2%	50.2%	36.5%	9.9%
駐車場	4.3%	30.9%	54.9%	9.9%

その他の意見

- ほとんど行くことがない。
- 商店に活気や変化がない。
- 午後8時以降の商店街は、閉店しているため陰気である。
- 路上駐車や逆走車が多く危ない。
- 夜は、道路が暗いので車を止められない。
- 古い町並みにするなら、早く皆、同時に行なう。

② 接客・サービス

接客・サービスについて消費者は、特典サービスを除き、好感をもっている。

具体的には、

- 「よい」というイメージが高い項目は、「親しみ」39.9%、「アドバイス」17.2%、「商品説明」15.0%、「アフターサービス」15.0%、「苦情対応」10.3%、「特典サービス」10.3%等がある。
- 「わるい」というイメージの高い項目は、「特典サービス（ない）」26.2%である。



消費者が感じている接客・サービスの印象

接客・サービス	よい	ふつう	わるい	無回答
親しみ	39.9%	50.2%	5.6%	4.3%
商品説明	15.0%	72.5%	6.9%	5.6%
アドバイス	17.2%	67.8%	8.6%	6.4%
苦情対応	10.3%	72.1%	8.2%	9.4%
アフターサービス	15.0%	69.5%	6.0%	9.4%
言葉づかい	7.3%	81.5%	2.6%	8.6%
特典サービス	10.3%	48.5%	26.2%	15.0%

その他意見

○サービス精神が不足している。

○接客態度が非情に悪い、お客様あつかいができていない、サービス感が全くない。

③ 商品内容及び販売方法

商品内容及び販売方法に対して消費者が感じている印象は、

「よい」という印象の高い項目は、「配達（ある）」39.1%\*、「ほしい商品（ある）」33.0%\*、「品質・鮮度」15.9%等である。

「わるい」という印象の高い項目は、「ほしい商品（ない）」54.9%\*、「POP・情報」50.2%、「イベント特売」43.3%、「特典」42.1%、「一ヶ所での買物」36.1%、「配達（ない）」36.1%\*、「選びやすさ」22.7%、「値段」18.0%である。

消費者が感じている商品内容・販売方法の印象

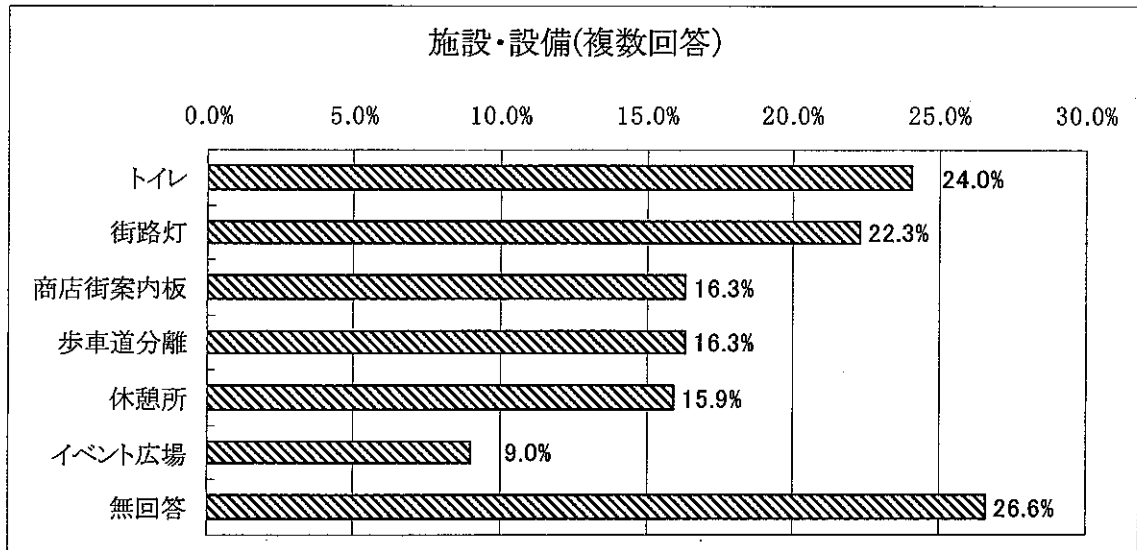
商品内容・販売方法	よい	ふつう	わるい	無回答
値 段	4.3%	70.8%	18.0%	6.9%
ほしい商品	33.0%*	—	54.9%*	12.0%
選びやすさ	7.3%	63.5%	22.7%	6.4%
鮮度・品質	15.9%	71.7%	5.2%	7.3%
一ヶ所での買物	11.2%	43.3%	36.1%	9.4%
イベント特売	11.6%	30.9%	43.3%	14.2%
特 典	11.6%	30.5%	42.1%	15.9%
POP・情報	1.7%	30.0%	50.2%	18.0%
配 達	39.1%*	—	36.1%*	24.9%

\*印は、「ふつう」がないので、「よい」「わるい」の比率が高くなっている。

④ 買物に関する施設やサービス

1) 施設・設備

「トイレ」24.0%、「街路灯」22.3%、「商店街案内板」16.3%、「歩車道分離」16.3%、「休憩所」15.9%などの要望がある。

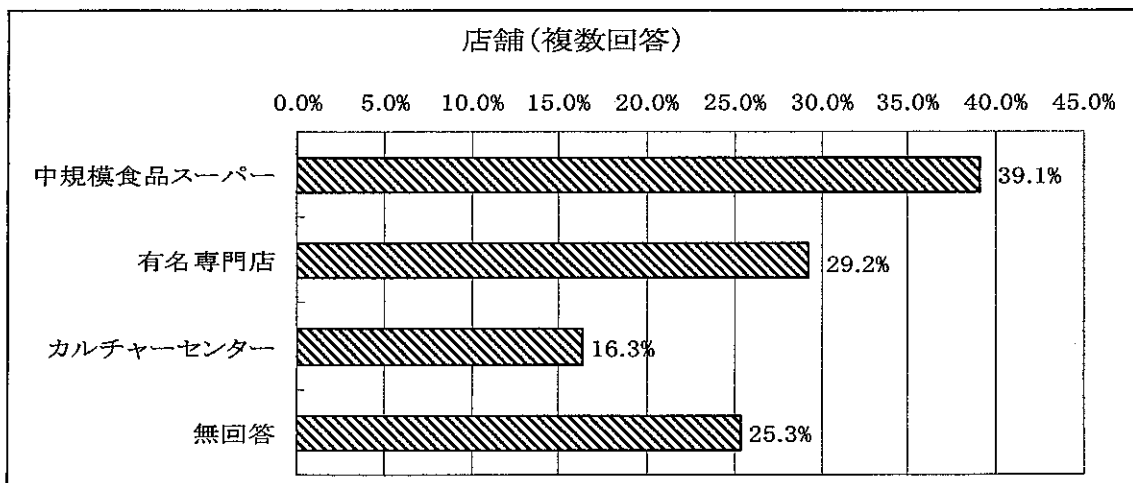


その他意見

- ベビー用トイレ及びオムツ替えができる場所が欲しい。
- 田舎臭い。
- 観光客の取り込みができるまちづくりをして欲しい。

2) 店舗・商品

「食品に強い中規模スーパー」39.1%、「有名専門店」29.2%、「カルチャーセンター」16.3%の要望がある。

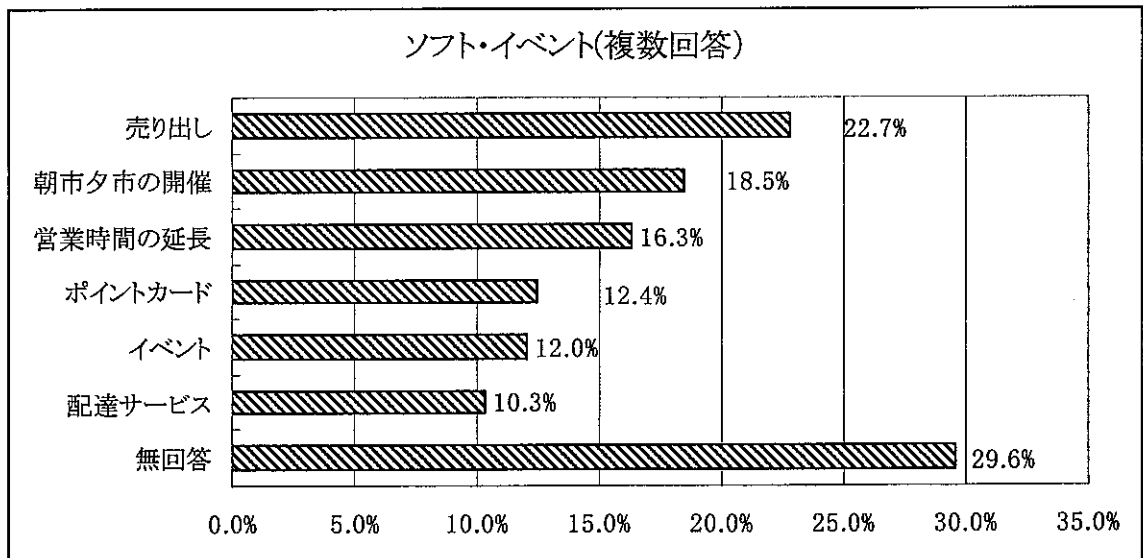


その他意見

- 美濃市でしか手に入らない商品を開発して欲しい。
- きれいな飲食店・コーヒー店
- 風呂(2件)
- 駐車場のある喫茶店。(朝が遅すぎる)
- 朝10時開店ですが、9時には店を開けてほしい。
- 小規模なスーパーで午後8時まで営業してくれる店が街の中にあると主婦は便利。  
ジャスコまでは遠い。
- お酒のディスカウント
- フリーマーケットの設置
- 日曜営業をして欲しい。
- 休日の統一

3) ソフト・イベント

「売り出し」22.7%、「朝市夕市の開催」18.5%、「営業時間の延長」16.3%などの要望がある。



#### 4. 在勤者の意識と買物行動調査結果

調査方法：美濃商工会議所が美濃市内の事業所勤務者にアンケート調査票を配布、商工会議所が回収。

調査日時：平成17年8月28日から9月20日

配布数：200

回収数：177

回収率：88.5%

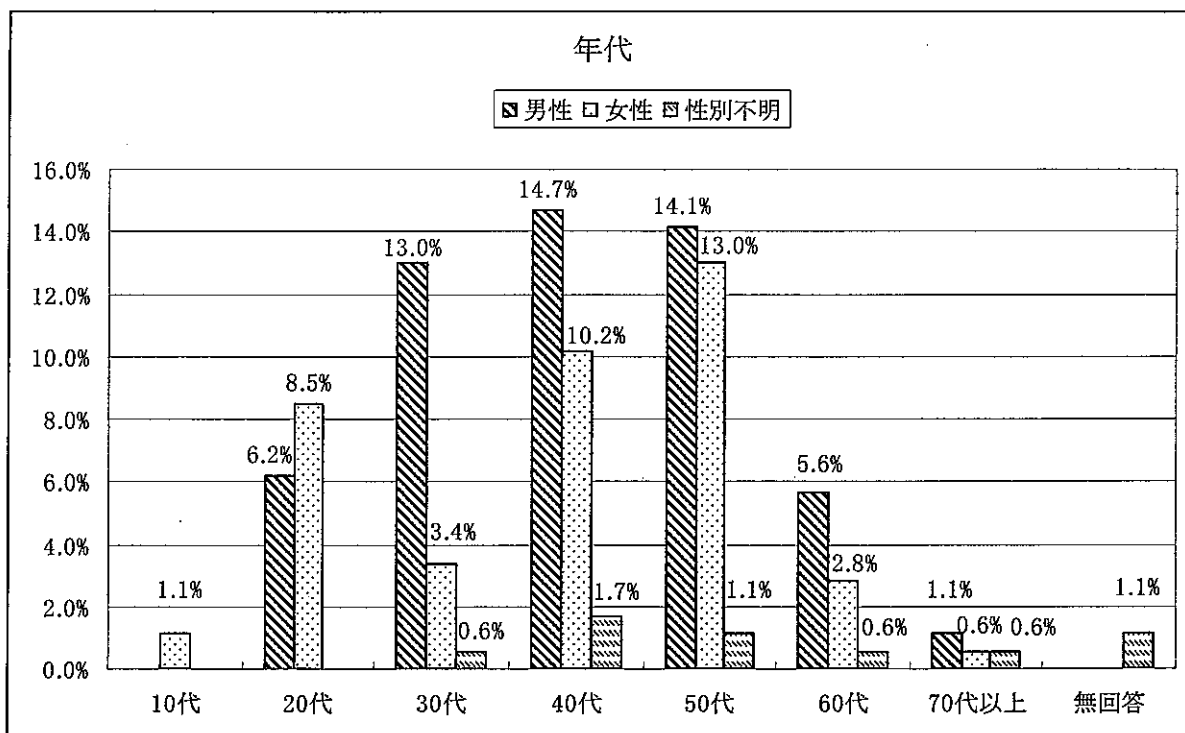
美濃市の事業所勤務者を対象に「アンケート調査」を実施し、消費者としての買物場所行動と意識についてその動向を分析した。美濃市に勤務する177人の20～70代の意見を幅広く収集でき、在勤者の消費者としての意見が直接反映していると評価できる。

##### (1) 在勤者の概要

###### ① 年代

男女の構成比は、男性54.8%、女性39.6%、無回答5.6%である。

年代別に見ると、男性は「30代」13.0%、「40代」14.7%、「50代」14.1%で、30～50代で全体の4割強を占めており、女性は「30代」3.4%と少なく、「40代」10.2%、「50代」13.0%、「20代」8.5%で、20代と40～50代で全体の3割を占めている。



###### ② 勤務形態

「正社員」71.8%、「パート」20.3%、「無回答」7.9%で7割強が正社員である。

### ③ 回答者の居住地域

「美濃市」57.6%、「関市」27.7%、「郡上市」2.2%、「その他」9.0%で、美濃市が全体の6割弱を占めている。

美濃市	102人 (57.6%)	美濃市内(8人)、牧谷(1人)、蕨生(1人)、乙狩(1人)、上牧(3人)、下牧(6人)、曾代(1人)、前野(1人)、大矢田(5人)、藍見(4人)、中有知(2人)、笠神(1人)、松森(1人)、須原(1人)、地区不明(66人)
関市	49人 (27.7%)	下有知(7人)、倉知(1人)、武芸川(1人)、広見(1人)、桜台(1人)、洞戸(1人)、緑ヶ丘(1人)、志津野(1人)、稲口(1人)、富岡(1人)、小瀬(1人)、不明(32人)
郡上市	6人 (2.2%)	
その他	16人 (9.0%)	岐阜市(5人)、各務原市(4人)、山泉市(1人)、美濃加茂市(1人)、東濃(1人)、不明(4人)
無回答	4人 (2.2%)	

### (2) 買物動向

買物場所で、最も多いのは「関市大型店」42.5%、つぎに「美濃市大型店」21.8%、「その他大型店」19.6%、「美濃市外商店」14.2%、「美濃市内商店」10.3%である。通販、生協は大型店や商店を補完する手段として利用されている。

#### ① 業種別買物動向（複数回答）

1) 最寄品（生鮮食料品、一般食料品、住居関連、薬・化粧品）の買物は、「関市大型店」50.5%、「美濃市大型店」40.5%、「その他大型店」13.7%、「美濃市外商店」9.0%、「美濃市内商店」8.6%である。

a. 生鮮食料品（食肉、鮮魚、青果、惣菜等）の買物は、「美濃市大型店」50.3%、「関市大型店」50.3%、「その他大型店」11.3%、「生協」10.7%、「美濃市内商店」9.0%、「美濃市外商店」9.0%である。美濃市・関市の大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は1割弱である。

b. 一般食料品（酒、米、菓子、パン等）の買物は、「関市大型店」49.2%、「美濃市大型店」39.5%、「その他大型店」12.4%、「美濃市外商店」10.7%、「美濃市内商店」8.5%である。関市・美濃市の大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は1割弱である。

c. 住居関連（家庭用品、日用雑貨、建築資材）の買物は、「関市大型店」55.4%、「美濃市大型店」36.7%、「その他大型店」16.9%、「美濃市外商店」7.9%、「美濃市内商店」3.4%である。関市・美濃市の大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は僅か3%である。

d. 薬・化粧品 of 買物は、「関市大型店」46.9%、「美濃市大型店」35.6%、「その他大型店」14.1%、「美濃市内商店」13.6%である。関市・美濃市の大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は1割強である。

2) 買回り品（衣料品、耐久消費財、ギフト、身の回り品、文化用品）の買物場所は、「関市大型店」53.2%、「その他大型店」28.9%、「美濃市外商店」13.9%、「美濃市大型店」7.8%、「美濃市内商店」5.1%である。在勤者は、豊富な品揃えの関市大型店を最も多く利用し、次にその他大型店を利用している。美濃市大型店、美濃市内商店の利用は僅かである。

a. 衣料品（呉服、寝具、婦人、子供、紳士服）の買物は、「関市大型店」55.4%、「その他大型店」37.9%、「美濃市大型店」11.9%、「美濃市外商店」11.3%、「美濃市内商店」5.1%、「通販」5.1%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は5%である。

b. 耐久消費財（家具、家電製品、パソコン・カメラ）の買物は、「関市大型店」66.7%、「その他大型店」21.5%、「美濃市外商店」13.6%、「美濃市内商店」4.0%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は4%である。

c. ギフトの買物場所は、「関市大型店」42.9%、「その他大型店」23.7%、「美濃市外商店」11.9%、「美濃市大型店」9.6%、「美濃市内商店」6.2%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は6%である。

d. 身の回り品（時計・メガネ・宝飾・靴・カバン）の買物場所は、「関市大型店」47.5%、「その他大型店」36.7%、「美濃市外商店」14.7%、「美濃市内商店」4.5%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は5%である。

e. 文化品（和紙・書籍・CD/DVD・文具・玩具・スポーツ）の買物は、「関市大型店」53.7%、「その他大型店」24.9%、「美濃市外商店」18.1%、「美濃市大型店」10.7%、「美濃市内商店」5.6%である。関市・その他大型店の利用が多く、美濃市内商店を利用している在勤者は6%である。

3)自動車・自転車・バイク等の乗物や、飲食・サービスは専門性が高く、商店街・商店の利用が高くなっている。

a. ガソリンスタンドの利用は、「美濃市大型店」33.9%、「関市大型店」27.1%、「美濃市内店」24.9%、「美濃市外店」11.9%である。美濃市や関市の大型ガソリンスタンドの利用が多く、大型店を除く美濃市内ガソリンスタンドを利用している在勤者は2割強である。

b. 自動車・カー用品の買物は、「関市大型店」50.3%、「美濃市外商店」23.2%、「その他大型店」15.8%、「美濃市大型店」14.1%、「美濃市内商店」3.4%である。関市の大型自動車・カー用品店が最も多く、その次は美濃市外の自動車・カー用品店が多く、大型店を除く美濃市内の自動車・カー用品店を利用している在勤者は3%である。

c. 自転車・バイクの買物は、「関市大型店」26.6%、「その他大型店」15.8%、「美濃市大型店」11.9%、「美濃市外商店」11.9%、「美濃市内商店」11.3%である。関市大型店が最も多く、美濃市内店を利用している在勤者は1割強である。

d. 飲食店の利用は、「関市大型店」35.6%、「美濃市外店」29.9%、「その他大型店」28.2%、「美濃市内店」20.9%、「美濃市大型店」18.1%である。関市大型店、美濃市外店、その他大型店の順に利用が多く、美濃市内店を利用している在勤者は2割強である。

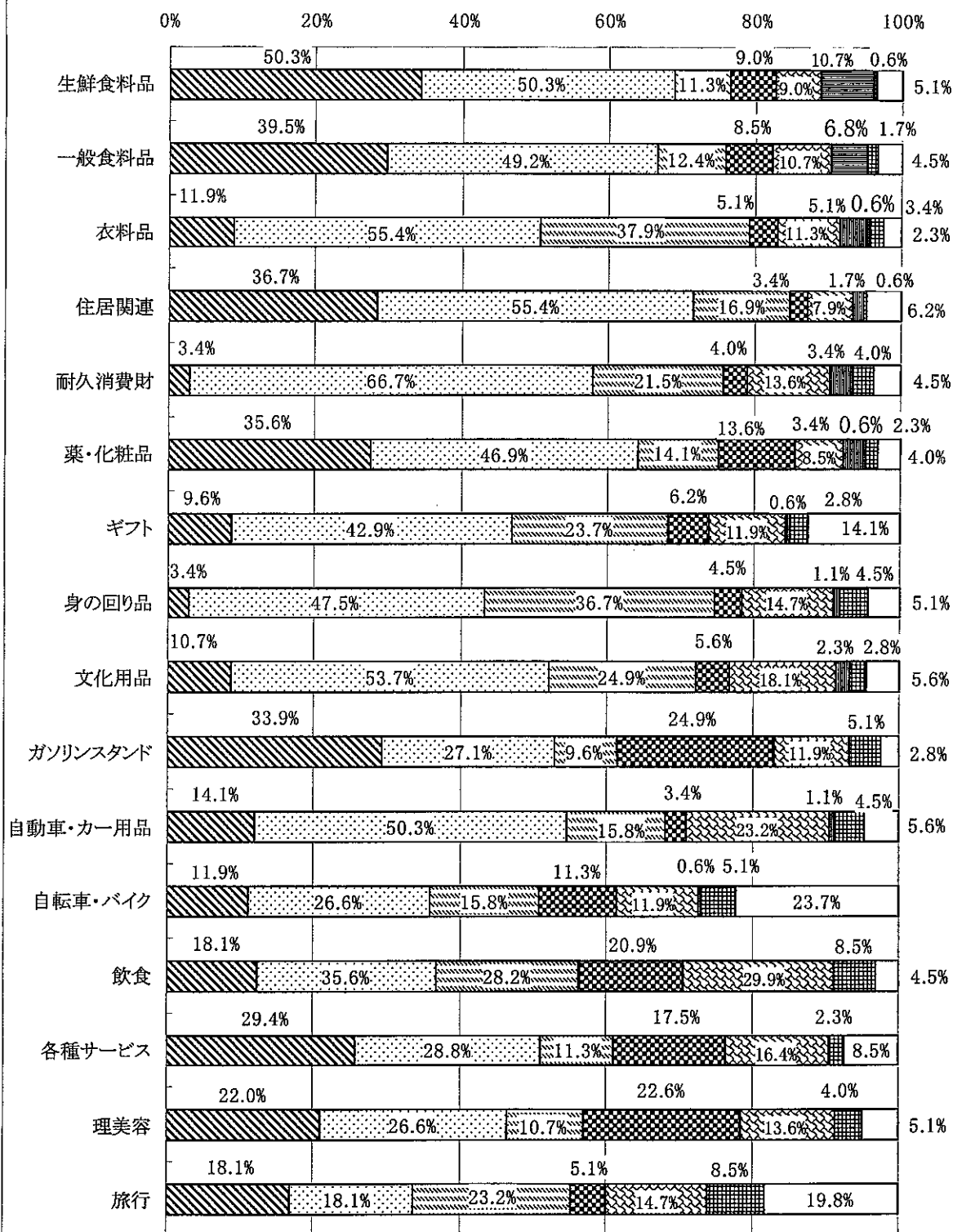
e. その他サービス(クリーニング・DPE・レンタルなど)の利用は、「美濃市大型店」29.4%、「関市大型店」28.8%、「美濃市内店」17.5%、「美濃市外店」16.4%、「その他大型店」11.3%である。大型店の利用が多いが、美濃市内店を利用している在勤者は2割弱である。

f. 理美容の利用は、「関市大型店」26.6%、「美濃市内店」22.6%、「美濃市大型店」22.0%、「美濃市外店」13.6%、「その他大型店」10.7%である。美濃市内店を利用している在勤者は関市大型店に次いで2割強である。

g. 旅行の利用は、「その他大型店」23.2%、「美濃市大型店」18.1%、「関市大型店」18.1%、「美濃市外店」14.7%、「美濃市内店」5.1%である。

### 在勤者買物場所(複数回答)

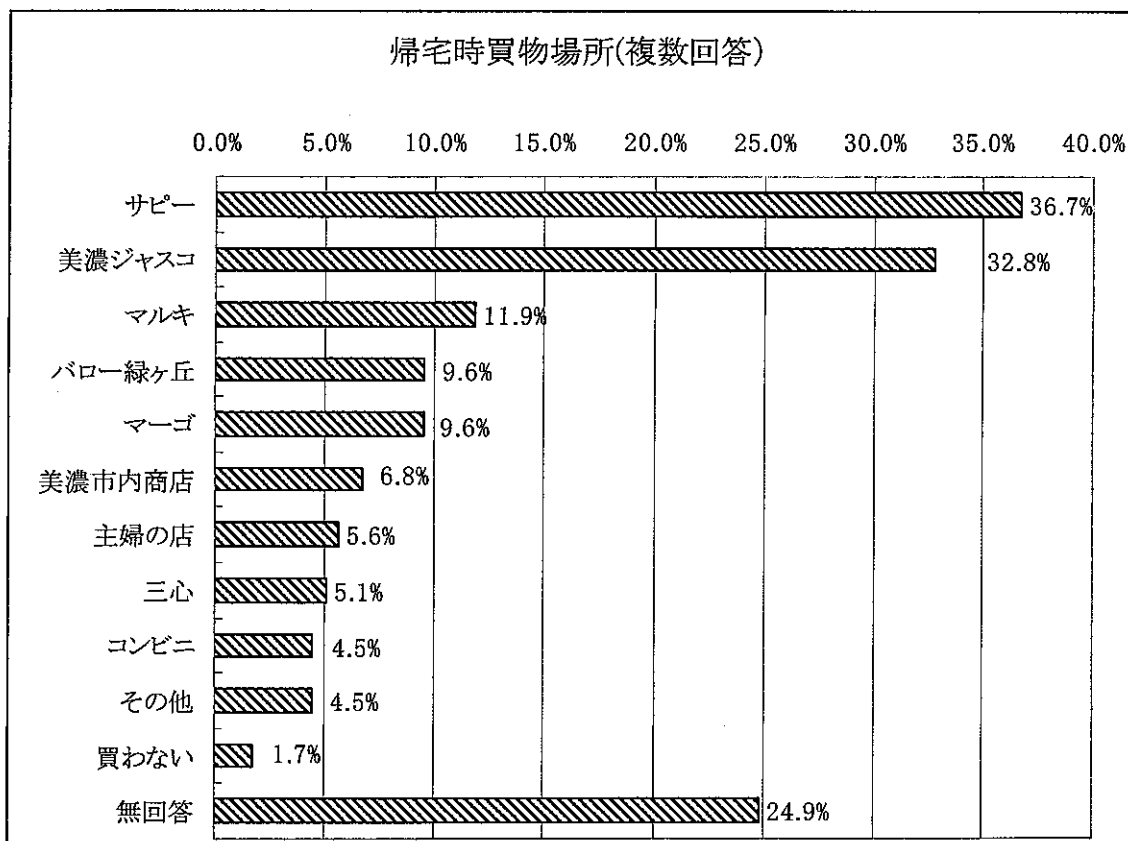
美濃大型店
  関大型店
  その他大型店
  市内商店
  市外商店
  通販
  生協
  その他
  無回答





② 会社等の帰宅時の買物場所

会社等勤め先の帰りに立ち寄ることが多い買物場所は、「サピー」36.7%、「美濃ジャスコ」32.8%で美濃市大型店の利用が多い。

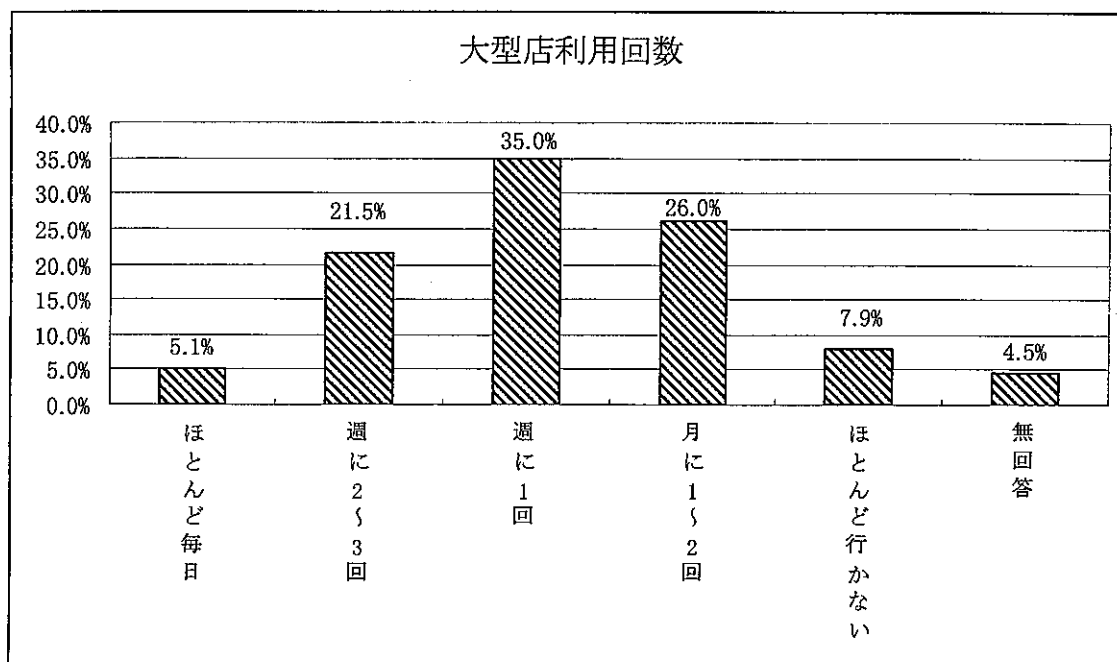


美濃市内商店は、山繁(2名)、山作(2名)、かわいカメラ(1名)、店名なし(7名)  
 その他は、サンダヤ(1名)、ユニー関・マルユウ(1名)、バロー関ひがし(1名)、  
 美濃加茂バロー (1名)、店名なし (4名)

③ 大型店利用実態

1) 利用回数

大型店を利用する回数は、「週に1回」が最も多く35.0%、「月に1~2回」26.0%、「週に2~3回」21.5%で、月1回以上から週2~3回で8割強を占めている。

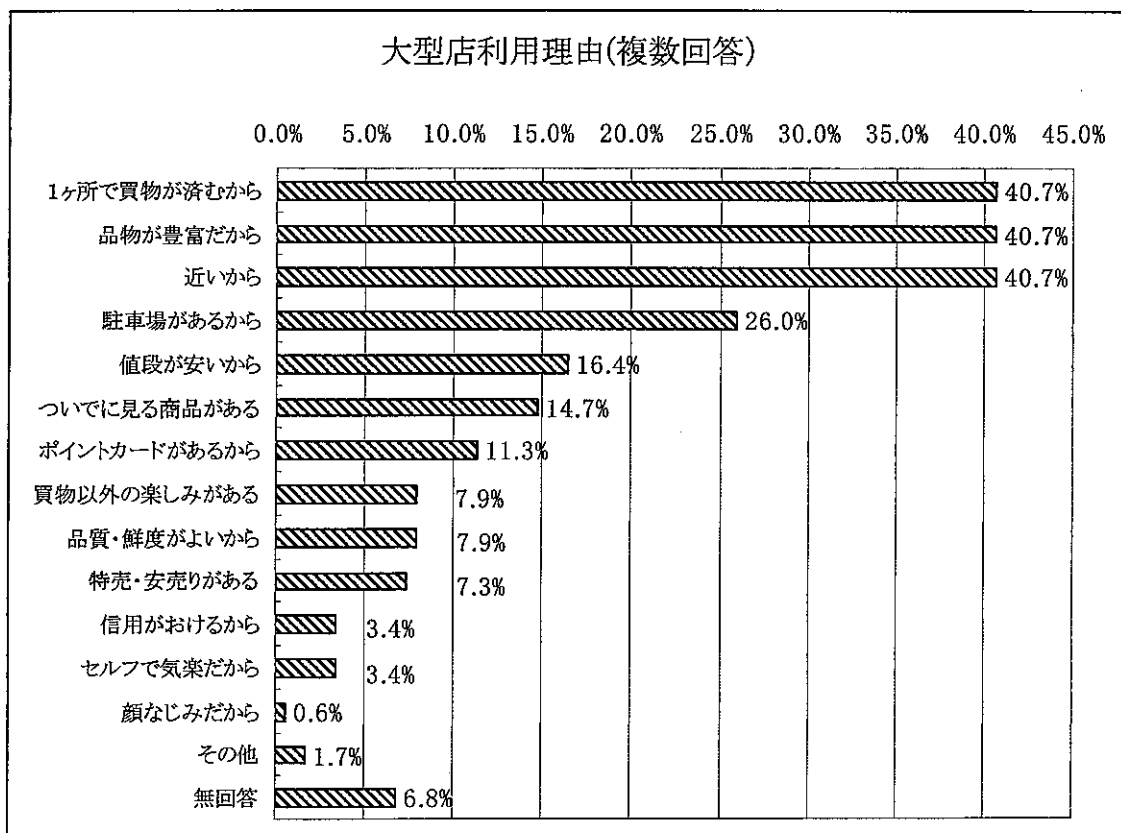


## 2) 利用手段

大型店へのアクセスは、「自家用車」86.4%、「自転車・バイク」2.3%、「徒歩」1.7%、「無回答」9.6%で、自家用車がほとんどである。

## 3) 利用する理由

大型店を利用する理由は、「品物が豊富だから」と「1ヶ所で買物が済むから」、「近いから」が各40.7%で最も多く、「駐車場があるから」26.0%、「値段が安いから」16.4%、「ついでに見る商品があるから」14.7%、「ポイントカードがあるから」11.3%で、品揃えやワンストップショッピングが支持されている。

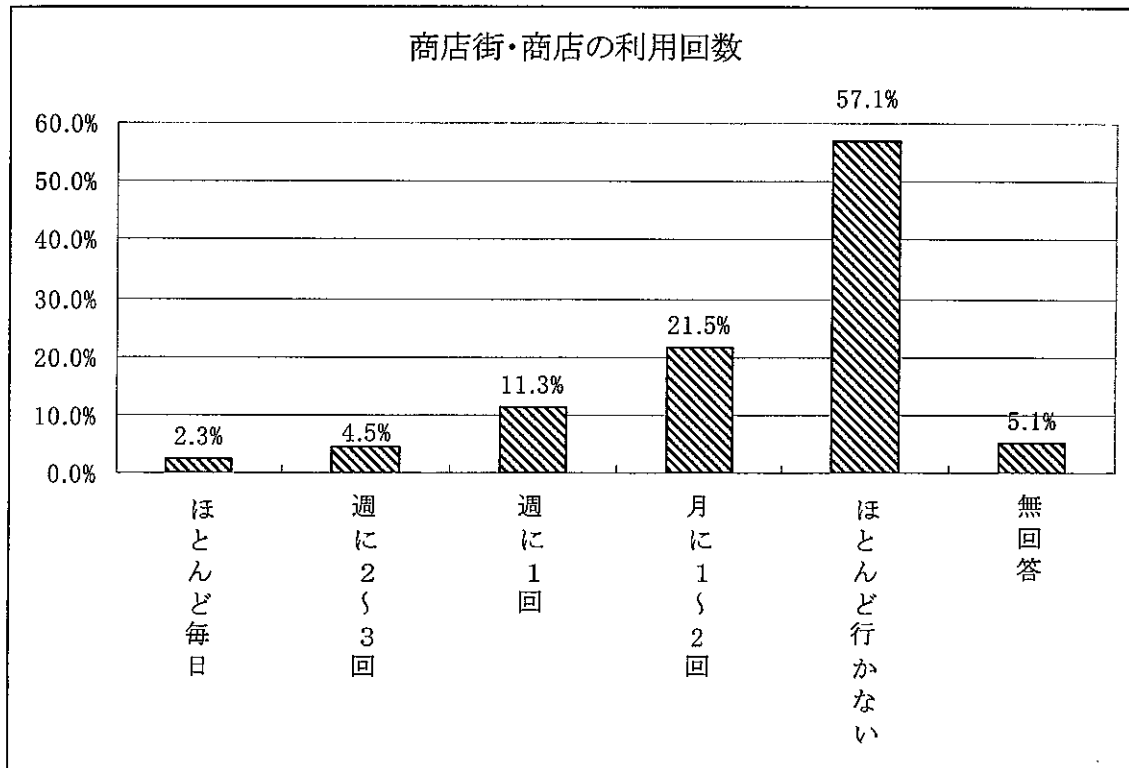


「その他」の理由として、「24時間営業だから」1件、がある。

### ③ 商店街・商店の利用実態

#### 1) 利用回数

商店街・商店を利用する回数は、「ほとんど行かない」57.1%、「月に1～2回」21.5%、「週に1回」11.3%、「週に2～3回」4.5%で、ほとんど行かないが5割強であるが、月に1回以上から週に1回が全体の3割強である。

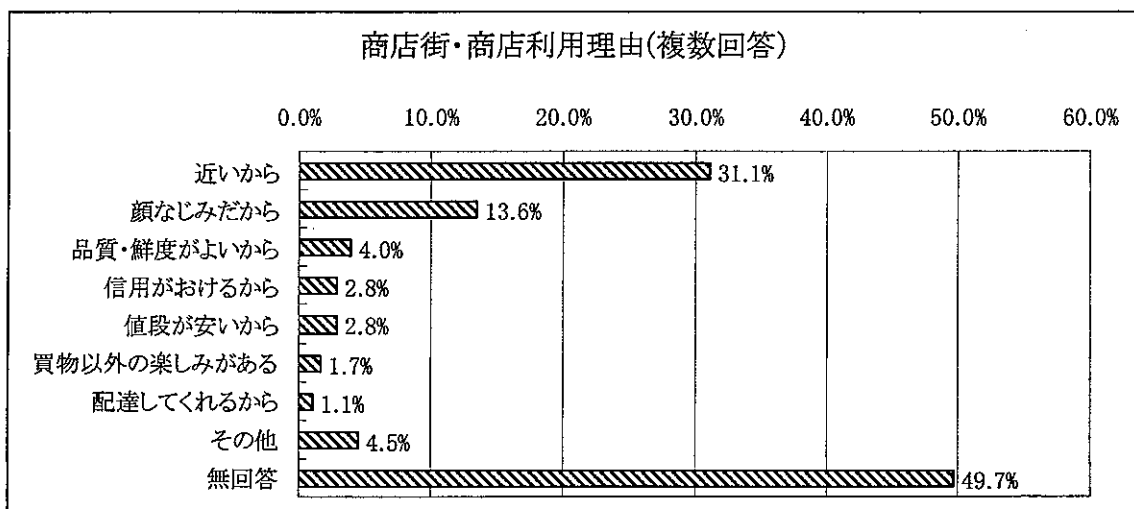


#### 2) 利用手段

商店街・商店へのアクセスは、「自家用車」57.6%、「自転車・バイク」3.4%、「徒歩」2.3%、「無回答」36.7%で、自家用車がほとんどである。

#### 3) 利用理由

商店街・商店を利用する理由は、「近いから」31.1%、「顔なじみだから」13.6%、「品質・鮮度がよいから」4.0%で、近い、顔なじみが主な理由である。



「その他」の理由として、「会社の買物」1件、「お土産品があるから」1件、「地元意識」1件、

「なんとなく」1件、がある。

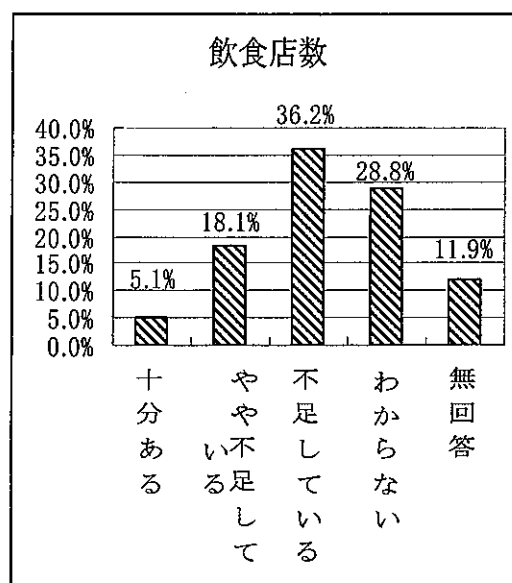
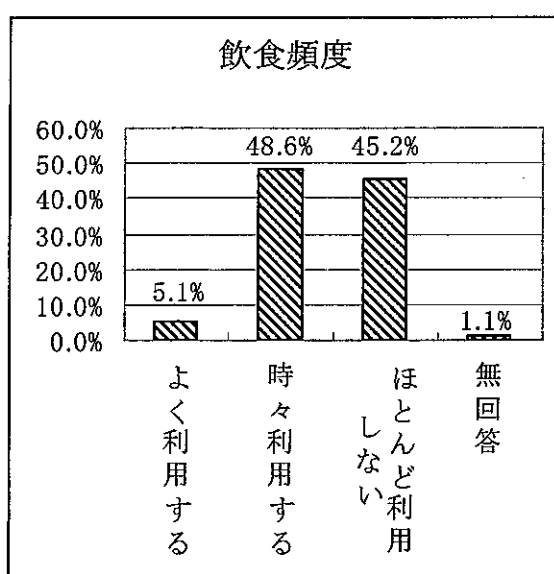
#### ④ 飲食店の利用実態

##### 1) 飲食頻度

美濃市内の飲食店・レストラン等の利用頻度は、「時々利用する」48.6%、「ほとんど利用しない」45.2%、「よく利用する」5.1%、「無回答」1.1%で、「時々利用する」と「よく利用する」が5割強を占めている。

##### 2) 飲食店数

美濃市内の飲食店・レストラン等の店舗数は、「不足している」36.2%、「わからない」28.8%、「やや不足している」18.1%、「十分ある」5.1%、「無回答」11.9%で、「不足している」や「やや不足している」が5割強を占め、在勤者の過半数が不足を感じている。



#### (3) 在勤者の商店街・商店に対する意識

##### ① 商店街・商店のイメージ

在勤者が商店街・商店に対して感じているイメージについて、

「よい」というイメージが高い項目は、「信頼と安心」13.6%、「わかりやすさ」9.6%、「店舗立地」9.6%、「入店」7.3%等があり、

「わるい」というイメージの高い項目は、「駐車場」57.6%、「閉店時間」42.4%、「入店」33.3%、「街の楽しさ」32.8%、「店の新鮮さ」28.2%、「わかりやすさ」27.7%、等である。「信頼と安心」は支持されているが、他の項目は、悪いというイメージがある。特に、「駐車場」、「閉店時間」、「街の楽しさ」、「入店」等に不満を感じている人が多い。

イメージ	よい	ふつう	わるい	無回答
明るく清潔	5.1%	63.8%	19.8%	11.3%
わかりやすさ	9.6%	50.8%	27.7%	11.9%
街の楽しさ	4.5%	50.8%	32.8%	11.9%
店の新鮮さ	3.4%	55.9%	28.2%	12.4%
入 店	7.3%	45.8%	33.3%	13.6%
店の特徴	2.8%	58.8%	26.0%	12.4%
信頼と安心	13.6%	68.9%	4.0%	13.6%
店舗立地	9.6%	63.8%	12.4%	14.1%
閉店時間	3.4%	40.7%	42.4%	13.6%
駐車場	3.4%	27.1%	57.6%	11.9%

その他意見

○商品知識が不足、ディスプレイが下手などで街を歩いても楽しくない。

○店員の車が駐車場を占領している。

○駐車場不足、市内案内板を多く掲示してほしい。

○道が狭い、駐車場がない、歩いて行く気にならない。

○長時間車を停めて買物などをする場所がない。

○駐車場がない。

○一方通行が多い。

○好きなところで車を止められない。

○道がわかりにくい、店の場所がわからない。

○商店街へ行くまでの道が狭い。

## ② 接客・サービス

接客・サービスについて在勤者は、特典サービスを除きやや悪いという印象を持っている。

具体的には、

「よい」という印象の高い項目は、「親しみ」15.3%がある。

「わるい」という印象の高い項目は、「特典サービス」20.9%「アドバイス」14.7%、「商品説明」13.0%、「親しみ」12.4%、「アフターサービス」11.3%である。

接客・サービス	よい	ふつう	わるい	無回答
親しみ	15.3%	55.9%	12.4%	16.4%
商品説明	2.8%	67.8%	13.0%	16.4%
アドバイス	3.4%	65.0%	14.7%	16.9%
苦情対応	3.4%	70.1%	7.3%	19.2%
アフターサービス	4.5%	65.5%	11.3%	18.6%
言葉づかい	4.5%	70.1%	7.9%	17.5%
特典サービス	5.6%	53.7%	20.9%	19.8%

その他意見

○飲食店の新規開業 OPEN の印象、マズイ・高い・時間がかかる。

通り一遍の商売をやるのではなくて、“お年寄りに利用しやすい”とか“配達OK”とか新規性を出してほしい。観光客に申し訳けないくらい、味・値段・対応がわるい。

○八百屋さんもほとんどなくなり、愛想が悪くても客が来るという態度は、変えたほうが良いと思う。

### ③ 商品内容及び販売方法

商品内容及び販売方法に対して在勤者が感じている印象は、非情にきびしい。

「よい」という印象の高い項目は、「ほしい商品（ある）」11.3%\*、「配達（ある）」14.7%\*である。「わるい」という印象の高い項目は、「ほしい商品（ない）」67.2%\*、「配達（ない）」55.4%\*、「POP・情報」45.2%、「一ヶ所での買物」40.7%、「選びやすさ」30.5%、「イベント特売（ない）」28.2%、「特典」27.7%、「値段」24.3%である。

ワンストップショッピングができない、選択できない、ほしい商品がない、POP・情報が少ない等の声が高く、配達、イベント特売、特典に対する期待も大きい。

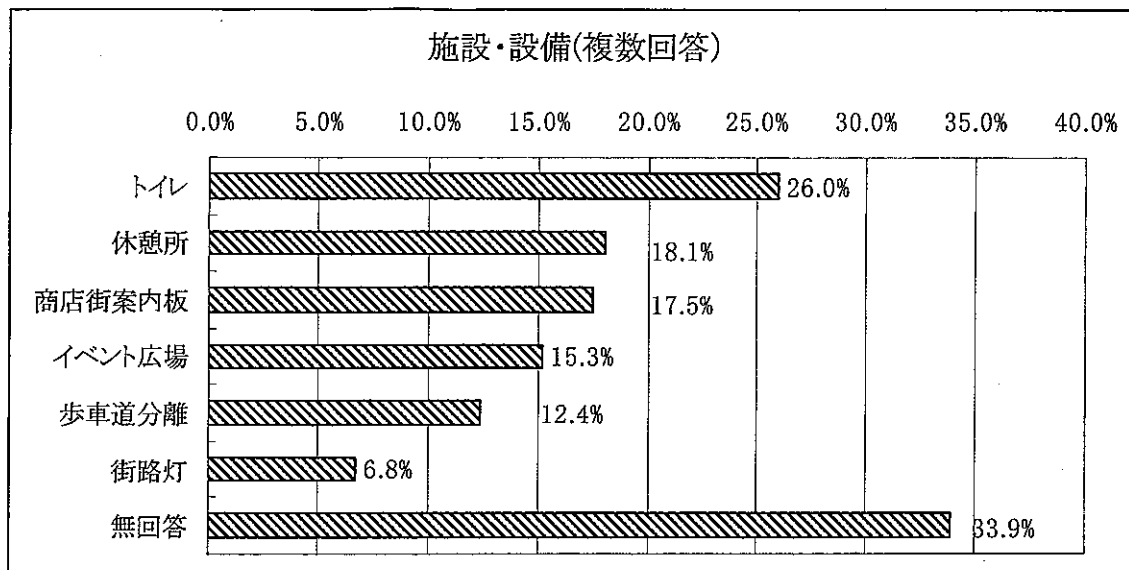
商品内容・販売方法	よい	ふつう	わるい	無回答
値 段	0.6%	57.1%	24.3%	18.1%
ほしい商品	11.3%*	—	67.2%*	21.5%
選びやすさ	4.5%	47.5%	30.5%	17.5%
鮮度・品質	3.4%	69.5%	7.3%	19.8%
一ヶ所での買物	6.8%	33.9%	40.7%	18.6%
イベント特売	5.6%	49.7%	28.2%	16.4%
特 典	5.6%	49.7%	27.7%	16.9%
POP・情報	0.6%	35.0%	45.2%	19.2%
配 達	14.7%*	—	55.4%*	29.9%

\*印は、「ふつう」がないので、「よい」「わるい」の比率が高くなっている。

④ 買物に関する施設やサービス

1) 施設・設備

「トイレ」26.0%、「休憩所」18.1%、「商店街案内板」17.5%、「イベント広場」15.3%などの要望がある。



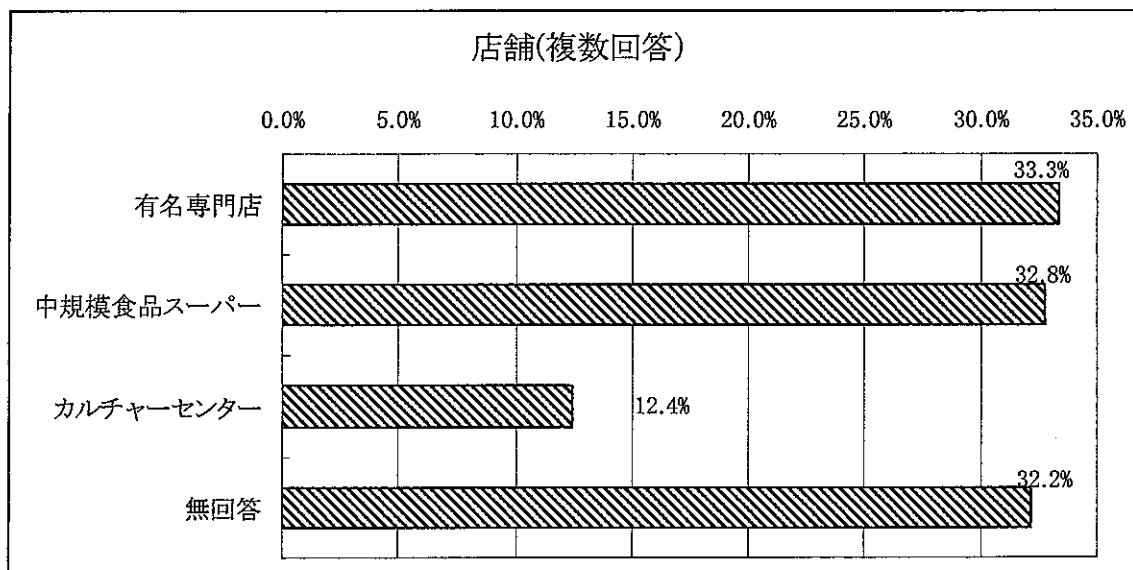
その他意見

○広い駐車場。

○道路案内、町づくり北海道ニセコ町を参考にしたら。

2) 店舗・商品

「有名専門店」33.3%、「食品に強い中規模スーパー」32.8%などの要望がある。



その他意見

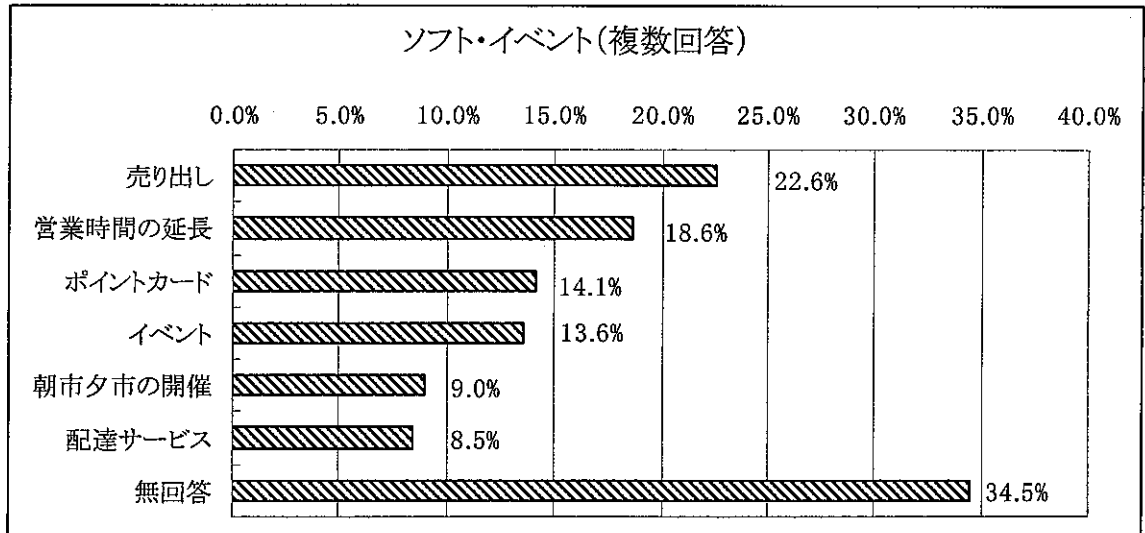


○どこにでもあるような店ばかり、遠くからでも来るような専門性のある店がない。

○郡上カレーのような名物を作る。

### 3) ソフト・イベント

「売り出し」22.6%、「営業時間の延長」18.6%、「ポイントカード」14.1%などの要望がある。



#### その他意見

○観光に力を入れすぎ、もっと地元の人を大切にしてほしい。

## 5. うだつの町並み歩行者通行量調査結果

調査方法：うだつの上がる町並み、「目の字」の町割の歩行者の通行量を実測

調査日時：平成17年10月2日(日) 10:00~17:00 天候：曇り

平成17年10月6日(木) 10:00~17:00 天候：晴れ

調査地点：①十六銀行前、 ②めだかの学校前、 ③平田登記所前

④大垣共立銀行前、⑤はとタクシー前、 ⑥林自転車横駐車場前

美濃市の商業及び観光の中心である地区の「歩行者通行量調査」を実施し、平日・日曜の通行量を測定した。天候に恵まれたので美濃市の実態を反映していると評価できる。

### (1)調査地点の概要

#### ①十六銀行前

美濃史料館（市指定文化財）が近くにあり、うだつが多く、和紙卸、美濃和紙民芸品・和紙加工品等を取り扱う商店が多く、通行量の最も多い通りである。

#### ②めだかの学校前

市営無料駐車場、美濃市観光協会番屋が近くにあり、和紙・土産品や婦人服リメイクなど特徴のある商店のある通りである。

#### ③平田登記所前

「目の字」の北西の角の出入り口にあたる場所で、願念寺の入り口でもある場所である。

#### ④大垣共立銀行前

小坂家住宅（国指定重要文化財）に近く、通行量は二番目に多い通りである。

#### ⑤はとタクシー前

俵町商店街の中心で、俵町駐車場、町並みギャラリーがあり、飲食店や最寄品店が多い通りである。

#### ⑥林自転車横駐車場前

俵町商店街の中心近くで「目の字」の南西の角にあたる場所にあたる。

### (2)歩行者の特徴

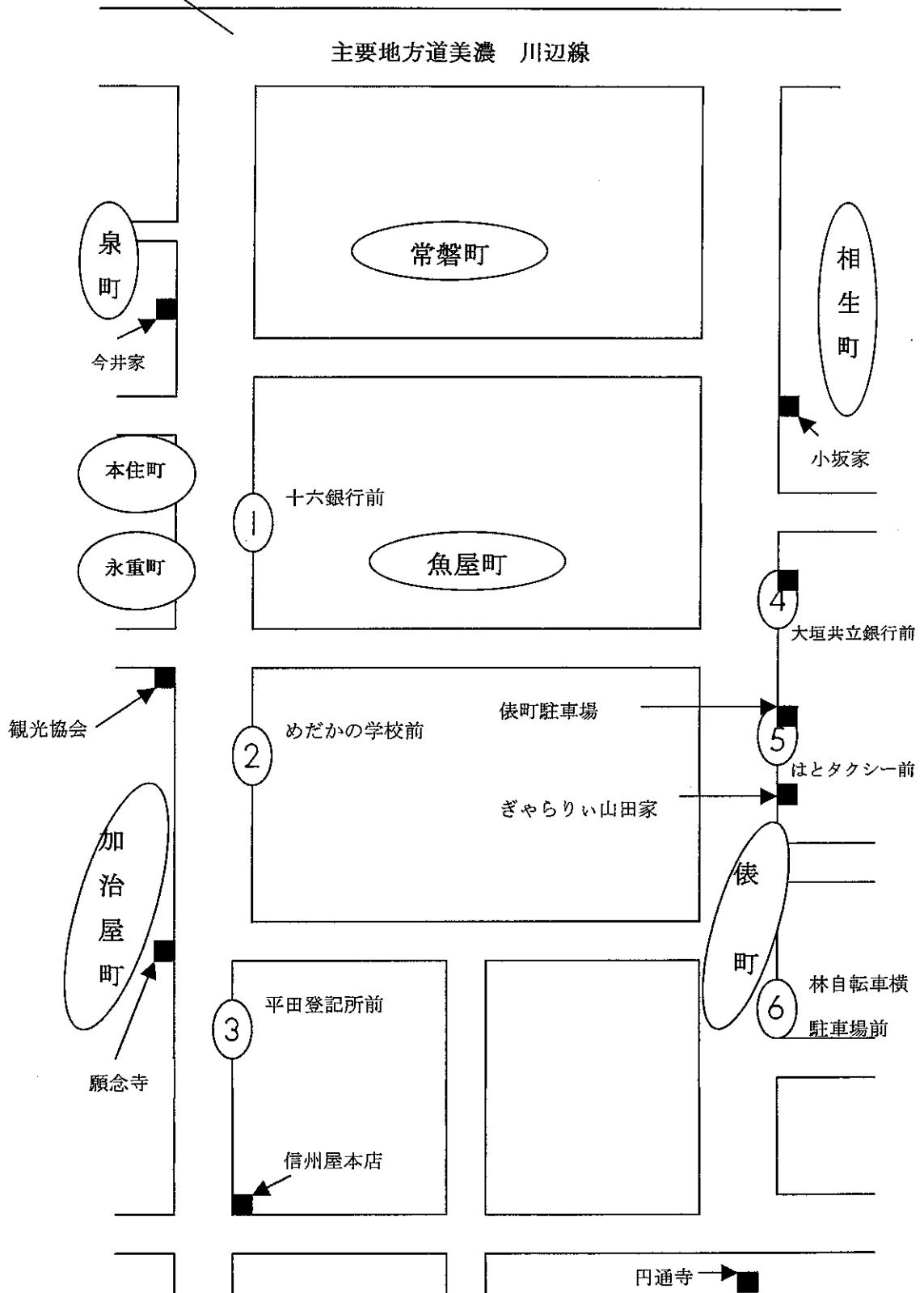
消費者の意識と買物動向から、商店街・商店へのアクセスは、徒歩による買物3割強であり、自家用車の利用者は4割強である。自家用車の利用客は、商店街駐車場、市営無料駐車場を利用しているが、路上駐車も見うけられ、駐車場に対する不満は5割を超えている。

自家用車を利用している人は、車から降りて目的の商店まで歩くだけであるから、歩行距離は短く、来街者でもカウントできない人もある。

歩行者には、小中学生も多く、町を通過するだけの人も多い。

N

(調査地点図)



(3)うだつの町並み・「目の字」の通行量

○日曜日の通行量（10時～17時）

①地点の十六銀行前の通りの通行量は706人と最も多い。

午前は11時台が多く82人である。

午後は15時台が多く168人、14時台は341人、16時台は通行量305人である。

②地点のめだかの学校前は364人で①地点の51.6%である。

人の流れは①地点における人の流れとほぼ同様である。

③地点の平田登記所前は「目の字」と続きの町並みであり、通行量は37人と最も少なく、道幅も狭く商店が少ない。

④地点の大垣共立銀行前は542人で二番目に通行量は多く、①地点の76.8%である。

午前は11時台が多く89人である。

午後は13時台が多く115人、14時台は103人である。

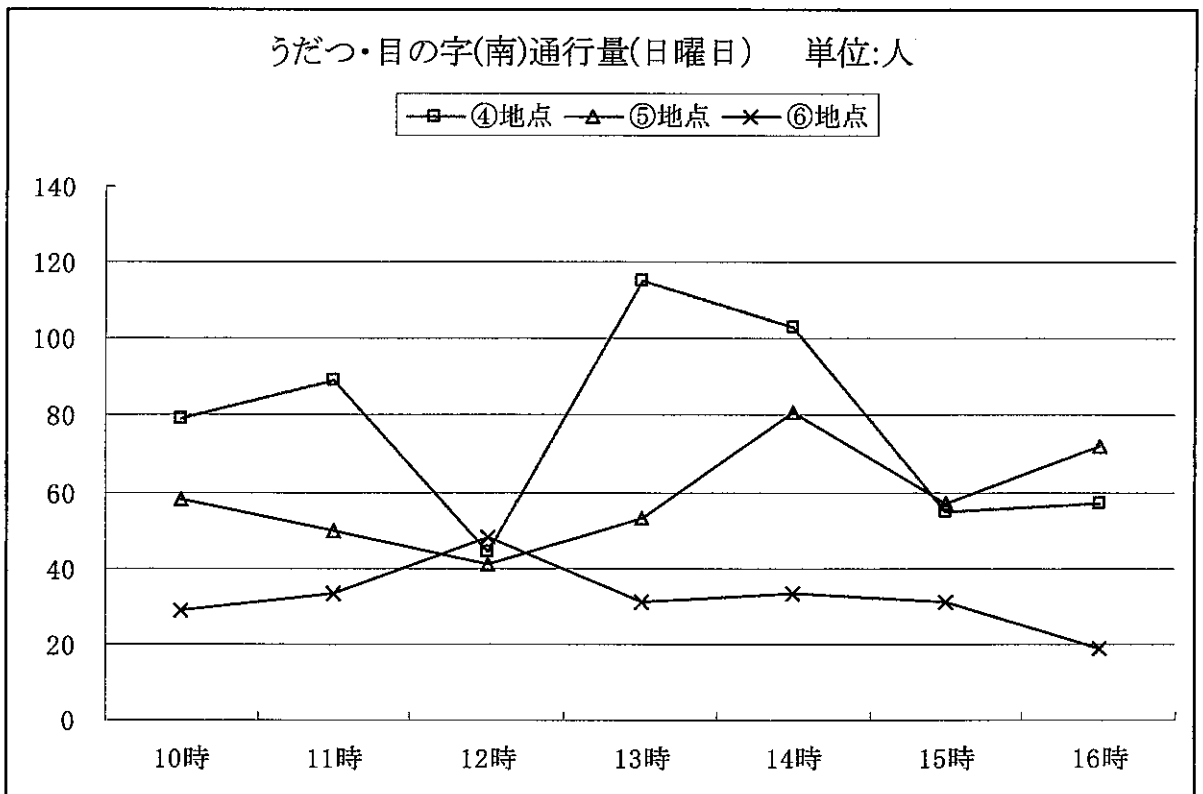
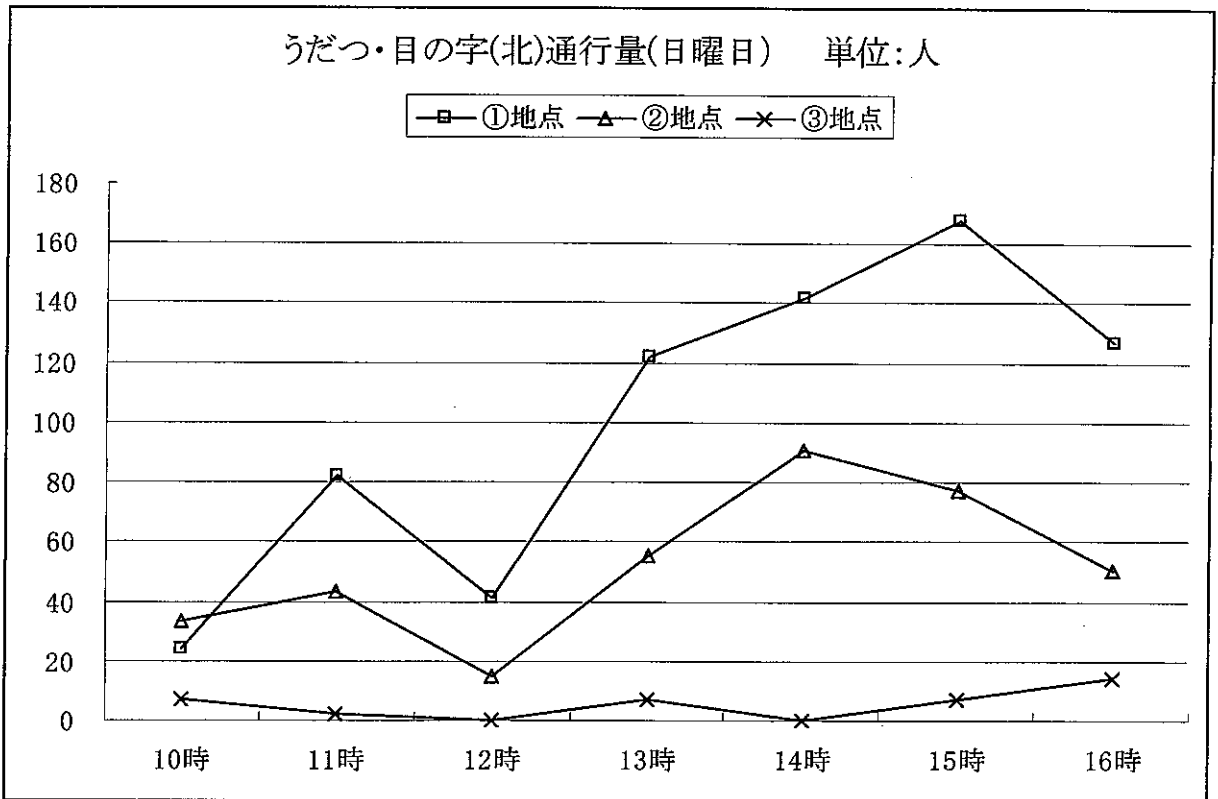
⑤地点のはとタクシー前は412人で①地点の58.4%である。14時台が最多の81人である。

⑥林自転車横駐車場前の通行量は224人で①地点の31.7%である。

12時台が最も多く48人である。

		時間帯	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	合計
今井家方向	→	地点 ①	10	24	31	55	72	110	65	367
観光協会方向	←		14	58	10	67	70	58	62	339
		計	24	82	41	122	142	168	127	706
観光協会方向	→	地点 ②	14	14	10	19	50	48	26	181
願念寺方向	←		19	29	5	36	41	29	24	183
		計	33	43	15	55	91	77	50	364
観光協会方向	→	地点 ③	5	2	0	2	0	7	0	16
信州屋本店方向	←		2	0	0	5	0	0	14	21
		計	7	2	0	7	0	7	14	37
小坂家方向	→	地点 ④	41	70	22	62	60	31	14	300
俵町駐車場方向	←		38	19	22	53	43	24	43	242
		計	79	89	44	115	103	55	57	542
大垣共立銀行方向	→	地点 ⑤	24	38	36	17	31	26	29	201
ぎやらりい山田家方向	←		34	12	5	36	50	31	43	211
		計	58	50	41	53	81	57	72	412
大垣共立銀行方向	→	地点 ⑥	10	14	29	19	14	26	7	119
円通寺方向	←		19	19	19	12	19	5	12	105
		計	29	33	48	31	33	31	19	224
		合計	230	299	189	383	450	395	339	2,285

うだつ・目の字通行量(日曜日) (調査日:平成17年10月2日(日)) 単位:人



○平日の通行量（10時～17時）

①地点の十六銀行前の通り通行量は261人で④地点の58.5%であり、また日曜日の37.0%で通行量は減少している。

12時台が最も多く57人、13時台は通行量45人である。

②地点のめだかの学校前は223人で④地点の50.0%である。

13時台が最も多く62人である。

③地点の平田登記所前は「目の字」と続きの町並みで、通行量は74人で日曜日に比べ増加しているが最も少なく④地点の16.6%である。

④地点の大垣共立銀行前は446人で最も通行量が多い。

午前は10時台が多く89人、11時台は76人である。

午後は13時台が69人、16時台も69人である。

⑤地点のはとタクシー前は263人で、④地点の59.0%である。

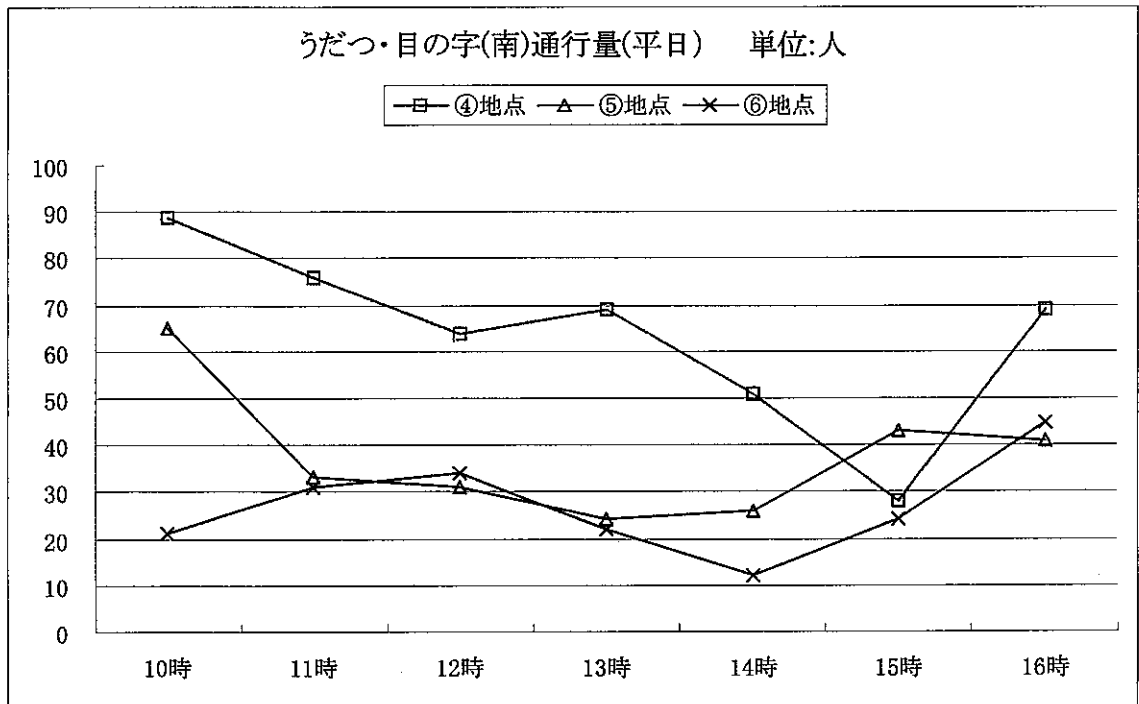
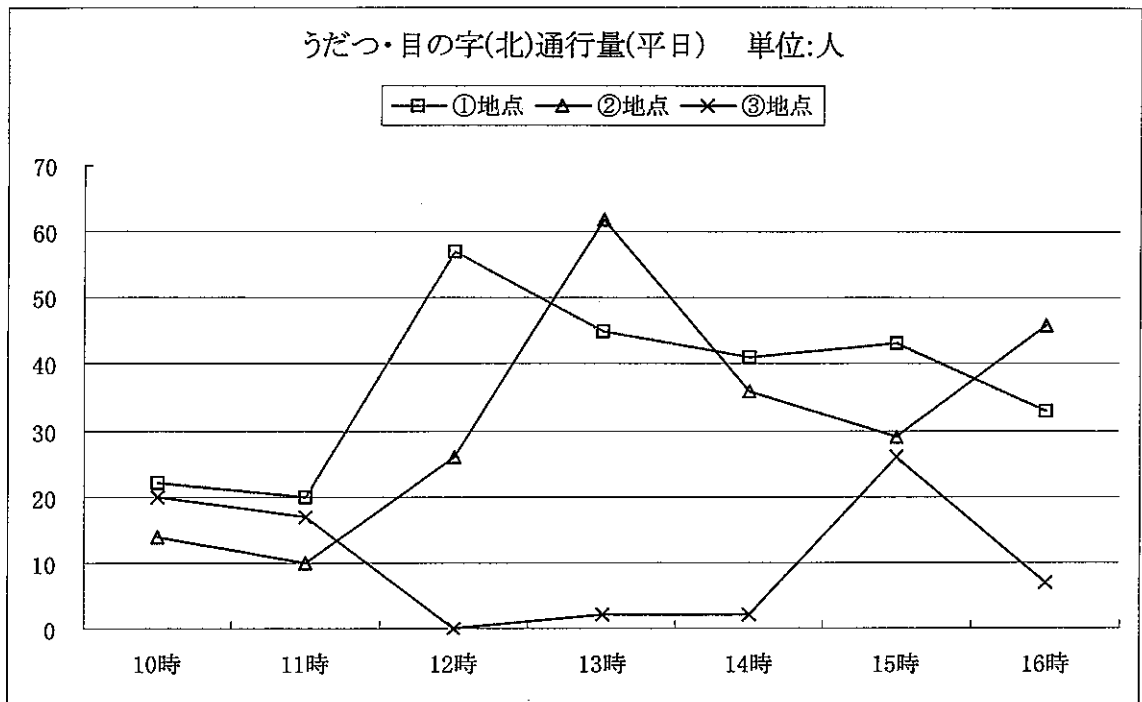
10時台が最も多く65人である。

⑥林自転車横駐車場前は189人で①地点の42.4%である。

16時台が最も多く45人である。

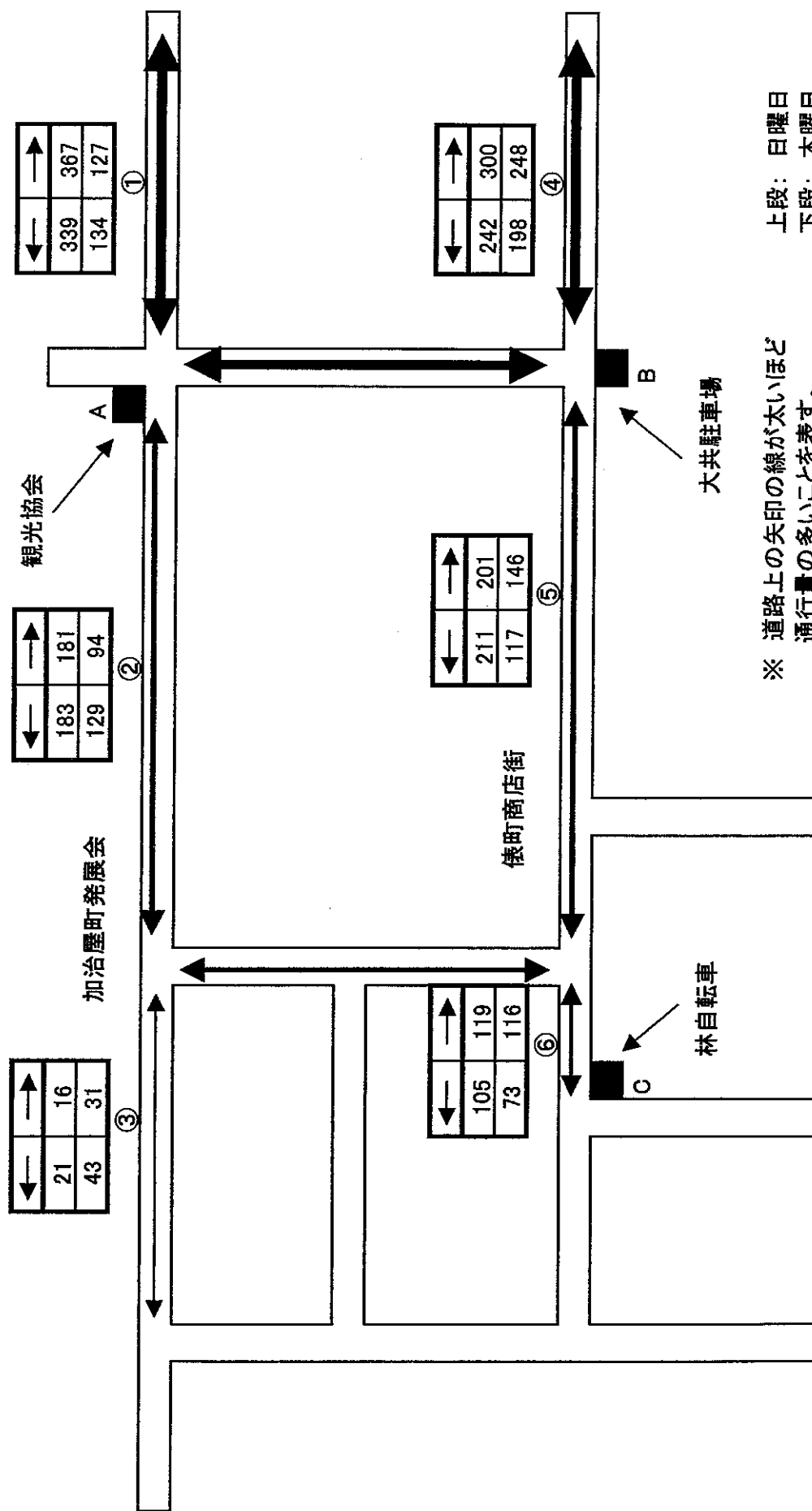
		時間帯	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	合計
今井家方向	→	地点 ①	12	10	31	19	22	14	19	127
観光協会方向	←		10	10	26	26	19	29	14	134
		計	22	20	57	45	41	43	33	261
観光協会方向	→	地点 ②	7	10	7	19	17	12	22	94
願念寺方向	←		7	0	19	43	19	17	24	129
		計	14	10	26	62	36	29	46	223
観光協会方向	→	地点 ③	10	0	0	2	0	14	5	31
信州屋本店方向	←		10	17	0	0	2	12	2	43
		計	20	17	0	2	2	26	7	74
小坂家方向	→	地点 ④	53	38	38	43	24	26	26	248
俵町駐車場方向	←		36	38	26	26	27	2	43	198
		計	89	76	64	69	51	28	69	446
大垣共立銀行方向	→	地点 ⑤	36	14	17	17	14	24	24	146
ぎやらりい山田家方向	←		29	19	14	7	12	19	17	117
		計	65	33	31	24	26	43	41	263
大垣共立銀行方向	→	地点 ⑥	14	14	24	17	2	7	38	116
円通寺方向	←		7	17	10	5	10	17	7	73
		計	21	31	34	22	12	24	45	189
		合計	231	187	212	224	168	193	241	1,456

うだつ・目の字通行量(平日) (調査日:平成17年10月6日(木)) 単位:人



- 歩行者（観光）の流れは、うだつの上がる町並みを見ることが主眼であり、  
①地点方向⇄A⇄B⇄④地点方向 のコースを取ることが多い。（次頁図参照）  
 日曜日の通行量を比較すると、②地点の通行量は①地点の約半分となっている。  
 目の字地区全体を回遊させる仕組みが必要である。

# 歩行者通行量調査(歩行者の流れ)





### 第3章 美濃市商業を取り巻く環境変化と課題

美濃市商業の活性化を図るためには、商業の「現状と問題点」を正しく認識し、その内容を分析することによって、改善の基本目標となる「課題」を設定し、それに対する基本的な考え方や方向性を見出すことが重要であり、それをもとに「基本計画」を定め事業化していくことが必要である。

その視点から本章ではこれまでの調査結果を踏まえ、外部環境、内部資源、消費者の意識と購買行動、商店街の特徴、将来市場の予測について分析し美濃市が今後克服すべき課題の抽出を行った

#### 1. 美濃市商業の外部環境の把握

##### (1) 商業を取り巻く有利な条件

自然環境と伝統文化に恵まれ地域に頼らない市場を形成することができる。また高速道路網にも恵まれ広域からの集客も可能である。

##### ① 地域特性

- 清流長良川、板取川が流れ自然環境に恵まれる
- 1300年の伝統を誇る和紙の産地である
- 紙商人の繁栄を残す古い町並み

##### ② アクセス

- 国道156号線が南北に街を縦断し交通のアクセス性は高い
- 市内に美濃インターチェンジがあり東海北陸自動車道と東海環状自動車道へのアクセスがよく広域からの集客が容易

##### ③ 観光

- 「うだつの上がる町並み」は年間15万人の集客力を有す
- 美濃和紙を使った「あかりアート展」は2日間で10万人の集客力を有す
- 清流長良川、板取川を有し、夏の鮎、あまごなど多くの太公望が訪れる

##### ④ 歴史文化

- 美濃和紙とのかかわりが深く、美濃和紙の技術は国の無形文化財に、美濃和紙そのものは伝統工芸品に指定されている

## (2) 商業を取り巻く不利な条件

地域住民を対象とした市場においては、地域間競争の激化、大型店の進出、人口減少と高齢化の進展など既存商圈を縮小させている。

### ① 競合

- 最寄品については関市大型店への購買流出が激しく、市内で購入する場合も大型店のウエートが大きい
- 買回り品については関市を中心に市外の大型店で購入が多く、市内は大型店も含めて購買のウエートが低い
- 地域間競争の激化（美濃市の自市購買依存率は平成9年調査時点で岐阜県内で最も低い部類である）

### ② 住民特性

- 人口は5年前と比べて5%減少している
- 高齢化が急速に進展している

### ③ 交通体系

- 国道156号線の美濃市内交通量は減少している
- 長良川鉄道の乗降客数は市内5駅の総数で定期券以外の利用者は100人/日程度となっている

### ④ 商圈

- 周辺地域への大型店の出店による商店街商圈の縮小  
(大型店の出店により、市内小売業の売り場面積は平成9年から平成14年までに10%増加しており、商店街商圈を圧迫している)
- 狭い一次商圈の範囲  
一次商圈（30%以上依存している市町村）は買回り品では該当地域はなく、最寄品では美濃市と郡上市美並となる

## 2. 内部資源の把握

### (1) 商店街の強みと弱み

豊富な観光資源やイベントがあり、これらの強みを如何に生かすかが商店街活性化のキーとなる。また、消費者意識調査からみるとハード面では駐車場問題、ソフト面では街の楽

しさ・店の新鮮さなどが弱みであり、それらを解消することが必要となる

① 強み

- うだつの上がる町並みなどの豊富な観光資源
- 成長する「あかりアート」
- 近隣住民からの信頼と安心感への評価

② 弱み

- 来街者の減少（平成15年と平成12年で比較すると33%減少）
- 街のコンセプトが不明確
- 核店舗が存在しない（核店舗バローの撤退）
- 駐車場不足
- 閉店時間が早く、不統一
- 多い空き店舗比率
- 俵町以外は組織化が不十分

(2) 個店の強みと弱み

街が古く過去の蓄積から資本形態は充実しており、売上の減少にも対応できる体力がある。  
しかし経営者の高齢化と後継者不足は積極経営の大きな足かせとなっている。

① 強み

- 土地及び店舗の自己所有率が高い（土地80.0%、店舗79.9%）

② 弱み

- 後継者不足（未定を含めると65.3%の後継者が決まっていない）
- 経営者の高齢化（60歳以上が61%を占める）
- 小規模性による経営力不足（従業員2名以下が47.4%を占める）
- 多い消極的な経営方針（現状維持と廃業をあわせると67.3%を占める）

(3) 消費者の意識と購買行動

① 商店街・商店の利用理由

- 近いから

- 顔なじみだから
- 信頼が置ける

② 商店街・商店への不満

- 駐車場不足
- 街の楽しさ不足
- 店の新鮮さ不足
- 空き店舗の増加
- 商店に活気が無い

③ 商店街・商店への期待

- 中規模スーパーの誘致
- 美濃市でしか手に入らない店舗、商品の開発
- 飲食店・カフェの充実
- 閉店時間の遅延

④ 大型店の利用理由

- 品揃えが豊富
- ワンストップショッピングが可能
- 駐車場がある
- ついでに見る商品がある
- 値段が安い

### 3. 商店街を取り巻く問題点

(1) 高度化する顧客の要求

インターネットや情報誌などを活用した顧客の商品知識は高度化しており、経営者の高齢化から顧客以上の商品知識を常に持ち、魅力ある商品やサービスを提供することが困難になり始めている

(2) 大型店の進出による商圏の縮小

増え続ける郊外の大型店は中小店から顧客を奪っており、商店街の商圏は縮小している。これらの条件下で共存するためには大型店との住み分けを行うか新規顧客の開拓による市場の拡大のどちらかを行う必要がある。

### (3) 温度差のある組織（運命共同体）

#### ① 組織力

自分は一生懸命経営しても、やる気の無い店舗のおかげで商店街は沈滞してしまう。商店街の組織力の強化とリーダーシップは運命共同体を発展させる重要な課題である。

#### ② 地権者の協力

後継者が無く空き店舗をそのまま放置すれば商店街を衰退させる。空き店舗の持ち主である地権者の協力を如何に取り付け、地域一体となった街づくりができるかが商店街を発展させる重要な課題である。

## 4. 美濃市商業の特徴づくり

以上のような厳しい環境変化の中で問題点を克服し、商店街や商店が存続発展していくためには明確な戦略のもとに地域の特徴を作り出すことが重要である。あるべき姿としての将来ビジョンと理想と現実を近づけるための短期事業計画の実現こそが重要であり、そのためには消費者の意識や購買行動を的確に把握し商店街全体で調和を図る必要がある。また実現に当たって個店のみで対応することに限界がある場合は商店街組織や行政と一体となって緊急の課題に対応する必要がある。

将来ビジョン作成のポイント
<ul style="list-style-type: none"><li>○ 現状の美濃市の年間販売額と売り場面積の関係から見て商業施設は飽和状態にある</li><li>○ 今後は人口減少と高齢者人口の増加から既存市場での年間販売額の伸びは考えにくい</li><li>○ 観光資源やイベント集客力に恵まれている</li><li>○ 地域密着型と観光客対応型の商店が共存</li><li>○ 弱い商店街組織力</li><li>○ 空き店舗の活用</li></ul>

## 5. 将来市場の予測

商店街等が商業活性化事業を行う場合、ハード面、ソフト面を含め長い年月を必要とすることが多い。しかしその場合、計画立案と実行の間にタイムラグが生じ、計画事態が陳腐化する可能性がある。このことから活性化計画を効率的に展開していく上でも、可能な限り将来市場を予測し、

戦略決定要因として考慮していかなければならない。

#### 将来市場の予測

消費者ニーズ ○利便性志向、簡便化志向 ○安全志向、自然志向、健康志向 ○自己実現志向の高まり ○ワンストップショッピング志向 ○仕事を持つ主婦の増加 ○休日の時間消費志向（買い物＋レジャー） ○生活の簡便化合理化志向 ○低価格志向 ○比較購買行動の高まり ○レジャーの多様化 ○女性の購買決定権の高まり ○高齢者の社会参加意識の高まり	競合面 ○新業態流通業との競合 ○インターネット通販の増加 ○個人輸入等の増加
	アクセス面 ○車社会の定着 ○購買行動の広域化 ○交通網の整備による顧客流出の拡大
	住民特性 ○小規模家族化の進展 ○少子・高齢化の進展

## 6. 美濃市商業の課題

以上の外部環境調査、アンケート調査、ヒヤリング調査、将来予測を踏まえ美濃市商店街の活性化への課題を以下のように設定する。

### (1) 基本課題

- ① 商店街全体のコンセプトの明確化…地域の特長を生かしたコンセプトの設定
- ② 商圏の拡大…大型店との競争ではなく、来街者にとって楽しく特徴ある商業集積の創造

### (2) 事業化課題

- ① コンセプトを具現化する街のゾーニング
- ② 商品力・販売力の強化
- ③ プロモーション能力
- ④ 組織力の強化
- ⑤ 行政および地権者の協力体制（事業者、市民、行政の各々の役割）
- ⑥ 個店の意識改革

## 第4章 タウンおよび商品構成のポジショニング

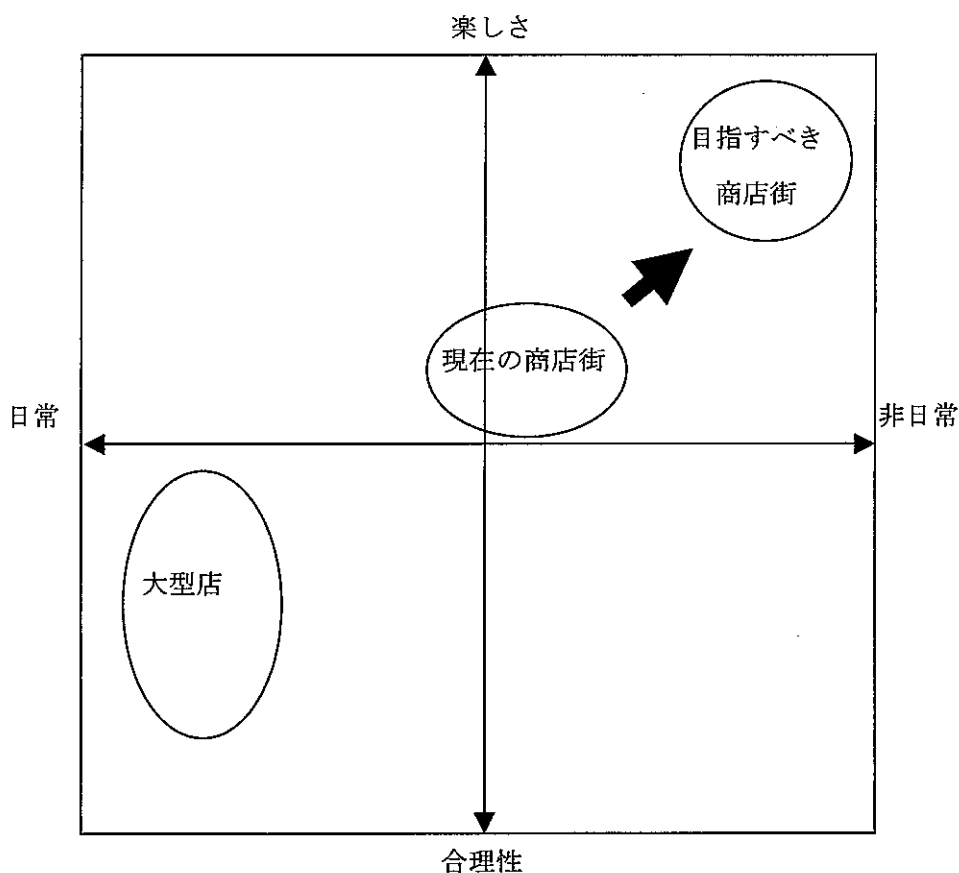
大型店の進出や地域間競争が激化する中で共生するためには商店街自体のポジショニングを明確にし、今後進むべき方向を明確にすることが重要である。この章では商店街全体としての位置付けと取り扱う商品構成について検討することとする。

### 1. タウンポジショニング

大型店との差別化をはかり、地域の限られた購買能力に依存するのではなく広い範囲から集客できる魅力ある街づくりを目指す

- 地域住民を対象にした商店街から、非日常的な楽しさを持つ専門性の高い商店街にポジショニングを変更する（車で1時間程度を商圈に）
- 楽しさを演出するために商店街のゾーニングを行う

<美濃市商店街のイメージマップ>



## 非日常的な楽しさを作り出すゾーニング

来街者の楽しさを演出する	和紙とあかりの強みを生かした	うだつの上がる町並みを中心とした
<b>飲食ゾーン</b>	<b>和紙インテリアゾーン</b>	<b>町並みゾーン</b>
(俵町)	(魚屋町)	(常磐町)

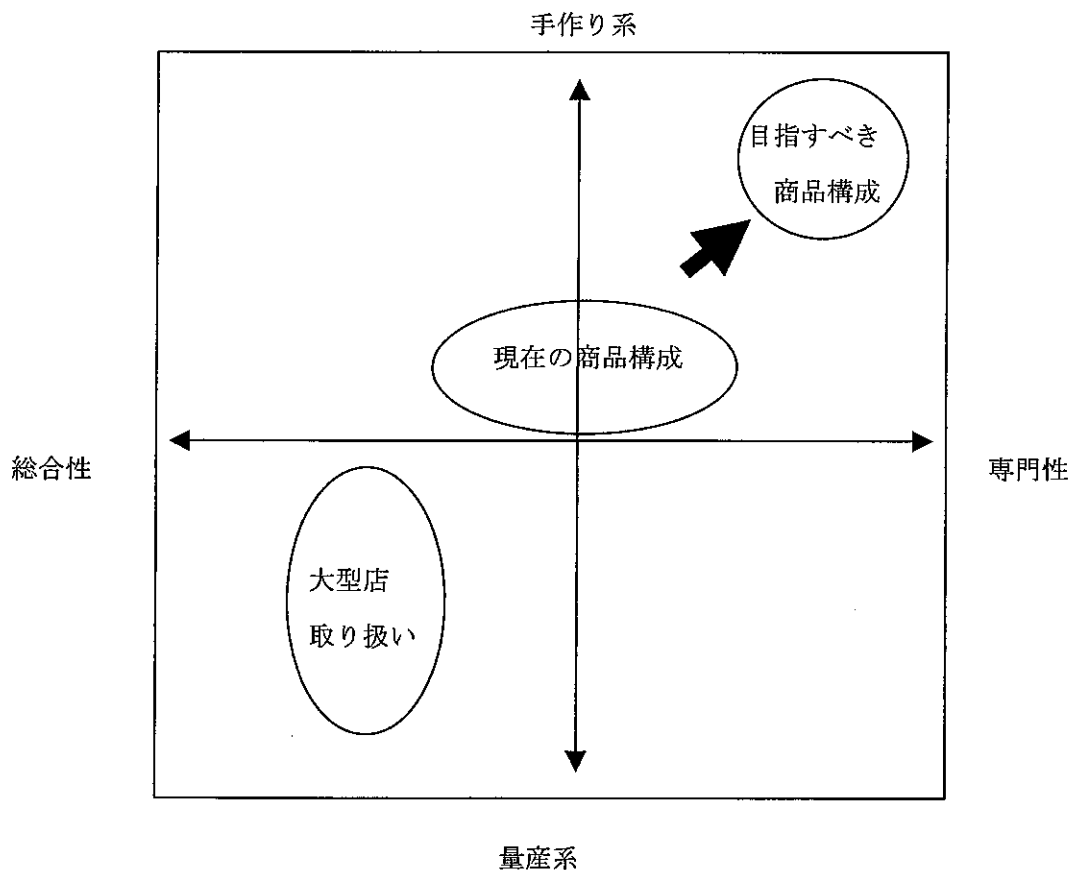
加治屋町、俵町方面への回遊性を高める方策ともなる。(歩行者通行量調査結果より)

## 2. 商品構成ポジショニング

魅力ある街づくりを実現するために、遊び心を取り入れた徹底した手作りを中心に商品を構成する。

- 大型店とはまったく違う地域の特徴を前面に出した商品構成にする
- 手作り商品、地元商品を中心とした創作商品、オリジナル商品を開発し、常に訪れる人々に楽しさを提供できる商品構成にする

### <商店街の商品構成ポジショニング>





## 第5章 美濃市商業活性化構想

### 1. 基本構想

#### (1) 美濃市商業振興のコンセプト

高齢化社会の進展とともに益々高まる時間消費型ショッピングを見据えて、基本コンセプトを以下のものとする。

非日常的な楽しさを持つ専門性の高い商店街

## 「元禄文化の再現」

——元氣の出るまちへようこそ——

美濃市の良いところは、

- 清流長良川、板取川が流れ自然環境に恵まれるとともに、1300年の伝統を誇る和紙産地として有名であること。美濃和紙の技術は国の無形文化財に、美濃和紙そのものは伝統工芸品に指定されている。
- 紙商人の繁栄を残す古い町並み「うだつの上がる町並み」があり、年間15万人の集客力を有していること。また、美濃和紙を使った「あかりアート展」は2日間で10万人の集客力を有していること。
- 市内に美濃インターチェンジ及び東海北陸自動車道と東海環状自動車道とを結ぶジャンクションがあり、広域から美濃市中心部への集客が可能であること。

といえる。こうした地域の特徴を生かした「来街者にとって楽しく特徴のある商業集積」の創造が美濃市商業活性化の唯一の道であり、その条件は整っている。

「元禄文化の再現」を標榜したのは、

- 犬山市に明治村、明智町に大正村、美濃加茂市に昭和村があり、一連の流れとしては江戸村もあるが、美濃市の場合は、生活に根ざした文化が生きていること。
- 江戸時代に花開いた元禄文化と高級な和紙による遊び心が一致すること。
- 景気低迷の折、古きよき時代に思いを馳せ、来街者に明日の活力を与える町であって欲しいという願いを感じさせる町であること。

による。

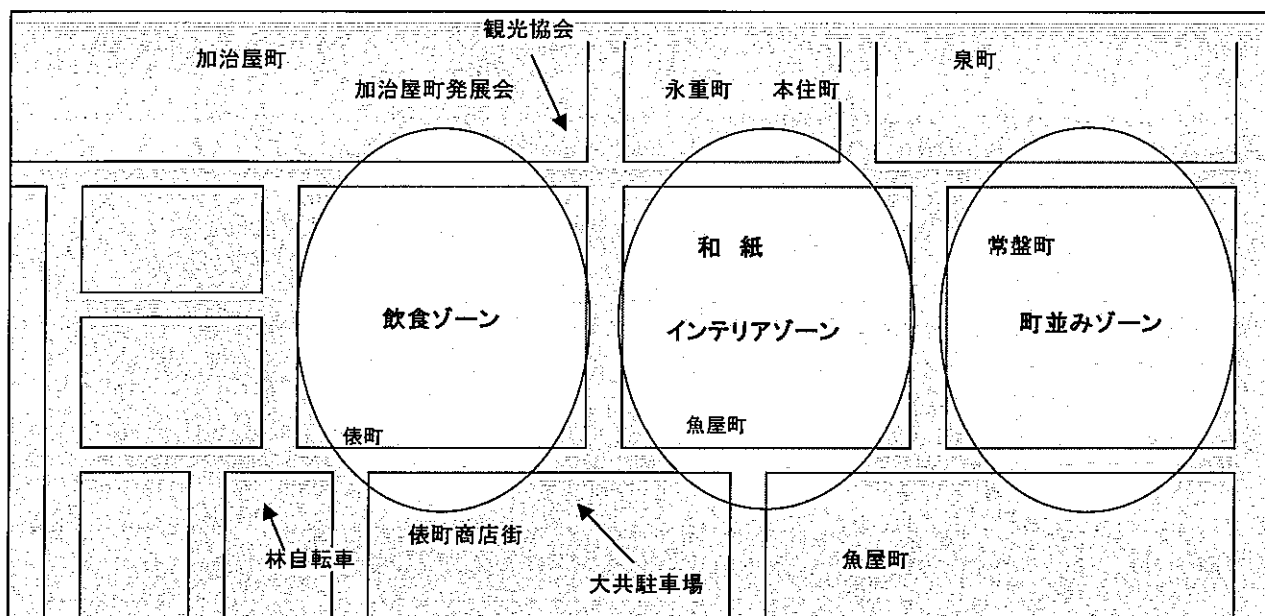
その拠点となるのが目の字地区であり、思い切った発想の転換と市をあげての組織力強化、協力体制構築がキーポイントとなる。

## 2. 具体的商業振興策

### (1) 非日常的な楽しさを作り出すゾーニングをする

目の字地区を下図のように、3つにゾーニングする。

- ① 常盤町界限には多くのうだつのある建物が多くあるので、従来どおりのをうだつの上がる「町並みゾーン」として観光客誘致の目玉とする。
- ② 永重町から魚屋町にかけての界限を和紙とあかりの強みを生かした「和紙インテリアゾーン」とする。土産物を買いたいという観光客のニーズに応えるゾーンがこの領域であり、町並みと連繋して観光客を観光協会方面へ誘うものである。
- ③ 加治屋町から俵町にかけての界限は、観光客への飲食を提供する「飲食ゾーン」とする。日曜日の「歩行者通行量調査結果」の12時～13時の時間帯の通行量が半減することでも分かるように、観光客の昼食タイムとなっている。観光先での飲食は楽しみの1つであり、土産物を買わなくても飲食はする。和紙インテリアゾーンから飲食ゾーンへと観光客の足を向かせる仕組みとなる。



#### 《ゾーニングまでの道程》

ゾーニング形成までには様々な解決すべき問題があり、長い期間を要する。

- 当面は、空き店舗を活用してゾーニング形成をしていく。
- 空き店舗の入居者が定着するには、財務基盤のしっかりした会社を選ぶ必要があり、地元製造業者のアンテナショップとして利用してもらうことを第一に考える。第二は経営革新を目指す企業、第三はモチベーションの高い創業者の順で考えていく。
- インターネットで空き店舗情報を発信する。

## 《効果》

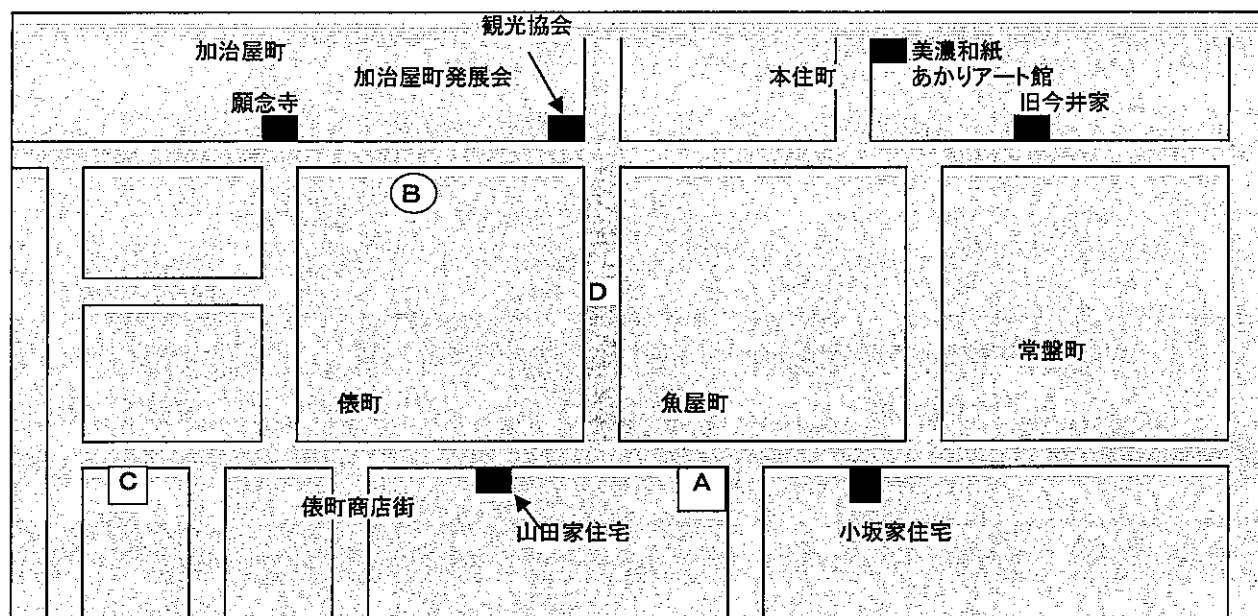
- 目の字地区の回遊性がよくなる。
- 滞留時間が長くなることで売上アップにつながる。
- 同時に3つの楽しみを味わえ、観光客に満足感を味わってもらえる。
- 実態調査でも集客力向上策のトップにあげられている空き店舗活用策となる。

## 〔2〕まちの楽しさを演出する

回遊性を良くし楽しさを演出するには、ハード・ソフト両面の仕掛けづくりが必要である。

### 【ハード面】

- ① A地点には撤退したスーパーの建物が建っているが、ここを駐車場とする。駐車場難を解決するとともに、入口の一部を「ポケット広場」としストリート・パフォーマンスの場として提供する。
- ② B・C地点には、ランドマークを造る。火の見櫓、和服姿の野口五郎（美濃市出身歌手）の像と曲の流れる（太陽電池式）歌碑や元禄絵巻のカラクリ時計などがよい。
- ③ 休祭日はDの通りを「遊歩道」とする。フリーマーケット、ワークショップや屋台で賑わいを創出する。



### 【ソフト面】

- ① スタンプラリーを実施する。「うだつの上がるスタンプラリー（仮称）」は、目の字地区及びその周辺に絞り込んで加盟店を募る。

《スタンプラリーの導入方法》

実行組織をつくる→ラリーの概要を決定→観光名所（番屋、美濃資料館、あかりアート館、町並みギャラリー等）との交渉→加盟店の募集→ラリーマップ（裏面スタンプ押印）、各店スタンプの作成→完走者、半完走者の特典・景品の調達

- ② 美濃の名産品をつくる。「温めるだけで美味しい鮎雑炊」、「地酒を使った酒饅頭」「その場で作れる記念写真入りTシャツ」等、オリジナルな産品の1店1品運動を展開する。
- ③ 旅館は、「入浴のみ可」、「足湯あります」等、観光客向けのサービスを提供する。壁面を富嶽百景等の浮世絵で装飾し、疲れた体を癒すため季節に応じた薬草風呂にするとよい。

《効果》

- 若い観光客の増加
- 商店マップづくり及びリピート客の増加
- まち全体で楽しみを提供できる商品・業種構成

### **（3）まちへの集客力を高める仕掛けづくりをする**

（1）（2）で提言したことは、全て集客力アップにつながるものであるが、その他に以下の点が考えられる。

① 目の字地区商店連合組織をつくり、イベントの大規模化、組織連携強化を図る。

- 大型店利用理由の第1は、「品物が豊富」と「一ヶ所で買物が済む」である。大型店内の販売部門が勝手に休みを取り、閉店時間もマチマチならばこの理由は意味をなさない。消費者が商店街に求めている「休日の統一」は、こうしたことを暗示してくれていることに気づくべきである。
- 仕事を持つ主婦の増加は、仕事帰りに買物をしたい、日曜日にまとめて買物をしたいというニーズであり、「営業時間の延長」と「日曜営業」で応えるべきである。
- 目の字地区が一つのショッピングセンターとの認識に立ってみると、何処で何が買えるか分かりづらい。「商店街案内板」の設置は必修である。

消費者のニーズに応えるためには、目の字地区商店の連携組織が必要である。

② 「美濃和紙あかりアート展」を春秋の年2回又は長期間開催する。

- 「美濃和紙あかりアート展」見物客は年々増加している。年1回（10月の2日間）を2回にしたら、2倍の集客力となると思うがどうだろうか。
- または、愛知万博への出店形態をとれば長期間展示できる。夏休み期間の開催を検討すべきと思う。

③ 旅行会社に滞留時間を長くするよう働きかける。

④ ホームページの書き換えを頻繁に行い、最新情報を提供する。

⑤ 最も効果のある宣伝方法はパブリシティ記事広告であり、これを有効に使う。

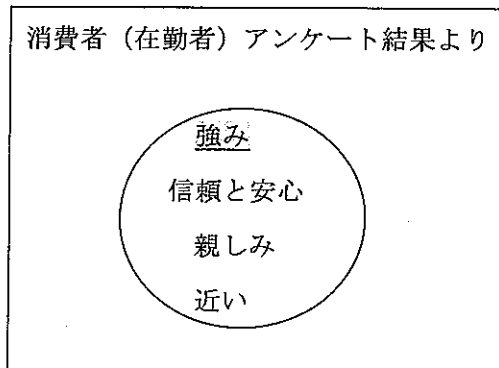
### 3. 個店の対応

#### (1) 個店の得意とする部分を強化する

在勤者アンケートの商店街・商店に対する意識の中で「良い」が「悪い」を上回っているのは、「信頼と安心」、「親しみ」である。

大型店の利用理由の中では、「特売・安売りがあ  
る」、「セルフサービスで気楽」、「品質・鮮度が良  
い」、「買物以外の楽しみ」の理由は意外と低い

得意分野の商品知識を高め専門店化すること、  
親切な対応とアドバイスで顔の見える関係を築くことである。



#### (2) 街区の共同事業・集客力向上策に積極的に協力する

景気回復基調にあり、金利が低い（岐阜県中小企業高度化事業資金0.8%等）時期に必要な設備投資するのは得策である。

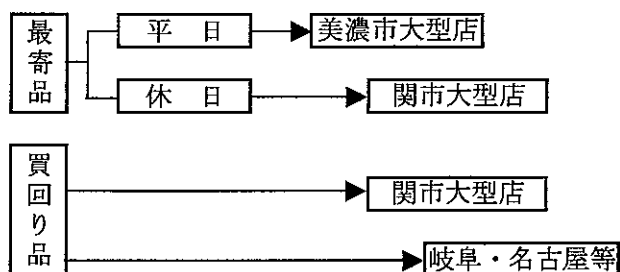
共同事業には積極的に参加して街区全体の集客力向上に努めることが、自店の売上増加になるとの認識に立つことである。

#### (3) 専門性を重視した個店の経営革新を図る

在勤者の帰宅時買物場所は、スーパーSC  
36.7%、美濃ジャスコ32.8%、美濃市内商店  
6.8%で76.5%を占める。最寄品のまとめ買  
いは関市大型店、日々の買物は美濃市大型店  
であり、買回り品は関市大型店53.2%、その  
他大型店37.9%、美濃市大型店11.9%、美  
濃市外商店13.9%、美濃市内商店5.1%、通  
販5.1%といった構図である。

美濃市商業・商店街は、個店の専門性を重  
視した経営転換、経営革新を図っていく必要  
がある。

【在勤者の買物行動】



## おわりに

美濃市中心市街地は、江戸時代初期に行われた町割を残した「うだつの上がる町並み」が形成され、魅力のある街区となっています。平成11年5月に国の重要伝統的建造物群保存地区に選定され、建造物の修理修景事業がスタートしました。平成15年12月には電線類地中化事業が完成し、行政と地域が一体となって景観保護に取り組んでいます。平成17年8月24日には美濃和紙あかりアート館がオープンし、先ごろ観光会館の改築が行われています。

また、平成17年10月開催の「美濃和紙あかりアート展」も12回を数え、年々観光客が増加しています。今回の調査でも、商業者は、観光客対策が「まちの賑わいを創出」し、来店客数を増加させるための有効な手段と考えていることがわかりました。

うだつの上がる町並みは岐阜県民の宝であり、(社)中小企業診断協会岐阜県支部としても地場産品づくり、商店・商店街診断、創業・経営革新支援、IT活用支援など協力関係を築いて大いに支援していきたいと思えます。

なお、この調査報告書が、今後の美濃市商業者の活動と地域振興の一助となれば幸いです。

おわりに、この調査研究にあたり、長期間にわたりご協力を賜りました関係各位に厚くお礼申し上げますとともに、美濃市がますます発展されますことをお祈り申し上げます。

平成18年1月

社団法人 中小企業診断協会 岐阜県支部

## 参 考 资 料

乗用車保有状況（軽乗用車を含む）

		平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
美濃市	保有乗用車数	13,358	13,571	13,789	13,975	14,090
	世帯当り台数	1.81	1.83	1.85	1.87	1.88
関市関	保有乗用車数	40,756	41,907	43,161	43,976	44,989
	世帯当り台数	1.69	1.70	1.72	1.74	1.76
郡上市八幡	保有乗用車数	7,848	7,998	8,148	8,314	---
	世帯当り台数	1.44	1.46	1.49	1.52	---

単位：台数

資料：（社）岐阜県自動車会議所

人口・世帯数の推移

2

単位：人

		平成10年	平成11年	平成12年	平成13年	平成14年	平成15年	平成16年
岐阜県	人口	2,105,973	2,108,530	2,109,147	2,109,804	2,109,013	2,109,185	2,106,917
	世帯数	656,551	664,983	672,234	679,490	687,089	694,599	701,408
美濃市	人口	25,850	25,720	25,507	25,253	25,023	24,734	24,511
	世帯数	7,303	7,366	7,384	7,418	7,442	7,463	7,495
関市関	人口	73,847	74,301	74,488	75,121	75,635	75,978	76,422
	世帯数	23,190	23,656	24,082	24,619	25,055	25,264	25,602
郡上市八幡	人口	16,915	16,810	16,541	16,419	16,279	16,068	---
	世帯数	5,474	5,496	5,458	5,474	5,456	5,460	---

資料：住民基本台帳



# 山車からくり人形と 花みこし乱舞・仁輪加競演会



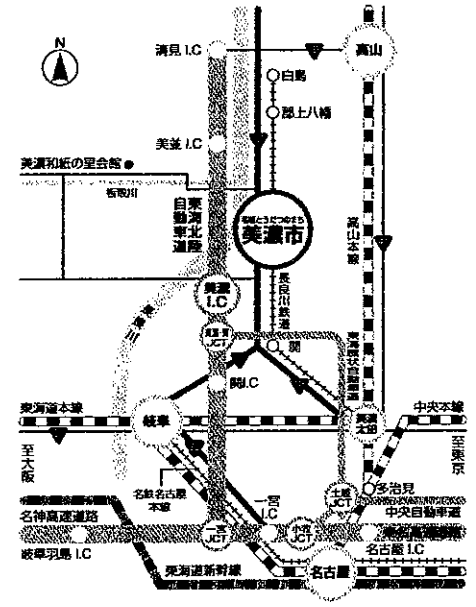
江戸時代からの古式を受け継いでいる神事行列で代表される県指定文化財の5輛の山車を重要伝統的建造物群保存地区区内で曳き揃え、からくり人形の上演をします。また、花みこし3基がうだつの町を練り歩きます。美濃流し仁輪加の上演もあります。

- からくり人形上演** 布袋車(吉川町)・鞆車(常盤町)・聖王車(新町)・舟山車(相生町)・三輪車(殿町)  
 ① 13時30分～ ② 15時～
- 花みこし乱舞**  
 ① 13時～ ② 14時30分～ ③ 15時30分～
- 仁輪加競演会(会場/加治屋町駐車場)**  
 15時頃～17時

※雨天時は美濃市文化会館で行います。(からくり人形、仁輪加上演)

## 交通のご案内

- 東海環状自動車道 —— 土岐JCTから美濃・関JCTまで25分
- 東海北陸自動車道 —— 一宮JCTから美濃ICまで30分
- 名古屋から —— 高速特急バス高速名古屋八幡線 美濃まで1時間11分
- 新岐阜から —— 高速特急バス高速岐阜八幡線 美濃まで35分
- JR岐阜駅から —— JR高山本線 美濃太田駅まで25分 乗りかえ長良川鉄道 美濃市駅まで30分



工業製品出荷額等と商業年間販売額

単位：百万円

		平成9年	平成11年	平成14年
美濃市	工業製品出荷額等	105,887	99,429	100,975
	商業年間販売額	27,215	26,524	21,869
関市関	工業製品出荷額等	264,714	236,887	243,897
	商業年間販売額	170,455	176,821	140,131
郡上市八幡	工業製品出荷額等	22,215	19,960	15,253
	商業年間販売額	31,225	38,415	31,695

資料：工業統計調査、商業統計調査

産業別就業者数の状況

33

単位：人

	総数	第1次産業		第2次産業		第3次産業	
		就業者数	構成比%	就業者数	構成比%	就業者数	構成比%
美濃市	平成7年	13,808	2.5	7,607	55.1	5,857	42.4
	平成12年	12,896	2.1	6,876	53.3	5,732	44.4
関市関	平成7年	38,452	3.1	19,119	49.7	18,131	47.2
	平成12年	39,501	2.3	18,764	47.5	19,799	50.1
郡上市八幡	平成7年	8,818	3.4	3,834	43.5	4,685	53.1
	平成12年	8,184	3.9	3,207	39.2	4,660	56.9

資料：国勢調査

小売業の推移

単位：人、百万円、㎡

	平成9年				平成11年				平成14年			
	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積
岐阜県	25,927	122,320	2,369,758	2,393,115	25,682	133,209	2,328,970	2,496,932	23,866	134,118	2,186,860	2,738,157
美濃市	318	1,189	18,477	24,299	313	1,303	17,213	25,584	296	1,336	16,064	26,211
関市関	873	4,441	88,937	84,781	893	5,007	88,578	92,041	867	5,318	83,959	99,362
郡上市八幡	382	1,344	21,657	20,364	362	1,378	22,110	20,525	320	1,255	18,150	24,236

資料：商業統計調査

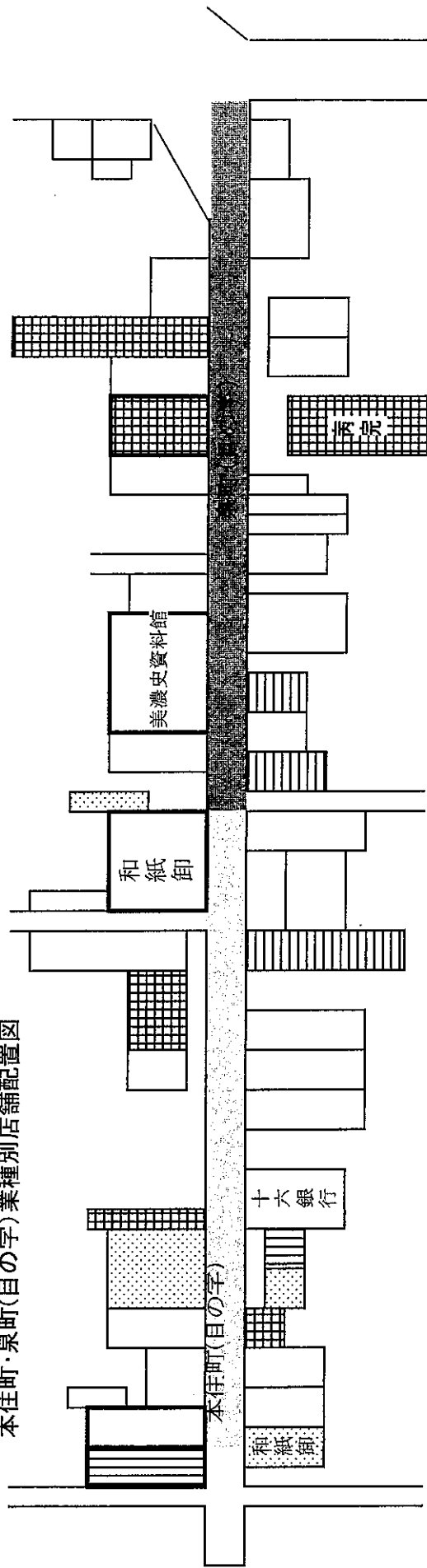
卸売業の推移

単位：人、百万円

	平成9年				平成11年				平成14年			
	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積	商店数	従業者数	年間販売額	売場面積
岐阜県	7,683	62,370	3,774,113	8,738	7,977	66,807	3,796,170	9,312	7,043	57,086	3,047,157	5,804
美濃市	51	346	8,738	8,738	62	400	9,312	9,312	53	262	5,804	5,804
関市関	244	1,408	81,518	81,518	251	1,591	88,242	88,242	235	1,371	56,172	56,172
郡上市八幡	46	205	9,568	9,568	50	274	16,306	16,306	51	308	13,544	13,544

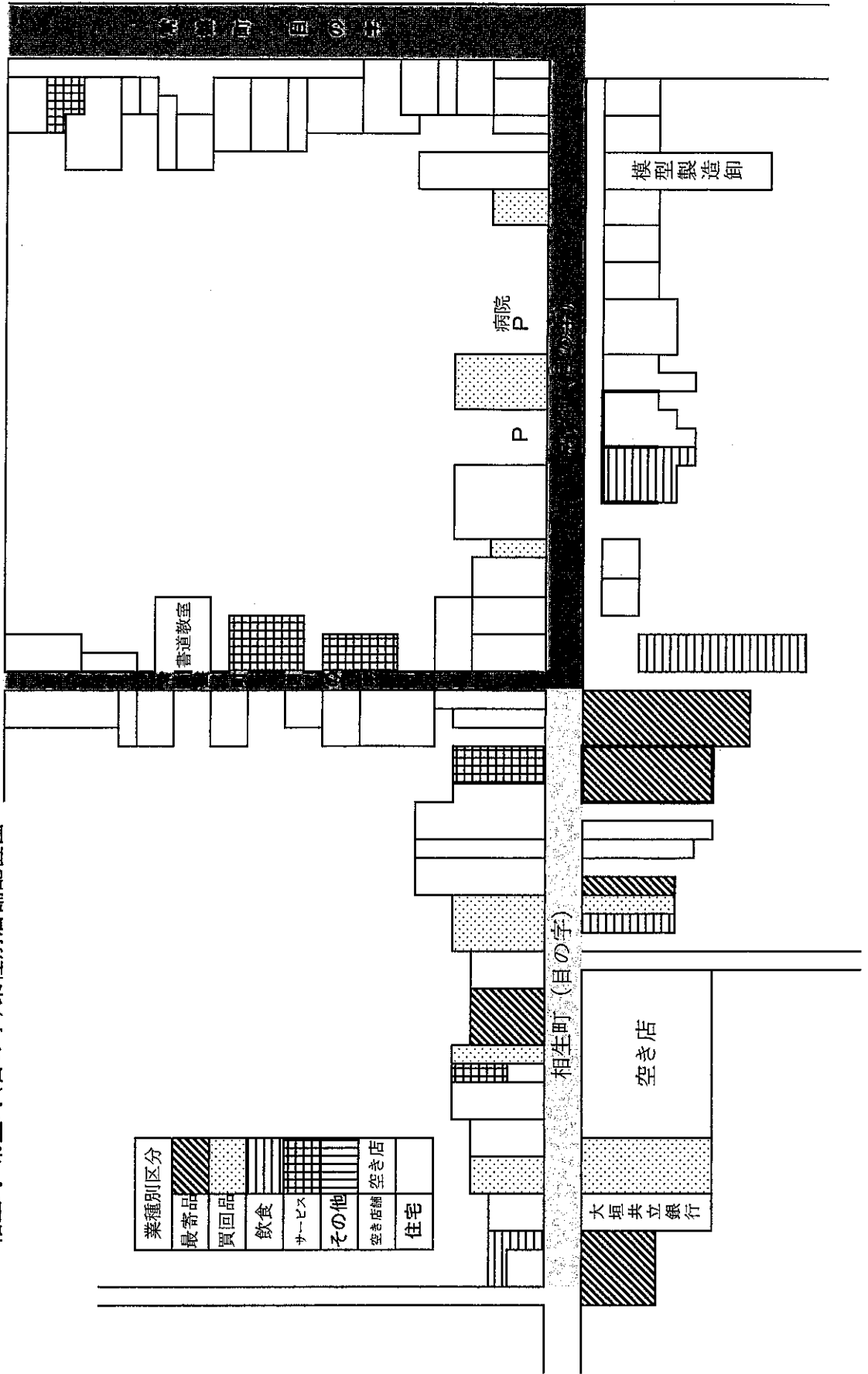
資料：商業統計調査

本住町・泉町(目の字)業種別店舗配置図



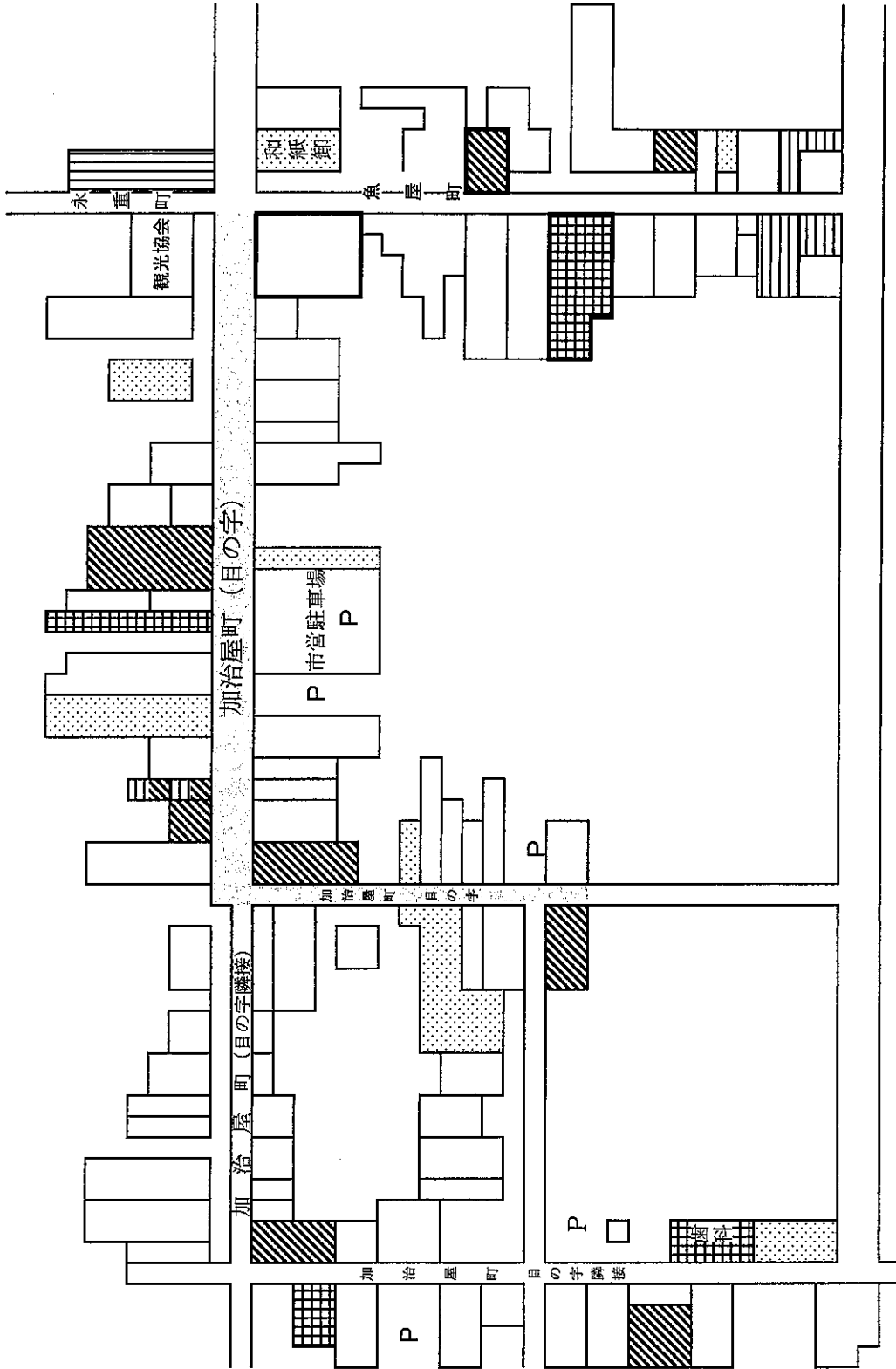
業種別区分	
最寄品	(Diagonal hatching pattern)
買回品	(Dotted pattern)
飲食	(Horizontal hatching pattern)
サービス	(Vertical hatching pattern)
その他	(Grid pattern)
空き店舗	(White box)
住宅	(White box)

相生町・常盤町(目の字)業種別店舗配置図

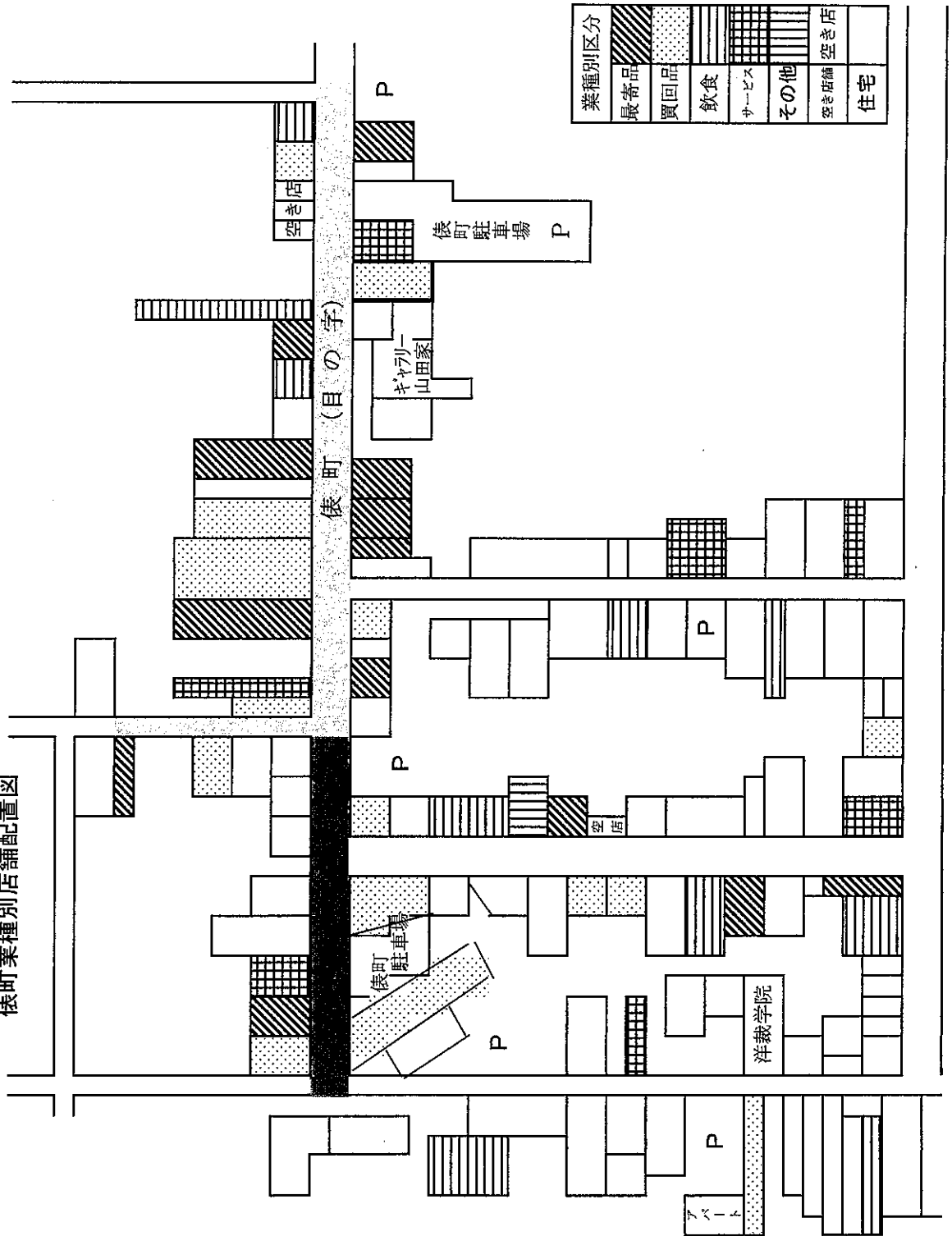


業種別区分
非常品
買回品
飲食
サービス
その他
空き店舗
空き店
住宅

加治屋町・魚屋町・永重町「目の字」及び「目の字隣接」業種別店舗配置図



俵町業種別店舗配置図



業種別区分	最寄品	買回品	飲食	カーピス	その他	空き店舗	住宅

アンケート調査結果比較表

消費者アンケート結果

商店経営実態調査

〈問題点〉

個店 経営上の問題点	
来店客の減少	65.3%
売上不振	55.8%
経費の増加	23.2%
大型店の影響	21.2%
従業員の高齢化	16.8%
今後3年間の見通し	
(やや)よくなる	16.9%
(やや)悪くなる	50.5%

商業・商店街の問題点	
商圏人口の減少	57.9%
空き店舗の増加	37.9%
後継者不足	30.5%
集客施設・有力店舗がない	30.5%
周辺商業施設・大型店との競合	25.3%
駐輪・駐車場不足	22.1%
若い世代の参加がない	21.1%
観光資源が活かし切れていない	20.0%
商店街の組織力がない	15.8%
不足業種が多い	15.8%
店主の連帯意識の欠如	14.7%
リーダーが育っていない	10.5%
将来ビジョン欠如	9.5%
消費者の声の把握	6.3%
ベンチ・トイレ等の不足	6.3%
財源不足	5.3%
共同事業のマン初化	2.1%
他商店街に押し寄せ気味	2.1%
ITの活用不十分	1.1%

今後の経営方針	
(積極派)	
接客サービス改善	29.5%
店舗拡張	12.6%
専門店化	9.5%
外販の強化	9.5%
(消極派)	
現状維持	56.8%
廃業	10.5%

効果のあった商業活性化策	
電線地中化	57.9%
うだつのあるまち	45.3%
あかりアート展	73.7%
美濃まつり	44.2%
プレミアム商品券	34.7%
空き店舗活用	27.4%

集客力向上策	
空き店舗の活用	48.4%
駐車・駐輪場整備	38.9%
伝統的町並みの保存	37.9%
不足業種の誘致	24.2%
ベンチ・トイレの整備拡充	15.8%
営業時間の延長	14.7%
商店案内板の設置	11.6%
交通規制	10.5%
町歩きツアーガイド整備	10.5%
カルチャーセンター等の設置	10.5%
会員意見交換・研究会	9.5%
フリーマーケットの開催	8.4%
プレミアム商品券発行増加	8.4%
共同宣伝活動	8.4%
共同イベントの開催	8.4%
インターネットコーナーの設置	8.4%

今後力を入れてほしい事業	
空き店舗対策	37.9%
地場産品づくり	32.6%
観光客誘致	27.4%
駐車・駐輪場の整備	25.3%
町並みの保存事業	24.2%
事業資金の支援	15.8%
休憩所・トイレの整備	13.7%
商店・商店街診断	11.6%
創業・経営革新者支援	10.5%
IT活用支援	7.4%

美濃市商店街のあるべき姿

商店街・商店に対する意識

【良い】	消費者	在勤者	【悪い】	消費者	在勤者
イメージ					
信頼と安心	41.2%	13.6%	駐車場に困る	54.9%	57.6%
店舗立地	33.5%		閉店時間	36.5%	42.4%
			街の楽しさ	30.0%	32.8%
			入店のしやすさ	24.9%	33.3%
接客サービス					
親しみ	39.9%	15.3%	特典サービス	26.2%	20.9%
アドバイス・商品説明	32.2%		アドバイス・商品説明		27.7%
苦情対応・アフターサービス	25.3%		苦情対応・アフターサービス		18.6%
言葉使い	7.3%		言葉使い		7.9%
商品内容・販売方法					
配達	39.1%		ほしい商品	54.9%	67.2%
鮮度・品質	15.9%		POP・情報	50.2%	45.2%
			イベント特売	43.3%	28.2%
			特典	42.1%	27.7%
			1ヶ所での買物	36.1%	40.7%
			選びやすさ	22.7%	30.5%
			値段	18.0%	24.3%

買物場所

	消費者	在勤者
美濃市内商店	33.2%	10.3%
大型店	30.8%	21.8%
関市大型店	24.1%	42.5%
美濃市外商店	13.3%	14.2%
その他大型店	10.2%	19.6%

在勤者の帰宅時買物場所

	在勤者
サビーSC	36.7%
美濃ジャスコ	32.8%
マルキ	11.9%
パロー緑ヶ丘	9.6%
マーゴ	9.6%
美濃市内商店	6.8%

美濃市内での飲食

頻度	消費者	在勤者
よく利用する	12.0%	5.1%
ときどき利用する	60.9%	48.6%
ほとんど利用しない	22.3%	45.2%
店舗数		
十分ある	9.9%	5.1%
不足、やや不足している	70.8%	54.3%

商店街・商店へのアクセス手段

	消費者	在勤者
自家用車	44.2%	57.6%
徒歩	33.9%	2.3%
自転車・バイク	9.9%	3.4%

商店街・商店の利用理由

	消費者	在勤者
近いから	57.9%	31.1%
顔なじみだから	34.3%	13.6%
信用がおけるから	23.2%	2.8%
品質・鮮度がよいから	17.6%	4.0%
値段が安いから	6.9%	2.8%
配達してくれるから	6.9%	1.1%
買物以外の楽しみ	3.4%	1.7%

大型店の利用理由

	消費者	在勤者
品物が豊富	54.5%	40.7%
1ヶ所での買物が済む	51.1%	40.7%
駐車場がある	37.3%	26.0%
近いから	36.5%	40.7%
ついでに見る商品がある	19.7%	14.7%
値段が安い	18.5%	16.4%
特売・安売りがあがる	18.0%	7.3%
セルフサービスで気楽	14.6%	3.4%
ポイントカードがある	14.2%	11.3%
品質・鮮度がよい	12.0%	7.9%
買物以外の楽しみ	8.6%	7.9%
顔なじみ	3.0%	0.6%
信用がおける	2.1%	3.4%
配達してくれる	1.3%	

大型店へのアクセス手段

	消費者	在勤者
自家用車	80.3%	86.4%
徒歩	4.3%	1.7%
自転車・バイク	7.3%	2.3%

商店街に対する要望事項

施設・設備	消費者	在勤者	店舗	消費者	在勤者
トイレ	24.0%	26.0%	中規模食品スーパー	39.1%	32.8%
街路灯	22.3%	6.8%	有名専門店	29.2%	33.3%
商店街案内板	16.3%	17.5%	カルチャーセンター	16.3%	12.4%
歩車道分離	16.3%	12.4%			
休憩所	15.9%	18.1%			
イベント広場	9.0%	15.3%			

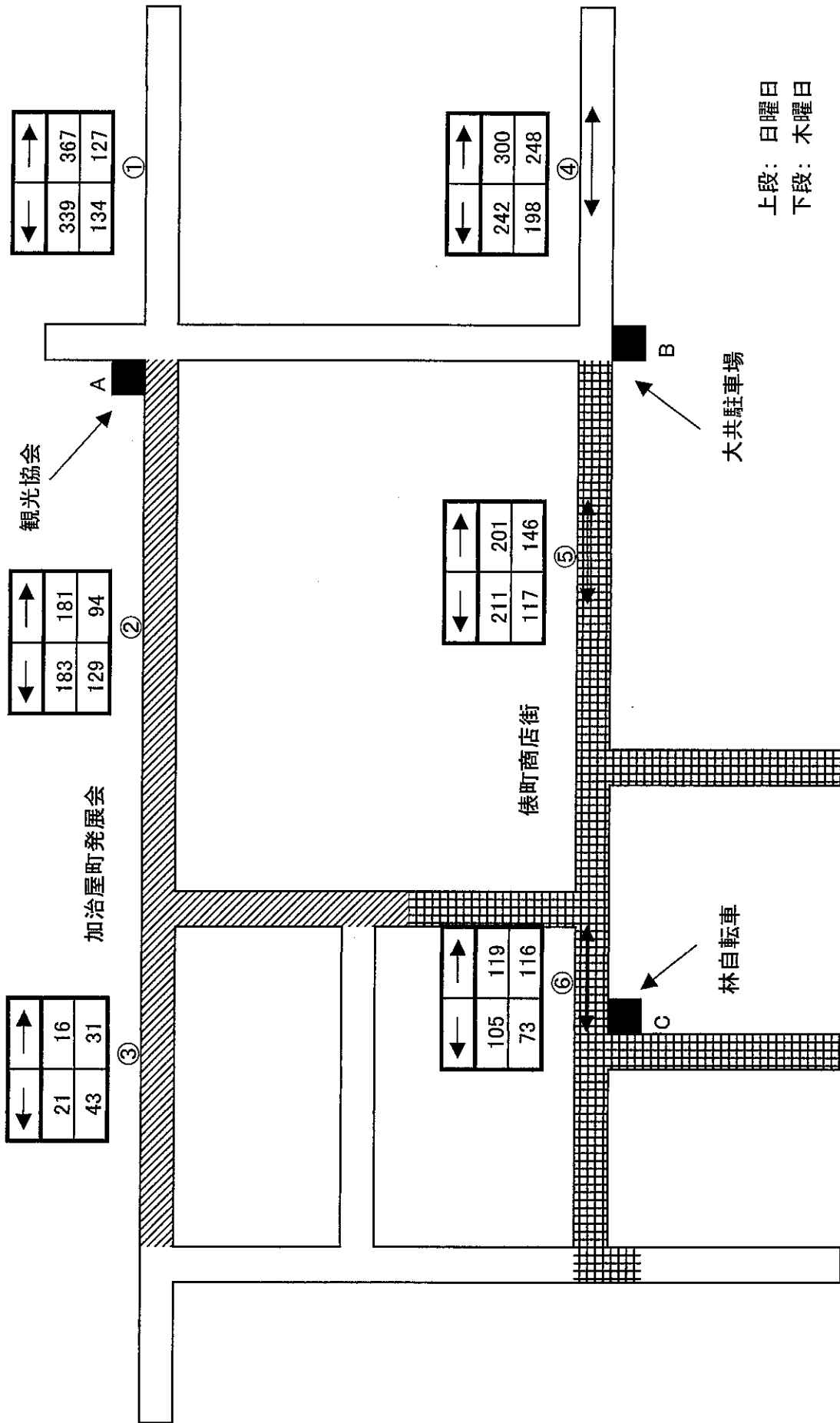
- ・ベビー用トイレ・おむつ替えできる場所
- \*広い駐車場
- \*道路案内(北海道ニセコ町)

- ・きれいな飲食店・コーヒー店
- ・風呂
- ・酒ディスカウント店
- ・フリーマーケット
- \*美濃独自の専門性のある店

- ・観光客の取り込みのできるまちづくり
- ・日曜営業をしてほしい
- ・休日の統一
- \*地元の人を大切にされた対応
- \*名物をつくる



歩行者通行量調査結果 10月2日(日曜日)及び10月6日(木曜日)



# 歩行者通行量調査結果

調査日 平成17年10月2日(日) 天気:曇り

調査時間 10:00~17:00

調査地点 ① 十六銀行前  
② めだかの学校前  
③ 平田登記所前

④ 大垣共立銀行前  
⑤ はとタクシー前  
⑥ 林自転車横駐車場前

	時間帯	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	合計
今井家方向 ↗ ↖	地点 ①	10	24	31	55	72	110	65	367
	計	24	82	41	122	142	168	127	706
									0
観光協会方向 ↗ ↖	地点 ②	14	14	10	19	50	48	26	181
	計	33	43	15	55	91	77	50	364
									0
観光協会方向 ↗ ↖	地点 ③	5	2	0	2	0	7	0	16
	計	7	2	0	7	0	7	14	37
									0
小坂家方向 ↗ ↖	地点 ④	41	70	22	62	60	31	14	300
	計	79	89	44	115	103	55	57	542
									0
大垣共立銀行方向 ↗ ↖	地点 ⑤	24	38	36	17	31	26	29	201
	計	58	50	41	53	81	57	72	412
									0
大垣共立銀行方向 ↗ ↖	地点 ⑥	10	14	29	19	14	26	7	119
	計	29	33	48	31	33	31	19	224
	合計	230	299	189	383	450	395	339	2,285

# 歩行者通行量調査結果

調査日

平成17年10月6日(木)

天気:快晴

調査時間

10:00~17:00

調査地点

- ① 十六銀行前
- ② めだかの学校前
- ③ 平田登記所前
- ④ 大垣共立銀行前
- ⑤ はとタクシー前
- ⑥ 林自転車横駐車場前

	時間帯	10時	11時	12時	13時	14時	15時	16時	合計
今井家方向 ↗ ↖	地点 ①	12	10	31	19	22	14	19	127
	計	10	10	26	26	19	29	14	134
		22	20	57	45	41	43	33	261
観光協会方向 ↗ ↖	地点 ②	7	10	7	19	17	12	22	94
	計	7	0	19	43	19	17	24	129
		14	10	26	62	36	29	46	223
観光協会方向 ↗ ↖	地点 ③	10	0	0	2	0	14	5	31
	計	10	17	0	0	2	12	2	43
		20	17	0	2	2	26	7	74
小坂家方向 ↗ ↖	地点 ④	53	38	38	43	24	26	26	248
	計	36	38	26	26	27	2	43	198
		89	76	64	69	51	28	69	446
大垣共立銀行方向 ↗ ↖	地点 ⑤	36	14	17	17	14	24	24	146
	計	29	19	14	7	12	19	17	117
		65	33	31	24	26	43	41	263
大垣共立銀行方向 ↗ ↖	地点 ⑥	14	14	24	17	2	7	38	116
	計	7	17	10	5	10	17	7	73
		21	31	34	22	12	24	45	189
合計	231	187	212	224	168	193	241	1,456	