

高知市街路市活性化構想



平成 27 年 3 月

高知市 産業政策課

第1章 はじめに	1
1. 街路市活性化構想策定の背景と目的	1
2. 街路市のこれまでの取組み	1
3. 街路市活性化構想のめざすところ	5
4. 街路市活性化の視点	6
第2章 街路市の現状	7
1. 街路市の概要	7
2. 街路市の現状	10
第3章 街路市の魅力と課題	30
1. 街路市の魅力	30
2. 街路市活性化に向けた課題	35
第4章 活性化に向けた基本方針と取組み	41
1. 施策の体系	41
2. 基本理念	43
3. 活性化に向けた基本方針と取組み	45
第5章 活性化の実現に向けて	56
1. 構想の推進体制	56
2. 対応施策と実施体制	57
3. 構想の検証・評価	60

■アンケート調査.....	62
1. アンケート分析調査（A）.....	63
2. 通行量調査（B）.....	78
3. 日曜市利用者アンケート調査（C）.....	84
4. 出店者アンケート（D）.....	89
5. 若者アンケート調査（E）.....	92
6. 観光事業者アンケート（F）.....	96
7. 出店者間口拡大・継続希望等調査.....	100
■街路市活性化推進委員会.....	103
1. 街路市活性化推進委員会名簿.....	103
2. 街路市活性化構想策定の経緯.....	104
3. 街路市活性化推進委員会要綱.....	105
■その他.....	106
・視点別の課題・取り組みシート.....	106
・施策の体系図.....	111

第1章 はじめに

1. 街路市活性化構想策定の背景と目的

高知市では、平成16年度に日曜市基本調査、平成17年度には日曜市の経済波及効果分析調査を実施し、その結果を踏まえ、平成18年度に高知市街路市活性化構想を策定しました。その後、出店番号を表示したマップ付きのパンフレットの作成やFacebookを活用した情報提供、大学生と協力した休憩所の設置等、構想におけるさまざまな取組みを行ってきました。

しかし、構想策定から約10年を迎えますが、日曜市をはじめとする街路市において、出店者の高齢化、後継者不足、地元客減少などの傾向は弱まる様子を見せることなく、現在に至っています。

この危機的な状況からの脱却を図るため、平成18年度街路市活性化構想策定時における街路市の課題や実施してきた取組みの内容を踏まえ、利用者、出店者、観光客、その他さまざまな視点における街路市の魅力や課題を再整理し、土佐の街路市の方向性を明確にするため、新たな構想を策定することとしました。

2. 街路市のこれまでの取組み

(1) 過去の街路市に関する検討

街路市を取り巻く環境の変化や課題に対応するために、これまでも幾度か検討組織が立ち上げられています。その主なものは以下のとおりです。

○昭和39年6月29日答申（『高知市日曜市調査協議会』）

- ・青空市反対運動（昭和34年）後、警察から「場所再検討」の再三の要請があり、日曜市存続の是非・日曜市移転の可否・日曜市運営の正常化について協議
- ・日曜市、他の街路市とも交通事情から縮小の方向を提言

○昭和49年3月答申（『高知市街路市問題懇談会』）

- ・都市化、モータリゼーションの進展への対応
- ・交通問題・流通問題・観光問題等について協議
- ・生産者主体の必要性とともに周辺新興市街地への分散・新設、特に土曜市、金曜市の移転を提言

○昭和62年2月答申（『高知市街路市問題懇話会』）

- ・各曜市の立地条件・交通問題等で提起されている課題について協議
- ・生産者の出店が減少しており、出店の促進を図ること等を提言

○平成10年12月25日答申（『高知市街路市問題検討委員会』）

- ・街路市の将来方向を検討
- ・生活市としての性格付けを明確にし、生産農家の割合を75%まで高めることを提言

- ・土曜市の廃止・移転の意見書を提出

○平成19年3月答申（『高知市街路市活性化構想策定委員会』）

- ・各種調査により、利用者・出店者等の状況を把握
- ・現状の街路市の課題を整理
- ・街路市活性化のための具体的な取組みや各組織の役割を提言

（2）平成18年度街路市活性化構想を踏まえた取組み

平成18年度街路市活性化構想では、街路市の魅力と街路市の役割を整理し、その結果を元に街路市の活性化に向けた方針と取組みを設定しています。活性化に向けた方針は

A：地元利用者を呼び戻すとともに県外利用者を増やす

B：後継者や新規出店者など出店者を確保する

C：出店者を中心に街路市活性化推進体制を確立する

の3つであり、それぞれの方針に対し対応する取組みがあります。

表 1.1.1－活性化のための取組み

方針	取組み	進捗状況と課題
A	・パンフレットの作成，シンボルマークの作成，日曜日住所表示，日曜日情報の提供	・出店番号を表示したマップ付きの春夏編，秋冬編のパンフレットを作成
		・日曜日シンボルマークの活用
	・休憩所，駐車場，トイレの整備	・産業政策課サイト内に日曜市のHP及び高知市シルバー人材センターとの連携によって開設したFacebook「とさの街路市」を公開
		・休憩所は県内大学生ボランティアと宅配業者が使用する4小間を設置
B	・出店基準の見直し	・生産農家の割合の再検討を行う
	・売上げ回復の解決策の検討	・検討を継続
	・光熱類の使用の許可基準の見直し	・出店基準とともに見直しを検討する
	・市町村によるイベント出店	・毎週出店している市町があるため，イベント化ではなく定時出店のきっかけとしたい
	・新規出店者の開拓	・広報紙「あかるいまち」での呼びかけや市町村，JA等に募集チラシを配布
C	・街路市活性化推進組織の確立	・出店者組合，街路市活性化推進委員会，市で組織のあり方を検討

(3) 平成 25 年度の取組み

平成 18 年度街路市活性化構想を踏まえ、高知市では街路市活性化のための取組みを行っています。平成 25 年度の取組みについては、①街路市管理運営事業と②街路市活性化推進事業の 2 つの項目について、以下の取組みを実施しています。

■平成 25 年度における街路市活性化に向けた取組み

①街路市管理運営事業

ア) 出店者等管理業務

- ・高知市道路占用規則・街路市占用許可要領に基づき、出店者及び占用料の管理
- ・その他、道路交通法や食品安全に関する各種法令の遵守等の指導・注意喚起

イ) 交通安全等安全管理業務

- ・各曜日における来市者の安全確保のための警備員の配置
- ・日曜市では、警備員及び歩行者保護のための誘導員を大幅に増員して配置

ウ) ゴールデンウィーク対策

- ・日曜市への観光客増加に対応するため、交通安全対策の強化(警備員の配置)

エ) 街路市運営協議会業務

- ・各街路市出店者組合の代表者と、街路市の適正な運営についての協議、連絡調整

オ) 街路市広報の発行・配布

- ・街路市広報「いち版」の発行・配布を通じた出店者への啓発活動とコミュニケーションの推進

カ) 新規出店者の募集

- ・高齢、病気等により年々減少傾向にある出店者の減少に歯止めをかけるため、農協や農業関係者に対して新規出店者募集の協力を要請
- ・県内各市町村のPRを目的とした市町村枠出店者の募集

キ) 街路市出店者講習会の実施

- ・適正な街路市の運営を行うため、全出店者を対象に「街路市出店にかかる決まりごと」、「道路使用」、「防災」、「農薬の適正使用」、「食品衛生、食品表示」、「JAS 法に基づく食品品質表示」について講習(3年に1回開催)

②街路市活性化推進事業

ア) 日曜市パンフレットの活用

- ・日曜市パンフレット「土佐の日曜市<春夏編・秋冬編>」等を活用し、観光宣伝を行うとともに、来市者に配布し観光客等のリピーター化を図る

イ) 日曜市ガイドブックの販売

- ・日曜市ガイドブック「土佐の日曜市<春夏編・秋冬編>」を積極的に配布・販売し、これを活用した日曜市のPR活動

ウ) 市民向け広報

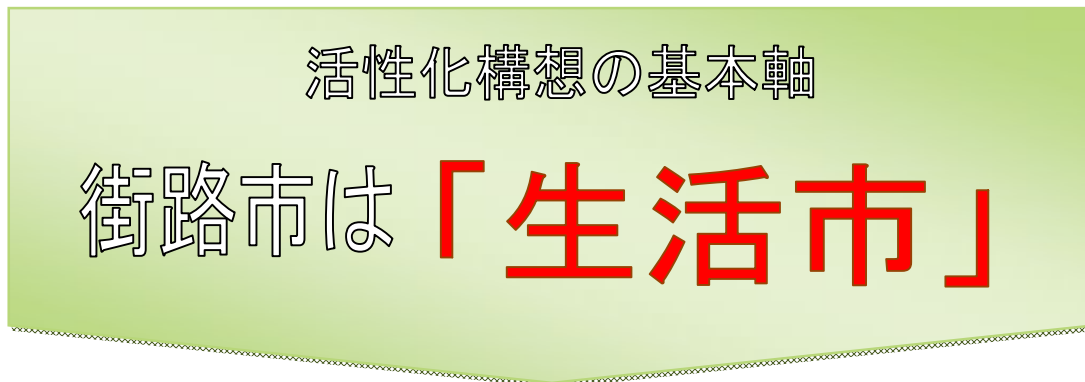
- ・市民向け街路市PRリーフレット「街路市へいこう」を活用し、地元消費者の街路市利用促進
 - ・JA高知市広報誌「グリーンひろば」に出店者募集記事を掲載するとともに、農業関係者の会合等で街路市のPR活動
- エ) 日曜市ポスター
- ・県内客の日曜市への呼び戻しと県外客への日曜市PRを目的として、「日曜市ポスター〈県内版・県外版〉」を作製
- オ) 日曜市学生サポーター事業
- ・大学生グループ「Sunday Market Supporters (SMS)」による「日曜市休憩所兼案内所」の運営や出店者のサポート、イベント開催等の活動に対する支援
- カ) 日曜市協力店事業
- ・日曜市を積極的に活用する飲食店等を「日曜市協力店」として、日曜市パンフレットを利用したPR活動や、来市者への緊急時のトイレ利用についての協力を働き掛け
- キ) 映画「県庁おもてなし課」を活用した日曜市の活性化
- ・全国で公開された同映画のロケ地であることを活用し、観光客を日曜市へ誘引するとともに、市民にも日曜市等の利用促進を図った。
- ク) 「土佐の日曜市」お買い物チケット取扱い協力
- ・高知市内のホテル・旅館を中心とする宿泊施設において4月中旬から9月末まで宿泊されたお客様に、日曜市で利用できる「土佐の日曜市」お買い物チケット(500円分)を配布する宿泊プランに協力し、日曜市の利用促進を図った。
- ケ) シルバー人材センター「とさの街路市活性化事業」への補助
- ・シルバー人材センターの実施する「とさの街路市活性化事業」への補助を行い、連携しながら活性化の推進に努めた。

出典：土佐の街路市の概要(平成26年度版)(高知市産業政策課)

3. 街路市活性化構想のめざすところ

街路市活性化構想は、「生活市」を基本的な軸として、出店者や行政等市（いち）関係者が「自分たちのもの」として捉えられるように作成し、フォローアップ、ローリングしていくものです。

そのために、次のことをめざします。



1. 街路市の長期発展につながる骨太の構想をめざす

街路市の地元利用者、出店者は、社会環境の変化等により減少傾向が続いています。地元利用者や出店者等、関係者にとって魅力のある街路市を創造することにより構造的な減少に歯止めをかけ、街路市の持続的な発展が実現する骨太の構想をめざします。

2. 平成18年度活性化構想を再検証した上で新しい構想に活かす

平成18年度に「街路市活性化構想」を策定し、活性化のための具体的な取組みを挙げています。その結果、実施して効果のあった項目もありますが、検討途中の項目もあります。本構想においては、平成18年度の取組みの内容を再検証し、現在の経済情勢や街路市の傾向等を踏まえながら、反映させていきます。

3. 変わらない課題、新しい課題の解決の方向を見出す

街路市に関する課題は古くから継続している課題もありますが、社会の構造や背景の変化により新たに生じた課題もあります。街路市が「生活市」としての役割を守りながら、これまでに生じたさまざまな新旧の課題の解決方を明らかにします。

4. 街路市活性化の視点

街路市の活性化を図るためには、生活市としての魅力を再発信するために、今後さまざまな対策が必要となってきます。そのため、活性化を図る以下の5つの視点毎に課題や施策を整理して構想を策定します。

視点1：地元利用者

街路市は地元利用者とともに歴史づくられてきました。近年の利用者の減少は、生活スタイルの変化や類似する産直市等が各所に整備されてきたことも考えられますが、「行きたい」と思う魅力が薄れてきていることが考えられます。街路市が「生活市」として活性化するためにも、地元利用者の視点から活性化の方策を検討します。

視点2：観光客

道路交通網の整備や日曜市の知名度向上により、街路市への県外からの観光客が年々増加しています。観光客の増加は、地域経済への貢献や高知の魅力のPRのためにも必要です。観光地として魅力ある街路市となるように、観光客の視点から活性化の方策を検討します。

視点3：出店者

少子高齢化の時代に入り、近年の出店者の減少や高齢化が問題になってきています。その要因はさまざまありますが、活性化のためには街路市運営の主役である出店者の視点は欠かせません。そのため出店者の視点から活性化の方策を検討します。

視点4：景観

土佐の街路市は開設以来300年以上も続いてきた歴史的・伝統文化であり、市民になじみのある風景です。過去には廃止運動もありましたが、この文化を守ろうとする市民の支持により、移転・統合を経て継続してきました。今後も土佐の文化の維持・発展を目標にこの風景・景観を守ることが必要です。そのため、景観の視点から活性化の方策を検討します。

視点5：教育・学び

土佐の伝統文化である「生活市」を継承していくためには、その良さや魅力を次世代の若者に発信していく必要があります。現在はこの文化を伝承する機会が少ないため、若者の街路市離れが進んでいることが考えられます。そのため、「街路市」について学ぶ機会を増やしたり学びのプログラムを整備するために、教育・学びの視点から活性化の方策を検討します。

第2章 街路市の現状

1. 街路市の概要

高知市の街路市は毎週日曜日に開催される日曜市をはじめ、火曜市、木曜市、金曜市が行われています。

日
曜
市



高知のお城下、追手筋にて、早朝から夕方まで、人々の暮らしとともに営まれてきました。歴史は300年以上、総延長距離約1.3kmに渡って軒を連ねる全国でも珍しい大きな街路市で、1日に約1万6,000人が訪れると言われています。

出店数：435店

時間帯（4月～9月）：5：00～18：00

（10月～3月）：5：30～17：00

道路沿いを藩政時代からの水路が流れており、出店者はこの水路に戸板等を渡してその上に店を出します。昭和42年から現位置で開催され、住宅地なのでお馴染みさんも多く、昔ながらの買い物風景が今もなお続いています。

出店数：43店

時間帯：6：00～日没1時間前



木
曜
市



クスの木の緑に包まれ、高知城を間近に望める絶好の景観と環境で、昭和46年から現位置で開催されています。官庁街にあり、昼休みには会社員等にぎわいます。近年は、観光スポットとしても人気です。

出店数：76店

時間帯：日の出～日没1時間前

愛宕商店街とともに発展し、今日では商店街になくはない市としてにぎわっています。昭和27年から現位置で開催され、平成21年にはJR高架線路が完成し、その高架下にある「愛宕町広場」で開催されています。

出店数：32店

時間帯：日の出～日没1時間前



※出店数は平成26年4月1日現在

高知市の街路市は、江戸期の元禄3年(1690年)、土佐藩四代藩主山内豊昌公が場所と日取りを定めて市立を認めたことに始まるとされています。

この街路市の歴史については、出店者の間では、相当古い歴史を持っていると伝えられていましたが、昭和30年代初めの頃までは、まだ正確な開設年次が分かっていませんでした。街路市の出店者でもあった鎌倉幸次氏が「高知の街路市」という図書の中で、「私は街路市組合長在職当時何とかその起源が知りたいと出店者の先輩古者の方々の口伝を片っぱしから聞いてみたり、あるいは県立図書館に日参して、郷土誌や、その他色々の古文書も随分調べてみましたが、残念ながらなかなか見当たりませんでした」という記述があります。さらに、郷土史家で山内家史編修主任をされていた平尾道雄氏に調査を頼み、その結果元禄3年が街路市の起源であることを知ったという記述が見られます。街路市関係者が高知の市が300年近い歴史を持つということを知ったのは、この時からだと考えられます。

元禄3年開設の根拠となっているのは、土佐藩第4代藩主山内豊昌公が元禄3年3月に制定した藩法「元禄大定目」であり、その中の市町定に「市日、毎月2日・17日朝倉町、7日・22日蓮池町、12日・27日新市町、此定日先規之通、市之商売不可有相違事」と書かれているからです。さらに安政4年の「安政海南政典」の中の市法に「街上列市月6次2日・12日本坊、7日通坊、17日朝倉坊、26日蓮池坊、27日新市坊、毎前日坊正申穀價貴賤於衙署」とあり、開市の日に移動があったことがうかがえます。その後も、明治4年にかけて市の開かれる場所と曜日は移り変わっており、この間に本丁筋、通町、京町と広がっていきました。豊昌公が定めた日切りの市から、現在のような「曜日市」となったのは、明治9年(1876年)です。



過去写真出典：高知市 HP

第2章 街路市の現状

〈街路市開設年表〉

場所 年号	朝倉町	蓮池町	新市町	本丁筋	通町	京町	日曜日	月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日	土曜日	土曜 ハザード
元禄3年	2日 17日	7日 22日	12日 27日											
元禄7年	2日 17日	7日 22日	12日 27日	4日	19日	15日 25日								
天明7年	2日 17日	7日 22日	12日 27日											
寛政5年	2日 17日	7日 22日	12日 27日	5日 25日										
安政4年	17日	26日	27日	2日 12日	7日									
明治2年	6日	16日	26日	1日 21日										
明治4年	7日	17日	27日	12日										
明治9年							本町1～ 2丁目							
明治19年							本町1～ 2丁目							県庁前
明治24年							本町1～ 2丁目							県庁前
明治37年							帯屋町			公園通				県庁前
昭和元年							帯屋町 新堀		上町5丁目 南広場	乗り出し	中島町下 1～2丁目	朝倉町		県庁前
昭和6年							帯屋町	浦戸町	上町5丁目 新市町	升形	中島町 新町	朝倉町 江ノ口 旭駅前通		県庁前
第二次 大戦末期							帯屋町		上町5丁目 新市町	升形	中島町 新町	朝倉町 江ノ口 旭駅前通		県庁前
昭和21年							帯屋町 追手筋					江ノ口		
昭和23年							追手筋					江ノ口		
昭和27年							追手筋		上町5丁目 の南側	新京橋	円満橋 ～升形	愛宕町 1丁目		
昭和30年							追手筋		上町5丁目 の南側	新京橋	円満橋 ～升形	愛宕町 1丁目		旭駅前通
昭和31年							追手筋		上町5丁目 の南・北	上町2丁目 ～梅田橋	円満橋 ～升形	愛宕町 1丁目		旭駅前通
昭和32年							追手筋		上町5丁目 の南・北	上町2丁目 ～梅田橋	円満橋 ～升形	愛宕町 1丁目		旭駅前通 東種崎町
昭和34年							追手筋		上町5丁目 の南・北	上町2丁目 ～通町	円満橋 ～升形	愛宕町 1丁目		廃止
昭和38年							追手筋		上町5丁目 の南・北	上町2丁目 ～通町	桜馬場	愛宕町 1丁目		
昭和39年							追手筋		水通町4 ～5丁目	上町2丁目 ～通町	桜馬場	愛宕町 1丁目		
昭和42年							追手筋		上町4 ～5丁目	廃止	桜馬場	愛宕町 1丁目		上町 3丁目
昭和45年							追手筋		上町4 ～5丁目		升形→ 桜馬場	愛宕町 1丁目		上町 3丁目
昭和46年							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 1丁目		上町 3丁目
平成13年							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 1丁目		上町 3丁目
平成16年							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 1丁目		廃止 (5月)
平成17年							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 1丁目		追手筋 (毎週)
平成19年							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 1丁目		追手筋廃止 (3月末)
平成21年 ～							追手筋		上町4 ～5丁目	(私)百石町 3丁目	県庁前	愛宕町 広場		

(市産業政策課)

- (注1) 元禄3年から明治4年までは毎月指定の日。
 (注2) 戦後昭和21年頃から露店出店が復活(帯屋町184店、追手筋47店)。
 (注3) 昭和23年に追手筋に集結し、街路市となる。
 (注4) (私)は公設ではない私設市。

2. 街路市の現状

新たに街路市活性化構想を策定するに当たっては、構想等策定時の調査結果を踏まえ、街路市の変遷を把握することを目的として過年度と同様の調査を実施し、また、新たな調査を加えて街路市の現状を把握しました。

調査の概要は次のとおりです。

(1) 各種調査の概要

●日曜市利用者アンケート調査

日曜市来市者の居住地、高知県内での滞在日数、日曜市への訪問頻度、日曜市への訪問時間、来市の際の交通手段、日曜市を利用する理由、購入品目、日曜市の印象、日曜市へ求めるサービスなどの意義や実態を把握し、日曜市に関わる諸施策を推進する上での基礎資料を得るため行いました。(調査結果等の詳細は資料編 P84 参照)

表 2.2.1－日曜市利用者アンケート調査の概要

調査期間	第1回調査日：9月21日（天候：晴れ） 第2回調査日：10月19日（天候：晴れ） 第3回調査日：11月2日（天候：曇り）
調査時間帯	第1回調査日：6：00～14：00 第2回調査日：6：00～14：00 第3回調査日：6：00～14：00
調査場所	日曜市エリア内2箇所
調査方法	面接聴取方式
対象者	日曜市来市者
回収数	第1回調査日：175票 第2回調査日：171票 第3回調査日：174票 合計：520票

●若者アンケート調査

若者の意見を収集することで、これからの日曜市を含む街路市に求められているものを把握する目的で実施しました。(調査結果等の詳細は資料編 P92 参照)

表 2.2.2－若者アンケート調査の概要

調査期間	10月19日（日）（天候：晴れ）
調査時間帯	8：00～15：30
調査場所	JR高知駅前
調査方法	面接聴取方式

対象者	街路市をここ1年程度利用したことがない10代～30代前後の若者
回収数	市内在住の方：54票

● 県外観光業者アンケート調査

高知県以外の観光業者を対象にさまざまな角度からアンケート調査を行うことにより、観光業者や観光客の日曜市への評価や意義などを把握し、今後の集客推進に役立てるための基礎資料を得るため調査を行いました。（調査結果等の詳細は資料編 P96 参照）

表 2.2.3—県外観光業者アンケート調査の概要

調査期間	9月～10月
調査方法	郵送配布回収
対象者	中国・四国・関西・関東の観光業者
回収数	74票

● 出店者アンケート調査

出店者の状況や意向、あるいは後継者の状況などについて高知大学がヒアリング及びアンケート方式により実施しました。（調査結果等の詳細は資料編 P89 参照）

表 2.2.4—出店者アンケート調査の概要

調査期間	8月31日～9月21日の日曜市開催日（計4回）
調査時間帯	8：00～14：00
調査場所	日曜市
調査方法	直接配布・直接回収
対象者	日曜市出店者
回収数	281票

● 出店者間口拡大・継続希望等調査

全出店者を対象に間口の拡大希望と継続見込のアンケート調査を実施しました。（調査結果の詳細は資料編 P100～102 参照）

表 2.2.5—全出店者対象の出店者アンケートの概要

調査期間	5月の1ヶ月間
調査方法	直接配布・直接回収
対象者	全出店者

回収数	問口拡大アンケート：318票 継続見込アンケート：269票
-----	----------------------------------

●通行量調査

日曜市内での移動調査として日曜市内の4地点で、また、日曜市内への流入調査として15地点で実施しました。(調査結果等の詳細は資料編P78参照)

表 2.2.6—通行量調査の概要

調査内容	1. 日曜市内への流入調査 2. 日曜市内での移動調査
調査期間	第1回：5月4日(日)(天候：晴れ) 第2回：7月6日(日)(天候：曇りのち雨) 第3回：9月7日(日)(天候：曇りのち雨) 第4回：11月2日(日)(天候：曇り)
調査時間帯	8:00~17:00
調査場所	1. 日曜市外の15地点 2. 日曜市内の4地点
対象者	1. 日曜市外から日曜市内へ入ってくる人 2. 日曜市内の4断面を横断する人

●経済波及効果の算出

日曜市が地域経済に果たす役割を明らかにすることによって、出店者が地域に貢献することの誇りや喜びを感じてもらおうとともに、市民の日曜市への回帰を呼び掛けることを目的として、経済波及効果の算出を行いました。算出は、高知大学への依頼により実施しました。

第2章 街路市の現状

(2) 視点ごとの現状整理

視点1：地元利用者

日曜市の通行量調査は、昭和60年度、平成9年度、平成16年度と実施し、平成26年度も過去と同様の調査を実施しました。(アンケートB P78 参照)

その結果、平成26年度調査は、平成16年度調査に比べて、約20%程度通行量が減少している結果となりました。また過去の調査でも平成9年度から平成26年度にかけては約32%となっており、利用者の減少が顕著にあらわれてきています。

表 2.2.7—日曜市内移動調査の経年変化

	平成26年度	平成16年度	平成9年度
ア ひよっとこ寿司前	20,582	22,676	26,921
イ ウェルカムホテル前	21,808	26,696	31,508
ウ 中の橋トイレ前	26,508	32,088	38,391
エ 旧追手前小学校北西	23,961	29,407	39,470
合計	92,859	110,867	136,290

日曜市の利用者アンケートを実施した結果、高知市内の割合が昭和60年度から平成16年度にかけて急激に減少していますが、平成26年度調査では、ほぼ横ばいとなっています。平成26年度調査では、三連休に実施した11月調査(11月2日)において、高知県外(観光客等)の割合が60.8%と非常に多い結果となりました。観光客の割合は昭和60年度から増加傾向にあり、それに対し地元利用者が減少しています。

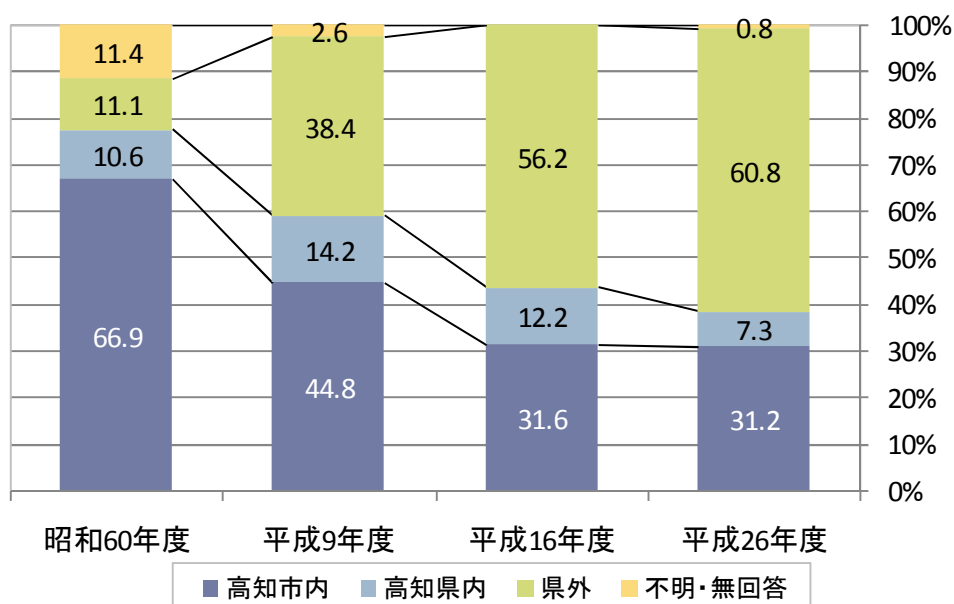


図 2.2.1—訪問者所在地の推移

日曜市来市者の交通手段は、平成16年度調査で7.4%であった「徒歩」の割合が、平成26年度調査では29.2%に増加し、「自家用車」の割合が12ポイント減少しています。しかしながら、依然として「自家用車」を利用した来市者は多いことがわかりました。

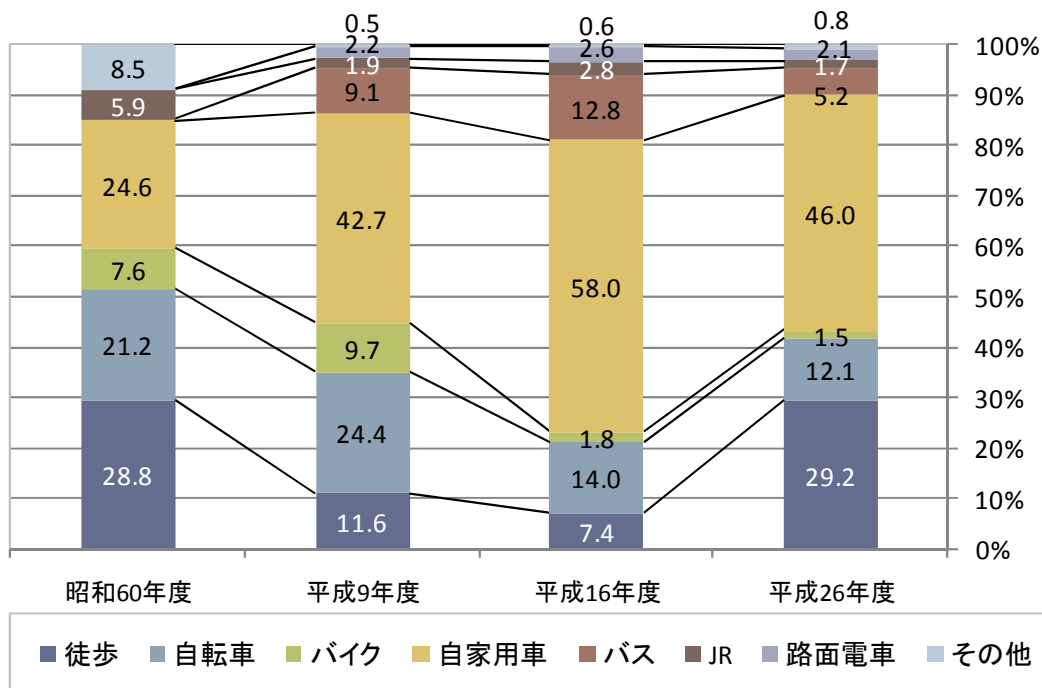


図 2.2.2 日曜市への交通手段の経年変化

市内在住者の日曜市利用者へ日曜市を利用する理由を聞いたところ、「季節感を味わえるから」(59.9%)、「品物が新鮮だから」(53.1%)、「地元のものを買うから」(45.1%)等の理由を挙げる利用者が多くなっています。

平成26年度調査では、半数以上の方が「地元のものを買うから」を理由としています。また、「値段が安いから」という理由も年々増加傾向を示しています。

平成26年度調査と平成16年度調査で大きな差が出ている項目は、「生産者の顔が見え、安心・信頼できる」であり、近年の食の安全・安心に対する意識の高まりが結果に表れてきているものと考えられます。

表 2.2.8 日曜市を利用する理由に関する経年変化（複数回答）

	平成26年度	平成16年度				平成16年度	平成9年度	昭和60年度
	市内	県内	県外	不明				
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	177
値段が安いから	25.4	29.0	28.9	23.1	25.0	21.0	15.3	11.3
品物が新鮮だから	38.5	53.1	39.5	31.0	25.0	23.8	37.2	37.9
品数が豊富だから	29.4	27.8	31.6	29.7	50.0	14.8	28.3	9.6
季節感を味わえるから	41.5	59.9	50.0	31.0	50.0	23.0	30.0	-
素朴な雰囲気味わえるから	43.7	27.2	44.7	52.2	25.0	22.6	-	-
店頭でのふれあいがあるから	24.6	25.3	23.7	24.7	0.0	14.8	-	-
日曜市でしか買えないものがあるから	35.6	40.7	50.0	31.3	25.0	27.2	-	-
地元のものを買うから	50.2	45.1	39.5	54.7	0.0	34.2	-	-
生産者の顔が見え、安心・信頼できる	30.0	43.8	21.1	24.1	25.0	6.0	-	-

第2章 街路市の現状

一方で、日曜市に求めるサービスを聞いたところ、「駐車場」(37.1%)、「休憩所」(32.1%)、「荷物預かり所」(25.4%)が多い結果となり、平成16年度調査と比較すると、「駐車場」については増加傾向にあります。休憩所を求める声が減少傾向であることがわかりました。また、平成26年度調査と平成16年度調査とでは、「日曜市情報の提供」が最も大きな差となっており、利用者は今以上の情報を求めていることがわかりました。

表 2.2.9—日曜市に求めるサービスの経年変化

	平成26年度					平成16年度	平成9年度	昭和60年度
		市内	県内	県外	無回答			
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	
駐車場	37.1	32.1	39.5	39.9	50.0	33.6	24.2	
駐輪場	9.4	6.8	15.8	10.1	25.0	4.2	5.8	
日曜市総合案内所	10.6	9.3	18.4	10.4	0.0	5.0	6.4	
土産物売り場	9.2	9.9	5.3	9.5	0.0	6.0	5.9	
荷物預かり所	25.4	27.2	13.2	26.3	50.0	16.4	17.8	
公衆トイレ	23.1	27.8	21.1	21.2	0.0	24.4	24.5	
手洗場	13.8	16.7	21.1	11.7	0.0	8.8	6.7	
休憩所	32.1	34.0	34.2	31.3	75.0	46.8	52.5	
イベントの実施	14.8	17.9	15.8	13.3	0.0	9.0	-	
日曜市情報の提供	21.3	22.8	21.1	20.9	25.0	6.0	0	

日曜市に対する印象を聞いたところ、平成26年度調査では「値段」以外は半数以上が「よい」と回答しています。最も多く「よい」と回答されている項目は、「新鮮さ」であり、過去全ての調査で70%以上となっています。

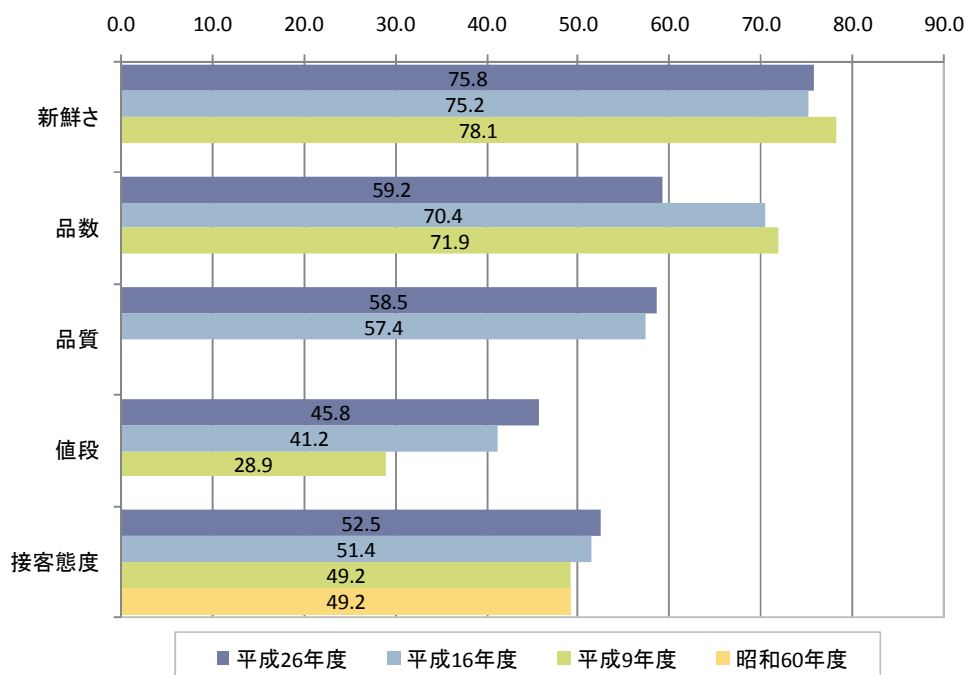


図 2.2.3—日曜市に対する印象の経年変化 (複数回答 「よい」と答えた回答数)

今年度開催した「街路市活性化推進委員会」の委員の方からは、「地元利用者の街路市離れ、交通の利便性の観点からの街路市離れが深刻化している」や「街路市の魅力が市民の中で薄れてきている」等の意見もあり、近年の生活スタイルの変化や直売所・量販店の増加等が地元利用者の減少の一因になっています。出店者アンケートにおいても生産者は約半数（45.9%）が日曜日以外の、量販店や産直市、良心市、道の駅等への出品をしていることがわかっています。

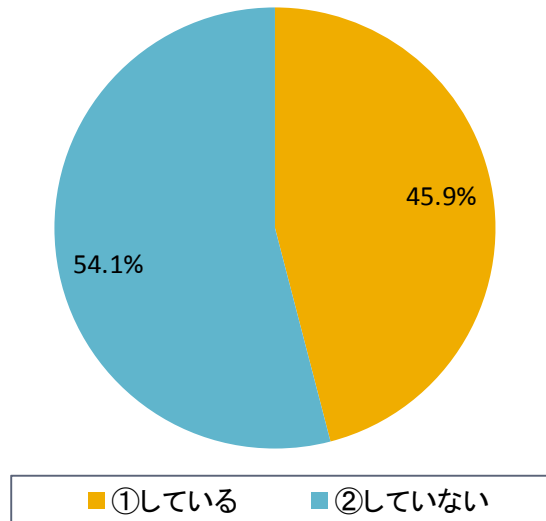


図 2.2.4—日曜日以外の出店状況

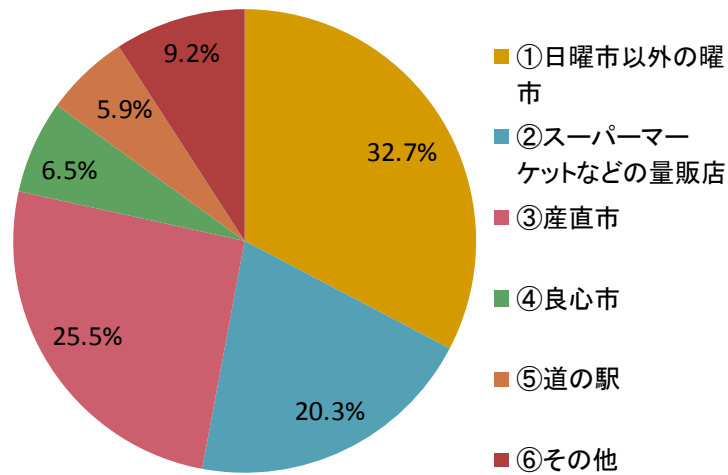


図 2.2.5—日曜日以外の出店状況

第2章 街路市の現状

視点2：観光客

日曜市アンケートでは回答者の約6割（60.8%）が県外からの来訪者で、昭和60年度調査の11.1%、平成9年度調査の38.4%、平成16年度調査の56.2%と、年々増加傾向を示しています。また、出店者アンケートにおいても、地元利用者と県外客（観光客等）は約半数という結果が出ており、近年では「外国人の利用者が増えた」と回答した方が約半数（43.5%）います。これらの結果から、外国人を含めた県外からの観光客が年々増加傾向にあると考えられます。

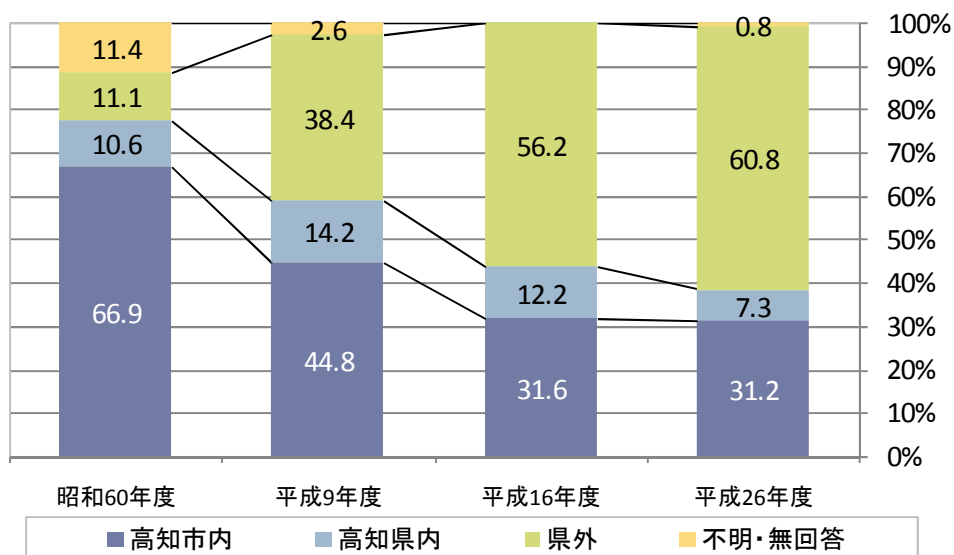


図 2.2.6—訪問者の所在地の経年変化

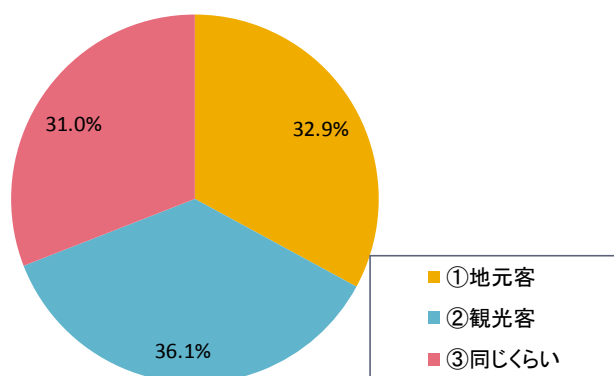


図 2.2.7—地元客と観光客の割合

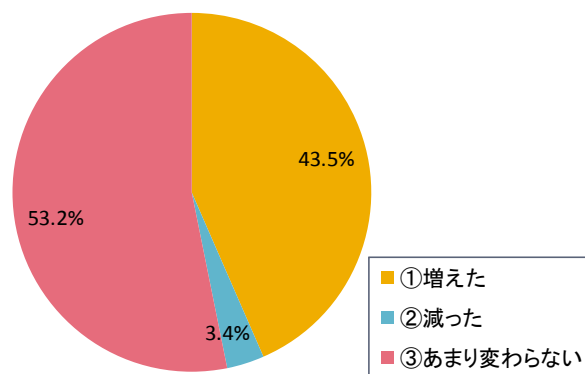


図 2.2.8—外国人の客数

観光業者へのアンケートによると街路市を観光ルートに選択する理由として、「買い物（土産など）をしてもらうため」や「観光地として楽しいから」という理由が多くなっています。平成26年度調査において、過去の調査（平成9年度調査、平成16年度調査）と大きく異なる回答は、「素朴な人情に触れられるから」、「他の観光地と近いから」、「単なる観光」の項目が大幅に減少しています。これらのことから、日曜市は観光地としての評価が高まっており、生活市を軸に置きながらも、観光客に対する対応も重要な要素となっていることがわかります。

表 2.2.10—日曜市を観光コースに組み込む理由の経年変化 単位：(%)

	平成26年度	平成16年度	平成9年度
サンプル数(社)	74	132	91
買い物(土産など)をしてもらうため	62.2	57.7	62.8
素朴な人情に触れられるから	31.1	51.3	47.4
観光地として楽しいから	54.1	43.6	35.9
他の観光地と近いから	9.5	30.8	30.8
単なる観光	8.1	21.8	21.8
めずらしいものがあるから	17.6	20.5	32.1
季節感が味わえるから	13.5	17.9	16.7
その他	10.8	2.6	3.8

※複数回答

観光客に人気の日曜市の商品は、平成26年度調査において①「農産物」(60.8%)、②「青果物」(54.1%)、③「塩干物」(31.1%)ですが、この順位は平成16年度調査と同じ結果であり、農産物等の人気の高さがうかがえます。

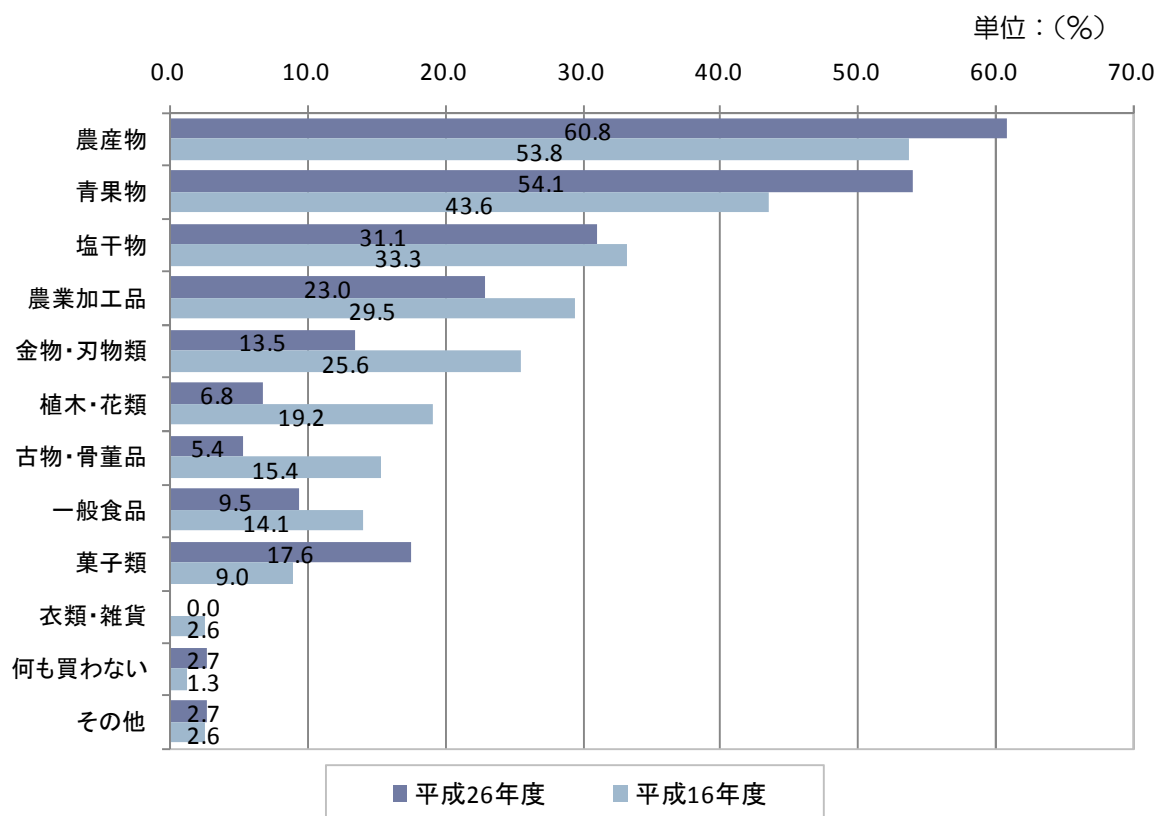


図 2.2.9—観光客に人気の商品の経年変化 (複数回答)

第2章 街路市の現状

観光客の日曜市に対する評価は、①「土地の人に触れられて楽しい」、②「珍しい買い物ができる」との順になっています。この順番は、過去の平成9年度調査、平成16年度調査においても、割合の差はあるものの同じ結果になっており、観光客が日曜市に求めていることは出店者との会話や高知ならではの商品であることがわかります。

また、「似たような市はどこにでもある」という回答が徐々に減り、平成26年度調査では0%の回答になっていることから、どこにもない、高知独自の文化として認知されていることがわかります。

表 2.2.11—観光客の日曜市への評価の経年変化 単位：(%)

	平成26年度	平成16年度	平成9年度
サンプル数(社)	74	132	91
土地の人に触れられて、楽しい	58.1	71.8	64.1
珍しい買い物ができる	33.8	42.3	44.9
単なる観光地として位置付けている	20.3	21.8	26.9
季節感を味わえる	18.9	19.2	26.9
似たような「市(いち)」はどこにでもある	0.0	5.1	6.4
その他	4.1	1.3	2.6

※複数回答

また、観光客が日曜市に求めるものとして、①「公衆トイレ」、②「休憩所」、③「駐車場」、④「総合案内所」、⑤「イベント実施」の順になっています。これらについては、現在まで利用者等から盛んに出されていた意見であり、順次対策がとられてきています。

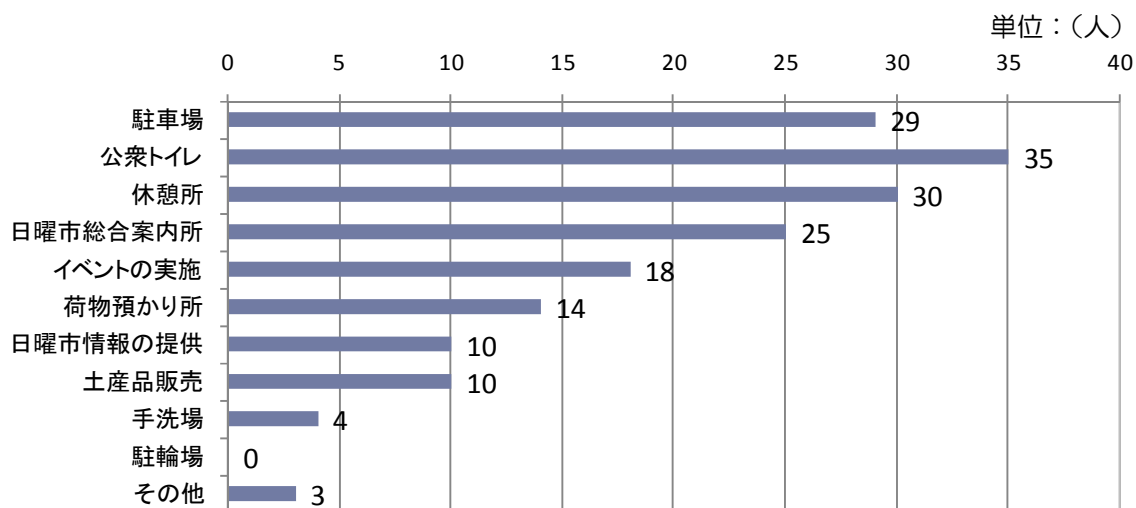


図 2.2.10—観光客が日曜市に求めるもの(複数回答)

今後の日曜市に求められる方向性として、①素朴さを失わない、②高知県の特産品を売る場としての性格を強めるが支持されており、生活市として継続してきた日曜市を守りつつ、もっと高知県をアピールできる商品設定や特産品の販売を求めていることがわかります。

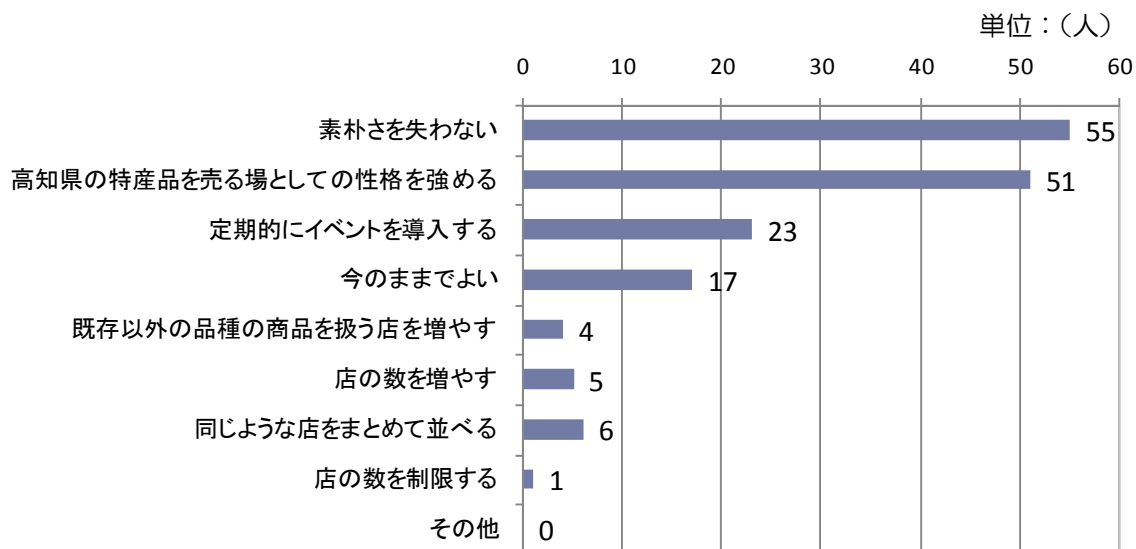


図 2.2.11ー観光客が日曜市に求める方向性（複数回答）

平成 26 年度の街路市活性化推進委員会においては、商品を購入してもらうための見せ方の工夫が必要との意見が出ている一方で、観光客は出店者とのコミュニケーションや土佐弁でのやりとりなど日曜市ならではのものを楽しみにしている等の意見も出ています。

第2章 街路市の現状

視点3：出店者

街路市への出店登録者の推移を見ると、平成26年度は平成11年度と比べて、62.1%の586人となっています。曜日別にみると、観光地として認知度の高い日曜市が435人と70.6%になっていますが、火曜市が46.7%、木曜市が56.3%、金曜市が37.6%であり、金曜市、火曜市が半数以下になっています。

しかし、日曜市に限れば平成23年度以降は登録者数が微増を示していますが、他の曜市は減少傾向が止まらないため、出店者の減少→利用者の減少→出店者の減少という負の連鎖が起きていることが予想されます。

表 2.2.12—曜日別の出店登録数の推移

	平成 11 年度	平成 12 年度	平成 13 年度	平成 14 年度	平成 15 年度	平成 16 年度	平成 17 年度	平成 18 年度	平成 19 年度	平成 20 年度	平成 21 年度
日曜市	616	606	594	582	559	553	517	507	486	473	456
火曜市	92	86	80	76	65	65	62	61	55	53	52
木曜市	135	132	122	120	117	119	112	110	109	99	94
金曜市	85	83	77	76	74	66	62	58	57	52	50
土曜市	15	14	14	14	10	—	—	—	—	—	—
延人数	943	921	887	868	825	803	753	736	707	677	652

	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度	平成26年度/ 平成11年度
日曜市	442	428	430	430	435	70.6%
火曜市	52	51	50	48	43	46.7%
木曜市	88	85	81	79	76	56.3%
金曜市	49	47	41	37	32	37.6%
土曜市	—	—	—	—	—	—
延人数	631	611	602	594	586	62.1%

出典：土佐の街路市の概要(平成26年度版)

街路市出店者の平均年齢の推移は、平成16年度の64.68歳から平成26年度の66.66歳と、約2歳も上昇しており、出店者の高齢化が顕著に表れています。

表 2.2.13—街路市出店登録者平均年齢の推移

平成 16 年度	平成 17 年度	平成 18 年度	平成 19 年度	平成 20 年度	平成 21 年度	平成 22 年度	平成 23 年度	平成 24 年度	平成 25 年度	平成 26 年度
64.68	65.35	65.96	66.46	65.93	65.05	66.92	66.95	67.49	67.57	66.66

また、出店登録者年齢別比較では、平成8年度と平成26年度を比較すると、60・70代は微増(0.75ポイント)ですが、80・90代が12.26ポイント増加、30・40代が12.59ポイント減少しており、若者の減少と高齢者の増加は、将来的な出店登録者が減少傾向にあることを示しています。一方で、20・30代は平成18年度の1.7%から平成26年度は3.68%と約2ポイント増加しており、20・30代が出店できる環境を整えることで、出店登録者の減少や出店者の高齢化を抑えることができると考えられます。

2.2.14-出店登録者年齢別比較

	20・30代	40・50代	60・70代	80・90代
平成8年	2.90%	31.90%	60.40%	3.60%
平成16年	1.70%	30.20%	60.00%	8.10%
平成17年	1.80%	31.80%	57.10%	9.30%
平成18年	1.70%	31.90%	57.10%	9.30%
平成19年	1.80%	27.60%	60.20%	10.60%
平成20年	2.77%	25.15%	60.79%	11.29%
平成21年	2.23%	23.33%	59.63%	14.81%
平成22年	2.35%	22.17%	59.49%	15.99%
平成23年	2.67%	21.83%	59.91%	15.59%
平成24年	2.50%	19.00%	62.50%	16.00%
平成25年	2.28%	18.91%	61.73%	17.08%
平成26年	3.68%	19.31%	61.15%	15.86%

ただし、現在の出店者に対して行ったアンケートにおいて、後継者の有無をお聞きしたところ、「後継者がいる」との回答が平成26年度調査では28.8%となっています。また、平成9年度調査からは33.2ポイントも減少しており、新規登録者の募集に加えて、既存出店者の継続的出店対策にも力を注ぐ必要があります。

後継者問題については、高知市が行った別のアンケート調査でも、既存出店者への「本人または後継者の10年後の更新見込み」を問う設問に対して、「更新する見込み」との回答が37.1%であったことから、対策が必要と言えます。

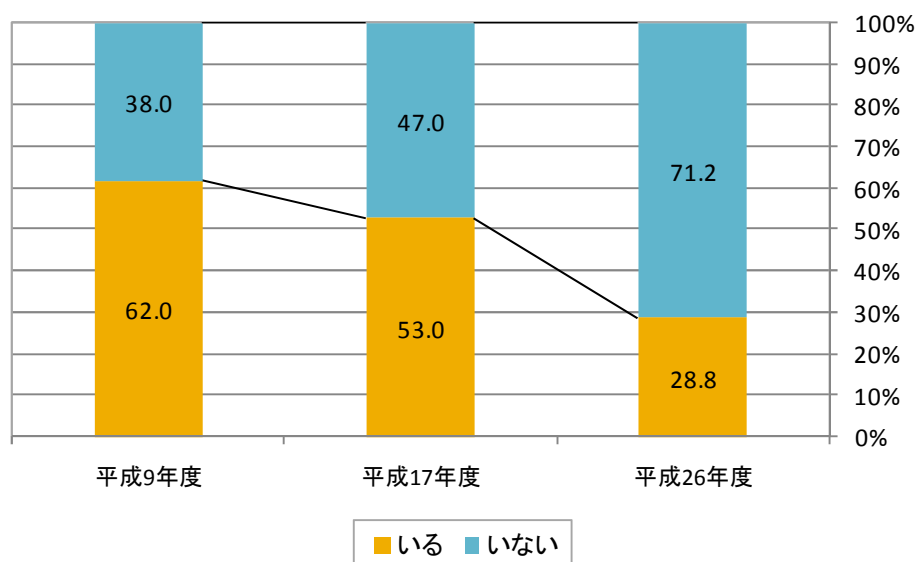


図 2.2.12-出店者の後継者の有無の経年変化

第2章 街路市の現状

「後継者がいる」と答えた方の後継者の出店意向について、日曜日への出店意向を持っている方は、平成17年度調査の66.0%に対して、平成26年度調査では59.7%と6.3ポイント減少しています。産直市等が各地に増えてきている現状では、日曜日等の街路市への出店よりも産直市等への出品に魅力を感じていることがうかがえ、街路市に出店することの魅力を引き出す必要があると言えます。

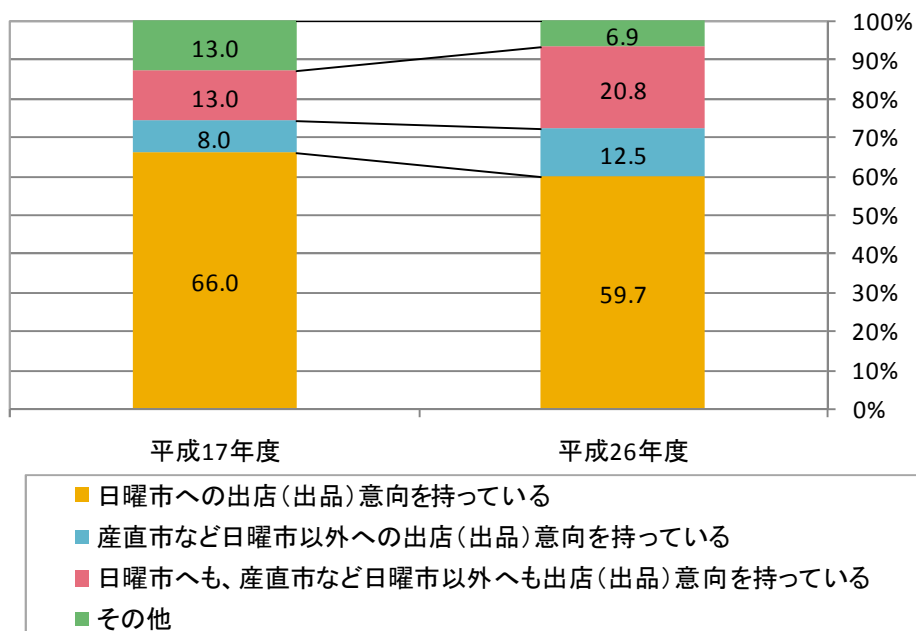


図 2.2.13—後継者の出店意向の経年変化

この後継者問題については、商業活動としての成立の有無にも影響していると考えられます。

アンケート調査による1日の売り上げをみると、平成26年度調査は、平成17年度調査に比べて、3,000円未満、1万～2万円未満の割合が減り、3,000～5,000円未満、5,000円～1万円未満、2万～4万円未満が増加しているものの、物価上昇等を考慮すると出店者の利益は過去と比べてさほど変わらないものと考えられます。

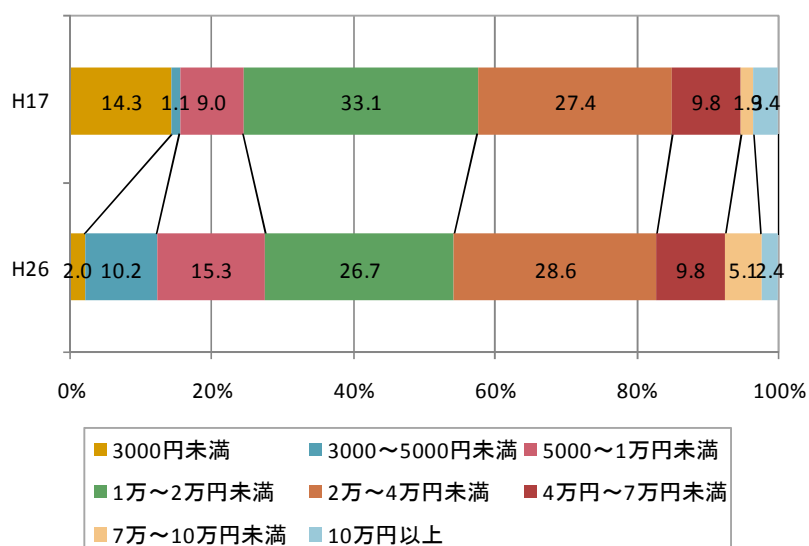


図 2.2.14—1日の売上げの経年変化

その売上の位置付けは、「主な生活費」や「生活費の一部」としている割合は9割程度を示しており、平成26年度調査は過去の調査と比べて同様の結果を示しています。

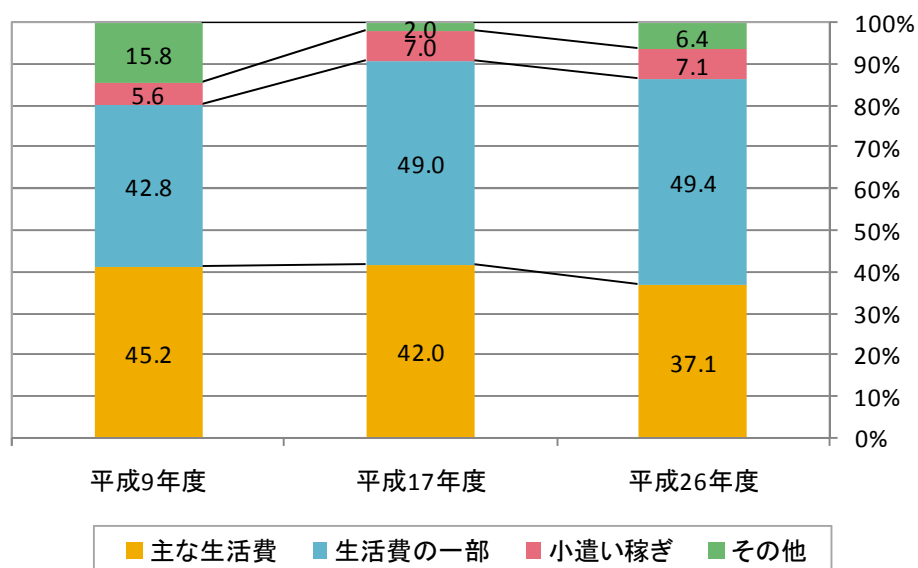


図 2.2.15—売り上げの位置付けの推移

以上のことから、主な生活費としている1日の売り上げが1万～4万円程度では、生活費が十分とは言えず、収入として十分な金額が得られないことも出店者の減少に影響していると考えられます。

一方で、平成18年度街路市活性化構想において、「出店環境の改善と出店基準の見直しが大きな課題」と提言されていますが、基準見直しには関係各所との協議等が必要であり、具体的な方針が出せないままになっています。

現在の街路市は「生活市」としての役割を守るため、第一次産業従事者以外の新規出店を抑制してきています。高齢化社会の進展や既存出店者の後継者問題等を考慮すると、第一次産業従事者以外にも条件により新規出店許可を出すことが、出店者の減少に一定の歯止めをかけることにつながるものと考えられます。

視点4：景観

高知の街路市は300年以上の歴史を持ち、長く市民の「生活市」として定着してきました。出店者が用いるテント、利用者とのコミュニケーション、高知の珍しいものを購入できる市は高知ならではの文化であり風景です。それに加えて、さまざまな雑誌の紹介やマスコミの取材、タウン誌への掲載等、特に日曜市は地域資源としての魅力や価値が年とともに高まっています。また、県外からの視察も増加傾向にあることから高知における街路市の風景・景観は認知されているものといえます。

近年、出店者の減少などで空き小間が増えてきてますが、出店者のほとんどが新規出店者への提供や何らかの有効活用を考えていることを望んでいるようです。

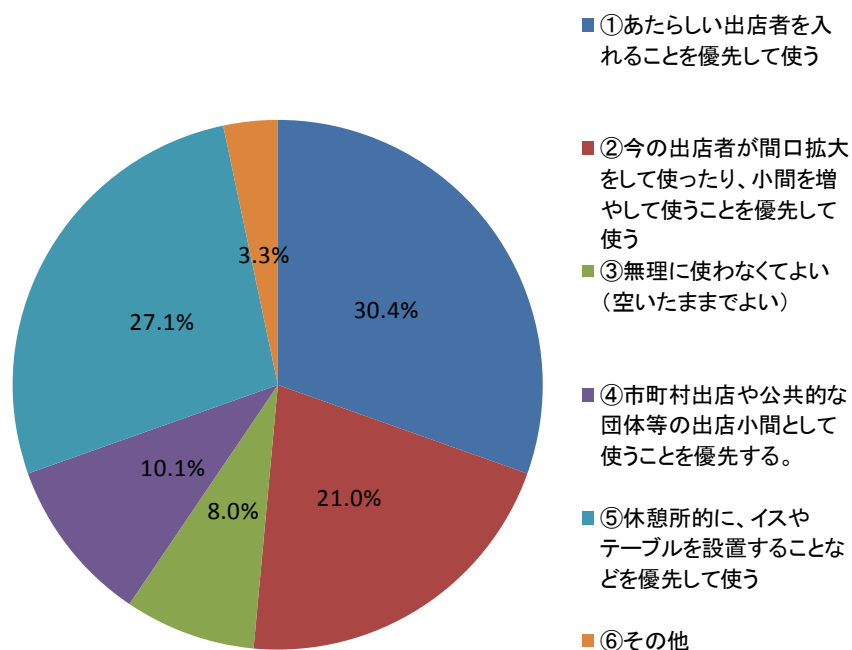


図 2.2.16 一空き小間の利用方法について



空き小間の利用については、市にぎわいが出るのでありがたいと考えている方が71.3%いる一方で、不公平感を感じている方も14.8%おり、出店者が平等に使用できるようにすれば、ほとんどの出店者が市にぎわいのために空き小間の活用を望んでいることがわかります。

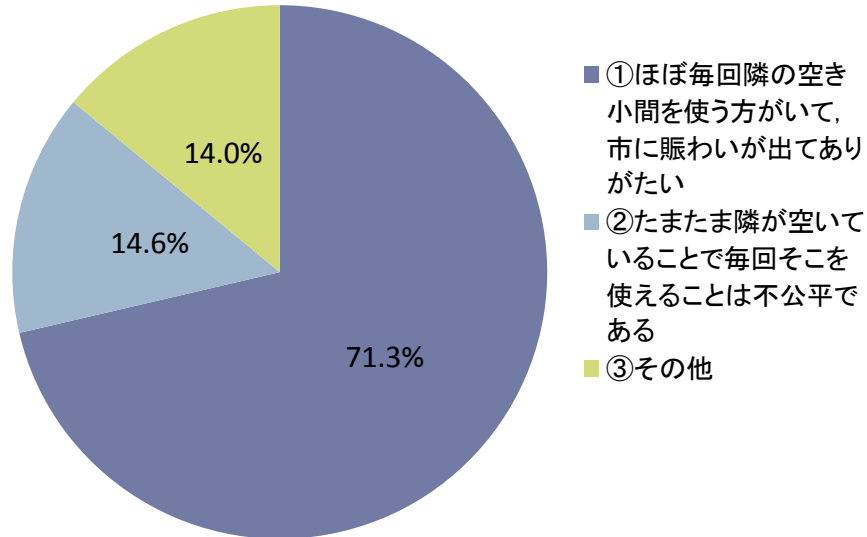


図 2.2.17—空き小間の出店者利用について



空き小間が目立っている状況

以上のことから、空き小間の利活用を進めることでにぎわいを演出し、高知ならではの景観を維持できるものと考えられます。

また、街路市ではごみを散乱させないために、敢えてごみ箱を設置していませんが、公衆トイレにごみを置いたままにする利用者も多く、これも景観上好ましくありません。ごみは利用者が持ち帰るとするのが基本であり、周知が必要です。また、トイレについても清掃により観光客等に気持ち良く使ってもらえるような工夫が必要です。

視点5：教育・学び

土佐の街路市は、300年以上続く歴史を持ち、街路市の魅力は子どもからお年寄りにいたる世代間交流の場、出店者と利用者のコミュニケーションの場であり、受け継いでいくべき伝統文化です。

若者アンケートにおいて幼少期における街路市の利用について聞いたところ、「両親と一緒に利用した」が64.8%である反面、「利用したことがない」との回答が20.4%いることがわかりました。また、48.1%の学生が「学校の授業では、街路市に関して学ぶ機会がない」と回答していますが、その一方で、約半数（48.1%）の若者が街路市は「今後も守り続けていくべき大切な市」と認識しています。

これらのことから、高知の伝統文化である街路市を後世に伝えていくためには、教育機関の協力を仰ぎ、学校教材や授業の一部として取り上げ正確に伝承していくこと、また、幼少期に両親と利用できるような環境づくりが求められるものと考えられます。

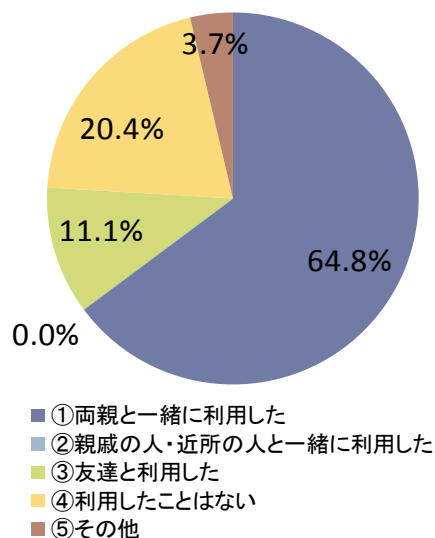
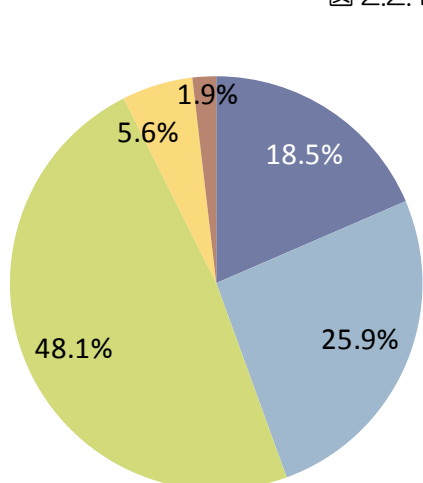
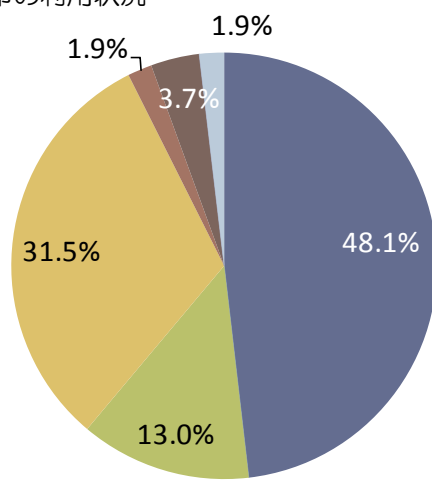


図 2.2.18—幼少期における街路市の利用状況



- ①高知の歴史等の授業で、教材を元に卓上で学んだ
- ②授業の一環(課外授業等)で、街路市に実際に行き行って学んだ
- ③学校の授業では、街路市に関して学ぶ機会がない(学んだことはない)
- ④その他
- ⑤無回答

図 2.2.19—学校での街路市に関する授業の有無



- ①今後も守り続けていくべき大切な市
- ②将来自分も出店等で関わりたい市
- ③地元利用者が多く、生活に必要な市
- ④観光客が多い観光名所である市
- ⑤いいものはあるが、利便性の悪い市
- ⑥特に何も思わない・わからない
- ⑦その他
- ⑧無回答

図 2.2.20—街路市に対する思い

日曜市利用者や出店者に対するサポート体制として、学生ボランティアの活動が盛んになってきていますが、アンケートではボランティアに参加したことがある回答はありませんでした。これは、ボランティア活動は活発であるが特定の組織・グループに所属する方だけの活動に限定されている結果と考えられます。広くボランティアの活動内容を紹介しながら、さまざまな方へのボランティアに参加・参画しやすいしくみを検討することも重要です。

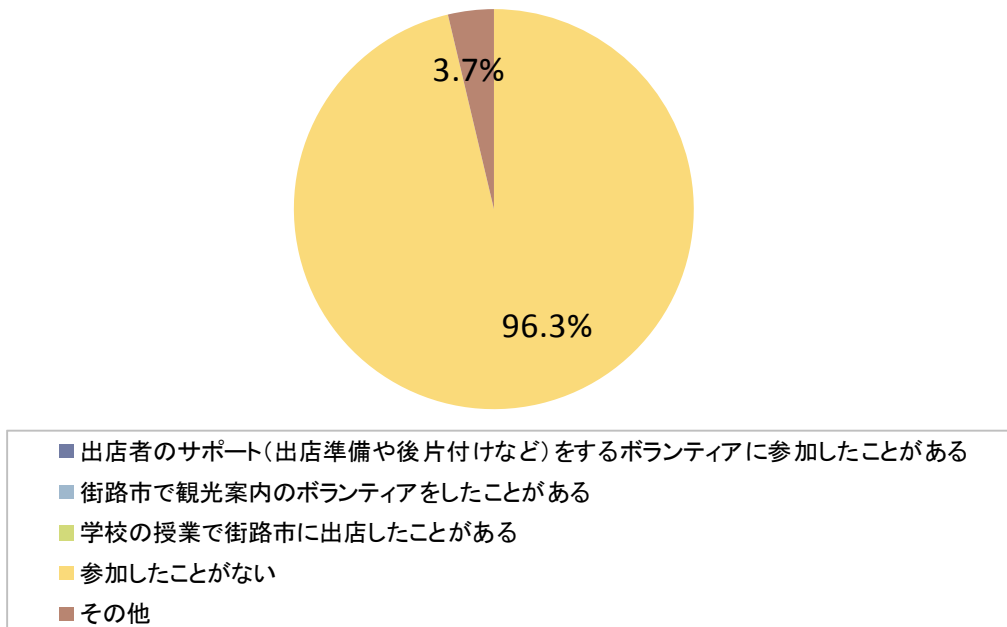


図 2.2.21 街路市に関するボランティア活動の状況

(3) 経済波及効果の算出

現在の日曜市が地域経済にどの程度の貢献をしているのかを把握するために、高知大学に依頼して「日曜市の経済波及効果分析調査」を行いました。経済波及効果は、平成18年度の構想策定時にも算出しており、比較するために同様の手法で算出しました。

まず来市者数は、日曜市利用者の4回の通行量調査から月毎の利用者数を推計し、年間の来市者数を87万5,000人と推計し、年間の開催回数51回で割り、1日当たり約17,000人と推計しました。

表 2.2.15 一年間来市者推計結果

	来市者推計	開催回数		来市者推計	開催回数
1月	60,000	4	7月	65,000	4
2月	70,000	4	8月	50,000	5
3月	90,000	5	9月	70,000	4
4月	80,000	4	10月	65,000	4
5月	100,000	4	11月	80,000	5
6月	75,000	5	12月	70,000	4
合 計				875,000	51

出典:日曜市の経済波及効果分析調査報告書

なお、年間87万5,000人という来市者数は、平成25年の県内観光施設利用者数上位5施設の合計951,521人の約92%に相当し、日曜市は高知県にとって重要な観光資源であることがうかがえます。

表 2.2.16 平成25年度観光施設等の利用実績概要(県内・県外利用者合計)

	施設名	平成25年度	平成24年度	前年比
①	高知城懐徳館	261,264人	245,850人	106.3%
②	高知県立美術館	209,151人	230,849人	90.6%
③	高知県立坂本龍馬記念館	165,309人	175,058人	94.4%
④	高知県立牧野植物園	161,523人	161,523人	97.7%
⑤	アンパンマンミュージアム	154,274人	154,274人	88.9%
	合計	951,521人	967,554人	98.3%

出典:高知県観光政策課

その結果日曜市の経済波及効果については、調査から明らかになった県内客単価1,576円、県外客単価2,884円を基に、来市者が日曜市で購入する直接消費支出を19億500万円と分析し、そこから誘発される経済波及効果は直接効果も含めて約29億2,000万円と算定しています。

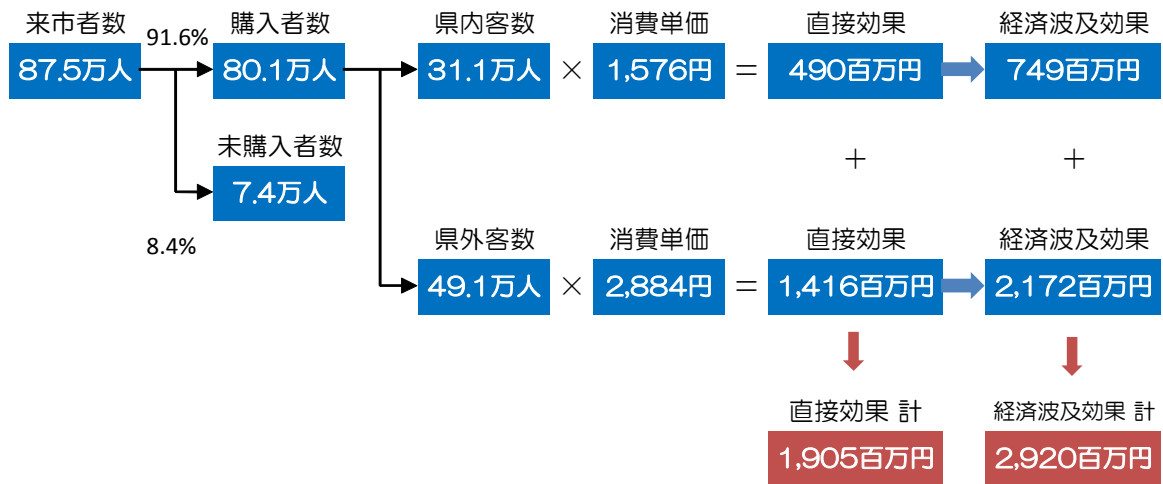


図 2.2.22—平成 26 年度調査による経済波及効果

第3章 街路市の魅力と課題

1. 街路市の魅力

土佐の街路市は魅力にあふれています。地元利用者から見た魅力、出店者から見た魅力、観光面における魅力、その他たくさんの魅力があります。

視点1：地元利用者

平成18年度街路市活性化構想においては、コミュニケーションにあふれる「ふれあい市」や生産農家主体、新鮮で安全・安価な商品を提供する「生活市」、地元の食材を使った料理法・食べ方を教えてくれる店があるなどを魅力として挙げています。

平成26年度の街路市活性化推進委員会においては、レストランのシェフが日曜市に新鮮な食材を買いに来ていることや、出店者とのコミュニケーションについての意見が挙げられています。

平成26年度の日曜市利用者アンケートにおいて、日曜市を利用する理由を聞いたところ、高知市内の回答者のうち半数以上が「品物が新鮮だから」、「季節感を味わえるから」と回答しています。また別の質問では、「素朴さを失わない」ことも求められています。

以上より、地元利用者視点に魅力の整理をします。

表3.1.1—日曜市を利用する理由(市内在住の利用者)

項目	回答率
値段が安いから	29.0%
品物が新鮮だから	53.1%
品数が豊富だから	27.8%
季節感を味わえるから	59.9%
素朴な雰囲気味わえるから	27.2%
店頭でのふれあいがあるから	25.3%
日曜市でしか買えないものがあるから	40.7%
地元のものが買えるから	45.1%
生産者の顔が見え、安心・信頼できる	43.8%
その他	4.3%
市内回答者合計	162

表3.1.2—今後の日曜市に求める方向性(複数回答)

項目	回答数
素朴さを失わない	362
高知県の特産品を売る場としての性格を強める	238
定期的にイベントを導入する	70
今のままでよい	152
既存以外の品種の商品を扱う店を増やす	17
店の数を増やす	43
同様の店を並べて配置する	9
店の数を制限する	2
その他	15
合計	908

<地元利用者から見た魅力の整理>

- ・新鮮な品物や街路市にしかない珍しいものが入手できる
- ・季節感を味わえる
- ・品物の調理法等の情報を入手できるなど、出店者との交流ができる

視点2：観光客

平成18年度街路市活性化構想においては、「コミュニケーションあふれる『ふれあい市』」や「土佐の言葉、人情、文化などにふれることができる」、「素朴で誠実、温かさの漂う『ふるさと市』」、「長い歴史の中で続いてきた市」など交流に関する魅力が挙げられています。また、300年続く土佐の伝統文化等、歴史に関する魅力も挙げられています。

平成26年度の街路市活性化推進委員会では、土佐弁による地元住民と観光客との交流、高知独特の珍しいものが購入できる、街路市で様々な商品を買うことができること等が意見として出ています。

平成26年度の観光業者に対するアンケートにおいて、街路市は、観光スポットとしての評価が非常に高く、高知の特産品を購入できることが評価されており、土産等の買い物をしてもらうために街路市を観光コースに組み込むことが明らかになっています。その結果、県外からの観光客は、「土地の人に触れられて楽しい」と感じたり、「珍しいものが買えること」を評価していることが分かりました。

また、観光業者アンケートで日曜市を観光コースに選ぶ理由を聞いた結果、「買い物をしてもらうため」、「観光地として楽しいから」が多く挙げられています。また、「土地の人に触れられて楽しい」や「素朴な人情に触れられるから」との評価結果が挙げられています。

以上より、観光に視点を置いた魅力を整理します。

表3.1.3—観光客の日曜市への評価(複数回答)

	回答数
土地の人に触れられて、楽しい	43
珍しい買い物できてよい	25
単なる観光地として位置付けている	15
季節感を味わえる	14
似たような「市(いち)」はどこにでもある	0
その他	3
合計	100

表3.1.4—観光業者がコースに日曜市を組み込む理由(複数回答)

	回答数
買い物(土産など)をしてもらうため	46
素朴な人情に触れられるから	23
観光地として楽しいから	40
他の観光地と近いから	7
単なる観光	6
珍しいものがあるから	13
季節感が味わえるから	10
その他	8
合計	153

＜観光客から見た魅力の整理＞

- ・ 出店者の接客態度への評価が高まっている
- ・ 珍しいものや地元のものを購入できる
- ・ 素朴な雰囲気味わえ、生活感を感じることができて楽しい

視点3：出店者

平成18年度街路市活性化構想においては、コミュニケーションあふれる「ふれあい市」を魅力として挙げています。

平成26年度の街路市活性化推進委員会においては、地元利用者同様、レストランのシェフが日曜市に新鮮な品物を買いに来ていることやコミュニケーションについての意見の他に、流通にのれない規格外の商品を販売できることも魅力として挙げられています。

平成26年度の出店者アンケートにおいて、日曜市に出店する魅力を聞いたところ、「色々な人と話ができる」や「お客さんが喜んでくれる」など交流に関する魅力と合わせて、出店することで「仕事や商品に誇りを持てる」など生きがいややりがいをもって出店していることがうかがえます。

また、出店者の89.4%が「固定客がついている」と答えています。つまり、地元利用者との信頼関係により市が成立しており、地元利用者との強いつながりがあるとうかがえます。

以上より、出店者に視点を置いた魅力を整理します。

<出店者から見た魅力の整理>

- ・ 地元利用者や観光客と交流できる
- ・ 規格外商品を販売できる
- ・ 高齢者の労働の場、生きがいの場としての役割を担っている

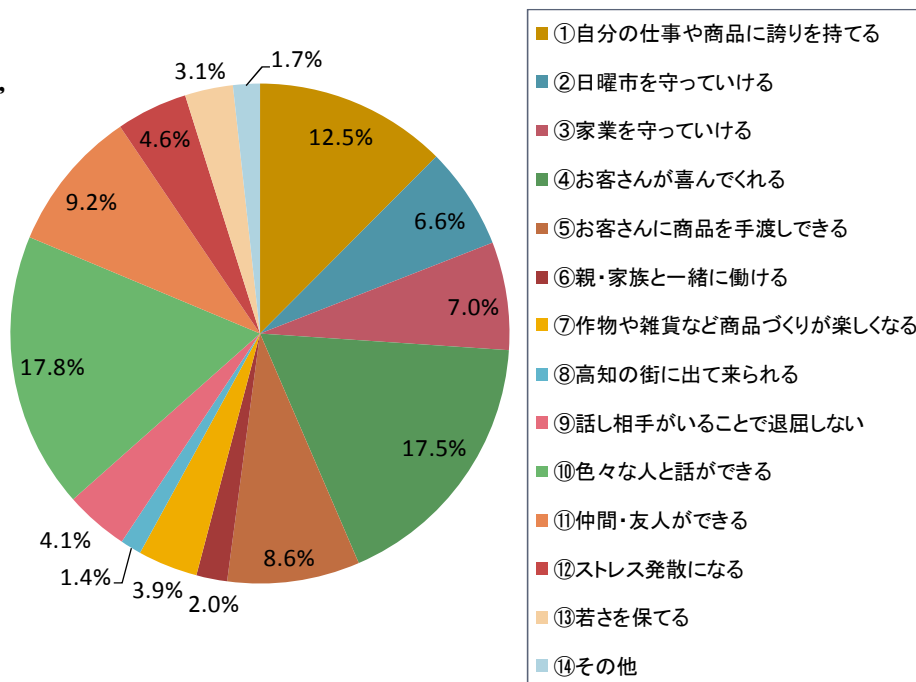


図 3.1.1 一日曜市に出店する魅力(複数回答)

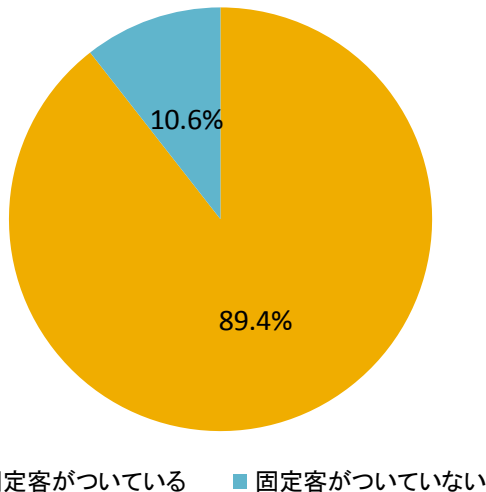


図 3.1.2 固定客の有無

視点4：景観

平成18年度街路市活性化構想においては、市内中心部総延長1.3kmにわたって小間を並べる風景や高知城と追手筋の街路樹を眺望できるなど優れた立地条件が魅力として挙げられています。

平成26年度の街路市活性化推進委員会においては、竹竿のテントにおける景観や城下にある市であること、道路を活用した市が魅力として挙げられています。

平成26年度の日曜市利用者アンケートと観光業者アンケートにおいて、今後の日曜市に求められる方向性について聞いた結果、ともに「素朴さを失わない」や「高知県の特産品を売る場としての性格を強める」という回答が多く、素朴な雰囲気の魅力として挙げられています。

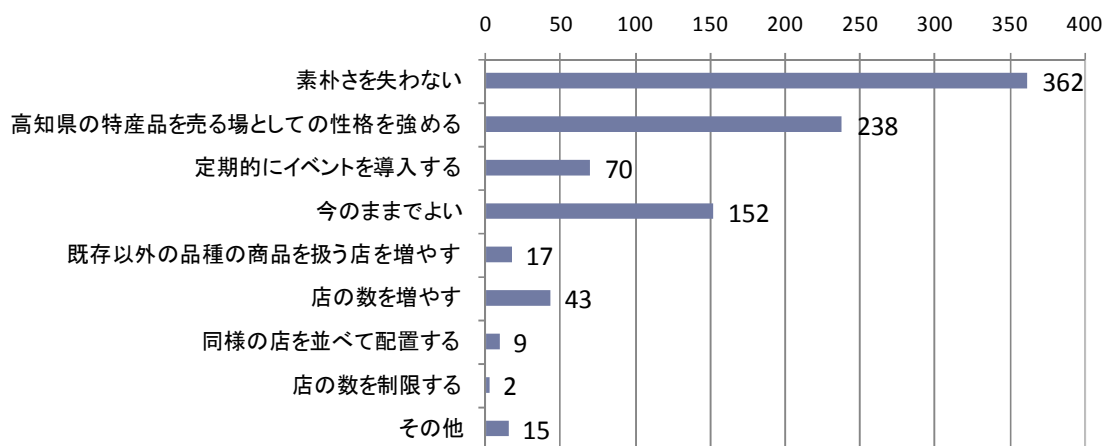


図 3.1.3—日曜市利用者の今後の街路市に求める方向性（複数回答）

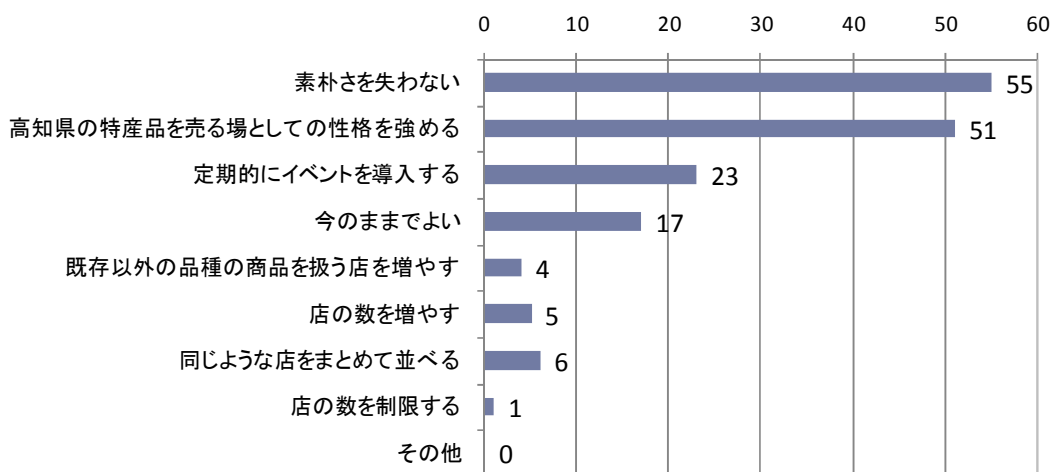


図 3.1.4—観光業者の今後の街路市に求める方向性（複数回答）

以上より、景観に視点を置いた魅力を整理します。

＜景観から見た魅力の整理＞

- ・ 素朴な雰囲気、生活感のある雰囲気を味わえる
- ・ 先進的に車道を街路市として使用している
- ・ 城下に広がる市が高知の風景である

平成26年度の街路市活性化推進委員会では、街路市を利用する若者が少ない状況の中で、県外出身者などの中には、街路市のコミュニケーションを楽しむ若者が増えてきていることや保育園児などによる街路市でのお買い物体験学習が行われていることなど、交流に関する魅力が挙げられています。また、学生ボランティアによる観光案内所や休憩所の運営等、学生が社会を学ぶ場となっていることも魅力として挙げられています。

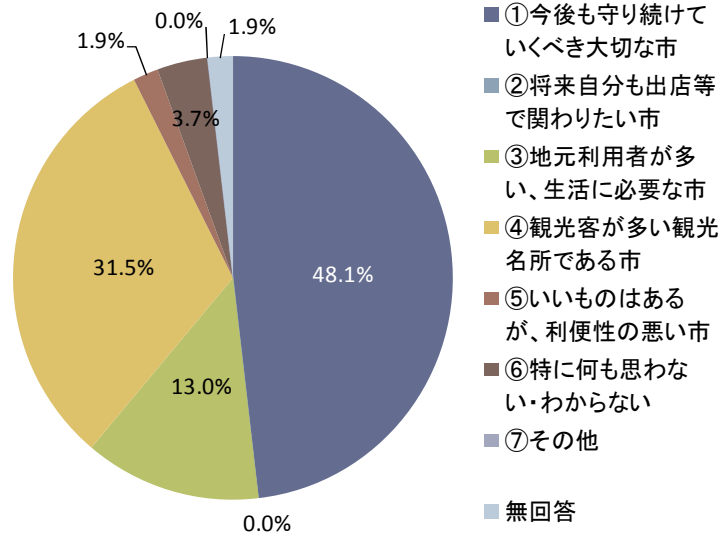


図 3.1.5—高知市の街路市はどのような市と思うか(複数回答)

平成26年度の街路市アンケート(街路市を利用していない10代から30代の若者を対象としたアンケート)では、街路市について「今後も守り続けていくべき大切な市」としての認識が高いことが分かりました。また、「定期的なイベントの導入」等も求めていることが分かりました。

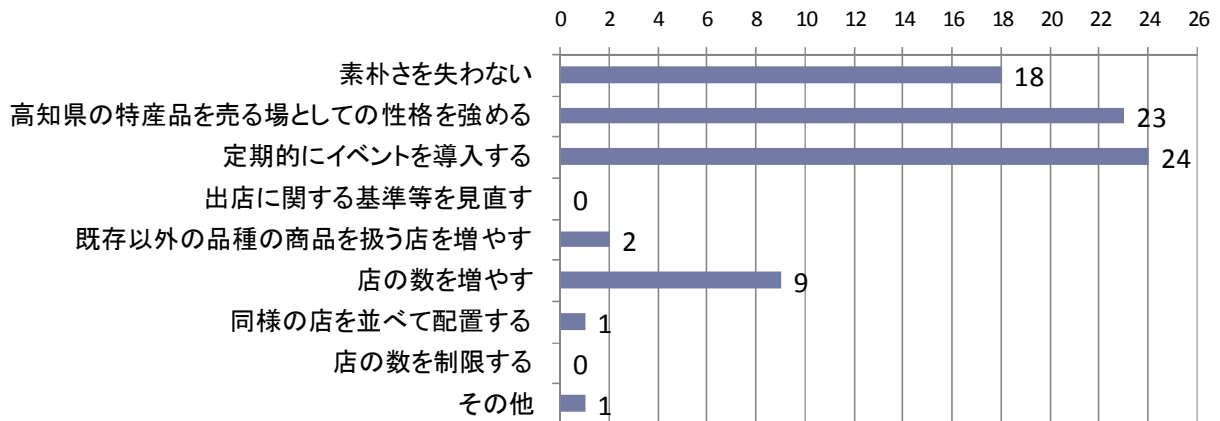


図 3.1.6—若者アンケートの今後の街路市に求める方向性(複数回答)

以上より、教育・学びに視点を置いた魅力を整理します。

＜教育から見た魅力の整理＞

- ・子供たちが街路市を訪れると出店者も喜ぶ
- ・仕事に関することや、社会に関する事など年代を問わず学ぶことができる
- ・ボランティアを通じて社会に貢献できる

2. 街路市活性化に向けた課題

平成 18 年度街路市活性化構想における積み残し事項と、平成 26 年度の街路市活性化推進委員会、日曜市利用者アンケートや出店者アンケート等の調査結果を踏まえ、平成 26 年度の課題を整理します。

視点 1：地元利用者

平成 18 年度街路市活性化構想策定以降、パンフレットの作成や高知市シルバー人材センターと連携した Facebook を開設する等、情報発信に力を入れてきました。また、大学生のボランティアによる休憩所の設置や周辺の商店街と連携したトイレマップの作成を行いました。

しかし、平成 26 年度の日曜市利用者アンケートにおいて、「休憩所」や「公衆トイレ」が求められています。

駐車場に関しては検討段階であり、平成 26 年度の街路市活性化推進委員会においても、消費者目線での行きやすい環境づくりも大きな問題点としてあげられ、新たなサポート体制の検討を行っていく必要があります。

また、日曜市内における通行量調査では、平成 9 年以降、通行量が減少傾向であり、街路市で最も大きな日曜市でも利用者が減少傾向であることがうかがえます。

以上より、地元利用者の視点においては、「情報の発信」や「休憩所」、「公衆トイレ」、「交通の利便性向上」などをキーワードとし、大きく 2 つの課題が挙げられます。

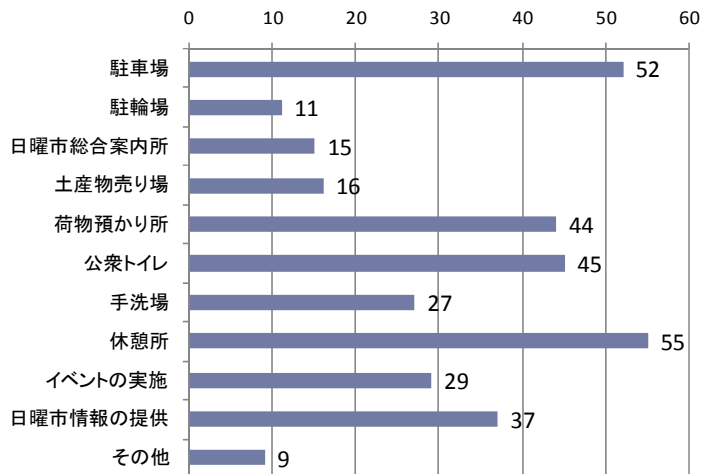


図 3.2.1-あるとよいサービス(市内在住者) (複数回答)

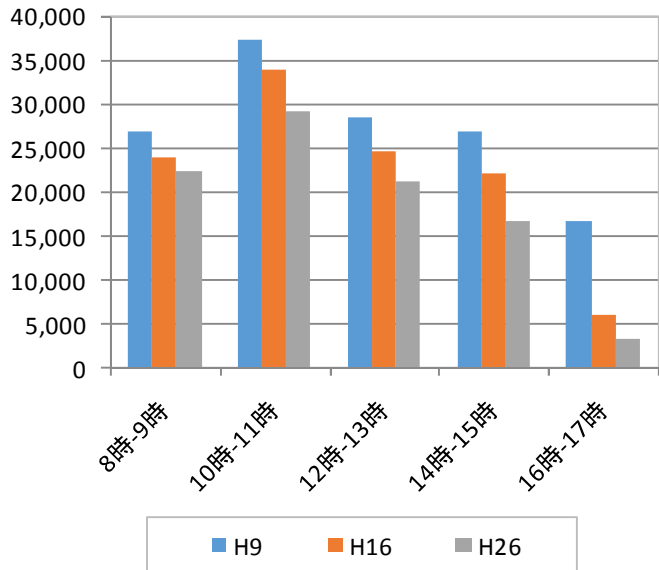


図 3.2.2-日曜市内の通行量の変化

課題 1：地元利用者への魅力の再発信（呼び戻し）

課題 2：行きやすく買い物しやすい環境づくり

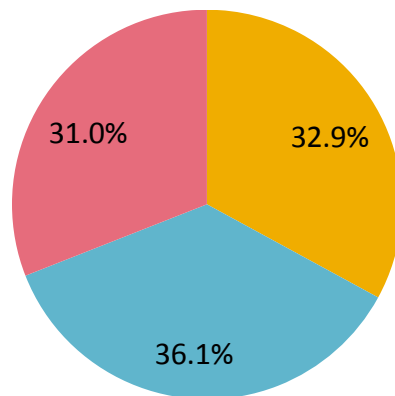
視点2：観光客

観光客数については、平成18年度街路市活性化構想において増加傾向であることが記載されており、観光客への対応も課題として挙げられていました。

また、出店者アンケート調査において、地元客と観光客のどちらが多いか聞いたところ、観光客は地元客と同程度に多くなっていることが分かります。

一方で、街路市活性化推進委員会においては、観光客増加に伴う品物の見せ方の工夫や観光客に買ってもらえるような工夫についての意見が挙げられました。

更に、観光業者アンケートにおいて、観光客の日曜日に対する評価を調査したところ、「地元の人に触れられて楽しい」や「珍しい買い物ができてよい」など、街路市ならではの魅力を評価するご意見が多くなっており、観光客への高知の街路市の魅力をより発信していくことが、観光客増加に繋がることがうかがえます。



①地元客 ②観光客 ③同じくらい

図 3.2.3—客の種別

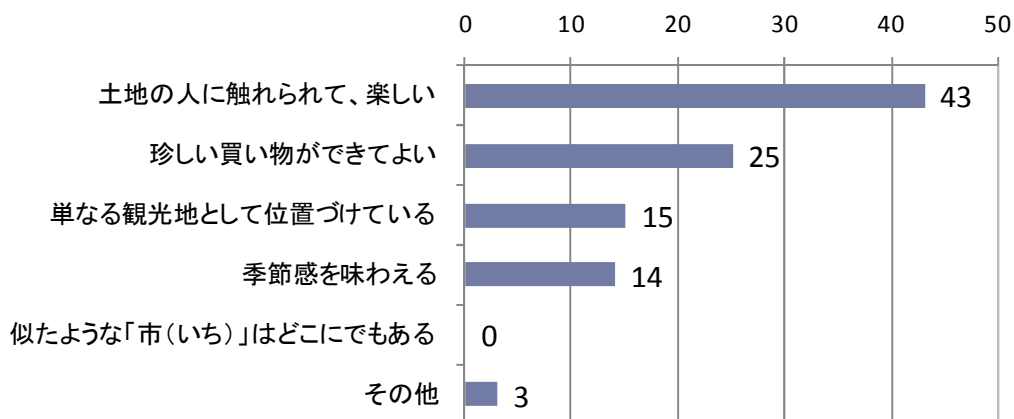


図 3.2.4—観光客の日曜日に対する評価（複数回答）

以上より、観光の視点においては、「観光客への対応」や「魅力の発信」、「高知の街路市独自のもの」などをキーワードとし、大きく2つの課題が挙げられます。

課題3：観光客への購入意欲向上に向けた仕組みづくり

課題4：街路市の情報の発信（PR活動・呼び込み）

視点3：出店者

平成18年度街路市活性化構想では、出店基準の見直しや光熱類の使用許可基準の見直しなど基準に関する項目や減少傾向にある出店者数対策として、他市町からの出店や新規出店者の開拓などについて記載がありました。しかし、基準の見直しの進捗としては検討段階であり、見直しは行われていない状況です。そのため、出店者が出店したいと思える環境を整えるための基準の見直しが必要となっています。

また、出店者アンケートにおいて後継者の有無について調査を行ったところ、後継者は減少傾向であり、平成9年では出店者の60%以上に後継者がいる状況でしたが、今現在では30%以下と非常に少なくなっています。活性化推進委員会においても、出店者の高齢化や後継者不足が大きな問題として挙げられました。

また、後継者だけでなく、出店者数も減少傾向であり、新たな出店者の開拓による出店者減少に歯止めを掛けていかなければならない状況となっています。

そのため、これまで行ってきた広報誌による呼びかけや募集チラシだけでなく新しい対応を行い、後継者の育成や新規出店者の開拓を行っていく必要があります。

更に、出店者アンケートにおいて、空き小間の利用方法について、「新しい出店者を入れることを優先する」が最も多く、ついで「休憩所的に使用する」の順になっており、出店者は空き小間の有効活用を望んでいることが分かりました。活性化推進委員会においては、空き小間の活用についても議題としてあげられました。

以上より、出店者の視点においては、「出店環境の見直し」や「後継者問題」、「新規出店者」、「空き小間」などをキーワードとし、大きく2つの課題が挙げられます。

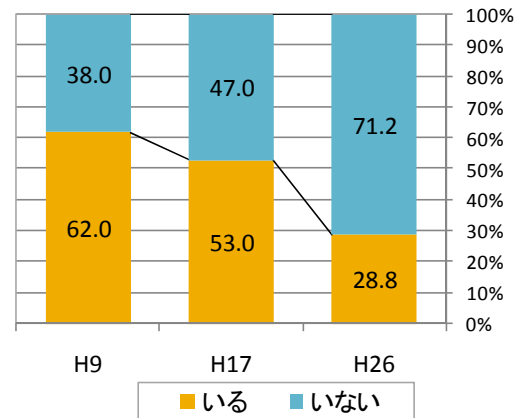


図 3.2.5 後継者の有無

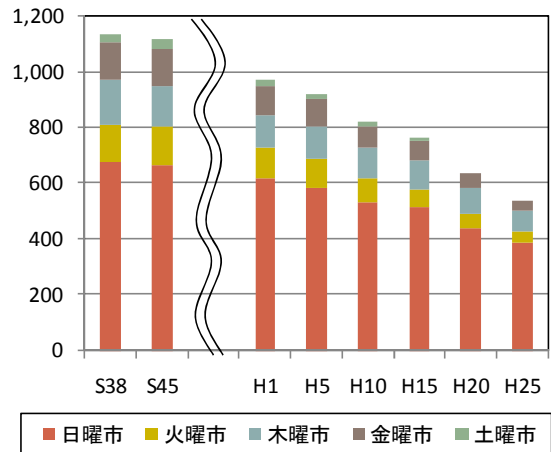


図 3.2.6 出店者数の推移

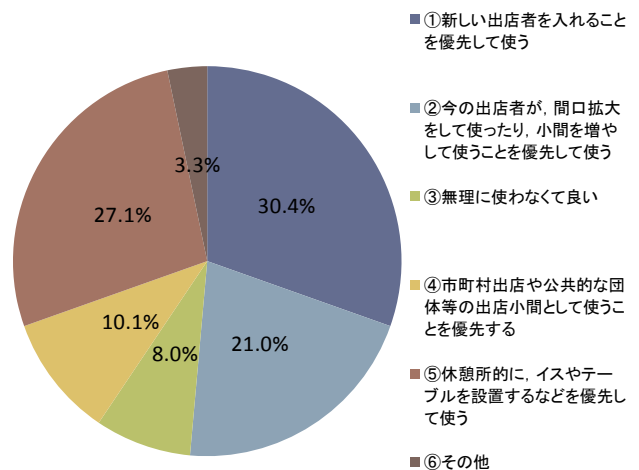


図 3.2.7 空き小間の活用について

課題5：出店者が出店し続けたいと思える環境づくり

課題6：新たな出店者開拓に向けた取り組み

視点4：景観

平成18年度街路市活性化構想では、街路市の景観は、「素朴な雰囲気、生活感のある雰囲気を味わえる」や「自動車が通行する道路を市として活用すること」、「城下に広がる市」を魅力として挙げています。平成26年度の日曜市利用者アンケートにおいて、県外利用者が日曜市を利用する理由として、「地元の物が買えるから」や「素朴な雰囲気を味わえるから」との回答が多くなっています。活性化推進委員会において、竹竿のテントや生活市としての雰囲気が市内外問わず、よい空間として認識されているという意見が出ています。

一方で、活性化推進委員会やアンケートの自由回答においてゴミ箱の設置等のゴミ回収問題が挙げられました。日曜市内には食べ歩きができる商品があり、そのゴミへの対応が良好な日曜市の景観維持に求められています。

また、空き小間の増加に伴う活用についても、新規出店者への配分や休憩所としての活用等の意見もあり、景観に対する対応を行っていく必要があります。

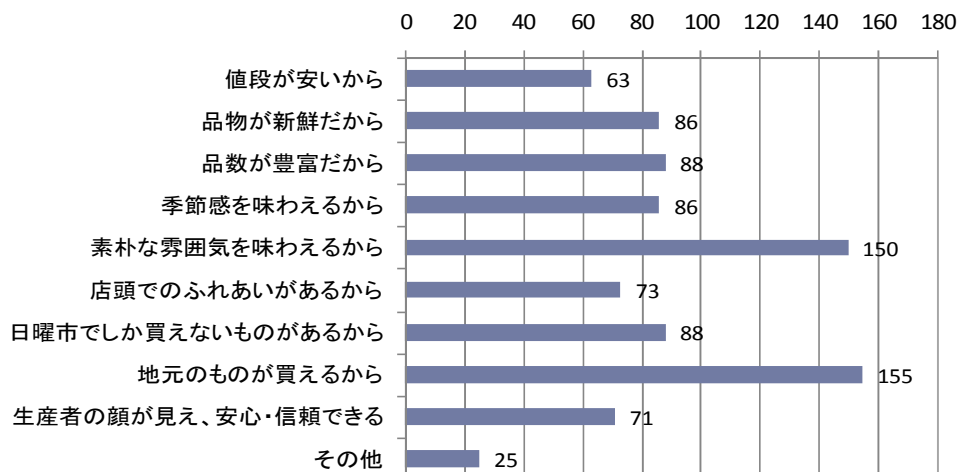


図 3.2.8—日曜市を利用する理由（県外利用者）（複数回答）



空き小間が目立っている状況

以上より、景観の視点においては、「ゴミ回収問題」や「景観の維持」、「空き小間への対応」などをキーワードとし、大きく2つの課題が挙げられます。

課題7：良好な景観の維持

課題8：街路市活性化に向けた空き小間の活用

視点5：教育・学び

出店者の高齢化や若者の街路市離れが深刻化しており、若者が街路市に興味を持てる仕組みづくりが必要となっています。

街路市を近年利用していない10～30代前後の若者を対象とした若者アンケートにおいて、街路市と学校教育における関係性について調査を行った結果、「学校の授業では街路市について学ぶ機会がない(学んだことはない)」の割合が約50.0%となっており、街路市に触れられる機会づくりが必要となっています。

また、同調査において幼少期における街路市の利用状況を聞いたところ、幼少期(10歳頃)において、「両親と一緒に利用した」と回答した割合が60%以上と大きく、街路市に足を運びきっかけとして親の行動が重要であることが分かります。また平成26年度の街路市活性化推進委員会においても、保育園児等に対する街路市での買い物体験など、教育と街路市を繋げる取組みの重要性が課題として挙げられました。

以上より、教育・学びの視点においては、「学校教育」や「利用する機会」、「買い物体験」などをキーワードとし、大きく2つの課題が挙げられます。

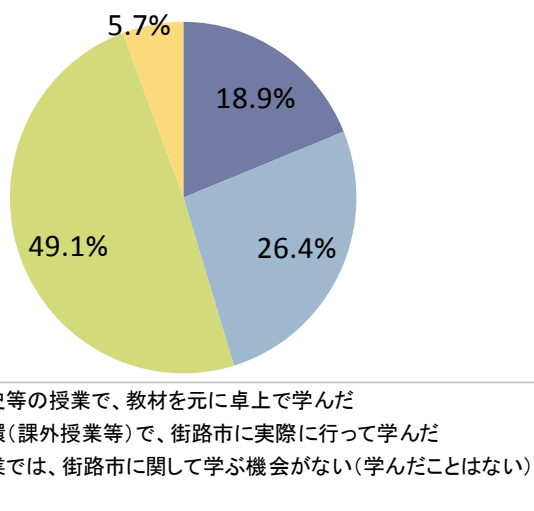


図 3.2.9—街路市と学校教育との関係性(市内在住)

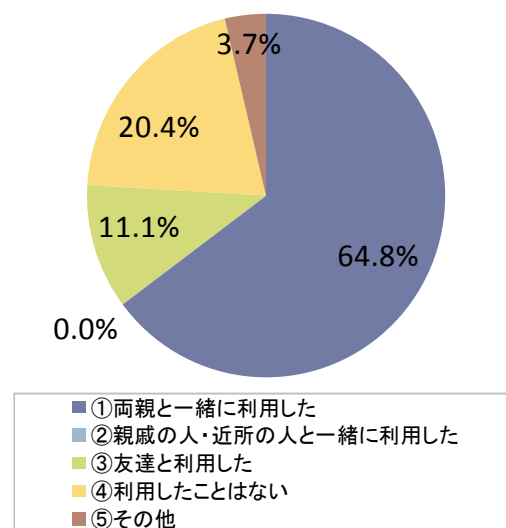


図 3.2.10—幼少期の街路市利用状況(市内在住)

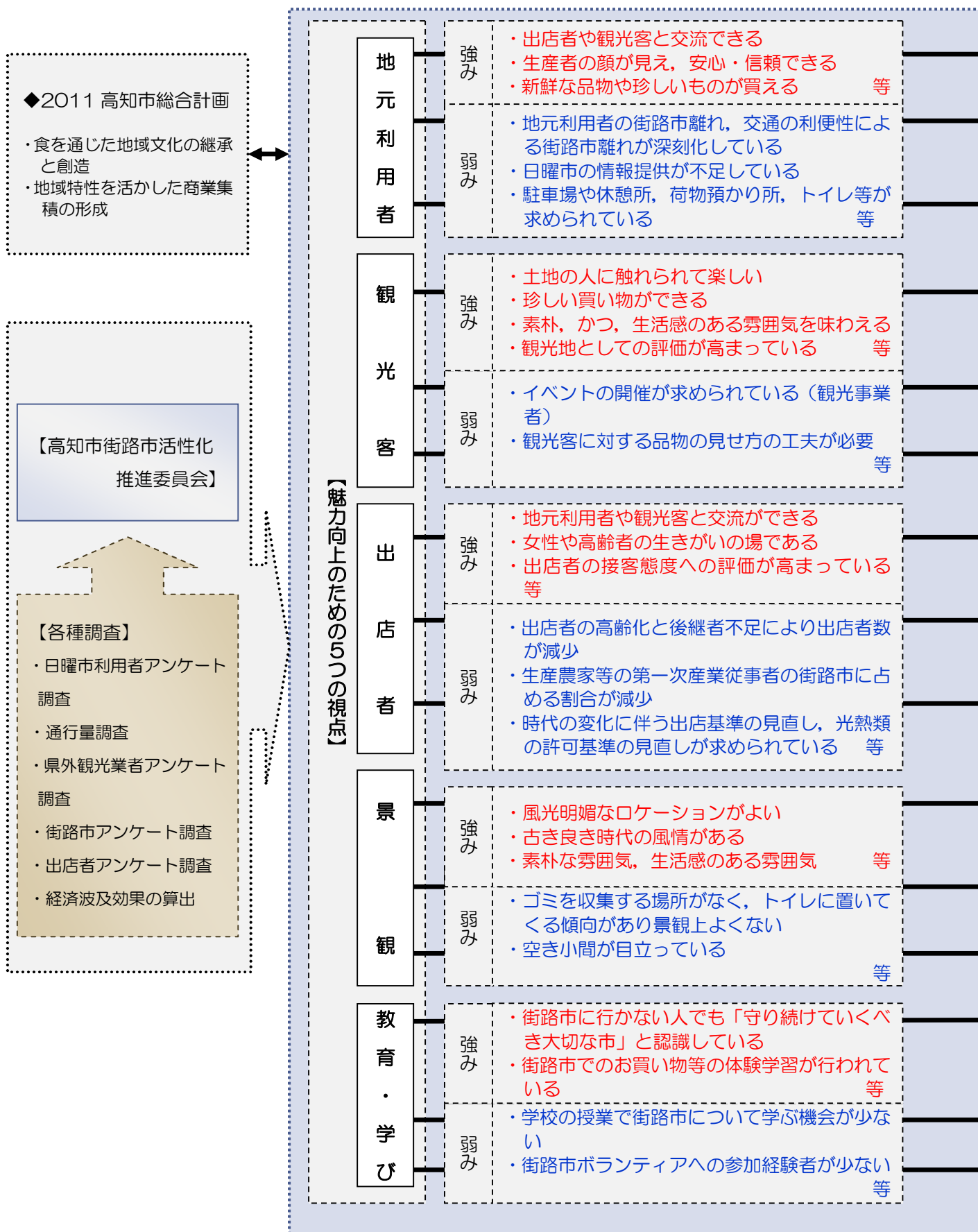
課題9：子どもが街路市に出向く・学ぶ機会と仕組みづくり

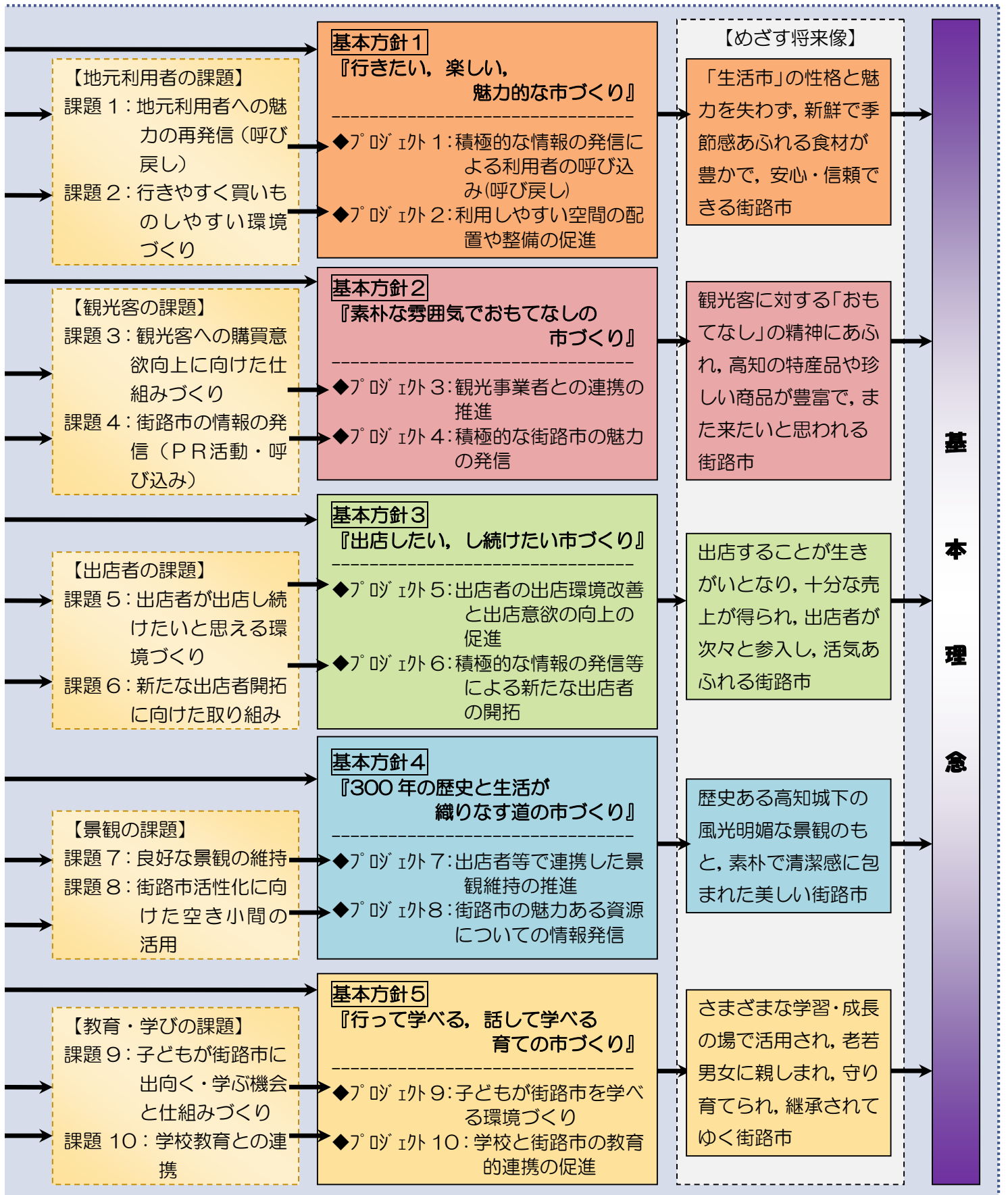
課題10：学校教育との連携

第4章 活性化に向けた基本方針と取組み

1. 施策の体系

街路市活性化構想の実現に向け、以下のように基本理念を体系化しました。





※詳細は資料編 P108~112 参照

2. 基本理念

(1) 目指す将来像

平成18年街路市活性化構想及び上位計画、平成26年度実施の各種調査や街路市活性化推進委員会の協議結果を踏まえ、5つの視点における魅力と課題の洗い出しを行ってきましたが、それらの課題を解決し、持てる魅力を増しながら目指すべき将来像を、5つの視点ごとに示します。

① 地元利用者

生活市の性格と魅力を失わず、新鮮で季節感あふれる食材が豊かで、安心・信頼できる街路市

② 観光客

観光客に対する「おもてなし」の精神にあふれ、地元の特産品や珍しい商品が豊富で、また来たいと思える街路市

③ 出店者

出店することが生きがいとなり、十分な売り上げが得られ、出店者が次々と参入し、活気あふれる街路市

④ 景観

歴史ある高知城下の風光明媚な景観のもと、素朴で清潔感に包まれた美しい街路市

⑤ 教育・学び

さまざまな学習・成長の場で活用され、老若男女に親しまれ、守り育てられ、継承されていく街路市

(2) 街路市活性化のための基本理念

5つの視点毎のめざすべき将来像を包括する街路市の総合的な将来像として、街路市活性化のための基本理念を次のように設定します。

**300年の歴史と文化を継承し、
高知城下がにぎわいと笑顔であふれる
魅力的な生活市をめざします**

この基本理念に基づき、街路市の理想的な将来像を実現するために、5つの視点毎に5つの基本方針と、各方針ごとに2つのプロジェクトを、合計10プロジェクト設定し、10のプロジェクトを具体的に推進するための合計41の事業を実施することにより、街路市の将来にわたる活性化を実現します。

(2) 目標年次

**目標
年次**

本構想は、「生活市」を基本的な軸として、出店者や行政等市（いち）関係者が「自分たちのもの」として捉えられるように作成し、事業の実施後、フォローアップ、ローリングしていくものです。

構想の目標年次は10年後の**平成36(2024)年度**とします。

3. 活性化に向けた基本方針と取組み

基本理念の実現に向け、街路市活性化の基本方針を5つの視点ごとに設定します。各基本方針には2つのプロジェクトを設定し、プロジェクトに基づく具体的な事業を実施していきます。

(1) 地元利用者に対する取組み

基本方針1 (地元利用者)

『行きたい、楽しい、魅力的な市づくり』

街路市離れが進んでいる地元利用者が、「行きたい」、「行って良かった」、「楽しい」と街路市を魅力的だと感じるような市づくりを推進します。



★新規事業、●拡充事業、■継続事業

プロジェクト1：積極的な情報の発信による利用者の呼び込み

■高知市広報紙「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信

これまで行ってきた数年に一度の特集記事や、春、秋の開催時間変更のお知らせ掲載に加え、旬の情報などを掲載して地元住民の街路市への興味を高めていきます。

■メディア・マスコミへの情報提供の強化

これまで行ってきたマスメディアからの取材要請への協力に加え、定期的かつ広範囲に、街路市に取材を呼び込むための情報発信を地元メディアに依頼します。

■パンフレットやFacebook等による情報提供の強化

市が発行するパンフレット、高知市ホームページ記事、マスコミ情報提供、高知市シルバー人材センターが作成するフェイスブックなどの発行・発信頻度を高め、地元客の街路市への興味を高めます。また、他機関と連携して、情報発信ツールや手法の最新化・高度化について研究を行います。

●地元客向けリーフレット、ポスターの作成、配布

これまで発行してきた地元客向けリーフレット、ポスターの発行枚数を増やし、設置箇所も増やすことで地元客の街路市への興味を高めます。

★食を通じた飲食店との連携事業

街路市で調達した食材をメニューとして使用しているシェフや飲食店等と連携して、「街路市で調達した食材使用」がPRされるよう働きかけます。食材を提供する店舗では、食材を使用するシェフや飲食店等のPRにつながるチラシ等の提供を行います。

★計画的・効果的な各種調査の実施

地元客の満足度向上のため、街路市をよく訪れる客や、訪れない客の特性についての調査、分析等を行います。

★リピート数アップのための事業研究

地元客のリピート率をあげるために有効なスタンプラリーや龍馬パスポートについて事例研究を行います。

■関係団体（高知市シルバー人材センター等）との連携

高知市シルバー人材センターでは平成25年度から3年間の予定で、国の企画提案型街路市活性化推進事業（とさの街路市活性化事業）として日曜市への直営店の出店やフェイスブックを活用した情報発信などを行っています。今後も関係団体との連携により、地元客の呼び戻しをはじめとする街路市の活性化を図っていきます。

★新規事業、●拡充事業、■継続事業

プロジェクト2：利用しやすい空間の配置や整備の促進

★空き小間を活用した取組み

空き小間を休憩所として活用します。また、空き小間は既存出店者の間口拡大要望への対応や、新規出店者の出店場所としても活用し、市のにぎわいを増していきます。

●駐車場マップ・トイレマップ等の情報提供

GWの際にトイレマップの配布を実施してきましたが、今後は発行枚数や配布、設置機会を増やし、駐車場やトイレ情報を必要とする方への対策を実施します。

第4章 活性化に向けた基本方針と取組み

★商店街との回遊性向上のための取組み

中心市街地活性化計画に搭載された街路市関連事業である①学生による日曜市サポート事業の推進，②日曜市とおまちを結ぶ新たなマーケット等の検討，③街路市・商店街回遊促進事業の検討に沿った事業を構築して実施します。

★手荷物預かり所の設置

日曜市に隣接する商店などで，手荷物預かりサービスの実施を行えるよう検討します。

★ミニ観光案内所の開設

簡単な日曜市案内や簡単な高知の観光地案内を実施できるように案内マニュアルを作成し，一部の店舗に「ミニ観光案内所」の役割をお願いして，顧客サービスの向上を図ります。

■日曜市，金曜市の歩行者等安全確保

来客の安心・安全を確保するため，警備員やシルバー団体会員を日曜市・金曜市に配備して歩行者の安全を守ります。

★車イスの貸出し事業

足の不自由な身体障がい者や足腰の弱い高齢者の方からの「日曜市散策用の車イスを貸してほしい」というニーズに応え，試行的に実施します。

★アート創出事業

プロや一般の方が描いた街路市のイラストを使用して，展示会を行うとともに，街路市の記念品となるグッズや出版物への活用について研究を行います。

(2) 観光客に対する基本方針と取組み

基本方針2 (観光客)

『素朴な雰囲気でおもてなしの市づくり』



街路市を訪れる観光客が増加するなか、素朴な雰囲気や街路市での交流を楽しむ観光客が多くなっています。そのため、生活市として素朴な雰囲気ですくしく買い物をしてもらうために、地元らしさ、高知らしさを出したおもてなしの市づくりを推進します。

★新規事業、●拡充事業、■継続事業

プロジェクト3：観光事業者との連携の推進

■観光事業者、外国人への街路市パンフレット等の提供

観光事業者からの要請の有無にかかわらず、街路市パンフレットや情報誌を積極的に提供します。また、近年増加している外国人観光客向けに外国語チラシなどのサービス提供を行います。

★エコバック配布・買い物・宅配支援の研究

ツアー客等向けの日曜市マーク入りエコバックの作成や、購買量増に結び付く宅配用段ボール作成、買い物カートの貸し出しなど、街路市PRも兼ねた買い物サービスの向上について研究します。また、観光客等に向けた「日曜市お土産セット」や日曜市ヒット商品の開発奨励に向けて研究を重ねます。

●イベント情報の提供

現在実施している、ひろめ市場電光掲示板と大橋通りのIT 端末での情報提供をその他の媒体（行政広報紙、タウン誌等）にも範囲を広げます。また、今後日曜市の中で開催することが検討されているイベントを、実施前に各媒体を通じて市民に提供します。

★出店者向けの講習会の実施（おもてなしアップ、経営力向上等）

これまで出店者向けに3年に一度の義務講習を行い、衛生管理や道路占用について知っておくべきことの周知を図ってきました。今後はこれに加え、義務講習の行われない期間についても、「おもてなしカアップ」や「経営力向上」などを目的とした講習会を開催します。

●街路市商品購入チケット制度の検討

平成 25 年度に実施をした「日曜市お買い物チケット」を参考として、日曜市全店舗で使用可能なチケットを受け入れることができる体制の構築について検討します。

★新規事業、●拡充事業、■継続事業

プロジェクト 4：積極的な街路市の魅力の発信

★食を通じた飲食店との連携事業

街路市で調達した食材をメニューとして使用しているシェフや飲食店等と連携して、「街路市で調達した食材使用」がPRされるよう働きかけます。食材を提供する店舗では、食材を使用するシェフや飲食店等のPRにつながるチラシ等の提供を行います。

★商店街との回遊性向上のための取組み

中心市街地活性化計画に搭載された街路市関連事業である①学生による日曜市サポート事業の推進，②日曜市とおまちを結ぶ新たなマーケット等の検討，③街路市・商店街回遊促進事業の検討に沿った事業を構築して実施します。

●観光宣伝隊など県外 PR 活動の強化

県外で開催される物産展・朝市フェアへの参加や高知県主催の県外メディアへの情報発信イベントとの連携を通じて、街路市の県外客向けのPRを強化します。

■メディア・マスコミへの情報提供の強化

これまで行ってきたマスメディアからの取材要請への協力に加え、定期的かつ広範囲に、街路市に取材を呼び込むための情報発信を県外メディアに依頼します。

●他市観光市，街路市サミットなどとのネットワークづくり

全国有名朝市の先進地視察や全国朝市サミットの視察を実施するとともに、全国の情報収集を行うことで、関係団体とのネットワークを構築します。

■日曜市協力店の普及

日曜市のパンフレットの設置やトイレ利用等について飲食店やホテル・旅館に協力を得る「日曜市協力店」について、現在加盟の店舗等の意見を参考に内容を充実させるとともに、新たな加盟店を募集して日曜市をはじめとする街路市を応援するネットワーク構築につなげていきます。

(3) 出店者に対する基本方針と取組み

基本方針3 (出店者)**『出店したい、し続けたい市づくり』**

出店者の高齢化，出店者数の減少と街路市の存在が危ぶまれている状況ではありますが，今いる出店者がより交流を楽しめ，新しい人たちが街路市に出店したいと思えるような，街路市の環境づくりを推進します。



★新規事業，●拡充事業，■継続事業

プロジェクト5：出店者の出店環境改善と出店意欲の向上の促進**★出店者台帳の作成と定期的な出店者訪問活動**

出店者の農産物等の生産状況や経営状況，後継者育成状況などについて出店者を訪問して情報収集を行い，個店の継続・発展につなげるとともに，街路市対策の効果的な展開にむすびつけます。

★出店者向けの講習会の実施（おもてなしアップ，経営力向上等）

これまで出店者向けに3年に一度の義務講習を行い，衛生管理や道路占用について知っておくべきことの周知を図ってきました。今後はこれに加え，義務講習の行われない期間についても「おもてなし力アップ」や「経営力向上」などを目的とした講習会を開催します。また，講習会のメニューとして，街路市商品の外商などにより出店者の利益を上げる仕組みづくりの研究に取り組みます。

●ボランティアによる出店サポートの充実

出店に際して，一人で販売している店舗では，休憩がとりづらいことなどが出店者の負担となっており，この留守番役をすでに実施している Sunday Market Supporters(SMS)と協力して，ボランティアを募集して実施します。また，テントや販売台，商品を現場に運ぶ手段を持たない出店者が有料で運送業者に依頼をしていますが，経済的な負担を軽減する方策を検討します。

■いち版等発行によるコミュニケーションの深化

出店者に知っておいてほしい情報などを掲載して不定期に作成・配布をしている街路市情報誌「いち版」について，より発行頻度を高めることで，出店者への情報提供量を増や

第4章 活性化に向けた基本方針と取組み

すとともに、街路市担当職員と出店者とのコミュニケーションを深めることをめざします。

●「経営力アップのヒント」チラシの作成・配布

街路市での売れ筋情報や出店者とのやりとりについての来客の喜びのコメントなどを掲載したチラシ「経営力アップのヒント」を作成・配布します。

★空き小間を活用した取組み

空き小間を休憩所として活用します。また、空き小間は既存出店者の間口拡大要望への対応や、新規出店者の出店場所としても活用し、市のにぎわいを増していきます。

★新規事業、●拡充事業、■継続事業

プロジェクト6：★積極的な情報の発信による新たな出店者の開拓

●新規出店者の募集、開拓

これまで生産出荷組合の総会時や農業団体の会合開催時に新規出店者募集を行ってききましたが、生活市の中心である農産物生産者の新規出店者募集に向けて、県内 JA や市町村の巡回宣伝を広範囲かつ計画的に実施します。また、高知県内移住者への出店ニーズにも対応していきます。

★街路市の商品を用いた飲食店情報の提供

飲食店等に食材を提供する店舗では、食材を使用するシェフや飲食店等の PR につながるチラシ等の提供を行います。

■高知市広報紙「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信

これまで行ってきた数年に一度の特集記事や、春、秋の開催時間変更のお知らせ掲載に加え、旬の情報などを掲載して地元住民の街路市への興味を高めます。

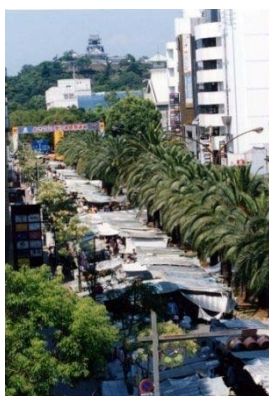
●出店基準の規制緩和

街路市は生活市として、生産者割合を75%以上とすることを目標としてきましたが、今後は生産者の出店を維持するとともに、生産者以外でも生活市の趣旨に沿う出店希望者の出店に結びつけるよう出店基準を見直します。また、出店の主体や方法についても、時代の流れを踏まえ基準の再考を行っていきます。

(4) 景観に対する基本方針と取組み

基本方針4 (景観)

『300年の歴史と生活が織りなす道の市づくり』



高知城下に広がる日曜市，300年以上の歴史を誇る街路市は，これまでの生活の歴史と文化の歴史が織りなす空間です。通常は自動車が走る道路がその日ばかりは活気あふれる交流の場へと早変わりします。これら歴史と文化の姿を今後に残し，景観の維持を推進します。

★新規事業，●拡充事業，■継続事業

プロジェクト7：出店者等で連携した景観維持の促進

■出店者によるゴミ減量運動の実施

ごみ箱の設置によらない，街路市出店者の努力と工夫による街路市ゴミ減量運動を実施します。来客の手持ちのごみを預かって処分したり，トイレへの行き帰りの際に目に付いたごみを回収・処分することなどにより，街路市の美化を推進します。

★出店者レンタルトイレ，トイレ美化推進事業

日曜市に面する公衆トイレは3箇所（藤並公園，中の橋通り，追手前公園）しかなく，出店者からトイレの増設を求める声があるため，民間事業者からトイレをレンタルする契約を結び，出店者に提供を行う。また，レンタルトイレ及び日曜市周辺のトイレを巡回して清掃する要員を構え，トイレを美化することで，観光客をはじめとするトイレ利用者の日曜市，高知の印象を高めることをめざします。

★新規事業，●拡充事業，■継続事業

プロジェクト8：街路市の魅力ある資源についての情報発信

★街路市図の作成，掲示，配布等

観光客が日曜市を散策する際，全長が長い「現在地」や「どこまで市が続くのか」が分からず不安になることを解消するため，一定の区間ごとに日曜市の全体と現在地を表示したパネルを作成して，出店者テントに掲示します。

★写真撮影ポイントの設置

日曜市で、観光客らに対して、「日曜市に来たことを分かりやすく伝える写真撮影ポイント」を設定して、現地に表示をするとともにチラシ等で提供します。

■パンフレットや Facebook 等による情報提供の強化

市が発行するパンフレット、高知市ホームページを活用した PR、情報提供、高知市シルバー人材センターが作成するフェイスブックなどの発行・発信頻度を高め、地元客の街路市への興味を高めます。

★空き小間を活用した街路市情報・グルメパネルの設置

空き小間を活用して、街路市に関する情報パネルや旬の食材を使用したレシピの掲示板を設置します。パネルの作成・運営については、県内大学生の日曜市サポートボランティアグループである Sunday Market Supporters (SMS) や高知市シルバー人材センターなどと連携します。

★商店街との回遊性向上のための取組み

空き小間を活用して、イベントを開催します。イベントについては、「日曜市内で来客の交流を促進するもの」や「中心商店街との回遊性を高めること」につながるイベントを開催します。

(5) 教育・学びに対する基本方針と取組

基本方針5 (教育・学び)

『行って学べる、話して学べる育ての市づくり』

生活市である街路市は、日常的に必要な品物を購入できるだけでなく、老若男女が交流し、生活すること、生きることを学べる場所です。そのため、子どもたちが生活していくこと、食文化等、さまざまなことを学べる場としての市づくりを推進します。



★新規事業, ●拡充事業, ■継続事業

プロジェクト9: 子どもが街路市を学べる環境づくり

●お客様感謝事業の充実

出店者5組合が合同で結成している「高知市お客様感謝事業実行委員会」主催の「お客様感謝事業」については、お買い物券配布やオープニングイベントでの「まちの保健室」などが好評であり、これらを継続するとともに、さらなる集客につながるイベントを併せて行うなど、内容の充実を図ります。

●小学校の授業や教材を通じた街路市文化の伝承

現在、高知市内の3, 4年生社会科の副読本などで、日曜市をはじめとする街路市が紹介され、授業で活用されていますが、ほかの学年や中学生に対しても、街路市の情報が提供される場面を増やし、街路市に対する親近感をもってもらうとともに、子どもたちが将来も街路市を訪れたいくなるきっかけづくりを行います。

★小学生等の受け入れ体制の充実

現在、複数の小学校では社会科見学と絡めて火・木・金曜市を訪問し、お小遣いを持って買い物をする取り組みが行われていますが、これらの取り組みを行う小学校が増えるように働きかけを行うとともに、中学校にも類似の取り組みについて呼びかけます。

プロジェクト10：学校と街路市の教育的連携の促進

●高知商業高校等の日曜日での活動への協力

高知商業高校社会マネジメント学科による日曜市をフィールドとした販売体験やイベント等への協力を継続するとともに、今後は協力の内容や頻度を充実させながら、支援対象を他校にも広げます。

●高知大学等の日曜日での活動への協力

新しく地域協働学部を設置する高知大学の講義やゼミにおける日曜市をフィールドとした販売体験やイベント等への協力を継続するとともに、今後は協力の内容や頻度を充実させながら、支援対象を他校にも広げます。

●SMS等の活動への協力

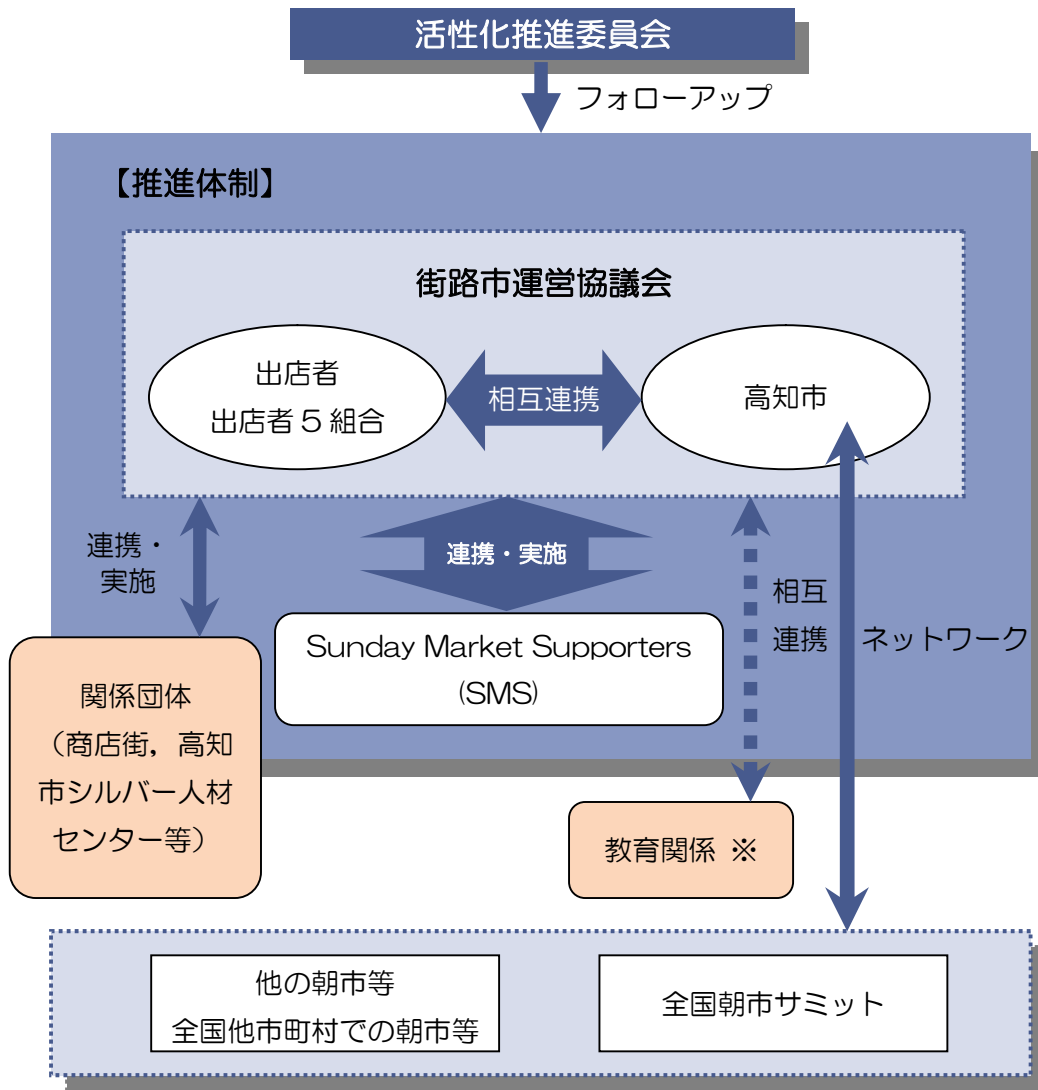
県内大学生の日曜日サポートボランティアグループである Sunday Market Supporters (SMS) への支援として実施するテントの貸与を継続するとともに、協力の内容や頻度を充実させていきます。また、街路市の防災・復興対策への活用を含む学生の研究活動への側面支援や、学生と連携した出店者若手グループや勉強会の活動の奨励なども行います。

第5章 活性化の実現に向けて

1. 構想の推進体制

街路市の活性化を実現するためには、出店者5組合と高知市を中心に、関係団体やサポート組織が相互に連携・協調を図る必要があります。

街路市活性化推進委員会は、プロジェクトの推進のためにフォローアップを行っていきます。



※保育園、幼稚園、小・中・高校・大学・各種専門学校等

図 5.2.1 活性化構想の推進体制

これまでの経過を踏まえ、「活性化をめざすための推進母体となる組織」としては、新しく団体を設置することはせず、既存の組織である高知市（産業政策課街路市係）と出店者・出店者5組合、これらが合同となった街路市運営協議会をベースとして、大学生ボランティアや高知市シルバー人材センターなど各関係団体とも連携しながら、それぞれの役割分担に応じて活性化を独立しつつ行い、これら全体を活性化推進委員会がフォローアップを行っていきます。

2. 対応施策と実施体制

街路市の魅力を高め、めざすべき将来像に向けて実施する施策は、実施主体を中心として展開していきます。

表 5.2.1 対応施策の実施体制

基本方針	プロジェクト 取組み	実施主体	実施期間			備考
			短期	中期	長期	
			基本方針1：『行きたい、楽しい、魅力的な市づくり』			
プロジェクト1：積極的な情報の発信による利用者の呼び込み						
	■高知市広報誌「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信	高知市	○			
	■メディア・マスコミへの情報提供の強化	高知市	○			
	■パンフレットや Facebook 等による情報提供の強化	高知市 関係団体	○			
	●地元客向けリーフレット、ポスターの作成、配布	高知市	○			
	★食を通じた飲食店との連携事業	飲食店 関係団体 出店者		○		
	★計画的・効果的な各種調査の実施	高知市			○	
	★リピート数アップのための事業研究	高知市 関係団体			○	
	■関係団体（高知市シルバー人材センター等）との連携	高知市 関係団体	○			
プロジェクト2：利用しやすい空間の配置や整備の促進						
	★空き小間を活用した取組み	高知市 出店者		○		
	●駐車場マップ・トイレマップ等の情報提供	高知市 関係団体	○			
	★商店街との回遊性向上のための取組み	運営協議会 関係団体			○	
	★手荷物預かり所の設置	出店者 各種店舗		○		
	★ミニ観光案内所の開設	出店者		○		
	■日曜日、金曜市の歩行者等安全確保	高知市	○			
	★車イスの貸出し事業	高知市 関係団体	○			
	★アート創出事業	芸術家 関係団体 出店者			○	
小計：★新規事業：9 施策，●拡充事業：2 施策，■継続事業：5 施策						

基本方針2：『素朴な雰囲気でおもてなしの市づくり』

プロジェクト3：観光事業者との連携の推進

■観光事業者、外国人への街路市パンフレット等の提供	高知市	○			
★エコバック配布，買い物・宅配支援の研究	高知市 高知県 関係団体		○		
●イベント情報の提供	高知市	○			
★出店者向けの講習会の実施（おもてなしアップ，経営力向上等）	高知市	○			
●街路市商品購入チケット制度の検討	高知市 出店者 関係団体			○	

プロジェクト4：積極的な街路市の魅力の発信

★食を通じた飲食店との連携事業	飲食店 関係団体 出店者	○			プロジェクト1 の再掲
★商店街との回遊性向上のための取組み	高知市 商店街 出店者			○	プロジェクト2 の再掲
●観光宣伝隊など県外PR活動の強化	高知県 高知市 出店者	○			
■メディア・マスコミへの情報提供の強化	高知市 マスコミ各社	○			プロジェクト1 の再掲
●他市観光市，街路市サミットなどとのネットワークづくり	高知市 関係団体	○			
■日曜市協力店の普及	高知市 飲食店等	○			

小計：★新規事業：4 施策，●拡充事業：4 施策，■継続事業：3 施策

基本方針3：『出店したい，し続けたい市づくり』

プロジェクト5：出店者の出店環境改善と出店意欲の向上の促進

★出店者台帳の作成と定期的な出店者訪問活動	高知市 関係団体		○		
★出店者向けの講習会の実施（おもてなしアップ，経営力向上等）	高知市	○			プロジェクト3 の再掲
●ボランティアによる出店サポートの充実	高知市 関係団体		○		
■いち版等発行によるコミュニケーションの深化	高知市	○			
●「経営力アップのヒント」チラシの製作・配布	高知市 関係団体		○		
★空き小間を活用した取組み	高知市		○		プロジェクト2 の再掲

プロジェクト6：積極的な情報の発信等による新たな出店者の開拓

●新規出店者の募集，開拓	高知市	○			
--------------	-----	---	--	--	--

第5章 活性化の実現に向けて

★街路市の商品を用いた飲食店情報の提供	高知市		○		プロジェクト4の再掲
■高知市広報紙「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信	高知市	○			プロジェクト1の再掲
●出店基準の規制緩和	高知市	○			
小計 : ★新規事業：4 施策, ●拡充事業：4 施策, ■継続事業：2 施策					
基本方針4：『300年の歴史と生活が織りなす道の市づくり』					
プロジェクト7：出店者等で連携した景観維持の促進					
■出店者によるゴミ減量運動の実施	出店者	○			
★出店者レンタルトイレ、トイレ美化推進事業	高知市	○			
プロジェクト8：街路市の魅力ある資源についての情報発信					
★街路市図の作成、掲示、配布等	高知市		○		
★写真撮影ポイントの設置	高知市			○	
■パンフレットや Facebook 等による情報提供の強化	高知市 関係団体	○			プロジェクト1の再掲
★空き小間を活用した街路市情報・グルメパネルの設置	高知市 関係団体		○		
★商店街との回遊性向上のための取組み	高知市			○	プロジェクト2の再掲
小計 : ★新規事業：5 施策, ●拡充事業：0 施策, ■継続事業：2 施策					
基本方針5：『行って学べる、話して学べる育ての市づくり』					
プロジェクト9：子どもが街路市を学べる環境づくり					
●お客様感謝事業の充実	高知市 出店者 関係団体		○		
●小学校の授業や教材を通じた街路市文化の伝承	高知市			○	
★小学生等の受け入れ体制の充実	高知市			○	
プロジェクト10：学校と街路市の教育的連携の促進					
●高知商業高校等の日曜日での活動への協力	高知市	○			
●高知大学等の日曜日での活動への協力	高知市	○			
●SMS等の活動への協力	高知市	○			
小計 : ★新規事業：1 施策, ●拡充事業：5 施策, ■継続事業：0 施策					
合計 41 施策 : ★新規事業：17 施策, ●拡充事業：15 施策, ■継続事業：9 施策 (再掲除く)					

★新規事業, ●拡充事業, ■継続事業

短期：2年以内に着手するもの
 中期：5年以内に着手するもの
 長期：構想期間内に着手するもの

3. 構想の検証・評価

本構想の検証については、各界有識者等で構成する関係者からなる「高知市街路市活性化推進委員会」が中心となって、構想で策定したプロジェクト・施策（事業）の実施状況と施策の効果の確認を行い、着実な計画実行と目標達成を図ります。検証・評価に当たっては、次の4つの指標を設定します。この指標は、計画（Plan）した内容を、どのように実行（Do）したかを点検・評価（Check）する際の元となるものであり、改善（Act）のために用いるものです。

指標1：通行量

指標概要	単位	従前値		目標値	
			基準年度		目標年度
日曜市内の通行量を指標とする。	人/4回	92,859	平成26 (2014) 年度	110,000	平成36 (2024) 年度

※平成26年度通行量調査の「4地点調査合計」参照
※平成16年度並みのにぎわい復活をめざすもの

指標2：出店者数の推移

指標概要	単位	従前値		目標値	
			基準年度		目標年度
出店登録者数を指標とする。	店	460	平成26 (2014) 年度	510	平成36 (2024) 年度

※平成26年4月1日の空き小間（104）の約半分を新規登録者で埋めようとするもの
※残る約半分の空き小間は、既存出店者の間口拡大や休憩所、イベント等に活用

指標3：地元利用者数

指標概要	単位	従前値		目標値	
			基準年度		目標年度
来客者数に占める地元利用者数 (高知市在住)を指標とする。	人/回	5,300	平成26 (2014) 年度	6,300	平成36 (2024) 年度

※平成26年度日曜市アンケート調査参照
※指標1通行量(来客数)と県外客伸び率等を参考に算出

指標4：観光客の満足度の比率

指標概要	単位	従前値		目標値	
			基準年度		目標年度
日曜市に対する印象で「良い」と回答した県外客の割合を指標とする。	%	69.3	平成26 (2014) 年度	90以上	平成36 (2024) 年度

※平成26年度日曜市アンケート調査参照
※大半の方に満足していただくことを目標とするもの

資 料 編

■アンケート調査

1. アンケート調査分析（A）

（1）日曜市利用者アンケート調査の比較

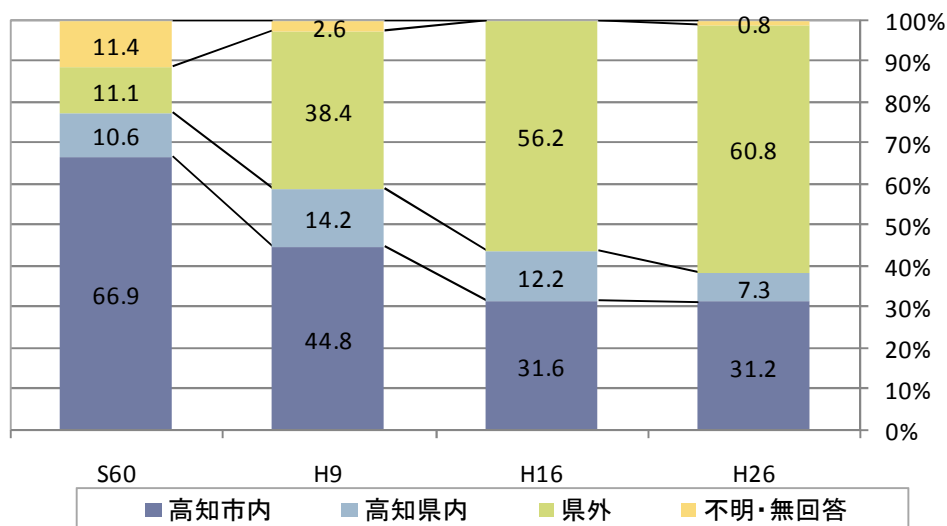
この調査は、日曜市来市者の居住地、高知県内での滞在日数、日曜市への訪問頻度、来市の際の交通手段、日曜市を利用する理由、購入品目、日曜市の印象等の実態を把握し、日曜市に関わる諸施策を推進する上での基礎資料を得ることを目的としており、昭和60年度、平成9年度、平成16年度と過去3回実施されており、経年変化を確認する。

① 訪問者の所在地

単位：（％）

	平成26年度	※1			平成16年度	平成9年度	昭和60年度
		9/21	10/19	11/2			
サンプル数（人）	520	175	171	174	500	500	118
高知市内	31.2	41.7	31.0	20.7	31.6	44.8	66.9
高知県内	7.3	6.3	8.2	7.5	12.2	14.2	10.6
県外 （うち四国）	60.8 (8.5)	52.0 (6.9)	59.6 (9.4)	70.7 (9.2)	56.2 (32.4)	38.4 (22.6)	11.1 -
不明・無回答	0.8	0.0	1.2	1.1	-	2.6	11.4

※1：平成26年度調査の11月調査は、三連休に実施している。



<結果>

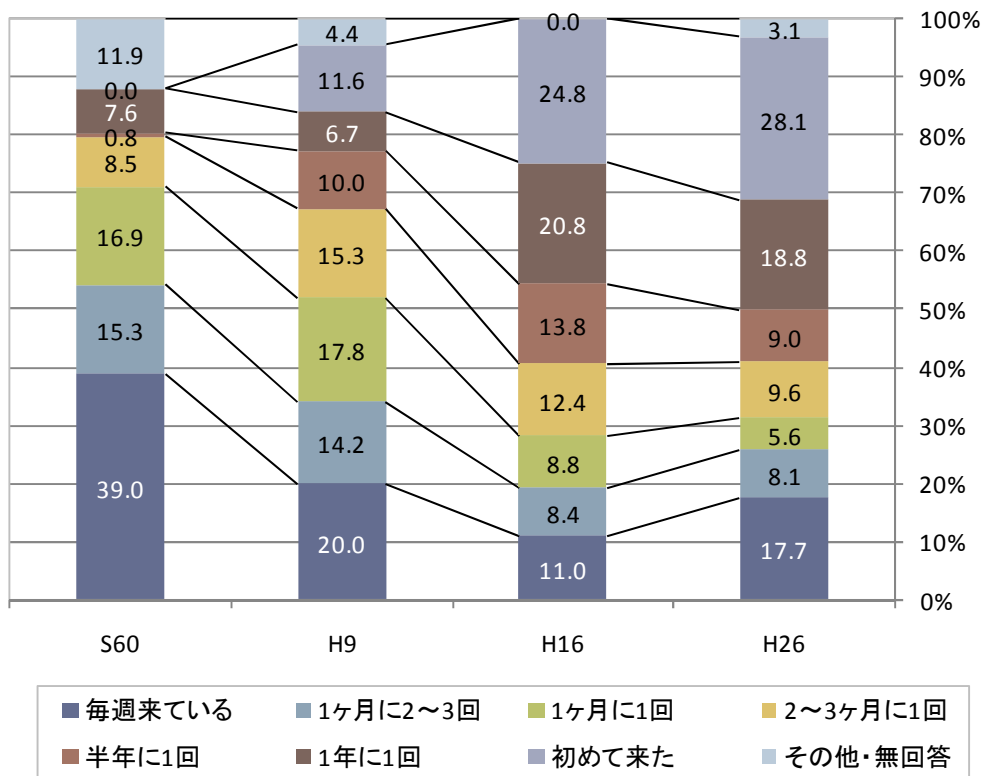
- ・昭和60年より比較すると、高知市内の割合が昭和60年から平成16年にかけて急激に減少しているが、平成16年から平成26年ではほぼ横ばいである。
- ・近年では、県外からの利用者は平成16年と比較すると56.2%から60.8%に増加している。
- ・平成26年調査では、三連休に実施した11月調査において、高知県外の割合が約70%となっている。

③ 来市頻度

単位：(%)

	平成 26 年度				平成 16 年度	平成 9 年度	昭和 60 年度※1	
	市内	県内	県外	不明				
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	118
毎週来ている	17.7	47.5	34.2	0.6	0.0	11.0	20.0	39.0
1ヶ月に2~3回	8.1	19.8	18.4	0.9	0.0	8.4	14.2	15.3
1ヶ月に1回	5.6	9.9	18.4	1.9	0.0	8.8	17.8	16.9
2~3ヶ月に1回	9.6	11.1	18.4	7.9	0.0	12.4	15.3	8.5
半年に1回	9.0	6.2	5.3	10.8	25.0	13.8	10.0	0.8
1年に1回	18.8	3.1	5.3	28.5	25.0	20.8	6.7	7.6
初めて来た	28.1	1.9	0.0	44.6	50.0	24.8	11.6	0.0
その他・無回答	3.1	0.6	0.0	4.7	0.0	0.0	4.4	11.9

※1：昭和60年度調査では、「初めて来た」の項目はなかった



<結果>

- ・日曜市に「毎週来ている」は昭和60年以降減少傾向であったが、平成26年調査では17.7%と平成16年調査までよりも多くなっている。
- ・「初めて来た」は平成16年では24.8%であったが、平成26年では28.1%に増加している。

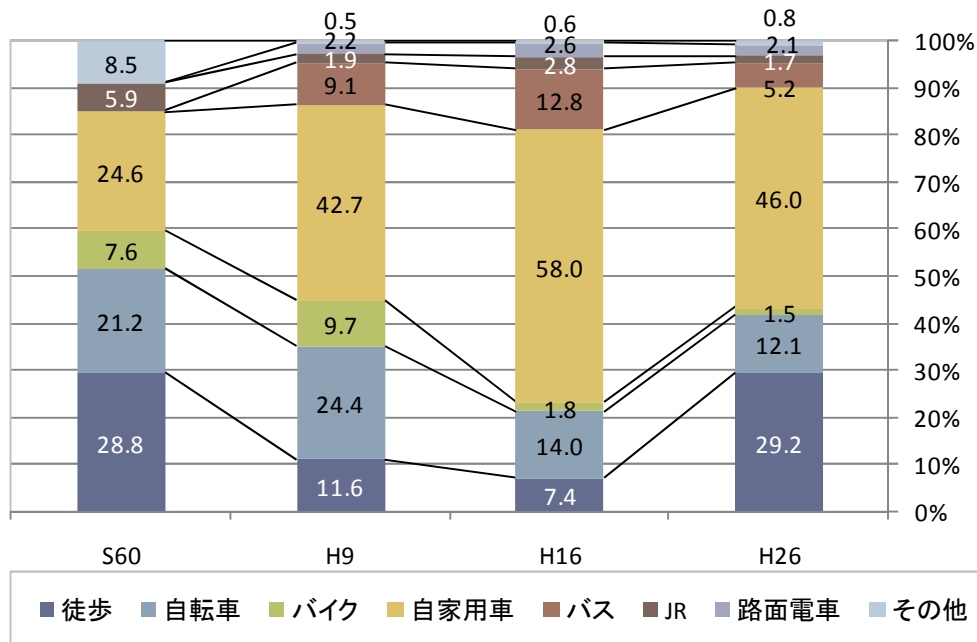
④ 交通手段

単位：(%)

	平成 26 年度							平成 16 年度	平成9 年度 ※1	昭和60 年度 ※2
		~20代	30代	40代	50代	60代~	不明			
サンプル数(人)	520	45	74	67	95	237	2	500	360	118
徒歩	29.2	35.6	31.1	25.4	26.3	30.0	0.0	7.4	11.6	28.8
自転車	12.1	6.7	2.7	11.9	9.5	17.3	0.0	14.0	24.4	21.2
バイク	1.5	2.2	1.4	1.5	2.1	1.3	0.0	1.8	9.7	7.6
自家用車	46.0	48.9	55.4	53.7	49.5	39.2	0.0	58.0	42.7	24.6
バス	5.2	2.2	2.7	3.0	6.3	6.3	50.0	12.8	9.1	0.0
JR	1.7	0.0	4.1	0.0	2.1	1.7	0.0	2.8	1.9	5.9
路面電車	2.1	2.2	1.4	1.5	3.2	2.1	0.0	2.6	2.2	0.0
その他	0.8	2.2	1.4	1.5	0.0	0.4	0.0	0.6	0.5	8.5
無回答	1.3	0.0	0.0	1.5	1.1	1.7	50.0	-	-	-

※1：平成9年度調査は複数回答であるので、100%になっていない。

※2：昭和60年度調査は「バス」「JR」「路面電車」の項目はなく、「鉄道」の項目となっている。



＜結果＞

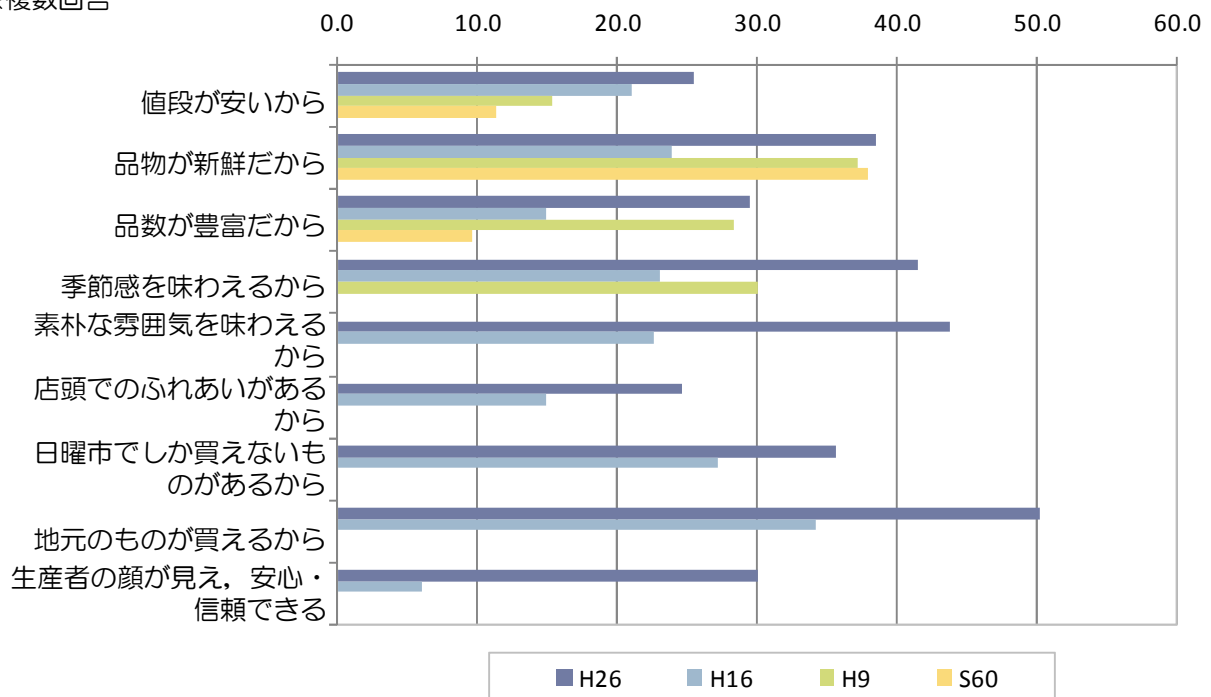
- ・平成26年調査では、「徒歩」と回答している割合は20代以下が他の年代よりも多くなっている。一方、「自転車」と回答している割合は60代以上が他の年代よりも多くなっている。
- ・昭和60年以降、交通手段として「自家用車」を用いる割合が増えてきており、平成26年調査は平成16年調査より少なくなっているが、他の交通手段と比べ最も多くなっている。

⑤ 日曜市を利用する理由

単位：(%)

	平成 26 年度					平成 16 年度	平成 9 年度	昭和 60 年度
		市内	県内	県外	不明			
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	177
値段が安いから	25.4	29.0	28.9	23.1	25.0	21.0	15.3	11.3
品物が新鮮だから	38.5	53.1	39.5	31.0	25.0	23.8	37.2	37.9
品数が豊富だから	29.4	27.8	31.6	29.7	50.0	14.8	28.3	9.6
季節感を味わえるから	41.5	59.9	50.0	31.0	50.0	23.0	30.0	-
素朴な雰囲気味わえるから	43.7	27.2	44.7	52.2	25.0	22.6	-	-
店頭でのふれあいがあるから	24.6	25.3	23.7	24.7	0.0	14.8	-	-
日曜市でしか買えないものがあるから	35.6	40.7	50.0	31.3	25.0	27.2	-	-
地元のものが買えるから	50.2	45.1	39.5	54.7	0.0	34.2	-	-
生産者の顔が見え、安心・信頼できる	30.0	43.8	21.1	24.1	25.0	6.0	-	-

※複数回答



<結果>

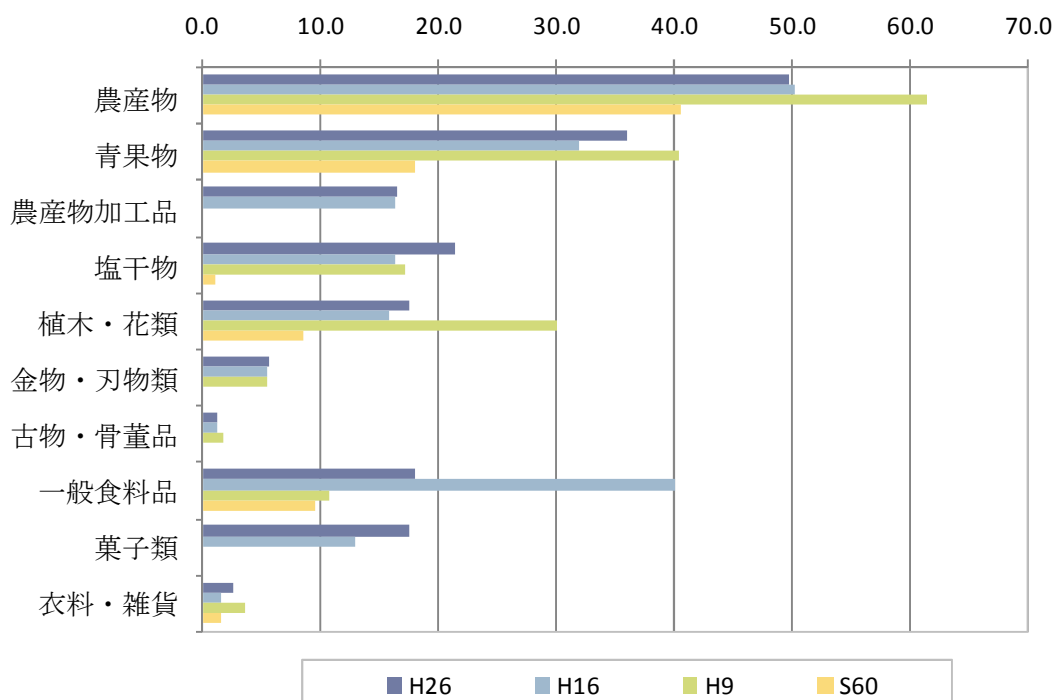
- ・平成 26 年調査では、サンプル数の半数の方が日曜市を利用する理由として「地元のものが買えるから」と回答している。
- ・昭和 60 年以降、「値段が安いから」と回答している割合は増加傾向を示している。
- ・前回調査と大きな票数差が現れているのは、「生産者の顔が見え、安心・信頼できる」であり、平成 16 年調査の 6.0%から平成 26 年調査では 30.0%と急増している。

⑥ 購入品目

単位：(%)

	平成 26 年度					平成 16 年度	平成 9 年度	昭和 60 年度
		市内	県内	県外	不明			
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	190
農産物	49.6	60.5	57.9	43.4	25.0	50.2	61.4	40.5
青果物	36.0	38.9	36.8	34.5	25.0	31.8	40.3	17.9
農産物加工品	16.5	13.0	18.4	18.4	0.0	16.2	-	-
塩干物	21.3	19.1	7.9	24.1	25.0	16.2	17.2	1.0
植木・花類	17.5	22.2	31.6	13.3	25.0	15.8	30.0	8.4
金物・刃物類	5.6	1.9	2.6	7.9	0.0	5.4	5.5	0.0
古物・骨董品	1.2	0.6	5.3	0.9	0.0	1.2	1.7	-
一般食料品	17.9	9.3	15.8	22.2	50.0	40.0	10.6	9.5
菓子類	17.5	8.0	13.2	22.8	25.0	12.8	-	-
衣料・雑貨	2.5	0.6	0.0	3.8	0.0	1.6	3.6	1.6

※複数回答



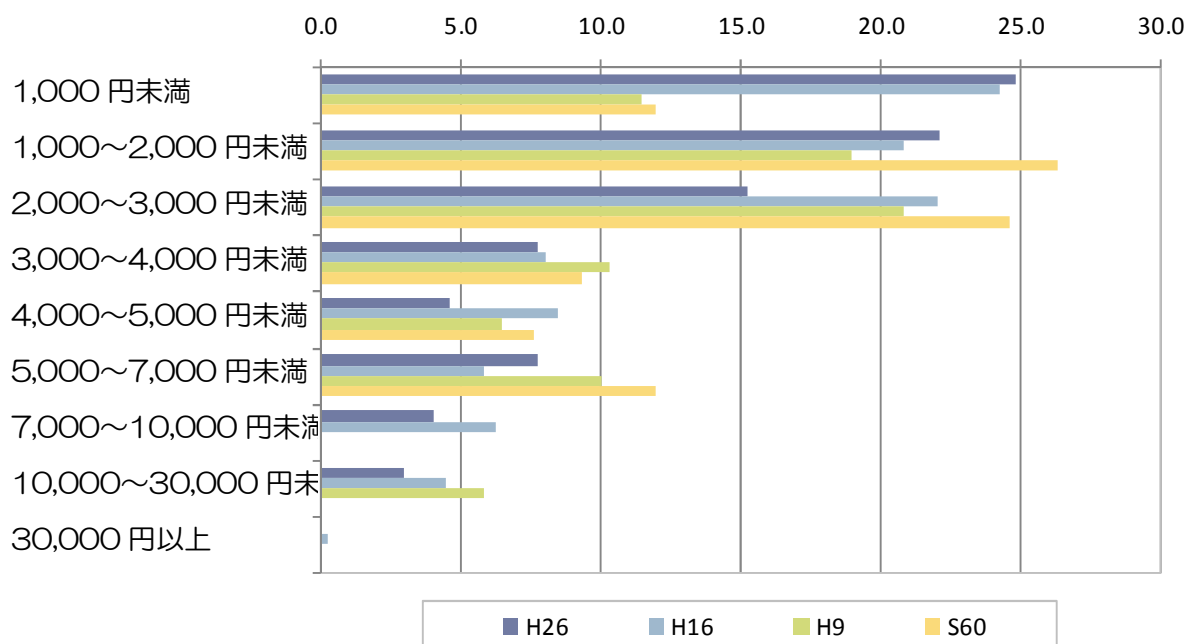
<結果>

- ・平成26年調査では、市内、県内、県外に関わらず、購入品目として最も多いのは「農産物」であり、特に市内においては日曜市で買い物をした方の60%以上が「農産物」を購入している。
- ・平成26年調査では「農産物」が最も多く購入されている。次いで多いのは「青果物」であるが、平成16年調査では「一般食料品」が2番目に多かった。

⑦ 買い物金額

単位：(%)

	平成 26 年度				平成 16 年度	平成 9 年度	昭和 60 年度	
	市内	県内	県外	不明				
サンプル数(人)	520	162	38	316	4	500	360	190
1,000円未満	24.8	36.4	26.3	18.4	50.0	24.2	11.4	11.9
1,000～2,000円未満	22.1	25.3	34.2	19.3	0.0	20.8	18.9	26.3
2,000～3,000円未満	15.2	13.6	15.8	16.1	0.0	22.0	20.8	24.6
3,000～4,000円未満	7.7	5.6	2.6	9.2	25.0	8.0	10.3	9.3
4,000～5,000円未満	4.6	3.1	7.9	5.1	0.0	8.4	6.4	7.6
5,000～7,000円未満	7.7	3.1	0.0	11.1	0.0	5.8	10.0	11.9
7,000～10,000円未満	4.0	1.9	2.6	5.4	0.0	6.2		
10,000～30,000円未満	2.9	1.2	2.6	3.5	25.0	4.4	5.8	
30,000円以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2		
不明・購入の予定なし等	11.0	9.9	7.9	12.0	0.0	—	16.4	8.5



＜結果＞

- ・平成 26 年調査において、市内では「1,000円未満」の割合が 36.4%で最も多く、県内や県外では「1,000～2,000円未満」の割合が多くなっている。特に県外は 10,000円以上使っている割合が市内や県内よりも多く、客単価が高い傾向が見られる。
- ・昭和 60 年調査では、「1,000～2,000円未満」が 26.3%で最も多く、平成 9 年調査では「2,000～3,000円未満」であり、買い物金額は増加していたが、平成 16 年以降は「1,000円未満」が最も多くなっている。また、7,000円以上使う割合も減少傾向を示している。

(2) 観光業者アンケート調査の比較

高知県外の観光業者を対象にさまざまな角度からアンケート調査を行うことにより、観光業者や観光客の市への評価や意識などを把握し、今後の集客推進に役立てるための基礎資料を得る。

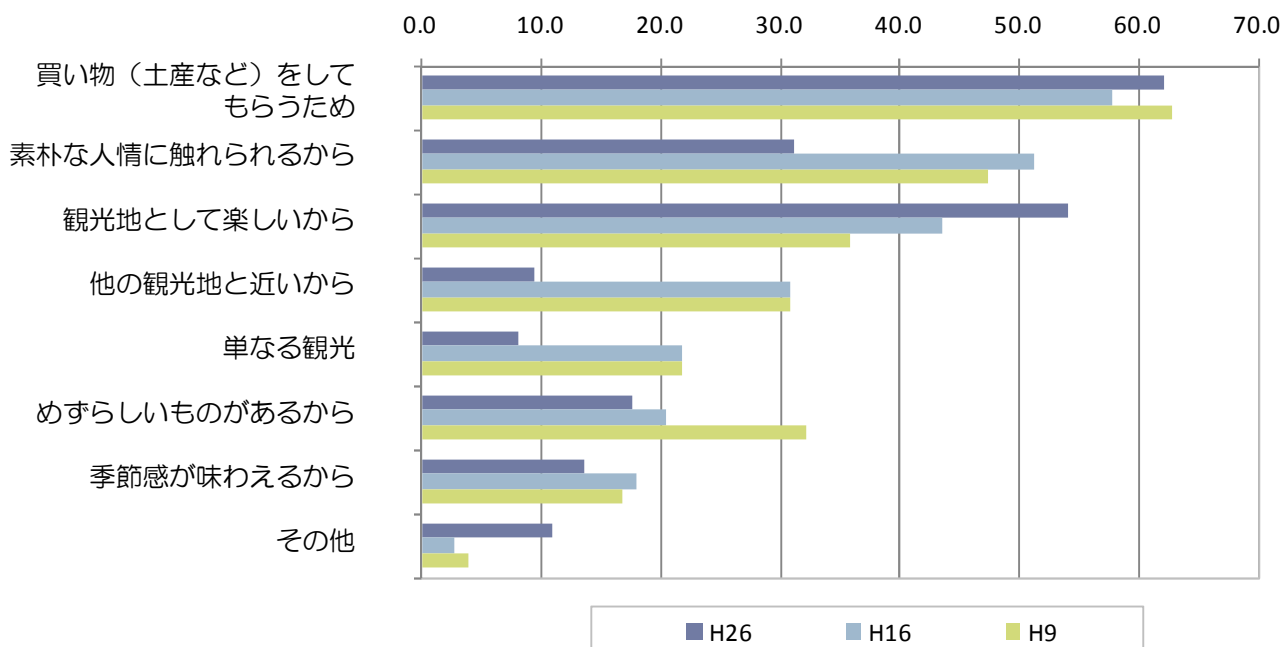
平成9年度と平成16年度に実施した調査は、中国・四国、関西、関東地区の観光業者を対象として郵送配布、回収による調査を行っている。

① 日曜市を観光コースに組み込む理由

単位：(%)

	平成26年度	平成16年度	平成9年度
サンプル数(社)	74	132	91
買い物(土産など)をしてもらうため	62.2	57.7	62.8
素朴な人情に触れられるから	31.1	51.3	47.4
観光地として楽しいから	54.1	43.6	35.9
他の観光地と近いから	9.5	30.8	30.8
単なる観光	8.1	21.8	21.8
めずらしいものがあるから	17.6	20.5	32.1
季節感が味わえるから	13.5	17.9	16.7
その他	10.8	2.6	3.8

※複数回答



<結果>

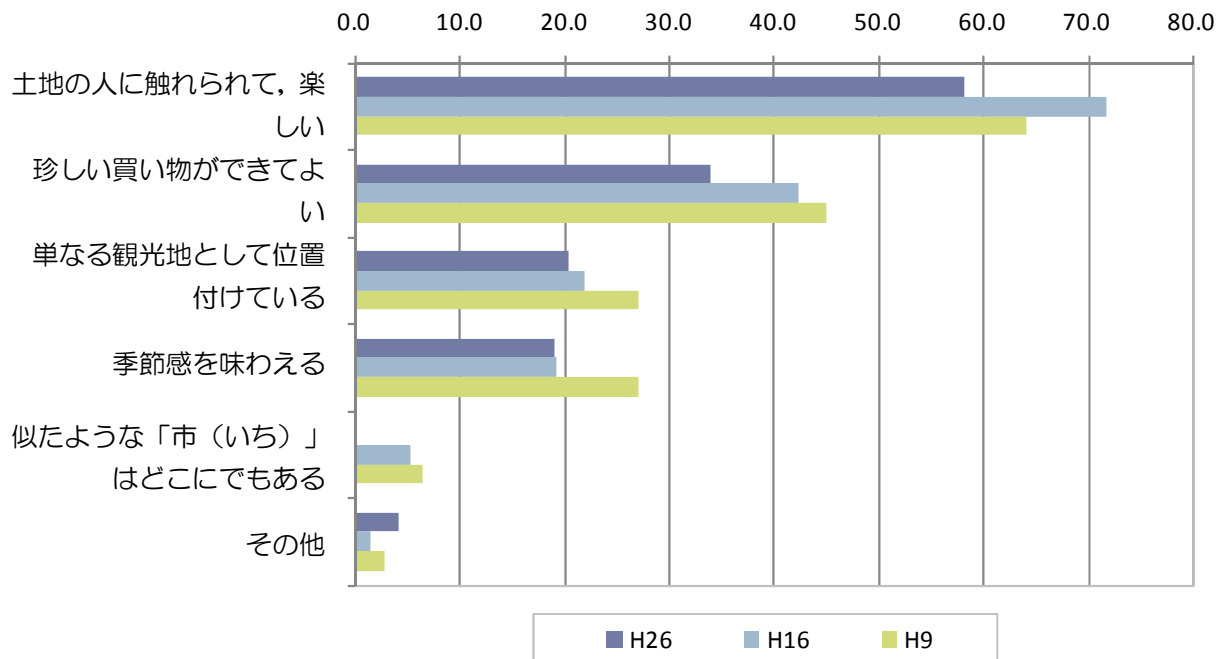
- ・平成26年調査でも「買い物(土産など)をしてもらうため」が最も多くなっている。
- ・「観光地として楽しいから」が増加傾向を示している。

③ 観光客の日曜市への評価

単位：(%)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度
サンプル数 (社)	74	132	91
土地の人に触れられて、楽しい	58.1	71.8	64.1
珍しい買い物ができるよ	33.8	42.3	44.9
単なる観光地として位置付けている	20.3	21.8	26.9
季節感を味わえる	18.9	19.2	26.9
似たような「市 (いち)」はどこにでもある	0.0	5.1	6.4
その他	4.1	1.3	2.6

※複数回答



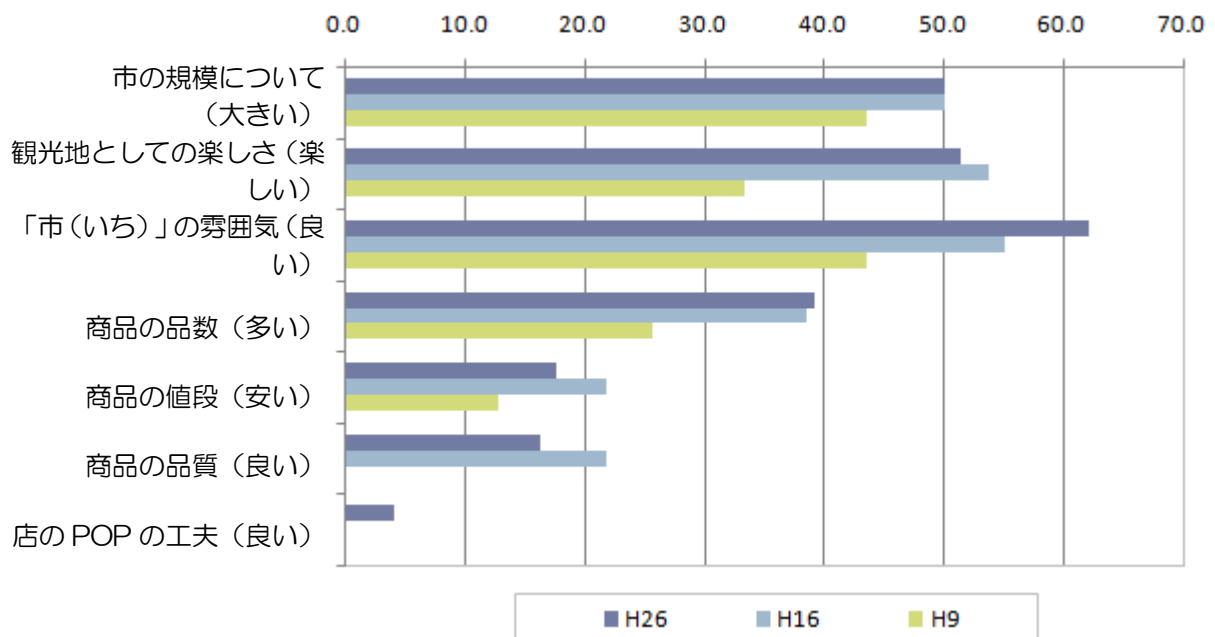
<結果>

- ・過去の調査と同様に「土地の人に触れられて楽しい」が最も高くなっているが、平成 16 年調査に比べて割合は下がっている。
- ・平成 26 年調査では、「似たような「市 (いち)」はどこにでもある」と回答している観光業者はいなかった。

④ 観光業者の日曜市への評価

単位：(%)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度
サンプル数 (社)	74	132	91
市の規模について (大きい)	50.0	50.0	43.6
観光地としての楽しさ (楽しい)	51.4	53.8	33.3
「市 (いち)」の雰囲気 (良い)	62.2	55.1	43.6
商品の品数 (多い)	39.2	38.5	25.6
商品の値段 (安い)	17.6	21.8	12.8
商品の品質 (良い)	16.2	21.8	0.0
店の POP の工夫 (良い)	4.1	0.0	0.0



<結果>

- ・平成 16 年調査と比べ、平成 26 年調査では、全体的に評価が下がっているが、平成 26 年調査より「わからない」の項目を追加しており、「わからない」の回答も多かった。

(3) 出店者アンケート調査の比較

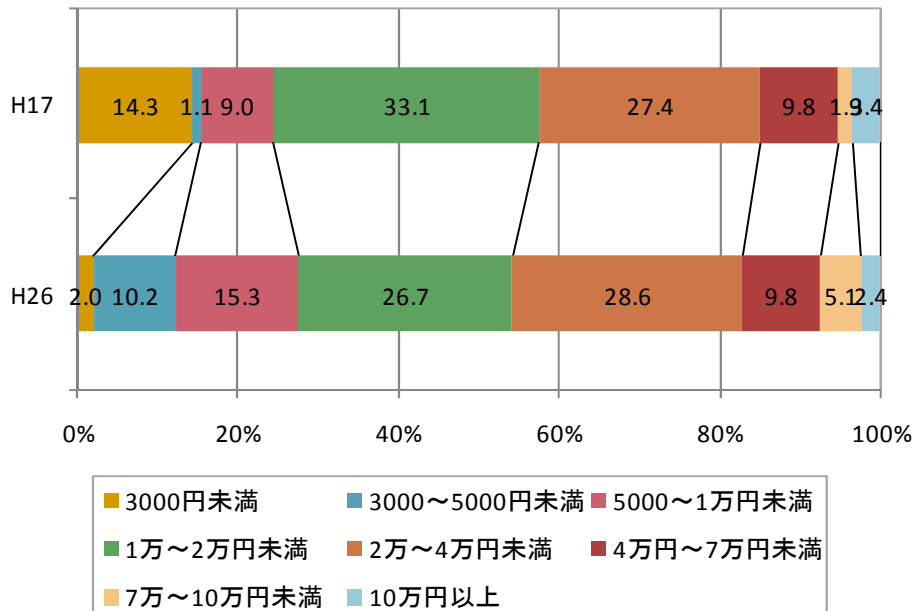
日曜市出店者の現状を、取り扱い商品や売上げ、各店舗のお客さんの数、地元客と観光客数、固定客の状況、後継者等について調査を行い、今後の日曜市の活性化に反映させていく上での基礎資料とする。

① 1日の売上げ

単位：(店)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度※1
3000 円未満	5	38	
3000～5000 円未満	26	3	
5000～1 万円未満	39	24	
1 万～2 万円未満	68	88	
2 万～4 万円未満	73	73	
4 万円～7 万円未満	25	26	
7 万～10 万円未満	13	5	
10 万円以上	6	9	
合計	255	266	

※1：平成 9 は月額の上売ぎであったため、比較を行わない。



<結果>

- ・平成 17 年調査では、「1 万～2 万円未満」が最も多かったが、平成 26 年調査では「2 万～4 万円未満」が最も多い。
- ・平成 17 年調査に比べ、平成 26 年調査の「3000 円未満」は大きく減少している。
- ・平成 17 年調査に比べ、平成 26 年調査は「7 万～10 万円未満」が増加している。

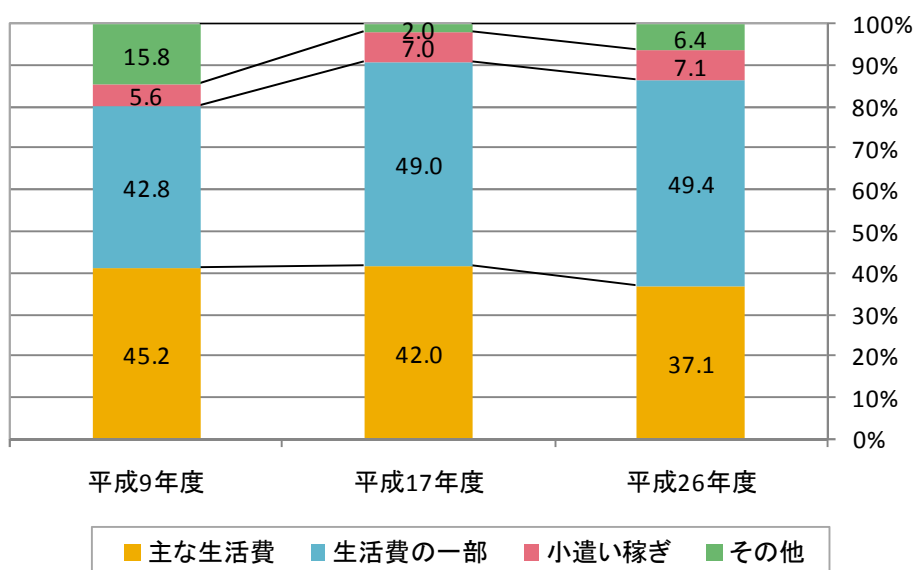
② 売上げの位置付け

単位：(%)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度※1
主な生活費	37.1	42.0	45.2
生活費の一部	49.4	49.0	42.8
小遣い稼ぎ	7.1	7.0	5.6
その他	6.4	2.0	15.8
合計	100.0	100.0	109.4

※1：平成9年は「生きがい」という項目を、「その他」と合算

平成9年は複数回答であるが100%積み上げでグラフを作成



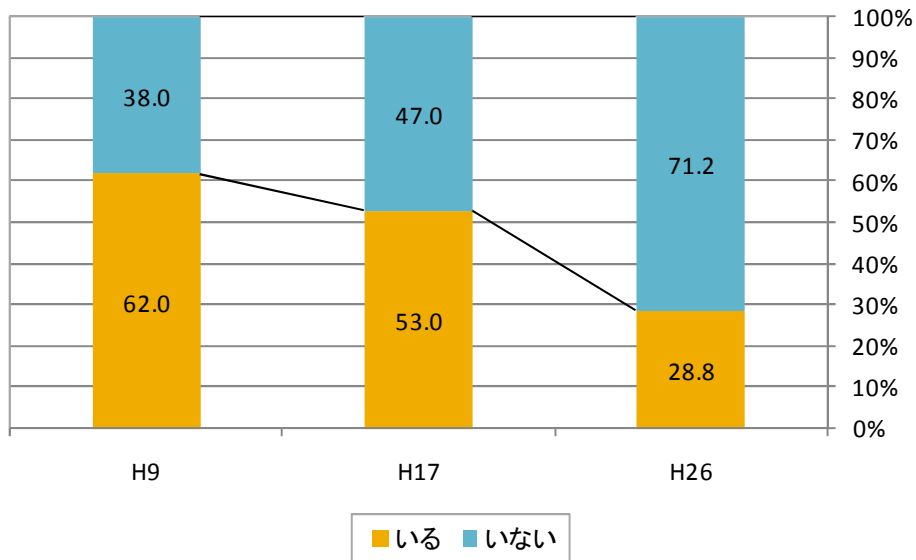
<結果>

- ・平成9年調査以降、「主な生活費」としての売上げの位置付けは減少傾向である。
- ・平成17年調査以降、売上げは「生活費の一部」と位置付けている出店者が最も多くなっている。

⑤ 後継者の有無

単位：(%)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度
いる	28.8	53.0	62.0
いない	71.2	47.0	38.0
合計	100.0	100.0	100.0



<結果>

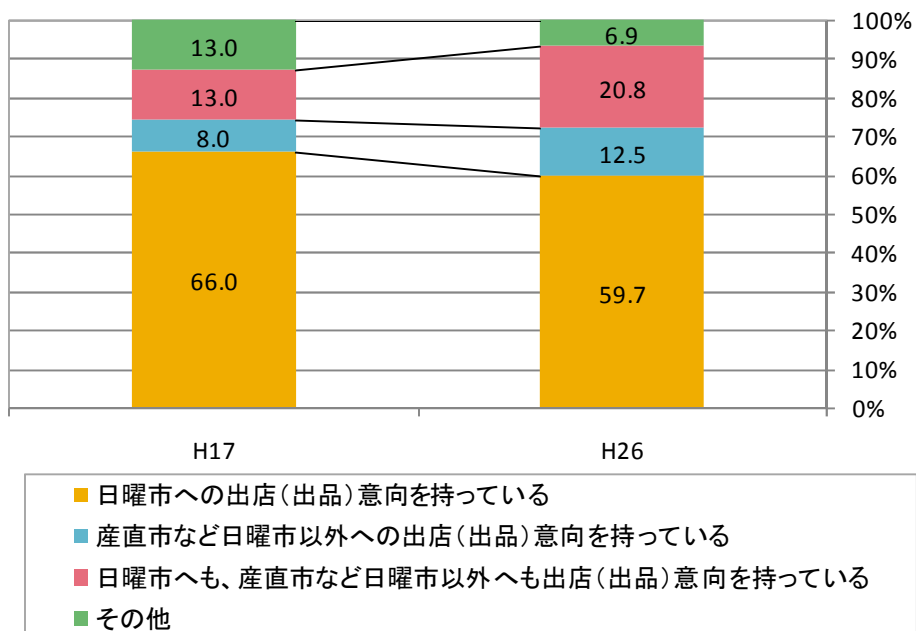
- ・後継者を持つ出店者は減少傾向であり、平成 9 年調査から平成 17 年調査の 9 年間で 9 ポイント減少であったが、平成 17 年調査から平成 26 年調査の 9 年間で 24.2 ポイントと大きく減少している。
- ・平成 9 年から平成 26 年調査の約 20 年程度で、後継者が「いる」と回答している割合は半分以上減少している状況である。

⑥ 後継者の出店の意向

単位：(%)

	平成 26 年度	平成 16 年度	平成 9 年度※1
日曜日への出店（出品）意向を持っている	59.7	66.0	
産直市など日曜日以外への出店（出品）意向を持っている	12.5	8.0	
日曜日へも、産直市など日曜日以外へも出店（出品）意向を持っている	20.8	13.0	
その他	6.9	13.0	
合計	100.0	100.0	

※1：平成 9 年度は「出店する」、「出店しない」の出店意向の有無に関する調査のみであったため、比較対象から除外した。

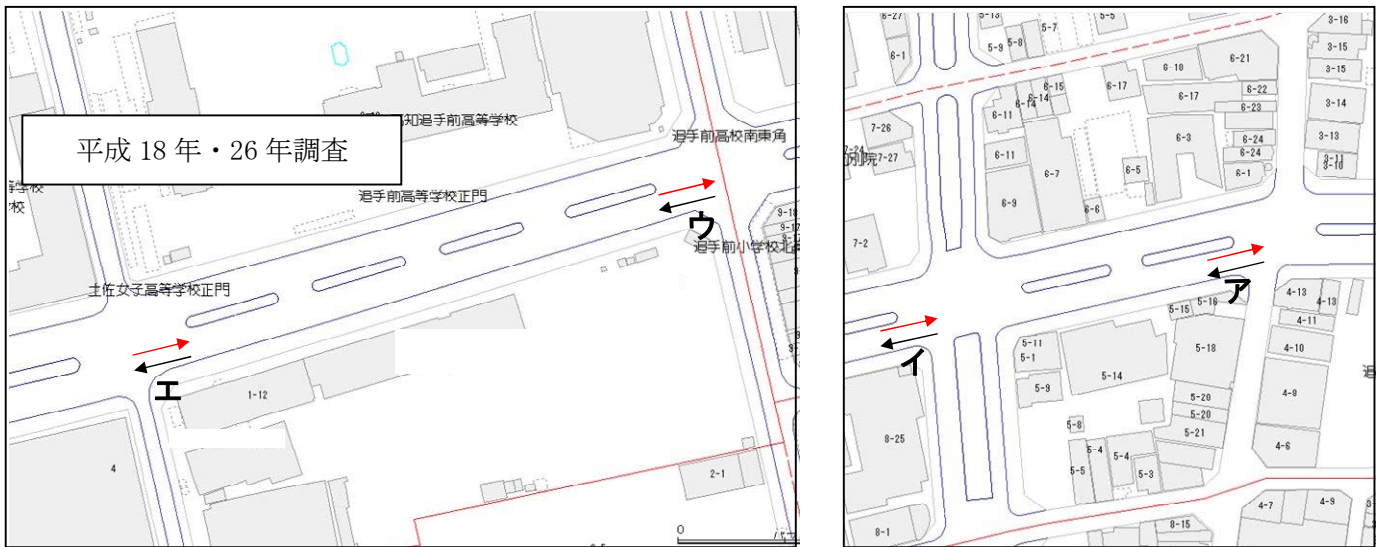


<結果>

- ・平成 17 年調査から平成 26 年調査にかけて、「日曜日への出店意向を持っている」は 6.3 ポイント減少している。
- ・平成 17 年調査に比べ、平成 26 年調査では、日曜日と産直市等の両方への出店意向を持つ後継者が 7.8 ポイント増加している。

(4) 通行量調査の比較

日曜市来市者の通行量を把握し、今後の街路市施策への基礎資料を得るために実施した。調査地点は以下の通りである。なお、平成26年度の15地点調査は、平成18年度調査時には19地点（各月で地点数変更）であり、4断面調査は同じ場所での調査を行っている。

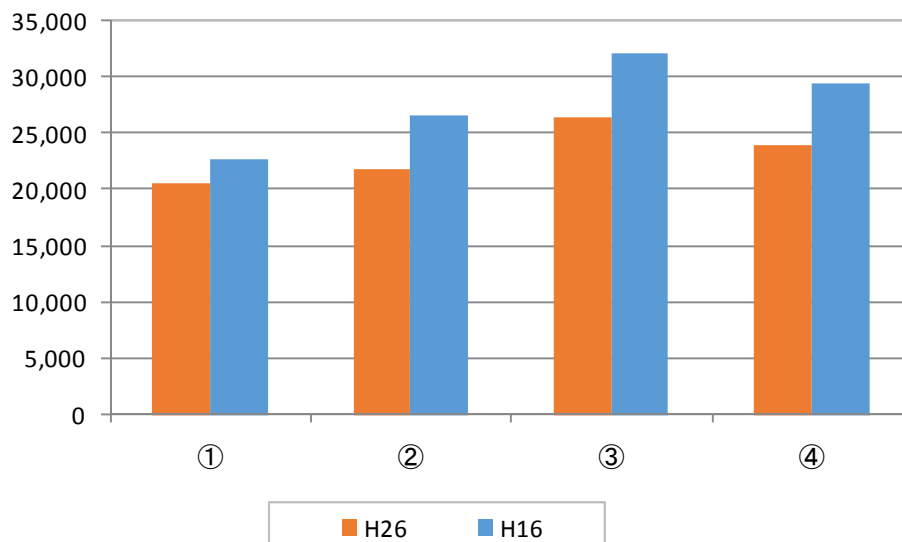


② 4地点調査地点別比較

単位：(人)

日曜市内での移動調査	平成26年度	平成16年度	平成9年度
① ひよっとこ寿司前	20,582	22,676	26,921
② ウェルカムホテル前	21,808	26,696	31,508
③ 中の橋トイレ前	26,508	32,088	38,391
④ 旧追手前小学校北西	23,961	29,407	39,470
合計	92,859	110,867	136,290

※平成26年度調査が8時-9時、10時-11時、12時-13時、14時-15時、16時-17時であるため、平成16年度調査結果も同様の時間帯のみの通行量で掲載している。



＜結果＞

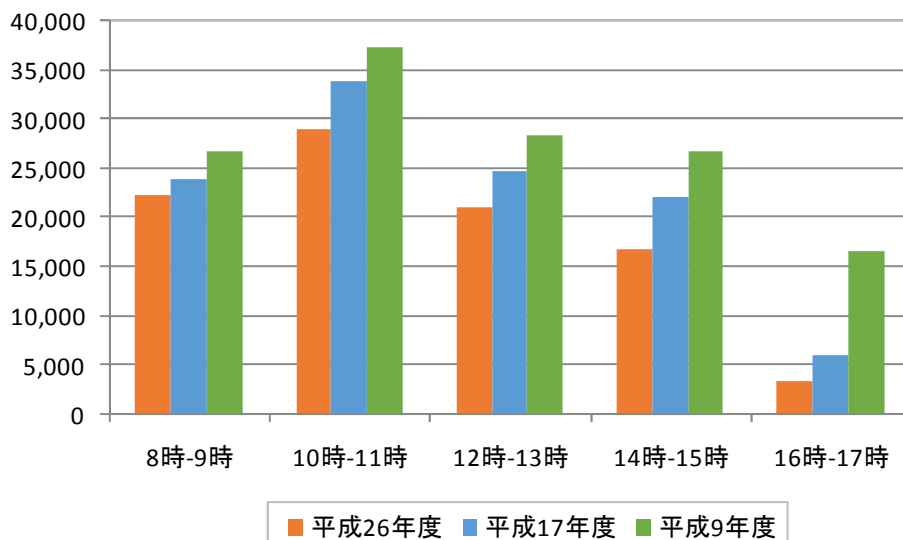
- ・平成 16 年調査、平成 26 年調査ともに、③中の橋トイレ前の通行量が最も多くなっている。
- ・各地点において、通行量は減少している。

③ 4 地点調査時間帯別比較

単位：(人)

	平成 9 年度				平成 16 年度				平成 26 年度			
	5 月	7 月	9 月	11 月	5 月	7 月	9 月	11 月	5 月	7 月	9 月	11 月
8 : 00～9 : 00	10,848	4,603	5,650	5,776	9,531	4,145	4,696	5,658	9,786	3,534	3,930	5,119
9 : 00～10 : 00	12,422	6,492	6,748	8,615	12,318	5,086	6,149	7,726				
10 : 00～11 : 00	12,929	6,398	7,805	10,269	14,153	4,824	7,004	7,926	12,309	5,038	4,599	7,146
11 : 00～12 : 00	12,743	6,219	7,394	9,371	13,483	3,563	6,398	8,195				
12 : 00～13 : 00	10,648	3,615	6,341	7,882	12,182	3,152	4,339	5,056	10,046	2,811	2,827	5,520
13 : 00～14 : 00	10,915	3,241	4,725	7,746	11,840	2,834	3,327	5,416				
14 : 00～15 : 00	10,900	3,784	5,089	7,023	10,610	2,759	3,352	5,384	7,900	1,697	2,016	5,147
15 : 00～16 : 00	11,529	3,013	4,213	6,097	8,375	1,426	2,016	3,470				
16 : 00～17 : 00	7,625	2,286	2,844	3,975	3,622	709	539	1,226	3,055	40	65	274

※表は各時間帯の通行量を示しているが、グラフは平成 26 年度調査が 8 時-9 時、10 時-11 時、12 時-13 時、14 時-15 時、16 時-17 時であるため、同様の時間帯の通行量で作成している。



＜結果＞

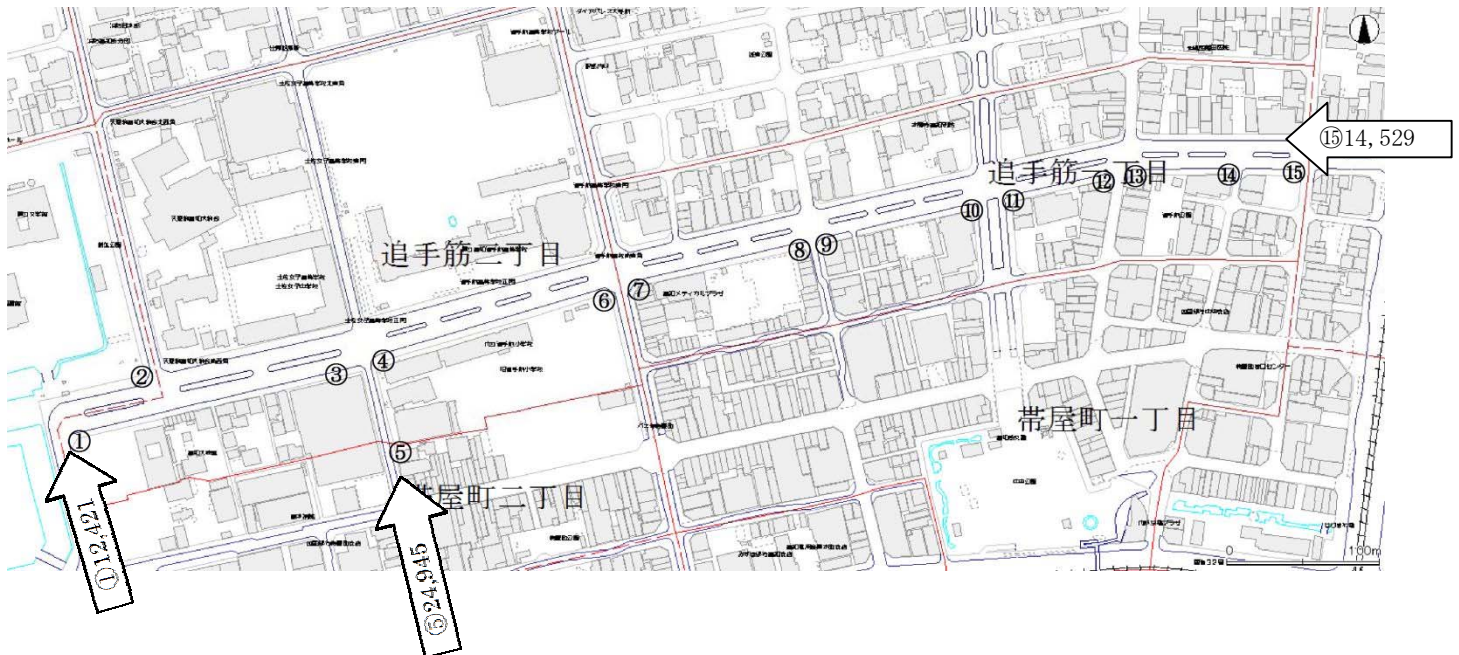
- ・平成 9 年調査以降、どの時間帯も通行量が減少しており、特に 16 時から 17 時の通行量の減少が平成 9 年調査から平成 16 年調査にかけ急激に減少している。
- ・時間帯としては 10 時から 11 時の通行量が最も多くなっている。

2. 通行量調査（B）

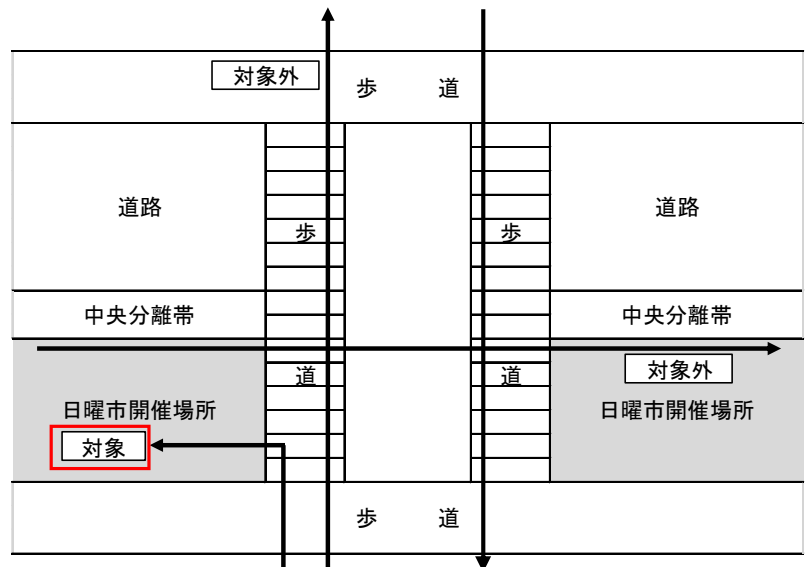
1. 日曜市内への流入調査（15 地点調査）

（1）調査概要

日曜市への流入調査は、日曜市内の出入り口 15 箇所において、日曜市外から日曜市内へと流入する人数の調査を行った。なお、日曜市を横切る人や日曜市内での横断する人は対象外としている。



調査場所
① 旧高知財務事務所
② 藤波公園南交差点前
③ ひろめ市場北出口前
④ 旧追手前小学校北西
⑤ 大橋通り北
⑥ 中の橋トイレ前
⑦ 中の橋交差点南東
⑧ D&Hビル前
⑨ 徳島ラーメン前
⑩ ウェルカムホテル前
⑪ 廣瀬ビル前
⑫ ひよっとこ寿司前
⑬ アークビル前
⑭ ピアンタビル前
⑮ ナイスパーキング前



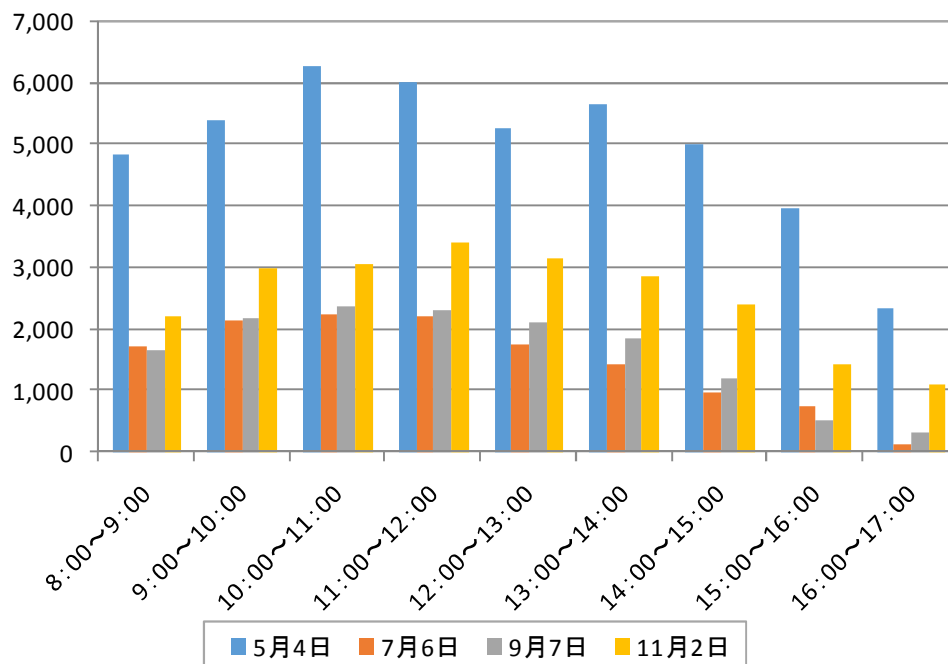
- ・ 地区外から日曜市に流入した人数を計測対象とした。
- ・ 日曜市内の通過人数及び日曜市に流入しない（道路を横断した）人数は対象外とした。

(2) 調査結果

① 調査日別時間帯別

単位：(人)

	5月4日	7月6日	9月7日	11月2日
8:00~9:00	4,827	1,702	1,658	2,190
9:00~10:00	5,395	2,140	2,177	2,984
10:00~11:00	6,242	2,230	2,360	3,042
11:00~12:00	6,009	2,188	2,298	3,410
12:00~13:00	5,260	1,744	2,101	3,148
13:00~14:00	5,644	1,422	1,833	2,840
14:00~15:00	4,990	985	1,215	2,395
15:00~16:00	3,949	760	503	1,440
16:00~17:00	2,338	125	311	1,102
合計	44,654	13,296	14,456	22,551



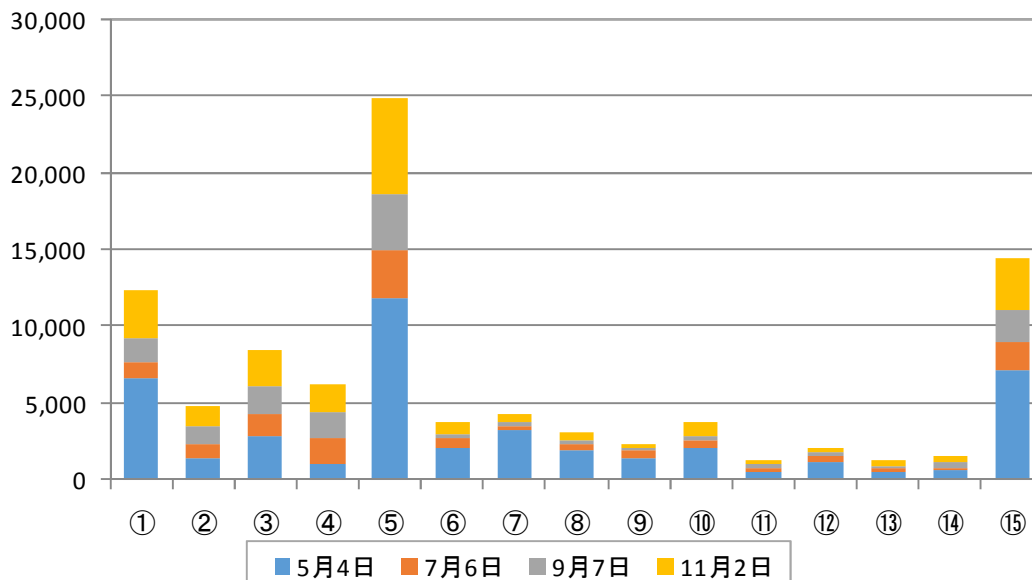
<結果>

- ・通行量を調査日別で比較すると、大型連休期間である5月4日が44,654人と最も多い。次いで11月2日の22,551人であり、こちらも連休期間に当たる。
- ・7月6日と9月7日の通行量は5月4日の半数以下にとどまっているが、いずれも曇りのち雨であったため、天候の影響も大きいと考えられる。
- ・時間帯別で比較すると、概ね10:00~12:00に通行量が多くなっている。

② 調査地点別調査日別

単位：(人)

調査地点	5月4日	7月6日	9月7日	11月2日	合計
① 旧高知財務事務所	6,653	1,078	1,583	3,107	12,421
② 藤並公園南交差点前	1,463	823	1,239	1,257	4,782
③ ひろめ市場北出口前	2,864	1,399	1,879	2,383	8,525
④ 旧追手前小学校北西	1,023	1,735	1,727	1,744	6,229
⑤ 大橋通り北	11,896	3,105	3,634	6,310	24,945
⑥ 中の橋トイレ前	2,049	639	360	772	3,820
⑦ 中の橋交差点南東	3,236	290	263	517	4,306
⑧ D&Hビル前	1,943	346	275	591	3,155
⑨ 徳島ラーメン前	1,372	527	143	279	2,321
⑩ ウェルカムホテル前	2,048	497	341	837	3,723
⑪ 廣瀬ビル前	586	238	214	268	1,306
⑫ ひよっとこ寿司前	1,186	323	284	301	2,094
⑬ アークビル前	543	236	188	295	1,262
⑭ ピアンタビル前	610	220	314	395	1,539
⑮ ナイスパーキング前	7,182	1,840	2,012	3,495	14,529
合計	44,654	13,296	14,456	22,551	94,957



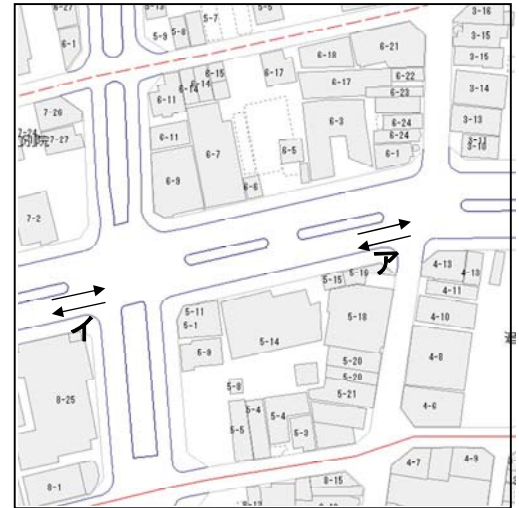
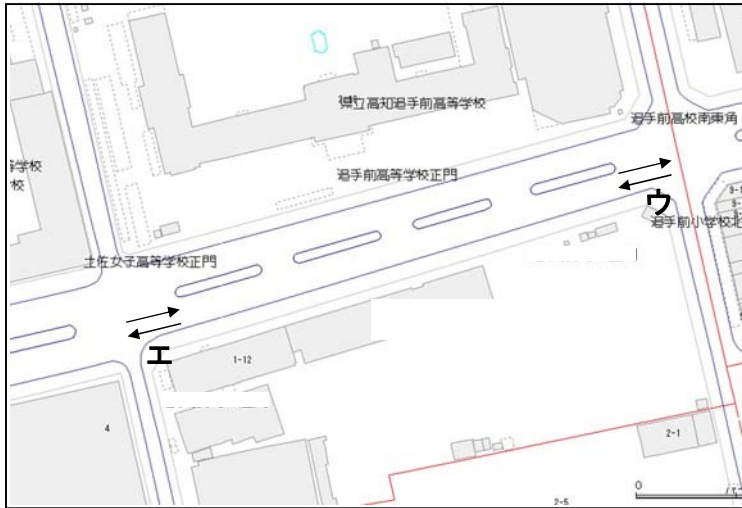
<結果>

- ・調査地点別で比較すると、いずれの調査日も大橋通り北の通行量が最も多く、次に多いのはナイスパーキング前となっている。
- ・4日間の調査を通して合計5,000人以上の通行量があったのは、上記2箇所と旧高知財務事務所、ひろめ市場北出口前、旧追手前小学校北西の計5箇所である。

2. 日曜市内での移動調査（4 地点調査）

(1) 調査概要

日曜市内での移動調査は、日曜市内の 4 断面を横断する人（日曜市内を東西に移動する人）を対象とした調査である。



調査場所	
ア	ひよっとこ寿司前
イ	ウェルカムホテル前
ウ	中の橋トイレ前
エ	旧追手前小学校北西

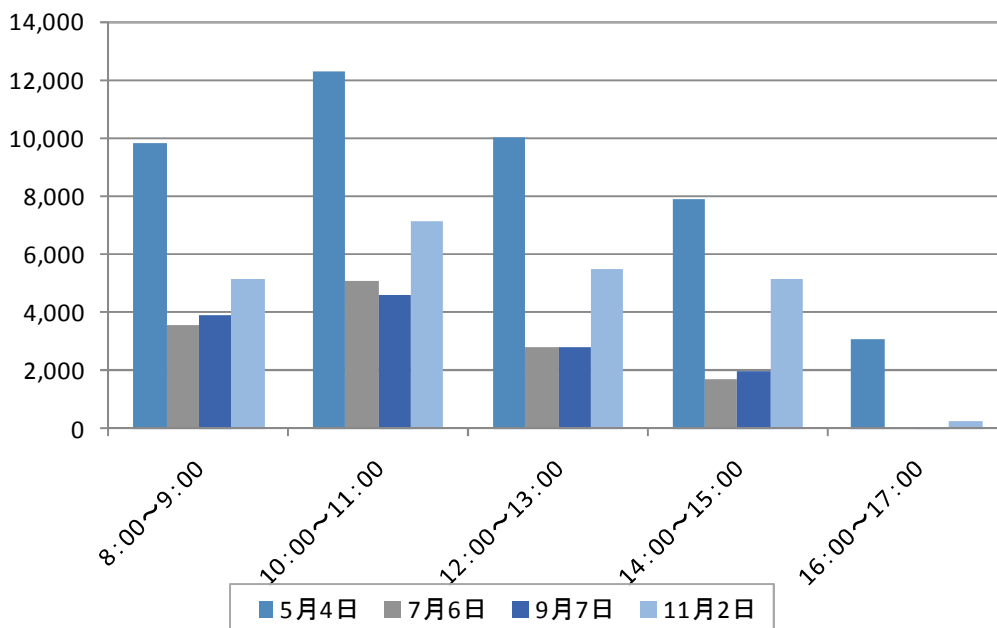
- ・日曜市外からの人の移動を調査した 15 箇所に対して、日曜市内での移動状況を把握するために、追手筋の主要交差点である 4 地点を東西方向に移動する人数を把握するために調査を実施した。
- ・調査ポイントの選定は過去の調査箇所と同様とし、経年変化を把握できるように設定した。

(2) 調査結果

① 調査日別時間帯別

単位：(人)

	5月4日	7月6日	9月7日	11月2日
8:00~9:00	9,786	3,534	3,930	5,119
9:00~10:00				
10:00~11:00	12,309	5,038	4,599	7,146
11:00~12:00				
12:00~13:00	10,046	2,811	2,827	5,520
13:00~14:00				
14:00~15:00	7,900	1,697	2,016	5,147
15:00~16:00				
16:00~17:00	3,055	40	65	274
合計	43,096	13,120	13,437	23,206



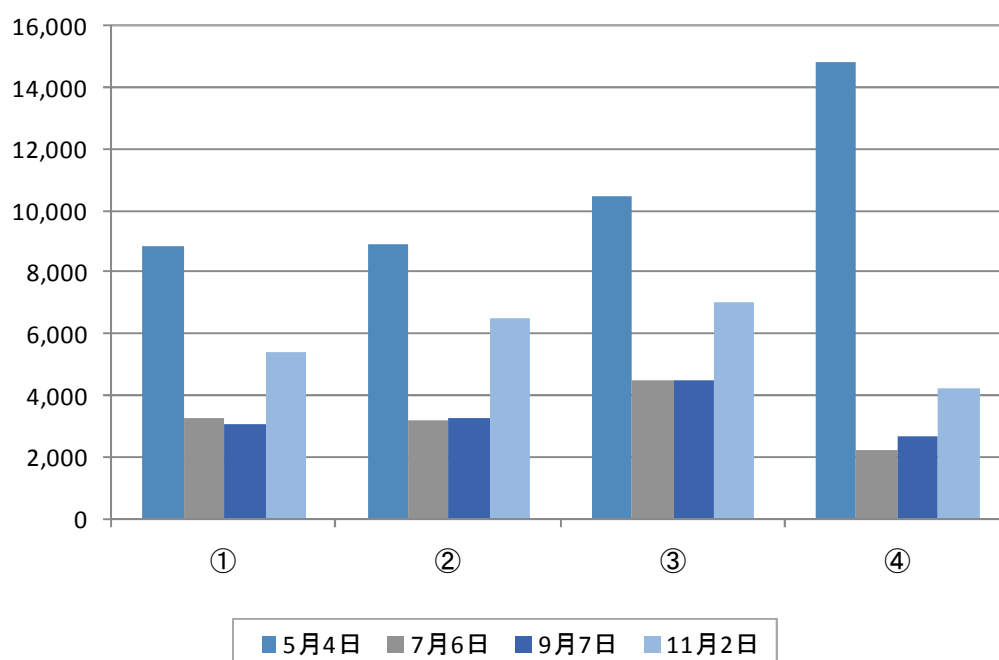
<結果>

- ・通行量を調査日別で比較すると、大型連休期間である5月4日が43,096人と最も多い。次いで11月2日の23,206人であり、こちらも連休期間に当たる。
- ・7月6日と9月7日の通行量は5月4日の半数以下にとどまっているが、いずれも曇りのち雨であったため、天候の影響も大きいと考えられる。
- ・時間帯別で比較すると、いずれの調査日も通行量は10:00~11:00に最も多く、16:00~17:00に最も少ない。

② 調査地点別調査日別

単位：(人)

調査場所		5月4日	7月6日	9月7日	11月2日	合計
①	ひよっとこ寿司前	8,875	3,223	3,067	5,417	20,582
②	ウェルカムホテル前	8,882	3,184	3,243	6,499	21,808
③	中の橋トイレ前	10,494	4,487	4,487	7,040	26,508
④	旧追手前小学校北西	14,845	2,226	2,640	4,250	23,961
合計		43,096	13,120	13,437	23,206	92,859



<結果>

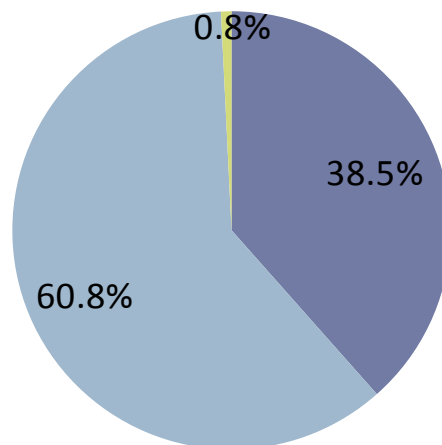
- ・調査地点別で比較すると、4日間の調査の合計通行量が最も多かったのは中の橋トイレ前である。次いで旧追手前小学校北西、ウェルカムホテル前、ひよっとこ寿司前の順となっている。
- ・調査日毎に見ると、5月4日のみ旧追手前小学校北西の通行量が最も多い。他の3日間の通行量はいずれも中の橋トイレ前が最も多く、旧追手前小学校北西は最も少ない。

3. 日曜市利用者アンケート調査（C）

問3：お住まいを教えてください。（n=520）

単位：(人)

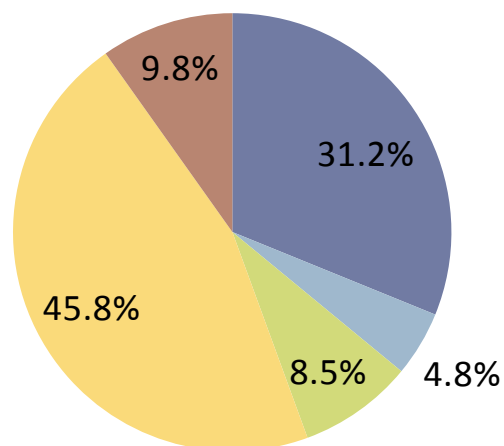
	回答数
高知県内	200
高知県外	316
無回答	4
合計	520



■ 高知県内 ■ 高知県外 ■ 無回答

単位：(人)

	回答数
高知市内	162
その他の高知県内	25
四国	44
その他の県外	238
無回答	51
合計	520



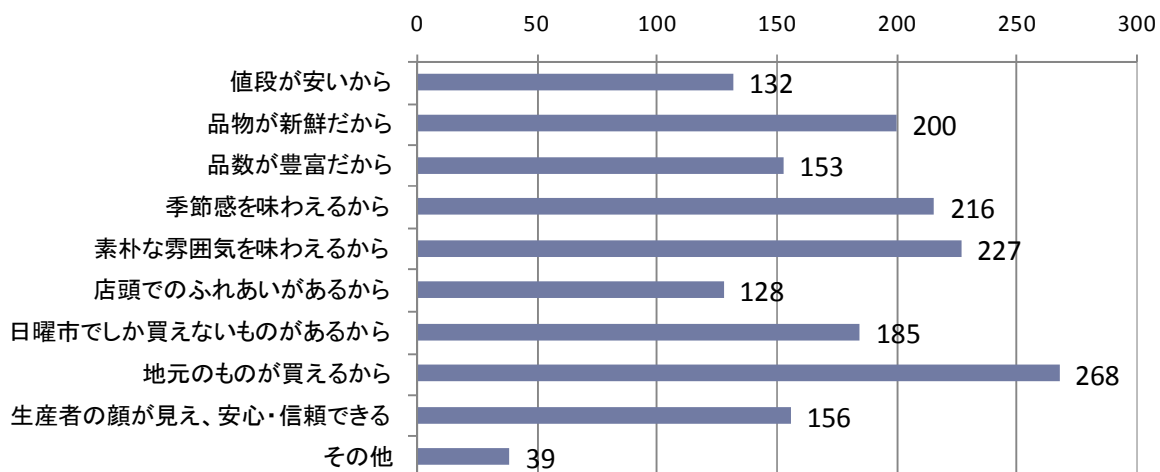
■ 高知市内 ■ その他の高知県内
■ 四国 ■ その他の県外
■ 無回答

問 11：日曜市を利用される理由を教えてください。(n=1704)

単位：(人)

	回答数
値段が安いから	132
品物が新鮮だから	200
品数が豊富だから	153
季節感を味わえるから	216
素朴な雰囲気味わえるから	227
店頭でのふれあいがあるから	128
日曜市でしか買えないものがあるから	185
地元のものが買えるから	268
生産者の顔が見え、安心・信頼できる	156
その他	39
合計	1,704

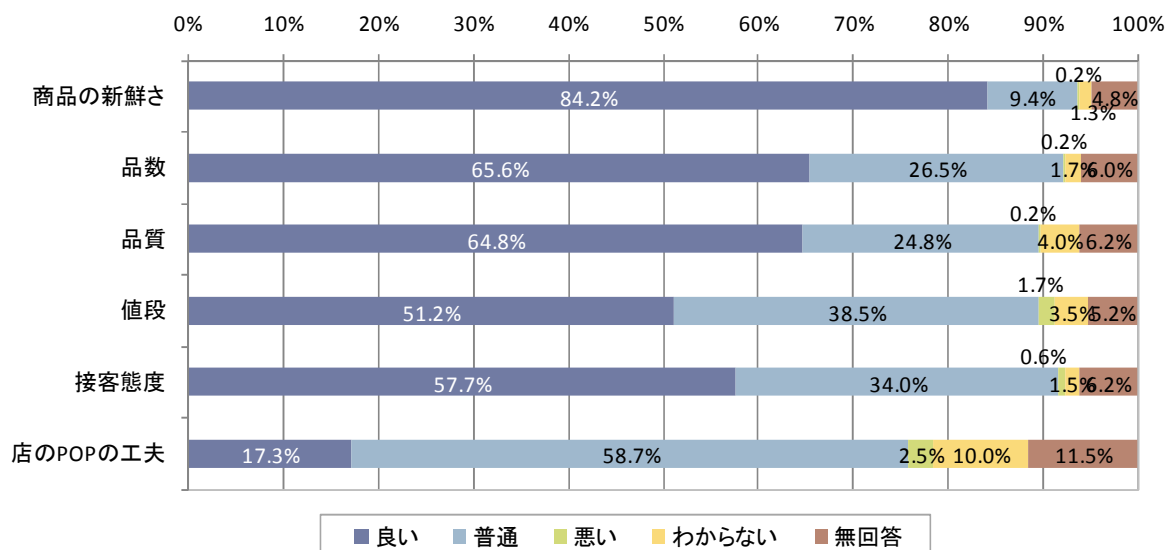
※複数回答



問 13：日曜市に対しあなたの印象を教えてください。(n=520)

単位：(人)

	商品の新鮮さ	品数	品質	値段	接客態度	店のPOPの工夫
良い	438	341	337	266	300	90
普通	49	138	129	200	177	305
悪い	1	1	1	9	3	13
わからない	7	9	21	18	8	52
無回答	25	31	32	27	32	60
合計	520	520	520	520	520	520

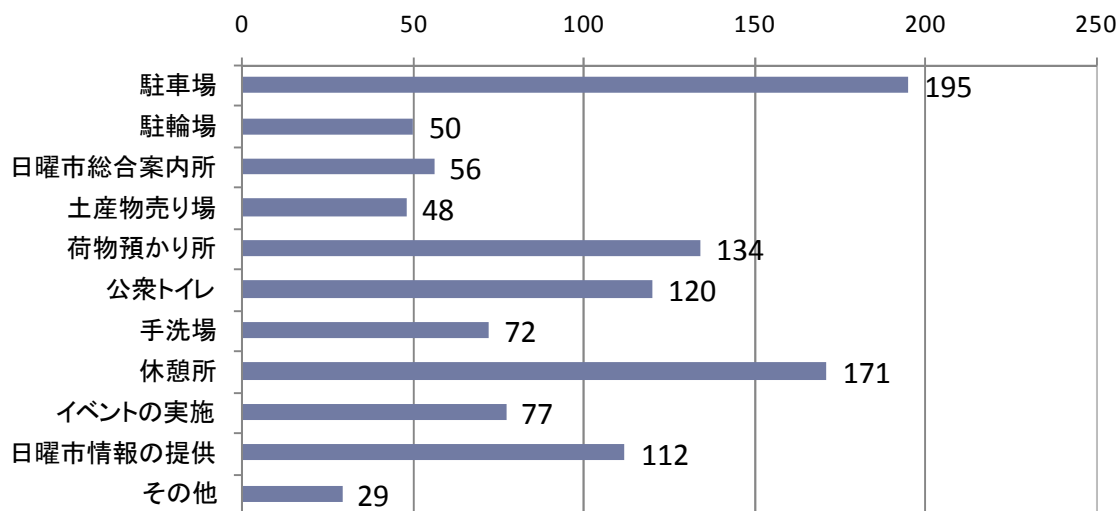


問 14：今後の日曜市についてお伺いします。（1）日曜市にどのようなサービスがあると、より良い市になると思いますか？（n=1064）

単位：(人)

駐車場	195
駐輪場	50
日曜市総合案内所	56
土産物売り場	48
荷物預かり所	134
公衆トイレ	120
手洗場	72
休憩所	171
イベントの実施	77
日曜市情報の提供	112
その他	29
合計	1,064

※複数回答

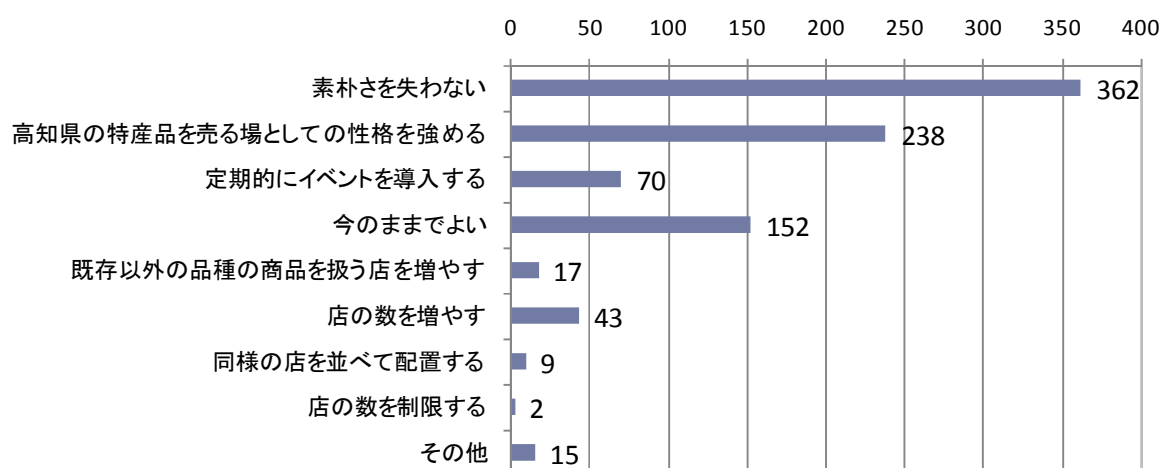


問 14：今後の日曜市についてお伺いします。（2）今後の日曜市に求める方向性について教えてください。（n=908）

単位：(人)

素朴さを失わない	362
高知県の特産品を売る場としての性格を強める	238
定期的にイベントを導入する	70
今のままでよい	152
既存以外の品種の商品を扱う店を増やす	17
店の数を増やす	43
同様の店を並べて配置する	9
店の数を制限する	2
その他	15
合計	908

※回答3つまで



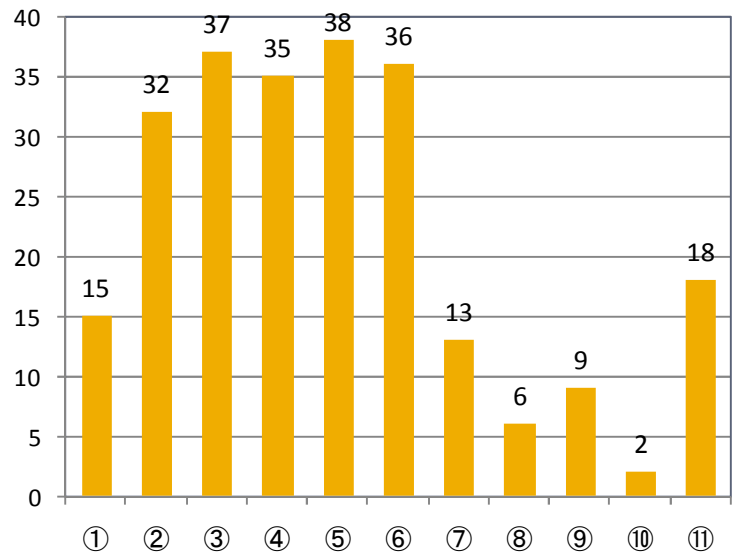
4. 出店者アンケート調査（D）

5. あなたの店に1日に来るお客さんの数を教えてください。

単位：（店舗）

項目	回答数
①10人未満	15
②10人～19人	32
③20人～29人	37
④30人～39人	35
⑤40人～49人	38
⑥50人～59人	36
⑦60人～69人	13
⑧70人～79人	6
⑨80人～89人	9
⑩90人～99人	2
⑪100人以上	18
合計	241

※「無回答」除く

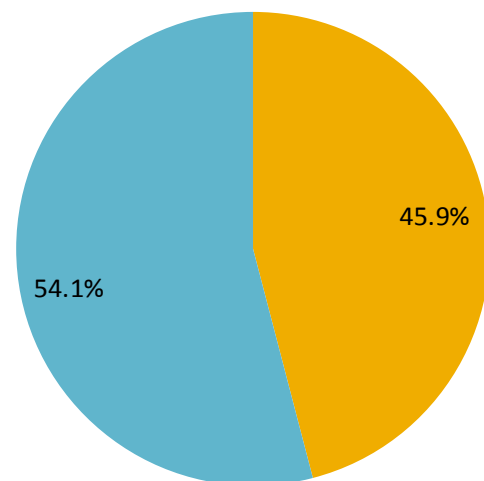


8-1. 日曜日以外（他の曜日や産直市等）に出店（出品）していますか。

単位：（店舗）

項目	回答数
①している	113
②していない	133
合計	246

※「無回答」除く



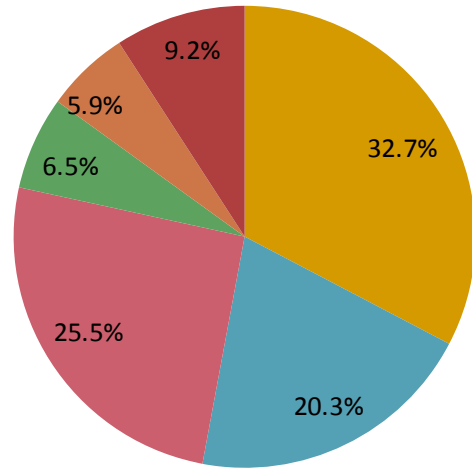
■ ①している ■ ②していない

8-2. どこに商品を出店（出品）していますか。

単位：（店舗）

項目	回答数
①日曜日以外の曜日	50
②スーパーマーケットなどの量販店	31
③産直市	39
④良心市	10
⑤道の駅	9
⑥その他	14
合計	153

※複数回答
※「無回答」除く



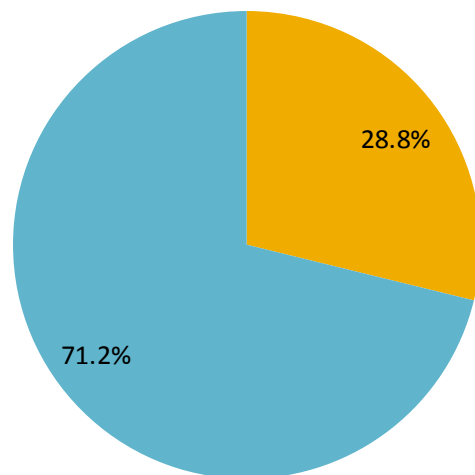
※「無回答」除く

12-1. （農業など）家業の後継者はいますか。

単位：（店舗）

項目	回答数
①いる	68
②いない	168
合計	236

※「無回答」除く



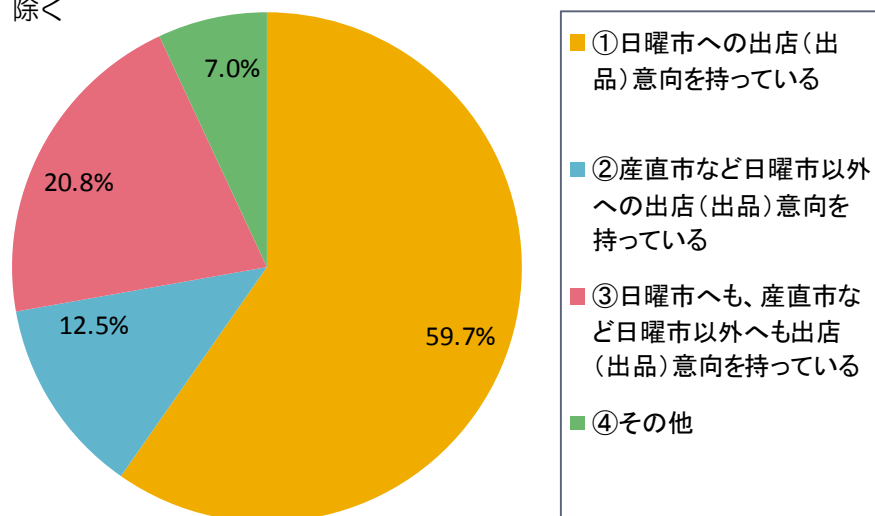
12-2. 後継者の日曜日への出店（出品）意向についてお答えください。

単位：（店舗）

項目	回答数
①日曜日への出店（出品）意向を持っている	43
②産直市など日曜日以外への出店（出品）意向を持っている	9
③日曜日へも、産直市など日曜日以外へも出店（出品）意向を持っている	15
④その他	5
合計	72

※複数回答

※「無回答」除く

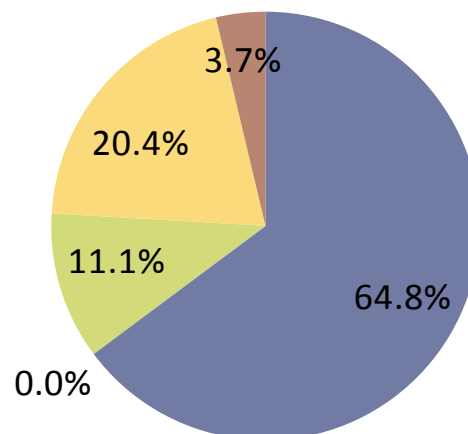


5. 若者アンケート調査（E）

問2 （1） 幼少期（10歳頃まで）に街路市を利用したことがありますか。（n=54）

単位：（人）

	回答数
両親と一緒に利用した	35
親戚の人・近所の人と一緒に利用した	0
友達と利用した	6
利用したことはない	11
その他	2
合計	54

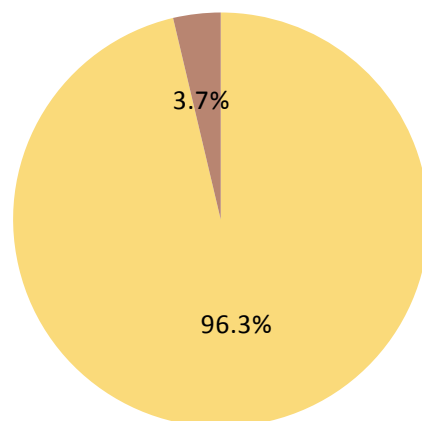


- ①両親と一緒に利用した
- ②親戚の人・近所の人と一緒に利用した
- ③友達と利用した
- ④利用したことはない
- ⑤その他

問2 （3） 高知市の街路市に関するボランティアに参加したことがありますか。（n=54）

単位：（人）

	回答数
出店者のサポート（出店準備や後片付けなど）をするボランティアに参加したことがある	0
街路市で観光案内のボランティアをしたことがある	0
学校の授業で街路市に出店したことがある	0
参加したことがない	52
その他	2
合計	54

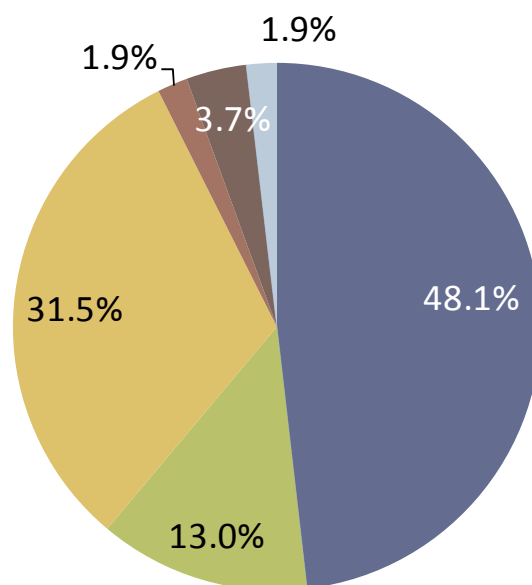


- 出店者のサポート(出店準備や後片付けなど)をするボランティアに参加したことがある
- 街路市で観光案内のボランティアをしたことがある
- 学校の授業で街路市に出店したことがある
- 参加したことがない
- その他

問3 (1) 高知市の街路市はどのような市だと思いますか。(n=54)

単位：(人)

	回答数
今後も守り続けていくべき大切な市	26
将来自分も出店等で関わりたい市	0
地元利用者が多い、生活に必要な市	7
観光客が多い観光名所である市	17
いいものはあるが、利便性の悪い市	1
特に何も思わない・わからない	2
その他	0
無回答	1
合計	54

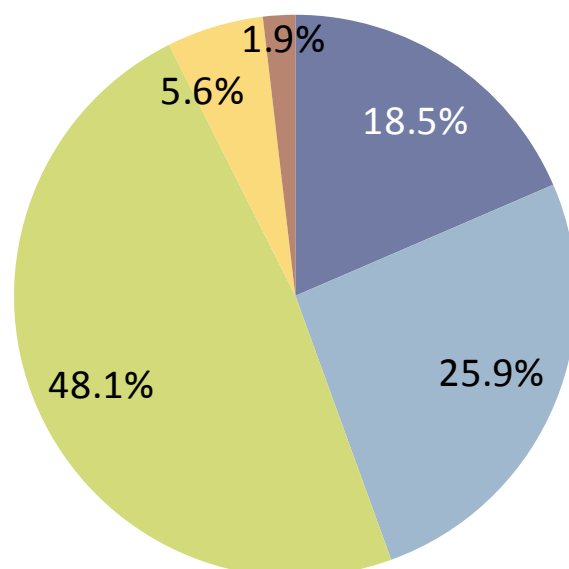


- | | |
|----------------------|---------------------|
| ■ ① 今後も守り続けていくべき大切な市 | ■ ② 将来自分も出店等で関わりたい市 |
| ■ ③ 地元利用者が多い、生活に必要な市 | ■ ④ 観光客が多い観光名所である市 |
| ■ ⑤ いいものはあるが、利便性の悪い市 | ■ ⑥ 特に何も思わない・わからない |
| ■ ⑦ その他 | ■ 無回答 |

問3 (2) 学校の授業等で、街路市に関する授業を受けたことがありますか。(n=54)

単位：(人)

	回答数
高知の歴史等の授業で、教材を元に卓上で学んだ	10
授業の一環(課外授業等)で、街路市に実際に行って学んだ	14
学校の授業では、街路市に関して学ぶ機会がない(学んだことはない)	26
その他	3
無回答	1
合計	54



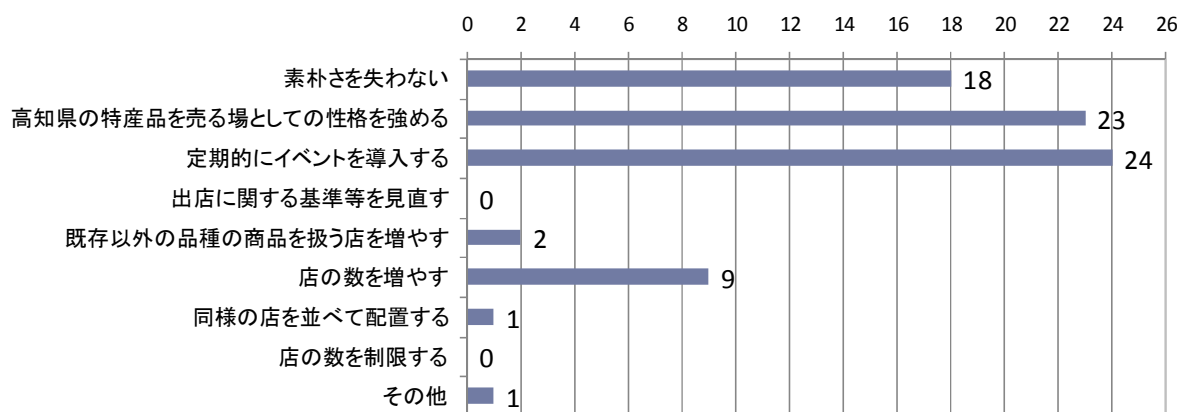
- ①高知の歴史等の授業で、教材を元に卓上で学んだ
- ②授業の一環(課外授業等)で、街路市に実際に行って学んだ
- ③学校の授業では、街路市に関して学ぶ機会がない(学んだことはない)
- ④その他
- 無回答

問4 (2) 今後の街路市に求める方向性について教えてください。(n=78)

単位：(人)

素朴さを失わない	18
高知県の特産品を売る場としての性格を強める	23
定期的にイベントを導入する	24
出店に関する基準等を見直す	0
既存以外の品種の商品を扱う店を増やす	2
店の数を増やす	9
同様の店を並べて配置する	1
店の数を制限する	0
その他	1
合計	78

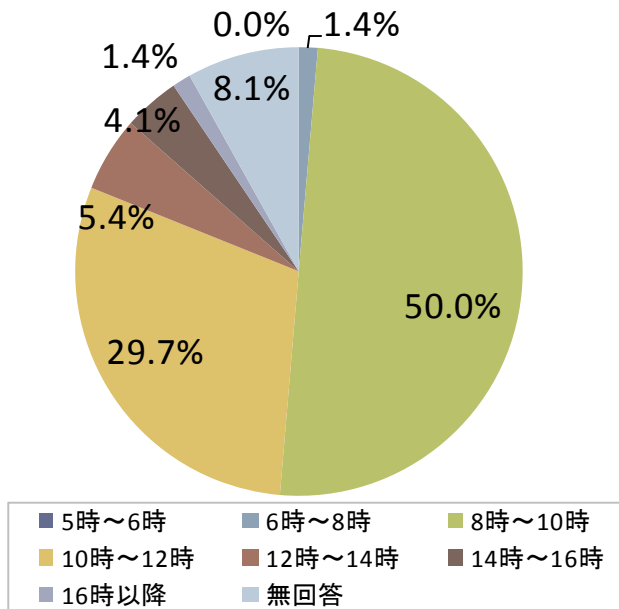
※複数回答



6. 観光事業者アンケート調査（F）

問3. （3）日曜市には何時頃に来られることが多いですか。（n=74）

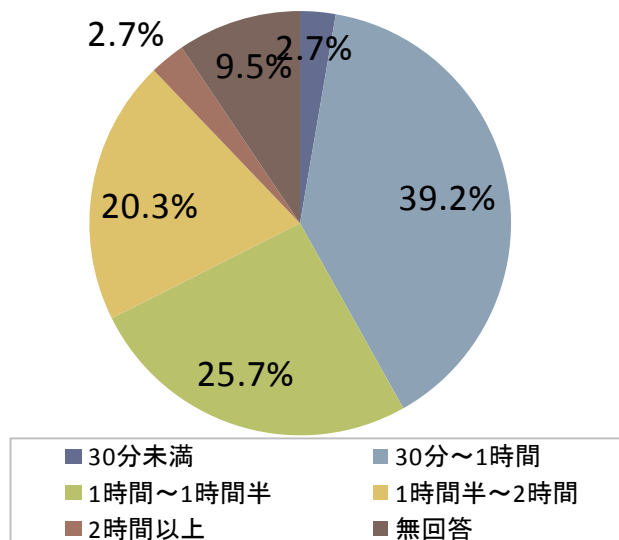
	回答数
5時～6時	0
6時～8時	1
8時～10時	37
10時～12時	22
12時～14時	4
14時～16時	3
16時以降	1
無回答	6
合計	74



問3. （4）日曜市には何時間滞在することが多いですか。（n=74）

単位：（社）

	回答数
30分未満	2
30分～1時間	29
1時間～1時間半	19
1時間半～2時間	15
2時間以上	2
無回答	7
合計	74

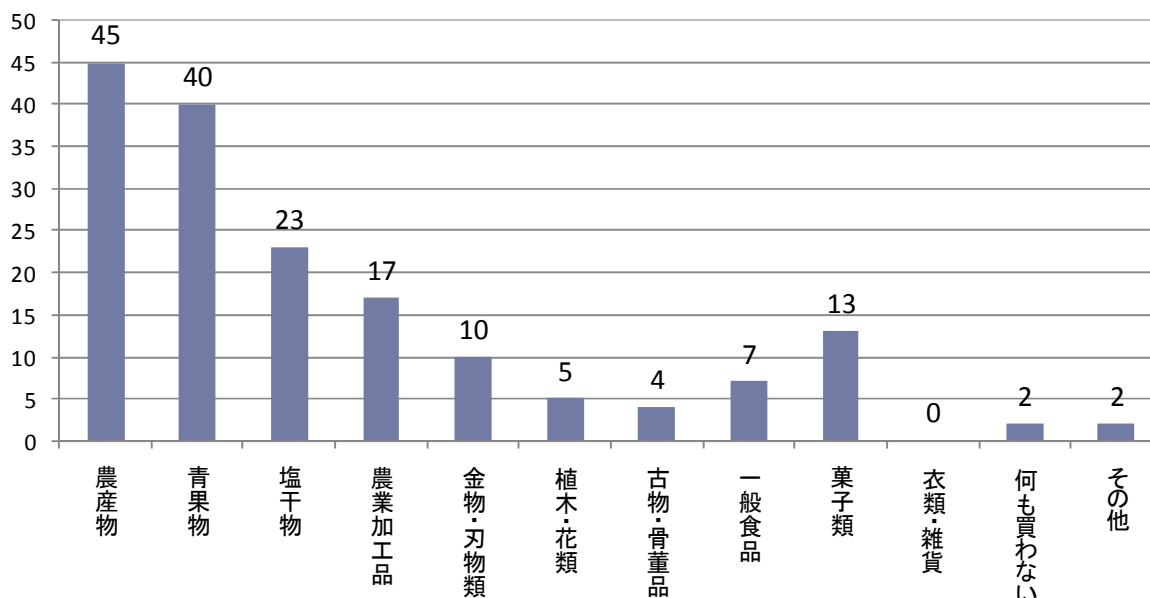


問3. (7) 観光客に人気のある日曜市の商品はどのようなものですか。(n=168)

単位：(社)

	回答数		回答数
農産物	45	古物・骨董品	4
青果物	40	一般食品	7
塩干物	23	菓子類	13
農業加工品	17	衣類・雑貨	0
金物・刃物類	10	何も買わない	2
植木・花類	5	その他	2
		合計	168

※複数回答

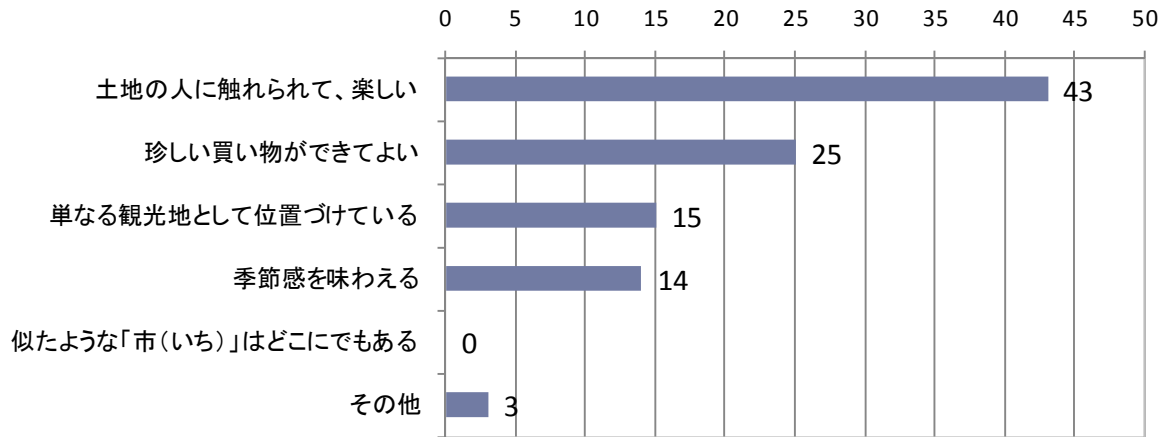


問5. (1) 観光客の日曜市に対する評価はどのようなものでしたか。(n=100)

単位：(社)

	回答数
土地の人に触れられて、楽しい	43
珍しい買い物ができる	25
単なる観光地として位置付けている	15
季節感を味わえる	14
似たような「市(いち)」はどこにでもある	0
その他	3
合計	100

※複数回答

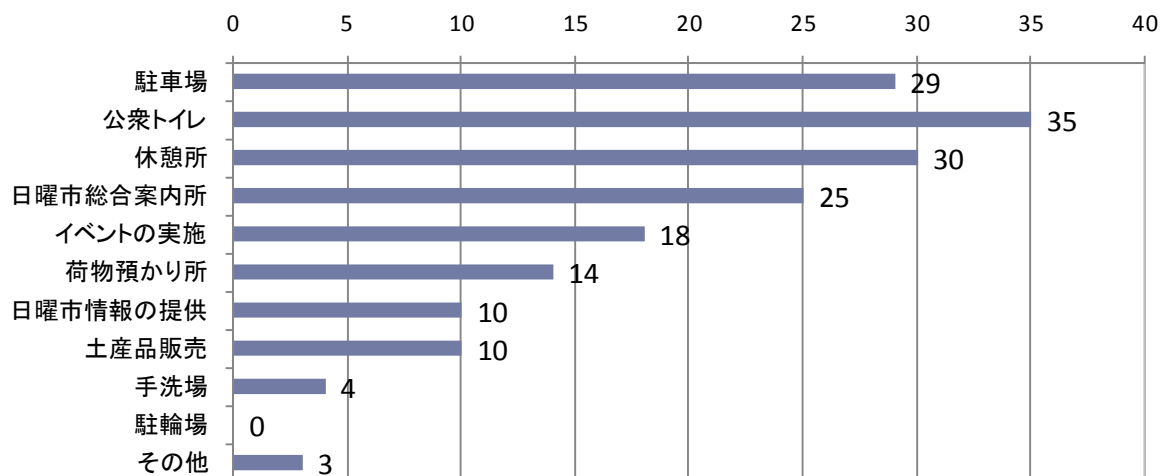


問6. (1) 日曜市にどのようなサービスがあると、より良い市になると思いますか。(n=178)

単位：(社)

	回答数
駐車場	29
公衆トイレ	35
休憩所	30
日曜市総合案内所	25
イベントの実施	18
荷物預かり所	14
日曜市情報の提供	10
土産品販売	10
手洗場	4
駐輪場	0
その他	3
合計	178

※複数回答

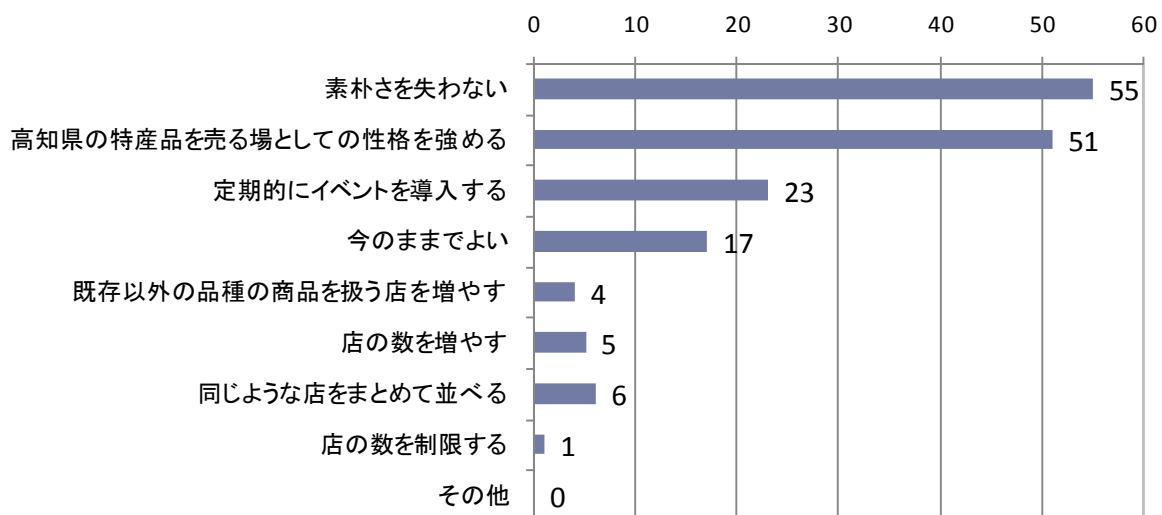


問6. (2) 今後の日曜市に求められる方向性について教えてください。(n=162)

単位：(社)

	回答数
素朴さを失わない	55
高知県の特産品を売る場としての性格を強める	51
定期的にイベントを導入する	23
今のままでよい	17
既存以外の品種の商品を扱う店を増やす	4
店の数を増やす	5
同じような店をまとめて並べる	6
店の数を制限する	1
その他	0
合計	162

※複数回答



7. 出店者間口拡大・継続希望等調査

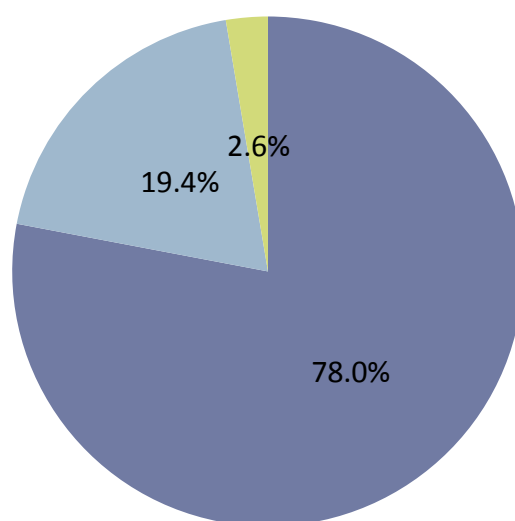
(1) 間口拡大アンケート

・あなたが現在出店している市で、間口を拡大されたい希望がある場合は、希望する拡大幅（例えば1mとか0.5mとか）を記入ください。

単位：票

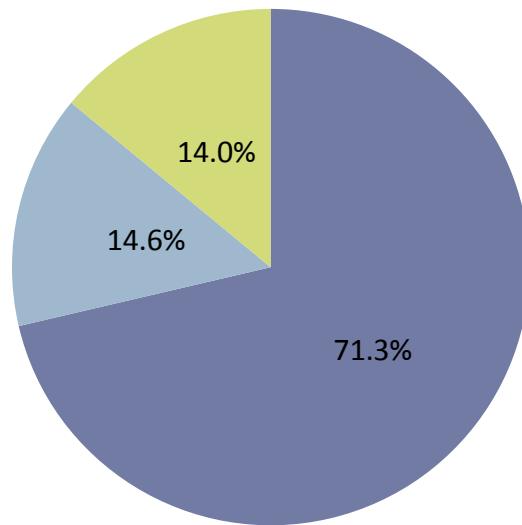
	日曜日	火曜日	木曜日	金曜日	計
出店者数	435	43	76	32	586
拡大希望	56	2	8	5	71
	12.9%	4.7%	10.5%	15.6%	12.1%
無回答	379	41	68	27	515
	87.1%	95.3%	89.5%	84.4%	87.9%

・臨時出店者が、決まった場所に毎回出店できることについて、ご意見をお聞かせください。



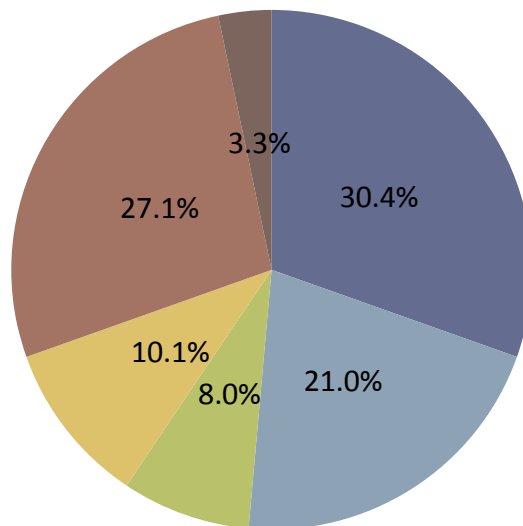
- ①臨時出店者もできるだけ決まった場所に毎回出店できる方がよい
- ②臨時出店者は、全体の空き具合により、毎回場所が変わっても仕方ない
- ③その他

・隣の空き小間をほぼ毎回使用している方に対するご意見をお聞きます。



- ①ほぼ毎回隣の空き小間を使う方がいて、市に賑わいが出てありがたい
- ②たまたま隣が空いていることで毎回そこを使えることは不公平である
- ③その他

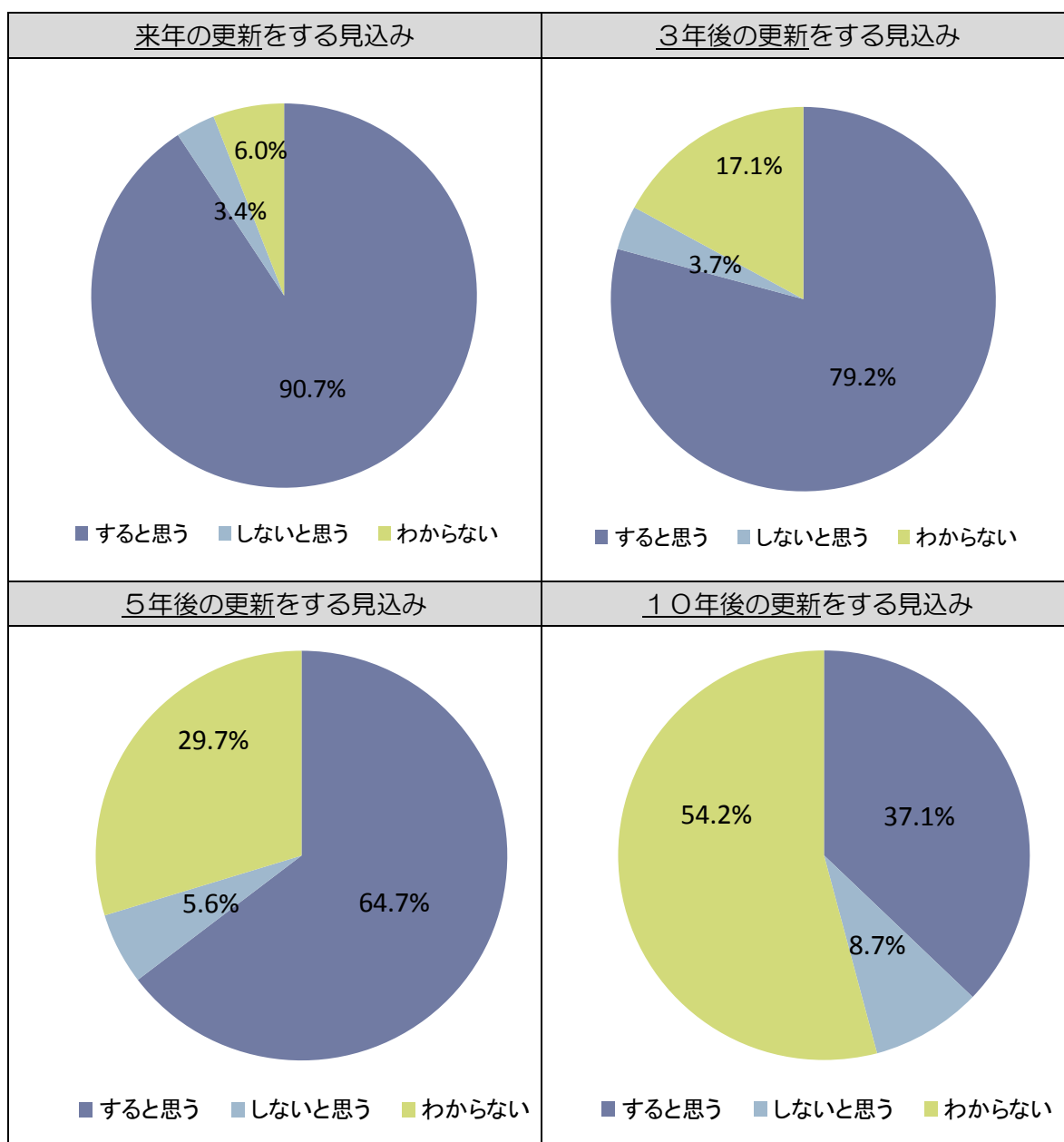
・空き小間の活用方法について、ご意見をお聞かせください。



- ①新しい出店者を入れることを優先して使う
- ②今の出店者が、間口拡大をして使ったり、小間を増やして使うことを優先して使う
- ③無理に使わなくて良い
- ④市町村出店や公共的な団体等の出店小間として使うことを優先する
- ⑤休憩所的に、イスやテーブルを設置するなどを優先して使う
- ⑥その他

(2) 出店継続見込みについて

出店者に、「本人または後継者の来年，3年後，5年後，10年後の更新見込み」について聞いたところ，来年度の更新見込みは90.7%であったが，将来的な更新見込みは徐々に減少し，10年後の更新見込みは37.1%という結果であった。



■街路市活性化推進委員会の概要

1. 街路市活性化推進委員会 委員名簿

(50音順)

	氏名	所属・役職等	備考
1	今西 真知子	NPO 法人 土佐観光ガイドボランティア協会 会長	
2	岡崎 利美	街路市出店者（振興組合）	
3	加藤 孝幸	街路市出店者（生産出荷組合）	
4	楠瀬 健太	街路市出店者（生産出荷組合）	
5	熊野 裕二	NHK 高知放送局 局長	
6	坂本 真由美	NPO 法人 とさはちきんねっと 事務局長	
7	竹内 佳代	JA 高知市女性部 部長	
8	土居 誠	街路市出店者（くろしおの会）	
9	中澤 純治	高知大学教育研究部総合科学系地域協働教育部門准教授	副委員長
10	野浪 健	株式会社 JTB 中国四国 高知支店 支店長	
11	畠中 智子	高知のまちづくりを考える会 代表	
12	廣末 幸彦	高知市商店街振興組合連合会 理事長	委員長
13	福田 善乙	高知短期大学名誉教授	
14	藤本 幸太郎	株式会社 城西館 取締役宿泊営業部長	
15	山脇 深	高知県産業振興推進部 地域産業振興監（高知市地域担当）	
16	吉川 勇	街路市出店者（商業組合）	
17	渡辺 芙月	Sunday Market Supporters 代表	

2. 活性化推進委員会 開催の経緯

	開催日	委員会の内容
第1回 検討委員会	平成26年8月7日(木) 13:30~15:30	1. 開会 2. 委嘱状交付 3. 市長挨拶 4. 委員紹介, 委員長・副委員長選出 5. 議事 (1)平成18年度街路市活性化構想の概要について (2)推進委員会と今後のスケジュールについて 6. その他
第2回 検討委員会	平成26年10月24日(金) 13:30~15:30	1. 開会 2. 議事 (1)第1回委員会のおさらい (2)各種調査における進捗状況の報告 (3)課題と方向性について (4)今後のスケジュール 3. その他
第3回 検討委員会	平成26年12月4日(木) 13:30~15:30	1. 開会 2. 議事 (1)第2回委員会のおさらい (2)各種調査における進捗状況の報告 (3)課題・基本方針・プロジェクト・取組みについて(基本構想の組み立てを示す資料) (4)今後のスケジュール 3. その他
第4回 検討委員会	平成27年1月22日(木) 13:30~15:30	1. 開会 2. 議事 (1)第3回委員会のおさらい (2)基本構想(素案)について ①経済波及効果 ④推進体制 ②基本理念 ⑤基本方針, 事業 ③評価(指標) ⑥その他 (3)今後のスケジュール 3. その他
第5回 検討委員会	平成27年2月24日(火) 16:00~17:00	1. 開会 2. 議事 (1)第4回委員会のおさらい (2)基本構想(素案)について (3)来年度以降のスケジュール 3. その他

3. 高知市街路市活性化推進委員会設置要綱

[平成26年6月18日制定]

(設置)

第1条 本市が管理する街路市の活性化を図っていくための意見等を求めることを目的として、高知市街路市活性化推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 委員会は、次に掲げる事項について検討を行うものとする。

- (1)街路市全般に係る諸問題に関すること。
- (2)街路市の活性化の推進に関すること。
- (3)街路市の活性化に資する構想等に関すること。
- (4)その他街路市の活性化に関し必要な事項

(組織)

第3条 委員会は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する委員20人以内をもって組織する。

- (1)学識経験者
- (2)街路市出店者
- (3)中心商店街関係者
- (4)観光業界関係者
- (5)関係行政機関の職員
- (6)その他市長が必要と認める者

(委員長及び副委員長)

第4条 委員会に委員長及び副委員長1人を置く。

- 2 委員長は、委員の互選によりこれを定める。
- 3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。
- 4 副委員長は、委員の中から委員長が指名する。
- 5 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は欠けたときは、その職務を代理する。

(任期等)

第5条 委員の任期は、委嘱の日から平成28年3月31日までとする。ただし、補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

- 2 委員が委嘱されたときにおける当該身分を失ったときは、委員を辞したものとみなす。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が必要に応じて招集し、委員長が議長となる。

(資料提供その他の協力等)

第7条 委員会は、その所掌事務を遂行するために必要があると認めるときは、関係部局その他の者に対し、資料の提出、意見の表明、説明その他必要な協力を求めることができる。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、商工観光部産業政策課において処理する。

(その他)

第9条 この要綱に定めるもののほか、委員会の運営に関し、必要な事項は、委員長が別に定める。

附 則

(施行期日)

- 1 この要綱は、平成26年6月18日から施行する。

(会議の招集に関する特例)

- 2 この要綱の施行の日以後最初に開催される委員会の会議は、第6条の規定にかかわらず、市長が招集するものとする。

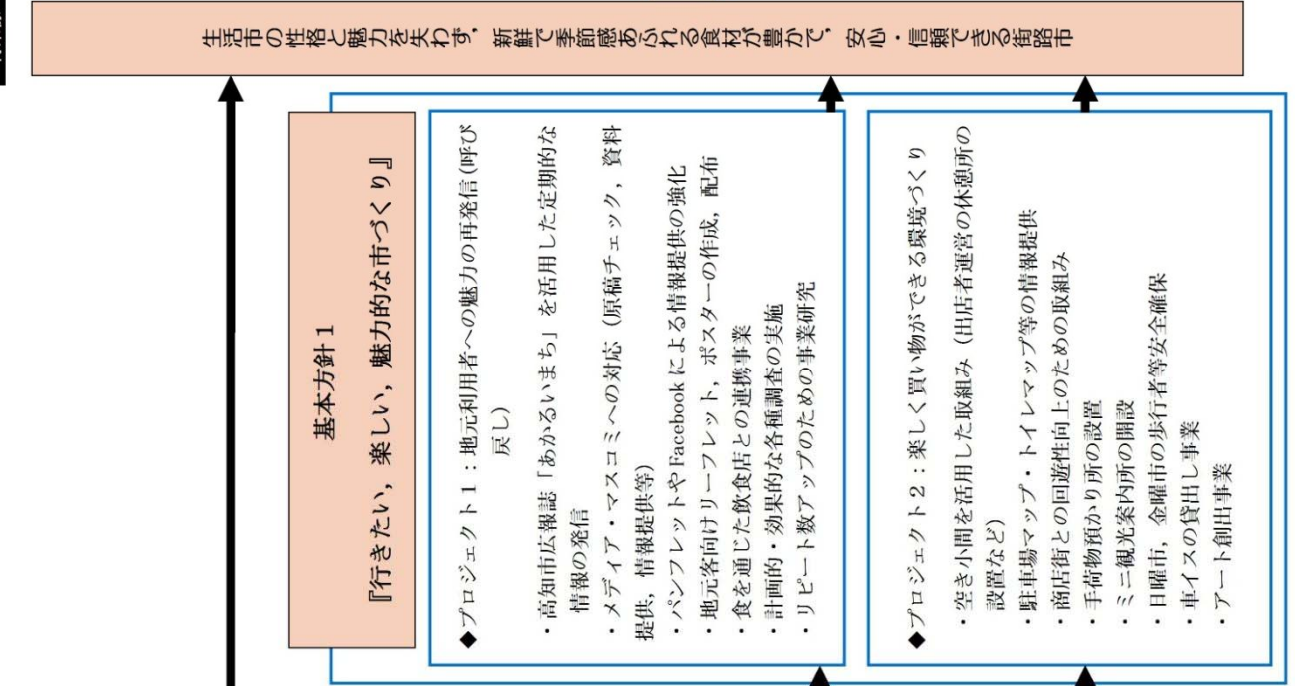
※第3回街路市活性化推進委員会議資料を元に作成

1. 地元利用者の課題・取組シート

凡例 A: アンケート分析調査 B: 通行量調査 C: 利用者アンケート調査 D: 出店者アンケート調査
 E: 若者アンケート調査 F: 観光事業者アンケート調査 G: 経済波及効果計画 H: 街路市の概要
 調査・アンケート、委員会意見等から見える現状

	強み	備考
1	出店者や観光客との交流があつて、よい	委員会意見(第2回)
2	新鮮な品物や珍しいものが買える	委員会意見(第2回)
3	地元ならではの調理法等の情報を入手できる	委員会意見(第2回)
4	季節感を味わえる	委員会意見(第2回)
5	県人口の4割が集中する都市部に立地	
6	市内利用者比率が維持されている	H16: 31.6%→H26: 31.2% A P1
7	毎週末に来市者が増加	H16: 11.0%→H26: 17.7% A P3
8	徒歩の来訪者が増加	H16: 7.4%→H26: 29.2% A P4
9	地元のものが買える	H26: 268 (1位) / 1704 C P7
10	生産者の顔が見え、安心・信頼できる	H16: 6.0%→H26: 30.0% A P5
11	商品の新鮮さを8割近い人が評価している	75.8% A P8
12	商品の値段に対して4割の人が安いと評価している	45.8% A P8
13	今後の日曜日…「今のままでよい」	152(3位) / 908人 C P11
	弱み	備考
1	地元利用者の街路市離れ、交通の利便性による街路市離れが深刻化している	委員会意見(第2回)
2	300年以上の歴史を誇るが、その魅力は市民の中で徐々に薄れゆく状況となっている	委員会意見(第2回)
3	(1)駐車場(1位)や(2)休憩所(2位)、荷物預かり所(3位)、(3)トイレ(4位)等が求められている	C P10
4	来客数の減少→4地点調査で通行量減	H16: 110,867人→H26: 92,859人 A P22
5	車での来市者の比率が減少	H16: 58.0%→H26: 46.0% A P4
6	日曜日情報の提供が求められている	H16: 6.0%→H26: 21.3% A P9
7	日曜日は「生活市」が基本であり、観光に重点を置くと地元の人が寄り付かない	委員会意見(第1回)
8	交通の利便性がよくない	委員会意見(第1回)

I. 地元利用者



目指すべき将来像

基本方針 プロジェクト 取組み

解消すべき課題

調査・アンケート、委員会意見等から見える現状

対象

※第3回街路市活性化推進委員会会議資料を元に作成

II. 観光客の課題・取組みシート

対象

調査・アンケート、委員会意見等から見える現状

解消すべき課題

基本方針 プロジェクト 取組み

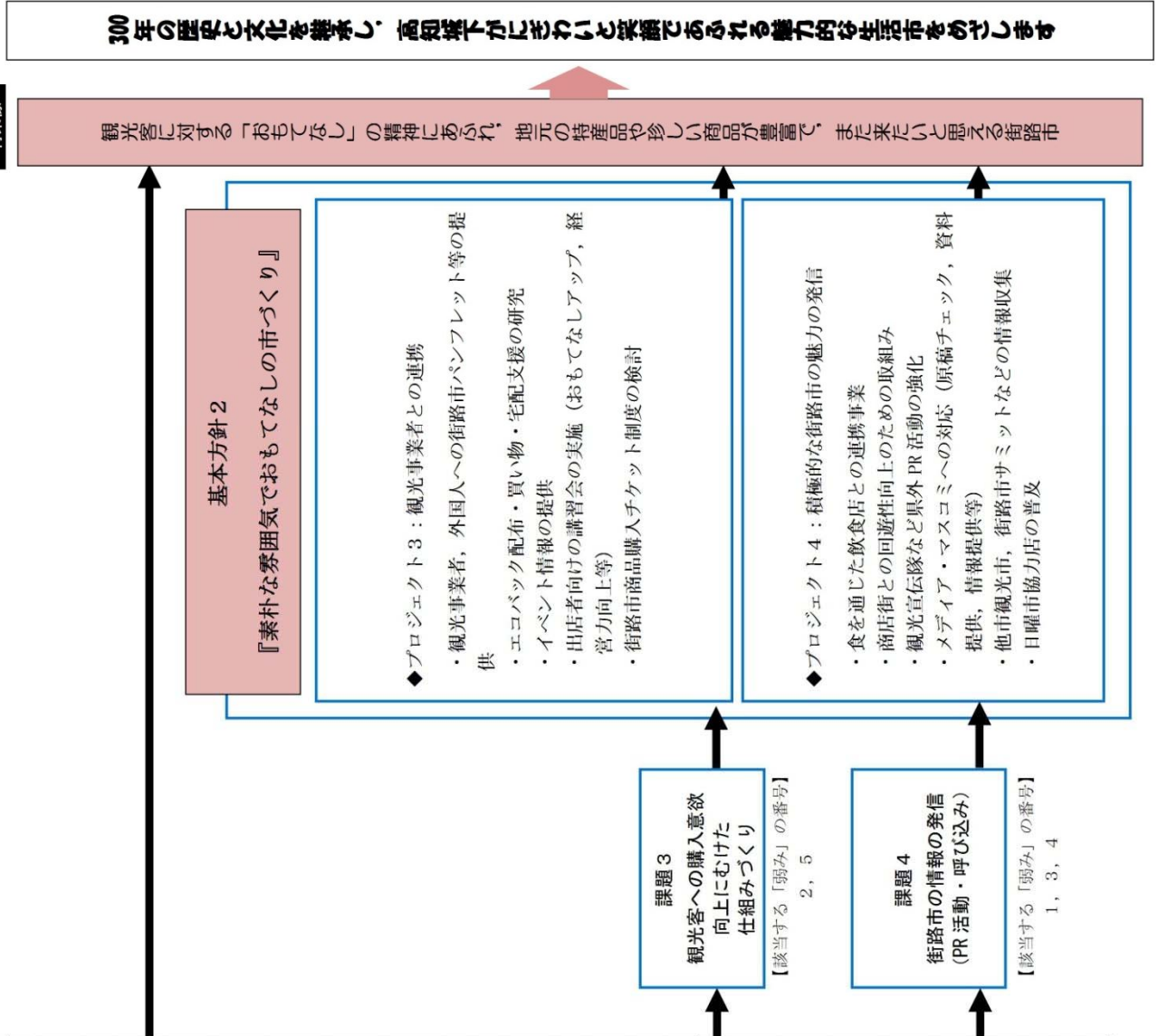
目指すべき将来像

凡例 A: アンケート分析調査 B: 通行量調査 C: 利用者アンケート調査 D: 出店者アンケート調査
E: 若者アンケート調査 F: 観光事業者アンケート調査 G: 経済波及効果計測 H: 街路市の概要

基本理念

強み		備考
1	観光客は地元利用者や出店者との交流を楽しみにしている	委員会意見(第1回)
2	珍しいものや地元のものが見える	委員会意見(第2回)
3	対面販売で料理方法が聞け、コミュニケーションを図れる	委員会意見(第2回)
4	素朴な雰囲気、生活感のある雰囲気を味わえる	
5	「300年の歴史」を利用した観光スポットとして定着している	委員会意見(第1回)
6	県外の観光客の増加	H16: 56.2%→H26: 60.8% A P1
7	初めての来訪者の増加	H16: 24.8→H26: 28.1% A P3
8	観光地としての評価が高まっている	H16: 43.6%→H26: 54.1% A P10
9	ITCの進展	
10	8～12時の訪問が約8割である	59社/74社 F P6
11	滞在時間は30分～1時間30分が6割を占める	64.9% F P6
12	木曜市の観光ポテンシャルが高い	11(1位)/29社 F P9
13	高知県の特産品を売る場としての性格を強めることがもたられている	51(2位)/162社 F P14
14	土佐弁での応対も、おもてなしである	委員会意見(第2回)
弱み		備考
1	観光案内所等シルバー人材センター等との連携の強化が求められている	委員会意見(第2回)
2	観光客数は地元客数と同程度、もしくは、それ以上と感じている	67.1% D P6
3	イベントを望む声が多い(7)(若者)	13(2位)/97人 E P8 委員会意見
4	(7)イベントの開催がもたられている(観光事業者)	23(3位)/162社 F P14
5	観光客に対する品物の見せ方の工夫が必要	委員会意見(第1回)

II. 観光客



※第3回街路市活性化推進委員会会議資料を元に作成

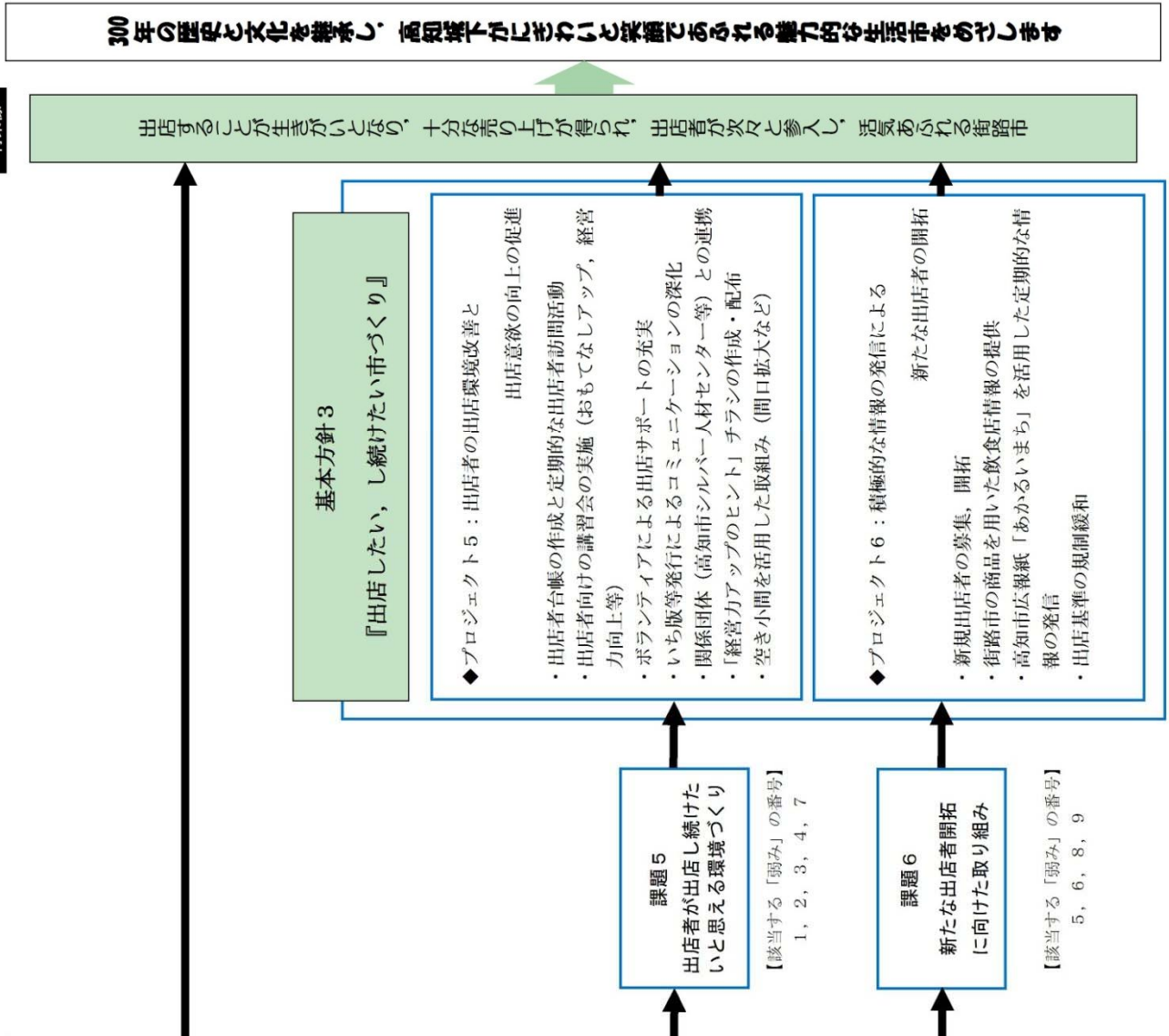
Ⅲ. 出店者の課題・取組みシート

対象

調査・アンケート、委員会意見等から見える現状

強み		備考
1	地元利用者や観光客との交流が多い	委員会意見(第2回)
2	流通に乗せられないような規格外商品を販売できる	委員会意見(第2回)
3	日曜市の規模が大きくて、よい	50% F P11
4	出店者の接客態度への評価が高まっている	H16 : 51.4%→H26 : 52.5% A P8
5	固定客のいる店が多い	H17 : 89.0→H26 : 89.4% A P16
6	後継者のうちの街路市引継ぎ意向は高い	H17 : 79.0%→H26 : 80.5% A P19
7	高知の食文化の伝承する役割が必要	H18 構想
8	女性や高齢者の労働の場、生きがいの場の役割を担っている	H18 構想
弱み		備考
1	出店者の高齢化(平均66.66歳:H26)や後継者不足(H18調査53.0%→H26調査28.8%)により、出店者が減少している	調査結果 H9 : 62.0, H17 : 53.0→H26 : 28.8% A P18 37.1% C'
2	後継者の減少	H16 : 42.0%→H26 : 37.1% A P15
3	10年後の許可更新見込み	H26 概要 P11
4	(5)売上の位置付け 主な生活費	目標値: 75% (H10~) H26 : 67.6% H P6
5	登録者数の減少	委員会意見(第1回)
6	生産農家の第一次産業従事者の街路市に占める割合が減少	委員会意見(第1回)
7	屋根付きの休憩所がほしい	農協等との連携が可能ではないか
8	農協等との連携が可能ではないか	時代の変化に伴い、(4)出店基準の見直しを行うべき。(6)光熱費の許可基準の見直し
9	時代の変化に伴い、(4)出店基準の見直しを行うべき。(6)光熱費の許可基準の見直し	H18 構想

Ⅲ. 出店者



凡例 A: アンケート分析調査 B: 通行量調査 C: 利用者アンケート調査 D: 出店者アンケート調査
E: 若者アンケート調査 F: 観光事業者アンケート調査 G: 経済波及効果計画 H: 街路市の概要
I: 街路市の歴史

基本方針 プロジェクト 取組み

目指すべき
将来像

基本理念

※第3回街路市活性化推進委員会資料を元に作成

V. 教育・学びの課題・取組みシート

対象 調査・アンケート、委員会意見等から見える現状

強み		備考
1	子どもが街路市を訪れると店の人と子どもとの交流がありとてもよい	委員会意見 (第1回)
2	子どもと高齢者が仕事や社会に関することなど年代を問わず学べ、ボランティアを通じて社会に貢献出来る場	委員会意見 (第1回)
3	街路市へのお買いもの等の体験学習がおこなわれている	委員会意見 (第1回)
4	街路市に行かない人でも「守り続けていくべき大切な市」と認識している	48.1% (1位) E P6
5	若者は観光名所であると認識している	31.5% (2位) E P6
6	子どものころから街路市に親しみ、家族と一緒に利用した経験を有する方が多い	64.8% (1位) E P3
弱み		備考
1	県内の学生が街路市に興味を示していない(農業・食に対する教育問題)	委員会意見 (第1回)
2	街路市は「今後も守り続けていくべき大切な市」という認識があるが、若者の興味は低い	26/54 (1位) E P6
3	学校の授業で街路市について学ぶ機会がないと回答している若者が多い	26/54 (1位) E P7
4	県内の高校生は、市を避けて通る人が多い	委員会意見 (第1回)
5	学校教育で市や食について話し合える機会が必要である	委員会意見 (第1回)
6	街路市ボランティアへの参加経験が無い	0/54 E P5

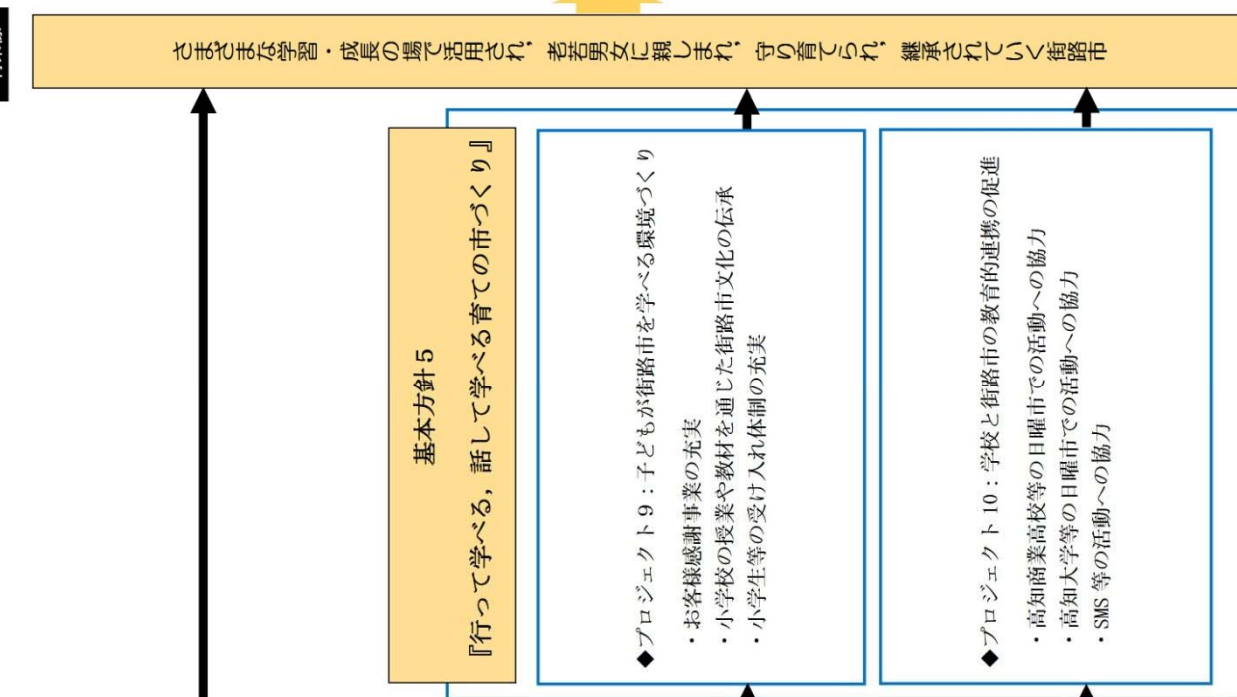
解消すべき課題

凡例 A: アンケート分析調査 B: 通行量調査 C: 利用者アンケート調査 D: 出店者アンケート調査 E: 若者アンケート調査 F: 観光事業者アンケート調査 G: 経済波及効果計画 H: 街路市の概要

基本方針 プロジェクト 取組み

目指すべき将来像

基本理念



300年の歴史と文化を継承し、高知城下がにぎわいと笑顔であふれる

魅力的な生活市をめざします

魅力向上のための5つの視点ごとに基本方針に基づき、めざすべき将来の姿に向けてプロジェクト・施策（事業）を実施して行きます。

地元利用者	『行きたい、楽しい、魅力的な市づくり』	<ul style="list-style-type: none"> ◆プロジェクト 1: 魅力的な情報の発信による利用者の呼び込み ◆プロジェクト 2: 利用しやすい空間の配置や整備の促進
観光客	『素朴な雰囲気でおもてなしの市づくり』	<ul style="list-style-type: none"> ◆プロジェクト 3: 観光事業者との連携、来客購入意欲の喚起 ◆プロジェクト 4: 積極的な街路市の魅力の発信
出店者	『出店したい、し続けたい市づくり』	<ul style="list-style-type: none"> ◆プロジェクト 5: 出店者の出店環境改善と出店意欲の向上の促進 ◆プロジェクト 6: 積極的な情報の発信等による新たな出店者の開拓
景観	『300年の歴史と生活が織りなす道の市づくり』	<ul style="list-style-type: none"> ◆プロジェクト 7: 地域で連携した景観維持の推進 ◆プロジェクト 8: 街路市魅力の資源についての情報発信
教育・学び	『行って学べる、話して学べる育ての市づくり』	<ul style="list-style-type: none"> ◆プロジェクト 9: 子どもが街路市を学べる環境づくり ◆プロジェクト 10: 学校と街路市の教育的連携の促進

- 高知市広報誌「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信
- メディア・マスコミへの対応（原稿チェック，資料提供，情報提供等）
- パンフレットやFacebookによる情報提供の強化
- 地元客向けリーフレット，ポスターの作成，配布
- ★食を通じた飲食店との連携事業
- ★計画的・効果的な各種調査の実施
- ★リピート数アップのための事業研究
- 関係団体(高知市シルバー人材センター等)との連携

- ★空き小間を活用した取組み（出店者運営の休憩所の設置等）
- 駐車場マップ・トイレマップ等の情報提供
- ★商店街との回遊性向上のための取組み
- ★手荷物預かり所の設置
- ★ミニ観光案内所の開設
- 日曜市，金曜市の歩行者等安全確保
- ★車イスの貸し出し事業
- ★アート創造事業

- 観光業者，外国人への街路市パンフレット等の提供
- ★エコバック配布，買い物・宅配支援の研究
- イベント情報の提供
- ★出店者向けの講習会の実施（おもてなしアップ，経営力向上等）
- 街路市商品購入チケット制度の検討

- ★食を通じた飲食店との連携事業
- ★商店街との回遊性向上のための取組み
- 観光宣伝隊等県外PR活動の強化
- メディア・マスコミへの対応（原稿チェック，資料提供，情報提供等）
- 他市観光市，街路市サミット等の情報収集
- 日曜市協力店の普及

- ★出店者台帳の作成と定期的な出店者訪問活動
- ★出店者向け講習会の実施（おもてなしアップ，経営力向上等）
- ボランティアによる出店サポートの充実
- いち版等発行によるコミュニケーションの深化
- 「経営力アップのヒント」チラシの作製・配布
- ★空きゴマを活用した取組み（間口拡大等）

- 新規出店者の募集，開拓
- ★街路市の商品を用いた飲食店情報の提供
- 高知市広報紙「あかるいまち」を活用した定期的な情報の発信
- 出店基準の規制緩和

- 出店者によるゴミ減量運動の実施
- ★出店者レンタルトイレ，トイレ美化推進事業

- ★街路市図の作成，掲示，配布等
- ★写真撮影ポイントの設置
- パンフレットやFacebookによる情報提供の強化
- ★空き小間を活用した街路市情報・グルメパネルの設置
- ★商店街との回遊性向上のための取組み

- お客様感謝事業の充実
- 小学校の授業や教材を通じた街路市文化の伝承
- ★小学生等の受け入れ体制の充実

- 高知商業高校の日曜市での活動への協力等
- 高知大学等の日曜市での活動への協力等
- SMS等の活動への協力

「生活市」の性格と魅力を失わず，新鮮で季節感あふれる食材が豊かで，安心・信頼できる街路市

観光客に対する「おもてなし」の精神にあふれ，高知の特産品や珍しい商品が豊富で，また来たいと思われる街路市

出店することが生きがいとなり，十分な売上が得られ，出店者が次々と参入し，活気あふれる街路市

歴史ある高知城下の風光明媚な景観のもと，素朴で清潔感に包まれた美しい街路市

さまざまな学習・成長の場で活用され，老若男女に親しまれ，守り育てられ，継承されてゆく街路市

高知市街路市活性化構想

策定年月：平成 27 年 3 月

発行：高知市鷹匠町 2 丁目 1 番 36 号
高知市商工観光部産業政策課

電話：(088)823-9456

F A X：(088)823-9492

e-mail：kc-150600@city.kochi.lg.jp