

第3章 各施設調査における情報収集結果のとりまとめ

I 施設の利用状況等の整理

1 利用者実態調査・・・市場（衣料部・雑貨部）、ゆっくる、商人塾、ひやみかちマチグラー館、トイレ

(1) 市場（衣料部・雑貨部）来場者調査

1) 調査概要

表 3-1 調査概要

項 目	内 容
調査対象	中学生以上の外国人を含む来場者
調査期間	平成 29 年 6 月 9 日(金)～21 日(水) 内、6 日間 (13:00 から 18:00)
目標サンプル数	200 件 (衣料部・雑貨部各 100 件)
回収数	204 件 (衣料部: 102 件、雑貨部: 102 件)
調査項目	・ 回答者属性 (住まい、性別、年齢、職業) ・ 交通手段 ・ 来訪回数及び目的 ・ 利用満足度 (利用のしやすさ、快適さ、安全性、内装・レイアウト、接客対応、品揃え、販売価格、総合満足度) ・ 気づいた点・要望



図 3-1 調査箇所

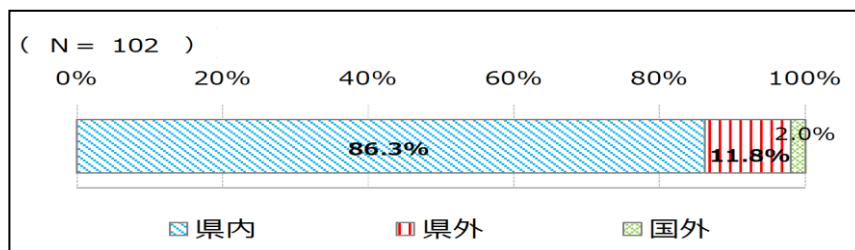


図 3-2 調査風景

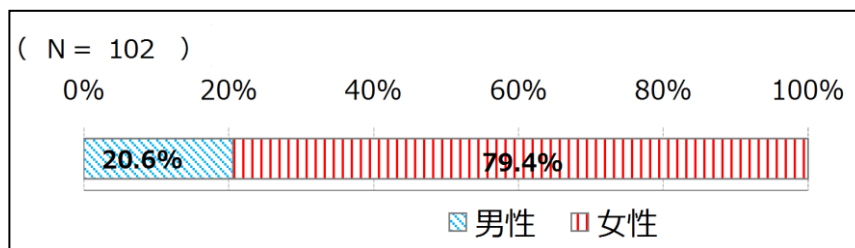
2) 市場来場者調査結果

【衣料部】

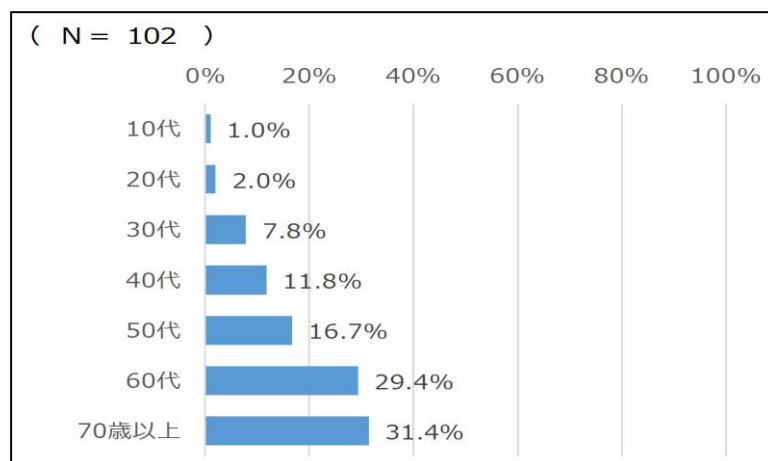
① 来場者の住まい



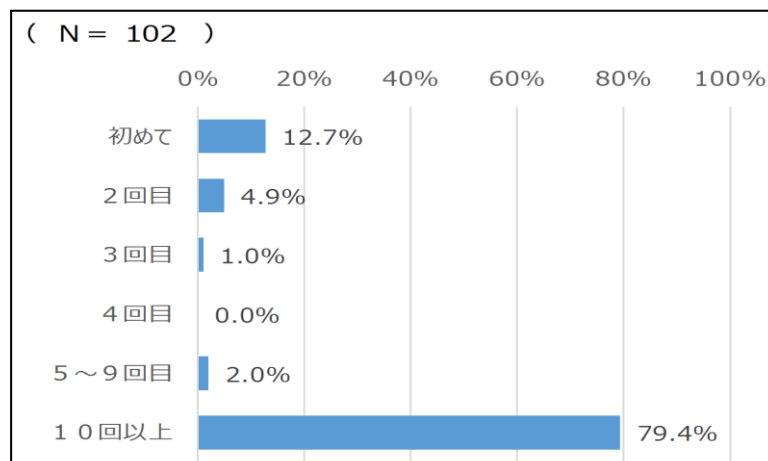
② 来場者の性別



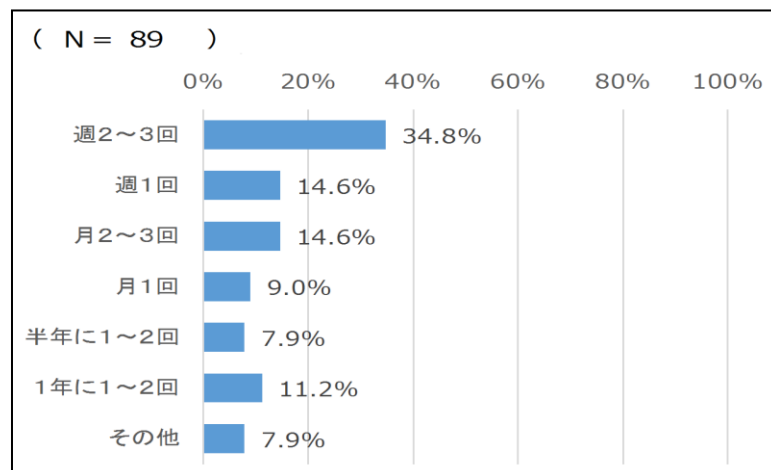
③ 来場者の年齢



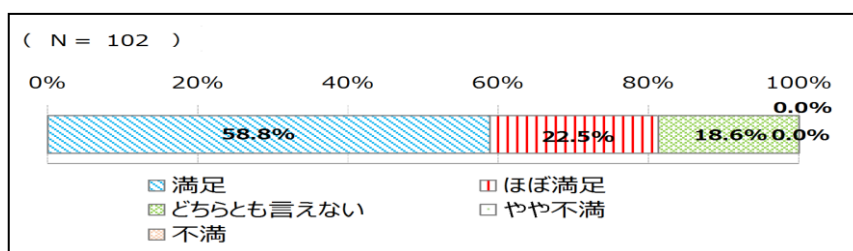
④ 来場者の来訪頻度



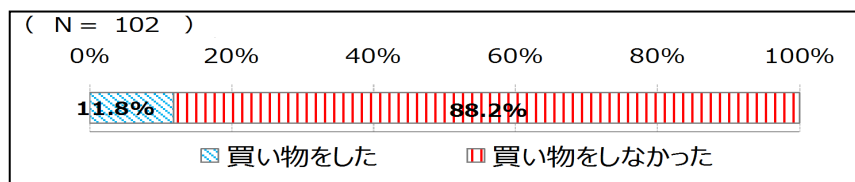
⑤ 来場者の再来頻度



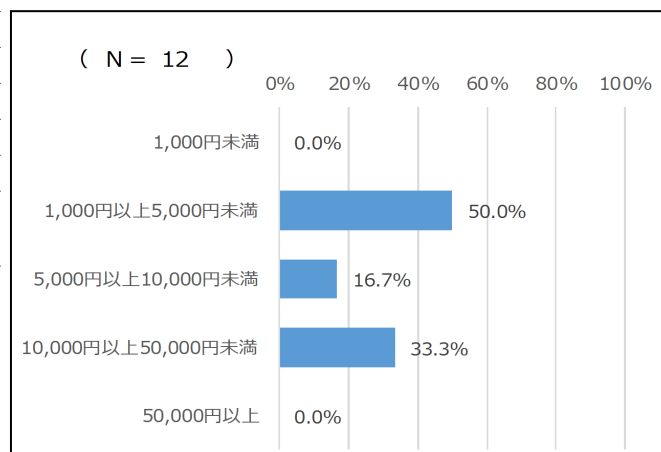
⑥ 来場者の満足度



⑦ 来場者の買い物実績

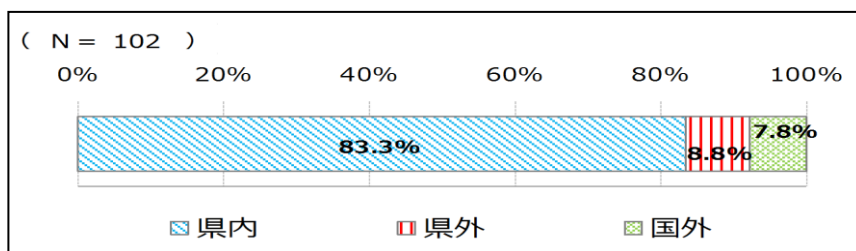


買い物をしなかった理由	回答数	回答比率
イベント鑑賞のため	7	7.8%
イベント相談のため	1	1.1%
商品選定中のため	6	6.7%
目的の商品が無かった	73	81.1%
友人のお付き合いのため	3	3.3%
合計	90	100.0%

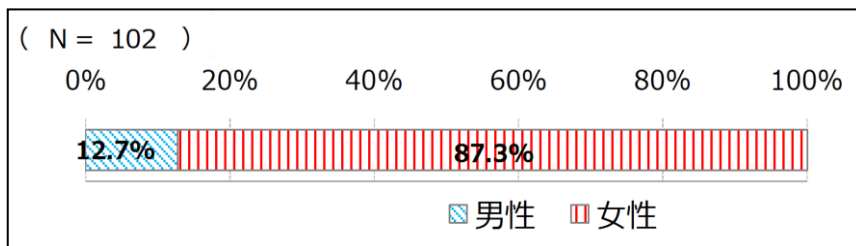


【雑貨部】

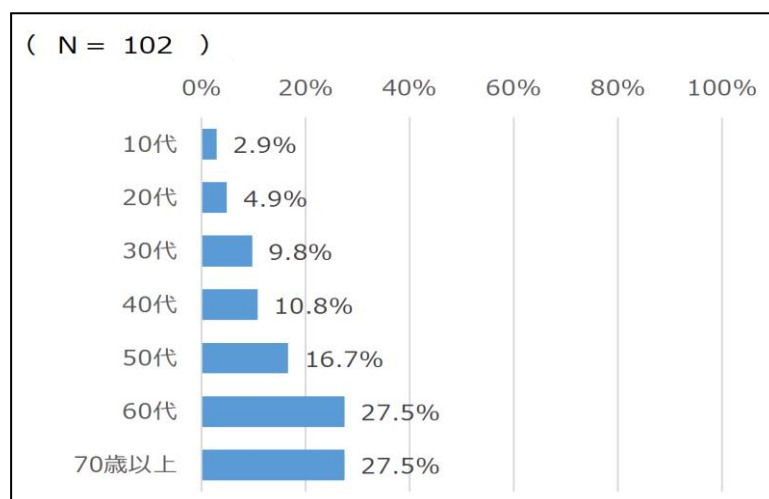
① 来場者の住まい



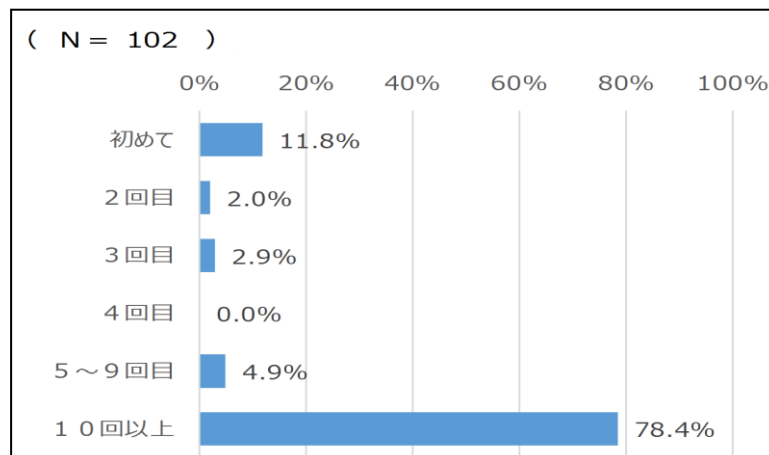
② 来場者の性別



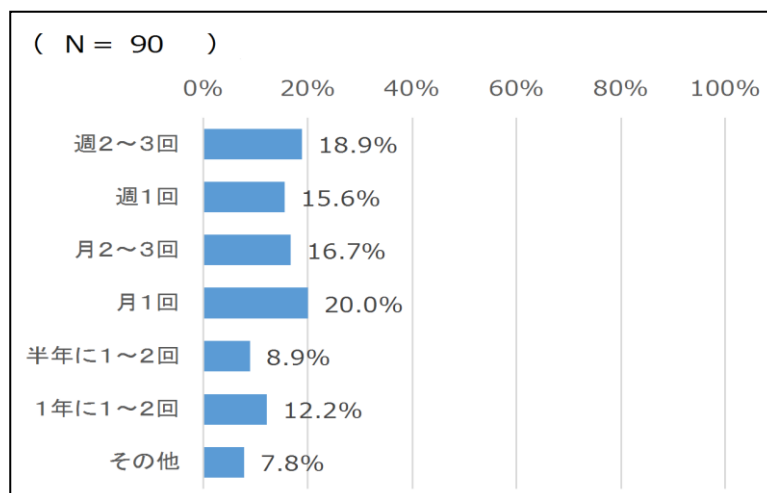
③ 来場者の年齢



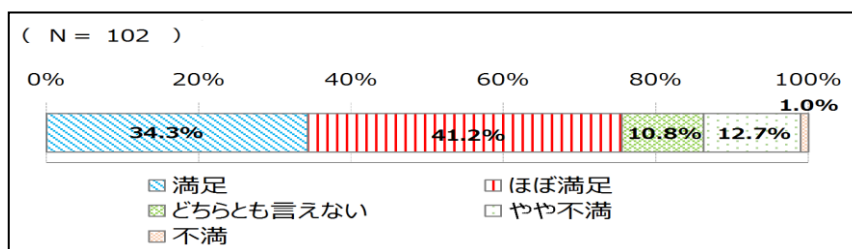
④ 来場者の来訪頻度



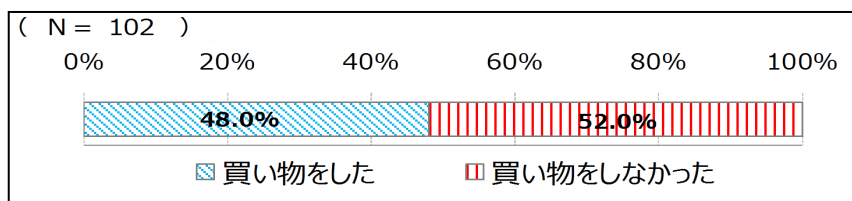
⑤ 来場者の再来頻度



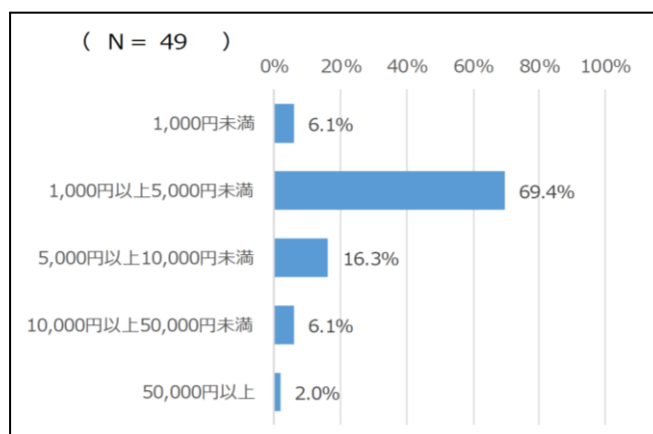
⑥ 来場者の満足度



⑦ 来場者の買い物実績



買い物をしなかった理由	回答数	回答比率
イベント鑑賞のため	4	7.5%
マッサージ・美容利用のため	2	3.8%
持ち帰りが大変なため	2	3.8%
商品選定中のため	13	24.5%
目的の商品が無かった	30	56.6%
友人のお付き合いのため	2	3.8%
合計	53	100.0%



3) 市場来場者調査結果のまとめ

【衣料部について】

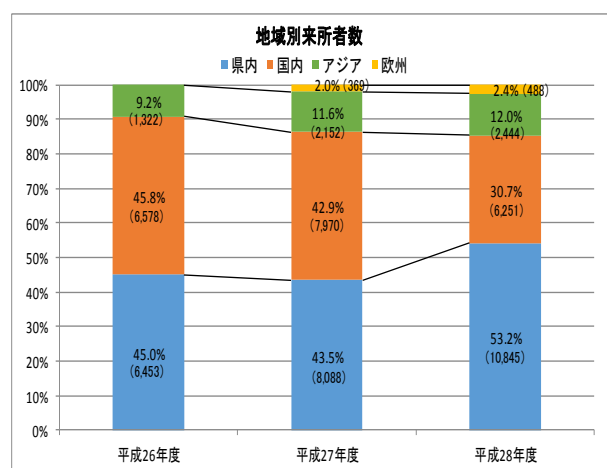
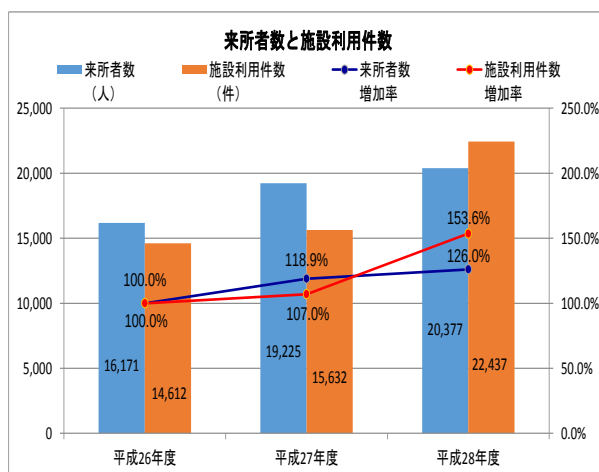
- ・ 施設の来場者は、県内在住者が 86.3%を占め、高齢（60代・70歳以上）の女性が多い。
- ・ 総合満足度は、「満足」「ほぼ満足」が 81.3%となっている。
- ・ 来訪回数「10回以上」が約 80%、週 1 回以上訪れる人が 49.4%とリピーターが多い。
- ・ 来場者の買物実績は、「買い物をしなかった」が 88.2%であり、その理由として「目的の商品が無かった」が 81.1%となっている。
- ・ 購入者の支出金額は、千円以上 5 千円未満が 50.0%、1 万円以上 5 万円未満が 33.3%となっている。

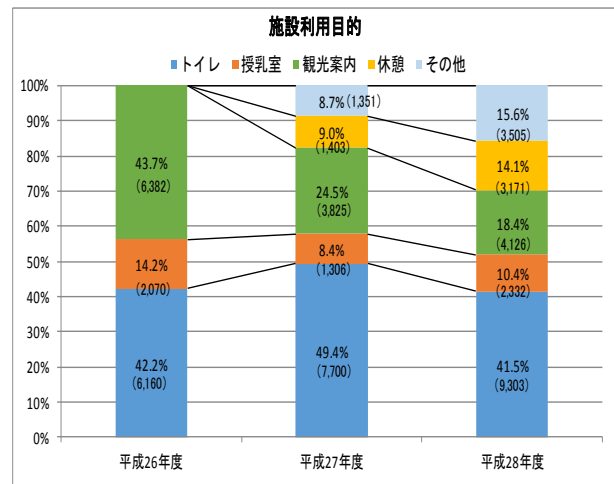
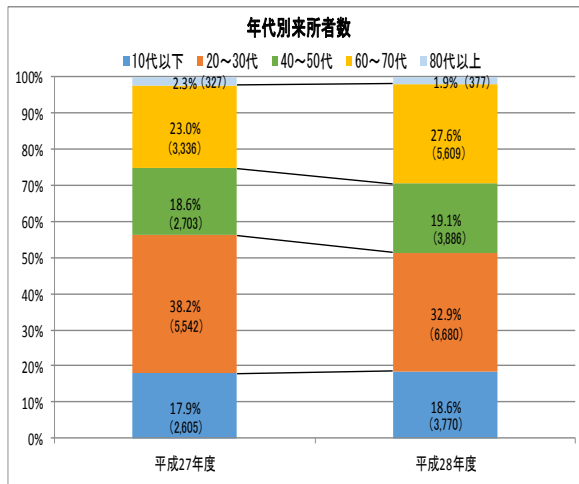
【雑貨部について】

- ・ 施設の来場者は、県内在住者が 83.3%を占め、高齢（60代・70歳以上）の女性が多い。
- ・ 総合満足度は、「満足」「ほぼ満足」が 75.5%となっている。
- ・ 来訪回数「10回以上」が約 80%、週 1 回以上訪れる人が 34.5%とリピーターが多い。
- ・ 来場者の買物実績は、「買い物をした」「買い物をしなかった」が約 50%ずつとなっており、買い物をしなかった理由として「目的の商品が無かった」「商品選定中のため」が約 80%となっている。
- ・ 購入者の支出金額は、千円以上 5 千円未満が 69.4%となっている。

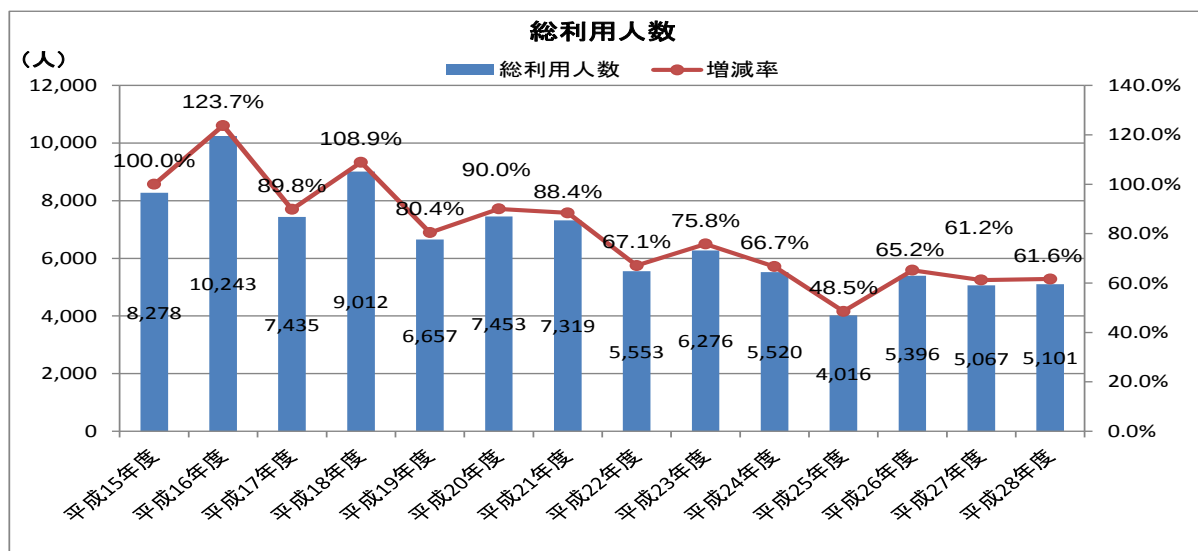
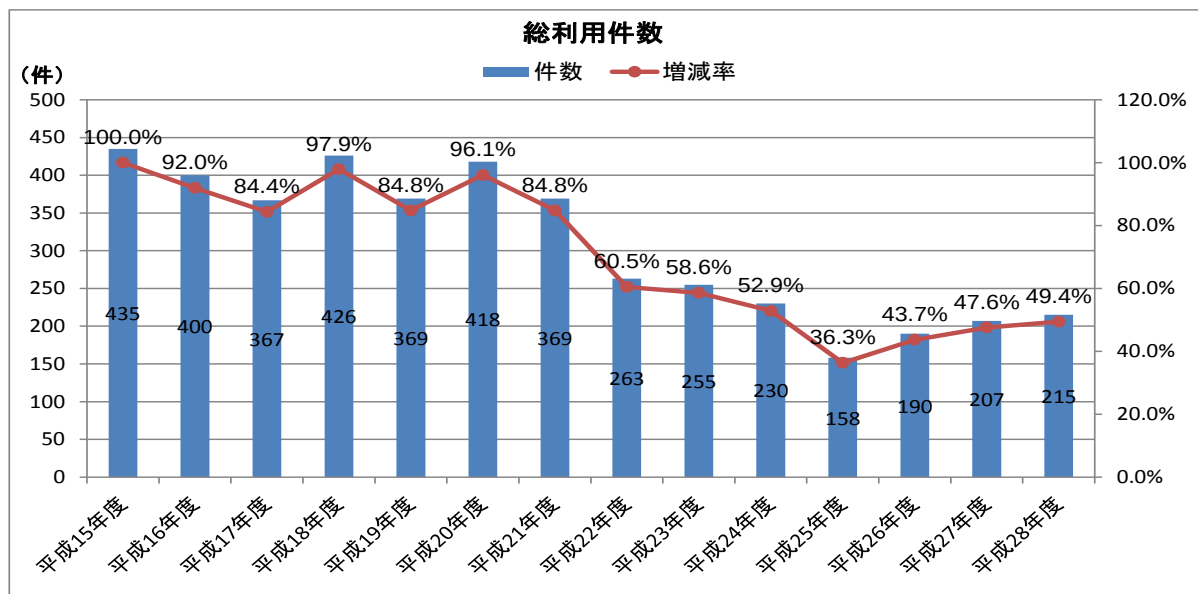
(2) 「ゆっくる」「商人塾」「ひやみかちマチグラー館」来場者調査

1) 「ゆっくる」来場者（利用者）調査結果

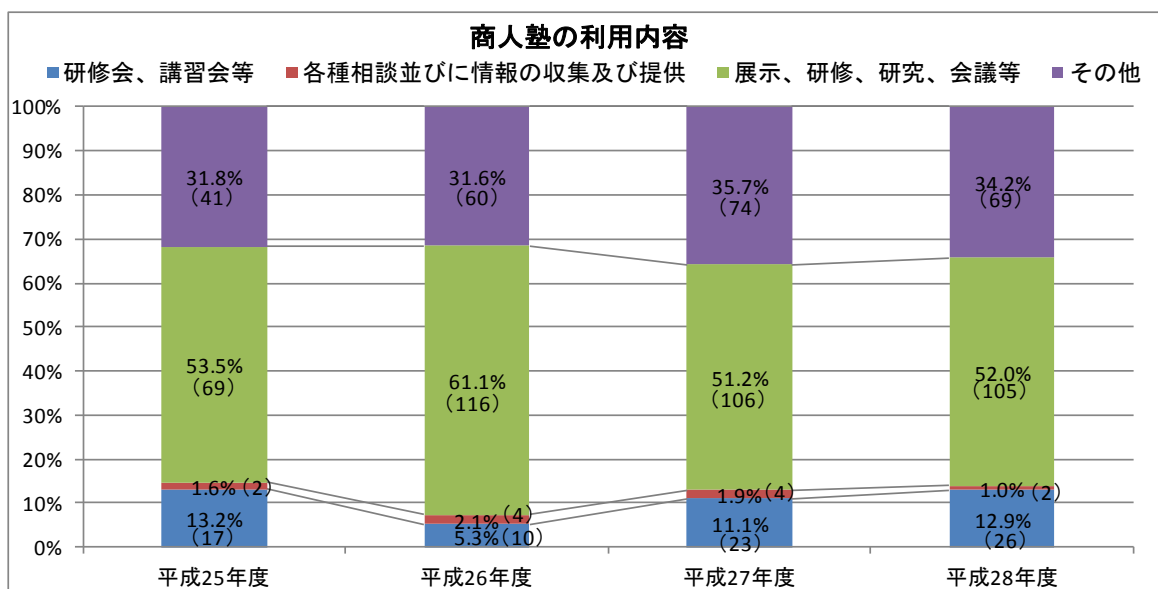
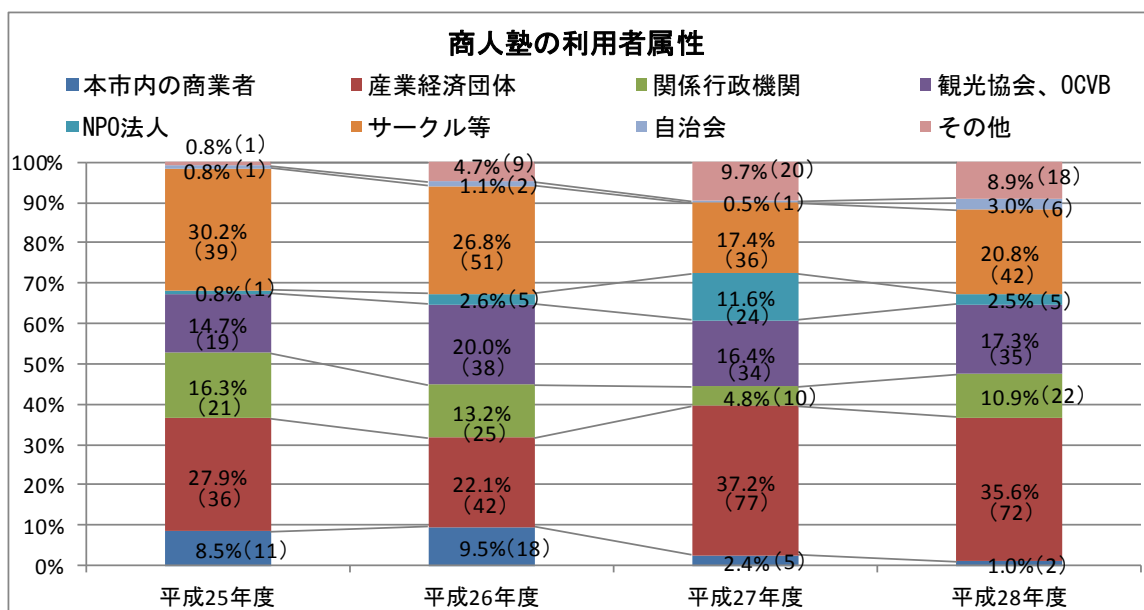




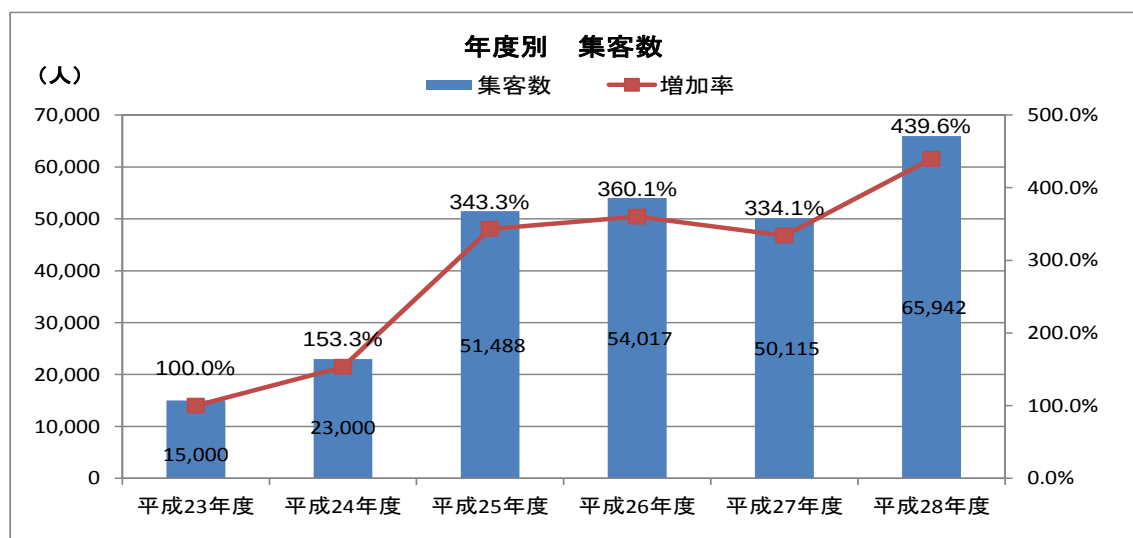
2) 「商人塾」来場者（利用者）調査結果

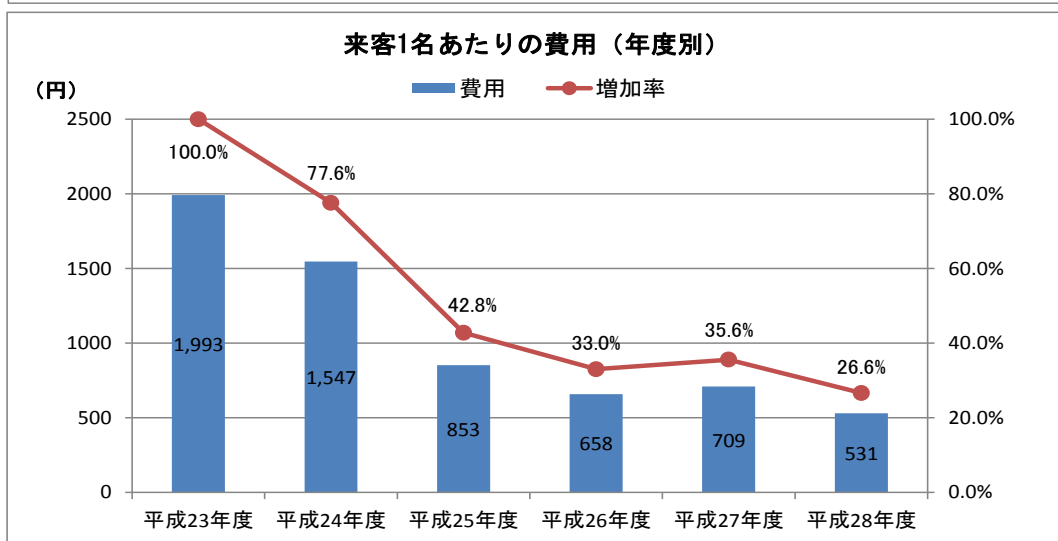
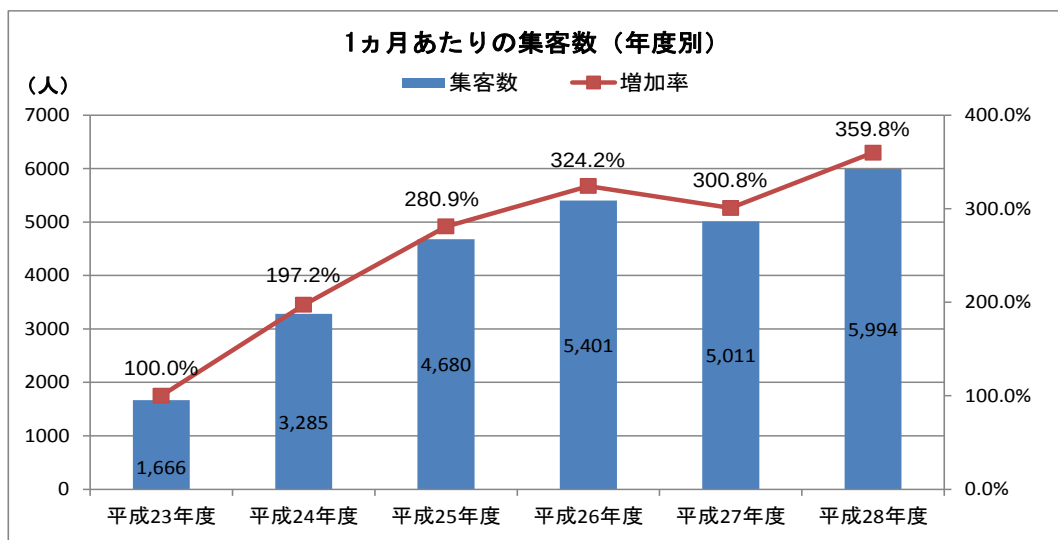


※ H25 年度実績はひやみかちマチグー館にぎわい事業の利用者数等を除く。



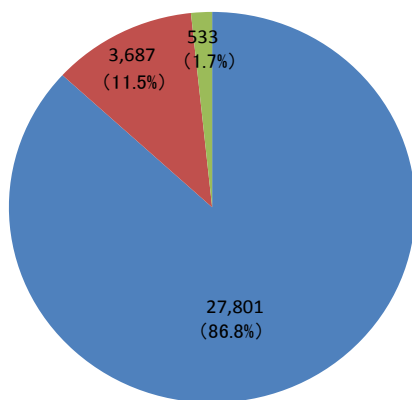
3) 「ひやみかちマチグラー館」来場者（利用者）調査結果





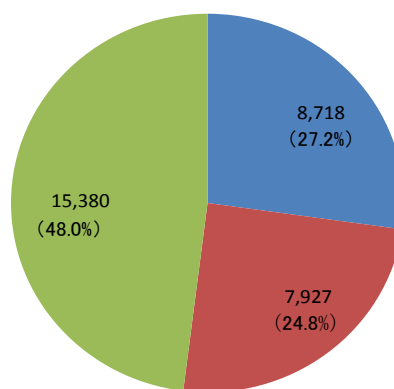
平成28年度 来場者属性

■ 地元 ■ 観光客 ■ 外国人



平成28年度 来場者年齢層

■ 青年（15～24歳） ■ 壮年（25～44歳） ■ 中高年（45歳以上）



4) 「ゆっくる」「商人塾」「ひやみかちマチグラー館」来場者調査結果のまとめ

【ゆっくるについて】

- ・ 来所者数及び施設利用件数は、増加傾向にある。
- ・ 来所者は、県内客が約半数となっており、全年代において万遍なく利用がみられる。
- ・ 利用目的は、トイレ利用が約 40%と最も多い。近年は休憩やその他利用も増えてきている。

【商人塾について】

- ・ 施設利用件数及び施設利用者数は、平成 15 年以降減少傾向にあり、平成 28 年度は、平成 15 年度の約半数程度となっている。
- ・ 施設利用者は、産業経済団体が約 36%と最も多い。また、なは商人塾条例第 4 条第 4 項に定める「その他市長が必要と認めるもの」であるその他利用（観光協会、沖縄観光コンベンションビューロー、NPO 法人、サークル等、自治会、その他）が平成 28 年度で約 52%となっている。
- ・ 利用内容は、なは商人塾条例第 3 条第 3 項に定める「展示、研修、研究、会議等のための便宜の提供」が約 52%と最も多い。また、パラソル通り体操サークルをはじめとした地域活動等で利用される「その他」が約 34%となっている。

【ひやみかちマチグラー館について】

- ・ 集客数は、平成 23 年度から増加傾向にあり、平成 28 年度は平成 23 年度の約 4.4 倍となっている。
- ・ 1 ヶ月あたりの集客数も同様に増加傾向にあり、平成 28 年度は平成 23 年度の約 3.6 倍となっている。
- ・ 来客 1 名あたりの費用（業務委託料/集客数）は、平成 23 年度から減少傾向にあり、平成 28 年度は平成 23 年度の約 27%に抑えられている。
- ・ 来場者は、地元客が約 87%と最も多く、観光客及び外国人は少ない。また、年齢層は、中高年（45 歳以上）が約 48%となっている。

(3) 施設トイレ利用調査

1) 調査概要

表 3-2 調査概要

項 目	内 容
調査方法	各施設トイレの出入り口が見える箇所に調査員を配置し、トイレ利用者へのヒアリングを含めて観測・集計した。 なお、外国人観光客へのヒアリングも想定し、多言語化した質問票を作成した。
調査内容	1) 時間帯 2) 性別 3) 年代（ヒアリング） 4) 店子※及び地元客、観光客区分（ヒアリング） ※小間使用者及び市場周辺事業者
調査期間	平成 29 年 6 月 9 日（金）～16 日（金）の内、7 日間 ＜衣料部＞9：00 から 18：00（9 時間） ＜雑貨部＞9：00 から 20：00（11 時間）

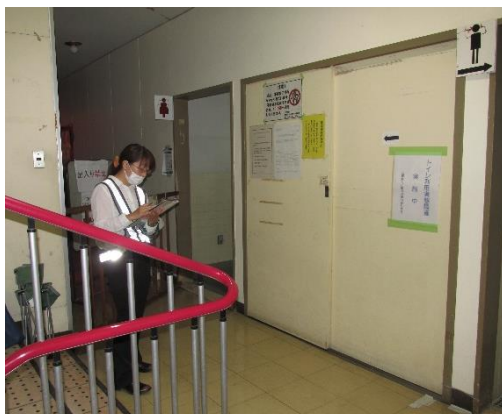


図 3-3 衣料部調査風景

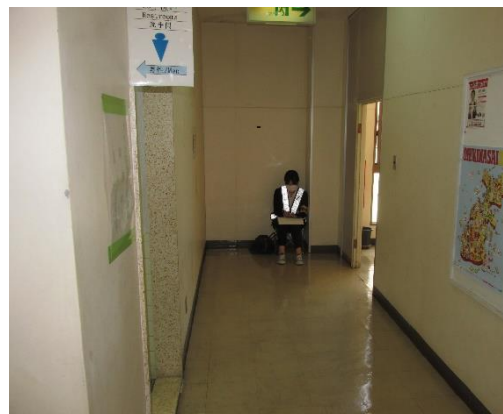
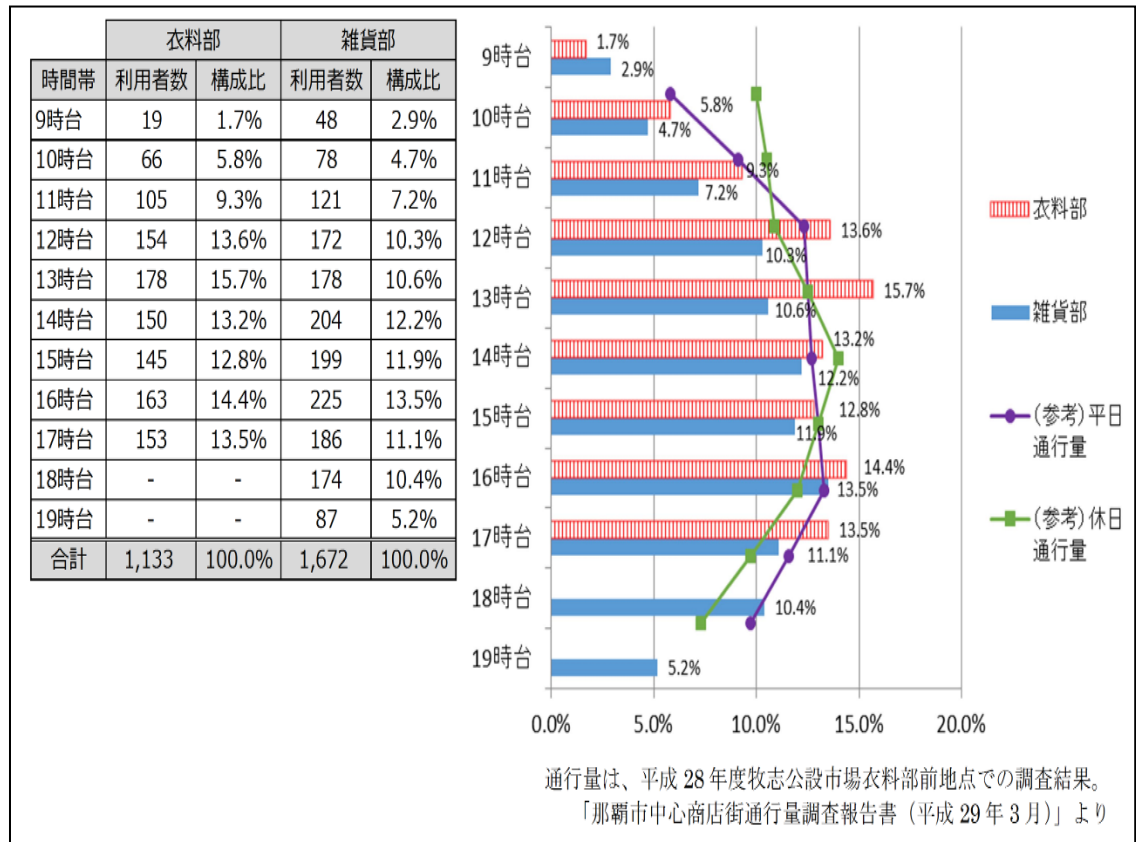


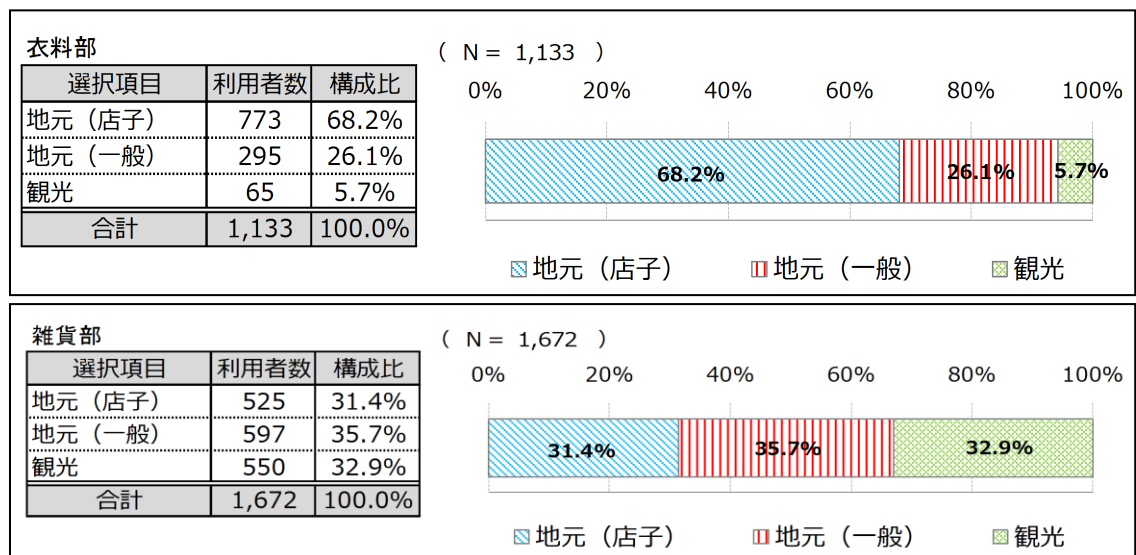
図 3-4 雑貨部調査風景

2) 施設トイレ利用調査結果

① 時間帯別利用者数



② 利用者属性



3) 施設トイレ利用調査結果のまとめ

- ・ 施設トイレは、全ての時間帯において利用がみられた。
- ・ 利用の多い時間帯は、午後の12時台～17時台であった。特に、衣料部は13時台(15.7%)、雑貨部は16時台(13.5%)が最も利用されている。
- ・ 衣料部・雑貨部ともに「地元(店子含む)」の利用者が67.1%～94.3%と多い。特に、衣料部は店子の利用が68.2%であった。

2 市場事業者実態調査

(1) 小間使用者調査

1) 調査概要

表 3-3 調査概要

項 目		内 容	
調査期間		平成 29 年 3 月 27、28 日	
調査対象者		現在（調査期間）の小間使用者の名義人を対象	
調査対 象人数	衣料部	17 名/24 名(約 71%)	合計 35 名
	雑貨部	18 名/19 名(約 95%)	
調査内容		・ 現在の商売の状況（来客者の属性や消費金額等） ・ 衣料部・雑貨部の長所と短所 ・ 衣料部・雑貨部での事業継続意向・不安点・望むこと ・ 今後の公設市場やマチグッーの活性化への協力意向	



図 3-5 衣料部調査風景

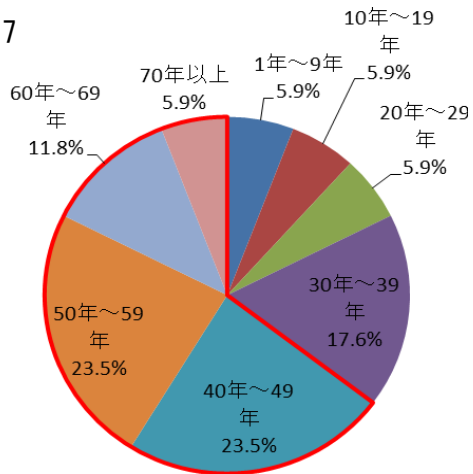
2) 小間使用者調査結果

【衣料部】（左側図）

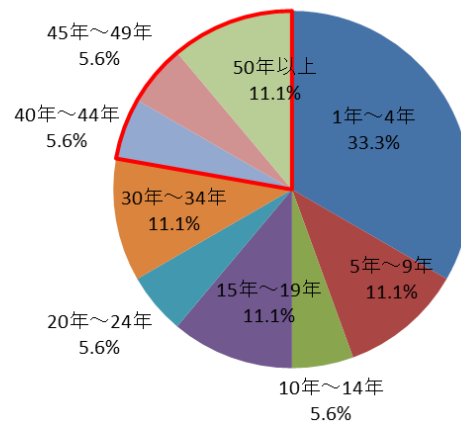
【雑貨部】（右側図）

① 入居年数

n=17

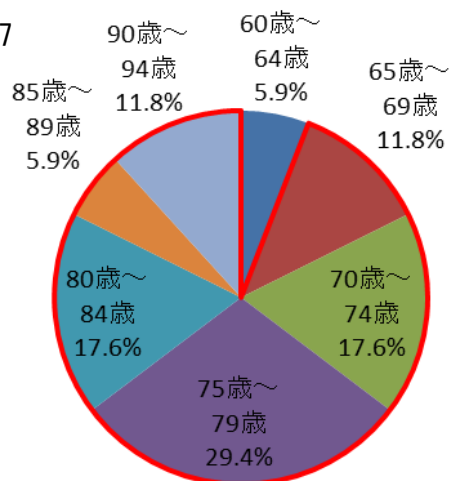


n=18

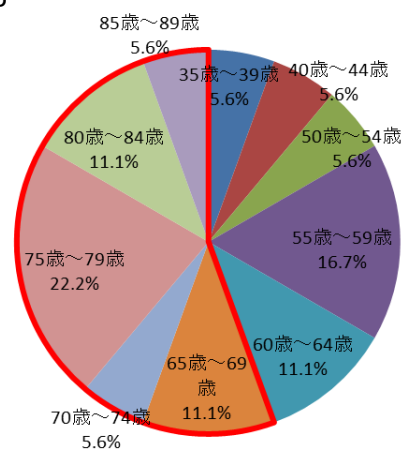


② 小間使用者（許可使用者）の年齢

n=17

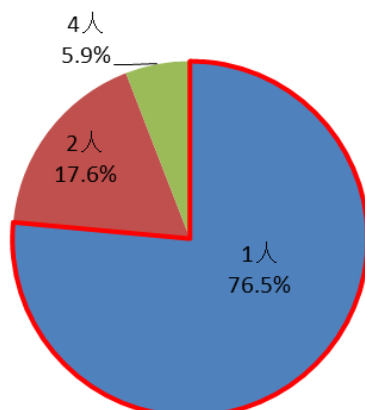


n=18

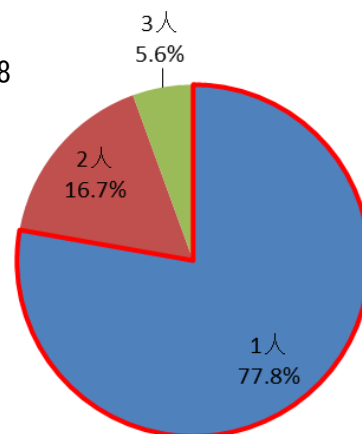


③ 従業員数

n=17

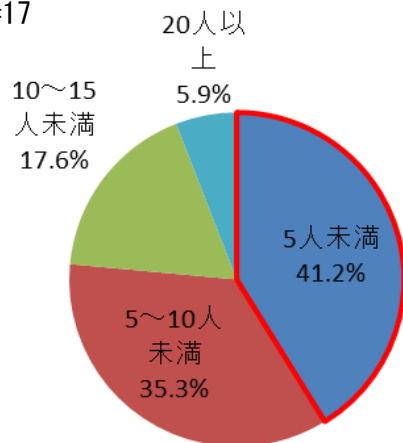


n=18

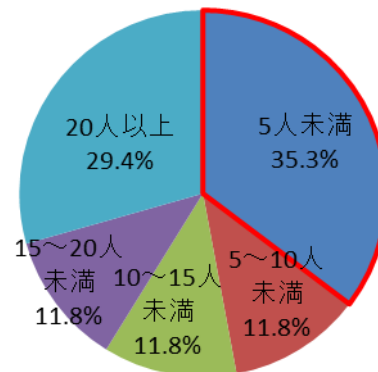


④ 一日当たりの来客数（平日）

n=17

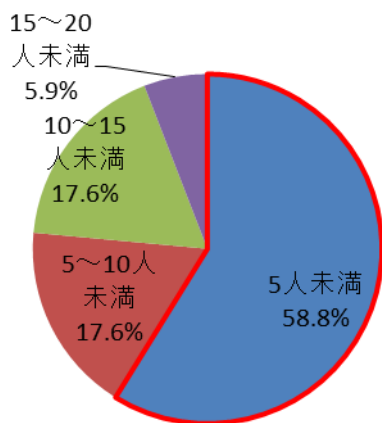


n=17

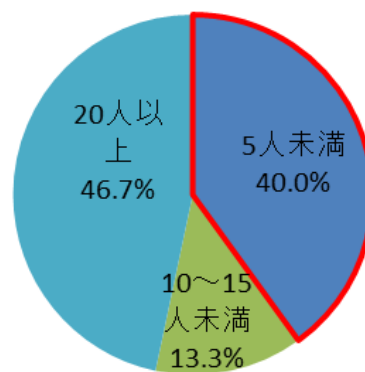


⑤ 一日当たりの来客数（休日）

n=17

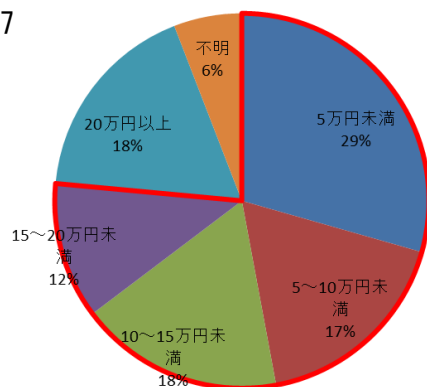


n=15

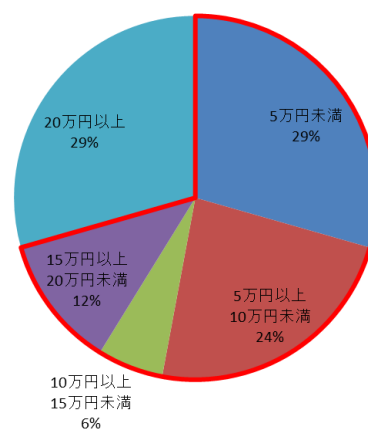


⑥ 月平均売上

n=17

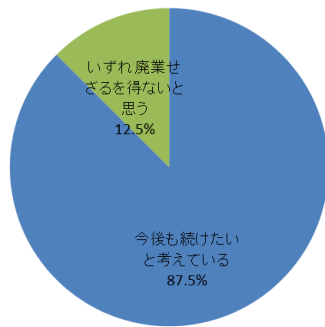


n=17

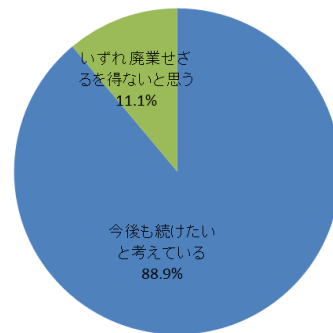


⑦ 小間使用者の今後の事業継続意向

n=16



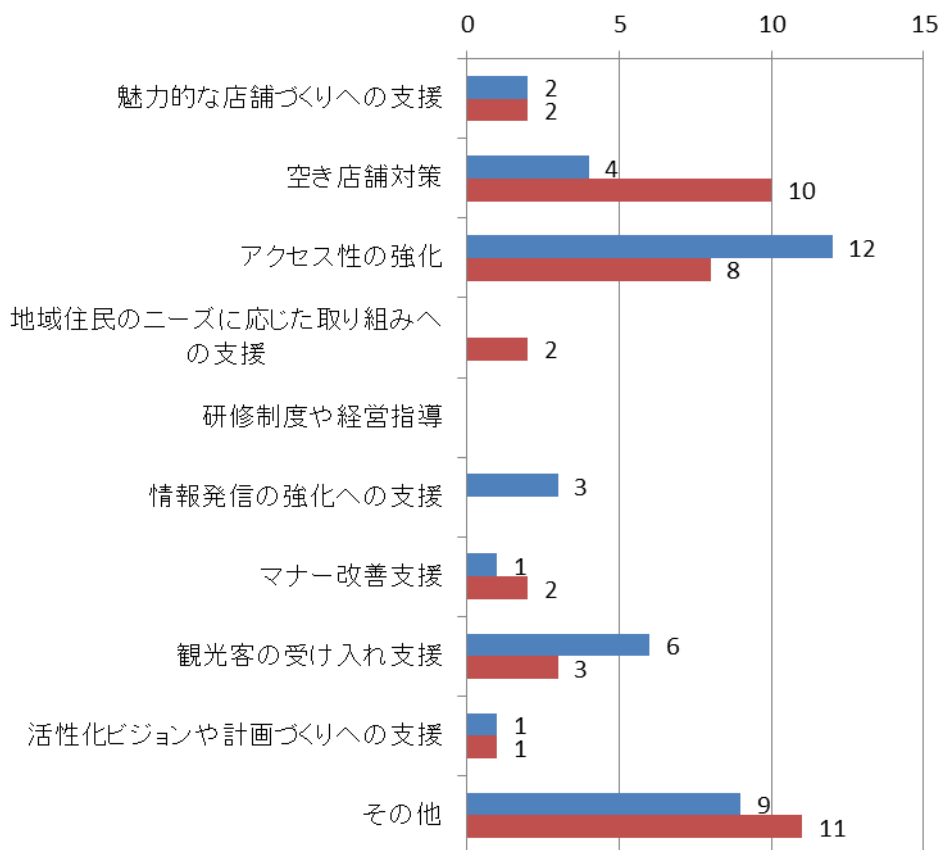
n=18



⑧ 行政等に期待する支援策等（複数回答）

■ 衣料部 ■ 雑貨部

衣料部n=38
雑貨部n=39
(件)



【その他意見】

- ・施設や各通りの情報共有・提供を充実してほしい。
- ・公設市場を持続してほしい。
- ・にぎわいづくりやお客を呼び込むようなイベントを増やしてほしい。
- ・営業時間・使用料等の各種契約条件を緩和してほしい。
- ・トイレを増やしてほしい。
- ・若者が開業しやすいような条件・環境づくり
- ・規制やルール of 徹底・統一化、必要な見回りの実施等

3) 小間使用者調査結果のまとめ

【衣料部】

- ・ 若者による新規開業は見られず、市場で長年営業を行ってきた事業者の高齢化が進んでいる。(入居年数 40 年以上が約 6 割を占めている。各名義人年齢は 65 歳以上が 94.1% を占めている。)
- ・ 営業形態は、従業員 1 名による呉服・着物の業種が大半を占めている。
- ・ 各店舗の日あたり来客数 5 人未満が平日約 41%、休日約 59%と利用者数が少ない。
- ・ 月平均売上 20 万円未満が約 76%となっている。
- ・ 今後も事業を継続したいと考えている事業者が約 9 割を占めている。

【雑貨部】

- ・ 比較的若い世代の新規開業は見られるが、市場で長年営業を行ってきた事業者の高齢化が進んでいる。(入居年数 40 年以上が約 2 割を占めている。各名義人年齢は 65 歳以上が 55.6%を占めている。)
- ・ 営業形態は、従業員 1 名による小売り(小物販売・化粧品)の業種が多い。
- ・ 各店舗の日あたり来客数 5 人未満が平日約 35%、休日約 40%と利用者数が少ない。
- ・ 月平均売上 20 万円未満が約 71%となっている。
- ・ 今後も事業を継続したいと考えている事業者が約 9 割を占めている。

(2) 小間返還事業者調査（衣料部・雑貨部）

1) 調査概要

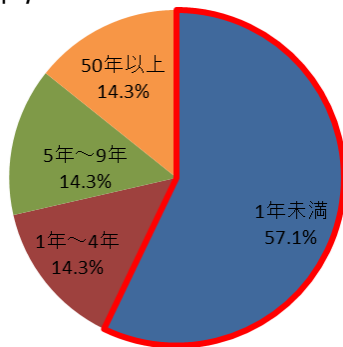
表 3-4 調査概要

項 目		内 容	
調査期間		平成 29 年 6 月 7～12 日	
調査対象者		小間返還事業者の名義人を対象	
調査対象 人数	衣料部	1 名	合計 8 名
	雑貨部	7 名	
調査内容		・ 当時の商売の状況（来客者の属性や消費金額等） ・ 衣料部・雑貨部の長所と短所 ・ 小間返還理由 ・ 衣料部・雑貨部の営業当時の不安点・望むこと ・ 今後の公設市場やマチグワ－の活性化への協力意向	

2) 小間返還事業者調査結果

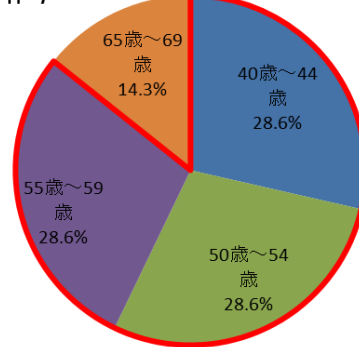
①入居年数

n=7



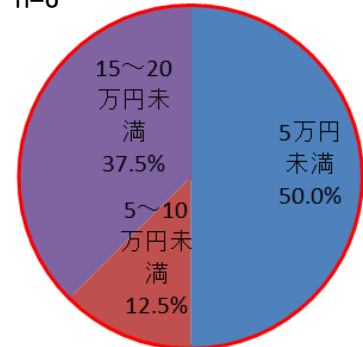
②名義人年齢

n=7

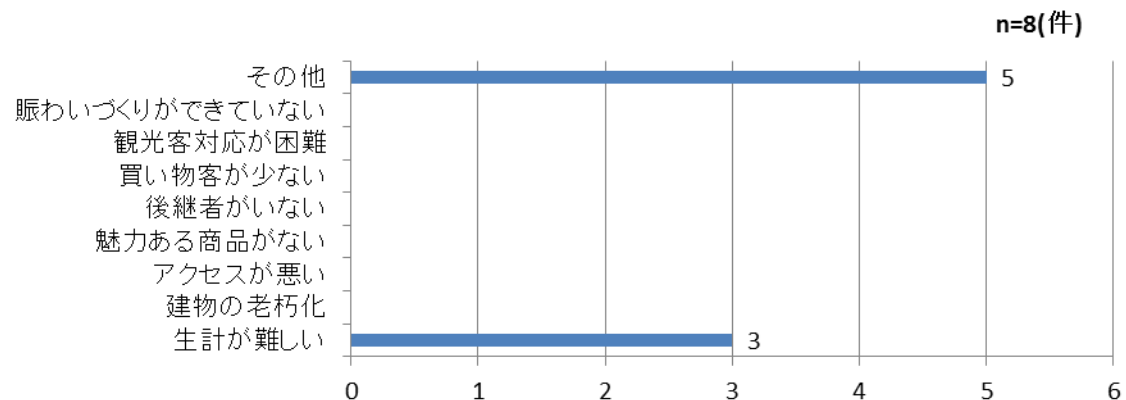


③月平均売上

n=8



④小間返還理由



【その他意見】

- ・他事業者の態度（大変不快な思いをした）
- ・商品選定が決まらずオープンしなかったため
- ・事業者間の人間関係、小間の位置（中小間だった）
- ・柔軟な営業が難しいため（飲食業種不可、営業日・時間の制約）
- ・営業時間が短い（施設の開店時間が遅い、閉店時間が早い）、店舗準備に係る手続きが煩雑だったため。

3) 小間返還事業者調査結果のまとめ

- ・ 現市場事業者に比べ比較的若い年齢層の事業者が開業しているが、多くは短期間で小間を返還している。（入居年数1年未満が約6割を占めている。各名義人年齢は65歳未満が85.7%を占めている。）
- ・ 営業形態としては、従業員1名による小売り系の業種（小物、家庭用品等）が最も多い。
- ・ 全ての事業者が月平均売上20万円未満となっている。
- ・ 小間返還理由は、「その他」、「生計が難しい」の順となっており、その他の理由は、事業者間の関係や、柔軟な営業が困難、事業計画が定まらず開業しなかった等であった。

(3) 市場周辺事業者調査

1) 調査概要

表 3-5 調査概要

項 目	内 容
調査期間	平成 29 年 11 月～12 月
調査対象	本施設より 250m圏に位置する各通り会及び本施設市場組合、 (一社) なは市場振興会：20 名
調査内容	・ 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）と連携した取組み実績 ・ 今後の牧志公設市場（衣料部・雑貨部）と連携した取組みの要望 ・ 今後の牧志公設市場（衣料部・雑貨部）に期待すること

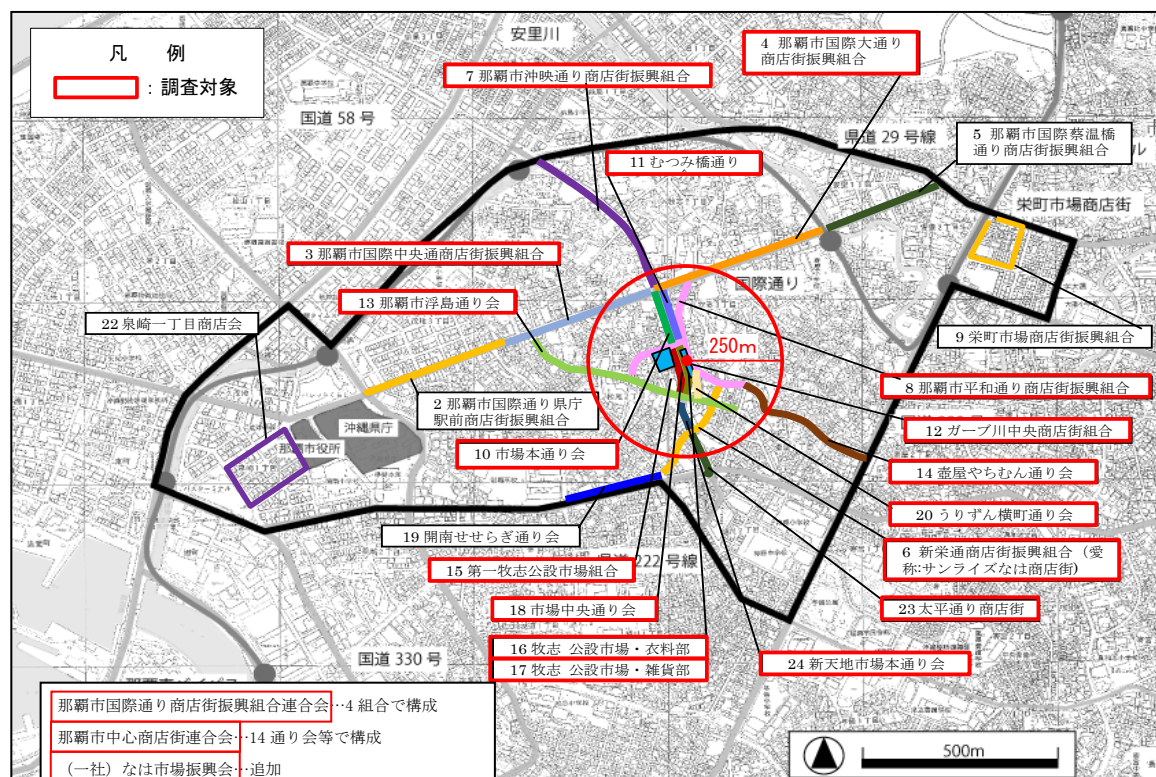


図 3-6 周辺事業者ヒアリング対象範囲（当該施設より 250m圏内：○）位置図

2) 市場周辺事業者調査結果のまとめ

- ・ 周辺通り会の多くは、これまでに本施設の市場機能と連携した取組み実績はなかった。
- ・ 平和通り商店会は、ひやみかちマチグラーと連携したイベントの開催等があった。また、イベントの継続開催による効果として地元の誘客への効果を実感しているとの意見があった。
- ・ ゆっくるは、各通り会の情報発信や放送機器によるマチグラー内の情報共有の拠点として利用されていた。
- ・ 商人塾は、各通り会の寄合等で定期的に利用されていた。

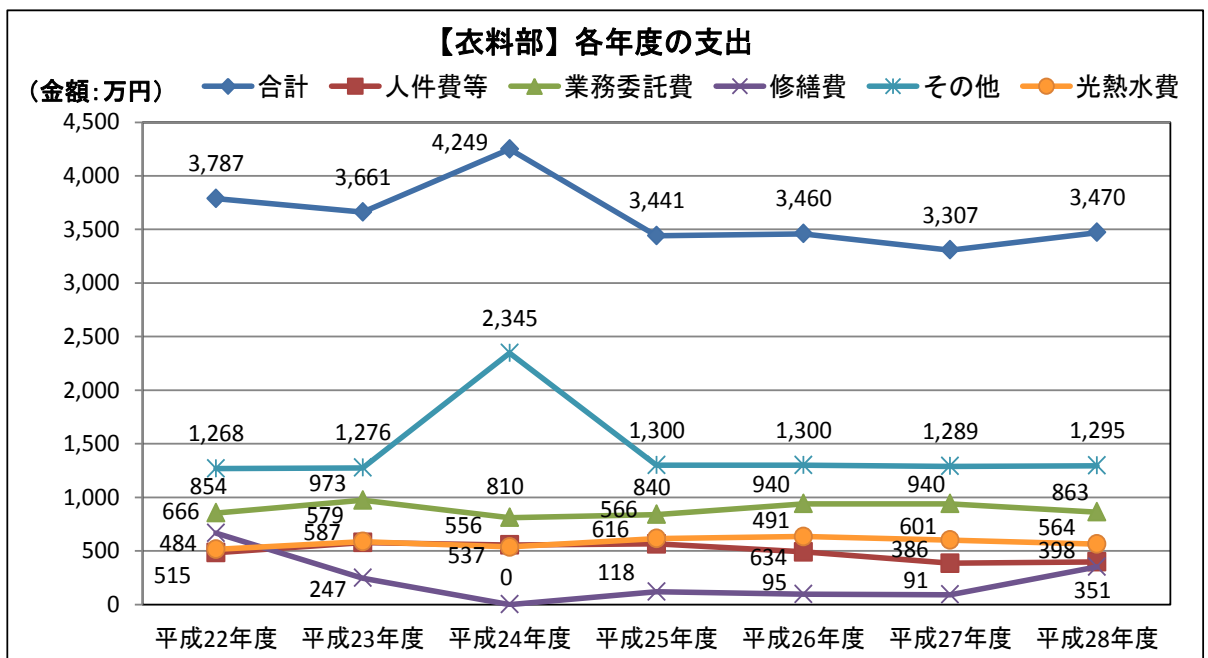
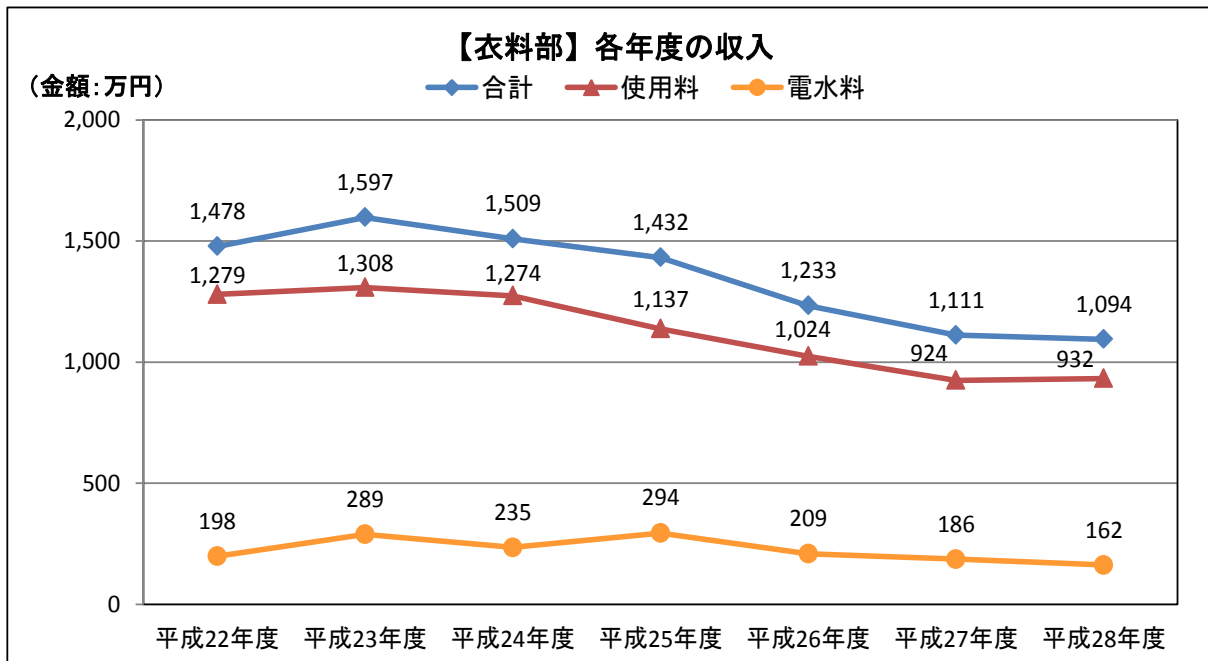
- ・ 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）は、中心市街地において、数少ない地元客を誘引する施設となっているため、今後も継続してほしい旨の意見が多かった。（13 通り会）また、にぎわい創出の観点から空き小間を解消してほしい旨の意見も多かった。（13 通り会）
- ・ ゆっくるにおける情報発信について、その効果を実感している通り会が多かった。（12 通り会）
- ・ ひやみかちマチグラー館によるイベントについては、周辺通り会との連携強化（屋外でイベントを開催する、イベント時に各通り会の情報発信を行う 等）を期待する意見が多かった。（4 通り会）
- ・ 公衆用トイレは、今後も継続することを望む意見が多かった。（8 通り会）一部、高齢者等への配慮として 1 階への設置を希望する意見もあった。（4 通り会）
- ・ 商人塾は、各通り会の寄合や地域活動の場として継続を望む意見が多かった。（15 通り会）また、利用促進のため貸出手続きの簡素化を図ることや収益化を図るため使用料を設定し一般市民への貸出を行うことといった提案があった。

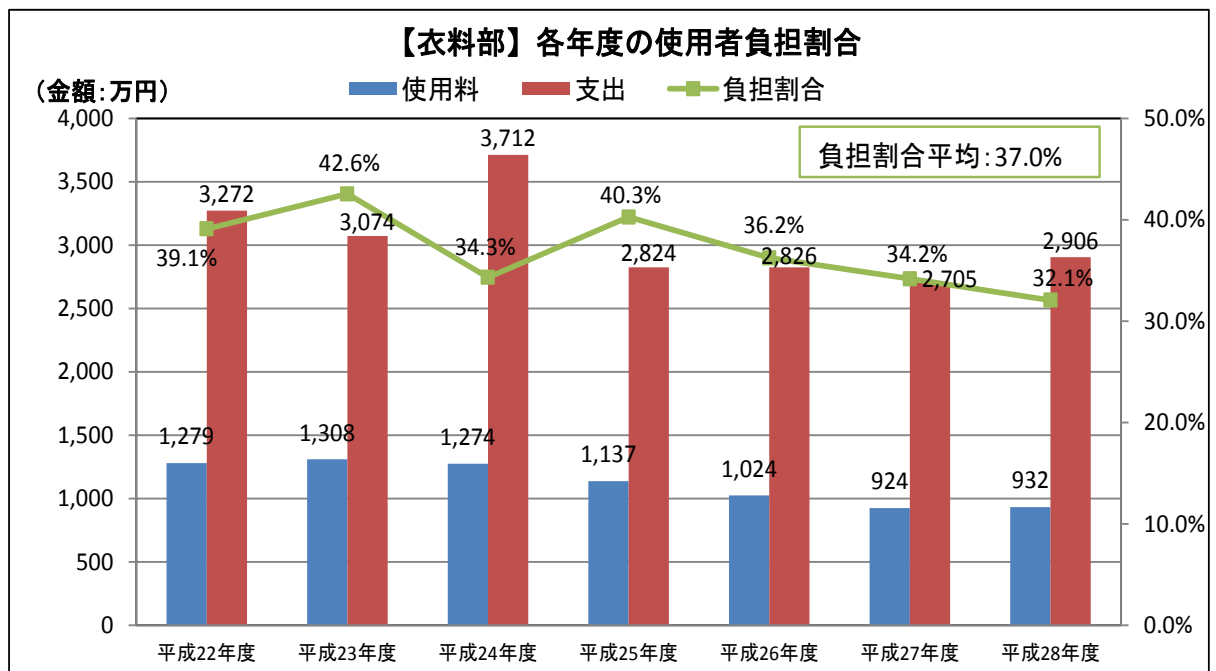
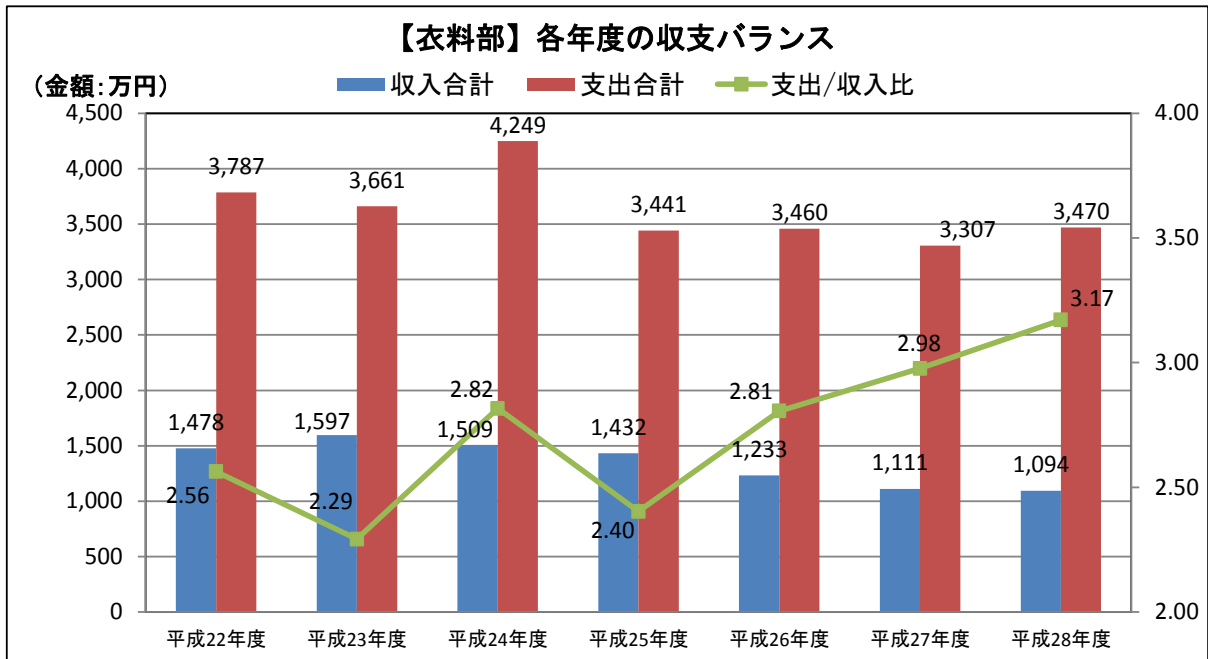
Ⅱ

維持管理の収支分析

1 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の収支状況

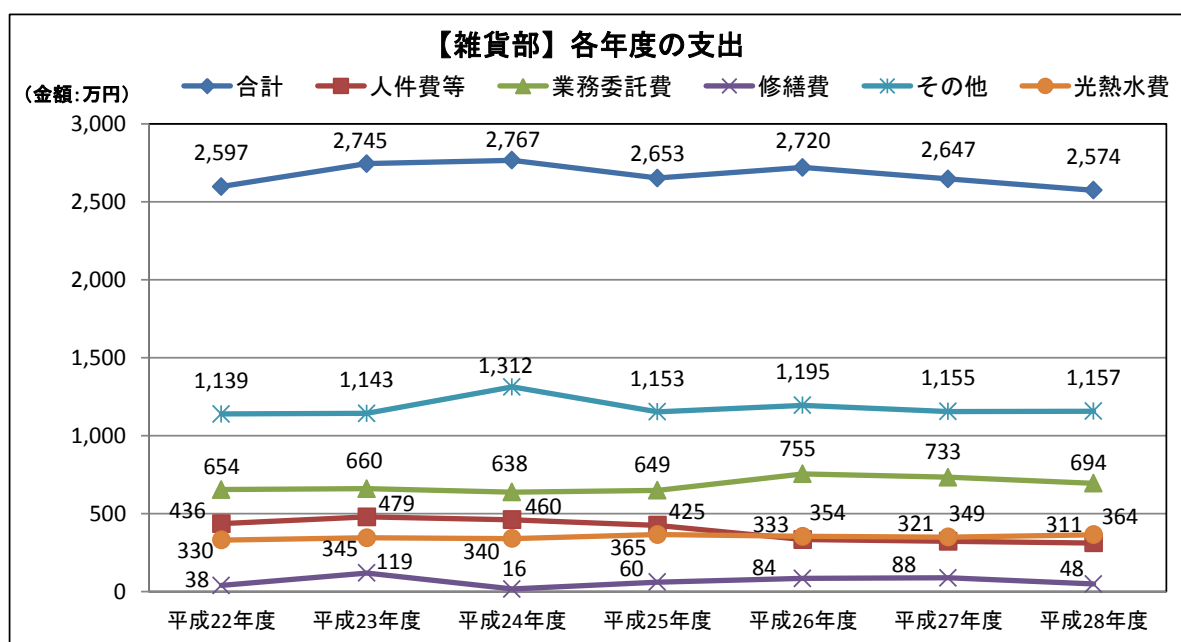
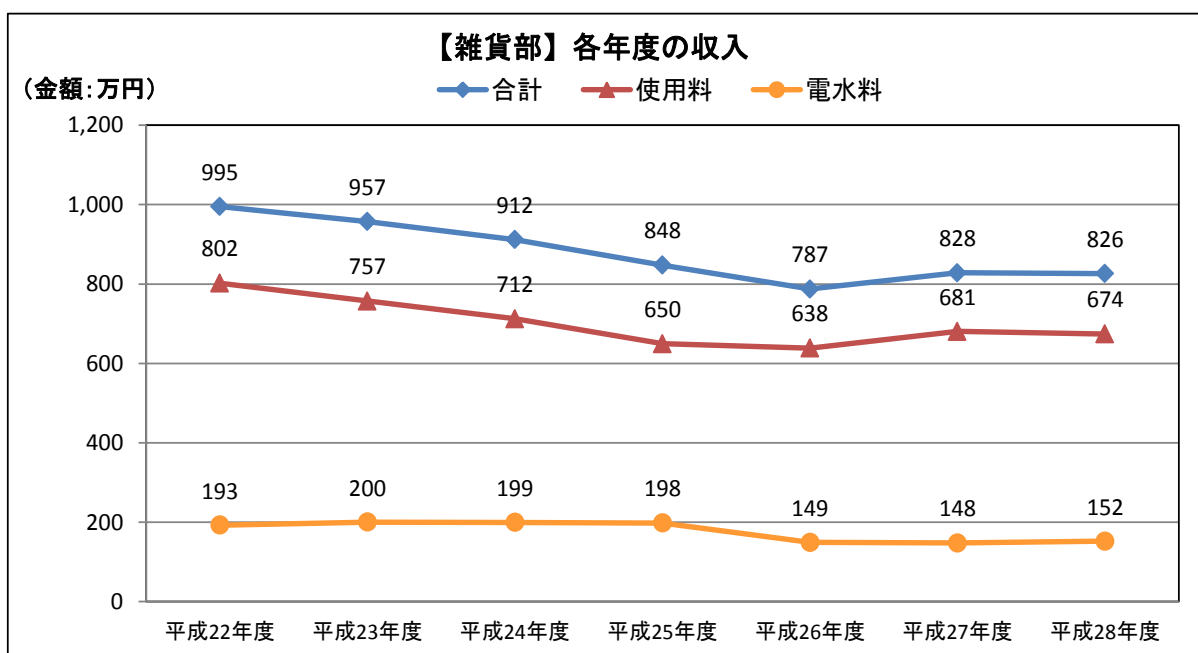
(1) 牧志公設市場（衣料部）

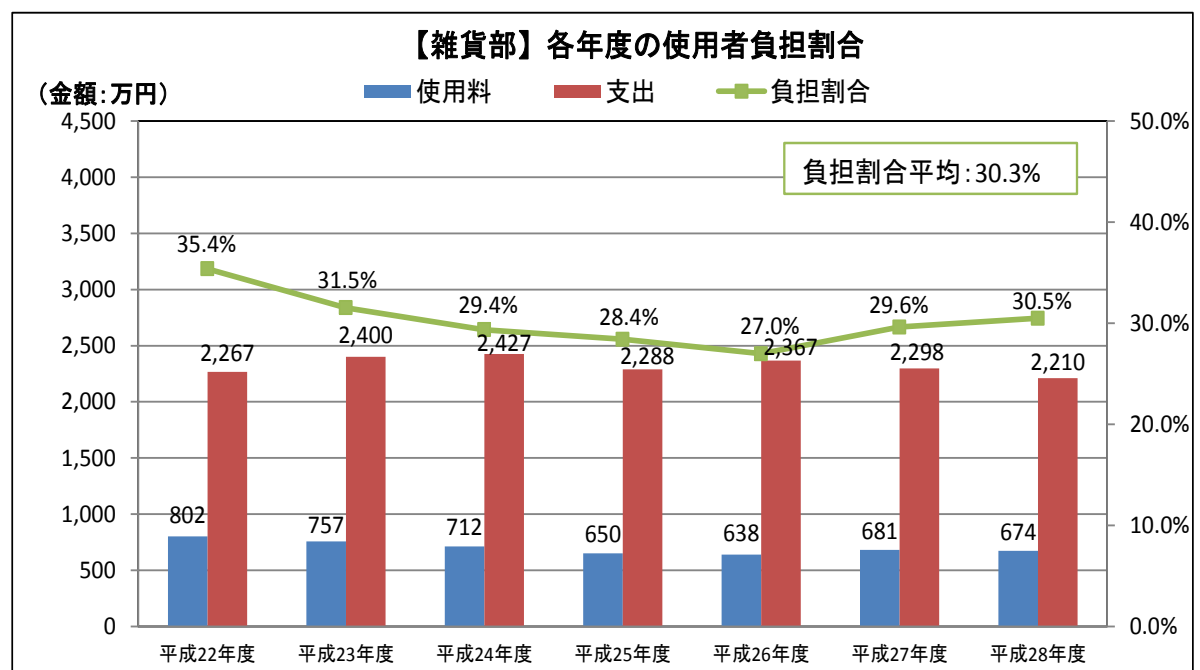
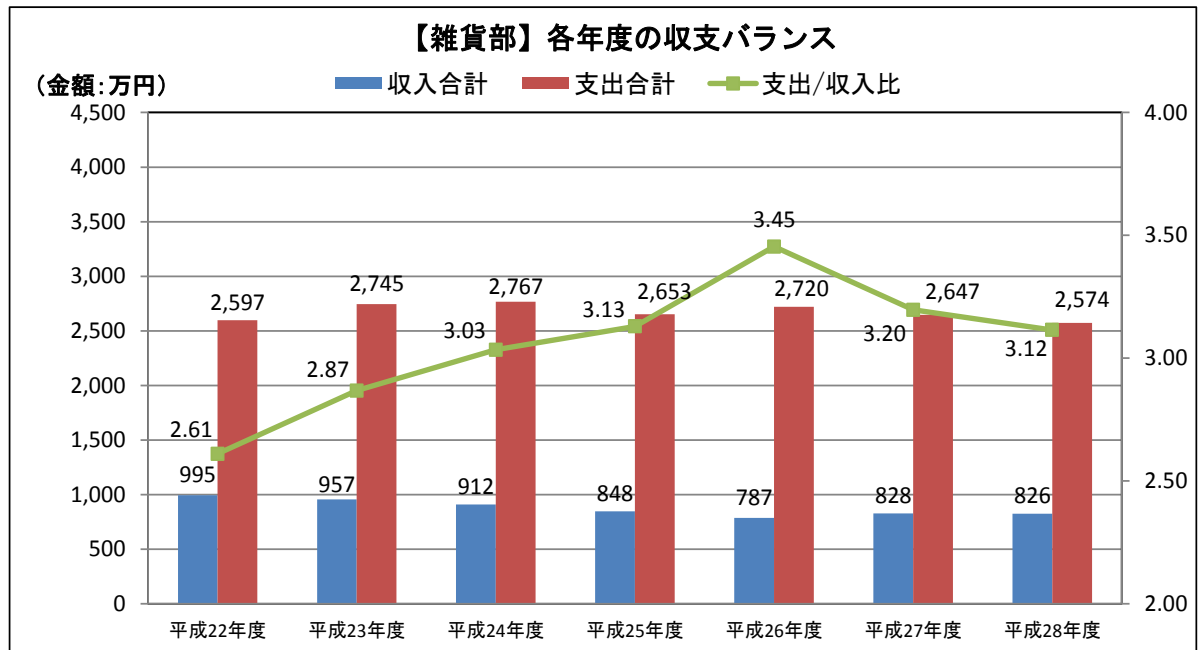




※電水費除く

(2) 牧志公設市場（雑貨部）





※電水費除く

(3) 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の収支のまとめ

- ・ 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の平成22年度～平成28年度の収支は、収入金額に対し、支出金額が大きく上回っている状態※が継続している。
 ※衣料部及び雑貨部は、収入：支出＝3：10
- ・ 空小間の増加に伴い使用料収入は年々減少傾向にある。

2 収支を踏まえた課題の整理

(1) 牧志公設市場（衣料部）

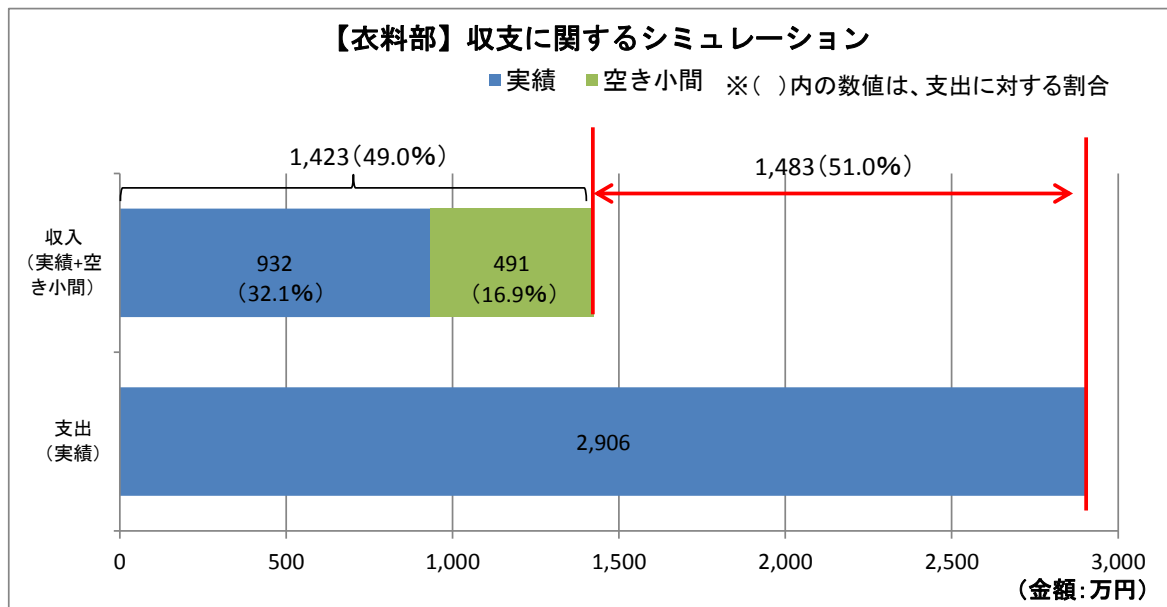


図 3-7 衣料部すべての小間が使用された場合の収支バランス

(2) 牧志公設市場（雑貨部）

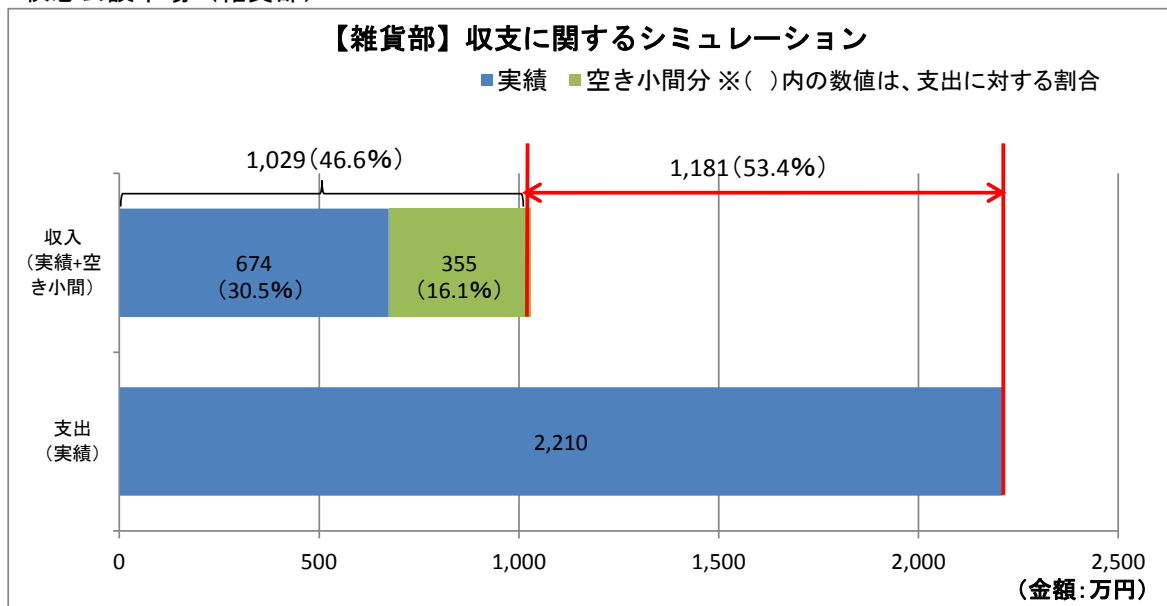


図 3-8 雑貨部すべての小間が使用された場合の収支バランス

(3) 課題整理

- ・ 牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の収入は、小間使用料が主となっている。
- ・ 各施設は築 35 年を超えており、今後維持管理費の増大に伴う支出増加が想定される。
- ・ 平成 28 年度の収支を基に、空き小間が全て活用された場合の収入を試算し、支出との差分を確認した。
 ※電水費は、市が小間使用者から徴収し、各供給者へ支払うこととなっているため、収支に直接影響がないことから除外した。
- ・ 衣料部及び雑貨部の収入は、空き小間を全て貸出した場合においても、支出の約 49%及び約 47%にとどまる。

1 他事例調査

(1) 調査概要

牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の今後に向けた示唆を得るため、「市場を中心とした活性化策を実施した事例」及び「施設の管理運営の先進事例」について、県内外の事例調査を実施した。

公設市場を中心とした活性化策を実施した事例として、県内の名護市、本部町、石垣市を、施設の管理運営の先進事例として、県外の京都市、名古屋市を調査した。

公設市場を中心とした活性化策を実施した事例では、集客確保に向けた定期イベントの開催やフリースペースの設置、周辺まちづくりと一体となった環境整備を行っている。石垣市では、公設市場の指定管理を行う企業体が市場周辺の休憩所の管理運営や商店街の活性化支援を行っている。

施設の管理運営の先進事例では、市場毎の振興組合が管理運営を行うなど、事業者側が主体的に運営している。また、行政評価を基に「設置当初の目的は達した」ものとして、市民ニーズが低下した市場から順次廃止することとしている。なお、京都市では、廃止後の市場について市場振興組合が引継ぎ運営している。

表 3-6 調査対象

着眼点	調査対象	
公設市場を中心とした活性化策を実施した事例	名護市	名護市営市場
	本部町	もとぶ町営市場
	石垣市	石垣市公設市場
施設の管理運営の先進事例	京都市	元七条公設小売市場（エビスク七条）
	名古屋市	名古屋市徳川公設市場 名古屋市築地公設市場 名古屋市元古井公設市場 名古屋市中公設市場（旬市） （平成 29 年 4 月 1 日廃止）

(2) 公設市場を中心とした活性化策を実施した事例の概要

表 3-7 公設市場を中心とした活性化策を実施した事例の概要

項目	名護市営市場	もとぶ町営市場	石垣市公設市場
施設概要	1 階：生鮮食品店舗、物販店舗 2 階：飲食店舗 3 階：電気室	1 階：市場	1 階（半地下）：鮮魚、精肉、生鮮食品 2 階：土産物（石垣島特産品物産センター） 3 階：会議室、食堂、展示室、事務所
小間数	33 店舗 生鮮・食品：14 店舗 衣料・物販：7 店舗 飲食店舗：6 店舗 起業支援： チャレンジショップ：2 店舗 ワゴンショップ：4 店舗	42 小間（5.16 m ² ～96.75 m ² ） 飲食、惣菜、精肉・鮮魚、 青果、衣料、美容、文具、 雑貨	48 店舗 入居業者 16 事業者 精肉：4 テナント 鮮魚：2 テナント 野菜：2 テナント 惣菜：1 テナント 衣類：1 テナント 物産品：1 テナント その他：5 テナント
空き小間数	2 小間 （平成 29 年 5 月 1 日現在）	1 小間 （平成 29 年 5 月 31 日現在）	32 店舗 （平成 29 年 10 月 20 日現在）
使用料 （月額）	生鮮食品店舗：1,500 円/m ² 飲食店舗：1,000 円/m ² チャレンジショップ：500 円/m ² ワゴンショップ：500 円 （イベント時、日額） 別途共益費 500 円/m ² を徴収	11,772 円/27.27 m ²	精肉：7,943 円/m ² 鮮魚：8,068 円/m ² （1 級） 7,743 円/m ² （2 級） 野菜果実：5,523 円/m ² （1 級） 5,196 円/m ² （2 級） 惣菜：5,580 円/m ² 衣料：4,164 円/m ² 飲食店：1,542 円/m ² 事務所：1,654 円/m ² 売店：1,654 円/m ²
管理運営 方法	指定管理者制度 一般社団法人 資源活用管理協会	本部町商工観光課	指定管理者制度 （株）タウンマネジメント石垣 石垣市が 26%出資する第 3 セクタ ー会社
活性化策	・ レンタサイクルの実施 ・ 毎土曜 子供市場食堂開催 ・ 毎金曜 ビアガーデンを開催 ・ 毎日曜祝日 15 時～17 時で定期 イベントを開催中 ・ HP での情報発信 ・ 2F 調理室は、15 日～20 日稼働 で、料理教室、サークル、児童 更生等の団体利用となっており、 沖縄電力の協力により無料 貸出を行っている。	・ 毎月第 3 日曜日にハンドメイド マーケット「もとぶ手作り市」 を開催。 第 133 回（平成 30 年 2 月）の開 催では 29 店舗の出店実績 ・ 自由に利用できるフリースペ ース「ゆくい処」を設置 ・ HP、ブログ、twitter での情報 発信を実施	・ 同指定管理者が周辺休憩所「ま ちなか交流館ゆんたく家」を運営、ま た「ユウグレナモール」の活性化支 援を実施 ・ 休憩所は開放感を演出し人気を博 している。 ・ 「まちなか散歩ツアー」の実施 ・ ブログ、facebook での情報発信を 実施

(3) 施設の管理運営の先進事例

1) 京都市ヒアリング結果

表 3-8 京都市ヒアリング概要

日 時	場 所
平成 29 年 10 月 10 日（火） 15：00～15：30	京都市役所 商業振興課 打合せスペース

市営公設市場について

- ・京都市では、平成 18 年度に京都市公設小売市場条例を廃止（「京都市公設小売市場条例を廃止する条例（京都市条例第 132 号）」を施行）している。廃止の理由は、公設小売市場は、市民の消費生活の向上に資するための施設として設置したが、民間事業者による類似の施設の充実等により、その設置の必要性及び効果が低下したためである。
- ・当初 21 あった施設のうち 13 施設を廃止。
- ・廃止後は、営業を組合が引継ぎ運営している。現状、市場組合以外の民間事業者へ貸出す予定はない。
- ・公設市場の廃止後においても、土地・建物が市有のものには保有している。
- ・契約は 5 年更新としている。
- ・借地に設置されていた公設市場については、借地を継続しており、市は地権者へ地代を支払い、公設市場運営会社より家賃を得ている。
- ・公設市場の存続について、周辺住民や商店街等からの要望は特段ない。

各市場の運営方法について

- ・各市場の運営は、市場組合が行っている。共用部等の管理も組合が行っている。
- ・各市場では、セルフサービス方式（スーパー型のレジ設置）となっている。
- ・レジやトイレ等の維持・管理に係る共益費等の設定、徴収は、組合が行っている。
- ・空き小間が出た場合、現運営主体が公募・選考を行っている。
- ・各市場の民営化を受け、市は大家として運営の指導・助言を行っている。

その他

- ・市が保有する土地・建物の今後の扱いについては、「京都市資産有効活用基本方針（平成 24 年）」に基づき、公共施設マネジメントの観点で評価・決定していくことを予定している。



図 3-9 元 七条公設小売市場 外観



図 3-10 元 七条公設小売市場 駐輪設備



図 3-11 元 七条公設小売市場 内観



図 3-12 元 七条公設小売市場 内観

2) 名古屋市ヒアリング結果

表 3-9 名古屋市ヒアリング概要

日 時	場 所
平成 29 年 10 月 10 日（火） 9：00～9：30	名古屋市役所 地域商業課 打合せスペース

市営公設市場について

- ・現在、名古屋市公設市場条例に基づく公設市場は 7 か所（うち 1 か所は 11 月に廃止予定）ある。
- ・名古屋市の公設市場は、大正 7 年に市民生活の安定と向上を目的として開設された。
- ・公設市場は最大 15 か所あったが、行政評価の結果、設置当初の目的は達したものとして、新規開設・大規模改修は行わず、市民ニーズが低下した市場から順次廃止することとしている。
- ・使用許可は、1 年更新としており、使用料は、条例により 1,200 円/㎡となっている。公設市場で使用する電力・ガス・水道等の費用は、使用者の負担となっている。
- ・公設市場の存続について、周辺住民や商店街等からの要望は特段ない。

公設市場の運営方法について

- ・各公設市場の運営は、市場毎の振興組合が行っている。共用部等の管理も組合が行っており、市職員等の常駐は行っていない。
- ・各公設市場では、当初対面小売であったが、現在はセルフサービス方式（スーパー型のレジ設置）となっている。
- ・レジやトイレ等の維持・管理に係る共益費等の設定、徴収は、組合が行っている。
- ・空き小間が出た場合、市が公募・選考を行う。
- ・既に廃止された中公設市場（建物存置）は、敷地の 7 割が民地となっている。廃止理由は、建物の老朽化である。跡地利用について地権者と協議中であるが、基本的には地権者への返却を予定している。



図 3-13 築地公設市場外観



図 3-14 中公設市場（廃止）外



図 3-15 元古井公設市場外観



図 3-16 徳川公設市場外観

Ⅳ 土地所有者意向調査の実施

1 土地の賃貸借契約

牧志公設市場（衣料部・雑貨部）の敷地は、市が民有地を賃借している。その対象となる土地は、4筆で合計1,522.9㎡となっている。

賃貸借契約では、契約期間を満30年として定めており、契約締結日の平成4年4月1日から、平成34年3月31日までとなっている。なお、賃貸料は、年額23,921,712円である。

2 土地所有者の意向確認

賃貸借契約を締結している事業者に対し、賃貸借期間満了後の当該土地の活用に関する意向確認をしたところ、現在の土地賃貸借契約の期限である平成34年4月1日以降の土地所有者による新たな事業計画は予定されておらず、土地賃貸借契約の継続意思があることを確認した。