

4. ターゲット別ニーズ調査

2及び3の結果を踏まえ、「共創で輝くノスタルジックなまち」としてのレガシーの実現に向けて、主要なターゲットとなる対象にニーズ調査を行い、事業展開の可能性等の分析を行った。まず、現在岡田地区を来訪する来街者調査を行うとともに、将来来街者として見込まれる愛知県居住者へのインターネット調査、外国人のニーズを把握するインバウンド調査を実施した。次いで、前項で確認された空家の活用や、賑わいづくりも期待できるクリエイター・デザイナー調査、事業者調査を実施した。

■ターゲット別ニーズ調査

趣旨	調査名	調査方法
来街者意向 (将来含む)	来街者調査	岡田地区内店舗等を利用する方へのアンケート調査
	将来来街者調査	愛知県内に居住する方へのインターネット調査
	インバウンド調査	インバウンド向け旅行者へのヒアリング調査
空家活用可能性	クリエイター・デザイナー調査	愛知県内で活動するクリエイター・デザイナーへのアンケート調査
	事業者調査	空家の活用が見込まれる事業者へのアンケート調査

(1)来街者調査

1)調査概要

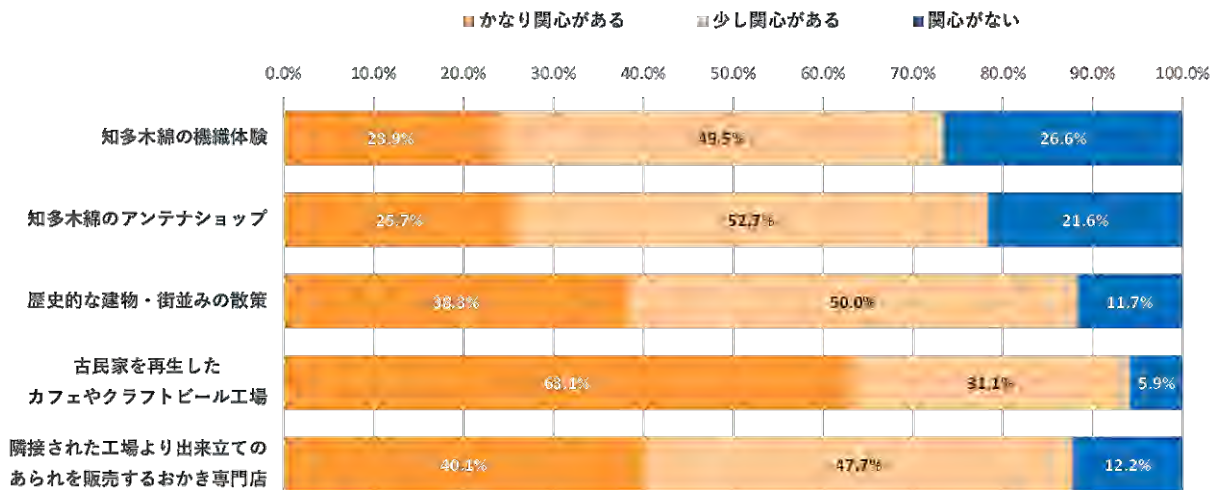
○岡田地区への来街者の満足度や将来来街意向等を把握するため、岡田地区の主要店舗利用者 222 人にアンケートを実施した。

2)調査結果

①岡田地区への関心

○「古民家を再生したカフェやクラフトビール工場」に関心があるとした方が最も多く、94.1%が関心あり（かなり関心がある＋少し関心がある）としている。

⇒「古民家を再生したカフェやクラフトビール工場」は、63.1%が「かなり関心がある」としており、来街のきっかけとなる重要なキーコンテンツと言える。



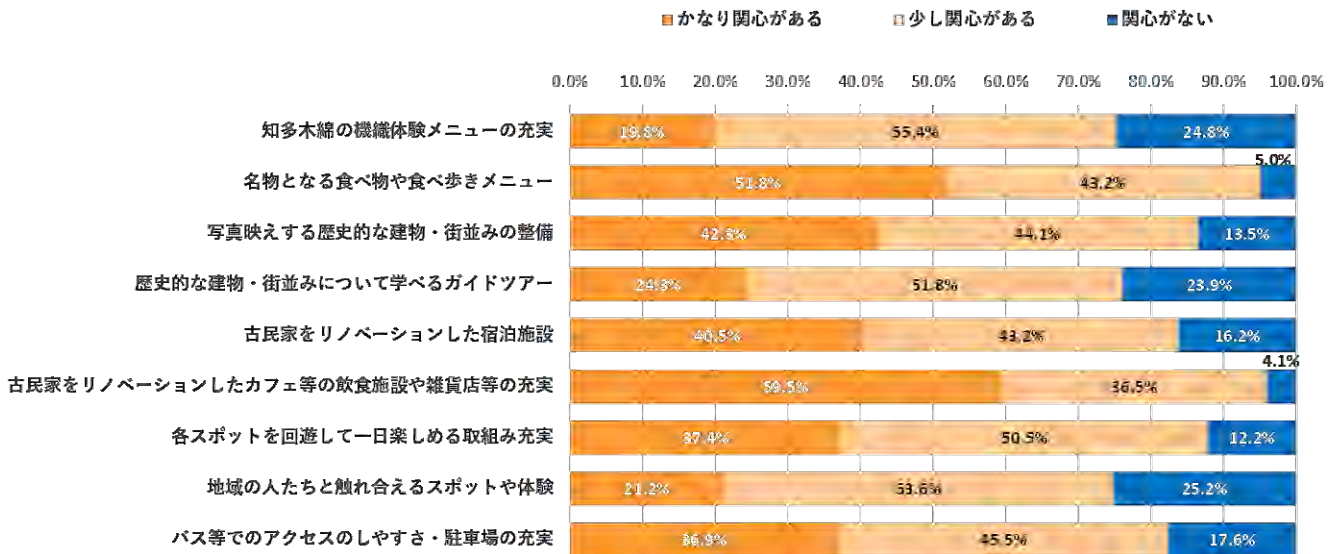
■年代別

区分	年代	実数			計	割合			計
		かなり関心がある	少し関心がある	関心がない		かなり関心がある	少し関心がある	関心がない	
知多木綿の機織体験	10・20歳代	7	9	8	24	29.2%	37.5%	33.3%	100.0%
	30歳代	15	22	16	53	28.3%	41.5%	30.2%	100.0%
	40歳代	15	30	15	60	25.0%	50.0%	25.0%	100.0%
	50歳代	7	28	13	48	14.6%	58.3%	27.1%	100.0%
	60歳代	9	16	7	32	28.1%	50.0%	21.9%	100.0%
	70歳代以上		5		5	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	計	53	110	59	222	23.9%	49.5%	26.6%	100.0%
知多木綿のアンテナショップ	10・20歳代	7	10	7	24	29.2%	41.7%	29.2%	100.0%
	30歳代	13	25	15	53	24.5%	47.2%	28.3%	100.0%
	40歳代	18	31	11	60	30.0%	51.7%	18.3%	100.0%
	50歳代	7	31	10	48	14.6%	64.6%	20.8%	100.0%
	60歳代	12	15	5	32	37.5%	46.9%	15.6%	100.0%
	70歳代以上		5		5	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	計	57	117	48	222	25.7%	52.7%	21.6%	100.0%
歴史的な建物・街並みの散策	10・20歳代	13	8	3	24	54.2%	33.3%	12.5%	100.0%
	30歳代	21	24	8	53	39.6%	45.3%	15.1%	100.0%
	40歳代	23	29	8	60	38.3%	48.3%	13.3%	100.0%
	50歳代	14	29	5	48	29.2%	60.4%	10.4%	100.0%
	60歳代	13	17	2	32	40.6%	53.1%	6.3%	100.0%
	70歳代以上	1	4		5	20.0%	80.0%	0.0%	100.0%
	計	85	111	26	222	38.3%	50.0%	11.7%	100.0%
古民家を再生した カフェやクラフト ビール工場	10・20歳代	14	8	2	24	58.3%	33.3%	8.3%	100.0%
	30歳代	36	15	2	53	67.9%	28.3%	3.8%	100.0%
	40歳代	39	19	2	60	65.0%	31.7%	3.3%	100.0%
	50歳代	27	17	4	48	56.3%	35.4%	8.3%	100.0%
	60歳代	23	6	3	32	71.9%	18.8%	9.4%	100.0%
	70歳代以上	1	4		5	20.0%	80.0%	0.0%	100.0%
	計	140	69	13	222	63.1%	31.1%	5.9%	100.0%
隣接された工場より 出来立ての あられを販売する おかき専門店	10・20歳代	10	10	4	24	41.7%	41.7%	16.7%	100.0%
	30歳代	25	24	4	53	47.2%	45.3%	7.5%	100.0%
	40歳代	26	27	7	60	43.3%	45.0%	11.7%	100.0%
	50歳代	10	29	9	48	20.8%	60.4%	18.8%	100.0%
	60歳代	18	11	3	32	56.3%	34.4%	9.4%	100.0%
	70歳代以上		5		5	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
	計	89	106	27	222	40.1%	47.7%	12.2%	100.0%

②岡田地区の魅力向上に必要なこと

○「古民家をリノベーションしたカフェ等の飲食施設や雑貨店等の充実」が95.9%と最も関心が高く、次いで「名物となる食べ物や食べ歩きメニュー」95.0%となっている。

⇒前問と同様に、**古民家施設が高い評価**を得ており、ここでも重要なコンテンツになることが確認できた。その他では「食べ物」や「歴史的な建物・街並み」の評価が高く、これらを活かして一日楽しめるエリアにしていくことが望まれる。



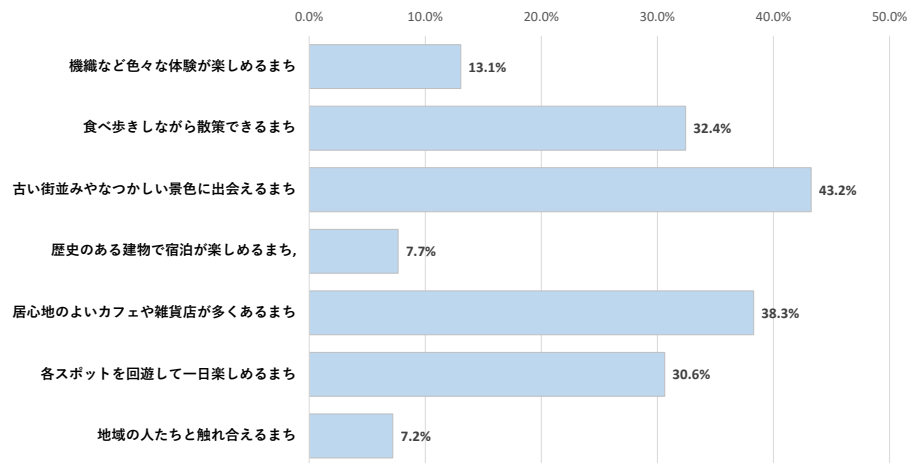
■年代別

区分	年代	実数			割合				
		かなり関心がある	少し関心がある	関心がない	計	かなり関心がある	少し関心がある	関心がない	計
知多木綿の機織体験メニューの充実	10・20歳代	3	7	14	24	12.5%	29.2%	58.3%	100.0%
	30歳代	12	14	27	53	22.8%	26.4%	50.9%	100.0%
	40歳代	16	17	27	60	26.7%	28.3%	45.0%	100.0%
	50歳代	7	10	31	48	14.6%	20.8%	64.6%	100.0%
	60歳代	6	6	20	32	18.8%	18.8%	62.5%	100.0%
70歳代以上	1	4	5	10	0.0%	20.0%	80.0%	100.0%	
計	44	55	123	222	19.8%	24.8%	55.4%	100.0%	
名物となる食べ物や食べ歩きメニュー	10・20歳代	16	1	7	24	66.7%	4.2%	29.2%	100.0%
	30歳代	29	4	20	53	54.7%	7.5%	37.7%	100.0%
	40歳代	34	1	25	60	56.9%	1.7%	41.7%	100.0%
	50歳代	20	3	25	48	41.7%	6.3%	52.1%	100.0%
	60歳代	16	2	14	32	50.0%	6.3%	43.8%	100.0%
70歳代以上	1	4	5	10	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	
計	115	11	96	222	51.8%	5.0%	43.2%	100.0%	
写真映える歴史的な建物・街並みの整備	10・20歳代	15	3	6	24	62.5%	12.5%	25.0%	100.0%
	30歳代	23	5	25	53	43.4%	9.4%	47.2%	100.0%
	40歳代	28	11	21	60	46.7%	18.3%	35.0%	100.0%
	50歳代	14	6	28	48	29.2%	12.5%	58.3%	100.0%
	60歳代	13	5	14	32	40.6%	15.6%	43.8%	100.0%
70歳代以上	1	4	5	10	20.0%	0.0%	80.0%	100.0%	
計	94	30	98	222	42.3%	13.5%	44.1%	100.0%	
歴史的な建物・街並みについて学べるガイドツアー	10・20歳代	5	7	12	24	20.8%	29.2%	50.0%	100.0%
	30歳代	14	10	29	53	26.4%	18.9%	54.7%	100.0%
	40歳代	17	20	23	60	28.3%	33.3%	38.3%	100.0%
	50歳代	9	9	30	48	18.8%	18.8%	62.5%	100.0%
	60歳代	8	6	18	32	25.0%	18.8%	56.3%	100.0%
70歳代以上	1	1	3	5	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
計	64	53	115	222	24.3%	23.9%	51.8%	100.0%	
古民家をリノベーションした宿泊施設	10・20歳代	14	4	6	24	58.3%	16.7%	25.0%	100.0%
	30歳代	22	6	25	53	41.5%	11.3%	47.2%	100.0%
	40歳代	26	12	22	60	43.3%	20.0%	36.7%	100.0%
	50歳代	14	7	27	48	29.2%	14.6%	56.3%	100.0%
	60歳代	14	6	12	32	43.8%	18.8%	37.5%	100.0%
70歳代以上	1	4	5	10	0.0%	20.0%	80.0%	100.0%	
計	90	36	96	222	40.5%	16.2%	43.2%	100.0%	
古民家をリノベーションしたカフェ等の飲食施設や雑貨店等の充実	10・20歳代	16	1	7	24	66.7%	4.2%	29.2%	100.0%
	30歳代	33	1	21	55	58.5%	1.9%	39.6%	100.0%
	40歳代	37	5	18	60	61.7%	8.3%	30.0%	100.0%
	50歳代	26	1	21	48	54.2%	2.1%	43.8%	100.0%
	60歳代	22	1	10	33	68.8%	0.0%	31.3%	100.0%
70歳代以上	1	4	5	10	0.0%	20.0%	80.0%	100.0%	
計	132	9	81	222	59.5%	4.1%	36.5%	100.0%	
各スポットを回遊して一日楽しめる取組み充実	10・20歳代	15	1	8	24	62.5%	4.2%	33.3%	100.0%
	30歳代	19	4	30	53	35.8%	7.5%	56.6%	100.0%
	40歳代	24	10	26	60	40.0%	16.7%	43.3%	100.0%
	50歳代	12	7	25	44	27.3%	15.9%	56.8%	100.0%
	60歳代	12	4	16	32	37.5%	12.5%	50.0%	100.0%
70歳代以上	1	1	3	5	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
計	83	27	112	222	37.4%	12.2%	50.5%	100.0%	
地域の人たちと触れ合えるスポットや体験	10・20歳代	6	7	11	24	25.0%	29.2%	45.8%	100.0%
	30歳代	11	10	32	53	20.8%	18.9%	60.4%	100.0%
	40歳代	17	18	25	60	28.3%	30.0%	41.7%	100.0%
	50歳代	5	10	33	48	10.4%	20.8%	68.8%	100.0%
	60歳代	7	10	15	32	21.9%	31.3%	46.9%	100.0%
70歳代以上	1	1	3	5	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
計	47	56	119	222	21.2%	25.2%	53.6%	100.0%	
バス等でのアクセスのしやすさ・駐車場の充実	10・20歳代	14	1	9	24	58.3%	4.2%	37.5%	100.0%
	30歳代	20	10	23	53	37.7%	18.9%	43.4%	100.0%
	40歳代	22	13	25	60	36.7%	21.7%	41.7%	100.0%
	50歳代	14	6	28	48	29.2%	12.5%	58.3%	100.0%
	60歳代	11	8	13	32	34.4%	25.0%	40.6%	100.0%
70歳代以上	1	1	3	5	20.0%	20.0%	60.0%	100.0%	
計	82	39	101	222	36.9%	17.6%	45.5%	100.0%	

③期待するまちのイメージ

○「古い街並みやなつかしい景色に出会えるまち」が43.2%と最も関心が高く、次いで「居心地のよいカフェや雑貨店が多くあるまち」38.3%、「食べ歩きしながら散策できるまち」32.4%となっている。

⇒順位は異なるものの前問と同様に、「古い街並み」「カフェ」「食べ歩き」が高い評価を得ており、これらを活かして一日楽しめるエリアにしていくことが望まれる。



■年代別

区分	年代	実数	割合
機織など色々な体験が楽しめるまち	10・20歳代	3	10.3%
	30歳代	5	17.2%
	40歳代	8	27.6%
	50歳	10	34.5%
	60歳代	3	10.3%
	70歳代以上	0	0.0%
	計	29	100.0%
食べ歩きしながら散策できるまち	10・20歳代	12	16.7%
	30歳代	16	22.2%
	40歳代	20	27.8%
	50歳	14	19.4%
	60歳代	8	11.1%
	70歳代以上	2	2.8%
	計	72	100.0%
古い街並みやなつかしい景色に出会えるまち	10・20歳代	6	6.3%
	30歳代	21	21.9%
	40歳代	31	32.3%
	50歳	22	22.9%
	60歳代	14	14.6%
	70歳代以上	2	2.1%
	計	96	100.0%
歴史のある建物で宿泊が楽しめるまち	10・20歳代	5	29.4%
	30歳代	4	23.5%
	40歳代	3	17.6%
	50歳	2	11.8%
	60歳代	3	17.6%
	70歳代以上	0	0.0%
	計	17	100.0%
居心地のよいカフェや雑貨店が多くあるまち	10・20歳代	11	12.9%
	30歳代	19	22.4%
	40歳代	21	24.7%
	50歳	20	23.5%
	60歳代	13	15.3%
	70歳代以上	1	1.2%
	計	85	100.0%
各スポットを回遊して一日楽しめるまち	10・20歳代	34	50.0%
	30歳代	1	1.5%
	40歳代	7	10.3%
	50歳	11	16.2%
	60歳代	8	11.8%
	70歳代以上	7	10.3%
	計	68	100.0%
地域の人たちと触れ合えるまち	10・20歳代	2	12.5%
	30歳代	7	43.8%
	40歳代	2	12.5%
	50歳	1	6.3%
	60歳代	4	25.0%
	70歳代以上	0	0.0%
	計	16	100.0%

(2)将来来街者調査

1)調査概要

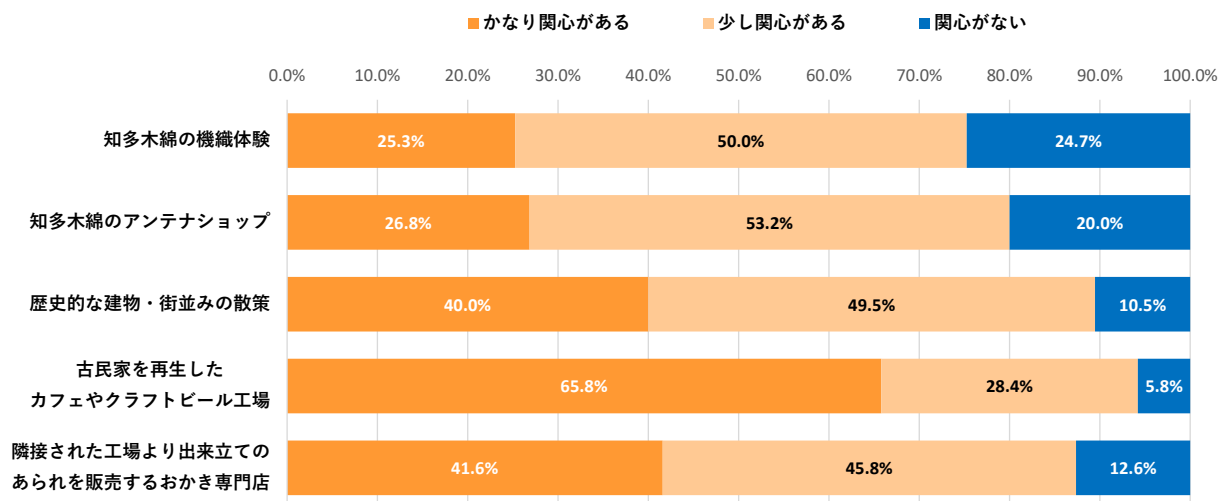
○将来的に来街者として期待できる、県内在住の女性 449 人にインターネットアンケートを実施

2)調査結果

①岡田地区への関心

○「古民家を再生したカフェやクラフトビール工場」に関心があるとした方が最も多く、94.2%が関心あり（かなり関心がある＋少し関心がある）としている。

⇒「古民家を再生したカフェやクラフトビール工場」は、来街者調査と同様に「かなり関心がある」が65.8%と高く、来街のきっかけとなる重要なキーコンテンツと言える。



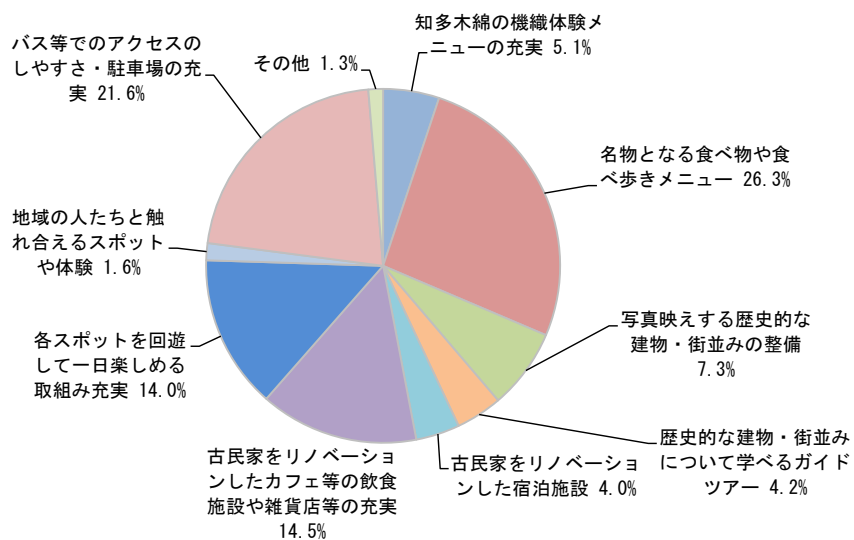
■年代別

区分	年代	実数			計	割合			計
		かなり関心がある	少し関心がある	関心がない		かなり関心がある	少し関心がある	関心がない	
知多木綿の機織体験	10・20歳代	7	22	44	73	9.6%	30.1%	60.3%	100.0%
	30歳代	9	31	33	73	12.3%	42.5%	45.2%	100.0%
	40歳代	5	29	41	75	6.7%	38.7%	54.7%	100.0%
	50歳	8	24	43	75	10.7%	32.0%	57.3%	100.0%
	60歳代	13	45	38	96	13.5%	46.9%	39.6%	100.0%
	70歳代以上	6	28	23	57	10.5%	49.1%	40.4%	100.0%
計		48	179	222	449	10.7%	39.9%	49.4%	100.0%
知多木綿のアンテナショップ	10・20歳代	4	23	46	73	5.5%	31.5%	63.0%	100.0%
	30歳代	11	32	30	73	15.1%	43.8%	41.1%	100.0%
	40歳代	8	27	40	75	10.7%	36.0%	53.3%	100.0%
	50歳	6	34	35	75	8.0%	45.3%	46.7%	100.0%
	60歳代	13	50	33	96	13.5%	52.1%	34.4%	100.0%
	70歳代以上	4	33	20	57	7.0%	57.9%	35.1%	100.0%
計		46	199	204	449	10.2%	44.3%	45.4%	100.0%
歴史的な建物・街並みの散策	10・20歳代	11	28	34	73	15.1%	38.4%	46.6%	100.0%
	30歳代	12	38	23	73	16.4%	52.1%	31.5%	100.0%
	40歳代	11	32	32	75	14.7%	42.7%	42.7%	100.0%
	50歳	14	32	29	75	18.7%	42.7%	38.7%	100.0%
	60歳代	21	47	28	96	21.9%	49.0%	29.2%	100.0%
	70歳代以上	11	36	10	57	19.3%	63.2%	17.5%	100.0%
計		80	213	156	449	17.8%	47.4%	34.7%	100.0%
古民家を再生したカフェやクラフトビール工場	10・20歳代	17	22	34	73	23.3%	30.1%	46.6%	100.0%
	30歳代	16	31	26	73	21.9%	42.5%	35.6%	100.0%
	40歳代	13	28	34	75	17.3%	37.3%	45.3%	100.0%
	50歳	13	31	31	75	17.3%	41.3%	41.3%	100.0%
	60歳代	22	44	30	96	22.9%	45.8%	31.3%	100.0%
	70歳代以上	12	24	21	57	21.1%	42.1%	36.8%	100.0%
計		93	180	176	449	20.7%	40.1%	39.2%	100.0%
隣接された工場より出来立てのあられを販売するおかし専門店	10・20歳代	10	25	38	73	13.7%	34.2%	52.1%	100.0%
	30歳代	19	31	23	73	26.0%	42.5%	31.5%	100.0%
	40歳代	7	31	37	75	9.3%	41.3%	49.3%	100.0%
	50歳	16	31	28	75	21.3%	41.3%	37.3%	100.0%
	60歳代	24	41	31	96	25.0%	42.7%	32.3%	100.0%
	70歳代以上	15	29	13	57	26.3%	50.9%	22.8%	100.0%
計		91	188	170	449	20.3%	41.9%	37.9%	100.0%

②岡田地区の魅力向上に必要なと思うもの

○「名物となる食べ物や食べ歩きメニュー」が26.3%と最も関心が高く、次いで「バス等でのアクセスのしやすさ・駐車場の充実」が21.6%となっている。

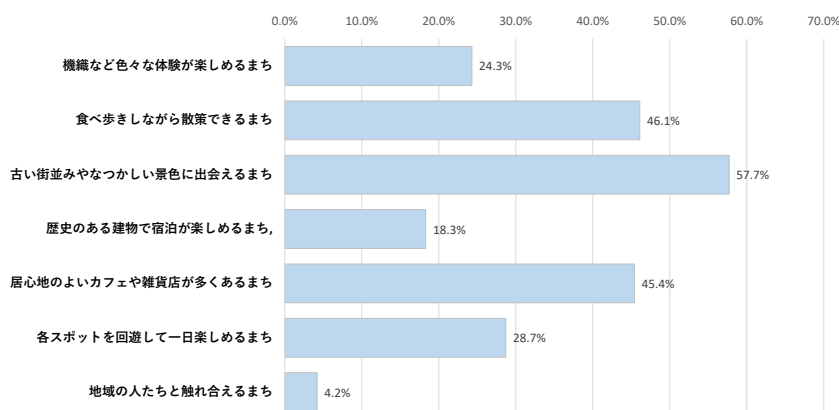
⇒来街者調査では高くなかったアクセスに関する項目が必要だと思うものとしてあげられており、新たな来街者の獲得に向けては、駐車場の設置・拡大等も含めアクセス性の向上に取り組んでいく必要がある。



③期待するまちのイメージ

○「古い街並みやなつかしい景色に出会えるまち」が57.7%と最も関心が高く、次いで「食べ歩きしながら散策できるまち」46.1%、「居心地のよいカフェや雑貨店が多くあるまち」45.4%となっている。

⇒上位3項目は来街者調査と同様「古い街並み」「カフェ」「食べ歩き」が高い評価を得ており、これらを活かして一日楽しめるエリアにしていくことが望まれる。



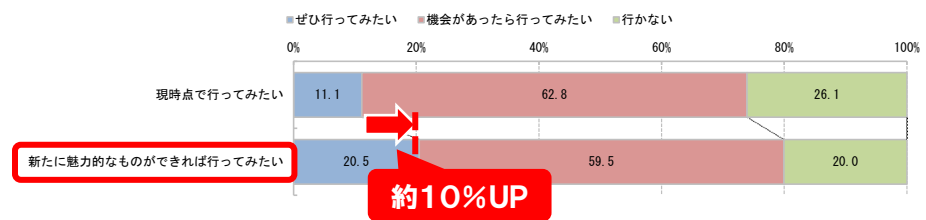
■年代別

区分	年代	実数	割合
機織など色々な体験が楽しめるまち	10・20歳代	14	12.8%
	30歳代	24	22.0%
	40歳代	19	17.4%
	50歳代	15	13.8%
	60歳代	28	25.7%
	70歳代以上	9	8.3%
	計	109	100.0%
食べ歩きしながら散策できるまち	10・20歳代	37	17.9%
	30歳代	39	18.8%
	40歳代	35	16.9%
	50歳代	32	15.5%
	60歳代	37	17.9%
	70歳代以上	27	13.0%
	計	207	100.0%
古い街並みやなつかしい景色に出会えるまち	10・20歳代	29	11.2%
	30歳代	45	17.4%
	40歳代	40	15.4%
	50歳代	46	17.8%
	60歳代	58	22.4%
	70歳代以上	41	15.8%
	計	259	100.0%
歴史のある建物で宿泊が楽しめるまち	10・20歳代	17	20.7%
	30歳代	13	15.9%
	40歳代	8	9.8%
	50歳代	10	12.2%
	60歳代	22	26.8%
	70歳代以上	12	14.6%
	計	82	100.0%
居心地のよいカフェや雑貨店が多くあるまち	10・20歳代	32	15.7%
	30歳代	39	19.1%
	40歳代	29	14.2%
	50歳代	39	19.1%
	60歳代	38	18.6%
	70歳代以上	27	13.2%
	計	204	100.0%
各スポットを回遊して一日楽しめるまち	10・20歳代	15	11.6%
	30歳代	14	10.9%
	40歳代	21	16.3%
	50歳代	19	14.7%
	60歳代	40	31.0%
	70歳代以上	20	15.5%
	計	129	100.0%
地域の人たちと触れ合えるまち	10・20歳代	3	15.8%
	30歳代	0	0.0%
	40歳代	2	10.5%
	50歳代	5	26.3%
	60歳代	7	36.8%
	70歳代以上	2	10.5%
	計	19	100.0%

④来訪意向

○現時点で行ってみたいと回答した方は 11.1%であったが、新たに魅力的なものがあれば行ってみたいと回答した方は 20.5%と、前者と比べ「ぜひ行ってみたい」の回答が約 10% 増加している。

⇒古民家再生やアクセス性の向上などの取組みを進めるなかで、来街者の増加が見込めることが確認された。



(3)インバウンド調査

1)調査概要

○岡田地区においてインバウンド需要の取込み可能性を把握するため、インバウンド旅行業者及び全国通訳案内士の現地案内後に、意見交換会を実施した。

2)インバウンド需要取込みに向けた提言

インバウンド旅行業者及び全国通訳案内士からの意見を提言としてとりまとめた。

①ターゲット

○主に「欧米系の個人旅行」又は「アジア系の個人旅行」が想定される

⇒欧米系は、人数が少なくても自らの嗜好の中で新しい観光地を発見・開発することが多い

⇒アジア系でレンタカー利用が多い、香港・台湾・タイなどもターゲット候補

⇒団体旅行には、40～50名が一度に食事できる場所が必要であり、岡田地区では難しい

②食関連

○いつでも、予約なしに利用できる店や宗教上の食事制限に配慮した店が必要

⇒岡田地区では、曜日により飲食店が営業していない日があり、インバウンドの取込みには改善が必要

③買い物関連

○岡田でしか買えない魅力ある商品が必要

⇒商品づくりに併せ、商品のストーリーを作りこみ・PRしていくことが必要

④体験関連

○気軽な体験に加え本格的な体験施設が必要

⇒知多木綿を数日かけて作るような本格的な体験（長期滞在型観光）も必要

⑤宿泊関連

○古い伝統ある日本家屋に泊まることのできる宿泊施設があることは大きな強み

⇒古民家を改修した宿泊施設は外国人に非常に人気があり、枳磯や旧弘法宿の岡田屋、上質な古民家があるのは強み

⇒ホームステイできる場所にするという手法もある

⑥交通

○駐車場の整備とともにタクシーを気軽に利用できる仕組みが必要

⇒レンタカー利用の場合には駐車場が必要、公共交通利用の場合には朝倉駅から気軽にタクシー利用できる仕組みが必要

(4)クリエイター・デザイナー調査

1)調査概要

①調査の目的

本調査は、知多木綿の新たな魅力創造が期待されるクリエイター・デザイナーの方に対し、知多木綿の活用及び古民家活用の意向を把握することで、新たな取組みの検討資料とすることを目的としている。

②調査の設計

○調査対象	デザイン・クリエイター活動を実施する個人
○調査方法	Eメール配布・回収（一部 FAX 送付・回収）
○調査期間	2月10日から2月21日
○回収状況	5名より回答

③補足調査

補足調査として、3月14日（土）及び3月15日（日）に開催された散策型クラフト市「CHITA MOMENT」において、出店クリエイター・デザイナーにヒアリング調査を実施した。

2)調査結果

問1 知多木綿に対してどの程度の認識がありますか？

○回答者5名中、4名が知多木綿を知っており、うち2名は知多木綿に関連する創作活動を行っていた。

⇒知多木綿に対する認識は比較的高くなっている。

<具体的な創作活動>

パタンナー（型紙作成を軸に企画・サンプル作成・生産）

大学のノベルティグッズや地域のお土産として活用

【知多木綿に関連する制作活動をしていない方】

問2 創作活動を通じて知多木綿を活用する可能性はありますか？

○対象となる回答者3名中、2名が活用したい、と回答。インテリアとしても使用していきたいという方もみられた。

⇒知多木綿を活用した制作活動の意向は存在しており、実現に向けては各種事業者とのマッチングを行っていく必要がある。

<具体的な創作活動>

インテリアとしても使用できそう

問3 岡田地区の古民家を創作活動の場として活用する可能性はありますか？

○古民家を創作活動の場として活用する可能性が「ある」と回答した方が回答者5名中、3名おり、条件として、作業ができる環境や機材の設置などがあげられている。

⇒古民家の活用可能性が示されており、貸し手と売り手の希望を、丁寧に聞き取りマッチングしていく必要がある。

<活用条件>

賃貸料

作業ができる環境であること

使用したい機材等が置けるか

住居・店舗・作業場としての古民家が見つければ可能性あり

工房のレンタルのようなニーズはある

広く開放するような施設があれば不定期で活用する可能性あり

<補足調査における意見>

6名にお聞きし、岡田地区での古民家を活用した活動に関心のある方は2名であった。うち1名は条件付きで関心があるとの回答であり、住まいと創作活動を兼ねられる物件で、家賃が抑えられる案件が望まれており、芸術家アパートのような物件づくりのニーズがあると考えられる。一方で、回答者のうち5名は、クリエイター・デザイナー活動で生計を立てるまで至っておらず、家賃を支払うことが困難であるという回答であった。

ただし、1名は2年前に岡田地区で空家を探したものの、物件が見つからなかったことから常滑で1千万円程度の改修費をかけて古民家再生を行ったということで、仲介組織の重要性が確認された。

(5)事業者調査

1)調査概要

①調査の目的

本調査は、飲食・物販・サービス・宿泊事業を実施する事業者に対し、岡田地区の歴史的な建物である古民家を事業者の事業として実施する意向を把握することで、古民家活用の実現可能性の検討資料とすることを目的としている。

②調査の設計

○調査対象	飲食・物販・サービス・宿泊事業を実施する事業者
○調査方法	Eメール配布・回収（一部FAX送付・回収）
○調査期間	2月10日から2月21日
○回収状況	6事業者に配布し、4事業者より回答 株式会社ゼットン（飲食・宿泊）、株式会社住都建設（宿泊・サービス）、F.45（物販・サービス）、ColorArt（物販・サービス）

2)調査結果

問1 岡田地区の古民家に出店の可能性はありますか？

○全ての事業者が「条件を整えば可能性はある」と回答している。出店に向けての意見として、エリアとしての取組み（集客装置・インフラ）や家賃等に加え、用途地域・時期・運営母体があげられている。

⇒事業者から、魅力（関心）を持たれており、今後は岡田エリアとして一体感のあるまちづくりの取組みが求められている。

<出店に向けて>

・古民家活用だけでは限界があると考える。エリアの集客装置及びインフラ整備が必要ではないか

・家賃・用途地域・時期・運営母体

問2 出店に向けての希望条件について

○「賃貸」が回答者5事業者中、4事業者、「購入」は1事業者となっており、家賃条件だけでなく、駐車場確保や改装可能性などがあげられている。

⇒古民家ごとの貸し手と売り手の希望を、丁寧に聞き取りマッチングしていく必要がある。

<その他条件>

・店舗前での駐車場確保

・改装可能性

・家賃0.5～1万円/月（坪当り）

・塗装・作業ができる環境

・空家の状況による

問3 店舗のイメージについて

○岡田への出店にあたっては、「飲食」だけでなく「物販」「サービス」「宿泊」「賃貸住宅」など多様な店舗形態がイメージされている。

⇒これまで岡田地区で実績の多かった飲食以外の可能性が示されており、オーバーツーリズム（駐車台数オーバーの集客）とならないよう、地域全体で出店をマネジメント（飲食＋物販＋サービス利用誘導など）していくことが望まれる。

<具体的なイメージ>

- ・レストラン
- ・古民家ホテル
- ・農泊等
- ・リノベーション賃貸住宅
- ・革製品の販売
- ・カスタムペイント

問4 岡田地区の他店舗との連携可能性について

○全ての事業者が「ある」としており、共通クーポンやエリアとしてのイベント開催など地域全体で実施する取組みが提案されている。

⇒店舗同士が連携することで、地域全体が活性化していける可能性が示されており、事業者間で地域の活性化に向けた連携が可能となるようなエリアマネジメントを行っていくことが望まれている。

<具体的なイメージ>

- ・共通クーポン
- ・イベント開催などによる地域全体の活性化（まちづくり）
- ・知多地域の伝統を体験する場の1つとして
- ・ヴィンテージスタイルを制作する仕事をしており、モルタル造形やエイジング塗装などによりヴィンテージ店舗のリフォームでも連携可能

(6)課題の整理

- 来街者及び潜在的来街者のニーズから、空家を活用した飲食店の充実に加え、回遊して一日楽しめる取組み、交通アクセスの改善を図っていく必要がある。
- 空家活用ニーズとしては、クリエイター・デザイナー調査及び事業者調査において、条件つきながら空家の活用希望が確認された。実際の活用にあたっては、個別事業者等の物件条件（立地、広さ、費用）などを仲介組織によりマッチングさせる仕組みを検討していく必要がある。こうしたことから、街並み・建物調査でも必要性が確認された新たな相談先となる組織の立ち上げが喫緊の課題となっている。