

みよし市街づくりに関する市民意識調査

結果報告書

みよし商工会  
2026年1月



## 1. 調査概要

本調査は、みよし市の中心市街地を「もっと住みやすく、もっと魅力的」にするために、市民の皆様の率直なご意見を伺うことを目的に実施されました。また、今後の街づくりや商業活性化に向けた基礎資料とするため、産業フェスタ来場者を対象に実施いたしました。

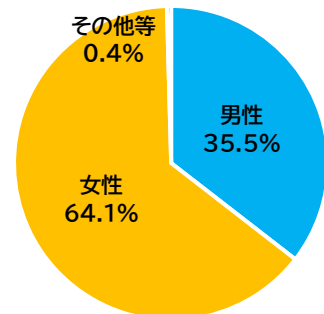
- ・調査テーマ：みよし市街づくり市民意識調査
- ・実施者：みよし商工会
- ・調査日時：2025年11月2日（日） 午前9時45分から午後2時30分まで
- ・調査場所：「産業フェスタみよし2025」会場（さんさんの郷グランド）
- ・有効回答数：945件
- ・調査方法：アンケート用紙による自記式調査（一部WEB回答含む）
- ・データ状況：一部裏面の回答をされなかった方がいらっしゃいましたが、ほとんどすべての質問にご回答いただき、大変信頼性の高い結果が得られました。

## 2. 回答者の属性（デモグラフィック分析）

今回のアンケートでは、女性が全体の約6割を占め、30代～50代の現役世代と70代以上のシニア層からバランスよくご回答をいただきました。ご意見をお寄せいただいた方の多くは、日々の生活の中でまちの活力を支えてくださっている現役世代の方々です。

### ○性別（有効回答927）

男性	女性	その他/ 回答しない
329	594	4
35.5%	64.1%	0.4%

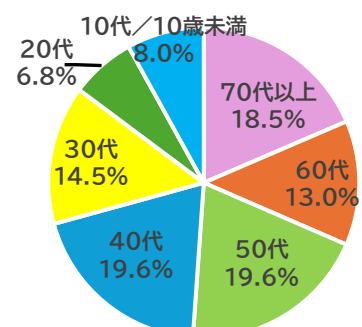


### 【コメント】

今回の調査では、主に家計の消費を担う女性の皆様から、日々の暮らしに密着した貴重なご意見を数多く集めることができました。

### ○年代（有効回答933）

70代以上	60代	50代	40代	30代	20代	10代/ 10歳未満
173	121	183	183	135	63	75
18.5%	13.0%	19.6%	19.6%	14.5%	6.8%	8.0%



### 【コメント】

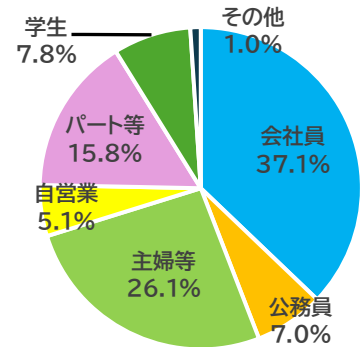
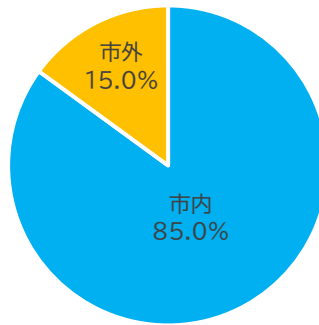
30代から50代の「子育て世代」と「働き盛り世代」が回答の中心となり、この世代のニーズが強く反映されています。

○職業 (有効回答859)

会社員	公務員	主婦等	自営業	パート等	学生	その他
319	60	224	44	136	67	9
37.1%	7.0%	26.1%	5.1%	15.8%	7.8%	1.0%

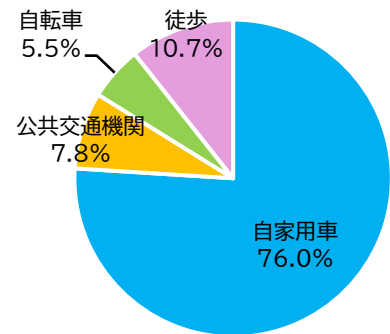
○住まい (有効回答859)

市内	市外
721	127
85.0%	15.0%



○主な移動手段 (有効回答779)

自家用車	公共交通機関	自転車	徒歩
592	61	43	83
76.0%	7.8%	5.5%	10.7%



【コメント】

回答者のほとんどが自家用車で移動されており、まちの利便性を考える上で「車」は欠かせない要素であることがわかります。

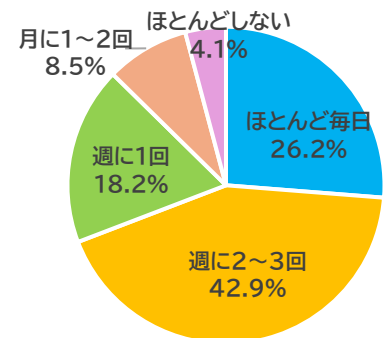
3. 回答の傾向と分析

○問1. 市内での外出頻度 (買い物・外食等) (有効回答941)

ほとんど毎日	週に2~3回	週に1回	月に1~2回	ほとんどしない
247	404	171	80	39
26.2%	42.9%	18.2%	8.5%	4.1%

【コメント】

約7割の方が週に2回以上、市内で外出されています。「週に1回以上」市内で活動する方は合計87%に達しており、みよし市内の施設やお店が市民の毎日の暮らしに深く根付いていることが分かります。これはベッドタウンにありがちな「寝に帰るだけの街」ではなく、生活の拠点として深く機能していることを示していると考えられます。



【強み-ポテンシャル】

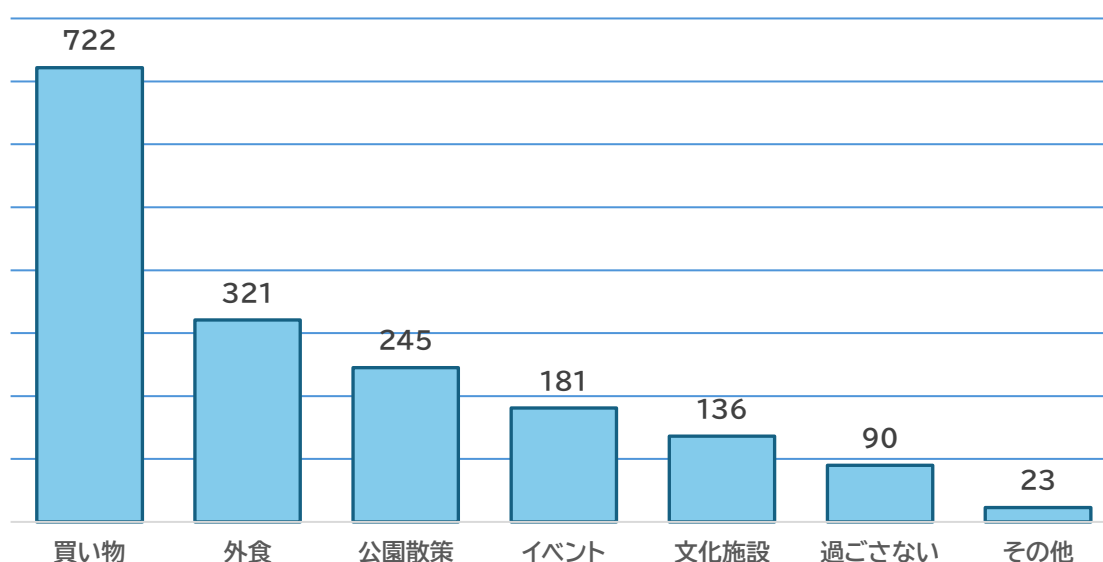
市民の「地元回帰意欲」は極めて高く、市内での消費や活動に対する心理的な障壁が低いと考えられます。魅力的な場さえあれば、即座に利用者に転換しうる「熱い顧客基盤」が存在すると思われれます。

【課題-ボトルネック】

高い外出頻度が、単なる日用品の買い出し(義務的な外出)に留まっていないか懸念されます。外出の質を「楽しむ外出」へと転換させる仕掛けが必要となります。

○問2. 休日の過ごし方 (複数回答) (有効回答922)

買い物	外食	公園での散策や運動	図書館など文化施設の利用	イベント参加	市内で過ごさない	その他
722	321	245	181	136	90	23
78.3%	34.8%	26.6%	19.6%	14.8%	9.8%	2.5%



【コメント】

休日も「買い物」が一番の楽しみである反面、「外食」や「公園での散策」といった「時間をかけて楽しむ活動」の選択肢が少ない可能性があります。一方で、「公園での散策」や「イベント参加」も一定の割合を占めており、消費一辺倒ではない多様な過ごし方が定着していると考えられます。

【強み-ポテンシャル】

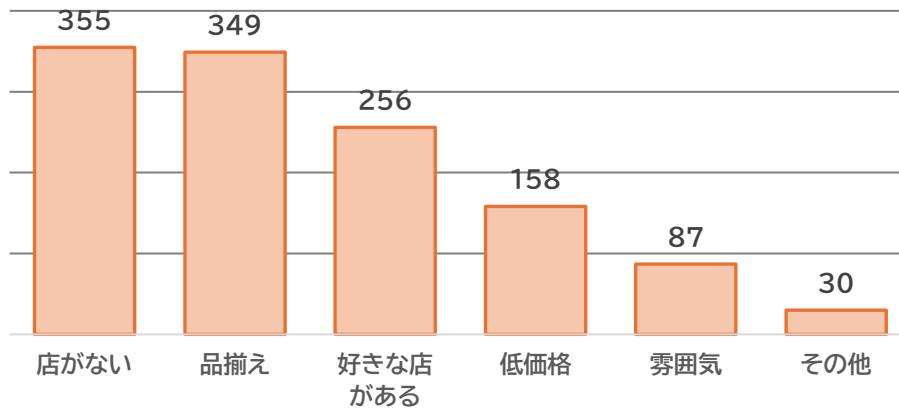
自然環境や公共施設が、市民のリフレッシュの場として機能しています。「買い物×散策」のように、複数の目的を組み合わせた滞在型消費を促せる土壌があります。

【課題-ボトルネック】

「外食」の利用率(34.8%)が、問4での要望の高さに比して低調です。休日に家族で食事を楽しみたいニーズに対し、受け皿となる飲食店が不足している現状が浮き彫りになっています。

○問3. 市外へ買い物や食事に行く主な理由（複数回答）（有効回答840）

市内に欲しい店 や商品がない	品揃えが豊富	好きなブランド/ チェーン店がある	価格が安い	街の雰囲気が 良い	その他
355	349	256	158	87	30
42.3%	41.5%	30.5%	18.8%	10.4%	3.6%



【コメント】

市外へ出てしまう最大の理由は、「お店の種類不足」と「品揃えの物足りなさ」の二つです。流出理由として「価格」を挙げる人は18.8%に過ぎず、大多数は供給側の問題を挙げています。市民が本当に欲しいと感じるお店がみよし市内にあれば、市外への流出を防げる可能性が高いことがわかります。

【強み-ポテンシャル】

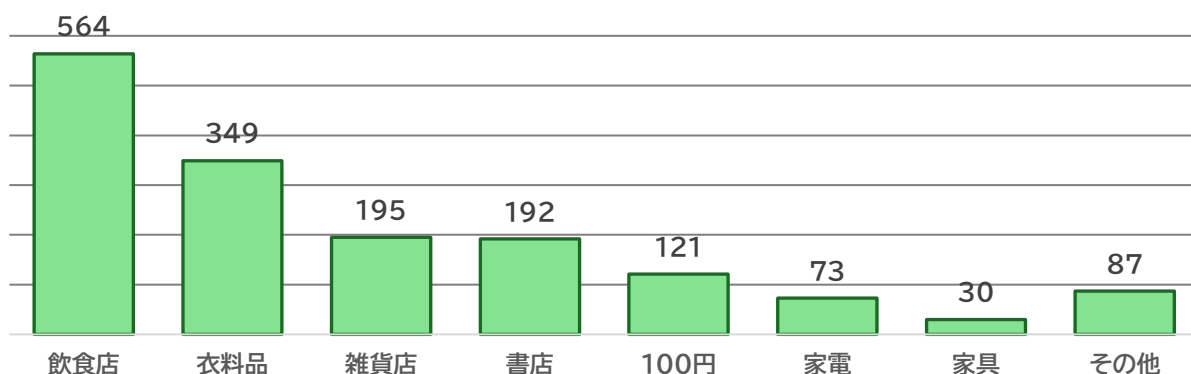
市民は「安さ」よりも「選ぶ楽しさ」や「質の高さ」を求めて市外へ出ています。つまり、みよし市は価格競争に巻き込まれることなく、付加価値の高い店舗やサービスで勝負できる市場環境にあると考えられます。

【課題-ボトルネック】

市民が求めるレベルの商業集積がなく、「みよし市では買い物が完結しない」という諦めにも似た認識が定着しつつあります。この認識を覆す象徴的な店舗誘致やエリア開発が必要であると考えられます。

○問4. 市内で「もっとあれば便利」と感じるもの（複数回答）（有効回答911）

多様な飲食店	衣料品	雑貨店	書店	100円ショップ	家電量販店	家具店	その他
564	349	195	192	121	73	30	87
61.9%	38.3%	21.4%	21.1%	13.3%	8.0%	3.3%	9.5%



【コメント】

飲食店への要望が約6割と突出しており、「食」への期待が非常に高く、カフェやレストランがまちの賑わいの中心になることが期待されています。また、衣料品や雑貨店といった「毎日の生活を豊かにするお店」の不足も強く感じています。

【強み-ポテンシャル】

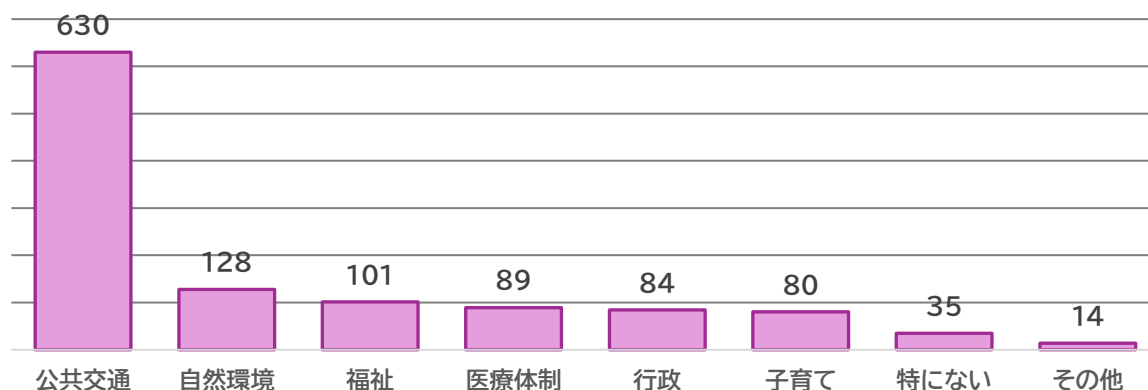
ターゲットとすべき業種が「食」に一点集中しており、施策の方向性が明確です。コミュニティの核となり得るカフェ等の滞在型店舗があると、街の活性化効果が向上される可能性があります。

【課題-ボトルネック】

単に店があれば良いのではなく、「家族で行ける」「おしゃれな」といった質的なニーズを満たす店舗が足りないようです。また、書店など文化的な施設の不足も、街の魅力低下につながる懸念材料となっていると考えられます。

○問5. 市内で不便だと感じていること（複数回答） （有効回答866）

公共交通機関の利便性	公園や緑地等の自然環境	福祉サービス	医療体制	行政サービス	子育て支援	特にない	その他
630	128	101	89	84	80	35	14
72.7%	14.8%	11.7%	10.3%	9.7%	9.2%	4.0%	1.6%



【コメント】

ほとんどの方が車を利用している中でも、公共交通の使いづらさが、生活のあらゆる不便さの中で最も大きな声となりました。自家用車利用者が多いにもかかわらずこの結果が出るのは、将来への不安や、家族送迎の負担感が強いためと考えられます。お店が増えても、車を運転できない方々（高齢の方、学生など）が気軽に行ける手段が少ないことが、まちの活性化の壁になっていることがわかります。

【強み-ポテンシャル】

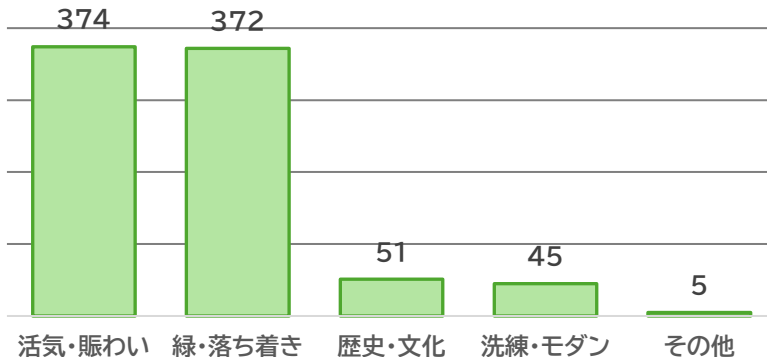
医療や行政サービス、子育て支援そのものへの不満は相対的に低く、基礎自治体としてのサービス水準は一定の評価を得ています。

【課題-ボトルネック】

「移動の自由」が車利用者限定されており、高齢者や学生が街の賑わいに参加しにくい構造があるようです。商業活性化のためには、足を運びやすくする二次交通の充実が不可欠と考えられます。

○問6. 理想とする中心市街地の雰囲気（複数回答）（有効回答847）

活気があり多くの人 で賑わう雰囲気	緑が多く落ち着いて 過ごせる雰囲気	歴史や文化を感じら れる趣のある雰囲気	洗練されたモダンで おしゃれな雰囲気	その他
374	372	51	45	5
44.2%	43.9%	6.0%	5.3%	0.6%



【コメント】

回答は真っ二つに分かれ、「賑わい」と「落ち着き」のどちらか一方ではなく、「便利だけど、ほっとできる緑もある」という二つの良さを兼ね備えたまちが求められています。これは市民の分断ではなく、「賑わいも欲しいが、喧騒は嫌だ」という高度なニーズの表れと考えられます

【強み-ポテンシャル】

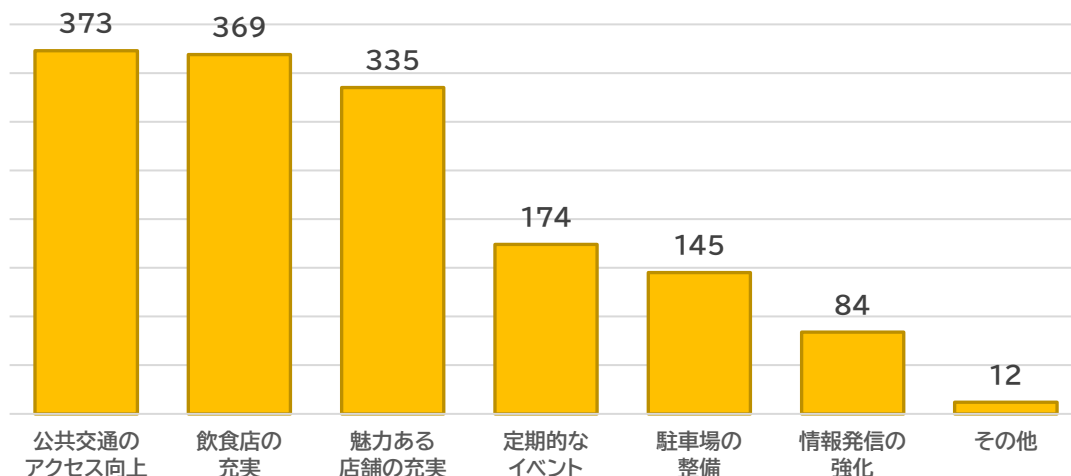
画一的な都市開発ではなく、みよし市独自の「自然と調和したライフスタイル」をブランド化できる可能性があると考えられます。

【課題-ボトルネック】

「賑わいのゾーン」と「安らぎのゾーン」を明確に分けつつ、回遊させる高度なエリアマネジメント（空間設計）を求められていることがわかります。

○問7. 商業活性化のために重要なこと（複数回答）（有効回答845）

公共交通の アクセス向上	飲食店の 充実	魅力的な個人商店 や専門店の充実	定期的な イベントの開催	駐車場の 整備	SNSなどでの情 報発信の強化	その他
373	369	335	174	145	84	12
44.1%	43.7%	39.6%	20.6%	17.2%	9.9%	1.4%



【コメント】

インフラ（交通）とコンテンツ（個店・飲食）が同列で重要視されています。特に「個人商店」への期待値の高さが特徴的となっています。

【強み-ポテンシャル】

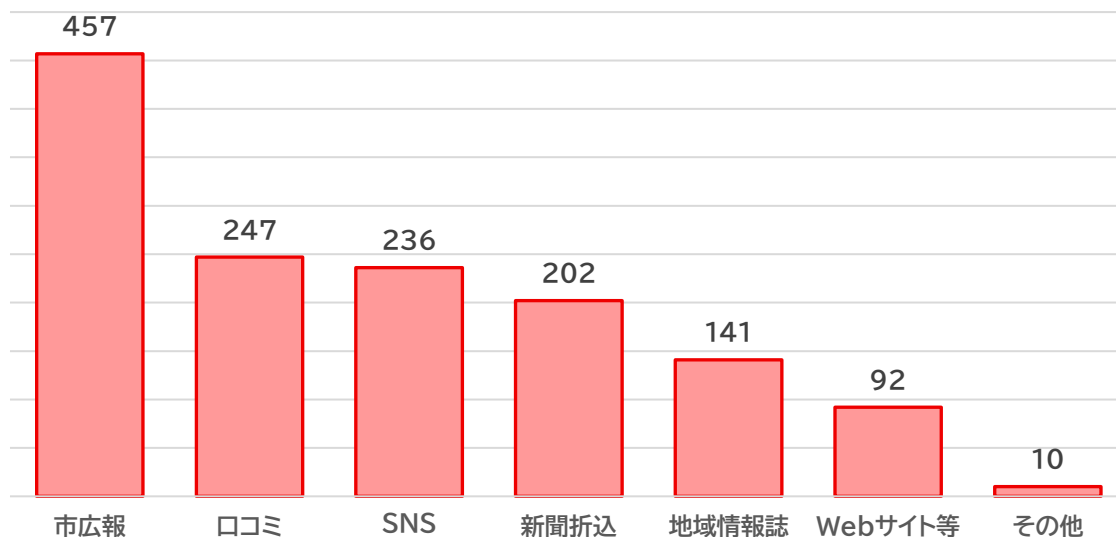
チェーン店頼みではなく、個性あるチャレンジャーを応援し、受け入れる土壌があり、創業店舗などが活性化に直結しやすい環境となっていると思われます。

【課題-ボトルネック】

個店が点在しているだけでは集客力が弱いため、それらを面として繋ぐ交通アクセスや、情報を集約して発信する仕組みが不足していると思われます。

○問8. 情報入手の主な手段（複数回答）（有効回答830）

市の広報誌	知人/家族からの口コミ	SNS (Instagram・X等)	新聞折込チラシ	地域情報誌	Webサイト/ニュースアプリ	その他
457	247	236	202	141	92	10
55.1%	29.8%	28.4%	24.3%	17.0%	11.1%	1.2%



【コメント】

広報誌が最強のメディアですが、SNSと口コミも約25%を占め、情報源が多様化・断絶しています。

【強み-ポテンシャル】

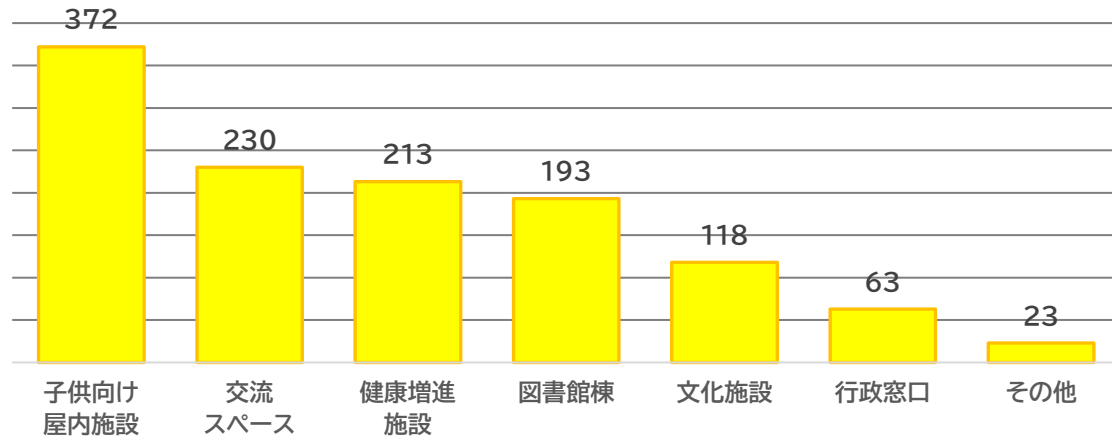
市の広報誌という確実な「太いパイプ」を持っています。ここを基点に、デジタルへ誘導するクロスメディア戦略が展開できるれば情報発信力が強化されると考えられます。

【課題-ボトルネック】

若年層はSNS、高齢層は市の広報誌と、見ているメディアが完全に異なります。全世代に情報を届けるには、従来の手法に加え、ターゲット別のきめ細やかな発信体制が必要となってきます。

○問9. 商業施設以外に欲しい機能・場所（複数回答）（有効回答827）

子どもが屋内で遊べる施設	市民が気軽に集える交流スペース	健康増進施設（ジムなど）	図書館/学習スペース	文化ホール/ギャラリー	行政サービス窓口	その他
372	230	213	193	118	63	23
45.0%	27.8%	25.8%	23.3%	14.3%	7.6%	2.8%



【コメント】

「子どもの屋内遊び場」が圧倒的トップです。これは商業的な要望以上に、「子育て環境のインフラ」としての切実な叫びだと思われます。

【強み-ポテンシャル】

街のシンボルにふさわしい「子育て支援」の拠点施設が、活性化を牽引する具体的な核となり得ることが、本調査の結果が示しています。

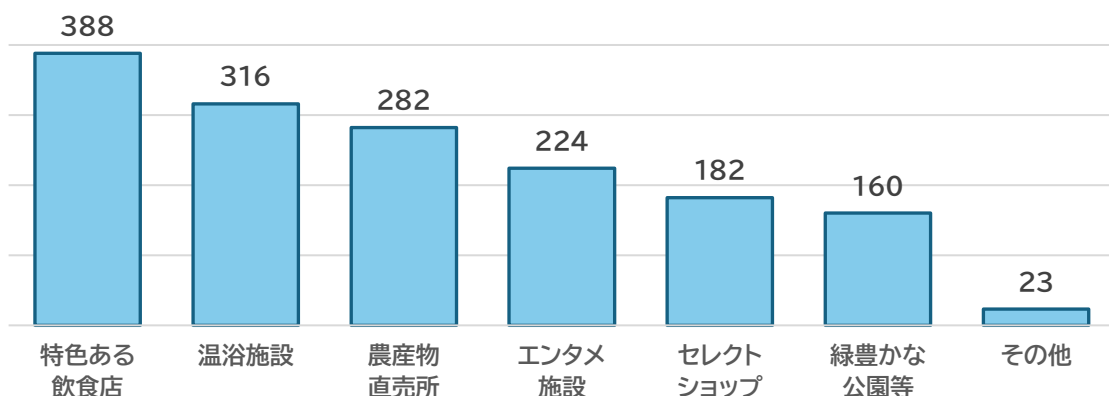
【課題-ボトルネック】

雨天や猛暑が続く昨今、公園などの屋外施設だけでは子育て層のニーズを満たせず、市外の大型SC（屋内遊び場あり）へ流出する主因となっているようです。

○問10. 新しい施設への期待

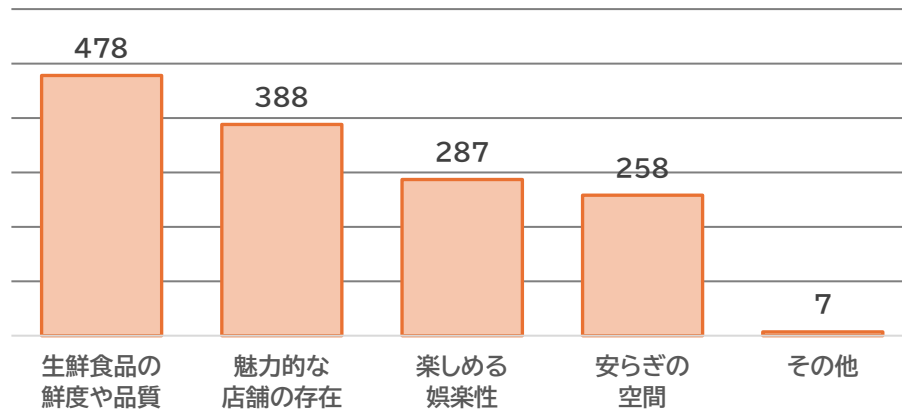
(1) 欲しいお店・施設（複数回答）（有効回答843）

特色のあるレストラン/カフェ	温浴施設	農産物直売所	エンターテインメント施設（映画館など）	有名ブランド/セレクトショップ	緑豊かな公園/広場	その他
388	316	282	224	182	160	23
46.0%	37.5%	33.5%	26.6%	21.6%	19.0%	2.7%



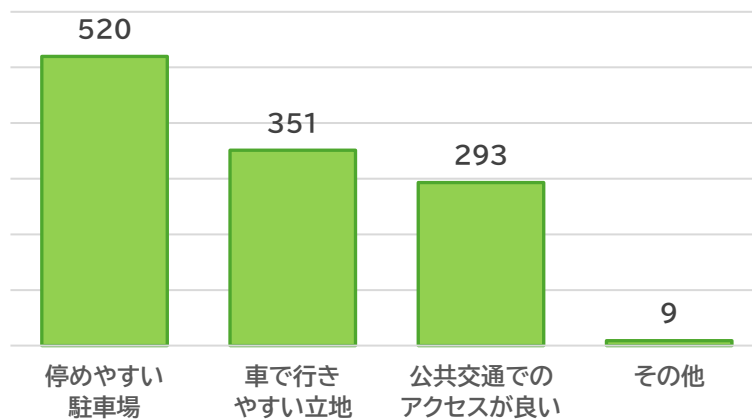
(2)重視する点（複数回答）（有効回答844）

生鮮食品の鮮度や品質	魅力的な飲食店や小売店の存在	楽しめるエンターテインメント性	休憩できる安らぎの空間	その他
478	388	287	258	7
56.6%	46.0%	34.0%	30.6%	0.8%



(3)訪問したい環境（複数回答）（有効回答847）

広くて止めやすい駐車場	幹線道路沿いなど車で行きやすい立地	駅やバス停から近いなど公共交通でのアクセスが良い	その他
520	351	293	9
61.4%	41.4%	34.6%	1.1%



【コメント】

「食の質（鮮度・レストラン）」と「癒やし（温浴）」への期待が高く、それを支える「駐車場」が必須条件となっているようです。

【強み-ポテンシャル】

「生鮮食品の鮮度」へのこだわりが強いことから、地元の農産物を活かした直売所やマルシェが、他市との差別化要因になると考えられます。

【課題-ボトルネック】

どんなに魅力的なコンテンツを作っても、「駐車場が狭い・入りにくい」だけで選択肢から外される可能性があるようです。土地利用の制約の中で、いかに十分な駐車スペースを確保するかが最大の課題となってくると考えられます。

#### 4. クロス分析（属性別の特徴）

年代や性別などの違いから、皆様がまちに求めるニーズにどのような違いがあるかを分析しました。

##### ①子育て・現役世代の「おしゃれ」への期待

30代・40代の働く世代は、他の世代に比べて「衣料品」や「雑貨店」を求める声の特に高い傾向が見られました。一方で、10代・20代の若い世代では、これらの要望が相対的に低くなっています。これは、「みよし市内で洋服を探すのは難しい」と最初から諦めて、市外に買い物に行く習慣が定着している可能性を示しています。

##### ②女性が市外へ行く理由市外へ行く理由

女性は男性に比べて「好きなブランド/チェーン店があるため」という回答が目立ちます。女性、特に消費に積極的な世代の流出は、「安さ」ではなく「特定のブランドや体験へのこだわり」を満たせるお店が市内に不足していることが原因と考えられます。

##### ③年代別：市外へ行く理由の違い

10代：「好きなブランド/チェーン店がある」（32.0%）

30代・40代：「市内に欲しい店がない」（約44%）

若年層はトレンドや記号消費を求め、現役世代は生活利便性を求めています。全方位的な解決策ではなく、ターゲットを絞った誘致（例：若者向けにはカフェ、ファミリー向けには実用衣料）が必要と思われれます。

##### ④理想の雰囲気と「欲しい施設」の関係

活気派：「エンタメ施設」「有名ブランド」を強く希望。

緑派：「農産物直売所」「温浴施設」を強く希望。

市民のニーズは「動（活気）」と「静（緑）」に明確に分かれています。これらを混在させず、エリア分け（ゾーニング）することで、双方の満足度を高めることが可能と考えられます

##### ⑤高齢層の「健康・安心」への期待

50代以上の方々から、「特色のあるカフェ/レストラン」に加えて、「温浴施設（お風呂やサウナなど）」や「農産物直売所」への要望が高いことがわかりました。中心市街地が、単なる買い物だけでなく、健康維持や安心な食材の購入、人との交流の場としての役割も担うことが期待されているようです。

##### ⑥子育て世代（30代）のニーズ

30代において「子どもが屋内で遊べる施設」の要望率が突出しています。この層にとって「屋内遊び場」は、単なるレジャーではなく「育児の逃げ場・居場所」です。ここに飲食店を併設することで、休憩できる安らぎの空間とすることができる可能性があります。

##### ⑦情報源の世代間ギャップ

10-20代の約6割以上が「SNS」を利用する一方、60代以上は「広報誌・チラシ」が過半数を占めます。情報を全市民に届ける単一のメディアは存在しません。特に将来を担う若年層を取り込むには、紙媒体からデジタルへの重心移動、特にSNSでの「映える」情報発信が必要と考えられます。

## 5. 皆様からいただいた「生の声」（自由記述の分析）

選択肢だけでは伝わらない、回答された方の具体的な思いを抽出しました。

- ・店舗への要望:ユニクロ、業務スーパー、餃子の王将など、生活の質を安定させる全国チェーン店への期待がありました
- ・歩道の整備、公共交通（さんさんバス）の増便など、安全で快適な移動環境への要望がありました。
- ・「豊田市や長久手市のような計画的な街づくりをしてほしい」という記述があり、近隣の成功事例を参考にしながら、みよし市独自の明確な街の将来像を描くことへの期待を感じました。
- ・「市民主体でイベントや街づくりが行われること」「行政が市民に寄り添う町に」という声があり、施設が増えることだけでなく、「市民が主役となってまちづくりに関わる機会」を求めていることわかりました。

## 6. まとめと今後の焦点

本調査の結果、みよし市は「市民の地元愛と消費意欲は高いものの、それを受け止める魅力的な『場』と『機能』が不足している」ことが明らかになりました。

### 【みよし市の最大の強み】

#### ◆市民の「日常使い」の定着

7割の方が週2回以上市内で外出しており、新しいお店やサービスをすぐに受け入れてくれる生活基盤があります。魅力的な場さえあれば、即座にお客様になりうる「熱い顧客基盤」が存在していることがわかりました。

#### ◆明確なニーズ

「食」「子ども」「緑」というキーワードがはっきりしており、打つべき施策の方向性が明確となりました。

### 【乗り越えるべき最大の課題】

#### ◆受け皿の不足

市民のニーズ（特に飲食店、屋内遊び場）を満たす施設がなく、機会損失が生じていると考えられます。

#### ◆「交通の壁」

公共交通の利便性が最大の不便さ（72.7%）と認識されており、この問題の解決が、お店の魅力向上よりも優先すべき課題となっているかもしれません。車社会を前提とした駐車場整備と将来を見据えた公共交通の充実という、相反する課題への対応が必要となってきています。

みよし商工会では、いただいたご意見を基に、より魅力的なみよし市の実現に向けて取り組んでまいります。

### 〔付録〕

- ・アンケート用紙



みよし商工会 街づくりに関するアンケート

このアンケートは、みよし商工会が、みよし市の今後のまちづくり、特に商業の活性化や中心市街地（市役所からアイモールにかけた国道153号線の沿線）の魅力向上を考える上での基礎資料とさせていただきます。

皆様の貴重なご意見をお聞かせください。

○あなた自身のことについてお答えください。

性別	<input type="checkbox"/> 男性 <input type="checkbox"/> 女性 <input type="checkbox"/> その他/回答しない
年代	<input type="checkbox"/> 10代 <input type="checkbox"/> 20代 <input type="checkbox"/> 30代 <input type="checkbox"/> 40代 <input type="checkbox"/> 50代 <input type="checkbox"/> 60代 <input type="checkbox"/> 70代以上
職業	<input type="checkbox"/> 会社員 <input type="checkbox"/> 公務員 <input type="checkbox"/> 主婦/主夫 <input type="checkbox"/> 自営業 <input type="checkbox"/> アルバイト <input type="checkbox"/> その他（ ）
お住いの地区	<input type="checkbox"/> 新屋 <input type="checkbox"/> 三好上 <input type="checkbox"/> 三好下 <input type="checkbox"/> 西一色 <input type="checkbox"/> 福田 <input type="checkbox"/> 明知上 <input type="checkbox"/> 明知下 <input type="checkbox"/> 打越 <input type="checkbox"/> 筋生 <input type="checkbox"/> 福谷 <input type="checkbox"/> 黒笹 <input type="checkbox"/> 東山 <input type="checkbox"/> 高嶺 <input type="checkbox"/> 好住 <input type="checkbox"/> 中島 <input type="checkbox"/> ひばりヶ丘 <input type="checkbox"/> あみだ堂 <input type="checkbox"/> 山伏 <input type="checkbox"/> 平池 <input type="checkbox"/> 上ヶ池 <input type="checkbox"/> 三好丘 <input type="checkbox"/> 三好丘緑 <input type="checkbox"/> 三好丘旭 <input type="checkbox"/> 三好丘桜 <input type="checkbox"/> 三好丘あおば <input type="checkbox"/> 市外（ ）
主な通勤、通学手段	<input type="checkbox"/> 自家用車 <input type="checkbox"/> 公共交通機関 <input type="checkbox"/> 自転車 <input type="checkbox"/> 徒歩 <input type="checkbox"/> その他（ ）

■現在の市内での過ごし方と課題について

普段の生活や、まちに対するご意見についてお聞かせください。

問1. 市内で買い物や外食、その他の用事で外出する頻度はどのくらいですか？

ほとんど毎日 週に2~3回 週に1回 月に1~2回 ほとんどしない

問2. 休日に市内で過ごす場合、主に何をしていますか？（複数回答可）

買い物 外食 公園での散策や運動 図書館など文化施設の利用 イベント参加  
市内で過ごさない その他（ ）

問3 市外へ買い物や食事に行く主な理由は何ですか？（複数回答可）

市内に欲しい店や商品がないため 品揃えが豊富なため 価格が安い  
好きなブランド/チェーン店があるため 街の雰囲気が良いため  
その他（ ）

問4. 市内で「もっとこういうお店やサービスがあれば便利なのに」と感じるものは何ですか？（複数回答可）

衣料品 雑貨店 書店 家電量販店 家具店 100円ショップ  
多様な飲食店（カフェ、レストラン等） その他（ ）

問5. 買い物以外で、生活全般において市内で不便だと感じていることは何ですか？（複数回答可）

公共交通機関の利便性 福祉サービス 子育て支援 医療体制  
公園や緑地などの自然環境 行政サービス その他（ ）

