

[様式第3号]

資料提供年月日	平成28年4月11日	
問い合わせ先	課名	産業振興・雇用推進課
	電話	直通 803-1323 内線 4520
担当者	職名・氏名	課長 河田
	職名・氏名	課長代理 大倉

広 報 連 絡

<市長定例記者会見資料>

- 1 件 名 商店街等調査結果の報告について
- 2 目 的 岡山市の商圈や商店街の実態、地域ニーズ等を把握・分析するとともに、大型商業施設出店前に行った前回（平成25年度）調査結果との比較・検証を行い、今後の商店街活性化の方向性を探るための基礎資料とするもの。
- 3 内 容 商圈（消費購買行動）調査
来街者のまちなか行動特性に関する調査
商店街個店調査
- 4 備 考
「商店街等調査報告書」の全体版については、産業振興・雇用推進課のホームページ
(URL : http://www.city.okayama.jp/keizai/sangyou/sangyou_00420.html)
からダウンロードが可能です（4月11日以降）。

商店街等調査報告書（概要版）

岡山駅前のイオンモール岡山は、オープンから1年間で1800万人が来店した。この大型商業施設のオープンが岡山市はじめ近隣地域に与える影響は大きいと考え、岡山市、岡山商工会議所、岡山大学が連携して、オープン前と後で、岡山市の商業に与える影響を調査（①商圈調査、②まちなか行動特性調査、③商店街個店調査）することとし、その調査結果をとりまとめた。

『本調査では、イオンモール岡山の出店を契機に、まち全体に人の流れが生まれはじめていることを確認できた。

岡山市が進めてきた、中心市街地における回遊性向上にむけた政策・施策をこれからも進めていくとともに、今後とも大型商業施設と商店街や百貨店が共に、岡山市の商業活性化に向けた活動を進めていくことが重要である。』

1. 商圈（消費購買行動）調査

- ① 調査対象者は3,336人（男性1,684人、女性1,652人）
- ② 年齢階層:10代13% 20代16% 30代19% 40代19% 50代19% 60代以上21%
- ③ 居住地:岡山市民33%(前回34%) 岡山市外県民40%(同42%) 岡山県外者28%(同24%)
- ④ 調査方法:岡山市及び周辺市町村に在住する生活者に対するWeb調査
- ⑤ 調査期日:平成27年11月

- エリア別顧客行動では、表町・天満屋は客足がわずかながら伸びている。駅前・イオン周辺は大きくプラスに変化している。奉還町はイオン効果が見られない
- イオンモール出店による経営への影響は、市内の百貨店と倉敷の大型商業施設への影響が大きいと推測される

エリア別顧客行動

表町・天満屋

客足がわずかながら
伸びている
特に「行くことは無い」
が減少している

駅前・イオン周辺

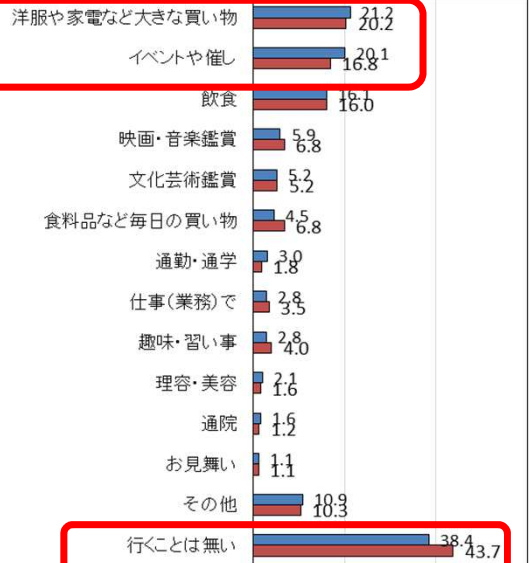
イオン出店前後で
大きく変化している

西口・奉還町

今のところイオン効果が
あまり見られない

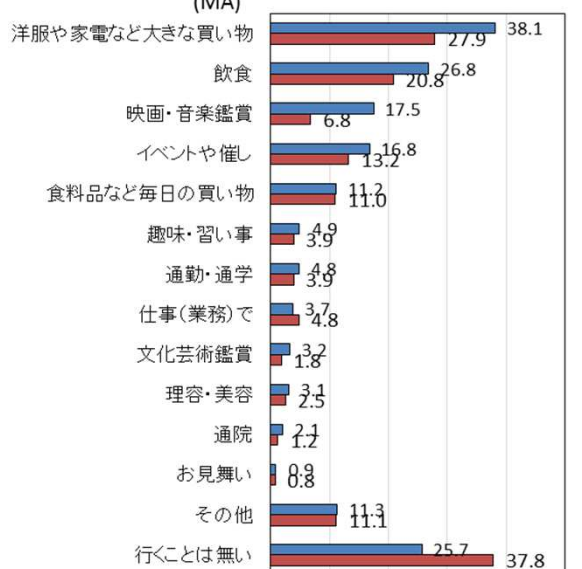
Q19-A. 行く目的
＜岡山市北区表町ゾーン(表町、天満屋周辺)＞

■今年度(N=2422) ■平成25年度(N=3188)
(MA) 0% 20% 40% 60%



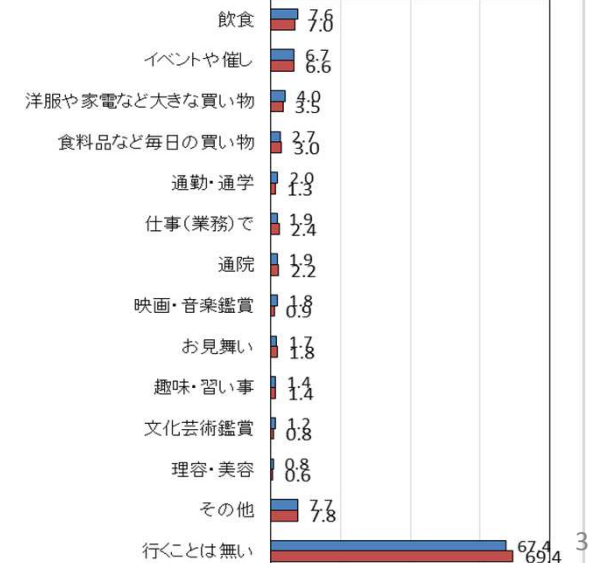
Q19-B. 行く目的
＜岡山市北区駅前ゾーン(イオンモール岡山、岡山一番街、高島屋岡山店を含む)＞

■今年度(N=2422) ■平成25年度(N=3188)
(MA) 0% 10% 20% 30% 40% 50%



Q19-C. 行く目的
＜岡山市北区奉還町ゾーン(奉還町商店街、および周辺地域)＞

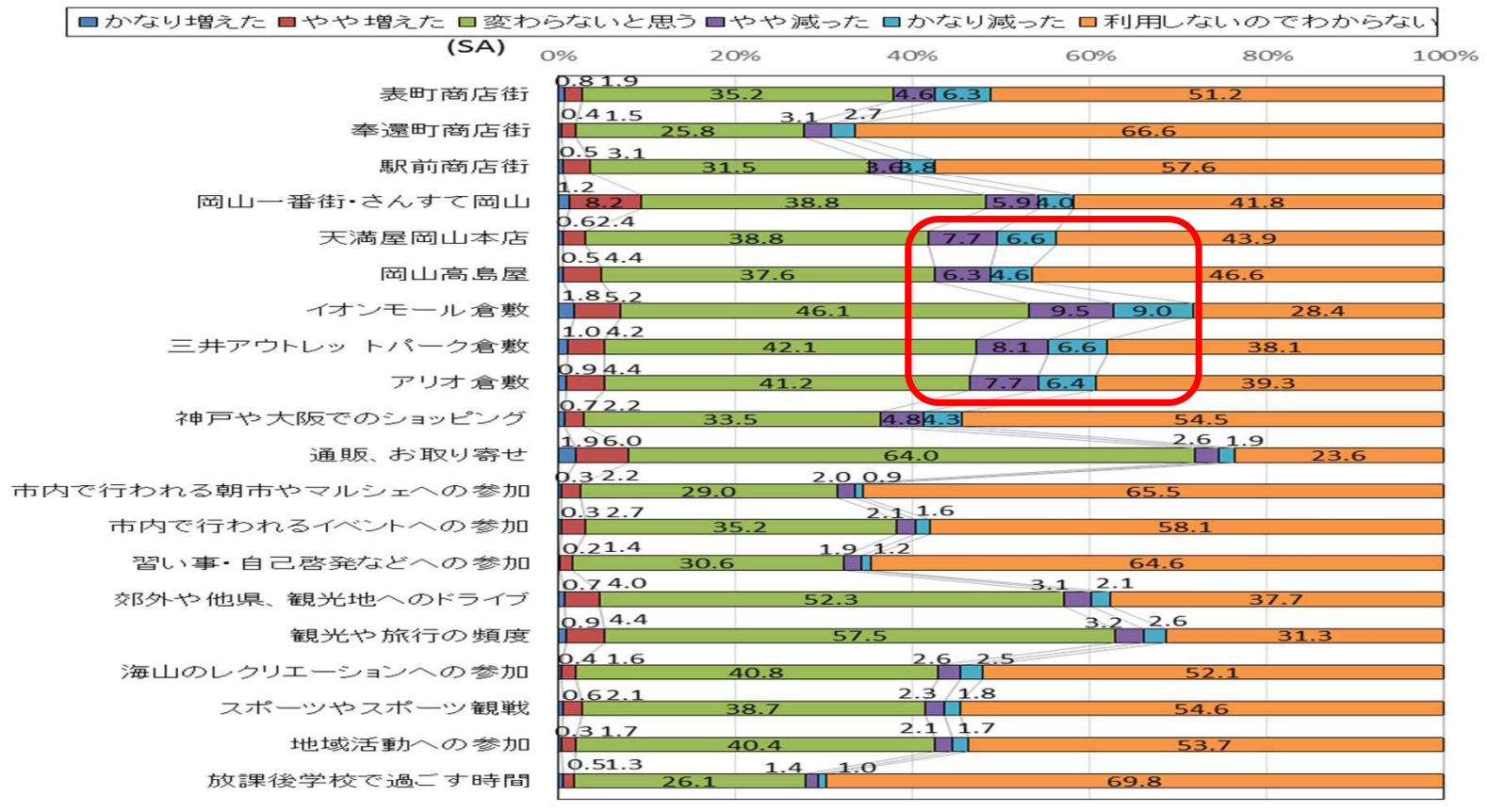
■今年度(N=2422) ■平成25年度(N=3188)
(MA) 0% 20% 40% 60% 80%



イオンモール出店による顧客行動

市内の百貨店と倉敷の大型商業施設への影響が大きい

Q39. イオンモール岡山のオープン後、以下にあげるお店や地域でのショッピングの回数やその他の諸活動に費やす時間に変化がありましたか。それぞれの項目についてあてはまるものをひとつだけお選びください。(N=2422)

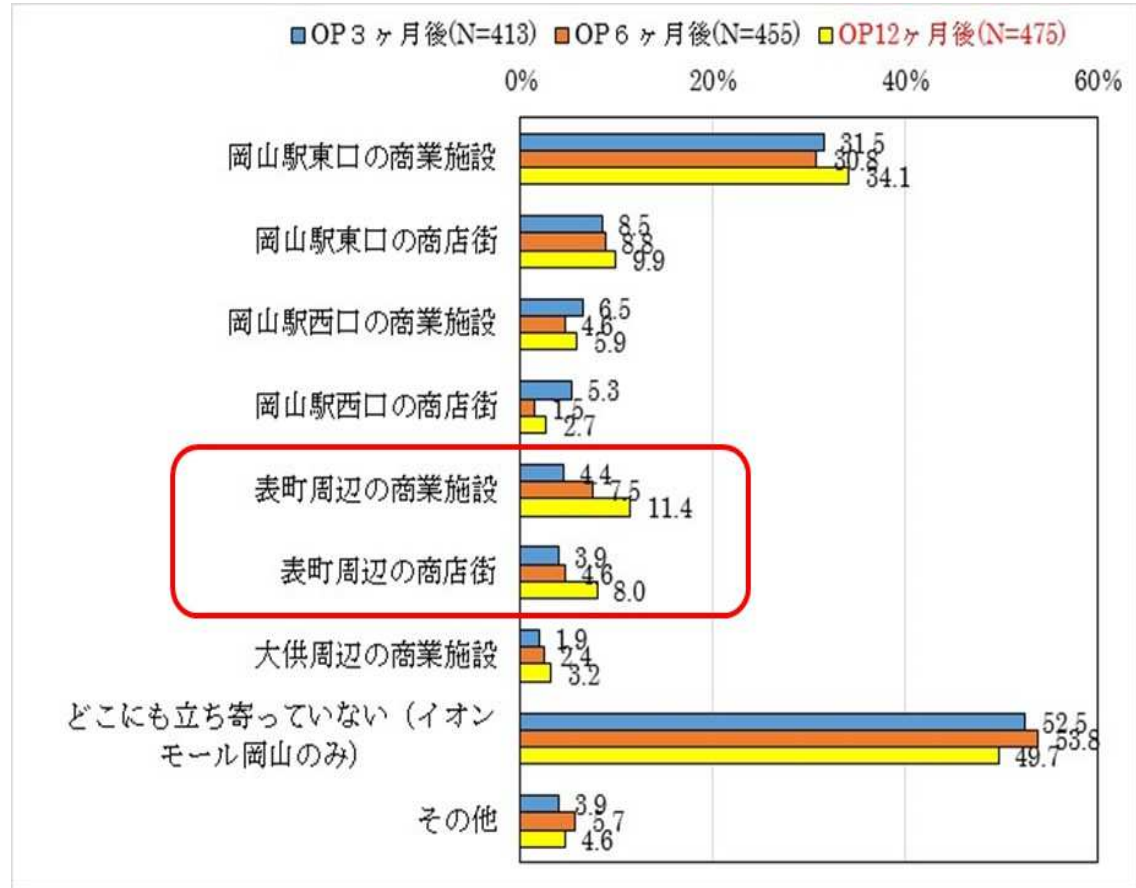


2. 来街者のまちなか行動特性に関する調査

- ①消費者のイオンモール岡山や既存商店街などの利用状況の把握（調査方法は、1. 商圈（消費購買行動）調査と同じWebアンケート調査）
- ②駅前を中心としたエリアの歩行者通行量の計測（歩行者通行量調査：平成27年12月休日実施）
- ③市民各層に対するまちなか行動に関するグループヒアリング（高校生、大学生、働く女性、主婦・子育て世代女性、高齢者の3～8名のグループに聞き取り：平成27年11月～平成28年1月）

- ・ 従来から駅前と表町で二極化していた中心市街地にイオンモール岡山が開業したことで、イオンモール岡山を含む駅前ゾーンが、商業中心としての影響力を増した。しかし、これによって必ずしも一極集中が進んだわけではなく、イオンモール岡山来店者においては、表町との間を移動する行動も増える傾向にあることが分かった。
- ・ 駅前地区の歩行者通行量調査では、高島屋背面の街路を中心に通行量が多く、まちなかの人の移動の観点からは、付近に集中する駐車場が人の発生源になっていると言え、東西方向は、桃太郎大通り、県庁通りが主軸となり、西川緑道公園では、野殿橋付近での通行量が多くなっている。
- ・ ヒアリング調査では、「イオンモール岡山に行くようになり、ついでに県庁通りに足を延ばすようになった」や「市外や県外からわざわざイオンに来た客は、ついでに表町も回る」という発言もあった。

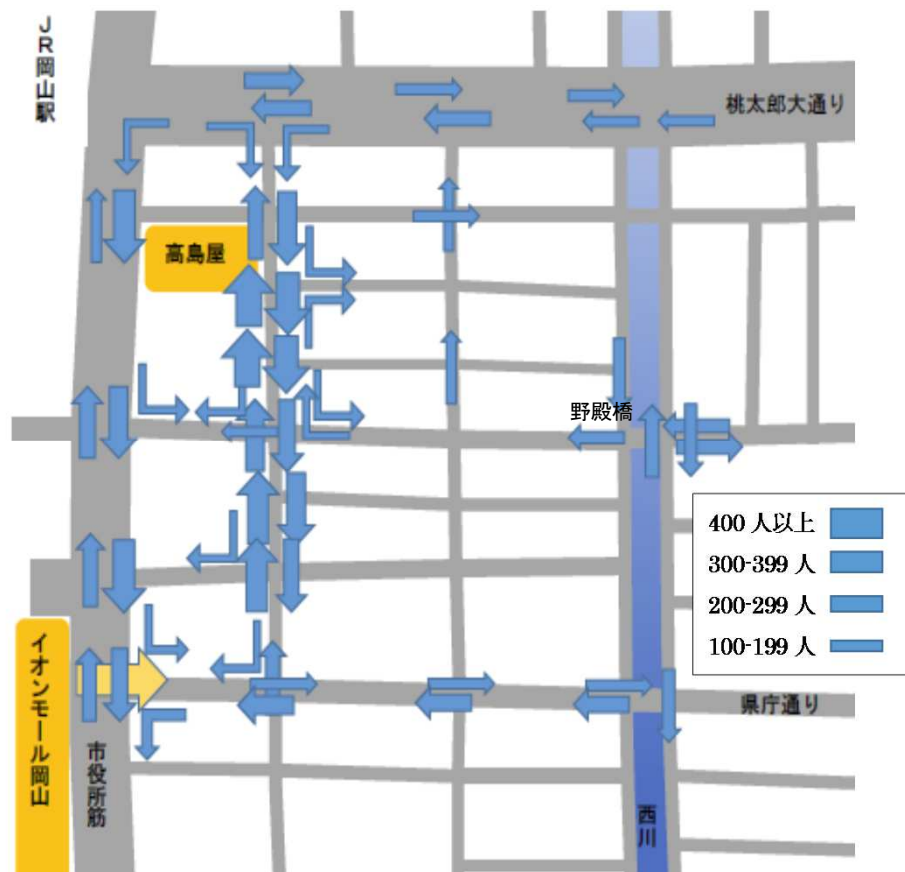
イオンモール来店者の回遊状況



イオンモール岡山に行った際、立ち寄ったり利用したりした既存の商業施設や商店街の中で、「表町周辺の商業施設」「表町周辺の商店街」において、イオンモールオープン後3ヶ月、6ヶ月、12ヶ月目の3時点の調査で、順次利用した人の割合が高まっている。イオンモール岡山の利用者が表町方面へと回遊している状況も生まれているようだ。

資料：協同組合岡山文化情報研究所調べ

駅前地区の歩行者通行量



高島屋背面の街路を中心に通行量が多く、まちなかの人の移動の観点からは、付近に集中する駐車場が人の発生源になっていると言える。

東西方向は、桃太郎大通り、県庁通りが主軸となっており、西川緑道公園では、野殿橋付近での通行量が多くなっている。

※10時～13時の間に各交叉点を複数回、5分間ずつ計測した結果を基に60分に換算した結果である。クリスマス前の日曜日で、西川緑道では有機生活マーケットいちが開催されていた。数字には自転車も含む。

駅前地区の歩行者通行量 H27.12 休日)
(100人／時間以上を表示)

・イオンモール岡山の評価

- 岡山市の都市構造特性から、まちなか行動は、JR岡山駅前～イオンモール岡山、表町天満屋周辺に大きく2つの中心がある。来街者の回遊は、まだ局所的である。
- イオンモール岡山が新たな目的施設として大きな吸引力を持つ。しかし、天満屋や表町商店街との使い分けが見られ、全面的に激しく競合したわけではない。
- 両者を結ぶ桃太郎大通り、県庁通りには、沿道に魅力的な機能集積がまだ弱いとの指摘あり。車依存の高さ、電車やバスの利用もあって、徒歩での回遊はまだ局所的。
- 開業後、倉敷イオンにいかなくなった人、逆に使い分けをする人の両方が存在。イオンモール岡山に充実したレストラン街ができたことへの評価は高い。高島屋や天満屋とは、使い分けをしている人が多い。
- 「イオンモール岡山に行くようになり、ついでに県庁通りに足を延ばすようになった」「市外や県外からわざわざイオンに来た客は、ついでに表町も回る」という発言もあった。

3. 商店街個店調査

- ① 調査対象者 岡山市中心市街地商店街 個店
- ② 回答者 商店主、オーナーまたは店長
- ③ 商店街振興組合 246店舗（平成27年12月 訪問留置調査）

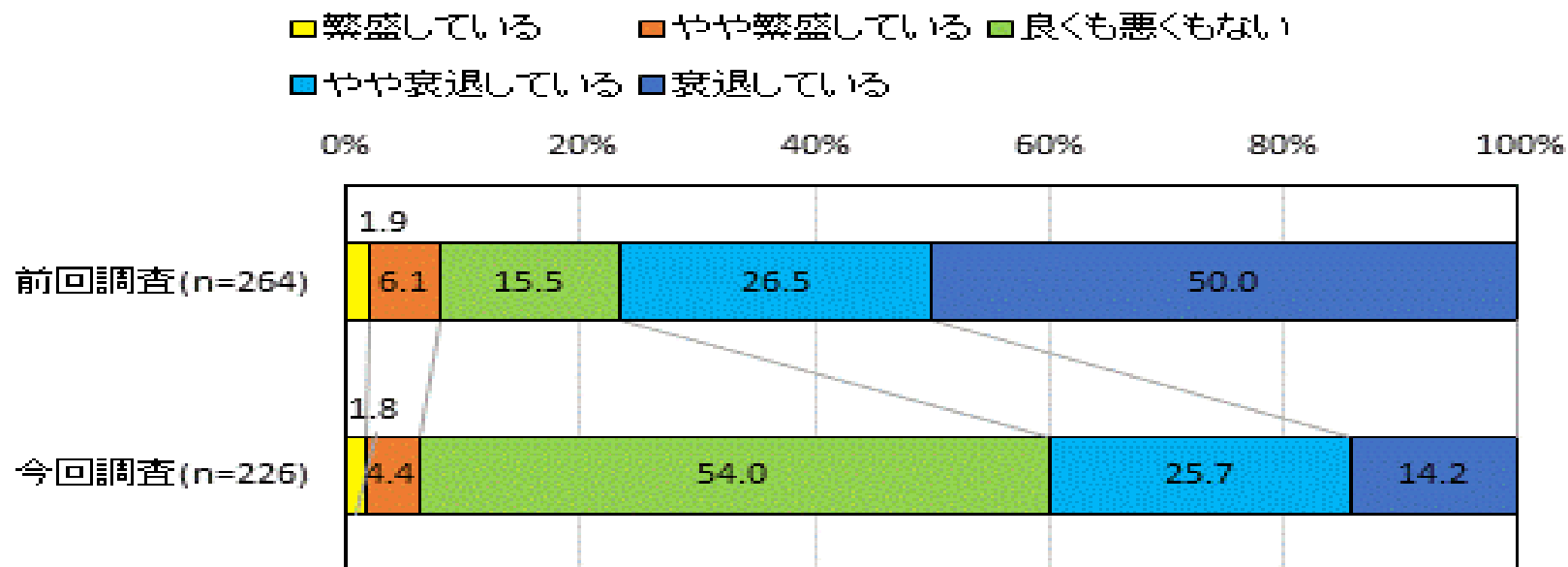
回答店舗数243の所属内訳は、「奉還町商店街振興組合」22%、「協同組合中之町商店会」13%、「岡山上之町商業協同組合」12%、「岡山駅前商店街振興組合」11%、「新西大寺町商店街協同組合」9%、「協同組合岡山市栄町商店街」8%、「協同組合岡山市下之町商店会」および「協同組合西奉還町商店会」7%、「協同組合西大寺町商店会」6%、「岡山表町南部商店街振興組合」5%、「岡山千日前商店街振興組合」1%の11団体である。なお、これらの店舗の所在地は、広義の表町商店街が約60%、広義の奉還町商店街が約29%、岡山駅前商店街が11%となっている。

- イオンモール岡山の出店により、商店街に人が増えてきたと実感している
- 売上、収益面は低下、ウイン&ウインには至っていない(食い合いの可能性)
- イオンモール岡山オープン後の雇用の変化については影響なし

イオンモール岡山オープン前と現在の景況感

- オープン前に50%の商店主が「衰退している」と答えたのに対し、今回の調査では14%と激減している。これは、景気の回復が横這い状態である点を考慮するとイオンの集客効果により、まちに人が回遊し始めている証左であると推測できる。
- ただし「良くも悪くもない」との答えが前回16%から、今回54%と回答していることから、プラスの景況感が出てきているが、売り上げ収益には、いまひとつ結びついていないと考えられる。
- まちなかの回遊性を高める施策の継続が必要と思われる。

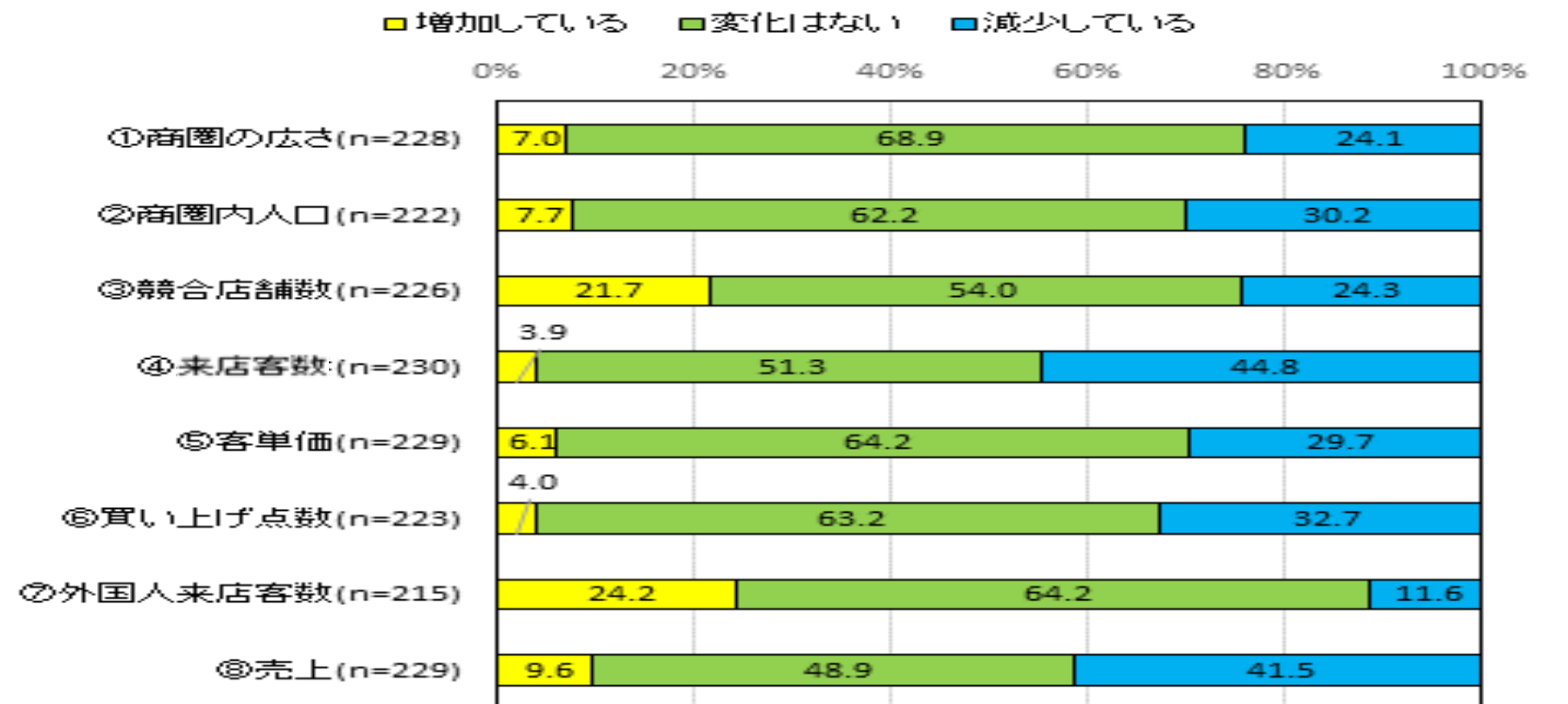
5～6年前と比べた現在の景況感



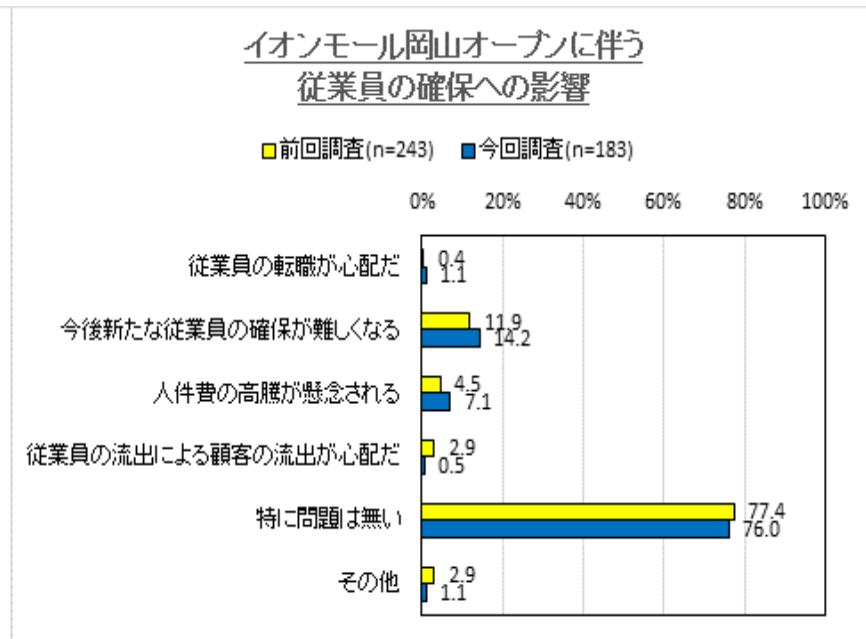
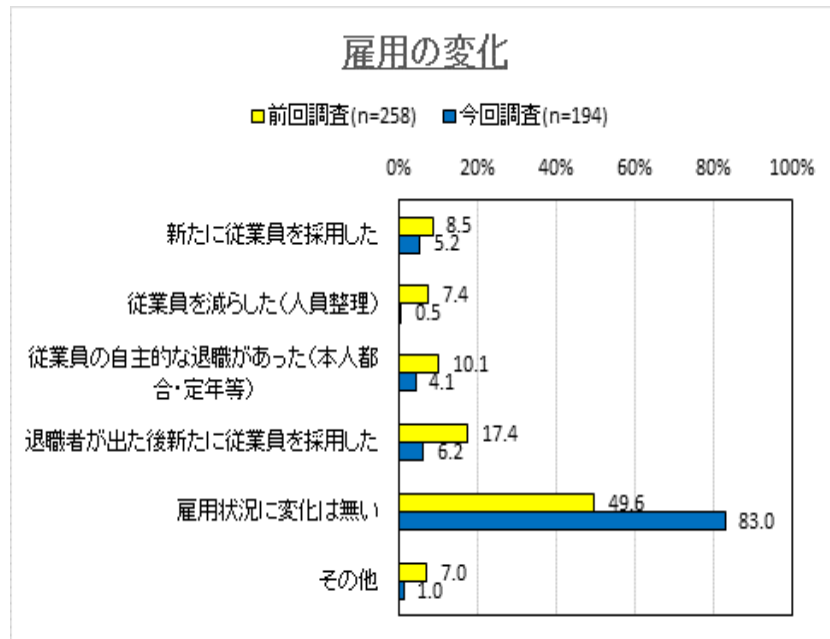
オープン前後の変化については、減少していると回答した項目で、来店客数45%、売上42%、買上げ点数33%が上位に来ている。これは、イオンでの売り上げ分が影響していると考えられる。それは競合店舗数が以前に比べ22%増加したとの回答結果が裏づけとなっている。

一方で、外国人来店客数が24%増加していることより、「爆買」に代表されるように、外国人向けのビジネスにどう向き合うべきか、真剣に議論する段階に入っていると考えられる。

商店街を取り巻く環境変化(5~6年前と比べて)



- イオンモール岡山オープン後の雇用の変化（前回調査は過去5年間の雇用の変化について）過去5年間で従業員の雇用状況は、「退職者が出た後新たに従業員を採用した」店は6%（前回17%）、「新たに従業員を採用した」店5%（前回9%）、「従業員の自主的な退職があった」店が4%（前回10%）、「人員整理として従業員を減らした」店は1%（前回7%）であり、雇用状況に変化があったのは16%（前回43%）と前回に比べて変化が無く安定的に推移している。
- 雇用状況に変化がなかった店は83%（前回50%）と大きな変動が見られなかった。この結果を見る限りにおいては、全体としてさほど大きな影響は認められない。



商店街が現在抱える課題・問題点

商店街が現在抱える課題・問題点は

- ①「空き店舗・非店舗が増加」81%
- ②商圈人口の減少45%
- ③イベントのマンネリ化43%
- ④経営者や後継者不足39%
- ⑤駐車場が少ない35%
- ⑥核店舗が少ない31%
- ⑦組合員のまとまりのなさ26%
- ⑧共同事業への足並みがそろわない20%
- ⑨店舗の配列や業種構成18%
- ⑩立地条件が悪化14%
- ⑪資金不足12%
- ⑫大型店や専門店の増加11%
- ⑬道路の狭さ・車両混雑4%
- ⑬街路などカラー舗装の整備4%

という結果となっている。
空き店舗対策が急務である。

商店街の問題点

