

岡谷市商業環境調査に関する報告書（概要版）

1. 調査主旨

本調査は、新たな商業施設の開業や商業集積地への全国チェーン店の出店などにより岡谷市の商業環境が変化してきている中、店舗経営者や消費者の意識及び動向を調査・分析することで、商業振興に向けての取り組みや各個店の経営戦略を再検討するための調査と位置づけるとともに、より良いビジョン、計画策定へと踏み出せるよう調査結果を踏まえ分析する中で、次の事業へ繋げていくことを目的として実施しました。

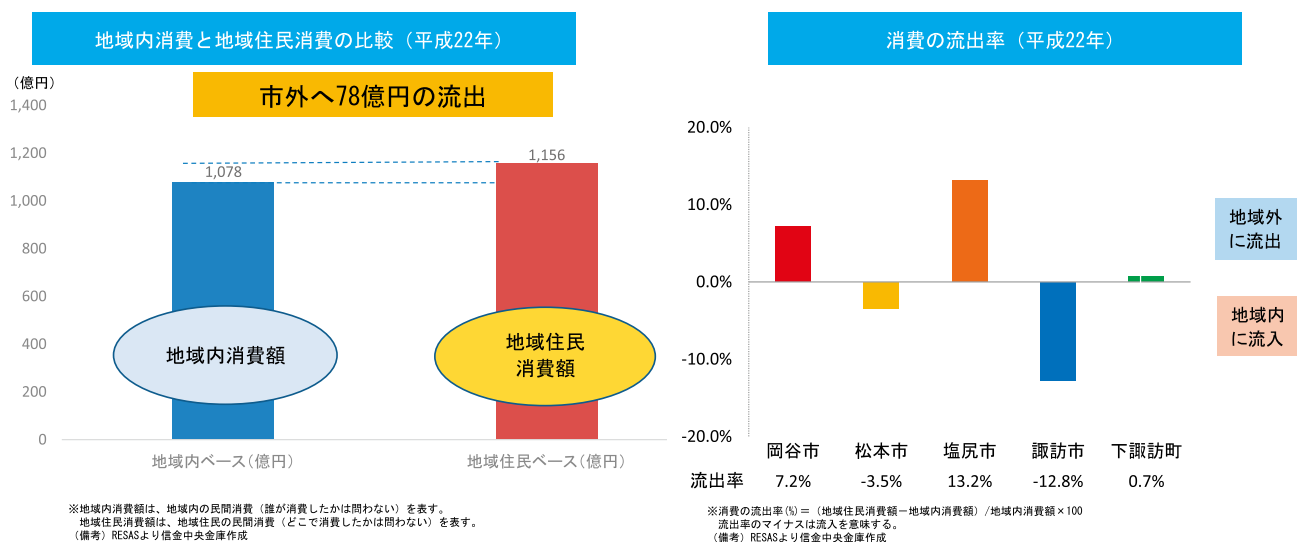
調査は岡谷市・岡谷商工会議所・岡谷市商業連合会・岡谷 TMO を実施主体とし、諏訪信用金庫（信金中央金庫）の協力をいただき、実施しました。

この報告書は各種調査によりまとめた商業環境や事業者の現状、消費者の意見と、それらを基に分析した岡谷市商業の課題を記載してあります。また、平成 30 年度以降の商業振興に向けた取り組みの内容についても記載してあります。

2. 報告事項

（1）岡谷市の商業環境の現状

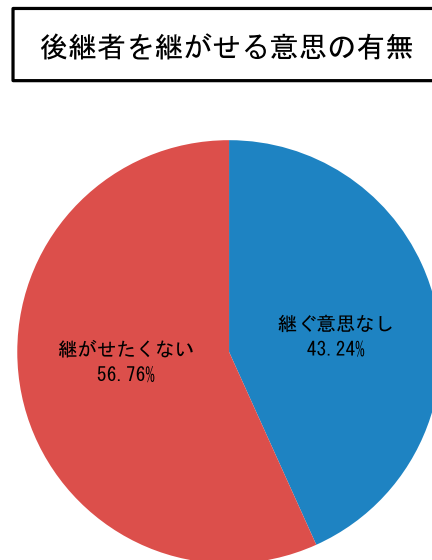
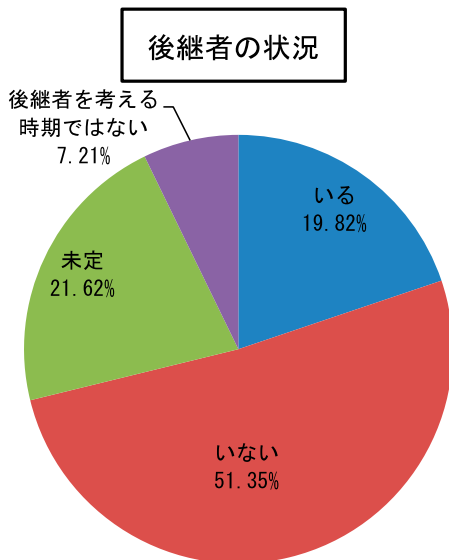
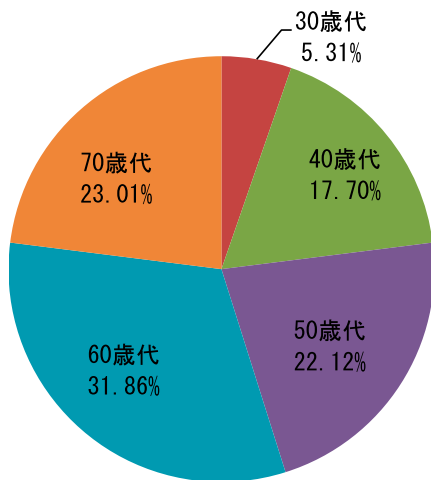
- ・平成 26 年における小売業の事業所数は 376。売場面積は 63,954㎡。そのうち、スーパーを含む食料品が 6,855㎡と最も多く、また増加傾向。
- ・岡谷市内の消費額が諏訪市や松本市へ流出している可能性がある。



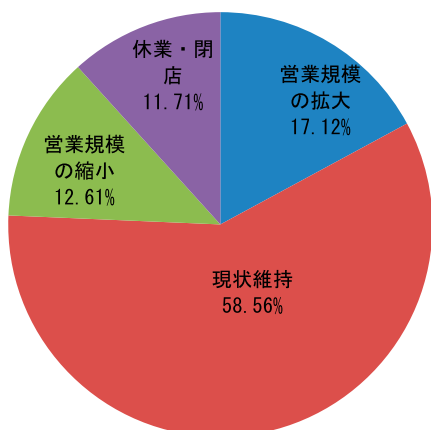
- ・空き店舗の活用について、複雑な権利関係により断念するケースがある。
- ・市内に大型店がみられるが、一部、老朽化が進んでいる建物もある。
- ・岡谷市、岡谷商工会議所、岡谷市商業連合会、岡谷 TMO、岡谷スタンプ協同組合など、商業活性化に取り組む団体は多数あるが、一体となって取り組めていない現状がある。

(2) 事業者の現状

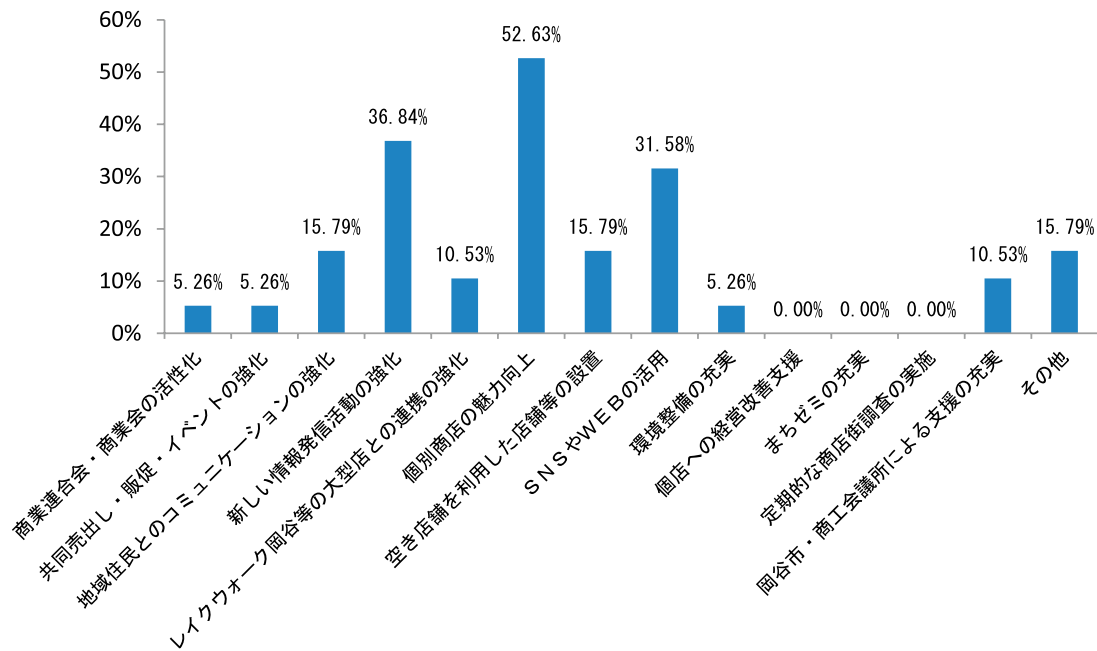
- ・60歳以上の経営者が半数以上で、そのうち半数以上が後継者不在と回答。今後10年後に商店数が大幅に減少することが考えられる。



- ・経営者の高齢化により、今後は廃業による空き店舗の増加も考えられる。
- ・廃業を検討している事業者のうち、店舗を貸す意向がある事業者もいる。
- ・今後の経営方針が現状維持との回答が約60%。



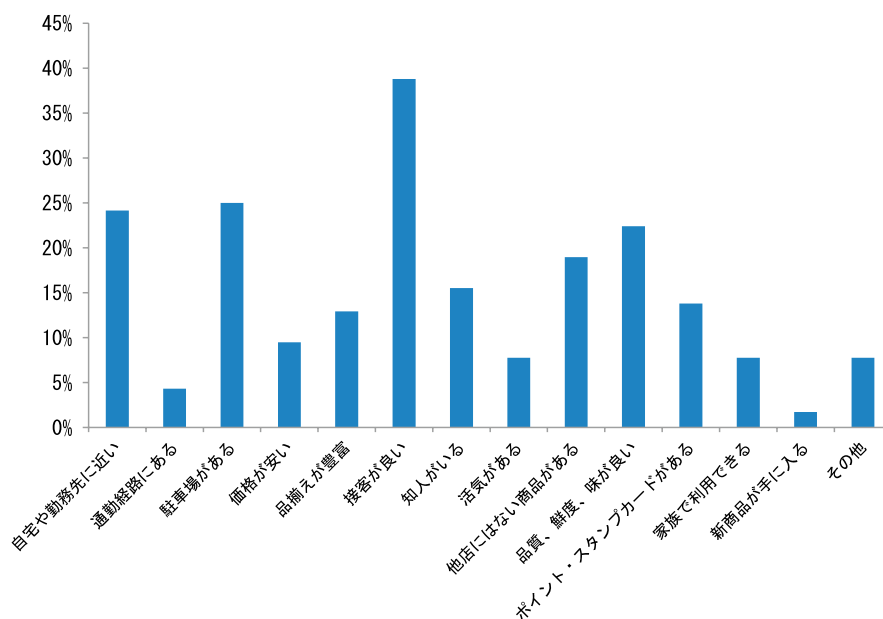
- ・今後の経営方針を規模拡大と回答された事業者は20%弱と少ないが、個店の魅力向上や情報発信の強化が必要と考えている事業者が多い。



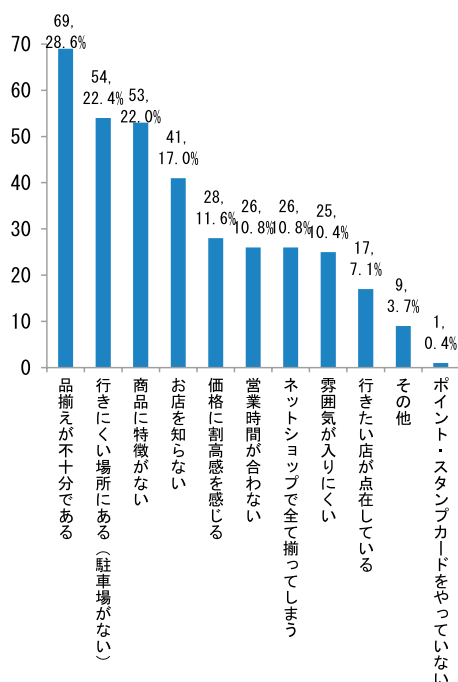
- ・レイクウォーク岡谷のオープンによる影響を受けていない事業所が半数。影響を受けているとした事業所は、売上高、客数ともに減少傾向。その一方で衣料品店、生活関連サービス店(理美容業)、飲食店を中心に売上が伸びている事業所もある。
- ・経営上の課題として、約70%が客数減少をあげている。

(3) 消費者の意見

- ・市内に大型商業施設や全国規模のチェーン店、スーパー、コンビニが充実していることから、岡谷市の商業環境についての満足度は高い。
- ・個人商店の利用者は50歳代以上が多い。利用については、接客の良さ、駐車場あり、近さという理由がある。



- ・市内の個人商店を利用しない理由として、知らない、入りにくい、行きにくい、品揃えが不十分との意見が多い。
- ・チェーン店の利用については、近さ、品揃え、駐車場ありという理由がある。
- ・市民の購入行動は、食料品はチェーン店のスーパー、日用品はチェーン店のドラッグストア、衣料品はレイクウォーク岡谷もしくは市外で購入。インターネットを利用した購入も子育て世代を中心に一定割合で存在している。
- ・市内のチェーン店などから市内の個人商店への流れは、あまり確認できない。チェーン店間での回遊はあると推測される。



（４）岡谷市商業の課題

- ・集客力のある店舗が市内に複数見られるが、その集客力を活かして連携した取り組みはあまり見られない。
- ・一部の大型店や全国チェーン店と個人商店が連携した取り組みは見られるものの、多くの全国チェーン店との協力関係は構築できていない。
- ・製造業が主力産業であるが、製造業と小売サービス業が連携した取り組みは見られない。
- ・食に関わる地域資源があり、提供する店舗も複数あるが、その他の業種への波及効果が見られない。
- ・経営者の高齢化が進んでおり、現状への問題意識は持っているが、売上増や客数増加などを目指して取り組む事業者は多くない。
- ・レイクウォーク岡谷のオープンにより若年層の歩行者が増加したが、そこをターゲットにした商店が少なく、波及効果を生み出せていない。
- ・消費者の一定割合が大型店やチェーン店が複数立地している市内の商業環境に満足している中、個人商店が存在意義を発揮できていない。
- ・多くの消費者は市内外の大型店やチェーン店などと個人商店を比較対象としており、事実上、競合関係になっている。
- ・商業会組織が多く存在しているが、活動していない、または限定的な活動となっている。
- ・商業活性化に取り組む組織、団体が存在しているものの、推進体制が十分ではなく、目指すべき姿も明確ではない。

（５）今後の方向性

調査の実施主体である岡谷市、岡谷商工会議所、岡谷市商業連合会、岡谷 TMO では、今回の調査及び分析結果をもとに、現状の商業振興施策や賑わい創出イベントの見直しと、商業活性化に取り組む各種組織、団体の連携等の方法について検討をしていきます。当事者である商業者にも多く関わっていただきたく、テーマを絞った情報交換会等も企画しています。