

6. 岡谷市の商業振興のための施策案

(1) 岡谷市・岡谷市商業環境の現状

①岡谷市の現状

- ・ 市内には J R 中央本線が通っており、特急の停車駅であって新宿まで 2 時間 30 分、名古屋まで 2 時間 10 分で移動できる。
- ・ 中央自動車道も整備されており、東京まで 182km、名古屋まで 162km である。(高速バス利用なら新宿まで 3 時間、大阪まで 5 時間)。
- ・ 諏訪湖のほか、八ヶ岳を眺望できる鳥居平やまびこ公園、つつじの名所の鶴峯公園など自然が豊か。
- ・ 2015 年現在人口は約 50,000 人 5 年前比 5 % 減で年 1 % (約 500 人) 減少。
- ・ 高齢者は増えているものの、若年層、生産年齢層が減少。特に 20 歳代の流出が多く学校卒業後の就職先が不足しているものと思われる。
- ・ ただし予測では高齢者も 2020 年からは減少傾向。
- ・ 公共施設として、カノラホール、岡谷蚕糸博物館 (シルクファクトおかや)、やまびこ国際スケートセンター、岡谷市民病院などが整備されている。
- ・ 岡谷市内では消費額が市外に流出しており、諏訪市や松本市に流れている可能性がある。
- ・ 諏訪市、下諏訪町、茅野市へは観光客の来街が確認できるものの、岡谷市では観光面での集客は弱く、消費金額も少ない。
- ・ 戦前は製糸業の中心地として栄え、近年では精密機械工業が盛んである。また、過去には味噌の生産量日本一を誇っており、今でも多くの味噌工場がある。
- ・ 岡谷市は人口あたりうなぎ消費量が全国上位に位置し、うなぎのまち岡谷の会が記念日として登録されている。
- ・ 事業所数、従業者数とも減少傾向にあり、市内での雇用機会が減少している。(増えているのは福祉関係)。
- ・ 2014 年、市内では卸売・小売業の事業所数は 653 と最も多いが、5 年前と比べて 10% 近く減少 (従業員数も同様)。
- ・ 一部若年層による新規開業はあるものの、総じて新規出店はあまり見られず、空き店舗が増える傾向にある。
- ・ 空き店舗の活用を検討する際、権利関係の複雑さで、断念するケースも少なくない。
- ・ 小売業の事業者数は 376 で、売場面積で見るとスーパーを含む食料品が 6,855 m² と最も多く、また増加傾向にある。(売上高も燃料に続いて 2 番で増加傾向)
- ・ 医薬品・化粧品も売上高、売り場面積とも増加傾向。
- ・ 実際、市外資本のスーパー等大型店は西友、オギノ、いちやまマートなど 7 店、ドラッグストアもアオキ、マツモトキヨシなど 3 店、ホームセンターもケイヨー D

2、カーマなど2店の出店が確認できる。

- ・市内にはレイクウォーク岡谷ほか、ララオカヤ、イルフプラザなどの大型店がみられるが、ララオカヤ、イルフプラザは老朽化が進んでおり、特にララオカヤについては抜本的な再活用を望む声が出ている。
- ・諏訪地域唯一の映画館やボウリング場があり、その他ゲームセンターなどのアミューズメント施設が集客されている。
- ・岡谷市のほか岡谷商工会議所、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関わる組織は多数あるが、一体となって活性化に取り組めていない。
- ・一部の商業会を除いては組織力が大幅に弱体化しており、単独での活動はほとんどできていないうえ、連携した動きも見られない。(活動がみられるのは童画館通りと新規に立ち上がったいとまち通り程度)。
- ・岡谷市商業連合会とレイクウォーク岡谷が連携したイベントや任意の商業者と商業集積地が連携したイベントは見られるが、常時連携している取り組みは見られない。
- ・うなぎ祭り(2月)、つつじ祭り(5月)、きつね祭り(7月)、太鼓まつり(8月)などのイベント等が開催されている。
- ・大型店オープン以降、岡谷市への来訪者は増えたが、商店街、個店への集客には繋がっていない。

②商業者の現状

- ・スタンプ事業は工夫次第で売上高増加につながるが、加盟率は30%弱(実際の企業数は100程度)。
- ・商業会への評価が低いせいか、加盟しない事業者が30%程度いる。
- ・60歳代以上の経営者が半数以上で、そのうちの半数以上が後継者不在と回答しており、これらの事業者は10年後にはリタイヤする可能性が高い。
- ・家族だけで経営している事業者が半数以上(平均2.3人)で、雇用している事業者でも雇用者数は平均3.7人。(全体平均で家族従業員を入れても1社4.2人)。今後の経営方針が現状維持との回答が約60%と多いことから、商業関係での雇用機会増加は期待しにくい。
- ・売上高が5,000万円以下の事業者が4分の3で、平均売上高は4,200万円程度。従業員1人当たり1,000万円程度の売上高。
- ・レイクウォーク岡谷の開業によって影響を受けていない事業者は半数で、受けている事業者のうち多くは売上高・客数とも減少している。
- ・その中で、衣料店、生活関連サービス店(理美容等)、飲食店を中心に売上が伸びている事業者がある。

- ・ 経営者の高齢化が進んでおり、廃業者も増えているのか、高齢化とともに空き店舗の増加を課題としている経営者が多い。
- ・ 人口減少の影響もあってか、商店街等への来街者数が減少し、客数が減少しているとの問題点をあげる経営者が最も多い。
- ・ しかし客数増加のための取り組みをしていない事業者もみられる。
- ・ 規模拡大は20%弱と少ないが、新規出店・品揃えの変更・価格変更などを考えており、個店の魅力向上が必要だと考えている経営者が多い。
- ・ 経営を前向きに考えている人は、情報発信の強化にも力を入れようとしている。
- ・ 一方、縮小・閉店を考えている経営者も30%以上おり、その中には店舗等を貸す意向を持つ人もいる。
- ・ 地域住民とのコミュニケーションが不足しているのか、コミュニケーション強化を挙げる経営者も20%いる。

③消費者の意見

- ・ 多くの市民は買い物に不自由はなく、商業環境の現状に満足している。
- ・ 市内の個店への意見は、知らない、入りにくい、行きにくい（遠い）、品揃えが不十分、が多く、利用者は一部市民等に限られている。興味のあるイベントがあれば行くかもしれないとの意見。
- ・ 個店（商店街）を利用しているのは50歳代以上、利用する理由は接客の良さと駐車場、自宅、職場からの近さ。
- ・ 市内に欲しい商業施設としては飲食店、スポーツ店（大型）、スポーツジム、雑貨店、屋内遊戯施設が挙がり、川岸方面の高齢者からはスーパーの要望もある。
- ・ 市民の購入行動は、食料品はチェーン店のスーパー（レイクウォーク岡谷含む）、日用品はチェーン店のドラックストア、衣料品はレイクウォーク岡谷もしくは市外が多い。また、ネット利用も一定割合で存在（子育て世代が中心）。
- ・ チェーン店等大型店の利用理由は近さと品揃え、駐車場。
- ・ 岡谷市内の商業施設での購入者割合は岡谷市民が80%、下諏訪町が10%、その他が10%。なお、レイクウォーク岡谷は市民50%、諏訪市12%、下諏訪町12%となっている。
- ・ 市民以外では、下諏訪町民による食料品（スーパー中心）の購入割合が高い。
- ・ 岡谷市に行く目的は、諏訪市：買物（食料品）53%、下諏訪町：買物（食料品）70%、茅野市：映画館・買物（日用品）・買物（衣料品）各33%。
- ・ 市内のチェーン店から市内の個店への流れはあまり確認できない。（チェーン店間の回遊はあると思われる。チェーン店で十分日常的には用が足せているとの意見）。
- ・ 良く行く市内の個店でも笠原書店、梅林堂、生鮮市場、スカラ座など多店舗展開や

大型店が多く利用されている。

- ・ それ以外では靴屋（草間、吉原）、特徴的な飲食店（富士アイス、来々軒、八千代）、米久肉店があがっている。
- ・ イオンモール松本には、衣料品、雑貨への期待が高く、レイクウォーク岡谷のユニクロ等以外の競合は少ないと思われる。

（２）岡谷市及び商業環境の強み・弱み

①強み

- ・ 諏訪湖などの自然環境が豊富で、八ヶ岳などの景色も美しい。
- ・ JRや高速道路、国道等が通っており、交通アクセスが良い。
- ・ 製造業の集積がある。
- ・ うなぎ、馬肉などの食文化が残されている。
- ・ 多くの市民は商業環境に満足している。
- ・ 岡谷駅からレイクウォーク岡谷周辺まで商業機能を中心に生活環境が集約している。
- ・ 市内の多くの地域に複数の業種の大型店が点在しており、シェアが高い。
- ・ 市内には飲食店など魅力的な個店や専門性の高い個店が多く、こうした事業者は売上を伸ばしている可能性がある。
- ・ 映画館やボウリング場など諏訪地域で唯一の施設が立地している。
- ・ 各個店で駐車場が用意されていることが多い。
- ・ 飲食店やスポーツジム、雑貨店、温泉などが欲しいとの要望があがっている。
- ・ 人出が見込めるイベントがある。
- ・ 個店と大型店が連携したイベントが行われている。
- ・ 若い経営者の新規開業が見られ、新しい商業会組織も立ち上がった。
- ・ 接客や顧客とのコミュニケーションに強みを持つ個店がある。
- ・ 公共施設も充実しており、生活しやすい環境が整っている。

②弱み

- ・ 市全体として人口が減少し、高齢化が進んでいる。その中でも特に高齢化が進展している地域もある。
- ・ 市内での雇用機会は減少している上、売上高・客数も減少傾向であり、現状では商業関係で雇用機会の増加は難しい。
- ・ チェーン店等大型店の利用で満足しており、知らない、入りにくい、品揃えが不十分などの理由から個店の利用者が少ない。
- ・ 商業集積地に空き家・空き店舗が多く、さまざまな要因で活用が進まずイメージ

が悪い。

- ・ 経営者の高齢化が進み、IT活用などによる客数増加に意欲的な経営者が少ない。
- ・ 業種に偏りもあり、品揃えが不十分な個店が多い。
- ・ 新規創業は見られるものの、根付きにくく閉鎖や移転する店舗が少なくない。
- ・ 情報発信に積極的に取り組んでいる事業者が少ない。
- ・ レイクウォーク岡谷開業後、岡谷駅から歩く若年層が増えたが、立寄れる個店等が少なく、消費活動は限定的である。
- ・ ララオカヤやイルフプラザなどの駅前大型店は、老朽化が進んでおり、利用効率も低くなっている。
- ・ 商業に対する行政等からの支援体制が不十分。
- ・ 個別の商業会の活動が弱体化しており、活動があっても参加する事業者が少ない。
- ・ スタンプにも取り組んでいるが、加盟店が減少しており、流通量も減っている。
- ・ 交流の機会が少ないのか、市内事業者同士の横のつながりが弱い。
- ・ 市の商業振興施策が弱く、柱となる計画も作成されていない。
- ・ 観光客が少なく、立寄れるような店舗等も見当たらない。

(3) 岡谷市商業が抱えている課題

- ① 生活しやすい環境ではあるものの、若年層や子供を中心に毎年のように人口が減少しており、結果として少子高齢化が進展している。
- ② JRや高速道路などが通っているため、交通アクセスは良好であり、近隣市町村も含めて레이크ウォーク岡谷開店後、市外からの来客数は多くなって来ているが、個店への来客に繋がっていない。
- ③ 民間事業所数が減少し、雇用機会が不足している。商業関係では小規模事業者が多く、売上高・客数も厳しいことから今後雇用機会が増加することは考えにくい。
- ④ 岡谷駅や레이크ウォーク岡谷周辺などに空き家・空き店舗が複数見られるが、権利関係などから空き店舗利用が進まず、地域のイメージが悪い。
- ⑤ 競合が少なく集客力のある事業者が市内には複数見られるが、点在している上、その集客力を活かした連携した取組みはあまり見られない。
- ⑥ スタンプ事業やイベントなど市内事業者間で連携した取組みは見られるものの、イベント参加者およびPR不足により売上アップなどの効果を享受しにくくなっている。
- ⑦ 岡谷市では製造業が主力産業であるが、製造業と小売業・サービス業が連携した取組みはあまり見られない。
- ⑧ 食に関わるような地域資源があり、それを提供する飲食店も複数立地しているものの、その他の業種への波及効果があまり見られない。

- ⑨ 消費者から要望のある業種があるものの、開業時のサポートや開業後の支援体制が不十分なのか、創業数は少なく、長続きしないケースも見られる。
- ⑩ 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、顧客獲得を目指して前向きに取り組もうとする経営者が多くない。
- ⑪ 経営が順調な事業者や意欲的な経営者に対する支援策はもちろん、経営規模の縮小等を考えている事業者に対する支援策も不十分である。
- ⑫ 消費者はチェーン店等の大型店利用で商業環境に満足している中、認知度や品揃えなどの要因で個店の利用が少ない。
- ⑬ 買い物に不便なエリアは、市内の一部にとどまっているものの、今後の高齢化進展を踏まえると買い物弱者対応が不十分である。
- ⑭ レイクウォーク岡谷の開業で若年層の歩行量が増加したが、そこをターゲットにした事業所が少なく、레이크ウォーク岡谷以外での経済効果は少ない。
- ⑮ ララオカヤやイルフプラザは商業集積地に立地しているものの、老朽化が進んでいる上、商業施設としては利用効率が低くなっている。
- ⑯ 一部の大型店と個店が連携した取組みは見られるものの、多くのチェーン店等の大型店とは協力関係を構築できていない。
- ⑰ 10 近くの商業会が組織されているものの、多くの商業会は活動していないか、限定的な活動にとどまっており、加盟店舗も少なくなっている。
- ⑱ 岡谷市や岡谷商工会議所などの公的な組織が商業活性化に取り組んでいるものの、推進体制が十分ではなく、目指すべき姿も明確ではない。

- ・ このうち、岡谷市の商業環境、中でも個店を取り巻く環境下での大きな課題は、消費者の一定割合がチェーン店等の大型店が複数立地している市内の商業環境（生活環境も含めて）に満足している中、個店が存在意義を発揮できていないこと。
- ・ 多くの消費者は市内外のチェーン店等の大型店と個店を比較しており、大型店と個店は競合状態にある。
- ・ ここで存在意義を発揮するためには、現状から変化する必要があるだろう。
- ・ 変化の仕方としては、個店は「①大型店との競合に勝って撤退させるか」「②競合しないよう商品構成等を検討するか」「③大型店では不足している機能に転換するか」「④横に連携してまとまって戦うか」「⑤大型店と共同歩調で行くか」が考えられる。
- ・ ①が現実的ではないため、②～⑤を各店で考える必要がある。（考えていく事業者を支援の中心にする。）
- ・ さらに、充足させたい機能がある場合には、新規創業候補者を誘致し支援することが考えられる。

(4) 岡谷市商業の目指すべき目標・ターゲット

(目標)

- ・ チェーン店等の大型店と共存している商業環境
- ・ 買い物に不便さを感じる人がいない商業環境

(ターゲット)

- ・ 岡谷市民を中心に各個店の近く（1 km 圏内）に住んでいる人
- ・ 市内および周辺市町の買い物弱者
- ・ 各店舗近くのチェーン店等の大型店や集客力ある個店を利用している人

(5) 課題解決の方向性と施策案

①意欲ある既存商業者への支援充実

→拡大志向の経営者には接客セミナー・PR支援・品揃え充実支援、住民とのコミュニケーションづくり支援等、縮小志向には承継・転貸支援、共同駐車場の整備、店舗利用者向けのバス整備等

②既存集積地（岡谷駅からレイクウォーク岡谷周辺）の魅力向上

→童画館通り・いとまち通りの空き店舗活用・転貸支援等、屋台村・飲食店街の立上げ、飲食店・雑貨店等ニーズの高い業種を優先、住環境の整備（保育所等）等

③新規創業者の受け皿づくり

→既存商業者による開業後支援体制づくり（相談窓口設置）、市内事業者との交流の場づくり、各種支援制度の充実（開業祝い金制度の創設、家賃軽減制度の創設等）、創業するなら岡谷のイメージづくり、廃業予定者とのマッチング等

④市内事業者（商業者同士以外も）間の連携強化

→スタンプ事業の見直し、情報発信の取組み（個店紹介マップの作成、個店巡回ツアーの商品化等）、合同でのチラシ作成・出張販売・配達（買い物弱者対応）、異業種交流会（製造業・観光業との連携）・同業種交流会の創設、若手経営者の会創設（勉強会開催）等

⑤チェーン店等の大型店と個店の連携

→全国チェーン店等の大型店との共同イベントの実施、共通ポイントサービス（大手電子マネー）の実施、共同売出しの実施、ネット販売の仕組み構築、市内商品券付定期預金の販売等

⑥商業振興推進体制の見直し

→個別商業会の統合（まちづくり会社化）、商業会主催イベントの見直し、商業連合会とスタンプ協同組合・岡谷TMOの統合、責任者の採用、地域外専門家との連携、市からの補助金見直し等

⑦駅前の再生に向けた取組み

→ラオカヤの再生、敷地の再活用、駅南口の更地活用、コンパクトなまちづくりの検討等

（6）30年度以降の取組み案

29年度は様々な調査をすることで、岡谷市商業環境が抱えている課題を浮き彫りにすることができた。30年度以降の基本的な考え方として、

- ・市内の商業者等事業者や住民と連携し、
- ・10年後、20年後の岡谷市商業の目指すべき姿を考え、
- ・その達成のために必要な取組みを考え、
- ・その取組みに優先順位（必要性・実現性・採算性等で検討）を付けて
- ・優先すべき取組みから優先して今後実行に移せるよう、内容に相応しいメンバーで具体化していくことを目指す。

そのために、検討組織での意見交換会を優先順位の決定過程まで月1回程度開催する。その後は取組内容に相応しいメンバーで、ワークショップ等を行いながら具体化を図る。

－以 上－