

岡谷市の商業環境に関する調査 報告書



平成 30 年 3 月

目 次

1. 岡谷市の概要	
(1) 岡谷市の位置	2
(2) 岡谷市の歴史等	2
2. 岡谷市の地域経済分析について	
(1) 岡谷市の人口	3
(2) 岡谷市の地域のお金の流れ	4
(3) 諏訪地域の観光客動向の把握	5
(4) 岡谷市の主要産業	7
3. 周辺地域の大型商業施設	
(1) 岡谷市	10
(2) 諏訪市	10
(3) 茅野市	11
(4) 下諏訪町・富士見町	11
(5) 松本市	12
(6) 塩尻市	13
4. 各種アンケート等調査	
(1) 事業者の経営意識調査	14
(2) 商店街利用者調査	30
(3) 市民買物動向調査	35
(4) 周辺住民買物動向調査	49
(5) 消費者インタビュー	55
(6) 岡谷市内大型商業施設利用者調査	65
(7) きつね祭り参加者アンケート調査	70
(8) レイクウォーク岡谷利用者調査	74
5. 他地域の事例	
(1) 栃木県鹿沼市（ネコヤド商店街）	80
(2) 長野県佐久市（岩村田本町商店街）	82
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	84
(2) 岡谷市及び商業環境の強み・弱み	87
(3) 岡谷市商業が抱えている課題	88
(4) 岡谷市商業の目指すべき目標・ターゲット	90
(5) 課題解決の方向性と施策案	90
(6) 来年度以降の取組み案	91

1. 岡谷市の概要

(1) 岡谷市の位置

岡谷市は、信州の真ん中、諏訪湖畔に位置している。夏は避暑地として多くの観光客が諏訪湖周辺を訪れ、厳しい寒さの冬には、諏訪湖が全面氷に覆われ、その氷が隆起して一直線に裂けて盛り上がる現象「御神渡り」を見ることができる。(平成30年には見ることができた。) 鶴峯公園には、毎年5月、約30種類、3万株の色とりどりのつつじが咲き乱れ、つつじ祭りが開催される。毎年8月には太鼓祭りが開催され、多くの太鼓チームによる競演が見られる。これ以外にも、イルフ童画館、旧林家住宅、湖畔公園などの観光資源があるほか、古くから市民にうなぎが食され、消費量も全国トップクラスで、うなぎ屋や川魚のお店が数多くあるうなぎのまちでもある。

公共施設も充実しており、カノラホール、鳥居平やまびこ公園、ロマネット、岡谷蚕糸博物館(シルクファクトおかや)、テクノプラザおかや、岡谷美術考古館、生涯学習館(カルチャーセンター)、やまびこ国際スケートセンター、やまびこアリーナ、岡谷市民病院などがある。

JR中央本線を使えば、岡谷から新宿まで特急2時間30分、岡谷から塩尻経由で名古屋まで特急2時間(+快速10分)で移動できる。

高速道路では中央自動車道が整備されており、岡谷から東京まで182km、岡谷から名古屋まで162kmである。高速バスも通っており、岡谷から新宿まで3時間、岡谷から大阪まで5時間である。

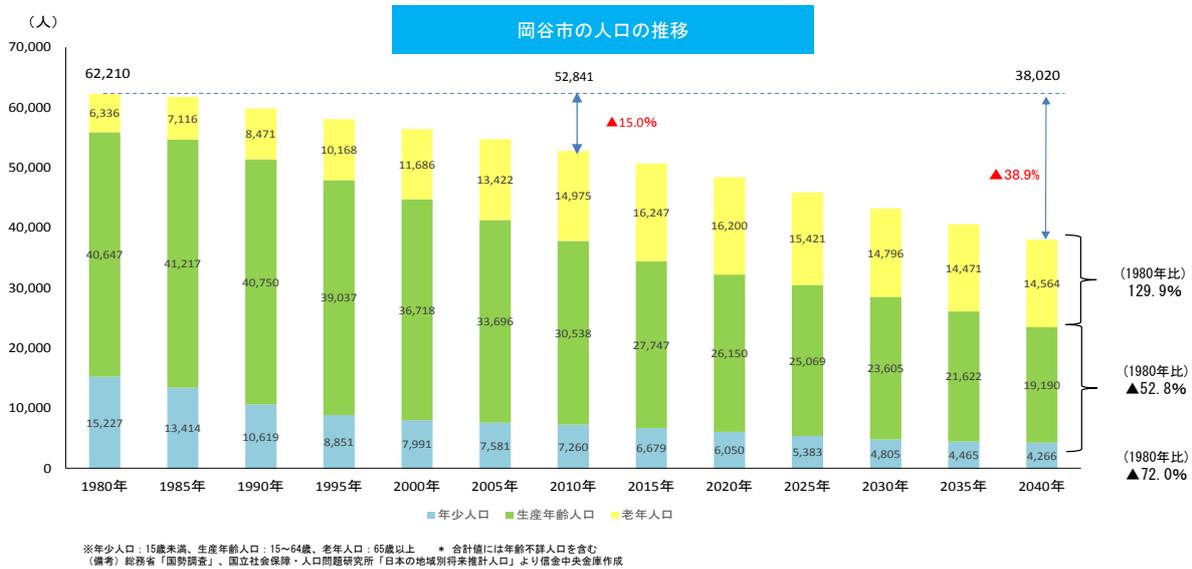
(2) 岡谷市の歴史等

明治・大正・昭和のはじめにかけて、岡谷市には至るところに繭倉(まゆぐら)や製糸工場の煙突が立ち並び、製糸一色の街であり、世界一の生糸輸出国の中核的役割を担っていた。

昭和のはじめには世界中が不景気になり、日本中の製糸業は急にふるわなくなり、第2次世界大戦が起こってからは、岡谷市内の製糸工場は工場を小さくしたり、休んだり、ほかの仕事をし始めるようになった。戦争が終わってから、製糸業にかわる新しい仕事をつくり出してきた。時計、カメラ、計測器、プリント基板がたくさん作られるようになった結果、岡谷市は、諏訪市や下諏訪町とともに、「東洋のスイス」と呼ばれるような工業のまちになっている。

2. 岡谷市の地域経済分析について

(1) 岡谷市の人口



- ・ 岡谷市の人口は、1980年以降一貫して減少を続けており、2010年には1980年から▲15.0%、2040年には▲38.9%減少する見込み
- ・ 年齢階層別に見ると、2010年の年少人口は1980年対比▲52.3%、生産年齢人口は同▲24.9%の減少となっている。老年人口は、同136.6%である。
- ・ さらに2040年の年少人口は1980年対比▲72.0%、生産年齢人口は同▲52.8%の減少となっており、老年人口については、同129.9%であり他の諏訪地域市町村と比べ増加率も高く、高齢化が進展する見込みである。

人口推移 (単位:人)

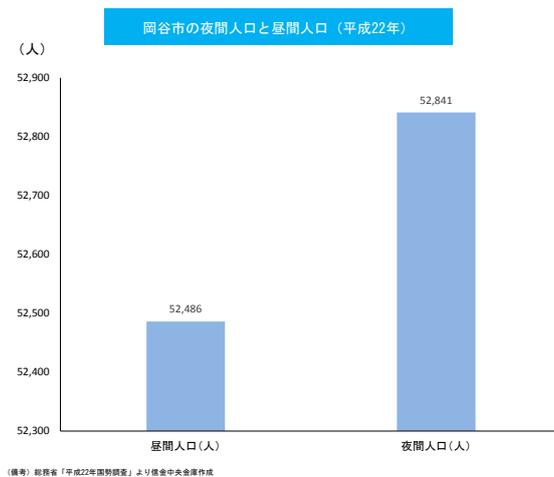
年齢	平成27年				平成22年	
	構成比	5年前比	5年前年齢比	構成比		
0～4歳	1,786	3.6%	81.3%	2,307	4.4%	
5～9歳	2,235	4.5%	93.8%	2,383	4.5%	
10～14歳	2,345	4.7%	91.0%	2,578	4.9%	
15～19歳	2,482	4.9%	100.9%	2,460	4.7%	
20～24歳	1,875	3.7%	92.8%	2,021	3.8%	
25～29歳	1,591	3.2%	79.7%	1,997	3.8%	
30～34歳	2,263	4.5%	71.3%	3,176	6.0%	
35～39歳	3,070	6.1%	79.3%	3,871	7.3%	
40～44歳	3,812	7.6%	110.4%	3,452	6.6%	
45～49歳	3,385	6.8%	110.1%	3,074	5.8%	
50～54歳	3,007	6.0%	109.3%	2,752	5.2%	
55～59歳	2,669	5.3%	80.2%	3,328	6.3%	
60～64歳	3,214	6.4%	74.8%	4,295	8.2%	
65～69歳	4,114	8.2%	103.7%	3,969	7.5%	
70～74歳	3,748	7.5%	108.2%	3,465	6.6%	
75～79歳	3,152	6.3%	107.2%	2,940	5.6%	
80歳以上	5,327	10.6%	115.6%	4,610	8.8%	
不詳	68	0.1%	-	0	0.0%	
合計	50,143	100.0%	-	52,678	100.0%	

※年少人口：15歳未満、生産年齢人口：15～64歳、老年人口：65歳以上 * 合計値には年齢不詳人口を含む
 (備考) 岡谷市 結果年報より信金中央金庫作成

自然増減、社会増減の推移 (単位:人)

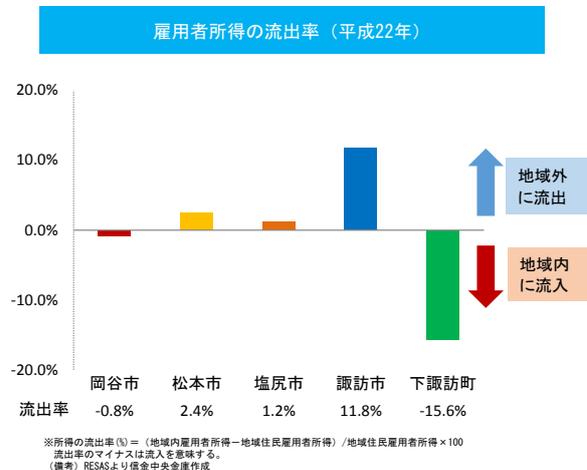
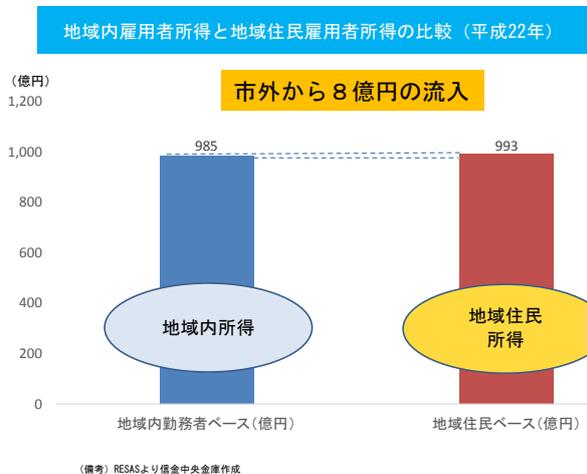
	平成27年		平成22年
		5年前比	
人口増減	-503	111.5%	-451
社会増減	-254	73.4%	-346
転入	1,402	89.6%	1564
転出	1,656	86.7%	1910
自然増減	-249	237.1%	-105
出生	343	75.2%	456
死亡	592	105.5%	561

- ・要因としては、平成27年は5年前年齢比「20～24歳」76.2%（▲585人）、「25～29歳」78.7%（▲430人）となっており、岡谷市外の大学・専門学校への進学等に対して就職等で岡谷市に戻ってくる人口が少ない現状である。
- ・また、自然増減においては同237.1%と急激に増加しており、出生率の低下（同75.2%）、死亡者数の増加（同105.5%）が人口減少の主な要因として考えられる。
- ・社会増減数自体は5年前より減少しているものの、自然増減と同数程度減少しており、今後両面での減少が進展すると予想され、一層岡谷市においては少子高齢化が進行すると考えられる。

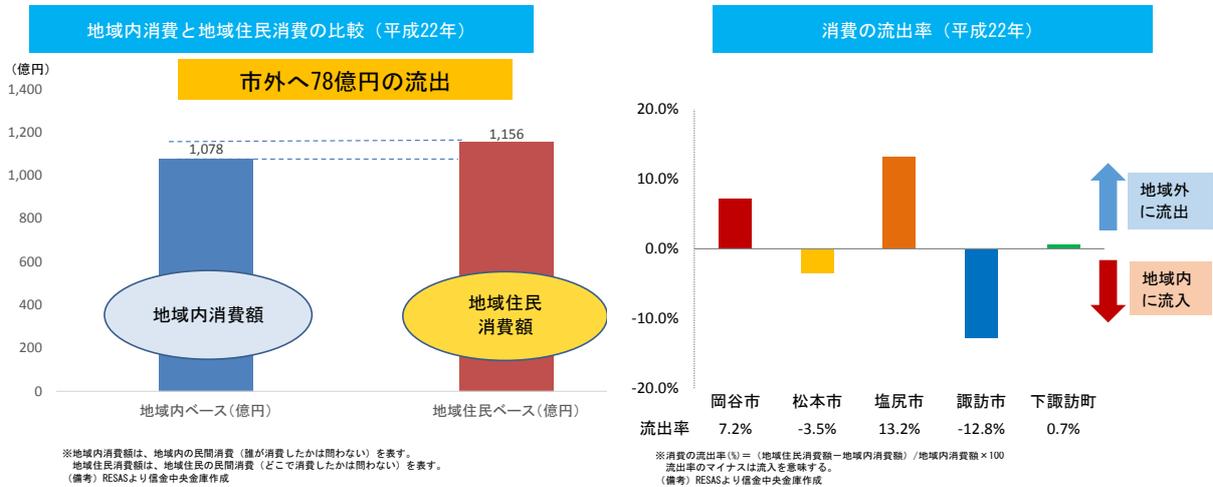


- ・岡谷市では、市内から市外への通勤・通学者が多く、昼間人口よりも夜間人口が多い。
- ・これは、市内事業所数の減少等による雇用面の問題が要因であると推測される。

(2) 岡谷市の地域のお金の流れ



- ・岡谷市の地域内雇用者所得は、地域住民が得た雇用者所得より8億円少なく、雇用者所得が市外から流入している。
- ・近隣市町村の雇用者所得は、下諏訪町を除いて流出傾向にある。



- ・岡谷市内で消費される額は、岡谷市民（居住者）が消費する額よりも78億円少なく、消費が市外へ流出している。
- ・岡谷市と同様に塩尻市、下諏訪町の消費は流出している。

(3) 諏訪地域の観光客動向の把握

長野県観光地類型別表、主要観光地（一部抜粋）

区分	平成22年		平成27年		対5年前増減	対5年前比
	延利用者数	構成比	延利用者数	構成比		
山岳	4,215	4.9%	3,819	4.1%	-396	90.6%
高原・湖沼	41,540	47.9%	42,523	45.6%	983	102.4%
温泉	17,345	20.0%	16,187	17.3%	-1,158	93.3%
名所・旧跡	23,565	27.2%	30,786	33.0%	7,221	130.6%
合計	86,665	100.0%	93,315	100.0%	6,650	107.7%

順位	市町村名	観光地名	延利用者数		対5年前増減	対5年前比
			22年	27年		
3	諏訪市	上諏訪温泉・諏訪湖	4,064	3,979	-85	97.9%
5	諏訪市	霧ヶ峰高原	2,570	2,306	-264	89.7%
7	諏訪市・下諏訪町	諏訪大社	2,100	1,055	-1,045	50.2%
12	茅野市	蓼科	1,333	1,505	172	112.9%

(備考) 長野県観光地利用者統計調査結果より信金中央金庫作成

- ・長野県の観光地を類型別に見ると、「高原・湖沼」45.6%、次いで「名所・旧跡」33.0%、「温泉」17.3%となっている。
- ・「名所・旧跡」は、平成22年対比130.6%（7,221千人）と増加割合が最も高くなっている。しかし「温泉」については同93.3%（▲1,158千人）と大幅に減少している。

- ・また、主要観光地を市町村別に見ると、諏訪市「上諏訪温泉・諏訪湖」が平成22年対比97.9%（▲85千人）、「霧ヶ峰高原」同89.7%（▲264千人）、「諏訪大社」同52.2%（▲1,045千人）となっており、諏訪地域いずれの観光地においても大幅に減少している。
- ・岡谷市については、主要観光地トップ50の中に1つも入っておらず、観光業での集客が厳しい現状となっている。

市町村別延利用者数、観光消費額増減

(単位:百人、千円)										
市町村名	年度	延利用者数	増 減		観光消費額	増 減		客単価	増 減	
岡谷市	22	4,506	319	107.1%	310,920	18,380	105.9%	69	-1	98.6%
	27	4,825			329,300			68		
諏訪市	22	72,310	-4,432	93.9%	20,323,887	-962,223	95.3%	281	4	101.4%
	27	67,878			19,361,664			285		
茅野市	22	30,538	2,272	107.4%	9,725,360	658,320	106.8%	318	-2	99.4%
	27	32,810			10,383,680			316		
合 計	22	107,354	-1,841	98.3%	30,360,167	-285,523	99.1%	282	3	101.1%
	27	105,513			30,074,644			285		

(備考) 長野県観光地利用者統計調査結果より宿舎中央金庫作成

- ・市町村別延利用者数および観光消費額、客単価を比較すると、諏訪地域全域では、延利用者数98.3%（▲1,841百人）、観光消費額99.1%（▲285,523千円）の減少となっているが、客単価では101.1%（3千円）と増加している。
- ・市町村別に見ると、「岡谷市」は、延利用者数107.1%（319百人）、観光消費額105.9%（18,380千円）増加しているが、客単価について98.6%（▲1千円）減少している。
- ・「諏訪市」は、同93.9%（▲4,432百人）、同95.3%（▲962,223千円）減少しているが、客単価について101.4%（4千円）増加
- ・「茅野市」では、同107.4%（2,272百人）、同106.8%（658,320千円）増加し、客単価については99.4%（▲2千円）と岡谷市と同様な傾向にある。両地域において、日帰り客の増加等が客単価減少の要因と考えられる。

(4) 岡谷市の主要産業

事業所数・従業員数の推移

(単位:ヶ所、人)

	平成26年						平成21年					
	事業所			従業員数			事業所			従業員数		
		構成比	5年前比		構成比	5年前比		構成比		構成比		
総数	2,826	100.0%	91.2%	23,913	100.0%	90.1%	3,099	100.0%	26,537	100.0%		
第一次産業	9	0.3%	112.5%	53	0.2%	98.1%	8	0.3%	54	0.2%		
第二次産業	849	30.0%	86.1%	9,355	39.1%	92.2%	986	31.8%	10,151	38.3%		
鉱業	1	0.0%	-	10	0.0%	-	1	0.0%	44	0.2%		
建設業	258	9.1%	82.2%	1,298	5.4%	80.2%	314	10.1%	1,618	6.1%		
製造業	590	20.9%	87.9%	8,047	33.7%	94.8%	671	21.7%	8,489	32.0%		
第三次産業	1,968	69.6%	93.5%	14,505	60.7%	88.8%	2,105	67.9%	16,332	61.5%		
電気・ガス・水道業	3	0.1%	-	42	0.2%	-	2	0.1%	56	0.2%		
情報通信業	24	0.8%	75.0%	162	0.7%	57.2%	32	1.0%	283	1.1%		
運輸業・郵便業	26	0.9%	76.5%	324	1.4%	45.9%	34	1.1%	706	2.7%		
卸売・小売業	653	23.1%	91.1%	4,287	17.9%	88.2%	717	23.1%	4,860	18.3%		
金融・保険業	40	1.4%	66.7%	439	1.8%	86.6%	60	1.9%	507	1.9%		
不動産業	174	6.2%	88.8%	345	1.4%	92.0%	196	6.3%	375	1.4%		
学術研究・専門技術サービス業	101	3.6%	103.1%	417	1.7%	76.0%	98	3.2%	549	2.1%		
飲食店・宿泊業	241	8.5%	95.3%	1,405	5.9%	100.4%	253	8.2%	1,400	5.3%		
生活関連サービス業・娯楽業	228	8.1%	96.6%	1,087	4.5%	93.8%	236	7.6%	1,159	4.4%		
教育・学習支援業	121	4.3%	104.3%	1,037	4.3%	102.0%	116	3.7%	1,017	3.8%		
医療・福祉	186	6.6%	109.4%	3,074	12.9%	112.1%	170	5.5%	2,741	10.3%		
複合サービス業	20	0.7%	95.2%	184	0.8%	115.7%	21	0.7%	159	0.6%		
サービス業(他に分類されないもの)	129	4.6%	88.4%	1,130	4.7%	58.3%	146	4.7%	1,937	7.3%		
公務	22	0.8%	91.7%	572	2.4%	98.1%	24	0.8%	583	2.2%		

(備考) 総務省「平成21.26年経済センサス」より信金中央金庫作成

- ・岡谷市の平成26年の事業所数は2,826ヶ所であり、従業員数は23,913人である。
- ・推移を見ると平成21年対比91.2% (▲273ヶ所)、従業員数は同90.1% (▲2,624人) 減少している。
- ・産業構成比が最も高い「卸売・小売業」は、同91.1% (▲64ヶ所)、同88.2% (▲573人) と減少しているが、レイクウオーク岡谷の開業効果 (域内雇用およそ1,000人) を勘案すると、直近では雇用の増加が予想される。
- ・従業員数が最も多い「製造業」は、同87.9% (▲81ヶ所)、同94.8% (▲442人) と大幅に減少している。
- ・「飲食店・宿泊業」については、同95.3% (▲12ヶ所) の減少、同100.4% (5人) の増加となっている。

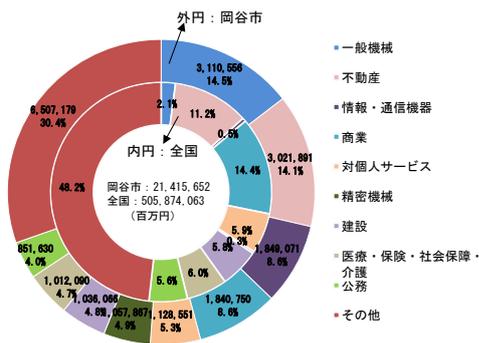
小分類（小売業）事業所数等の推移

	平成26年				平成19年							
	事業所数(店)	7年前比	従業員数(人)	7年前比	年間商品販売額(百万円)	7年前比	売場面積(m ²)	7年前比	事業所数(店)	従業員数(人)	年間商品販売額(百万円)	売場面積(m ²)
小売業	376	73.9%	2,435	76.8%	48,330	77.5%	63,954	88.2%	509	3,172	62,358	72,504
百貨店・総合スーパー	1	100.0%	128	68.1%	X	#VALUE!	X	#VALUE!	1	188	X	X
その他の百貨店	-	#VALUE!	-	#VALUE!	-	#VALUE!	-	#VALUE!	2	3	X	X
呉服・服地・寝具	8	57.1%	15	35.7%	79	15.3%	206	13.1%	14	42	516	1,574
男子服	3	27.3%	14	48.3%	214	47.0%	1,004	71.1%	11	29	455	1,413
婦人・子供服	23	67.6%	12	76.7%	1,553	63.9%	5,733	79.5%	34	146	2,429	7,215
靴・履物	4	50.0%	16	94.1%	179	112.6%	729	124.0%	8	17	159	588
その他織物・衣服等	16	145.5%	33	132.0%	218	119.8%	1,254	270.3%	11	25	182	464
食料品	6	50.0%	198	77.0%	6,129	109.4%	6,855	105.1%	12	257	5,600	6,522
野菜・果実	8	72.7%	14	56.0%	320	119.0%	653	79.2%	11	25	269	825
食肉	7	87.5%	28	84.8%	173	36.6%	169	59.9%	8	33	473	282
鮮魚	5	83.3%	31	100.0%	368	59.9%	457	109.6%	6	31	614	417
酒	16	72.7%	37	66.1%	533	48.8%	758	59.6%	22	56	1,093	1,271
菓子・パン	17	68.0%	67	58.3%	323	47.6%	697	78.3%	25	115	678	890
その他飲食料品	45	63.4%	312	67.4%	4,048	41.7%	4,342	85.9%	71	463	9,711	5,052
自動車	38	84.4%	221	68.6%	5,093	55.7%	1,712	272.2%	45	322	9,148	629
自転車	7	116.7%	12	133.3%	87	271.9%	344	132.8%	6	9	32	259
機械器具	17	51.5%	90	64.3%	2,224	51.0%	3,635	85.8%	33	140	4,359	4,239
家具・建具・畳	10	62.5%	30	49.2%	436	42.2%	1,769	38.3%	16	61	1,034	4,614
じゅう器	-	#VALUE!	-	#VALUE!	-	#VALUE!	-	#VALUE!	4	14	226	608
医薬品・化粧品	35	85.4%	159	86.4%	4,522	126.1%	6,020	147.7%	41	184	3,587	4,077
農耕用品	3	75.0%	8	42.1%	124	38.6%	475	95.2%	4	19	321	499
燃料	24	88.9%	190	114.5%	8,770	111.8%	1,747	909.9%	27	166	7,844	192
書籍・文房具	14	82.4%	281	75.1%	1,932	73.3%	2,186	91.3%	17	374	2,634	2,394
スポーツ	7	43.8%	35	59.3%	361	40.8%	901	54.7%	16	59	884	1,648
写真機・時計・眼鏡	8	66.7%	30	78.9%	193	117.7%	497	53.6%	12	38	164	928
分類されない小売業	37	71.2%	278	78.1%	X	#VALUE!	X	#VALUE!	52	356	5,118	16,347
無店舗小売業	17	#VALUE!	96	#VALUE!	3,415	#VALUE!	-	#VALUE!	X	X	X	X

(備考) 経済産業省「商業統計 第3巻 産業編(市区町村表)」より信金中央金庫作成

- ・小売業全体の平成26年の事業所数は376店であり、従業員数は2,435人、年間販売額は48,330百万円、売場面積は63,954 m²である。
- ・推移を見ると、平成19年対比73.9% (▲133店)、従業員数は同76.8% (▲737人)、年間商品販売額は同77.5% (▲14,028百万円)、売場面積は同88.2% (▲8,550 m²) と全項目において減少している。
- ・「医薬品・化粧品」については、同85.4% (▲6店)、同86.4% (▲25人)、同126.1% (935百万円)、同147.7% (1,943 m²) と、年間販売額と売場面積は増加しているが、ドラッグストア等の出店によるものと考えられる。

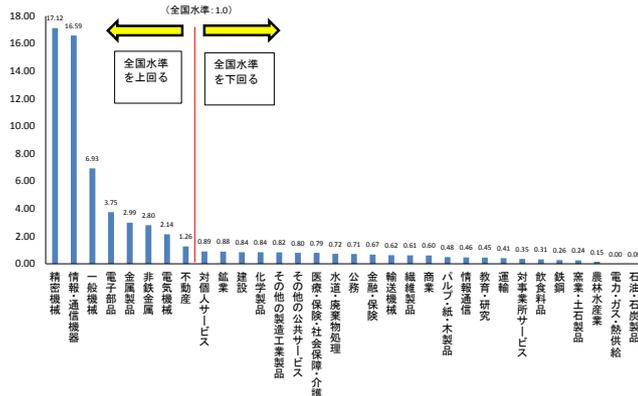
岡谷市の各産業の粗付加価値額構成比



※粗付加価値＝営業余剰＋雇用人所得－減価償却費＋租税公課

(備考) 信金中央金庫作成

岡谷市の各産業の粗付加価値額構成比の特化係数

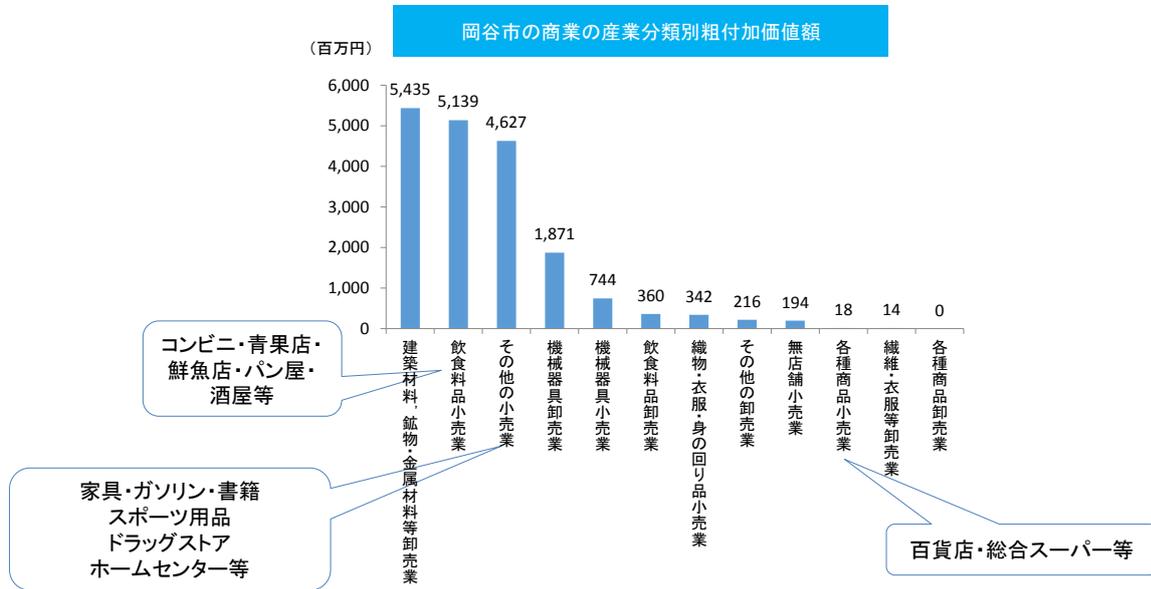


(備考) 信金中央金庫作成

- ・岡谷市において『稼ぐ力』『雇用力』『投資力』が強い産業
→ 粗付加価値額構成比が高い「一般機械」「不動産」「情報・通信機器」
- ・岡谷市において『生産性』の高い産業

→ 粗付加価値額構成比の特化係数が高く、他の産業の特化係数との乖離が大きい「精密機械」「情報・通信機器」「一般機械」

- ・ 岡谷市の主要産業は、「一般機械」「情報・通信機器」



個々のアイテムは域内で消費されている（ただしチェーン店中心だと思われる）が、利便性を重視し、百貨店・総合スーパー等を利用する層の消費が域外に流出
 → 高齢化の進展を踏まえると、在宅サービスの充実等により、高齢者の域内消費の増加が期待できる。

3. 周辺地域の大型商業施設

(1) 岡谷市

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナン ト数 (当初届出 ベース)	駐車場
岡谷市	レイクウォーク岡谷	ユニー(株)	2016.7	18,000	ユニー	-	1,210
(13店)	サンリツプラザ長地 (DCMカーマ岡谷店)	(株)サンリツ	2006.4	8,064	DCMカーマ、オギノ	2	565
	イルフプラザ (カネジョウ)	岡谷市	1997.9	5,814	カネジョウ	14	483
	フォレストモール岡谷	(株)フォレストモール	2010.4	5,304	デリシア	8	292
	サンリツプラザ (ケーヨーデイツー岡谷店)	サンリツ企画(株)	1997.4	4,378	ケーヨー、笠原書店	2	230
	南信社長地プラザ (ホームセンタープラ スワン・しまむら岡谷店)	(株)プラスワン	1996.10	2,914	プラスワン、しまむら	-	160
	ヤマダ電機テックランド岡谷店	(株)ヤマダ電機	2005.5	2,665	ヤマダ電機	1	142
	いちやまmart岡谷店	(株)いちやまmart	2014.11	2,566	いちやまmart	1	122
	岡谷ライフガーデン (イエローハット岡谷店)	ダイワロワイヤル(株)	2005.9	2,197	イエローハット、西松屋チェーン	3	145
	SEIYU岡谷北店	(合同)西友	1997.3	1,726	西友	-	135
	シルクシティおかや (SEIYU岡谷南店)	諏訪倉庫(株)	1994.11	1,666	西友	4	220
	ときめきの街ショッピングモール (ウエルシア岡谷長地店)	(株)三公商事	2008.5	1,570	ウエルシア薬局、メガネトップ	3	89
	クスリのサンロード岡谷郷田店	(株)クスリのサンロード	2009	1,469	クスリのサンロード	1	57

(備考) 全国大型小売店総覧 (2017年版)、東洋経済新報社 (2016年8月時点)、以下同じ

(2) 諏訪市

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナ ント数 (当初届 出ベー ス)	駐車場
諏訪市	J マート諏訪店、オギノ諏訪店	(株)J マート	2009.4	8,015	J マート、オギノ	2	540
(15店)	諏訪ステーションパーク (エディオン諏訪インター店)	(株)OPA	1998.10	6,511	エディオン、ライトオ ン、チヨダ	10	874
	綿半スーパーセンター諏訪店	(株)綿半ホームエイド	2003.5	4,915	綿半ホームエイド	1	339
	ニトリ諏訪インター店	(株)井口	2010.12	3,511	ニトリ	1	65
	高島ファッションモール (しまむら・アペイル高島店)	(株)しまむら	2009.7	2,279	しまむら	1	208
	いちやまmart諏訪店	(株)いちやまmart	2011.4	2,260	いつやまmart	1	142
	SEIYU諏訪城南店	(合同)西友	1995.7	2,112	西友	1	246
	ラ・ムー諏訪店	(株)エヌ・ディー・エイ	1995.8	2,095	西源	-	250
	SEIYU諏訪湖南店	(合同)西友	2000.12	1,656	西友	1	89
	アップルランドデリシア諏訪豊田店	(株)デリシア	2001.12	1,600	デリシア	1	150
	AOKI 諏訪赤沼店	(有)野田ビル	1997.10	1,550	AOKIホールディングス	1	93
	SUWAガラスの里	(株)諏訪ガラス工房	1992.8	1,493	諏訪ガラス工房	1	140
	スーパースポーツゼビオ諏訪店	両角善三	1994.7	1,271	ゼビオ	1	82
	山谷運輸ビル (万代書店諏訪店)	山谷運輸(株)	1994.11	1,201	トレジャー	1	264
	角上魚類諏訪店	宮坂武治	1992.9	1,100	角上魚類	1	-

(3) 茅野市

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナ ント数 (当初届 出ペー ス)	駐車場
茅野市	イオンタウン茅野 (ザ・ビック茅野店)	イオン(株)	1995.10	11,736	マックスバリュ長野	4	800
(10店)	サンリツプラザ茅野 (オギノ茅野ショッピングセンター)	株サンリツ	1998.10	10,100	オギノ	13	-
	SCメリーパーク (ケーヨーデイツー茅野店)	株マルキュー企画	1983.4	8,003	ケーヨー、デリシア	9	438
	諏訪ステーションパーク2 (スーパーマーケットパロー諏訪店)	株OPA	1998.10	7,203	パロー、アルペン	5	874
	前宮前ショッピングセンター (ホームプラザナフコ茅野店)	株デリシア	2012.4	7,159	ナフコ	1	455
	ベルビア	茅野市	1987.10	5,919	-	-	400
	長野県A・コープみどり店	信州諏訪農業協同組合	-	3,344	長野県A・コープ	3	176
	SEIYU茅野横内店	(合同)西友	1997.11	2,493	西友	1	226
	ヤマダ電機テックランド茅野店	有牡丹館	1999.7	2,491	ヤマダ電機	1	100
	家具・インテリアの総合センターカネミツ	有カネミツ	1970.7	1,356	カネミツ	1	-

(4) 下諏訪町・富士見町

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナ ント数 (当初届 出ペー ス)	駐車場
下諏訪町	昭栄諏訪ショッピングセンター (イオン諏訪店)	イオンリテール(株)	1977.9	8,234	イオンリテール、さが 美、ジーフット	7	599
(3店)	花岡家具センター	株花岡家具センター	1976.6	2,284	花岡家具センター	1	400
	オートボックス諏訪店	株エディオン	1996.10	1,988	和田正	2	98
富士見町	Jマート富士見店	株Jマート	1996.4	3,819	Jマート	1	200
(3店)	めぐりセールふしみ (長野県A・コープ富士見 店)	信州諏訪農業協同組合	2002.5	3,459	長野県A・コープ、 しまむら	8	181
	SEIYU富士見店	(合同)西友	1992.10	2,680	西友	11	112

(5) 松本市

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナント 数 (当初届出 ベース)	駐車場
松本市	井上百貨店	(株)井上	1885	17,685	井上	-	66
(48店)	ハイランドシティ松本 (イオン南松本店)	三井住友ファイナンス&リース㈱	1993.6	17,583	イオンリテール	23	1,255
	松本パルコ	(株)パルコ	1984.9	15,155	良品計画	73	962
	南松本ショッピングセンター (イトーヨーカドー南松本店)	(株)イトーヨーカ堂	1996.4	15,152	イトーヨーカ堂、デリシア、ライ トオン、キャンドル、	20	983
	松本電鉄バスターミナルビル (イトーヨーカドーアリオ松本店)	(株)デリシア	1978.4	13,178	イトーヨーカ堂	8	450
	ネオパーク松本 (ヤマダ電機テックランド松本本店)	(株)井口	1994.6	12,418	ヤマダ電機、デリシア	3	942
	ライフスタイルCOMO庄内 (アップルランドデリシア庄内店)	(株)デリシア	2008.3	9,265	デリシア、綿半ホームエイド	4	603
	サンリツプラザ松本 (ザ・ビッグ松本村井店)	サンリツ企画(株)	1999.10	8,909	マックスバリュ長野、大創産業	8	488
	なぎさライフサイト (ツルヤなぎさ店、エディオン松本なぎさ店)	(株)ツルヤ	2004.6	6,606	ツルヤ、エディオン、シナノポリ	5	732
	東松本シルクプラザ (ケーヨーデイツー松本元町店)	(株)高原社	1978.4	5,678	西友、ケーヨー、 シナノポリ	4	277
	ミツルヤ家具センター+V I T A	(株)ミツルヤ製作所	1972.9	4,125	ミツルヤ製作所	1	50
	アップルランドデリシア波田駅前店	(株)デリシア	1994.3	2,175	デリシア	4	177
	アップルランドデリシア寿店	(株)デリシア	1975.9	2,129	デリシア	3	138
	ロン・都 南松本店、 クラフトハートトウカイ松本	(株)丸矢	1995.7	2,049	ロン・都、藤久	2	-
	ラ・ムー梓川店	-	1995.10	2,027	西源	1	150
	西源流通団地店 (本店)	(株)西源	1992.10	2,000	西源	1	310
	洋服の青山松本村井店、イエローハット松本村 井店、バリミキ南松本店	(株)サワダ	2011.10	1,931	青山商事、ホットマン、三城	3	106
	アップルランドデリシア桐店	(株)デリシア	1987.11	1,883	デリシア	2	300
	アップルランドデリシア2元町店	(株)デリシア	1978.10	1,499	デリシア	3	74
	アップルランドデリシア石芝店	(株)デリシア	1979.10	1,370	デリシア	1	200
	梓川ショッピングセンター食品館 (デリシア梓川店)	㈱梓川ショッピングセンター	1989.10	1,300	デリシア	3	150
	スーパースポーツゼビオ松本芳川店、 スーパーマーケットパロー南松本店	三井住友信託銀行(株)	2009.4	6,611	ゼビオ、パロー	2	350
	ツルヤ平田店	-	2005.2	5,054	ツルヤ、ハードオフコーポレー ション	2	273
	芳川ファッションモール	(株)しまむら	2016.11	2,939	しまむら	1	117
	T S U T A Y A南松本店	ロータス(株)	2015.2	2,708	シナノポリ、ベストバイ	2	131
	ツルヤ並柳店	(株)ツルヤ	2011.6	2,598	ツルヤ	-	243
	スーパーマーケットパロー笹部店	㈱パローホールディングス	2013.11	2,184	パロー	2	153
	J Aファーム今井	松本ハイランド農業協同組合	2010.10	2,158	松本ハイランド農業協同組合	1	87
	とをしや薬局平田店	(株)とをしや薬局	2005.11	1,653	とをしや薬局	1	120
	カインズホーム梓川店	(株)カインズ	2000.7	7,000	カインズ	1	239
	スポーツデポ・ゴルフ5南松本店	(株)アルペン	2005.2	5,430	アルペン	1	383
	駅ビルM I D O R I松本店	㈱ステーションビルM I D O R I	1978.7	5,397	マツモトキヨシ	-	-
	ニトリ松本店	㈱ニトリホールディングス	2006.10	5,165	ニトリ	1	160
	綿半スーパーセンター松本芳川店	(株)綿半ホームエイド	2000.3	5,157	綿半ホームエイド	1	307
	梓川ショッピングセンター (ダイソーアルピア梓川店)	㈱梓川ショッピングセンター	1987.10	4,855	大創産業	-	348
	ケーヨーデイツー松本寿店	(株)ケーヨー	2004.9	4,488	ケーヨー	1	232
	お宝中古市場松本店	(株)ヤマダ電機	1993.1	3,544	ヴィブリッジ	1	111
	サンマックス松本店、 ファッションセンターしまむら芳川店	(株)ニシザワ	1997.11	3,407	ニシザワ	2	-
	トイザラス松本店	東日本旅客鉄道(株)	1987.5	3,124	日本トイザラス	1	200
	ラ・ムー並柳店	(株)エヌ・ディー・エイ	1996.11	2,943	西源	1	-
	ドン・キホーテ南松本店	(株)林友	2006.8	2,438	ドン・キホーテ	1	139
	S E I Y U笹部店	(合同)西友	1996.8	2,311	西友	1	197
	南松本複合店舗 (ユニクロ南松本店)	ケイ・ティ経営研究所	1992.12	2,301	ユニクロ、ツルハ	2	-
	ダイレックス平田店	ダイレックス(株)	1997.12	2,206	ダイレックス	1	-
	ライフスタイルCOMO庄内 (しまむら庄内)	(株)しまむら	2008.3	2,114	しまむら、とをしや薬 局	2	87
	オートアールズ梓川店	(株)オートアールズ	2000.7	1,799	オートアールズ	1	260
	S E I Y U島内店	(有)カワフネ	1991.11	1,502	西友	2	150
	ファッションセンターしまむら梓川店	(株)しまむら	2003.8	1,328	しまむら	1	76
	洋服の青山松本高宮店	青山商事(株)	1999.5	1,269	青山商事	1	59

(6) 塩尻市

市町村	施設名	当該店舗を設置する者	開設時期	店舗面積 (㎡)	中核店舗	入居テナ ント数 (当初届 出ペー ス)	駐車場
塩尻市	塩尻大門ショッピングセンター (アップルランドデリシア塩尻店)	塩尻市	1993.4	8,980	デリシア	7	382
(15店)	ショッピングセンターGAZA (アップルランドデリシア広丘店)	(株)デリシア	1990.10	8,773	デリシア、大創産業、しまむら、 マックスハウス	16	1,000
	カインズホーム塩尻店	(株)カインズ	1996.12	6,444	カインズ	1	476
	綿半スーパーセンター塩尻店	綿半ホールディングス(株)	2015.11	6,176	綿半ホームエイド	1	360
	京王塩尻KePio(エディオン塩尻店)	京王重機整備(株)	2007.6	4,909	エディオン、マックスバリュ長野	2	287
	桔梗ヶ原ショッピングセンター (SEIYU塩尻西店)	平林正臣	1996.11	3,498	西友、しまむら	2	259
	カンリウショッピングセンター (ホームセンタープラスワン塩尻店)	カンリウ工業(株)	1992.11	3,472	プラスワン	1	187
	ヤマダ電機テックランド塩尻店	征矢野木材(株)	2003.11	2,999	ヤマダ電機	1	141
	スーパーマーケットバロー塩尻店	(株)バローホールディングス	2015.7	2,888	バロー、あかのれん	2	129
	丸屋家具	(株)丸屋家具	1967.2	2,607	丸屋家具	1	-
	中部家具ホームセンター	中部家具貿易(株)	1980.3	2,490	中部家具貿易	1	50
	ツルヤ広丘店	(株)ツルヤ	2006.6	2,257	ツルヤ	3	193
	カーパークin塩尻・アップルランド塩尻東店	(株)カーパーク	2009.11	2,243	ワールド、デリシア	3	113
	SEIYU塩尻野村店	(合同)西友	1998.5	2,204	西友	1	107
	カワチ薬品塩尻店	(株)住建	1987.9	1,616	カワチ薬品	1	117

松本市では2017年9月にイオンモール松本が開業している。その概要は以下の通り。

- ・敷地面積：約62,500㎡
- ・延床面積：約97,000㎡
- ・駐車場台数：約2,300台
- ・駐輪場台数：約800台
- ・店舗数：イオンスタイルとH&M・無印良品・イオンシネマ(映画館)・
スポーツオーソリティー等約170店

茅野市では2017年6月にドン・キホーテ茅野店が開業している。その概要は以下の通り。

- ・売場面積：2,126㎡
- ・駐車場台数：445台
- ・駐輪場台数：10台

4. 各種アンケート等調査

(1) 商業者の経営意識調査

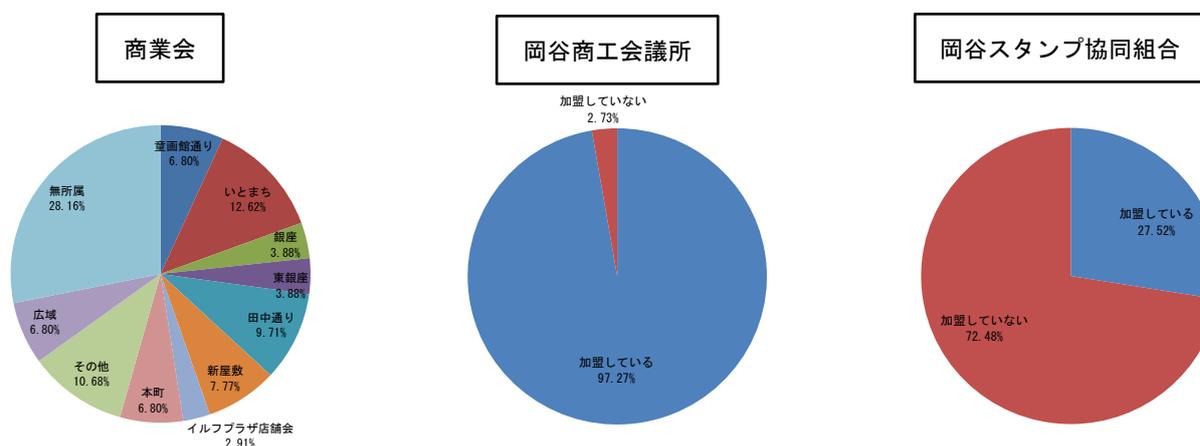
①調査概要

- ・期間：2017年10月1日（日）～10月31日（火）
- ・対象：商業連合会に加入している商業者＋岡谷商工会議所会員（商業部会・サービス業部会）＋未加入事業者
- ・方法：商業連合会（全会員）、商工会議所（商連会員以外）、市（未加入事業者）が対象先に調査票を配布・回収
- ・回収数：114枚

②調査結果

【問1】お店、事業所について

1. 商業会や各種団体への加盟



【商業会】

- ・商業会への加盟について見ると、無所属（29、28.16%）の割合が最も大きく、次いで、いとまち（13、12.62%）、その他（11、10.68%）となっている。

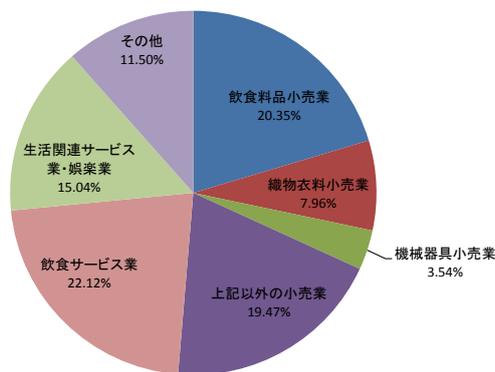
【岡谷商工会議所】

- ・岡谷商工会議所の加盟について見ると、加盟している（97.27%）の割合が大きくなっている。

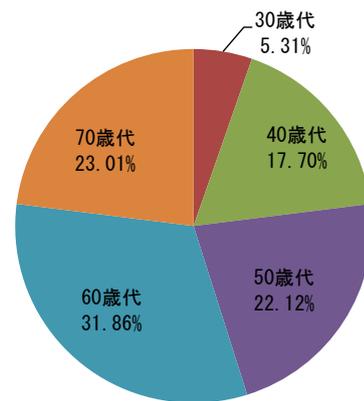
【岡谷スタンプ協同組合】

- ・岡谷スタンプ協同組合の加盟について見ると、加盟していない（72.48%）の割合が大きくなっている。

2. 業種



3. 経営者の年齢



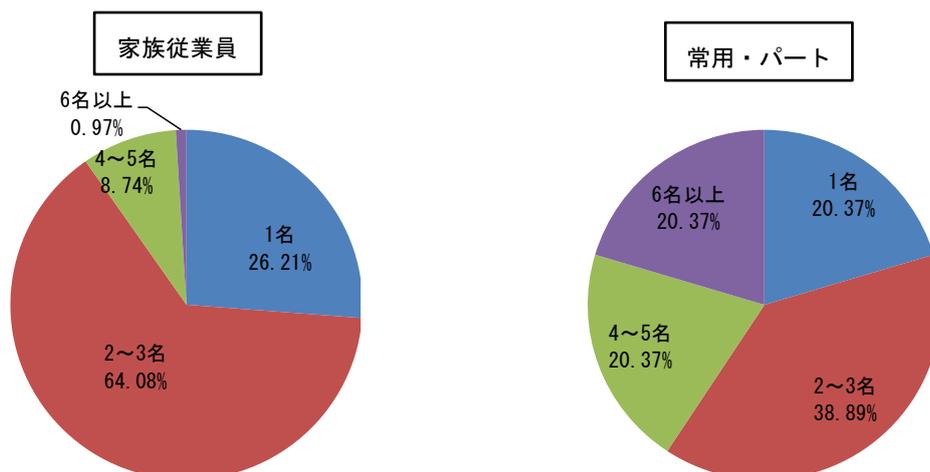
【Q1 (2) 業種】

- ・業種について見ると、「飲食サービス業」(25、22.12%)の割合が最も大きく、次いで、「飲食料品小売業」(23、20.35%)、「上記以外の小売業」(22、19.47%)となっている。

【Q1 (3) 経営者の年齢】

- ・経営者の年齢について見ると、60歳代(36、31.86%)の割合が最も大きく、次いで、70歳代(26、23.01%)、50歳代(25、22.12%)と60歳以上が半数となっている。

4. 従業員数

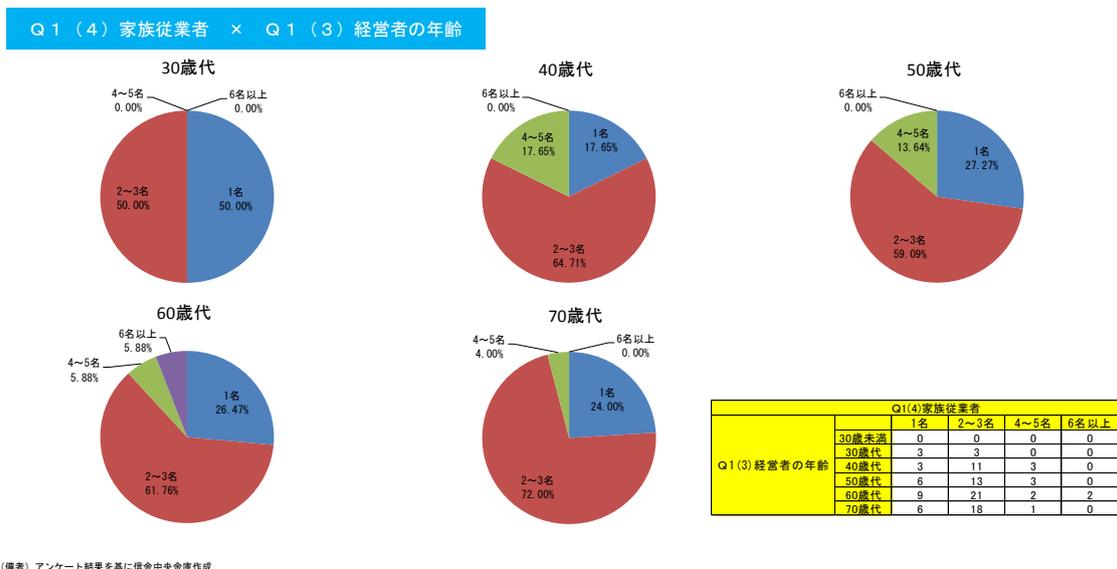


【Q1 (4) 家族従業員】

- ・家族従業員について見ると、「2~3名」(66、64.08%)の割合が最も大きくなっており、3名以下の割合で9割を占めている。

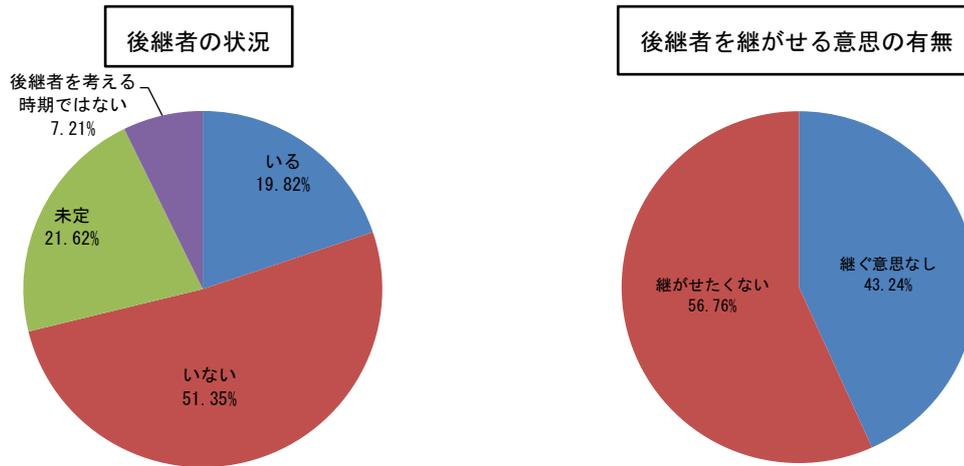
【Q1（4）常用・パート】

- ・常用・パートについて見ると、「2～3名」（21、38.89％）の割合が最も大きくなっている。また、本アンケート回答先114先のうち、常用・パート従業員のいる事業所は54先であり、アンケート回答の半数が家族以外の従業員がいないと考えられる。



- ・経営者の年齢別で家族従業員について見ると、全ての年代で「2～3名」の割合が最も大きく、次いで、「1名」の割合が大きくなっている。
- ・経営者が高齢になればなるほど、自分1人か夫婦のみで経営している企業が増えていると思われる。
- ・「6名以上」の家族従業員がいるのは、60歳代のみとなっている。

5. 後継者の状況

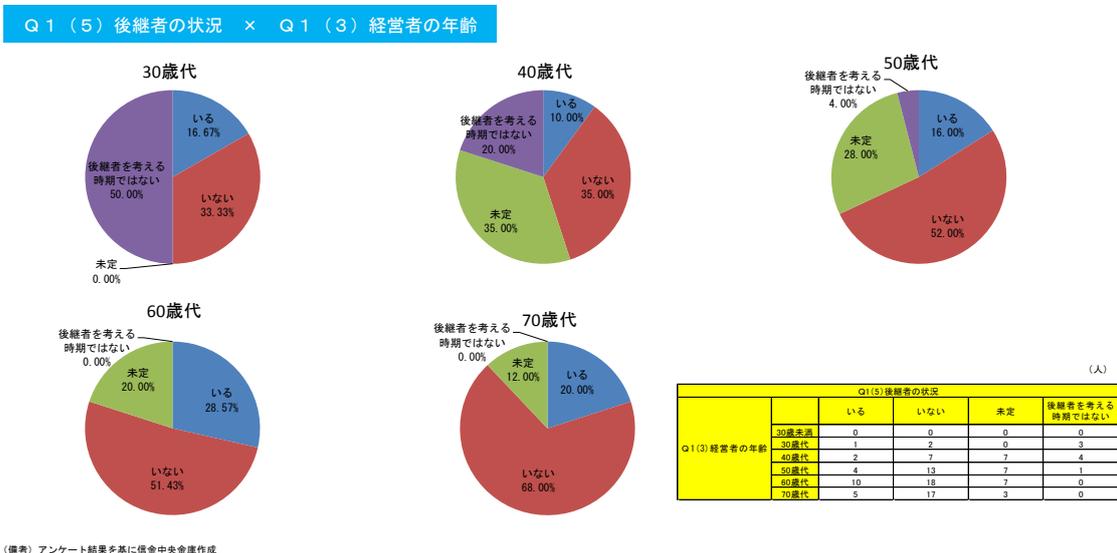


【Q1 (5) 後継者の状況】

- 後継者の状況について見ると、「いない」(57、51.35%)の割合が最も大きくなっている。将来的には半数以上の事業所がなくなる可能性がある。

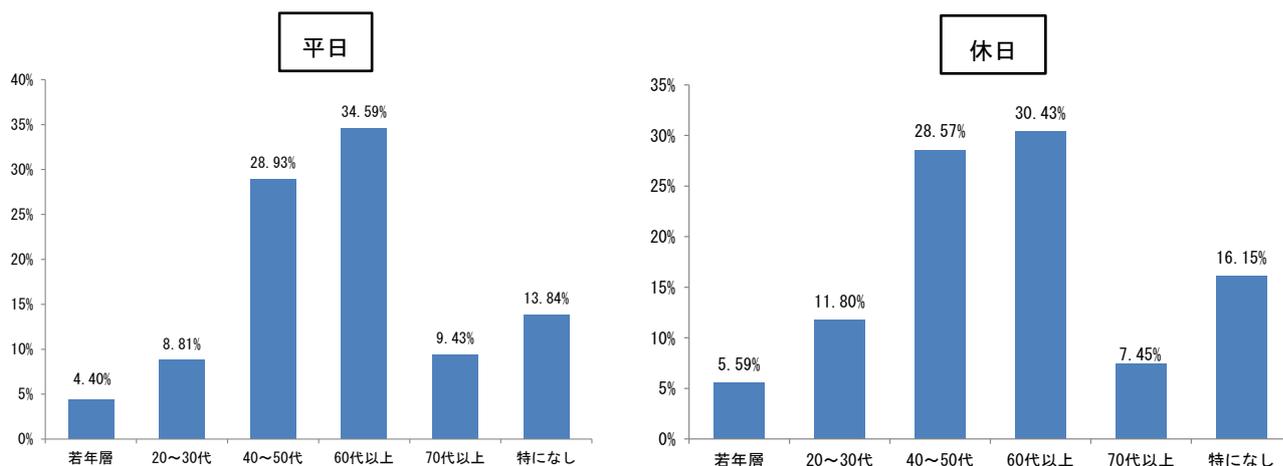
【Q1 (5) 後継者がいない場合、継がせる意思の有無】

- 後継者がいない場合、継がせる意思の有無について見ると、「継がせたくない」(21、56.76%)の割合が大きくなっている。



- 経営者の年齢別で後継者の状況について見ると、30歳代は「後継者を考える時期ではない」(3、50.00%)の割合が最も大きくなっている。
- 40歳代以上の全ての年代では、「いない」の割合が最も大きくなっている。また、「いない」と「未定」の割合で7割以上を占めている。
- 60歳以上を見ると、半数以上が「いない」との回答になっている。

6. 顧客層の年齢



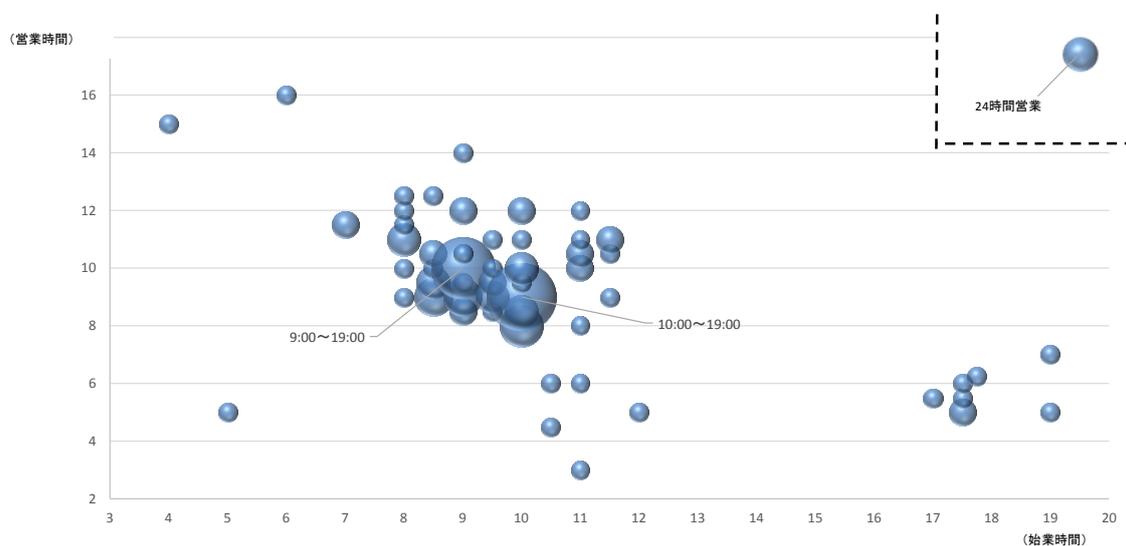
【Q 1 (6) 平日】

- ・平日の顧客層の年齢について見ると、「60代以上」(55、34.59%)の割合が最も大きく、次いで、「40~50代」(46、28.93%)となっている。

【Q 1 (6) 休日】

- ・休日の顧客層の年齢について見ると、「60代以上」(49、30.43%)の割合が最も大きく、次いで、「40~50代」(46、28.57%)となっている。休日には、多少若年層の顧客割合が高くなっている。

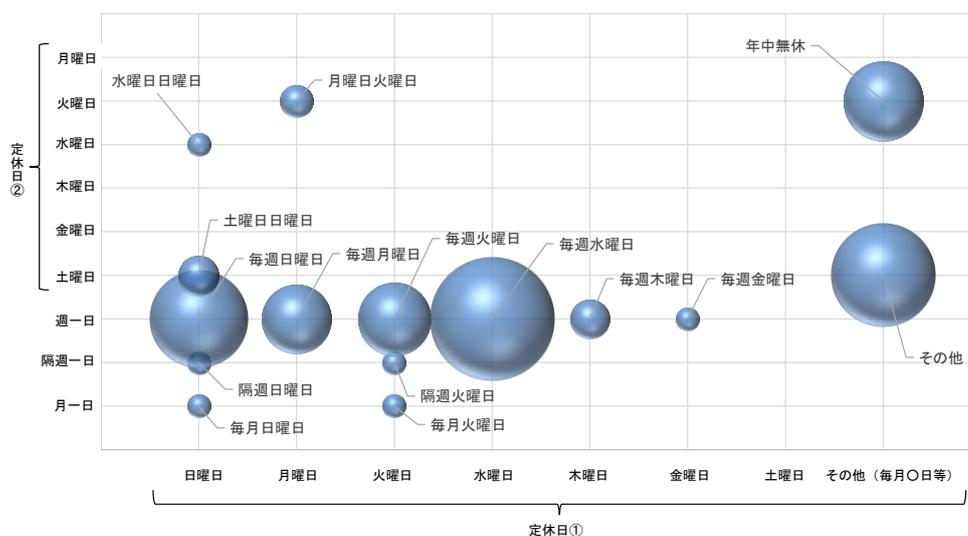
7. 営業時間



【Q 1 (7) 営業時間】

- ・「営業時間」について見ると、「9:00~19:00」(10)で営業する店舗が多くなっており、次いで、「10:00~19:00」(10)、「10:00~18:00」(4)、「24時間営業」(3)となっており、19時で終了する店舗が多い。

8. 定休日

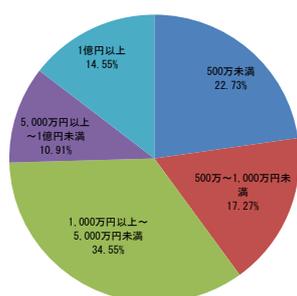


【Q1 (8) 定休日】

- ・「定休日」について見ると、「毎週水曜日、週一回」(26)、「毎週日曜日、週一回」(18)、「年中無休」(15)の定休日の店舗が多くなっている。

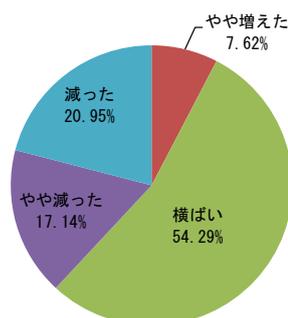
【問2】最近の業況について

1. 年間売上高

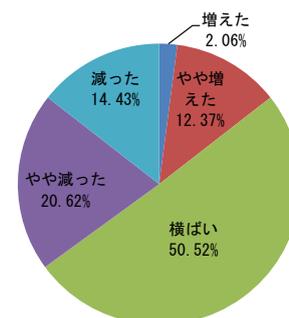


2. 売上高

売上高 (レイクウォーク岡谷オープン直後)



売上高 (現在)

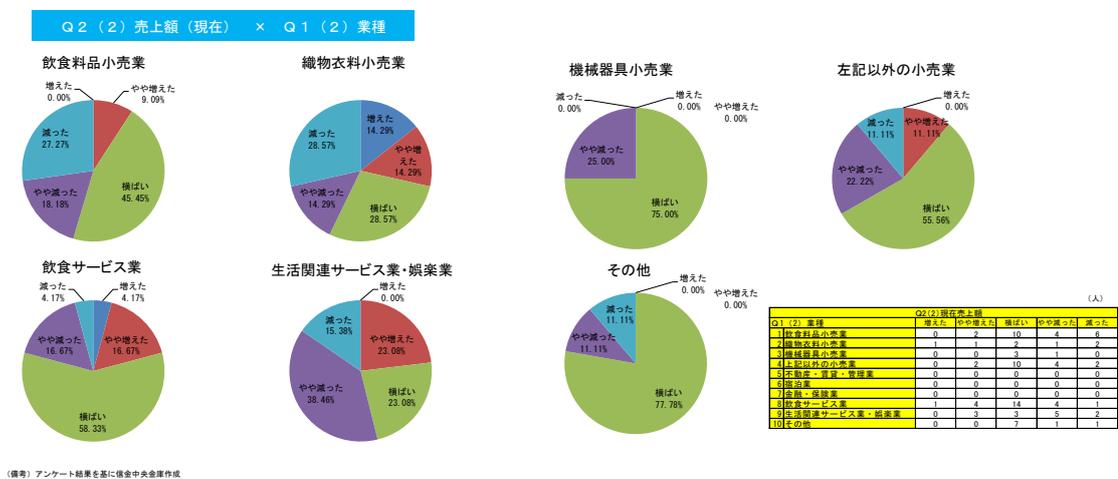


【Q2 (1) 年間売上高】

- ・年間売上高について見ると、「1,000万円以上～5,000万円未満」(38、34.55%)の割合が最も大きく、次いで「500万円未満」(25、22.73%)となっており、4分の3の事業者が5,000万円未満となっている。

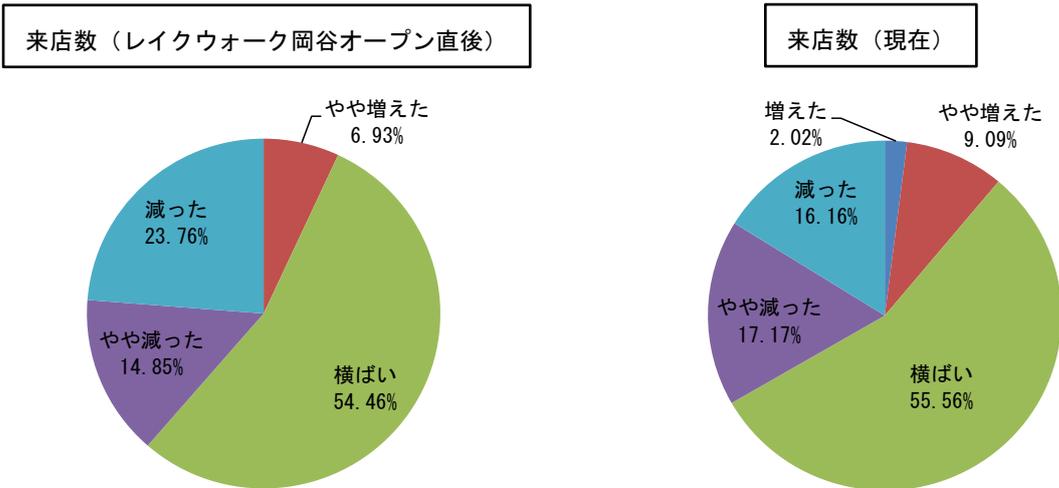
【Q2（2）売上額】

- ・レイクウォーク岡谷オープン直後の売上額について見ると、「横ばい」（57、54.29％）の割合が最も大きくなっている。
 - ・現在の売上額について見ると、「横ばい」（49、50.52％）の割合が最も大きくなっている。
- 現在は、レイクウォーク岡谷オープン直後に比べて売上額について「増えた」、「やや増えた」との回答も増加していることから、多少売上が戻って来ていると考えられる。



- ・業種別でレイクウォーク岡谷オープン直後と比べた現在の売上額について見ると、「生活関連サービス業・娯楽業」は「やや減った」（5、38.46％）の割合が最も大きく、他の業種では「横ばい」の割合が最も大きくなっている。
- ・売上額が「増えた」（1、14.29％）、「やや増えた」（1、14.29％）の割合が最も大きい業種は、「繊維衣料小売業」となっている。次いで、「生活関連サービス業・娯楽業」が「増えた」（0）、「やや増えた」（3、23.08％）が多く、さらに、「飲食サービス業」が「増えた」（1、4.17％）、「やや増えた」（4、16.67％）である。「機械器具小売業」と「その他」の業種については、売上額が「増えた」、「やや増えた」と回答した事業者はいなかった。

3. 来店数



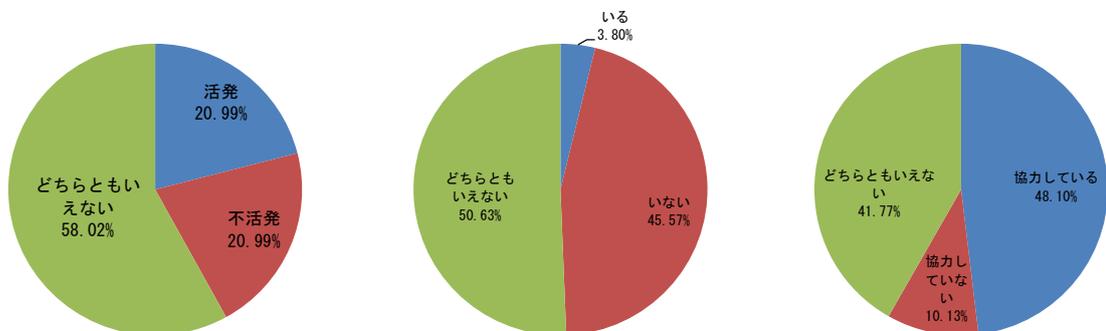
【Q2 (3) 来店数】

- ・レイクウォーク岡谷オープン直後の来店数について見ると、「横ばい」(55、54.46%)の割合が最も大きくなっている。
- ・現在の来店数について見ると、「横ばい」(55、55.56%)の割合が最も大きくなっている。

→現在は、レイクウォーク岡谷オープン直後に比べて来店数が、「増えた」、「やや増えた」との回答も増加していることから、多少来店客が戻ってきていることが考えられる。

【問3】貴店が所属する商業会について

1. 活動は活発ですか
2. 売上に繋がっていますか
3. 積極的に協力していますか



【Q3（1）活動は活発ですか】

- ・「活動は活発ですか」について見ると、「どちらともいえない」（47、58.02%）の割合が最も大きくなっている。活発との回答は、童画館、いとまち、イルフプラザとなっている。

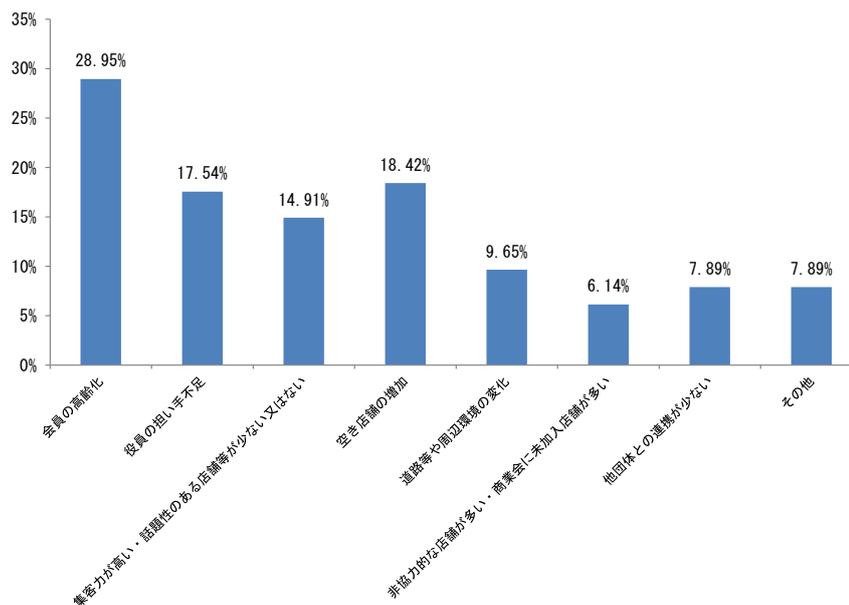
【Q3（2）売上に繋がっていますか】

- ・「売上に繋がっていますか」について見ると、「どちらともいえない」（40、50.63%）の割合が大きくなっているものの、「いない」（36、45.57%）の割合も半数近くなっている。

【Q3（3）積極的に協力していますか】

- ・「積極的に協力していますか」について見ると、「協力している」（38、48.10%）の割合が大きく、「協力していない」は、10%程度になっている。

4. 課題や問題・感じていることは何ですか

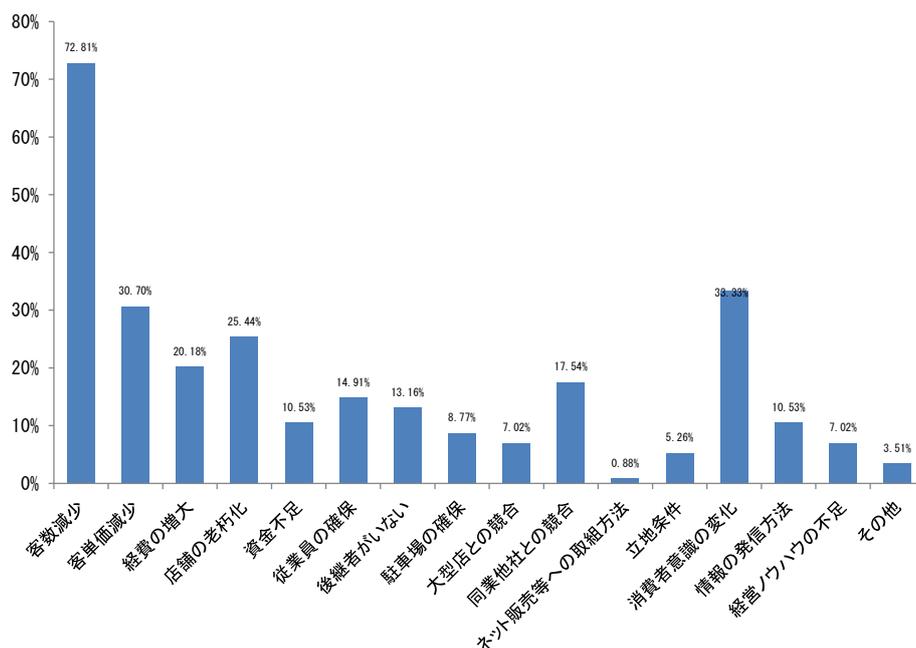


【Q3（4）課題や問題・感じていること】

- ・課題や問題・感じていることについて見ると、「会員の高齢化」（33、28.95%）の割合が最も大きく、次いで「空き店舗の増加」（21、18.42%）、「従業員の担い手の不足」（20、17.54%）となっている。

→後継者がいる事業所が少なく、今後はここであがっている課題を感じる事業所が増えてくるのではないかと考えられる。

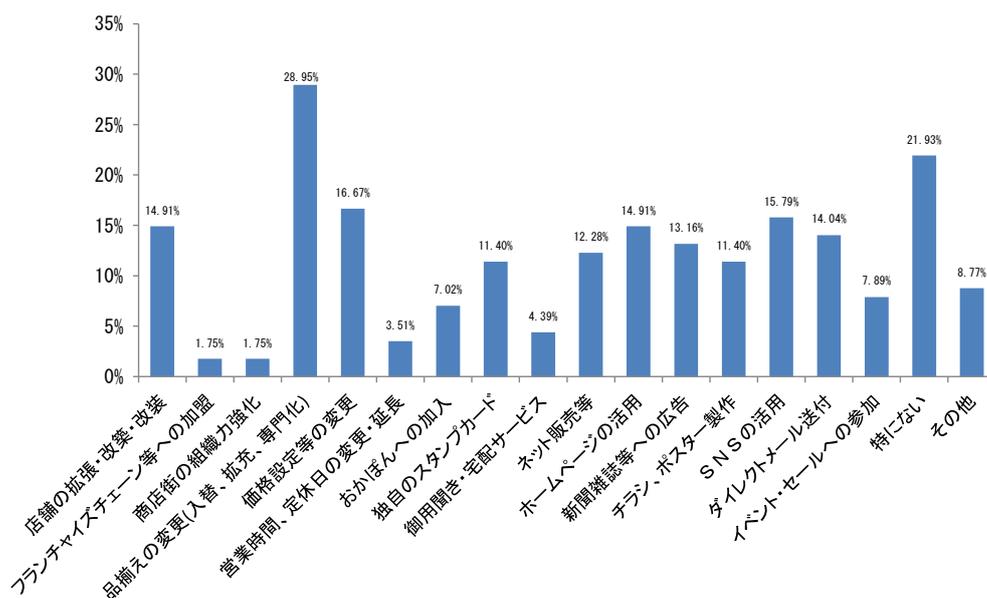
【問4】現在の経営上の問題点は何ですか。（優先度の高い順に3つ）



【Q4 現在の経営上の問題点】

- ・現在の経営上の問題点について見ると、「客数減少」（83、72.81%）の割合がもっとも大きく、次いで、「消費者意識の変化」（38、33.33%）、「客単価減少」（35、30.70%）となっている。

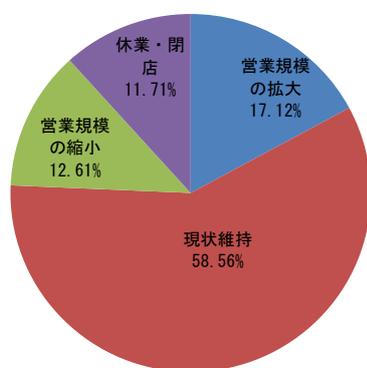
【問5】経営対策として、現在取り組んでいるもの（考えているもの）は何ですか。（複数回答可）



【Q 5. 経営対策として、現在取り組んでいるもの】

- ・ 経営対策として、現在取り組んでいるものについて見ると、「品揃えの変更」(33、28.95%)の割合が最も大きく、次いで、「価格設定等の変更」(19、16.67%)、「SNSの活用」(18、15.79%)となっている。一方、「特にない」(25、21.93%)も多く、問題を解決するための対策を講じていない事業者も見られる(33、28.95%)。
- 客数減少を問題点として挙げているものの、その対策を講じていない事業者も少なくないと思われる。

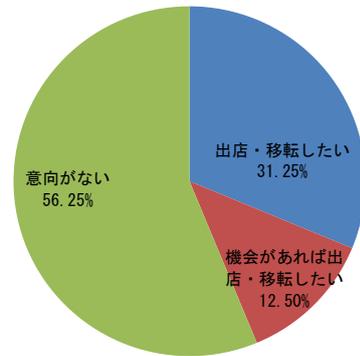
【問6】今後の経営方針について、どのように考えていますか



【Q 6. 今後の経営方針】

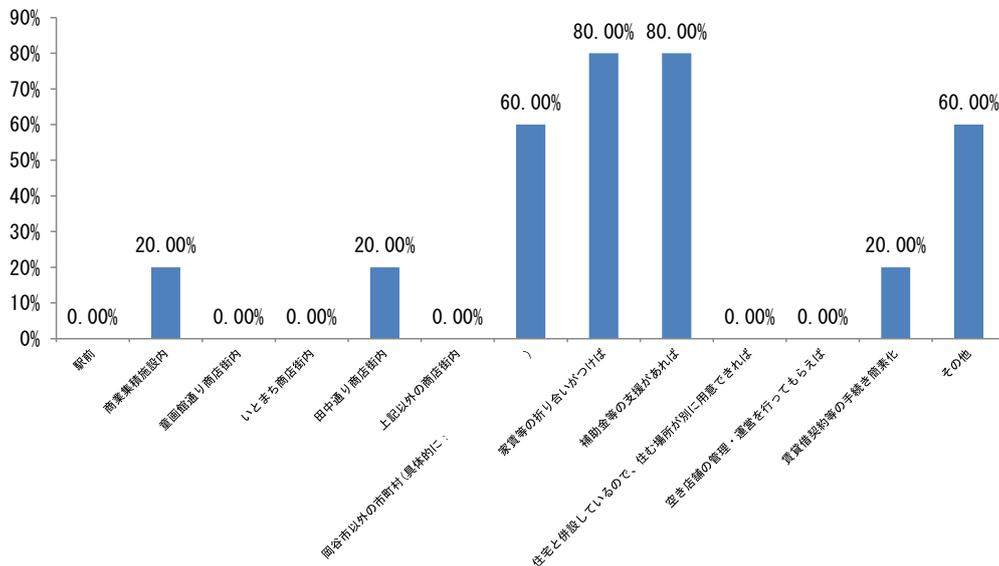
- ・ 今後の経営方針について見ると、「現状維持」(58.56%)の割合が最も大きく、次いで「営業規模の拡大」(19、17.12%)となっている。後継者がいない事業所が多いなか、現状維持の姿勢では、今後、事業所数減少、空き店舗増加となる可能性も考えられる。

- 【問7】①問6で「1. 営業規模の拡大」と回答された方のみ、新規出店および店舗移転・増設の意向はありますか。
- ②また、その際の要件等は何ですか。（複数回答可）
- ③問6で「4. 休業・閉店」と回答された方で、店舗を貸す意向はありますか。また貸す意向がない・貸せない理由は何ですか。（複数回答可）



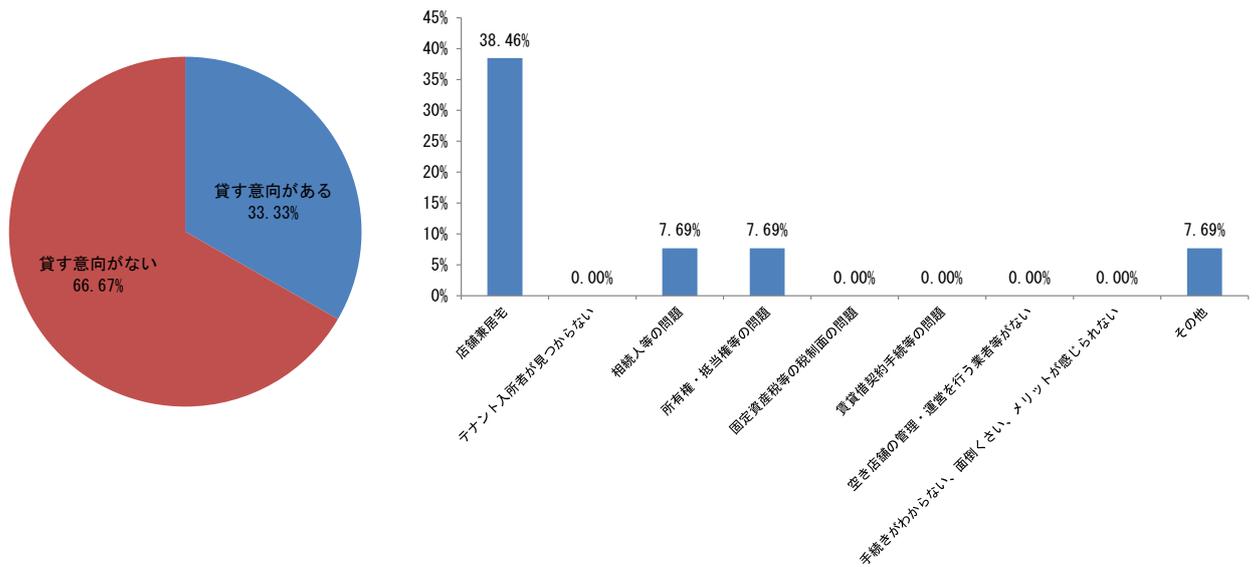
【Q7（1）「今後の経営方針」で「営業規模の拡大」と回答された方のみ、新規出店および店舗移転・増設の意向はありますか。】

・「意向がない」（56.25%）の割合が大きくなっているが、「出店・移転したい」意欲のある人も見られる。



【Q7（2）「営業拡大と回答された方のみ」、「新規出店および店舗移転・増設の意向の際の要件等は何ですか。」】

・「家賃等の折りがつけば」（4、80.00%）、「補助金等の支援があれば」（4、80.00%）の割合が大きくなっている。



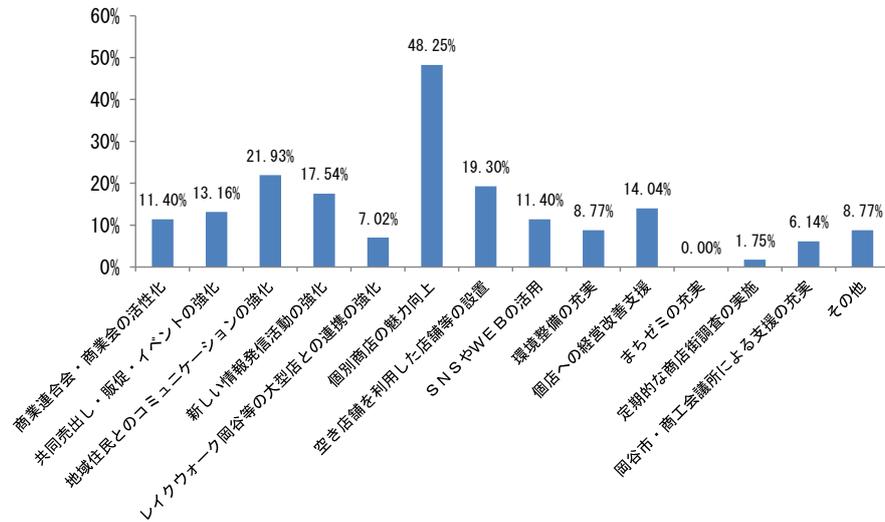
【 Q 7 (3) 「休業・閉店」と回答された方で、店舗を貸す意向はありますか。 】

・「貸す意向がない」(66.67%)の割合が大きくなっている。

【Q 7 (3) 貸す意向がない・貸せない理由は何ですか。】

・「店舗兼居宅」(5、38.46%)の割合が最も大きく、次いで、「相続人等の問題」(1、7.68%)、「所有権、抵当権等の問題」(1、7.68%)、「その他」(1、7.68%)となっている。

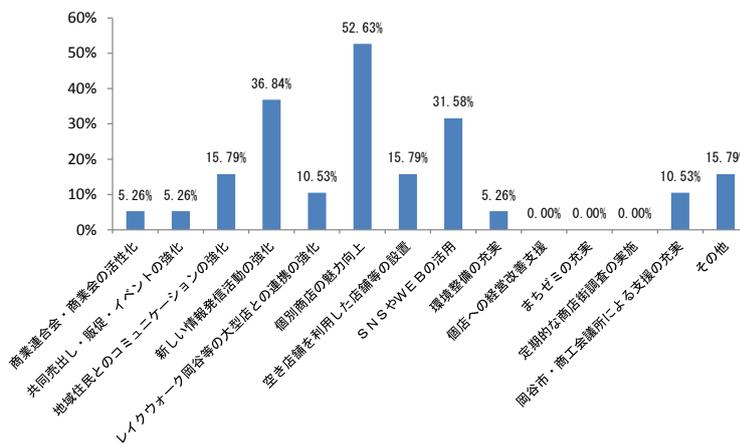
【問8】 今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思う事は何ですか。(3つまで回答可)



【Q8 今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思う事は】

- ・「個別商店の魅力向上」(55、48.25%)の割合が最も大きく、次いで、「地域住民とのコミュニケーションの強化」(25、21.93%)、「空き店舗を利用した店舗等の設置」(22、19.30%)となっている。

Q6. 今後の経営方針についてどのように考えていますか、「営業規模の拡大」と回答された方が、Q8. 今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思う事は



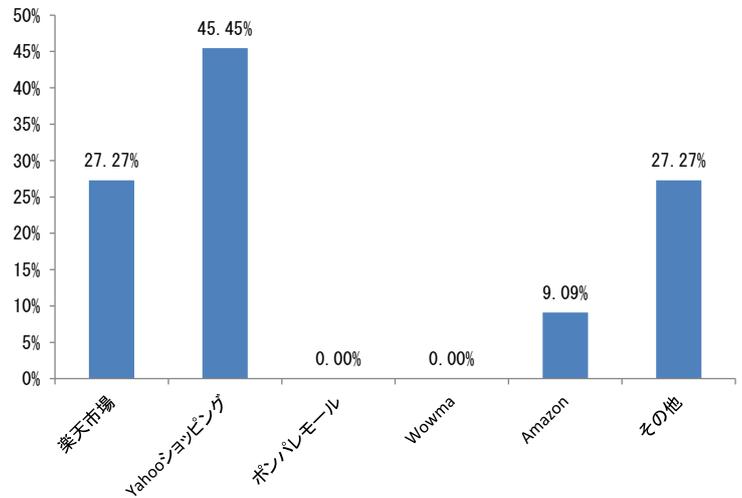
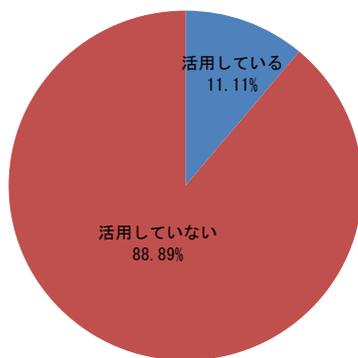
(備考) アンケート結果を基に信金中央金庫作成

(回答数)

項目	回答数
1 商業連合会・商業会の活性化	1 5.26%
2 共同売出し・販促・イベントの強化	1 5.26%
3 地域住民とのコミュニケーションの強化	3 15.79%
4 新しい情報発信活動の強化	7 36.84%
5 レイクウオーカー岡谷等の大型店との連携の強化	2 10.53%
6 個別商店の魅力向上	10 52.63%
7 空き店舗を利用した店舗等の設置	3 15.79%
8 SNSやWEBの活用	6 31.58%
9 環境整備の充実	1 5.26%
10 店舗への経営改善支援	0 0.00%
11 まちなみの充実	0 0.00%
12 定期的な商店街調査の実施	0 0.00%
13 岡谷市・商工会議所による支援の充実	2 10.53%
14 その他	3 15.79%

- ・「Q6. 今後の経営方針についてどのように考えていますか」で、「営業規模の拡大」と回答された方が、今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思う事は、「個別商店の魅力向上」(10、52.63%)の割合が最も大きく、次いで、「新しい情報発信活動の強化」(7、36.84%)、「SNSやWEBの活用」(6、31.58%)となっている。さらに、全体を比べると「岡谷市・商工会議所による支援の充実」(2、10.53%)も高くなっている。

【問9】 貴店の商品販売において、ネットショップ等を活用していますか。
 また、その際のネットショップ名を教えてください。（複数回答可）



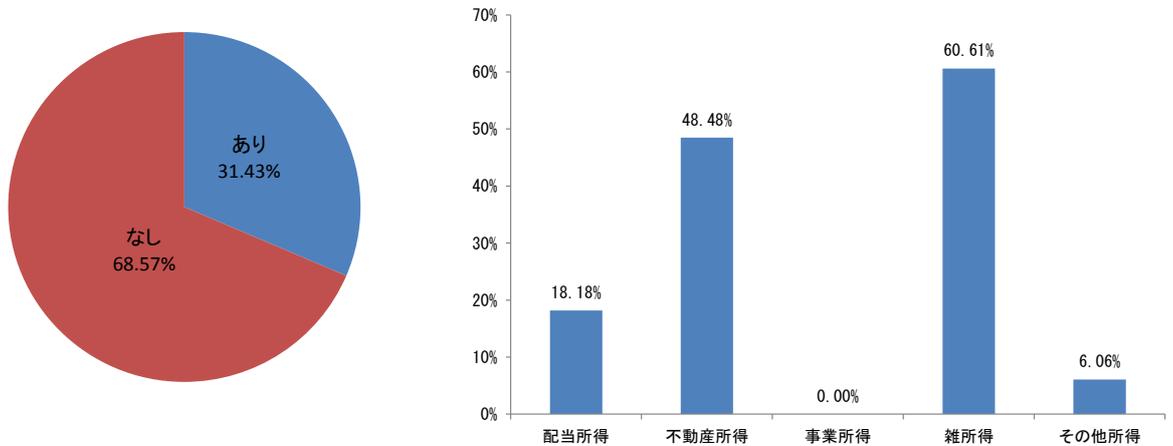
【Q9. ネットショップ等を活用していますか。】

- ・「ネットショップを活用していますか。」について見ると、「活用していない」（88.89%）の割合が大きくなっている。

【Q9. 活用している際のネットショップ名】

- ・「活用している際のネットショップ名」について見ると、「Yahoo ショッピング」（5、45.45%）の割合が大きく、次いで、「楽天市場」（3、27.27%）、「その他」（3、27.27%）となっている。

【問 10】 本業以外の所得（売上や給与等以外で生活できるだけの所得）がありますか。また、その所得の種類を教えてください。（複数回答可）



【Q10. 本業以外の所得がありますか。】

- ・「本業以外の所得がありますか。」について見ると、「なし」（72、68.57%）の割合が大きくなっているものの、約3割が「ある」と回答している。

【Q10. 所得がある際は、その所得の種類を教えてください。】

- ・「所得がある際は、その所得の種類を教えてください。」について見ると、「雑所得」（20、60.61%）の割合が大きく、次いで、「不動産所得」（16、48.48%）となっている。

【問 11】 その他「岡谷市全体の商業環境」についてご意見等があればお聞かせ下さい。

ちぐなくならず街全体が統一された和・田舎感がある街づくりをしたい。
「〇〇市場」のような1ヶ所でその日の食材が揃うような、各々の個展のオリジナリティーを活かせるような商店街が岡谷の一角にあれば買物に来てくれるのではないかと買物などに出かけるのに交通手段がうまく使えれば良いと思います。（シルキーバスや福祉タクシーが使用しやすくなれば）
話題性のある飲食店があれば人が集まると思う
中心市街地に食堂中心の集積地は欲しい
徹底したPR（ネット、SNS等）を行う。
市役所、会議所、各種団体の横のつながりを強める
30代から50代が中心となった組織をつくり、60代がフォローにまわる
店の特徴をPRする、できる仕組みが欲しい
周遊性の街づくりには限界があると感じられる
岡谷だけのものがない。
岡谷市内全店が参加できるイベントを企画して欲しい
各種団体が連携して支援しあう体制を作り、短期の計画のもとに実行・実現に向けて行動すべきであるとする
仕入れに関して、市外ではなく、岡谷市内の業者から購入してほしい
「こと」をおこして消費者をつないでいく必要があるのではないかと
スマホへの対応が絶対的に必要になる
高齢化等により車の免許を持たない客層が増加するなかで、買物難民への支援に取り組んでいる個店への支援を重視して欲しい
交通が不便（特に飲食時）
安易な安売りを行わない
中心市街地の整備
岡谷の商店で買物することにより、岡谷の商業者がうるおい税金を払うようになることが、市民の利益につながっているということを知って欲しい
地域通貨を導入してはどうか
売り手が楽しくもうけるために何か講座が開けないか
人を集めるより散らして楽しんでもらう事はできないか
0才～100才までが楽しめるイベント・施設が欲しい
低価格で楽しめる飲食店が欲しい
宿泊施設で乗り物体験・動物にふれあう体験・ものづくり体験ができれば
独創的アイデアで経営好調ですというような全国の情報を集め発信していく役割を、商工会議所に期待する
シャッターアートなどの工夫によりお客様を呼ぶ
街として数値目標を設定する
ソーシャルマーケティング的な目線での街づくりを

(2) 商店街利用者調査

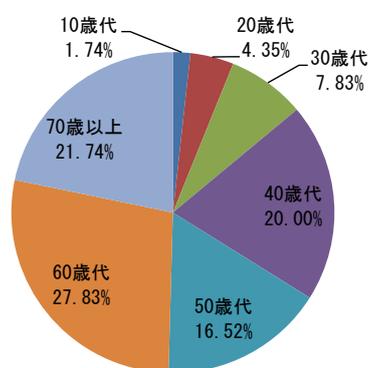
①調査概要

- ・期間：2017年11月20日（月）～12月22日（金）
- ・対象：市内商店街（童画館通り、いとまち、銀座、東銀座、田中通り、新屋敷、イルフプラザ、ララ等）の商店等で買物する人
- ・方法：各商店街内の数店舗の従業員等による声掛けによる依頼および回収
- ・回収数：116枚

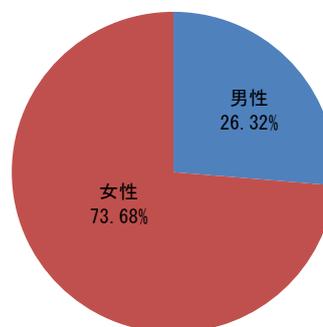
②調査結果

【問1】あなた自身について教えてください。

1. 年齢



2. 性別



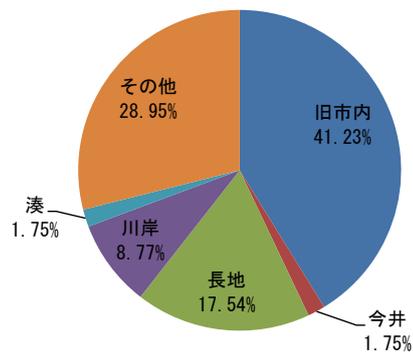
【(1) 年齢】

- ・「年齢」について見ると、「60歳代」（32、27.83%）の割合が最も大きく、次いで、「70歳以上」（25、21.74%）、「40歳代」（23、20.00%）となっている。商店街の利用者も60歳以上が半数近くになっている。

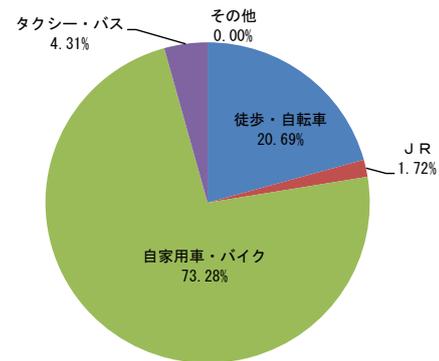
【(2) 性別】

- ・「性別」について見ると、「女性」（84、73.68%）の割合が「男性」（30、26.32%）の割合を上回っている。

3. 住所



4. 交通手段



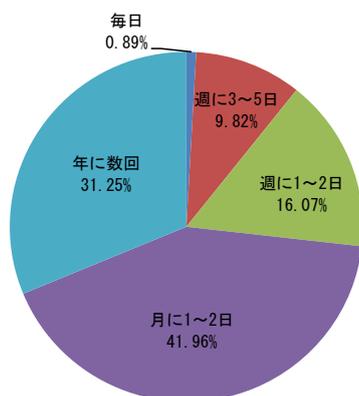
【(3) 住所】

・「住所」について見ると、「旧市内」(47、41.23%)の割合が最も大きく、次いで、「その他」(33、28.95%)、「長地」(20、17.54%)となっている。「その他」を詳細に見ると、「下諏訪」(10)の割合が大きくなっている。

【(4) 交通手段】

・「交通手段」について見ると、「自家用車・バイク」(85、73.28%)の割合が最も大きく、次いで「徒歩・自転車」(24、20.69%)となっている。

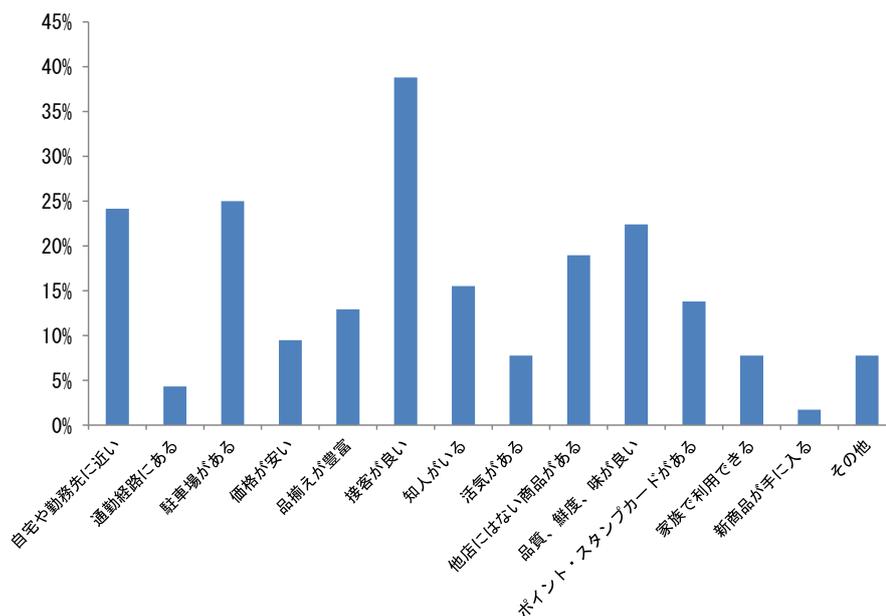
【問2】このお店に来る頻度についてお尋ねします。



【Q2. このお店に来る頻度についてお尋ねします (○は1つ)】

・「月に1~2日」(47、41.96%)の割合が最も大きく、次いで、「年に数回」(35、31.25%)、「週に1~2日」(18、16.07%)となっている。週一回以上の利用は、25%程度となっている。

【問3】 このお店を利用する理由を教えてください（3つまで回答可）。



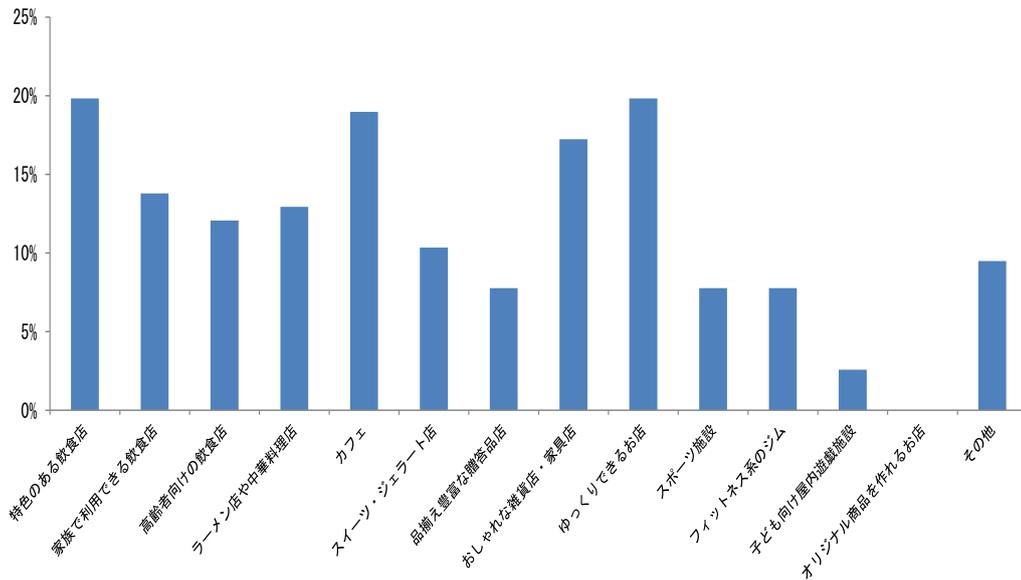
【Q3. このお店を利用する理由を教えてください（〇は3つまで）。】

・「接客が良い」（45、38.79%）の回答数が多く、次いで、「駐車場がある」（29、25.00%）、「自宅や勤務先に近い」（28、24.14%）となっている。

【問4】 このお店のついでに、良く利用するお店の名前を教えてください（3つまで回答可）

イルフ	26	一三堂	1
レイクウォーク	16	笠原書店	1
オギノ	6	カルチャーセンター	1
サンジェルマン	6	絹の都	1
梅林堂	5	三和	2
米久	5	ゴルフウェイ	1
マツキヨ	5	清水屋	1
西友	4	白樺	1
ファミリーマート	4	生鮮市場	1
甘陽堂	2	ダイソー	1
いちやまマート	2	テンホウ	1
うなぎ屋	2	西松屋	1
カフェ・ヘルパレー	2	農協夢マーケット	2
クランツ	2	美術館	1
セブンイレブン	2	フジサワヤ	1
値色後	2	マルシェ	1
ハニーフライドポテト	2	みやお	1
D2	2	モス	1
アキバ青果店	1	ヤマセ	1
アルピコ	1	郵便局	1
イオン	1	よしの	1
維新じゆく	1		

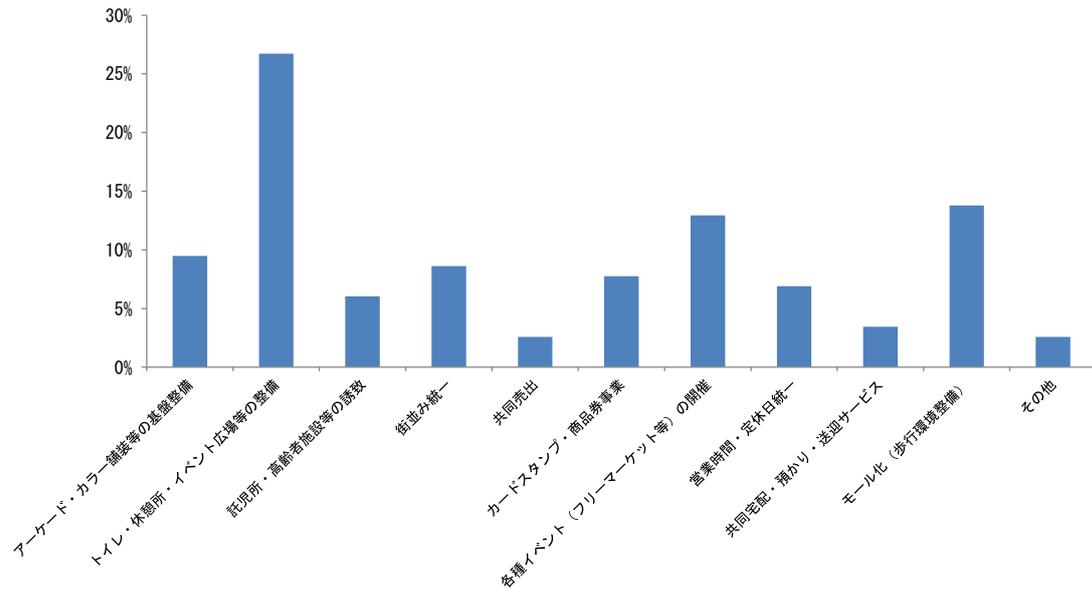
【問5】 このお店の近くにあれば良い、または不足しているお店（業種）があれば教えてください（3つまで回答可）



【Q5. この店の近くにあれば良い、または不足しているお店（業種）があれば教えてください（〇は3つまで）。】

- ・「特色のある飲食店」（23、19.83%）および「ゆっくりできるお店」（23、19.83%）の回答数が多く、次いで、「カフェ」（22、18.97%）となっている。
- 大型商業施設アンケート同様、飲食店、雑貨店が多くなっている。

【問6】 このお店周辺で実施してほしいことを教えてください（3つまで回答可）



【Q6】 このお店周辺で実施してほしいことを教えてください（〇は3つまで）。】

- ・「トイレ・休憩所・イベント広場等の整備」（31、26.72%）の回答数が多く、次いで、「モール化（歩行環境整備）」（16、13.79%）、「各種イベント（フリーマーケット等の開催）」（15、12.93%）となっている。

【問7】 その他要望・意見等自由にご記入ください。

映画館、ボーリング場などの連携
 岡谷でも行っても食べたいと言われる店
 日常生活に必要な店がほしい
 駅前を活性化してほしい
 食品が買える店
 商店があったら良い
 食品売り場があれば良い
 東京へ出かける時があるので、高速バスのチケット売り場やおみやげ屋がほしい
 会員にならなくても気軽に立寄れる場所があれば良い
 個室が充実した飲食店がほしい
 飲食店が4Fにあるため不便
 無料ロッカーがない、屋台があれば良い
 コンビニがほしい。店の拡大をしてほしい。
 買い物をしながら、話して帰るのが楽しみ
 地元商店街ならではのアットホームな感じを出してほしい
 駐車場

(3) 市民買物動向調査

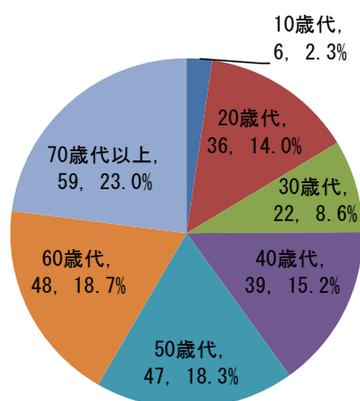
①調査概要

- ・日時：2017年8月1日（火）～ 8月29日（火）
- ・対象：諏訪信用金庫の岡谷市内店舗（6店舗）に来る人、公共施設（カルチャーセンター、岡谷市役所湊支所、長地支所、川岸支所）に立寄る人
- ・方法：窓口担当者ならびに渉外担当者が依頼および回収
各施設担当者が依頼および回収
- ・回収数：258枚

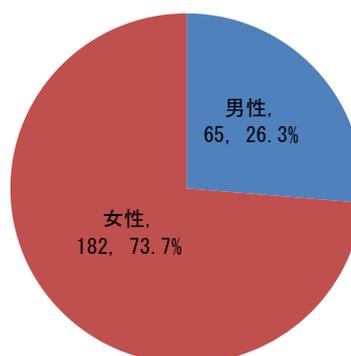
②調査結果

【問1】あなた自身について教えてください。

1. 年齢

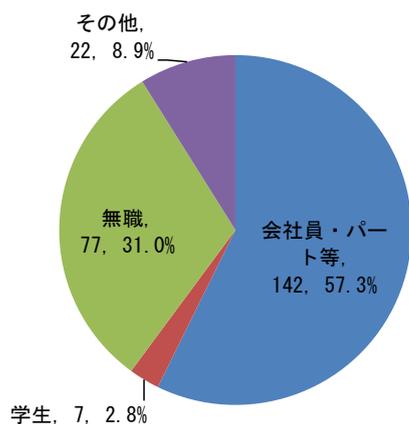


2. 性別

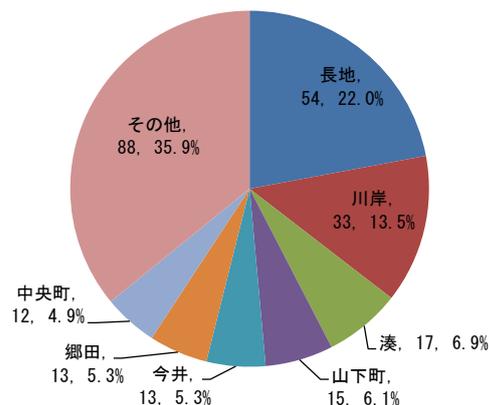


- ・年齢は、「70代」23.0%（59人）、次いで、「60代」18.7%（48人）、「50代」18.3%（47人）、「40代」15.2%（39人）、「20代」14.0%（36人）、「30代」8.6%（22人）、「10代」2.3%（6人）と、高齢者を中心に各年代からアンケートを徴収
- ・性別は、「男性」26.3%（65人）、「女性」73.7%（182人）と、女性の割合が多い。

3. 職業



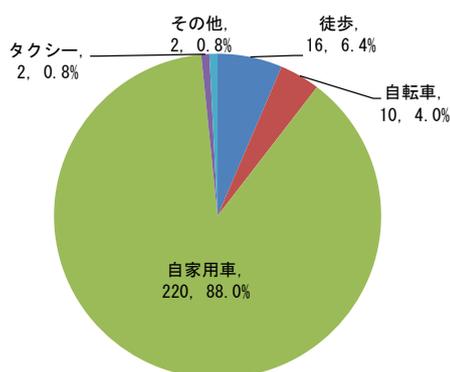
4. 住所



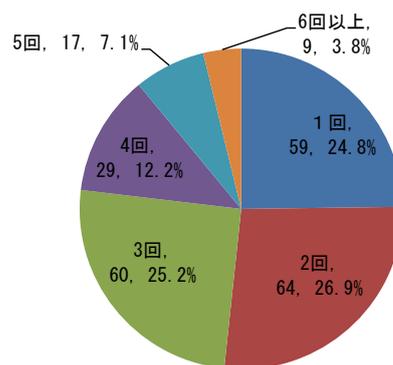
- ・職業は、「会社員・パート等」57.3%（142人）、次いで、「無職」31.0%（77人）、「その他（自営業等）」8.9%（22人）、「学生」2.8%（7人）となっている。
- ・住所は、「岡谷市長地」22.0%（54人）、次いで、「川岸」13.5%（33人）、「湊」6.9%（17人）、「山下町」6.1%（15人）、「今井」5.3%（13人）、「郷田」5.3%（13人）、「中央町」4.9%（12人）となっており、岡谷市内全域の住民からアンケートを徴収（その他の回答数10人未満：本町、幸町、銀座、川岸東、東堀、加茂町、赤羽、神明町、湖畔、大栄町、堀ノ内、天竜町、若宮、田中町、南宮、山手町、小坂、成田町）

【問2】 普段の買い物について教えてください。

1. 交通手段

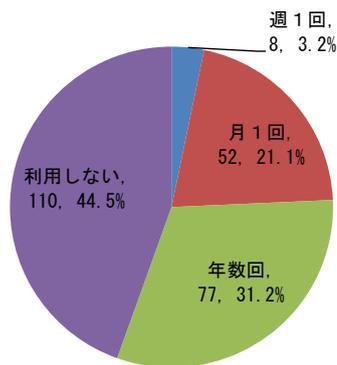


2. 買い物の頻度

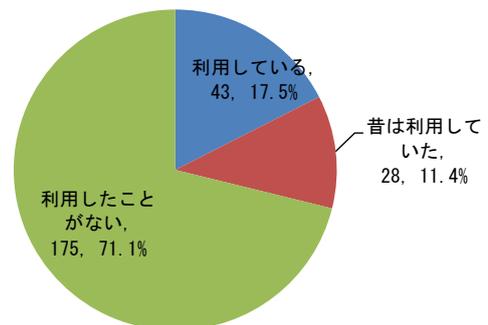


- ・交通手段は、「自家用車」88.0%（220人）が圧倒的に多く、次いで、「徒歩」6.4%（16人）、「自転車」4.0%（10人）、「タクシー」0.8%（2人）、「その他」0.8%（2人）となっている。
- ・買物頻度は、「週2回」26.9%（64人）、「週1回」24.8%（59人）、「週3回」25.2%（60人）、「週4回」12.2%（29人）、「週5回」7.1%（17人）であり、「週6回」3.8%（9人）と、高頻度の回答は少数となっている。

3. ネットショップの利用頻度



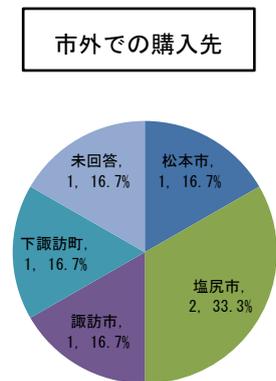
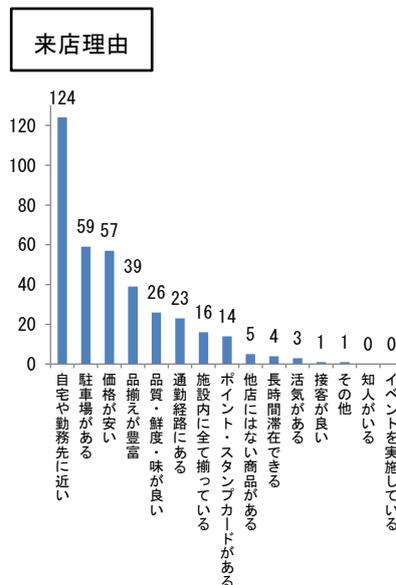
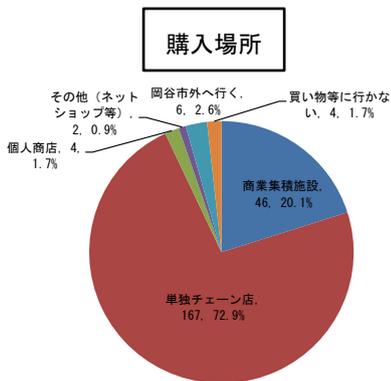
4. 生鮮食料品等の配送サービスの利用



- ・ ネットショップの利用頻度は、「利用しない」44.5%（110人）、「年数回」31.2%（77人）が、全体の約8割を占めており、「月1回」21.1%（52人）、「週1回」3.2%（8人）となっている。
- ・ 配達サービス利用の有無は、「利用したことがない」71.1%（175人）が大半であり、「利用している」17.5%（43人）、「昔は利用していた」11.4%（28人）と、現在の利用者は少数となっている。

【問3】 次の品目を主にどこをよく利用しますか。また、その理由は何ですか。

1. 食料品

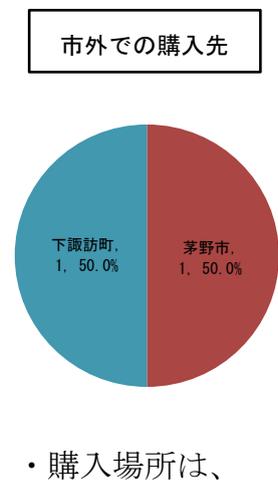
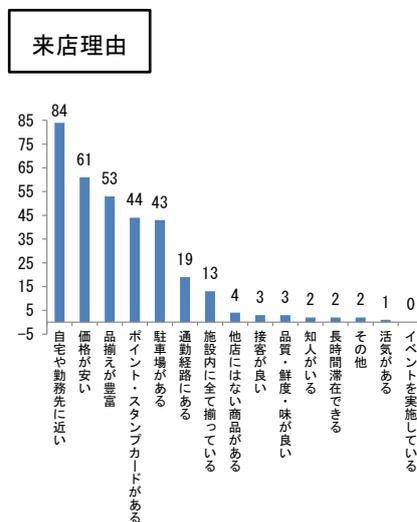
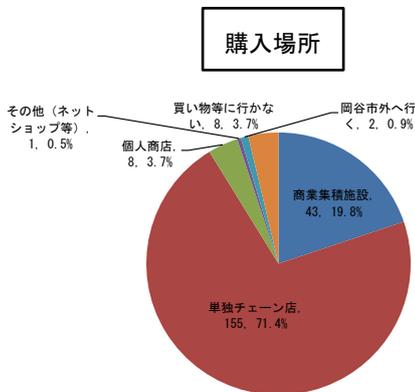


- ・ 購入場所は、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」72.9%（167人）が最も多く、次いで、「商業集積施設（レイクウオーク岡谷等）」20.1%（46人）、「岡谷市外へ行く」2.6%（6人）、「個人商店」

1.7%（4人）、「買い物等に行かない」1.7%（4人）、「その他（ネットショップ等）」0.9%（2人）となっている。

- ・来店理由は、「自宅や勤務先に近い」124人が最も多く、次いで、「駐車場がある」59人、「価格が安い」57人、「品揃えが豊富」39人、「品質・鮮度・味が良い」26人、「通勤経路にある」23人、「施設内に全て揃っている」16人、「ポイント・スタンプカードがある」14人となっている。
- ・市外での購入先は、「塩尻市」33.3%（2人）が最も多く、次いで、「松本市・諏訪市・下諏訪町」16.7%（1人）となっている。

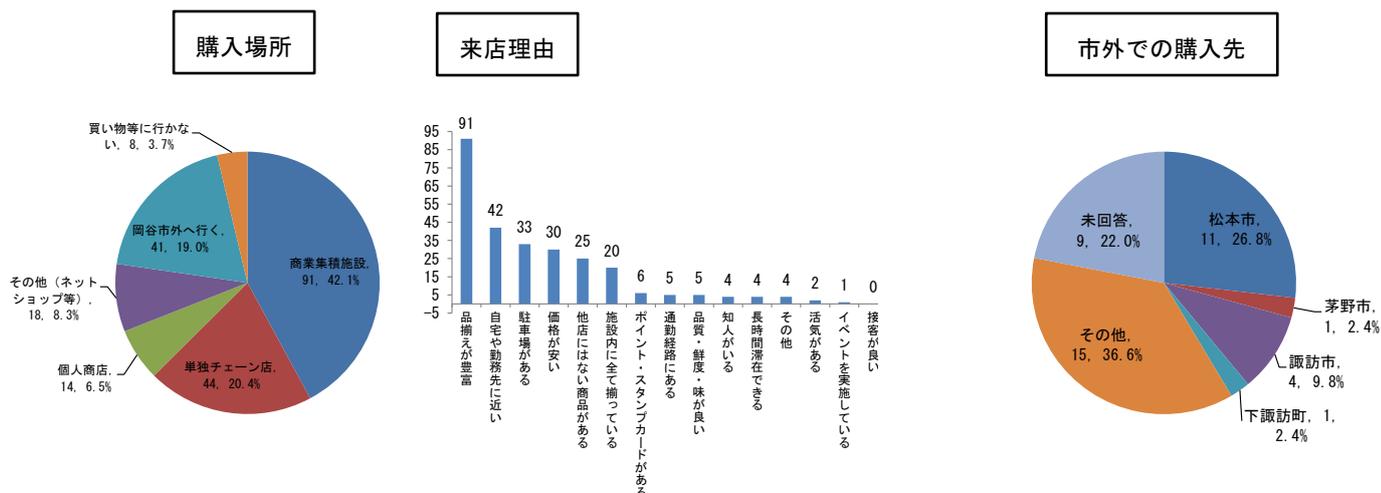
2. 医療品



「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」71.4%（155人）が最も多く、次いで、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」19.8%（43人）、「個人商店」3.7%（8人）、「買い物等に行かない」3.7%（8人）、「岡谷市外へ行く」0.9%（2人）、「その他（ネットショップ等）」0.5%（1人）となっている。

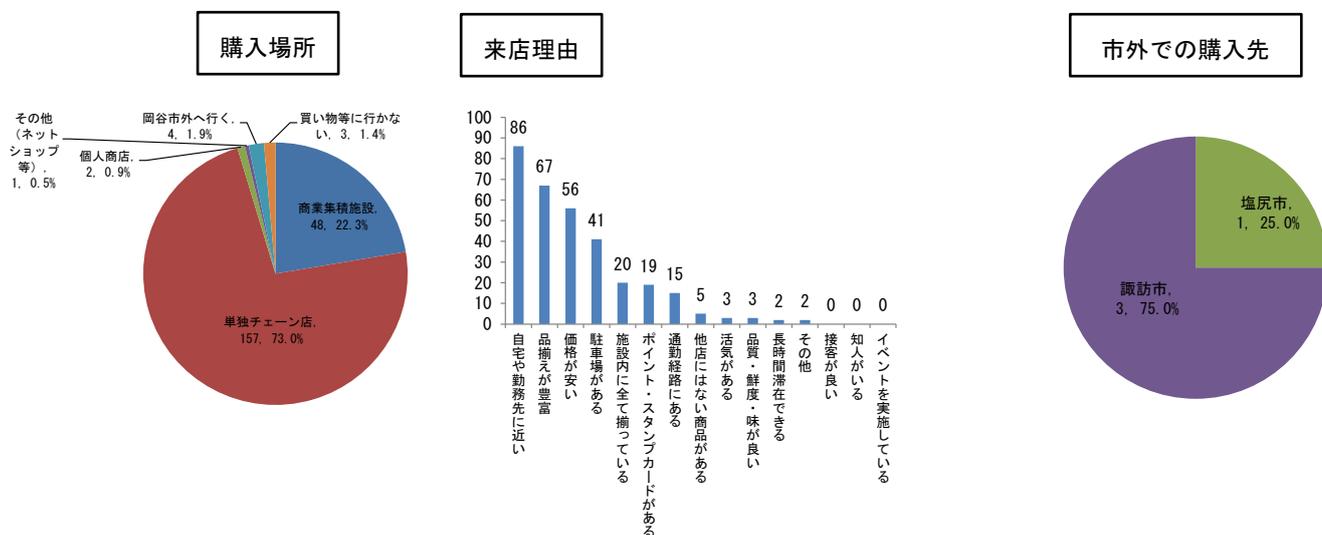
- ・来店理由は、「自宅や勤務先に近い」84人が最も多く、次いで、「価格が安い」61人、「品揃えが豊富」53人、「ポイント・スタンプカードがある」44人、「駐車場がある」43人、「通勤経路にある」19人、「施設内に全て揃っている」13人となっている。
- ・市外での購入先は、「茅野市」と「下諏訪町」となっている（各1人）。

3. 衣類



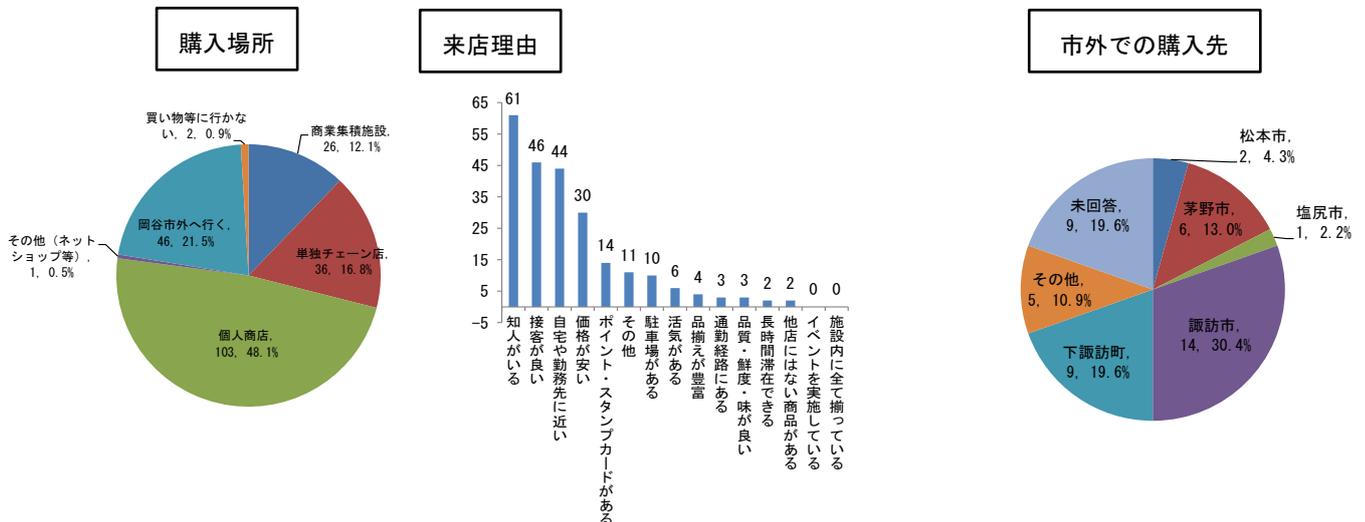
- ・ 購入場所は、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」42.1%（91人）が最も多く、次いで、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」20.4%（44人）、「岡谷市外へ行く」19.0%（41人）、「その他（ネットショップ等）」8.3%（18人）、「個人商店」6.5%（14人）、「買い物等に行かない」3.7%（8人）となっている。
- ・ 来店理由は、「品揃えが豊富」91人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先に近い」42人、「駐車場がある」33人、「価格が安い」30人、「他店にはない商品がある」25人、「施設内に全て揃っている」20人ととなっている。
- ・ 市外での購入先は、「その他」36.6%（15人）が最も多く、次いで、「松本市」26.8%（11人）、「諏訪市」9.8%（4人）、「茅野市」2.4%（1人）となっている。

4. 日用品



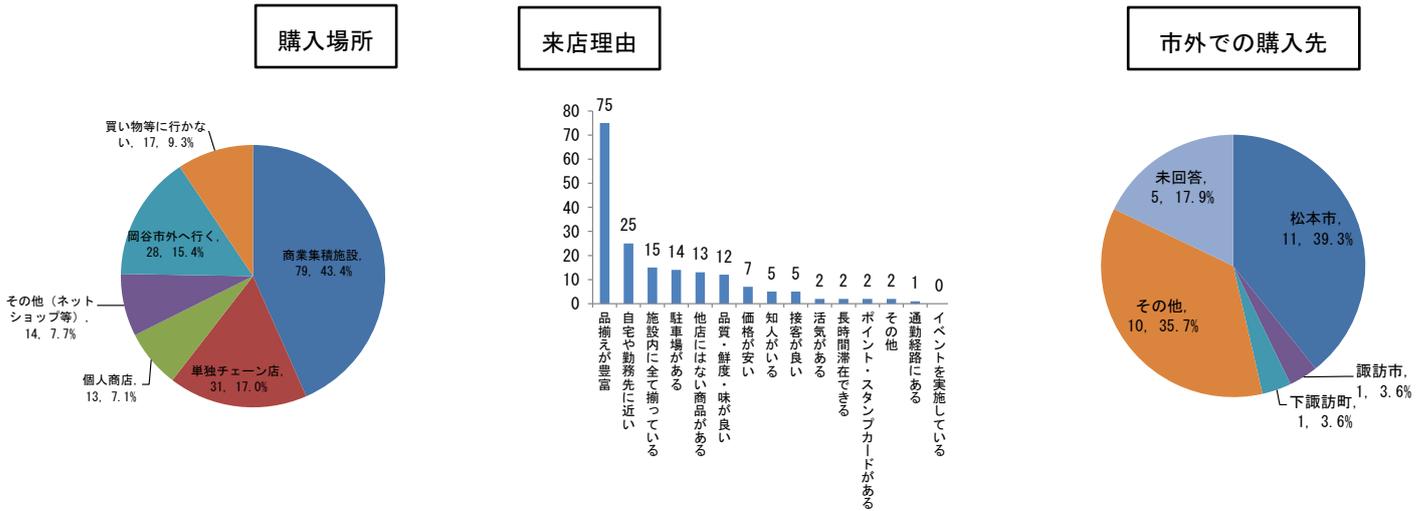
- ・購入場所は、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」73.0%（157人）が大半を占め、次いで、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」22.3%（48人）、「岡谷市外へ行く」1.9%（4人）、「買い物等に行かない」1.4%（3人）、「個人商店」0.9%（2人）、「その他（ネットショップ等）」0.5%（1人）となっている。
- ・来店理由は、「自宅や勤務先に近い」86人が最も多く、次いで、「品揃えが豊富」67人、「価格が安い」56人、「駐車場がある」41人、「施設内に全て揃っている」20人、「ポイント・スタンプカードがある」19人、「通勤経路にある」15人となっている。
- ・市外での購入先は、「諏訪市」75.0%（3人）および「塩尻市」25.0%（1人）となっている。

5. 理美容



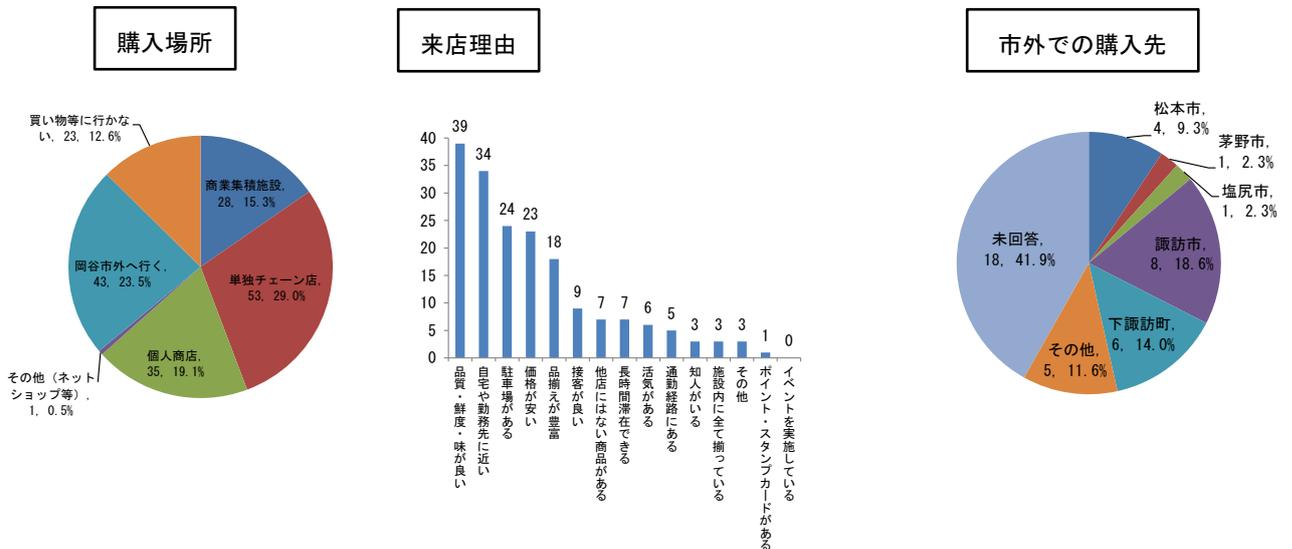
- ・購入場所は、「個人商店」48.1%（103人）が最も多く、次いで、「岡谷市外へ行く」21.5%（46人）、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」16.8%（36人）、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」12.1%（26人）、「買い物等に行かない」0.9%（2人）、「その他（ネットショップ等）」0.5%（1人）となっている。
- ・来店理由は、「知人がいる」61人が最も多く、次いで、「接客が良い」46人、「自宅や勤務先に近い」44人、「価格が安い」30人、「ポイント・スタンプカードがある」14人、「その他」11人となっている。
- ・市外での購入先は、「諏訪市」30.4%（14人）が最も多く、次いで、「下諏訪町」19.6%（9人）、「茅野市」13.0%（6人）、「その他」10.9%（5人）、「松本市」4.3%（2人）、「塩尻市」2.2%（1人）となっている。

6. 贈答品



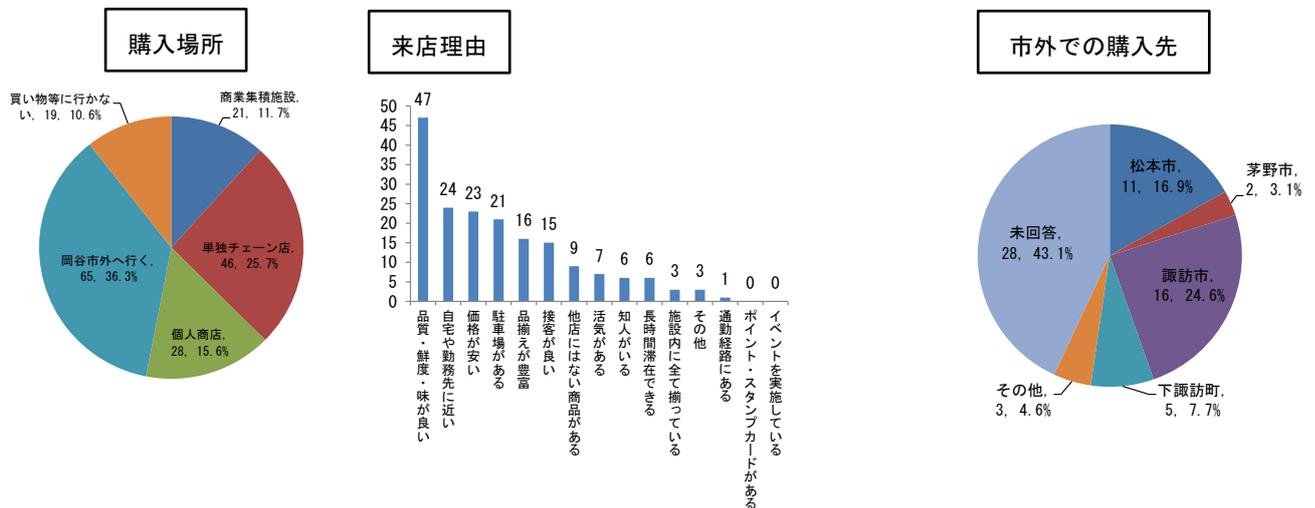
- ・購入場所は、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」43.4%（79人）が最も多く、次いで、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」17.0%（31人）、「岡谷市外へ行く」15.4%（28人）、「買い物等に行かない」9.3%（17人）、「その他（ネットショップ等）」7.7%（14人）、「個人商店」7.1%（13人）となっている。
- ・来店理由は、「品揃えが豊富」75人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先に近い」25人、「施設内に全て揃っている」15人、「駐車場がある」14人、「他店にはない商品がある」13人、「品質・鮮度・味が良い」12人となっている。
- ・市外での購入先は、「松本市」39.3%（11人）が最も多く、次いで、「その他」35.7%（10人）、「塩尻市・諏訪市」3.6%（1人）となっている。

7. 外食（昼）



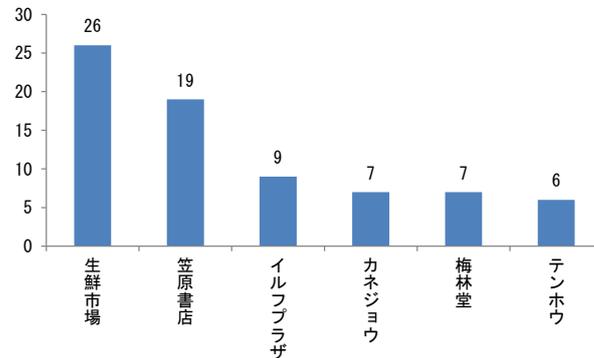
- ・購入場所は、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」29.0%（53人）が最も多く、次いで、「岡谷市外へ行く」23.5%（43人）、「個人商店」19.1%（35人）、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」15.3%（28人）、「買い物等に行かない」12.6%（23人）となっている。
- ・来店理由は、「品質・鮮度・味が良い」39人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先に近い」34人、「駐車場がある」24人、「価格が安い」23人、「品揃えが豊富」18人となっている。
- ・市外での購入先は、「諏訪市」18.6%（8人）が最も多く、次いで、「下諏訪町」14.0%（6人）、「その他」11.6%（5人）、「松本市」9.3%（4人）、「茅野市・塩尻市」2.3%（1人）となっている。

8. 外食（夜）

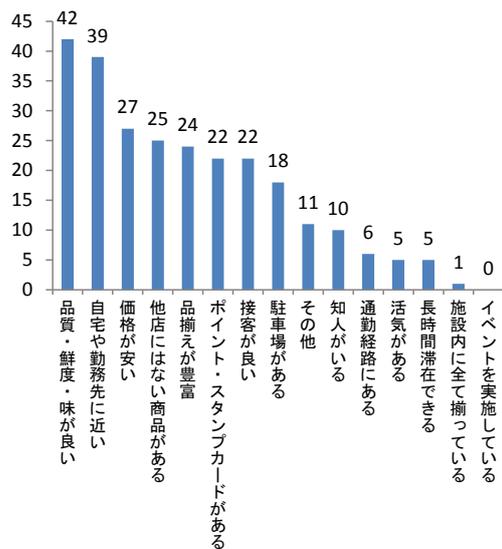


- ・購入場所は、「岡谷市外へ行く」36.3%（65人）が最も多く、次いで、「単独チェーン店（SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブン等）」25.7%（46人）、「個人商店」15.6%（28人）、「商業集積施設（レイクウォーク岡谷等）」11.7%（21人）、「買い物等に行かない」10.6%（19人）となっている。
- ・来店理由は、「品質・鮮度・味が良い」47人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先に近い」24人、「価格が安い」23人、「駐車場がある」21人、「品揃えが豊富」16人、「接客が良い」15人となっている。
- ・市外での購入先は、「諏訪市」24.6%（16人）が最も多く、次いで、「松本市」16.9%（11人）、「下諏訪町」7.7%（5人）、「その他」4.6%（3人）、「茅野市」3.1%（2人）となっている。

【問4】市内の全国チェーン店以外で良く行くお店を教えてください。（3店程度可）また、その理由を教えてください。



- ・店名では（人数の標記がないものは、回答者1人）、
 - －食料品店は、「生鮮市場」26人、「イルフプラザ」9人、「ニシザワ（西沢商店）」、「さえき食品館」、「保科酒店」
 - －医薬・化粧品店および日用品は、記載なし
 - －衣類・靴店は、「カネジョウ」7人、「クサマ靴店」2人、「ヨシハラ靴店」2人、「カルフル」
 - －その他小売店は、「笠原書店」19人が最も多く、次いで、「梅林堂」7人、「富士アイス」3人、「ララ岡谷」2人、「ツルヤ時計店」、「DANフラワー」、「平安堂」、「ワーカーズエッセン」、「あるとふあごす」、「Lin」、「花サン」、「大成堂」、「エッセン」、「サンジェルマン」、「フジサワ屋」、「諏訪の月」
 - －飲食店は、「テンホウ」6人、「八千代食堂」2人、「北京食堂」2人、「プチポア」2人、「龍宝」2人、「つつじ亭」2人、「精良軒」、「まると食堂」、「水門」、「火鳥」、「ハルピンラーメン」、「山城屋」、「ヤマキコーヒー」、「来々軒」、「いちばん食堂」、「ワイン食堂」、「真礼」、「天龍」、「ゆうあん」、「蕎麦屋みのり」、「盛り飯」、「おぼち」、「横綱」、「いちごジャム」
 - －対個人サービスは、「サラ&ロダン」2人、「スカラ座」、「CUT CITY」
- ⇒ 個人商店では、「生鮮市場」、「笠原書店」、「イルフプラザ」、「カネジョウ」、「ヌーベル梅林堂」、「テンホウ」等が、複数回答あり



	自宅や勤務先に近い	通勤経路にある	駐車場がある	価格が安い	品揃えが豊富	接客が良い	知人がいる	他店にはない商品がある	活気がある	品質・鮮度・味が良い	ポイント・スタンプカードがある	イベントを実施している	施設内に全て揃っている	長時間滞在できる	その他
生鮮市場	10	2	7	10	2			4	1	7	6				1
笠原書店	9	4	5		9	1	1	5			2				1
イルフプラザ	4			1		1	1	2		1	1				3
カネジョウ	2		1	1			1	1			3				
梅林堂					3			2		4					1
テンホウ	3			3	3				1	1	1				

・理由（全体）は、「品質・鮮度・味が良い」42人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先の近い」39人、「価格が安い」27人、「他店にはない商品がある」25人、「品揃えが豊富」24人、「ポイント・スタンプカードがある」22人、「接客が良い」22人、「駐車場がある」18人となっている。

・「理由（回答数多い上位6店舗）」

－「生鮮市場」は、「自宅や勤務先に近い・価格が安い」10人が最も多く、次いで、「駐車場がある・品質・鮮度・味が良い」7人、「ポイント・スタンプカードがある」6人となっている。

－「笠原書店」は、「自宅や勤務先に近い」9人が最も多く、次いで、「品揃えが豊富」9人、「駐車場がある・他店にはない商品がある」5人となっている。

－「イルフプラザ」は、「自宅や勤務先に近い」4人が最も多く、次いで、「その他」3人、「他店にはない商品がある」2人となっている。

－「カネジョウ」は、「ポイント・スタンプカードがある」3人が最も多く、次いで、「自宅や勤務先に近い」2人となっている。

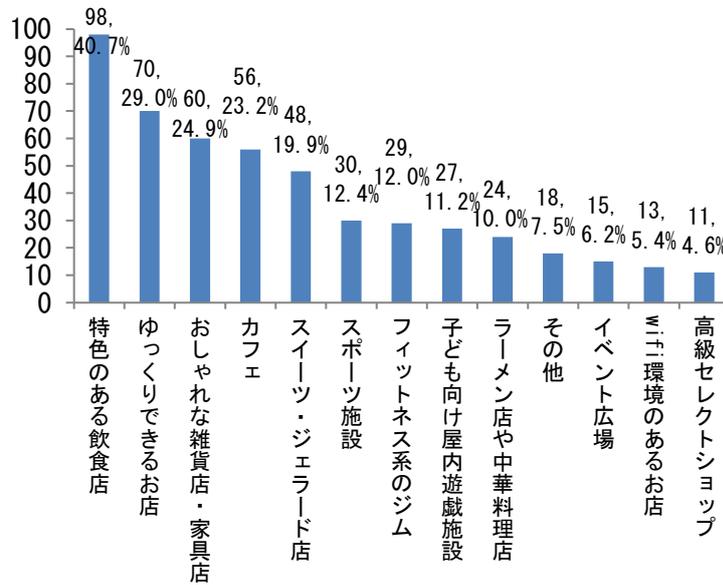
－「梅林堂」は、「品質・鮮度・味が良い」4人が最も多く、次いで、「品揃えが豊富」3人、「他店にはない商品がある」2人となっている。

－「テンホウ」は、「自宅や勤務先に近い・価格が安い・品揃えが豊富」3人が最も多く、次いで、「活気がある・品質・鮮度・味が良い・ポイント・スタンプカードがある」1人である。

・その他

－家族で利用できる、カルチャーの帰り、書店は笠原書店しかない、こどものくに利用

【問5】市内にあったら良い、または不足していると思うお店（業種）があれば教えてください。（複数回答可）



・お店（業種）は、

－飲食店は、「特色のある飲食店」98人（40.7%）、「カフェ」56人（23.2%）、「スイーツ・ジェラード店」48人（19.9%）、「ラーメン店や中華料理店」24人（10.0%）

－対個人サービス店は、「スポーツ施設」30人（12.4%）、「フィットネス系のジム」29人（12.0%）、「子ども向け屋内遊戯施設」27人（11.2%）、「イベント広場」15人（6.2%）

－小売店は、「おしゃれな雑貨店・家具店」60人（24.9%）、「高級セレクトショップ」11人（4.6%）

－その他、「ゆっくりできるお店」70人（29.0%）、「Wi-Fi環境のあるお店」13人（5.4%）

⇒ 回答数で整理すると、飲食店（回答数の約9割） → 対個人サービス店（同4割 → 飲食料品含む小売店（同3割）

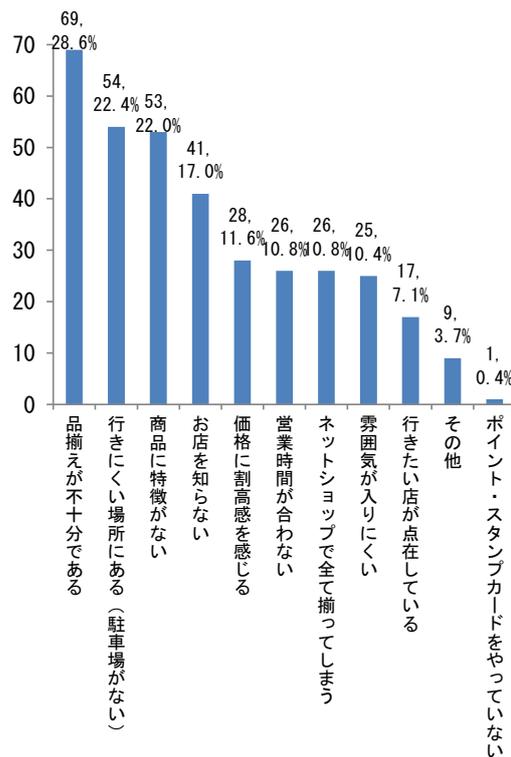
・その他意見

－飲食店：「惣菜（宅配）・出前」、「回転寿司（2人）」、「個室飲食店」、「居酒屋」、「高齢者向けのゆっくり出来る飲食店・喫茶店」

－対個人サービス店：「個人サークル向けの安価な発表スペース」、「室内で楽しむところ」

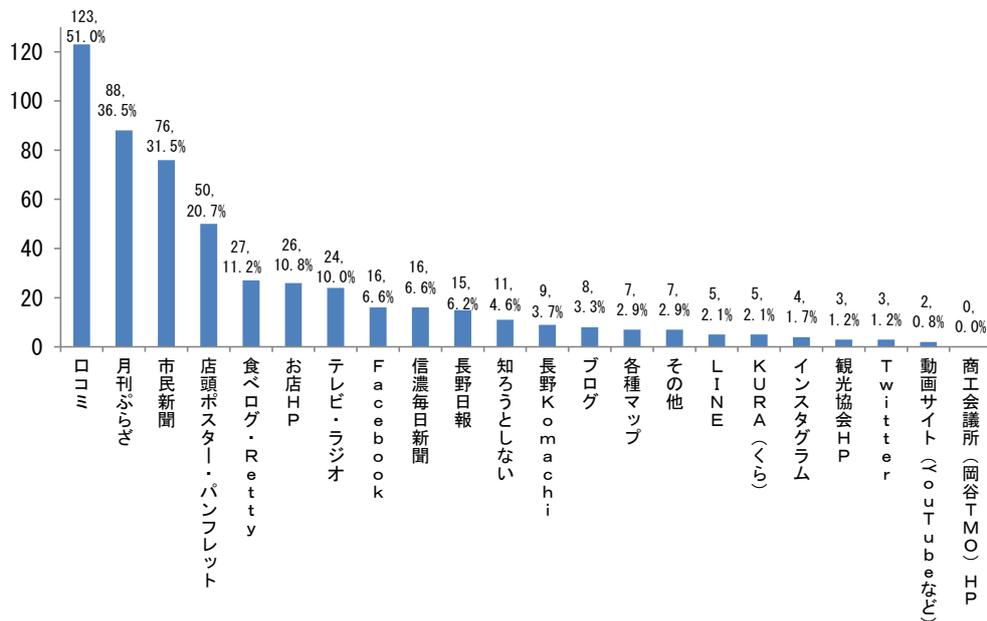
－小売店：「若者の衣料品店（2人）」、「生地・手芸店」、「大型スポーツ用品店（3人）」、「東急ハンズやロフトなど最先端商品販売店」、「百貨店」

【問6】市内で買い物をしない理由、不満に思うことは何ですか。（3つまで可）



- ・市内で買い物しない理由、不満に思うことは、
 - －「行きにくい場所にある（駐車場がない）」54人、「お店を知らない」41人、「行きたい場所が点在している」17人が、回答数の約3割
 - －「品揃えが不十分である」69人、「商品に特徴がない」53人、「営業時間が合わない」26人、「価格に割高感を感じる」28人、「雰囲気が入りにくい」25人、「ポイント・スタンプカードをやっていない」1人が、同6割
 - －また、「ネットショップで全て揃ってしまう」26人が、同1割
- ・その他意見
 - －知人に会う
 - －良い品（品質）を感じない、発売日に入荷しない、欲しいものがない（ブランド品、化粧品、食器等）、営業時間がバラバラ
 - －買物をするし不満はない

【問7】市内のお店の情報の入手方法は、何ですか。（複数回答可）



・情報の入手方法は、

－ 「月刊プラザ」 88 人、「市民新聞」 76 人、「店頭ポスター・パンフレット」 50 人、「信濃毎日新聞」 16 人、「長野日報」 15 人、「長野Komachi」 9 人、「各種マップ」 7 人、「KURA(クラ)」 5 人

－ 「食べログ・Retty」 27 人、「お店HP」 26 人、「テレビ・ラジオ」 24 人、「Facebook」 16 人、「ブログ」 8 人、「LINE」 5 人、「インスタグラム」 4 人、「観光協会HP」 3 人、「Twitter」 3 人、「動画サイト(Youtube等)」 2 人、「商工会議所(岡谷TMO)HP」 0 人

－ 「口コミ」 123 人、「知ろうとしない」 11 人

⇒ 「口コミ」、「月刊プラザ」、「市民新聞」での入手方法が多い

・その他意見

- － 「広告」、「折込広告」、「雑誌」
- － 「自身で見聞」、「自分で歩いてみて」
- － 「手段がない」

【問8】 其他要望・意見等自由にご記入ください。

・記載人数： 50人（アンケート記入者の19.4%）

○岡谷市商業環境全体に関する意見

- ・「普通に生活できているため商店に不自由はない」、「現状で満足している」
- ・「中央通り（いとまち）を歩く若者が増えた」
- ・「もっと活気のある地域になると住んでいて楽しい」
- ・「名物・名産・あそこに行けばある的なお店」、「おしゃれなお店を増やして欲しい」、「居酒屋などが立ち並ぶ飲み屋街」
- ・「見るところがない」、「岡谷駅前に子ども連れで飲食できる場所がない」、「駅前にゆっくりできる飲食店」、「駅周辺に店が欲しい」、「駅周辺に飲食店が欲しい」
- ・「店が早く閉まるので平日に買い物に行けない」、「遅い時間までやっているお店」、「店がやっているのか分からない」、「店がバラバラで目的以外のものは購入しない」
- ・「商業施設がバラバラにあるため循環バス等欲しい」、「市内どこでも使えるポイントの付く岡谷電子マネーのような仕組み（スイカと連動した）」

○個人商店に関する意見

- ・飲食店：「ゆっくりできる飲食店」、「会合できる飲食店」、「接待に使用可能な和食・懐石料理店」、「家族連れで行ける和食飲食店（居酒屋以外）」、「リーズナブルな寿司店（回転寿司）」、「丸亀うどん」、「大戸屋」、「おいしいラーメン屋」
- ・個人サービス店：「入り易い温泉付きスポーツジム」、「オリジナル商品を作れるお店」、「オーダーメイド等できるお店」、「土日祝（昼間）や平日（夜間）のヨガ教室」、「若者が利用できるイベント会場」
- ・小売店：「贈答用のお菓子の種類が欲しい」、「贈答品にふさわしい品揃えのお店」、「若者向けのショップ（飲食店・ファッション店・スイーツ店）」、「大きいサイズの洋服店」、「介護をしているので高齢者用の衣類（デザイン、安価、着替え、大きいサイズ）」、「スーパー」、「TSURUYA」、「丸善や紀伊国屋のような本屋」、「大きい本屋（現在は松本市に買いに行く）」、「スポーツ用品店（2人）」、「アルプス市場（松本市）のような産直で品揃えが豊富なお店」、「生協での買物が多い」、「フティック」
- ・「レイクウオークへ若者向けの衣料品店（INGNI、Honey等）」、「アビタ内の飲食店を23時まで営業して欲しい」
- ・「ララ岡谷にファーストフード店が欲しい」、「ララ岡谷をイベント広場（スポーツ観戦等）」、「ララ岡谷に6日間展示可能な照明付きギャラリー（市内のギャラリーは高い）」、「ララ岡谷の利用促進（コンサートホール、カラオケ、映画館）」、「ララ岡谷に夜遅くまで食料品や日用品を売る店が欲しい」
- ・「店主の態度が悪い、店員の接客が悪い、接客が悪い」
- ・「いつも同じ商品しか置いていない」、「商品に埃がかぶっている」、「店に活気がない」、「商品や店内が古い感じがする」、「初めての客を受け入れない感じがする」
- ・「市内に行きたいお店がない」、「周辺市町村に電車ですぐ行ける」
- ・「インターネットや通販もありお店に困っていない」、「活性化するには市民よりも経営者のやる気が必要」
- ・「都会のお店は競争相手や同業者が多いため味や商品を工夫しているが、市内のお店は代わり映えない（伝統も必要だが、研究して欲しい）」
- ・「市の広報に主催・後援などしているイベントが載っていないと思うのですがなぜか」、「市のHPにも案内があって良いと思う」、「知り合いからイベントの話聞いてHPを見ても探すことが出来ませんでした」、「探し方が悪いのかもしれないが、そのために市民新聞を取るもの変な気がする」、「簡単な案内／ガイドで良いので載せて欲しい」、「お店の案内も、一覧あるいはリンクくらいあれば良い」

(4) 周辺住民買物動向調査

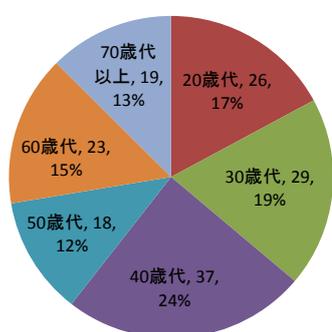
①調査概要

- ・日時：2017年8月1日（火）～ 8月29日（火）
- ・対象：諏訪信用金庫の岡谷市外店舗（16店舗）に来る人
- ・方法：窓口担当者ならびに渉外担当者が依頼および回収
- ・回収数：152枚

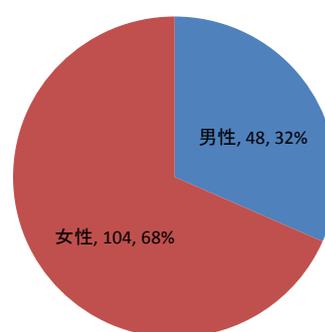
②調査結果

【問1】あなた自身について教えてください。

1. 年齢

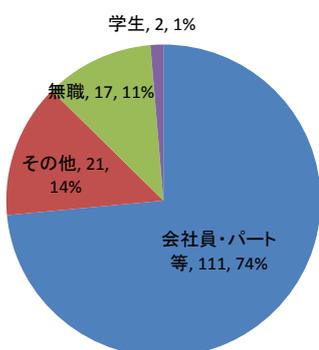


2. 性別

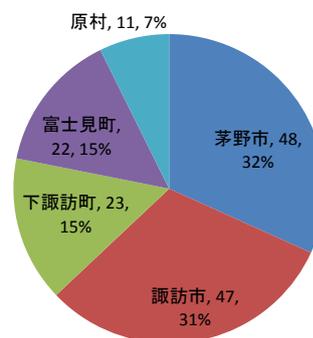


- ・性別は、男性 32.0%（48人）、女性 68.0%（104人）と、女性の割合が高い。
- ・年齢は、20代 17.1%（26人）、30代 19.1%（29人）、40代 24.3%（37人）、50代 11.8%（18人）、60代 15.1%（23人）、70代以上 12.5%（19人）と各年代幅広く意見を徴収

3. 職業



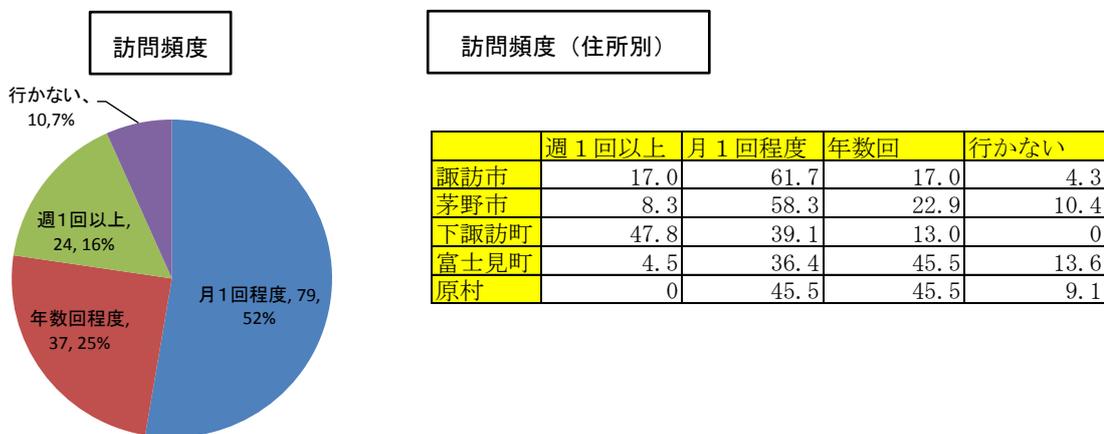
4. 住所



- ・住所は、茅野市 32%（48人）、次いで諏訪市 31%（47人）となっており、そのほか下諏訪町 15%（23人）、富士見町 15%（22人）、原村 7%（11人）であった。

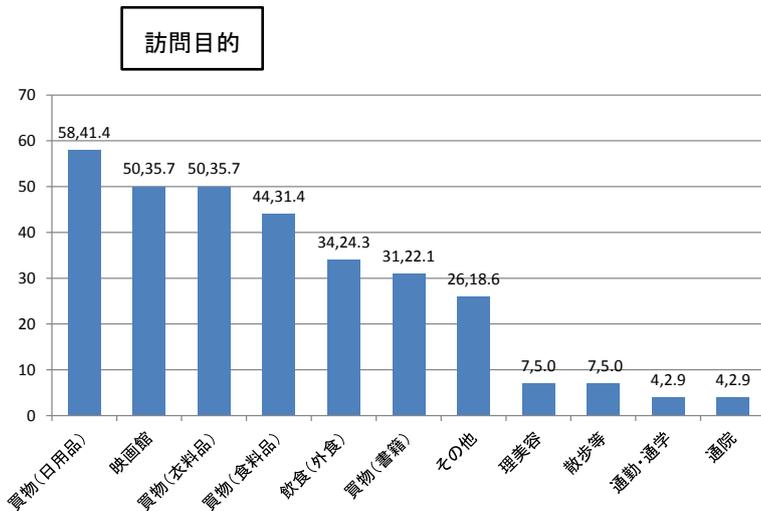
- ・職業は、会社員・パートが74%（111人）と圧倒的に多く、そのほか学生1%（2人）、無職11%（17人）、その他14%（21人）となっている。

【問2】岡谷市に行く頻度は。



- ・岡谷市に行く頻度は、月1回程度が52%（79人）と一番多く、次いで年数回程度が25%（37人）、週1回以上が16%（24人）、行かないが7%（10人）となった。週1回以上が16%と少なく、高頻度の訪問は少数であった。
- ・諏訪市については月1回程度が62%（29人）と一番が多く、茅野市についても月1回程度が58%（28人）と一番多い結果となった。
- ・下諏訪町については週1回以上が48%（11人）と一番多く、次いで月1回程度が39%（9人）で、比較的訪問頻度は高い。
- ・富士見町については年数回が45%（10人）と一番多く、次いで月1回程度が36%（8人）、原村も年数回と月1回程度が45%（5人）と多く、両町村から岡谷市への訪問頻度は比較的低い。

【問3】①問2で1～3と答えた方にお聞きします。岡谷市に行く目的は。(複数回答可)

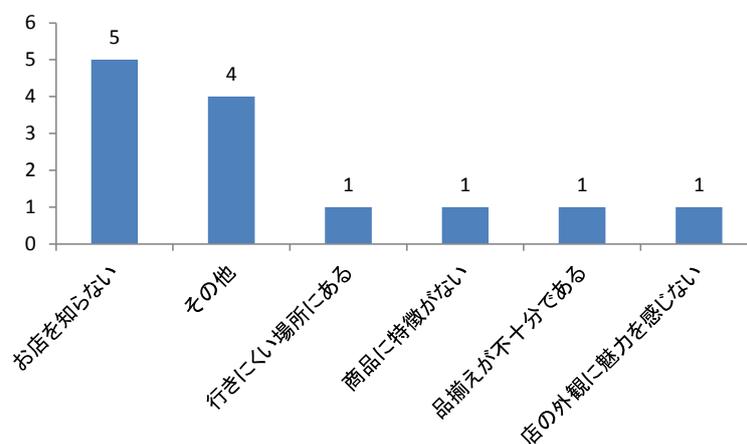


訪問目的(住所別)

	諏訪市	茅野市	下諏訪町	富士見町	原村
飲食(外食)	34.0	16.7	26.1	18.2	0.0
映画館	42.6	33.3	17.4	27.3	36.4
買物(書籍)	17.0	18.8	39.1	18.2	9.1
理美容	0.0	2.1	21.7	4.5	0.0
通勤・通学	4.3	2.1	4.3	0.0	0.0
通院	4.3	0.0	8.7	0.0	0.0
散歩等	4.3	6.3	8.7	0.0	0.0
買物(食料品)	29.8	16.7	69.6	22.7	9.1
買物(日用品)	53.2	33.3	43.5	22.7	18.2
買物(衣料品)	42.6	33.3	17.4	36.4	18.2
その他	8.5	14.6	13.0	31.8	36.4

- ・岡谷市に訪問する目的で一番多いのは、買物(日用品)で41.4%(58人)であった。また、ほぼ同数意見として映画35.7%(50人)、買物(衣料品)35.7%(50人)、買物(食料品)31.4%(44人)が挙げられている。なお、今回学生の回答が少なかったことから、通勤・通学は2.9%(4人)という結果となった。
- ・諏訪市については、買物(日用品)が53%(25人)と一番多く、次いで映画館、買物(衣料品)が42.6%(20人)と多い。また、茅野市についても、映画館、買物(日用品)、買物(衣料品)が33%(16人)と一番多い結果となった。
- ・下諏訪町については買物(食料品)が70%(16人)、富士見町については買物(衣料品)が36%(8人)、原村については映画館が36%(4人)と一番多い結果となった。

②岡谷市で買い物等をしない方にお聞きします。行かない理由は。(複数回答可)



- ・「Q2. 岡谷市に行く頻度は？」という問いに対して、行かないと返答した10人に買物等をしない理由を調査した。
- ・岡谷市で買い物等をしない理由を調査した結果、そもそも岡谷市にあるお店を知らないという意見が5件と一番多く聞かれた。
- ・その他の意見としては、遠いためという意見が2件、また近くの店で間に合うという意見が2件挙げられた。
- ・駐車場等ないという理由から行きにくい場所にある、商品に特徴がない、品揃えが不十分である、店の外観に魅力を感じないという意見も挙げられている。

【問4】 岡谷市内の全国チェーン店以外で良く行くお店を教えてください。（3店まで回答可）

1位、笠原書店 13件

・「品揃えが豊富だから」という理由が8件と一番多く、次いで、「駐車場があるから」という理由が5件、「近くに書店がない」という理由が3件となっている。

1位、スカラ座 13件

・「近くに映画館がないから」という理由が4件と一番多く、次いで、「駐車場があるから」という理由が3件、「自宅や勤務先に近い」という理由が3件となっている。

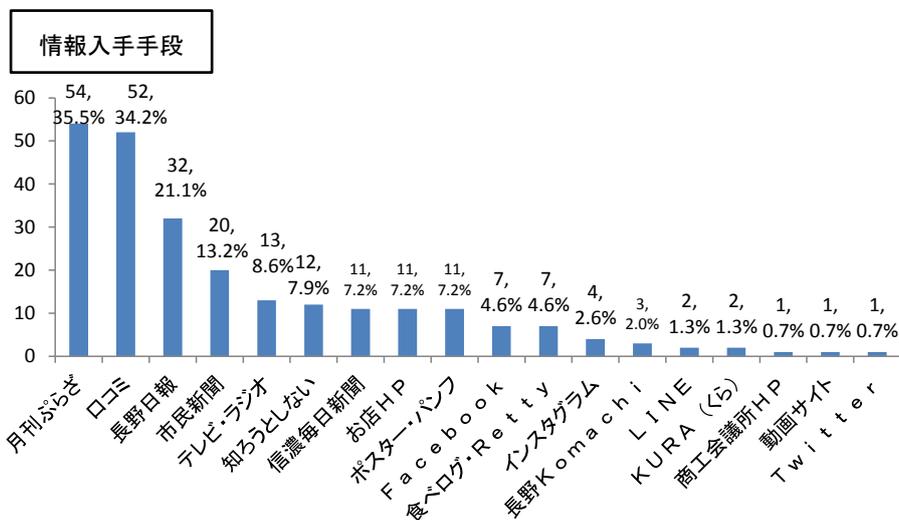
3位、生鮮市場 6件

・「価格が安いから」という理由が2件、「品質、鮮度、味が良い」という理由が2件となっている。

4位 下記店舗 2件

・「クサマ」、「カネジョウ」、「パティスリー白樺」、「さんれーく」、「つつじ亭」

【問5】 岡谷市内のお店の情報の入手方法は、何ですか。（複数回答可）



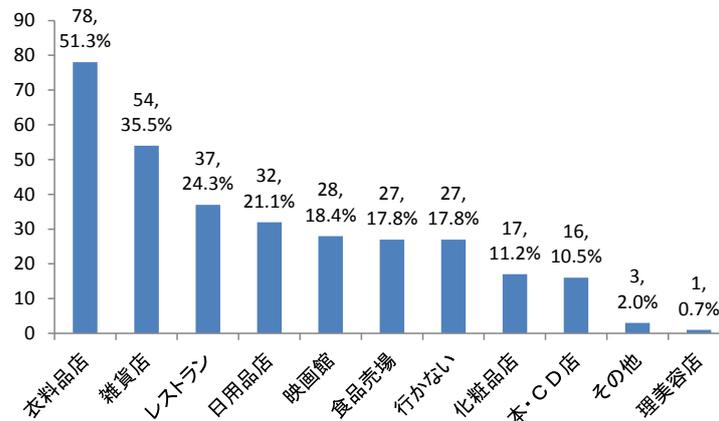
- ・岡谷市内のお店の情報の入手方法については、月刊ぷらざが54件(35.5%)と一番多く、また長野日報が32件、市民新聞が20件、信濃毎日新聞が11件と上位の意見となっており、紙媒体によって多くの方が情報を入手していることがわかった。一方、FacebookやInstagram等のSNSについては、10件未満となっている。

情報入手手段（年代別）

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上
口コミ	22.5	25.0	21.5	13.8	20.7	19.0
ポスター・パンフ	5.0	1.7	4.6	13.8	3.4	0.0
テレビ・ラジオ	2.5	8.3	4.6	6.9	0.0	9.5
お店HP	2.5	6.7	3.1	0.0	10.3	4.8
商工会議所HP	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0
食ブログ・Retty	2.5	6.7	1.5	0.0	3.4	0.0
動画サイト	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Instagram	2.5	0.0	3.1	3.4	0.0	0.0
Facebook	7.5	3.3	1.5	3.4	0.0	0.0
Twitter	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0	0.0
LINE	0.0	0.0	0.0	6.9	0.0	0.0
月刊ぷらざ	20.0	20.0	27.7	20.7	20.7	19.0
KURA（くら）	0.0	1.7	1.5	0.0	0.0	0.0
長野Komachi	2.5	1.7	1.5	0.0	0.0	0.0
市民新聞	5.0	6.7	6.2	10.3	10.3	19.0
長野日報	7.5	10.0	16.9	17.2	13.8	14.3
信濃毎日新聞	5.0	3.3	1.5	3.4	10.3	9.5
知ろうとしない	12.5	1.7	4.6	0.0	6.9	4.8

- ・20歳代、30歳代においては、口コミがそれぞれ22.5%、25.0%と一番多い結果となった。また、次いで多かったのが月刊ぷらざで20.0%である。
- ・40歳代、50歳代においては、月刊ぷらざがそれぞれ27.7%、20.7%と一番多い結果となった。また、次いで多かったのが40歳代においては口コミで21.5%、50歳代においては長野日報で17.2%となった。
- ・60歳代、70歳代においては、月刊ぷらざ・口コミが同率で一番多く、それぞれ20.7%、19.0%となっている。また、次いで多かったのが長野日報で、それぞれ13.8%、19.0%となっている。

【問6】今年の秋にイオンモール松本がオープンします。行きたいお店はありますか。
(複数回答可)



- ・今年の秋にイオンモール松本がオープンするにあたり、行きたいお店を調査した。その結果としては、衣料品店が78件と一番多く、次いで雑貨店が54件、レストランが37件、日用品店が32件となった。また、映画館という意見も28件あった。衣料品店や雑貨店について高い需要がある。

【問7】その他要望・意見等自由にご記入ください。

- ・駐車場が少ない(レイクウォーク周辺)
- ・岡谷市内で使えるプレミア付商品券のようなものが発売されれば今以上に岡谷市内で買物するようになると思う。
- ・珍しい衣料品店があったら買物する。
- ・家から遠い。
- ・山梨のイオンモールぐらいの大きいお店があれば岡谷に行く。
- ・小中学生に人気のお店があったら遠くても行きたい。
- ・岡谷は行きづらいので茅野へ行く。
- ・映画館があることをもっと活かすべき。
- ・岡谷は一方通行の道が多く行きにくい。
- ・レイクウォークにもっと色々なお店を入れて欲しい、子供と遊べる施設のある大きなお店があれば沢山行く。
- ・オシャレなカフェとかがあれば行く。
- ・高齢者向けの品揃えを車いすを多くしてもらいたい。
- ・遠い所からの来訪客にポイントを多めにつけるなどの取組みをしてはどうか。
- ・音楽関係のお店が欲しい。
- ・パンフレットを充実させて欲しい。
- ・子供連れでも食事しやすいお店が欲しい。
- ・ショッピングモール内に衣料品店を入れて欲しい。
- ・パルコや竹下通りにある、若者向きの店が少なく衣類は諏訪地区ではあまり買わない。
- ・レイクウォークの店舗内容が魅力的ではない。室内で遊べる施設が欲しい。
- ・交通が不便なので路線バスが欲しい。

(5) 消費者インタビュー

①調査概要

- ・日時：2017年6月29日（木）～30日（金）、7月5日（水）
- ・対象：岡谷市消費者の会員、岡谷市高齢者クラブ連合会員
- ・方法：5～6人を1グループに事務局によるインタビュー
- ・実施人数：37人

②調査結果

<p>・対象グループ： 岡谷市中心部（駅周辺）居住の消費者</p> <p>・日時： 平成29年6月30日 16:00～17:15</p> <p>・場所： 諏訪信用金庫</p> <p>・参加人数： 6名</p> <p>I. 基本事項</p> <p>・全員、今回が初めてのグループインタビューの参加</p> <p>・年齢： 30代3人、40代1人、50代2人</p> <p>・性別： 全て女性</p> <p>・職業： 会社員・パート4人、その他2人</p> <p>・結婚の有無：全て既婚者</p> <p>・住所： 岡谷市湖畔2人、本町、天竜町、神明町、田中町</p> <p>・居住年数： 4～29年（全員が結婚後今の住まいと思われる）</p> <p>・同居人数： 3～4人</p> <p>・食料品を購入する人は、全員が自分と回答</p> <p>・買物は一人が4人、同行時は家族が2人</p> <p>・買物時間： 16:00～20:00が4人で、会社員・パートの人は仕事終わりの買物が多い。10:00～12:00、12:00～16:00との回答もある。</p> <p>・買物頻度： 土日中心と思われる週2回（3人）が最も多いが、ほぼ毎日といえる週4～5回程度も3人</p> <p>・ネットショッピング： 月1回の利用（4人）が最も多く、年数回が1人で、利用しないも1人</p> <p>・配達サービス： 利用している（3人）であり最も多い。土日中心に買物している人も、ほぼ毎日のように買物している人も利用している。利用しているのは食料品・日用雑貨か衣類・書籍となっている。昔は利用していた（1人）、利用したことはない（2人）と半数が利用していない。</p>

II. 個別事項

①購入先

- ・食料品の購入先は、市内単独のチェーン店（SEIYU、オギノなど）が4人と最も多い。市内商業集積施設（レイクウォーク岡谷など）に行くのは、1人のみ。残り1人は宅配利用
- ・医薬品・化粧品は、市内単独のチェーン店（SEIYU、オギノなど）が5人と最も多い。一部は市内の個人商店という人が1人、ネット利用が1人
- ・衣類は、市内商業集積施設2人、市内単独チェーン店と個人商店が1人。残りの人は市外で、東京、松本市、甲府市、山形村（アイシティ？）で購入し、ネットショッピング利用もあった。
- ・理美容は、1人が市内個人商店との回答以外は市外との回答で、諏訪市3人、下諏訪町、松本市、塩尻市で利用している。
- ・外食は、市内チェーン店が4人と最も多く、市外では下諏訪町2人、諏訪市3人
- ・映画館は4人が市内個人商店で2人は行かない。書籍は5人が市内個人商店でネットが1人である。
- ・ゲームセンターは、全員が利用しない。

②具体的店名

- ・食料品は、生鮮市場3人、SEIYU3人、いちやまマート3人とすべて市内チェーン店であった。理由は、品質の良さと価格の安さ、自宅や勤務先に近い、品揃えが豊富などがあがっている。
- ・医薬品・化粧品は、クスリのサンロード5人、ファミリードラッグ2人、サンドラッグ1人とすべて市内チェーン店であった。理由は、自宅や勤務先に近い、ポイント・スタンプカードがある、品揃えが豊富などがあがっている。
- ・衣類は、レイクウォーク岡谷（GU等）3人、しまむら、西松屋とすべて市内商業集積か市内チェーン店であった。理由は品揃えが豊富である、他店にはない商品がある、価格が安いなどがあがっている。
- ・理美容は、ヘアークラブJが1人以外は全員市外の店を利用。理由は知人の店だからなどがあがっている。
- ・外食は、夢庵などの市内チェーン店が1人あがる一方、千成鮎、真礼（韓国料理）、六徳などの個人店もあがった。理由として自宅や勤務先に近いからが多くあげられた。
- ・映画館および書籍は、スカラ座および笠原書店があがった。理由は自宅や勤務先に近い、品揃えが豊富などがあがった。
- ・ゲームセンターは、行かないので具体名はなし。

③不満に思うこと

- ・品揃えが不十分（4人）、商品に特徴がない（3人）、お店を知らない（2人）、店の外観に魅力を感じない（2人）、価格に割高感を感じる（1人）であった。

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・おしゃれな服が置いてある衣料品店、大型スポーツ施設（高齢者向け）、カフェ、屋内遊戯施設、雑貨店（若者向け）

○その他の意見・要望等

- ・商店街にある店の名前も特徴もわからない。
- ・駐車場があっても場所がわかりにくい、狭くて使いにくい。
- ・ララ岡谷は老朽化しているが使い方がもったいない。ララ岡谷の影響が駅前がさびれているとの印象が強い。
- ・60歳以上の高齢者が楽しみ、お金を使いたくなるような施設がない。
- ・レイクウォーク岡谷にはフードコートのほか、カルディコーヒー、GU程度との意見。ただフードコートには特徴なし。（麺がメイン）
- ・プレミアム商品券を利用した人は2人であった。

○総括

- ・食料品や日用雑貨は自宅等近くの市内ですませているが、購入先はチェーン店が主流
- ・衣料品や理美容はネットも含めた市外店舗の利用が多い。
- ・市内個人商店があがるのは、飲食、書籍、映画であった。
- ・主要な消費者の主婦層への情報発信が不十分である。
- ・高齢者が楽しめる施設も、若年層が寄りたくなる店も、主婦層の購買意欲を刺激する店もないとも評価

- ・対象グループ： 岡谷市郊外消費者
- ・日 時： 平成29年6月30日 18:00~19:45
- ・場 所： 岡谷商工会議所
- ・参加人数： 5名

I. 基本事項

- ・全員、今回が初めてのグループインタビューの参加
- ・年 齢： 40代4人、30代1人
- ・性 別： 全て女性
- ・職 業： 全て会社員・パート
- ・結婚の有無： 全て既婚者
- ・住 所： 岡谷市堀ノ内、山下町、長地、塚間町、長地鎮
- ・居住年数： 2~30年
- ・同居人数： 2~4人
- ・食料品を購入する人は、全員が基本的に自分と回答。配偶者（男性）との回答が1人あり。
- ・同行時は、家族が多く、1人との回答もあった。
- ・買物時間： 16:00~20:00であり、対象者が会社員・パートであるため、仕事終わりの買物が多い。10:00~12:00との回答もあり、セール等のイベント時に買物している。
- ・買物頻度： 週2回（3人）が最も多いが、家族内で主として買物を行う主婦層についても最高で週4回程度である。
- ・ネットショッピング： 年数回（3人）、月1回（2人）であり全員利用実績がある。月1回利用者も毎日閲覧するが、購入は月1回。ネットショッピング利用は、低価格、利便性、重さが理由と回答。購入品目は、衣料、化粧品、電化製品、水等の重量物全般等。
- ・配達サービス： 利用している（2人）であり、理由は日用品から生鮮食品まで網羅している（週1回のみ配達サービスでの不足分をスーパー等で調達している世帯もあり）。配偶者（男性）の仕事の付き合いで最低限の購入を行っているとの回答あり。

II. 個別事項

①購入先

- ・食料品の購入先は、市内単独のチェーン店（SEIYU、オギノなど）が4人と最も多い。市内商業集積施設（レイクウォーク岡谷など）に行くのは、1人のみ。
- ・医薬品・化粧品は、全員ネットショップでの購入するという意見が多かった。
- ・衣類は、市内商業集積施設と市内単独チェーン店で購入している。市外では、松本市、甲府市、県外で購入し、ネットショップ利用もあった。
- ・理美容は、市内の個人店の利用が多く、市外では松本市、下諏訪町で利用している。
- ・外食は、市内の個人店・市内チェーン店と市外下諏訪町・松本市・諏訪市利用の比率が同数程度
- ・映画館および書籍は、全員が市内個人店での利用がある。
- ・ゲームセンターは、利用しないが大半であり、市内商業施設の利用も少数あるが子どもとの利用が理由

②具体的店名

- ・食料品は、生鮮市場、オギノ、SEIYUの市内チェーン店での購入が多い。理由は、自宅や勤務先に近いが最も多く、次に価格が安い・通勤経路にある等の行きつけであり、仕事帰りに寄る・店舗と駐車場が近い等の立地や時間的要因が大きいと思われる。またS店では生鮮食品を、I店では食料品を買わないなど品目の質等の要因も店舗選定の基準となっている。市内果物店はどのような店があるか分からないので利用せず、レイクウォーク岡谷利用は駐車場に屋根があるから等の理由で訪問している一方、駐車場からの距離があるので、普段は利用しないとの回答もあった。全員、市内で購入している。
- ・医薬品・化粧品は、全員基本的にネットショップでの購入であるが、ファミリードラッグ、クスリのサンロード、サンドラッグ、マツモトキヨシとの市内チェーン店での購入もあった。市内チェーン店購入は、自宅や勤務先に近いが最も多く、駐車場がある、ポイント・スタンプカードがある、価格が安いとの理由である。チェーン店で現物を試品し、ネットショップで低価格で購入する消費動向である。個店の利用は無かった。
- ・衣類は、レイクウォーク岡谷、しまむらの市内チェーン店での購入であり、理由は自宅や勤務先に近い、駐車場がある、品揃えが豊富である、価格が安いであった。
- ・理美容は、市内個人店（DOT）の利用であり、自宅に近いからとの理由である。
- ・外食は、家族が好きだからという理由でかっぱ寿司やビッグボーイや夢庵などの市内チェーン店を利用する中、来々軒、若寿司、じんべえの市内個店の利用が他の年代と比べ多い。理由として品質・鮮度・味が良いが挙げられた。
- ・映画館および書籍は、スカラ座および笠原書店の市内個人店での購入・利用である。理由は自宅や勤務先に近いが大半であるが、近くに同施設しかないという意見もあった。
- ・ゲームセンターは、子どもと一緒にレイクウォーク岡谷内での利用であり、その目的だけでは訪問していない。

③不満に思うこと

- ・お店を知らない（2人）、行きにくい場所にある、品揃えが不十分、営業時間が合わない（各1人）であった。

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・高校生から20代前半くらいまでの人たちが集まってるのんびりできる場所（カフェのような場所）
- ・こじんまりとした衣料品店。1点ものを取扱うお店

○その他の意見・要望等

- ・市内店舗で接客態度が悪く感じるお店は無く、行かない理由にはなっていない。
- ・市内個店（衣類・靴）は価格設定が分からないため入りにくい（市役所前の衣料品店、靴のヨシハラなど）。
- ・岡谷フェスタやきつね祭り等のイベントには行くが、個店へは入らない（店頭でセールボックス等あれば見る・寄る可能性はある）。また、上諏訪呑み歩きのような外呑みのイベントで回遊すれば、個店へ入るきっかけになる。
- ・医薬品・化粧品店利用のようにポイントカードは、お店選定の理由になる。
→「おかぼんカード」の仕組み（税金支払、住民票取得、ポイント加算事由など）について参加者全員が理解しておらず、PR不足と感じられる。
- ・また、贈答品の際、岡谷特産品パンフレットの存在を知らなかった。
- ・昔は商店街へ行っていた。現在行かない理由は、お店を知らない、定休日や営業時間が分からないからである。
- ・市内の個店が強みを出していく必要がある（価格競争ではなく、サービスで大型店と差別化が出来れば人から人へと繋がっていく）。そのことにより人の流れ、個店へ入り易い環境・情報作り、動線を作ることが重要である。

○総括

- ・食料品の購入は、市内で自らいり、仕事帰りに週2回程度、多くても週4回程度である。
- ・衣類は、1点ものやブランド物等を求め、ネットショップや松本市等の市外で購入している。
- ・理美容は、行きつけがあり、新たなお店が出来ても行かない。
- ・外食は、他年代に比べ市内の個店利用が多い。
- ・その他衣料品、化粧品、電化製品、重量物等の全般において、ネットショップを利用（低価格、利便性、重さ等の理由）
- ・配達サービスでの不足分を市内で購入
- ・いずれの品目についても価格や質、ポイントカードによる付加価値も店舗選定の重要項目となっている。また、平日については立地および時間的要因が大きいため、自宅近くや通勤経路の駐車場のある店舗を訪問している（中心市街地、レイクウォーク岡谷への訪問は少ない）。
- ・主要な消費者の主婦層への情報発信が不十分である。

- ・対象グループ： 岡谷市内在勤者（金庫職員）
- ・日時： 平成29年6月30日 16:00~17:30
- ・場所： 諏訪信用金庫
- ・参加者： 6名

I. 基本事項

- ・全員、今回が初めてのグループインタビューの参加
- ・年齢： 40代4人、30代2人
- ・性別： 全て女性
- ・職業： 全て会社員・パート
- ・結婚の有無： 既婚4人、未婚2人
- ・住所： 岡谷市長地権現町、加茂町、神明町、赤羽、東銀座、長地梨久保
- ・居住年数： 2~33年
- ・同居人数： 2~5人（うち子ども1~2人）
- ・食料品を購入する人は、既婚者においては全て自分と回答。未婚者において1人のみ母と回答
- ・同行時は、1人のみ家族、その他1人で買物を行う。
- ・買物時間： 対象者が会社員・パートであるため、全員16:00~20:00と回答
- ・買物頻度： 週6回および1回程度（各2人）、週4回程度および週7回（各1人）
- ・ネットショップ： 週1回と高頻度の回答があり、月1回、年数回と全員利用している（いずれも2人ずつ）。
- ・配達サービス： 利用したことはない（4人）、利用している、昔は利用していた（各1人）であった。

II. 個別事項

①購入先

- ・食料品の購入先は、全員が市内単独のチェーン店（SEIYU、オギノなど）と回答。市内商業集積施設（2人）、市内個人商店の利用があり、市外ではネットショップの利用もあった。
- ・医薬品・化粧品は、市内チェーン店（5人）とほぼ全員が利用。市外については、ネットショップ（4人）と利用者が多い。
- ・衣類は、市内商業集積施設の利用が1人のみである。その他ネットショップ、松本市・東京と6人全員が回答しており、主として市外で購入している。
- ・理美容は、市内の個人店の利用が多く、市外では諏訪市、下諏訪町で利用している。
- ・外食は、市内の個人店利用が2人のみの回答。市内チェーン店については4人の回答があり、市外（4人）松本市、諏訪市の回答も多い。
- ・映画館は、市内の個人店は5人であるが、他年代と比べ松本市（3人）の市外での利用が多くなっている。
- ・書籍は、市内の個人店をほぼ全員利用するが、市外ネットショップの利用も3人と多い回答であった。
- ・ゲームセンターは、利用しないが大半であり、市内商業集積施設および市外（松本市）での利用は子どもによるもの

②具体的店名

- ・食料品は、オギノ、生鮮市場、SEIYU、デリシアの市内チェーン店での購入となっており、市内個人店の利用はなかった。理由は、自宅や勤務先に近いや通勤経路にあるが最も多く、次いで価格が安い、駐車場があるであった。
- ・医薬品・化粧品は、サンドラッグ、マツモトキヨシ、ウェルシア、クスリのサンロードの市内チェーン店の利用であり、市内個人店の利用はなかった。理由は、自宅や勤務先に近いが多い。ポイント・スタンプカードがあるに4人の回答があり、店舗の選定理由になっている。
- ・衣類は、レイクウォーク岡谷内のGUを利用するとの回答が1人
- ・理美容は、個人店（マキラ、エルロード、ヘアスタジオロフト、カラーズ、オット）であり、理由は、自宅や勤務先に近い、質が良い、価格が安い、接客が良い等様々である。
- ・外食は、ワイン食堂、おくら、八千代食堂といった個人店の利用があり、理由は品質・鮮度・味が良い、品揃えが豊富、他店にはない商品がある、接客が良い等様々である。チェーン店はガスト、デニーズであり、価格が安い、品揃えが豊富、自宅や勤務先に近いといった理由
- ・映画館および書籍は、スカラ座および笠原書店で購入・利用している。理由は、自宅や勤務先に近い、通勤経路にあるが最も多く、スカラ座についてはポイント・スタンプカードがある・イベントを実施しているとの理由もあった。笠原書店は、品揃えが豊富・他店にはない商品がある・ポイント・スタンプカードがあるとの理由であった。
- ・ゲームセンターについては無回答

③不満に思うこと

- ・品揃えが不十分（5人）、商品に特徴がない（2人）、お店を知らない、店の外観に魅力を感じない、行きにくい場所にある、ポイント・スタンプカードをやっていない、イベント等がない（各1人）であった。

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・女性向けのカフェ（おしゃれ、ゆっくりできる、珍しいもの、パンケーキやジェラートのデザート系の甘い物に特色がある・・・）
- ・フィットネス系のジム（茅野市のシャットランド）、温泉施設完備のジム

○その他の意見・要望等

- ・市外での購入理由は、ブランド品店がない、百貨店がない、品揃えが少ない、自分が行きたい店がない、東京に行きたい、子どもが松本市の学校へ通っているため途中で購入するなどの理由
- ・ネットショップ利用は、買い忘れがあっても時間に関係なく24h注文できる、即日配達・送料無料である、品揃えが豊富、店舗で商品を探すよりネット上で探すほうが早い、型番を入力すれば探す手間がない、家まで届くので楽などの理由
- ・市内の個店がまったく分からない。女性が喜ぶような話題となるお店がない。知っている飲食店が少ない。
- ・商店街は、中央通り商店街、東銀座商店街しか知らない。活気がない、シャッターが閉まっている。
- ・岡谷市内で食料品と医薬品店に不便はないが、外食系で珍しいもの・特色あるお店が少ない。衣類についても同様である。
- ・レイクウォーク岡谷は、他店と比べ割高感がある。スタバしか利用しない。フードコートは落ち着かないため利用しない。
- ・市内をハシゴするにも店が少ない、動けない、行く場所がない。

○総括

- ・食料品の購入は、市内で自ら1人で行い、仕事帰りに週4～6回程度で様々。最高で週7回行っている。
- ・衣類は、市内での購入がほとんどみられず、東京、松本市、ネットショップがメイン
- ・理美容および外食は、比較的市内個人店での利用が多い。
- ・映画館は、スカラ座と松本市が同等程度
- ・いずれの品目についてもネットショップで購入できるものは、ネット上で購入（他年代と比べレイクウォーク岡谷よりネット優先）
- ・ネット環境が日常化している以上、物販での対抗は厳しいため、女性向けカフェやジム等の個人サービスにおいて回遊・消費を促す方向性を考える。

- ・対象グループ： 市内在住の高齢者
- ・日 時： 平成29年6月29日 14:00～15:30
- ・場 所： 岡谷市役所 401B会議室
- ・参加人数： 3名

I. 基本事項

- ・全員、今回が初めてのグループインタビューの参加
- ・年 齢： 全て70歳以上
- ・性 別： 全て男性
- ・職 業： 無職2人、その他1人
- ・結婚の有無： 全て既婚者
- ・住 所： 岡谷市湖畔1丁目、堀ノ内、長地出早
- ・居住年数： 65～80年
- ・同居人数： 過去の最多同居人数では、6～8人の構成であったが、現在は全世帯夫婦のみの構成（2人）となっている。
- ・食料品を購入する人は、2人が配偶者（女性）であったが、1人については配偶者が運転できないとの理由で本人（男性）が買物すると回答
- ・また1人ではあまり買物をせず、全員配偶者と買物に出かけている。
- ・買物時間： 12：00～16：00が2人、16：00～20：00が1人と比較的午後以降の行動となっている。理由としては、午前中は農作業のため、一緒に買物行動は午後になるという意見があった。また、農作業が優先事項となっており、スーパーの特売等のイベントであっても午前中は買物をしないとの意見もあった。
- ・買物頻度： 週2回程度であり、多くても週4回程度
- ・ネットショッピング： 1人のみ年数回利用していると回答（2人については利用無）
- ・配達サービス： 2人が過去に利用していたと回答（辞めた理由は、家族が減少したため）、1人は利用がなかった。また、農家の人が軽トラックで野菜を売りに来るサービス（週2回）の利用もあったため、野菜の買い物はそこで済ませている。

II. 個別事項

①購入先

- ・食料品および医薬品・化粧品の購入先は、全員市内単独のチェーン店（SEIYU、オギノなど）で行っている。市内の商業集積施設（レイクウォーク岡谷、ライフガーデンなど）での購入は少数となっている。
- ・衣類は、市内商業集積施設と市内単独のチェーン店との意見もあったが、主として全員が市外（下諏訪町）のAOKIで購入すると回答（高齢者層では、AOKIの創業者が長野県であるという理由から優先的に利用する傾向にある。そのため、知人にもAOKIの紹介を行っているとの回答が全員からあった）。
- ・理美容および映画館、書籍は、全員が市内の個人店での利用である。
- ・外食は、市内商業集積施設と市内個人店の利用が多いが、市外飲食店を利用するとの回答もあった。
- ・ゲームセンターは、ほぼ利用しない。

②具体的店名

- ・食料品は、SEIYU、オギノ、デリシア、セブンイレブンの市内チェーン店で購入している。理由は、品揃えが豊富が大半を占め、次いで駐車場がある、自宅や勤務先に近いであった。また商業集積施設であるレイクウォーク岡谷は、品揃えが豊富の理由により利用されている。
- ・医薬品・化粧品は、クスリのサンロード、マツモトキヨシ、ウェルシアの市内チェーン店での購入がほとんどであり、理由は自宅や勤務先に近い、品揃えが豊富である。市内の個店では文化堂の利用があり、同級生が経営しているためとの理由であった。
- ・衣類は、上記の下諏訪町AOKIと市外での購入が大半であるが、市内ではレイクウォーク岡谷内にある青山と商業集積施設で購入している。理由は、駐車場がある、品揃えが豊富、接客が良いであった。
- ・理美容は、市内の個人店プラージュ（駅前）、コバヤシ（東高校周辺）、キャノン美容院の利用であり自宅からの距離は関係なく、いずれも昔ながらの付き合い等の理由によるもの。
- ・外食は、レイクウォーク岡谷との意見が多く、理由は駐車場がある、品揃えが豊富であった。チェーン店はガストで自宅に近いからとの理由。また、子どもや孫等と外食をする場合は下諏訪町のスシロー等の市外飲食店を利用し、理由は価格が安い。特産のうなぎについても市外店舗での飲食である。
- ・映画館および書籍は、スカラ座および笠原書店の市内個人店での購入・利用であり、理由は駐車場があるが最も多く、次いで自宅から近い、品揃えが豊富である。
- ・ゲームセンターは、ほぼ利用しないが、孫とライフガーデンを利用するとの回答あり。

③不満に思うこと

- ・品揃えが不十分（3人）、行きにくい場所にある（2人）、お店を知らない、店の外観に魅力を感じない、営業時間が合わない（各1人）であった。

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・ゆっくりできる飲食店
- ・友人と集まるコミュニティスペース
- ・八千代～イルフ間にラーメン専門店を集積
- ・小型スーパー新設（国道20号線より上に）

○その他の意見・要望等

- ・市内の飲食店の閉店時間が早すぎる（23時頃まで営業する飲食店10店程度の新設）。
- ・スカラ座を利用するときは1日3本の映画を鑑賞するので、間に近くで飲食可能な施設の新設（現在の近隣飲食店は狭い）
- ・市内商店街の利用は「茶小泉」（お茶の種類が豊富）と「文化堂」（同級生が経営）、「靴のヨシハラ」（昔からの知人）のみ。
- ・市内商店街や個店の業種、営業の有無が分からない（郊外消費者まで情報が入らない）ため、郊外消費者は1つの施設内に揃っているレイクウォーク岡谷に行ってしまう。
- ・ボーリング場、カラオケ、スカラ座、レイクウォーク岡谷を中心に回遊する、滞在できる仕組み作り（市の拠点整備が必要）。現在は、個店と個店がバラバラである。
- ・国道20号線に小型スーパー等の新設（現在バイパスが途中で寸断されていて、一回で買物が済まない）。
- ・「道の駅」による集客施設の建設（中京地区や東京へ行くのに岡谷を通るので、JCT的な機能を持たせる）
- ・ララ岡谷を取り壊し、若者が自ら企画・運営するようなイベント広場にすべき。

○総括

- ・食品の購入は、市内で配偶者（女性）が行い、午後以降に週2回程度夫婦で行動
- ・その他ほぼ全品目について自宅周辺の市内チェーン店の利用が多い。しかし、衣類は市外（下諏訪町）を利用。市内個店の利用は、地元的地縁等の理由で3店舗のみの回答である。
- ・スーパーの特売等のイベントがあっても、買物時間は変更しない。
- ・野菜は、配達サービスにて購入（配達サービス購入で不足分を市内で購入）
- ・品揃えが豊富および自宅から近い・駐車場がある等は高齢者の買物動機に繋がっている（不満＝行く理由）。

- ・対象グループ： 茅野市にある諏訪東京理科大学の学生

・日時： 平成29年6月29日 18:00～19:15

・場所： 諏訪東京理科大学

・参加人数： 8名

I. 基本事項

- ・事前に話を聞いていた2人以外の6人が初めてのグループインタビューの参加
- ・年齢： 10代4人、20代4人
- ・性別： 女性2人、男性6人
- ・職業： 全員学生で未婚
- ・住所： 岡谷市長地の実家住まいの1人以外の7人は茅野市住まい
- ・居住年数： 実家住まいの1人（同居人数は3人）は14年、それ以外は1人暮らしで年数は1～3年
- ・食品を購入する人は、実家住まいの1人は母親と回答で、それ以外の7人は自分と回答
- ・全員買物は一人
- ・買物時間： 16:00～20:00が5人で、20:00以降が2人と授業終了もしくはバイト終了後の買物が多い。10:00～12:00も1人
- ・買物頻度： 週1回（5人）が最も多いが、週3回は3人
- ・ネットショップ： 年数回の利用（4人）が最も多く、週1回の利用（2人）と月1回の利用（2人）が続くが、利用しないはいない。
- ・配達サービス： 全員利用していない。

II. 個別事項

①購入先

- ・食料品の購入先は、実家住まいの1人が市内単独チェーン店を回答した以外は茅野市を利用
- ・医薬品・化粧品もほぼ同様で、1人が市内単独のチェーン店との回答で、5人は茅野市、1人は上伊那（実家）、1人はネットを利用
- ・衣類も医薬品とほぼ同様で、2人が市内商業集積施設で、3人が茅野市、1人が上伊那と諏訪市、1人はネット利用
- ・理美容も似ており、1人が市内個人商店で、4人が茅野市、1人が上伊那と松本（実家）、穂高（実家）
- ・外食は、1人が市内チェーン店で7人は茅野市（自宅付近）
- ・映画館は4人が市内個人商店で、3人は松本、1人は行かない。
- ・書籍は2人が市内個人商店で、1人は諏訪市、ネットが5人である。
- ・ゲームセンターは、1人が市内商業集積施設、1人が市内個人商店、3人が行かない。市外では松本、穂高、諏訪が各1人

②具体的店名

- ・食料品はSEIYU。理由は、近さと価格の安さ。
- ・医薬品・化粧品はクスリのサンロード。理由は、自宅や勤務先に近い。
- ・衣類は、レイクウォーク岡谷（GU等）2人。理由は近さと品揃えが豊富なこと。
- ・理美容は、近くの店のみ。
- ・外食は、夢庵。理由はおいしいから。
- ・映画館は5人がスカラ座。理由は近いから。
- ・書店は2人が笠原書店。理由は近いから。
- ・ゲームセンターは、スポーツ岡谷とAG。理由は近いから。

③不満に思うこと

- ・お店を知らない（7人）、行きにくい場所にある（5人）が中心で、店の外観に魅力を感じない、イベントがない、営業時間が合わないが1人。

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・wifi環境、クラフトショップ、勉強スペース、喫茶店（スマホ充電）・甘味専門店、飲食店（大食いなど話題性のある店）、バッティングセンター、大型書店文具複合店

○その他の意見・要望等

- ・SNSがメインの情報源（新聞は取っていない、DM・チラシ・メルマガなどは見ない）であり、そこに掲載されない情報には触れられない。
- ・飲食店やカフェなどのマップ（店舗の特徴もある）があれば岡谷市に行く動機になる。
- ・諏訪東京理科大生用のバス券が平日のみの利用であるが、休日も利用できれば諏訪圏内を動ける。（交通費にシビアであり、わざわざ遠くまで行く理由がないと行かない。）

○総括

- ・食料品や日用雑貨は自宅等近くですませているが、その購入先もSEIYUなどのチェーン店が主流
- ・衣料品や理美容はネットも含めた市外店舗の利用が多い。馴染みのある実家近くの店を利用
- ・飲食店も近くに行っているが、それも割安感のある全国チェーン店
- ・市内個人商店があがるのは、書籍、映画であった。それでも書籍はネット利用が中心
- ・岡谷市内の店舗やイベントなどについて、ほとんど情報を持っていない。
- ・仲間がSNSにあげたくなるような話題性のある店の情報はほしがっているが、利用しているのは安心感のあるチェーン店が多く、欲しい施設も知名度のあるチェーン店があがる。

- ・対象グループ： 岡谷東高校の学生
- ・日 時： 平成29年7月5日 13:00~14:30
- ・場 所： 岡谷東高校
- ・参加者： 9名

I. 基本事項

- ・全員、今回が初めてのグループインタビューの参加
- ・性 別： 男性4人、女性5人
- ・住 所： 岡谷市加茂町、朝日村、塩尻市上西条、茅野市上原、下諏訪町西弥生町、塩尻市洗馬、塩尻市大門五番町、岡谷市川岸、下諏訪町久保街道
- ・居住年数： 1ヶ月~16年
- ・同居人数： 4~7人
- ・食料品購入者：祖母および母
- ・買物時間： 全員学校終了後16:00~20:00
- ・買物頻度： 週1~2回程度
- ・ネットショッピング： 年数回（5人）、月1回（3人）、利用したことがないのが1人のみ

II. 個別事項

①購入先

- ・市内は、いずれの品目についても商業集積施設およびチェーン店での購入・利用が多く、個店の利用は無い。
- ・市外は、学生の居住地域での購入・利用となっており、山形村、松本市、茅野市、塩尻市、諏訪市、甲府市、下諏訪町

②具体的店名

- ・食料品は、セブンイレブン、ファミリーマート、SEIYU、オギノの市内チェーン店およびレイクウォーク岡谷である。理由は、自宅や学校に近い、品質・鮮度・味が良い、品揃えが豊富、通学経路にある、価格が安いなど様々である。
- ・医薬品・化粧品は、レイクウォーク岡谷が多く、理由は自宅に近い、品揃えが豊富、活気がある。市内チェーン店ではウェルシア、サンロードであり、理由は自宅に近い、品質・鮮度・味が良い、品揃えが豊富である。
- ・衣類は、レイクウォーク岡谷内のGUが大半であり、理由は品揃えが豊富、価格が安い、他店にない商品がある、活気があるなどである。
- ・理美容は、居住地域での利用が多く、個人店（ヘアルームサカイ、下諏訪町マウノ）。理由は知人の店、接客が良い。
- ・外食は、レイクウォーク岡谷内のフードコートが大半であり、チェーン店ではサイゼリアとの回答あり。理由は品質・鮮度・味が良い、価格が安い、品揃えが豊富などである。
- ・映画館および書籍は、スカラ座および笠原書店が大半。理由は品揃えが豊富、価格が安い、接客が良い
- ・ゲームセンターは、レイクウォーク岡谷およびAGスクエア、イルフ内のゲームセンターを利用。理由は活気がある、品質・鮮度・味が良い、他店にない商品がある

③不満に思うこと

- ・店の外観に魅力を感じない、行きにくい場所にある（各5人）、お店を知らない（4人）、商品に特徴がない（3人）、ポイント・スタンプカードをやっていない、イベント等がない、品揃えが不十分（各2人）、商品の質が魅力的でない（1人）

④あったら良い、または不足していると思うお店（業種）

- ・学生向けの低価格で入り易いお店、持ち込み可能なスペース、勉強スペース（イルフ以外の）、落ち着けるスペース（塩尻エンパーク）
- ・アニメイト（松本市にあり）、ドッグラン（下諏訪町にあり）

○その他の意見・要望等

- ・新しく遊ぶ・集まるような場所が欲しい（レイクウォーク岡谷も飽きた）。
- ・レイクウォーク岡谷のフードコート利用時も持込のみで、飲食品等何も購入しない。
- ・イベント券（割引券）等あれば、是非イベントへ参加したい。
- ・岡谷マップ作りで新たな個店を発見（イルフ内の雑貨屋）

○総 括

- ・学生の消費行動について、レイクウォーク岡谷内が大半（平日のみの行動で、休日に岡谷市へ来るのは3人のみ）
- ・ネットショッピング（楽天、メルカリ）利用により、衣類・靴等について購入

- ・食料品および衣類の購入は、市内個人店の回答が1つも無かった。
- ・商店街および個人店の利用は高齢者のみであり、理由としても地元の地縁等であるため、新たな集客には繋がらない。
- ・食料品および医薬品の購入は、大半が既存市内チェーン店を利用している。理由は、回答数が多かった順から自宅や勤務先に近い、価格が安い、品揃えが豊富である。岡谷市民からは、日常的な買い物には満足しているとの声があがっていた。
- ・衣類の購入では、市内チェーン店（低価格）を利用しており、他は市外との回答が多かった。
- ・高齢者層について、長地出早等の一部の地域では歩いて行ける範囲に商店がなく、移動手段（自動車等）がないと買物が不便であるとの意見もあった。
- ・岡谷市内の買い物で不満に思うことは、お店を知らない、品揃えが不十分、行きにくい場所にある（駐車場がない）、店の外観に魅力を感じない、商品に特徴がないといった順序である（回答数が多い順）。
- ・高齢者を除く全世代およびいずれの項目においても、ネットショップや配達サービスの利用が日常的に行われている現状を踏まえると、今後の岡谷市の商業について、物販（特に食料品、医薬品、衣類）での集客は難しいのではないかと。
- ・レイクウォーク岡谷についても、市内居住者はあまり利用しない（飲食（スタバ、フードコート）や衣類（GU、ユニクロ）は一定程度が利用）。また学生からは飽きたとの回答があった。

一方、

- ・理美容は、市内個人店（ヘアークラブJ、DOT、マキラ、エルロード、ロフト、カラーズ、オット、コバヤシ、キャンオン美容院、ヘアールームさかい）の利用が多い。
- ・外食については、市内チェーン店の利用が多いものの、市内個人店（千成鮨、六徳、真礼、来々軒、若寿司、じんべえ、ワイン食堂、おくら、八千代食堂）も利用がある。
- ・また映画館と書籍でも、市内個人店（スカラ座と笠原書店）の利用が多い。その理由としては、自宅や勤務先に近い、品揃えが豊富、駐車場があるである。

- ・以上より、市内消費者へは、飲食（外食）や個人サービスおよび食料品・医薬品・衣類以外の物販等を中心に考える必要があるのではないかと。
- ・市内にあったら良い、または不足していると思うお店（業種）は、
 - 高校生・・・学生向けの低価格なお店（コーヒー店など）
 - 大学生・・・大食いなど話題性のある飲食店、wifi環境のあるお店、勉強スペース、クラフトショップ
 - 主婦層・・・スポーツ施設（高齢者向け）、屋内遊戯施設（子ども向け）、おしゃれな雑貨店・家具店（若者向け）、カフェ・スイーツ店（女性向け）、フィットネス系のジム
 - 高齢者・・・ゆっくりできる飲食店、夜間営業のラーメン店、イベント広場（若者向け）

今後のアンケート調査項目

- ・市内にあったら良い、または不足していると思うお店（業種）（飲食および個人サービスを中心に）について
 - ・消費者の情報入手方法について
 - ・市外消費者のニーズ、動向について
- ⇒ ③および④アンケートにおいて把握

(6) 岡谷市内大型商業施設利用者調査

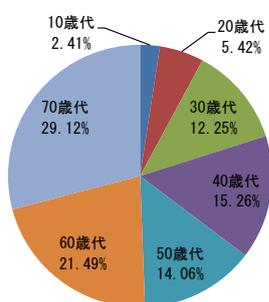
①調査概要

- ・日時： 2017年10月25日（水）～28日（土）
- ・対象：岡谷市内の大型商業施設（サンリツプラザ、サンリツプラザ長地、フォレストモール）の利用者
- ・方法：施設駐車場の一角を借りて声掛けによる依頼および回収
- ・回収数：498枚

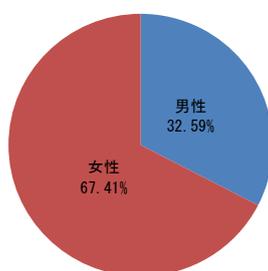
②調査結果

【問1】あなた自身について教えてください。

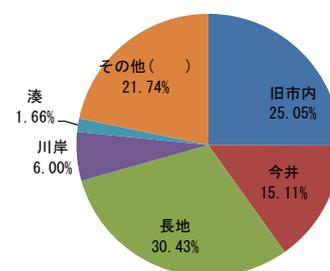
1. 年齢



2. 性別



3. 住所



【(1) 年齢】

- ・「年齢」について見ると、「70歳代」（145人、29.12%）の割合が最も大きく、次いで、「60歳代」（107人、21.49%）、「40歳代」（76人、15.26%）となっている。60歳以上の高齢者の立寄りが半数以上となっている。

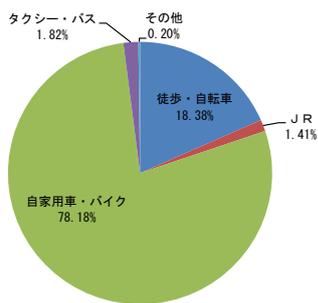
【(2) 性別】

- ・「性別」について見ると、「女性」（331人、67.41%）の割合が大きく、男性（160、32.59%）の割合を上回っている。

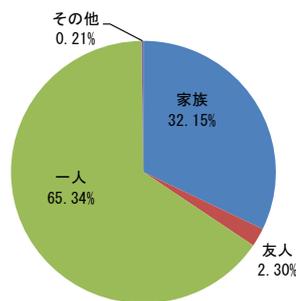
【(3) 住所】

- ・「住所」について見ると、「長地」（147、30.43%）の割合が大きく、次いで、「旧市内」（121、25.05%）、「その他」（105、21.74%）となっている。
- ・「その他」について見ると、「下諏訪町」（44）、「諏訪市」（9）の回答数が多くなっている。

4. 交通手段



5. 同行者



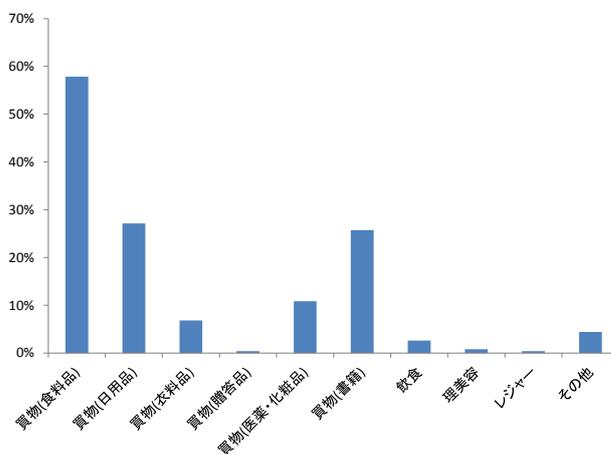
【(4) 交通手段】

- ・「交通手段」について見ると、「自家用車・バイク」(387人、78.18%)の割合が最も大きく、次いで、「徒歩・自転車」(91人、18.38%)となっている。

【(5) 同行者】

- ・「同行者」について見ると、「一人」(313人、65.34%)の割合が大きく、次いで、「家族」(154、32.15%)となっている。

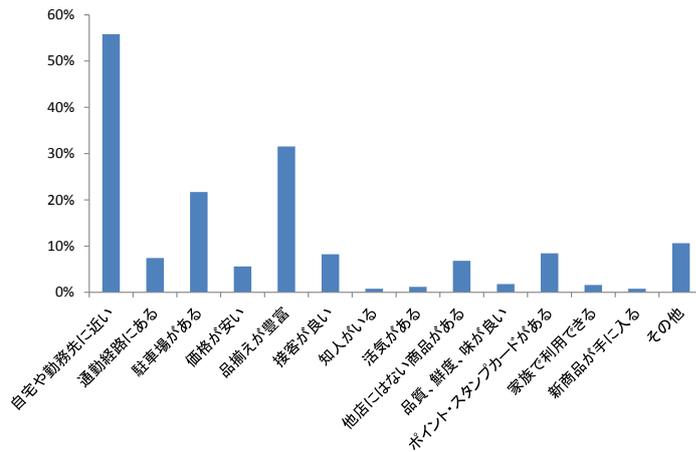
【問2】このお店に、どのような目的で来ましたか(複数回答可)。



「どのような目的で来ましたか。」について見ると、「買物(食料品)」(288)の回答数が最も多く、次いで、「買物(日用品)」(135)、「買物(書籍)」(128)となっている。

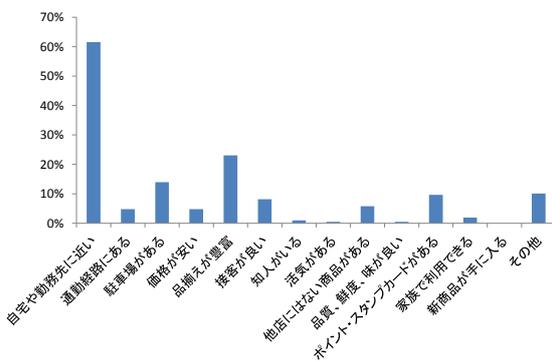
→アンケートは、オギノ、デリシア、笠原書店の利用者を中心に行っており、こうした回答が多くなっている。

【問3】 このお店を利用する理由を教えてください。（3つまで回答可）

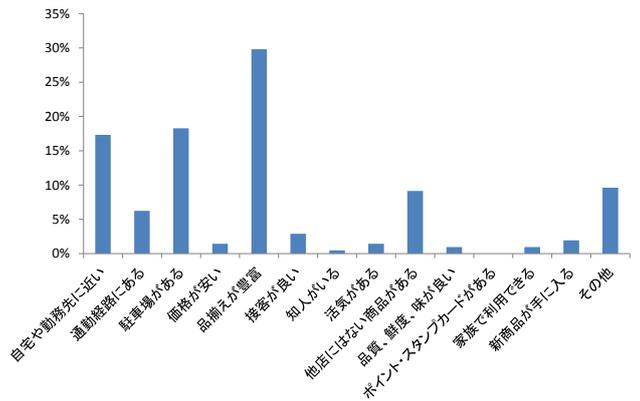


・「このお店を利用する理由を教えてください。」について見ると、「自宅や勤務先に近い」(278) の回答数が最も多く、次いで、「品揃えが豊富」(157)、「駐車場がある」(108) となっている。

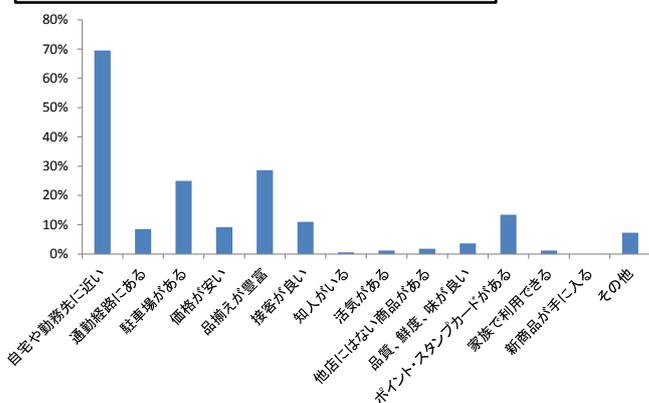
実施場所別（フォレストモール）



実施場所別（サンリツプラザ長地）

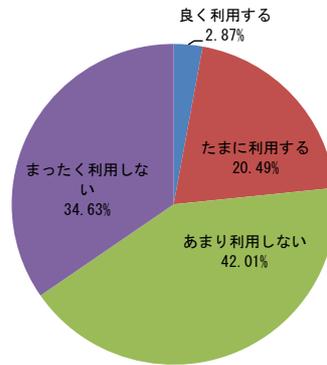


実施場所別（サンリツプラザ）



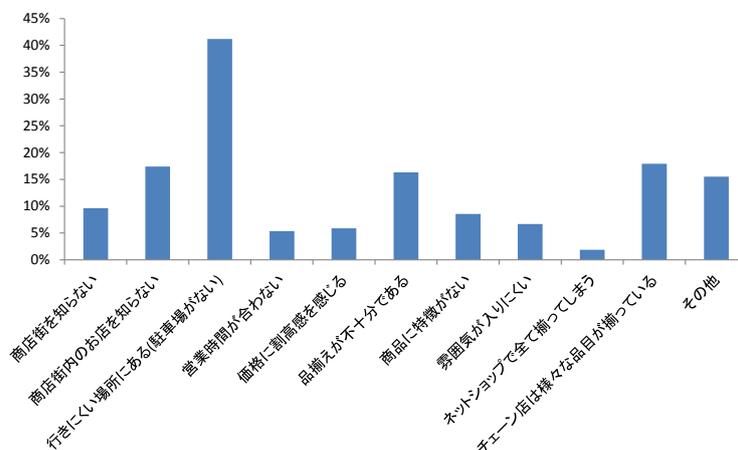
- ・実施場所ごとに詳細に見ると、フォレストモールおよびサンリツプラザについては、「自宅や勤務先に近い」の回答数が最も多くなっているものの、サンリツプラザは、「品揃えが豊富」との回答が最も多くなっており、「他店にはない商品がある」の回答割合も高い。

【問4】①岡谷市内の商店街（童画館通り等）内にあるお店を利用しますか。



【(1) 童画館通り等にあるお店を利用しますか。】

- ・「あまり利用しない」(205、42.01%)の割合が最も大きく、次いで、「まったく利用しない」(169、34.63%)となっており、利用する人は、2割程度となっている。



【(2) 上記質問で、「あまり利用しない」、「まったく利用しない」と回答された方のみ、商店街内のお店を利用しない理由を教えてください。(3つまで回答可)】

- ・「行きにくい場所にある(駐車場が無い)」(154)の回答数が最も多く、次いで、「チェーン店は様々な品物が揃っている」(67)「商店街内のお店を知らない」(65)となっており、大型店で満足しているとの回答と商店街の問題を指摘する回答がある。

【問5】岡谷市内の個人商店（チェーン店以外のお店）で、良く利用する店名を教えてください（3店程度）

笠原書店	50	かねいち	1	あきば商店	1
生鮮市場	23	かね吉	1	アサヒドー	1
梅林堂	19	カフェヒルパレー	1	あら川うなぎ	1
クサマ	19	カプチーノ	1	美好	1
カネジョウ	14	カサハラスポーツ	1	エスポアモモセ	1
来々軒	9	心和	1	おおさわ商店	1
富士アイス	8	米久	1	オオタキ	1
スカラ座	7	サラ&ロダン	1	多留寿司	1
吉原靴店	7	シエル	1	オグチ楽器	1
食品館	5	すいほう	1	ブルーオニオン	1
八千代	4	せいりょう軒	1	北京食堂	1
山城屋	4	高市薬局	1	まじめ屋	1
ゆうあん	4	高天	1	まると食堂	1
清水屋	3	たすけ	1	マルモ	1
白樺	3	立花亭	1	ミスターバーグ	1
みのり	3	だるま亭	1	みちのく	1
盛り飯	3	つる屋	1		
龍宝	3	峠のラーメン	1		
サンジェルマン	2	フジサワヤ	1		
たぬき茶屋	2	ふじ電気	1		
つつじ亭	2	フジヤ精肉店	1		
ぶる	2	ふちの	1		
みどりや	2	ムラマツ理容	1		
ももせ酒店	2	メガネフクヤ	1		
横綱	2	レストランよしの	1		
レンゲ	2	オグチデンキ	1		
若松すし	2	JA夢マーケット	1		
串おか	2	あおき商店	1		

【問6】その他要望・意見等自由にご記入ください。

年々閉店する店が多く、商店街という感じが無い。新しい店が増えるといい。	スーパーそれぞれ特徴があるので、広告を見て買い物に行く	雑貨店があれば
おしゃれな店がほしい。	商品が少なく、一回で買い物済まない	ファミレスがほしい
雑貨屋やカフェがほしい。	他市より食料品店が多くてよい	駅前がもっと賑やかになってほしい
中央通りがさびしくなった	2人で住んでいるので、あまり個店にいかない	室内で子供が遊べる施設がほしい
駐車場がないと不便	物が少なく選べない	子供が遊べるスペースがない
魚の店がない	魚の煮つけを揃えてほしい	婦人服が無い
商店街をまわるバスがあればいい	商店が閉まっており、1回で買い物済まない	近くに対話が出来そうな店があればいい
地域ごとにスーパーがほしい	商店街は閉まっている店が多く、足が遠のく。	9時間店がよい
60代向けの商品を扱う店がほしい	年寄りの衣料品店が少ない	
商店街でイベントをやっている情報が入ってこない	靴屋さんがほしい	
個人店もほしい	個人店に特徴が無い、今流行っているものの情報を取り入れてほしい	
飲食店が増えており良い	個人商店は、活気がないように感じる。	
専門店が商品が少ない	レイクウォークは若者向き	
商店街はシャッターが閉まっている。もっと活気がほしい	個人の専門店が少ない	
子供服のお店がほしい	独特の味がある店がある。そういう店があれば行きたい	
子供と一緒にいける飲食店があれば	魅力がない	
子供向けおもちゃが無い	買うものが限られているので安いものがない	
洋服直しの店がほしい、高級感のあるお店がほしい	男性者の洋品が少ない	
商店がまとまっていないため買い物出来ない	コストコの商品がほしい	
目的があって買い物するため、寄りついでに買い物しない	男性衣料品が少ない	
イベントを知らないことも多かったりするので、広告範囲を増やしてほしい	商店がまとまっていない	
使い勝手の良いお店が増えてほしい	もっと便利なお店	
昔ながらの個人商店がほしい	若者が集まるお店	
地場の物を売っているとよい	若者向けのお店	
こじんまりした店のほうが買い物しやすい	活気がほしい	
川岸にスーパーがほしい	気軽な食品が買えるお店がほしい	

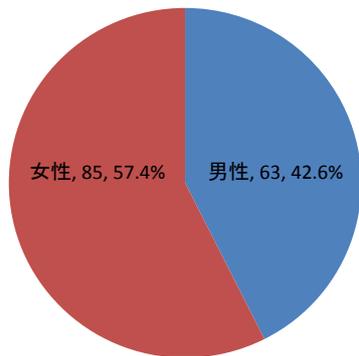
(7) きつね祭り参加者アンケート調査

①調査概要

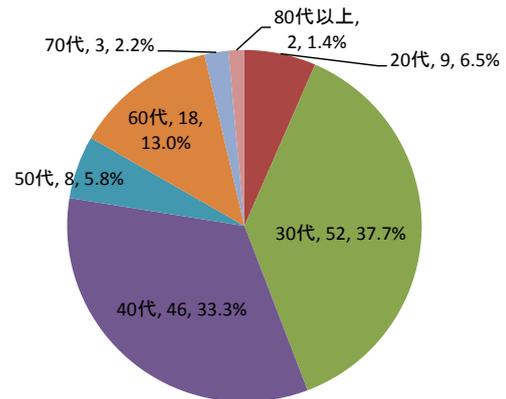
- ・日時：2017年7月29日（土）
- ・対象：諏訪地域全域の消費者
- ・方法：スタンプラリーアンケート新聞折込により調査票を配布・回収
- ・回収数：160枚

②調査結果

【問1】性別

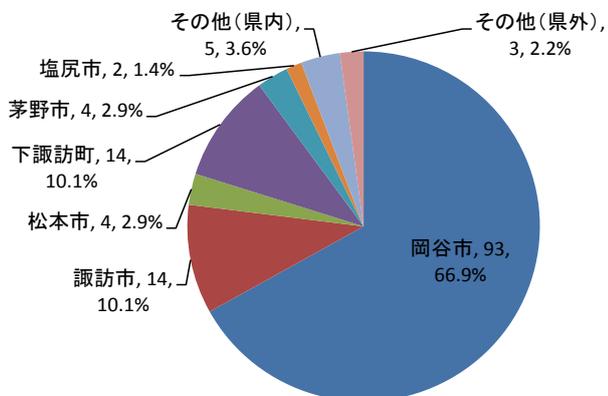


【問2】年齢

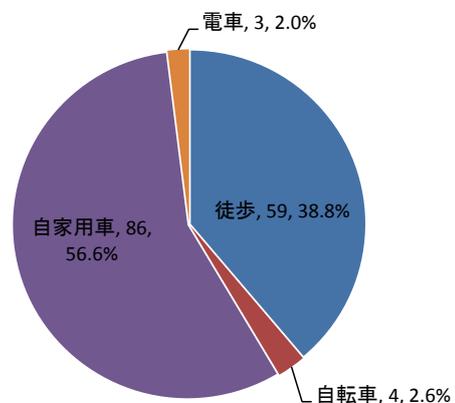


- ・性別は、男性 42.6%（63人）、女性 57.4%（85人） ※各項目とも未回答は除いて集計
- ・年齢は、30代 37.7%（52人）、次いで40代 33.3%（46人）、60代 13.0%（18人）と主に子ども連れおよび孫連れの家族での参加が多い。

【問3】住所

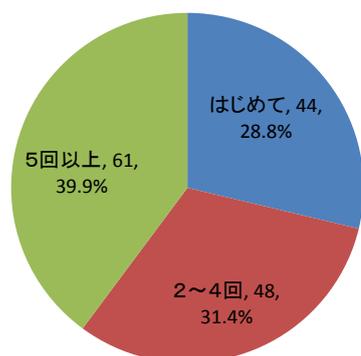


【問4】交通手段



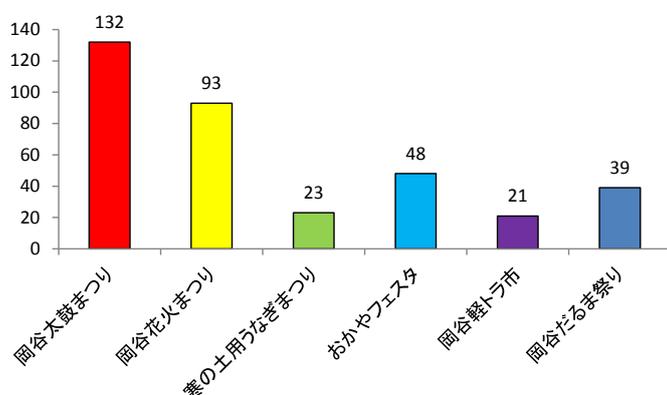
- ・住所は、岡谷市 66.9% (93 人) が圧倒的に多く、次いで諏訪市 10.1% (14 人)、下諏訪町 10.1% (14 人) となっており、周辺市町村からの参加が少なく感じられる。県外からは、昨年同様に東京都と千葉県、福島県からの参加があった。
- ・交通手段は、自家用車 56.6% (86 人)、徒歩 38.8% (59 人) であり、岡谷市郊外およびスタンプラリー会場周辺住民（中心地）の参加が多いためであると考えられる。一方、電車での来場が 3 人と少数回答となっている。

【問 5】訪問回数



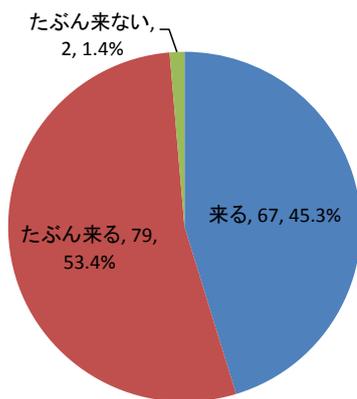
- ・きつね祭りに来る回数は、5回以上 39.9% (61 人)、2~4回 31.4% (48 人)、はじめて 28.8% (44 人) であり、毎年きつね祭りへの参加者（リピーター）が多いことは望ましいが、一方で、今回で 65 回目の開催であり、また参加者のおよそ 7 割が岡谷市民であるのに「はじめて参加した」が全体の約 3 割程度もある。

【問 6】過去参加イベント（複数回答可）



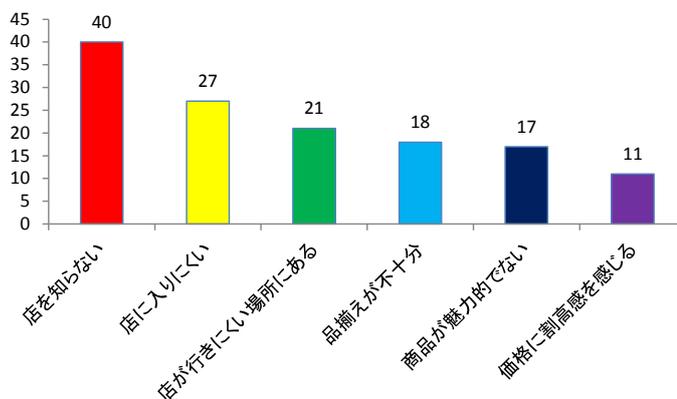
- ・過去イベントの参加者は、岡谷太鼓まつり 132 人 (82.5%) であり、次いで岡谷花火まつり 93 人 (58.1%)、おかやフェスタ 48 人 (30.0%) である。

【問 7】再訪意向



- 再訪意向は、たぶん来る 53.4% (79 人)、来る 45.3% (67 人) が大半であり、参加者を募ることができればイベント自体への岡谷市民の満足度は高いと考えられる。

【問 8】岡谷市内（主に商店街）で買い物をするのに、当てはまるものはありますか。（複数回答可）



- 市内での買い物に関する意見は、店を知らない 40 人 (25.0%)、店に入りにくい 27 人 (16.9%)、店が行きにくい場所にある 21 人 (13.1%)、品揃えが不十分 18 人 (11.3%) であり、前回調査（消費者インタビュー）と同意見が多く、その点が岡谷市商業環境についての課題であると考えられる。

【問9】 今日来て良かったところは何ですか。

・ **記載人数** : **63人**

- ・ 多くの友人と会えて楽しかった。子どもが楽しく遊べた。(4票)
- ・ アットホームな雰囲気であり、人の賑わいがあった。雰囲気が良く楽しめる。(6票)
- ・ 屋台がおもしろかった(4票)、縁日みたいで楽しかった(3票)、
お店の人が丁寧に接してくれた(1票)。
- ・ 子どもがステージで踊れた。ダンスが思い切り踊れた。(2票)
- ・ 花嫁迎え行列に参加できた(1票)。
- ・ フェイスペイント(きつねメイク)が良かった。(2票)
- ・ スタンプラリー(15票)、たくさん歩けた(1票)、じゃんけん大会(1票)、ちご行列(2票)、美術
考古館のワークショップ(1票)、OMNIRIDEに乗れた(1票)、その他イベントに関する意見(13票)
- ・ 普段歩かない所もたくさん歩いて、町を知れた。色々なものを回れて楽しかった。色々な店を見て良
かった。(4票)
- ・ 商店街は利用しない(1票)。
- ・ レイクウォーク内にマップがあれば良い(1票)。

【問10】 岡谷市内にあったら良い、または不足していると思う店舗、または業種が
あれば教えてください。

・ **記載人数** : **34人 (21.3%)**

- ・ 商店街の空き店舗が目立つので、何とかして欲しい。
- ・ 食堂等、食べる場所が無い。歩いていけるところにある飲食店。カフェ、スポーツバー、小木曾ソバ店、回転寿司
- ・ スポーツジム等、室内キッズルーム、子ども連れで入り易い店、雨天時の遊ぶ場所、テーマパーク、心霊スポット
- ・ 主婦層が買いやすい店が欲しい、若者向けの服がもっとあると良い、20-30代向けの洋服店、スポーツ店、雑貨屋(ロフトな
ど)、花屋、居酒屋、リサイクル店(家にあるものを買って欲しい)
- ・ 大手チェーン店、デパート・専門店、大型スポーツ店、メーカー店、ミニストップ
- ・ 特になし(3票)
(※いずれも1~2票)

⇒ 比較的多いのが、飲食店、スポーツ店、室内キッズルーム(子ども連れ)

(8) レイクウォーク岡谷利用者調査

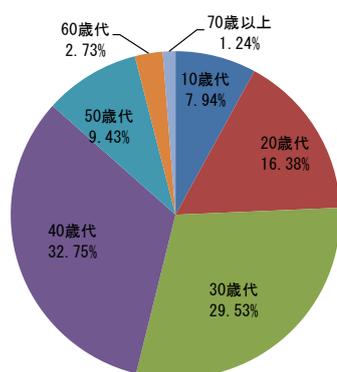
①調査概要

- ・日時：2017年11月23日（木）～24日（金）
- ・対象：레이크ウォーク岡谷に立寄る人
- ・方法：施設内の一角を借りて声掛けによる依頼および回収
- ・回収数：404枚

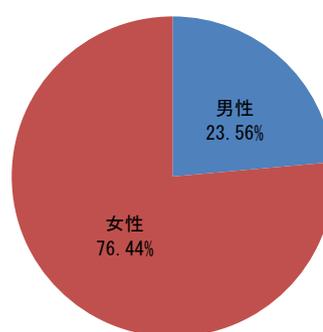
②調査結果

【問1】あなた自身について教えてください。

1. 年齢



2. 性別



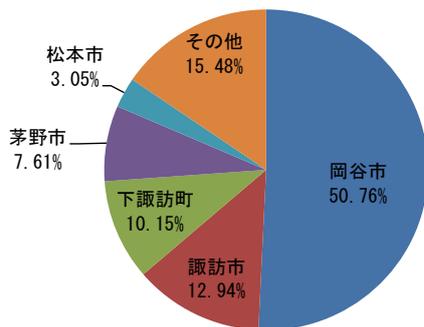
【(1) 年齢】

- ・「年齢」について見ると、「40歳代」（132人、32.75%）の割合が最も大きく、次いで、「30歳代」（119人、29.53%）、「20歳代」（66人、16.38%）となっている。40歳以下をメインターゲットとしたアンケートを実施した。

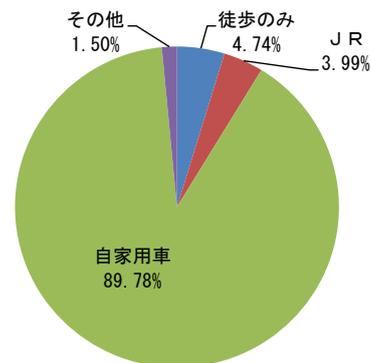
【(2) 性別】

- ・「性別」について見ると、「女性」（305人、76.44%）の割合が大きく、「男性」（94、23.56%）の割合を上回っている。

3. 住所



4. 交通手段



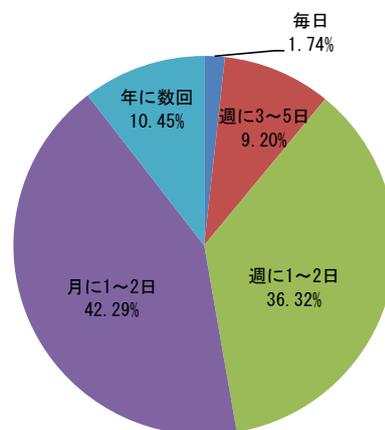
【(3) 住所】

- ・「住所」について見ると、「岡谷市」(200、50.76%)の割合が最も大きく、次いで、「諏訪市」(51、12.94%)、「下諏訪町」(40、10.15%)となっている。

【(4) 交通手段】

- ・「交通手段」について見ると、「自家用車」(360、89.78%)の割合が最も大きく、次いで、「徒歩のみ」(19、4.74%)となっている。

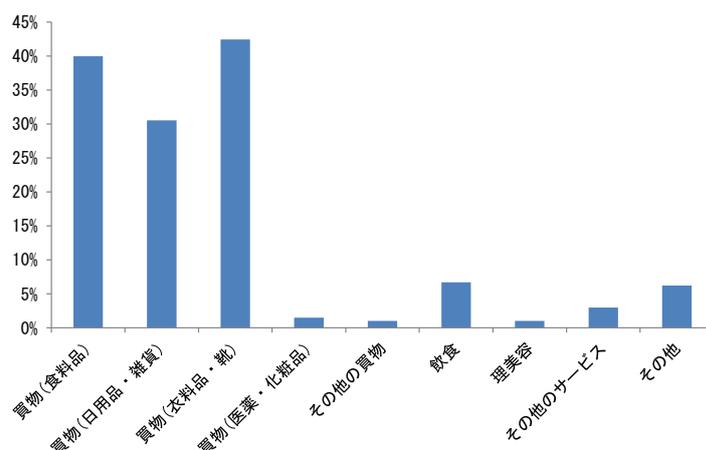
【問2】レイクウォークに来る頻度についてお尋ねします。



【Q2. レイクウォークに来る頻度】

- ・「レイクウォークに来る頻度」について見ると、「月に1~2日」(170、42.29%)の割合が最も大きく、次いで、「週に1~2日」(146、36.32%)、「年に数回」(42、10.45%)となっている、
- ・商店街利用者の調査よりも利用頻度が高く、半数近くの人が週一回以上利用している。

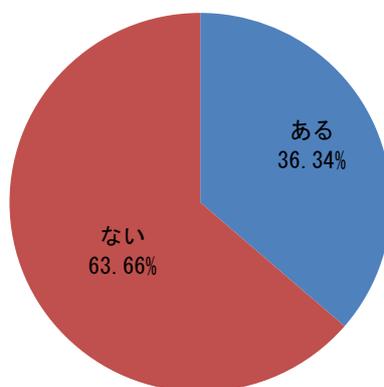
【問3】 レイクウォークに来た目的を教えてください（2つまで回答可）



【Q3. レイクウォークに来た目的】

- ・「레이크ウォークに来た目的」について見ると、「買物（衣料品、靴）」（171、42.43%）の回答数が多く、次いで、「買物（食料品）」（161、39.95%）、「買物（日用品・雑貨）」（123、30.52%）となっている。

【問4】 レイクウォーク以外の岡谷市内の店舗で、買い物をしてきましたか。または、買い物をする予定はありますか。

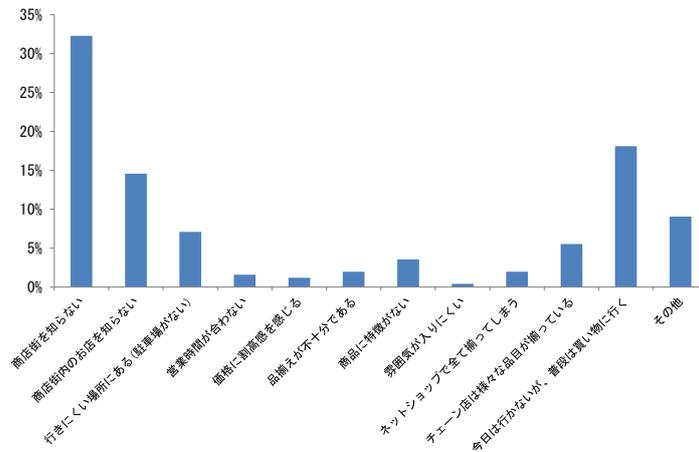


【Q4. レイクウォーク以外の岡谷市内の店舗で、買い物をしてきましたか。または、買い物をする予定はありますか。】

- ・「레이크ウォーク以外の岡谷市内の店舗で、買い物をしてきましたか。または、買い物をする予定はありますか。」について見ると、「ない」（254、63.66%）の割合が、「ある」（145、36.34%）の割合を上回っている。

→레이크ウォークへの来店が、商店街の客数増加に繋がっているケースは少ないと思われる。

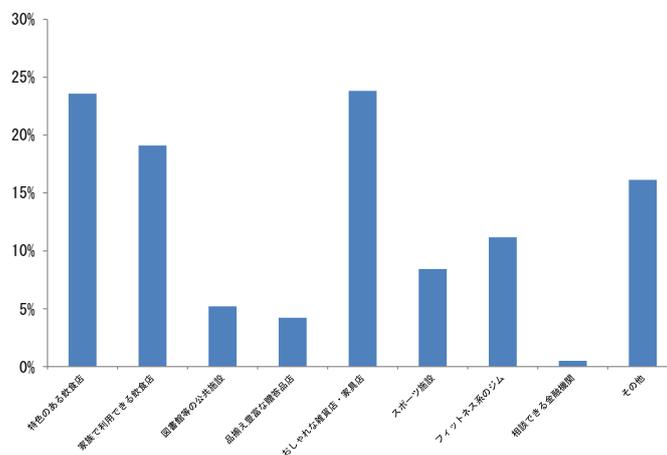
【問5】問4で「2. ない」と回答された方のみ、買い物をしない理由を教えてください。（3つまで回答可）



【Q5. Q4で「ない」と回答された方のみ、買い物をしない理由を教えてください。（〇は3つまで）】

- ・「商店街を知らない」（82、32.28%）の回答数が多く、次いで、「今日は行かないが、普段は買い物に行く」（46、18.11%）、「商店街内のお店を知らない」（37、14.57%）となっている。また、「回答なし」の回答数も23となっており、行く理由がないとの声もあった。

【問6】レイクウォーク内もしくはこの周辺にあれば良い、または不足しているお店（業種）があれば教えてください（2つまで回答可）

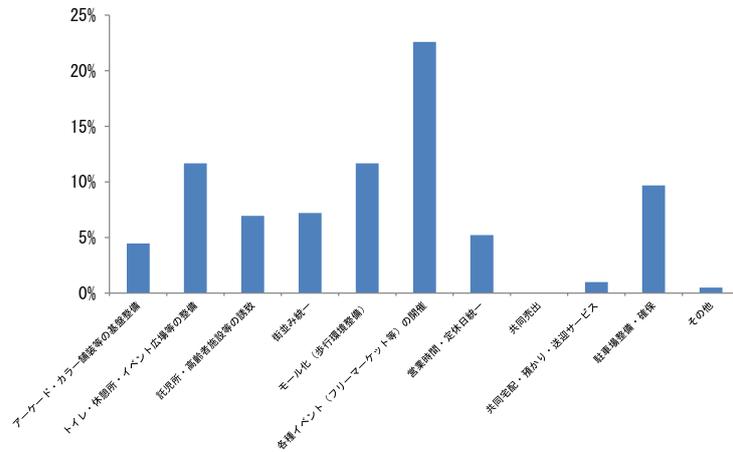


【Q6 レイクウォーク内もしくはこの周辺にあれば良い、または不足しているお店（業種）があれば教えてください（〇は2つまで）。】

- ・「おしゃれな雑貨店・家具店」（96、23.82%）の回答数が最も多く、次いで、「特色のある飲食店」（95、23.57%）、「家族で利用できる飲食店」（77、19.11%）となっている。

→これまでの調査と同様、飲食店、雑貨店が多くなっている。

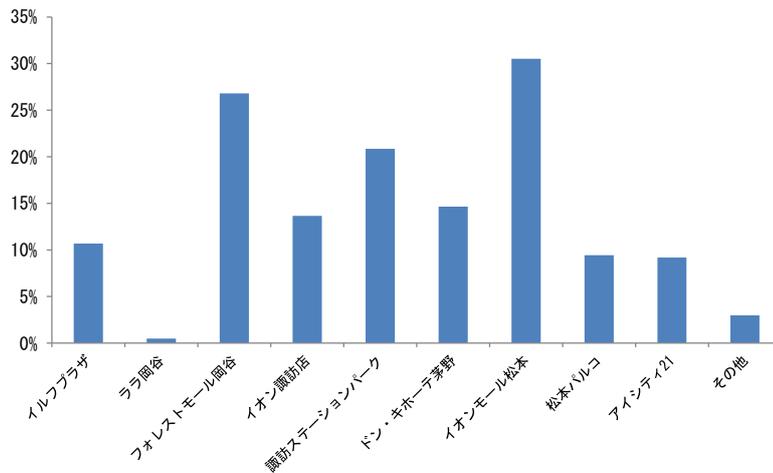
【問7】この周辺の商店街等で実施してほしいことを教えてください（3つまで回答可）



【Q7. この周辺の商店街等で実施してほしいことを教えてください（〇は3つまで）。】

- ・「各種イベント（フリーマーケット等）の開催」（91、22.58%）の回答数が最も多く、次いで、「トイレ・休憩所・イベント広告等の整備」（47、11.66%）、「モール化（歩行環境整備）」（47、11.66%）となっている。また、その他の意見の中で、「回答なし」の回答数が（32）となっており、商店街にあまり関心の無い人も見られる。

【問8】ここ以外に、周辺で良く行く大型商業施設を教えてください（2つまで回答可）



【Q8. ここ以外に、周辺で良く行く大型商業施設を教えてください（〇は2つまで）。】

- ・「イオンモール松本」（123、30.52%）の回答数が最も多く、次いで、「フォレストモール岡谷」（108、26.80%）、「諏訪ステーションパーク」（84、20.84%）となっている。

→9月にオープンしたイオンモール松本の利用者が多く、今後、規模の大きいイオンモール松本に流れていく可能性もある。

5. 他地域の事例

(1) 栃木県鹿沼市（ネコヤド商店街）

鹿沼市では、1999年に材木町の路地裏に「Café 饗茶庵」が開店した。この経営者は2009年に日光市今市の路地裏玉藻小路に「日光珈琲」を、2012年に鹿沼市の今宮神社の参道に「日光珈琲朱雀」を、2013年に日光市本町の御用邸正門通りに「日光珈琲御用邸通」を開店している。自分達で店を築くことを方針として、廃屋を自分達で改装している。

最初のカフェが始まった1999年頃は、地方都市でも中心市街地の空洞化が進行していた。鹿沼も同様で、街の東側に店や住宅が移ったため、子供の頃賑やかだった街は、空き店舗や空き家が目立ち、寂れた状態となった。周りの店がどんどん閉まっていく中、どうすればお客様に来ていただけるのか



を考えた時、「地元の街が楽しければ、他の街に行く必要がなく、逆に他所からも人が集まってくる。鹿沼をそういう街にしたい」と思った。カフェも路地裏の分かりにくい場所にあり、迷いながら行く店として、ロコミで来ていた。交通の不便な場所であっても、個性を持っていれば、好きな人は遠くからでも来てくれる。

そこで、「仲間(店をやっている人)を集めたい。でも、いきなり店を持つのは、資金等のリスクもあるから、まず、イベントに出店して体験してもらおう」と考え、2006年2月に「ネコヤド大市」を始めた。毎回、起業を目指す、様々なチャレンジ店が15~30店舗参加し、多い時には60店舗近くになった。出店を重ねると実行委員会から支援が受けられる仕組みになっており、出店を重ねることは、開業する前から常連のお客様を付けることにも繋がる上、独立後もお互いに情報交換や共通イベントの開催等、独自のコミュニティー形成に役立っている。

ネコヤド大市から独立して、鹿沼市内に開店した店は、5年間で15店舗となった。業種は、カフェ、古着屋、雑貨等様々で、大半の経営者が40歳以下で、地元出身者以外も多いという。半径300m以内に各店舗があるため、街を歩いてお店巡りを楽しむお客が徐々に増えた。そこで、お店巡りと共に街巡りをさらに楽しんでいただけるよう、仲間と情報発信をすることにした。その一つが街歩きマップ「ネコヤドMAP」である。表面は鹿沼の街とその住人のイラスト、裏面は自分たちのお店や自分たちが鹿沼で「いいな」というお店・名所等をピックアップしたものである。最初は1万枚を作製したが、好評で増刷することとなったが、資金の面や多くの人に関わってもら

いたいという想いもあり、協力を要請し、賛同した方に一口1万円を出資してもらい増刷した。イラストの人物には、名札が付いていて、出資者の名前が分かる。個人、鹿沼市、商工会議所を始め多くの方が協力し完成したマップは、東武鉄道が各主要駅に置いたことで、都心で目に触れる機会が増え、県外にも鹿沼の知名度があがった。すると、雑誌や新聞等で取り上げられる機会が増え、首都圏から多くの方が鹿沼に遊びに来てくれるようになった。

ネコヤド大市から新たに新店舗と「ネコヤド商店会」を結成して、根古屋路地から街中へ拡大し、2012年3月から「ネコヤド商店街」として、毎月第1日曜日に開催している。(ネコヤド商店街は2016年に終了)

2016年には、鹿沼市の中心市街地に、空いていた旅館を再生したゲストハウスをオープンさせた。名は「CICACU (シカク)」(“CI”は“Civic”で鹿沼の人たちを、“CA”は“Cabin”でゲストハウスに泊まる旅行者を、“CU”は“Culture”(文化)や“Curation”(共有・編集)を意味)という。



このゲストハウスは、単なる宿

泊施設ではなく、地元の人や旅行者が集まれる場所になっている。2階にある大広間をレンタルスペースとして開放しており、ヨガ教室や料理教室、音楽ライブなどが開催されている。

自転車の卸企業と協力してレンタサイクル事業も始めている。自転車に乗って、鹿沼の郊外へ出かけられる。郊外には豊かな自然や田園風景が広がり、農業を頑張っている若い方や田舎暮らしを楽しんでいる移住者がいる。一方で、鹿沼の街中にも魅力的な方がたくさんいる。こうした人との触れ合いの拠点をなることを目指してさまざまな取組みが進められている。

(2) 長野県佐久市（岩村田本町商店街）

長野県佐久市岩村田は中山道 22 番目の宿場町として古くから栄えた商業の街。避暑地で有名な軽井沢の約 15 キロ南西に立地。佐久市は平成の大合併で人口 5,6000 人から 100,000 人の都市となったが、岩村田の商圈としては周辺に 30,000 人を抱える中心市街地。

平成 10 年長野五輪開催に伴うインフラ整備（新幹線開業、高速道路佐久 IC 開業）に伴い、大型集積が到来。イオンとカインズで売り場面積占有率の 90%を占める規模。佐久平駅前周辺にはナショナルチェーンが林立する都市型商店街が岩村田商店街の西 800mに形成され、岩村田商店街は大打撃を受けた。

そこで危機感を持った青年会が、中心となって振興組合を結成(平均年齢 36.7 歳)。イベントこそ、活性化の近道と考え、「日本一イベント」を毎年実施。毎回 2,000～3,000 名を集客。しかし、イベントは打ち上げ花火であり、人は集まっても商店街にお金は落ちていない。そこでイベントを取りやめた。

そこで取り組んだのが確立した理念の設定。具体的には

1. 地域密着顧客創造型商店街（ターゲットと生存領域の明確化）
2. 「ともに働く、暮らす、生きる商店街」の構築（事業基準）

とした。平成 12 年には、42 店舗中 15 の空き店舗があり、平成 13 年以降、以下のような空き店舗対策に着手することにした。

・ コミュニティスペース「おいでなん処」の設置

平成 14 年、土蔵づくりの建物を改装。地域コミュニティの拠点にした。
(年間 6,000 人以上の利用実績)

・ コミュニティビジネスの開始 (収益事業を自らの手で)

平成 15 年「本町おかず市場」開業（ピーク時は年間 2,400 万円の売上、利益も確保）

・ インキュベーターの育成 「本町手仕事村」設置

平成 16 年、2.5 坪 15000 円の月額家賃で起業家を募集。軌道に乗れば他の空き店舗へ移転させ、空き店舗を解消させる仕組みを構築。5 店舗の空き店舗を解消

・ 平成 18 年度 「お助け村」(子育て世帯を対象とした商店街会員制度)を開村

年間 13～15 の子育て小イベント(20 名から 400 名)を実施。子育て世代の会員制度発足。



- ・平成20年全国初商店街直営学習塾「岩村田寺子屋塾」開設
地域で子供を見守る教育 学習支援を商店街で。現在は、不登校生や発達障害を持つ子も受け入れる通信制高校併設
- ・平成22年 託児所の開設（「子育てお助け村」 子育て相談を年配の保育士に）
- ・平成22年「佐久っ子ワオンカード」事業開始
イオンとの提携 「地域電子マネー」構想
- ・若手育成研修事業 本町商人塾・岩村田商人塾・起業家育成塾開講
- ・平成23年、高校生チャレンジショップ開設（高校との商学連携）
若い世代を商店街に巻き揉むことに成功
- ・地域ブランド創生事業「三月九日 青春食堂」
地元農業高校と連携してメニュー開発（カレーうどん）



平成12年度の組合加盟店42店舗中15店舗の空き店舗であったのが、現在、61店舗中2店舗まで減少した。さらに、歩行者通行量も平成21年度は120名/日であったものが平成24年度には200名/日まで増加している。

これからの商店街に必要なこととして、以下のポイントを意識している。

1. 若手の人材育成
2. 店主の高齢化に伴う起業家との連携
後継者がいなければ、外から連れてきて起業インキュベーターの育成システム
3. 各種団体との連携（大学、NPO, 若手農業経営者、若手起業家、まちづくり会社など）
4. 組織力のある商店街（組織力がないと実行力がない）
5. ビジョンを持ち、自分たちで事業計画のできる商店街（自分たちの街は自分たちでビジョンを描け。そして自分たちの力で事業推進を）
6. 行政が街づくりの支援に理解力を持っていること（「街づくり」を真剣に考える担当者か否か、によって温度差がありすぎる現実を痛感。中央は、地方への巡視を、中央と地方との人材交流をして、地方の人材力のアップを）

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JR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㎡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－

(2) 売上額	① レイクウォーク岡谷オープン直後：平成 28 年 8 月 1. 増えた 2. やや増えた 3. 横ばい 4. やや減った 5. 減った (10%以上) (5~9%増) (-) (5~9%減) (10%以上)
	② 現在 (①と比較して) 1. 増えた 2. やや増えた 3. 横ばい 4. やや減った 5. 減った
(3) 来店数	① レイクウォーク岡谷オープン直後：平成 28 年 8 月 1. 増えた 2. やや増えた 3. 横ばい 4. やや減った 5. 減った
	② 現在 (①と比較して) 1. 増えた 2. やや増えた 3. 横ばい 4. やや減った 5. 減った

Q 3. 貴店が所属する商業会についてお伺いします

(1) 活動は活発ですか	1. 活発 2. 不活発 3. どちらともいえない
(2) 売上に繋がっていますか	1. いる 2. いない 3. どちらともいえない
(3) 積極的に協力していますか	1. 協力している 2. 協力していない 3. どちらともいえない
(4) 課題や問題・感じていることは何ですか	1. 会員の高齢化 2. 役員の担い手不足 3. 集客力が高い・話題性のある店舗等が少ない又ははない 4. 空き店舗の増加 5. 道路等や周辺環境の変化 6. 非協力的な店舗が多い・商業会に未加入店舗が多い 7. 他団体との連携が少ない(商業会、個店、町内) 8. その他(具体的に:)

Q 4. 現在の経営上の問題点は何ですか(優先度の高い順に○を3つ)

1. 客数減少	2. 客単価減少	3. 経費の増大	4. 店舗の老朽化
5. 資金不足	6. 従業員の確保	7. 後継者がいない	8. 駐車場の確保
9. 大型店との競合	10. 同業他社との競合	11. ネット販売等への取組方法	
12. 立地条件	13. 消費者意識の変化	14. 情報の発信方法(SNSの活用)	
15. 経営ノウハウの不足	16. その他(具体的に:)		

Q 5. 経営対策として、現在取り組んでいるもの(考えているもの)は何ですか

(該当するものにすべて○)

1. 店舗の拡張・改築・改装	2. フランチャイズチェーン等への加盟	3. 商店街の組織力強化
4. 品揃えの変更(入替、拡充、専門化など)	5. 価格設定等の変更	
6. 営業時間、定休日の変更・延長	7. おかぼんへの加入	8. 独自のスタンプカード
9. 御用聞き・宅配サービス	10. ネット販売等	11. ホームページの活用
12. 新聞雑誌等への広告	13. チラシ、ポスター製作	14. SNSの活用
15. ダイレクトメール送付	16. イベント・セールへの参加	17. 特にない
18. その他(具体的に:)		

Q 6. 今後の経営方針について、どのように考えていますか

1. 営業規模の拡大 2. 現状維持 3. 営業規模の縮小 4. 休業・閉店

Q 7 (1). Q 6で「1. 営業規模の拡大」と回答された方のみ、

新規出店および店舗移転・増設の意向はありますか

1. 出店・移転したい 2. 機会があれば出店・移転したい 3. 意向がない

(2). また、その際の要件等は何ですか（該当するものにすべて○）

1. 駅前 2. 商業集積施設内（複数の商店が集積している施設、レイクウォーク岡谷等）
3. 童画館通り商店街内 4. いとまち商店街内 5. 田中通り商店街内
6. 上記以外の商店街内 7. 岡谷市以外の市町村（具体的に： ）
8. 家賃等の折り合いがつけば 9. 補助金等の支援があれば
10. 住宅と併設しているので、住む場所が別に用意できれば
11. 空き店舗の管理・運営を行ってもらえば 12. 賃貸借契約等の手続き簡素化
13. その他（具体的に： ）

(3). Q 6で「4. 休業・閉店」と回答された方で、店舗を貸す意向はありますか。また貸す意向がない・貸せない理由は何ですか（該当するものにすべて○）

1. 貸す意向がある
2. 貸す意向がない・貸せない理由がある
 ↳ 1. 店舗兼居宅 2. テナント入所者が見つからない 3. 相続人等の問題
 4. 所有権・抵当権等の問題 5. 固定資産税等の税制面の問題
 6. 賃貸借契約手続等の問題 7. 空き店舗の管理・運営を行う業者等がない
 8. 手続きが分からない、面倒くさい、メリットが感じられない
 9. その他（具体的に： ）

Q 8. 今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思う事は（○は3つまで）

1. 商業連合会・商業会の活性化 2. 共同売出し・販促・イベントの強化
3. 地域住民とのコミュニケーションの強化 4. 新しい情報発信活動の強化
5. レイクウォーク岡谷等の大型店との連携の強化 6. 個別商店の魅力向上
7. 空き店舗を利用した店舗等の設置 8. SNSやWebの活用
9. 環境整備の充実（①歩道、ガードレール・②車道（カラー舗装等）・③情報案内施設）
10. 個店への経営改善支援 11. まちゼミの充実 12. 定期的な商店街調査の実施
13. 岡谷市・商工会議所による支援の充実（具体的に： ）
14. その他（具体的に： ）

Q 9. 貴店の商品販売において、ネットショップ等を活用していますか。

また、その際のネットショップ名を教えてください(該当するものにすべて〇)

1. <u>活用している</u>	2. 活用していない	
▶ 1. 楽天市場	2. Yahoo!ショッピング	3. ポンパレモール
4. Wowma! (ワウマ)	5. Amazon	
6. その他 (具体的に: _____)		

Q10. 本業以外の所得(売上や給与等以外で生活できるだけの所得)がありますか。

また、その所得の種類を教えてください(該当するものにすべて〇)

1. <u>あり</u>	2. なし
▶ 1. 配当所得(株式・出資の配当等)	
2. 不動産所得(地代・家賃・権利金等)	
3. 事業所得(農業・漁業等)	
4. 雑所得(公的年金・原稿料・印税・講演料等)	
5. その他所得(具体的に: _____)	

Q11. その他「岡谷市全体の商業環境」についてご意見等があればお聞かせ下さい

(例: まちを元気にするためには〇〇のような取組みをしたい、中心市街地に〇〇があればもっと人が集まる、自分のお店では活性化のために〇〇のような事を考えている・・・)

※ 「岡谷市を一緒に元気にしたいと考えている事業者の方」、「岡谷市商業環境調査委員会にご興味のある方・参加してみたい方」、「空き店舗を貸したい、新規・移転店舗を探している方」は、以下に住所、電話番号、お名前、店舗名をご記入ください。

住所		電話番号	()
お名前		店舗名	

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

事業者の経営意識調査アンケート単純集計結果

回収数=114

質問項目	選択肢	回答数	割合
Q1(1) 商業会や各種団体への加盟	1 童画館通り	7	6.80%
	2 いとまち	13	12.62%
	3 銀座	4	3.88%
	4 東銀座	4	3.88%
	5 田中通り	10	9.71%
	6 新屋敷	8	7.77%
	7 イルフプラザ店舗会	3	2.91%
	8 本町	7	6.80%
	9 その他	11	10.68%
	10 広域	7	6.80%
	11 無所属	29	28.16%
Q1(1) 岡谷商工会議所	1 加盟している	107	97.27%
	2 加盟していない	3	2.73%
Q1(1) 岡谷スタンプ協同組合	1 加盟している	30	27.52%
	2 加盟していない	79	72.48%
Q1(2) 業種	1 飲食料品小売業	23	20.35%
	2 織物衣料小売業	9	7.96%
	3 機械器具小売業	4	3.54%
	4 上記以外の小売業	22	19.47%
	5 不動産・賃貸・管理業	0	0.00%
	6 宿泊業	0	0.00%
	7 金融・保険業	0	0.00%
	8 飲食サービス業	25	22.12%
	9 生活関連サービス業・娯楽業	17	15.04%
	10 その他	13	11.50%
Q1(3) 経営者の年齢	1 30歳未満	0	0.00%
	2 30歳代	6	5.31%
	3 40歳代	20	17.70%
	4 50歳代	25	22.12%
	5 60歳代	36	31.86%
	6 70歳代	26	23.01%
Q1(4) 家族従業員数	1 1名	27	26.21%
	2 2～3名	66	64.08%
	3 4～5名	9	8.74%
	4 6名以上	1	0.97%
Q1(4) 常用・パート	1 1名	11	20.37%
	2 2～3名	21	38.89%
	3 4～5名	11	20.37%
	4 6名以上	11	20.37%
Q1(5) 後継者の状況	1 いる	22	19.82%
	2 いない	57	51.35%
	3 未定	24	21.62%
	4 後継者を考える時期ではない	8	7.21%
Q1(5) 後継者の状況	1 継ぐ意思なし	16	43.24%
	2 継がせたくない	21	56.76%
Q1(6) 顧客層の年齢(平日)	1 若年層	7	4.40%
	2 20～30代	14	8.81%
	3 40～50代	46	28.93%
	4 60代以上	55	34.59%
	5 70代以上	15	9.43%
	6 特になし	22	13.84%
Q1(6) 顧客層の年齢(土日祝)	1 若年層	9	5.59%
	2 20～30代	19	11.80%
	3 40～50代	46	28.57%
	4 60代以上	49	30.43%
	5 70代以上	12	7.45%
	6 特になし	26	16.15%
Q2(1) 年間売上高	1 500万未満	25	22.73%
	2 500万～1,000万円未満	19	17.27%
	3 1,000万円以上～5,000万円未満	38	34.55%
	4 5,000万円以上～1億円未満	12	10.91%
	5 1億円以上	16	14.55%
Q2(2) レイクウォーク岡谷 オープン直後売上額	1 増えた	0	0.00%
	2 やや増えた	8	7.62%
	3 横ばい	57	54.29%
	4 やや減った	18	17.14%
	5 減った	22	20.95%

Q2(2) 現在売上額	1 増えた	2	2.06%
	2 やや増えた	12	12.37%
	3 横ばい	49	50.52%
	4 やや減った	20	20.62%
	5 減った	14	14.43%
Q2(3) レイクウオーク岡谷 オープン直後来店数	1 増えた	0	0.00%
	2 やや増えた	7	7.22%
	3 横ばい	55	56.70%
	4 やや減った	15	15.46%
	5 減った	24	24.74%
Q2(3) 現在来店数	1 増えた	2	2.02%
	2 やや増えた	9	9.28%
	3 横ばい	55	56.70%
	4 やや減った	17	17.53%
	5 減った	16	16.49%
Q3(1) 活動は活発ですか	1 活発	17	20.99%
	2 不活発	17	20.99%
	3 どちらともいえない	47	58.02%
Q3(2) 売上に繋がっていますか	1 いる	3	3.80%
	2 いない	36	45.57%
	3 どちらともいえない	40	50.63%
Q3(3) 積極的に協力していますか	1 協力している	38	48.10%
	2 協力していない	8	10.13%
	3 どちらともいえない	33	41.77%
Q3(4) 課題や問題・感じていることは 何ですか	1 会員の高齢化	33	28.95%
	2 役員の担い手不足	20	17.54%
	3 集客力が高い・話題性のある店舗等が少ない又ははない	17	14.91%
	4 空き店舗の増加	21	18.42%
	5 道路等や周辺環境の変化	11	9.65%
	6 非協力的な店舗が多い・商業会に未加入店舗が多い	7	6.14%
	7 他団体との連携が少ない	9	7.89%
	8 その他	9	7.89%
Q4 現在の経営上の問題点は何ですか	1 客数減少	83	72.81%
	2 客単価減少	35	30.70%
	3 経費の増大	23	20.18%
	4 店舗の老朽化	29	25.44%
	5 資金不足	12	10.53%
	6 従業員の確保	17	14.91%
	7 後継者がいない	15	13.16%
	8 駐車場の確保	10	8.77%
	9 大型店との競合	8	7.02%
	10 同業他社との競合	20	17.54%
	11 ネット販売等への取組方法	1	0.88%
	12 立地条件	6	5.26%
	13 消費者意識の変化	38	33.33%
	14 情報の発信方法	12	10.53%
	15 経営ノウハウの不足	8	7.02%
	16 その他	4	3.51%
Q5 経営対策として現在取り組んでいる ものは何ですか	1 店舗の拡張・改築・改装	17	14.91%
	2 フランチャイズチェーン等への加盟	2	1.75%
	3 商店街の組織力強化	2	1.75%
	4 品揃えの変更(入替、拡充、専門化)	33	28.95%
	5 価格設定等の変更	19	16.67%
	6 営業時間、定休日の変更・延長	4	3.51%
	7 おかぼんへの加入	8	7.02%
	8 独自のスタンプカード	13	11.40%
	9 御用聞き・宅配サービス	5	4.39%
	10 ネット販売等	14	12.28%
	11 ホームページの活用	17	14.91%
	12 新聞雑誌等への広告	15	13.16%
	13 チラシ、ポスター製作	13	11.40%
	14 SNSの活用	18	15.79%
	15 ダイレクトメール送付	16	14.04%
	16 イベント・セールへの参加	9	7.89%
	17 特にない	25	21.93%
	18 その他	10	8.77%

Q6	今後の経営方針についてどのように考えていますか	1 営業規模の拡大	19	17.12%
		2 現状維持	65	58.56%
		3 営業規模の縮小	14	12.61%
		4 休業・閉店	13	11.71%
Q7(1)	Q6「1営業規模の拡大」該当者のみ新規出店および店舗移転・増設の意向はありますか	1 出店・移転したい	5	31.25%
		2 機会があれば出店・移転したい	2	12.50%
		3 意向がない	9	56.25%
Q7(2)	その際の要件等は何ですか	1 駅前	0	0.00%
		2 商業集積施設内	1	20.00%
		3 童画館通り商店街内	0	0.00%
		4 いとまち商店街内	0	0.00%
		5 田中通り商店街内	1	20.00%
		6 上記以外の商店街内	0	0.00%
		7 岡谷市以外の市町村(具体的に：)	3	60.00%
		8 家賃等の折りがつけば	4	80.00%
		9 補助金等の支援があれば	4	80.00%
		10 住宅と併設しているので、住む場所が別に用意できれば	0	0.00%
		11 空き店舗の管理・運営を行ってもらえば	0	0.00%
		12 賃貸借契約等の手続き簡素化	1	20.00%
		13 その他	3	60.00%
Q7(3)	Q6「4休業閉店」 該当者のみ店舗を貸す意向がありますか	1 貸す意向がある	3	33.33%
		2 貸す意向がない	6	66.67%
Q7(3)	Q7(3)「貸す意向がない」該当者のみ店舗を貸す意向がない・貸せない理由は何ですか	1 店舗兼住宅	5	38.46%
		2 テナント入所者が見つからない	0	0.00%
		3 相続人等の問題	1	7.69%
		4 所有権・抵当権等の問題	1	7.69%
		5 固定資産税等の税制面の問題	0	0.00%
		6 賃貸借契約手続等の問題	0	0.00%
		7 空き店舗の管理・運営を行う業者等がない	0	0.00%
		8 手続きがわからない、面倒くさい、メリットが感じられない	0	0.00%
		9 その他	1	7.69%
Q8	今後、岡谷市商業の発展のために必要だと思うことは	1 商業連合会・商業会の活性化	13	11.40%
		2 共同売出し・販促・イベントの強化	15	13.16%
		3 地域住民とのコミュニケーションの強化	25	21.93%
		4 新しい情報発信活動の強化	20	17.54%
		5 レイクウォーク岡谷等の大型店との連携の強化	8	7.02%
		6 個別商店の魅力向上	55	48.25%
		7 空き店舗を利用した店舗等の設置	22	19.30%
		8 SNS たWEBの活用	13	11.40%
		9 環境整備の充実	10	8.77%
		10 個店への経営改善支援	16	14.04%
		11 まちゼミの充実	0	0.00%
		12 定期的な商店街調査の実施	2	1.75%
		13 岡谷市・商工会議所による支援の充実	7	6.14%
		14 その他	10	8.77%
Q9	貴店の商品販売においてネットショップ等を活用していますか	1 活用している	11	11.11%
		2 活用していない	88	88.89%
Q9	ネットショップ名	1 楽天市場	3	27.27%
		2 Yahooショッピング	5	45.45%
		3 ポンパレモール	0	0.00%
		4 Wowma	0	0.00%
		5 Amazon	1	9.09%
		6 その他	3	27.27%
Q10	本業以外の所得がありますか	1 あり	33	31.43%
		2 なし	72	68.57%
Q10	所得の種類	1 配当所得	6	18.18%
		2 不動産所得	16	48.48%
		3 事業所得	0	0.00%
		4 雑所得	20	60.61%
		5 その他所得	2	6.06%

(2) 商店街利用者調査

店名：

「商店街での買い物等」に関するアンケート

岡谷市内の商店街での買い物や飲食等に関して思うことや、実際に利用しているお店等について、皆様のご意見をお聞かせください。

Q 1. あなた自身について教えてください。(〇は1つ)

(1) 年 齢	1. 10 歳代	2. 20 歳代	3. 30 歳代	4. 40 歳代
	5. 50 歳代	6. 60 歳代	7. 70 歳以上	
(2) 性 別	1. 男性	2. 女性		
(3) 住 所	1. 旧市内	2. 今井	3. 長地	4. 川岸
	6. その他 () 市・町・村		5. 湊
(4) 交通手段	1. 徒歩・自転車	2. JR	3. 自家用車・バイク	
	4. タクシー・バス	5. その他 ()		

Q 2. このお店に来る頻度についてお尋ねします (〇は1つ)。

1. 毎日 2. 週に3~5日 3. 週に1~2日 4. 月に1~2日 5. 年に数回

Q 3. このお店を利用する理由を教えてください(〇は3つまで)。

1. 自宅や勤務先に近い 2. 通勤経路にある 3. 駐車場がある 4. 価格が安い
 5. 品揃えが豊富 6. 接客が良い 7. 知人がいる 8. 活気がある
 9. 他店にはない商品がある 10. 品質、鮮度、味が良い 11. ポイント・スタンプカードがある
 12. 家族で利用できる 13. 新商品が手に入る 14. その他 ()

Q 4. この店のついでに、良く利用するお店の名前を教えてください(〇は3つまで)。

・	・	・
---	---	---

Q 5. この店の近くにあれば良い、または不足しているお店(業種)があれば教えてください(〇は3つまで)。

1. 特色のある飲食店 2. 家族で利用できる飲食店 3. 高齢者向けの飲食店
 4. ラーメン店や中華料理店 5. カフェ 6. スイーツ・ジェラート店
 7. 品揃え豊富な贈答品店 8. おしゃれな雑貨店・家具店 9. ゆっくりできるお店
 10. スポーツ施設 11. フィットネス系のジム 12. 子ども向け屋内遊戯施設
 13. オリジナル商品を作れるお店 14. その他 ()

Q 6. このお店周辺で実施してほしいことを教えてください(〇は3つまで)。

1. アーケード・カラー舗装等の基盤整備 2. トイレ・休憩所・イベント広場等の整備
 3. 託児所・高齢者施設等の誘致 4. 街並み統一 5. 共同売出
 6. カードスタンプ・商品券事業 7. 各種イベント(フリーマーケット等)の開催
 8. 営業時間・定休日統一 9. 共同宅配・預かり・送迎サービス
 10. モール化(歩行環境整備) 11. その他 ()

Q 7. その他要望・意見等自由にご記入ください。

(例:〇〇があったら商店街で買い物する、〇〇な飲食店が欲しい、〇〇を売っているお店なら行きたい・・・)

※本アンケートで記入頂いた情報については、調査目的以外に使用することはありません。

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

商店街利用者調査アンケート単純集計結果

回収数=116

質問項目	選択肢	回答数	割合
Q 1 (1) 年齢	1 10歳代	2	1.36%
	2 20歳代	6	4.08%
	3 30歳代	13	8.84%
	4 40歳代	28	19.05%
	5 50歳代	25	17.01%
	6 60歳代	45	30.61%
	7 70歳以上	28	19.05%
Q 1 (2) 性別	1 男性	35	24.31%
	2 女性	109	75.69%
Q 1 (3) 住所	1 旧市内	56	38.36%
	2 今井	7	4.79%
	3 長地	27	18.49%
	4 川岸	12	8.22%
	5 湊	4	2.74%
	6 その他()	40	27.40%
Q 1 (4) 交通手段	1 徒歩・自転車	27	18.24%
	2 JR	3	2.03%
	3 自家用車・バイク	112	75.68%
	4 タクシー・バス	6	4.05%
	5 その他()	0	0.00%
Q 2 頻度	1 毎日	3	2.08%
	2 週に3~5日	15	10.42%
	3 週に1~2日	23	15.97%
	4 月に1~2日	58	40.28%
	5 年に数回	45	31.25%
Q 3 このお店を利用する目的を教えてください。	1 自宅や勤務先に近い	33	28.45%
	2 通勤経路にある	6	5.17%
	3 駐車場がある	39	33.62%
	4 価格が安い	14	12.07%
	5 品揃えが豊富	22	18.97%
	6 接客が良い	54	46.55%
	7 知人がいる	19	16.38%
	8 活気がある	11	9.48%
	9 他店にはない商品がある	32	27.59%
	10 品質、鮮度、味が良い	28	24.14%
	11 ポイント・スタンプカードがある	18	15.52%
	12 家族で利用できる	12	10.34%
	13 新商品が手に入る	2	1.72%
	14 その他()	11	9.48%
Q 5 この店の近くにあれば良い、または不足しているお店(業種)を教えてください。	1 特色のある飲食店	29	25.00%
	2 家族で利用できる飲食店	21	18.10%
	3 高齢者向けの飲食店	18	15.52%
	4 ラーメン店や中華料理店	15	12.93%
	5 カフェ	34	29.31%
	6 スイーツ・ジェラート店	17	14.66%
	7 品揃え豊富な贈答品店	12	10.34%
	8 おしゃれな雑貨店・家具店	28	24.14%
	9 ゆっくりできるお店	28	24.14%
	10 スポーツ施設	11	9.48%
	11 フィットネス系のジム	10	8.62%
	12 子ども向け屋内遊戯施設	5	4.31%
	13 オリジナル商品を作れるお店	1	0.86%
	14 その他()	12	10.34%
Q 6 このお店周辺で実施してほしいことを教えてください。	1 アーケード・カラー舗装等の基盤整備	15	12.93%
	2 トイレ・休憩所・イベント広場等の整備	43	37.07%
	3 託児所・高齢者施設等の誘致	12	10.34%
	4 街並み統一	11	9.48%
	5 共同売出	7	6.03%
	6 カードスタンプ・商品券事業	11	9.48%
	7 各種イベント(フリーマーケット等)の開催	21	18.10%
	8 営業時間・定休日統一	9	7.76%
	9 共同宅配・預かり・送迎サービス	4	3.45%
	10 モール化(歩行環境整備)	19	16.38%
	11 その他()	4	3.45%

(3) 市民買物動向調査

「岡谷市内での買い物」に関するアンケート

岡谷市にお住まいの方々へのアンケートです。市内の買い物環境や、普段の消費行動について、皆様のご意見をお聞かせください。

Q 1. あなた自身について教えてください。(○は1つ)

(1) 年齢	1. 10歳代	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代
	5. 50歳代	6. 60歳代	7. 70歳以上	
(2) 性別	1. 男	2. 女		
(3) 職業	1. 会社員・パート等	2. 学生	3. 無職	4. その他()
(4) 住所(町名までで結構です)	岡谷市() (例: 岡谷市中央)			

Q 2. 普段の買い物について教えてください。(○は1つ)

(1) 手段	1. 徒歩	2. 自転車	3. 自家用車	4. タクシー	5. その他
(2) ご自身の買い物の頻度	週()回程度				
(3) ネットショップの利用頻度	1. 週1回	2. 月1回			
	3. 年数回	4. 利用しない			
(4) 生鮮食料品等の配達サービスの利用	1. 利用している	2. 昔は利用していた			
	3. 利用したことはない				

Q 3. 次の品目を主にどこをよく利用しますか? またその理由は何ですか? 市外の場合には市町村名を選んでください。(場所はA群、理由はB群、市外はC群より選択してください。)

	場所 【A群】	理由 (3つまで) 【B群】	市外 【C群】		場所 【A群】	理由 (3つまで) 【B群】	市外 【C群】
1. 食料品				5. 理美容			
2. 医薬・化粧品				6. 贈答品			
3. 衣類				7. 外食(昼)			
4. 日用品				8. 外食(夜)			

【A群】場所

1. 商業集積施設(複数の商店が集積している施設、レイクウォーク岡谷など)
2. 単独のチェーン店(SEIYU、オギノ、ケーヨー、アオキ、セブンイレブンなど)
3. 個人商店(市内の商店街、〇〇商店など)
4. その他(ネットショップなど)
5. 岡谷市外に行く
6. 買い物等に行かない

【B群】理由

1. 自宅や勤務先に近い
2. 通勤経路にある
3. 駐車場がある
4. 価格が安い
5. 品揃えが豊富
6. 接客が良い
7. 知人がいる
8. 他店にはない商品がある
9. 活気がある
10. 品質、鮮度、味が良い
11. ポイント・スタンプカードがある
12. イベントを実施している
13. 施設内に全て揃っている
14. 長時間滞在できる
15. その他()

【C群】市外

1. 松本市 2. 茅野市 3. 塩尻市 4. 諏訪市 5. 下諏訪町 6. その他

裏面もお願いします。

Q 4. 市内の全国チェーン店以外で良く行くお店を教えてください。(3店程度)

また、その理由を下記の語群からお選びください。

店 名	理 由 (3つまで)
1.	
2.	
3.	

【語 群】

1. 自宅や勤務先に近い 2. 通勤経路にある 3. 駐車場がある
 4. 価格が安い 5. 品揃えが豊富 6. 接客が良い
 7. 知人がいる 8. 他店にはない商品がある 9. 活気がある
 10. 品質、鮮度、味が良い 11. ポイント・スタンプカードがある 12. イベントを実施している
 13. 施設内に全て揃っている 14. 長時間滞在できる 15. その他 ()

Q 5. 市内にあったら良い、または不足していると思うお店 (業種) があれば教えてください。(複数可)

1. 特色のある飲食店 2. ラーメン店や中華料理店 3. 高級セレクトショップ
 4. スイーツ・ジェラード店 5. おしゃれな雑貨店・家具店 6. カフェ
 7. ゆっくりできるお店 8. wifi 環境のあるお店 9. スポーツ施設
 10. フィットネス系のジム 11. 子ども向け屋内遊戯施設 12. イベント広場
 13. その他 ()

Q 6. 市内で買い物をしない理由、不満に思うことは何ですか？ (3つまで)

1. お店を知らない 2. 行きにくい場所にある (駐車場がない)
 3. 営業時間が合わない 4. 価格に割高感を感じる
 5. 品揃えが不十分である 6. ポイント・スタンプカードをやっていない
 7. 商品に特徴がない 8. 雰囲気が入りにくい
 9. ネットショップで全て揃ってしまう 10. 行きたい店が点在している
 11. その他 ()

Q 7. 市内のお店の情報の入手方法は、何ですか？ (複数可)

1. 口コミ 2. 店頭ポスター・パンフレット 3. テレビ・ラジオ
 4. お店HP 5. 観光協会HP 6. 商工会議所 (岡谷TMO) HP
 7. 食べログ・Retty 8. 動画サイト (YouTube など) 9. インスタグラム
 10. Facebook 11. Twitter 12. LINE 13. ブログ
 14. 月刊ぷらざ 15. KURA (くら) 16. 長野 Komachi
 17. 市民新聞 18. 長野日報 19. 信濃毎日新聞
 20. 各種マップ 21. 知ろうとしない
 24. その他 ()

Q 8. その他要望・意見等自由にご記入ください。(例: ララ岡谷に〇〇が欲しい、〇〇したら市内で買い物する、〇〇の店があれば行ってみたい・・・)

--

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

※本アンケートで記入頂いた情報については、調査目的以外に使用することはありません。

市民買物動向調査アンケート単純集計結果

回収数=258

質問項目		選択肢	回答数	割合
Q 1 (1)	年 齢	1 10歳代	6	2.3%
		2 20歳代	36	14.0%
		3 30歳代	22	8.6%
		4 40歳代	39	15.2%
		5 50歳代	47	18.3%
		6 60歳代	48	18.7%
		7 70歳代以上	59	23.0%
(2)	性 別	1 男性	65	26.3%
		2 女性	182	73.7%
(3)	職 業	1 会社員・パート等	142	57.3%
		2 学生	7	2.8%
		3 無職	77	31.0%
		4 その他	22	8.9%
(4)	住 所	1 中央町	12	4.9%
		2 本町	8	3.3%
		3 長地	54	22.0%
		4 幸町	3	1.2%
		5 今井	13	5.3%
		6 銀座	10	4.1%
		7 川岸	33	13.5%
		8 川岸東	6	2.4%
		9 東掘	1	0.4%
		10 郷田	13	5.3%
		11 湊	17	6.9%
		12 加茂町	5	2.0%
		13 赤羽	8	3.3%
		14 新明町	9	3.7%
		15 湖畔	8	3.3%
		16 大栄町	4	1.6%
		17 堀ノ内	3	1.2%
		18 天竜町	4	1.6%
		19 若宮	5	2.0%
		20 田中町	6	2.4%
		21 南宮	1	0.4%
		22 山下町	15	6.1%
		23 山手町	4	1.6%
		24 小坂	1	0.4%
		25 成田町	2	0.8%
Q 2 (1)	交通手段	1 徒歩	16	6.4%
		2 自転車	10	4.0%
		3 自家用車	220	88.0%
		4 タクシー	2	0.8%
		5 その他	2	0.8%
(2)	買物頻度	1 1回	59	24.8%
		2 2回	64	26.9%
		3 3回	60	25.2%
		4 4回	29	12.2%
		5 5回	17	7.1%
		6 6回以上	9	3.8%

(3)	ネットショップ	1 週1回	8	3.2%
		2 月1回	52	21.1%
		3 年数回	77	31.2%
		4 利用しない	110	44.5%
(4)	配達サービス	1 利用している	43	17.5%
		2 昔は利用していた	28	11.4%
		3 利用したことがない	175	71.1%
Q3-1	【食料品】 場所	1 商業集積施設	46	20.1%
		2 単独チェーン店	167	72.9%
		3 個人商店	4	1.7%
		4 その他（ネットショップ等）	2	0.9%
		5 岡谷市外へ行く	6	2.6%
		6 買い物等に行かない	4	1.7%
	理由	1 自宅や勤務先に近い	124	51.5%
		2 通勤経路にある	23	9.5%
		3 駐車場がある	59	24.5%
		4 価格が安い	57	23.7%
		5 品揃えが豊富	39	16.2%
		6 接客が良い	1	0.4%
		7 知人がいる	0	0.0%
		8 他店にはない商品がある	5	2.1%
		9 活気がある	3	1.2%
		10 品質・鮮度・味が良い	26	10.8%
		11 ポイント・スタンプカードがある	14	5.8%
		12 イベントを実施している	0	0.0%
		13 施設内に全て揃っている	16	6.6%
		14 長時間滞在できる	4	1.7%
		15 その他	1	0.4%
	市外	1 松本市	1	16.7%
		2 茅野市	0	0.0%
		3 塩尻市	2	33.3%
4 諏訪市		1	16.7%	
5 下諏訪町		1	16.7%	
6 その他		0	0.0%	
Q3-2	【医薬品・化粧品】 場所	1 商業集積施設	43	19.8%
		2 単独チェーン店	155	71.4%
		3 個人商店	8	3.7%
		4 その他（ネットショップ等）	1	0.5%
		5 岡谷市外へ行く	2	0.9%
		6 買い物等に行かない	8	3.7%

Q 3-2	理 由	1 自宅や勤務先に近い	84	34.9%
		2 通勤経路にある	19	7.9%
		3 駐車場がある	43	17.8%
		4 価格が安い	61	25.3%
		5 品揃えが豊富	53	22.0%
		6 接客が良い	3	1.2%
		7 知人がいる	2	0.8%
		8 他店にはない商品がある	4	1.7%
		9 活気がある	1	0.4%
		10 品質・鮮度・味が良い	3	1.2%
		11 ポイント・スタンプカードがある	44	18.3%
		12 イベントを実施している	0	0.0%
		13 施設内に全て揃っている	13	5.4%
		14 長時間滞在できる	2	0.8%
		15 その他	2	0.8%
市 外	1 松本市	0	0.0%	
	2 茅野市	1	50.0%	
	3 塩尻市	0	0.0%	
	4 諏訪市	0	0.0%	
	5 下諏訪町	1	50.0%	
	6 その他	0	0.0%	
Q 3-3	【衣 類】 場 所	1 商業集積施設	91	42.1%
		2 単独チェーン店	44	20.4%
		3 個人商店	14	6.5%
		4 その他（ネットショップ等）	18	8.3%
		5 岡谷市外へ行く	41	19.0%
		6 買い物等に行かない	8	3.7%
	理 由	1 自宅や勤務先に近い	42	17.4%
		2 通勤経路にある	5	2.1%
		3 駐車場がある	33	13.7%
		4 価格が安い	30	12.4%
		5 品揃えが豊富	91	37.8%
		6 接客が良い	0	0.0%
		7 知人がいる	4	1.7%
		8 他店にはない商品がある	25	10.4%
		9 活気がある	2	0.8%
10 品質・鮮度・味が良い	5	2.1%		
11 ポイント・スタンプカードがある	6	2.5%		
12 イベントを実施している	1	0.4%		
13 施設内に全て揃っている	20	8.3%		
14 長時間滞在できる	4	1.7%		
15 その他	4	1.7%		

Q 3-3	市 外	1 松本市	11	26.8%
		2 茅野市	1	2.4%
		3 塩尻市	0	0.0%
		4 諏訪市	4	9.8%
		5 下諏訪町	1	2.4%
		6 その他	15	36.6%
Q 3-4	【日用品】 場所	1 商業集積施設	48	22.3%
		2 単独チェーン店	157	73.0%
		3 個人商店	2	0.9%
		4 その他（ネットショップ等）	1	0.5%
		5 岡谷市外へ行く	4	1.9%
		6 買い物等に行かない	3	1.4%
	理 由	1 自宅や勤務先に近い	86	35.7%
		2 通勤経路にある	15	6.2%
		3 駐車場がある	41	17.0%
		4 価格が安い	56	23.2%
		5 品揃えが豊富	67	27.8%
		6 接客が良い	0	0.0%
		7 知人がいる	0	0.0%
		8 他店にはない商品がある	5	2.1%
		9 活気がある	3	1.2%
		10 品質・鮮度・味が良い	3	1.2%
		11 ポイント・スタンプカードがある	19	7.9%
		12 イベントを実施している	0	0.0%
		13 施設内に全て揃っている	20	8.3%
		14 長時間滞在できる	2	0.8%
		15 その他	2	0.8%
	市 外	1 松本市	0	0.0%
		2 茅野市	0	0.0%
		3 塩尻市	1	25.0%
4 諏訪市		3	75.0%	
5 下諏訪町		0	0.0%	
6 その他		0	0.0%	
Q 3-5	【理美容】 場所	1 商業集積施設	26	12.1%
		2 単独チェーン店	36	16.8%
		3 個人商店	103	48.1%
		4 その他（ネットショップ等）	1	0.5%
		5 岡谷市外へ行く	46	21.5%
		6 買い物等に行かない	2	0.9%

Q 3-5	理 由	1	自宅や勤務先に近い	44	18.3%
		2	通勤経路にある	3	1.2%
		3	駐車場がある	10	4.1%
		4	価格が安い	30	12.4%
		5	品揃えが豊富	4	1.7%
		6	接客が良い	46	19.1%
		7	知人がいる	61	25.3%
		8	他店にはない商品がある	2	0.8%
		9	活気がある	6	2.5%
		10	品質・鮮度・味が良い	3	1.2%
		11	ポイント・スタンプカードがある	14	5.8%
		12	イベントを実施している	0	0.0%
		13	施設内に全て揃っている	0	0.0%
		14	長時間滞在できる	2	0.8%
		15	その他	11	4.6%
	市 外	1	松本市	2	4.3%
		2	茅野市	6	13.0%
		3	塩尻市	1	2.2%
		4	諏訪市	14	30.4%
5		下諏訪町	9	19.6%	
6		その他	5	10.9%	
Q 3-6	【贈答品】 場 所	1	商業集積施設	79	43.4%
		2	単独チェーン店	31	17.0%
		3	個人商店	13	7.1%
		4	その他（ネットショップ等）	14	7.7%
		5	岡谷市外へ行く	28	15.4%
		6	買い物等に行かない	17	9.3%
	理 由	1	自宅や勤務先に近い	25	10.4%
		2	通勤経路にある	1	0.4%
		3	駐車場がある	14	5.8%
		4	価格が安い	7	2.9%
		5	品揃えが豊富	75	31.1%
		6	接客が良い	5	2.1%
		7	知人がいる	5	2.1%
		8	他店にはない商品がある	13	5.4%
		9	活気がある	2	0.8%
		10	品質・鮮度・味が良い	12	5.0%
		11	ポイント・スタンプカードがある	2	0.8%
		12	イベントを実施している	0	0.0%
		13	施設内に全て揃っている	15	6.2%
		14	長時間滞在できる	2	0.8%
		15	その他	2	0.8%
	市 外	1	松本市	11	39.3%
		2	茅野市	0	0.0%
		3	塩尻市	0	0.0%
		4	諏訪市	1	3.6%
		5	下諏訪町	1	3.6%
		6	その他	10	35.7%

Q3-7	【外食（昼）】 場所	1 商業集積施設	28	15.3%
		2 単独チェーン店	53	29.0%
		3 個人商店	35	19.1%
		4 その他（ネットショップ等）	1	0.5%
		5 岡谷市外へ行く	43	23.5%
		6 買い物等に行かない	23	12.6%
	理由	1 自宅や勤務先に近い	34	14.1%
		2 通勤経路にある	5	2.1%
		3 駐車場がある	24	10.0%
		4 価格が安い	23	9.5%
		5 品揃えが豊富	18	7.5%
		6 接客が良い	9	3.7%
		7 知人がいる	3	1.2%
		8 他店にはない商品がある	7	2.9%
		9 活気がある	6	2.5%
		10 品質・鮮度・味が良い	39	16.2%
		11 ポイント・スタンプカードがある	1	0.4%
		12 イベントを実施している	0	0.0%
13 施設内に全て揃っている		3	1.2%	
14 長時間滞在できる		7	2.9%	
15 その他		3	1.2%	
市外	1 松本市	4	9.3%	
	2 茅野市	1	2.3%	
	3 塩尻市	1	2.3%	
	4 諏訪市	8	18.6%	
	5 下諏訪町	6	14.0%	
	6 その他	5	11.6%	
Q3-8	【外食（夜）】 場所	1 商業集積施設	21	11.7%
		2 単独チェーン店	46	25.7%
		3 個人商店	28	15.6%
		4 その他（ネットショップ等）	0	0.0%
		5 岡谷市外へ行く	65	36.3%
		6 買い物等に行かない	19	10.6%
	理由	1 自宅や勤務先に近い	24	10.0%
		2 通勤経路にある	1	0.4%
		3 駐車場がある	21	8.7%
		4 価格が安い	23	9.5%
		5 品揃えが豊富	16	6.6%
		6 接客が良い	15	6.2%
		7 知人がいる	6	2.5%
		8 他店にはない商品がある	9	3.7%
		9 活気がある	7	2.9%
		10 品質・鮮度・味が良い	47	19.5%
		11 ポイント・スタンプカードがある	0	0.0%
		12 イベントを実施している	0	0.0%
13 施設内に全て揃っている		3	1.2%	
14 長時間滞在できる		6	2.5%	
15 その他		3	1.2%	
市外	1 松本市	11	16.9%	
	2 茅野市	2	3.1%	
	3 塩尻市	0	0.0%	
	4 諏訪市	16	24.6%	
	5 下諏訪町	5	7.7%	
	6 その他	3	4.6%	

Q 4	良く行く市内チェーン 以外の店	笠原書店	19	7.9%
		カネジョウ	7	2.9%
		メガネ・時計のつるや	1	0.4%
		DANフラワー	1	0.4%
		クサマ靴店	3	1.2%
		ヨシハラ靴店	2	0.8%
		平安堂	1	0.4%
		ワーカーズエッセン (パン)	1	0.4%
		あるとふあごす (パン)	1	0.4%
		Lin (雑貨)	1	0.4%
		精良軒	1	0.4%
		まると食堂	1	0.4%
		水門 (うなぎ)	1	0.4%
		来々軒	1	0.4%
		いちばん食堂	1	0.4%
		北京食堂	2	0.8%
		梅林堂	7	2.9%
		テンホウ	6	2.5%
		八千代食堂	2	0.8%
		火鳥	1	0.4%
		ハルピンラーメン	1	0.4%
		肉の山城屋	1	0.4%
		ヤマキコーヒー	1	0.4%
		CUT CITY	1	0.4%
		ニシザワ (西沢商店)	1	0.4%
		さえき (イルフ内)	1	0.4%
		ララ岡谷	2	0.8%
		イルフプラザ	9	3.7%
		生鮮市場	26	10.8%
		イッピー	1	0.4%
		その他	1	0.4%
		スカラ座	1	0.4%
		カルフル (婦人服)	1	0.4%
		ワイン食堂	1	0.4%
		眞礼	1	0.4%
		花サン	1	0.4%
		大成堂 (メガネ)	1	0.4%
		つつじ亭	2	0.8%
		エッセン (パン)	1	0.4%
		天龍	1	0.4%
		ゆうあん (ラーメン)	1	0.4%
サンジェルマン	1	0.4%		
富士アイス	3	1.2%		
蕎麦屋 みのり	1	0.4%		
プチポア	2	0.8%		
龍宝	2	0.8%		
盛り飯	1	0.4%		
サラ&ロダン	2	0.8%		
カリアシーン	1	0.4%		
おぼち (ラーメン)	1	0.4%		
横綱 (焼肉)	1	0.4%		
保科酒店	1	0.4%		
いちごジャム	1	0.4%		
フジサワ屋	1	0.4%		
松本井上	1	0.4%		
諏訪の月	1	0.4%		
意見なし	161	66.8%		

Q 4	理 由	1	自宅や勤務先に近い	39	16.2%
		2	通勤経路にある	6	2.5%
		3	駐車場がある	18	7.5%
		4	価格が安い	27	11.2%
		5	品揃えが豊富	24	10.0%
		6	接客が良い	22	9.1%
		7	知人がいる	10	4.1%
		8	他店にはない商品がある	25	10.4%
		9	活気がある	5	2.1%
		10	品質・鮮度・味が良い	42	17.4%
		11	ポイント・スタンプカードがある	22	9.1%
		12	イベントを実施している	0	0.0%
		13	施設内に全て揃っている	1	0.4%
		14	長時間滞在できる	5	2.1%
		15	その他	11	4.6%
Q 5	不足しているお店	1	特色のある飲食店	98	40.7%
		2	ラーメン店や中華料理店	24	10.0%
		3	高級セレクトショップ	11	4.6%
		4	スイーツ・ジェラード店	48	19.9%
		5	おしゃれな雑貨店・家具店	60	24.9%
		6	カフェ	56	23.2%
		7	ゆっくりできるお店	70	29.0%
		8	wifi環境のあるお店	13	5.4%
		9	スポーツ施設	30	12.4%
		10	フィットネス系のジム	29	12.0%
		11	子ども向け屋内遊戯施設	27	11.2%
		12	イベント広場	15	6.2%
		13	その他	18	7.5%
Q 6	不満に思うこと	1	お店を知らない	41	17.0%
		2	行きにくい場所にある（駐車場がない）	54	22.4%
		3	営業時間が合わない	26	10.8%
		4	価格に割高感を感じる	28	11.6%
		5	品揃えが不十分である	69	28.6%
		6	ポイント・スタンプカードをやっていない	1	0.4%
		7	商品に特徴がない	53	22.0%
		8	雰囲気が入りにくい	25	10.4%
		9	ネットショップで全て揃ってしまう	26	10.8%
		10	行きたい店が点在している	17	7.1%
		11	その他	9	3.7%
Q 7	情報の入手方法	1	口コミ	123	51.0%
		2	店頭ポスター・パンフレット	50	20.7%
		3	テレビ・ラジオ	24	10.0%
		4	お店HP	26	10.8%
		5	観光協会HP	3	1.2%
		6	商工会議所（岡谷TMO）HP	0	0.0%
		7	食べログ・Retty	27	11.2%
		8	動画サイト（YouTubeなど）	2	0.8%
		9	Instagram	4	1.7%
		10	Facebook	16	6.6%
		11	Twitter	3	1.2%
		12	LINE	5	2.1%
		13	ブログ	8	3.3%
		14	月刊ぶらざ	88	36.5%
		15	KURA（くら）	5	2.1%
		16	長野Komachi	9	3.7%
		17	市民新聞	76	31.5%
		18	長野日報	15	6.2%
		19	信濃毎日新聞	16	6.6%
		20	各種マップ	7	2.9%
		21	知ろうとしない	11	4.6%
		22	その他	7	2.9%

(4) 周辺住民買物動向調査

「岡谷市での買い物等」に関するアンケート

諏訪地域にお住まいの方々へのアンケートです。岡谷市での買い物や飲食等に関する現状や具体的な店名について、皆様のご意見をお聞かせください。

Q 1. あなた自身について教えてください。(○は1つ)

(1) 年 齢	1. 10 歳代	2. 20 歳代	3. 30 歳代	4. 40 歳代
	5. 50 歳代	6. 60 歳代	7. 70 歳以上	
(2) 性 別	1. 男	2. 女		
(3) 職 業	1. 会社員・パート等	2. 学生	3. 無職	4. その他()
(4) 住 所	1. 諏訪市	2. 茅野市	3. 下諏訪町	4. 富士見町 5. 原村

Q 2. 岡谷市に行く頻度は？(○は1つ)

1. 週1回以上	2. 月1回程度	3. 年数回	4. 行かない
----------	----------	--------	---------

Q 3. (1) **Q2で1~3と答えた方**にお聞きします。岡谷市に行く目的は？(複数可)

1. 飲食(外食)	2. 映画館	3. 買物(書籍)	4. 理美容
5. 通勤・通学	6. 通院	7. 散歩等	8. 買物(食料品)
9. 買物(日用品)	10. 買物(衣料品)	11. その他()	

(2) **岡谷市で買い物等をしない方**にお聞きします。行かない理由は？(複数可)

1. お店を知らない	2. 行きにくい場所にある(駐車場がない)
3. 営業時間が合わない	4. 価格に割高感を感じる
5. 品揃えが不十分である	6. ポイント・スタンプカードをやっていない
7. 商品に特徴がない	8. 店の外観に魅力を感じない
9. ネットショップで全て揃ってしまう	10. 行きたい店が点在している
11. その他()	

Q 4. 岡谷市内の全国チェーン店以外で良く行くお店を教えてください。(3店程度)

また、その理由を下記の語群からお選びください。

店 名	理 由 (3つまで)
1.	
2.	
3.	

【語 群】

- | | | |
|-----------------|---------------------|-----------------|
| 1. 自宅や勤務先に近い | 2. 通勤経路にある | 3. 駐車場がある |
| 4. 価格が安い | 5. 品揃えが豊富 | 6. 接客が良い |
| 7. 知人がいる | 8. 他店にはない商品がある | 9. 活気がある |
| 10. 品質、鮮度、味が良い | 11. ポイント・スタンプカードがある | 12. イベントを実施している |
| 13. 施設内に全て揃っている | 14. 長時間滞在できる | 15. その他() |

裏面もお願いします。

Q 5. 岡谷市内のお店の情報の入手方法は、なんですか？（複数可）

- | | | | |
|---------------|---------------------|-------------------|---------|
| 1. 口コミ | 2. 店頭ポスター・パンフレット | 3. テレビ・ラジオ | |
| 4. お店HP | 5. 観光協会HP | 6. 商工会議所（岡谷TMO）HP | |
| 7. 食べログ・Retty | 8. 動画サイト（YouTubeなど） | 9. インスタグラム | |
| 10. Facebook | 11. Twitter | 12. LINE | 13. ブログ |
| 14. 月刊ぷらざ | 15. KURA（くら） | 16. 長野 Komachi | |
| 17. 市民新聞 | 18. 長野日報 | 19. 信濃毎日新聞 | |
| 20. 各種マップ | 21. 知ろうとしない | | |
| 24. その他（ | | ） | |

Q 6. 今年の秋にイオンモール松本がオープンします。行きたいお店はありますか。（複数可）

- | | | | | |
|----------|----------|---------|---------|----------|
| 1. 食品売場 | 2. レストラン | 3. 化粧品店 | 4. 衣料品店 | 5. 日用品店 |
| 6. 雑貨店 | 7. 本・CD店 | 8. 映画館 | 9. 理美容店 | 10. 行かない |
| 11. その他（ | | | | ） |

Q 7. その他要望・意見等自由にご記入ください。（例：〇〇があったら岡谷で買い物する・・・）

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

※本アンケートで記入頂いた情報については、調査目的以外に使用することはありません。

質問項目		選択肢	回答数	割合
Q 1 (1)	年 齢	1 10歳代	0	0.0%
		2 20歳代	26	17.1%
		3 30歳代	29	19.1%
		4 40歳代	37	24.3%
		5 50歳代	18	11.8%
		6 60歳代	23	15.1%
		7 70歳代以上	19	12.5%
(2)	性 別	1 男性	48	31.6%
		2 女性	104	68.4%
(3)	職 業	1 会社員・パート等	111	73.5%
		2 学生	2	1.3%
		3 無職	17	11.3%
		4 その他	21	13.9%
(4)	住 所	1 諏訪市	47	31.1%
		2 茅野市	48	31.8%
		3 下諏訪町	23	15.2%
		4 富士見町	22	14.6%
		5 原村	11	7.3%
Q 2	訪問頻度	1 週1回以上	24	16.0%
		2 月1回程度	79	52.7%
		3 年数回程度	37	24.7%
		4 行かない	10	6.7%
Q 3 (1)	訪問目的	1 飲食（外食）	34	24.3%
		2 映画館	50	35.7%
		3 買物（書籍）	31	22.1%
		4 理美容	7	5.0%
		5 通勤・通学	4	2.9%
		6 通院	4	2.9%
		7 散歩等	7	5.0%
		8 買物（食料品）	44	31.4%
		9 買物（日用品）	58	41.4%
		10 買物（衣料品）	50	35.7%
		11 その他	26	18.6%
Q 3 (2)	行かない理由	1 お店を知らない	5	50.0%
		2 行きにくい場所にある（駐車場がない）	1	10.0%
		3 営業時間が合わない	0	0.0%
		4 価格に割高感を感じる	0	0.0%
		5 品揃えが不十分である	1	10.0%
		6 ポイント・スタンプカードをやっていない	0	0.0%
		7 商品に特徴がない	1	10.0%
		8 店の外観に魅力を感じない	1	10.0%
		9 ネットショップで全て揃ってしまう	0	0.0%
		10 行きたい店が点在している	0	0.0%
		11 その他	4	40.0%

周辺住民買物動向調査アンケート単純集計結果

回収数=152

Q 4	市内全国チェーン以外の良く行く店	笠原書店	13	8.6%
		スカラ座	13	8.6%
		生鮮市場	6	3.9%
		クサマ	2	1.3%
		カネジョウ	2	1.3%
		パティスリー白樺	2	1.3%
		さんれーく	2	1.3%
		つづし亭	2	1.3%
		本と喫茶うさカフェ	1	0.7%
		フキドウ	1	0.7%
		ハッピーオジサン	1	0.7%
		来々軒	1	0.7%
		水門	1	0.7%
		イルフプラザ	1	0.7%
		美容室 CIEL	1	0.7%
		千成寿司	1	0.7%
		ワイン食堂	1	0.7%
		並木	1	0.7%
		カリメロ	1	0.7%
		清水屋 川魚店	1	0.7%
		オドル	1	0.7%
		わかば	1	0.7%
		富士アイス	1	0.7%
鳥一	1	0.7%		
Q 5	情報の入手方法	1 ロコミ	52	34.2%
		2 店頭ポスター・パンフレット	11	7.2%
		3 テレビ・ラジオ	13	8.6%
		4 お店HP	11	7.2%
		5 観光協会HP	0	0.0%
		6 商工会議所（岡谷TMO）HP	1	0.7%
		7 食べログ・Retty	7	4.6%
		8 動画サイト（YouTubeなど）	1	0.7%
		9 インスタグラム	4	2.6%
		10 Facebook	7	4.6%
		11 Twitter	1	0.7%
		12 LINE	2	1.3%
		13 ブログ	0	0.0%
		14 月刊ふらざ	54	35.5%
		15 KURA（くら）	2	1.3%
		16 長野Komachi	3	2.0%
		17 市民新聞	20	13.2%
		18 長野日報	32	21.1%
		19 信濃毎日新聞	11	7.2%
		20 各種マップ	0	0.0%
		21 知ろうとしない	12	7.9%
		22 その他	0	0.0%
Q 6	イオンモール東松本	1 食品売場	27	17.8%
		2 レストラン	37	24.3%
		3 化粧品店	17	11.2%
		4 衣料品店	78	51.3%
		5 日用品店	32	21.1%
		6 雑貨店	54	35.5%
		7 本・CD店	16	10.5%
		8 映画館	28	18.4%
		9 理美容店	1	0.7%
		10 行かない	27	17.8%
		11 その他	3	2.0%

(5) 消費者インタビュー

《消費者懇談会 事前調査票》

I. 基本事項

1. 以前、このようなインタビューに参加したことがありますか	1. 参加したことがある 2. 参加したことがない
2. 年齢を教えてください	1. 20歳未満 2. 20歳代 3. 30歳代 4. 40歳代 5. 50歳代 6. 60歳代 7. 70歳以上
3. 性別を教えてください	1. 男 2. 女
4. 職業を教えてください	1. 会社員・パート等 2. 学生 3. 無職 4. その他
5. 現在、結婚されていますか	1. はい 2. いいえ
6. 現住所の町名を教えてください (町名までで結構です)	() (例：岡谷市中央)
7. 現住所での居住年数を教えてください	_____年
8. 同居されているご家族の人数を教えてください	(ご本人を含めて) _____人
9. ご家族のなかで、飲食料品を買い物しているのはだれですか？(ご自身の場合は、「自分」とご記入願います)	_____
10. 主にどなたと買い物されますか。(一人の場合は、無に○)	(家族 ・ 友人 ・ 無)
11. 最も買い物する機会が多い時間帯はいつですか？	1. 早朝 ~10:00 2. 10:00~12:00 3. 12:00~16:00 4. 16:00~20:00 5. 20:00以降
12. ご自身の買い物頻度を教えてください	週 () 回程度
13. ネットショップ(アマゾンなど)を利用しますか	1. 週1回 2. 月1回 3. 年数回 4. 利用しない
14. 生鮮食料品等の配達サービス(生協、JA等)を利用していますか	1. 利用している 2. 昔は利用していた 3. 利用したことはない

II. 個別事項

1. 下記の品目についてどこで購入や利用をしますか？ なお、選択肢として「4. (岡谷)市外」を選んだ場合には、()内に具体的な地名を記入願います。

- | | |
|-------------------|-----------------------|
| (1) 食料品 _____ () | (2) 医薬品・化粧品 _____ () |
| (3) 衣類 _____ () | (4) 理美容 _____ () |
| (5) 外食 _____ () | (6) 映画館 _____ () |
| (7) 書籍 _____ () | (8) ゲームセンター _____ () |

- | |
|--|
| 1. 市内商業集積施設(複数の商店が集積している施設、レイクウオーク岡谷、イルフプラザ、サンリツプラザ、ライフガーデンなど)
2. 市内単独のチェーン店(SEIYU、オギノ、ガスト、アオキ、セブンイレブンなど)
3. 市内の個人商店(市内の商店街、〇〇商店、△△書店など)
4. (岡谷)市外
5. その他(ネットショップ、配達サービスなど)
6. 行かない |
|--|

2. 市内のお店で、「よく利用する」、「行きつけである」というお店はありますか？

(理由は下記選択肢より3つまで)

	店名(複数可)	理由(各3つまで)
1-(1) 食料品		
1-(2) 医薬品・化粧品		
1-(3) 衣類		
1-(4) 理美容		
1-(5) 外食		
1-(6) 映画館		
1-(7) 書籍		
1-(8) ゲームセンター		

- | | |
|--------------------|-----------------|
| 1. 自宅や勤務先に近い | 2. 通勤経路にある |
| 3. 駐車場がある | 4. 品質、鮮度、味が良い |
| 5. 品揃えが豊富 | 6. 他店にはない商品がある |
| 7. 価格が安い | 8. 接客が良い |
| 9. ポイント・スタンプカードがある | 10. イベントを実施している |
| 11. 活気がある | 12. その他() |

3. 市内で買い物していて不満に思うことは何ですか？

理由： _____, _____, _____ (3つまで)

- | | |
|------------------------|---------------------|
| 1. どんな店があるか知らない | 2. 店が古い・狭い・暗い・活気がない |
| 3. 自宅から遠い・駐車場がない等行きにくい | |
| 4. 品揃えが少ない | 5. 品質、鮮度、味が良くない |
| 6. 商品に特徴がない | 7. 価格が高い |
| 8. ポイント・スタンプカードをやっていない | 9. イベント等がない |
| 10. 営業時間が合わない | 11. その他() |

4. 市内にあったら良い・不足しているお店(業種)があれば教えてください。

(例：ゆっくりできる飲食店・カフェ、おしゃれな雑貨屋、友人と集まるコミュニティスペース、待ち時間を潰せる〇〇なお店、〇〇なお店なら行ってみたい・)

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

(6) 岡谷市内大型商業施設利用者調査

「岡谷市での買い物等」に関するアンケート

岡谷市内での買い物や飲食等に関して思うことや、実際に利用しているお店等について、皆様のご意見をお聞かせください。

Q 1. あなた自身について教えてください。(○は1つ)

(1) 年齢	1. 10歳代	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代	5. 50歳代	6. 60歳代	7. 70歳以上
(2) 性別	1. 男性	2. 女性					
(3) 住所	1. 旧市内	2. 今井	3. 長地	4. 川岸	5. 湊	6. その他 () 市・町・村	
(4) 交通手段	1. 徒歩・自転車		2. JR	3. 自家用車・バイク		4. タクシー・バス	
(5) 同行者	1. 家族	2. 友人	3. 一人で	4. その他 ()			

Q 2. このお店に、どのような目的で来ましたか。(複数可)

1. 買物(食料品)	2. 買物(日用品)	3. 買物(衣料品)	4. 買物(贈答品)
5. 買物(医薬・化粧品)	6. 買物(書籍)	7. 飲食	8. 理美容
9. レジャー	10. その他 ()		

Q 3. このお店を利用する理由を教えてください。(3つまで)

1. 自宅や勤務先に近い	2. 通勤経路にある	3. 駐車場がある	4. 価格が安い
5. 品揃えが豊富	6. 接客が良い	7. 知人がいる	8. 活気がある
9. 他店にはない商品がある	10. 品質、鮮度、味が良い	11. ポイント・スタンプカードがある	
12. 家族で利用できる	13. 新商品が手に入る	14. その他 ()	

Q 4. (1) 岡谷市内の商店街(童画館通り等)内にあるお店を利用しますか。(○は1つ)

1. 良く利用する	2. たまに利用する	3. あまり利用しない	4. まったく利用しない
-----------	------------	-------------	--------------

(2) Q 4 (1) で「3、4」と回答された方のみ、商店街内のお店を利用しない理由を教えてください。(3つまで)

1. 商店街を知らない	2. 商店街内のお店を知らない
3. 行きにくい場所にある(駐車場がない)	4. 営業時間が合わない
5. 価格に割高感を感じる	6. 品揃えが不十分である
7. 商品に特徴がない	8. 雰囲気が入りにくい
9. ネットショップで全て揃ってしまう	10. チェーン店は様々な品目が揃っている
11. その他 ()	

Q 5. 岡谷市内の個人商店(チェーン店以外のお店)で、良く利用する店名を教えてください。(3店程度)

店名: _____ 店名: _____ 店名: _____

Q 6. その他要望・意見等自由にご記入ください。

(例:OOがあったら岡谷市内で買い物する、OOがあれば・すれば岡谷市がもっと賑わう・・・)

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

※本アンケートで記入頂いた情報については、調査目的以外に使用することはございません。

岡谷市内大型商業施設利用者調査アンケート単純集計結果

回収数=498

質問項目	選択肢	回答数	割合
Q 1 (1) 年齢	1 10歳代	12	2.41%
	2 20歳代	27	5.42%
	3 30歳代	61	12.25%
	4 40歳代	76	15.26%
	5 50歳代	70	14.06%
	6 60歳代	107	21.49%
	7 70歳代	145	29.12%
Q 1 (2) 性別	1 男性	160	32.59%
	2 女性	331	67.41%
Q 1 (3) 住所	1 旧市内	121	25.05%
	2 今井	73	15.11%
	3 長地	147	30.43%
	4 川岸	29	6.00%
	5 湊	8	1.66%
	6 その他()	105	21.74%
Q 1 (4) 交通手段	1 徒歩・自転車	91	18.38%
	2 JR	7	1.41%
	3 自家用車・バイク	387	78.18%
	4 タクシー・バス	9	1.82%
	5 その他()	1	0.20%
Q 1 (5) 同行者	1 家族	154	32.15%
	2 友人	11	2.30%
	3 一人	313	65.34%
	4 その他()	1	0.21%
Q 2 このお店にどのような目的で来ましたか。	1 買物(食料品)	288	57.83%
	2 買物(日用品)	135	27.11%
	3 買物(衣料品)	34	6.83%
	4 買物(贈答品)	2	0.40%
	5 買物(医薬・化粧品)	54	10.84%
	6 買物(書籍)	128	25.70%
	7 飲食	13	2.61%
	8 理美容	4	0.80%
	9 レジャー	2	0.40%
	10 その他()	22	4.42%
Q 3 このお店を利用する理由を教えてください。	1 自宅や勤務先に近い	278	55.82%
	2 通勤経路にある	37	7.43%
	3 駐車場がある	108	21.69%
	4 価格が安い	28	5.62%
	5 品揃えが豊富	157	31.53%
	6 接客が良い	41	8.23%
	7 知人がいる	4	0.80%
	8 活気がある	6	1.20%
	9 他店にはない商品がある	34	6.83%
	10 品質、鮮度、味が良い	9	1.81%
	11 ポイント・スタンプカードがある	42	8.43%
	12 家族で利用できる	8	1.61%
	13 新商品が手に入る	4	0.80%
	14 その他()	53	10.64%
Q 4 (1) 岡谷市内の商店街(童画館通り等)内にあるお店を利用しますか。	1 良く利用する	14	2.87%
	2 たまに利用する	100	20.49%
	3 あまり利用しない	205	42.01%
	4 まったく利用しない	169	34.63%
Q 4 (2) (1)で「3.4」と回答された方のみ、商店街を利用しない理由	1 商店街を知らない	36	9.63%
	2 商店街内のお店を知らない	65	17.38%
	3 行きにくい場所にある(駐車場がない)	154	41.18%
	4 営業時間が合わない	20	5.35%
	5 価格に割高感を感じる	22	5.88%
	6 品揃えが不十分である	61	16.31%
	7 商品に特徴がない	32	8.56%
	8 雰囲気が入りにくい	25	6.68%
	9 ネットショップで全て揃ってしまう	7	1.87%
	10 チェーン店は様々な品目が揃っている	67	17.91%
	11 その他()	58	15.51%

(7) レイクウォーク岡谷利用者調査①(きつね祭り)

【きつね祭りアンケート】

Q 1. 性別

1. 男性 2. 女性

Q 2. 年齢

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代
6. 60代 7. 70代 8. 80代以上 9. 10歳未満

Q 3. 住所

1. 岡谷市 2. 諏訪市 3. 松本市 4. 下諏訪町 5. 茅野市
6. 塩尻市 7. その他(県内) 8. その他(県外)

Q 4. 交通手段

1. 徒歩 2. 自転車 3. バイク 4. 自家用車 5. バス
6. 電車 7. その他

Q 5. 訪問回数

1. はじめて 2. 2～4回 3. 5回以上

Q 6. 過去参加イベント(複数可)

1. 岡谷太鼓まつり 2. 岡谷花火まつり 3. 寒の土用うなぎまつり
4. おかやフェスタ 5. 岡谷軽トラ市 6. 岡谷だるま祭り

Q 7. 再訪意向

1. 来る 2. たぶん来る 3. たぶん来ない 4. 来ない

Q 8. 岡谷市内(主に商店街)で買い物をするのに、あてはまるものはありますか。 (複数可)

1. 店を知らない 2. 店に入りにくい 3. 店が行きにくい場所にある
4. 品揃えが不十分 5. 商品が魅力的でない 6. 価格に割高感を感じる

Q 9. 今日来て良かったところは何ですか。

(記 述)

Q10. 岡谷市内にあったら良い、または不足していると思う店舗、または業種があれば教えてください。

(記 述)

レイクウォーク岡谷利用者調査①(きつね祭り)アンケート単純集計結果

回収数=160

質問項目	選択肢	回答数	割合
Q 1 性別	1 男性	63	42.6%
	2 女性	85	57.4%
Q 2 年齢	1 10代	0	0.0%
	2 20代	9	6.5%
	3 30代	52	37.7%
	4 40代	46	33.3%
	5 50代	8	5.8%
	6 60代	18	13.0%
	7 70代	3	2.2%
	8 80代以上	2	1.4%
	9 10歳未満	0	0.0%
Q 3 住所	1 岡谷市	93	66.9%
	2 諏訪市	14	10.1%
	3 松本市	4	2.9%
	4 下諏訪町	14	10.1%
	5 茅野市	4	2.9%
	6 塩尻市	2	1.4%
	7 その他(県内)	5	3.6%
	8 その他(県外)	3	2.2%
Q 4 交通手段	1 徒歩	59	38.8%
	2 自転車	4	2.6%
	3 バイク	0	0.0%
	4 自家用車	86	56.6%
	5 バス	0	0.0%
	6 電車	3	2.0%
	7 その他	0	0.0%
Q 5 訪問回数	1 はじめて	44	28.8%
	2 2~4回	48	31.4%
	3 5回以上	61	39.9%
Q 6 過去参加イベント	1 岡谷太鼓まつり	132	82.5%
	2 岡谷花火まつり	93	58.1%
	3 寒の土用うなぎまつり	23	14.4%
	4 おかやフェスタ	48	30.0%
	5 岡谷軽トラ市	21	13.1%
	6 岡谷だるま祭り	39	24.4%
Q 7 再訪意向	1 来る	67	45.3%
	2 たぶん来る	79	53.4%
	3 たぶん来ない	2	1.4%
	4 来ない	0	0.0%
Q 8 市内での買物に関する意見	1 店を知らない	40	25.0%
	2 店に入りにくい	27	16.9%
	3 店が行きにくい場所にある	21	13.1%
	4 品揃えが不十分	18	11.3%
	5 商品が魅力的でない	17	10.6%
	6 価格に割高感を感じる	11	6.9%

(8) レイクウォーク岡谷利用者調査②

「레이크ウォーク岡谷利用者」に関するアンケート

레이크ウォーク岡谷での買い物や飲食等に関して思うことや、実際に利用している周辺のお店等について、皆様のご意見をお聞かせください。

Q 1. あなた自身について教えてください。(○は1つ)

(1) 年齢	1. 10歳代	2. 20歳代	3. 30歳代	4. 40歳代	5. 50歳代
	6. 60歳代	7. 70歳以上			
(2) 性別	1. 男性	2. 女性	(3) 住所	()市・町・村	
(4) 交通手段	1. 徒歩のみ	2. JR	3. 自家用車	4. その他()	

Q 2. レイクウォークに来る頻度についてお尋ねします(○は1つ)。

1. 毎日	2. 週に3~5日	3. 週に1~2日	4. 月に1~2日	5. 年に数回
-------	-----------	-----------	-----------	---------

Q 3. レイクウォークに来た目的を教えてください(○は2つまで)。

1. 買物(食料品)	2. 買物(日用品・雑貨)	3. 買物(衣料品・靴)	4. 買物(医薬・化粧品)
5. その他の買物	6. 飲食	7. 理美容	8. その他のサービス
9. その他()			

Q 4. レイクウォーク以外の岡谷市内の店舗で、買い物をしてきましたか。または、買い物をする予定はありますか。

1. ある	2. ない
-------	-------

Q 5. Q 4で「2. ない」と回答された方のみ、買い物をしない理由を教えてください。(○は3つまで)。

1. 商店街を知らない	2. 商店街内のお店を知らない
3. 行きにくい場所にある(駐車場がない)	4. 営業時間が合わない
5. 価格に割高感を感じる	6. 品揃えが不十分である
7. 商品に特徴がない	8. 雰囲気が入りにくい
9. ネットショップで全て揃ってしまう	10. チェーン店は様々な品目が揃っている
11. 今日は行かないが、普段は買い物に行く	12. その他()

Q 6. レイクウォーク内もしくはこの周辺にあれば良い、または不足しているお店(業種)があれば教えてください(○は2つまで)。

1. 特色のある飲食店	2. 家族で利用できる飲食店	3. 図書館等の公共施設
4. 品揃え豊富な贈答品店	5. おしゃれな雑貨店・家具店	6. スポーツ施設
7. フィットネス系のジム	8. 相談できる金融機関	9. その他()

Q 7. この周辺の商店街等で実施してほしいことを教えてください(○は3つまで)。

1. アーケード・カラー舗装等の基盤整備	2. トイレ・休憩所・イベント広場等の整備
3. 託児所・高齢者施設等の誘致	4. 街並み統一
5. モール化(歩行環境整備)	6. 各種イベント(フリーマーケット等)の開催
7. 営業時間・定休日統一	8. 共同売出
9. 共同宅配・預かり・送迎サービス	10. 駐車場整備・確保
1. その他()	

Q 8. ここ以外に、周辺で良く行く大型商業施設を教えてください(○は2つまで)。

1. イルフプラザ	2. ララ岡谷	3. フォレストモール岡谷	4. イオン諏訪店
5. 諏訪ステーションパーク	6. ドン・キホーテ茅野	7. イオンモール松本	
8. 松本パルコ	9. アイシティ21	10. その他()	

Q 9. その他要望・意見等自由にご記入ください。

(例:○○があったら商店街で買い物する、○○な飲食店が欲しい、○○を売っているお店なら行きたい・・・)

※本アンケートで記入頂いた情報については、調査目的以外に使用することはありません

以上で終了になります。ご協力ありがとうございました。

レイクウォーク岡谷利用者調査②アンケート単純集計結果

回収数=403

質問項目	選択肢	回答数	割合
Q 1 (1) 年齢	1 10歳代	32	7.94%
	2 20歳代	66	16.38%
	3 30歳代	119	29.53%
	4 40歳代	132	32.75%
	5 50歳代	38	9.43%
	6 60歳代	11	2.73%
	7 70歳以上	5	1.24%
Q 1 (2) 性別	1 男性	94	23.56%
	2 女性	305	76.44%
Q 1 (3) 住所	1 岡谷市	102	47.89%
	2 諏訪市	30	14.08%
	3 下諏訪町	23	10.80%
	4 茅野市	11	5.16%
	5 松本市	10	4.69%
	6 その他 ()	37	17.37%
Q 1 (4) 交通手段	1 徒歩のみ	19	4.74%
	2 J R	16	3.99%
	3 自家用車	360	89.78%
	4 その他 ()	6	1.50%
Q 2 頻度	1 毎日	7	1.74%
	2 週に3~5日	37	9.20%
	3 週に1~2日	146	36.32%
	4 月に1~2日	170	42.29%
	5 年に数回	42	10.45%
Q 3 このお店にどのような目的で来ましたか。	1 買物(食料品)	161	39.95%
	2 買物(日用品・雑貨)	123	30.52%
	3 買物(衣料品・靴)	171	42.43%
	4 買物(医薬・化粧品)	6	1.49%
	5 その他の買物	4	0.99%
	6 飲食	27	6.70%
	7 理美容	4	0.99%
	8 その他のサービス	12	2.98%
	9 その他 ()	25	6.20%
Q 4 レイクウォーク以外の岡谷市内で買い物をしてきましたか。または、買い物をする予定はありますか。	1 ある	145	36.34%
	2 ない	254	63.66%
Q 5 Q 4で「2.寄っていない」と回答された方で、寄っていない理由を教えてください。	1 商店街を知らない	82	32.28%
	2 商店街内のお店を知らない	37	14.57%
	3 行きにくい場所にある(駐車場がない)	18	7.09%
	4 営業時間が合わない	4	1.57%
	5 価格に割高感を感じる	3	1.18%
	6 品揃えが不十分である	5	1.97%
	7 商品に特徴がない	9	3.54%
	8 雰囲気が入りにくい	1	0.39%
	9 ネットショップで全て揃ってしまう	5	1.97%
	10 チェーン店は様々な品目が揃っている	14	5.51%
	11 今日には行かないが、普段は買い物に行く	46	18.11%
	12 その他 ()	23	9.06%

Q 6	レイクウォーク内もしくはこの周辺にあれば良い、または不足しているお店（業種）を教えてください。	1	特色のある飲食店	95	23.57%
		2	家族で利用できる飲食店	77	19.11%
		3	図書館等の公共施設	21	5.21%
		4	品揃え豊富な贈答品店	17	4.22%
		5	おしゃれな雑貨店・家具店	96	23.82%
		6	スポーツ施設	34	8.44%
		7	フィットネス系のジム	45	11.17%
		8	相談できる金融機関	2	0.50%
		9	その他（ ）	65	16.13%
Q 7	この周辺の商店街等で実施してほしいことを教えてください。	1	アーケード・カラー舗装等の基盤整備	18	4.47%
		2	トイレ・休憩所・イベント広場等の整備	47	11.66%
		3	託児所・高齢者施設等の誘致	28	6.95%
		4	街並み統一	29	7.20%
		5	モール化（歩行環境整備）	47	11.66%
		6	各種イベント（フリーマーケット等）の開	91	22.58%
		7	営業時間・定休日統一	21	5.21%
		8	共同売出	0	0.00%
		9	共同宅配・預かり・送迎サービス	4	0.99%
		10	駐車場整備・確保	39	9.68%
		11	その他（ ）	2	0.50%
Q 8	ここ以外に、周辺でよく行く大型商業施設を教えてください。	1	イルフプラザ	43	10.67%
		2	ララ岡谷	2	0.50%
		3	フォレストモール岡谷	108	26.80%
		4	イオン諏訪店	55	13.65%
		5	諏訪ステーションパーク	84	20.84%
		6	ドン・キホーテ茅野	59	14.64%
		7	イオンモール松本	123	30.52%
		8	松本バルコ	38	9.43%
		9	アオシティ21	37	9.18%
		10	その他（ ）	12	2.98%