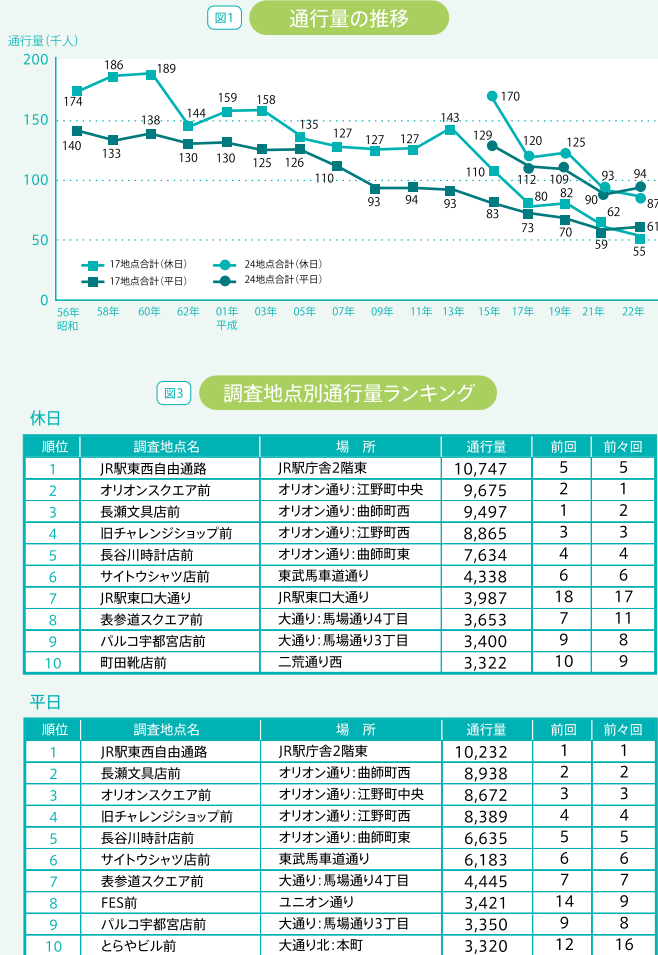
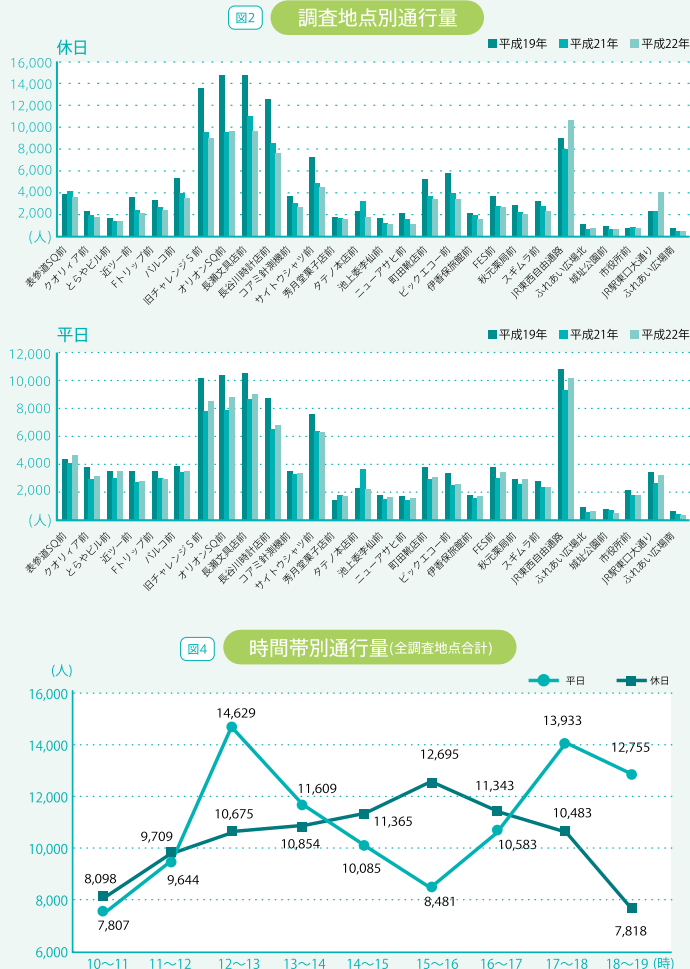


宇都宮の中心商店街を 取り巻く現状を、 通行量・来街者から見る

通行量全体は、微増
徒歩や自家用車の来街者が、増加傾向に



宇都宮市と当所で定期的実施している、中心商店街を対象とした「商店街通行量・来街者実態調査」が、平成22年7月・8月に実施されました。今回はその結果の概要をご報告するとともに、そこから読み取れる現状を分析します。



- 女性の割合が最も高かった地点は東武馬車道通りで、男性割合が最も高かった地点は駅東口周辺であった。
- 4 通行量ランキング** 図3
商店街の通行量の落ち込みから、休日・平日ともに、JR駅東西自由通路が最も通行量が多い結果となった。
また、休日ではJR駅東口大通りの通行量が増加し、4000人程度を数えた。
平日の通行量の順位に大きな変動は見られなかったが、ユニオン通りと大通り(北)が前回調査以上の通行量を確保し、順位を上げた。
- 5 通り別通行量ランキング**
休日は①JR駅東西自由通路 ②オリオン通り ③東武馬車道通り ④JR駅東口大通り ⑤二荒通り、の順で通行量が多かった。
平日は①JR駅東西自由通路 ②オリオン通り ③東武馬車道通り ④大通り北 ⑤ユニオン通り、の順だった。
⑤ユニオン通り、の順だった。
以前の結果と比較すると、JR駅東西自由通路および駅東口大通りが、駅東口の整備等により通行量を増やして順位を上げた。
大通り(北)とシンボルロード南端(市役所前)は休日通行量に比して平日通行量が多く、買い物目的以外の来街者の割合が多いことが推測される。
中央通りの通行量が平成21年度と比べて大幅に減少し(休日2049人↓1213人、平日2434人↓1764人)。
- 6 時間帯別通行量調査結果** 図4
中心市街地全体の休日通行量は、午前10時の約7800人から緩やかに増加し、午後3時から4時までにピークとなっている。調査時間帯での通行量の最大格差は約4900人程度。
平日は昼食時間帯の午後0時～1時に約15000人程度まで増加した後、午後3時～4時には約8500人まで減少する。その後、帰宅時間帯の午後5時～6時にかけて再び増加する。調査時間帯での通行量の最大格差は約6500人程度となっている。
- 7 タイプ別通行量調査**
休日でも半数以上が単身行動しているが、平日では7割近くが単身行動で、カップルや家族での来街は半減する。
友人との来街は、休日・平日ともに2割強となっている。



商店街通行量調査の風景

通行量実態調査結果

- 1 過去との比較** 図1
休日通行量は、前年比10・9%の減(17地点合計)で、最盛期の30%以下の通行量となった。
平日通行量は、前年比2.8%の増となり、調査開始以来、初めて休日通行量を上回った。
休日と平日を合わせた通行量は、前年比0.1%の増。
- 2 調査地点別通行量** 図2
休日通行量では、28地点中5地点のみが前年の通行量を上回っており、ほとんどの地点が減少となった。
平日通行量は、28地点中5地点が減少したが、22地点で通行量が増加した(バルコ宇都宮店前は変動なし)。
- 3 男女別割合**
平日は休日に比べて女性の来街者の割合が若干多い。

平日と休日との通行量が逆転、 街のあり方に大きな変化の兆し



- 平成22年度の「商店街通行量・来街者実態調査」は、大通りやオリオン通り、ユニオン通り、JR宇都宮駅周辺など、中心商店街をほぼ網羅する範囲で行っている調査です。今回は、次のような要領で実施しました。
- 「通行量実態調査」実施要領**
- 【調査年月日】
平成22年7月25日(日)・26日(月)
午前10時～午後7時
- 【調査地点】
市内中心部28地点
- 【調査日の天候】
7月26日(日) 晴のち曇
7月27日(月) 晴のち曇 一時雷雨
- 【調査年月日】
平成22年8月1日(日)
午前10時～午後7時
- 【調査地点】
①FES前(ユニオン通り)
②バルコ宇都宮店前(大通り南)
③長瀬文具店前(オリオン通り)
④オリオンスクエア前(オリオン通り)
- 【調査方法】 聞き取り
- 【調査対象者】 388人
(男性159人、女性229人)
では、今回の調査について、報告書から抜粋(一部、誌面にあわせて修正)しながらご紹介します。

来街者の利用店舗の約4割がオリオン通りに集中



来街者実態調査結果

- 居住地**
市内、市外、県外からの来街者の比率は64%・27%・9%であった。
県内来街の上位3位は、日光市14%、下野市9%、さくら市8%であった。
来街の多い上位3都県は、東京都35%、茨城県26%、埼玉・神奈川・石川県が各9%であった。

2 目的 図5

- 来街者の52%は買い物を目的に来街している。
- 食事をする県外来街者の約90%は餃子目的である。

3 利用交通機関

- 利用する交通機関の38%が自家用車である。

4 来街回数

- 男女共に来街回数は「ほぼ毎日」が最多で、合計で全体の26%であり、次いで「月2・3回」が18%だった。

5 駐車場利用状況

- 駐車場利用者のうち「東武（第1）

スカイ）駐車場」の利用が30%と圧倒的に多く、次いで「市役所駐車場」が9%だった。

6 利用店舗 図6

- 利用店舗はオリオン通りの各店舗が38%と最も多く、次いで東武宇都宮百貨店の各店舗が約34%を占めた。

7 支出額 図7

- 来街者の8割程度が何らかの支出をしており、男女合計の平均支出額は6,300円であった。

8 中心部商店・商店街に対する要望 図8

- 「品揃えを豊富にして欲しい」「飲食店を増やして欲しい」という要望がそれぞれ13%と多かった。

9 中心部にあつたらよいと思う店舗

- スーパー等の食料品店を望む声が12%と最も多く、次いで飲食店、専門店がそれぞれ11%であった。またファストフード店を望む声が10%あった。

「商店街通行量・来街者実態調査」報告書は、当所ホームページからダウンロードできます。
問合せ 地域振興部 ☎637・3131



調査報告書をもとに行われた商店街等の方々への説明会

中心部活性化のために、何が必要か 中小企業診断士 須田秀規さんに聞く



も言えます」

須田さんは、宇都宮市は他の県庁所在地と比較して、熱心にまちづくりを行っていると考えています。

「宇都宮プライド」などがその代表ですが、行政の提唱に市民レベルの運動が応える形ができてきており、大きな盛り上がり形成しつつあります。最近では農業をキーワードにしたボランティア活動なども活況ですね」

とはいえ、そこから商店街活性化に結びつけるためには、発想の転換が必要だと、須田さんは言います。

「今回の調査結果からは、商圏の縮小や来街目的の日常化など、中心商店街の役割に変化の兆しがあることが、見て取れると思います」

須田さんは、報告書に掲載した分析で、次のように書いています。



(社)中小企業診断協会
栃木県支部副支部長
中小企業診断士
須田 秀規さん
(須田経営相談所)

図5 「来街目的は何か」

年度 (休日)	買物		食事		レジャー 娯楽	待合せ	通勤 通学	商用 仕事	まちなか 散策	美容 エステ	なん となく	その他	合計
	日用品	ブランド品	餃子	その他									
22年度	49%	3%	5%	10%	13%	1%	6%	4%	6%	2%	5%	17%	121%
21年度	43%	10%	5%	11%	13%	9%	8%	5%	6%	2%	6%	12%	130%
19年度	43%	10%	3%	13%	14%	7%	4%	5%	9%	-%	6%	15%	129%

※22年度サンプル数(386人)。なお一人あたりの回答が複数回答のため、比率合計は100%にはならない。

「男性と女性で消費行動に差があるか」

性別	買物		食事		レジャ	待合せ	通勤 通学	商用 仕事	まちなか 散策	美容 エステ	なん となく	その他	合計
	日用品	ブランド	餃子	その他	娯楽								
男性	41%	3%	6%	9%	14%	1%	2%	6%	8%	2%	8%	18%	118%
女性	54%	3%	5%	11%	13%	1%	9%	2%	5%	2%	2%	16%	123%
合計	49%	3%	5%	10%	13%	1%	6%	4%	6%	2%	5%	17%	121%

※サンプル数(男性:159人、女性:227人)。なお、一人あたりの回答が複数回答のため、比率合計は100%にはならない。

図6 「男女でどのような店舗を利用しているか」

性別	東武 宇都宮 百貨店	パルコ 宇都宮 店	ラパーク 長崎屋	ララ スクエア	ウェスタ	駅ビル バセオ	表参道 スクエア	オリオン 通り 店舗	エニオン 通り 店舗	パンパ リヤ 日野町 店舗	東武 馬車道 通り	東武 西口の 店	JR東 口の店	その他
男性	27%	20%	14%	4%	2%	1%	1%	38%	12%	3%	1%	1%	0%	8%
女性	40%	29%	16%	8%	7%	4%	2%	38%	2%	1%	0%	1%	1%	6%
合計	34%	25%	15%	6%	5%	3%	1%	38%	6%	2%	1%	1%	1%	7%

※サンプル(男性:146人、女性:211人)。なお、一人あたりの回答が複数回答のため、比率合計は100%にはならない。

図7 支出額

	来場者数(人)	支出者数(人)	支出者比率(%)	買物合計金額(円)	平均支出額(円)
合計	388	324	84	2,036,750	6,300

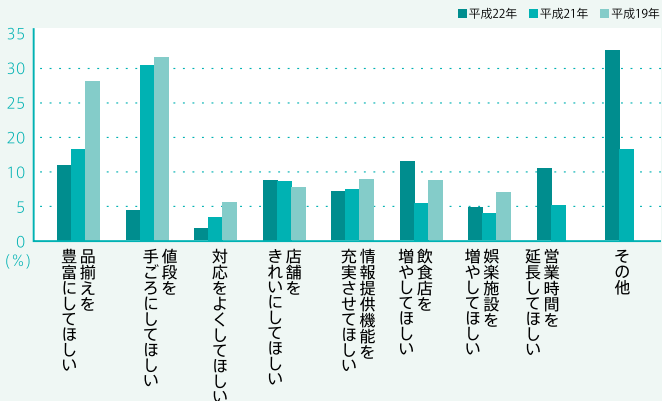
※来場者数は調査項目で支出をする、しないと回答した人のみを集計
※10円単位は四捨五入して100円単位に統一

図8 「中心商店街に対する要望は何か」

商店要望	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	合計
品揃えを豊富にしてほしい	12%	14%	17%	6%	12%	14%	13%
値段を手ごろにしてほしい	8%	6%	4%	5%	5%	3%	5%
対応をよくしてほしい	1%	0%	1%	2%	3%	5%	2%
店舗をきれいにしてほしい	11%	6%	10%	6%	14%	15%	10%
情報提供機能を充実させてほしい	7%	12%	9%	3%	12%	3%	8%
飲食店を増やしてほしい	14%	18%	14%	8%	11%	9%	13%
娯楽施設を増やしてほしい	10%	3%	7%	9%	3%	1%	5%
営業時間を延長してほしい	7%	15%	11%	20%	11%	5%	11%
その他	30%	26%	27%	41%	29%	45%	33%
合計	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

※年代別の合計(複数回答あり)を100%として集計(サンプル数:334件)

中心商店街に対する要望の推移



けないと思います。もちろん、そのためには民間の活動も成熟していかなくてはいいのですが。

そうやってまち全体のにぎわいを創ると共に、そこを目当てに来た人たちに自店の商品を買ってもらう仕組みづくり、来街者のニーズにあった店舗づくりも、必要です。

さらに、新たな店舗を増やすために、資金的な支援や税金面での優遇、ノウハウの伝授などが欠かせません。その意味では、商工会議所の役割も、これからますます大きくなると思います」

本調査には、中心部でビジネスをしている人にとって、さまざまなヒントが埋まっています。自店を少しでも良くするために、ぜひ一度は目を通してみてください。必ず何かが得られると思います。