

ハピリン開業 1 年後における 中心市街地商業者の実態調査

平成 29 年 5 月

まちづくり福井(株)

I 調査の概要

1. 調査目的

ハピリン開業から1年が経った状況での中央1丁目の店舗経営の実態を把握することで、今後のまちづくりの参考とする。

2. 調査期間

平成29年5月10日(水)～5月12日(金)

3. 調査対象・調査方法

中央1丁目所在店舗(264事業所)に対して調査票を配布、後日FAXにて返信。

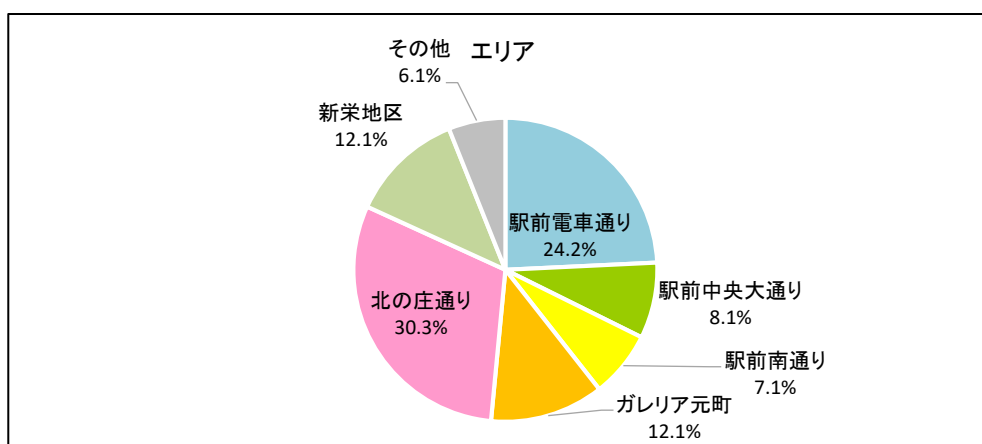
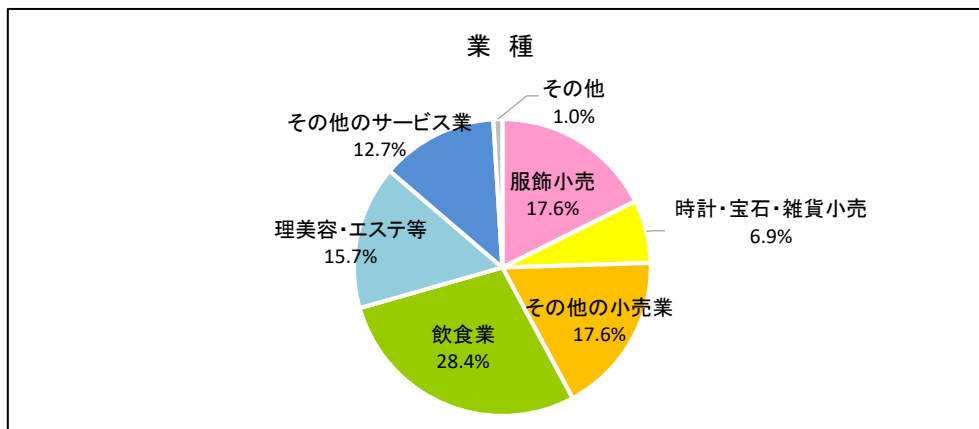
4. 調査実施機関

まちづくり福井株式会社

5. 回収

102枚 (38.6%)

6. 回答者属性



7. 調査結果概要

ハピリンのオープンから1年が経過した中で、回答のあった店舗からは来店客数・売上・利益のそれぞれについて、いずれも3割以上の店舗がオープン当初と比較して「増加」、「やや増加」と回答した。

業種別にみると「理美容・エステ等」の来店客数・売上・利益の3項目で「増加」、「やや増加」の回答数が多かった。

また、エリア別では「新栄地区」の来店客数・売上・利益の「やや増加」回答が約6割となっており、他のエリアと比較して大きな差がみられた。

ハピリンでのイベントの開催の効果については、約3割の店舗が「効果がある」と回答しており、昨年調査時と比較して14.5ポイント増加した。一方で「効果はない」、「あまり効果はない」を合わせると41.2%となり、昨年の73%から大幅に減少した。駅前の商業エリアにおいて、ハピリンのイベントは効果がある業種と効果のない業種に分かれるものと思われる。また、効果があると思われるイベントについては、「食イベント」が6割以上を占めているが、今年の冬に実施した「ハピリンク」等の「体験イベント」についても4割以上の回答があった。

一方で、ハピリンのイベント等に合わせた各店舗での販促の実施については、「実施しなかった」という回答が5割以上となっており、ハピリンでのイベントは店舗の経営にとって「効果がある」と「連携の仕方次第では効果がある」は合計で58.8%と多かった反面、販促を実施したという回答は少なかった。尚、販促の実施内容については「割引セール」が最も多かった。

店舗の売上や利益に繋げていく為に必要な取組については、【店舗活性化】の項目では「取扱商品の検討」が昨年調査時と同様に最も多かった。【販売促進】の項目では「集客イベントの拡充」が最も多かった。また、【広報】の項目では「SNSの活用」が昨年調査時と同様に最も多く、26.4ポイントの大幅な増加がみられた。

店舗活性化に向けてのまちづくり福井や行政に望む支援・サポートについては「新規顧客の獲得支援」が最も多く、顧客数の底上げを図りたいという意図が見受けられた。また、「SNSを活用した情報発信の支援」については4割以上の回答があり、店舗自らが今後必要だと思う取組みと同様に高い割合だった。

Ⅱ 調査結果

1. ハピリンオープン時と現在を比較した店舗の経営状況について

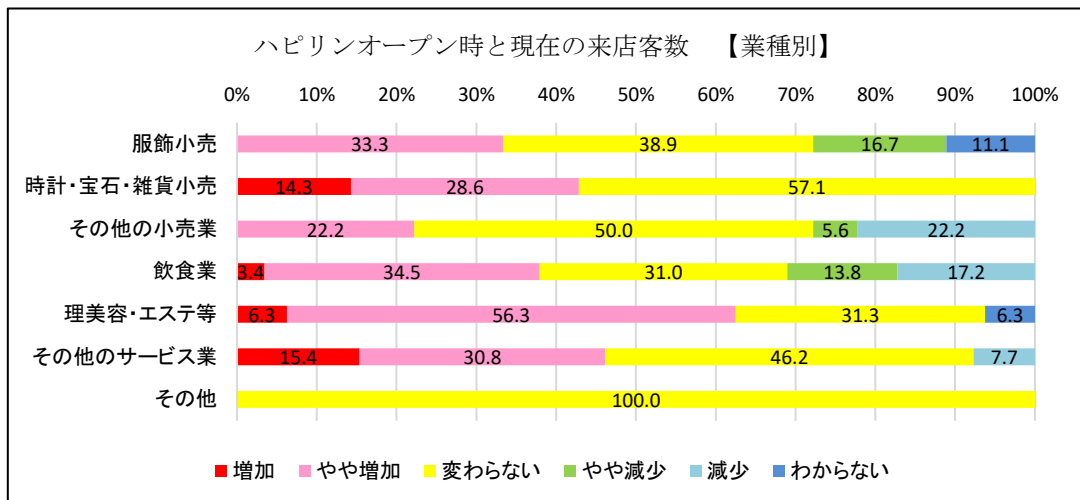
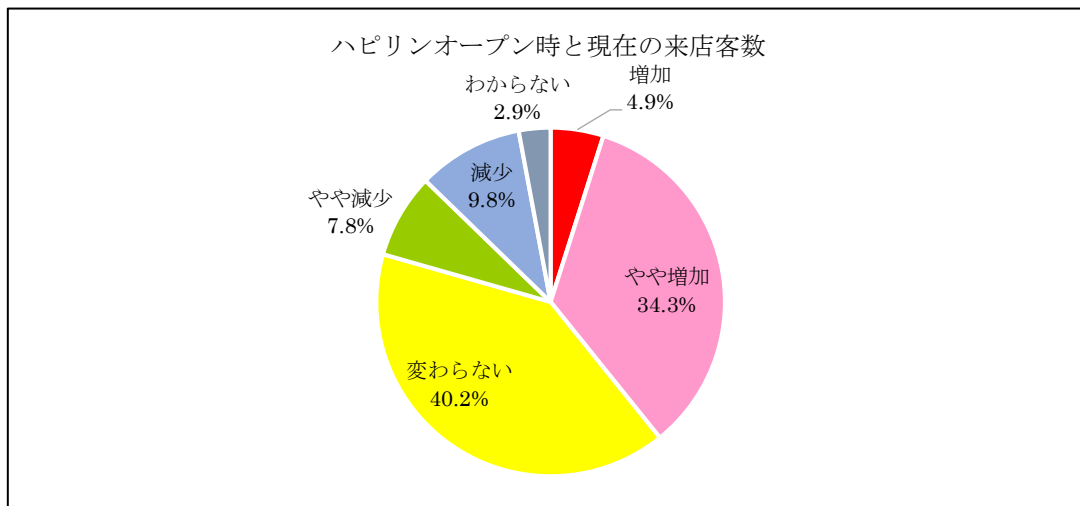
(1) 来店客数

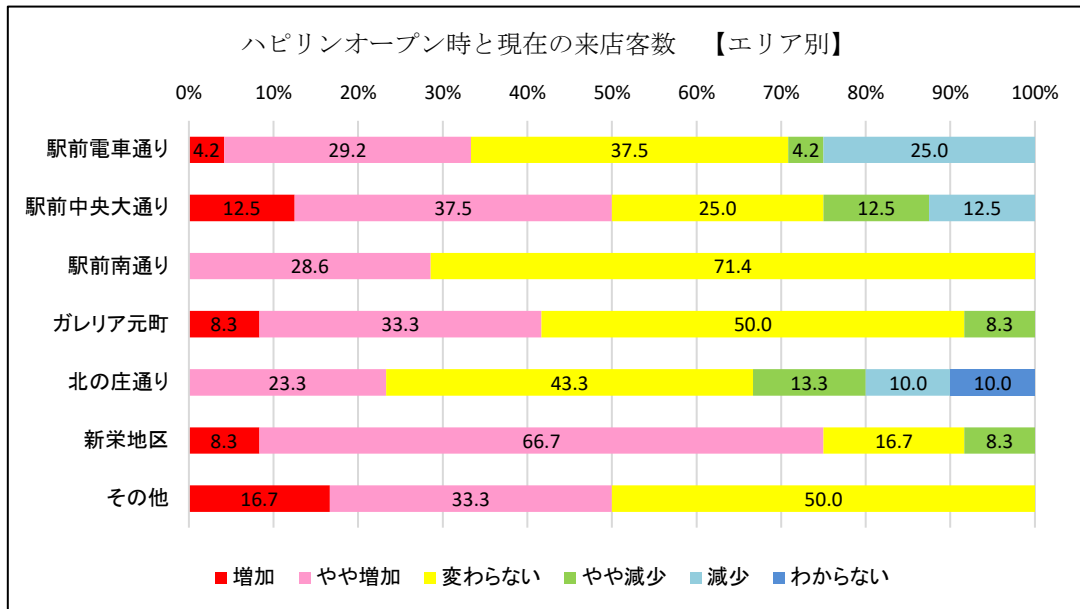
「変わらない」回答が多いが、「増加」、「やや増加」も合計で約4割を占め39.2%。業種別では「理美容・エステ等」が「増加」、「やや増加」回答が最も多く、合計で6割を占め62.6%。

「変わらない」が40.2%と最も多く、次いで「やや増加」が34.3%、「減少」が9.8%となっている。「増加」は4.9%、「やや増加」は34.3%で、増加傾向にあるとの回答は合計で39.2%となっており、全体の約4割となっている。一方で減少傾向は「減少」9.8%、「やや減少」7.8%で、合計17.6%となっている。

業種別でみると「理美容・エステ業」の増加傾向の回答が他業種と比較して最も多く、「増加」6.3%、「やや増加」56.3%で、合計61.2%となっており、6割以上の回答があった。

エリア別でみると「新栄地区」の増加傾向の回答が最も多く、「増加」8.3%、「やや増加」66.7%で合計75%となり、他のエリアと比較して大きな差がみられる。





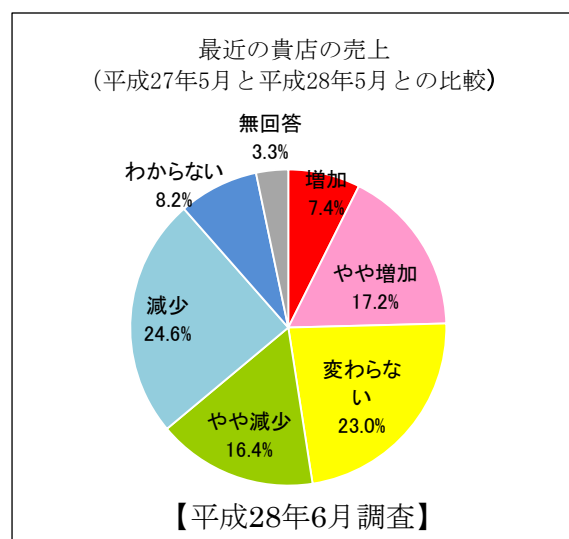
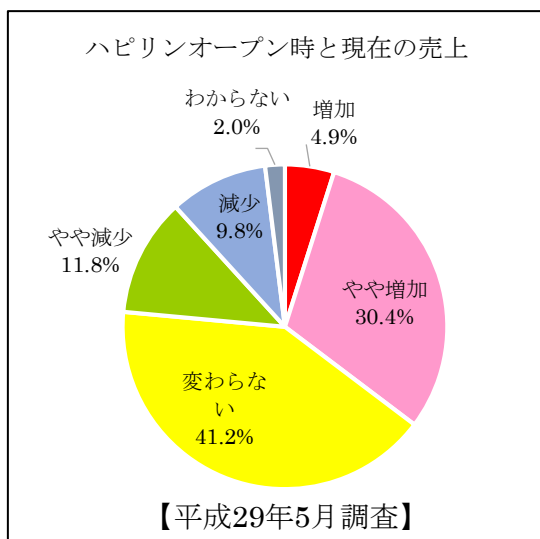
(2) 売上

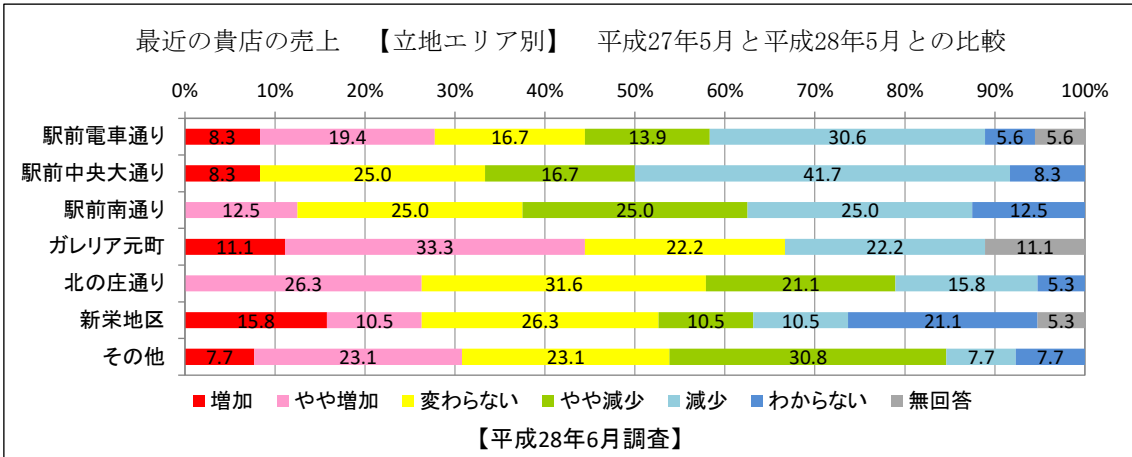
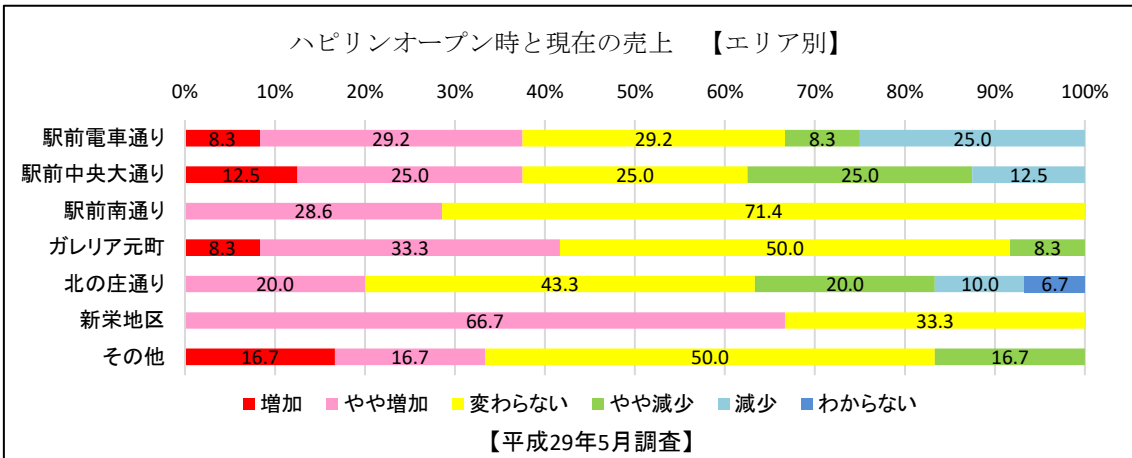
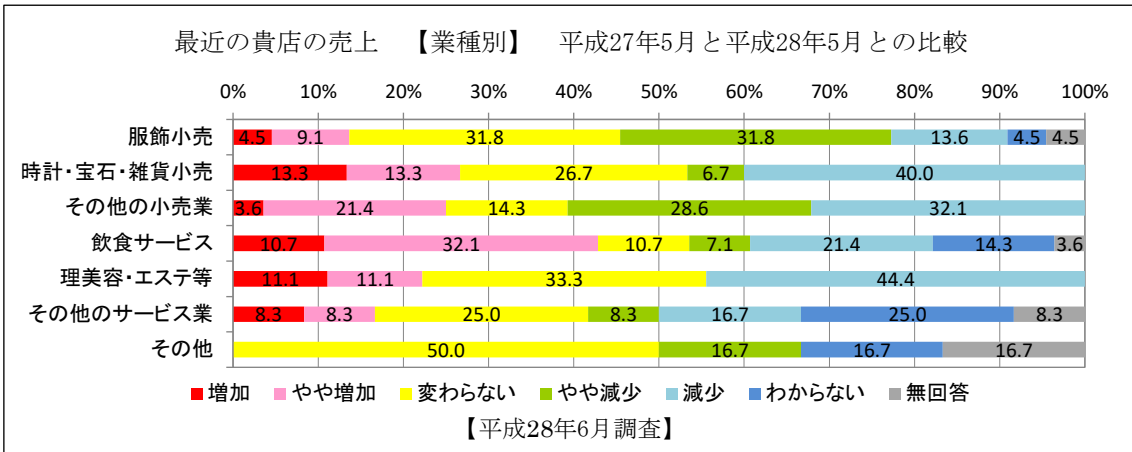
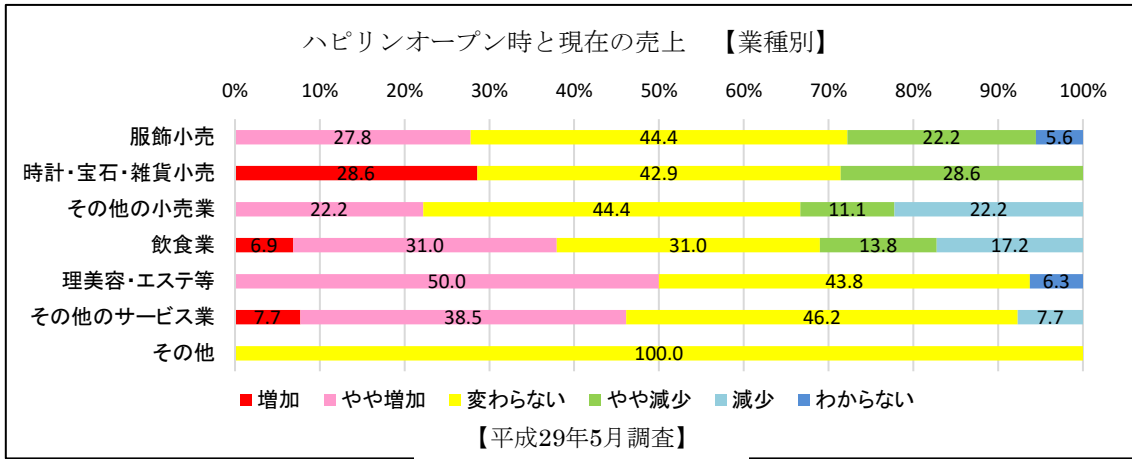
「変わらない」回答が多いが、「増加」、「やや増加」が合計で3割以上を占め35.3%。昨年調査時と比較して増加傾向の回答は10.7ポイントの増加。減少傾向の回答は19.4ポイントの減少。

「変わらない」が41.2%と最も多く、次いで「やや増加」が30.4%、「やや減少」が11.8%となっている。「増加」は4.9%、「やや増加」は30.4%で、増加傾向にあるとの回答は合計で35.3%となっている。一方で減少傾向は「減少」9.8%、「やや減少」11.8%で、合計で21.6%となっている。

業種別でみると「理美容・エステ等」の増加傾向の回答が最も多く、「やや増加」は50.0%となっており、昨年調査時と比較して27.8ポイントの大幅な増加となった。

また、エリア別でみると「新栄地区」の増加傾向の回答が最も多く、「やや増加」は66.7%となっており、昨年調査時と比較して40.4ポイントの大幅な増加となった。





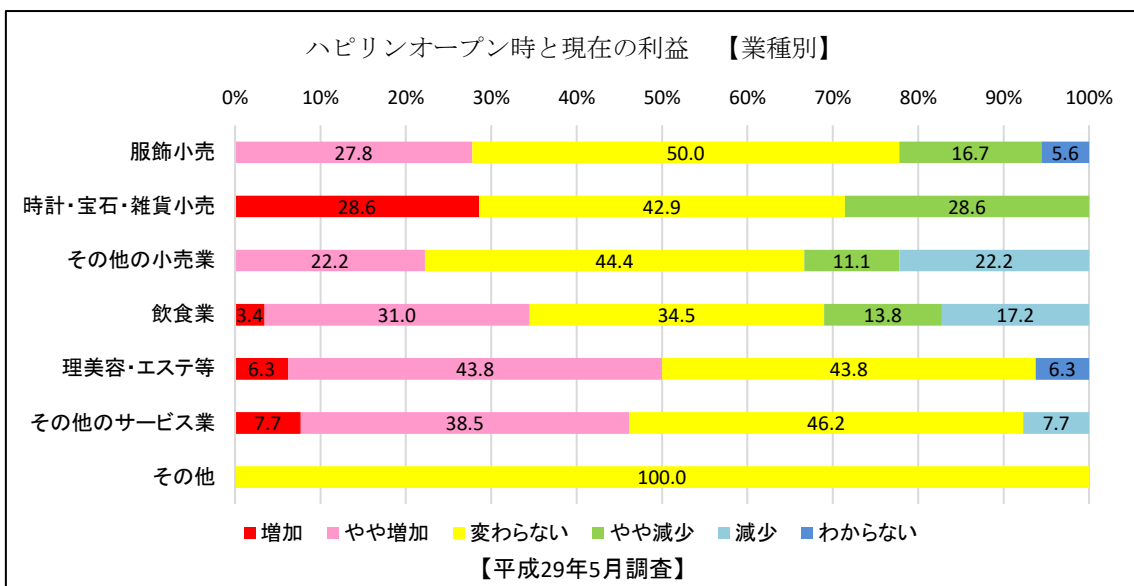
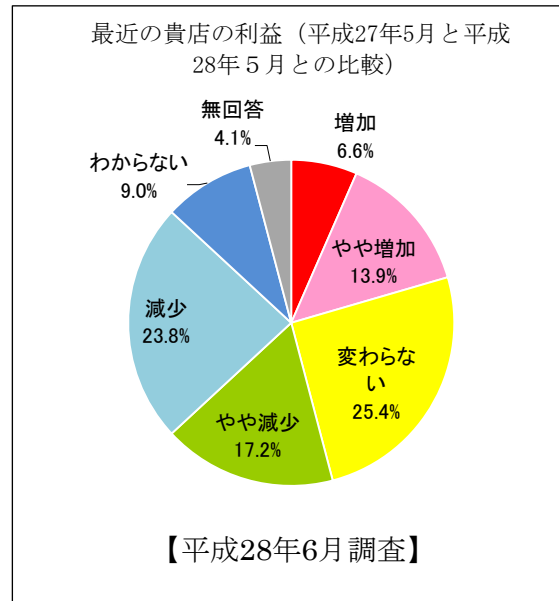
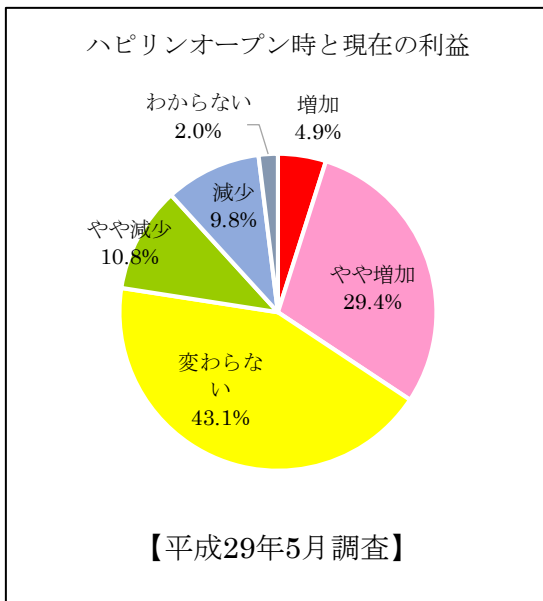
(3) 利益

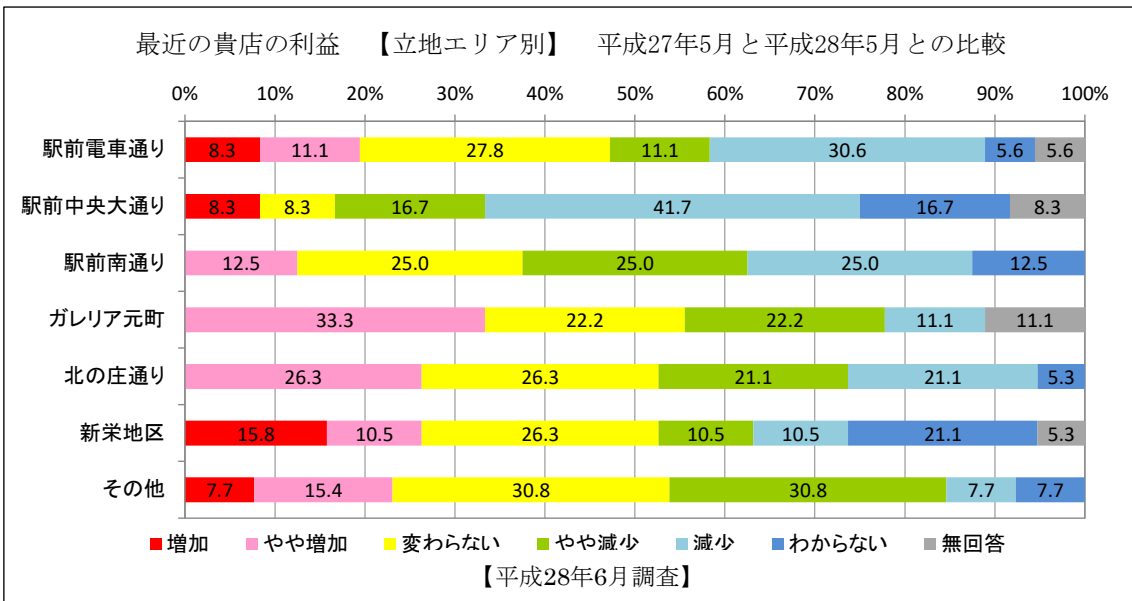
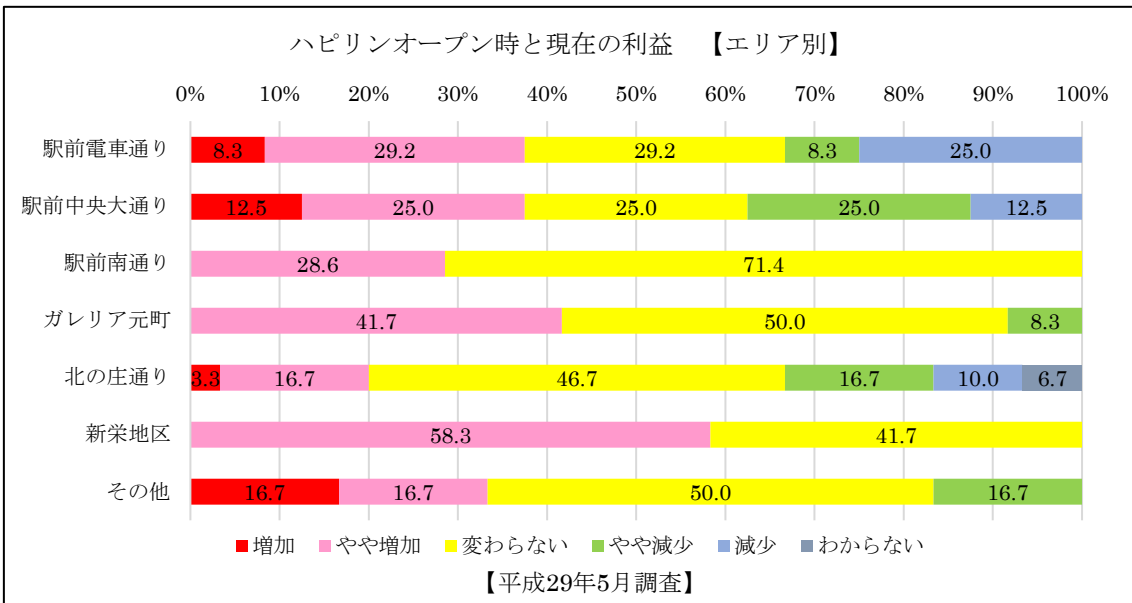
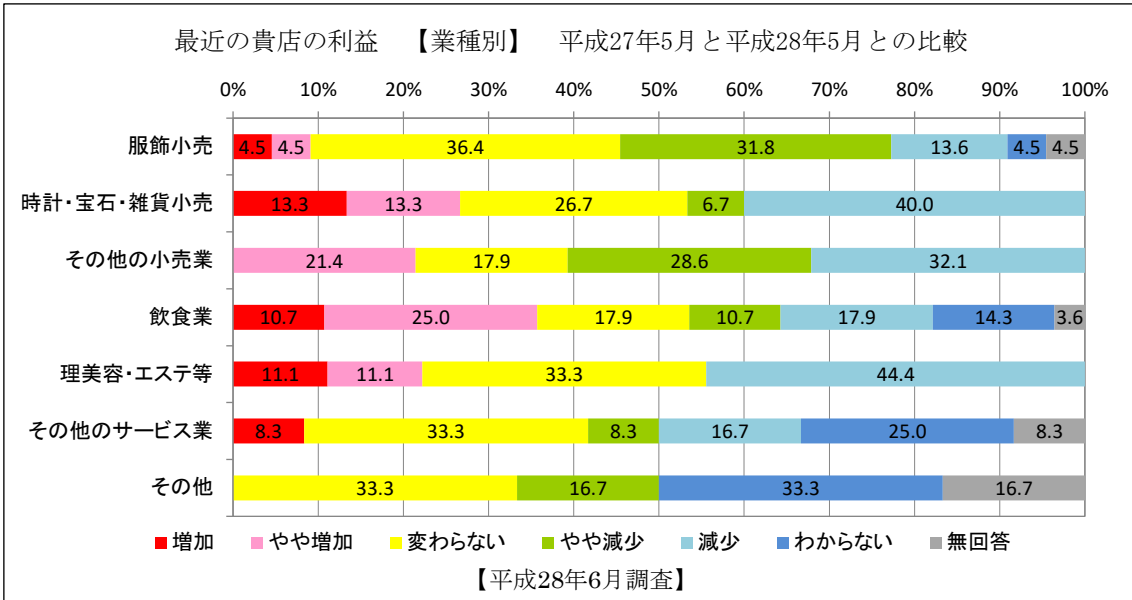
「変わらない」回答が多いが、「増加」、「やや増加」が合計で 34.3%。昨年調査時と比較して増加傾向の回答は 13.8 ポイントの増加。減少傾向の回答は 20.4 ポイントの減少。

「変わらない」が 43.1%と最も多く、次いで「やや増加」が 29.4%、「やや減少」が 10.8%となっている。「増加」は 4.9%、「やや増加」は 29.4%で、増加傾向にあるとの回答は合計で 34.3%となっている。減少傾向は「減少」9.8%、「やや減少」10.8%で、合計 20.6%となっている。

業種別でみると「理美容・エステ等」の増加傾向の回答が最も多く、「増加」、「やや増加」の合計は 50.1%となっており、昨年調査時と比較して 27.9 ポイントの大幅な増加となった。

また、エリア別でみると「新栄地区」の増加傾向の回答が最も多く、「やや増加」は 58.3%となっており、昨年調査時と比較して 32.0 ポイントの大幅な増加となった。





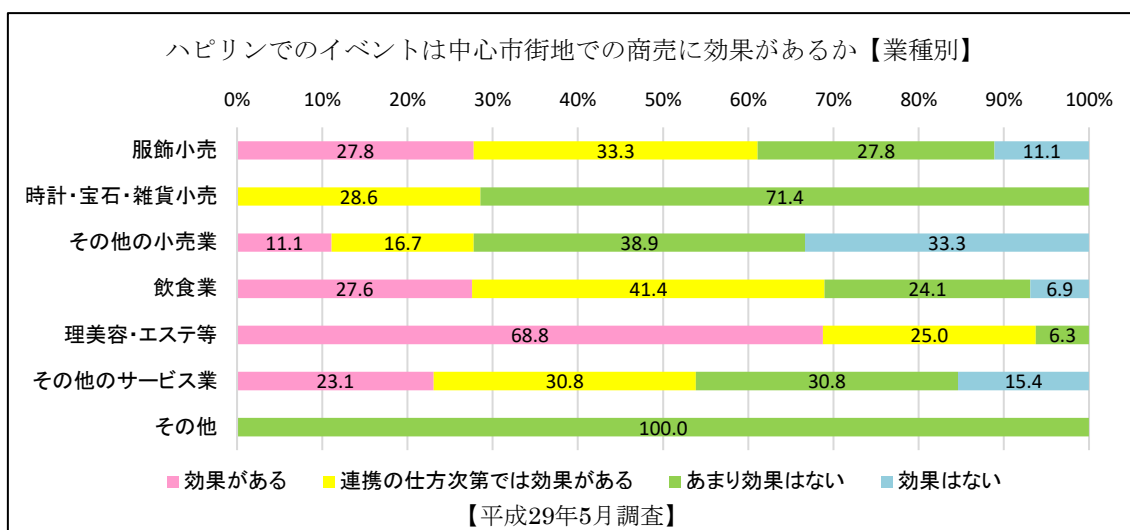
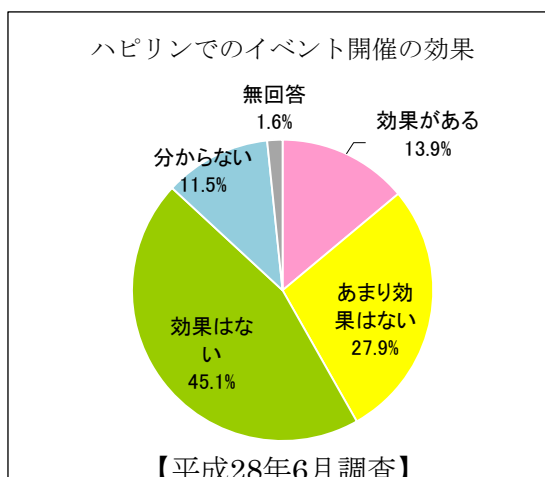
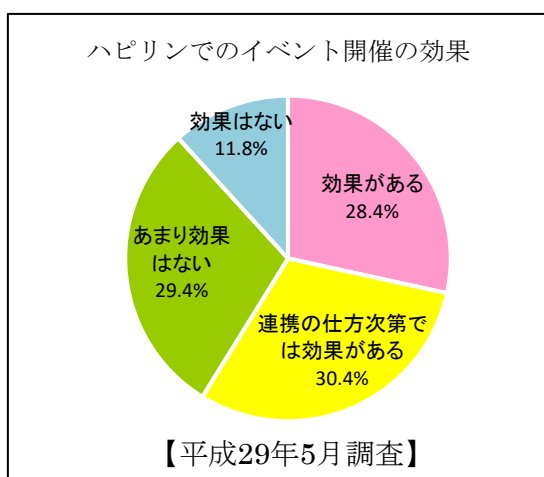
2. ハピリンでのイベントにおける中心市街地での商売の効果について

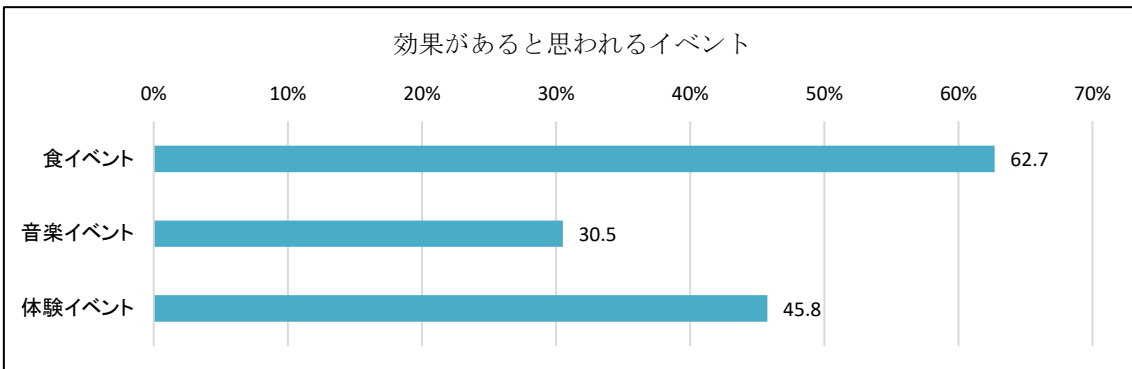
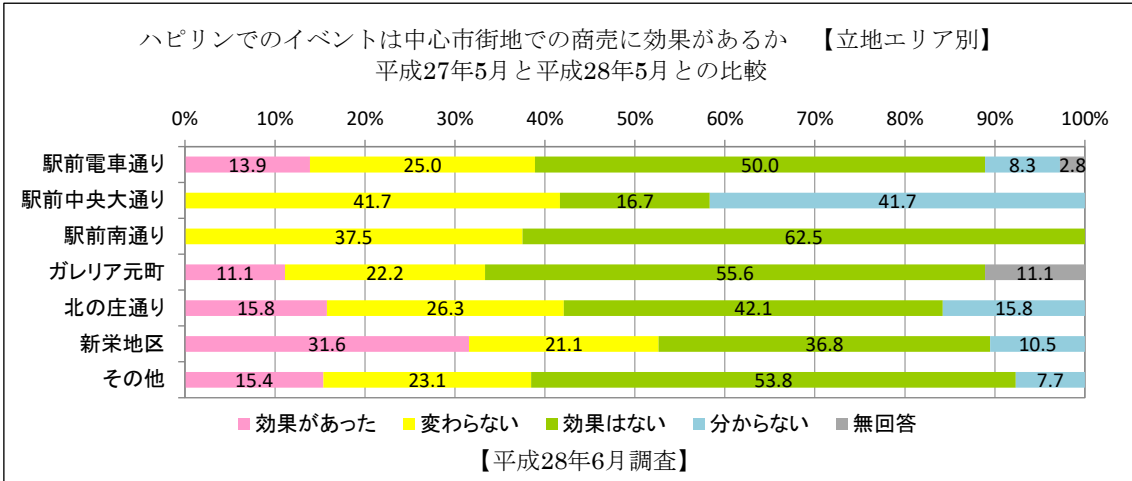
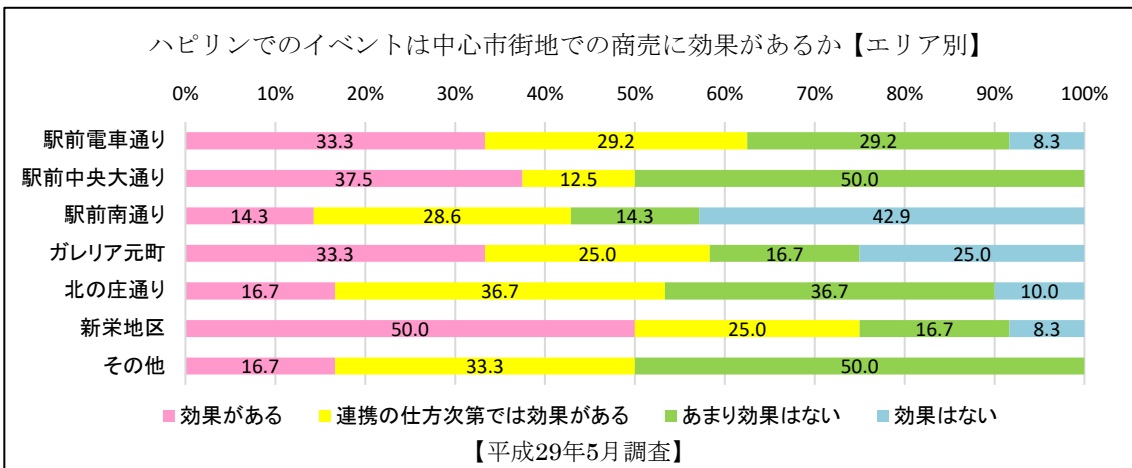
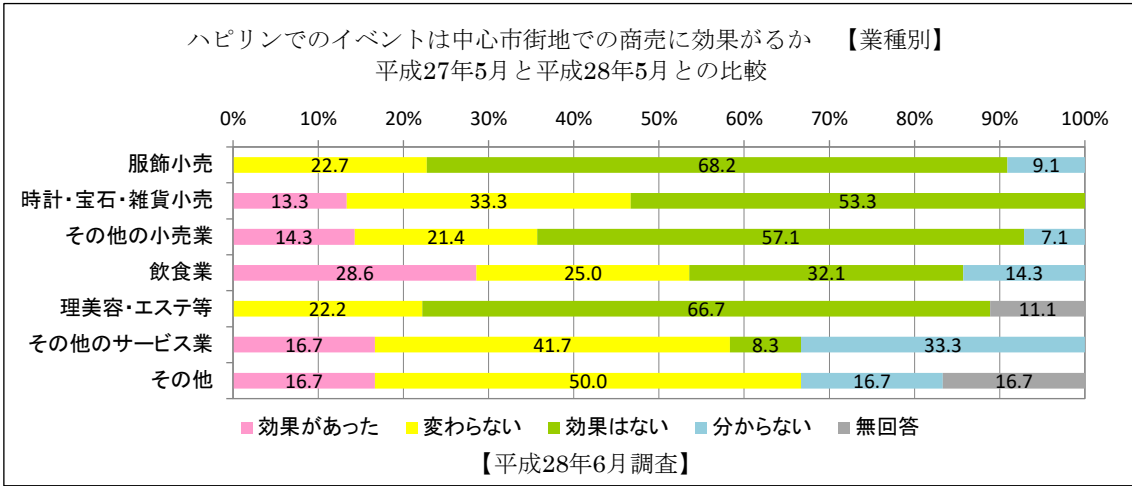
「効果がある」、「連携の仕方次第では効果がある」が5割以上を占め合計で58.8%。「効果はない」は11.8%となっており、昨年調査時と比較して33.3ポイントの大幅な減少。

「連携の仕方次第では効果がある」が30.4%と最も多く、次いで「あまり効果はない」が29.4%、「効果がある」が28.4%となっている。「効果がある」は昨年調査時の13.9%と比較して14.5ポイント増加した。また、昨年調査時ではハピリンでのイベントは商売に「効果はない」との回答が45.1%だったのに対し、今回の調査では11.8%となり33.3ポイントの大幅な減少となった。

また、業種別にみると、「理美容・エステ等」の「効果がある」との回答が68.8%と最も多く、次いで多かった「服飾小売」の27.8%よりも41ポイント高く、他の業種と比較しても大きな差がみられた。また、「理美容・エステ等」は昨年調査時では「効果がある」回答が1件もなかったが、今回調査では大幅に増加した。

尚、効果があると思われるイベントについては「食イベント」が62.7%と最も多く、次いで「体験イベント」が45.8%、「音楽イベント」が30.5%だった。体験イベントについては、冬場実施した「すまいるスケートハピリンク」の集客効果もあり、回答数が伸びたのではないかとと思われる。





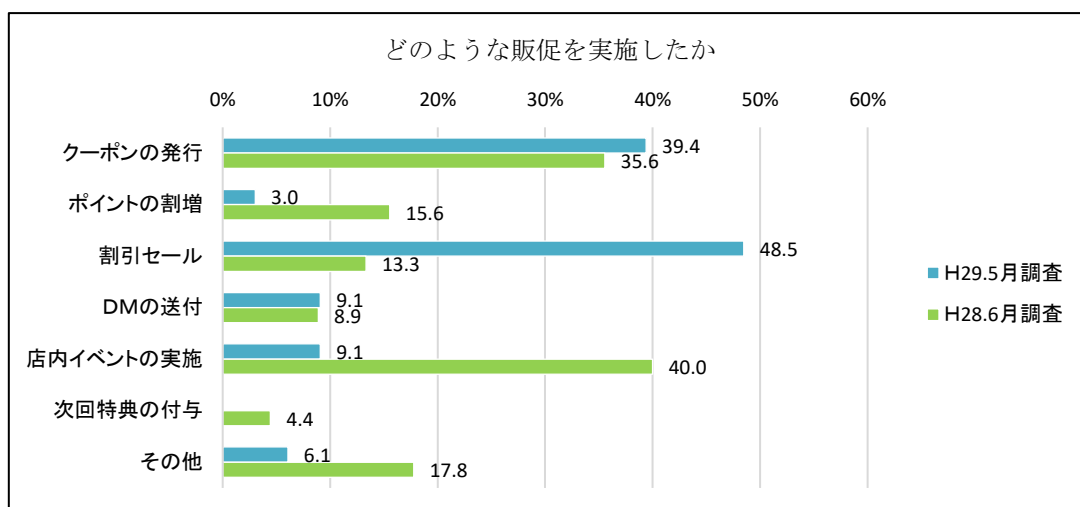
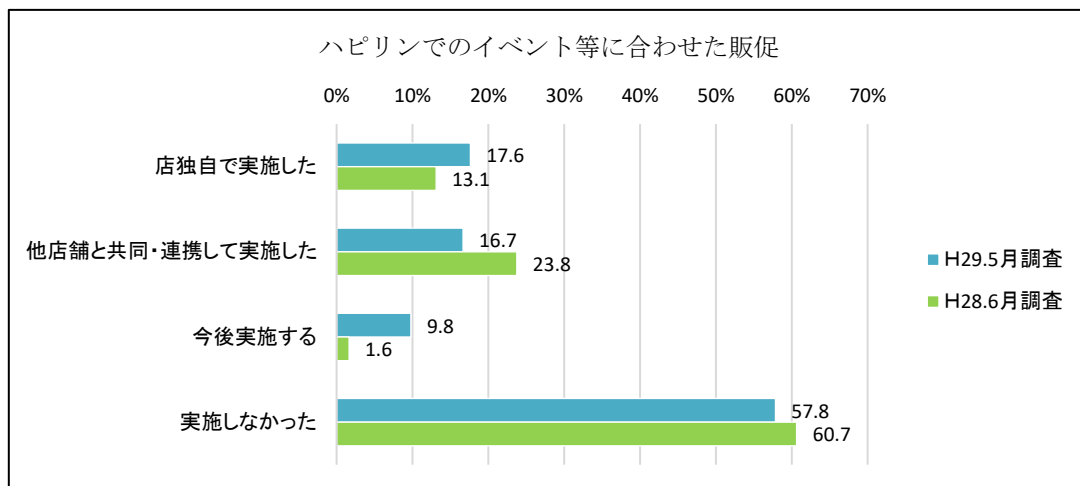
3. 1年間で行われたハピリンでのイベント等に合わせて販促を行ったか。

「実施しなかった」が57.8%と最も多く、全体の5割以上を占めた。「店独自で実施」もしくは「多店舗と共同・連携して実施」の合計は34.3%。

「実施しなかった」が57.8%と最も多く、全体の5割以上を占めた。次いで「店独自で実施した」が17.6%、「他店と共同・連携して実施した」が16.7%だった。「実施しなかった」の回答は前回調査時とほぼ同様の割合であった。また、ハピリンでのイベントは商売に効果があるという回答は多かったものの、実際にイベントに合わせて販促を実施したという回答は少なかった。

また、販促の実施内容については、「割引セール」が48.5%と最も多く、次いで「クーポンの発行」が39.4%、「DMの送付」、「店内イベントの実施」がそれぞれ9.1%となっている。

「割引セール」は前回調査時の13.3%から、35.2ポイント増加して48.5%となった。逆に「店内イベントの実施」は前回調査時の40%から30.9ポイント減少して9.1%だった。



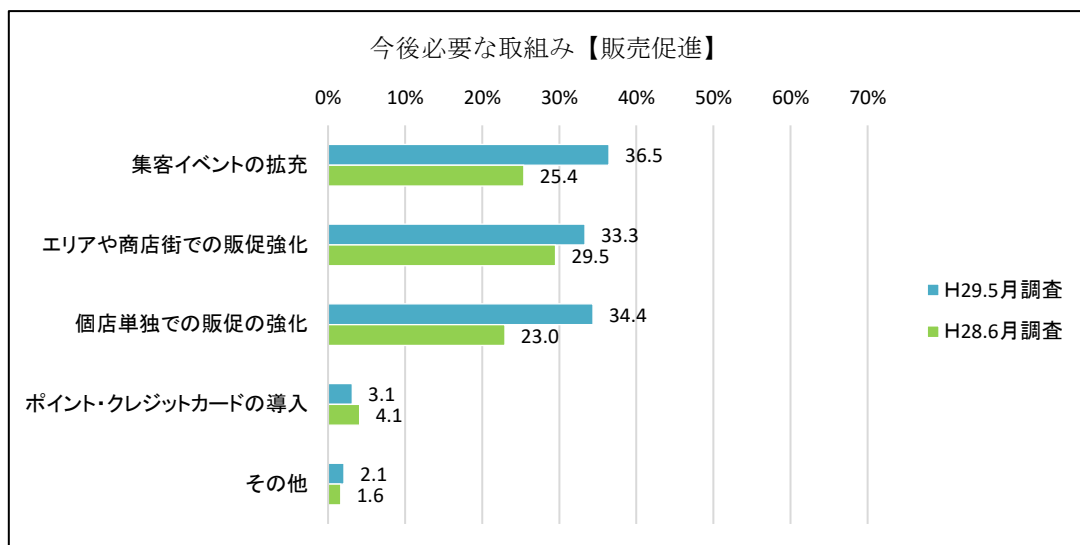
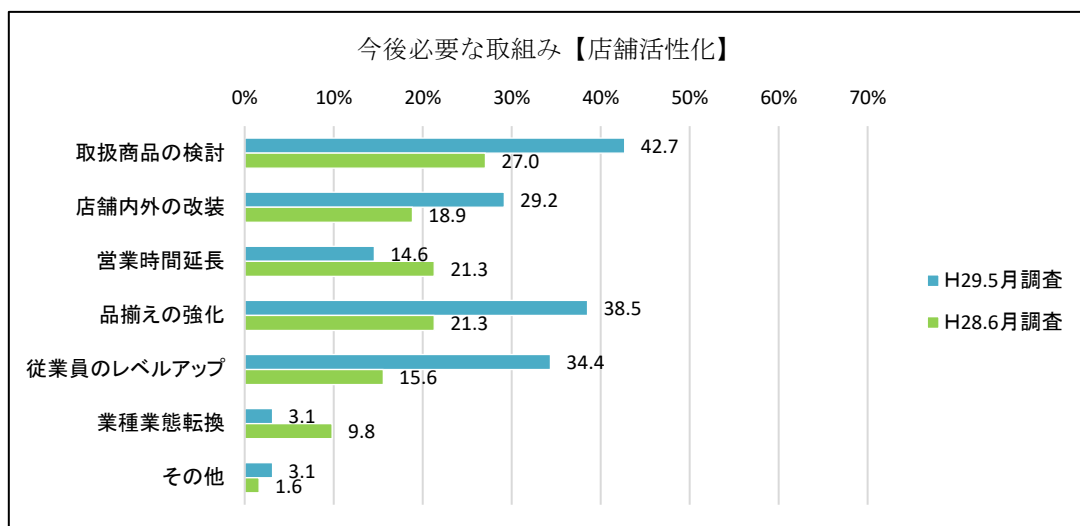
4. 今後、店舗の売上や利益の拡大に繋げていく為に必要な取り組みについて

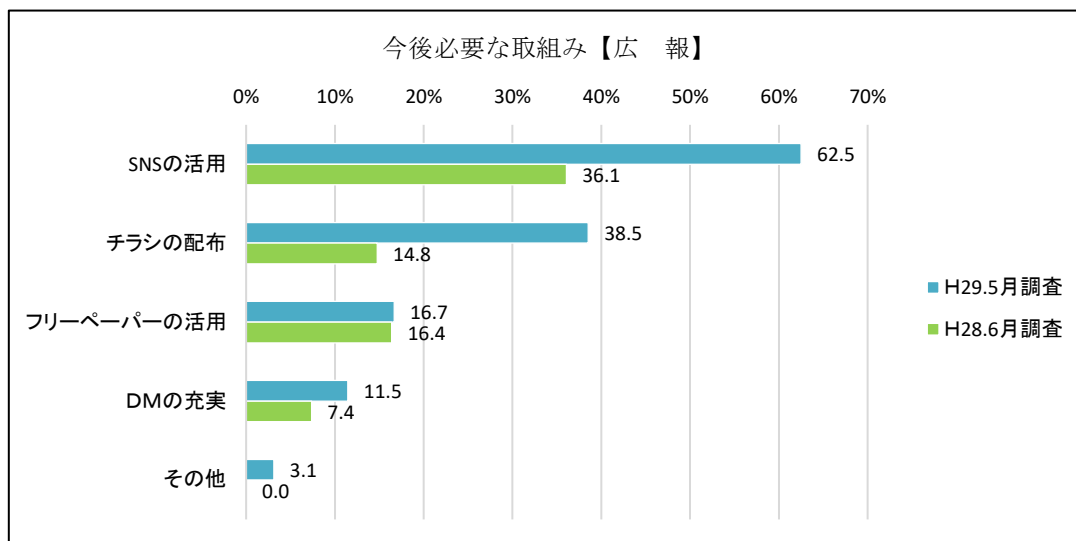
【店舗活性化】の項目では「取扱商品の検討」が最も多く42.7%。【販売促進】の項目では「集客イベントの拡充」が最も多く36.5%。【広報】の項目では「SNSの活用」が最も多く62.5%。

【店舗活性化】の項目では「取扱商品の検討」が42.7%と最も多く、次いで「品揃えの強化」が38.5%、「従業員のレベルアップ」が34.4%だった。「取扱商品の検討」は前回調査時でも最も多く、今回の調査でも最も回答が多くなった。また、「従業員のレベルアップ」は前回調査時から倍以上の18.8ポイント増加した。

次に、【販売促進】の項目では、「集客イベントの拡充」が36.5%と最も多く、次いで「個店単独での販促の強化」が34.4%、「エリアや商店街での販促強化」が33.3%だった。【販売促進】については、前回調査時と比較して大きな差はみられなかった。

更に、【広報】の項目では、「SNSの活用」が62.5%と最も多く、次いで「チラシの配布」が38.5%、「フリーペーパーの活用」が16.7%だった。「SNSの活用」は前回調査時でも最も多く、今回の調査でも26.4ポイントの大幅な増加がみられた。また、「チラシの配布」についても、前回調査時の14.8%から23.7ポイントの大幅な増加がみられた。



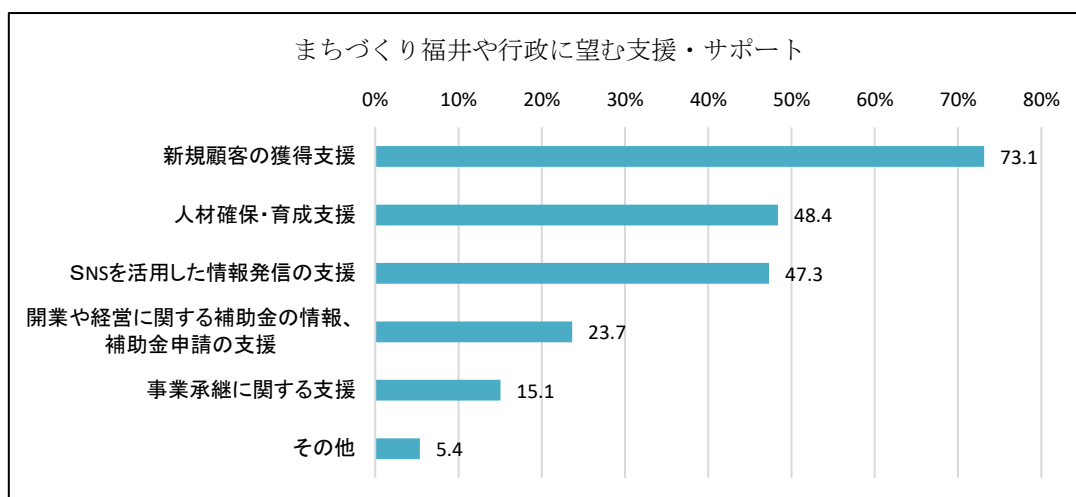


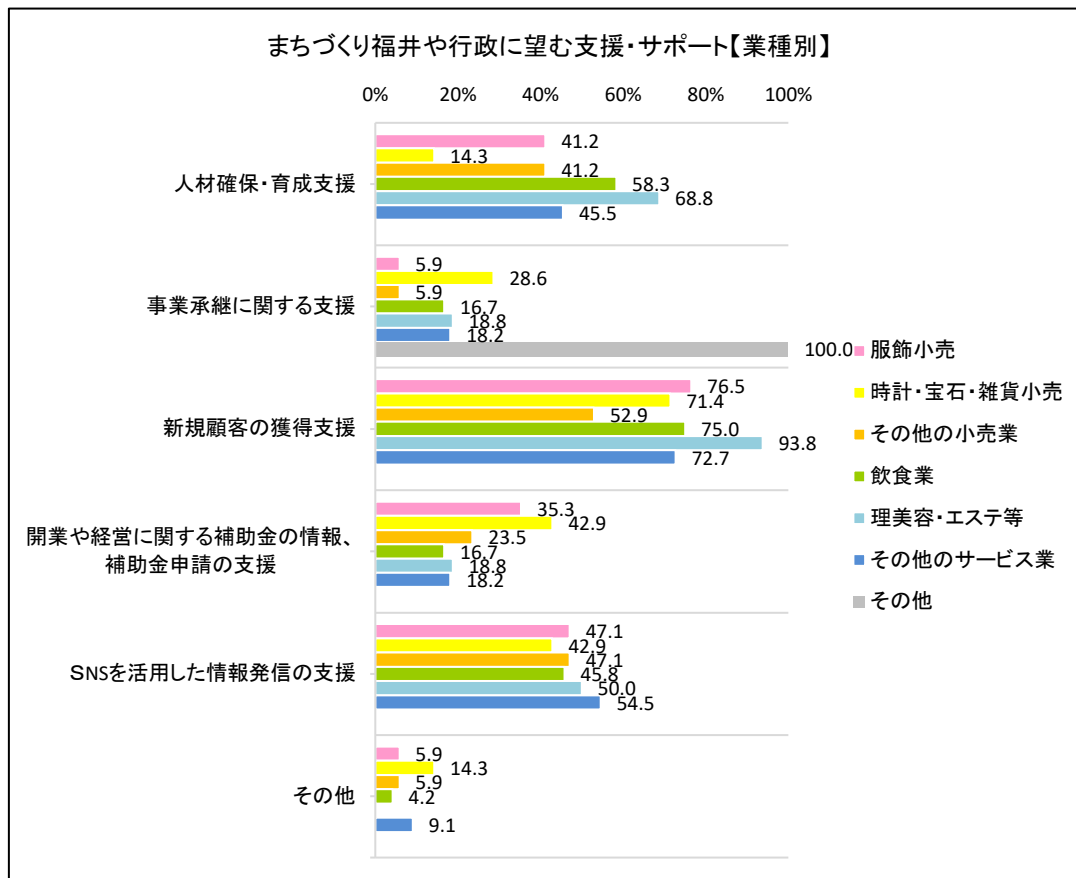
5. 店舗の活性化に向けてまちづくり福井や行政にどのような支援・サポートを望むか

「新規顧客の獲得支援」が73.1%と最も多く、顧客数の底上げを図りたい意図が見受けられた。「人材確保・育成支援」、「SNSを活用した情報発信の支援」については同数の割合で約5割の回答数だった。

「新規顧客の獲得支援」が73.1%と最も多く、次いで「人材確保・育成支援」が48.4%、「SNSを活用した情報発信の支援」が47.3%だった。「SNSを活用した情報発信の支援」については、先述した【問4 今後必要な取組み(広報)】でも62.5%と高い割合を示していることから、SNSの活用は必須分野と捉えている事が分かる。

また、業種別にみると「理美容・エステ等」が「新規顧客の獲得支援」で93.8%と高い割合の回答数となっている。





6. これからのまちづくりについて望むもの ※自由記入

イベントに関すること【4件】

- ・服飾店におけるトップシーズン(12月)はイベントしてほしくない。ローシーズン(2,6,8,11月)にイベントしてほしい。
- ・人の流れを考えてほしい。一定の場所のイベントではなく全体的に考えてイベントを作してほしい。
- ・ハピテラスだけのイベントに限らずハピリンホール、アオッサ、フェニックスプラザ、響のホール、ハーモニーホール、サンドームのイベントも総合的に規模も含めて知らせしてほしい！県外のお客様が多いイベントは特に知りたいです。
- ・7月にまちフェスのワールドフェスタとして駅前商店街、駅前モール、まちづくりが一体となってされることはすごく良い。各々がされるとこれに組合のイベント(同じような事)を加えられるととても大変です。ハピリンで開催した「お肉マルシェ」で食事したら期待外れ(味・値段)、2回目はわざわざ出向かない。唯一嶺南の紹介で良いものもあった。アイススケート場も良かった。見ているだけで楽しかった。

公共交通に関すること【2件】

- ・バス停、電車停留所
- ・公営駐車場の無料化

商業全般に関すること【2件】

- ・ 駅前に気軽に立寄れるスタバのようなカフェが少ないので、あると人が集まるのではないのでしょうか？居酒屋のような夜の営業ではなく、昼間集客が見込めるような店舗です。
- ・ 大手テナントの参入（話題のSHOP）

まちなかの取組に関すること【15件】

- ・ 再開発による交通規制や工事車両など、店の妨げにならぬよう望みます。
- ・ 楽しい町づくり（音楽文化、美の文化、芸の文化）。
- ・ 市内在住の高年齢化から若年層への住み易い取組み。市、県の20～30才代既婚者用マンションの建設及び支援。福井市中心部への住人増加策、特にUターン組。
- ・ 駅前にまだまだ人が来ていない様なので、駅前に人を集める取組み。
- ・ 新規店舗への支援ばかりではなく、何とか頑張っている既存店への支援もお願いします。美の街はプロジェクトは難しい所もあると思う。老若男女広い視野が必要なのでは？
- ・ 人が集う雰囲気づくり
- ・ 新しい建物が増えた時、古い区画を趣のあるものに見せる為の行政の協力。金沢中央味食街のような。
- ・ 人の流れをつくってほしい。
- ・ 夜の駅前の活性化
- ・ 駅西側、北側に比べると東側、南側の盛り上がりが出遅れ気味に感じる。特に南側の方は夜歩くと薄暗く、一人歩きでは少し不安。夜でも歩きやすい位の明るさが欲しいです。
- ・ 若い人、年配の人でも、チャレンジ週末起業など空きテナントの活用。チェーン店が新築の空きテナントを活用したらいい。
- ・ 個々ではなく商店街の皆が協力し、再開発に前向きに取り組むことが重要だと考えます。
- ・ 全てのイベントに効果は有ると思いますが、目的が何なのかを考えるべきだと思います。福井駅前には子供達の遊び場がない為、そういう場所を作ってほしい！
- ・ 道路、歩道、建物、緑など街並みが“きれい”という印象を作っていかなければならないと思います。
- ・ いろんなお店があることをもっとたくさんの方に知ってもらう活動が必要だと思います。

その他【2件】

- ・ 嶺北に無い物の紹介などがあると良い。ハピリンの2階売場の通路狭すぎます。何かの拍子に商品にカバン等当たるか心配です。
- ・ ハピリンでやっている事やいろんなイベントは、うちのお客様に対する認知が今ひとつ低く感じます。もう少しマーケティングやCMに力を入れてみてはいかがでしょうか？街のSNSも「今やってます」というつぶやきは見ますが、「これからこれをします」という告知のつぶやきが少ないかなと。