

# 地方自治体から見る百貨店とまちづくり ～岡山市のケース～

令和3年5月17日  
岡山市

# 岡山市の商業の変遷について～2つの商業地区～

- 表町地区は、16世紀末より岡山城の城下町として整備されて以来、商業地として発展
- 1972年山陽新幹線岡山駅が開業したことに伴い、岡山駅周辺が「工業地帯」から「商業のまち」に変化

岡山市の中心市街地イメージ図



# 岡山市の中心部の商店街と天満屋について

●天満屋は文政12年（1829年）に備前国西大寺で誕生し、大正元年に表町（中之町）へ進出  
⇒その後、現在の所在地である表町（下之町）に移転





# 表町商店街



## 【成り立ち】

・戦国時代末期に宇喜多秀家が岡山城とその城下町を整備した際に、備前国内から商人・職人を集め、山陽道沿いに住まわせた。

この時形成された商人町が表町商店街の起源となっている。

・「表町」は明治時代、八カ町（当時は千日前ではなく橋本町（現京橋町）が連合して、一齊にくじ付き大売出しをして誓文払いを開始。以来、表八カ町と呼ばれ、次第に表町という町名になった。戦後は橋本町がなくなり、千日前が加わった。

・表町商店街は8つの商店街から成り立っている

# 天満屋とまちづくりについて①～バスステーションの開設～

- 1949年に**全国初のデパート接続型バスステーション**を開設  
⇒市民の足となるバスが集結することで人の流れが生まれ、賑わいが創出
- 1968年に現在地に新たに建設し、地階や2階は商業施設  
⇒バスステーションから出る場合は地階や2階の商業施設を必ず通る構造  
⇒**市内の交通の拠点として、表町商店街の拠点として大きな存在に**



岡山店 再開発工事着工前の岡山店

全国初のデパート接続型バスステーション（当時）



天満屋岡山店と天満バスステーション（現在）

# 天満屋とまちづくりについて②～天満屋グループの活動～

- 「天満屋ハピータウン」や「天満屋ハピーズ」等を運営する(株)天満屋ストア等  
**天満屋グループ企業で連携した取り組みを実施**  
⇒商品券の相互利用、ポイント（HAPPY CARD）の相互利用等
- 天満屋ハピータウン内に百貨店のサテライトショップを設置  
⇒近隣の店舗で**百貨店の商品を購入することが可能**
- 2015年からは「移動スーパーとくし丸」事業を展開
  - ・とくし丸稼働台数42台（内岡山市内を訪問している台数：12台）※2021年4月1日時点
  - ・一人暮らしや運転免許証の返納等により山間部だけでなく中心市街地での利用も多い



**地域に根差した様々な取り組みにより、地域を活性化**



高梁サテライトショップ



とくし丸車両



とくし丸買い物風景 5



# 天満屋と商店街の関わり

- **天満屋と表町商店街のコラボレーション企画「カード会員様特別招待会」の開催**

⇒ 天満屋カードの掲示により商店街の対象店舗で割引サービスを実施

- **「得する街のゼミナール i n 表町（まちゼミ表町）」の開催**

⇒ 商店街の各商店ともに天満屋岡山店内の店舗も参加し、生活に役立つ知識やコツを無料で伝える少人数制のゼミを年2回開催

- **2015年に全国で初めて商店街の免税手続き一括カウンターを天満屋内に設置**

⇒ 各商店毎の免税手続きを百貨店が一括で行うことで、地域の活性化及び魅力を創出



**天満屋と表町商店街が一体化してエリアを形成**

# イオンモール岡山の進出

- 郊外型であったイオンモールが初めて都市型として、2014年12月に岡山駅近隣に開業

・イオンモール岡山 地下入口の歩行者通行量（休日）が約57倍

H26(2014) 約500人 H30 (2018) 約28,700人 (岡山市商店街等歩行者通行量調査より)

- 出石学区（イオンモール岡山の所在地の学区）の年間商品販売が54.4%増加

(百万円)

	平成25年※	平成27年	H27-H25	増加率
岡山市全域	804,979	884,201	79,222	9.8%
出石学区	47,746	73,696	25,950	54.4%

出典：岡山市HP 岡山市の商業（卸売業・小売業）



## 駅前地区に新たな賑わいが創出・大きなインパクトを与える



イオンモール岡山（外観）



イオンモール岡山1F 未来スクエア  
(イベントスペース)



岡山サタデーナイトカーニバル



# 岡山市の中心市街地が抱える課題

- 岡山市には**性格の異なる2つの核（商業地区）**が存在
  - ⇒ 歴史・文化のまちの「表町地区」と新幹線開業により発展してきた「駅前地区」
- **郊外に大型ショッピングセンター等が進出**
  - ⇒ 中心市街地の年間消費販売額や市全体に占める割合は減少傾向
- **中心市街地の賑わい低下**
  - ⇒ 商店街では空き店舗等が増加し、歩行者通行量は長期的に減少し続けている



## 2つの核を結ぶ回遊性の向上・魅力向上が喫緊の課題

- 中心市街地は市の顔であり、**中心市街地の魅力の低下は市の魅力低下である**
- **官民・財界が課題を意識し、中心市街地の活性化に向けて動き始める**

# 中心市街地の活性化～ 2つの商業地区～

- 2つの商業地区のターゲット（客層）

<b>表町・天満屋</b>	<b>駅前周辺・イオンモール岡山</b>
<b>中高年</b>	<b>若者・ファミリー</b>

- 2つの商業地区が連携し、それぞれの魅力を発信する、商業イベントを開催

⇒連携した取り組みにより、回遊性の向上に繋げ、中心市街地が活性化を図る

岡山市商店会連合会主催：ゴールデンフェスタ岡山（5月頃）・備前岡山ええじゃないか 大誓文払い（11月頃）

※岡山市商店会連合会とは

岡山市内11商店街と11大型商業施設（天満屋岡山店、イオンモール岡山等）が加盟する団体

※上記イベントに対して岡山市は「共催」のうえ負担金を拠出し、商業の活性化を支援



## 2つの商業地区のすみ分け、特色がさらに進む



ゴールデンフェスタ岡山2019  
(天満屋岡山店前でのワゴンセール)



ゴールデンフェスタ岡山2019  
(表町・上之町時計台前でのオープニングイベント)



ゴールデンフェスタ岡山2019  
(イオンモール岡山でのダンスイベント)

# 中心市街地の活性化～市民・民間と行政の役割～

- 百貨店は商店街も含めて「まちの装置の一つ」であり、**一体となった取り組みが欠かせない**
- それぞれの地区の特色を活かした**「魅力づくり」と「回遊性の向上」が不可欠**

## 市民・民間

- 天満屋館内で**文化芸術イベント**を定期的に開催
- 開催事例：「岡山芸術交流」の関連企画展、村松学 吹きガラス特集等
- 「備前岡山だんじり祭り」の開催
- 地域商社「(株)せとのわ」の設立
- ⇒地域商社が地域ブランドの商品化を図り、**天満屋で販売**

まちの担い手として、「岡山の魅力発信」としての役割を期待



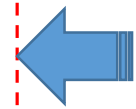
天満屋岡山店での岡山芸術交流における企画展



備前岡山だんじり祭り

## 行政

- 「県庁通り」を一車線化（歩行空間の拡大）
  - 岡山芸術創造劇場の新設
  - イベント等に対して負担金・補助金を交付
- 行政は市民・民間の創意工夫の活動を後押し**



岡山芸術創造劇場パース図（外観）



県庁通り（天満屋方向）



岡山芸術創造劇場パース図（賑わいスペース）



県庁通り（イオンモール岡山方面）



「不易流行」