

表町商店街 データサイエンスラボ 活動報告

岡山理科大学経営学部経営学科

岡崎友喜・白石悠樹・中田結斗・森田幸輝・山田雄生・

松尾照英・田口想真・高橋杏芥・山崎崇成（塚常ゼミ）

2026/2/14 令和6年度岡山市「学生イノベーションチャレンジ推進プロジェクト」活動報告会

本活動の目的と取り組み

- 岡山理科大学の授業「イノベーション・ラボ」の一環として、表町商店街で活動。令和7年度で7年目となる（「データサイエンスラボ」としては2年目）

目的：調査とデータ分析を駆使し、表町商店街に貢献する

- 今年度は大型イベントへの来場者を対象とする調査を行い、その知見を商店街の企画・運営に活かしていただく

①行動観察班：外側（来場者の**行動**）を調査

②質問紙調査班：内側（来場者の**意識**）を調査

対象イベント

- 表町商店街では年間を通して大小さまざまなイベントが開催されている。そのうち、2025年度は秋季の代表的なイベント2件で調査を実施した

①おかやま桃アニメ祭（10/25）：アニメ・コスプレをテーマとした新しいイベント

⇒若年層の参加が予想される

②大誓文払い（11/1~11/3）：岡山市内各地の商店街やショッピングセンターで開催される大型商業イベント

⇒中高年層の参加が予想される

(1)行動観察班

行動観察から見えた
利用者の変化

岡崎・白石・中田・森田・山田

背景と目的

背景と目的

- 表町の現状：商店街の利用者は年々減少してきている（岡山市『商店街等調査報告書』より）

⇒商店街活性化のためにには、利用者の情報が必要

- 商店街を含む表町エリアの活性化の足掛かりとするため、イベント来場者の数を調査し、行動観察を行う

仮説

- おかやま桃アニメ祭り（以下「桃アニ」）は、若者向けのイベントであり、高齢者にはあまりアニメ文化が浸透していないことが影響すると予想される

⇒通常日と比較して、桃アニメ祭りの日に高齢者※の割合は低下しているのではないか

※65歳以上を高齢者と定義する

- 桃アニ、大誓文払い（以下「大誓文」）とともに、イベント時には複数人で来場する人が大幅に増加するのではないか

調査

調査概要

- 実施日 (1)桃アニ : 10月25日
(2)大誓文 : 11月2日
(3)通常の平日（比較対象） : 12月22日
- 場所 : ①北時計台／南広場 ②天満屋横／廣珍軒横
- 時間 : ①(午前)11時00分～30分 ②(午前)11時40分～12時10分
①(午後)13時00分～13時30分 ②(午後)13時40分～14時10分



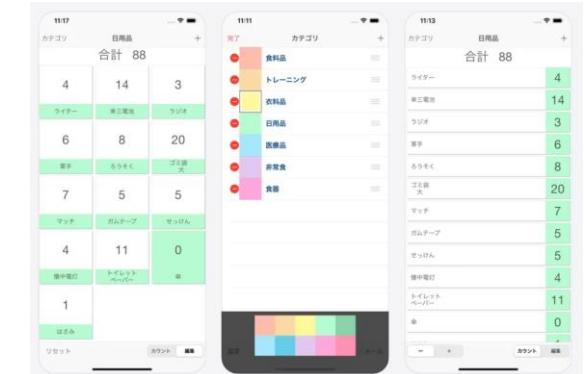
調査概要

- 方法：スマホアプリ「複数カウンター」を使用。1チーム4人で、特定の場所・時間・調査項目ごとに分担してカウントした
- カウント内容

人数：1人/2人/3人/4人以上

グループの構成：異性混在/子供連れ/会話あり

特殊な行動：写真を撮っている/飲食している/
袋を持っている/ベンチに座っている



<https://apps.apple.com/jp/app/%E8%A4%87%E6%95%B0%E3%82%AB%E3%82%A6%E3%83%B3%E3%82%BF%E3%83%BC/id994797520#productRatings>

調査地点



引用: まちゼミ表町 | 表町商店街 <https://omotecho.or.jp/machizemi/>

(調査地点は発表者らの加筆)

分析

分析 1

- 行動観察調査のデータと比較するため、岡山市が設置するAIカメラの24時間通行量データから、桃アニ（10/25）、大誓文（11/2）、10~11月平均、10~11月土日平均の比較を行った

→大誓文は当該月の平均と比べ8000人増加。桃アニは
1万人以上増加

24時間 通行量	属性									
	性別		年齢							
	男性	女性	0-9	10-19	20-39	40-64	65-			
桃アニイベントの中で最も多い日	2025年10月25日	土	19,619	10,772	8,847	59	1,369	3,738	6,310	8,143
大誓文イベントの中で最も多い日	2025年11月2日	日	17,493	8,917	8,576	77	1,394	2,870	5,193	7,959
10月平均	10月平均		9,110	4,710	4,400	25	477	1,336	2,651	4,622
11月平均	11月平均		8,906	4,671	4,234	46	656	1,558	2,689	3,956
10~11月の土日祝平均	10~11月土日祝平均		12178	6293	5885	64	857	2051	3691	5515

分析 1

- 大誓文は当該月の平均と比べ 800 人増加。
桃アニは 1 万人以上増加

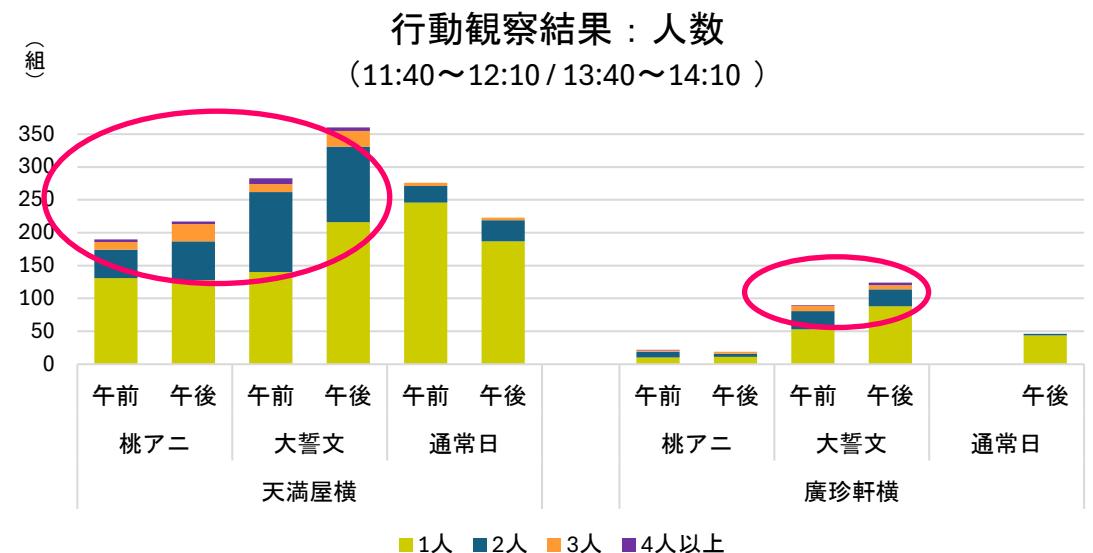
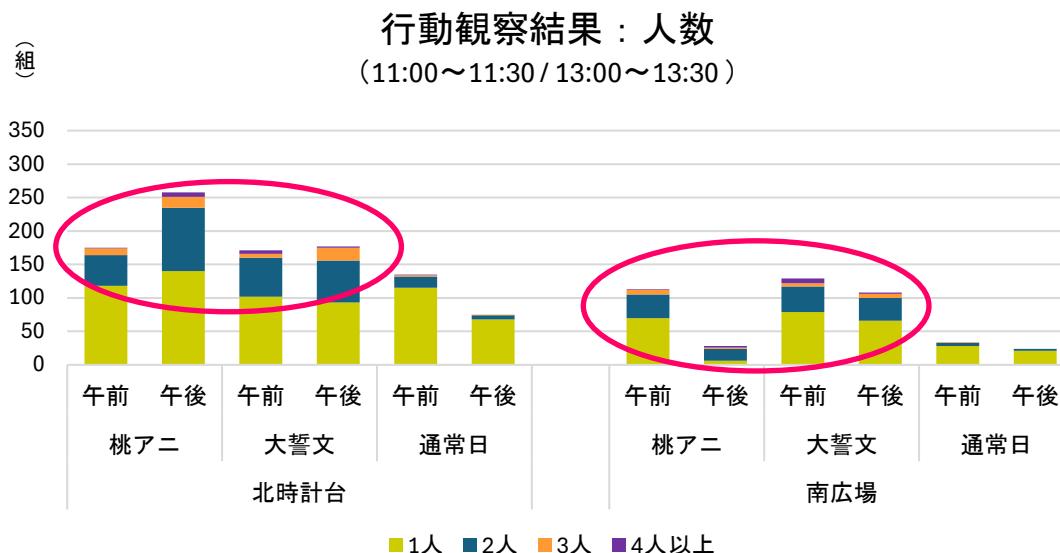
⇒ 予想と異なり、桃アニの40代以上の通行量も
増加している。アニメイベントは中高年層にも
一定の集客力を持つことが分かった

分析 2－1

- 行動観察の結果（人数）：通常日は1人での来場者が多かった。通常日との比較では、桃アニ・大誓文ではともに複数人での来場者が著しく増えている

⇒複数人で訪れた人は桃アニでは約3.8倍、大誓文払いでは約4.8倍

- イベント日では、北側（北時計台、天満屋横）の午後に訪れた人が多かった

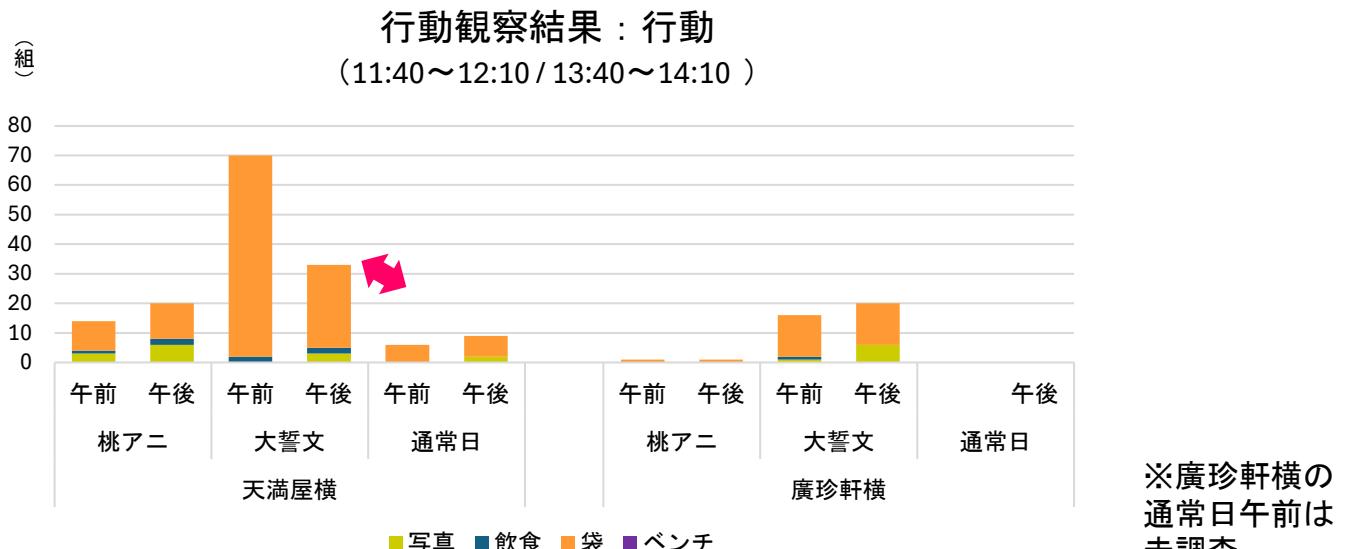
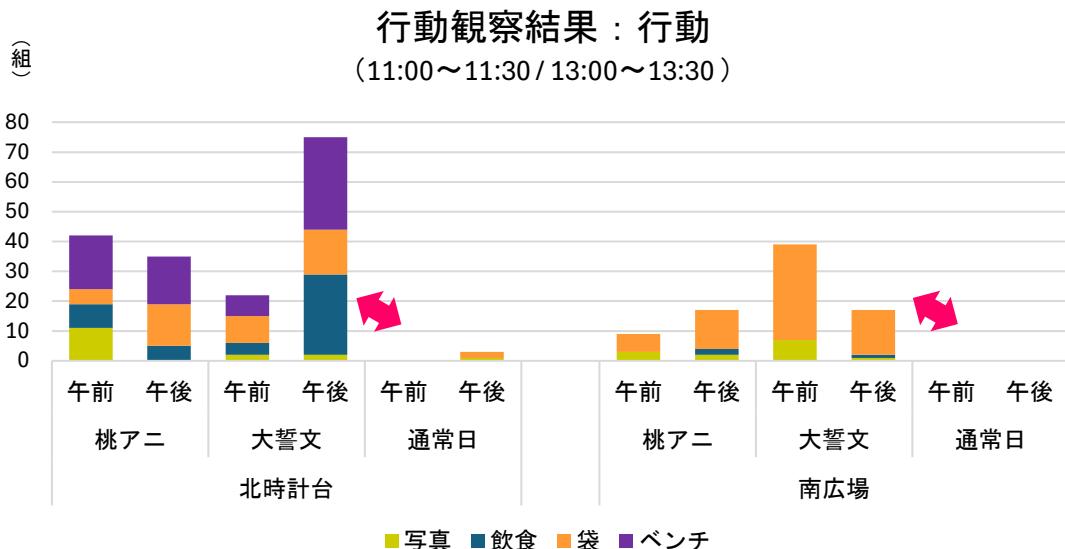


※廣珍軒横の
通常日午前は
未調査

分析2－2

■ 行動観察の結果（特殊な行動）：通常日では一人での通行人が多く（前スライド）、停留して別の行動をしている人自体がほとんどいなかった（本スライド）。桃アニ・大誓文では、親子や友人同士で飲食、撮影、ベンチの利用、買い物をしている客が多く見受けられた

⇒桃アニ、大誓文では普段利用していない客層が多く参加していた



※廣珍軒横の
通常日午前は
未調査

結論

結論

- AIカメラデータの二次分析の結果から、来場が予想されるターゲットの年齢層以外でも、**イベントの雰囲気を味わえる企画を実施することで、より幅広い年齢層の来街を促進できる可能性がある**
- 行動観察の結果から、子供、友人同士での来場者の割合が多くかったため、**親子で参加できるイベントや、体験型イベントを開催することで、若年層の来街者が増える可能性がある**

(1)質問紙調査班

来場者満足度調査と分析から

見た表町商店街

松尾・田口・高橋・山崎

背景と目的

背景と目的

- 表町の現状：商店街の利用者は年々減少してきている
(岡山市『商店街等調査報告書』より)

⇒商店街活性化のためには、利用者の情報が必要

- イベントの来場者を対象に、商店街の課題や改善点、顧客ニーズを把握するため、アンケートを実施する
- どのような目的や関心で来ているのか？
日常的な商店街利用もあるのか？イベント限定の関心なのか？

調查

調査概要

- 実施日 (1)桃アニ：10月25日
(2)大誓文：11月2日
- 場所：北時計台／天満屋横（2つのチームに分かれて実施）
- 時間：14時15分～15時00分の45分間
(行動観察調査の実施後)
- 方法：街頭での依頼。紙版（印刷した質問紙）と電子版（QRコード・Google Forms）2通りの方法で実施



調査概要

- アンケートの回答数
- 桃アニ（10月25日）：計37件（紙13件、Google Forms 24件）
- 大誓文（11月2日）：計56件（紙50件、Google Forms 6件）

⇒桃アニでは電子版の方が多く集まった一方で、
大誓文では紙の回答数が大部分を占めている

- 年齢層や性別によって回答しやすいものが変化する？

主要質問項目

- 個人属性：性別、年齢、居住地域、交通手段
- 表町商店街の普段の利用目的
- イベント（桃アニ／大誓文）のボリュームについての評価
- 同イベント（桃アニ／大誓文）の再訪意向
- 通常日の商店街への再訪意向
- 表町商店街について思っていること

※紙版と電子版で一部の項目の選択肢を変えている。また紙版は紙幅の都合上、項目数を減らしている

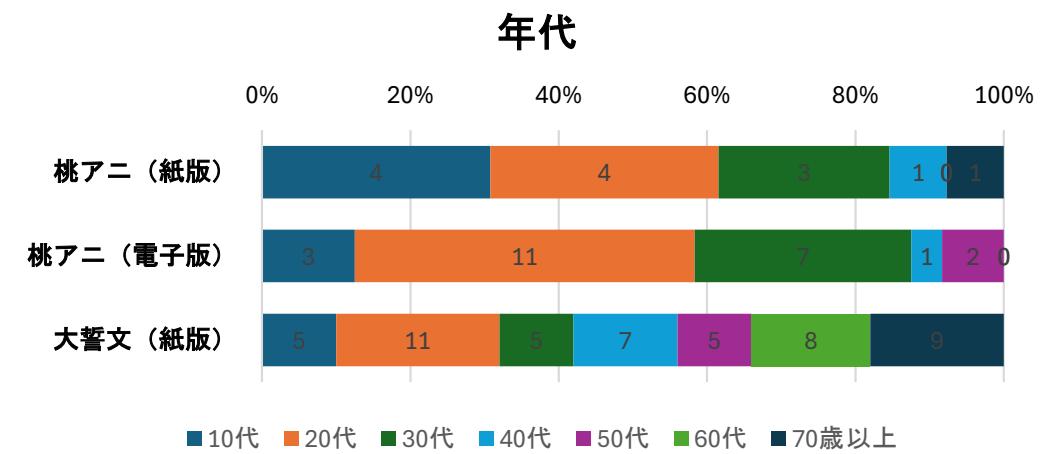
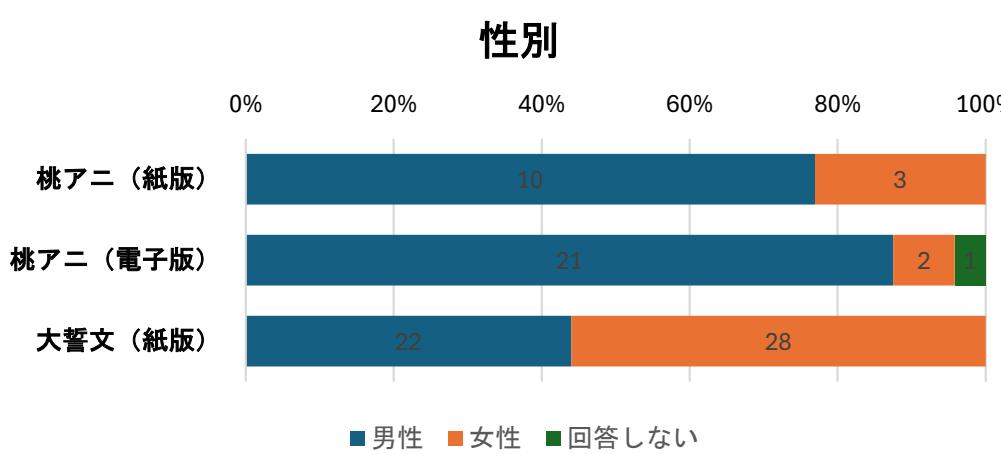
分析

基本属性（性別、年齢）

- グラフによって回答傾向の違いを比較する

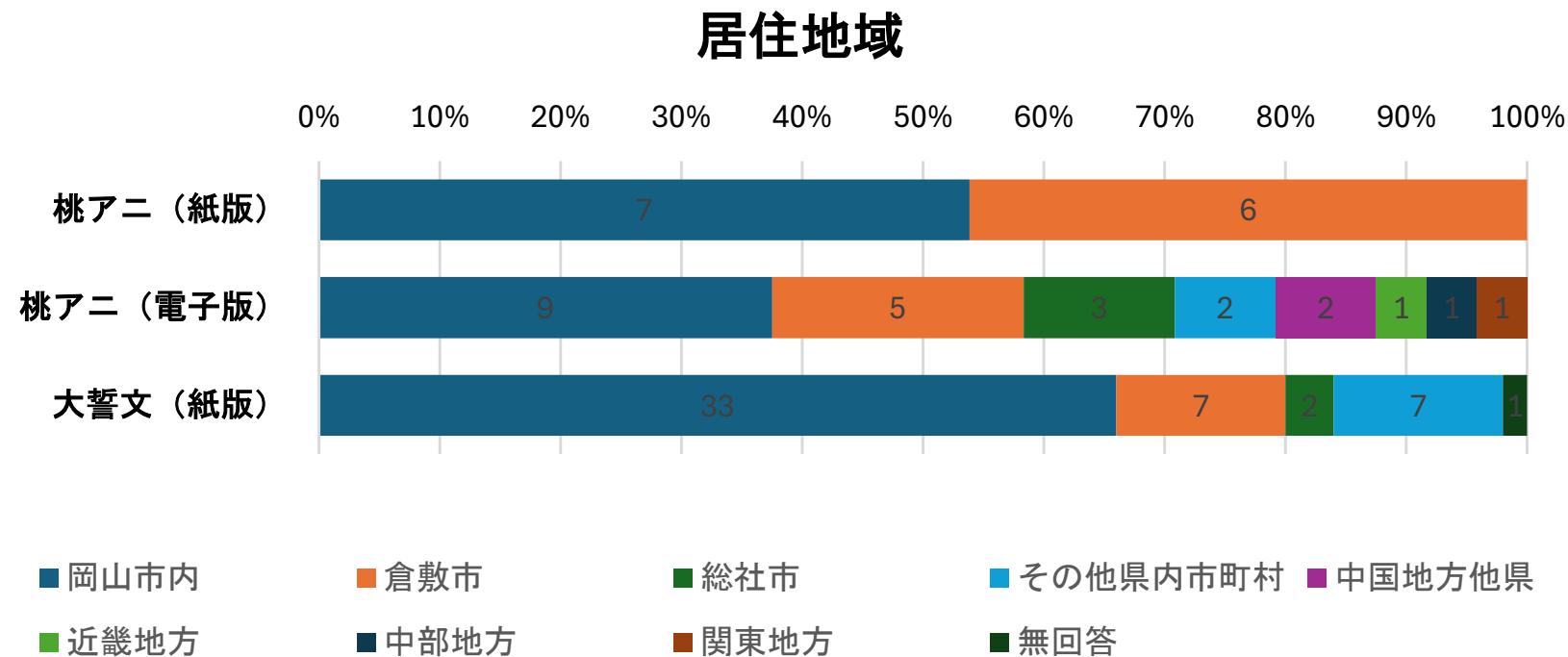
※大誓文の電子版の回答は6名と少数のため、本報告では省略

- 性別：桃アニは男性が多く、大誓文では男女比が半々に近い
- 年齢：桃アニは10~30代が多く、大誓文ではより均等な割合



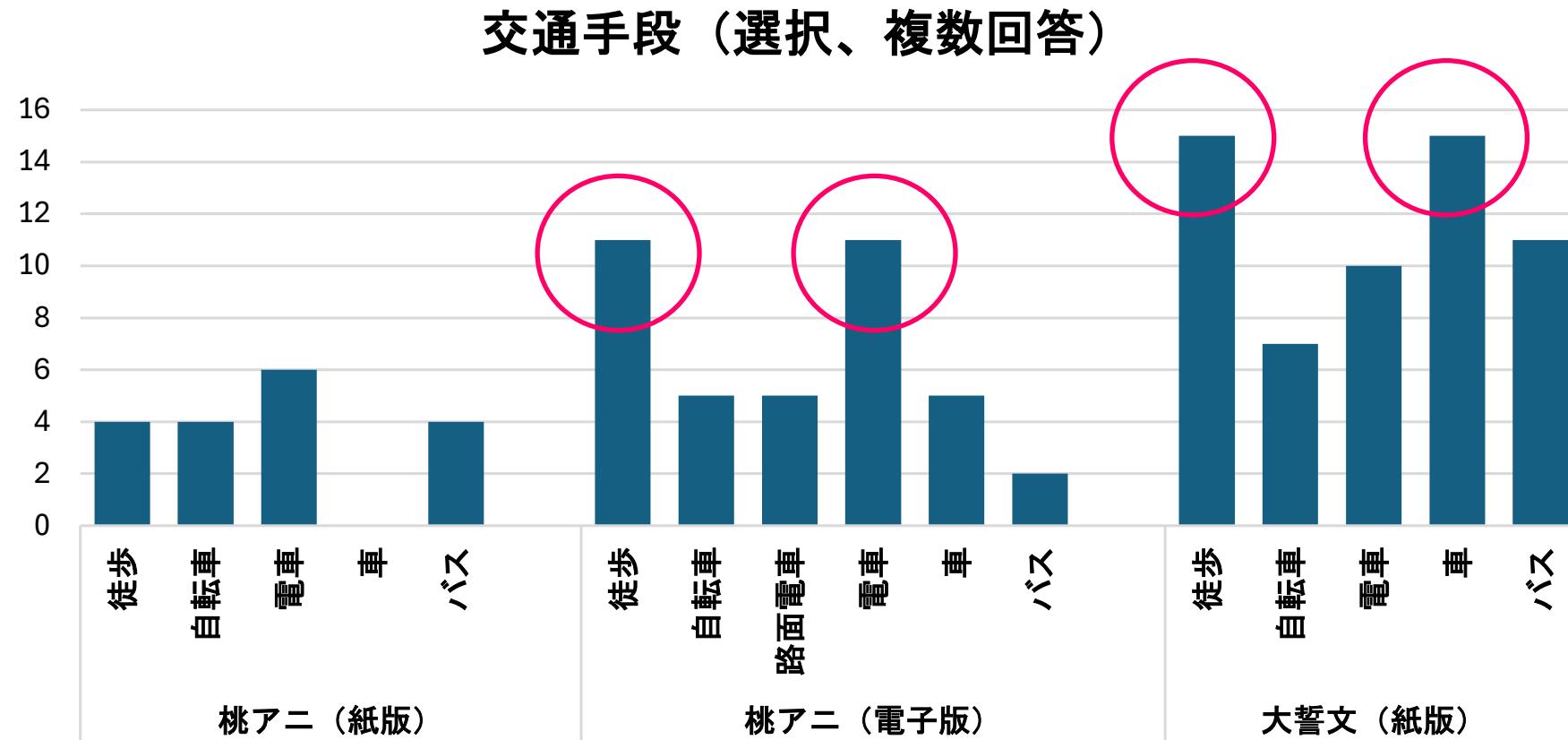
基本属性（居住地域）

- 居住地域：岡山市内が多数派だが、桃アニではより遠方の地域からの参加者も見られる



基本属性（交通手段）

- 交通手段：桃アニは公共交通（電車＋徒步）が中心だが、大誓文では自家用車の利用者も多い

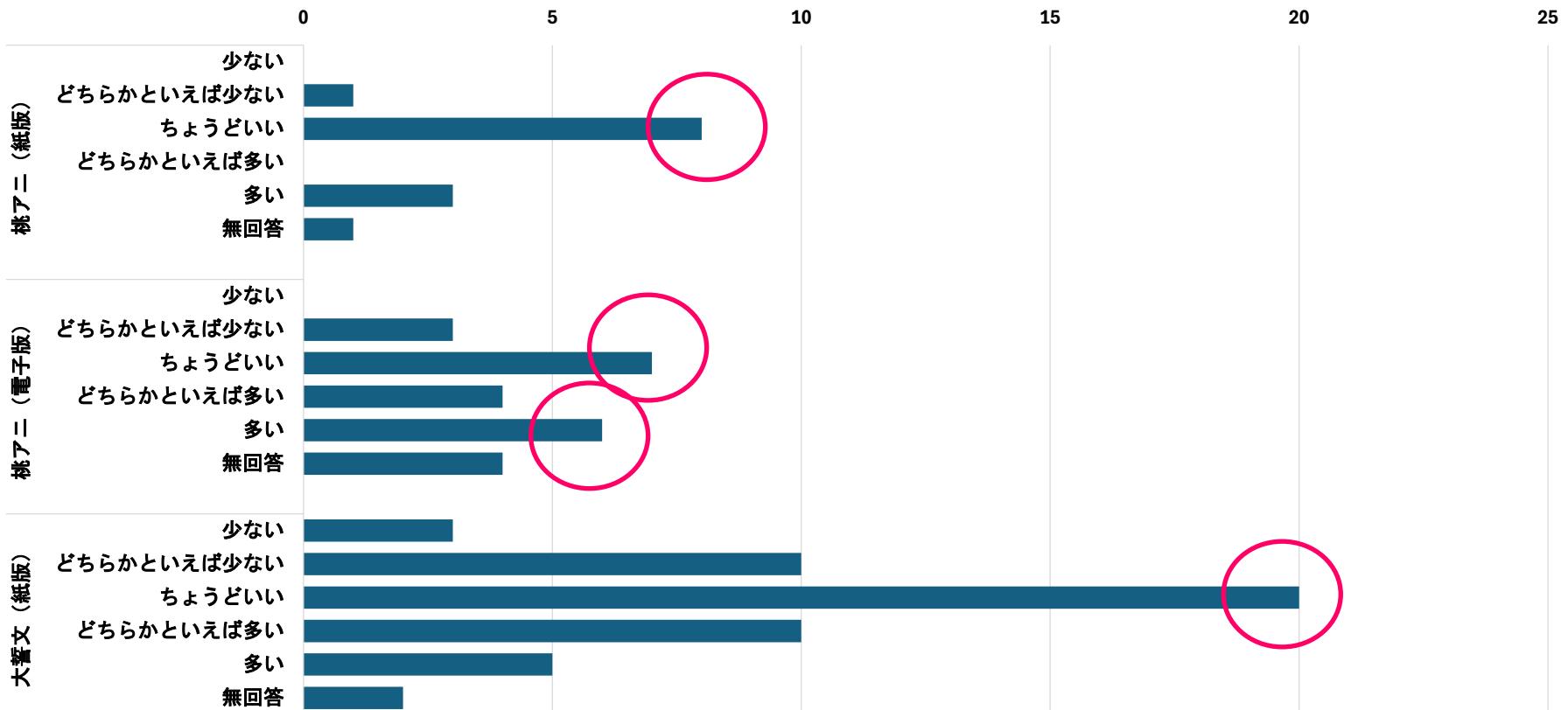


※「路面電車」の選択肢は電子版のみのため、紙版の路面電車利用者は「電車」に含まれている可能性あり

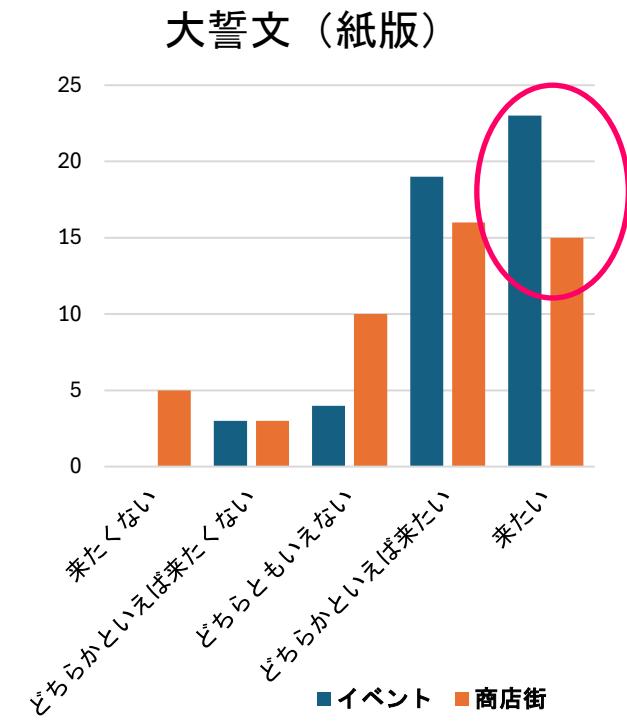
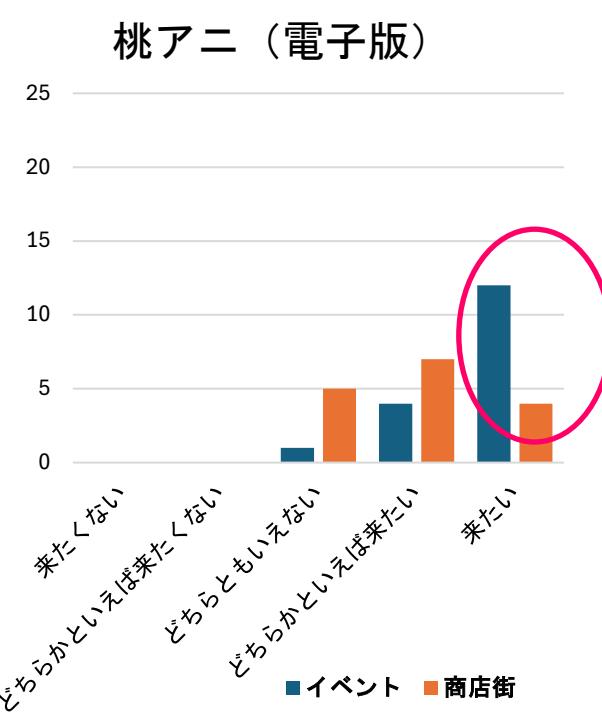
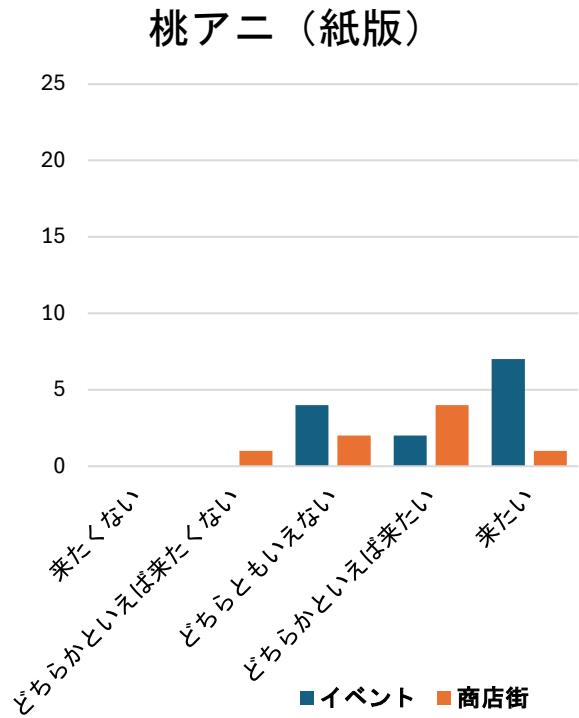
ボリュームの評価

- イベントの内容のボリュームに対する評価：「ちょうどいい」が多数派だが、桃アニで「多い」の傾向も見られる

ボリューム（5段階）



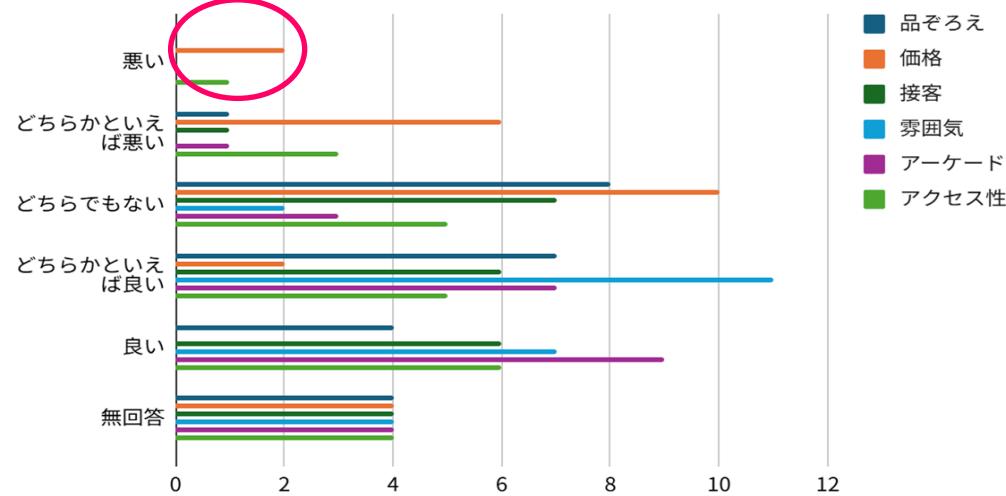
再訪意向



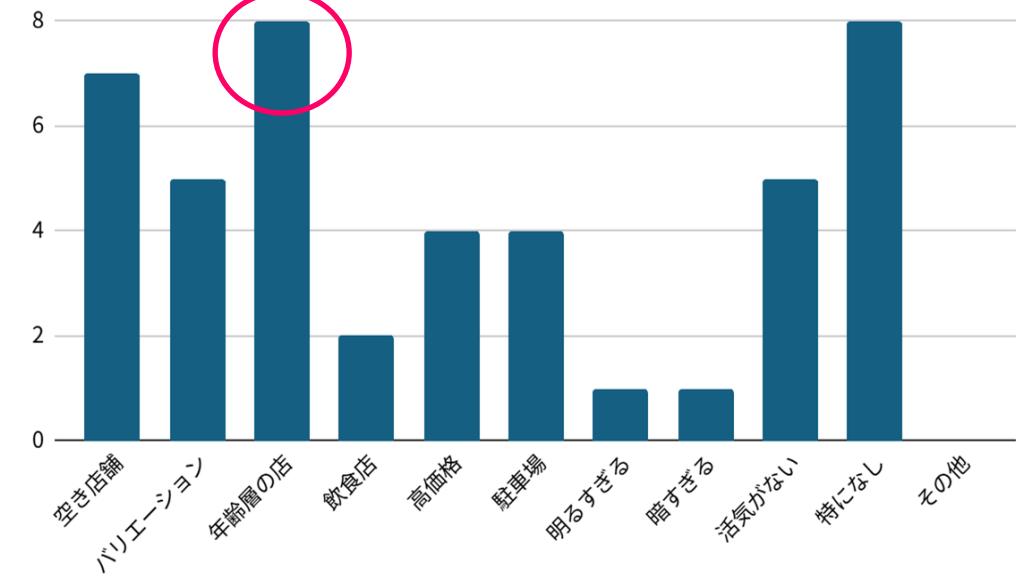
- 再訪意向：イベント自体と商店街について「来たい」～「來たくない」の5段階
⇒桃アニと大誓文は、来場者に「また来たい」と思ってもらえる魅力を持ったイベントだと分かるが、別日程の商店街への再訪意向は低い傾向

商店街への評価と問題点

桃アニ（紙版）商店街への評価（5段階）



桃アニ（紙版）商店街の問題点（選択、複数回答）



- 商店街の各要素の評価（桃アニ、紙版のみ）：「接客」「アーケード」「商店街全体の雰囲気」は評価が高いが、「価格」「アクセス性」の評価が少し低い
- 商店街の問題点（桃アニ、紙版のみ）：「年齢相応の店がない」が最も多い。「空き店舗」「バリエーション」「活気のなさ」も挙げられている

結論

結論

- 調査の結果、イベントによって参加する年齢層や交通手段に違いがあることが分かった。**来場者の特徴の差異を想定し、年齢層や交通手段に配慮した企画を行うことが重要だと考えられる**
- イベント開催時には高い集客効果と再訪意向が確認できた。しかし、イベント非開催時における再訪意向は、相対的に低い傾向。**商店街の日常的な魅力作りが今後の課題だと考えられる**
- 調査自体の課題：回答数の少なさと代表性。**人員・調査時間の拡大と、年齢層に合わせた調査方法の使い分けの工夫が必要**

ご清聴ありがとうございました。