

平成 27 年度 商店街実態調査
報告書

平成28年3月

横浜市 経済局

目次

第1章 調査の概要

- 1. 調査の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2. 調査の実施概要・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

第2章 調査結果

- 1. 各設問の集計結果と分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (1) 商店街の形態・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
 - (2) 商店街の構成業種と不足業種・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 13
 - (3) 商店街活動について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 21
 - (4) 65歳以上の経営者・空き店舗について・・・・・・・・・・・・・・ 38
 - (5) 街路灯の維持管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 51
 - (6) 外国人来街者への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 58
 - (7) 景況感・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 62
- 2. 各設問の「その他」欄のまとめ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 65

第3章 まとめ

- 1. 商店街の形態・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
- 2. 商店街の構成業種と不足業種・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
- 3. 商店街活動について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
- 4. 商店街における悩み・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 69
- 5. 65歳以上の経営者、空き店舗の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70
- 6. 街路灯の維持管理・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70
- 7. 外国人来街者への対応・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70
- 8. 景況感・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 70

参考資料

- 資料1 調査票・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 71
- 資料2 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 76

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

少子高齢社会が進展し、地域におけるコミュニティの重要性が増している現在において、身近な買い物の場である商店街は、地域住民の交流の場を提供する「地域コミュニティの担い手」としても期待されている。本調査は、市内の商店街団体の組織や活動の状況、空き店舗の状況や抱えている課題等を定期的に把握し、今後の商店街振興施策の基礎資料とするものである。

2. 調査の実施概要

(1) **調査対象** (一社)横浜市商店街総連合会加盟の272商店街及び非加盟の28商店街

(2) **調査方法** 郵送(配布・回収)によるアンケート方式

(3) **調査期間** 平成27年10月～12月

(4) **調査票配布数・回収数**

調査票配布数	有効回収数	有効回収率
300	266	88.7%

(5) **調査票の見方**

- ① 図表表中のnは該当設問での回答者数を表す。
- ② 百分比はnを100%として算出し、少数第2位を四捨五入して少数第1位まで示している。このため、百分比の合計が100%に満たない場合や、上回る場合がある。
- ③ 本調査の分析に際し、平成24年度に実施した「商店街実態調査」と比較が可能なものに関し、経年比較を行っている。本文中『平成24年度調査』と表記のあるものについては、この調査を示している。

第2章 調査結果

1. 各設問の集計結果と分析

(1) 商店街の形態

商店街が立地する区 ※今回アンケートに回答した商店街を示した。

【全体】

回答のあった商店街を立地する区別にみると、最も多いのは「中区」(31商店街)であった。次いで「鶴見区」(27商店街)、「神奈川区」、「港北区」(共に21商店街)の順となった。

	アンケートに 回答した商店街
青葉区	13
旭区	16
泉区	8
磯子区	15
神奈川区	21
金沢区	16
港南区	11
港北区	21
栄区	8
瀬谷区	10
都筑区	7
鶴見区	27
戸塚区	10
中区	31
西区	16
保土ヶ谷区	15
緑区	8
南区	12
不明	1
合計	266

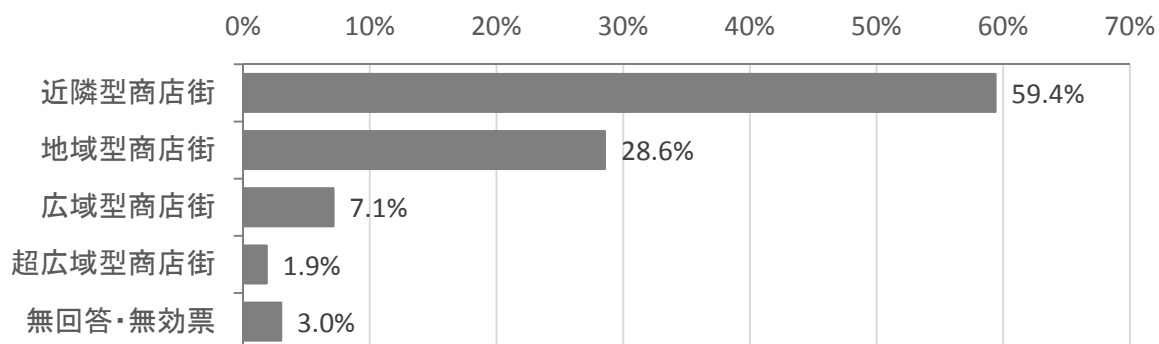
図表1 商店街の立地する区[全体]

問1 貴商店街のタイプは次の4つのうち、いずれに該当しますか。

1. 近隣型商店街 : もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街
2. 地域型商店街 : 鉄道駅に近接し、もっぱら区内の住民が徒歩、自転車、バス等で来街して日常の買い物をする商店街
3. 広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、百貨店、量販店等を含む大型店があり、もっぱら電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街
4. 超広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街

【全体】

「近隣型商店街」が最も多く、59.4%であった。次いで「地域型商店街」(28.6%)、「広域型商店街」(7.1%)、「超広域型商店街」(1.9%)の順となった。



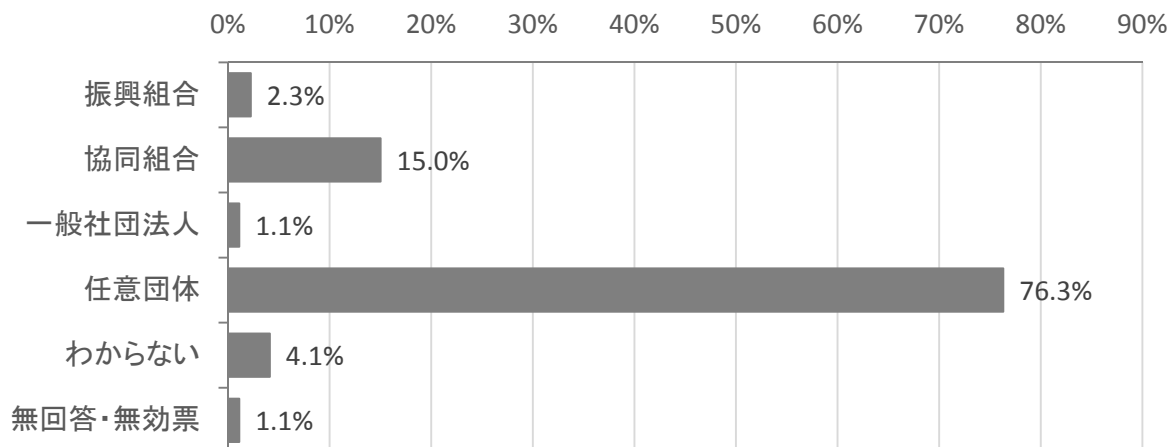
図表2 商店街のタイプ[全体]

n=266

問2 貴商店街の組織形態は次の5つのうち、いずれに該当しますか。

【全体】

「任意団体」が最も多く、76.3%であった。法人化されている商店街では「協同組合」(15.0%)が最も多く、「振興組合」(2.3%)、「一般社団法人」(1.1%)の順となった。



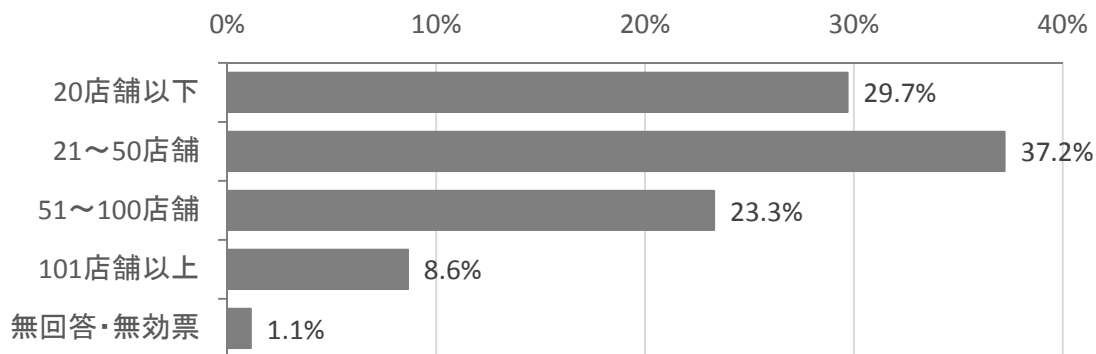
図表3 商店街の組織形態[全体]

n=266

問3 貴商店街の会員数は何名ですか。

【全体】

「21～50店舗」が最も多く、37.2%であった。次いで「20店舗以下」(29.7%)、「51～100店舗」(23.3%)の順となった。

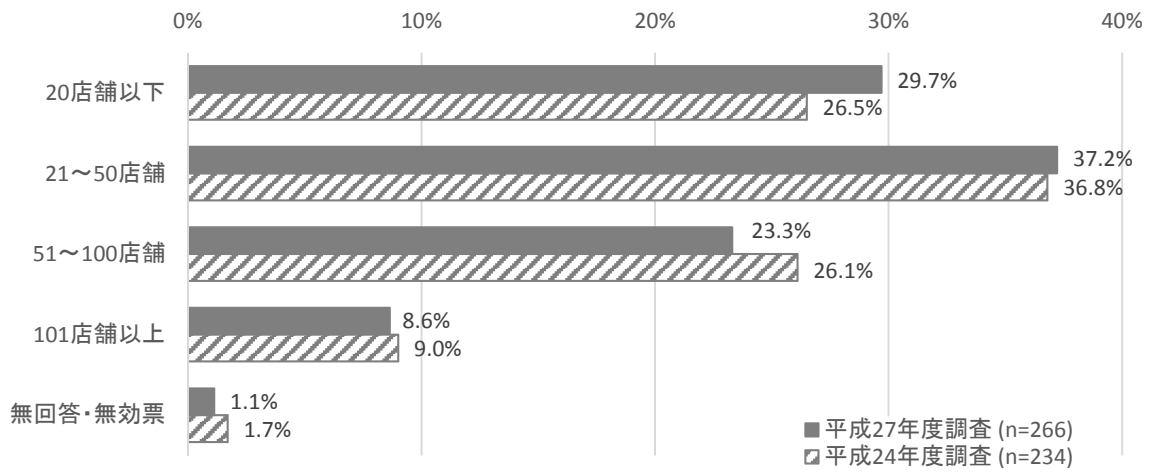


図表4-1 商店街の会員数[全体]

n=266

【経年比較】

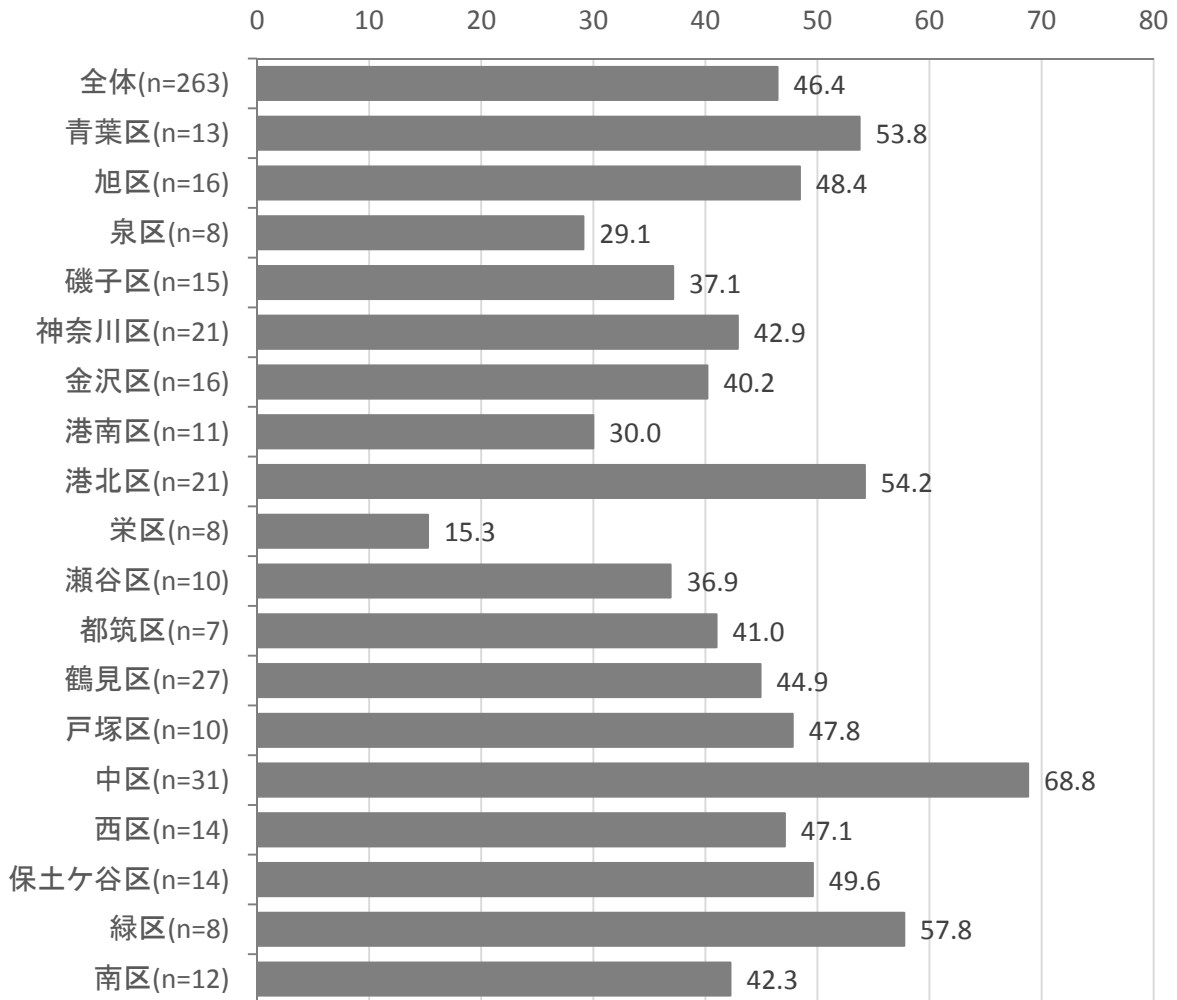
平成24年度調査と比較すると、「51～100店舗」は2.8ポイント減少した。一方、「20店舗以下」は3.2ポイント増加した。



図表4-2 商店街の会員数[経年比較]

【1商店街当たりの会員数 区別】

1商店街当たりの会員数は、全体でみると46.4店舗で、区別にみると「中区」(68.8店舗)が最も多い。次いで「緑区」(57.8店舗)、「港北区」(54.2店舗)の順となった。一方、最も少ないのは「栄区」(15.3店舗)で、2番目に少ない「泉区」(29.1店舗)と比較しても、13.8店舗の差があった。また、最も多い「中区」と比較すると、53.5店舗の差があった。

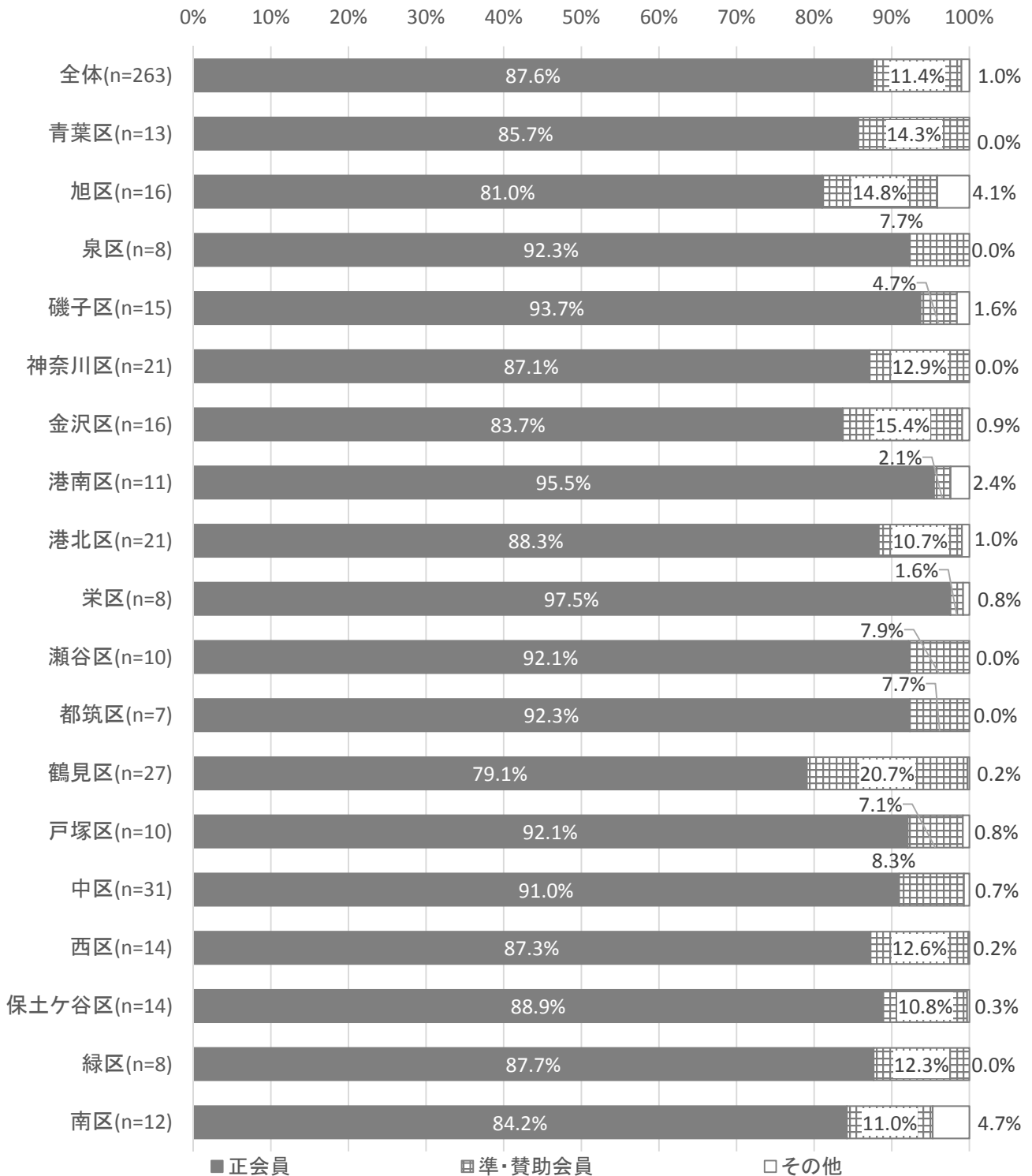


※無回答・無効票は除外して集計した。全体(n=263)には所在区不明1を含む。

図表4-3 商店街の会員数[1商店街当たりの会員数 区別]

【会員比率 区別】

正会員の比率が最も高いのは「栄区」(97.5%)であった。一方、正会員の比率が最も低いのは「鶴見区」(79.1%)であった。



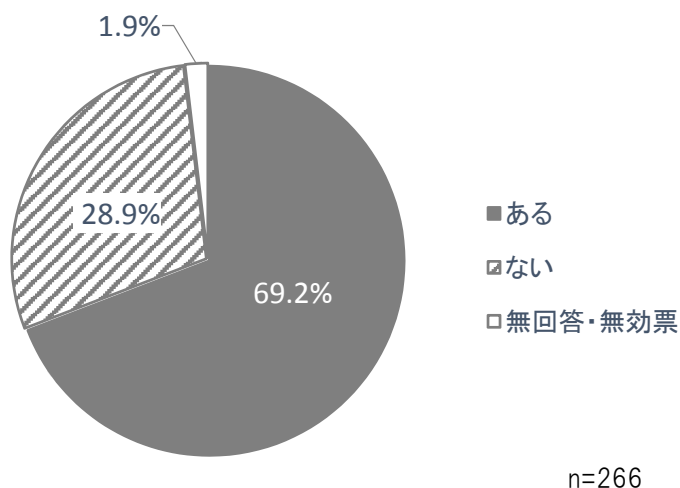
※無回答・無効票は除外して集計した。全体 (n=263) には所在区不明1を含む。

図表 4-4 商店街の会員数[会員比率 区別]

問4 貴商店街に加盟しない店舗はありますか。

【全体】

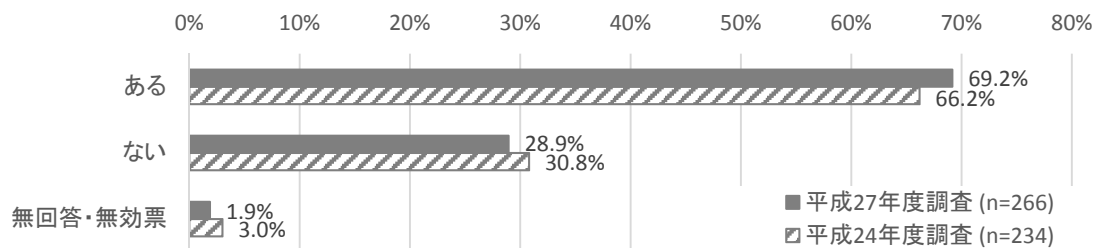
加盟しない店舗は「ある」が69.2%で、「ない」が28.9%であった。



図表5-1 非加盟店舗の有無[全体]

【経年比較】

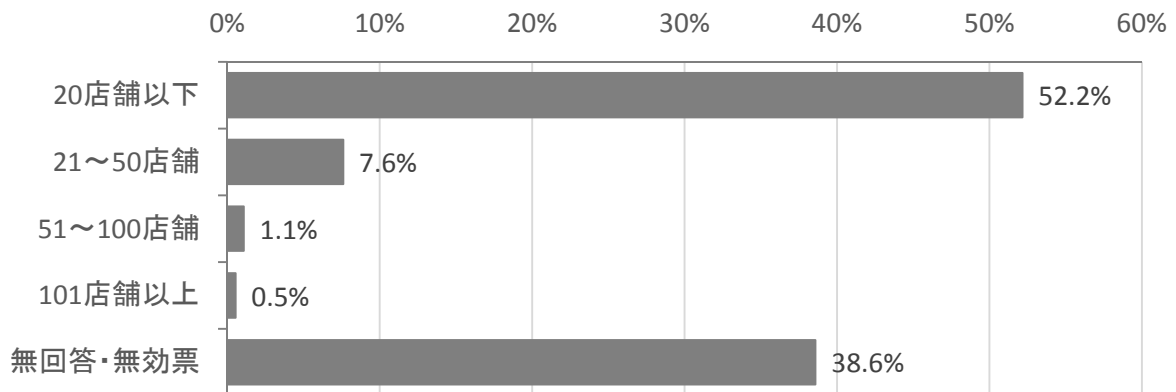
平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。



図表5-2 非加盟店舗の有無[経年比較]

【非加盟店舗数】

商店街に加盟しない店舗数は「20店舗以下」が最も多く、52.2%であった。なお、加盟しない店舗が「ある」と回答したものの、その店舗数が「無回答・無効票」の商店街が4割近くあった。



図表5-3 非加盟店舗の有無[非加盟店舗数]

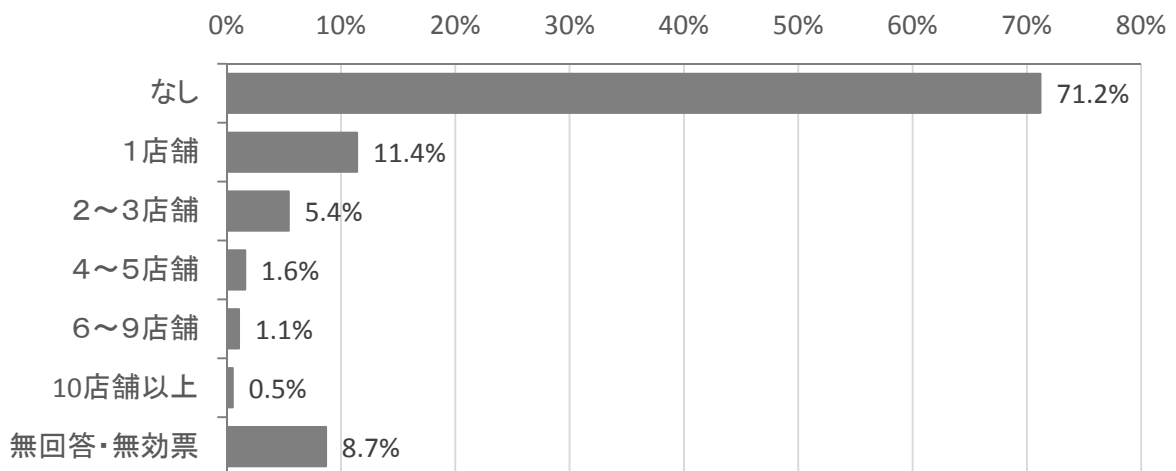
n=184

問4-2 そのうち、大型店やチェーン店は何店舗ありますか。

- 大型店 : 小売業を行うために用いられる床面積の合計が1,000平方メートルを超える大型店
 チェーン店 : 大型店以外のレギュラーチェーン(直営店)、フランチャイズチェーン
 その他 : 大型店、チェーン店以外の個人営業等

【大型店】

商店街に加盟しない店舗のうち、「大型店」の店舗数は「なし」が最も多く、71.2%であった。

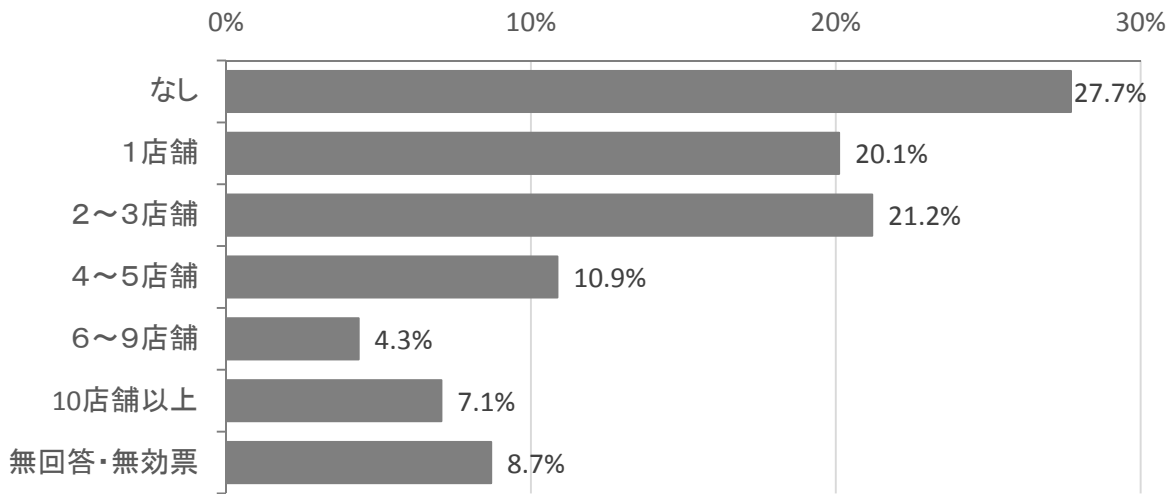


図表6-1 非加盟店舗数[大型店]

n=184

【チェーン店】

商店街に加盟しない店舗のうち、「チェーン店」の店舗数は「なし」が最も多く、33.2%であった。次いで「2～3店舗」(21.2%)、「1店舗」(20.1%)の順となった。

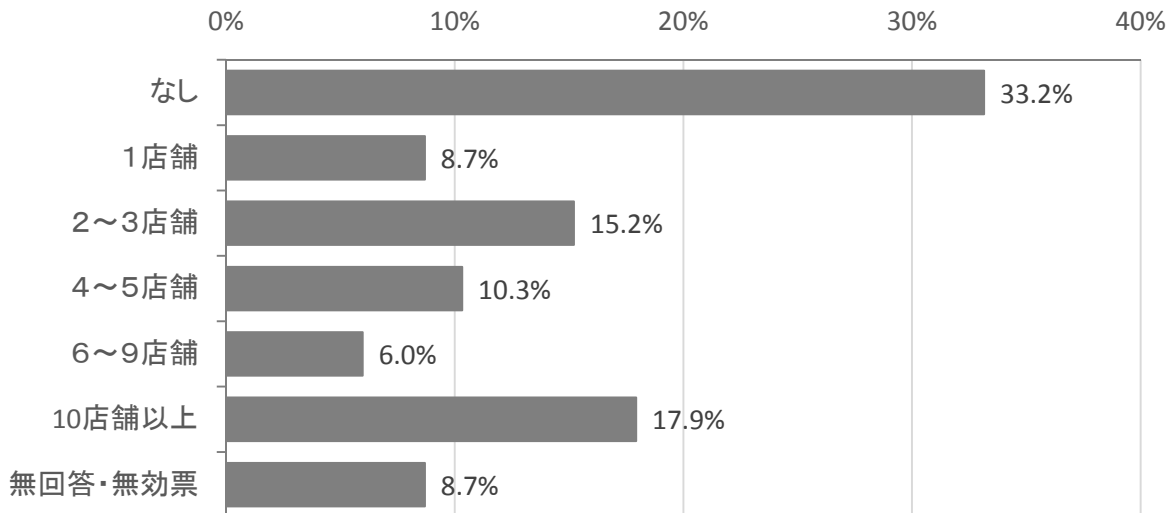


図表6-2 非加盟店舗数[チェーン店]

n=184

【その他】

商店街に加盟しない店舗のうち、「その他」の店舗数は「なし」が最も多く、33.2%であった。次いで「10店舗以上」(17.9%)、「2～3店舗」(15.2%)の順となった。



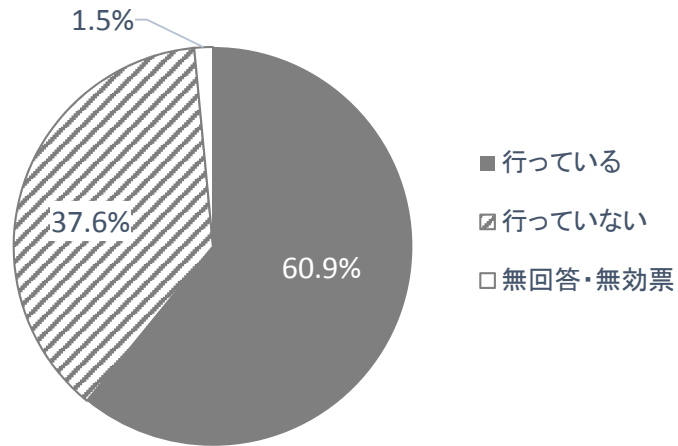
図表6-3 非加盟店舗数[その他]

n=184

問5 貴商店街では加盟店舗の勧誘活動を行っていますか。

【全体】

加盟店の勧誘活動を「行っている」が60.9%で、「行っていない」が37.6%であった。

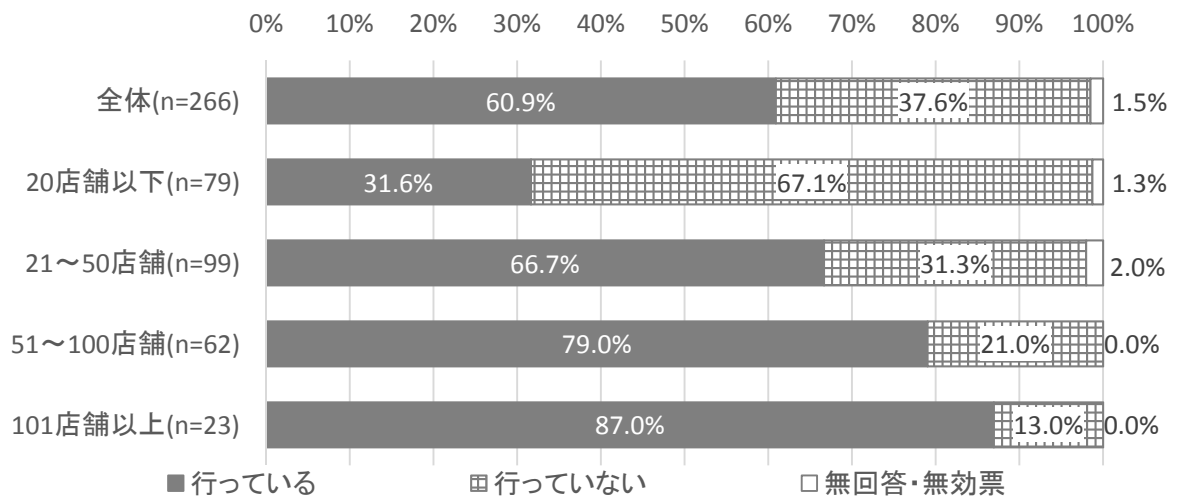


図表7-1 勧誘活動の有無[全体]

n=266

【会員数別】

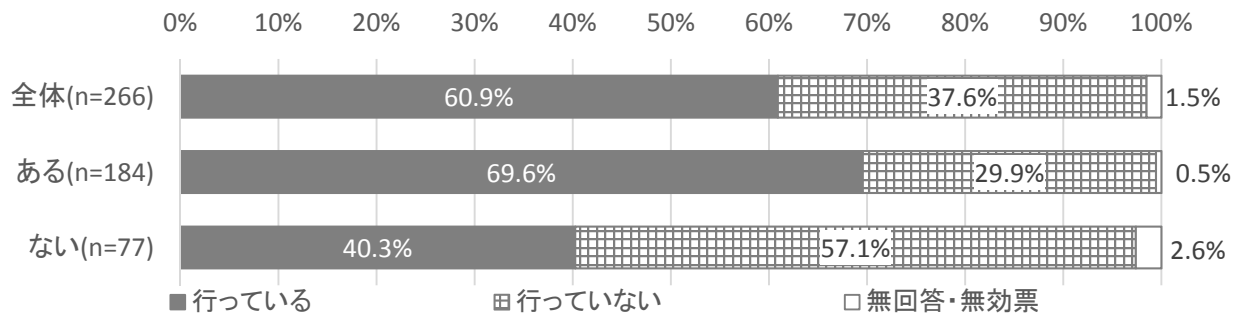
「行っている」が最も多いのは「101店舗以上」で、87.0%であった。一方、最も少ないのは「20店舗以下」で、31.6%であった。会員数が多くなるにつれ、「行っている」の割合が高くなる傾向がみられた。



図表7-2 勧誘活動の有無[会員数別]

【非加盟店舗の有無別】

非加盟店舗が「ある」と回答した商店街は、加盟店舗の勧誘活動を「行っている」が69.6%であった。また、非加盟店舗が「ない」と回答した商店街でも「行っている」が40.3%となった。



図表7-3 勧誘活動の有無[非加盟店舗の有無別]

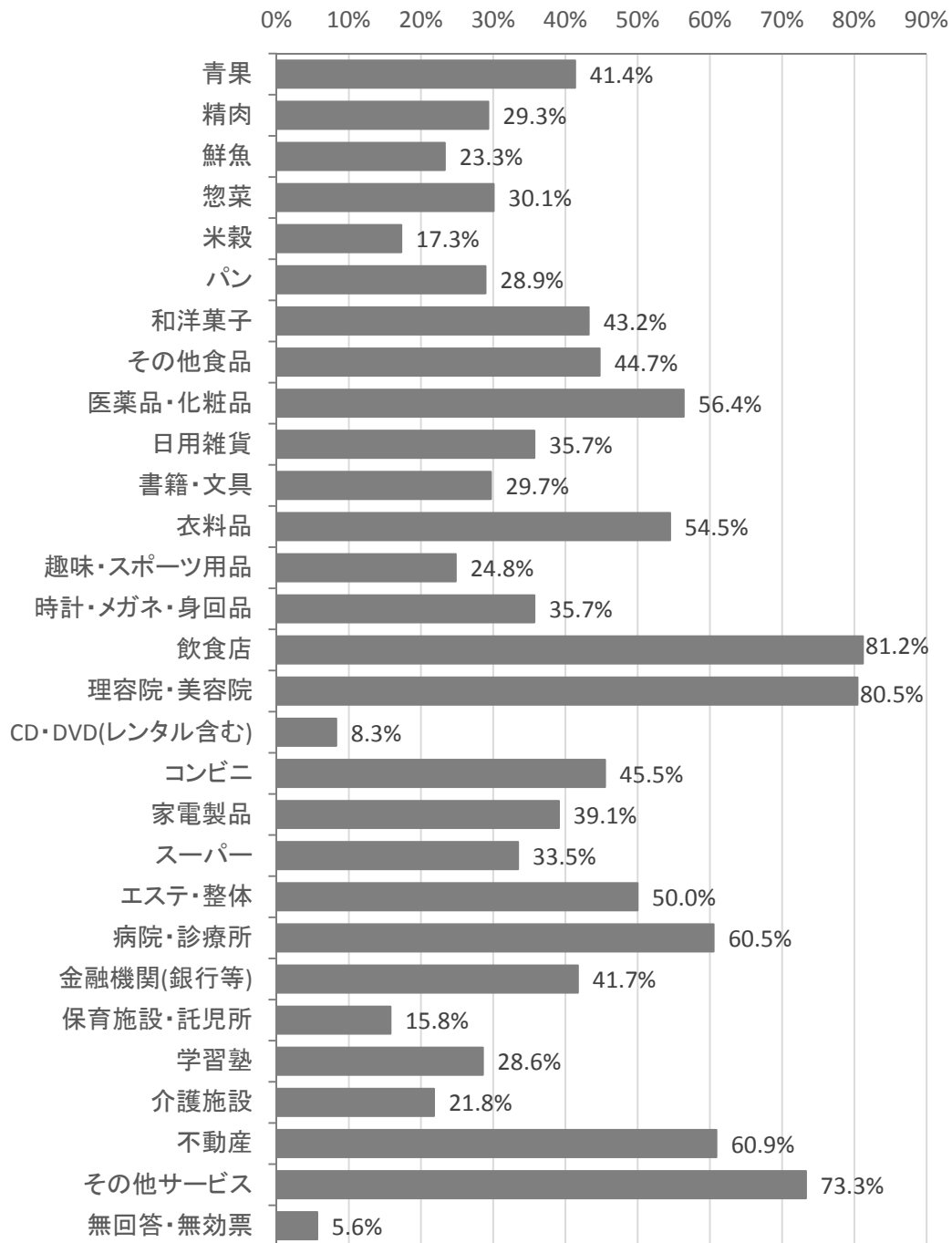
(2) 商店街の構成業種と不足業種

問6 現在、貴商店街を構成する店舗の数を業種・業態毎に御記入ください。

【全体】

商店街を構成する業種・業態では「飲食店」が最も多く、81.2%であった。次いで「理容院・美容院」(80.5%)、「その他サービス」(73.3%)、「不動産」(60.9%)、「病院・診療所」(60.5%)の順となった。

生鮮3品では「青果」が最も多く、41.4%となったが、「精肉」(29.3%)、「鮮魚」(23.3%)は3割に満たない。

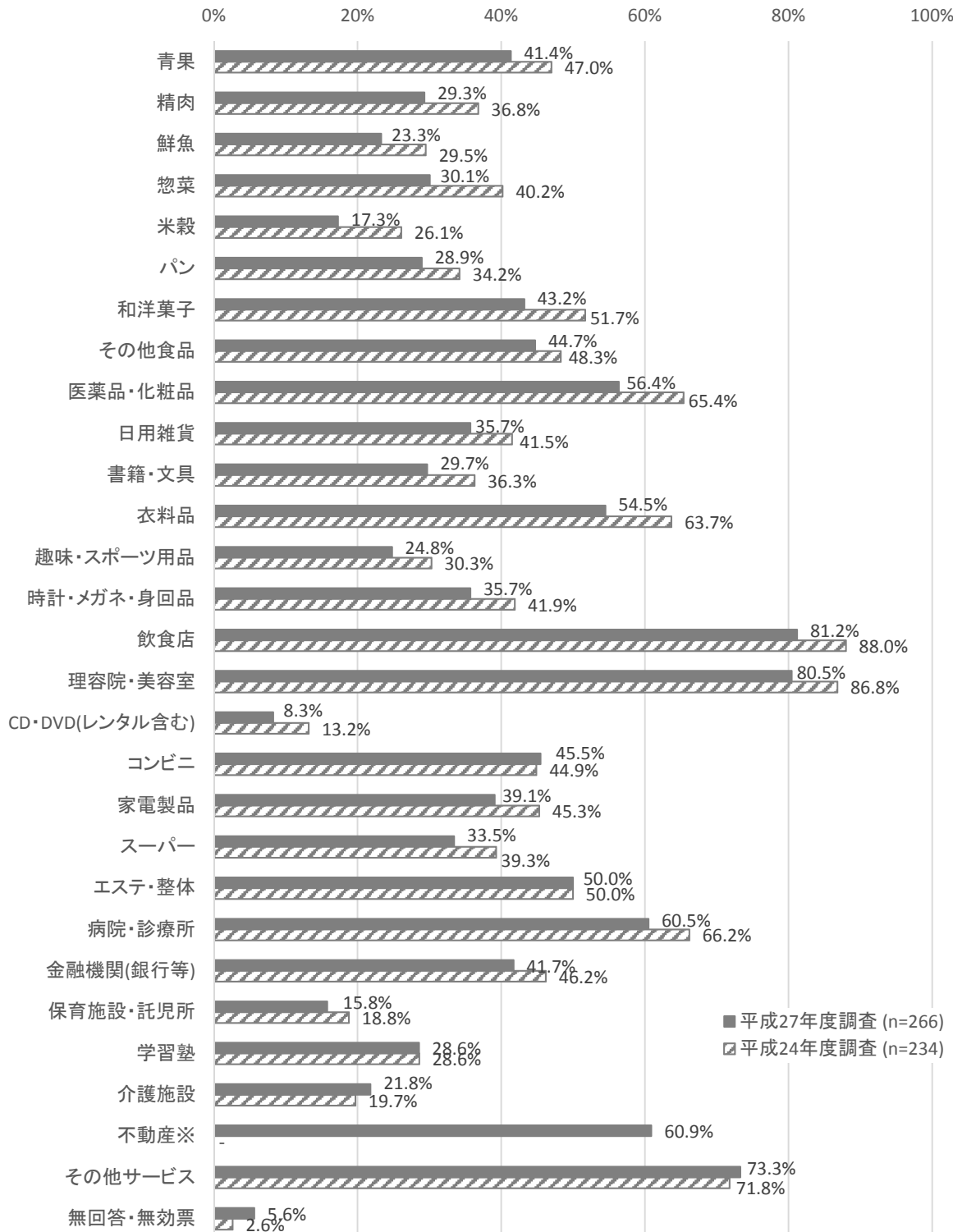


図表8-1 構成業種[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。27年度調査で新設した「不動産」が60.9%となり、24年度調査よりも増加した業種は「コンビニ」(24年度44.9%/27年度45.5%)、「介護施設」(24年度19.7%/27年度21.8%)、「その他サービス」(24年度71.8%/27年度73.3%)であった。



※「不動産」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

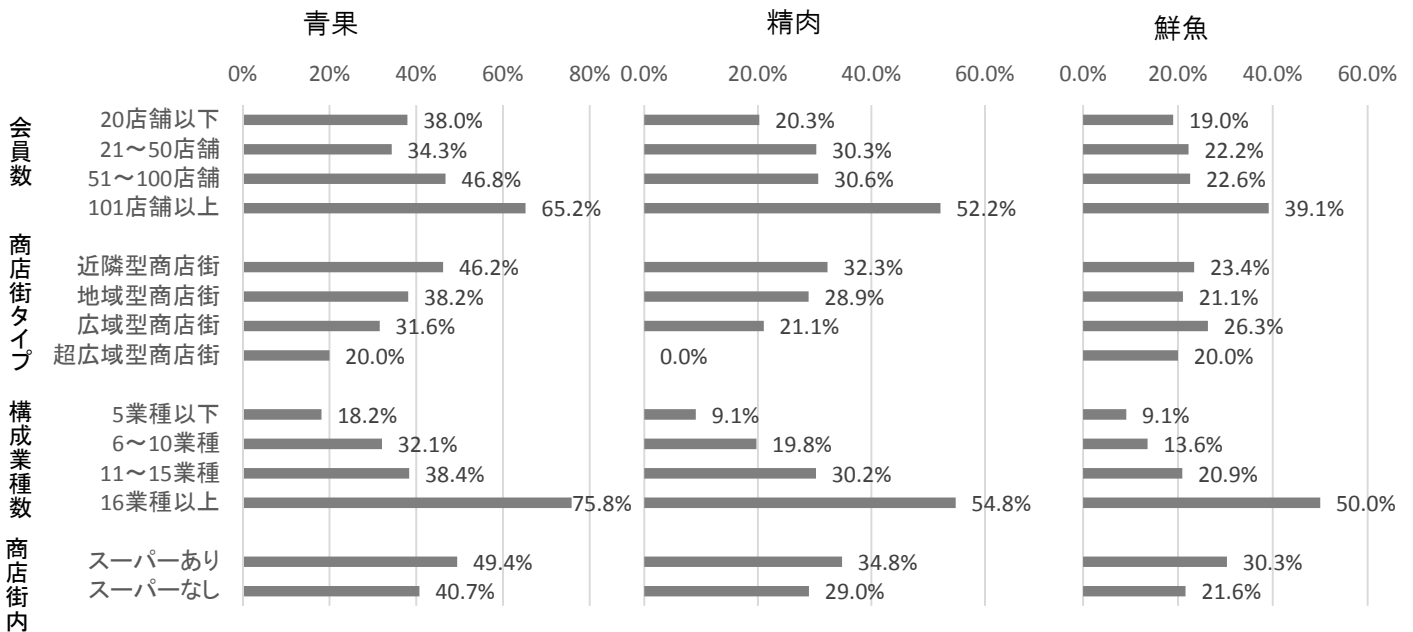
図表8-2 構成業種[経年比較]

【生鮮3品/スーパー、金融機関、病院・診療所の立地率】

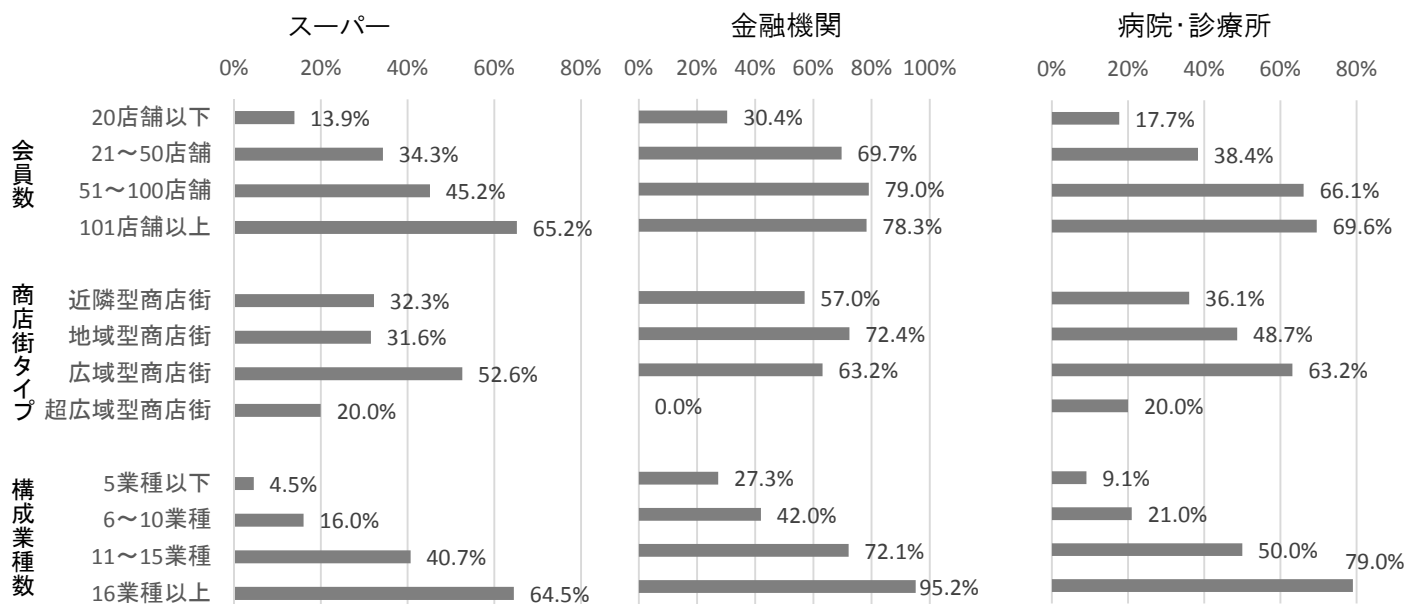
会員数別立地率では、概ね会員数が増えるほど立地率が高くなる傾向がみられた。

商店街タイプ別立地率では、「青果」、「精肉」は「近隣型商店街」で最も高く、「鮮魚」はどの商店街タイプにおいても概ね差はみられなかった。また、「金融機関(銀行等)」は「地域型商店街」における立地率が72.4%と最も高かった。「病院・診療所」は「広域型商店街」を起点に、商店街の範囲が狭くなるにつれ、立地率が低くなる傾向がみられた。

構成業種数別立地率では、生鮮3品に関しては構成業種数が多いほど、立地率も高くなる傾向がみられた。商店街内のスーパーの有無別では、スーパーのある商店街の方が生鮮3品の立地率がやや高かった。「スーパー」、「病院・診療所」、「金融機関(銀行等)」でも、同様の傾向がみられた。



図表 8-3 構成業種[生鮮3品の会員数別、商店街タイプ別、構成業種別、商店街内スーパーの有無別立地率]

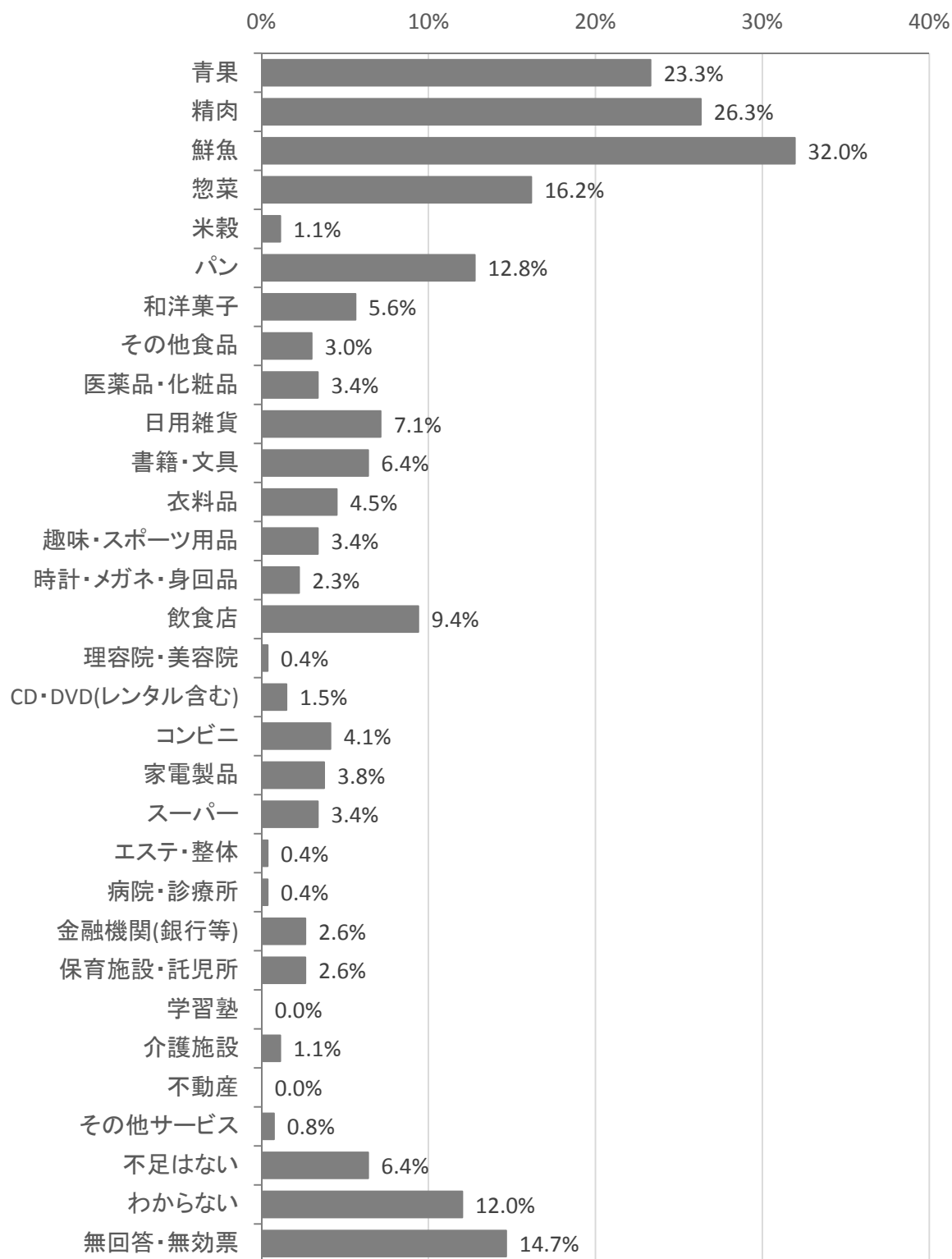


図表8-4 構成業種[スーパー、金融機関、病院・診療所の会員数別、商店街タイプ別、構成業種別立地率]

問7 現在、貴商店街に不足していると感じている業種・業態は何ですか。

【全体】

「鮮魚」が最も多く、32.0%であった。次いで「精肉」(26.3%)、「青果」(23.3%)の順となり、生鮮3品が上位3位を占めた。その他、「惣菜」(16.2%)、「パン」(12.8%)など食品類の割合が高かった。

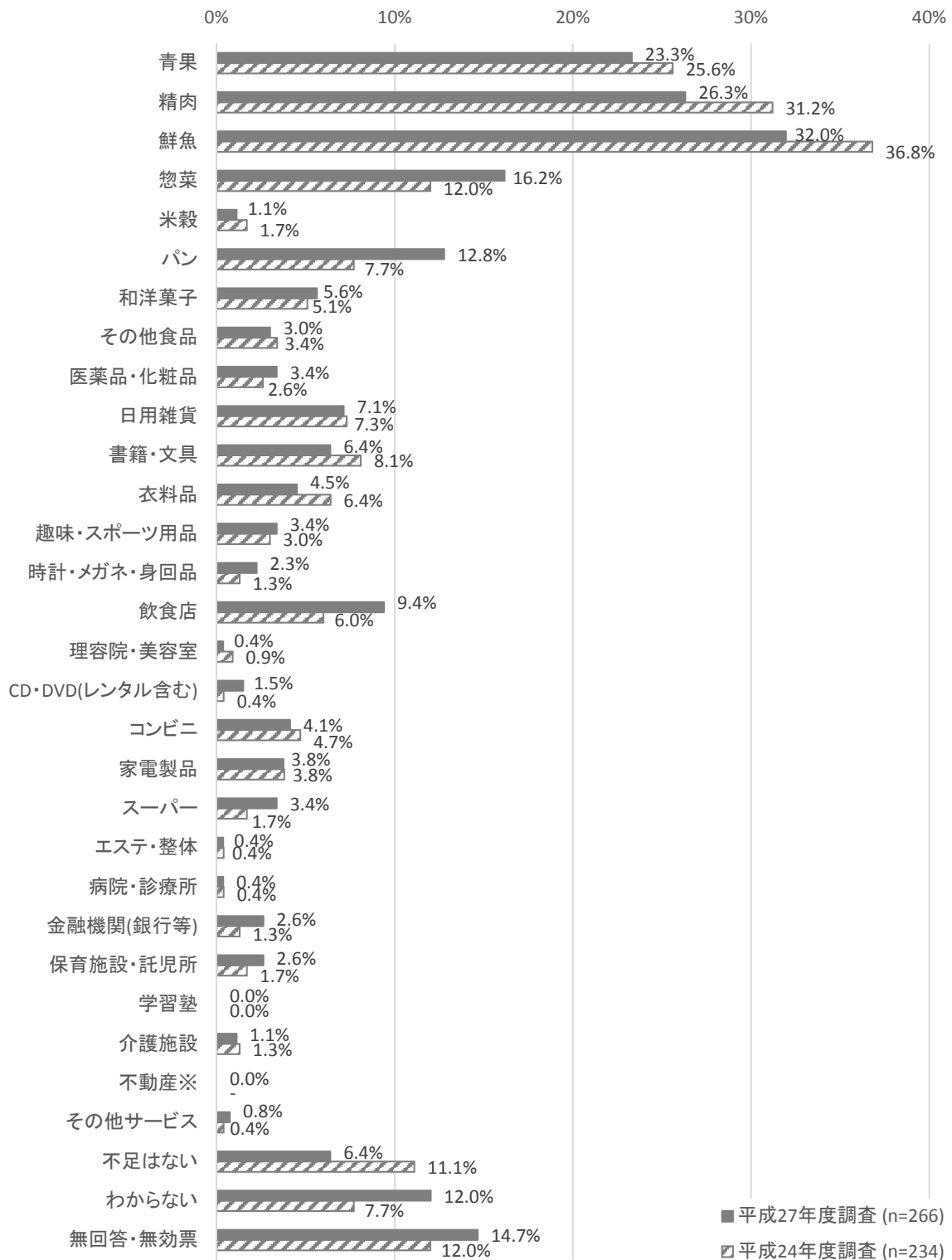


図表9-1 不足業種[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。「パン」や「惣菜」は24年度調査より4ポイント以上増加している。一方、「不足はない」は4.7ポイント減少した。



※「不動産」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

図表9-2 不足業種[経年比較]

【区別】

不足業種・業態を区別に集計したところ、全体と同様、食料品が上位を占めた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	鮮魚 32.0%	精肉 26.3%	青果 23.3%	惣菜 16.2%	パン 12.8%
青葉区 (n=13)	青果/精肉/惣菜 30.8%			鮮魚/和洋菓子/書籍・文具/飲食店/ 不足はない 15.4%	
旭区 (n=16)	鮮魚 50.0%	精肉 43.8%	青果 31.3%	パン/書籍・文具 18.8%	
泉区 (n=8)	パン/不足はない 25.0%		惣菜/書籍・文具/時計・メガネ・身回品/CD・DVD/コンビニ/ 家電製品/エステ・整体/病院・診療所/保育施設・託児所/介 護施設/わからない 12.5%		
磯子区 (n=15)	精肉/不足はない 26.7%		青果/鮮魚 20.0%		惣菜/パン/日用 雑貨/書籍・文具 /保育施設・託児 所/介護施設 13.3%
神奈川区 (n=21)	鮮魚 47.6%	青果 33.3%	精肉 28.6%	惣菜/和洋菓子 19.0%	
金沢区 (n=16)	鮮魚 56.3%	精肉 50.0%	惣菜 37.5%	青果 31.3%	パン/飲食店/コン ビニ 12.5%
港南区 (n=11)	青果 54.5%	精肉 36.4%	鮮魚/パン 27.3%		日用雑貨/飲食店 18.2%
港北区 (n=21)	鮮魚/わからない 23.8%		青果 19.0%	精肉 14.3%	惣菜/医薬品・化 粧品 9.5%
栄区 (n=8)	わからない 25.0%	青果/精肉/医薬品・化粧品/日用雑貨/書籍・文具/飲食店/不足はない 12.5%			
瀬谷区 (n=10)	鮮魚 40.0%	青果 30.0%	精肉/惣菜/飲食店 20.0%		
都筑区 (n=7)	精肉/鮮魚 42.9%		飲食店 28.6%	青果/パン/趣味・スポーツ用品/不足 はない/わからない 14.3%	
鶴見区 (n=27)	鮮魚 59.3%	精肉 37.0%	青果 25.9%	惣菜 22.2%	パン 18.5%
戸塚区 (n=10)	精肉/鮮魚/家電製品/わからない 20.0%			青果/書籍・文具 /衣料品/飲食店 /不足はない 10.0%	
中区 (n=31)	日用雑貨 19.4%	わからない 16.1%	精肉/惣菜 12.9%		青果/パン/和洋 菓子/書籍・文具 /趣味・スポーツ 用品 9.7%
西区 (n=16)	パン 37.5%	鮮魚 25.0%	精肉/わからない 18.8%		青果/惣菜/スーパ ー 12.5%
保土ヶ谷区 (n=15)	鮮魚 31.3%	惣菜/和洋菓子 18.8%		青果/精肉/パン/わからない 12.5%	
緑区 (n=8)	精肉/鮮魚 37.5%		衣料品/飲食店 25.0%		青果/日用雑貨/ コンビニ/スーパー 12.5%
南区 (n=12)	青果 50.0%	鮮魚/惣菜 41.7%		精肉 25.0%	衣料品/わからない 16.7%

※全体(n=266)には所在区不明1を含む。上位5位までを抽出

図表9-3 不足業種[区別]

【会員数別】

どの会員数でも生鮮3品が上位を占めた。「101店舗以上」では、「衣料品」が上位に入った。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	鮮魚 32.0%	精肉 26.3%	青果 23.3%	惣菜 16.2%	パン 12.8%
20店舗以下 (n=79)	鮮魚 34.2%	精肉 32.9%	青果 22.8%	惣菜/パン 11.4%	
21～50店舗 (n=99)	鮮魚 30.3%	青果 26.3%	精肉 23.2%	パン 17.2%	惣菜 16.2%
51～100店舗 (n=62)	鮮魚 35.5%	精肉 24.2%	青果/惣菜 22.6%		飲食店/わから ない 12.9%
101店舗以上 (n=23)	鮮魚 26.1%	精肉/わからない 21.7%		青果/衣料品 17.4%	

※上位5位までを抽出

図表9-4 不足業種[会員数別]

【商店街タイプ別】

「近隣型商店街」、「地域型商店街」では生鮮3品が上位3位までを占めた。「超広域型商店街」では「飲食店」が1位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	鮮魚 32.0%	精肉 26.3%	青果 23.3%	惣菜 16.2%	パン 12.8%
近隣型商店街 (n=158)	鮮魚 40.5%	精肉 30.4%	青果 27.2%	惣菜 17.1%	パン 14.6%
地域型商店街 (n=76)	鮮魚 25.0%	精肉 21.1%	青果 17.1%	惣菜 14.5%	和洋菓子 11.8%
広域型商店街 (n=19)	わからない 21.1%	青果/精肉/惣菜/パン/不足はない			15.8%
超広域型商店街 (n=5)	飲食店 40.0%	鮮魚/パン/その他食品/不足はない/わからない			20.0%

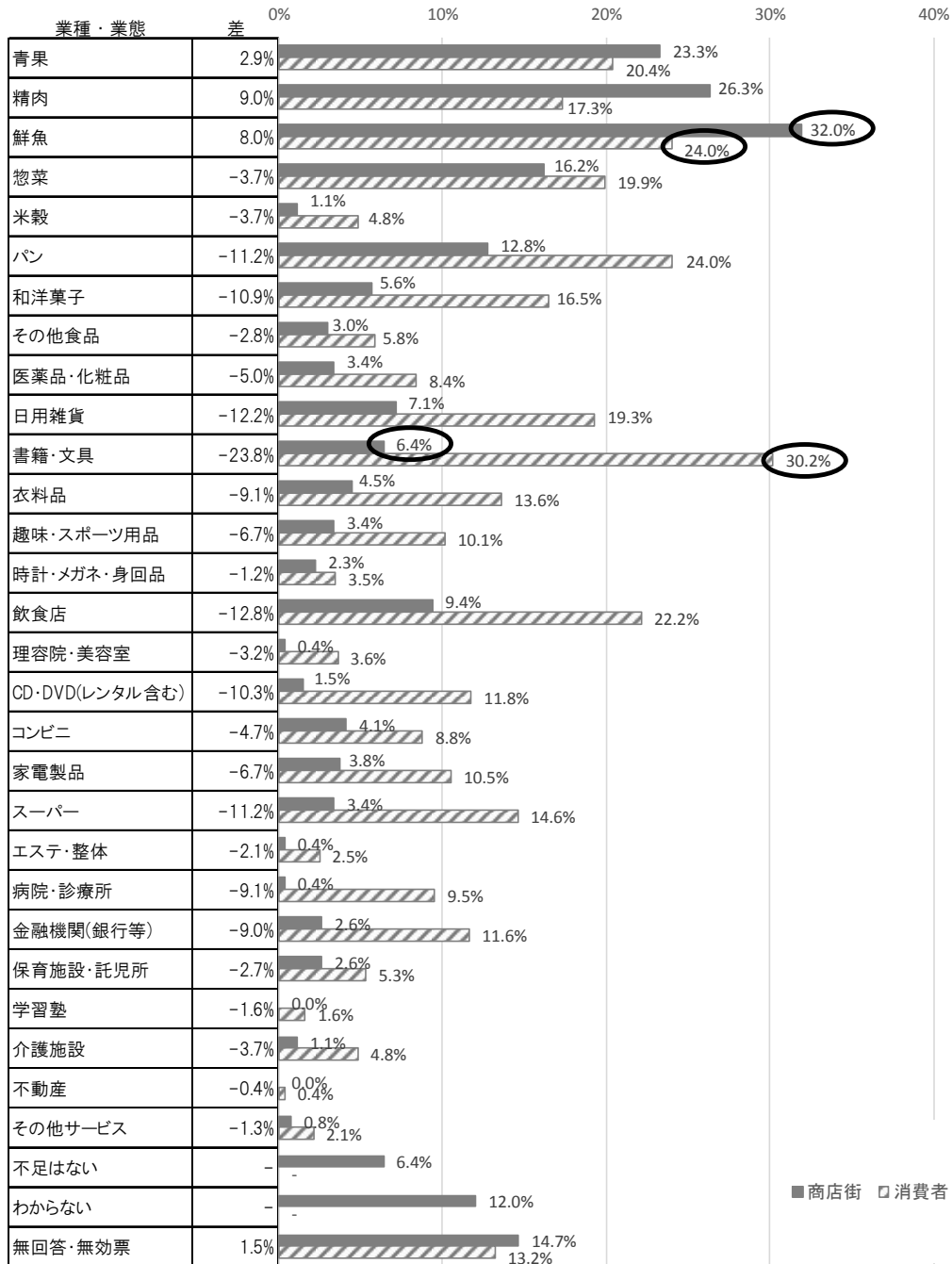
※上位5位までを抽出

図表9-5 不足業種[商店街タイプ別]

【消費者購買行動意識調査との比較】

平成27年度実施の『消費者購買行動意識調査』（問3「商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店」と比較した。

商店街が最も不足していると感じている業種・業態は「鮮魚」(32.0%)であるのに対して、消費者が商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいと思う業種・業態は「書籍・文具」(30.2%)であった。また、商店街と消費者の差は、「鮮魚」は8%、「書籍・文具」が-23.8%となった。



※問7「貴商店街に不足していると感じている業種・業態」と『消費者購買行動意識調査』（問3「商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店」）を比較し、差として表した。消費者ニーズが、商店街が不足していると感じている業種・業態を上回るとマイナス表記となる。

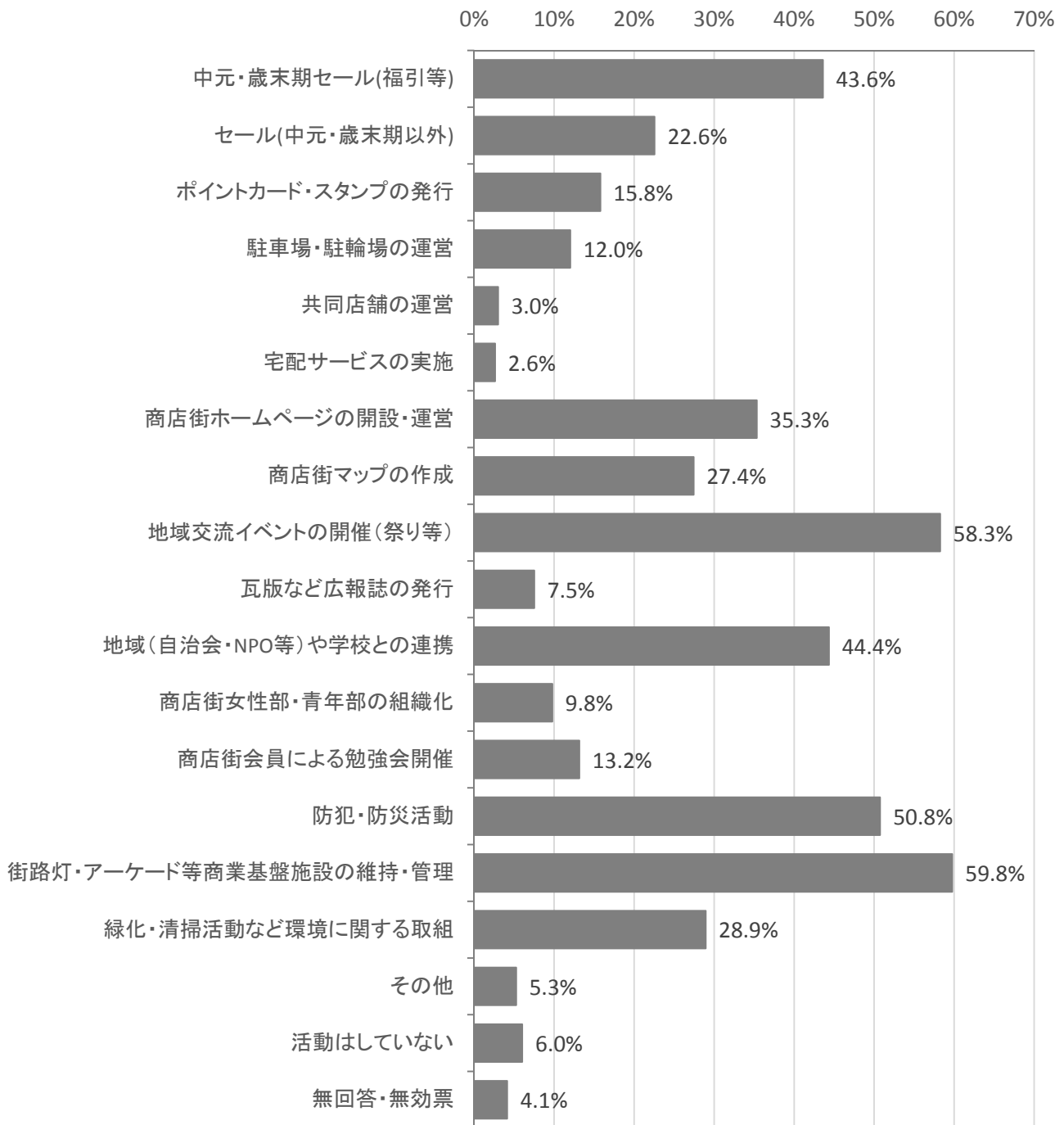
図表9-6 不足業種[消費者購買行動意識調査との比較]

(3) 商店街活動について

問8 貴商店街の活動内容はどのようなものですか。

【全体】

「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」が最も多く、59.8%であった。次いで「地域交流イベントの開催(祭り等)」(58.3%)、「防犯・防災活動」(50.8%)の順となり、いずれも5割を超えた。一方、最も少ないのは「宅配サービスの実施」(2.6%)、次いで「共同店舗の運営」(3.0%)であった。

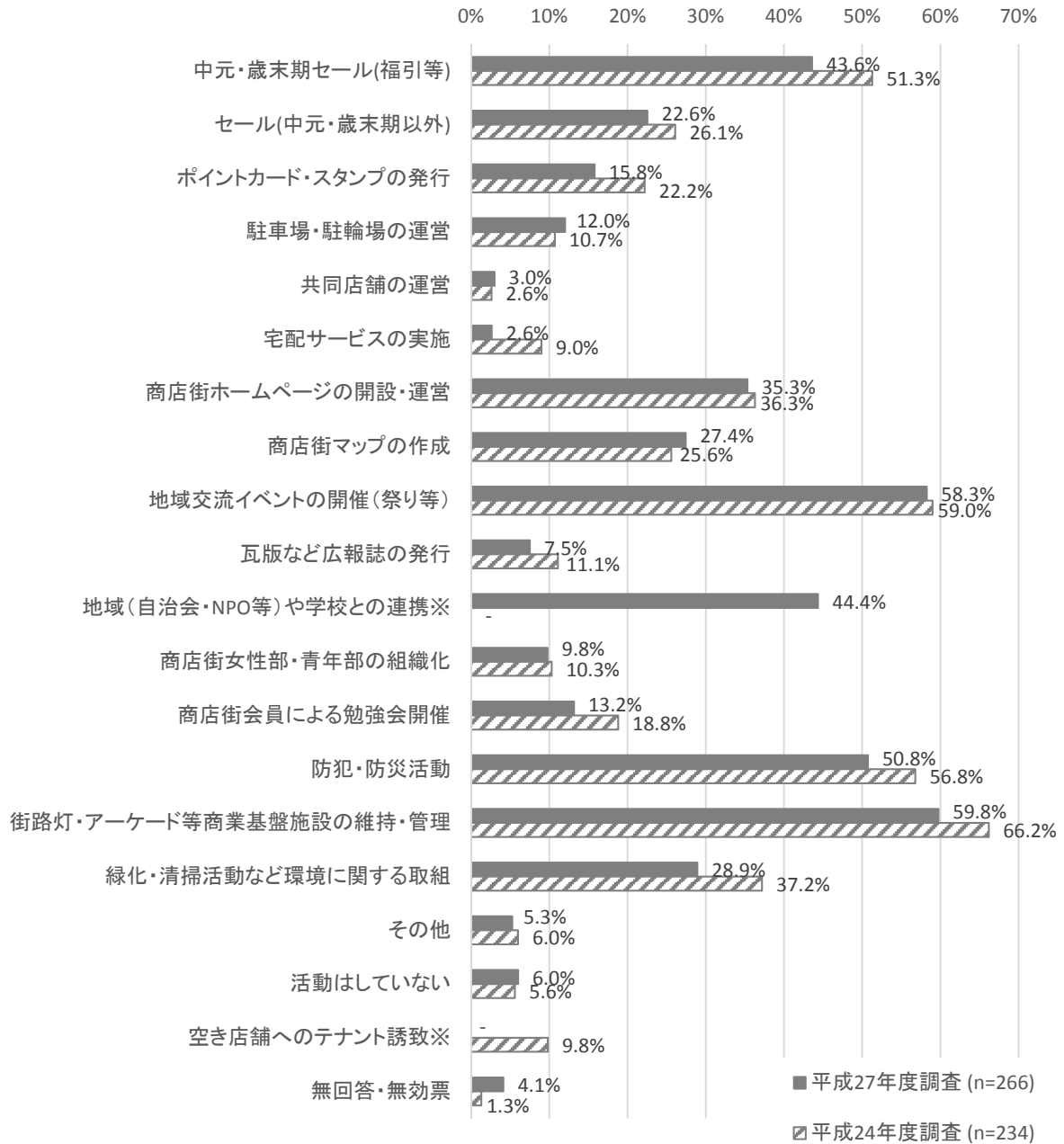


図表 10-1 商店街の活動内容[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「駐車場・駐輪場の運営」(24年度10.7%/27年度12.0%)、「商店街マップの作成」(24年度25.6%/27年度27.4%)が増加した。その他の選択肢は減少傾向にあるものが多い。



※「活動はしていない」の選択肢は、平成24年度調査の「特になし」の選択肢と同義とした。

また、「地域(自治会・NPO等)や学校との連携」の選択肢は27年度調査で新設、「空き店舗へのテナント誘致」の選択肢は24年度調査のみの選択肢である。

図表10-2 商店街の活動内容[経年比較]

【会員数別】

どの会員数でも、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」が上位を占めた。「21～50店舗」、「51～100店舗」の比較的規模の大きい商店街では、人手が見込めるためか「地域交流イベントの開催」が1位となった。「101店舗以上」の大規模な商店街では「商店街ホームページの開設・運営/商店街マップの作成」が2位となり、予算の余裕や組織力のある活動を行っている傾向がみられた。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 59.8%	地域交流イベントの開催 58.3%	防犯・防災活動 50.8%	地域や学校との連携 44.4%	中元・歳末期セール 43.6%
20店舗以下 (n=79)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 43.0%	中元・歳末期セール/地域交流イベントの開催 38.0%		地域や学校との連携 30.4%	防犯・防災活動 26.6%
21～50店舗 (n=99)	地域交流イベントの開催 61.6%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 59.6%	防犯・防災活動 51.5%	地域や学校との連携 45.5%	中元・歳末期セール 40.4%
51～100店舗 (n=62)	地域交流イベントの開催(祭り等)/防犯・防災活動/街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 72.6%		地域や学校との連携 51.6%	中元・歳末期セール 50.0%	
101店舗以上 (n=23)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 82.6%	商店街ホームページの開設・運営/商店街マップの作成 78.3%		地域交流イベントの開催/地域や学校との連携 73.9%	

※上位5位までを抽出

図表10-3 商店街の活動内容[会員数別]

問8-2 貴商店街が今後取り組むべきと考えている活動を問8の中から選び、番号を御記入ください。また、その活動の検討状況について○をつけてください。

【全体】

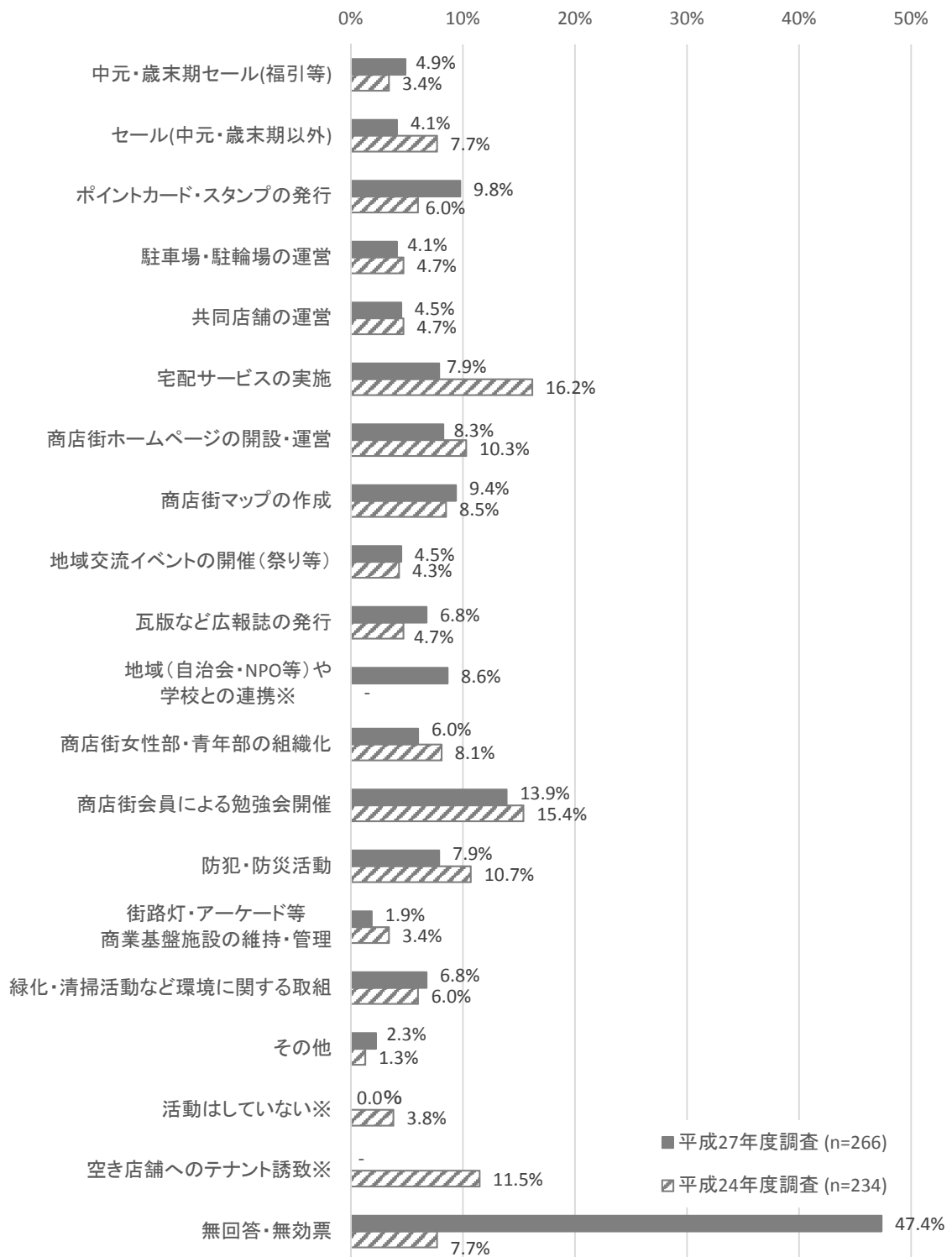
今後、取り組むべきと考えている活動では「商店街会員による勉強会開催」が最も多く、13.9%であった。次いで「ポイントカード・スタンプの発行」(9.8%)、「商店街マップの作成」(9.4%)、「商店街ホームページの開設・運営」(8.3%)の順となった。検討している活動でも「商店街会員による勉強会開催」、「商店街マップの作成」(共に6.8%)が多かった。一方、「商店街会員による勉強会開催」は検討している活動と今後取り組むべき活動の差が7.1ポイントあり、他の選択肢と比較すると差が大きい。



図表11-1 商店街で取り組むべきと考えている活動[全体]

【経年比較】

平成24年度調査時よりもインターネット等の通販が浸透してきたためか、「宅配サービスの実施」は8.3ポイント減少した。一方、「ポイントカード・スタンプの発行」は3.8ポイント増加した。



※「活動はしていない」の選択肢は、平成24年度調査の「特にない」の選択肢と同義とした。

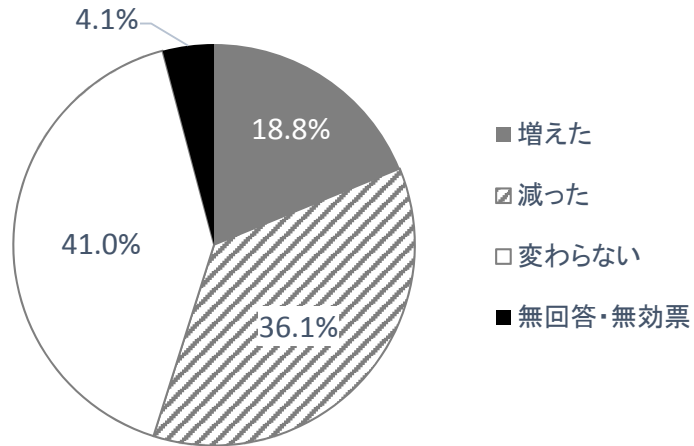
また、「地域(自治会・NPO等)や学校との連携」の選択肢は27年度調査で新設し、「空き店舗へのテナント誘致」の選択肢は24年度調査のみの選択肢である。

図表11-2 商店街で取り組むべきと考えている活動[経年比較]

問9 最近3年で、商店街活動に参加する会員は増えましたか。

【全体】

商店街活動に参加する会員は「変わらない」が41.0%で、「減った」が36.1%であった。

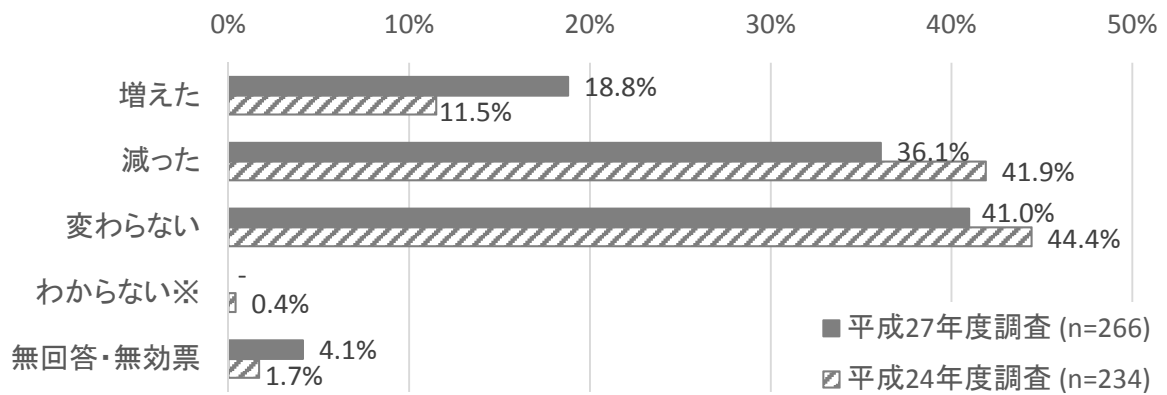


図表12-1 商店街活動に参加する会員の増減[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「増えた」が7ポイント以上増加した。

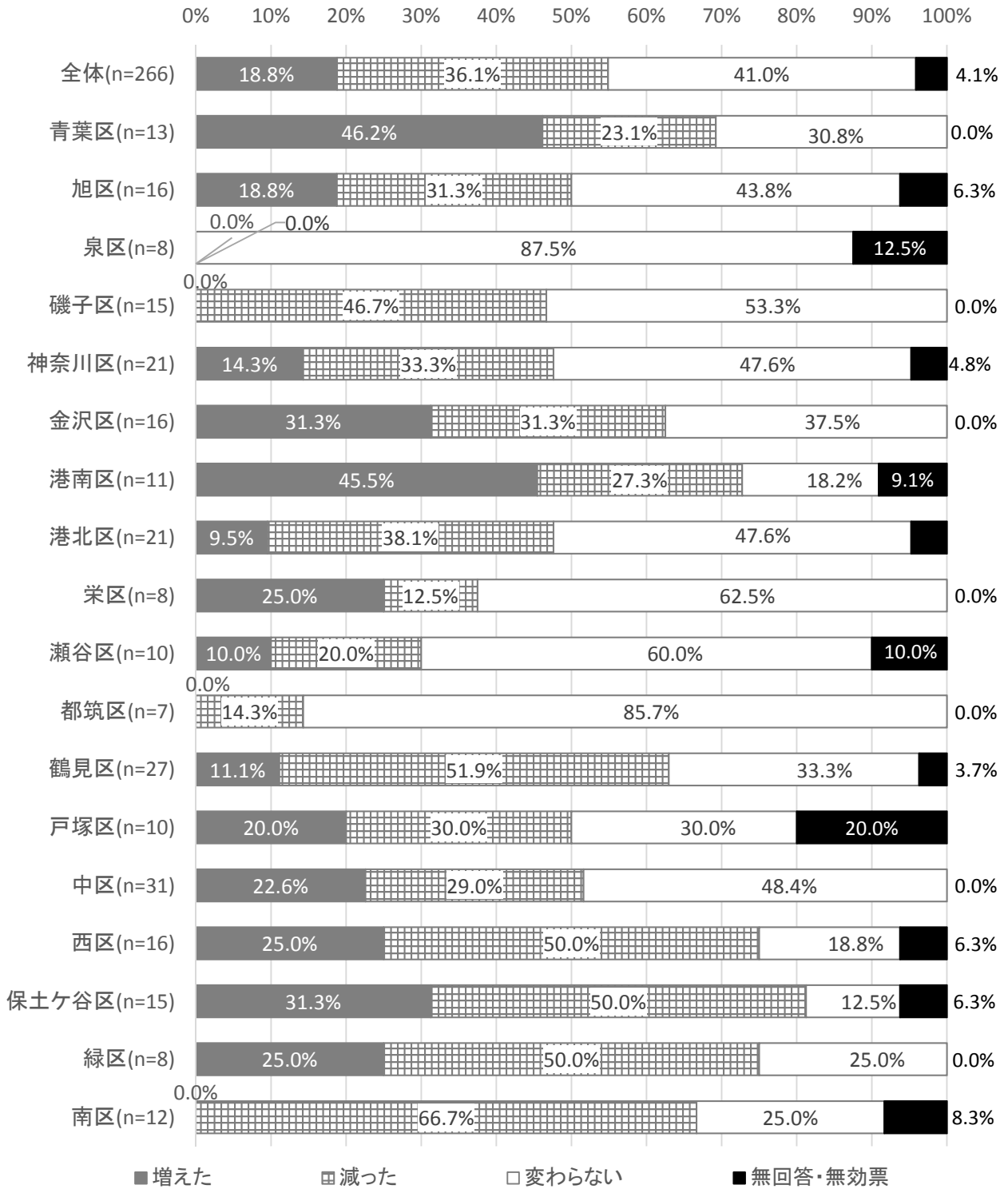


※「わからない」の選択肢は、平成24年度のみを選択肢である。

図表12-2 商店街活動に参加する会員の増減[経年比較]

【区別】

商店街の所在する区別にみると、「増えた」の割合が高いのは青葉区(46.2%)、港南区(45.5%)であった。一方、「減った」の割合が高いのは南区(66.7%)、鶴見区(51.9%)、西区、保土ヶ谷区、緑区(共に50.0%)で、いずれも5割を超えた。

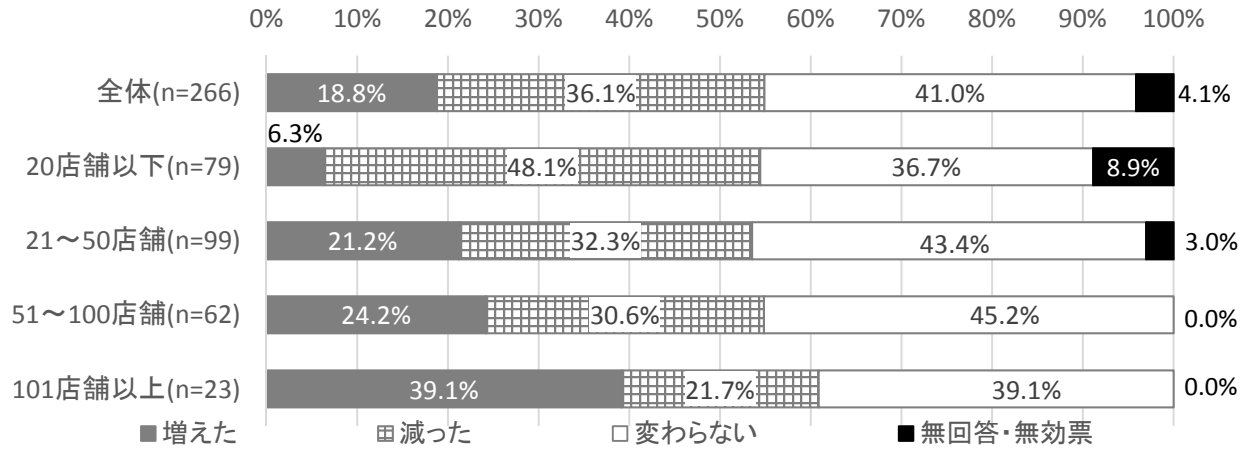


※全体(n=266)には所在区不明1を含む。

図表12-3 商店街活動に参加する会員の増減[区別]

【会員数別】

商店街活動に参加する会員が「増えた」は「101店舗以上」で最も多く、39.1%であった。会員数が少なくなるほど、「増えた」の割合が低下する傾向がみられた。一方、「減った」は「20店舗以下」で最も多く、48.1%であった。

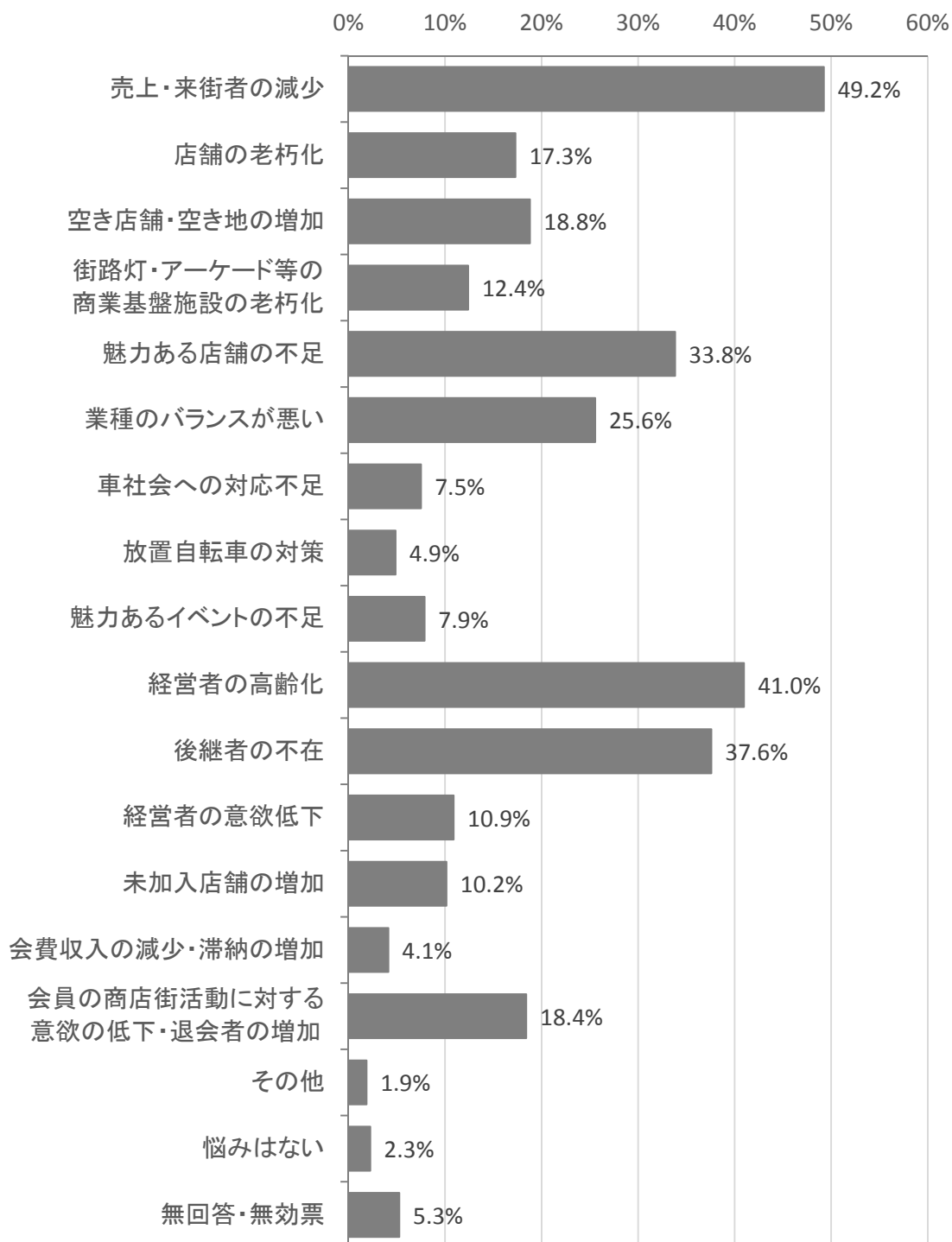


図表12-4 商店街活動に参加する会員の増減[会員数別]

問 10 現在、貴商店街ではどのような悩みがありますか。

【全体】

「売上・来街者の減少」が最も多く、49.2%であった。次いで「経営者の高齢化」(41.0%)、「後継者の不在」(37.6%)、「魅力ある店舗の不足」(33.8%)の順となっており、いずれも3割を超えている。

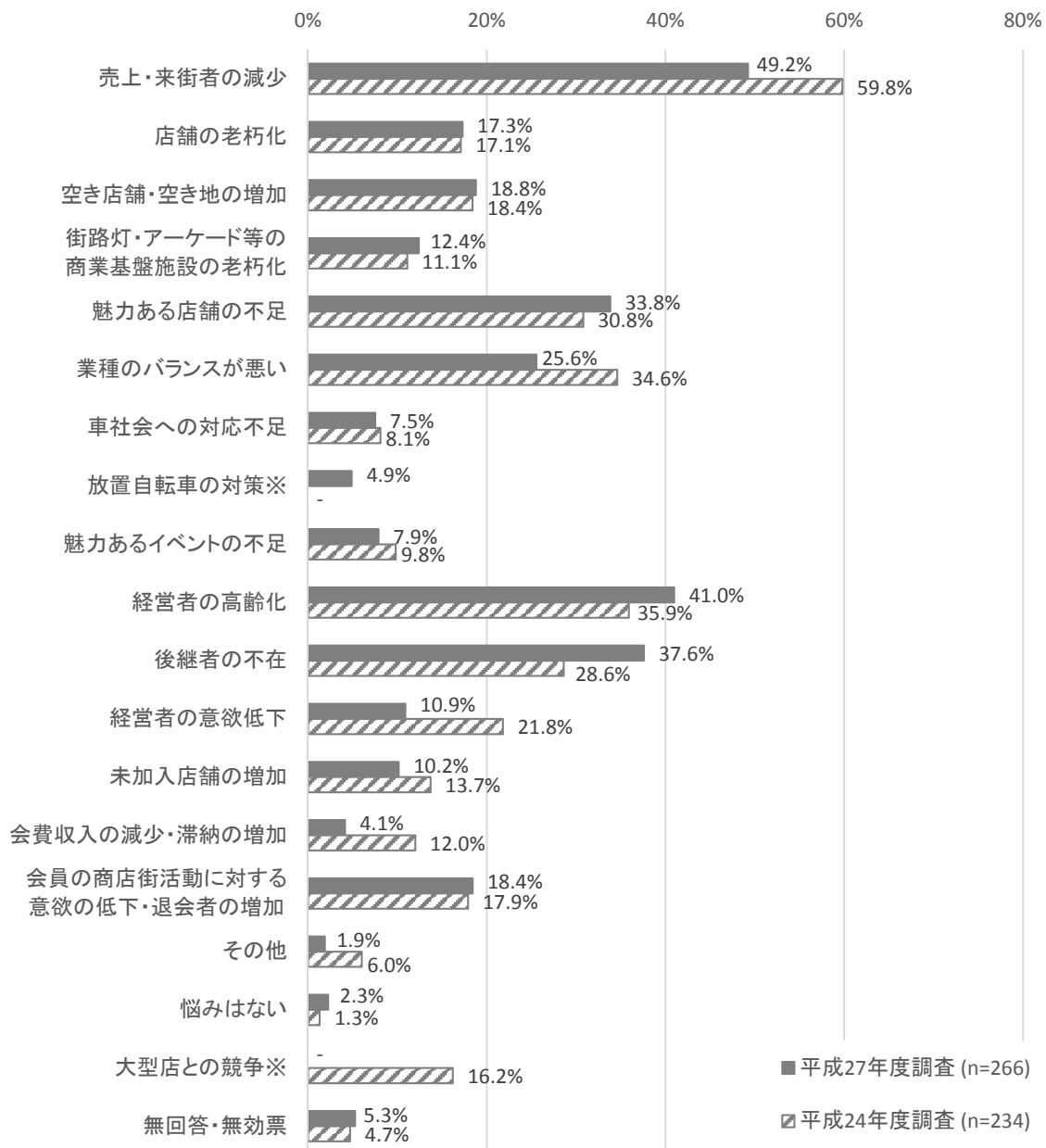


図表13-1 商店街における悩み[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査で、最も多い選択肢であった「売上・来街者の減少」が10.6ポイント減少している。一方、「後継者の不在」が9ポイント、「経営者の高齢化」が5.1ポイント増加している。



※「放置自転車の対策」の選択肢は平成27年度調査で新設し、「大型店との競争」の選択肢は24年度調査のみの選択肢である。

図表13-2 商店街における悩み[経年比較]

【区別】

全体で最も多い「売上・来街者の減少」は概ねどの区でも1位となっているが、その割合は「南区」(66.7%)で最も高い。同様に全体で2番目に多い「経営者の高齢化」の割合が最も高いのは「緑区」(75.0%)であった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体(n=266)	売上・来街者の減少 49.2%	経営者の高齢化 41.0%	後継者の不在 37.6%	魅力ある店舗の不足 33.8%	業種のバランスが悪い 25.6%
青葉区(n=13)	売上・来街者の減少/魅力ある店舗の不足 38.5%		車社会への対応不足/経営者の高齢化/未加入店舗の増加/会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加 30.8%		
旭区(n=16)	後継者の不在 56.3%	売上・来街者の減少 43.8%	経営者の高齢化 37.5%	魅力ある店舗の不足 31.3%	店舗の老朽化/街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化/業種のバランスが悪い 25.0%
泉区(n=8)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化 62.5%		街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化/魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い/後継者の不在 37.5%		
磯子区(n=15)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化 46.7%		後継者の不在 40.0%	魅力ある店舗の不足 33.3%	業種のバランスが悪い/会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加 26.7%
神奈川区(n=21)	売上・来街者の減少 61.9%	後継者の不在 47.6%	経営者の高齢化 42.9%	魅力ある店舗の不足 38.1%	空き店舗・空き地の増加 33.3%
金沢区(n=16)	売上・来街者の減少/魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い/経営者の高齢化			50.0%	後継者の不在 43.8%
港南区(n=11)	業種のバランスが悪い 54.5%	経営者の高齢化 45.5%	店舗の老朽化/魅力あるイベントの不足 36.4%	空き店舗・空き地の増加/魅力ある店舗の不足/未加入店舗の増加/会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加 27.3%	
港北区(n=21)	後継者の不在 52.4%	売上・来街者の減少/経営者の高齢化 38.1%		魅力ある店舗の不足 33.3%	経営者の意欲低下 28.6%
栄区(n=8)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化/後継者の不在 50.0%			魅力ある店舗の不足 37.5%	店舗の老朽化/空き店舗・空き地の増加/業種のバランスが悪い/経営者の意欲低下 25.0%

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
瀬谷区(n=10)	売上・来街者の減少 60.0%	魅力ある店舗の不足 50.0%	後継者の不在 40.0%	店舗の老朽化/経営者の高齢化/ 会員の商店街活動に対する意欲 の低下・退会者の増加 30.0%	
都筑区(n=7)	魅力ある店舗の不足 42.9%	業種のバランスが悪い/車社会への 対応不足 28.6%		売上・来街者の減少/空き店舗・空 き地の増加/経営者の高齢化/後継 者の不在/経営者の意欲低下/未加 入店舗の増加/会員の商店街活動 に対する意欲の低下・退会者の増加 /悩みはない 14.3%	
鶴見区(n=27)	売上・来街者の減少 59.3%	経営者の高齢化/後継者の不在 51.9%		会員の商店街活 動に対する意欲 の低下・退会者 の増加 33.3%	空き店舗・空き地 の増加/業種の バランスが悪い 22.2%
戸塚区(n=10)	売上・来街者の減少/店舗の老朽化/魅力ある店舗 の不足 40.0%			業種のバランス が悪い 30.0%	経営者の高齢化 20.0%
中区(n=31)	売上・来街者の減少 48.4%	店舗の老朽化/魅力ある店舗の不 足 35.5%	空き店舗・空き地の増加/経営者の 高齢化 28.6%		
西区(n=16)	売上・来街者の減少 56.3%	経営者の高齢化 37.5%	魅力ある店舗の不足/後継者の不 在 25.0%		会員の商店街活 動に対する意欲 の低下・退会者 の増加 18.8%
保土ヶ谷区 (n=15)	売上・来街者の減少 56.3%	後継者の不在 43.8%	魅力ある店舗の 不足 37.5%	経営者の高齢化 31.3%	街路灯・アーケ ード等の商業基盤 施設の老朽化/ 業種のバランスが 悪い/会員の商店 街活動に対する 意欲の低下・退会 者の増加 18.8%
緑区(n=8)	経営者の高齢化 75.0%	売上・来街者の 減少 62.5%	業種のバランス が悪い 50.0%	魅力ある店舗の不足/後継者の不 在/会員の商店街活動に対する意 欲の低下・退会者の増加 25.0%	
南区(n=12)	売上・来街者の 減少 66.7%	経営者の高齢化 58.3%	後継者の不在/経営者の意欲低下 33.3%		魅力ある店舗の不 足/業種のバラン スが悪い/会員の 商店街活動に対 する意欲の低下・ 退会者の増加 16.7%

※全体(n=266)には所在区不明1を含む。上位5位までを抽出

図表13-3 商店街における悩み[区別]

【会員数別】

会員数別にみても傾向に違いはなく、「101店舗以上」を除いて「売上・来街者の減少」が最も多い。
「101店舗以上」では「経営者の高齢化」(43.5%)が1位となった。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体(n=266)	売上・来街者の減少 49.2%	経営者の高齢化 41.0%	後継者の不在 37.6%	魅力ある店舗の不足 33.8%	業種のバランスが悪い 25.6%
20店舗以下 (n=79)	売上・来街者の減少 50.6%	経営者の高齢化 43.0%	後継者の不在 40.5%	魅力ある店舗の不足 30.4%	業種のバランスが悪い 22.8%
21～50店舗 (n=99)	売上・来街者の減少 51.5%	経営者の高齢化 42.4%	後継者の不在 38.4%	魅力ある店舗の不足 37.4%	業種のバランスが悪い 26.3%
51～100店舗 (n=62)	売上・来街者の減少 48.4%	魅力ある店舗の不足 38.7%	経営者の高齢化/後継者の不在 35.5%		業種のバランスが悪い 27.4%
101店舗以上 (n=23)	経営者の高齢化 43.5%	売上・来街者の減少/後継者の不在 34.8%		業種のバランスが悪い 30.4%	空き店舗・空き地の増加 26.1%

※上位5位までを抽出

図表13-4 商店街における悩み[会員数別]

【現在行っている活動(商店街における悩み別)】

全体と同様、商店街の悩み別にみても「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」が多いが、その割合は「会費収入の減少・滞納の増加」(81.8%)で最も高く、次いで「街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化」(78.8%)となった。同様に上位にある「地域交流イベントの開催(祭り等)」は、「業種のバランスが悪い」(72.1%)、「魅力ある店舗の不足」(71.1%)で割合が高い。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 59.8%	地域交流イベントの開催(祭り等) 58.3%	防犯・防災活動 50.8%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 44.4%	中元・歳末期セール(福引等) 43.6%
売上・来街者の減少 (n=131)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 66.4%	地域交流イベントの開催(祭り等) 55.7%	防犯・防災活動 55.0%	中元・歳末期セール(福引等) 50.4%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 42.7%
店舗の老朽化 (n=46)	地域交流イベントの開催(祭り等) 60.9%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 56.5%	中元・歳末期セール(福引等)/ 商店街ホームページの開設・運営	52.2%	防犯・防災活動 50.0%
空き店舗・空き地の増加 (n=50)	地域交流イベントの開催(祭り等) 64.0%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 60.0%	防犯・防災活動 56.0%	中元・歳末期セール(福引等) 50.0%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 46.0%
街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化(n=33)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 78.8%	防犯・防災活動 69.7%	地域交流イベントの開催(祭り等) 63.6%	中元・歳末期セール(福引等) 54.5%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 45.5%
魅力ある店舗の不足(n=90)	地域交流イベントの開催(祭り等) 71.1%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 60.0%	中元・歳末期セール(福引等) 58.9%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 54.4%	防災・防犯活動 52.2%
業種のバランスが悪い (n=68)	地域交流イベントの開催(祭り等) 72.1%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 63.2%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 57.4%	防犯・防災活動 55.9%	中元・歳末期セール(福引等) 47.1%
車社会への対応不足(n=20)	防犯・防災活動 65.0%	地域交流イベントの開催(祭り等)/地域(自治会・NPO等)や学校との連携/街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	60.0%	中元・歳末期セール(福引等)	55.0%
放置自転車の対策(n=13)	商店街ホームページの開設・運営/地域交流イベントの開催(祭り等)	61.5%	中元・歳末期セール(福引等)/防犯・防災活動/街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	53.8%	

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
魅力あるイベントの不足 (n=21)	地域交流イベントの開催(祭り等) 61.9%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 57.1%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携/防犯・防災活動 52.4%		中元・歳末期セール(福引等) 47.6%
経営者の高齢化(n=109)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 65.1%	地域交流イベントの開催(祭り等) 54.1%	中元・歳末期セール(福引等)/防犯・防災活動 50.5%		地域(自治会・NPO等)や学校との連携 44.0%
後継者の不在(n=100)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 66.0%	地域交流イベントの開催(祭り等) 55.0%	防犯・防災活動 53.0%	中元・歳末期セール(福引等) 48.0%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 47.0%
経営者の意欲低下(n=29)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 55.2%	中元・歳末期セール(福引等)/地域交流イベントの開催(祭り等)/地域(自治会・NPO等)や学校との連携 44.8%		防犯・防災活動 37.9%	
未加入店舗の増加(n=27)	地域交流イベントの開催(祭り等) 70.4%	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 66.7%	防犯・防災活動 59.3%	中元・歳末期セール(福引等)/地域(自治会・NPO等)や学校との連携 48.1%	
会費収入の減少・滞納の増加(n=11)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 81.8%	中元・歳末期セール(福引等)/防犯・防災活動 72.7%		セール(中元・歳末期以外)/地域交流イベントの開催(祭り等) 63.6%	
会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(n=49)	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 65.3%	地域交流イベントの開催(祭り等)/防犯・防災活動 44.9%		中元・歳末期セール(福引等)/地域(自治会・NPO等)や学校との連携 42.9%	
悩みはない(n=6)	地域交流イベントの開催(祭り等)/防犯・防災活動/緑化・清掃活動など環境に関する取組 50.0%			中元・歳末期セール(福引等)/セール(中元・歳末期以外)/商店街ホームページの開設・運営/地域(自治会・NPO等)や学校との連携/街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 33.3%	

※上位5位までを抽出

図表13-5 現在行っている活動[商店街における悩み別]

【今後取り組むべきと考えている活動(商店街における悩み別)】

全体と同様、商店街の悩み別にみても「商店街会員による勉強会開催」が多いが、その割合は「車社会への対応不足」(35.0%)で最も高い。「ポイントカード・スタンプの発行」は「空き店舗・空き地の増加」(16.0%)で最も割合が高い。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	商店街会員による勉強会開催 21.1%	ポイントカード・スタンプの発行 14.9%	商店街マップの作成 14.3%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 13.1%	商店街ホームページの開設・運営 12.6%
売上・来街者の減少 (n=131)	商店街会員による勉強会開催 14.5%	商店街マップの作成 11.5%	ポイントカード・スタンプの発行/ 宅配サービスの実施 9.9%	防犯・防災活動 9.2%	
店舗の老朽化 (n=46)	瓦版など広報誌の発行 19.6%	宅配サービスの実施 17.4%	ポイントカード・スタンプの発行/ 商店街会員による勉強会開催 15.2%	緑化・清掃活動など環境に関する取組 13.0%	
空き店舗・空き地の増加 (n=50)	商店街会員による勉強会開催 22.0%	ポイントカード・スタンプの発行/ 宅配サービスの実施 16.0%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 14.0%	中元・歳末期セール(福引等)/ セール(中元・歳末期以外) 10.0%	
街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化(n=33)	商店街会員による勉強会開催 21.2%	ポイントカード・スタンプの発行 15.2%	瓦版など広報誌の発行 12.1%	共同店舗の運営/宅配サービスの実施/商店街女性部・青年部の組織化/防犯・防災活動 9.1%	
魅力ある店舗の不足(n=90)	商店街会員による勉強会開催 20.0%	ポイントカード・スタンプの発行 14.4%	商店街マップの作成 12.2%	防犯・防災活動 11.1%	宅配サービスの実施 10.0%
業種のバランスが悪い (n=68)	商店街会員による勉強会開催 20.6%	瓦版など広報誌の発行 14.7%	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 13.2%	ポイントカード・スタンプの発行/宅配サービスの実施/商店街ホームページの開設・運営/商店街マップの作成 11.8%	
車社会への対応不足(n=20)	商店街会員による勉強会開催 35.0%	商店街ホームページの開設・運営 20.0%	ポイントカード・スタンプの発行/駐車場・駐輪場の運営/地域交流イベントの開催(祭り等)/防犯・防災活動 15.0%		
放置自転車の対策(n=13)	商店街マップの作成/防犯・防災活動 15.4%	ポイントカード・スタンプの発行/宅配サービスの実施/瓦版など広報誌の発行/緑化・清掃活動など環境に関する取組 7.7%			
魅力あるイベントの不足 (n=21)	地域(自治会・NPO等)や学校との連携 33.3%	商店街会員による勉強会開催 28.6%	ポイントカード・スタンプの発行/緑化・清掃活動など環境に関する取組 19.0%	宅配サービスの実施 14.3%	

[次ページに続く]

	1位	2位	3位	4位	5位
経営者の高齢化(n=109)	商店街会員による勉強会開催 16.5%	宅配サービスの実施 12.8%	商店街マップの作成/地域(自治会・NPO等)や学校との連携/防犯・防災活動 8.3%		
後継者の不在(n=100)	商店街会員による勉強会開催 14.0%	宅配サービスの実施 11.0%	商店街ホームページの開設・運営/緑化・清掃活動など環境に関する取組 10.0%	ポイントカード・スタンプの発行/防犯・防災活動 9.0%	
経営者の意欲低下(n=29)	商店街会員による勉強会開催 17.2%	宅配サービスの実施/商店街マップの作成 13.8%		緑化・清掃活動など環境に関する取組 10.3%	ポイントカード・スタンプの発行/商店街ホームページの開設・運営/防犯・防災活動 6.9%
未加入店舗の増加(n=27)	商店街会員による勉強会開催/緑化・清掃活動など環境に関する取組 25.9%		宅配サービスの実施 22.2%	中元・歳末期セール(福引等)/セール(中元・歳末期以外)/ポイントカード・スタンプの発行/商店街ホームページの開設・運営/商店街マップの作成/地域(自治会・NPO等)や学校との連携/商店街女性部・青年部の組織化 7.4%	
会費収入の減少・滞納の増加(n=11)	商店街会員による勉強会開催 27.3%	宅配サービスの実施 18.2%	共同店舗の運営/瓦版など広報誌の発行/防犯・防災活動/緑化・清掃活動など環境に関する取組 9.1%		
会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(n=49)	宅配サービスの実施/商店街ホームページの開設・運営/地域(自治会・NPO等)や学校との連携 10.2%			ポイントカード・スタンプの発行/商店街マップの作成/商店街女性部・青年部の組織化/商店街会員による勉強会開催/防犯・防災活動/緑化・清掃活動など環境に関する取組 8.2%	
悩みはない(n=6)	商店街ホームページの開設・運営/商店街マップの作成/地域(自治会・NPO等)や学校との連携/商店街会員による勉強会開催/防犯・防災活動 16.7%				

※上位5位までを抽出

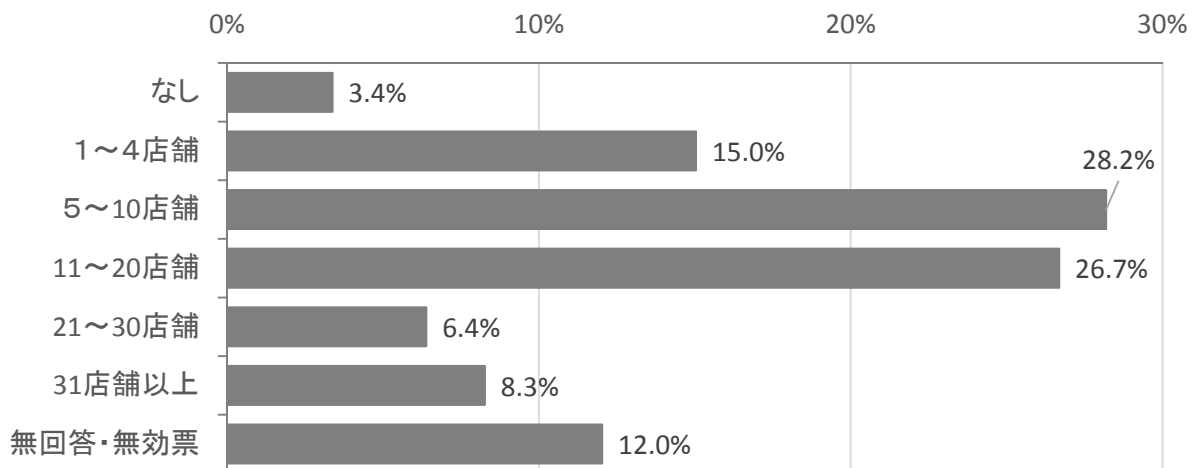
図表13-6 今後取り組むべきと考えている活動[商店街における悩み別]

(4) 65歳以上の経営者・空き店舗について

問 11 貴商店街を構成する店舗の中で、経営者が65歳以上の店舗は何店舗ありますか。

【全体】

「5～10店舗」が最も多く、で28.2%であった。次いで「11～20店舗」(26.7%)、「1～4店舗」(15.0%)の順となった。

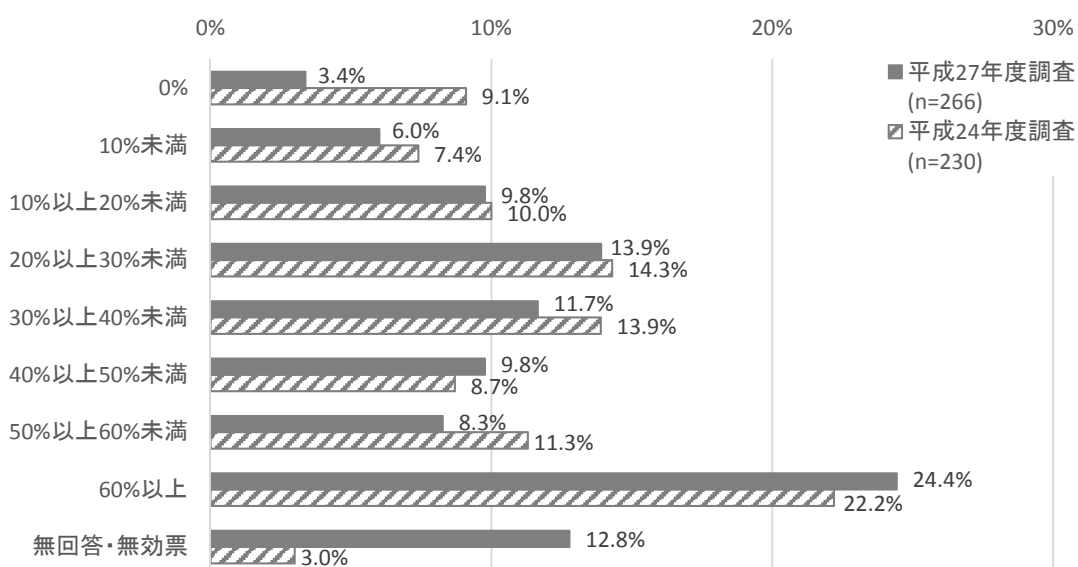


図表14-1 65歳以上の会員[全体]

n=266

【高齢化率 経年比較】(経営者が65歳以上の店舗数の正会員数に占める割合)

平成24年度調査と比較すると、高齢化率が「60%以上」(平成24年度22.2%/平成27年度24.4%)、「40%以上50%未満」(平成24年度8.7%/平成27年度9.8%)で増加した。

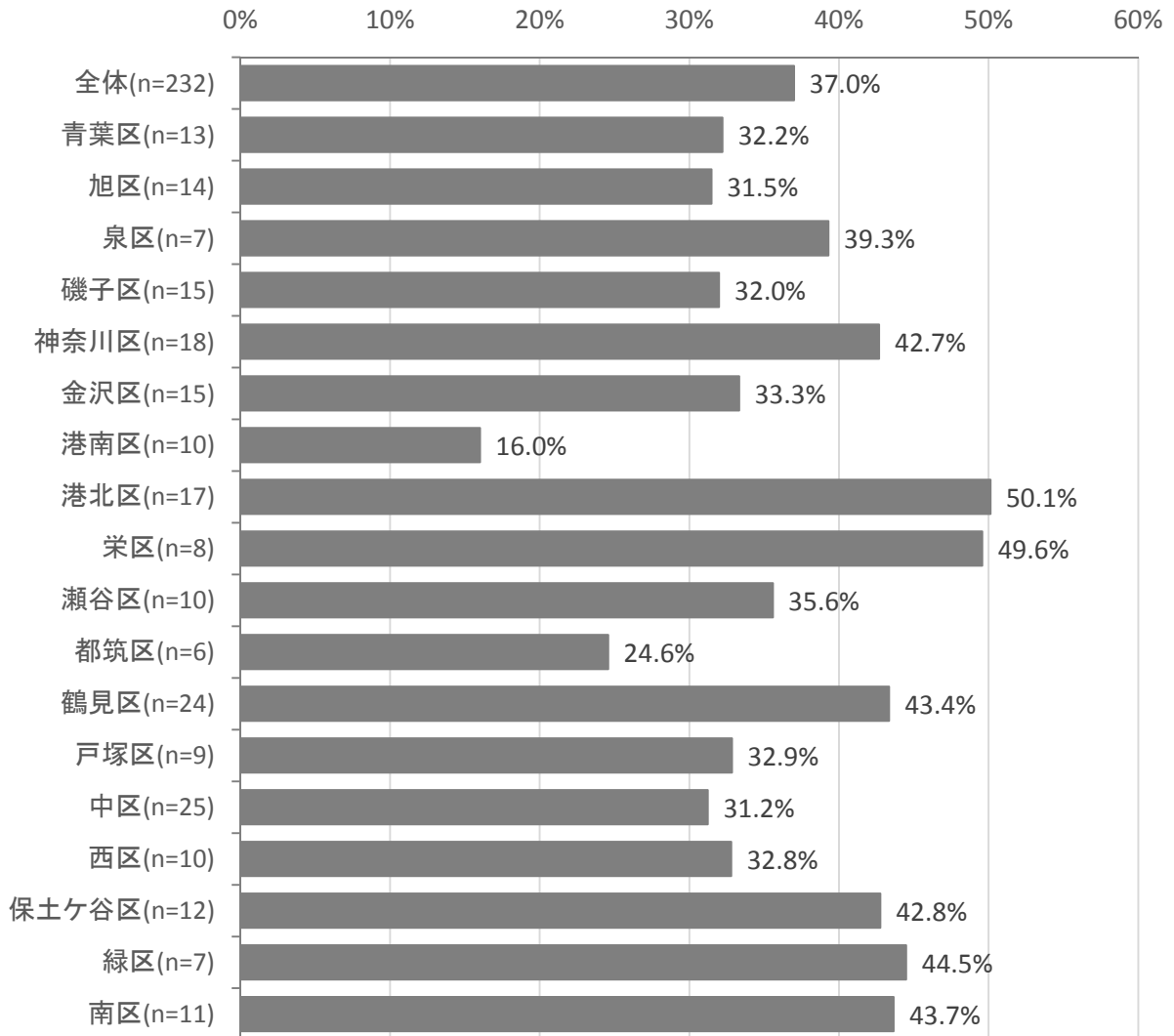


※高齢化率=65歳以上の店舗数÷正会員数

図表14-2 65歳以上の会員[高齢化率 経年比較]

【高齢化率 区別】

区別で高齢化率をみると、「港北区」が最も高く、50.1%であった。次いで「栄区」(49.6%)、「緑区」(44.5%)、「南区」(43.7%)の順となった。一方、高齢化率が最も低いのは「港南区」(16.0%)で、2番目に低い「都筑区」(24.6%)と比べても、特に低くなっている。



※無回答・無効票を除外し、65歳以上の店舗数÷正会員数で算出した高齢化率を区別に集計した。
全体(n=232)には所在区不明1を含む。

図表14-3 65歳以上の会員[高齢化率 区別]

【高齢化率別の商店街の悩み】

高齢化率「10%未満」を除いて「売上・来街者の減少」が1位となっている。「経営者の高齢化」は「60%以上」で、55.4%と最も高い。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=266)	売上・来街者の減少 49.2%	経営者の高齢化 41.0%	後継者の不在 37.6%	魅力ある店舗の不足 33.8%	業種のバランスが悪い 25.6%
0% (n=9)	売上・来街者の減少 44.4%	業種のバランスが悪い 33.3%	店舗の老朽化/街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化/魅力ある店舗の不足/放置自転車の対策/後継者の不在/会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加/悩みはない 22.2%		
10%未満 (n=16)	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い 56.3%		売上・来街者の減少/店舗の老朽化/未加入店舗の増加 31.3%		
10%以上20%未満 (n=26)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化 46.2%		売上・来街者の減少 42.3%	業種のバランスが悪い 30.8%	後継者の不在 19.2%
20%以上30%未満 (n=37)	売上・来街者の減少 45.9%	後継者の不在 37.8%	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い/経営者の高齢化 32.4%		
30%以上40%未満 (n=31)	売上・来街者の減少 58.1%	経営者の高齢化 54.8%	後継者の不在 48.4%	魅力ある店舗の不足 45.2%	業種のバランスが悪い 32.3%
40%以上50%未満 (n=26)	売上・来街者の減少 69.2%	経営者の高齢化 50.0%	後継者の不在 42.3%	空き店舗・空き地の増加/魅力ある店舗の不足 34.6%	
50%以上60%未満 (n=22)	売上・来街者の減少 54.5%	後継者の不在 45.5%	経営者の高齢化 40.9%	魅力ある店舗の不足 36.4%	店舗の老朽化/空き店舗・空き地の増加/業種のバランスが悪い 22.7%
60%以上 (n=65)	売上・来街者の減少 58.5%	経営者の高齢化 55.4%	後継者の不在 49.2%	魅力ある店舗の不足/会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加 29.2%	

※上位5位までを抽出

図表14-4 65歳以上の会員[高齢化率別の商店街の悩み]

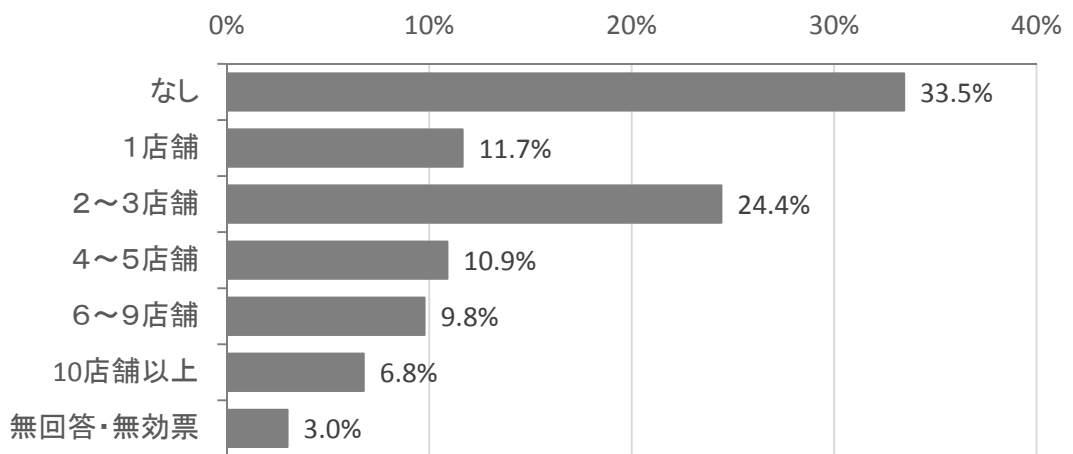
問 12 貴商店街における空き店舗※は何店舗ですか。

※空き店舗とは… 商店街の主要な通りの建物の1階部分（商業用ビル等、多階層にわたって商店街エリアが広がっている場合は、建物の1階には限らない）に位置し、以前、店舗として利用された建物で、廃業・移転等により現在は空き店舗となっているもの。

上記のうち、駐車場・一般住宅・空き地になった場合は除く。（次の利用者が現れるまで暫定的に車庫や物置等として使用としているものは含む。）

【全体】

空き店舗は「なし」が最も多く、33.5%であった。次いで「2～3店舗」(24.4%)、「1店舗」(11.7%)、「4～5店舗」(10.9%)の順となった。

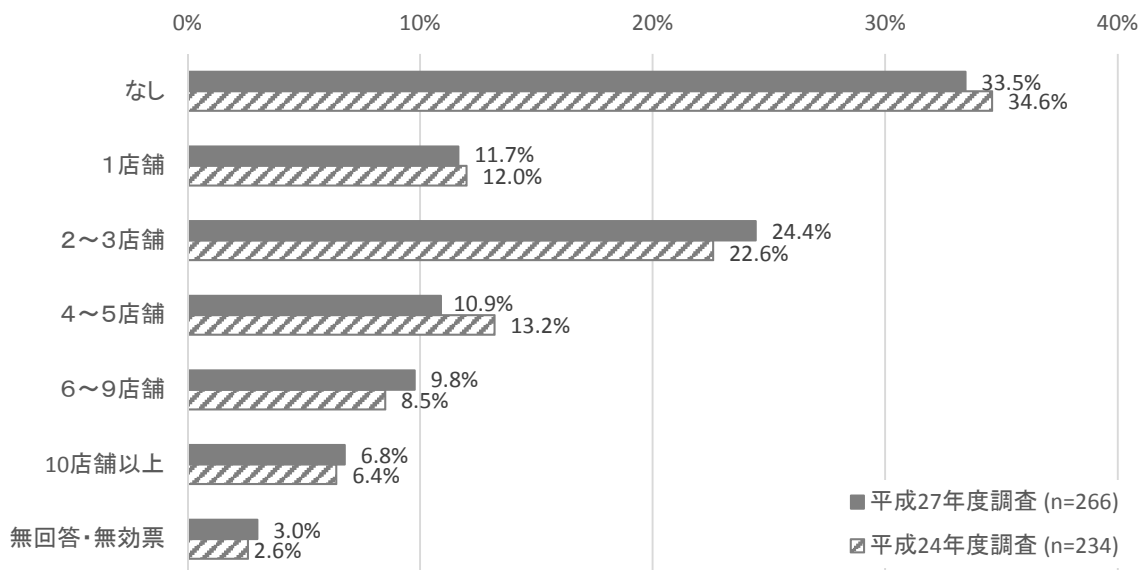


図表15-1 空き店舗数[全体]

n=266

【経年比較】

平成24年度調査と比較しても、傾向に大きな違いはみられなかった。



図表15-2 空き店舗数[経年比較]

【空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 区別】

区別で空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数をみると、どちらも都筑区が最も多い。1商店街当たり7.8の空き店舗があり、空き店舗率は15.1%で、全体の空き店舗率の約2.2倍となった。一方、最も割合が低いのは緑区で、1商店街当たりの空き店舗数は0.6で、空き店舗率は1.2%であった。

	空き店舗率	1商店街当たりの空き店舗数
全体(n=258)	6.7%	3.0
青葉区(n=13)	3.9%	1.8
旭区(n=15)	5.0%	2.2
泉区(n=8)	7.3%	2.1
磯子区(n=15)	5.6%	2.1
神奈川区(n=20)	5.8%	2.4
金沢区(n=16)	6.4%	2.3
港南区(n=11)	10.3%	2.3
港北区(n=19)	2.9%	1.6
栄区(n=8)	8.5%	1.4
瀬谷区(n=10)	9.3%	3.5
都筑区(n=6)	15.1%	7.8
鶴見区(n=27)	12.3%	5.0
戸塚区(n=10)	3.1%	1.4
中区(n=30)	7.0%	4.9
西区(n=15)	7.8%	3.3
保土ヶ谷区(n=15)	5.5%	2.4
緑区(n=8)	1.2%	0.6
南区(n=11)	8.4%	3.5

※全体(n=258)には所在区不明1を含む。

図表15-3 空き店舗数[空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 区別]

※空き店舗率の算出

以下の数式で、空き店舗率を算出した。

$$\text{空き店舗率(\%)} = \text{空き店舗総数} \div (\text{正会員数} + \text{空き店舗総数})$$

空き店舗総数	正会員数	正会員数+空き店舗総数	空き店舗率
774	10,699	11,473	6.7%

※空き店舗数の算出

以下の数式で、1商店街当たりの空き店舗数を算出した。

$$1\text{商店街当たりの空き店舗数} = \text{空き店舗総数} \div \text{商店街数(無回答・無効票除く)}$$

【空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 商店街タイプ別】

1商店街当たりの空き店舗数が最も多いのは「広域型商店街」の5.3だが、空き店舗率でみると、「近隣型商店街」が1割近くとなった。

	空き店舗率	1商店街当たりの空き店舗数
全体 (n=258)	6.7%	3.0
近隣型商店街 (n=154)	9.1%	3.2
地域型商店街 (n=73)	4.0%	2.0
広域型商店街 (n=19)	5.6%	5.3
超広域型商店街 (n=5)	6.1%	4.4

※全体(n=258)には商店街タイプ不明7を含む。

図表15-4 空き店舗数[空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 商店街タイプ別]

【空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 会員数別】

会員数別でみると、「20店舗以下」と「21店舗以上」で傾向に差が出た。「21店舗以上」では1商店街当たりの空き店舗数が3.3～3.7であるのに対し、「20店舗以下」では1.9と、会員数の少ない商店街では、1商店街当たりの空き店舗数が少ない。一方、空き店舗率でみると「20店舗以下」で1割を超えた。

	空き店舗率	1商店街当たりの空き店舗数
全体 (n=258)	6.7%	3.0
20店舗以下 (n=77)	13.5%	1.9
21～50店舗 (n=94)	9.7%	3.5
51～100店舗 (n=62)	5.2%	3.3
101店舗以上 (n=23)	2.8%	3.7

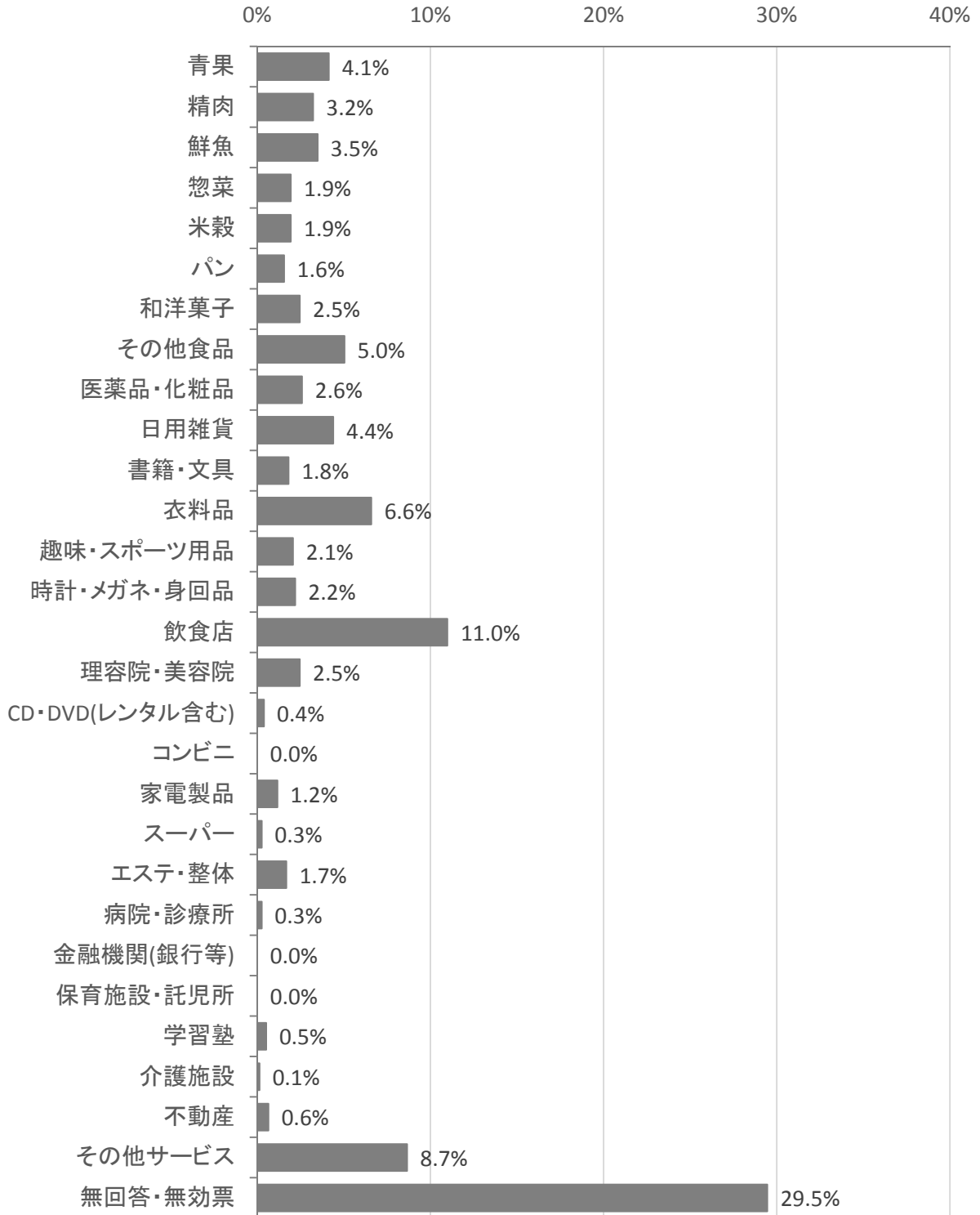
※全体(n=258)には会員数不明2を含む。

図表15-5 空き店舗数[空き店舗率と1商店街当たりの空き店舗数 会員数別]

問 13 空き店舗がある場合、各空き店舗の状況について御記入ください。

【閉店前の業種 全体】

「無回答・無効票」を除いて「飲食店」が最も多く、11.0%であった。次いで「その他サービス」(8.7%)、「衣料品」(6.6%)、「その他食品」(5.0%)の順となった。

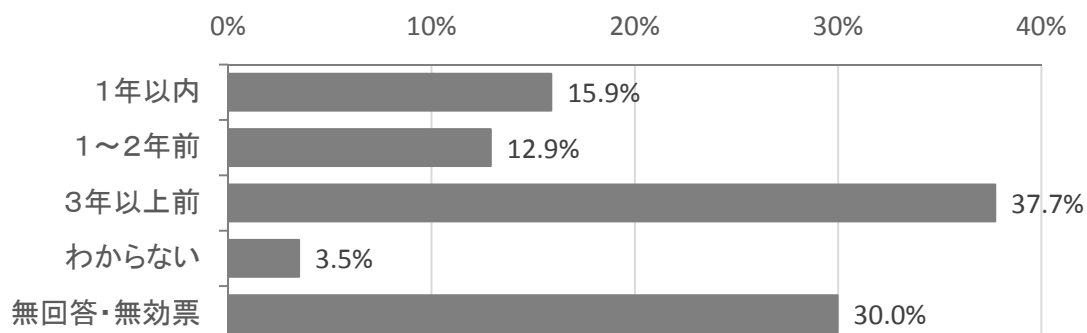


図表16-1 空き店舗の状況[閉店前の業種 全体]

n=774

【閉店時期 全体】

「3年以上前」が最も多く、37.7%であった。

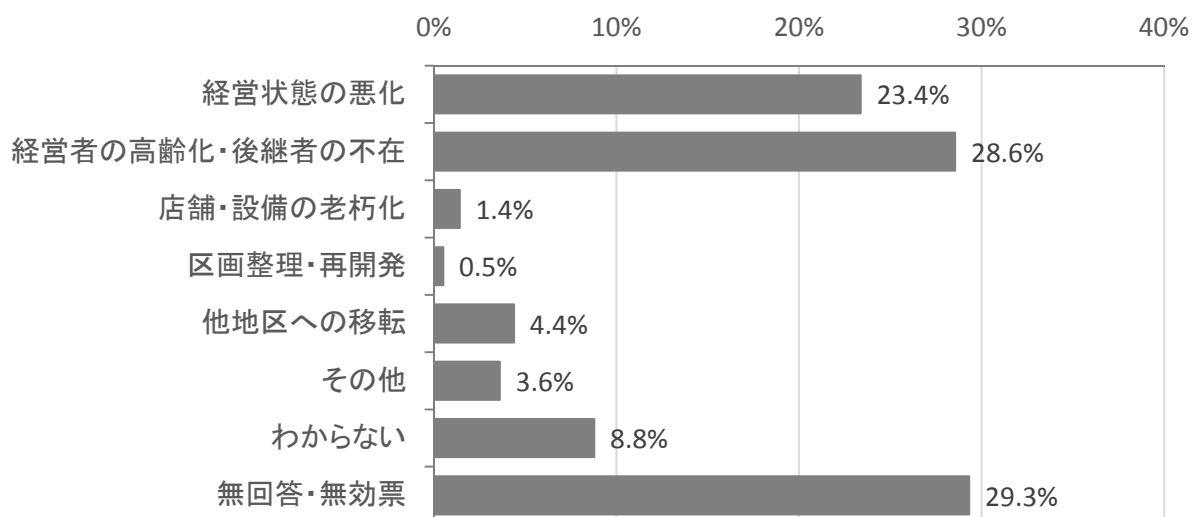


図表16-2 空き店舗の状況[閉店時期 全体]

n=774

【閉店理由 全体】

「無回答・無効票」を除いて「経営者の高齢化・後継者の不在」(28.6%)が最も多く、次いで「経営状態の悪化」(23.4%)の順となった。

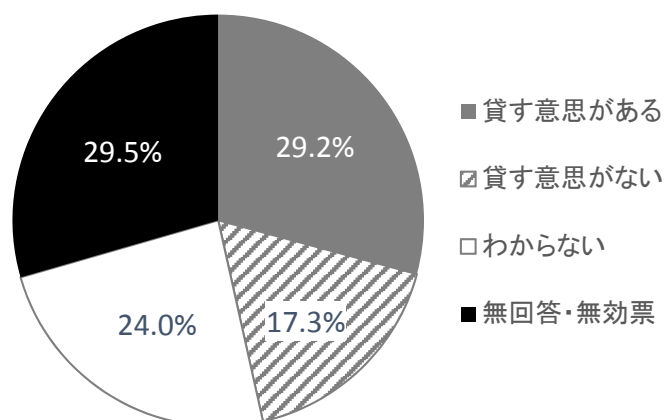


図表16-3 空き店舗の状況[閉店理由 全体]

n=774

【家主の意思 全体】

「貸す意思がある」が29.2%で、「貸す意思がない」が17.3%であった。

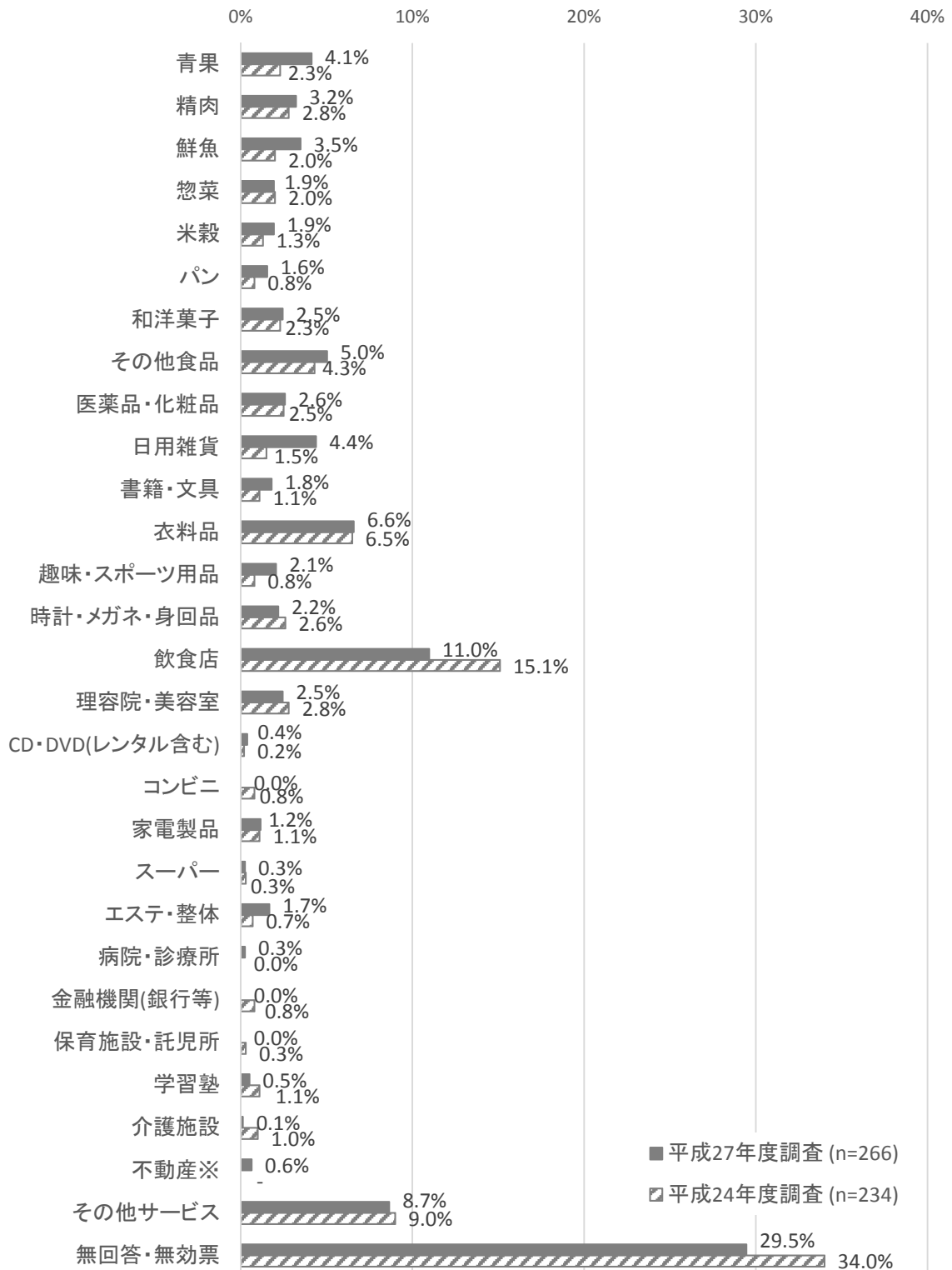


図表16-4 空き店舗の状況[家主の意思 全体]

n=774

【閉店前の業種 経年比較】

平成24年度調査と比較すると、「飲食店」が4.1ポイント減少した。また、「日用雑貨」は2.9ポイント増加し、生鮮3品も増加している。

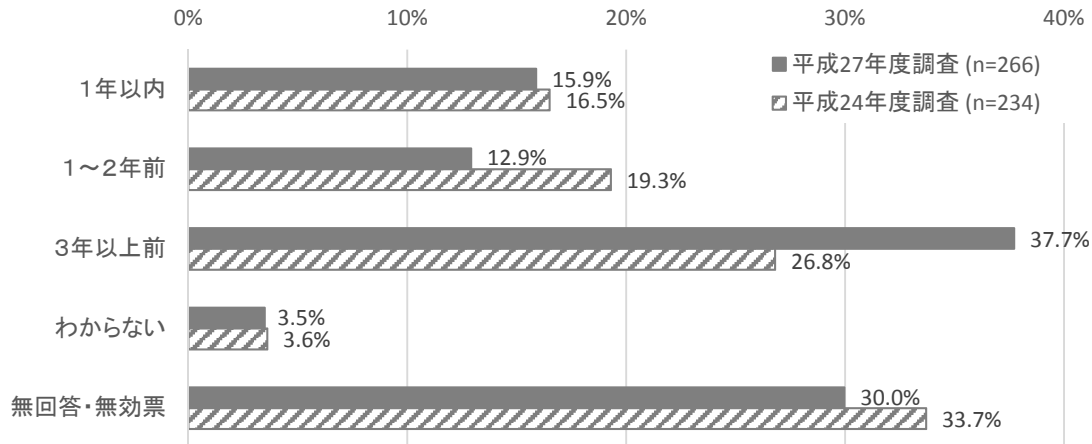


※「不動産」の選択肢は、平成27年度調査で新設した。

図表16-5 空き店舗の状況[閉店前の業種 経年比較]

【閉店時期 経年比較】

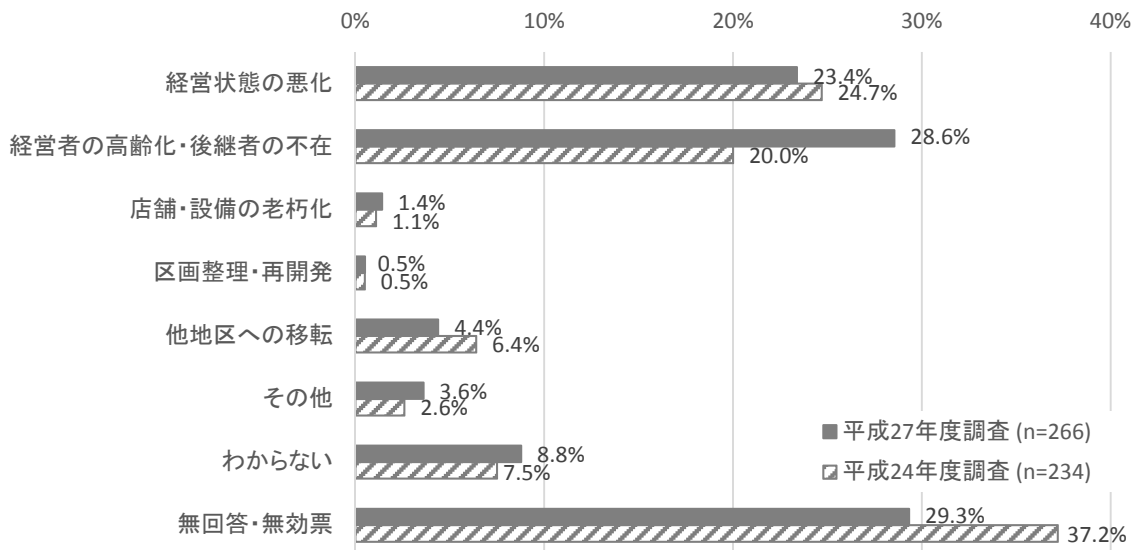
平成24年度調査と比較すると、「3年以上前」が10.9ポイント増えた。一方、「1～2年前」は6.4ポイント減少した。24年度調査時の空き店舗が、同じように空き店舗である状態が続いていると考えられる。



図表16-6 空き店舗の状況[閉店時期 経年比較]

【閉店理由 経年比較】

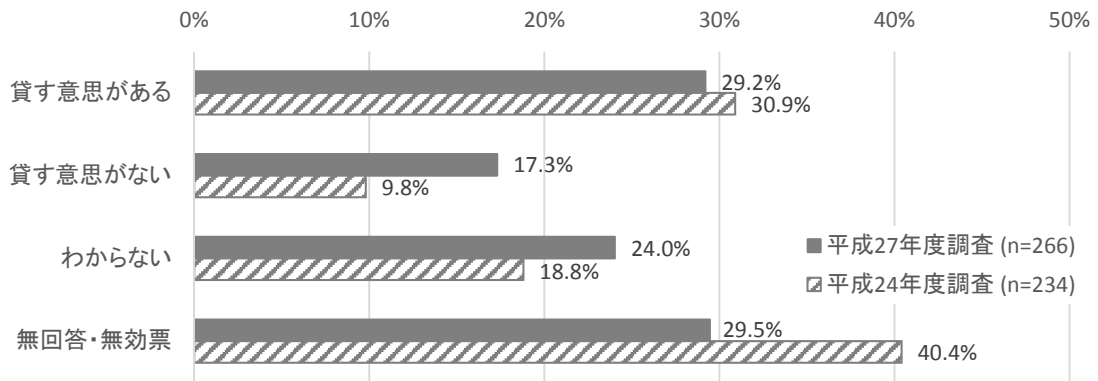
「経営者の高齢化・後継者の不在」(24年度20.0%/27年度28.6%)と「経営状態の悪化」(24年度24.7%/27年度23.4%)が多いという傾向に違いはみられなかった。



図表16-7 空き店舗の状況[閉店理由 経年比較]

【家主の意思 経年比較】

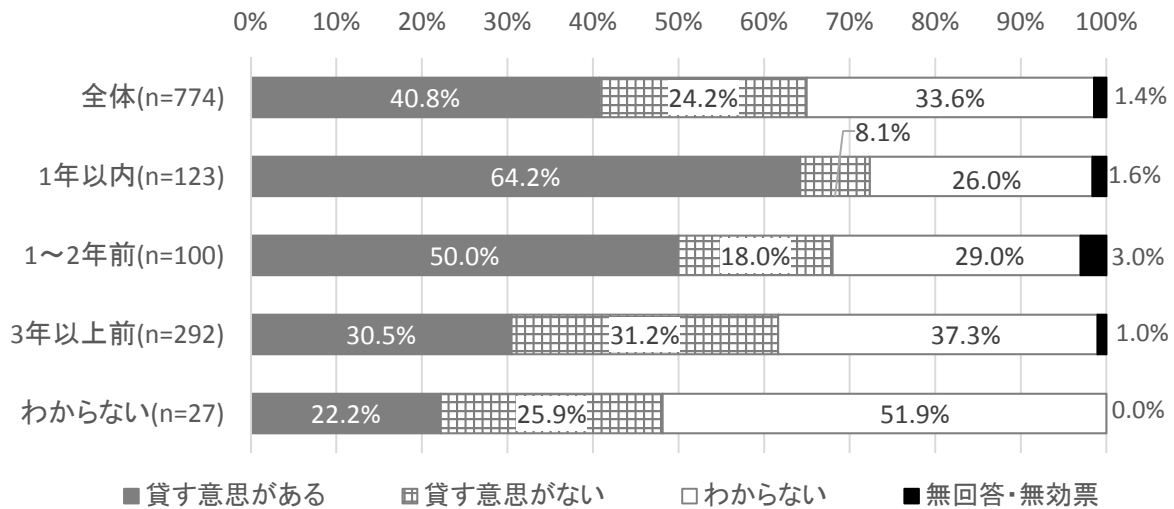
平成24年の調査と比較すると、「貸す意思がない」が7.5ポイント、「わからない」が5.2ポイント増加した。



図表16-8 空き店舗の状況[家主の意思 経年比較]

【家主の意思 空き店舗となった時期別】

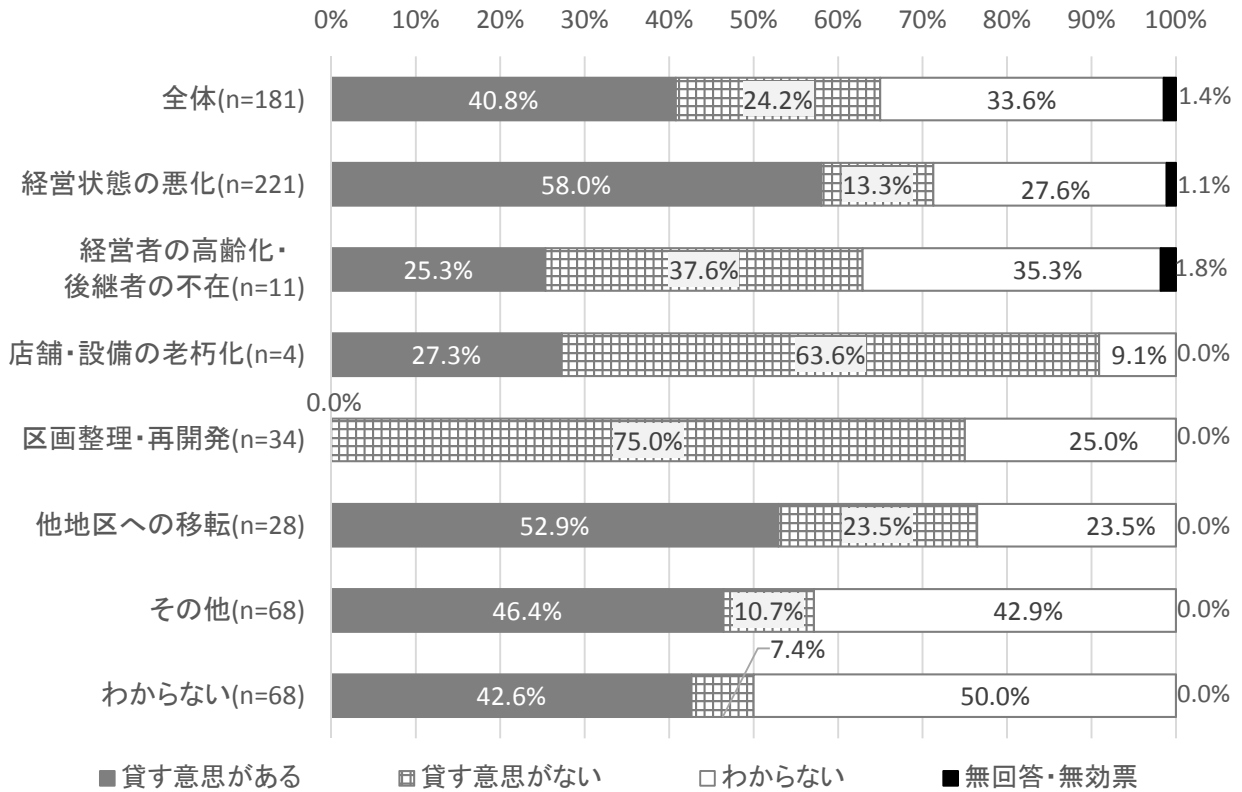
空き店舗となった時期別に家主の意思をみると、「1年以内」では「貸す意思がある」が64.2%となった。空き店舗である年数が長くなるにつれ、家主の貸す意思は減少する傾向がみられた。



図表16-9 空き店舗の状況[家主の意思 空き店舗となった時期別]

【家主の意思 閉店の理由別】

閉店の理由別に家主の意思をみると、「経営状態の悪化」では「貸す意思がある」が最も多く、58.0%であった。次いで「他地区への移転」(52.9%)が多い。また、「区画整理・再開発」では「貸す意思がない」が最も多く75.0%であった。



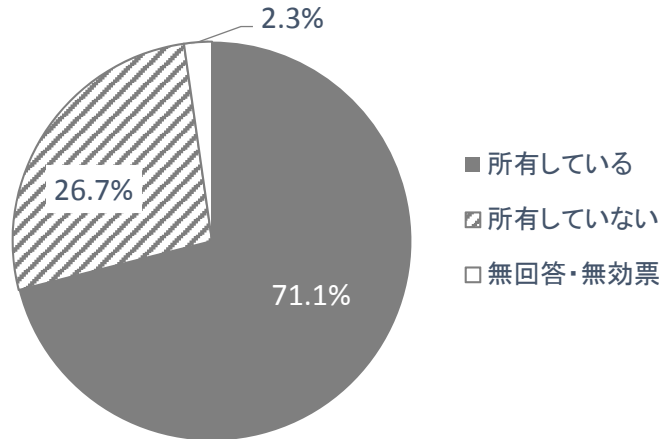
図表16-10 空き店舗の状況[家主の意思 閉店の理由別]

(5) 街路灯の維持管理

問 14 貴商店街では街路灯を所有していますか。

【全体】

「所有している」が71.1%であった。

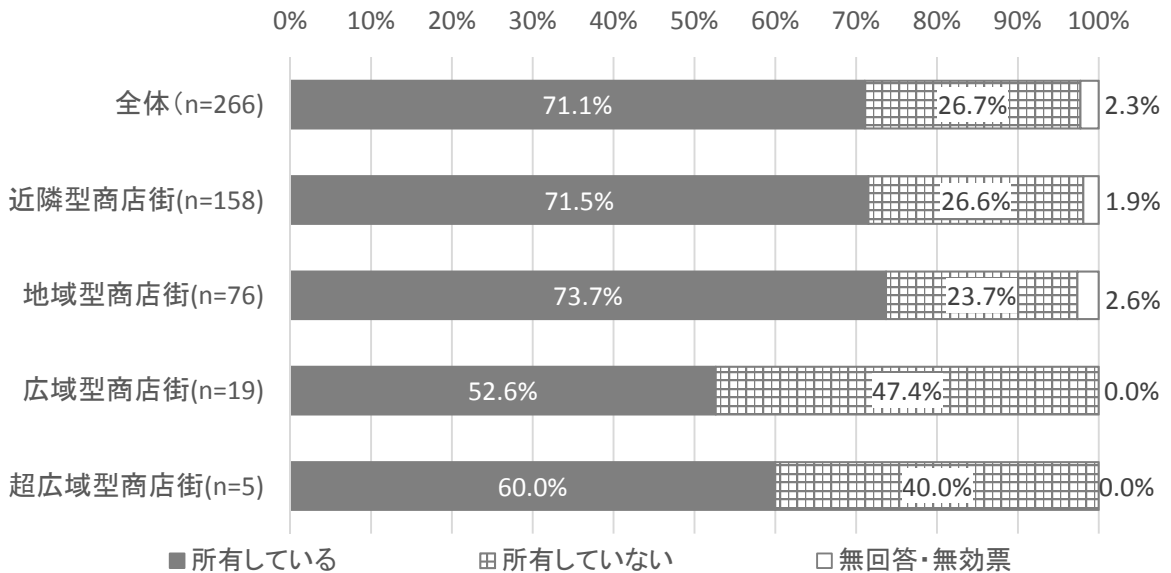


図表17-1 街路灯の所有状況[全体]

n=266

【商店街タイプ別】

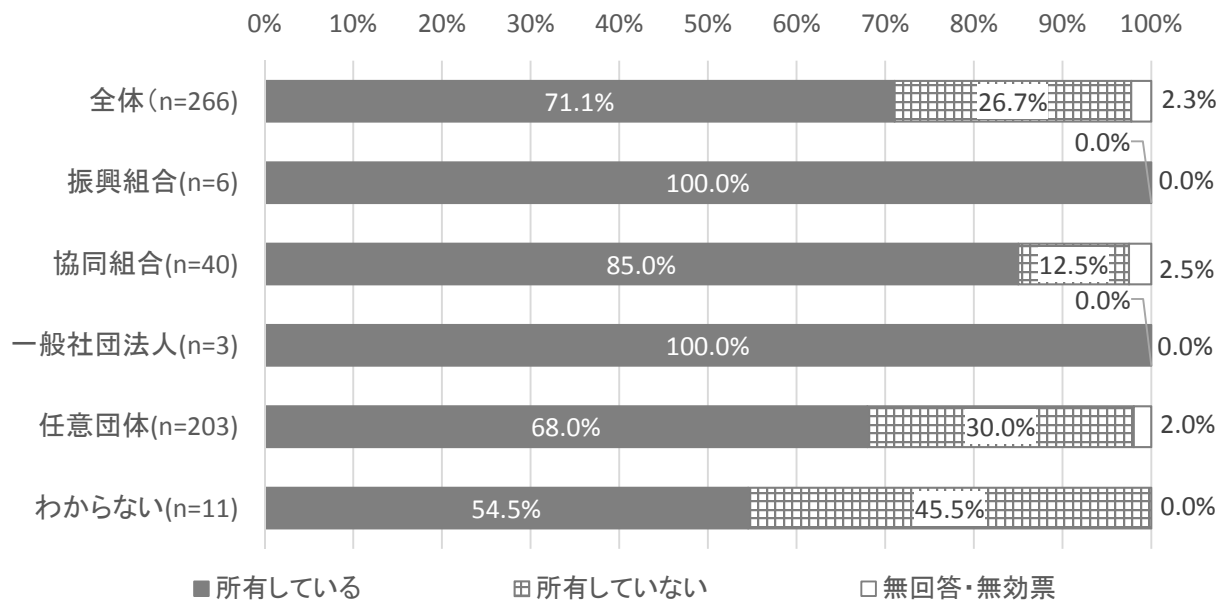
商店街タイプ別にみると、「近隣型商店街」(71.5%)、「地域型商店街」(73.7%)で「所有している」が7割を超えた。



図表17-2 街路灯の所有状況[商店街タイプ別]

【組織形態別】

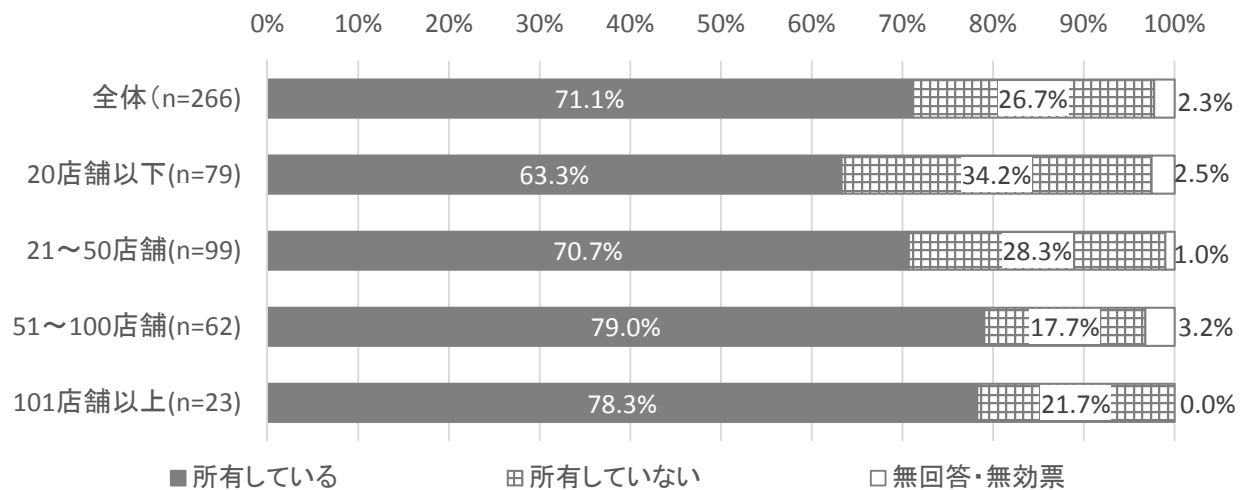
組織形態別にみると、「振興組合」、「一般社団法人」では「所有している」が100%となった。「任意団体」では「所有している」が68.0%であった。



図表 17-3 街路灯の所有状況[組織形態別]

【会員数別】

会員数別にみると、「51～100店舗」は「所有している」が最も多く、79.0%であった。「101店舗以上」は78.3%で、会員数が多いほど所有の割合が高くなる傾向がみられた。

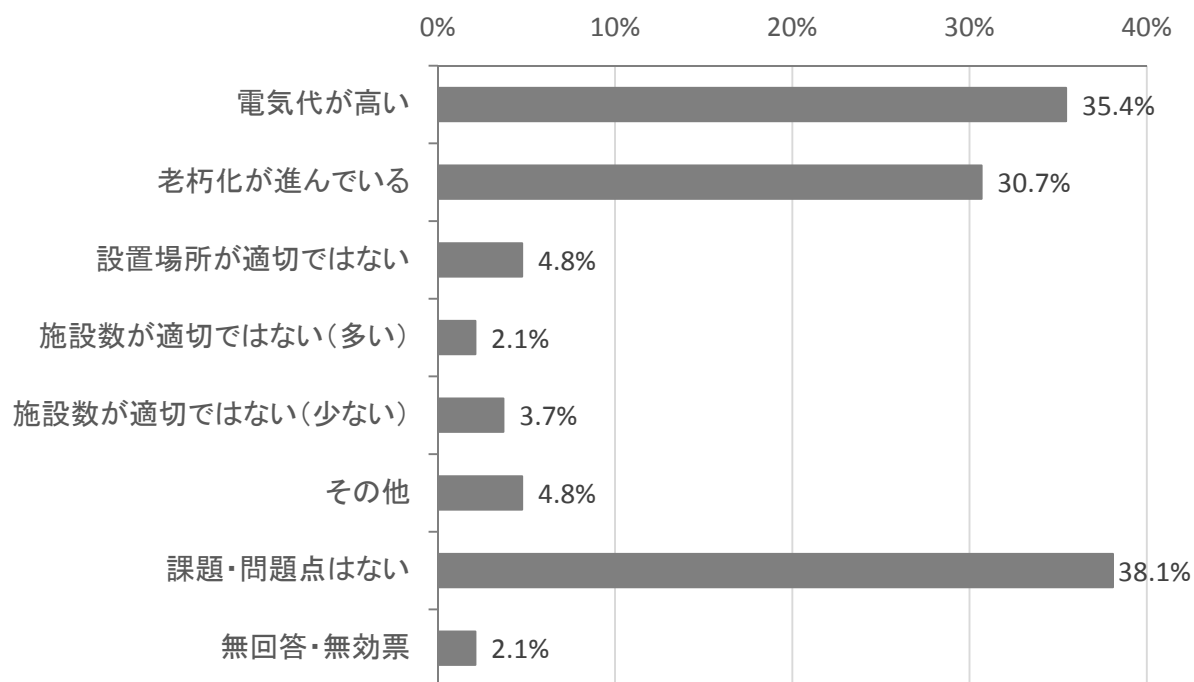


図表17-4 街路灯の所有状況[会員数別]

問 14-2 街路灯の維持管理における課題・問題点は何ですか。

【全体】

「課題・問題点はない」が最も多く、38.1%であった。次いで「電気代が高い」(35.4%)、「老朽化が進んでいる」(30.7%)の順となり、いずれも3割を超えた。



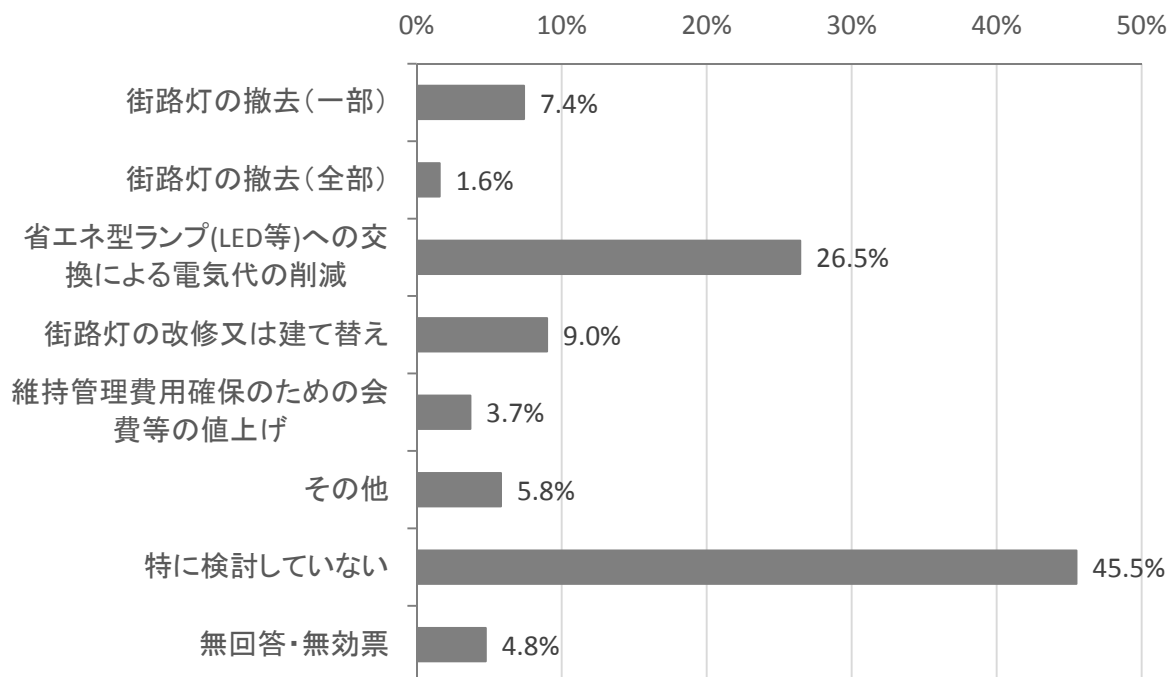
図表18 街路灯の維持管理における課題・問題点[全体]

n=189

問 14-3 街路灯の維持管理に関して検討していることは何ですか。

【全体】

「省エネ型ランプへの交換による電気代の削減」が26.5%であった。一方、「特に検討していない」は最も多く、45.5%であった。



図表19-1 街路灯の維持管理に関して検討していること [全体]

n=189

【街路灯の維持管理に関する問題別】

街路灯の維持管理に関する問題別でみると、「省エネ型ランプへの交換による電気代の削減」、「特に検討していない」が1位となっている。

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=189)	特に検討していない 45.5%	省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 26.5%	街路灯の改修又は建て替え 9.0%	街路灯の撤去(一部) 7.4%	維持管理費用確保のための会費等の値上げ 3.7%
電気代が高い (n=67)	省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 43.3%	特に検討していない 26.9%	街路灯の撤去(一部) 11.9%	街路灯の改修又は建て替え 10.4%	維持管理費用確保のための会費等の値上げ 4.5%
老朽化が進んでいる (n=58)	省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 31.0%	街路灯の改修又は建て替え 22.4%	街路灯の撤去(一部)/特に検討していない 20.7%		街路灯の撤去(全部)/維持管理費用確保のための会費等の値上げ 3.4%
設置場所が適切ではない (n=9)	特に検討していない 44.4%	街路灯の撤去(一部)/省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 22.2%		-	
施設数が適切ではない(n=4)	街路灯の撤去(一部)/省エネ型ランプへの交換による電気代の削減/特に検討していない			25.0%	-
施設数が適切ではない(n=7)	省エネ型ランプへの交換による電気代の削減/特に検討していない 42.9%		維持管理費用確保のための会費等の値上げ 14.3%	-	
その他(n=9)	特に検討していない 44.4%	維持管理費用確保のための会費等の値上げ 22.2%	街路灯の撤去(全部)/省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 11.1%		-
課題・問題点はない(n=72)	特に検討していない 73.6%	省エネ型ランプへの交換による電気代の削減 11.1%	街路灯の改修又は建て替え 2.8%	維持管理費用確保のための会費等の値上げ 1.4%	-

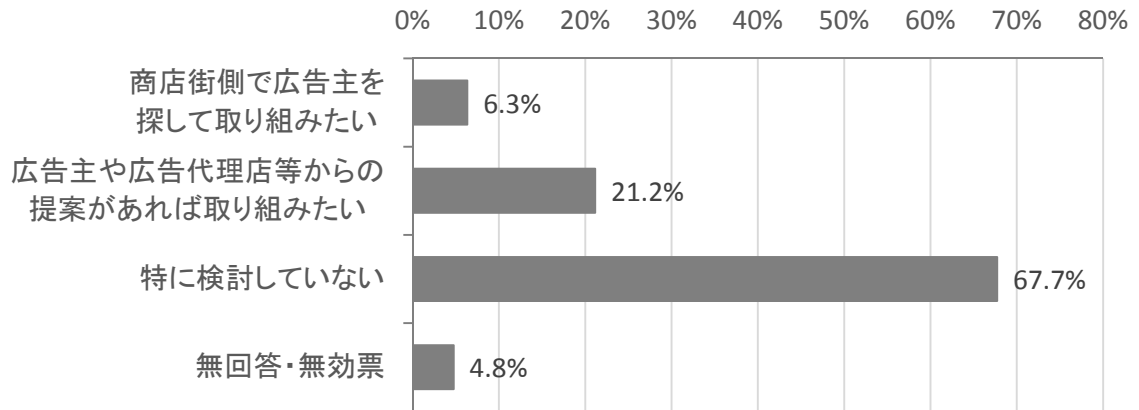
※上位5位までを抽出

図表19-2 街路灯の維持管理に関して検討していること [街路灯の維持管理に関する問題別]

問 14-4 「有料広告フラッグ掲出事業」への取組を検討していますか。

【全体】

「広告主や広告代理店等からの提案があれば取り組みたい」が21.2%であった。一方、「特に検討していない」は最も多く、67.7%であった。



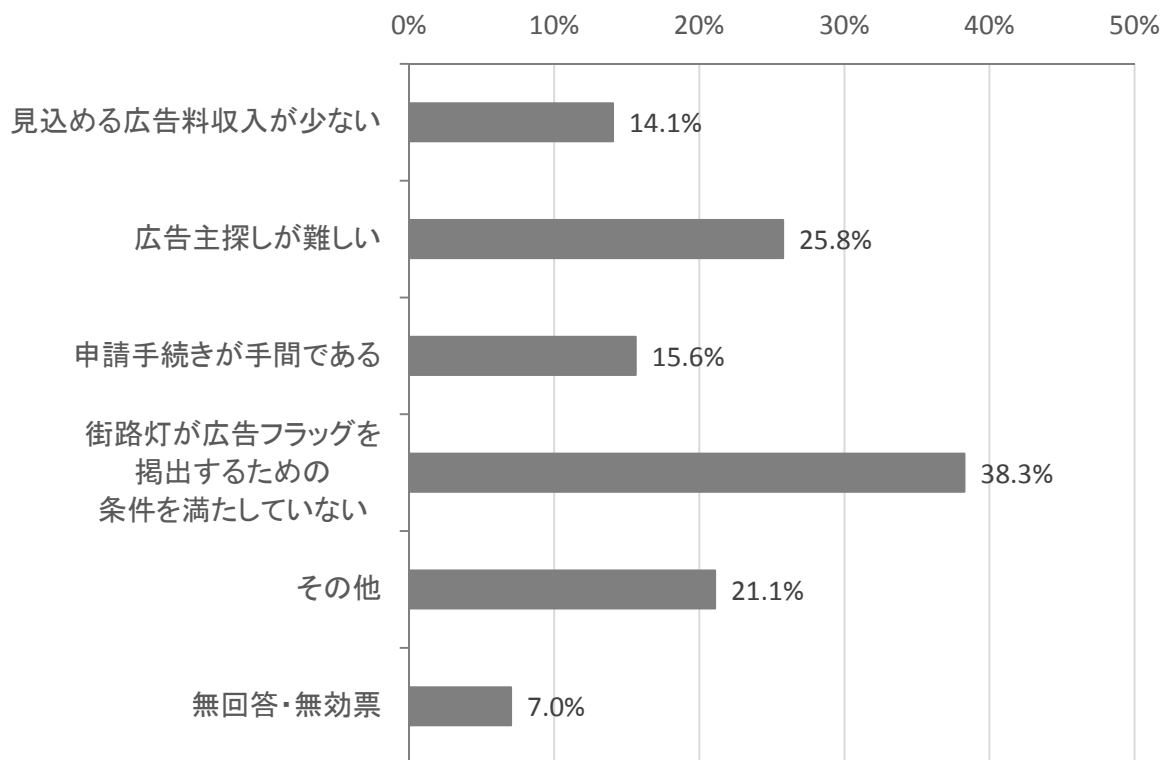
図表20 「有料広告フラッグ掲出事業」の検討の有無[全体]

n=189

問 14-5 特に検討していない理由は何ですか。

【全体】

「街路灯が広告フラッグを掲出するための条件を満たしていない」が最も多く、38.3%であった。次いで「広告主探しが難しい」(25.8%)、「その他」(21.1%)の順となり、いずれも2割を超えた。



図表21 「有料広告フラッグ掲出事業」を検討していない理由[全体]

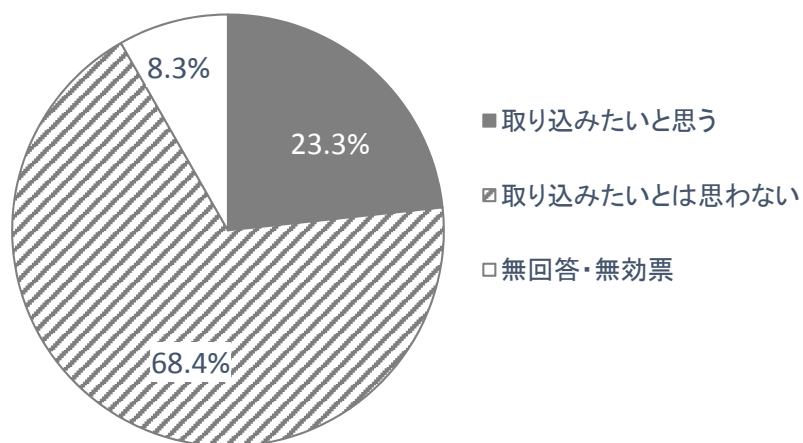
n=189

(6) 外国人来街者への対応

問 15 外国人観光客を来街者として取り込みたいと思いますか。

【全体】

「取り込みたいとは思わない」が68.4%であった。一方、外国人観光客の取り込みに前向きな商店街は23.3%となった。



図表22-1 外国人観光客の取り込み [全体]

n=266

【区別】

「取り込みたいと思う」と回答した商店街数は「中区」で最も多く、22商店街あった。また、中心部だけでなく、郊外部に立地する商店街も含まれていた。

	取り込みたいと思うと回答した商店街数
全体	62
青葉区	4
旭区	2
泉区	0
磯子区	3
神奈川区	7
金沢区	2
港南区	0
港北区	4
栄区	2
瀬谷区	1
都筑区	2
鶴見区	3
戸塚区	4
中区	22
西区	2
保土ヶ谷区	2
緑区	1
南区	1

図表22-2 外国人観光客の取り込み[区別]

【会員数別】

会員数別にみると、「取り込みたいと思う」と回答した商店街数は「21～50店舗」で最も多く、23商店街あった。

	取り込みたいと思うと回答した商店街数
20 店舗以下	9
21～50 店舗	23
51～100 店舗	19
101 店舗以上	11

図表22-3 外国人観光客の取り込み[会員数別]

【商店街タイプ別】

商店街タイプ別にみると、「取り込みたいと思う」と回答した商店街数は「地域型商店街」が最も多く、26商店街あった。

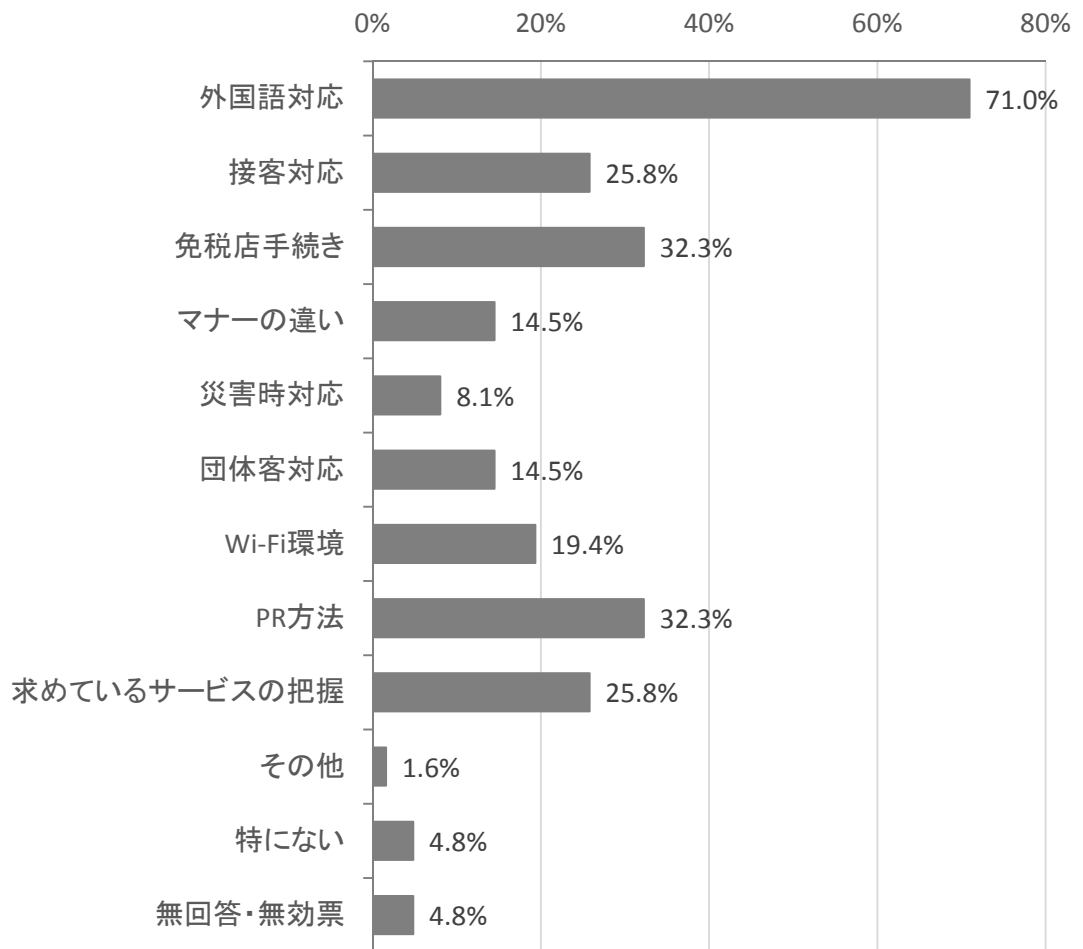
	取り込みたいと思うと回答した商店街数
近隣型商店街	18
地域型商店街	26
広域型商店街	12
超広域型商店街	4
不明	2

図表22-4 外国人観光客の取り込み[商店街タイプ別]

問 15-2 外国人観光客を取り込む場合、課題は何ですか。

【全体】

「外国語対応」が最も多く、71.0%であった。次いで「免税店手続き」、「PR方法」(共に32.3%)、「接客対応」、「求めているサービスの把握」(共に25.8%)の順となった。



図表23 外国人観光客を取り込む場合の課題[全体]

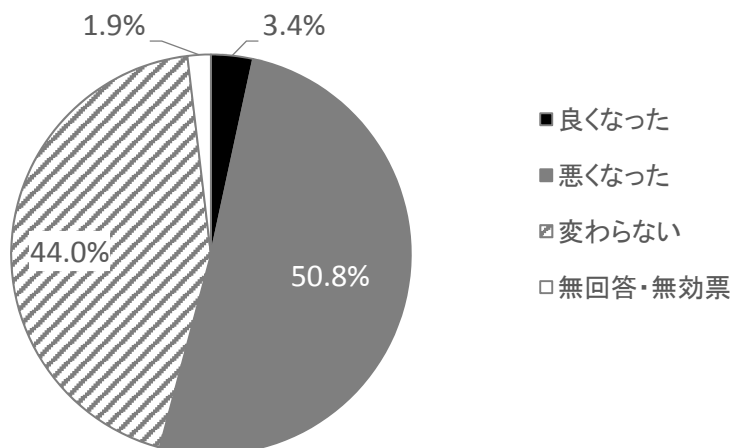
n=62

(7) 景況感

問 16 昨年と比較して現在の貴商店街の景気はどうなったと感じられますか。

【全体】

「悪くなった」が50.8%で、「変わらない」が44.0%であった。「良くなった」は3.4%であった。

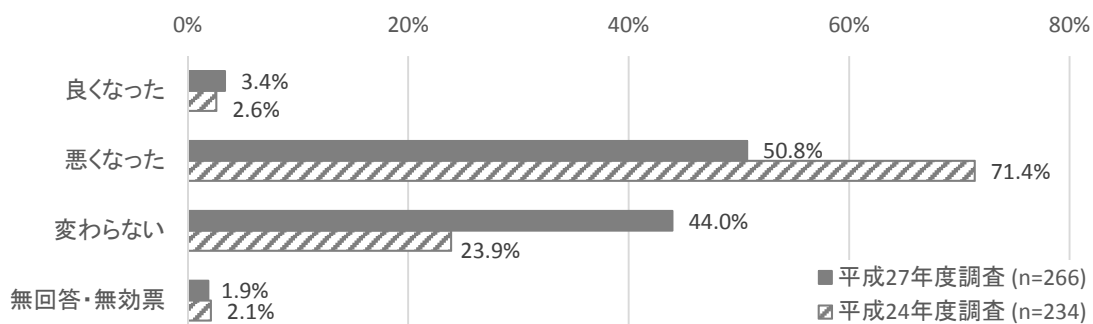


図表24-1 景況感[全体]

n=266

【経年比較】

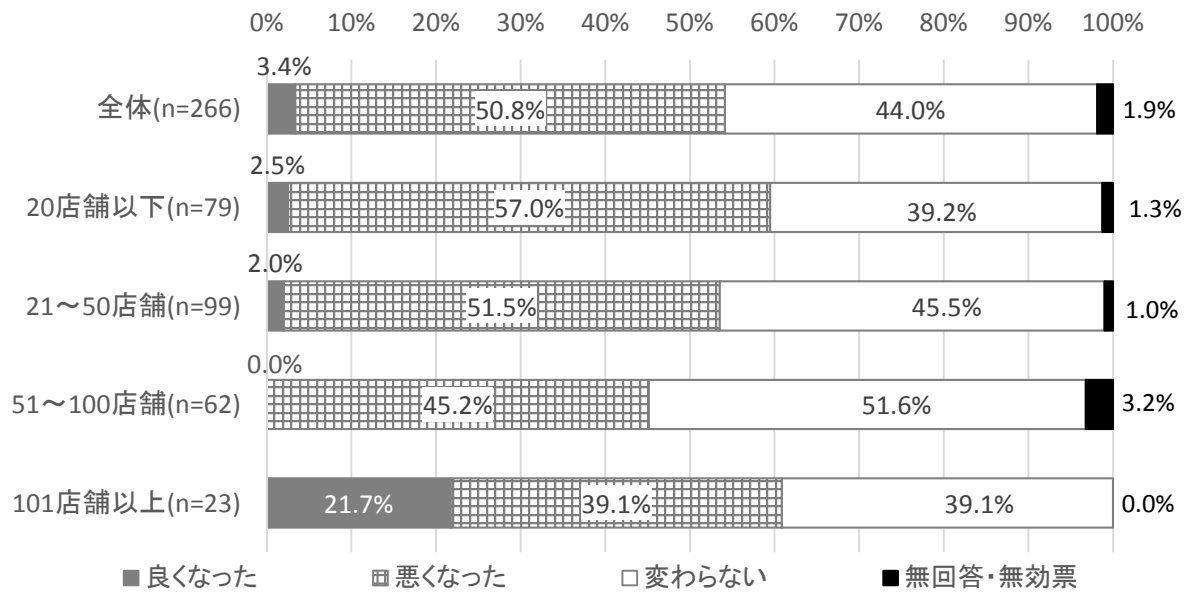
平成24年度調査と比較すると、「悪くなった」は20.6ポイント減少した。一方、「変わらない」は20.1ポイント増加した。



図表24-2 景況感[経年比較]

【会員数別】

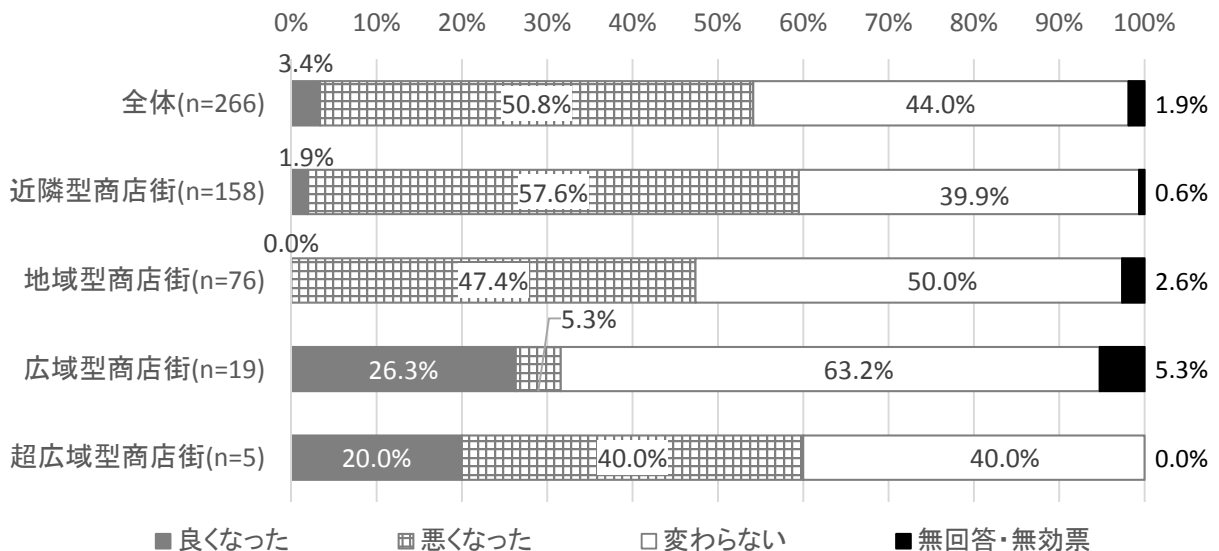
会員数別にみると、「良くなった」は「101店舗以上」で21.7%であった。「変わらない」は「51～100店舗」(51.6%)、「悪くなった」は「20店舗以下」(57.0%)が多かった。



図表 24-3 景況感[会員数別]

【商店街タイプ別】

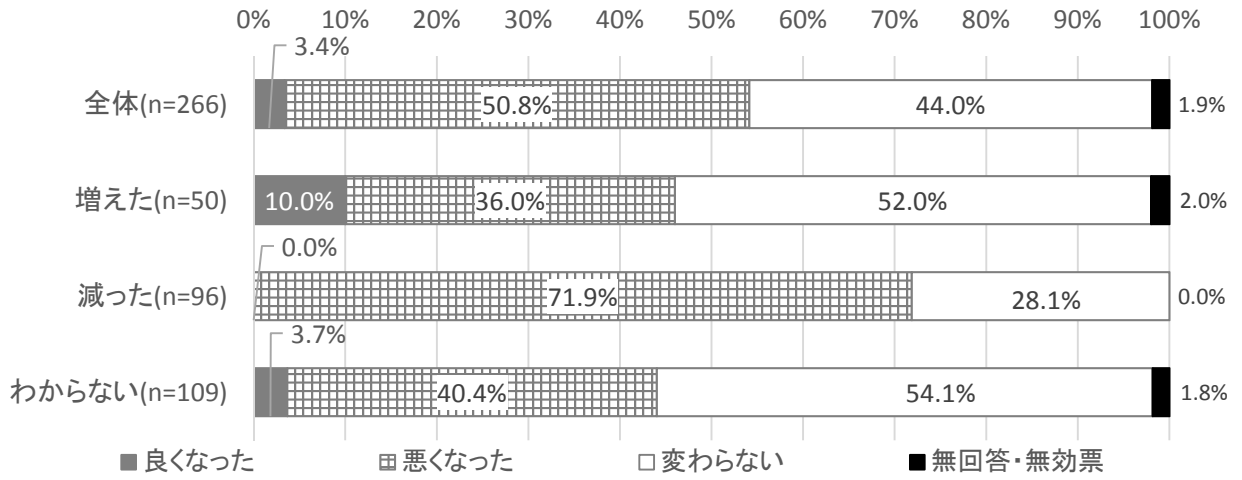
「悪くなった」は「近隣型商店街」が最も多く、57.6%であった。



図表24-4 景況感[商店街タイプ別]

【商店街活動に参加する会員の増減別】

商店街活動に参加する会員が「減った」と回答した商店街では、景気が「良くなった」は0%であった。



図表24-5 景況感[商店街活動に参加する会員の増減別]

2. 各設問の「その他」欄のまとめ

問5-2 どのような勧誘活動を行っているか

回答内容	回答数
訪問の上、口頭で勧誘	84
パンフレットやHPによる広報活動	37
規約により入会が必須	13
イベントに非加盟店を参加させる	9
共用部分経費についてのみ負担をお願いしている	5
入居時に不動産業者を通して勧誘	2
出店時に祝花を贈る	2
強制ではなく任意で勧誘。	1
現在の状況をしっている。	1
グループごと活動している。	1
イベントなど行う前に地域貢献しているというアピールを行っている。	1
スタンプを行っている店がある。	1
季節のイベント(鏡開き、ハロウィンスタンプラリー等)	1
ショッピングセンター運営管理会社にて会費等の費用は負担。	1
まちづくり会議等で勧誘	1
現状調査を実施中。内容分析の上、戦略的会員勧誘を実施予定。日程は未定。	1
チェーン店は本部の意向により入会がむずかしい。個人店は個人独自の考えでやっているのでは入会しない。	1

問5-3 勧誘活動を行っていない理由・できない理由

回答内容	回答数
新規開業店がない	17
出店する際、商店街に加入することが義務付けられているため、勧誘活動の必要なし	13
商店街活動を行っていない	10
理解が得られない	9
商店数が少ない	7
手が回らない	6
加入の要望があれば対応	5
チェーン店は加盟してくれないため	4
加入のメリットが少ない	4
店舗が点在しているため	3
高齢者のため	1
SC(ショッピングセンター)のため	1
必要なし。	1
相手がいない	1
退会したいとの声が多すぎて、勧誘どころではない。	1
勧誘しても入らない店舗は入らないため。	1
閉店が続いており、商店街自体が解散に向かっているのが現状。	1
奥様のついで的な商売ですので会費負担が気の毒で言えない。	1
商店街組合に勧誘を一任	1
現在の会の方針から必要ないので	1
役員がコロコロ変わり、開店即勧誘に動かなかった。	1
開店の時に説明をし街灯の維持の協力をたのんでいる。	1

回答内容	回答数
出店時に勧誘に行くが、断われたらその後は勧誘に行かない。	1
何年後かには、商店会の解散を考えているため。	1
各単会による。(会員にまかせる)	1
外国籍の店舗が多く、頻繁に店・経営者が変わり、町内会会員と同様に加盟店の勧誘が困難な状況	1
チェーン店はまだつきあいが無く店舗は開店したばかりで様子を見ているが、声をかけようとの意見がある。	1

問9(1) 最近3年で商店街活動に参加する会員が「増えた」理由

回答内容	回答数
イベントや勧誘活動を活発に行った	24
新規開業店があるため	12
会議やイベントに参加してもらう	11
新会員が青年部に入部した為	1
会員数の増加	1

問9(2) 最近3年で商店街活動に参加する会員が「減った」理由

回答内容	回答数
会員の高齢化	35
閉店する店が多い	23
活動に不満がある	9
自店の営業活動で手一杯のため	6
会員数が減ったため	6
役員以外の参加が少なくなった。	1
若い人がいない。	1
商売する環境ではない。	1
商店がやめたあとマンションになって、結果商店が減っている。	1
当商店街に来られるお客様の交通事情が悪く大変不便。	1
会員減少にともない協力者の役員の減も大きな要因となっている。	1
チェーン店が入ってくれない。	1
来街者数の減少。	1
新規のお店が増えない。	1
一部取り壊しのため	1
やる気のないところが多い	1
医療系が増え活動に参加しない方が増加	1
青果、精肉、鮮魚店の衰退の為。お客を寄せる要素がない。	1
昭和世代に活動していられた方が貸店舗に変わり、借り店舗の方は飲食店の方が多く参加してこない	1

問9(3) 最近3年で商店街活動に参加する会員が「変わらない」理由

回答内容	回答数
新たに加える店舗がない	16
入れ替わりのみ	9
会員の高齢化・後継者不足	3
会員数の変更がないため	3
勧誘活動を行えていない	2
SC(ショッピングセンター)のため	1
活動する人がいない。	1
人手不足	1
活動に時間がとれない。店舗をつがせられない。役員にたよらざるをえない。	1
若い世代の店主さんに参加してほしい。	1
年1回未加入店調査、加入をお願いしている。特に新しく開店した店は声をかける。	1

問14-2 街路灯の維持管理における課題・問題点

回答内容	回答数
費用	3
増設、移動等	2
維持管理	2
助成をうけている	1
商店街省エネランプ交換事業補助金でLED化(28年度事業で)	1
LEDなので暗い	1

問14-3 街路灯の維持管理に関して検討していること

回答内容	回答数
建て替え・改修	8
費用	3
維持管理	1
協賛店の増加	1
賛助会員の増加	1
問題なし	1

問14-5 「有料広告フラッグ掲出事業」への取組を特に検討していない理由

回答内容	回答数
必要がない	8
ルールで禁止されている	5
別の用途で使用している	4
この様な提案事項を課題にした事はありません。	1
フラッグを掲出できる構造でない。	1
設置をする人材が不足している。	1
掲げる人(若手)がいない。	1
商店会で検とうしているが意見がまとまらない。	1
良い提案があれば検討したい	1
協同組合に一任	1

問17 商店街の現状、横浜市への意見 ※主な意見を抜粋した。

回答内容
会長を通じて、市、区担当者と意見交換をしている。
物品販売店が減少して飲食店になる。スーパーの目玉商品を扱う店、食品、魚、肉、八百やがやめていく。
商店街に対する助成金の申請期間を長めにしてもらいたい。
助成金等の書類の簡略化。
商店会費で街路灯の維持管理が精一杯であります。
いろいろと活性化に取り組んでもらっているが、当商店街の立地や諸条件を考えてみても中々難しいと思います。
店舗が空いても、1年以内には次の店舗が入る良い状況にあります。大型スーパーがあっても個店が多い商店街の形は維持しています。自店の利益に結びつかないようなイベントなどへ参加するモチベーションが上らず、会員の意欲は低下傾向にあります。各店舗の売り上げは、上っているとは言えません。厳しい状況ではあります。
近年防犯カメラが犯罪の抑止力や犯罪者の検挙につながっていると思います。大通りや人の通行の多い場所には設置したいと思います。思い切った助成が必要です。
商店街は順調に発展しているが、個店はキビシイ状態が続いている。非常に難しい事ですが、智恵を使って、市と協力して何とか打開したいと思っています。
経営者の高齢化・後継者が無い等の理由で廃業する店が増えている。商店会組織の維持が困難と成っている。商店会会費の徴収が出来ない状態。近々商店会を解散せざるを得ない状況に成っています。
閉店の跡地にマンションや個人住宅が建ち商店街の形態を損ない繁栄の道を阻害されている。自営業者が高齢や病気で廃業後シャッターはそのままで住居となり「よりシャッター通り」でなやみます。(貸す事もせず老いて人に貸すのは不安と言う。行政で検討余地あり)
偏った構成でなる商店街。若い店主が増えたが、生かす方法がわからない。
商売の仕方が昔と変わった。特に路面店は大変になっている。
観光地型の商店街なので、災害時の対応の問題が怖いです。
賛助会員、工場事務所会員、個人会員(町会員)etcで維持されているが、町会員との合同企画や活動面での協力が欲しい。
会費収入の減少の為、魅力あるイベントにするには助成金に頼るしかありません。
・援助金をもう少し多くしてほしい。・何かイベントを行う場合の行政の考え方を考えてほしい。商店会が主催する場合営利を目的にするのだからと許可が出ない。(交通、道路使用、保健所等々)やむなく自治会に頼んでいる始末
6年前より、商店会の地域的範囲の見直しをし、より広くから会への加盟を募ったところ徐々にですが会員数も増加しつつあります。それに伴い、会名も地域に親しまれる様通り名に変更したのもよかったと感じています。決して良い商業環境にない商店会ですが、常に積極的活動に励んでいます。
スーパーが出来たら集客が増えると思ったが、来店客が一般商店で余り買物をしない。まとめ買いは便利なので、仕方のない点も有るが、折角のお客様を各店の特徴を出して売上に結びたいと思う。区役所で色々の企画も最近増えている。(学校/町の人達と交流)
色々イベントを行なっているが、客の考え方を地元へとは中々出来ていない。
高齢化及び後継者不足により、経営者意欲の低下と、商店街活動に参加する人の減少がみられる。長年の景気低迷により、経費節減に走る店が増え、魅力ある商店街づくりに欠けてきている。補助金を使うと、その後5年間は利用出来ない等のしぼりを緩和し、更にチラシ代等、顧客の利益につながる商店街の具体的な情報発信に対して助成してほしい。
会員が望む商店会のあり方を知りたい。大型店、チェーン店、企業への入会を指導してほしい。条例の未加入店への配布をお願いしたい。電気代の補助が欲しい。

第3章 まとめ

1. 商店街の形態

商店街の規模やタイプには変化が見られない。規模は縮小傾向である

- ・商店街のタイプは、近隣住民が徒歩・自転車由来街する「近隣型商店街」、駅に近接し、区内の住民が来街する「地域型商店街」の2つで8割以上を占めた。
- ・組織形態は7割以上が「任意団体」である。
- ・商店街の会員数は、50店舗以下が6割以上を占めた。最も多いのは「21～50店舗」で37.2%が該当した。
- ・商店街に加盟しない店舗は、約7割の商店街で存在する。
- ・商店街加盟の勧誘活動は6割の商店街が行っている。

2. 商店街の構成業種と不足業種

商店街を構成する業種・業態は飲食店、理容院・美容院が多い

不足業種・業態は生鮮3品が上位を占めているが、平成24年度調査と比較すると、その割合は低くなっている

- ・商店街を構成する業種で多いのは「飲食店」、「理容院・美容院」である。
- ・生鮮3品は近隣型商店街において立地率が「青果」46.2%、「精肉」32.3%、「鮮魚」23.4%となっており、他の商店街タイプと比較すると高い傾向にある。
- ・商店街を構成する業種・業態を平成24年度調査と比較すると、生鮮3品はいずれも減少した。そのため、商店街が感じる不足業種・業態でも生鮮3品が上位を占めているが、その割合は24年度調査と比較して低くなっている。一方、不足業種・業態では「惣菜」、「パン」、「飲食店」の割合が高くなっている。
- ・平成27年度実施の『消費者購買行動意識調査』(問3「商店街に開店、または増えてほしいと思うお店」の業種・業態)は「書籍・文具」、「鮮魚」、「パン」、「飲食店」で、商店街が不足していると感じている業種・業態と消費者ニーズは必ずしも一致していない。

3. 商店街活動について

商店街活動で多いのは「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」、「地域交流イベントの開催」

- ・商店街活動として半数を超える商店街が行っているのは「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」、「地域交流イベントの開催」、「防犯・防災活動」であった。また、「中元・歳末期セール(福引等)」、「地域(自治会・NPO等)や学校の連携」も4割を超える商店街で行われている。
- ・商店街活動に参加する会員は平成24年度調査と比較すると増加傾向にある。

4. 商店街における悩み

「売上・来街者の減少」が最も多いが、「経営者の高齢化」、「後継者の不在」が増加している

- ・商店街における悩みとして「売上・来街者の減少」が最も多いが、平成24年度調査と比較すると減少しており、「経営者の高齢化」、「後継者の不在」等が増加している。
- ・商店街の規模にかかわらず、悩みは共通している。

5. 65歳以上の経営者、空き店舗の状況

65歳以上の経営者、空き店舗共に増加傾向

- ・各商店街の高齢化率を平成24年度調査と比較すると、高齢化率が「60%以上」の商店街が増加している。
- ・空き店舗の状況が「3年以上前」から続いている商店街が3割を超えた。空き店舗となった理由は「経営者の高齢化・後継者の不在」が最も多く、商店街の悩みと一致する結果となった。
- ・空き店舗である年数が長くなるにつれ、家主の貸す意思は減少する傾向にある。平成24年度調査と比較すると「貸す意思がない」が増加しており、空き店舗の状態が長期化していると考えられる。

6. 街路灯の維持管理

街路灯は7割の商店街が所有

- ・7割を超える商店街が街路灯を所有し、「電気代」や「老朽化」が問題となっている。そのため、「省エネ型ランプへの交換による電気代の削減」が検討されている。
- ・有料広告フラッグ掲出事業は「特に検討していない」商店街が7割近くで、その理由として「街路灯が広告フラッグを掲出するための条件を満たしていない」が最も多かった。

7. 外国人来街者への対応

外国人観光客の取り込みに前向きな商店街は2割

- ・外国人観光客を来街者として「取り込みたいと思う」と回答した商店街は23.3%で、中心部だけでなく、郊外部に立地する商店街も含まれていた。
- ・外国人観光客を取り込む場合の課題は「外国語対応」が最も多く、71.0%であった。

8. 景況感

昨年と比べ、景気は「悪くなった」が5割、平成24年度調査からは減少

- ・5割の商店街が、昨年と比べ景気が「悪くなった」と答えたが、その割合は平成24年度の調査から20.6ポイント減少した。
- ・商店街タイプ別にみると「広域型商店街」、「超広域型商店街」で「良くなった」の回答が多い傾向にある。

参考資料

資料1 調査票

資料2 単純集計表

資料1 調査票

平成 27 年度 横浜市商店街実態調査 調査票

※御記入いただきました調査票は、同封の返信用封筒に入れて 11 月 4 日（水）までに御投函
ください。切手を貼る必要はありません。

※調査票の記入事項につきましては、秘密を厳守して商店街振興施策目的以外には使用いたし
ません。ぜひ、御協力をお願いいたします。

はじめに、貴商店街の名称、御連絡先等を御記入ください。

- 商店街名 ()
- 商店街所在地 ()
- 御回答者役職・氏名 ()
- 連絡先電話番号 ()

問1 貴商店街のタイプは次の4つのうち、いずれに該当しますか。(○は1つだけ)

- 1. 近隣型商店街 : もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街
- 2. 地域型商店街 : 鉄道駅に近接し、もっぱら区内の住民が徒歩、自転車、バス等で来街して日常の買い物をする商店街
- 3. 広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、百貨店、量販店等を含む大型店があり、もっぱら電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街
- 4. 超広域型商店街 : 鉄道駅に近接し、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街

問2 貴商店街の組織形態は次の5つのうち、いずれに該当しますか。(○は1つだけ)

- 1. 振興組合 2. 協同組合 3. 一般社団法人 4. 任意団体 5. わからない

問3 貴商店街の会員数は何名ですか。

正会員 () 名 / 準・賛助会員 () 名 / その他 () 名

問4 貴商店街に加盟しない店舗はありますか。(○は1つだけ)

- 1. ある () 店舗→問4-2へ 2. ない→問5へ

問4-2 そのうち、大型店やチェーン店※は何店舗ありますか。

大型店 () 店舗 / チェーン店 () 店舗 / その他 () 店舗

- ※ 大型店 : 小売業を行うために用いられる床面積の合計が 1,000 平方メートルを超える大型店
- チェーン店 : 大型店以外のレギュラーチェーン (直営店)、フランチャイズチェーン
- その他 : 大型店、チェーン店以外の個人営業等

問5 貴商店街では加盟店舗の勧誘活動を行っていますか。(○は1つだけ)

- 1. 行っている→問5-2へ 2. 行っていない→問5-3へ

問5-2 どのような勧誘活動を行っているか御記入ください。

[]

問5-3 勧誘活動を行っていない理由・できない理由を御記入ください。

[]

問6 現在、貴商店街を構成する店舗の数を業種・業態毎に御記入ください。

業種・業態	店舗数	業種・業態	店舗数	業種・業態	店舗数
1. 青果		2. 精肉		3. 鮮魚	
4. 惣菜		5. 米穀		6. パン	
7. 和洋菓子		8. その他食品		9. 医薬品・化粧品	
10. 日用雑貨		11. 書籍・文具		12. 衣料品	
13. 趣味・スポーツ用品		14. 時計・メガネ・身回品		15. 飲食店	
16. 理容院・美容院		17. CD・DVD（レンタル含む）		18. コンビニ	
19. 家電製品		20. スーパー		21. エステ・整体	
22. 病院・診療所		23. 金融機関（銀行等）		24. 保育施設・託児所	
25. 学習塾		26. 介護施設		27. 不動産	
28. その他サービス					

問7 現在、貴商店街に不足していると感じている業種・業態は何ですか。

上記問6の中から選び、() 内に番号を御記入ください。(3つまで選択)

※問6の選択肢以外の業種・業態が不足している場合にはその業種・業態を御記入ください。

不足している業種・業態がない、わからない場合にはそのどちらかに○をつけてください。

() () () / 不足はない / わからない

問8 貴商店街の活動内容はどのようなものですか。(あてはまるもの全てに○)

1. 中元・歳末期セール（福引等）	2. セール（中元・歳末期以外）
3. ポイントカード・スタンプの発行	4. 駐車場・駐輪場の運営
5. 共同店舗の運営	6. 宅配サービスの実施
7. 商店街ホームページの開設・運営	8. 商店街マップの作成
9. 地域交流イベントの開催（祭り等）	10. 瓦版など広報誌の発行
11. 地域（自治会・NPO等）や学校との連携	12. 商店街女性部・青年部の組織化
13. 商店街会員による勉強会開催	14. 防犯・防災活動
15. 街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	16. 緑化・清掃活動など環境に関する取組
17. その他（)	18. 活動はしていない

問8-2 貴商店街が今後取り組むべきと考えている活動を上記問8の中から

選び、() 内に番号を御記入ください。(3つまで選択)

また、その活動の検討状況について○をつけてください。

()	→	1. 実施に向けて検討している	/	2. 検討していない
()	→	1. 実施に向けて検討している	/	2. 検討していない
()	→	1. 実施に向けて検討している	/	2. 検討していない

問9 最近3年で、商店街活動に参加する会員は増えましたか。(○は1つだけ)

1. 増えた 2. 減った 3. 変わらない ※回答理由についても御記入ください。

回答理由

()

問 10 現在、貴商店街ではどのような悩みがありますか。(〇は3つまで)

1. 売上・来街者の減少	2. 店舗の老朽化
3. 空き店舗・空き地の増加	4. 街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化
5. 魅力ある店舗の不足	6. 業種のバランスが悪い
7. 車社会への対応不足	8. 放置自転車の対策
9. 魅力あるイベントの不足	10. 経営者の高齢化
11. 後継者の不在	12. 経営者の意欲低下
13. 未加入店舗の増加	14. 会費収入の減少・滞納の増加
15. 会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加	16. その他 ()
17. 悩みはない	

問 11 貴商店街を構成する店舗の中で、経営者が65歳以上の店舗は何店舗ありますか。把握している範囲で御記入ください。

() 店舗

問 12 貴商店街における空き店舗※は何店舗ですか。(ない場合は0(ゼロ)を記入)

() 店舗

※空き店舗とは… 商店街の主要な通りの建物の1階部分(商業用ビル等、多階層にわたって商店街エリアが広がっている場合は、建物の1階には限らない)に位置し、以前、店舗として利用された建物で、廃業・移転等により現在は空き店舗となっているもの。
上記のうち、駐車場・一般住宅・空き地になった場合は除く。(次の利用者が現れるまで暫定的に車庫や物置等として使用しているものは含む。)

問 13 空き店舗がある場合、各空き店舗の状況について御記入ください。

	ア) 閉店前の業種	イ) 空き店舗となった時期	ウ) 閉店の理由	エ) 家主の意思
	問6の選択肢から該当するものを1つ選び、番号を御記入ください。	1. 1年以内 2. 1～2年前 3. 3年以上前 4. わからない	下の欄外の選択肢から該当するものを1つ選び番号を御記入ください。 ※「その他」の場合は具体的内容を御記入ください。	1. 貸す意思がある 2. 貸す意思がない 3. わからない
空き店舗①				
空き店舗②				
空き店舗③				
空き店舗④				
空き店舗⑤				
空き店舗⑥				
空き店舗⑦				
空き店舗⑧				
空き店舗⑨				
空き店舗⑩				

- ↑
- | |
|--|
| 1. 経営状態の悪化(売上の減少・大型店との競争激化・家賃負担が大きい等) |
| 2. 経営者の高齢化・後継者の不在 3. 店舗・設備の老朽化 |
| 4. 区画整理・再開発 5. 他地区への移転 6. その他 7. わからない |

問 14 貴商店街では街路灯を所有していますか。(○は1つだけ)

1. 所有している () 基→問 14-2へ 2. 所有していない→問 15へ

問 14-2 街路灯の維持管理における課題・問題点は何ですか。

(あてはまるもの全てに○)

1. 電気代が高い 2. 老朽化が進んでいる 3. 設置場所が適切ではない
4. 施設数が適切ではない(多い・少ない) 5. その他 ()
6. 課題・問題点はない

問 14-3 街路灯の維持管理に関して検討していることは何ですか。

(○は1つだけ)

1. 街路灯の撤去(一部・全部) 2. 省エネ型ランプ(LED等)への交換による電気代の削減
3. 街路灯の改修又は建て替え 4. 維持管理費用確保のための会費等の値上げ
5. その他 () 6. 特に検討していない

問 14-4 「有料広告フラッグ掲出事業※」への取組を検討していますか。

※参考資料(有料広告フラッグ掲出事業について)参照

(○は1つだけ)

1. 商店街側で広告主を探して取り組みたい→問 15へ
2. 広告主や広告代理店等からの提案があれば取り組みたい→問 15へ
3. 特に検討していない→問 14-5へ

問 14-5 特に検討していない理由は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

1. 見込める広告料収入が少ない 2. 広告主探しが難しい 3. 申請手続きが手間である
4. 街路灯が広告フラッグを掲出するための条件(※参考資料参照)を満たしていない
5. その他 ()

問 15 外国人観光客を来街者として取り込みたいと思いますか。

1. 取り込みたいと思う→問 15-2へ 2. 取り込みたいとは思わない→問 16へ

問 15-2 外国人観光客を取り込む場合、課題は何ですか。(○は3つまで)

1. 外国語対応 2. 接客方法 3. 免税店手続き 4. マナーの違い 5. 災害時対応
6. 団体客対応 7. Wi-Fi環境 8. PR方法 9. 求めているサービスの把握
10. その他 () 11. 特にない

問 16 昨年と比較して現在の貴商店街の景気はどうなったと感じられますか。

(○は1つだけ)

1. 良くなった 2. 悪くなった 3. 変わらない

問 17 貴商店街の現状や、横浜市への御意見などございましたら御自由に御記入ください。

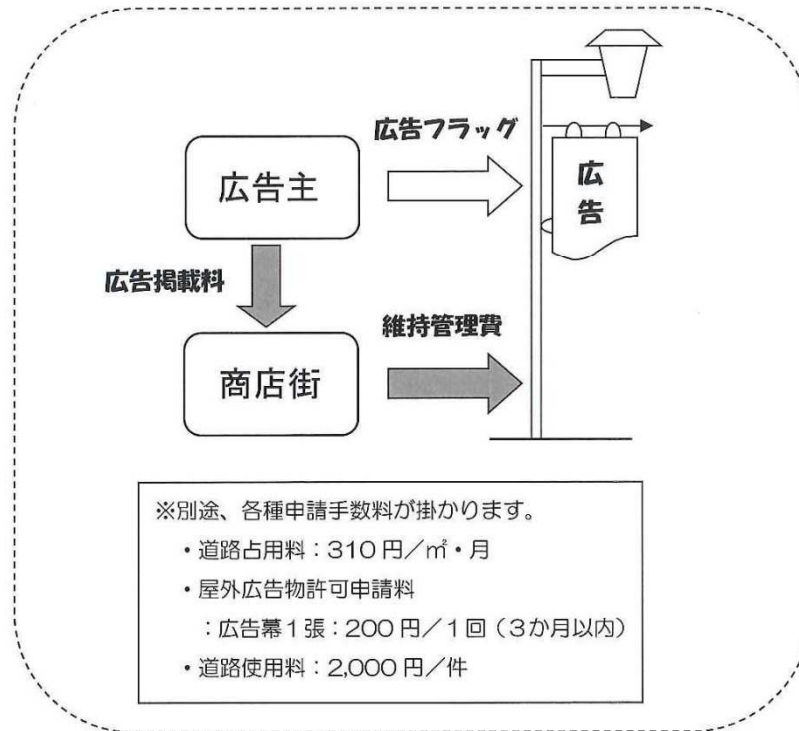
[]

※質問は以上です。御協力ありがとうございました。※

有料広告フラッグ掲出事業について

【有料広告フラッグ掲出事業】

商店街が所有する街路灯に有料広告フラッグを掲出することで得られる収入を、電気代など街路灯の維持管理費等に充当できる仕組みです。



【有料広告フラッグを掲出するための条件】

- ① 商店街が維持管理する街路灯であること。
- ② 街路灯にフラッグバーが設置されていること。（旗差しのみは不可）
- ③ フラッグ掲出の際、路面からフラッグ下端まで、一定の高さが確保できること。
⇒車道の場合は **4.5m以上**
歩道の場合は **2.5m以上**（※車道と分離されている）
- ④ 道路上に違法占用物（看板等）がない、又は解消に向けた取り組みを行っていること。

【商店街が行うこと】

- ・ 広告主の募集から契約まで
- ・ 各種許可申請の手続き（道路局管理課、都市整備局景観調整課、所管警察署）
- ・ 収支報告書の提出（経済局商業振興課）

【事業に関する問い合わせ先】

経済局商業振興課：045-671-2569

資料2 単純集計表

※集計では、単一回答や制限付き回答の設問における複数回答も有効回答とした設問がある。

該当する設問に※印あり。

問1 貴商店街のタイプは次の4つのうち、いずれに該当しますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	近隣型商店街	158	59.4%
2	地域型商店街	76	28.6%
3	広域型商店街	19	7.1%
4	超広域型商店街	5	1.9%
	無回答・無効票	8	3.0%
	合計	266	100.0%

問2 貴商店街の組織形態は次の5つのうち、いずれに該当しますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	振興組合	6	2.3%
2	協同組合	40	15.0%
3	一般社団法人	3	1.1%
4	任意団体	203	76.3%
5	わからない	11	4.1%
	無回答・無効票	3	1.1%
	合計	266	100.0%

問3 貴商店街の会員数は何名ですか

n=266

会員総数	回答数	回答率
20店舗以下	79	29.7%
21～50店舗	99	37.2%
51～100店舗	62	23.3%
101店舗以上	23	8.6%
無回答・無効票	3	1.1%
合計	266	100.0%

n=266

正会員	回答数	回答率
20店舗以下	96	36.1%
21～50店舗	93	35.0%
51～100店舗	59	22.2%
101店舗以上	16	6.0%
無回答・無効票	3	1.1%
合計	267	100.4%

n=266

準・賛助会員	回答数	回答率
なし	137	51.5%
1～20店舗	104	39.1%
21～50店舗	19	7.1%
51～100店舗	3	1.1%
101店舗以上	0	0.0%
無回答・無効票	3	1.1%
合計	266	100.0%

n=266

その他	回答数	回答率
なし	246	92.5%
1～20店舗	16	6.0%
21～50店舗	1	0.4%
51～100店舗	0	0.0%
無回答・無効票	3	1.1%
合計	266	100.0%

問4 貴商店街に加盟しない店舗はありますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	ある	184	69.2%
2	ない	77	28.9%
	無回答・無効票	5	1.9%
	合計	266	100.0%

n=184

非加盟店舗数	回答数	回答率
20店舗以下	96	52.2%
21～50店舗	14	7.6%
51～100店舗	2	1.1%
101店舗以上	1	0.5%
無回答・無効票	71	38.6%
合計	184	100.0%

問4-2 そのうち、大型店やチェーン店は何店舗ありますか

n=184

大型店	回答数	回答率
なし	131	71.2%
1店舗	21	11.4%
2～3店舗	10	5.4%
4～5店舗	3	1.6%
6～9店舗	2	1.1%
10店舗以上	1	0.5%
無回答・無効票	16	8.7%
合計	184	100.0%

n=184

チェーン店	回答数	回答率
なし	51	27.7%
1店舗	37	20.1%
2～3店舗	39	21.2%
4～5店舗	20	10.9%
6～9店舗	8	4.3%
10店舗以上	13	7.1%
無回答・無効票	16	8.7%
合計	184	100.0%

n=184

その他	回答数	回答率
なし	61	33.2%
1店舗	16	8.7%
2～3店舗	28	15.2%
4～5店舗	19	10.3%
6～9店舗	11	6.0%
10店舗以上	33	17.9%
無回答・無効票	16	8.7%
合計	184	100.0%

問5 貴商店街では加盟店舗の勧誘活動を行っていますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	行っている	162	60.9%
2	行っていない	100	37.6%
	無回答・無効票	4	1.5%
	合計	266	100.0%

問6 現在、貴商店街を構成する店舗の数を業種・業態毎に御記入ください

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青果	110	41.4%
2	精肉	78	29.3%
3	鮮魚	62	23.3%
4	惣菜	80	30.1%
5	米穀	46	17.3%
6	パン	77	28.9%
7	和洋菓子	115	43.2%
8	その他食品	119	44.7%
9	医薬品・化粧品	150	56.4%
10	日用雑貨	95	35.7%
11	書籍・文具	79	29.7%
12	衣料品	145	54.5%
13	趣味・スポーツ用品	66	24.8%
14	時計・メガネ・身回品	95	35.7%
15	飲食店	216	81.2%
16	理容院・美容院	214	80.5%
17	CD・DVD(レンタル含む)	22	8.3%
18	コンビニ	121	45.5%
19	家電製品	104	39.1%
20	スーパー	89	33.5%
21	エステ・整体	133	50.0%
22	病院・診療所	161	60.5%
23	金融機関(銀行等)	111	41.7%
24	保育施設・託児所	42	15.8%
25	学習塾	76	28.6%
26	介護施設	58	21.8%
27	不動産	162	60.9%
28	その他サービス	195	73.3%
	無回答・無効票	15	5.6%
	合計	3,036	-

問7 現在、貴商店街に不足していると感じている業種・業態は何ですか

(○は3つまで) ※

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	青果	62	23.3%
2	精肉	70	26.3%
3	鮮魚	85	32.0%
4	惣菜	43	16.2%
5	米穀	3	1.1%
6	パン	34	12.8%
7	和洋菓子	15	5.6%
8	その他食品	8	3.0%
9	医薬品・化粧品	9	3.4%
10	日用雑貨	19	7.1%
11	書籍・文具	17	6.4%
12	衣料品	12	4.5%
13	趣味・スポーツ用品	9	3.4%
14	時計・メガネ・身回品	6	2.3%
15	飲食店	25	9.4%
16	理容院・美容院	1	0.4%
17	CD・DVD(レンタル含む)	4	1.5%
18	コンビニ	11	4.1%
19	家電製品	10	3.8%
20	スーパー	9	3.4%
21	エステ・整体	1	0.4%
22	病院・診療所	1	0.4%
23	金融機関(銀行等)	7	2.6%
24	保育施設・託児所	7	2.6%
25	学習塾	0	0.0%
26	介護施設	3	1.1%
27	不動産	0	0.0%
28	その他サービス	2	0.8%
	不足はない	17	6.4%
	わからない	32	12.0%
	無回答・無効票	39	14.7%
	合計	561	-

問8 貴商店街の活動内容はどのようなものですか（あてはまるもの全てに○）

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	中元・歳末期セール(福引等)	116	43.6%
2	セール(中元・歳末期以外)	60	22.6%
3	ポイントカード・スタンプの発行	42	15.8%
4	駐車場・駐輪場の運営	32	12.0%
5	共同店舗の運営	8	3.0%
6	宅配サービスの実施	7	2.6%
7	商店街ホームページの開設・運営	94	35.3%
8	商店街マップの作成	73	27.4%
9	地域交流イベントの開催(祭り等)	155	58.3%
10	瓦版など広報誌の発行	20	7.5%
11	地域(自治会・NPO等)や学校との連携	118	44.4%
12	商店街女性部・青年部の組織化	26	9.8%
13	商店街会員による勉強会開催	35	13.2%
14	防犯・防災活動	135	50.8%
15	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	159	59.8%
16	緑化・清掃活動など環境に関する取組	77	28.9%
17	その他	14	5.3%
18	活動はしていない	16	6.0%
	無回答・無効票	11	4.1%
	合計	1,198	-

問8-2 貴商店街が今後取り組むべきと考えている活動を上記問8の中から選び、()内に番号を御記入ください(○は3つまで)また、その活動の検討状況について○をつけてください

No.	選択肢	n=266		n=266	
		今後取り組むべき活動		検討している活動	
		回答数	回答率	回答数	回答率
1	中元・歳末期セール(福引等)	13	4.9%	8	3.0%
2	セール(中元・歳末期以外)	11	4.1%	9	3.4%
3	ポイントカード・スタンプの発行	26	9.8%	14	5.3%
4	駐車場・駐輪場の運営	11	4.1%	4	1.5%
5	共同店舗の運営	12	4.5%	4	1.5%
6	宅配サービスの実施	21	7.9%	11	4.1%
7	商店街ホームページの開設・運営	22	8.3%	11	4.1%
8	商店街マップの作成	25	9.4%	18	6.8%
9	地域交流イベントの開催(祭り等)	12	4.5%	8	3.0%
10	瓦版など広報誌の発行	18	6.8%	13	4.9%
11	地域(自治会・NPO等)や学校との連携	23	8.6%	17	6.4%
12	商店街女性部・青年部の組織化	16	6.0%	10	3.8%
13	商店街会員による勉強会開催	37	13.9%	18	6.8%
14	防犯・防災活動	21	7.9%	12	4.5%
15	街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	5	1.9%	4	1.5%
16	緑化・清掃活動など環境に関する取組	18	6.8%	9	3.4%
17	その他	6	2.3%	5	1.9%
18	活動はしていない	0	0.0%	-	-
	無回答・無効票	126	47.4%	-	-
	合計	423	-	175	-

問9 最近3年で、商店街活動に参加する会員は増えましたか

No.	選択肢	n=266	
		回答数	回答率
1	増えた	50	18.8%
2	減った	96	36.1%
3	変わらない	109	41.0%
	無回答・無効票	11	4.1%
	合計	266	100.0%

問10 現在、貴商店街ではどのような悩みがありますか（〇は3つまで）※

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	売上・来街者の減少	131	49.2%
2	店舗の老朽化	46	17.3%
3	空き店舗・空き地の増加	50	18.8%
4	街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化	33	12.4%
5	魅力ある店舗の不足	90	33.8%
6	業種のバランスが悪い	68	25.6%
7	車社会への対応不足	20	7.5%
8	放置自転車の対策	13	4.9%
9	魅力あるイベントの不足	21	7.9%
10	経営者の高齢化	109	41.0%
11	後継者の不在	100	37.6%
12	経営者の意欲低下	29	10.9%
13	未加入店舗の増加	27	10.2%
14	会費収入の減少・滞納の増加	11	4.1%
15	会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加	49	18.4%
16	その他	5	1.9%
17	悩みはない	6	2.3%
	無回答・無効票	14	5.3%
	合計	822	-

問11 貴商店街を構成する店舗の中で、経営者が65歳以上の店舗は何店舗ありますか

n=266

店舗数	回答数	回答率
なし	9	3.4%
1～4店舗	40	15.0%
5～10店舗	75	28.2%
11～20店舗	71	26.7%
21～30店舗	17	6.4%
31店舗以上	22	8.3%
無回答・無効票	32	12.0%
合計	266	100.0%

問12 貴商店街における空き店舗は何店舗ですか

n=266

店舗数	回答数	回答率
なし	89	33.5%
1店舗	31	11.7%
2～3店舗	65	24.4%
4～5店舗	29	10.9%
6～9店舗	26	9.8%
10店舗以上	18	6.8%
無回答・無効票	8	3.0%
合計	266	100.0%

問13 空き店舗がある場合、各空き店舗の状況について御記入ください

〔ア〕閉店前の業種〕

No.	選択肢	回答数	構成比
1	青果	32	4.1%
2	精肉	25	3.2%
3	鮮魚	27	3.5%
4	惣菜	15	1.9%
5	米穀	15	1.9%
6	パン	12	1.6%
7	和洋菓子	19	2.5%
8	その他食品	39	5.0%
9	医薬品・化粧品	20	2.6%
10	日用雑貨	34	4.4%
11	書籍・文具	14	1.8%
12	衣料品	51	6.6%
13	趣味・スポーツ用品	16	2.1%
14	時計・メガネ・身回品	17	2.2%
15	飲食店	85	11.0%
16	理容院・美容院	19	2.5%
17	CD・DVD(レンタル含む)	3	0.4%
18	コンビニ	0	0.0%
19	家電製品	9	1.2%
20	スーパー	2	0.3%
21	エステ・整体	13	1.7%
22	病院・診療所	2	0.3%

No.	選択肢	回答数	構成比
23	金融機関(銀行等)	0	0.0%
24	保育施設・託児所	0	0.0%
25	学習塾	4	0.5%
26	介護施設	1	0.1%
27	不動産	5	0.6%
28	その他サービス	67	8.7%
	無回答・無効票	228	29.5%
	合計	774	100.0%

〔イ)空き店舗となった時期〕

No.	選択肢	回答数	構成比
1	1年以内	123	15.9%
2	1～2年前	100	12.9%
3	3年以上前	292	37.7%
4	わからない	27	3.5%
	無回答・無効票	232	30.0%
	合計	774	100.0%

〔ウ)閉店の理由〕

No.	選択肢	回答数	構成比
1	経営状態の悪化	181	23.4%
2	経営者の高齢化・後継者の不在	221	28.6%
3	店舗・設備の老朽化	11	1.4%
4	区画整理・再開発	4	0.5%
5	他地区への移転	34	4.4%
6	その他	28	3.6%
7	わからない	68	8.8%
	無回答・無効票	227	29.3%
	合計	774	100.0%

〔エ〕家主の意思〕

No.	選択肢	回答数	構成比
1	貸す意思がある	226	29.2%
2	貸す意思がない	134	17.3%
3	わからない	186	24.0%
	無回答・無効票	228	29.5%
	合計	774	100.0%

問14 貴商店街では街路灯を所有していますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	所有している	189	71.1%
2	所有していない	71	26.7%
	無回答・無効票	6	2.3%
	合計	266	100.0%

問14-2 街路灯の維持管理における課題・問題点は何ですか（あてはまるもの全てに○）

n=189

No.	選択肢	回答数	回答率
1	電気代が高い	67	35.4%
2	老朽化が進んでいる	58	30.7%
3	設置場所が適切ではない	9	4.8%
4	施設数が適切ではない（多い）	4	2.1%
	施設数が適切ではない（少ない）	7	3.7%
5	その他	9	4.8%
6	課題・問題点はない	72	38.1%
	無回答・無効票	4	2.1%
	合計	230	-

問14-3 街路灯の維持管理に関して検討していることは何ですか※

n=189

No.	選択肢	回答数	回答率
1	街路灯の撤去（一部）	14	7.4%
	街路灯の撤去（全部）	3	1.6%
2	省エネ型ランプ(LED等)への交換による電気代の削減	50	26.5%
3	街路灯の改修又は建て替え	17	9.0%
4	維持管理費用確保のための会費等の値上げ	7	3.7%
5	その他	11	5.8%
6	特に検討していない	86	45.5%
	無回答・無効票	9	4.8%
	合計	197	-

問14-4 「有料広告フラッグ掲出事業」への取組を検討していますか

n=189

No.	選択肢	回答数	回答率
1	商店街側で広告主を探して取り組みたい	12	6.3%
2	広告主や広告代理店等からの提案があれば取り組みたい	40	21.2%
3	特に検討していない	128	67.7%
	無回答・無効票	9	4.8%
	合計	189	100.0%

問14-5 特に検討していない理由は何ですか（あてはまるもの全てに○）

n=128

No.	選択肢	回答数	回答率
1	見込める広告料収入が少ない	18	14.1%
2	広告主探しが難しい	33	25.8%
3	申請手続きが手間である	20	15.6%
4	街路灯が広告フラッグを掲出するための条件を満たしていない	49	38.3%
5	その他	27	21.1%
	無回答・無効票	9	7.0%
	合計	156	-

問15 外国人観光客を来街者として取り込みたいと思いますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	取り込みたいと思う	62	23.3%
2	取り込みたいとは思わない	182	68.4%
	無回答・無効票	22	8.3%
	合計	266	100.0%

問15-2 外国人観光客を取り込む場合、課題は何ですか（〇は3つまで）※

n=62

No.	選択肢	回答数	回答率
1	外国語対応	44	71.0%
2	接客対応	16	25.8%
3	免税店手続き	20	32.3%
4	マナーの違い	9	14.5%
5	災害時対応	5	8.1%
6	団体客対応	9	14.5%
7	Wi-Fi環境	12	19.4%
8	PR方法	20	32.3%
9	求めているサービスの把握	16	25.8%
10	その他	1	1.6%
11	特にない	3	4.8%
	無回答・無効票	3	4.8%
	合計	158	-

問16 昨年と比較して現在の貴商店街の景気はどうなったと感じられますか

n=266

No.	選択肢	回答数	回答率
1	良くなった	9	3.4%
2	悪くなった	135	50.8%
3	変わらない	117	44.0%
	無回答・無効票	5	1.9%
	合計	266	100.0%

平成27年度商店街実態調査
報告書

平成28年3月発行

横浜市 経済局

横浜市中区港町1-1

TEL 045-671-3488 FAX045-664-9533
