

平成24年度 商店街実態調査

報 告 書

平成25年3月

横浜市 経済局

目 次

第1章 調査の目的及び概要

- 1 調査の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1
- 2 調査実施の方法・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 1

第2章 調査結果

- 1 商店街の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
- 2 空き店舗の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 20
- 3 商店街活動について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 23
- 4 商店街の運営や横浜市への要望、及び各設問の「その他」欄のまとめ・・・・・・・・・・ 33

第3章 まとめ

- 1 商店街の現状・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
- 2 空き店舗の状況・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
- 3 商店街活動について・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37

参考資料

- 資料1 調査票・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 資 1
- 資料2 集計表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 資 5

第1章 調査の目的及び概要

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」としての役割が大きくなってきている。本調査は、市内商店街の空き店舗数や活動状況等の実態を定期的に把握し、結果を分析することで、商店街振興施策のための基礎資料とするものである。

2 調査実施の方法

(1) 調査対象

横浜市商店街総連合会加盟の全商店街289商店街を対象とした。

(2) アンケート配布と回収

アンケート票の配布・回収ともに郵送方式で行った。

調査期間：平成24年11月～平成25年1月

表1 アンケート配布・回収状況

配布数 A	回収数 B	回収率 $C = B / A$
289票	234票	81.0%

※無効票なし

(3) アンケート調査の内容

- ・商店街のタイプ、組織形態
- ・商店街の構成業種と不足業種
- ・駐車場の有無と経営主体
- ・商店街の活動内容
- ・商店街の悩み
- ・事務職員の有無等
- ・商店街の会員数及び非加盟店舗数と非加盟理由
- ・経営者が65歳以上の店舗数
- ・宅配サービスの実施状況等
- ・商店街活動に参加する会員の増減
- ・商店街の空き店舗数とその状況
- ・商店街の景況及び収入と支出

(4) 過去の調査との比較

本調査の分析に際し、平成21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、時系列比較を行っている。本文中“平成21年度調査”と表記のあるものについては、上記調査を示している。

(5) グラフ中の構成比数値について

本報告書のグラフ中の構成比数値は小数第二位を四捨五入し、掲載を行っている。したがって四捨五入の関係で、構成比の合計値が100%とならない場合もある。

第2章 調査結果

1 商店街の現状

(1) 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。

表 1-1 商店街が立地する区

	アンケートに 回答した商店街
鶴見区	24
神奈川区	16
西区	21
中区	22
南区	11
港南区	9
保土ヶ谷区	15
旭区	13
磯子区	13
金沢区	13
港北区	20
緑区	8
青葉区	14
都筑区	6
戸塚区	9
栄区	6
泉区	6
瀬谷区	8
合計	234

○今回のアンケートに回答した商店街は234商店街で、最も多かったのは鶴見区（24商店街）で、以下、中区（22商店街）、西区（21商店街）、港北区（20商店街）と続いている（表1-1）。

(2) 商店街のタイプ (問1)

以下の4タイプのうち、商店街が該当するタイプを質問している。

【商店街タイプの定義】

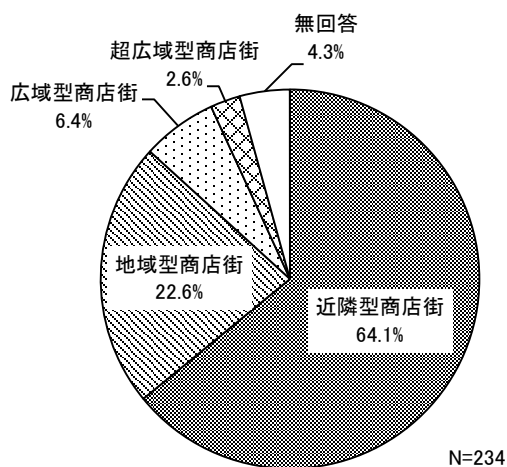
近隣型商店街 : もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街

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

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

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

図 1-1 商店街のタイプ



○商店街タイプで最も多かったのは「近隣型商店街」で64.1%、次いで「地域型商店街」で22.6%となっている (図 1-1)。

(3) 組織形態（問2）

商店街の組織形態と、任意団体の場合、今後の法人化の意向を質問している。

図 1-2 商店街の組織形態

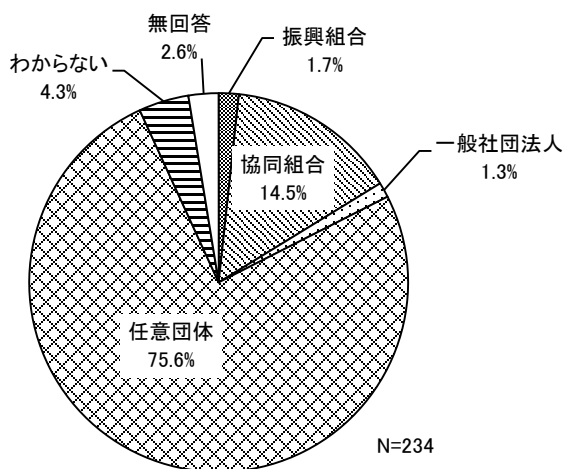
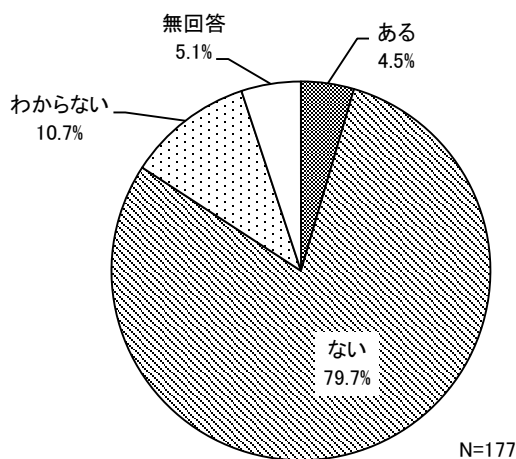


図 1-3 任意団体の場合の今後の法人化の意向



○商店街の組織形態は、「任意団体」が75.6%となっており、法人化されている商店街の中では「協同組合」が14.5%と最も多く、「振興組合」は1.7%、「一般社団法人」は1.3%と少ない（図 1-2）。

○任意団体のうち、今後の法人化の意向が「ない」と回答した商店街の79.7%に対し、「ある」と回答した商店街は4.5%と少なく、今後の法人化の意向は少ないと考えられる（図 1-3）。

(4) 商店街の会員数 (問3)

商店街の会員数を会員種別に質問している。

図1-4 商店街の会員数

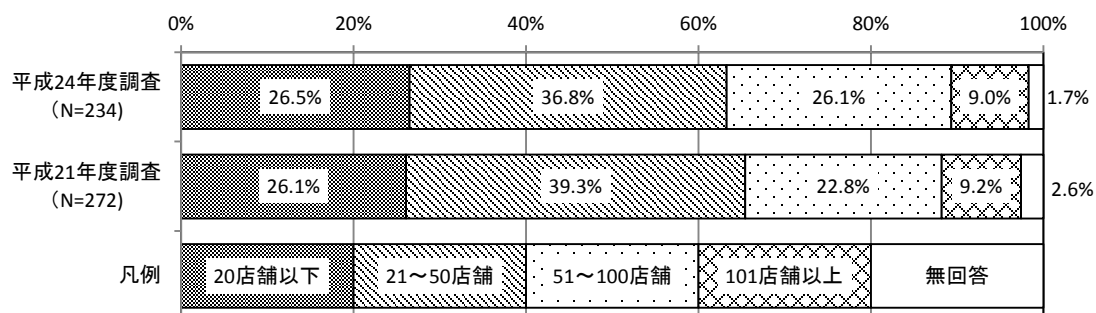


表1-2 会員種別会員数

商店街数 (無回答除く)	会員総数	会員種別会員数及び 会員総数に占める割合		1商店街当たり 平均会員数
		正会員	準・賛助会員 その他	
230	11,243	9,756 (86.8%)	1,121 (10.0%) 366 (3.3%)	48.9

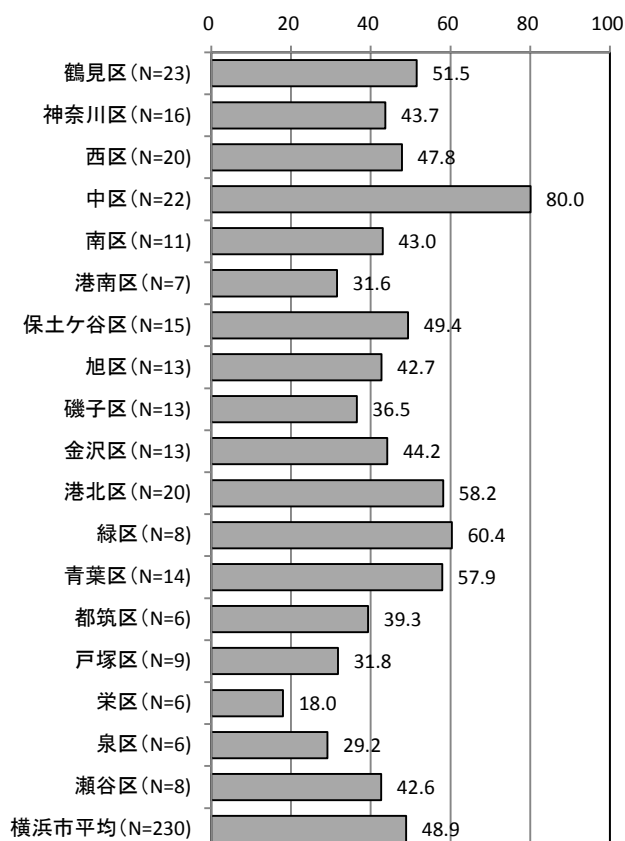
○商店街の会員数は21～50店舗が36.8%と最も多く、20店舗以下を含めると全商店街の6割以上が50店舗以下となっている。一方、51店舗以上の商店街は35.1%で、そのうち101店舗を超える商店街は9.0%であった(図1-4)。

○平成21年度実施の前回調査と比較すると、50店舗以下の商店街は2.1ポイント減少し、51店舗以上の商店街は3.1ポイント増加している(図1-4)。

○会員数の会員種別構成比は、正会員が86.8%を占めている。(表1-2)

○1商店街当たりの会員数は市全域では48.9店舗で、区別にみると、中区の80.0店舗が最も多く、緑区の60.4店舗、港北区の58.2店舗、青葉区の57.9店舗、鶴見区の51.5店舗が51店舗以上であった。一方、栄区は18.0店舗と20店舗以下となっており、商店街規模が最も小さい(図1-5)。

図1-5 1商店街当たりの会員数



(5) 商店街に加盟しない店舗 (問4)

商店街に加盟しない店舗の有無、加盟しない店舗数及び加盟しない理由を質問している。

図 1-6 商店街に加盟しない店舗の有無

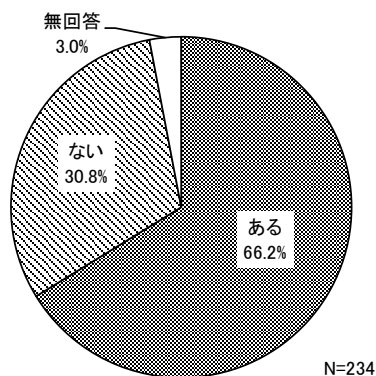
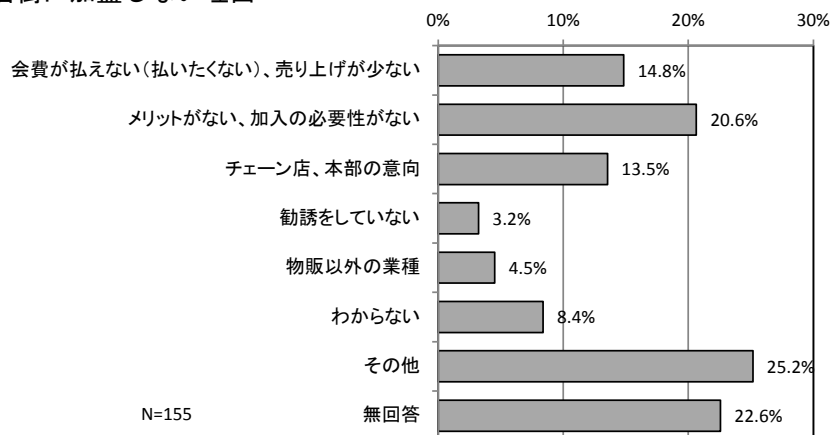


表 1-3 1 商店街当たりの非加盟店舗数と非加盟率

商店街数 (無回答除く) A	非加盟店舗 のある 商店街数	非加盟 店舗総数 B	1 商店街当たり 平均非加盟店舗数 B/A
227	155	2,146	9.5

図 1-7 商店街に加盟しない理由



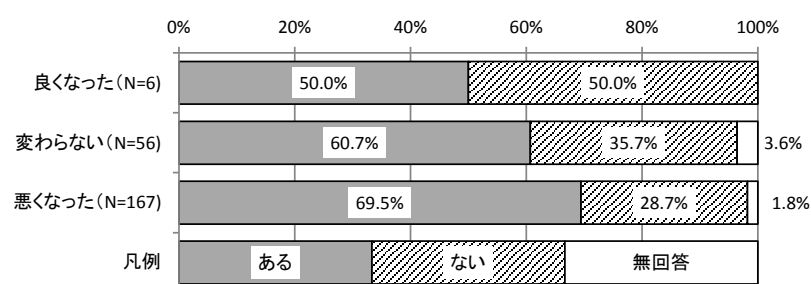
○商店街に加盟しない店舗が「ある」と回答した商店街は 66.2%であった (図 1-6)。

○1 商店街当たりの非加盟の店舗数は、9.5 店舗となっている (表 1-3)。

○商店街に加盟していない理由で最も多かったのは「メリットがない、加入の必要性がない」の 20.6% で、次いで、「会費が払えない (払いたくない)、売り上げが少ない」(14.8%)、「チェーン店、本部の意向」(13.5%)と続いている (図 1-7)。

○商店街に加盟しない店舗の「ある」割合は、景気が「良くなった」では 50.0%であるのに対し、「悪くなった」では 69.5%となっており、景況感が悪いほど商店街に加盟しない店舗のある商店街の割合は高くなっている。(図 1-8)

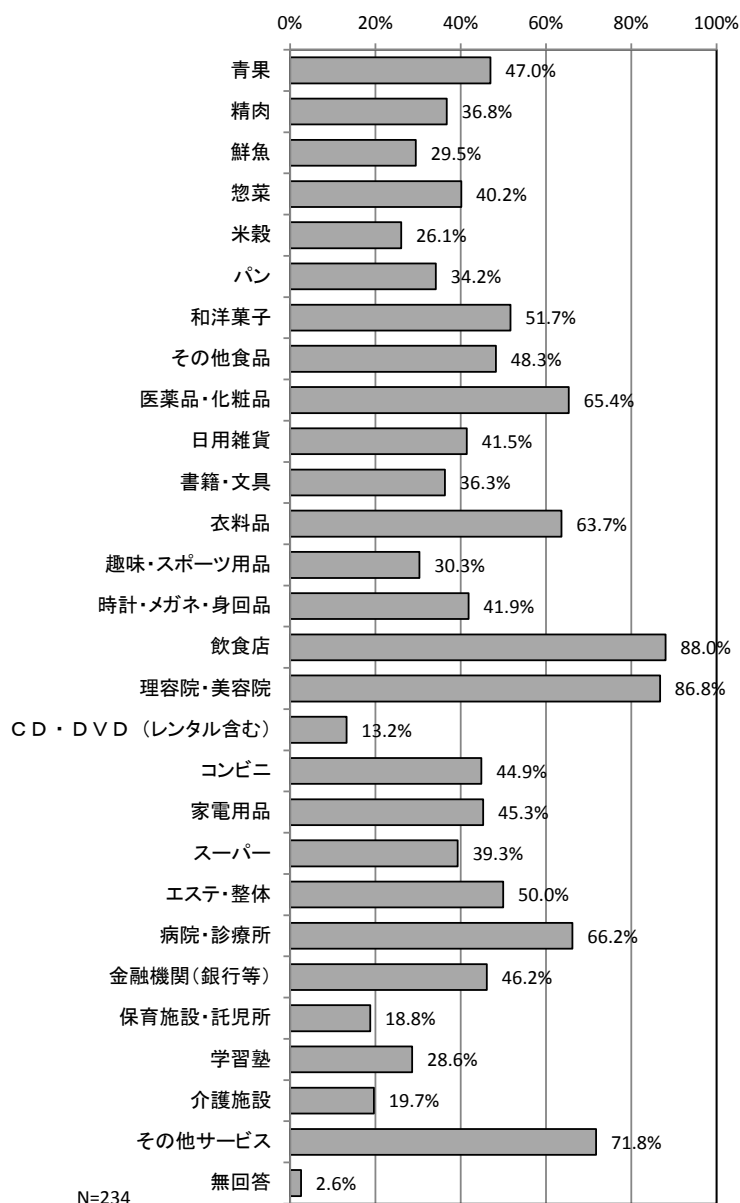
図 1-8 商店街に加盟しない店舗の有無 (商店街の景況感別)



(6) 商店街の構成業種 (問5)

商店街を構成する業種を質問している。

図 1-9 商店街の構成業種 (商店街にある業種・業態)



○商店街を構成する業種で最も多かったのは88.0%の商店街にある「飲食店」で、以下「理容院・美容院」(86.8%)、「その他サービス」(71.8%)、「病院・診療所」(66.2%)、「医薬品・化粧品」(65.4%)、「衣料品」(63.7%)が6割以上の商店街に立地している(図1-9)。

○また、生鮮3品である「青果」(47.0%)、「精肉」(36.8%)、「鮮魚」(29.5%)の立地する商店街は半数以下となっている(図1-9)。

図 1-10 生鮮 3 品の立地率（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）

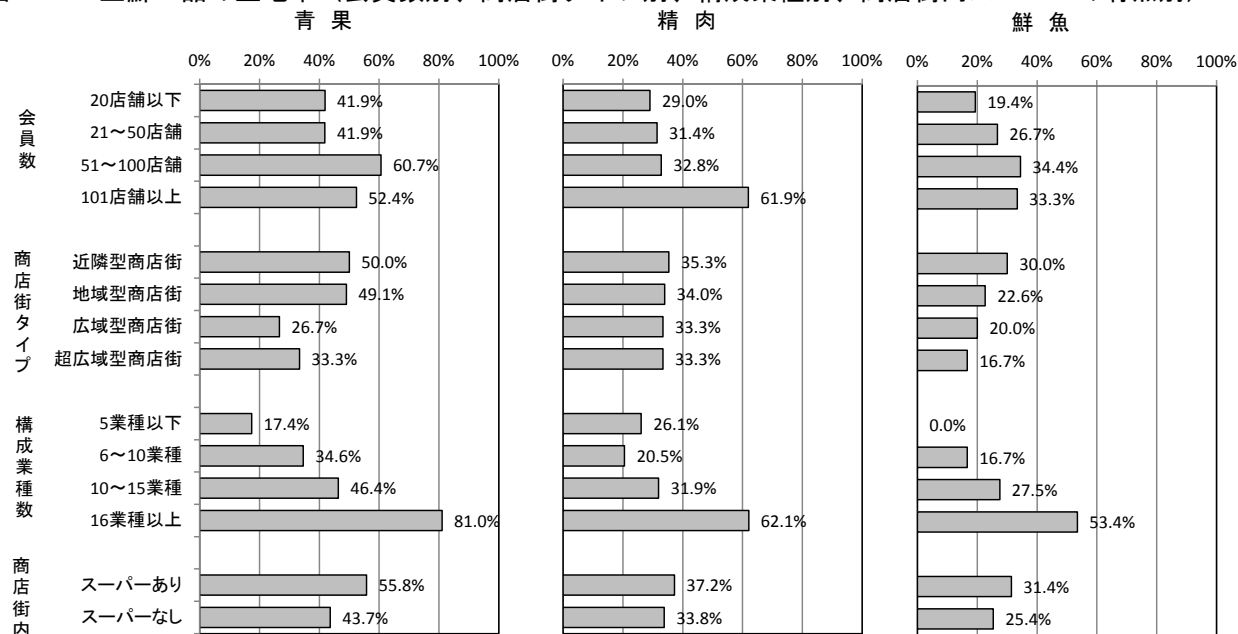
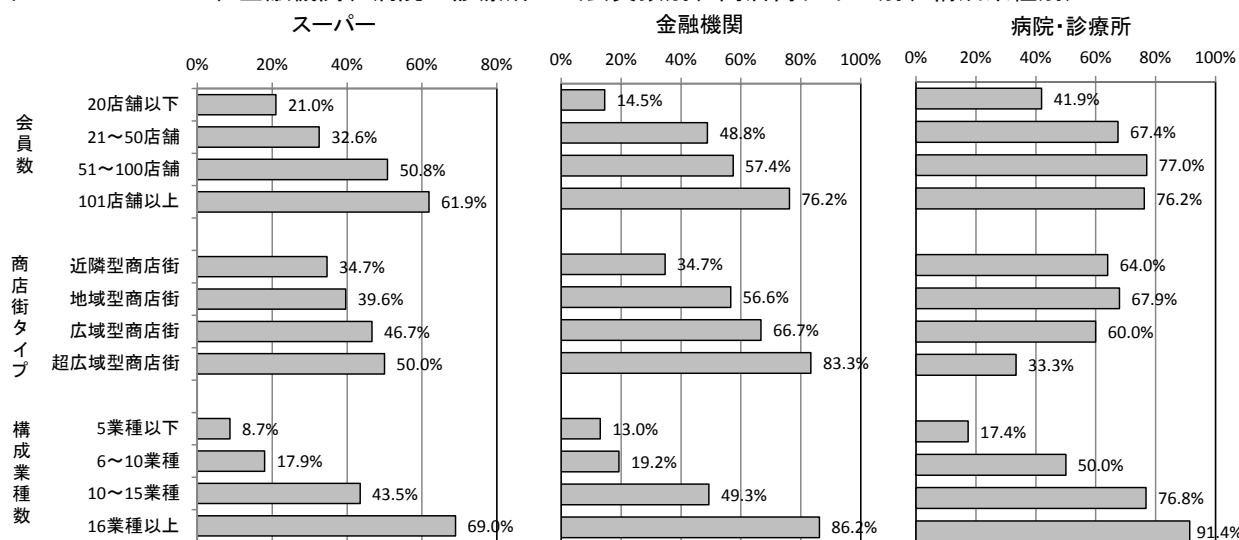


図 1-11 スーパー、金融機関、病院・診療所の（会員数別、商店街タイプ別、構成業種別）



○商店街数を構成する業種のうち、青果、精肉、鮮魚の生鮮 3 品について、会員数別、構成業種数別にみると、おおむね会員数が少ないほど立地率は低く、構成業種についても業種数が少ないほど立地率は低くなっており、特に 5 業種以下の商店街には「鮮魚」の立地は 0 であった。（図 1-10）。

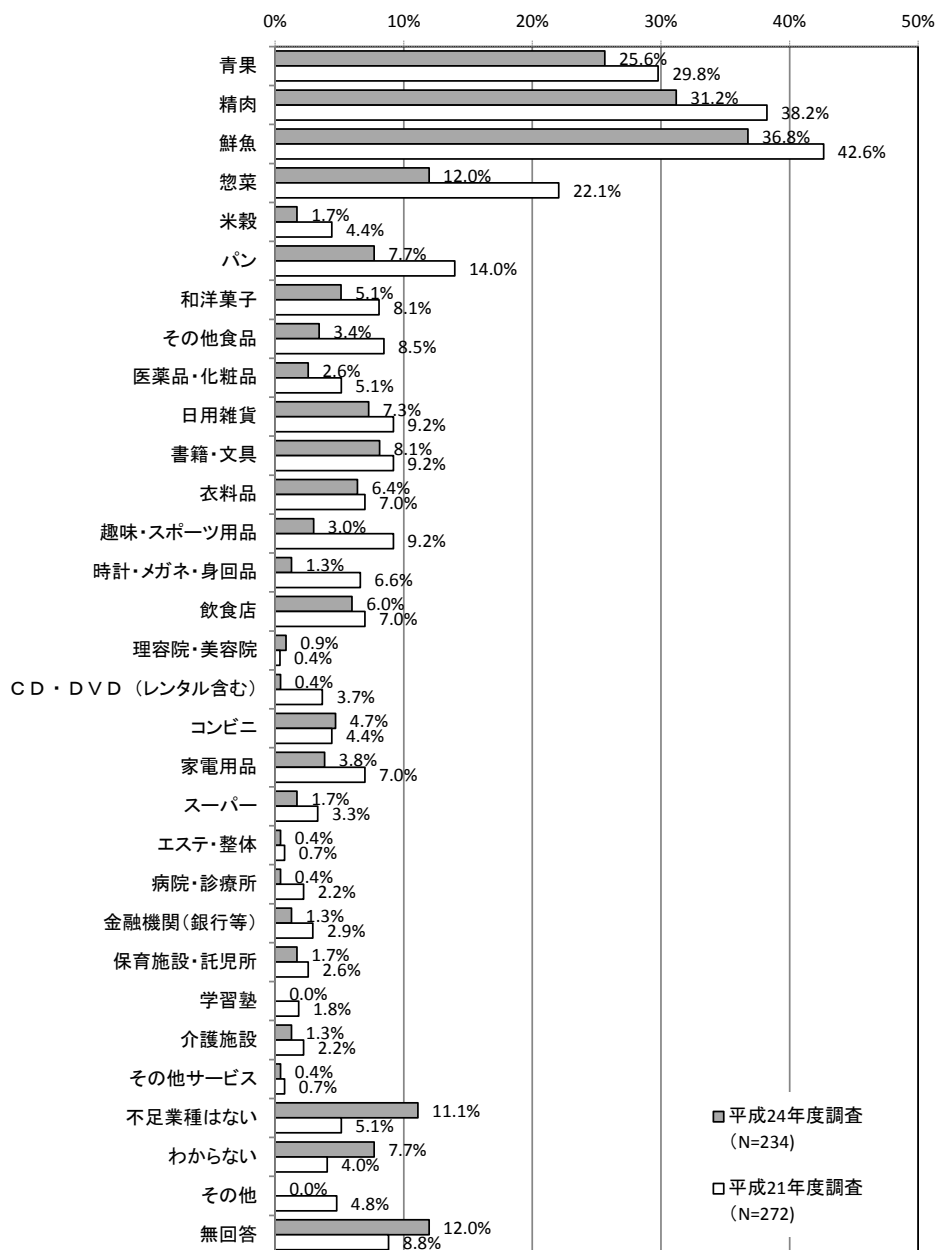
○商店街タイプ別で立地率をみると、「青果」は「近隣型商店街」及び「地域型商店街」において高く、「鮮魚」は「近隣型商店街」でやや高くなっているが、「精肉」の立地率は商店街タイプによる違いはみられない。また、商店街内のスーパーの有無では、スーパーがある方が生鮮 3 品の立地率はやや高い（図 1-10）。

○商店街の構成業種に影響を及ぼすと考えられるスーパーと公共的役割の金融機関及び病院診療所の立地率については、おおむね会員数が多いほど高く、構成業種数が多いほど高くなっているが、商店街タイプでは、スーパー及び金融機関が広域であるほど高いのに対し、病院・診療所では超広域型商店街で低くなっている（図 1-11）。

(7) 商店街に不足している業種 (問6)

商店街に不足していると感じている業種を質問している。(回答は3つまで)

図 1-12 不足業種



○商店街で不足している業種は、「鮮魚」が36.8%と最も高く、以下「精肉」(31.2%)、「青果」(25.6%)と続いており、生鮮3品が不足していると感じている商店街が多い(図1-12)。

○平成21年度調査と比較すると、生鮮3品をはじめ「コンビニ」、「理容院・美容院」を除くすべての業種で、不足していると感じている割合は減少している。一方、「不足業種はない」、「わからない」の割合は増加している(図1-12)。

○今年度実施している『消費者購買行動意識調査』において、市民を対象に、商店街に開店、または増えてほしいと思う店舗の業種・業態をたずねたところ、「書籍・文具」が29.1%と最も多く、以下「鮮魚」(25.3%)、「パン」(22.7%)、「惣菜」(19.7%)、「飲食店」(19.2%)という結果であった。

表 1-4 不足業種の上位3位（区別、会員数別、商店街タイプ別）

区分	票数	第1位(%)	第2位(%)	第3位(%)	
全体	454	鮮魚 (18.9)	精肉 (16.1)	青果 (13.2)	
区別	鶴見区	48	精肉/鮮魚 (20.8)	青果/惣菜 (14.6)	
	神奈川区	36	鮮魚 (25.0)	精肉 (16.7)	青果 (13.9)
	西区	37	精肉/鮮魚 (21.6)		青果 (13.5)
	中区	30	書籍・文具 (13.3)	衣料品 (10.0)	コンビニ/家電用品/保育施設・ 託児所/介護施設/わからない (6.7)
	南区	22	青果 (22.7)	鮮魚 (18.2)	惣菜/その他食品 (9.1)
	港南区	17		青果/精肉/鮮魚/不足業種なし (11.8)	
	保土ヶ谷区	30	鮮魚 (23.3)	精肉 (20.0)	青果 (16.7)
	旭区	20		鮮魚/不足業種なし/わからない (15.0)	
	磯子区	28	精肉 (21.4)		青果/鮮魚 (14.3)
	金沢区	26		青果/精肉/鮮魚 (15.4)	
	港北区	31	鮮魚 (19.4)		青果/精肉/わからない (9.7)
	緑区	20	鮮魚 (30.0)	精肉 (20.0)	青果 (10.0)
	青葉区	36	精肉 (22.2)	青果 (19.4)	鮮魚 (16.7)
	都筑区	10		精肉/鮮魚/不足業種なし (20.0)	
	戸塚区	19		青果/精肉/鮮魚 (15.8)	
	栄区	14		精肉/鮮魚 (28.6)	青果/不足業種なし (14.3)
	泉区	10	鮮魚 (30.0)	精肉 (20.0)	青果/惣菜/日用雑貨/趣味・ス ポーツ用品/美容院・美容院 (10.0)
	瀬谷区	20	鮮魚 (20.0)		米穀/日用雑貨 (10.0)
	会員数別	120店舗以下	119	鮮魚 (21.8)	精肉 (19.3)
121～50店舗		184	鮮魚 (18.5)	精肉 (16.3)	青果 (15.8)
51店舗～100店舗		118	鮮魚 (16.9)	精肉 (16.1)	青果 (10.2)
101店舗以上		30	鮮魚 (16.7)	衣料品 (13.3)	趣味・スポーツ用品 (10.0)
商店街タイプ別	近隣型商店街	317	鮮魚 (21.5)	精肉 (18.6)	青果 (15.1)
	地域型商店街	103	鮮魚 (14.6)	精肉 (10.7)	青果 (9.7)
	広域型商店街	22	不足業種なし (31.8)	青果/精肉/鮮魚/衣料品 (9.1)	
	超広域型商店街	4	わからない (50.0)	書籍・文具/不足業種なし (25.0)	

○区別にみると、各区とも生鮮3品の不足が目立つものの、3割を超える区はなかった。一方、中区では「書籍・文具」、「衣料品」が上位となっており、生鮮3品は上位3位には入っていない。また、港南区、旭区、都筑区、栄区では「不足業種なし」が上位3位に入っている（表1-4）。

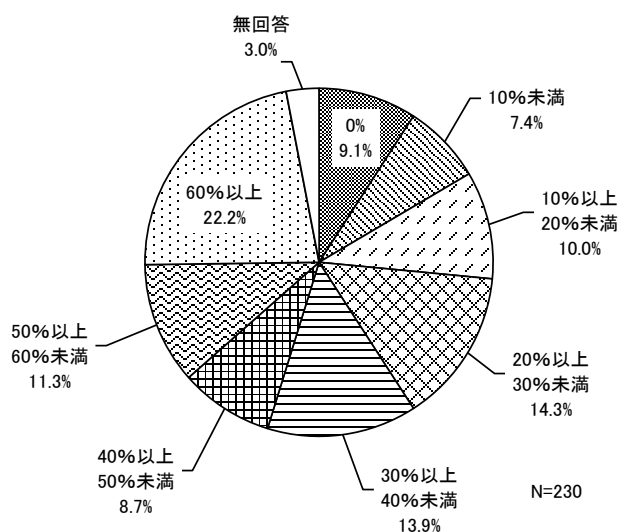
○会員数別にみると、100店舗以下の商店街では生鮮3品が上位3位を占めるが、101店舗以上では「衣料品」、「趣味・スポーツ用品」が2位・3位となっている。（表1-4）。

○商店街タイプ別では、近隣型、地域型の商店街では生鮮3品が上位3位を占めるが、広域型商店街では「不足業種なし」が31.8%で1位となっている。（表1-4）。

(8) 経営者が65歳以上の店舗数 (問7)

商店街の構成店舗のうち、経営者が65歳以上の店舗数を質問している。

図 1-13 高齢化率 (経営者が65歳以上の店舗数の正会員数に占める割合)

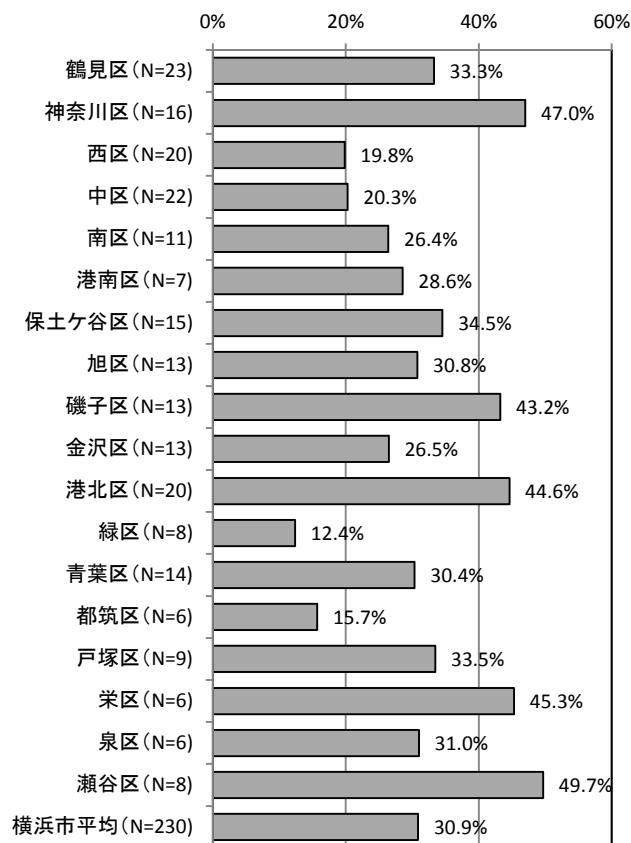


○経営者が65歳以上の店舗数の正会員数に占める割合 (高齢化率) は、「60%以上」が22.2%と最も多く、「50%以上 60%未満」(11.3%)を含めると、正会員の半数以上が65歳以上である商店街は3割以上となっている(図1-13)。

○なお、高齢化率が「60%以上」の商店街のうち6商店街は高齢化率が100%となっている。

○高齢化率を区別にみると、瀬谷区が49.7%と最も高く、以下、神奈川区(47.0%)、栄区(45.3%)、港北区(44.6%)、磯子区(43.2%)と続いている。一方、緑区(12.4%)、都筑区(15.7%)、西区(19.8%)は高齢化率が2割以下と低くなっている(図1-14)。

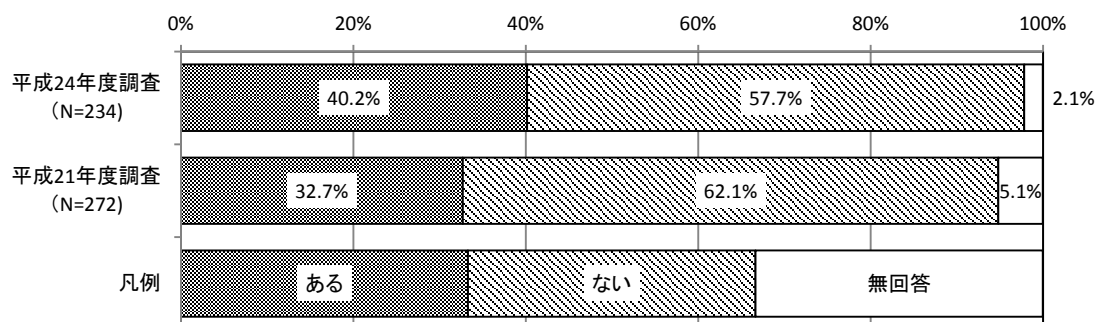
図 1-14 高齢化率 (区別)



(9) 来客用駐車場の有無と経営主体 (問8)

商店街に駐車場があるかどうか及び駐車場の経営主体を質問している。

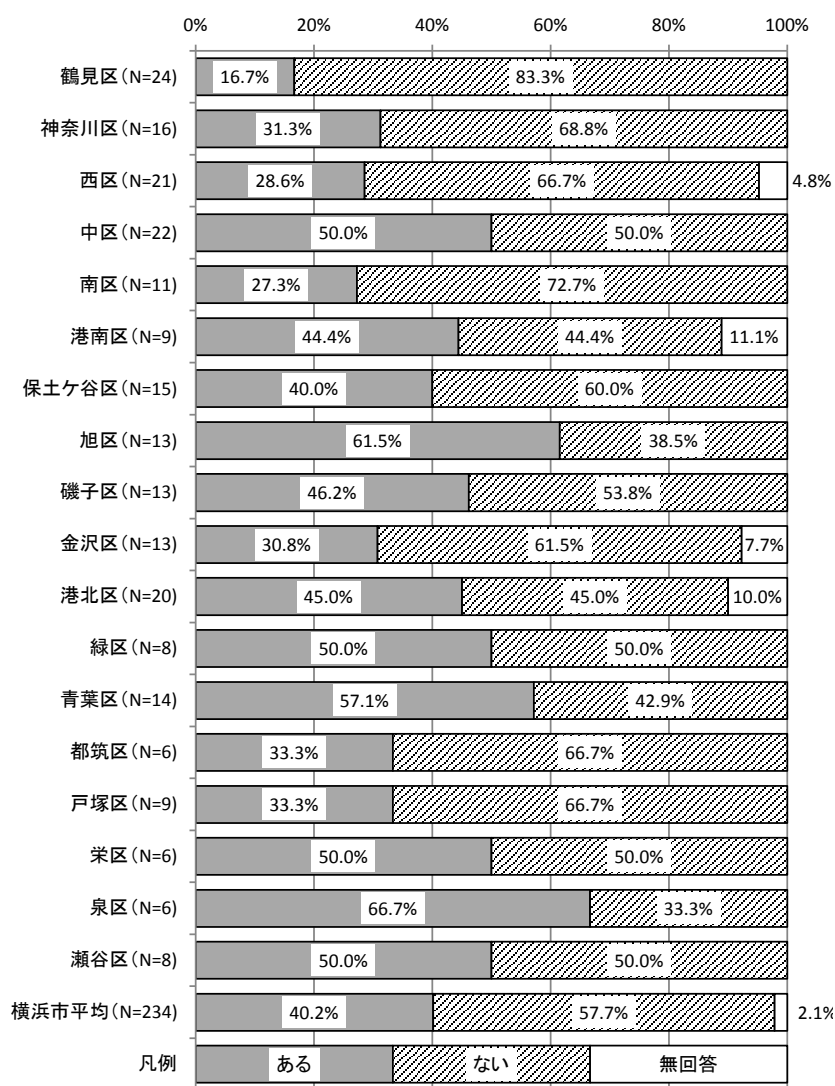
図 1-15 来客用駐車場の有無



○来客用駐車場がある商店街は 40.2%、ない商店街は 57.7%となっており、平成 21 度調査と比較すると、来客用駐車場がある割合は 7.5 ポイント増加している (図 1-15)。

○区別にみると、来客用駐車場のある商店街の割合が最も高かったのが泉区で 66.7%、以下、旭区 (61.5%)、青葉区 (57.1%)、中区、緑区、栄区、瀬谷区 (いずれも 50.0%) が来客用駐車場を持っている商店街が過半数となっている。一方、鶴見区では来客用駐車場のある商店街の割合が最も低く 10%台にとどまっている (図 1-16)。

図 1-16 来客用駐車場の有無 (区別)



○組織形態別にみると、来客用駐車場のある商店街の割合が最も高かったのが一般社団法人で66.7%、以下、協同組合(60.5%)、振興組合(50.0%)が来客用駐車場のある商店街が過半数となっている。一方、最も団体数の多い任意団体では来客用駐車場のある商店街の割合は低く、35.7%となっている(図1-17)。

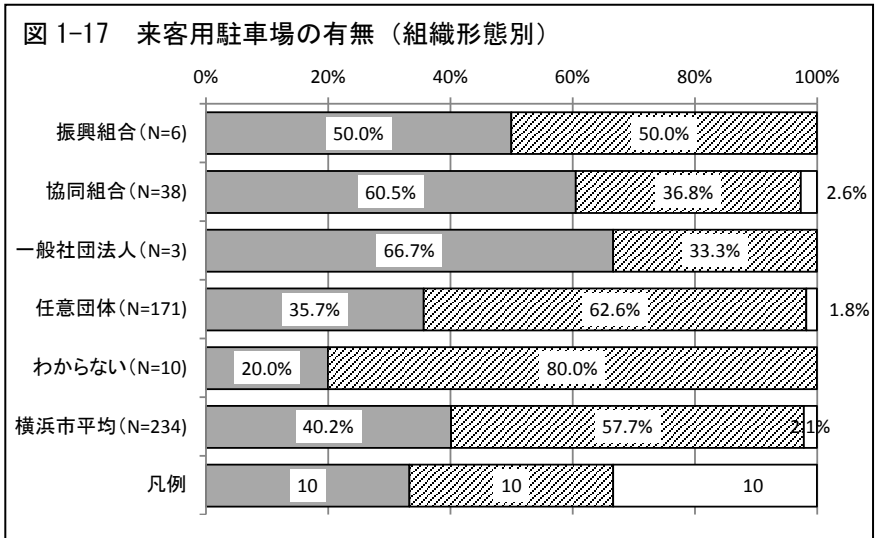
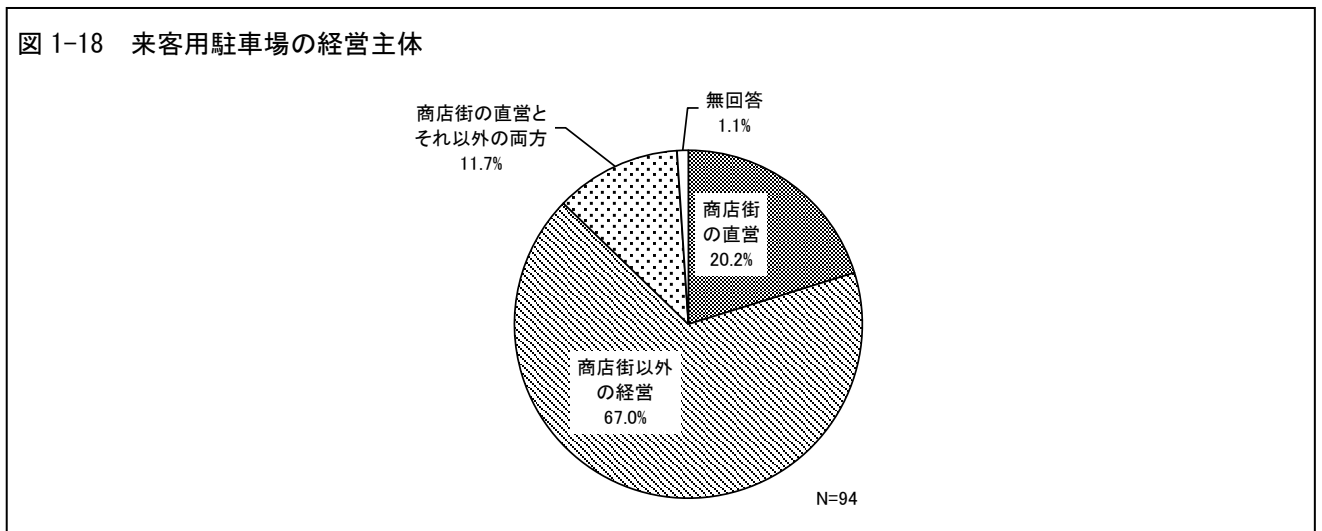


図1-18 来客用駐車場の経営主体

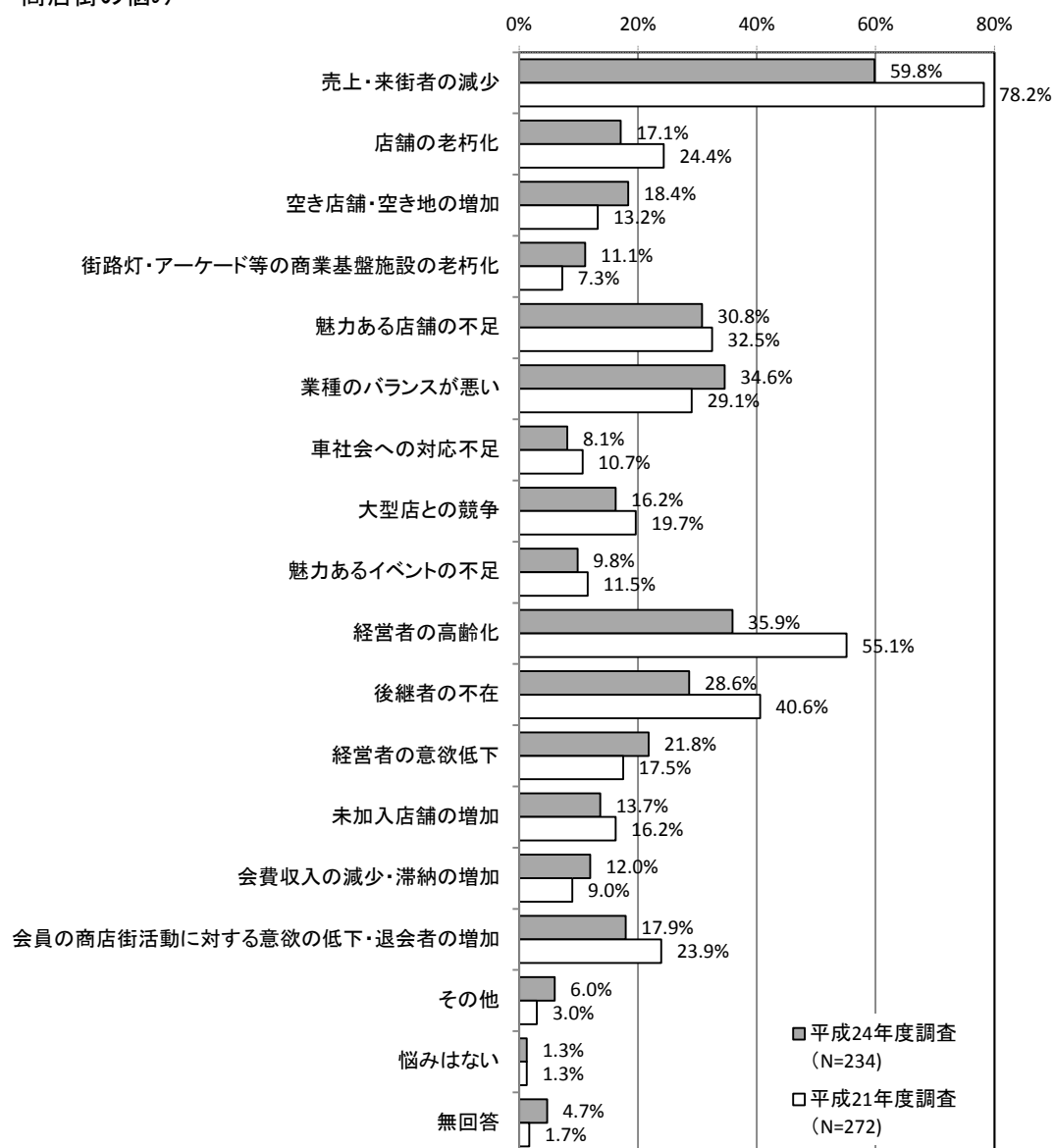


○来客用駐車場の経営主体は67.0%が「商店街以外の経営」となっており、「商店街の直営」の駐車場を保有している商店街は、「商店街の直営とそれ以外の両方」を含め31.9%であった。(図1-18)。

(10) 商店街の悩み (問 11)

現在の商店街の悩みを質問している。(回答は3つまで)

図 1-19 商店街の悩み



○商店街の悩みで最も多かったのは、「売上・来街者の減少」で59.8%、次いで「経営者の高齢化」(35.9%)、「業種のバランスが悪い」(34.6%)、「魅力ある店舗の不足」(30.8%)、「後継者の不在」(28.6%)、「経営者の意欲低下」(21.8%)が2割を超えている(図1-19)。

○平成21年度調査と比較すると、「経営者の高齢化」(19.2ポイント)、「売上・来街者の減少」(18.4ポイント)、「後継者の不在」(12.0ポイント)では10ポイント以上減少しており、割合が増加した悩みは「業種のバランスが悪い」(5.5ポイント)、「空き店舗・空き地の増加」(5.2ポイント)、「経営者の意欲低下」(4.3ポイント)などであった(図1-19)。

○平成21年度調査より増加した「業種のバランスが悪い」については、『消費者購買行動意識調査』における商店街をほとんど利用しない理由として、5割以上が「一か所で用事がすまない」と回答している。

- 区別で見ると、全体の第1位と同様に「売上・来街者の減少」が第1位である区が多い中、「魅力ある店舗の不足」が戸塚区（77.8%）と青葉区（64.3%）で、「業種のバランスが悪い」が金沢区（53.8%）と栄区（50.0%）で、同じく栄区で「経営者の意欲低下」（50.0%）が第1位となっている（表1-5）。
- 区別の第2位で特徴的なところは、瀬谷区の「会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加」（62.5%）、都筑区と泉区の「大型店との競争」（いずれも50.0%）、金沢区の「後継者の不在」（46.2%）、泉区と緑区の「店舗の老朽化」（泉区50.0%、緑区37.5%）、泉区の「経営者の意欲低下」（50.0%）であった（表1-5）。
- 会員数別では100店舗以下の商店街では「売上・来街者の減少」が第1位であるが、101店舗以上の商店街では「後継者の不在」が61.9%と最も多くなっている（表1-5）。
- 空き店舗数別にみると、空き店舗数にかかわらず「売上・来街者の減少」が全体と同様に第1位である。空き店舗が2店舗以下の商店街では「経営者の高齢化」が30%台で第2位となっているが、3～5店舗の商店街では「業種のバランスが悪い」が38.6%、6～9店舗の商店街では「会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加」が45.0%、10店舗以上の商店街では「空き店舗・空き地の増加」と「後継者の不在」が60.0%で第2位となっている（表1-5）。
- 高齢化率別にみると、その割合にかかわらず全体と同様に「売上・来街者の減少」が第1位であるが、高齢化率25%未満では「業種のバランスが悪い」が34.4%で第2位となっているが、高齢化率25%以上では「経営者の高齢化」が第2位か同率の第1位となっており、その割合は高齢化率25～50%で44.0%、高齢化率50～75%で48.6%、高齢化率75%以上で52.4%と徐々に高くなっている。
（表1-5）

表 1-5 属性別商店街の悩み

区分	票数	第1位 (%)	第2位 (%)	第3位 (%)	第4位 (%)	第5位 (%)
全体	454	売上・来街者の減少(59.8)	経営者の高齢化(35.9)	業種のバランスが悪い(34.6)	魅力ある店舗の不足(30.8)	後継者の不在(28.6)
鶴見区	48	売上・来街者の減少(58.3)	経営者の高齢化(41.7)	後継者の不在(37.5)	業種のバランスが悪い(30.8)	経営者の意欲低下(33.3)
神奈川區	36	売上・来街者の減少(75.0)	業種のバランスが悪い(50.0)	経営者の高齢化(43.8)	後継者の不在(43.8)	魅力ある店舗の不足・大型店との競争/会費収入の減少・満 納の増加(25.0)
西区	37	売上・来街者の減少(61.9)	業種のバランスが悪い(33.3)	経営者の高齢化(33.3)	魅力ある店舗の不足(28.6)	大型店との競争(28.6)
中区	30	売上・来街者の減少(50.0)	店舗の老朽化/業種のバランスが悪い(36.4)	後継者の不在(31.8)	後継者の不在(31.8)	経営者の高齢化(27.3)
南区	22	売上・来街者の減少(54.5)	経営者の高齢化(45.5)	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(36.4)	後継者の不在(36.4)	後継者の不在(36.4)
港南区	17	売上・来街者の減少(55.6)	経営者の高齢化(55.6)	経営者の高齢化(33.3)	空き店舗・空き地の増加/業種のバランスが悪い(22.2)	経営者の高齢化(22.2)
保土ヶ谷区	30	売上・来街者の減少(86.7)	業種のバランスが悪い(86.7)	業種のバランスが悪い(40.0)	魅力ある店舗の不足(33.3)	後継者の不在(33.3)
旭区	20	売上・来街者の減少(46.2)	業種のバランスが悪い(30.8)	空き店舗・空き地の増加/後継者の不在(23.1)	魅力ある店舗の不足/経営者の高齢化/未加入店舗の増加(15.4)	経営者の不足/経営者の高齢化/未加入店舗の増加(15.4)
磯子区	28	売上・来街者の減少(53.8)	魅力ある店舗の不足(38.5)	経営者の高齢化/後継者の不在(30.8)	後継者の不在(30.8)	経営者の意欲低下(23.1)
金沢区	26	業種のバランスが悪い(53.8)	後継者の不在(46.2)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化(38.5)	売上・来街者の減少/経営者の高齢化(38.5)	店舗の老朽化/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(30.8)
港北区	31	売上・来街者の減少(70.0)	経営者の高齢化(50.0)	後継者の不在(40.0)	経営者の意欲低下(35.0)	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い/未加入店舗の増加(30.0)
緑区	20	売上・来街者の減少(75.0)	店舗の老朽化/経営者の高齢化(37.5)	空き店舗・空き地の増加/魅力ある店舗の不足(23.1)	空き店舗・空き地の増加/魅力ある店舗の不足(23.1)	業種のバランスが悪い/経営者の意欲低下(23.1)
青葉区	36	魅力ある店舗の不足(84.3)	売上・来街者の減少(50.0)	未加入店舗の増加(35.7)	業種のバランスが悪い(35.7)	業種のバランスが悪い/経営者の意欲低下(28.6)
都筑区	10	売上・来街者の減少(66.7)	大型店との競争(50.0)	業種のバランスが悪い(33.3)	業種のバランスが悪い(33.3)	店舗の老朽化/魅力ある店舗の不足/退会者の増加/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/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)
戸塚区	19	魅力ある店舗の不足(71.8)	売上・来街者の減少/業種のバランスが悪い(55.6)	経営者の高齢化/経営者の意欲低下(44.4)	経営者の高齢化/経営者の意欲低下(44.4)	経営者の意欲低下(44.4)
栄区	14	業種のバランスが悪い(66.7)	経営者の意欲低下(50.0)	売上・来街者の減少/魅力ある店舗の不足(33.3)	経営者の意欲低下(33.3)	経営者の意欲低下(33.3)
泉区	10	売上・来街者の減少(66.7)	店舗の老朽化/業種のバランスが悪い(50.0)	店舗の老朽化/業種のバランスが悪い(50.0)	店舗の老朽化/業種のバランスが悪い(50.0)	店舗の老朽化/業種のバランスが悪い(50.0)
瀬谷区	20	売上・来街者の減少(75.0)	会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(82.5)	経営者の高齢化(50.0)	業種のバランスが悪い(37.5)	空き店舗・空き地の増加/魅力ある店舗の不足(25.0)
20店舗以下	119	売上・来街者の減少(59.7)	経営者の高齢化(41.9)	魅力ある店舗の不足(32.3)	業種のバランスが悪い(29.0)	経営者の意欲低下(27.4)
21~50店舗	184	売上・来街者の減少(67.4)	業種のバランスが悪い(40.7)	魅力ある店舗の不足/経営者の高齢化(33.7)	魅力ある店舗の不足/経営者の高齢化(33.7)	空き店舗・空き地の増加/経営者の意欲低下(24.4)
51店舗~100店舗	118	売上・来街者の減少(57.4)	業種のバランスが悪い(37.7)	経営者の高齢化(31.1)	魅力ある店舗の不足(29.5)	後継者の不在(29.5)
101店舗以上	30	後継者の不在(61.9)	売上・来街者の減少(61.9)	経営者の高齢化(42.9)	魅力ある店舗の不足(23.8)	業種のバランスが悪い(23.8)
空き店舗なし	81	売上・来街者の減少(53.1)	経営者の高齢化(37.0)	魅力ある店舗の不足(35.8)	業種のバランスが悪い(34.6)	大型店との競争/後継者の不在(22.2)
1~2店舗	55	売上・来街者の減少(60.0)	経営者の高齢化(36.4)	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い(30.9)	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い(30.9)	後継者の不在(21.8)
3~5店舗	57	売上・来街者の減少(71.9)	業種のバランスが悪い(38.6)	後継者の不在(35.1)	経営者の意欲低下(33.3)	経営者の高齢化(29.8)
6~9店舗	20	売上・来街者の減少(55.0)	会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加(45.0)	経営者の高齢化(40.0)	業種のバランスが悪い(35.0)	空き店舗・空き地の増加/後継者の不在(30.0)
10店舗以上	15	売上・来街者の減少(73.3)	空き店舗・空き地の増加(45.0)	後継者の不在(60.0)	経営者の高齢化(46.7)	魅力ある店舗の不足/業種のバランスが悪い(40.0)
25%未満	90	売上・来街者の減少(53.3)	業種のバランスが悪い(34.4)	魅力ある店舗の不足(28.9)	経営者の意欲低下(28.9)	経営者の意欲低下(28.9)
25~50%	75	売上・来街者の減少(73.3)	経営者の高齢化(44.0)	業種のバランスが悪い(37.3)	魅力ある店舗の不足(36.0)	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(26.7)
50~75%	37	売上・来街者の減少(64.9)	経営者の高齢化(48.6)	後継者の不在(45.9)	業種のバランスが悪い(45.9)	業種のバランスが悪い/経営者の意欲低下(40.5)
75%以上	21	売上・来街者の減少/経営者の高齢化(52.4)	魅力ある店舗の不足(42.9)	後継者の不在(42.9)	後継者の不在(42.9)	空き店舗・空き地の増加/経営者の意欲低下(33.3)

(11) 商店街の景況観（問 15）

昨年と比べた商店街の景気をどう感じているかを質問している。

図 1-20 商店街の景況感

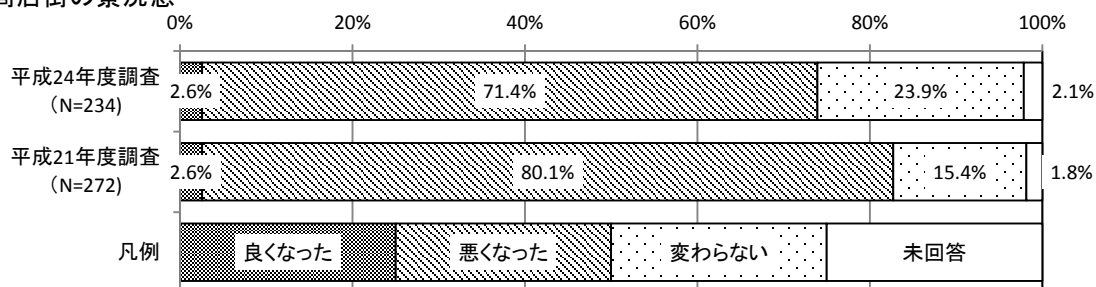


図 1-21 商店街の景況感（会員数別）

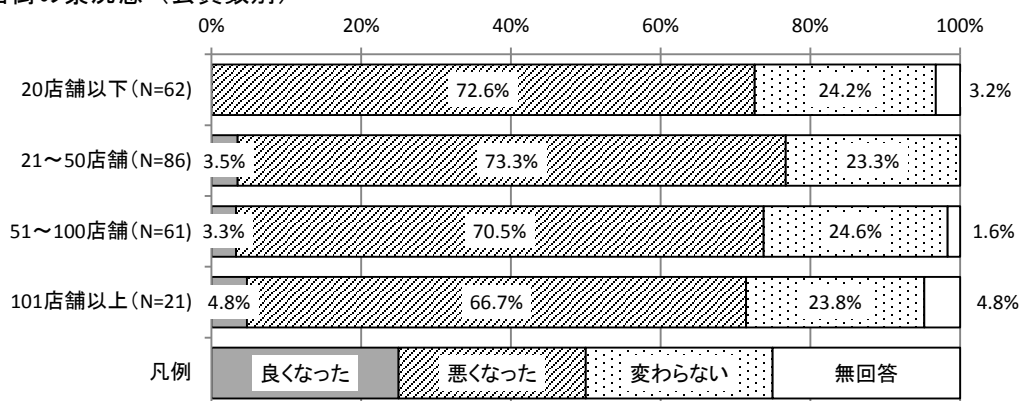
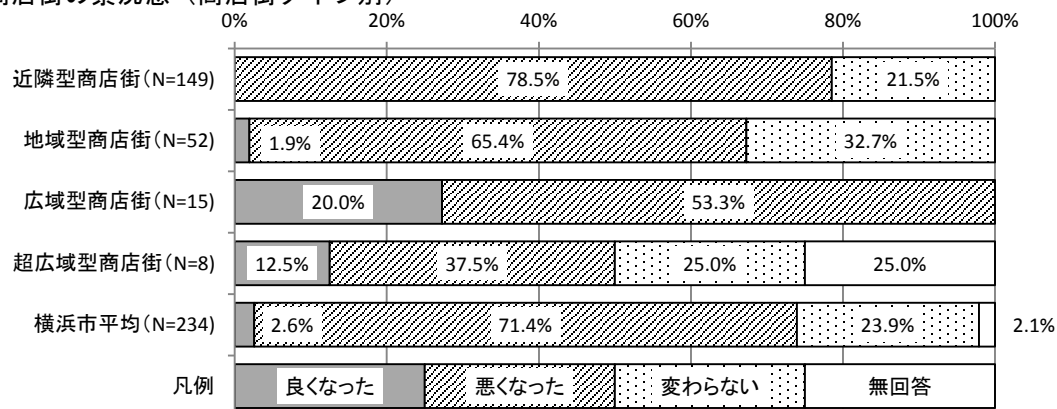


図 1-22 商店街の景況感（商店街タイプ別）



○昨年と比べた商店街の景気については、「悪くなった」という回答が71.4%と多く、「良くなった」は2.6%にとどまった（図 1-20）。

○平成 21 年度と比較すると、「悪くなった」は8.7ポイント減少しているものの、「良くなった」は横ばいであった（図 1-20）。

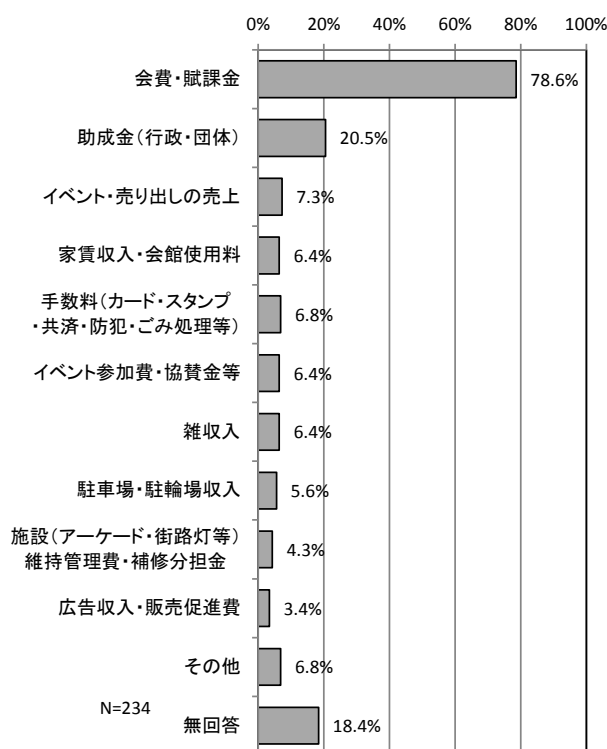
○会員数別にみると、101 店舗以上の商店街で「良くなった」がやや多くなっているものの、大きな違いは見られなかった（図 1-21）。

○商店街タイプ別にみると、「良くなった」は広域型商店街で20.0%、超広域型商店街で12.5%となっているが、他の商店街タイプでは低い。近隣型商店街では「良くなった」との回答はなく、「悪くなった」が78.5%と最も多くなっている。（図 1-22）。

(12) 収入と支出 (問 17)

平成23年度の決算書において占める割合の大きい収入・支出を質問している。(回答は3つまで)

図 1-23 決算書において占める割合の大きい収入



※類似した項目は、1商店街で、1つのみカウントした。
(例：正会員会費、賛助会員会費)

○平成23年度の決算書の収入の部で占める割合が大きいものとして、最も多い回答があったのは「会費・賦課金」で78.6%の商店街が上位3位にあげていた。次いで多かったのは「助成金(行政・団体)」の20.5%であった(図1-23)。

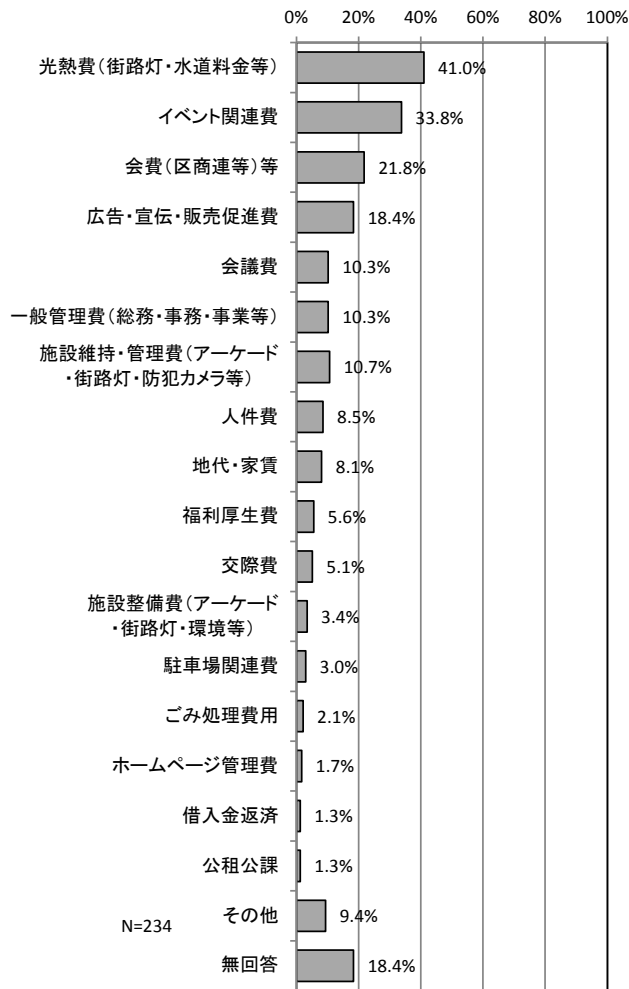
○会員数別にみると、会員数にかかわらず最も多かったのは全体と同様に「会費・賦課金」であったが、その割合は商店街の規模が大きくなるほど高くなっている。100店舗以下の商店街では第2位、第3位も全体と同じであったが、101店舗以上の商店街の収入内訳は多様である(表1-6)。

○組織形態別においても、形態にかかわらず最も多かったのは「会費・賦課金」であったが、振興組合では第2位の「手数料(カード・スタンプ・共済・防犯・ごみ処理等)」が50%と高い割合となっている(表1-6)。

表 1-6 決算書で占める割合の大きい収入(会員数別・組織形態別)

	票数	第1位(%)	第2位(%)	第3位(%)
全 体(N=234)	234	会費・賦課金 (78.6%)	助成金(行政・団体) (20.5%)	イベント・売り出しの売上 (7.3%)
会員 数別	20店舗以下(N=62)	会費・賦課金 (74.2%)	助成金(行政・団体) (17.7%)	イベント・売り出しの売上/ 家賃収入・会館使用料 (7.3%)
	21～50店舗(N=86)	会費・賦課金 (80.2%)	助成金(行政・団体) (24.4%)	イベント・売り出しの売上 (8.1%)
	51～100店舗(N=61)	会費・賦課金 (82.0%)	助成金(行政・団体) (21.3%)	イベント参加費・協賛金等 (13.1%)
	101店舗以上(N=21)	会費・賦課金 (90.5%)	家賃収入・会館使用料/手数料(カード・スタンプ・共済・防犯・ごみ処理等)/駐車場・駐輪場収入 (23.8%)	
組織 形態別	振興組合(N=6)	会費・賦課金 (100.0%)	手数料(カード・スタンプ・共済・防犯・ごみ処理等) (50.0%)	イベント・売り出しの売上 (33.3%)
	協同組合(N=38)	会費・賦課金 (86.8%)	家賃収入・会館使用料/駐車場・駐輪場収入 (18.4%)	
	一般社団法人(N=3)	会費・賦課金 (66.7%)	助成金(行政・団体) (24.6%)	—
	任意団体(N=171)	会費・賦課金 (78.9%)	助成金(行政・団体)/家賃収入・会館使用料 (10.0%)	

図 1-24 決算書において占める割合の大きい支出



※類似した項目は、1商店街で、1つのみカウントした。
(例：会館使用料、共同施設使用料)

○平成 23 年度の決算書の支出の部で占める割合が大きいものとして、最も多い回答があったのは「光熱費（街路灯・水道料金等）」で 41.0%、以下「イベント関連費」（33.8%）、「会費（区商連等）等」（21.8%）と続いている（図 1-24）。

○会員数別にみると、会員数にかかわらず最も多かったのは全体と同様「光熱費（街路灯・水道料金等）」であったが、その割合は商店街の規模が小さくなるほど高くなっている。また、50 店舗以下の商店街では第 3 位は全体と同じ「会費（区商連等）等」であったが、51 店舗以上では「商店街広告・宣伝・販売促進費」となっている（表 1-7）。

○組織形態別の第 1 位は、他の組織が全体と同様「光熱費（街路灯・水道料金等）」であるのに対し、協同組合では「人件費」（36.8%）となっている。また、全体で第 2 位である「イベント関連費」が上位 3 位に入っているのは任意団体の 39.8%のみであった（表 1-7）。

表 1-7 決算書で占める割合の大きい支出（会員数別・組織形態別）

	票数	第1位 (%)	第2位 (%)	第3位 (%)
全 体 (N=234)	234	光熱費(街路灯・水道料金等) (41.0%)	イベント関連費 (33.8%)	会費(区商連等)等 (21.8%)
会員 数 別	20店舗以下 (N=62)	光熱費(街路灯・水道料金等) (45.2%)	イベント関連費 (27.4%)	会費(区商連等)等 (21.0%)
	21～50店舗 (N=86)	光熱費(街路灯・水道料金等)/イベント関連費 (40.7%)		会費(区商連等)等 (27.9%)
	51～100店舗 (N=61)	光熱費(街路灯・水道料金等) (39.3%)	イベント関連費 (34.4%)	広告・宣伝・販売促進費/人件費 (18.0%)
	101店舗以上 (N=21)	光熱費(街路灯・水道料金等) (33.3%)	イベント関連費/駐車場/広告・宣伝・販売促進費 (28.6%)	
組 織 形 態 別	振興組合 (N=6)	光熱費(街路灯・水道料金等)/会費(区商連等)等/広告・宣伝・販売促進費 (33.3%)		
	協同組合 (N=38)	人件費 (36.8%)	広告・宣伝・販売促進費 (34.2%)	光熱費(街路灯・水道料金等) (31.6%)
	一般社団法人 (N=3)	光熱費(街路灯・水道料金等) (66.7%)	会費(区商連等)等 (33.3%)	—
	任意団体 (N=171)	光熱費(街路灯・水道料金等) (43.3%)	イベント関連費 (39.8%)	会費(区商連等)等 (22.8%)

2 空き店舗の状況

(1) 商店街の空き店舗数 (問 12)

商店街における空き店舗の数を質問している。

図 2-1 商店街の空き店舗数

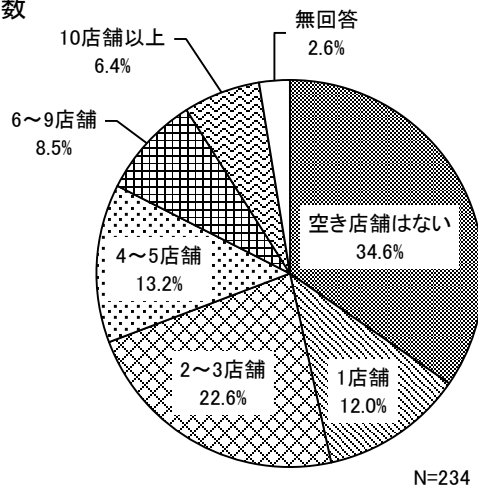


表 2-1 1商店街当たり空き店舗数・空き店舗率

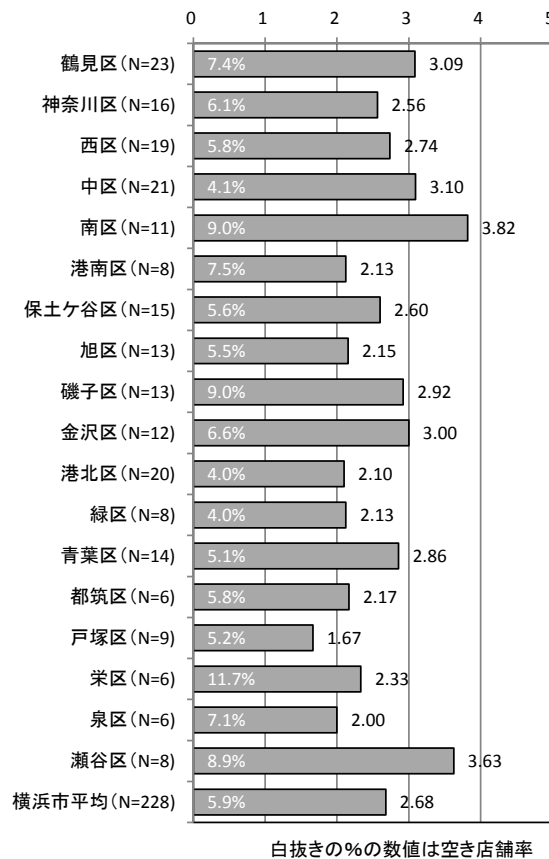
商店街数 (無回答除く)	空き店舗 総数	1商店街当たり 空き店舗数	正会員数+ 空き店舗総数	空き店舗率
228	611	2.68	9,756+611=10,367	5.9%

○空き店舗がない商店街は34.6%で、10店舗以上空き店舗のある商店街は6.4%であった(図2-1)。

○1商店街当たりの空き店舗数は2.68店舗で、空き店舗総数を正会員数と空き店舗総数の和で割ったものを空き店舗率として算出したところ5.9%となった(表2-1)。

○区別の1商店街当たりの空き店舗数は南区が最も多く3.82、以下瀬谷区(3.63)、中区(3.10)、鶴見区(3.09)となっている。また、空き店舗率は栄区が最も高く11.7%、以下南区と磯子区が9.0%、瀬谷区が8.9%となっている(図2-2)。

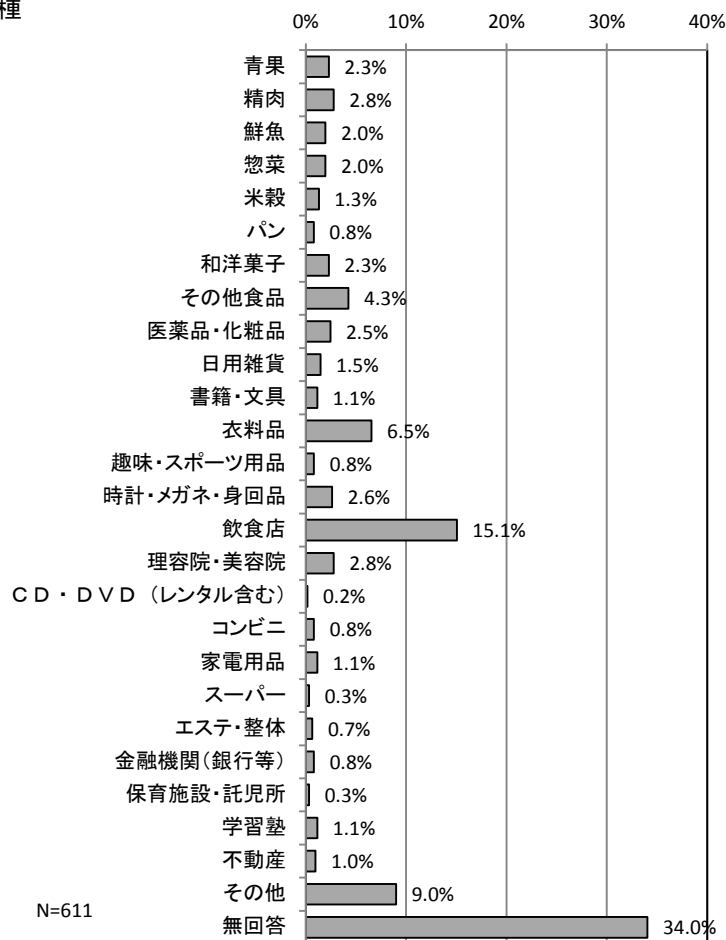
図 2-2 1商店街当たり空き店舗数・空き店舗率 (区別)



(2) 空き店舗の状況 (問 13)

空き店舗がある場合の閉店前の業種、空き店舗となった時期、閉店の理由、家主の貸す意思の有無を質問している。

図 2-3 閉店前の業種



- 閉店前の業種は、無回答を除くと「飲食店」(15.1%)が最も多く、次いで「衣料品店」(6.5%)、「その他食品」(4.3%)となっている(図 2-3)。
- 空き店舗となった時期については、無回答を除くと「3年以上前」が26.8%と最も多い(図 2-4)。

図 2-4 空き店舗となった時期

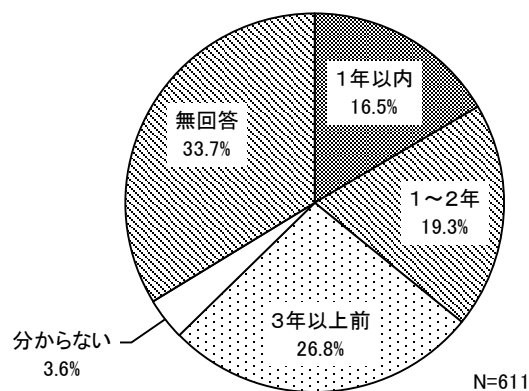


図 2-5 閉店の理由

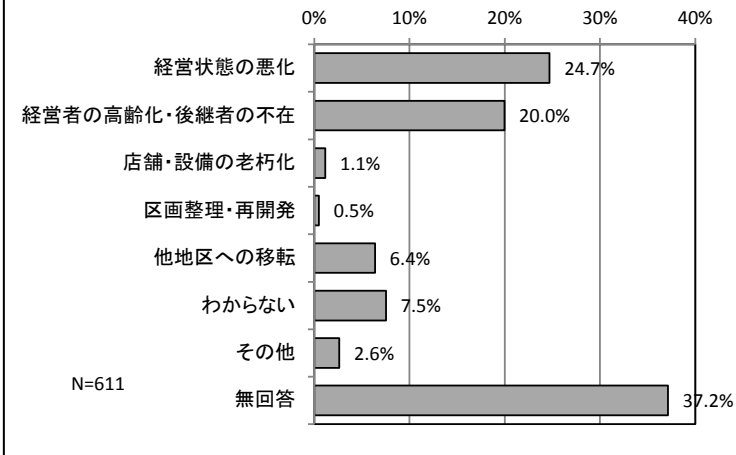
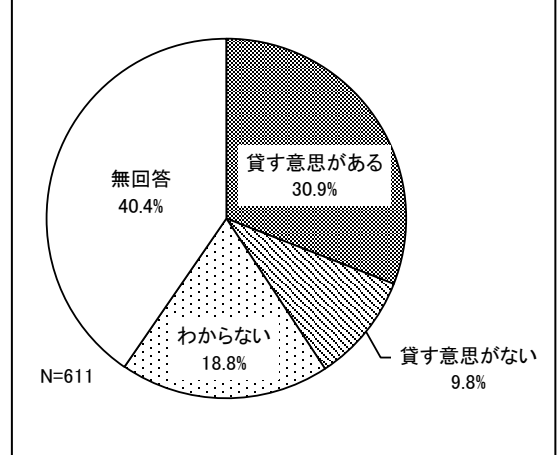


図 2-6 家主の意思



○空き店舗となった理由としては「経営状態の悪化」が 24.7%と最も多く、次いで「経営者の高齢化・後継者の不在」(20.0%)が2割以上となっている(図 2-5)。

○家主が貸す意思のある空き店舗は 30.9%、貸す意思のない空き店舗は 9.8%となっている(図 2-6)。

図 2-7 家主の意思(空き店舗となった時期別)

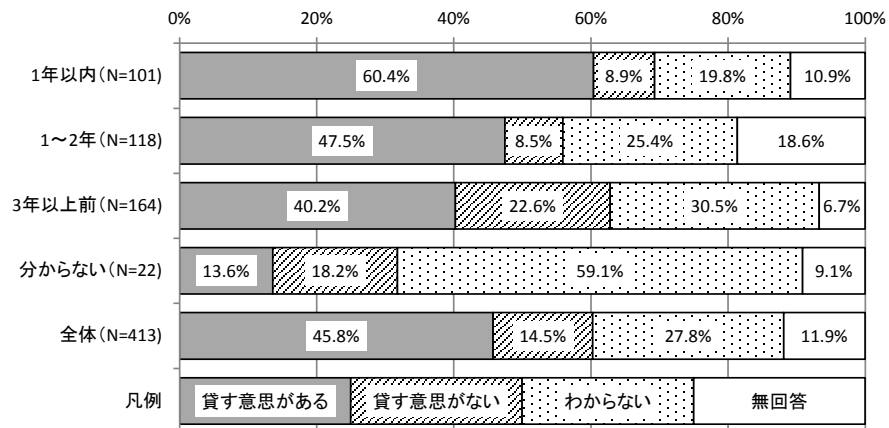
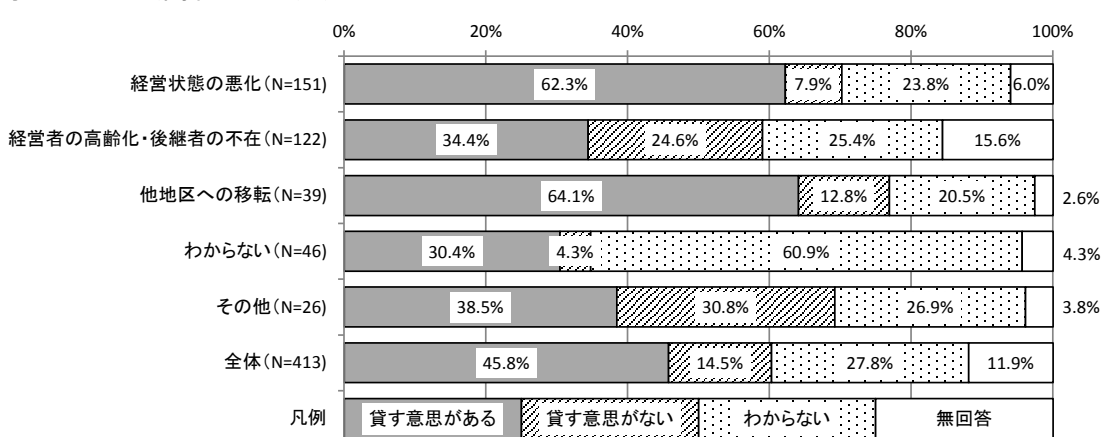


図 2-8 家主の意思(閉店の理由別)



○家主の意思との相関をみると、閉店時期では閉店からの期間が短いほど「貸す意思がある」割合が高い傾向がみられる。(図 2-7)

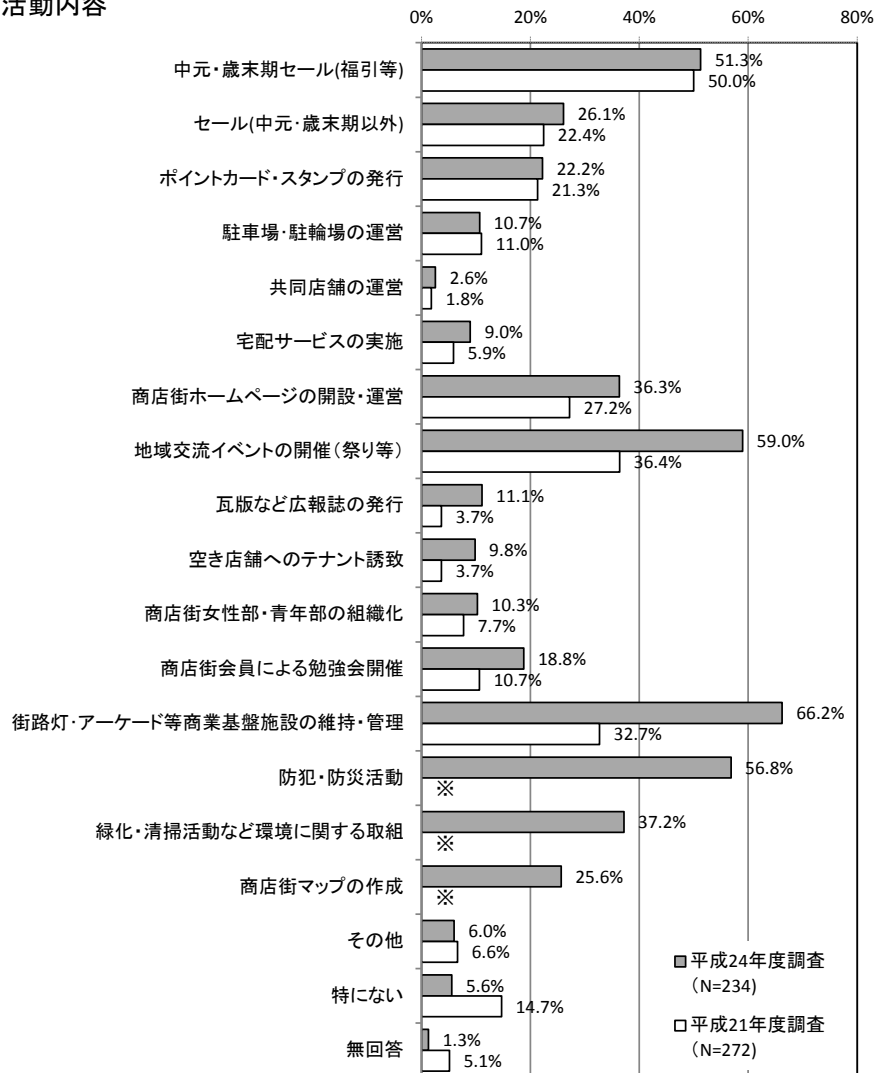
○閉店理由別でみると、「貸す意思がある」との回答は「経営状態の悪化」(62.3%)や「他地区への移転」(64.1%)で多かった。(図 2-8)。

3 商店街活動について

(1) 商店街の活動内容（問9）

現在の活動内容（回答はいくつでも）、今後取り組むべきと考えている活動（回答は3つまで）、及びそのうち実施に向けて検討をしている活動（回答は3つまで）について質問している。

図 3-1 商店街の活動内容

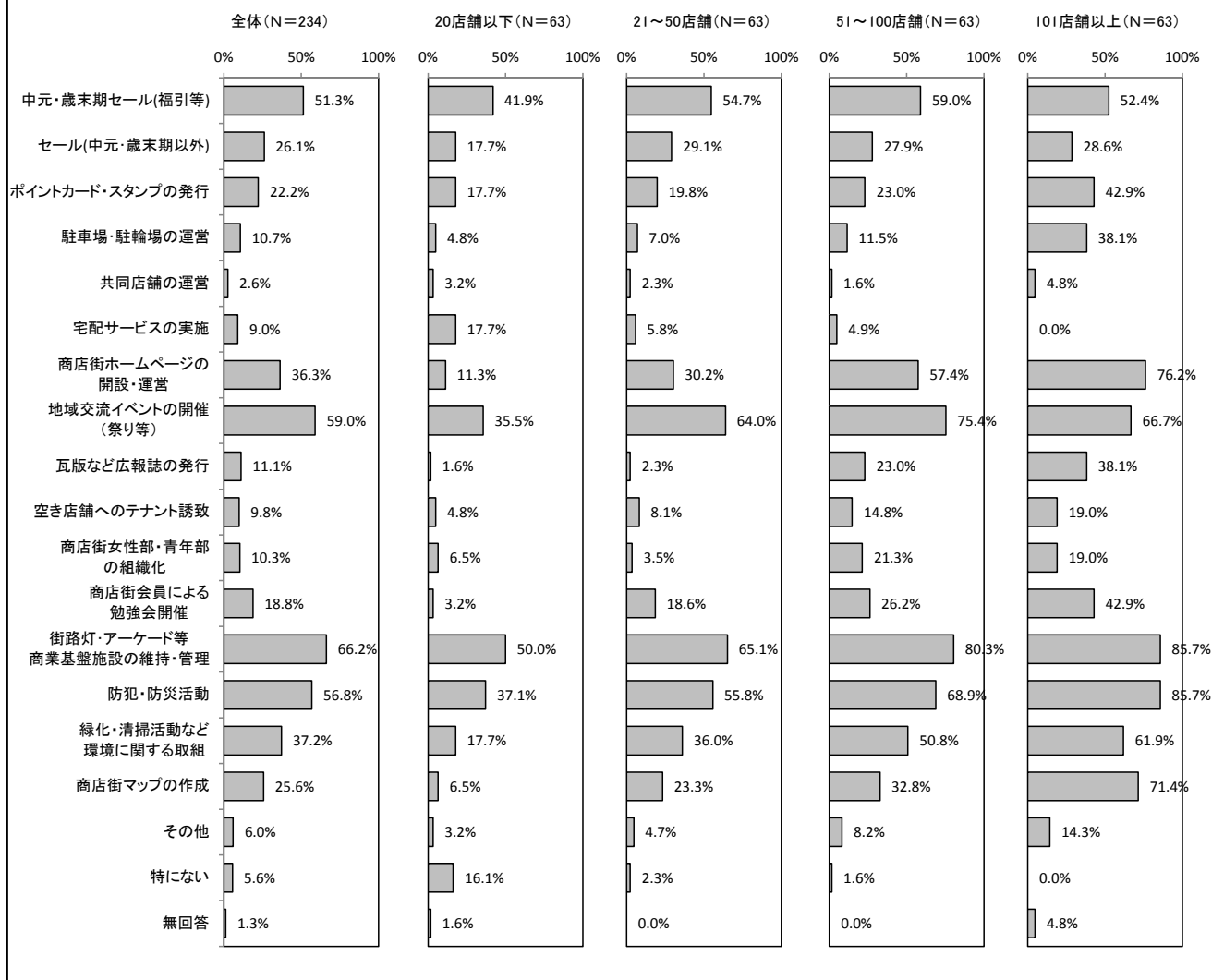


※は、平成21年度調査では選択肢がなかった項目

○現在の商店街の活動内容は、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」が 66.2%と最も多く、以下「地域交流イベントの開催（祭り等）」（59.0%）、「防犯・防災活動」（56.8%）、「中元・歳末期セール(福引等)」（51.3%）が5割以上となっており、「共同店舗の運営」（2.6%）、「宅配サービスの実施」（9.0%）、「空き店舗へのテナント誘致」（9.8%）が1割未満と少なかった。また、「特にない」商店街は5.6%にとどまっている（図 3-1）。

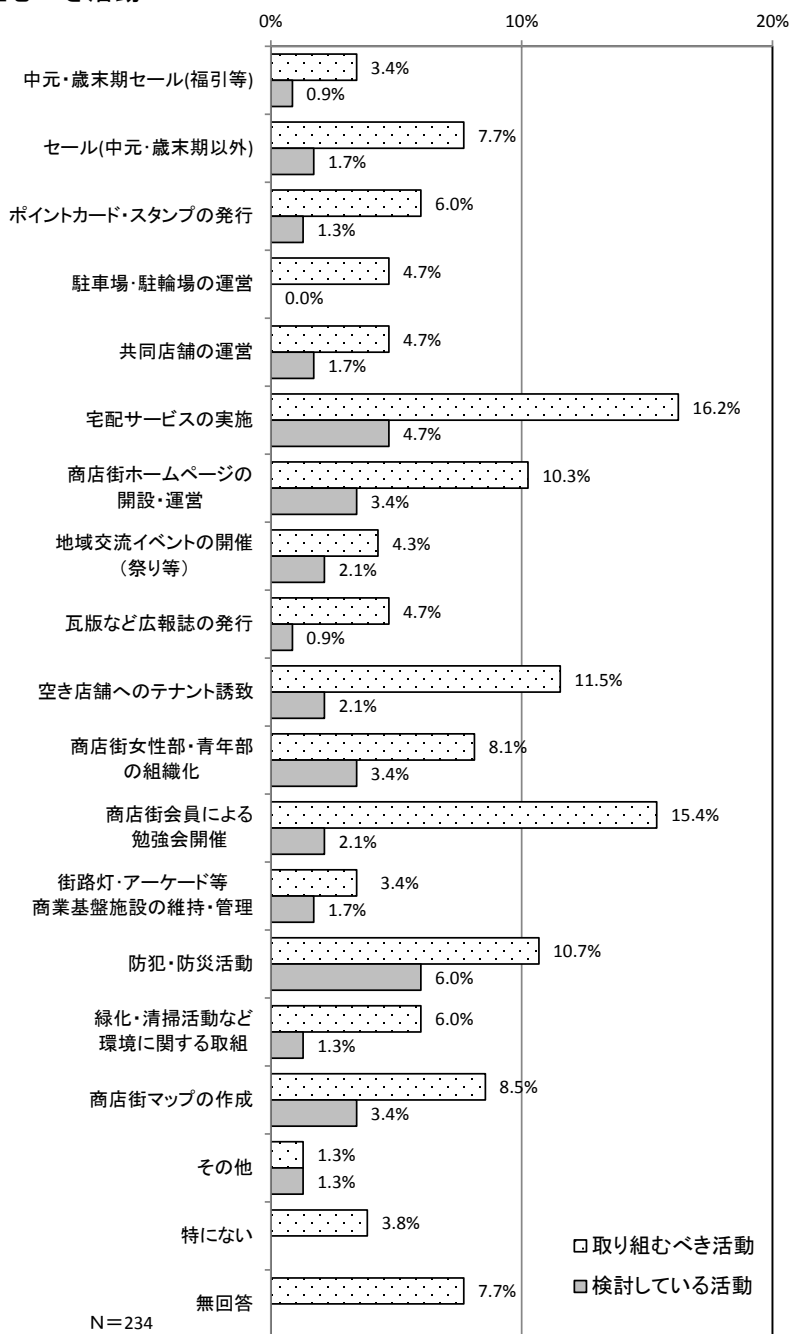
○平成 21 年度調査と比較すると、特に「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」で 33.5 ポイント、「地域交流イベントの開催（祭り等）」で 22.6 ポイント増加しており、その他の項目においても増加傾向がみられることから、積極的な商店街活動が行われていることが推測できる（図 3-1）。

図 3-2 商店街の活動内容（会員数別）



○商店街活動を会員数別にみると、商店街での活動は会員数の多い商店街ほど活発な傾向がみられ、101店舗以上の商店街では、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」、「防犯・防災活動」はともに85.7%、「商店街ホームページの開設・運営」は76.2%、「商店街マップの作成」は71.4%の商店街が実施している。一方、20店舗以下の商店街では「特にない」が16.1%と21店舗以上の商店街に比べて高く、小規模商店街ほど活動が少ないものの、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理」では50.0%、「中元・歳末期セール(福引等)」は41.9%、「防犯・防災活動」、「地域交流イベントの開催(祭り等)」においても3割以上の商店街が活動している(図3-2)。

図 3-3 今後取り組むべき活動



- 商店街が今後取り組むべきと考えている活動としては、「宅配サービスの実施」が16.2%で最も多く、「商店街会員による勉強会開催」が15.4%、「空き店舗へのテナント誘致」が11.5%、「防犯・防災活動」が10.7%、「商店街ホームページの開設・運営」が10.3%と続いている（図3-3）。
- 今後取り組むべきと考えている活動のうち実施に向けて検討をしている活動については、「防犯・防災活動」では、取り組むべき10.7%に対して、検討している6.0%と半数以上を占めたが、他の活動内容において検討している割合は低かった（図3-3）。

(2) 商店街活動に参加する会員の増減 (問 10)

最近3年間での商店街活動に参加する会員の増減を質問している。

図 3-4 商店街活動に参加する会員の増減

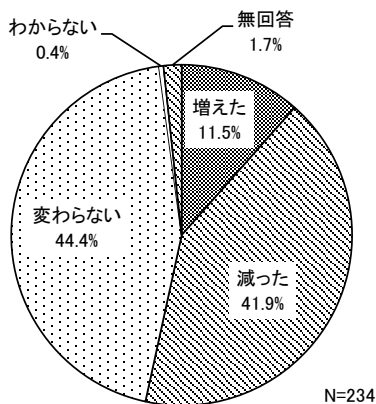
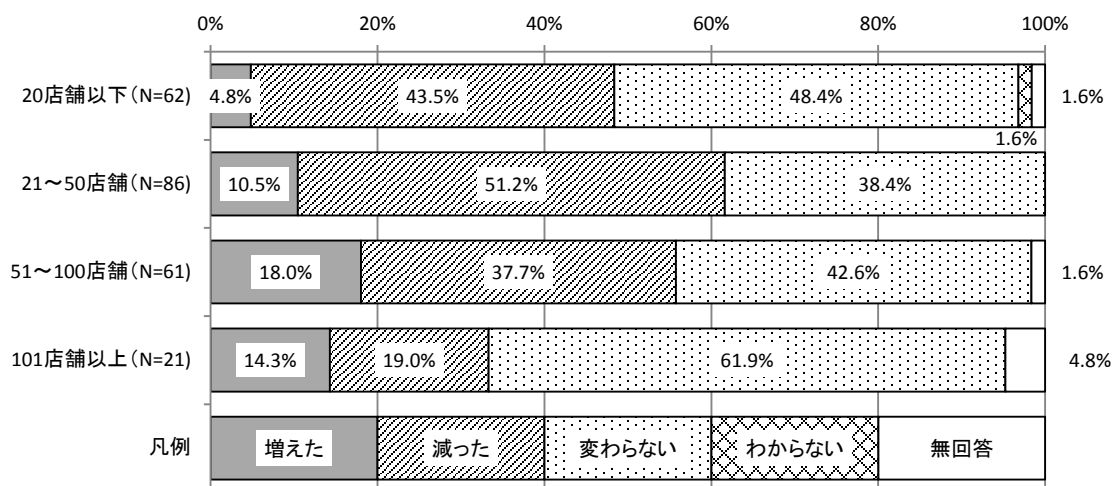


図 3-5 商店街活動に参加する会員の増減 (会員数別)



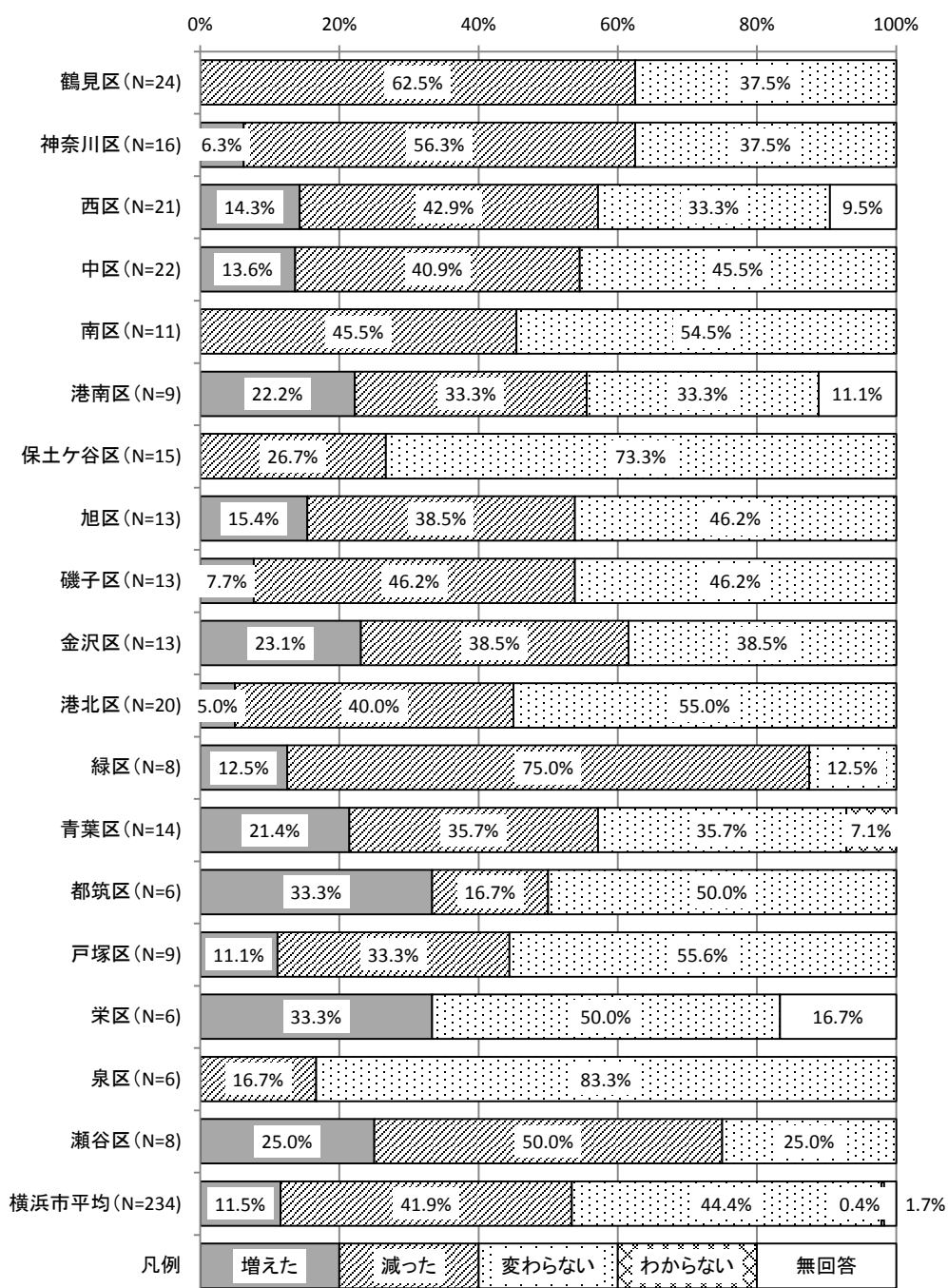
○最近3年間での商店街活動に参加する会員は、「変わらない」が44.4%と最も多く、次いで「減った」が41.9%となっており、「増えた」と回答した商店街は11.5%にとどまった。(図3-4)

○会員数別にみると、「増えた」では最も多かったのは51~100店舗の商店街で18.0%、最も少なかったのは20店舗以下の商店街で4.8%、「減った」では最も多かったのは21~50店舗の商店街で51.2%、最も少なかったのは101店舗以上の商店街で19.0%となっており、商店街活動に参加する会員は、おおむね規模の大きな商店街の方が増加傾向にあり、規模の小さな商店街ほど減少傾向にある。(図3-5)

○区別にみると、「増えた」が最も多かったのは「栄区」と「都筑区」の33.3%、「減った」が多かったのは「緑区」の75.0%をはじめ、「鶴見区」(62.5%)、「神奈川区」(56.3%)、「瀬谷区」(50.0%)で半数を超えている(図3-6)。

○『消費者購買行動意識調査』において、4割以上の消費者が何らかの活動にスタッフとして参加・協力をしてよいと回答しており、今後に向けて、地域住民をはじめとした消費者と一体となった商店街活動の検討も必要であると考えられる。

図 3-6 商店街活動に参加する会員の増減（区別）



(3) 宅配サービスまたは出張販売の実施の有無（問 14）

宅配サービスまたは出張販売の実施状況、及び実施している場合の継続の意思、実施していない場合の将来の実施意向及び実施していない理由を質問している。

図 3-7 宅配サービスまたは出張販売の実施の有無

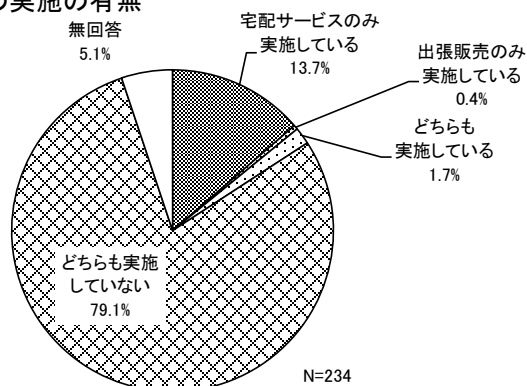
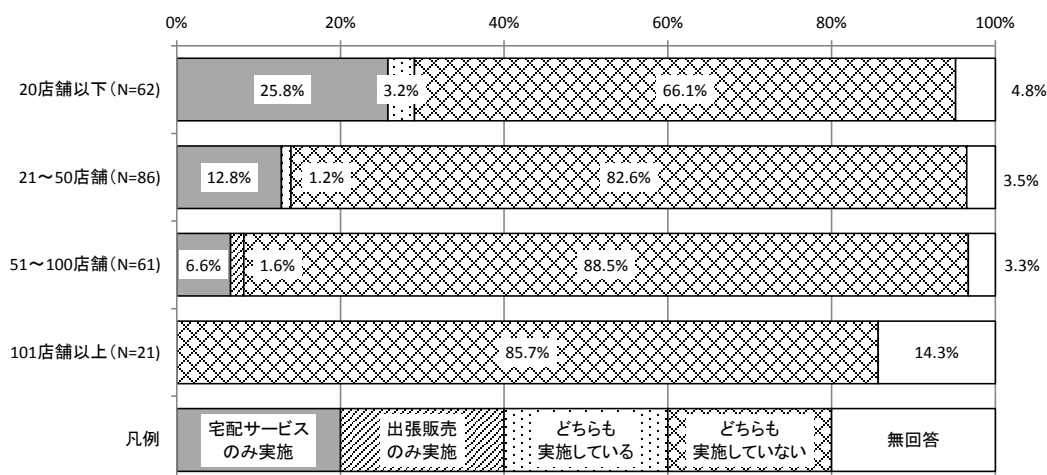


図 3-8 宅配サービスまたは出張販売の実施の有無（会員数別）



○宅配サービスまたは出張販売の実施状況については、「どちらも実施していない」が79.1%を占め、「宅配サービスのみ実施」と「どちらも実施している」を合わせた「宅配サービスの実施」は15.4%、「出張販売のみ実施」と「どちらも実施している」を合わせた「出張販売の実施」は2.1%にとどまっている（図 3-7）。

○会員数別に見ると、「どちらも実施していない」割合は大規模商店街であるほど高くなっている。一方、20店舗以下の商店街では「宅配サービスのみ実施」と「どちらも実施している」を合わせた「宅配サービスの実施」が29.0%と最も多くなっている（図 3-8）。

○区別にみると、宅配サービスまたは出張販売を実施している割合が最も多いのは「金沢区」の38.1%で、以下「磯子区」（37.5%）、「西区」（33.3%）、「緑区」（33.3%）が3割を超えている。一方、「どちらも実施していない」が最も多かったのは「青葉区」で100.0%、次いで「旭区」（93.8%）、「港北区」（92.9%）、「保土ヶ谷区」（90.0%）が9割を超えている（図 3-9）。

○組織形態別にみると、宅配サービスまたは出張販売を実施している割合が最も多いのは「協同組合」で21.1%、次いで「振興組合」（16.7%）、「任意団体」（14.7%）となっており、「一般社団法人」では宅配サービスも出張販売も実施していない。また、「協同組合」及び「振興組合」で実施しているのは宅配サービスのみで、出張販売は実施していない（図 3-10）。

図 3-9 宅配サービスまたは出張販売の実施の有無（区別）

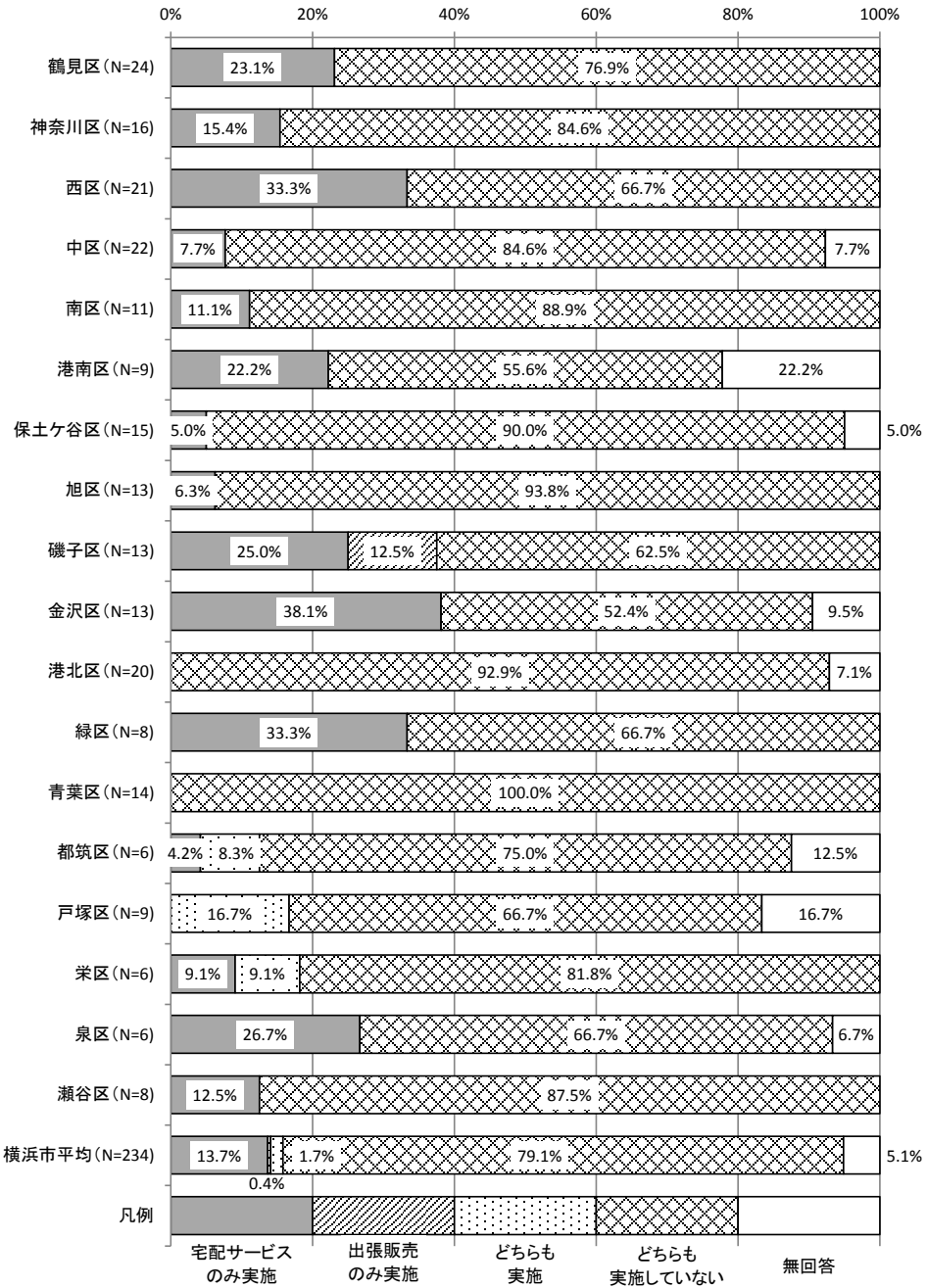


図 3-10 宅配サービスまたは出張販売の実施の有無（組織形態別）

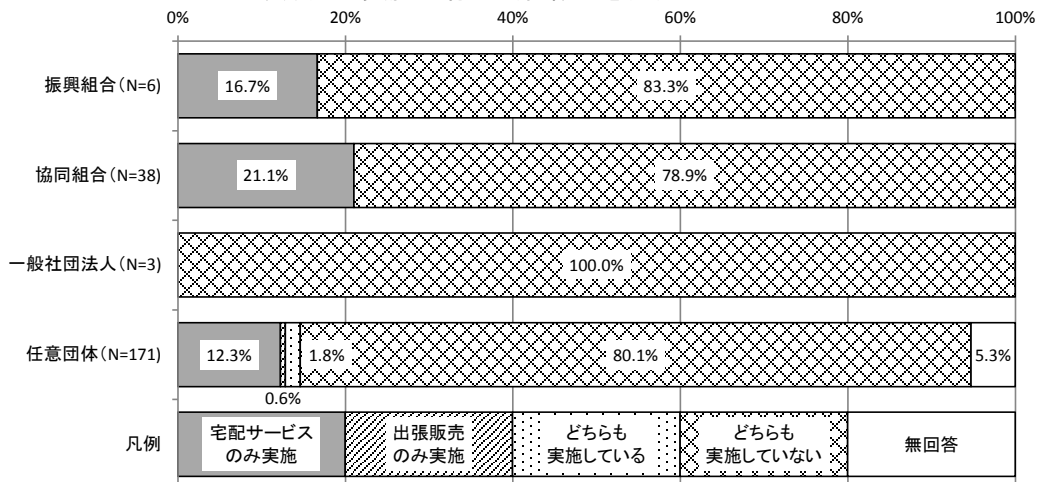
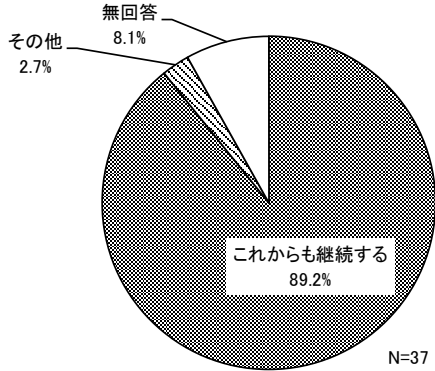


図 3-11 宅配サービスまたは出張販売の継続の意思



○宅配サービスまたは出張販売を実施している商店街が今後も継続するかどうかについては、「これからも継続する」が 89.2%を占め、「縮小・廃止する予定」の商店街はなかった。（図 3-11）。

図 3-12 将来的な宅配サービスまたは出張販売の開始の意向

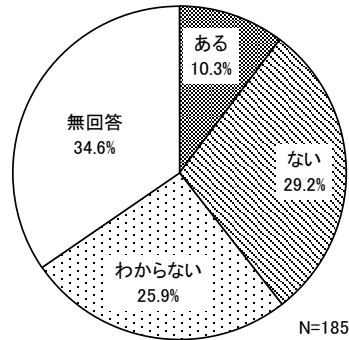
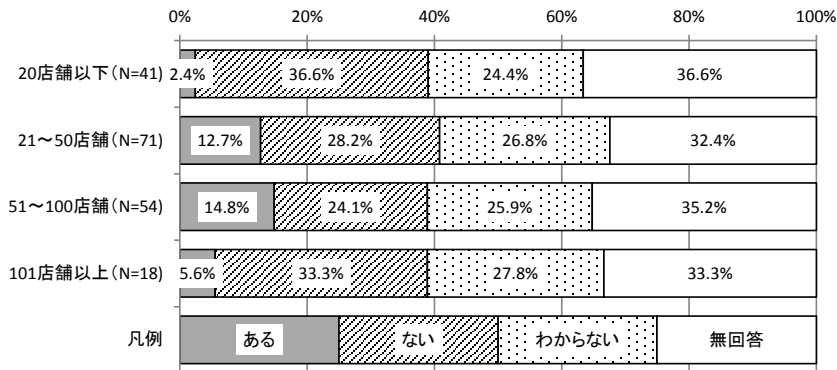


図 3-13 将来的な宅配サービスまたは出張販売の開始の意向（会員数別）

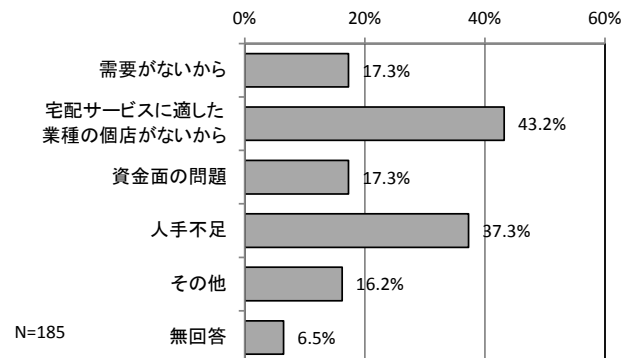


○宅配サービスまたは出張販売を実施していない商店街における、将来的にサービスを開始する意向があるかについては、「ある」が 10.3%にとどまり、「ない」が 29.2%「わからない」が 25.9%となっている（図 3-12）。

○会員数別に見ると、開始の意思が「ある」割合は 21～50 店舗と 51～100 店舗の中規模商店街で比較的高くなっており、20 店舗以下の商店街及び 101 店舗以上の商店街では「ない」が 3 割を超えている（図 3-13）。

○宅配サービスまたは出張販売を実施しない理由で最も多かったのは「宅配サービスに適した業種の個店がないから」で 43.2%、次いで「人手不足」が 37.3%となっている（図 3-14）。

図 3-14 宅配サービスまたは出張販売実施しない理由



(4) 事務職員の有無 (問 16)

専従の事務職員の有無とない場合の事務作業の負担感について質問している。

図 3-15 専従の事務職員の有無

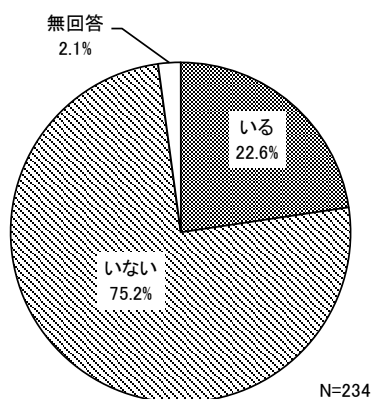


図 3-16 専従の事務職員の有無 (会員別)

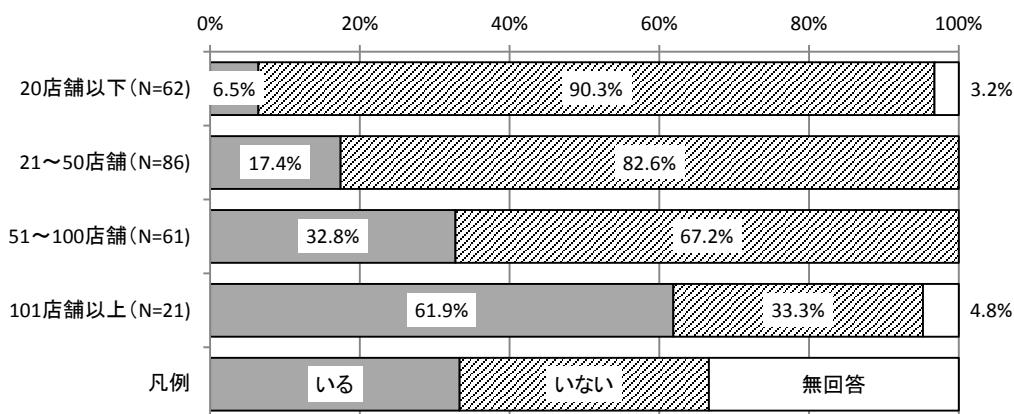
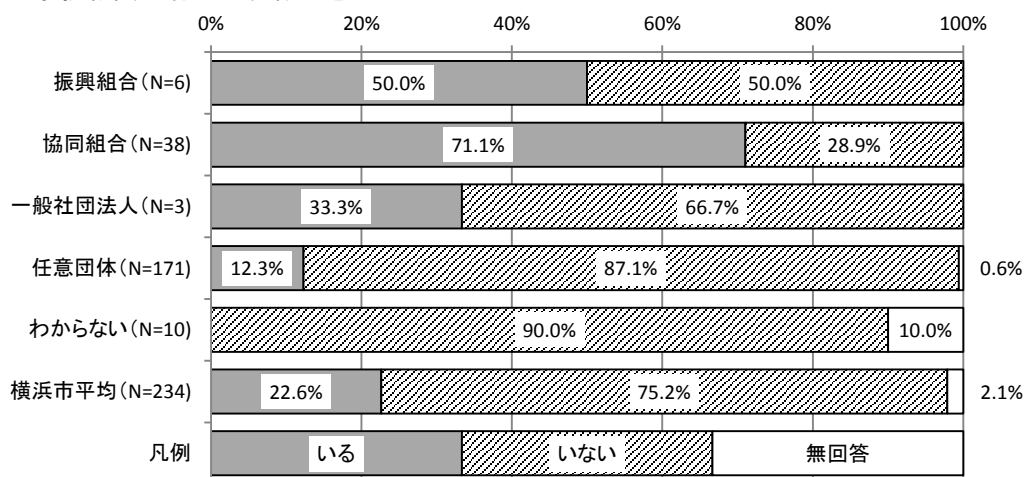


図 3-17 専従の事務職員の有無 (組織形態別)



○専従事務職員の有無については、「いる」が22.6%、「いない」が75.2%であった(図3-15)。

○会員数別にみると、101店舗以上の商店街で「いる」が61.9%となっており、商店街規模が大きいほど専従事務職員がいる割合が高かった(図3-16)。

○組織形態別にみると、事務職員がいるのは協同組合が最も多く71.1%、次いで振興組合が50.0%、一般社団法人が33.3%と続いている。(図3-17)。

図 3-18 専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感

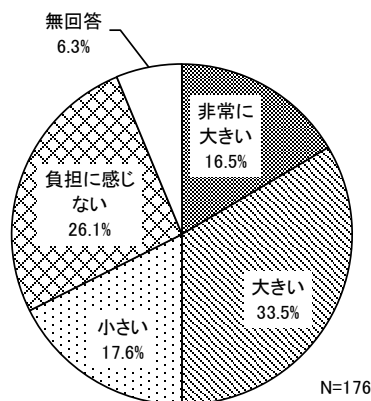


図 3-19 専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感（会員別）

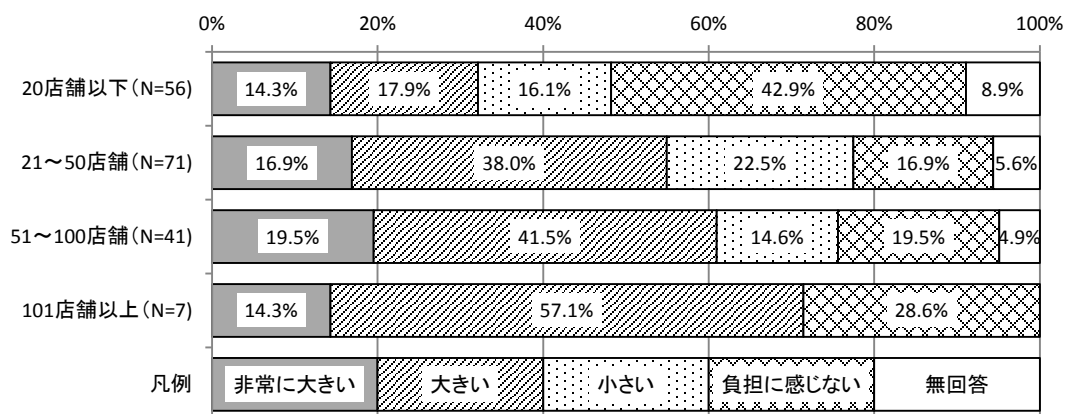
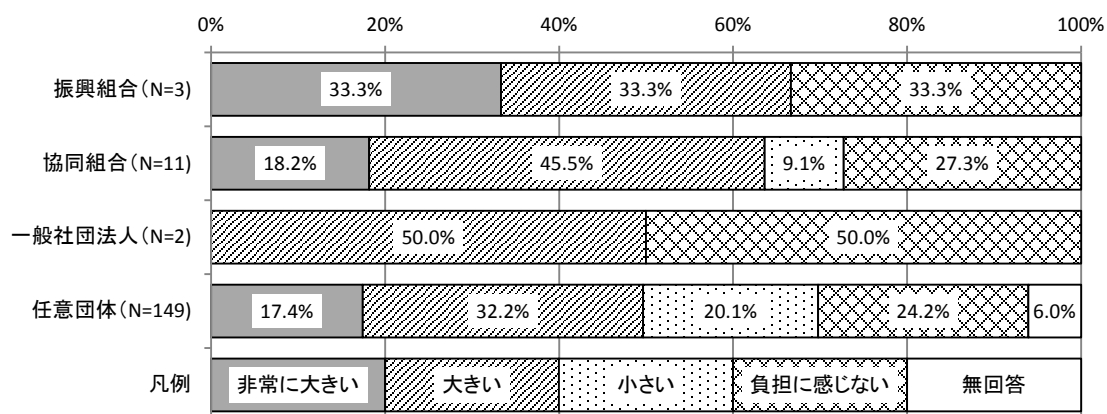


図 3-20 専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感（組織形態別）



○専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感については、「非常に大きい」と「大きい」を合わせると 50.0%となっており、半数の商店街が事務作業を負担と感じている（図 3-18）。

○会員数別にみると、「非常に大きい」と「大きい」を合わせると、101 店舗以上では 71.4%、51～100 店舗では 61.0%、21～50 店舗では 54.9%となっており、商店街規模が大きいかほど専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感が高かった（図 3-19）。

○組織形態別にみると、「非常に大きい」と「大きい」を合わせると、振興組合が 66.6%、協同組合が 63.7%と高く、特に振興組合では「非常に大きい」が 33.3%と最も多かった。（図 3-20）。

4 商店街の運営や横浜市への要望、及び各設問の「その他」欄のまとめ

(1) 商店街の運営や横浜市への要望 (問 18)

商店街の運営や横浜市への要望について質問している。(自由回答) ※主な意見を抜粋した。

要望等
街路灯の維持管理の支出がないためもっと電気代等の補助を願いたい。
防犯活動費について補助金を出してほしい。青パトロール車による防犯活動や、のぼり旗による啓発活動(犯罪の抑止になるので、実際に無くなってから犯罪が増加した)。
街路灯への助成、防犯カメラ維持のための助成、チェーン店等の積極的に入会してもらうように要請
今年、横浜市の補助金決定を受けまして街路灯をLEDに改修工事することができた。私共商店会は若い2代目(35~40代)や一人で開店したい若い人たちのみを副会長以下の執行役員とし、これからの時代にあった商店会を目指している。
アーケードの老朽化が進み危険なため、各店により撤去を促しているものなかなか応じてくれず、行政によりある程度強制的に勧告して欲しい。
老朽化した設備等の補修に対する助成
商店街活性化の勉強会、アドバイス、イベントなどの助成金を増やして欲しい。
①各種補助金の増額(1/2より2/3のように)②各区に一人位の事務代行者の設置(各種申請書類の作成等)
各種の助成金制度があるが、利用するには商店街としてハードルが高すぎる。商店街の立場になって分かりやすい提出書類か簡便な方法が望ましい。
会員減少問題が商店街活性化にブレーキをかけているのが現状、加入しない場合の方策を考えてもらいたい。
空き店舗対策や駐車場等の問題をなんとかするために努力している。
大型店、大規模商業施設の乱立が中小の空洞化を促進している。それに対して行政の効果ある施政に期待したい。
現在、若手人材不足に新しい企画もなかなか実行が難しい現状である。
コミュニティスペース、コミュニティカフェ等の開店を検討している。
住宅地に点在する商店会のため、各個店の啓蒙活動が不足がちである。
当商店街の活性化にアドバイスがしてほしい
イベントを実施する際、会場で煮炊きが許可されないため経済活性化ができない。横浜市は全区でこの問題に早急に取り組むべきである。
商店街の未来と景観、行政の多方面にわたる支援、自助努力
小規模の会だが、役員も若く活気があり、とても楽しく運営している。これからはスポーツと商店会、音楽と商店会など他とは一味違う活動をしていく。
商店会に加入してもメリットが無いといわれるが間接的にこんな活動に協力していることをもっとアピールできれば加入店が増えるのではないかな。
商店街の入れ替りが激しい。個店が閉店し、そのあとにチェーン店がほとんど開店する。商店会への参加意識がない。長引く不況で売上の減少。来街者の減少で、意欲が低下しているとともに、会の活動が活性化しない。
役員の高齢化と長期従事のためマンネリ化の傾向があり、若手の役員のなり手が無く、新旧の交代が難しい。また物販業の衰退が目立ち福引売出行事等を行うことが難しくなっている。
横浜商工会議所、商連かながわ、横浜市商店街総連合、区商連等団体が多く、具体的活動があまり明確でないような気がするが簡略化できないのか。
商店街に駐車場が必要。(路上パーキングメーター)
駅前再開発により10店舗以上が退会した。そのため、年会費が大幅に減り年間のイベントや研修会が全くなかった。

(2) 各設問の「その他」欄のまとめ

各設問の「その他」欄をとりまとめた。

問4 商店街エリア内で加盟しない理由

理由	回答数
参加意識、協力意識の欠如	10
入会意思がない	6
開店して間もない店舗のため	4
店舗が集まっていない、鉄道等で分断されている	3
運営方針、経営上の都合	3
売り出し等に協賛する必要がない(時間があわない等)	2
他の商店会に加入している	2
様子を見てからといわれ、その後の入会がない	2
期間限定店舗のため	1
高齢者のため	1
個人的な理由	1
外国人のため	1
役員になりたくない	1

問9 商店街活動

活動内容	回答数
朝市(各月)	1
駅前寄席(年2回)	1
近隣商店街、住民との共同で町おこしイベント	1
新規顧客の誘致	1
新年招待旅行	1
スタンプラリー	1
青少年の指導、活動	1
専用カレンダーの配布	1
ナイトフリーマーケット(年2回)	1
夏の花火大会	1
箱根駅伝	1
商品券	1
若い人たちとの相談	1

問11 商店街の悩み

悩み	回答数
売上減店舗等の入替り増加	2
コンビニ、チェーン店等の組合への未加入	1
商店主とチェーン店との交流	1
チェーン店の増加によりイベント不参加増加	1
イベントをやる場所が無い	1
動ける人間が少ない	1
再開発により退会者増加	1
商店街活動は街路灯の維持だけ	1
今年新規商店会加入のため、店舗が少ない	1
大型量販店との競合	1
開発の話があり只今進行中	1

問 13 空き店舗の閉店の理由

理由	回答数
倉庫転用	3
契約終了	2
経営者の死亡	1
倒産	1
全建物一体貸に変更	1
風営法関連	1

問 14-2 宅配サービスまたは出張販売の継続の意思

理由	回答数
業種によって継続	1

問 14-4 宅配サービスまたは出張販売を実施しない理由

理由	回答数
業種により、各個店で実施しているから	18
需要がない	2
駅前等で駐車が困難	2
会員の意欲がない	2
商店街としての販売促進活動を行っていない	1
やり方がわからない	1
以前実施したが失敗したから	1
経営ができない	1
高齢化	1
現在区画整理事業中のため	1
運営のノウハウや実施のテストをしていきたい	1

問 17 平成 23 年度の決算書で占める割合の大きかった収入

収入	回答数
預金(プール金)	3
受取利息	2
寄付金	2
管理会社からの分担金	1
サポーター	1
事業外収入	1
食品	1
人件費	1
チケット販売	1
病院	1
理容・美容	1

第3章 まとめ

1 商店街の現状

①商店街の規模は横ばいで、法人化は進んでいない (P2~6)

- ・商店街タイプは近隣住民や区域内の住民が買い物をする「近隣型商店街」と「地域型商店街」が8割以上を占めている。
- ・商店街組織は7割以上が任意団体であり、その多くが法人化の意思はない。
- ・商店街の会員数は、全商店街の6割以上が50店舗以下となっており、平成21年度実施の前回調査から大きな変化はない。
- ・商店街に加盟しない店舗がある商店街は6割以上にのぼる。

②商店街の構成店舗に生鮮3品は少なく、不足している業種であると感じている (P7~10)

- ・商店街を構成する業種で多いのは飲食店や理容院・美容院などで、生鮮3品のいずれかがない商店街は半数以上にのぼり、特に、小規模の商店街に生鮮3品の店舗がない場合が多い。
- ・不足業種は、平成21年度調査と同様に生鮮3品が上位3位を占めているが、その比率はやや減少している。
- ・一方で、今年度実施している『消費者購買行動意識調査』における商店街に開店、または増えてほしいと思う店舗の業種・業態では書籍・文具、鮮魚、パンなどが上位を占めていることから、消費者からは必ずしも生鮮3品すべてが求められているものではない。

③店舗経営者の半数以上が65歳以上の商店街は全体の3割以上 (P11)

- ・経営者が65歳以上の店舗数の正会員数に占める割合（高齢化率）が50%以上の商店街は全体の3割以上となっており、6つの商店街は正会員全員が65歳以上である。

④来客用駐車場の設置率は増加傾向 (P12~13)

- ・来客用駐車場がある商店街は4割以上で、平成21年度調査より7ポイント以上増加しており、泉区、旭区、青葉区、中区、緑区、栄区、瀬谷区では半数以上の商店街に来客用駐車場がある。一方で、鶴見区では10%台にとどまっている。

⑤「売上・来街者の減少」が最大の悩みだが、その割合は減少している (P14~16)

- ・商店街の悩みとして「売上・来街者の減少」を約6割の商店街があげており、区別や商店街の規模別でもその傾向は変わらないが、その割合は平成21年度調査と比べ約20ポイント減少している。
- ・「業種のバランスが悪い」は、平成21年度調査と比べ約5ポイント増加したが、『消費者購買行動意識調査』における商店街をほとんど利用しない理由として、5割以上が「一か所で用事がすまない」と回答している。

⑥商店街の景況は7割が悪くなっていると感じているが、その割合は減少している (P17)

- ・昨年と比べた商店街の景気は、71.4%が悪くなったと回答しているが、平成21年度と比較すると約9ポイント減少している。

⑦大きな収入は「会費・賦課金」、支出は「光熱費（街路灯・水道料金等）」（P18～19）

- ・約8割の商店街が平成23年度決算書で占める割合の大きい収入として「会費・賦課金」をあげており、支出においては約4割が「光熱費（街路灯・水道料金等）」、3割以上が「イベント関連費」をあげている。

2 空き店舗の状況

①1商店街当たりの空き店舗数は2.68、空き店舗率は5.9%（P20）

- ・1商店街当たりの空き店舗数は2.68で、空き店舗率（空き店舗数/（正会員数+空き店舗数））は5.9%であった。

②閉店前の業種は「飲食店」が第1位、3年以上空き店舗である物件は1/4（P21）

- ・閉店前の業種は飲食店が15.1%と最も多い。
- ・3年以上前に空き店舗となった物件は全体の26.8%を占めている。

③貸す意思のある物件は3割で、閉店からの期間が短いほど貸す意思は高い（P22）

- ・空き店舗となった理由は「経営状態の悪化」の24.7%と「経営者の高齢化・後継者の不在」の20.0%が多い。
- ・家主が貸す意思のある空き店舗は30.9%で、閉店からの期間が短いほど貸す意思が高い傾向がある。

3 商店街活動について

①今後取り組むべきと考えている活動について実施に向けて検討している割合は低い（P23～25）

- ・現在の商店街の活動内容は、街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理や地域交流イベントの開催（祭り等）、防犯・防災活動、中元・歳末期セール（福引等）が5割以上と多く、平成21年度調査に比べ増加傾向にあることから、積極的な商店街活動が行われていることが推測できる。
- ・今後取り組むべきと考えている活動として、宅配サービスの実施、商店街会員による勉強会開催の割合が多いが、実施に向けて検討している割合は低い。

②商店街活動に参加する会員は減少傾向にある（P26～27）

- ・最近3年間での商店街活動に参加する会員は、41.9%が減ったと回答しており、特に規模の小さな商店街ほど減少傾向にある。
- ・『消費者購買行動意識調査』において、4割以上の消費者が何らかの活動にスタッフとして参加・協力をしてよいと回答しており、今後に向けて、地域住民をはじめとした消費者と一体となった商店街活動の検討も必要であると考えられる。

③宅配サービス・出張販売の実施は少なく、将来的な開始の意向も低い（P28～30）

- ・宅配サービスまたは出張販売の実施状況は低く、大規模商店街であるほど実施していない割合は高くなっている。また、実施している商店街については継続の意向は高いものの、実施していない商店街については将来的なサービス開始の意向は低い。

④専従事務職員がいる商店街は少なく、事務作業の負担感は大きいものとなっている（P31～32）

- ・専従事務職員がいる商店街は22.6%と少ないが、専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感は半数の商店街が大きいと感じている。

参 考 资 料

平成 24 年度 横浜市商店街実態調査 調査票

平成 24 年 11 月

各商店街会長・理事長 各位

横浜市経済局局长

日頃から横浜市政に深いご理解・ご協力を賜り、厚くお礼申し上げます。

さて、経済局では3年ごとに商店街実態調査を行っており、前回の21年度調査に引き続き、商店街振興施策全般の基礎的資料として、商店街のアンケート調査を実施いたします。

お忙しいところ大変恐縮ですが、調査票にご記入いただき返信用封筒をご利用の上、11月19日(月)までにご投函ください。(切手は必要ありません)

なお、この調査票の取扱につきましては、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、ご協力をお願いいたします。

はじめに、貴商店街の名称、ご連絡先等をご記入ください。

商店街名	
商店街所在地	
ご回答者役職・氏名	
連絡先電話番号	

問 1 貴商店街のタイプについて該当するものひとつに○をつけてください。

- 1 近隣型商店街 : もっぱら近隣住民が徒歩、自転車由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、バス等由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について該当するものひとつに○をつけてください。

- 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 2-2 任意団体の場合、今後法人化の意向はありますか。

- 1 ある 2 ない 3 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 商店街エリア内に加盟しない店舗はありますか。ある場合、店舗数とその理由をご記入ください。

- 1 ある () 店舗 理由 ()
2 ない

問5 現在、貴商店街を構成する店舗の数を業種・業態毎にご記入ください。

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 美容院・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 その他サービス	

問6 現在、貴商店街において不足していると感じている業種・業態は何ですか。

該当するものを問5の中から3つまで選んで()内に番号を記入してください。

※問5の選択肢以外の業種が不足している場合にはその業種名を、不足している業種がない場合には「なし」、不足している業種が不明な場合には「わからない」と記入してください。

() () ()

問7 貴商店街を構成する店舗の中で、経営者が65歳以上の店舗はいくつありますか。

※分かる範囲で結構です。

() 店舗

問8 貴商店街には来店客用の駐車場がありますか。

1 ある 2 ない

↳ 問8-2 ある場合、その経営は誰によるものですか。

1 商店街の直営 2 商店街以外の経営 3 商店街の直営とそれ以外の両方

問9 貴商店街の商店街活動内容について該当するもの全てに○をつけてください。

- | | |
|---------------------------|--------------------|
| 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 地域交流イベントの開催(祭り等) |
| 9 瓦版など広報誌の発行 | 10 空き店舗へのテナント誘致 |
| 11 商店街女性部・青年部の組織化 | 12 商店街会員による勉強会開催 |
| 13 街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理 | 14 防犯・防災活動 |
| 15 緑化・清掃活動など環境に関する取組 | 16 商店街マップの作成 |
| 17 その他() | 18 特にない |

問9-2 貴商店街が今後取組むべきと考えている活動について、問9より該当するものを3つまで選び()内に番号を記入してください。

また、取組むべきと考えている活動の中で既に実施に向けて検討しているものがあれば、記入した番号の下段の()内に○を付けてください。

取り組むべき活動の番号を記入 () () ()
 ↓ ↓ ↓
 検討している活動に○を記入 () () ()

問 10 最近3年で、商店街活動に参加する会員は増えましたか。

- 1 増えた 2 減った 3 変わらない 4 わからない

問 11 現在、貴商店街ではどのような悩みがありますか。該当するものを3つまで選び○をつけてください。

- 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 大型店との競争
 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 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)をご記入ください)

※空き店舗とは…

商店街の主要な通りの建物の1階部分*1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。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)

*1 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階には限りません。

() 店舗

問 13 空き店舗がある場合、各空き店舗の状況についてご記入ください。

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
下の欄外の選択肢から該当するものをひとつ選び、番号を記入してください。	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ひとつ選び番号をご記入下さい。 ※「その他」の場合は具体的内容をご記入ください。	1 貸す意思がある 2 貸す意思がない 3 わからない

※(回答例)以前は飲食店で、後継者がいないため、約2年前(平成22年)に閉店。家主が次の借り手を探している場合。

例	15	1 (2) 3 4	1 (2) 3 4 5 6 7()	(1) 2 3
空き店舗①		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗②		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗③		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗④		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑤		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑥		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑦		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑧		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑨		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3
空き店舗⑩		1 2 3 4	1 2 3 4 5 6 7()	1 2 3

- 1 青果 2 精肉 3 鮮魚 4 総菜 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・身回り品
 15 飲食店 16 美容院・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

- 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 わからない 7 その他

問 14 貴商店街では宅配サービスまたは出張販売を行っていますか。該当するものに○をつけてください。

- 1 宅配サービスのみ実施している
- 2 出張販売のみ実施している
- 3 どちらも実施している
- 4 どちらも実施していない

問 14-2 問 14 で 1～3 と答えた方にお尋ねします。そのサービスの継続についてどうお考えですか。

- 1 これからも継続する
- 2 縮小・廃止する予定
- 3 その他 ()

問 14-3 問 14 で 4 「どちらも実施していない」にお尋ねします。将来的に宅配サービスや出張販売を開始したいという意向はありますか。

- 1 ある
- 2 ない
- 3 わからない

問 14-4 問 14 で 4 「どちらも実施していない」にお尋ねします。宅配サービスや出張販売を実施しない理由はなんですか。該当するもの全てに○をつけてください。

- 1 需要がないから
- 2 宅配サービスに適した業種の個店がないから
- 3 資金面の問題
- 4 人手不足
- 5 その他 ()

問 15 昨年と比べ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。

- 1 良くなった
- 2 悪くなった
- 3 変わらない

問 16 貴商店街には専従の事務職員がいますか。

- 1 いる
- 2 いない

問 16-2 いない場合、事務作業（会議の資料作成、資料配布等）の負担が大きいですか

- 1 非常に大きい
- 2 大きい
- 3 小さい
- 4 負担に感じない

問 17 貴商店街の収入と支出について、平成 23 年度の決算書で占める割合の大きいものを 3 つご記入ください。

収入 () () ()
支出 () () ()

問 18 貴商店街の運営についてや、横浜市への要望などございましたらご自由にお書きください。

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

資料2 集計表

問1 商店街のタイプ

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 近隣型商店街	150	64.1%
2. 地域型商店街	53	22.6%
3. 広域型商店街	15	6.4%
4. 超広域型商店街	6	2.6%
無回答	10	4.3%
合計	234	100.0%

問2 商店街の組織形態

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 振興組合	4	1.7%
2. 協同組合	34	14.5%
3. 一般社団法人	3	1.3%
4. 任意団体	177	75.6%
5. わからない	10	4.3%
無回答	6	2.6%
合計	234	100.0%

問2-2 任意団体の場合の今後の法人化の意向

n=177		
選択肢	回答数	回答率
1. ある	8	4.5%
2. ない	141	79.7%
3. わからない	19	10.7%
無回答	9	5.1%
合計	177	100.0%

問3 商店街の会員数

(会員総数)

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 20店舗以下	62	26.5%
2. 21～50店舗	86	36.8%
3. 51～100店舗	61	26.1%
4. 101店舗以上	21	9.0%
無回答	4	1.7%
合計	234	100.0%

(正会員)

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 20店舗以下	74	31.6%
2. 21～50店舗	94	40.2%
3. 51～100店舗	47	20.1%
4. 101店舗以上	15	6.4%
無回答	4	1.7%
合計	234	100.0%

(準・賛助会員)

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 20店舗以下	213	91.0%
2. 21～50店舗	17	7.3%
3. 51～100店舗	0	0.0%
4. 101店舗以上	0	0.0%
無回答	4	1.7%
合計	234	100.0%

(その他会員)

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. 20店舗以下	224	95.7%
2. 21～50店舗	5	2.1%
3. 51～100店舗	0	0.0%
4. 101店舗以上	1	0.4%
無回答	4	1.7%
合計	234	100.0%

問4 加盟しない店舗の有無

n=234		
選択肢	回答数	回答率
1. ある	155	66.2%
2. ない	72	30.8%
無回答	7	3.0%
合計	234	100.0%

(非加盟店舗数)

n=155		
選択肢	回答数	回答率
1. 20店舗以下	113	72.9%
2. 21～50店舗	12	7.7%
3. 51～100店舗	4	2.6%
4. 101店舗以上	3	1.9%
無回答	23	14.8%
合計	155	100.0%

(加盟しない理由)

n=155		
選択肢	回答数	回答率
1. 会費が払えない(払いたくない)、売り上げが少ない	23	14.8%
2. メリットがない、加入の必要性がない	32	20.6%
3. チェーン店、本部の意向	21	13.5%
4. 勧誘をしていない	5	3.2%
5. 物販以外の業種	7	4.5%
6. わからない	13	8.4%
7. その他	39	25.2%
無回答	35	22.6%
合計	175	

問5 商店街の構成店舗
(商店街にある業種・業態)

n=234

選択肢	回答数	回答率	選択肢	回答数	回答率
1. 青果	110	47.0%	15. 飲食店	206	88.0%
2. 精肉	86	36.8%	16. 理容院・美容院	203	86.8%
3. 鮮魚	69	29.5%	17. CD・DVD(レンタル含む)	31	13.2%
4. 惣菜	94	40.2%	18. コンビニ	105	44.9%
5. 米穀	61	26.1%	19. 家電用品	106	45.3%
6. パン	80	34.2%	20. スーパー	92	39.3%
7. 和洋菓子	121	51.7%	21. エステ・整体	117	50.0%
8. その他食品	113	48.3%	22. 病院・診療所	155	66.2%
9. 医薬品・化粧品	153	65.4%	23. 金融機関(銀行等)	108	46.2%
10. 日用雑貨	97	41.5%	24. 保育施設・託児所	44	18.8%
11. 書籍・文具	85	36.3%	25. 学習塾	67	28.6%
12. 衣料品	149	63.7%	26. 介護施設	46	19.7%
13. 趣味・スポーツ用品	71	30.3%	27. その他サービス	168	71.8%
14. 時計・メガネ・身回品	98	41.9%	無回答	6	2.6%
合計				2,841	

問6 商店街に不足している業種

n=234

選択肢	回答数	回答率	選択肢	回答数	回答率
1. 青果	60	25.6%	16. 理容院・美容院	2	0.9%
2. 精肉	73	31.2%	17. CD・DVD(レンタル含む)	1	0.4%
3. 鮮魚	86	36.8%	18. コンビニ	11	4.7%
4. 惣菜	28	12.0%	19. 家電用品	9	3.8%
5. 米穀	4	1.7%	20. スーパー	4	1.7%
6. パン	18	7.7%	21. エステ・整体	1	0.4%
7. 和洋菓子	12	5.1%	22. 病院・診療所	1	0.4%
8. その他食品	8	3.4%	23. 金融機関(銀行等)	3	1.3%
9. 医薬品・化粧品	6	2.6%	24. 保育施設・託児所	4	1.7%
10. 日用雑貨	17	7.3%	25. 学習塾	0	0.0%
11. 書籍・文具	19	8.1%	26. 介護施設	3	1.3%
12. 衣料品	15	6.4%	27. その他サービス	1	0.4%
13. 趣味・スポーツ用品	7	3.0%	不足業種はない	26	11.1%
14. 時計・メガネ・身回品	3	1.3%	わからない	18	7.7%
15. 飲食店	14	6.0%	無回答	28	12.0%
合計				482	

問7 経営者が65歳以上の店舗の正会員に占める割合

n=230

選択肢	回答数	回答率
1. 0%	21	9.1%
2. 10%未満	17	7.4%
3. 10%以上20%未満	23	10.0%
4. 20%以上30%未満	33	14.3%
5. 30%以上40%未満	32	13.9%
6. 40%以上50%未満	20	8.7%
7. 50%以上60%未満	26	11.3%
8. 60%以上	51	22.2%
無回答	7	3.0%
合計	230	100.0%

問8 来客用駐車場の有無

n=230

選択肢	回答数	回答率
1. ある	94	40.9%
2. ない	135	58.7%
無回答	5	2.2%
合計	234	101.7%

問8-2 来客用駐車場の経営主体

n=94

選択肢	回答数	回答率
1. 商店街の直営	19	20.2%
2. 商店街以外の経営	63	67.0%
3. 商店街の直営とそれ以外の両方	11	11.7%
無回答	1	1.1%
合計	94	100.0%

問9 商店街の活動内容

n=234

選択肢	回答数	回答率
1. 中元・歳末期セール(福引等)	120	51.3%
2. セール(中元・歳末期以外)	61	26.1%
3. ポイントカード・スタンプの発行	52	22.2%
4. 駐車場・駐輪場の運営	25	10.7%
5. 共同店舗の運営	6	2.6%
6. 宅配サービスの実施	21	9.0%
7. 商店街ホームページの開設・運営	85	36.3%
8. 地域交流イベントの開催(祭り等)	138	59.0%
9. 瓦版など広報誌の発行	26	11.1%
10. 空き店舗へのテナント誘致	23	9.8%
11. 商店街女性部・青年部の組織化	24	10.3%
12. 商店街会員による勉強会開催	44	18.8%
13. 街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	155	66.2%
14. 防犯・防災活動	133	56.8%
15. 緑化・清掃活動など環境に関する取組	87	37.2%
16. 商店街マップの作成	60	25.6%
17. その他	14	6.0%
18. 特にない	13	5.6%
無回答	3	1.3%
合計	1,090	

問9-2 今後取り組むべきと考えている活動

n=234

n=234

選択肢	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)	8	3.4%	2	0.9%
2. セール(中元・歳末期以外)	18	7.7%	4	1.7%
3. ポイントカード・スタンプの発行	14	6.0%	3	1.3%
4. 駐車場・駐輪場の運営	11	4.7%	0	0.0%
5. 共同店舗の運営	11	4.7%	4	1.7%
6. 宅配サービスの実施	38	16.2%	11	4.7%
7. 商店街ホームページの開設・運営	24	10.3%	8	3.4%
8. 地域交流イベントの開催(祭り等)	10	4.3%	5	2.1%
9. 瓦版など広報誌の発行	11	4.7%	2	0.9%
10. 空き店舗へのテナント誘致	27	11.5%	5	2.1%
11. 商店街女性部・青年部の組織化	19	8.1%	8	3.4%
12. 商店街会員による勉強会開催	36	15.4%	5	2.1%
13. 街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持・管理	8	3.4%	4	1.7%
14. 防犯・防災活動	25	10.7%	14	6.0%
15. 緑化・清掃活動など環境に関する取組	14	6.0%	3	1.3%
16. 商店街マップの作成	20	8.5%	8	3.4%
17. その他	3	1.3%	3	1.3%
18. 特にない	9	3.8%	—	—
無回答	18	7.7%	—	—
合計	324		89	

問10 最近3年間の商店街活動に参加する会員の増減

		n=234	
選択肢	回答数	回答率	
1. 増えた	27	11.5%	
2. 減った	98	41.9%	
3. 変わらない	104	44.4%	
4. わからない	1	0.4%	
無回答	4	1.7%	
合 計	234	100.0%	

問11 商店街の悩み

		n=234	
選択肢	回答数	回答率	
1. 売上・来街者の減少	140	59.8%	
2. 店舗の老朽化	40	17.1%	
3. 空き店舗・空き地の増加	43	18.4%	
4. 街路灯・アーケード等の商業基盤施設の老朽化	26	11.1%	
5. 魅力ある店舗の不足	72	30.8%	
6. 業種のバランスが悪い	81	34.6%	
7. 車社会への対応不足	19	8.1%	
8. 大型店との競争	38	16.2%	
9. 魅力あるイベントの不足	23	9.8%	
10. 経営者の高齢化	84	35.9%	
11. 後継者の不在	67	28.6%	
12. 経営者の意欲低下	51	21.8%	
13. 未加入店舗の増加	32	13.7%	
14. 会費収入の減少・滞納の増加	28	12.0%	
15. 会員の商店街活動に対する意欲の低下・退会者の増加	42	17.9%	
16. その他	14	6.0%	
17. 悩みはない	3	1.3%	
無回答	11	4.7%	
合 計	814		

問12 商店街の空き店舗数

n=234

選択肢	回答数	回答率
1. なし	81	34.6%
2. 1店舗	28	12.0%
3. 2~3店舗	53	22.6%
4. 4~5店舗	31	13.2%
5. 6~9店舗	20	8.5%
5. 10店舗以上	15	6.4%
無回答	6	2.6%
合計	234	100.0%

問13 ア) 空き店舗の閉店前の業種

n=611

選択肢	回答数	回答率	選択肢	回答数	回答率
1. 青果	14	2.3%	16. 理容院・美容院	17	2.8%
2. 精肉	17	2.8%	17. CD・DVD(レンタル含む)	1	0.2%
3. 鮮魚	12	2.0%	18. コンビニ	5	0.8%
4. 惣菜	12	2.0%	19. 家電用品	7	1.1%
5. 米穀	8	1.3%	20. スーパー	2	0.3%
6. パン	5	0.8%	21. エステ・整体	4	0.7%
7. 和洋菓子	14	2.3%	22. 病院・診療所	0	0.0%
8. その他食品	26	4.3%	23. 金融機関(銀行等)	5	0.8%
9. 医薬品・化粧品	15	2.5%	24. 保育施設・託児所	2	0.3%
10. 日用雑貨	9	1.5%	25. 学習塾	7	1.1%
11. 書籍・文具	7	1.1%	26. 介護施設	0	0.0%
12. 衣料品	40	6.5%	27. 不動産	6	1.0%
13. 趣味・スポーツ用品	5	0.8%	28. その他	55	9.0%
14. 時計・メガネ・身回り品	16	2.6%	無回答	208	34.0%
15. 飲食店	92	15.1%	合計	611	100.0%

問13 イ) 空き店舗となった時期

n=611

選択肢	回答数	回答率
1. 1年以内	101	16.5%
2. 1~2年	118	19.3%
3. 3年以上前	164	26.8%
4. 分からない	22	3.6%
無回答	206	33.7%
合計	611	100.0%

問13 ウ) 閉店の理由

n=611

選択肢	回答数	回答率
1. 経営状態の悪化	151	24.7%
2. 経営者の高齢化・後継者の不在	122	20.0%
3. 店舗・設備の老朽化	7	1.1%
4. 区画整理・再開発	3	0.5%
5. 他地区への移転	39	6.4%
6. わからない	46	7.5%
7. その他	16	2.6%
無回答	227	37.2%
合計	611	100.0%

問13 エ) 家主の意思

n=611

選択肢	回答数	回答率
1. 貸す意思がある	189	30.9%
2. 貸す意思がない	60	9.8%
3. わからない	115	18.8%
無回答	247	40.4%
合計	611	100.0%

問14 宅配サービスまたは出張販売の実施

n=234

選択肢	回答数	回答率
1. 宅配サービスのみ実施している	32	13.7%
2. 出張販売のみ実施している	1	0.4%
3. どちらも実施している	4	1.7%
4. どちらも実施していない	185	79.1%
無回答	12	5.1%
合 計	234	100.0%

問14-2 実施している場合の継続の意思

n=37

選択肢	回答数	回答率
1. これからも継続する	33	89.2%
2. 縮小・廃止する予定	0	0.0%
3. その他	1	2.7%
無回答	3	8.1%
合 計	37	100.0%

問14-3 実施していない場合の将来の実施意向

n=185

選択肢	回答数	回答率
1. ある	19	10.3%
2. ない	54	29.2%
3. わからない	48	25.9%
無回答	64	34.6%
合 計	185	100.0%

問14-4 実施していない理由

n=185

選択肢	回答数	回答率
1. 需要がないから	32	17.3%
2. 宅配サービスに適した業種の個店がないから	80	43.2%
3. 資金面の問題	32	17.3%
4. 人手不足	69	37.3%
5. その他	30	16.2%
無回答	12	6.5%
合 計	255	

問15 昨年と比べた商店街の景気観

n=234

選択肢	回答数	回答率
1. 良くなった	6	2.6%
2. 悪くなった	167	71.4%
3. 変わらない	56	23.9%
無回答	5	2.1%
合 計	234	100.0%

問16 商店街専従の事務職員の有無

n=234

選択肢	回答数	回答率
1. いる	53	22.6%
2. いない	176	75.2%
無回答	5	2.1%
合 計	234	100.0%

問16-2 専従の事務職員がいない場合の事務作業の負担感

n=176

選択肢	回答数	回答率
1. 非常に大きい	29	16.5%
2. 大きい	59	33.5%
3. 小さい	31	17.6%
4. 負担に感じない	46	26.1%
無回答	11	6.3%
合 計	176	100.0%

問17 商店街の収支

(収入)

n=234

選択肢		回答数	回答率
1.	会費・賦課金	184	78.6%
2.	助成金(市・商連)	48	20.5%
3.	イベント・売り出しの売上	17	7.3%
4.	家賃収入・会館使用料	15	6.4%
5.	手数料(カード・スタンプ・共済・防犯・ごみ処理等)	16	6.8%
6.	イベント参加費・協賛金等	15	6.4%
7.	雑収入	15	6.4%
8.	駐車場・駐輪場収入	13	5.6%
9.	施設(アーケード・街路灯等)維持管理費・補修分担金	10	4.3%
10.	広告収入・販売促進費	8	3.4%
11.	その他	16	6.8%
	無回答	43	18.4%
合 計		400	

(支出)

n=234

選択肢		回答数	回答率
1.	光熱費(街路灯・水道料金等)	96	41.0%
2.	イベント関連費	79	33.8%
3.	会費(区商連等)等	51	21.8%
4.	広告・宣伝・販売促進費	43	18.4%
5.	会議費	24	10.3%
6.	一般管理費(総務・事務・事業等)	24	10.3%
7.	施設維持・管理費(アーケード・街路灯・防犯カメラ等)	25	10.7%
8.	人件費	20	8.5%
9.	地代・家賃	19	8.1%
10.	福利厚生費	13	5.6%
11.	交際費	12	5.1%
12.	施設整備費(アーケード・街路灯・環境等)	8	3.4%
13.	駐車場関連費	7	3.0%
14.	ごみ処理費用	5	2.1%
15.	ホームページ管理費	4	1.7%
16.	借入金返済	3	1.3%
17.	公租公課	3	1.3%
18.	その他	22	9.4%
	無回答	43	18.4%
合 計		501	