

**倉敷市
商店街状況調査
報告書**

**平成23年度
倉敷市商工課**

目 次

I	調査概要	1
1	調査の目的	1
2	調査設計	1
3	報告書を見る際の注意点	1
II	調査結果の概要	2
III	調査結果	13
1.	商店街代表者調査	13
2.	商店主調査	40
3.	商店街来街者調査	65
IV	調査結果からみた課題と目指す方向性	99
	参考：地区別カルテ	104
	アンケート票	108

I 調査概要

1 調査の目的

倉敷市内に新たな大型商業施設が出店するなど、本市の商業環境が大きく変わろうとしている状況下で、商店街の現況特性および問題点を把握し、今後の商店街活性化の方向性の基礎資料とするため、アンケート調査を実施する。また、マーケティングの視点からも、地域の顧客特性等の実態を把握し、商店街活性化の一助とすることを目的として、調査を実施する。

2 調査設計

本調査では、倉敷市内の各商店街において、以下3つの調査を実施した。

調査種別	調査手法
①商店街代表者調査	調査員による訪問配布・訪問回収
②商店街商店主調査	調査員による訪問配布・訪問回収
③商店街来街者調査	調査員によるヒアリング

- (1) 調査地域 : 倉敷市全域
- (2) 調査対象 : 倉敷市内の商店街代表者、商店主および倉敷市への来街者
- (3) 回収数 : 商店街代表者調査 26件
商店街商店主調査 302件
商店街来街者調査 1066件
- (4) 調査期間 : 平成24年1月20日(金)～平成24年3月23日(金)

3 報告書をみる際の注意点

- (1) 比率はすべて百分率で表し、小数点以下第2位を四捨五入して算出した。そのために、百分率の合計が100%にならないことがある。
- (2) 質問文の中に、複数回答が可能な質問があるが、その場合、回答の合計は調査数を上回ることがある。
- (3) 図中の選択肢表記は、場合によっては語句を短縮・簡略化している場合がある。
- (4) クロス集計等での件数(母数)の少ない集計結果についても、参考までに記載している。
- (5) クロス集計については、特徴的な傾向がみられた集計のみ記載している。

II 調査結果の概要

1. 商店街代表者調査

1 商店街の概要について

(1) 商店街の組織形態

調査対象商店街の組織形態は、「任意団体・その他」が42.3%と最も多く、以下「商店街振興組合」38.5%、「事業協同組合」15.4%となっている。(13項)

(2) 専従事務局員の人数

専従事務局員は、「0人」が全体の8割(80.0%)を占め、「1人」が16.0%となっている。(13項)

(3) 商店街の店舗

1) 全店舗数、空き店舗数、チェーン店舗数

商店街における全店舗数は、「1~19店」が全体の3割以上(36.0%)を占め、以下「20~29店」16.0%、「30~39店」12.0%、「60~69店」8.0%、「100~149店」8.0%となっている。

空き店舗数は、「10~19店」が全体の約3割(32.0%)を占め、以下「1~4店」28.0%、「5~9店」8.0%、「20店以上」8.3%となっている。なお、「0店(8.0%)」も回答にあがっている。

チェーン店舗数は、「0店」が全体の約半数(52.0%)を占め、以下「1~4店」32.0%、「10~20店」4.0%となっている。(14項)

2) 会員(組合員)数

商店街組織の会員(組合員)数は、「20~29店」が全体の約3割(28.0%)を占め、以下「10~19店」16.0%、「30~39店」16.0%となっている。商店街組織の会員(組合員)のうちチェーン店舗数は、「0店」が全体の6割(60.0%)を占め、「1~4店」が28.0%となっている。(15項)

3) 業種別店舗数

商店街全体の(非会員・非組合員を含む)業種構成と店舗数は、「飲食店」が全体の約3割(32.9%)を占め、以下「買回り品小売店(衣料品、身の回り品店等)」26.9%、「その他」14.4%、「サービス店」13.6%となっている。

最近3年間の店舗数の変化について、「増えた」と回答したのは「飲食店」28.0%、「買回り品小売店(衣料品、身の回り品店等)」4.0%、「最寄品小売店」4.0%、「サービス店」4.0%、「その他」4.0%となっている。「買回り品小売店(衣料品、身の回り品店等)」「最寄品小売店」「サービス店」では「減った」が約3割となっている。(16項)

(4) 商店主の居住状況について

全店舗のうち商店主が居住している店舗の割合は、「0~30%未満」が全体の約半数(52.0%)を占め、

以下「50～80%未満」20.0%、「80%以上」16.0%、「30～50%未満」4.0%となっている。(17項)

(5)商店街の類型

商店街の類型は、「地域型商店街」が全体の6割(60.0%)を占め、以下「近隣型商店街」32.0%、「超広域型商店街」4.0%となっている。(17項)

(6)商店街の来街者

1)来街者層

商店街を訪れる来街者層は、「主婦」88.0%が最も多く、以下「高齢者」72.0%、「家族連れ」40.0%、「会社員」36.0%となっている。最も多い来街者の中心層は、「主婦」48.0%、「高齢者」20.0%の割合が高くなっている。(18項)

2)来街者数の変化

ここ3年間の来街者数の変化について、「減った」が全体の約7割(68.0%)を占め、「変わらない」12.0%、「増えた」12.0%となっている。

来街者数が「増えた」または「変わらない」要因は、「魅力ある店舗の増加」33.3%、「近郊への大型店の進出」33.3%などの割合が高くなっている。来街者が「減った」要因は、「近郊の大型店の進出」70.6%が最も多く、以下「魅力ある店舗の減少」52.9%、「業種・業態の不足」35.3%、「駐輪場・駐車場の不足」29.4%などの割合が高くなっている。(18～19項)

3)来街者のニーズ調査、分析調査の実施状況

来街者のニーズを把握する調査の実施について、「実施してはいない」が全体の7割以上(76.0%)を占めており、「必要に応じて実施」が8.0%となっている。

独自に来街者数を分析する調査の実施について、「実施してはいない」が全体の約9割(88.0%)を占め、以下「定期的に実施」4.0%、「必要に応じて実施」4.0%となっている。(20項)

2 商店街の景況と近年の変化

(1)最近の景況

最近の景況について、「衰退している」が全体の約半数(52.0%)を占め、以下「まあまあである(横ばいである)」24.0%、「衰退の恐れがある」12.0%、「繁盛している」8.0%となっている。(21項)

(2)過去3年間の変化

過去3年間のチェーン店の変化について、「変わらない」が全体の約7割(68.0%)を占め、「減った」が12.0%となっている。

過去3年間のテナントの店舗の変化について、「減った」「変わらない」がそれぞれ全体の4割(40.0%)を占め、「増えた」は8.0%となっている。

過去3年間の空き店舗の変化について、「増えた」が全体の半数以上(52.0%)を占め、「変わらない」28.0%、「減った」16.0%となっている。(21～22項)

(3)大型小売店舗の出店状況

過去3年間の大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の出店数は、「2店」が全体の2割（20.0%）を占め、「1店」8.0%、「4店以上」8.0%となっている。なお、「出店なし」は12.0%となっている。大型小売店舗出店後の来街者の変化について、1～3店目とも「減った」が最も高い割合となっており、店舗数が増えるごとに「減った」と回答した割合が高くなっている。（22～23項）

(4)大型小売店舗の退店状況

過去3年間の大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の退店数は、「1店」が16.0%、「退店なし」が20.0%となっている。大型小売店舗退店後の来街者の変化について、「減った」が7割以上（75.0%）を占め、「やや減った」が25.0%となっている。（23～24項）

(5)大型小売店舗の誘致

大型小売店舗の誘致について、「誘致を行う意向はない」が全体の7割以上（76.0%）を占め、「誘致が上手くいかない」は8.0%となっている。大型小売店舗の誘致が上手くいかない理由について、「大規模小売店に要望がない」「権利調整などが難しい」が回答にあがっている。（25項）

3 商店街の問題と取り組み

(1)商店街における問題

商店街における問題について、「経営者の高齢化による後継者難」56.0%が最も多く、以下「店舗等の老朽化」36.0%、「魅力ある店舗が少ない」36.0%の割合が高くなっている。また、後継者問題について、「対策は講じていない」が100.0%となっている。（26項）

(2)空き店舗の状況と対策

1)退店(廃業)した店舗

過去3年間に退店（廃業）した店舗数は、「1店」24.0%が最も多く、以下「3店」16.0%、「2店」12.0%となっている。退店（廃業）した理由について、「商店主の高齢化・後継者の不在」66.7%が最も多く、以下「大型店の進出」22.2%、「他の地域への移転」16.7%の割合が高くなっている。（27項）

2)空き店舗が埋まらない理由

空き店舗が埋まらない理由について、「商店街に活気がない」50.0%が最も多く、以下「立地条件・交通環境がよくない」38.9%、「所有者に貸す意志がない」22.2%などの割合が高くなっている。（28項）

3)空き店舗の賃貸意志について

賃貸等の意志がない空き店舗の比率について、「1～30%未満」が全体の約半数（52.0%）を占め、以下「50～80%」20.0%、「30～50%未満」12.0%、「80%以上」8.0%となっている。なお、「空き店舗は無い」は4.0%となっている。（28項）

4)今後の空き店舗の見込み

今後の空き店舗の見込みについて、「増加する」が全体の約半数（52.0%）を占め、「減少する」28.0%、「変わらない」16.0%となっている。（28項）

5)空き店舗の発生に対する取り組み

空き店舗の発生に対する取り組みについて、「家主に対して賃貸の要請を行う」20.0%、「業種・業態を考慮したうえで積極的に誘致する」20.0%、「空店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」20.0%の割合が高くなっている。なお、「特に関与していない」は36.0%となっている。(29項)

6)空き店舗問題に必要な行政支援

空き店舗問題に必要な行政支援について、「家賃補助、改装補助などの支援措置」52.0%が最も多く、以下「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供」40.0%、「公共施設の誘致・立地」16.0%などの割合が高くなっている。(29項)

(3)商店街の組織と活動

1)組合員同士の連携・協力状況

組合員（会員）同士の連携・協力状況について、「どちらかと言えば良好である」が全体の6割以上(64.0%)を占め、以下「良好である」16.0%、「どちらともいえない」12.0%、「どちらかといえば良好でない」4.0%、「良好でない」4.0%となっている。組合員（会員）同士の連携・協力がうまくいかない要因について、「組合員（会員）同士が連携・協力する場が少ない」「商店街組織のリーダーがいない」が回答にあがっている。(30項)

2)管理人と借り手が別々のケース

管理人と借り手が別々である場合に商店街の組織化や活動等への支障の有無について、「支障はない」が全体の4割以上(44.0%)を占め、「そのようなケースはない」32.0%、「支障がある」12.0%となっている。(31項)

3)商店街のリーダーシップ

商店街のリーダーシップの有無について、「どちらかといえば発揮されている」が全体の6割(60.0%)を占め、以下「どちらかといえば発揮されていない」16.0%、「発揮されていない」12.0%、「発揮されている」8.0%となっている。

次世代のリーダーの有無について、「どちらともいえない」が全体の4割以上(44.0%)を占め、「いい(いない)」32.0%、「はい(いる)」20.0%となっている。(31項)

4)商店街の地域連携の状況

各種団体等との地域活動の連携状況について、「はい(行っている)」が全体の約半数(52.0%)を占め、「どちらともいえない」28.0%「いいえ(行っていない)」12.0%となっている。

連携して活動している地域活動団体等について、「商工会・商工会議所」76.9%が最も多く、以下「市町村等の行政機関」53.8%、「まちづくり協議会」46.2%、「他の商店街」38.5%などの割合が高くなっている。(32項)

(4)各種事業の取り組みについて

1)商店街活性化ビジョンの策定・取り組みの状況について

商店街の活性化ビジョンの策定状況について、「予定なし」が全体の4割以上(44.0%)を占め、以

下「取組み中」28.0%、「実施済み」8.0%、「検討中」8.0%となっている。また、策定を実施済みの2件は、取組み状況について「実施済み」と回答している。(33項)

2)ソフト事業等について

地域活動・ソフト事業等の取組み状況について、実施済みの事業は「祭り・イベント」56.0%、「共同宣伝(チラシ等)」44.0%、「環境美化・リサイクル」28.0%が高い割合となっている。取組中の事業は「祭り・イベント」16.0%、「電子マネー(E d y 等)の取扱い」12.0%が高い割合となっている。検討中の事業は「高齢者向けサービス」24.0%、「サービス券・スタンプ・ポイントカード」24.0%、「電子マネー(E d y 等)の取扱い」20.0%が高い割合となっている。(34項)

3)ハード事業等について

ハード事業等の取組み状況について、実施済みの事業は「カラー舗装」64.0%、「街路灯」60.0%、「アーケード」48.0%が高い割合となっている。取組中の事業は「街路灯」12.0%、「カラー舗装」12.0%が高い割合となっている。検討中の事業は「商店街組織による店舗の運営」20.0%、「防犯設備(カメラ等)の設置」16.0%が高い割合となっている。(35項)

(5)地域商店街活性化法の活用状況

「地域商店街活性化法」の活用状況について、「概ね知っているが、活用は考えていない」が全体の約3割(32.0%)を占め、以下「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」28.0%、「聞いたことがない、知らない」24.0%、「概ね知っていて、活用している」12.0%となっている。(36項)

(6)(株)全国商店街支援センターの活用状況

「(株)全国商店街支援センター」の活用状況について、「聞いたことがない、知らない」が全体の4割(40.0%)を占め、以下「概ね知っているが、活用は考えていない」32.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」12.0%、「概ね知っていて、活用している」8.0%となっている。(36項)

(7)市の商店街振興策の活用状況

1)倉敷市商店街連合会補助金

「倉敷市商店街連合会補助金」の活用状況について、「概ね知っていて、活用している」が全体の約3割(28.0%)を占め、以下「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」24.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」12.0%、「概ね知っているが、活用は考えていない」12.0%、「聞いたことがない、知らない」12.0%となっている。(37項)

2)倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金

「倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金」の活用状況について、「概ね知っていて、活用している」が全体の6割(60.0%)を占め、以下「概ね知っているが、活用は考えていない」12.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」8.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」8.0%、「聞いたことがない、知らない」4.0%となっている。(37項)

3)パワーアップ商業振興事業

「パワーアップ商業振興事業」の活用状況について、「聞いたことがない、知らない」が全体の3割以上(36.0%)を占め、以下「概ね知っていて、活用している」20.0%、「概ね知っているが、活用は考えていない」16.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」12.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」4.0%となっている。(38項)

(8)大型商業施設の出店・増床の影響

1)通行量の変化

大型商業施設の出店・増床の影響による通行量の変化について、「減少した」「特に変わらない」がそれぞれ全体の4割(40.0%)を占め、「増加した」が12.0%となっている。(39項)

2)新たな取り組みの状況

大型商業施設の出店・増床を契機に新たな取り組みの状況について、「行っていない」が全体の約7割(68.0%)を占め、「行った」12.0%、「今後、行うよう検討中」12.0%となっている。(39項)

2. 商店街商店主調査

1 商店の概要について

(1)調査地区

調査地区について、「倉敷地区」42.1%が最も多く、以下「児島地区」27.8%、「玉島地区」19.5%、「水島地区」10.6%となっている。(40項)

(2)店主の属性

調査対象店主の属性について、性別は「男性」が72.5%、「女性」が23.8%となっている。

年齢は「60代」が全体の約3割(31.5%)を占め、以下「50代」22.2%、「70代以上」18.9%、「40代」12.3%となっている。(40～41項)

(3)業種

調査対象商店の業種は、「買回り品小売店舗」が全体の3割以上(36.4%)を占め、以下「飲食店」19.2%、「最寄品小売店」18.9%、「サービス店」14.9%、「その他」10.3%となっている。(42項)

(4)創業年

調査対象商店の創業年は、「昭和41～63年」22.5%、「昭和21～40年」19.9%がそれぞれ全体の約2割を占め、以下「平成11年～」14.9%、「平成1～10年」10.3%、「昭和1～20年」7.9%となっている。また、「昭和1～20年」「昭和21～40年」「昭和41～63年」をあわせた【昭和】は50.3%、「平成1～10年」「平成11年～」をあわせた【平成】は25.2%となっている。(43項)

(5)以前経営していた商店について

調査対象商店が転業された場合に、以前経営していた商店の業種は、「買回り品小売店舗」が全体の4

割以上（45.8%）を占め、以下「最寄品小売店」25.0%、「飲食店」10.4%、「サービス店」8.3%となっている。

以前経営していた商店の創業年は、「昭和21～40年」12.5%、「昭和41～63年」10.4%がそれぞれ全体の約1割を占めており、以下「昭和1～20年」4.2%、「平成11～」4.2%、「大正1～15年」2.1%、「平成1～10年」2.1%となっている。（44～45項）

（6）営業時間

調査対象商店の開店時間は、「9時台」36.1%が最も多く、以下「10時台」33.8%、「11時台」9.9%、「8時台」9.6%となっている。

閉店時間は、「18時台」が全体の約3割（31.5%）を占め、以下「19時台」26.5%、「20時台」12.3%、「17時台」10.9%となっている。（46～47項）

（7）休業日

調査対象商店の休業日について、「週1回」が全体の半数以上（54.6%）を占め、以下「年中無休」16.9%、「その他」15.9%、「不定期」6.6%、「月2～3回」5.0%となっている。（48項）

（8）店舗所有形態

調査対象商店の店舗所有形態について、「自己所有」が全体の半数以上（54.3%）を占め、「賃貸借」37.7%、「その他」2.3%となっている。（49項）

（9）家賃

店舗所有形態が「賃貸借」の場合の家賃について、「5万円以内」が約3割（28.9%）を占めており、以下「5万円超10万円以内」14.0%、「10万円超20万円以内」11.4%となっている。（50項）

（10）商圈

調査対象商店の商圈について、半径「10km超20km以内」8.9%が最も多く、以下「5km超10km以内」8.3%、「3km超5km以内」7.3%、「1km超3km以内」6.6%となっている。

主なエリアは、「倉敷市」が6割以上（62.9%）を占めており、「全国」は3.6%、「その他」は1.0%となっている。（51～52項）

（11）顧客ターゲットについて

調査対象商店の顧客ターゲットの性別について、「男女共」64.9%が最も多く、「女性」23.2%、「男性」3.3%となっている。年齢については、「50代」73.8%が最も多く、以下「60代」69.9%、「40代」62.3%となっている。（53～54項）

2 商店の景況と近年の変化

（1）最近の景況

調査対象商店の最近の景況について、「衰退している」が全体の3割以上（34.4%）を占め、以下「まあまあである（横ばいである）」27.2%、「やや停滞している」25.8%となっている。「繁盛している」と「まあ繁盛している」をあわせた【繁盛している】が7.0%、「やや停滞している」と「衰退している」

をあわせた【衰退している】が60.2%となっている。(55項)

(2)大型商業施設の出店・増床の影響

1)景況感の変化

大型商業施設の出店・増床の影響による景況感の変化について、「特に変わらない」が全体の半数以上(57.3%)を占め、「悪化した」37.1%、「好転した」0.7%となっている。(56項)

2)来街者数の変化

大型商業施設の出店・増床の影響による来店者数の変化について、「特に変わらない」が全体の半数以上(55.6%)を占め、「減少した」37.7%、「増加した」1.0%となっている。(57項)

3)魅力増進に向けた取り組みの状況

大型商業施設の出店・増床の影響による店舗の魅力増進に向けた取り組み状況について、「行っていない」が全体の約6割(62.9%)を占め、「行った」17.5%、「今後、行うよう検討中」14.2%となっている。実施している取り組みの具体的内容について、「広告宣伝、HPなど広報の拡充」が全体の4割以上(43.4%)を占め、「品揃えの充実など営業活動の拡充」30.2%、「その他」24.5%となっている。(58～59項)

(3)電子マネー(Edy等)への対応状況

電子マネー(Edy等)への対応状況について、「対応しておらず、今後も対応する予定はない」が全体の6割以上(65.9%)を占め、以下「対応していないが、今後の状況により検討する」15.6%、「対応している」5.3%、「対応していないが、今後対応する予定」4.6%となっている。(60項)

(4)商店街への加入状況

商店街への加入状況について、「はい(会員である)」が全体の約7割(69.2%)を占め、「いいえ(会員ではない)」は23.8%となっている。(61項)

(5)商店街全体のイベントへの参加状況

イベントへの参加状況は、「毎回参加している」が全体の約3割(29.1%)を占め、以下「参加していない」28.5%、「大体参加している」27.2%、「あまり参加していない」7.3%となっている。(62項)

(6)商店街の活性化のために独自に工夫していること

取り組み状況について、「ない」が全体の6割以上(64.9%)を占め、「ある」13.9%、「今後取り組むよう検討中」9.3%となっている。(63項)

(7)商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデア

商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデアとして、「空き店舗の活用、対策、商店の増加」「商店街独自のサービス、企画、イベントの開催」「駐車場の充実」などがあがっている。(64項)

3. 来街者調査

(1) 調査地区

調査地区について、「倉敷地区」70.5%、「玉島地区」10.2%、「水島地区」9.7%、「児島地区」9.7%となっている。(65 項)

(2) 来街者の属性

来街者の性別は、「女性」が全体の約 8 割 (81.7%) を占め、「男性」は 18.3%となっている。年齢は、「60 代」が全体の 3 割以上 (33.8%) を占め、次に「70 代以上」28.4%が多くなっている。

来街者の未/既婚は、「既婚 (同居する子どもなし)」が全体の約半数 (51.1%) を占め、「既婚 (同居する子どもあり)」31.7%、「未婚」9.5%となっている。

来街者の職業は、「専業主婦」が全体の 4 割以上 (45.8%) を占め、以下「無職・家事手伝い」19.6%、「会社員・公務員 (派遣社員含む)」11.5%、「アルバイト・フリーター・パート」10.0%となっている。

調査日の交通手段は、「徒歩」が全体の約 4 割 (38.8%) を占め、以下「自家用車」26.8%、「自転車」16.4%、「電車」9.1%となっている。(65～69 項)

(3) 来街目的

調査対象商店街への来街目的は、「商店街で買物」が全体の約 4 割 (41.7%) を占め、以下「商店街以外で買物」26.9%、「通勤・通学」3.5%、「観光」1.7%となっている。(70 項)

(4) 商店街およびその他商業施設の利用頻度

当商店街の利用頻度については、「月に 1～3 回程度」25.4%、「ほとんど利用しない」25.0%がそれぞれ全体の 2 割以上を占め、次に「週に 2～3 回程度」19.2%が多くなっている。

当商店街以外の商店街の利用頻度については、「ほとんど利用しない」が全体の半数以上 (56.9%) を占め、次に「月に 1～3 回程度」16.5%が多くなっている。

当商店街以外の商業施設の利用頻度については、「月に 1～3 回程度」が全体の約 3 割 (28.6%) を占め、次に「ほとんど利用しない」25.8%が多くなっている。(71～73 項)

(5) 商店街を利用する頻度の変化

2 年前と比べた当商店街を利用する頻度の変化について、「変わらない」が全体の約 7 割 (70.5%) を占め、以下「減っている」24.0%、「増えている」2.8%、「最近利用し始めたのでわからない」2.4%となっている。(74 項)

(6) 大型商業施設の開店・増床による影響

1) 通行する機会の変化

商店街を通行する機会の変化について、「特に変わらない」が全体の 7 割以上 (74.9%) を占め、「減少した」21.9%、「増加した」2.7%となっている。(75 項)

2)利用頻度の変化

商店街を利用する頻度の変化について、「特に変わらない」が全体の7割以上(76.0%)を占め、「減少した」21.2%、「増加した」2.3%となっている。(76項)

(7)商店街を利用する時間帯

当商店街を利用する時間帯は、「10時～12時」が全体の約3割(33.1%)を占め、以下「12時～14時」22.2%、「14時～16時」18.2%となっている。(77項)

(8)商店街において1回の買い物で消費する金額

商店街における1回の買い物での平均消費金額は、「1000円超3000円以内」が全体の約3割(31.1%)を占め、以下「500円超1000円以内」19.5%、「3000円超5000円以内」9.0%、「5000円超10000円以内」8.0%となっている。「利用しない」は18.7%となっている。(78項)

(9)商店街を利用する理由

当商店街を利用する理由について、「好きな店があるため」39.2%が最も多く、以下「家の近所のため」32.2%、「昔から利用しているため」26.4%、「通勤・通学の通り道のため」12.1%などの割合が高くなっている。(79～80項)

(10)商店街を利用しない理由

当商店街を利用しない理由について、「1箇所で用事が済まない」33.0%が最も多く、以下「品揃えが悪い」21.0%、「駐車場がない・狭い」9.1%、「価格が高い(安くない)」6.4%などの割合が高くなっている。(81～82項)

(11)よく利用するお店の種類

よく利用するお店の種類は、「買回り品小売店舗」が全体の約半数(52.3%)を占め、以下「最寄品小売店」29.8%、「飲食店」8.2%、「サービス店」1.7%となっている。(83項)

(12)商店街のイメージ

当商店街のイメージについて、「はい」の割合が高いものは「交通の便が良い」63.6%、「いいえ」の割合が高いものは「日々の食料品の買い物に便利」56.0%、「どちらとも言えない」の割合が高いものは「子どもを連れて行きやすい」50.6%となっている。(84～86項)

(13)商店街の利用促進のために必要なこと

1)ソフト事業について

利用促進に必要なソフト事業について、「祭り・イベント」36.0%が最も多く、以下「高齢者向けサービス」18.5%、「サービス券・スタンプ・ポイントカード」6.3%、「環境美化、リサイクル」5.0%、「共同宣伝(チラシ等)」5.0%などの割合が高くなっている。(87～88項)

2)ハード事業について

利用促進に必要なハード事業について、「休憩所・ベンチ・トイレ」15.9%が最も多く、以下「駐車

場」15.6%、「商店街組織による店舗の設営」13.2%、「多目的ホール（交流施設含む）」7.8%などの割合が高くなっている。（89～90 項）

（14）商店街で行われるイベントへの参加状況

商店街で行われるイベントへの参加状況について、「ときどき参加する」が全体の約 3 割（31.8%）を占め、以下「参加しない」27.8%、「ほとんど参加しない」26.1%、「よく参加する」12.2%となっている。（91 項）

（15）商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心

商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心について、「興味がある」が全体の約 4 割（39.8%）を占め、以下「どちらかといえば興味がある」29.1%、「どちらかといえば興味がない」21.5%、「興味がない」7.2%となっている。（92 項）

（16）商店街活性化へ向けた取り組みへの協力

商店街活性化やまちづくりの取り組みへの協力について、「協力しようと思う」が全体の約 6 割（60.8%）を占め、「どちらともいえない」26.7%、「協力しようと思わない」10.1%となっている。（93 項）

（17）電子マネーの利用状況

電子マネーの利用状況について、「利用したことはない」が全体の 7 割以上（73.7%）を占め、「利用したことがある」22.4%、「利用したことはないが、将来的に利用したいと考えている」2.2%となっている。利用している電子マネーの種類は、「流通系の電子マネー」が 81.6%、「交通系の電子マネー」が 27.6%となっている。（94～95 項）

（18）商店街での電子マネーの利用意向

電子マネーの利用状況について、「利用したいと思わない」が全体の 6 割以上（64.9%）を占め、「利用したい」19.7%、「どちらともいえない」12.1%となっている。（96 項）

（19）商店街に必要な店の業種・業態

商店街に必要な店の業種・業態について、「買回り品小売店舗」27.5%が最も多く、以下「最寄品小売店」24.7%、「飲食店」15.9%、「サービス店」3.5%となっている。（97 項）

（20）自由意見

自由意見として、「飲食店を充実させる」「寂しい、活性化してほしい」「駐車場を充実させる」「若者を呼び込む企画をする（店舗誘致、イベント企画等）」「専門店を誘致する（衣料品、ホビー、ペットショップ、ジーンズメーカー等）」などの意見が多くなっている。（98 項）

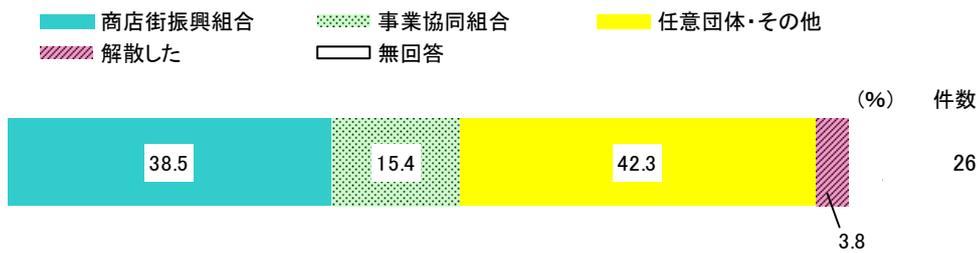
III 調査結果

1 商店街代表者調査

1. 商店街の概要について

(1) 商店街の組織形態

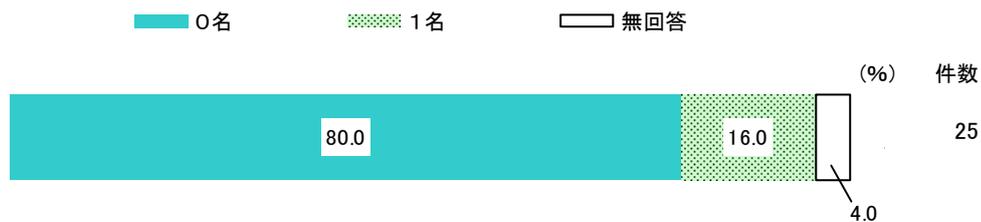
問1 ◆ 商店街の組織形態



調査対象商店街の組織形態は、「任意団体・その他」が 42.3%と最も多く、以下「商店街振興組合」38.5%、「事業協同組合」15.4%となっている。なお、「解散した (3.8%)」も1件回答にあがっており、解散時期は「1977年頃」、解散理由は「事務手続、登記等のわずらわしさの為 (店の数が減少したのも一因)」となっている。

(2) 専従事務局員の人数

問2 ◆ 専従事務局員

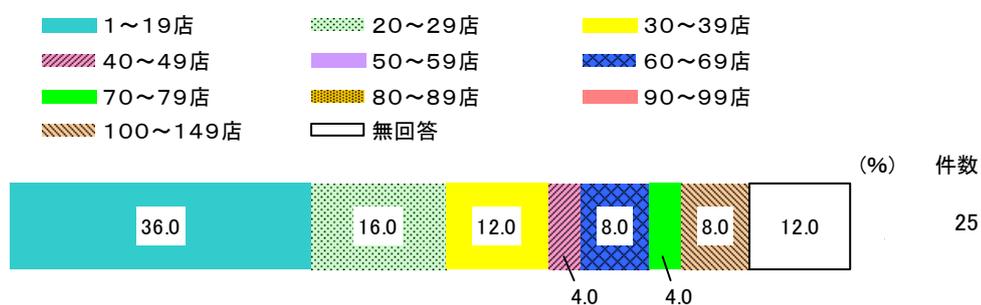


専従事務局員は、「0人」が全体の8割 (80.0%) を占め、「1人」が16.0%となっている。

(3) 商店街の店舗

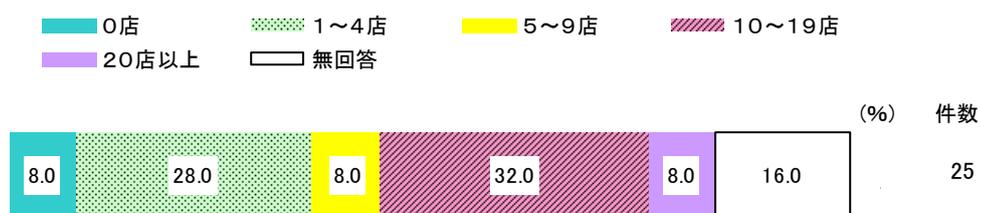
1) 全店舗数、空き店舗数、チェーン店舗数

問3-A ◆全店舗数



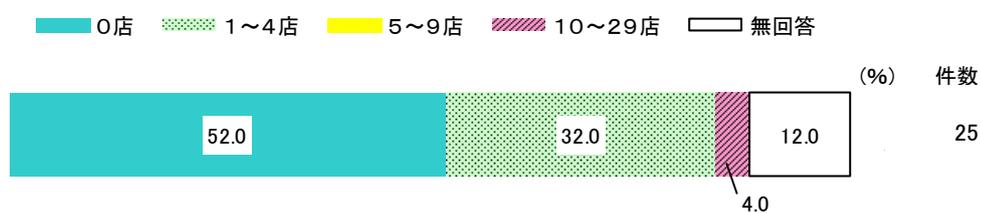
商店街における全店舗数は、「1~19店」が全体の3割以上(36.0%)を占め、以下「20~29店」16.0%、「30~39店」12.0%、「60~69店」8.0%、「100~149店」8.0%となっている。

問3-B ◆空き店舗数



商店街における空き店舗数は、「10~19店」が全体の約3割(32.0%)を占め、以下「1~4店」28.0%、「5~9店」8.0%、「20店以上」8.0%となっている。なお、「0店(8.0%)」も回答にあがっている。

問3-C ◆チェーン店舗数



商店街におけるチェーン店舗数は、「0店」が全体の約半数(52.0%)を占め、以下「1~4店」32.0%、「10~20店」4.0%となっている。

2) 会員(組合員)数

問3-D ◆ 商店街組織の会員(組合員)数



商店街組織の会員(組合員)数は、「20~29店」が全体の約3割(28.0%)を占め、以下「10~19店」16.0%、「30~39店」16.0%となっている。

問3-E ◆ 商店街組織の会員(組合員)のうち、チェーン店舗数



商店街組織の会員(組合員)のうちチェーン店舗数は、「0店」が全体の6割(60.0%)を占め、「1~4店」が28.0%となっている。

3)業種別店舗数

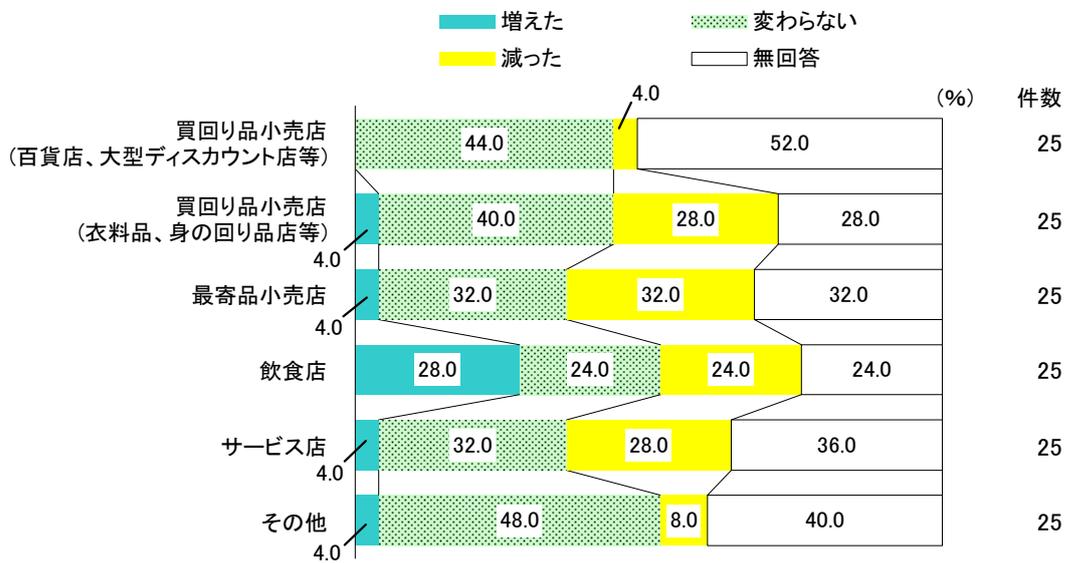
問4 ◆商店街全体の（非会員・非組合員を含む）業種構成と店舗数

全 体	買回り品小売店		最寄品小売店	飲食店	サービス店	その他
	百貨店、大型ディスカウント店	衣料品、身の回り品店等	生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア、スーパーマーケット等	飲食店、居酒屋	クリーニング店、パチンコ店、美容院等	金融機関、郵便局、公共施設、事務所、医療施設等
590	5	159	67	194	80	85
100.0	0.8	26.9	11.4	32.9	13.6	14.4

上段：合計
下段：構成比

- (注) ○「買回り品」・・・消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。
○「最寄品」・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。

◆最近3年間の店舗数の変化

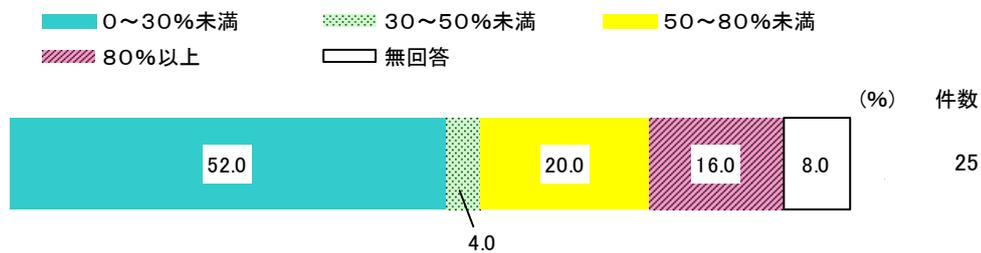


商店街全体の（非会員・非組合員を含む）業種構成と店舗数は、「飲食店」が全体の約3割（32.9%）を占め、以下「買回り品小売店（衣料品、身の回り品店等）」26.9%、「その他」14.4%、「サービス店」13.6%となっている。

最近3年間の店舗数の変化について、「増えた」と回答したのは「飲食店」28.0%、「買回り品小売店（衣料品、身の回り品店等）」4.0%、「最寄品小売店」4.0%、「サービス店」4.0%、「その他」4.0%となっている。「買回り品小売店（衣料品、身の回り品店等）」「最寄品小売店」「サービス店」では「減った」が約3割となっている。

(4) 店主の居住状況について

問5 ◆全店舗のうち、居住もしている店舗



全店舗のうち店主が居住している店舗の割合は、「0~30%未満」が全体の約半数(52.0%)を占め、以下「50~80%未満」20.0%、「80%以上」16.0%、「30~50%未満」4.0%となっている。

(5) 商店街の類型

問6 ◆商店街の類型



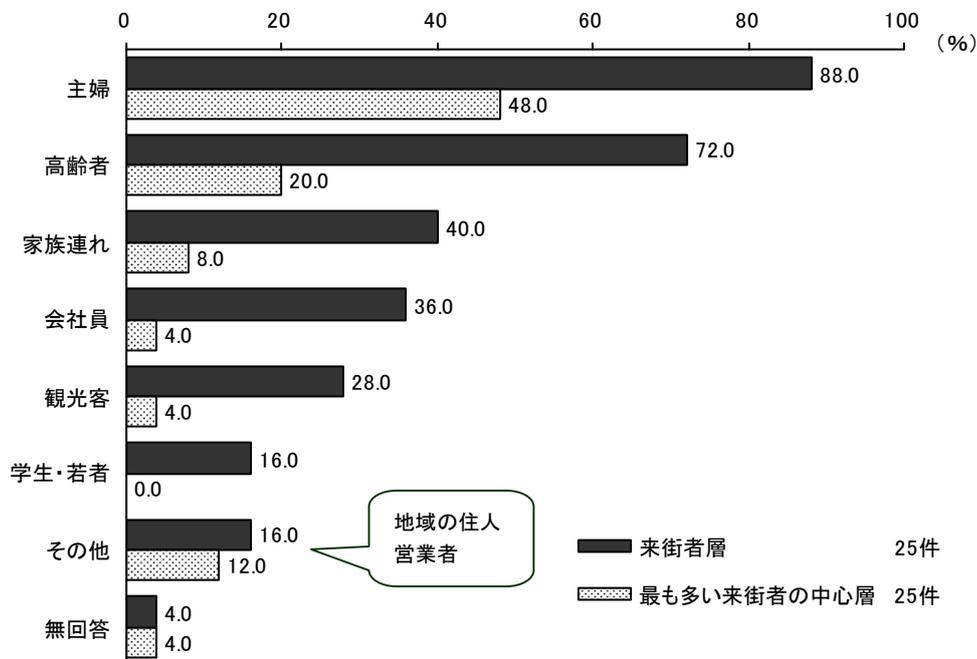
商店街の類型は、「地域型商店街」が全体の6割(60.0%)を占め、以下「近隣型商店街」32.0%、「超広域型商店街」4.0%となっている。

(6) 商店街の来街者

1) 来街者層

問7(1) ◆ 商店街の来街者層 (回答は複数選択可)

(2) ◆ (1)で選択した層の中で最も多い来街者の中心層(回答は1つのみ)



商店街を訪れる来街者層は、「主婦」88.0%が最も多く、以下「高齢者」72.0%、「家族連れ」40.0%、「会社員」36.0%となっている。

最も多い来街者の中心層は、「主婦」48.0%、「高齢者」20.0%の割合が高くなっている。

2) 来街者数の変化

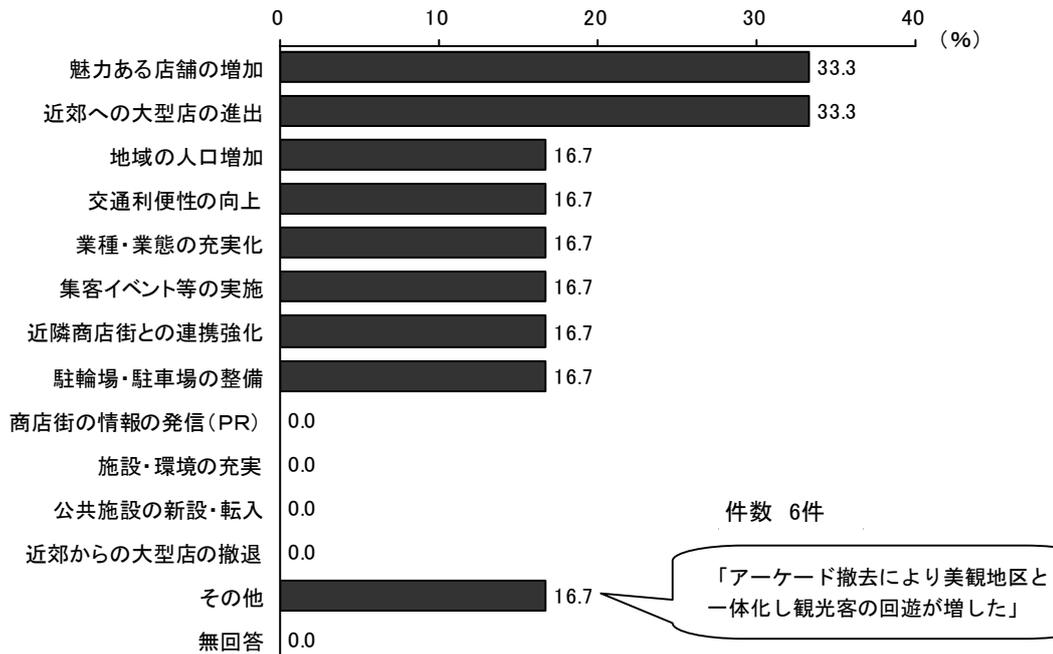
問8(1) ◆ ここ3年間の来街者数の変化



ここ3年間の来街者数の変化について、「減った」が全体の約7割(68.0%)を占め、「変わらない」12.0%、「増えた」12.0%となっている。

(問8(1)で「増えた」「変わらない」と回答された場合に)

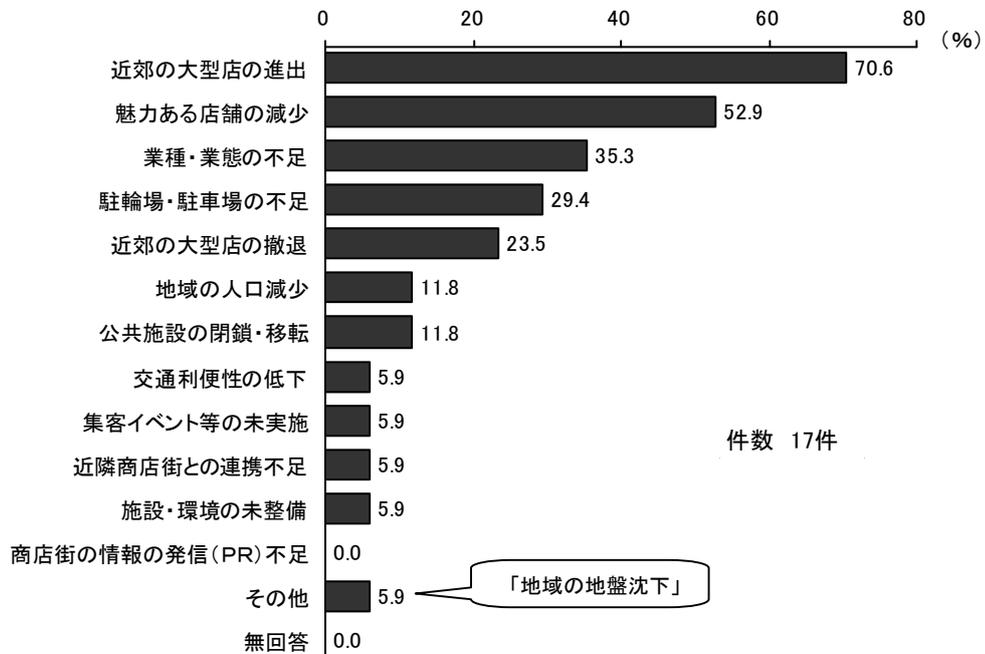
問8(2)◆来街者数が「増えた」または「変わらない」要因(回答は3つまで)



来街者数が「増えた」または「変わらない」要因は、「魅力ある店舗の増加」33.3%、「近郊への大型店の進出」33.3%などの割合が高くなっている。

(問8(1)で「減った」と回答された場合に)

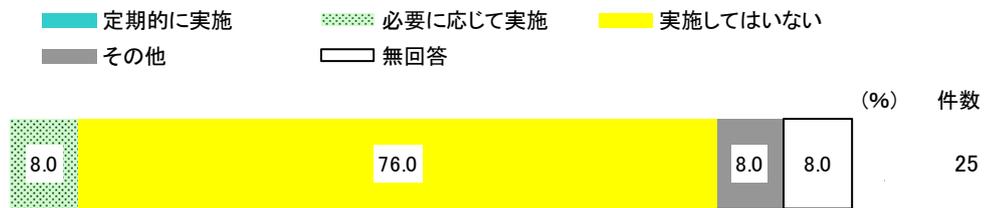
問8(3)◆来街者数が「減った」要因(回答は3つまで)



来街者が「減った」要因は、「近郊の大型店の進出」70.6%が最も多く、以下「魅力ある店舗の減少」52.9%、「業種・業態の不足」35.3%、「駐輪場・駐車場の不足」29.4%などの割合が高くなっている。

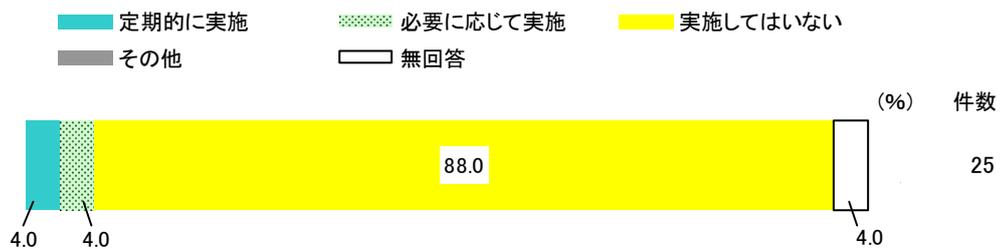
3)来街者のニーズ調査、分析調査の実施状況

問8(4)◆来街者数のニーズを把握する調査を実施しているか



来街者のニーズを把握する調査の実施について、「実施してはいない」が全体の7割以上(76.0%)を占めており、「必要に応じて実施」が8.0%となっている。

問8(5)◆独自に来街者数を分析する調査※を実施しているか



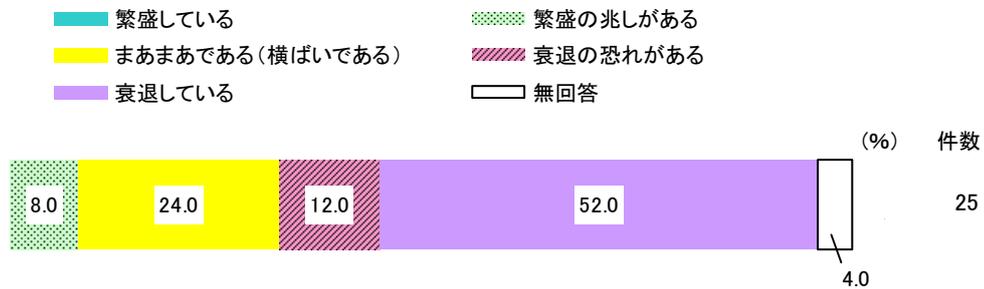
※独自に来街者を分析する調査・・・通行量調査、来街者数調査、売上の変動調査など

独自に来街者数を分析する調査の実施について、「実施してはいない」が全体の約9割(88.0%)を占め、以下「定期的にも実施」4.0%、「必要に応じて実施」4.0%となっている。

2 商店街の景況と近年の変化

(1) 最近の景況

問9 ◆最近の景況



最近の景況について、「衰退している」が全体の約半数（52.0%）を占め、以下「まあまあである（横ばいである）」24.0%、「衰退の恐れがある」12.0%、「繁盛している」8.0%となっている。

(2) 過去3年間の変化

問10-A ◆チェーン店



過去3年間のチェーン店の変化について、「変わらない」が全体の約7割（68.0%）を占め、「減った」が12.0%となっている。

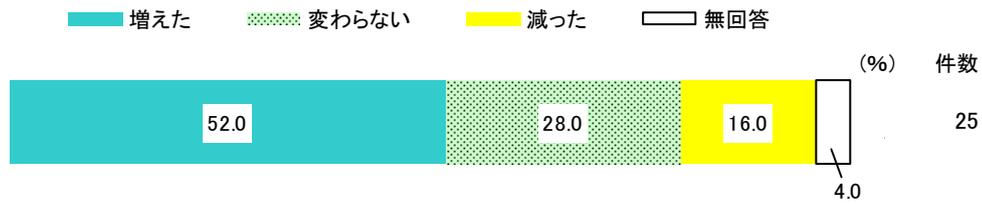
問10-B ◆テナントの店舗



(注) ここでいう「テナントの店舗」とは、建物の一部または全部を賃貸して出店している店舗を指す。

過去3年間のテナントの店舗の変化について、「減った」「変わらない」がそれぞれ全体の4割（40.0%）を占め、「増えた」は8.0%となっている。

問 10-C ◆空き店舗



過去3年間の空き店舗の変化について、「増えた」が全体の半数以上（52.0%）を占め、「変わらない」28.0%、「減った」16.0%となっている。

(3)大型小売店舗の出店状況

問 11(1) ◆大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の出店数



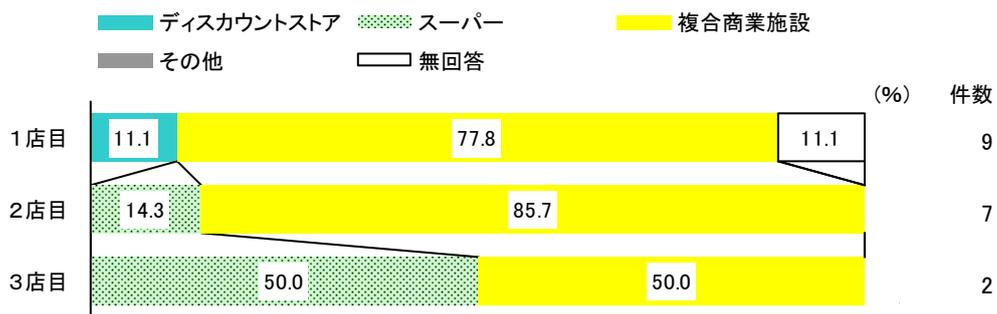
過去3年間の大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の出店数は、「2店」が全体の2割（20.0%）を占め、「1店」8.0%、「4店以上」8.0%となっている。なお、「出店なし」は12.0%となっている。

問 11(1) ◆出店した大型小売店舗の立地場所



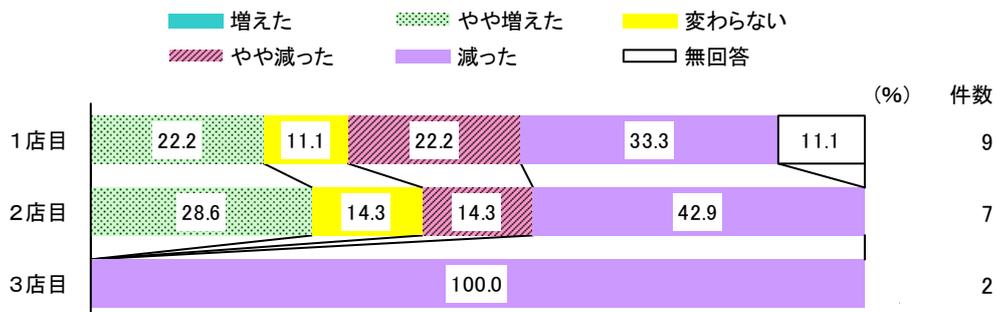
出店した大型小売店舗の立地場所について、1店目、2店目、3店目ともに「商店街の外部（商圏内）」となっている。

問 11(1) ◆出店した大型小売店舗のタイプ



出店した大型小売店舗のタイプは、1～3店目とも「複合商業施設」が最も多く、「ディスカウントストア」は1店目（11.1%）、「スーパー」は2店目（14.3%）、3店目（50.0%）となっている。

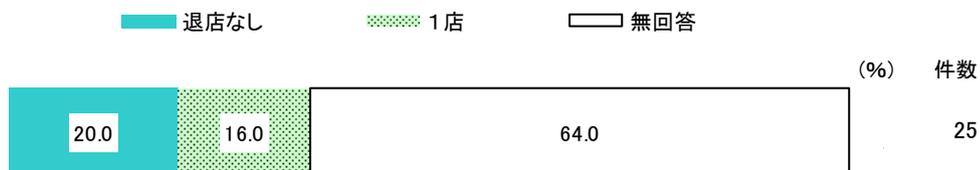
問 11(1) ◆大型小売店舗出店後の来街者の変化



大型小売店舗出店後の来街者の変化について、1～3店目とも「減った」が最も高い割合となっている。「減った」と回答した割合は、1店目 33.3%、2店目 42.9%、3店目 100.0%と大型小売店舗出店数が増えるにつれて高くなっている。

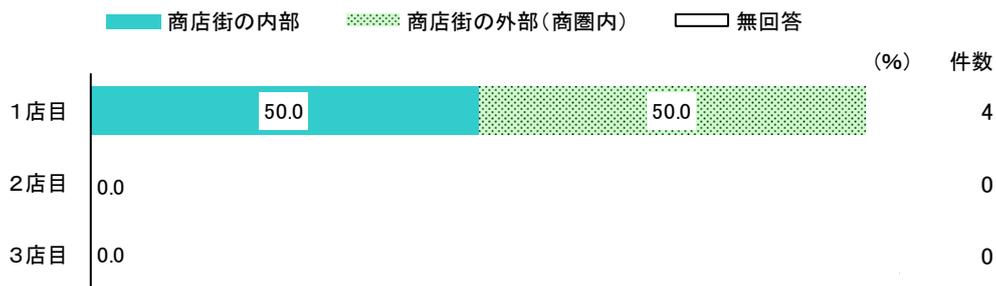
(4)大型小売店舗の退店状況

問 11(1) ◆大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の退店数



過去3年間の大型小売店舗（売場面積500㎡以上）の退店数は、「1店」が16.0%、「退店なし」が20.0%となっている。

問 11(1)◆退店した大型小売店舗の立地場所



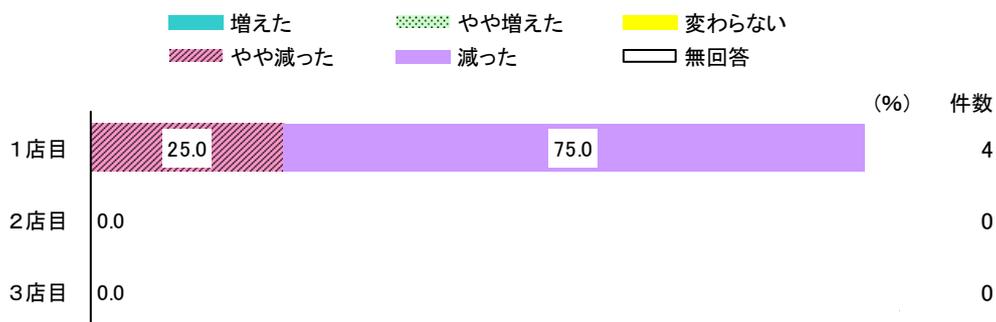
退店した大型小売店舗の立地場所について、「商店街の内部」50.0%、「商店街の外部(商圏内)」50.0%となっている。

問 11(1)◆退店した大型小売店舗のタイプ



退店した大型小売店舗のタイプは、「複合商業施設」が半数(50.0%)を占め、「スーパー」25.0%、「その他」25.0%となっている。

問 11(1)◆大型小売店舗退店後の来街者の変化



大型小売店舗退店後の来街者の変化について、「減った」が7割以上(75.0%)を占め、「やや減った」が25.0%となっている。

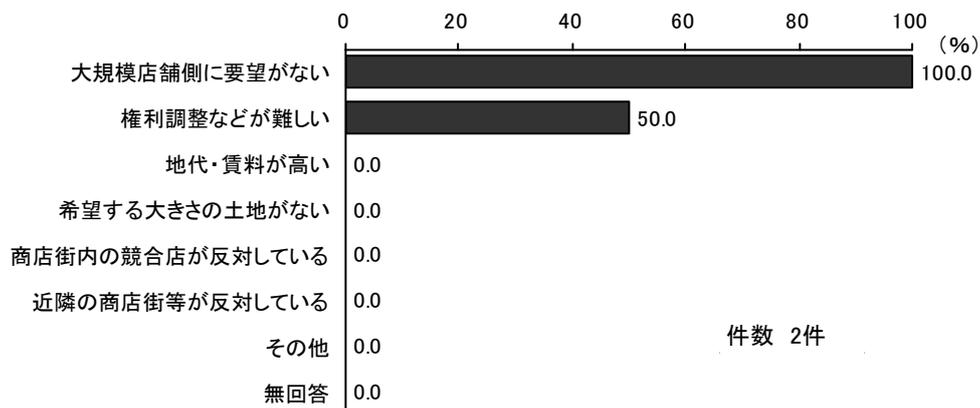
(5)大型小売店舗の誘致

問 11(2) ◆大型小売店舗の誘致



大型小売店舗の誘致について、「誘致を行う意向はない」が全体の7割以上（76.0%）を占め、「誘致が上手いかない」は8.0%となっている。

問 11(2) ◆大型店舗の誘致が上手いかない理由（回答は2つまで）

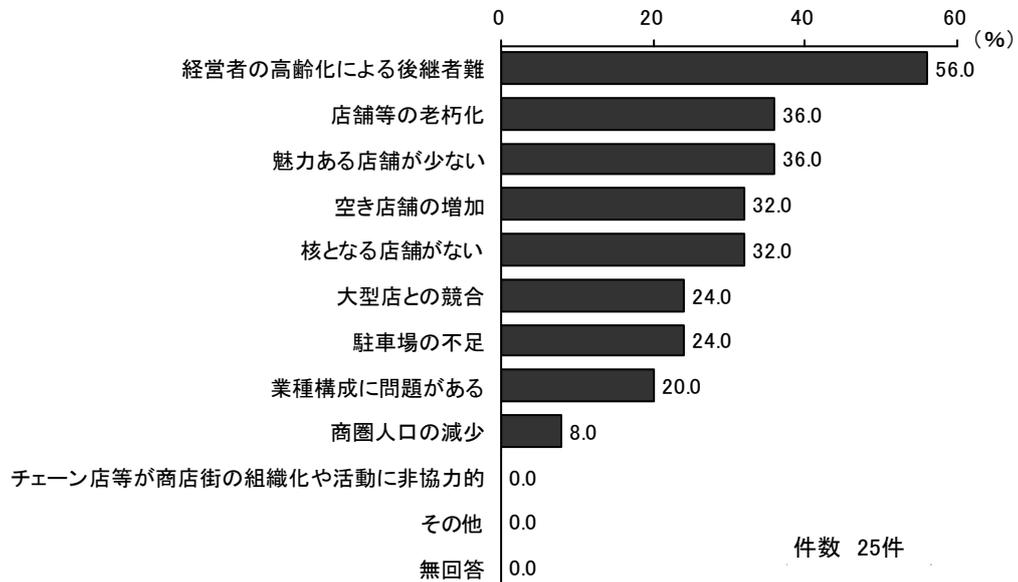


大型小売店舗の誘致が上手いかない理由について、「大規模小売店に要望がない」100.0%、「権利調整などが難しい」50.0%が回答にあがっている。

3 商店街の問題と取り組み

(1) 商店街における問題

問 12(1) ◆ 商店街の問題（回答は3つまで）



商店街における問題について、「経営者の高齢化による後継者難」56.0%が最も多く、以下「店舗等の老朽化」36.0%、「魅力ある店舗が少ない」36.0%の割合が高くなっている。

(問 12(1)で「経営者の高齢化等による後継者難」を選択された場合に)

問 12(2) ◆ 後継者問題についての対策

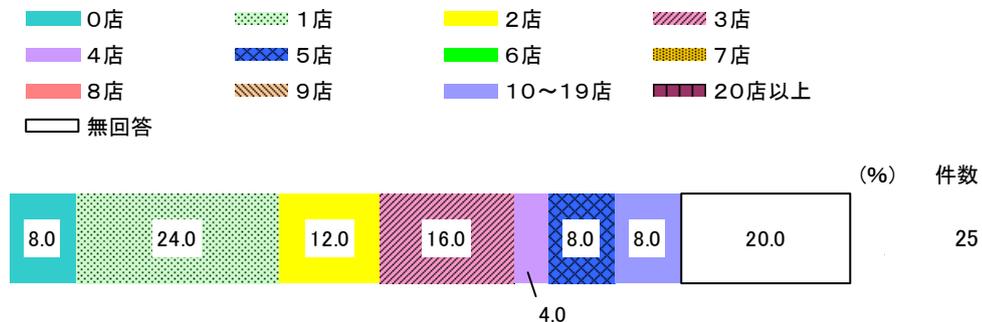


後継者問題について、「対策は講じていない」が100.0%となっている。

(2) 空き店舗の状況と対策

1) 退店(廃業)した店舗

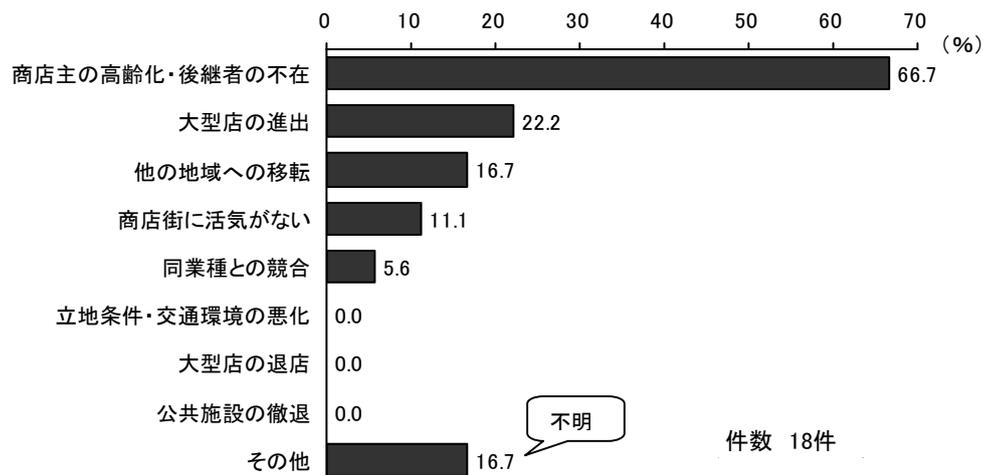
問 13(1) ◆過去3年間に退店(廃業)した店舗



過去3年間に退店(廃業)した店舗数は、「1店」24.0%が最も多く、以下「3店」16.0%、「2店」12.0%となっている。

(問 13(1) で退店があると回答された場合に)

問 13(2) ◆退店(廃業)した理由(回答は2つまで)

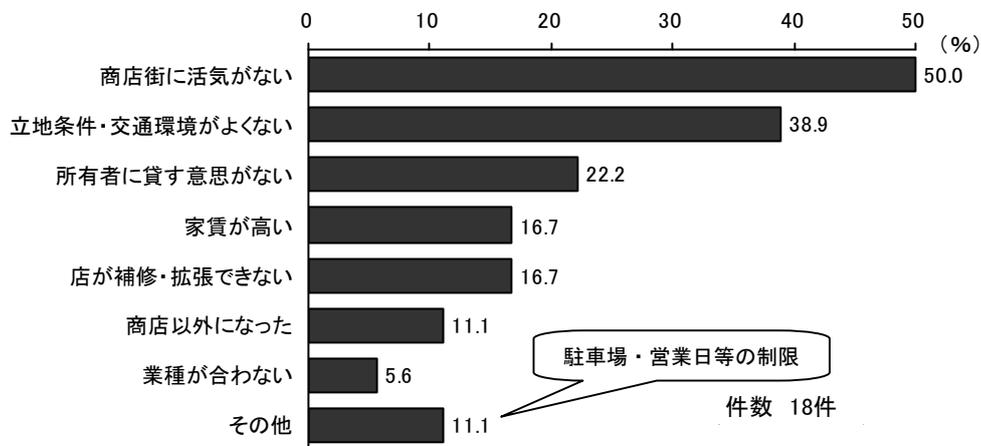


退店(廃業)した理由について、「店主の高齢化・後継者の不在」66.7%が最も多く、以下「大型店の進出」22.2%、「他の地域への移転」16.7%などの割合が高くなっている。

2) 空き店舗が埋まらない理由

(問 13 (1) で退店があると回答された場合に)

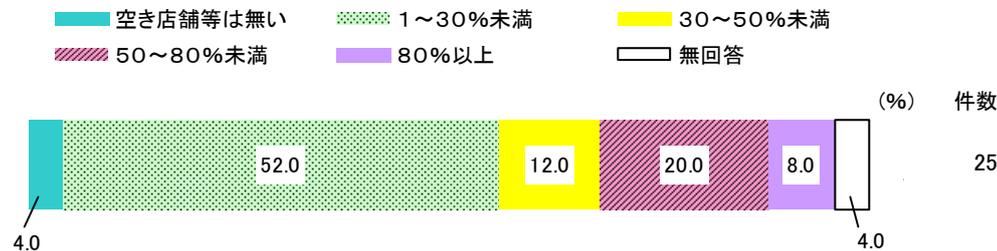
問 13(3) ◆ 空き店舗が埋まらない理由 (回答は2つまで)



空き店舗が埋まらない理由について、「商店街に活気がない」50.0%が最も多く、以下「立地条件・交通環境がよくない」38.9%、「所有者に貸す意思がない」22.2%などの割合が高くなっている。

3) 空き店舗の賃貸意志について

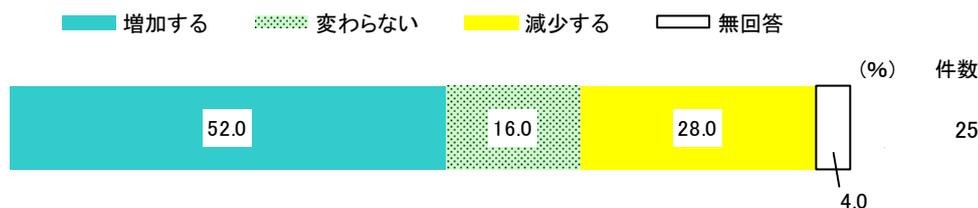
問 13(4) ◆ 空き店舗の賃貸意志



賃貸等の意志がない空き店舗の比率について、「1~30%未満」が全体の約半数(52.0%)を占め、以下「50~80%」20.0%、「30~50%未満」12.0%、「80%以上」8.0%となっている。なお、「空き店舗はない」は4.0%となっている。

4) 今後の空き店舗の見込み

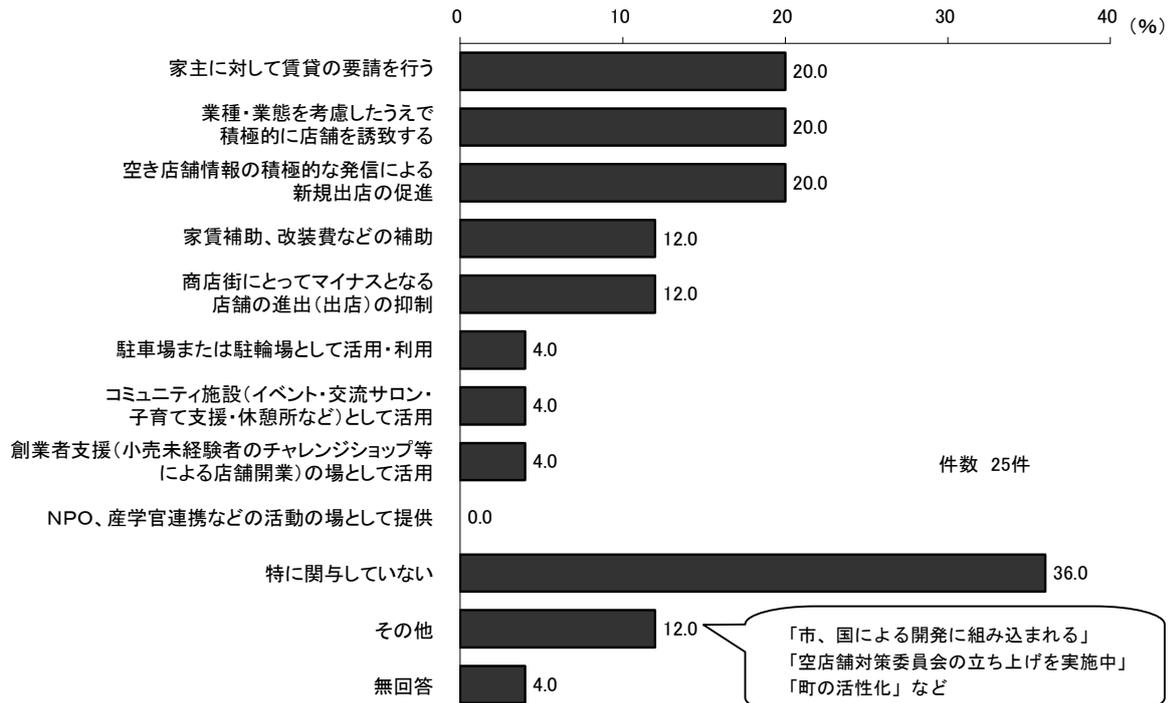
問 13(5) ◆ 今後の空き店舗の見込み



今後の空き店舗の見込みについて、「増加する」が全体の約半数(52.0%)を占め、「減少する」28.0%、「変わらない」16.0%となっている。

5) 空き店舗の発生に対する取り組み

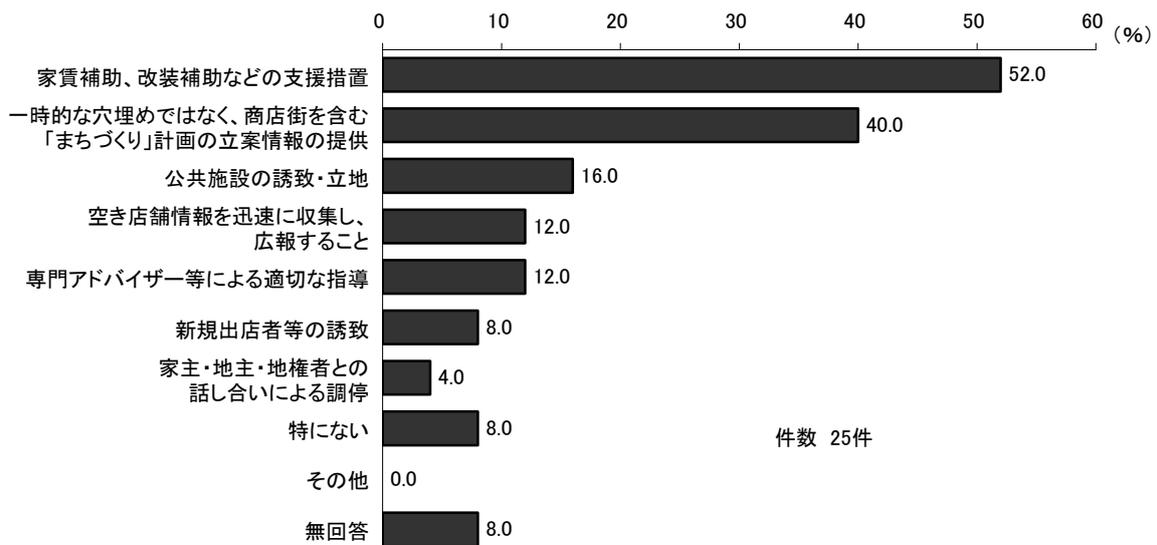
問 13(6) ◆ 空き店舗の発生に対する取り組み (回答は3つまで)



空き店舗の発生に対する取り組みについて、「家主に対して賃貸の要請を行う」20.0%、「業種・業態を考慮したうえで積極的に誘致する」20.0%、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」20.0%の割合が高くなっている。なお、「特に関与していない」は36.0%となっている。

6) 空き店舗問題に必要な行政支援

問 13(7) ◆ 空き店舗問題に必要な行政支援 (回答は2つまで)

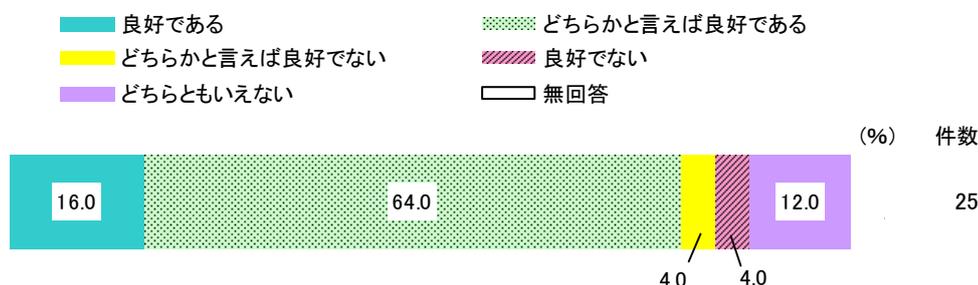


空き店舗問題に必要な行政支援について、「家賃補助、改装補助などの支援措置」52.0%が最も多く、以下「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供」40.0%、「公共施設の誘致・立地」16.0%などの割合が高くなっている。

(3) 商店街の組織と活動

1) 組合員同士の連携・協力状況

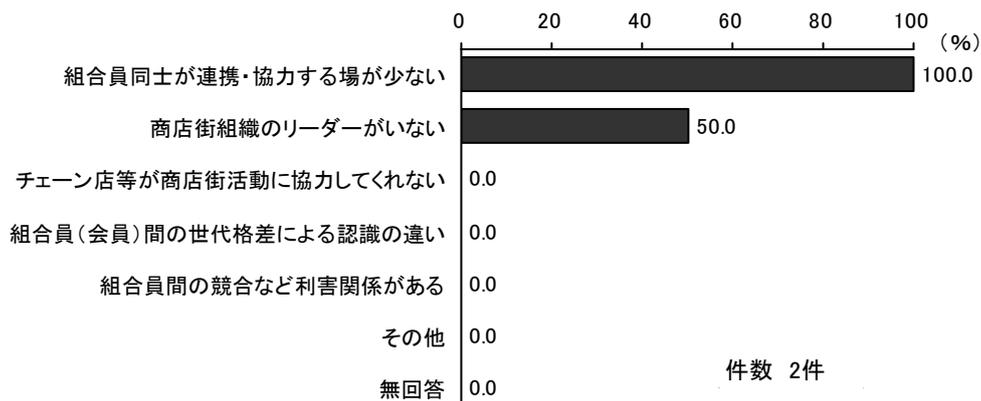
問 14(1) ◆ 組合員（会員）同士の連携・協力状況



組合員（会員）同士の連携・協力状況について、「どちらかと言えば良好である」が全体の 6 割以上（64.0%）を占め、以下「良好である」16.0%、「どちらともいえない」12.0%、「どちらかといえば良好でない」4.0%、「良好でない」4.0%となっている。

（問 14（1）で「どちらかと言えば良好でない」「良好でない」を選択された場合に）

問 14(2) ◆ 連携・協力が良好でない要因



組合員（会員）同士の連携・協力がうまくいかない要因について、「組合員（会員）同士が連携・協力する場が少ない」100.0%、「商店街組織のリーダーがない」50.0%が回答にあがっている。

2) 管理人と借り手が別々のケース

問 14(3) ◆ 管理人と借り手が別々である場合に商店街の組織化や活動等に支障があるか



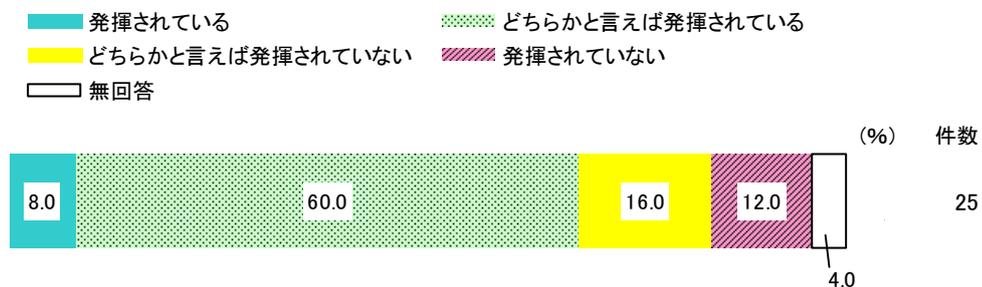
◆ 「支障がある」と回答した商店街の具体的な支障の内容

- ・ 家賃が高くなるケースがある
- ・ 空店舗のアーケード費用の負担を地主や家主がしない
- ・ 従業員の不足 など

管理人と借り手が別々である場合に商店街の組織化や活動等への支障の有無について、「支障はない」が全体の4割以上(44.0%)を占め、「そのようなケースはない」32.0%、「支障がある」12.0%となっている。

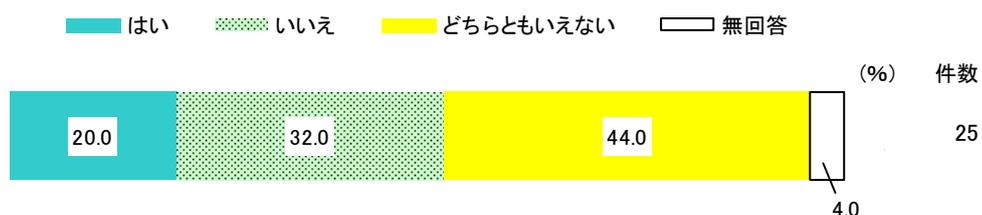
3) 商店街のリーダーシップ

問 14(4) A ◆ リーダーシップを発揮しているか



商店街のリーダーシップの有無について、「どちらかといえば発揮されている」が全体の6割(60.0%)を占め、以下「どちらかといえば発揮されていない」16.0%、「発揮されていない」12.0%、「発揮されている」8.0%となっている。

問 14(4) B ◆ 次世代のリーダーはいるか



次世代のリーダーの有無について、「どちらともいえない」が全体の4割以上(44.0%)を占め、「いいえ(いない)」32.0%、「はい(いる)」20.0%となっている。

4)商店街の地域連携の状況

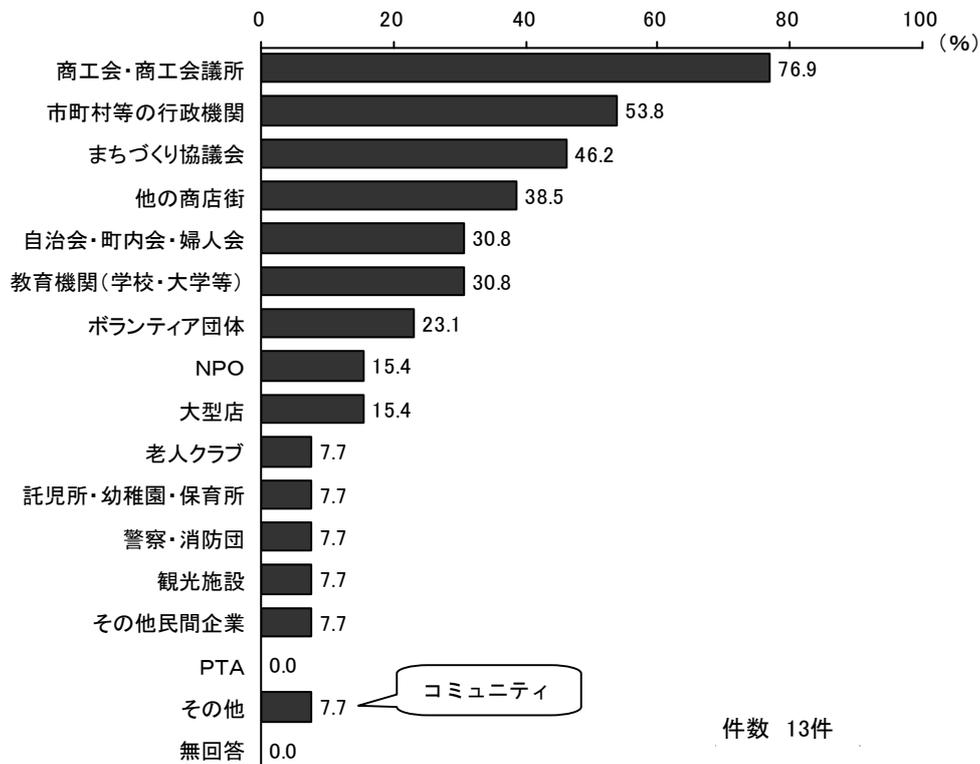
問 14(5) ◆各種団体等と連携して地域活動を行っているか



各種団体等との地域活動の連携状況について、「はい（行っている）」が全体の約半数（52.0%）を占め、「どちらともいえない」28.0%「いいえ（行っていない）」12.0%となっている。

（問 14(5)で「はい（行っている）」を選択された場合に）

問 14(6) ◆連携している地域活動団体等



連携して活動している地域活動団体等について、「商工会・商工会議所」76.9%が最も多く、以下「市町村等の行政機関」53.8%、「まちづくり協議会」46.2%、「他の商店街」38.5%などの割合が高くなっている。

(4)各種事業の取り組みについて

1)商店街活性化ビジョンの策定・取り組みの状況について

問 15-A ◆商店街の活性化ビジョンの策定について



(「実施済み」と回答された場合に)

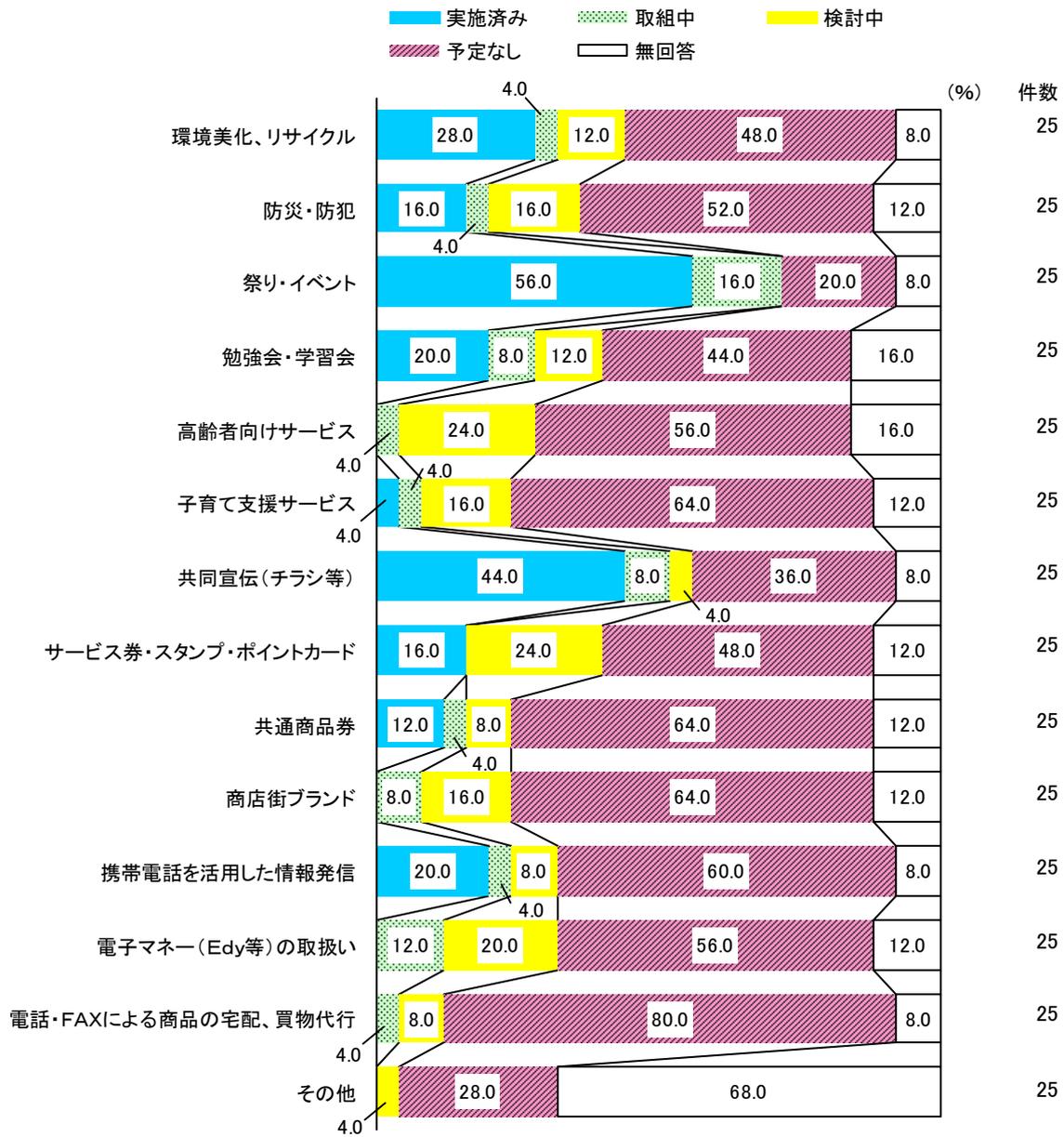
◆作成された計画に基づく実際の取り組み状況



商店街の活性化ビジョンの策定状況について、「予定なし」が全体の4割以上(44.0%)を占め、以下「取組み中」28.0%、「実施済み」8.0%、「検討中」8.0%となっている。また、策定を実施済みの2件は、取り組み状況について「実施済み」と回答している。

2)ソフト事業等について

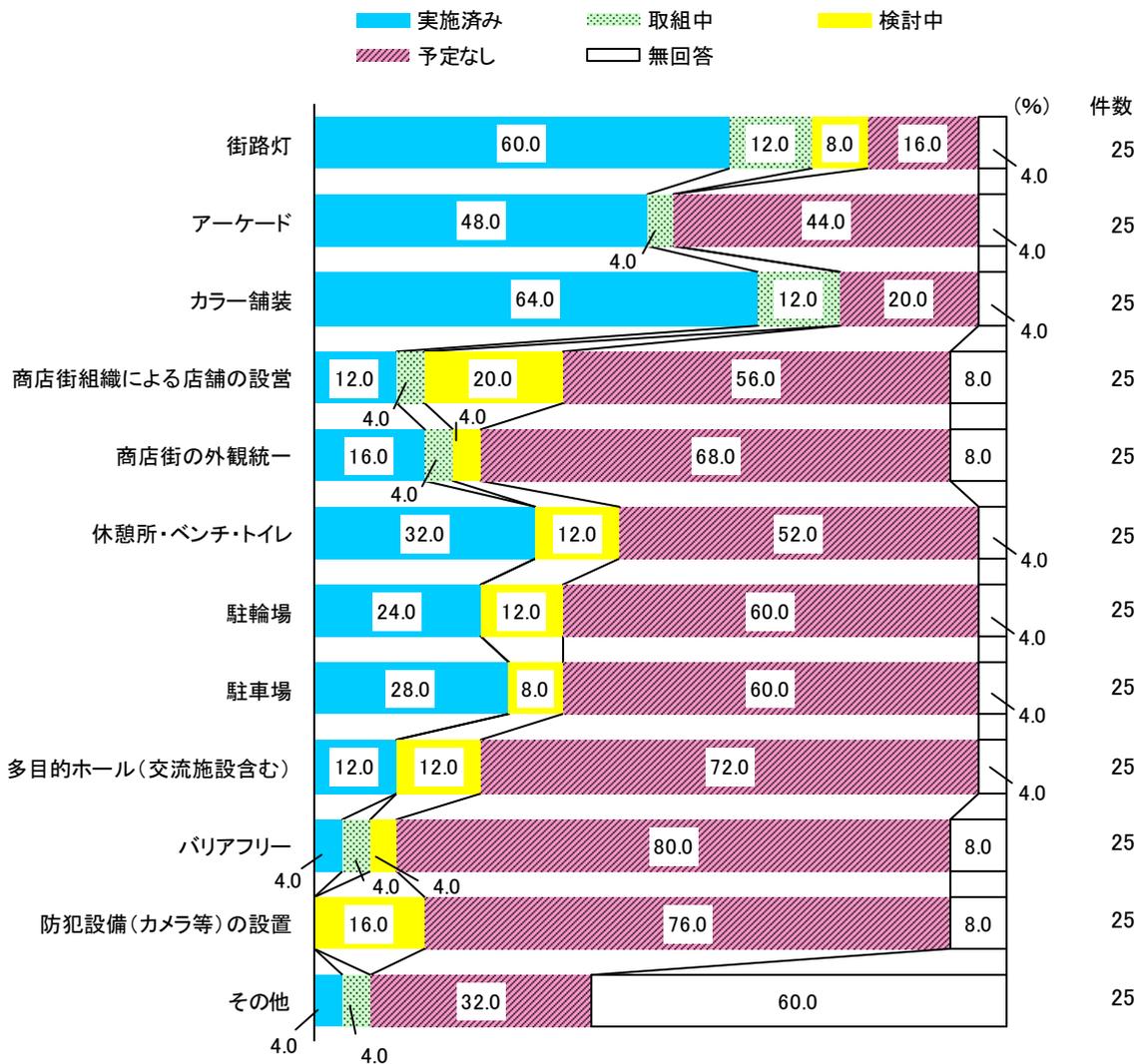
問 15-B ◆地域活動・ソフト事業等の取り組み状況



地域活動・ソフト事業等の取り組み状況について、実施済みの事業は「祭り・イベント」56.0%、「共同宣伝(チラシ等)」44.0%、「環境美化・リサイクル」28.0%が高い割合となっている。取組中の事業は「祭り・イベント」16.0%、「電子マネー(Edy等)の取扱い」12.0%が高い割合となっている。検討中の事業は「高齢者向けサービス」24.0%、「サービス券・スタンプ・ポイントカード」24.0%、「電子マネー(Edy等)の取扱い」20.0%が高い割合となっている。

3)ハード事業等について

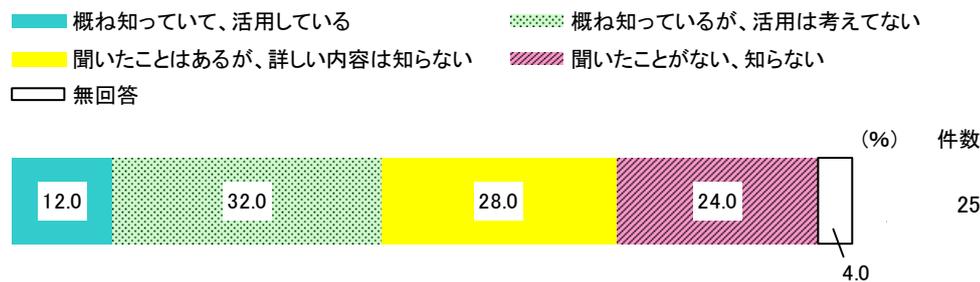
問 15-C ◆ハード事業等の取り組み状況



ハード事業等の取り組み状況について、実施済みの事業は「カラー舗装」64.0%、「街路灯」60.0%、「アーケード」48.0%が高い割合となっている。取組中の事業は「街路灯」12.0%、「カラー舗装」12.0%が高い割合となっている。検討中の事業は「商店街組織による店舗の運営」20.0%、「防犯設備（カメラ等）の設置」16.0%が高い割合となっている。

(5) 地域商店街活性化法の活用状況

問 16◆「地域商店街活性化法」の活用状況



「地域商店街活性化法」の活用状況について、「概ね知っているが、活用は考えていない」が全体の約3割（32.0%）を占め、以下「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」28.0%、「聞いたことがない、知らない」24.0%、「概ね知っていて、活用している」12.0%となっている。「概ね知っていて、活用している」「概ね知っているが、活用は考えていない」をあわせた44.0%が【知っている】と回答している。

(6) (株)全国商店街支援センターの活用状況

問 17◆「(株)全国商店街支援センター」の活用状況



「(株)全国商店街支援センター」の活用状況について、「聞いたことがない、知らない」が全体の4割（40.0%）を占め、以下「概ね知っているが、活用は考えていない」32.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」12.0%、「概ね知っていて、活用している」8.0%となっている。「概ね知っていて、活用している」「概ね知っているが、活用は考えていない」をあわせた40.0%が【知っている】と回答している。

(7)市の商店街振興策の活用状況

1)倉敷市商店街連合会補助金

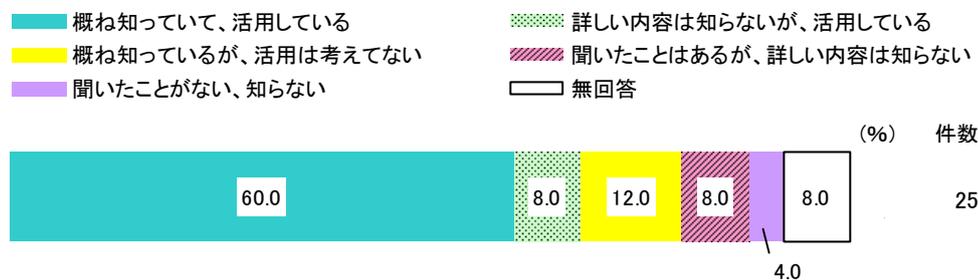
問 18-1 ◆ 「倉敷市商店街連合会補助金」の活用状況



「倉敷市商店街連合会補助金」の活用状況について、「概ね知っていて、活用している」が全体の約3割（28.0%）を占め、以下「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」24.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」12.0%、「概ね知っているが、活用は考えていない」12.0%、「聞いたことがない、知らない」12.0%となっている。「概ね知っていて、活用している」「詳しい内容は知らないが、活用している」をあわせた40.0%が【活用している】と回答している。

2)倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金

問 18-2 ◆ 「倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金」の活用状況



「倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金」の活用状況について、「概ね知っていて、活用している」が全体の6割（60.0%）を占め、以下「概ね知っているが、活用は考えていない」12.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」8.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」8.0%、「聞いたことがない、知らない」4.0%となっている。「概ね知っていて、活用している」「詳しい内容は知らないが、活用している」をあわせた68.0%が【活用している】と回答している。

3)パワーアップ商業振興事業

問 18-3 ◆ 「パワーアップ商業振興事業」の活用状況



「パワーアップ商業振興事業」の活用状況について、「聞いたことがない、知らない」が全体の3割以上（36.0%）を占め、以下「概ね知っていて、活用している」20.0%、「概ね知っているが、活用は考えていない」16.0%、「聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない」12.0%、「詳しい内容は知らないが、活用している」4.0%となっている。「概ね知っていて、活用している」「詳しい内容は知らないが、活用している」をあわせた24.0%が【活用している】と回答している。

(8)大型商業施設の出店・増床の影響

1)通行量の変化

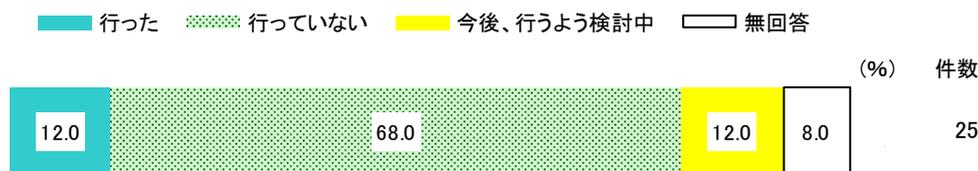
問 19- 1 ◆大型商業施設の出店・増床の影響による通行量の変化



大型商業施設の出店・増床の影響による通行量の変化について、「減少した」「特に変わらない」がそれぞれ全体の4割(40.0%)を占め、「増加した」が12.0%となっている。

2)新たな取り組みの状況

問 19- 2 ◆大型商業施設の出店・増床を契機に新たな取り組みを行ったか



(問 19- 2で「行った」と回答された場合に)

◆実施している取り組みの具体的内容

・スタンプラリー ・街かど似顔絵 ・商店街協同イベント など

(問 19- 2で「今後、行うよう検討中」と回答された場合に)

◆検討中の取り組みの具体的内容

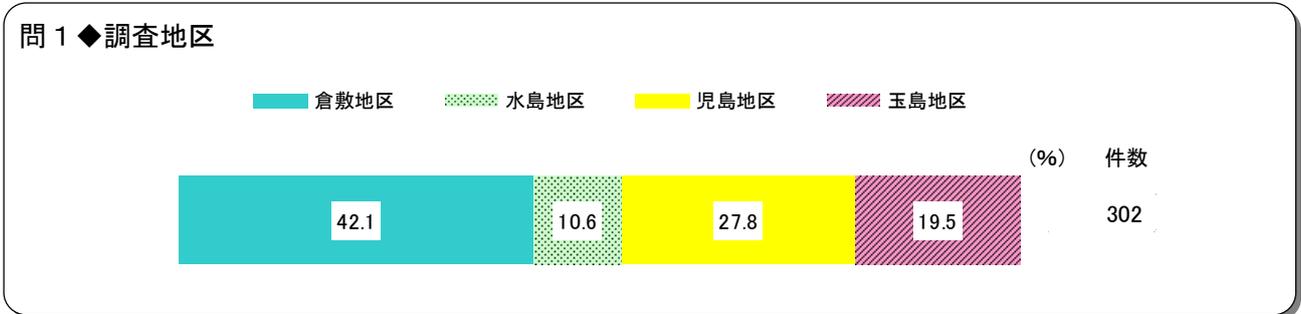
・商店街、商振連の意向に進んで参加する ・電子マネーの活用 ・情報発信の強化 など

大型商業施設の出店・増床を契機に新たな取り組みの状況について、「行っていない」が全体の約7割(68.0%)を占め、「行った」12.0%、「今後、行うよう検討中」12.0%となっている。

2 商店主調査

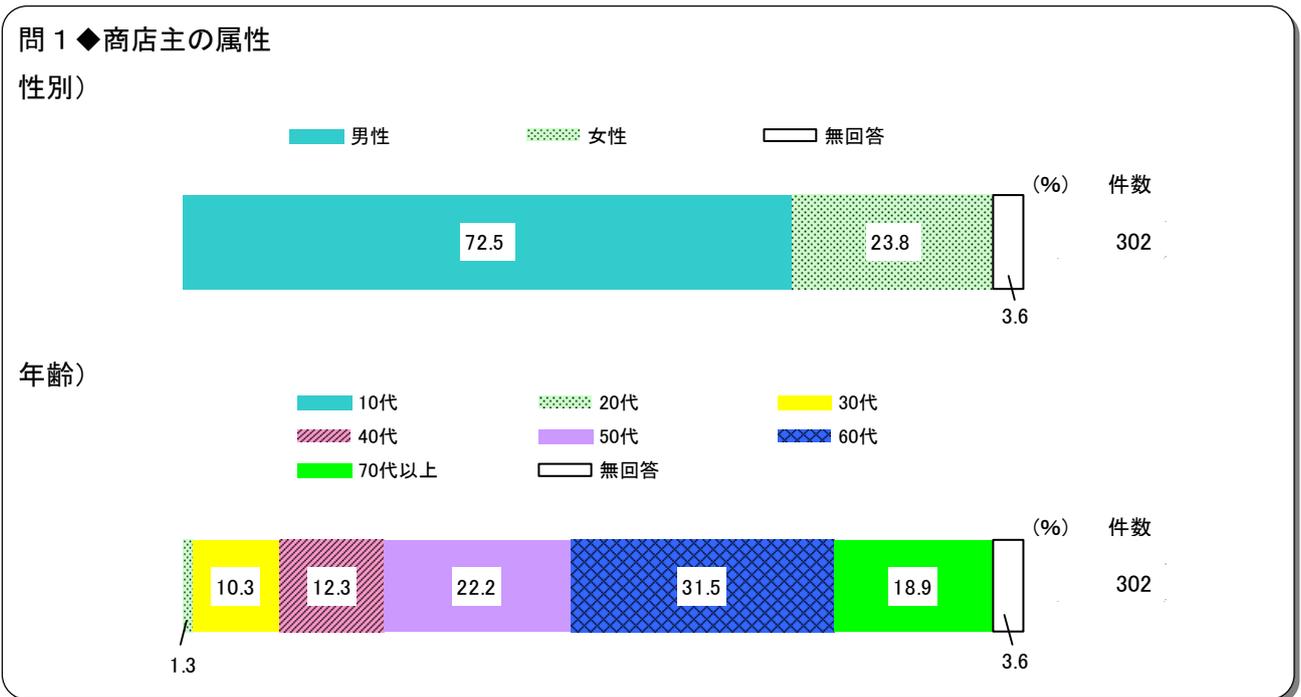
1. 商店の概要について

(1) 調査地区



調査地区について、「倉敷地区」42.1%が最も多く、以下「児島地区」27.8%、「玉島地区」19.5%、「水島地区」10.6%となっている。

(2) 商店主の属性



調査対象商店主の属性について、性別は「男性」が72.5%、「女性」が23.8%となっている。

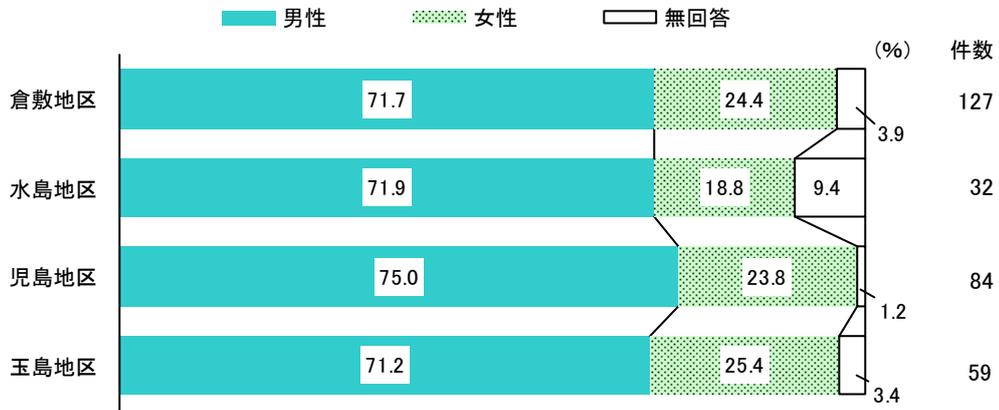
年齢は「60代」が全体の約3割（31.5%）を占め、以下「50代」22.2%、「70代以上」18.9%、「40代」12.3%となっている。

【地区別】

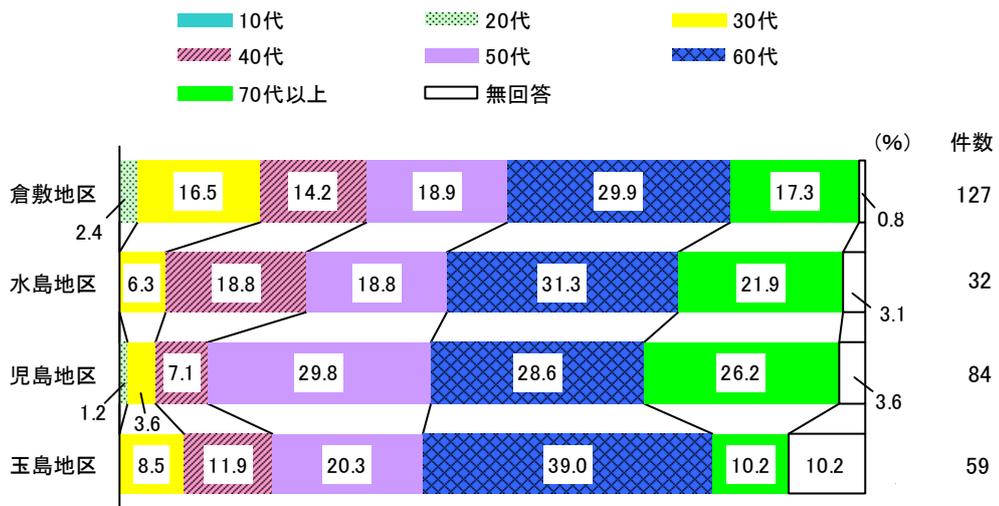
地区別にみると、性別について、「男性」は児島地区で 75.0%、「女性」は玉島地区で 25.4%、倉敷地区で 24.4%と割合が高くなっている。

年齢について、「60代」は玉島地区で 39.0%、「50代」は児島地区で 29.8%と割合が高くなっている。

性別)

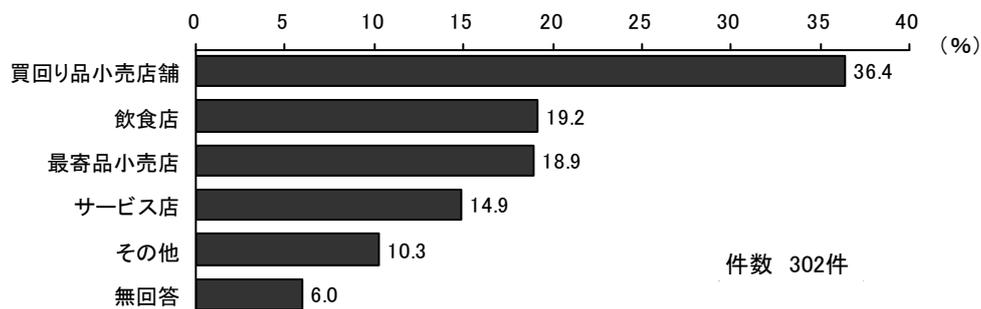


年齢)



(3)業種

問1 ◆業種（複数回答可）



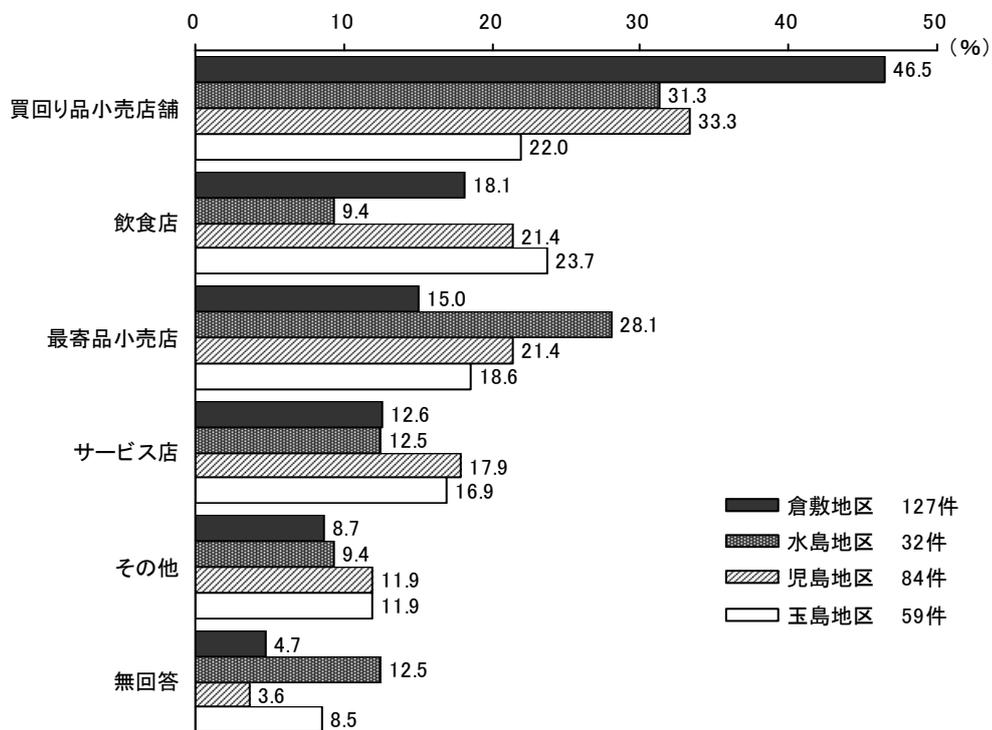
(注) ○「買回り品」・・・消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

○「最寄品」・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。

調査対象商店の業種は、「買回り品小売店舗」が全体の3割以上（36.4%）を占め、以下「飲食店」19.2%、「最寄品小売店」18.9%、「サービス店」14.9%、「その他」10.3%となっている。

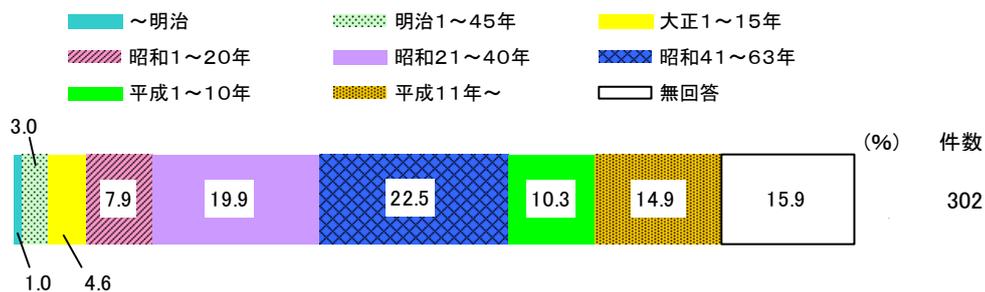
【地区別】

地区別にみると、「買回り品小売店舗」は倉敷地区で46.5%、「飲食店」は玉島地区で23.7%、児島地区で21.4%、「最寄品小売店」は水島地区で28.1%、児島地区で21.4%と割合が高くなっている。



(4)創業年

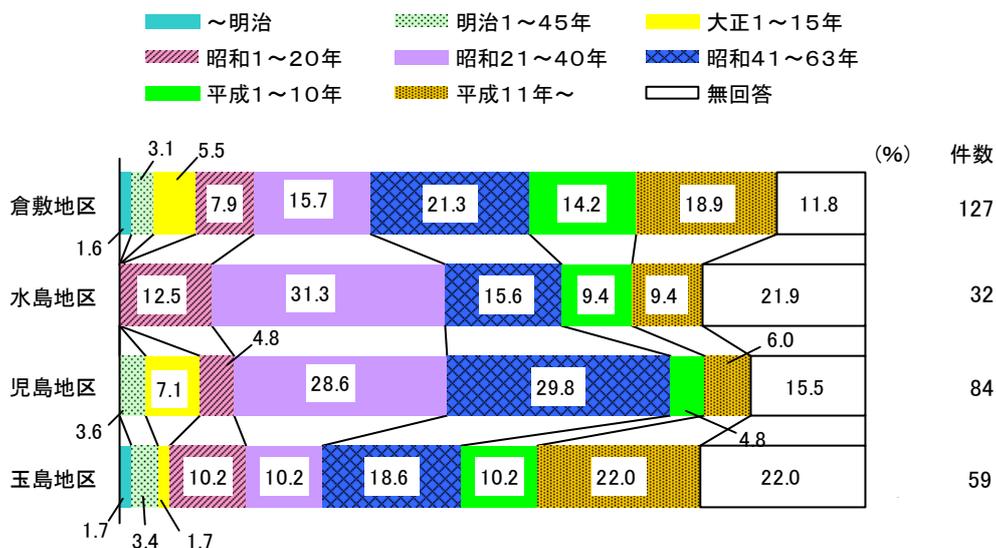
問1 ◆創業年



調査対象商店の創業年は、「昭和41~63年」22.5%、「昭和21~40年」19.9%がそれぞれ全体の約2割を占め、以下「平成11年~」14.9%、「平成1~10年」10.3%、「昭和1~20年」7.9%となっている。また、「昭和1~20年」「昭和21~40年」「昭和41~63年」をあわせた【昭和】は50.3%、「平成1~10年」「平成11年~」をあわせた【平成】は25.2%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「昭和41~63年」は児島地区で29.8%、「昭和21~40年」は水島地区で31.3%、児島地区で28.6%、「平成11年~」は玉島地区で22.0%、倉敷地区で18.9%と割合が高くなっている。



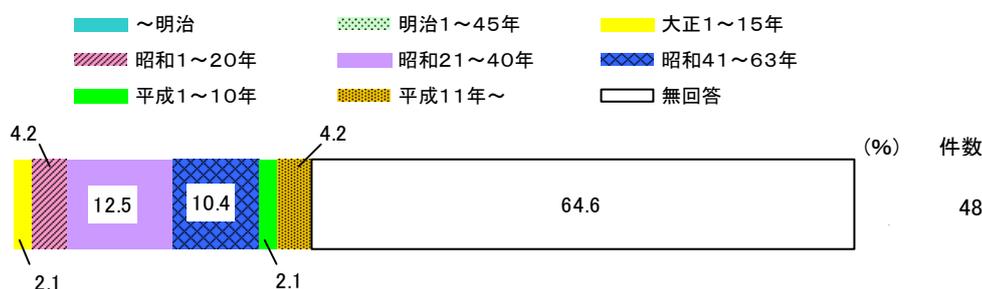
(5)以前経営していた商店について

(転業された場合に)

問1 ◆以前経営していた商店の業種



◆以前経営していた商店の創業年



調査対象商店が転業された場合に、以前経営していた商店の業種は、「買回り品小売店舗」が全体の4割以上(45.8%)を占め、以下「最寄品小売店」25.0%、「飲食店」10.4%、「サービス店」8.3%となっている。

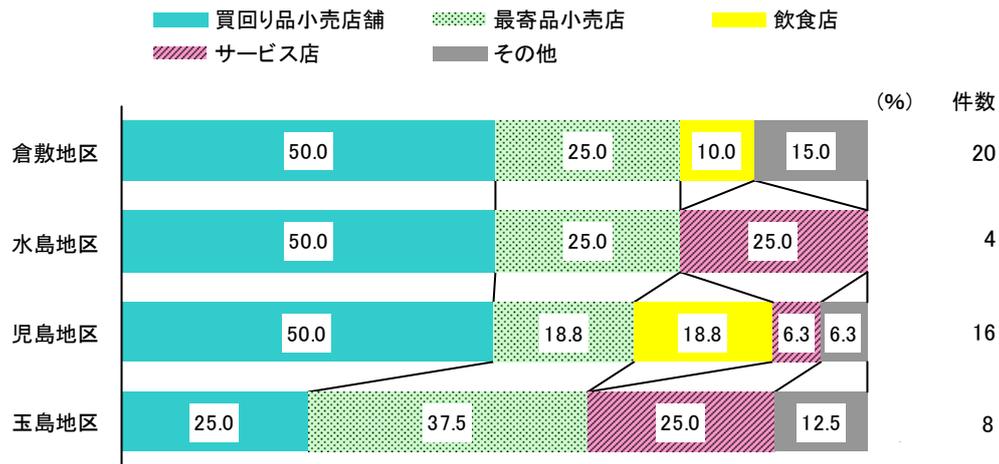
以前経営していた商店の創業年は、「昭和21~40年」12.5%、「昭和41~63年」10.4%がそれぞれ全体の約1割を占めており、以下「昭和1~20年」4.2%、「平成11~」4.2%、「大正1~15年」2.1%、「平成1~10年」2.1%となっている。

【地区別】

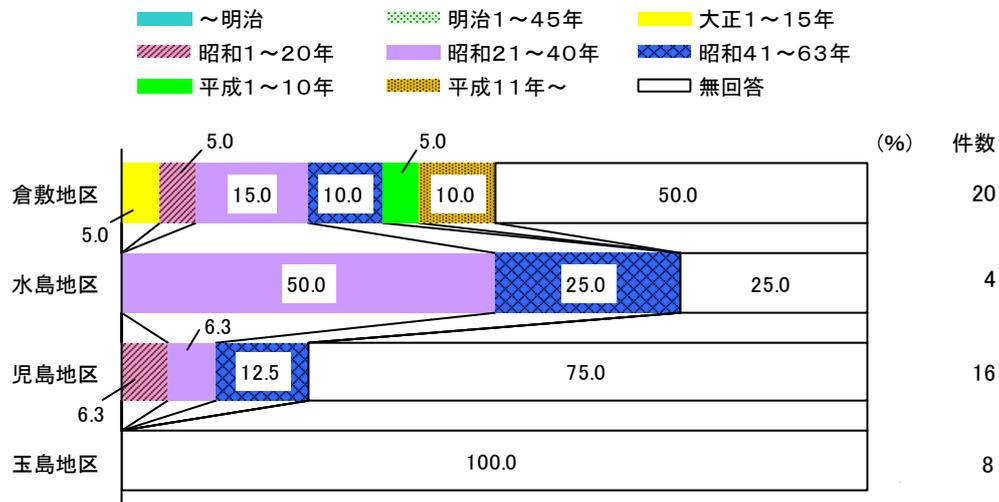
地区別にみると、以前経営していた商店の業種について、「買回り品小売店舗」は倉敷地区、水島地区、児島地区で半数（50.0%）を占めており、「最寄品小売店」は玉島地区で37.5%、「飲食店」は児島地区で18.8%と割合が高くなっている。

以前経営していた商店の創業年について、「昭和21～40年」水島地区で50.0%、倉敷地区で15.0%、「昭和41～63年」は水島地区で25.0%、児島地区で12.5%と割合が高くなっている。

以前経営していた商店の業種)



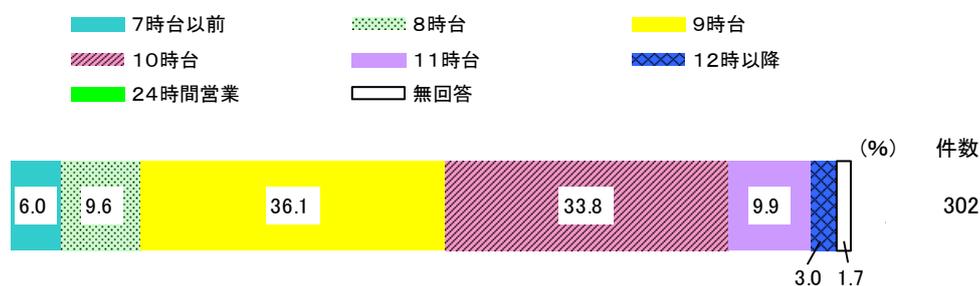
以前経営していた商店の創業年)



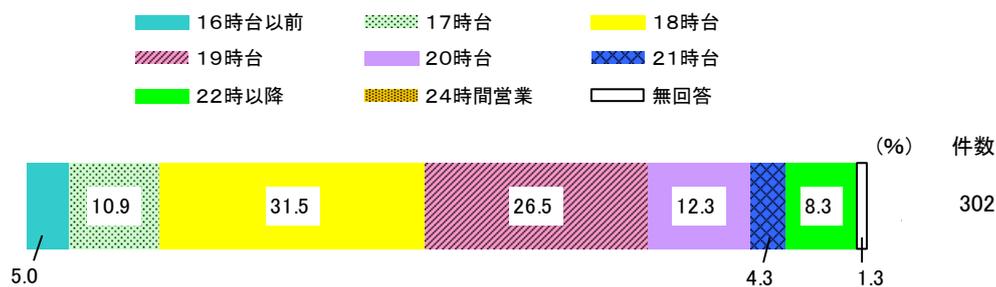
(6) 営業時間

問1 ◆ 営業時間

開店時間



閉店時間



調査対象商店の開店時間は、「9時台」36.1%が最も多く、以下「10時台」33.8%、「11時台」9.9%、「8時台」9.6%となっている。

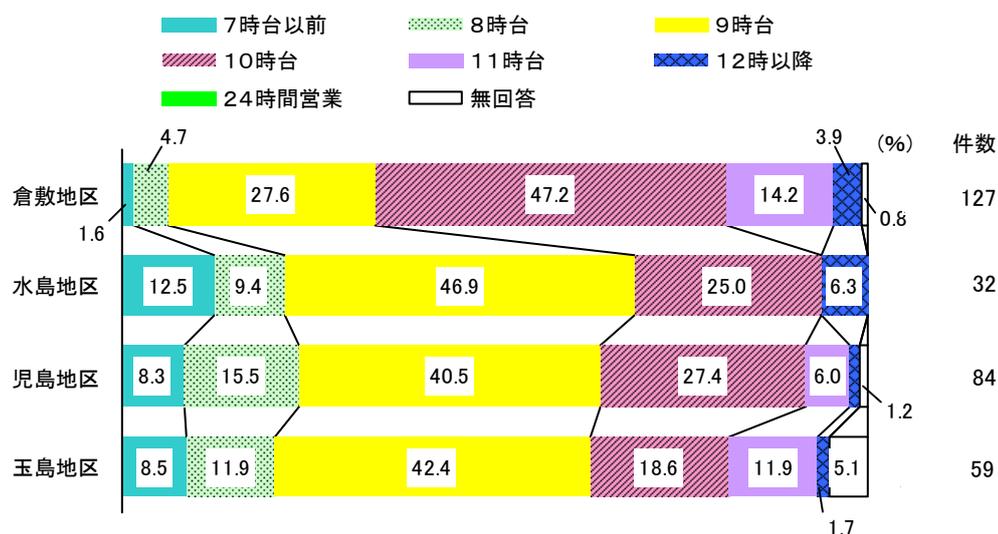
閉店時間は、「18時台」が全体の約3割(31.5%)を占め、以下「19時台」26.5%、「20時台」12.3%、「17時台」10.9%となっている。

【地区別】

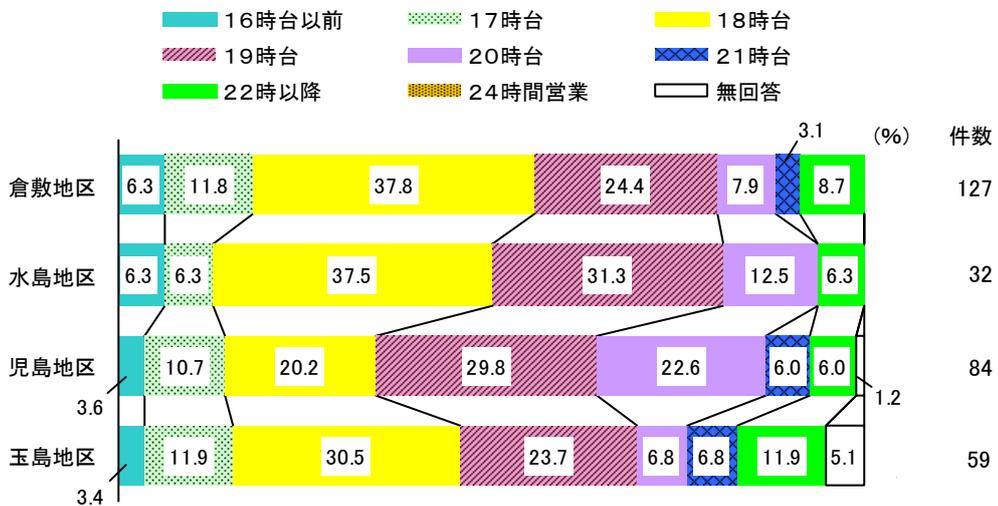
地区別にみると、開店時間について、「9時台」は水島地区で46.9%、玉島地区で42.4%、児島地区で40.5%、「10時台」は倉敷地区で47.2%と割合が高くなっている。

閉店時間について、「18時台」は倉敷地区で37.8%、水島地区で37.5%、「19時台」は水島地区で31.3%、児島地区で29.8%と割合が高くなっている。

開店時間)

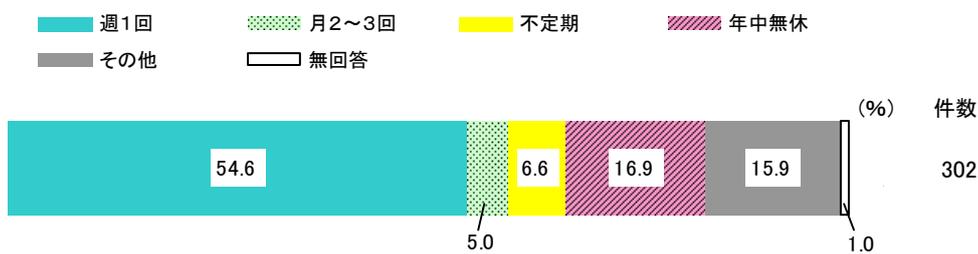


閉店時間)



(7)休業日

問1 ◆休業日



その他の休業日)

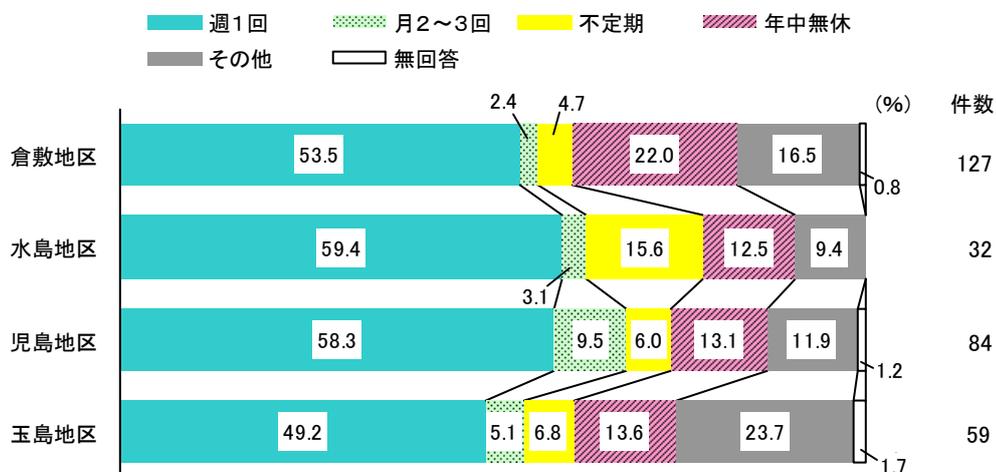
休業日	件数
毎週の定休日と週ごとの定休	14
週2日以上	7
年末年始	5
日祝または日祝及び〇〇	5
月1日以下	4
月4日以上月8日未満	3
年末年始および盆	2
土日祝	2
毎週の定休日季節により無休	2
祝日のみ	1

調査対象商店の休業日について、「週1回」が全体の半数以上（54.6%）を占め、以下「年中無休」16.9%、「その他」15.9%、「不定期」6.6%、「月2～3回」5.0%となっている。

「その他」の休業日として、「毎週の定休日と週ごとの定休」「週2日以上」「年末年始」などが回答にあがっている。

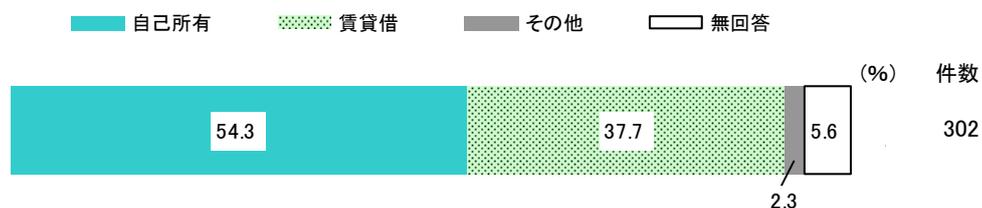
【地区別】

地区別にみると、「週1回」は水島地区で59.4%、児島地区で58.3%、「年中無休」は倉敷地区で22.0%と割合が高くなっている。



(8)店舗所有形態

問1 ◆店舗所有形態



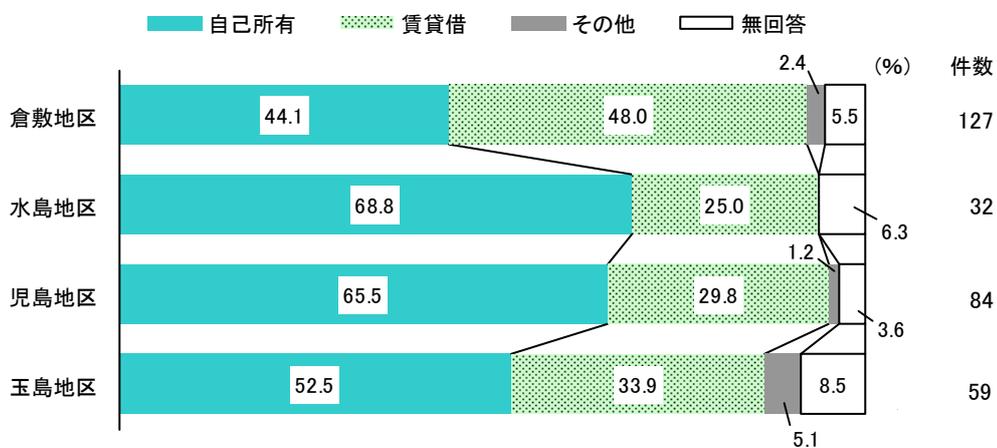
その他の所有形態)

- ・土地は商店街が所有、建物は自己所有
- ・協同組合が所有
- ・本社が所有

調査対象商店の店舗所有形態について、「自己所有」が全体の半数以上（54.3%）を占め、「賃貸借」37.7%、「その他」2.3%となっている。

【地区別】

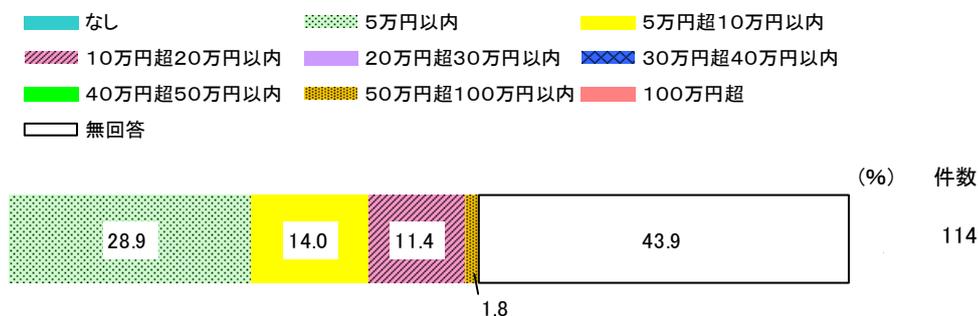
地区別にみると、「自己所有」は水島地区で68.8%、児島地区で65.5%、「賃貸借」は倉敷地区で48.0%、「その他」は玉島地区で5.1%、倉敷地区で2.4%と割合が高くなっている。



(9)家賃

(店舗所有形態で「賃貸借」と回答された場合に)

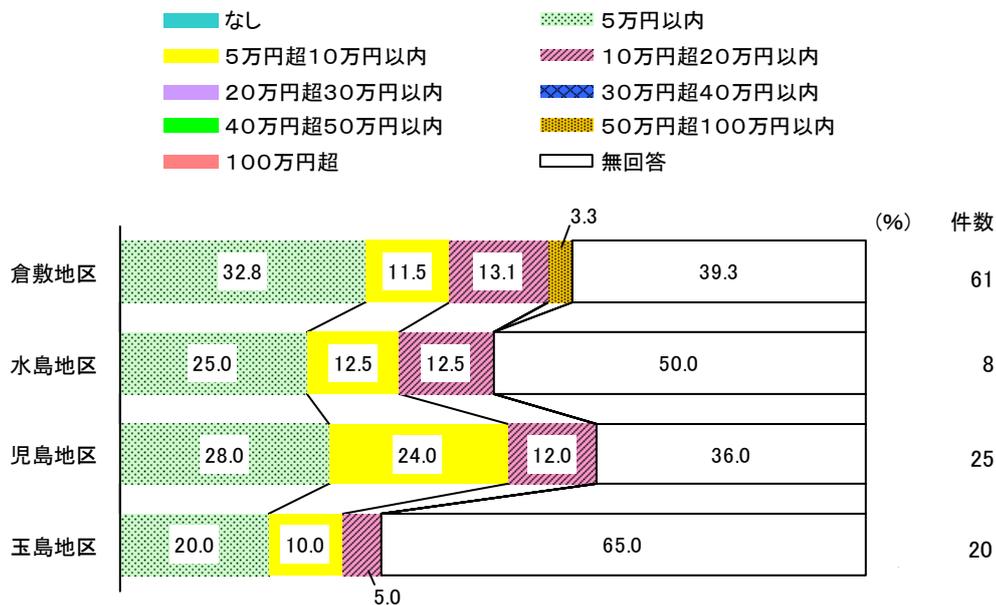
問1 ◆家賃 (1坪あたりの月額)



店舗所有形態が「賃貸借」の場合の家賃について、「5万円以内」が約3割(28.9%)を占めており、以下「5万円超10万円以内」14.0%、「10万円超20万円以内」11.4%となっている。

【地区別】

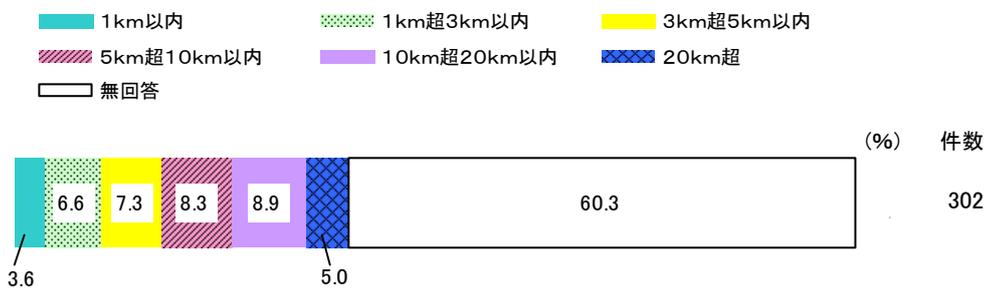
地区別にみると、「5万円以内」は倉敷地区で32.8%、「5万円超10万円以内」は児島地区で24.0%、「10万円超20万円以内」は倉敷地区で13.1%、水島地区で12.5%、児島地区で12.0%と割合が高くなっている。



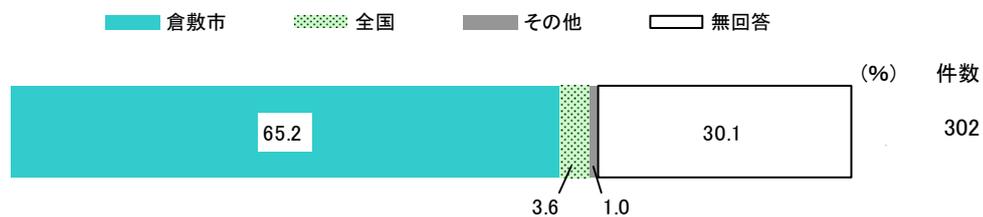
(10) 商圈

問1 ◆ 商圈

半径)



エリア)



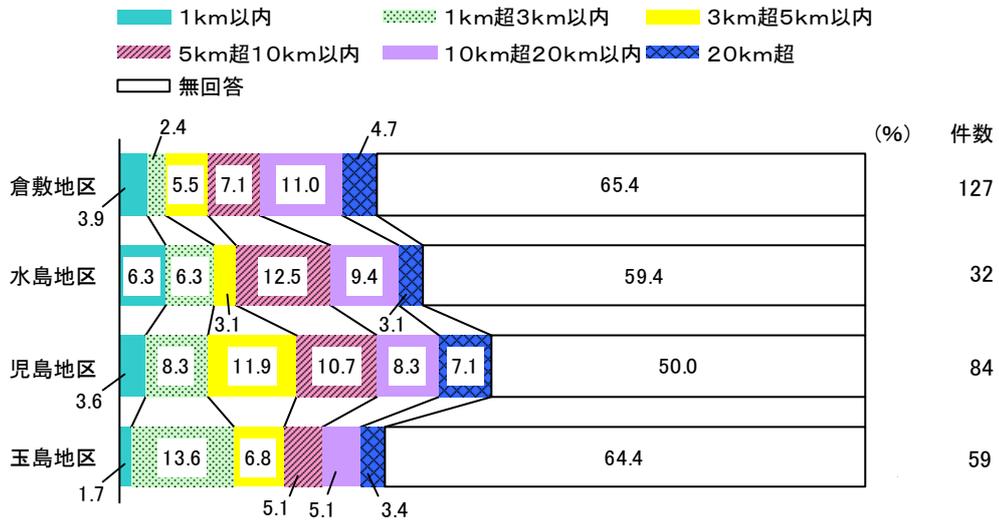
調査対象商店の商圈について、半径「10km超20km以内」8.9%が最も多く、以下「5km超10km以内」8.3%、「3km超5km以内」7.3%、「1km超3km以内」6.6%となっている。

主なエリアは、「倉敷市」が6割以上(62.9%)を占めており、「全国」は3.6%、「その他」は1.0%となっている。

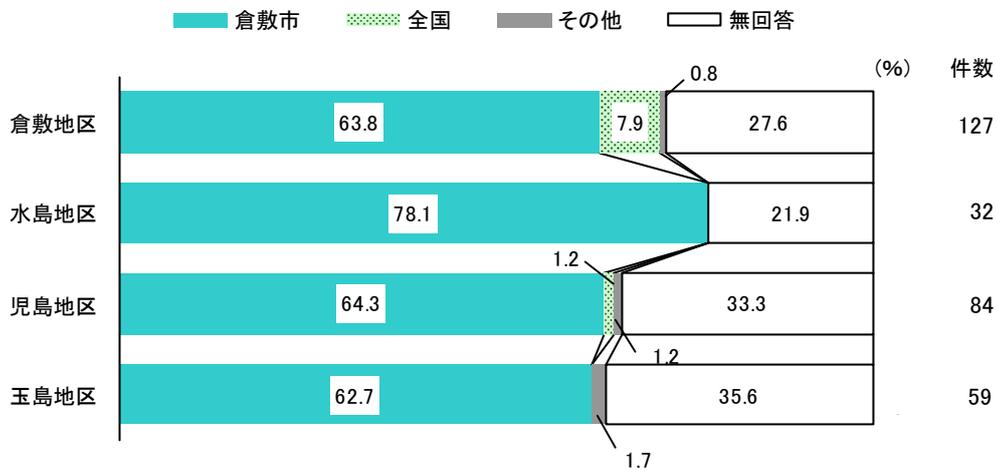
【地区別】

地区別にみると、半径について、「10km超20km以内」は倉敷地区で11.0%、水島地区で9.4%、「5km超10km以内」は水島地区で12.5%、児島地区で10.7%と割合が高くなっている。
 主なエリアについては、「倉敷市」は水島地区で78.1%、「全国」は倉敷地区で7.9%と割合が高くなっている。

半径)



主な市町村名)



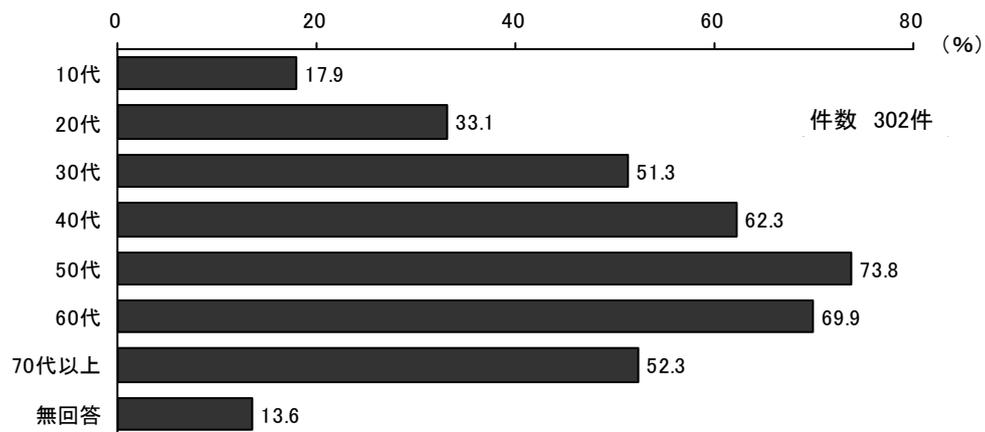
(11)顧客ターゲットについて

問1 ◆顧客ターゲット

性別)



年齢) (複数回答可)



調査対象商店の顧客ターゲットの性別について、「男女共」64.9%が最も多く、「女性」23.2、「男性」3.3%となっている。

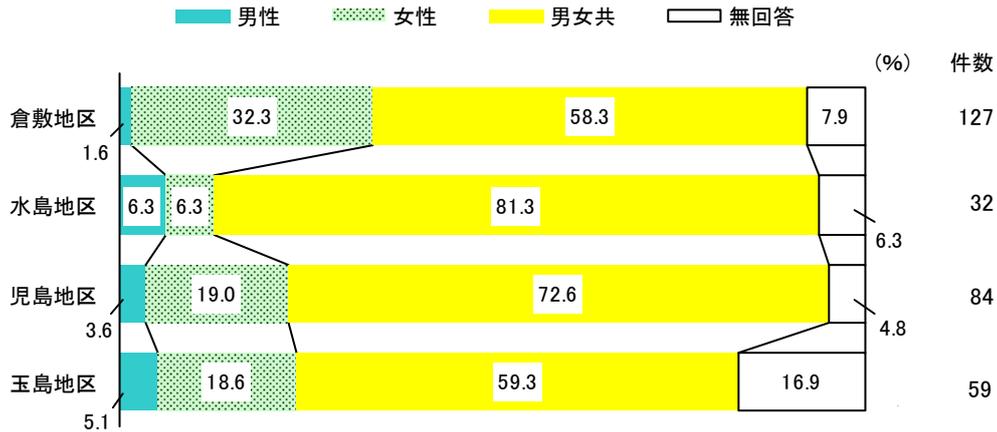
年齢については、「50代」73.8%が最も多く、以下「60代」69.9%、「40代」62.3%となっている。

【地区別】

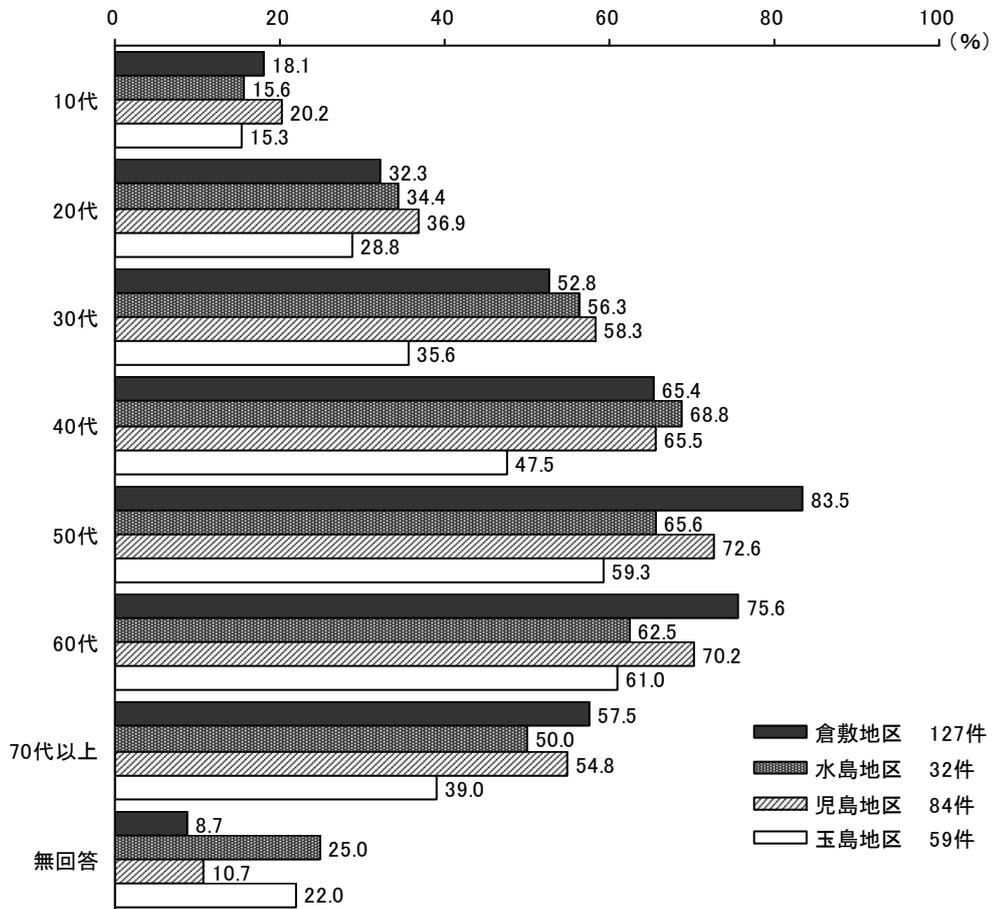
地区別にみると、性別について、「男女共」は水島地区で 81.3%、児島地区で 72.6%、「女性」は倉敷地区で 32.3%、「男性」は水島地区で 6.3%、玉島地区で 5.1%、児島地区で 3.6%と割合が高くなっている。

年齢について、「50代」は倉敷地区で 83.5%、「60代」は倉敷地区で 75.6%、児島地区で 70.2%、「40代」は水島地区で 68.8%、児島地区で 65.5%、倉敷地区で 65.4%と割合が高くなっている。

性別)



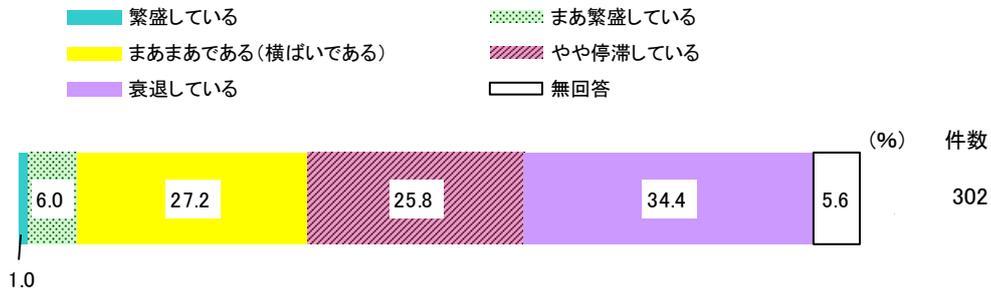
年齢)



2 商店の景況と近年の変化

(1) 最近の景況

問1 ◆最近の景況



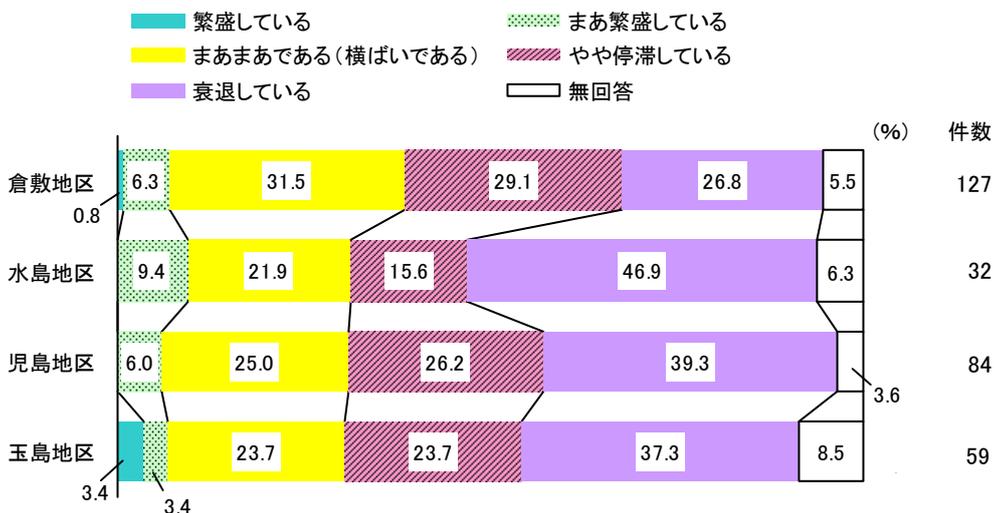
景況を判断した理由

理由	繁盛	横ばい	衰退
	(繁盛している+まあ繁盛している)		(やや停滞している+衰退している)
前年比	1	5	2
売上高	3	7	18
利益(決算の結果)	2	2	1
集客(客数)	1	6	36
商品内容(ニーズ)	1	0	4
客単価	0	2	7
総合的	1	0	5
経営方針	0	1	4
外的要因(社会情勢、環境、競合など)	1	5	52
その他	0	1	1
計	10	29	130

調査対象商店の最近の景況について、「衰退している」が全体の3割以上(34.4%)を占め、以下「まあまあである(横ばいである)」27.2%、「やや停滞している」25.8%となっている。「繁盛している」と「まあ繁盛している」をあわせた【繁盛している】が7.0%、「やや停滞している」と「衰退している」をあわせた【衰退している】が60.2%となっている。

【地区別】

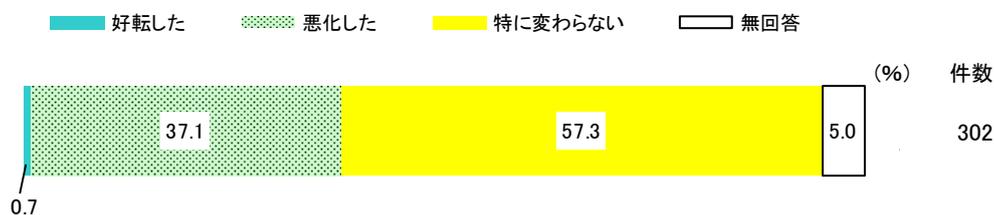
地区別にみると、「衰退している」は水島地区で46.9%、児島地区で39.3%、玉島地区で37.3%、「まあまあである(横ばいである)」は倉敷地区で31.5%、「やや停滞している」は倉敷地区で29.1%、児島地区で26.2%と割合が高くなっている。「繁盛している」は倉敷地区と玉島地区で回答があがっている。



(2)大型商業施設の出店・増床の影響

1)景況感の変化

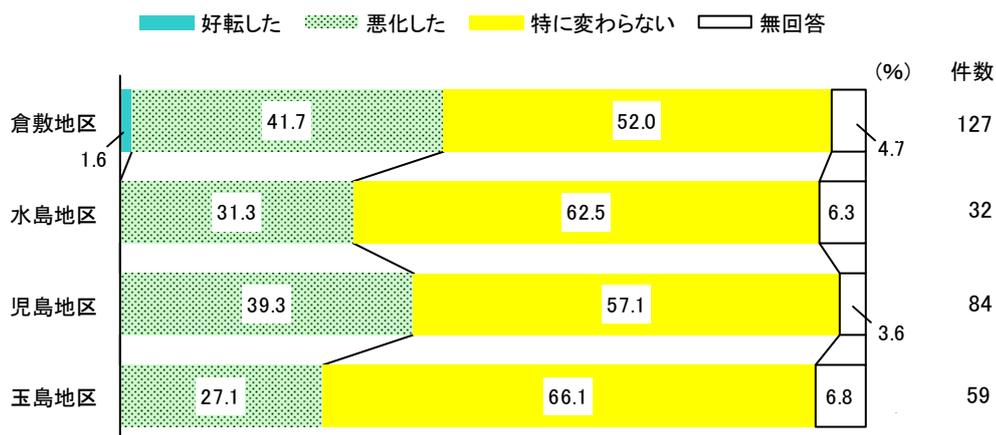
問2-1 ◆大型商業施設の出店・増床の影響による景況感の変化



大型商業施設の出店・増床の影響による景況感の変化について、「特に変わらない」が全体の半数以上（57.3%）を占め、「悪化した」37.1%、「好転した」0.7%となっている。

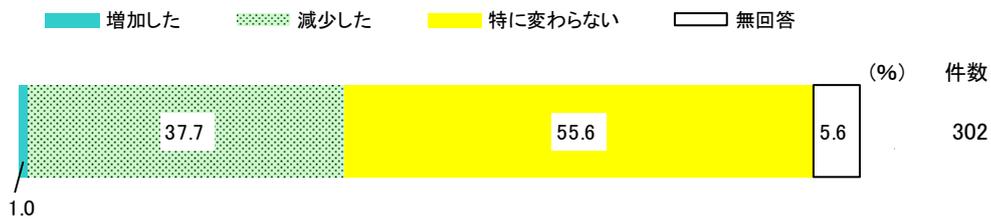
【地区別】

地区別にみると、「特に変わらない」は玉島地区で66.1%、水島地区で62.5%、「悪化した」は倉敷地区で41.7%、児島地区で39.3%となっている。「好転した」は倉敷地区で回答があがっている。



2)来街者数の変化

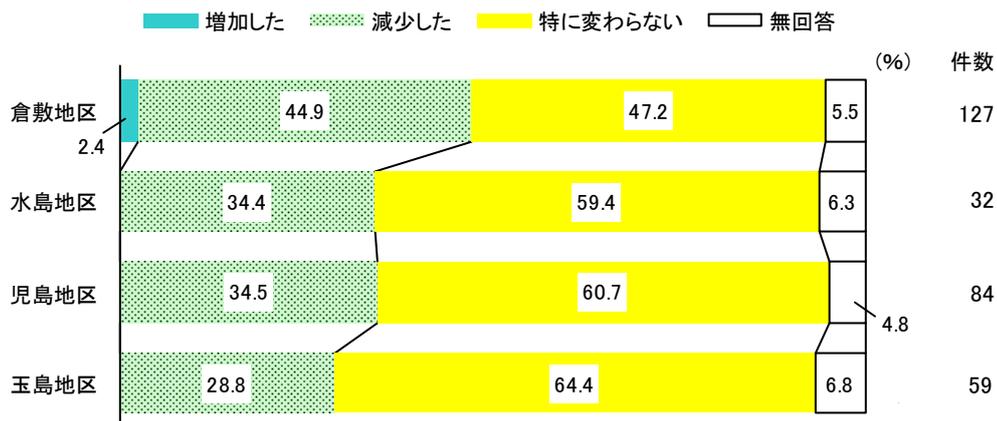
問2-2 ◆大型商業施設の出店・増床の影響による来店者数の変化



大型商業施設の出店・増床の影響による来店者数の変化について、「特に変わらない」が全体の半数以上（55.6%）を占め、「減少した」37.7%、「増加した」1.0%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「特に変わらない」は玉島地区で64.4%、児島地区で60.7%、水島地区で59.4%、「減少した」は倉敷地区で44.9%と割合が高くなっている。「増加した」は倉敷地区で回答があがっている。



3)魅力増進に向けた取り組みの状況

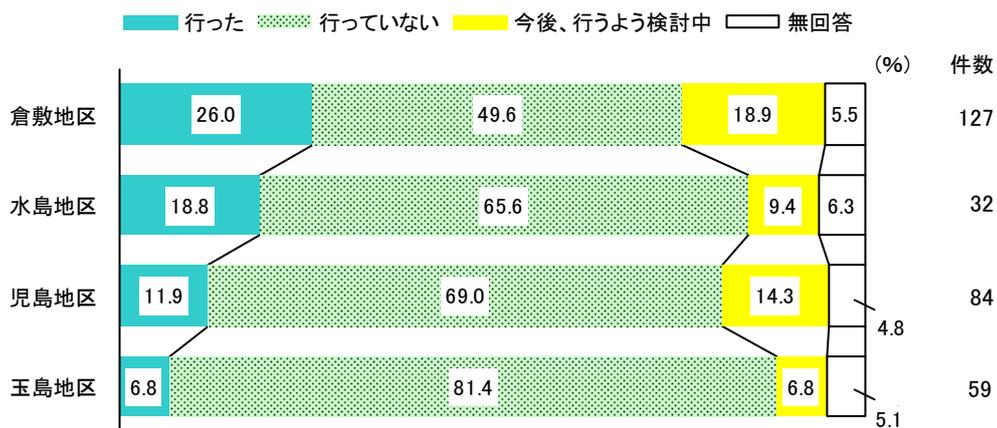
問2-3 ◆大型商業施設の出店・増床の影響による、店舗の魅力増進に向けた取り組み状況



大型商業施設の出店・増床の影響による店舗の魅力増進に向けた取り組み状況について、「行っていない」が全体の約6割（62.9%）を占め、「行った」17.5%、「今後、行うよう検討中」14.2%となっている。

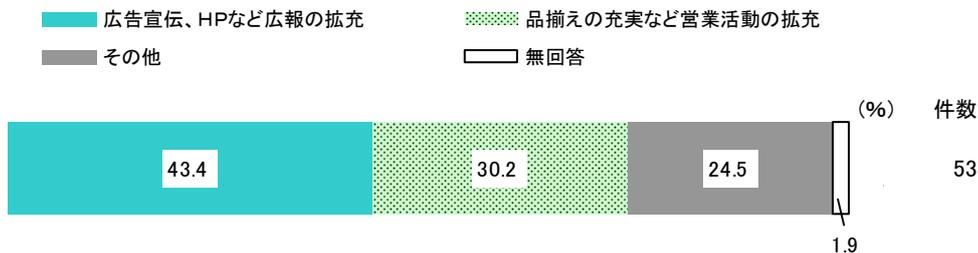
【地区別】

地区別にみると、「行っていない」は玉島地区で81.4%、児島地区で69.0%、水島地区で65.6%、「行った」は倉敷地区で26.0%、水島地区で18.8%、「今後、行うよう検討中」は倉敷地区で18.9%、児島地区で14.3%と割合が高くなっている。



(問2-3で「行った」と回答された場合に)

◆実施している取り組みの具体的内容



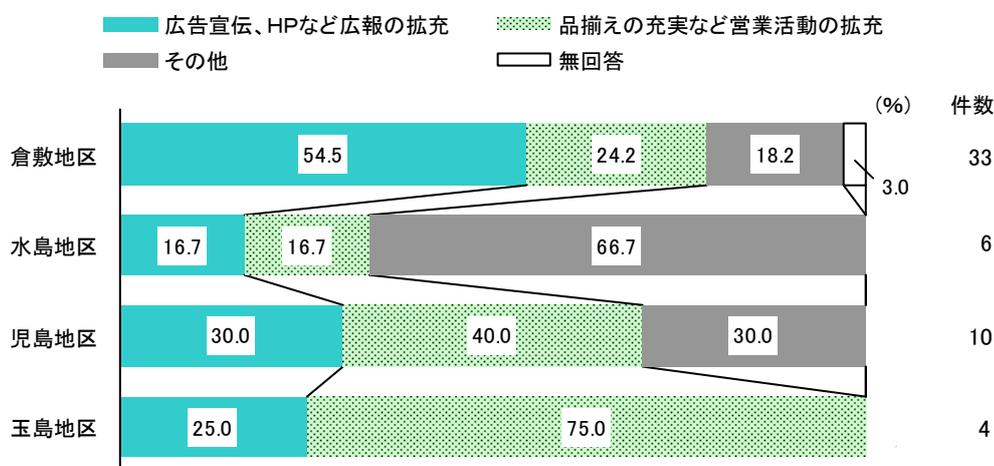
その他の具体的内容)

- ・ イベント (割引やポイント)
- ・ サービスの充実
- ・ 広報、周知
- ・ 環境整備
- ・ 品揃えの充実、商品内容の見直し

実施している取り組みの具体的内容について、「広告宣伝、HPなど広報の拡充」が全体の4割以上(43.4%)を占め、「品揃えの充実など営業活動の拡充」30.2%、「その他」24.5%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「広告宣伝、HPなど広報の拡充」は倉敷地区で54.5%、「品揃えの充実など営業活動の拡充」は玉島地区で75.0%、児島地区で40.0%、「その他」は水島地区で66.7%、児島地区で30.0%と割合が高くなっている。



(問2-3で「今後、行うよう検討中」と回答された場合に)

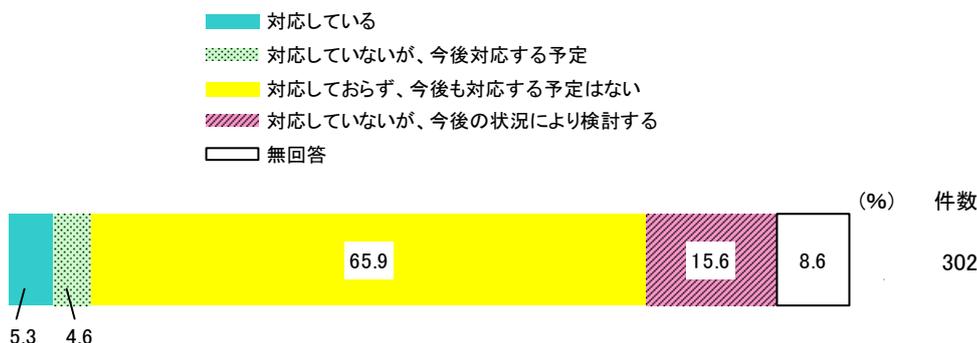
◆検討中の取り組みの具体的内容

- ・ 品揃えの充実、商品内容の見直し
- ・ 環境整備
- ・ 広報、周知
- ・ サービスの充実
- ・ イベント開催

検討中の取り組みの具体的内容として、「品揃えの充実、商品内容の見直し」「環境整備」「広報、周知」などがあがっている。

(3)電子マネー(Edy等)への対応状況

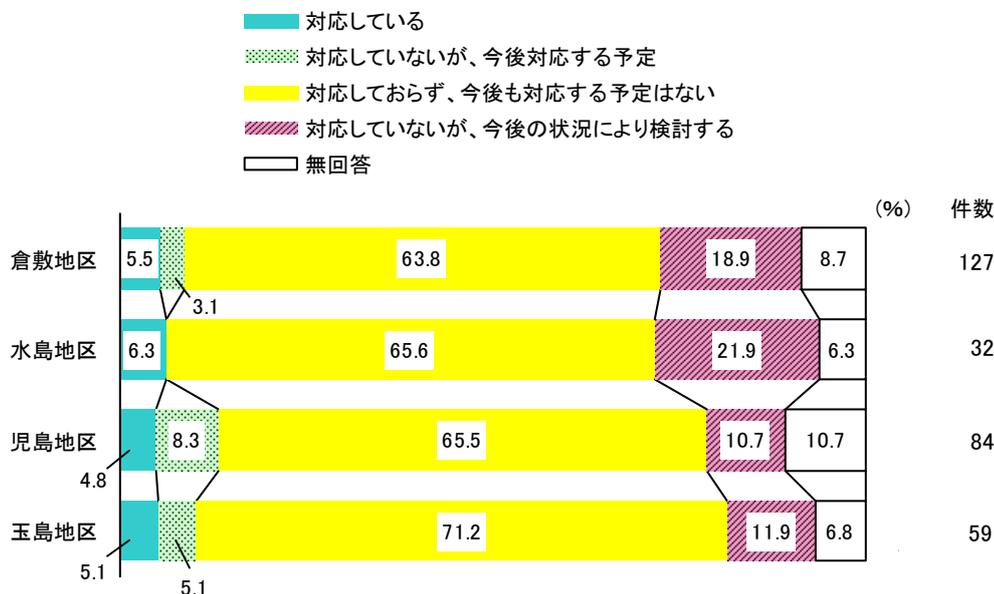
問3 ◆電子マネー(Edy等)への対応状況



電子マネー(Edy等)への対応状況について、「対応しておらず、今後も対応する予定はない」が全体の6割以上(65.9%)を占め、以下「対応していないが、今後の状況により検討する」15.6%、「対応している」5.3%、「対応していないが、今後対応する予定」4.6%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「対応しておらず、今後も対応する予定はない」は玉島地区で71.2%、「対応していないが、今後の状況により検討する」は水島地区で21.9%、倉敷地区で18.9%、「対応している」は水島地区で6.3%、倉敷地区で5.5%、「対応していないが、今後対応する予定」は児島地区で8.3%、玉島地区で5.1%と割合が高くなっている。



(4) 商店街への加入状況

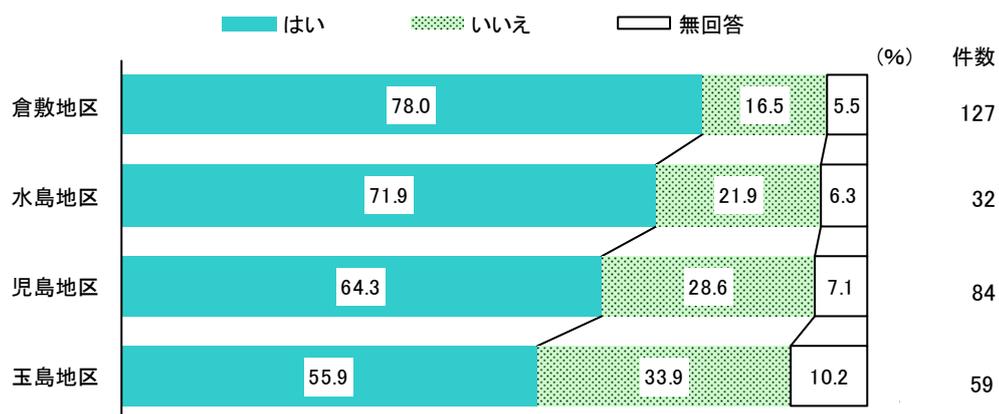
問4 ◆ 商店街への加入状況



商店街への加入状況について、「はい（会員である）」が全体の約7割（69.2%）を占め、「いいえ（会員ではない）」は23.8%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「はい（会員である）」は倉敷地区で78.0%、水島地区で71.9%、「いいえ（会員ではない）」は玉島地区で33.9%、児島地区で28.6%と割合が高くなっている。



（問4で「いいえ（会員ではない）」と回答された場合に）

問4-1 ◆ 商店街に加入していない理由

理由	件数
メリットがない	10
業種、経営方針が商売ではないため	7
商店街という認識がない、内容がわからない	6
遠方であるため	5
加入の誘いがない	4
人間関係に不満があるため	3
高齢のため	1
その他	11

商店街に加入していない理由として、「メリットがない」「業種、経営方針が商売ではないため」などがあがっている。

(5) 商店街全体のイベントへの参加状況

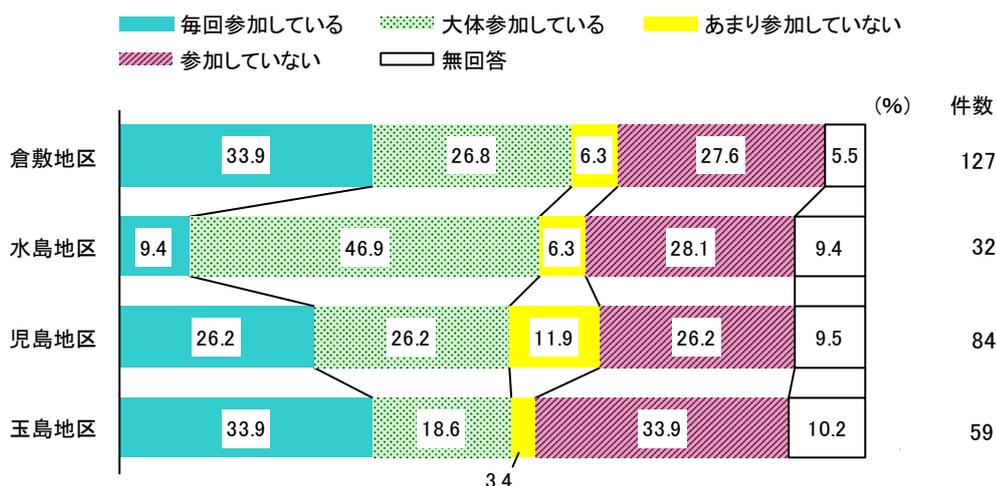
問5 ◆ イベントへの参加状況



イベントへの参加状況は、「毎回参加している」が全体の約3割(29.1%)を占め、以下「参加していない」28.5%、「大体参加している」27.2%、「あまり参加していない」7.3%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「毎回参加している」は玉島地区と倉敷地区で33.9%、「大体参加している」は水島地区で46.9%、「あまり参加していない」は児島地区で11.9%、「参加していない」は玉島地区で33.9%となっている。



(問5で「あまり参加していない」「参加していない」と回答された場合に)

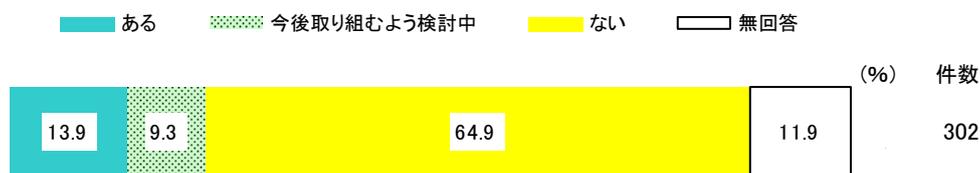
問5-1 ◆ イベントに参加していない理由

理由	件数
自店との兼ね合い(場所、人員、時間)	19
魅力がない、必要性を感じない	15
知らない、連絡がない	12
業種、経営方針	4
人間関係	4
イベントがない	4
年齢、身体的に困難	3
商店街に加入していない	3
その他	5

イベントに参加していない理由として、「自店との兼ね合い(場所、人員、時間)」「魅力がない、必要性を感じない」「知らない、連絡がない」などがあがっている。

(6)商店街の活性化のために独自に工夫していること

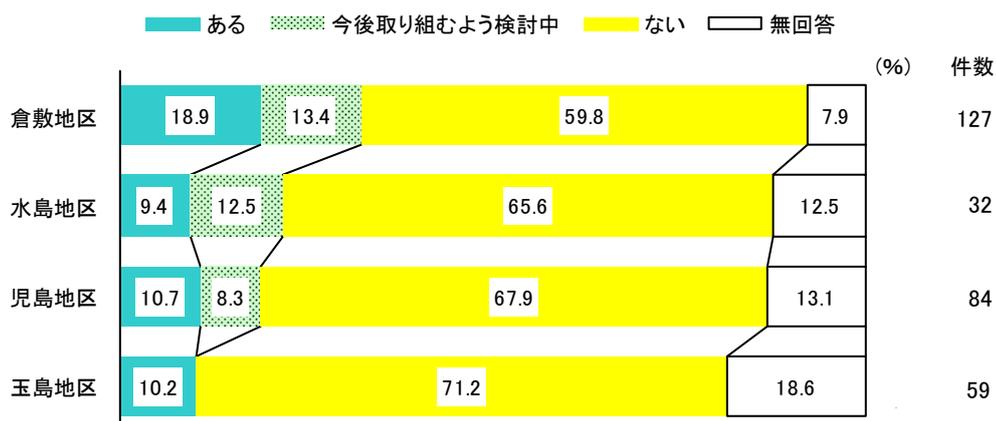
問6 ◆商店街の活性化のための取り組み状況



取り組み状況について、「ない」が全体の6割以上(64.9%)を占め、「ある」13.9%、「今後取り組むよう検討中」9.3%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「ない」は玉島地区で71.2%、児島地区で67.9%、水島地区で65.6%、「ある」は倉敷地区で18.9%、「今後取り組むよう検討中」は倉敷地区で13.4%、水島地区で12.5%と割合が高くなっている。



(問6で「ある」「今後取り組むよう検討中」と回答された場合に)

問6-1 ◆具体的な取り組み内容

取り組み内容	件数
イベント等の企画、参加(割引やポイント)	13
広報、周知	7
環境整備	6
商品内容(ニーズ)	6
サービスの充実	4
商店街内の他店との協力	4
顧客の獲得	3
その他	5

商店街の活性化のための具体的な取り組み内容として、「イベント等の企画、参加(割引やポイント)」「広報、周知」「環境整備」などがあがっている。

(7) 商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデア

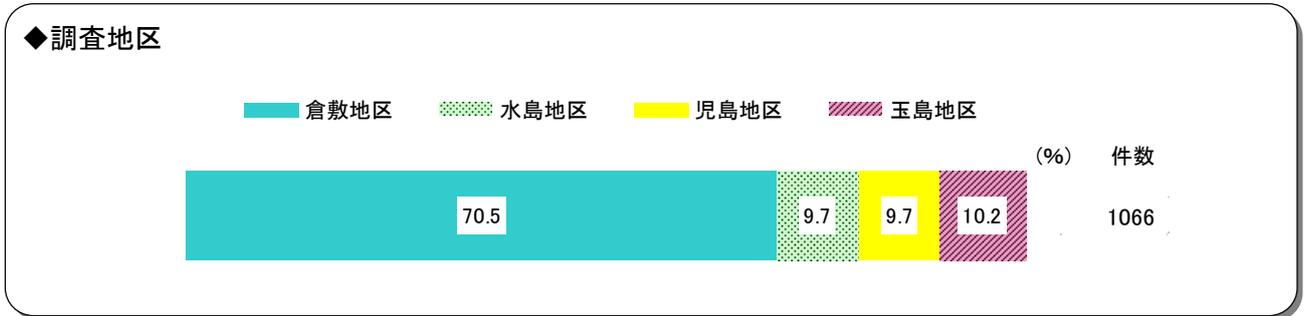
問7 ◆商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデア

アイデア	件数
空き店舗の活用、対策、商店の増加	22
商店街独自のサービス、企画、イベントの開催	19
駐車場の充実	16
商店街内の環境整備(自然、導線、交流の場など)	14
個性的なアイデア、特化した商品・店舗	13
商店主自身の意識改革、姿勢	11
大型SC等との共存	7
にぎわいは取り戻せない、期待できない、無理	7
行政への要望	6
商店街の運営方針の変革	5
区画整理、道路設置	4
コミュニケーション、楽しさ、明るさ、活性化	4
50歳以上をターゲットとした取り組み	4
市ぐるみでの魅力ある街づくり	4
案内、広報・宣伝活動	4
人口を増やす	3
意見なし	3
若年層をターゲットとした取り組み	2
リサーチ、成功例を研究	1
大資本事業所の規制強化	1
その他	12

商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデアとして、「空き店舗の活用、対策、商店の増加」「商店街独自のサービス、企画、イベントの開催」「駐車場の充実」などがあがっている。

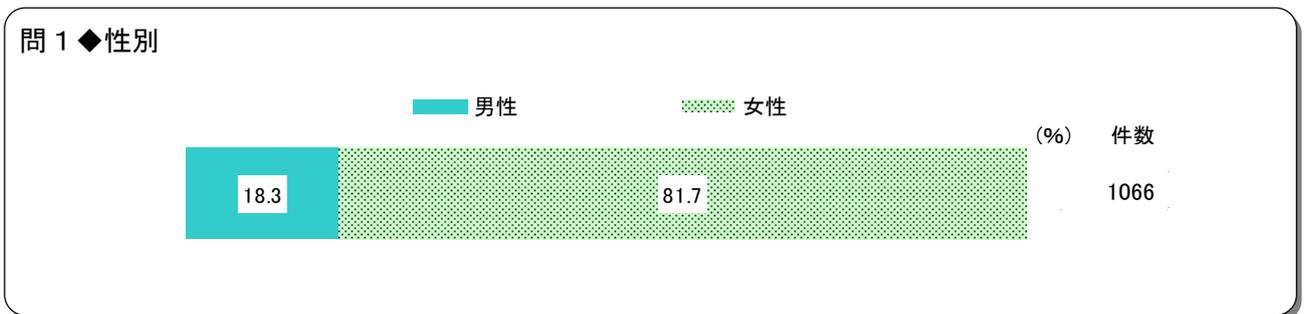
3. 来街者調査

(1) 調査地区



調査地区について、「倉敷地区」70.5%、「玉島地区」10.2%、「水島地区」9.7%、「児島地区」9.7%となっている。

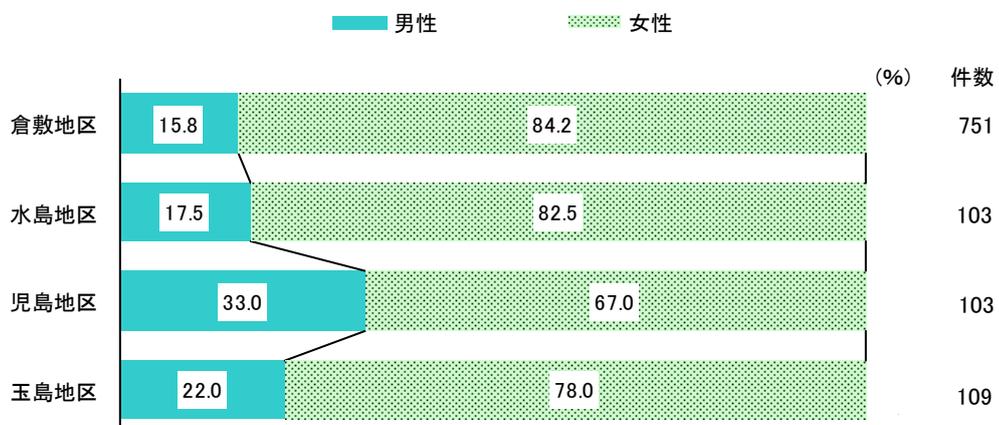
(2) 来街者の属性



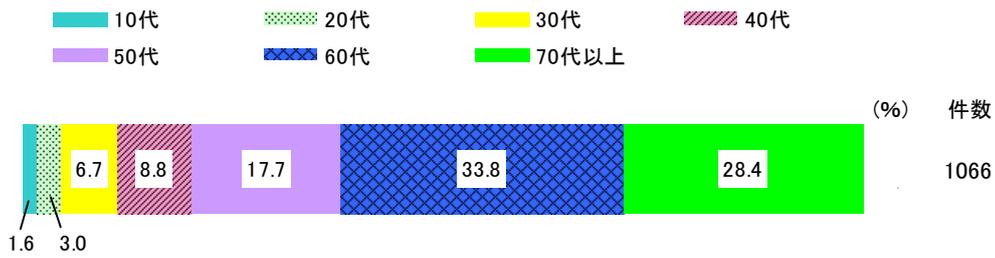
来街者の性別は、「女性」が全体の約8割（81.7%）を占め、「男性」は18.3%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「女性」は倉敷地区で84.2%、水島地区で82.5%、「男性」は児島地区で33.0%、玉島地区で22.0%と割合が高くなっている。



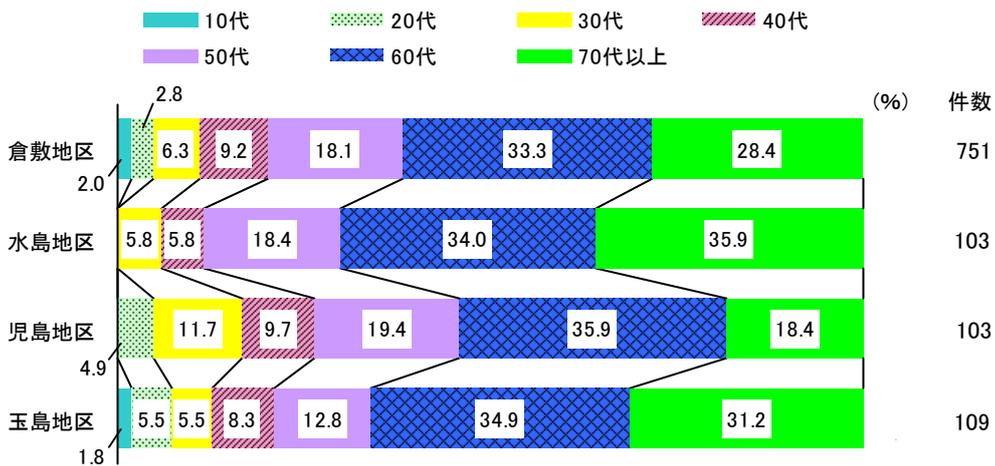
問1 ◆年齢



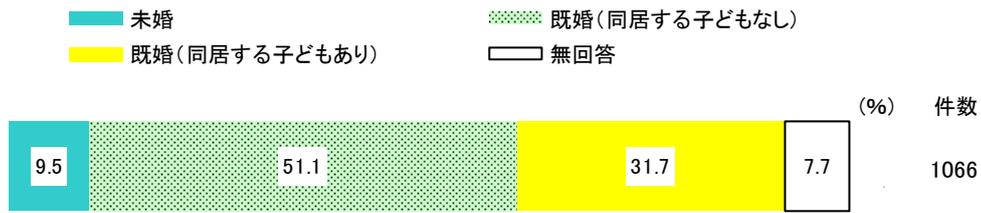
来街者の年齢は、「60代」が全体の3割以上（33.8%）を占め、以下「70代以上」28.4%、「50代」17.7%、「40代」8.8%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「60代」は児島地区で35.9%、玉島地区で34.9%、「70代以上」は水島地区で35.9%、玉島地区で31.2%、「50代」は児島地区で19.4%、水島地区で18.4%、倉敷地区で18.1%と割合が高くなっている。



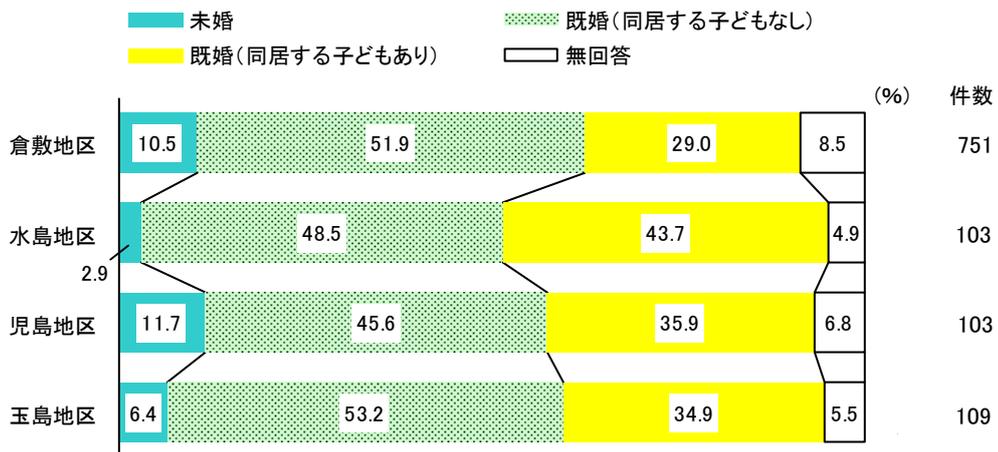
問1 ◆未/既婚



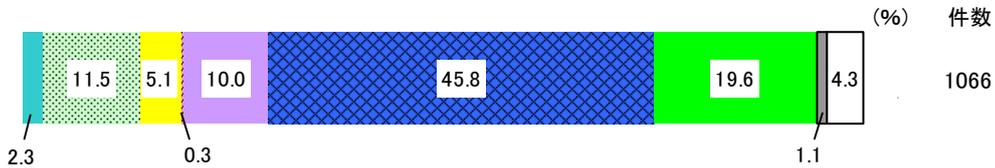
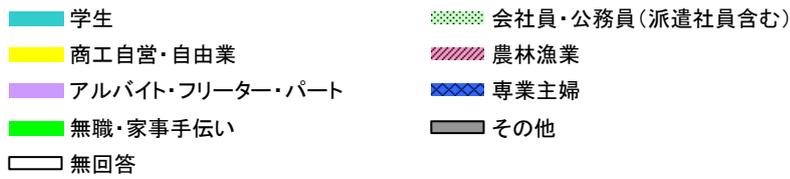
来街者の未/既婚は、「既婚（同居する子どもなし）」が全体の約半数（51.1%）を占め、「既婚（同居する子どもあり）」31.7%、「未婚」9.5%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「既婚（同居する子どもなし）」は玉島地区で53.2%、倉敷地区で51.9%、「既婚（同居する子どもあり）」は水島地区で43.7%、児島地区で35.9%、玉島地区で34.9%と割合が高くなっている。



問1 ◆職業



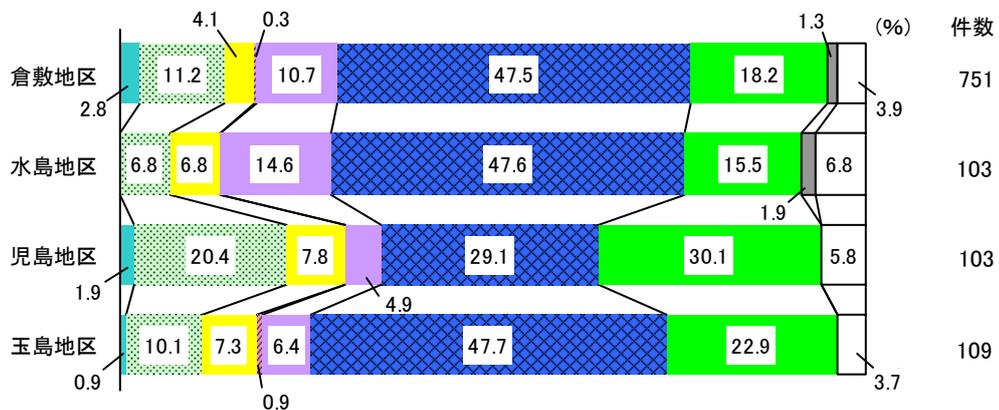
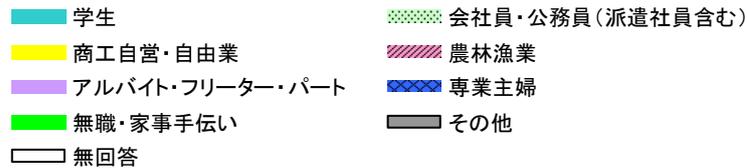
その他の職業)

- ・教師
- ・土木、造園業
- ・神職
- ・プログラマー
- ・OUTLETの整備

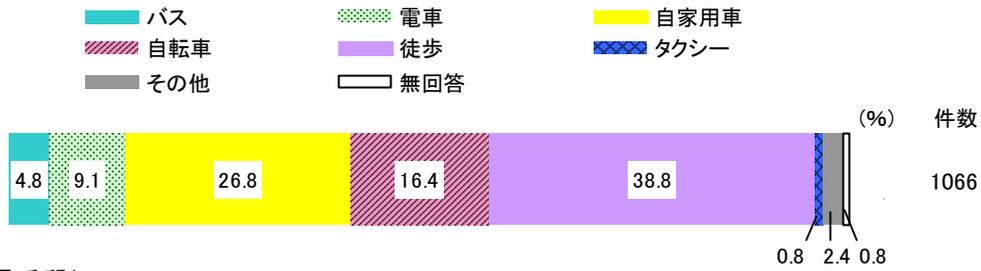
来街者の職業は、「専業主婦」が全体の4割以上(45.8%)を占め、以下「無職・家事手伝い」19.6%、「会社員・公務員(派遣社員含む)」11.5%、「アルバイト・フリーター・パート」10.0%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「専業主婦」は玉島地区で47.7%、水島地区で47.6%、倉敷地区で47.5%、「無職・家事手伝い」は児島地区で30.1%、玉島地区で22.9%と割合が高くなっている。



問1 ◆交通手段



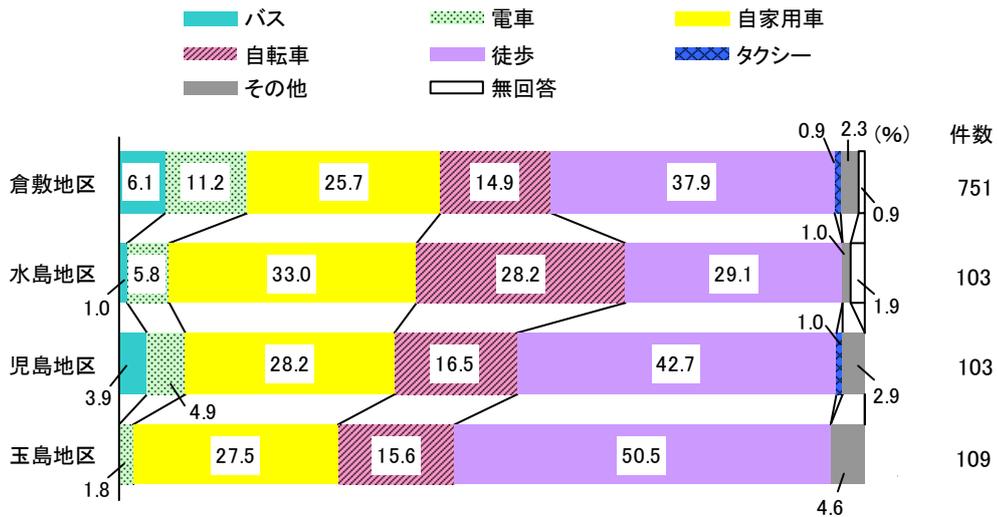
その他の交通手段)

- ・ 自動二輪車
- ・ 原動機付き自転車
- ・ シニアカー

来街者の調査日の交通手段は、「徒歩」が全体の約4割(38.8%)を占め、以下「自家用車」26.8%、「自転車」16.4%、「電車」9.1%となっている。

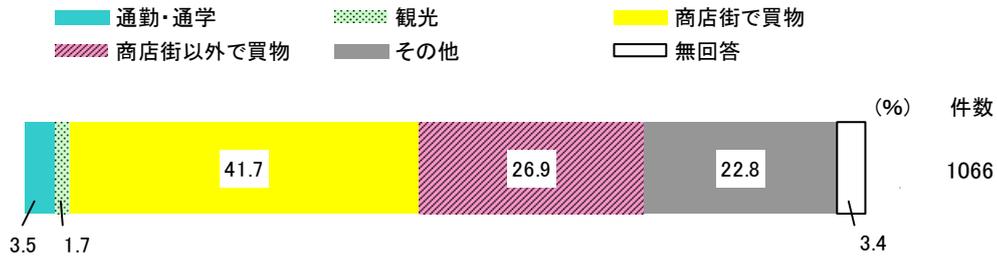
【地区別】

地区別にみると、「徒歩」は玉島地区で50.5%、児島地区で42.7%、「自家用車」は水島地区で33.0%、児島地区で28.2%、玉島地区で27.5%、「自転車」は水島地区で28.2%、児島地区で16.5%と割合が高くなっている。



(3)来街目的

問2 ◆来街目的



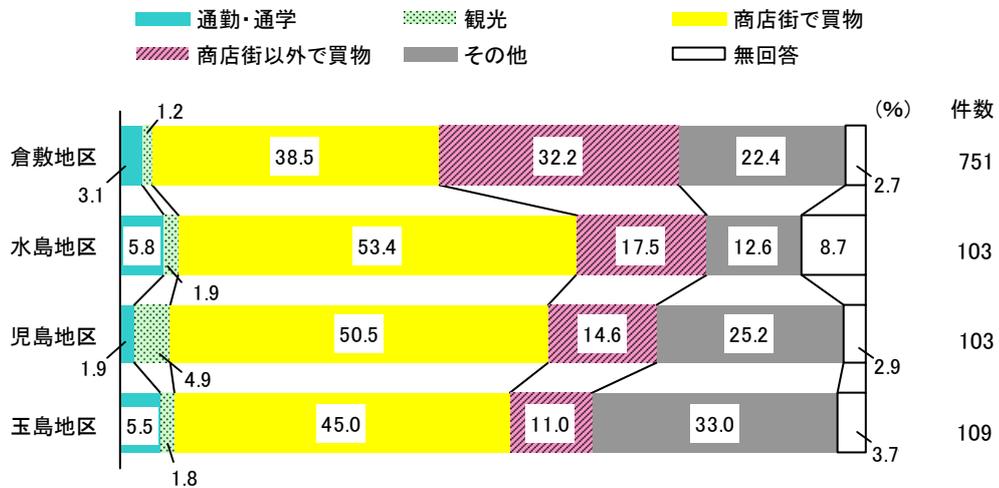
その他の来街目的)

- ・ 散歩、運動
- ・ 病院
- ・ 通りがかり、通り道 など

調査対象商店街への来街目的は、「商店街で買物」が全体の約4割(41.7%)を占め、以下「商店街以外で買物」26.9%、「通勤・通学」3.5%、「観光」1.7%となっている。

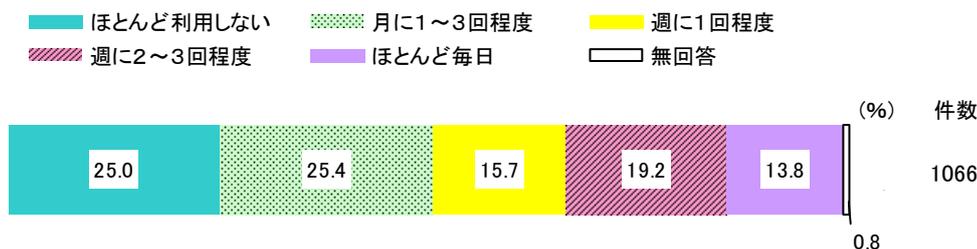
【地区別】

地区別にみると、「商店街で買物」は水島地区で53.4%、児島地区で50.5%、玉島地区で45.0%、「商店街以外で買物」は倉敷地区で32.2%、「通勤・通学」は水島地区で5.8%、玉島地区で5.5%、「観光」は児島地区で4.9%と割合が高くなっている。



(4) 商店街およびその他商業施設の利用頻度

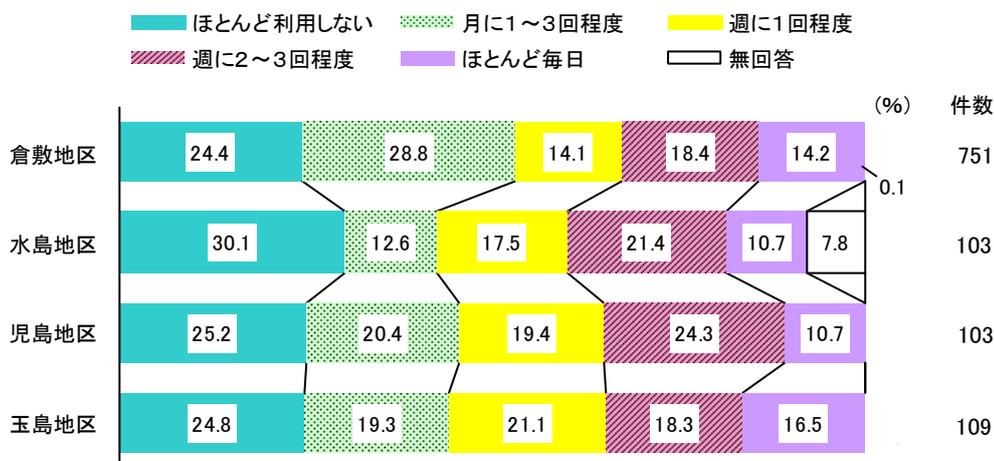
問3 ◆ 当商店街の利用頻度



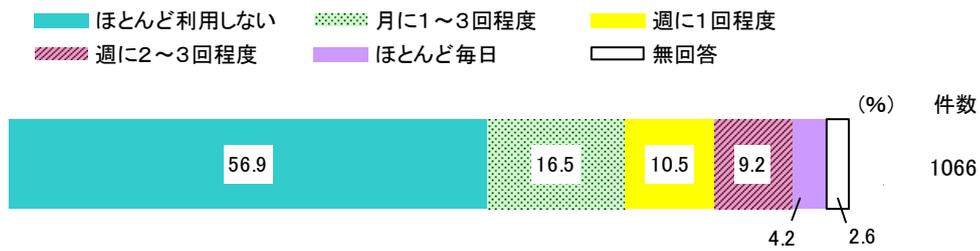
当商店街の利用頻度については、「月に1～3回程度」25.4%、「ほとんど利用しない」25.0%がそれぞれ全体の2割以上を占め、以下「週に2～3回程度」19.2%、「週に1回程度」15.7%、「ほとんど毎日」13.8%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「月に1～3回程度」は倉敷地区で28.8%、「ほとんど利用しない」は水島地区で30.1%、児島地区で25.2%、「週に2～3回程度」は児島地区で24.3%、水島地区で21.4%、「週に1回程度」は玉島地区で21.1%、児島地区で19.4%、水島地区で17.5%、「ほとんど毎日」は玉島地区で16.5%、倉敷地区で14.2%と割合が高くなっている。



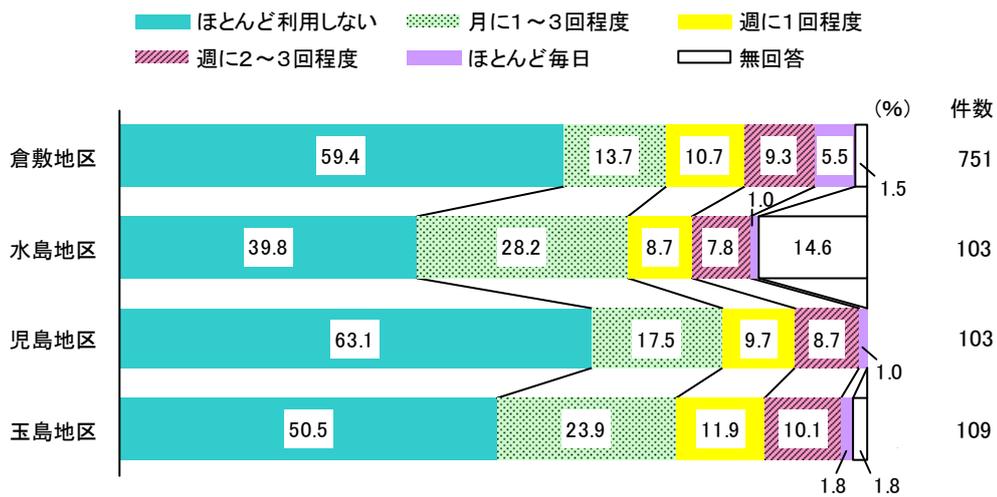
問3 ◆当商店街以外の商店街の利用頻度



当商店街以外の商店街の利用頻度については、「ほとんど利用しない」が全体の半数以上（56.9%）を占め、以下「月に1～3回程度」16.5%、「週に1回程度」10.5%、「週に2～3回程度」9.2%、「ほとんど毎日」4.2%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「ほとんど利用しない」は児島地区で63.1%、倉敷地区で59.4%、「月に1～3回程度」は水島地区で28.2%、玉島地区で23.9%、児島地区で17.5%と割合が高くなっている。「週に1回程度」「週に2～3回程度」については、各地区と全体で大きな違いはない。



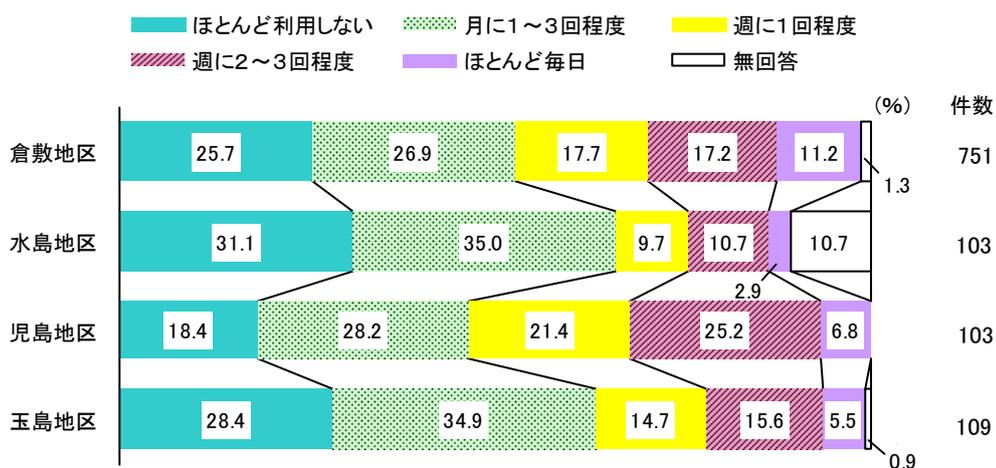
問3 ◆当商店街以外の商業施設の利用頻度



当商店街以外の商業施設の利用頻度については、「月に1～3回程度」が全体の約3割（28.6%）を占め、以下「ほとんど利用しない」25.8%、「週に2～3回程度」17.2%、「週に1回程度」17.0%、「ほとんど毎日」9.4%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「月に1～3回程度」は水島地区で35.0%、玉島地区で34.9%、「ほとんど利用しない」は水島地区で31.1%、玉島地区で28.4%、「週に2～3回程度」は児島地区で25.2%、「週に1回程度」は児島地区で21.4%、倉敷地区で17.7%、「ほとんど毎日」は倉敷地区で11.2%と割合が高くなっている。



(5) 商店街を利用する頻度の変化

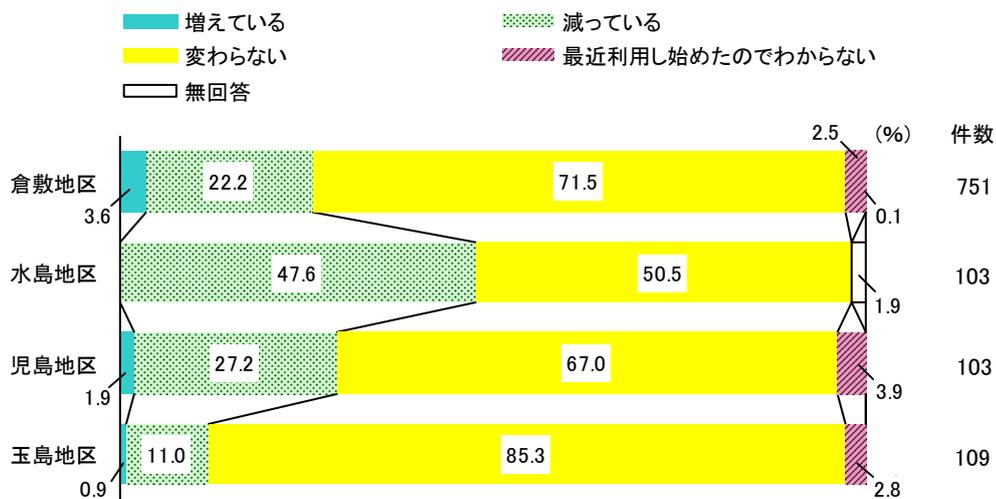
問4 ◆ 2年前と比べた当商店街を利用する頻度の変化



2年前と比べた当商店街を利用する頻度の変化について、「変わらない」が全体の約7割（70.5%）を占め、以下「減っている」24.0%、「増えている」2.8%、「最近利用し始めたのでわからない」2.4%となっている。

【地区別】

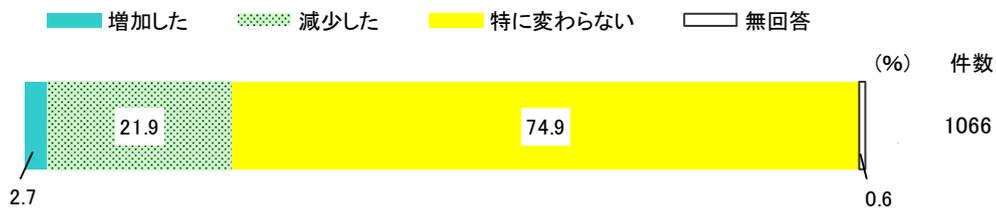
地区別にみると、「変わらない」は玉島地区で85.3%、倉敷地区で71.5%、「減っている」は水島地区で47.6%、児島地区で27.2%、「増えている」は倉敷地区で3.6%、「最近利用し始めたのでわからない」は児島地区で3.9%、玉島地区で2.8%、倉敷地区で2.5%と割合が高くなっている。



(6)大型商業施設の開店・増床による影響

1)通行する機会の変化

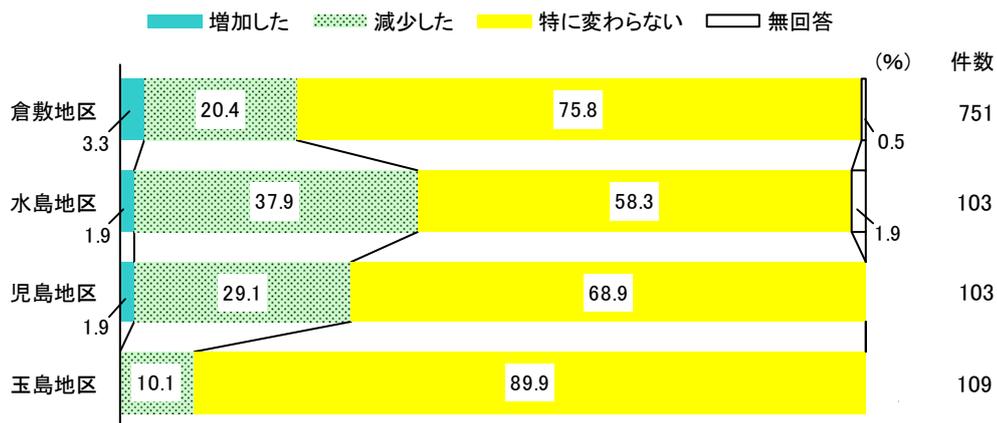
問5-1 ◆商店街を通行する機会の変化



商店街を通行する機会の変化について、「特に変わらない」が全体の7割以上(74.9%)を占め、「減少した」21.9%、「増加した」2.7%となっている。

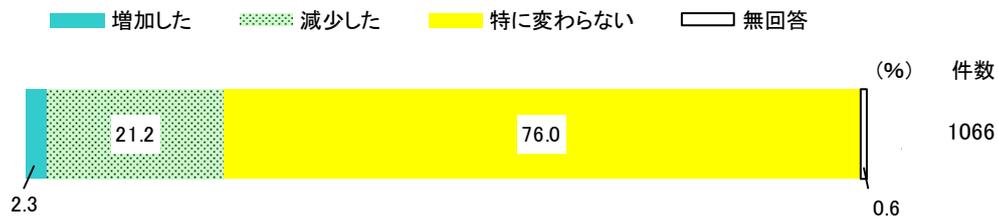
【地区別】

地区別にみると、「特に変わらない」は玉島地区で89.9%、倉敷地区で75.8%、「減少した」は水島地区で37.9%、児島地区で29.1%、「増加した」は倉敷地区で3.3%と割合が高くなっている。



2)利用頻度の変化

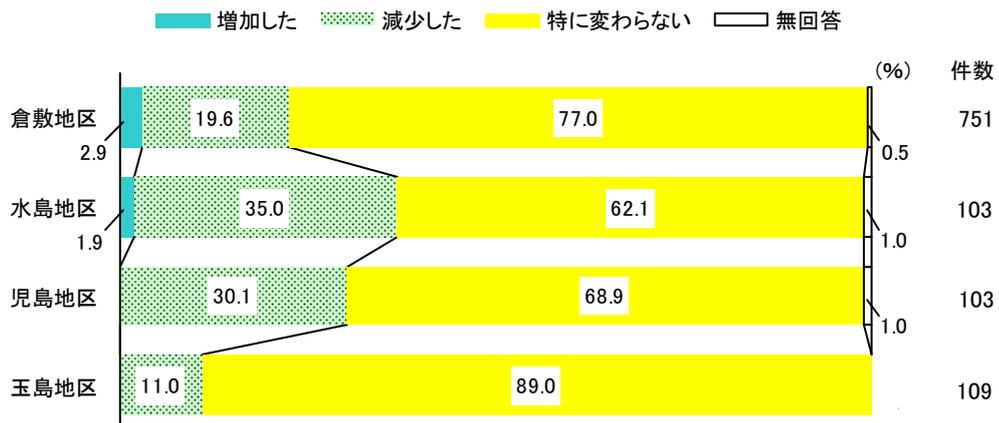
問5-2 ◆商店街を利用する頻度の変化



商店街を利用する頻度の変化について、「特に変わらない」が全体の7割以上（76.0%）を占め、「減少した」21.2%、「増加した」2.3%となっている。

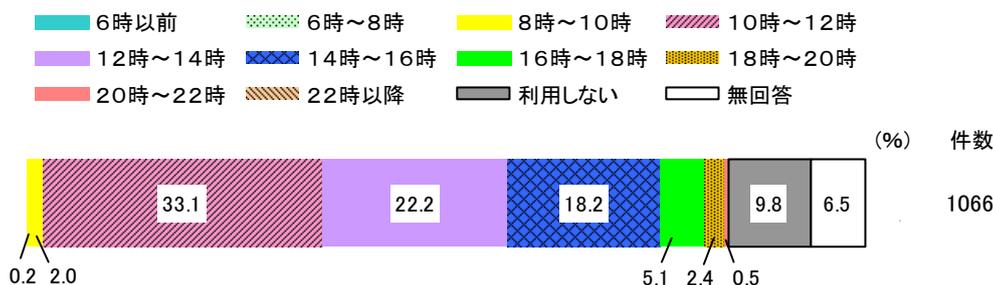
【地区別】

地区別にみると、「特に変わらない」は玉島地区で89.0%、倉敷地区で77.0%、「減少した」は水島地区で35.0%、児島地区で30.1%と割合が高くなっている。「増加した」は倉敷地区（2.9%）、水島地区（1.9%）で回答があがっている。



(7) 商店街を利用する時間帯

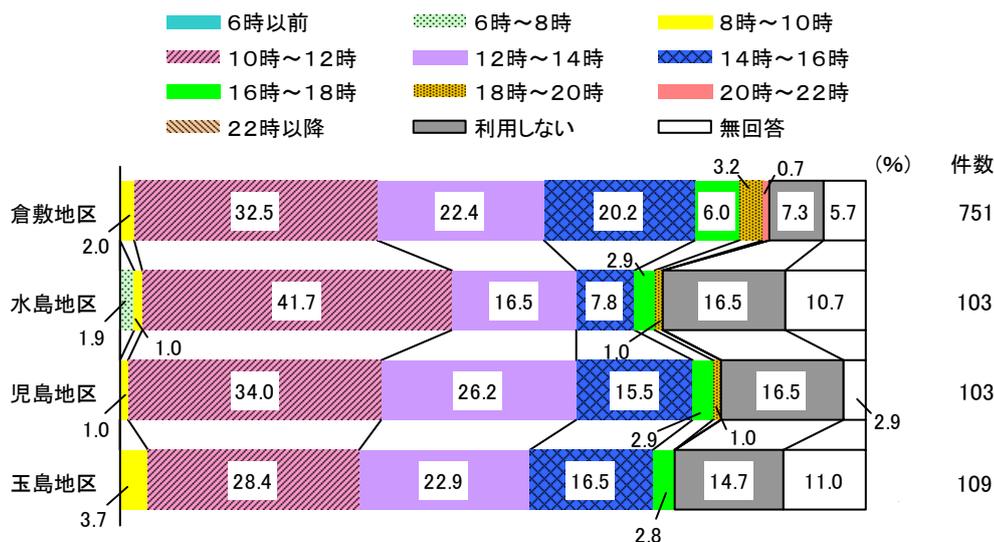
問6 ◆ 当商店街を利用する時間帯



当商店街を利用する時間帯は、「10時～12時」が全体の約3割（33.1%）を占め、以下「12時～14時」22.2%、「14時～16時」18.2%となっている。

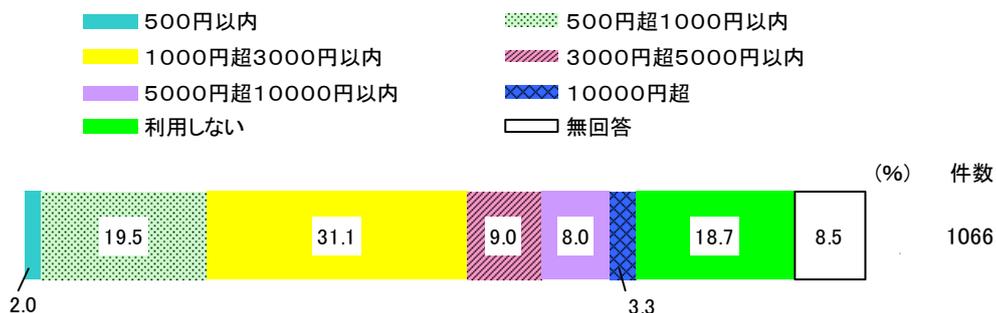
【地区別】

地区別にみると、「10時～12時」は水島地区で41.7%、児島地区で34.0%、「12時～14時」は児島地区で26.2%、玉島地区で22.9%、倉敷地区で22.4%、「14時～16時」は倉敷地区で20.2%と割合が高くなっている。



(8)商店街において1回の買い物で消費する金額

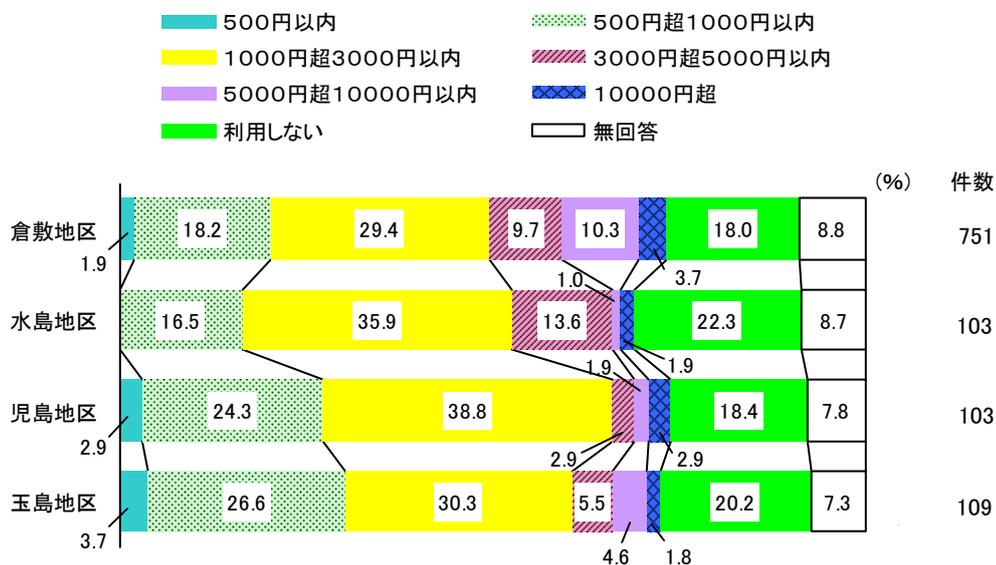
問7 ◆商店街における1回の買い物での平均消費金額



商店街における1回の買い物での平均消費金額は、「1000円超3000円以内」が全体の約3割(31.1%)を占め、以下「500円超1000円以内」19.5%、「3000円超5000円以内」9.0%、「5000円超10000円以内」8.0%となっている。「利用しない」は18.7%となっている。

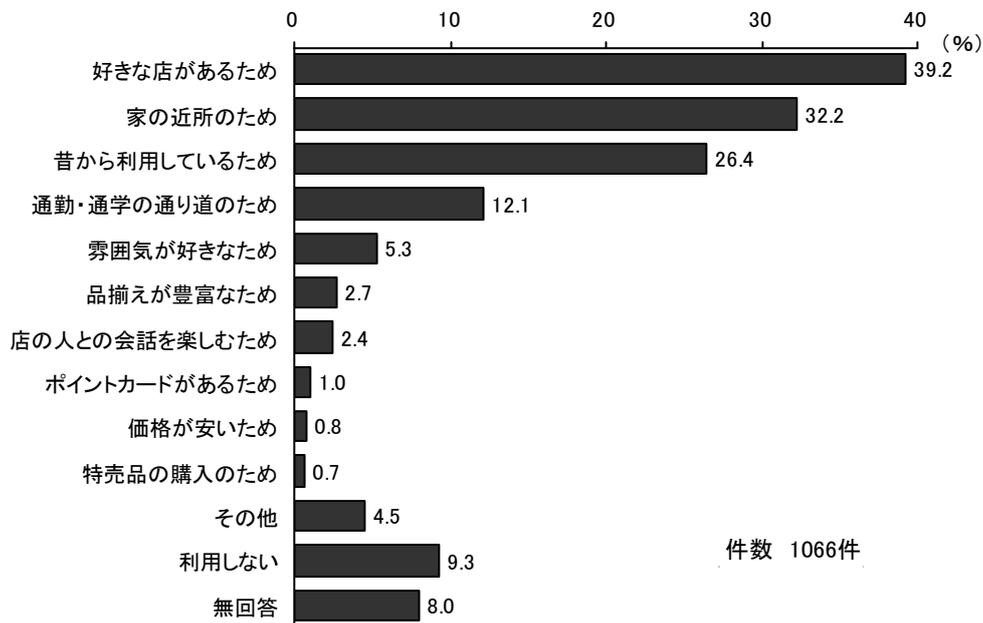
【地区別】

地区別にみると、「1000円超3000円以内」は児島地区で38.8%、水島地区で35.9%、「500円超1000円以内」は玉島地区で26.6%、児島地区で24.3%、「3000円超5000円以内」は水島地区で13.6%、倉敷地区で9.7%、「5000円超10000円以内」は倉敷地区で10.3%、「利用しない」は水島地区で22.3%、玉島地区で20.2%と割合が高くなっている。



(9) 商店街を利用する理由

問8 ◆ 当商店街を利用する理由（回答は3つまで）



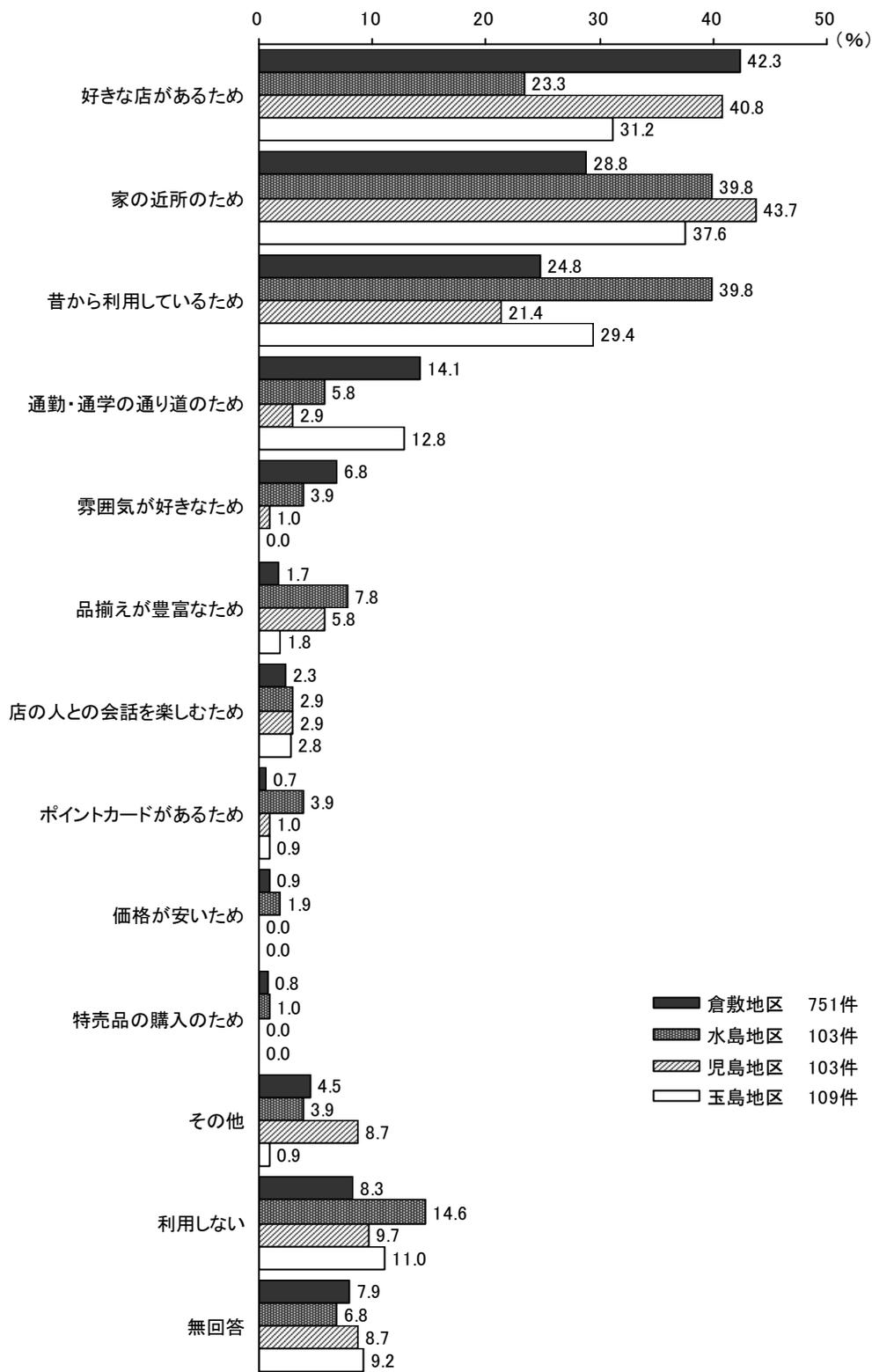
その他の利用する理由)

・ 通りがかり、通り道 ・ 散歩、運動 ・ 病院 など

当商店街を利用する理由について、「好きな店があるため」39.2%が最も多く、以下「家の近所のため」32.2%、「昔から利用しているため」26.4%、「通勤・通学の通り道のため」12.1%などの割合が高くなっている。

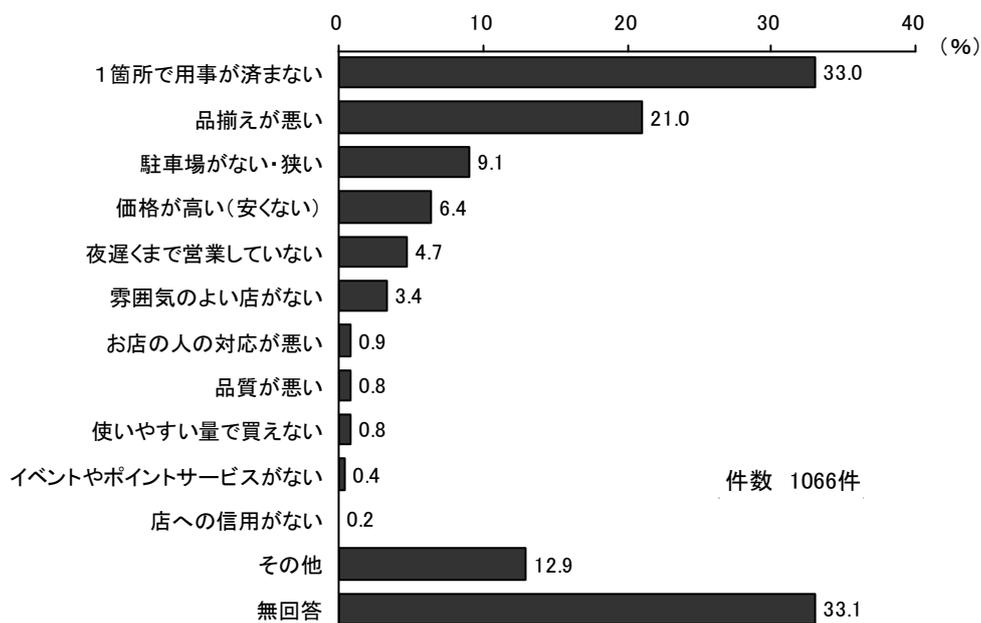
【地区別】

地区別にみると、「好きな店があるため」は倉敷地区で 42.3%、児島地区で 40.8%、「家の近所のため」は児島地区で 43.7%、水島地区で 39.8%、玉島地区で 37.6%、「昔から利用しているため」は水島地区で 39.8%、玉島地区で 29.4%、「通勤・通学の通り道のため」は倉敷地区で 14.1%、玉島地区で 12.8%と割合が高くなっている。



(10) 商店街を利用しない理由

問9 ◆当商店街を利用しない理由（回答は3つまで）



その他の利用しない理由)

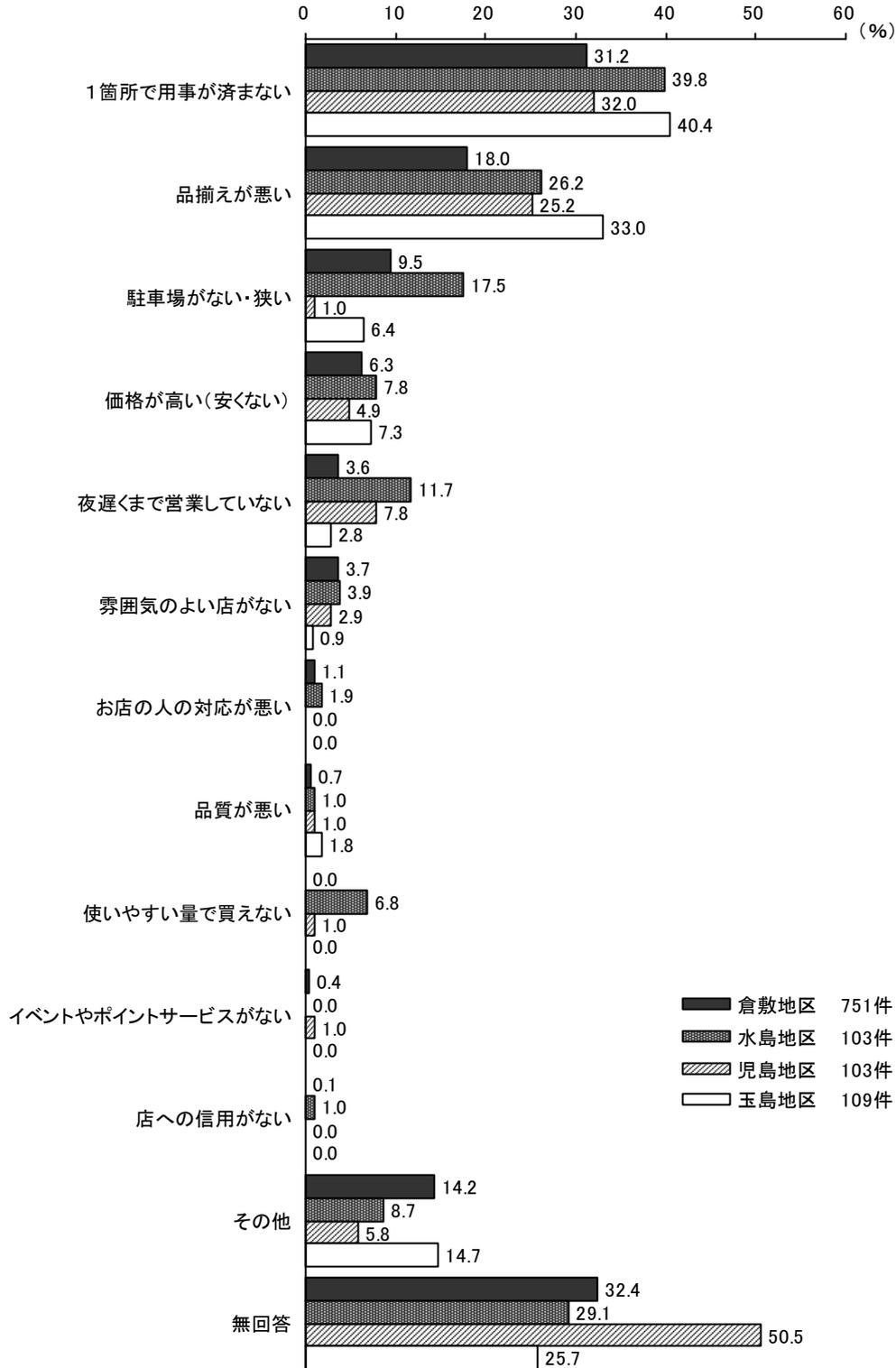
- ・欲しいものがないから
- ・遠いから
- ・用事、必要がないから
- ・店がよくわからないから
- ・近所の店に行くから
- ・魅力、活気がないから
- ・気になる店がないから
- ・暗い、汚いから
- ・理由はない など

当商店街を利用しない理由について、「1箇所で用事が済まない」33.0%が最も多く、以下「品揃えが悪い」21.0%、「駐車場がない・狭い」9.1%、「価格が高い(安くない)」6.4%などの割合が高くなっている。

「その他」の理由として、「欲しいものがない」「遠いから」「用事、必要がない」などがあがっている。

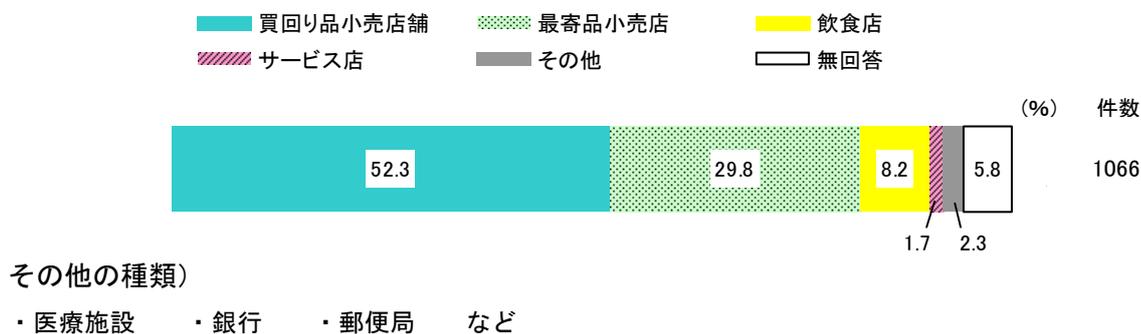
【地区別】

地区別にみると、「1箇所です事が済まない」は玉島地区で40.4%、水島地区で39.8%、「品揃えが悪い」は玉島地区で33.0%、水島地区で26.2%、児島地区で25.2%、「駐車場がない・狭い」は水島地区で17.5%、倉敷地区で9.5%、「価格が高い(安くない)」は水島地区で7.8%、玉島地区で7.3%と割合が高くなっている。



(11)よく利用するお店の種類

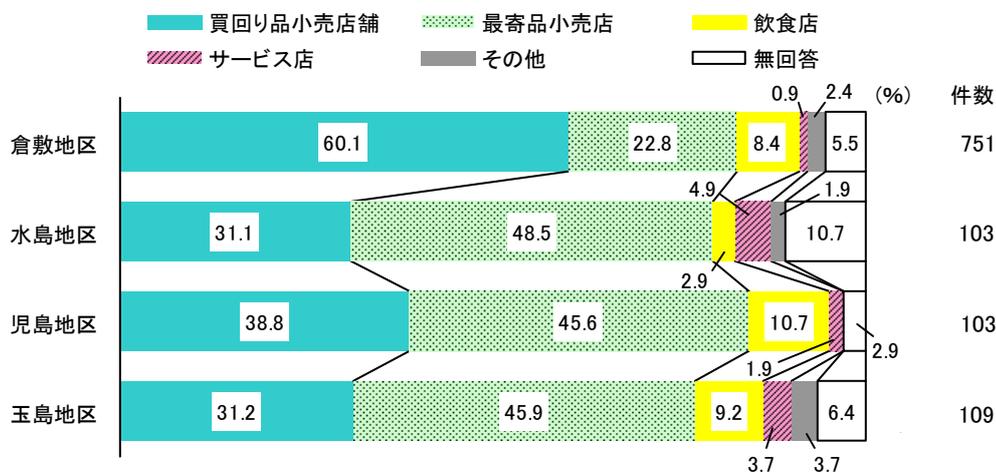
問 10◆よく利用するお店の種類



よく利用するお店の種類は、「買回り品小売店舗」が全体の約半数（52.3%）を占め、以下「最寄品小売店」29.8%、「飲食店」8.2%、「サービス店」1.7%となっている。

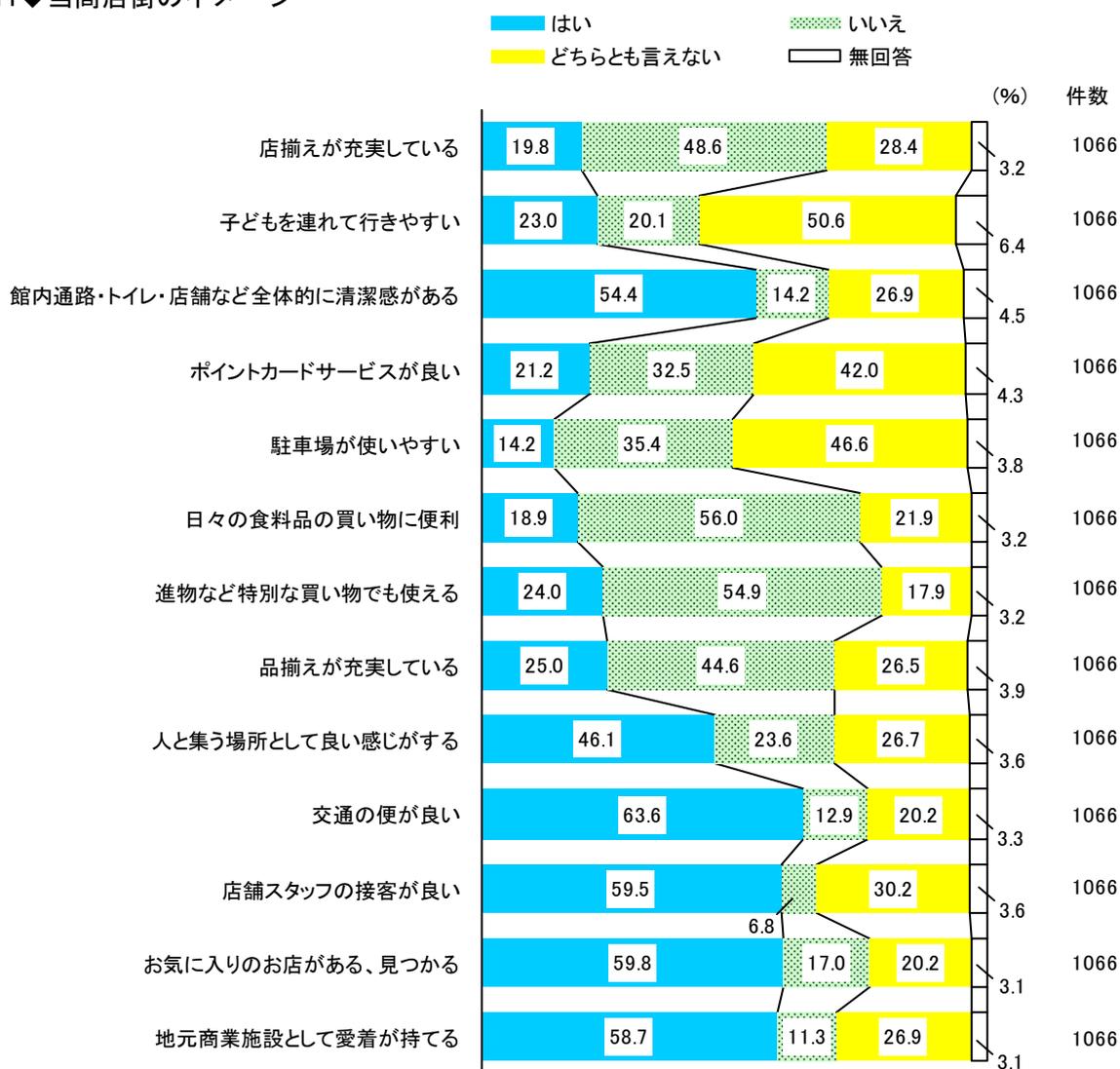
【地区別】

地区別にみると、「買回り品小売店舗」は倉敷地区で60.1%、「最寄品小売店」は水島地区で48.5%、玉島地区で45.9%、児島地区で45.6%、「飲食店」は児島地区で10.7%、玉島地区で9.2%、倉敷地区で8.4%、「サービス店」は水島地区で4.9%、玉島地区で3.7%、児島地区で1.9%と割合が高くなっている。



(12)商店街のイメージ

問 11◆当商店街のイメージ

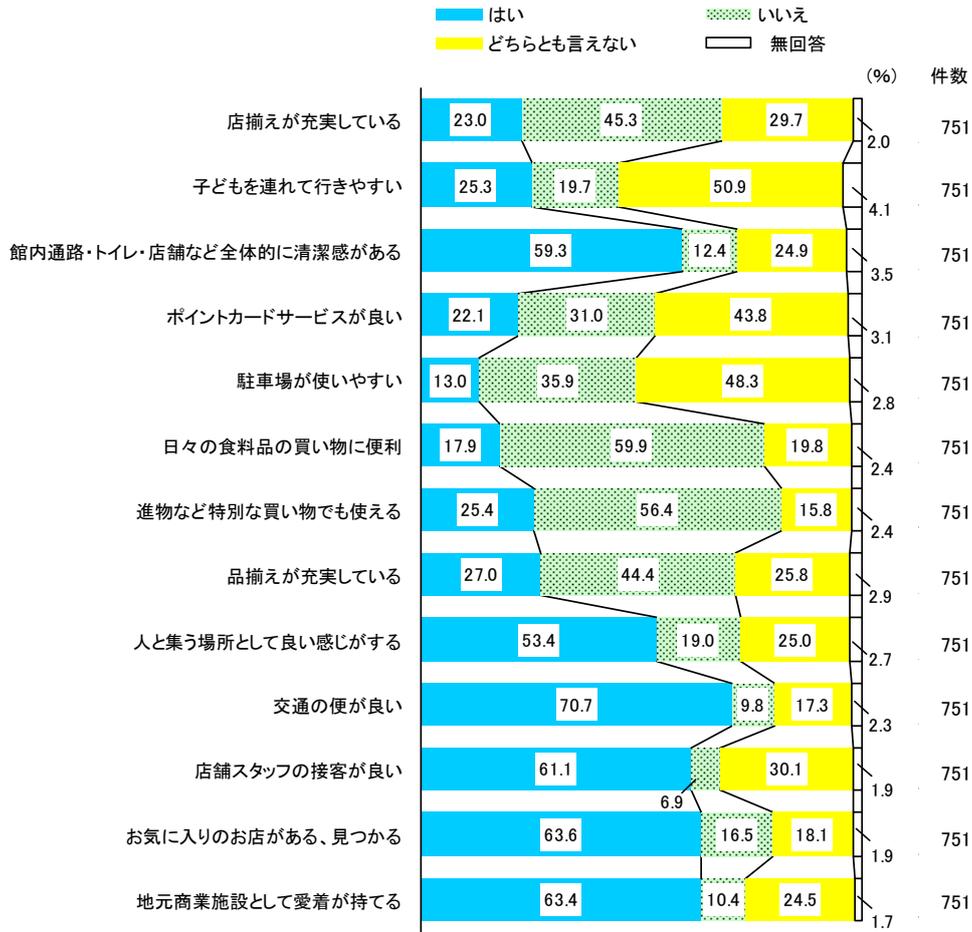


当商店街のイメージについて、「はい」の割合が高いものは「交通の便が良い」63.6%、「お気に入りのお店がある、見つかる」59.8%、「店舗スタッフの接客が良い」59.5%などとなっている。「いいえ」の割合が高いものは「日々の食料品の買い物に便利」56.0%、「進物など特別な買い物でも使える」54.9%などとなっている。「どちらとも言えない」の割合が高いものは「子どもを連れて行きやすい」50.6%、「駐車場が使いやすい」46.6%、「ポイントカードサービスが良い」42.0%などとなっている。

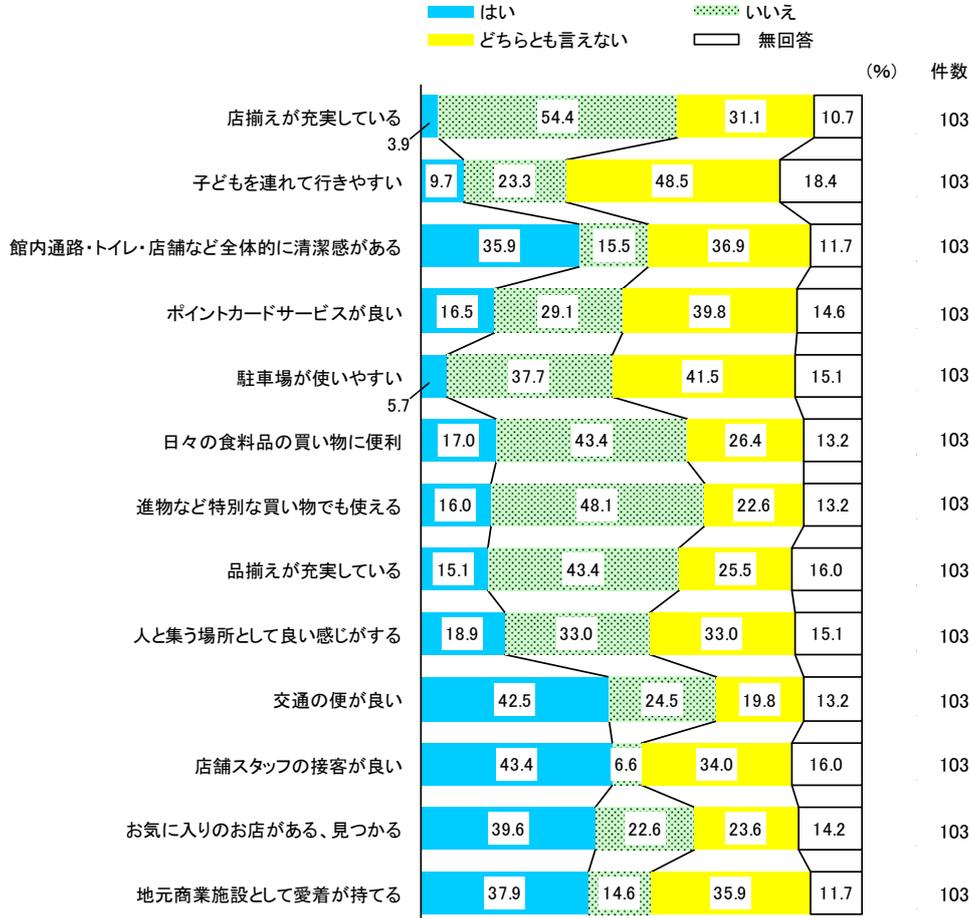
【地区別】

地区別にみると、「はい」の割合が高いものについて「交通の便が良い」は倉敷地区で70.7%、「お気に入りのお店がある、見つかる」は倉敷地区で63.6%、「店舗スタッフの接客が良い」は玉島地区で64.9%、倉敷地区で61.1%となっている。「いいえ」の割合が高いものについて、「日々の食料品の買い物に便利」玉島地区で61.3%、倉敷地区で59.9%、「進物など特別な買い物でも使える」は玉島地区で64.9%、倉敷地区で56.4%となっている。「どちらとも言えない」の割合が高いものについて、「子どもを連れて行きやすい」は倉敷地区で50.9%、「駐車場が使いやすい」は倉敷地区で48.3%、「ポイントカードサービスが良い」は倉敷地区で43.8%となっている。

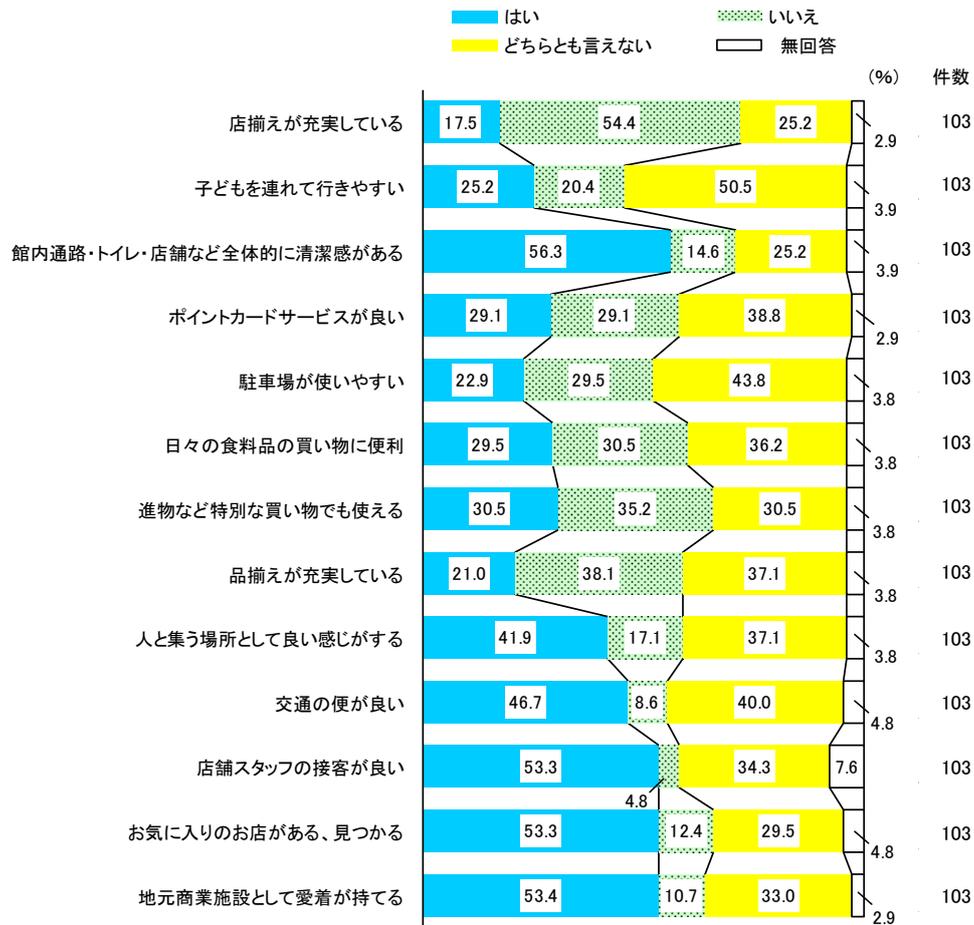
倉敷地区



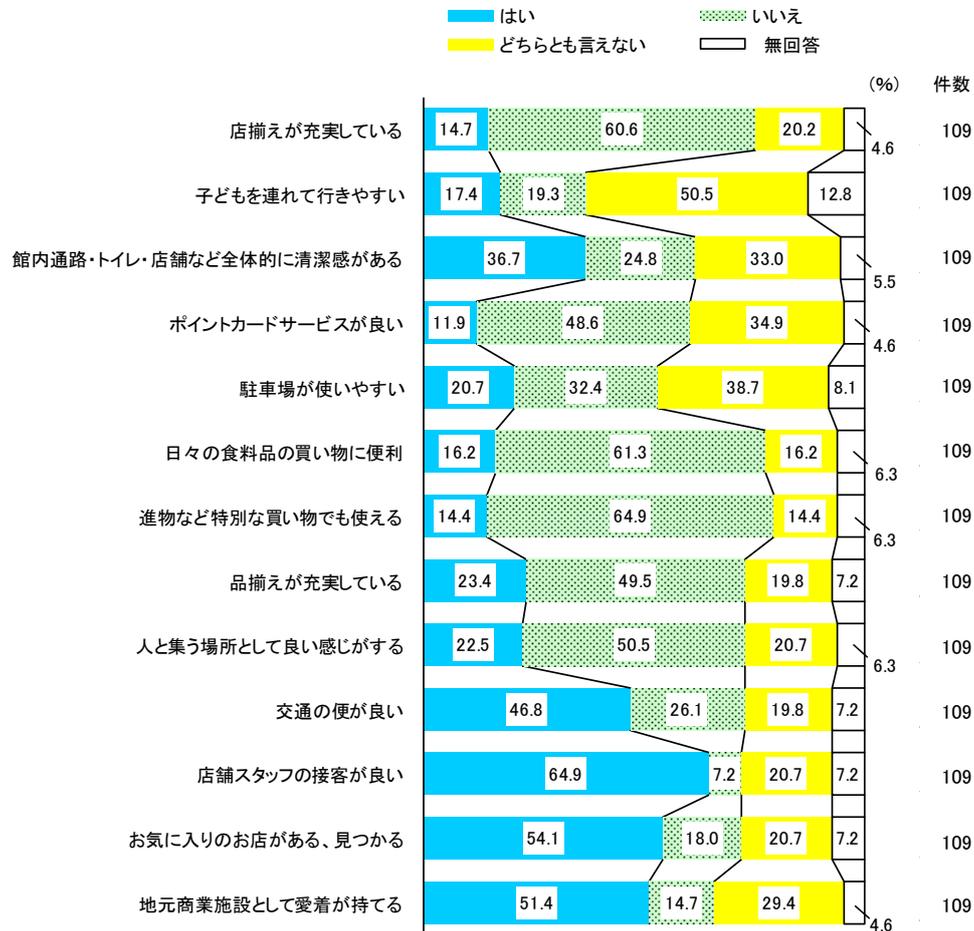
水島地区



児島地区



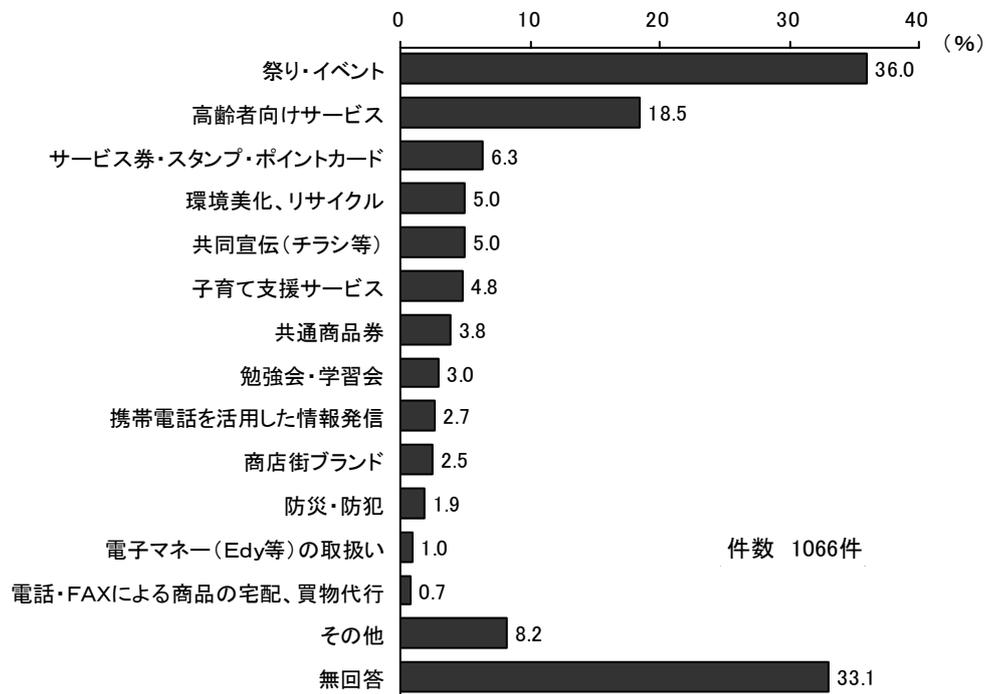
玉島地区



(13) 商店街の利用促進のために必要なこと

1) ソフト事業について

問 12◆利用促進に必要なソフト事業（回答は3つまで）



その他のソフト事業)

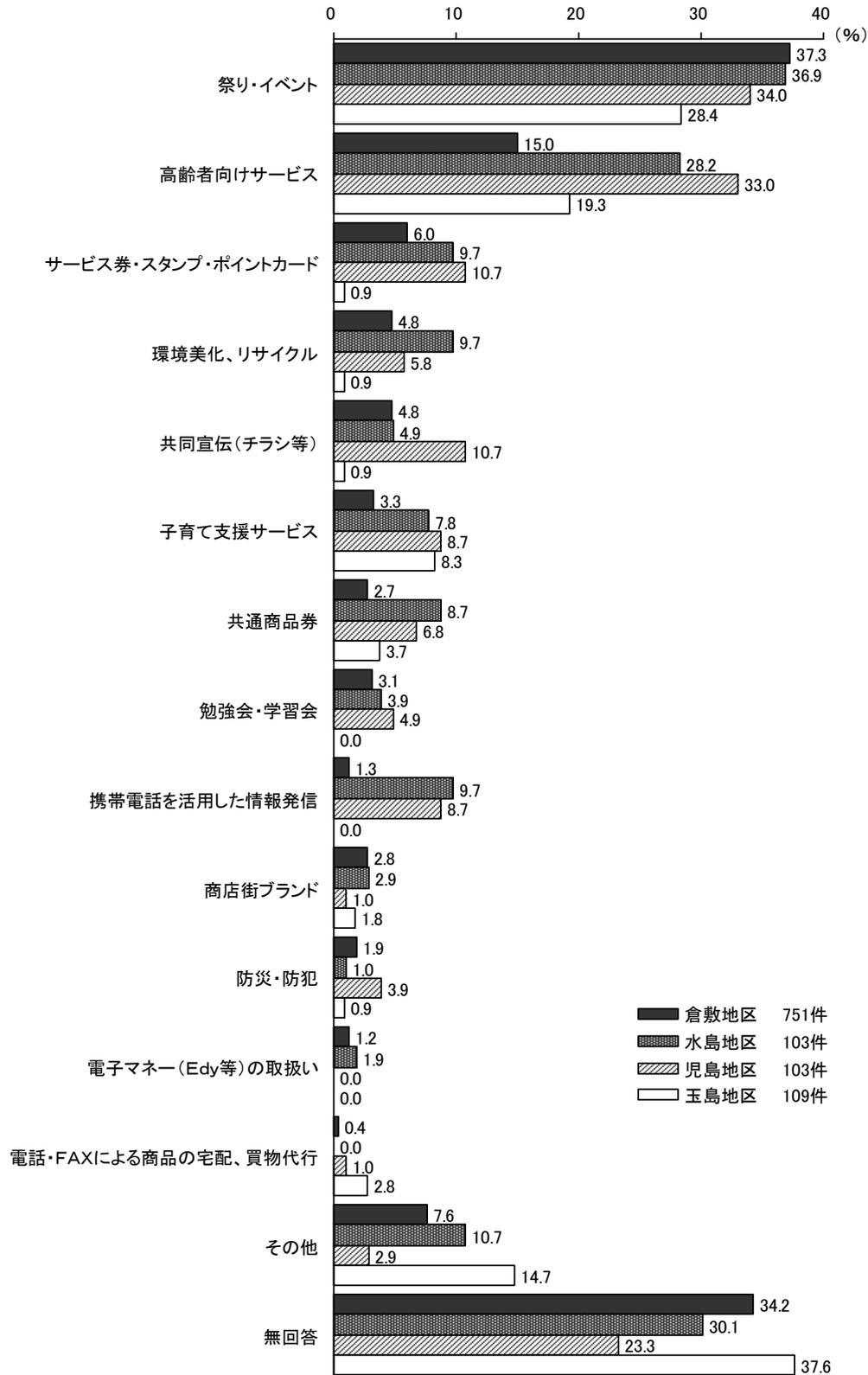
- ・ 宣伝強化（メディア等との協力）
- ・ 営業時間の延長
- ・ 接客態度の改善
- ・ 新店舗、若者向け店舗の誘致
- ・ 空き店舗の活用
- ・ 朝市を増やす
- ・ 品揃えの充実
- ・ 若者向けイベントの企画
- ・ 特売日の設定
- ・ 高齢者向けのコミュニティをつくる など

利用促進に必要なソフト事業について、「祭り・イベント」36.0%が最も多く、以下「高齢者向けサービス」18.5%、「サービス券・スタンプ・ポイントカード」6.3%、「環境美化、リサイクル」5.0%、「共同宣伝（チラシ等）」5.0%などの割合が高くなっている。

「その他」のソフト事業として、「宣伝強化（メディアとの協力）」「営業時間の延長」「接客態度の改善」などがあがっている。

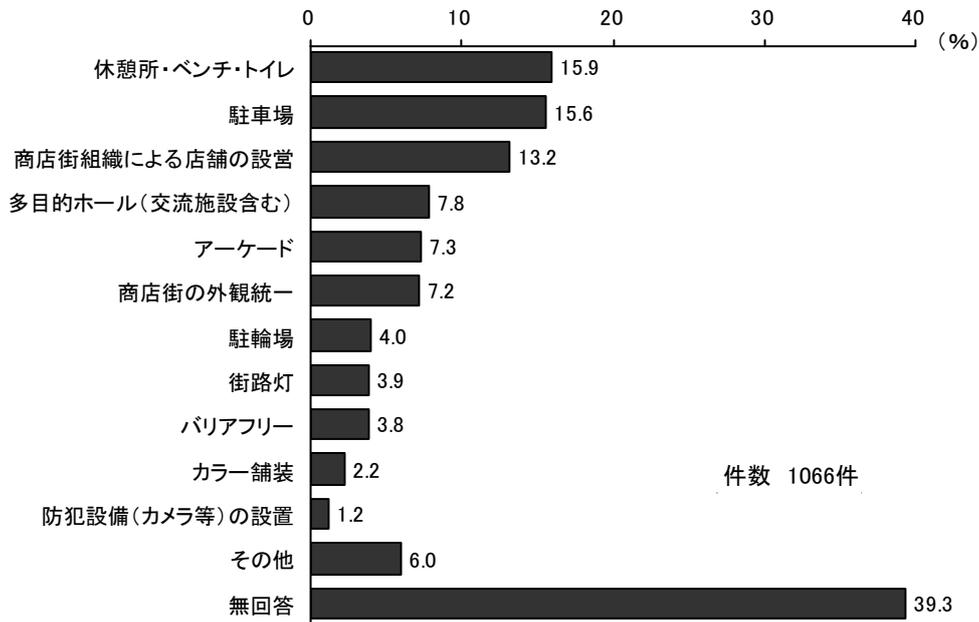
【地区別】

地区別にみると、「祭り・イベント」は倉敷地区で 37.3%、水島地区で 36.9%、「高齢者向けサービス」は児島地区で 33.0%、水島地区で 28.2%、玉島地区で 19.3%、「サービス券・スタンプ・ポイントカード」は児島地区で 10.7%、水島地区で 9.7%、「環境美化、リサイクル」は水島地区で 9.7%、児島地区で 5.8%、「共同宣伝（チラシ等）」は児島地区で 10.7%と割合が高くなっている。



2)ハード事業について

問 12◆利用促進に必要なハード事業



その他のハード事業)

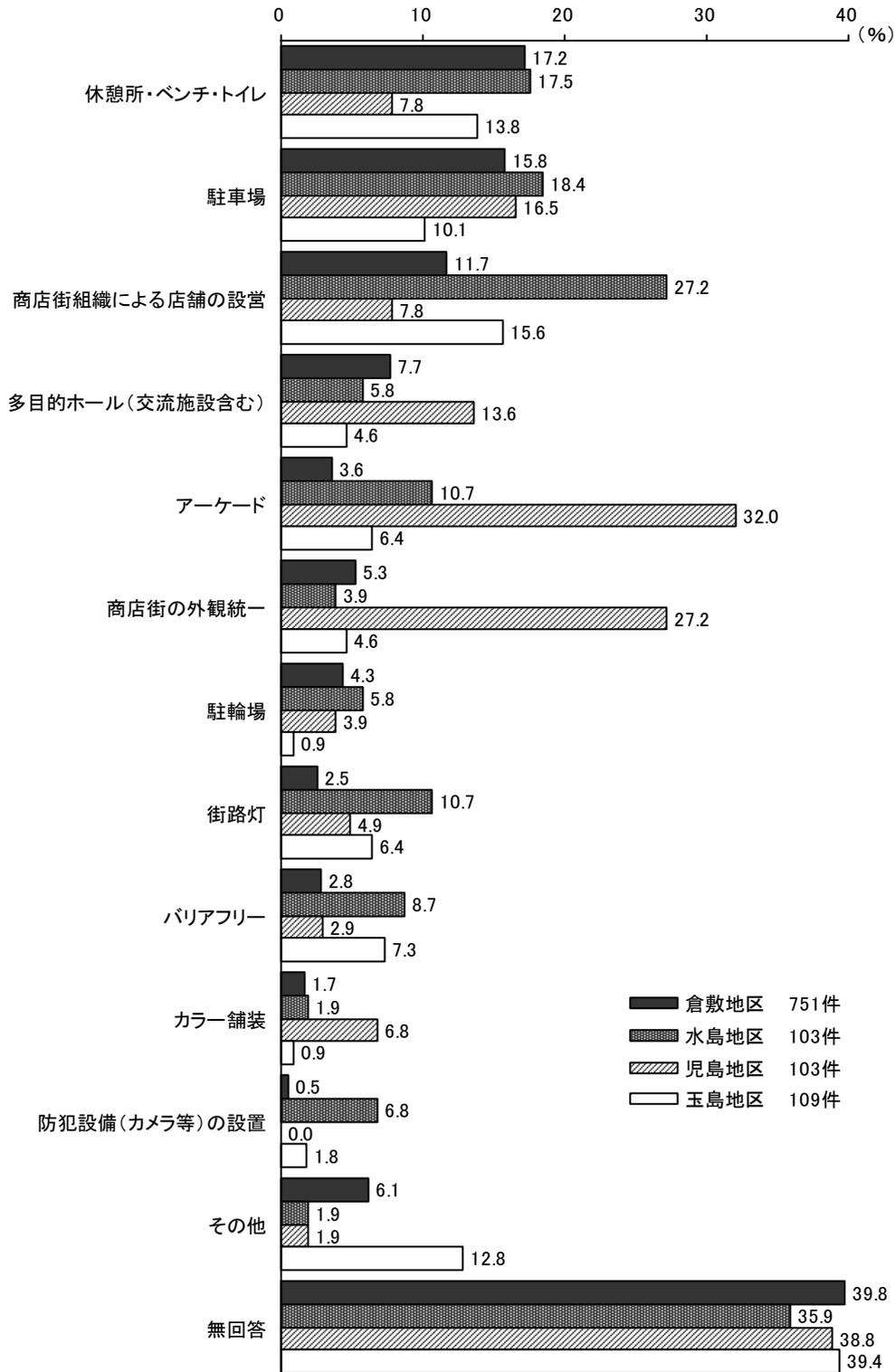
- ・ 駐車場の充実 ・ 改修、整備 ・ 無料自転車の設置 ・ 車両規制
- ・ トイレの増設 ・ コミュニティスペースの充実 など

利用促進に必要なハード事業について、「休憩所・ベンチ・トイレ」15.9%が最も多く、以下「駐車場」15.6%、「商店街組織による店舗の設営」13.2%、「多目的ホール（交流施設含む）」7.8%などの割合が高くなっている。

「その他」のハード事業として、「駐車場の充実」「改修、整備」「無料自転車の設置」などがあがっている。

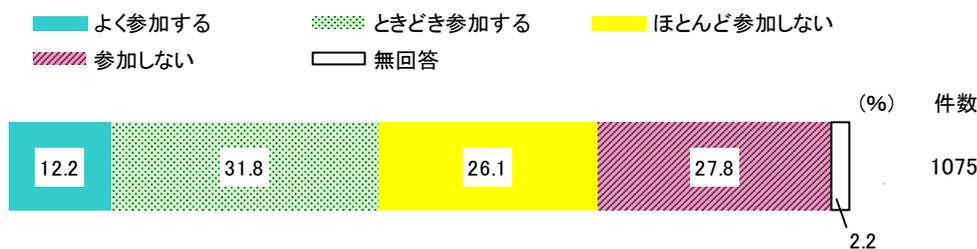
【地区別】

地区別にみると、「休憩所・ベンチ・トイレ」は水島地区で 17.5%、倉敷地区で 17.2%、「駐車場」は水島地区で 18.4%、児島地区で 16.5%、倉敷地区で 15.8%、「商店街組織による店舗の設営」は水島地区で 27.2%、玉島地区で 15.6%、「多目的ホール（交流施設含む）」は児島地区で 13.6%と割合が高くなっている。



(14)商店街で行われるイベントへの参加状況

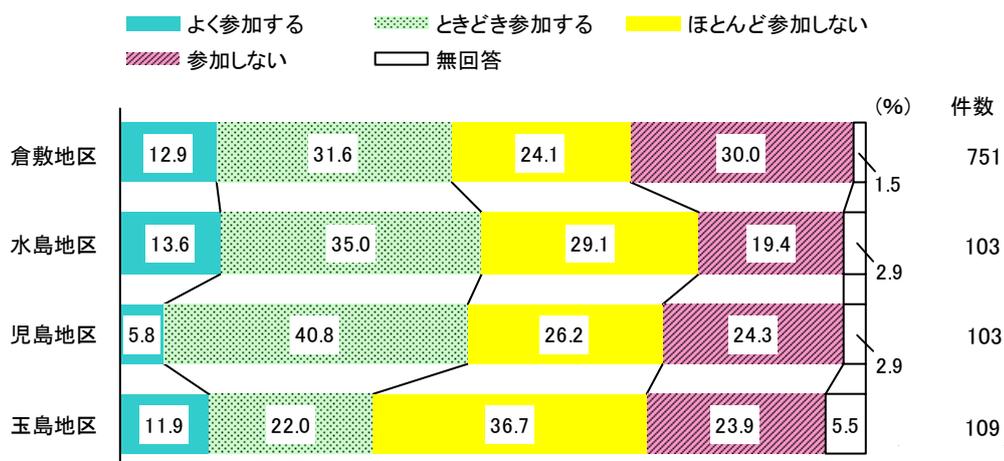
問 13◆商店街で行われるイベントへの参加状況



商店街で行われるイベントへの参加状況について、「ときどき参加する」が全体の約 3 割 (31.8%) を占め、以下「参加しない」27.8%、「ほとんど参加しない」26.1%、「よく参加する」12.2%となっている。

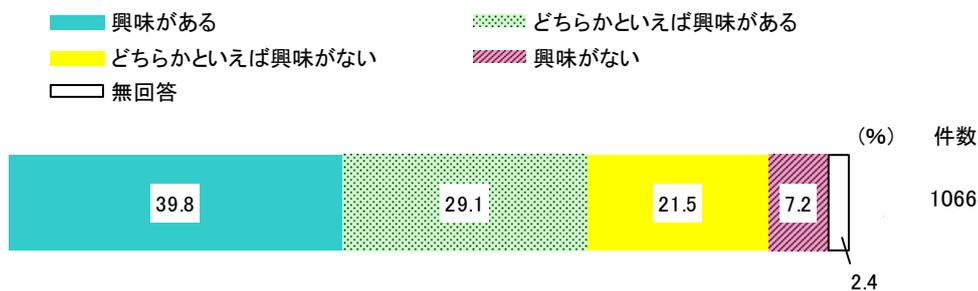
【地区別】

地区別にみると、「ときどき参加する」は児島地区で 40.8%、水島地区で 35.0%、「参加しない」は倉敷地区で 30.0%、「ほとんど参加しない」は玉島地区で 36.7%、水島地区で 29.1%、児島地区で 26.2%、「よく参加する」は水島地区で 13.6%、倉敷地区で 12.9%と割合が高くなっている。



(15)商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心

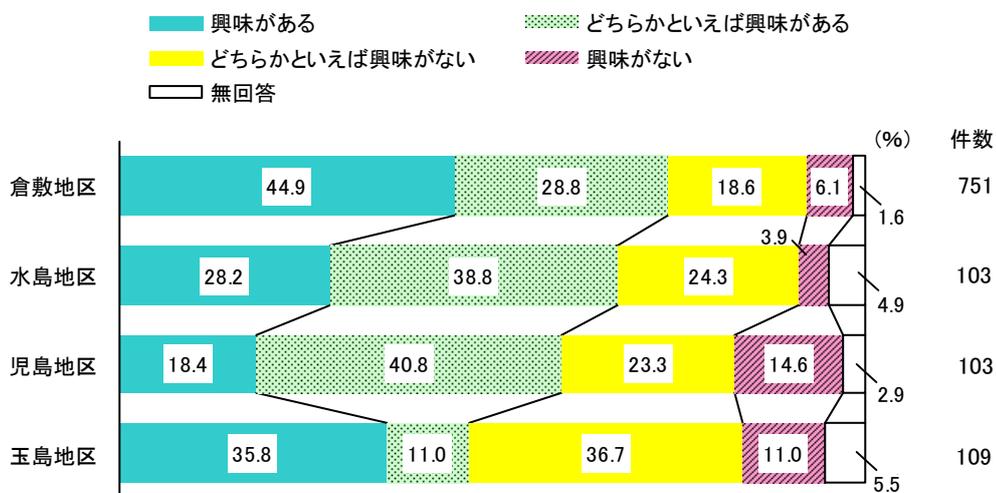
問 14◆商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心



商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心について、「興味がある」が全体の約 4 割（39.8%）を占め、以下「どちらかといえば興味がある」29.1%、「どちらかといえば興味がない」21.5%、「興味がない」7.2%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「興味がある」は倉敷地区で 44.9%、「どちらかといえば興味がある」は児島地区で 40.8%、水島地区で 38.8%、「どちらかといえば興味がない」は玉島地区で 36.7%、水島地区で 24.3%、児島地区で 23.3%、「興味がない」は児島地区で 14.6%、玉島地区で 11.0%と割合が高くなっている。



(16)商店街活性化に向けた取り組みへの協力

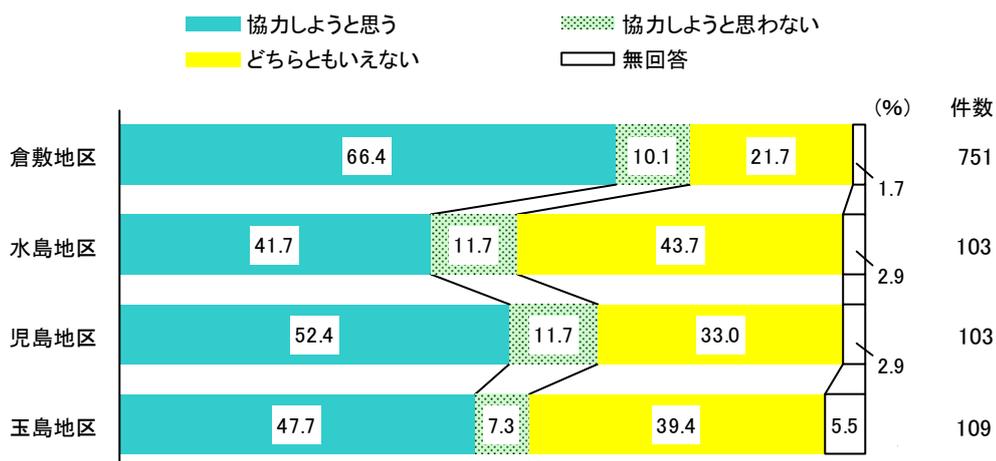
問 15◆商店街活性化やまちづくりの取り組みへの協力



商店街活性化やまちづくりの取り組みへの協力について、「協力しようと思う」が全体の約 6 割 (60.8%) を占め、「どちらともいえない」26.7%、「協力しようと思わない」10.1%となっている。

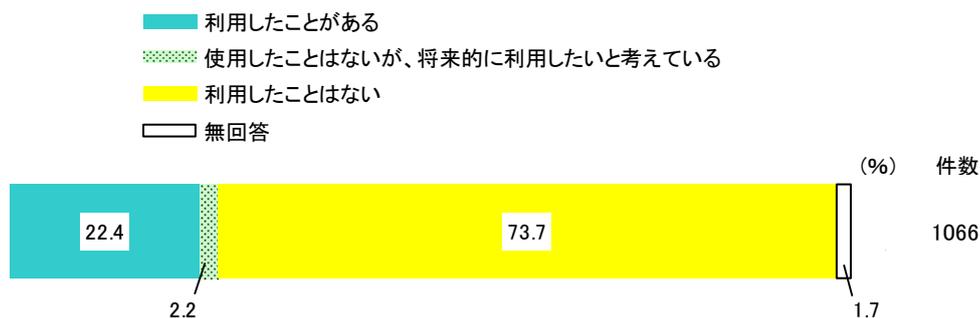
【地区別】

地区別にみると、「協力しようと思う」は倉敷地区で 66.4%、「どちらともいえない」は水島地区で 43.7%、玉島地区で 39.4%、児島地区で 33.0%、「協力しようと思わない」は水島地区と児島地区で 11.7% と割合が高くなっている。



(17)電子マネーの利用状況

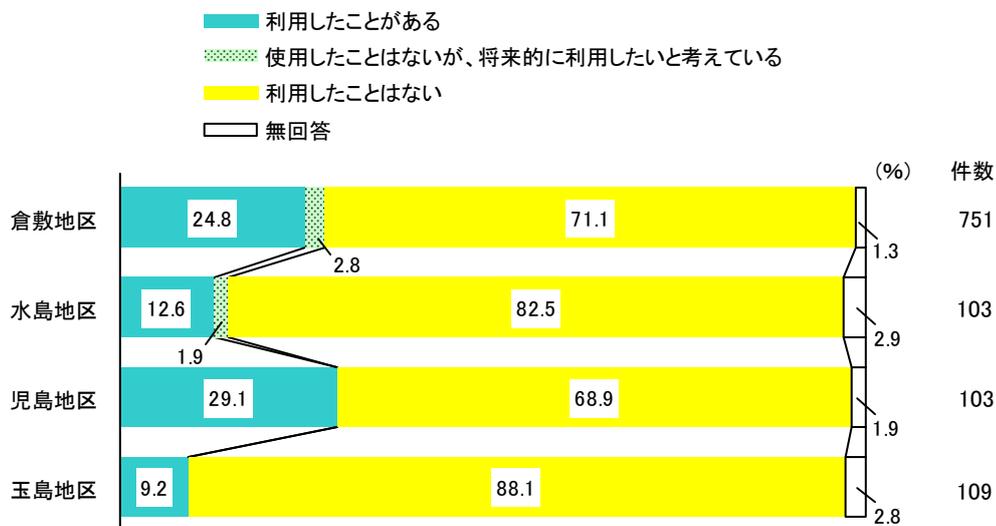
問 16◆電子マネーの利用状況



電子マネーの利用状況について、「利用したことはない」が全体の7割以上（73.7%）を占め、「利用したことがある」22.4%、「利用したことはないが、将来的に利用したいと考えている」2.2%となっている。

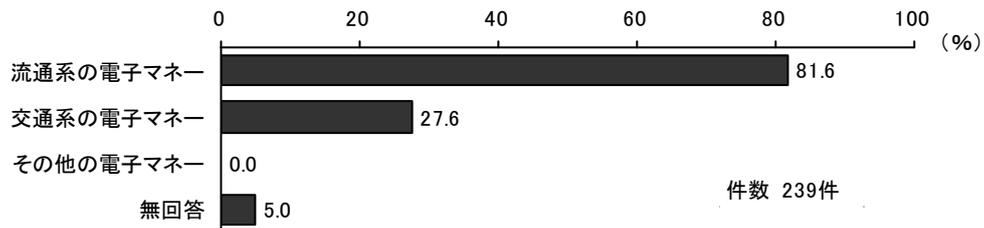
【地区別】

地区別にみると、「利用したことはない」は玉島地区で88.1%、水島地区で82.5%、「利用したことがある」は児島地区で29.1%、倉敷地区で24.8%と割合が高くなっている。「利用したことはないが、将来的に利用したいと考えている」は、倉敷地区と水島地区で回答があがっている。



(問 16 で「利用したことがある」と回答された場合に)

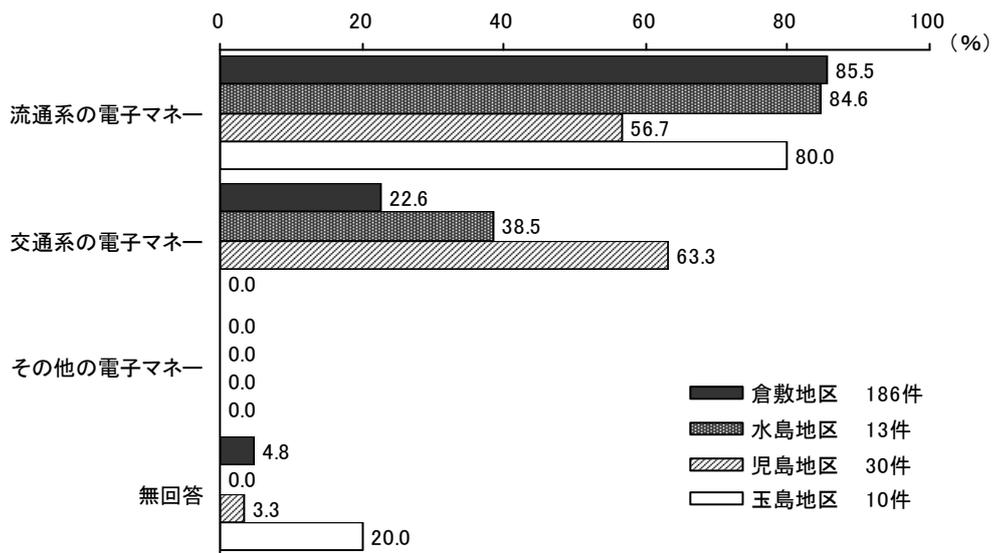
問 16-1 ◆利用している電子マネーの種類 (複数回答可)



利用している電子マネーの種類は、「流通系の電子マネー」が 81.6%、「交通系の電子マネー」が 27.6% となっている。

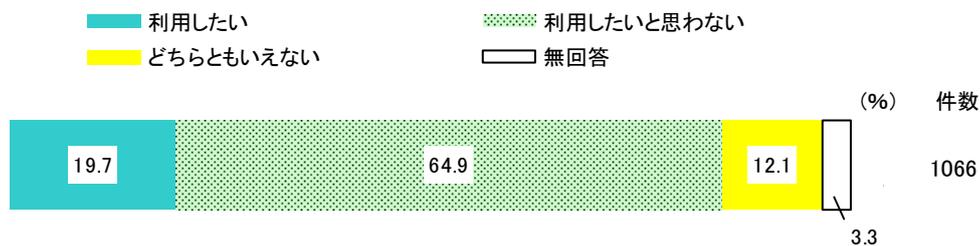
【地区別】

地区別にみると、「流通系の電子マネー」は倉敷地区で 85.5%、水島地区で 84.6%、「交通系の電子マネー」は児島地区で 63.3%、水島地区で 38.5%と割合が高くなっている。



(18)商店街での電子マネーの利用意向

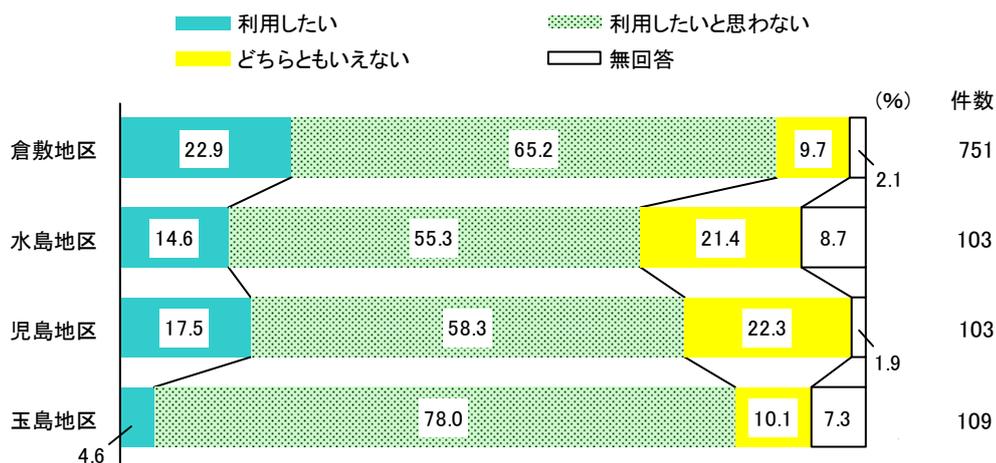
問 17◆商店街での電子マネーの利用意向



電子マネーの利用状況について、「利用したいと思わない」が全体の6割以上(64.9%)を占め、「利用したい」19.7%、「どちらともいえない」12.1%となっている。

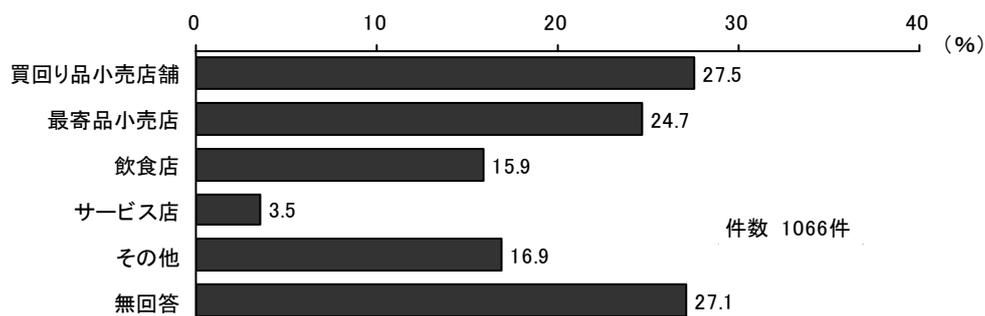
【地区別】

地区別にみると、「利用したいと思わない」は玉島地区で78.0%、倉敷地区で65.2%、「利用したい」は倉敷地区で22.9%、「どちらともいえない」は児島地区で22.3%、水島地区で21.4%と割合が高くなっている。



(19) 商店街に必要な店の業種・業態

問 18◆商店街に必要な店の業種・業態（回答は3つまで）



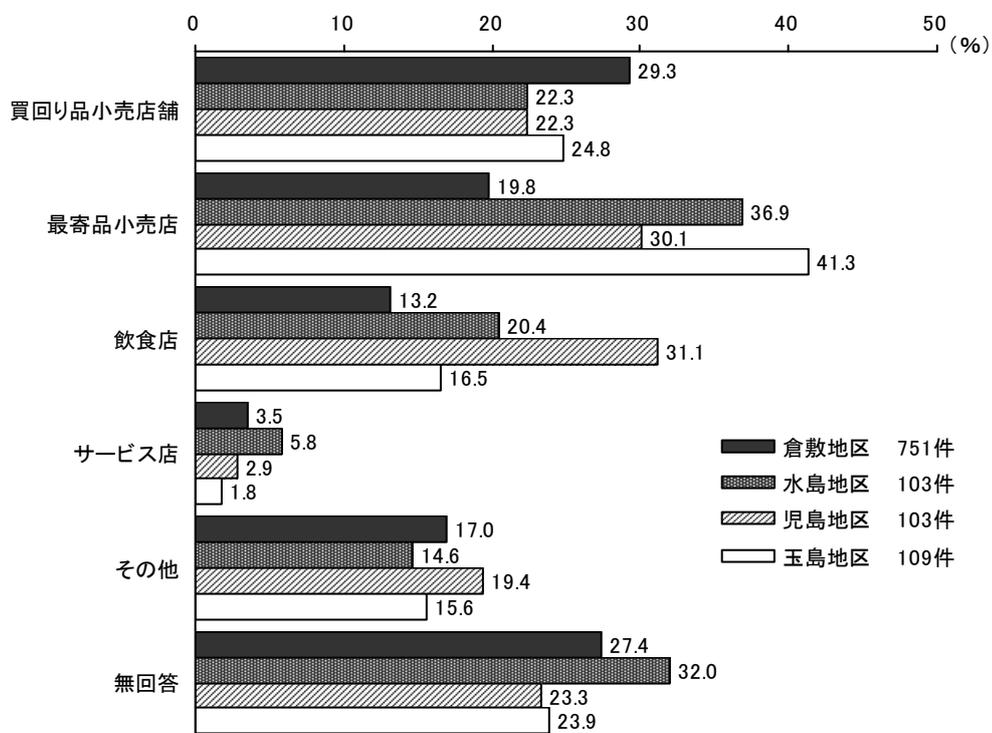
その他の業種・業態)

- ・医療施設
- ・高齢者、若者向けのお店
- ・公共施設
- ・魅力のあるお店
- ・倉敷らしいお店
- など

商店街に必要な店の業種・業態について、「買回り品小売店舗」27.5%が最も多く、以下「最寄品小売店」24.7%、「飲食店」15.9%、「サービス店」3.5%となっている。

【地区別】

地区別にみると、「買回り品小売店舗」は倉敷地区で29.3%、「最寄品小売店」は玉島地区で41.3%、水島地区で36.9%、児島地区で30.1%、「飲食店」は児島地区で31.1%、水島地区で20.4%、玉島地区で16.5%、「サービス店」は水島地区で5.8%と割合が高くなっている。



(20)自由意見

問 19◆その他、商店街に対するご意見・ご要望

意見	件数
飲食店を充実させる	30
寂しい、活性化してほしい	20
駐車場を充実させる	18
若者を呼び込む企画をする(店舗誘致、イベント企画等)	15
専門店を誘致する(衣料品、ホビー、ペットショップ、ジーンズメーカー等)	12
イベントを開催して活気づける	10
書店、文具店がほしい	7
雑貨屋を誘致する	7
営業日、営業時間の拡大	6
食料品店の充実	6
朝市の回数、時間帯を見直す	5
中年向けの店舗を充実させる	5
高齢者向けの店舗、施設を充実させる	4
観光客への周辺案内、商店街経由の誘導路を整備する	4
空き店舗を減らす、活用する	3
子連れに対応する、子ども用品店を誘致する	3
自転車、車両への安全対策	3
バスの充実	3
暗い、アーケードを取って明るくする	3
商店の種類を増やす	3
防犯性を高める	2
トイレを増設する	2
宣伝強化	1
わからない	13
特になし	5
その他	41

「飲食店を充実させる」「寂しい、活性化してほしい」「駐車場を充実させる」「若者を呼び込む企画をする(店舗誘致、イベント企画等)」「専門店を誘致する(衣料品、ホビー、ペットショップ、ジーンズメーカー等)」「イベントを開催して活気づける」などの意見が多くなっている。

IV 調査結果からみた課題と目指す方向性

1 商店街を取り巻く状況

近年の商店街を取り巻く状況は、かねてからの不況に加えて、中心市街地の人口減少や郊外の大型商業施設への消費者の流出などの構造的な外部環境の変化により、全国的にたいへん厳しいものとなっている。中小企業庁委託事業「平成 21 年度商店街実態調査報告書」によれば、全国の商店街の最近の景況で「衰退している」が 44.2%と最も多い回答となっている。また、最近 3 年間の来街者数の変化についても「減った」が 76.8%となっている。さらに商店街の空き店舗の状況についてみると、全体では 39.2%、中国地方では 42.4%が最近 3 年間で空き店舗は「増えた」と回答している。

一方、本調査の結果から倉敷市の商店街の状況を見ると、最近の景況について商店街代表者の 52.0%、商店主の 34.4%が「衰退している」と回答している。また、ここ 3 年間の来街者数について代表者の 68.0%が「減った」と回答している。過去 3 年間の空き店舗の変化について代表者の 52.0%が「増えた」と回答している。このように、来街者数が減少し、景況が衰退し、空き店舗が増えていくという様子が全国的にも倉敷市においても確認できる。

◆商店街を取り巻く状況は厳しく、来街者数が減少し、景況が衰退し、空き店舗が増えている。

2 大型商業店舗の出店・増床の影響

商店街代表者調査の結果によれば、来街者数が減少した原因について、「業種・業態の不足 (35.3%)」「魅力ある店舗の減少 (52.9%)」などがあげられているが、最も回答が多かったのは「近郊の大型店の進出 (70.6%)」であった。平成 23 年は、倉敷市に大型商業施設の出店・増床が相次いだ。平成 23 年 10 月末の「イオンモール倉敷」の全館リニューアルオープンを皮切りに、同 11 月末には「アリオ倉敷」が、同 12 月初日に「三井アウトレットパーク倉敷」が続けてオープンした。

これらの大型商業施設の出店・増床の影響による景況感の変化について、商店主の 37.1%が「悪化した」と回答している。来街者の減少についても、37.7%が「減少した」と回答している。また、代表者の 40.0%は通行量が「減少した」と回答している。ところが来街者調査結果では、商店街を通行する機会が「減少した」とする回答は 21.9%であり、商店街を利用する頻度が「減少した」とする回答は 21.2%である。また、倉敷地区で行った別の調査によれば、平成 23 年 12 月 4 日（日）の倉敷駅周辺の通行量は、平成 22 年 8 月における通行量に比べて 3.5 倍にもなったという結果が出ている（倉敷市周辺通行量調査）。大型商業施設の出店が「呼び水」となって、倉敷駅周辺に人が流入し、エリア全体として通行量が増えることで、地元商店街への回遊性促進へとつながる動きも一方では確認できる。

このように、代表者・商店主は来街者の減少傾向を感じているが、倉敷駅周辺というエリア全体で見ると、通行量は必ずしも減少しておらず、大型商業施設の影響でむしろ増えていることがわかった。

◆大型商業店舗の出店・増床の影響で、来街者が「減少した」とする商店主は 4 割弱、通行量が「減少した」とする代表者は約 4 割だが、実際に通行する機会・利用する頻度が「減少した」とする来街者はいずれも約 2 割。

◆倉敷駅周辺というエリア全体で見ると、通行量は増えている。

3 商店街が内部に抱える課題

前述の外部環境の変化への対応の他に、商店街は内部にも課題を抱えている。代表者調査結果によれば、商店街における問題について「経営者の高齢化による後継者難」「店舗等の老朽化」「魅力ある店舗が少ない」「空き店舗の増加」等の回答割合が高かった。とりわけ「経営者の高齢化による後継者難」をあげた代表者について、全員が「対策は講じていない」と回答している。また、過去3年間に退店（廃業）した店舗について、その理由として「店主の高齢化・後継者の不在（66.7%）」をあげる代表者も多い。経営者・店主の高齢化によって商店を営むことができなくなれば、商店街全体の店舗数も少なくなり、前述の「業種・業態の不足」「魅力ある店舗の減少」「空き店舗の増加」という問題が生じることになる。また、代表者の多くは空き店舗が埋まらない理由として「商店街に活気がない（50.0%）」からであり、今後も空き店舗が「増加する（52.0%）」と見込んでいる。

- ◆商店街は、「経営者の高齢化による後継者難」「店舗等の老朽化」「魅力ある店舗が少ない」「空き店舗の増加」等の内部的な課題も抱えている。
- ◆とりわけ「経営者の高齢化による後継者難」の対策を講じることができていない。
- ◆「商店街に活気がない」ため空き店舗が埋まらず、今後も「増加する」見込みである。

4 商店街を活性化させるための方策①～商店街の「魅力」を明確化する

商店街の活性化のためには、商店街の「魅力」の明確化が必要である。大型商業施設に加えて、コンビニエンスストアやスーパーマーケット、さらにはインターネット直販等、商店街と競合する商業施設・小売業態が台頭するなかで、商店街として何を「売り」にするかを明確化し、商店街全体で共有することが重要である。たとえば児島地区の味野商店街では、地元のジーンズ関連業者等が中心となり、地元企業や商工会議所と協力しあって、「児島ジーンズストリート」として地域の魅力を商店街の「魅力」として打ち出すことに成功した一例であるが、このような取り組みが他の商店街においても期待される。このことは、商店主調査結果において、商店街の「にぎわい」を取り戻すための取り組みのアイデアとして「空き店舗の活用、対策、店の増加」に次いで「商店街独自のサービス、企画、イベントの開催」の回答が多かったことから、商店主にもその必要性が認識されているものと思われる。一方で、代表者調査結果によれば、来街者数のニーズを把握する調査を「実施していない」商店街が76.0%であり、「独自に来街者数を分析する調査」を実施していない商店街が88.0%であることから、来街者の求める商店街像について、明確にイメージできている商店街は少ないと考えられる。

そこで今回の来街者調査結果をみると、商店街を利用する理由では「好きな店があるため（39.2%）」が最も多く、次いで「家の近所のため（32.2%）」「昔から利用しているため（26.4%）」となっている。また、商店街は「交通の便が良い（63.6%）」「お気に入りのお店がある、見つかる（59.8%）」「店舗スタッフの接客が良い（59.5%）」「地元商業施設として愛着が持てる（58.7%）」というイメージを持たれていることが明らかになった。すなわち、商店街は近隣住民にとって地元の商業施設として馴染みがあり、昔から利用され続けていることにより、好きなお店、慣れ親しんだお店で買い物ができることに利点を見出されているということがわかる。

- ◆商店街の活性化のためには、商店街の「魅力」の明確化が必要。
- ◆商店街を利用する主な理由は「好きな店がある」「家の近所」「昔から利用している」。
- ◆商店街の主なイメージは「交通の便が良い」「お気に入りのお店がある、見つかる」「店舗スタッフの接客が良い」「地元商業施設として愛着が持てる」。

5 商店街を活性化させるための方策②～地域社会の交流の場としての機能を活かす

だが、商店街は買い物をする消費の場としてだけでなく、地域社会の交流の場としての機能も同時に担っている。来街者調査結果では、商店街の利用促進に必要なソフト事業として「祭り・イベント」、ハード事業として「休憩所・ベンチ・トイレ」の回答が最も多かった。祭り・イベントは、集客による販売促進の効果もあるが、地域住民同士での交流の機会となることで、まちおこしのきっかけとなったり、地域への愛着の醸成に役立ったりする効果も期待できる。また休憩所・ベンチ・トイレが整備されることで、地域住民の憩いの場としての利用が期待される。このように、商店街を舞台として地域コミュニティの活性化を図ることができれば、他の商業施設との差別化が可能になると考えられる。

- ◆商店街の利用促進に必要なソフト事業は「祭り・イベント」。
- ◆商店街の利用促進に必要なハード事業は「休憩所・ベンチ・トイレ」の設置。
- ◆商店街は地域社会の交流の場としての機能を担っており、商店街を舞台として地域コミュニティの活性化を図ることができれば、他の商業施設との差別化が可能になる。

6 商店街を活性化させるための方策③～空き店舗を埋める

もちろん、祭り・イベントを実施し、休憩所・ベンチ・トイレを設置すればただちに商店街が活性化するわけではない。祭り・イベントは一過性のものになりがちであるし、休憩所やベンチも、それだけが集客効果をもつわけではない。「街なかからの人口の流出⇒商店街の売上の減少⇒休業・廃業店舗の増加⇒空き店舗の増加⇒商店街の魅力の減少⇒人口の流出…」という悪循環を逆転させるためには、多くの商店主が認識しているとおり、増加する空き店舗問題を手当する必要がある。

来街者調査結果では、商店街に必要な店の業種・業態として、「買回品小売店舗」「最寄品小売店」の回答が高くなっている。また、商店街を利用しない理由で最も多かったのが「1箇所で用事が済まない(33.0%)」であり、商店街にないイメージとしては「日々の食料品の買い物に便利」「進物など特別な買い物でも使える」などがあげられていた。換言すれば、来街者には「日々の食料品も進物などの特別な買い物も1箇所で用事を済ませたい」というニーズが存在するので、商店街は、このニーズを満たせるような店舗を増やしていくことが求められている。

しかしここで注意が必要なのは、上記のニーズに対応しようとしているのが、まさに大型商業施設であるという点である。大型商業施設は、ISM(インスタマーチャンダイジング)という手法により、消費者が求める商品を統計的に把握し、店頭での陳列・品揃えに反映しており、また「立地の良さ」「駐車場、トイレ、保育施設等の設備の充実」という利点を備えている場合が多い。先にあげたニーズを一言でアメニティ(快適さ)と換言することができるが、アメニティにおいて、商店街が大型商業施設と同じ水準で競合するためには大きなコストがかかり、差別化を図ることは困難であると考えられる。

- ◆商店街に必要な店の業種・業態は「買回品小売店舗」「最寄品小売店」。
- ◆来街者には「日々の食料品も進物などの特別な買い物も1箇所で用事を済ませたい」というニーズが存在する(アメニティを求めている)。
- ◆アメニティにおいて、商店街と大型商業施設が競合するためには大きなコストがかかり、差別化を図ることは困難であると考えられる。

7 商店街を活性化させるための方策④～他都市の事例から

これまでの論点をまとめると、商店街を活性化させるためには、①商店街の「魅力」を明確化すること、②地域社会の交流の場としての機能を活かすこと、③空き店舗を埋めることが必要である。そして③に関しては、単純に店舗を増やすだけでは、大型商業施設との差別化が困難であることを確認した。もちろん、どのような形であれ、空き店舗を埋めること自体が商店街の活性化に寄与することは疑いないが、①・②をふまえたうえで空き店舗を埋めることができれば、より効果的であると考えられる。

そこで、他都市の事例が参考になる。中小企業庁「新・がんばる商店街 77 選」は、商店街や地域に特色のある取り組みで実際に商店街やまちのにぎわいにつながっているもの、特に独自性のある取り組みなどをまとめている。以下に、中国地方についてのみとりまとめたものを掲載する。

▼中国地方の商店街における独自の取り組み

県名	市町村名	事業者名	事業内容
鳥取県	米子市	元町通り商店街・本通り商店街	おかみさんパワー（プロジェクト米子）と DARAZ 精神（独創性・チャレンジ精神）で商店街を舞台に、商店街を元気にする「市」（戸坂市）や「祭り」（KIHACHI 祭り）を開催。地域の魅力を発信し、多くの出店者と来街者を集め、賑わいが回復。
	倉吉市	本町通り商店街（あきない中心倉）	賑わいの回復を目指し、地元の商店主グループが「あきない中心倉」を設立。周辺地域の歴史や文化を掘り起こし、地域資源として再生・活用。「福の神」に会える街づくり」を推進し、それぞれの店舗に木彫りの「福の神」を設置、福の神に関連した事業を展開し、地域の魅力を発信。観光客の誘客と商店街の活性化に取り組む。
島根県	松江市	松江まちづくり株式会社	昭和初期の趣を残した和風旅館（運菜荘）をリニューアルして、松江の食文化の情報を発信する新たな観光スポットとして再整備。レトロな空間として松江文化（茶・食）の発信地への転換を図り、新たなまちの魅力で商店街の活性化を図る。
	浜田市	紺屋町商店街	地域住民の声を反映し「人にやさしい対話のある街」を商店街のコンセプトに、環境整備（レトロ街路灯、商店街の美化、さわやかトイレ整備）、通年を通じたイベントの開催、高齢者向け宅配サービスなど各種の事業を重ね、商店街の知名度、認知度向上。この結果、空き店舗がなくなった。
岡山県	岡山市	表町商店街	八力町の各商店街が独自のイベント事業や協同事業に取り組むだけでなく、商店街周辺の大型店を巻き込んで、イベント情報の相互広告掲載や協同販促事業などの連携事業を実施して、地域が一丸となって商業の活性化に取り組む。
	津山市	津山市内6商店街	地元の関係者を巻き込んだ身の丈にあったイベント（全日本地ビールフェスタ、ガレッジセール、津山一店逸品運動など）を継続的に実施し、身の丈を大きくしていく「にぎわい商人隊」の積極的な活動により、賑わいの創出に貢献。
広島県	三原市	三原帝人通り商店街	郵便局跡地への社会福祉施設（ケアハウス）の進出をきっかけに医療関係施設が立地。さらに、空き店舗を活用した子育て支援施設も開設し、高齢者から子供まであらゆる世代が集う、地域コミュニティとしての商店街。
	三次市	三次本通商店街	歴史・文化・自然をテーマに「三次町歴みち協議会」を中心に町ぐるみで活性化に取り組む。「いにしへの里三次物の怪（ものけ）でこ街道」として街並みを整備。5年間で空き店舗を活用して13店舗がオープン。今までの商店街になかった業種や購買層をターゲットにした店舗が開店。
山口県	山口市	山口道場門前商店街	平成19年建設の“どうもんぱーく”は、日々の生活に不自由させない市民のマチづくり拠点であり、屋上芝生広場には藤棚や砂場、子供の遊び場、また植樹や植栽が用意されている。販促事業である「デニムDEどうもんデザインコンテスト」は、商品づくりをとおして消費者の嗜好を探る市民との共同作業である。
	萩市	田町商店街	地産地消の取り組みで観光客誘致を展開。萩市内の農家から直接仕入れた野菜などを直売する農産物の直売所「萩の台所とれたて市場たまち」や萩沖で捕れた魚や萩の地酒などを味わうことのできるレストラン「農家レストラン&居酒屋天蔵」により、商店街の賑わい創出と市民や観光客の交流の場として定着。

（出典：平成 21 年経済産業省中小企業庁編「新・がんばる商店街 77 選」より作成）

これらの取り組みは、全国の商店街の数ある独自の取り組みの一端であるが、いずれも示唆に富んでいる。たとえば広島県三原市三原帝人通り商店街の「空き店舗を活用した子育て支援施設も開設し、高

年齢者から子供まであらゆる世代が集う、「地域コミュニティとしての商店街」というコンセプトは、商店街に「子育て」という新たな機能を創出することで、大型商業施設との差別化を可能にする道を示している事例であると思われる。また、岡山県岡山市表町商店街の「商店街周辺の大型店を巻き込んで、イベント情報の相互広告掲載や協同販促事業などの連携事業を実施」という事例は、「大型商業施設といかに競合するか」という枠組みではなく「いかに共存関係を築くか」という枠組みでとらえることを可能にしている。

8 商店街・地域住民・行政の連携の必要性

先の他都市の事例にみるように、商店街を活性化させるためには、商店街と地域住民が協同で事業を行うことはもちろん、それを行政が適切に支援していくことが必要である。倉敷市では、「倉敷市商店街連合会補助金」「倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金」などの助成金制度を用いて商店街を支援している。また、「パワーアップ商業振興事業」においては、商店街の振興を目的に、商店街団体等が実施する各種事業に対して補助を行う制度を整備している。具体的には、①新商人育成支援事業、②基盤整備事業、③個店研修事業、④まちづくり計画策定事業、⑤高齢者等対策事業、⑥環境対策事業、⑦情報化対策事業、⑧空き店舗対策事業、⑨個性創出事業、以上9つの事業を対象に費用を助成するというものである。さらに、地域活性化のためのイベントを実施する団体に対して助成を行う「イベント推進事業」、共同で利用する施設を設置する事業に対して助成を行う「店舗共同化・協業化への助成」などの支援策も行っている。

また、来街者調査結果では、商店街活性化やまちづくりの取り組みへの関心で【興味がある】（「興味がある」+「どちらかといえば興味がある」）の回答が約7割であった。そして取り組みへの協力においても「協力しようと思う」という回答が約6割であった。このことから、倉敷市の地域住民においても、先の他都市の事例と同様に、商店街、地域住民が一丸となって活性化の取り組みに協力する土壌は十分にあることが確認できる。

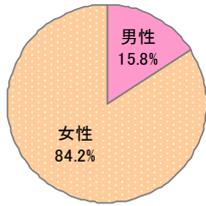
しかし、どんなに行政が支援策を整備しても、地域住民がまちづくりのための取り組みに参加する土壌があっても、商店街が自助努力を怠っていたのでは商店街の活性化は達成しえない。調査結果では、大型商業施設の出店の影響をネガティブに捉えている代表者・商店主が多かったが、前述の通り、実際には倉敷駅周辺の通行量は増加しており、むしろ巨大な集客力を持った施設が出現した今こそ、商店街を再活性化させるチャンスであるととらえるべきであろう。商店街は、問題点と今後の方向性を共有し、行政の支援策を効果的に利用しつつ、地域住民との連携を深めながら、商店街活性化への取り組みを継続的に実施していくことが必要である。

- ◆倉敷市は、各種補助金制度や、地域活性化のためのイベントを実施する団体への助成などの支援策を講じている。
- ◆来街者の約7割が商店街活性化やまちづくりへの取り組みに関心を持ち、約6割が協力する意志を持っている。
- ◆大型商業施設の出店により、倉敷駅周辺の通行量が増加している今こそ、商店街再活性化のチャンスである。
- ◆商店街は、商店街全体として問題点と今後の方向性を共有し、行政の支援策を効果的に利用しつつ、地域住民との連携を深めながら活性化に取り組む必要がある。

地区別カルテ:倉敷地区

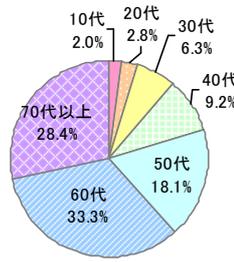
◆来街者属性(主要ターゲット)

【性別】



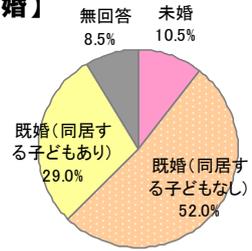
n=751

【年齢】



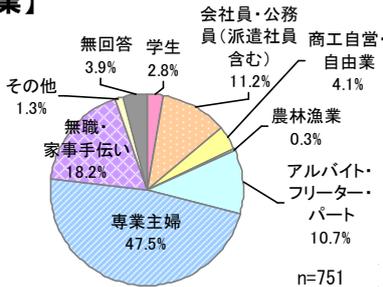
n=751

【未/既婚】



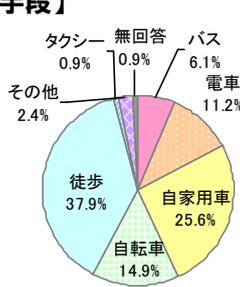
n=751

【職業】



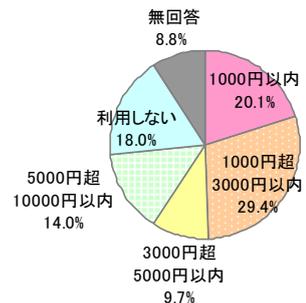
n=751

【交通手段】



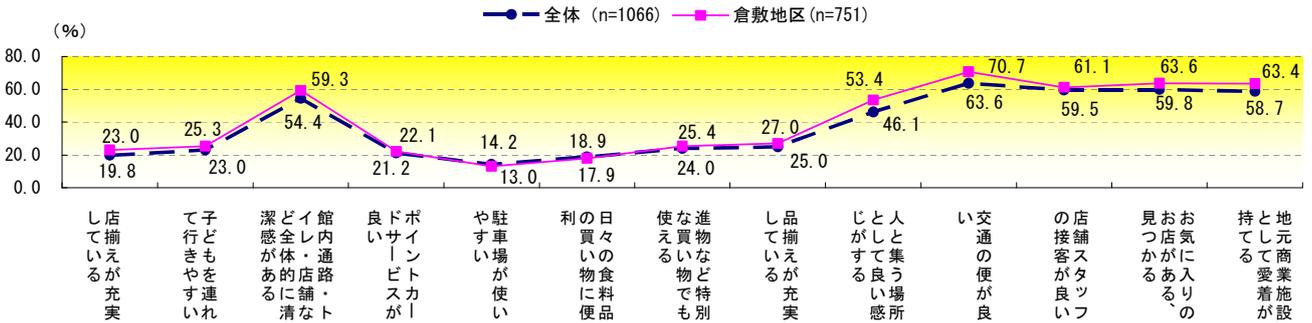
n=751

【平均消費額】

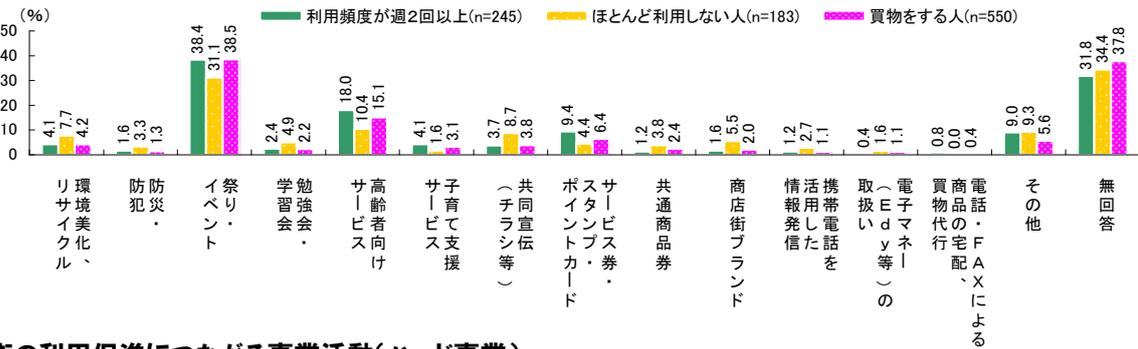


n=751

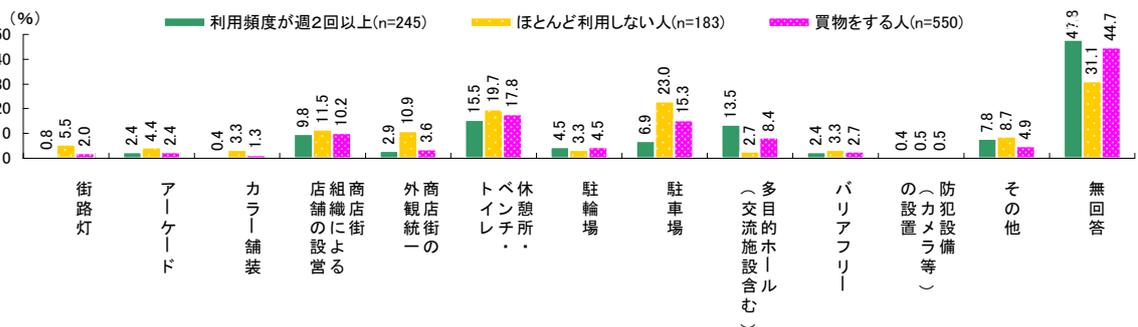
◆商店街のイメージ



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ソフト事業)



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ハード事業)

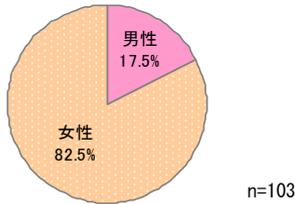


※利用頻度が週2回以上の人…商店街の利用頻度で「ほとんど毎日」「週に2~3回程度」と回答した人
 ※ほとんど利用しない人…商店街の利用頻度で「ほとんど利用しない」と回答した人
 ※買物をする人…平均消費額で「利用しない」以外の回答があった人

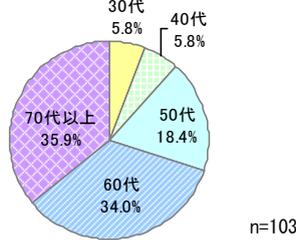
地区別カルテ:水島地区

◆来街者属性(主要ターゲット)

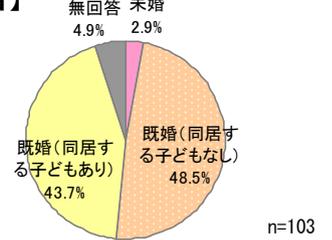
【性別】



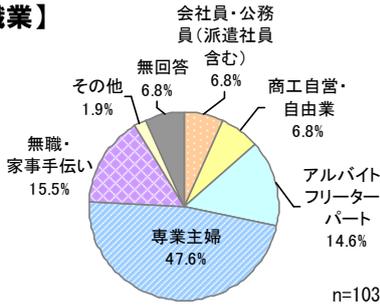
【年齢】



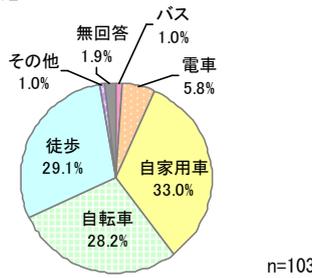
【未/既婚】



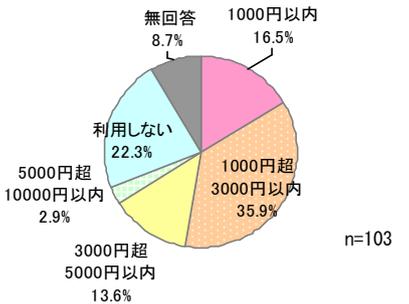
【職業】



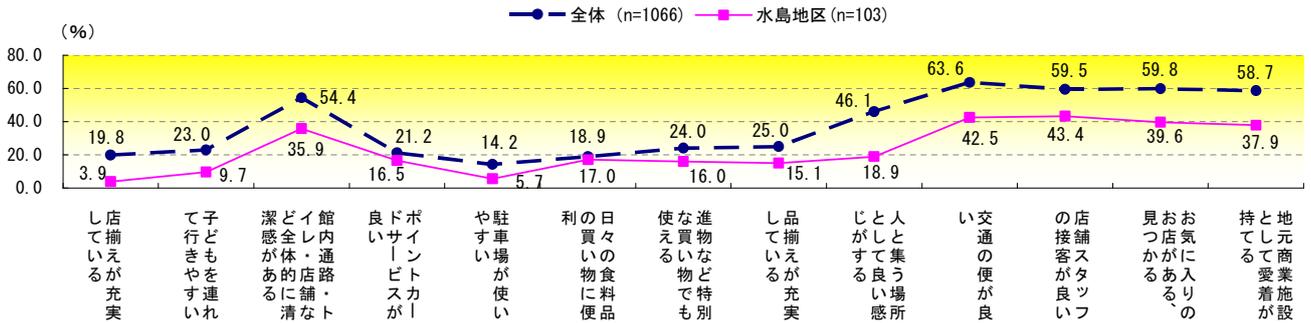
【交通手段】



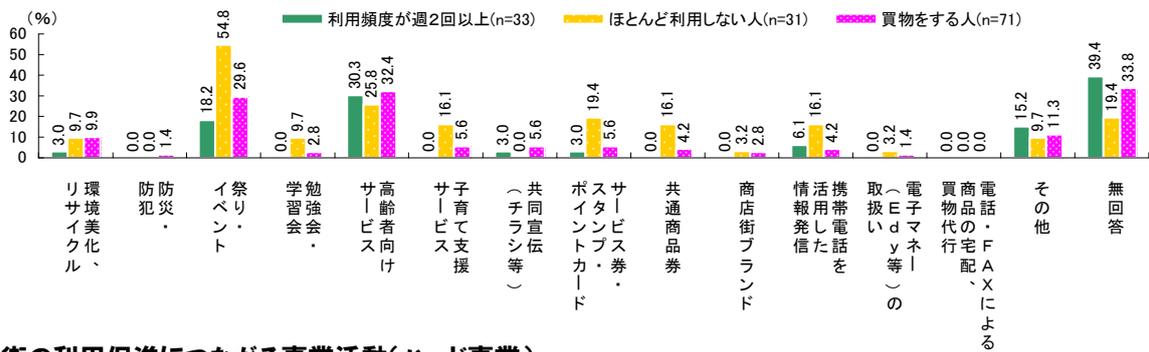
【平均消費額】



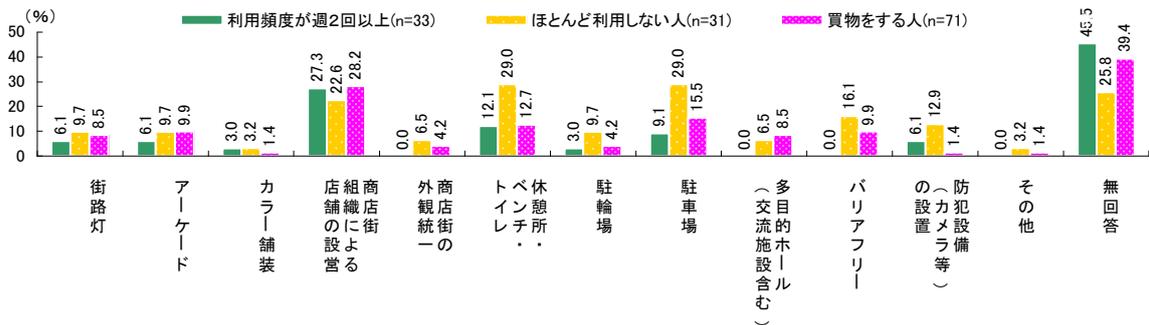
◆商店街のイメージ



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ソフト事業)



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ハード事業)

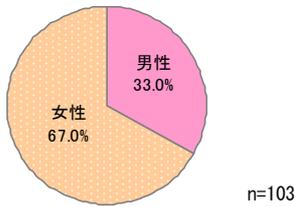


※利用頻度が週2回以上の人…商店街の利用頻度で「ほとんど毎日」「週に2~3回程度」と回答した人
 ※ほとんど利用しない人…商店街の利用頻度で「ほとんど利用しない」と回答した人
 ※買物をする人…平均消費額で「利用しない」以外の回答があった人

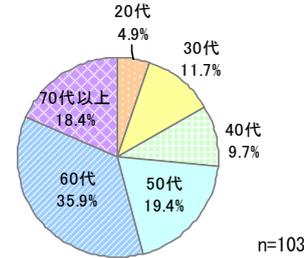
地区別カルテ: 児島地区

◆来街者属性(主要ターゲット)

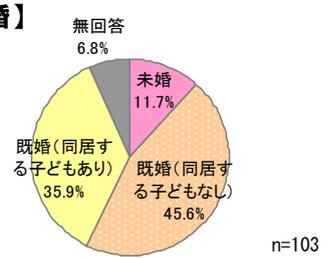
【性別】



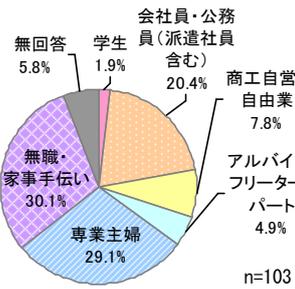
【年齢】



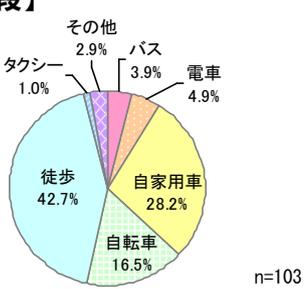
【未/既婚】



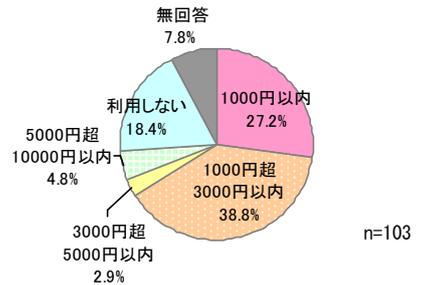
【職業】



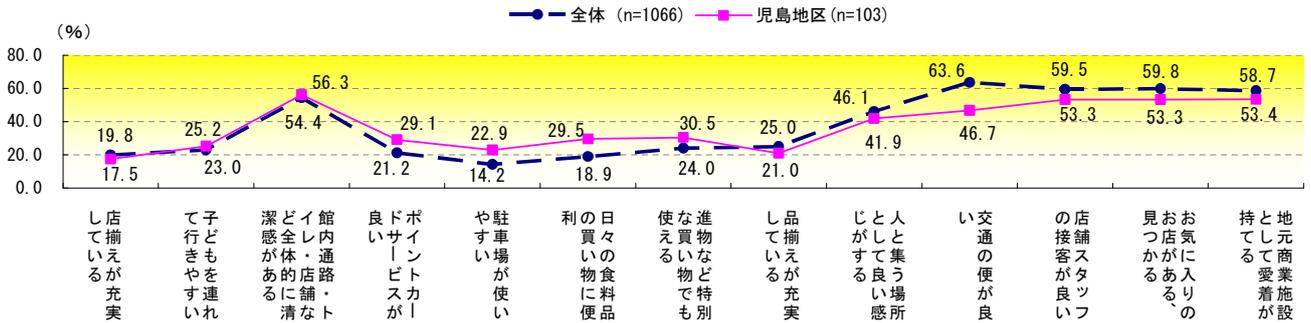
【交通手段】



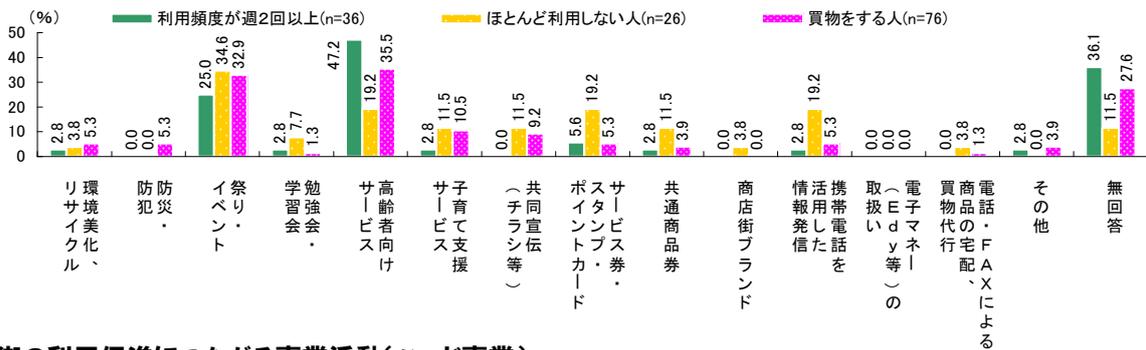
【平均消費額】



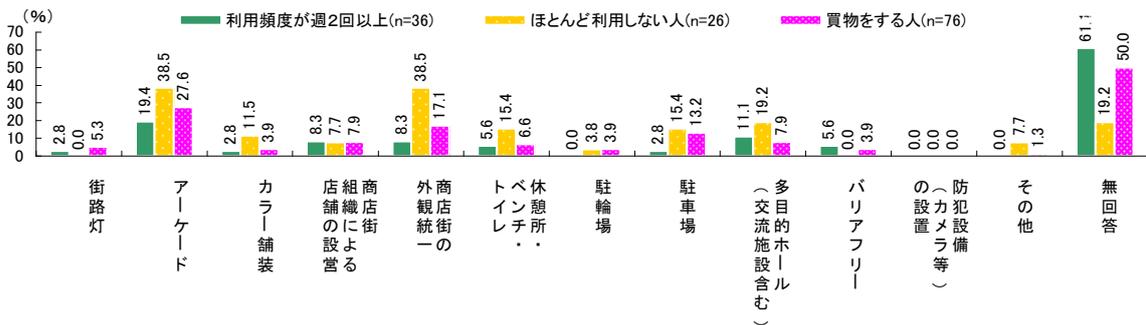
◆商店街のイメージ



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ソフト事業)



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ハード事業)

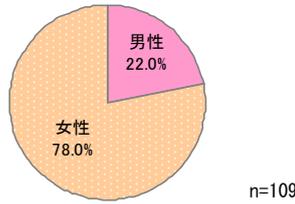


※利用頻度が週2回以上の人…商店街の利用頻度で「ほとんど毎日」「週に2~3回程度」と回答した人
 ※ほとんど利用しない人…商店街の利用頻度で「ほとんど利用しない」と回答した人
 ※買物をする人…平均消費額で「利用しない」以外の回答があった人

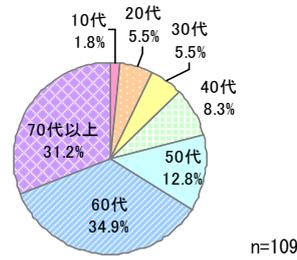
地区別カルテ:玉島地区

◆来街者属性(主要ターゲット)

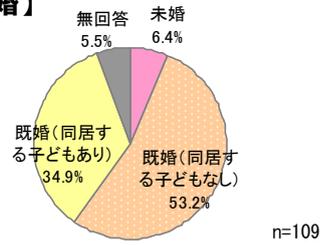
【性別】



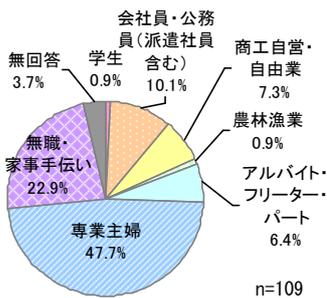
【年齢】



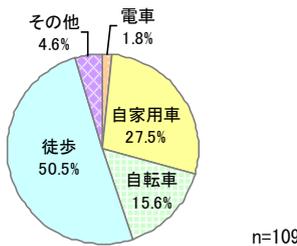
【未/既婚】



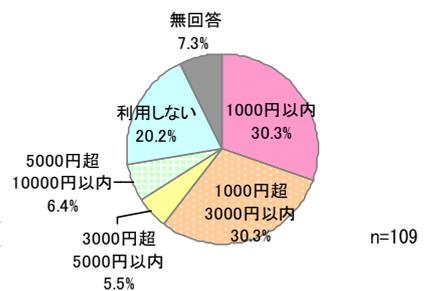
【職業】



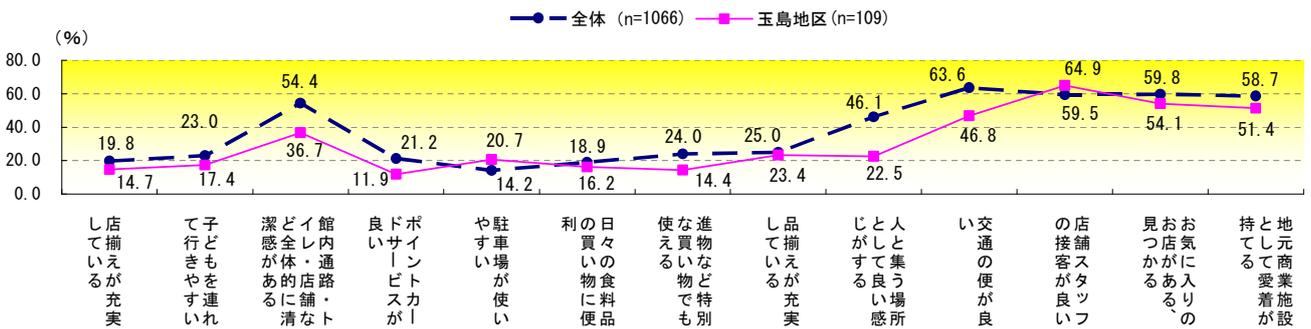
【交通手段】



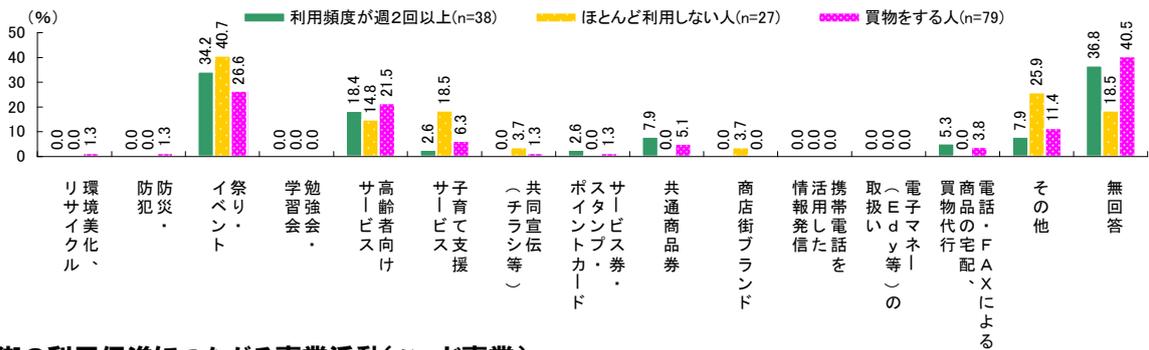
【平均消費額】



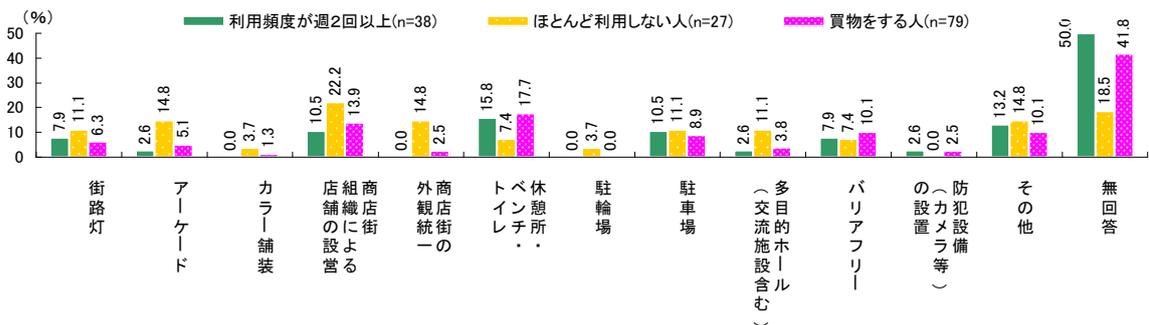
◆商店街のイメージ



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ソフト事業)



◆商店街の利用促進につながる事業活動(ハード事業)



※利用頻度が週2回以上の人…商店街の利用頻度で「ほとんど毎日」「週に2~3回程度」と回答した人
 ※ほとんど利用しない人…商店街の利用頻度で「ほとんど利用しない」と回答した人
 ※買物をする人…平均消費額で「利用しない」以外の回答があった人

No

倉敷市商店街状況調査アンケート

【ご記入にあたってのお願い】

- 1 ご回答は、貴商店街の状況全般について把握されている方をお願いいたします。
- 2 ご回答は、濃いえんぴつか、黒または青のボールペンか、万年筆をご使用ください。
- 3 ご回答は、実数を記入するものと、あらかじめ設けてある選択肢の中から選ぶものがあります。次の要領をお願いいたします。
 - 実数を記入するものにつきましては、なるべく正確にご記入ください。
 - 選択肢の中から選ぶものにつきましては、回答の○の数は、(○は1つ)、(○は3つまで)、(○はいくつでも)などと指定していますので、それに合わせてください。
 - ご自分の答えが選択肢の中にない場合は、「その他()」を選び、()内にその内容を具体的に記入してください。
- 4 調査結果は統計的な分析にのみ使用するものであり、個々の商店が特定される形で情報やご意見が外部に漏れたり、他の目的に使用されることは決してありませんが、統計的な取りまとめ結果等については、平成24年4月頃、倉敷市ホームページ上に掲載を予定しております。

【アンケート調査票の回収について】

- 1 調査票のご記入はなるべくお早めをお願いいたします。
- 2 回収には2月27日(月)から3月2日(金)の間に、(株)サーベイリサーチセンターの調査員が回収にお伺いします。
- 3 お伺いしたときに、まだご記入いただいていない場合は、回収日をご指示ください。

【お問い合わせ先】

◆ 調査の内容および回収についてのお問い合わせは下記をお願いいたします。

【調査員の訪問・回収等に関するお問合せ先】

調査委託先／(株)サーベイリサーチセンター岡山事務所
〒700-0913 岡山市北区大供2丁目1番1号
電話：0120-898-212
午前9時00分～午後5時00分(土日・祝日を除きます)

【調査全般等についてのお問合せ先】

調査主体／倉敷市 文化産業局 商工労働部 商工課
〒710-8565 倉敷市西中新田640
電話：086-426-3406 / FAX：086-421-0121
午前8時30分～午後5時15分(土日・祝日を除きます)

■はじめに

▼必ずご記入ください。

商店街の名称		電話番号	
商店街事務所の所在地	〒 -		
記入責任者	(氏名)	役職	① 理事長・代表者 ② 役員 ③ 事務局長 ④ その他 ()

■商店街の概要について

問1 貴商店街の組織形態はどれですか（○は1つだけ）

① 商店街振興組合	② 事業協同組合	③ 任意団体・その他	④ 解散した（※）
-----------	----------	------------	-----------

※解散したと回答された場合は、次の問に回答ください。

□ 解散した時期 西暦_____年

□ 解散した理由

--

* 問1で「④解散した」を選択され、解散した理由を記入した方は、これで終了ですので、以下の質問に回答していただく必要はありません。ご協力ありがとうございました。

問2 専従事務局員（パート、アルバイトを含む）は何名ですか。人数を記入してください（いない場合は0と記入してください）。

名

問3 貴商店街の店舗数、空き店舗数（*②）、会員数（組合員数）等についてお答えください。

《商店街の地域》

A：貴商店街の全体の店舗数は何店舗ですか。

	店
	店
	店

B：貴商店街の空き店舗は何店舗ですか。

C：貴商店街地域にチェーン店舗（*①）は何店舗ですか。

《商店街の組織》

D：貴商店街組織の会員（組合員）は何人ですか。

	人
	店

E：貴商店街組織の会員（組合員）のうち、チェーン店舗は何店舗ありますか。

*（注）① 「チェーン店舗」とは、ブランドや営業等が多数の店舗で統一的に管理された店舗とします。

スーパー、コンビニエンスストアのほか、ファーストフード店、ドラッグストア店等が該当します。

② 「空き店舗」とは、従前は店舗であったものが、現状空きスペース（空き地、空きビル、空き倉庫等）になっているものとします。

問4 貴商店街全体（非会員・非組合員を含む）の業種構成と店舗数についてお答えください。

業種別店舗	例示	店舗数	最近3年間の店舗数の変化
(A) 買回り品 小売店舗	百貨店、大型ディスカウント店等 衣料品、身の回り品店等	店	①増えた ②変わらない ③減った
(B) 最寄品小 売店	生鮮食品・日配食品店、コンビニエ ンスストア、スーパーマーケット等	店	①増えた ②変わらない ③減った
(C) 飲食店	飲食店、居酒屋	店	①増えた ②変わらない ③減った
(D) サービス 店	クリーニング店、パチンコ店、 美容院等	店	①増えた ②変わらない ③減った
(E) その他	金融機関、郵便局、公共施設、 事務所、医療施設等	店	①増えた ②変わらない ③減った
【合計】		店	

(注) ○「買回り品」・・・消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

○「最寄品」・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。

問5 貴商店街の全店舗のうち、居住もしている店舗はどの程度ありますか（○は1つだけ）。

① 0～30%未満	② 30～50%未満	③ 50～80%未満	④ 80%以上
-----------	------------	------------	---------

問6 貴商店街のタイプは、下記のどれにあたりますか（○は1つだけ）。

①近隣型商店街	最寄品中心の商店街で、地元主婦が日用品を徒歩又は自転車などにより買物を行う商店街
②地域型商店街	最寄品及び買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
③広域型商店街	百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品より買回り品店が多い商店街
④超広域型商店街	百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街

問7 貴商店街の来街者についてお答えください。

(1) 貴商店街の来街者は、どのような層ですか（複数選択できます）。

① 学生・若者	② 家族連れ	③ 主婦	④ 会社員	⑤ 高齢者
⑥ 観光客	⑦ その他 ()			

(2) (1) で選択した層の中で最も多い来街者の層をお答えください（○は1つだけ）。

① 学生・若者	② 家族連れ	③ 主婦	④ 会社員	⑤ 高齢者
⑥ 観光客	⑦ その他 ()			

問8 貴商店街の来街者数についてお答えください。

(1) ここ3年間で貴商店街の来街者数は、どのように変化しましたか(○は1つだけ)。

- | | |
|-------|---------|
| ① 増えた | ② 変わらない |
| ③ 減った | |

(2) (1)で「①増えた」、「②変わらない」と回答された方にお聞きします。

来街者を維持できた、あるいは増えた要因は何だと思いますか(○は3つまで)。

- | | | |
|---------------|---------------|-----------------|
| ① 地域人口の増加 | ② 交通利便性の向上 | ③ 業種・業態の充実化 |
| ④ 魅力ある店舗の増加 | ⑤ 集客イベント等の実施 | ⑥ 商店街の情報の発信(PR) |
| ⑦ 近隣商店街との連携強化 | ⑧ 駐輪場・駐車場の整備 | ⑨ 施設・環境の充実 |
| ⑩ 公共施設の新設・転入 | ⑪ 近郊からの大型店の撤退 | ⑫ 近郊への大型店の進出 |
| ⑬ その他() | | |

(3) (1)で「③減った」と回答された方にお聞きします。

来街者が減った要因は何だと思いますか(○は3つまで)。

- | | | |
|---------------|---------------|-------------------|
| ① 地域の人口減少 | ② 交通利便性の低下 | ③ 業種・業態の不足 |
| ④ 魅力ある店舗の減少 | ⑤ 集客イベント等の未実施 | ⑥ 商店街の情報の発信(PR)不足 |
| ⑦ 近隣商店街との連携不足 | ⑧ 駐輪場・駐車場の不足 | ⑨ 施設・環境の未整備 |
| ⑩ 公共施設の閉鎖・移転 | ⑪ 近郊の大型店の撤退 | ⑫ 近郊の大型店の進出 |
| ⑬ その他() | | |

(4) 貴商店街では来街者のニーズを把握する調査を実施されていますか(○は1つだけ)。

- | | |
|------------|------------|
| ① 定期的を実施 | ② 必要に応じて実施 |
| ③ 実施してはいない | ④ その他() |

(5) 貴商店街では独自に来街者を分析する調査※を実施されていますか(○は1つだけ)。

- | | |
|------------|------------|
| ① 定期的を実施 | ② 必要に応じて実施 |
| ③ 実施してはいない | ④ その他() |

※独自に来街者を分析する調査…通行量調査、来街者数調査、売上の変動の調査など

(6) (5)で「①定期的を実施」「②必要に応じて実施」と回答された方にお聞きします。

具体的にどのような調査を実施されていますか。

調査の内容:

■商店街の景況と近年の変化

問9 貴商店街の最近の状況についてお答えください(○は1つだけ)。

- | | | |
|------------|------------|-------------------|
| ① 繁盛している | ② 繁盛の兆しがある | ③ まあまあである(横ばいである) |
| ④ 衰退の恐れがある | ⑤ 衰退している | |

問10 貴商店街の過去3年間の変化についてお答えください（○はそれぞれ1つだけ）。

A 貴商店街の中にチェーン店は増えましたか。	①増えた	②変わらない	③減った
B 貴商店街の中にテナントの店舗は増えましたか。	①増えた	②変わらない	③減った
C 貴商店街の中の空き店舗は変化しましたか。	①増えた	②変わらない	③減った

（注） ここでいう「テナントの店舗」とは、建物の一部又は全部を賃貸して出店している店舗を指します。

問11 大型店舗の影響について、次の問にお答えください。

（1） 過去3年以内で貴商店街に影響のある大型小売店舗（売場面積500㎡以上）が何店舗出店または退店しましたか。

① 出店 → _____店
② 退店 → _____店
* 出店及び退店がない場合は（2）の質問に進んでください。

■ 出店があった場合には、次の質問にお答えください（出店が1店の場合は①のみ、2店の場合は①と②を、3店の場合は①②③全てに記入してください。○はそれぞれ1つだけ）。

	① 1店目	② 2店目	③ 3店目
(A) 出店した大型店の場所はどれに該当しますか。	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）
(B) 出店した大型店のタイプはどれに該当しますか。	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）
(C) 大型店の出店後では、商店街全体の通行量はどのように変化しましたか。	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った

■ 退店があった場合には、次の質問にお答えください（退店が1店の場合は①のみ、2店の場合は①と②を、3店の場合は①②③全てに記入してください。○はそれぞれ1つだけ）。

	① 1店目	② 2店目	③ 3店目
(A) 退店した大型店の場所はどれに該当しますか。	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）	1 商店街の内部 2 商店街の外部（商圏内）
(B) 退店した大型店のタイプはどれに該当しますか。	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）	1 ディスカウントストア 2 スーパー 3 複合商業施設 4 その他（ ）
(C) 大型店の退店後では、商店街全体の通行量はどのように変化しましたか。	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った	1 増えた 2 やや増えた 3 変わらない 4 やや減った 5 減った

(4) 貴商店街の全空き店舗のうち、地権者に賃貸等の意思がないものはどの程度あると思われますか(○は1つだけ)。

- | | | |
|------------|-----------|------------|
| ① 空き店舗等はない | ② 1～30%未満 | ③ 30～50%未満 |
| ④ 50～80%未満 | ⑤ 80%以上 | |

(5) 今後、貴商店街における空き店舗はどのようになると考えられますか(○は1つだけ)。

- | | | |
|--------|---------|--------|
| ① 増加する | ② 変わらない | ③ 減少する |
|--------|---------|--------|

(6) 空き店舗の発生に対して、貴商店街ではどのような取り組みを行っていますか。または行ってみたいですか(○は3つまで)。

- | |
|--|
| ① 家主に対して賃貸の要請を行う |
| ② 家賃補助、改装費などの補助 |
| ③ 業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する |
| ④ 商店街にとってマイナスとなる店舗の進出(出店)の抑制 |
| ⑤ 駐車場または駐輪場として活用・利用 |
| ⑥ コミュニティ施設(イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など)として活用 |
| ⑦ NPO、産学官連携などの活動の場として提供 |
| ⑧ 創業者支援(小売未経験者のチャレンジショップ等による店舗開業)の場として活用 |
| ⑨ 空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進 |
| ⑩ その他() |
| ⑪ 特に関与していない |

(7) 空き店舗問題に取り組む際に必要だと思われる行政等の支援はどんなことだと思いますか(○は2つまで)。

- | |
|---------------------------------------|
| ① 一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供 |
| ② 空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること |
| ③ 新規出店者等の誘致 |
| ④ 家賃補助、改装補助などの支援措置 |
| ⑤ 公共施設の誘致・立地 |
| ⑥ 家主・地主・地権者との話し合いによる調停 |
| ⑦ 専門アドバイザー等による適切な指導 |
| ⑧ その他() |
| ⑨ 特になし |

問14 貴商店街の組織と活動についてお答えください。

(1) 貴商店街の組合員(会員)同士の連携・協力状況はどのようになっていますか(○は1つだけ)。

- | | | | |
|-------------|-----------------|-----------------|---------|
| ① 良好である | ② どちらかと言えば良好である | ③ どちらかと言えば良好でない | ④ 良好でない |
| ⑤ どちらともいえない | | | |

(2) (1)で「③どちらかと言えば良好でない」、「④良好でない」を選択された方にうかがいます。連携・協力が良好でない要因は何だとお考えですか(○は2つまで)。

- | | |
|-------------------------|-------------------------|
| ① 組合員同士が連携・協力する場が少ない | ② 商店街組織のリーダーがない |
| ③ チェーン店等が商店街活動に協力してくれない | ④ 組合員(会員)間の世代格差による認識の違い |
| ⑤ 組合員間の競合など利害関係がある | ⑥ その他() |

(3) 最近、地主や家主(管理人)とテナント(借り手)が、それぞれ別々の者になっているケースがありますが、その場合に商店街の組織化や活動等に支障がありますか。

- | | | |
|------------------|---------|---------------|
| ① 支障がある | ② 支障はない | ③ そのようなケースはない |
| (*支障がある具体的な内容:) | | |

(4) 商店街の代表者の方のリーダーシップについてうかがいます。

A. 貴商店街では、何かを決める時にリーダーシップは発揮されていますか(○は1つだけ)。

- | | |
|--------------------|-------------------|
| ① 発揮されている | ② どちらかと言えば発揮されている |
| ③ どちらかと言えば発揮されていない | ④ 発揮されていない |

B. 貴商店街では、次世代のリーダーはいますか(○は1つだけ)。

- | | | |
|------|-------|-------------|
| ① はい | ② いいえ | ③ どちらともいえない |
|------|-------|-------------|

(5) 貴商店街では、各種団体等(以下に例示)と連携して地域活動を行っていますか。

- | | | |
|------|-------|-------------|
| ① はい | ② いいえ | ③ どちらともいえない |
|------|-------|-------------|

(6) (5)で「①はい」を選択された方にうかがいます。連携して活動を行っている地域活動団体等は以下のどれに該当しますか(複数選択できます)。

- | | | |
|---------------|---------------|----------------|
| ① 自治会・町内会・婦人会 | ② 老人クラブ | ③ NPO |
| ④ ボランティア団体 | ⑤ 託児所・幼稚園・保育所 | ⑥ 教育機関(学校・大学等) |
| ⑦ PTA | ⑧ 商工会・商工会議所 | ⑨ まちづくり協議会 |
| ⑩ 警察・消防団 | ⑪ 市町村等の行政機関 | ⑫ 他の商店街 |
| ⑬ 大型店 | ⑭ 観光施設 | ⑮ その他民間企業 |
| ⑯ その他() | | |

問15 貴商店街の各種事業の取り組み(今後を含む)について、お答えください(○はそれぞれ1つつ)。

A. 商店街の活性化ビジョンの策定についてお答えください。

- | | | | |
|--------|--------|-------|--------|
| ① 実施済み | ② 取組み中 | ③ 検討中 | ④ 予定なし |
|--------|--------|-------|--------|

Aで「①実施済み」と回答された方にお聞きします。

作成された計画に基づき実際に取り組んでいますか。

- | | | | |
|--------|--------|-------|--------|
| ① 実施済み | ② 取組み中 | ③ 検討中 | ④ 予定なし |
|--------|--------|-------|--------|

B. 地域活動・ソフト事業等の取り組みについてお答えください。

① 地域活動	1 環境美化、リサイクル	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	2 防災・防犯	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	3 祭り・イベント	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	4 勉強会・学習会	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	5 高齢者向けサービス	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	6 子育て支援サービス	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
② 共同売り出し等の販売促進活動	7 共同宣伝（チラシ等）	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	8 サービス券・スタンプ・ポイントカード	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	9 共通商品券	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	10 商店街ブランド	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
③ 情報関連	11 携帯電話を活用した情報発信	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	12 電子マネー（Edy等）の取扱い	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
④ その他	13 電話・FAXによる商品の宅配、買物代行	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	14 具体的に ()	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし

C. ハード事業等の取り組みについてお答えください。

① 街路設備	1 街路灯	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	2 アーケード	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	3 カラー舗装	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
② 店舗施設	4 商店街組織による店舗の設営	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	5 商店街の外観統一	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
③ 来街者用施設	6 休憩所・ベンチ・トイレ	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	7 駐輪場	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	8 駐車場	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
④ コミュニティ施設	9 多目的ホール（交流施設含む）	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
⑤ 高齢者/環境・防犯対応設備	10 バリアフリー	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
	11 防犯設備（カメラ等）の設置	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし
⑥ その他	12 具体的に ()	<input type="checkbox"/> 実施済み	<input type="checkbox"/> 取組中	<input type="checkbox"/> 検討中	<input type="checkbox"/> 予定なし

問16 「地域商店街活性化法」についてうかがいます。

「地域商店街活性化法」をご存じですか。活用してみたいとお考えですか。

- | | |
|------------------------|---------------------|
| ① 概ね知っていて、活用している | ② 概ね知っているが、活用は考えてない |
| ③ 聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない | ④ 聞いたことがない、知らない |

問17 「(株)全国商店街支援センター」についてうかがいます。

「(株)全国商店街支援センター」をご存じですか。活用してみたいとお考えですか。

- | | |
|------------------------|---------------------|
| ① 概ね知っていて、活用している | ② 概ね知っているが、活用は考えてない |
| ③ 聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない | ④ 聞いたことがない、知らない |

問18 市の商店街振興策についてうかがいます。

問18-1 「倉敷市商店街連合会補助金」をご存知ですか。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ① 概ね知っていて、活用している | ② 詳しい内容は知らないが、活用している |
| ③ 概ね知っているが、活用は考えてない | ④ 聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない |
| ⑤ 聞いたことがない、知らない | |

問18-2 「倉敷市商店街連合会年末大売出事業費補助金」をご存知ですか。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ① 概ね知っていて、活用している | ② 詳しい内容は知らないが、活用している |
| ③ 概ね知っているが、活用は考えてない | ④ 聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない |
| ⑤ 聞いたことがない、知らない | |

問18-3 「パワーアップ商業振興事業」をご存知ですか。

- | | |
|---------------------|------------------------|
| ① 概ね知っていて、活用している | ② 詳しい内容は知らないが、活用している |
| ③ 概ね知っているが、活用は考えてない | ④ 聞いたことはあるが、詳しい内容は知らない |
| ⑤ 聞いたことがない、知らない | |

問19 昨年、倉敷市では大型商業施設の出店・増床が相次ぎましたが、貴商店街への影響、取り組みについてお伺いします。

問19-1 大型商業施設の出店・増床が直接の原因と思われる、通行量への影響はありましたか。

1. 増加した 2. 減少した 3. 特に変わらない

問19-2 大型商業施設の出店・増床を契機に、新たな取り組みを行いましたか。

1. 行った 2. 行っていない 3. 今後、行うよう検討中

問19-2-1 「1. 行った」と回答された方にお伺いします。
どのような取り組みを実施されましたか。

問19-2-2 「3. 今後、行うよう検討中」と回答された方にお伺いします。
どのような取り組みを検討されているか、可能な範囲で記入してください。

問20 商店街に対する倉敷市からの支援で、特に必要と思われるものやこういう支援をして欲しいといったものやご意見がありましたらお聞かせください。

お忙しいところ調査にご協力いただきましてありがとうございました。

No

倉敷市商店街状況調査アンケート

【ご記入にあたってのお願い】

- 1 ご回答は、貴店の状況全般について把握されている方をお願いいたします。
- 2 ご回答は、濃いえんぴつか、黒または青のボールペンか、万年筆をご使用ください。
- 3 ご回答は、実数を記入するものと、あらかじめ設けてある選択肢の中から選ぶものがあります。次の要領をお願いいたします。
 - 実数を記入するものにつきましては、なるべく正確にご記入ください。
 - 選択肢の中から選ぶものにつきましては、回答の○の数は、(○は1つ)、(○は3つまで)、(○はいくつでも)などと指定していますので、それに合わせてください。
 - ご自分の答えが選択肢の中にない場合は、「その他()」を選び、()内にその内容を具体的に記入してください。
- 4 調査結果は統計的な分析にのみ使用するものであり、個々の商店が特定される形で情報やご意見が外部に漏れたり、他の目的に使用されることは決してありませんが、統計的な取りまとめ結果等については、平成24年4月頃、倉敷市ホームページ上に掲載を予定しております。

【アンケート調査票の回収について】

- 1 調査票のご記入はなるべくお早めをお願いいたします。
- 2 回収には2月27日(月)から3月9日(金)の間に、(株)サーベイリサーチセンターの調査員が回収にお伺いします。
- 3 お伺いしたときに、まだご記入いただいていない場合は、回収日をご指示ください。

【お問い合わせ先】

◆ 調査の内容および回収についてのお問い合わせは下記をお願いいたします。

【調査員の訪問・回収等に関するお問合せ先】

調査委託先／(株)サーベイリサーチセンター岡山事務所
〒700-0913 岡山市北区大供2丁目1番1号
電話：0120-898-212
午前9時00分～午後5時00分(土日・祝日を除きます)

【調査全般についてのお問合せ先】

調査主体／倉敷市 文化産業局 商工労働部 商工課
〒710-8565 倉敷市西中新田640
電話：086-426-3406 / FAX：086-421-0121
午前8時30分～午後5時15分(土日・祝日を除きます)

Q4 商店街の会員ですか。

1. はい 2. いいえ

**Q4-1 「2. いいえ」と回答された方にお伺いします。
商店街に加入していない理由を教えてください。**

Q5 商店街全体のイベントへの参加状況を教えてください。

1. 毎回参加している 2. 大体参加している 3. あまり参加していない 4. 参加していない

**Q5-1 「3. あまり参加していない」「4. 参加していない」と回答された方にお伺いします。
イベントに参加されない理由を教えてください。**

Q6 商店街の活性化のために、独自に工夫されていることや取り組んでいることはありますか。

1. ある 2. 今後取り組むよう検討中 3. ない

**Q6-1 「1. ある」「2. 今後取り組むよう検討中」と回答された方にお伺いします。
どのような内容を具体的に教えてください**

**Q7 商店街の「にぎわい」を取り戻すには、どのような取り組みを行えばよいと思いますか。
アイデア等を自由にご記入ください。**

お忙しいところ調査にご協力いただきましてありがとうございました。

Q1 あなたご自身について、該当する項目に○印をつけてください。

性別	1. 男性 2. 女性
年代	1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代
未/既婚	1. 未婚 2. 既婚（同居する子どもなし） 3. 既婚（同居する子どもあり）
居住地区	〒（ ）
職業	1. 学生 2. 会社員・公務員（派遣社員含む） 3. 商工自営・自由業 4. 農林漁業 5. アルバイト・フリーター・パート 6. 専業主婦 7. 無職・家事手伝い 8. その他（ ）
本日の交通手段	1. バス 2. 電車 3. 自家用車 4. 自転車 5. 徒歩 6. タクシー 7. その他（ ）

Q2 来街目的を教えてください。

1. 通勤・通学 2. 観光 3. 商店街で買物 4. 商店街以外で買物 5. その他（ ）
--

Q3 当商店街およびその他商業施設の利用頻度を教えてください。【それぞれ1つだけ】

利用頻度	ほとんど毎日	2週に3回程程度	1週に1回程程度	1月に3回程程度	利用しない	ほとんど
当商店街	5	4	3	2	1	
当商店街以外の商店街	5	4	3	2	1	
当商店街以外の商業施設	5	4	3	2	1	

Q4 当商店街を利用する頻度は、2年前と比べるとどうですか。

1. 増えている 2. 減っている 3. 変わらない 4. 最近利用し始めたのでわからない

Q5 昨年は、倉敷駅北口の大型商業施設開業など、本市で大型商業施設の出店・増床が相次ぎました。大型商業施設の開店・増床の前後の変化についてお伺いします。

Q5-1 商店街を通行する機会に変化はありましたか。

1. 増加した 2. 減少した 3. 特に変わらない

Q5-2 商店街を利用する頻度に変化はありましたか。

1. 増加した 2. 減少した 3. 特に変わらない

Q6 当商店街を利用する時間帯を教えてください。

1. 6時以前	2. 6時～8時	3. 8時～10時	4. 10時～12時	5. 12時～14時
6. 14時～16時	7. 16時～18時	8. 18時～20時	9. 20時～22時	10. 22時以降
11. 利用しない				

Q7 当商店街において、1回の買い物で消費する金額（平均）を教えてください。

平均消費金額 _____円 ※利用しない方は「0円」とご記入ください

Q8 当商店街を利用する理由は何ですか。（複数回答可、3つ以内）

1. 家の近所のため	2. 通勤・通学の通り道のため	3. 好きな店があるため
4. 価格が安い	5. 雰囲気が好き	6. 店の人との会話を楽しむため
7. 特売品の購入のため	8. 昔から利用しているため	9. ポイントカードがあるため
10. 品揃えが豊富なため		
11. その他 ()		
12. 利用しない		

Q9 商店街を利用しない理由は何ですか。（複数回答可、3つ以内）

1. 1箇所で用事が済まない	2. 品揃えが悪い	3. 品質が悪い
4. 価格が高い（安くない）	5. 店への信用がない	6. お店の人の対応が悪い
7. 夜遅くまで営業してない	8. 使いやすい量で買えない	9. 雰囲気のよい店がない
10. 駐車場がない・狭い		
11. イベントやポイントサービスがない		
12. その他 ()		

Q10 よく利用されるお店の種類を教えてください。

1. 買回り品小売店舗	例) 百貨店、大型ディスカウント店等	衣料品、身の回り品店等
2. 最寄品小売店	例) 生鮮食品・日配食品店、コンビニストア、スーパーマーケット等	
3. 飲食店	例) 飲食店、居酒屋	
4. サービス店	例) クリーニング店、パチンコ店、美容院等	
5. その他	例) 金融機関、郵便局、公共施設、事務所、医療施設等	
↳ 具体的に ()		

Q11 当商店街のイメージを教えてください。

(1) 店揃えが充実している	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(2) 子どもを連れて行きやすい（安全・安心感がある）	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(3) 館内通路・トイレ・店舗など全体的に清潔感がある	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(4) ポイントカードサービスが良い	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(5) 駐車場が使いやすい	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(6) 日々の食料品の買い物に便利	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(7) 進物など特別な買い物でも使える	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(8) 品揃えが充実している	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(9) 人と集う場所として良い感じがする（雰囲気が良い）	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(10) 交通の便が良い	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(11) 店舗スタッフの接客が良い	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(12) お気に入りのお店がある、見つかる	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない
(13) 地元の商業施設として愛着が持てる	1. はい 2. いいえ 3. どちらとも言えない

Q12 今後どのような事業活動を行えば、商店街の利用促進につながるとお考えですか。

ソフト事業・ハード事業それぞれについて教えてください。（複数回答可、3つ以内）

【ソフト事業について】

① 地域活動	1 環境美化、リサイクル 4 勉強会・学習会 ス	2 防災・防犯 5 高齢者向けサービス	3 祭り・イベント 6 子育て支援サービス
② 共同売り出し等の販売促進活動	7 共同宣伝（チラシ等） 9 共通商品券	8 サービス券・スタンプ・ポイントカード 10 商店街ブランド	
③ 情報関連	11 携帯電話を活用した情報発信	12 電子マネー（Edy等）の取扱い	
④ その他	13 電話・FAXによる商品の宅配、買物代行 14 具体的に（ ）		

【ハード事業について】

① 街路設備	1 街路灯	2 アーケード	3 カラー舗装
② 店舗施設	4 商店街組織による店舗の設営		5 商店街の外観統一
③ 来街者用施設	6 休憩所・ベンチ・トイレ	7 駐輪場	8 駐車場
④ コミュニティ施設	9 多目的ホール（交流施設含む）		
⑤ 高齢者/環境・防犯対応設備	10 バリアフリー	11 防犯設備（カメラ等）の設置	
⑥ その他	12 具体的に（ ）		

Q13 商店街で行われるイベントへの参加状況を教えてください。

1. よく参加する	2. ときどき参加する	3. ほとんど参加しない	4. 参加しない
-----------	-------------	--------------	----------

Q14 商店街活性化やまちづくりの取り組みに興味はありますか。

1. 興味がある	2. どちらかといえば興味がある	3. どちらかといえば興味がない	4. 興味がない
----------	------------------	------------------	----------

Q15 商店街活性化に向けた取り組みに協力しようと思いませんか。

1. 協力しようと思う	2. 協力しようと思わない	3. どちらともいえない
-------------	---------------	--------------

Q16 電子マネーを利用されたことはありますか。

- 1. 利用したことがある
- 2. 利用したことはないが、将来的に利用したいと考えている
- 3. 利用したことはない

**Q16-1 「1. 利用したことがある」と回答された方にお伺いします。
どのような種類の電子マネーですか。(複数回答可)**

- 1. 交通系の電子マネー (Suica、PASMO、ICOCAなど)
- 2. 流通系の電子マネー (Edy、WAON、nanacoなど)
- 3. その他の電子マネー ()

Q17 商店街でも電子マネーを利用できたら利用したいと思いますか。

- 1. 利用したい
- 2. 利用したいと思わない
- 3. どちらともいえない

Q18 個人的にどのような業種・業態の店が商店街に必要なと思われるか。(3つ以内)

- 1. 買回り品小売店舗 例) 百貨店、大型ディスカウント店等 衣料品、身の回り品店等
- 2. 最寄品小売店 例) 生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア、スーパーマーケット等
- 3. 飲食店 例) 飲食店、居酒屋
- 4. サービス店 例) クリーニング店、パチンコ店、美容院等
- 5. その他 例) 金融機関、郵便局、公共施設、事務所、医療施設等
具体的に ()

Q19 その他、商店街に対するご意見・ご要望がありましたら、教えてください。

お忙しいところ調査にご協力いただきましてありがとうございました。