

平成23年度 商店街経営実態調査

埼玉の商店街

概要版



**元気いっぱい! 千客万来!
その名も「黒おび商店街」!**

埼玉県のマスコット コバトン

平成24年3月

埼玉県産業労働部

調査の概要

1. 調査の目的

県内の商店街の減少や衰退、また郊外への大型店の進出等、商店街を取り巻く環境が大きく変化する中、県内商店街が直面している現状や問題点を把握するため、商店街の経営に関する実態調査を行い、県内商店街の今後の展望を探り、商店街振興施策の基礎資料とする。

なお、今回の調査は、通常の商品街役員に対する郵送調査に加え、消費者意識や商店街を構成する個店の店主の意識を把握するため、100商店街に対して訪問調査を実施した。

2. 調査の概要

○調査種類

1. 商店街郵送調査
2. 来街者面談調査
3. 個別商店訪問調査
4. 商店街訪問調査

○調査対象

埼玉県内の商店街

○訪問調査対象商店街

訪問調査対象の100商店街は以下のとおりである。

市町村	商店街名	市町村	商店街名
さいたま市	北浦和西口銀座商店街（振）	深谷市	仲町勉強会
	南浦和共栄会		深谷商業奉仕会
	浦和駅東口大通り商店会	草加市	アコス専門店会
	中一街商店会		草加駅前一番通り商店会
	本町中央商店会		新田ふれあいロード商店街（振）
坂戸市	坂戸サンロード商店振興会		パインアベニュー商店会
戸田市	上戸田商店会		わいわいロード商店街振興会
川越市	角栄商店街振興組合	蓮田市	高砂緑の街商店会
	川越サンロード商店街（振）		谷塚駅東口商店会
	大正浪漫夢通り商店街振興組合		閨戸商店会
	川越新富町商店街振興組合	久喜市	久喜一番街商店会
	川越駅東口商店会		久喜銀座商店会
川越菓子屋横丁会	栗橋駅前商店街事業協同組合		
八潮市	けやき通り商店会		栗橋ひめプラザ協同組合
熊谷市	パルコ通り商店会	越谷市	東口大通り商店会
	籠原商工振興会		大袋商店街協同組合
	籠原南町町商店会		蒲生アサヒ通り商店会
	上熊谷商店街		大沢商店会
	熊谷駅西通り商店街振興組合		蒲生南銀座商店会
	富士見会商店会	北越谷商店会	
川口市	本町商店街振興会	志木市	いろは商店会
	川口銀座商店街振興組合	蕨市	塚越商店会
	川口錦栄会		中仙道蕨宿商店街振興組合
	協同組合ふじの市	幸手市	蕨銀座商店街協同組合
	芝銀座通り商店会		緑台商店会
	仲町商栄会	ふじみ野市	上福岡駅前名店会
	西川口駅前大通り会		富士見通り商店会
	並木観音通り商店会	北本市	せんげん通り商店会
	西川口西口駅前中央通り会	日高市	こま武蔵台ショッピングセンター
飯一商店会	入間市	アポポ商店街振興組合	
飯塚2丁目商店会		サンロード商店街	
富士見市	寺下商店会	新座市	栗原商店会
	富士見市西みずほ台商店会		スキップタウン商店会
春日部市	水谷中央商店会	三郷市	だるま通り商店会
	桜台商店会		みさと団地センターモール（協）
飯能市	武里団地中央名店会	秩父市	上野町商進会
	ポポ武里商店街振興組合		番場商店街振興組合
加須市	協同組合飯能銀座商店街		みやのかわ商店街振興組合
	加須市本町商店会協同組合	東町商店街協同組合	
東松山市	東松山ぼたん通り商店会	鶴ヶ島市	若葉商店会
	まるひろ通り商店会	桶川市	桶川べにばなスタンプ協同組合
行田市	二桜商和会		中山道商店会
朝霞市	朝霞駅前商店会	狭山市	入間川七夕通り商店街
	朝霞本町商店会		

所沢市	所沢プロペ商店街振興組合		新狭山北口商店会
上尾市	上尾東急ショッピングセンター会	本庄市	ニコニコ商店会
	ひまわりシール会	羽生市	キンカ堂通り商店会協同組合
吉川市	吉川団地名店会	鴻巣市	御成町商栄会
宮代町	百閒新道商店会	三芳町	藤久保中央通り商店会
長瀨町	岩だたみ通り商店会	伊奈町	小室商店会
小鹿野町	バンビサービス協同組合		

○調査方法

- | | |
|-------------|------------|
| 1. 商店街郵送調査 | 郵送配布－郵送回収法 |
| 2. 来街者面談調査 | 訪問面接調査 |
| 3. 個別商店訪問調査 | 訪問面接調査 |
| 4. 商店街訪問調査 | 訪問面接調査 |

○調査期間

平成23年8月～24年1月

○調査実施機関

株式会社 アストジェイ

○回収結果

- | | |
|-------------|------------------------------|
| 1. 商店街郵送調査 | 452商店街（標本数950商店街 有効回収率47.6%） |
| 2. 来街者面談調査 | 300票 |
| 3. 個別商店訪問調査 | 300店舗 |
| 4. 商店街訪問調査 | 100商店街（掲載は15商店街） |

○市町村別回収状況

	全体	さいたま市	川越市	熊谷市	川口市	行田市	秩父市	所沢市	飯能市	加須市	本庄市	東松山市	春日部市	狭山市	羽生市	鴻巣市
標本数	950	197	55	48	65	20	9	43	11	11	19	19	35	17	10	12
回収数	452	90	23	17	30	5	7	21	6	5	10	11	16	6	6	7

	深谷市	上尾市	草加市	越谷市	蕨市	戸田市	入間市	鳩ヶ谷市	朝霞市	志木市	和光市	新座市	桶川市	久喜市	北本市	八潮市
標本数	6	37	30	26	13	9	9	11	11	6	-	17	7	30	8	8
回収数	3	15	14	15	7	6	5	5	4	4	-	9	6	14	6	6

	富士見市	三郷市	蓮田市	坂戸市	幸手市	鶴ヶ島市	日高市	吉川市	ふじみ野市	伊奈町	三芳町	毛呂山町	越生町	滑川町	嵐山町	小川町
標本数	21	12	7	17	13	3	2	2	19	3	1	10	1	-	-	4
回収数	11	6	2	6	4	1	0	2	9	2	1	8	0	-	-	2

	川島町	吉見町	鳩山町	ときがわ町	横瀬町	皆野町	長瀨町	小鹿野町	東秩父村	美里町	神川町	上里町	寄居町	宮代町	白岡町	杉戸町	松伏町
標本数	1	-	-	-	-	-	4	4	-	1	-	0	6	4	10	5	-
回収数	0	-	-	-	-	-	2	2	-	1	-	0	4	3	3	4	-

※商店街郵送調査の回収状況

調査結果の概要

1. 商店街の概況

〔商店街の所在地〕は、「中央」が37.4%で最も多く、「東部」が29.0%、「西部」が23.5%で続いている。「北部」、「秩父」はどちらも10%未満である。

〔公式ホームページ〕が「ある」と答えた商店街は15.0%と少数であった。一方「ない」と答えた商店街は81.4%となっている。

〔過去5年間の県の補助〕が「あった」商店街は15.5%であった。

〔商店街の立地環境〕は、「住宅地」が25.7%、「駅前」が19.9%で多くみられ、この2つで45.6%となっている。以下は、「路線（バス通り等）沿い」が11.5%、「繁華街」が9.3%などで続いている。

〔商業集積のタイプ〕は、「近隣型商店街（最寄品中心で、地元主婦が日用品などを徒歩又は自転車などにより日常性の買物をする商店街）」が53.1%と、約5割を占めている。また、「街区は形成していないが、商店会組織として活動している所」も27.4%で高い割合となっている。

〔商店街の組織形態〕は、「任意団体」が74.1%で7割台半ばを占め、高い割合となっている。法人では「商店街振興組合」が11.3%、「事業協同組合」が6.4%であった。

〔商店街の設立時期〕は、「昭和40年代」が25.7%で最も多く、「昭和50年代」が24.3%で続いている。回答のあった商店街のうち、半数近くは昭和40～50年代に設立していることが分かる。

〔商店街の形状〕は、「面的商店街」が41.4%で最も多く、「路線型商店街」は35.2%、「団地型商店街」は5.5%で続いている。

〔商店街の延べ長さ〕は、「300～400m未満」が22.6%で最も多く、以下、「500～700m未満」が16.4%、「200～300m未満」が13.2%で続き、〈200～700m未満〉の範囲で5割以上を占める

〔メインストリートの長さ〕は、「100m～200m未満」が18.2%で最も多く、「200～300m未満」が17.0%、「300～400m未満」が15.1%で続いている。

〔商店街の商圈〕は、「500m超～1km以内」が21.5%で最も多く、「300m超～500m以内」が16.4%で続いている。

〔商店街の沿革〕は、「集散地から発生」が21.0%、「宿場町から発生」が15.5%で多くみられる。また、これらにあてはまらない「その他」も38.1%で高い割合となっている。

〔一店舗あたりの年会費（電気代を除く）〕は「1～2万円未満」が29.9%で最も多く「1万円未満」が27.9%で続いている。合わせて57.8%が2万円未満の年会費となっていることが分かる。

〔年間収入額〕は、「50万円未満」が24.3%で最も多く、「100～200万円未満」（16.4%）、「50～100万円未満」（13.9%）、「200～400万円未満」（11.9%）が続いている。〈400万円未満〉が全体の6割以上を占めている。

〔年間支出額〕は「50万円未満」が23.5%で最も多く、これに「100～200万円未満」（15.0%）、「50～100万円未満」（14.6%）、「200～400万円」（12.2%）が続いている。年間収入額同様〈400万円未満〉の範囲で全体の6割以上を占めている。

〔事務局の設置及び役員〕は、事務局を設置している商店街は22.1%、事務所は13.1%、会議室は12.8%、役員報酬のある商店街は7.1%で、いずれをみても「無」が多数を占めている。職員が「いる」商店街は8.0%（47団体）で、そのうちの職員の人数では、「1人」が8割程度を占めている。

年間の役員会の回数は、「3～5回」が31.0%で最も多く、「3回未満」が15.9%、「6～8回」が15.7%で続いている。

〔会員・業種構成〕は「会員店舗」が75.2%で最も多くなっている。その内訳としては「飲食・サービス店」が32.6%で最も多い。一方「非会員店舗」は24.8%で、「会員店舗」と同様「飲食・サービス店」が40.2%で最も多い。

〔商店街の繁盛店〕は「飲食店」が24.0%で最も多く、「生鮮食品・日配食品店」が10.4%、「パン・弁当・惣菜・生菓子店等製造小売」が10.2%の順で続いている。

〔大型店等に対する商店会加入促進の取り組みの有無〕は、「ない」が53.5%と約半数を占め、「ある」は19.5%となっている。

〔商店街環境整備〕で、現在設置しているものでは、「街路灯」が75.2%で最も多く、7割を超えている。今後設置したいものは「防犯カメラ」が最も多く、以下、「休憩ベンチ」、「案内板」、「共同駐車場」の順で続いている。

〔商店街共同事業〕で、現在実施している事業は、「共同売出し」が35.0%で最も多く、「共同宣伝」が22.3%、「ソフト事業(イベント等)」が19.2%、「講習会・研修会視察・見学」が18.8%の順で続いている。今後実施したい事業は、「ソフト事業(イベント等)」が9.5%で最も多く、「共同売り出し」が8.6%、「共同宣伝」、「宅配・注文取り」がそれぞれ6.4%、「講習会・研修会・見学」が6.0%、「ポイントカード」が5.8%で続いている。過去に実施し現在やめている事業は、「共同売出し」が18.4%で最も多く、「共同宣伝」が8.4%、「共同装飾」が7.3%で続いている。

〔最近1年間のイベントの有無〕は、「有」が52.9%と多数を占め、「無」の15.0%を大きく上回っている。

〔商店街環境整備及び商店街共同事業実施後の効果測定〕は、「行わない」が68.6%と多数を占め、「行った」は8.6%となっている。

〔商店街の休日〕は、「調整していない」が79.9%で多数を占めている。一方「調整している」は5.8%であった。「調整している」団体の間隔は「毎週」が69.2%で最も多い。

〔開・閉店時間〕は「調整していない」が85.0%で多数を占めている。一方「調整している」は3.3%であった。

〔共同駐車場〕「無」と答えた商店街が73.0%を占めている。一方「有」と答えた商店街は14.8%であった。

〔客層〕は、「主婦」が37.9%で最も多く、「高齢者」が35.8%で続いている。「学生・若者」、「OL、ビジネスマン」はそれぞれ10%以下である。

〔固定客の割合〕は、「50～80%未満」が33.0%で最も多く、「80%以上」も17.7%で高くなっており固定客の割合が高いことが分かる。

【**商店街の強み**】は、「地域との密着度が高い」が54.9%と突出して多い。次いで「駅に近い」20.8%、「繁盛している商店がある」15.0%、「大型店が街区内にある」13.3%、「ソフト事業(イベント等)を実施している」12.2%の順で続いている。

【**商店街の弱み**】は、「個店に後継者が少ない」が36.5%で最も多く、後継者問題が深刻である現状が分かる結果となった。「買物以外の娯楽施設がない」が32.1%、「行動的な若者がいない」が25.0%、「繁盛している店がない」が24.3%で続いている。

【**来街者の交通手段**】は、「徒歩」が47.5%で最も多く、「自転車・バイク」が29.9%で続いており、合わせて7割以上を占めている。次いで「自家用車」が24.1%となっており、バス、鉄道の利用者はわずかである。

2. 商店街の景況

〔景況感〕は、「繁栄している」、「やや繁栄している」の合計は3.9%とごく少数にとどまり、「衰退している」、「やや衰退している」の合計は60.1%で6割以上となっている。

〔繁栄している理由〕は、「個店の経営努力」が55.6%で最も多く、以下「交通の便がよい」44.4%、「商店街が連続している」33.3%、「商圈人口の増加」27.8%の順で続いている。

〔停滞、衰退している理由〕は、「後継者不足」が51.4%で最も多く、「店舗の陳腐化、老朽化、空き店舗の増加」47.6%、「業種構成の不足」42.1%、「大型店進出の悪影響」41.8%の順で続いている。

〔今後の景況感〕は、「繁栄する」、「やや繁栄する」の合計は6.0%と少数である一方、「衰退する」、「やや衰退する」は56.2%と半数以上を占める。「停滞する」との回答は28.5%となっている。

3. 店舗数の変動

〔店舗数の変動〕は、5年前と比べて「増加」の合計は3.5%であった。一方「減少」の合計は61.3%と高い割合となっている。「ほとんど変わらない」は26.1%であった。

〔変動があった店舗〕は、【増加した店舗】では、「飲食店」が18.4%で最も多く、「サービス店」7.7%、「コンビニエンスストア」7.1%の順で続いている。【減少した店舗】をみると、「生鮮食品・日配食品店」が27.0%で最も多く、「飲食店」26.3%、「衣料品・身の回り品店」24.3%の順で続いている。

〔空き店舗数〕は、「0店」の商店街が19.9%となっている。一方、空き店舗が1店以上ある商店街は61.6%となり、6割を超える商店街で空き店舗が存在していることが分かる。なお、1商店街当たりの平均空き店舗数は3.4店舗、空き店舗率は8.3%となっている。

〔空き店舗の以前の店舗〕は、「飲食店」が44.1%で最も多く、「衣料品・身の回り品店」30.1%、「生鮮食品・日配食品店」28.3%となっており、この3業種は先述した【減少した店舗】の上位3項目と重なる。

〔空き店舗での家主の居住状況〕は、「ほとんど住んでいない」が38.8%で最も多い結果となっている。一方「ほとんど住んでいる」は31.4%、「半分くらいが住んでいる」は19.2%であった。

〔空き店舗となった原因〕は、「経営不振のため廃業」が57.3%で最も多く、「後継者がいないため廃業」が52.5%で続いており、この2項目が突出していることが分かる。

〔空き店舗の状態が続いている原因〕は、「商店街に魅力がないため」が39.8%で最も多く、次いで「貸さなくても（売らなくても）差し支えないため」が36.2%で続いている。

〔空き店舗対策〕は、「特に何もしていない」商店街が77.3%で最も多い結果となった。対策をとっている商店街の中では「業種を問わず、出店者を募集、誘致」(7.5%)などが高くなっている。

〔空き店舗の今後の活用方法〕は、「必要業種の誘致」が26.7%で最も多く、「イベント会場」6.3%、「休憩施設」5.9%、「アンテナショップ」5.1%の順で続いている。

〔今後の空き店舗数の予測〕は、「増加する」が35.4%で最も多く、「わからない」21.9%、「ほとんど変わらない」18.6%の順で続いている。

4. モータリゼーションの影響

〔来街者用共同駐車場の過不足〕は、「足りている」が39.2%で、「足りていない」の30.3%を上回っている。「足りていない」商店街の望ましい駐車台数は、「5～10台」(38.0%)が最も多くみられ、次に「11～20台」(15.3%)となっている。

〔独自に駐車場を持っている店舗数〕は、各商店街で「1～5店」が29.2%で最も多く、「0店」の11.5%を合わせると5店舗以下が40.7%を占める。

〔モータリゼーションに有効な対策〕は、「来街者用の駐車場の整備」が25.7%で最も多く、「電線地中化等バリアフリー対策」17.3%、「歩行者と自動車との共存を図る」16.8%の順で続いている。

5. 大型店の影響

〔商圏内の大型店舗数〕は、「4店舗以上」が20.8%で最も多く、3店舗以下も含め計55.3%の商店街は商圏内に大型店があることが分かる。

〔最近5年間での商圏内への大型店の進出有無〕は、5km圏以内では「進出があった」が34.5%、「進出はない」が35.2%となっており拮抗している。5km圏超では「進出があった」が18.4%、「進出はない」が23.7%であった。

〔大型店進出後の影響〕は、「悪い影響が大きい」が52.6%と多数を占めている。一方「良い影響が大きい」は3.8%にとどまっている。

〔大型店の進出への対策〕は、「商店街としても個店としても対策は講じなかった」が54.3%で最も多く、「商店街全体として対策は講じなかったが、個店で対応した」28.6%、「商店街全体として対策を講じた」6.3%の順となっている。

〔最近5年間での商圏内の大型店の撤退有無〕は、「撤退はない」が59.1%で過半数を占めており、「撤退があった」は11.1%であった。

〔大型店撤退後の影響〕は、「あまり影響はない」が54.0%、「悪い影響が大きい」が36.0%となっている。「良い影響が大きい」に回答はなかった。

〔大型店の撤退への対策〕は、「商店街としても個店としても対策は講じなかった」が76.0%を占めており、「商店街全体として対策は講じなかったが、個店で対応した」の14.0%が多くみられた。一方「商店街全体として対策を講じた」は2.0%であった。

〔大型店との協調策〕は、「大型店とは特に関わっていない」が37.5%で最も多く、次いで「個店ごとの対応に任せている」が24.7%を占めていることから、大型店と協調策をとっている商店街は少ないことが分かる。一方、協調策を取っている内容としては「共同でイベントを行っている」が6.4%で最も多かった。

6. 後継者問題

〔商店経営者の年齢〕は、「60歳以上」が60.8%、「50代」が18.2%で〈50代以上〉が合わせて約8割を占めている。

〔後継者のいない店舗数〕は、「6～20店」が26.5%で最も多く、「21～40店」が23.0%で続いている。「81店以上」も2.2%存在した。

〔後継者のいない商店の内訳〕は、「事業を当代限りとしている店舗」が55.1%を占め、「後継者の必要な店舗」が17.1%、「経営者が若くて後継者問題のない店舗」が15.3%となっている。

〔後継者育成対策の有無〕は、「とっていない」が73.5%で多数を占めており、「とっている」は5.8%であった。「とっている」の内訳としては「若手に共同事業の企画・運営をまかせている」が46.2%で最も多く、「青年部を設置している」が42.3%で続いている。

7. 商店街情報化施策

〔現在実施している情報化施策〕は、「実施しているものはない」が40.5%で最も多い結果となった。具体的に実施しているものでは、「ホームページ」の12.8%が最も多く、以下、「ポイントカード」7.7%、「タウン誌」4.0%の順で続いている。

〔実施を検討している情報化施策〕は、「検討しているものはない」が35.8%で最も多い結果となった。実施している具体的な内容では、「ホームページ」が8.2%で最も多く、次に「インターネットの利用」、「ポイントカード」が続いている。

〔ホームページの販売促進等への影響〕は、「ほとんどのお店で役に立っていない」が50.0%で最も多く、「役に立っているお店と役に立っていないお店が半々である」が44.8%となっている。

〔情報化対策の必要性〕は、「非常に感じている」、「やや感じている」を合わせて36.8%であった。一方「感じていない」の合計は18.8%であった。

8. 商店街の組織化

〔法人化した理由〕は、「国や県からの補助制度が受けやすい」が43.0%で最も多く、「商店街を活性化するための計画の一環」が35.4%で続いている。

〔法人化していない理由〕は、「必要性が感じられない」が52.7%で最も多く、「会員の賛同が得られない」が25.4%、「十分な資金がない」が25.1%の順で続いている。

〔今後の法人格取得予定〕は、「法人格取得の予定はない」が76.0%で7割以上を占めている。

9. 商店街の活動と課題

〔商店街の活動状況〕は、「活発である」、「やや活発である」の合計が15.1%、「普通」が26.8%、「やや不活発である」、「不活発である」の合計が41.8%となっており、＜不活発である＞とする商店街が多くなっている。また、不活発である理由として「会員の無関心、非協力」、「会員が減少したため」を選ぶ商店街が多い。

〔青年部の設置・活動状況〕は、「設置していない」が78.3%で多数を占めている。

〔女性部の設置・活動状況〕は、「設置していない」が77.7%で多数を占めている。

〔コミュニティ活動の有無〕は、「行っていないし、予定もない」が51.1%で半数を占めている。一方「行っている」は18.8%で、「行っていないが、今後行っていきたい」は12.6%であった。

〔今後のコミュニティ活動〕は「今のままでよい」が36.5%で最も多く、「さらに連携を深めたい」が25.4%で続いている。一方「あまり必要でない」は16.4%となっている。

〔他商店街との連携〕は、「連携をとっている」が38.9%で最も多く、「連携はとっていないが、必要性を感じている」は19.5%であった。一方、「連携はとっていないし、必要性も感じていない」は24.1%であった。

〔連携をとっている商店街の範囲〕は、「隣接する商店街」が64.2%で最も多く、次いで「市町村内の商店街」が41.5%となっている。

〔他商店街との今後の連携〕は、「これ以上広げることなく、現在連携をとっている商店街との親交を深める」が75.6%を占めている。次いで「現在連携をとっている商店街のほかに新たに連携を広げていく」が19.3%となっている。一方「連携を解消する」は0.6%にとどまっている。

〔連携を阻害している要因〕は、「共通する事業がない」が37.5%で最も多く、「取りまとめる人材（リーダー）がない」が34.1%、「他の商店街と交流する機会がない」が33.0%で続いている。

〔現在直面している課題〕は、「後継者不足」が46.2%で最も多く、「業種構成の不足」が42.7%、「商店の不連続」が32.1%の順で続いている。

〔魅力的な商店街となるために必要なもの〕は、「生活に密着した地域情報の提供」が38.9%で最も多く、「豊かな生活が送れる商品情報の提供」が25.2%、「催事・イベントなどの実施」が20.8%で続いている。

〔商店街で欲しい情報〕は、「他商店街の先進事例」が31.2%で最も多く、「消費者の購買動向等の情報」が30.8%で続いている。

10. まちづくり

〔**中心市街地活性化のための取り組みの必要性**〕は、過半数の53.5%が「必要と思う」としている。一方「必要と思わない」は3.8%にとどまっている。

〔**中心市街地活性化を推進していくために必要と思うもの**〕は、「行政による積極的な取り組み」が48.8%で最も多く、「地元商店街による積極的な取り組み」が48.3%、「商工会議所・商工会による積極的な取り組み」が33.5%で続いている。

〔**まちづくりにおける商店街の役割**〕は、「地域住民への身近な購買機会の提供」が50.7%で最も多く、「地域の賑わいの創出」40.3%、「まちの治安や防犯への寄与」23.7%の順で続いている。

11. 少子化対策

〔**保育施設**〕は、設けていないが71.7%と7割以上となっている。

〔**パパ・ママ応援ショップの協賛店**〕は「ない」が49.6%で、「ある」の34.5%を上回っている。

〔**赤ちゃんの駅(自由におむつ替えや授乳が行えるスペース)**〕は「設置されている」が4.0%にとどまる結果となった。

12. 高齢化対策

〔**各個店における高齢者に配慮したサービス**〕は「休憩所・ベンチ等の設置」が21.2%で最も多く、「宅配サービス」が19.2%、「FAX・電話等での受注」が16.2%で続いている。

〔**商店街での高齢者向けのサービス**〕は「休憩所・ベンチ等の設置」が12.8%で最も多く、「宅配サービス」が11.9%で続いている。

〔**今後高齢者のために何が必要か**〕は個店では「高齢者を意識した品揃え、小口商品化」(44.7%)、「宅配サービス」(35.4%)、「店内でのくつろぎのスペース確保」(33.4%)等が多い割合となった。一方、商店街では「商店街ぐるみで高齢者を意識した店づくり」(26.1%)、「宅配サービス」(25.4%)、「色々な商品の一括受注と配達」(19.2%)等が多くなっている。

13. 買い物弱者対策について

〔**買い物弱者への宅配・送迎**〕は行っている店が「ある」商店街が29.9%、「ない」商店街が47.1%となっている。行っている商店街の各個店でどのようなサービスをしているかについては「FAX・電話等での受注・宅配」、「宅配」が共に60.7%で最も多く、「送迎サービス」32.6%、「御用聞き」31.1%の順で続いている。

14. 青年部の活動について

【青年部の活動】については「活動している」が8.8%、「活動していない」が68.1%となっている。どのような活動が行われているかについては「祭りや商店街のイベントの協力」が90.0%と突出して多くなっている。次いで「各地商店街連合会青年部との連絡」が27.5%、「講演会、懇談会、研究会等の開催」が12.5%となっている。また、活動している商店街の当面の課題については「メンバー・後継者不足」が60.0%で最も多く、「資金繰り」20.0%、「他団体との連携」17.5%の順となっている。

15. 商店街支援

【事業実施にあたっての相談先】は、「商工会議所・商工会」が61.5%で最も多く、次に「市町村」が47.6%となっている。

【商店街振興のために支援すべき事業】

【商工会議所・商工会】に対しては、「商店街共同事業に対する資金助成」が35.0%で最も多く、「まちづくりに関する支援」30.3%、「商店街の環境整備」21.9%、「研修会、講習会の開催」19.0%の順で続いている。

【市町村】に対しては、「商店街共同事業に対する資金助成」が39.4%で最も多く、「商店街の環境整備」31.4%、「まちづくりに関する支援」30.1%の順になっており、この3項目が突出して多くなっている。

【埼玉県】について【市町村】と同様な傾向となっている。

【商店街振興計画の策定状況】は、「策定する予定も、策定する意向もない」が36.5%で最も多く、「策定していないが、今後策定したい」が24.3%で続いている。

【商店街の今後】は、「イベントを行い、賑わいを創出する」が30.3%で最も多く、「現状維持」25.4%、「若手リーダー育成などの商店街の人材を育成する」21.0%、「研修会などを行い、個店のレベルアップを図る」14.8%、「集客施設を誘致する」11.5%の順で続いている。

16. 震災対策について

【3月の大震災における商店街への影響】については「発生直後は売上が横ばいであった」が15.5%で最も多く、「発生直後は売上高が30%減少した」(14.4%)、「発生直後は売上高が20%減少した」(12.6%)、「発生直後は売上高が10%減少した」(12.2%)と続いており、売上げが横ばい若しくは減少した商店が多いことが分かる。また、その後大震災から約5か月経過後の現在、震災前と比べた影響については「売上は横ばいである」が29.2%で最も多く、「売上高が10%減少している」(17.0%)、「売上高が20%減少している」(13.9%)となり、売上げの減少が続いているが改善の兆しがみられる結果となった。

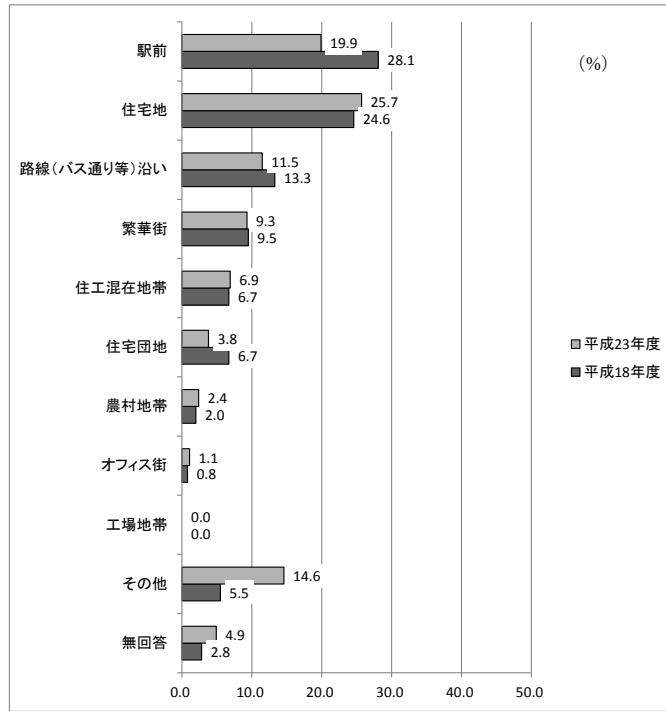
主な項目の前回調査等との比較

1. 商店街の概況

(1) 商店街の立地環境

<前回調査との比較>

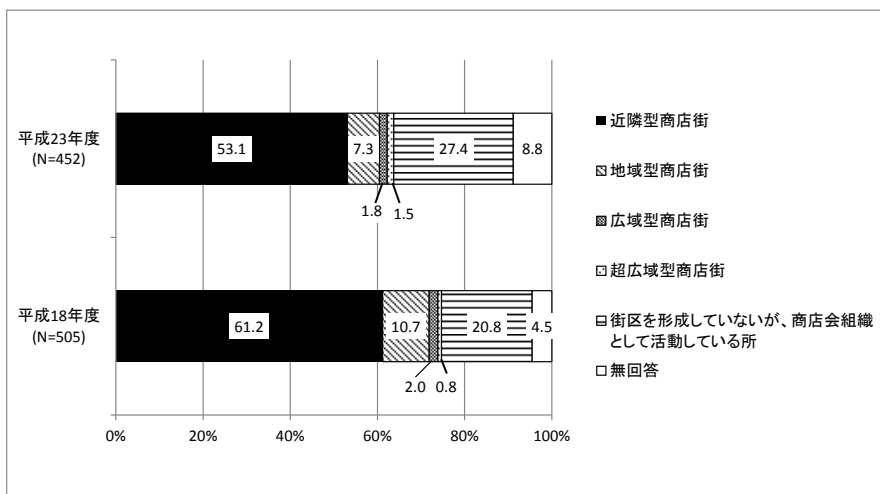
前回調査と比較すると、前回の1位と2位が入れ替わり、今回は「住宅地」が25.7ポイントで最多となり、前回1位の「駅前」は8.2ポイントの大幅減少となっている。



(2) 商業集積のタイプ

<前回調査との比較>

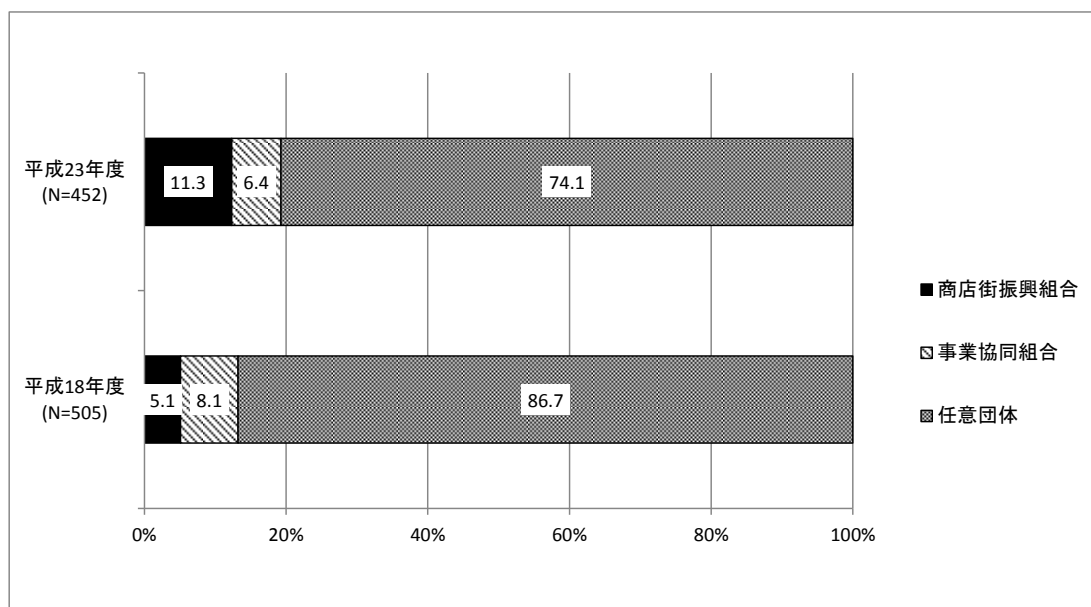
前回調査と比較すると、「街区を形成していない商店会組織」が27.4%と6.6ポイント増加しているが、「近隣型商店街」が53.1%となり8.0ポイント減少している。



(3) 商店街の組織形態

<前回調査との比較>

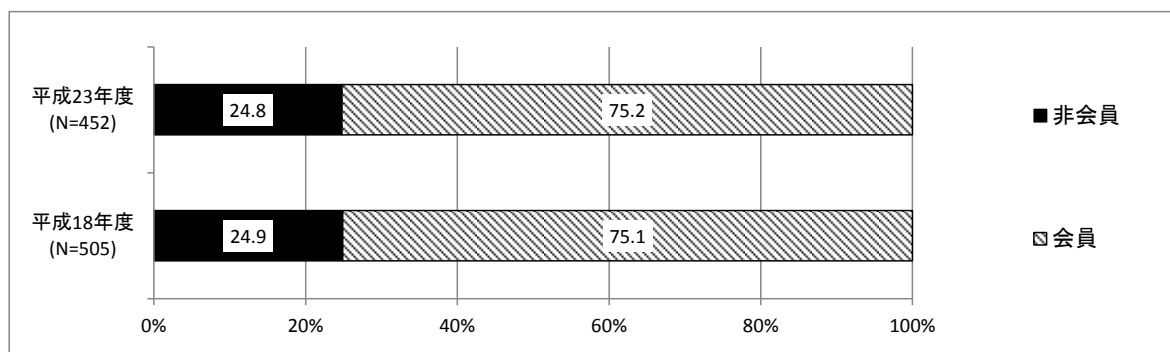
前回調査と比較すると、「商店街振興組合」が6.2ポイント増加し、「事業協同組合」「任意団体」が減少している。



(4) 会員・非会員の割合

<前回調査との比較>

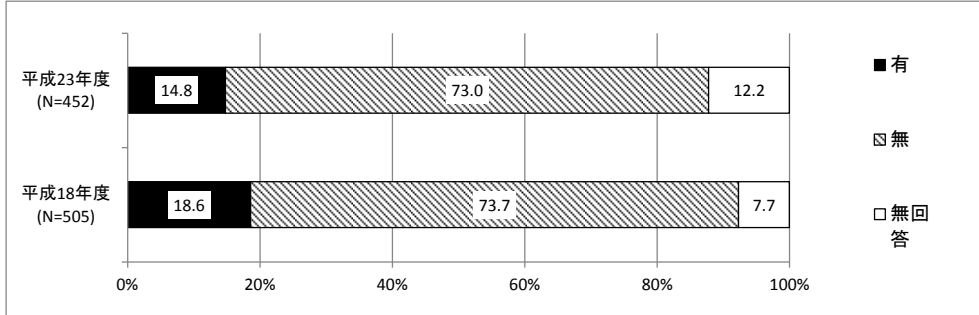
前回調査との比較では、会員と非会員の割合に大きな変化は見られない。



(5) 共同駐車場

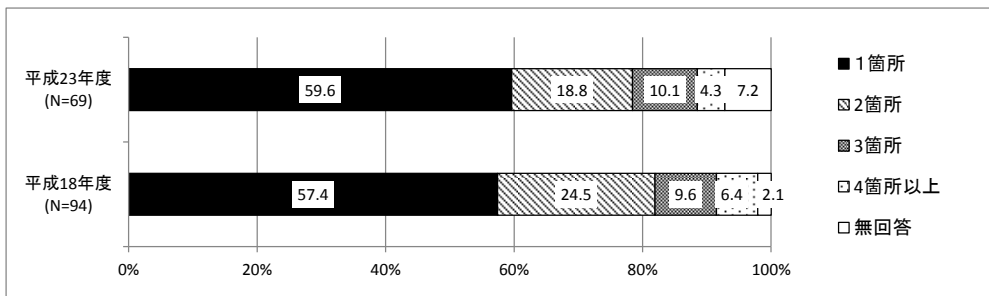
<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「有」が3.8ポイント減少していることが分かる。



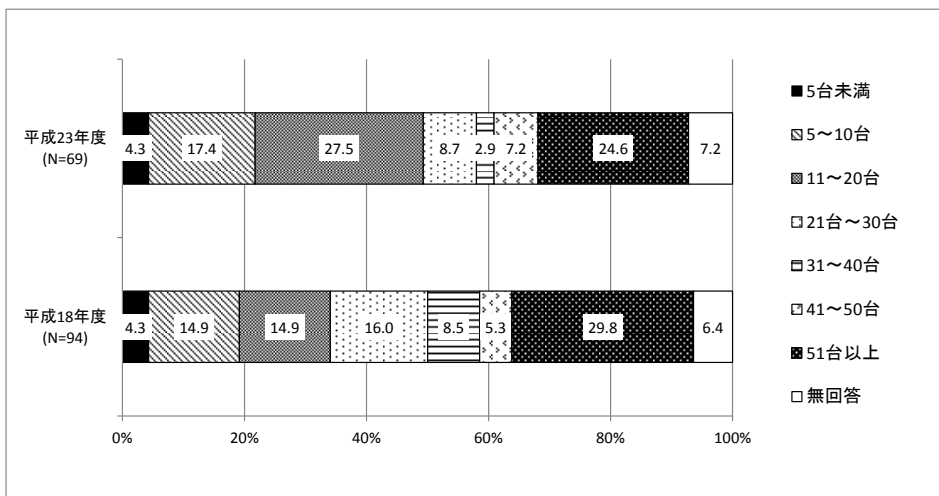
【設置箇所数】

前回調査と比較すると、1箇所が2.2ポイント、3箇所が0.5ポイント増加している。一方、「2箇所」は5.7ポイント、「4箇所以上」は2.1ポイントの減少となった。



【収容台数】

前回調査と比較すると、前回調査では「51台以上」が29.8%と最も多くなっていたが、今回調査では「11~20台未満」が27.5%を占め、12.6ポイント増加している。

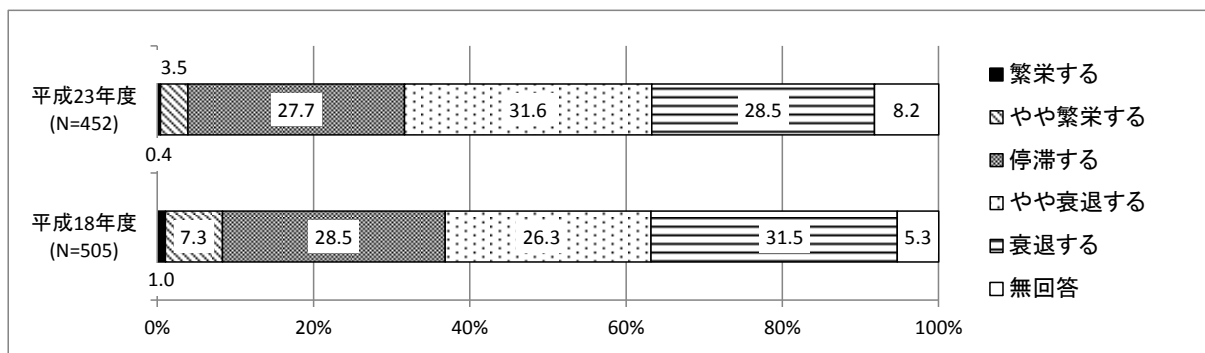


2. 商店街の景況について

(1) 景況感

<前回調査との比較>

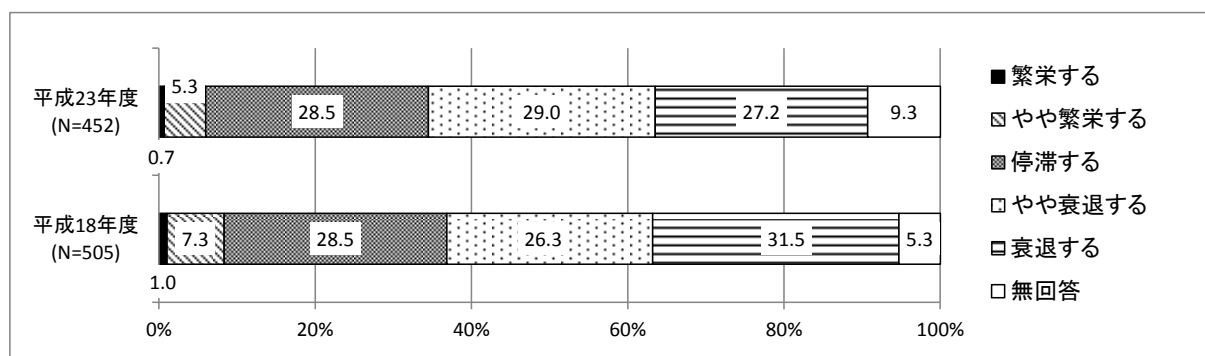
前回調査と比較すると、特に大きな変化は見られないが、「繁栄している」と「やや繁栄している」を合わせた〈繁栄している〉は4.8%から3.9%になり0.9ポイント減少している。



(2) 今後の景況感

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、特に大きな変化は見られないが、「繁栄する」と「やや繁栄する」を合わせた〈繁栄する〉は、8.3%から6.0%となり、2.3ポイント減少した。

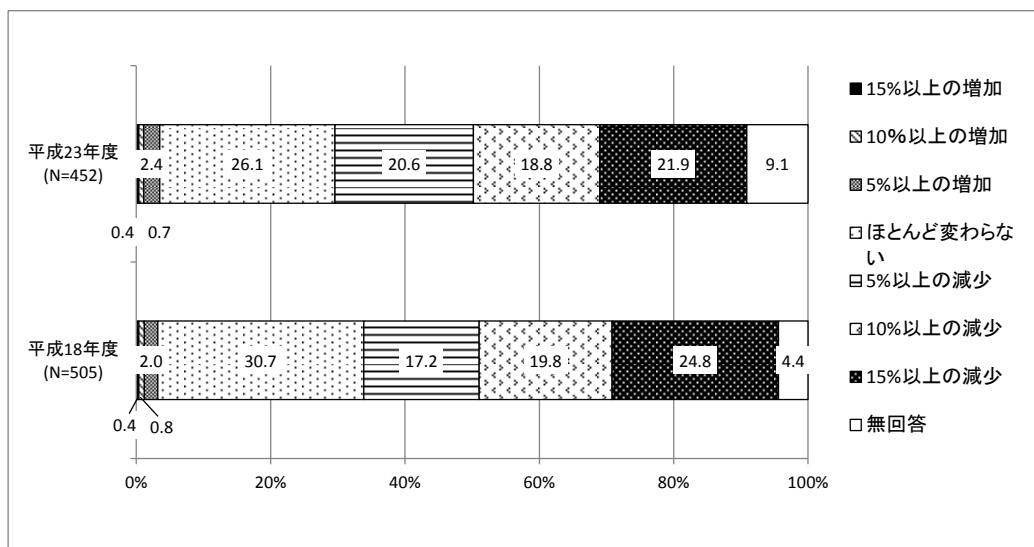


3. 店舗数の変動

(1) 店舗数の変動

<前回調査との比較>

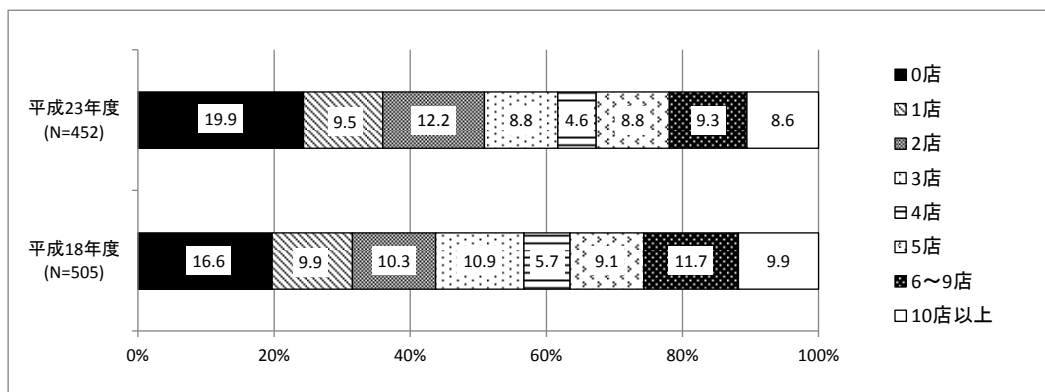
前回調査と比較すると、「増加」は前回 (3.2%)、今回 (3.5%) で、0.3ポイントと僅かに増加している。一方「減少」は前回 (61.8%)、今回 (61.3%) で0.5ポイントの減少となっている。



(2) 空き店舗数

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「0店」(空き店舗は無い) とする割合が3.3ポイント増加している。

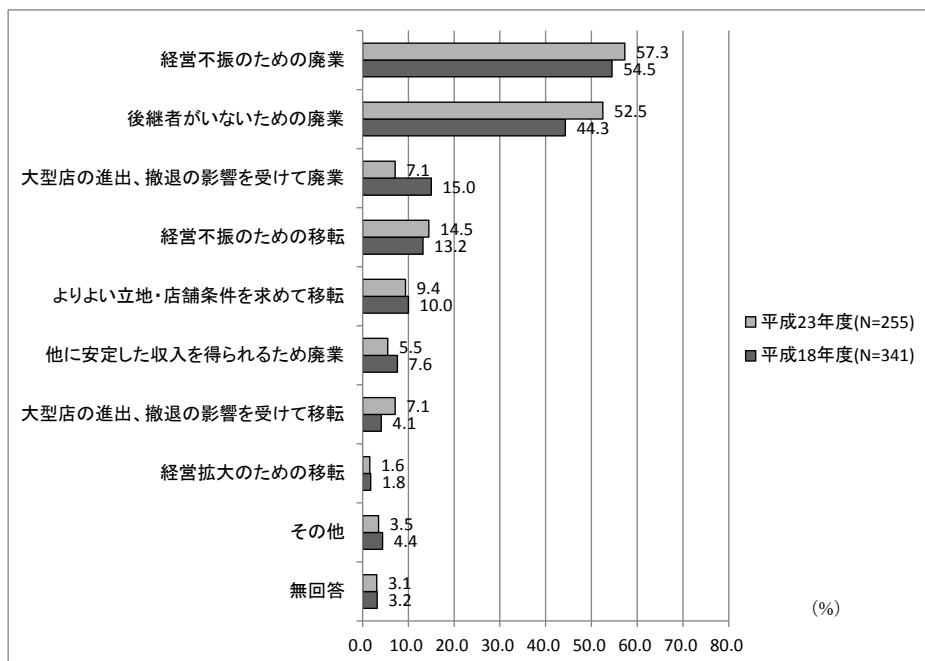


	平均空き店舗数(店)	空き店舗率(%)
平成23年度	3.4	8.3
平成18年度	4.4	8.0

(3) 空き店舗となった原因

<前回調査との比較>

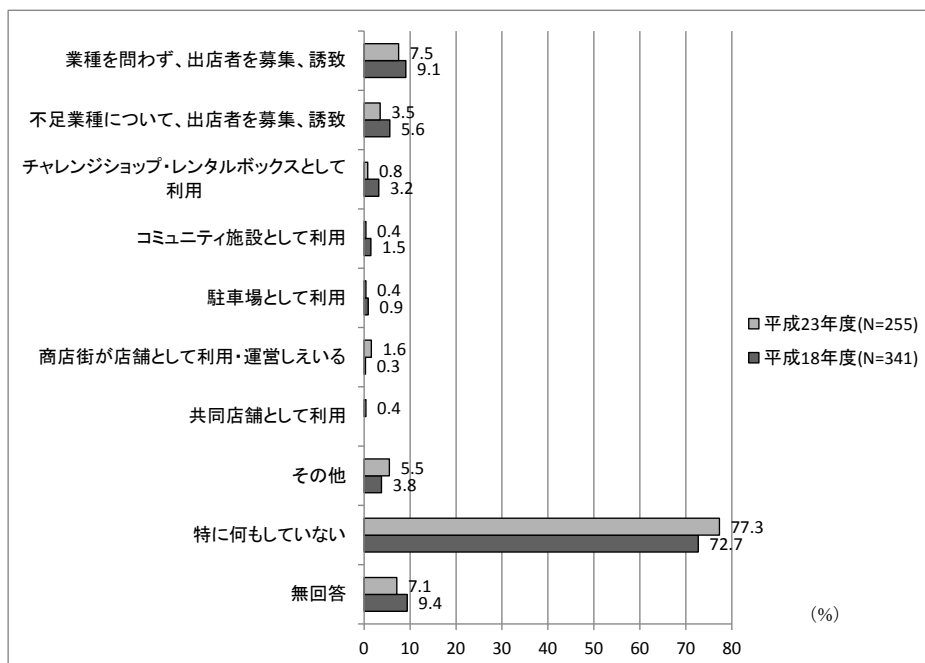
前回調査との比較でも、「経営不振のため廃業」と「後継者がいないための廃業」が2大原因であることは今回も変わらない。しかし、「後継者がいないための廃業」が8.2ポイントと大幅に増加しており、後継者不足への対策の必要性が浮き彫りになっている。



(4) 空き店舗対策

<前回調査との比較>

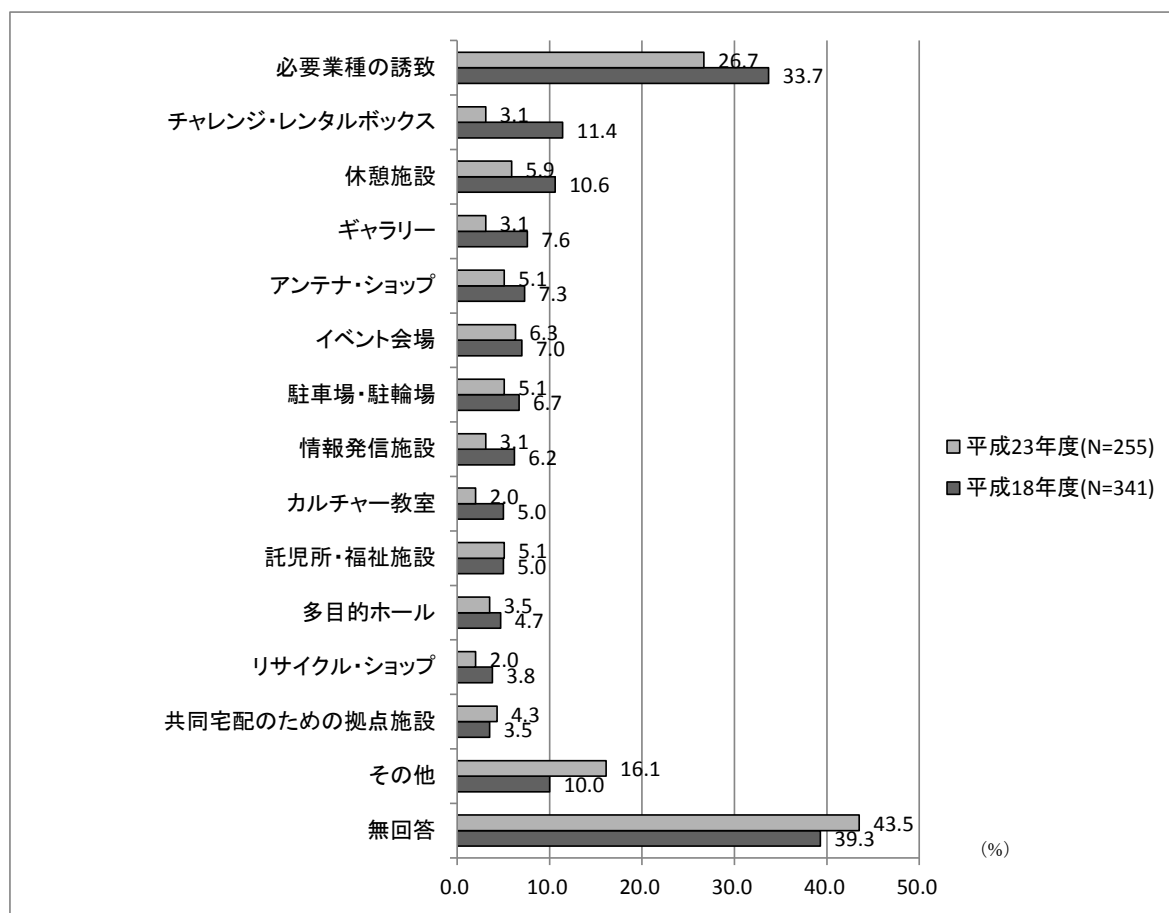
前回調査と比較すると、「特に何もしていない」が4.6ポイント増え、8割近くを占めている。有効な対策がとれていない現状を表している。



(5) 空き店舗の活用方法

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、多くの項目が今回減少していることが分かる。空き店舗活用施策の1位である「必要業種の誘致」も7.0ポイントの減少となった。「託児所・福祉施設」と「共同宅配のための拠点施設」が増えていることは、現在の地域のニーズを表していると考えられる。

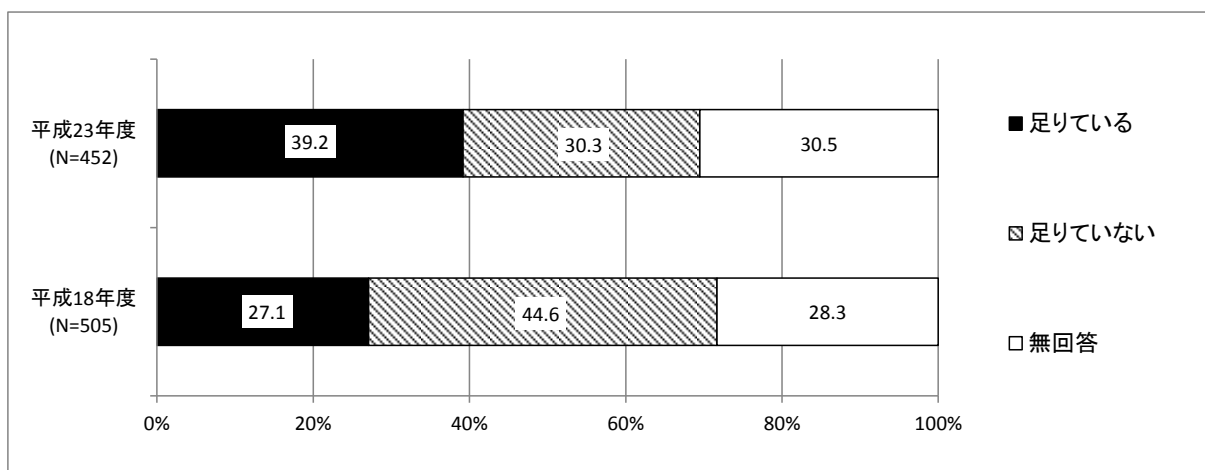


4. モータリゼーションの影響

(1) 来街者用共同駐車場の過不足

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「足りている」が12.1ポイント増加しており、駐車場の整備が進んでいることが分かる。

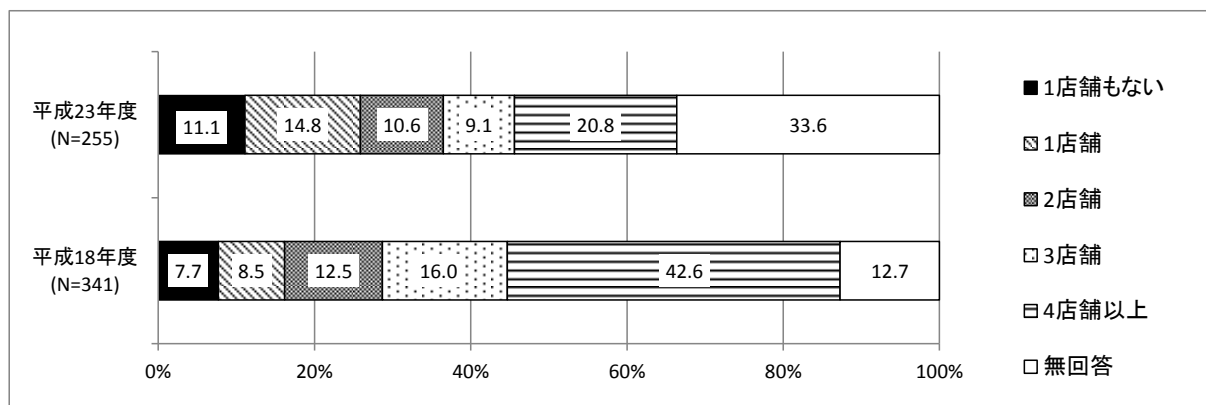


5. 大型店の影響

(1) 商圈内の大型店舗数

<前回調査との比較>

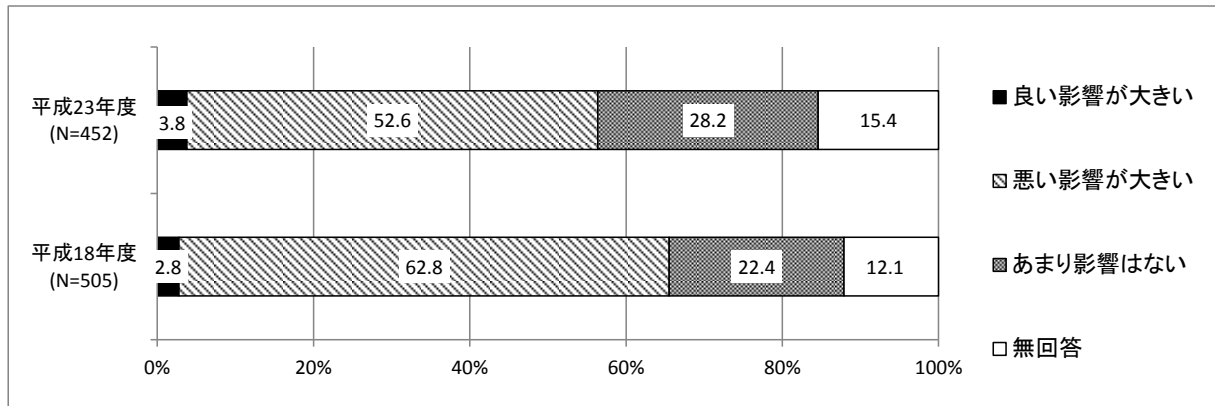
前回調査と比較すると、「1店舗もない」と「1店舗」の合計が16.2%から25.9%となり9.7ポイント増えた。一方、「3店舗」と「4店舗以上」の合計は、58.6%から30.0%となり、28.6ポイントの大幅な減少となっている。



(2) 大型店進出後の影響

<前回調査との比較>

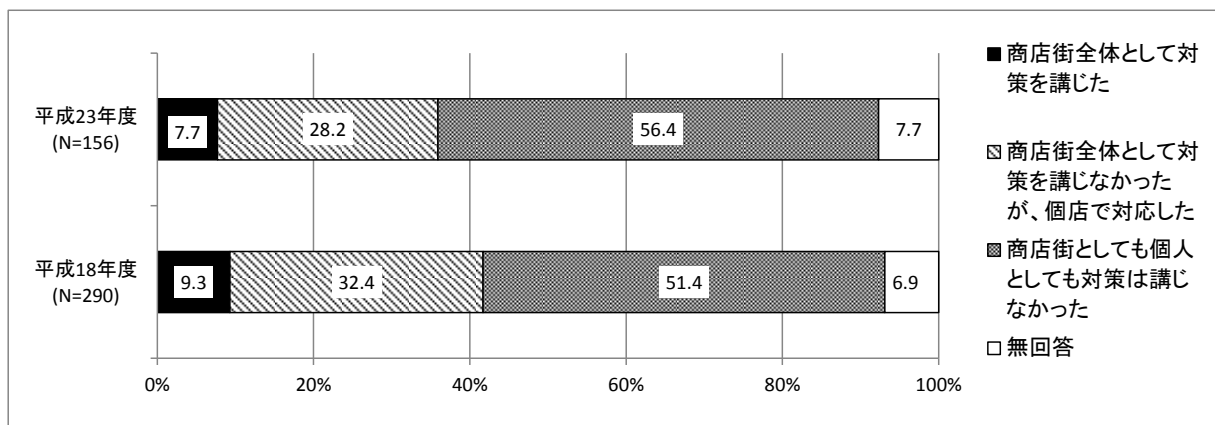
前回調査と比較すると、「悪い影響が大きい」が10.2ポイント減少、「あまり影響はない」が5.8ポイント増加している。反面、「良い影響が大きい」が1.0ポイントではあるが増加している。



(3) 大型店の進出への対策

<前回調査との比較>

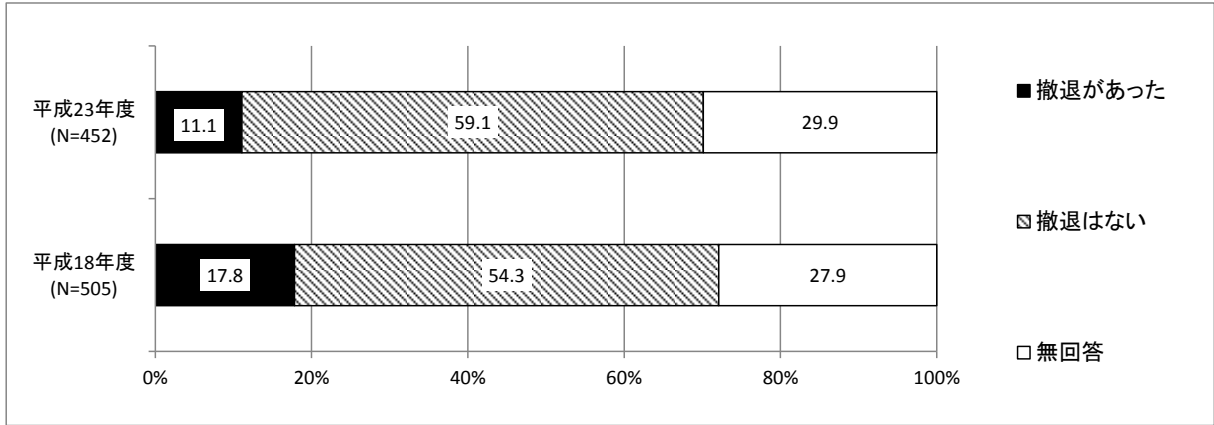
前回調査と比較すると、「商店街全体として対策を講じた」が1.6ポイント減少し、「商店街としても個人としても対策を講じなかった」が5.0ポイント増えている。



(4) 最近5年間の商圈内の大型店の撤退有無

<前回調査との比較>

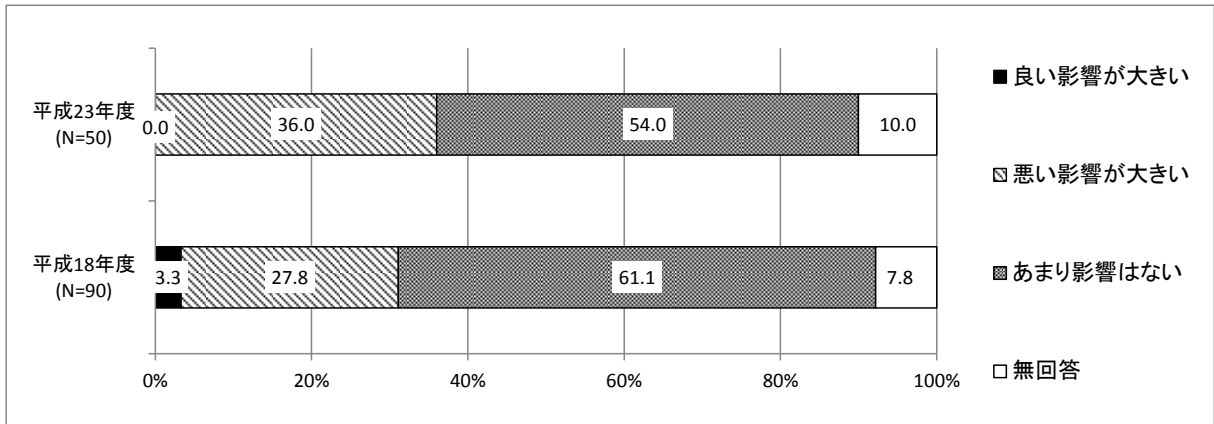
前回調査と比較すると、「撤退はない」が4.8ポイント増加し「撤退があった」は6.7ポイント減少している。



(5) 大型店撤退後の影響

<前回調査との比較>

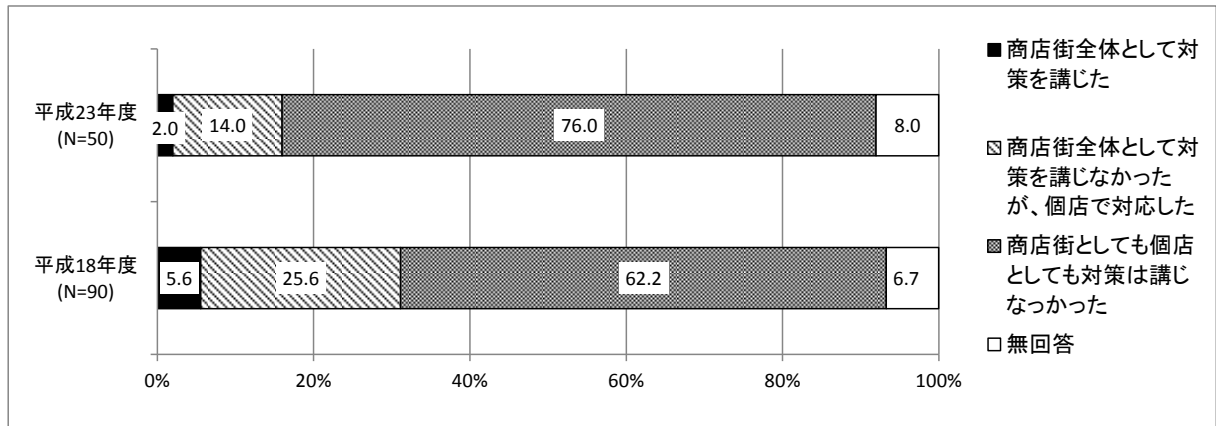
前回調査と比較すると、「良い影響が大きい」が減少し、「悪い影響が大きい」が8.2ポイント増加している。



(6) 大型店の撤退への対策

<前回調査との比較>

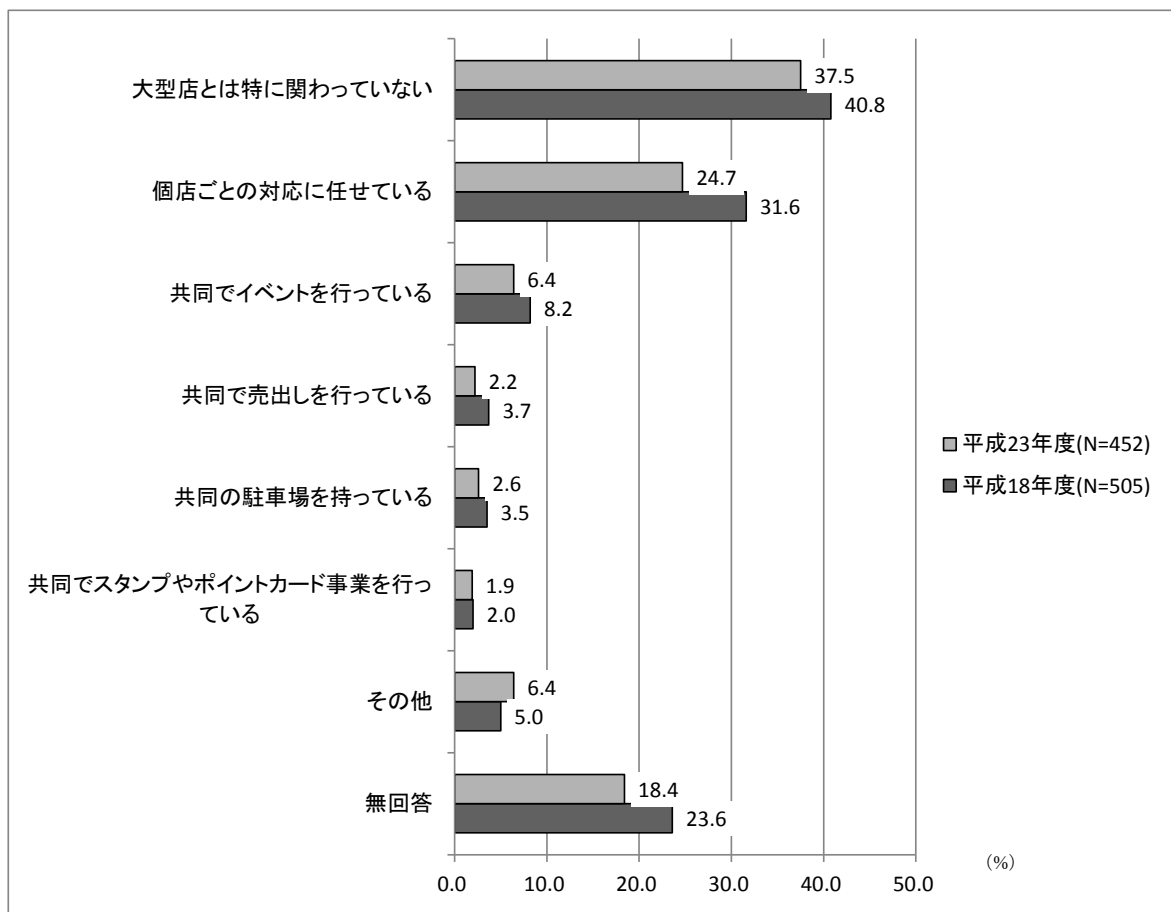
前回調査と比較すると、「商店街としても個店としても対策は講じなかった」が13.8ポイント増加しており、大型店の撤退に対して有効な対策がとられていない状況が表れている。



(7) 大型店との協調策

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「大型店とは特に関わっていない」が3.3ポイント、「個店ごとの対応に任せている」は6.9ポイント減少している。

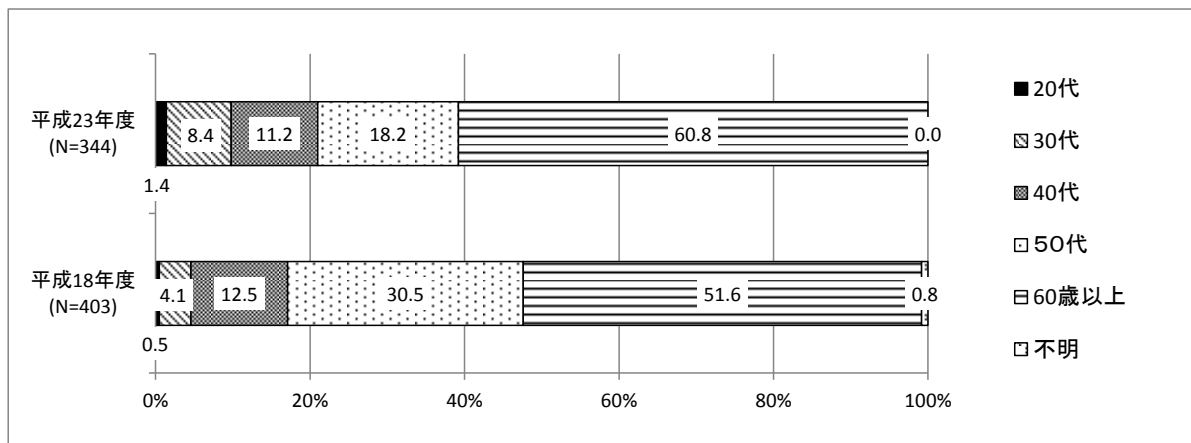


6. 後継者問題

(1) 商店経営者の年齢

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「60歳以上」が9.2ポイント増加し、経営者の高齢化が一層進んでいる状況が分かる。

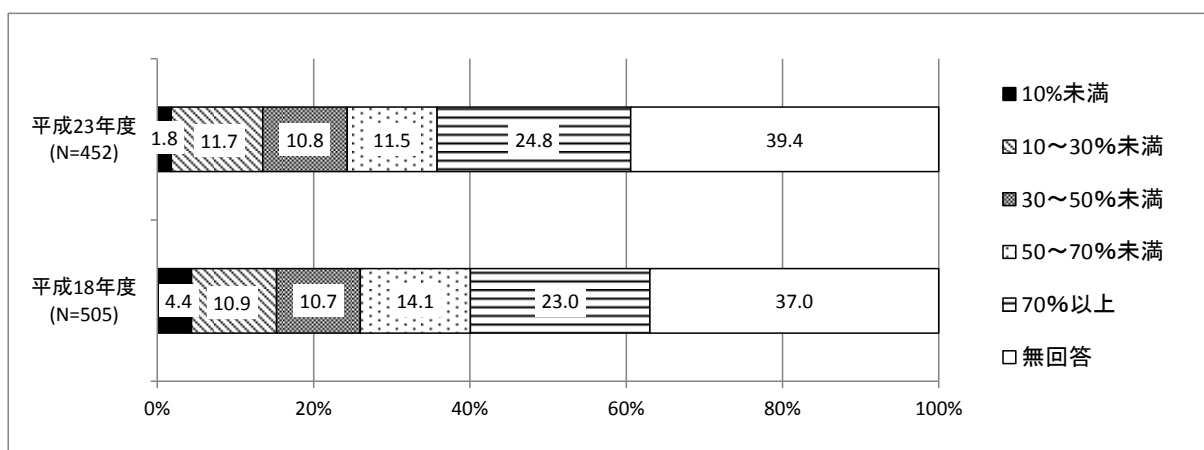


(2) 後継者のいない店舗数

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、「70%以上」が1.8ポイント増加しており、後継者問題が更に深刻化している状況がうかがえる。

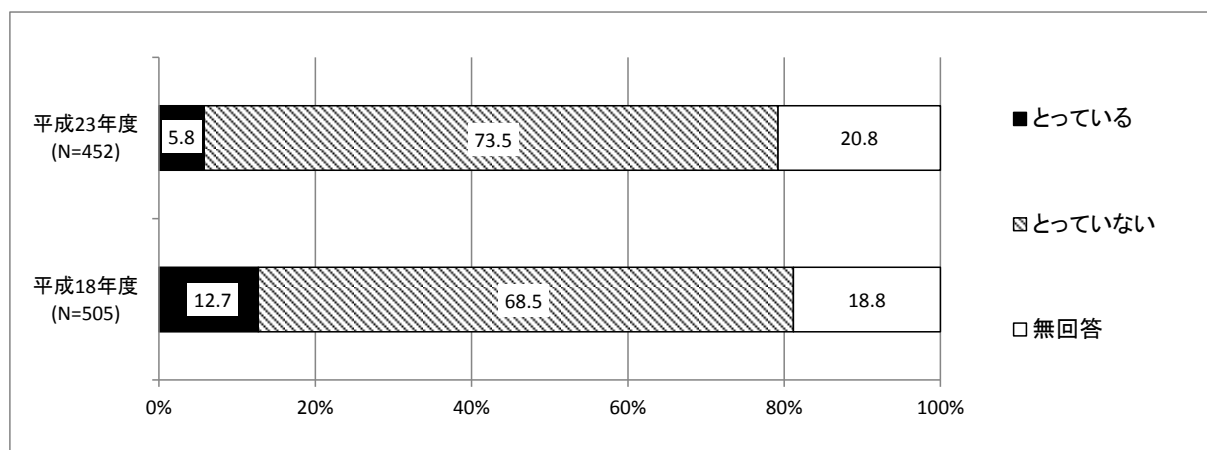
【全店舗に占める後継者のいない商店の割合】



(3) 後継者育成対策の有無

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、後継者対策を「とっている」が6.9ポイント減少し、「とっていない」が5.0ポイント増加している。後継者育成対策が現状では進んでいないという現状がうかがえる。

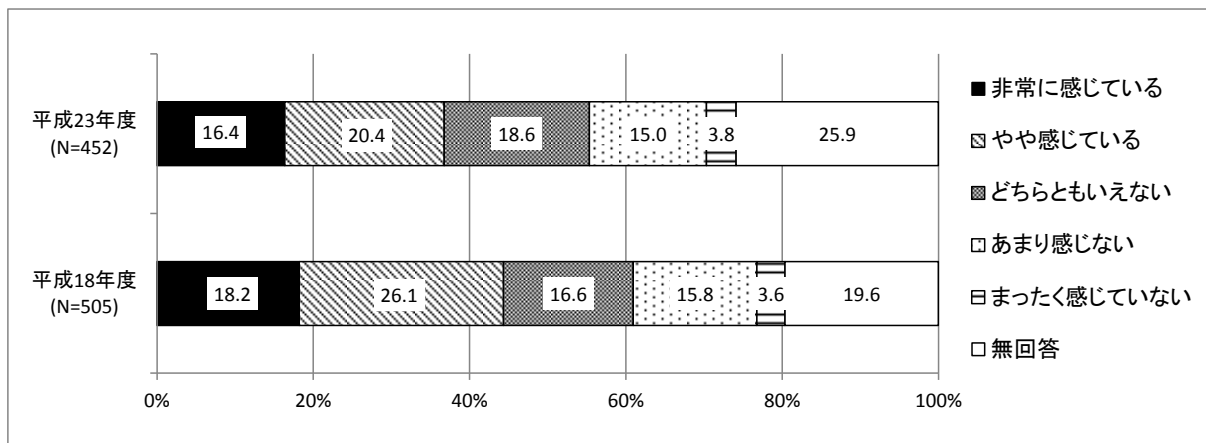


7. 商店街情報化施策

(1) 情報化対策の必要性

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、情報化対策の必要性を「非常に感じている」と「やや感じている」を合わせた〈感じている〉の合計が7.5ポイント減少している。

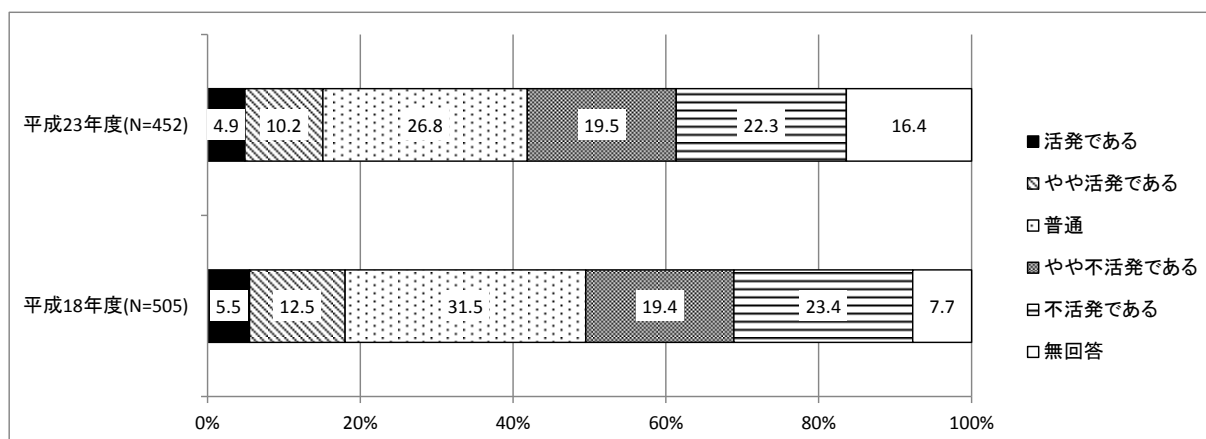


8. 商店街の活動と課題

(1) 商店街の活動状況

<前回調査との比較>

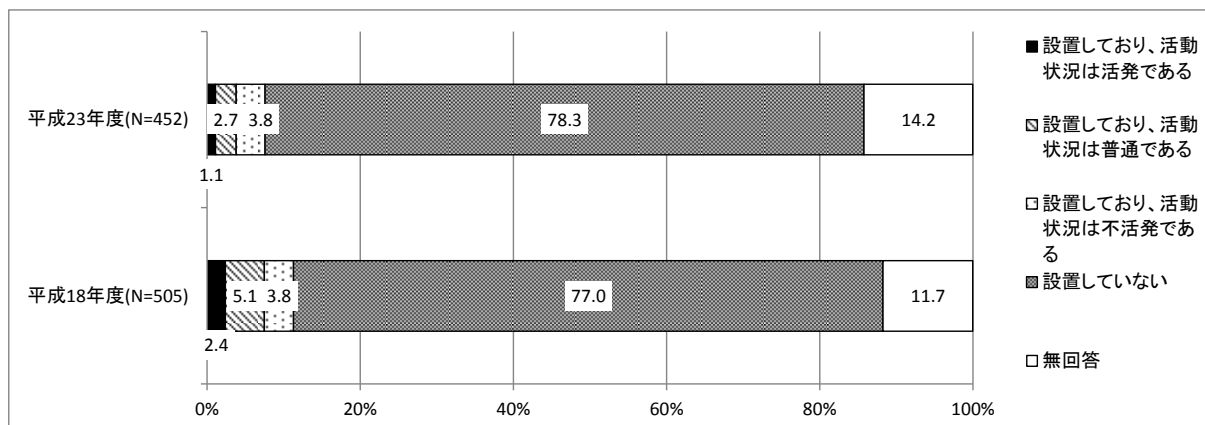
前回調査と比較すると、「活発である」と「やや活発である」を合わせた〈活発〉が18.0%から15.1%となり、2.9ポイント減少している。



(2) 青年部の設置・活動状況

<前回調査との比較>

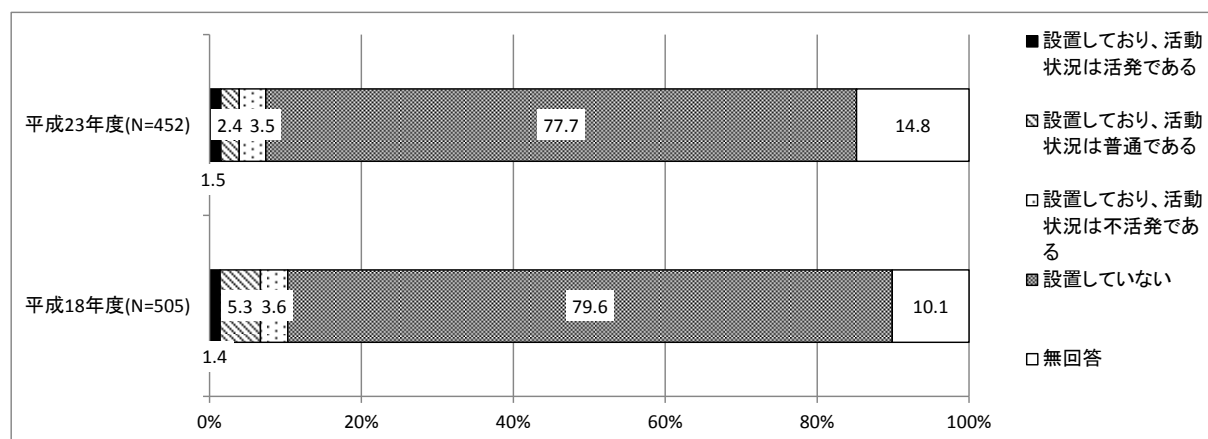
前回調査と比較すると、青年部の設置・活動状況が不活発な傾向が見られる。青年部を「設置していない」が1.3ポイント増加している。



(3) 女性部の設置・活動状況

<前回調査との比較>

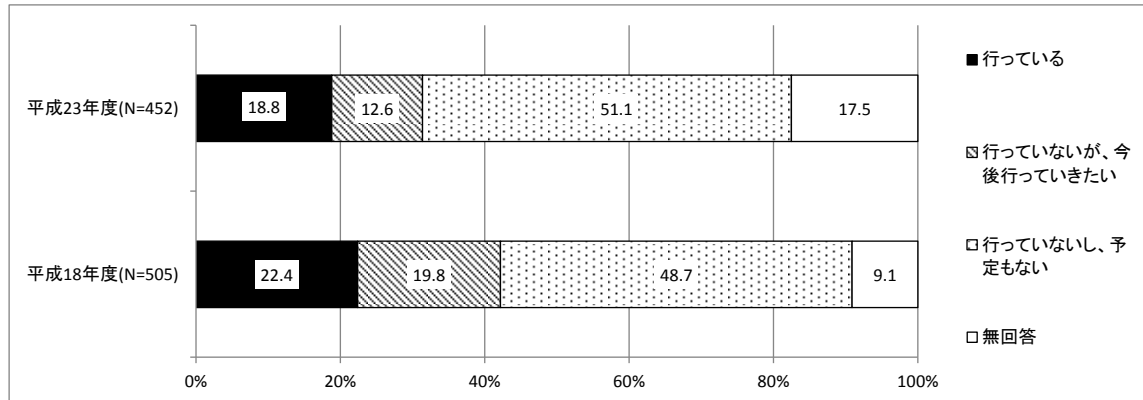
前回調査と比較すると、「女性部を設置しており、活動状況は活発である」が0.1ポイントの微増となっているが、女性部を設置している商店街が10.3%から7.4%となり、2.9ポイント減少しており、全体としては不活発な傾向にある。



(4) コミュニティ活動の有無

<前回調査との比較>

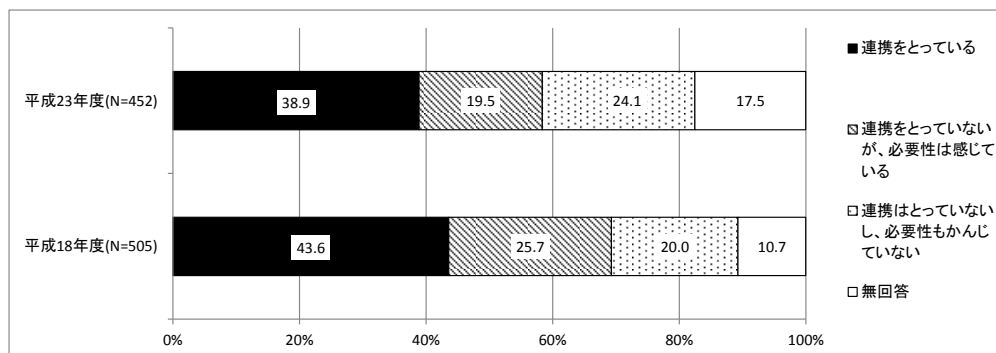
前回調査と比較すると、「行っている」が前回22.4%から今回18.8%となり、3.6ポイント減少し、「今後行っていきたい」も7.2ポイント減少している。



(5) 他商店街との連携

<前回調査との比較>

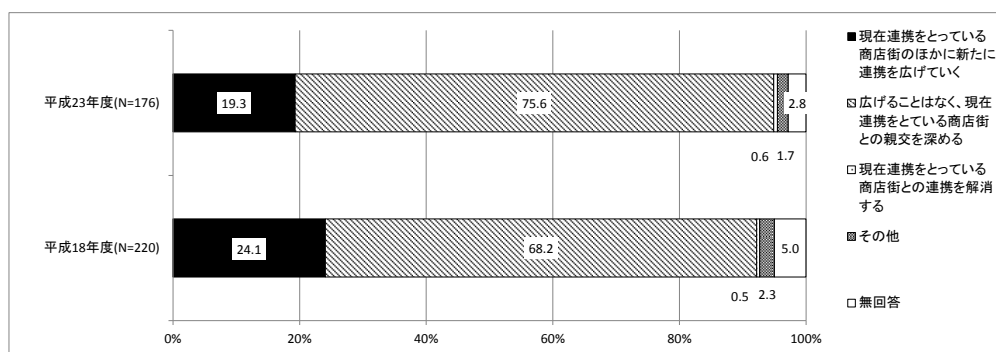
前回調査と比較すると、「連携をとっている」が4.7ポイント減少している。



(6) 他商店街との今後の連携

<前回調査との比較>

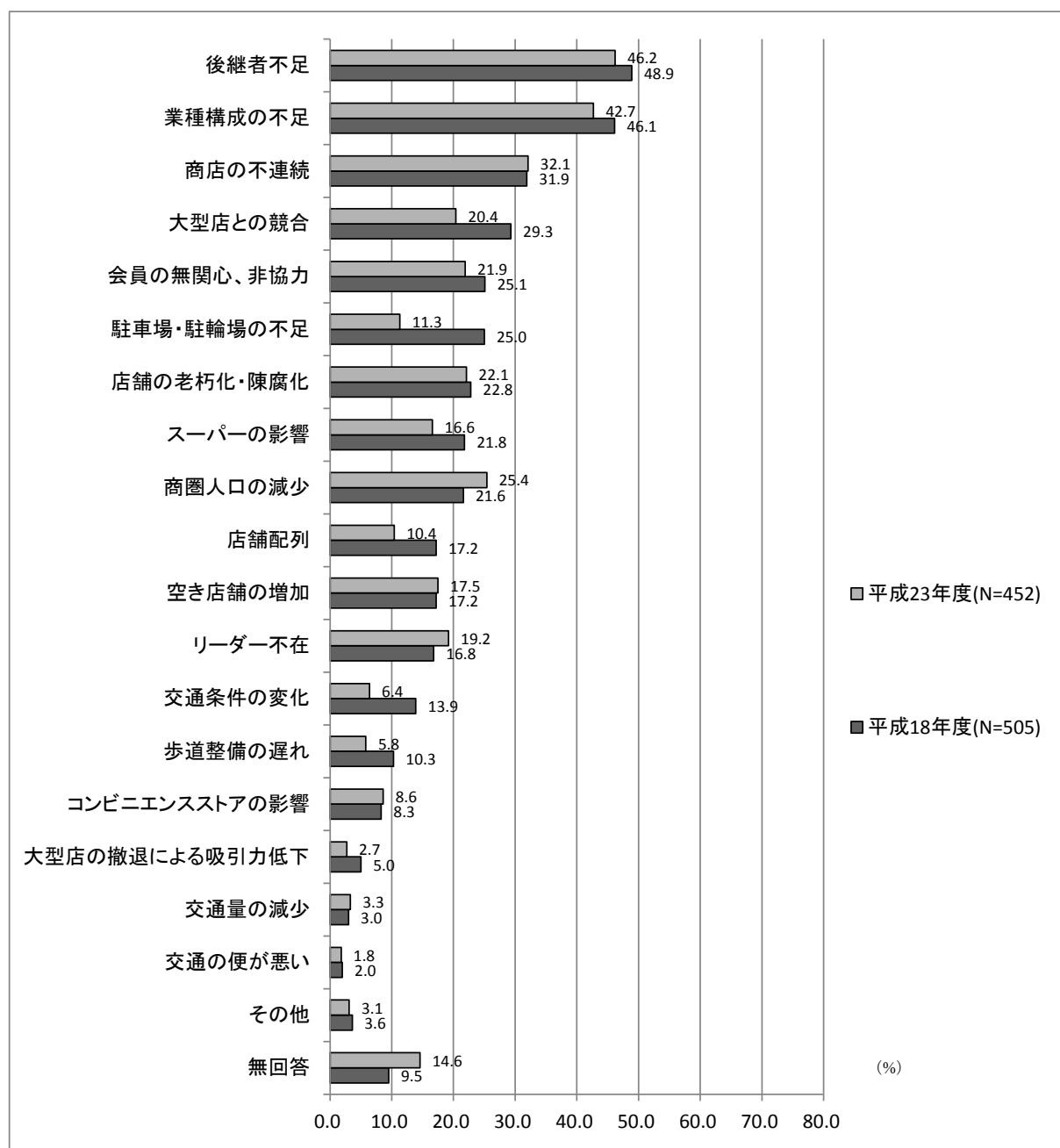
前回調査と比較すると、新たな商店街との連携を広げていくのではなく、「広げることはなく、現在連携をとっている商店街との親交を深める」が7.4ポイント増加している。



(7) 現在直面している課題

<前回調査との比較>

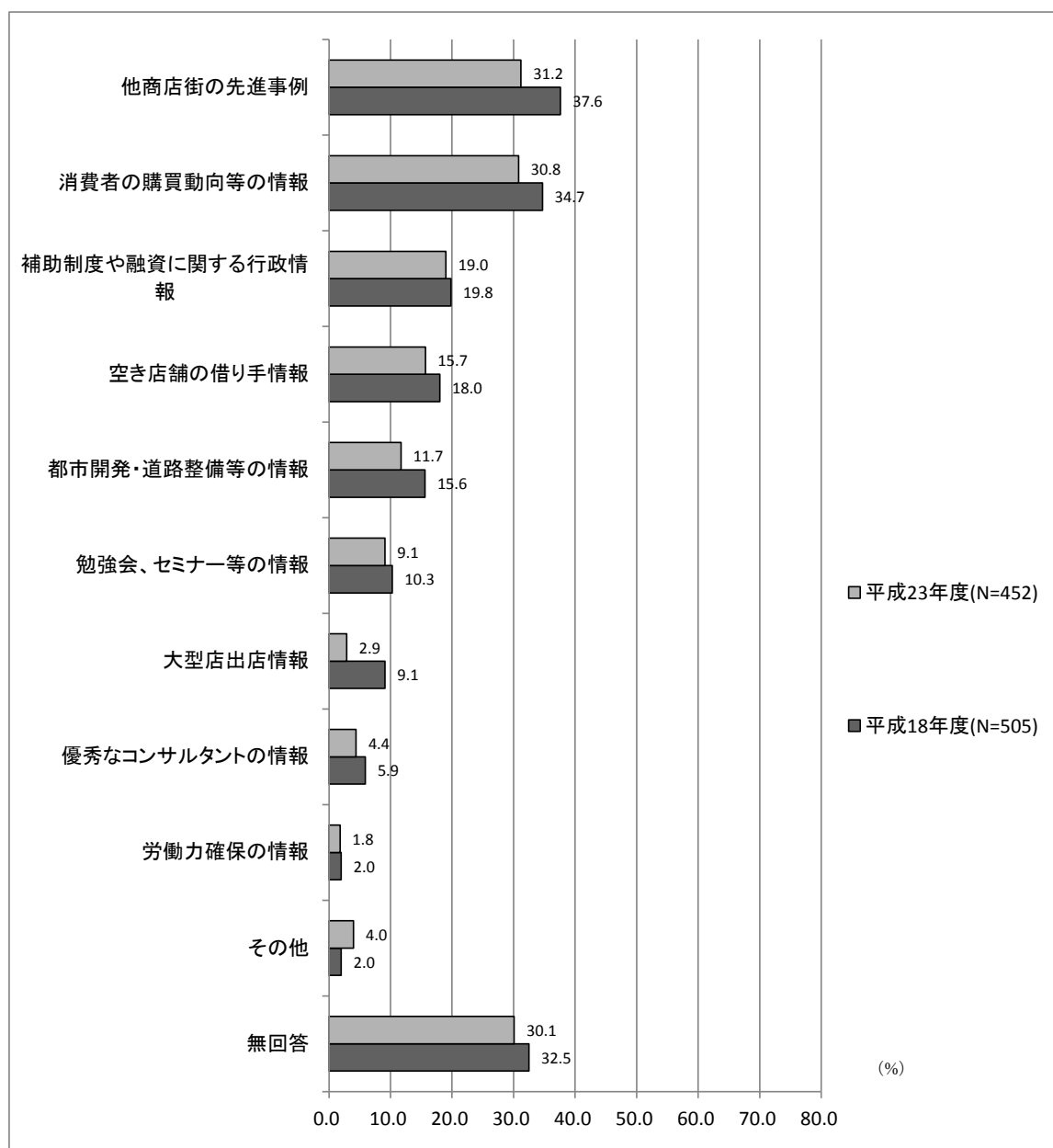
前回調査と比較すると、第1位が「後継者不足」、第2位が「業種構成不足」、第3位が「商店の不連続」である点は変わらない。後継者不足と不足業種店舗充足が課題である。「商圈人口の減少」が前回調査に比して3.8ポイント、「リーダー不在」が2.4ポイント増加している。



(8) 情報についての要望

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、全般に減少しているが「他商店街の先進事例」が6.4ポイント減少、「大型店出店情報」が6.2ポイント減少していることが分かる。

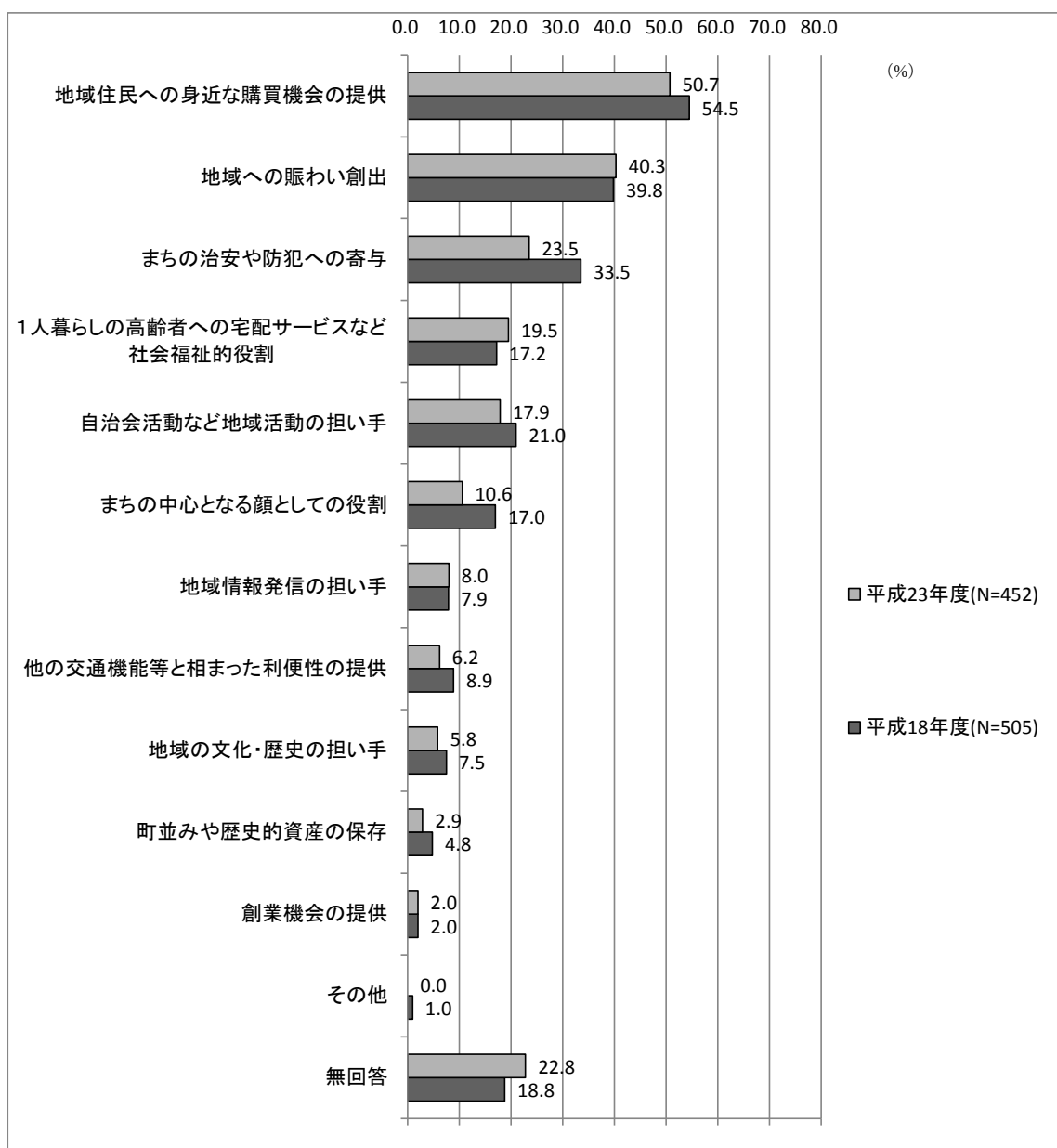


9. まちづくり

(1) まちづくりにおける商店街の役割

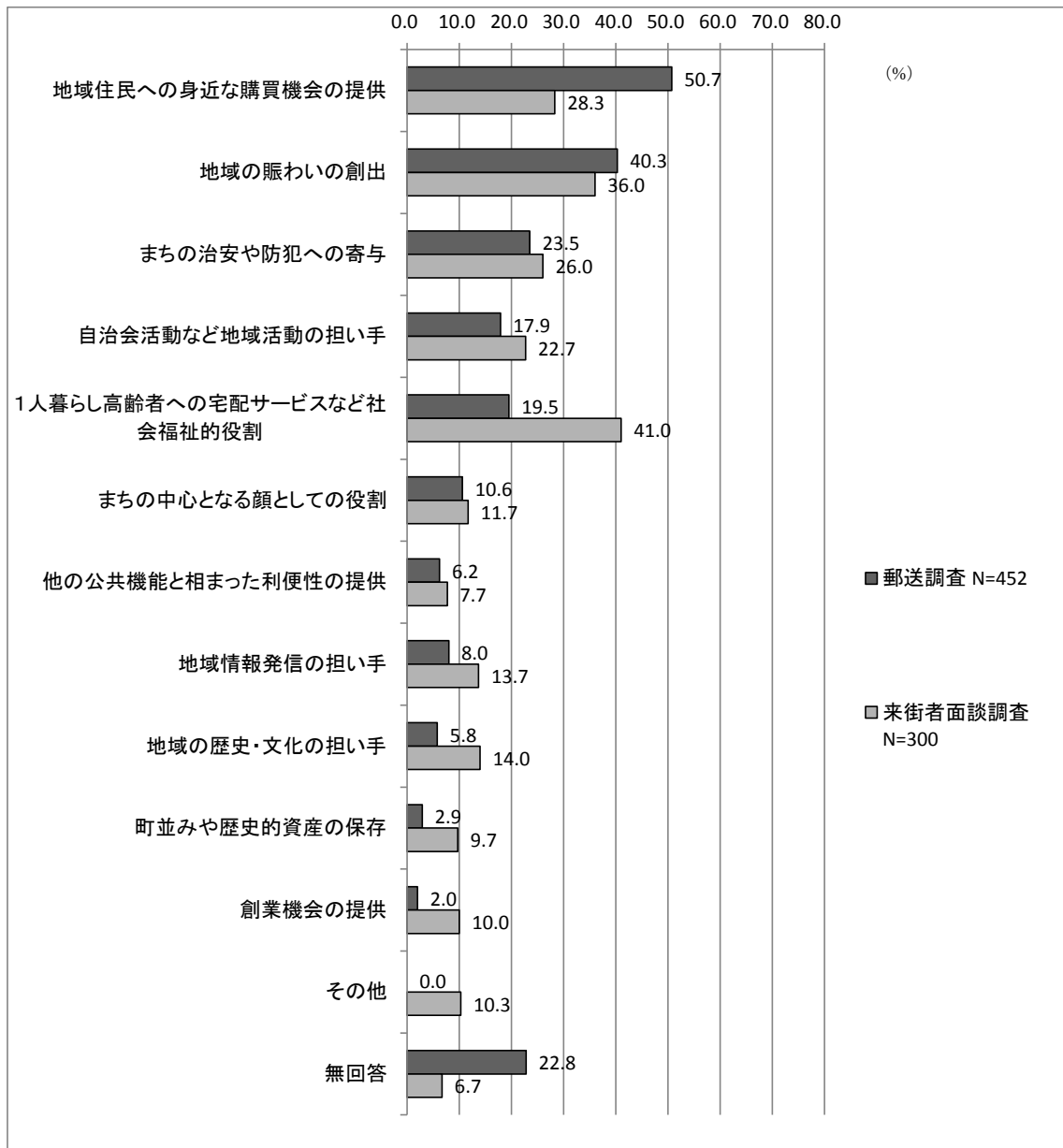
<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、第1位の「地域住民への身近な購買機会の提供」は3.8ポイント減少している。第2位の「地域の賑わいの創出」は微増であるが、1人暮らしの高齢者への宅配サービスなど社会福祉的役割」が2.3ポイント増加しており、高齢者対策への意識が高まりつつあると推察できる。



＜来街者面談調査との比較＞

来街者面談調査と比較すると、商店街の郵送調査では「地域住民への身近な購買機会の提供」が最多だが、来街者面談調査では「1人暮らし高齢者への宅配サービスなどの社会福祉的役割」が41.0ポイントで最も多い。また、来街者面談調査では「まちの治安や防犯への寄与」「自治会など地域活動の担い手」「地域情報発信の担い手」など、地域貢献に関する項目が郵送調査よりも高くなっている。

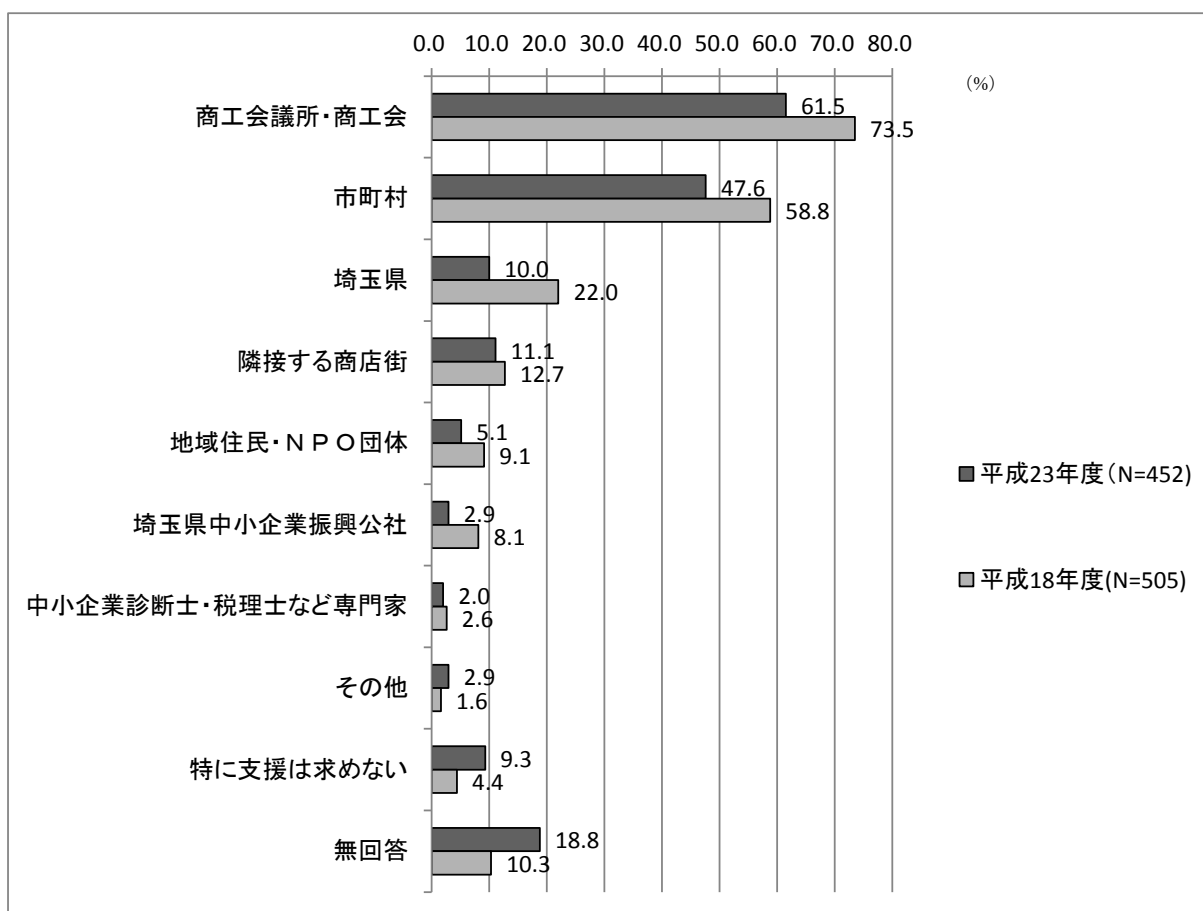


10. 商店街支援

(1) 事業実施にあたっての相談先

<前回調査との比較>

前回調査と比較すると、減少はしたものの、「商工会議所・商工会」への相談が61.5%で最も多くなっている。一方、「特に支援は求めない」は4.9ポイント増加している。

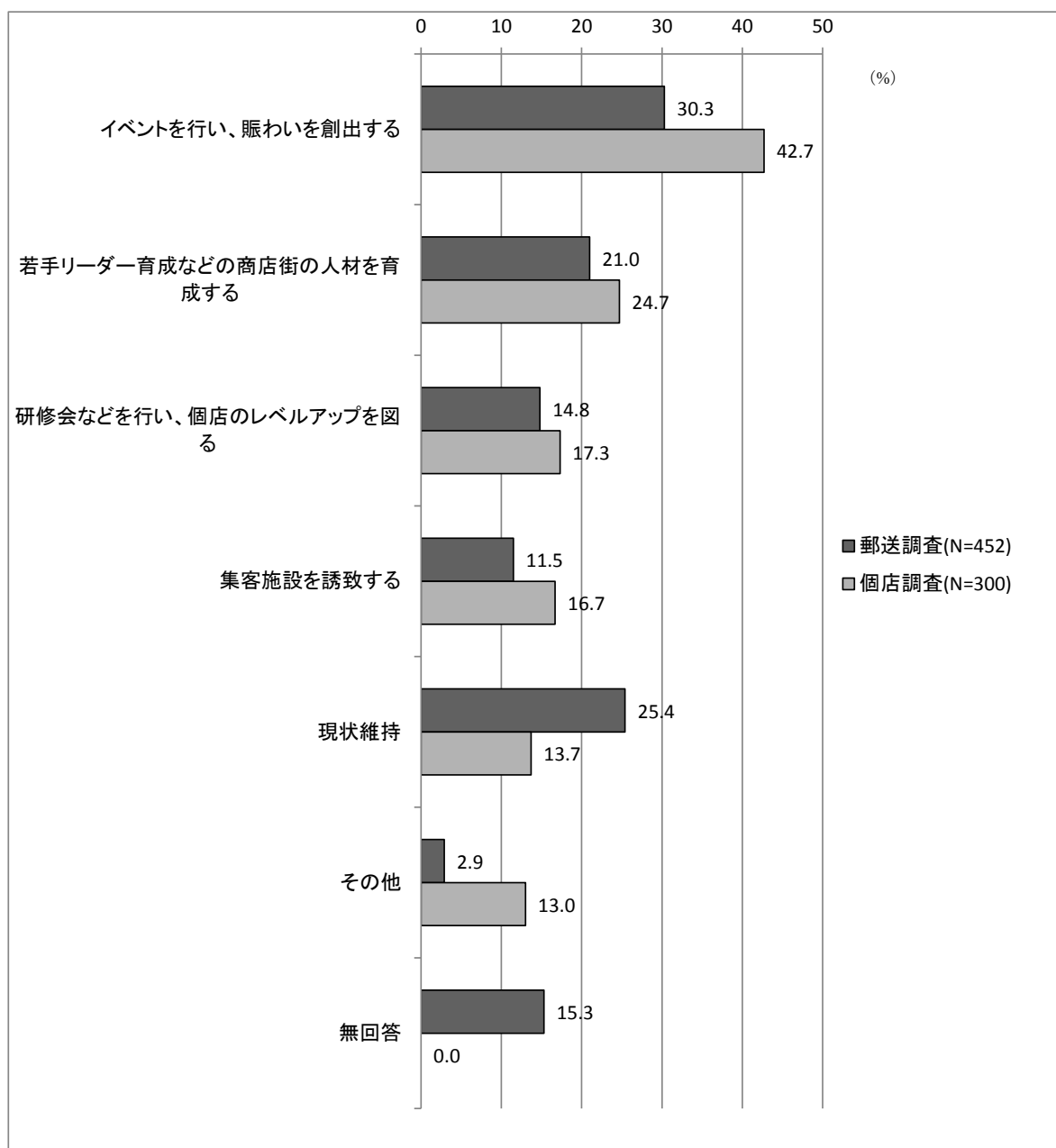


(2) 商店街の今後

<個店調査との比較>

個店調査と郵送調査の比較では、「イベントを行い、賑わいを創出する」が12.4ポイント、「集客施設を誘致する」が5.2ポイント個店調査の方が多くなっている。「現状維持」については郵送調査が11.7ポイント多い。

全般に個店調査の方が積極的な意見が出ていることが分かる。



埼玉の商店街

2012年（平成24年）3月発行

【発行】 埼玉県産業労働部商業・サービス産業支援課
〒336-8501 埼玉県さいたま市浦和区高砂三丁目
15番1号

☎ 048 (830) 3761

【集計・分析】 (株)アストジェイ
〒169-0051 新宿区西早稲田3-30-16 HORIZON.1ビル
☎ 03 (5155) 7381