

I. 商店街実態調査

I 商店街実態調査

第1章 商店街の運営現状

1. 商店街タイプ

回答者が加入している商店街を近隣型・地域型・広域型・超広域型の4つのタイプから選んでいただいた結果、近隣型商店街が60.3%、地域型商店街が22.1%となっている。

【商店街タイプの定義】

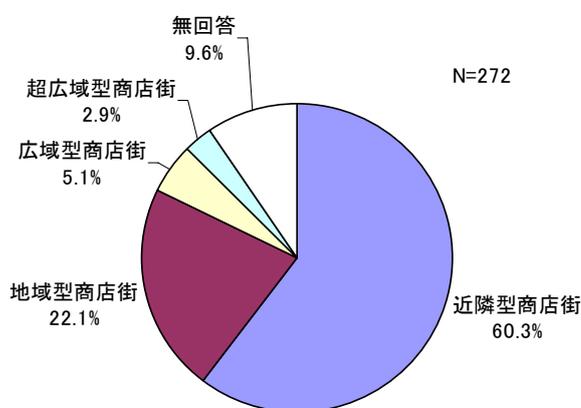
近隣型商店街: もっぱら近隣住民が徒歩、自転車で来街して日常の買い物をする商店街

地域型商店街: 鉄道駅に近接し、もっぱら区内の住民が徒歩・自転車・バス等で来街して日常の買い物をする商店街

広域型商店街: 鉄道駅に近接し、百貨店・量販店等を含む大型店があり、もっぱら電車や自動車による区内外からの来街者が多い商店街

超広域型商店街: 鉄道駅に近接し、有名専門店・高級専門店を中心に構成され、市外も含む遠距離からの来街者が多い商店街

図表 1 商店街タイプ

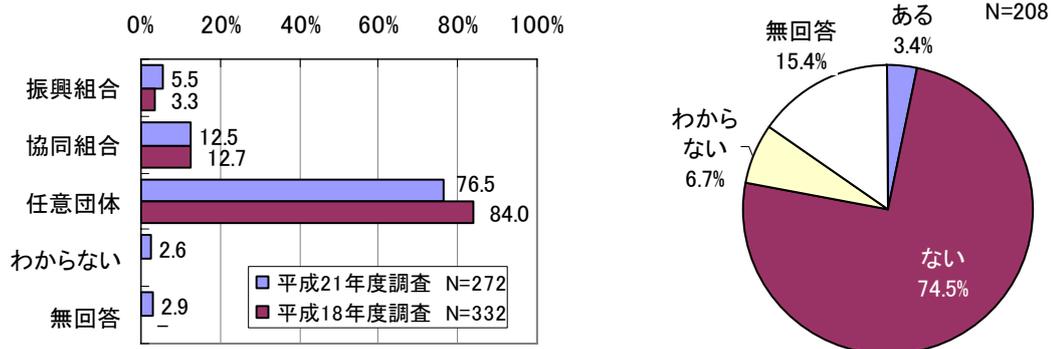


2. 組織形態

商店街の組織形態については、任意団体が76.5%となっている。

また任意団体のうち法人化の意向が「ある」と回答した商店街は、3.4%である。

図表 2 商店街の組織形態（左）と法人化の意向（任意団体の商店街）（右）



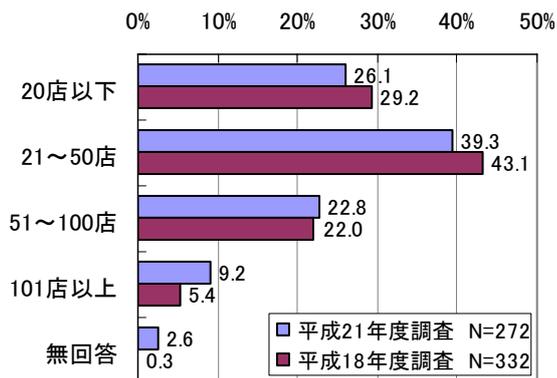
※ 今回の調査と平成18年度調査では選択肢の項目が異なるため、比較ができないものがある。

3. 商店街店舗数と会員構成

商店街の店舗数は「21～50店舗」が最も多く、全体の39.3%となっている。

商店街を構成する店舗の商店街組織への加入率は、正会員・準会員を合わせると90.1%となっている。

図表 3 商店街店舗数（正会員・準会員・非会員すべて含む）



※ 平成18年度調査は非会員を含まない。

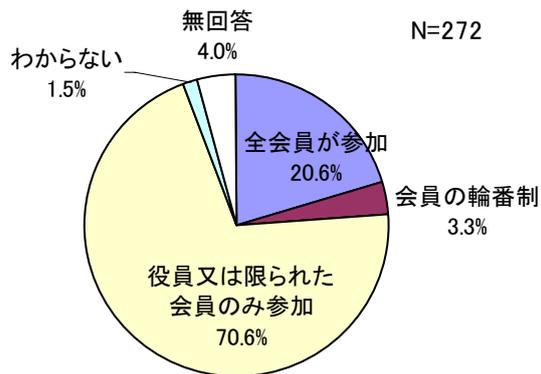
図表 4 商店街への加入状況

商店街数 (無回答除く)	総店舗数	会員種別店舗数及び 総店舗数に占める割合		1商店街あたりの 平均店舗数
		正会員数	割合	
265	12,653	10,215	80.7%	47.7
		1,194	9.4%	
		1,244	9.8%	

4. 商店街活動に対する会員の参加状況

商店街活動への参加状況をみると、役員又は限られた会員のみで商店街活動を運営している商店街は70.6%で、商店街活動に全会員が参加している商店街は20.6%となっている。

図表 5 商店街活動への参加状況

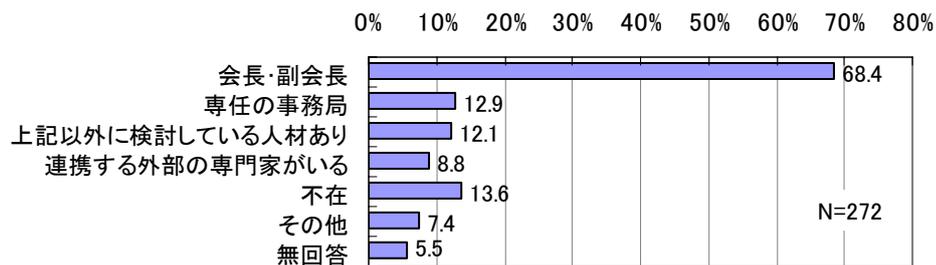


5. 商店街の方向性を検討する人材と検討頻度

商店街の今後の方向性を検討する人材については、「会長・副会長」とする商店街が68.4%で、「専任の事務局」とする商店街は12.9%となっている。

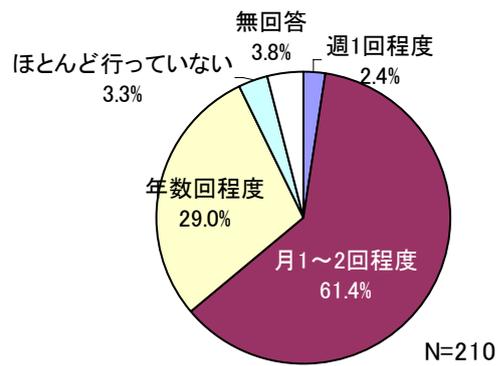
また、会長・副会長、選任の事務局以外に「検討している人材あり」は12.1%、「外部の専門家」は8.8%となっている。

図表 6 商店街の方向性を検討する人材（複数回答）



商店街の方向性を検討する会議等の開催頻度について最も多かったものは、「月1～2回程度」で61.4%、「年数回程度」(29.0%)と「ほとんど行っていない」(3.3%) 商店街を合わせると32.3%、「週1回程度」検討している商店街は2.4%となっている。

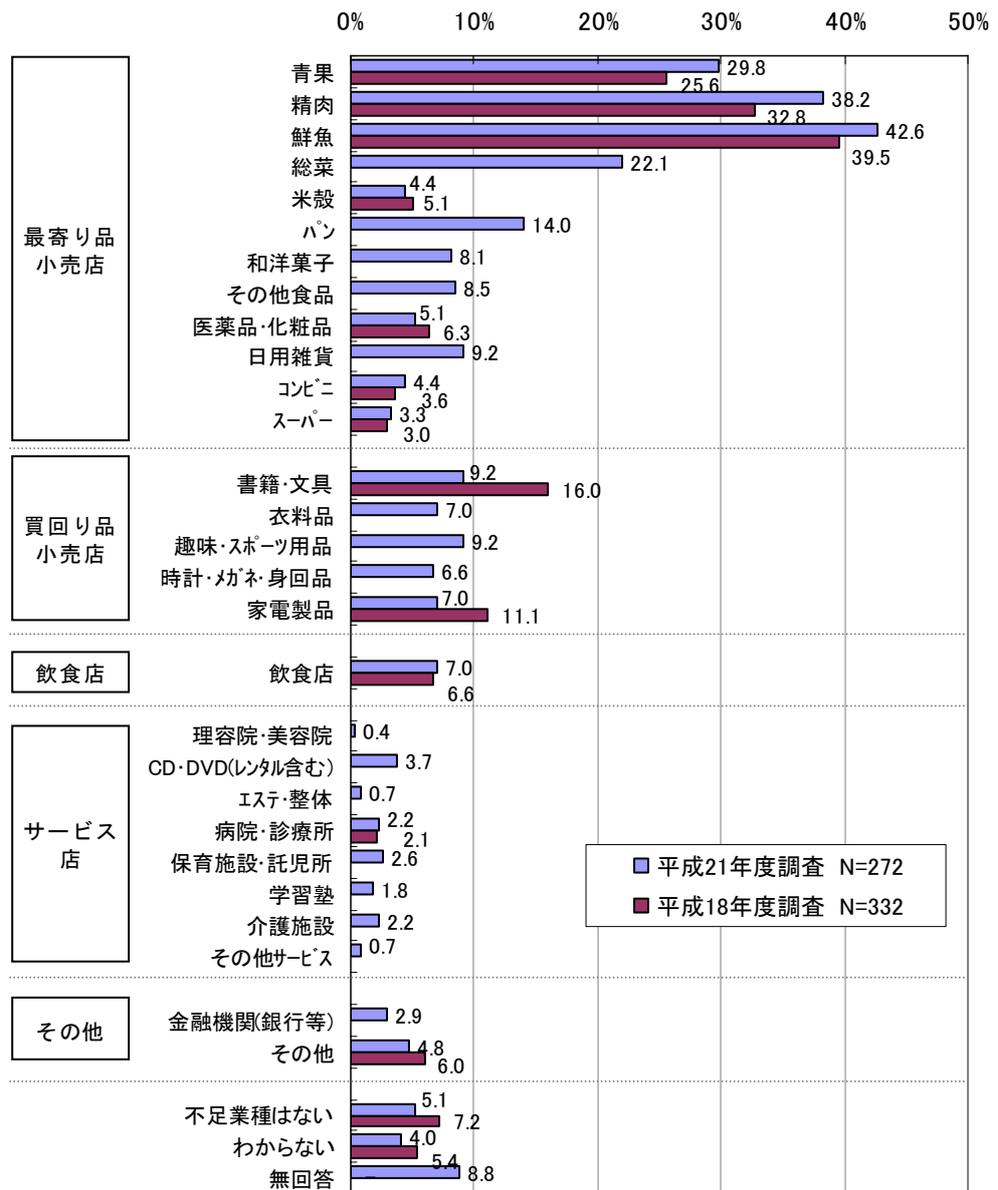
図表 7 商店街の方向性を検討する会議等の開催頻度



6. 不足業種

商店街に不足している業種について、最も多かったものは「鮮魚」で42.6%、「精肉」(38.2%)、「青果」(29.8%)と続き、生鮮3品が不足していると感じている商店街が多い。

図表 8 商店街に不足している業種（複数回答）

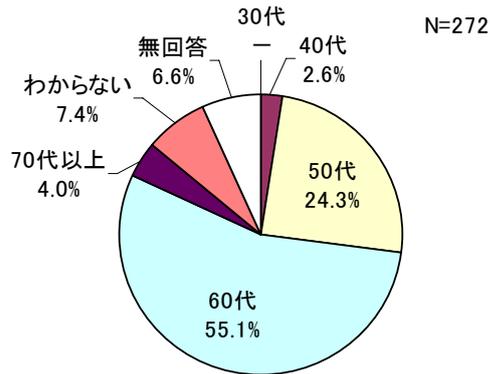


※ 今回の調査と平成18年度調査では選択肢の項目が異なるため、比較ができないものがある。平成18年度の結果のうち、今回の調査と比較できなかった項目は次のとおり。
 「菓子・パン」9.6%、「男子服」12.0%、「婦人・子供服」10.2%、「銀行・郵便局」6.6%、「保育所・福祉サービス施設」7.8%

7. 経営者の平均年齢

横浜市内の商店街の経営者の平均年齢は、「60代」(55.1%)と「70代以上」(4.0%)を合わせると、60代以上の経営者が全体の59.1%を占めている。

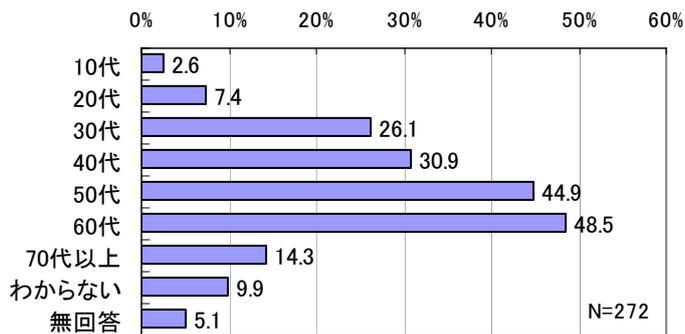
図表 9 経営者の平均年齢



8. 主な顧客層

商店街の主な顧客層は「60代」(48.5%)が最も多く、次いで「50代」(44.9%)、「40代」(30.9%)となっている。

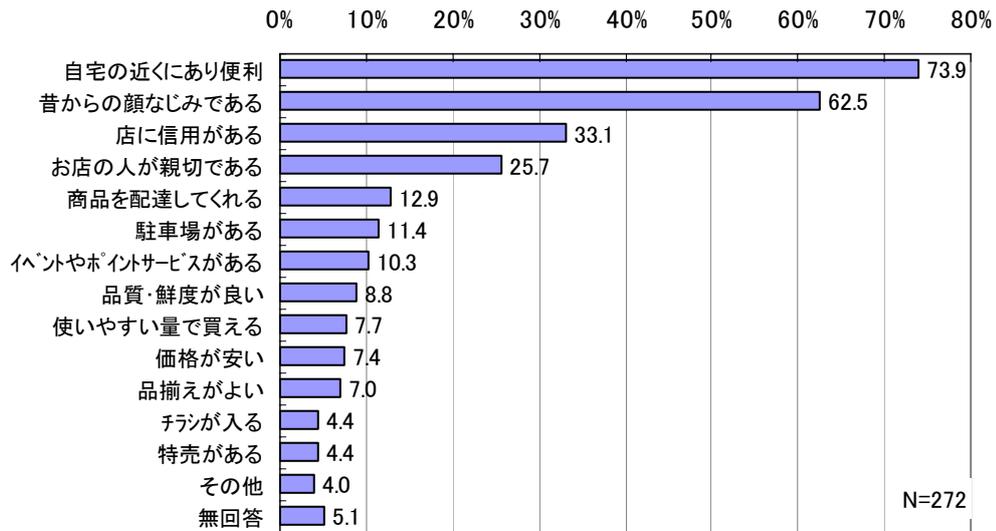
図表 10 商店街の主要客層 (複数回答)



9. 商店街が考える「顧客が商店街を利用する理由」

商店街が考える「顧客が商店街を利用する理由」は、「自宅の近くにあり便利」(73.9%)、「昔からの顔なじみである」(62.5%)が、続く「店に信用がある」(33.1%)、「お店の人が親切である」(25.7%)を大きく上回っている。

図表 11 商店街が考える顧客が商店街を利用する理由（複数回答）



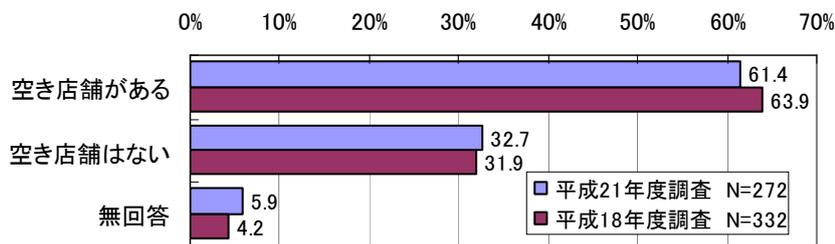
第2章. ハード面の整備状況

1. 空き店舗

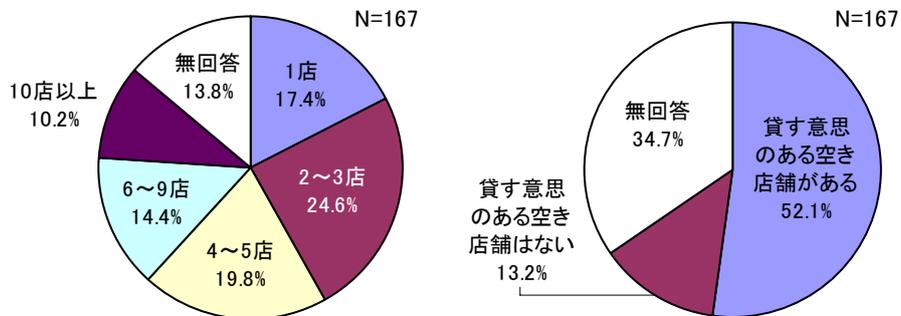
横浜市の商店街のうち、61.4%の商店街に空き店舗があり、そのうち、空き店舗が10店以上ある商店街も10.2%ある。

また、空き店舗がある商店街のうち、家主に「貸す意思のある空き店舗がある」商店街は52.1%となっている。一方、13.2%の商店街は店舗が空いていても家主に貸す意思がない。

図表 12 空き店舗状況

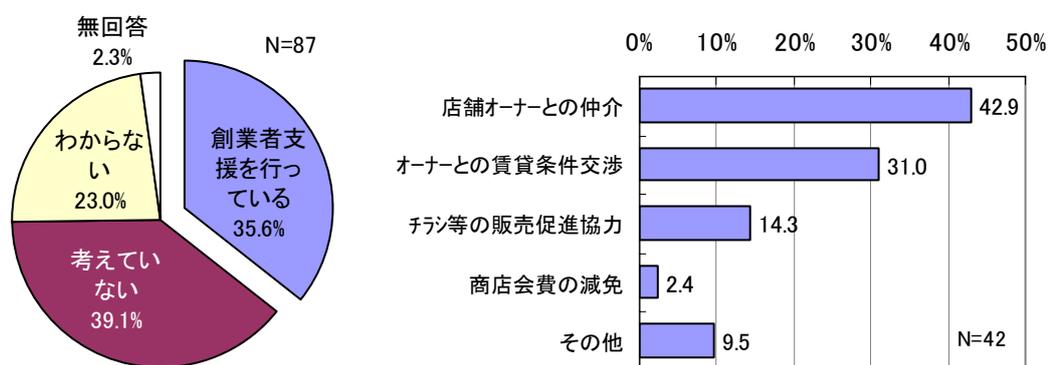


図表 13 空き店舗数（左）と貸す意思のある店舗の有無（右）



家主に空き店舗を貸す意思がある商店街の中で、空き店舗対策の一つとして創業者支援に取り組む商店街は35.6%あり、創業者支援のための方法としては、「家主への仲介」(42.9%)、「家主への賃貸条件の交渉」(31.0%)という割合が高くなっている。

図表 14 【空き店舗を貸す意思がある商店街】創業者支援実施状況（左）と創業者支援の内容（複数回答）（右）



2. 駐車場

来店客用の駐車場が整備されている商店街は32.7%、整備されていない商店街は61.0%となっている。

図表 15 駐車場の有無

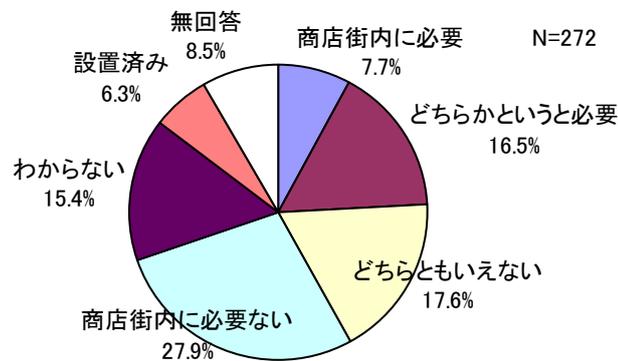


3. 子育て支援サービス施設（保育施設・託児施設など）

子育て支援サービス施設については、6.3%の商店街が既に「設置済み」であり、必要性を感じている商店街は24.2%（「必要」（7.7%）、「どちらかという必要」（16.5%）の合計）となっている。

一方、子育て支援サービス施設は「商店街内に必要ない」とする回答は27.9%で、最も多くなっている。

図表 16 子育て支援サービス施設についての考え

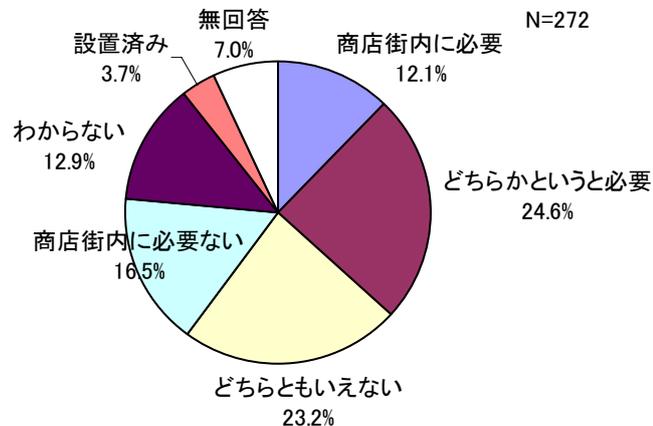


4. 高齢者交流施設

高齢者交流施設については、3.7%の商店街が既に「設置済み」であり、必要性を感じている商店街は36.7%（「必要」（12.1%）、「どちらかという必要」（24.6%）の合計）となっている。

一方、高齢者交流施設は「商店街内に必要ない」とする回答は16.5%となっている。

図表 17 高齢者交流施設についての考え



5. 子育て支援サービス施設・高齢者交流施設を設置できない背景

子育て支援サービス施設及び高齢者交流施設の必要性を感じている（「必要」、「どちらか」というと必要）と回答した商店街に対して、施設を設置できない理由をたずねたところ、「場所がない」（45.9%）という回答が最も多く、次いで「運営できる人がいない」（35.1%）、「資金不足」（34.2%）、「推進する人がいない」（28.8%）となっている。

図表 18 子育て支援施設・高齢者交流施設を設置できない理由（複数回答）

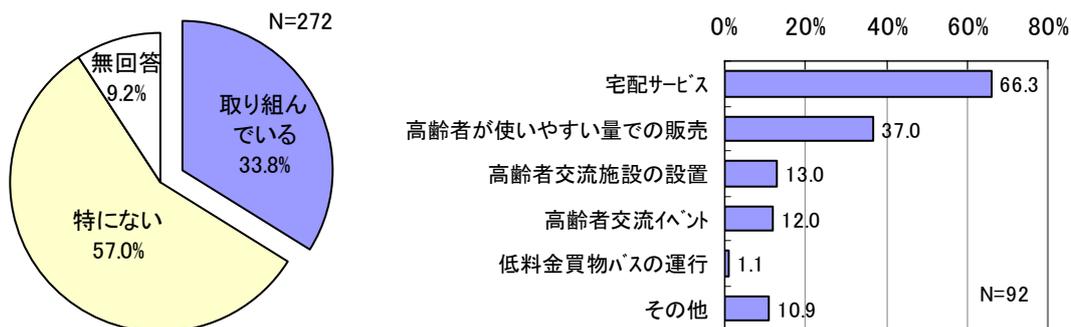


第3章 ソフト面の取組状況

1. 高齢者向けに取り組んでいるサービス

高齢者向けのサービスに「取り組んでいる」と回答した商店街は 33.8%で、そのサービス内容としては「宅配サービス」が最も多く 66.3%、「高齢者が使いやすい量で販売」が 37.0%となっている。

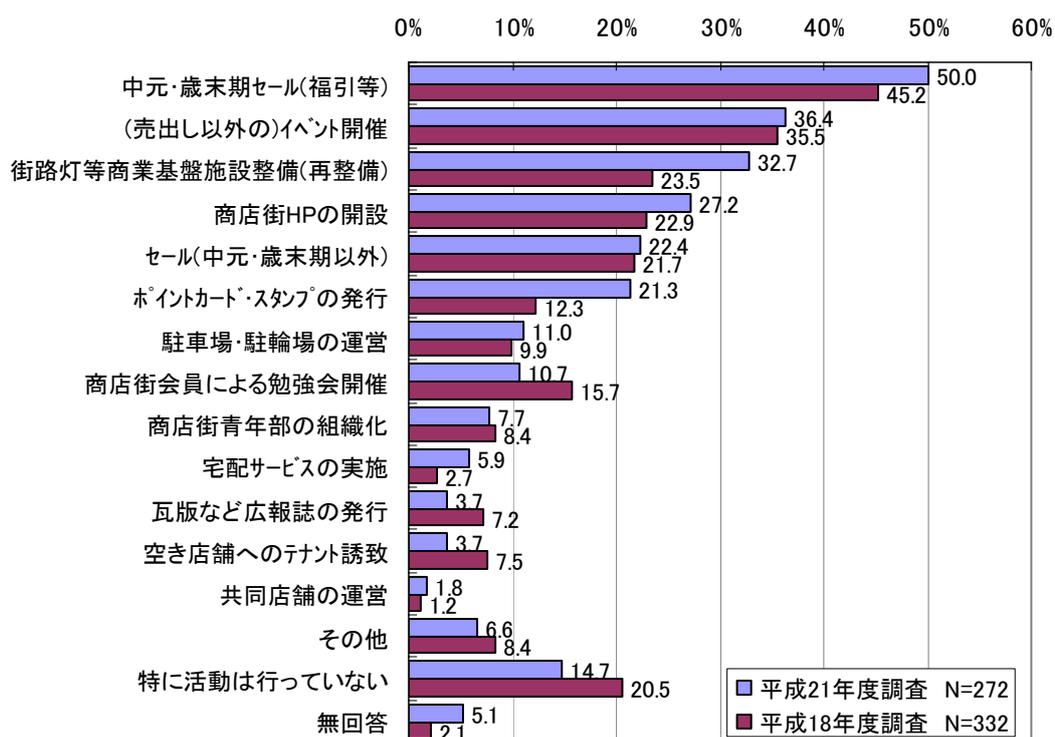
図表 19 高齢者向けサービス取組状況（左）と取組内容（複数回答）（右）



2. 商店街が独自で行っている活動

現在行っている商店街活動では「中元・歳末期セール」が最も高く、商店街の 50.0%が実施している。次いで「(売出し以外の) イベント開催」(36.4%)、「街路灯等の商業基盤施設の整備(再整備)」(32.7%)となっている。

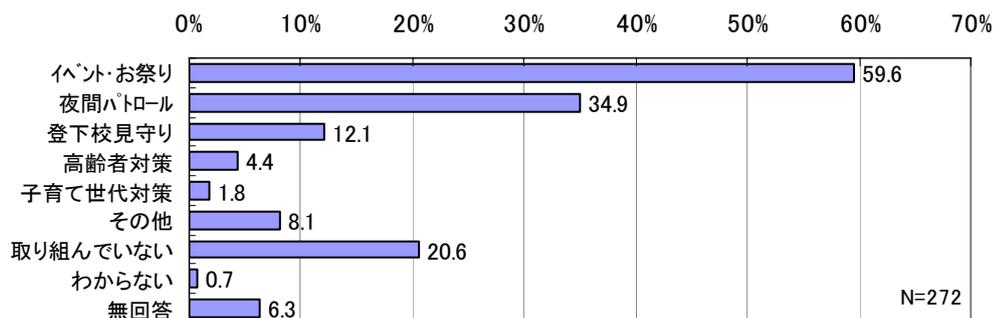
図表 20 商店街の活動内容（複数回答）



3. 商店街が他の主体（町内会・自治体など）と協働して取り組んでいる活動

商店街が他の主体と協働して取り組んでいる活動は、「イベント・お祭り」（59.6%）が最も多く、次いで「夜間パトロール」（34.9%）、「登下校見守り」（12.1%）となっている。

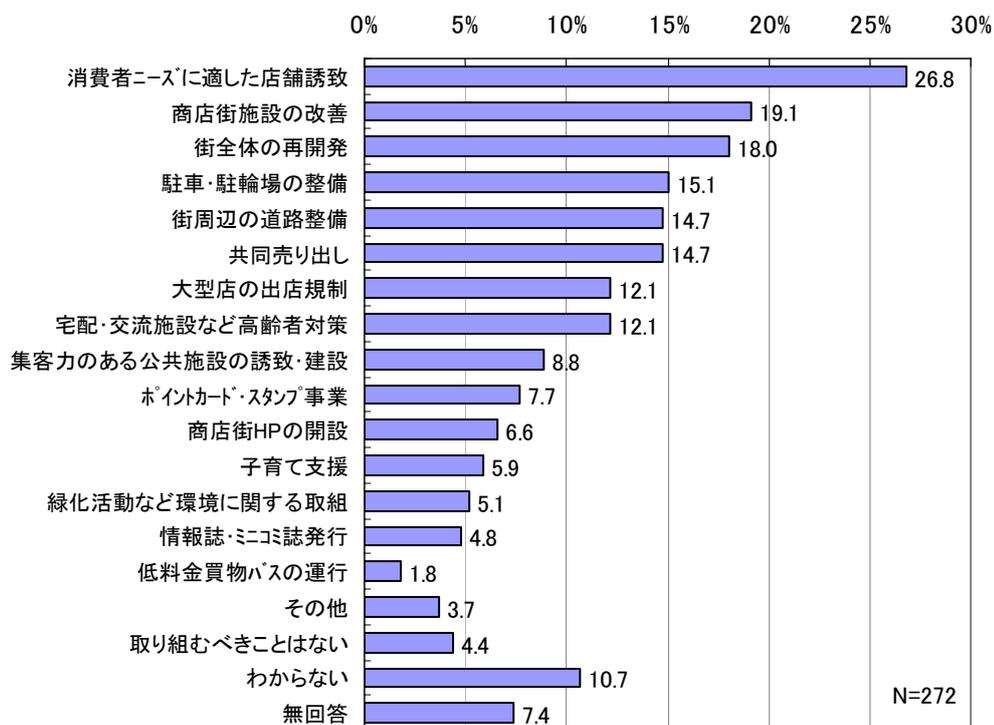
図表 21 他の主体と協働して取り組んでいる活動（複数回答）



4. 商店街が今後取り組むべき活動内容

商店街が今後取り組むべきと考えている活動内容は、「消費者ニーズに適した店舗誘致」（26.8%）が最も多く、次いで「商店街施設の改善」（19.1%）、「街全体の再開発」（18.0%）、「駐車・駐輪場の整備」（15.1%）となっている。

図表 22 商店街が今後取り組むべき活動内容（複数回答）



第4章 商店街が抱える悩みと将来の見通し

1. 商店街の抱える悩み

商店街が抱えている悩みで最も多くあげられたのは「売上・来街者の減少」(67.3%)で、続いて「経営者の高齢化」(47.4%)、「後継者の不在」(34.9%)となっている。

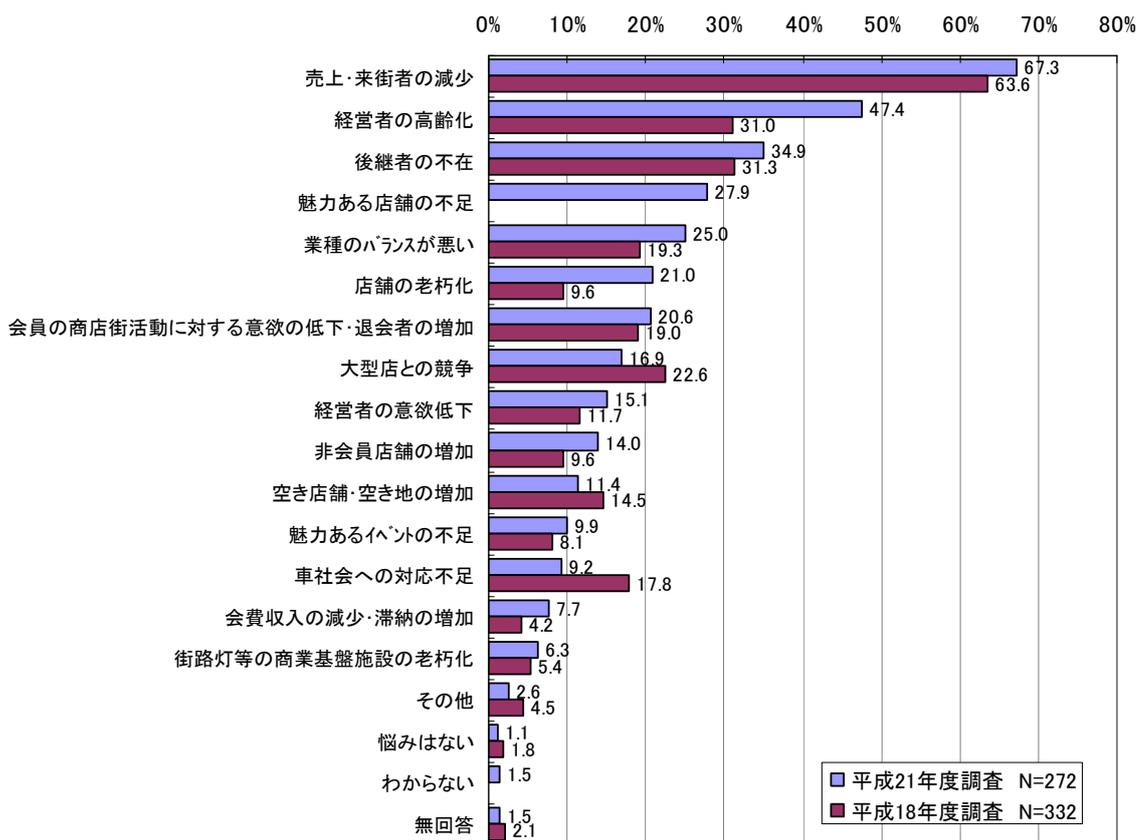
前回の平成18年度調査と比較し、次の項目については割合が増加している。

- 経営者の高齢化 前回 31.0% → 今回 47.4%
- 業種のバランスが悪い 前回 19.3% → 今回 25.0%
- 店舗の老朽化 前回 9.6% → 今回 21.0%

逆に、次の項目については割合が減少している。

- 車社会への対応不足 前回 17.8% → 今回 9.2%
- 大型店との競争 前回 22.6% → 今回 16.9%

図表 23 商店街の悩み（複数回答）



※ 今回の調査と平成18年度調査では選択肢の項目が異なるため、比較ができないものがある。

2. 現在の景況感と将来の見通し

昨年と比べた商店街の景気については、景気が「悪くなった」という回答が 80.1% にのぼる。また、3 年後の商店街の景気見通しは、「悪くなる」(61.4%)、「変わらない」(27.2%) を合わせると 88.6% にのぼり、「良くなる」は 6.3% にとどまっている。

図表 24 昨年と比べた商店街の景気（左）と 3 年後の商店街の景気の見通し（右）

