

平成26年度地域実態調査  
(商店街)  
調査結果報告書

平成27年7月10日

宇都宮商工会議所

## 目 次

目 的	1
調査期間	1
調査対象	1
有効回答数	1
集計方法	1
調査方法	1
調査結果	2～53
商店街の概要	2～12
商店街の立地状況	2
商店街の種類	2
任意団体の設立時期	3
商店街法人化の時期	3
法人化の意向	4
法人化しない理由	4
事務所の有無	5
専従職員の有無	5
商店街の役員数	6
役員の平均年齢	6
会費の有無	7
商店街の会費体系	7
商店街の年間平均会費額(電気料金等を除く)	8
商店街の年間平均会費額(電気料金を含む)	8
ホームページの有無	9
5年前と比較した総店舗数の推移	10
5年前と比較した業種別店舗の増減	10
5年前と比較した会員数の変化	11
会員数増加の要因	11
会員数減少の要因	12
商店街の商業環境	13～25
商業集積タイプ	13
来街者の客層	14
5年前と比較した来街者の変化	14
来街者における高齢者層の変化	15
来街者における固定客の割合	15
来街者の交通手段	16

商店街の閉店時間	16
5年前と比較した閉店時間の変化	17
5年前と比較した商店街の景況	17
繁盛している要因	18
変わらない、衰退している要因	19
10年後の商店街の景況予測	19
商店街の課題	21～25
商店街活動に積極的な会員の割合	21
会員に求める姿勢	21
商店街に期待される役割	22
役割の達成度	22
役割を達成するための課題	23
商店街の強み	23
商店街が直面している課題	24
次世代リーダーの有無	25
次世代リーダー養成の必要性	25
空き店舗の動向	26～29
空き店舗数について	26
5年前と比較した空き店舗数の変化	26
空き店舗の発生要因	27
空き店舗の状態が継続している理由	27
商店街として空き店舗活用の意向	28
今後の空き店舗数の変化予測	28
空き店舗解消への効果的な方法	29
大型店及び近隣商店街との関係	30～36
商店街区域の大型店の有無	30
大型店の種類	30
大型店の影響	31
大型店との競合度	31
近隣大型店及び他商店街の有無	32
近隣大型店の種類及び他商店街の割合	32
近隣大型店及び他商店街の影響	33
近隣大型店及び他商店街との競合度	33
過去5年間に大型店が撤退している場合の来街者への影響	34
過去5年間に大型店が撤退している場合の売上への影響	34
来街者増加のための大型店の必要性	35

近隣商店街との連携	35
連合組織に対する満足度	36
商店街の事業	37～44
過去に実施した共同経済事業	37
今後実施したい共同経済事業	38
過去に実施した環境整備事業	39
今後実施したい環境整備事業	40
過去に実施したその他の事業	41
今後実施したいその他の事業	41
5年前と比較した商店街事業の変化	42
拡大した事業の内容	42
縮小した事業の内容	43
商店街活性化のために今後重視すべきと取り組み	43
商店街の収支・補助金活用	44～48
5年前と比較した収支状況の変化	44
黒字傾向の要因	44
赤字傾向の要因	45
過去5年以内に補助金を活用したことがあるか	45
補助金活用の用途	46
補助金活用によるメリット・デメリット	46
補助金活用の意向	47
利用したい補助制度	47
補助金を利用しない理由	48
商店街の今後の在り方・行政への要望等	49～53
商店街組織を今後どのようにしていきたいか	49
拡大したい理由	49
拡大を図る方法	50
拡大を図るに当たり必要な支援	50
縮小したい理由	51
行政に対して期待する商店街振興事業	51
宇都宮市商店街連盟への加盟状況	52
加盟していない理由	52
宇都宮市商店街連盟に求める役割・要望	53
その他自由意見	53
総括的評価・分析	54
調査票	55～74

## 1 目的

商店街組織は年々減り続けており、組織の弱体化・組織の形骸化等が叫ばれているが、その要因として考えられることは何か。それは会員数減少による収支状況の悪化、空き店舗の増加による連担性の喪失、高齢化に伴う次世代の担い手不足等があると想定される。

以上のような時代背景の中で、商店街組織を維持・拡大していくためには、商店街が会員の個人商店と協力し、商店街に求められる在り方・役割などを果たしていく等、商店街に対するニーズを捉えていくことが必要であり、そのニーズをうまく捉えていないことが弱体化の一因ではないかと考える。

そこで、本調査は、栃木県主催の「平成26年度商店街実態調査」の実施に併せ、地域商店街実態調査（商店街）を同時に実施し、まず商店街の意識を抽出する。

また、平成27年度実施予定の「平成27年度 商店街・来街者実態調査」と連携し、消費者の意識を抽出する調査、更に商店街会員を対象とした個人商店の意識を抽出する調査の合計3調査を実施する。

以上の調査により、抽出された商店街・個人商店・消費者の意識を比較・分析することで、その意識差を明らかにし、商店街と個人商店との関係性の把握や個人商店と消費者とのニーズの不一致等を明らかにする。

本調査により得られたデータは商工会議所の商店街支援に関する施策や個人商店への経営指導、商店街活動や個人商店の経営に関する基礎資料として活用することを目的とする。

2 調査名称 平成26年度地域実態調査（商店街）

3 調査期間 平成26年7月7日（月）～平成26年7月18日（金）

4 調査対象 市内38商店街の代表者

5 有効回答数 37件（有効回答率：97.4%）

6 集計方法

平成26年度商店街実態調査で得られた県内商店街のデータのうち、栃木県から宇都宮市内商店街のデータ提供を受け、更に地域実態調査（商店街）で抽出したデータを統合し、中心市街地商店街（以下中心市街地）と中心市街地外商店街（以下 郊外と呼ぶ。）でそれぞれ集計した。

なお、中心市街地商店街とは、『宇都宮市中心市街地活性化基本計画』で設定された対象区域に所在する商店街とし、その他の商店街を郊外商店街とする。

7 調査方法 商店街実態調査・・・郵送留め置き調査

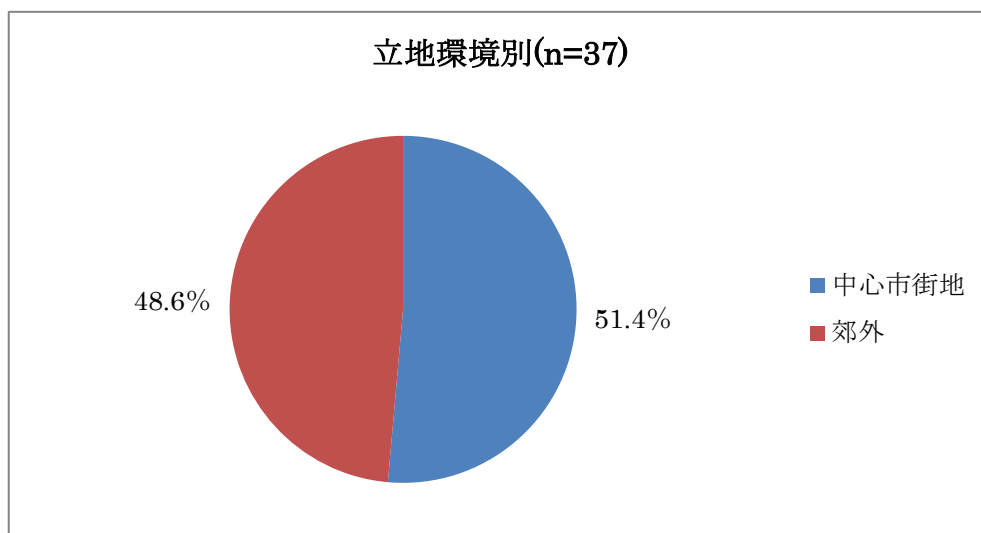
地域実態調査（商店街）・・・面談式アンケート調査

8 調査票 55頁～74頁の通り

## 9 調査結果

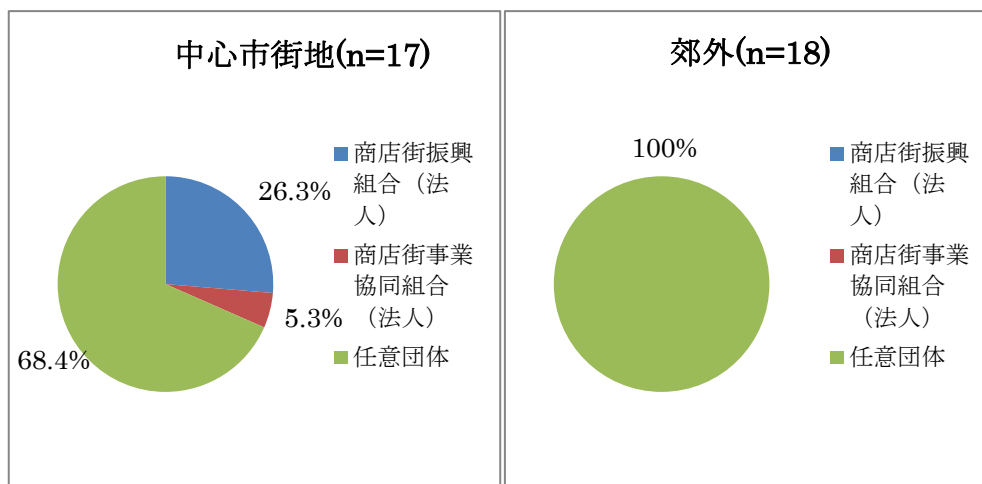
### 9-1 商店街の概要

#### 9-1-1 商店街の立地状況



宇都宮市内の商店街の分布は、中心市街地と郊外で同程度である。

#### 9-1-2 商店街の種類



宇都宮の中心市街地は振興組合、協同組合を併せて31.6%が法人化している。一方で、郊外は全て任意団体である。

## 9-1-3 任意団体の設立時期

単位：(%)

No.	時期	中心市街地 (n=17)	郊外 (n=18)
1	昭和 20～29 年	35.3%	5.6%
2	昭和 30～39 年	35.3%	11.1%
3	昭和 40～49 年	5.9%	27.8%
4	昭和 50～59 年	5.9%	44.4%
5	昭和 60～平成元年	11.8%	5.6%
6	平成 2～6 年	0%	5.6%
7	平成 7～11 年	0%	0%
8	平成 12～16 年	0%	0%
9	平成 17～21 年	5.9%	0%
10	平成 22～26 年	0%	0%

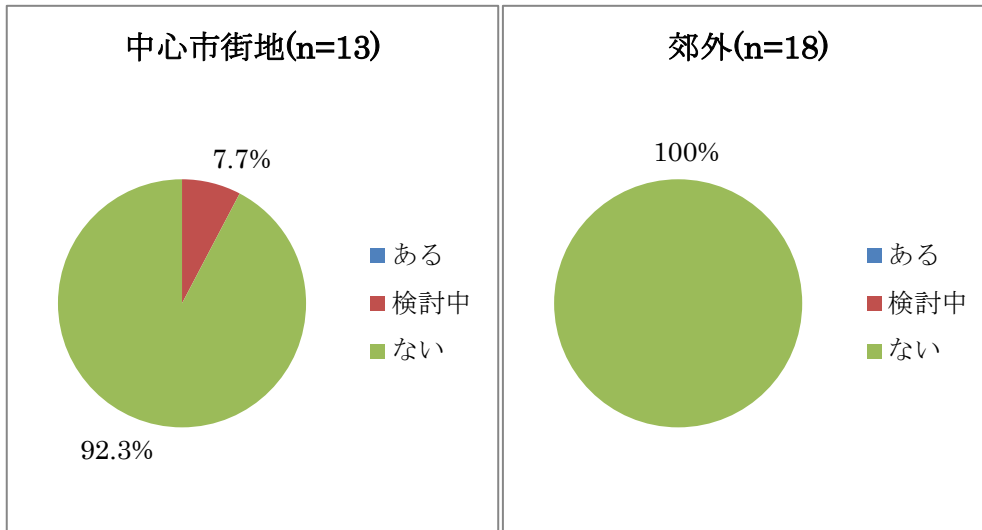
中心市街地は昭和 20 年～39 年に設立された商店街が多いが、郊外については、昭和 50 年～59 年に設立された商店街が多い。

## 9-1-4 商店街法人化の時期

No.	時期	中心市街地 (n=5)	郊外 (n=0)
1	昭和 20～29 年	0%	0%
2	昭和 30～39 年	0%	0%
3	昭和 40～49 年	20.0%	0%
4	昭和 50～59 年	40.0%	0%
5	昭和 60～平成元年	20.0%	0%
6	平成 2～6 年	20.0%	0%
7	平成 7～11 年	0%	0%
8	平成 12～16 年	0%	0%
9	平成 17～21 年	0%	0%
10	平成 22～26 年	0%	0%

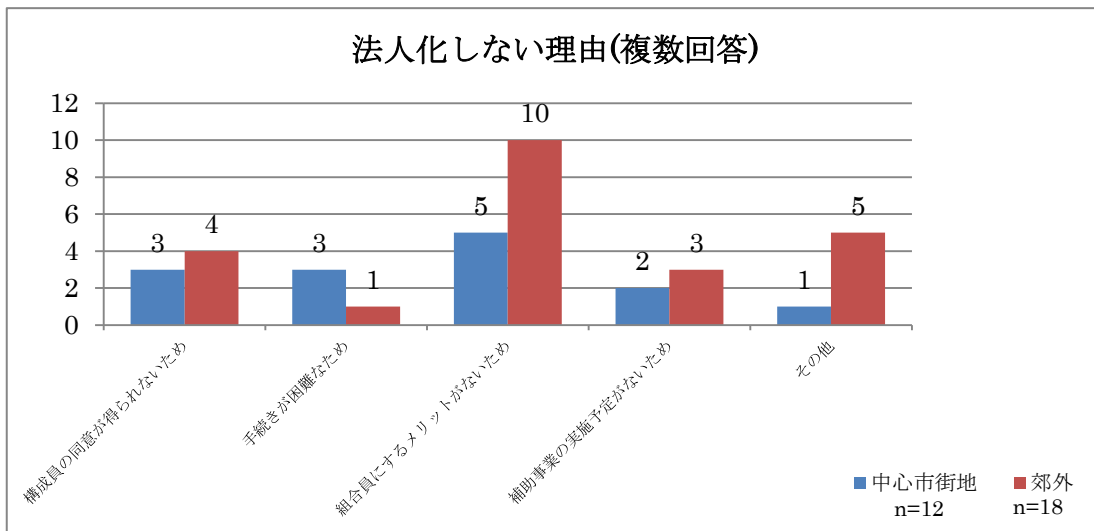
商店街の法人化の時期としては昭和 50 年～59 年が最も多く、任意団体設立から 10 年程度経過してから法人化している団体が多い。

### 9-1-5 法人化の意向



任意団体に対して法人化の意向について調査したが、中心市街地は 92.3%がない、郊外は 100%がないと回答している。法人化の意向があると回答した商店街はないものの、中心市街地では 7.7%が検討中と回答している。なお、法人化する場合の組織形態としては商店街振興組合を検討しているとのことであった。

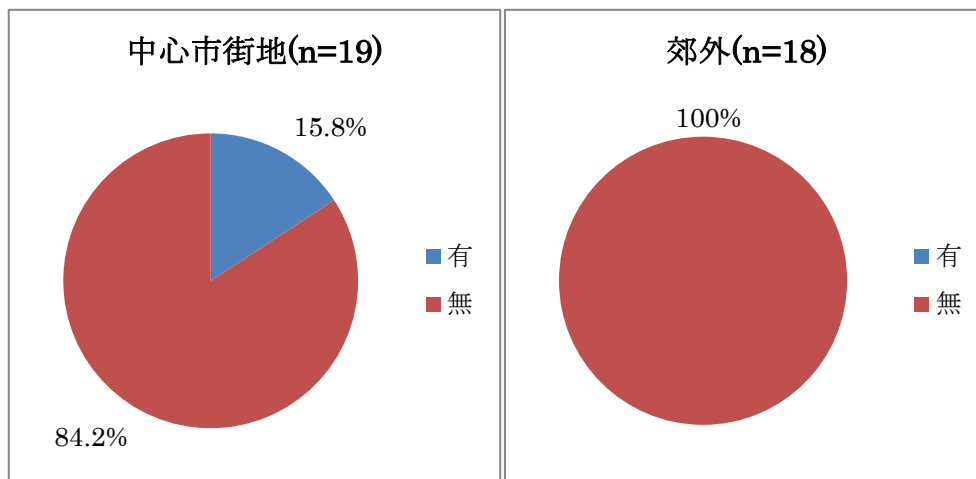
### 9-1-6 法人化しない理由（複数回答）



9-1-5で法人化する意向はないと回答した理由について、法人化するメリットがないという回答が最も多かった。また、その他の意見の中には、商店街の会員数が減少しており、法人化する意味がないという回答があった。



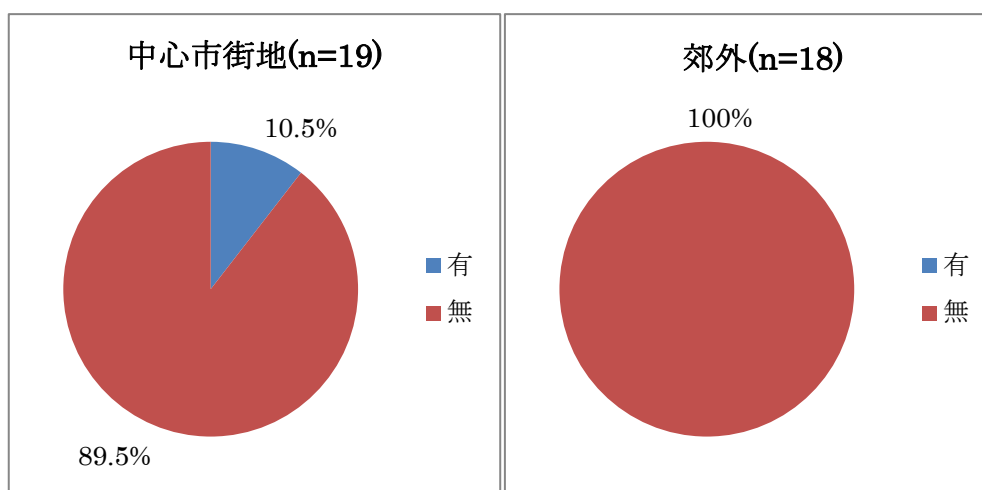
### 9-1-7 事務所の有無



商店街事務所の有無について、郊外には設置されていない状態であり、中心市街地にも 15.8%の商店街が設置している程度である。

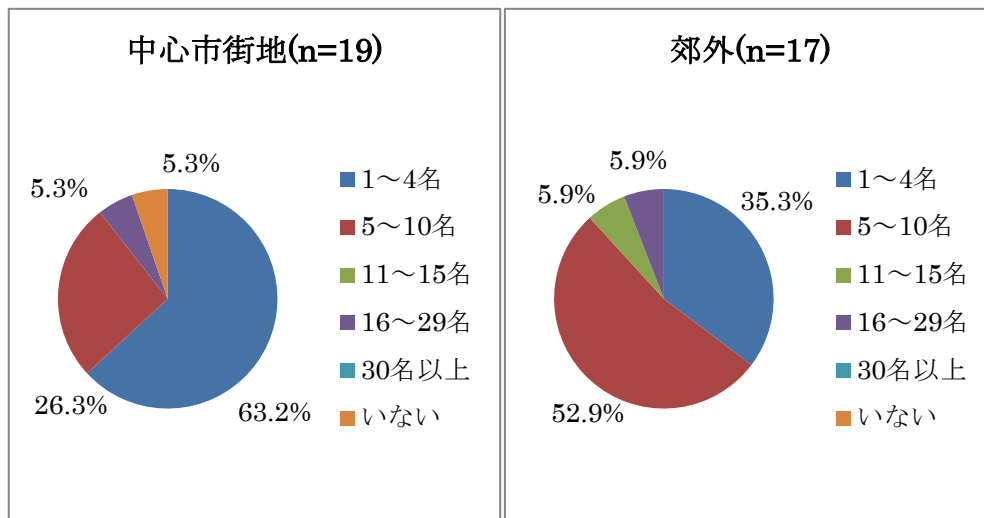
なお、事務所の所有者については全て賃貸であり、商店街で所有している事務所はなかった。

### 9-1-8 専従職員の有無



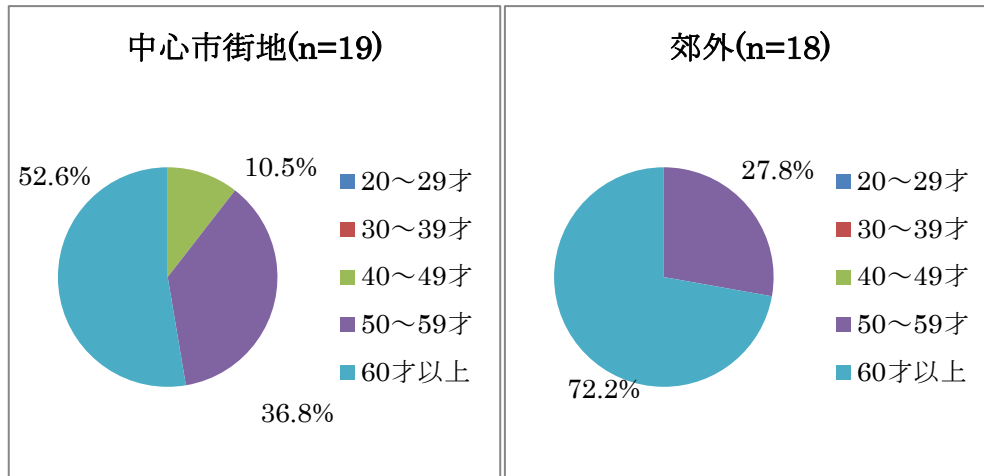
専従職員がいる商店街は、中心市街地の 10.5%の商店街のみである。9-1-7の事務所を設置している商店街が専従職員を雇用していると想定される。

9-1-9 商店街の役員数



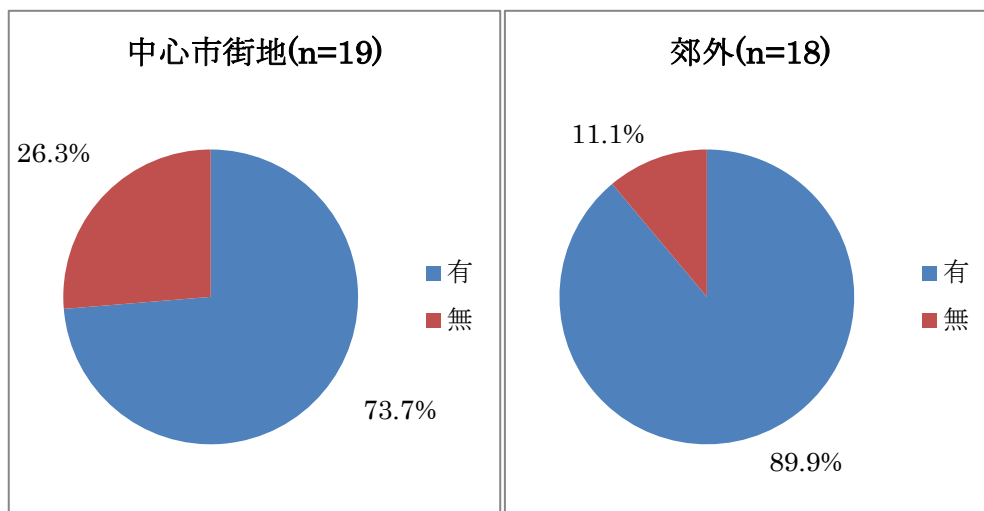
中心市街地では役員数が1名から4名、郊外では5名～10名と回答した割合が大きく、郊外商店街の方が役員数は多い。また、中心市街地には役員がいないと回答した商店街が5.3%存在する。

9-1-10 役員平均年齢



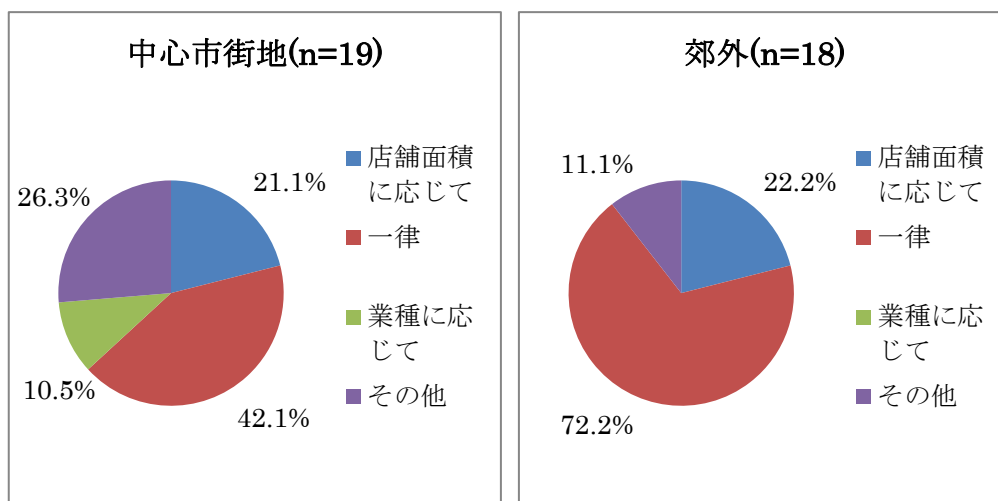
役員年齢については、郊外は60歳以上が72.2%と高齢化している。一方で、中心市街地は60歳以上が52.5%、50代が36.8%程度、40代が10.5%と郊外と比べると、役員平均年齢は比較的若い。

9-1-1 1 会費の有無



中心市街地と郊外を比較すると、中心市街地では26.3%が会費を徴収していない。郊外の方が会費を徴収している割合が多い。これは潤沢な資金力もつ商店街によるものではなく、商店街自体が形骸しており、商店街活動をしていない組織が多いことが想定される。

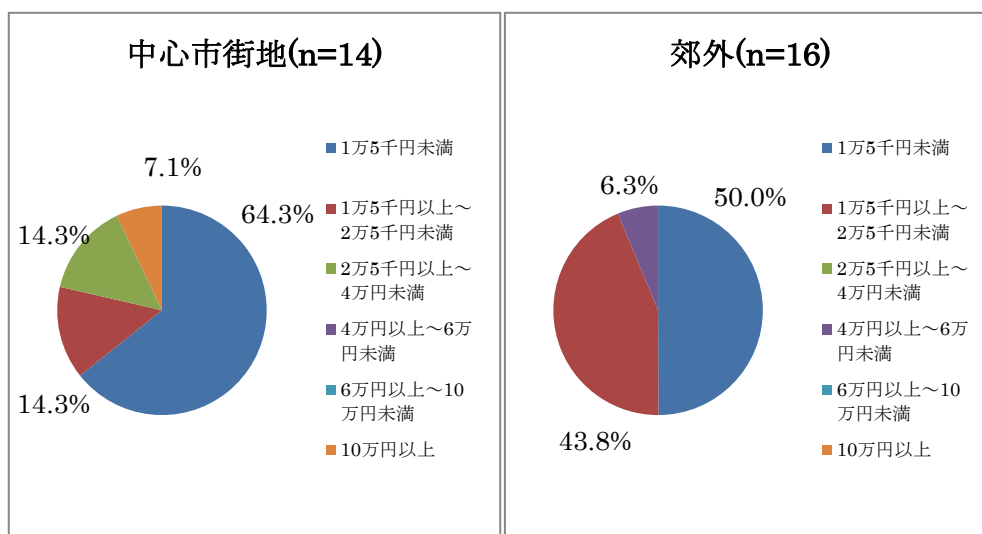
9-1-1 2 商店街の会費体系



商店街の会費体系について、中心市街地・郊外ともに「一律」と回答した割合が最も多く、次いで店舗面積に応じてという回答が多い。その他の意見としてはイベント等で得た収益と支出の差引分を会費とする商店街もあった。

なお、会費が無い商店街は「その他」に含まれる。

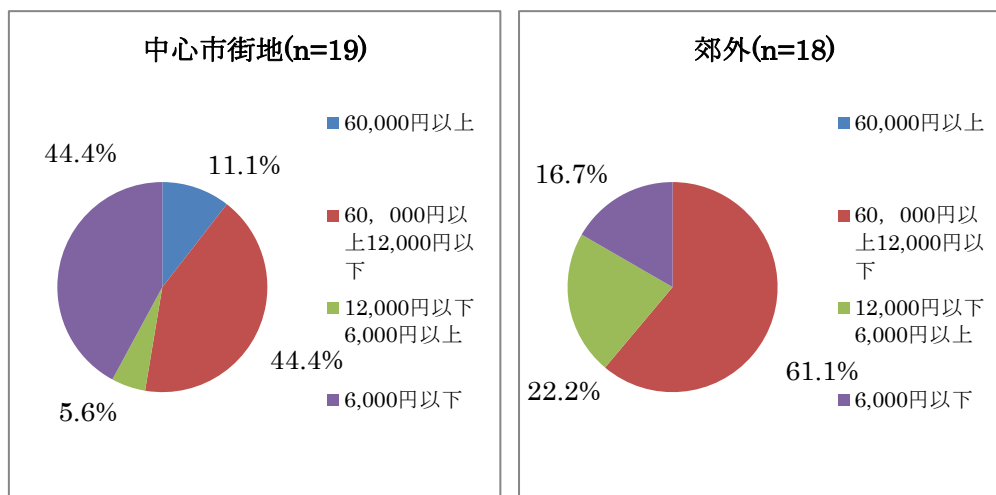
### 9-1-1 3 商店街の年間平均会費額（電気料金等を除く）



中心市街地の商店街については、1万5千円未満の商店街が64.3%と最も多いが、一方で10万円以上の会費がある商店街も存在する。一方、郊外の商店街については、1万5千円未満及び2万5千円未満とする回答は90%を超える。立地の性質上、中心市街地のほうが郊外と比較してやや割高な年会費となっている。

なお、会費を設定していない商店街は1万5千円未満に含まれる。

### 9-1-1 4 商店街の年間平均会費額（電気料金などを含む）



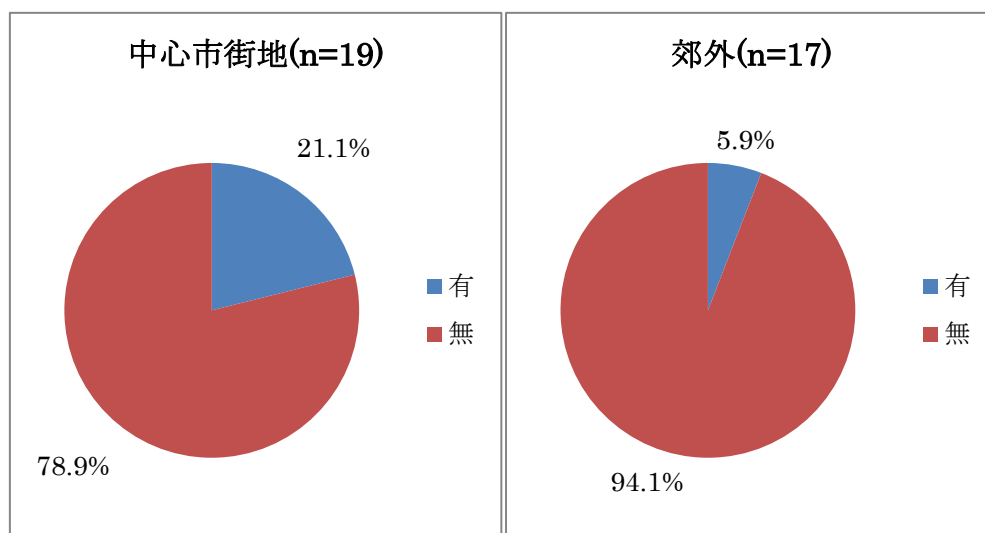
本項目は商店街が会費、電気使用料金等を含めた実際に会員へ請求する金額に関する項目である。

中心市街地は「6万円以下1万2千円以上」と「6千円以下」に設定している商店街が44.4%と多い。

一方で郊外商店街も同様に「6万円以下1万2千円以上」と設定している商店街が多い

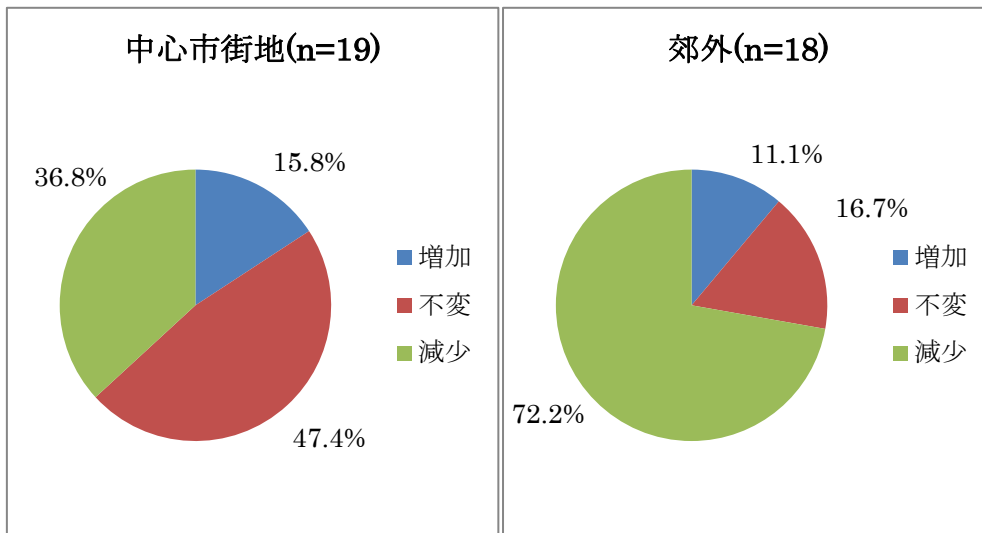
ものの、次点で「1万2千円以下6千円以上」であり、「6千円以下」と回答した商店街は15.0%であることから、中心市街地と比較して平均的には高いようだ。

#### 9-1-15 ホームページの有無



ホームページは中心市街地の商店街で78.9%、郊外だと94.1%が保有していないとの回答であった。情報化社会の中で、商店街が対応できていない部分が明らかとなった。

9-1-16 5年前と比較した総店舗数の推移



商店街の総店舗数について、中心市街地は不変と回答した割合が47.4%と最も多く、郊外は減少傾向にあると回答した割合が72.2%で最も多いことから、郊外の規模縮小が進行している点が明らかとなった。

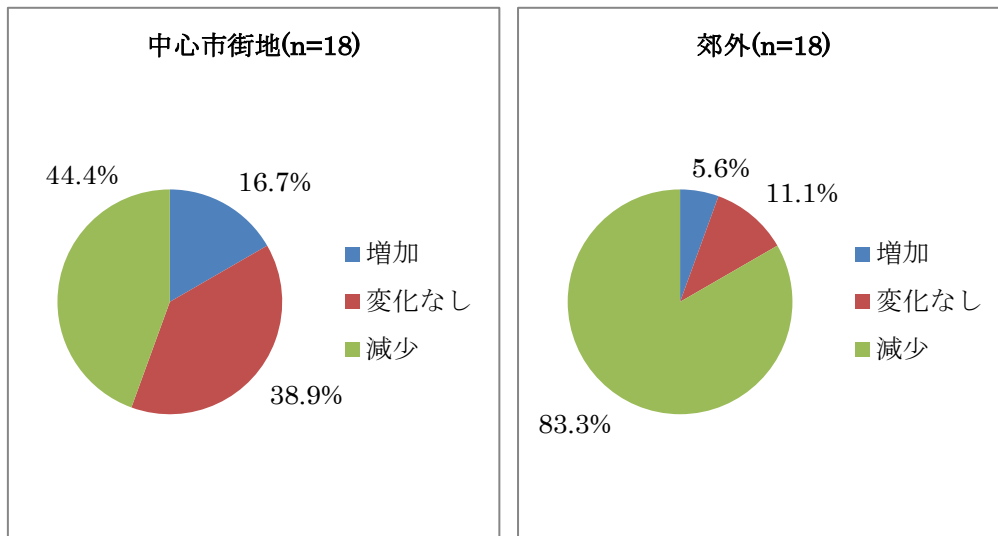
9-1-17 5年前と比較した業種別店舗の増減（複数回答）

	中心市街地(n=19)	郊外(n=18)
増加	飲食店（15件） サービス店（2件） その他（4件）	コンビニエンスストア（3件） 飲食店（3件） その他（5件）
減少	衣料品店（8件） 身の回り品店（4件） 生鮮食料品店（4件） その他（25件）	飲食店（8件） 衣料品店（3件） 生鮮食料品店（3件） その他（12件）

9-1-16で増加と回答した店舗数を業種別でみると、中心市街地は飲食店やサービス業が増加している。この理由としては一般的に利益率が高く、大型店舗が有利とは言えない業種であるため、中心市街地の面積の小さい店舗でも収益が見込まれる点があると考えられる。一方で郊外はコンビニエンスストアや飲食店が増加している。これは、ドーナツ化現象に伴い、郊外の広い土地を活用した大型のコンビニエンスストアや飲食店が出店していると考えられる。

減少した店舗については、中心市街地では生活関連の小売店舗が減少している。これは、一般的に大型店舗が有利な業種であり、なおかつ利益率が低い業種である点から減少していると推測できる。また、郊外でも同様の傾向が見られるが、飲食店が減少している点が特徴として挙げられ、郊外では飲食店の競争が激化していると推測する。

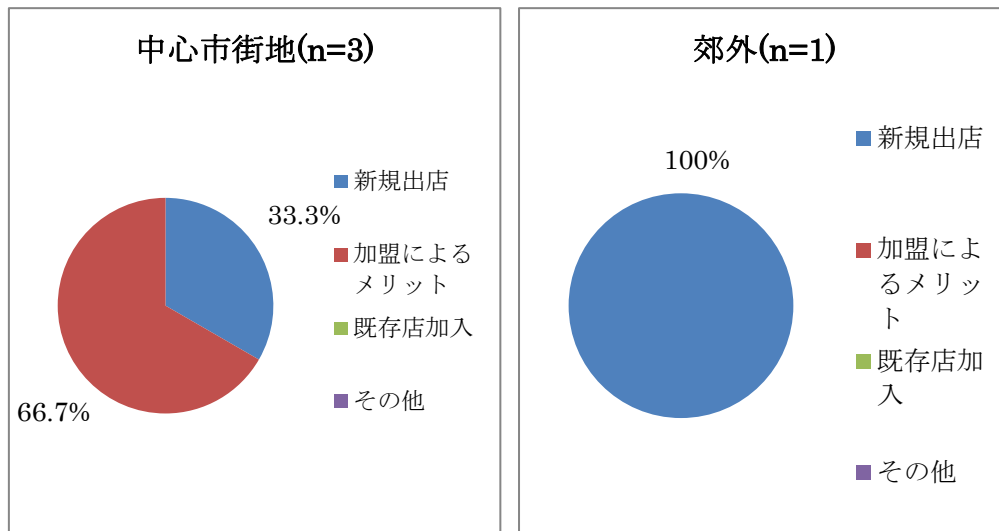
9-1-18 5年前と比較した会員数の変化



中心市街地の会員数については、本項目の回答割合と9-1-16の回答割合がほぼ一致するため、商店街会員への加盟率が比較的高いことが推測できる。

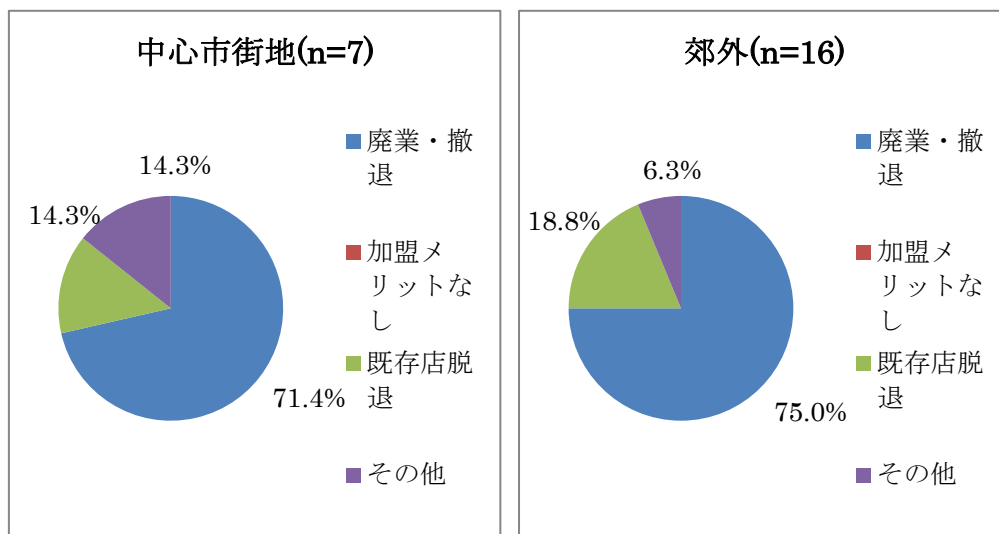
一方で、郊外を見ると9-1-16の回答割合と比較すると、総店舗数が増加割合に対し、会員の増加割合が低く、加盟率が中心市街地と比較して、商店街会員への加盟率が低いと推測される。

9-1-19 会員増加の要因



会員増加と回答した商店街の内、中心市街地は加盟によるメリットが多く、郊外は新規出店が100%であり、双方とも商店街内の既存店が加盟したという回答はなかった。なお、加盟による具体的メリットについては、若年経営者間のネットワーク作り等の回答があった。

9-1-20 会員数減少の要因



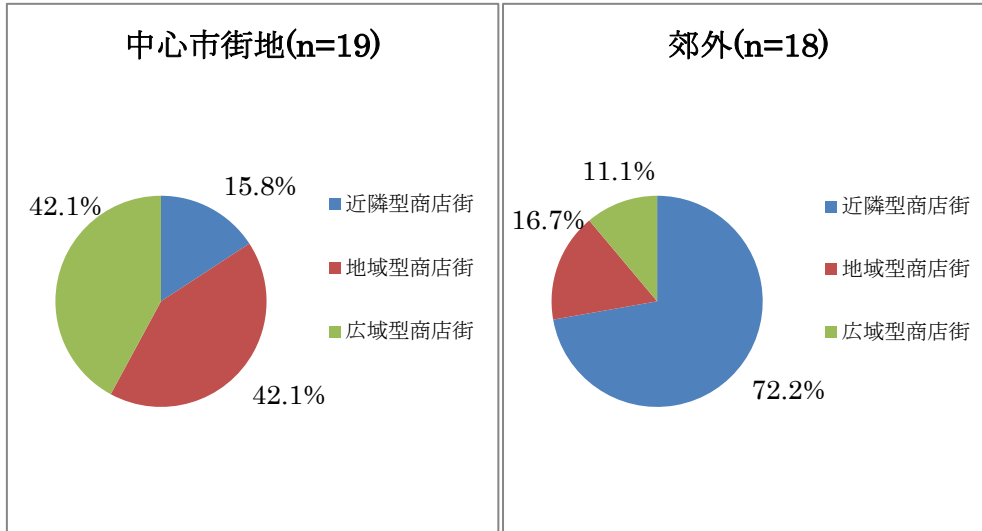
中心市街地、郊外共に廃業・撤退の回答が70%を超える。一方で加盟メリットなしと回答した商店街はなかった。

また、その他の意見として、当所中心商業地新規出店促進事業補助金（空き店舗出店補助金）を活用して出店した店舗は、申請時は商店街加盟が条件のため会員になるが、交付後は商店街会員を辞めてしまう（会費を支払わない）との意見があった。



## 9-2 商店街の商業環境

### 9-2-1 商業集積タイプ



※商業集積タイプの説明

#### 【近隣型商店街】

最寄品、日用品が中心で近隣住民が訪れる商店街

#### 【地域型商店街】

最寄品や買回り品が混在し、自転車やバスを利用して来街する商店街

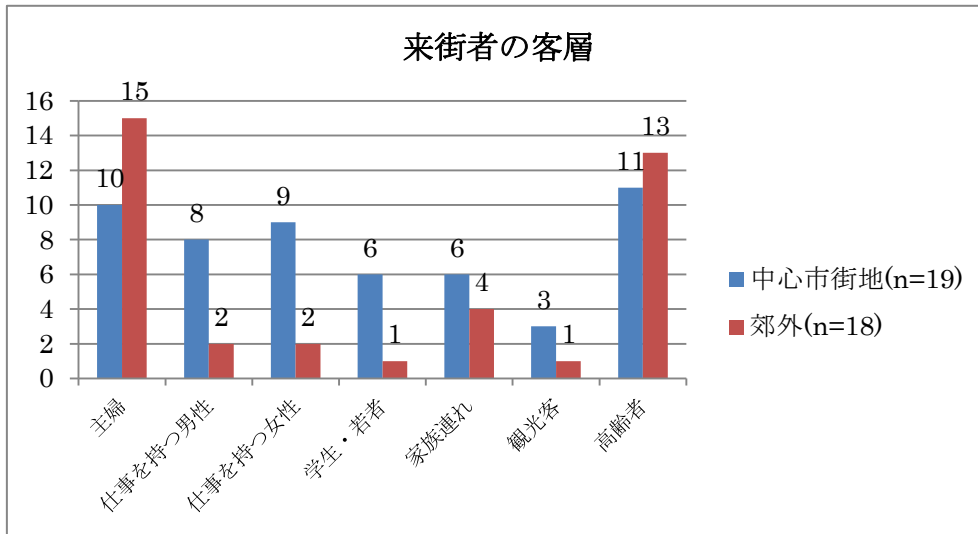
#### 【広域型商店街】

買回り品が中心で、市内外の来街者対象とする広域を対象とする商店街

中心市街地は、広域型商店街に分類される商店街が 42.1%である。一方で近隣型商店街は 15.8%以下であり、中心市街地商店街のターゲットは広域なものと考えられる。

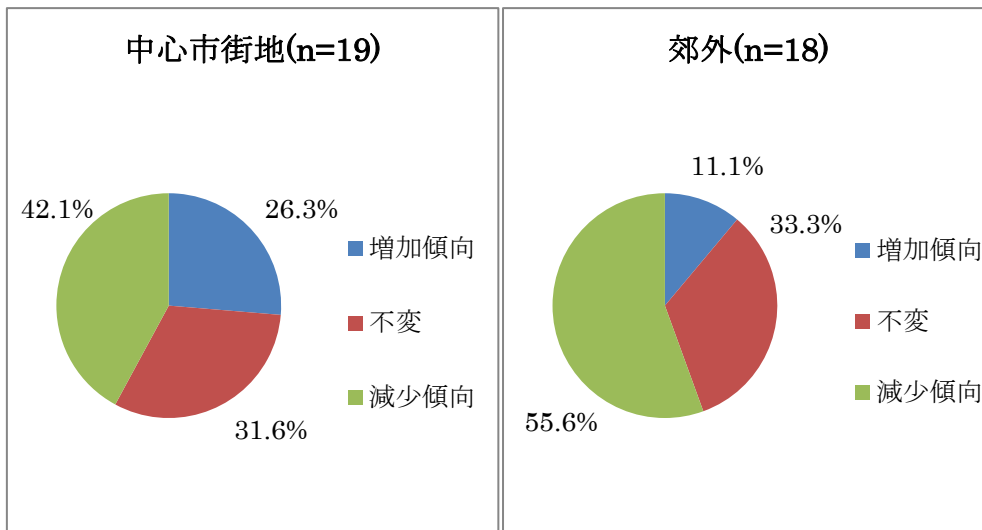
一方で、郊外の 72.2%は近隣商店街であり、地域型商店街と併せると 88.9%が近隣住民を対象としていることから、郊外のターゲットは近隣住民である。

9-2-2 来街者の客層（複数回答）



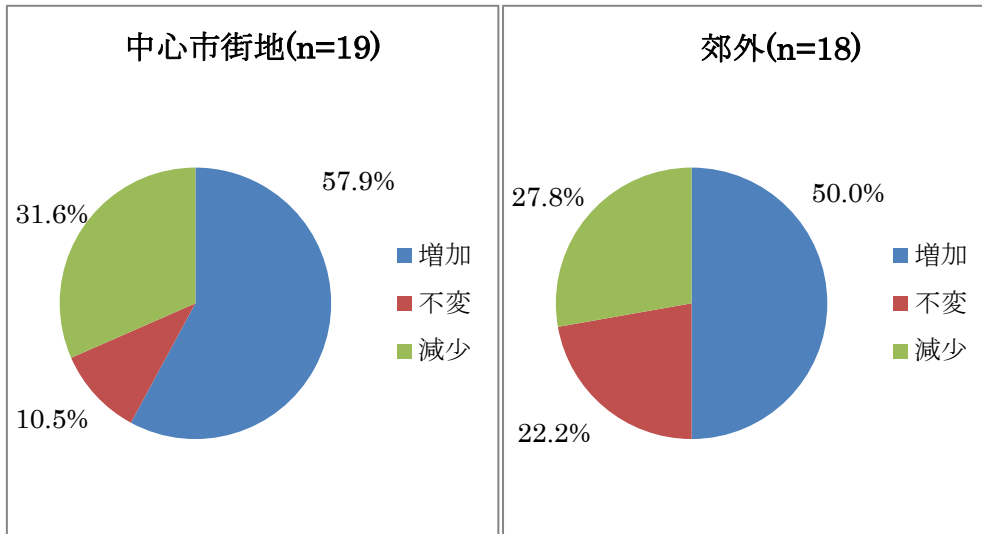
来街者の客層については、中心市街地の客層は平均的に分かれており、高齢者や主婦の割合がわずかに高い程度である。一方で郊外は主婦と高齢者の回答が多く、客層に偏りが見られた。

9-2-3 5年前と比較した来街者の変化



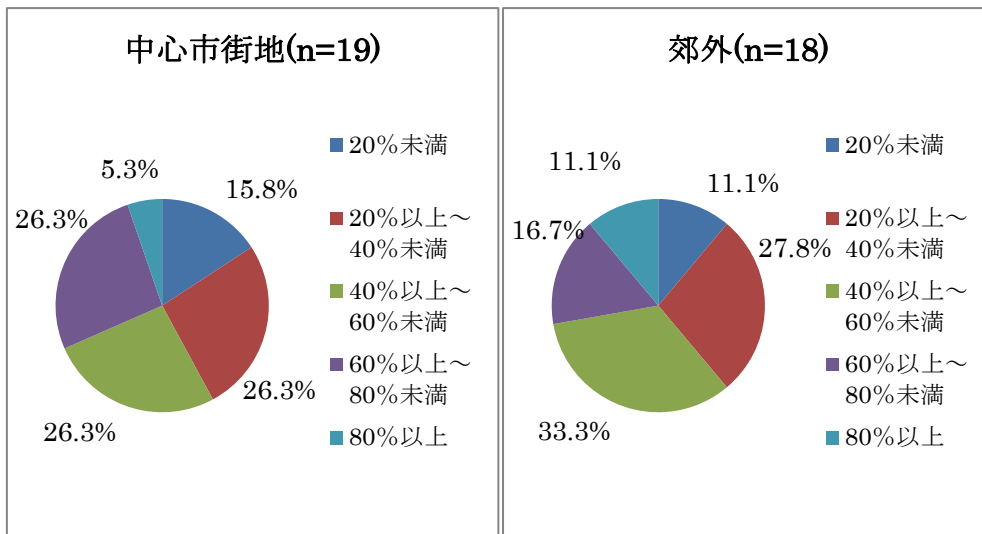
減少したと回答した割合が中心市街地では 42.1%、郊外では 55.6%と全体的に減少傾向である。

9-2-4 来街者における高齢者層の変化



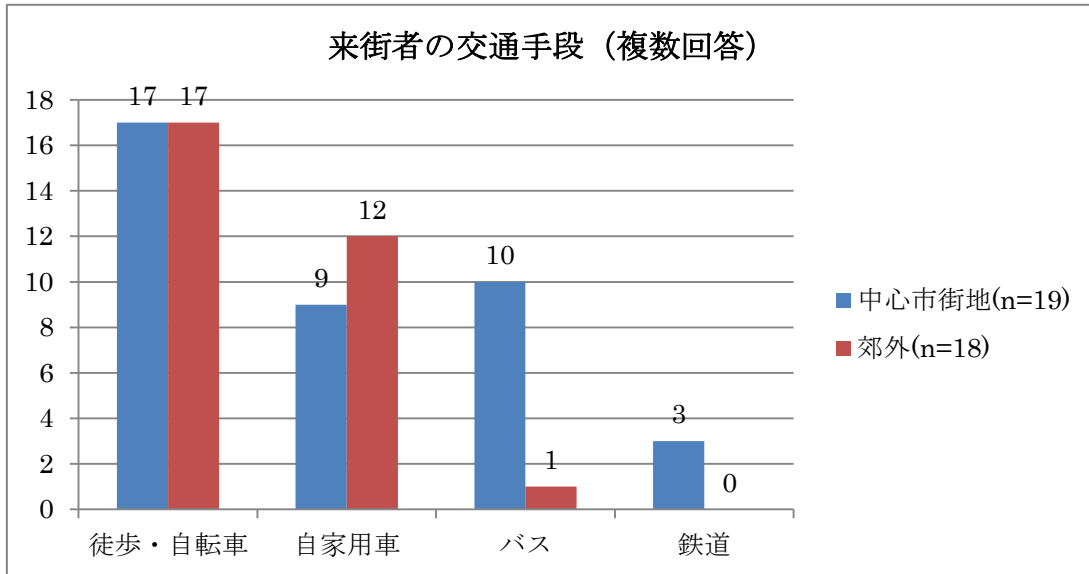
中心市街地、郊外共に高齢者層は増加している。中心市街地のほうが、高齢者が増加傾向と回答した割合が高い。

9-2-5 来街者における固定客の割合



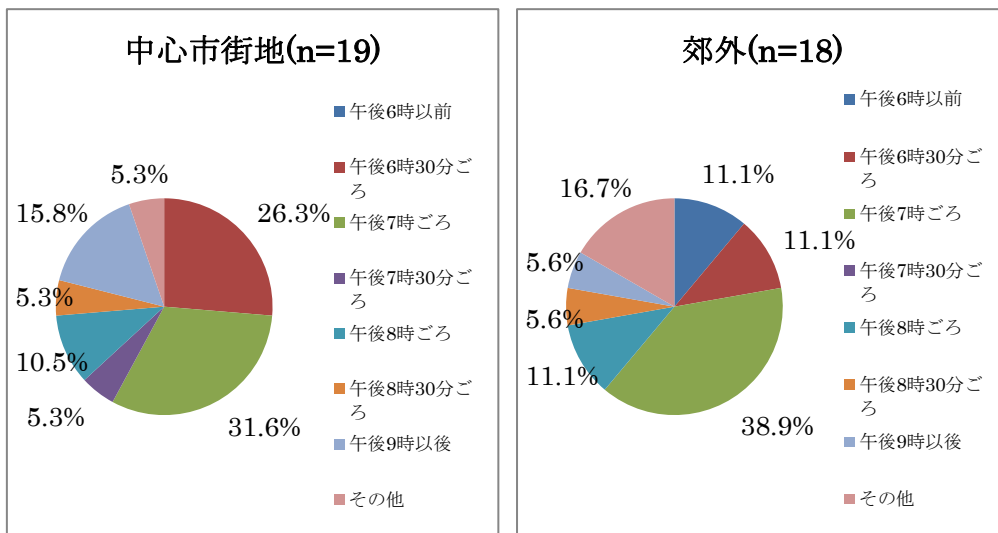
両者を比較すると20%未満と回答した商店街が中心市街地の方が15.8%と比較的高く、80%以上が固定客と回答した割合は郊外が11.1%と比較的高いことから、中心市街地は新規顧客、郊外は固定客の割合が大きいと推測される。

9-2-6 来街者の交通手段（複数回答）



徒歩・自転車利用者が多いことから近隣住民の利用が多いことが推測される。また、中心市街地の特徴はバス利用者や鉄道利用者等公共交通利用者が比較的多い点にある。一方で郊外のバス利用者は1件に止まり、鉄道利用に至っては0である。これは郊外への公共交通機関のアクセスの悪さが関係していると考えられ、自家用車利用の多さにも影響していると思われる。

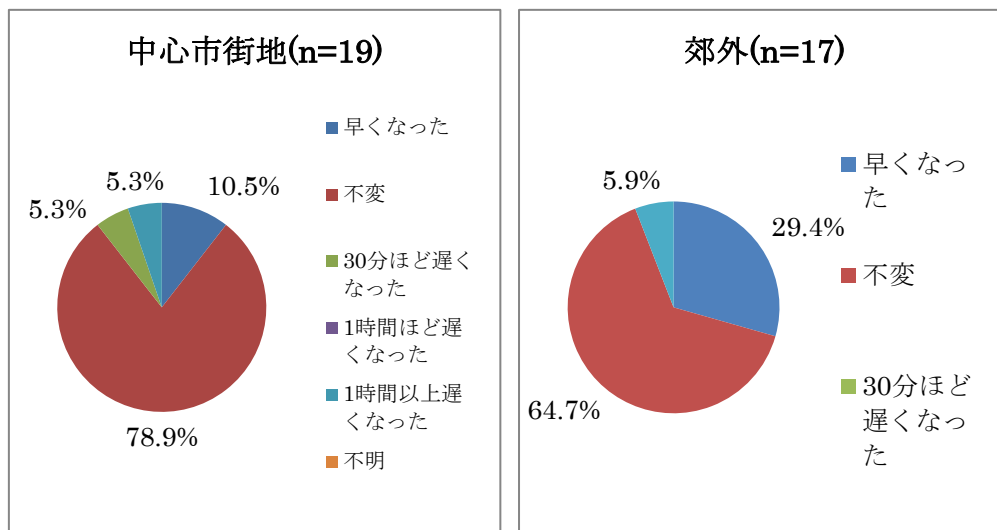
9-2-7 商店街の閉店時間



全体的には午後7時ごろに閉店すると回答した割合が最も多いが、中心市街地は9時以降と回答した割合が15.8%と比較的高く、郊外は午後6時以前と回答した割合が11.1%という点から、中心市街地は比較的閉店時間が遅く、郊外は比較的閉店時間が早いと考え

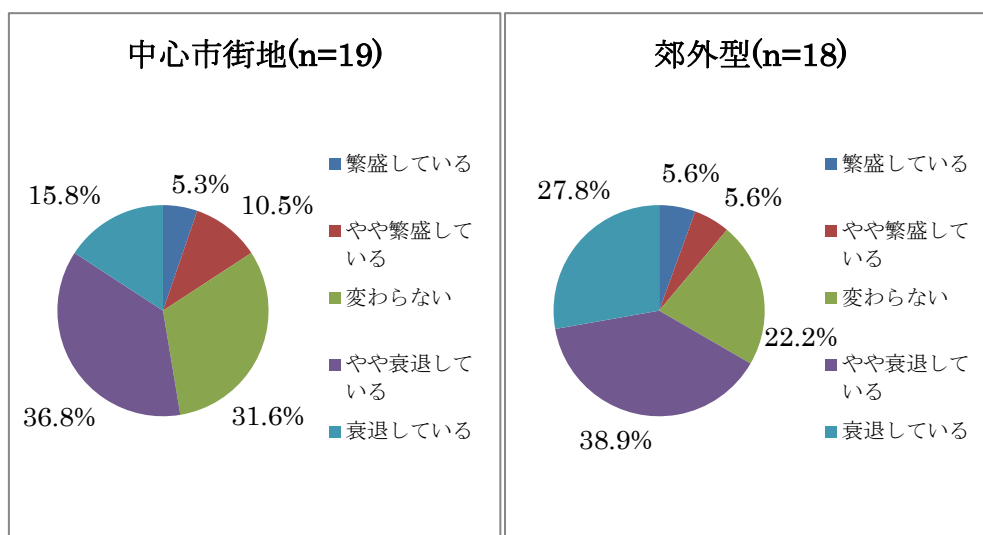
られる。また、その他の意見として全体的には7時前に閉店しているものの、近年増加傾向の飲食店が深夜まで営業している等があった。

#### 9-2-8 5年前と比較した閉店時間の変化



中心市街地、郊外ともに変化していないとの回答が最も多い。また、郊外は早くなったと回答した割合が29.4%と比較的高く、9-2-7の通り、郊外の閉店時間の早期化が進んでいると考えられる。

#### 9-2-9 5年前と比較した商店街の景況について



商店街の景況について、中心市街地は繁盛している、やや繁盛していると回答した割合は合計で15.8%、変わらないと回答した割合は31.6%、やや衰退している、衰退していると回答した割合は合計で52.6%であった。

郊外は繁盛している、やや繁盛していると回答した割合は 11.2%、変わらないと回答した割合は 22.2%、やや衰退している、衰退していると回答した割合は合計で 66.7%と郊外は衰退していると感じている割合が比較的高い。

#### 9-2-10 繁盛している要因（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=3)	郊外 (n=2)
1	商圈の人口・世帯数の増加	0 件	2 件
2	イベントの実施	2 件	0 件
3	情報発信の実施	0 件	0 件
4	大型店の進出	0 件	1 件
5	大型店の撤退	0 件	0 件
6	商店街や店舗の質の向上	2 件	0 件
7	業種構成の充実	1 件	0 件
8	交通関係施設の整備	0 件	0 件
9	自動車の通行量増加	0 件	0 件
10	歩行者の通行量増加	0 件	0 件
11	個店の営業努力	2 件	0 件
12	魅力ある店舗の増加	1 件	0 件
13	その他	1 件	0 件
14	わからない	0 件	0 件

中心市街地ではイベントの実施や、商店街や店舗の質向上、個店の営業努力と回答した割合が高く、自助努力によるものが大きいと認識していると思われる。

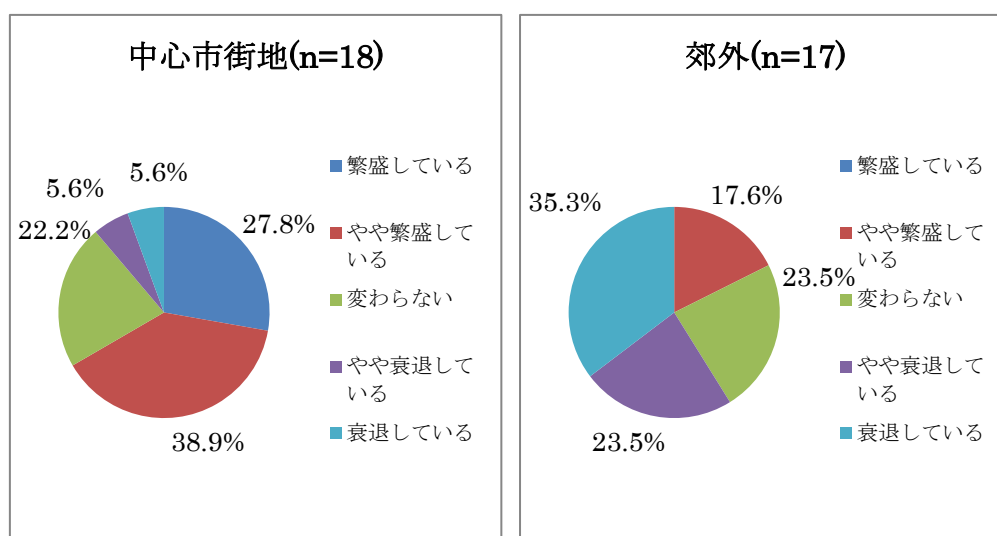
一方郊外は商圈人口・世帯数の増加と回答した割合が最も高く、外的要因によるものと認識していると思われる。

9-2-1 1 変わらない、衰退している要因（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=16)	郊外 (n=16)
1	商圏の人口・世帯数の減少	5 件	4 件
2	顧客の他地域への流失	6 件	4 件
3	販売促進活動の停滞・不足	3 件	7 件
4	郊外や周辺への大型店の進出	9 件	11 件
5	大型店の撤退	2 件	0 件
6	商店街内店舗の老朽化、店舗の質の低下	4 件	5 件
7	業種構成に魅力がない	3 件	2 件
8	道路や駐車場の未整備	1 件	2 件
9	自動車の通行量減少	0 件	1 件
10	交通利便性の低下	0 件	0 件
11	歩行者の通行量減少	3 件	3 件
12	個店の営業努力不足	2 件	3 件
13	空き店舗の増加	2 件	6 件
14	その他	1 件	2 件
15	わからない	5 件	4 件

衰退している要因として回答された割合が最も高いものは中心市街地、郊外共に、大型店の郊外や周辺への大型店の進出である。この結果について、中心市街地は顧客の他の地域への流出の回答が比較的高い点から、郊外への大型店の進出により集客施設が無くなった事による衰退であり、一方郊外は周辺への大型店進出による競争により、衰退していると推測できる。

9-2-1 2 10年後の商店街の景況予測



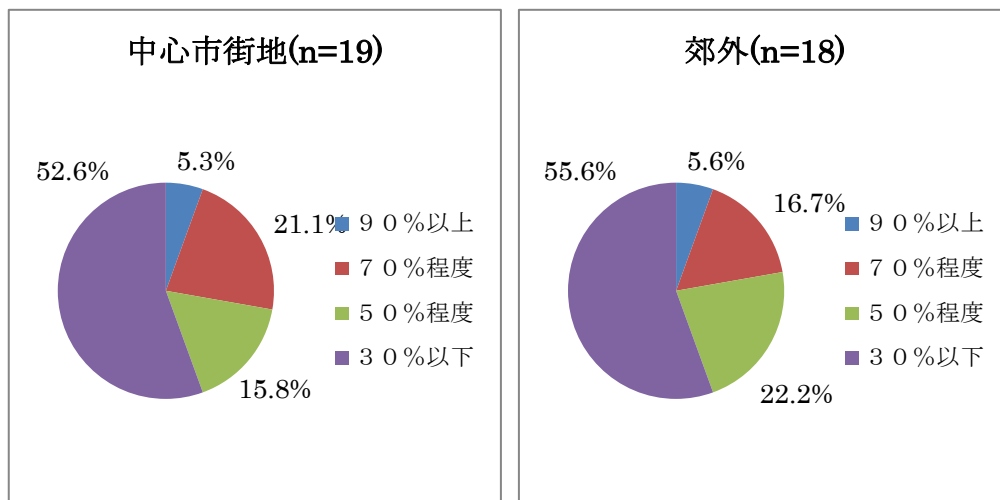
中心市街地は、繁盛している、やや繁盛している、変わらないと回答した割合は併せて 88.9%であり、現在より悪い状況にはならないと考えている。

一方で郊外は繁盛している、やや繁盛している、変わらないと回答した割合は併せて 41.1%である一方、衰退している、やや衰退していると回答した割合は併せて 58.8%であり、今後も衰退が続くと考えている。



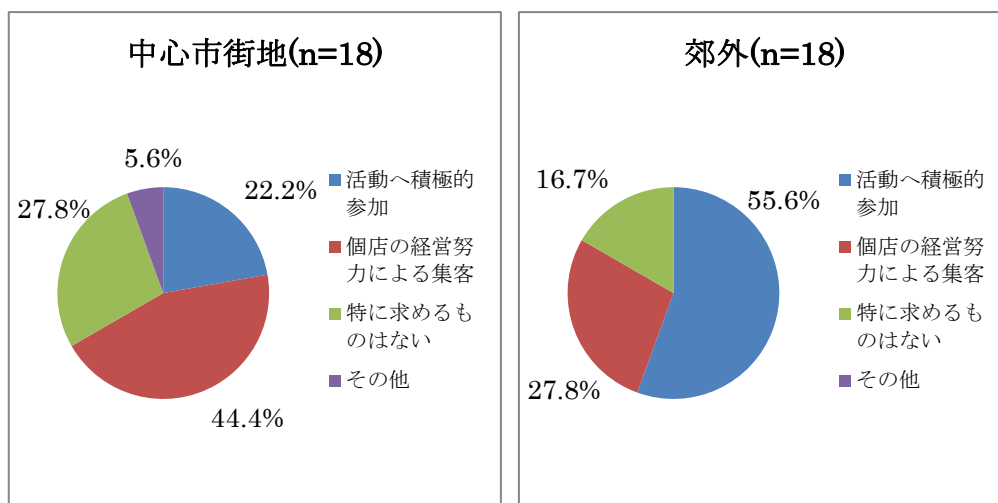
### 9-3 商店街の課題

#### 9-3-1 商店街活動に積極的な会員の割合



商店街活動に積極的な会員の割合として、中心市街地、郊外共に30%以下と回答した商店街が多かった。

#### 9-3-2 会員に求める姿勢



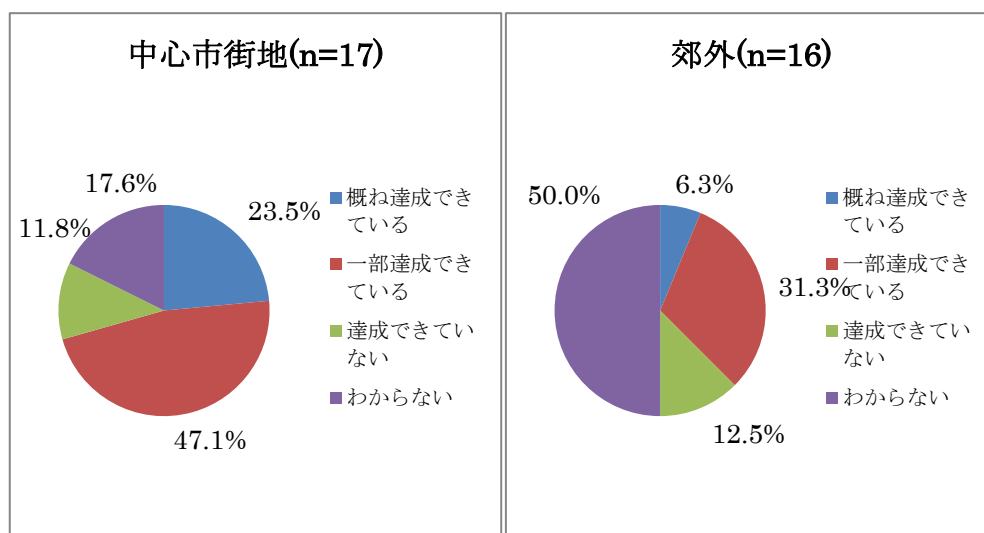
会員に求める姿勢としては、中心市街地は個店の経営努力による集客と回答した割合が多く、郊外商店街は商店街活動へ積極的に参加してほしいと回答した割合が多い。中心市街地は個店の経営努力による活性化に視点を向けている一方、郊外は商店街活動での活性化に視点を向けていることが明らかとなった。

### 9-3-3 商店街に期待される役割（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=19)	郊外 (n=18)
1	高齢者等地域住民の身近な購買機会の提供	9件	8件
2	地域の賑わいの創出	9件	10件
3	他の公共機能等と相まった利便性の提供	4件	1件
4	地域情報発信の担い手	1件	6件
5	地域の文化・伝統の担い手	2件	1件
6	町内会等の地域活動の担い手	2件	7件
7	まちの治安や防犯への寄与	5件	5件
8	まち並みや歴史的資産の保存	0件	1件
9	創業機会の提供	1件	1件
10	観光客へのホスピタリティの提供	0件	1件
11	その他	0件	1件
12	特になし	3件	3件
13	わからない	4件	0件

中心市街地及び郊外共に地域の賑わい創出を商店街に求められる役割として認識している割合が高い。また9-2-4で示した通り来街者の高齢化が進んでいることから、商店街の役割として、高齢者地域住民の身近な購買機会の提供についても高い認識を示している。

### 9-3-4 役割の達成度



中心市街地は概ね達成できている、一部達成できていると回答した割合は併せて70.6%と比較的役割を達成できているという認識が高い。一方で郊外は分からないと回答した割合が半数を占め、達成度を体感できていない点が課題である。

### 9-3-5 役割を達成するための課題（自由記述）

中心市街地	郊外
<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員同士の交流・連携の減少</li> <li>・会員の積極的協力</li> <li>・店舗のテナント化</li> <li>・組織力の強化</li> <li>・日用品販売店、飲食店の誘致</li> <li>・若年層及び女性の参画</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会員同士の交流・連携の減少</li> <li>・会員の高齢化・減少</li> <li>・空き店舗の有効活用</li> <li>・予算の減少</li> <li>・大型店店長の裁量権がない。 (本部の了承が必要等)</li> </ul>

中心市街地の特徴としては店舗のテナント化が進み、会員同士の交流や連携が減少し、組織力が低下している点が挙げられる。一方郊外の特徴としては会員の高齢化が進み、会員同士の交流や連携している点が挙げられる。

### 9-3-6 商店街の強み

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=19)	郊外 (n=18)
1	業種構成	3件	1件
2	店舗が新しい	0件	2件
3	各店舗の規模が大きい	0件	0件
4	駐車場がある	1件	5件
5	交通量がある	5件	5件
6	大型店と競合しない	3件	0件
7	郊外専門店と競合しない	0件	1件
8	商圈人口が多い	1件	4件
9	リーダーがいる	1件	0件
10	後継者がいる	1件	1件
11	空き店舗が少ない	3件	3件
12	商店街に集客の核となる施設又は店舗がある	4件	1件
13	その他	0件	0件
14	特にない	7件	10件

中心市街地、郊外共に特にないと回答した割合が最も高く、商店街の強みを見出せていない状態の商店街が多い。

一方で自らの強みを認識している商店街の回答では、中心市街地、郊外ともに交通量があるという回答の割合が高い。但し、この交通量については、駐車場があると回答した商店街は、郊外は5件だが中心市街地は1件であること、9-2-6で抽出された来街者の交通手段を踏まえると、中心市街地の通行量は歩行者や自転車を意味する交通量であり、郊外は自動車を意味する交通量であることが推測され、同じ回答でも、真意が異なることが推測される点に注意しなければならない。

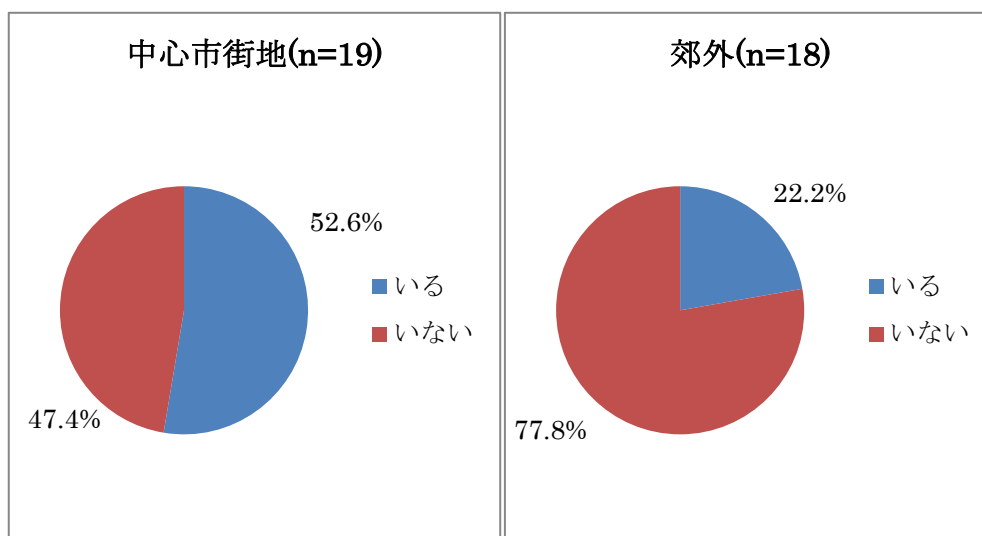
9-3-7 商店街が直面している課題

No.	回答選択肢(複数回答可)	中心市街地(n=19)	郊外(n=18)
1	業種構成	6件	4件
2	店舗老朽化	7件	5件
3	各店舗の規模が小さい	1件	5件
4	駐車場不足	5件	2件
5	交通量の減少	0件	2件
6	大型店との競合	0件	3件
7	郊外専門店との競合	4件	2件
8	商圏人口の減少	3件	1件
9	リーダー不在	5件	6件
10	後継者不足	6件	11件
11	空き店舗の増加	0件	2件
12	商店街に集客の核となる施設又は店舗がない	5件	7件
13	その他	1件	0件
14	特になし	3件	1件

中心市街地の特徴としては店舗老朽化と回答した割合が高い点である。中心市街地の建物は、建物が集積する立地上の問題や多額の建て替え費用が掛かる点等の課題から店舗の老朽化に繋がっていると考えられる。

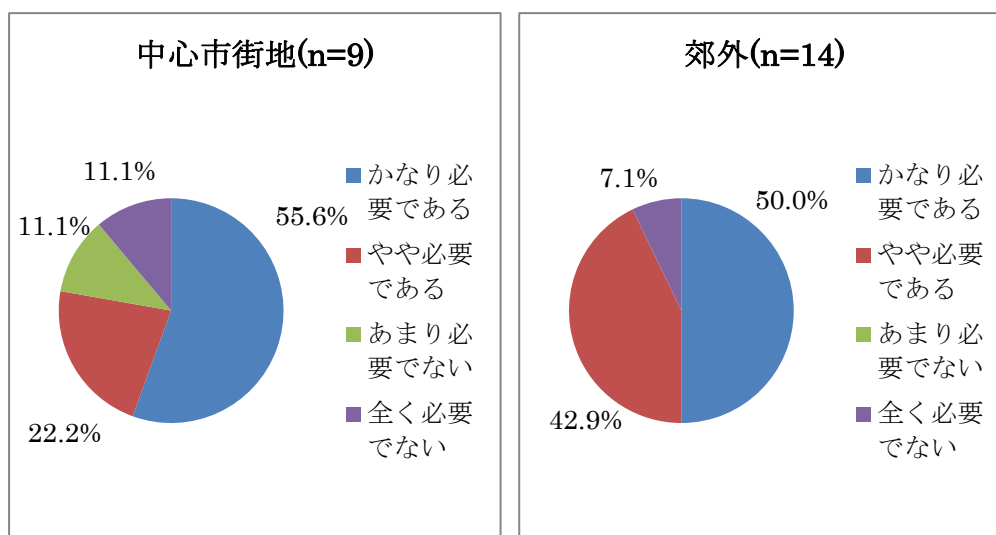
郊外の特徴としては、後継者不足と回答した割合が比較的高い点である。これは9-1-12の役員の平均年齢の結果の通り、役員の高齢化が顕著である点とその要因として考えられる。

### 9-3-8 次世代リーダーの有無



次世代リーダーについて中心市街地はいると回答した割合は52.6%と約半数がいると回答したが、郊外は9-3-7で後継者不足を課題と認識している結果の通り、後継者がいる商店街が22.2%にとどまっている。

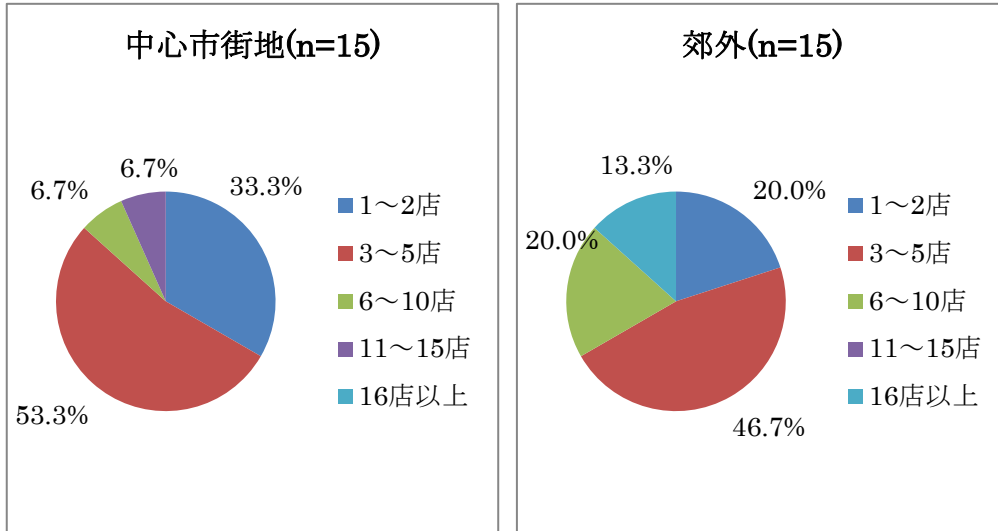
### 9-3-9 次世代リーダー養成の必要性



9-3-8で次世代リーダーがいないと回答した商店街のうち、中心市街地、郊外共に次世代リーダーの養成はかなり必要であるとの割合が高い。特に郊外は、かなり必要であるとやや必要であるを合わせると92.9%であり、郊外の多くが次世代リーダーの養成を必要としている。

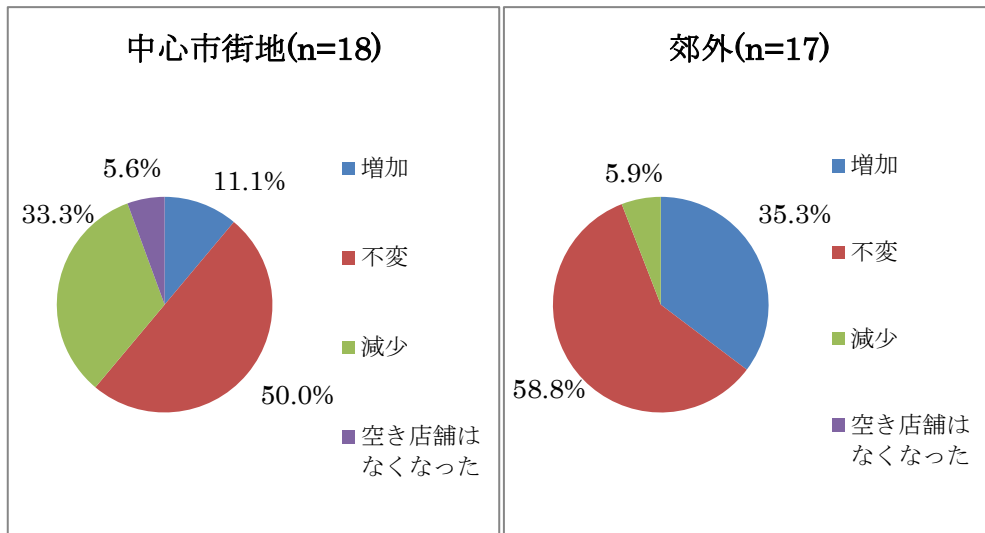
## 9-4 空き店舗の動向

### 9-4-1 商店街区域の空き店舗数について



中心市街地、郊外ともに3～5店舗の割合が最も高い。なお、総空き店舗数は、中心市街地は59店舗(1商店街当たり3.9店舗)、郊外は95店舗(1商店街あたり6.3店舗)と郊外の空き店舗の数が多い。

### 9-4-2 5年前と比較した空き店舗数の変化



中心市街地、郊外とも不変と回答した割合が最も高いが、中心市街地は減少と回答した割合が33.3%と高く、郊外は増加と回答した割合が35.3%と高い点から、中心市街地は改善が図られている一方で、郊外の増加が目立つ。

#### 9-4-3 空き店舗の発生要因（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=16)	郊外 (n=16)
1	後継者の不在	6件	9件
2	経営不振	5件	6件
3	新規開店希望がない	4件	5件
4	賃料が高い	4件	2件
5	所有者に賃貸する意思がない	6件	3件
6	その他	3件	3件

中心市街地の特徴としては所有者に賃貸する意思がないという点が挙げられる。これは9-3-7で課題となっている店舗の老朽化が関係していると考えられる。

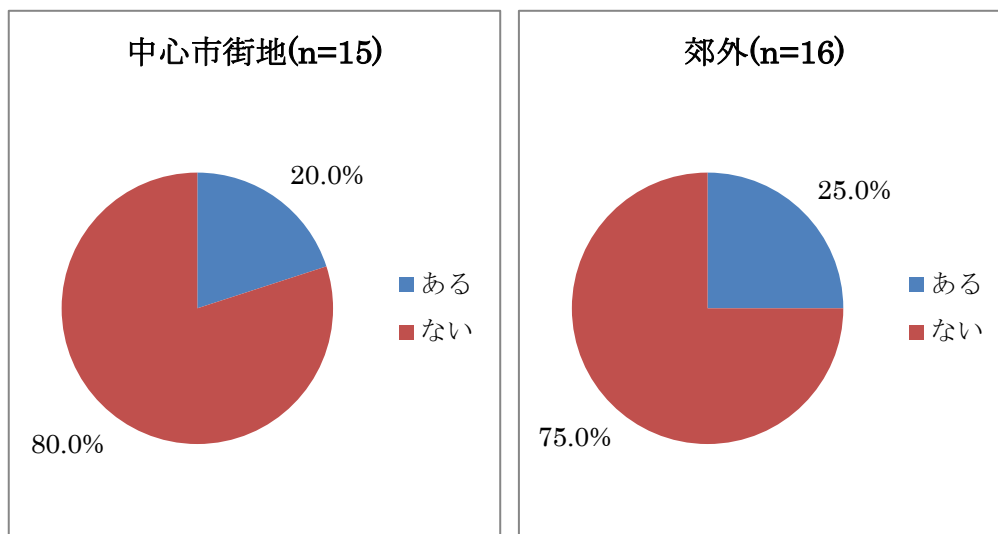
郊外については後継者の不在と回答した割合が比較的高く、9-3-7で課題となっている後継者不足と関連が深い。

#### 9-4-4 空き店舗の状態が継続している理由

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=15)	郊外 (n=14)
1	商店街に魅力がない	2件	4件
2	店舗が補修、拡張できない	3件	4件
3	家賃（売値）の折り合いがつかない	3件	0件
4	業種に制限をつけている	1件	1件
5	空き店舗のPRが不足している	1件	6件
6	立地条件・交通環境がよくない	0件	0件
7	所有者に賃貸する意思がない	8件	7件
8	所有者に使用計画がある	1件	0件
9	入店希望の業種の折り合いがつかない	1件	1件
10	その他	4件	3件

中心市街地、郊外ともに所有者に賃貸する意思がないという回答した割合が最も高く、商店街としては解決しがたい課題が浮き彫りとなった。

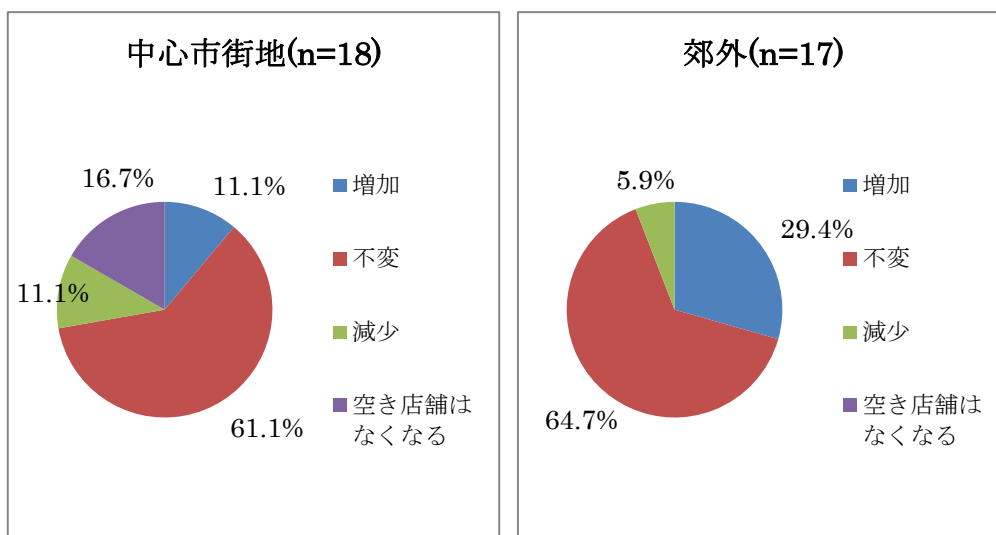
#### 9-4-5 商店街としての空き店舗活用の意向



中心市街地、郊外ともに活用の意向はないと回答した割合が最も高いが、中心市街地は20.0%、郊外は25.0%が活用の意向があると回答した。

なお、空き店舗の活用方法としては、中心市街地では必要業種の誘致やチャレンジショップ等の店舗としての活用またはコミュニティ施設やギャラリー施設等の公共施設としての活用の2つに分かれ、一方郊外は必要業種の誘致という回答が多かった。

#### 9-4-6 今後の空き店舗数の変化予測



中心市街地、郊外ともに不変と回答した割合が高いが、中心市街地は減少及び空き店舗はなくなると回答した割合が27.8%であり、郊外は増加と回答した割合が29.4%と比較的高くなっており、中心市街地は改善する、郊外は悪化すると認識していることが明らかとなった。



9-4-7 空き店舗解消への効果的な方法（複数回答）

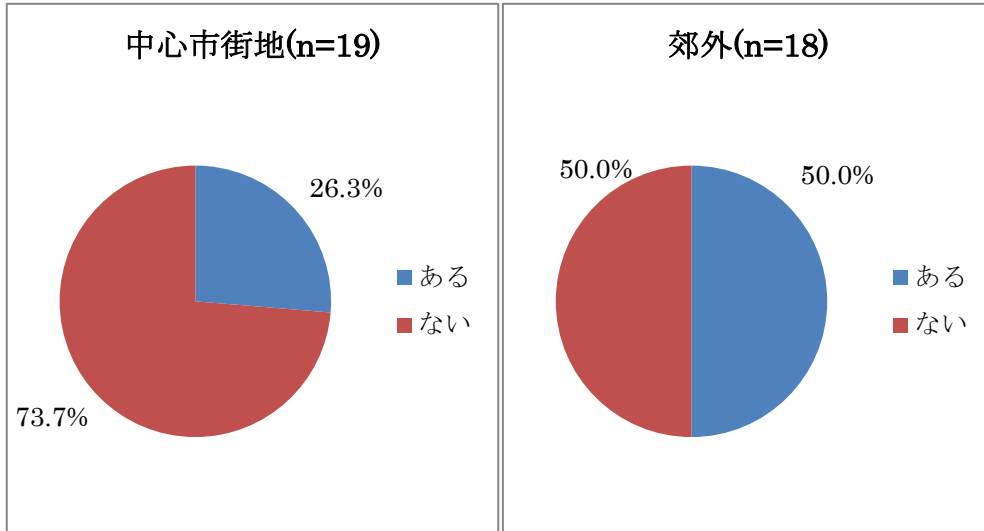
No.	回答選択肢	中心市街地 (n=16)	郊外 (n=15)
1	賃料の引き下げ	3 件	2 件
2	商店街組織で賃料の調整を図り、借りやすくする	0 件	3 件
3	商店街で借り上げて、チャレンジショップやアンテナショップとして活用する	1 件	3 件
4	商工会・商工会議所が空き店舗情報を発信しPRする	9 件	5 件
5	民間企業等が空き店舗も含め、商店街全体を管理・運営する手法を導入する	2 件	3 件
6	その他	4 件	6 件

空き店舗解消について効果的な方法として、中心市街地では商工会・商工会議所が空き店舗情報を発信しPRするという回答した割合が最も高い。なお、その他の意見としては近隣に駐車場が少ない店舗が空き店舗化しやすく、駐車場を増やす必要性がある等との回答があった。

郊外の特徴については、商店街組織で賃料の調整を図り借りやすくする点や、商店街で借り上げてチャレンジショップやアンテナショップとして活用等自助努力による解消を回答した割合が比較的高い。なお、その他の意見については郊外の大規模な店舗が多い中では、面積が小さい店舗は借り手が現れない等の回答があった。

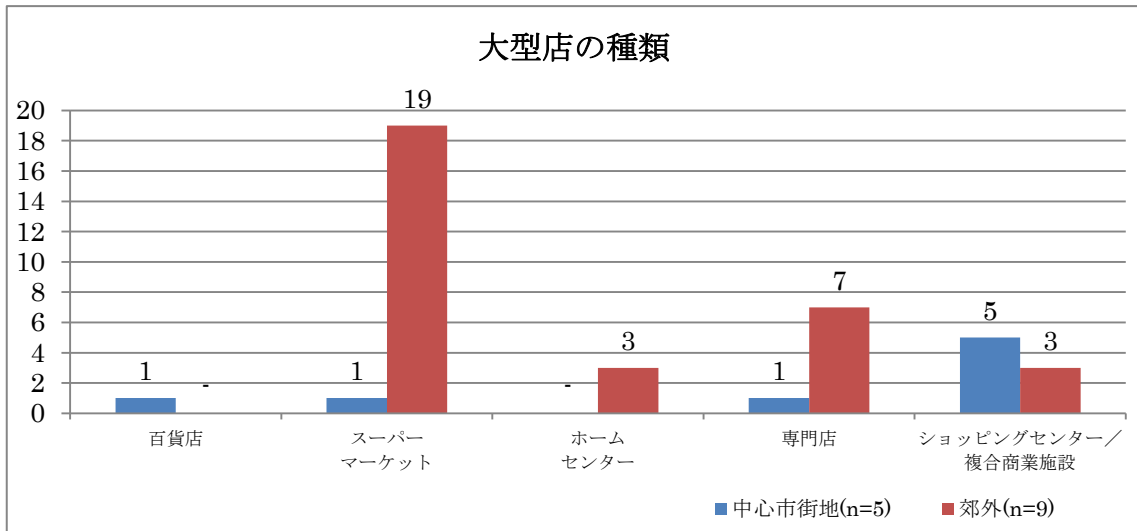
## 9-5 大型店及び近隣商店街との関係

### 9-5-1 商店街区域の大型店の有無



中心市街地はあると回答した割合が26%であり、郊外は50%があると回答した。

### 9-5-2 大型店の種類（複数回答）



9-5-1で大型店があると回答した商店街のうち、大型店の種類について、中心市街地はショッピングセンターや複合商業施設の回答が最も高く、郊外はスーパーマーケットの回答が最も高い。

### 9-5-3 大型店の影響

No.	大型店の種類	商店街	プラス影響	影響なし	マイナス影響
1	百貨店	中心市街地 (n=1)	1 件	0 件	0 件
		郊外 (n=0)	—	—	—
2	スーパー マーケット	中心市街地 (n=1)	1 件	0 件	0 件
		郊外 (n=9)	2 件	6 件	1 件
3	ホーム センター	中心市街地 (n=0)	—	—	—
		郊外 (n=3)	2 件	1 件	0 件
4	専門店	中心市街地 (n=1)	1 件	0 件	0 件
		郊外 (n=2)	1 件	0 件	1 件
5	ショッピングセンタ ー・複合商業施設	中心市街地 (n=2)	0 件	2 件	0 件
		郊外 (n=3)	3 件	0 件	0 件

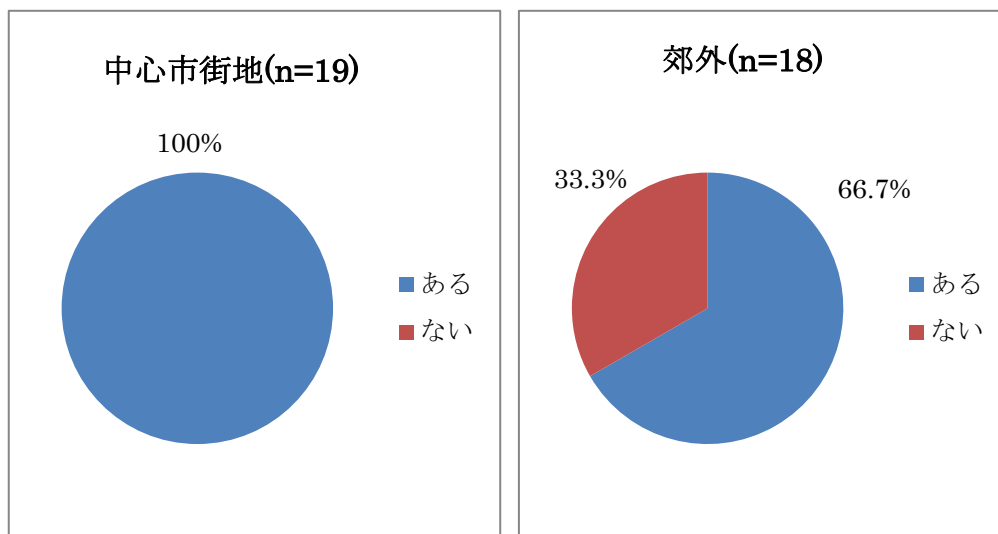
9-5-1で大型店があると回答した商店街について、中心市街地、郊外ともにプラスの影響があるとの回答が高く、9-2-11の結果と関連して、大型店が商店街にとって必要な店舗であることがわかる。

### 9-5-4 大型店との競合度

No.	大型店の種類	商店街	激化	変化なし	緩和
1	百貨店	中心市街地 (n=1)	0 件	1 件	0 件
		郊外 (n=0)	—	—	—
2	スーパー マーケット	中心市街地 (n=1)	1 件	0 件	0 件
		郊外 (n=8)	2 件	6 件	0 件
3	ホーム センター	中心市街地 (n=0)	—	—	—
		郊外 (n=3)	0 件	3 件	0 件
4	専門店	中心市街地 (n=1)	0 件	1 件	0 件
		郊外 (n=3)	1 件	2 件	0 件
5	ショッピングセンタ ー・複合商業施設	中心市街地 (n=2)	0 件	2 件	0 件
		郊外 (n=3)	0 件	3 件	0 件

9-5-1であると回答した大型店との5年前と比較した競合度について、中心市街地及び郊外共に変化なしとの回答が最も高い。一方で緩和したと回答した商店街はなく、必要な店舗ではあると認識しているが、競合店である点については変化なしという見方が強まっている。

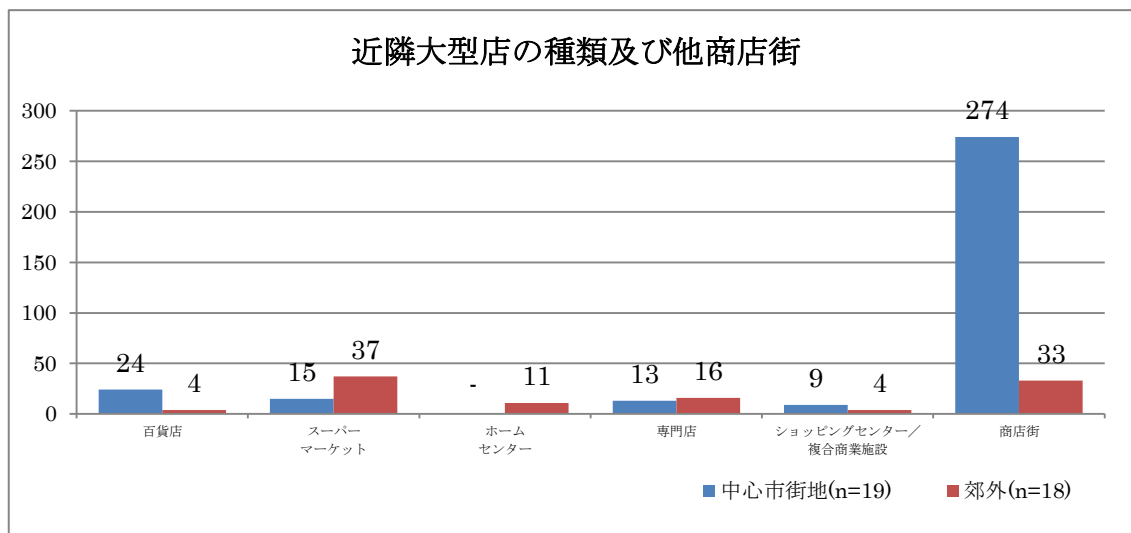
9-5-5 近隣大型店及び他商店街の有無



9-5-1～9-5-4については自商店街の区域内における大型店との関係であったが、本項目以降は自商店街の影響範囲内（近隣）における大型店や他商店街との関係を抽出するものである。

中心市街地は商店街や大型店等が密集していることから100%があると回答し、郊外は66.7%であった。

9-5-6 近隣大型店の種類及び他商店街の割合



9-5-5であると回答した近隣大型店及び商店街のうち、中心市街地は商店街が密集しているためか、商店街の割合が最も高いが、郊外はスーパーマーケットの割合が最も高い。

9-5-7 近隣大型店及び他商店街の影響

No.	大型店の種類	商店街	プラス影響	影響なし	マイナス影響
1	百貨店	中心市街地 (n=14)	7 件	7 件	0 件
		郊外 (n=5)	0 件	2 件	3 件
2	スーパー マーケット	中心市街地 (n=13)	3 件	8 件	2 件
		郊外 (n=10)	0 件	4 件	6 件
3	ホーム センター	中心市街地 (n=0)	—	—	—
		郊外 (n=7)	0 件	3 件	4 件
4	専門店	中心市街地 (n=7)	2 件	5 件	0 件
		郊外 (n=5)	0 件	3 件	2 件
5	ショッピングセンタ ー・複合商業施設	中心市街地 (n=8)	1 件	5 件	2 件
		郊外 (n=4)	0 件	3 件	1 件
6	他商店街	中心市街地 (n=18)	1 件	17 件	0 件
		郊外 (n=11)	1 件	9 件	1 件

9-5-5 であると回答した近隣大型店及び商店街について、中心市街地及び郊外共に影響はないと回答した割合が最も高いが、中心市街地の特徴としてはプラスの影響の割合が比較的高く、郊外はマイナスの影響の割合が比較的高い点が挙げられる。

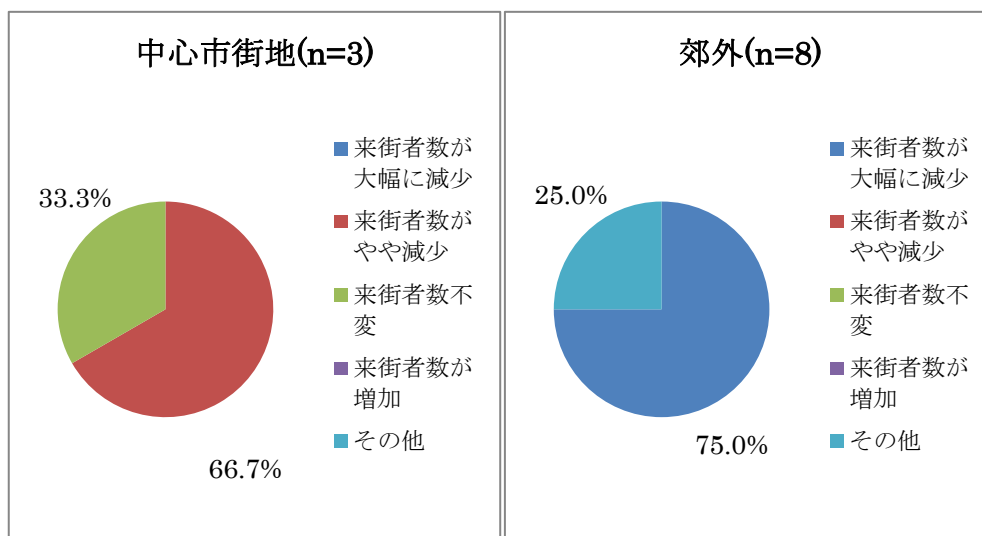
9-5-8 近隣大型店及び他商店街との競合度

No.	大型店の種類	商店街	激化	変化なし	緩和
1	百貨店	中心市街地 (n=14)	1 件	11 件	2 件
		郊外 (n=5)	2 件	3 件	0 件
2	スーパー マーケット	中心市街地 (n=13)	3 件	9 件	1 件
		郊外 (n=10)	5 件	5 件	0 件
3	ホーム センター	中心市街地 (n=1)	0 件	1 件	0 件
		郊外 (n=7)	3 件	4 件	0 件
4	専門店	中心市街地 (n=8)	1 件	6 件	1 件
		郊外 (n=5)	2 件	3 件	2 件
5	ショッピングセンタ ー・複合商業施設	中心市街地 (n=9)	2 件	7 件	0 件
		郊外 (n=4)	1 件	3 件	0 件
6	他商店街	中心市街地 (n=19)	1 件	17 件	1 件
		郊外 (n=11)	1 件	10 件	0 件

9-5-5 であると回答した近隣大型店及び商店街について、中心市街地及び郊外共に変化はないと回答しているが、中心市街地と比較して郊外は激化の割合が高い一方で、中心市街地は緩和していると回答した割合も少なからずあることから、中心市街地と

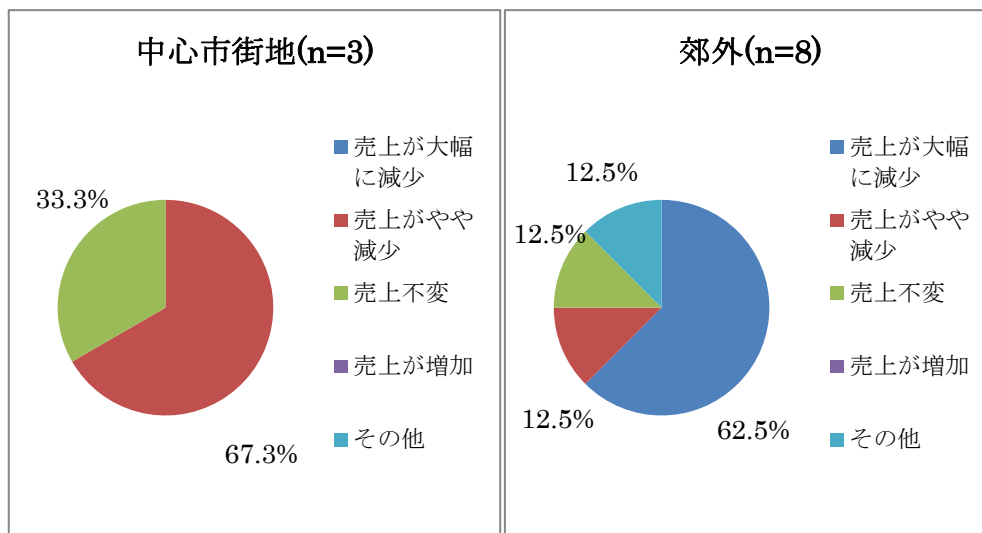
比較して郊外の激化が進んでいると考えられる。

#### 9-5-9 過去5年以内に大型店が撤退している場合の来街者への影響



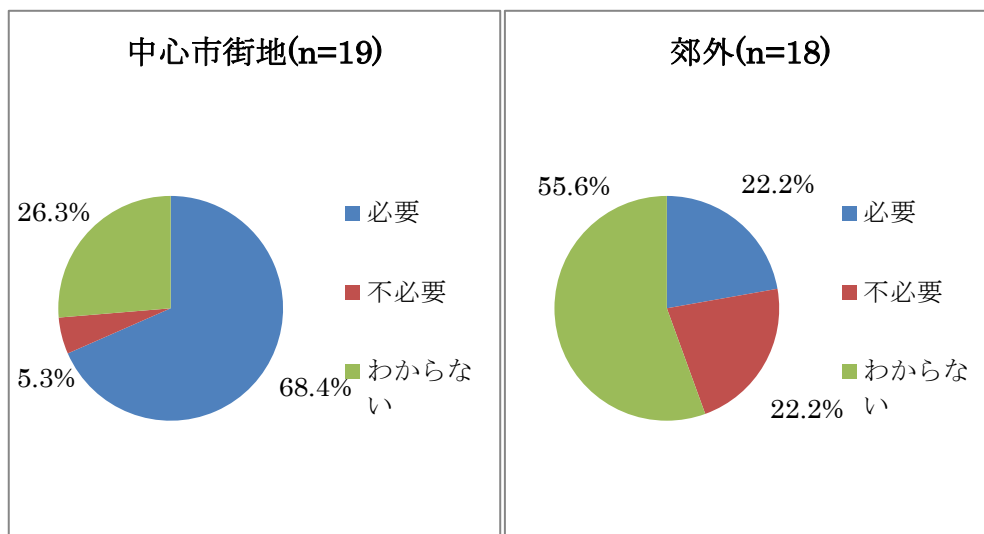
過去5年以内に大型店が撤退した場合の来街者の変化について、中心市街地ではやや減少又は変わらないと回答しており、郊外は大幅に減少したと回答していることから、郊外の近隣大型店が来街者に対する大きな影響力を持っていることが明らかとなった。

#### 9-5-10 過去5年以内に大型店が撤退している場合の売上への影響



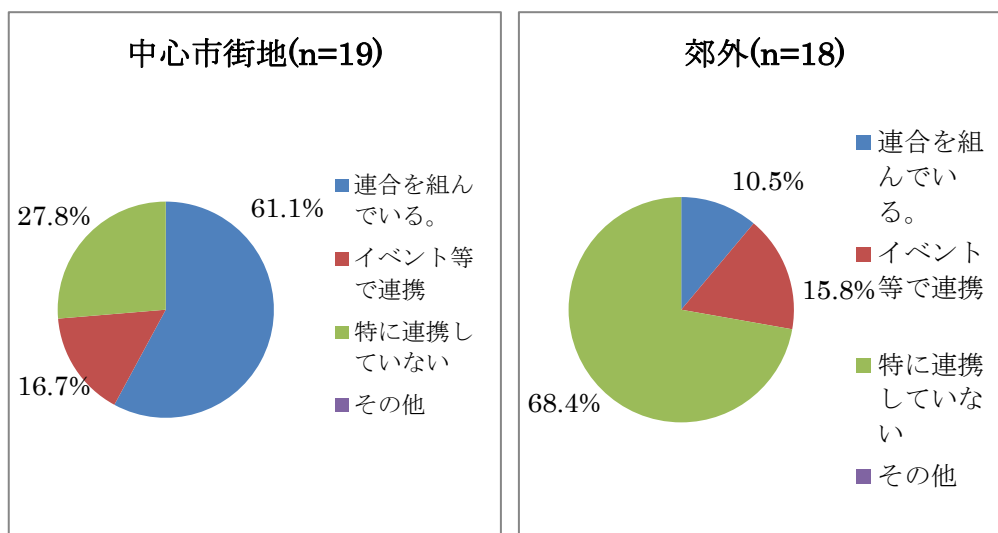
中心市街地及び郊外共に、大型店の撤退によって売上が増加したという回答はなかった。一方で、売上は減少したと回答した商店街の割合は多かった。

9-5-1 1 来街者増加のための大型店の必要性



商店街に来街者を増加させるために大型店は必要かという問いに対し、中心市街地は68.4%が大型店は必要と回答しており、大型店は商店街に必要な店舗であると考えているようだ。一方郊外については、わからないという回答が多いものの、不必要と回答している割合が22.2%と必要と回答した割合と同程度である。これは、9-5-10で来街者が大幅減少した要因を、大型店の撤退による影響が大きいと考える層が必要と回答し、大型店の撤退以外にも大きな要因があると考えている層が不必要と回答したと想定される。

9-5-1 2 近隣商店街との連携

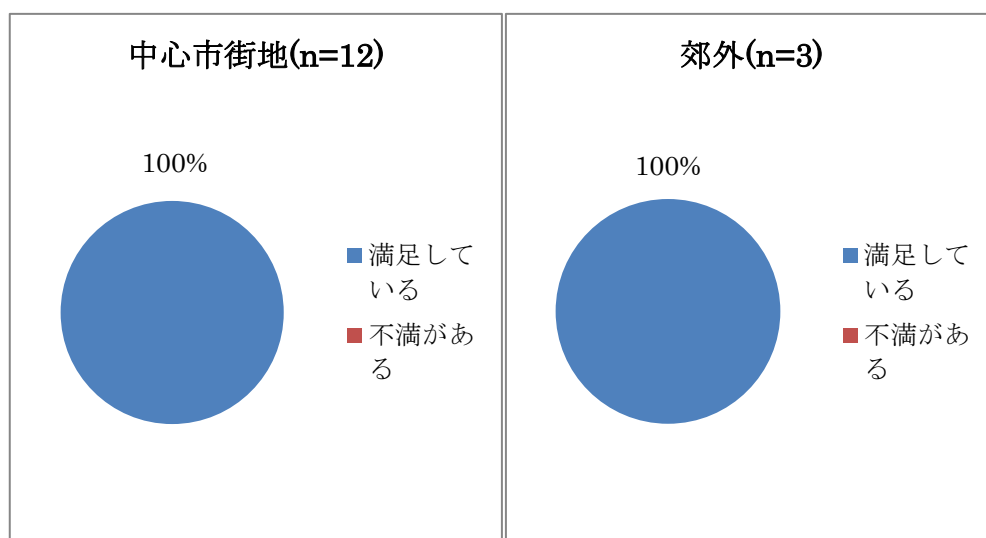


近隣商店街との連携について、中心市街地は連合組織を組んでいると回答した割合は61.1%、イベント等で連携していると回答した割合が16.7%であり、併せて77.8%が近

隣の商店街と連携している。

一方、郊外については、連合を組んでいると回答した割合は 10.5%、イベント等で連携していると回答した割合は 15.8%と併せて 26.3%であった。

### 9-5-1 3 連合組織に対する満足度



満足していると回答した割合は、中心市街地、郊外ともに 100%であり、連合組織について不満はないようだ。

具体的には、組織が大きくなると小回りが利かなくなるというデメリットもあるものの、単独の商店街よりも若い人材を集めやすく、大規模なイベントが開催できる点等のスケールメリットを享受できる点や、会報や情報紙などを通して情報のやり取りがスムーズになっている点、商売意識が強くなった点等の回答があった。

※連合組織とは、宇都宮市商店街連盟を除く複数の商店街によって構成される団体のことを指す。



## 9-6 商店街の事業

### 9-6-1 過去に実施した共同経済事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=13)	郊外 (n=14)
1	共同売り出し	6件	5件
2	歩行者天国	3件	1件
3	イベント	8件	7件
4	プレミアム付商品券の発行	1件	2件
5	特売日	1件	0件
6	サービス券	1件	1件
7	スタンプ券	0件	5件
8	ポイントカード	1件	0件
9	プリペイドカード	0件	0件
10	ICカード	0件	0件
11	共同売場	0件	0件
12	チラシによる共同宣伝	3件	4件
13	ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝	0件	0件
14	共同装飾	6件	1件
15	情報誌の発行	2件	1件
16	商店街のホームページ開設・運営	4件	1件
17	その他	0件	1件
18	市場情報等の提供	1件	0件
19	視察見学	10件	3件
20	講習会・研究会	6件	4件
21	市場調査	2件	0件
22	商店・商店街診断	3件	2件
23	レクリエーション	1件	1件
24	機関紙発行	1件	0件
25	その他	0件	0件
26	共同購入	0件	0件
27	共同配送・宅配	1件	0件
28	PCソフトの共同利用	1件	0件
29	共同店舗	0件	0件
30	その他	0件	0件

中心市街地は視察見学、郊外はイベント事業と回答した割合が最も高い。

9-6-2 今後実施したい共同経済事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=11)	郊外 (n=11)
1	共同売り出し	3件	3件
2	歩行者天国	0件	0件
3	イベント	6件	7件
4	プレミアム付商品券の発行	0件	0件
5	特売日	0件	0件
6	サービス券	0件	0件
7	スタンプ券	0件	3件
8	ポイントカード	2件	0件
9	プリペイドカード	0件	0件
10	ICカード	0件	0件
11	共同売場	0件	0件
12	チラシによる共同宣伝	4件	5件
13	ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝	0件	0件
14	共同装飾	6件	2件
15	情報誌の発行	1件	1件
16	商店街のホームページ開設・運営	4件	3件
17	その他	0件	1件
18	市場情報等の提供	3件	0件
19	視察見学	6件	2件
20	講習会・研究会	3件	3件
21	市場調査	0件	0件
22	商店・商店街診断	3件	0件
23	レクリエーション	0件	2件
24	機関紙発行	2件	3件
25	その他	0件	0件
26	共同購入	0件	0件
27	共同配送・宅配	2件	0件
28	PCソフトの共同利用	2件	0件
29	共同店舗	1件	0件
30	その他	0件	0件

中心市街地ではイベント、共同装飾、視察見学と回答した割合が最も高く、郊外はイベントと回答した割合が最も高い。

9-6-3 過去に実施した環境整備事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=11)	郊外 (n=12)
1	歩道整備	5件	2件
2	自転車・バイク置き場	1件	0件
3	駐車場	0件	0件
4	バリアフリー化	2件	0件
5	その他	0件	0件
6	街路灯の設置	6件	9件
7	街路灯のLED化	5件	4件
8	防犯設備（防犯カメラ等）	4件	1件
9	アーケード	3件	0件
10	カラー舗装	3件	1件
11	統一的なファサード整備	2件	0件
12	街路樹	3件	1件
13	モニュメント	1件	1件
14	花壇	4件	4件
15	噴水	1件	0件
16	小公園	2件	1件
17	案内板	1件	2件
18	水飲み場	1件	1件
19	トイレ	2件	1件
20	ゴミ箱	0件	1件
21	コミュニティホール	2件	0件
22	休憩所・休憩ベンチ	2件	2件
23	無料Wi-Fi	4件	0件
24	その他	0件	0件

中心市街地、郊外共に街路灯の設置と回答した割合が最も高い。

9-6-4 今後実施したい環境整備事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=12)	郊外 (n=8)
1	歩道整備	2件	0件
2	自転車・バイク置き場	4件	0件
3	駐車場	3件	0件
4	バリアフリー化	0件	1件
5	その他	0件	0件
6	街路灯の設置	1件	2件
7	街路灯のLED化	6件	5件
8	防犯設備（防犯カメラ等）	7件	6件
9	アーケード	1件	0件
10	カラー舗装	0件	1件
11	統一的なファサード整備	2件	0件
12	街路樹	0件	1件
13	モニュメント	2件	0件
14	花壇	3件	1件
15	噴水	1件	0件
16	小公園	0件	0件
17	案内板	3件	2件
18	水飲み場	0件	0件
19	トイレ	1件	1件
20	ゴミ箱	1件	0件
21	コミュニティホール	3件	1件
22	休憩所・休憩ベンチ	5件	1件
23	無料Wi-Fi	3件	0件
24	その他	0件	0件

中心市街地及び郊外共に防犯設備（防犯カメラ等）の設置と回答した割合が最も高い。

9-6-5 過去に実施したその他の事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=9)	郊外 (n=7)
1	高齢者向けの事業	1 件	0 件
2	エコ事業	1 件	0 件
3	地域の安全・安心のための事業	6 件	1 件
4	地域ブランド事業	0 件	1 件
5	商店街の魅力アップのための研修会等の開催	5 件	4 件
6	その他の事業	1 件	1 件
7	不明（無回答）	1 件	0 件

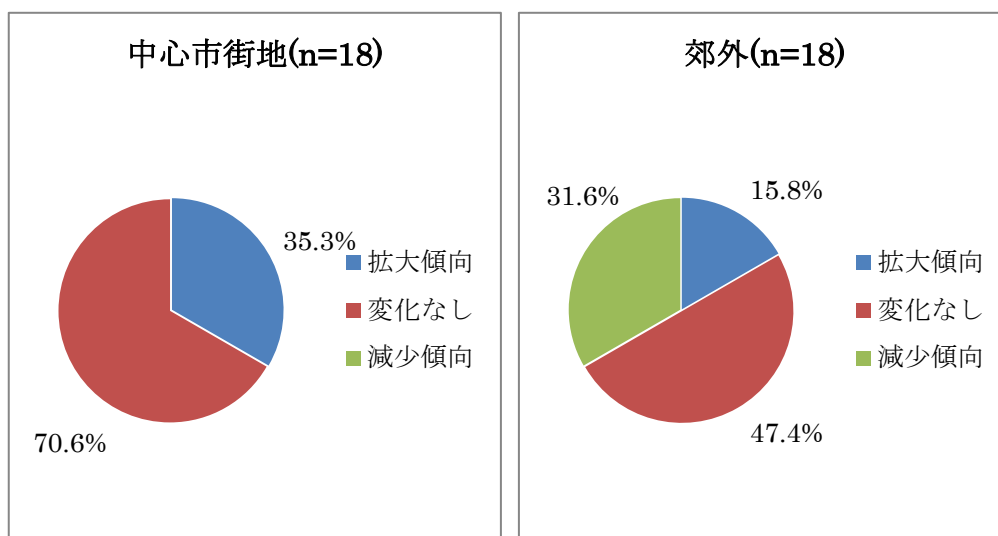
中心市街地は地域の安全・安心のための事業、郊外は商店街の魅力アップのための研修会などの開催と回答した割合が最も高い。

9-6-6 今後実施したいその他の事業（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=11)	郊外 (n=8)
1	高齢者向けの事業	3 件	1 件
2	エコ事業	1 件	1 件
3	地域の安全・安心のための事業	6 件	2 件
4	地域ブランド事業	0 件	1 件
5	商店街の魅力アップのための研修会等の開催	4 件	5 件
6	その他の事業	1 件	2 件
7	不明（無回答）	3 件	1 件

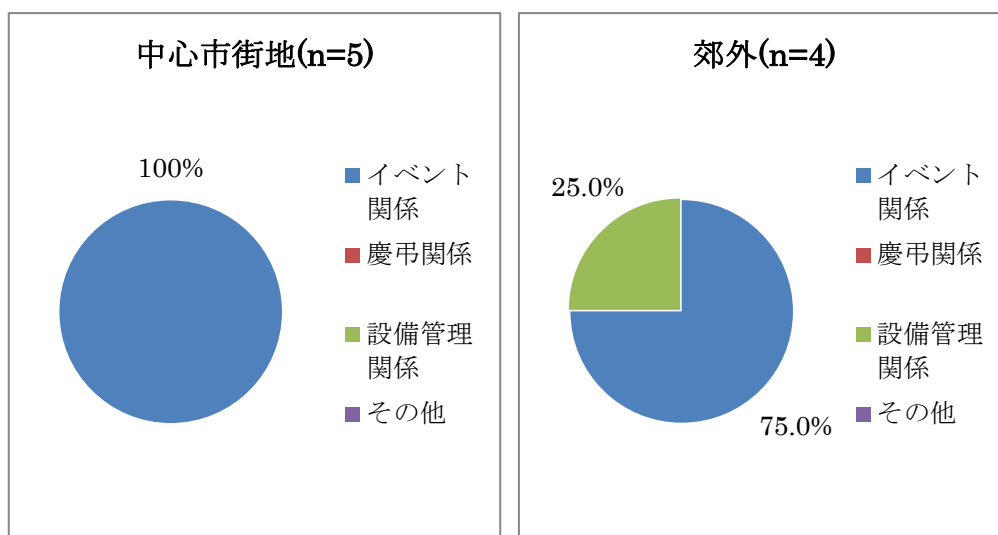
中心市街地は地域の安全・安心のための事業、郊外は商店街の魅力アップのための研修会などの開催と回答した割合が最も高く、過去に実施したその他の事業と同様の結果となった。

9-6-7 5年前と比較した商店街事業の変化



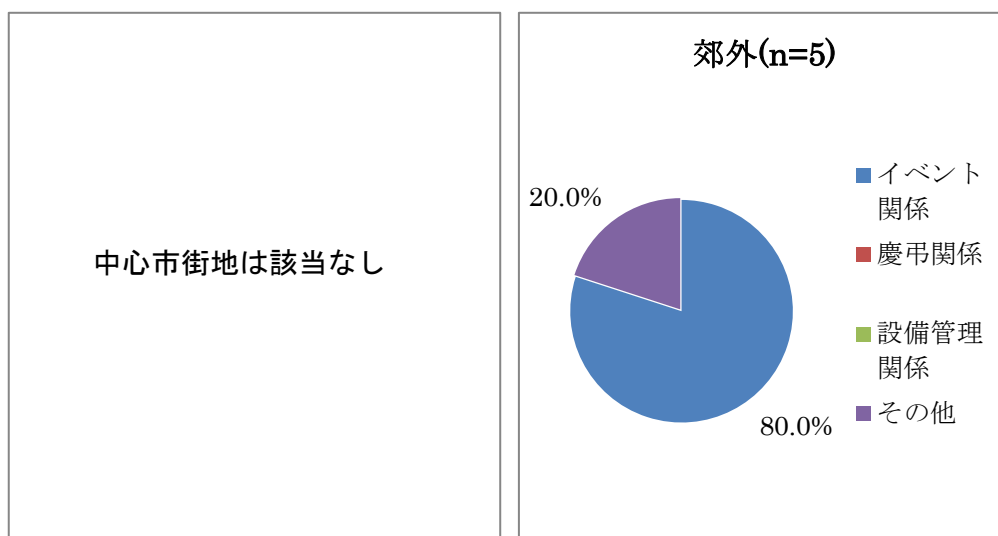
中心市街地では拡大傾向の割合が35.3%であり、郊外は15.8%であった。一方減少傾向と回答した割合は、中心地は0%であり、郊外は31.6%であったことから、郊外では商店街事業の縮小が進んでいることが明らかになった。

9-6-8 拡大した事業の内容



9-6-7で拡大傾向と回答した事業の内容について、中心市街地及び郊外共にイベント事業が最も多い。なお、拡大した理由については、商店街賑わい創出という商店街の活性化を目的としている。

### 9-6-9 縮小した事業の内容



9-6-7で縮小傾向と回答した事業の内容について、イベント関係が最も多い。縮小した理由については、支出の削減という財政的な要因としている。

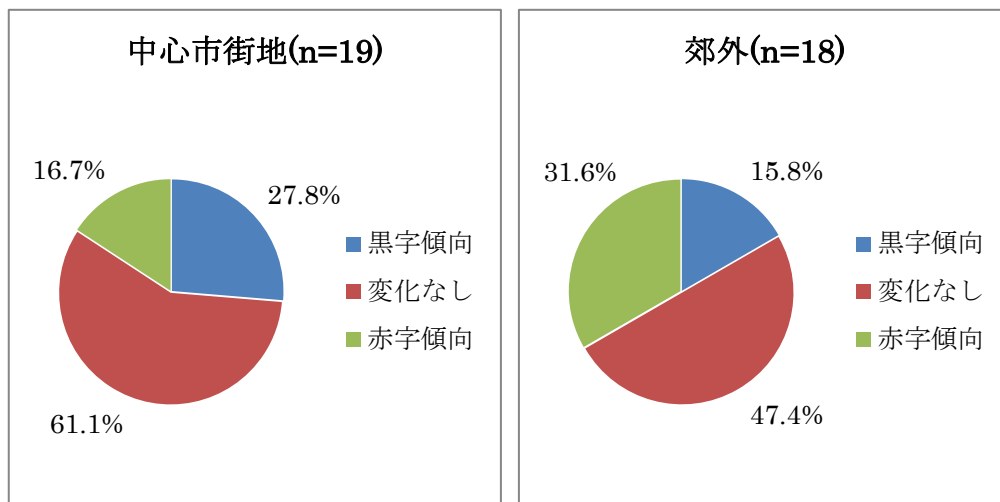
### 9-6-10 商店街活性化のために今後重視すべき取り組み

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=19)	郊外 (n=18)
1	9-6-1・2に記載された共同経済事業	0件	1件
2	9-6-3・4に記載された環境整備事業	0件	0件
3	9-6-5・6に記載されたその他の事業	0件	1件
4	個店の改善・活性化	6件	3件
5	個店の後継者の育成	6件	6件
6	商店街のリーダーの育成	5件	9件
7	商店街の業種構成の充実	2件	1件
8	集客施設の誘致	7件	3件
9	核となる店舗の誘致	5件	3件
10	空き店舗対策	3件	2件
11	組織強化	2件	5件
12	情報化の推進	4件	1件
13	大型店との共同事業	2件	0件
14	地域コミュニティの核となる商店街づくり	5件	0件
15	その他	0件	0件
16	特になし	3件	3件

中心市街地では集客施設の誘致が最も高い点からハード面での取り組みを重視し、郊外は商店街のリーダー育成が最も高い点からソフト面での取り組みを重視している。

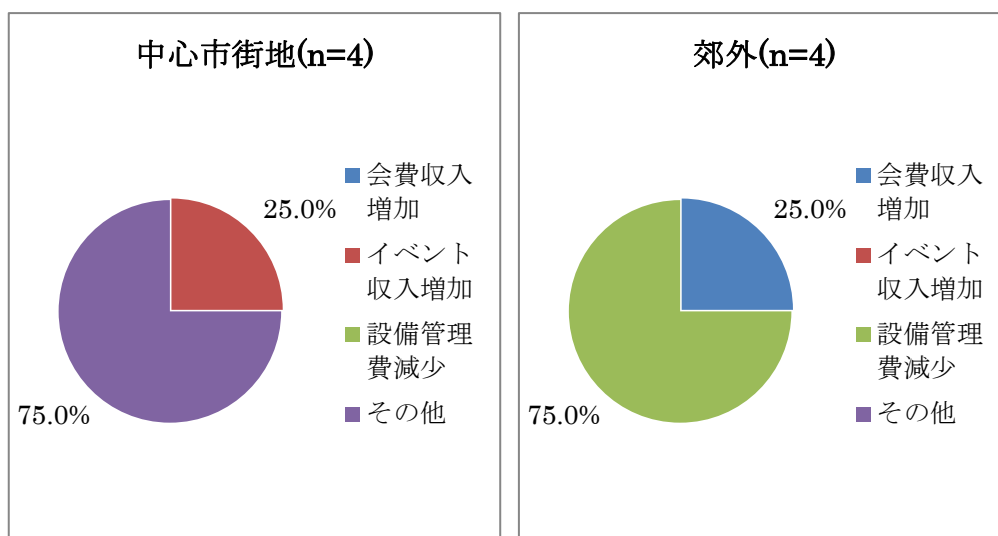
## 9-7 商店街の収支・補助金活用

### 9-7-1 5年前と比較した収支状況の変化



中心市街地、郊外共に変化なしと回答した割合が最も高い。また、赤字傾向と回答した割合が中心市街地は16.7%であるが、郊外は31.6%と比較的高い結果となった。

### 9-7-2 黒字傾向の要因

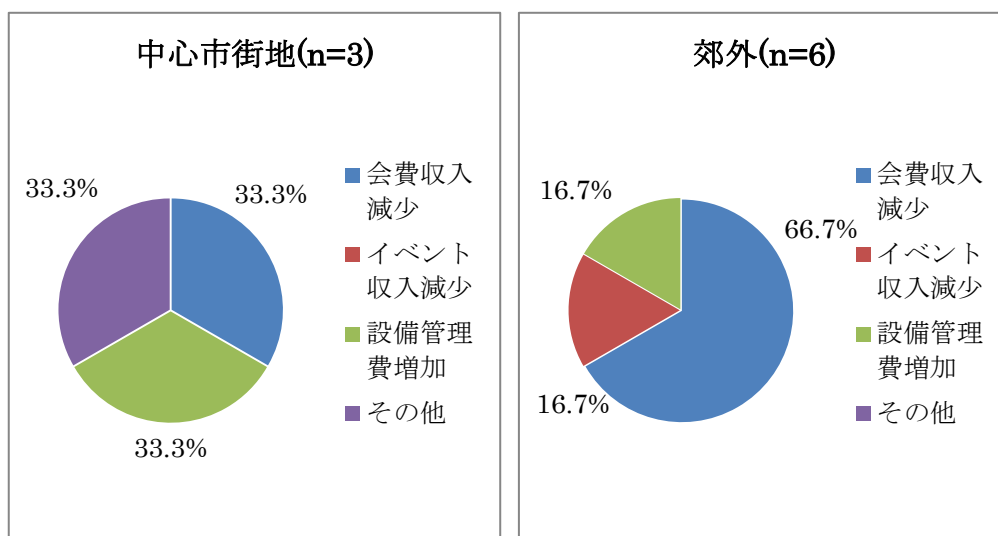


9-7-1で黒字傾向と回答した者の内、黒字化の要因について、中心市街地ではイベントの収入増加や（その他の意見として）イベント事業等の縮小による支出の削減や補助金等で取得した商店街設備の減価償却期間が終了したという回答があった。

一方、郊外は設備管理費の減少の回答が多く、街灯のLED化による電気料金削減の効果が大きいとの意見があった。

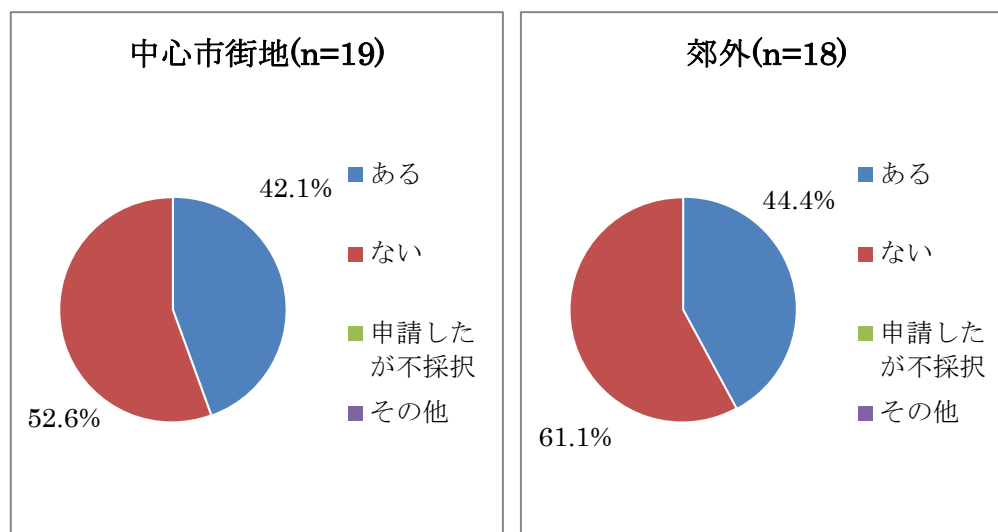


### 9-7-3 赤字傾向の要因



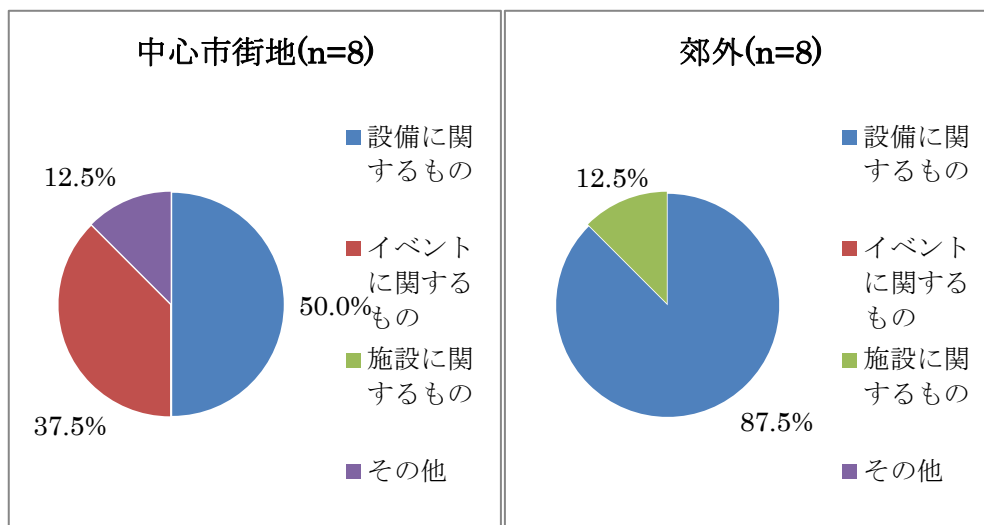
9-7-1で赤字傾向と回答した者の内、赤字化の要因について、中心市街地では会費収入減少、設備管理費の増加と回答した割合が多く、郊外は会費収入の減少を要因とする割合が高い。設備管理費の増加について、電気料金の値上げを理由する回答が多く、LED化が進んでいない商店街では街路灯の電気料金の値上げが収支を圧迫しているようだ。

### 9-7-4 過去5年以内に補助金を活用したことがあるか



補助金の活用について、中心市街地が42.1%、郊外は44.4%程度が活用したことがあると回答した。

#### 9-7-5 補助金活用の用途



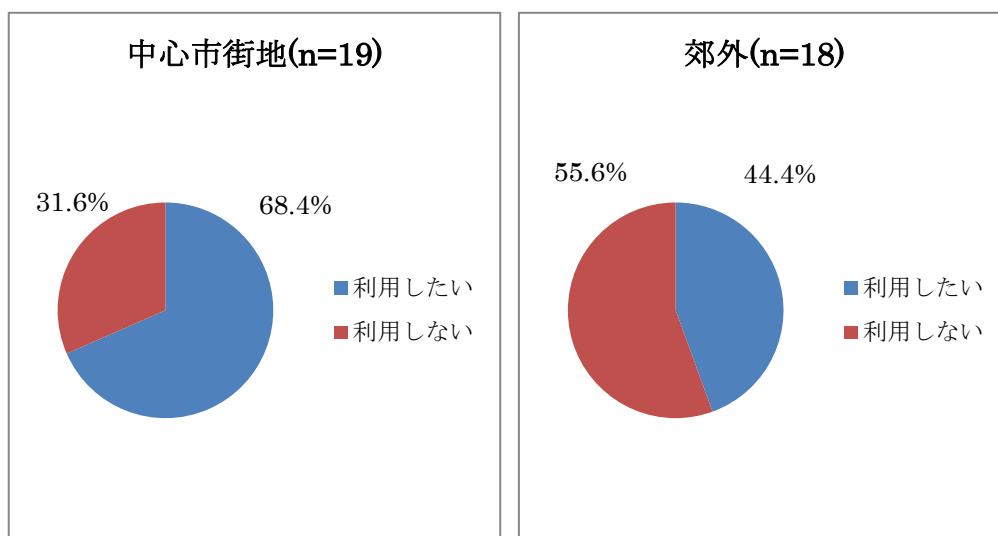
9-7-4で補助金を活用したことがあると回答した者の内、その補助金の用途について、中心市街地、郊外共に設備に関するものと回答した割合が最も高く、街灯のLED化に伴って補助金を活用したとの意見があった。

#### 9-7-6 補助金活用によるメリット・デメリット（自由回答）

	メリット(n=12)	デメリット(n=4)
中心市街地	<ul style="list-style-type: none"> <li>空き店舗補助金による会員加入</li> <li>LED化による電気料金等の経費削減</li> <li>商店街の団結力強化</li> <li>イベントの活性化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>補助に対する条件が厳しい（対象経費等）</li> </ul>
郊外	<ul style="list-style-type: none"> <li>空き店舗の解消</li> <li>新規イベント開催</li> <li>設備整備による歩行者の増加</li> <li>支出の低減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>初年度の費用負担が大きい</li> <li>採算性が取れない</li> <li>様式が複雑で、申請手続きが煩雑</li> </ul>

中心市街地、郊外共に補助金活用により、経費の削減や商店街の活性化に繋がっていると回答している一方、初年度の費用負担が大きい点や補助金の手続きが煩雑である等の回答が見られた。

### 9-7-7 補助金活用の意向



中心市街地では利用したいと回答した割合が 68.4%であり、比較的補助金利用に前向きな商店街が多いが、郊外は利用したいと回答した割合は 44.4%であり、利用しないと回答した割合の方が高かった。

### 9-7-8 利用したい補助制度（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=6)	郊外 (n=10)
1	にぎわい創出	6 件	2 件
2	街路灯の設置	1 件	3 件
3	街路灯の LED 化	6 件	6 件
4	防犯カメラの設置	8 件	4 件
5	空き店舗対策	2 件	3 件
6	その他	0 件	0 件

9-7-7 で、利用したいと回答した者の内、利用したい補助制度について、中心市街地では防犯カメラの設置、郊外では街路灯の LED 化と回答した割合が最も高い。

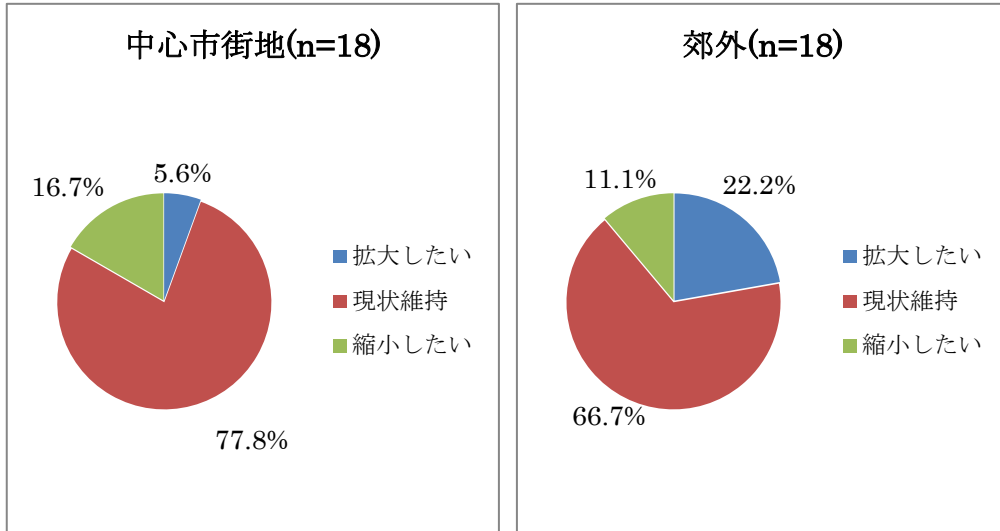
### 9-7-9 補助金を利用しない理由について（複数回答）

No.	回答選択肢	中心市街地 (n=6)	郊外 (n=10)
1	構成員全体の同意が得られない	3 件	2 件
2	条件が合致しない	1 件	1 件
3	自己負担分の財源確保が困難	1 件	2 件
4	リーダー不在	0 件	2 件
5	必要がない	0 件	5 件
6	その他	2 件	1 件

9-7-7で、利用しないと回答した者の内、補助金を利用しない理由について、中心市街地では構成員全体の同意が得られないとの回答が高く、郊外は補助金を利用する必要性がないとの回答が最も高い。

## 9-8 商店街の今後の在り方・行政への要望等

### 9-8-1 商店街組織を今後どのようにしていきたいか

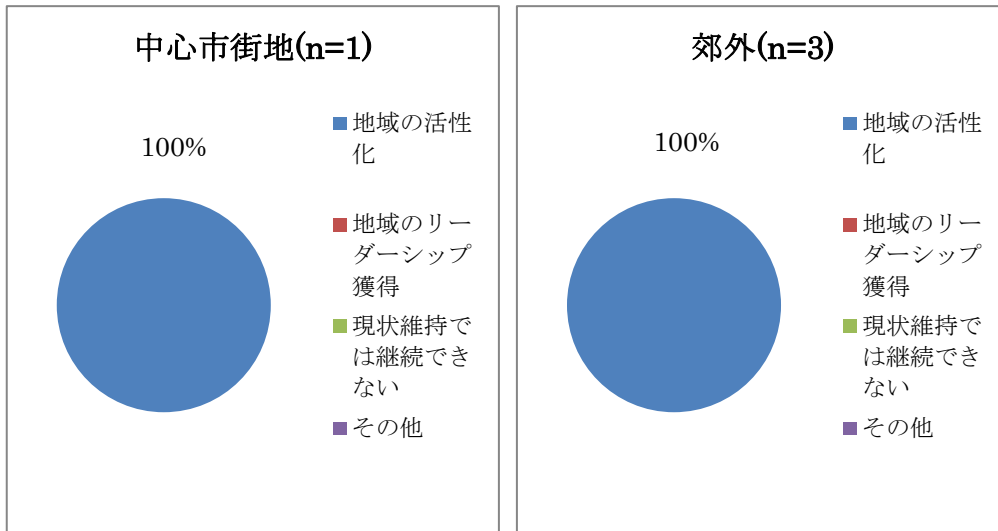


中心市街地、郊外共に現状を維持したいと回答した割合が最も高い。

拡大したいと考えている商店街は中心市街地が 5.6%に留まるが、郊外が比較的高く 22.2%であった。

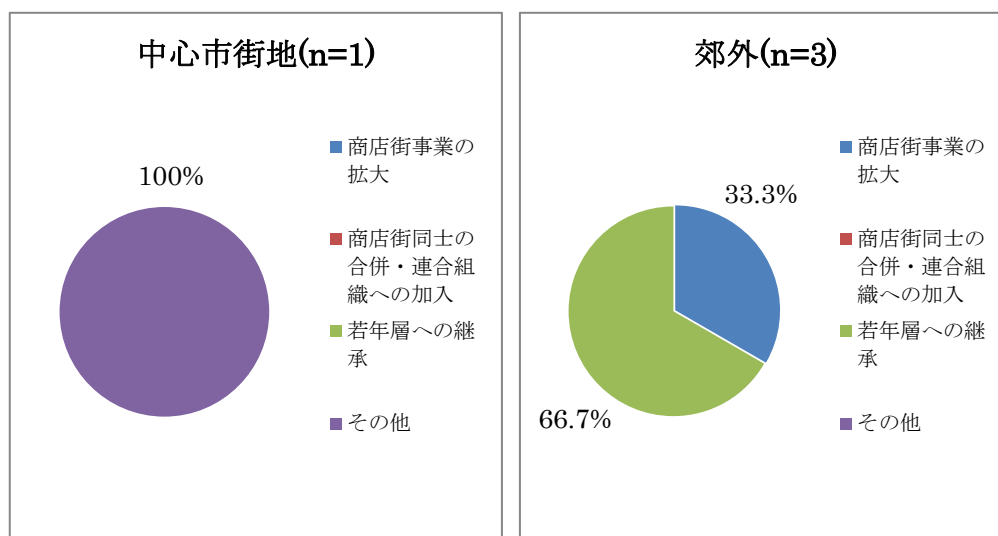
また、縮小したいと考えている商店街も中心市街地、郊外共に 10%以上存在する。

### 9-8-2 拡大したい理由



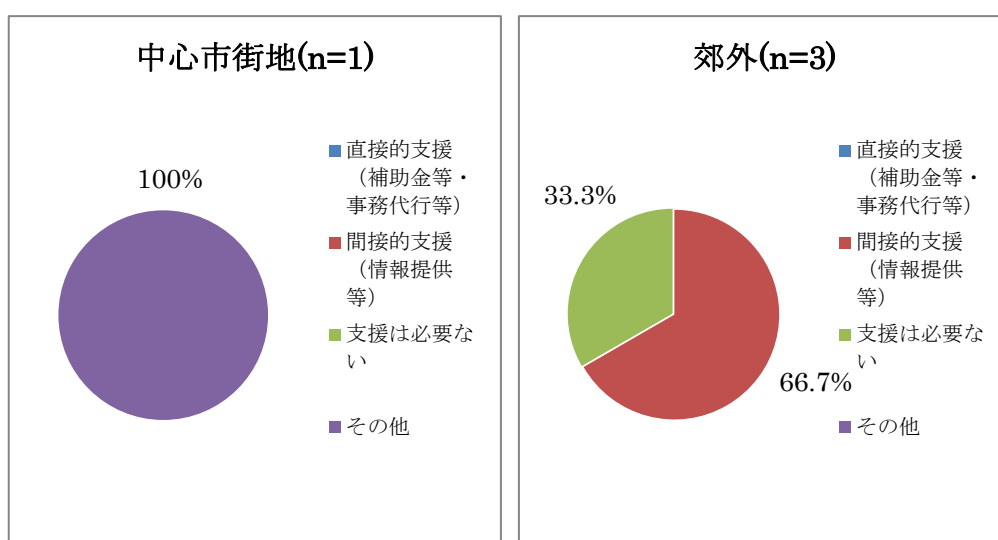
9-8-1で拡大したいと回答した者の内、拡大したい理由について、中心市街地、郊外共に地域の活性化を目的に商店街組織を拡大したいと考えている。

### 9-8-3 拡大を図る方法



9-8-1で拡大したいと回答した者の内、拡大を図る方法として、中心市街地はその他の意見として再開発区域になっているので、再開発に伴って商店街を拡大していきたいとの意見があった。郊外については若年層への継承によって拡大していきたいと考えている。

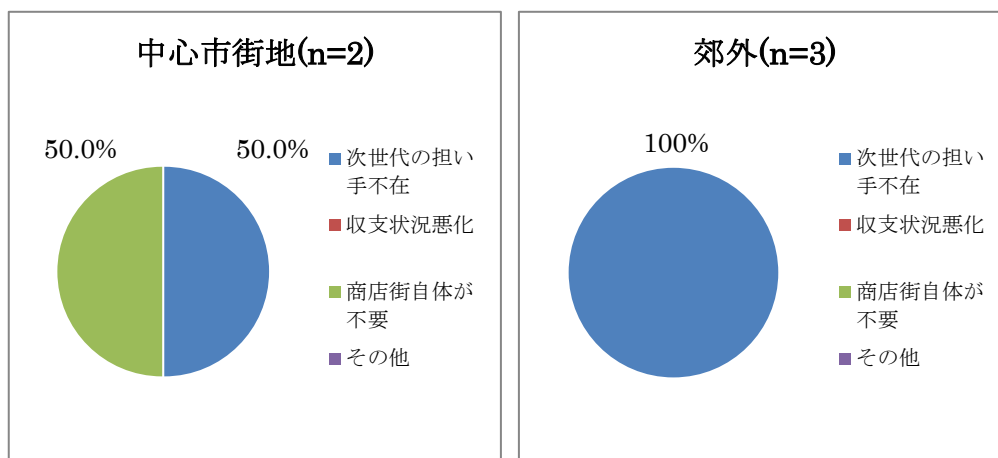
### 9-8-4 拡大を図るに当たり必要な支援



9-8-1で拡大したいと回答した者の内、拡大を図るに当たり必要な支援について、中心市街地はその他の意見として再開発を進めてほしいという回答であった。

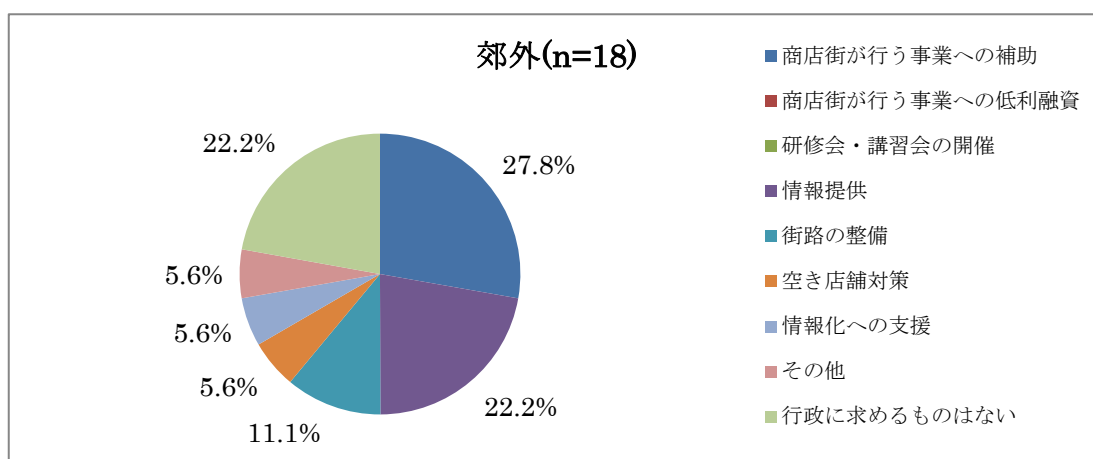
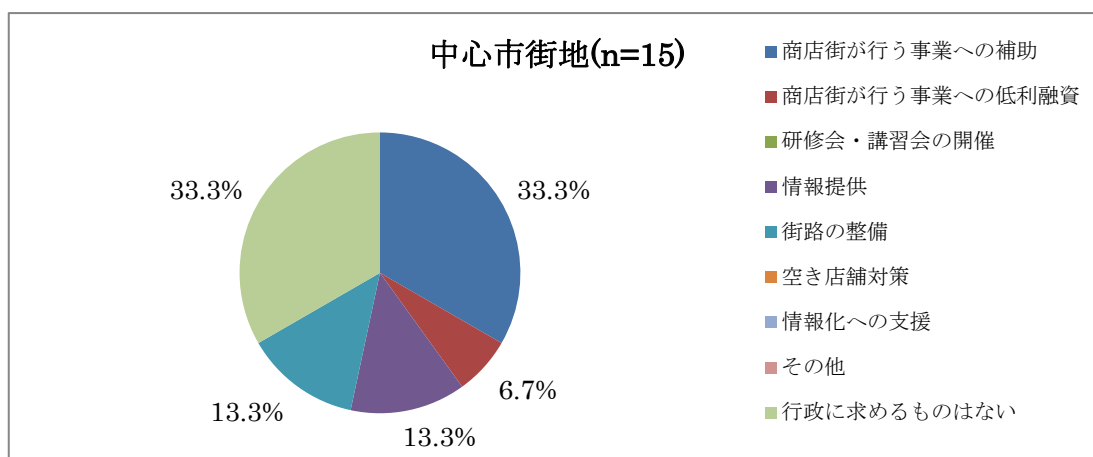
郊外については、間接的支援として情報提供をしてほしいという点や、支援は必要としないという回答があった。

### 9-8-5 縮小したい理由



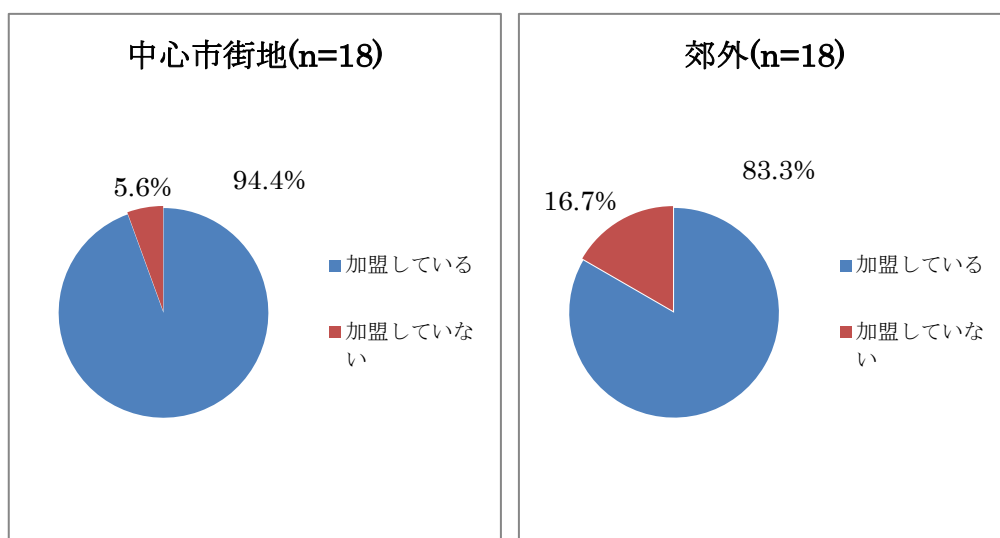
9-8-1で縮小したいと回答した者の内、縮小したい理由について、中心市街地、郊外共に次世代の担い手不在という回答した割合が多い。また、中心市街地については、商店街という組織自体が不要であるとの回答もあった。

### 9-8-6 行政に対して期待する商店街振興事業



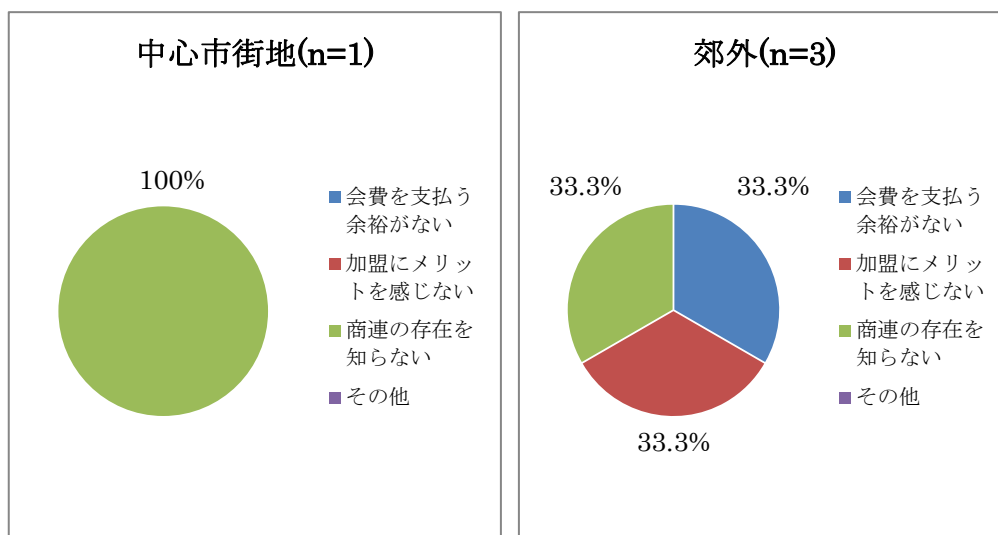
中心市街地、郊外共に商店街が行う事業への補助と回答した割合が最も高いが、一方で、行政に求めるものはないと回答した割合も中心市街地では 33.3%、郊外では 22.2%と同程度に高く、行政に対する期待が二極化しているようだ。

#### 9-8-7 宇都宮市商店街連盟への加盟状況



中心市街地では 94.4%、郊外では 83.3%以上が加盟している。

#### 9-8-8 加盟していない理由



中心市街地は商店街連盟の存在を知らなかったと回答であったが、郊外は会費を支払う余裕がない点や加盟にメリットを感じないという回答もあった。



9-8-9 宇都宮市商店街連盟に求める役割・要望（自由回答）

中心市街地	郊外
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 平時は活動しなくて良い、緊急時のネットワーク維持のための組織</li> <li>・ 商連での活動では、商店街に負担を求めることは避けるべき</li> <li>・ 情報の交換・提供の場</li> <li>・ 中心部の大きな商店街のみがメリットを享受している。</li> <li>・ 宇都宮市内商店街の意見集約</li> <li>・ 会費の値下げ</li> <li>・ バンバやオリオン通りだけでなく、池上町や馬車道まで人が回遊する仕組み作り。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 中心市街地の商店街の活性化に重点を置きすぎではないか。</li> <li>・ 郊外商店街の意見も反映する仕組み作り。</li> <li>・ 郊外商店街の活性化</li> <li>・ 郊外商店街も参画可能な広域的なイベントの開催。</li> </ul>

宇都宮市商店街連盟に求める役割や要望について、中心市街地では情報交換や意見集約などの調整役を求める一方で、商店街連盟として活動を求めておらず、商店街の負担になるようなことは避けてほしいという要望もあった。

一方、郊外商店街は中心市街地に重点を置きすぎていると感じており、郊外商店に対する更なる支援を求めているようだ。

9-8-10 その他自由意見（自由回答）

中心市街地	郊外
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅東口再開発における大規模商業施設の導入反対</li> <li>・ L R T 導入に賛成</li> <li>・ 商店街は文化の継承役であり、祭り等における商店街の役割は重要</li> <li>・ 商店街活動よりも個店経営の優先度のほうが高い。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 駅東口再開発における大規模商業施設の導入反対</li> <li>・ L R T の西口方面導入</li> <li>・ L R T 導入に反対</li> <li>・ 商店街として自らがやることが重要である。</li> <li>・ お年寄りが多いので若い人に頑張ってもらいたい。</li> <li>・ 歩道を整備してほしい</li> </ul>

9-8-11 中心市街地、郊外共に駅東口再開発における大規模商業施設の導入に反対する意見が出た。また、L R T について、中心市街地は比較的容認の方向であるためか賛成意見が出たが、郊外はL R T の導入の賛否両方の意見が出た。

## 10 総括的評価・分析

今回の調査では、中心市街地と郊外の特徴がそれぞれ色濃く反映された結果となった。9-1の商店街の概要を見ると、中心市街地は飲食店が増加していることが明らかとなった。これは、一般的に利益率が高い業種と言われており、大型店の優位性が低く、近隣の公官庁職員や学生等を獲得しやすい業種である点が要因として考えられ、今後も増加していくことが推測される。これは大型店の優位性の高く、一般的に利益率が低い業種と言われる小売業が減少傾向にある点からも導き出される結果である。

9-2の商店街の商業環境を見ると、郊外は固定客が多く、近隣住民が買い支えている点が明らかとなった。その多くが徒歩や自転車で訪れる主婦や高齢者であり、大型店との競合が激化しているためか、商店街が衰退していると回答した割合が高かった。

また、繁盛している要因として中心市街地が考えているものは、イベントの実施や商店街の店舗の質の向上、個店の営業努力など内的要因としている点に加え、商店街として会員に求める姿勢は、中心市街地が個店の営業努力を挙げており、商店街全体よりも個店の魅力上昇によって商店街全体が活性化すると考えているようだ。

9-3の商店街の課題を見ると、商店街に求められる役割としては高齢者等への身近な購買機会の提供や、地域の賑わい創出等を中心市街地、郊外双方ともあげている。一方、その達成度は中心市街地については体感度が高いものの、郊外は達成度を体感できていない課題がある。また、商店街として直面している課題は、中心市街地は店舗の老朽化であり、立地上の問題や費用的な問題も含めて商店街単独では解決しがたい課題であり、行政などの支援が求められる。一方、郊外の大きな課題としては役員の高齢化である。これは他の設問からも同様に導き出されており、次世代のリーダー発掘が早急に求められる。

9-4の空き店舗の動向を見ると、空き店舗の継続要因として所有者に賃貸する意思がないという回答が最も高かった点から、補助金等の金銭的な支援だけでは解決できない問題が浮き彫りとなった。

9-5の大型店及び近隣商店街との関係を見ると、中心市街地は大型店が必要であると回答している割合が高く、大型店との共存を目指している。一方で、郊外は衰退の要因が大型店によるものと考えている点から、大型店は必要ないと回答した割合が比較的高かった。

9-6の商店街の事業を見ると、現在は街路灯のLED化が進んでおり、その要因は電気料金値上げに伴う経費削減効果を見込んでいるものが多いと推測される。また街路灯が既にLED化している商店街は防犯カメラ等の設置に意欲的であるようだ。

9-7の商店街の収支・補助金活用を見ると、補助金の用途は街灯やアーケード等の設備に関するものが多く、9-6の通り、街路灯のLED化に伴う補助金活用が目立った。

9-8の商店街の今後の在り方・行政などへの要望について、宇都宮市商店街連盟について郊外の加盟メリットが少なく、中心市街地に重点を置きすぎていると指摘があり、郊外商店街への支援策をどのように検討していくかが今後の課題である。

11 調査票

平成26年度 商店街実態調査【商店街概要記入票】

商店街の名称	
商店街の事務所等の所在地 (代表者の住所)	〒           —
代表者（世話人）の氏名	
商店街の種類	1. 商店街振興組合（法人） 2. 商店街事業協同組合（法人） 3. 任意団体
(商工会議所・商工会の担当者(記入者)について) 担当者の所属 担当者の氏名 担当者の連絡先（電話番号）	所属： _____ 商工会議所・商工会 氏名： _____ TEL： _____
※報告書への掲載について	<p>本調査は、商店街実態調査報告書として取りまとめます。報告書には、「商店街一覧表」（商店街の名称・所在地（字名まで）・代表者名等）の掲載を予定しておりますので、御了承くださいますようお願い申し上げます。</p> <p>掲載に支障がある場合は、以下の四角欄にチェック（✓）を御記入ください。</p> <p><input type="checkbox"/> 掲載を望みません。</p>

平成26年度 商店街実態調査

商店街名： \_\_\_\_\_

I. 商店街の概要

1. 商店街の種類	1. 商店街振興組合（法人） 2. 商店街事業協同組合（法人） 3. 任意団体
2. 商店街が任意団体として組織化された時期	大正・昭和・平成 _____ 年
3. 商店街が法人組織化された時期	大正・昭和・平成 _____ 年
4. 事務所の有無	1. 有 →「有」の場合 (1) 所有は 1. 組合所有 2. 賃貸 2. 無
5. 専従職員の有無	1. 有 2. 無
6. 役員数	1. 1～4名 2. 5～10名 3. 11～15名 4. 16～29名 5. 30名以上 6. いない
7. 役員の平均年齢	1. 20～29才 2. 30～39才 3. 40～49才 4. 50～59才 5. 60才以上
8. 会費の有無	1. 有 →「有」の場合 (1) 1店舗あたりの年会費額（電気代を除く。） ※会費に傾斜を付けている場合は平均額を記入 _____ 円 2. 無
9. 商店街のホームページの有無	1. 有 2. 無

商店街区域内の業種別店舗構成表 (空き店舗を除く。) ※商店街未加入店舗も含まれます。

業種構成	店舗数	例示
<b>A. 買回り品小売店舗</b>	___店	$=a+b+c+d+e$
a. 買回り総合店	___店	百貨店、総合スーパー
b. 衣料品店	___店	総合衣料品店、高級衣料品店、ブティック、寝具店
c. 身の回り品店	___店	靴・履物店、鞆・袋物店、時計・眼鏡店、化粧品店
d. 文化品店	___店	書籍・文具店、運動具店、玩具店、楽器店、土産品店
e. 耐久消費財店	___店	家具店、家電店、自転車店、自動車店
<b>B. 最寄品小売店舗</b>	___店	$=f+g+h+i+j+k+l$
f. 最寄品総合店	___店	スーパーマーケット、総合食料品店、ホームセンター
g. 生鮮食料品店	___店	精肉店、鮮魚店、青果店、果物店
h. 保存食料品店	___店	加工食品店、酒店、米穀店、茶・乾物店、たばこ店
i. 菓子・パン店	___店	和菓子店、洋菓子店、パン店
j. 家庭用品店	___店	台所用品店、雑貨店、実用衣料店、燃料店
k. コンビニエンスストア	___店	
l. ドラッグストア	___店	ドラッグチェーンストア、薬局
<b>C. 業務用品店舗</b>	___店	$=m+n+o$
m. 機械・原材料・部品販売店	___店	事務機械販売店、産業機械販売店、機械部品販売店、原材料販売店
n. 卸売業者	___店	卸売業者(店舗、事務所のある業者)、代理商、仲立業
o. その他業務用品販売店	___店	建材店、包装材料店、広告用品店、装飾材料店、金物店、荒物店、畳店、建具店
<b>D. 飲食・サービス店舗</b>	___店	$=p+q+r$
p. 飲食店	___店	食堂、レストラン、喫茶店、そばや、寿司屋、割烹、バー、スナック、酒場、ナイトクラブ、ファーストフード店
q. サービス店	___店	美容室、理容店、クリーニング店、旅館・ホテル、レンタル店、旅行業
r. 遊技場・娯楽店	___店	パチンコ店、ゲームセンター、映画館、カラオケボックス
<b>E. その他店舗</b>	___店	$=s+t$
s. 金融機関・公共施設	___店	金融機関、証券・保険会社、農協、郵便局、医療施設(病院、医院など)
t. その他(上記以外)	___店	上記a～s以外の店舗、事務所
<b>店舗合計</b>	___店	★うち商店街組織加入店舗数 _____店

## Ⅱ. 商店街の現況と変化

(1) 貴商店街の立地環境は次のどれですか。(〇は1つ)

- |          |        |           |
|----------|--------|-----------|
| 1. 中心市街地 | 2. 住宅地 | 3. 駅前     |
| 4. 郊外    | 5. 観光地 | 6. その他( ) |

※ 「1. 中心市街地」と「3. 駅前」の選択に迷った場合、「3. 駅前」に〇印をつけてください。

※ 「1. 中心市街地」と「5. 観光地」の選択に迷った場合、「5. 観光地」に〇印をつけてください。

※ 「3. 駅前」と「5. 観光地」の選択に迷った場合、「5. 観光地」に〇印をつけてください。

(2) 貴商店街の商業集積タイプは次のどれですか。(〇は1つ)

1. 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い物をする商店街）
2. 地域型商店街（最寄品店及び買回り品店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、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、最寄品店より買回り品店が多い商店街）

(3) 貴商店街の区域内の総店舗数は5年前と比べてどのように変化しましたか。(〇は1つ)

- |       |       |       |
|-------|-------|-------|
| 1. 増加 | 2. 不変 | 3. 減少 |
|-------|-------|-------|

(4) 貴商店街の区域内で、5年前と比べて店舗数が増加したのはどのような店舗ですか。(〇は複数可)

- |                |                  |                |             |
|----------------|------------------|----------------|-------------|
| 1. 買回り総合店      | 2. 衣料品店          | 3. 身の回り品店      | 4. 文化品店     |
| 5. 耐久消費財店      | 6. 最寄品総合店        | 7. 生鮮食料品店      | 8. 保存食料品店   |
| 9. 菓子・パン店      | 10. 家庭用品店        | 11. コンビニエンスストア |             |
| 12. ドラッグストア    | 13. 機械・原材料・部品販売店 | 14. 卸売業者       |             |
| 15. その他業務用品販売店 | 16. 飲食店          | 17. サービス店      | 18. 遊技場・娯楽店 |
| 19. 金融機関・公共施設  | 20. その他店舗（上記以外）  | 21. 増加したものはなし  |             |

※ 店舗の例示は、2ページの「商店街区域内の業種別店舗構成表」を参考にしてください。

(5) 貴商店街の区域内で、5年前と比べて店舗数が減少したのはどのような店舗ですか。(〇は複数可)

- |                |                  |                |             |
|----------------|------------------|----------------|-------------|
| 1. 買回り総合店      | 2. 衣料品店          | 3. 身の回り品店      | 4. 文化品店     |
| 5. 耐久消費財店      | 6. 最寄品総合店        | 7. 生鮮食料品店      | 8. 保存食料品店   |
| 9. 菓子・パン店      | 10. 家庭用品店        | 11. コンビニエンスストア |             |
| 12. ドラッグストア    | 13. 機械・原材料・部品販売店 | 14. 卸売業者       |             |
| 15. その他業務用品販売店 | 16. 飲食店          | 17. サービス店      | 18. 遊技場・娯楽店 |
| 19. 金融機関・公共施設  | 20. その他店舗（上記以外）  | 21. 減少したものはなし  |             |

※ 店舗の例示は、2ページの「商店街区域内の業種別店舗構成表」を参考にしてください。

(6) 貴商店街の来街者の主な客層はどのような層ですか。(〇は複数可)

- |                   |            |            |
|-------------------|------------|------------|
| 1. 主婦             | 2. 仕事を持つ男性 | 3. 仕事を持つ女性 |
| 4. 学生・若者          | 5. 家族連れ    | 6. 観光客     |
| 7. 高齢者（おおよそ65才以上） | 8. その他（    | ）          |

(7) 5年前と比べ、貴商店街への来街客数はおおよそどのように推移しましたか。(〇は1つ)

- |         |       |         |
|---------|-------|---------|
| 1. 増加傾向 | 2. 不変 | 3. 減少傾向 |
|---------|-------|---------|

(8) 5年前と比べ、来街者の客層のうち、高齢者（おおよそ65才以上）についてはどのように変化しましたか。(〇は1つ)

- |       |       |       |
|-------|-------|-------|
| 1. 増加 | 2. 不変 | 3. 減少 |
|-------|-------|-------|

(9) 来街者のうち固定客はどのくらいの割合ですか。(〇は1つ)

- |                |                |                |
|----------------|----------------|----------------|
| 1. 20%未満       | 2. 20%以上～40%未満 | 3. 40%以上～60%未満 |
| 4. 60%以上～80%未満 | 5. 80%以上       |                |

(10) 来街者は主にどのような交通手段を使いますか。(〇は複数可)

- |           |         |       |
|-----------|---------|-------|
| 1. 徒歩・自転車 | 2. 自家用車 | 3. バス |
| 4. 鉄道     | 5. その他（ | ）     |

(11) 貴商店街の店舗はおおむね何時に閉店していますか。(〇は1つ)

- |              |              |              |
|--------------|--------------|--------------|
| 1. 午後6時以前    | 2. 午後6時30分ごろ | 3. 午後7時ごろ    |
| 4. 午後7時30分ごろ | 5. 午後8時ごろ    | 6. 午後8時30分ごろ |
| 7. 午後9時以後    | 8. その他（      | ）            |

(12) 貴商店街の店舗の閉店時間はおおむね5年前と比べてどのように変化していますか。(〇は1つ)

- |               |               |               |
|---------------|---------------|---------------|
| 1. 早くなった      | 2. 不変         | 3. 30分ほど遅くなった |
| 4. 1時間ほど遅くなった | 5. 1時間以上遅くなった |               |

(13) 貴商店街が「任意団体」の場合、今後、法人化するお考えはありますか。(〇は1つ)

- |                |                 |                |
|----------------|-----------------|----------------|
| 1. ある → (14) へ | 2. 検討中 → (14) へ | 3. ない → (15) へ |
|----------------|-----------------|----------------|

(14) 【(13) で「1. ある」「2. 検討中」のいずれかにお答えの場合】

それはどのような法人組織ですか。(〇は1つ)

- |            |              |
|------------|--------------|
| 1. 商店街振興組合 | 2. 商店街事業協同組合 |
|------------|--------------|

(15) 【(13) で「3. ない」とお答えの場合】

その理由は何ですか。(〇は複数可)

- |                   |              |                   |
|-------------------|--------------|-------------------|
| 1. 構成員の同意が得られないため | 2. 手続きが困難なため | 3. 組合にするメリットがないため |
| 4. 補助事業の実施予定がないため | 5. その他（      | ）                 |

### Ⅲ. 商店街の現況と問題点

(1) 最近の貴商店街全体の景況は5年前と比べてどうですか。(〇は1つ)

- |                   |                     |
|-------------------|---------------------|
| 1. 繁盛している → (2) へ | 2. やや繁盛している → (2) へ |
| 3. 変わらない → (3) へ  | 4. やや衰退している → (3) へ |
| 5. 衰退している → (3) へ |                     |

(2) 【(1) で「1. 繁盛している」「2. やや繁盛している」とお答えの場合】

その主な要因を3つ選んでください。

- |                 |                                 |                |
|-----------------|---------------------------------|----------------|
| 1. 商圏の人口・世帯数の増加 | 2. イベントの実施                      | 3. 情報発信（PR）の実施 |
| 4. 大型店の進出       | 5. 大型店の撤退                       | 6. 商店街や店舗の質の向上 |
| 7. 業種構成の充実      | 8. 交通関係施設（道路や駐車場）の整備            |                |
| 9. 自動車の通行量増加    | 10. 歩行者の通行量増加                   | 11. 個店の営業努力    |
| 12. 魅力ある店舗の増加   | 13. その他（                      ） | 14. わからない      |

(3) 【(1) で「3. 変わらない」「4. やや衰退している」「5. 衰退している」のいずれかにお答えの場合】

その主な要因を3つ選んでください。

- |                                 |               |
|---------------------------------|---------------|
| 1. 商圏の人口・世帯数の減少                 | 2. 顧客の他地域への流出 |
| 3. 販売促進活動（イベントや情報発信PR）の停滞・不足    |               |
| 4. 郊外や周辺への大型店の進出                | 5. 大型店の撤退     |
| 6. 商店街内店舗の老朽化、店舗の質の低下           | 7. 業種構成に魅力がない |
| 8. 道路や駐車場の未整備                   | 9. 自動車の通行量減少  |
| 10. 交通利便性（公共交通）の低下              | 11. 歩行者の通行量減少 |
| 12. 個店の営業努力不足                   | 13. 空き店舗の増加   |
| 14. その他（                      ） | 15. わからない     |

(4) 貴商店街にはどのような役割が期待されていると思いますか。(〇は複数可)

- |                                 |                     |
|---------------------------------|---------------------|
| 1. 高齢者等地域住民の身近な購買機会の提供          | 2. 地域の賑わいの創出        |
| 3. 他の公共機能等と相まった利便性の提供           | 4. 地域情報発信の担い手       |
| 5. 地域の文化・伝統の担い手                 | 6. 町内会等の地域活動の担い手    |
| 7. まちの治安や防犯への寄与                 | 8. まち並みや歴史的資産の保存    |
| 9. 創業機会の提供                      | 10. 観光客へのホスピタリティの提供 |
| 11. その他（                      ） | 12. 特になし            |
| 13. わからない                       |                     |

(5) 貴商店街の強みは何ですか。(〇は複数可)

- |                |              |
|----------------|--------------|
| 1. 業種構成        | 2. 店舗が新しい    |
| 3. 各店舗の規模が大きい  | 4. 駐車場がある    |
| 5. 交通量がある      | 6. 大型店と競合しない |
| 7. 郊外専門店と競合しない | 8. 商圏人口が多い   |
| 9. リーダーがいる     | 10. 後継者がいる   |







1. ある

2. ない → (2)へ

店舗数記入・該当数字を○で囲んだ後(2)へ

		店舗数	影響の有無			5年前比競合度		
			プラスの影響	影響なし	マイナスの影響	激化	変化なし	緩和
大型店(売り場面積500㎡以上)	百貨店	_____店	1	2	3	4	5	6
	スーパーマーケット	_____店	1	2	3	4	5	6
	ホームセンター	_____店	1	2	3	4	5	6
	専門店	_____店	1	2	3	4	5	6
	ヨットセンター 複合商業施設	_____店	1	2	3	4	5	6

【例示】

百貨店・・・東武、福田屋 等

スーパーマーケット・・・オータニ、ヨークベニマル、かましん、サンユー、たいらや 等

ホームセンター・・・カンセキ、カインズ、セキチュー、ケーヨーD2、ジョイフル本田 等

専門店・・・ヤマダ、コジマ、ケース、ファッションセンターしまむら、サンキ、  
オートアールズ、カワチ、マツモトキヨシ、ユニクロ 等

ヨットセンター・複合商業施設・・・イオン、イトーヨーカドー、アピタ、パルコ 等

(2) 貴商店街の周辺(1.5 km以内)に大型店(売り場面積 500 m<sup>2</sup>以上)又は商店街がありますか。ある場合はその数、大型店又は商店街から受ける影響の有無、5年前と比べた大型店又は商店街との競合度についてお答えください。

1. ある

2. ない → (3)へ

店舗数記入・該当数字を○で囲んだ後(3)へ

		店舗数 又は 商店街数	影響の有無			5年前比競合度		
			プラスの 影響	影響 なし	マイナス の影響	激化	変化 なし	緩和
大型店(売 り場面積 500 m <sup>2</sup> 以上)	百貨店	_____店	1	2	3	4	5	6
	スーパーマーケット	_____店	1	2	3	4	5	6
	ホームセンター	_____店	1	2	3	4	5	6
	専門店	_____店	1	2	3	4	5	6
	ショッピングセンター 複合商業施設	_____店	1	2	3	4	5	6
商店街		_____カ所	1	2	3	4	5	6

(3) 5年以内に貴商店街の区域内又は周辺で大型店が撤退している場合、その影響についてお答えください。

(○は1つ)

① 来街者数について

- |               |              |
|---------------|--------------|
| 1. 来街者数が大幅に減少 | 2. 来街者数がやや減少 |
| 3. 来街者数不変     | 4. 来街者数が増加   |
| 5. その他( )     |              |

② 売上について

- |             |            |
|-------------|------------|
| 1. 売上が大幅に減少 | 2. 売上がやや減少 |
| 3. 売上不変     | 4. 売上が増加   |
| 5. その他( )   |            |

(4) 貴商店街の来街者を増加させるためには貴商店街の区域内又は周辺に大型店が必要だと思いますか。

(○は1つ)

- |       |        |          |
|-------|--------|----------|
| 1. 必要 | 2. 不必要 | 3. わからない |
|-------|--------|----------|

(5) 貴商店街区域内の大型店との共同事業についてお答えください。(○は複数可)

- |                  |                    |
|------------------|--------------------|
| 1. 共同イベントを開催している | 2. 共同広告(チラシ)を出している |
| 3. 駐車場を共同利用している  | 4. 定期的な研修を実施している   |
| 5. その他( )を実施している |                    |
| 6. 何も実施していない     |                    |

## VI. 商店街が実施する各種事業

(1) 共同経済事業の実施状況について、A欄及びB欄に該当するものを選んでください。(〇は複数可)

	A. 現在までに実施したもの	B. 今後、実施したいもの(継続実施を含む。)
販 売 促 進	1. 共同売り出し 2. 歩行者天国 3. イベント 4. プレミアム付商品券の発行 5. 特売日 6. サービス券 7. スタンプ券 8. ポイントカード 9. プリペイドカード 10. ICカード 11. 共同売場 12. チラシによる共同宣伝 13. ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝 14. 共同装飾 15. 情報誌の発行 16. 商店街のホームページ開設・運営 17. その他( )	1. 共同売り出し 2. 歩行者天国 3. イベント 4. プレミアム付商品券の発行 5. 特売日 6. サービス券 7. スタンプ券 8. ポイントカード 9. プリペイドカード 10. ICカード 11. 共同売場 12. チラシによる共同宣伝 13. ラジオ・テレビ・有線放送による共同宣伝 14. 共同装飾 15. 情報誌の発行 16. 商店街のホームページ開設・運営 17. その他( )
経 済 改 善	18. 市場情報等の提供 19. 視察見学 20. 講習会・研究会 21. 市場調査 22. 商店・商店街診断 23. レクリエーション 24. 機関紙発行 25. その他( )	18. 市場情報等の提供 19. 視察見学 20. 講習会・研究会 21. 市場調査 22. 商店・商店街診断 23. レクリエーション 24. 機関紙発行 25. その他( )
経 済 合 理 化	26. 共同購入 27. 共同配送・宅配 28. PCソフト(システム)の共同利用 29. 共同店舗 30. その他( )	26. 共同購入 27. 共同配送・宅配 28. PCソフト(システム)の共同利用 29. 共同店舗 30. その他( )

(2) 環境整備事業の実施状況について、A欄及びB欄に該当するものを選んでください。(〇は複数可)

	A. 現在までに設置したもの	B. 今後、設置したいもの
交通施設	1. 歩道整備 2. 自転車・バイク置き場 3. 駐車場 4. バリアフリー化 5. その他( )	1. 歩道整備 2. 自転車・バイク置き場 3. 駐車場 4. バリアフリー化 5. その他( )
景観・サービス施設	6. 街路灯の設置 7. 街路灯のLED化 8. 防犯設備(防犯カメラ等) 9. アーケード 10. カラー舗装 11. 統一的なファサード整備 12. 街路樹 13. モニュメント 14. 花壇 15. 噴水 16. 小公園 17. 案内板 18. 水飲み場 19. トイレ 20. ゴミ箱 21. コミュニティホール 22. 休憩所・休憩ベンチ 23. 無料Wi-Fi 24. その他( )	6. 街路灯の設置 7. 街路灯のLED化 8. 防犯設備(防犯カメラ等) 9. アーケード 10. カラー舗装 11. 統一的なファサード整備 12. 街路樹 13. モニュメント 14. 花壇 15. 噴水 16. 小公園 17. 案内板 18. 水飲み場 19. トイレ 20. ゴミ箱 21. コミュニティホール 22. 休憩所・休憩ベンチ 23. 無料Wi-Fi 24. その他( )

(3) その他の事業の実施状況について、A欄及びB欄に該当するものを選んでください。(〇は複数可)

	A. 現在までに実施したもの	B. 今後、実施したいもの(継続実施を含む。)
その他の事業	1. 高齢者向けの事業 (総菜等の宅配、休憩室の提供、カードによる割引等) 2. エコ事業 (エコバッグの作成、リサイクル運動等) 3. 地域の安全・安心のための事業 (防犯パトロール、自動体外式除細動器(AED)の設置等) 4. 地域ブランド事業 (地元特産品の販売、名物料理のメニュー化等) 5. 商店街の魅力アップのための研修会等の開催 6. その他の事業 ( )	1. 高齢者向けの事業 (総菜等の宅配、休憩室の提供、カードによる割引等) 2. エコ事業 (エコバッグの作成、リサイクル運動等) 3. 地域の安全・安心のための事業 (防犯パトロール、自動体外式除細動器(AED)の設置等) 4. 地域ブランド事業 (地元特産品の販売、名物料理のメニュー化等) 5. 商店街の魅力アップのための研修会等の開催 6. その他の事業 ( )

(4) 貴商店街が活性化するために、貴商店街として今後重視すべきと考えている取組は何ですか。主なもの3つ

選んでください。

- |                         |                       |                |
|-------------------------|-----------------------|----------------|
| 1. VIの(1)に記載された共同経済事業   | 2. VIの(2)に記載された環境整備事業 |                |
| 3. VIの(3)に記載されたその他の事業   | 4. 個店の改善・活性化          |                |
| 5. 個店の後継者の育成            | 6. 商店街のリーダーの育成        | 7. 商店街の業種構成の充実 |
| 8. 集客施設の誘致              | 9. 核となる店舗の誘致          | 10. 空き店舗対策     |
| 11. 組織強化                | 12. 情報化の推進            | 13. 大型店との共同事業  |
| 14. 地域コミュニティの核となる商店街づくり | 15. その他 ( )           |                |
| 16. 特にない                |                       |                |

(5) 以下は近年のキーワードですが、この中で貴商店街が事業を取り組んでいく上で、重要と考えられるものは

ありますか。(〇は複数可)

また、このキーワードに関連する事業で、貴商店街として、「すでに取り組んでいるもの」「今後取り組んでみたいもの」がある場合は、具体的な事業内容をお書きください。

- |                     |   |
|---------------------|---|
| 1. 人口減少・少子高齢化       |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 2. 食                |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 3. 観光               |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 4. 安全・安心            |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 5. 地域ブランド(地域資源)     |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 6. 若者の創業支援          |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 7. 買い物弱者            |   |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 8. その他考えられるキーワード[   | ] |
| すでに取り組んでいる事業[       | ] |
| 今後取り組んでみたい事業[       | ] |
| 9. 有効と考えられるキーワードはない |   |





(6) 御意見等がありましたら御自由にお書きください。


アンケート調査に御協力いただき、ありがとうございました。

【調査内容に関する問い合わせ先】

株式会社あしぎん総合研究所 産業調査部  
TEL : 028 (647) 5311  
FAX : 028 (647) 5316

栃木県産業労働観光部経営支援課 商業活性化担当  
TEL : 028 (623) 3175  
FAX : 028 (623) 3340

# 地域実態調査（商店街） 調査票

宇都宮商工会議所

商店街の会員について

1. 貴商店街の会員数は5年前からどのように変化しましたか。

- (1) 増加傾向 (2) 変化なし  
(3) 減少傾向 ⇒ 4へ

2. 増加した要因の中で最も大きいものは何ですか。

- (1) 新規出店 (2) 商店街加盟によるメリットがある ⇒3へ  
(3) 既存店の加入 (4) その他 ( )

3. 具体的なメリットとは何ですか。自由にご記入ください。

[ ]

4. 減少した要因の中で最も大きいものは何ですか。

- (1) 廃業・撤退 (2) 商店街加盟によるメリットがない  
(3) 既存店の脱退 (4) その他 ( )

5. 商店街活動に積極的な会員の割合はどの程度ですか。

- (1) 90%以上 (2) 70%  
(3) 50% (4) 30%以下

6. 商店街の会員にはどのような姿勢を求めるか、どれかひとつ選んでください。

- (1) 商店街活動に積極的に参加 (2) 個店の経営努力による集客  
(3) 特に求めるものはない (4) その他 ( )

商店街の事業について

7. 貴商店街組織の事業（イベント開催、街灯管理等）について5年前からどのように変化しましたか。

- (1) 拡大傾向 (2) 変化なし ⇒ 12へ  
(3) 縮小傾向 ⇒ 10へ

8. 拡大した事業の中で最も大きいものはどのようなものですか。

- (1) イベント関係 (2) 慶弔関係  
(3) 設備管理関係 (4) その他 ( )

9. 拡大した理由として最も大きいものはどのようなものですか。 ⇒12へ

- (1) 商店街の賑わい創出 (2) 個店の売上向上に繋げる  
(3) 会員へのサービスとして (4) その他 ( )

10. 縮小した事業の中で最も大きいものはどのようなものですか。

- (1) イベント関係 (2) 慶弔関係  
(3) 設備管理関係 (4) その他 ( )

11. 縮小した理由として最も大きいものはどのようなものですか。

- (1) 支出削減 (2) 事務負担の低減  
(3) 不要な事業 (4) その他 ( )

12. 商店街として過去5年間に補助金を活用したことがありますか。

- (1) ある (国・県・市・その他) (2) ない ⇒ 16へ  
(3) 申請したが不採択 (4) その他 ( )

13. その補助金の活用方法はどのようなものですか。

- (1) 街灯のLED化など設備に関するもの (2) 商店街で開催したイベントに関するもの  
(3) 空き店舗活用等の施設に関するもの (4) その他 ( )

14. 補助金の活用により得られたメリットについて、ご自由にご記入ください。

( )

15. 補助金の活用によるデメリットがございましたら、ご自由にご記入ください。

( )

**商店街の収支状況**

16. 商店街の会費についてどのような体系で設定していますか。

- (1) 店舗の面積に応じて (2) 一律  
(3) 業種に応じて (4) その他 ( )

17. 会費の金額について平均で1会員あたり年間どのくらいですか。(電気代等を含む実負担額)

- (1) 60,000円以上 ( )円 (2) 60,000円以下12,000円以上  
(3) 12,000円以下6,000円以上 (4) 6,000円以下 ( )円

18. 商店街の収支状況について5年前からどのように変化しましたか。

- (1) 黒字傾向 (2) 現状維持 ⇒ 21へ  
(3) 赤字傾向 ⇒ 20へ

19. 黒字化した要因として最も大きいものは何ですか。

- (1) 会費収入増加 (2) イベント収入増加  
(3) 設備管理費減少 (4) その他 ( )

⇒ 21へ

20. 赤字化した要因として最も大きいものは何ですか。

- (1) 会費収入減少 (2) イベント収入減少  
(3) 設備管理費増加 (4) その他 ( )

商店街同士の連携について

21. 近隣の商店街と連携していますか。

- (1) 連合組織を組んで連携している (2) イベント事業等で連携している ⇒ 25へ  
(3) 特に連携していない ⇒ 25へ (4) その他 ( )

22. 連合組織についてどのようにお考えですか。

- (1) 満足している (2) 不満がある ⇒ 24へ

23. 満足している点を自由にご記入ください。

[ ]

24. 不満がある点を自由にご記入ください。

[ ]

商店街の将来について

25. 貴商店街組織の将来について、どのようにお考えですか。

- (1) 拡大したい (2) 現状を維持する ⇒ 30へ  
(3) 縮小したい ⇒ 29へ

26. 拡大したい理由として最も大きいものは何ですか

- (1) 地域の活性化 (2) 地域のリーダーシップ獲得  
(3) 現状維持では商店街が継続できない (4) その他 ( )

27. どのような方法で拡大を図りますか。(複数回答可)

- (1) 商店街事業の拡大 (2) 商店街同士の合併・連合組織への加入  
(3) 若年層への継承 (4) その他 ( )

28. 拡大を図る際に、どのような支援が最も必要ですか。

- (1) 直接的な支援(補助金・事務代行等) (2) 間接的な支援(広報・情報発信等)  
(3) 支援は必要ない (4) その他 ( )  
⇒ 31へ

29. 縮小したい理由として最も大きいものは何ですか。

- (1) 次世代の担い手不在 (2) 収支状況の悪化  
(3) 商店街自体が不要 (4) その他 ( )

30. 貴商店街に期待されている役割について、どの程度達成できているとお考えですか。

- (1) 概ね達成できている ⇒ 32へ (2) 一部達成できている  
(3) 達成できていない (4) わからない

31. 役割を達成するためには、具体的にどのような課題がありますか、ご自由にご記入ください。

[ ]

商店街連盟について

32. 宇都宮市商店街連盟に加盟していますか

(1) 加盟している ⇒ 33へ

(2) 加盟していない ⇒ 32へ

32. 加盟していない理由として最も大きいものは何ですか。

(1) 会費を支払う余裕がない

(2) 加盟にメリットを感じない。

(3) 商店街連盟の存在を知らなかった。

(4) その他 ( )

33. 当商店街連盟に求める役割や在り方、満足している点や不満な点等ご意見をお聞かせ下さい。

[ ]

その他

34. その他 ご意見等を自由にご記入ください。

[ ]

ご協力ありがとうございました。

宇都宮商工会議所

製作・編集

平成27年7月10日

宇都宮商工会議所

地域振興部