

平成 21 年度

福岡市商店街実態調査

■ 報 告 書 ■

平成 22年2月

福 岡 市

はじめに

商店街は、地域住民にとって身近な商品やサービスを提供するだけでなく、「まち」のにぎわいを創出し生活にうるおいと豊かさを提供する地域コミュニティの担い手として欠かせない存在です。

しかし、商店街を取り巻く環境は、消費者ニーズの多様化や大型店の出店、インターネット等による販売手法の多様化などの環境の変化に加え、個店経営者の高齢化、後継者難による体力の低下など、厳しい状況にあります。

商店街が、今後とも地域にとってなくてはならない存在であり続けるためには、本来の役割である地域の購買者の需要を十分に満たす「買い物の場」としての機能を強化することが重要であります。一方で、防犯への取組み、各種イベントなど地域の賑わいづくり、地域文化の伝承など「地域コミュニティの担い手」としての役割・機能を発揮していくことも重要であります。

本「福岡市商店街実態調査」は、このような商店街の現状を把握し行政機関や関係団体が商店街を振興していくうえでの基礎資料とするため、はじめて市内の全商店街を対象に実施しました。

本報告書が商店街の振興に活用され、商店街活性化の一助となれば幸いです。

最後に本報告書作成にあたり、商店街関係者や関係機関の方々等のご協力を賜りましたことに改めて感謝申し上げます。

平成22年2月

福岡市経済振興局産業振興部地域商業課

目 次

序章 調査実施概要	1
第1章 商店街実態調査結果	5
§1 商店街のプロフィール	5
1. 商店街の基本特性	5
2. 商店街組織の概況	7
3. 財務状況	15
§2 業種構成と集客核	17
1. 業種構成	17
2. 不足業種	21
3. チェーン店の状況	22
4. 集客核の状況	24
§3 商圏と大型店の影響	26
§4 来街者の状況と景況	28
1. 来街者の性・年代別割合	28
2. 来街手段の割合	28
3. 現在の景況	29
4. 商店街の「商圏の広さ」等に関する3年前と現在の比較及び3年後の予測	30
§5 空き店舗の状況	32
1. 空き店舗の有無	32
2. 空き店舗の概況	33
3. 空き店舗対策	37
§6 商店街の活動と運営	46
1. 各種事業の実施状況	46
2. 地域団体との共同事業の実施内容	49
3. イベント等の実施状況	50
§7 商店街が抱えている問題点	56
1. 会員の加入状況	56
2. 商店街が抱える問題点	59
§8 共同施設の設置・整備状況	60
1. 共同施設の設置状況	60
2. 共同施設の設置内容	63
第2章 商店街連合組織活動実態調査結果	64
§1 連合組織の概況	64
1. 役員及び役員会の状況	64
2. 事務局の状況	66
3. 財務状況	67

§ 2	連合組織の活動と運営	69
1.	各種事業の実施状況	69
2.	イベント等の実施状況	71
§ 3	連合組織の問題点	75
1.	加入団体数の状況	75
2.	商店街が連合組織に加入しない理由	75
3.	連合組織が抱えている問題点	76
資 料 編		77
§ 1	主な自由回答	78
1.	商店街の今後の取組	78
2.	市への要望	80
§ 2	福岡市商店街実態調査票	82
§ 3	福岡市商店街連合組織活動実態調査票	100

序章 調査実施概要

- I. 調査の目的 : 福岡市内の商店街の現状を調査し、商店街の会員数や財務状況、空き店舗の状況、地域特性や活動の状況など商店街の基礎データを収集することで現状の課題を分析し、今後の商店街の活性化の基礎データとする。
- II. 調査対象 : 福岡市内の商店街（196 団体）
- III. 調査方法 : ①郵送調査 : 調査票を郵送で配布し、郵送で回収した。
②訪問調査 : ①郵送調査をもとに、各商店街に出向いて①郵送調査の回答内容の確認と未回答事項を調査した。さらに、商店街範囲の確認と概況写真撮影等を行った。
- IV. 調査期間 : 平成 21 年 8 月～平成 22 年 2 月
- V. 調査基準日 : 平成 21 年 8 月 1 日
- VI. 調査項目
- (1) 商店街
 - ① 商店街の基本属性
 - ② 商店街の概要
 - ③ 商店街の業種構成
 - ④ 商店街の商圈と大型店の影響
 - ⑤ 商店街の景況と来街者の状況
 - ⑥ 商店街の空き店舗
 - ⑦ 商店街の活動と運営等
 - ⑧ 商店街の会員の加入状況
 - ⑨ 商店街が抱えている問題点
 - ⑩ 商店街の施設
 - ⑪ 商店街の今後の取組及び市への要望
 - (2) 連合組織
 - ① 連合組織の基本属性
 - ② 連合組織の概要
 - ③ 連合組織の活動及び運営等
 - ④ 連合組織の会員の加入状況
 - ⑤ 連合組織（団体）が抱える問題点
 - ⑥ 連合組織の今後の取組及び市への要望

VII. 回収結果 : 調査の結果、解散した商店街や統合された商店街、活動を休止した商店街等を除いた 162 団体の内、146 団体から調査票を回収した。

項目	商店街（単体）	連合組織	合計
調査票発送数	182	14	196
有効回収数	133	13	146
未回収数	49	1	50
内訳	活動中	15	16
	解散・休止等	34	34
回収率（%）	73.1	92.9	74.5

VIII. 調査担当課 : 福岡市経済振興局産業振興部地域商業課

IX. 調査実施機関 : 株式会社西日本リサーチ・センター

X. 本書における用語の定義

- ① 商店街振興組合 : 商店街振興組合法（昭和 37 年法律第 141 号）に基づく商店街を「商店街振興組合」と表示した。
- ② 協同組合 : 中小企業団体の組織に関する法律（昭和 32 年法律第 185 号）に基づく商店街を「協同組合」と表示した。
- ③ 任意団体 : 「商店街振興組合」及び「協同組合」以外の商店街を「任意団体」と表示した。
- ④ 連合組織 : 複数の商店街で構成される商業団体を「連合組織」と表示した。
- ⑤ 立地環境 : 繁華街、商業地、一般住宅地、工業地、オフィス街、その他の 6 区分とした。
- ⑥ 属性 : 駅前、住宅街、団地内、工場・倉庫街、駅ビル、商業ビル、その他のビル内、地下街、ショッピングセンター、その他の 10 区分とした。
- ⑦ タイプ : 商店街のタイプについては、次ページ表 1 のとおりとした。
- ⑧ 業種の区分 : 業種の区分については、次ページ表 2 のとおりとした。
- ⑨ チェーン店 : 単一資本で多数の店舗をブランド、経営方針、サービスの内容、外観などに統一性を持たせ、運営や管理を行っている店舗とした。
- ⑩ フランチャイズ店 : 経営のノウハウに対して、ロイヤリティを支払っている店舗とした。
- ⑪ 商圈の区分 : 各商店街の想定する商圈については、半径 1 km 未満、半径 1 km 以上 3 km 未満、半径 3 km 以上 5 km 未満、半径 5 km 以上 10 km 未満、半径 10 km 以上の 5 区分とした。
- ⑫ 地域活動 : 次ページ表 3 のとおりとした。
- ⑬ ソフト事業 : 次ページ表 4 のとおりとした。
- ⑭ 地域団体 : 地域住民が地縁に基づいて形成された団体等で、自治協議会・自治会・校区交通安全推進委員会・校区体育振興会・校区男女共同参画協議会・校区青少年育成会・校区ごみ減量リサイクル推進会議・校区衛生連合会等とした。

- ⑮ 空き店舗：商店街区内で会員であった店舗が、調査基準日で空きスペース（空きビル、倉庫、住居含む）になっているものとした。

XI. 本書を読むに当たって

- ① 図表中のNは回答者全員、nは限定された回答者の数（母数）であり、それぞれ回答率（%）の分母である。
- ② 図表中の「—」は、該当する選択肢の回答がないことを示す。
- ③ 回答率は、少数点以下第2位を四捨五入し、少数点以下第1位までを表記している。このため、単数回答の合計が100%にならない場合がある。
- ④ 複数の選択肢をあわせた場合や小計等を示す場合は、該当者数に戻って計算しているため、内訳の%を加算した数値とは一致しない場合がある。
- ⑤ 回答欄に記載がないものと明らかに記載内容が誤りであると認められる回答については、不明として取り扱った。

表1（商店街のタイプ）

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または自転車などにより日常性の高い買い物をする商店街
2. 地域型商店街	最寄品及び買い回り品*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、最寄品店より買い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、遠距離からの来街者が買い物をする商店街

*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商品。日常的な食料品や日用雑貨など。

*買い回り品：消費者が2つ以上の店を回って比較して購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

表 2 (業種の区分)

業種内訳		例 示
小売業	①各種商品小売業	百貨店、総合スーパー、生協、ディスカウントストア
	②織物・衣服・身の回り品小売業	呉服店、服地店、寝具店、各種衣料品店、靴・履物店、かばん・袋物店、洋品雑貨・小間物品店
	③飲食物品小売業	食品スーパー、酒店、精肉店、鮮魚店、青果店、菓子・パン屋、米穀店、コンビニエンスストア、牛乳店、茶店、惣菜店、豆腐屋等
	④自動車・自転車小売業	自動車小売店、二輪自動車小売店、自転車小売店等
	⑤家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	家具店、建具店、畳店、仏具店、家電店、携帯電話店、日用雑貨店、陶磁器店等
	⑥その他の小売業	薬局、化粧品店、種苗店、燃料小売店、書店、新聞販売店、文具店、スポーツ用品店、玩具店、楽器・レコード店、カメラ店、時計屋、眼鏡屋、タバコ屋、花・植木店、木材店、宝石店、ペット・ペット用品店、リサイクルショップ、ディスカウントストア等
飲食店	⑦一般飲食店	一般食堂、日本料理店、西洋料理店、中華料理店、焼肉店、そば・うどん店、すし屋、喫茶店、ファストフード店等
	⑧遊興飲食店	料亭、割烹、居酒屋、焼鳥屋、おでん屋、ビヤホール、スナック等
サービス業	⑨洗濯・理容・美容・浴場業	クリーニング店、コインランドリー、理髪店、美容院、公衆浴場、エステティックサロン・マッサージ等
	⑩その他の生活関連サービス業	旅行代理店、衣服縫製修理業、葬儀屋、結婚式場、写真業、DPE取次業、チケット類販売業、宝くじ販売所等
	⑪娯楽業	映画館、各種スポーツ施設、ビリヤード場、パチンコホール、ゲームセンター、麻雀荘、基会所、カラオケボックス等
⑫その他		病院、整骨院、銀行、ホテル、旅館、学習塾、不動産業、レンタル業、自動車整備業等
⑬非商店		製造業(印刷業含む)、事務所、一般家屋

表 3 (地域活動の内容)

地域活動	<ul style="list-style-type: none"> ・環境美化(清掃など)リサイクル ・防災・防犯 ・祭り・イベント ・文化・芸術振興 ・子育て支援 ・高齢者福祉 ・障がい者福祉 ・その他
------	---

表 4 (ソフト事業の内容)

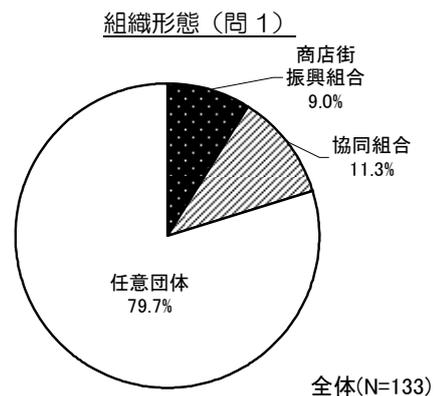
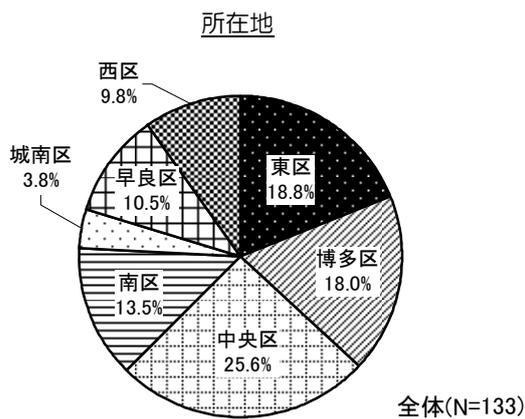
ソフト事業	<ul style="list-style-type: none"> ・共同宣伝(チラシ等) ・サービス券、スタンプ、ポイントカード ・共通商品券 ・商店街マップ・情報誌 ・ホームページを活用した商店街の情報発信(売出し・店舗情報など) ・携帯電話を活用した商店街の情報発信(店舗・駐車場情報など) ・ICカード(多機能カード) ・電子マネー(E d y等)の取扱 ・電話・FAXによる商品の宅配、買い物代行 ・その他
-------	---

第1章 商店街実態調査結果

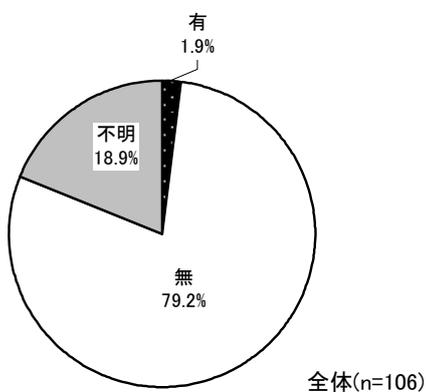
§1 商店街のプロフィール

1. 商店街の基本特性

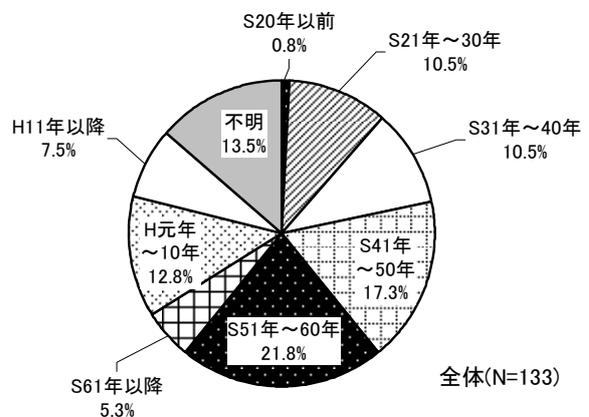
- ・商店街の所在地は、中央区（25.6%）が最も多く、東区（18.8%）、博多区（18.0%）が続いている。
- ・組織形態は、任意団体（79.7%）が8割を占める。任意団体のうちで法人化を予定している団体は1.9%に過ぎない。
- ・商店街組織の設立時期は、昭和40年代から昭和50年代までが4割近くを占める。
- ・商店街の立地環境は、商業地（39.8%）と一般住宅地（36.1%）の両方で全体の4分の3を占める。
- ・商店街の属性は、住宅街（40.6%）と駅前（18.0%）の両方で6割近くを占める。
- ・商店街の属性で「駅ビル」、「商業ビル」、「その他のビル」、「地下街」、「ショッピングセンター」と回答した商店街の建物または店舗の所有状況は、「各会員が、店舗が所在する建物の区画を賃貸している」（54.3%）が半数を占め、「各会員が、店舗が所在する建物の各区画を区分所有している」（11.4%）が続いている。
- ・商店街のタイプは、「近隣型」（55.6%）、「地域型」（25.6%）、「広域型」（13.5%）、「超広域型」（5.3%）となっており、「近隣型」と「地域型」で8割を占める。



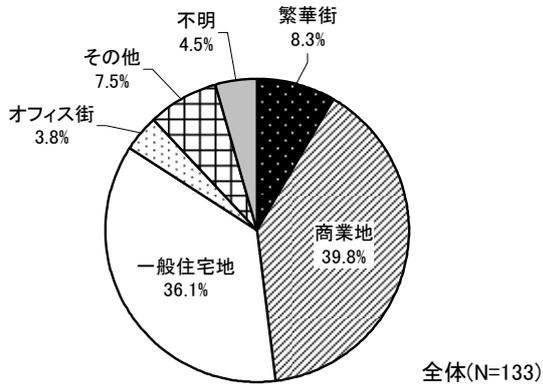
任意団体の法人化予定有無（問1-SQ）



設立時期（問2）

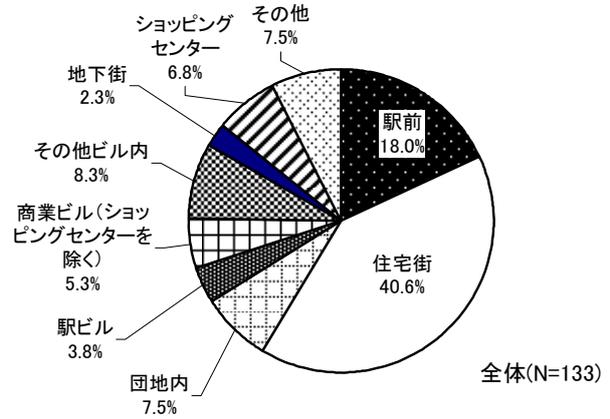


立地環境 (問3)



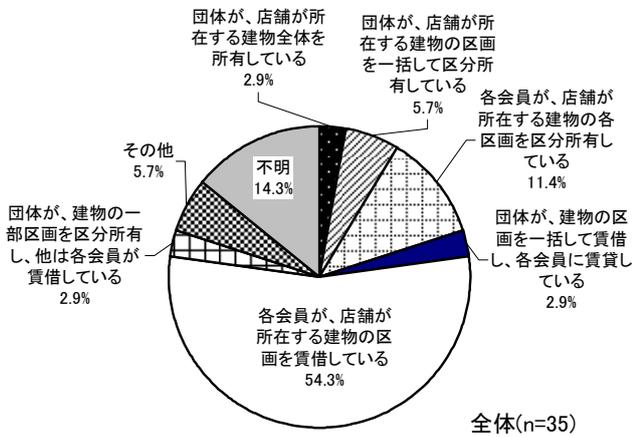
その他の内容
・ 駅と合体
・ 駅構内
・ 駅前バスセンター
・ 魚市場ビル
・ 漁港付近
・ 市営団地内
・ 博多駅前地下街
・ 福岡空港
・ ホテル内
・ ホテルニューオータニと隣接

属性 (問4)



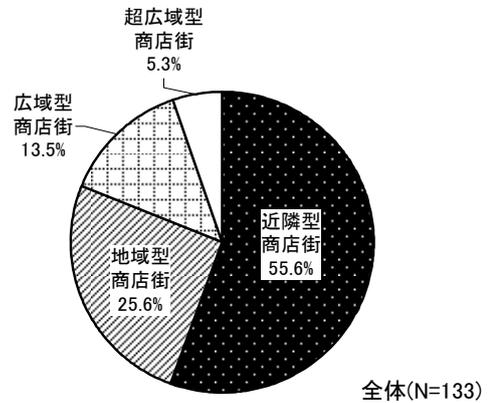
その他の内容
・ 駅周辺
・ 各所点在
・ 県道沿い
・ 商店街
・ 高宮通り
・ ホテル内
・ 昔の商店街の形

建物または店舗の所有状況 (問4SQ)



その他の内容
・ 3および5の混合
・ ジャスコより各会員が各区画を賃借している

タイプ (問5)

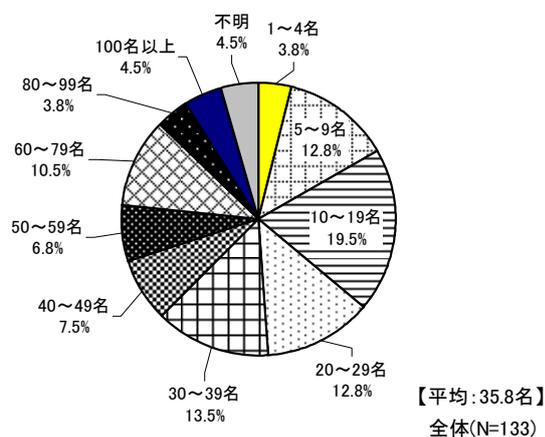


2. 商店街組織の概況

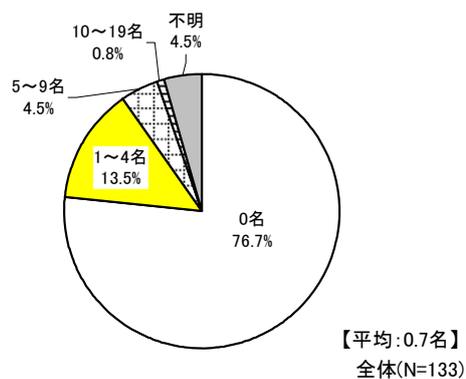
(1) 組織加入者の規模

- ・商店街組織の構成員数（正会員数＋準組員数）は「10～19名」が20.3%と最も多く、次いで「30～39名」が13.5%となっており、40名未満で6割を占める。
- ・組織形態別の構成員数（正会員数＋準組員数）は「商店街振興組合」（646名）、「協同組合」（425名）、「任意団体」（3,568名）で、全体で4,639名となっている。
- ・商店街区内の未加入者数は「0名」（19.5%）が最も多く、次いで「1～4名」（12.0%）、「10～19名」（9.8%）となっている。
- ・後継者の決まっていない65歳以上の経営者店舗数は「1～4店」（24.8%）が最も多く、次いで「0店」（23.3%）、「5～9店」（15.0%）となっており、10店未満で6割を占めている。
- ・後継者の決まっていない65歳以上の経営者の店舗の総数は629店舗で、構成員数（正会員数＋準組員数）に対する割合は13.6%となっている。

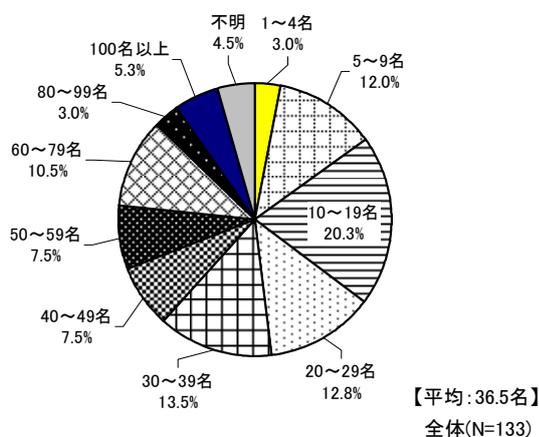
組員数（正会員数）（問6）①



準組員数（準会員数）（問6）②



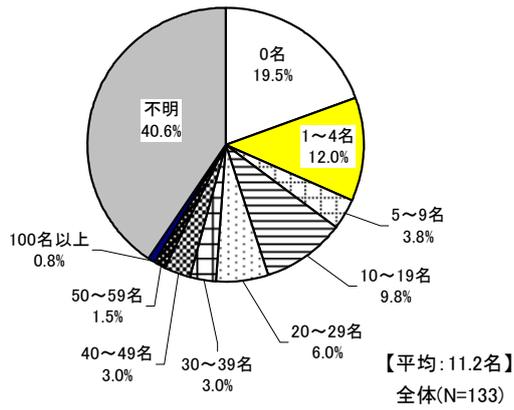
構成員数（①+②）（問6）



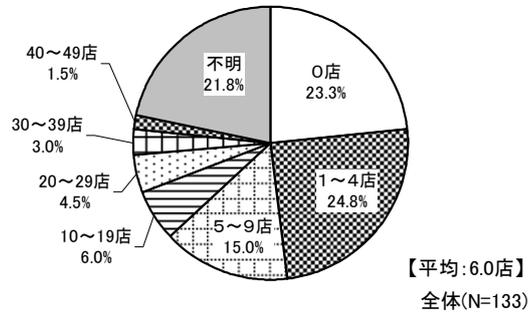
組織形態別の構成員数（①+②）（問6）

		構成員数 (名)
全体		4,639
組織形態別	商店街振興組合	646
	協同組合	425
	任意団体	3,568

未加入者数（問6）

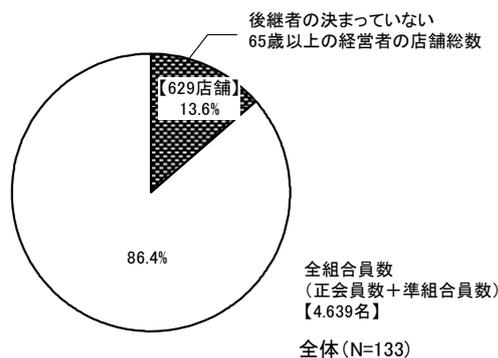


後継者の決まっていない65歳以上の経営者の店舗数（問18）



	サ ン プ ル 数	上段:構成比% 下段:実数									平均 (店)
		0 店	1 ~ 4 店	5 ~ 9 店	1 0 ~ 1 9 店	2 0 ~ 2 9 店	3 0 ~ 3 9 店	4 0 ~ 4 9 店	不 明		
全 体	133	23.3 31	24.8 33	15.0 20	6.0 8	4.5 6	3.0 4	1.5 2	21.8 29	6.0	
会 員 店 舗 数 別	19 店 以 下	100.0 45	33.3 15	42.2 19	11.1 5	4.4 2	-	-	-	8.9 4	2.3
	20 店 ~ 39 店	100.0 35	20.0 7	17.1 6	22.9 8	5.7 2	8.6 3	-	-	25.7 9	6.1
	40 店 ~ 59 店	100.0 16	-	18.8 3	18.8 3	12.5 2	-	18.8 3	6.3 1	25.0 4	15.8
	60 店 ~ 79 店	100.0 12	25.0 3	16.7 2	16.7 2	16.7 2	-	8.3 1	-	16.7 2	6.9
	80 店 以 上	100.0 9	22.2 2	22.2 2	-	-	-	-	11.1 1	44.4 4	8.6
	不明	100.0 16	25.0 4	6.3 1	12.5 2	-	18.8 3	-	-	37.5 6	7.3

後継者の決まっていない65歳以上の経営者の店舗総数と構成員数（①+②）に対する割合（問18）

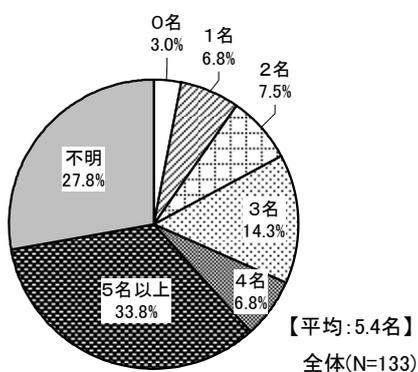


(2) 役員及び役員会の状況

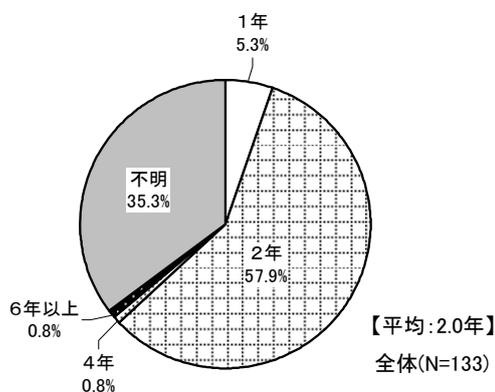
① 役員数及び任期・平均年数・在職年数

- ・ 理事（役員）の人数は「5名以上」が33.8%と3割強を占める。
- ・ 理事（役員）の任期は「2年」が57.9%と6割弱を占める。
- ・ 監事の人数は「1名」（35.3%）と「2名」（27.8%）で63.1%と6割強を占める。
- ・ 役員（役員）の平均年齢は「50歳代」（45.1%）と「60歳代」（41.4%）で8割強を占める。
- ・ 理事長（会長）の任期は「2年」が70.7%と7割を占める。
- ・ 現在の役員（役員）の平均在職年数は「10年以上」が25.6%と最も多く、次いで「4年以上～6年未満」（22.6%）、「2年以上～4年未満」（18.0%）となっている。

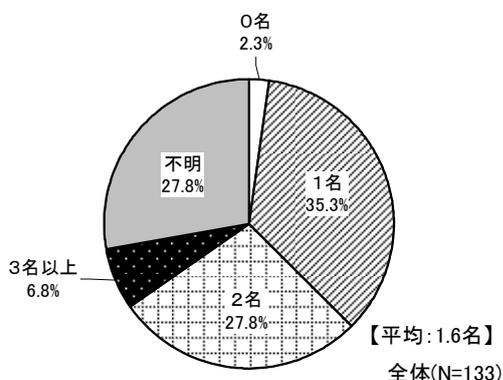
理事（役員）の人数（問7）



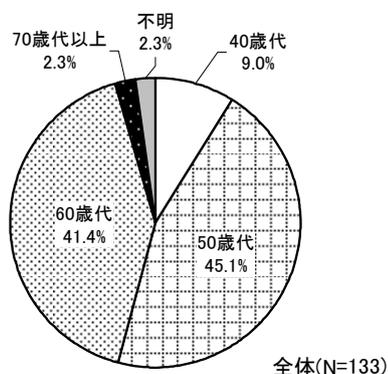
理事（役員）の任期（問7）



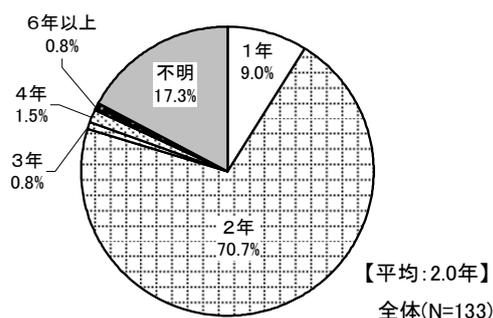
監事の人数（問7）



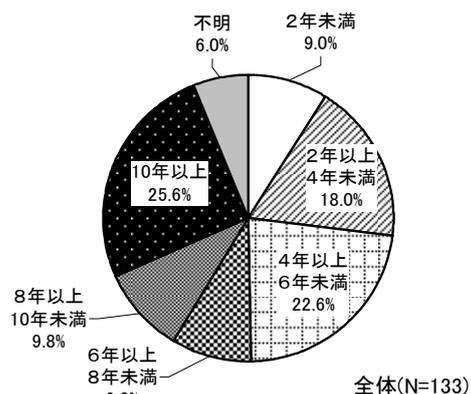
役員（役員）の平均年齢（問8）



理事長（会長）の任期（問7）



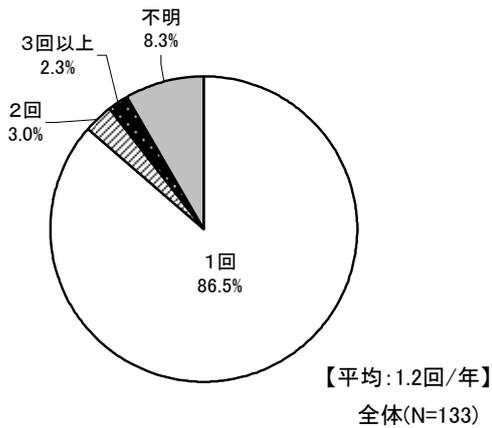
現在の役員（役員）の平均在職年数（問9）



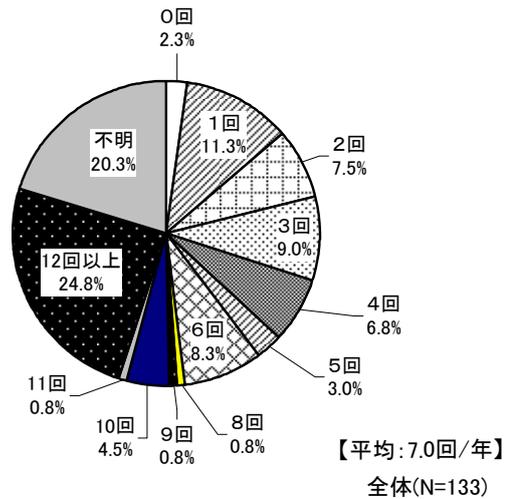
②総会及び役員会の開催状況

- ・ 総会の回数は年「1回」が86.5%と8割以上を占め、「2回」(3.0%)、「3回以上」(2.3%)は1割に満たない。
- ・ 総会の開催時期は「5月」が36.1%と最も多く、次いで「4月」(19.5%)となっており、「4月」と「5月」で5割を占めている。
- ・ 理事会・役員会の回数は年「12回以上」が24.8%と最も多く、次いで「1回」(11.3%)、「3回」(9.0%)となっている。

総会の回数 (問 12)



理事会・役員会の回数 (問 13)



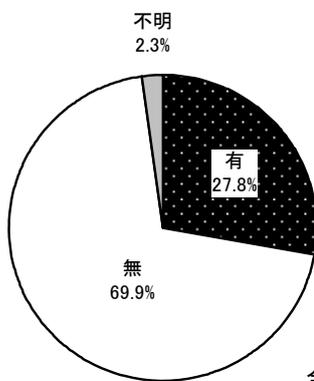
総会の開催時期 (問 12)

開催月	%
1 月	1.5
2 月	3.8
3 月	2.3
4 月	19.5
5 月	36.1
6 月	8.3
7 月	2.3
8 月	0.8
9 月	2.3
10 月	3.8
11 月	1.5
12 月	3.8
不明	19.5

(3) 事務局の状況

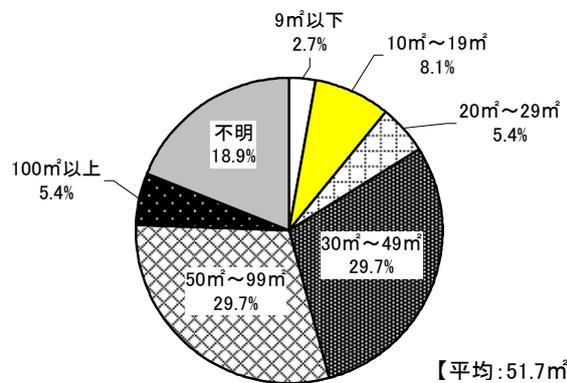
- ・商店街事務所の設置について、「有」は27.8%である。
- ・組織形態別にみると、事務局の設置率は「商店街振興組合」(66.7%)及び「協同組合」(80.0%)など法人組織で高いのに対し、「任意団体」では16.0%とかなり低い。また、商店街タイプ別では「広域型」(66.7%)で高く、会員店舗数別では、店舗数の多い商店街で高くなっている。
- ・商店街事務局の面積は、「30㎡～49㎡」(29.7%)及び「50㎡～99㎡」(29.7%)が最も多く、平均面積は51.7㎡である。
- ・平均面積を組織形態別にみると、「商店街振興組合」(61.6㎡)、商店街タイプ別では「広域型」(77.1㎡)、会員店舗別では「80店以上」(94.5㎡)で広く、「任意団体」(45.9㎡)、「近隣型」(37.7㎡)で狭くなっている。

商店街事務局の有無(問10)



全体(N=133)

事務局の面積(問10SQ)



【平均:51.7㎡】

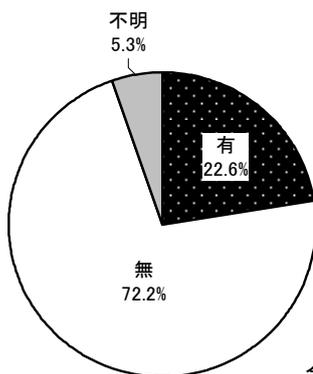
全体(n=37)

上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	有	無	不明
全体	100.0 133	27.8 37	69.9 93	2.3 3
組織形態別				
商店街振興組合	100.0 12	66.7 8	33.3 4	-
協同組合	100.0 15	80.0 12	13.3 2	6.7 1
任意団体	100.0 106	16.0 17	82.1 87	1.9 2
商店街タイプ別				
近隣型	100.0 74	20.3 15	77.0 57	2.7 2
地域型	100.0 34	26.5 9	70.6 24	2.9 1
広域型	100.0 18	66.7 12	33.3 6	-
超広域型	100.0 7	14.3 1	85.7 6	-
会員店舗数別				
19店以下	100.0 45	22.2 10	77.8 35	-
20店～39店	100.0 35	20.0 7	77.1 27	2.9 1
40店～59店	100.0 16	25.0 4	75.0 12	-
60店～79店	100.0 12	50.0 6	50.0 6	-
80店以上	100.0 9	66.7 6	33.3 3	-
不明	100.0 16	25.0 4	62.5 10	12.5 2

上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	9㎡以下	10㎡～19㎡	20㎡～29㎡	30㎡～49㎡	50㎡～99㎡	100㎡以上	不明	平均(㎡)
全体	100.0 37	2.7 1	8.1 3	5.4 2	29.7 11	29.7 11	5.4 2	18.9 7	51.7
組織形態別									
商店街振興組合	100.0 8	12.5 1	12.5 1	12.5 1	12.5 1	25.0 2	12.5 1	12.5 1	61.6
協同組合	100.0 12	-	8.3 1	-	50.0 6	16.7 2	8.3 1	16.7 2	52.3
任意団体	100.0 17	-	5.9 1	5.9 1	23.5 4	41.2 7	-	23.5 4	45.9
商店街タイプ別									
近隣型	100.0 15	6.7 1	13.3 2	6.7 1	33.3 5	26.7 4	-	13.3 2	37.7
地域型	100.0 9	-	-	11.1 1	33.3 3	22.2 2	-	33.3 3	42.7
広域型	100.0 12	-	8.3 1	-	16.7 2	41.7 5	16.7 2	16.7 2	77.1
超広域型	100.0 1	-	-	-	100.0 1	-	-	-	33.0
会員店舗数別									
19店以下	100.0 10	-	10.0 1	20.0 2	30.0 3	20.0 2	-	20.0 2	34.9
20店～39店	100.0 7	-	-	-	28.6 2	42.9 3	-	28.6 2	53.2
40店～59店	100.0 4	-	50.0 2	-	25.0 1	-	-	25.0 1	21.7
60店～79店	100.0 6	-	-	-	50.0 3	33.3 2	16.7 1	-	71.3
80店以上	100.0 6	-	-	-	-	50.0 3	16.7 1	33.3 2	94.5
不明	100.0 4	25.0 1	-	-	50.0 2	25.0 1	-	-	33.5

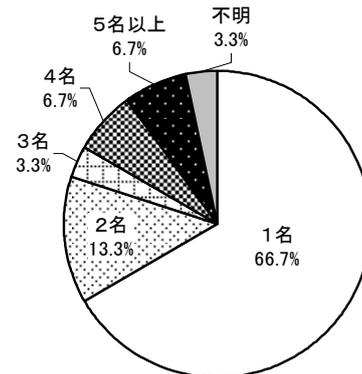
- ・商店街事務所の専従職員について、「有」は22.6%である。組織形態別にみると、事務所職員の専従率は、「協同組合」(73.3%)、「商店街振興組合」(41.7%)の法人組織で高いのに対し、「任意団体」では、13.2%とかなり低くなっている。
- ・専従職員の人数は「1名」が66.7%と、7割弱を占めており、全体の平均としては「1.8名」となっている。商店街タイプ別にみると、「広域型」で3.1名と最も多くなっている。会員店舗数別にみると、「80名以上」で2.6名と最も多くなっている。

専従職員の有無 (問 11)



全体(N=133)

専従職員の人数 (問 11SQ)



【平均:1.8名】

全体 (n=30)

上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	有	無	不明
全 体		100.0 133	22.6 30	72.2 96	5.3 7
組 織 形 態 別	商店街振興組合	100.0 12	41.7 5	50.0 6	8.3 1
	協 同 組 合	100.0 15	73.3 11	26.7 4	- -
	任 意 団 体	100.0 106	13.2 14	81.1 86	5.7 6

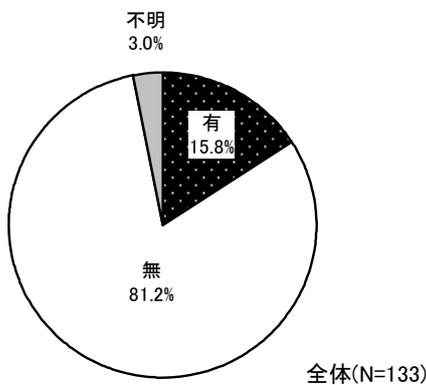
上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	1 名	2 名	3 名	4 名	5 名 以 上	不明	平均 (人)
全 体		100.0 30	66.7 20	13.3 4	3.3 1	6.7 2	6.7 2	3.3 1	1.8
組 織 形 態 別	商店街振興組合	100.0 5	60.0 3	40.0 2	- -	- -	- -	- -	1.4
	協 同 組 合	100.0 11	81.8 9	9.1 1	- -	- -	9.1 1	- -	1.5
	任 意 団 体	100.0 14	57.1 8	7.1 1	7.1 1	14.3 2	7.1 1	7.1 1	2.2
商 店 街 タ イ プ 別	近 隣 型	100.0 11	81.8 9	18.2 2	- -	- -	- -	- -	1.2
	地 域 型	100.0 7	85.7 6	- -	14.3 1	- -	- -	- -	1.3
	広 域 型	100.0 10	30.0 3	20.0 2	- -	20.0 2	20.0 2	10.0 1	3.1
	超 広 域 型	100.0 2	100.0 2	- -	- -	- -	- -	- -	1.0
会 員 店 舗 数 別	19 店 以 下	100.0 8	87.5 7	- -	12.5 1	- -	- -	- -	1.3
	20 店 ~ 39 店	100.0 3	66.7 2	33.3 1	- -	- -	- -	- -	1.3
	40 店 ~ 59 店	100.0 2	100.0 2	- -	- -	- -	- -	- -	1.0
	60 店 ~ 79 店	100.0 5	60.0 3	20.0 1	- -	- -	20.0 1	- -	2.0
	80 店 以 上	100.0 6	50.0 3	16.7 1	- -	- -	16.7 1	16.7 1	2.6
	不明	100.0 6	50.0 3	16.7 1	- -	33.3 2	- -	- -	2.2

(4) 休業日及び営業時間の取り決め状況

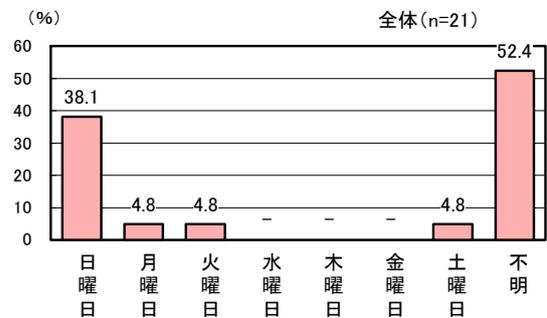
① 休業日の取り決め

- ・休業日の取り決めについては、「有」は15.8%である。
- ・組織形態別にみると、「協同組合」で「有」(53.3%)が「無」(40.0%)より多くなっている。
- ・商店街属性別にみると、「駅ビル」(60.0%)が最も多く、次いで「ショッピングセンター」(44.4%)、「団地内」(40.0%)とつづく。
- ・休業日の曜日については、「日曜日」が38.1%と最も多くなっている。
- ・月当りの休業日数は、「2日」、「4日」がともに14.3%で最も多くなっており、次いで「1日」(9.5%)となっている。

休業日の取り決めの有無 (問 14)

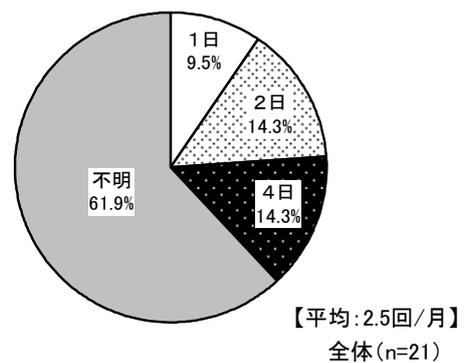


休業日の曜日 (問 14SQ)



上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	有	無	不明
全体		100.0 133	15.8 21	81.2 108	3.0 4
組織形態別	商店街振興組合	100.0 12	8.3 1	91.7 11	- -
	協同組合	100.0 15	53.3 8	40.0 6	6.7 1
	任意団体	100.0 106	11.3 12	85.8 91	2.8 3
商店街属性別	駅前	100.0 24	- -	100.0 24	- -
	住宅街	100.0 54	7.4 4	87.0 47	5.6 3
	団地内	100.0 10	40.0 4	50.0 5	10.0 1
	工場・倉庫街	- -	- -	- -	- -
	駅ビル	100.0 5	60.0 3	40.0 2	- -
	商業ビル(ショッピングセンターを除く)	100.0 7	28.6 2	71.4 5	- -
	その他ビル内	100.0 11	27.3 3	72.7 8	- -
	地下街	100.0 3	33.3 1	66.7 2	- -
	ショッピングセンター	100.0 9	44.4 4	55.6 5	- -
	その他	100.0 10	- -	100.0 10	- -

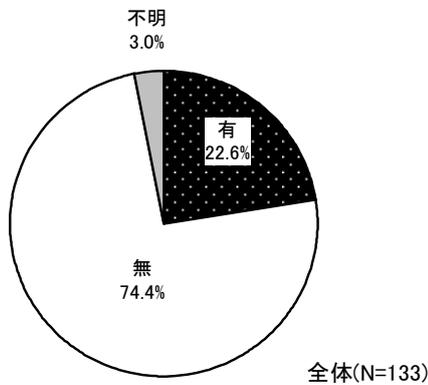
月当り休業日数 (問 14SQ)



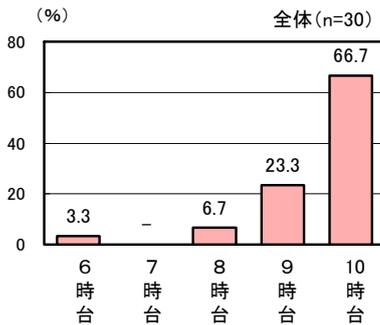
② 営業時間の取り決め

- ・営業時間の取り決めについては、「有」は22.6%である。
- ・組織形態別にみると、「協同組合」で「有」(53.3%)が「無」(40.0%)より多くなっている。
- ・商店街タイプ別にみると「広域型」では「有」は61.6%と6割強を占めているが、「地域型」(23.5%)、「近隣型」(10.8%)ではかなり低くなっている。
- ・会員店舗数別にみると、「80店以上」(55.6%)で最も多くなっている。
- ・商店街属性別にみると、「地下街」(100.0%)となっており、次いで「駅ビル」(80.0%)が多くなっている。
- ・営業開始時間については、「10時台」(66.7%)が最も多く、7割弱を占める。
- ・営業終了時間については、「20時台」(40.0%)が最も多く、他の項目は1割前後となっている。

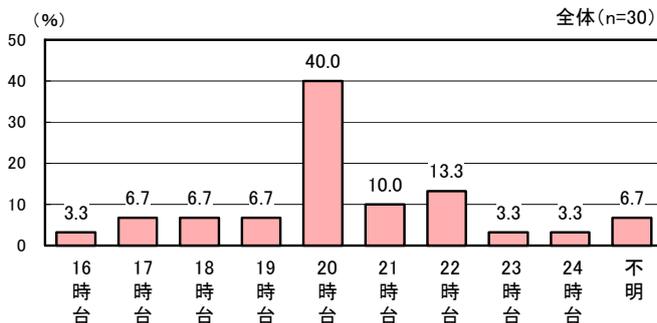
営業時間の取り決めの有無(問15)



営業開始時間(問15SQ)



営業終了時間(問15SQ)



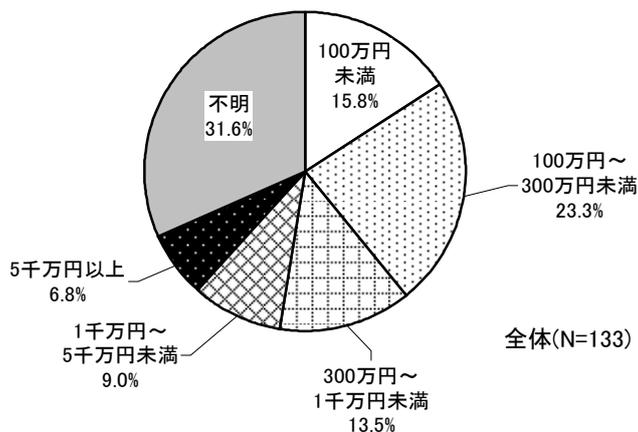
上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	有	無	不明
全体		100.0 133	22.6 30	74.4 99	3.0 4
組織形態別	商店街振興組合	100.0 12	8.3 1	83.3 10	8.3 1
	協同組合	100.0 15	53.3 8	40.0 6	6.7 1
	任意団体	100.0 106	19.8 21	78.3 83	1.9 2
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	10.8 8	85.1 63	4.1 3
	地域型	100.0 34	23.5 8	73.5 25	2.9 1
	広域型	100.0 18	61.6 11	38.9 7	-
	超広域型	100.0 7	42.9 3	57.1 4	-
会員店舗数別	19店以下	100.0 45	15.6 7	84.4 38	-
	20店～39店	100.0 35	20.0 7	80.0 28	-
	40店～59店	100.0 16	12.5 2	87.5 14	-
	60店～79店	100.0 12	33.3 4	66.7 8	-
	80店以上	100.0 9	55.6 5	44.4 4	-
	不明	100.0 16	31.3 5	43.8 7	25.0 4
商店街属性別	駅前	100.0 24	8.3 2	91.7 22	-
	住宅街	100.0 54	11.1 6	81.5 44	7.4 4
	団地内	100.0 10	20.0 2	80.0 8	-
	工場・倉庫街	-	-	-	-
	駅ビル	100.0 5	80.0 4	20.0 1	-
	商業ビル(ショッピングセンターを除く)	100.0 7	57.1 4	42.9 3	-
	その他ビル内	100.0 11	18.2 2	81.8 9	-
	地下街	100.0 3	100.0 3	-	-
	ショッピングセンター	100.0 9	66.7 6	33.3 3	-
	その他	100.0 10	10.0 1	90.0 9	-

3. 財務状況

(1) 平成20年度の総決算額

- ・平成20年度の総決算額は、「100万円～300万円未満」(23.3%)が最も多く、次いで「100万円未満」(15.8%)、「300万円～1千万円未満」(13.5%)となっており、1千万円未満が52.6%と、半数以上を占める。また、1千万円以上が15.8%となっている。
- ・「5千万円以上」についてみると、「80店以上」が44.4%と最も多く、「100万円未満」では「19店以下」(26.7%)が最も多くなっている。

平成20年度の総決算額 (問16)

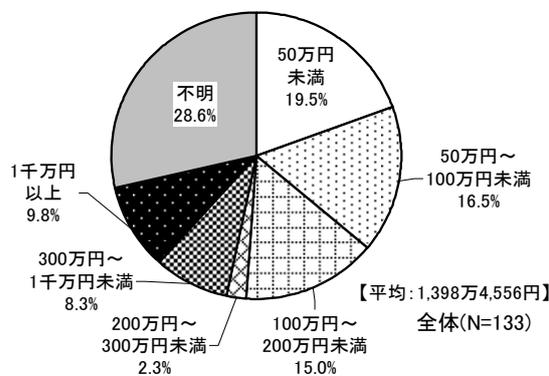


上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	百 万 円 未 満	百 万 円 未 満 3 万 円 未 満	3 百 万 円 未 満 1 百 万 円 未 満	1 5 千 万 円 未 満 5 千 万 円 未 満	5 千 万 円 以 上	不 明
全 体		100.0 133	15.8 21	23.3 31	13.5 18	9.0 12	6.8 9	31.6 42
会 員 店 舗 数 別	19 店 以 下	100.0 45	26.7 12	17.8 8	8.9 4	6.7 3	4.4 2	35.6 16
	20 店 ～ 39 店	100.0 35	17.1 6	37.1 13	8.6 3	14.3 5	2.9 1	20.0 7
	40 店 ～ 59 店	100.0 16	6.3 1	43.8 7	18.8 3	12.5 2	- -	18.8 3
	60 店 ～ 79 店	100.0 12	- -	25.0 3	33.3 4	8.3 1	8.3 1	25.0 3
	80 店 以 上	100.0 9	- -	- -	33.3 3	11.1 1	44.4 4	11.1 1
	不 明	100.0 16	12.5 2	- -	6.3 1	- -	6.3 1	75.0 12

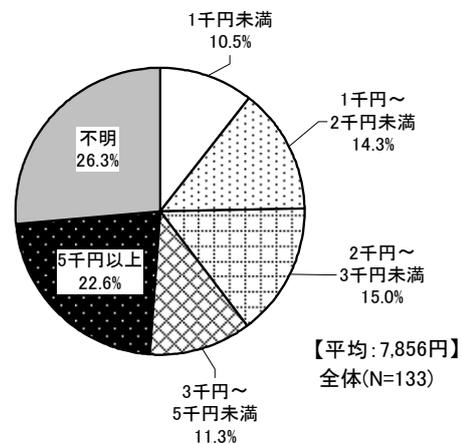
(2) 平成 20 年度の収入構成

- ・平成 20 年度の会費収入は「50 万円未満」(19.5%) が最も多く、「50 万円～100 万円未満」(16.5%)、「100 万円～200 万円未満」(15.0%) とつづく。
- ・1 店あたりの平均月会費は「5 千円以上」(22.6%) が最も多く、「2 千円～3 千円未満」(15.0%)、「1 千円～2 千円未満」(14.3%) とつづく。
- ・事業収入は「10 万円未満」(44.4%) が最も多く、半数近くを占める。
- ・補助金収入は「10 万円未満」(45.9%) が最も多く、半数近くを占める。
- ・その他の収入は「10 万円未満」(30.8%) が最も多く、「10 万円～30 万円未満」(9.8%) 及び「100 万円～300 万円未満」(9.8%) がつづく。

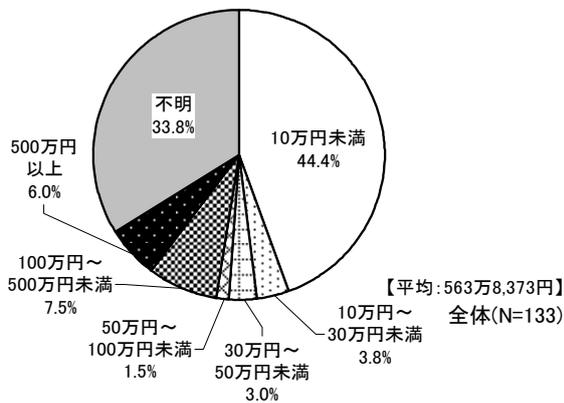
会費収入 (問 16③ア)



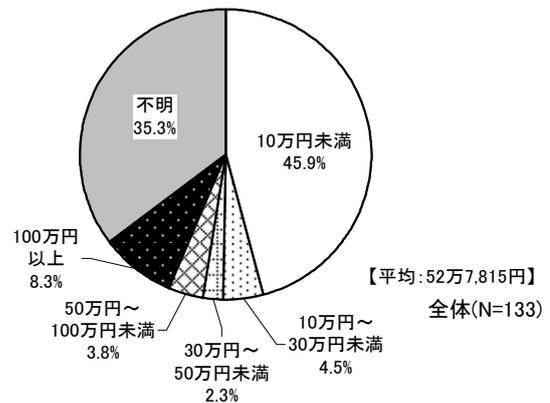
1 店あたりの平均月会費 (問 7)



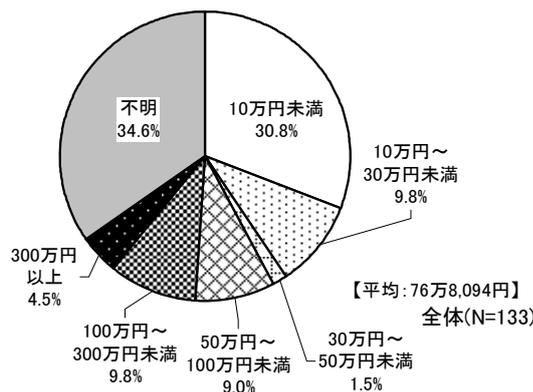
事業収入 (問 16③イ)



補助金収入 (問 16③ウ)



その他の収入 (問 16③エ)



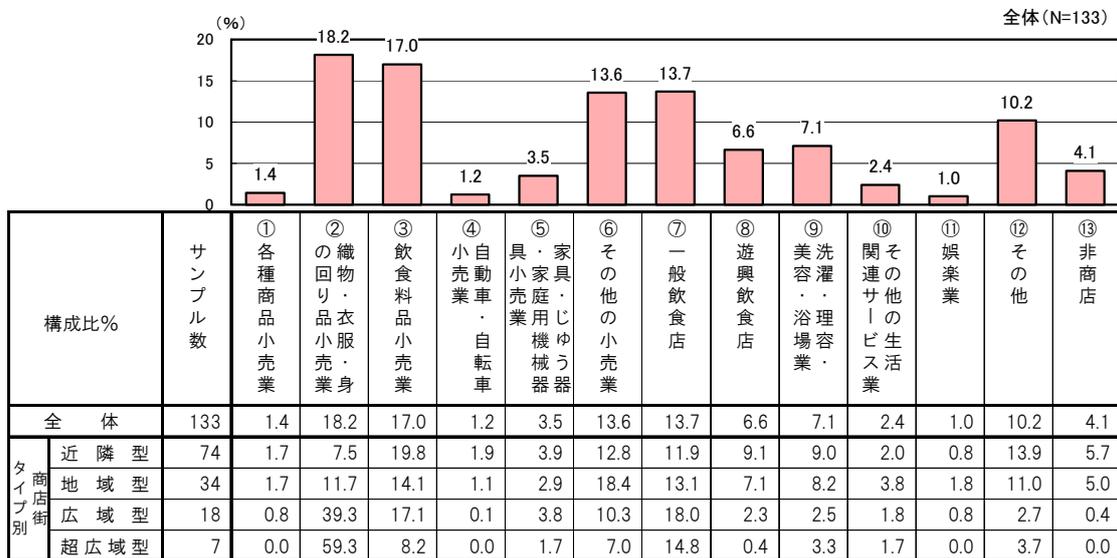
§ 2 業種構成と集客核

1. 業種構成

(1) 業種構成

- ・ 1 商店街当たりの平均店舗数と構成比については、「②織物・衣服・身の回り品小売業」(18.2%) が最も高く、「③飲食料品小売業」(17.0%)、「⑦一般飲食店」(13.7%)、「⑥その他の小売業」(13.6%) がつづいている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「③飲食料品小売業」(19.8%) が最も高く、「⑫その他」(13.9%)、「⑥その他の小売業」(12.8%) がつづき、「地域型」では「⑥その他の小売業」(18.4%) が最も多く、「③飲食料品小売業」(14.1%)、「⑦一般飲食店」(13.1%) がつづく。「広域型」(39.3%) と「超広域型」(59.3%) では「②織物・衣服・身の回り品小売業」が最も多く、「⑦一般飲食店」、「③飲食料品小売業」とつづく。

商店街の業種構成比 (問 19A)



1 商店街当たりの平均店舗数と構成比 (問 19A)

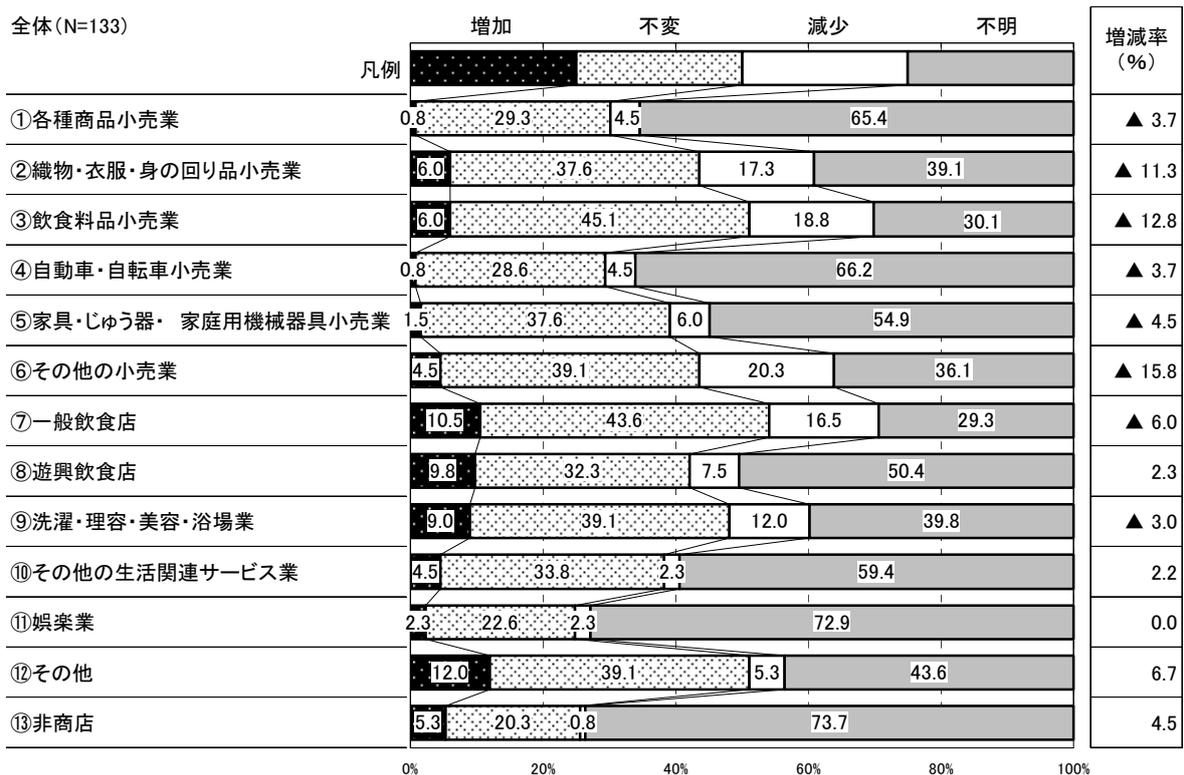
	全体(N=133)			タイプ別												
	総店数	平均店数	構成比	近隣型(n=74)			地域型(n=34)			広域型(n=18)			超広域型(n=7)			
				総店数	平均店数	構成比	総店数	平均店数	構成比	総店数	平均店数	構成比	総店数	平均店数	構成比	
小売業	①各種商品小売業	59	0.5	1.4	32	0.5	1.7	20	0.6	1.7	7	0.5	0.8	0	0.0	0.0
	②織物・衣服・身の回り品小売業	752	6.4	18.2	143	2.2	7.5	137	4.3	11.7	328	23.4	39.3	144	24.0	59.3
	③飲食料品小売業	703	6.0	17.0	376	5.8	19.8	164	5.1	14.1	143	10.2	17.1	20	3.3	8.2
	④自動車・自転車小売業	50	0.4	1.2	36	0.6	1.9	13	0.4	1.1	1	0.1	0.1	0	0.0	0.0
	⑤家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	144	1.2	3.5	74	1.1	3.9	34	1.1	2.9	32	2.3	3.8	4	0.7	1.7
	⑥その他の小売業	562	4.8	13.6	244	3.8	12.8	215	6.7	18.4	86	6.1	10.3	17	2.8	7.0
飲食店	⑦一般飲食店	566	4.8	13.7	227	3.5	11.9	153	4.8	13.1	150	10.7	18.0	36	6.0	14.8
	⑧遊興飲食店	275	2.4	6.6	172	2.7	9.1	83	2.6	7.1	19	1.4	2.3	1	0.2	0.4
サービス業	⑨洗濯・美容・美容・浴場業	296	2.5	7.1	171	2.6	9.0	96	3.0	8.2	21	1.5	2.5	8	1.3	3.3
	⑩その他の生活関連サービス業	101	0.9	2.4	38	0.6	2.0	44	1.4	3.8	15	1.1	1.8	4	0.7	1.7
	⑪娯楽業	43	0.4	1.0	15	0.2	0.8	21	0.7	1.8	7	0.5	0.8	0	0.0	0.0
	⑫その他	424	3.6	10.2	264	4.1	13.9	128	4.0	11.0	23	1.6	2.7	9	1.5	3.7
	小計	3,975	34.0	95.9	1,792	27.6	94.3	1,108	34.6	95.0	832	59.4	99.6	243	40.5	100.0
	⑬非商店	169	1.4	4.1	108	1.7	5.7	58	1.8	5.0	3	0.2	0.4	0	0.0	0.0
	合計	4,144	35.4	100.0	1,900	29.2	100.0	1,166	36.4	100.0	835	59.6	100.0	243	40.5	100.0

※小計および合計は、小数点2位四捨五入の関係で、それぞれの項目の計と一致しないことがある。

(2) 店舗数の変化

- ・店舗数の3年前との変化をみると、減少率が最も大きいのは「⑥その他の小売業」(▲15.8%)で、「③飲食料品小売業」(▲12.8%)、「②織物・衣服・身の回り品小売業」(▲11.3%)とつづき、増加率の大きいのは「その他」(6.7%)等となっている。
- ・商店街タイプ別にみると「近隣型」で減少率が最も大きいのは「③飲食料品小売業」(▲20.3%)で「⑥その他の小売業」(▲17.5%)、「②織物・衣服・身の回り品小売業」(▲12.2%)とつづき、増加率の大きいのは「その他」(12.2%)等となっている。「地域型」で減少率が最も大きいのは「②織物・衣服・身の回り品小売業」(▲32.4%)で「⑥その他の小売業」(▲20.6%)とつづき、増加率の最も大きいのは「⑬非商店」(8.8%)となっている。
- ・一方で「広域型」では、増加率が最も大きいのは「②織物・衣服・身の回り品小売業」(27.7%)で、「③飲食料品小売業」(22.2%)とつづき、減少率が最も大きいのは、「⑦一般飲食店」(▲11.1%)等となっている。次いで「超広域型」で、増加率が大きいのは「⑦一般飲食店」(14.3%)となっており、減少率が大きいのは「⑨洗濯・理容・美容・浴場業」(▲14.3%)及び、「⑩その他の生活関連サービス業」(▲14.3%)となっている。

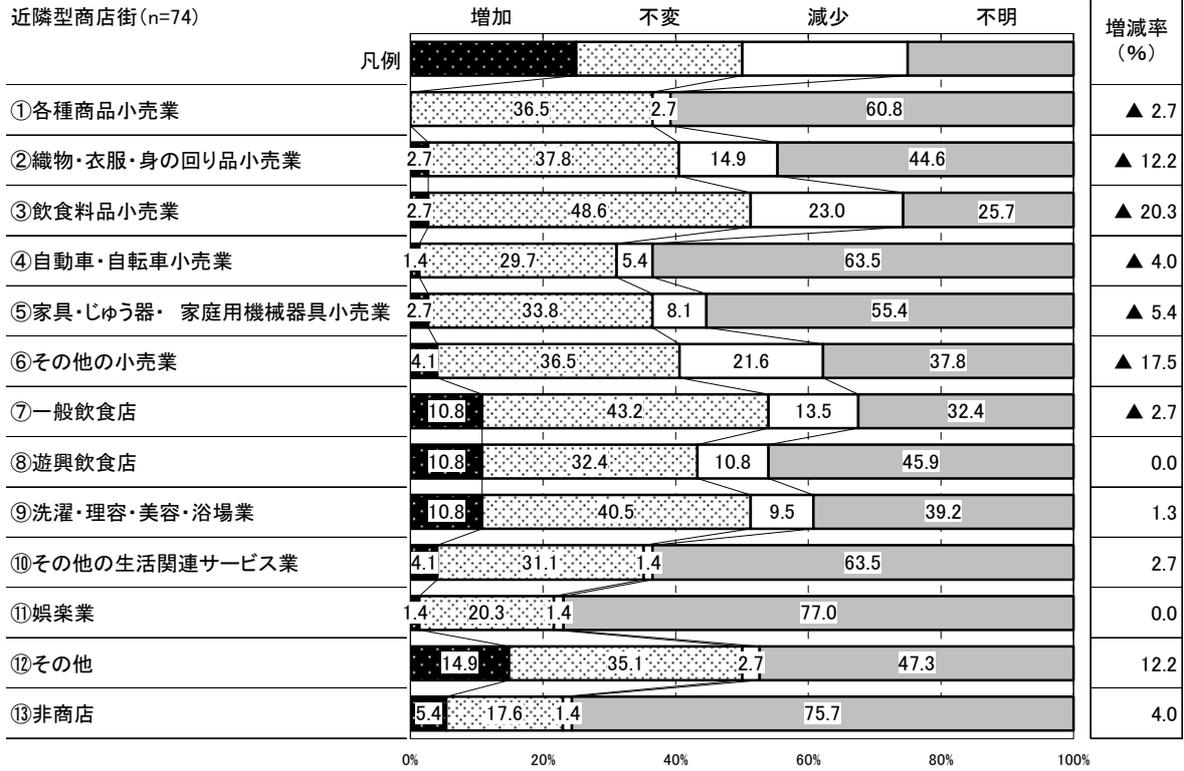
3年前の店舗数の変化(問19B)



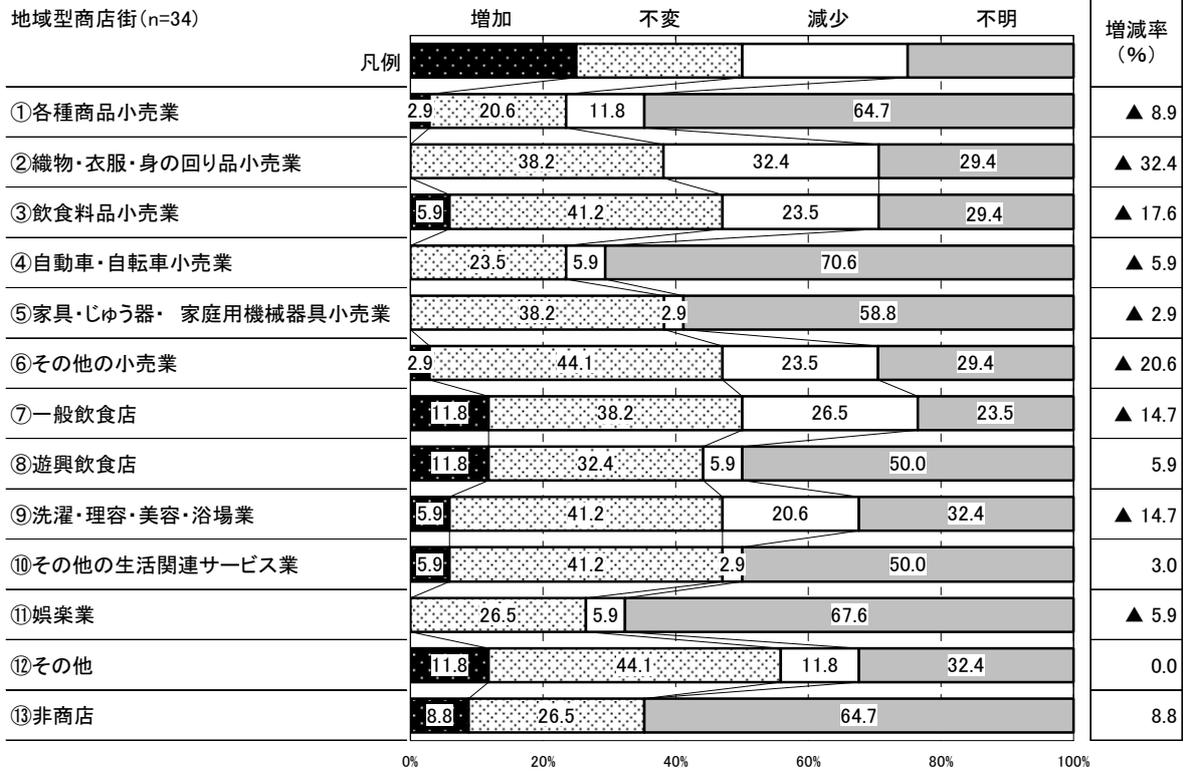
(注) 増減率 = (「増加」の回答率) - (「減少」の回答率)

店舗数の変化（問 19B）

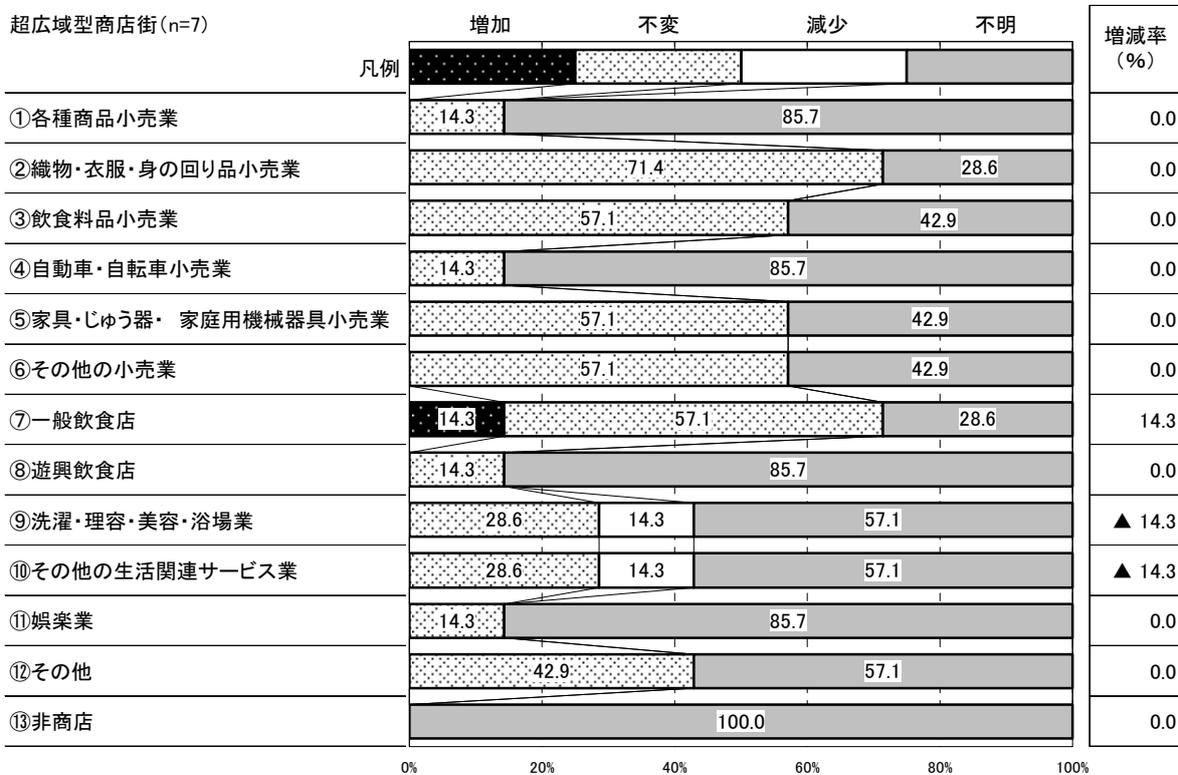
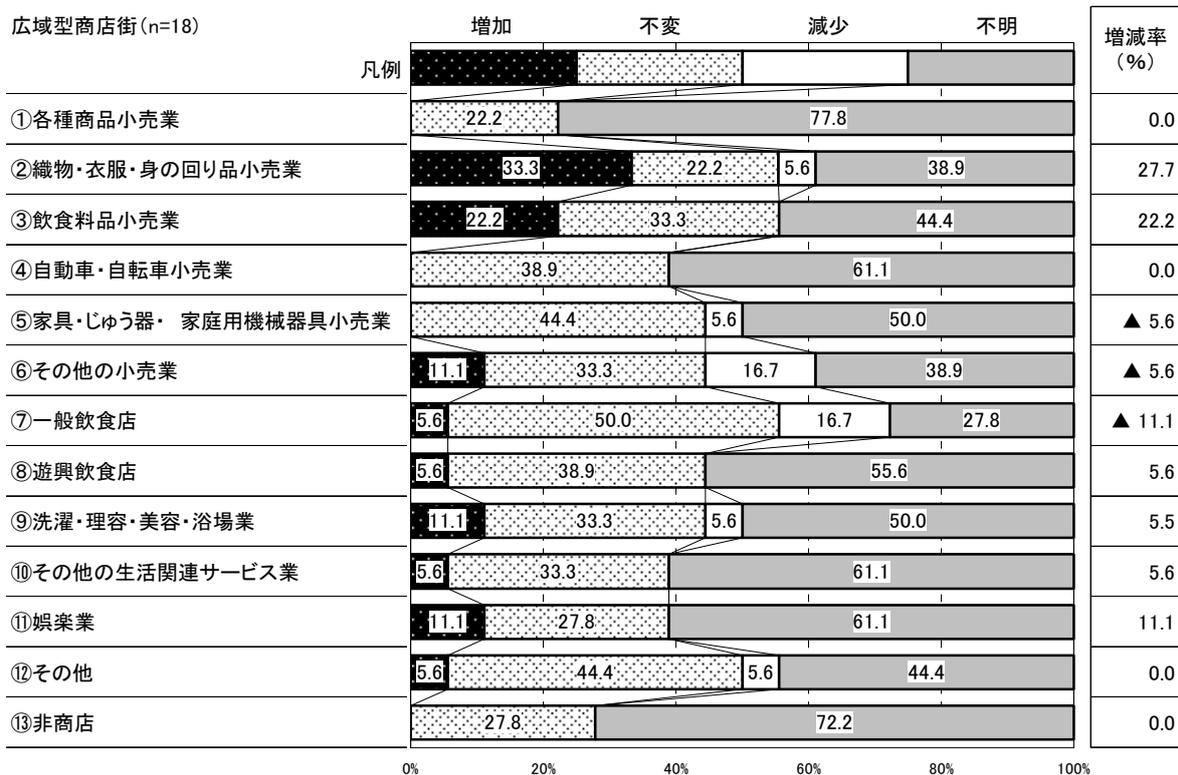
近隣型商店街 (n=74)



地域型商店街 (n=34)



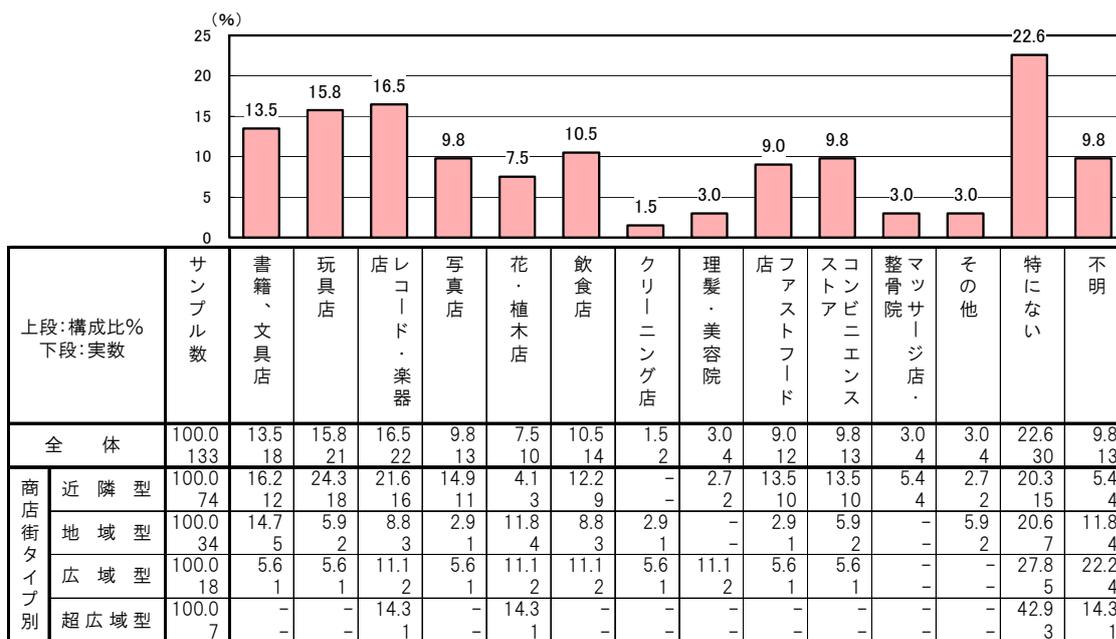
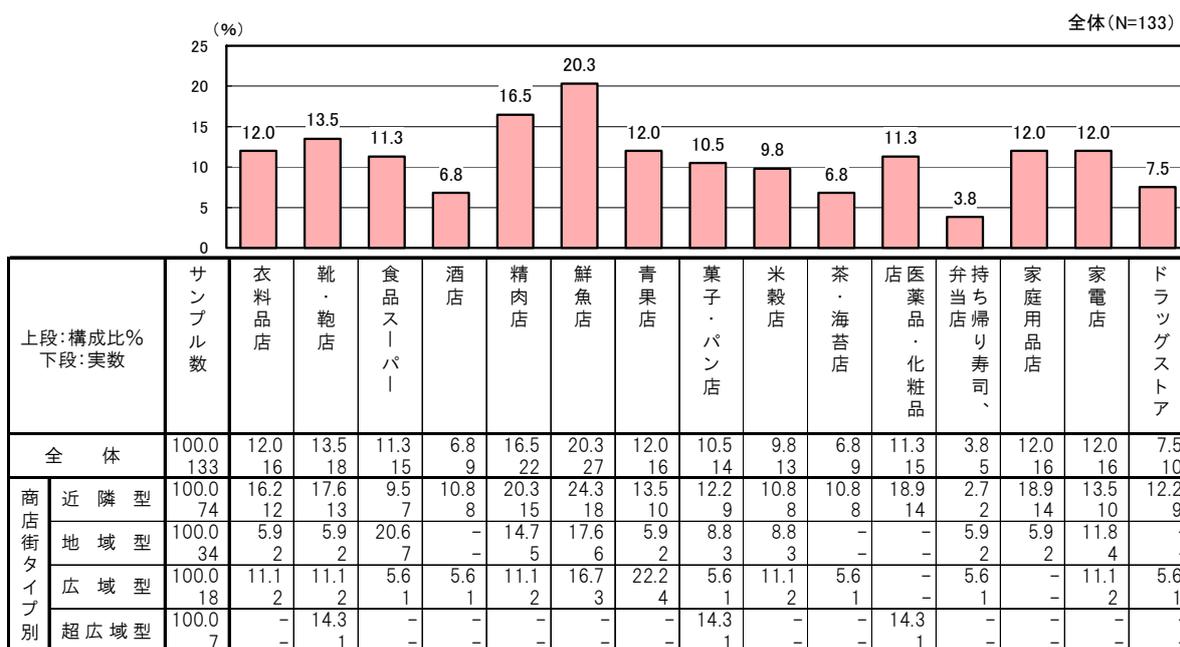
店舗数の変化（問 19B）



2. 不足業種

- ・商店街が不足していると考えている業種については「鮮魚店」(20.3%)が最も多く、次いで「精肉店」(16.5%)及び「レコード・楽器店」(16.5%)、「玩具店」(15.8%)となっている。
- ・商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「鮮魚店」(24.3%)及び「玩具店」(24.3%)が最も多く、「レコード・楽器店」(21.6%)、「精肉店」(20.3%)、「医薬品・化粧品店」(18.9%)、「家庭用品店」(18.9%)とつづく。「地域型」では「食品スーパー」(20.6%)が最も多く、次いで「鮮魚店」(17.6%)、「精肉店」(14.7%)及び「書籍、文具店」(14.7%)となっている。「広域型」では「青果店」(22.2%)が最も多く、次いで「鮮魚店」(16.7%)となっている。

不足業種(問22)



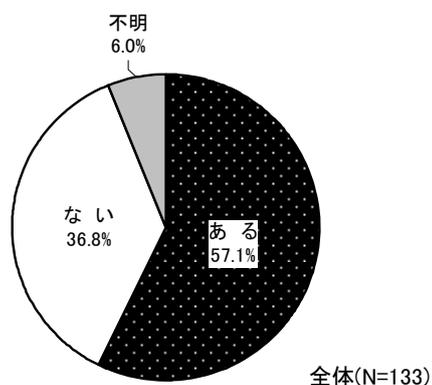
その他の内容

- ・DIY店
- ・カフェ(スターバックス)
- ・若者向けのカフェ
- ・映画館

3. チェーン店の状況

- ・チェーン店の有無について「ある」は57.1%で6割弱を占める。
- ・商店街タイプ別にみると、いずれのタイプでも、チェーン店がある商店街が半数を超えており、商店街タイプの「近隣型」が「超広域型」へと変化するにつれて割合が高くなっている。
- ・会員店舗数別にみると、「19店以下」は42.2%と半数に満たないが、20店を超えると半数以上を占めており、「80店以上」は100%と全体を占める。
- ・商店街におけるチェーン店の店舗数の平均をみると、10.0店である。商店街タイプ別にみると、「広域型」(35.8店)で最も高くなっており、他のタイプは5～6店と低くなっている。
- ・会員店舗数別にみると、「80店以上」(38.4店)で最も高くなっており、59店以下では1桁台と低くなっている。
- ・商店街の会員となっているチェーン店の会員店舗数の平均は、9.1店である。

商店街におけるチェーン店の有無 (問20)



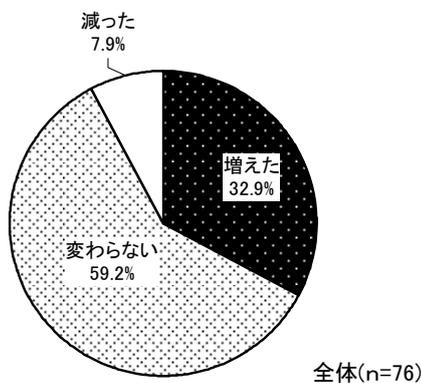
商店街におけるチェーン店舗数等の平均 (問21①)

単位:店	商店街におけるチェーン店舗数の平均	チェーン店全体の店舗数	
		うち、会員店舗数の平均	店舗数
全体(n=76)	10.0	9.1	2.7
商店街タイプ別	近隣型	5.0	2.6
	地域型	6.7	1.7
	広域型	35.8	4.6
	超広域型	5.6	1.0
会員店舗数別	19店以下	3.5	1.9
	20店～39店	6.3	1.7
	40店～59店	4.2	2.3
	60店～79店	11.3	2.2
	80店以上	38.4	5.6
	不明	3.3	3.0

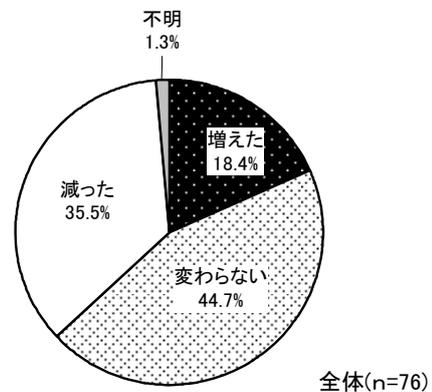
	サ ン プ ル 数	あ る	な い	不 明	
					上段:構成比%
全 体	100.0 133	57.1 76	36.8 49	6.0 8	
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	51.4 38	43.2 32	5.4 4
	地 域 型	100.0 34	55.9 19	41.2 14	2.9 1
	広 域 型	100.0 18	72.2 13	16.7 3	11.1 2
	超 広 域 型	100.0 7	85.7 6	- -	14.3 1
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	42.2 19	57.8 26	- -
	20 店 ～ 39 店	100.0 35	71.4 25	25.7 9	2.9 1
	40 店 ～ 59 店	100.0 16	56.3 9	43.8 7	- -
	60 店 ～ 79 店	100.0 12	75.0 9	25.0 3	- -
	80 店 以 上	100.0 9	100.0 9	- -	- -
	不 明	100.0 16	31.3 5	25.0 4	43.8 7

- ・商店街区内にチェーン店が増えた商店街は、32.9%である。
- ・商店街タイプ別にみると、「近隣型」(28.9%)と「地域型」(31.6%)では、「増えた」は3割程度となっている。一方で「広域型」では53.8%と半数を超えている。また、「広域型」と「超広域型」では「減った」に回答がみられない。
- ・会員店舗数別にみると、「増えた」は60店以上では44.4%又は66.7%となっており、59店舗以下では、22.2%~36.8%と、会員店舗数の多いところで「増えた」が多くなっている。
- ・テナント店が増えた商店街は、18.4%である。
- ・商店街タイプ別にみると、「広域型」が38.5%、「近隣型」が21.1%となっている。
- ・会員店舗数別にみると、60店以上で33.3%となっており、19店以下では10.5%と会員店舗数が減少すれば少なくなっている。

チェーン店舗数の増減(問21②)



テナント店舗数の増減(問21③)



上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	増えた	変わらない	減った
全体		100.0 76	32.9 25	59.2 45	7.9 6
商店街タイプ別	近隣型	100.0 38	28.9 11	68.4 26	2.6 1
	地域型	100.0 19	31.6 6	42.1 8	26.3 5
	広域型	100.0 13	53.8 7	46.2 6	- -
	超広域型	100.0 6	16.7 1	83.3 5	- -
会員店舗数別	19店以下	100.0 19	36.8 7	57.9 11	5.3 1
	20店~39店	100.0 25	24.0 6	64.0 16	12.0 3
	40店~59店	100.0 9	22.2 2	66.7 6	11.1 1
	60店~79店	100.0 9	66.7 6	22.2 2	11.1 1
	80店以上	100.0 9	44.4 4	55.6 5	- -
	不明	100.0 5	- -	100.0 5	- -

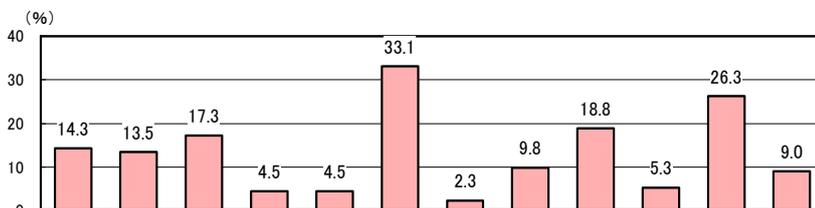
上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	増えた	変わらない	減った	不明
全体		100.0 76	18.4 14	44.7 34	35.5 27	1.3 1
商店街タイプ別	近隣型	100.0 38	21.1 8	36.8 14	39.5 15	2.6 1
	地域型	100.0 19	5.3 1	52.6 10	42.1 8	- -
	広域型	100.0 13	38.5 5	46.2 6	15.4 2	- -
	超広域型	100.0 6	- -	66.7 4	33.3 2	- -
会員店舗数別	19店以下	100.0 19	10.5 2	52.6 10	36.8 7	- -
	20店~39店	100.0 25	16.0 4	44.0 11	36.0 9	4.0 1
	40店~59店	100.0 9	22.2 2	55.6 5	22.2 2	- -
	60店~79店	100.0 9	33.3 3	11.1 1	55.6 5	- -
	80店以上	100.0 9	33.3 3	55.6 5	11.1 1	- -
	不明	100.0 5	- -	40.0 2	60.0 3	- -

4. 集客核の状況

(1) 集客に大きく寄与している店舗や施設

- ・商店街が集客に寄与していると考えられる店舗については、「スーパー」が最も高く 33.1%となっている。
- ・商店街タイプ別でみると、「近隣型」(35.1%)と「地域型」(44.1%)で「スーパー」が最も多く、次いで生鮮三品や飲食店が多くなっている。一方で、「広域型」では「専門店」(33.3%)が最も多くなっている。
- ・商店街が集客に寄与していると考えられる施設については、「駅」(21.1%)が最も多く、「病院」(20.3%)及び「金融機関」(20.3%)とつづき、それぞれ2割を超えている。
- ・商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「学校」(23.0%)、「地域型」では「金融機関」(35.3%)及び「病院」(35.3%)、「広域型」では「駅」(27.8%)が最も多くなっている。

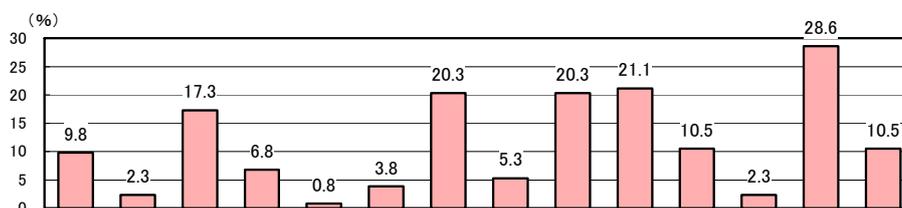
集客に寄与している店舗 (問 23A)



上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	精肉店	鮮魚店	青果店	ステイタスカウンター	ストアコンビニエンス	スーパー	百貨店	専門店	飲食店	その他	なし	不明	
		全体	100.0 133	14.3 19	13.5 18	17.3 23	4.5 6	4.5 6	33.1 44	2.3 3	9.8 13	18.8 25	5.3 7	26.3 35
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	17.6 13	18.9 14	23.0 17	5.4 4	5.4 4	35.1 26	- -	4.1 3	18.9 14	4.1 3	24.3 18	9.5 7
	地域型	100.0 34	17.6 6	8.8 3	14.7 5	5.9 2	2.9 1	44.1 15	2.9 1	8.8 3	17.6 6	5.9 2	26.5 9	2.9 1
	広域型	100.0 18	- -	5.6 1	5.6 1	- -	- -	16.7 3	5.6 1	33.3 6	22.2 4	5.6 1	38.9 7	11.1 2
	超広域型	100.0 7	- -	- -	- -	- -	14.3 1	- -	14.3 1	14.3 1	14.3 1	14.3 1	14.3 1	28.6 2

その他の内容
・ 100円ショップ
・ カラオケ・パチンコ・ゲームセンター (いずれも非会員)
・ 業務用食材店
・ 歯科医院、タバコ屋
・ パン店
・ 土産品店
・ 理容室、美容室、化粧品

集客に寄与している施設 (問 23B)



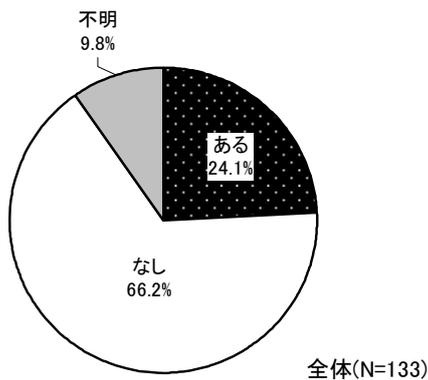
上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	公園	図書館	学校	地域のコミュニティ	映画館	劇場	金融機関	役所・官庁	病院	駅	大規模団地	その他	なし	不明	
		全体	100.0 133	9.8 13	2.3 3	17.3 23	6.8 9	0.8 1	3.8 5	20.3 27	5.3 7	20.3 27	21.1 28	10.5 14	2.3 3	28.6 38
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	13.5 10	4.1 3	23.0 17	8.1 6	- -	4.1 3	16.2 12	5.4 4	18.9 14	18.9 14	16.2 12	1.4 1	32.4 24	8.1 6
	地域型	100.0 34	8.8 3	- -	17.6 6	5.9 2	- -	2.9 1	35.3 12	2.9 1	35.3 12	23.5 8	2.9 1	- -	17.6 6	11.8 4
	広域型	100.0 18	- -	- -	- -	5.6 1	- -	- -	5.6 1	11.1 2	5.6 1	27.8 5	5.6 1	5.6 1	38.9 7	16.7 3
	超広域型	100.0 7	- -	- -	- -	- -	14.3 1	14.3 1	28.6 2	- -	- -	14.3 1	- -	14.3 1	14.3 1	14.3 1

その他の内容
・ カルチャー教室
・ 空港ターミナルビル

(2) 観光名所・旧跡の状況

- ・観光名所・旧跡の有無について、「ある」は24.1%である。
- ・観光名所・旧跡として回答があったのは「櫛田神社」(3件)で、次いで「香椎宮」、「勝鷹水神」、「高取焼窯元(味楽窯)」、「高宮八幡宮」、「紅葉八幡宮」などとなっている。
- ・観光名所・旧跡が「ある」と回答した商店街で、§6の商店街の活動と運営の「地域活動」を実施しているのは78.1%で、「なし」と回答した商店街で「地域活動」を実施している59.1%に比べて、約2割多くなっている。

観光名所・旧跡の有無(問23C)



観光名所・旧跡(問23C)

観光名所・旧跡	件数
・ 櫛田神社	3
・ 香椎宮	2
・ 勝鷹水神	2
・ 高取焼窯元(味楽窯)	2
・ 高宮八幡宮	2
・ 紅葉八幡宮	2
・ アサヒビール博多工場	1
・ 海の中道公園	1
・ 大圓寺	1
・ 香椎花園	1
・ 雁ノ巣レクリエーションセンター	1
・ キャナルシティ博多	1
・ 旧甘棠館跡(現在劇場、教室)	1
・ 古墳	1
・ 猿田彦神社	1
・ 志賀島	1
・ 地元の天神様	1
・ 住吉神社	1
・ せせらぎ河童	1
・ 崇福寺	1
・ 高宮自然遊歩道	1
・ 探題塚	1
・ 常光寺	1
・ 展望所	1
・ 十日えびす神社	1
・ 徳栄寺	1
・ 友泉亭	1
・ 名島城	1
・ 西学問所跡(甘棠館劇場)	1
・ 西公園	1
・ 野芥駆櫛田神社	1
・ 野村望東尼山荘邸	1
・ 博多座	1
・ 箱崎宮	1
・ 東公園	1
・ 福岡城跡	1
・ マリンワールド	1
・ 丸隈山古墳	1
・ 宮崎安貞書院・碑	1
・ 最上稻荷	1
・ 森八兵衛地蔵	1
・ 緑地地蔵さん	1
計	49

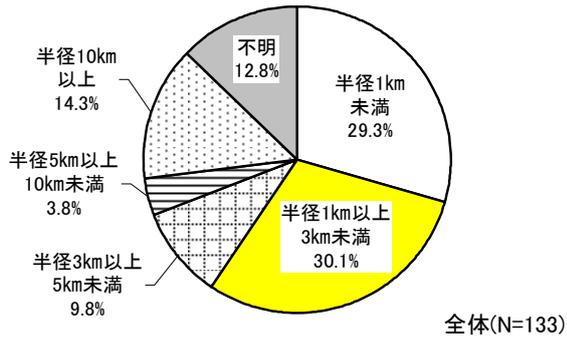
事業実施状況(問42A)

上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	地域活動	
		実施あり	実施なし
全 体	100.0 133	60.9 81	39.1 52
旧跡の 観光名所・ 有無別	あ る	100.0 32	78.1 25
	な し	100.0 88	59.1 52
	不明	100.0 13	30.8 4

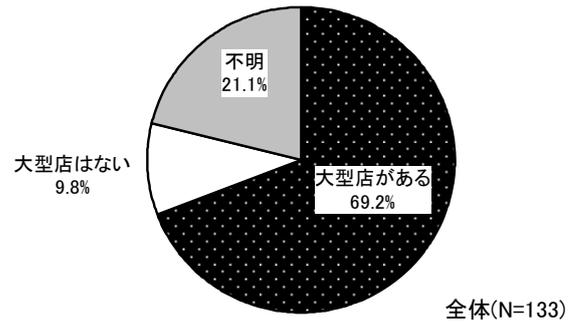
§ 3 商圈と大型店の影響

- ・ 商店街の商圈の範囲は、半径 3 km 未満が 6 割近くを占める。
- ・ 商圈内に大型店がある商店街は、69.2%と 7 割近くを占める。
- ・ 大型店が商店街団体へ加入している、商店街は 30.4%となっている。
- ・ 大型店と共同事業を実施している商店街は、26.1%となっている。

商圈の範囲（問 24）

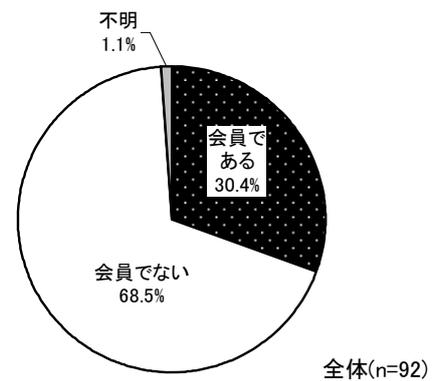


商圈における大型店の有無（問 26A）

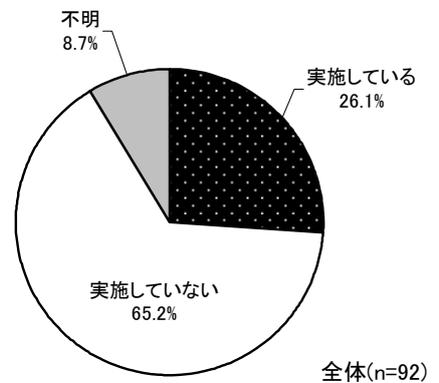


上段:構成比 下段:実数		サン プル 数	半 径 1 km 未 満	半 径 1 3 km 以 上 未 満	半 径 3 5 km 以 上 未 満	半 径 5 10 km 以 上 未 満	半 径 10 km 以 上	不 明
全 体		100.0 133	29.3 39	30.1 40	9.8 13	3.8 5	14.3 19	12.8 17
商店街 タイプ 別	近 隣 型	100.0 74	47.3 35	33.8 25	5.4 4	1.4 1	-	12.2 9
	地 域 型	100.0 34	11.8 4	41.2 14	17.6 6	5.9 2	8.8 3	14.7 5
	広 域 型	100.0 18	-	5.6 1	16.7 3	11.1 2	50.0 9	16.7 3
	超 広 域 型	100.0 7	-	-	-	-	100.0 7	-

大型店の商店街団体への加入の有無（問 26B）

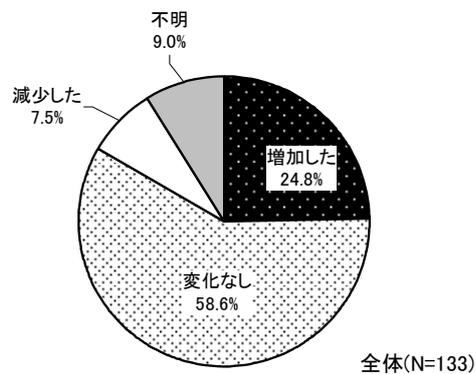


大型店との共同事業の実施の有無（問 26C）



- ・ 3年前と比べた商圈内の大型店の数の増減については、「変化なし」と回答した商店街は58.6%と6割弱である。次いで「増加した」と回答した商店街は24.8%、「減少した」と回答した商店街は7.5%である。
- ・ 大型店が「増加した」と回答した商店街について、来街客数が「減少した」と回答した商店街は72.7%を占め、「増加した」と回答した商店街は0.0%となっている。同様に、売上げが「減少した」と回答した商店街は84.8%を占め、「増加した」と回答した商店街は3.0%となっている。
- ・ 大型店が「減少した」と回答した商店街について、来街客数が「減少した」と回答した商店街は90.0%、「増加した」と回答した商店街は10.0%となっている。同様に、売上げが「減少した」と回答した商店街は100.0%を占め、「増加した」と回答した商店街は0.0%となっている。

3年前と比べた大型店数の増減（問27）



大型店による来街客数への影響（問28①）

上段：構成比% 下段：実数		サン プル 数	増 加 し た	変 化 な し	減 少 し た	不 明
全 体		100.0 43	2.3 1	18.6 8	76.7 33	2.3 1
3年前と比較 した商圈内の 大型店の数 の変化別	増 加 した	100.0 33	- -	24.2 8	72.7 24	3.0 1
	変 化 な し	- -	- -	- -	- -	- -
	減 少 した	100.0 10	10.0 1	- -	90.0 9	- -

大型店による売上げへの影響（問28②）

上段：構成比% 下段：実数		サン プル 数	増 加 し た	変 化 な し	減 少 し た	不 明
全 体		100.0 43	2.3 1	7.0 3	88.4 38	2.3 1
3年前と比較 した商圈内の 大型店の数 の変化別	増 加 した	100.0 33	3.0 1	9.1 3	84.8 28	3.0 1
	変 化 な し	- -	- -	- -	- -	- -
	減 少 した	100.0 10	- -	- -	100.0 10	- -

§ 4 来街者の状況と景況

1. 来街者の性・年代別割合

- ・来街者の年代別構成の平均をみると、「近隣型」(38.5%)と「地域型」(33.3%)は60代以上が最も高く、年齢層が上がるにつれてその割合も高くなっている。また、「広域型」は「40～59歳」が最も高く、33.3%となっており、「超広域型」は、「20～39歳」が最も高く、38.8%となっている。
- ・性・年代別にみると、全体的に男性(36.9%)よりも女性(63.1%)が多くなっている。

来街者の性・年代別構成の平均(問29①)

単位:%	全体 (N=133)	タイプ別				
		近隣型 (n=74)	地域型 (n=34)	広域型 (n=18)	超広域型 (n=7)	
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	
年 齢 別	20歳未満	9.4	7.9	12.0	8.8	15.5
	20～39歳	22.1	18.8	22.2	33.0	38.8
	40～59歳	33.7	34.8	32.5	33.3	26.3
	60歳以上	34.8	38.5	33.3	24.9	19.5
性 ・ 年 齢 別	男 性 計	36.9	39.3	33.6	33.8	35.0
	20歳未満	3.7	3.5	4.0	3.3	6.3
	20～39歳	8.4	8.0	7.5	11.5	12.3
	40～59歳	12.3	13.9	9.6	11.7	8.7
	60歳以上	12.6	14.1	12.4	7.3	7.7
	女 性 計	63.1	60.8	66.4	66.3	65.0
	20歳未満	5.7	4.4	8.0	5.4	11.0
	20～39歳	13.4	10.3	14.7	21.5	24.3
40～59歳	21.6	21.6	22.2	21.8	14.7	
60歳以上	22.6	24.6	21.6	17.6	15.0	

※合計は、小数点2位四捨五入の関係で、それぞれの項目の計と一致しないことがある。

2. 来街手段の割合

- ・来街手段の平均をみると、「徒歩」が41.6%と最も多くなっている。
- ・タイプ別にみると、「近隣型」(45.6%)と「地域型」(47.4%)では「徒歩」が最も高く4割を超えている。一方、「広域型」(57.9%)と「超広域型」(63.8%)では「バス・電車」が最も高く5割を超えている。

来街者の来街手段別構成比の平均(問29②)

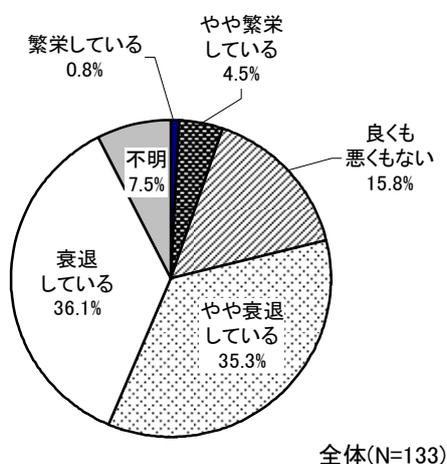
単位:%	全体 (N=133)	タイプ別			
		近隣型 (n=74)	地域型 (n=34)	広域型 (n=18)	超広域型 (n=7)
全 体	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
徒 歩	41.6	45.6	47.4	16.3	14.5
自 転 車	21.6	25.4	19.3	11.6	5.5
バ ス ・ 電 車	20.2	10.6	19.4	57.9	63.8
自 動 車 ・ バ イ ク	16.9	18.8	13.9	14.3	16.3

※合計は、小数点2位四捨五入の関係で、それぞれの項目の計と一致しないことがある。

3. 現在の景況

- ・商店街が考える現在の景況については、「衰退している」(36.1%)、「やや衰退している」(35.3%)の順となっており、合計で7割強を占めている。一方で「繁栄している」(0.8%)と「やや繁栄している」(4.5%)を合わせても1割弱となっている。
- ・商店街タイプ別にみると、規模が小さくなるにつれて「衰退している」の割合が高くなっている。会員店舗数別にみると、39店以下の商店街で「衰退している」の割合が4割以上を占める。
- ・§6商店街の活動と運営の地域活動有無別にみると、「衰退している」では、「実施あり」(30.9%)よりも「実施なし」(44.2%)の割合が高くなっている。
- ・同様にソフト事業有無別にみると、「衰退している」では、「実施あり」(25.8%)よりも「実施なし」(46.3%)の割合が高くなっている。

現在の景況（問30）



全体(N=133)

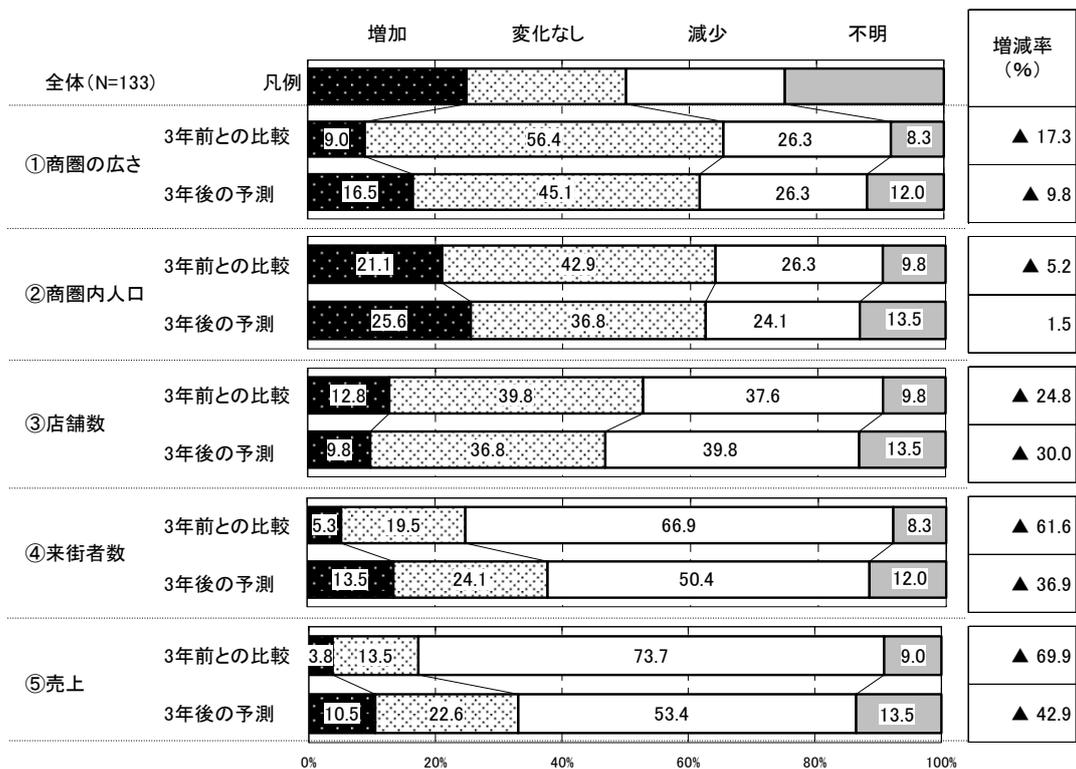
		サ ン プ ル 数	繁 栄 し て い る	や や 繁 栄 し て い る	良 く も 悪 く も な い	や や 衰 退 し て い る	衰 退 し て い る	不 明
上段：構成比% 下段：実数								
全 体		100.0 133	0.8 1	4.5 6	15.8 21	35.3 47	36.1 48	7.5 10
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	- -	4.1 3	13.5 10	29.7 22	47.3 35	5.4 4
	地 域 型	100.0 34	2.9 1	- -	20.6 7	41.2 14	29.4 10	5.9 2
	広 域 型	100.0 18	- -	16.7 3	22.2 4	33.3 6	16.7 3	11.1 2
	超 広 域 型	100.0 7	- -	- -	- -	71.4 5	- -	28.6 2
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	2.2 1	6.7 3	13.3 6	37.8 17	40.0 18	- -
	20 店 ~ 39 店	100.0 35	- -	- -	17.1 6	31.4 11	45.7 16	5.7 2
	40 店 ~ 59 店	100.0 16	- -	- -	18.8 3	43.8 7	37.5 6	- -
	60 店 ~ 79 店	100.0 12	- -	8.3 1	16.7 2	50.0 6	25.0 3	- -
	80 店 以 上	100.0 9	- -	11.1 1	33.3 3	44.4 4	- -	11.1 1
	不 明	100.0 16	- -	6.3 1	6.3 1	12.5 2	31.3 5	43.8 7
地域活動有無別	実 施 あ り	100.0 81	1.2 1	6.2 5	18.5 15	40.7 33	30.9 25	2.5 2
	実 施 な し	100.0 52	- -	1.9 1	11.5 6	26.9 14	44.2 23	15.4 8
業ソフト有無別	実 施 あ り	100.0 66	1.5 1	7.6 5	19.7 13	43.9 29	25.8 17	1.5 1
	実 施 な し	100.0 67	- -	1.5 1	11.9 8	26.9 18	46.3 31	13.4 9

※「地域活動有無別」については問 42③~⑩において1つでも「実施中」と回答した場合は「実施あり」、「ソフト事業有無別」については問 42⑪~⑳において1つでも「実施中」と回答した場合は「実施あり」とした。

4. 商店街の「商圈の広さ」等に関する3年前と現在の比較及び3年後の予測

・商店街の「①商圈の広さ」等に関する3年前と現在の比較及び3年後の予測の増減率を見ると、プラスの数値が出ているのは「②商圈内人口」の3年後の予測（1.5%）のみであるが、「③店舗数」では、「3年前との比較」より「3年後の予測」の割合が低くなっている。

商店街の「商圈の広さ」等に関する3年前と現在の比較及び3年後の予測（問31）



(注) 増減率 = (「増加」の回答率) - (「減少」の回答率)

商店街の「商圈の広さ」等に関する3年後の予測（問31）
 （地域活動、ソフト事業、イベント事業の実施の有無）

	サンプル数	①商圈の広さ				②商圈内人口				③店舗数				
		増加	変化なし	減少	不明	増加	変化なし	減少	不明	増加	変化なし	減少	不明	
全体	100.0 133	16.5 22	45.1 60	26.3 35	12.0 16	25.6 34	36.8 49	24.1 32	13.5 18	9.8 13	36.8 49	39.8 53	13.5 18	
地域活動 有無別	実施あり	100.0 81	22.2 18	50.6 41	22.2 18	4.9 4	33.3 27	38.3 31	22.2 18	6.2 5	13.6 11	44.4 36	37.0 30	4.9 4
	実施なし	100.0 52	7.7 4	36.5 19	32.7 17	23.1 12	13.5 7	34.6 18	26.9 14	25.0 13	3.8 2	25.0 13	44.2 23	26.9 14
ソフト事業 有無別	実施あり	100.0 66	28.8 19	53.0 35	15.2 10	3.0 2	37.9 25	42.4 28	15.2 10	4.5 3	16.7 11	53.0 35	25.8 17	4.5 3
	実施なし	100.0 67	4.5 3	37.3 25	37.3 25	20.9 14	13.4 9	31.3 21	32.8 22	22.4 15	3.0 2	20.9 14	53.7 36	22.4 15
イベント事業 実施有無別	実施した	100.0 75	22.7 17	50.7 38	22.7 17	4.0 3	34.7 26	37.3 28	21.3 16	6.7 5	12.0 9	44.0 33	37.3 28	6.7 5
	実施していない	100.0 44	11.4 5	40.9 18	38.6 17	9.1 4	18.2 8	40.9 18	31.8 14	9.1 4	9.1 4	34.1 15	47.7 21	9.1 4
不明	100.0 14	- -	28.6 4	7.1 1	64.3 9	- -	21.4 3	14.3 2	64.3 9	- -	7.1 1	28.6 4	64.3 9	

	サンプル数	④来街者数				⑤売上				
		増加	変化なし	減少	不明	増加	変化なし	減少	不明	
全体	100.0 133	13.5 18	24.1 32	50.4 67	12.0 16	10.5 14	22.6 30	53.4 71	13.5 18	
地域活動 有無別	実施あり	100.0 81	18.5 15	28.4 23	49.4 40	3.7 3	13.6 11	28.4 23	51.9 42	6.2 5
	実施なし	100.0 52	5.8 3	17.3 9	51.9 27	25.0 13	5.8 3	13.5 7	55.8 29	25.0 13
ソフト事業 有無別	実施あり	100.0 66	24.2 16	30.3 20	42.4 28	3.0 2	18.2 12	31.8 21	43.9 29	6.1 4
	実施なし	100.0 67	3.0 2	17.9 12	58.2 39	20.9 14	3.0 2	13.4 9	62.7 42	20.9 14
イベント事業 実施有無別	実施した	100.0 75	21.3 16	26.7 20	46.7 35	5.3 4	16.0 12	28.0 21	48.0 36	8.0 6
	実施していない	100.0 44	4.5 2	25.0 11	63.6 28	6.8 3	4.5 2	18.2 8	70.5 31	6.8 3
不明	100.0 14	- -	7.1 1	28.6 4	64.3 9	- -	7.1 1	28.6 4	64.3 9	

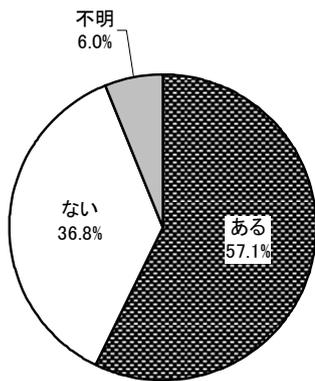
（注）「イベント事業の実施有無」は最近1年間の状況を表す。

§ 5 空き店舗の状況

1. 空き店舗の有無

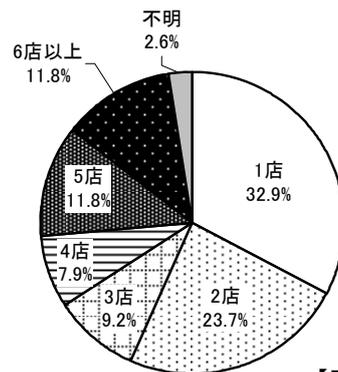
- ・ 空き店舗の有無について、「ある」は57.1%である。
- ・ 商店街タイプ別に「ある」をみると、「近隣型」が60.8%、「地域型」が70.6%と半数を超えており、一方で「広域型」(27.8%)と「超広域型」(28.6%)では3割弱となっている。
- ・ 空き店舗の数について「近隣型」は155店、「地域型」は65店となっており、全体では233店となっている。
- ・ 平均空き店舗数は、「3.2店」である。
- ・ 空き店舗の数は「1店」(32.9%)が最も多く、次いで「2店」(23.7%)となっている。一方で「6店以上」は11.8%と1割程度を占める。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「6店以上」が最も多くなっているのは「近隣型」(15.6%)で、また平均をみても「3.4店」と最も高くなっている。

空き店舗の有無 (問32)



全体(N=133)

空き店舗の数 (問32)



【平均:3.2店】

全体(n=76)

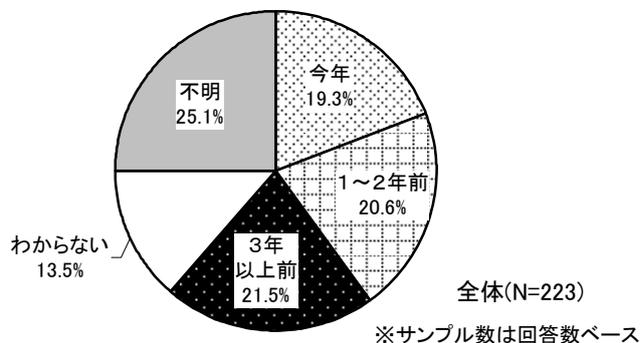
上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	ある	ない	不明
全体		100.0 133	57.1 76	36.8 49	6.0 8
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	60.8 45	33.8 25	5.4 4
	地域型	100.0 34	70.6 24	23.5 8	5.9 2
	広域型	100.0 18	27.8 5	61.1 11	11.1 2
	超広域型	100.0 7	28.6 2	71.4 5	-

上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	1店	2店	3店	4店	5店	6店以上	不明	下段: 平均(店舗数)
全体		100.0 76	32.9 25	23.7 18	9.2 7	7.9 6	11.8 9	11.8 9	2.6 2	233 3.2
商店街タイプ別	近隣型	100.0 45	28.9 13	26.7 12	11.1 5	6.7 3	11.1 5	15.6 7	-	155 3.4
	地域型	100.0 24	37.5 9	20.8 5	4.2 1	12.5 3	12.5 3	8.3 2	4.2 1	65 2.8
	広域型	100.0 5	40.0 2	-	20.0 1	-	20.0 1	-	20.0 1	10 2.5
	超広域型	100.0 2	50.0 1	50.0 1	-	-	-	-	-	3 1.5

2. 空き店舗の概況

(1) 空き店舗となった時期

空き店舗となった時期 (問 33①)

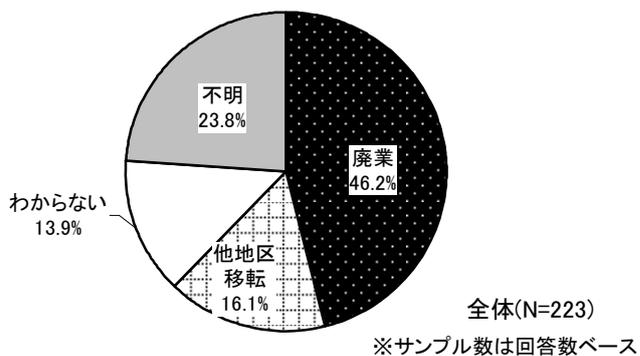


- ・ 空き店舗となった時期については、「3年以上前」(21.5%)、「1~2年前」(20.6%)、「今年」(19.3%)となっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「3年以上前」(20.7%)が、「地域型」では「1~2年前」(27.7%)が最も多く3割程度を占めている。

上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	今年	1~2年前	3年以上前	わからない	不明
全体		100.0 223	19.3 43	20.6 46	21.5 48	13.5 30	25.1 56
商店街タイプ別	近隣型	100.0 145	17.9 26	17.9 26	20.7 30	13.8 20	29.7 43
	地域型	100.0 65	16.9 11	27.7 18	24.6 16	10.8 7	20.0 13
	広域型	100.0 10	40.0 4	10.0 1	20.0 2	30.0 3	-
	超広域型	100.0 3	66.7 2	33.3 1	-	-	-

(2) 閉店の理由

閉店の理由 (問 33②)



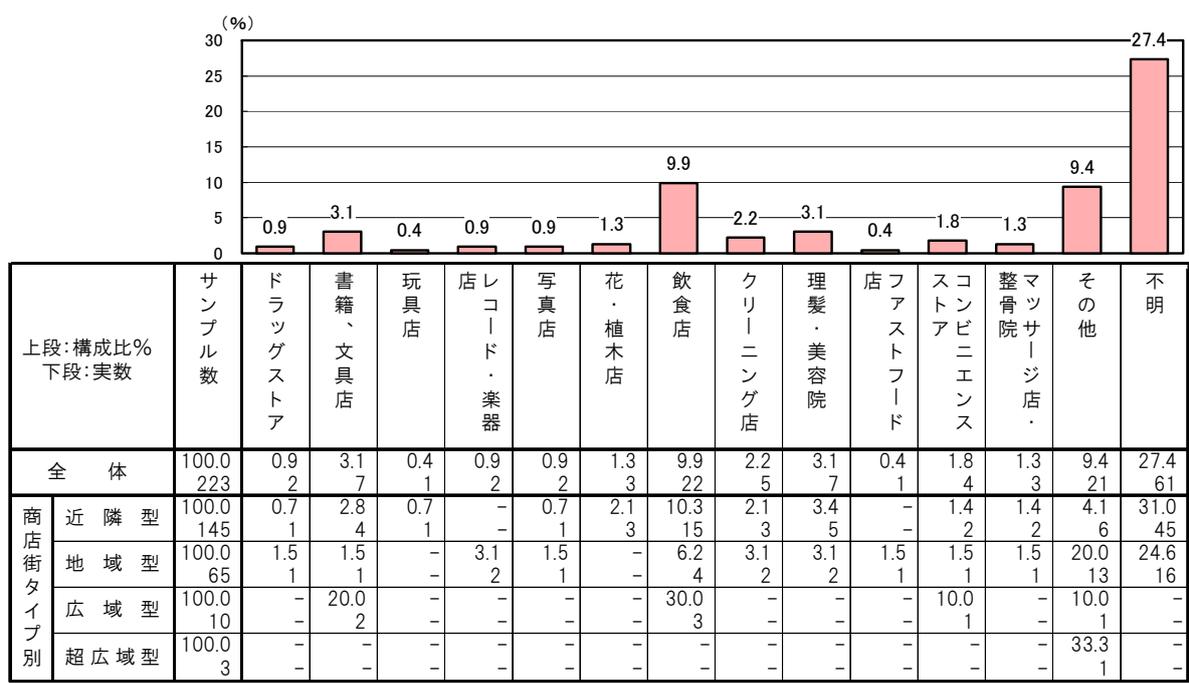
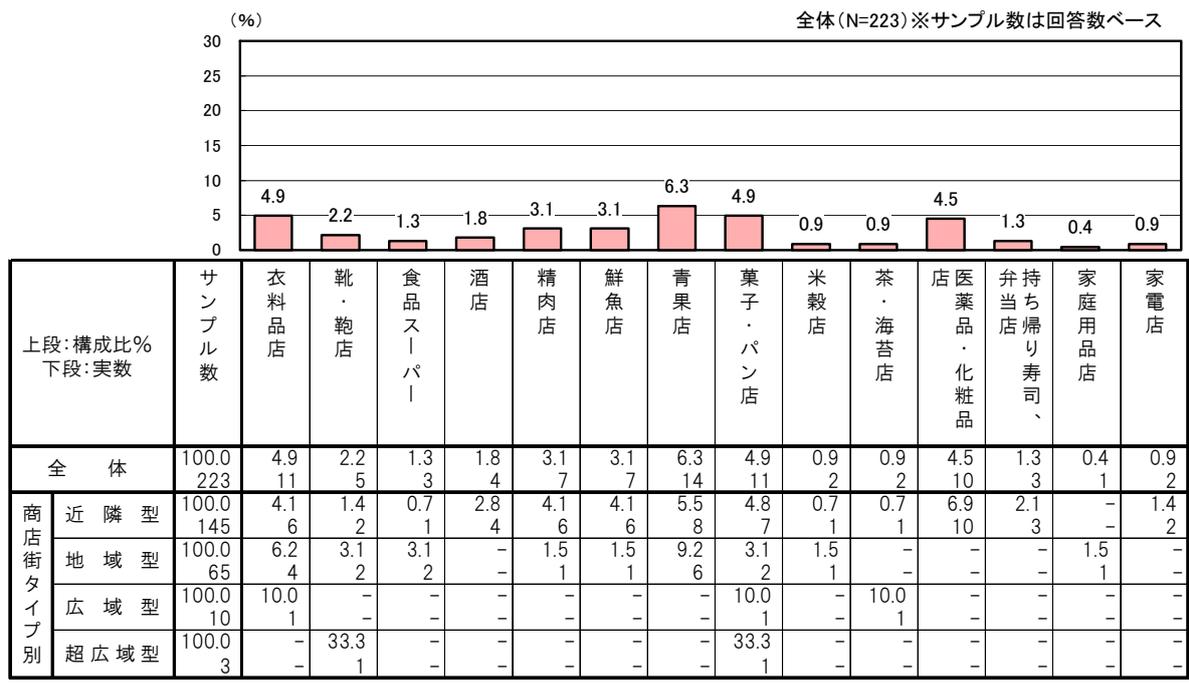
- ・ 閉店の理由については「廃業」(46.2%)が「他地区移転」(16.1%)に比べ多くなっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「超広域型」以外では「廃業」が多く、特に「広域型」で60.0%、「近隣型」では49.7%と、半数近くを占める。

上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	廃業	他地区移転	わからない	不明
全体		100.0 223	46.2 103	16.1 36	13.9 31	23.8 53
商店街タイプ別	近隣型	100.0 145	49.7 72	15.2 22	9.7 14	25.5 37
	地域型	100.0 65	36.9 24	12.3 8	26.2 17	24.6 16
	広域型	100.0 10	60.0 6	40.0 4	-	-
	超広域型	100.0 3	33.3 1	66.7 2	-	-

(3) 閉店前の業種

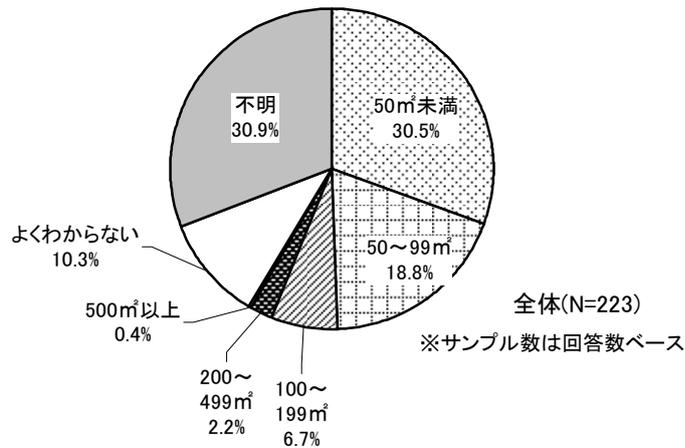
・閉店前の業種については「飲食店」(9.9%)が最も多く、次いで「青果店」(6.3%)、「衣料品店」(4.9%)及び「菓子・パン店」(4.9%)、「医薬品・化粧品店」(4.5%)の順となっている。
 ・商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「飲食店」(10.3%)が最も多く、「医薬品・化粧品店」(6.9%)とつづき、「地域型」では「青果店」(9.2%)が最も多く、「衣料品店」(6.2%)及び「飲食店」(6.2%)とつづいている。

閉店前の業種(問33③)



(4) 空き店舗の面積

店舗の面積 (問 33④)

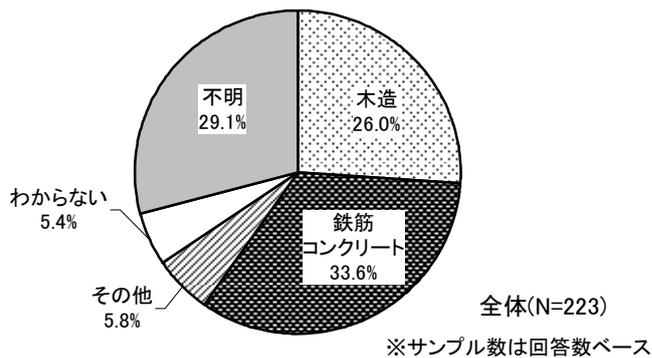


- ・ 空き店舗の面積について、「50㎡未満」(30.5%)が最も多く、次いで「50~99㎡」(18.8%)となっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「近隣型」(33.1%)と「地域型」(27.7%)では「50㎡未満」が最も多く、「広域型」では「50~99㎡」(50.0%)が最も多くなっている。

		上段:構成比%	下段:実数	サン プル 数	50 ㎡ 未 満	50 ~ 99 ㎡	100 ~ 199 ㎡	200 ~ 499 ㎡	500 ㎡ 以 上	わよ かか らな い	不 明
全 体		100.0	223	100.0	30.5	18.8	6.7	2.2	0.4	10.3	30.9
商店街 タイプ 別	近 隣 型	100.0	145	100.0	33.1	17.9	2.1	1.4	-	13.1	32.4
	地 域 型	100.0	65	100.0	27.7	16.9	12.3	3.1	1.5	6.2	32.3
	広 域 型	100.0	10	100.0	10.0	50.0	30.0	10.0	-	-	-
	超 広 域 型	100.0	3	100.0	33.3	-	33.3	-	-	-	33.3

(5) 建物の構造

建物の構造 (問 33⑤)



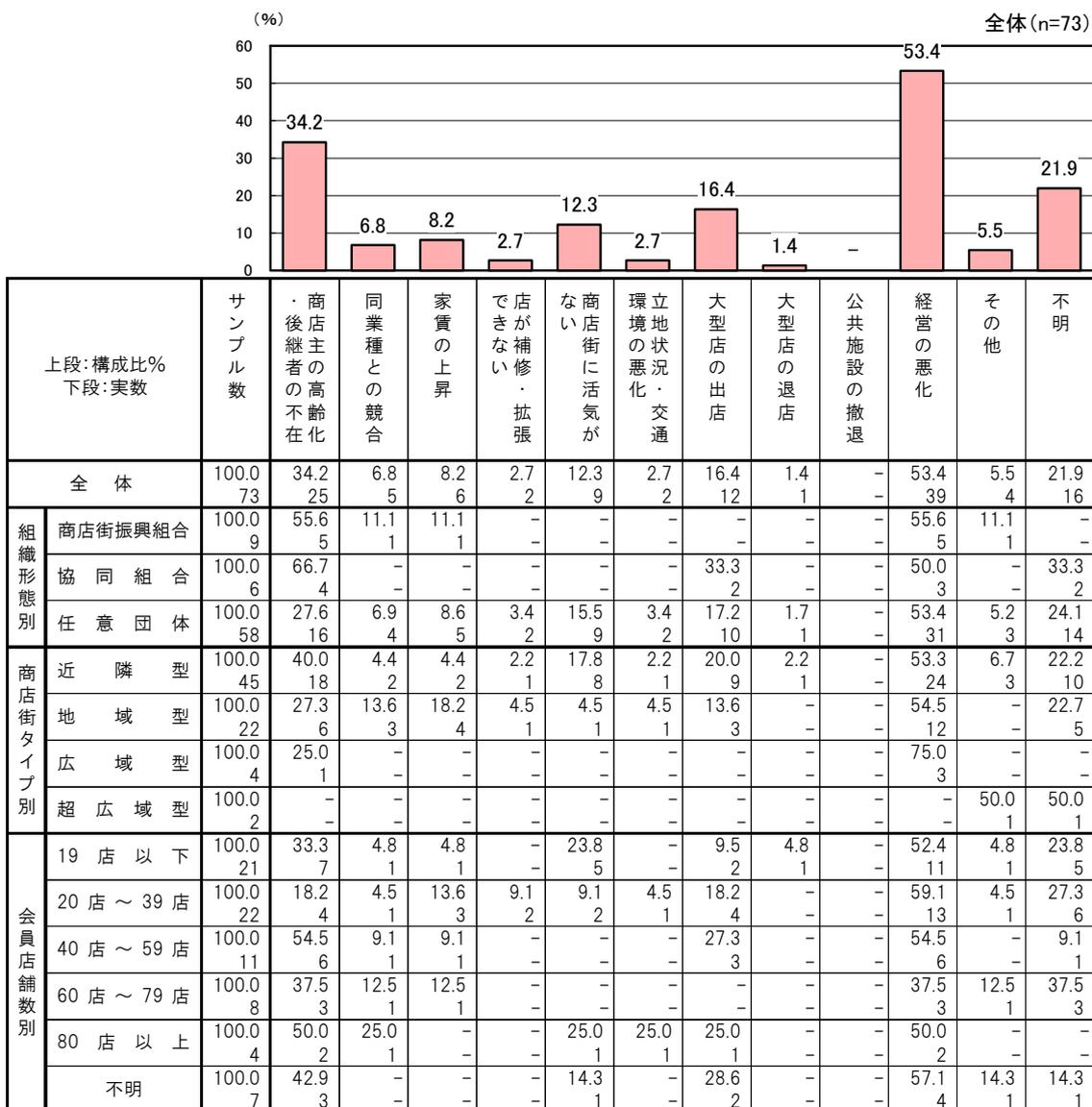
- ・ 建物の構造については、「鉄筋コンクリート」(33.6%)が最も多く、次いで「木造」(26.0%)となっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「広域型」では「鉄筋コンクリート」が9割となっている。一方で、「近隣型」(29.0%)と「地域型」(35.4%)では3割前後となっている。

		上段:構成比%	下段:実数	サン プル 数	木 造	コ 鉄 筋 ク ン ク リ ー ト	そ の 他	わ か ら な い	不 明
全 体		100.0	223	100.0	26.0	33.6	5.8	5.4	29.1
商店街 タイプ 別	近 隣 型	100.0	145	100.0	23.4	29.0	4.8	6.9	35.9
	地 域 型	100.0	65	100.0	36.9	35.4	4.6	3.1	20.0
	広 域 型	100.0	10	100.0	-	90.0	10.0	-	-
	超 広 域 型	100.0	3	100.0	-	33.3	66.7	-	-

(6) 廃業した主な理由

- ・廃業した主な理由については、「経営の悪化」(53.4%)が最も多く半数を占めており、次いで「商店主の高齢化・後継者の不在」(34.2%)となっている。
- ・組織形態別にみると、いずれの項目も「経営の悪化」が5割以上を占める。
- ・商店街タイプ別にみると、いずれの項目も「経営の悪化」が最も多く5割以上を占めており、「近隣型」では「商店主の高齢化・後継者の不在」が40.0%と他のタイプよりも割合が高くなっている。
- ・会員店舗数別にみると、39店以下では「経営の悪化」が最も多く、40店以上では「経営の悪化」及び、「商店主の高齢化・後継者の不在」が多くなっている。

廃業した主な理由 (問34)



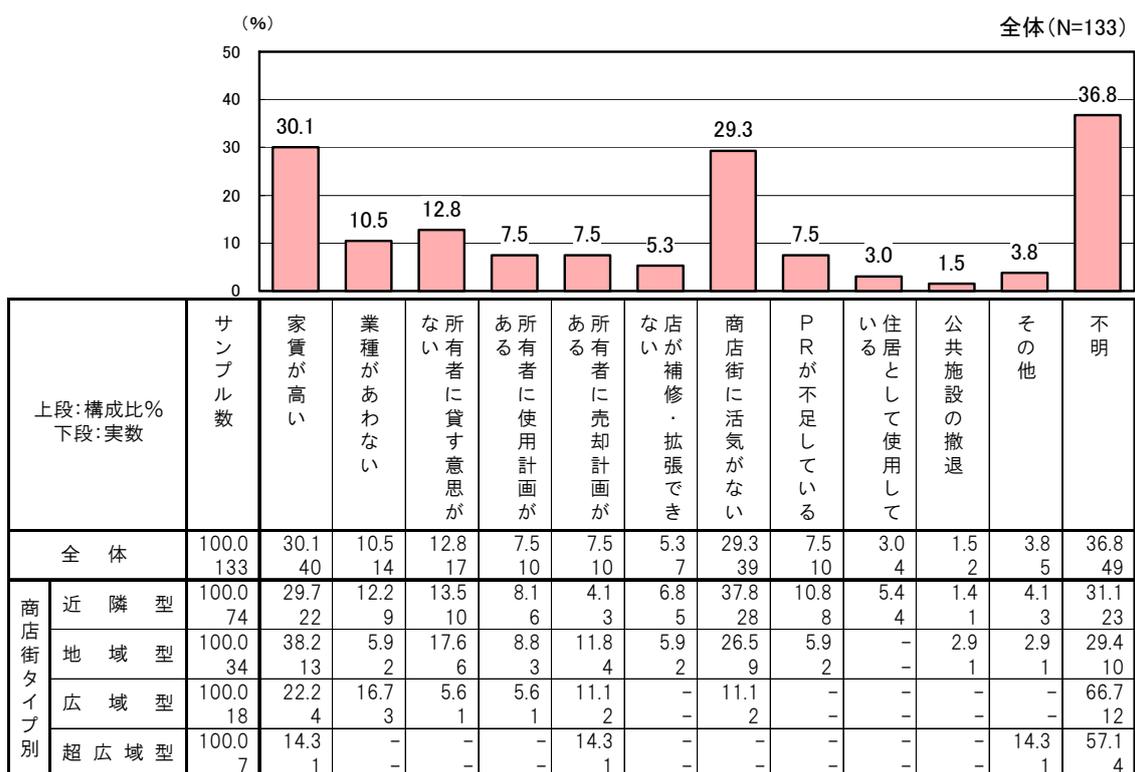
その他の内容
・ 店主が亡くなられたため
・ 市行政の対応が大変遅いことと、一時期の不動産バブルによる
・ 土地価格高値売抜
・ 家主の契約延長不可。病気

3. 空き店舗対策

(1) 空き店舗のままである要因

- ・ 空き店舗のままである要因については「家賃が高い」(30.1%)が最も多く、次いで「商店街に活気がない」(29.3%)の順になっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると、「近隣型」では「商店街に活気がない」(37.8%)、「地域型」では「家賃が高い」(38.2%)が最も多くなっている。

空き店舗のままである要因（問35）

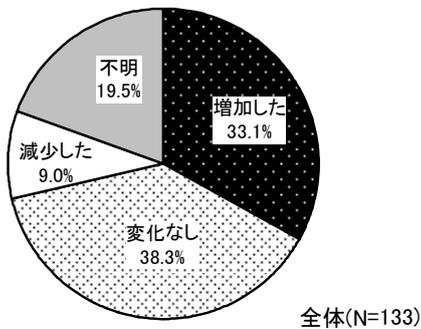


その他の内容
・ 大型店の乱立
・ 経済不況の為
・ 家賃が払えない
・ 出店者の景気によるリスク
・ 広すぎる

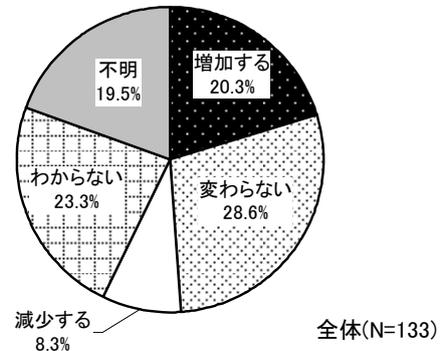
(2) 空き店舗の数の変化

- ・ 3年前と比べて空き店舗の数が「変化なし」と回答した商店街が 38.3%と最も多く、次いで「増加した」が 33.1%となっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると「近隣型」では「増加した」(36.5%)が最も多く、会員店舗数別にみると「増加した」は「40~59店」で 50.0%となっている。
- ・ 対策有無別にみると「増加した」は、「行っている」(35.0%)よりも「行っていない」(38.1%)が多い。
- ・ 今後空き店舗の数の見込みについては、「変わらない」と回答した商店街は 28.6%で、次いで「増加する」が 20.3%となっている。
- ・ 商店街タイプ別にみると「近隣型」(21.6%)と「地域型」(29.4%)で「増加する」は 2~3割程度で、会員店舗数別にみると「増加する」は「40~59店」(37.5%)で最も多くなっている。
- ・ 対策有無別にみると、「増加する」は「行っている」(5.0%)より「行っていない」(26.8%)がも多くなっている。

空き店舗数の3年前との比較 (問36)



空き店舗数の今後の見込み (問37)



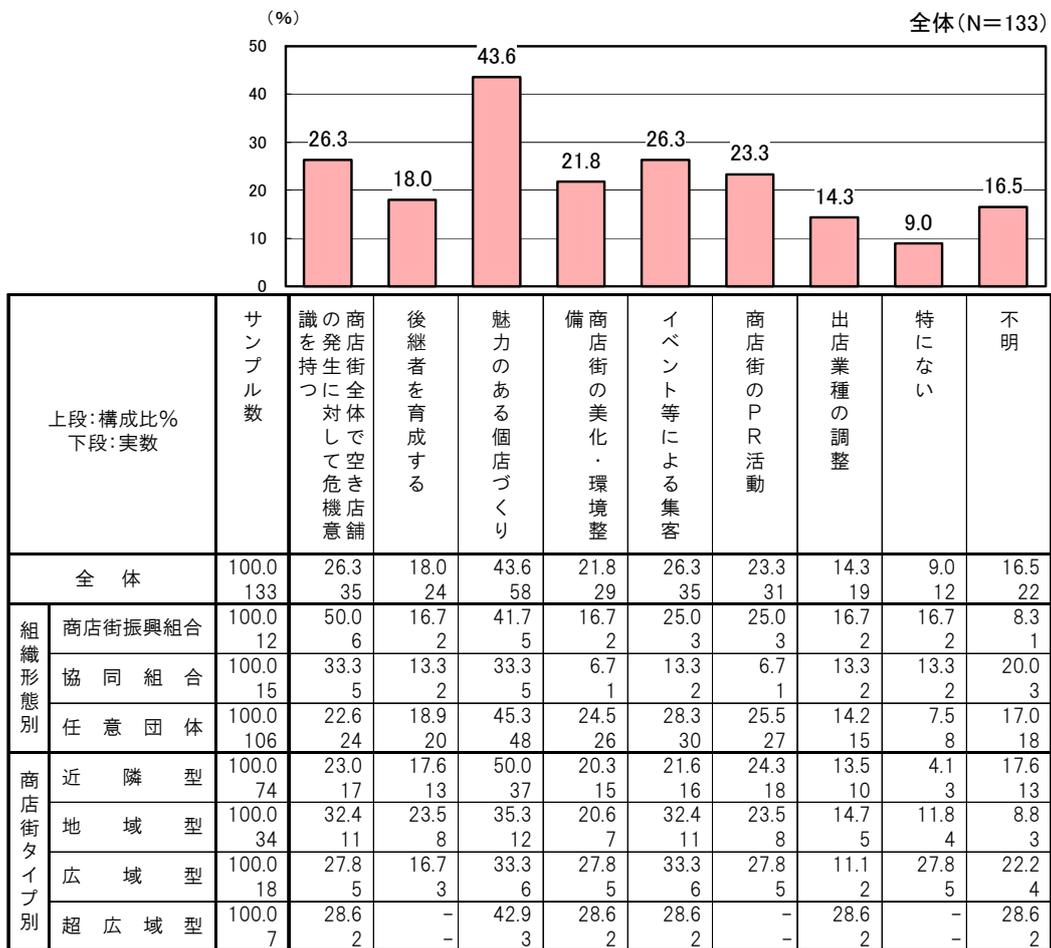
上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	増 加 し た	変 化 な し	減 少 し た	不 明
全 体		100.0 133	33.1 44	38.3 51	9.0 12	19.5 26
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	36.5 27	32.4 24	10.8 8	20.3 15
	地 域 型	100.0 34	32.4 11	47.1 16	8.8 3	11.8 4
	広 域 型	100.0 18	22.2 4	38.9 7	5.6 1	33.3 6
	超 広 域 型	100.0 7	28.6 2	57.1 4	- -	14.3 1
会員店舗数別	19店以下	100.0 45	28.9 13	40.0 18	8.9 4	22.2 10
	20店~39店	100.0 35	42.9 15	40.0 14	5.7 2	11.4 4
	40店~59店	100.0 16	50.0 8	37.5 6	6.3 1	6.3 1
	60店~79店	100.0 12	25.0 3	41.7 5	16.7 2	16.7 2
	80店以上	100.0 9	22.2 2	55.6 5	11.1 1	11.1 1
	不 明	100.0 16	18.8 3	18.8 3	12.5 2	50.0 8
対策有無別	行っている	100.0 20	35.0 7	50.0 10	15.0 3	- -
	行っていない	100.0 97	38.1 37	38.1 37	9.3 9	14.4 14
	不 明	100.0 16	- -	25.0 4	- -	75.0 12

上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	増 加 す る	変 わ ら な い	減 少 す る	わ か ら な い	不 明
全 体		100.0 133	20.3 27	28.6 38	8.3 11	23.3 31	19.5 26
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	21.6 16	23.0 17	8.1 6	25.7 19	21.6 16
	地 域 型	100.0 34	29.4 10	29.4 10	11.8 4	20.6 7	8.8 3
	広 域 型	100.0 18	5.6 1	50.0 9	5.6 1	11.1 2	27.8 5
	超 広 域 型	100.0 7	- -	28.6 2	- -	42.9 3	28.6 2
会員店舗数別	19店以下	100.0 45	8.9 4	28.9 13	11.1 5	24.4 11	26.7 12
	20店~39店	100.0 35	28.6 10	34.3 12	2.9 1	22.9 8	11.4 4
	40店~59店	100.0 16	37.5 6	25.0 4	6.3 1	25.0 4	6.3 1
	60店~79店	100.0 12	25.0 3	25.0 3	8.3 1	33.3 4	8.3 1
	80店以上	100.0 9	22.2 2	44.4 4	11.1 1	22.2 2	- -
	不 明	100.0 16	12.5 2	12.5 2	12.5 2	12.5 2	50.0 8
対策有無別	行っている	100.0 20	5.0 1	55.0 11	15.0 3	25.0 5	- -
	行っていない	100.0 97	26.8 26	25.8 25	7.2 7	26.8 26	13.4 13
	不 明	100.0 16	- -	12.5 2	6.3 1	- -	81.3 13

(3) 空き店舗を発生させないために必要な事項

- ・空き店舗を発生させないために商店街が必要と考える事項は、「魅力のある個店づくり」(43.6%)が最も多く、次いで「商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ」(26.3%)及び「イベント等による集客」(26.3%)の順となっている。
- ・組織形態別にみると、「商店街振興組合」では、「商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ」(50.0%)、「任意団体」では「魅力のある個店づくり」(45.3%)、「協同組合」では「商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ」(33.3%)及び「魅力のある個店づくり」(33.3%)が多くなっている。
- ・商店街タイプ別にみると、いずれのタイプでも「魅力のある個店づくり」が多くなっている。

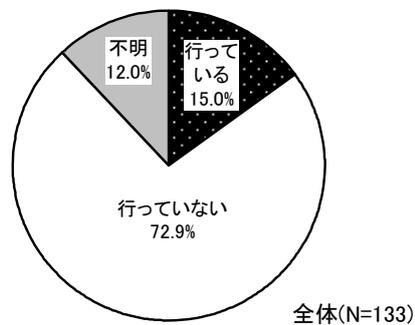
空き店舗を発生させないために必要な事項 (問 38)



(4) 空き店舗対策の実施状況

- ・ 空き店舗対策の実施率は 15.0%である。
- ・ 商店街タイプ別で見ると、実施率は「広域型」(33.3%)で高く、「近隣型」では 8.1%と 1割に満たない。
- ・ 会員店舗数別で見ると、実施率は「80 店以上」(66.7%)で最も高く、店舗数が多いほど実施率が高くなっている。
- ・ 商店街の「商圈の広さ」等に関する 3年後の予測別にみると、「行っている」のすべての項目で「増加」が「減少」より高い割合を占めている。

空き店舗対策の実施の有無 (問 39)



上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	行っている	行っていない	不明
全 体		100.0 133	15.0 20	72.9 97	12.0 16
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	8.1 6	81.1 60	10.8 8
	地 域 型	100.0 34	17.6 6	73.5 25	8.8 3
	広 域 型	100.0 18	33.3 6	50.0 9	16.7 3
	超 広 域 型	100.0 7	28.6 2	42.9 3	28.6 2
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	8.9 4	82.2 37	8.9 4
	20店~39店	100.0 35	11.4 4	80.0 28	8.6 3
	40店~59店	100.0 16	12.5 2	81.3 13	6.3 1
	60店~79店	100.0 12	16.7 2	83.3 10	- -
	80 店 以 上	100.0 9	66.7 6	33.3 3	- -
	不 明	100.0 16	12.5 2	37.5 6	50.0 8

空き店舗対策の実施の有無（商店街の「商圈の広さ」等に関する3年後の予測別）（問39）

上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	行 っ て い る	行 っ て い な い	不 明	
全 体		100.0 133	15.0 20	72.9 97	12.0 16	
3 年 後 の 予 測 別	① 商 圏 の 広 さ	増 加	100.0 22	27.3 6	63.6 14	9.1 2
		変 化 な し	100.0 60	16.7 10	78.3 47	5.0 3
		減 少	100.0 35	11.4 4	85.7 30	2.9 1
		不 明	100.0 16	- -	37.5 6	62.5 10
	② 商 圏 内 人 口	増 加	100.0 34	17.6 6	76.5 26	5.9 2
		変 化 な し	100.0 49	18.4 9	77.6 38	4.1 2
		減 少	100.0 32	12.5 4	84.4 27	3.1 1
		不 明	100.0 18	5.6 1	33.3 6	61.1 11
	③ 店 舗 数	増 加	100.0 13	23.1 3	76.9 10	- -
		変 化 な し	100.0 49	22.4 11	75.5 37	2.0 1
		減 少	100.0 53	11.3 6	83.0 44	5.7 3
		不 明	100.0 18	- -	33.3 6	66.7 12
	④ 来 街 者 数	増 加	100.0 18	44.4 8	55.6 10	- -
		変 化 な し	100.0 32	15.6 5	81.3 26	3.1 1
		減 少	100.0 67	10.4 7	83.6 56	6.0 4
		不 明	100.0 16	- -	31.3 5	68.8 11
⑤ 売 上	増 加	100.0 14	35.7 5	64.3 9	- -	
	変 化 な し	100.0 30	23.3 7	73.3 22	3.3 1	
	減 少	100.0 71	9.9 7	85.9 61	4.2 3	
	不 明	100.0 18	5.6 1	27.8 5	66.7 12	

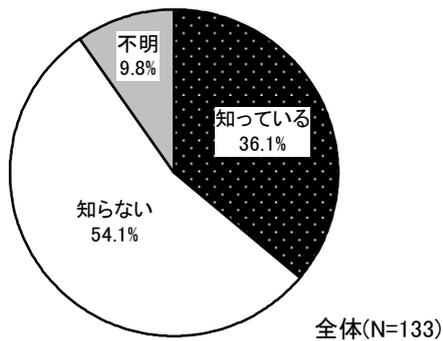
空き店舗対策の内容（問 39）

空き店舗対策の内容
・ 本社テナント開発部による導入、リーシング。
・ 空き店舗募集を広告に出している。
・ 飲食業より物販を優先するようにお願いしている。
・ オーナーと連絡をとり商店街で借り上げ、空き店舗の解消に努める。出店業種についてオーナーと調整をお願いする。
・ 既存店への売上指導。リーシング活動。
・ 業者（不動産）に依頼している。
・ 組合費を込みで家賃の交渉をしたりすること。
・ 劇場、カルチャー教室等を持つ商店街のPR。
・ 公団にお願い継続中。
・ 自販機設置。
・ 商工会議所と協議、対策を相談している。
・ 積極的なリーシング。
・ 撤退店舗の受け皿として別会社を設立し、商店街全体として後継店舗の誘致に取り組んでいる。
・ テナント候補の開拓、出店希望者との面談・情報交換。
・ 店舗の活性化を図り募集をかけている。入店条件を金銭的にも緩和している。
・ 不動産、店舗開発業者への紹介。
・ リーシング（常時）。
・ リーシングチームを強化し、常に後継店舗の情報を占有している。

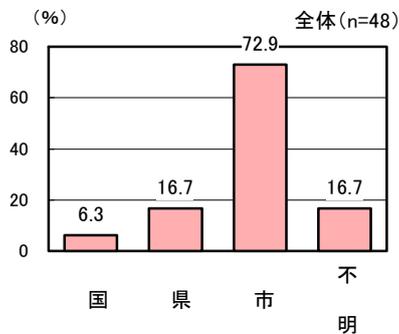
(5) 行政の空き店舗支援施策の認知状況

- ・ 行政の空き店舗支援施策の認知率は 36.1%である。
- ・ 組織形態別では「商店街振興組合」(66.7%)で高く、「任意団体」(32.1%)では低い。商店街タイプ別では「地域型」(41.2%)が、会員店舗数別では「40～59店」(87.5%)が最も高くなっている。
- ・ 知っている行政支援施策の主体については、「市」(72.9%)が7割強を占めているが、国及び県の支援施策の認知度は低い。

行政の空き店舗支援施策の認知状況 (問 40)



知っている行政支援施策の主体 (問 40)

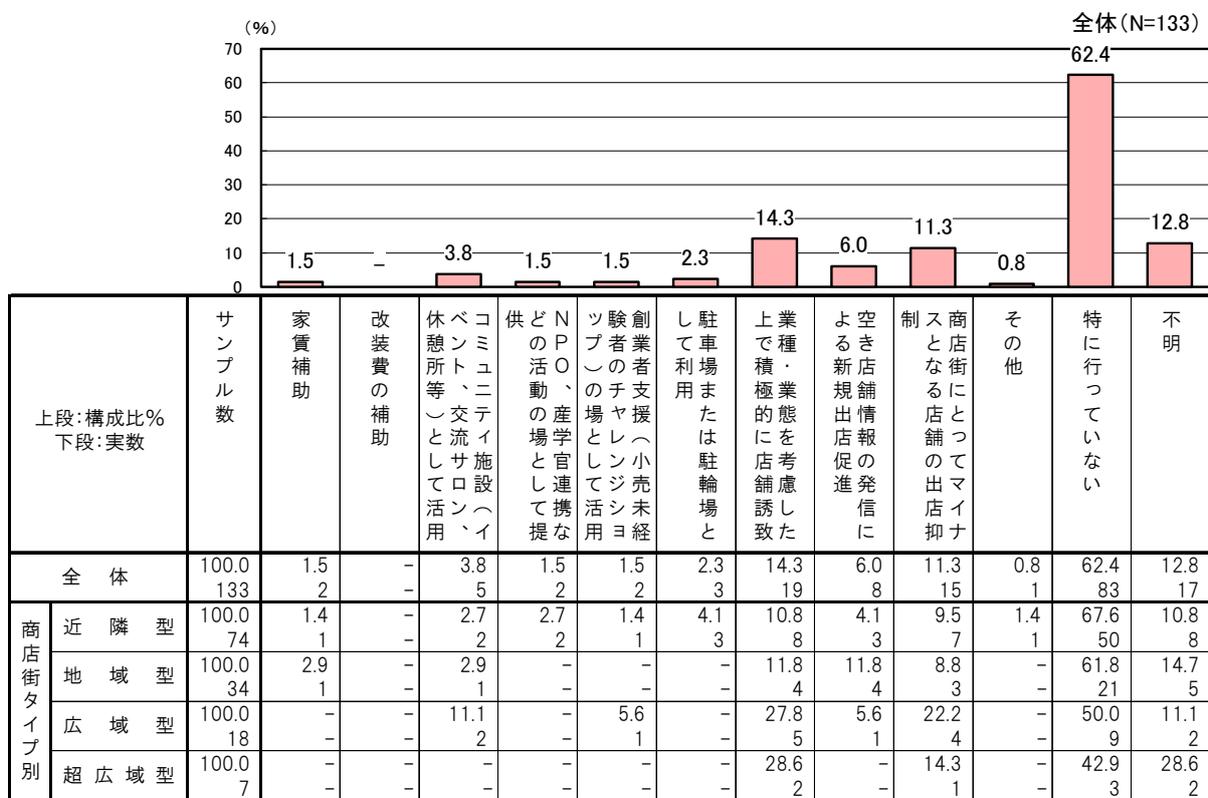


上段: 構成比% 下段: 実数		サンプル数	知っている	知らない	不明
全 体		100.0 133	36.1 48	54.1 72	9.8 13
組織形態別	商店街振興組合	100.0 12	66.7 8	25.0 3	8.3 1
	協 同 組 合	100.0 15	40.0 6	46.7 7	13.3 2
	任 意 団 体	100.0 106	32.1 34	58.5 62	9.4 10
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	37.8 28	52.7 39	9.5 7
	地 域 型	100.0 34	41.2 14	52.9 18	5.9 2
	広 域 型	100.0 18	27.8 5	55.6 10	16.7 3
	超 広 域 型	100.0 7	14.3 1	71.4 5	14.3 1
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	24.4 11	71.1 32	4.4 2
	20 店 ~ 39 店	100.0 35	34.3 12	60.0 21	5.7 2
	40 店 ~ 59 店	100.0 16	87.5 14	12.5 2	- -
	60 店 ~ 79 店	100.0 12	50.0 6	41.7 5	8.3 1
	80 店 以 上	100.0 9	44.4 4	55.6 5	- -
	不明	100.0 16	6.3 1	43.8 7	50.0 8

(6) 店舗の入れ替わりについての取組

- ・店舗の入れ替わりについての取組みについては、「特に行っていない」(62.4%)が最も多く、6割を占めている。取組み内容としては「業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致」(14.3%)、「商店街にとってマイナスとなる店舗の出店抑制」(11.3%)が高い割合を占めている。
- ・商店街タイプ別では、いずれのタイプでも「業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致」と「商店街にとってマイナスとなる店舗の出店抑制」が多くなっている。
- ・3年後の予測別では、「業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致」の「来街者」(44.4%)、「売上」(35.7%)、「商圈の広さ」(31.8%)で「増加」が3～4割と高い割合を占めている。

店舗の入れ替わりについての取組 (問41)



上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	家賃補助	改装費の補助	休憩所、コミュニティ施設活用	子どもの活動の産学連携	NPOの活動と連携	創業者支援(小売未経験者)	駐車場または駐輪場と	業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致した	空き店舗情報促進の発信	制ス店街にとってマイナス	その他	特に行っていない	不明
		全体	100.0 133	1.5 2	-	3.8 5	1.5 2	1.5 2	2.3 3	14.3 19	6.0 8	11.3 15	0.8 1	62.4 83
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	1.4 1	-	2.7 2	2.7 2	1.4 1	4.1 3	10.8 8	4.1 3	9.5 7	1.4 1	67.6 50	10.8 8
	地域型	100.0 34	2.9 1	-	2.9 1	-	-	-	11.8 4	11.8 4	8.8 3	-	61.8 21	14.7 5
	広域型	100.0 18	-	-	11.1 2	-	5.6 1	-	27.8 5	5.6 1	22.2 4	-	50.0 9	11.1 2
	超広域型	100.0 7	-	-	-	-	-	-	28.6 2	-	14.3 1	-	42.9 3	28.6 2

店舗の入れ替わりに関する取組（問 41）

上段:構成比% 下段:実数		サ ン プ ル 数	家 賃 補 助	改 装 費 の 補 助	コ ミ ュ ニ テ ィ 施 設 （ イ ベ ン ト 、 交 流 サ ロ ン 、 休 憩 所 等 ） と し て 活 用	N P O 、 産 学 官 連 携 な ど の 活 動 の 場 と し て 活 用	創 業 者 支 援 （ 小 売 未 経 験 者 の チ ャ レ ン ジ ン グ シ ョ ツ ） の 場 と し て 活 用	駐 車 場 ま た は 駐 輪 場 と し て 活 用	業 種 ・ 業 態 を 考 慮 し た 上 に 店 舗 誘 致	空 き 店 舗 情 報 の 発 信 に よ り 新 規 出 店 促 進	商 店 街 に と つ て 店 舗 の 出 店 抑 制 ナ ス	そ の 他	特 に 行 っ て い な い	不 明	
全 体		100.0 133	1.5 2	- -	3.8 5	1.5 2	1.5 2	2.3 3	14.3 19	6.0 8	11.3 15	0.8 1	62.4 83	12.8 17	
3 年 後 の 予 測 別	① 商 圏 の 広 さ	増 加	100.0 22	- -	9.1 2	4.5 1	9.1 2	- -	31.8 7	13.6 3	18.2 4	- -	54.5 12	- -	
		変 化 な し	100.0 60	- -	5.0 3	- -	- -	3.3 2	11.7 7	5.0 3	13.3 8	- -	65.0 39	8.3 5	
		減 少	100 35	6 2	- -	- -	3 1	- -	3 1	14 5	6 2	9 3	3 1	71 25	9 3
		不 明	100.0 16	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	43.8 7	56.3 9
	② 商 圏 内 人 口	増 加	100.0 34	- -	- -	8.8 3	2.9 1	5.9 2	- -	17.6 6	8.8 3	11.8 4	- -	70.6 24	- -
		変 化 な し	100.0 49	- -	- -	4.1 2	- -	- -	2.0 1	16.3 8	6.1 3	12.2 6	- -	67.3 33	6.1 3
		減 少	100 32	3 1	- -	- -	3 1	- -	6 2	13 4	6 2	16 5	3 1	59 19	13 4
		不 明	100.0 18	5.6 1	- -	- -	- -	- -	- -	5.6 1	- -	- -	- -	38.9 7	55.6 10
	③ 店 舗 数	増 加	100.0 13	- -	- -	23.1 3	- -	15.4 2	- -	23.1 3	15.4 2	23.1 3	- -	53.8 7	- -
		変 化 な し	100.0 49	- -	- -	4.1 2	2.0 1	- -	4.1 2	20.4 10	6.1 3	14.3 7	- -	63.3 31	4.1 2
		減 少	100 53	4 2	- -	- -	2 1	- -	2 1	9 5	6 3	9 5	2 1	72 38	9 5
		不 明	100.0 18	- -	- -	- -	- -	- -	- -	5.6 1	- -	- -	- -	38.9 7	55.6 10
	④ 来 街 者 数	増 加	100.0 18	- -	- -	16.7 3	- -	11.1 2	- -	44.4 8	16.7 3	27.8 5	- -	44.4 8	- -
		変 化 な し	100.0 32	- -	- -	3.1 1	3.1 1	- -	- -	12.5 4	6.3 2	9.4 3	- -	75.0 24	3.1 1
		減 少	100 67	3 2	- -	2 1	2 1	- -	5 3	10 7	5 3	10 7	2 1	67 45	9 6
		不 明	100.0 16	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	37.5 6	62.5 10
	⑤ 売 上	増 加	100.0 14	- -	- -	14.3 2	- -	14.3 2	- -	35.7 5	21.4 3	28.6 4	- -	50.0 7	- -
		変 化 な し	100.0 30	- -	- -	3.3 1	3.3 1	- -	- -	20.0 6	6.7 2	13.3 4	- -	66.7 20	3.3 1
		減 少	100 71	3 2	- -	1 1	1 1	- -	4 3	9 6	4 3	10 7	1 1	70 50	9 6
		不 明	100.0 18	- -	- -	5.6 1	- -	- -	- -	11.1 2	- -	- -	- -	33.3 6	55.6 10

その他の内容
・ 唐人町商店街振興組合と共同して活動中

§ 6 商店街の活動と運営

1. 各種事業の実施状況

- ・各種事業の実施状況については、「⑤祭り・イベント」(48.1%)が最も多く、「⑩新年会・忘年会」(47.4%)、「③環境美化(清掃など)リサイクル」(39.1%)とつづく。
- ・3年後の予測について、地域活動の「実施あり」では、「商圈の広さ」、「商圈内人口」、「店舗数」、「来街者数」、「売上」のいずれの項目についても「増加」が「減少」より多くなっている。これとは逆に「実施なし」では、いずれの項目についても「減少」が「増加」より多くなっている。
- ・また、ソフト事業の実施状況についても、地域活動の実施状況と同様の傾向となっている。



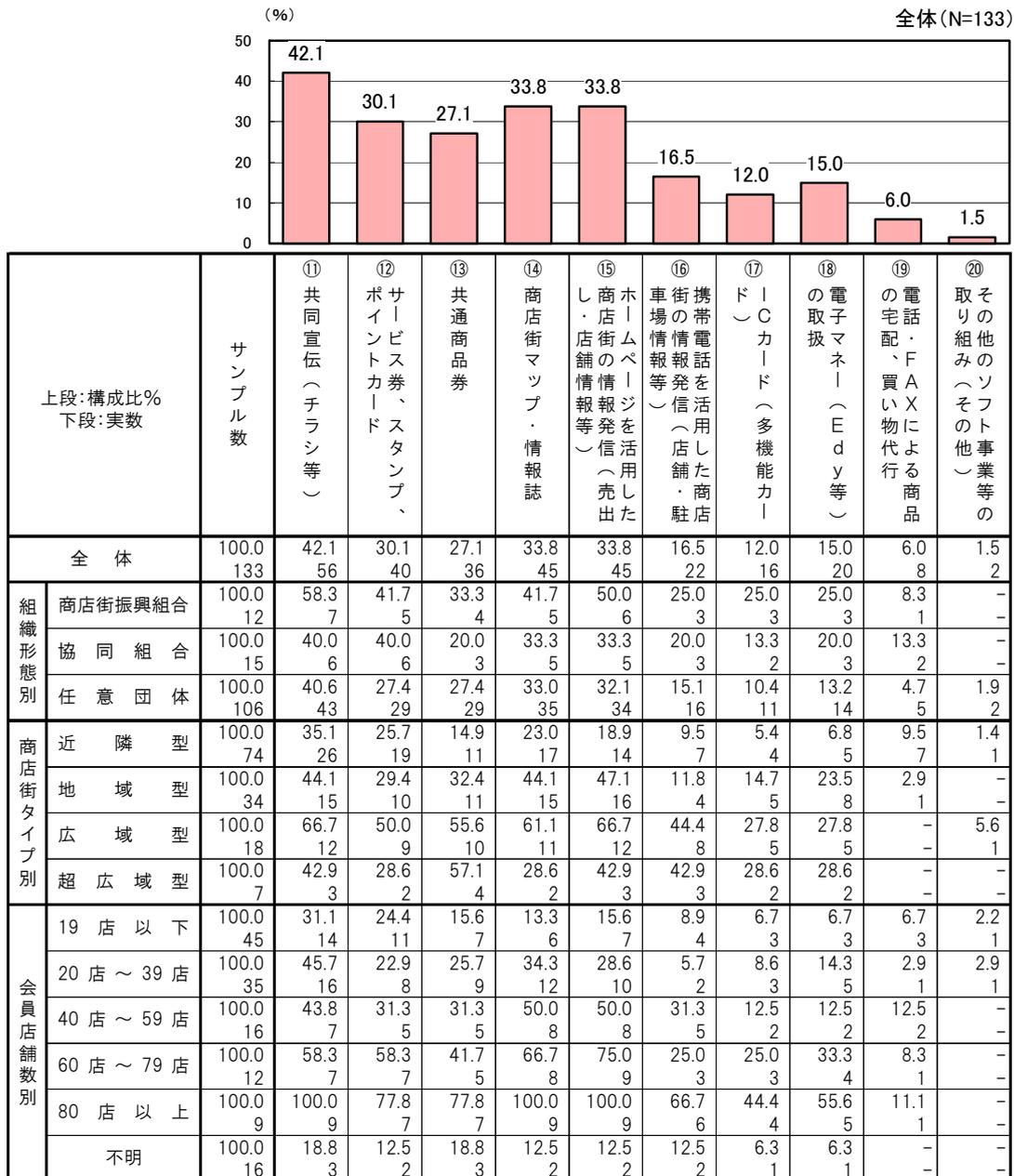
各種事業の実施状況（商店街の「商圈の広さ」等に関する3年後の予測別）（問42A）

上段:構成比% 下段:実数		サ ン プ ル 数	地域活動		ソフト事業		
			実 施 あ り	実 施 な し	実 施 あ り	実 施 な し	
全 体		100.0 133	60.9 81	39.1 52	49.6 66	50.4 67	
3 年 後 の 予 測 別	① 商 圏 の 広 さ	増 加	100.0 22	81.8 18	18.2 4	86.4 19	13.6 3
		変 化 な し	100.0 60	68.3 41	31.7 19	58.3 35	41.7 25
		減 少	100.0 35	51.4 18	48.6 17	28.6 10	71.4 25
		不 明	100.0 16	25.0 4	75.0 12	12.5 2	87.5 14
	② 商 圏 内 人 口	増 加	100.0 34	79.4 27	20.6 7	73.5 25	26.5 9
		変 化 な し	100.0 49	63.3 31	36.7 18	57.1 28	42.9 21
		減 少	100.0 32	56.3 18	43.8 14	31.3 10	68.8 22
		不 明	100.0 18	27.8 5	72.2 13	16.7 3	83.3 15
	③ 店 舗 数	増 加	100.0 13	84.6 11	15.4 2	84.6 11	15.4 2
		変 化 な し	100.0 49	73.5 36	26.5 13	71.4 35	28.6 14
		減 少	100.0 53	56.6 30	43.4 23	32.1 17	67.9 36
		不 明	100.0 18	22.2 4	77.8 14	16.7 3	83.3 15
	④ 来 街 者 数	増 加	100.0 18	83.3 15	16.7 3	88.9 16	11.1 2
		変 化 な し	100.0 32	71.9 23	28.1 9	62.5 20	37.5 12
		減 少	100.0 67	59.7 40	40.3 27	41.8 28	58.2 39
		不 明	100.0 16	18.8 3	81.3 13	12.5 2	87.5 14
	⑤ 売 上	増 加	100.0 14	78.6 11	21.4 3	85.7 12	14.3 2
		変 化 な し	100.0 30	76.7 23	23.3 7	70.0 21	30.0 9
		減 少	100.0 71	59.2 42	40.8 29	40.8 29	59.2 42
		不 明	100.0 18	27.8 5	72.2 13	22.2 4	77.8 14

※「地域活動」については問42③～⑩において1つでも「実施中」と回答した場合は「実施あり」、「ソフト事業」については問42⑪～⑳において1つでも「実施中」と回答した場合は「実施あり」とした。

- ・ソフト事業の実施状況について「実施中」および「検討中」の事業についてみると、「⑪共同宣伝（チラシ等）」が（42.1%）最も多く、「⑭商店街マップ・情報誌」（33.8%）及び「⑮ホームページを活用した商店街の情報発信（店舗・駐車場情報等）」（33.8%）、「⑫サービス券、スタンプ、ポイントカード」（30.1%）とつづく。
- ・組織形態別にみると、「商店街振興組合」で「⑪共同宣伝（チラシ等）」が 58.3%と最も多く、6割近くを占めている。
- ・会員店舗数別では「80店以上」で「⑪共同宣伝（チラシ等）」、「⑭商店街マップ・情報誌」、「⑮ホームページを活用した商店街の情報発信（店舗・駐車場情報等）」が100.0%を占めている。

ソフト事業の実施状況（問42A）



(注)各事業の全体のサンプル数は「実施中」と「検討中」の合計。

2. 地域団体との共同事業の実施内容

- ・自治会等の地域団体との共同事業の実施内容について、全体的にみると「完全共同実施」をしている事業が多い。
- ・「人員のみ協力」の割合が比較的に高い事業として、「④防災・防犯」(42.1%)と「③環境美化(清掃など)リサイクル」(33.3%)があげられる。

地域団体との共同事業の実施内容(問42D)

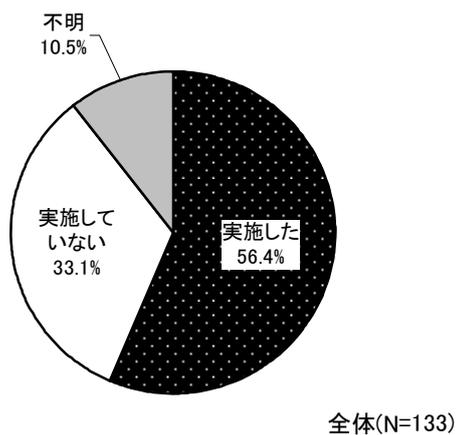


3. イベント等の実施状況

(1) イベント等の実施の有無

- ・最近1年間のイベント等についての実施率は56.4%である。
- ・実施率は、商店街タイプ別では「地域型」(70.6%)で高く、「近隣型」(48.6%)で低い。また、会員店舗数が多い商店街ほど実施率は高くなっている。

イベントの実施の有無 (問43)

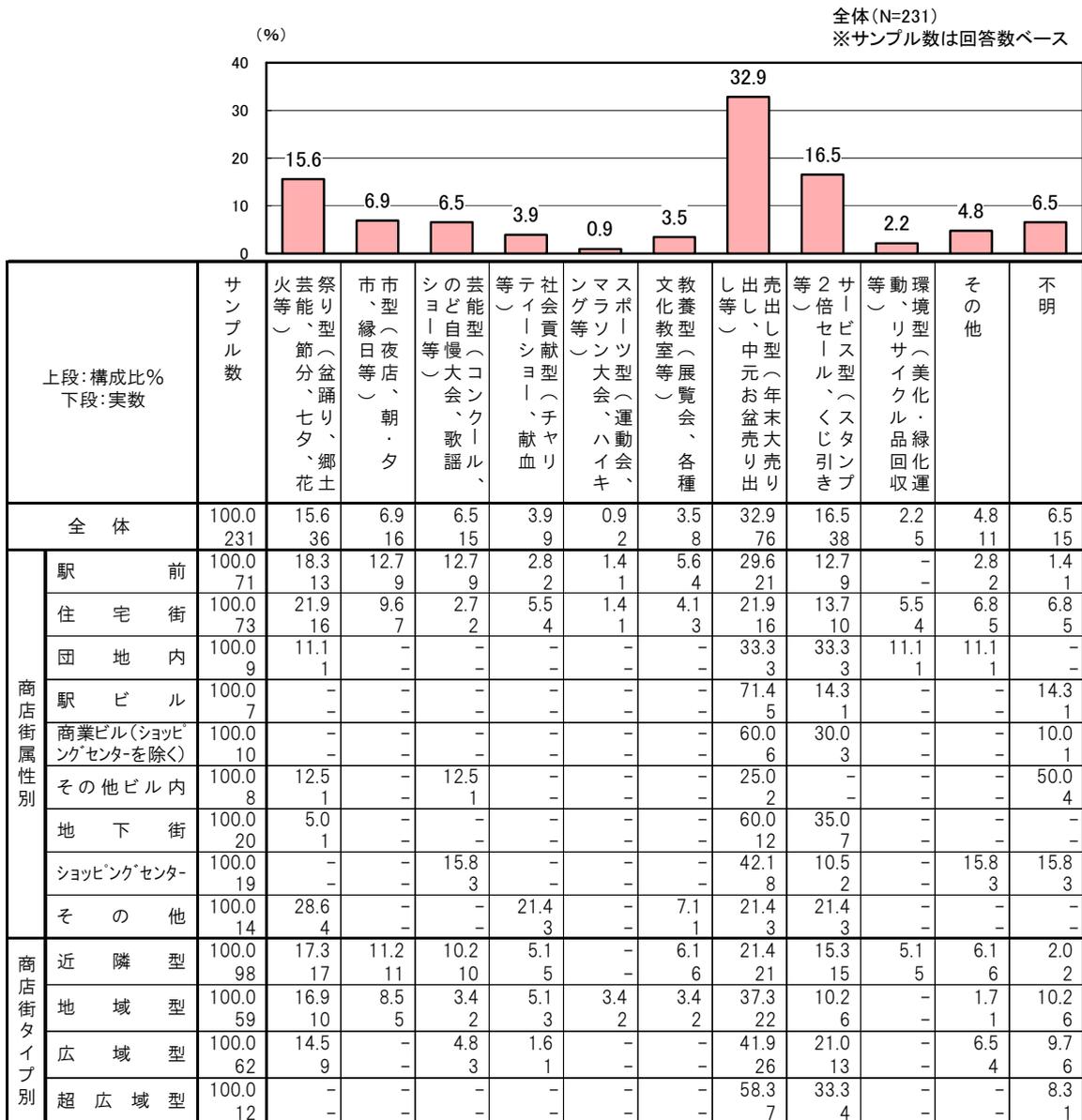


上段: 構成比% 下段: 実数		サ ン プ ル 数	実 施 し た	実 施 し て い な い	不 明
全 体		100.0 133	56.4 75	33.1 44	10.5 14
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	48.6 36	40.5 30	10.8 8
	地 域 型	100.0 34	70.6 24	20.6 7	8.8 3
	広 域 型	100.0 18	61.1 11	27.8 5	11.1 2
	超 広 域 型	100.0 7	57.1 4	28.6 2	14.3 1
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	31.1 14	60.0 27	8.9 4
	20 店 ~ 39 店	100.0 35	71.4 25	22.9 8	5.7 2
	40 店 ~ 59 店	100.0 16	81.3 13	18.8 3	- -
	60 店 ~ 79 店	100.0 12	100.0 12	- -	- -
	80 店 以 上	100.0 9	100.0 9	- -	- -
	不明	100.0 16	12.5 2	37.5 6	50.0 8

(2) イベント等の内容

- ・最近1年間に実施したイベント等の内容については、「売出し型（年末大売り出し、中元お盆売出し等）」（32.9%）が最も多く、「サービス型（スタンプ2倍セール、くじ引き等）」（16.5%）、「祭り型（盆踊り、郷土芸能、節分、七夕、花火等）」（15.6%）がつづいている。
- ・「売出し型（年末大売り出し、中元お盆売出し等）」の実施率は、「駅ビル」（71.4%）「商業ビル（ショッピングセンターを除く）」及び「地下街」（60.0%）、商店街タイプ別では「超広域型」（58.3%）で多い。

イベント等の内容（問44C）



最近1年間におけるイベントの実施月・名称（問44A・B）

実施月	内容	件数
第3木曜毎月	街角ふれあいライブ	1
毎月	ターミナル市	1
	ふれあい市	1
	ワンコインランチ	1
	愛ふれあいの日	1
	花いっぱい事業	1
	花運動	1
	甘棠館・カルチャー教室 I・II イベント	1
	甘棠館カルチャー教室	1
	甘棠館劇場イベント	1
	高宮映画祭	1
	作品展示「まちの駅美術館」	1
	定例大売り出し	1
	日曜朝市	1
	売り出し	1
	美化清掃	1
	防犯事業	1
1月	ウインターバーゲン	3
	冬のバーゲン	2
	クリアランスセール	1
	ぜんざい祭り	1
	初売バーゲン	1
	初売り	1
	商工まつり	1
	成人式餅つき大会	1
	正月イベント	1
	冬のバーゲン・クリアランス	1
	年始バーゲン	1
2月	オープニングフェア	1
	バレンタインフェア	1
	ポイント10倍	1
	新春もちつき会	1
3月	スタンプラリー	2
	スプリングフェア	2
	20%ペイバック	1
	Only 3daysチラシ	1
	こぐまスタンプ販促	1
	チャリティ餅つき大会	1
	ポイント5倍フェア	1
	ホワイトデーフェア	1
	ランチバイキング	1
	春のキャンペーン	1
	春の創業祭	1
	勝鷹必勝祈願祭(勝鷹水神)	1
	第85回駅前ふれあい市	1
4月	スプリングバーゲン	1
	トーホーポイントカード	1
	まぐるの解体ショー	1
	春の感謝祭	1
	春の売り出し	1
	抽選会	1
	長住フェスタ	1

実施月	内容	件数
5月	どんたく	2
	どんたくセール	2
	ENJOY HOLIDAYチラシ	1
	お買物券販売会(プレミア付)	1
	ゲーム・プレイランド	1
	ゴールデンウィークキャンペーン	1
	ダンスショー・パフォーマンスショー	1
	どんたくセール西新舞台	1
	どんたくまつり	1
	どんたく演舞台	1
	どんたく協力・共催	1
	フリーマーケット	1
	プレミアム商品券販売	1
	ポイント5倍フェア	1
	ボーリング大会	1
	創業祭	1
	第25回竹下まつり	1
	第86回駅前ふれあい市	1
	母の日「幸せ家族似顔絵展」	1
	母の日プレゼントガラポン抽選会	1
	野芥どんたく	1
6月	アニバーサリーフェスタ	1
	お買物券販売	1
	キャッシュバックセール(20%)	1
	クリーンナップ・マナーアップ運動	1
	サマーセール	1
	シークレットセール	1
	チラシ	1
	とくとくクラブ(売り出し)	1
	バスハイク	1
	プレミアム商品券	1
	プレミアム付買い物券販売	1
	健康相談	1
	地域パフォーマンス	1
	夕方市	1
7月	サマーバーゲン	2
	夏のバーゲン	2
	夏まつり	2
	山笠	2
	中元大売り出し	2
	15周年フェア	1
	エコバッグ作成	1
	キャッシュバックセール(3日間)	1
	クリアランスセール	1
	サマーセール	1
	サマーフェア	1
	サマーフェスティバル	1
	セール	1
	ソーメン流し	1
	ボランティア歌謡ショー	1
	よかふく商品券発売	1
	夏祭り	1
	夏祭りの出店	1
	楽しかおおはしビヤガーデン	1
	健康相談	1
	山笠セール	1
	若宮商店会夏まつり	1
	大圓寺納涼コンサート	1
	納涼夜市	1
	姪浜まつり	1

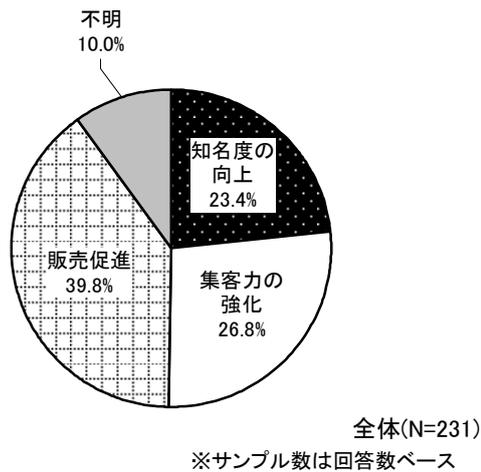
最近1年間におけるイベントの実施月・名称（問44A・B）

実施月	内容	件数	実施月	内容	件数	
8月	サマーバーゲン	2	12月	歳末大売り出し	7	
	夏祭り	2		クリスマスセール	6	
	お中元セール	1		年末大売り出し	3	
	かぶと虫まつり	1		餅つき大会	3	
	サマーフェス パルプロレス	1		クリスマスフェア	2	
	サマーフェスティバル	1		マップ作成	2	
	スタンプラリー	1		もちつき大会	2	
	ダンスショー・パフォーマンスショー	1		カレンダー製作	1	
	プレイランド	1		クリスマスコンサートイルミネーション8	1	
	まつり今宿花火大会	1		クリスマスバーゲン	1	
	夏まつり	1		クリスマス抽選会	1	
	夏休みキャンペーン	1		サンクスフェア	1	
	夏祭り抽選会	1		すせんじまつり事業	1	
	祭り(盆踊り)	1		せいもん払いふれあい市	1	
	大掘出市チラシ	1		チャリティコンサート	1	
	大濠花火大会出店	1		ホークス選手MIPパレード	1	
	大売り出し	1		歳末ビッグセール	1	
	中元大売り出し	1		歳末謝恩セール	1	
	中元売り出し	1		歳末助け合いチャリティ餅つき	1	
	抽選会	1		歳末売り出し	1	
	長住まつり	1		西新商店街歳末セール	1	
	売り出し抽選会	1		大創業祭	1	
	野芥夏まつり	1		大売り出し	1	
柳瀬町夏祭り	1	抽選会	1			
9月	ペイバック	1	年末チャリティ「ぜんざい会」	1		
	よござっしょ祭り	1	売り出し抽選会	1		
	飲酒運転撲滅キャンペーン	1	11～12月	クリスマスセール	1	
	楽しかおはし	1	12～1月	冬のイルミネーション	1	
	敬老の日似顔絵コンテスト	1	4～11・1月	30周年感謝フェア	1	
	秋のキャンペーン	1	4～9月	オールにしてつデー	1	
	第83回駅前ふれあい市	1	5～3月	ニモカポイント5倍デー	1	
	彼岸花・田んぼアート	1	5～7月	抽選会	1	
	10月	スタンプラリー	3	7～8月	サマーバーゲン	1
		勝鷹夢まつり	2	中元大売り出し	1	
あんどん祭り		1	日曜国際フリマ	1		
ウォーキング		1	納涼フェスタ	1		
フリーマーケット		1	7～9月	抽選会	1	
ワゴンセール		1	7・1・3月	グルメフェア	1	
花いっぱい運動		1	7・8月	夏祭り	1	
楽しかおはし		1				
香椎まちなか美術館		1				
若宮屋台村		1				
秋の西新オレンジ通り祭り		1				
秋の大感謝祭		1				
東区花火大会		1				
料理教室		1				
11月	せいもん払い	3				
	クリスマス抽選会	1				
	チャリティ餅つき大会	1				
	ポイント5倍フェア	1				
	ラリー、ガラポン抽選会	1				
	花みずき通りふれあい美術館	1				
	花みずき通りふれあい広場開設	1				
	歳末売り出し	1				
	西新せいもん払い	1				
	第84回駅前ふれあい市	1				
抽選会	1					

(3) イベント等の目的

- ・ イベント等の主たる目的は、「販売促進」(39.8%)が最も多く、「集客力の強化」(26.8%)、「知名度の向上」(23.4%)と続いている。
- ・ 「販売促進」は、組織形態別では「協同組合」(59.3%)、商店街タイプ別では「超広域型」(83.3%)が多い。
- ・ 「集客力の強化」は、商店街タイプ別では「近隣型」(32.7%)が最も多い。

イベントの目的 (問44D)

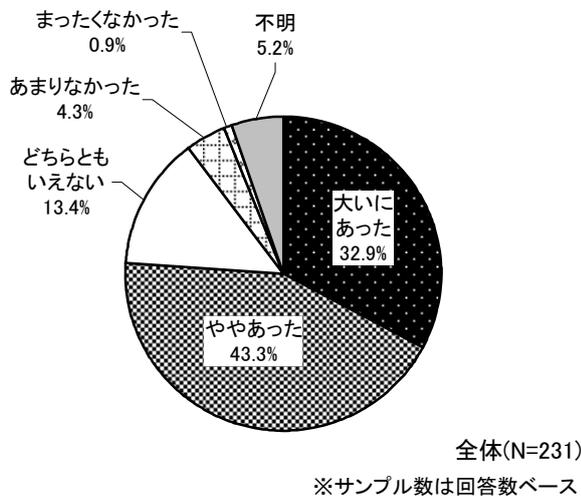


		上段:構成比% 下段:実数	サ ン プ ル 数	知 名 度 の 向 上	集 客 力 の 強 化	販 売 促 進	不 明
全 体		100.0 231		23.4 54	26.8 62	39.8 92	10.0 23
組 織 形 態 別	商店街振興組合	100.0 48		22.9 11	41.7 20	31.3 15	4.2 2
	協 同 組 合	100.0 27		7.4 2	11.1 3	59.3 16	22.2 6
	任 意 団 体	100.0 156		26.3 41	25.0 39	39.1 61	9.6 15
商 店 街 タ イ プ 別	近 隣 型	100.0 98		31.6 31	32.7 32	28.6 28	7.1 7
	地 域 型	100.0 59		30.5 18	28.8 17	28.8 17	11.9 7
	広 域 型	100.0 62		8.1 5	21.0 13	59.7 37	11.3 7
	超 広 域 型	100.0 12		- -	- -	83.3 10	16.7 2

(4) イベント等の効果

- ・ イベント等の効果については、「大いにあった」(32.9%)と「ややあった」(43.3%)を加えると、76.2%が『効果あり』としている。『効果あり』とする割合は、商店街タイプ別では「超広域型」(100.0%)、会員店舗数別では「60店~79店」(85.7%)が多い。

イベント等の効果 (問44E)

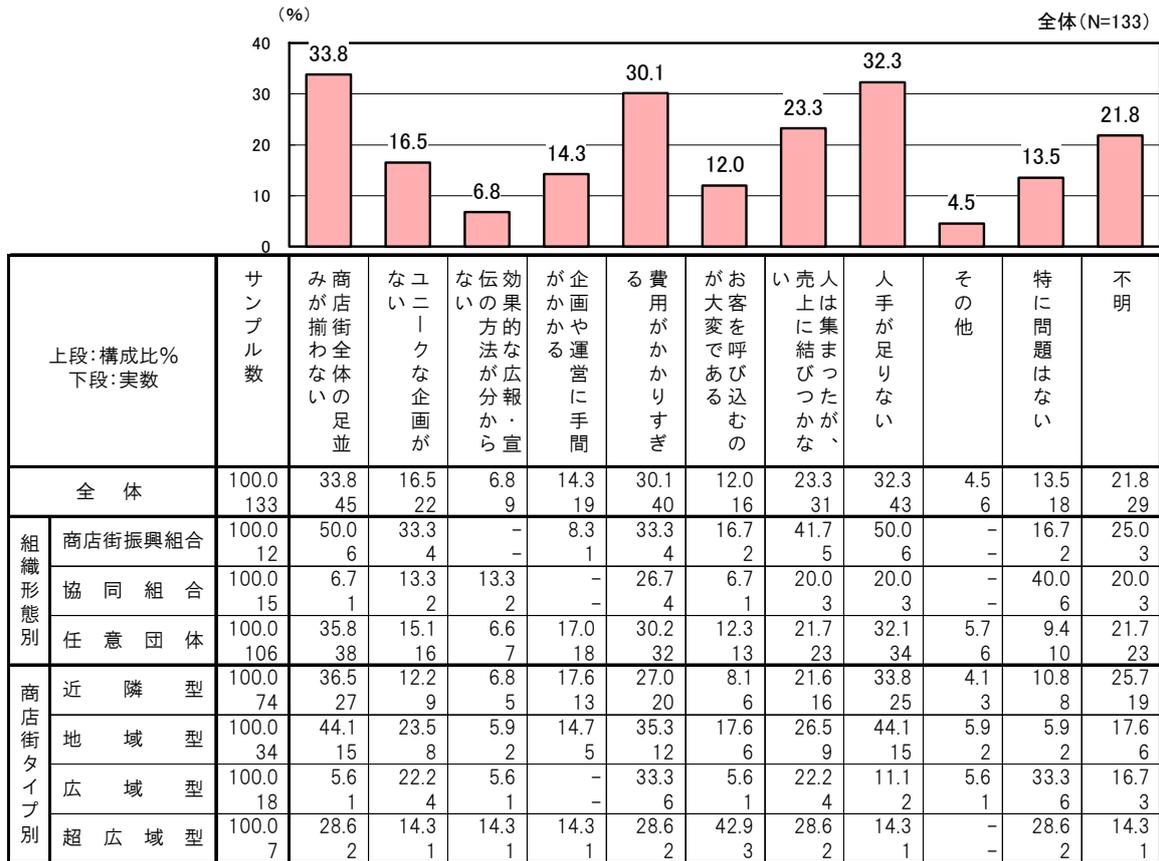


		上段:構成比% 下段:実数	サ ン プ ル 数	大 い に あ っ た	や や あ っ た	な ど と ら と も い え	あ ま り な か っ た	た ま つ た く な か っ	不 明
全 体		100.0 231		32.9 76	43.3 100	13.4 31	4.3 10	0.9 2	5.2 12
商 店 街 タ イ プ 別	近 隣 型	100.0 98		23.5 23	48.0 47	22.4 22	4.1 4	- -	2.0 2
	地 域 型	100.0 59		37.3 22	37.3 22	13.6 8	3.4 2	1.7 1	6.8 4
	広 域 型	100.0 62		45.2 28	35.5 22	1.6 1	6.5 4	1.6 1	9.7 6
	超 広 域 型	100.0 12		25.0 3	75.0 9	- -	- -	- -	- -
会 員 店 舗 数 別	19 店 以下	100.0 28		28.6 8	42.9 12	21.4 6	- -	3.6 1	3.6 1
	20 店 ~ 39 店	100.0 53		17.0 9	56.6 30	13.2 7	7.5 4	1.9 1	3.8 2
	40 店 ~ 59 店	100.0 46		30.4 14	45.7 21	13.0 6	4.3 2	- -	6.5 3
	60 店 ~ 79 店	100.0 49		40.8 20	44.9 22	14.3 7	- -	- -	- -
	80 店 以上	100.0 49		44.9 22	24.5 12	10.2 5	8.2 4	- -	12.2 6
	不 明	100.0 6		50.0 3	50.0 3	- -	- -	- -	- -

(5) イベント等を実施する上での問題点

・イベントを実施する上で問題になっていることは、「商店街全体の足並みが揃わない」(33.8%)と「人手が足りない」(32.3%)、「費用がかかりすぎる」(30.1%)が多い。これらの問題をあげる商店街は、組織形態別では「商店街振興組合」、商店街タイプ別では「地域型」が最も多い。

イベントを実施する上での問題点(問45)



その他の内容
・ 区画整理事業区域内であり数年後には商店街も解体になるため投資もできず一枚岩になれない
・ 商店街の事務長がほしい
・ 法的な規制

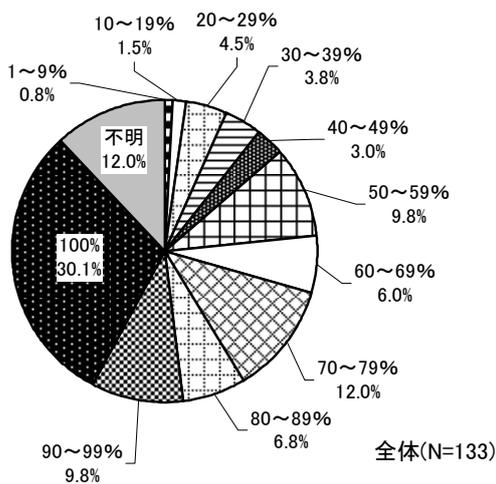
§ 7 商店街が抱えている問題点

1. 会員の加入状況

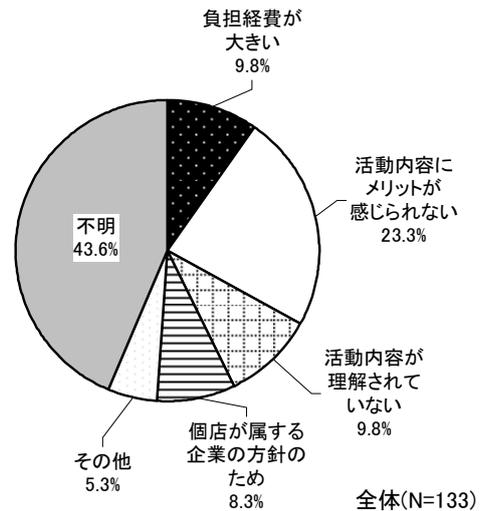
(1) 会員の加入率

- ・商店街区における個店の団体加入率は、「100%」（30.1%）と「90～99%」（9.8%）を合わせた90%以上の加入率の団体が39.9%と4割を占めるが、50%の加入率に満たない団体も13.6%みられる。
- ・団体へ個店が加入しない理由は「活動内容にメリットが感じられない」（23.3%）が最も多く、「負担経費が大きい」（9.8%）、「活動内容が理解されていない」（9.8%）、「個店が属する企業の方針のため」（8.3%）とつづく。
- ・組織形態別では商店街振興組合の「負担経費が大きい」（25.0%）、任意団体の「活動内容にメリットが感じられない」（28.3%）が多い。
- ・商店街タイプ別では、「活動内容にメリットが感じられない」が「近隣型」（29.7%）と「地域型」（23.5%）、「個店の所属する企業の方針のため」（22.2%）が「広域型」で目立つ。

会員の加入率（問46）



団体に加入しない理由（問47）



団体に加入しない理由（問47）

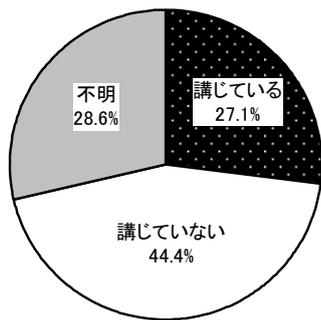
	上段:構成比% 下段:実数	サン プル 数	い負 担 経 費 が 大 き	な い ツ 活 動 内 容 に 感 じ ら れ な い	活 動 内 容 が 理 解 さ れ て い な い	業 個 の 店 が 針 属 の す る 企 業	そ の 他	不 明
全 体	100.0 133	9.8 13	23.3 31	9.8 13	8.3 11	5.3 7	43.6 58	
組 織 形 態 別	商店街振興組合	100.0 12	25.0 3	8.3 1	16.7 2	8.3 1	33.3 4	
	協 同 組 合	100.0 15	13.3 2	-	6.7 1	13.3 2	60.0 9	
	任 意 団 体	100.0 106	7.5 8	28.3 30	9.4 10	7.5 8	4.7 5	42.5 45
商 店 街 タ イ プ 別	近 隣 型	100.0 74	8.1 6	29.7 22	10.8 8	4.1 3	5.4 4	41.9 31
	地 域 型	100.0 34	14.7 5	23.5 8	11.8 4	8.8 3	2.9 1	38.2 13
	広 域 型	100.0 18	5.6 1	-	5.6 1	22.2 4	11.1 2	55.6 10
	超 広 域 型	100.0 7	14.3 1	14.3 1	-	14.3 1	-	57.1 4

その他の内容
・ 組合員にならないと出店できない
・ 高齢化と後継者問題が一番
・ 個別の事情により
・ 知られていない
・ テナントとして入店しているため
・ 同地域の他団体に加入している
・ 広い範囲のため競合が多い

(2) 会員加入促進への取組

- ・団体への加入を促進するための対策を講じている商店街は、27.1%と3割に満たない。対策を講じている商店街は、商店街タイプ別の「地域型」(41.2%)や会員店舗数別の「60店～79店」(58.3%)、「40店～59店」(56.3%)が多い。
- ・対策を講じていない商店街は、商店街タイプ別の「近隣型」(51.4%)や、会員店舗数別の「19店以下」(62.2%)が多い。

会員加入促進対策の有無(問48)



全体(N=133)

上段:構成比% 下段:実数		サン プル 数	講 じて い る	講 じて い な い	不 明
全 体		100.0 133	27.1 36	44.4 59	28.6 38
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	21.6 16	51.4 38	27.0 20
	地 域 型	100.0 34	41.2 14	29.4 10	29.4 10
	広 域 型	100.0 18	27.8 5	44.4 8	27.8 5
	超 広 域 型	100.0 7	14.3 1	42.9 3	42.9 3
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	4.4 2	62.2 28	33.3 15
	20 店 ～ 39 店	100.0 35	37.1 13	40.0 14	22.9 8
	40 店 ～ 59 店	100.0 16	56.3 9	25.0 4	18.8 3
	60 店 ～ 79 店	100.0 12	58.3 7	25.0 3	16.7 2
	80 店 以 上	100.0 9	44.4 4	44.4 4	11.1 1
	不 明	100.0 16	6.3 1	37.5 6	56.3 9

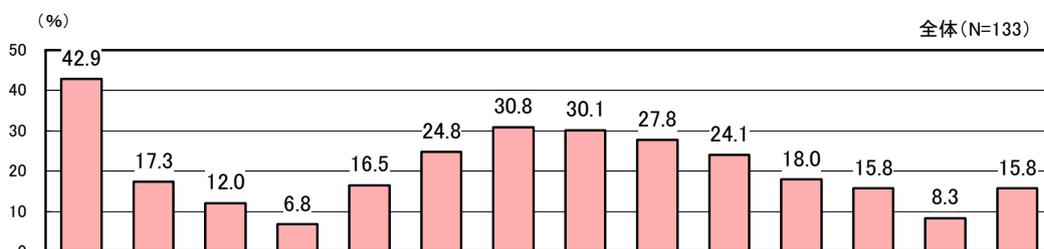
会員加入促進策の内容（問 48 自由回答）

団体への加入を促進するための対策
・ 2月3月に新規加入の案内をしている。
・ イベント時、マップ作成時の声かけ、知人・買い物客からの声かけ。
・ 売り出しのチラシ配布、商品券の配布等。
・ 開店時に祝花を贈る。
・ 会費の減額。
・ 会報の配布等。
・ 各店を回り内容を説明する。
・ 加入組合員による規約作成加入をすすめている。
・ 加入困難な先に対しても各種イベントセールへの積極的な参加を常に働きかけている。
・ 加入することのメリットを高めるため、クーポン券等の促進をする。
・ 加入についてはメリットだけでなくデメリットも話の中に取り混ぜている。
・ 加入を入店の条件としている。
・ 口コミでの加入促進。
・ 組合員にならないと出店できない（通路、広場、トイレが共同のため）。
・ こまめに勧誘。活動を丁寧に説明。なにより魅力ある活動を心がける。
・ 出店契約事項。
・ 出店条件。
・ 商店会活動の説明。
・ 商店街マップを活用。時々勧誘。
・ 新会員募集キャンペーン。
・ 新規店舗に加入を勧誘する。
・ 新店舗の勧誘。
・ 新店へ加入の勧誘。
・ 説得。
・ 対外的に個店のPR（街内放送、テレビ・ラジオ取材紹介、商店街ホームページ、ネット紹介等）。
・ 店舗賃貸契約に商店会加入を義務づけている。
・ 入会の勧めの案内書を持ってお願いに行く。
・ 不動産会社、家主との連携。
・ 毎月のチラシ等で加入を呼びかけている。
・ 毎年春に募集している。
・ マップ作成で加盟店が増えている（校区全体に公民館を通じて配布）。
・ 役員による加入勧奨、趣意書の配布。
・ 理事長との話し合い。

2. 商店街が抱える問題点

- ・商店街団体が抱えている問題点は、「商店街役員の担い手が不足している」(42.9%)が最も高く、「商店街に集客の核となる店舗がない、又は弱い」(30.8%)、「経営力の弱い店が多い」(30.1%)がつづいている。
- ・組織形態別では、任意団体が「商店街役員の担い手が不足している」(47.2%)が目立つ。
- ・商店街タイプ別では、近隣型の「商店街役員の担い手が不足している」(43.2%)、地域型の「商店街役員の担い手が不足している」(61.8%)が多い。
- ・会員店舗数別では「商店街役員の担い手が不足している」が「60～79店」(75.0%)、「20店～39店」(60.0%)、「40店～59店」(50.0%)となっており、「19店以下」では「商店街活動が活発でない」(37.8%)となっている。

商店街が抱える問題点 (問49)



上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	手商店街役員の担い手が不足している	リーダーがいらない	低下している客力	スリ退集客力	空き店舗が増加している	商店街の業種構成	い、又は弱い	商店街に集客の核	経営力の弱い店が多い	商店街活動が活発でない	駐車場の利用が不足している	来街者の高齢化	率の低い商店街加入	その他	不明
		全体	100.0 133	42.9 57	17.3 23	12.0 16	6.8 9	16.5 22	24.8 33	30.8 41	30.1 40	27.8 37	24.1 32	18.0 24	15.8 21	8.3 11
組織形態別	商店街振興組合	100.0 12	41.7 5	8.3 1	8.3 1	8.3 1	25.0 3	41.7 5	33.3 4	33.3 4	33.3 4	8.3 1	33.3 4	-	-	25.0 3
	協同組合	100.0 15	13.3 2	6.7 1	20.0 3	-	6.7 1	6.7 1	20.0 3	20.0 3	26.7 4	46.7 7	26.7 4	-	6.7 1	13.3 2
	任意団体	100.0 106	47.2 50	19.8 21	11.3 12	7.5 8	17.0 18	25.5 27	32.1 34	31.1 33	27.4 29	22.6 24	15.1 16	19.8 21	9.4 10	15.1 16
商店街タイプ別	近隣型	100.0 74	43.2 32	21.6 16	12.2 9	8.1 6	18.9 14	31.1 23	31.1 23	41.9 31	33.8 25	29.7 22	18.9 14	21.6 16	5.4 4	9.5 7
	地域型	100.0 34	61.8 21	14.7 5	17.6 6	2.9 1	14.7 5	23.5 8	41.2 14	20.6 7	29.4 10	23.5 8	23.5 8	11.8 4	11.8 4	8.8 3
	広域型	100.0 18	22.2 4	11.1 2	5.6 1	5.6 1	11.1 2	11.1 2	22.2 4	5.6 1	-	5.6 1	11.1 2	-	16.7 3	44.4 8
	超広域型	100.0 7	-	-	-	14.3 1	14.3 1	-	-	14.3 1	28.6 2	14.3 1	-	14.3 1	-	42.9 3
会員店舗数別	19店以下	100.0 45	28.9 13	22.2 10	6.7 3	8.9 4	13.3 6	24.4 11	22.2 10	28.9 13	37.8 17	31.1 14	13.3 6	15.6 7	13.3 6	8.9 4
	20店～39店	100.0 35	60.0 21	28.6 10	17.1 6	2.9 1	17.1 6	28.6 10	40.0 14	31.4 11	28.6 10	20.0 7	22.9 8	20.0 7	11.4 4	14.3 5
	40店～59店	100.0 16	50.0 8	12.5 2	12.5 2	6.3 1	31.3 5	25.0 4	43.8 7	37.5 6	25.0 4	31.3 5	37.5 6	25.0 4	-	6.3 1
	60店～79店	100.0 12	75.0 9	-	16.7 2	-	33.3 4	33.3 4	25.0 3	41.7 5	25.0 3	25.0 3	25.0 3	-	-	-
	80店以上	100.0 9	22.2 2	-	11.1 1	11.1 1	-	22.2 2	22.2 2	22.2 2	-	11.1 1	11.1 1	11.1 1	11.1 1	33.3 3
	不明	100.0 16	25.0 4	6.3 1	12.5 2	12.5 2	6.3 1	12.5 2	31.3 5	18.8 3	18.8 3	12.5 2	-	12.5 2	-	50.0 8

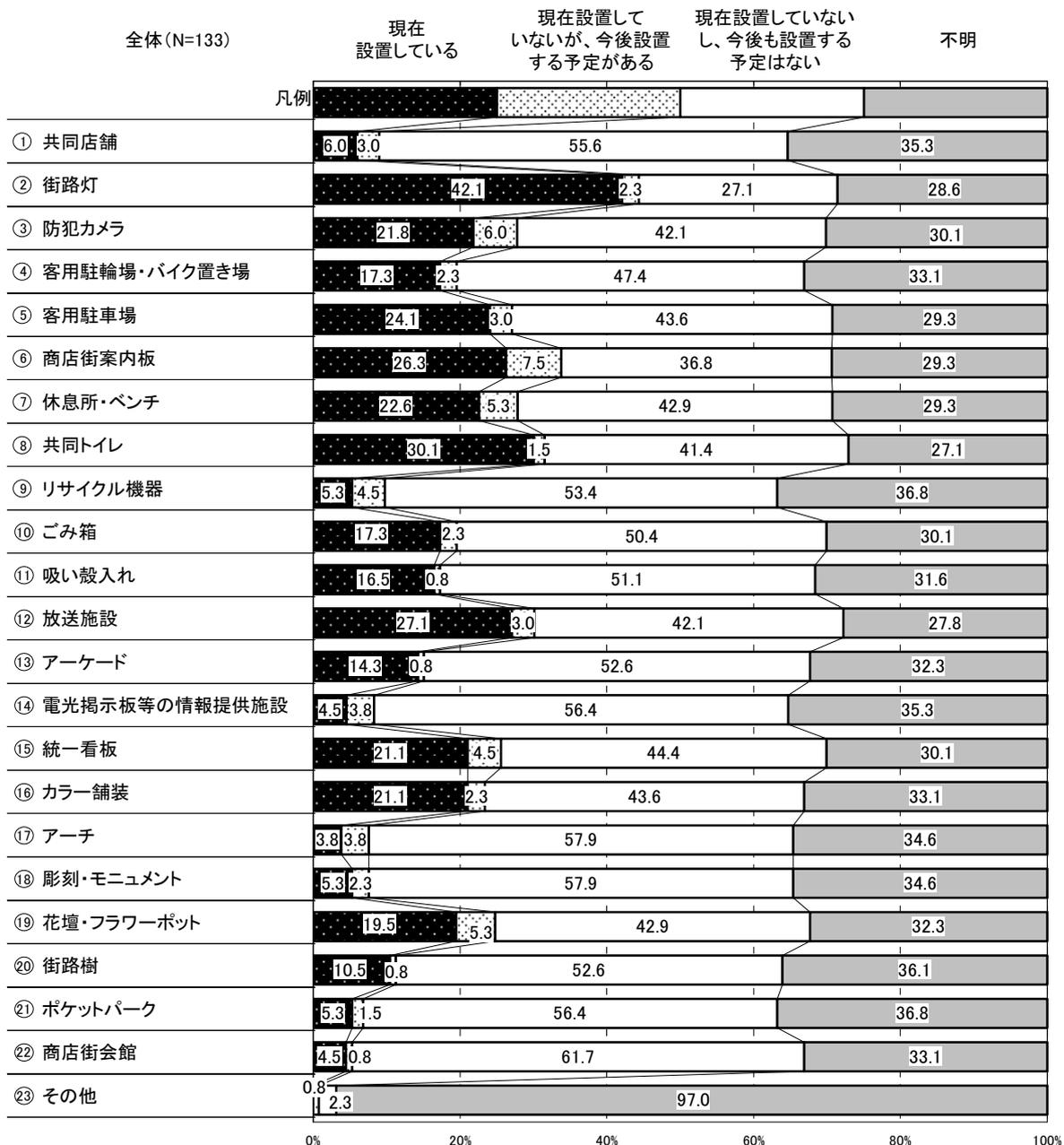
その他の内容
・ 区画整理事業による核となる店舗の退店
・ 後継者がいない
・ 商店街の建物が古くなってきた
・ 他店との競争に対するモチベーションに欠けている
・ 歩道がせまい

§ 8 共同施設の設置・整備状況

1. 共同施設の設置状況

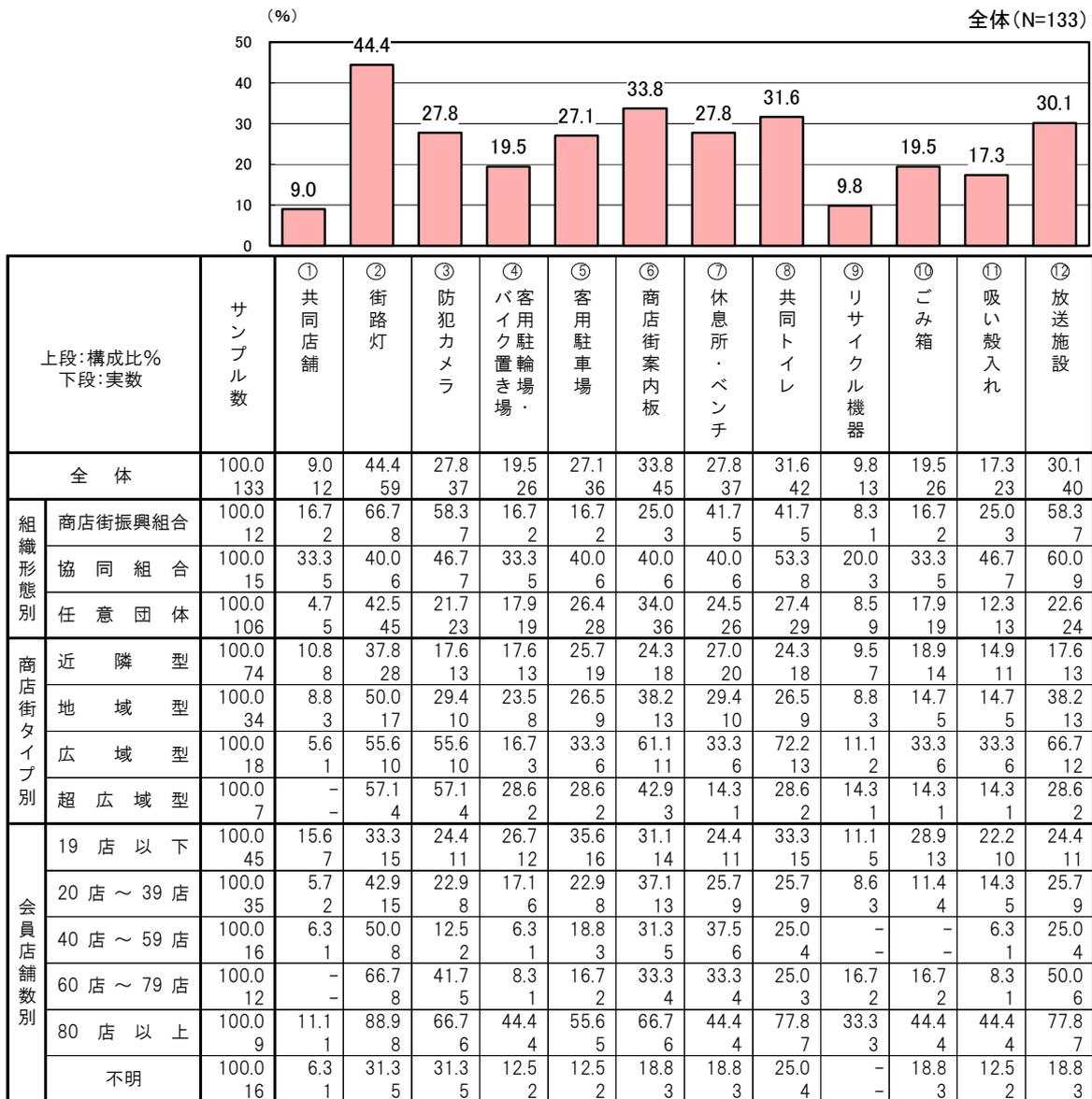
- ・共同施設の設置率は、「②街路灯」(42.1%)が最も多く、次いで「⑧共同トイレ」(30.1%)、「⑫放送施設」(27.1%)、「⑥商店街案内板」(26.3%)、「⑤客用駐車場」(24.1%)とつづく。
- ・「現在設置していないし、今後も設置する予定はない」をみると、「⑫商店街会館」(61.7%)が最も高く、次いで「⑰アーチ」(57.9%)及び「⑱彫刻・モニュメント」(57.9%)、「⑭電光掲示板等の情報提供施設」(56.4%)及び「㉑ポケットパーク」(56.4%)とつづく。
- ・現在設置していないが今後設置する予定があるのは、「⑥商店街案内板」(7.5%)、「③防犯カメラ」(6.0%)、「⑦休憩所・ベンチ」(5.3%)、「⑲花壇・フラワーポット」(5.3%)とつづく。

共同施設の設置状況（問 50A）



- ・共同施設の設置状況について「現在設置している」および「現在設置していないが、今後設置する予定がある」ものについてみると、「②街路灯」(44.4%)が最も多く、「⑥商店街案内板」(33.8%)、「⑧共同トイレ」(31.6%)とつづく。
- ・組織形態別にみると、「商店街振興組合」では「②街路灯」(66.7%)が最も多く、7割近くを占めている。
- ・商店街タイプ別にみると、「広域型」で「⑦共同トイレ」(72.2%)が最も多く、次いで「⑮統一看板」(66.7%)となっており、それぞれ、6割以上を占めている。
- ・会員店舗数別にみると、「80店以上」で「②街路灯」が88.9%と9割近くを占めている。

共同施設の設置状況①(問50A)

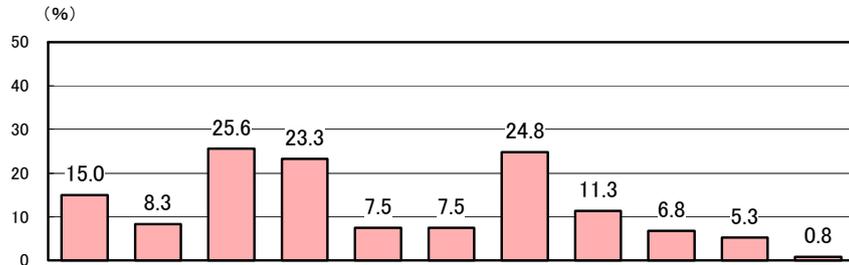


※各事業の全体のサンプル数は「現在設置している」と「現在実施していないが、今後設置する予定がある」の合計。

グラフは次頁に続く



共同施設の設置状況②（問 50A）



上段:構成比% 下段:実数		サンプル数	⑬ アーケード	⑭ 情報光掲示板等の提供施設	⑮ 統一看板	⑯ カラー舗装	⑰ アーチ	⑱ 彫刻・モニュメント	⑲ 花壇・フラワー	⑳ 街路樹	㉑ ポケットパーク	㉒ 商店街会館	㉓ その他
全 体		100.0 133	15.0 20	8.3 11	25.6 34	23.3 31	7.5 10	7.5 10	24.8 33	11.3 15	6.8 9	5.3 7	0.8 1
組織形態別	商店街振興組合	100.0 12	50.0 6	16.7 2	25.0 3	58.3 7	33.3 4	16.7 2	33.3 4	16.7 2	16.7 2	25.0 3	-
	協 同 組 合	100.0 15	26.7 4	13.3 2	40.0 6	26.7 4	13.3 2	13.3 2	13.3 2	13.3 2	13.3 2	13.3 2	-
	任 意 団 体	100.0 106	9.4 10	6.6 7	23.6 25	18.9 20	3.8 4	5.7 6	25.5 27	10.4 11	4.7 5	1.9 2	0.9 1
商店街タイプ別	近 隣 型	100.0 74	13.5 10	5.4 4	16.2 12	18.9 14	8.1 6	6.8 5	25.7 19	13.5 10	8.1 6	5.4 4	1.4 1
	地 域 型	100.0 34	17.6 6	5.9 2	26.5 9	20.6 7	5.9 2	2.9 1	26.5 9	5.9 2	5.9 2	2.9 1	-
	広 域 型	100.0 18	22.2 4	22.2 4	66.7 12	50.0 9	11.1 2	22.2 4	16.7 3	11.1 2	-	11.1 2	-
	超 広 域 型	100.0 7	-	14.3 1	14.3 1	14.3 1	-	-	28.6 2	14.3 1	14.3 1	-	-
会員店舗数別	19 店 以 下	100.0 45	26.7 12	6.7 3	24.4 11	17.8 8	4.4 2	4.4 2	13.3 6	8.9 4	6.7 3	6.7 3	-
	20 店 ~ 39 店	100.0 35	2.9 1	8.6 3	28.6 10	17.1 6	8.6 3	8.6 3	31.4 11	8.6 3	5.7 2	-	2.9 1
	40 店 ~ 59 店	100.0 16	18.8 3	-	12.5 2	37.5 6	-	-	31.3 5	18.8 3	-	6.3 1	-
	60 店 ~ 79 店	100.0 12	8.3 1	8.3 1	16.7 2	33.3 4	16.7 2	-	33.3 4	8.3 1	-	8.3 1	-
	80 店 以 上	100.0 9	22.2 2	44.4 4	55.6 5	55.6 5	11.1 1	33.3 3	44.4 4	22.2 2	22.2 2	22.2 2	-
	不 明	100.0 16	6.3 1	-	25.0 4	12.5 2	12.5 2	12.5 2	18.8 3	12.5 2	12.5 2	-	-

2. 共同施設の設置内容

- ・ 共同施設の設置時期で、「昭和」が「平成」よりも割合が高い項目として、「⑬アーケード」(42.1%)、「⑰アーチ」(40.0%)、「②街路灯」(33.9%)がある。逆に「平成」が「昭和」よりも割合が高い項目は、「⑲花壇・フラワーポット」(61.5%)、「①共同店舗」(62.5%)とつづく。
- ・ 「⑨リサイクル機器」、「⑭電光掲示板等の情報提供施設」は「昭和」に回答はみられない。
- ・ 平均設置数は「⑤客用駐車場」(204.7台)で、「④客用駐輪場・バイク置き場」(60.5台)とつづき、年間平均維持費は「⑨リサイクル機器」(280.5万円)が最も高く、次いで「⑤客用駐車場」(273.6万円)、「⑬アーケード」(103.5万円)とつづく。
- ・ 「⑯カラー舗装」の平均設置延長は257.7m、「⑬アーケード」の平均設置延長は193.0mとなっている。

共同施設の設置内容 (問50B・C)



(注1)「1. 共同店舗」の維持費を具体的に回答したのは1サンプルであるため、複数サンプルの平均値ではないが、参考のために記載している。

(注2)「2. 商店街会館」の平均設置数については、異常値と思われる値が回答されていたため、算出を見合わせている。

第2章 商店街連合組織活動実態調査結果

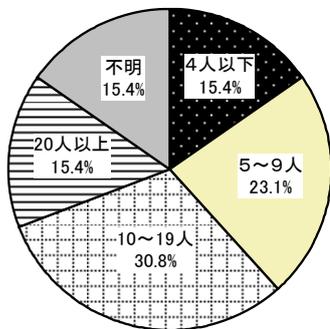
§1 連合組織の概況

1. 役員及び役員会の状況

(1) 役員状況

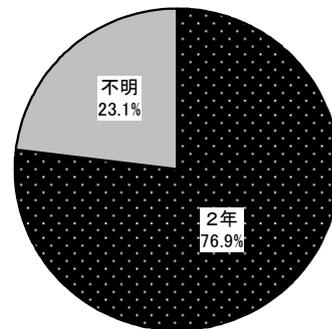
- ・ 連合組織における役員（理事）の人数は、「10～19人」が最も多く、30.8%である。
- ・ 理事（役員）の任期は、「2年」が76.9%となっている。
- ・ 監事の人数は、「1人」（38.5%）及び「2人」（38.5%）が最も多くなっている。
- ・ 役員（役員）の平均年齢は、「50歳代」が53.8%、「60代」が46.2%となっている。
- ・ 理事長（会長）の任期は、「2年」が100.0%となっている。
- ・ 役員（役員）の平均在職年数は、「4年以上6年未満」（30.8%）が最も多く、次いで「2年以上4年未満」（23.1%）及び「8年以上10年未満」（23.1%）となっている。

理事（役員）の人数（問1）



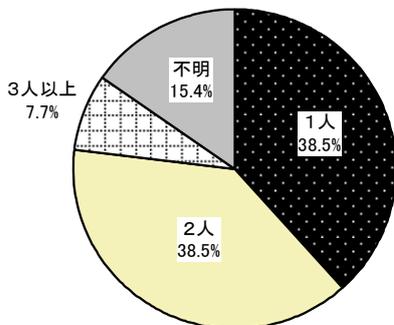
【平均:11.9人】
全体(N=13)

理事（役員）の任期（問1）



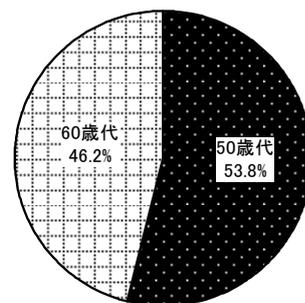
【平均:2.0年】
全体(N=13)

監事の人数（問1）



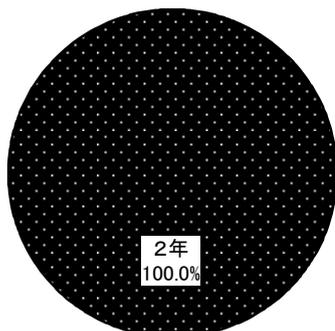
【平均:1.6人】
全体(N=13)

役員（役員）の平均年齢（問2）



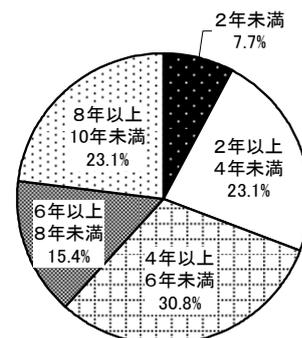
全体(N=13)

理事長（会長）の任期（問1）



【平均:2.0年】
全体(N=13)

現在の役員（役員）の平均在職期間（問3）

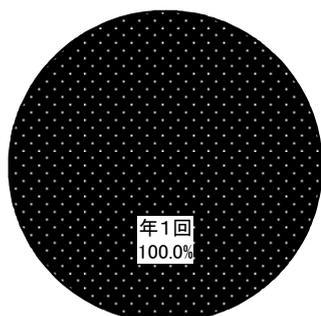


全体(N=13)

(2) 総会及び役員会の開催状況

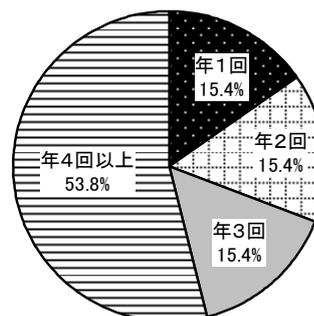
- ・ 総会の回数は、年「1回」が100.0%を占める。
- ・ 理事会・役員会の回数は、年「4回以上」(53.8%)が最も多くなっている。
- ・ 総会の開催時期は、「5月」(46.2%)が最も多くなっている。

総会の回数(問6)



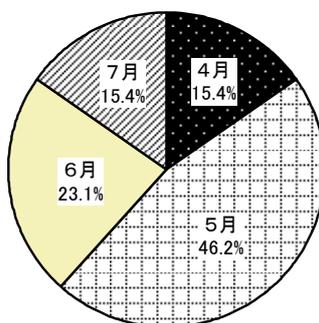
【平均:1.0回/年】
全体(N=13)

理事会・役員会の回数(問7)



【平均:5.3回/年】
全体(N=13)

総会の開催時期(問6)

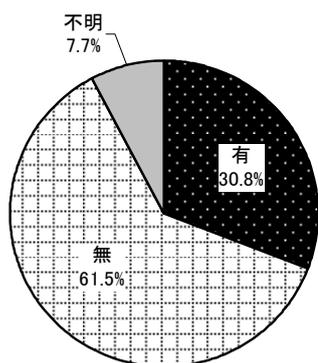


全体(N=13)

2. 事務局の状況

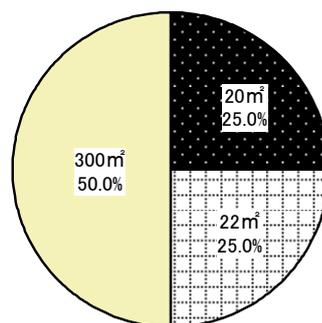
- ・ 連合組織における事務所の有無は、「有」は30.8%である。
- ・ 事務所の面積は、「300㎡」が50.0%と最も多くなっている。
- ・ 専従職員の有無は、「有」は30.8%である。
- ・ 専従職員の人数は、「1人」、「2人」がそれぞれ50.0%を占める。

事務所の有無（問4）



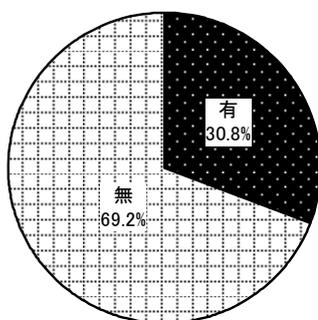
全体(N=13)

事務所の面積（問4）



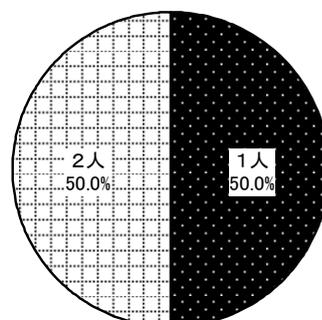
【平均:160.5㎡】
全体(n=4)

専従職員の有無（問5）



全体(N=13)

専従職員の人数（問5）



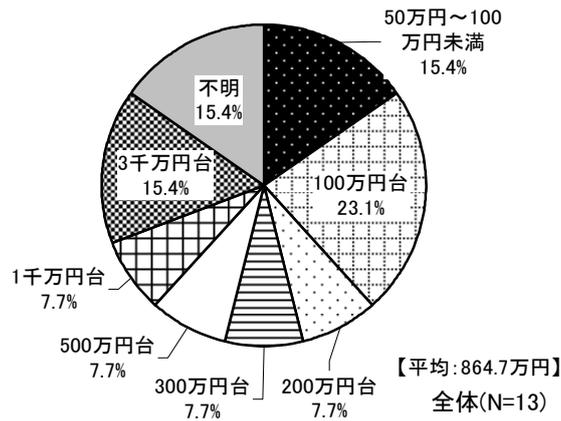
【平均:1.5人】
全体(n=4)

3. 財務状況

(1) 平成 20 年度の総決算額

- ・平成 20 年度の総決算額は「100 万円台」(23.1%) が最も多く、次いで「50 万円～100 万円未満」(15.4%) となっている。また、「3 千万円台」は 15.4% となっている。

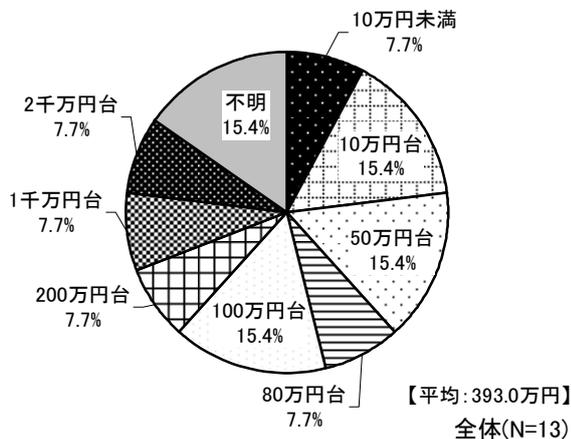
平成 20 年度の総決算額 (問 8①)



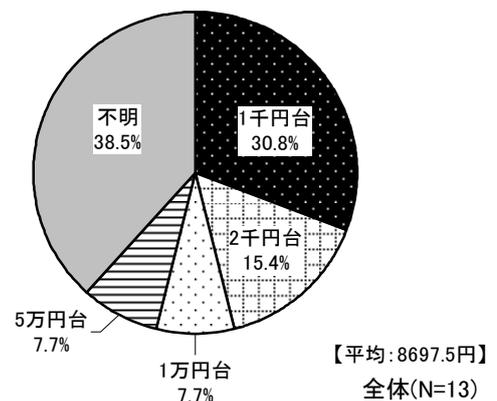
(2) 平成 20 年度の収入の構成

- ・収入の構成のうち「会費収入」の額は、「10 万円未満」～「2 千万円台」と広範囲になっている。
- ・1 店あたりの平均月会費は、「1 千円台」が 30.8% と最も多くなっており、「2 千円台」が 15.4% とつづく。
- ・事業収入は、「10 万円未満」が 38.5% と最も多くなっている。
- ・補助金収入は、「1 万円未満」(30.8%) が最も多く、次いで「100 万円台」(15.4%) となっている。
- ・その他収入は、「10 万円未満」(15.4%) 及び「10 万円台」(15.4%) が最も多くなっている。

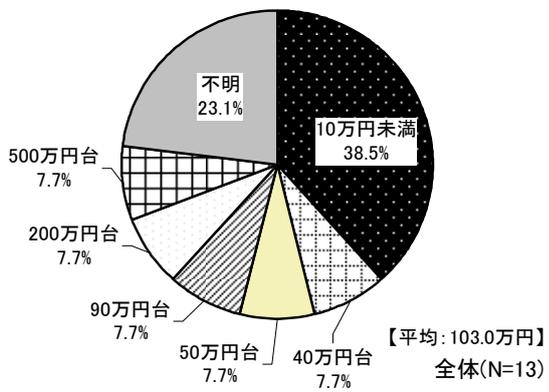
会費収入 (問 8③ア)



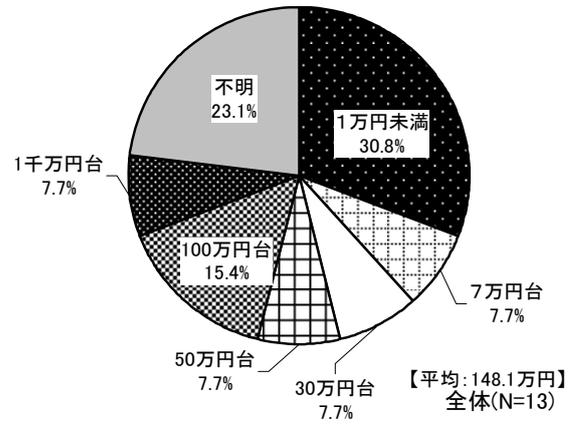
1 店あたりの平均月会費 (問 8②)



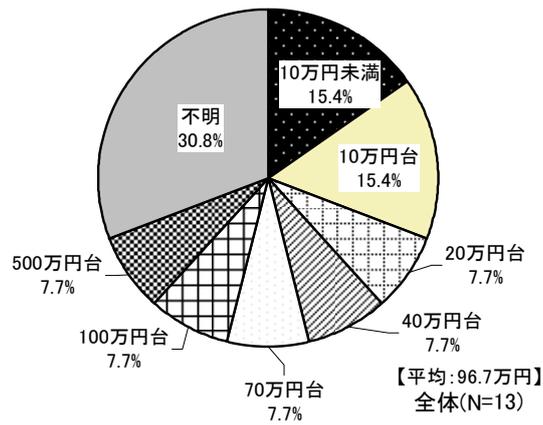
事業収入 (問 8③イ)



補助金収入 (問 8③ウ)



その他収入 (問 8③エ)



§ 2 連合組織の活動と運営

1. 各種事業の実施状況

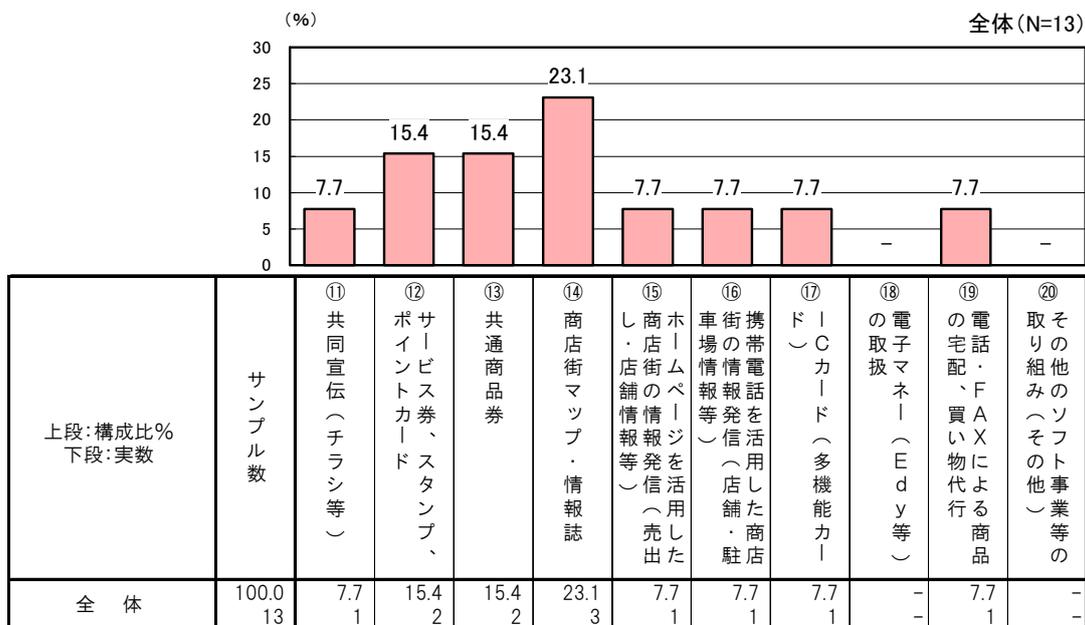
- ・ 連合組織における各種事業の実施状況については、「⑤祭り・イベント」(69.2%) が最も多く、次いで「⑩新年会・忘年会」(53.8%) となっている。
- ・ 自治体等の地域団体との共同事業の実施状況については、「⑤祭り・イベント」(30.8%) が最も多く、次いで「④防災・防犯」(23.1%)、「⑬共通商品券」(15.4%) となっている。

各種事業の実施状況(問 10A・B)



・ソフト事業の実施状況について「実施中」および「検討中」の事業についてみると、「⑭商店街マップ・情報誌」(23.1%)が最も多く、「⑫サービス券、スタンプ、ポイントカード」(15.4%)及び「⑬共通商品券」(15.4%)がつづく。

各種事業の実施状況（問 10A）

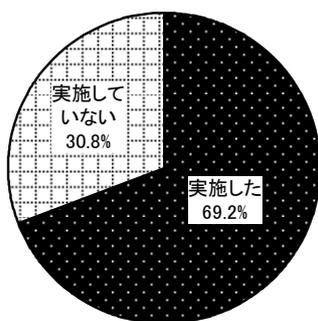


2. イベント等の実施状況

(1) イベント等の実施有無

・ 連合組織におけるイベント等の実施率は、69.2%であり、7割が実施している。

イベント等の実施有無（問 11）

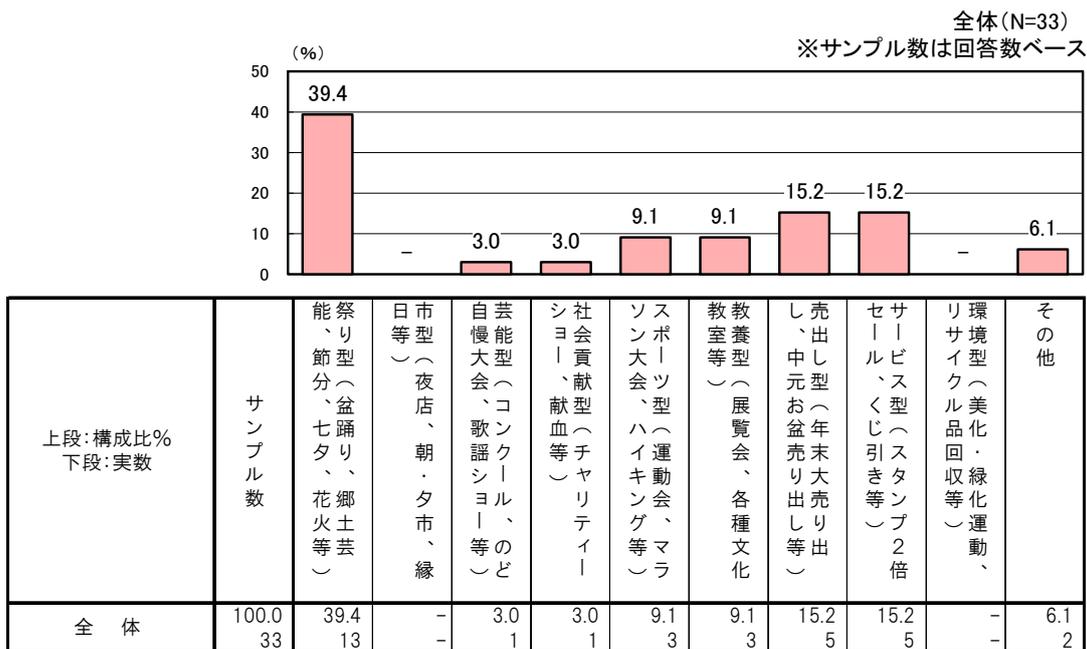


全体(N=13)

(2) イベント等の内容

・ イベント等の実施内容は、「祭り型（盆踊り、郷土芸能、節分、七夕、花火等）」（39.4%）が最も多く、次いで「サービス型（スタンプ2倍セール、くじ引き等）」（15.2%）及び「売り出し型（年末大売出し、中元お盆売り出し等）」（15.2%）となっている。

イベント等の内容（問 12C）



(注) イベント等は複数の月にわたって行われるものがあるため、次頁の「実施月・名称」の件数の計とは一致しない。

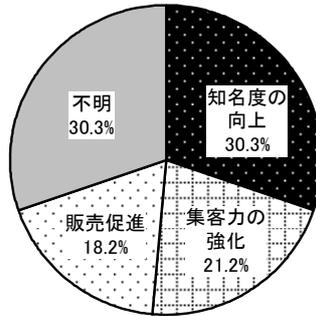
最近1年間におけるイベント等の実施月・名称（問12A・B）

実施月	内容	件数
1月	成人式餅つき大会	2
3月	勝鷹水神必勝祈願祭、神事	1
4月	ソフトバンクホークス応援川柳	1
5月	どんたく博多駅本舞台	1
	ソフトバンクホークス応援川柳	1
	博多どんたく西新舞台	1
6月	地域パフォーマンス	2
7月	楽しかおおはしビヤガーデン	2
	十六番飾山笠	1
	姪浜まつり	1
8月	サマーフェスティバル	1
	サマーフェスティバルプロレス	1
9月	楽しかおおはし	2
	飲酒運転撲滅キャンペーン	1
10月	楽しかおおはし	2
	香椎まちなか美術館	1
	勝鷹夢まつり	1
	博多駅まつり	1
11月	せいもん払い、ふれあい市	2
	ボーリング大会	1
	花火大会	1
	西新せいもん払い	1
12月	クリスマスコンサート、イルミネーション	2
	クリスマスセール	1
	ソフトバンクホークスMIPパレード	1
	西新商店街歳末セール	1
	勉強会	1

(3) イベント等の目的

・ イベント等の主な目的は、「知名度の向上」(30.3%)が最も多く、「集客力の強化」(21.2%)、「販売促進」(18.2%)とつづいている。

イベント等の目的(問12D)



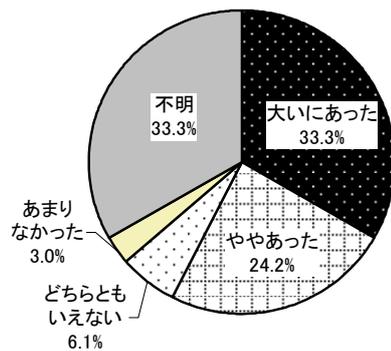
全体(N=33)

※サンプル数は回答数ベース

(4) イベント等の効果

・ イベント等の効果については、「大いにあった」(33.3%)と「ややあった」(24.2%)を加えた57.5%が『効果あり』としている。

イベント等の効果(問12E)



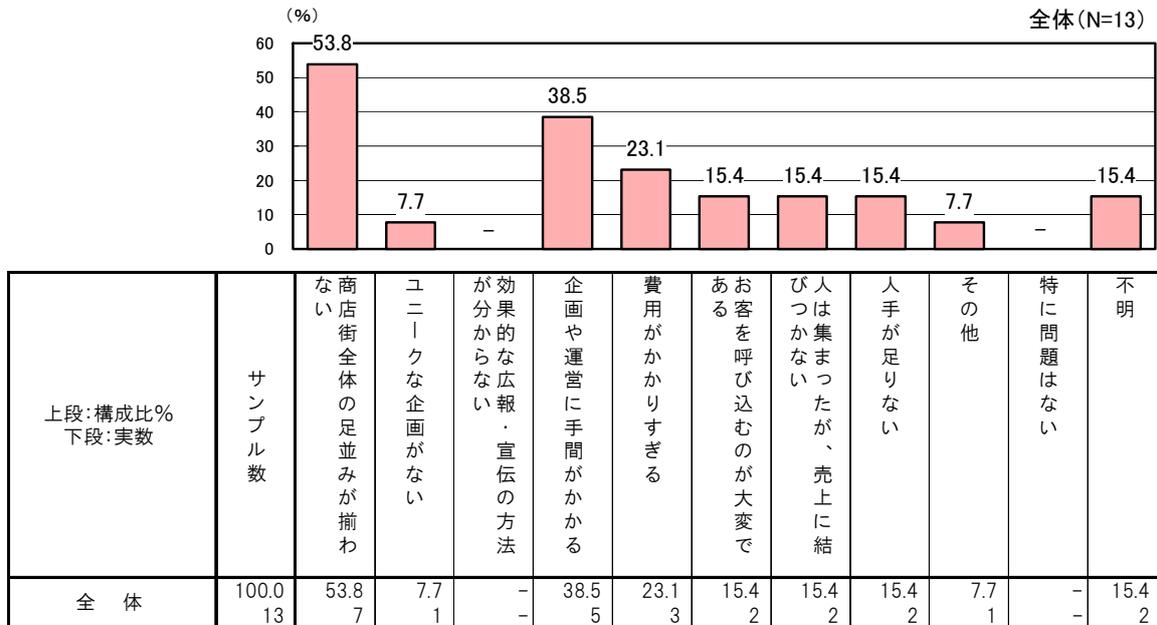
全体(N=33)

※サンプル数は回答数ベース

(5) イベント等を実施する上での問題点

・イベント等を実施する上での主な問題は、全体の足並みが揃わない」(53.8%)が最も多く、「企画や運営に手間がかかる」(38.5%)、「費用がかかりすぎる」(23.1%)がつづいている。

イベント等を実施する上での問題点 (問 13)



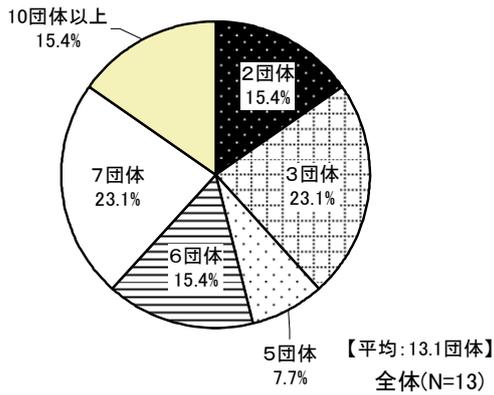
その他の内容
 ・ 博多駅ビル新築工事の場所確保

§ 3 連合組織の問題点

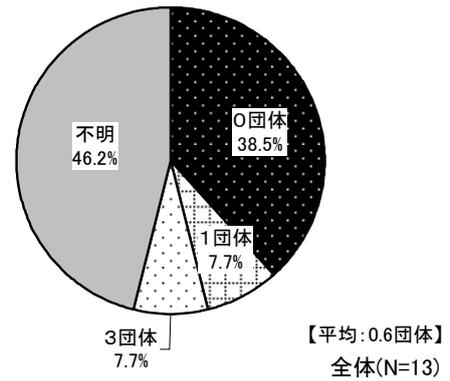
1. 加入団体数の状況

- ・ 連合組織の加入団体の状況は、「3団体」(23.1%)及び「7団体」(23.1%)が最も多くなっている。
- ・ 今後加入することが望ましい数は、「0団体」(38.5%)が最も多く、4割近くを占めている。

現在の加入団体数(問14)



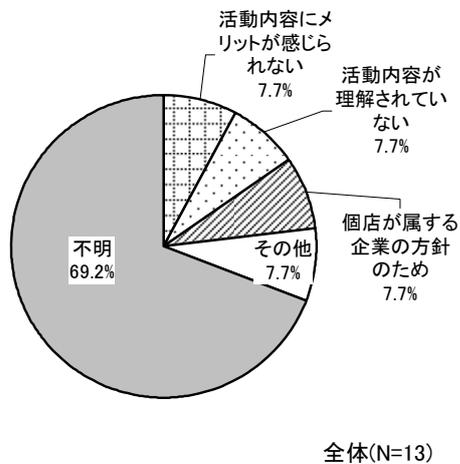
今後加入することが望ましい団体数(問14)



2. 商店街が連合組織に加入しない理由

- ・ 連合組織へ商店街が加入しない理由は、「活動内容にメリットが感じられない」(7.7%)「活動内容が理解されていない」(7.7%)「個店が属する企業の方針のため」(7.7%)となっている。

商店街が連合組織に加入しない理由(問15)

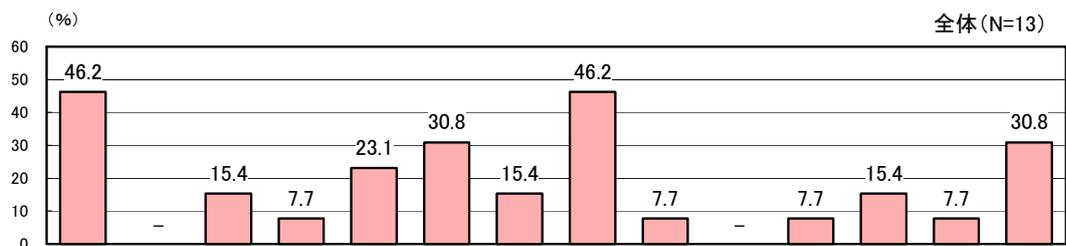


その他の内容
・ 区画整理事業による用地買収

3. 連合組織が抱えている問題点

・連合組織が抱える問題点は、「商店街役員の担い手が不足している。」(46.2%)と「経営力の弱い店が多い」(46.2%)が最も多く、「商店街の業種構成に不足がある」(30.8%)、「空き店舗が増加している」(23.1%)とつづく。

連合組織が抱えている問題点 (問 17)



上段:構成比% 下段:実数	サンプル数	商店街役員の担い手が不足している	リーダーがいない	集客力が低下している (スーパー・大型店の出店で)	集客力が低下している (スーパー・大型店の撤退で)	空き店舗が増加している	商店街の業種構成に不足がある	商店街に集客の核となる店がない、又は弱い	経営力の弱い店が多い	商店街活動が活発でない	駐車場・駐輪場が不足している	来街者の高齢化への対応が遅れている	個店の商店街加入率が低い	その他	不明
		全 体	100.0 13	46.2 6	- -	15.4 2	7.7 1	23.1 3	30.8 4	15.4 2	46.2 6	7.7 1	- -	7.7 1	15.4 2

資料編

1. 商店街の今後の取組

商店街活性化のために取り組みたい事業の内容（商店街）

事業内容
<ul style="list-style-type: none"> 博多駅の新規(平成23年度)オープンに際し、お客様の流れを美野島方面へも取り込むため、ミニバス(周遊)を利用したミニストップ、観光地(住吉神社、キャナルシティ、美野島商店街等、半日コースでの周遊バス)として、ランチバイキング等、我が商店街の持ち味を活かし、下町ならではのおもてなしをしたい。
<ul style="list-style-type: none"> 博多どんたく港まつりについて、水上本舞台を運営していますが、市主催でありながら本舞台に対してなんら支援がないので、ぜひ実施してほしい。他都市においては、相当額の支援があると聞いている。福岡市もぜひ参考にしてください。水上本舞台は39年ほど前から博多川を利用してどんたくの2日間、地域の人たちで運営しています。また、どこの舞台よりも運営がかかり、地元を元気づけながらがんばっています。
<ul style="list-style-type: none"> <道路拡幅街づくり事業>福岡市町なみ景観条例に基づく街づくり実行中のため、早急の完成にご支援のほどお願いします。本年は平成13年に御笠川の西門橋架け替え完成後に道路拡幅工事を平成14年いっぱいまで実行するとの取り決めでしたが、それが現在も進行中で、この結果が住民並びに商店街会員の意気消沈につながり、現況になっております。
<ul style="list-style-type: none"> いわゆる商店街としての商売の全体的活動は何もしていないが、博多山笠の祭り、どんたく松はやしの祭りは恵比須流の構成町として昔から取り組んでいます。そのため、町の住人の調和はとても良いと思っています。
<ul style="list-style-type: none"> エコ活動 フェア(スプリング、サマー、クリスマス)等
<ul style="list-style-type: none"> 竹下まつりの継続 商店街道路の見直し(フラワーポット、車止め等)
<ul style="list-style-type: none"> <事業>まつりごとに対するご指導方法を望みます。 <財政>支援等の方法など、事業資金、援助があればご指導お願いします。 商店街活性化のための福祉問題等、行事の参加など。
<ul style="list-style-type: none"> 勝鷹水神商店街は西新商店街連合会加盟の7つの商店街の1つです。当商店街は15の個店で形成しておりますが、やはり連合会組織で活動することになります。連合会では“勝鷹水神”中心に事業をします。地元の球団であるソフトバンクホークスの協力を得て、勝鷹水神ホークス必勝祈願祭(3月)、勝鷹夢まつり(勝鷹水神大祭)、そしてホークス選手、勝鷹水神MIPパレード(12月)。今年新たにホークス応援川柳等の事業を行なっています。
<ul style="list-style-type: none"> イベント中心の集客力アップ 商店街マップ
<ul style="list-style-type: none"> 定期的な売り出し(100円セール、ワンコインセール)
<ul style="list-style-type: none"> お客様との結びつきを広め、強くしていくための企画・事業を進めたい。同時に商店街会員さんの横のつながりも深めていきたい。毎年の歳末大売出しの景品は“店主と行く日帰り旅行”で、抽選で30名のお客様と店主で絆を深めています(3年目となります)。野芥商工連盟会の機関紙を年に4回(2000部)発行しており、情報発信やコミュニケーションの広場となっています。
<ul style="list-style-type: none"> 今年で5年目の「花みずき通り美術館」の継続。昨年から実施している「地域情報マップ」。美術館の開催時期に合わせて「ガラポン」を実施予定。来期より実施予定の「花いっぱい運動」の調査準備を予定しております。
<ul style="list-style-type: none"> 特に今のところはないが、明るく人通りのにぎやかな商店街になりたい。
<ul style="list-style-type: none"> お客様と触れ合いたい気持ちは皆あるが、高齢化、資金不足等でできない状態です。
<ul style="list-style-type: none"> 水銀灯追加設置。駅前通りアーケード設置。
<ul style="list-style-type: none"> 地域に根ざしたイベント、校区の行事、福祉等にも協力していきたいと思う。ネット通信等での商店会のお知らせ等にも取り組んでいきたいと思う。
<ul style="list-style-type: none"> スタンプラリー。花いっぱい運動。マップ作成。
<ul style="list-style-type: none"> 花いっぱい運動
<ul style="list-style-type: none"> 長住まつり。花壇の花植え。歳末売り出し。
<ul style="list-style-type: none"> 宅配事業(高齢者が多いため)。売り出し。
<ul style="list-style-type: none"> 文化的な活動(寄席やジャズコンサート等)。地域密着の「まつり」。
<ul style="list-style-type: none"> リサイクル推進(地域住民へのリサイクル参加呼びかけ、生ゴミ等のリサイクル化)
<ul style="list-style-type: none"> 100円商店街。お買い物券の発行(5000円で6000円のお買い物券等)。パソコン勉強会。
<ul style="list-style-type: none"> 天神集客。歩きやすい街。外壁広告強化。
<ul style="list-style-type: none"> 近隣地権者と足並みと揃えた再開発事業。他の商業施設等とも連携しての集客イベント、情報発信。再開発を見据えた老朽施設・設備の整備・更新。
<ul style="list-style-type: none"> イベント等についての補助金。
<ul style="list-style-type: none"> ゴールド免許センターの入店での客数増加を期待する。
<ul style="list-style-type: none"> 「平尾」の知名度アップ。集客力を上げる。
<ul style="list-style-type: none"> 植木、鉢植などの増加。環境を良くしたい。
<ul style="list-style-type: none"> 店舗紹介マップの作成。花いっぱい運動。
<ul style="list-style-type: none"> 個店の能力アップ、魅力度アップのための勉強会。アーチ、看板、街路樹装飾。クリーンアップ、マナーアップ、エコ運動。広報誌作成。さくら祭り(3~4月)
<ul style="list-style-type: none"> まちづくり会社の設立。やる気のある店主を中心に、構成商店街、収益の柱となれば…。
<ul style="list-style-type: none"> 各店舗を守るの一杯の状態です。
<ul style="list-style-type: none"> 九大六本松跡地利用について活性化策を検討中。又、既存商店街との整合性のとれたプラン作り。

取り組みたい事業の内容（連合組織）

事業内容
・ 多々良河以東の和白・香椎・香住ヶ丘・名島・多々良、5団体の会長・副会長を構成員とする連絡協議会。S59年結成。大型店との協議・協調と各団体の地域・商業振興（主として祭催事）に補助支援を行っている。
・ 勝鷹水神を核としての事業。 ・ 必勝祈願祭、勝鷹夢まつり（水神大祭）、勝鷹ホークス応援川柳、勝鷹水神ホークス選手MIPパレード。 ・ 百道浜協議会との協同イベント（企画中）。
・ 九大六本松跡地利用について活性化策を検討中。又、既存商店街との整合性のとれたプラン作り。

2. 市への要望

市への要望（商店街）

市への支援の要望
・私共は約100年近く駅の前で理髪業を営んでいますが、商店街の不況により、横のつながりもなく、廃業して街を出る人、水揚げが少なく低料金の散髪屋(¥1,000~1,500)に行く人、どんどんと友人を少なくしています。それと男性の女性化、男子が美容室へ行く、その辺の行政の指導はできないものでしょうか。
・美野島の下町の風情を、人情をもっとアピールしたいと思うのですが、福岡市の持つ、温かみのある地域性を出すのは最高の所だと思うので、もっとアピールできるようなイベントを企画してほしい。例えば“福岡市商店街まつり”みたいなコラボもOKかと思いますが…。
・福岡市は九州を代表する商都、観光都市であり、今後はこの2つの特長を更に生かすことが福岡市発展につながると思います。
・福岡市行政担当部署の敏速な行動と実行力を切に希望、要望します。特に、用地課(福岡市土木局東部用地課)福岡市建設局総務部都心居住・博多部振興室に要望、合わせて地域整備課。
・私どもの土地建物は市の所有で、今回、空き店舗(25/52店)が半数によつたため、店舗を半分に縮小していただきました。大変なご助力をいただいたと考えております。残り空き店舗となりました450坪の場所の再開発に全力をあげたいと考えております。その節は何卒よろしくお願ひ申し上げます。
・今まで実施(継続)している事業へも助成してほしい。商店街道路の見直しについて、アドバイス、助成等がほしい。
・福祉と環境による街づくり、各種イベントのご指導等ありましたら、ご指導、ご支援をお願いいたします。
・建物(商店街)が非常に古く(築100年ほど)、再開発ができればと思います。
・駐輪場があっても客が駐輪場に停めない。市の駐輪場に50CC以上のバイクも停めるようにしてもらいたい。
・道路の交通規制、道路使用許可への協力。イベントスタッフの確保への協力。
・まだまだ市の皆様にご支援を頼むレベルではありません。今後ともよろしくご指導賜りますよう、お願いいたします。
・現在まで福岡市の指導や支援を受けながら行事等を実施してきましたが、少しでも商店街の活性化につながるよう、商店会としても努力していきたいと思っております。今後とも、ご協力をよろしくお願ひいたします。
・街路灯を通りの両側に設置してほしい。秋口くらいから暗くなるのが早くて、通りが明るくないので。
・弱小商店会には30~50万円ほど、無条件で助成してほしいです。
・水銀灯追加設置、駅前通りアーケード設置の助成金。
・最近の不況により、大型店、小売業ともに大変きびしい状況にあるため、なかなか積極的に校区の事業等にも参加しづらい事がありますので、補助金等を出して頂ければ大変助かるのですが…。
・点在している街の活気が出るヒントを教えてください。
・ダイエーが撤退してから人口は増えてもこの商店街は衰退している。スーパーがまた出てきてくればいいと思っている。近くの人にも不便になったと言っている。
・現在、ステップアップ支援事業で支援してもらっているが、3年間なので、できれば延長してほしい。
・テストケースとして展開していく中で、支援をいただくことがいずれあると思います。
・「しぼり」を少なくしてほしい。
・リサイクル費用の軽減
・簡易な審査、手続きによる継続的な補助金。
・キャッチセールス、路上販売の排除。街路樹の適度な剪定。
・現在のサイクルポストの廃止及びサザン通りの街路樹をなくして、きらめき通り並の見通しの良い通りとして、死角をなくし、交通事故・犯罪の絶滅を目指す。
・再開発に向けての環境づくり(法整備、税制面、産学官連携体制等)。天神地区の公共インフラ整備。老朽施設、設備代替のための補助金、制度融資の充実。環境問題対応型諸施設の維持管理費用の一部補助制度の創設。
・商店街等の補助金等について、組合負担が1/3くらいにしてほしい。現在は1/2の負担が多い。補助金等に対して制約はあっても良いが、もう少し使いやすいうようにしてほしいと思われる。
・活性化と言うが、どこを活性しているのかわからない。
・福岡市在住者の住民票や印鑑証明書を取得できるコーナーを設けてほしい。ATM等を設置して、無人でもよい。
・アーケードの中を車が通らないようにしてほしい。
・現在、テナント会費は保留状態(以前は設定して運営)。現在、予算がないので、何もできていないため、環境づくり等の支援がほしい。
・各事業への支援。
・商店街のアーチ、看板、街路樹装飾のノウハウと資金援助。 クリーンアップ、マナーアップ、エコ運動に関して、この地域を禁煙してほしい。 さくらまつりを福岡市のさくらまつりとタイアップしたい。ノウハウと資金援助を。
・地域にある市の関係機関との強化支援。まちづくり会社の設立支援。
・老朽化した劇場や教室の整備施設の助成。 広場部分のアーケード化のため、その助成制度を教えてください。
・九大跡地について商店街商業ゾーンのプランへの助成等にご協力をお願いする。同時に九大跡地は六本松・草香江地区全体の町づくりの観点から公共的な性格を持つゾーンや建物が必要となるが、その点について具体的な協議が必要。

市への要望（連合組織）

市への支援の要望
・ 特に市に支援は考えていないが、総会招聘を検討している。
・ 商店街のイベント・売出しの企画・立案その他のための事務局がほしい。補助事業の対象になればと思います。
・ 九大跡地について商店街商業ゾーンのプランへの助成等にご協力をお願いする。同時に九大跡地は六本松・草香江地区全体の町づくりの観点から公共的な性格を持つゾーンや建物が必要となるが、その点について具体的な協議が必要。

整理番号			
------	--	--	--

福岡市商店街実態調査票

<ご記入にあたってのお願い>

1. この商店街実態調査は、福岡市が市内に所在する商店街の現状を把握することを目的として行うものです。
2. ご回答にあたっては、できるだけ貴商店街を代表する方、もしくはそれを代行の方がご記入下さい。
3. ご回答にあたっては、**平成21年8月1日現在**の状況に基づいてご記入下さい。
4. 設問には、記述式のものを選択式のものがあります。記述式の設問については、回答欄にご記入下さい。また、選択式の設問は、該当する番号に○をつけて下さい。設問によって答えを1つだけ選ぶ場合や複数選ぶ場合がありますので、ご注意ください。
5. 「その他」を選んだ場合は、() 内に具体的な内容をご記入ください。
6. ご記入済の調査票は、誠に勝手ながら **平成21年8月24日(月)** までに同封の返信用封筒にてご投函下さるようお願い申し上げます。(切手は不要です)

(調査主体) : 福岡市経済振興局産業振興部地域商業課 (092-711-4822)

問い合わせ先 (調査委託機関) : 株式会社 西日本リサーチ・センター (092-714-5448)

【個人情報の取扱いについて】

ご提供いただきました個人情報は、本市において商店街の現状把握及び情報提供のために利用するものであり、他の目的には使用いたしません。個人情報は厳重に管理し、紛失、遺漏等がなきよう適切な管理を行います。なお、個人情報の取扱いを第三者に委託する場合であっても、当該委託先に対して、個人情報が適正に保護されるよう、適切な措置をとるものとします。

1. 貴団体の基本属性

正式名称	(フリガナ)		
所在地	〒	—	区
	福岡市		
	TEL :		FAX :
	上記所在地について、あてはまるものを選んでください。(○は1つだけ)		
	1. 商店街事務所 2. 代表者店舗 3. 代表者自宅 4. 代表者店舗兼自宅 5. その他		
E-mail			
URL			
(フリガナ) 代表者氏名		役職名	1. 理事長 3. その他 () 2. 会長
最寄駅	市営地下鉄・JR・西鉄 () 線 () 駅より ※該当するものに○ 西鉄・昭和バス () 停留所より 徒歩約 () 分		
ご記入者 (ご回答者)	商店街での役職名 :		
	ご氏名 :		
	連絡先 TEL :		FAX :
	携帯電話 :	E-mail :	

2. 貴商店街の概要（組織・運営・財務状況）について

現在の貴商店街についてお知らせください。あてはまる番号または箇所に○をつけるか、()内に必要事項をご記入下さい。

問1. 組織形態 (○は1つだけ)	1. 商店街振興組合 2. 協同組合 3. 任意団体																												
付問 法人化の予定 (○は1つだけ)	(問1で「3. 任意団体」と回答した方のみ) 1. 有 ⇒ 平成()年()月予定 2. 無																												
問2. 設立時期 (組織結成時期)	明・大・昭・平()年()月																												
問3. 立地環境 (○は1つだけ)	1. 繁華街 3. 一般住宅地 5. オフィス街 2. 商業地 4. 工業地 6. その他(具体的に:)																												
問4. 属性 (○は1つだけ)	1. 駅前 5. 駅ビル 9. ショッピングセンター 2. 住宅街 6. 商業ビル(ショッピングセンターを除く) 10. その他 3. 団地内 7. その他ビル内 (具体的に:) 4. 工場・倉庫街 8. 地下街																												
付問. 建物または店舗の所有状況 (○は1つだけ)	(問3で「5. 駅ビル」、「6. 商業ビル(ショッピングセンターを除く)」、「7. その他のビル」、「8. 地下街」、「9. ショッピングセンター」と回答した方のみ) 1. 貴団体が、店舗が所在する建物全体を所有している 2. 貴団体が、店舗が所在する建物の区画を一括して区分所有している 3. 各会員が、店舗が所在する建物の各区画を区分所有している 4. 貴団体が、店舗が所在する建物の区画を一括して賃借し、各会員に賃貸している 5. 各会員が、店舗が所在する建物の区画を賃借している 6. 貴団体が、店舗の所在する建物の一部区画を区分所有し、他は各会員が店舗の所在する区画を賃借している 7. その他(具体的に:)																												
問5. タイプ (○は1つだけ)	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または自転車などにより日常的の高い買い物をする商店街 2. 地域型商店街 最寄品及び買い回り品*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、最寄品店より買い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、遠距離からの来街者が買い物をする商店街																												
*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商品。日常的な食料品や日用雑貨など。 *買い回り品: 消費者が2つ以上の店を回って比較して購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。																													
問6. 貴商店街団体会員数及び商店街区内の未加入者数	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="3">貴団体の構成人数(加入者数)</th> <th rowspan="2">貴商店街区の未加入者数 (希望があれば加入を認めることができる未加入者)</th> </tr> <tr> <th>①組合員 (正会員)</th> <th>②準組合員 (準会員)</th> <th>③(①+②) 構成員 計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>名</td> <td>名</td> <td>名</td> <td>名</td> </tr> </tbody> </table> <p>※商店街区が明確に定まっていない場合は、小売り、サービス、飲食業等を営む店舗が近接している地区を中心として貴団体が範囲を定めてください。</p>	貴団体の構成人数(加入者数)			貴商店街区の未加入者数 (希望があれば加入を認めることができる未加入者)	①組合員 (正会員)	②準組合員 (準会員)	③(①+②) 構成員 計	名	名	名	名																	
貴団体の構成人数(加入者数)			貴商店街区の未加入者数 (希望があれば加入を認めることができる未加入者)																										
①組合員 (正会員)	②準組合員 (準会員)	③(①+②) 構成員 計																											
名	名	名	名																										
問7. 役員数及び任期	<table> <tr> <td>1. 理事長または会長</td> <td>役員数</td> <td><input type="text"/></td> <td>名</td> <td>任期</td> <td><input type="text"/></td> <td>年</td> </tr> <tr> <td>2. 副理事長または副会長</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>名</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>年</td> </tr> <tr> <td>3. 理事または役員</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>名</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>年</td> </tr> <tr> <td>4. 監事</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>名</td> <td></td> <td><input type="text"/></td> <td>年</td> </tr> </table>	1. 理事長または会長	役員数	<input type="text"/>	名	任期	<input type="text"/>	年	2. 副理事長または副会長		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年	3. 理事または役員		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年	4. 監事		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年
1. 理事長または会長	役員数	<input type="text"/>	名	任期	<input type="text"/>	年																							
2. 副理事長または副会長		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年																							
3. 理事または役員		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年																							
4. 監事		<input type="text"/>	名		<input type="text"/>	年																							

問8. 役員の平均年齢 (○は1つだけ)	1. 30歳代以下 2. 40歳代	3. 50歳代 4. 60歳代	5. 70歳代以上																																										
問9. 現在の役員の平均 在職年数 (○は1つだけ)	1. 2年未満 2. 2年以上4年未満	3. 4年以上6年未満 4. 6年以上8年未満	5. 8年以上10年未満 6. 10年以上																																										
問10. 商店街事務所の 有無 (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ 事務所面積 () m ²		2. 無																																										
問11. 上記事務所専従職員 の有無 (組合員は除く) (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ 職員数 () 名		2. 無																																										
問12. 総会の回数・時期	年 () 回 () 月開催																																												
問13. 役員・理事会の 回数・時期	年 () 回 () 月毎																																												
問14. 休業日の取り決め (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ () 曜日、月 () 回		2. 無																																										
問15. 営業時間の取り決め (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ AM () : () ~ PM () : ()		2. 無																																										
問16. 財務状況 (平成20年度決算額のわかる 資料等の提出に替えていた だいても結構です。)	①平成20年度の総決算額 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 ②1店あたりの平均月会費 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 ③収入の構成 ア) 会費収入 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 イ) 事業収入*1 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 ウ) 補助金収入 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 エ) その他 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 オ) 計*2 (ア+イ+ウ+エ) =総決算額 ¥ <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 20px; height: 20px;"></td><td style="width: 20px; height: 20px;"></td></tr></table> 円 *1 : 事業収支には駐車場収入、広告料収入等を含めてください。 *2 : 収入の構成の各収入額の合計が オ) の総決算額と一致するように記入してください。																																												

問17. 貴団体の全店舗(空き店舗を含む)のうち、居住しているのはどの程度ですか。(○は1つだけ)

1. 0%	4. 20~29%	7. 50~59%	10. 80~89%
2. 1~9%	5. 30~39%	8. 60~69%	11. 90~99%
3. 10~19%	6. 40~49%	9. 70~79%	12. 100%

問18. 貴団体で、後継者のきまっていない65歳以上の経営者の店舗は何店舗ありますか。(正確な店舗数が把握できない場合は、概数で結構です。)

	店舗
--	----

3. 貴団体の業種構成について

問 19. 貴団体（準組合員を含む）を構成する店舗の業種について、「A. 店舗数」に、それぞれ該当する店舗数をご記入下さい。1つの店舗が複数の業種に該当する場合は、主たる業種1つに絞ってご記入下さい。また、「B. 店舗数の変化」については、調査日時点と3年前とを比較してご回答下さい。

業種内訳	例 示	A. 店舗数	B. 店舗数の変化 (それぞれ〇は1つだけ)				
			増加	不変	減少		
小売業	①各種商品小売業	百貨店、総合スーパー、生協、ディスカウントストア	店	⇒	1	2	3
	②織物・衣服・身の回り品小売業	呉服店、服地店、寝具店、各種衣料品店、靴・履物店、かばん・袋物店、洋品雑貨・小間物品店	店	⇒	1	2	3
	③飲食料品小売業	食品スーパー、酒店、精肉店、鮮魚店、青果店、菓子・パン屋、米穀店、コンビニエンスストア、牛乳店、茶店、惣菜店、豆腐屋等	店	⇒	1	2	3
	④自動車・自転車小売業	自動車小売店、二輪自動車小売店、自転車小売店等	店	⇒	1	2	3
	⑤家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	家具店、建具店、畳店、仏具店、家電店、携帯電話店、日用雑貨店、陶磁器店等	店	⇒	1	2	3
	⑥その他の小売業	薬局、化粧品店、種苗店、燃料小売店、書店、新聞販売店、文具店、スポーツ用品店、玩具店、楽器・レコード店、カメラ店、時計屋、眼鏡屋、タバコ屋、花・植木店、木材店、宝石店、ペット・ペット用品店、リサイクルショップ、ディスカウントストア等	店	⇒	1	2	3
飲食店	⑦一般飲食店	一般食堂、日本料理店、西洋料理店、中華料理店、焼肉店、そば・うどん店、すし屋、喫茶店、ファストフード店等	店	⇒	1	2	3
	⑧遊興飲食店	料亭、割烹、居酒屋、焼鳥屋、おでん屋、ビヤホール、スナック等	店	⇒	1	2	3
サービス業	⑨洗濯・理容・美容・浴場業	クリーニング店、コインランドリー、理髪店、美容院、公衆浴場、エステティックサロン・マッサージ等	店	⇒	1	2	3
	⑩その他の生活関連サービス業	旅行代理店、衣服縫製修理業、葬儀屋、結婚式場、写真業、DPE取次業、チケット類販売業、宝くじ販売所等	店	⇒	1	2	3
	⑪娯楽業	映画館、各種スポーツ施設、ビリヤード場、パチンコホール、ゲームセンター、麻雀荘、碁会所、カラオケボックス等	店	⇒	1	2	3
⑫その他	病院、整骨院、銀行、ホテル、旅館、学習塾、不動産業、レンタル業、自動車整備業等	店	⇒	1	2	3	
小 計			店	⇒	/		
⑬非商店	製造業(印刷業含む)、事務所、一般家屋		店	⇒	1	2	3
合 計			店	⇒	/		

問 20. 貴商店街区におけるチェーン店*の有無をご回答ください。(○は1つだけ)

1. ある	2. ない
-------	-------

*「チェーン店」とは、単一資本で多数の店舗をブランド、経営方針、サービスの内容、外観などに統一性を持たせ、運営や管理を行っている店舗のことで、ファストフード、ドラッグストア、コンビニエンスストア、菓子チェーン店、電器店、クリーニングチェーン店、ホームセンター、衣料品チェーン店、スーパーマーケットチェーン店を含みます。

問 21. (問 20 で「1. ある」と回答した方のみ)

①チェーン店の店舗数および、そのうち貴団体の会員となっている店舗数、また、チェーン店全体の中のフランチャイズ*チェーン店舗数をご記入ください。

チェーン店店舗数 (A)	うち会員店舗数	チェーン店全体 (A) の中の フランチャイズチェーン店舗数
店	店	店

*フランチャイズ…経営のノウハウに対し、ロイヤリティを支払う形態。

②貴商店街区の中にチェーン店は増えましたか。(○は1つだけ)

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

③貴商店街区の中にテナントの店舗は増えていますか。(○は1つだけ)

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

問 22. 貴商店街区で、現在不足していると思われる業種は何ですか。該当するものに○をつけてください。(○はいくつでも) また、選択肢に適切な業種がない場合には、問 19 の表中<例示>より業種等を「25. その他」に直接ご記入ください。

1. 衣料品店	10. 茶・海苔店	19. 写真店
2. 靴・鞆店	11. 医薬品・化粧品店	20. 花・植木店
3. 食品スーパー	12. 持ち帰り寿司、弁当店	21. 飲食店
4. 酒店	13. 家庭用品店	22. クリーニング店
5. 精肉店	14. 家電店	23. 理髪・美容院
6. 鮮魚店	15. ドラッグストア	24. ファストフード店
7. 青果店	16. 書籍、文具店	25. コンビニエンスストア
8. 菓子・パン店	17. 玩具店	26. マッサージ店・整骨院
9. 米穀店	18. レコード・楽器店	27. その他 (具体的に:)
		28. 特にない

問23. 以下のA～Cの施設で、貴商店街の集客力に大きく寄与していると思われるものに○をつけて下さい。

「A. 公共的な施設」、「B. 観光名所」については、商店街区外の近隣のものも含まれます。

<p>A. 核となる 店舗 (○はいくつでも)</p>	<p>1. 精肉店 2. 鮮魚店 3. 青果店 4. ディスカウントストア</p>	<p>5. コンビニエンスストア 6. スーパー 7. 百貨店 8. 専門店</p>	<p>9. 飲食店 10. その他 (具体的に：) 11. なし</p>
<p>B. 公共的な 施設 (○はいくつでも)</p>	<p>1. 公園 2. 図書館 3. 学校 4. 地域のコミュニティ会館 5. 映画館</p>	<p>6. 劇場 7. 金融機関 8. 役所・官庁 9. 病院 10. 駅</p>	<p>11. 大規模団地 12. その他 (具体的に：) 13. なし</p>
<p>C. 観光名所・ 旧跡 (○は1つだけ、 「1. ある」場合は ()内に具体的な 名所をご記入 ください)</p>	<p>1. ある ⇒名称： ① () ② () ③ () ④ () ⑤ () 2. なし</p>		

4. 貴商店街の商圈と大型店（延べ床面積：1,000㎡以上）の影響について

問 24. 現時点における貴商店街の商圈*はどの程度だと考えられますか。（○は1つだけ）

1. 半径 1 km未満	4. 半径 5 km以上 10 km未満
2. 半径 1 km以上 3 km未満	5. 半径 10 km以上
3. 半径 3 km以上 5 km未満	

※商圈とは貴商店街への来街者の居住範囲を言います。貴団体で考えられる範囲を選んでください。

問 25. 商圈の範囲内（概ね半径 1 km未満）に所在する町名を下記にご記入ください。

記入は「1. 天神 1～3 丁目」のように、町丁名までご記入ください。

北方向 (半径 1 km 未満)	(町 丁 名)	東方向 (半径 1 km 未満)	(町 丁 名)
西方向 (半径 1 km 未満)	(町 丁 名)	南方向 (半径 1 km 未満)	(町 丁 名)

(注) 1つの町名が複数の方向にまたがる場合は、多く含まれる方向の欄にご記入ください。できましたら、お手持ちの地図などでご確認の上、ご記入ください。

問26. 問25で示された商圈内の大型店の名称及びその関係を、商店街区内に近い順にご回答ください。(1つの大型店につき、B、Cそれぞれ○は1つだけ)

A. 名称	B. 貴団体の正(準)会員で	C. 貴団体と大型店とで何らかの共同事業を実施して
1. ⇒	1. ある 2. ない	1. いる 2. いない
2. ⇒	1. ある 2. ない	1. いる 2. いない
3. ⇒	1. ある 2. ない	1. いる 2. いない
4. ⇒	1. ある 2. ない	1. いる 2. いない
5. ⇒	1. ある 2. ない	1. いる 2. いない
6. 大型店はない		

※売場面積 1,000 m²の大型店については、別添資料を添付いたしますのでご参照下さい。

問27. 3年前と比べて、商圈内の大型店の数はどうなりましたか。(○は1つだけ)

1. 増加した	2. 変化なし	3. 減少した
---------	---------	---------

問28. (問27で「1. 増加した」「3. 減少した」と回答した方のみ)

3年前と比べて、大型店の増減による①来街者数 および ②売上 の変化はありましたか。(○はそれぞれ1つだけ)

①来街者数 ⇒

1. 増加した	2. 変化なし	3. 減少した
---------	---------	---------

②売上 ⇒

1. 増加した	2. 変化なし	3. 減少した
---------	---------	---------

5. 貴商店街の景況と来街者の状況について

問 29. 貴商店街における来街者の年齢層の割合と来街手段の割合をご記入ください。数値は概数で結構ですが、合計が100%になるようにご注意ください。

①客層の割合		20歳未満	20～39歳	40～59歳	60歳以上	合計
		%	%	%	%	100%
	男性 ⇒	%	%	%	%	%
	女性 ⇒	%	%	%	%	%
②来街手段の割合		徒歩	自転車	バス・電車	自動車・バイク	合計
		%	%	%	%	100%

問 30. 現在の景況についてもっとも当てはまるものに○をつけてください。(○は1つだけ)

1. 繁栄している	3. 良くも悪くもない	4. やや衰退している
2. やや繁栄している	5. 衰退している	

問 31. ①～⑤の項目について、「A. 3年前と現在との比較」、「B. 3年後の予測」をご回答ください。(各項目とも、○はA、Bそれぞれ1つだけ)

項 目	A. 3年前と現在との比較			B. 3年後の予測		
	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少
①商圈の広さ ⇒	1	2	3	1	2	3
②商圈内人口 ⇒	1	2	3	1	2	3
③店舗数 ⇒	1	2	3	1	2	3
④来街者数 ⇒	1	2	3	1	2	3
⑤売上 ⇒	1	2	3	1	2	3

6. 貴商店街内の空き店舗について

問 32. 現在、貴商店街区内で貴団体の会員であった店舗が空き店舗*になったものがありますか。(○は1つだけ) ある場合は () 内に店舗数をご記入下さい。

1. ある ⇒ () 店	2. ない
---------------	-------

*ここでいう「空き店舗」とは、従前小売り、サービス、飲食業等を営業していた店舗であったものが、調査日時点で現在空きスペース(空きビル、倉庫、住居含む)になっているものを指します。

問33. (問32で「1. ある」と回答した方のみ)

次の①～⑤の各質問について、問32で回答した空き店舗のそれぞれの主な状況を、商店街としてわかる範囲で結構ですのご回答ください。(○はそれぞれ1つずつ)。記入欄が不足する場合は、調査員へお申し出下さい。

No	①空き店舗となった時期	②閉店の理由	③閉店前の業種	④店舗の面積	⑤建物の構造
		1. 今年 2. 1～2年前 3. 3年以上前 4. わからない	1. 廃業 2. 他地区移転 3. わからない	欄外の選択肢から該当するものを選び、番号をご記入下さい。	1. 50㎡未満 2. 50～99㎡ 3. 100～199㎡ 4. 200～499㎡ 5. 500㎡以上 6. よくわからない
例	① 2 3 4	① 2 3	7	① 2 3 4 5 6	① 2 3 4
1	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
2	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
3	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
4	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
5	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
6	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
7	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
8	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
9	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4
10	1 2 3 4	1 2 3		1 2 3 4 5 6	1 2 3 4

③閉店前の業種



1. 衣料品店	10. 茶・海苔店	19. 写真店
2. 靴・鞆店	11. 医薬品・化粧品店	20. 花・植木店
3. 食品スーパー	12. 持ち帰り寿司、弁当店	21. 飲食店
4. 酒店	13. 家庭用品店	22. クリーニング店
5. 精肉店	14. 家電店	23. 理髪・美容院
6. 鮮魚店	15. ドラッグストア	24. ファストフード店
7. 青果店	16. 書籍、文具店	25. コンビニエンスストア
8. 菓子・パン店	17. 玩具店	26. マッサージ店・整骨院
9. 米穀店	18. レコード・楽器店	

*選択肢に適切な業種がない場合には、問19の表中<例示>より業種等を直接ご記入ください

問34. (問33②で「1. 廃業」と回答した方のみ)

廃業した主な理由は次のうちどれにあたりますか。(○はいくつでも)

1. 店主の高齢化・後継者の不在	7. 大型店の出店
2. 同業種との競合	8. 大型店の退店
3. 家賃の上昇	9. 公共施設の撤退
4. 店が補修・拡張できなかった	10. 経営の悪化
5. 商店街に活気がない	11. その他
6. 立地状況・交通環境の悪化	(具体的に: _____)

問 35. 従前店舗であったものが、空き店舗のままである要因は何だとお考えですか。(○はいくつでも)

- | | |
|----------------|----------------------|
| 1. 家賃が高い | 7. 商店街に活気がない |
| 2. 業種があわない | 8. PRが不足している |
| 3. 所有者に貸す意思がない | 9. 住居として使用している |
| 4. 所有者に使用計画がある | 10. 公共施設の撤退 |
| 5. 所有者に売却計画がある | 11. その他(具体的に: _____) |
| 6. 店が補修・拡張できない | |

問 36. 空き店舗の数は、3年前と比較するとどうなりましたか。(○は1つだけ)

- | | | |
|---------|---------|---------|
| 1. 増加した | 2. 変化なし | 3. 減少した |
|---------|---------|---------|

問 37. 今後、貴商店街における空き店舗はどのようになる見込みですか。(○は1つだけ)

- | | | | |
|---------|----------|---------|----------|
| 1. 増加する | 2. 変わらない | 3. 減少する | 4. わからない |
|---------|----------|---------|----------|

問 38. 空き店舗を発生させないために主にどのようなことが必要だと思われるか。(○はいくつでも)

- | | |
|-----------------------------|---------------|
| 1. 商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ | 5. イベント等による集客 |
| 2. 後継者を育成する | 6. 商店街のPR活動 |
| 3. 魅力のある個店づくり | 7. 出店業種の調整 |
| 4. 商店街の美化・環境整備 | 8. 特になし |

問 39. 貴団体では空き店舗対策を行っていますか。(○は1つだけ)

また、行っている場合は、その内容を具体的にご記入ください。

- | | |
|------------|--------|
| 1. 行っている ⇒ | ●対策の内容 |
| 2. 行っていない | |

問 40. 行政の空き店舗支援施策をご存知ですか。(○は1つだけ)

また、ご存知の場合は、該当する行政に○をつけてください。(○はいくつでも)

- | | |
|-----------------------------|---------|
| 1. 知っている ⇒ (1. 国 2. 県 3. 市) | 2. 知らない |
|-----------------------------|---------|

問 41. 貴団体では店舗の入れ替わり(またはその敷地など)に関して、貴団体として以下の取り組みを行っていますか。(○はいくつでも)

- | |
|---|
| 1. 家賃補助 |
| 2. 改装費の補助 |
| 3. コミュニティ施設(イベント、交流サロン、休憩所など)として活用 |
| 4. NPO、産学官連携などの活動の場として提供 |
| 5. 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 |
| 6. 駐車場または駐輪場として利用 |
| 7. 業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致 |
| 8. 空き店舗情報の発信による新規出店促進 |
| 9. 商店街にとってマイナスとなる店舗の出店抑制 |
| 10. その他(具体的に: _____) |
| 11. 特に行っていない |

7. 貴団体の活動及び運営等について

問 42. 貴団体の各種事業の実施状況についてお尋ねします。①～⑳のそれぞれの事業について、「A. 実施状況」をご回答ください。(○はそれぞれ1つずつ)

また、各事業の自治会等の地域団体との共同事業の実施について、実施している場合は、「B. 共同事業の実施有無」の該当箇所に○を記入して、「C. 事業名」、「D. 取り組みの内容」にお進みください。

		A. 実施状況 (○はそれぞれ1つずつ)				B. 共同事業の実施有無 (○は該当箇所にいくつでも)	
		実施中	検討中	予定なし	過去実施		
A. 商店街の活性化ビジョン策定	①商店街活性化ビジョン・計画の策定 実施の場合 ⇒(名称: _____) (昭. 平 _____ 年策定)	1	2	3	4		
	②ビジョン、計画に基づく取り組み	1	2	3	4		
B. 地域活動等の取り組み	地域活動	③環境美化(清掃など)リサイクル	1	2	3	4	
		④防災・防犯	1	2	3	4	
		⑤祭り・イベント	1	2	3	4	
		⑥文化・芸術振興	1	2	3	4	
		⑦子育て支援	1	2	3	4	
		⑧高齢者福祉	1	2	3	4	
		⑨障がい者福祉	1	2	3	4	
	⑩その他(具体的に: _____)	1	2	/	4		
C. ソフト事業等の取り組み	共同売り出し等の販売促進活動	⑪共同宣伝(チラシ等)	1	2	3	4	
		⑫サービス券、スタンプ、ポイントカード	1	2	3	4	
		⑬共通商品券	1	2	3	4	
		⑭商店街マップ・情報誌	1	2	3	4	
	情報関連	⑮ホームページを活用した商店街の情報発信(売出し・店舗情報など)	1	2	3	4	
		⑯携帯電話を活用した商店街の情報発信(店舗・駐車場情報など)	1	2	3	4	
		⑰ICカード(多機能カード)	1	2	3	4	
		⑱電子マネー(E d y等)の取扱	1	2	3	4	
	その他	⑲電話・FAXによる商品の宅配、買い物代行	1	2	3	4	
		⑳その他(具体的に: _____)	1	2	/	4	
D. その他	福利厚生	㉑新年会・忘年会	1	2	3	4	
		㉒親睦旅行	1	2	3	4	
		㉓その他(具体的に: _____)	1	2	3	4	
	教育研修	㉔勉強会	1	2	3	4	
		㉕視察	1	2	3	4	
		㉖その他(具体的に: _____)	1	2	/	4	
	その他	㉗その他(具体的に: _____)	1	2	/	4	

※自治会等の地域団体とは、地域住民が地縁に基づいて形成された団体等で以下のようなものをいいます。

〔自治協議会・自治会・校区交通安全推進委員会・校区体育振興会・校区男女共同参画協議会・校区青少年育成会・校区ごみ減量リサイクル推進会議・校区衛生連合会等〕

問 43. 貴団体において最近 1 年間にイベント等の事業を実施しましたか。(○は1つだけ)

1. 実施した	2. 実施していない
---------	------------

問 44. (問 43 で「1. 実施した」と回答した方のみ)

実施したイベント等の事業について、「A. 実施月」、「B. 名称」をご記入ください。また、「C. 内容」、「D. 主たる目的」、「E. 効果」については、各事業につき、それぞれ1つずつご回答ください。イベント等の事業について総会資料や事業報告部分があればご提供下さい (コピー可)。

No	A. 実施月	B. 名称	C. 内容	D. 主たる目的			E. 効果				
			欄外の選択肢から該当するものを選び、番号をご記入下さい。	知名度の向上	集客力の強化	販売促進	大いにあった	ややあった	どちらともいえない	あまりなかった	まったくなかった
例	9月	スタンプラリー	7	1	2	③	①	2	3	4	5
1				1	2	3	1	2	3	4	5
2				1	2	3	1	2	3	4	5
3				1	2	3	1	2	3	4	5
4				1	2	3	1	2	3	4	5
5				1	2	3	1	2	3	4	5
6				1	2	3	1	2	3	4	5
7				1	2	3	1	2	3	4	5
8				1	2	3	1	2	3	4	5
9				1	2	3	1	2	3	4	5
10				1	2	3	1	2	3	4	5
11				1	2	3	1	2	3	4	5



〈内容〉

<ol style="list-style-type: none"> 1. 祭り型 (盆踊り、郷土芸能、節分、七夕、花火等) 2. 市型 (夜店、朝・夕市、縁日等) 3. 芸能型 (コンクール、のど自慢大会、歌謡ショー等) 4. 社会貢献型 (チャリティショー、献血等) 5. スポーツ型 (運動会、マラソン大会、ハイキング等) 	<ol style="list-style-type: none"> 6. 教養型 (展覧会、各種文化教室等) 7. 売出し型 (年末大売り出し、中元お盆売り出し等) 8. サービス型 (スタンプ2倍セール、くじ引き等) 9. 環境型 (美化・緑化運動、リサイクル品回収等) 10. その他
---	--

問45. イベントを実施する上で主にどのようなことが問題になっていますか。(○はいくつでも)

1. 商店街全体の足並みが揃わない	6. お客を呼び込むのが大変である
2. ユニークな企画がない	7. 人は集まったが、売上に結びつかない
3. 効果的な広報・宣伝の方法が分からない	8. 人手が足りない
4. 企画や運営に手間がかかる	9. その他(具体的に:)
5. 費用がかかりすぎる	10. 特に問題はない

8. 貴団体における会員の加入状況について

問46. 貴商店街区における、貴団体への個店の加入率はどれくらいですか。(○は1つだけ)

1. 0%	4. 20~29%	7. 50~59%	10. 80~89%
2. 1~9%	5. 30~39%	8. 60~69%	11. 90~99%
3. 10~19%	6. 40~49%	9. 70~79%	12. 100%

※商店街区が明確に定まっていない場合は、小売り、サービス、飲食業等を営む店舗が近接している地区を中心として貴団体が範囲を定めてください。貴団体が連合組織であれば、回答不要です。

問47. 貴団体へ個店が加入しない理由はどのようなものですか。もっとも当てはまるものに○をつけて下さい。(○は1つだけ)

1. 負担経費が大きい	4. 個店が属する企業の方針のため
2. 活動内容にメリットが感じられない	5. その他(具体的に:)
3. 活動内容が理解されていない	

問48. 貴団体への加入を促進するための対策を講じていますか。(○は1つだけ)

講じている場合は、その内容を具体的にご記入ください。

1. 講じている ⇒	●対策の内容
2. 講じていない	

9. 貴団体が抱えている問題点について

問49. 貴団体が抱える問題点について、当てはまるものに○をつけて下さい。(○はいくつでも)

1. 商店街役員の担い手が不足している。	8. 経営力の弱い店が多い
2. リーダーがいない	9. 商店街活動が活発でない
3. スーパー・大型店の出店で集客力が低下している	10. 駐車場・駐輪場が不足している
4. スーパー・大型店の撤退で集客力が低下している	11. 来街者の高齢化への対応が遅れている
5. 空き店舗が増加している	12. 個店の商店街加入率が低い
6. 商店街の業種構成に不足がある	13. その他
7. 商店街に集客の核となる店舗がない、又は弱い	(具体的に:)

10. 貴団体の施設について

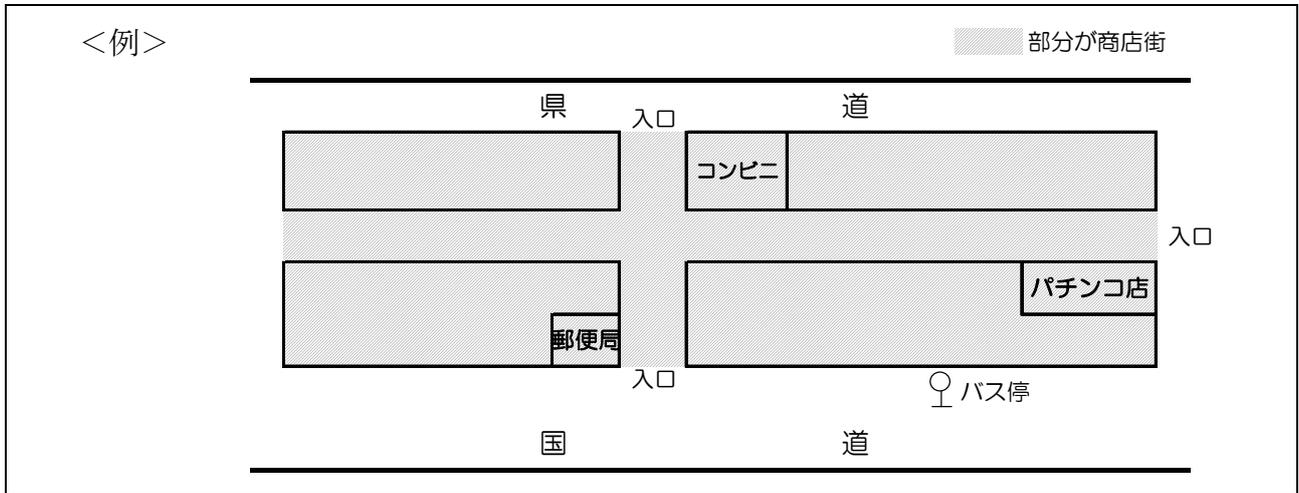
問 50. 貴団体における共同施設の設置状況と今後の整備意向についてお尋ねします。①～㉓のそれぞれの施設について「A. 共同施設の設置状況」をご回答ください。また、「1. 現在設置している」と回答された施設については、「B. 設置年・設置数」、「C. 年間維持費」をご記入ください。

施設名	A. 共同施設の設置状況			(Aで「1. 現在設置している」と回答した項目についてのみお答えください。)	
	現在設置している	現在設置していないが、今後設置する予定がある	現在設置していない予定はない	B. 設置年・設置数	C. 年間維持費
①共同店舗	1	2	3	⇒ 昭・平 年	万円
②街路灯	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
③防犯カメラ	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (台)	万円
④客用駐輪場・バイク置き場	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (台分)	万円
⑤客用駐車場	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (台分)	万円
⑥商店街案内板	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (ヶ所)	万円
⑦休息所・ベンチ	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑧共同トイレ	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (ヶ所)	万円
⑨リサイクル機器	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑩ごみ箱	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (個)	万円
⑪吸い殻入れ	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (個)	万円
⑫放送施設	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑬アーケード	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (m)	万円
⑭電光掲示板等の情報提供施設	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (ヶ所)	万円
⑮統一看板	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (店分)	万円
⑯カラー舗装	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (m)	万円
⑰アーチ	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑱彫刻・モニュメント	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑲花壇・フラワーポット	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (基)	万円
⑳街路樹	1	2	3	⇒ 昭・平 年 (本)	万円
㉑ポケットパーク*	1	2	3	⇒ 昭・平 年	万円
㉒商店街会館	1	2	3	⇒ 昭・平 年	万円
㉓その他 ()	1	2	3	⇒ 昭・平 年	万円

*ポケットパーク…道路わきや街区内の空き地などわずかの土地を利用した小さな公園または休憩所。

11. 貴商店街等の配置

問 51. ご面倒かと存じますが、だいたいのイメージで結構ですので、貴商店街（または商業集積）の配置図を<例>のようにご記入ください。お手持ちの配置図や住宅地図があればご利用ください。別添でも結構です。



貴商店街等の配置図記入欄（おおまかで結構ですので、配置がわかるようにご記入ください。）

※裏面の質問もお答えください。

12. 貴団体の今後の取り組み及び市への要望について

問 52. 今後、貴団体が商店街活性化のために積極的に取り組んでいきたい事業の内容と、それに対する市への支援の要望をご記入下さい。

○事業内容：

○市への支援の要望

■最後に以下についてお伺いします。

[確認質問 1]

○調査でご回答いただいた貴団体の所在地、代表者氏名、電話番号、Eメールアドレスを、福岡市からの連絡や情報提供の際に利用させていただくことに同意していただけますか。

1. 同意する

2. 同意しない

[確認質問 2]

○この調査票を返送をいただいた後、訪問調査のために調査委託機関（株西日本リサーチ・センター）の調査員が貴団体を訪問させていただくことになっております。あらためてご連絡させていただきますが、訪問させていただいてもよい月日（8月24日（月）～9月18日（金）の期間）、または、希望の期間をお知らせください。

1. 希望期間がある ⇒ ()月()日()～()月()日()

2. 特に希望はないので、事前に連絡してほしい

ご協力ありがとうございました。この調査票を返信用封筒に入れ、

8月24日（月）までにご投函ください。

整理番号			
------	--	--	--

福岡市商店街連合組織活動実態調査票

<ご記入にあたってのお願い>

1. この調査は、福岡市が市内に所在する商店街連合組織の現状を把握することを目的として行うものです。
2. ご回答にあたっては、できるだけ貴組織を代表する方、もしくはそれを代行の方がご記入下さい。
3. ご回答にあたっては、平成 21 年 8 月 1 日現在の状況に基づいてご記入下さい。
4. 設問には、記述式のものを選択式のものがあります。記述式の設問については、回答欄にご記入下さい。また、選択式の設問は、該当する番号に○をつけて下さい。設問によって答えを1つだけ選ぶ場合や複数選ぶ場合がありますので、ご注意ください。
5. 「その他」を選んだ場合は、() 内に具体的な内容をご記入ください。
6. ご記入済の調査票は、誠に勝手ながら 平成 21 年 8 月 24 日 (月) までに同封の返信用封筒にてご投函下さるようお願い申し上げます。(切手は不要です)

(調 査 主 体) : 福岡市経済振興局産業振興部地域商業課 (092-711-4822)

問い合わせ先 (調査委託機関) : 株式会社 西日本リサーチ・センター (092-714-5448)

【個人情報の取扱について】

ご提供いただきました個人情報は、本市において商店街連合組織の現状把握及び情報提供のために利用するものであり、他の目的には使用いたしません。個人情報は厳重に管理し、紛失、遺漏等がなきよう適切な管理を行います。なお、個人情報の取扱いを第三者に委託する場合であっても、当該委託先に対して、個人情報が適正に保護されるよう、適切な措置をとるものとします。

1. 貴団体（連合組織）の基本属性

正式名称	(フリガナ)		
所在地	〒 ー 福岡市 区		
	TEL :	FAX :	
上記所在地について、あてはまるものを選んでください。(○は1つだけ)			
1. 商店街事務所 2. 代表者店舗 3. 代表者自宅 4. 代表者店舗兼自宅 5. その他			
E-mail			
URL			
(フリガナ) 代表者氏名	役職名	1. 理事長 3. その他 () 2. 会長	
最 寄 駅	市営地下鉄・JR・西鉄 () 線 () 駅より ※該当するものに○ 西鉄・昭和バス () 停留所より 徒歩約 () 分		
ご記入者 (ご回答者)	貴団体での役職名 :		
	ご氏名 :		
	連絡先 TEL :	FAX :	
	携帯電話 :	E-mail :	

2. 貴団体の概要（組織・運営・財務状況）について

現在の貴団体についてお知らせください。あてはまる番号または箇所に○をつけるか、() 内に必要事項をご記入下さい。

問1. 役員数及び任期	1. 理事長または会長 役員数 <input type="text"/> 名 任期 <input type="text"/> 年 2. 副理事長または副会長 <input type="text"/> 名 <input type="text"/> 年 3. 理事または役員 <input type="text"/> 名 <input type="text"/> 年 4. 監事 <input type="text"/> 名 <input type="text"/> 年
問2. 役員の平均年齢 (○は1つだけ)	1. 30歳代以下 3. 50歳代 5. 70歳代以上 2. 40歳代 4. 60歳代
問3. 現在の役員の平均 在職年数 (○は1つだけ)	1. 2年未満 3. 4年以上6年未満 5. 8年以上10年未満 2. 2年以上4年未満 4. 6年以上8年未満 6. 10年以上
問4. 貴団体の有無 (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ 事務所面積 () m ² 2. 無
問5. 上記事務所専従職員 の有無(組合員は除く) (○は1つだけ)	1. 有 ⇒ 職員数 () 名 2. 無
問6. 総会の回数・時期	年 () 回 () 月開催
問7. 役員・理事会の 回数・時期	年 () 回 () 月毎
問8. 財務状況 (平成20年度決算額のわかる 資料等の提出に替えていた だいても結構です。)	①平成20年度の総決算額 ¥ <input type="text"/> 円 ②1店あたりの平均月会費 ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 ③収入の構成 ア) 会費収入 ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 イ) 事業収入* ¹ ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 ウ) 補助金収入 ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 エ) その他 ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 オ) 計* ² ¥ <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> 円 (ア+イ+ウ+エ) =総決算額
	*1：事業収支には駐車場収入、広告料収入等を含めてください。 *2：収入の構成の各収入額の合計が オ) の総決算額と一致するように記入してください。

問9. 貴団体（連合組織）を構成する各団体の名称（商店街名等）を下記の欄にすべてご記入ください。

1.
2.
3.
4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.
12.
13.
14.
15.
16.
17.
18.
19.
20.

問 11. 貴団体において最近1年間にイベント等の事業を実施しましたか。(○は1つだけ)

1. 実施した	2. 実施していない
---------	------------

問 12. (問 11 で「1. 実施した」と回答した方のみ)

実施したイベント等の事業について、「A. 実施月」、「B. 名称」をご記入ください。また、「C. 内容」、「D. 主たる目的」、「E. 効果」については、各事業につき、それぞれ1つずつご回答ください。イベント等の事業について総会資料や事業報告部分があればご提供下さい(コピー可)。

No	A. 実施月	B. 名称	C. 内容	D. 主たる目的			E. 効果				
			欄外の選択肢から該当するものを選び、番号をご記入下さい。	知名度の向上	集客力の強化	販売促進	大いにあった	ややあった	どちらともいえない	あまりなかった	まったくなかった
例	9月	スタンプラリー	7	1	2	③	①	2	3	4	5
1				1	2	3	1	2	3	4	5
2				1	2	3	1	2	3	4	5
3				1	2	3	1	2	3	4	5
4				1	2	3	1	2	3	4	5
5				1	2	3	1	2	3	4	5
6				1	2	3	1	2	3	4	5
7				1	2	3	1	2	3	4	5
8				1	2	3	1	2	3	4	5
9				1	2	3	1	2	3	4	5
10				1	2	3	1	2	3	4	5
11				1	2	3	1	2	3	4	5



〈内容〉

1. 祭り型 (盆踊り、郷土芸能、節分、七夕、花火等) 2. 市型 (夜店、朝・夕市、縁日等) 3. 芸能型 (コンクール、のど自慢大会、歌謡ショー等) 4. 社会貢献型 (チャリティショー、献血等) 5. スポーツ型 (運動会、マラソン大会、ハイキング等)	6. 教養型 (展覧会、各種文化教室等) 7. 売出し型 (年末大売り出し、中元お盆売り出し等) 8. サービス型 (スタンプ2倍セール、くじ引き等) 9. 環境型 (美化・緑化運動、リサイクル品回収等) 10. その他
---	--

問 13. イベントを実施する上で主にどのようなことが問題になっていますか。(○はいくつでも)

1. 商店街全体の足並みが揃わない	6. お客を呼び込むのが大変である
2. ユニークな企画がない	7. 人は集まったが、売上に結びつかない
3. 効果的な広報・宣伝の方法が分からない	8. 人手が足りない
4. 企画や運営に手間がかかる	9. その他(具体的に:)
5. 費用がかかりすぎる	10. 特に問題はない

4. 貴団体における会員の加入状況について

問 14. 貴団体への会員の加入状況についておうかがいします。

①現在加入している団体(商店街等)の数をご記入ください。

() 団体(商店街等)

②現在は加入していないが、今後、加入することが望ましいと思われる団体(商店街等)の数をご記入ください。

() 団体(商店街等)

問 15. 貴団体へ商店街が加入しない理由はどのようなものですか。もっとも当てはまるものに○をつけて下さい。(○は1つだけ)

1. 負担経費が大きい	4. 商店街の方針のため
2. 活動内容にメリットが感じられない	5. その他(具体的に:)
3. 活動内容が理解されていない	

問 16. 貴団体への加入を促進するための対策を講じていますか。(○は1つだけ)
講じている場合は、その内容を具体的にご記入ください。

1. 講じている ⇒	●対策の内容
2. 講じていない	

5. 貴団体が抱えている問題点について

問 17. 貴団体が抱える問題点について、当てはまるものに○をつけて下さい。(○はいくつでも)

1. 商店街役員の担い手が不足している。	8. 経営力の弱い店が多い
2. リーダーがいない	9. 商店街活動が活発でない
3. スーパー・大型店の出店で集客力が低下している	10. 駐車場・駐輪場が不足している
4. スーパー・大型店の撤退で集客力が低下している	11. 来街者の高齢化への対応が遅れている
5. 空き店舗が増加している	12. 個店の商店街加入率が低い
6. 商店街の業種構成に不足がある	13. その他
7. 商店街に集客の核となる店舗がない、又は弱い	(具体的に:)

6. 貴団体の今後の取り組み及び市への要望について

問 18. 今後、貴団体が商店街活性化のために積極的に取り組んでいきたい事業の内容と、それに対する市への支援の要望をご記入下さい。

○事業内容：

○市への支援の要望

■最後に以下についてお伺いします。

[確認質問 1]

○調査でご回答いただいた貴団体の所在地、代表者氏名、電話番号、Eメールアドレスを、福岡市からの連絡や情報提供の際に利用させていただくことに同意していただけますか。

1. 同意する

2. 同意しない

[確認質問 2]

○この調査票を返送をいただいた後、訪問調査のために調査委託機関（株西日本リサーチ・センター）の調査員が貴団体を訪問させていただくことになっております。あらためてご連絡させていただきますが、訪問させていただいてもよい月日（8月24日（月）～9月18日（金）の期間）、または、希望の期間をお知らせください。

1. 希望期間がある ⇒ ()月()日()～()月()日()

2. 特に希望はないので、事前に連絡してほしい

ご協力ありがとうございました。この調査票を返信用封筒に入れ、
8月24日（月）までにご投函ください。

