

平成21年度

# 岩手県商店街実態調査報告書

平成 22 年 1 月

岩 手 県  
岩 手 県 商 工 会 連 合 会  
岩 手 県 商 工 会 議 所 連 合 会  
岩 手 県 中 小 企 業 団 体 中 央 会  
岩 手 県 商 店 街 振 興 組 合 連 合 会



## 目次

【調査の概要】	1
1 商業環境	7
(1) 商圈範囲	7
(2) 来街者数	7
(3) 来街者層	10
(4) 来街者の年齢層	10
2 店舗	11
(1) 店舗数	11
(2) 店舗の入替わり	11
(3) 店舗の入替わりへの商店街としての関与	12
(4) 業種構成	12
3 店舗経営者	13
(1) 店舗経営者の年齢層	13
(2) 後継者	13
(3) 店舗経営者の居住状況	14
(4) 自宅兼店舗の状況	14
4 空き店舗	15
(1) 空き店舗数	15
(2) 空き店舗の発生理由	15
(3) 空き店舗の解消に向けた取組	16
(4) 家主の意向	16
5 組織活動	17
(1) 会員同士のコミュニケーションの状況	17
(2) 情報収集活動の状況	19
(3) 役員の平均年齢	20
(4) 青年部の状況	20
(5) 女性部の状況	20
(6) ビジョン	21
(7) 各種団体との連携状況	21
(8) 地域活動の実施状況	22
6 施設整備事業	24
(1) 新規整備	24
(2) 改修整備	24
7 共同経済事業	25
(1) 共同売出し事業	25
(2) 集客イベント	25
(3) 共同事業の集客効果	26

(4) 共同事業による会員意識への効果 .....	26
(5) その他の共同事業 .....	27
(6) 大型店との共同事業 .....	28
(7) 商店街利用者（顧客等）との接点 .....	28
(8) 不動産所有者（家主等）との接点 .....	28
8 景況 .....	29
(1) 最近の景況 .....	29
(2) 今後の見通し .....	30
(3) 当面の問題点 .....	31
9 法人化 .....	32

**【巻末資料】**

平成21年度岩手県商店街実態調査票

## 【調査の概要】

### 1 調査目的

この調査は、岩手県の商店街組織の活動実態及び商店街のおかれた商業環境等の現況を把握し、商店街振興施策の立案及び実施並びに各商店街に対する支援の基礎資料とすることを目的とする。

### 2 実施主体

岩手県、岩手県商工会連合会、岩手県商工会議所連合会、  
岩手県中小企業団体中央会、岩手県商店街振興組合連合会

### 3 調査概要

#### (1) 調査基準日

平成 21 年 7 月 1 日

#### (2) 調査対象

岩手県内にある商店街

本調査における「商店街」とは、次のいずれかの要件を満たすものをいう。

小売業又はサービス業を営む者の店舗が主体となって街区を形成し、これらが何らかの組織を形成しているもの（以下「有組織商店街」という。）

なお、岩手県内の有組織商店街は、法人格を有する商店街振興組合及び事業協同組合並びに法人格を有しない任意団体の 3 つの組織形態に分類できる。

組織は形成されていないが、消費者が複数品目にわたる買物をするために徒歩で無理なく回遊できる地理的範囲に小売業又はサービス業を営む者の店舗が概ね 10 店舗以上集積しているもの（以下「無組織商店街」という。）

#### (3) 調査方法

調査票方式で、調査票への直接記入又は実施主体によるヒアリングによる。

#### (4) 調査項目

組織、立地条件、商業環境、店舗と業種構成、店舗経営者、空き店舗、組織活動、施設整備事業、共同経済事業、景況、法人化、その他

#### (5) 調査結果

本調査は、各商店街の実態等を個別に把握することを主な目的として実施しており、調査項目についてもすべて個別利用（各商店街を識別できる形での利用）を目的として設定している。そのうえで、個別利用のほかに統計の作成にも利用することができる調査項目については、統計を作成し、これを報告書として公表するもの。

4 前回調査（平成 18 年度）からの主な変更点

(1) 調査基準日

前回調査までは 10 月 1 日であったが、調査結果の商店街支援施策への反映を考慮して、7 月 1 日とした。

(2) 調査項目

前回調査項目を基に、制度変更等により現況にそぐわない項目・細項目を削除・修正するとともに、昨今の商店街に係る情勢変化に対応した細項目を追加し、次のとおりとした。

前 回	今 回
<p>1 組織形態等</p> <p>(1) 組織形態</p> <p>(2) 専用事務所の有無</p> <p>(3) 専従役員数</p> <p>(4) 組合員（又は会員）数</p> <p><u>(5) 非加入の理由</u></p> <p>2 立地</p> <p>(1) 立地特性</p> <p>(2) 商業集積のタイプ</p> <p>3 商業環境</p> <p>(1) 3 年前と比べた商圈範囲</p> <p>(2) 3 年前と比べた来街者数</p> <p>4 店舗と業種構成</p> <p>(1) 3 年前と比べた店舗数</p> <p>(2) 店舗の入れ替わり</p> <p>(3) 入れ替わりへの組織としての関与</p> <p>(4) 業種構成</p> <p><u>(5) (4)の合計から非店舗数を除いた店舗のうち、後継者のいる割合</u></p> <p><u>(6) 商店街の中での大規模・中規模小売店の有無</u></p> <p><u>(7) 設備投資の状況</u></p> <p><u>(8) 従業員の状況</u></p> <p><u>(9) 新規雇用の状況</u></p> <p><u>(10) 店舗情報の提供</u></p> <p>5 店舗経営者</p> <p>(1) 商店街の店舗経営者の平均年齢</p>	<p>1 組織</p> <p>(1) 組織形態</p> <p>(2) 専用事務所</p> <p>(3) 専従職員</p> <p>(4) 会員数等</p> <p>2 立地条件</p> <p>(1) 立地区域</p> <p>(2) 立地環境</p> <p>(3) 商店街タイプ</p> <p>3 商業環境</p> <p>(1) 商圈範囲</p> <p>(2) 来街者数</p> <p><u>(3) 来街者層</u></p> <p><u>(4) 来街者の年齢層</u></p> <p>4 店舗と業種構成</p> <p>(1) 店舗数</p> <p>(2) 店舗の入替わり</p> <p>(3) 入替わりへの商店街としての関与</p> <p>(4) 業種構成</p> <p><u>(5) 貸し店舗の家賃</u></p> <p>5 店舗経営者</p> <p>(1) 店舗経営者の年齢層</p>

前 回	今 回
<p>(2) 商店街の店舗経営者の居住状況</p> <p>6 空き店舗</p> <p><u>(1) 3年前と比べた空き店舗の状況</u></p> <p>(2) 空き店舗数</p> <p>(3) 空き店舗になった理由</p> <p><u>(4) 廃業の状況</u></p> <p><u>(5) (2)の空き店舗の現在の状況</u></p> <p>(6) 空き店舗解消に向けた取組み</p> <p>(7) 空き店舗、空き地の賃貸等の意思</p> <p><u>(8) 空き店舗、空き地の解消に向けた取組みへの地権者への地権者の姿勢</u></p> <p><u>(9) 今後の空き店舗の活用</u></p> <p>7 組織と活動</p> <p>(1) 会合の開催状況</p> <p>(2) 文書の配布状況</p> <p>(3) 組合員同士のコミュニケーションの状況</p> <p>(4) 情報収集活動の状況</p> <p>(5) 役員の平均年齢</p> <p>(6) 青年部・女性部の状況 設置状況 年齢構成</p> <p>(7) 青年部の活動状況</p> <p>(8) 女性部の活動状況</p> <p><u>(9) 商店街役員の地域活動、リーダーとしての活動状況</u></p> <p><u>(10) 地域住民の組合員に対する地域活動の依存</u></p> <p><u>(11) 商店街組織としての地域活動への支援状況</u></p> <p>8 環境整備事業</p> <p><u>(1) これまでに実施した環境整備事業</u></p>	<p><u>(2) 後継者</u></p> <p>(3) 店舗経営者の居住状況</p> <p><u>(4) 自宅兼店舗の状況</u></p> <p>6 空き店舗</p> <p>(1) 空き店舗数</p> <p>(2) 空き店舗の発生理由</p> <p>(3) 空き店舗の解消に向けた取組</p> <p>(4) 家主の意向</p> <p>7 組織活動</p> <p>(1) 会合の開催状況</p> <p>(2) 文書の配布状況</p> <p>(3) 組合員同士のコミュニケーションの状況</p> <p>(4) 情報収集活動の状況</p> <p><u>(5) 会費</u></p> <p>(6) 役員の平均年齢</p> <p>(7) 青年部の状況 年齢構成 活動状況</p> <p>(8) 女性部の状況 年齢構成 活動状況</p> <p>(9) ビジョン</p> <p>(10) 各種団体との連携状況</p> <p>(11) 地域活動の実施状況</p> <p>8 施設整備事業</p>

前 回	今 回
<p><u>の実施効果</u></p> <p>(2) 設置済みだが改善したい施設</p> <p>(3) これから新たに設置したい施設</p> <p>9 共同経済事業</p> <p>(1) 共同事業</p> <p style="padding-left: 20px;">共同売出し事業</p> <p style="padding-left: 20px;">催事</p> <p style="padding-left: 40px;">共同売出し・催事の顧客吸引効果</p> <p style="padding-left: 40px;">共同売出し・催事による組合員の 共同意識高揚</p> <p style="padding-left: 20px;">その他の事業</p> <p>(2) 大規模・中規模小売店との共同事業</p> <p><u>(3) 経営改善事業</u></p> <p><u>(4) 経営合理化作業</u></p> <p><u>(5) 情報化事業</u></p> <p>(6) 消費者との接点</p> <p style="padding-left: 20px;">懇談会・協議会</p> <p style="padding-left: 20px;">調査（アンケート等）</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>主な購買層</u></p> <p>10 閉店時刻と休日</p> <p><u>(1) 閉店時刻</u></p> <p><u>(2) 3年前との比較</u></p> <p><u>(3) 閉店時刻延刻の意向</u></p> <p><u>(4) 土日の閉店状況</u></p> <p><u>(5) 一斉休日の有無</u></p> <p>11 景況と問題点</p> <p>(1) 最近の景況</p> <p>(2) 今後の見通し</p> <p>(3) 当面の問題点</p> <p>12 法人化</p> <p>(1) 任意団体の法人化</p> <p>13 その他</p> <p>(1) 商店街の活性化等のために新たに 取り組んでいる事項</p> <p>(2) 他の商店街と比較した場合の「強 み」、「弱み」</p> <p>(3) その他</p>	<p>(1) 新規整備</p> <p>(2) 改修整備</p> <p>9 共同経済事業</p> <p>(1) 共同売出し事業</p> <p>(2) 集客イベント</p> <p>(3) 共同事業の集客効果</p> <p>(4) 共同事業による会員意識への効果</p> <p>(5) その他の共同事業</p> <p>(6) 大型店との共同事業</p> <p>(7) 商店街利用者（顧客等）との接点 懇談会等 調査（アンケート等）</p> <p><u>(8) 不動産所有者（家主等）との接点</u></p> <p>10 景況</p> <p>(1) 最近の景況</p> <p>(2) 今後の見通し</p> <p>(3) 当面の問題点</p> <p>11 法人化</p> <p>(1) 任意団体の法人化</p> <p>12 その他</p> <p>(1) 新たな取組</p> <p>(2) 強み・弱み</p> <p>(3) その他</p>



### (3) 調査結果

組織形態別の分析にあたって、前回調査までは有組織商店街を商店街振興組合、事業協同組合、任意団体の3区分としていたが、統計上の精度を上げるため、回収数の少ない商店街振興組合と事業協同組合を組合組織という区分にまとめたうえで、これと任意団体の2区分とした。

なお、前回調査まで一部の統計の対象に含んでいた無組織商店街について、他の項目との比較上の理由から、すべての統計の対象から除いた。

## 5 調査商店街数の推移

調査年度	商店街振興組合		事業協同組合		任意団体	有組織	無組織
	実在数	回収数	実在数	回収数	回収数	回収数	回収数
平成3年度		31		23	184	238	46
平成6年度		33		33	179	245	14
平成9年度	34	34	35	34	169	237	14
平成12年度	33	31	37	31	161	223	39
平成15年度	31	29	30	30	150	209	38
平成18年度	31	24	31	24	132	180	59
今回	30	27	26	26	102	155	45

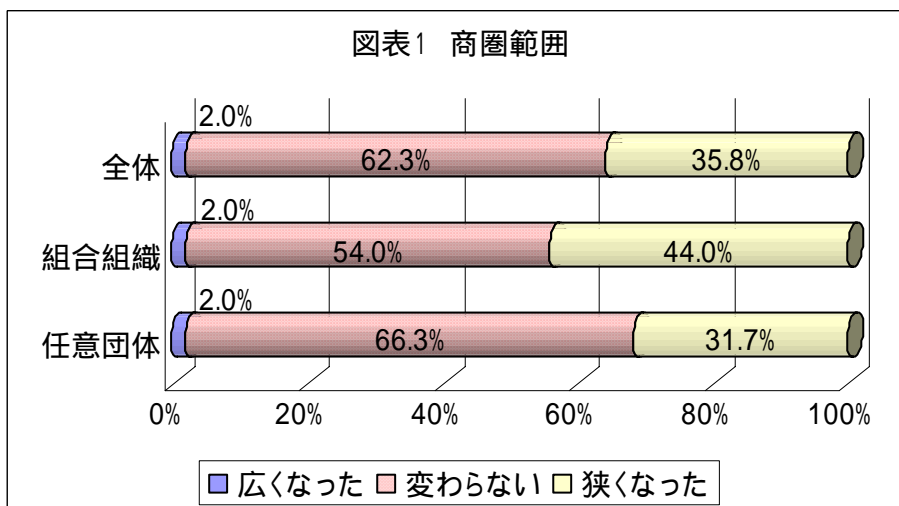
商店街振興組合、事業協同組合についてはそれぞれ岩手県商店街振興組合連合会、岩手県中小企業団体中央会の調べにより、また、任意団体及び無組織商店街については各商工会及び各商工会議所の調べによる。



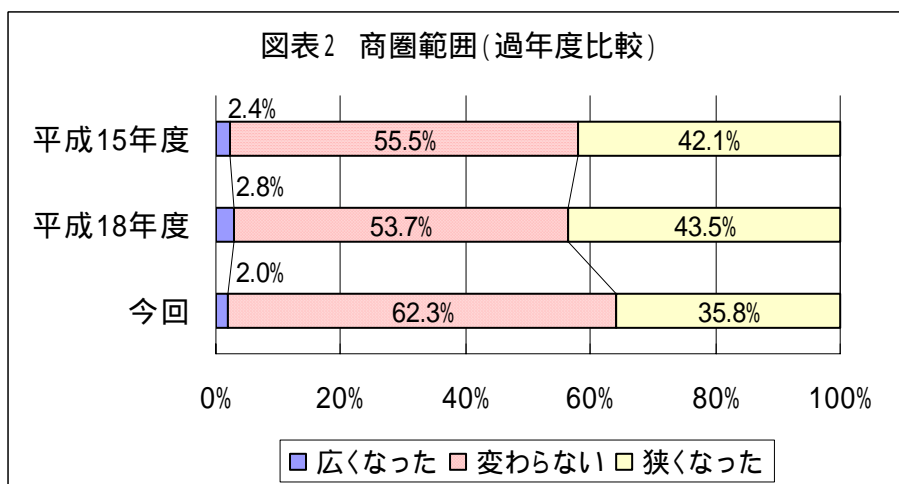
# 1 商業環境

## (1) 商圈範囲

3年前と比較した商圈範囲について、「広くなった」と感じている商店街はわずか2.0%で、「狭くなった」が35.8%、「変わらない」が62.3%となっている。組織形態別にみると、「狭くなった」と感じている商店街が組合組織で44.0%と、任意団体より約12ポイント高くなっている。(図表1)

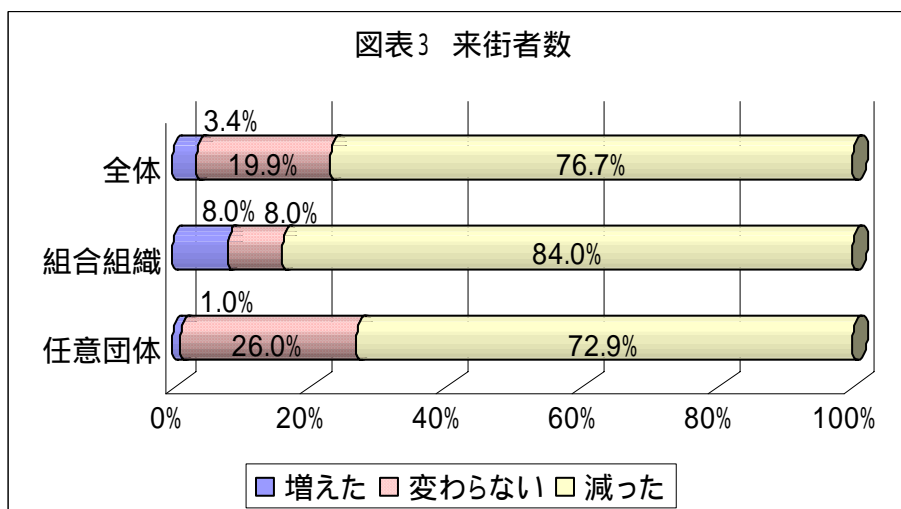


「狭くなった」と感じている商店街の割合は前回(平成18年度)の43.5%から約8ポイント低下しているが、「広くなった」と感じている商店街は2%台にとどまっており、商圈範囲についての環境が改善しているとまでは言えない。(図表2)

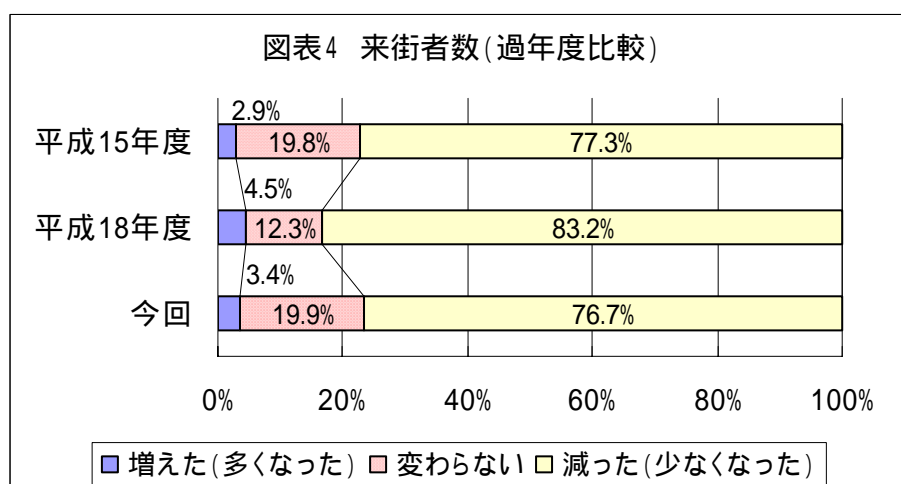


## (2) 来街者数

3年前と比較した来街者数について、「増えた」と感じている商店街はわずか3.4%で、「減った」と感じている商店街が76.7%で約4分の3を占め、「変わらない」が19.9%となっている。組織形態別にみると、「減った」と感じている商店街が組合組織で84.0%と、任意団体より約11ポイント高くなっているが、「増えた」と感じている商店街も組合組織で8.0%と、任意団体より7ポイント高くなっている。(図表3)



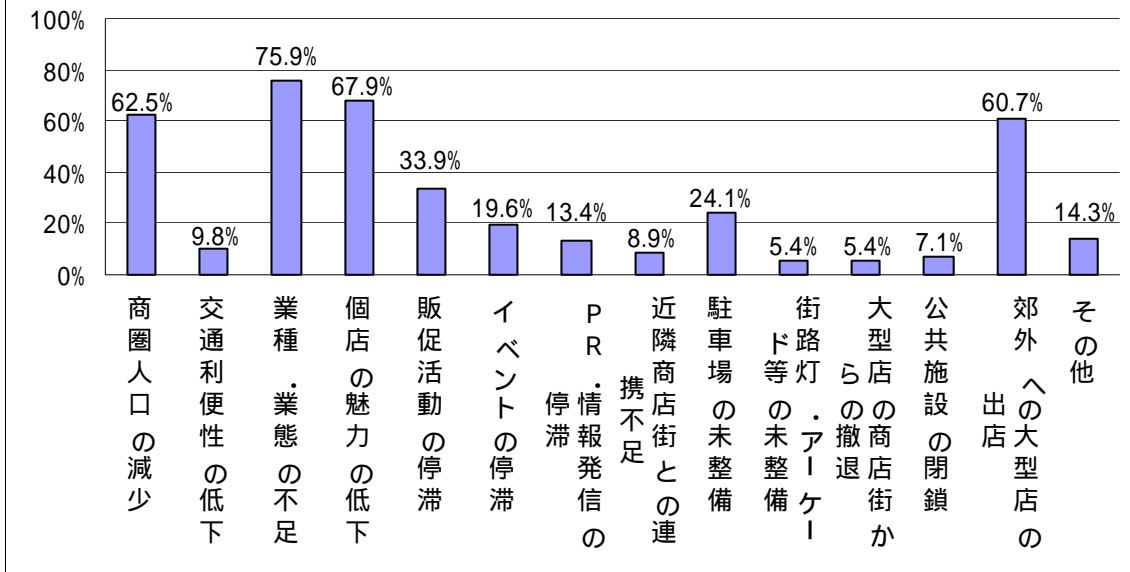
「減った」(前回(平成18年度)は「少なくなった」と感じている商店街の割合は前回の83.2%から約6ポイント低下しているが、「増えた」(前は「多くなった」と感じている商店街の割合も前回の4.5%から約1ポイント低下しており、前々回(平成15年度)に近い結果となっている。(図表4)



来街者数が「増えた」と感じている商店街にその要因を尋ねたところ(複数回答)全体数が少ないながらも、過半の商店街が「個店の魅力の向上」と「イベントの充実」を挙げており、これらは来街者数を増やすうえで重要な要素であると考えられる。

一方、来街者数が「減った」と感じている商店街にその要因を尋ねたところ(複数回答)「業種・業態の不足」が75.9%で最も多く、以下「個店の魅力の低下」が67.9%、「商圈人口の減少」が62.5%、「郊外への大型店の出店」が60.7%、「販促活動の停滞」が33.9%、「駐車場の未整備」が24.1%となっている。来街者数が増えた要因として挙げられていたイベントについては、「イベントの停滞」が19.6%にとどまっているが、これはすでに多くの商店街でイベントがあまり行われておらず(7(2)参照)来街者が「増えない」要因ではあっても「減る」要因とは認識されていないためとも考えられる。(図表5)

図表5 来街者が減った要因



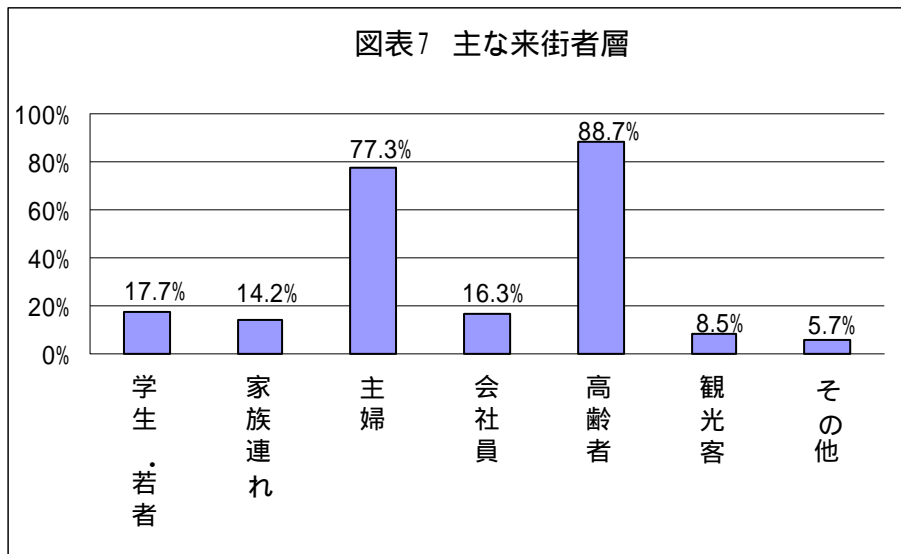
前回（平成18年度）との比較でみると、前回は選択肢が今回と異なることから単純には比較できないが、前回「商店街外の大規模小売店に流出」が最も多く73.8%であったことから、郊外（商店街外）の大型店について挙げる割合が約13ポイント低下する一方で、「業種構成の不足」「商圏地域の人口・世帯数の減少」がそれぞれ59.1%、46.3%であったことから、商店街における業種・業態構成や商圏人口について挙げる割合がともに約16ポイント上昇している。これらのことから、この3年間で商店街が来街者の減少要因と捉えている項目に変化が現れていることがわかる。なお、販促活動について挙げる割合も約13ポイント低下しているが、これはすでに多くの商店街で販促活動があまり行われておらず（7(1)～(6)参照）来街者が「減る」要因とは認識されなくなっているためとも考えられる。（図表6）

図表6 来街者が減った要因（過年度比較）

今回		平成18年度	
業種・業態の不足	75.9%	商店街外の大規模小売店に流出	73.8%
個店の魅力の低下	67.9%	業種構成の不足	59.1%
商圏人口の減少	62.5%	商業集積の密度の低下(空き店舗の増加)	57.0%
郊外への大型店の出店	60.7%	商店の近代化の遅れ	49.0%
販促活動の停滞	33.9%	販売促進活動の低迷	47.0%
駐車場の未整備	24.1%	商圏地域の人口・世帯数の減少	46.3%

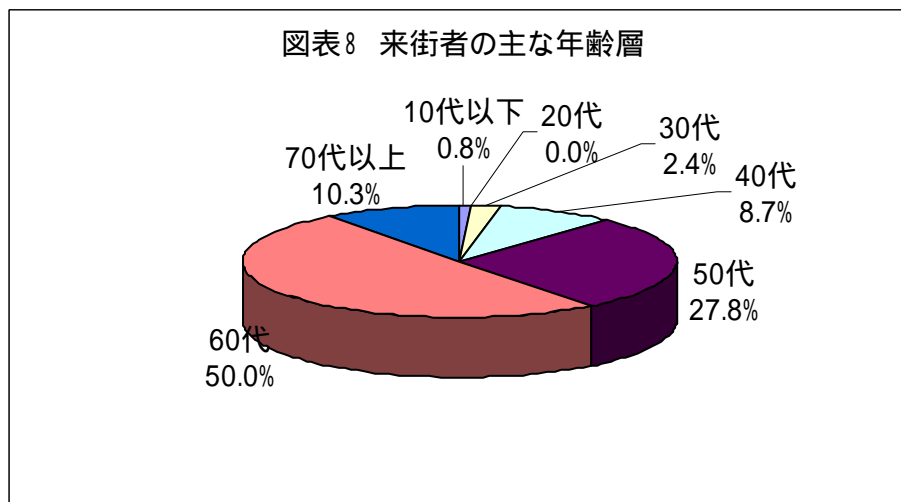
### (3) 来街者層

主な来街者層について聞いたところ（最大回答数3）、「高齢者」と「主婦」を挙げた商店街がそれぞれ88.7%、77.3%で、以下「学生・若者」が17.7%、「会社員」が16.3%、「家族連れ」が14.2%、「観光客」が8.5%となっている。（図表7）回答数を最大3に設定したが、「高齢者」と「主婦」の2つ以外の選択肢を挙げない商店街が48.9%あり、ほぼ半数の商店街は高齢者と主婦以外の来街者があまりいないとみている。なお、「高齢者」しか挙げない商店街は9.2%となっている。また、組織形態別にみると、組合組織では「学生・若者」が30.0%で、任意団体の11.0%より19ポイント高く、逆に、「会社員」が10.0%で、任意団体の19.8%より約10ポイント低くなっている。



### (4) 来街者の年齢層

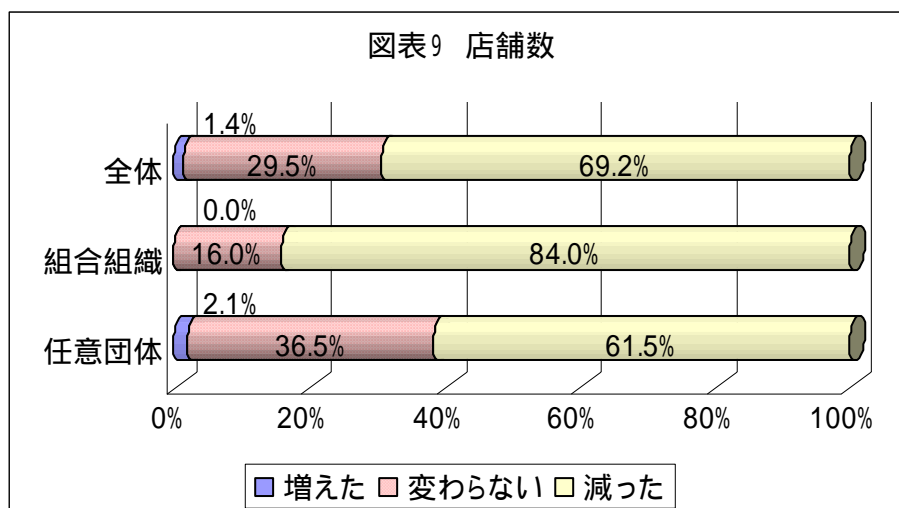
来街者の最も多い年代について聞いた。「60代」を来街者の中心層とみている商店街が最も多く50.0%で、「70代以上」とみている商店街と合わせると約6割を占める。「50代」は27.8%で、「40代」又は「30代」を中心層とみている商店街も約1割ある。（図表8）



## 2 店舗

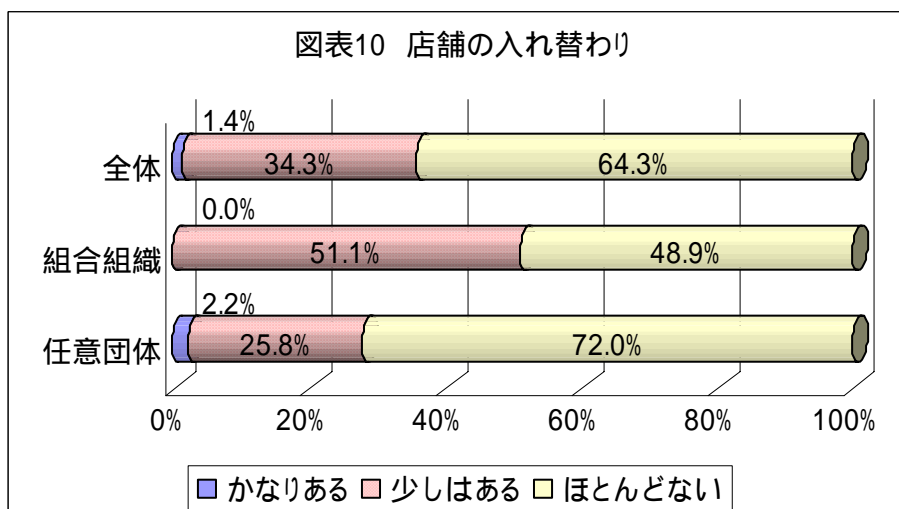
### (1) 店舗数

3年前と比較した店舗数について、「増えた」と感じている商店街はわずか1.4%で、「減った」と感じている商店街が69.2%で約7割を占め、「変わらない」が29.5%となっている。組織形態別にみると、「減った」と感じている商店街が組合組織で84.0%と、任意団体より20ポイント以上高く、店舗数が減っていると感じている商店街の割合は組合組織が比較的高くなっている。(図表9)



### (2) 店舗の入替わり

店舗の入替わりの頻度について、「かなりある」と感じている商店街はわずか1.4%で、「少しはある」が34.3%、「ほとんどない」と感じている商店街が64.3%となっている。組織形態別にみると、「ほとんどない」と感じている商店街が任意団体で72.0%と、組合組織より20ポイント以上高く、店舗の入替わりがほとんどないと感じている商店街の割合は任意団体が比較的高くなっている。(図表10)

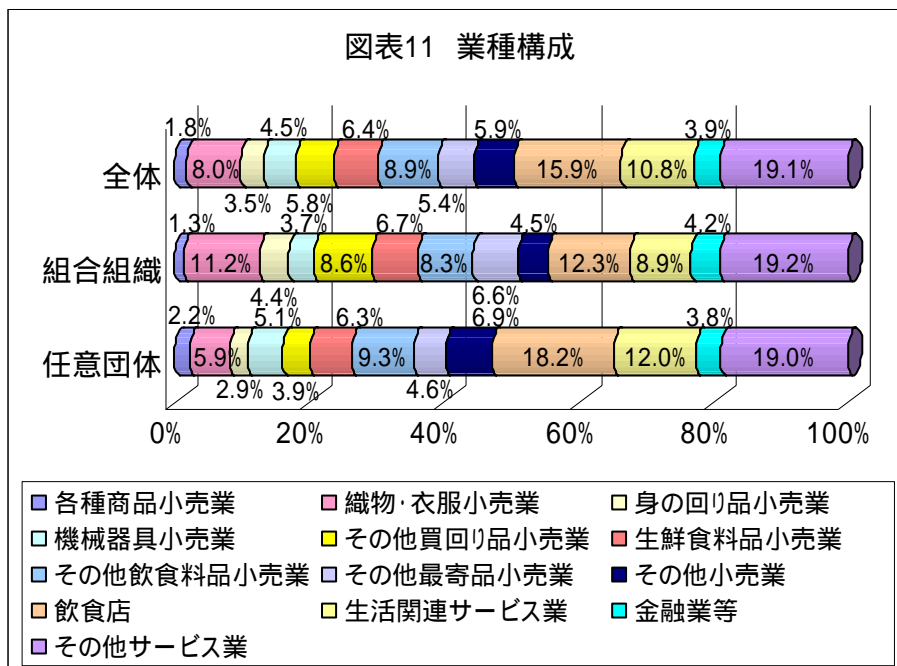


(3) 店舗の入替わりへの商店街としての関与

店舗の入替わりに商店街として関与（誘致・抑制等）しているか聞いた。「関与している」とする商店街は4.9%で、店舗の入替わりについては、ほとんどの商店街が家主に任せていることになる。組織形態別にみると、組合組織でも8.3%にとどまっており、任意団体では3.2%となっている。

(4) 業種構成

店舗の業種構成（組織への非加入者を除く。）について聞いた。小売業全体で50.2%、うち買回り品小売業が21.8%、最寄品小売業が20.7%となっている。小売業以外では、「飲食店」が15.9%、「生活関連サービス業」が10.8%などとなっている。組織形態別にみると、組合組織では小売業全体で55.3%となっており、任意団体を約8ポイント上回っている。特に、「織物・衣服小売業」及び「その他買回り品小売業」ではそれぞれ約5ポイント上回っている。逆に、「飲食店」及び「生活関連サービス業」では任意団体の割合が比較的高くなっているが、小売業の店舗数が組合組織より少ないことによる相対的なものである。（図表11）なお、店舗数（平均）は、組合組織の33.5店に対して、任意団体は26.1店で約7店少ない。



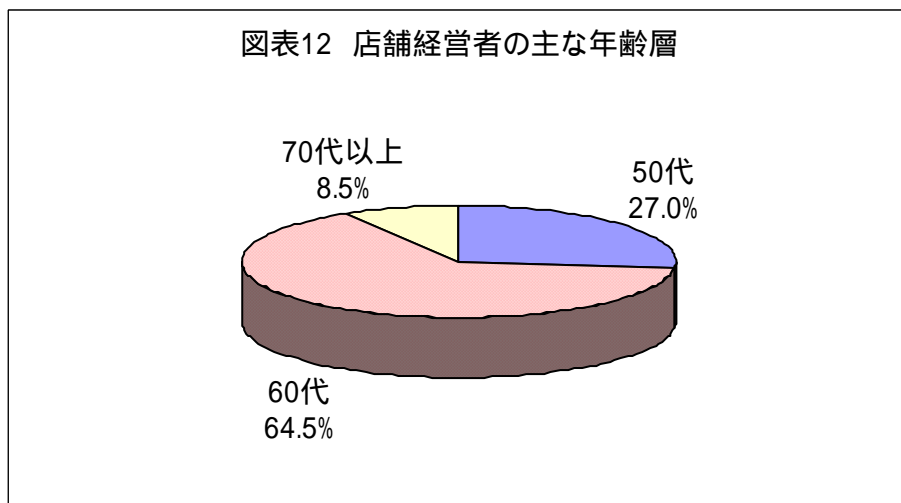
各種商品小売業	百貨店、総合スーパー、ミニスーパー等
織物・衣服小売業	呉服店、寝具店、紳士・婦人・子供服店
身の回り品小売業	靴店、かばん店、小間物店等
機械器具小売業	家電店、事務機器店、自転車店
その他買回り品小売業	家具店、書店、運動具店、時計店等
生鮮食料品小売業	八百屋、肉屋、魚屋、食料雑貨店
その他飲食料品小売業	酒屋、菓子店、パン店、コンビニ等
その他最寄品小売業	什器店、薬局、化粧品店等
その他小売業	自動車店、農機具店、燃料店、DIY店等
飲食店	食堂、専門料理店、居酒屋、バー、喫茶店等
生活関連サービス業	洗濯・理美容店、銭湯、旅行代理店等
金融業等	銀行、郵便局、農協、漁協等(貸金業を除く。)
その他サービス業	運輸、卸売、貸金、保険、不動産、宿泊、娯楽、教育、医療等



### 3 店舗経営者

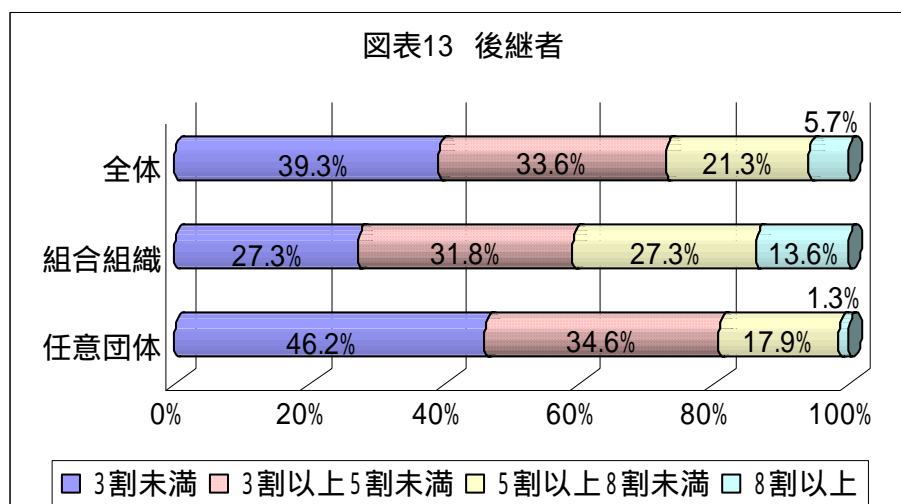
#### (1) 店舗経営者の年齢層

店舗経営者の最も多い年代について聞いた。「60代」の店舗経営者が最も多いとしている商店街が64.5%で、「50代」が27.0%。店舗経営者の中心年齢層を「70代以上」としている商店街も8.5%ある。(図表12)



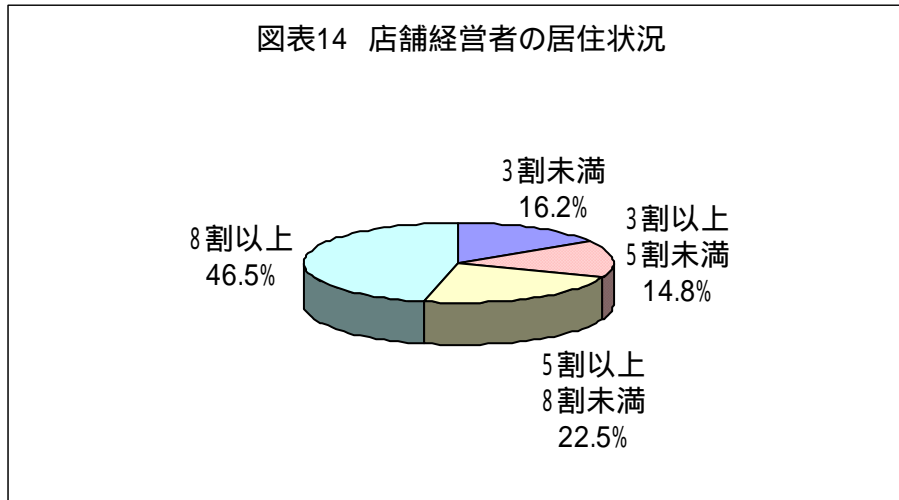
#### (2) 後継者

店舗経営者のうち後継者がいる割合について聞いた。店舗経営者の3割未満にしか後継者がいないとする商店街は39.3%となっている。3割以上5割未満とする商店街と合わせると、72.9%の商店街では、店舗の入替わりがない限り、後継者がいないために現在の店舗経営者の代で商店街内の店舗の半数以上がなくなることになる。特に、任意団体では、その割合が80.8%にまで達している。(図表13)



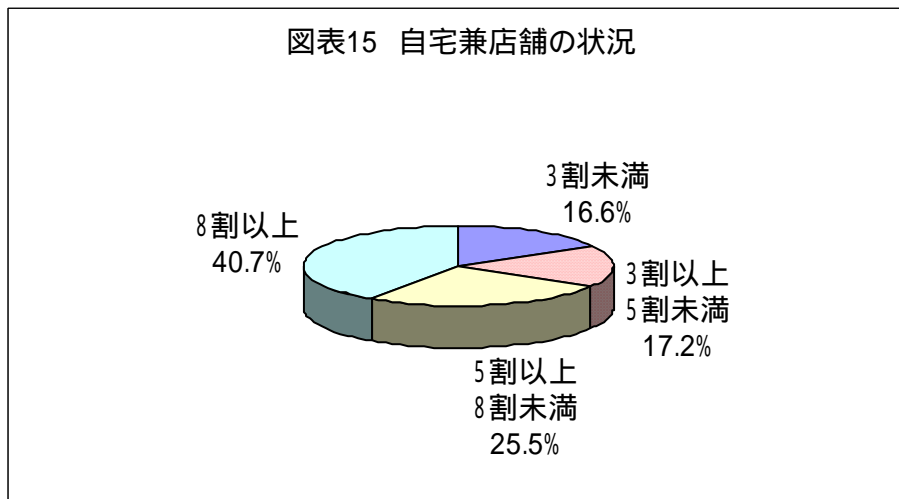
(3) 店舗経営者の居住状況

店舗経営者が商店街内に居住している割合について聞いた。「8割以上」居住しているとする商店街が46.5%となっており、半数近い商店街では店舗経営者の8割以上が商店街内に居住しているとみられる。(図表14)



(4) 自宅兼店舗の状況

店舗が店舗経営者の自宅と同じ建物である割合について聞いた。自宅兼店舗が「8割以上」とする商店街は40.7%で、「5割以上 8割未満」も25.5%となっており、約3分の2の商店街では5割以上の店舗が店舗経営者の自宅と同じ建物とみられる。(図表15)



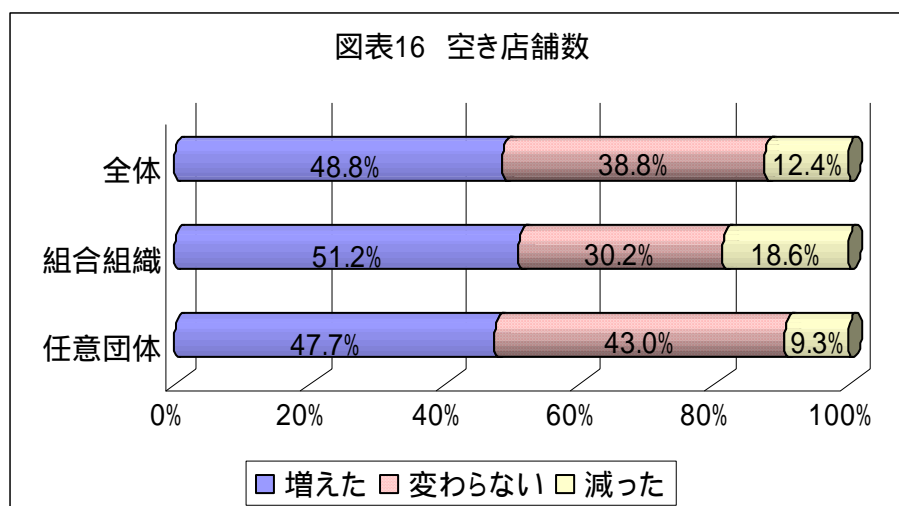
## 4 空き店舗

### (1) 空き店舗数

3年前と比較した空き店舗数について聞いた。「増えた」と感じている商店街が48.8%で、「変わらない」が38.8%、「減った」が12.4%となっている。組織形態別にみると、「減った」と感じている商店街が組合組織で18.6%と、任意団体より約9ポイント高くなっている。(図表16)

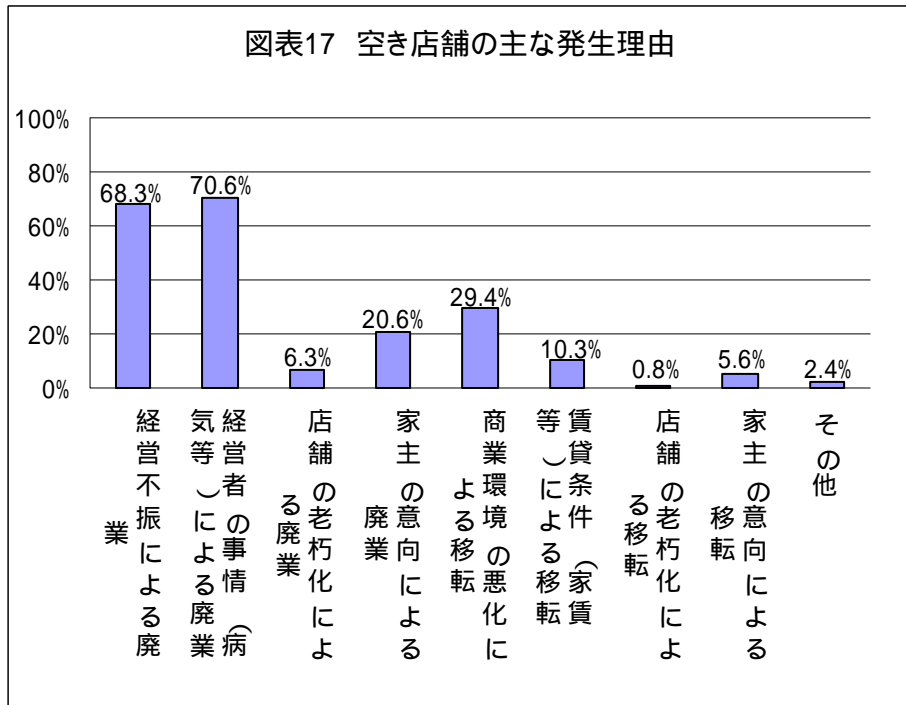
ただし、「減った」と感じている商店街についてさらに分析すると、3年前と比較した店舗数(2(1)参照)について「増えた」と感じている商店街がない(「増えた」0.0%、「変わらない」20.0%、「減った」80.0%)ことから、空き店舗数が減った(と感じている)要因は、空き店舗が埋まって店舗として活用されるようになったためではなく、店舗以外として活用されたり、建物が取り壊されたりしたためと考えられる。

なお、空き店舗数についても聞いたが、空き店舗数(平均)は4.9店となっている。組織形態別にみると、組合組織の5.6店に対して、任意団体では4.6店と比較的少ないが、任意団体の店舗数(平均)が組合組織より約7店少ない(2(4)参照)ことを考慮すると、大きな差は見られない。



### (2) 空き店舗の発生理由

空き店舗の発生理由について聞いた。主なものを3つまで挙げてもらったところ、「経営者の事情(病気等)による廃業」を70.6%の商店街が挙げており、以下「経営不振による廃業」が68.3%、「商業環境の悪化による移転」が29.4%、「家主の意向による廃業」が20.6%で続いている。(図表17)また、組織形態別に差の大きい発生理由をみると、「賃貸条件(家賃等)による移転」を組合組織では20.0%の商店街が挙げており、任意団体の4.9%より約15ポイント高くなっている。



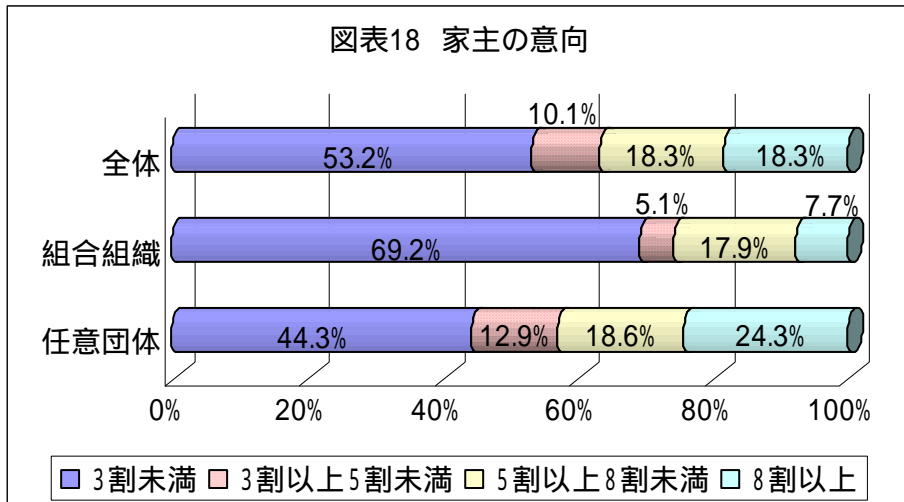
(3) 空き店舗の解消に向けた取組

空き店舗の解消に向けた取組を実施しているか聞いた。何らかの取組を「実施している」とする商店街は10.1%にとどまっている。組織形態別にみると、組合組織では17.0%、任意団体では6.6%となっている。

取組の内容をみると、店舗誘致のほかに、組合組織では家賃の引下げ・助成が、任意団体では共同施設等としての利用がそれぞれ多くなっている。

(4) 家主の意向

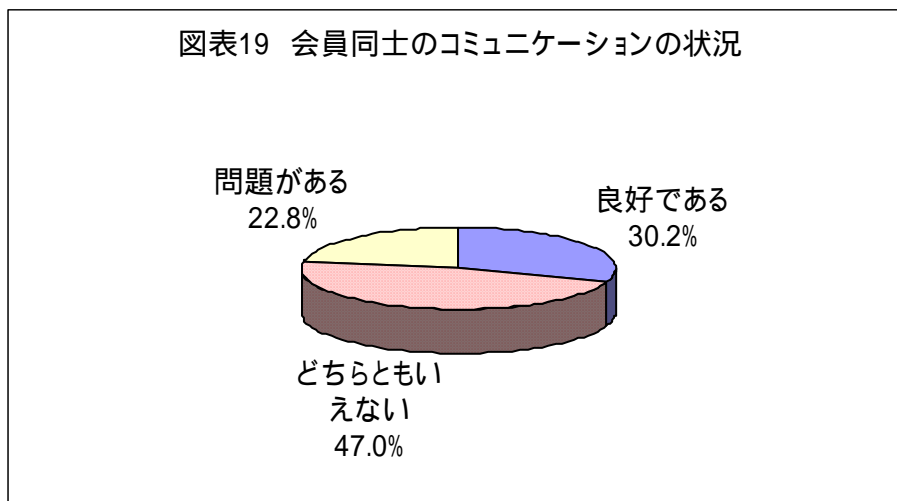
空き店舗のうち家主に賃貸等の意向がない割合について聞いた。8割以上とする商店街は18.3%となっており、2割近い商店街では空き店舗のほとんどが家主に賃貸等の意向がないこともあって空き店舗のままとなっているとみられる。(図表18)



## 5 組織活動

### (1) 会員同士のコミュニケーションの状況

会員同士のコミュニケーションの状況について聞いた。「良好である」としている商店街は30.2%、「問題がある」としている商店街が22.8%で、「どちらともいえない」が47.0%となっている。(図表19)



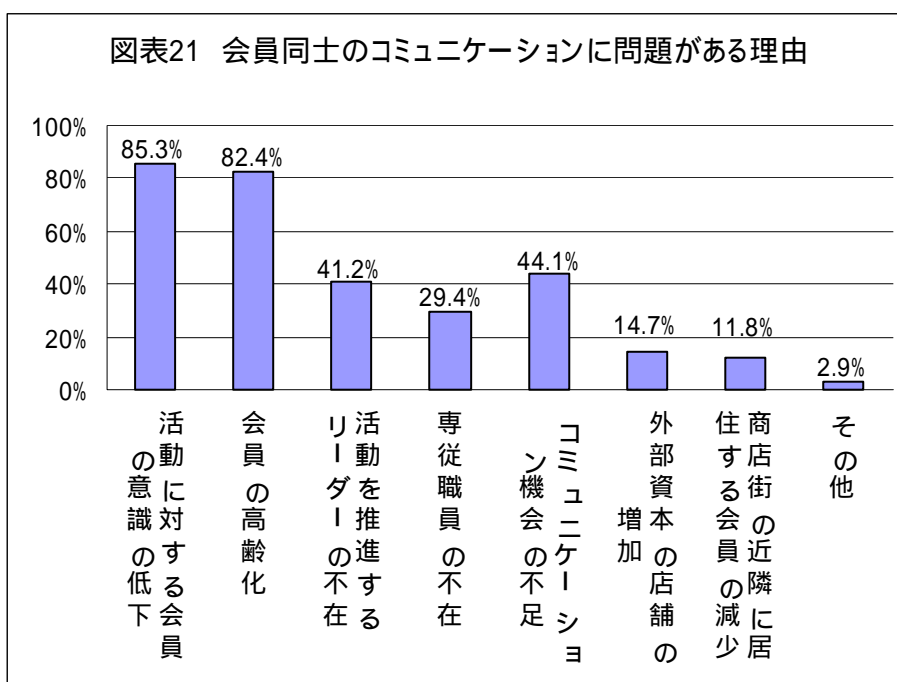
前回(平成18年度)との比較でみると、前回は選択肢が今回と異なることから単純には比較できないが、前回「かなりうまくいっている」と「まあまあうまくいっている」の肯定的な回答を合わせると63.4%で、「あまりうまくいっていない」と「かなり問題がある」の否定的な回答を合わせると12.6%であったことから、肯定的な回答の割合が30ポイント以上低下した一方で、否定的な回答の割合が約10ポイント上昇している。(図表20)

図表20 会員同士のコミュニケーションの状況(過年度比較)

今回		平成18年度	
良好である	30.2%	かなりうまくいっている	9.1%
		まあまあうまくいっている	54.3%
どちらともいえない	47.0%	何とも言えない	24.0%
問題がある	22.8%	あまりうまくいっていない	9.7%
		かなり問題がある	2.9%

「問題がある」としている商店街に問題がある理由を尋ねたところ(複数回答)「活動に対する会員の意識の低下」を85.3%の商店街が挙げている。続いて「会員の高齢化」が82.4%となっており、ここでも高齢化の問題が大きいと考えられる。以下「コミュニケーション機会の不足」が44.1%、「活動を推進するリーダーの不足」が41.2%、「専従職員の不在」が29.4%などとなっている。(図表21)

図表21 会員同士のコミュニケーションに問題がある理由



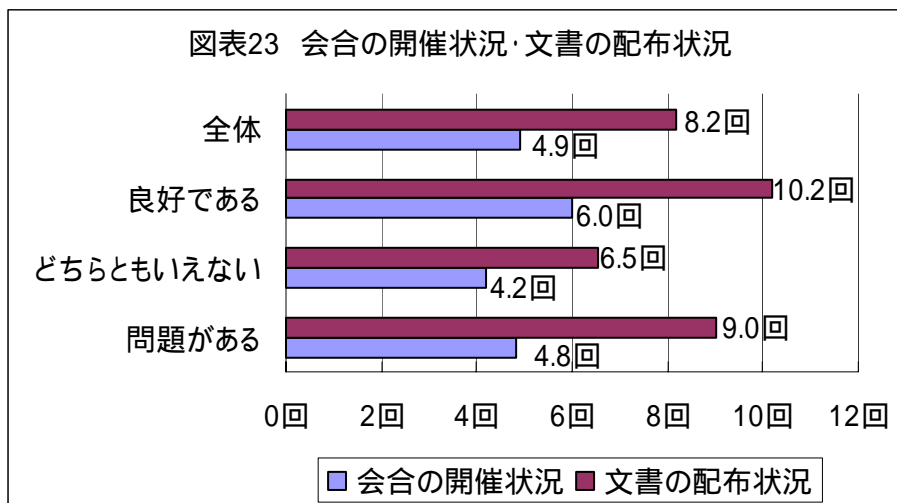
前回（平成18年度）との比較でみると、すべての選択肢で割合が上昇しており、特に「会員の高齢化」で約23ポイント、「活動に対する会員の意識の低下」と「コミュニケーション機会の不足」でともに約17ポイントそれぞれ上昇している。前述のとおり、会員同士のコミュニケーションの状況についての否定的な回答の割合（本設問の回答対象となる商店街の割合）が約1.8倍になっていることもあり、これらの問題要因の広がりには注意する必要があると考えられる。（図表22）

図表22 会員同士のコミュニケーションに問題がある理由（過年度比較）

選 択 肢	今 回	平成18年度
活動に対する会員の意識の低下	85.3%	68.2%
会員の高齢化	82.4%	59.1%
コミュニケーション機会の不足	44.1%	27.3%
活動を推進するリーダーの不在	41.2%	36.4%
専従職員の不在	29.4%	22.7%
外部資本の店舗の増加	14.7%	13.6%
商店街の近隣に居住する会員の減少	11.8%	9.1%

会員（組合員）を対象にした昨年度1年間の会合の開催回数及び文書の配布回数についても聞いた。会合の開催回数は平均4.9回、文書の配布回数は平均8.2回となっている。会員同士のコミュニケーションの状況について「良好である」としている商店街では会合の開催回数は平均6.0回、文書の配布回数は平均10.2回といずれも全体の平均より多くなっている。また、「問題がある」としている商店街では会合の開催回数は

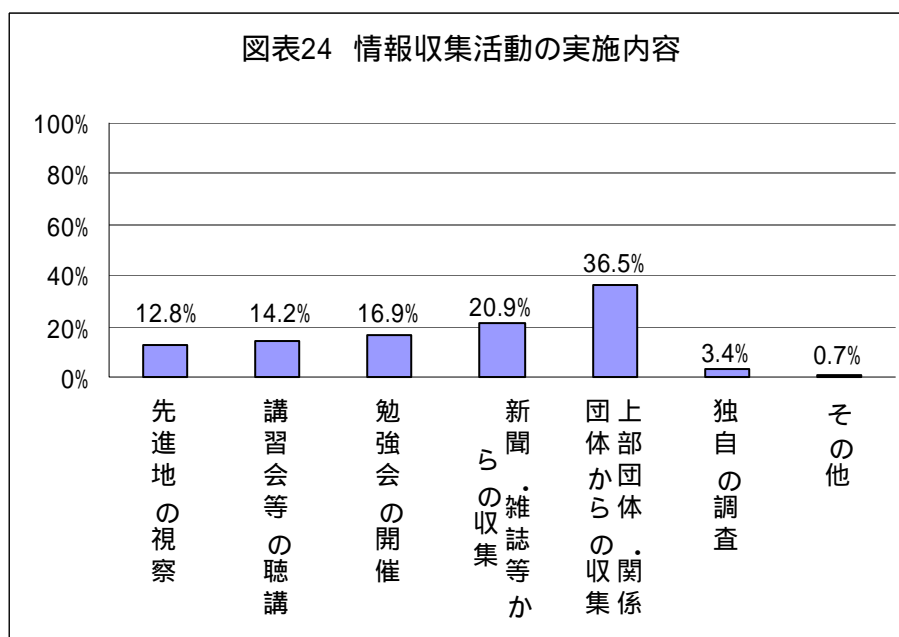
平均4.8回、文書の配布回数は平均9.0回といずれも「どちらともいえない」とする商店街の平均より多くなっており、「問題がある」としているのは会員同士のコミュニケーションの状況に対する問題意識が高いためとも考えられる。(図表23)なお、組織形態別にみると、組合組織では会合の開催回数は平均5.1回、文書の配布回数は平均10.2回となっており、任意団体のそれぞれ4.8回、7.2回より多くなっている。



## (2) 情報収集活動の状況

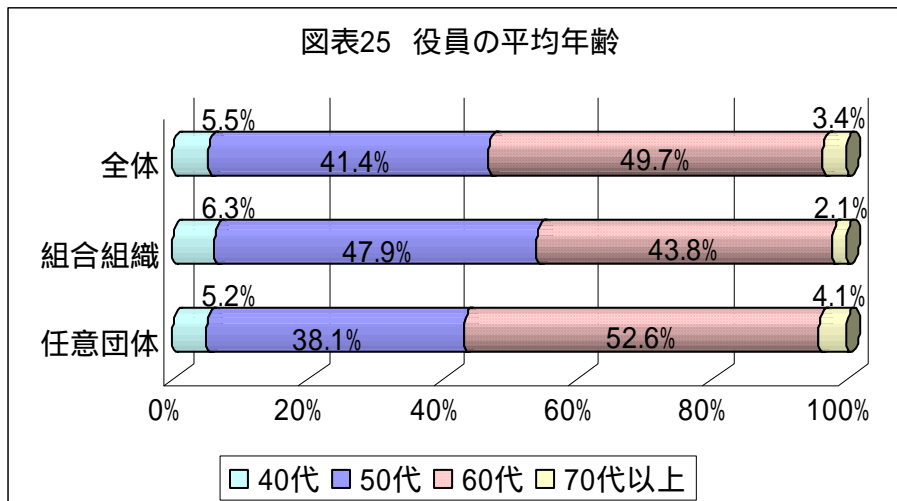
情報収集活動を実施しているか聞いた。何らかの情報収集活動を「実施している」とする商店街は49.3%で、ほぼ半数となっている。組織形態別にみると、組合組織では66.7%、任意団体では41.0%となっている。

実施している活動の内容をみると(複数回答)「上部団体・関係団体からの収集」の実施率が36.5%で最も高く、以下「新聞・雑誌等からの収集」が20.9%、「勉強会の開催」が16.9%で続き、「先進地の視察」は12.8%となっている。(図表24)



### (3) 役員の平均年齢

役員の平均年齢について聞いた。「60代」とする商店街が最も多く49.7%で、「50代」が41.4%となっている。組織形態別にみると、組合組織では「50代」とする商店街が47.9%で最も多くなっているが、任意団体では「60代」とする商店街が52.6%と過半を占めるようになっている。(図表25)



### (4) 青年部の状況

青年部を設置している商店街は全体の19.7%となっている。組織形態別にみると、組合組織では46.0%と半数近くの商店街が設置しているが、任意団体では6.9%にとどまっている。

青年部を設置している商店街にその活動の中心となっている年代を尋ねたところ、「40代」とする商店街が60.0%で最も多く、「30代」が16.7%で、活動の中心が50代以上になっているとする商店街も23.3%ある。また、活動状況についても尋ねたところ、「かなり活発である」又は「ある程度活発である」とする商店街は63.3%となっている。

### (5) 女性部の状況

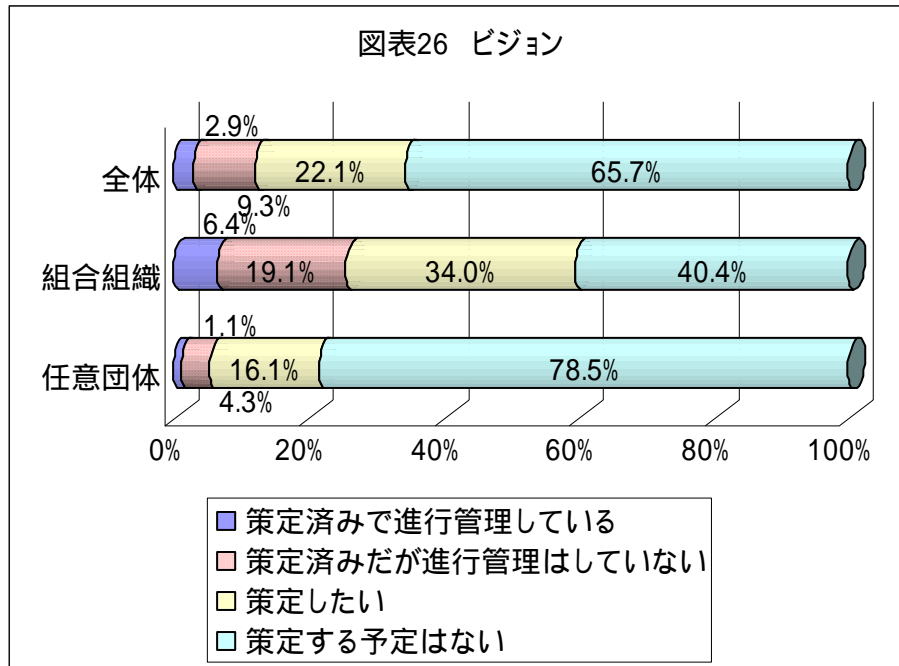
女性部を設置している商店街は全体の7.6%にとどまっている。組織形態別にみると、組合組織では14.3%の商店街が設置しているが、任意団体では4.2%となっている。

女性部を設置している商店街にその活動の中心となっている年代を尋ねたところ、「50代」とする商店街が54.5%で最も多く、「60代」が36.4%、「40代」が9.1%となっている。また、活動状況についても尋ねたところ、「かなり活発である」又は「ある程度活発である」とする商店街は72.7%となっている。



## (6) ビジョン

商店街のビジョン（将来構想）又は中・長期計画の策定状況について聞いた。「策定済みで進行管理している」とする商店街はわずか2.9%で、「策定済みだが進行管理はしていない」の9.3%と合わせても、策定済みの商店街は12.2%にとどまっている。組織形態別にみると、組合組織では進行管理の有無を問わず策定済みの商店街は25.5%で、「策定したい」も34.0%あり、「策定する予定はない」とする商店街は任意団体の78.5%より40ポイント近く少ない40.4%となっている。（図表26）

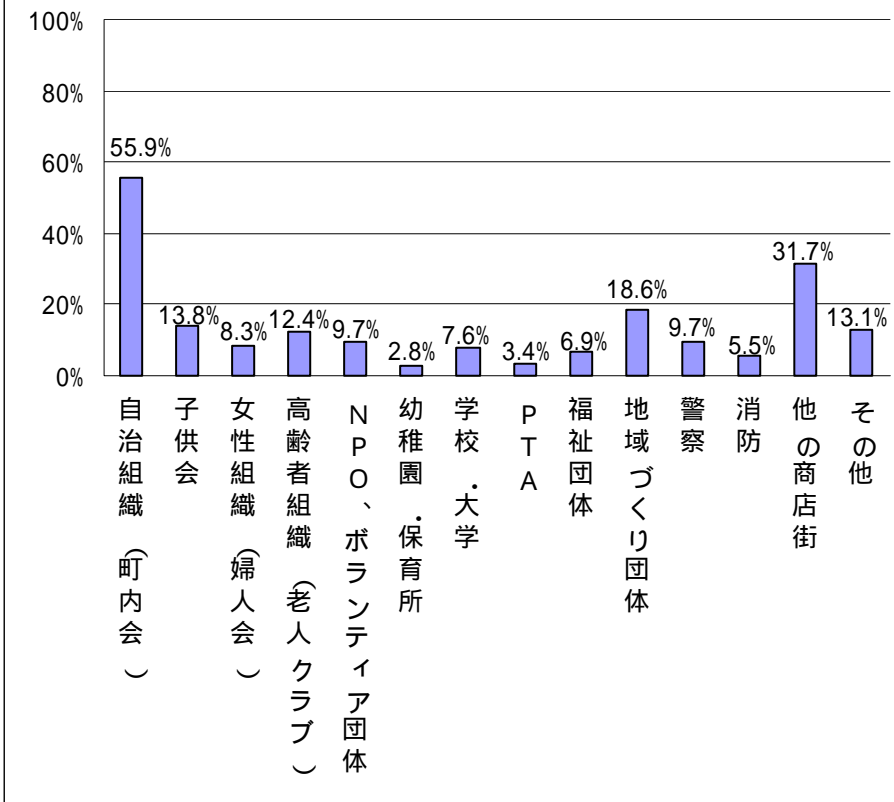


## (7) 各種団体との連携状況

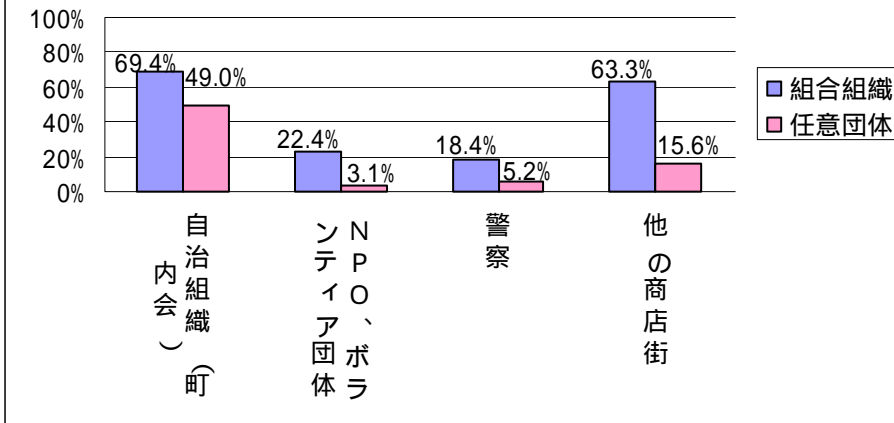
商店街における活動での各種団体との連携状況について聞いた。何らかの種類の団体と「連携している」とする商店街は71.7%となっている。組織形態別にみると、組合組織では87.8%、任意団体では63.5%となっている。

連携している相手団体の種類をみると（複数回答）「自治組織（町内会）」との連携率が最も高く55.9%で、以下「他の商店街」が31.7%、「地域づくり団体」が18.6%、「子供会」が13.8%、「高齢者組織（老人クラブ）」が12.4%、「NPO、ボランティア団体」「警察」がともに9.7%などとなっている。自治組織及び他の商店街以外の団体との連携はあまり進んでいないことがわかる。（図表27）組織形態別に差の大きい連携相手を見ると、組合組織では「自治組織」や「他の商店街」では連携率がともに6割を超えており、また、任意団体ではそれぞれわずか3.1%、5.2%の「NPO、ボランティア団体」や「警察」との連携率が組合組織ではそれぞれ22.4%、18.4%となっていて、任意団体と比較して組合組織の連携相手の広がりがみてとれる。（図表28）

図表27 各種団体との連携状況



図表28 各種団体との連携状況 (組織形態別)

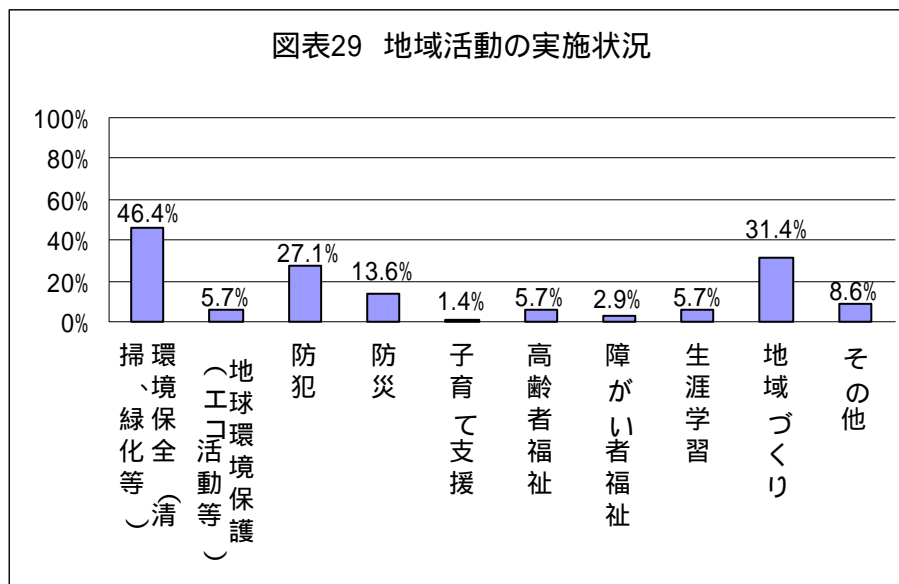


(8) 地域活動の実施状況

商店街において地域住民のニーズに応じた地域活動の実施（各種団体が商店街において行う地域活動への協力を含む。）状況について聞いた。何らかの地域活動について「実施（協力）している」とする商店街は72.9%となっている。組織形態別にみると、組合組織では79.2%、任意団体では69.6%となっている。

実施（又は協力）している活動の内容をみると（複数回答）「環境保全（清掃、緑

化等)」の実施（協力）率が最も高く46.4%で、以下「地域づくり」が31.4%、「防犯」が27.1%、「防災」が13.6%などとなっていて、環境保全や地域づくり、防犯以外の地域活動の実施（又は協力）はあまり進んでいないことがわかる。（図表29）なお、組織形態別に差の大きい地域活動は「防災」で、任意団体の5.4%に対して組合組織が29.2%と20ポイント以上高くなっている。



## 6 施設整備事業

### (1) 新規整備

新たに整備したい施設の有無について聞いた。新たに整備したい施設が「ある」とする商店街は11.0%となっている。組織形態別にみると、組合組織で19.1%、任意団体で6.7%となっている。

前回（平成18年度）との比較でみると、前回は設問形式が今回と異なることから単純には比較できないが、これから新たに設置したい施設として何らかの施設を挙げた割合が52.2%（組合組織で59.5%、任意団体で48.9%）であったことから、積極的な投資意欲が大幅に減退したことになる。

なお、新たに整備したい施設の具体的な内容としては、駐車場やトイレなどの来街者用の共同利用施設が多くなっている。

### (2) 改修整備

既存施設で新たに改修・改善したい施設の有無について聞いた。新たに改修・改善したい施設が「ある」とする商店街は21.7%で、新規整備の約2倍となっている。組織形態別にみると、組合組織で34.0%、任意団体で15.4%となっている。

前回（平成18年度）との比較でみると、前回は設問形式が今回と異なることから単純には比較できないが、設置済みだが改善したい施設として何らかの施設を挙げた割合が57.4%（組合組織は81.0%、任意団体で45.0%）であったことから、改修整備についても積極的な投資意欲が大幅に減退したことになる。

なお、新たに改修・改善したい既存施設の具体的な内容としては、街路灯（省エネ化）が多くなっている。

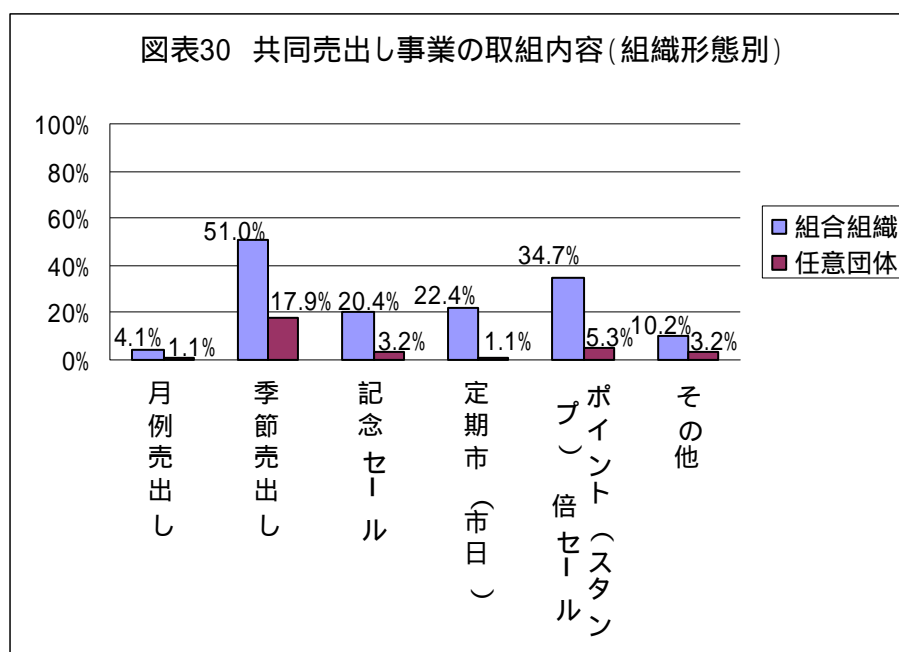
## 7 共同経済事業

### (1) 共同売出し事業

共同売出しを実施しているか聞いた。何らかの共同売出しを「実施している」とする商店街は44.1%となっている。組織形態別にみると、組合組織の80.0%に対して任意団体は25.3%と、組織形態別での差が非常に大きくなっている。

実施している共同売出しの取組の内容を組織形態別にみると(複数回答) 組合組織では「季節売出し」の実施率が51.0%と過半になっているほか、「ポイント(スタンプ)

倍セール」が34.7%、「定期市(市日)」が22.4%、「記念セール」が20.4%となっている。一方、任意団体では「季節売出し」が17.9%となっているほかは、ほとんど実施されていない。(図表30)

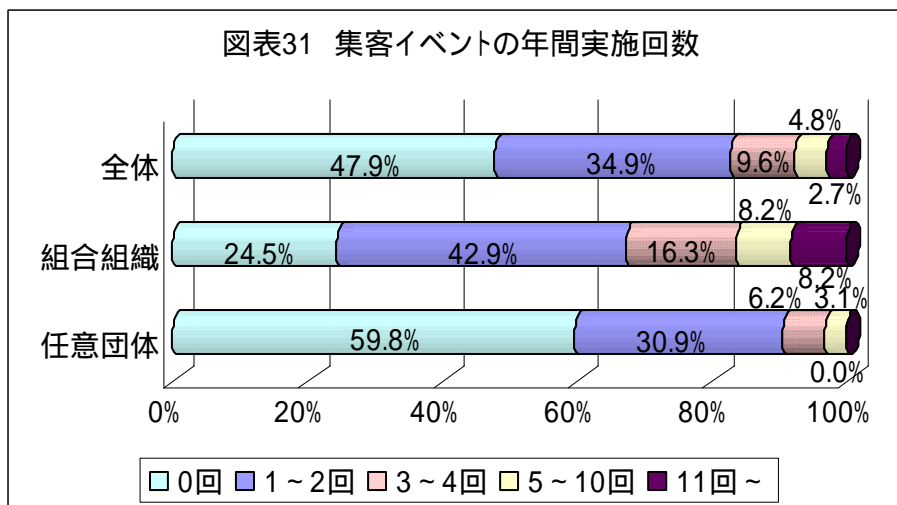


### (2) 集客イベント

集客イベントの実施状況について聞いた。「実施している」とする商店街は52.1%となっている。組織形態別にみると、組合組織の75.5%に対して任意団体は40.2%と、組織形態別での差が大きくなっている。

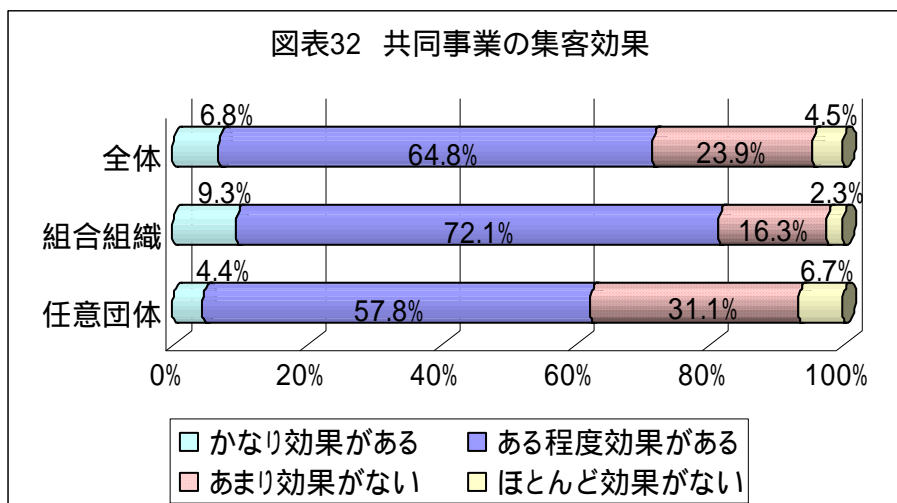
集客イベントの年間実施回数をみると、1～2回程度とする商店街が34.9%で、0回(「実施していない」)と合わせると8割を超えている。さらに組織形態別にみると、組合組織では1～2回程度とする商店街が42.9%で、0回と合わせると約3分の2となるが、5回程度以上(およそ2月に1回以上)は16.4%、うち11回程度以上(およそ1月に1回以上)実施しているとする商店街は8.2%となっている。一方、任意団体では1～2回程度とする商店街が30.9%で、0回と合わせると約9割となり、5回程度以上実施しているとする商店街はわずか3.1%となっている。(図表31)

なお、共同売出しと集客イベントのいずれも実施していないとする商店街は38.9%で、組織形態別にみると組合組織が12.2%、任意団体が52.6%となっている。



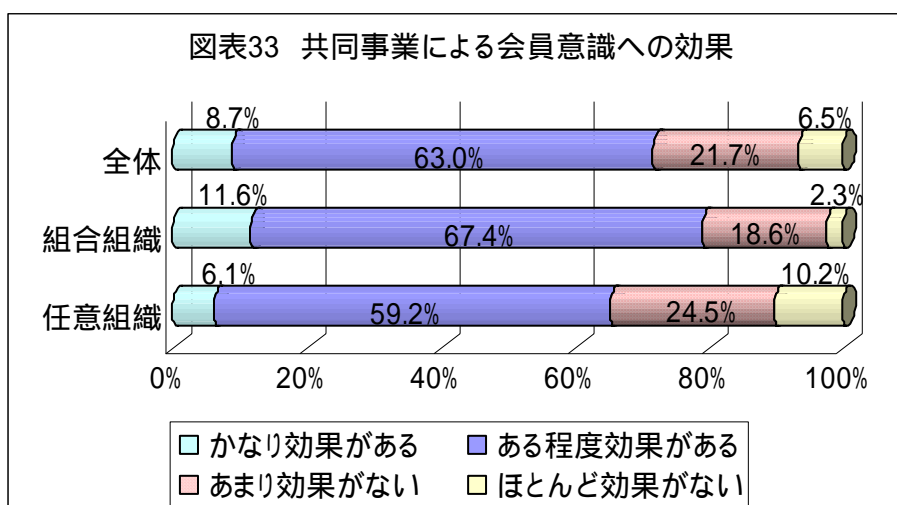
### (3) 共同事業の集客効果

共同売出し又は集客イベントを実施している商店街にそれらの共同事業の集客効果について聞いた。「かなり効果がある」と「ある程度効果がある」を合わせると、71.6%の商店街で集客効果があるとしている。組織形態別にみると、組合組織では81.4%、任意団体では62.2%の商店街で集客効果があるとしている。(図表32)



### (4) 共同事業による会員意識への効果

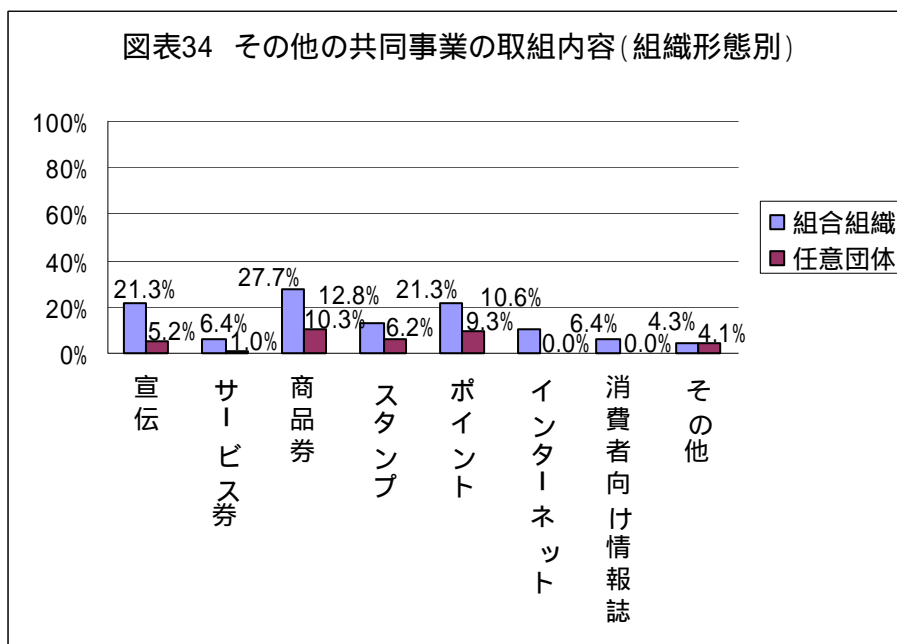
共同売出し又は集客イベントを実施している商店街にそれらの共同事業による会員(組合員)の共同意識の高揚への効果について聞いた。「かなり効果がある」と「ある程度効果がある」を合わせると、71.7%の商店街で会員意識への効果があるとしている。組織形態別にみると、組合組織では79.0%、任意団体では65.3%の商店街で会員意識への効果があるとしており、集客効果と概ね同じ集計結果となっている。(図表33)



(5) その他の共同事業

その他の共同事業を実施しているか聞いた。共同売出しや集客イベント以外に何らかの共同事業を「実施している」とする商店街は33.8%となっている。組織形態別にみると、組合組織の58.3%に対して任意団体は21.6%と、組織形態別での差が大きくなっている。

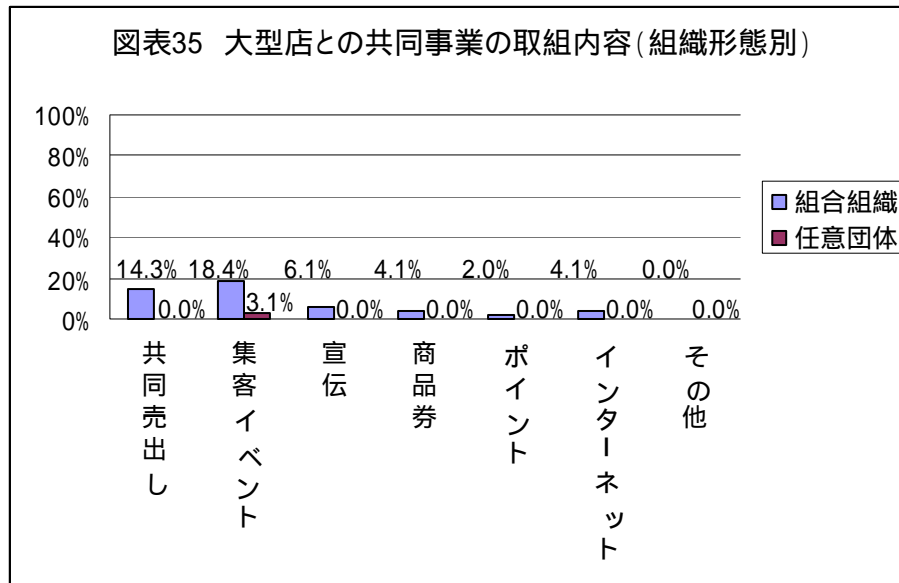
実施している共同事業の取組内容を組織形態別にみると(複数回答) 組合組織では「商品券」の実施率が27.7%、「宣伝」と「ポイント」がともに21.3%、「スタンプ」が12.8%、「インターネット」が10.6%などとなっている。一方、任意団体では「商品券」が10.3%、「ポイント」が9.3%などとなっている。(図表34)



(6) 大型店との共同事業

商店街内（又は周辺）の大型店と共同事業を実施しているか聞いた。何らかの共同事業を「実施している」とする商店街は11.0%となっている。組織形態別にみると、組合組織は26.5%となっているが、任意団体は3.1%でほとんど行われていない。

実施している共同事業の取組内容を組織形態別にみると（複数回答）組合組織では「集客イベント」の実施率が18.4%で、「共同売出し」が14.3%などとなっている。一方、任意団体で実施されているのは「集客イベント」のみとなっている。（図表35）



(7) 商店街利用者（顧客等）との接点

商店街利用者（顧客等）との懇談会等を実施している商店街は1.3%にとどまっております、前回（平成18年度）の5.8%から低下しています。

また、商店街利用者（顧客等）を対象とした調査（アンケート等）を実施している商店街は3.1%にとどまっております、こちらも前回の12.9%から低下しています。

(8) 不動産所有者（家主等）との接点

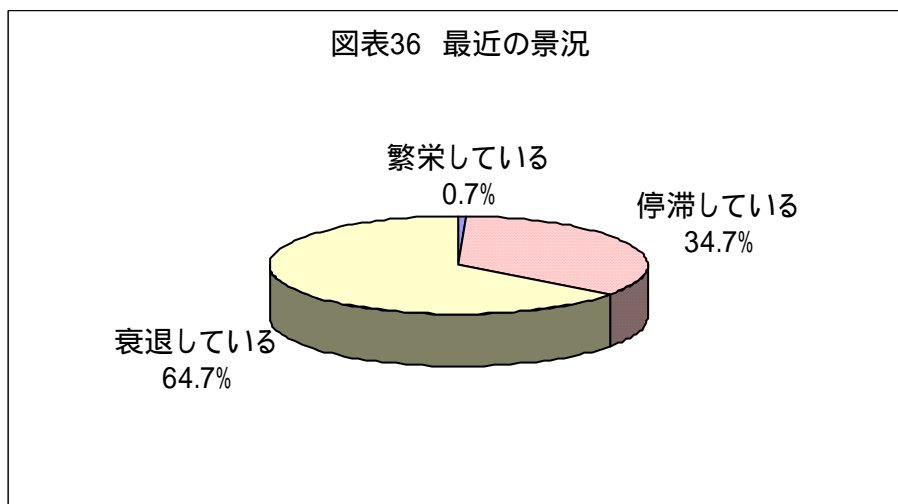
不動産所有者（家主等）との懇談会等を実施している商店街は2.7%となっている。



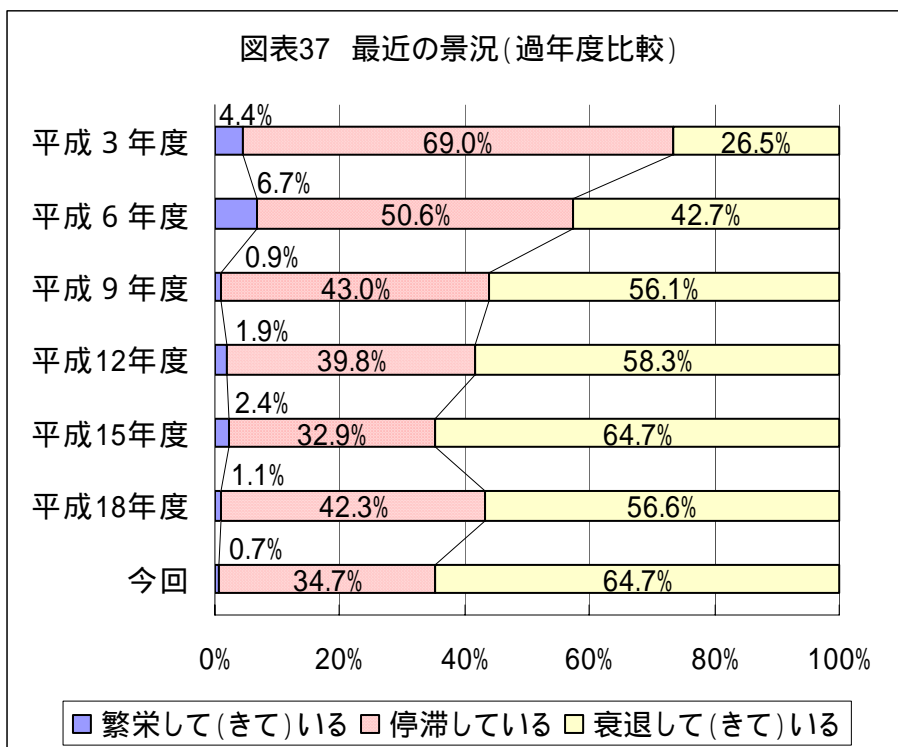
## 8 景況

### (1) 最近の景況

商店街の最近の景況について聞いた。「繁栄している」と感じている商店街は0.7%にとどまり、「衰退している」と感じている商店街が64.7%と3分の2近くを占めており、「停滞している」が34.7%となっている。(図表36)



前回(平成18年度)は「衰退して(きて)いる」と感じている商店街の割合が調査開始以降初めて低下したが、今回は再び上昇し、前々回(平成15年度)の割合にまで戻っている。(図表37)

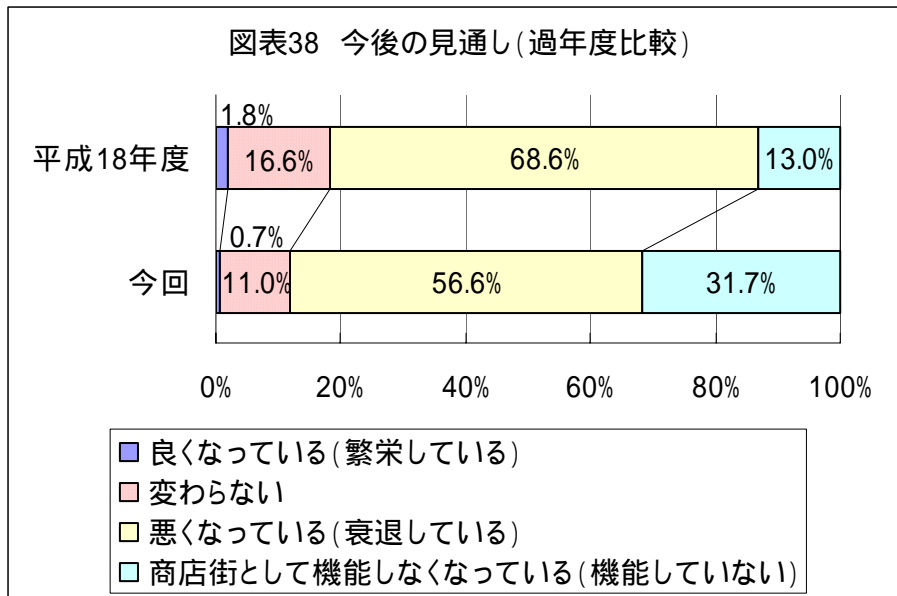


「停滞している」又は「衰退している」と回答した商店街に対し、店舗経営者の危機感が感じられるか聞いたところ、「危機感が感じられる」とする回答は82.8%であった。

(2) 今後の見通し

最近の景況と比較した10年後の商店街の景況について見通しを聞いた。「良くなっている」と推測する商店街は0.7%で、「悪くなっている」が56.6%、「商店街として機能しなくなっている」が31.7%となっている。

前回（平成18年度）との比較でみると、「商店街として機能しなくなっている」（前回は「機能していない」と推測する商店街の割合が13.0%から20ポイント近く上昇し、この3年間で見通しが大きく悪化していることがうかがえる。（図表38）



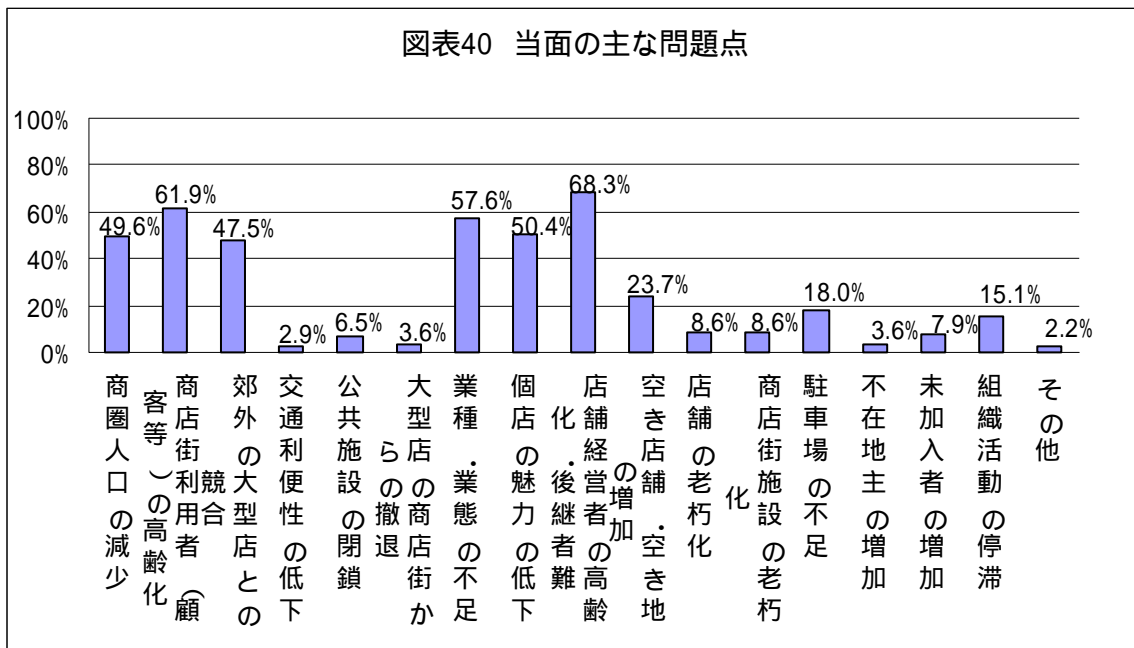
最近の景況と今後の見通しとの関係を見ると、最近の景況で「停滞している」と感じている商店街の73.5%が今後の見通しで「悪くなっている」又は「商店街として機能しなくなっている」と推測しており、衰退傾向が強まる見通しを持っている。また、最近の景況で「衰退している」と感じている商店街では、96.8%が今後の見通しで「悪くなっている」又は「商店街として機能しなくなっている」と推測しており、改善する見通しはほとんど持っていない。（図表39）

図表39 最近の景況と今後の見通しとの関係

最近の景況	今後の見通し	
	見通し	割合
停滞している	良くなっている	0.0%
	変わらない	26.5%
	悪くなっている	69.4%
	商店街として機能しなくなっている	4.1%
衰退している	良くなっている	0.0%
	変わらない	3.2%
	悪くなっている	50.0%
	商店街として機能しなくなっている	46.8%

### (3) 当面の問題点

当面の問題点について聞いた。主なものを5つまで挙げてもらったところ、「店舗経営者の高齢化・後継者難」が最も多く68.3%で、以下「商店街利用者（顧客等）の高齢化」が61.9%、「業種・業態の不足」が57.6%、「個店の魅力の低下」が50.4%、「商圏人口の減少」が49.6%、「郊外の大規模店との競合」が47.5%と続いており、「空き店舗・空き地の増加」は23.7%にとどまっている。（図表40）



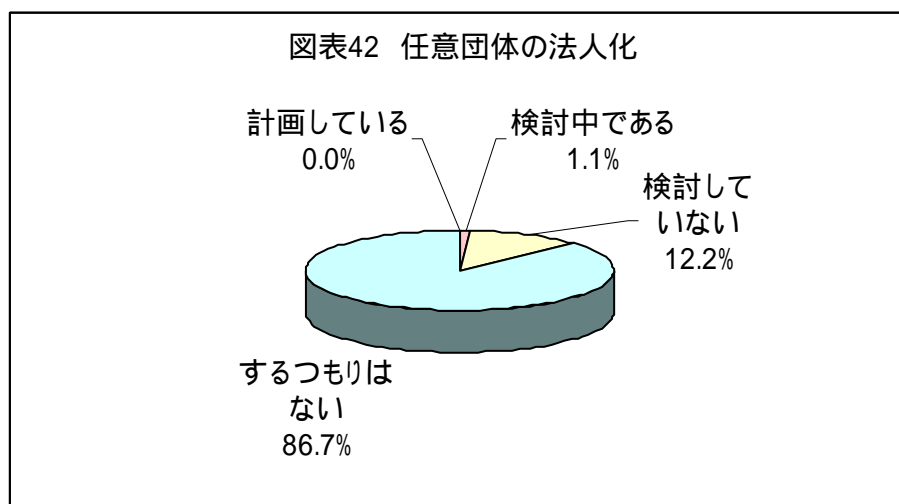
前回（平成18年度）との比較でみると、前は回答数に制限を設けなかったことや選択肢が今回とは異なることから単純には比較できないが、「域外の大規模小売店の影響」が最も多く67.5%であったことから、郊外（域外）の大規模店について挙げる割合が大きく低下したことや、「購買層の高齢化」が49.4%、「業種構成に問題がある」が45.0%であったことから、顧客の高齢化や業種・業態の構成について挙げる割合が大きく上昇したことなど、この3年間での問題意識の変化が見てとれる。（図表41）

図表41 当面の（主な）問題点（過年度比較）

今回		平成18年度	
店舗経営者の高齢化・後継者難	68.3%	域外の大規模小売店の影響	67.5%
商店街利用者（顧客等）の高齢化	61.9%	後継者難	63.1%
業種・業態の不足	57.6%	購買層の高齢化	49.4%
個店の魅力の低下	50.4%	商圏人口の減少	47.5%
商圏人口の減少	49.6%	業種構成に問題がある	45.0%
郊外の大規模店との競合	47.5%	店舗の老朽化・陳腐化が著しい	43.8%
空き店舗・空き地の増加	23.7%	商店の歯抜け現象が進行	43.8%

## 9 法人化

任意団体の商店街に対して、法人化への取組状況について聞いた。「法人化を計画している」とする商店街はなく、「法人化を検討中である」もわずか1.1%で、「法人化するつもりはない」が86.7%となっている。「法人化について検討していない」とする商店街は12.2%となっている。(図表42)



【卷末資料】

平成21年度岩手県商店街実態調査票



平成 21 年度岩手県商店街実態調査票（組織用）

（調査基準日：平成21年7月1日）

商店街の名称（愛称）	(ふりがな) .....	総延長	約	m
------------	-----------------	-----	---	---

商店街組織の名称		代表者名	( 歳)
主な事務所の所在地 (または代表者の住所)		電話番号	
		設 立 日	年 月 日

1 組織

(1) 組織形態	ア．商店街振興組合 イ．事業協同組合 ウ．任意団体		
(2) 専用事務所	ア．ある [ a．自己所有 b．賃借 ] イ．ない		
(3) 専従職員	ア．いる [ ( ) 名 ] イ．いない		
(4) 会員数等	正会員（正組合員）数	( ) 名	
	準会員（準組合員）数	( ) 名	
	未加入者 数	( ) 名	会員資格がありながら加入していない者

2 立地条件

(1) 立地地域	ア．商業地域 イ．住居地域 ウ．工業地域 エ．農山村地域 オ．漁村地域 カ．観光地域
(2) 立地環境	ア．繁華街 イ．一般商店街 ウ．一般住宅街 エ．住宅団地 オ．駅前 カ．オフィス街 キ．その他 ( )
(3) 商店街タイプ	ア．近隣型商店街（最寄品店が中心で、地元主婦が日用品等を徒歩または自転車等により日常的の買物をする商店街） イ．地域型商店街（最寄品店及び買回り品店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から徒歩、自転車、バス等で来街する商店街） ウ．広域型商店街（百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品店よりも買回り品店が多く、地域型商店街よりも広い範囲から来街する商店街）

3 商業環境

(1) 商圏範囲	[3年前と比較して] ア．広くなった イ．変わらない ウ．狭くなった
(2) 来街者数	[3年前と比較して] A．増えた B．変わらない C．減った <u>A 来街者が増えた要因</u> （当てはまるものをすべて選択してください。） ア．商圏人口の増加 イ．交通利便性の向上 ウ．業種・業態の充実 エ．個店の魅力の向上 オ．販促活動の充実 カ．イベントの充実 キ．PR・情報発信の充実 ク．近隣商店街との連携強化 ケ．駐車場の整備 コ．街路灯・アーケード等の整備 サ．大型店の商店街への出店 シ．公共施設の新設 ス．観光客の回遊の増加 セ．その他 ( ) <u>C 来街者が減った要因</u> （当てはまるものをすべて選択してください。） ア．商圏人口の減少 イ．交通利便性の低下 ウ．業種・業態の不足 エ．個店の魅力の低下 オ．販促活動の停滞 カ．イベントの停滞 キ．PR・情報発信の停滞 ク．近隣商店街との連携不足 ケ．駐車場の未整備 コ．街路灯・アーケード等の未整備 サ．大型店の商店街からの撤退 シ．公共施設の閉鎖 ス．郊外への大型店の出店 セ．その他 ( )

(3) 来街者層	(主なものを3つまで選択してください。) ア．学生・若者 イ．家族連れ ウ．主婦 エ．会社員 オ．高齢者 カ．観光客 キ．その他( )
(4) 来街者の年齢層	[来街者の最も多い年代は？] ア．10代以下 イ．20代 ウ．30代 エ．40代 オ．50代 カ．60代 キ．70代以上

#### 4 店舗と業種構成

(1) 店舗数	[3年前と比較して] ア．増えた イ．変わらない ウ．減った	
(2) 店舗の入れ替り	ア．かなりある イ．少しはある ウ．ほとんどない	
(3) 店舗の入れ替りへの商店街としての関与	A．関与している B．関与していない A 関与の様態(当てはまるものをすべて選択してください。) ア．商店街に必要な業種・業態を考慮して誘致している イ．商店街に必要な業種・業態を考慮しないで誘致している ウ．商店街に不利益な業種・業態の出店を抑制している エ．その他( )	
(4) 業種構成  正会員(正組合員)及び準会員(準組合員)の店舗等について記入してください(非加入者の店舗等は除いてください)。～の合計値と1(4)の・の合計値とが一致します。	各種商品小売業(百貨店、総合スーパー、ミニスーパー等)	( )店
	織物・衣服小売業(呉服店、寝具店、紳士・婦人・子供服店)	( )店
	身の回り品小売業(靴店、かばん店、小間物店等)	( )店
	機械器具小売業(家電店、事務機器店、自転車店)	( )店
	その他買回り品小売業(家具店、書店、運動具店、時計店等)	( )店
	生鮮食料品小売業(八百屋、肉屋、魚屋、食料雑貨店)	( )店
	その他飲食料品小売業(酒屋、菓子店、パン店、コンビニ等)	( )店
	その他最寄品小売業(什器店、薬局、化粧品店等)	( )店
	その他小売業(自動車店、農機具店、燃料店、DIY店等)	( )店
	飲食店(食堂、専門料理店、居酒屋、バー、喫茶店等)	( )店
	生活関連サービス業(洗濯・理美容店、銭湯、旅行代理店等)	( )店
	金融業(貸金業を除く)等(銀行、郵便局、農協、漁協等)	( )店
その他サービス業(運輸、卸売、貸金、保険、不動産、宿泊、娯楽、教育、医療等)	( )店	
	[店舗計]	( )店
	その他(製造業、一般家屋等)	( )軒
(5) 貸し店舗の家賃	平均的な坪単価・月額 約( )円	

#### 5 店舗経営者

(1) 店舗経営者の年齢層	[店舗経営者の最も多い年代は？] ア．30代以下 イ．40代 ウ．50代 エ．60代 オ．70代以上
(2) 後継者	[店舗経営者のうち後継者がいる割合は？]約( )割
(3) 店舗経営者の居住状況	[店舗経営者が商店街内に居住している割合は？] ア．3割未満 イ．3割以上5割未満 ウ．5割以上8割未満 エ．8割以上
(4) 自宅兼店舗の状況	[店舗が店舗経営者の自宅と同じ建物である割合は？] ア．3割未満 イ．3割以上5割未満 ウ．5割以上8割未満 エ．8割以上



## 6 空き店舗

店舗として利用可能でありながら空いている建物（1階部分に限る）

(1) 空き店舗数	( ) 店	[参考：空き店舗を含めた全店舗数] ( ) 店
	[3年前と比較して]ア．増えた イ．変わらない ウ．減った	
(2) 空き店舗の発生理由	(主なものを3つまで選択してください。) ア．経営不振による廃業 イ．経営者の事情（病気等）による廃業 ウ．店舗の老朽化による廃業 エ．家主の意向による廃業 オ．商業環境の悪化による移転 カ．賃貸条件（家賃等）による移転 キ．店舗の老朽化による移転 ク．家主の意向による移転 ケ．その他 ( )	
(3) 空き店舗の解消に向けた取組	A．実施している B．実施していない A 取組の内容（当てはまるものをすべて選択してください。） ア．商店街に必要な業種・業態を考慮して誘致している イ．商店街に必要な業種・業態を考慮しないで誘致している ウ．共同施設等として組織で利用している (具体的利用内容： ) エ．家賃の引下げをしている（または助成をしている） オ．その他 ( )	
(4) 家主の意向	[家主に賃貸等の意向がない空き店舗の割合は？] ア．3割未満 イ．3割以上5割未満 ウ．5割以上8割未満 エ．8割以上	

## 7 組織活動

(1) 会合の開催状況	[会員（組合員）を対象にした昨年度1年間の会合の開催は？] ( ) 回	
(2) 文書の配布状況	[会員（組合員）を対象にした昨年度1年間の文書の配布は？] ( ) 回	
(3) 会員同士のコミュニケーションの状況	A．良好である B．どちらともいえない C．問題がある C 問題がある理由（当てはまるものをすべて選択してください。） ア．活動に対する会員の意識の低下 イ．会員の高齢化 ウ．活動を推進するリーダーの不在 エ．専従職員の不在 オ．コミュニケーション機会の不足 カ．外部資本の店舗の増加 キ．商店街の近隣に居住する会員の減少 ク．その他 ( )	
(4) 情報収集活動の状況	A．実施している B．実施していない A 活動の内容（当てはまるものをすべて選択してください。） ア．先進地の視察 イ．講習会等の聴講 ウ．勉強会の開催 エ．新聞・雑誌等からの収集 オ．上部団体・関係団体からの収集 カ．独自の調査 キ．その他 ( )	
(5) 会費	正会員・月額 約 ( ) 円	
(6) 役員の平均年齢	ア．30代以下 イ．40代 ウ．50代 エ．60代 オ．70代以上	
(7) 青年部の状況	A．設置している B．設置していない A 年齢構成（活動の中心となっている年代を1つ選択してください。） ア．20代以下 イ．30代 ウ．40代 エ．50代 オ．60代以上 A 活動状況（当てはまるものを1つ選択してください。） ア．かなり活発である イ．ある程度活発である ウ．あまり活発ではない エ．ほとんど活動していない	

(8) 女性部の状況	<p>A . 設置している B . 設置していない</p> <p>A <u>年齢構成</u> (活動の中心となっている年代を1つ選択してください。)</p> <p>ア . 30代以下 イ . 40代 ウ . 50代 エ . 60代 オ . 70代以上</p> <p>A <u>活動状況</u> (当てはまるものを1つ選択してください。)</p> <p>ア . かなり活発である イ . ある程度活発である</p> <p>ウ . あまり活発ではない エ . ほとんど活動していない</p>
(9) ビジョン	<p>[ 商店街のビジョン (将来構想) または中・長期計画は? ]</p> <p>ア . 策定済みで進行管理している イ . 策定済みだが進行管理はしていない</p> <p>ウ . 策定したい エ . 策定する予定はない</p>
(10) 各種団体との連携状況	<p>[ 商店街における活動で各種団体との連携は? ]</p> <p>A . 連携している B . 連携していない</p> <p>A <u>連携相手</u> (当てはまるものをすべて選択してください。)</p> <p>ア . 自治組織 (町内会) イ . 子供会 ウ . 女性組織 (婦人会)</p> <p>エ . 高齢者組織 (老人クラブ) オ . NPO、ボランティア団体</p> <p>カ . 幼稚園・保育所 キ . 学校・大学 ク . PTA ケ . 福祉団体</p> <p>コ . 地域づくり団体 サ . 警察 シ . 消防 ス . 他の商店街</p> <p>セ . その他 ( )</p>
(11) 地域活動の実施状況	<p>[ 商店街において地域住民のニーズに応じた地域活動の実施は? (または、各種団体が商店街において行う地域活動への協力は? ) ]</p> <p>A . 実施 (協力) している B . 実施 (協力) していない</p> <p>A <u>実施 (協力) 内容</u> (当てはまるものをすべて選択してください。)</p> <p>ア . 環境保全 (清掃、緑化等) イ . 地球環境保護 (エコ活動等)</p> <p>ウ . 防犯 エ . 防災 オ . 子育て支援 カ . 高齢者福祉</p> <p>キ . 障がい者福祉 ク . 生涯学習 ケ . 地域づくり</p> <p>コ . その他 ( )</p>

## 8 施設整備事業

(1) 新規整備	<p>[ 新たに整備したい施設は? ]</p> <p>A . ある B . ない</p> <p>A <u>具体的な施設の内容</u></p> <p>( )</p>
(2) 改修整備	<p>[ 既存施設で新たに改修・改善したい施設は? ]</p> <p>A . ある B . ない</p> <p>A <u>具体的な施設の内容</u></p> <p>( )</p>

## 9 共同経済事業

(1) 共同売出し事業	<p>A . 実施している B . 実施していない</p> <p>A <u>取組の内容</u> (当てはまるものをすべて選択してください。)</p> <p>ア . 月例売出し イ . 季節売出し ウ . 記念セール</p> <p>エ . 定期市 (市日) オ . ポイント (スタンプ) 倍セール</p> <p>カ . その他 ( )</p>
(2) 集客イベント	<p>ア . 実施している [ 年間 ( ) 回程度 ] イ . 実施していない</p>

(3) 共同事業の集客効果	[ 共同売出しや集客イベントの集客効果は? ] ア．かなり効果がある　イ．ある程度効果がある ウ．あまり効果がない　エ．ほとんど効果がない
(4) 共同事業による会員意識への効果	[ 共同売出しや集客イベントによる会員の共同意識の高揚への効果は? ] ア．かなり効果がある　イ．ある程度効果がある ウ．あまり効果がない　エ．ほとんど効果がない
(5) その他の共同事業	A．実施している　B．実施していない A <u>取組の内容</u> (当てはまるものをすべて選択してください。) ア．宣伝　イ．サービス券　ウ．商品券　エ．スタンプ オ．ポイント　カ．インターネット　キ．消費者向け情報誌 ク．その他( )
(6) 大型店との共同事業	[ 商店街内(周辺)の大型店との共同事業の実施は? ] A．実施している　B．実施していない A <u>取組の内容</u> (当てはまるものをすべて選択してください。) ア．共同売出し　イ．集客イベント　ウ．宣伝　エ．サービス券 オ．商品券　カ．スタンプ　キ．ポイント　ク．インターネット ケ．その他( )
(7) 商店街利用者(顧客等)との接点	A [ 商店街利用者(顧客等)との懇談会等は? ] ア．実施している　イ．実施していない ア <u>内容</u> ( ) B [ 商店街利用者(顧客等)を対象とした調査(アンケート等)は? ] ア．実施している　イ．実施していない ア <u>内容</u> ( )
(8) 不動産所有者(家主等)との接点	[ 不動産所有者(家主等)との懇談会等は? ] ア．実施している　イ．実施していない ア <u>内容</u> ( )

## 10 景況

(1) 最近の景況	[ 商店街の最近の景況は? ] ア．繁栄している　イ．停滞している　ウ．衰退している <u>イ・ウ 店舗経営者の危機感</u> a．危機感が感じられる　b．危機感を感じられない
(2) 今後の見通し	[ 最近の景況と比較して10年後の商店街の景況は? ] ア．良くなっている　イ．変わらない　ウ．悪くなっている エ．商店街として機能しなくなっている

(3) 当面の問題点	<p>(主なものを5つまで選択してください。)</p> <p>ア．商圈人口の減少　イ．商店街利用者（顧客等）の高齢化  ウ．郊外の大型店との競合　エ．交通利便性の低下　オ．公共施設の閉鎖  カ．大型店の商店街からの撤退　キ．業種・業態の不足  ク．個店の魅力の低下　ケ．店舗経営者の高齢化・後継者難  コ．空き店舗・空き地の増加　サ．店舗の老朽化　シ．商店街施設の老朽化  ス．駐車場の不足　セ．不在地主の増加　ソ．未加入者の増加  タ．組織活動の停滞　チ．その他（　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　　）</p>
------------	--

### 11 法人化

(1) 任意団体の法人化 <small>任意団体のみ記入してください。</small>	[法人化への取組状況は？] ア．法人化を計画している　イ．法人化を検討中である ウ．法人化について検討していない　エ．法人化するつもりはない
--	--

### 12 その他

(1) 新たな取組	[商店街の活性化等のために、上記以外で今後新たに取り組みたい事項を記載してください。]
(2) 強み・弱み	[他の商店街と比較しての「強み」（優位にあること）と「弱み」（劣位にあること）を記載してください。] A．強み        B．弱み
(3) その他	[県や関係機関に対する要望、将来に向けた展望等を自由に記載してください。]



