

平成 26 年度 商店街実態調査報告書

平成 27 年 3 月



公益社団法人 商連かながわ
慶應義塾大学商学部 牛島利明研究室

はじめに

我が国の景気は、円安基調、株価も上昇傾向、生産活動及び求人倍率も向上、消費も消費税率増加の影響を一時期受けたものの、回復傾向にあるなど、円安及び燃料価格の変動による諸物価への影響等先行き不透明な部分ではありますが、上昇傾向にあります。

これに対し、商店街を取り巻く環境は、改善されつつあるとはいえ、通販の拡大、大型商業施設の進出、逆にまた中心市街地からの大型店の撤退などにより、地域に密着している商店街はそのような環境変化の影響を受けやすく、厳しい状況下にあります。

しかしながら地域に密着した商店街は、まちづくりを始めとして、防犯活動、エコ活動、高齢者や子育て家庭への支援、子供の教育など様々な局面で、地域社会に果たす役割が大きいものです。

そういった状況を踏まえ、今回の実態調査では慶應義塾大学商学部の牛島利明教授の研究室と連携しました。テーマは「商店街の新陳代謝」とし、商店街の開店や閉店の状況や役員等の年代などを調査いたしました。専門家から見た、より深い商店街の状況の分析が行うことができました。

結びにあたり、本調査の実施に際し多大なご協力をいただきました商店街をはじめ関係各位の皆様方に厚く御礼を申し上げます。

平成 27 年 3 月

公益社団法人 商連かながわ
会 長 岡 野 誠 一

目次

調査の概要	2
I. 商店街の概要(実態調査における商店街のプロフィール)	3
1. 調査商店街基本類型	3
2. 商店街の規模	5
3. 商店街の空き店舗数と空き店舗率	9
II. 商店街の景況感	11
1. 商店街の最近の景況感	11
2. 今後の活性化の見通し	14
III. 商店街会員の加入状況	18
1. 業種別加入状況	18
IV. 加入資格	22
1. 商店街加入率別の加入資格	22
2. 店舗所有者の加入数	23
VII. 商店街として特に力を入れている事業、実施できていない事業	24
1. 特に力を入れている事業	25
2. 類型別特に力を入れている事業	26
3. 力を入れるべきと考えているが、これまで実施できていない事業	29
V. 商店街における役員、および商店街活動への取り組み状況	31
1. 商店街の役員数	31
2. 商店街の活動に積極的な役員・会員	35
VI. 過去3年以内の開店・閉店数と加入数	37
1. 過去3年以内の開店・閉店数と加入数	37
VII. まとめ	38
商店街実態調査(平成26年度)集計結果	39
平成26年度 商店街実態調査票	43

調査の概要

I. 調査の目的

県内商店街の実態を総合的に調査し現状と問題点を把握して、県内商店街の活性化の方策と将来の展望を検討するとともに、会員及び行政機関、経済団体等の業務の参考に資するものである。

「商店街への加盟状況」「商店街活動に積極的に取り組んでいる会員」「過去3年以内に開店・閉店した店舗」など“商店街の新陳代謝”をテーマに実施した。

II. 調査実施概要

1 調査対象

- ・調査対象 : ① 商連かながわ加盟の商店街
② 商連かながわ未加盟の商店街

2 調査方法・期間

- ・郵送、またはFAXによる発送、回収
- ・調査期間：平成26年8月6日～平成26年8月22日

3 調査票の配布数・回収数

①配布数

- ・商連かながわ加盟商店街 : 639 商店街
 - ・商連かながわ未加盟商店街 : 148 商店街
- 合計 787 商店街

②回収数

302 商店街 (回収率 38%)

4 集計方法

- ①回答における構成比の母数は、サンプル数の302。
- ②県内を横浜地区、川崎地区、横須賀・三浦地区等、7つの地区に分類し、集計。

5 表記

- ・図表の構成比(%)は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100とはならない。
- ・該当する数値が存在しない場合には「-」で表示した。

地区名	対象市区町村
横浜地区 (横浜市)	鶴見区、神奈川区、西区、中区、南区、保土ヶ谷区、磯子区、金沢区、港北区、戸塚区、港南区、旭区、緑区、瀬谷区、栄区、泉区、青葉区、都筑区
川崎地区 (川崎市)	川崎区、幸区、中原区、高津区、多摩区、宮前区、麻生区
横須賀・三浦地区	横須賀市、鎌倉市、逗子市、三浦市、葉山町
県央地区	相模原市、厚木市、大和市、海老名市、座間市、綾瀬市、愛川町、清川村
湘南地区	平塚市、藤沢市、茅ヶ崎市、秦野市、伊勢原市、寒川町、大磯町、二宮町
西部地区	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町
その他	南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町

Ⅰ. 商店街の概要(実態調査における商店街のプロフィール)

調査事項	・調査票回収商店街を、地区・組織・立地環境・商店街タイプに分類してその概要を示しています。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街を構成する店舗数の平均は、平成25年度の64.5店舗に対して本年度は57.2店舗と減少しています。 ・空き店舗のある商店街は59.3%と平成25年度から横ばいですが、5店舗以上が空き店舗になっている商店街は38.0%となり、平成25年度の30.2%から上昇しています。 ・空き店舗のない商店街を除いて集計した平均空き店舗数は、平成25年度が4.3店舗、本年度は4.1店舗で横ばいで推移しています。 ・空き店舗数を立地環境別に見てみると、空き店舗のない商店街は「駅前・繁華街」が最も高く27.9%であり、空き店舗が5店舗以上ある商店街は「住宅近隣型」26.3%、「駅近隣型」25.0%で高い比率を示しています。
結果概要	<ul style="list-style-type: none"> ・空き店舗のある商店街の比率は昨年度と大きな変化はないものの、5店舗以上が空き店舗になっている商店街の比率が上昇し、一部の商店街で空き店舗の増加が進んでいることが推測できます。 ・昨年度との比較で見ると、「住宅近隣型」と「駅近隣型」で空き店舗が5店舗以上ある商店街の比率の上昇が顕著であり、立地環境によって空き店舗発生状況に格差が生じていることが読み取れます。

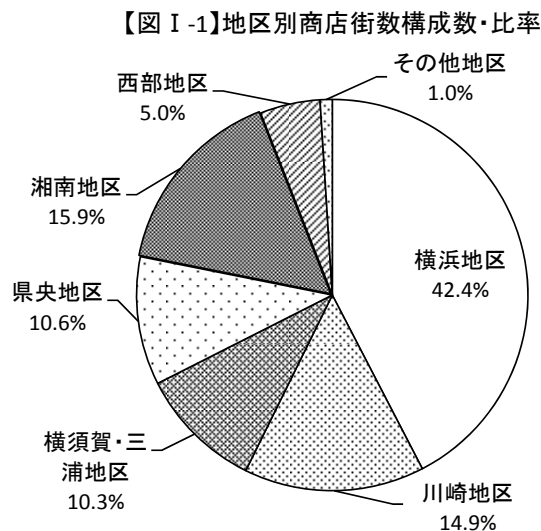
1. 調査商店街基本類型

調査商店街を、以下のような類型別に分類し、それぞれ商店街数及びその構成比をグラフ・表にまとめてあります。

- (1)地区別商店街構成比・・・集計方法の地区区分表参照(p.1)
- (2)商店街組織形態別構成比・・・商店街振興組合・事業協同組合・一般社団法人・任意団体
- (3)立地環境別構成比・・・駅前・繁華街、駅近隣型商店街、オフィス街、住宅近隣型商店街、ロードサイド、観光地
- (4)商店街タイプ別構成比・・・

近隣型－最寄品店中心で地元主婦が日用品等を徒歩・自転車等で日常的に買物する商店街
 地域型－最寄品店、及び買回品店が混在し、近隣型よりやや広い範囲から来街する商店街
 広域型－百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品店より買回品店が多い商店街
 超広域型－百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店中心に構成され、遠距離来街者が買物する商店街

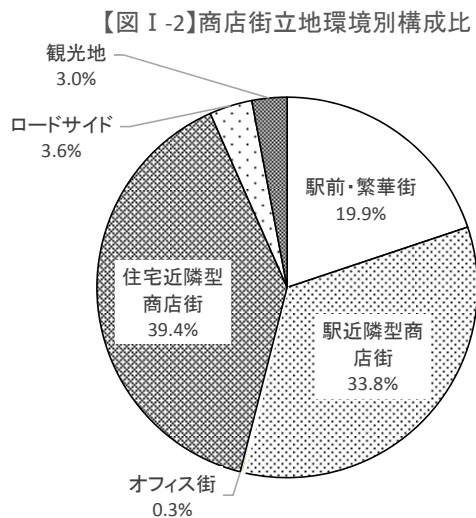
①地区別商店街構成比



【表 I -1】地区別商店街数構成数・比率

地区	商店街数	構成比
横浜地区	128	42.4%
川崎地区	45	14.9%
横須賀・三浦地区	31	10.3%
県央地区	32	10.6%
湘南地区	48	15.9%
西部地区	15	5.0%
その他地区	3	1.0%
総計	302	100.0%

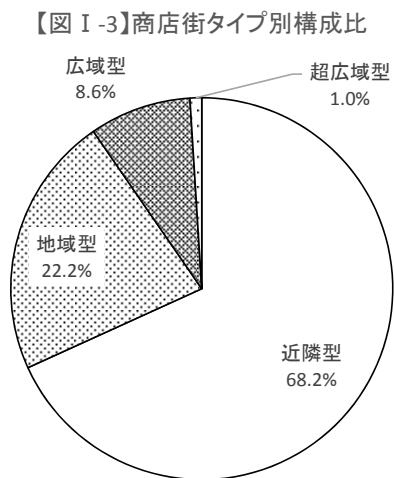
②立地環境別構成比



【表 I -2】商店街立地環境別構成比

立地環境	商店街数	構成比
駅前・繁華街	60	19.9%
駅近隣型商店街	102	33.8%
オフィス街	1	0.3%
住宅近隣型商店街	119	39.4%
ロードサイド	11	3.6%
観光地	9	3.0%
不明	0	0.0%
合計	302	100.0%

③商店街タイプ別構成比



【表 I -3】商店街タイプ別構成比

商店街タイプ	商店街数	構成比
近隣型	206	68.2%
地域型	67	22.2%
広域型	26	8.6%
超広域型	3	1.0%
不明	0	0.0%
合計	302	100.0%

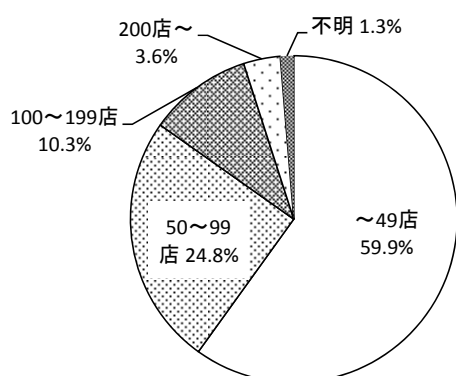
2. 商店街の規模

空き店舗を除く一商店街にある平均店舗数は57.2店となっており、平成25年度の調査結果の64.5店より減少しています。

(1)商店街店舗数別構成比

商店街にある未加入店等を含めた全体の店舗数を昨年比で見ると、「～49店」「50～99店」の規模で増加していますが、不明を除いた数値で比較すれば、昨年比で増加しているのは「～49店」の規模のみとなります。

【図 I -4】商店街店舗数別構成比・比率(空き店舗除く)



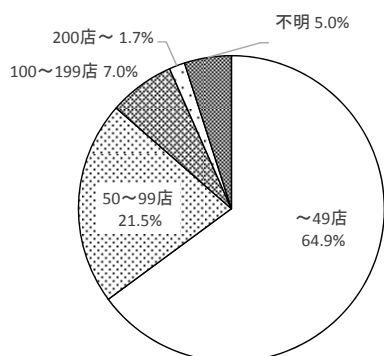
【表 I -4】商店街店舗数別構成比・比率(空き店舗除く)

商店街店舗数	平成26年度		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
～49店	181	59.9%	162	46.0%
50～99店	75	24.8%	81	23.0%
100～199店	31	10.3%	38	10.8%
200店～	11	3.6%	14	4.0%
不明	4	1.3%	57	16.2%
合計	302	100.0%	352	100.0%
平均	57.2		64.5	

(2)商店街会員数別構成比

商店街に加入している会員数の平均は、平成25年度の47.3店舗に対して、本年度は47.0店舗と横ばいです。加入率は、平成25年度の76.2%から78.7%に増加しています。また、今回初めて調査した賛助会員を含む加入率は83.8%と、正会員のみの数値より5.1%高くなります。

【図 I -5】商店街会員数別構成比・比率



【表 I -5】商店街会員数別構成比・比率

商店街店舗数	平成26年度		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
～49店	196	64.9%	234	66.5%
50～99店	65	21.5%	85	24.1%
100～199店	21	7.0%	25	7.1%
200店～	5	1.7%	5	1.4%
不明	15	5.0%	3	0.9%
合計	302	100.0%	352	100.0%
平均	47.0		47.3	
加入率(会員のみのみ)	78.7%		76.2%	
加入率(賛助会員含む)	83.8%		調査なし	

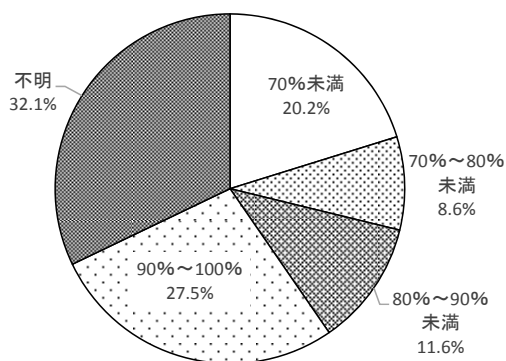
※加入率は各商店街の加入率の平均値として算出した。算出対象としたのは、商店街店舗数及び会員数の両方を矛盾なく回答(店舗数≥会員数)した商店街。(平成25年度205商店街、平成26年度206商店街)

(3)商店街加入率構成比

商店街への加入率を個別に見ると、90%以上の商店街が昨年度25.6%から本年度27.5%と増加し、90%未満の比率がいずれも減少しています。ただし、加入率不明の割合が増加しているため、昨年度との単純な比較は難しい結果となっています。

賛助会員を含む加入率を見ると、正会員のみの場合と比較して70%未満が5.3%減少し、90%以上の割合が7.3%増加しています。

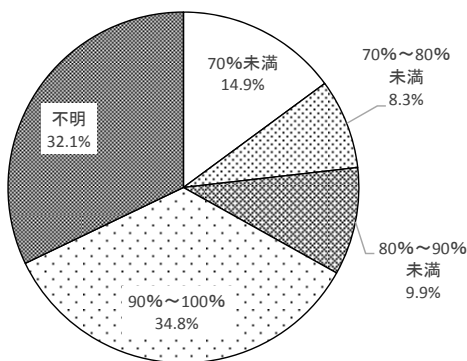
【図 I -6】商店街加入率構成数・比率(会員のみ)



【表 I -6】商店街加入率構成数・比率(会員のみ)

加入率	平成26年度		平成25年度	
	商店街数	比率	商店街数	比率
70%未満	61	20.2%	86	24.4%
70%~80%未満	26	8.6%	39	11.1%
80%~90%未満	35	11.6%	55	15.6%
90%~100%	83	27.5%	90	25.6%
不明	97	32.1%	82	23.3%
合計	302	100.0%	352	100.0%

【図 I -7】商店街加入率構成数・比率(賛助会員を含む)



【表 I -7】商店街加入率構成数・比率(賛助会員を含む)

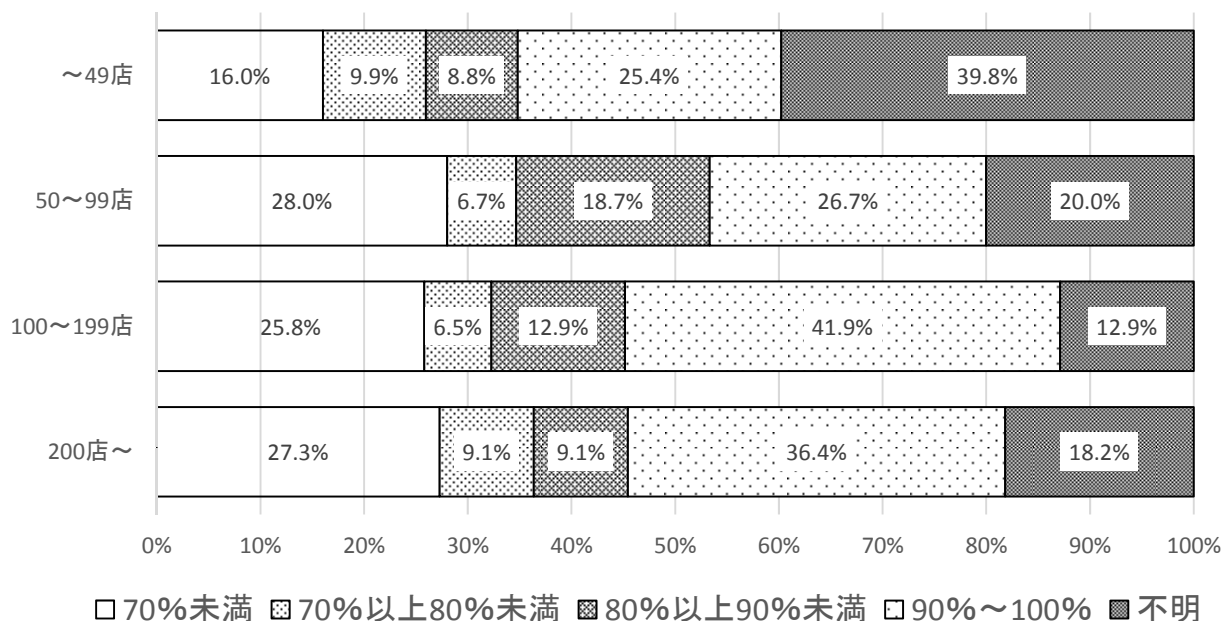
加入率	平成26年度	
	商店街数	比率
70%未満	45	14.9%
70%~80%未満	25	8.3%
80%~90%未満	30	9.9%
90%~100%	105	34.8%
不明	97	32.1%
合計	302	100.0%

(4)商店街規模別加入率構成比

商店街の規模別に正会員のみの加入率を見ると、100店以上規模では加入率90%以上の商店街が多く、規模の大きな商店街の方が組織化が進んでいる傾向が見られます。また、99店舗以下の商店街では、昨年度同様、組織化が進んでいる商店街と、進んでいない商店街の差が大きく表れています。

賛助会員も含めた加入率では、199店以下の商店街で加入率90%以上の比率が上昇していることが読み取れます。特に100～199店規模の商店街では、加入率90%以上の商店街が半数を超えています。

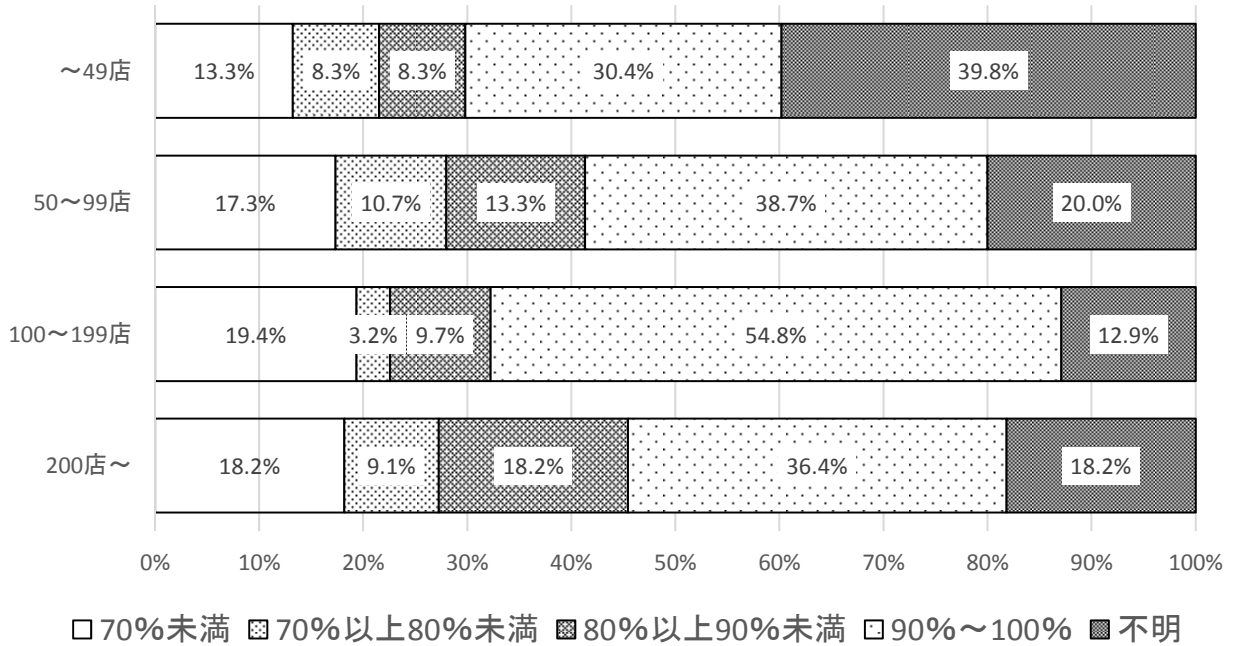
【図 I -8】商店街規模別加入率(正会員のみのみ)



【表 I -8】商店街規模別加入率(正会員のみのみ)

商店街店舗数	合計		70%未満		70%以上80%未満		80%以上90%未満		90%~100%		不明	
	店舗数	構成比	店舗数	構成比	店舗数	構成比	店舗数	構成比	店舗数	構成比	店舗数	構成比
~49店	181	100.0%	29	16.0%	18	9.9%	16	8.8%	46	25.4%	72	39.8%
50~99店	75	100.0%	21	28.0%	5	6.7%	14	18.7%	20	26.7%	15	20.0%
100~199店	31	100.0%	8	25.8%	2	6.5%	4	12.9%	13	41.9%	4	12.9%
200店~	11	100.0%	3	27.3%	1	9.1%	1	9.1%	4	36.4%	2	18.2%
不明	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	100.0%

【図 I -9】商店街規模別加入率（賛助会員を含む）



【表 I -9】商店街規模別加入率（賛助会員含む）

商店街店舗数	合計		70%未満		70%以上80%未満		80%以上90%未満		90%~100%		不明	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
~49店	181	100.0%	24	13.3%	15	8.3%	15	8.3%	55	30.4%	72	39.8%
50~99店	75	100.0%	13	17.3%	8	10.7%	10	13.3%	29	38.7%	15	20.0%
100~199店	31	100.0%	6	19.4%	1	3.2%	3	9.7%	17	54.8%	4	12.9%
200店~	11	100.0%	2	18.2%	1	9.1%	2	18.2%	4	36.4%	2	18.2%
不明	4	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	4	100.0%

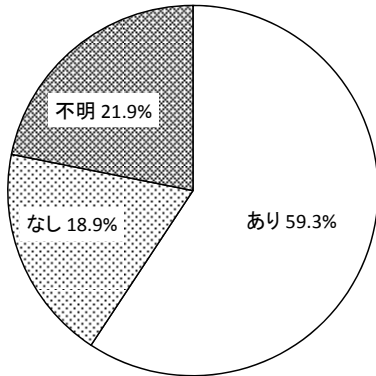
※加入店舗数>全店舗数、または加入店舗数が不明の場合には集計から除外した。

3. 商店街の空き店舗数と空き店舗率

(1) 商店街における空き店舗の有無

空き店舗のある商店街の比率は、平成25年度が56.5%に対して本年度が59.3%とやや増加する傾向をみせています。空き店舗がない商店街の比率は、平成25年度の19.9%に対して本年度が18.9%と横ばいで推移しています。

【図 I -10】商店街内の空き店舗の有無



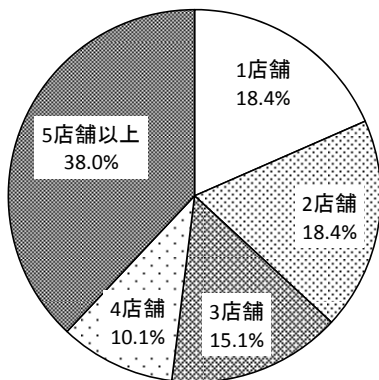
【表 I -10】 商店街内の空き店舗の有無

空き店舗	平成26年		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
あり	179	59.3%	199	56.5%
なし	57	18.9%	70	19.9%
不明	66	21.9%	83	23.6%
合計	302	100.0%	352	100.0%

(2) 商店街の空き店舗数

空き店舗のない商店街を除いて集計した平均空き店舗数は、平成25年度が4.3店舗であり、本年度も4.1と横ばいです。ただし、空き店舗数としては、2店舗、3店舗と回答した商店街の割合が低下し、「5店舗以上」の割合が38.0%と昨年度の30.2%から7.8ポイント上昇しています。

【図 I -11】商店街内の空き店舗数



【表 I -11】 商店街内の空き店舗数

空き店舗	平成26年		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1店舗	33	18.4%	34	17.1%
2店舗	33	18.4%	51	25.6%
3店舗	27	15.1%	36	18.1%
4店舗	18	10.1%	18	9.0%
5店舗以上	68	38.0%	60	30.2%
合計	179	100.0%	199	100.0%
平均空き店舗数(a)	4.1		4.3	
平均空き店舗数(b)	3.3		3.2	

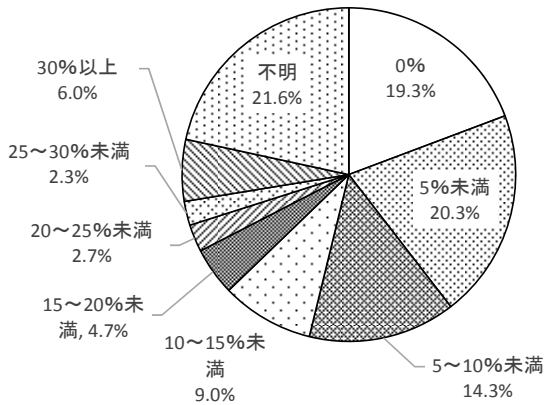
※平均空き店舗数(a)：空き店舗のない商店街を除いて集計

※平均空き店舗数(b)：空き店舗のない商店街を含めて集計

(3) 商店街内の空き店舗率

空き店舗率が5%未満である商店街が昨年と同様、最も多く20.3%でした。ただし、空き店舗のない商店街の比率は昨年度19.9%から19.3%へとやや減少し、空き店舗率が10%～30%以上の各階層の比率が微増しています。

【図 I -12】商店街内の空き店舗率



【表 I -12】 商店街内の空き店舗率

空き店舗率	平成26年		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
0%	58	19.3%	70	19.9%
5%未満	61	20.3%	79	22.4%
5～10%未満	43	14.3%	60	17.0%
10～15%未満	27	9.0%	23	6.5%
15～20%未満	14	4.7%	9	2.6%
20～25%未満	8	2.7%	9	2.6%
25～30%未満	7	2.3%	5	1.4%
30%以上	18	6.0%	14	4.0%
不明	65	21.6%	83	23.6%
合計	301	100.0%	352	100.0%

(4) 立地環境別空き店舗数

空き店舗数を立地環境別に見てみると、空き店舗のない商店街は「駅前・繁華街」が最も高く27.9%でした。一方、空き店舗が5店舗以上ある商店街は「住宅近隣型」26.3%、「駅近隣型」25.0%で高い数値を示しています。

【表 I -13】 立地環境別商店街の空き店舗数

	合計		駅前・繁華街		駅近隣型商店街		オフィス街	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	60	100.0%	102	100.0%	1	100.0%
空き店舗なし	57	18.9%	17	28.3%	19	18.6%	0	0.0%
1店舗	33	10.9%	8	13.3%	12	11.8%	1	100.0%
2店舗	33	10.9%	7	11.7%	9	8.8%	0	0.0%
3店舗	27	8.9%	6	10.0%	8	7.8%	0	0.0%
4店舗	18	6.0%	3	5.0%	9	8.8%	0	0.0%
5店舗以上	68	22.5%	11	18.3%	26	25.5%	0	0.0%
不明	66	21.9%	8	13.3%	19	18.6%	0	0.0%

	住宅近隣型		ロードサイド		観光地	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	119	100.0%	11	100.0%	9	100.0%
空き店舗なし	18	15.1%	2	18.2%	1	11.1%
1店舗	9	7.6%	1	9.1%	2	22.2%
2店舗	15	12.6%	1	9.1%	1	11.1%
3店舗	10	8.4%	1	9.1%	2	22.2%
4店舗	5	4.2%	0	0.0%	1	11.1%
5店舗以上	30	25.2%	1	9.1%	0	0.0%
不明	32	26.9%	5	45.5%	2	22.2%

II. 商店街の景況感

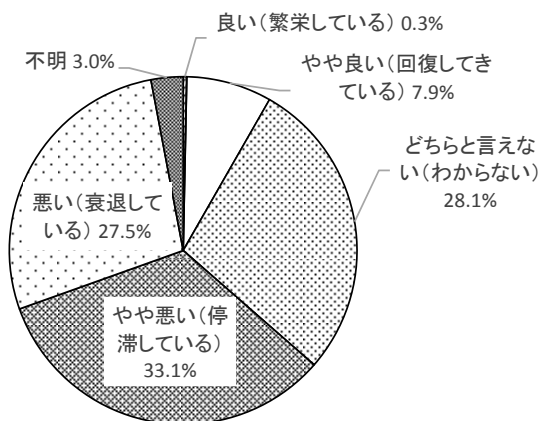
1. 商店街の最近の景況感

調査事項	<ul style="list-style-type: none"> ・最近の景況感を前年度と比較して、繁栄・回復・どちらとも言えない・停滞・衰退に分類しています。 ※今年度は回答選択肢の表現を変更したため、前年度との比較は単純にはできませんが、参考値として掲載しています。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ・やや悪い（停滞している）、悪い（衰退している）と回答した割合が全体の60.6%を占めていますが、昨年度の82.7%から大きく減少しています。 ・「良い（繁栄している）」「やや良い（回復してきている）」の割合も昨年度の10.8%から8.2%にやや減少し、「どちらとも言えない（わからない）」の割合が昨年度の3.1%から28.1%へと大きく増加しています。 ・立地環境別では、全体として「やや悪い」「悪い」という否定的な受け止めが過半数以上を占めています。「やや良い」と答えた商店街は「駅前・繁華街」（18.0%）、「ロードサイド」（13.3%）で相対的に高い比率となっています。これに対して、「住宅近隣型」では「悪い」が45.8%に達しています。 ・地区別では、いずれの地区においても「悪い」「やや悪い」が過半数を超えています。横浜、川崎、横須賀・三浦の各地区では「やや良い」という回答も10%程度見られました。
結果概要	<ul style="list-style-type: none"> ・景況感を停滞・衰退と捉える評価が大きく減少したことは、景況感の改善と捉えることもできますが、従来選択肢の最後に置かれていた「わからない」という選択肢を「どちらとも言えない（わからない）」と変更し、5段階の中央に配置したことも結果に影響していると推測されます。 ・昨年度同様、立地環境別、地区別に景況感の受け止め方に大きな差があります。とくに立地環境で言えば住宅近隣型、地区で言えば川崎、横浜、横須賀など中心的な市部以外の景況感が悪いことが分かります。

(1)商店街の最近の景況感

やや悪い（停滞している）、悪い（衰退している）と回答した割合が全体の60.6%を占めていますが、昨年度の82.7%から大きく減少しています。他方で、「良い（繁栄している）」「やや良い（回復してきている）」の割合も昨年度の10.8%から8.2%にやや減少し、「どちらとも言えない（わからない）」の割合が昨年度の3.1%から28.1%へと大きく増加しています。

【図Ⅱ-1】商店街の最近の景況感



【表Ⅱ-1】最近の景況感

	平成26年		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
良い(繁栄している)	1	0.3%	9	2.6%
やや良い(回復してきている)	24	7.9%	29	8.2%
どちらとも言えない(わからない)	85	28.1%	11	3.1%
やや悪い(停滞している)	100	33.1%	190	54.0%
悪い(衰退している)	83	27.5%	101	28.7%
不明	9	3.0%	12	3.4%
合計	302	100.0%	352	100.0%

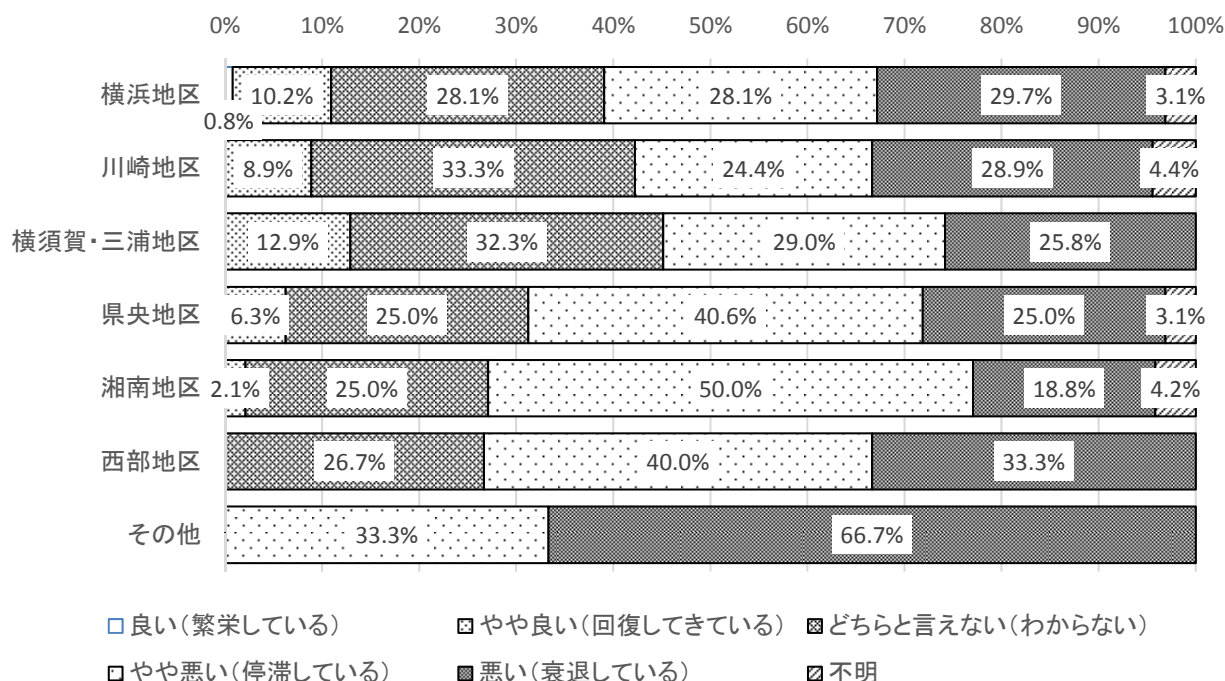
(2)類型別最近の景況感

地区別・立地環境別に最近の景況感を表にまとめてあります。

①地区別最近の景況感

いずれの地区においても、「悪い」「やや悪い」が過半数を超えています。横浜、川崎、横須賀・三浦の各地区では「やや良い」という回答も10%程度あり、これらの地区とその他で経営環境の受け止めに差が出ていることが分かります。

【図Ⅱ-2】地区別最近の景況感



【表Ⅱ-2】地区別最近の景況感

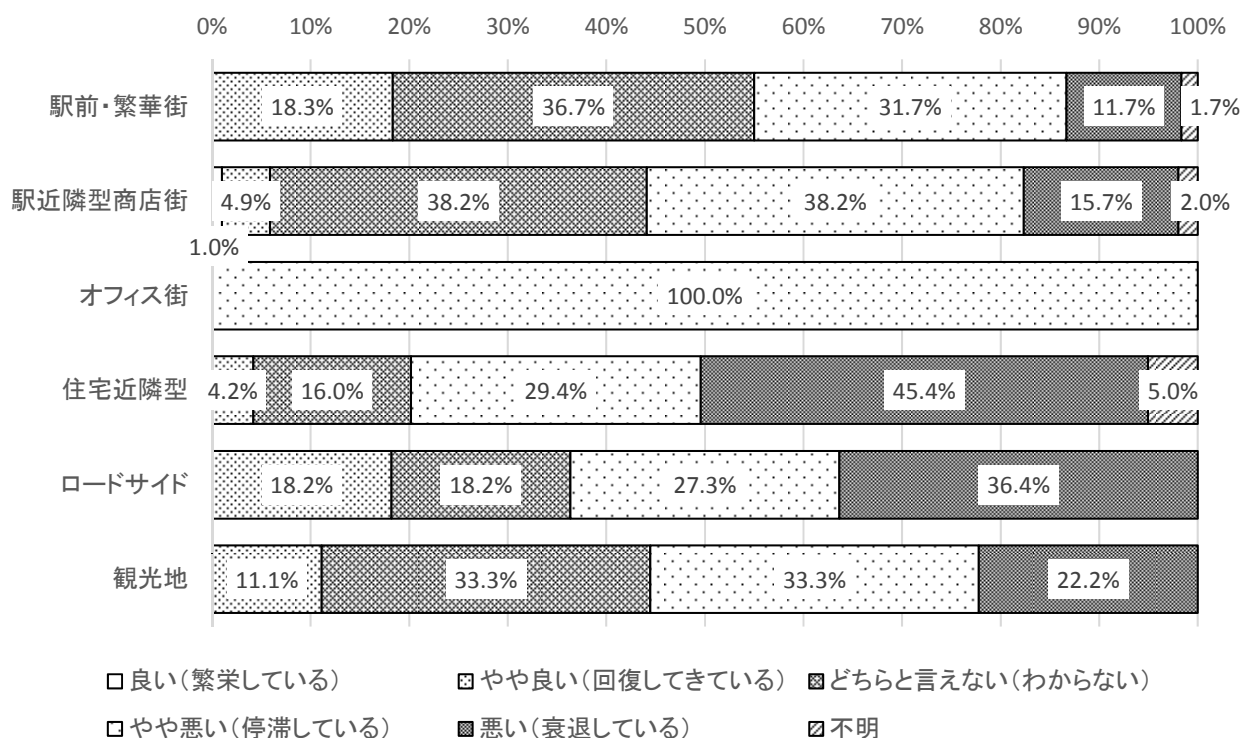
	合計		横浜地区		川崎地区		横須賀・三浦地区	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	128	100.0%	45	100.0%	31	100.0%
良い(繁栄している)	1	0.3%	1	0.8%	0	0.0%	0	0.0%
やや良い(回復してきている)	24	7.9%	13	10.2%	4	8.9%	4	12.9%
どちらとも言えない(わからない)	85	28.1%	36	28.1%	15	33.3%	10	32.3%
やや悪い(停滞している)	100	33.1%	36	28.1%	11	24.4%	9	29.0%
悪い(衰退している)	83	27.5%	38	29.7%	13	28.9%	8	25.8%
不明	9	3.0%	4	3.1%	2	4.4%	0	0.0%

	県央地区		湘南地区		西部地区		その他	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	32	100.0%	48	100.0%	15	100.0%	3	100.0%
良い(繁栄している)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やや良い(回復してきている)	2	6.3%	1	2.1%	0	0.0%	0	0.0%
どちらとも言えない(わからない)	8	25.0%	12	25.0%	4	26.7%	0	0.0%
やや悪い(停滞している)	13	40.6%	24	50.0%	6	40.0%	1	33.3%
悪い(衰退している)	8	25.0%	9	18.8%	5	33.3%	2	66.7%
不明	1	3.1%	2	4.2%	0	0.0%	0	0.0%

②立地環境別最近の景況感

全体として「やや悪い」「悪い」という否定的な受け止めが過半数以上を占めていますが、「やや良い」と答えた商店街は「駅前・繁華街」（18.0%）、「ロードサイド」（13.3%）で相対的に高い比率となっています。これに対して、「住宅近隣型」では「悪い」が45.8%に達しているなど、立地環境別に経営環境の受け止め方に差が出ていることが分かります。

【図Ⅱ-3】立地環境別最近の景況感



【表Ⅱ-3】立地環境別最近の景況感

	合計		駅前・繁華街		駅近隣型商店街		オフィス街	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	60	100.0%	102	100.0%	1	100.0%
良い(繁栄している)	1	0.3%	0	0.0%	1	1.0%	0	0.0%
やや良い(回復してきている)	24	7.9%	11	18.3%	5	4.9%	0	0.0%
どちらとも言えない(わからない)	85	28.1%	22	36.7%	39	38.2%	0	0.0%
やや悪い(停滞している)	100	33.1%	19	31.7%	39	38.2%	1	100.0%
悪い(衰退している)	83	27.5%	7	11.7%	16	15.7%	0	0.0%
不明	9	3.0%	1	1.7%	2	2.0%	0	0.0%

	住宅近隣型		ロードサイド		観光地	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	119	100.0%	11	100.0%	9	100.0%
良い(繁栄している)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やや良い(回復してきている)	5	4.2%	2	18.2%	1	11.1%
どちらとも言えない(わからない)	19	16.0%	2	18.2%	3	33.3%
やや悪い(停滞している)	35	29.4%	3	27.3%	3	33.3%
悪い(衰退している)	54	45.4%	4	36.4%	2	22.2%
不明	6	5.0%	0	0.0%	0	0.0%

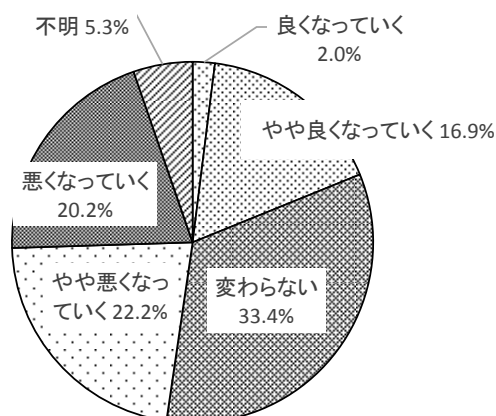
2. 今後の活性化の見通し

調査事項	<ul style="list-style-type: none"> 今後の活性化の見通しを、良くなっていく、やや良くなっていく、変わらない、やや悪くなっていく、悪くなっていく、に分類しています。 ※今年度は回答選択肢の表現、および評価を4段階から5段階に変更したため、前年度との比較は単純にはできませんが、参考値として掲載しています。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 見通しを前向きに考える「良くなっていく」「やや良くなっていく」を合わせた回答割合は18.9%と、前年度の30.6%を下回りました。また、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」という回答の合計は42.4%と、昨年度の14.8%よりも大幅に増加しています。 いずれの地区でも、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」という回答が前年度より増加しています。ただし、地区別に差があり、「良くなっていく」「やや良くなっていく」を合わせた回答割合が相対的に高いのは横須賀・三浦地区(29.1%)、川崎地区(28.9%)、横浜地区(20.3%)の3地区で、逆に「やや悪くなっていく」と「悪くなっていく」を合わせた割合が高いのは西部地区(60.0%)、県央地区(59.4%)となっています。 いずれの立地環境でも、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」という回答が前年度より増加しています。見通しについては立地環境別に差があり、住宅近隣型よりも駅前・繁華街、駅近隣型、観光地の見通しが相対的に明るいという結果になりました。 今後の活性化の見通しは最近の景況感とほぼ連動しており、景況感が良好なほど活性化の見通しも前向きな傾向を示しています。
結果概要	<ul style="list-style-type: none"> 回答選択肢の表現と評価段階の変更が結果に影響している可能性があります。景況感に改善の兆しがある一方で、将来に対する見通しが悪化していることに注意する必要があります。 活性化への見通しを厳しく捉える見方が強くなっています。また、商店街の立地する地区や環境による見通しの格差が広がりつつあります。

(1)今後の活性化の見通し

見通しを前向きに考える「良くなっていく」「やや良くなっていく」を合わせた回答割合は18.9%と、前年度の30.6%を下回りました。また、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」という回答の合計は42.4%と、昨年度の14.8%よりも大幅に増加しています。これは今回、回答選択肢が変更されたことも影響している可能性があります。景況感に改善の兆しがある一方で、将来に対する見通しが悪化していることに注意する必要があります。

【図Ⅱ-4】今後の活性化の見通し



【表Ⅱ-4】今後の活性化への見通し

	平成26年度		平成25年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
良くなっていく	6	2.0%	10	2.8%
やや良くなっていく	51	16.9%	98	27.8%
変わらない	101	33.4%	159	45.2%
やや悪くなっていく	67	22.2%	52	14.8%
悪くなっていく	61	20.2%		
不明	16	5.3%	33	9.4%
合計	302	100.0%	352	100.0%

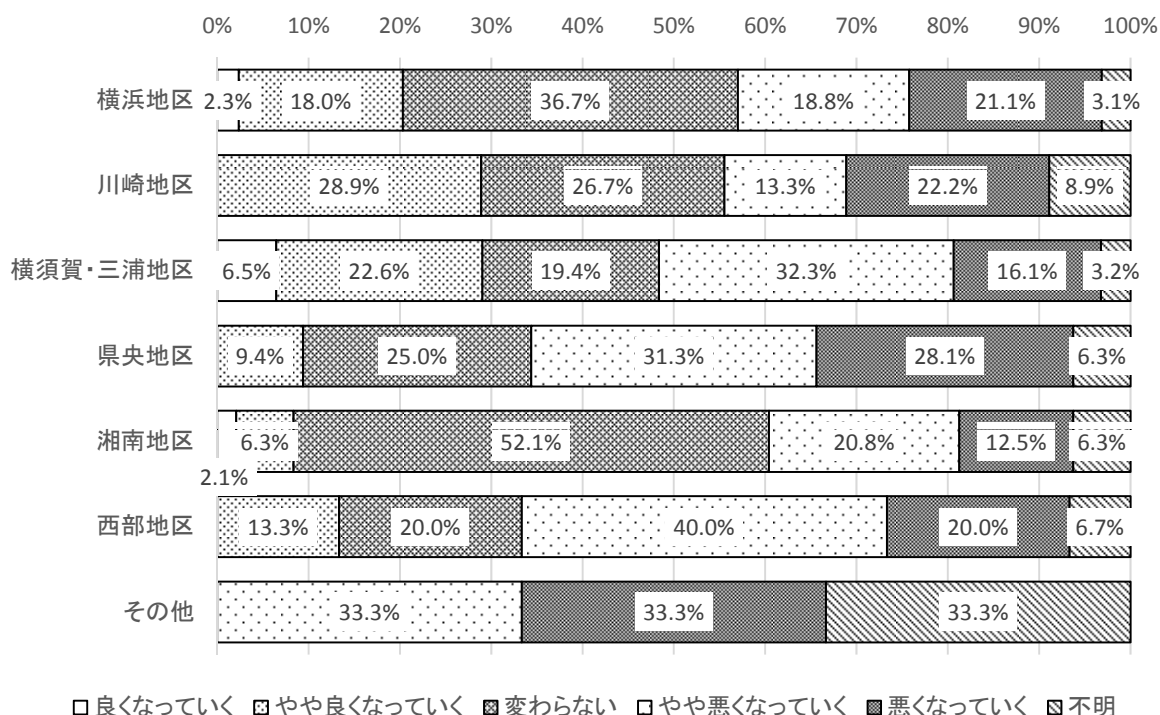
(注) 平成25年度は、「益々発展する」、「やり方次第で活性化できる」、「横ばい」、「どうやっても衰退する」の選択肢での調査。

(2) 類型別今後の活性化の見通し

① 地区別今後の活性化の見通し

いずれの地区でも、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」が前年度より増加しています。また、湘南地区を除いて、「良くなっていく」「やや良くなっていく」よりも、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」という見通しが多くなっています。ただし、見通しには地区別に差があり、「良くなっていく」「やや良くなっていく」を合わせた回答割合が相対的に高いのは横須賀・三浦地区(29.1%)、川崎地区(28.9%)、横浜地区(20.3%)の3地区で、逆に「やや悪くなっていく」と「悪くなっていく」を合わせた割合が高いのは西部地区(60.0%)、県央地区(59.4%)となっています。

【図Ⅱ-5】地区別今後の活性化の見通し



【表Ⅱ-5】地区別今後の活性化の見通し

	合計		横浜地区				川崎地区					
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	352	100.0%	128	100.0%	145	100.0%	45	100.0%	52	100.0%
良くなっていく	6	2.0%	10	2.8%	3	2.3%	5	3.4%	0	0.0%	4	7.7%
やや良くなっていく	51	16.9%	97	27.6%	23	18.0%	43	29.7%	13	28.9%	14	26.9%
変わらない	101	33.4%	158	44.9%	47	36.7%	63	43.4%	12	26.7%	24	46.2%
やや悪くなっていく	67	22.2%	52	14.8%	24	18.8%	21	14.5%	6	13.3%	4	7.7%
悪くなっていく	61	20.2%	27	7.7%	27	21.1%	10	6.9%	10	22.2%	6	11.5%
不明	16	5.3%	35	9.9%	4	3.1%	13	9.0%	4	8.9%	6	11.5%

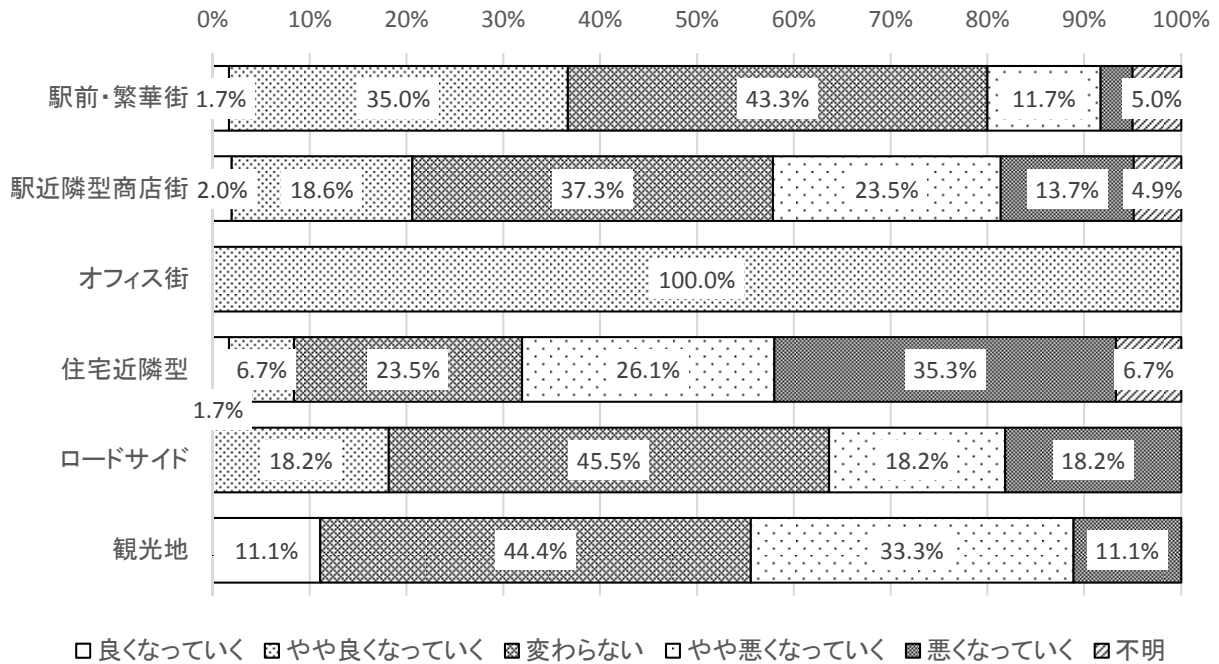
	横須賀・三浦地区				県央地区				湘南地区			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	31	100.0%	43	100.0%	32	100.0%	44	100.0%	48	100.0%	55	100.0%
良くなっていく	2	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	2.1%	1	1.8%
やや良くなっていく	7	22.6%	15	34.9%	3	9.4%	13	29.5%	3	6.3%	10	18.2%
変わらない	6	19.4%	19	44.2%	8	25.0%	19	43.2%	25	52.1%	26	47.3%
やや悪くなっていく	10	32.3%	10	23.3%	10	31.3%	10	22.7%	10	20.8%	11	20.0%
悪くなっていく	5	16.1%	6	14.0%	9	28.1%	9	20.5%	6	12.5%	11	20.0%
不明	1	3.2%	3	7.0%	2	6.3%	3	6.8%	3	6.3%	7	12.7%

	西部地区				その他			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	15	100.0%	12	100.0%	3	100.0%	1	100.0%
良くなっていく	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やや良くなっていく	2	13.3%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
変わらない	3	20.0%	7	58.3%	0	0.0%	1	100.0%
やや悪くなっていく	6	40.0%	1	8.3%	1	33.3%	0	0.0%
悪くなっていく	3	20.0%	1	8.3%	1	33.3%	0	0.0%
不明	1	6.7%	1	8.3%	1	33.3%	0	0.0%

②立地環境別今後の活性化の見通し

いずれの立地環境でも、「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」が前年度より増加しています。ただし、見通しについては立地環境別に差があり、駅前・繁華街、駅近隣型、観光地については、「やや良くなっていく」「良くなっていく」の合計が20～30%台であるのに対し、住宅近隣型では8.5%と低い割合にとどまっています。

【図Ⅱ-6】立地環境別今後の活性化の見通し



【表Ⅱ-6】立地環境別今後の活性化の見通し

	合計				駅前・繁華街				駅近隣型商店街			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	385	100.0%	60	100.0%	78	100.0%	102	100.0%	99	100.0%
良くなっていく	6	2.0%	4	1.0%	1	1.7%	5	6.4%	2	2.0%	4	4.0%
やや良くなっていく	51	16.9%	106	27.5%	21	35.0%	34	43.6%	19	18.6%	32	32.3%
変わらない	101	33.4%	178	46.2%	26	43.3%	27	34.6%	38	37.3%	49	49.5%
やや悪くなっていく	67	22.2%	76	19.7%	7	11.7%	3	3.8%	24	23.5%	8	8.1%
悪くなっていく	61	20.2%			2	3.3%			14	13.7%		
不明	16	5.3%	21	5.5%	3	5.0%	9	11.5%	5	4.9%	6	6.1%

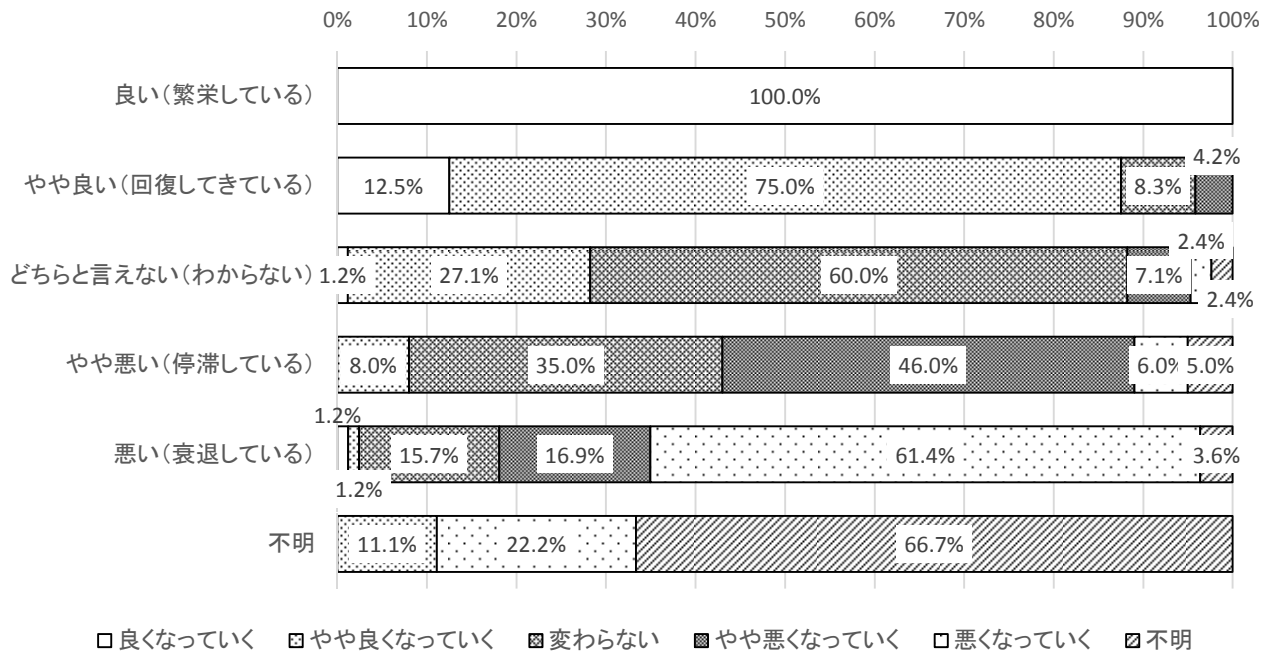
	オフィス街				住宅近隣型				ロードサイド			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	1	100.0%	1	100.0%	119	100.0%	143	100.0%	11	100.0%	16	100.0%
良くなっていく	0	0.0%	0	0.0%	2	1.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
やや良くなっていく	1	100.0%	1	100.0%	8	6.7%	21	14.7%	2	18.2%	4	25.0%
変わらない	0	0.0%	0	0.0%	28	23.5%	69	48.3%	5	45.5%	9	56.3%
やや悪くなっていく	0	0.0%	0	0.0%	31	26.1%	37	25.9%	2	18.2%		
悪くなっていく	0	0.0%			42	35.3%			2	18.2%		
不明	0	0.0%	0	0.0%	8	6.7%	16	11.2%	0	0.0%	1	6.3%

	観光地				不明			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	9	100.0%	8	100.0%	0	-	7	100.0%
良くなっていく	1	11.1%	1	12.5%	0	-	0	0.0%
やや良くなっていく	0	0.0%	3	37.5%	0	-	3	42.9%
変わらない	4	44.4%	3	37.5%	0	-	2	28.6%
やや悪くなっていく	3	33.3%			0	-		
悪くなっていく	1	11.1%	0	0.0%	0	-	2	28.6%
不明	0	0.0%	1	12.5%	0	-	0	0.0%

(3) 最近の景況感別今後の活性化の見通し

今後の活性化の見通しは最近の景況感とほぼ連動しており、景況感が良好なほど活性化の見通しも前向きな傾向を示しています。特に最近の景況を「やや良い」と判断した商店街の87.5%が今後の活性化の見通しを「良くなっていく」「やや良くなっていく」と回答しています。また、逆に最近の景況を「悪い」と判断した商店街のうち、86.3%が今後の活性化の見通しについても「やや悪くなっていく」「悪くなっていく」と回答しています。

【図Ⅱ-7】最近の景況感別今後の活性化の見通し



【表Ⅱ-7】最近の景況感別今後の活性化の見通し

	合計				良い(繁栄している)				やや良い(回復してきている)			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	302	100.0%	352	100.0%	1	100.0%	9	100.0%	24	100.0%	29	100.0%
良くなっていく	6	2.0%	10	2.8%	1	100.0%	6	66.7%	3	12.5%	2	6.9%
やや良くなっていく	51	16.9%	98	27.8%	0	0.0%	2	22.2%	18	75.0%	18	62.1%
変わらない	101	33.4%	159	45.2%	0	0.0%	1	11.1%	2	8.3%	6	20.7%
やや悪くなっていく	67	22.2%			0	0.0%			1	4.2%	0	0.0%
悪くなっていく	61	20.2%	52	14.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
不明	16	5.3%	33	9.4%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	3	10.3%

	どちらとも言えない(わからない)				やや悪い(停滞している)				悪い(衰退している)			
	平成26年		平成25年		平成26年		平成25年		平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	85	100.0%	11	100.0%	100	100.0%	190	100.0%	83	100.0%	101	100.0%
良くなっていく	1	1.2%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.5%	1	1.2%	1	1.0%
やや良くなっていく	23	27.1%	4	36.4%	8	8.0%	59	31.1%	1	1.2%	15	14.9%
変わらない	51	60.0%	7	63.6%	35	35.0%	102	53.7%	13	15.7%	43	42.6%
やや悪くなっていく	6	7.1%			46	46.0%			14	16.9%		
悪くなっていく	2	2.4%	0	0.0%	6	6.0%	12	6.3%	51	61.4%	40	39.6%
不明	2	2.4%	0	0.0%	5	5.0%	16	8.4%	3	3.6%	2	2.0%

	不明			
	平成26年		平成25年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
サンプル数	9	100.0%	12	100.0%
良くなっていく	0	0.0%	0	0.0%
やや良くなっていく	1	11.1%	0	0.0%
変わらない	0	0.0%	0	0.0%
やや悪くなっていく	0	0.0%		
悪くなっていく	2	22.2%	0	0.0%
不明	6	66.7%	0	0.0%