

令和3年度
神奈川県商店街実態調査（アンケート）結果報告書

令和3年10月

公益社団法人 商連かながわ

はじめに

昨年からの、新型コロナウイルス感染症（covid-19）の流行は日本社会全体を揺るがし、2年目の後半を迎えています。流行当初から、我々商店街も大きな影響を受け続けており、街中の人出ひとつとっても、いまだコロナ禍以前の状況には戻っていない有り様です。

特に、断続的に実施される緊急事態宣言や、まん延防止等重点措置区域の指定などを受け、飲食店を主とした業種は時短営業や休業を余儀なくされ、その他の様々な業種も客数の大幅な減少などの深刻な打撃を受けています。

そして何より、商店街が苦戦しているのは、集客事業がほぼ出来ないことにあります。商店街に人々が集まること自体が「密」を作り出すために良くないこととされ、商店街イベントなどの、街に賑わいを作り出すという商店街が目指すべき方向性の一つが閉ざされてしまっているからです。これは商店街の存在価値そのものを揺るがすことであり、危機的な状況だと言えます。さらに以前からあった商店街活動を行う人材不足の問題も加わり、地域における商店街がその役割を担っていくことが、今後は急速に難しくなっていくことが考えられます。

そこで当会は、今年の商店街実態調査のテーマとして「コロナ禍を受けた商店街活動や組織の存続に関する問題」を取り上げることといたしました。コロナ禍はもとより、商店街活動や組織の存続について、この2年のコロナ禍が商店街にどのような影響を及ぼしているのかを浮き彫りにするために、アンケート調査とヒアリング調査を行いました。

本調査により、商店街がコロナ禍により受けた打撃についてはもちろん、その中でも地域の人のために事業を行っていかうとする商店街の奮闘する姿が見えてくるかと思われます。調査により集まった、様々な商店街の声が、商店街会員の皆さまなどの、ご参考になれば幸いです。

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。

令和3年10月

公益社団法人 商連かながわ
会 長 升 水 一 義

目次

はじめに	1
I. 調査の概要	3
1. 調査の目的	3
2. 調査概要	3
II. アンケート調査結果	5
1. 商店街の概要（実態調査における商店街プロフィール）	5
(1) 調査商店街基本類型	5
2. 商店街の景況感	7
(1) 商店街の最近の景況感	7
(2) 今後の活性化の見通し	8
3. コロナ禍において浮かび上がった課題	9
(1) 商店街の店舗の閉店や廃業	9
(2) コロナ禍により深刻さが増したこと	10
(3) コロナ禍における新たな取り組み	11
4. 商店街活動を担う人材について	12
(1) 活動を主体的に行う人材の過不足について	12
(2) 商店街活動を担う人材が不足する理由	13
(3) 商店街会員以外の人材との連携について	14
(4) 商店街会員以外の人材と連携する活動の内容	15
(5) 商店街会員以外の人材に関わってもらうのが難しい理由	16
5. ご意見、ご要望	17
6. アンケート分析	18
(1) 閉店・廃業する店舗の多さと景況感、今後の見通しの関係	18
(2) 人材の不足感と外部人材活用の関連について	20
(3) 商店街の立地環境と景況感・見通しの関連について	21
III. ヒアリング調査結果	22
1. コロナ禍を受けて、商店街の組織にどのような影響が及んでいるか	23
2. 商店街組織の存続、担い手不足の問題はどこまで進んでいるか	24
3. 商店街がコロナ禍の中でもできること、できたこと	25
4. 商店街組織が担っている公益的な活動を地域住民や行政でも分担できないか	26
IV. まとめ	28
V. アンケート票	32

I. 調査の概要

1. 調査の目的

本調査は、神奈川県内の商店街を取り巻く様々な環境の中で、商店街の加入状況、景況感等の状況並びに商店街の活性化活動の状況を把握し、その実態を明らかにすることにより、神奈川県内の商店街の将来への展望と活性化への方策などを検討するために実施するものです。

今年度は、コロナ禍を受けた商店街活動や組織の存続に関する問題を主なテーマに設定して調査をしました。

2. 調査概要

(1) 調査対象

	アンケート調査		ヒアリング調査
	配布数	回収数	訪問数
(公社) 商連かながわ加入の商店街	66	57	19
(公社) 商連かながわ未加入の商店街	4	4	1
合計	70	61	20

・回収数：61票（回収率 87.1 %）

地区名	対象市区町村
横浜地区（横浜市）	鶴見区（1）、神奈川区（1）、西区（2）、中区（5）、南区（1）、保土ヶ谷区（2）、磯子区（1）、金沢区（1）、港北区（1）、戸塚区（2）、港南区（1）、旭区（1）、緑区（1）、瀬谷区（1）、栄区（1）、泉区（0）、青葉区（2）、都筑区（1）
川崎地区（川崎市）	川崎区（3）、幸区（0）、中原区（1）、高津区（1）、多摩区（1）、宮前区（0）、麻生区（1）
横須賀・三浦地区	横須賀市（3）、逗子市（1）、三浦市（2）、葉山町（1）
県央地区	相模原市（3）、厚木市（1）、大和市（1）、座間市（0）、綾瀬市（1）、愛川町（1）、海老名市（1）
湘南地区	平塚市（3）、藤沢市（4）、茅ヶ崎市（0）、秦野市（2）、伊勢原市（1）、二宮町（1）
西部地区	小田原市（2）、箱根町（0）、湯河原町（1）
その他	南足柄市（0）、山北町（0）

(2) 調査方法・期間

①アンケート調査

- ・郵送またはFAXによる発送、回収
- ・調査期間：令和3年5月14日～5月28日

②ヒアリング調査

- ・訪問または電話によるヒアリング
- ・調査期間：令和3年6月14日～7月12日

(3) 集計方法

- ・当アンケート調査では、回答方法が選択肢の中から一つを選ぶ単一回答、選択肢の中から複数の選択肢を選ぶ複数回答、そして回答者が設問内容にたいして自由に回答する自由回答の3種類があります。
- ・単一回答と複数回答の集計では、いずれも有効回答者数が61であることから、構成比などを算出するときの母数は61となります。
- ・なお複数回答の設問では、回答数が61を上回ることがあります。その事がわかるように各表の欄外に回答数のほかに、標本数を“n=61”と表記しています。
- ・また回答する権利のある回答者数（標本数）が61を下回る設問もあります。その場合の集計表には標本数を示す“n=16”とか“n=8”のように欄外に表記しています。

(4) 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100にならない場合があります。
- ・商店街組織には商店会や商店街などがありますが、この報告書では商店街という表記で統一しています。

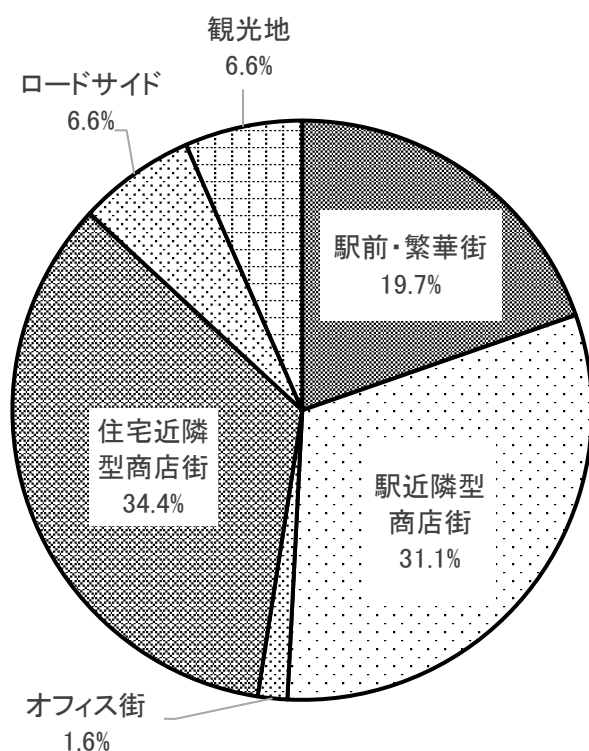
Ⅱ. アンケート調査結果

1. 商店街の概要（実態調査における商店街プロフィール）

（1）調査商店街基本類型

①商店街立地環境別構成比

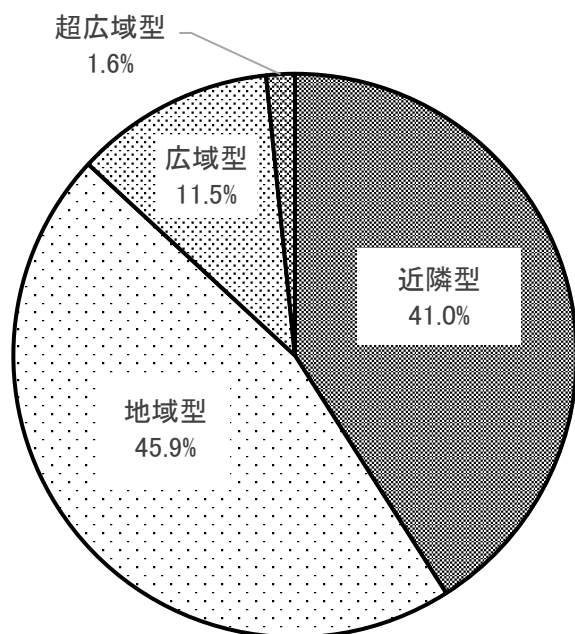
調査対象商店街の立地環境別構成をみると、「住宅近隣型商店街」（34.4%）が最も多いですが、次いで多い「駅近隣型商店街」（31.1%）と「駅前・繁華街」（19.7%）を加えて駅周辺の商店街が、50.8%と半数を超えています。



項目	回答数	構成比
駅前・繁華街	12	19.7%
駅近隣型商店街	19	31.1%
オフィス街	1	1.6%
住宅近隣型商店街	21	34.4%
ロードサイド	4	6.6%
観光地	4	6.6%
合計	61	100.0%

②商店街タイプ別構成比

調査対象商店街のタイプ別構成をみると、「近隣型」(41.0%)と「地域型」(45.9%)の2つのタイプがそれぞれ40%台で、合計すると86.9%となっています。「広域型」は約1割の11.5%でした。

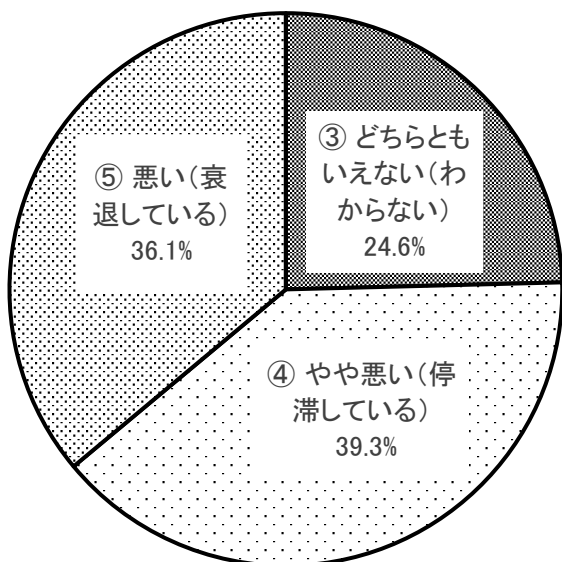


項目	回答数	構成比
近隣型	25	41.0%
地域型	28	45.9%
広域型	7	11.5%
超広域型	1	1.6%
合計	61	100.0%

2. 商店街の景況感

(1) 商店街の最近の景況感

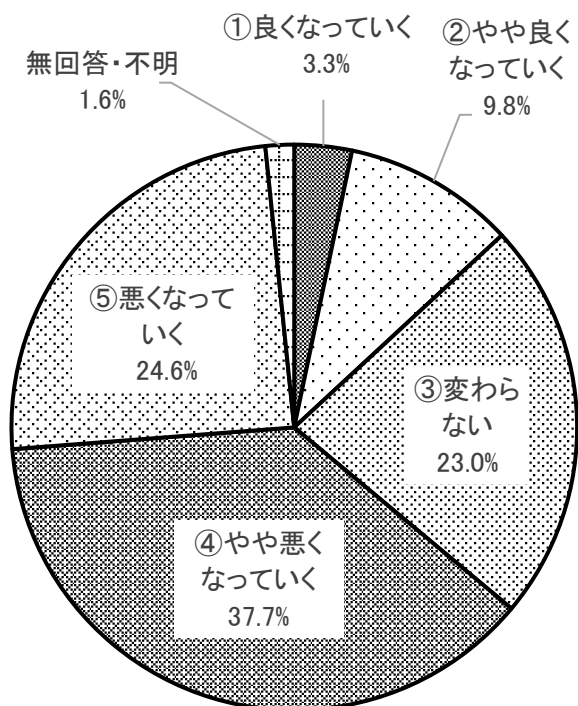
最近の景況感については、新型コロナウイルスの影響もあって「やや悪い(停滞している)」が39.3%、「悪い(衰退している)」が36.1%、あわせて75.4%の商店街が景気は悪い状況にあると感じています。そのなかで「どちらともいえない(わからない)」が、24.6% ありました。



項目	回答数	構成比
① 良い(繁栄している)	0	0.0%
② やや良い(回復している)	0	0.0%
③ どちらともいえない(わからない)	15	24.6%
④ やや悪い(停滞している)	24	39.3%
⑤ 悪い(衰退している)	22	36.1%
無回答・不明	0	0.0%
合計	61	100.0%

(2) 今後の活性化の見通し

今後の活性化の見通しについては、「悪くなっていく」が24.6%、「やや悪くなっていく」が37.7%で全体の6割を超え、厳しい見通しをもつ商店街が多いことを示しています。前向きな見通しをもっている商店街は、「良くなっていく」(3.3%)と、「やや良くなっていく」(9.8%)とを加えて、全体の13.1%でした。

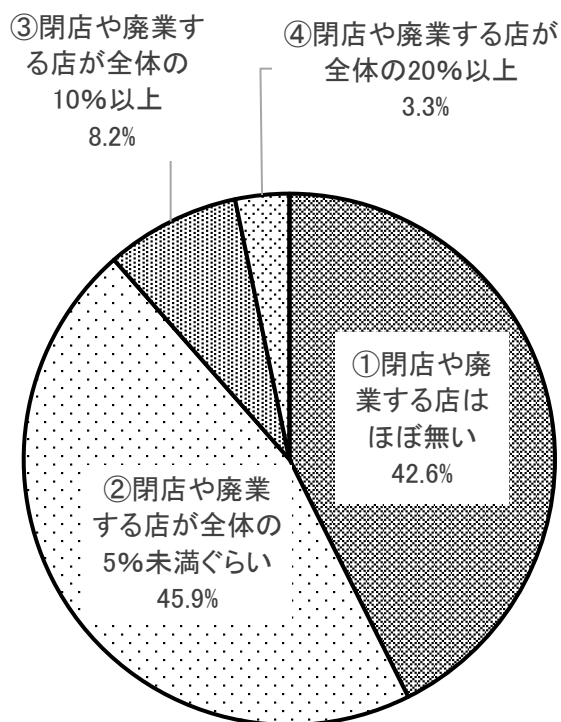


項目	回答数	構成比
①良くなっていく	2	3.3%
②やや良くなっていく	6	9.8%
③変わらない	14	23.0%
④やや悪くなっていく	23	37.7%
⑤悪くなっていく	15	24.6%
無回答・不明	1	1.6%
合計	61	100.0%

3. コロナ禍において浮かび上がった課題

(1) 商店街の店舗の閉店や廃業

コロナ禍で閉店や廃業する店舗の状況については、「閉店や廃業する店はほぼ無い」が42.6%を占めるものの、「閉店や廃業する店が出始めている（全体の5%未満ぐらい）」(45.9%)、「閉店や廃業する店が増えている（全体の10%以上）」(8.2%)、「閉店や廃業する店が非常に増えている（全体の20%以上）」(3.3%)を合わせて57.4%と、商店街にとって深刻な状況になっています。

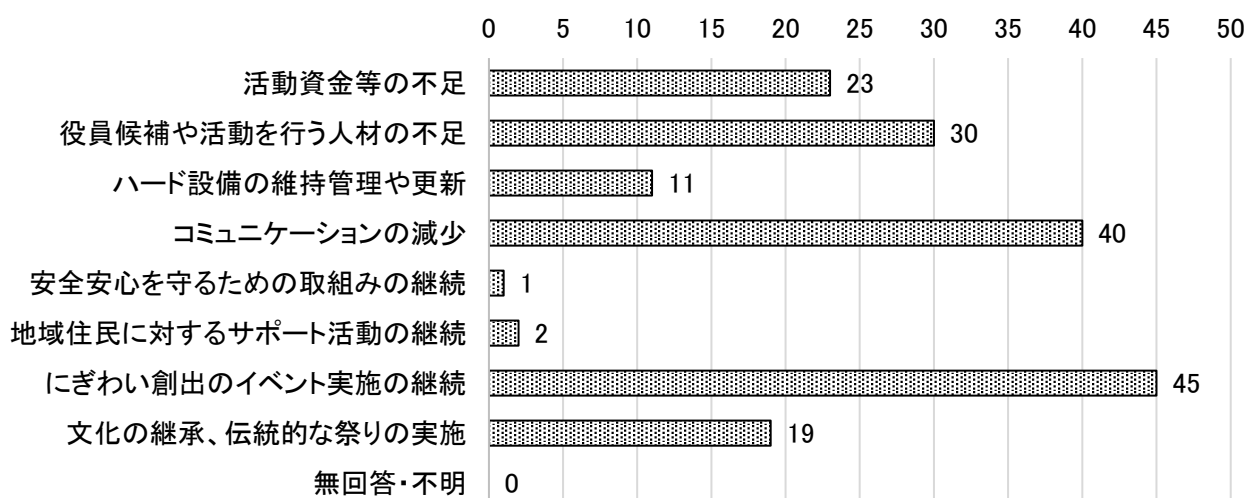


項目	回答数	構成比
①閉店や廃業する店はほぼ無い	26	42.6%
②閉店や廃業する店が出始めている（全体の5%未満ぐらい）	28	45.9%
③閉店や廃業する店が増えている（全体の10%以上）	5	8.2%
④閉店や廃業する店が非常に増えている（全体の20%以上）	2	3.3%
無回答・不明	0	0.0%
合計	61	100.0%

(2) コロナ禍により深刻さが増したこと

コロナ禍でさらに難しくなった課題を見ると、最も多いのは「にぎわい創出のためのイベント実施の継続」(73.8%)で、ついで「商店街会員・役員間のコミュニケーションの減少」(65.6%)が多くなっています。他には、「役員候補や商店街活動を行う人材の不足」(49.2%)や、「会費収入や事業収入が減少することによる、活動資金等の不足」(37.7%)で深刻さが増しました。

n=61		
項目	回答数	構成比
①会費収入や事業収入が減少することによる、活動資金等の不足	23	37.7%
②役員候補や商店街活動を行う人材の不足	30	49.2%
③街路灯などの保有するハード設備の維持管理や更新	11	18.0%
④商店街会員・役員間のコミュニケーションの減少	40	65.6%
⑤防犯や防災のための活動など、街の安全安心を守るための取組みの継続	1	1.6%
⑥高齢者や子育て世代、児童など地域住民に対するサポート活動の継続	2	3.3%
⑦にぎわい創出のためのイベント実施の継続	45	73.8%
⑧地元の文化の継承、伝統的な祭りの実施	19	31.1%
無回答・不明	0	0.0%

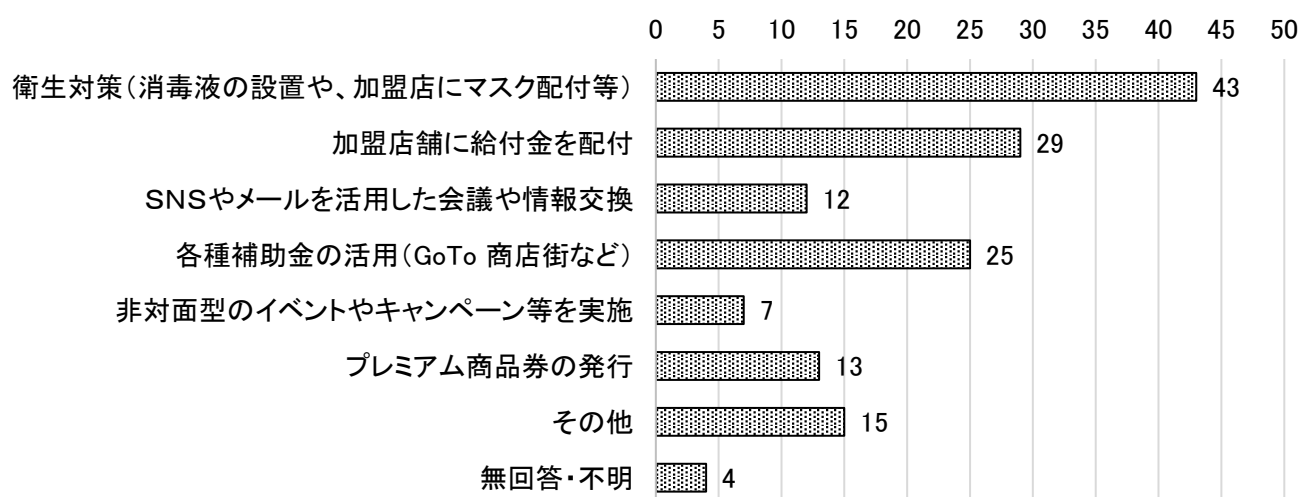


(3) コロナ禍における新たな取組み

コロナ禍における新たな取組みは、「衛生対策（消毒液の設置や、加盟店にマスク配布等）」（70.5%）が最も多く、「加盟店舗に給付金を配布」（47.5%）と「各種補助金の活用（GoTo 商店街など）」（41.0%）が続きました。

n=61

項目	回答数	構成比
①衛生対策（消毒液の設置や、加盟店にマスク配付等）	43	70.5%
②加盟店舗に給付金を配付	29	47.5%
③SNSやメールを活用した会議や情報交換	12	19.7%
④各種補助金の活用（GoTo 商店街など）	25	41.0%
⑤非対面型のイベントやキャンペーン等を実施	7	11.5%
⑥プレミアム商品券の発行	13	21.3%
⑦その他	15	24.6%
無回答・不明	4	6.6%



[⑦その他の回答]

- ・「会費の減額や免除」
- ・「消毒液やマスクの配布、アクリルボードの設置」
- ・「街路灯の点検修理」
- ・「小規模企業イベントやキャンペーンの実施」
- ・「クーポン付きチラシの発行」

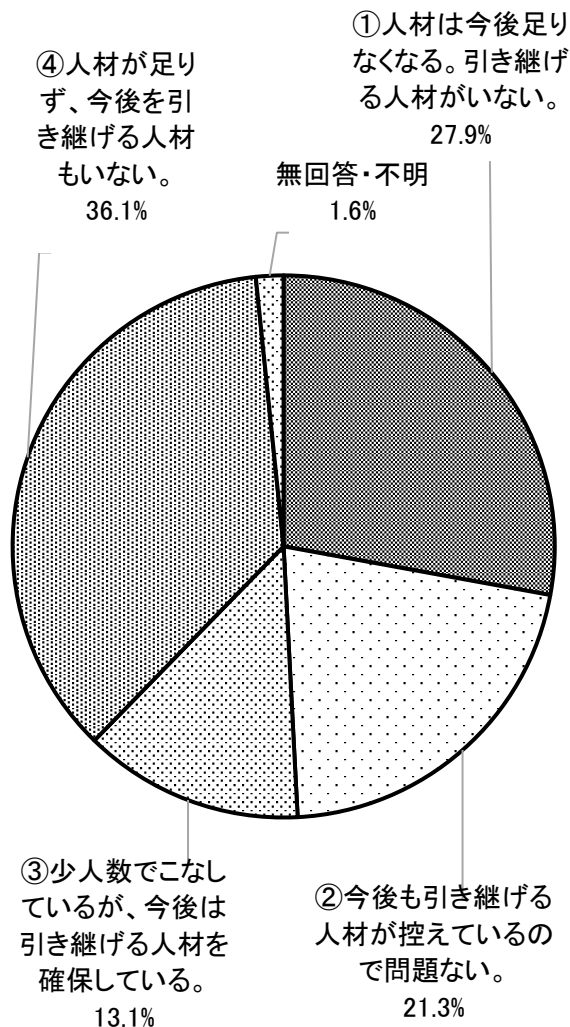
4. 商店街活動を担う人材について

(1) 活動を主体的に行う人材の過不足について

商店街活動を担う人材については、「人材が足りず、少人数でこなしており、今後を引き継げる人材もない。」(36.1%)と「人材は足りているが、今後足りなくなる。引き継げる人材がいない。」(27.9%)が多くなっています。

一方、現在と今後の人材を確保できている商店街は、「人材は足りており、今後も引き継げる人材が控えているので問題ない。」(21.3%)でした。

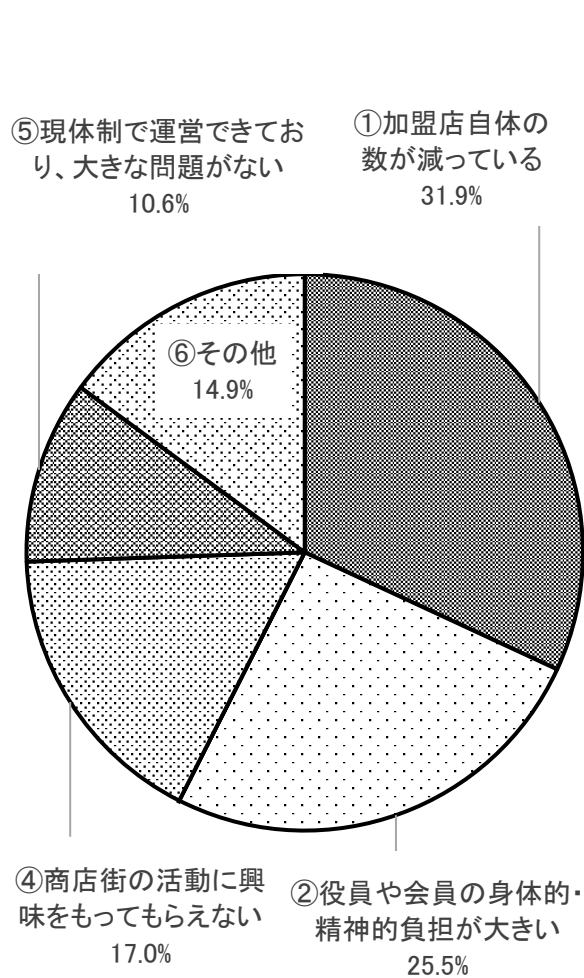
全体では、現在人材が足りていない商店街は半数の49.2%、今後引き継げる人材のいない商店街は64.0%となり、人材不足の深刻化が懸念されています。



項目	回答数	構成比
①人材は足りているが、今後足りなくなる。引き継げる人材がいない。	17	27.9%
②人材は足りており、今後も引き継げる人材が控えているので問題ない。	13	21.3%
③人材が足りず、少人数でこなしているが、今後は引き継げる人材を確保している。	8	13.1%
④人材が足りず、少人数でこなしており、今後を引き継げる人材もない。	22	36.1%
無回答・不明	1	1.6%
合計	61	100.0%

(2) 商店街活動を担う人材が不足する理由

商店街活動を担う人材が不足する理由としては、「そもそも加盟店自体の数が減っている（対象者が少ない）から」（31.9%）という商店街活動を支える人員自体の不足からくる課題と「商店街活動を担う役員や会員の身体的・精神的負担が大きいから」（25.5%）というそれら商店街活動への負担による担い手不足を理由とする商店街が多くなっています。一方で、「現在の体制でなんとか運営できており、大きな問題がないから」（10.6%）と、何とか商店街活動を維持できているとの回答もありました。



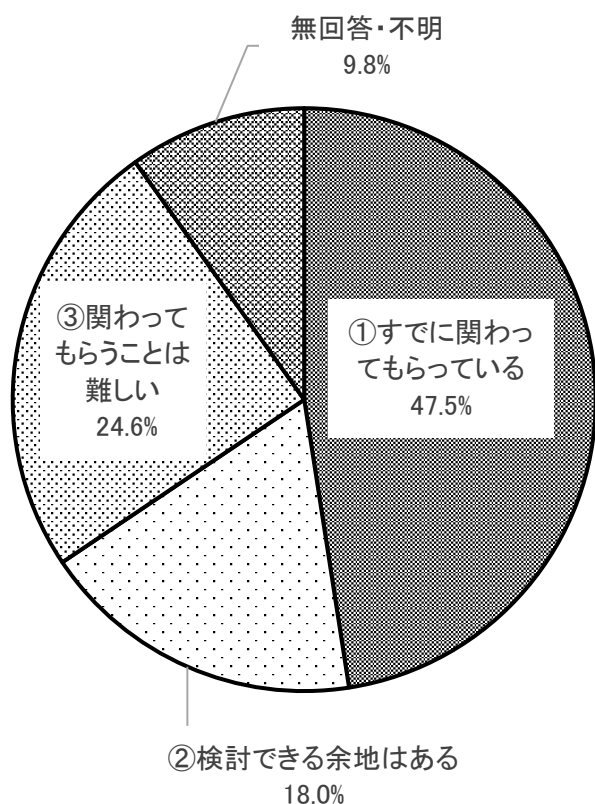
項目	回答数	構成比
①そもそも加盟店自体の数が減っている（対象者が少ない）から	15	31.9%
②商店街活動を担う役員や会員の身体的・精神的負担が大きいから	12	25.5%
③その商店街活動に参加しなくても、代替となる会やグループが別にあるから	0	0.0%
④商店街で行っている活動に興味を持ってもらえないから	8	17.0%
⑤現在の体制でなんとか運営できており、大きな問題がないから	5	10.6%
⑥その他	7	14.9%
合計	47	100.0%

[⑥その他の回答]

- ・「商店オーナーの高齢化」、「若い人が不足」
- ・「新規開店する若手は商店街運営をする余裕がない」

(3) 商店街会員以外の人材との連携について

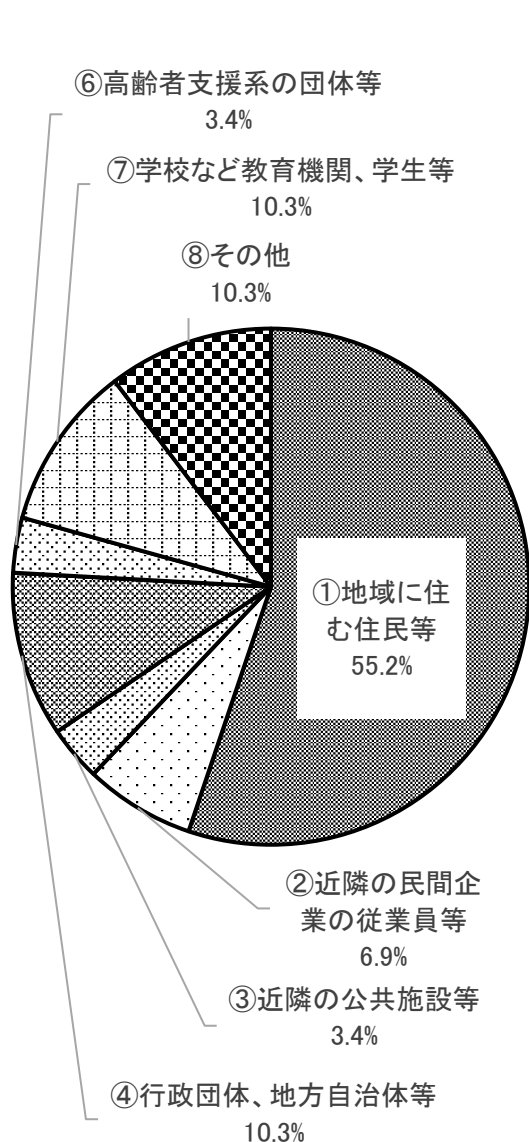
商店街会員以外の人材との連携については、「すでに商店街活動に関わってもらっている」(47.5%)と約半数の商店街で外部との連携を図りつつ活動に取り組んでおり、「検討できる余地はある」(18.0%)も含めると65.5%の商店街で地域住民との関わりを持ちつつ活動を行っています。一方で、地域とのコミュニケーション不足や地域活動を担う人材自体の不足から「関わってもらうことは難しい」(24.6%)という地域もありました。



項目	回答数	構成比
①すでに商店街活動に関わってもらっている	29	47.5%
②検討できる余地はある	11	18.0%
③関わってもらうことは難しい	15	24.6%
無回答・不明	6	9.8%
合計	61	100.0%

(4) 商店街会員以外の人材と連携する活動の内容

商店街会員以外ではどのような人材と連携しているかについては、「地域に住む住民グループや個人」(55.2%)が最も多く、次いで「学校など教育機関や、学生グループや個人」、「行政団体、地方自治体等」(共に10.3%)となっています。連携活動の内容としては、夏祭りなど年中行事の共催や、イベント時の人員サポートで協力いただいている等の回答がありました。



n=29

項目	回答数	構成比
①地域に住む住民グループや個人	16	55.2%
②近隣の民間企業の従業員等やグループ、個人	2	6.9%
③近隣の公共施設等のグループ、個人	1	3.4%
④行政団体、地方自治体等	3	10.3%
⑤子育て世代を支援する団体やグループ、個人	0	0.0%
⑥高齢者支援系の団体やグループ、個人	1	3.4%
⑦学校など教育機関や、学生グループや個人	3	10.3%
⑧その他	3	10.3%
合計	29	100.0%

[⑧その他の回答 (連携先)]

- ・「町内会」
- ・「イベントに興味を持つ人を一本釣り」

[連携活動の内容]

- ・「夏祭りなど地域の行事に参加」、「クリスマス・年末年始の飾りつけ」
- ・「まちづくり勉強会、クリーンキャンペーンの実施」
- ・「学生さんによるイベントの共催」

（５）商店街会員以外の人材に関わってもらうのが難しい理由

商店街会員以外の人材に関わってもらうのが難しい理由として、以下のような回答がありました。20件の回答があり、町内会・行政等の外部の団体との接点が少なく、連携のためのコミュニケーションがとられていないとの理由が最も多く、次いで、外部の団体も人材不足で手伝ってもらえないとの理由をあげた回答が多くありました。そのほか、商店街会員が外部連携のメリットを感じていないといった回答がありました。

【町内会、行政等と連携が取れていない/コミュニケーションが取れていない】

- ・商店街と町内会（地元御輿会・子ども会・婦人部）の連携が取れていない。
- ・現在の行政（区役所）との関わりは、補助金等の申請の窓口となっていただくことや、区役所主催のイベントに参加することぐらいに留まっており、（商店街の）活動自体に直接関わるような働きかけをしてきていない。
- ・（外部の団体と）接点が少なくコミュニケーションが取れていない。

【手伝ってもらえる人材が少ない】

- ・立地環境が観光地であるため、商店街への来街者は観光客が中心で、地域住民が少なく、またマンションが新たに建設されても住民の町内会への入会が少ないと聞いており、町内会に商店街を手伝っていただくことができるのか疑問である。
- ・地域住民が高齢化している。また若者や学校が少ない。

【会員の理解が少ない/メリットが感じられない】

- ・会員の理解（が得られていない）
- ・（商店街に関わることに）メリットが無いからではないか。

【費用が支払えない】

- ・商店街として予算がなく、外部団体のメンバーへの実費も支払うことができない。

5. ご意見、ご要望

ご意見、ご要望として、以下のような回答がありました。主な回答を、一部抜粋して以下に記載します。

【各種施策へのご意見】

- 最近GoTo商店街に於いて採択され、街ナビガイドブックを上梓したが、加盟店は変わらなかった。
- 人流を減らすまん延防止等重点措置が取られる中、商店街（個店）に対して幅広い支援金がないのは不満である。
- かながわPay（神奈川県キャッシュレス・消費喚起事業）は、電子マネーを推進するには良い企画と思うが、各店舗から若干の不満の声が聞こえた。①加盟店登録が複雑で数字にフリガナをふらせるなど大変面倒、それが理由で登録しない店舗もある。②コロナ収束の目途がつかず、緊急事態宣言やまん延防止等重点措置中に積極的な販売促進は考えにくい。しかしながら売り上げアップにつながると信じて加盟店登録する店舗も増えています。

【商店街の状況について】

- かつて大店法もあり、小さな店も対応策を真剣に考えられて来ましたが、市内に量販店も増え、流通の大きな変化により流され、街の様子も変わってしまった。
- かなり厳しい状況であり、明るい見通しは見えず。

6. アンケート分析

アンケートの各項目の回答間の相関（複数の回答間で同様の傾向を示す割合）について分析を行ったので、結果について記載します。

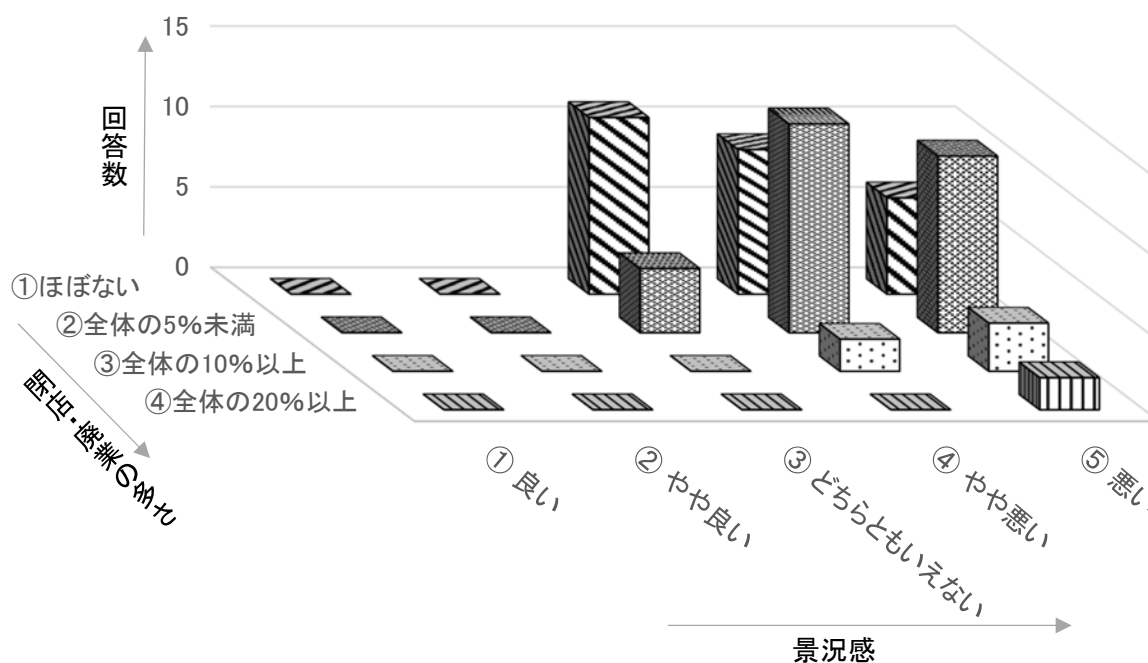
（1）閉店・廃業する店舗の多さと景況感、今後の見通しの関係

閉店や廃業の多さ [3(1)] と景況感 [2(1)] については、相関が見られました。閉店や廃業がほぼないと答えた商店街は、景況感について「③どちらともいえない」を選んでいます。閉店や廃業が多い商店街ほど「④やや悪い」や「⑤悪い」を選び、景況感が悪いと答える割合が増えています。

<閉店や廃業の多さと景況感の関係>

n=61

景況感 閉店・ 廃業の多さ	①良い	②やや良い	③どちらとも いえない	④やや悪い	⑤悪い	合計
①ほぼない	0	0	11	9	6	26
②全体の5%未満	0	0	4	13	11	28
③全体の10%以上	0	0	0	2	3	5
④全体の20%以上	0	0	0	0	2	2
合計	0	0	15	24	22	61



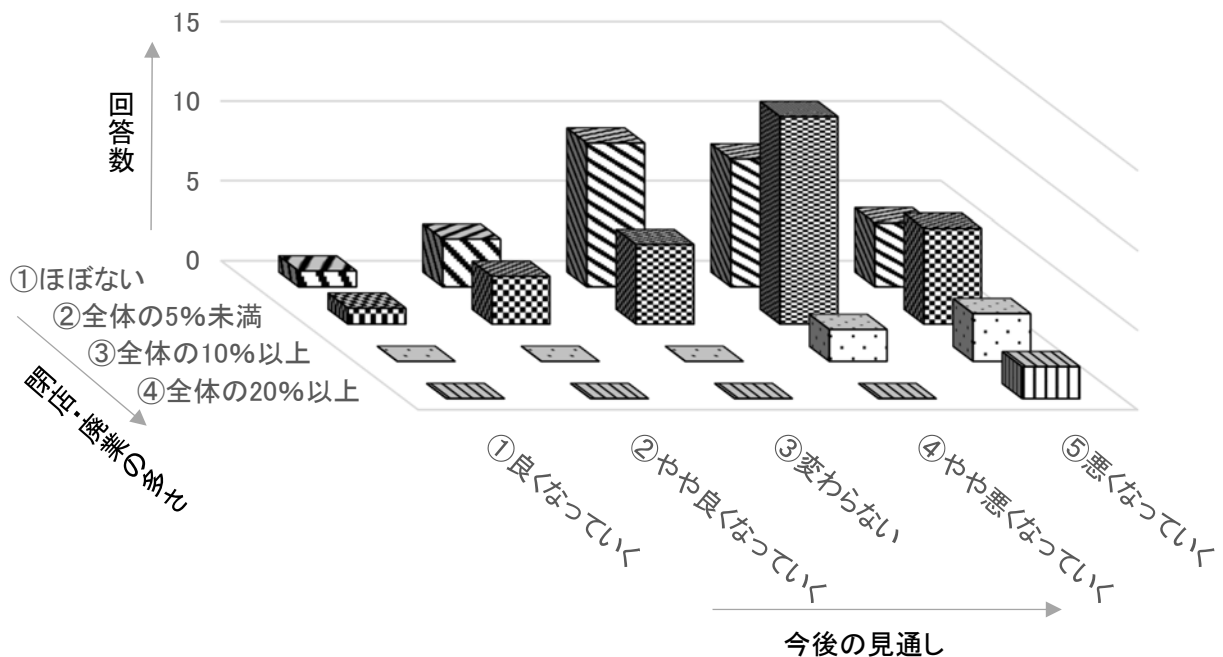
閉店や廃業の多さ[3(1)]、今後の見通し[2(2)]についても上記と同様の相関が見られました。閉店や廃業がほぼないと答えた商店街は、今後の見通しについて、「④やや悪くなっていく」や「⑤悪くなっていく」よりも「③変わらない」を選んでいきます。閉店や廃業が多い商店街ほど、今後の見通しが悪いと答える割合が増えています。

＜閉店や廃業の多さと今後の見通しの関係＞

n=60

閉店・廃業の多さ \ 今後の見通し	①良くなっていく	②やや良くなっていく	③変わらない	④やや悪くなっていく	⑤悪くなっていく	合計
①ほぼない	1	3	9	8	4	25
②全体の5%未満	1	3	5	13	6	28
③全体の10%以上	0	0	0	2	3	5
④全体の20%以上	0	0	0	0	2	2
合計	2	6	14	23	15	60

※無回答・不明1



(2) 人材の不足感と外部人材活用の関連について

活動を主体的に行う人材の過不足について [4 (1)] の回答と、商店街会員以外の人材との連携について [4 (3)] の回答の関係を分析しましたが、この2つの回答には目立った相関がないことが分かりました。「人材が足りている」と回答した商店街で外部活用している商店街としていない商店街は同程度でしたが、「人材が不足している」と回答した商店街の中でも外部活用をしている商店街としていない商店街はやはり同程度でした。

ただし、「人材が不足している」と回答した商店街については、「③関わってもらうことは難しい」との回答が比較的多くなっています。

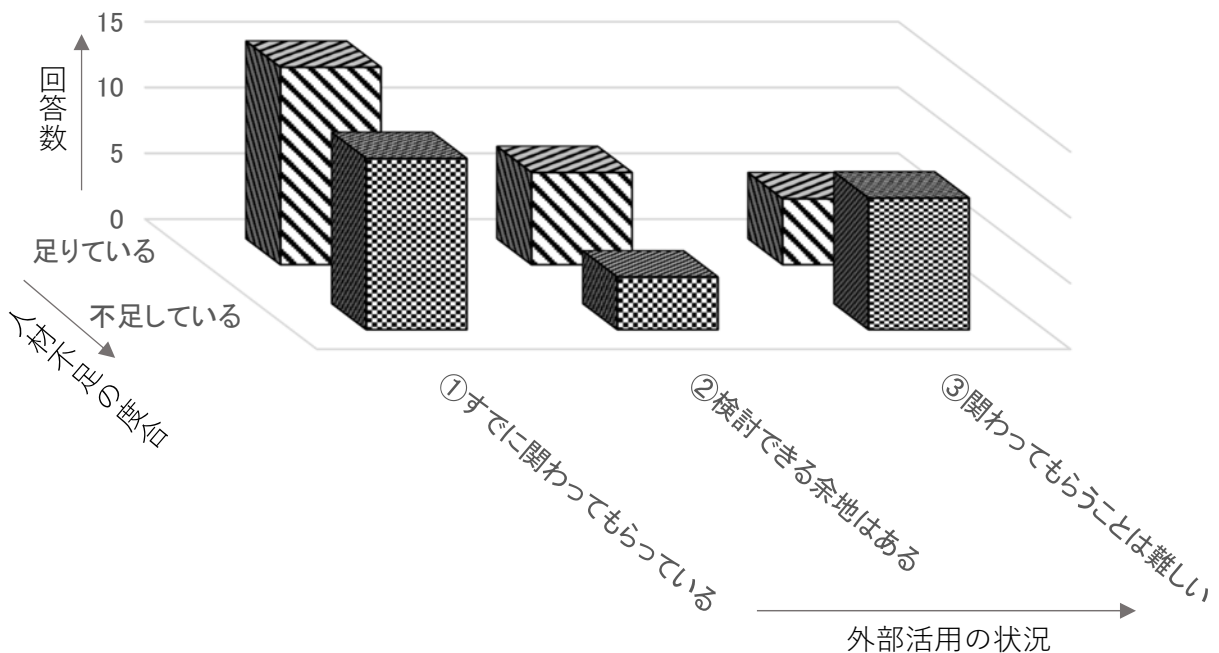
＜現在人材が不足しているかどうかと外部人材の関わり方の関係＞ n=55

外部活用の状況 人材不足の度合	①すでに関わってもらっている	②検討できる余地はある	③関わってもらうことは難しい	合計
足りている	16	7	5	28
不足している	13	4	10	27
合計	29	11	15	55

※無回答・不明 6

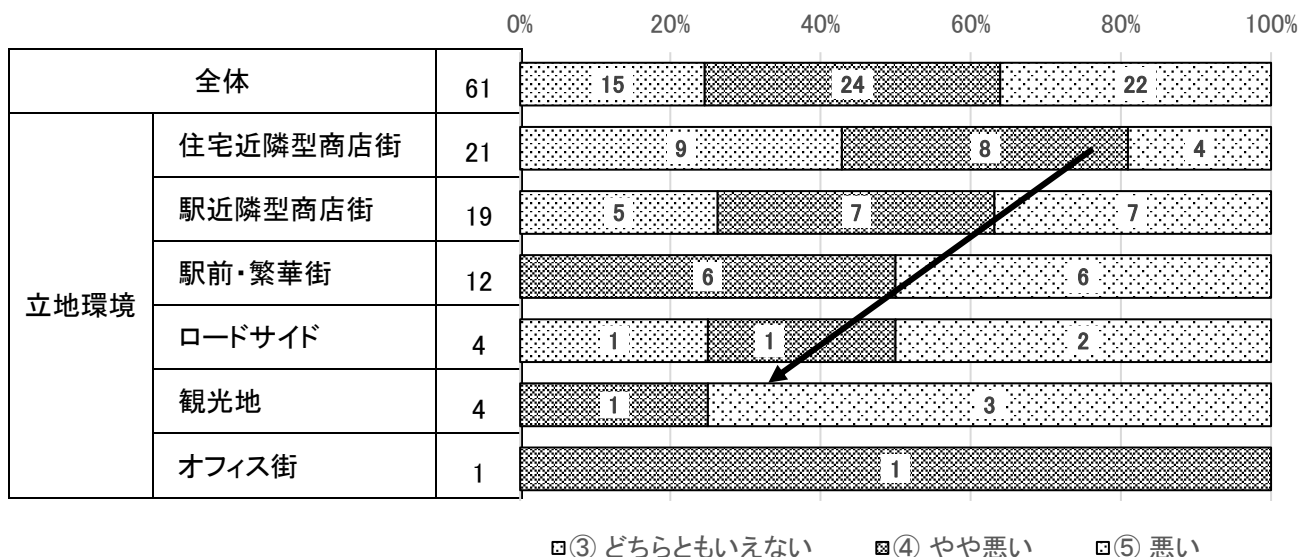
(注)「足りている」は、[4 (1)] の①、②と回答した商店街の合計

「不足している」は、[4 (1)] の③、④と回答した商店街の合計

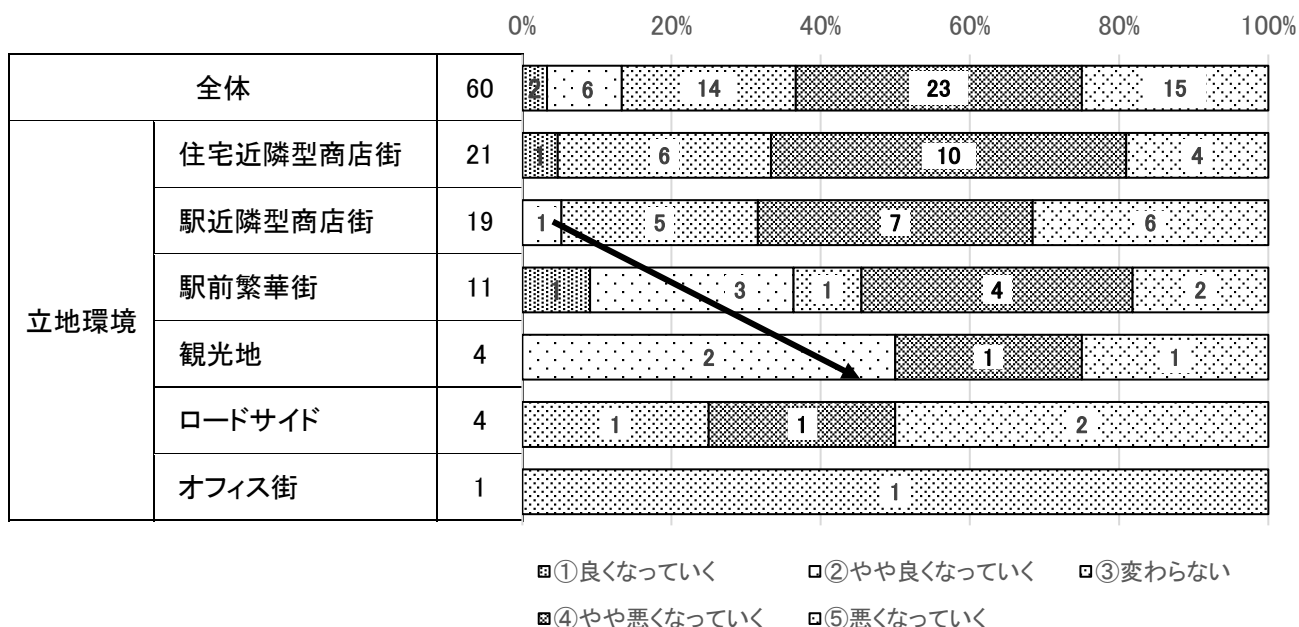


(3) 商店街の立地環境と景況感・見通しの関連について

景況感 [2 (1)] について立地環境別で分析すると、住宅近隣型、駅近隣型、駅前・繁華街、ロードサイド、観光地の順で景況感が悪いとの回答が多く、住宅に近い商店街ほど、景況感が比較的良い傾向がみられます。コロナ禍での自粛環境下でも、住宅に近い商店街は人出が減らず、比較的コロナ禍前と変わらずに利用されている為、景況感が悪いとの回答が少なかったのではないかと考えられます。



今後の活性化の見通し [2 (2)] と立地環境については、景況感とは逆に、観光地、駅近隣型、駅前・繁華街、住宅近隣型の順で今後の見通しは良くなっていくとの回答が多くなっています。コロナ禍で景況感が悪化している商店街について、コロナ収束後の活性化の期待感から見通しを良いと答えたと考えられます。



Ⅲ. ヒアリング調査結果

商店街へのヒアリングでは下記のような傾向を読み取ることができました。

【コロナ禍を受けて、商店街の組織運営に大きな影響が】

- 集客イベントができないことでコミュニケーションの機会そのものが減少しており、問題だと感じている商店街が多くありました。ただコロナ禍中でもできることを見出して積極的な活動をしている商店街については、オンラインも活用して活動を継続していました。
- 会費の減免、あるいは会費分を商品セールに使うなどの措置を取っている商店街が多く、特に飲食店は売り上げへの影響が深刻化していて、その比率が高い商店街については会費未払、脱退や廃業が増えています。
- 廃業については、コロナ禍でなくても廃業したかもしれない店舗が、これを機に廃業しているという厳しい意見もありました。

【商店街組織の存続、担い手不足の問題は、店主の世代交代の差で二極化】

- 店主の世代交代が進んでいて、30-40代の店主が多い商店街については、担い手不足の声はあまり聞かれませんでした。活動も活発で地元企業や町内会、ビルオーナーや商業施設などの協力を得て活動している商店街も多くありました。
- 一方、店主の世代交代が進んでいない商店街では、店主が自店のこと以外に活動する余裕がなくなったり、商店街活動に意義を見出せなくなったりしたために商店街活動に参加しなくなる状況が増えています。

【コロナ禍の中でも、工夫を凝らしたイベントを実施】

- コロナ禍でも、工夫をしてオンラインやラジオとの連携など、実施可能なイベントを企画している商店街や、自治体発行の金券・割引券・クーポンなどの導入を実施した商店街がありました。ただし大規模な集客イベントはできず、コロナが落ち着くまでは我慢という状態となっています。

【商店街組織の公益的な活動は、地域住民が分担するケースも】

- 商店街が積極的に、地域住民・自治会や他の組織（自治体、大学、NPOなど）にアプローチしている事例が見受けられ、住民ボランティアなどをうまく活用すれば、商店街の運営についての負担感の軽減や人材不足の解消につながると考えられます。
- イベント運営を地域住民主体で進めている例もあり、商店街店主の負担軽減ができるのは大きいと感じました。

以下は、商店街へのヒアリングで得られた商店街の声の主なものです。

1. コロナ禍を受けて、商店街の組織にどのような影響が及んでいるか（主な意見）

【コミュニケーション】

- ・会員店舗83軒には伝えるだけになり、双方向のコミュニケーションができない状態が続いている。
- ・コロナ禍の中でもできることに絞って、商店街活動を実施している。理事会なども普段通りというわけではないが開催はしていて、各種事業を実施に移している。
- ・組織活動としては、運営やイベントのための会合ができず、メール連絡となっている。
- ・コロナ禍で商店街活動はほとんど出来ていない。内部活動では会合を控え、総会もできなかった。
- ・商店街の打合せなどは、メインであるイベントがなくなったこともあり、メール等の非対面でも問題なく行われている。
- ・リアルな運営会議ができないため会員間のコミュニケーションが不足している。意思決定や実行に時間がかかることが多くなった。
- ・商店街運営のコミュニケーションでは、イベントの打ち上げや総会の参加者の減少で、業務連絡以外に飲食をしながらじっくり話す機会が減り、次世代の人材育成が難しくなっている。

【イベント開催】

- ・コロナ禍で、イベント開催が難しくなっている。近隣で、嚴重な感染対策の元、実施した商店街があったが、そこまですると、開催のハードルがあがり、かえってやりにくくなったようだ。
- ・イベントは当初10回を予定していたが、4回の実施となった。イベントの目的は通行量の増加であるが回数の減少が影響した。
- ・夏祭りは、元々オリンピックの影響で地元警察の協力が得られずに昨年、今年と中止した。2021年9月までは、多数の集まるイベントはなるべく避けるよう（行政から）言われており動けない。月一回程度の集客イベントがここ1年全く開催できないので売上状況は最悪である。
- ・商店街の取り組みのメインである地域のお祭りや自治会の夏祭りが中止になったことで、商店街活動が実質なくなっている。
- ・これまで継続的にやってきた小学校との共催イベントが2年（2回）、実施できなくなり子供たちへの一からの説明など再開に手間がかかってしまう状況になった。経験した子供たちが卒業してしまうと伝えられないので継続が危ぶまれる。
- ・コロナ禍により商店街のメインのイベントで、開催回数や出店店舗数と開催時間を縮小している。

【閉店・廃業】

- ・感染拡大による客足減少によって廃業となったお店はない。
- ・コロナ禍と商店会の建物老朽化のため10店舗が閉店した。
- ・商店街加盟の飲食店が1店舗しかなく、コロナの影響はあまり受けていない。
- ・閉店・廃業する店が増えている。特に飲食店の閉店・廃業が多く、大きなチェーンの店舗が撤退した。
- ・35会員のうち2件が撤退したが、新たに2件が参加し組織の体制は維持できている。

- ・飲食店ではコロナにより休業しているところもあるが、最近で空きになった店舗はない。近年では空きが出たら新しい人が入って埋まっている状態である。
- ・昔ながらのスタイルのお店については、コロナ禍をきっかけに廃業などが出てきている。ただしコロナ禍がなくてもいずれは廃業したのではないと思われる店が多い。
- ・店舗兼住宅がほとんどのため、固定費が小さく、廃業する店舗はほとんどない。
- ・コロナ禍をきっかけとした倒産が2件ある。1件は商売が厳しくなったため、もう1件は家庭環境も理由であった。1店舗は美容院が新たに出店している。
- ・現状111会員が加盟している。廃業しているところもあるが、駅前であるため空き店舗は直ぐに埋まるので会員数は維持できている。
- ・会員は最大60から47まで減少、廃業や移転で減少している。
- ・15会員のうち2会員（飲食店、洋品店）がコロナの影響で廃業したが、会員同士の交流が減っており突然のことで驚いた。

2. 商店街組織の存続、担い手不足の問題はどこまで進んでいるか（主な意見）

【順調に進んでいるところ】

- ・若い世代への事業承継が進んでいる。
- ・商業施設、大企業、地域企業が商店街役員となっている。
- ・イベント等では、近隣の主婦グループ等に有償で委託するなどして人材不足を補っている。
- ・事務局機能を観光協会や役員OBに担ってもらうことで、役員活動する商店主をサポートする体制が構築されている。
- ・自治会や学校との連携体制を構築している。
- ・商店街活動に互助の考え方が根付いている。
- ・輪番制を設けて役員の固定化を防いでいる。
- ・新規開業の事業者も、役員等に参画するようになってきている。
- ・補助金活用イベント等により活性化できている。

【順調に進んでいないところ】

- ・商店街参加のメリットを見出せず、また若い世代の新規会員が増えないため、既存会員の退会も発生している。
- ・世代間で商店街に対する考え方が異なり、若い世代の意見が聞き入れられず、活躍できない。
- ・組織メンバーが高齢化し、次世代の成り手が不足している。
- ・役員が集金や渉外業務を全て引き受けざるを得ず、負担が増加していることも担い手不足を増進している。
- ・活動に対して事業者、業種によって温度差がある。

3. 商店街がコロナ禍の中でもできること、できたこと（主な意見）

【商店街会員及び役員のコミュニケーション促進】

- ・対面で役員会が開催できない中で、役員6人のLINEグループを設定し、頻繁にコミュニケーションを実施しており、以前より意見交換がスムーズになっている。
- ・商店会の役員会や勉強会等は、対面と対面を避けたい会員のためにリモート会議ツールのZOOMを使いハイブリッドで実施している。

【広報活動・PRの強化】

- ・ローカルラジオ放送で案内し、顧客を呼び込む流れを作りたい。商店街レベルだと限界があるが、ラジオでの発信により、コロナ禍でも少しずつ呼びかけが浸透してきている。
- ・商店街発行の季節新聞も、コロナで取材が難しい中でも、広報担当役員が作成し発行できた。
- ・オリジナルグッズを県、市の補助を活用して制作、SNSで発信しネット販売している。
- ・GoTo商店街は1次で採択されて、昨年の7月に、社会的距離、マスク、検温装置の設置等の感染対策を完璧にしてイベントを実施した。

【地域交流イベントの実施】

- ・コロナ禍で唯一、飲食を伴わないイベントとして、クリスマスとバレンタインに外でガラスコップに火をともしイベントを会員で実施した。
- ・感染症対策を実施して、昨年は夏祭り、クリスマス、福引等商店会イベントはすべて実施したが、クラスターは起きなかった。
- ・ハロウィンイベントでは、お菓子を配ることはできなかったが、ウォークラリー形式にすることで、低コストで大きな効果を生むことができ成功であった。
- ・1月に七福神を街に置いて七福神巡りの企画を開始した。遠方より訪れる人も増えている。また、朝市について一時期は中止していたが、現在は感染対策に留意しながら再開している。コロナ禍で遠出ができない家族連れが来訪してくれている。
- ・規模を縮小してではあるが「朝市」、「セミナーイベント」、「アートプロジェクト」などを開催し、引き続き「営業していますよ」のメッセージを発信している。
- ・自治会とも協力しながら地域のイベントを実施した（例、自治会の方に地元の名物鍋をふるまってもらうなど）。その結果飲食店のお客さんになるなど、ビジネスにもつながっている。
- ・昨年のハロウィンの時期は落ち着いていたので接触機会を減らす努力をして実行した。コロナ禍は小さなイベントで人が多く集まらない程度に実施することができている。
- ・2020年10月に規模を縮小してではあったが、集客イベントを開催することができ、参加証としてリストバンドを販売し、街を回ってもらった。開催にあたって、感染対策を行い、GoTo商店街を活用することができた。

【商店街での販売促進活動】

- ・「商店街お中元セール」を、会員の協力のもと空クジ無しで開催した。
- ・通常のスタンプラリーをレシートラリーに変えて、接触機会をなくして実施した。
- ・タウン誌に割引クーポンを載せて、その割引分を補助金でもらうことで、店舗も、客も、タウン誌も得となるような事業を行った。抽選会も行い、その様子は、SNSでも公開した。
- ・加盟店の商品を年会費の額だけ買い上げてセールした。
- ・商店街の中に展示スペースを設置して夏祭りを演出したり、自治体のポイントや電子マネーを導入活用したりしている。
- ・2020年秋以降、プレミアム商品券の発行。まずは子供向け、その次は18歳以下向けの順番で対応。商店街が「営業していますよ」のメッセージおよび広告宣伝のネタとして活用した。GoTo商店街の活用もできた。
- ・去年はテイクアウトの企画を飲食店向けに実施できたが、直近では飲食店が全く営業できない状況になったので実施しにくくなっている。しかしクーポンを配布したことで飲食店の方の評判は良かった。
- ・分散している店舗を利用して商店会内でスタンプラリーを実施した。多くのお客様に来ていただいたわけではないが、商店会としての地元へのPRにはなった。
- ・自治体発行の商品券が、一定割合分は地元小売店でのみ使用できていることになっているため、購入客が増えて助かっている。
- ・新規会員勧誘のため、売り出し企画で商店街発行の買い物券を支給しており、これを年会費と同額として入会時のメリットとしている。

4. 商店街組織が担っている公益的な活動を地域住民や行政でも分担できないか（主な意見）

<連携先>

【自治体】

- ・観光課とは協力体制ができていて、各種協力もしてもらい、気にしてもらっている。

【支援団体等】

- ・ホームページ作り、SNS活用、カード決済の勉強会を実施いただいた。勉強会の企画などについては参加していきたい。

【企業】

- ・イベント案内ポスターを列車内や駅に掲載したことが、イベントの集客につながった。

【学校・他商店街】

- ・商店会がイベントを主催せずに、近隣住民のグループ、学校、プロスポーツ団体等の協力団体に開催を任せることで、各店舗が自店舗運営に注力できる仕組みを今後も続けていきたいと考えている。
- ・他の商店会とも連携し、お互いのイベントで出店しあったりもしている。

<連携内容>

【企画イベント】

- ・イベント時は、実行委員会と出店者に加え、行政との連携や、お手伝いの募集により体制を確保している。
- ・小学生の社会参加イベントを実施していた（コロナで中断）が、このイベントには親や教師が参加して盛り上がっていた。このイベントについては、学校の支援もあり地域の協力が得られている。

【PR】

- ・地域まちづくり計画策定会議などを通じて、地域の他団体と協力しながらエリアの魅力や集客力のアップに取り組んでいる。

【補助金・助成金】

- ・各種補助金を活用している。ソフト面の投資では、市の補助金規模で十分だが、ハード面となると神奈川県補助金規模が必要になる。

IV. まとめ

<アンケート結果のまとめ>

【75.4%の商店街がコロナ禍の影響で景況感は厳しい見方に】

- 現状の景況が良い、やや良いと回答した商店街は皆無でした。75.4%の商店街がやや悪い、あるいは悪いとの回答でコロナ禍の影響が見られます。どちらともいえないとの回答は24.6%あり、住宅近隣型の商店街にこの回答が多い傾向がみられました。コロナ禍による巣ごもり消費で、住宅街に立地し飲食店が少ない商店街については、比較的人流が減少していないことが影響していると考えられます。
- 今後の活性化の見通しについては、逆に駅前型、駅近隣型の商店街で今後良くなっていくと回答したところが多い傾向がありました。これは、現況が最悪の状態であるとの考えで、ワクチン接種などでコロナ収束への期待があるからではないかと考えられます。

【57.4%の商店街でコロナ禍による店舗の閉店や廃業が起きている】

- コロナ禍で閉店や廃業する店舗の状況については、「閉店や廃業する店はほぼ無い」が42.6%を占めるものの、「閉店や廃業する店が出始めている（全体の5%未満ぐらい）」(45.9%)、「閉店や廃業する店が増えている（全体の10%以上）」(8.2%)、「閉店や廃業する店が非常に増えている（全体の20%以上）」(3.3%)を合わせて57.4%と、商店街にとって深刻な状況になっています。

【73.8%の商店街で集客イベント実施の継続が困難に】

- 73.8%の商店街が、「にぎわい創出のためのイベント実施の継続」が課題となったと回答しています。また「商店街会員、役員間のコミュニケーションの減少」についても65.6%の商店街が回答しています。これらについては、イベントを実施しないので商店街会員内のコミュニケーションが減少するという関連もあるようです。逆に「町の安心安全を守るための活動」や、「地域住民に対するサポート活動」を上げた商店街は少数で、コロナ禍にかかわらず地域の活動は実施されている模様です。

【コロナ禍による新たな取り組みは、衛生対策70.5%と給付金47.5%】

- 新たな取り組みとして70.5%と最も多かったのが、「衛生対策（消毒液の設置や、加盟店にマスク配布等）」でした。店舗からの要望もまず衛生対策であり、まずはこれを重点的に実施している様子が見えられます。
- また47.5%と半数近くの商店街で加盟店支援のために給付金を支給しています。その他24.6%の回答中に、年会費の免除や減額との回答も相当数あり、コロナ禍で十分な商店街活動ができずに会費を返金する形になっている実態が見て取れます。
- 次いで多い41.0%の商店街が、GoTo 商店街など補助金施策を活用して活性化事業をしていました。プレミアム商品券を発行した商店街も21.3%あり、多くの商店街が自治体などの支援施策を活用した事業をしていることがわかりました。

【36.1%の商店街で活動を担う人材が、現状も今後も不足している】

- ・現状も人材不足で引き継げる人材もないと回答した商店街が36.1%あり、現状の人材不足、活動を引き継げる人の不足が顕在化しています。一方で、21.3%の商店街では、「人材は足りており、今後も引き継げる人材が控えているので問題ない」と回答しており、二極化が見えます。
- ・後継者の問題を除いて、現状で人材不足なしとの回答は49.2%、現状で不足しているとの回答も49.2%と同率でした。

【商店街活動を担う人材が不足する理由は、加盟店の減少と従業員の身体的・精神的負担の大きさ】

- ・人材が不足する要因として「そもそも加盟店が減っているから」との回答が31.9%、「商店街活動を担う従業員の身体的・精神的負担が大きいため」との回答が25.5%と多数を占めました。
- ・「商店街活動に興味を持ってもらえない」との回答が17.0%あり、個人主義的な店主が増加している傾向が見えます。またその他の意見の中で多かったのは、店舗オーナーが高齢化で活動に参加できなくなったことでした。

【47.5%の商店街で商店街以外の人材との連携を既に実施している】

- ・「すでに（外部の人材に）商店街活動に関わってもらっている」との回答が47.5%と半数近くを占め、積極的に外部の人材と連携している姿が見て取れます。
- ・一方、地域社会とのコミュニケーションが不十分で支援が得られない、あるいはそもそも地域活動を担う人材も不足であることから、「関わってもらうことが難しい」との回答も24.6%ありました。

【55.2%の商店街が地域に住む住民グループや個人と連携している】

- ・商店街以外との連携で圧倒的に多いのは、「地域に住む住民グループや個人」で、55.2%を占めています。ついで多いのは行政や、学校など教育機関、との回答がそれぞれ10.3%でした。
- ・活動内容については、商店街イベントに協力をさせていただくことが多いようです。中には地域の住民にイベントを委託している例もありました。

【関わってもらうことが難しい理由は、外部団体とのコミュニケーション不足】

- ・町内会など外部団体とのコミュニケーションがない、あるいは外部団体にも人材がないとの理由を挙げた商店街が多数でした。「他の団体とコミュニケーションする場がない。」、「そもそも町内会に入る住民が少ないため、活動が低調で手伝ってもらうことができない。」、などが理由として挙がっています。

<ヒアリング結果のまとめ>

【コロナ禍を受けて、商店街の組織にどのような影響が及んでいるか】

- 商店街運営での会員間のコミュニケーションについては、オンラインや分散で実施するなど補っているものの、イベントが実施できないことでコミュニケーションの機会も減少している様子が見て取れました。ただコロナ禍中でもできることを見出して積極的な活動をしている商店街については、さほど大きな悩みは聞かれませんでした。
- 幹事会などで飲食ができないことで、実務的な話しかできなくなり、次世代の育成に困難を感じている例や、店舗業種間で支援制度の違いなどによる立場、意見が違う（支援金をもらって休業してもやっていけるか否か）例があり、商店街運営が難しくなっているようです。
- イベント開催については、集客イベントはほとんど実施できずに売りに悪影響を与えていることはもちろん、2年連続で中止となり、過去に経験した人が抜けたため今後の継続に支障をきたす例がみられ、コロナ継続の影響の大きさが見て取れます。
- コロナがなくてもいずれ廃業したのではないかと思われる店舗が、コロナ禍を機に廃業を早めているという意見もありました。
- 会費の減免、あるいは会費分を商品セールに使うなどの措置を取っている商店街が多くありました。減免していない商店街では、会費を滞納する店舗も出ています。特に飲食店は売りに悪影響が深刻化していて、その比率が高い商店街については会費未払、脱退や廃業が増えています。

【商店街組織の存続、担い手不足の問題はどこまで進んでいるか】

- 店主の世代交代が進んでいて、30-40代の店主が多い商店街については、活動も活発で比較的高い組織率を維持していて、担い手不足の声は聞かれませんでした。また地元企業や町内会、ビルオーナーや商業施設などの協力、協賛を得て活動しているところもみられました。個別の商店街自体が比較的元気なので活動する余裕があると思われます。
- 一方、世代交代が進んでいない商店街では、人手も不足し、後継者もいないところが多くありました。適切な後継者がいないために、役員は数年以上長期で同じ人物となっています。
- 店主が自店のこと以外に活動する余裕がなかったり、商店街活動に意義を見出せなかったりする状況が増えています。このような状況の店主は商店街へ加入・協力をいただかず、もともとの会員でも退会してしまったりするため組織率が低下している事例が見られます。
- 店主の世代間で意見が異なり、若い世代が活躍できないことがあったという声も聞かれました。

【商店街がコロナ禍の中でもできること、できたこと】

- コロナ禍でも、工夫をしてオンラインなど可能なイベントを実施している商店街がありました。ただし大規模な集客イベントはできず、コロナが落ち着くまでは我慢が続くというのが実態です。
- イベントの規模は縮小して、コロナ禍中での開催批判を抑えつつ、買い物をしてもらうための自治体発行の金券・割引券・クーポンなどの導入を実施した商店街や、ラジオやSNSなどで商店街の存在をアピールする等、コロナ禍ならではの工夫が見えます。
- 近隣の複数の商店街が合同でイベントに取り組んだりする事例もありました。

【商店街組織が担っている公益的な活動を地域住民や行政でも分担できないか】

- 商店街が積極的に地域住民や公共組織にアプローチしている事例からは、住民ボランティアなどをうまく活用できれば、商店街の運営についての負担感の低減や人材不足の解消につながるのではないかと考えられます。
- 自治会、観光協会、周辺企業、地元大学ゼミなどとの協力、事務局機能を観光協会や役員OBに担ってもらうことで、イベント運営については有償で近隣のボランティアに依頼するなど、役員、イベントに出店する店主の負担軽減策を実施する商店街がありました。
- 商店街でのブランド作りをして、積極的にそのブランドを自治体や住民、近隣企業にアピールして、補助金を取ると共に、商店街PRに成功している事例がありました。また、地域のNPO法人に商品開発を委託している事例もありました。

V. アンケート票

商連かながわ 事務局 行き

FAX : 0120-972-694

令和3年度 神奈川県商店街実態調査票 (アンケート)

商店街の皆様へ:このアンケートは皆様、県内各地の商店街の現状と課題、困っていることなどをご回答いただき、今起こっている問題を明らかにすると共に、県など行政へ商店街の要望等を伝えていくための基礎資料となるものです。今回はコロナ禍を受けた商店街活動や組織の存続に関する問題を中心にお尋ねいたします。お忙しいところ恐縮ですが、期日の5月28日(金)までにご回答をよろしくお願いいたします

◎貴商店街(会)についてご記入ください (記載情報の変更がある場合はご訂正ください) (0000)

商店街(会)名		記入者	氏名:
所在地		TEL	
		FAX	
電子メールとホームページ	http:// sample@shotengai-kanagawa.com		
立地環境	<input type="checkbox"/> 1. 駅前・繁華街 2. 駅近隣型商店街 3. オフィス街 <input type="checkbox"/> 4. 住宅近隣型商店街 5. ロードサイド 6. 観光地		
商店街タイプ	<input type="checkbox"/> 1. 近隣型 (最寄品店中心で地元の方が日用品等を徒歩・自転車等で日常的に買物する商店街) <input type="checkbox"/> 2. 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) <input type="checkbox"/> 3. 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) <input type="checkbox"/> 4. 超広域型 (百貨店、量販店等の大型店が有り、有名専門店中心で遠距離来街者が買物する商店街)		

◆ 景況感について

項目1. 貴商店街の最近の景況感について教えてください。(当てはまるもの、一つだけ○印)

- ① 良い (繁栄している) ② やや良い (回復してきている) ③ どちらともいえない (わからない)
 ④ やや悪い (停滞している) ⑤ 悪い (衰退している)

項目2. 商店街活性化の見通しについて教えてください。(当てはまるもの、一つだけ○印)

- ① 良くなっていく ② やや良くなっていく ③ 変わらない
 ④ やや悪くなっていく ⑤ 悪くなっていく

◆ コロナ禍を受けて、浮き上がった課題について

項目3. あなたの商店街やあなたのお店がある地域では、コロナ禍によるお店の閉店や廃業は増えていますか？(テナント交代なども含む) 2021年5月現在の状況を教えてください。(ひとつだけ選んで○)

- ① 閉店や廃業する店はほぼ無い
 ② 閉店や廃業する店が出始めている (全体の5%未満ぐらい)
 ③ 閉店や廃業する店が増えている (全体の10%以上)
 ④ 閉店や廃業する店が非常に増えている (全体の20%以上)

項目4. この新型コロナウイルス感染症の流行により、あなたの商店街でさらに難しい課題になったことはありますか？ 以下の中から特に影響が深刻だと感じるものを、3つまで選んで○をつけてください。

- ① 会費収入や事業収入が減少することによる、活動資金等の不足
 ② 役員候補や商店街活動を行う人材の不足
 ③ 街路灯などの保有するハード設備の維持管理や更新
 ④ 商店街会員・役員間のコミュニケーションの減少
 ⑤ 防犯や防災のための活動など、街の安全安心を守るための取組みの継続
 ⑥ 高齢者や子育て世代、児童など地域住民に対するサポート活動の継続
 ⑦ にぎわい創出のためのイベント実施の継続
 ⑧ 地元の文化の継承、伝統的な祭りの実施

項目5. あなたの商店街が、令和2年4月の緊急事態宣言以降、コロナ禍における商店街振興活動として、実施した新たな取り組みや活動はなんですか？(実施したこと全てに○をつけてください)

- ①衛生対策（消毒液の設置や、加盟店にマスク配付等） ②加盟店舗に給付金を配付
 ③SNSやメールを活用した会議や情報交換 ④各種補助金の活用（GOTO 商店街など）
 ⑤非対面型のイベントやキャンペーン等を実施 ⑥プレミアム商品券の発行
 ⑦その他 []

◆ 商店街活動を担う人材について

項目6. 商店街活動を担う人材についてお聞きします。あなたの商店街で、活動を主体的に行う役員やメインのメンバーについて、人数等は足りていますか？(1つだけ選んで○をつけてください)

- ①人材は足りているが、今後足りなくなる。引き継げる人材がいない。 →項目6-1へ
 ②人材は足りており、今後も引き継げる人材が控えているので問題ない。 →項目7へ
 ③人材が足りず、少人数でこなしているが、今後は引き継げる人材を確保している。 →項目6-1へ
 ④人材が足りず、少人数でこなしており、今後は引き継げる人材もいない。 →項目6-1へ

項目6-1. 上記項目で①と③と④と回答した方にお聞きします。あなたの商店街で、人材が不足するのはなぜだと思いますか？(1つだけ選んで○をつけてください)

- ①そもそも加盟店自体の数が減っている（対象者が少ない）から
 ②商店街活動を担う役員や会員の身体的・精神的負担が大きいから
 ③その商店街活動に参加しなくても、代替となる会やグループが別にあるから
 ④商店街で行っている活動に興味を持ってもらえないから
 ⑤現在の体制でなんとか運営できており、大きな問題がないから
 ⑥その他 []

項目7. 商店街の加盟店や商業者ではない人材に、商店街活動を手伝ってもらった事例もあります。あなたの商店街では、そうした地域住民等との連携状況はどのようになっていますか？(1つだけ選んで○をつけてください)

- ①すでに商店街活動に関わってもらっている →項目7-1へ
 ②検討できる余地はある →項目7-2へ
 ③関わってもらうことは難しい →項目7-2へ

項目7-1. 上記設問で①と回答した方にお尋ねします。連携しているのは、どのような人たちですか？とくに好評な事業1つについて、以下のあてはまる項目1つに○をつけ、その内容をお書きください。

- ①地域に住む住民グループや個人 ②近隣の民間企業の従業員等やグループ、個人
 ③近隣の公共施設等のグループ、個人 ④行政団体、地方自治体等
 ⑤子育て世代を支援する団体やグループ、個人 ⑥高齢者支援系の団体やグループ、個人
 ⑦学校など教育機関や、学生グループや個人 ⑧その他 ()

連携活動の内容

項目7-2. 上記設問で②・③と回答した方にお尋ねします。商店街の加盟店や会員ではない人材に関わってもらうのが難しい理由はなんですか？

理由

◆ ご意見・ご要望について

項目8. ご意見・ご要望など、何かありましたらお書きください。

ご協力ありがとうございました！ ご回答はFAXでお送りください(5/28まで)

発行 公益社団法人 商連かながわ
〒231-0015 横浜市中区尾上町5-80
TEL：045-633-5184
FAX：045-633-5185
<https://www.shotengai-kanagawa.com>
e-mail：info@shotengai-kanagawa.com
