

令和3年度
神奈川県商店街実態調査（アンケート）結果概要版

公益社団法人 商連かながわ

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。

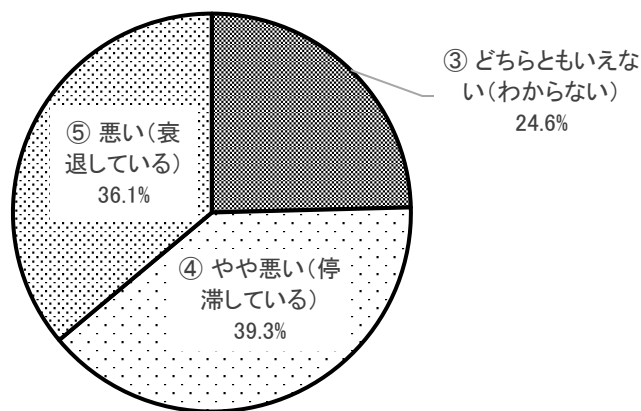
(4) 表記

- ・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

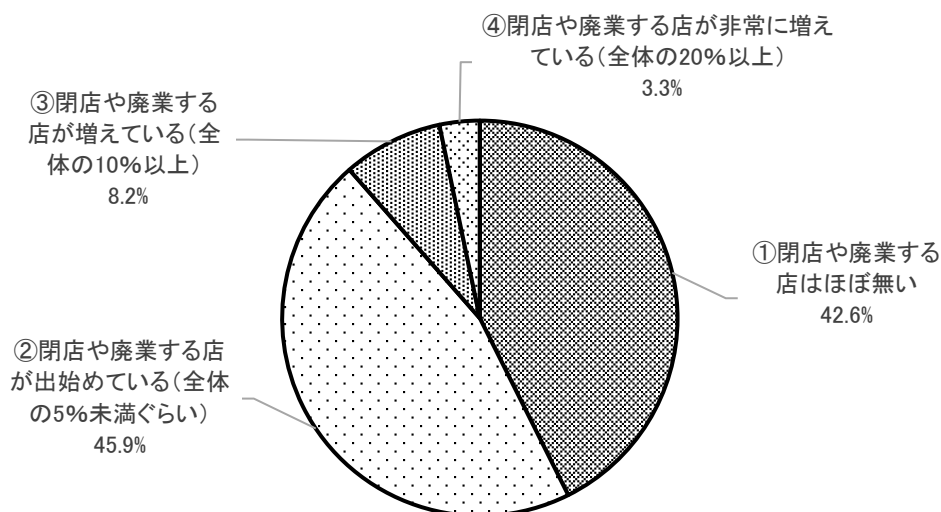
【75.4%の商店街がコロナ禍の影響で景況感は厳しい見方に】

- 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見られます。
- 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にありました。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。



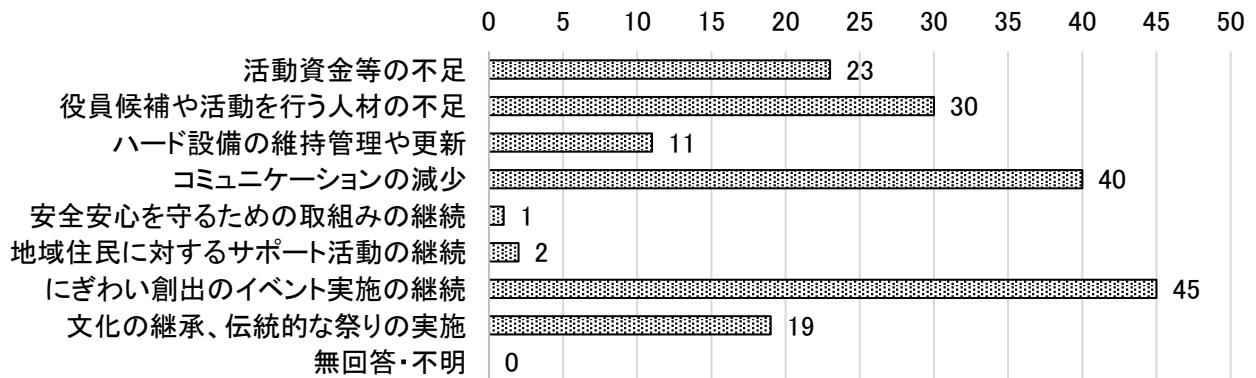
【57.4%の商店街でコロナ禍による店舗の閉店や廃業が起きている】

- 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。



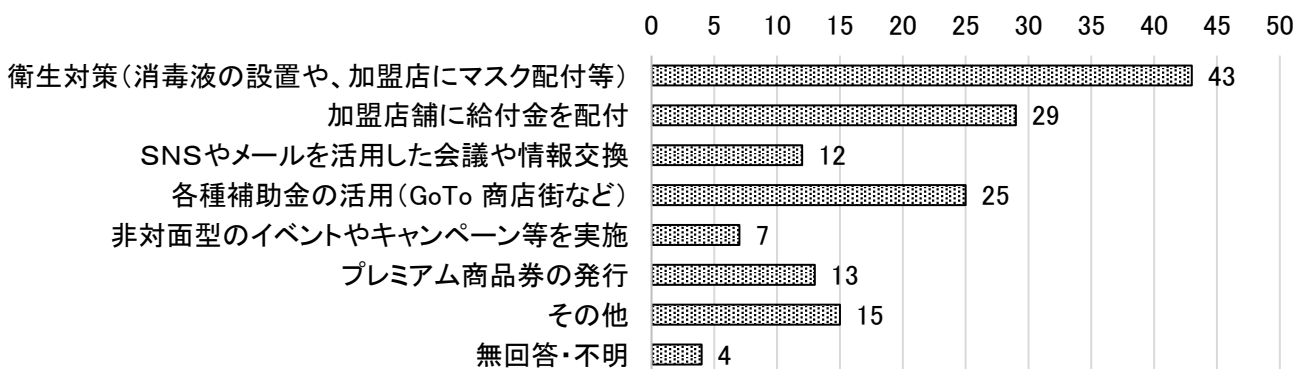
【73.8%の商店街で集客イベント実施の継続が困難に】

・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。



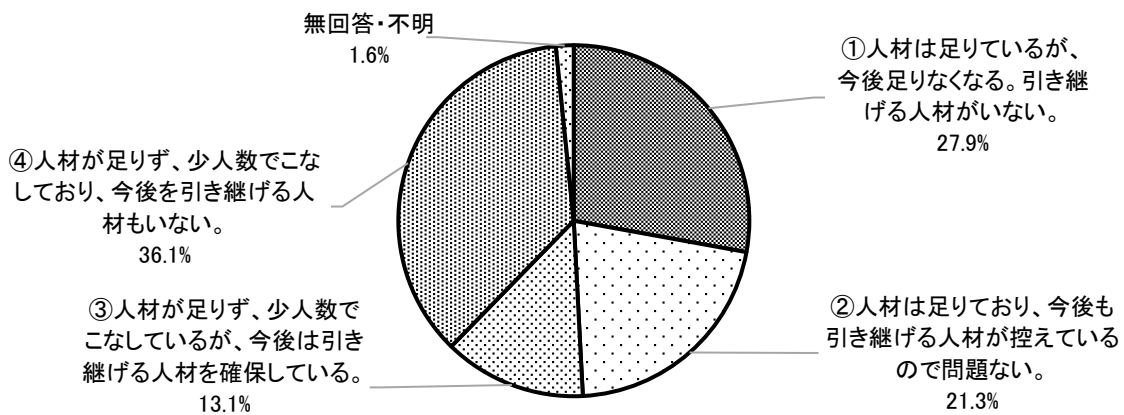
【コロナ禍による新たな取組みは、衛生対策 70.5%と給付金 47.5%】

- ・新たな取組みとして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がえます。
- ・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。



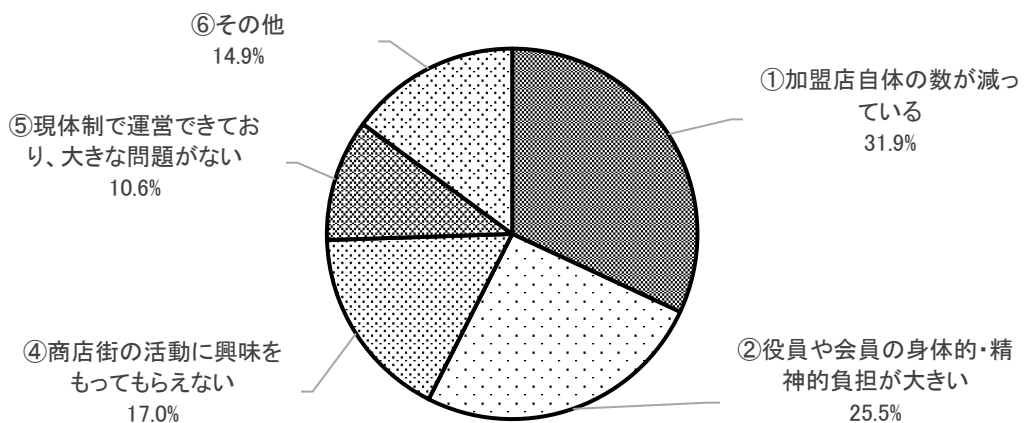
【36.1%の商店街で活動を担う人材が、現状も今後も不足している】

- ・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。



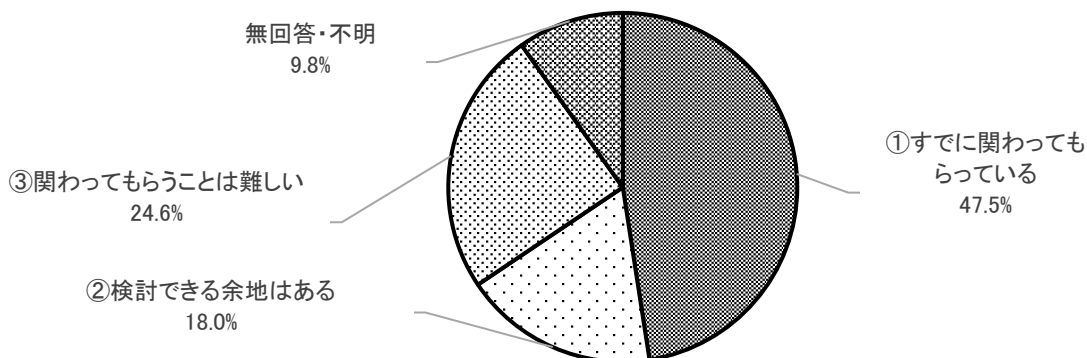
【商店街活動を担う人材が不足する理由は、加盟店の減少と従業員の身体的・精神的負担の大きさ】

- ・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から」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。



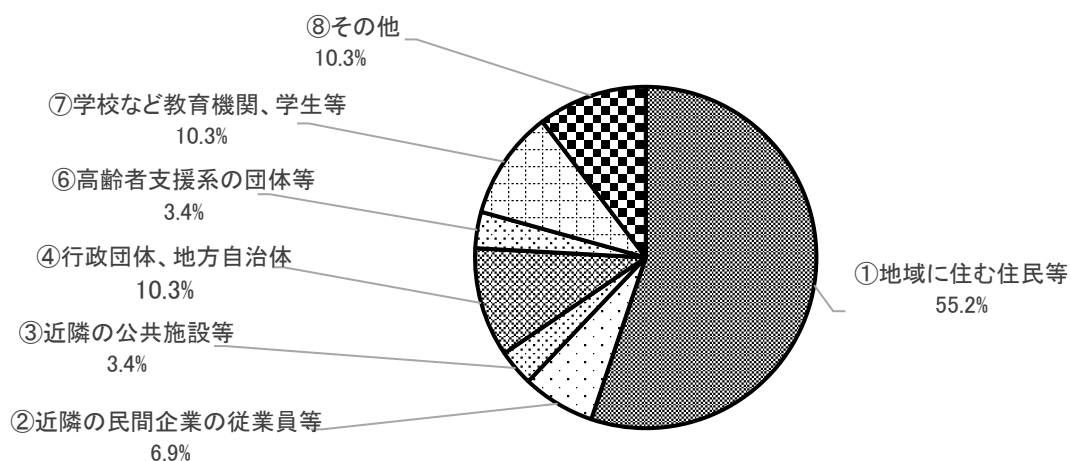
【47.5%の商店街で商店街以外の人材との連携を既に実施している】

- ・「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し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、実務的な話しができなくなり、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される店舗が、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。