

令和5年度

神奈川県商店街実態調査 報告書

令和5年10月

公益社団法人 商連かながわ

## はじめに

新型コロナウイルス感染症の位置づけが5類感染症に移行し、コロナ禍以前の日常が少しずつ戻っているように感じています。しかし、商店街に関してはまだまだ油断できない状況が続いています。コロナ禍により神奈川県内の商店街が大きな打撃を受けことは間違いなく、今回の調査でも人出がまだ戻ってきていない商店街も多いなど、厳しい状況にあることが分かりました。これからも注意深く状況を見守っていかねばなりません。

また、調査の中で地域住民のライフスタイルの変化などにより、商店街に来街する客層が変わったり、来店する時間が変わったなどの声が聞かれました。商店街は身近な買い物の場であり、地域のコミュニティの中心です。商店街もそれらに合わせた柔軟な変化が求められているということが言えるでしょう。

こうしたことを後押しするためにも、神奈川県には商店街を地域コミュニティの中核として活性化することを目的とした「神奈川県商店街活性化条例」があります。今回の調査ではこの条例についての意識調査も行っています。

本調査は、5年に一度の全数調査（悉皆調査）として、県内の多くの商店街から回答を集めることができました。本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、商店街をはじめ本調査の実施に際し多大なご協力をいただきました皆様方に厚く御礼を申し上げます。

令和5年10月

公益社団法人 商連かながわ  
会 長 石 川 清 貴

## 目 次

《 調査の概要 》 .....	3
I. 商店街の概要（本調査における回答商店街のプロフィール） .....	5
1 調査商店街基本類型 .....	5
II. 商店街の景況感 .....	8
1 商店街の最近の景況感 .....	8
2 今後の活性化の見通し .....	10
3 普段の人出の変化（コロナ禍前と比較して） .....	12
III. 商店街会員の加入状況 .....	16
1 商店街の規模 .....	16
2 地域別加入状況 .....	18
IV. 神奈川県商店街活性化条例について .....	21
1 条例の認知度 .....	21
2 条例を知った経緯 .....	21
3 条例が商店街の加入依頼に役立っているかどうか .....	22
4 加入依頼の際の条例の活用方法 .....	23
V. 商店街への加入依頼活動 .....	24
1 未加入店への加入依頼活動 .....	24
2 未加入店が商店街へ加入しない理由 .....	25
3 大型店やチェーン店が商店街と連携している活動 .....	26
VI. 商店街の施設と活動について .....	28
1 商店街が設置しているハード施設 .....	28
2 商店街の会費等収入と、商店街運営の関係 .....	28
3 商店街の収入が縮小している場合の対策 .....	29
4 商店街の会費以外の収入 .....	30
5 商店街の景況感と会費以外の収入有無の関係性について .....	31
VII. まとめ .....	31
《資料編》 .....	34
商店街実態調査における主な意見・要望 .....	34
令和5年度 神奈川県商店街実態調査票（アンケート） .....	40

## << 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、神奈川県商店街活性化条例に関する認知度等や商店街への加入依頼活動、さらに商店街が保有する施設と活動に関する課題についても調査を実施しました。

### 2. 調査概要

#### (1) 調査対象

	アンケート調査票	
	配布数	回収数
(公社) 商連かながわ加入の商店街	552	237
(公社) 商連かながわ未加入の商店街	213	122
合計	765	359

- ・回収数：359票（回収率 46.9 %）

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、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、二宮町
県西地区	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町、南足柄市、中井町、山北町

#### (2) 調査方法・期間

- ・郵送またはFAXによる発送、回収
- ・調査期間：令和5年4月4日～4月28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対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359であることから、構成比などを算出するときの母数は359となります。
- ・なお複数回答の設問では、回答数が359を上回ることがあります。そのこと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=359”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359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=156”や“n=200”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。

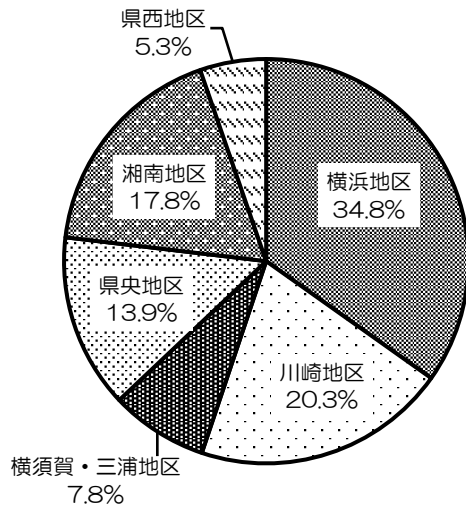
# I. 商店街の概要（本調査における回答商店街のプロフィール）

## 1. 調査商店街基本類型

### (1) 地区別商店街数構成比

本調査の回答商店街の地区別構成は、「横浜地区」（34.8%）が最も割合が高く、次いで「川崎地区」（20.3%）、「湘南地区」（17.8%）、「県央地区」（13.9%）、「横須賀・三浦地区」（7.8%）、「県西地区」（5.3%）の順になっています。

【図 I-1-1】地区別商店街数構成比



【表 I-1-1】地区別商店街数構成比（単一回答）

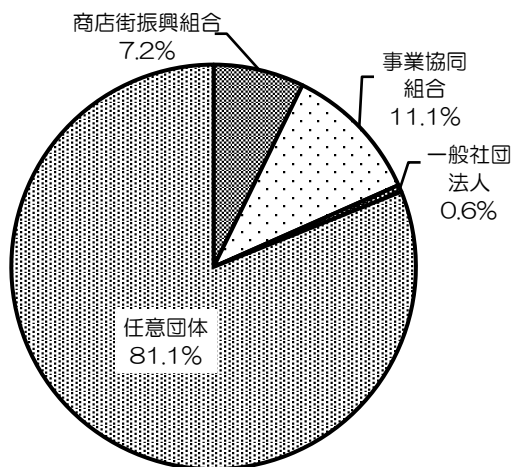
n=359

地区	商店街数	構成比
①横浜地区	125	34.8%
②川崎地区	73	20.3%
③横須賀・三浦地区	28	7.8%
④県央地区	50	13.9%
⑤湘南地区	64	17.8%
⑥県西地区	19	5.3%
合計	359	100.0%

### (2) 商店街組織形態別構成比

本調査における商店街の組織形態別の構成比は、「任意団体」（81.1%）が全体の8割を超えていました。次いで「事業協同組合」（11.1%）、「商店街振興組合」（7.2%）の順で、「一般社団法人」は2商店街（0.6%）でした。

【図 I-1-2】商店街組織形態別構成比



【表 I-1-2】商店街組織形態別構成比（単一回答）

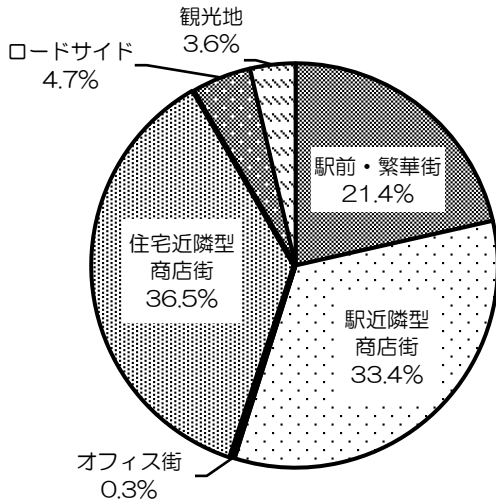
n=359

組織形態	商店街数	構成比
①商店街振興組合	26	7.2%
②事業協同組合	40	11.1%
③一般社団法人	2	0.6%
④任意団体	291	81.1%
合計	359	100.0%

### (3) 商店街立地環境別構成比

本調査の回答商店街の立地環境別の構成比は、「住宅近隣型商店街」(36.5%)、「駅近隣型商店街」(33.4%)の割合が高く、この2つのタイプを合わせると約7割となっています。次いで「駅前・繁華街」(21.4%)、「ロードサイド」(4.7%)、「観光地」(3.6%)の順になっています。「オフィス街」は1商店街(0.3%)でした。

【図 I-1-3】商店街立地環境別構成比



【表 I-1-3】商店街立地環境別構成比(単一回答)

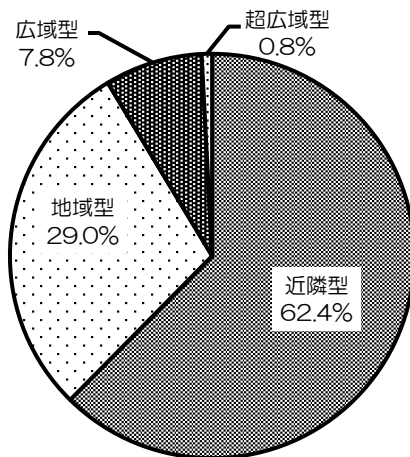
n=359

立地環境	商店街数	構成比
①駅前・繁華街	77	21.4%
②駅近隣型商店街	120	33.4%
③オフィス街	1	0.3%
④住宅近隣型商店街	131	36.5%
⑤ロードサイド	17	4.7%
⑥観光地	13	3.6%
合計	359	100.0%

### (4) 商店街タイプ別構成比

本調査における商店街タイプの構成比は、「近隣型」(62.4%)が6割を超えていました。次いで「地域型」(29.0%)、「広域型」(7.8%)の順になっていて、「超広域型」は3商店街(0.8%)でした。

【図 I-1-4】商店街タイプ別構成比



【表 I-1-4】商店街タイプ別構成比(単一回答)

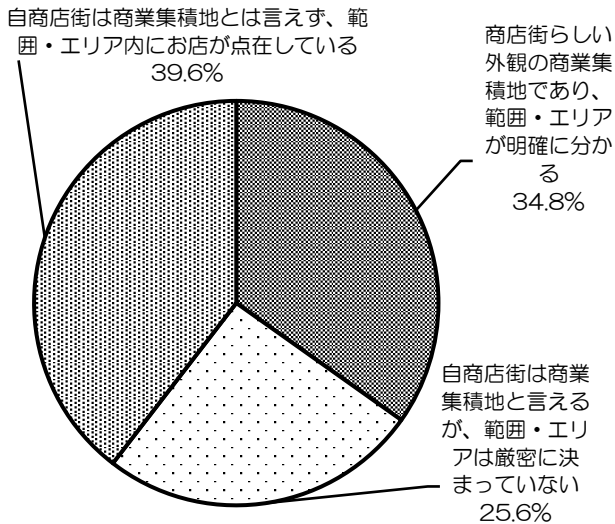
n=359

商店街タイプ	商店街数	構成比
①近隣型	224	62.4%
②地域型	104	29.0%
③広域型	28	7.8%
④超広域型	3	0.8%
合計	359	100.0%

## (5) 商店街の集積度合

本調査における商店街の集積度合（商業集積地の体を、どの程度なしているか）のグループ別の構成比は、最も割合が高いのが「商業集積地とは言えず、範囲・エリア内にお店が点在している」もの（39.6%）、次いで割合が高いのが「商店街らしい外観の商業集積地で、範囲・エリアが明確に分かる」ものでした（34.8%）。

【図 I-1-5】 商店街の集積度合



【表 I-1-5】 商店街の集積度合（単一回答）

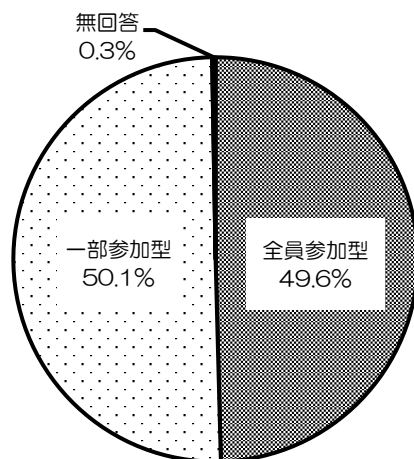
n=359

商店街の集積度合	商店街数	構成比
①商店街らしい外観の商業集積地であり、範囲・エリアが明確に分かる	125	34.8%
②自商店街は商業集積地と言えるが、範囲・エリアは厳密に決まっていない	92	25.6%
③自商店街は商業集積地とは言えず、範囲・エリア内にお店が点在している	142	39.6%
合計	359	100.0%

## (6) 会員対象店舗

本調査における会員対象店舗について、商店街のエリアの店舗が原則全て参加の全員参加型の商店街と、賛同する店舗のみ参加の一部参加型の商店街が、ほぼ半分の割合でした。

【図 I-1-6】 会員対象店舗



【表 I-1-6】 会員対象店舗（単一回答）

n=359

会員対象店舗	商店街数	構成比
①全員参加型(範囲・エリア内に立地するお店は、原則として会員)	178	49.6%
②一部参加型(「実行委員会」のように、会の事業に賛同する一部のお店のみが会員)	180	50.1%
③無回答	1	0.3%
合計	359	100.0%



## II. 商店街の景況感

### 1. 商店街の最近の景況感

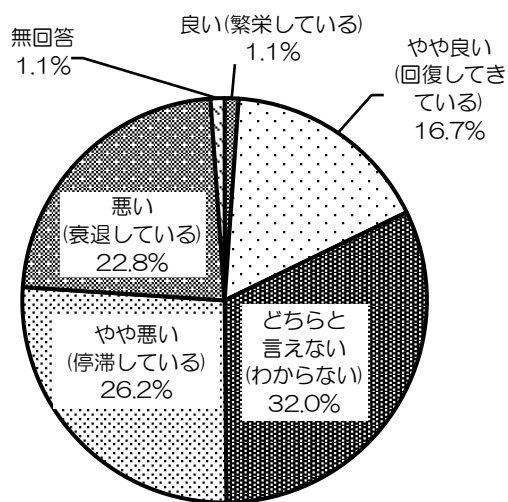
#### (1) 商店街の景況感

本年度調査（令和5年度）における最近の景況感をみると、「どちらとも言えない」が32.0%と最も多く、前回調査（平成30年度）の29.7%と比べて2.3ポイント上昇しています。また、「やや悪い」（26.2%）の割合は前回に比べて低下してはいるものの、依然として4分の1強を占めています。

さらに、景況感が厳しい商店街（「やや悪い」と「悪い」の合計）の割合（49.0%）が、景況感が比較的良い商店街（「良い」と「やや良い」の合計）の割合（17.8%）を31.2ポイント上回っています。

以上のことから、全体的に依然として、景況感が厳しいという結果となっていますが、コロナ禍の状況が本年度調査の回答に影響を与えたことも考えられるため、留意する必要があります。

【図Ⅱ-1-1】商店街の景況感



【表Ⅱ-1-1】商店街の景況感（単一回答）

最近の景況感	n=359		n=330	
	令和5年度		平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①良い(繁栄している)	4	1.1%	5	1.5%
②やや良い(回復してきている)	60	16.7%	22	6.7%
③どちらとも言えない(わからない)	115	32.0%	98	29.7%
④やや悪い(停滞している)	94	26.2%	125	37.9%
⑤悪い(衰退している)	82	22.8%	79	23.9%
⑥無回答	4	1.1%	1	0.3%
合計	359	100.0%	330	100.0%

#### (2) 地区別の商店街の景況感

商店街の景況感を地区別にみると、景況感が厳しい商店街（「悪い」と「やや悪い」の合計、以下同じ）の割合について、「横浜地区」（50.4%）、「県央地区」（52.0%）及び「湘南地区」（62.5%）が県全体（49.0%）を上回り、最も低かったのは「県西地区」（31.6%）でした。一方で、景況感が比較的良い商店街（「良い」と「やや良い」の合計、以下同じ）の割合について、「川崎地区」（21.9%）、「横須賀・三浦地区」（28.6%）及び「県西地区」（26.3%）が県全体（17.8%）を上回り、最も割合が低かったのは「湘南地区」（12.5%）でした。

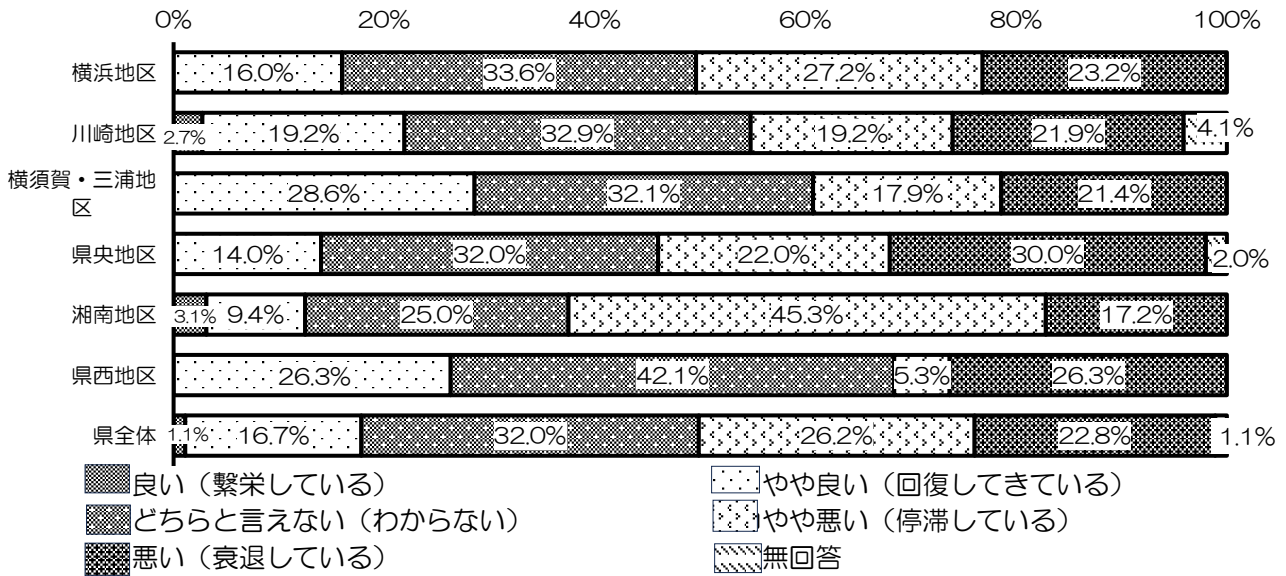
景況感の明暗の差（「景況感が厳しい商店街（%）」－「景況感が比較的良い商店街（%）」）は、横浜地区（34.4ポイント）、県央地区（38.0ポイント）及び湘南地区（50.0ポイント）で県全体（31.2ポイント）を上回っています。

【表Ⅱ-1-2】地区別の商店街の景況感

最近の景況感	地区	県全体		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
①良い(繁栄している)		4	1.1%	0	0.0%	2	2.7%	0	0.0%
②やや良い(回復してきている)		60	16.7%	20	16.0%	14	19.2%	8	28.6%
③どちらとも言えない(わからない)		115	32.0%	42	33.6%	24	32.9%	9	32.1%
④やや悪い(停滞している)		94	26.2%	34	27.2%	14	19.2%	5	17.9%
⑤悪い(衰退している)		82	22.8%	29	23.2%	16	21.9%	6	21.4%
⑥無回答		4	1.1%	0	0.0%	3	4.1%	0	0.0%
合計		359	100.0%	125	100.0%	73	100.0%	28	100.0%

最近の景況感	地区	県央地区		湘南地区		県西地区	
		商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①良い(繁栄している)		0	0.0%	2	3.1%	0	0.0%
②やや良い(回復してきている)		7	14.0%	6	9.4%	5	26.3%
③どちらとも言えない(わからない)		16	32.0%	16	25.0%	8	42.1%
④やや悪い(停滞している)		11	22.0%	29	45.3%	1	5.3%
⑤悪い(衰退している)		15	30.0%	11	17.2%	5	26.3%
⑥無回答		1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計		50	100.0%	64	100.0%	19	100.0%

【図Ⅱ-1-2】地区別の商店街の景況感



## 2. 今後の活性化の見通し

### (1) 今後の活性化の見通し

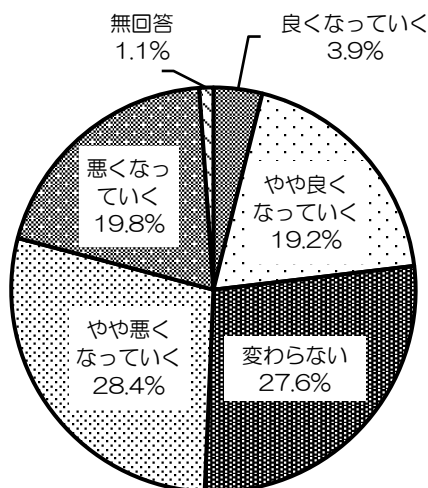
本年度調査（令和5年度）では、今後の活性化の見通しについて、「やや悪くなっていく」（28.4%）が一番多く、次いで「変わらない」（27.6%）が多くなっています。

悲観的見通し（【表Ⅱ-2-1】④「やや悪くなっていく」と⑤「悪くなっていく」の合計、以下同じ）の割合は48.2%、楽観的見通し（【表Ⅱ-2-1】①「良くなっていく」と②「やや良くなっていく」の合計、以下同じ）の割合は23.1%で、悲観的見通しが楽観的見通しを25.1ポイント上回っています。

また、「変わらない」の割合は本年度調査では27.6%で、前回調査の34.2%と比べると6.6ポイント低下しており、各商店街の良い・悪いの見通しがよりはっきりしています。

なお、前回調査との比較については、コロナ禍の状況が回答に影響を与えたことも考えられるため、留意する必要があります。

【図Ⅱ-2-1】今後の活性化の見通し



【表Ⅱ-2-1】今後の活性化の見通し（単一回答）

活性化の見通し	n=359 令和5年度		n=330 平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①良くなっていく	14	3.9%	7	2.1%
②やや良くなっていく	69	19.2%	48	14.5%
③変わらない	99	27.6%	113	34.2%
④やや悪くなっていく	102	28.4%	91	27.6%
⑤悪くなっていく	71	19.8%	68	20.6%
⑥無回答	4	1.1%	3	0.9%
合計	359	100.0%	330	100.0%

### (2) 地区別の今後の活性化の見通し

地区別に見ると、悲観的見通し（【表Ⅱ-2-2】④「やや悪くなっていく」と⑤「悪くなっていく」の合計、以下同じ）の割合は、「県央地区」（56.0%）及び「湘南地区」（57.8%）で県全体（48.2%）を上回り、「県西地区」（36.9%）が最も低い割合でした。

一方で、楽観的見通し（【表Ⅱ-2-2】①「良くなっていく」と②「やや良くなっていく」の合計、以下同じ）の割合について、「横浜地区」（26.4%）、「横須賀・三浦地区」（39.3%）及び「県西地区」（31.6%）が県全体（23.1%）を上回り、最も低いのが「県央地区」（14.0%）でした。

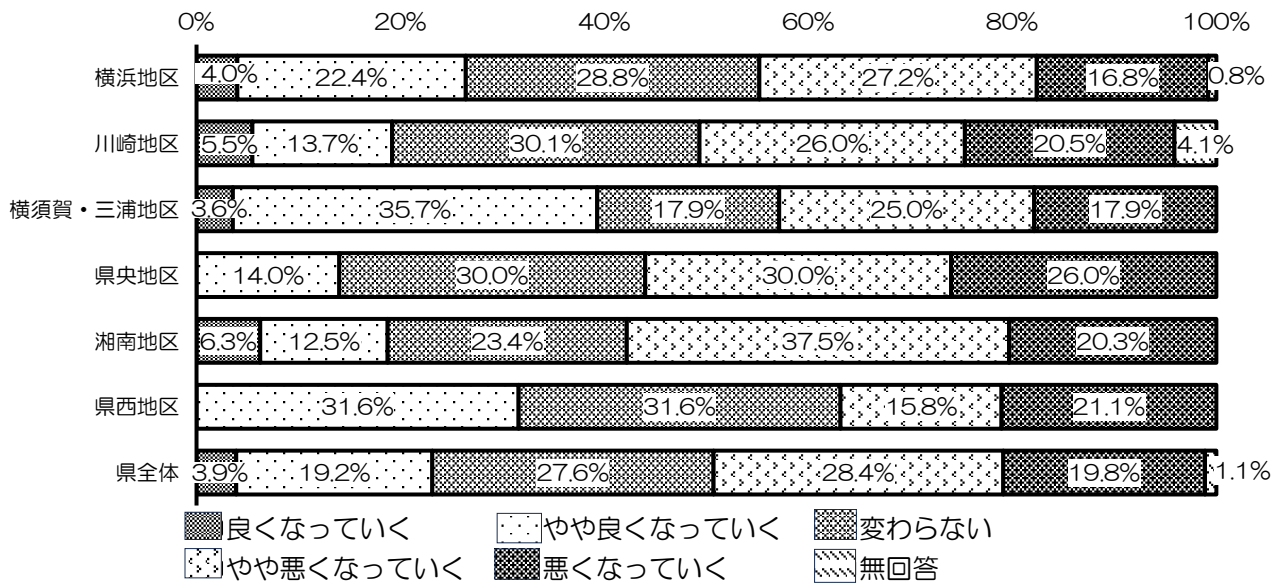
悲観的見通しと楽観的見通しの割合の差は、「川崎地区」（27.3ポイント）、「県央地区」（42.0ポイント）及び「湘南地区」（39.0ポイント）が県全体（25.1ポイント）を上回っています。

【表Ⅱ-2-2】地区別の今後の活性化の見通し

活性化の見通し	県全体		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
①良くなっていく	14	3.9%	5	4.0%	4	5.5%	1	3.6%
②やや良くなっていく	69	19.2%	28	22.4%	10	13.7%	10	35.7%
③変わらない	99	27.6%	36	28.8%	22	30.1%	5	17.9%
④やや悪くなっていく	102	28.4%	34	27.2%	19	26.0%	7	25.0%
⑤悪くなっていく	71	19.8%	21	16.8%	15	20.5%	5	17.9%
⑥無回答	4	1.1%	1	0.8%	3	4.1%	0	0.0%
合計	359	100.0%	125	100.0%	73	100.0%	28	100.0%

活性化の見通し	県央地区		湘南地区		県西地区	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①良くなっていく	0	0.0%	4	6.3%	0	0.0%
②やや良くなっていく	7	14.0%	8	12.5%	6	31.6%
③変わらない	15	30.0%	15	23.4%	6	31.6%
④やや悪くなっていく	15	30.0%	24	37.5%	3	15.8%
⑤悪くなっていく	13	26.0%	13	20.3%	4	21.1%
⑥無回答	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	50	100.0%	64	100.0%	19	100.0%

【図Ⅱ-2-2】地区別の今後の活性化の見通し

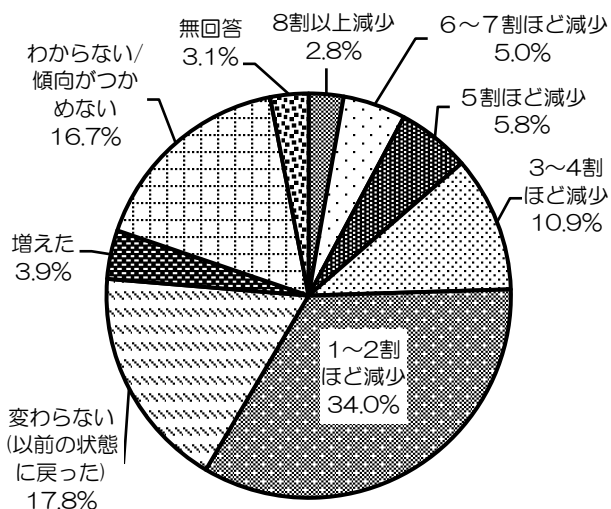


### 3. 普段の人出の変化（コロナ禍前と比較して）

#### （1）コロナ禍前後の商店街の人出の変化

コロナ禍の前後で、普段の人出が大なり小なり減少した商店街（【表Ⅱ-3-1】①～⑤の合計）の割合が58.5%と、コロナ禍の負の影響が、約6割の商店街に残っていました。中でも状況がより深刻な、3割以上減少した商店街（【表Ⅱ-3-1】①～④の合計）の割合は24.5%と約4分の1を占めています。一方で、「変わらない（以前の状態に戻った）」と回答した商店街は17.8%でした。依然として、大半の商店街でコロナ禍前の人出に戻っていないのが現状です。

【図Ⅱ-3-1】 コロナ禍前後の商店街の人出の変化



【表Ⅱ-3-1】 コロナ禍前後の商店街の人出の変化

（単一回答）

n=359

コロナ禍前後の人出の変化	商店街数	構成比
① 8割以上減少	10	2.8%
② 6~7割ほど減少	18	5.0%
③ 5割ほど減少	21	5.8%
④ 3~4割ほど減少	39	10.9%
⑤ 1~2割ほど減少	122	34.0%
⑥ 変わらない(以前の状態に戻った)	64	17.8%
⑦ 増えた	14	3.9%
⑧ わからない/傾向がつかめない	60	16.7%
⑨ 無回答	11	3.1%
合計	359	100.0%

#### （2）地区別のコロナ禍前後の商店街の人出

コロナ禍前と比較して、普段の人出が大なり小なり減少した商店街（【表Ⅱ-3-2】①～⑤の合計）は、「横浜地区」（63.2%）、「湘南地区」（64.0%）及び「県西地区」（68.4%）で県全体（58.5%）を上回り、最も低かったのが「県央地区」（44.0%）でした。

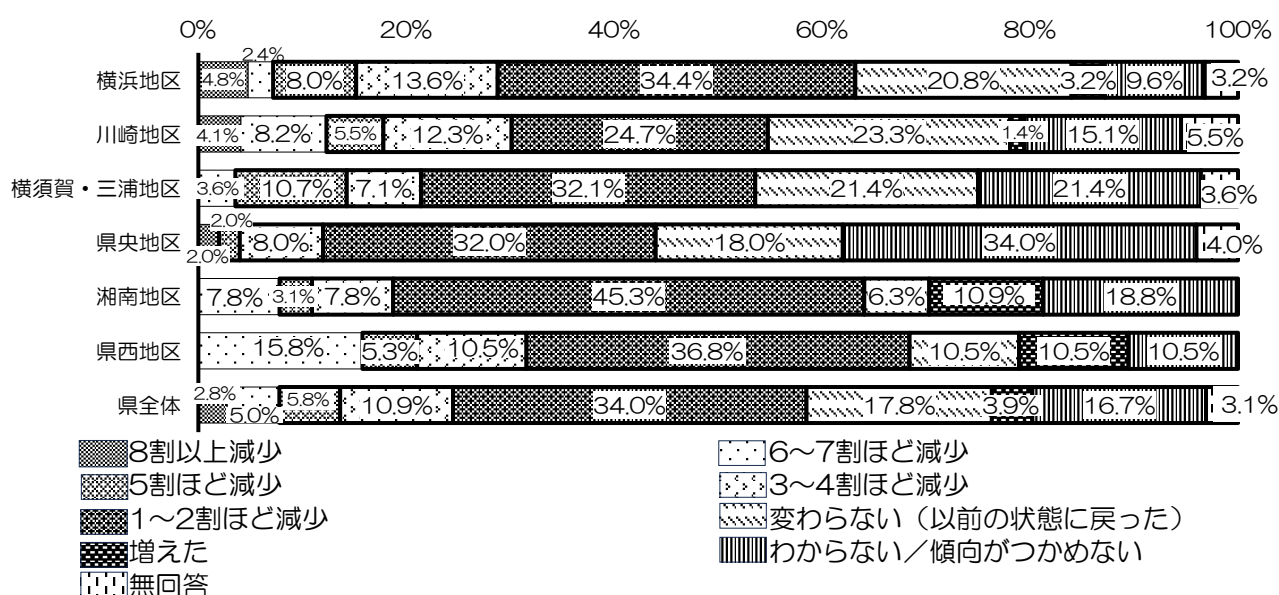
中でも状況がより深刻な、人出が3割以上減少した商店街（【表Ⅱ-3-2】①～④の合計）の割合は、「横浜地区」（28.8%）、「川崎地区」（30.1%）及び「県西地区」（31.6%）で県全体（24.5%）を上回り、最も低かったのは「県央地区」（12.0%）でした。

【表Ⅱ-3-2】地区別のコロナ禍前後の人出の変化

地区	県全体		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
①8割以上減少	10	2.8%	6	4.8%	3	4.1%	0	0.0%
②6～7割ほど減少	18	5.0%	3	2.4%	6	8.2%	1	3.6%
③5割ほど減少	21	5.8%	10	8.0%	4	5.5%	3	10.7%
④3～4割ほど減少	39	10.9%	17	13.6%	9	12.3%	2	7.1%
⑤1～2割ほど減少	122	34.0%	43	34.4%	18	24.7%	9	32.1%
⑥変わらない(以前の状態に戻った)	64	17.8%	26	20.8%	17	23.3%	6	21.4%
⑦増えた	14	3.9%	4	3.2%	1	1.4%	0	0.0%
⑧わからない/傾向がつかめない	60	16.7%	12	9.6%	11	15.1%	6	21.4%
⑨無回答	11	3.1%	4	3.2%	4	5.5%	1	3.6%
合計	359	100.0%	125	100.0%	73	100.0%	28	100.0%

地区	県央地区		湘南地区		県西地区	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①8割以上減少	1	2.0%	0	0.0%	0	0.0%
②6～7割ほど減少	0	0.0%	5	7.8%	3	15.8%
③5割ほど減少	1	2.0%	2	3.1%	1	5.3%
④3～4割ほど減少	4	8.0%	5	7.8%	2	10.5%
⑤1～2割ほど減少	16	32.0%	29	45.3%	7	36.8%
⑥変わらない(以前の状態に戻った)	9	18.0%	4	6.3%	2	10.5%
⑦増えた	0	0.0%	7	10.9%	2	10.5%
⑧わからない/傾向がつかめない	17	34.0%	12	18.8%	2	10.5%
⑨無回答	2	4.0%	0	0.0%	0	0.0%
合計	50	100.0%	64	100.0%	19	100.0%

【図Ⅱ-3-2】地区別のコロナ禍前後の人出の変化



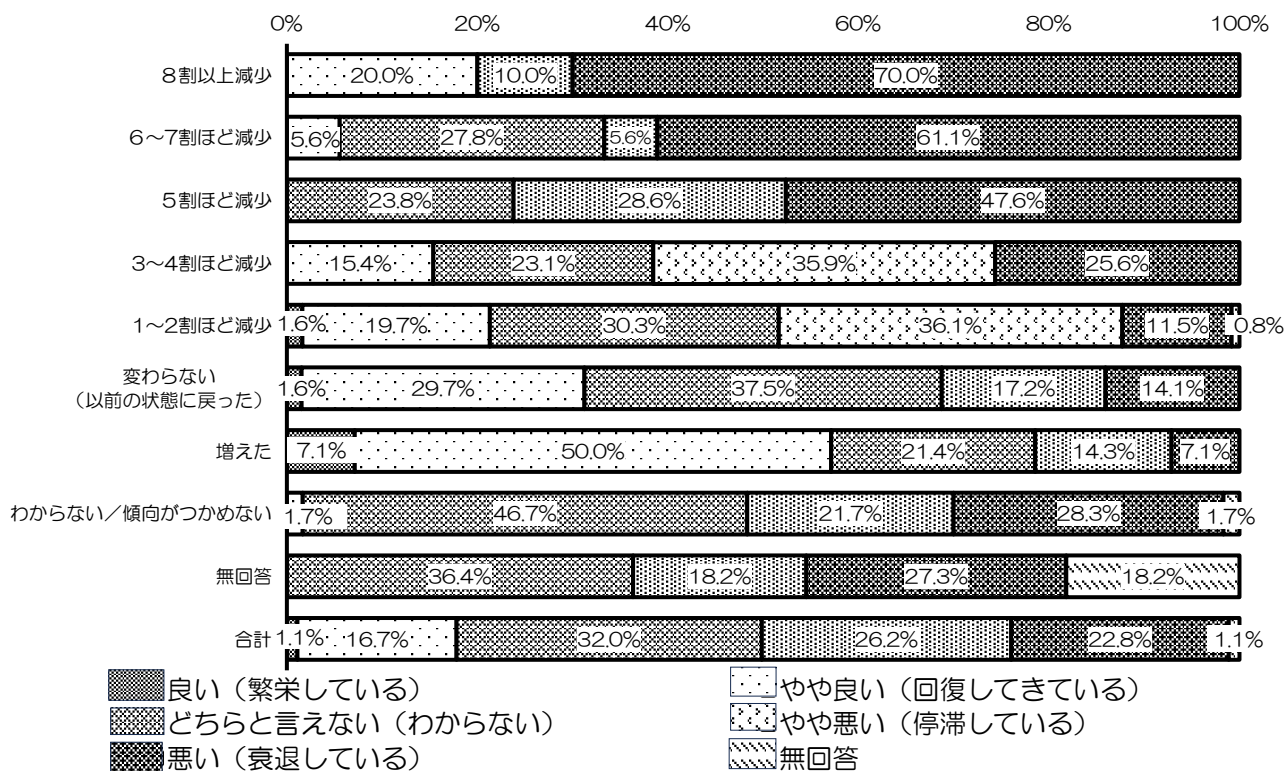
### (3) コロナ禍前後の商店街の人出の変化が景況感に及ぼす影響

コロナ禍前後の人出の変化の区別と、商店街の最近の景況感の関係を調べると、人出の減少割合が高くなるにつれて、景況感の分布が悪い方向にシフトする傾向があります。

【表Ⅱ-3-3】 コロナ禍前後の商店街の人出の変化が、景況感に及ぼす影響

		最近の景況感						合計
		①良い (繁栄している)	②やや良い (回復してきている)	③どちらとも言えない (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)	⑥無回答	
コロナ禍前後の人出の変化	①8割以上減少	0	2	0	1	7	0	10
	②6～7割ほど減少	0	1	5	1	11	0	18
	③5割ほど減少	0	0	5	6	10	0	21
	④3～4割ほど減少	0	6	9	14	10	0	39
	⑤1～2割ほど減少	2	24	37	44	14	1	122
	⑥変わらない(以前の状態に戻った)	1	19	24	11	9	0	64
	⑦増えた	1	7	3	2	1	0	14
	⑧わからない/傾向がつかめない	0	1	28	13	17	1	60
	⑨無回答	0	0	4	2	3	2	11
	合計	4	60	115	94	82	4	359

【図Ⅱ-3-3】 コロナ禍の商店街の人出の変化が、景況感に及ぼす影響



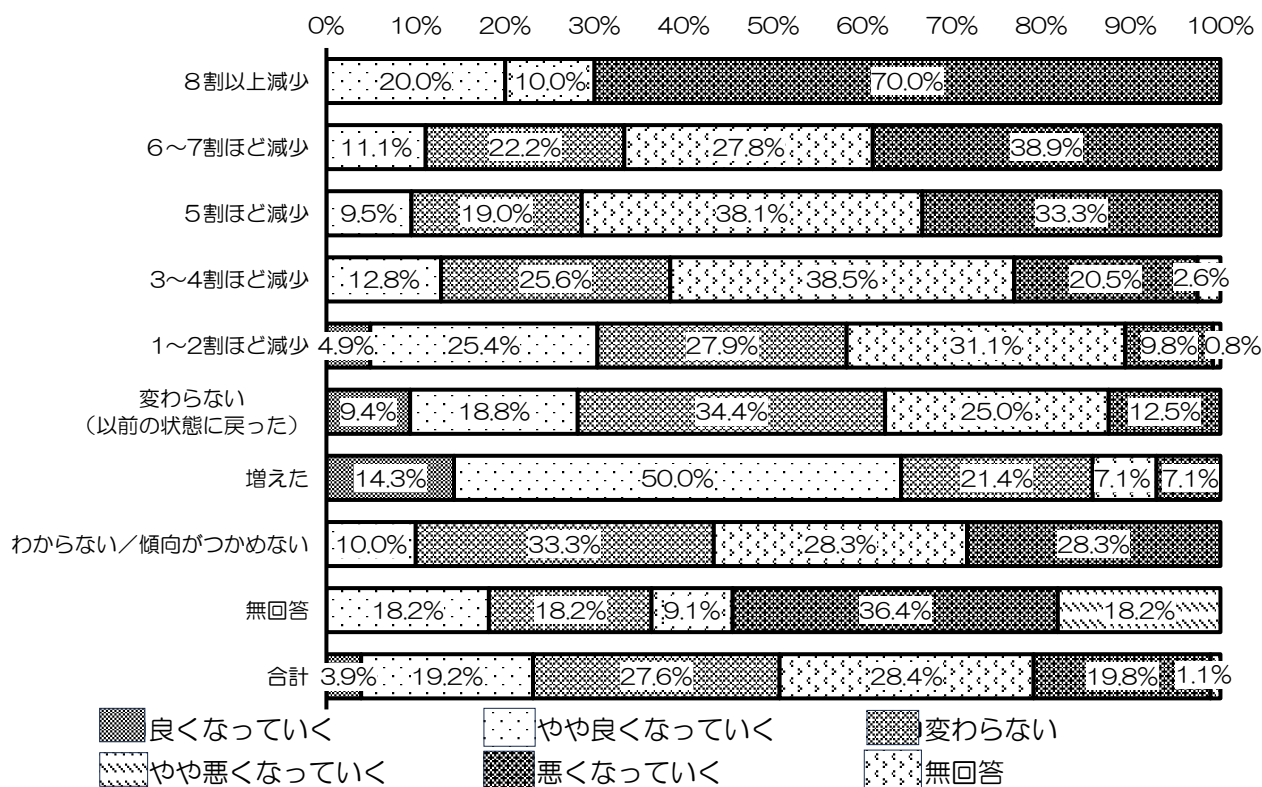
#### (4) コロナ禍前後の人出の変化が今後の活性化の見通しに及ぼす影響

コロナ禍前後の人出の変化の区別に、今後の活性化の見通しの分布を調べると、人出の減少割合が高い商店街ほど今後の活性化の見通しが悲観的な方向にシフトする傾向があります。

【表Ⅱ-3-4】 コロナ禍前後の人出の変化が今後の活性化の見通しに及ぼす影響

		活性化の見通し						合計
		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	無回答	
コ ロ ナ 禍 前 後 の 人 出 の 変 化	①8割以上減少	0	2	0	1	7	0	10
	②6～7割ほど減少	0	2	4	5	7	0	18
	③5割ほど減少	0	2	4	8	7	0	21
	④3～4割ほど減少	0	5	10	15	8	1	39
	⑤1～2割ほど減少	6	31	34	38	12	1	122
	⑥変わらない（以前の 状態に戻った）	6	12	22	16	8	0	64
	⑦増えた	2	7	3	1	1	0	14
	⑧わからない／傾向が つかめない	0	6	20	17	17	0	60
	⑨無回答	0	2	2	1	4	2	11
	合計	14	69	99	102	71	4	359

【図Ⅱ-3-4】 コロナ禍前後の人出の変化が今後の活性化の見通しに及ぼす影響





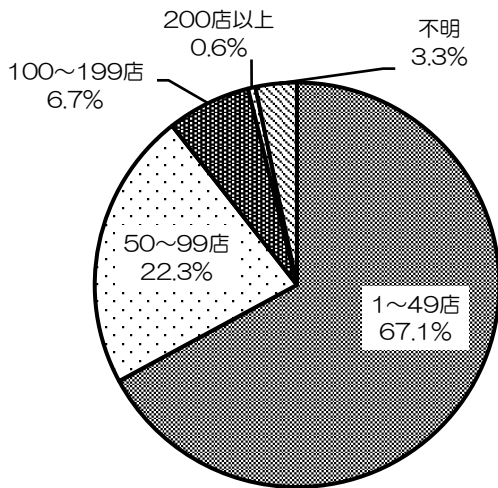
### Ⅲ. 商店街会員の加入状況

#### 1. 商店街の規模

##### (1) 商店街の会員店舗数

商店街の会員店舗数別構成比を見てみると、「1～49店」の商店街の構成比は67.1%で過半数を超えています。ついで多いのは「50～99店」で22.3%、100店未満の商店街は合計すると89.4%を占めています。

【図Ⅲ-1-1】商店街の会員店舗数



【表Ⅲ-1-1】商店街の会員店舗数

会員店舗数	n=359		n=330	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①1～49店	241	67.1%	180	54.5%
②50～99店	80	22.3%	97	29.4%
③100～199店	24	6.7%	44	13.3%
④200店～	2	0.6%	9	2.7%
⑤不明	12	3.3%	0	0.0%
合計	359	100.0%	330	100.0%
平均	41.7		61.2	

※平成30年度の商店街数は総店舗数で振り分け、令和5年度の商店街数は、会員店舗数で振り分けてあります。

※平均＝全会員店舗数14,478÷商店街数（不明を除く）347

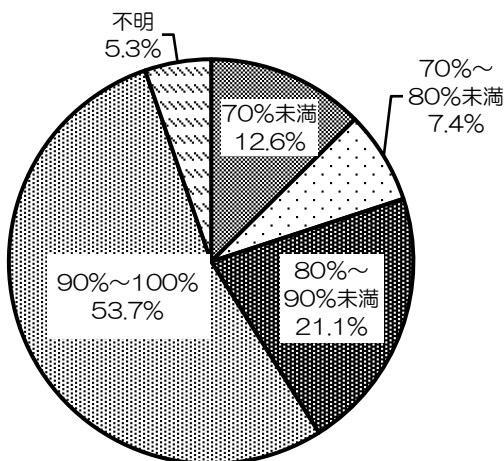
##### (2) 商店街への加入率

年々多様化する商店街の形態に合わせて加入率を計算するため、商店街の現況について「商店街らしい外観の商業集積地であり範囲、エリアが明確に分かる」と回答し、且つ会員対象店舗は「全員参加型」として回答した商店街のみを抽出して、集計しました。加入率が90～100%の商店街が53.7%を占め、続いて80%～90%未満が21.1%、70%未満が12.6%となっています。

【表Ⅲ-1-2】商店街への加入率

加入率	n=90	n=330
	令和5年度	平成30年度
	87.1%	80.4%

【図Ⅲ-1-2】商店街への加入率



加入率	全体 n=95		n=350	
	令和5年度	構成比	平成28年度	構成比
①70%未満	12	12.6%	51	14.6%
②70%～80%未満	7	7.4%	31	8.9%
③80%～90%未満	20	21.1%	59	16.9%
④90%～100%	51	53.7%	191	54.6%
⑤不明	5	5.3%	18	5.1%
合計	95	100.0%	350	100.0%

※平成28年度の商店街数は総会員店舗数で振り分け、

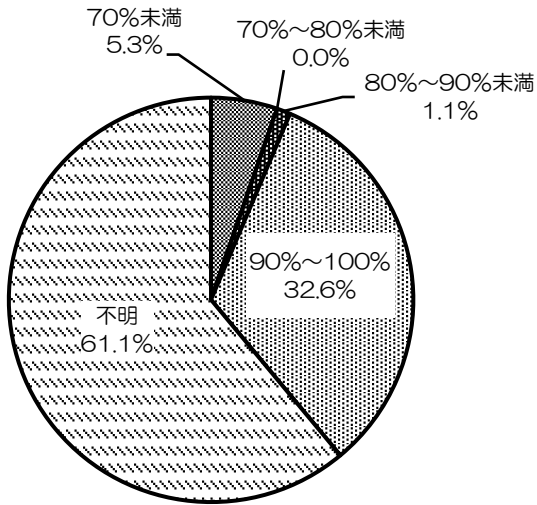
令和5年度の商店街数は、会員店舗数のうち、

商店街の集積度合＝1 かつ 会員対象店舗＝1 の商店街

※平成30年度の加入率は、県内全域を一つの集集体として算出

(加入店舗数＋賛助会員数) ÷ (加入店舗数＋未加入店舗数＋賛助会員数)

【図Ⅲ-1-3】大型店の加入率構成比



【表Ⅲ-1-3】大型店の加入率構成比

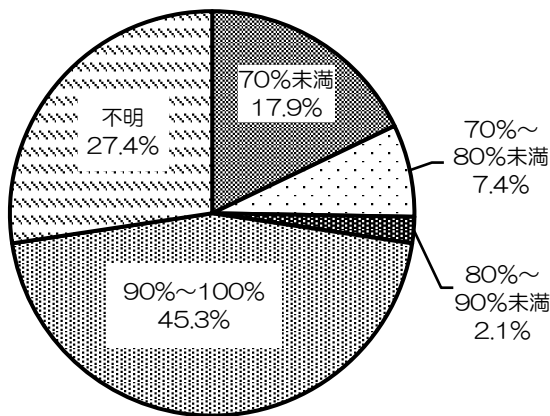
加入率	令和5年度	
	商店街数	構成比
①70%未満	5	5.3%
②70%~80%未満	0	0.0%
③80%~90%未満	1	1.1%
④90%~100%	31	32.6%
⑤不明	58	61.1%
合計	95	100.0%

加入率の平均は、90.5% (n=37)

※商店街数は、

商店街の集積度合=1 かつ 会員対象店舗=1 の商店街の会員店舗数のうち、大型店を集計。

【図Ⅲ-1-4】チェーン店の加入率構成比



【表Ⅲ-1-4】チェーン店の加入率構成比

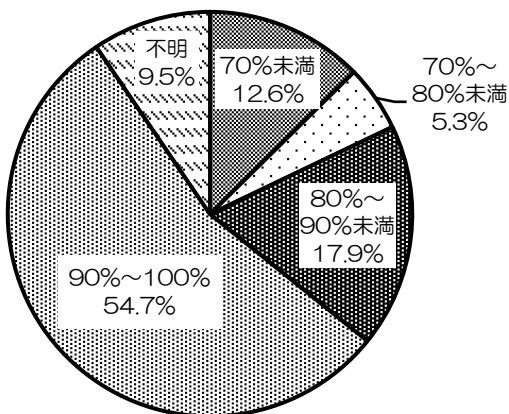
加入率	令和5年度	
	商店街数	構成比
①70%未満	17	17.9%
②70%~80%未満	7	7.4%
③80%~90%未満	2	2.1%
④90%~100%	43	45.3%
⑤不明	26	27.4%
合計	95	100.0%

加入率の平均は、80.3% (n=69)

※商店街数は、

商店街の集積度合=1 かつ 会員対象店舗=1 の商店街の会員店舗数のうち、チェーン店を集計。

【図Ⅲ-1-5】一般店の加入率構成比



【表Ⅲ-1-5】一般店の加入率構成比

加入率	令和5年度	
	商店街数	構成比
①70%未満	12	12.6%
②70%~80%未満	5	5.3%
③80%~90%未満	17	17.9%
④90%~100%	52	54.7%
⑤不明	9	9.5%
合計	95	100.0%

加入率の平均は、87.9% (n=86)

※商店街数は、

商店街の集積度合=1 かつ 会員対象店舗=1 の商店街の会員店舗数のうち、一般店を集計。

## 2. 地域別加入状況

※令和5年度は、全店舗数の回答が少ない為加入率が100%を超えてしまうものは値を記載していない。

※商店街数は左側が令和5年度、右側が平成30年度で、各調査の有効回答数を示している。

市町村名	店舗業態	令和5年度			平成30年度				
		全店舗数	加入店数	加入率	全店舗数	正会員		賛助会員含む	
						加入店数	加入率	加入店数	加入率
横浜市 商店街数 125/146	大型店	253	197	77.9%	150	75	50.0%	114	76.0%
	チェーン店	1,026	670	65.3%	836	557	66.6%	640	76.6%
	一般店	6,750	4,660	69.0%	7,530	5,853	77.7%	6,420	85.3%
	合計	8,029	5,527	68.8%	8,516	6,485	76.2%	7,174	84.2%
川崎市 商店街数 73/42	大型店	106	75	70.8%	29	15	51.7%	22	75.9%
	チェーン店	587	373	63.5%	376	310	82.4%	324	86.2%
	一般店	2,835	2,407	84.9%	2,274	1,692	74.4%	1,769	77.8%
	合計	3,528	2,855	80.9%	2,679	2,017	75.3%	2,115	78.9%
相模原市 商店街数 20/13	大型店	21	10	47.6%	21	13	61.9%	15	71.4%
	チェーン店	104	45	43.3%	76	42	55.3%	53	69.7%
	一般店	1,174	639	54.4%	758	520	68.6%	604	79.7%
	合計	1,299	694	53.4%	855	575	67.3%	672	78.6%
横須賀市 商店街数 20/13	大型店	18	10	55.6%	69	62	89.9%	66	95.7%
	チェーン店	149	102	68.5%	101	81	80.2%	88	87.1%
	一般店	1,354	963	71.1%	1,233	893	72.4%	1,010	81.9%
	合計	1,521	1,075	70.7%	1,403	1,036	73.8%	1,164	83.0%
平塚市 商店街数 18/16	大型店	5	1	20.0%	15	9	60.0%	9	60.0%
	チェーン店	76	49	64.5%	89	60	67.4%	65	73.0%
	一般店	448	360	80.4%	661	527	79.7%	551	83.4%
	合計	529	410	77.5%	765	596	77.9%	625	81.7%
藤沢市 商店街数 20/25	大型店	10	6	60.0%	24	13	54.2%	17	70.8%
	チェーン店	90	45	50.0%	165	118	71.5%	127	77.0%
	一般店	1,697	909	53.6%	1,869	1,177	63.0%	1,241	66.4%
	合計	1,797	960	53.4%	2,058	1,308	63.6%	1,385	67.3%
小田原市 商店街数 11/8	大型店	8	2	25.0%	2	2	100.0%	2	100.0%
	チェーン店	15	11	73.3%	18	18	100.0%	18	100.0%
	一般店	594	437	73.6%	345	326	94.5%	326	94.5%
	合計	617	450	72.9%	365	346	94.8%	346	94.8%
茅ヶ崎市 商店街数 11/5	大型店	7	2	28.6%	1	0	0.0%	1	100.0%
	チェーン店	47	16	34.0%	63	60	95.2%	62	98.4%
	一般店	701	520	74.2%	374	298	79.7%	302	80.7%
	合計	755	538	71.3%	438	358	81.7%	365	83.3%
逗子市 商店街数 5/4	大型店	2	2	100.0%	2	1	50.0%	1	50.0%
	チェーン店	35	28	80.0%	20	18	90.0%	18	90.0%
	一般店	326	260	79.8%	219	204	93.2%	210	95.9%
	合計	363	290	79.9%	241	223	92.5%	229	95.0%

市町村名	店舗業態	令和5年度			平成30年度				
		全店舗数	加入店数	加入率	全店舗数	正会員		賛助会員含む	
						加入店数	加入率	加入店数	加入率
三浦市 商店街数 3/3	大型店	1	0	0.0%	1	0	0.0%	1	100.0%
	チェーン店	1	0	0.0%	1	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	127	103	81.1%	132	124	93.9%	125	94.7%
	合計	129	103	79.8%	134	124	92.5%	126	94.0%
秦野市 商店街数 9/8	大型店	4	3	75.0%	4	3	75.0%	3	75.0%
	チェーン店	17	10	58.8%	15	8	53.3%	8	53.3%
	一般店	455	332	73.0%	445	308	69.2%	327	73.5%
	合計	476	345	72.5%	464	319	68.8%	338	72.8%
厚木市 商店街数 6/8	大型店	9	3	33.3%	12	7	58.3%	9	75.0%
	チェーン店	105	22	21.0%	38	27	71.1%	29	76.3%
	一般店	198	165	83.3%	418	336	80.4%	342	81.8%
	合計	312	190	60.9%	468	370	79.1%	380	81.2%
大和市 商店街数 8/10	大型店	7	2	28.6%	7	3	42.9%	3	42.9%
	チェーン店	24	14	58.3%	36	24	66.7%	26	72.2%
	一般店	176	109	61.9%	377	221	58.6%	266	70.6%
	合計	207	125	60.4%	420	248	59.0%	295	70.2%
伊勢原市 商店街数 3/3	大型店	8	1	12.5%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	17	9	52.9%	15	12	80.0%	12	80.0%
	一般店	377	178	47.2%	196	170	86.7%	170	86.7%
	合計	402	188	46.8%	211	182	86.3%	182	86.3%
海老名市 商店街数 4/4	大型店	2	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	27	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	674	75	11.1%	183	183	100.0%	183	100.0%
	合計	703	75	10.7%	183	183	100.0%	183	100.0%
座間市 商店街数 8/8	大型店	7	2	28.6%	13	6	46.2%	6	46.2%
	チェーン店	42	11	26.2%	34	10	29.4%	13	38.2%
	一般店	356	247	69.4%	329	253	76.9%	262	79.6%
	合計	405	260	64.2%	376	269	71.5%	281	74.7%
南足柄市 商店街数 0/1	大型店	-	-	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	-	-	-	4	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	-	-	-	30	7	23.3%	7	23.3%
	合計	-	-	-	34	7	20.6%	7	20.6%
綾瀬市 商店街数 2/1	大型店	1	1	100.0%	1	1	100.0%	1	100.0%
	チェーン店	6	2	33.3%	4	2	50.0%	2	50.0%
	一般店	45	35	77.8%	50	38	76.0%	38	76.0%
	合計	52	38	73.1%	55	41	74.5%	41	74.5%
葉山町 商店街数 2/3	大型店	3	3	100.0%	5	0	0.0%	4	80.0%
	チェーン店	4	2	50.0%	7	1	14.3%	3	42.9%
	一般店	155	103	66.5%	236	143	60.6%	149	63.1%
	合計	162	108	66.7%	248	144	58.1%	156	62.9%

市町村名	店舗業態	令和5年度			平成30年度				
		全店舗数	加入店数	加入率	全店舗数	正会員		賛助会員含む	
						加入店数	加入率	加入店数	加入率
寒川町 商店街数 1/0	大型店	4	2	50.0%	-	-	-	-	-
	チェーン店	20	6	30.0%	-	-	-	-	-
	一般店	-	43	-	-	-	-	-	-
	合計	24	51	-	-	-	-	-	-
二宮町 商店街数 2/3	大型店	0	0	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	3	0	0.0%	1	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	50	37	74.0%	64	54	84.4%	54	84.4%
	合計	53	37	69.8%	65	54	83.1%	54	83.1%
中井町 商店街数 0/0	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-
山北町 商店街数 0/1	大型店	-	-	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	-	-	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	-	-	-	40	31	77.5%	31	77.5%
	合計	-	-	-	40	31	77.5%	31	77.5%
箱根町 商店街数 6/1	大型店	1	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	0	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	91	134	-	16	14	87.5%	14	87.5%
	合計	92	134	-	16	14	87.5%	14	87.5%
真鶴町 商店街数 1/0	大型店	0	0	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	0	0	-	-	-	-	-	-
	一般店	5	4	80.0%	-	-	-	-	-
	合計	5	4	80.0%	-	-	-	-	-
湯河原町 商店街数 1/1	大型店	0	0	-	1	1	100.0%	1	100.0%
	チェーン店	0	0	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	5	5	100.0%	68	38	55.9%	48	70.6%
	合計	5	5	100.0%	69	39	56.5%	49	71.0%
愛川町 商店街数 2/1	大型店	1	1	100.0%	2	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	5	3	60.0%	5	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	20	12	60.0%	82	17	20.7%	22	26.8%
	合計	26	16	61.5%	89	17	19.1%	22	24.7%
清川村 商店街数 0/0	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-
総計 商店街数 359/330	大型店	478	323	67.6%	359	211	58.8%	275	76.6%
	チェーン店	2,400	1,418	59.1%	1,904	1,348	70.8%	1,488	78.2%
	一般店	18,613	12,737	68.4%	17,929	13,427	74.9%	14,471	80.7%
	合計	21,491	14,478	67.4%	20,192	14,986	74.2%	16,234	80.4%

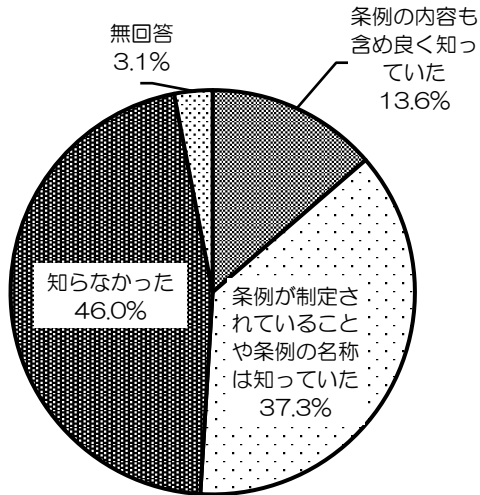
## IV. 神奈川県商店街活性化条例について

### 1. 条例の認知度

条例の認知度については、「条例が制定されていることや条例の名称は知っていた」(37.3%)、「条例の内容も含め良く知っていた」が(13.6%)と半数以上の商店街で認知されています。

なお、平成30年度の調査と比較すると、条例の認知状況は、「条例の内容も含め良く知っていた」と「条例が制定されていることや条例の名称は知っていた」を合わせた回答は、60.6%から50.9%と約10ポイント下がっています。

【図IV-1】 条例の認知度



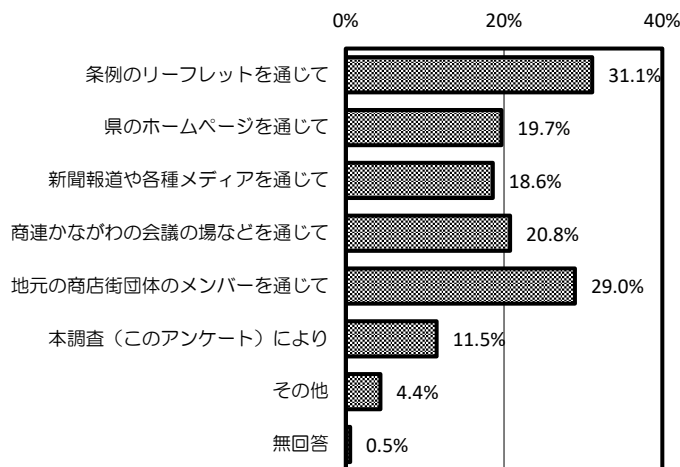
【表IV-1】 条例の認知度（単一回答）

回答	n=359		n=330	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①条例の内容も含め良く知っていた	49	13.6%	54	16.4%
②条例が制定されていることや条例の名称は知っていた	134	37.3%	146	44.2%
③知らなかった	165	46.0%	124	37.6%
④無回答	11	3.1%	6	1.8%
合計	359	100.0%	330	100.0%

### 2. 条例を知った経緯

条例を知った経緯については、「条例のリーフレットを通じて」(31.1%)が最も多く、ついで「地元の商店街団体のメンバーを通じて」(29.0%)「商連かながわの会議の場などを通じて」(20.8%)となっています。この順位は平成30年度の調査と比較しても同じですが、「条例のリーフレットを通じて」という回答は、平成30年度の44.5%から13.4ポイント低下しています。

【図IV-2】 条例を知った経緯



【表IV-2】 条例を知った経緯（複数回答）

回答	n=183		n=200	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①条例のリーフレットを通じて	57	31.1%	89	44.5%
②県のホームページを通じて	36	19.7%	24	12.0%
③新聞報道や各種メディアを通じて	34	18.6%	46	23.0%
④商連かながわの会議の場などを通じて	38	20.8%	53	26.5%
⑤地元の商店街団体のメンバーを通じて	53	29.0%	68	34.0%
⑥本調査（このアンケート）により	21	11.5%	14	7.0%
⑦その他	8	4.4%		
⑧無回答	1	0.5%	3	1.5%

※条例の認知度の問いで、「条例の内容も含め良く知っていた」「条例が制定されていることや条例の名称は知っていた」と回答した183商店街が対象。

●その他の内容

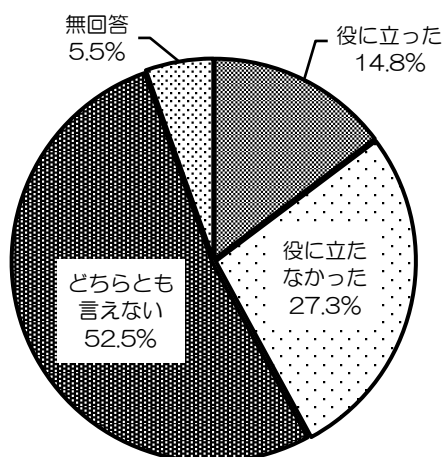
- ・商連等の発刊物で知った。
- ・行政からの情報提供や関連団体の情報で知った。

### 3. 条例が商店街の加入依頼に役立っているかどうか

「どちらとも言えない」の回答が過半数（52.5%）を占め、次いで「役に立たなかった」が27.3%とこの2つの回答で約8割を占めており、「役に立った」の回答は14.8%となっています。前回平成30年度とほぼ同様の回答となっています。

【図Ⅳ-3】 条例が商店街の加入依頼に役立っているかどうか

【表Ⅳ-3】 条例が商店街の加入依頼に役立っているかどうか  
(単一回答)



回答	n=183		n=200	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①役に立った	27	14.8%	28	14.0%
②役に立たなかった	50	27.3%	53	26.5%
③どちらとも言えない	96	52.5%	107	53.5%
④無回答	10	5.5%	12	6.0%
合計	183	100.0%	200	100.0%

※条例の認知度の問いで、「条例の内容も含め良く知っていた」「条例が制定されていることや条例の名称は知っていた」と回答した183商店街が対象。

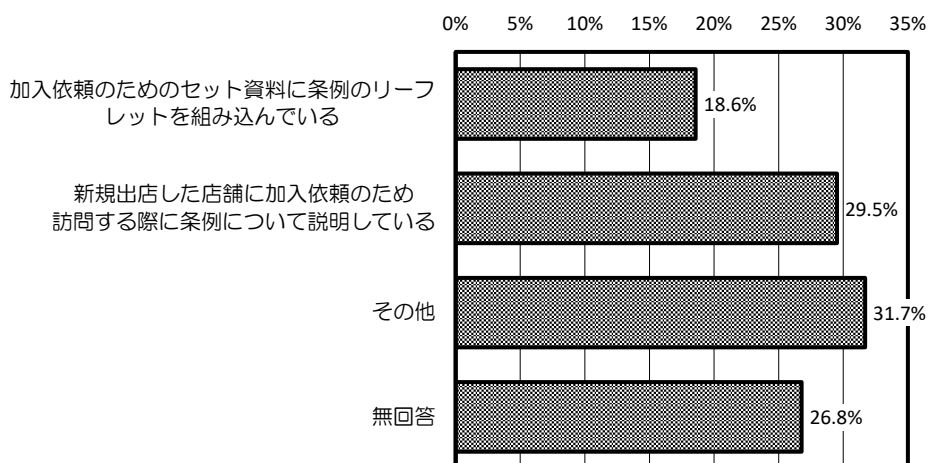
#### 4. 加入依頼の際の条例の活用方法

「新規出店した店舗に加入依頼のため訪問する際に条例について説明している」が29.5%と最も多いですが、前回平成30年度の33.5%との比較では低下しています。一方で「加入依頼のためのセット資料に条例のリーフレットを組み込んでいる」が18.6%と平成30年度の15.5%より増加しています。

【表Ⅳ-4】 加入依頼の際の条例の活用方法（複数回答）

回答	n=183		n=200	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①加入依頼のためのセット資料に条例のリーフレットを組み込んでいる	34	18.6%	31	15.5%
②新規出店した店舗に加入依頼のため訪問する際に条例について説明している	54	29.5%	67	33.5%
③その他	58	31.7%	143	71.5%
④無回答	49	26.8%		

【図Ⅳ-4】 加入依頼の際の条例の活用方法



※条例の認知度の問いで、「条例の内容も含め良く知っていた」「条例が制定されていることや条例の名称は知っていた」と回答した183商店街が対象。

#### ●その他の内容

- ・チェーン店で未加入だったり、途中退会申込があった時は条例について説明し強く申し入れる。
- ・加入依頼の際に拒否された時や、退会を希望する店舗があった時に、条例のことを説明している。



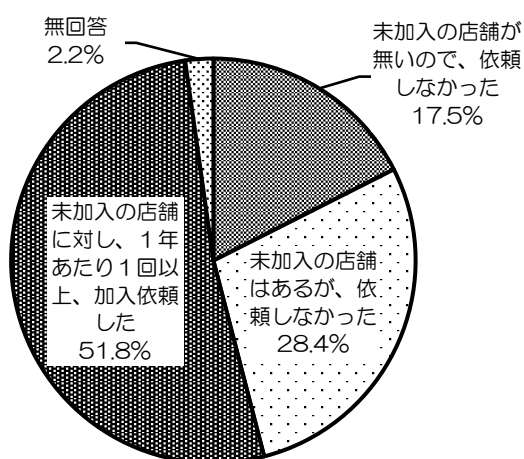
## V. 商店街への加入依頼活動

### 1. 未加入店への加入依頼活動

#### (1) 未加入店への加入依頼活動

未加入店への加入依頼活動は、「未加入の店舗に対し、1年あたり1回以上、加入依頼した」という商店街は過半数（51.8%）を占めています。逆に「未加入の店舗はあるが、依頼しなかった」という商店街は約3割（28.4%）です。平成30年度と比較すると、特段の変化は見られませんでした。

【図V-1-1】未加入店への加入依頼活動



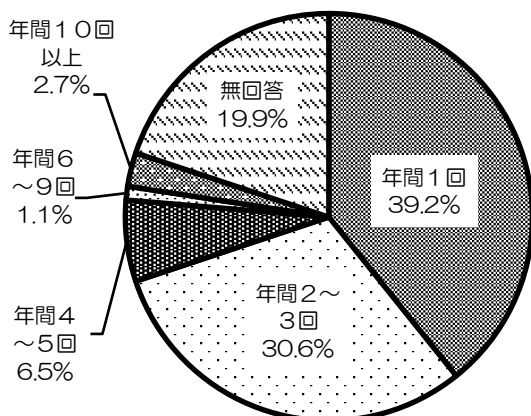
【表V-1-1】未加入店への加入依頼活動（単一回答）

回答	n=359 令和5年度		n=330 平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①未加入の店舗が無いので、依頼しなかった	63	17.5%	55	16.7%
②未加入の店舗はあるが、依頼しなかった	102	28.4%	98	29.7%
③未加入の店舗に対し、1年あたり1回以上、加入依頼した	186	51.8%	173	52.4%
④無回答	8	2.2%	4	1.2%
合計	359	100.0%	330	100.0%

#### (2) 加入依頼の回数

加入依頼の回数をみると、「年間1回」が一番多く39.2%を占めています。ついで多いのが「年間2～3回」（30.6%）で、合わせると年間3回以下が69.8%と約7割を占めています。平成30年度と比べると、年間2～3回の商店街の割合が低下し（43.9%から30.6%へ）、「年間1回」が上昇して（24.3%から39.2%へ）、前回と比較すると加入依頼の回数は減少しています。

【図V-1-2】加入依頼の回数



【表V-1-2】加入依頼の回数（単一回答）

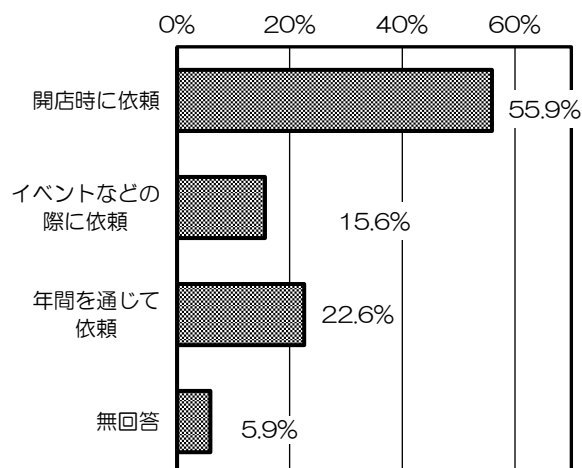
回答	n=186 令和5年度		n=173 平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①年間1回	73	39.2%	42	24.3%
②年間2～3回	57	30.6%	76	43.9%
③年間4～5回	12	6.5%	18	10.4%
④年間6～9回	2	1.1%	6	3.5%
⑤年間10回以上	5	2.7%	11	6.4%
⑥無回答	37	19.9%	20	11.6%
合計	186	100.0%	173	100.0%

※未加入店への加入依頼活動の問いで、「未加入の店舗に対し、1年あたり1回以上、加入依頼した」と回答した186商店街が対象。

### (3) 加入依頼の機会

加入依頼を「開店時に依頼」する商店街が一番多く55.9%を占めています。一方で、平成30年度と比べると、開店時の加入依頼の割合が低下（58.4%から 55.9%へ）し、「年間を通じて依頼」も割合が低下しています（35.8%から22.6%へ）。

【図V-1-3】 加入依頼の機会



【表V-1-3】 加入依頼の機会（複数回答）

回 答	n=186		n=173	
	令和5年度		平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
a:開店時に依頼	104	55.9%	101	58.4%
b:イベントなどの際に依頼	29	15.6%	28	16.2%
c:年間を通じて依頼	42	22.6%	62	35.8%
d:無回答	11	5.9%	10	5.8%

※未加入店への加入依頼活動の問いで、「未加入の店舗に対し、1年あたり1回以上、加入依頼した」と回答した186商店街が対象。

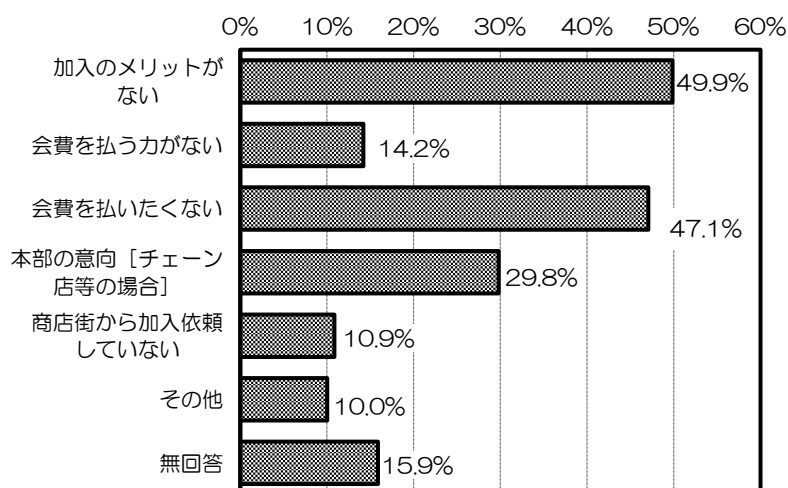
## 2. 未加入店が商店街へ加入しない理由

商店街へ加入しない理由として考えられることを聞いたところ、一番多いのは「加入のメリットがない」（49.9%）で、ついで「会費を払いたくない」（47.1%）が多くなっています。また、商店街にチェーン店が増えていることから「本部の意向」（29.8%）という理由も多いです。平成30年度との比較では、「会費を払う力がない」という理由の割合は低下し（17.9%から14.2%へ）、「会費を払いたくない」や「本部の意向」の割合が低下しています。

【表V-2】 未加入店が商店街に加入しない理由（複数回答）

回 答	n=359		n=330	
	令和5年度		平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①加入のメリットがない	179	49.9%	173	52.4%
②会費を払う力がない	51	14.2%	59	17.9%
③会費を払いたくない	169	47.1%	159	48.2%
④本部の意向 [チェーン店等の場合]	107	29.8%	130	39.4%
⑤商店街から加入依頼していない	39	10.9%	41	12.4%
⑥その他	36	10.0%	22	6.7%
⑦無回答	57	15.9%	50	15.2%

【図V-2】未加入店が商店街へ加入しない理由



●その他の内容

- ・「役員をやる人がいない」「面倒だから」など商店街活動に対する負担感が強い等。
- ・協力的でない意思表示、役員ともめたことにより脱退など、人間関係のもつれや店主の強い拒絶等。
- ・知名度が低い、加入メリットが分からない等。

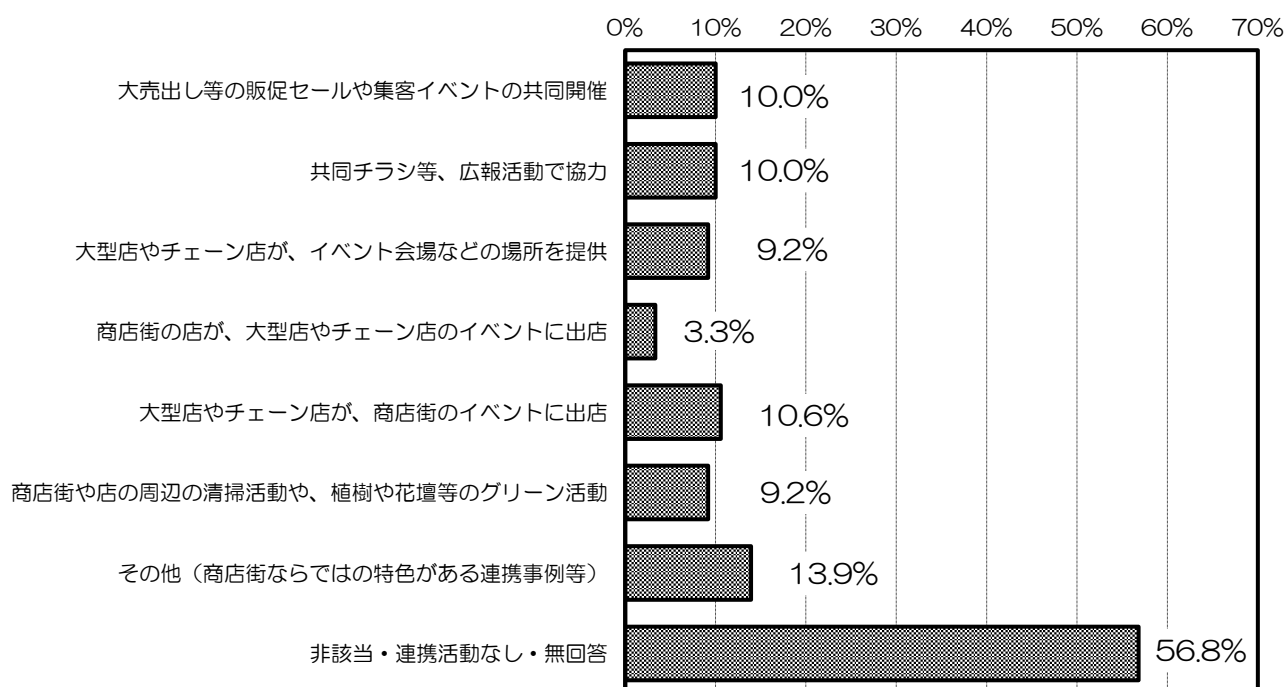
3. 大型店やチェーン店が商店街と連携している活動

大型店やチェーン店と商店街の連携している活動は、「大型店やチェーン店が、商店街のイベントに出店」(10.6%)、「共同チラシ等、広報活動で協力」(10.0%)、「大売り出し等の販促セールや集客イベントの共同開催」(10.0%) など、半数近くの商店街で何らかの形で行われています。

【表V-3】大型店やチェーン店が商店街と連携している活動（複数回答）

回 答	n=359		n=330	
	令和5年度		平成30年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
①大売り出し等の販促セールや集客イベントの共同開催	36	10.0%	33	10.0%
②共同チラシ等、広報活動で協力	36	10.0%	40	12.1%
③大型店やチェーン店が、イベント会場などの場所を提供	33	9.2%	40	12.1%
④商店街の店が、大型店やチェーン店のイベントに出店	12	3.3%	9	2.7%
⑤大型店やチェーン店が、商店街のイベントに出店	38	10.6%	42	12.7%
⑥商店街や店の周辺の清掃活動や、植樹や花壇等のグリーン活動	33	9.2%	56	17.0%
⑦その他（商店街ならではの特色がある連携事例等）	50	13.9%	33	10.0%
⑧非該当・連携活動なし・無回答	204	56.8%	187	56.7%

【図V-3】 大型店やチェーン店が商店街と連携している活動



●その他の内容

- ・ イベントの共同実施等。
- ・ イベント時の景品や広告などの協賛・協力等。
- ・ 理事会への参加や商店街加入、街路灯の経費負担、商店街イベント時に人的応援・敷地提供など、防犯パトロール、商店会と行政他団体との協同事業への参画等。
- ・ 大型店と商店街のイベントに参加する、イルミネーションなどの共同装飾、プレミアム商品券事業への協力、チェーン店を含めた商店街MAP制作等。

## VI. 商店街の施設と活動について

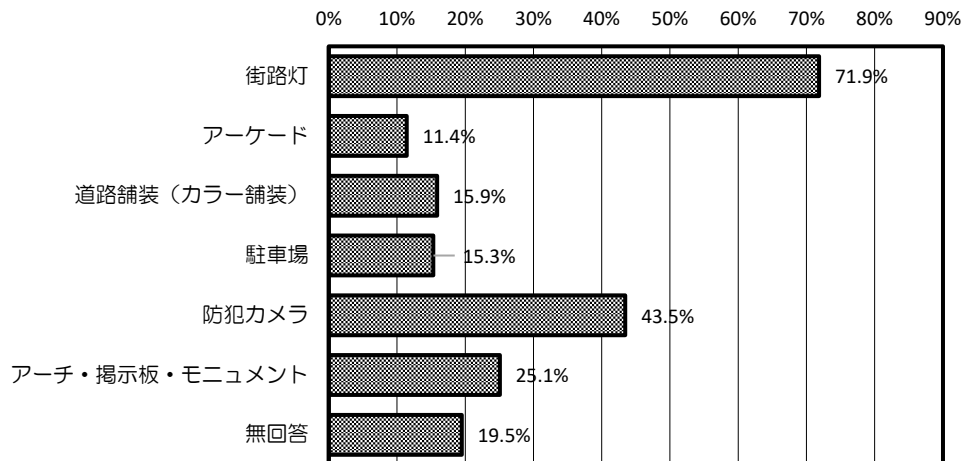
### 1. 商店街が設置しているハード施設

商店街設置のハード施設で「駐車場」のある商店街は15.3%になっています。。一方、最も多いのが「街路灯」で71.9%を占めています。次に多いのが「防犯カメラ」の43.5%です。また平成30年度との比較では、「街路灯」のある商店街が81.5%から71.9%と9.6ポイント低下し、「防犯カメラ」のある商店街が41.8%から43.5%と上昇しています。「駐車場」のある商店街も20.3%から15.3%に低下しています。

【表VI-1】商店街が設置しているハード施設（複数回答）

回答	n=359		n=330	
	令和5年度	構成比	平成30年度	構成比
①街路灯	258	71.9%	269	81.5%
②アーケード	41	11.4%	47	14.2%
③道路舗装（カラー舗装）	57	15.9%	70	21.2%
④駐車場	55	15.3%	67	20.3%
⑤防犯カメラ	156	43.5%	138	41.8%
⑥アーチ・掲示板・モニュメント	90	25.1%	90	27.3%
⑦無回答	70	19.5%	34	10.3%

【図VI-1】商店街が設置しているハード施設

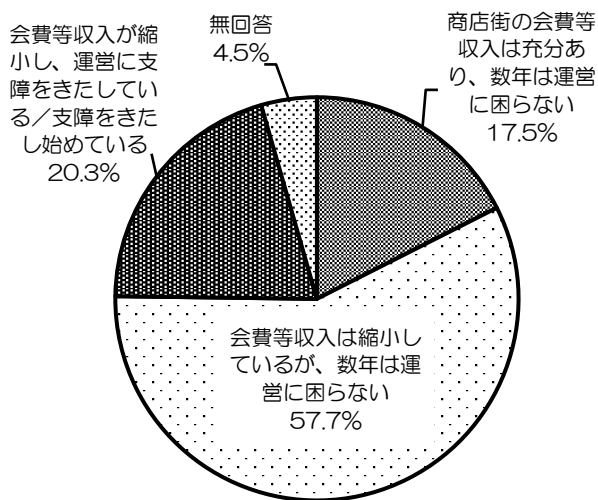


### 2. 商店街の会費等収入と、商店街運営の関係

「会費等収入が縮小し、支障をきたしている/支障をきたし始めている」は20.3%と2割強を占めており、また「商店街の会費等収入は縮小しているが、数年は運営に困らない」の回答が57.7%と6割近くとなり、合わせて4分の3以上の78.0%の商店街で会費等収入が縮小しています。

一方、「会費等収入は充分あり、数年は運営に困らない」は17.5%でした。

【図VI-2】商店街の会費等収入と、商店街運営の関係



【表VI-2】商店街の会費等収入と、商店街運営の関係（単一回答）

n=359

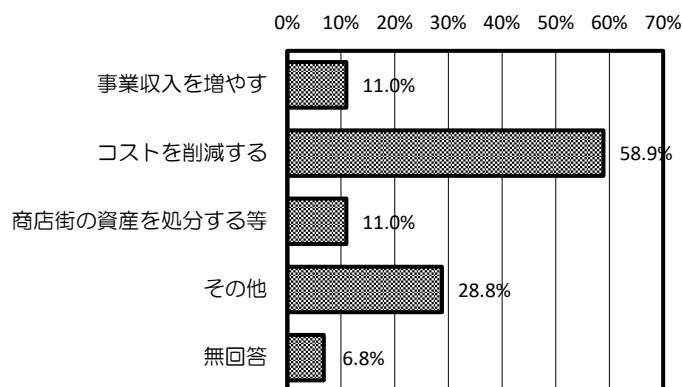
回答	令和5年度	
	商店街数	構成比
①商店街の会費等収入は充分あり、数年は運営に困らない	63	17.5%
②会費等収入は縮小しているが、数年は運営に困らない	207	57.7%
③会費等収入が縮小し、運営に支障をきたしている／支障をきたし始めている	73	20.3%
④無回答	16	4.5%
合計	359	100.0%

### 3. 商店街の収入が縮小している場合の対策

収入が縮小している場合の対策として、「コストを削減する」が58.9%と6割近くを占めています。「事業収入を増やす」と「商店街の資産を処分する等」がともに11.0%となっています。

【図VI-3】商店街の収入が縮小している場合の対策

【表VI-3】商店街の収入が縮小している場合の対策（複数回答）



n=73

回答	商店街数	構成比
a.事業収入を増やす	8	11.0%
b.コストを削減する	43	58.9%
c.商店街の資産を処分する等	8	11.0%
d.その他	21	28.8%
無回答	5	6.8%

※商店街の会費等収入と商店街運営の関係の問いで、「会費等収入が縮小し、運営に支障をきたしている／支障をきたし始めている」と回答した73の商店街が対象。

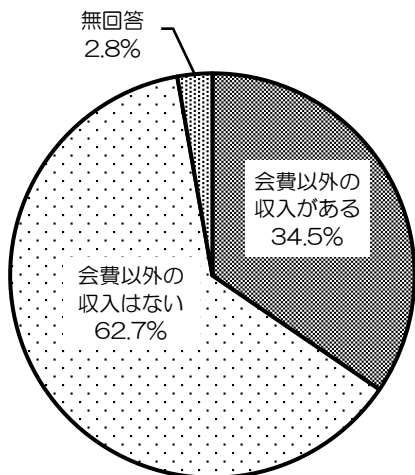
●その他の内容

- ・会費を値上げする。
- ・補助金をもらう。
- ・会費を下げて入会キャンペーンをするなどの加盟店を増やす対応をする等。

#### 4. 商店街の会費以外の収入

「会費以外の収入はない」商店街が62.7%と6割以上を占めており、「会費以外の収入がある」商店街は34.5%となっています。

【図VI-4】商店街の会費以外の収入 【表VI-4】商店街の会費以外の収入（単一回答）



回答	令和5年度	
	商店街数	構成比
①会費以外の収入がある	124	34.5%
②会費以外の収入はない	225	62.7%
③無回答	10	2.8%
合計	359	100.0%

#### ●商店街会費以外の収入がある場合の事業内容

- ・ 駐車場収入。
- ・ 商店街所有店舗の貸出、商店街会館貸出等の不動産収入。
- ・ お祭り等イベント開催時の収入。
- ・ 各種保険・共済代理店としての収入。
- ・ 自動販売機からの収入。
- ・ 街路灯設置等による自治体からの補助金収入。
- ・ 街路灯や商店会報等への広告収入。
- ・ ポイントカード等からの収入。

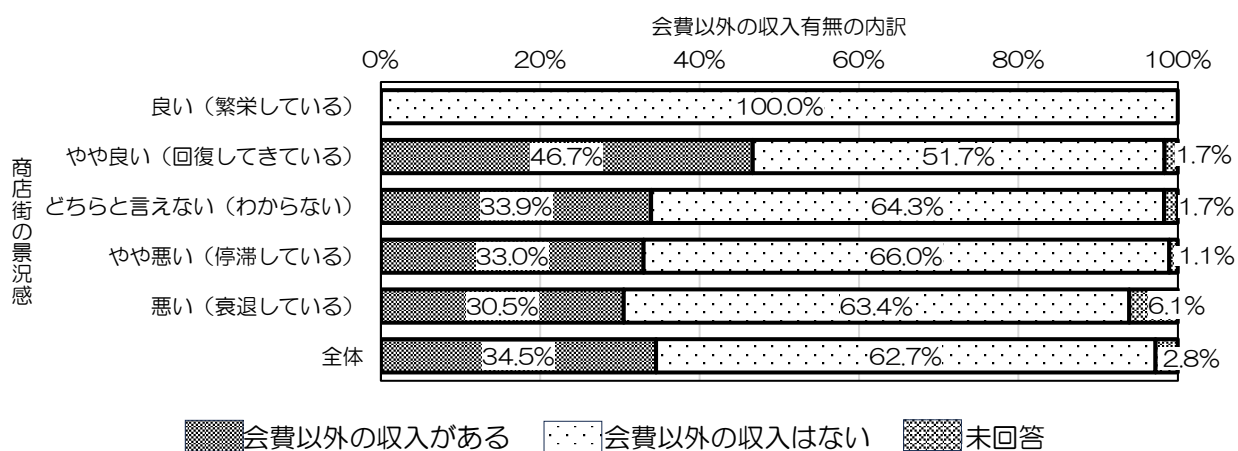
## 5. 商店街の景況感と会費以外の収入有無の関係性について

各商店街が感じている景況感と会費以外の収入有無をクロス集計した結果、会費以外の収入がある商店街の方が「やや良い（回復してきている）」の割合が高くなっています。

【表VI-5】商店街の景況感と会費以外の収入有無の関係性について

景況感×会費以外の収入有無	①会費以外の収入がある		②会費以外の収入はない		③無回答	合計	
	回答数	構成比	回答数	構成比		回答数	回答数
①良い（繁栄している）	0	0.0%	4	1.8%	0	4	1.1%
②やや良い（回復してきている）	28	22.6%	31	13.8%	1	60	16.7%
③どちらとも言えない（わからない）	39	31.5%	74	32.9%	2	115	32.0%
④やや悪い（停滞している）	31	25.0%	62	27.6%	1	94	26.2%
⑤悪い（衰退している）	25	20.2%	52	23.1%	5	82	22.8%
⑥未回答	1	0.8%	2	0.9%	1	4	1.1%
全体	124	100.0%	225	100.0%	10	359	100.0%

【図VI-5】商店街の景況感と会費以外の収入有無の関係性について





## Ⅶ. まとめ

### 【景況感は5年前の調査と比べて改善するも、49.0%が停滞や衰退していると回答】

- 本年度調査（令和5年度）における景況感をみると、景況感が厳しい商店街が49.0%と、前回調査61.8%(平成30年度)よりも改善しているものの依然として高く厳しい状況が続いています。景況感が厳しいという商店街の比率は減少していますが、コロナ禍の状況が本年度調査の回答に影響を与えたことも考えられるため、留意する必要があります。
- 景況感が県全体平均よりも厳しい地区は「湘南地区」(62.5%)、県央地区(52.0%)。横浜地区(50.4%)の3地区となっています。

### 【今後の活性化の見通しについては、48.2%が悲観的】

- 今後の活性化の見通しは悲観的見通しが48.2%で、楽観的見通しを25.1ポイント上回り、コロナ禍が落ち着いた現在でも今後の活性化の見通しを楽観視できない商店街が多い状況です。
- 地区別では湘南地区（57.8%）と県央地区（56.0%）の2地区が県全体平均よりも今後の活性化について悲観的見通しが高くなっています。

### 【コロナ禍前と比較して依然として約6割の商店街で人出が減少】

- コロナ禍の前後で普段の人出が減少した商店街は全体の58.5%と、約6割の商店街でコロナ禍の影響が残っています。うち3割以上減少した商店街は全体の24.5%と約4分の1を占めており、コロナ禍の影響は依然として大きく残っています。
- 地区別では「県西地区」(68.4%)、湘南地区(64.0%)、横浜地区(63.2%)の3地区が県全体よりも人出が減少した商店街の比率が高くなっています。
- またコロナ禍により人出が減少した商店街は、景況感及び今後の活性化についても悲観的な見通しとなる傾向があります。

### 【商店街の店舗数は49店以下の規模が7割弱、商店街への加入率の全体の平均は87.1%】

- 商店街の会員店舗数は49店以下の規模が67.1%と全体の約3分の2を占めています。
- 今年度調査では、商店街らしい外観の商業集積地であり範囲が明確である、かつ全員参加型である商店街を抽出し、加入率を算出しましたが、加入率の平均は87.1%でした。
- 業態ごとにみると、大型店の加入率の平均は90.5%、チェーン店の加入率の平均は80.3%、一般店の加入率の平均は87.9%でした。

### 【神奈川県商店街活性化条例の認知度は50.9%、商店街の過半数が認知】

- 条例の認知度は50.9%と半数以上の商店街で認知されており、このうち「内容も含め良く知っていた」の回答は、13.6%でした。
- 条例を知った経緯は、「条例のリーフレットを通じて」が31.1%、「地元の商店街団体のメンバーを通じて」が29.0%。「条例のリーフレットを通じて」の割合が前回調査（平成30年度）の44.5%から13.4ポイント低下しています。
- 条例が商店街への加入に「役に立った」との回答は14.8%であり、前回（平成30年度）の14.0%を

上回りました。また活用方法は、「加入依頼のために訪問する際に条例について説明している」が29.5%と最も多くなっています。

#### 【未加入店への加入依頼は年間1回以上行うが51.8%、店舗開店時に依頼することが最も多い】

- 未加入店への加入依頼に関しては、全体の51.8%の商店街が未加入店に対して、年間1回以上加入依頼をしています。
- 加入依頼回数は年間1回が39.2%と多く、年間3回以下が69.8%と約7割を占めています。
- 加入依頼は「開店時に依頼する」が55.9%と最も多くなっています。
- 未加入店が加入しない主な理由は「メリットがない」が49.9%、「会費を払いたくない」が47.1%で、この2つの理由が他の理由の2倍以上の回答割合を占めていました。

#### 【半数近くの商店街で大型店やチェーン店と連携した活動を実施】

- 大型店やチェーン店と商店街の連携している活動は、「大型店やチェーン店が、商店街のイベントに出店」(10.6%)、「共同チラシ等、広報活動で協力」(10.0%)、「大売り出し等の販促セールや集客イベントの共同開催」(10.0%)など、半数近くの商店街で何らかの形で行われています。

#### 【商店街に設置のハード施設は、街路灯が71.9%と最も多いが比率は減少】

- 商店街で最も設置しているハード施設は街路灯(71.9%)ですが、その比率は前回調査(平成30年度)81.5%よりも10ポイント近く減少しています。次いで防犯カメラの43.5%となっています。

#### 【会費等収入は8割弱の商店街で縮小、収入縮小の対策は「コストを削減する」が約6割】

- 会費等の収入は全体の78.0%の商店街で縮小しています。また、そのうち20.3%と、2割の商店街が運営に支障をきたし始めています。
- 収入縮小の対策は、「コストを削減する」が58.9%と全体の6割近くを占めています。
- 商店街の収入は「会費以外にない」と回答した商店街が62.7%と全体の6割以上を占めています。
- 会費以外の収入の主なものとして、駐車場収入や商店街でのイベント等による収入がありました。

## 《資料編》

### 商店街実態調査における主な意見・要望

#### 項目4. コロナ禍を経て、今まで無かったような問題や困ったこと

##### 【店舗関連】

- 水商売関係者の廃業が目立つ。
- 空き店舗が増加、美容室が増加し、商店街としてのイベント等に協力してもらうのが難しい店が増えている。また、商業エリアなのに店舗の入らないマンションが増えている。
- コロナが始まってから人出が少なくなり今般、街路灯、事務所を撤去、会の運営維持が困難、若手も少なく本年団体としての事業を整理・解散することになった。
- コロナ後に売上げが悪くなり、脱会の申し出が出て来た。
- 材料の値上げで各店困っているが、なかなか売値を上げられない。
- 商店街が静かになった。商店街組織への加入数が減少し、加入する店舗がなくなってきている。  
(ほか類似意見あり)
- パーテーションや席間隔など対策を強いられることで、収益率が落ちている飲食店は人気落ち、バイトが戻ってきていない。
- 働き手不足・定休日の増、外国人客の対応など。
- 店舗が入れ替わりチェーン店が増えて来て、商店街に加入してもらえない。
- 飲食店が、補助がなくなり苦戦しているようだ。
- 飲食店の休業が多く、廃業になった店も出た。
- 飲食店は戻ってきたが、物販はネットの影響もあり、売上は苦しい状況だ。
- 飲食店関係は、物価、光熱費高騰の影響から外食が控えられているようだ。
- 今でもテイクアウト専門店にしている店もある。又廃業した店舗もあるが、流行っている店もあり、様々ではあるが、コロナ禍前に戻れない所もあるようだ。
- 商店街の会員が外に出る気力がなくなったと言っている。
- 店舗の跡地に建売住宅ができてしまった。
- 当商店街は、祭りを市の補助を受けて開催してきたが、コロナ禍で中止したため補助を得られず、トイレ、ごみ処理設置などできなかったため、花見客は不便を感じていた。商店街は模擬店を出来ず、活性化には至らなかった。
- 定例会などの集まりが悪くなった。
- 閉店時刻を早めた店舗が、コロナが落ち着いた後も平常営業に戻さず早く閉めてしまったままなので、客の引きが早くなり夕方が閑散としている。

##### 【お客様関連】

- 19時以降の人通りが減った。土日昼間の人通りが減った。
- 相変わらず夜間飲食のお客様が少ない。
- 駅前利用者が減った飲食店等は団体客が無くなった。
- お客様の買物の客単価が下がった。

- テレワークや学生のオンライン講義が増えたため、買い物客やサービス業（クリーニング）・飲食業のお客が減った。（ほか類似意見あり）
- 魚屋、肉店、八百屋の生鮮食品店が無くなったことで、消費者が減った。
- 商店街に来る人が一段と少なくなった。
- 商店の利用者が大型店に配達依頼する人が増えている。コロナばかりでは無いと思うが高齢者が多い。
- 滞留時間が以前より短くなった感がある。
- 店舗数も減り、夜9時以降は人通りも少なく、客足はコロナ禍前には戻らず、街路灯の電気代の値上げにより、財政難になり、商店街の存続が難しくなっている。
- 人々の生活スタイルの変化。例えば宴会の中止、リモートワークの定着による夜の人出の減少、冠婚葬祭の変化など。
- 個人店舗に買物にくる人が減少した。大型店に行く人が多くなった。（ほか類似意見あり）
- 平日の人出が極端に少なくなった。
- 路上呑みが増え、ゴミのポイ捨て、路上での喫煙などさらに増えた。

#### 【イベント関連】

- イベントも減り、商店街に加入している魅力がなくなり会員数が減少している。
- イベントを再開しているが、コロナを意識しながら恐る恐る開催している状況。コロナ前から7割程回復している様に思うが不安は残る。
- いよいよイベントを開催しようと役員は動いているが、3年も休んだので会員のやる気が心配。
- コロナ禍でイベント等がなかったので、商店同士のつながりが希薄になっている。
- 集客や宣伝などで毎年、お祭りを開催するが規制などが厳しく、例年通り行う事が難しい。
- 親睦会を行う事が出来なかった。形としてハッキリ出ないが、親睦会の必要性を感じる。
- 食べものやお酒を扱うイベント開催の意欲があまりなくなってしまっているので、どうにか盛り上げていきたい。
- 人との繋がりが薄くなりイベント等がやりにくくなった。

#### 【その他のご意見】

- イベントや活性化活動等がコロナ禍でなかなかできず、商店街の存在意義も含め、壁にぶち当たっている。
- 未だに入店時のアルコール消毒や従業員のマスク装着等、経費が掛かり続けている。
- 組合費の減額要請多数あり。
- コロナ禍で人出が減った時期に商店街のアーケードの数カ所に鳩が巣を作ってしまった。事後処理を業者に依頼をしたが、帰巢本能の強い鳩はなかなか逃げる事は無く、歩道上に落ちるフンに困っている。
- マスク着用、衛生面、ワクチン接種など人によって認識や意識の違いが出た。
- 夜のタクシーがなくなって困る。
- コロナ禍で6ヶ月間くらい客は減ったが、今は元に戻ったようだ、特に飲食業？

## 項目9. 条例についての主なご意見

### 【強制力・罰則】

- ・強制力や罰則を持たせてほしい。(ほか類似意見あり)
- ・大型店やチェーン店に対して、もっと積極的に条例を遵守する様に県や市が動いてほしい。
- ・大型店においては、立地法になって以来、商店街を意識していない。大型店は出店計画提出時に条例を重く受け止め、地域団体に沿うよう、行政の指導も必要。
- ・入会は各出店者(社)の自由なので増加するかは疑問。
- ・商店街が任意の団体のため、強制力がないと、お願いレベルとなるため、難しい部分がある。

### 【条例を歓迎する意見】

- ・条例について説明し、新規加入に訪問しやすくなった。(ほか類似意見あり)
- ・条例の活用方法が理解できれば活用していきたい。
- ・(条例があることで)チェーン店に加入の呼びかけをしやすくなった。

### 【PR要望】

- ・一般の方々にも理解してもらえるようもっと広報して欲しい。
- ・新規出店するお店に加入を依頼するため、不動産屋へのアピールをもっとして欲しい。
- ・商店街側よりもむしろ出店してくる業者に行政の仕組みを通じて周知徹底して欲しい。  
(ほか類似意見あり)
- ・各商店街が加入によるメリットをPRすることがより重要かと思うが、条例を広く周知してもらえ、加入が当たり前と感じてもらう社会の風潮も欲しい。
- ・条例の第1条で「積極的に参加」と明記しているが、大型店、コンビニでは担当者レベルの意識はないようだ。ある大型店にお願いしたところ、けんもほろろに断られたとのこと。
- ・もっと積極的な周知をお願いする。
- ・条約が知られていない、または覚えられていない。我々商店街の責任もあるが、もっと認知度を上げるべき。

### 【補足する施策の期待】

- ・未加入の事業所や店舗に、県市、行政等から加入推進をしていただきたい。
- ・加盟を後押しするような制度(税の控除等)があると良い。
- ・活性化条例の正式な書面が欲しい。それを持って加入してもらうので。
- ・昨年度より会長職についており、まだ手探りの状態。弱体化していく中、加盟するメリットを明確にして会員数を増やしたいので、補助政策の拡充をお願いしたい。
- ・歩道に休憩するものを設置できる様な条例をお願いしたい。

### 【商店街の加入メリット】

- ・商店街へ加入してもらうために、強く条例で押すと、気まずい。
- ・加盟への明確なメリットがない限り参加はむずかしい。
- ・組合員から月3000円を集めているが、「会費納入の見返り」は何かを明確に伝えることが難しい。
- ・条例には会員加入にどこまで、どのような強みがあるか、他商店街の意見を伺いたい。

### 【個店の決定権】

- 他地域で入会しているからと難色を示すチェーン店がある。
- 大型店、チェーン店は本部の方針によるので、個店に決定権がないことが多い。
- チェーン店に加入をすすめても加入されない。

### 【条例に対するその他のご意見】

- 市条例もあるが、実態は無視されているのではないか。
- 条例では入会してくれない所は、何回言っても入会を拒む。
- 商店街の役員の高齢化があり、条例で会員数が増えるのは良いが、実際の運営がとても心配である。
- 「商店街活性化条例」を商店街自身が声高に説明すると、却って加盟検討先の反発を受け、既に入会している先も脱退リスクあり。

## 項目17. その他自由意見

### 【行政面での要望】

- 会員に直接還元できる補助があるとありがたい。
- 商店街に街路灯が設置されていて4年度で修理（球切れ）約70万の支出があった。街路灯本体も塗装補修する時期に来ており、支出が増える様で市からの援助が頼みとなっている。
- 年に4回程、イベントを行っているが、予算が不足しており、町内会に援助して頂き、イベントを行っている。県や市の補助金などがあれば、教えて頂きたい。
- いろいろな組織の風通しの良さを願う。
- エリア内店、大型店が加入してもらえるよう県からもアプローチのお手伝いをしていただきたい。
- 補助金をあてにしてイベントを実施しているので、引き続き支援をお願いする。
- 会費等収入が減少し、コストを削減しているが、街路灯を撤去するしか方法がないところまでできている。市の方で自治会に働きかけてもらって街路灯の電気代を自治会でも少し負担してもらえれば良いと思う。
- 収入等を増やすことを考えているが、数年前から消費税課税事業者となってしまう、多額の税金で収入を減らすことを考えなければならない。
- 防犯カメラの設置・修理等の出費が増えたため、行政で補填して欲しい。（ほか類似意見あり）
- 市の商店街の補助金は一切ない。県の補助金も限界があり、国の補助金は良くわからず、苦慮している。
- 街路灯工事費が高額過ぎて会費収入だけでは賄いきれない。補助金を増やして欲しい。
- 商店街には事務局がなく、会長が事務作業を行っており大変な負担である。事務局の人件費などに使える行政の支援制度があれば、とても助かる（自治体によってはそういった制度があるようだ）。
- 補助金3/4の事業をもっと増やしてほしい。
- 商店街に対する補助金が減少する一方、市の事業は初年度補助率2/3以内、2年目は1/3以内、3年目はゼロ。体力の低下している商店街には厳しい。

- 条例に、商店街沿いの土地の1階部分は店舗型にする様なものがあれば良いのだが、無い為、次々と店舗が減っている。
- 街路灯の運用など、もっとフリーにしてほしい。フラッグの掲揚などで収益を上げようとしても規制が多すぎてできない。(ほか類似意見あり)
- チェーン店などの会員加入活動で、効率的な方法を教えてほしい。
- コンサル、アドバイザーを年に数回お願いしたい。補助金、助成金の申請が大変なところが多いと思う。

### 【今後の方針】

- 今年度会費を見直し、全体的に値下げして入会しやすいようにする再度勧誘していく。
- すべての商店・事業者が加入する事を既存の組合員がお願いするのが難しい。
- 商店街は、365日商い集団なので、イベント屋ではない。個店がにぎわえば、人通りは増える。
- 会員数は約160会員ほどあったものの、現在は70会員ほど。5~8年後には消滅の可能性もある。
- 問題点が多く、方向性を考える時期(解散も含め)に来ている。当商店街にはコンビニ・スーパーもない。
- イベントなどの活動よりも店舗を増やしていきたい。魅力ある商業集積になっていない。

### 【会運営】

- 物販店が7店でイベント他販促に限界がある。
- 物品売買の店が少なく居酒屋やスナック接骨院通りになっている。またパチンコが2店。店主がもう高齢者が多く大変。
- 次期会長がいない。
- 商店街に若手がいないこと。経営者のほとんどが老人であること。
- 商店街の取り組みに、大型店やチェーン店の協力が得られない。
- 役員のなり手がいない。仕事以外にわずらわしいことはしたくない。
- 商店街に加入しない店舗に対するペナルティの権利と方法がない、いわゆる「ごね得」になっている現状。
- 会費もなく、収入もない。
- 事業活動費が不足している。
- 考え方、商売の方法が多様多様になり、人間関係も希薄になり、商店街に加入して連帯感を持って一緒にやっという気持ちの方がいない。少ない加入店舗、事務所も一人経営者の方が多いので、会議の出席が難しく、運営が困難になってきている。
- 防犯カメラを補助金で設置したが、維持・修理費の補助金がないため撤去した。街路灯の電気代の負担が増えた。
- 会費が縮小し、街路灯電気料が重く街路灯を消して東電も解約した。売り出し商品や、ガラポン景品の値上がりで、景品変更に苦勞している。
- 一部の会員が資金面でも活動・管理も行っていて負担が重い。
- 今は加入を進めていない。商店街で加入活動を勧めづらいため。

### 【意識や環境の変化】

- 当商店街は、役員の高齢化による役員不足の為、数年前より商店街の街路灯維持活動だけしている。
- 当会は40社からなる商工会で65年の歴史ある会だが、街路灯事業を終了し、商業もほぼなくなり、地域の親睦団体となっている。
- 大企業のグループ企業がきめ細かく営むので、個人事業主の出店する余地が無い（特に物販の場合）、若い人達に野心感がない。
- 景気の悪化で空店舗に入店者がいない。また、駐車場の問題も関係している。
- 古参店舗で大半の店が連帯をもち協力してきたが後継者の不促、市内に量販店も増え、コロナの影響、市内人口の減少、街の様子はすっかり変わり、シャッター街・小さな街で対応できなくなった。

### 【その他のご意見】

- 当商店街は大道路に点在しているので、共同活動ができない。活性化したいが何の考えも浮かばない。
- 廃業店舗の跡地が駐車場化して商店街としての構成が難しい現在、駐車場跡地にマンションが建設されている。



## 令和5年度 神奈川県商店街実態調査票 (アンケート)

公益社団法人商連かながわ

商店街の皆様へ:このアンケートは 県内各地の商店街の景況感や、活動の状況を調査することで、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。今回は商店街活性化条例のことなど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4月20日(木)までにご回答をよろしくお願いいたします

## ◎ 貴商店街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)

商店街名		記入者	氏名: 電話番号:
所在地		TEL FAX	
ホームページ		メール	
立地環境	<input type="checkbox"/>	1. 駅前・繁華街 4. 住宅近隣型商店街	2. 駅近隣型商店街 5. ロードサイド
商店街タイプ	<input type="checkbox"/>	3. オフィス街 6. 観光地	
商店街の集積度合	<input type="checkbox"/>	1. 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) 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) 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) 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)	
会員対象店舗	<input type="checkbox"/>	1. 商店街らしい外観の商業集積地であり、範囲・エリアが明確に分かる 2. 自商店街は商業集積地と言えるが、範囲・エリアは厳密に決まっていない 3. 自商店街は商業集積地とは言えず、範囲・エリア内にお店が点在している	
	<input type="checkbox"/>	1. 全員参加型 (範囲・エリア内に立地するお店は、原則として会員) 2. 一部参加型 (「実行委員会」のように、会の事業に賛同する一部のお店のみが会員)	

※本調査では、「商店街(会)組織」を「商店街」という名称で統一表記しています。

## ◎ 貴商店街のエリアにある店舗数について教えてください (数字を記入)

大型店 (売り場面積1,000㎡以上)	チェーン店 (直営店やフランチャイズ加盟店等)	一般のお店
エリア内にある店舗数 全部で (約 )店舗	エリア内にある店舗数 全部で (約 )店舗	エリア内にある店舗数 全部で (約 )店舗
↓ そのうち会員は ( )店舗	↓ そのうち会員は ( )店舗	↓ そのうち会員は ( )店舗

※ここで言う「会員」には、正会員・賛助会員・特別会員等、すべてを含みます

## ◆ 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 どちらとも言えない (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

**項目3. 貴商店街の普段の人出は、2023年4月現在、どうなっていますか？ コロナ禍前と比較してどう変化したか教えてください。(当てはまるもの、一つだけ○印)**

- |                 |                              |
|-----------------|------------------------------|
| ① 人出は8割以上減った    | ② 人出は6～7割ほど減った               |
| ③ 人出は5割ほど減った    | ④ 人出は3～4割ほど減った               |
| ⑤ 人出は1～2割ほど減った  | ⑥ 人出は、コロナ禍前と変わらない(以前の状態に戻った) |
| ⑦ 人出はコロナ禍前より増えた | ⑧ わからない/傾向がつかめない             |

**項目4. コロナ禍を経て、今まで無かったような問題や困ったことなどがありましたら、お書きください。(※商店街に関する事などで)**

( )

◆ **神奈川県商店街活性化条例について**

- ・神奈川県では、平成20年4月より神奈川県商店街活性化条例が施行されています。
- ・この条例は、大型店やチェーン店をはじめ、商店街で事業を営むすべての事業者の方が商店会などの商店街組織に加入し、また、その活動に積極的に参加、協力していただくことにより、商店街の活性化を図ることを目的としています。

**項目5. すべての商店街にお伺いします。この条例のことをご存知でしたか？**

(当てはまるもの、一つだけ○印)

- |                            |              |
|----------------------------|--------------|
| ① 条例の内容も含め良く知っていた          | → 項目6・7・8へ   |
| ② 条例が制定されていることや条例の名称は知っていた | → 項目6・7・8へ   |
| ③ 知らなかった                   | → 項目9(次ページ)へ |

**項目6. 項目5で①または②を選択された商店街にお伺いします。**

**どのような方法でこの条例を知りましたか？**(当てはまるもの、すべてに○印)

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| ① 条例のリーフレットを通じて     | ② 県のホームページを通じて      |
| ③ 新聞報道や各種メディアを通じて   | ④ 商連かながわの会議の場などを通じて |
| ⑤ 地元の商店街団体のメンバーを通じて | ⑥ 本調査(このアンケート)により   |
| ⑦ その他 ( )           |                     |

**項目7. 項目5で①または②を選択された商店街にお伺いします。**

**条例があることが、商店街への加入依頼に役立ちましたか？**(当てはまるもの、一つだけ○印)

- |         |            |             |
|---------|------------|-------------|
| ① 役に立った | ② 役に立たなかった | ③ どちらとも言えない |
|---------|------------|-------------|

**項目8. 項目5で①または②を選択された商店街にお伺いします。**

**商店街への加入依頼などの際に、具体的に条例をどのように活用されているか記載ください**

(当てはまるもの、すべてに○印)

- |                                      |
|--------------------------------------|
| ① 加入依頼のためのセット資料に条例のリーフレットを組み込んでいる    |
| ② 新規出店した店舗に加入依頼のため訪問する際に条例について説明している |
| ③ その他                                |

( )

項目9. すべての商店街にお伺いします。条例についてのご意見があれば自由にご記入ください。

[ ]

◆ 商店街への加入依頼活動について

※すべての商店街にお伺いします。

項目10. ここ4年間（2019年以降）に、未加入店への加入依頼活動（勧誘）をされましたか？

（当てはまるもの、一つだけ○印。③の場合は年間の加入依頼の回数の記入と、a～cのいずれが多かったもの一つにも○印）

- ① 未加入の店舗が無いので、依頼しなかった  
 ② 未加入の店舗はあるが、依頼しなかった  
 ③ 未加入の店舗に対し、1年あたり( )回程度、加入依頼した  
 ③の場合 ▶ a:開店時に依頼 b:イベントなどの際に依頼 c:年間を通じて依頼

項目11. 未加入店が貴商店街へ加入しない理由として考えられる項目はどのようなものですか？

（当てはまるもの、すべてに○印）

- ①加入のメリットがない                      ②会費を払う力がない                      ③会費を払いたくない  
 ④本部の意向 [チェーン店等の場合]              ⑤商店街から加入依頼していない  
 ⑥その他 ( )

項目12. 大型店やチェーン店が貴商店街と連携して活動している例についてお答えください。

（当てはまるもの、すべてに○印）

- ①大売出し等の販促セールや集客イベントの共同開催  
 ②共同チラシ等、広報活動で協力  
 ③大型店やチェーン店が、イベント会場などの場所を提供  
 ④商店街の店が、大型店やチェーン店のイベントに出店  
 ⑤大型店やチェーン店が、商店街のイベントに出店  
 ⑥商店街や店の周辺の清掃活動や、植樹や花壇等のグリーン活動  
 ⑦その他（貴商店街ならではの特色がある連携事例等についてお答えください）

[ ]

◆ 商店街の施設と活動について

※すべての商店街にお伺いします。

項目13. 貴商店街は下記の施設を設置していますか？（当てはまるもの、すべてに○印）

- ① 街路灯                      ② アーケード                      ③ 道路舗装（カラー舗装）  
 ④ 駐車場                      ⑤ 防犯カメラ                      ⑥ アーチ・掲示板・モニュメント

項目14. 貴商店街の会費等収入と商店街運営の関係について教えてください

（当てはまるもの一つに○印。さらに③の場合はa～dの当てはまるもの全てに○印）

- ①（商店街の）会費等収入は充分あり、数年は運営に困らない  
 ②会費等収入は縮小しているが、数年は運営に困らない  
 ③会費等収入が縮小し、運営に支障をきたしている／支障をきたし始めている

▶ ③の場合、どう対策を立てようと考えていますか？

- a.事業収入を増やす      b.コストを削減する      c.商店街の資産を処分する等  
 d.その他 ( )

**項目15. 貴商店街には会費以外の、収入はありますか？**

- ① 会費以外の収入がある
- ② 会費以外の収入はない

**項目16. 会費以外の収入がある場合は、その事業内容等を教えてください。(駐車場収入、所有する店舗の家賃、ポイントカードなど、自由に記載してください)**

[ ]

**◆ ご意見・ご要望ついて**

**項目17. 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 F A X : 0120-972-694まで、お送りください (4/20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  
<http://www.shotengai-kanagawa.com>  
e-mail：info@shotengai-kanagawa.com

---