

令和5年度 神奈川県商店街実態調査報告書 概要版
公益社団法人 商連かながわ

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

- ・調査対象：①（公社）商連かながわ加入の商店街（552 商店街）
②（公社）商連かながわ未加入の商店街（213 商店街） 合計 765 商店街
- ・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

- ・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”とか“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為、合計しても100になりません。
- ・商店街組織には商店会や商店街等ありますが、この報告書では商店街という表記で統一しました。

※商連かながわのWEBサイトには、本報告書の全文を掲載しています（全 44 ページ）

3. 結果概要

(1) 商店街の景況感

【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。

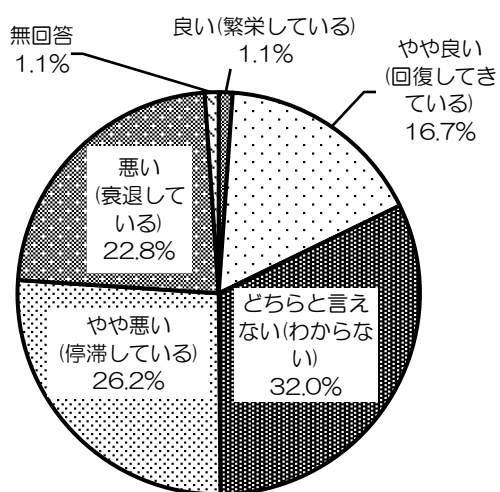
【今後の活性化の見通しについては、48.2%が悲観的】

- 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てき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。

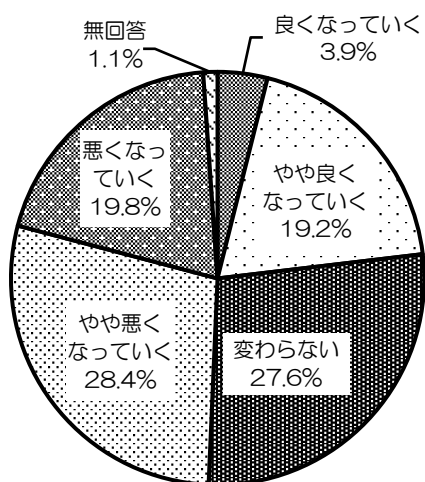
【図1】商店街の景況感



【表1】商店街の景況感（単一回答）

最近の景況感	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%

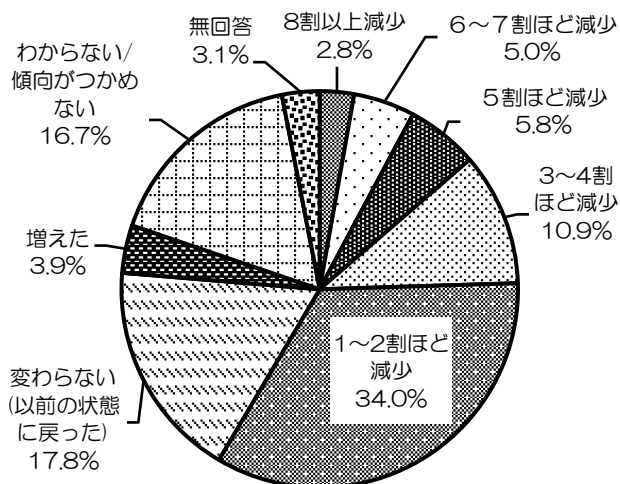
【図2】今後の活性化の見通し



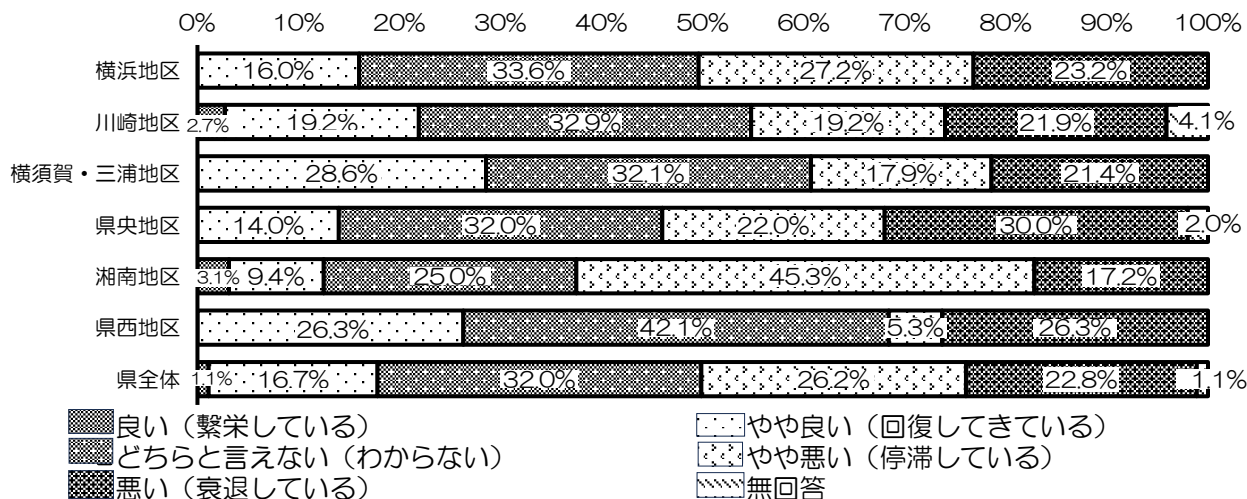
【表2】今後の活性化の見通し

活性化の見通し	n=359		n=330	
	令和5年度 商店街数	構成比	平成30年度 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%

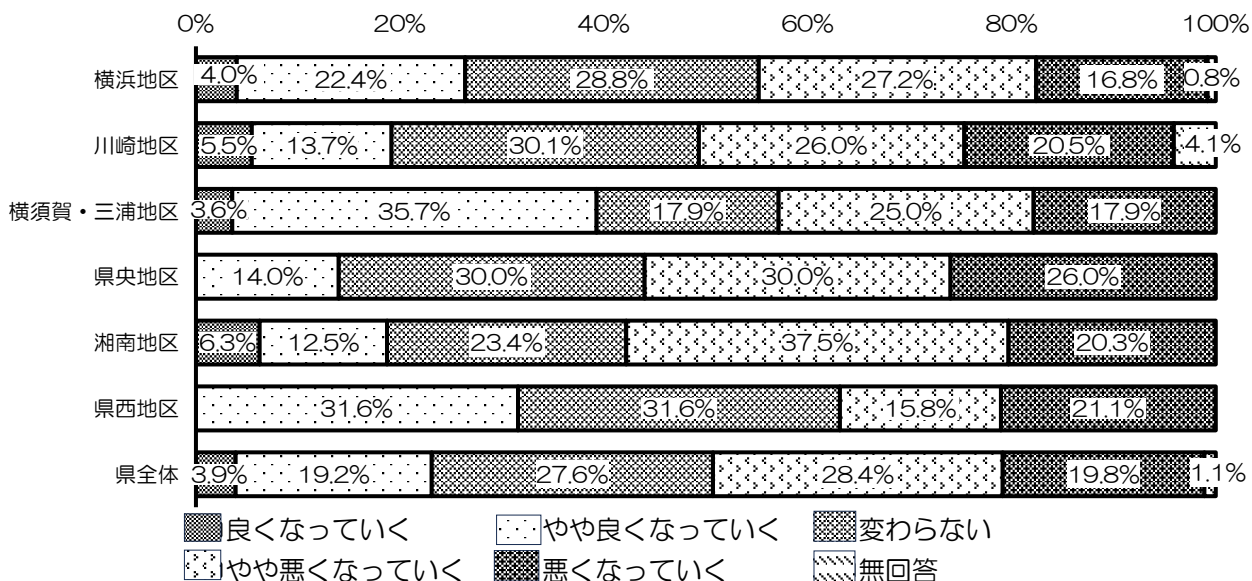
【図3】コロナ禍前後の人出の変化



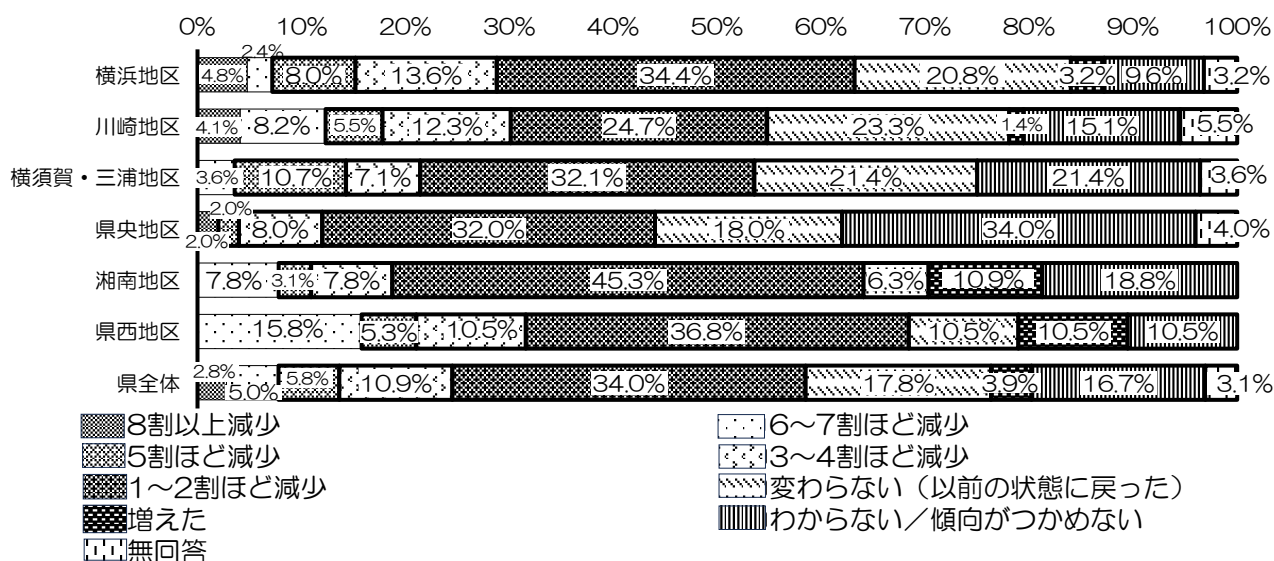
【図4】地区別の商店街の景況感



【図5】地区別の今後の活性化の見通し



【図6】地区別のコロナ禍前後の人出の変化

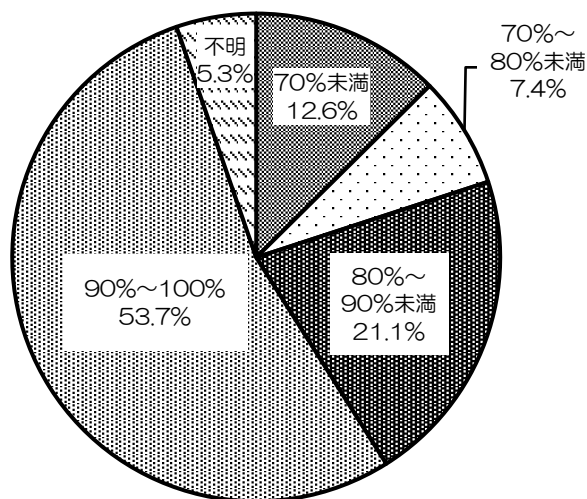


(2) 商店街の加入状況

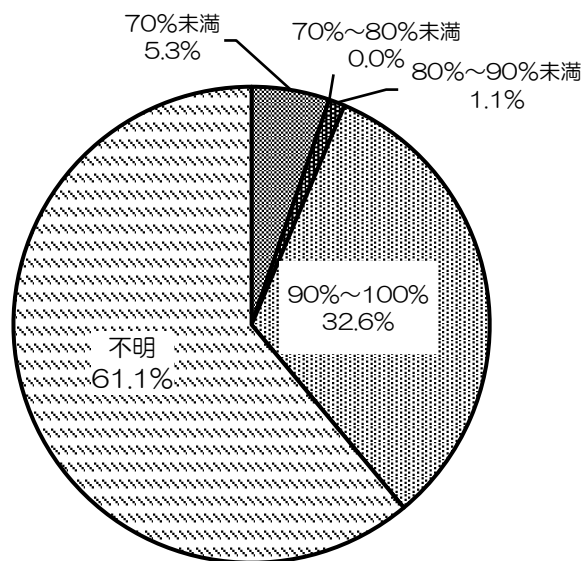
【商店街の店舗数は49店以下の規模が7割弱、商店街への加入率の全体の平均は87.1%】

- 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。

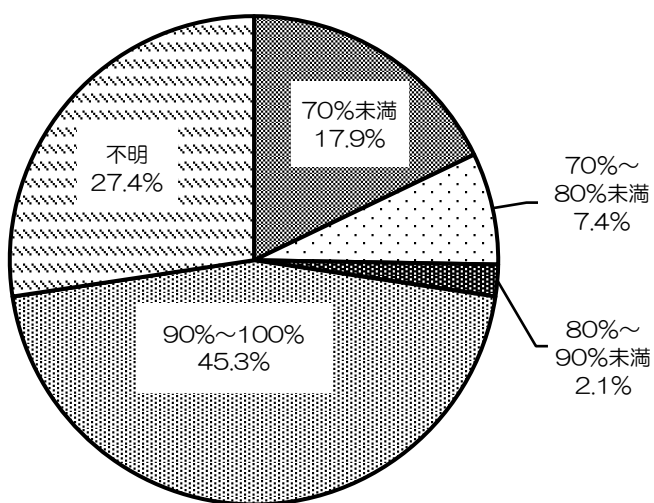
【図7】 商店街への加入率



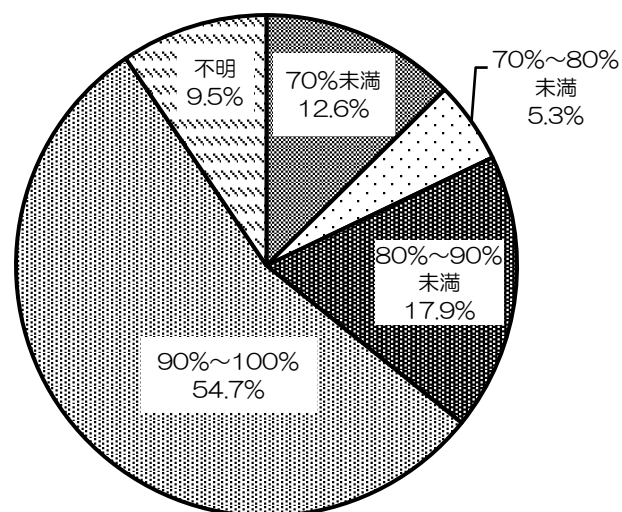
【図8】 大型店の加入率構成比



【図9】 チェーン店の加入率構成比



【図10】 一般店の加入率構成比



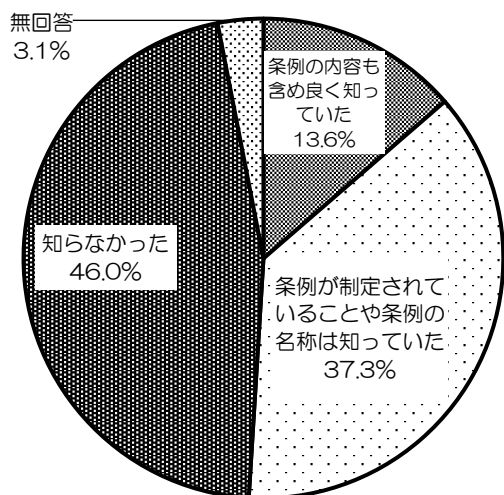
(3) 神奈川県商店街活性化条例について

【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】

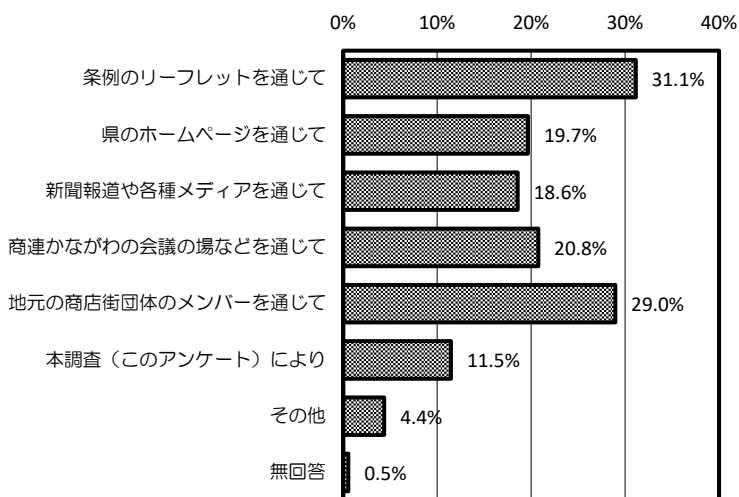
- 条例の認知度は50.9%と半数以上の商店街で認知されており、このうち「内容も含め良く知っていた」の回答は、13.6%でした。
- 条例を知った経緯は、「条例のリーフレットを通じて」が31.1%、「地元の商店街団体のメンバーを通じて」が29.0%。「条例のリーフレットを通じて」の割合が前回調査（平成30年度）の44.5%から13.4ポイント低下しています。

- 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。

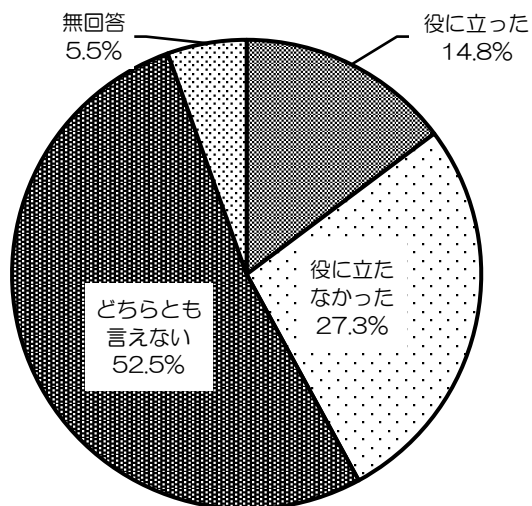
【図 11】 条例の認知度



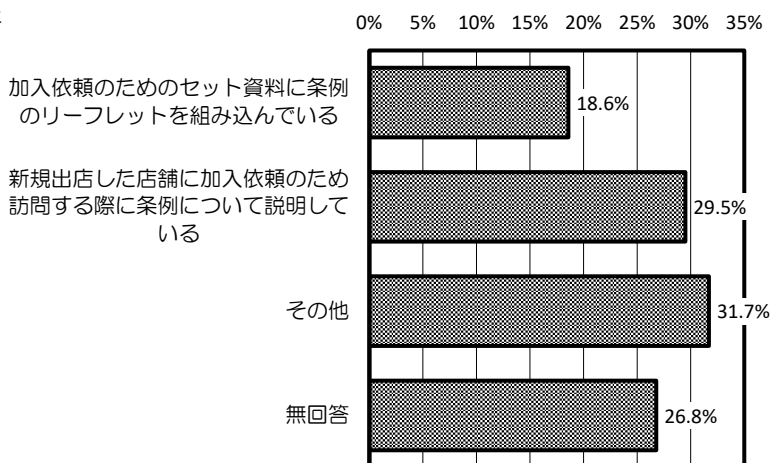
【図 12】 条例を知った経緯



【図 13】 条例が加入依頼に役立っているか



【図 14】 条例を加入依頼に役立てているか



(4) 商店街への加入依頼活動

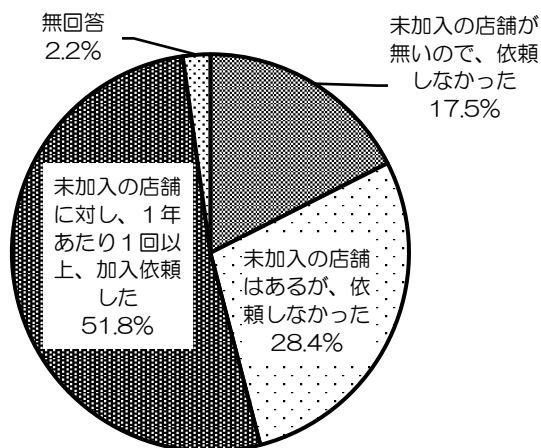
【未加入店への加入依頼は年間1回以上行うが51.8%、店舗開店時に依頼することが最も多い】

- ・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。

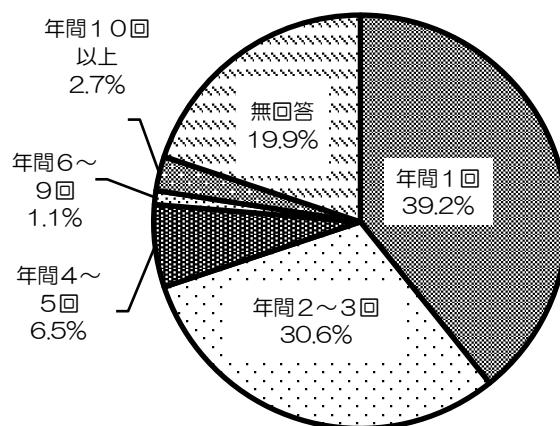
【半数近くの商店街で大型店やチェーン店と連携した活動を実施】

- ・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。

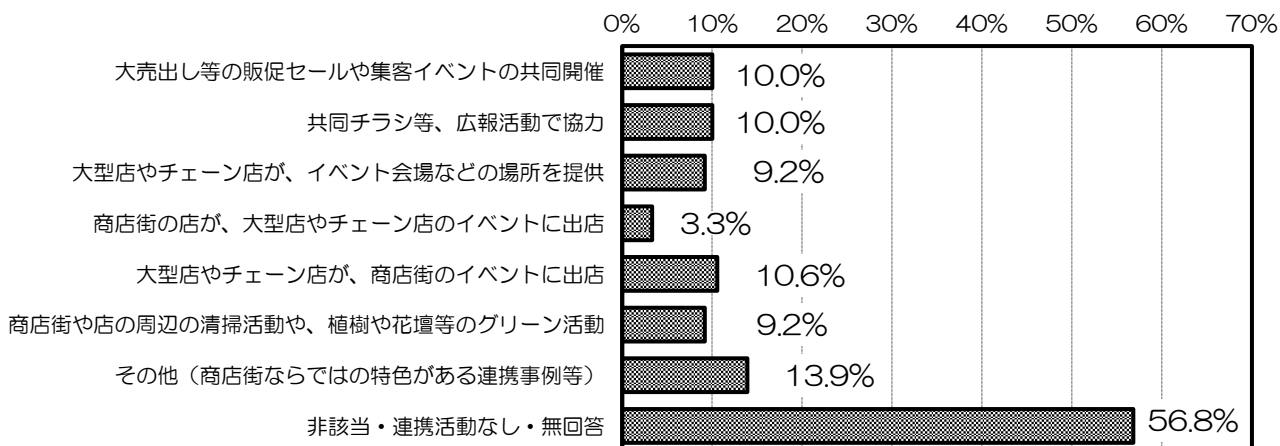
【図15】未加入店への加入依頼活動



【図16】加入依頼回数



【図17】大型店やチェーン店が商店街と連携している活動



(5) 商店街の施設と活動について

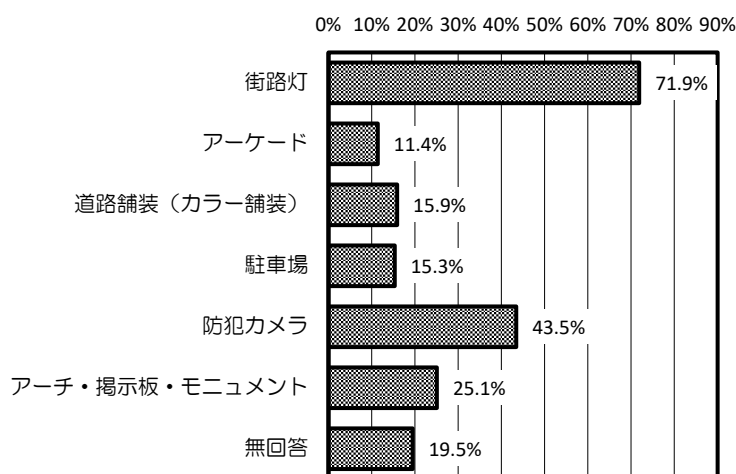
【商店街に設置のハード施設は、街路灯が71.9%と最も多いが比率は減少】

- 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。

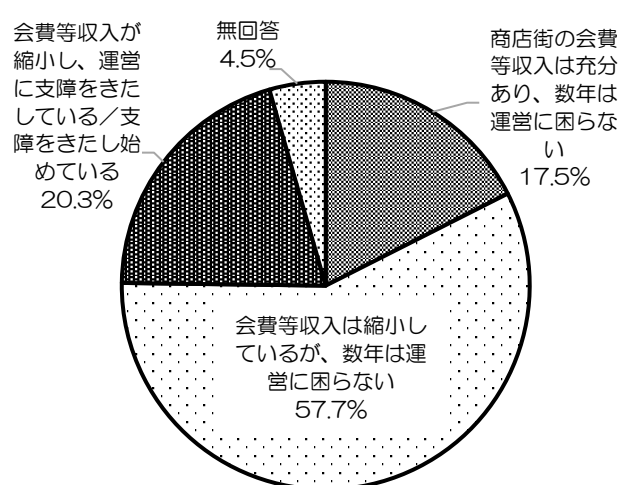
【会費等収入は8割弱の商店街で縮小、収入縮小の対策は「コストを削減する」が約6割】

- 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。
- 収入減の対策は、「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。

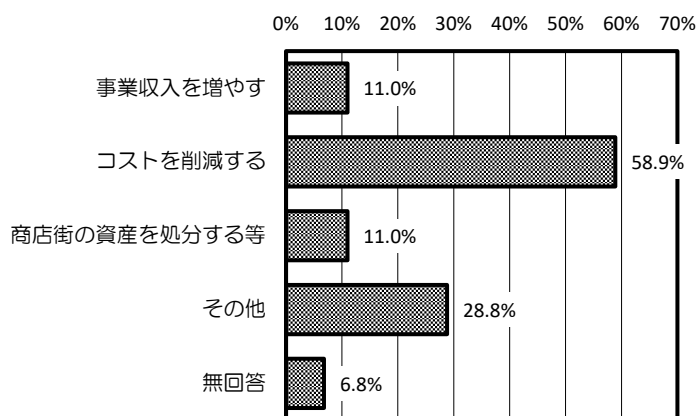
【図18】 商店街が設置しているハード施設



【図19】 商店街の会費等収入と商店街運営の関係



【図20】 収入が縮小している場合の対策



【図21】 商店街の会費以外の収入

