

平成 29 年度 商店街実態調査報告書

大型店・チェーン店の加入状況と加入率アップのノウハウ調査

平成 29 年 8 月

公益社団法人 商連かながわ

は し め に

平素は、商連かながわの活動に格別のご協力を賜り、心より御礼申し上げます。

これまで商連かながわでは、商店街実態調査を続けてまいりましたが、最近多くの商店街から相談が寄せられる大型店・チェーン店の商店街への未加入の問題は、商店街の機能強化、財政強化という側面だけでなく、その地域を盛り上げていく活動への調和が取れないという問題にもなり、大変苦慮する大きな問題と考えております。今年は、そのテーマを取り上げ「大型店・チェーン店の加入状況と加入率アップのノウハウ調査」ということに絞って調査をさせていただきました。

未加入問題がある一方、多くの商店街が独自の活動で加入率を上げ、ひいては大型店・チェーン店と一緒に地域を盛り上げて、商店街活動をスムーズに行い、街も元気な賑わいを見せている商店街もございます。

今回、その事例紹介もさせていただいておりますが、できるところから採用していくことが、加入率を高めるだけでなく、元気な商店街につながっていきます。貴商店街でも取り入れて頂ければ幸甚です。

是非、お客様に喜んで頂ける商店街を目指して頑張りましょう。

おわりに、ご商売でお忙しい時期にも関わらず、今回のアンケート及びヒアリングにご協力頂きました商店街の皆様に感謝申し上げます。

平成29年8月

公益社団法人 商連かながわ

会長 岡 野 誠一

目 次

第1章 調査概要

1. 調査目的	P 1
2. 実施概要	P 1-3

第2章 アンケート結果

1. 加入状況概要と各グループのタイプ別構成比	P4-8
2. 各設問集計結果	
(1) 問：最近2年間に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動を されましたか？	P9
(2) 問：何回程度、加入依頼活動をされましたか？	P10
(3) 問：どんな機会に加入依頼活動をされましたか？	P11
(4) 問：加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？	P12
(5) 問：加入依頼活動時は何人で訪問されますか？	P13
(6) 問：加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？	P14
(7) 問：新規店開店の情報はどこで入手されていますか？	P15
(8) 問：未加入者に加入依頼の説明をするためのセット資料は作って いますか？	P16
(9) 問：貴商店街に多くの大型店が加入している理由として考えられる ものは？(A※)	P17
(10) 問：貴商店街に多くの大型店が加入しづらい理由として考えられ るものは？(B)	P18
(11) 問：貴商店街に多くのチェーン店が加入している理由として考えら れるものは？(C)	P19
(12) 問：貴商店街に多くのチェーン店が加入しづらい理由として考えら れるものは？(D)	P20
(13) 問：貴商店街に加入している大型店は、何故加入を継続していると 思いますか？(A)	P21
(14) 問：貴商店街に加入しているチェーン店は、何故加入を継続してい ると思いますか？(C)	P22
(15) 問：商店街として大型店の加入依頼活動をしない・できない理由は 何ですか？(B)	P23
(16) 問：商店街としてチェーン店の加入依頼活動をしない・できない理 由は何ですか？(D)	P24
(17) 問：未加入大型店やチェーン店の商店街加入に向けて検討している ことはありますか？(B・D)	P25
(18) 問：大型店に対して特別な会費を設定するなどされていますか？ (A・B)	P26

(19) 問：貴商店街内のチェーン店はフランチャイズ店ですか？ 本部直営店ですか？（C・D）	P27
(20) 問：大型店が貴商店街の役員等になっていますか？（A・B）	P28
(21) 問：チェーン店が貴商店街の役員等になっていますか？（C・D）	P29
(22) 問：貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）に会費の区別はとっていますか？	P30
(23) 問：大型店とイベント等で連携されていますか？（A・B）	P31
(24) 問：チェーン店とイベント等で連携されていますか？（C・D）	P32
(25) 問：大型店と連携している事例を教えてください（A・B）	P33
(26) 問：チェーン店と連携している事例を教えてください（C・D）	P34
3. アンケートのまとめ	P35

第3章 ヒアリング結果

加入率アップの背景、地域貢献と共存共栄の意識を共有	P36
加入率アップへの効果的な事例紹介	P37-42

第4章 まとめ

1. 地域貢献意識と加入依頼活動に必要な資料他	P43-44
参考資料：アンケート各設問の集計（各グループ別）	P45-49
参考資料：アンケート調査票（各グループ別）	P51-62

※目次の中で、グループの表記は以下のように略した

（A）=Aグループ、（B）=Bグループ、（C）=Cグループ、（D）=Dグループ

第1章 調査概要

1. 調査目的

商店街の厳しさが続いている中、一般店の閉店に伴いチェーン店の出店に拍車がかかっています。チェーン店の出店が増加する一方、地域の商店街への未加入、そして商店街活動への協力体制の欠如ということが問題になっています。また、大型店出店に関しては、2000年以降大規模小売店舗法の廃止を受け、商店街へ加入をしない大型店もあり、商店街の活性化ができなくなっている地域があります。本調査は、商店街の現状、及び大型店・チェーン店の加入状況と、加入に向けた商店街の取り組みを調査すると同時に、実際に効果を上げている商店街に対してヒアリングを行い、ノウハウを共有する目的で実施したものです。また今後の商店街の活性化の一助として、加入に苦勞されている商店街に対しても、現状と理由をヒアリングしました。

2. 実施概要

- (1) 調査対象 商連かながわ加盟の61 商店街
- (2) 調査方法 郵送またはFAXによるアンケート（別紙）
アンケート後、20の商店街でヒアリング
- (3) 調査期間 平成29年5月～8月
- (4) 調査票・回収数
アンケート用紙送付 61
有効回収数 60
有効回収率 98.3%
- (5) グループینگ Aグループ（大型店加入率の高い商店街）《71%以上》
Bグループ（大型店加入率の低い商店街）《25%以下》
Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）《50%以上》
Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）《21%以下》

* 加入率はH28年度商店街実態調査を基にしています。

アンケートにご協力頂いた商店街

グループ	商店街名前	地区	立地
A 17商店街	桜台商店会	横浜市青葉区	住宅近隣型
	青葉台商店会	横浜市青葉区	駅近隣型
	南日吉商店会	横浜市港北区	駅近隣型
	横浜港南台商店会	横浜市港南区	駅近隣型
	センター北商業振興会	横浜市都筑区	駅近隣型
	伊勢佐木町 1・2 丁目商店街（振）	横浜市中区	駅前・繁華街
	横浜西口商和会商店街	横浜西区	駅近隣型
	梶が谷駅前通り振興会	川崎市高津区	駅近隣型
	溝ノ口駅前商店街（振）	川崎市高津区	駅前・繁華街
	（協）武蔵小杉商店街	川崎市中区	駅近隣型
	蔵敷商店会	川崎市宮前区	住宅近隣型
	女子大通り商工振興会	相模原市南区	駅近隣型
	相模大野北口商店会	相模原市南区	駅前・繁華街
	座間大和線商店会	座間市	住宅近隣型
	小谷商栄会	寒川町	住宅近隣型
	南銀座一番街	藤沢市	駅前・繁華街
	千日通商店街（振）	横須賀市	駅前・繁華街
B 13商店街	江田駅周辺商店会	横浜市青葉区	駅近隣型
	（協）上飯田ジョビ°ングセンター	横浜市泉区	住宅近隣型
	洋南協栄会	横浜市磯子区	駅近隣型
	六角橋協栄会	横浜市神奈川区	住宅近隣型
	ガーデン山商店会	横浜市神奈川区	住宅近隣型
	中川駅前商業地区振興会	横浜市都筑区	駅近隣型
	原宿松栄会	横浜市戸塚区	住宅近隣型
	緑ヶ丘中央商店会	厚木市	住宅近隣型
	睦合商工振興会	厚木市	住宅近隣型
	中津商店会	愛川町	ロードサイド
	瀏野辺駅南口商栄会	相模原市中央区	駅近隣型
	相武台南口商店会	座間市	駅前・繁華街
	一色商店会	葉山町	住宅近隣型
C 16商店街	たまプラーザ駅前通り商店会	横浜市青葉区	駅近隣型
	能見台駅前商店会	横浜市金沢区	駅近隣型
	綱島モール商店会	横浜市港北区	駅近隣型
	（協）元町 S S 会	横浜市中区	駅近隣型
	中山商店街（協）	横浜市緑区	駅前・繁華街
	横浜弘明寺商店街（協）	横浜南区	駅前・繁華街
	川崎銀座商業（協）	川崎市川崎区	駅前・繁華街
	チネチッタ通り商店街（振）	川崎市川崎区	駅前・繁華街
	モトスミ・ブレーメン通り商店街（振）	川崎市中区	駅近隣型
	北久里浜商店街（振）	横須賀市	駅近隣型
	久里浜商店街（協）	横須賀市	駅前・繁華街
	若松商店街（振）	横須賀市	駅前・繁華街
	厚木一番街商店街（振）	厚木市	駅前・繁華街
	アクト南口一番街商店街（振）	相模原市南区	駅前・繁華街
	湘南台商店連合会	藤沢市	駅近隣型
	紅谷パールロード商店街（振）	平塚市	駅前・繁華街
D 15商店街	青葉台南商店会	横浜市青葉区	駅近隣型
	市ヶ尾商栄会	横浜市青葉区	駅近隣型
	鶴ヶ峰商店街（協）	横浜市旭区	駅前・繁華街
	中川商店連合会	横浜市都筑区	ロードサイド
	戸塚東口商店会	横浜市戸塚区	駅近隣型
	本牧リボンファンストリート	横浜市中区	住宅近隣型
	十日市場大通り商店会	横浜市緑区	住宅近隣型
	小田急相模原商工振興会	相模原市南区	駅近隣型
	相原二本松商店街	相模原市緑区	住宅近隣型
	長後商店街（協）	藤沢市	住宅近隣型
	（協）湘南ライフタウンジョビ°ングセンター	藤沢市	住宅近隣型
	稲田堤振興会	川崎市多摩区	駅前・繁華街
	倉見商店会	寒川町	駅近隣型
	みどりときさくらの街さがみ野	座間市	駅前・繁華街
	東逗子商栄会	逗子市	ロードサイド

(6) ヒアリング アンケートにご協力いただいた商店街の中から 20 商店街（うち一つは区商連）を抽出し、ヒアリングを実施しました。

* 都筑区の大型店は、区商店街連合会が加入依頼の窓口になっているので、都筑区商連にヒアリングを行いました。

ヒアリングにご協力いただいた商店街（区商連）

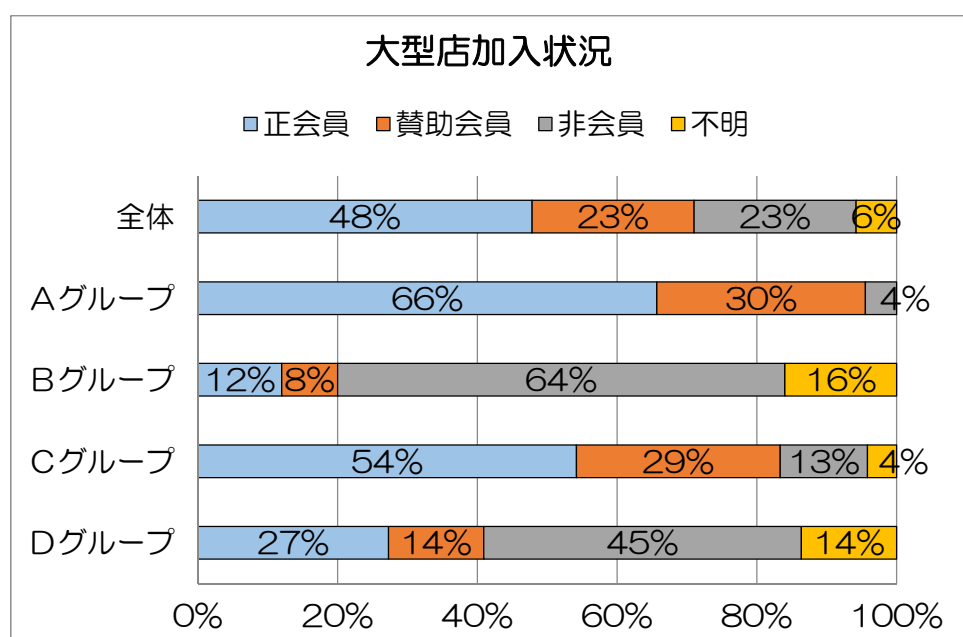
	商店街名前	地区	立地
A グループ 7商店街	伊勢佐木町 1・2 丁目商店街（振）	横浜市中区	駅前・繁華街
	センター北商業振興会	横浜市都筑区	駅近隣型
	座間大和線商店会	座間市	住宅近隣型
	桜台商店会	横浜市青葉区	住宅近隣型
	千日通商店街（振）	横須賀市	駅前・繁華街
	梶が谷駅前通り振興会	川崎市高津区	駅近隣型
	溝の口駅前商店街振興組合	川崎市高津区	駅前・繁華街
B グループ 2 商店街	商店街名前	地区	立地
	洋南協栄会	横浜市磯子区	駅近隣型
C グループ 6 商店街	相武台南口商店会	座間市	駅前・繁華街
	商店街名前	地区	立地
	北久里浜商店街（振）	横須賀市	駅近隣型
	モトスミ・プレーメン通り商店街（振）	川崎市中原区	駅近隣型
	湘南台商店連合会	藤沢市	駅近隣型
	中山商店街（協）	横浜市緑区	駅前・繁華街
	横浜弘明寺商店街（協）	横浜市南区	駅前・繁華街
D グループ 4 商店街	久里浜商店街（協）	横須賀市	駅前・繁華街
	商店街名前	地区	立地
	青葉台南商店会	横浜市青葉区	駅近隣型
	稲田堤振興会	川崎市多摩区	駅前・繁華街
	倉見商店会	寒川町	駅近隣型
特別依頼	本牧リボンファンストリート	横浜市中区	住宅近隣型
	都筑区商店街連合会	横浜市都筑区	区商連

第2章 アンケート結果

1. 加入状況概要と各グループのタイプ別構成比

大型店の加入状況

アンケート結果：大型店加入状況



今回のアンケートにご協力いただいた60の商店街では、137の大型店がありますが、全体の加入率は71%（正会員48%と賛助会員23%）、非会員23%、不明6%の結果でした。

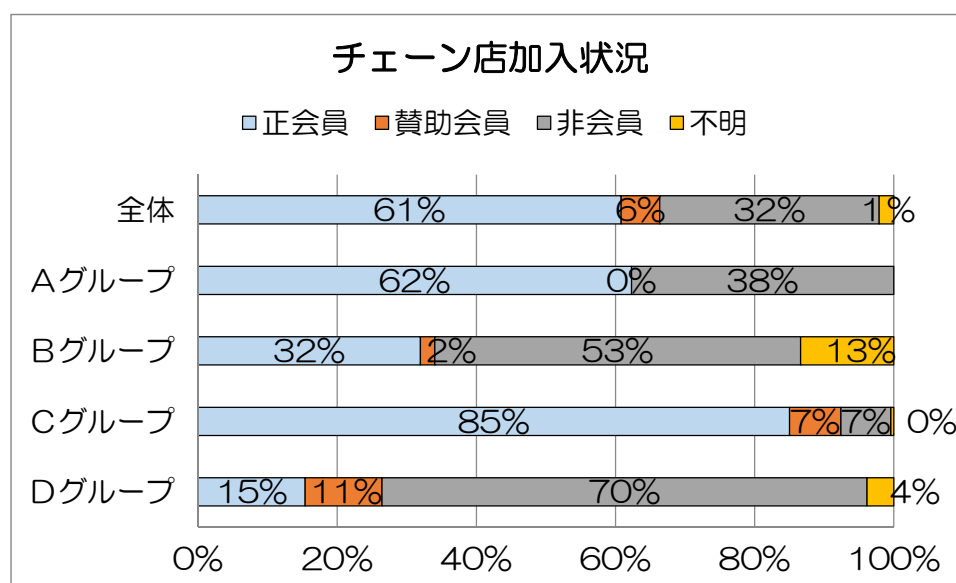
大型店加入率の高いAグループでは、加入率が96%、チェーン店加入率の高いCグループにおいても83%と高い数字になりました。

一方、大型店加入率の低いBグループは20%、チェーン店加入率の低いDグループは41%と低い数字になっています。

* 大型店の概念は売り場面積1000㎡以上でお願いしましたが、アンケートではそれ以下の店舗も含まれている場合があります。

チェーン店の加入状況

アンケート結果：チェーン店加入状況



今回のアンケートにご協力いただいた 60 の商店街では、1,113 のチェーン店がありますが、全体の加入率は 67%（正会員 61%と賛助会員 6%）、非会員 32%、不明 1%の結果でした。

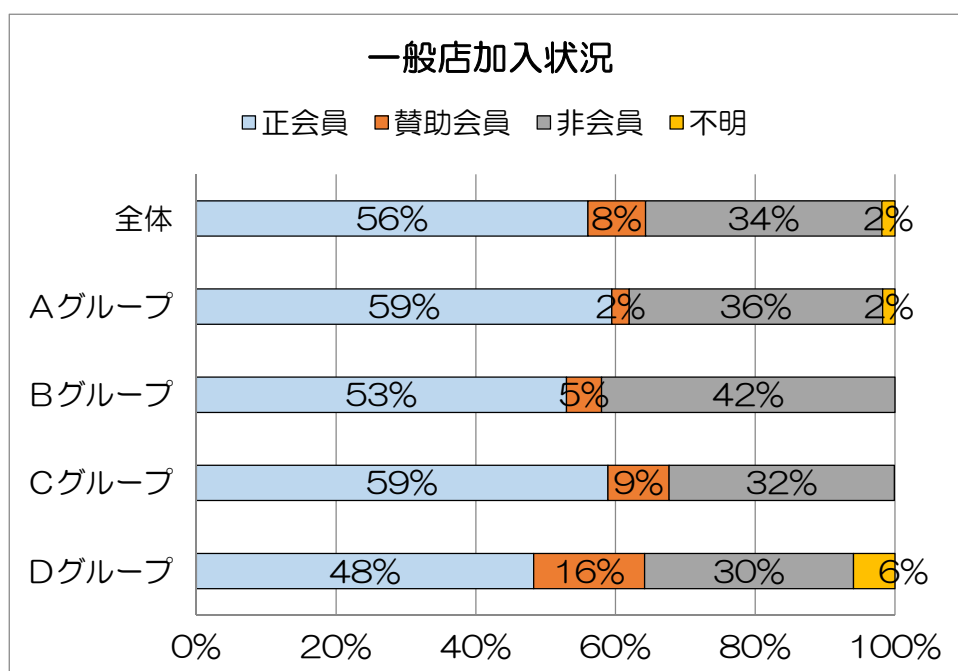
大型店加入率の高いAグループでは、加入率が 62%（正会員 62%）、チェーン店加入率の高いCグループにおいては 92%（正会員 85%賛助会員 7%）と高い数字になりました。

一方、大型店加入率の低いBグループは 34%（正会員 32%と賛助会 2%）

チェーン店の加入率の低いDグループでは 26%（正会員 15%賛助会員 11%）になりました。

一般店の加入状況

アンケート結果：一般店加入状況



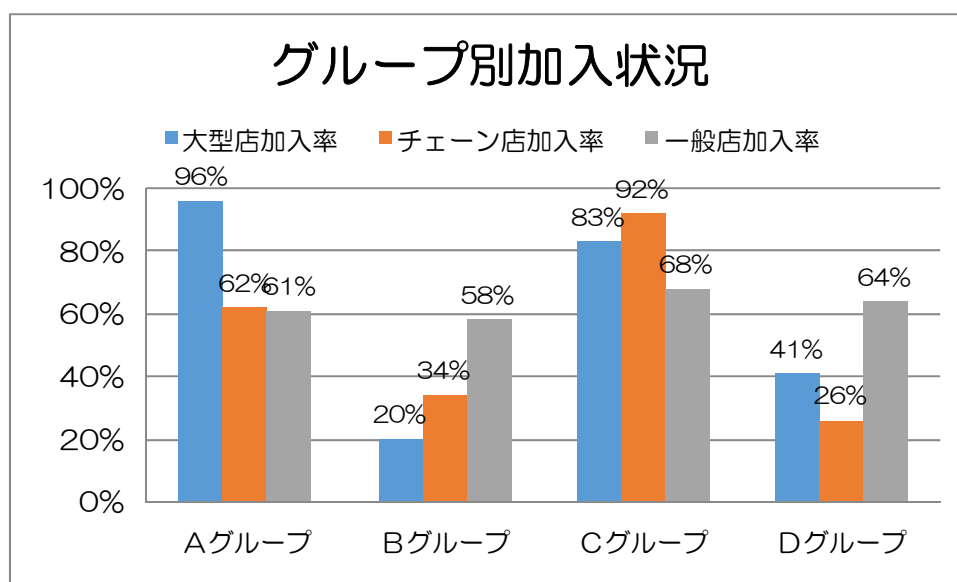
今回のアンケートにご協力いただいた 60 の商店街では、5,239 の一般店がありますが、全体の加入率は 64%（正会員 56%と賛助会員 8%）、非会員 34%、不明 2%の結果でした。

大型店加入率の高いAグループでは、加入率が 61%（正会員 59%と賛助会員 2%）、チェーン店加入率の高いCグループにおいては 68%（正会員 59%賛助会員 9%）となっています。

一方、大型店加入率の低いBグループは 58%（正会員 53%と賛助会員 5%）、チェーン店加入率の低いDグループは 64%（正会員 48%と賛助会員 16%）となっています。

グループ別加入状況

アンケート結果：グループ別加入状況



今回のアンケート調査は過去の「商店街実態調査」を元にして、

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）

Bグループ（大型店加入率の低い商店街）

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）

Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に分けましたが、

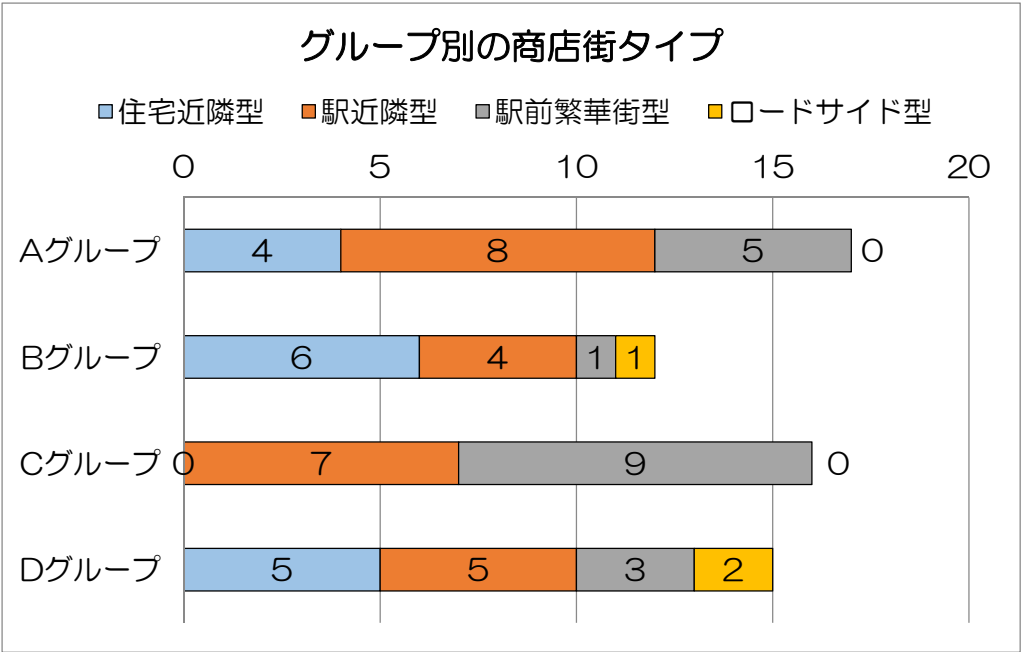
各グループのそれぞれの加入率をみると、加入率の高いグループ（A、C）は、全体に加入率の高い傾向になり、低いグループ（B、D）は全体に加入率が低い傾向にあります。

商店街では商店街加入依頼活動は大変負担になっています。特に、小規模で事務局を持たない商店街では、会長・理事長への負担が大きく、加入依頼活動への時間も取りにくく、メリットを表現する資料などの準備も難しい傾向があります。

また、商店街活動が十分でない商店街は、大型店・チェーン店側から見ると「商店街の魅力」が乏しくなり、商店街加入促進に向けた取り組みはさらに難しくなっています。

各グループの属性

アンケート結果：各グループ別の商店街のタイプ

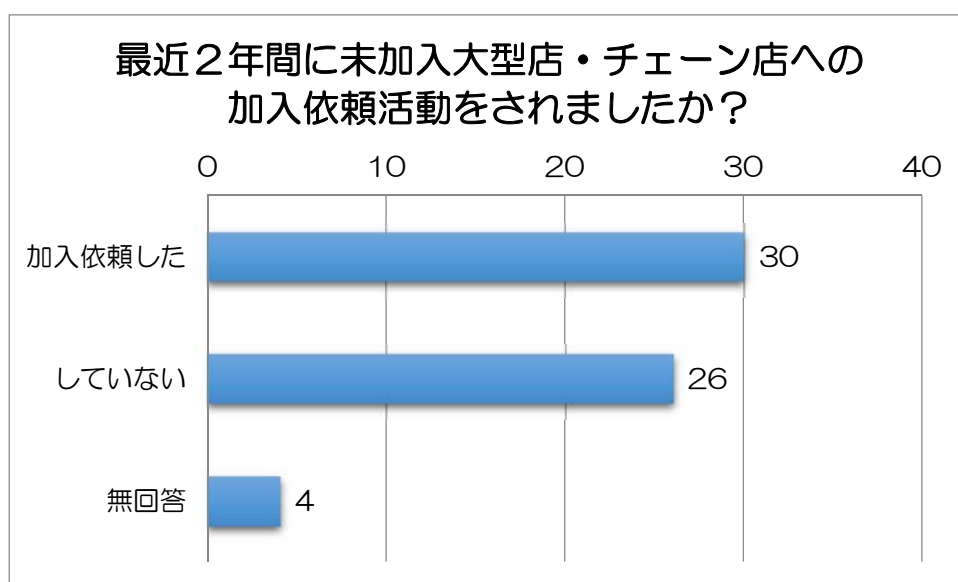


	Aグループ（大型・高）		Bグループ（大型・低）		Cグループ（チェ・高）		Dグループ（チェ・低）		合計	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比	商店街数	構成比
住宅近隣型	4	24%	6	50%	0	0%	5	33%	15	25%
駅近隣型	8	47%	4	33%	7	44%	5	33%	24	40%
駅前繁華街型	5	29%	1	8%	9	56%	3	20%	18	30%
ロードサイド型	0	0%	1	8%	0	0%	2	13%	3	5%
合計	17	100%	12	100%	16	100%	15	100%	60	100%

2.各設問集計結果

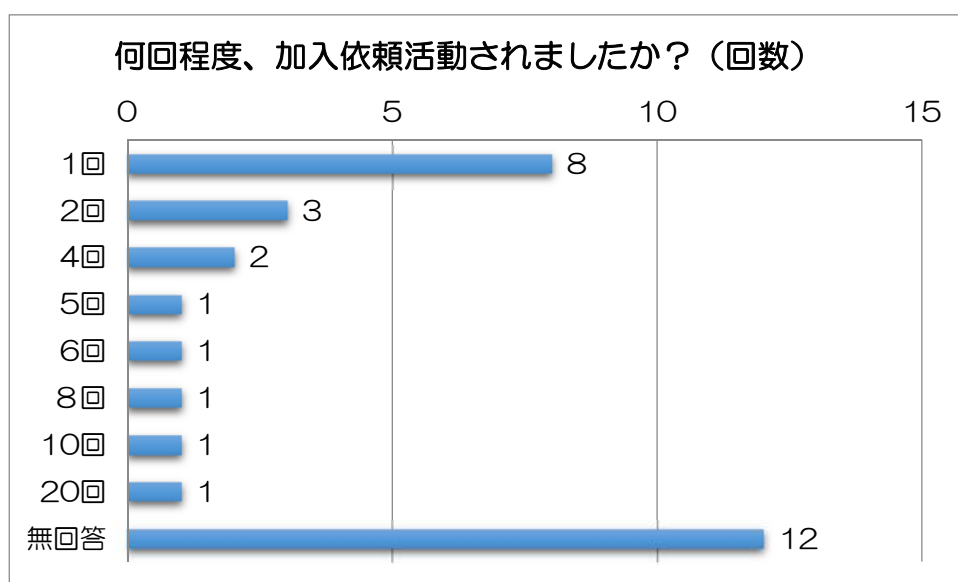
加入依頼活動に関して

(1) 問：最近2年間（H27.4～H29.3）に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？



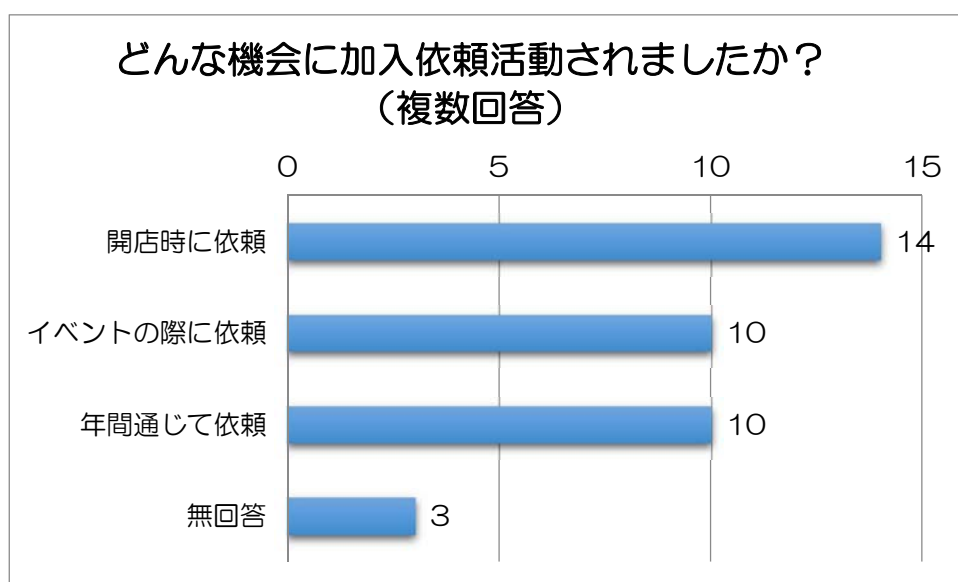
(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

(2) 問：何回程度、加入依頼活動をされましたか？



(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

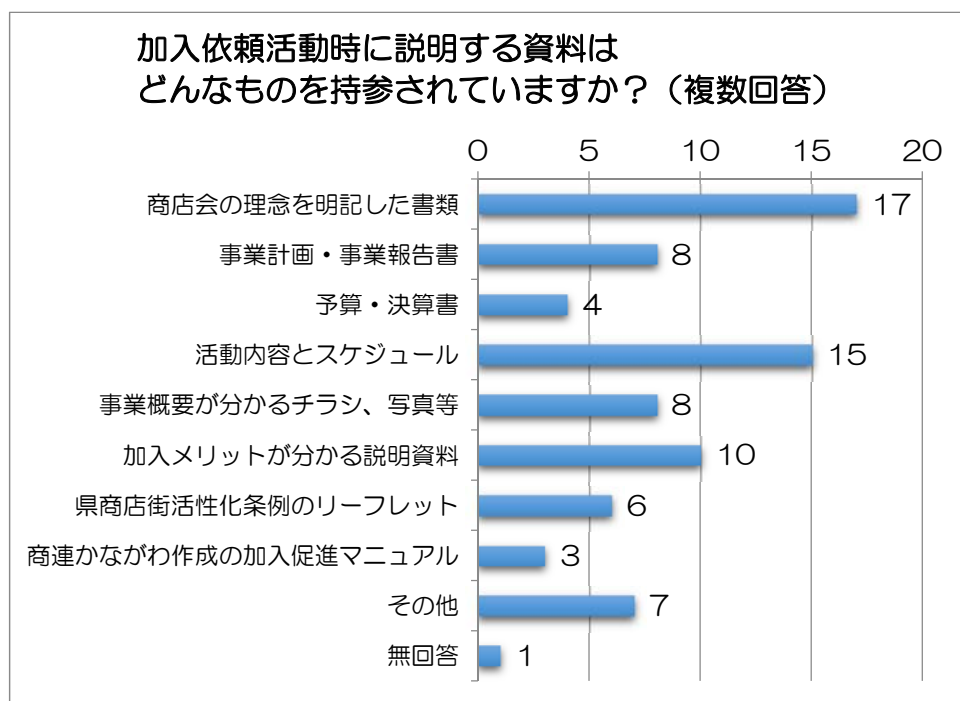
(3) 問：どんな機会に加入依頼活動をされましたか？（複数回答）



(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

(4) 問：加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？

(複数回答)



ワンポイント

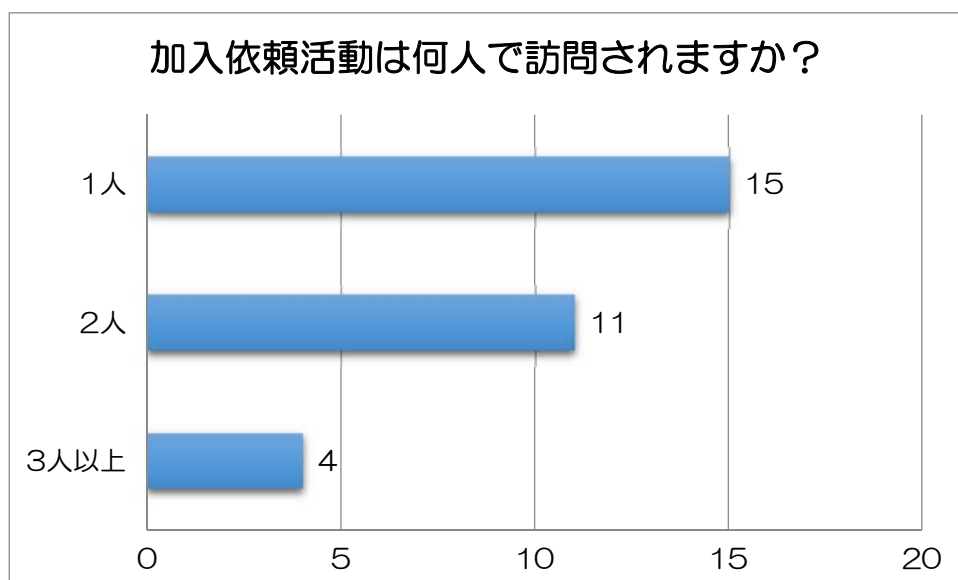
準備してもらいたい加入依頼資料

①商店街規約（商店街宣言等も含む）②年間計画（イベント等写真添付）③商店街加入メリット ④商店会会費と内訳（街路灯維持費、販促費他）⑤収支報告書、会計資料 ⑥商店街組織表 等

会計が透明で、信頼できる会の運営ができていること、集客販促等魅力的な活動をしていること、街路灯等の負担費用が明確に分かることは重要な要素です。ファイル等でまとめて一冊にして持参しましょう。また、本部へ送付する場合もあるので、そのまま送ることができるように 2 冊作成すると喜ばれます。

(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

(5) 問：加入依頼活動時は何人で訪問されますか？



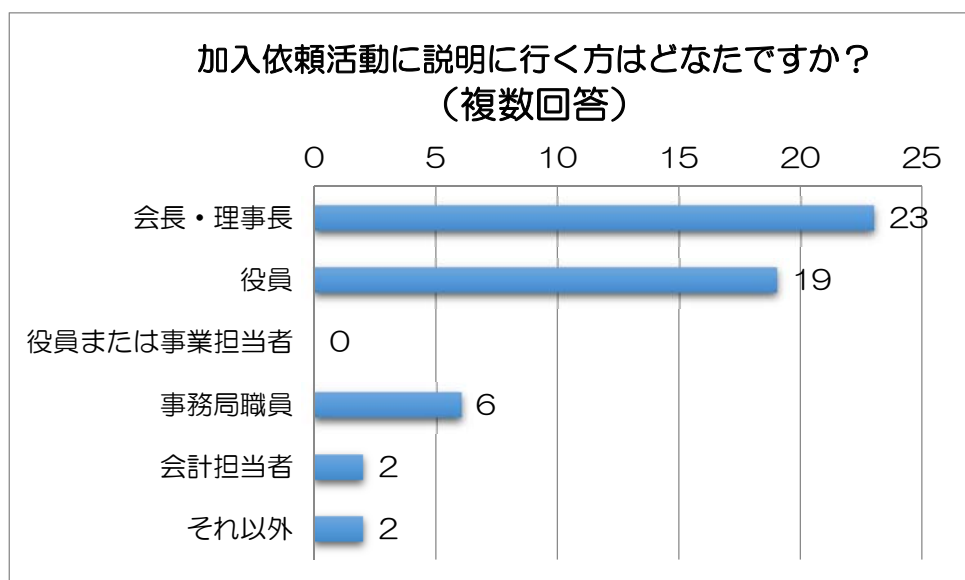
ワンポイント

なるべく大勢で訪問を

一人で訪問すると、訪問時の情報が伝わりにくく、その後の対策が難しくなりますし、一人に負担がかかります。できれば、複数で訪問できる体制をつくりましょう。

(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

(6) 問：加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか（複数回答）



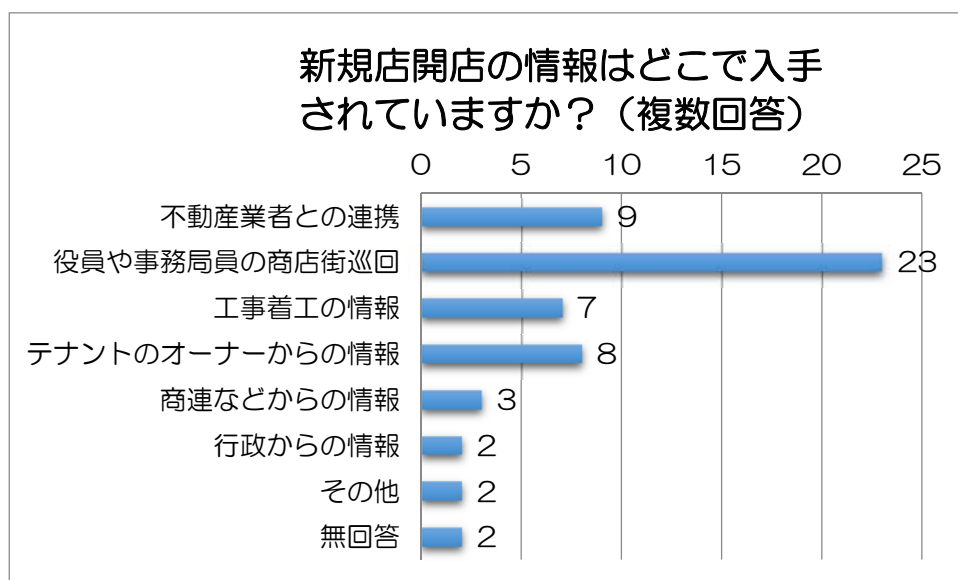
ワンポイント

会長・理事長の負担が大きい

加入依頼活動でも会長・理事長の負担が大きいという実態が明らかになっています。商店街の高齢化が進む中、交渉できる人材育成が必要とされています。

(1) で「加入依頼活動をした」と答えた商店街に質問しました。

(7) 問：新規店開店の情報はどこで入手されていますか？（複数回答）



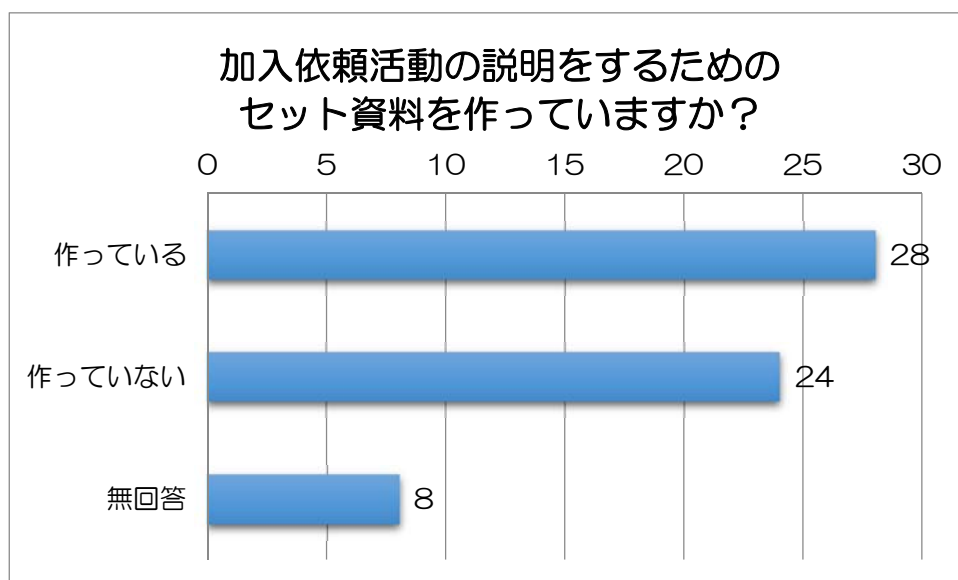
その他（回答内容）

防犯パトロール中（毎週土曜日）

商店街独自調査

全グループに質問します

(8) 問：未加入者に加入依頼の説明をするためのセット資料は作っていますか？



ワンポイント

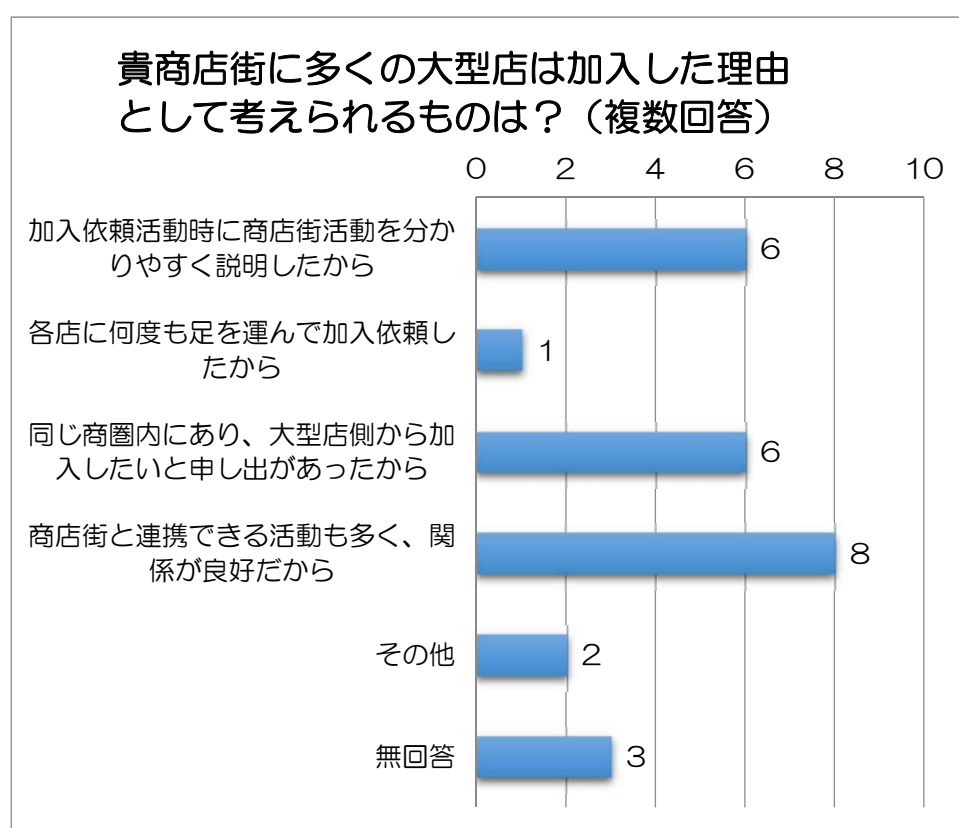
加入依頼用のセット資料はファイル等でひとまとめにして

(4) のところでも触れましたが、セット資料はファイル等に見やすく収納して、一冊のセット資料として準備しましょう。相手の法人が、いつでも取り出せるようにするのがコツです。店舗用と本部用の2冊を持参しましょう。

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）に質問します。

（9）問：貴商店街に多くの大型店が加入をしている理由として考えられるものは？

（複数回答）

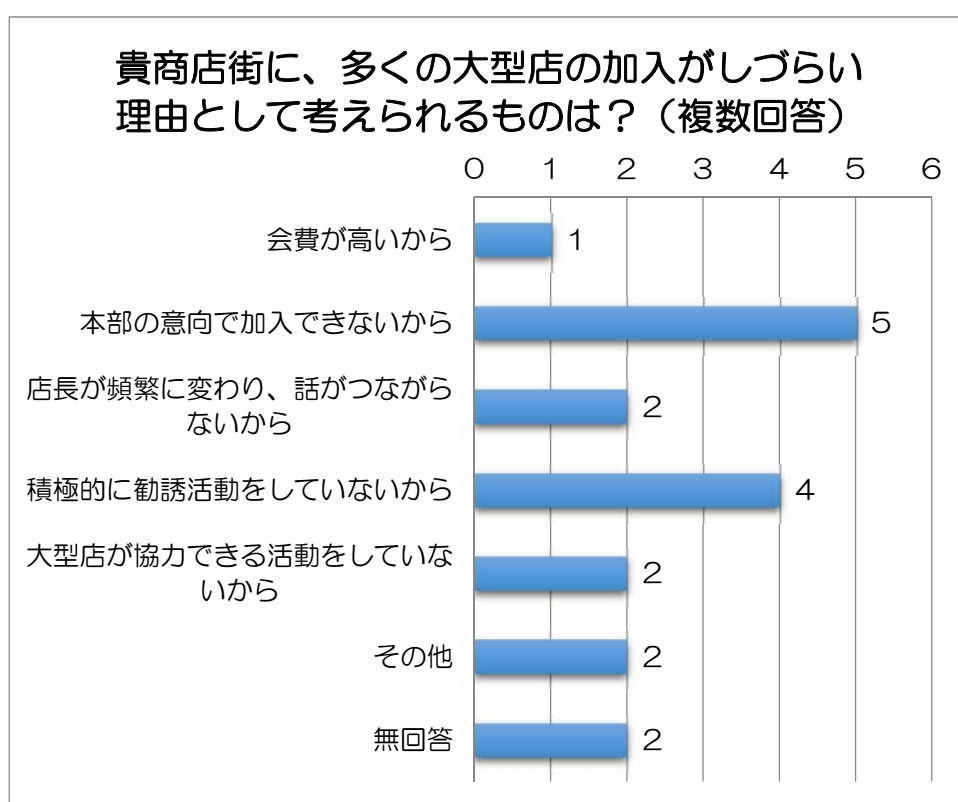


その他（回答内容）

七夕セール、歳末セールの広告ビラ等（掲載）

Bグループ（大型店加入率の低い商店街）に質問します。

（10）問：貴商店街に多くの大型店が加入しづらい理由として考えられるものは？（複数回答）



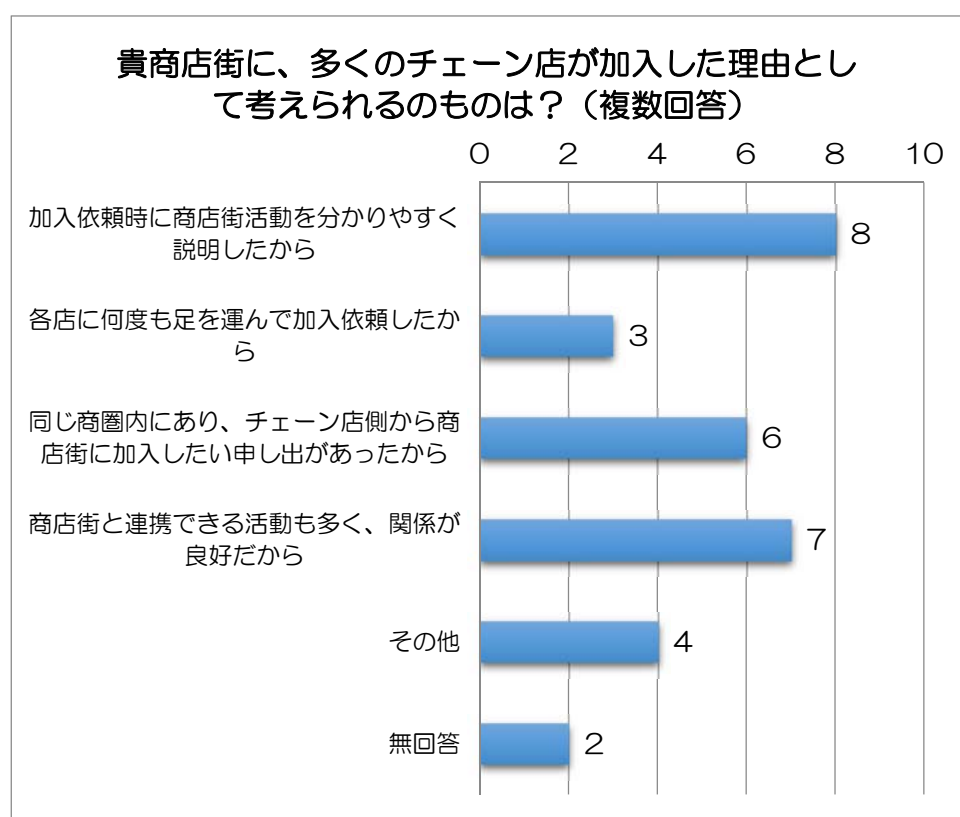
その他（回答内容）

以前加入していたが、退会されたため。

賛助会員として加入依頼したが、それでも会費で折り合いがつかない。

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）に質問します。

（11）問：貴商店街に多くのチェーン店が加入している理由として考えられるものは？（複数回答）



その他（回答内容）

ビルオーナーに貸す条件として加入を入れてもらっている。

オーナーが加入しているため、特に勧誘していない。

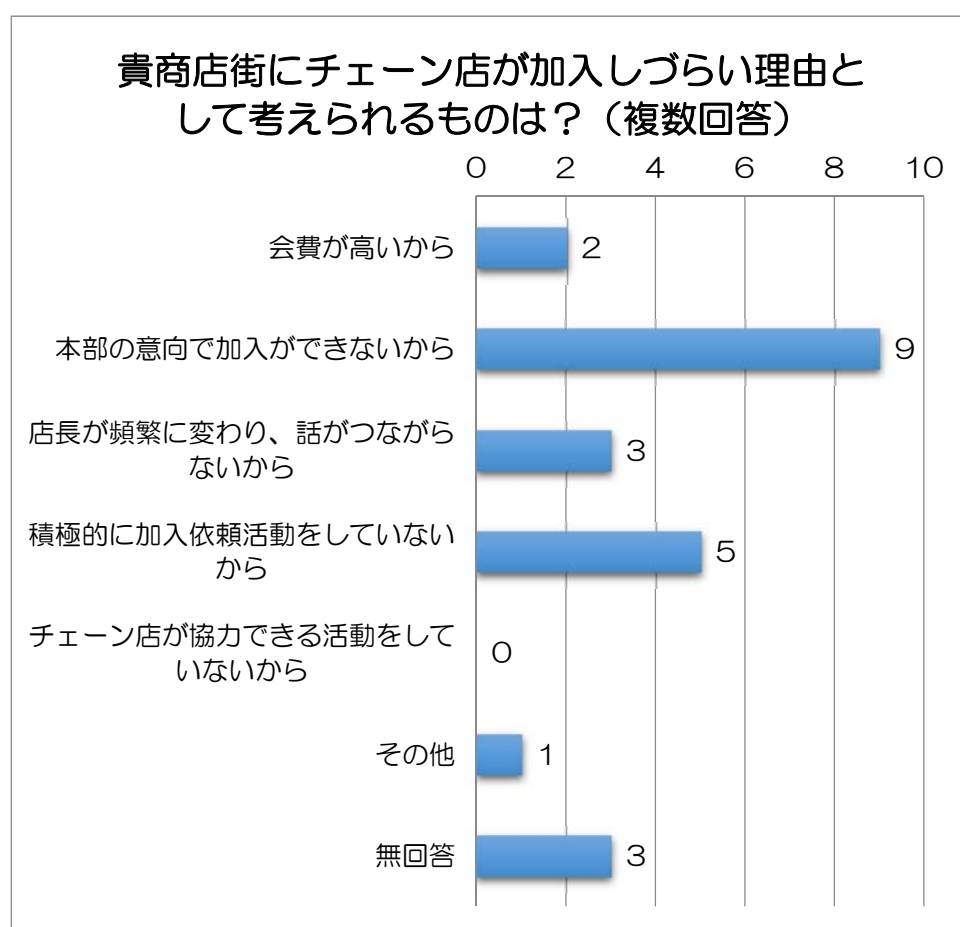
アーケード、駐車場がある。

家主よりお願いしてもらっている。

Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

（12）問：貴商店街に多くのチェーン店が加入しづらい理由として考えられるものは？

（複数回答）



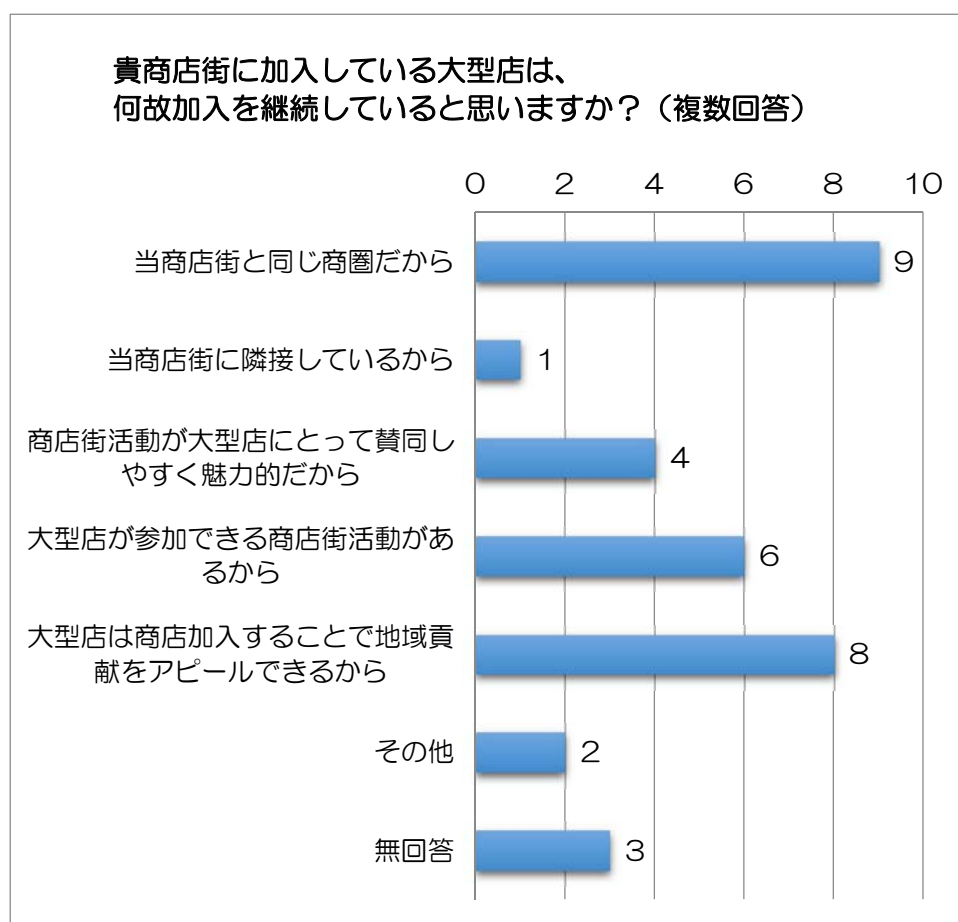
その他（回答内容）

分からない。「本部に確認しておきます」と返答を先延ばしにされてしまう。

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）に質問します。

（13）問：貴商店街に加入している大型店は、何故加入を継続していると思いますか？

（複数回答）



商店街活動が大型店にとって賛同しやすく魅力的だから（具体的な内容）

ハロウィンのゴールになっていて賑わうから。

イベントが多く、集客になるから。

その他（回答内容）

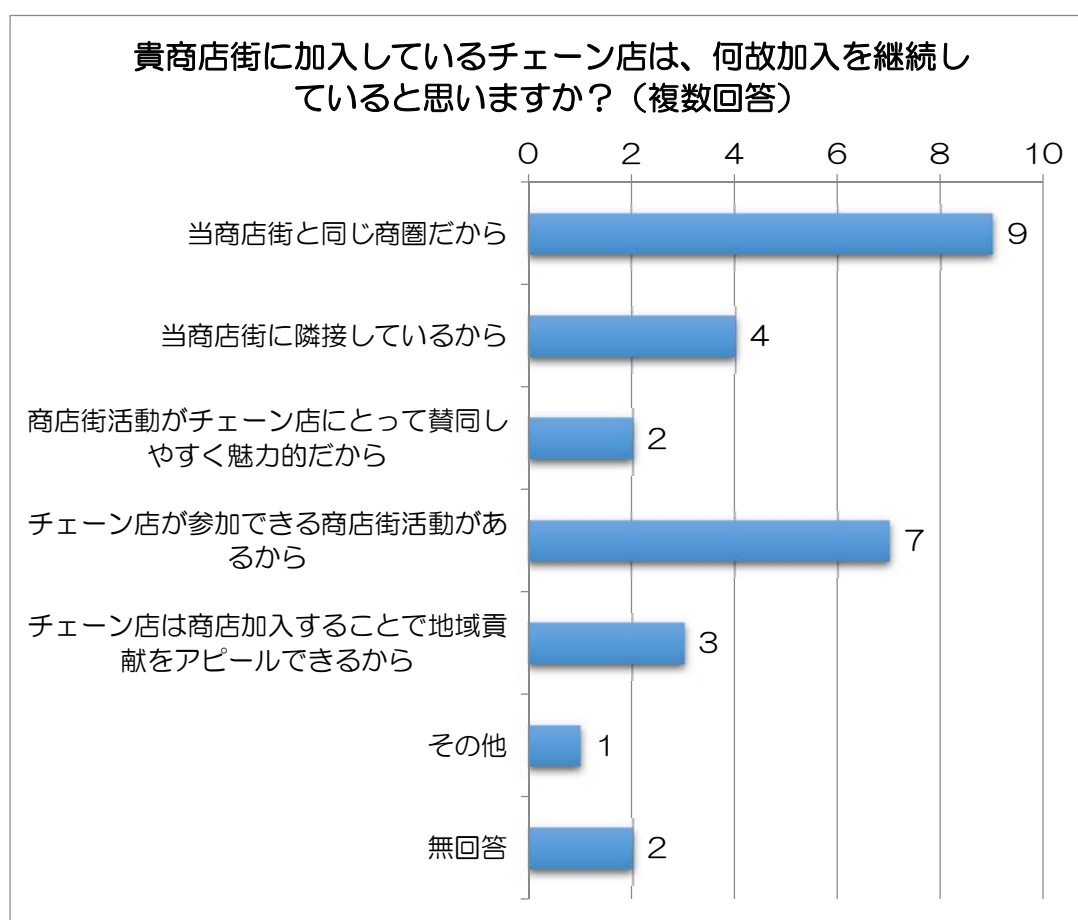
防犯、防火、美化、パトロールなどを行っているから（防犯カメラ、街路灯等）

お付き合いとして。

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）に質問します。

（14）問：貴商店街に加入しているチェーン店は、何故加入を継続していると思いますか？

（複数回答）



商店街活動がチェーン店にとって賛同しやすく魅力的だから（具体的な内容）

共同配送のシステムや子育て支援対策など、マスコミにも取り上げられている。

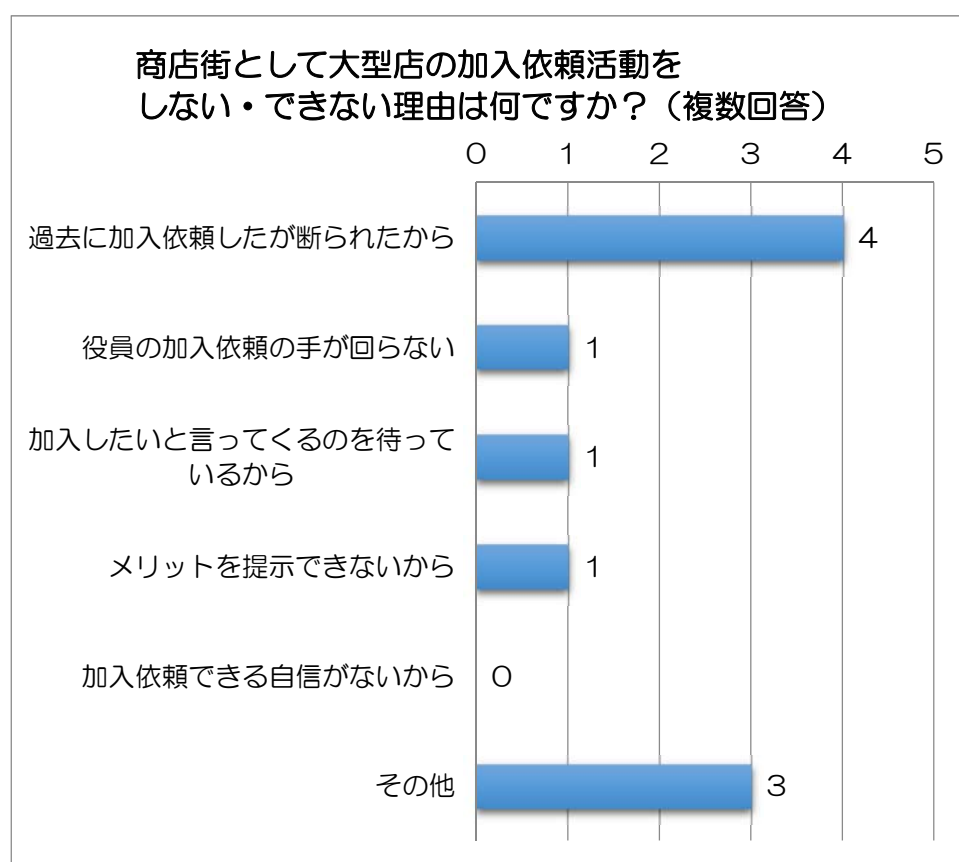
夏祭り等の参加できるイベントがあり、そのために集客目的の道路改修など環境対策を実施している。

その他（回答内容）

数多くのイベントに参加できるから。

Bグループ（大型店加入率の低い商店街）に質問します。

（15）問：商店街として大型店の加入依頼活動をしない・できない理由は何ですか？
（複数回答）



その他（回答内容）

商店街内に大型店は無い。

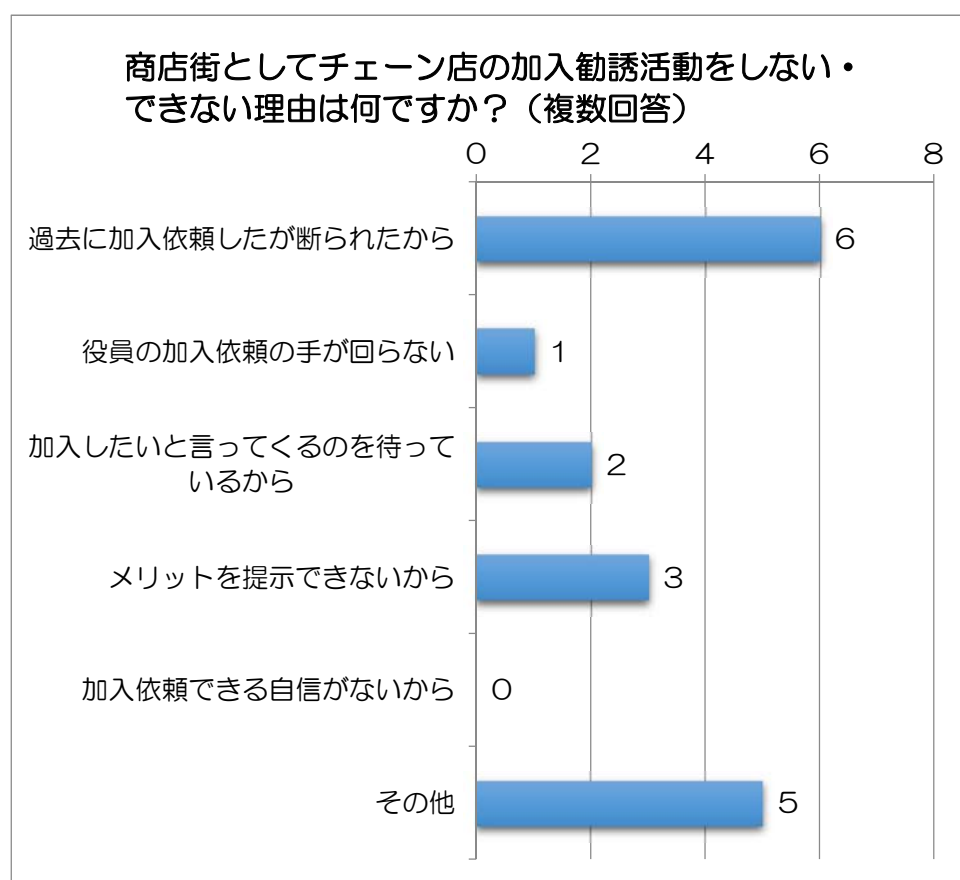
会費を集めていなくて、解散に向けている。

商店街として、まず個店から勧誘を行っていくから、大型店の勧誘を行う予定は当分ない。

Dグループ（大型店の加入率の低い商店街）に質問します。

（16）問：商店街としてチェーン店の加入依頼活動をしていない・できない理由は何ですか？

（複数回答）



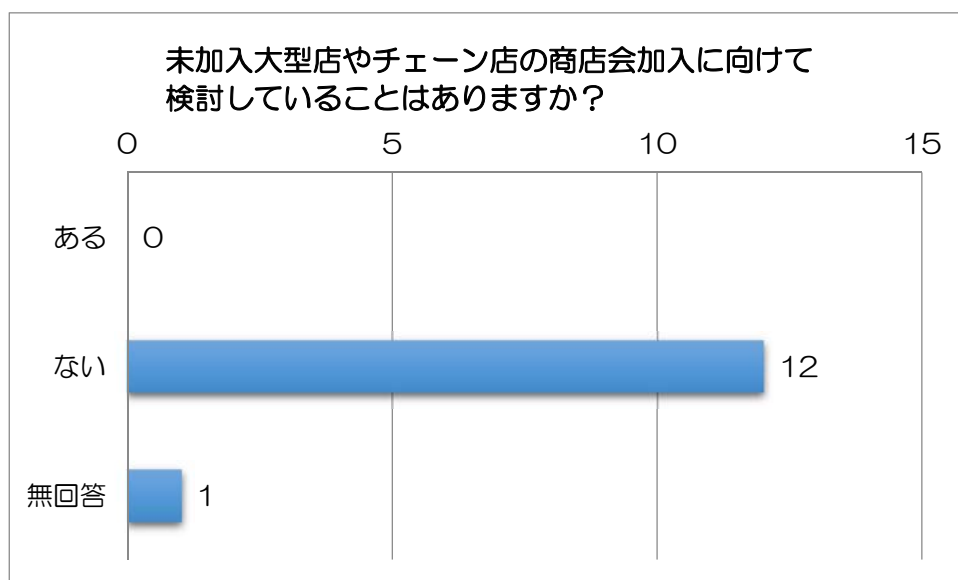
その他（回答内容）

まったくとりあってくれない。

発足当初は入会してもらったが、その後脱会が増え、再度勧誘してもダメな為、以後勧誘していない。

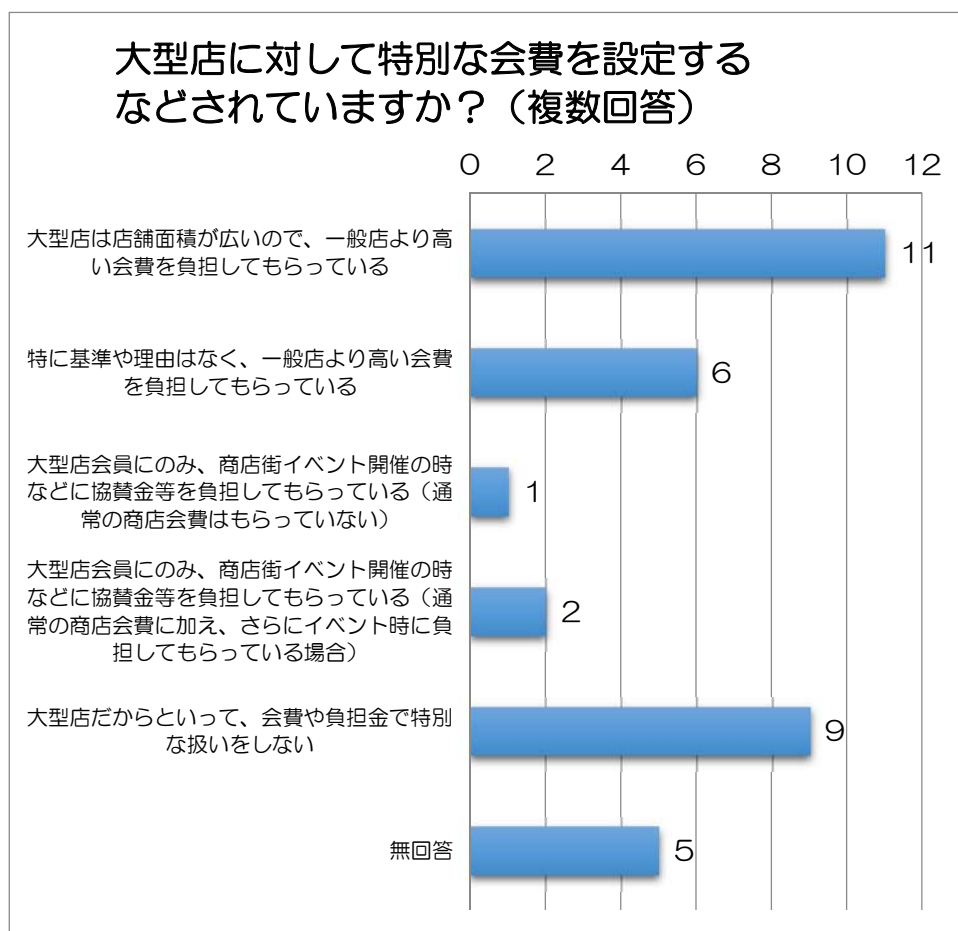
Bグループ（大型店加入率の低い商店街）、Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

（17）問：未加入大型店やチェーン店の商店街加入に向けて検討していることはありますか？



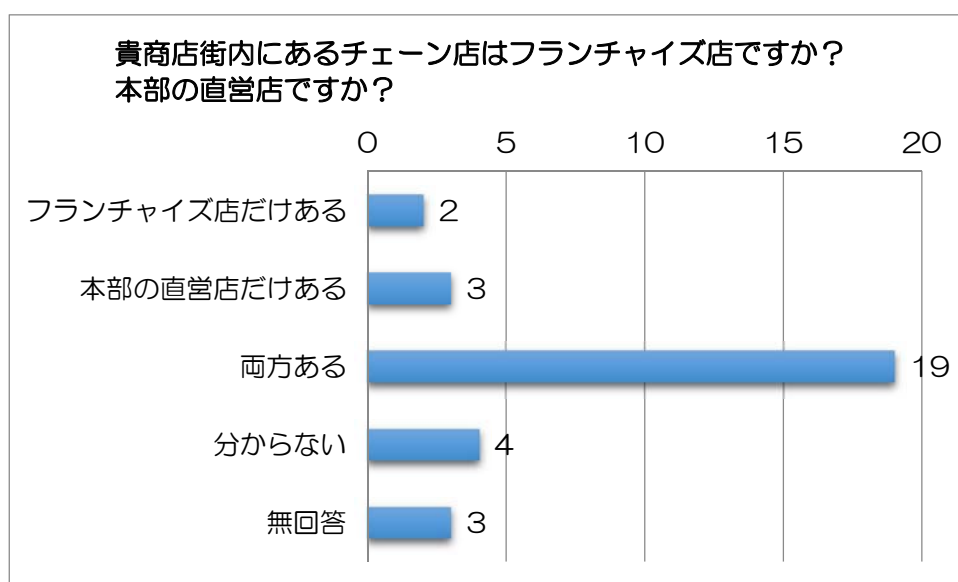
Aグループ（大型店加入率の高い商店街），Bグループ（チェーン店加入率の高い商店街）に質問します。

（18）問：大型店に対して特別な会費を設定するなどされていますか？（複数回答）



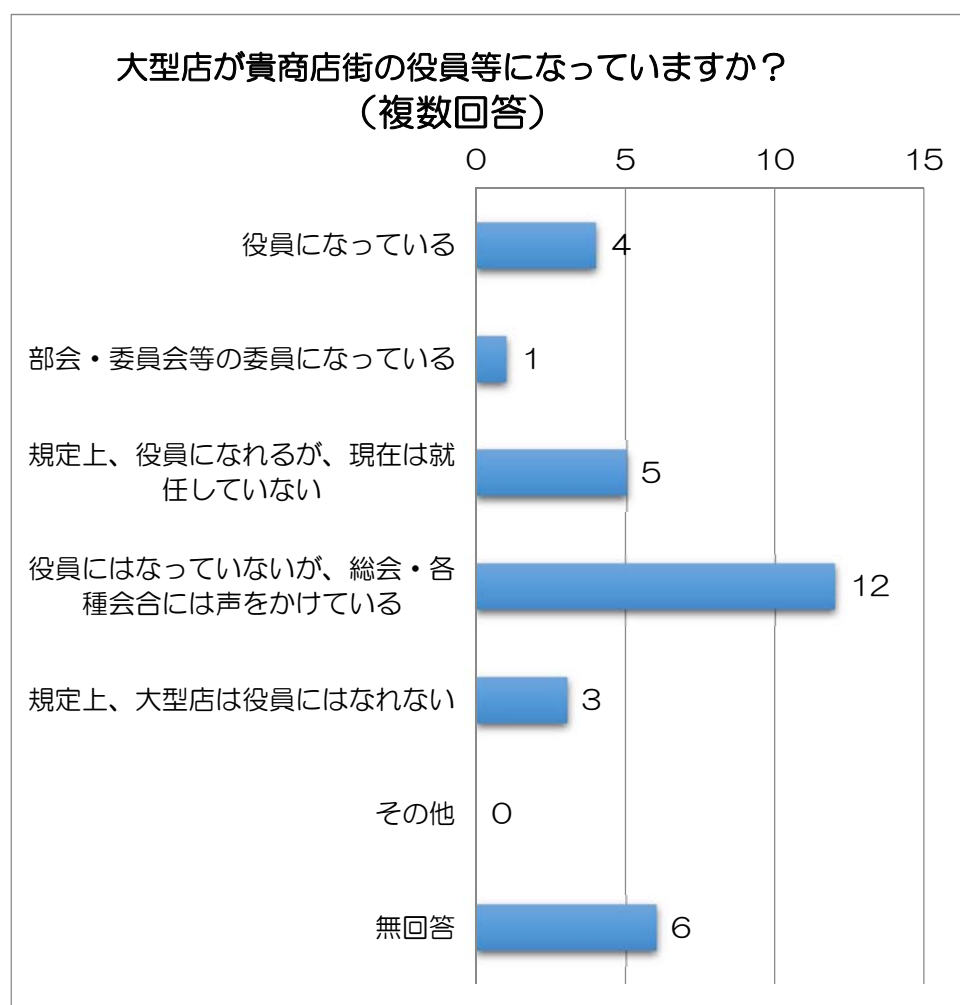
Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街），Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

(19)問：貴商店街内のチェーン店はフランチャイズ店ですか？ 本部直営店ですか？



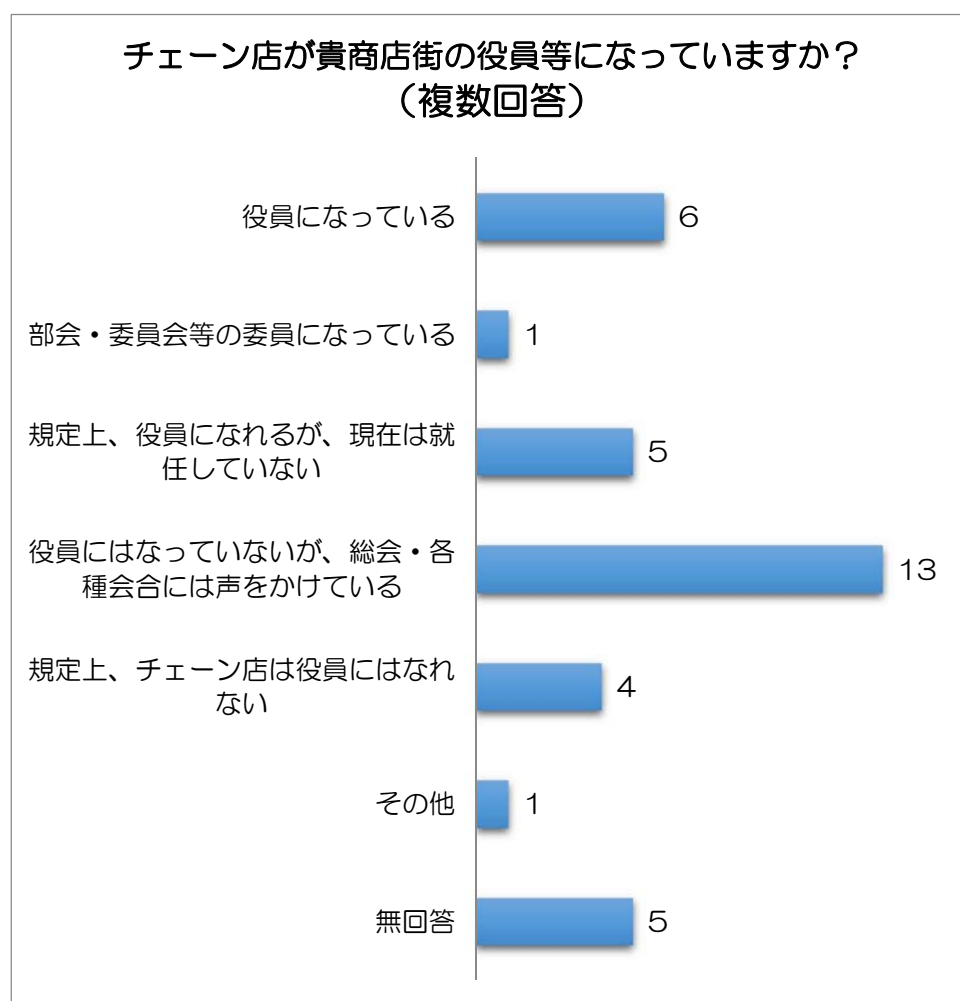
Aグループ（大型店加入率の高い商店街），Bグループ（大型店加入率の低い商店街）に質問します。

（20）問：大型店が貴商店街の役員等になっていますか？（複数回答）



Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）、Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

（21）問：チェーン店が貴商店街の役員等になっていますか？

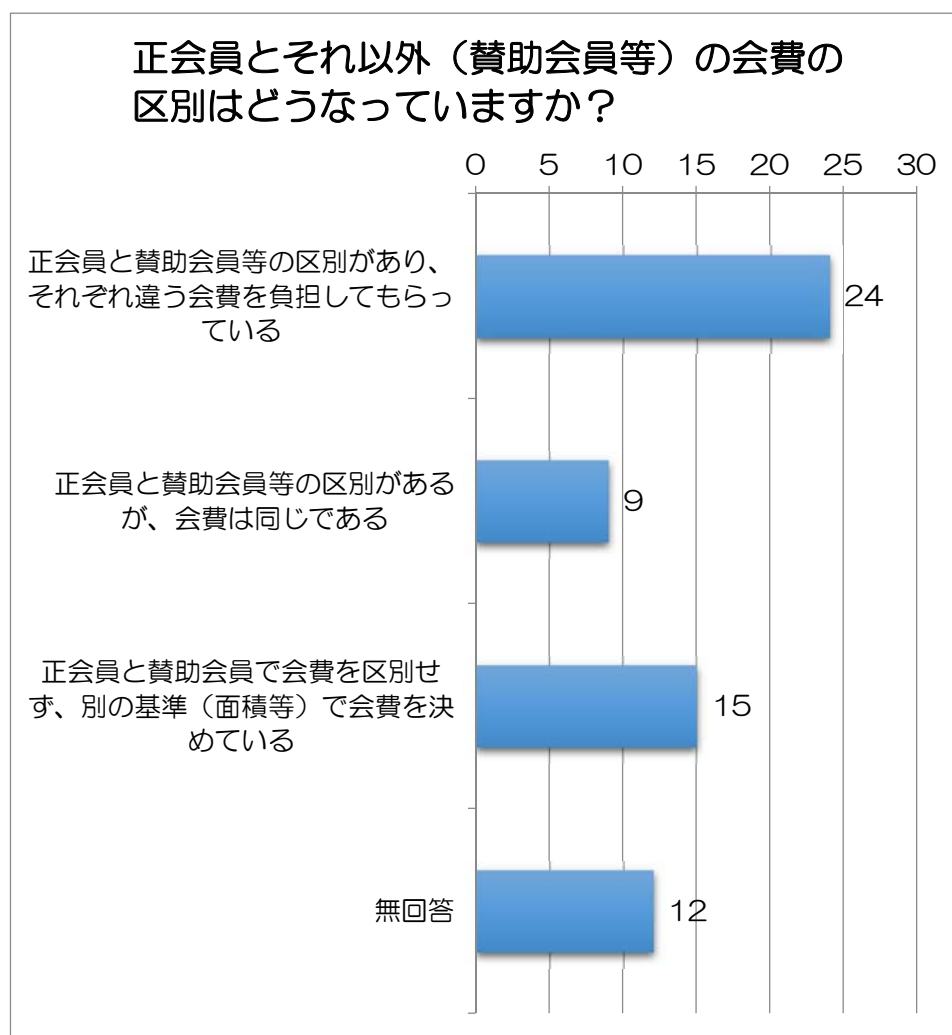


その他（回答内容）

役員にはなっていない

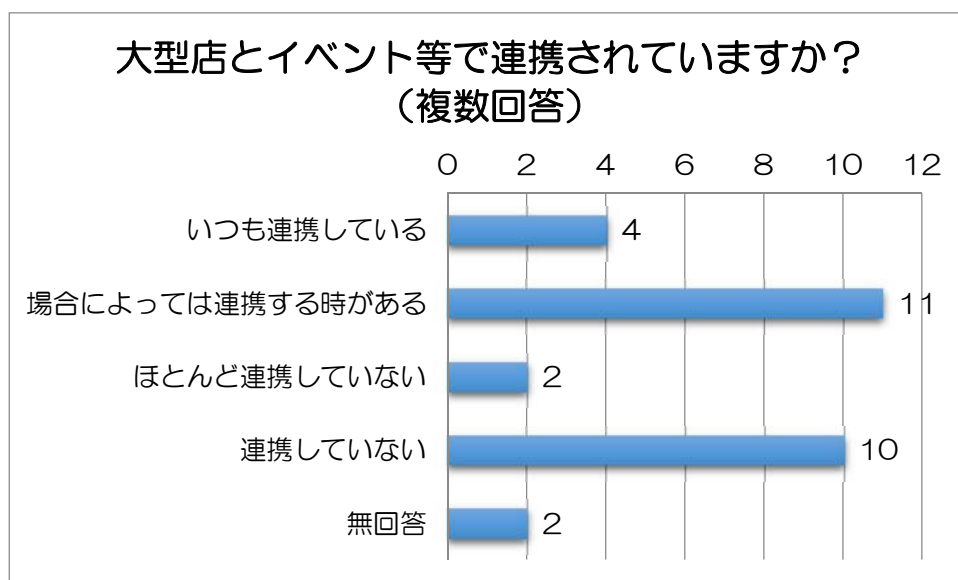
全グループに質問します。

(22) 問：貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）に会費の区別はどうなっていますか？



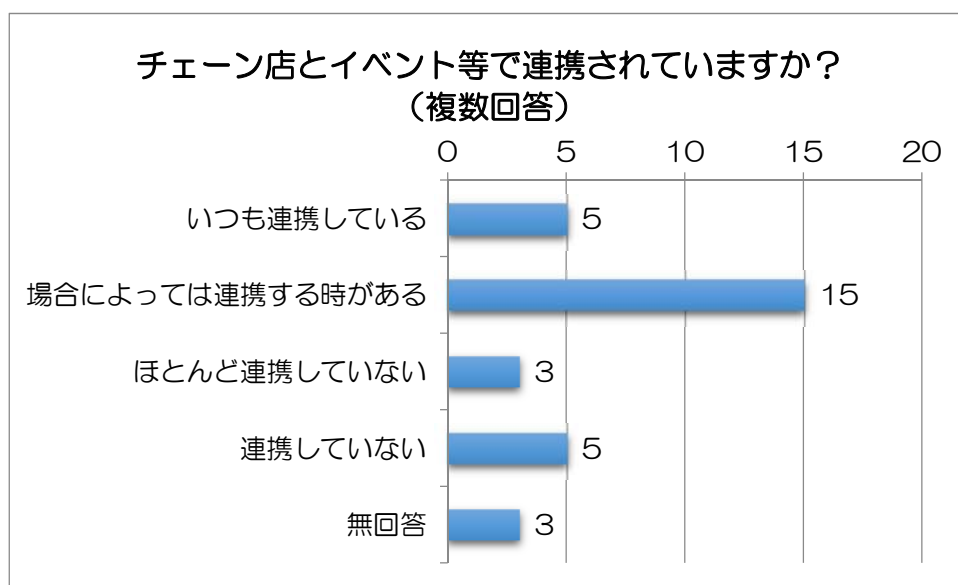
Aグループ（大型店加入率の高い商店街）Bグループ（大型店加入率の低い商店街）に質問します。

（23）問：大型店とイベント等で連携されていますか？



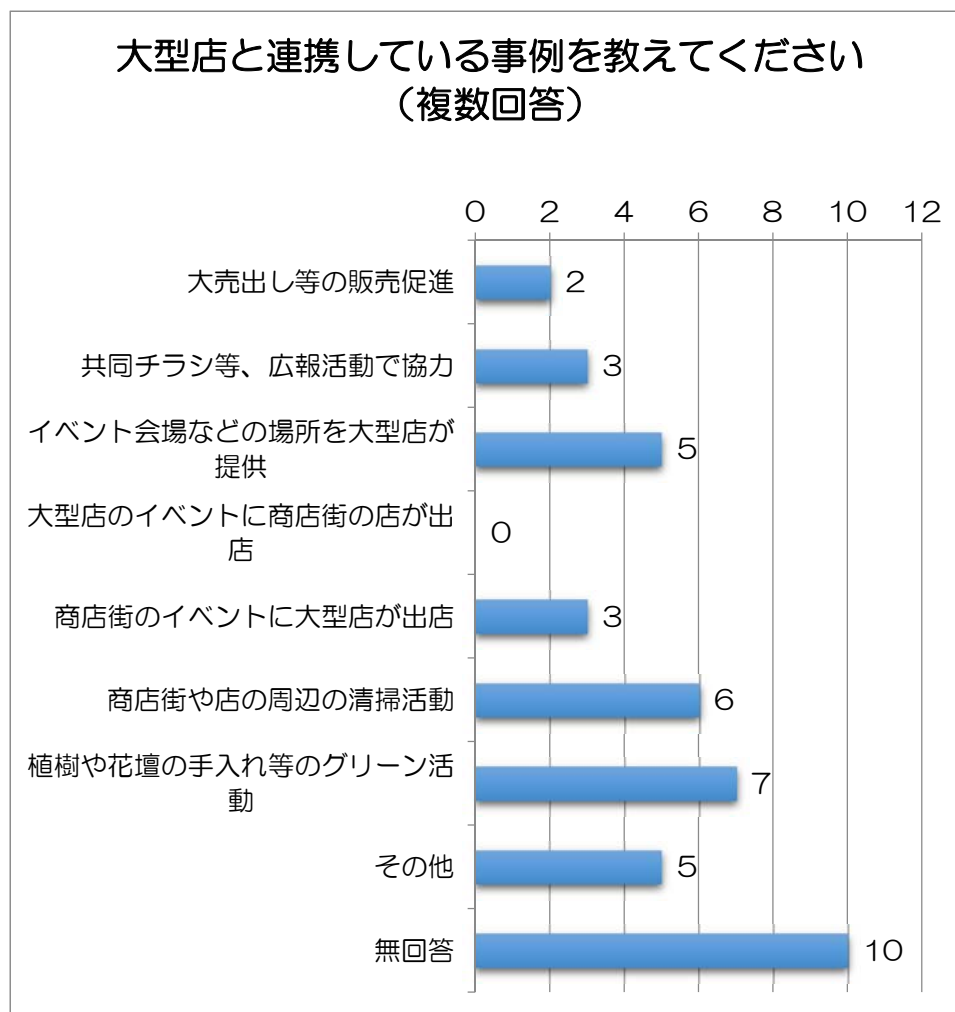
Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

（24）問：チェーン店とイベント等で連携されていますか？



Aグループ（大型店加入率の高い商店街）Bグループ（大型店加入率の低い商店街）に質問します。

（25）問：大型店と連携している事例を教えてください（複数回答）



その他（回答内容）

スタンプラリースタンプポイント設置。

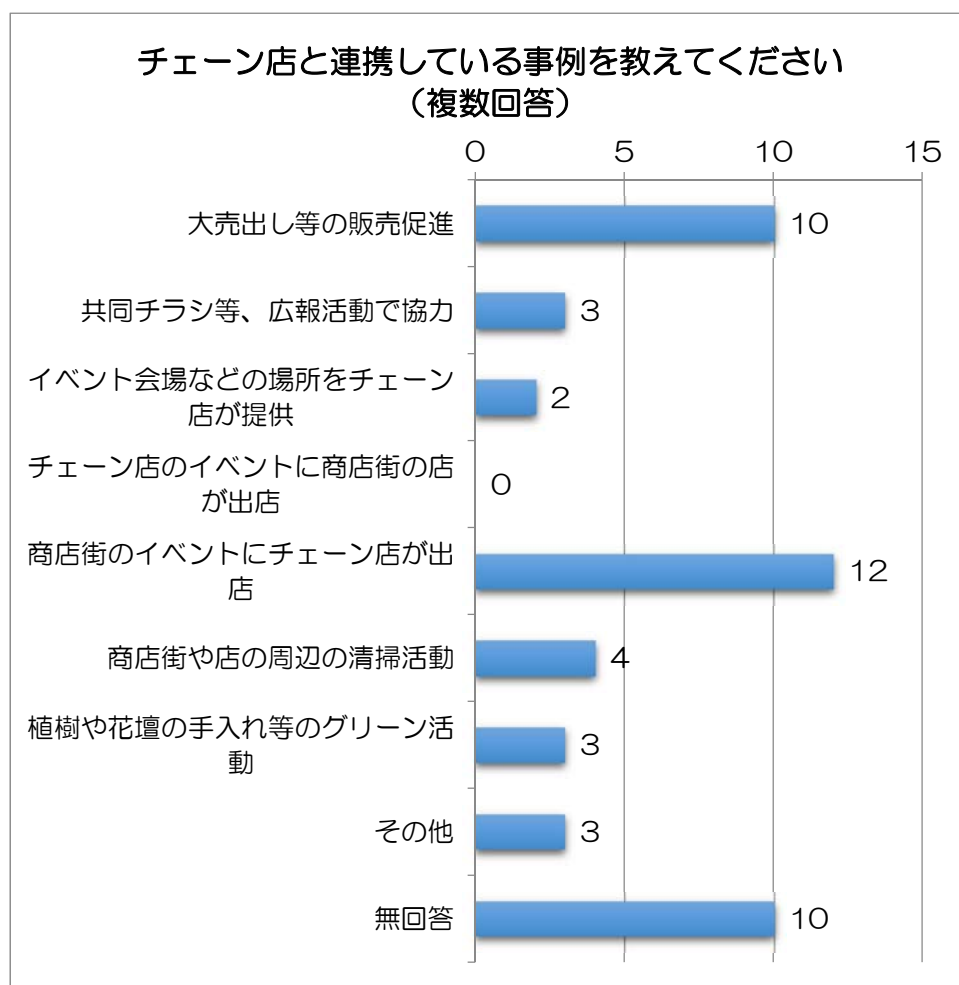
桜祭り、夏祭り時にのぼりや提灯、ポスターで独自のセールをしてくれる。

ハロウィンにも参加。ハマロードサポーターに参加。

街のライトアップをしてくれる。POPにイベントデザインを盛り込んでくれる。

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）、Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）に質問します。

（26）問：チェーン店と連携している事例を教えてください（複数回答）



その他（回答内容）

セール時の抽選券配布、商品券取扱、スタンプラリー参加、ハロウィン時のお菓子の配布をしてくれる。

年末の歳末売り出しに参加してくれる、商品券を出してもらっている。

美化活動に人員を提供して協力的してもらっている。

地元商品の展示販売を開いてくれる。

フェア等に特別メニュー、サービスの提供、抽選会では抽選券の配布をしてくれる。

3. アンケートのまとめ

大型店やチェーン店加入依頼活動の商店街の意識や活動内容にはかなりの差が出ています。

大型店等の加入率の低い商店街では、加入活動をあまりしていない商店街も多く、加入活動への意識の差が大きくなっています。その背景には、①商店街の高齢化、②交渉する商店街の会長や担当者への負担が大きい（時間や作業も含む）、③入会のメリットを打ち出せない、④納得してもらおう交渉になっていない等があります。

また、商店街の規模が大きいところは事務局があり、加入依頼資料などもつくるができる環境にありますが、規模が小さくなると事務局もなく非常に難しい状況です。

商店街の担当者が、短時間で簡単にまとめることができるようなテンプレート型の加入依頼用資料等の提供（商連かながわ等から）が一つの方法と考えられます。また、他の商店街の成功ストーリーを商店街に共有させていくことも重要です。

大型店は地域貢献を考えていますので、それができる方法を考えてみましょう。

（13）の設問の回答でも「大型店は商店街に加入することで、地域貢献をアピールできるから」との回答が8件あります。大型店の加入率が高い商店街のヒアリングでも「大型店は地域貢献を一番に考えている」というコメントが多くありました。

商店街から「加入依頼」をする時も、どうすれば大型店が地域に貢献できるかということを考え、それを具体的に提案していくことで、解決できることが多いです。地域貢献ということをあまり大きな事業と考えずに、地域のお客様に喜んでもらえるようなことでよいのではないのでしょうか。（例：商店街の清掃活動 安全パトロール等）

駅近隣型商店街、駅前繁華街型商店街が大型店やチェーン店の加入率が高い。

今回アンケート対象のAグループ（大型店加入率の高い商店街）は駅近隣型と駅前繁華街型商店街が76%を占めています。同様にCグループ（チェーン店加入率の高い商店街）は100%を占めています。しかしながら、Bグループ（大型店加入率の低い商店街）は38%、Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）は53%といずれも低くなっています。大型店もチェーン店も集客の多い駅周辺に出店することが多く、加入率の高い要因は、以下が考えられます。

- ① 出店前に事前によく調査して、商店街加入も予め予算に入れて出店する。
- ② 商店街側も、出店が多いので加入依頼活動に慣れている。
- ③ イベント等も多く、新規店加入へのPR（メリット等）もしやすい。
- ④ 事務局のある商店街も多く、準備や交渉の時間も取りやすい。

第3章 ヒアリング結果

加入率アップの背景 地域貢献と共存共栄の意識を共有

1. ヒアリング全体を通じて見えてきた加入促進へのステップ

「地域貢献」の意識は年々高くなっている

大型店・チェーン店の多くは「地域貢献意識」が高く、地元商店街等への入会は、地域貢献する機会であると考えているところが多いです。商店街が思っているよりも、意識は高いです。出店する時に、大型店やチェーン店が挨拶に来ることも多く、その時に入会了承することも多いそうです。

「商店街活動が活発かどうか？」が加入への鍵

大型店やチェーン店は事前に調査してから出店しています。商店会費に関しても調べてくることもあるので、特に入会の妨げになることはありません。商店街の活動が積極的にされていないところは、新規店にとっても集客につながらないし、会費が効果的に使われているか不明なために、会員になってもらうのに苦労してしまいます。

「商店街活動が盛んなところ」は、加入依頼活動も進んでいる

商店街活動が盛んなところは、イベントも多く計画的に実施されています。また、商店街の店舗が喜ぶ活動などを実施しているので、加入するメリットも多くなります。また、商店街の規模が大きくなってくると事務局もあり、新規店への加入依頼の資料も充実して、より説得力のあるものになっていく傾向があります。

「地域を一緒に盛り上げていこう！」という気持ちを共有すること

大型店は特に社会的な立場もあり、事業者としての地域への貢献という教育もしています。商店街への入会は、「地域の商店街とともに大型店・チェーン店も一緒になって地域を盛り上げ、貢献していこう」というスタンスが必要です。その上で真摯な態度で、加入依頼活動を行うことが必要です。

加入率アップへの効果的な事例紹介

2. ヒアリング全体を通じて 効果的な活動事例のご紹介

商店街の置かれている環境によっても、それぞれ違いますのですべてを活用することは難しいですが、大変参考になり実施すべきいくつかの事例をご紹介します。

1) とにかく「顔」と「顔」を合わせる機会を多くすること

同じ地域の仲間として、声をかける 顔を合わせる

とにかく足しげく通って仲間になってもらうようにお願いをしてきました。

相手の商品を個人的に買うなどして、コミュニケーション中心で加入を実践してきました。

また、商店街の忘年会や懇親会にも店舗を利用し、総会などの資料も参加できなかった大型店には持参して、直接説明をしています。

地域ボランティアにも少額のお礼の商品券を渡ししていますが、その商品券のほとんどが加入している大型店で使われています。

お互い地域で商売をしているので顔と顔をいつも合わせるように努力しています。

2) 資料を用意して、真摯な態度で何度もお願いを繰り返すこと

商店街機能、街路灯維持管理、イベント企画実施、活動内容と収支報告書を分かりやすくつくり、真摯な態度で何回も笑顔でお願いしています

笑顔で何回も繰り返しお願いに行っています。

資料もしっかりと準備して、低姿勢でお願いしてきた結果で加入率も高いです。

地域の仲間として入ってもらおうという真摯な姿勢と説明資料も必要な項目を掲載しており、入会メリットとして駐車場などの利用も優遇的な特典を打ち出しています。

3) 本部に直接交渉

チェーン店出店には、いつも本部に直接交渉。効果抜群！

チェーン店の出店が決まると、いつも商店街から本部に直接電話を入れて、入会を依頼しています。
本部に連絡を入れると「資料を送ってください」か「お越してください」といった回答になり、大抵の場合は、入会してくれています。
加入依頼のための資料もつくって真摯に対応すると殆ど入会してもらえるので、加入依頼にはそんなに苦労する感覚がありません。チェーン店の「雇われ店長」も権限がない場合もあり、本部に直接交渉しています。ただ、どうしても入ってくれない店舗もあるので、そこには対策がさらに必要と考えています。

4) 店舗のオーナーから強く「入会」を勧めてもらう

テナントとして入るチェーン店には、貸主オーナーや不動産業者から強く入会を勧める、義務付けることが肝要

ほとんどの場合チェーン店はテナントとして商店街に出店してきますが、オーナーからの賃貸条件として、商店会入会を強く義務付けをしている場合は、ほぼ入会しています。
これらは、普段の商店街からのお願いや、地元意識の高いオーナーというだけでなく商店街の中で「オーナー制度」のような固い結束の元、実現できている場合も少なくありません。
普段からオーナーと商店街のお付き合い、地元愛の醸成の結果とも言えます。
一方、不動産業者にも、商店街などがしっかりした情報を提供し、行政からの空き店舗対策などの情報も入れ、商店街加入のメリットも提供できる体制をとることが肝要です。

5) 地域の発展を一緒に考える、街づくり協定などをつくる

商店街の中の「街づくり協定」をつくり、皆が街を愛する気持ちに

商店街で街づくり協定を策定しています。
その街づくり協定には、看板設置のあり方、放置自転車の問題、商品陳列のルール、PR行為の問題から建物のデザインなどの大きな問題まで決められていて、出店する店舗は、商店街と協議して申請書を行政に提出する必要があります。そのため商店街事務局に必ず連絡がくるので、事務局から商店街への加入依頼をして、納得して入会への流れとなっています。

6) 多くのイベントや集客活動を企画実施して魅力ある商店街に

商店会費を有効に販促策に結び付け、売れる、魅力ある商店街に

年間を通じて多くのイベントを実施しています(約250回/年)これだけイベントを多くすることで、固定客も新規客も商店街へ足を運んでもらえています。

商店街は頂いた会費を有効に使い、集客を最大限に発揮し、お客様にも店舗にも喜んでもらえるような積極的な活動をしています。

そのことで、商店街が魅力あるものになり、会費は高くてもこの商店街に店舗を出したいと思ってもらえます。

7) 駐車場等の運用と活用

商店街の駐車場運営と会員への特別駐車券の販売

商店街近隣の駐車場を、商店街が一括して契約して運営しています。駐車場の土地は商店街で保有する場合も、賃貸の場合もありますが、運営を商店街がすることでメリットをつくっています。

例) 通常料金30分200円である駐車場の場合の一例

会員には駐車券を160円などで販売し、会員はお客様に2000円購入などで1枚サービスのような特典を提供します。契約金額によっては商店街収入をつくることも可能で、会員サービス、お客様サービスにつながります。商店街の加入メリットになっています。

8) 情報交流会などを積極的に実施

大型店も地域の情報が欲しい、地域が発展するために情報共有と交流を

大型店もチェーン店も社会的な立場もあり、ちょっとしたトラブルでも大きな企業損失につながる場合もあります。

そして、商店街と同様に地域社会に貢献していこうと意識もあります。しかし、意外とないのが地域の窓口とのパイプ(例:行政の窓口、警察署、消防署、自治会、子供会他)です。

また、折角パイプができて店長の交代でなくなってしまいます。こうした悩みを大型店は持っていますので、そこで年2回の情報交流会で一つの橋渡しをすることで、大型店にもチェーン店にも喜んでもらえています。

その場で、皆で顔を合わせて話し、協力し合う土壌をつくることで街が発展していくし、会員を継続してもらえることにつながっています。

9) 事業系ごみ袋、レジ袋などの購入が便利で安い

価格も安く経費節減、手間も少なく便利を提供

商店街が事業系ごみ袋やレジ袋などを販売しているところも多いです。毎日出るごみの問題はチェーン店も一般店も同じです。商店街が業者と交渉してごみ袋を一括購入し、格安で会員店舗に販売して、差益を商店街収入としているところも多くあります。店舗にとっても嬉しいサービスで、入会のメリットにもなります。

＊寒川町では、町指定収集袋を販売するためには、商工会と商店街に加入しないといけないというルールが行政の方にあり、そのおかげで商店街に加入してくれる企業や店舗が多く、すごく助かっています。それがないと、加入はここまで進んでいません。

10) 大型店にもチェーン店にも集客につながる販促と情報を共有

お店の売り上げにつながるイベントと事前の十分な情報共有を

会費を頂く以上は会員の売り上げにつながるイベント等を積極的に展開することが必要ですので、多くイベントを実施しています。同時に重要なのは、そのイベントの内容と時期を、大型店やチェーン店の会員にも十分伝える努力をしないとけません。

「月に一度の販促会議」でそれを案内して情報共有を徹底しています。チェーン店側は、そのイベントに合わせて、自分のお店で何をするべきかを店長等が考えてくれています。それが、イベントの効果を上げることにもつながり、売り上げにもつながります。ひいては、商店街内の仲間が、切磋琢磨することにもつながっています。

11) 大型店の加入は区商連が担当し、区商連に入会

大型商業施設と商業者が一緒になって新しい街をつくっていきます。

都筑区では、大型商業施設は都筑区商連に入会してもらい、会費収入は都筑区商連の事業にすべて利用しています。

一部の大型店は地元の商店街にも入会しているところがありますが、基本はすべて区商連に入会してもらい、一緒に都筑区の商業発展、街の発展を目指しています。

大型店は地域の情報を欲しているし、小さなトラブルでも早く迅速に解決したいいつも考えているので、各商店街のイベント情報や、行政からの情報を提供し、地元の区長や区地域振興課、警察署、消防署、

自治会、商店街のメンバーを集めた情報交流会（懇親会を兼ねる）を年2回実施しています。

12) 商店街の固定客をつくるポイントカード

購入に応じてポイントやスタンプなどでの固定客づくり

商店街で実施するポイントシステムやスタンプ等も、その商店街独自の販促活動で目に見える活動として有効です。

中でもプレーメン通り商店街の実施する最先端のＩＣカードシステムと独自のポイントシステムは、利用顧客数も多く、カード発行枚数もどんどん多くなっています。

旧来のポイントシステムではなく、店舗で利用すると店舗側に利用ポイント+10%の金額が戻ってくるというような独自の仕組みは、新しい商店街のマーケティングシステムであり、チェーン店も参加しやすい取り組みになっています。

ＩＣ化したことで事務局の負担も減り、導入コストも長い目で見て低減につながっています。拡張性もあり今後の展開が楽しみになっています。

13) 大型店の力を本気で取り入れ、共存共栄を

イオンと連動して、地域の商業発展につなげ、街の魅力度をアップ

10年前に商店街の真横にイオンがオープンしました。

イオンがオープンする情報が商店街に入った当初は、猛反対する人が多く、反対運動まで起こそうという人もいました。

しかし、それでは地元の発展にはつながらず、地域が疲弊し商店街も衰退することにつながります。苦しい店舗は出てきますが、一緒になって地域を盛り上げようと決めました。

それ以降は、イオンが発行するワオンカード等のお客様登録を、オープンする前から一年にわたり、商店街で販促活動しました。

今では全国で一位のワオンカード利用率になっています。

商店街でも、スタンプカードは実施していますが、ワオンカードと相乗りできるように変更して、両方のお客様にとって便利なカードにすることにつながっています。

駐車場（イオン駐車場、商店街駐車場）も早くから、共有できるようにして、お客様にとっても便利な商店街になりました。

もちろんイベントも仲良く一緒に実施していますし、お客様にも喜ばれています。

14) 大型店のメンバーも商店街活動に参加。ノウハウを活用

イオンの店長も役員になってもらい、販促部長として大活躍！

イオンの歴代店長も商店街の役員になってもらい、販促部長の大任をお願いしています。商店街のこれまでのノウハウだけでは、時代にあわなくなっていることもあり、非常に助かっています。また、商店街とイオン合同の地域をあげての取り組みとなるので、商店街の仲間との交流も深くなり、今では地域になくてはならない存在になっています。大型店の持つ組織力やノウハウは、商店街としても地域の発展としても年々重要と感じています。一緒になって地域を盛り上げる気持ちが重要です。

第4章 まとめ

1. 地域貢献意識と加入依頼活動に必要な資料他

〔地域貢献への意識〕

大型店もチェーン店も「地域貢献したい」という意識は強い。

大型店やチェーン店の加入率が高い商店街の考えは、地域の発展やその商店街の発展を願う気持ちが強く出ています。
そうすると、加入依頼活動の背景も「一緒に地域を盛り上げていきましょう！」という呼びかけになってきます。
同じ地域で一緒に盛り上げる仲間として、歓迎するムードをつくっていくことが、大変重要な要素になっています。

相手が理解できるように 相手の立場になって考えることが重要

チェーン店の店長になると 20 代、30 代の方も多く、ご年配の商店街会長にとっては子供や孫の世代になります。
新規店の店長が理解できるような資料や、チェーン店本部に必要な書類を準備することは、今の時代では当然のマナーです。
昔のように「話せばわかる時代」ではありません。しっかりとした資料の準備が重要です。

〔加入依頼活動に必要な資料〕

- (ア) 商店街規約
(会則だけでなく、商店街の目指すこと、特典があればさらに良い)
- (イ) 商店街の年間計画（行事イベント等写真でも紹介 昨年の報告等）
- (ウ) 商店街加入のメリット
- (エ) 商店会会費と内訳（販促費、街路灯維持管理費（電気代含）その他）
- (オ) 収支報告書、会計資料（繰り越し、本年の収入見込み、経費見込み）
- (カ) 商店街組織表

最低限、これらをまとめてファイル等でセットして 2 セット（1 冊は本部送付用）して持参するのをお勧めします。

資料づくりのコツ

- A) 若い店長が見ても理解できる資料に（簡潔に分かりやすく）
- B) 入ってみたいと思う資料に
(メリットや活動を分かりやすく表現、イベント時の写真等も掲載他)

＊加入のメリットを分かりやすく表現してください。

＊商店街イベント活動等写真で賑わいを表現し、参加意識をアップさせましょう。

C) 店舗が払う商店街会費が何に使われるかが分かる資料に（明瞭会計）

＊繰越金が増えている場合は、増えている理由（街路灯更新のための積立金等）を明記してください。増えていくのは、何もしていないと思われてしまう場合があります。

D) 神奈川県商店街活性化条例パンフレットも活用してください。

E) 本部にもそのまま送れる資料に（店長から本部にお願いしやすい）

＊2冊用意して、必要なら本部に送ってもらう

F) なくさないように保管しやすい資料に（ファイル等にセットする）

総会の資料をそのまま持参する商店街が多いですが、加入依頼はできれば専用の資料を用意するほうが、分かりやすく受け入れやすいと思います。

商店街に入会するメリットを考え直し、表現を考えましょう。

各商店街で色々なメリットが打ち出されていますし、メリットがない商店街は稀だと思います。

今まで長く商店街で活動されていると、メリットを当たり前のことと考えてしまい、メリットをメリットと思えなくなっていることもあります。

商店街の主要メンバーで、もう一度自分の商店街の会員にプラスになることは何か、どんな良さや便利などところがあるかを見直す時間をつくりましょう。どう分かりやすく、魅力的に表現するかを考えることも必要です。

また、前章で紹介した様々な事例も取り入れることで、メリットと感じてもらえることが増えていきます。

会長・理事長の負担を少しでも軽減を

商店街の会長・理事長の一番辛い仕事の一つでもある新規店加入依頼活動を、もっと若手の役員が引き受ける体制をつくることも必要です。チェーン店では店長が若く、若手の役員の方が話が通じやすいこともありますし、資料作りなども若手の感性に任せた方がよい場合もありますので、商店街で役割分担を考えていきましょう。

参考資料:アンケート各設問の集計（各グループ別）

問：1	最近2年間（H27.4～H29.3）に、未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？
-----	---

	未加入大型店の加入依頼活動をされましたか？				未加入チェーン店の加入依頼活動をされましたか？				合計	
	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ			
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
依頼した	7	41%	5	42%	10	63%	8	53%	30	50%
依頼していない	8	47%	7	58%	5	31%	6	40%	26	43%
無回答	2	12%	0	0%	1	6%	1	7%	4	7%
合計	17	100%	12	100%	16	100%	15	100%	60	100%

「依頼した」と答えた商店街に 何回程度、加入依頼活動されましたか？

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比		
1回	1	14%	2	40%	3	30%	2	25%	8	27%
2回	1	14%	1	20%	0	0%	1	13%	3	10%
4回	1	14%	0	0%	0	0%	1	13%	2	7%
5回	1	14%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
6回	0	0%	1	20%	0	0%	0	0%	1	3%
8回	0	0%	0	0%	1	10%	0	0%	1	3%
10回	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	1	3%
20回	1	14%	0	0%	0	0%	0	0%	1	3%
無回答	2	29%	1	20%	6	60%	3	38%	12	40%
合計	7	100%	5	100%	10	100%	8	100%	30	100%

「依頼した」と答えた商店街に どんな機会に加入依頼をされましたか？（該当するものすべてに○）

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比		
開店時に依頼	2	20%	0	0%	8	73%	4	36%	14	38%
イベントの際依頼	3	30%	3	60%	1	9%	3	27%	10	27%
年間を通じて依頼	3	30%	2	40%	2	18%	3	27%	10	27%
無回答	2	20%	0	0%	0	0%	1	9%	3	8%
合計	10	100%	5	100%	11	100%	11	100%	37	100%

「依頼した」と答えた商店街に	
問：2	加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？（該当するものすべてに○）

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
商店街の理念	5	23%	3	18%	4	19%	5	26%	17	22%
事業計画書・事業報告書	2	9%	2	12%	4	19%	0	0%	8	10%
予算・決算書	1	5%	2	12%	1	5%	0	0%	4	5%
活動内容とスケジュール	4	18%	3	18%	4	19%	4	21%	15	19%
事業概要が分かるチラシ、写真等	1	5%	3	18%	3	14%	1	5%	8	10%
加入メリットが分かる説明資料	1	5%	2	12%	5	24%	2	11%	10	13%
県商店街活性化条例リーフレット	3	14%	0	0%	0	0%	3	16%	6	8%
商連かながわ作成の加入促進マニュアル	1	5%	1	6%	0	0%	1	5%	3	4%
その他	3	14%	1	6%	0	0%	3	16%	7	9%
無回答	1	5%	0	0%	0	0%	0	0%	1	1%
合計	22	100%	17	100%	21	100%	19	100%	79	100%

「依頼した」と答えた商店街に	加入依頼活動は何人で訪問されますか？
----------------	--------------------

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
1人	2	29%	1	20%	8	80%	4	50%	15	50%
2人	3	43%	4	80%	2	20%	2	25%	11	37%
3人以上	2	29%	0	0%	0	0%	2	25%	4	13%
無回答	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	7	100%	5	100%	10	100%	8	100%	30	100%

「依頼した」と答えた商店街に	加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？（該当するものすべてに○）
----------------	-------------------------------------

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
会長・理事長	6	50%	4	50%	5	26%	8	62%	23	44%
役員	5	42%	3	38%	7	37%	4	31%	19	37%
役員と事業担当者	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
事務局職員	1	8%	0	0%	5	26%	0	0%	6	12%
会計担当者	0	0%	0	0%	2	11%	0	0%	2	4%
それ以外	0	0%	1	13%	0	0%	1	8%	2	4%
無回答	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
合計	12	100%	8	100%	19	100%	13	100%	52	100%

問：3	未加入者に加入依頼の説明をするためのセット資料を作っていますか？
-----	----------------------------------

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
不動産業者との連携	2	15%	1	11%	5	26%	1	7%	9	16%
役員や事務局員の商店街巡回	6	46%	3	33%	8	42%	6	40%	23	41%
工事着工の情報	2	15%	2	22%	1	5%	2	13%	7	13%
テナントのオーナーからの情報	1	8%	1	11%	4	21%	2	13%	8	14%
商連などからの情報	1	8%	0	0%	1	5%	1	7%	3	5%
行政からの情報	0	0%	0	0%	0	0%	2	13%	2	4%
その他	1	8%	0	0%	0	0%	1	7%	2	4%
無回答	0	0%	2	22%	0	0%	0	0%	2	4%
合計	13	100%	9	100%	19	100%	15	100%	56	100%

問：4	未加入者に加入依頼の説明をするためのセット資料を作っていますか？
-----	----------------------------------

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
作っている	7	41%	5	42%	10	63%	6	40%	28	47%
作っていない	6	35%	7	58%	5	31%	6	40%	24	40%
無回答	4	24%	0	0%	1	6%	3	20%	8	13%
合計	17	100%	12	100%	16	100%	15	100%	60	100%

問：5	貴商店街に、多くの大型店が加入した理由として考えられるものは？（該当するものすべてに○）
-----	--

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問

	Aグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
加入依頼時に商店街活動を分かりやすく説明したから	6	23%	6	23%
各店に何度も足を運んで勧誘したから	1	4%	1	4%
同じ商圏内にあり、大型店側から加入したいと申し出があったから	6	23%	6	23%
商店街と連携できる活動も多く、関係が良好だから	8	31%	8	31%
その他	2	8%	2	8%
無回答	3	12%	3	12%
合計	26	100%	26	100%

問：5	貴商店街に、多くのチェーン店が加入した理由として考えられるものは？（該当するものすべてに○）
-----	--

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）への質問

	Cグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
加入依頼時に商店街活動を分かりやすく説明したから	8	27%	8	27%
各店に何度も足を運んで勧誘したから	3	10%	3	10%
同じ商圏内にあり、チェーン側から加入したいと申し出があったから	6	20%	6	20%
商店街と連携できる活動も多く、関係が良好だから	7	23%	7	23%
その他	4	13%	4	13%
無回答	2	7%	2	7%
合計	30	100%	30	100%

問：5	貴商店街に、多くの大型店が加入しづらい理由として考えられるものは？（該当するものすべてに○）
-----	--

Bグループ（大型店加入率の低い商店街）への質問

	Bグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
会費が高いから	1	6%	1	6%
本部意向で加入が出来ないから	5	28%	5	28%
店長が頻繁に変わり、話がつながらないから	2	11%	2	11%
積極的に加入依頼活動をしていないから	4	22%	4	22%
大型店が協力できる活動をしていないから	2	11%	2	11%
その他（退会した、会費で判断つかない）	2	11%	2	11%
無回答	2	11%	2	11%
合計	18	100%	18	100%

問：5	貴商店街に、チェーン店が加入しづらい理由として考えられるものは？（該当するものすべてに○）
-----	---

Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）への質問

	Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
会費が高いから	2	9%	2	9%
本部意向で加入が出来ないから	9	39%	9	39%
店長が頻繁に変わり、話がつながらないから	3	13%	3	13%
積極的に加入依頼活動をしていないから	5	22%	5	22%
チェーン店が協力できる活動をしていないから	0	0%	0	0%
その他（本部に確認しておきますと言ったまま連絡なし）	1	4%	1	4%
無回答	3	13%	3	13%
合計	23	100%	23	100%

問：6	貴商店街に加入している大型店は、何故加入を継続していると思いますか？（該当するものすべてに○）
-----	---

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問

	Aグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
当商店街と同じ商圏だから	9	27%	9	27%
当商店街に隣接しているから	1	3%	1	3%
商店街活動が、大型店にとって賛同しやすく魅力的だから	4	12%	4	12%
大型店が参加できる商店街活動があるから	6	18%	6	18%
大型店は商店街に加入することで地域貢献をアピールできるから	8	24%	8	24%
その他	2	6%	2	6%
無回答	3	9%	3	9%
合計	33	100%	33	100%

問：6	貴商店街に加入しているチェーン店は、何故加入を継続していると思いますか？（該当するものすべてに○）
-----	---

Cグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問

	Cグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比
当商店街と同じ商圏だから	9	32%	9	32%
当商店街に隣接しているから	4	14%	4	14%
商店街活動が、チェーン店にとって賛同しやすく魅力的だから	2	7%	2	7%
チェーン店が参加できる商店街活動があるから	7	25%	7	25%
チェーン店は商店街に加入することで地域貢献をアピールできるから	3	11%	3	11%
その他	1	4%	1	4%
無回答	2	7%	2	7%
合計	28	100%	28	100%

問：6	商店街として大型店やチェーン店の加入依頼活動をしなない・できない理由は何ですか？
-----	--

設問1で B、Dグループ（大型店・チェーン店加入率の低い商店街）の中で「加入依頼していない」と答えた商店街への質問

	大型店への加入活動		チェーン店への加入活動		合計	
	Bグループ		Dグループ		数	構成比
	数	構成比	数	構成比		
過去に加入依頼したが断られたから	4	40%	2	29%	6	35%
役員の勧誘の手が回らない	1	10%	0	0%	1	6%
加入したいと言ってくるのを待っているから	1	10%	1	14%	2	12%
メリットを提示できないから	1	10%	2	29%	3	18%
勧誘できる自信がないから	0	0%	0	0%	0	0%
その他	3	30%	2	29%	5	29%
無回答	0	0%	0	0%	0	0%
合計	10	100%	7	100%	17	100%

「加入依頼していない」と答えた商店街への質問	未加入大型店や未加入チェーン店の商店街加入に向けて検討していることはありますか？
------------------------	--

Bグループ（大型店加入率の低い商店街）、Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）への質問

	Bグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
ある	0	0%	0	0%	0	0%
ない	7	100%	5	83%	12	92%
無回答	0	0%	1	17%	1	8%
合計	7	100%	6	100%	13	100%

問：7	大型店に対して特別な会費を設定するなどされていますか？（該当するものすべてに○）					
Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問			Bグループ（大型店加入率の低い商店街）への質問			
	Aグループ		Bグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
大型店は店舗面積が広いので、一般店より高い会費を負担してもらっている	7	33%	4	31%	11	32%
特に基準や理由はなく、大型店は一般店より高い会費を負担してもらっている	4	19%	2	15%	6	18%
大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時に協賛金等を負担してもらっている（通常の商店会費はもらっていない）	1	5%	0	0%	1	3%
大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時に協賛金等を負担してもらっている（通常の商店会費に加え、さらにイベント時にも負担してもらっている場合）	2	10%	0	0%	2	6%
大型店だからといって、会費や負担金等で特別な扱いをしていない	5	24%	4	31%	9	26%
無回答	2	10%	3	23%	5	15%
合計	21	100%	13	100%	34	100%

問：7	貴商店街内にあるチェーン店はフランチャイズ店ですか？ 本部直営店ですか？					
Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）への質問			Dグループ（チェーン店加入率低い商店街）への質問			
	Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
フランチャイズ店だけある	1	6%	1	7%	2	6%
本部の直営店だけある	3	19%	0	0%	3	10%
両方ある	10	63%	9	60%	19	61%
分からない	2	13%	2	13%	4	13%
無回答	0	0%	3	20%	3	10%
合計	16	100%	15	100%	31	100%

問：8	大型店が貴商店街の役員等になっていますか？（該当するものすべてに○）					
Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問			Bグループ（大型店加入率の低い商店街）への質問			
	Aグループ		Bグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
役員になっている	4	21%	0	0%	4	13%
部会、委員会等の委員になっている	1	5%	0	0%	1	3%
規定上、役員等になれるが、現在は就任していない	0	0%	5	42%	5	16%
役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている	10	53%	2	17%	12	39%
規定上、大型店は役員等になれる	2	11%	1	8%	3	10%
その他	0	0%	0	0%	0	0%
無回答	2	11%	4	33%	6	19%
合計	19	100%	12	100%	31	100%

問：8	チェーン店が貴商店街の役員になっていますか？（該当するものすべてに○）					
Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）への質問			Dグループ（大チェーン店加入率の低い商店街）への質問			
	Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
役員になっている	4	24%	2	11%	6	17%
部会、委員会等の委員になっている	0	0%	1	6%	1	3%
規定上、役員等になれるが、現在は就任していない	3	18%	2	11%	5	14%
役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている	6	35%	7	39%	13	37%
規定上、大型店は役員等になれる	2	12%	2	11%	4	11%
その他	1	6%	0	0%	1	3%
無回答	1	6%	4	22%	5	14%
合計	17	100%	18	100%	35	100%

問：9	貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）の会費の区別はどうなっていますか？
-----	---

	Aグループ		Bグループ		Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比	数	構成比
正会員と賛助会員等の種別があり、それぞれ違う会費を負担してもらっている	5	29%	7	58%	7	44%	5	33%	24	40%
正会員賛助会員等の種別があるが、会費は同じである	3	18%	2	17%	2	13%	2	13%	9	15%
正会員や賛助会員で会費を区別せず、別の基準（面積等）で会費を決めている	5	29%	0	0%	4	25%	6	40%	15	25%
無回答	4	24%	3	25%	3	19%	2	13%	12	20%
合計	17	100%	12	100%	16	100%	15	100%	60	100%

問：10	大型店とイベント等で連携されていますか？（該当するものすべてに○）
------	-----------------------------------

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問 Bグループ（大型店加入率の低い商店街）への質問

	Aグループ		Bグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
いつも連携している	3	18%	1	8%	4	14%
場合によっては連携する時がある	9	53%	2	17%	11	38%
ほとんど連携しない	0	0%	2	17%	2	7%
連携はしていない	3	18%	7	58%	10	34%
無回答	2	12%	0	0%	2	7%
合計	17	100%	12	100%	29	100%

問：10	チェーン店とイベント等で連携されていますか？（該当するものすべてに○）
------	-------------------------------------

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）への質問 Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）への質問

	Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
いつも連携している	4	25%	1	7%	5	16%
場合によっては連携する時がある	8	50%	7	47%	15	48%
ほとんど連携しない	2	13%	1	7%	3	10%
連携はしていない	1	6%	4	27%	5	16%
無回答	1	6%	2	13%	3	10%
合計	16	100%	15	100%	31	100%

問：12	大型店と連携している事例を教えてください。（該当するものすべてに○）
------	------------------------------------

Aグループ（大型店加入率の高い商店街）への質問 Bグループ（大型店加入率の低い商店街）への質問

	Aグループ		Bグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
大売出し等の販売促進	2	7%	0	0%	2	5%
共同チラシなど、広報活動で協力	3	10%	0	0%	3	7%
イベント会場などの場所を大型店が提供	5	17%	0	0%	5	12%
大型店のイベントに商店街の店が出店	0	0%	0	0%	0	0%
商店街のイベントに大型店が出店	3	10%	0	0%	3	7%
商店街や店の周辺の清掃活動	5	17%	1	8%	6	15%
植樹や花壇の手入れなどのグリーン活動	3	10%	4	33%	7	17%
その他*	5	17%	0	0%	5	12%
無回答	3	10%	7	58%	10	24%
合計	29	100%	12	100%	41	100%

*その他の事例：桜祭り・秋祭り、自治会を含む様々な地域活動や実行委員会に参加してもらっている、
協賛金をもらうことがある、バレーボール大会、ソフトボール大会

問：12	チェーン店と連携している事例を教えてください。（該当するものすべてに○）
------	--------------------------------------

Cグループ（チェーン店加入率の高い商店街）への質問 Dグループ（チェーン店加入率の低い商店街）への質問

	Cグループ		Dグループ		合計	
	数	構成比	数	構成比	数	構成比
大売出し等の販売促進	6	22%	4	20%	10	21%
共同チラシなど、広報活動で協力	2	7%	1	5%	3	6%
イベント会場などの場所をチェーン店が提供	2	7%	0	0%	2	4%
チェーン店のイベントに商店街の店が出店	0	0%	0	0%	0	0%
商店街のイベントにチェーン店が出店	8	30%	4	20%	12	26%
商店街や店の周辺の清掃活動	3	11%	1	5%	4	9%
植樹や花壇の手入れなどのグリーン活動	2	7%	1	5%	3	6%
その他*	1	4%	2	10%	3	6%
無回答	3	11%	7	35%	10	21%
合計	27	100%	20	100%	47	100%

*フリーマーケットに参加、街路灯の維持管理、売り出しに参加等

参考資料：アンケート調査票（各グループ別）

Aグループ

平成29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

◎貴商店街について記入してください

商店街(会)名		記入者	氏名: 電話番号:
---------	--	-----	--------------

◎大型店・チェーン店・一般の加入店数について教えてください

大型店	商店街内に立地している店舗(売り場面積1,000㎡以上)の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店
チェーン店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店
※チェーン店……レギュラーチェーン直営店と、フランチャイズチェーン直営店・加盟店				
一般店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

商店街内とは、加入を呼びかけるべきエリアのことを指します

項目1. 最近2年間に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？(2年欄:H27.4~H29.3)

(当てはまるものに○をお付けください。②の場合はa~cのいずれかにも○を付けてください)

- ① 依頼していない
- ② 2年間に()回程度、加入依頼した
その場合 → a:開店時に依頼 b:イベントなどの際依頼 c:年間を通じて依頼

項目2. 項目1で「加入依頼した」と答えた商店街の方へ

- ①加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？(該当するものすべてに○)
- a:商店街の理念 b:事業計画書・事業報告書 c:予算・決算書
d:活動内容とスケジュール e:事業概要が分かるチラシ、写真等
f:加入のメリットが分かる説明資料 g:県商店街活性化条例リーフレット
h:商連かながわ(県商連)作成の商店街加入促進マニュアル
i:その他() ※ご記入をお願いします。
- ②加入依頼活動時は何人で訪問されますか？
a:1人 b:2人 c:3人以上
- ③加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？(該当するものすべてに○)
- a:会長・理事長 b:役員 c:役員と事業担当者 d:事務局職員
e:会計担当者
f:それ以外() ※ご記入をお願いします。

a:不動産業者との連携 b:役員や事務局員の商店街巡回 c:工事着工の情報
d:テナントのオーナーからの情報 e:商連などからの情報 f:行政からの情報
g:その他() ※ご記入をお願いします。

①作っている ②作っていない

① 勧誘時に商店街活動を分かりやすく説明したから
② 各店に何度も足を運んで勧誘したから
③ 同じ商圈内にあり、大型店側から商店街に加入したいと申し出があったから
④ 商店街と連携できる活動も多く、関係が良好だから
⑤ その他（ ） ※ご記入をお願いします。

①当商店街と同じ商圈だから
②当商店街に隣接しているから
③商店街活動が、大型店にとって賛同しやすく魅力的だから
→その具体的な内容（ ）
④大型店が参加できる商店街活動があるから（大型店にもメリットがあるから）
⑤大型店は商店街に加入することで地域貢献をアピールできるから
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

- ①大型店は店舗面積が広いので、一般店より高い会費を負担してもらっている
- ②特に基準や理由はなく、大型店は一般店より高い会費を負担してもらっている
- ③大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時などに協賛金等を負担してもらっている
(通常の商店会費はもらっていない)
- ④大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時などに協賛金等を負担してもらっている
(通常の商店会費に加え、さらにイベント時にも負担してもらっている場合)
- ⑤大型店だからといって、会費や負担金等で特別な扱いをしていない

項目8. 大型店が貴商店街の役員等になっていますか？（該当するものすべてに○）

- ①役員になっている
②部会、委員会等の委員になっている
③規定上、役員等になれるが、現在は就任していない
④役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている
⑤規定上、大型店は役員等になれる
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

項目9. 貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）の会費の区別はどうなっていますか？

- ①正会員と、賛助会員等の種別があり、それぞれ違う会費を負担してもらっている
②正会員と、賛助会員等の種別があるが、会費は同じである
③正会員や賛助会員で会費を区別せず、別の基準（面積等）で会費を決めている

項目10. 大型店とイベント等で連携されていますか？（該当するものに○）

- ①いつも連携している ②場合によって連携する時がある
③ほとんど連携していない ④連携はしていない

項目12. 大型店と連携している事例を教えてください。(該当するものすべてに○)

- ①大売出し等の販売促進
②共同チラシなど、広報活動で協力
③イベント会場などの場所を大型店が提供
④大型店のイベントに商店街の店が出店
⑤商店街のイベントに大型店が出店
⑥商店街や店の周辺の清掃活動
⑦植樹や花壇の手入れ等のグリーン活動
⑧その他（ ）※ご記入をお願いします。

上記について、具体的な店舗名と連携している活動内容について教えてください。

項目12. その他、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:0120-972-694まで、お送りください（4/28まで）

平成29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

◎貴商店街について記入してください

商店街(会)名	記入者	氏名: 電話番号:
---------	-----	--------------

◎大型店・チェーン店・一般の加入店数について教えてください

大型店	商店街内に立地している店舗(売り場面積1,000㎡以上)の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

チェーン店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

※チェーン店……レギュラーチェーン直営店と、フランチャイズチェーン直営店・加盟店

一般店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

商店街内とは、加入を呼びかけるべきエリアのことを指します

項目1. 最近2年間に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？(2欄:H27.4~H29.3)

(当てはまるものに○をお付けください。②の場合はa～cのいずれかにも○を付けてください)

- ① 依頼していない
- ② 2年間に()回程度、加入依頼した
 その場合 ▶a:開店時に依頼 b:イベントなどの際依頼 c:年間を通じて依頼

項目2. 項目1で「加入依頼した」と答えた商店街の方へ

①加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？(該当するものすべてに○)

- a:商店街の理念 b:事業計画書・事業報告書 c:予算・決算書
 d:活動内容とスケジュール e:事業概要が分かるチラシ、写真等
 f:加入のメリットが分かる説明資料 g:県商店街活性化条例リーフレット
 h:商連かながわ(県商連)作成の商店街加入促進マニュアル
 i:その他() ※ご記入をお願いします。

②加入依頼活動時は何人で訪問されますか？

- a:1人 b:2人 c:3人以上

③加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？(該当するものすべてに○)

- a:会長・理事長 b:役員 c:役員と事業担当者 d:事務局職員
 e:会計担当者
 f:それ以外() ※ご記入をお願いします。

a:不動産業者との連携 b:役員や事務局員の商店街巡回 c:工事着工の情報
d:テナントのオーナーからの情報 e:商連などからの情報 f:行政からの情報
g:その他() ※ご記入をお願いします。

①作っている ②作っていない

①当商店街の会費が高いから
②本部の意向で「商店街には加入できない」と言われているから
③店長が頻繁に変わるので、商店街からの話がつながっていかないから
④当商店街として、積極的に加入依頼活動をしていないから
⑤当商店街が、大型店が協力できる商店街活動をしていないから
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

a :過去に勧誘したのだが断られた b :役員の勧誘の手がまわらない
c :加入したいと言ってくるのを待っている
e :当商店街に加入した場合のメリットを提示できないから
f :勧誘できる自信がない
g :その他（ ）※ご記

a:ある → (具体的には:)
b:ない

- ①大型店は店舗面積が広いので、一般店より高い会費を負担してもらっている
- ②特に基準や理由はなく、大型店は一般店より高い会費を負担してもらっている
- ③大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時などに協賛金等を負担してもらっている
(通常の商店会費はもらっていない)
- ④大型店会員にのみ、商店街イベント開催の時などに協賛金等を負担してもらっている
(通常の商店会費に加え、さらにイベント時にも負担してもらっている場合)
- ⑤大型店だからといって、会費や負担金等で特別な扱いをしていない

項目8. 大型店が貴商店街の役員等になっていますか？（該当するものすべてに○）

- ①役員になっている
②部会、委員会等の委員になっている
③規定上、役員等になれるが、現在は就任していない
④役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている
⑤規定上、大型店は役員等になれない。
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

項目9. 貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）の会費の区別はどうなっていますか？

- ①正会員と、賛助会員等の種別があり、それぞれ違う会費を負担してもらっている
②正会員と、賛助会員等の種別があるが、会費は同じである
③正会員や賛助会員で会費を区別せず、別の基準（面積等）で会費を決めている

項目10. 大型店とイベント等で連携されていますか？（該当するものに○）

- ①いつも連携している
②場合によって連携する時がある
③ほとんど連携していない
④連携はしていない

項目12. 大型店と連携している事例を教えてください。(該当するものすべてに○)

- ①大出し等の販売促進
②共同チラシなど、広報活動で協力
③イベント会場などの場所を大型店が提供
④大型店のイベントに商店街の店が出店
⑤商店街のイベントに大型店店が出店
⑥商店街や店の周辺の清掃活動
⑦植樹や花壇の手入れ等のグリーン活動
⑧その他（ ）※ご記入をお願いします。

上記について、具体的な店舗名と連携している活動内容について教えてください。

項目12. その他、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:0120-972-694まで、お送りください(4/28まで)

平成29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

◎貴商店街について記入してください

商店街(会)名	記入者	氏名: 電話番号:
---------	-----	--------------

◎大型店・チェーン店・一般の加入店数について教えてください

大型店	商店街内に立地している店舗(売り場面積1,000㎡以上)の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

チェーン店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

※チェーン店……レギュラーチェーン直営店と、フランチャイズチェーン直営店・加盟店

一般店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

商店街内とは、加入を呼びかけるべきエリアのことを指します

項目1. 最近2年間に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？(2年欄:H27.4~H29.3)

(当てはまるものに○をお付けください。②の場合はa～cのいずれかにも○を付けてください)

- ① 依頼していない
- ② 2年間に()回程度、加入依頼した
 その場合 → a:開店時に依頼 b:イベントなどの際依頼 c:年間を通じて依頼

項目2. 項目1で「加入依頼した」と答えた商店街の方へ

①加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？(該当するものすべてに○)

- a:商店街の理念 b:事業計画書・事業報告書 c:予算・決算書
 d:活動内容とスケジュール e:事業概要が分かるチラシ、写真等
 f:加入のメリットが分かる説明資料 g:県商店街活性化条例リーフレット
 h:商連かながわ(県商連)作成の商店街加入促進マニュアル
 i:その他() ※ご記入をお願いします。

②加入依頼活動時は何人で訪問されますか？

- a:1人 b:2人 c:3人以上

③加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？(該当するものすべてに○)

- a:会長・理事長 b:役員 c:役員と事業担当者 d:事務局職員
 e:会計担当者
 f:それ以外() ※ご記入をお願いします。

a：不動産業者との連携 b：役員や事務局員の商店街巡回 c：工事着工の情報
d：テナントのオーナーからの情報 e：商連などからの情報 f：行政からの情報
g：その他（ ） ※ご記入をお願いします。

①作っている ②作っていない

①勧誘時に商店街活動を分かりやすく説明したから
②各店に何度も足を運んで勧誘したから
③同じ商圈内にあり、チェーン店側から商店街に加入したいと申し出があったから
④商店街と連携できる活動も多く、関係が良好だから
⑤その他（ ）※ご記入をお願いします。

①当商店街と同じ商圏だから
②当商店街に隣接しているから
③商店街活動が、そのチェーン店にとって賛同しやすく魅力的だから
→その具体的な内容（ ）
④チェーン店が参加できる商店街活動があるから（チェーン店にもメリットがあるから）
⑤チェーン店は商店街に加入することで地域貢献をアピールできるから
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

①フランチャイズ店だけある
②本部の直営店だけある
③両方ある
④わからない

項目8. チェーン店が貴商店街の役員等になっていますか？（該当するものすべてに○）

- ①役員になっている
②部会、委員会等の委員になっている
③規定上、役員等になれるが、現在は就任していない
④役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている
⑤規定上、チェーン店は役員等になれない
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

項目9. 貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）の会費の区別はどのようになっていますか？

- ①正会員と、賛助会員等の種別があり、それぞれ違う会費を負担してもらっている
②正会員と、賛助会員等の種別があるが、会費は同じである
③正会員や賛助会員で会費を区別せず、別の基準（面積等）で会費を決めている

項目10. チェーン店とイベント等で連携されていますか？（該当するものに○）

- ①いつも連携している
②場合によって連携する時がある
③ほとんど連携していない
④連携はしていない

項目12. チェーン店と連携している事例を教えてください。(該当するものすべてに○)

- ①大出し等の販売促進
- ②共同チラシなど、広報活動で協力
- ③イベント会場などの場所をチェーン店が提供
- ④チェーン店のイベントに商店街の店が参加
- ⑤商店街のイベントにチェーン店が出店
- ⑥商店街や店の周辺の清掃活動
- ⑦植樹や花壇の手入れ等のグリーン活動
- ⑧その他（ ）※ご記入をお願いします。

上記について、具体的な店舗名と連携している活動内容について教えてください。

項目12. その他、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:0120-972-694まで、お送りください（4/28まで）

平成29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

◎貴商店街について記入してください

商店街(会)名	記入者	氏名: 電話番号:
---------	-----	--------------

◎大型店・チェーン店・一般の加入店数について教えてください

大型店	商店街内に立地している店舗(売り場面積1,000㎡以上)の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

チェーン店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

※チェーン店……レギュラーチェーン直営店と、フランチャイズチェーン直営店・加盟店

一般店	商店街内に立地している店舗の総数	そのうち 正会員数	そのうち 賛助会員数	そのうち 非会員店数
	全部で()店舗	()店	()店	()店

※商店街内とは、加入を呼びかけるべきエリアのことを指します

項目1. 最近2年間に未加入の大型店やチェーン店への加入依頼活動をされましたか？(2欄:H27.4~H29.3)

(当てはまるものに○をお付けください。②の場合はa～cのいずれかにも○を付けてください)

- ① 依頼していない
- ② 2年間に()回程度、加入依頼した
 その場合 ▶ a:開店時に依頼 b:イベントなどの際依頼 c:年間を通じて依頼

項目2. 項目1で「加入依頼した」と答えた商店街の方へ

①加入依頼活動時に説明する資料はどんなものを持参されていますか？(該当するものすべてに○)

- a:商店街の理念 b:事業計画書・事業報告書 c:予算・決算書
 d:活動内容とスケジュール e:事業概要が分かるチラシ、写真等
 f:加入のメリットが分かる説明資料 g:県商店街活性化条例リーフレット
 h:商連かながわ(県商連)作成の商店街加入促進マニュアル
 i:その他() ※ご記入をお願いします。

②加入依頼活動時は何人で訪問されますか？

- a:1人 b:2人 c:3人以上

③加入依頼活動時に説明に行く方はどなたですか？(該当するものすべてに○)

- a:会長・理事長 b:役員 c:役員と事業担当者 d:事務局職員
 e:会計担当者
 f:それ以外() ※ご記入をお願いします。

a：不動産業者との連携 b：役員や事務局員の商店街巡回 c：工事着工の情報
d：テナントのオーナーからの情報 e：商連などからの情報 f：行政からの情報
g：その他（ ） ※ご記入をお願いします。

①作っている ②作っていない

①当商店街の会費が高いから
②本部の意向で「商店街には加入できない」と言われているから
③店長が頻繁に変わるので、商店街からの話がつながっていかないから
④当商店街として、積極的に加入依頼活動をしていないから
⑤当商店街が、チェーン店が協力できる商店街活動をしていないから
⑥その他（ ） ※ご記入をお願いします。

a :過去に勧誘したのが断られた b :役員の勧誘の手がまわらない
c :加入したいと言ってくるのを待っている
e :当商店街に加入した場合のメリットを提示できないから
f :勧誘できる自信がない
g :その他（ ）※ご記

a:ある → (具体的には:)
b:ない

①フランチャイズ店だけ有る
②本部の直営店だけ有る
③両方ある
④わからない

項目 8. チェーン店が貴商店街の役員等になっていますか？（該当するものすべてに○）

- ①役員になっている
②部会、委員会等の委員になっている
③規定上、役員等になれるが、現在は就任していない
④役員等にはなっていないが、総会、各種会合に声をかけている
⑤規定上、チェーン店は役員等になれない
⑥その他（ ）※ご記入をお願いします。

項目9. 貴商店街では、正会員とそれ以外（賛助会員等）の会費の区別はどうなっていますか？

- ①正会員と、賛助会員等の種別があり、それぞれ違う会費を負担してもらっている
②正会員と、賛助会員等の種別があるが、会費は同じである
③正会員と賛助会員で会費を区別せず、別の基準（面積等）で会費を決めている

項目10. チェーン店とイベント等で連携されていますか？（該当するものに○）

- ①いつも連携している ②場合によって連携する時がある
③ほとんど連携していない ④連携はしていない

項目12. チェーン店と連携している事例を教えてください。(該当するものすべてに○)

- ①大売出し等の販売促進
②共同チラシなど、広報活動で協力
③イベント会場などの場所をチェーン店が提供
④チェーン店のイベントに商店街の店が参加
⑤商店街のイベントにチェーン店が出店
⑥商店街や店の周辺の清掃活動
⑦植樹や花壇の手入れ等のグリーン活動
⑧その他（ ）※ご記入をお願いします。

上記について、具体的な店舗名と連携している活動内容について教えてください。

項目12. その他、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:0120-972-694まで、お送りください(4/28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

<http://www.shotengai-kanagawa.com>

e-mail : info@shotengai-kanagawa.com
