

平成 30 年度
神奈川県商店街実態調査 報告書

平成 30 年 10 月

公益社団法人 商連かながわ

は じ め に

現在、神奈川県内には約 700 の商店街や商店会が存在しています。

その組織形態や立地環境などは多様化の一途をたどっています。組織形態ひとつとっても、商店街振興組合や事業協同組合などの法人組合となっている商店街もあれば、数店の商店で構成される任意組織もあります。また商店が密集し見るからに商店街らしい外観のところもあれば、地域の広いエリアの中から活動に賛同した商店が加盟している商店会など、一見して商店街には見えない組織も増えてきています。

この報告書では、そうした様々な組織を一括りにし「商店街」として扱っていますが、時代の流れに伴い商店街の活動や取り巻く環境が刻一刻と変化していることは間違いありません。その中で、今回の調査では神奈川県が平成 20 年から施行している「神奈川県商店街活性化条例」の認知度や商店街への加入依頼活動などに焦点を当て、商店街の現在の姿を浮き彫りにしようと試みました。

専門家の助力も得て、神奈川県の商店街の「今」が分かる報告書を作成することができたと自負しています。また本年度から、こうした悉皆調査は 5 年に一度の実施となりましたので、本調査が貴重な資料となっていることも付け加えておきます。本調査が商店街会員の皆さまなどの、ご参考になれば幸いです。

結びにあたり、本調査の実施に際し多大なご協力をいただきました商店街をはじめ関係各位の皆様方に厚く御礼を申し上げます。

平成 30 年 10 月

公益社団法人 商連かながわ
会 長 岡 野 誠 一

目 次

《調査の概要》	2
Ⅰ．商店街の概要(実態調査における商店街プロフィール)	3
1. 調査商店街基本類型	3
Ⅱ．商店街の景況感	5
1. 商店街の最近の景況感	5
2. 今後の活性化の見通し	7
Ⅲ．商店街会員の加入状況	9
1. 商店街の規模	9
2. 業種別加入状況	10
3. 地域別加入状況	11
Ⅳ．神奈川県商店街活性化条例について	17
1. 条例の認知度	17
2. 条例を知った経緯	18
3. 条例を商店街の加入依頼に役立てているかどうか	18
4. 加入依頼の際の条例の活用方法	19
コラム 加入依頼の工夫事例	19
Ⅴ．商店街への加入依頼活動	20
1. 未加入店への加入依頼活動	20
2. 未加入店が商店街へ加入しない理由	22
3. 商店街環境と加入依頼の回数との関係	23
4. 大型店やチェーン店が商店街と連携している活動	25
Ⅵ．商店街の施設と、活動の課題について	26
1. 商店街が設置しているハード施設	26
2. 防犯カメラの設置状況	27
3. 商店街が抱えている課題	29
4. 商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業	31
Ⅶ．まとめ	32
《資料編》	34
商店街実態調査における主な意見・要望	34
平成 30 年度版商店街実態調査票	38

《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、さらに商店街の共同施設と活動の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（593 商店街）
②(公社)商連かながわ未加入の商店街(104 商店街)
合計 697 商店街

- ・回収数:330 票(回収率 47.3%)

(2) 調査方法・期間

- ・郵送、または FAX による発送、回収
- ・調査期間:平成 30 年 5 月 8 日～平成 30 年 5 月 31 日

(3) 集計方法

- ①複数回答における構成比の母数は原則サンプル数(回収数)330 票になっています。
(複数回答の設問では、その事がわかるように各表の下欄外に回答数のほかに括弧書きで、標本数を”n=”と併記しています。)
- ②神奈川県内を以下のように7つの地区に分類し、集計しています。

(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、合計しても必ずしも 100 とはなりません。
- ・該当する数値が存在しない場合には「—」で表示しました。
- ・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。

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、鎌倉市、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、大磯町、二宮町
西部地区	小田原市、箱根町、真鶴町、湯河原町
その他	南足柄市、中井町、大井町、松田町、山北町、開成町

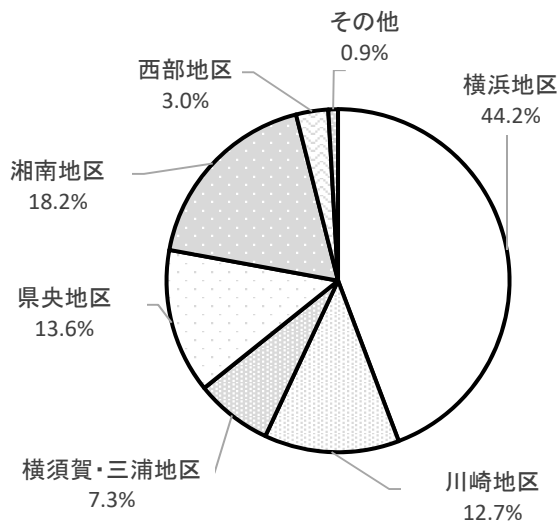
I. 商店街の概要(実態調査における商店街プロフィール)

1. 調査商店街基本類型

(1) 調査商店街基本類型

本調査の回答商店街の地区別構成は、「横浜地区」が一番多く 44.2%で、次いで「湘南地区」の 18.2%、「県央地区」の 13.6%、「川崎地区」の 12.7%となっています。「横浜地区」・「川崎地区」で過半数を超え、「横須賀・三浦地区」と「西部地区」を合わせた構成比は約1割の 10.3%でした。

【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)

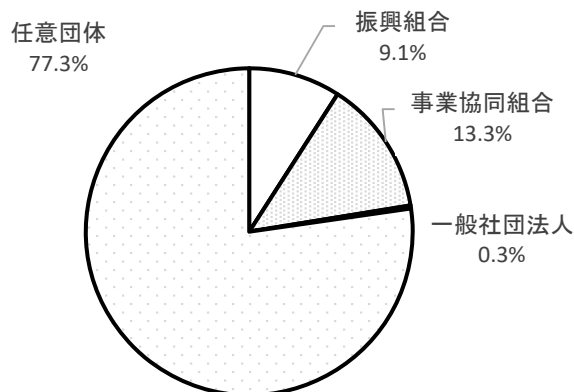
n=330

地区	商店街数	構成比
1 横浜地区	146	44.2%
2 川崎地区	42	12.7%
3 横須賀・三浦地区	24	7.3%
4 県央地区	45	13.6%
5 湘南地区	60	18.2%
6 西部地区	10	3.0%
7 その他	3	0.9%
合 計	330	100.0%

(2) 商店街組織形態別構成

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」がほとんどで全体の 77.3%を占めています。「商店街振興組合」と「事業協同組合」をあわせても 22.4%で、「一般社団法人」は1商店街(0.3%)だけでした。

【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)

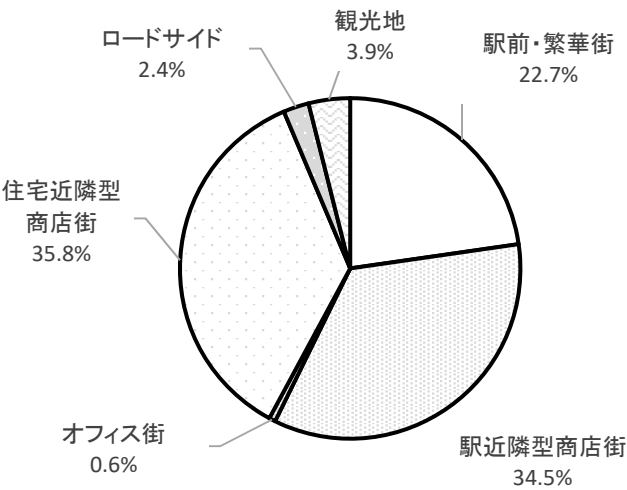
n=330

組織形態	商店街数	構成比
1 商店街振興組合	30	9.1%
2 事業協同組合	44	13.3%
3 一般社団法人	1	0.3%
4 任意団体	255	77.3%
合 計	330	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をみると、「住宅近隣型商店街」(35.8%)と「駅近隣型商店街」(34.5%)が多く、あわせてほぼ7割(70.3%)を占めています。ついで「駅前・繁華街」が 22.7%を占め、「観光地」(3.9%)と「オフィス街」(0.6%)はあわせても 4.5%と少なくなっています。

【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)

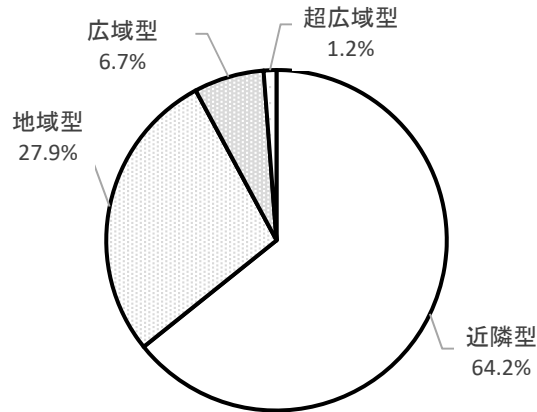
n=330

立地環境	商店街数	構成比
1 駅前・繁華街	75	22.7%
2 駅近隣型商店街	114	34.5%
3 オフィス街	2	0.6%
4 住宅近隣型商店街	118	35.8%
5 ロードサイド	8	2.4%
6 観光地	13	3.9%
合 計	330	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」が 64.2%と過半数を占めており、ついで多い「地域型」(27.9%)を合わせると 92.1%を占めています。「広域型」(6.7%)・「超広域型」(1.2%)の商店街はあわせても 7.9%と1割に満たない割合となっています。

【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=330

商店街タイプ	商店街数	構成比
1 近隣型	212	64.2%
2 地域型	92	27.9%
3 広域型	22	6.7%
4 超広域型	4	1.2%
合 計	330	100.0%

Ⅱ. 商店街の景況感

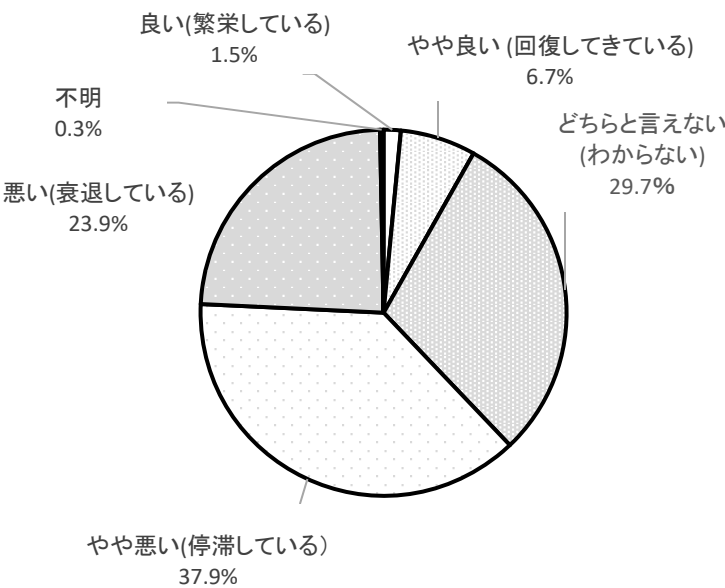
1. 商店街の最近の景況感

(1) 商店街の景況感

今年度調査(平成 30 年度)での最近の景況感をみると、「やや悪い」と回答した商店街が一番多く 37.9%でした。「やや悪い」と「悪い」を足した、どちらかといえば悪い景況感を持っている商店街の割合は 61.8%で、「良い」(1.5%)と「やや良い」(6.7%)を足した 8.2%を大きく上回っています。

平成 28 年度調査結果と比較してみると、どちらかといえば悪い(「やや悪い」+「悪い」)が 28 年度調査の 58.0%から 61.8%へ 3.8%の微増となっており、依然として厳しい景況感を持っています。ただ、どちらかといえば良い(「やや良い」+「良い」)が平成 28 年度調査(6.0%)に比べ 2.2%増の 8.2%と微増しています。つまり、「どちらとも言えない」との回答が平成 28 年度の 33.1%に比べ平成 30 年度は 29.7%と微減(3.4%)しており、いわば景況感の明暗がはっきりしてきたともいえます。

【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=330		n=350	
	平成 30 年度		平成 28 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)	5	1.5%	7	2.0%
2 やや良い (回復してきている)	22	6.7%	14	4.0%
3 どちらとも言えない (わからない)	98	29.7%	116	33.1%
4 やや悪い (停滞している)	125	37.9%	125	35.7%
5 悪い (衰退している)	79	23.9%	78	22.3%
6 不明	1	0.3%	10	2.9%
合 計	330	100.0%	350	100.0%

(2) 商店街の地区別景況感

商店街の景況感を地区別にみると、「川崎地区」と「横須賀・三浦地区」の景況感が他の地区に比べて良く（「良い」＋「やや良い」がそれぞれ 16.6%と 16.7%）、ついで「横浜地区」が 6.9%（「良い」と「やや良い」の合計）、そして「湘南地区」と「県央地区」の景況感はあまり良くない（「良い」＋「やや良い」がそれぞれ 3.3%と 2.2%）という結果になっています。

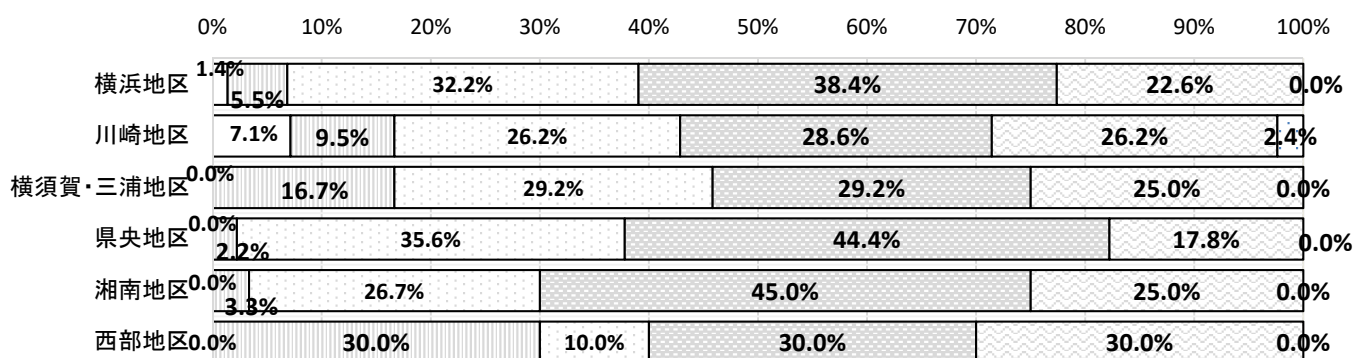
サンプル数は少ないですが、「西部地区」では「やや良い」との回答が 30%を占め、最も多くなっています。

【図Ⅱ-1-2】商店街の地区別景況感

地区	合計		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)	5	1.5%	2	1.4%	3	7.1%	0	0.0%
2 やや良い(回復してきている)	22	6.7%	8	5.5%	4	9.5%	4	16.7%
3 どちらとも言えない(わからない)	98	29.7%	47	32.2%	11	26.2%	7	29.2%
4 やや悪い(停滞している)	125	37.9%	56	38.4%	12	28.6%	7	29.2%
5 悪い(衰退している)	79	23.9%	33	22.6%	11	26.2%	6	25.0%
6 不明	1	0.3%	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%
合 計	330	100.0%	146	100.0%	42	100.0%	24	100.0%

地区	県央地区		湘南地区		西部地区		その他	
	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)	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
2 やや良い(回復してきている)	1	2.2%	2	3.3%	3	30.0%	0	0.0%
3 どちらとも言えない(わからない)	16	35.6%	16	26.7%	1	10.0%	0	0.0%
4 やや悪い(停滞している)	20	44.4%	27	45.0%	3	30.0%	0	0.0%
5 悪い(衰退している)	8	17.8%	15	25.0%	3	30.0%	3	100.0%
6 不明	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
合 計	45	100.0%	60	100.0%	10	100.0%	3	100.0%

【表Ⅱ-1-2】商店街の地区別景況



☐ 良い(繁栄している)

☐ やや良い(回復してきている)

☐ どちらとも言えない(わからない)

☐ やや悪い(停滞している)

☐ 悪い(衰退している)

☐ 不明

2. 今後の活性化の見通し

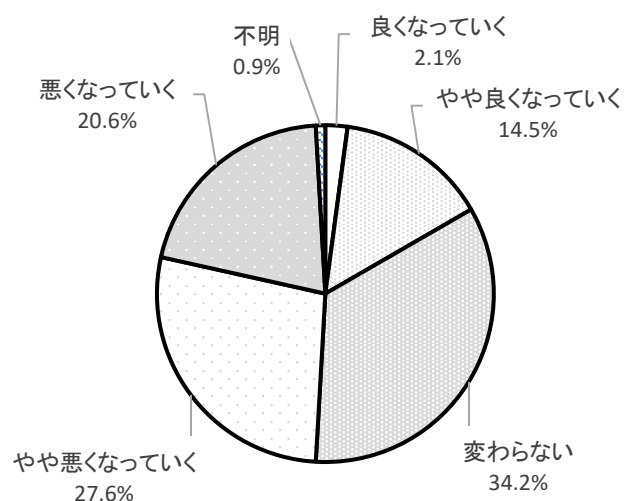
(1) 今後の活性化の見通し

今後の活性化の見通しについての本年度調査(平成 30 年度)の結果をみると、「やや悪くなっていく」(27.6%)が一番多く、ついで「悪くなっていく」(20.6%)が多い。どちらかといえば良くなっていく(「やや良くなっていく」+「良くなっていく」の合計)と回答した商店街は 16.6%にとどまっています。

平成 28 年度調査と比較してみると、どちらかといえば良くなっていく(「やや良くなっていく」+「良くなっていく」の合計)が 16.3%(平成 28 年度)から 16.6%(平成 30 年度)へ横這いに、どちらかといえば悪くなっていく(「やや悪くなっていく」+「悪くなっていく」の合計)が 40.3%(平成 28 年度)から 48.2%(平成 30 年度)へ約 8%増加しています。

なお今後の活性化の見通しについて「変わらない」と回答している商店街は今年度調査では 34.2%ですが、平成 28 年度調査(38.6%)と比べると 4.4%減少しており、良い・悪いについての見通しがはっきりしてきています。

【表Ⅱ-2-1】 今後の活性化の見通し



【図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=330		n=350	
	平成 30 年度 商店街数	構成比	平成 28 年度 商店街数	構成比
1 良くなっていく	7	2.1%	10	2.9%
2 やや良くなっていく	48	14.5%	47	13.4%
3 変わらない	113	34.2%	135	38.6%
4 やや悪くなっていく	91	27.6%	86	24.6%
5 悪くなっていく	68	20.6%	55	15.7%
6 不明	3	0.9%	17	4.9%
合 計	330	100.0%	350	100.0%

(2) 今後の活性化の地区別見通し

商店街の今後の活性化の見通しについて地区別にみると、どちらかと言えば良くなっていく（「やや良くなっていく」＋「良くなっていく」の合計）と回答している商店街が他の地区と比べて多いのは「川崎地区」と「横須賀・三浦地区」でそれぞれ 28.6%と 25.0%で、ついで「県央地区」（15.5%）と「横浜地区」（15.1%）、少ないのは「湘南地区」で 8.4%でした。

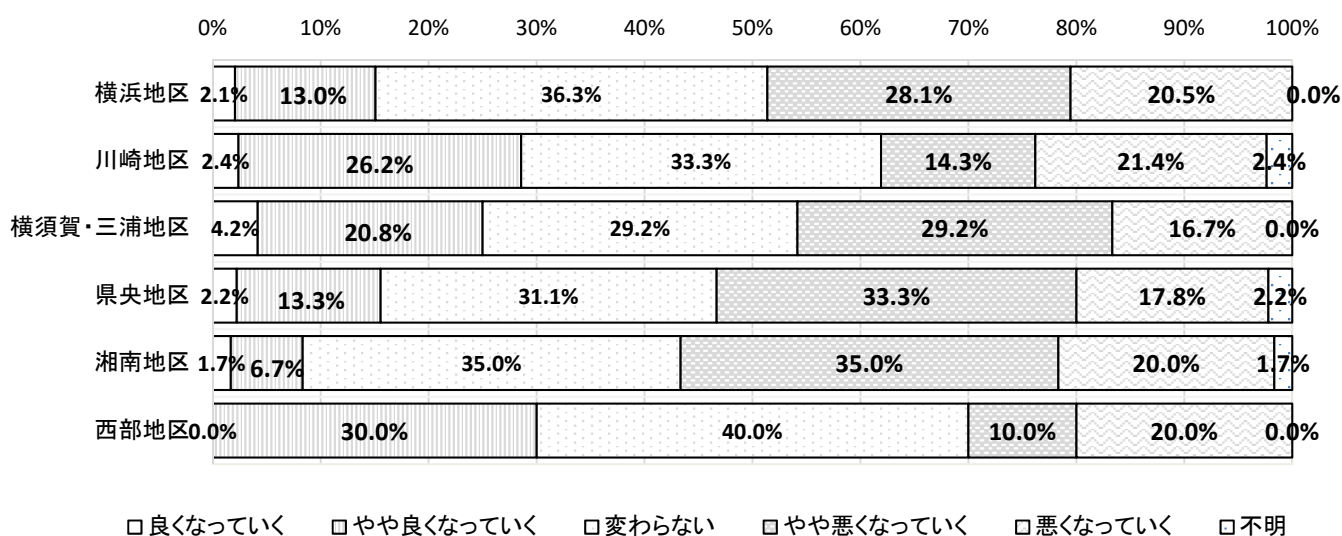
なお、サンプル数は少ないですが、「西部地区」は「やや良くなっていく」との回答が 30%と、他の地区と比べて多くなっています。

【表Ⅱ-2-2】地区別今後の活性化の見通し

地区	合計		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	7	2.1%	3	2.1%	1	2.4%	1	4.2%
2 やや良くなっていく	48	14.5%	19	13.0%	11	26.2%	5	20.8%
3 変わらない	113	34.2%	53	36.3%	14	33.3%	7	29.2%
4 やや悪くなっていく	91	27.6%	41	28.1%	6	14.3%	7	29.2%
5 悪くなっていく	68	20.6%	30	20.5%	9	21.4%	4	16.7%
6 不明	3	0.9%	0	0.0%	1	2.4%	0	0.0%
合 計	330	100.0%	146	100.0%	42	100.0%	24	100.0%

地区	県央地区		湘南地区		西部地区		その 他	
	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	1	2.2%	1	1.7%	0	0.0%	0	0.0%
2 やや良くなっていく	6	13.3%	4	6.7%	3	30.0%	0	0.0%
3 変わらない	14	31.1%	21	35.0%	4	40.0%	0	0.0%
4 やや悪くなっていく	15	33.3%	21	35.0%	1	10.0%	0	0.0%
5 悪くなっていく	8	17.8%	12	20.0%	2	20.0%	3	100.0%
6 不明	1	2.2%	1	1.7%	0	0.0%	0	0.0%

【図Ⅱ-2-2】地区別今後の活性化の見通し



Ⅲ. 商店街会員の加入状況

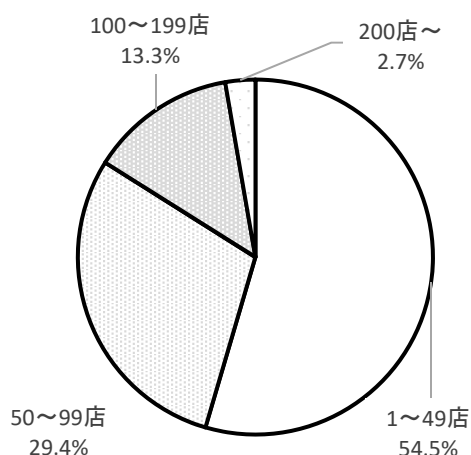
1. 商店街の規模

(1) 商店街の総店舗数

商店街の総店舗数別構成比をみると、「1～49 店」の商店街の構成比は 54.5%で過半数を占めています。ついで多いのは「50～99 店」で 29.4%、100 店未満の商店街として合計すると 83.9%を占めていることになります。

これを平成 28 年度調査と比べてみると、平成 30 年度の調査結果は、「50～99 店」の商店街で 2.3%、「100～99 店」では 1.9%それぞれ増加しています。つまり、平均をみると分かるように、1商店街当たりの店舗数(平成 28 年度 55.6 店、平成 30 年度 61.2 店)は若干増えています。

【図Ⅲ-1-1】 商店街規模



【表Ⅲ-1-1】 商店街規模(単一回答)

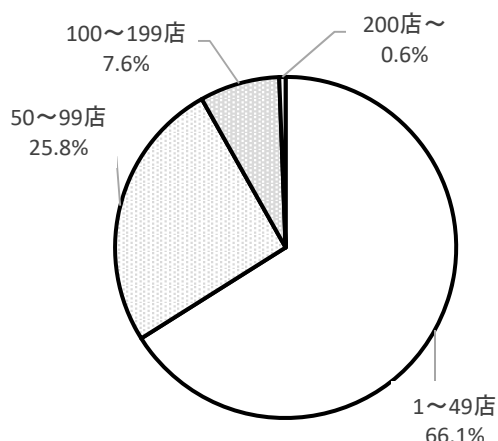
商店街店舗数	n=330		n=350	
	平成 30 年度		平成 28 年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 1～49 店	180	54.5%	192	54.9%
2 50～99 店	97	29.4%	95	27.1%
3 100～199 店	44	13.3%	40	11.4%
4 200 店～	9	2.7%	9	2.6%
5 不明	0	0.0%	14	4.0%
合 計	330	100.0%	350	100.0%
平 均	61.2		55.6	

※平均＝全店舗数 20,210÷商店街数 330

(2) 商店街に加入している会員店舗数

商店街の会員数別構成比は、「1～49 店」が 66.1%を占め、一番多くなっています。ついで多いのが、「50～99 店」で 25.8%です。平成 28 年度と比べると、平均会員数では 44.4 店から 45.4 店へ微増しています。なお加入率でみると、賛助会員を含む加入率では、81.4%から 80.4%へ、会員のみの加入率では 85.9%から 84.1%へ微減しています。

【図Ⅲ-1-2】 商店街に加入している会員店舗



【表Ⅲ-1-2】 商店街に加入している会員店舗数(単一回答)

商店街会員数	n=330		n=350	
	平成 30 年度		平成 28 年度	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 1～49 店	218	66.1%	224	64.0%
2 50～99 店	85	25.8%	84	24.0%
3 100～199 店	25	7.6%	25	7.1%
4 200 店～	2	0.6%	4	1.1%
5 不明	0	0.0%	13	3.7%
合 計	330	100.0%	350	100.0%
平 均	45.4		44.4	

加入率	会員のみのみ	84.1%	85.9%
	賛助会員含む	80.4%	81.4%

※加入率(会員のみのみ)は、商店街店舗数及び会員数の両方矛盾なく回答(店舗数≥会員)した 286 商店街を対象にした各商店街の加入率の平均値

※加入率(賛助会員含む)の算出は、(加入店舗数 14,998+賛助会員数 1,248)÷(加入店舗数 14,998+未加入店 3,964+賛助会員数 1,248)

2. 業態別加入状況

(1) 業態別加入状況

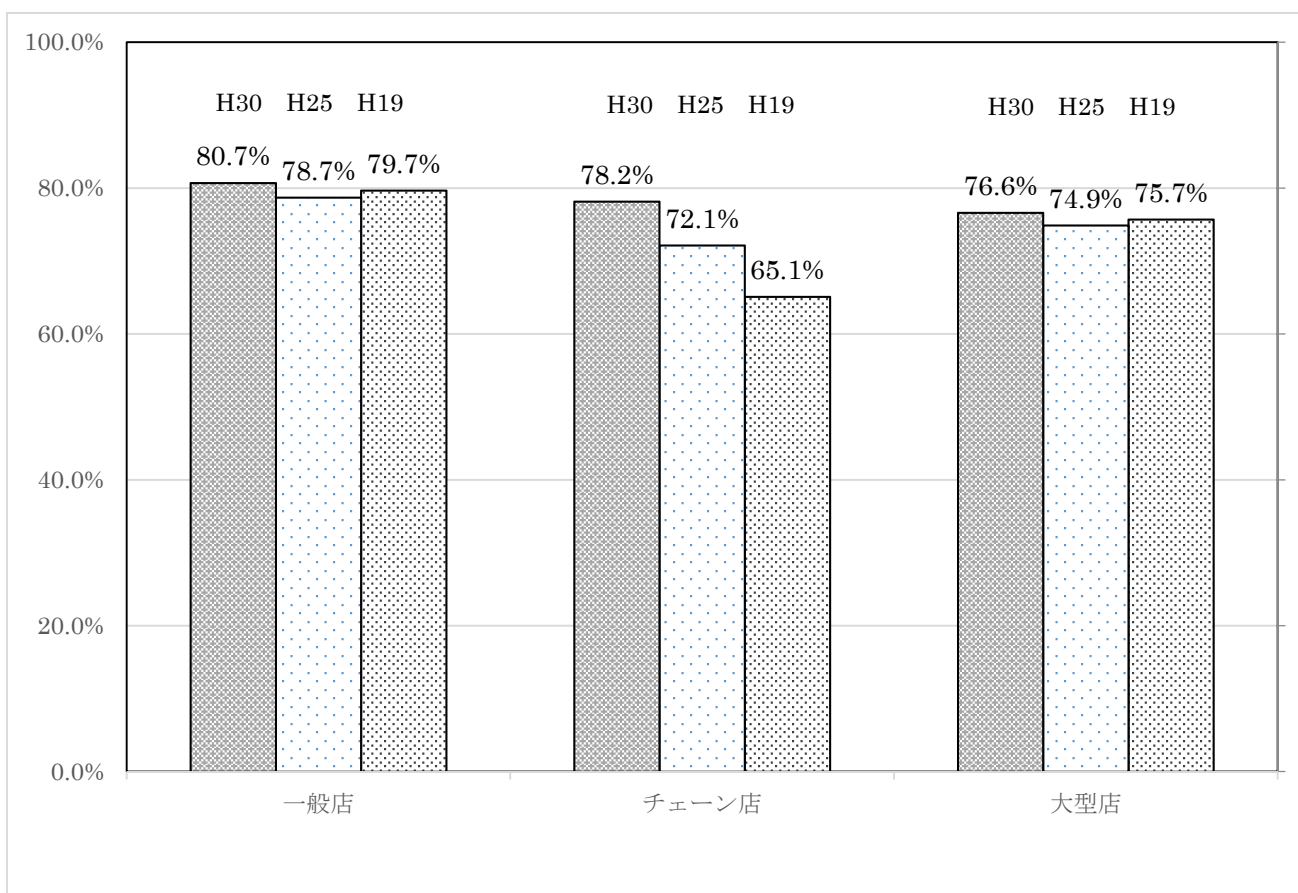
商店街への加入状況を店舗業態別にみると、「一般店」の加入率が80.7%であるのに対して「チェーン店」では78.2%、「大型店」ではさらに76.6%と低くなっています。

この業態別の商店街への加入状況を平成19年や平成25年と比べてみると、各業態とも加入率が若干上がっていることがわかります。そのなかでも「チェーン店」の加入率の上昇率が一番高く、逆に「一般店」の上昇率が低くなっているのがわかります。

【図Ⅲ-2-1】業態別加入状況(単一回答)

店舗業態	n=330			n=352			n=189		
	平成30年			平成25年			平成19年		
	全店舗数	加入店	加入率	全店舗数	加入店	加入率	全店舗数	加入店	加入率
1 大型店	359	275	76.6%	211	158	74.9%	214	162	75.7%
2 チェーン店	1,904	1,488	78.2%	1,224	883	72.1%	894	582	65.1%
3 一般店	17,947	14,483	80.7%	17,214	13,545	78.7%	15,036	11,977	79.7%
合 計	20,210	16,246	80.4%	18,649	14,586	78.2%	16,144	12,721	78.8%
商店街数	330			352			189		

【表Ⅲ-2-1】業態別加入状況



3. 地域別加入状況

(1) 市町村別加入状況

※商店街数は左側が平成 30 年度、右側が平成 28 年度で各調査の有効回答商店街数を示している。

市町村名	店舗業態	平成30年度					平成28年度				
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率
横浜市 商店街数 146 / 166	大型店	150	75	50.0%	114	76.0%	144	51	35.4%	104	72.2%
	チェーン店	836	557	66.6%	640	76.6%	1,140	832	73.0%	905	79.4%
	一般店	7,530	5,853	77.7%	6,420	85.3%	7,835	6,120	78.1%	6,667	85.1%
	合計	8,516	6,485	76.2%	7,174	84.2%	9,119	7,003	76.8%	7,676	84.2%
川崎市 商店街数 42 / 43	大型店	29	15	51.7%	22	75.9%	37	21	56.8%	31	83.8%
	チェーン店	376	310	82.4%	324	86.2%	319	238	74.6%	263	82.4%
	一般店	2,274	1,692	74.4%	1,769	77.8%	2,089	1,501	71.9%	1,611	77.1%
	合計	2,679	2,017	75.3%	2,115	78.9%	2,445	1,760	72.0%	1,905	77.9%
横須賀市 商店街数 14 / 17	大型店	69	62	89.9%	66	95.7%	13	7	53.8%	11	84.6%
	チェーン店	101	81	80.2%	88	87.1%	327	169	51.7%	307	93.9%
	一般店	1,233	893	72.4%	1,010	81.9%	1,076	872	81.0%	1,048	97.4%
	合計	1,403	1,036	73.8%	1,164	83.0%	1,416	1,048	74.0%	1,366	96.5%
鎌倉市 商店街数 0 / 5	大型店	-	-	-	-	-	3	3	100.0%	3	100.0%
	チェーン店	-	-	-	-	-	7	7	100.0%	7	100.0%
	一般店	-	-	-	-	-	246	220	89.4%	220	89.4%
	合計	-	-	-	-	-	256	230	89.8%	230	89.8%
逗子市 商店街数 4 / 6	大型店	2	1	50.0%	1	50.0%	4	2	50.0%	2	50.0%
	チェーン店	20	18	90.0%	18	90.0%	34	28	82.4%	29	85.3%
	一般店	219	204	93.2%	210	95.9%	280	261	93.2%	266	95.0%
	合計	241	223	92.5%	229	95.0%	318	291	91.5%	297	93.4%
三浦市 商店街数 3 / 2	大型店	1	0	0.0%	1	100.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	1	0	0.0%	0	0.0%	1	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	132	124	93.9%	125	94.7%	95	88	92.6%	89	93.7%
	合計	134	124	92.5%	126	94.0%	96	88	91.7%	89	92.7%
葉山町 商店街数 3 / 2	大型店	5	0	0.0%	4	80.0%	4	0	0.0%	2	50.0%
	チェーン店	7	1	14.3%	3	42.9%	5	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	236	143	60.6%	149	63.1%	124	41	33.1%	44	35.5%
	合計	248	144	58.1%	156	62.9%	133	41	30.8%	46	34.6%
相模原市 商店街数 13 / 16	大型店	21	13	61.9%	15	71.4%	25	11	44.0%	17	68.0%
	チェーン店	76	42	55.3%	53	69.7%	82	49	59.8%	53	64.6%
	一般店	758	520	68.6%	604	79.7%	736	523	71.1%	635	86.3%
	合計	855	575	67.3%	672	78.6%	843	583	69.2%	705	83.6%
厚木市 商店街数 8 / 9	大型店	12	7	58.3%	9	75.0%	18	3	16.7%	7	38.9%
	チェーン店	38	27	71.1%	29	76.3%	38	23	60.5%	25	65.8%
	一般店	418	336	80.4%	342	81.8%	445	358	80.4%	359	80.7%
	合計	468	370	79.1%	380	81.2%	501	384	76.6%	391	78.0%
大和市 商店街数 10 / 4	大型店	7	3	42.9%	3	42.9%	2	2	100.0%	2	100.0%
	チェーン店	36	24	66.7%	26	72.2%	4	1	25.0%	3	75.0%
	一般店	377	221	58.6%	266	70.6%	74	69	93.2%	71	95.9%
	合計	420	248	59.0%	295	70.2%	80	72	90.0%	76	95.0%
海老名市 商店街数 4 / 1	大型店	0	0	0.0%	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%	0	0.0%
	一般店	183	183	100.0%	183	100.0%	5	5	100.0%	5	100.0%
	合計	183	183	100.0%	183	100.0%	5	5	100.0%	5	100.0%

市町村名	店舗業態	平成30年度					平成28年度				
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率
座間市	大型店	13	6	46.2%	6	46.2%	11	5	45.5%	6	54.5%
	チェーン店	34	10	29.4%	13	38.2%	23	7	30.4%	10	43.5%
	一般店	329	253	76.9%	262	79.6%	207	160	77.3%	169	81.6%
	合計	376	269	71.5%	281	74.7%	241	172	71.4%	185	76.8%
8 / 8											
綾瀬市	大型店	1	1	100.0%	1	100.0%	-	-	-	-	-
	チェーン店	4	2	50.0%	2	50.0%	-	-	-	-	-
	一般店	50	38	76.0%	38	76.0%	-	-	-	-	-
	合計	55	41	74.5%	41	74.5%	-	-	-	-	-
1 / 0											
愛川町	大型店	2	0	0.0%	0	0.0%	3	1	33.3%	2	66.7%
	チェーン店	5	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	82	17	20.7%	22	26.8%	50	27	54.0%	31	62.0%
	合計	89	17	19.1%	22	24.7%	53	28	52.8%	33	62.3%
1 / 3											
清川村	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0 / 0											
平塚市	大型店	15	9	60.0%	9	60.0%	6	6	100.0%	6	100.0%
	チェーン店	89	60	67.4%	65	73.0%	52	47	90.4%	48	92.3%
	一般店	661	527	79.7%	551	83.4%	415	321	77.3%	353	85.1%
	合計	765	596	77.9%	625	81.7%	473	374	79.1%	407	86.0%
16 / 12											
藤沢市	大型店	24	13	54.2%	17	70.8%	16	12	75.0%	12	75.0%
	チェーン店	165	118	71.5%	127	77.0%	149	108	72.5%	109	73.2%
	一般店	1,869	1,177	63.0%	1,241	66.4%	1,679	1,025	61.0%	1,059	63.1%
	合計	2,058	1,308	63.6%	1,385	67.3%	1,844	1,145	62.1%	1,180	64.0%
25 / 22											
茅ヶ崎市	大型店	1	0	0.0%	1	100.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	63	60	95.2%	62	98.4%	2	1	50.0%	2	100.0%
	一般店	374	298	79.7%	302	80.7%	53	53	100.0%	53	100.0%
	合計	438	358	81.7%	365	83.3%	55	54	98.2%	55	100.0%
5 / 3											
秦野市	大型店	4	3	75.0%	3	75.0%	2	1	50.0%	1	50.0%
	チェーン店	15	8	53.3%	8	53.3%	5	1	20.0%	1	20.0%
	一般店	445	308	69.2%	327	73.5%	198	113	57.1%	141	71.2%
	合計	464	319	68.8%	338	72.8%	205	115	56.1%	143	69.8%
8 / 5											
伊勢原市	大型店	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	15	12	80.0%	12	80.0%	8	7	87.5%	7	87.5%
	一般店	196	170	86.7%	170	86.7%	188	179	95.2%	179	95.2%
	合計	211	182	86.3%	182	86.3%	196	186	94.9%	186	94.9%
3 / 3											
寒川町	大型店	-	-	-	-	-	7	2	28.6%	6	85.7%
	チェーン店	-	-	-	-	-	31	8	25.8%	12	38.7%
	一般店	-	-	-	-	-	79	79	100.0%	79	100.0%
	合計	-	-	-	-	-	117	89	76.1%	97	82.9%
0 / 3											
大磯町	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0 / 0											
二宮町	大型店	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	1	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	64	54	84.4%	54	84.4%	66	56	84.8%	56	84.8%
	合計	65	54	83.1%	54	83.1%	66	56	84.8%	56	84.8%
3 / 4											

市町村名	店舗業態	平成30年度					平成28年度				
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率
小田原市	大型店	2	2	100.0%	2	100.0%	2	1	50.0%	2	100.0%
	チェーン店	18	18	100.0%	18	100.0%	12	6	50.0%	7	58.3%
	一般店	345	326	94.5%	326	94.5%	389	230	59.1%	254	65.3%
	合計	365	346	94.8%	346	94.8%	403	237	58.8%	263	65.3%
8 / 10											
箱根町	大型店	0	0	0.0%	0	-	0	0	0.0%	0	0.0%
	チェーン店	0	0	0.0%	0	-	1	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	16	14	87.5%	14	87.5%	97	55	56.7%	55	56.7%
	合計	16	14	87.5%	14	87.5%	98	55	56.1%	55	56.1%
1 / 2											
真鶴町	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	-	-	-	-	-	9	9	100.0%	9	100.0%
	合計	-	-	-	-	-	9	9	100.0%	9	100.0%
0 / 1											
湯河原町	大型店	1	1	100.0%	1	100.0%	1	1	100.0%	1	100.0%
	チェーン店	0	0	0.0%	0	0.0%	0	0	0.0%	0	0.0%
	一般店	68	38	55.9%	48	70.6%	69	39	56.5%	49	71.0%
	合計	69	39	56.5%	49	71.0%	70	40	57.1%	50	71.4%
1 / 1											
南足柄市	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%	-	-	-	-	-
1 / 0											
中井町	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0 / 0											
大井町	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0 / 0											
松田町	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	18	12	66.7%	12	66.7%	-	-	-	-	-
	合計	18	12	66.7%	12	66.7%	-	-	-	-	-
1 / 0											
山北町	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%	-	-	-	-	-
1 / 0											
開成町	大型店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	チェーン店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	一般店	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	合計	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
0 / 0											
総計	大型店	359	211	58.8%	275	76.6%	298	129	43.3%	215	72.1%
	チェーン店	1,904	1,348	70.8%	1,488	78.2%	2,238	1,532	68.5%	1,787	79.8%
	一般店	17,947	13,439	74.9%	14,483	80.7%	16,504	12,404	75.2%	13,502	81.8%
	合計	20,210	14,998	74.2%	16,246	80.4%	19,040	14,065	73.9%	15,504	81.4%
330 / 313											

(2) 政令都市別加入状況(横浜市)

政令都市	店舗業態	平成30年度					平成28年度					
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率	
横浜市	商店街数	大型店	150	75	50.0%	114	76.0%	51	51	100.0%	104	203.9%
		チェーン店	836	557	66.6%	640	76.6%	1,140	832	73.0%	905	79.4%
		一般店	7,530	5,853	77.7%	6,420	85.3%	7,835	6,120	78.1%	6,667	85.1%
		合計	8,516	6,485	76.2%	7,174	84.2%	9,026	7,003	77.6%	7,676	85.0%
	146 / 166											
	鶴見区 商店街数	大型店	11	3	27.3%	10	90.9%	10	2	20.0%	9	90.0%
		チェーン店	61	34	55.7%	46	75.4%	62	34	54.8%	46	74.2%
		一般店	834	623	74.7%	760	91.1%	928	702	75.6%	842	90.7%
		合計	906	660	72.8%	816	90.1%	1,000	738	73.8%	897	89.7%
	15 / 19											
	神奈川区 商店街数	大型店	3	2	66.7%	3	100.0%	6	0	0.0%	1	16.7%
		チェーン店	44	33	75.0%	38	86.4%	51	43	84.3%	47	92.2%
		一般店	613	495	80.8%	566	92.3%	674	564	83.7%	633	93.9%
		合計	660	530	80.3%	607	92.0%	731	607	83.0%	681	93.2%
	16 / 15											
	西区 商店街数	大型店	0	0	0.0%	0	0.0%	11	11	100.0%	11	100.0%
		チェーン店	8	3	37.5%	5	62.5%	192	180	93.8%	183	95.3%
		一般店	149	136	91.3%	144	96.6%	414	323	78.0%	362	87.4%
		合計	157	139	88.5%	149	94.9%	617	514	83.3%	556	90.1%
	5 / 16											
	中区 商店街数	大型店	12	9	75.0%	10	83.3%	10	9	90.0%	10	100.0%
		チェーン店	128	91	71.1%	106	82.8%	103	93	90.3%	94	91.3%
		一般店	1,030	845	82.0%	851	82.6%	759	711	93.7%	714	94.1%
		合計	1,170	945	80.8%	967	82.6%	872	813	93.2%	818	93.8%
	15 / 13											
	南区 商店街数	大型店	5	0	0.0%	0	0.0%	4	0	0.0%	4	100.0%
		チェーン店	19	14	73.7%	17	89.5%	16	13	81.3%	15	93.8%
		一般店	251	176	70.1%	212	84.5%	253	197	77.9%	219	86.6%
		合計	275	190	69.1%	229	83.3%	273	210	76.9%	238	87.2%
	6 / 6											
	保土ヶ谷区 商店街数	大型店	8	4	50.0%	6	75.0%	9	4	44.4%	6	66.7%
		チェーン店	31	17	54.8%	22	71.0%	26	14	53.8%	19	73.1%
		一般店	661	579	87.6%	604	91.4%	499	433	86.8%	457	91.6%
		合計	700	600	85.7%	632	90.3%	534	451	84.5%	482	90.3%
	10 / 12											
	磯子区 商店街数	大型店	6	1	16.7%	4	66.7%	12	2	16.7%	5	41.7%
		チェーン店	48	38	79.2%	42	87.5%	26	24	92.3%	24	92.3%
		一般店	284	265	93.3%	271	95.4%	292	256	87.7%	274	93.8%
		合計	338	304	89.9%	317	93.8%	330	282	85.5%	303	91.8%
	10 / 6											
	金沢区 商店街数	大型店	3	1	33.3%	3	100.0%	4	3	75.0%	4	100.0%
		チェーン店	12	6	50.0%	7	58.3%	40	25	62.5%	35	87.5%
		一般店	307	275	89.6%	280	91.2%	395	233	59.0%	282	71.4%
		合計	322	282	87.6%	290	90.1%	439	261	59.5%	321	73.1%
	8 / 8											
港北区 商店街数	大型店	41	34	82.9%	35	85.4%	16	5	31.3%	10	62.5%	
	チェーン店	109	85	78.0%	95	87.2%	250	227	90.8%	234	93.6%	
	一般店	518	426	82.2%	458	88.4%	799	673	84.2%	700	87.6%	
	合計	668	545	81.6%	588	88.0%	1,065	905	85.0%	944	88.6%	
12 / 9												
戸塚区 商店街数	大型店	5	2	40.0%	3	60.0%	5	2	40.0%	2	40.0%	
	チェーン店	27	12	44.4%	12	44.4%	26	10	38.5%	10	38.5%	
	一般店	366	337	92.1%	337	92.1%	253	230	90.9%	231	91.3%	
	合計	398	351	88.2%	352	88.4%	284	242	85.2%	243	85.6%	
8 / 6												
港南区 商店街数	大型店	6	0	0.0%	5	83.3%	10	0	0.0%	8	80.0%	
	チェーン店	7	7	100.0%	7	100.0%	38	7	18.4%	22	57.9%	
	一般店	139	129	92.8%	129	92.8%	227	179	78.9%	181	79.7%	
	合計	152	136	89.5%	141	92.8%	275	186	67.6%	211	76.7%	
3 / 6												
旭区 商店街数	大型店	4	0	0.0%	3	75.0%	6	1	16.7%	6	100.0%	
	チェーン店	36	11	30.6%	27	75.0%	36	15	41.7%	20	55.6%	
	一般店	258	109	42.2%	190	73.6%	336	237	70.5%	307	91.4%	
	合計	298	120	40.3%	220	73.8%	378	253	66.9%	333	88.1%	
3 / 7												

※西区の全店舗欄中の大型店「0」については、回答のあった商店街に大型店は立地していなかった。

横浜市区名		店舗業態	平成30年度					平成28年度				
			全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率
	緑区 商店街数 3 / 4	大型店	7	1	14.3%	4	57.1%	4	0	0.0%	2	50.0%
		チェーン店	61	48	78.7%	56	91.8%	46	26	56.5%	31	67.4%
		一般店	248	218	87.9%	227	91.5%	194	162	83.5%	165	85.1%
		合計	316	267	84.5%	287	90.8%	244	188	77.0%	198	81.1%
	瀬谷区 商店街数 8 / 6	大型店	3	1	33.3%	3	100.0%	2	0	0.0%	2	100.0%
		チェーン店	50	49	98.0%	49	98.0%	51	50	98.0%	50	98.0%
		一般店	282	270	95.7%	274	97.2%	244	232	95.1%	236	96.7%
		合計	335	320	95.5%	326	97.3%	297	282	94.9%	288	97.0%
	栄区 商店街数 5 / 5	大型店	2	0	0.0%	0	0.0%	1	0	0.0%	0	0.0%
		チェーン店	4	1	25.0%	1	25.0%	9	0	0.0%	1	11.1%
		一般店	57	36	63.2%	36	63.2%	71	58	81.7%	58	81.7%
		合計	63	37	58.7%	37	58.7%	81	58	71.6%	59	72.8%
	泉区 商店街数 4 / 3	大型店	6	2	33.3%	4	66.7%	4	0	0.0%	1	25.0%
		チェーン店	17	15	88.2%	15	88.2%	1	1	100.0%	1	100.0%
		一般店	195	159	81.5%	186	95.4%	100	99	99.0%	100	100.0%
		合計	218	176	80.7%	205	94.0%	105	100	95.2%	102	97.1%
	青葉区 商店街数 9 / 11	大型店	19	10	52.6%	16	84.2%	20	4	20.0%	17	85.0%
		チェーン店	135	77	57.0%	79	58.5%	133	51	38.3%	53	39.8%
		一般店	966	544	56.3%	609	63.0%	923	555	60.1%	624	67.6%
		合計	1,120	631	56.3%	704	62.9%	1,076	610	56.7%	694	64.5%
	都筑区 商店街数 6 / 7	大型店	9	5	55.6%	5	55.6%	16	8	50.0%	10	62.5%
		チェーン店	39	16	41.0%	16	41.0%	26	11	42.3%	11	42.3%
		一般店	372	231	62.1%	286	76.9%	416	206	49.5%	206	49.5%
		合計	420	252	60.0%	307	73.1%	458	225	49.1%	227	49.6%

(3) 政令都市別加入状況(川崎市)

政令都市・区名	店舗業態	平成30年度					平成28年度					
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率	
川崎市	商店街数	大型店	29	15	51.7%	22	75.9%	37	21	56.8%	31	83.8%
		チェーン店	376	310	82.4%	324	86.2%	319	238	74.6%	263	82.4%
		一般店	2,274	1,692	74.4%	1,769	77.8%	2,089	1,501	71.9%	1,611	77.1%
		合計	2,679	2,017	75.3%	2,115	78.9%	2,445	1,760	72.0%	1,905	77.9%
	川崎区	大型店	4	2	50.0%	3	75.0%	5	3	60.0%	4	80.0%
		チェーン店	60	40	66.7%	49	81.7%	95	63	66.3%	83	87.4%
		一般店	269	223	82.9%	229	85.1%	395	283	71.6%	342	86.6%
		合計	333	265	79.6%	281	84.4%	495	349	70.5%	429	86.7%
	幸区	大型店	2	0	0.0%	1	50.0%	3	2	66.7%	2	66.7%
		チェーン店	30	17	56.7%	19	63.3%	21	14	66.7%	15	71.4%
		一般店	185	155	83.8%	164	88.6%	215	173	80.5%	178	82.8%
		合計	217	172	79.3%	184	84.8%	239	189	79.1%	195	81.6%
	中原区	大型店	4	2	50.0%	2	50.0%	13	5	38.5%	10	76.9%
		チェーン店	192	182	94.8%	182	94.8%	127	123	96.9%	124	97.6%
		一般店	994	653	65.7%	664	66.8%	879	544	61.9%	564	64.2%
		合計	1,190	837	70.3%	848	71.3%	1,019	672	65.9%	698	68.5%
	高津区	大型店	7	6	85.7%	7	100.0%	7	6	85.7%	7	100.0%
		チェーン店	54	54	100.0%	54	100.0%	11	9	81.8%	9	81.8%
		一般店	224	224	100.0%	224	100.0%	68	62	91.2%	62	91.2%
		合計	285	284	99.6%	285	100.0%	86	77	89.5%	78	90.7%
	多摩区	大型店	4	1	25.0%	3	75.0%	4	1	25.0%	3	75.0%
		チェーン店	20	3	15.0%	6	30.0%	55	20	36.4%	23	41.8%
		一般店	239	185	77.4%	205	85.8%	373	295	79.1%	314	84.2%
		合計	263	189	71.9%	214	81.4%	432	316	73.1%	340	78.7%
	宮前区	大型店	5	4	80.0%	4	80.0%	4	4	100.0%	4	100.0%
		チェーン店	9	8	88.9%	8	88.9%	9	8	88.9%	8	88.9%
		一般店	205	175	85.4%	205	100.0%	115	114	99.1%	114	99.1%
		合計	219	187	85.4%	217	99.1%	128	126	98.4%	126	98.4%
	麻生区	大型店	3	0	0.0%	2	66.7%	1	0	0.0%	1	100.0%
		チェーン店	11	6	54.5%	6	54.5%	1	1	100.0%	1	100.0%
		一般店	158	77	48.7%	78	49.4%	44	30	68.2%	37	84.1%
		合計	172	83	48.3%	86	50.0%	46	31	67.4%	39	84.8%

(4) 政令都市別加入状況(相模原市)

政令都市・区名	店舗業態	平成30年度					平成28年度					
		全店舗数	正会員		賛助会員含む		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		加入店数	加入率	加入店数	加入率	
相模原市	商店街数	大型店	21	13	61.9%	15	71.4%	25	11	44.0%	17	68.0%
		チェーン店	76	42	55.3%	53	69.7%	82	49	59.8%	53	64.6%
		一般店	758	520	68.6%	604	79.7%	736	523	71.1%	635	86.3%
		合計	855	575	67.3%	672	78.6%	843	583	69.2%	705	83.6%
	緑区	大型店	3	1	33.3%	1	33.3%	3	2	66.7%	2	66.7%
		チェーン店	9	2	22.2%	2	22.2%	11	5	45.5%	5	45.5%
		一般店	119	81	68.1%	81	68.1%	77	76	98.7%	77	100.0%
		合計	131	84	64.1%	84	64.1%	91	83	91.2%	84	92.3%
	中央区	大型店	10	6	60.0%	8	80.0%	12	5	41.7%	7	58.3%
		チェーン店	23	12	52.2%	13	56.5%	18	4	22.2%	5	27.8%
		一般店	400	277	69.3%	293	73.3%	334	234	70.1%	251	75.1%
		合計	433	295	68.1%	314	72.5%	364	243	66.8%	263	72.3%
	南区	大型店	8	6	75.0%	6	75.0%	10	4	40.0%	8	80.0%
		チェーン店	44	28	63.6%	38	86.4%	51	40	78.4%	43	84.3%
		一般店	239	162	67.8%	230	96.2%	325	213	65.5%	307	94.5%
		合計	291	196	67.4%	274	94.2%	386	257	66.6%	358	92.7%

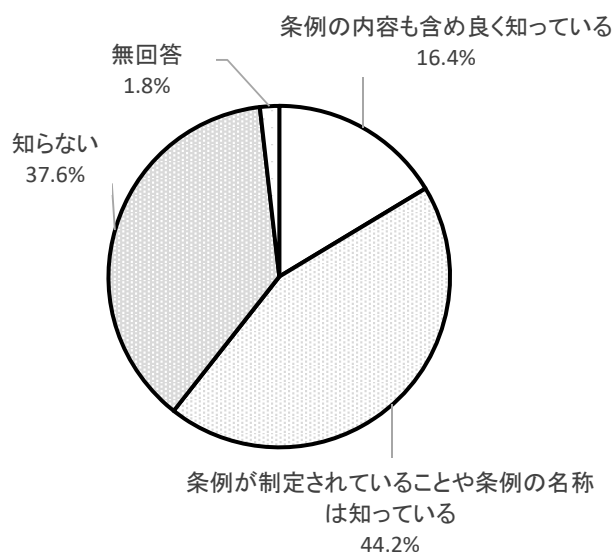
IV. 神奈川県商店街活性化条例について

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る」(44.2%)という商店街が一番多く、次いで「知らない」(37.6%)、「条例の内容も含め良く知っている」(16.4%)という状況であることがわかりました。

なお、平成 25 年度の認知状況(「条例の内容も含め良く知っている」と「条例が制定されていることや条例の名称は知っている」の合計 65.9%)と比べてみると、平成 30 年は 60.6%と、5.3%下がっています。

【図IV-1-1】 条例の認知度



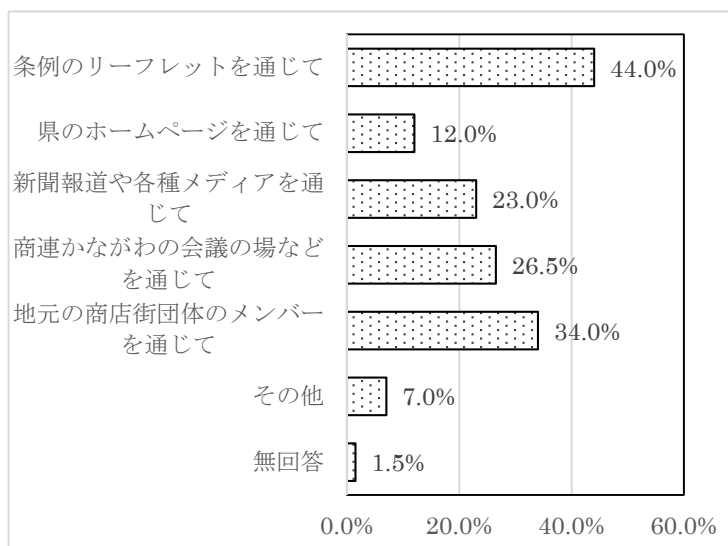
【表IV-1-1】 条例の認知度(単一回答)

回答	n=330		n=352	
	平成 30 年		平成 25 年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 条例の内容も含め良く知っている	54	16.4%	232	65.9%
2 条例が制定されていることや条例の名称は知っている	146	44.2%		
3 知らない	124	37.6%	97	27.6%
4 無回答	6	1.8%	23	6.5%
合 計	330	100.0%	352	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」(44.0%)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」(34.0%)、「商連かながわの会議の場などを通じて」(26.5%)などとなっています。条例を知る経路は、マス媒体やHPなどよりも、いわゆる“伝え聞く”形が多いとみることができます。

【図IV-2-1】 条例を知った経緯



●「その他」の内容

- ・県会議員や市会議員、中小企業診断士などの紹介等。
- ・条例成立の要望を出した人などの関係者等。

【表IV-2-1】 条例を知った経緯(複数回答)

n=200

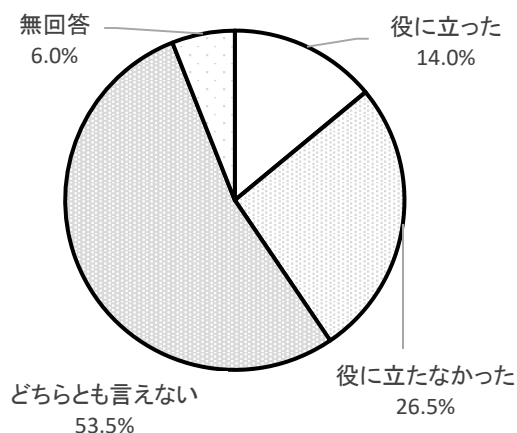
回答	平成 30 年	
	商店街数	構成比
1 条例のリーフレットを通じて	88	44.0%
2 県のホームページを通じて	24	12.0%
3 新聞報道や各種メディアを通じて	46	23.0%
4 商連かながわの会議の場などを通じて	53	26.5%
5 地元の商店街団体のメンバーを通じて	68	34.0%
6 その他	14	7.0%
7 無回答	3	1.5%

※「条例の認知度」の設問で「条例の内容も含め良く知っている」「条例が制定されていることや条例の名称は知っている」と回答した 200 商店街が対象。

3. 条例を商店街の加入依頼に役立てているかどうか

「どちらとも言えない」との回答が過半数を占め(53.5%)、「役に立った」との回答は 14.0%と少なくなっています。平成 25 年と比べてみると、「役に立った」との回答は(22.0%から 14.0%へ)少なくなっています。

【図IV-3-1】 条例を加入依頼に役立てている



【表IV-3-1】 条例を加入依頼に役立てているか(単一回答)

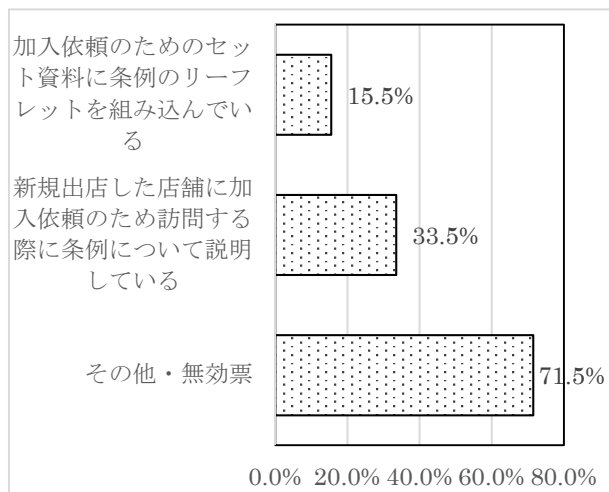
回答	平成 30 年		平成 25 年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 役に立った	28	14.0%	51	22.0%
2 役に立たなかった	53	26.5%	130	56.0%
3 どちらとも言えない	107	53.5%	—	—
4 無回答	12	6.0%	51	22.0%
合 計	200	100.0%	232	100.0%

※「条例の認知度」の設問で「条例の内容も含め良く知っている」「条例が制定されていることや条例の名称は知っている」と回答した 200 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するときに条例について説明している商店街は3割を超えています(33.5%)、加入依頼の時の資料に条例のリーフレットを組み込んでいる商店街は15.5%とまだまだ少ないのが現状です。

【図IV-4-1】条例を加入依頼に役立てているか



【表IV-4-1】条例を加入依頼に役立てているか(複数回答)

n=200		
回答	商店街数	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	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	67	33.5%
3 無回答・無効票	143	71.5%

※「条例の認知度」の設問で「条例の内容も含め良く知っている」「条例が制定されていることや条例の名称は知っている」と回答した200商店街が対象。

※活用していない現状を記入したコメントが多く寄せられたが、それらは無効票(64票)として集計した。

コラム 加入依頼の工夫事例(本設問では無効票として集計した)

- ・商店街のまちづくり協定で出店者は、商店街に加入することが義務づけられている。
- ・賃貸物件のオーナーに商店街に加入することを入居条件としてお願いしている。
- ・新規出店については加入を必須としている。
- ・不動産業者に依頼し、新規出店者には商店街に加入していただくことを周知し、規約をもって説明し入会してもらっている。
- ・テナント入居の際には契約書条文に店長会(商店街)加入について記載している。

V. 商店街への加入依頼活動

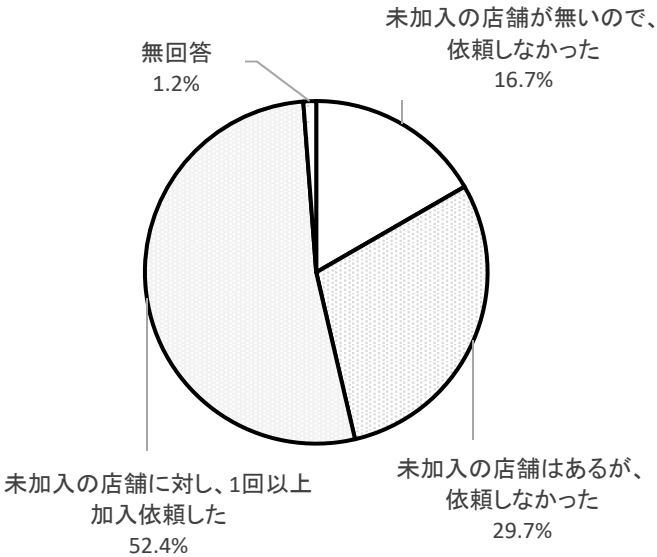
1. 未加入店への加入依頼活動

(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て1回以上加入依頼した」という商店街は過半数(52.4%)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3割近く(29.7%)あります。平成 25 年と比較すると、加入依頼活動が特別活発化した様子は伺えませんでした。

【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=330		n=352	
	平成 30 年		平成 25 年	
	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	55	16.7%	63	17.9%
2 未加入の店舗はあるが、依頼しなかった	98	29.7%		
3 未加入の店舗に対し、1回以上加入依頼した	173	52.4%	181	51.4%
4 無回答	4	1.2%	108	30.7%
合 計	330	100.0%	352	100.0%

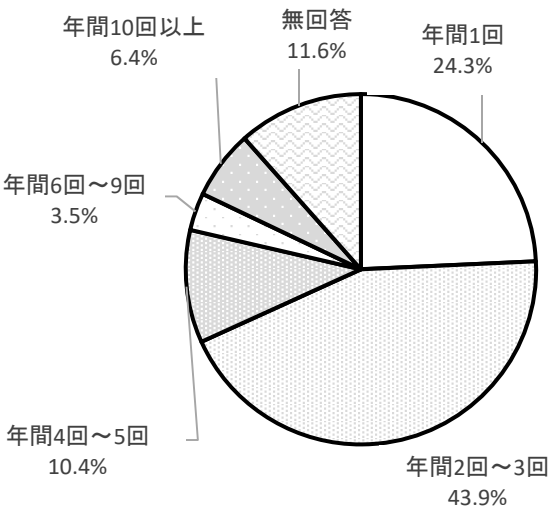
※平成 25 年の設問では、「年間を通じての加入依頼回数」と「加入依頼をしたことがない」の 2 つの回答が用意されており、「加入依頼をしたことがない」の回答を 1 と 2 にまとめて表記した。

(2) 加入依頼の回数

加入依頼の回数をみると、「年間 2 回～3 回」が一番多く 43.9%を占めています。ついで多いのが「年間 1 回」(24.3%)で、合わせると年間 3 回以下が 68.2%と 7 割近くを占めています。

平成 25 年と比べると、年間 3 回以下の商店街の割合が減り(92.8%から 68.2 へ)、「年間 4 回～5 回」が増えており(5.0%から 10.4%へ)、加入依頼の回数は多くなっています。

【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)

n=173

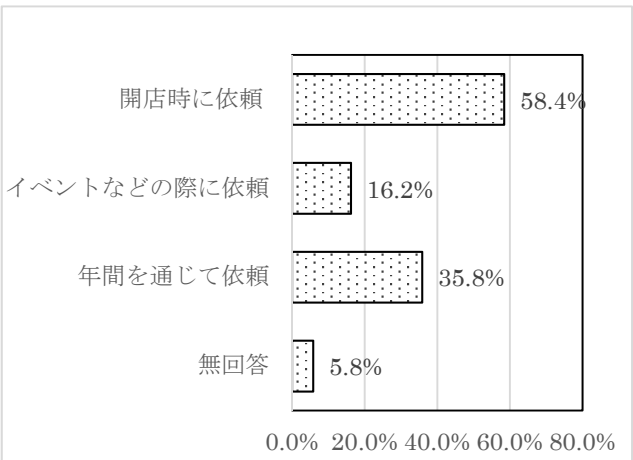
回答	平成 30 年		平成 25 年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 年間 1 回	42	24.3%	71	39.2%
2 年間 2 回～3 回	76	43.9%	97	53.6%
3 年間 4 回～5 回	18	10.4%	9	5.0%
4 年間 6 回～9 回	6	3.5%	2	1.1%
5 年間 10 回以上	11	6.4%	2	1.1%
6 無回答	20	11.6%	—	—
合 計	173	100.0%	181	100.0%

※「未加入店への加入依頼活動」の設問で「未加入の店舗に対し、1 回以上加入依頼した」と回答した 173 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 58.4%を占めており、開店時が加入依頼の良い機会と考えていることが伺えます。ただ、平成 25 年と比べると、開店時の加入依頼が減少(72.9%から 58.4%へ)し、「年間を通じた依頼」が増えています(24.3%から 35.8%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)

n=173 n=181

回答	平成 30 年		平成 25 年	
	商店街数	構成比	商店街数	構成比
1 開店時に依頼	101	58.4%	132	72.9%
2 イベントなどの際に依頼	28	16.2%	40	22.1%
3 年間を通じて依頼	62	35.8%	44	24.3%
4 無回答	10	5.8%	0	0.0%

※「未加入店への加入依頼活動」の設問で「未加入の店舗に対し、1 回以上加入依頼した」と回答した 173 商店街が対象。

2. 未加入店が商店街へ加入しない理由

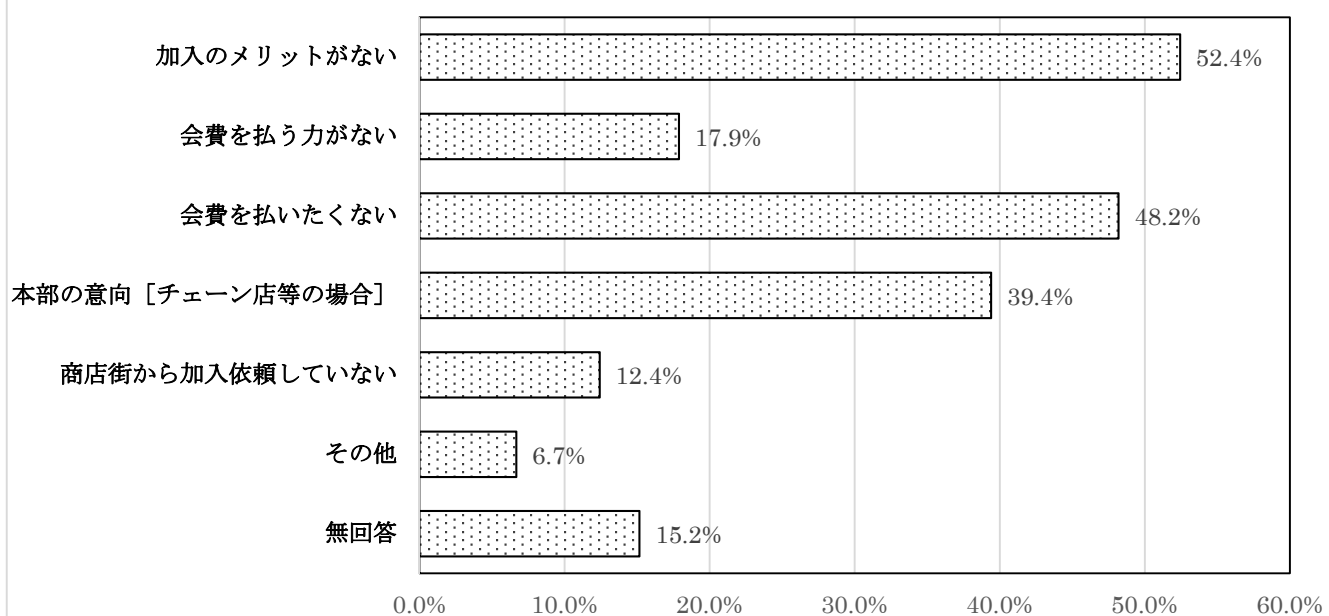
商店街へ加入しない理由として考えられることを聞いたところ、一番多いのは「加入のメリットがない」(52.4%)で、ついで「会費を払いたくない」(48.2%)が多くなっています。また商店街にチェーン店が多くなっていることから「本部の意向」(39.4%)という理由も多くなっています。

平成 25 年との比較では、「会費を払う力がない」という理由は減少し(46.6%から 17.9%へ)、「会費を払いたくない」や「本部の意向」が増えています。つまり、「本部の意向」を除けば、加入のメリットさえ感じれば加入につながるものと考えられます。

【表 V-2-1】未加入店が商店街へ加入しない理由(複数回答)

回答	n=330		n=352	
	平成 30 年		平成 25 年	
	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	173	52.4%	173	49.1%
2 会費を払う力がない	59	17.9%	164	46.6%
3 会費を払いたくない	159	48.2%	121	34.4%
4 本部の意向[チェーン店等の場合]	130	39.4%	59	16.8%
5 商店街から加入依頼していない	41	12.4%	31	8.8%
6 その他	22	6.7%	3	0.9%
7 無回答	50	15.2%	0	0.0%

【図 V-2-1】未加入店が商店街へ加入しない理由



その他の内容

- ・「労力を使いたくない」「面倒、仕事が増える」など商店街活動に対する負担感が強い等。
- ・加入依頼をすともめてしまう、会話が成立しないなど、人間関係のもつれや店主の強い拒絶等。
- ・加入メリットをわかってもらえない等。

3. 商店街環境と加入依頼の回数との関係

「加入依頼の回数が多ければ多いほど商店街加入率は高くなる」また「加入依頼の回数は商店街の立地環境によって異なる」などの仮説を検証するため、商店街加入率に関係するいくつかの設問項目についてクロス集計を行いました。

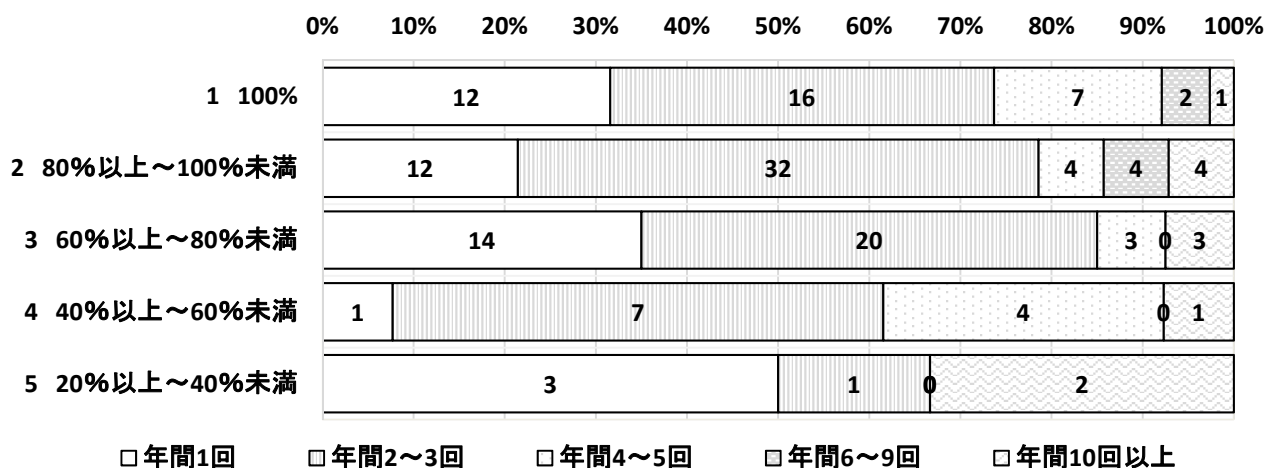
(1) 商店街加入率と加入依頼の回数

商店街加入率と加入依頼の回数の関係をみてみると、「加入依頼の回数が多くなればなるほど加入率が高まる」という関係は必ずしもないという結果になりました。効率的な加入依頼の実施という視点からみれば、本調査結果を見る限り「効率的な加入依頼の回数は年間 2～3 回程度」ということになります。

【表 V-3-1】商店街加入率と加入依頼の回数

加入率	年間 1 回	年間 2～3 回	年間 4～5 回	年間 6～9 回	年間 10 回以上
1 100%	12	16	7	2	1
2 80%以上～100%未満	12	32	4	4	4
3 60%以上～80%未満	14	20	3	0	3
4 40%以上～60%未満	1	7	4	0	1
5 20%以上～40%未満	3	1	0	0	2
6 20%未満	0	0	0	0	0
合 計	42	76	18	6	11

【図 V-3-1】商店街加入率と加入依頼の回数



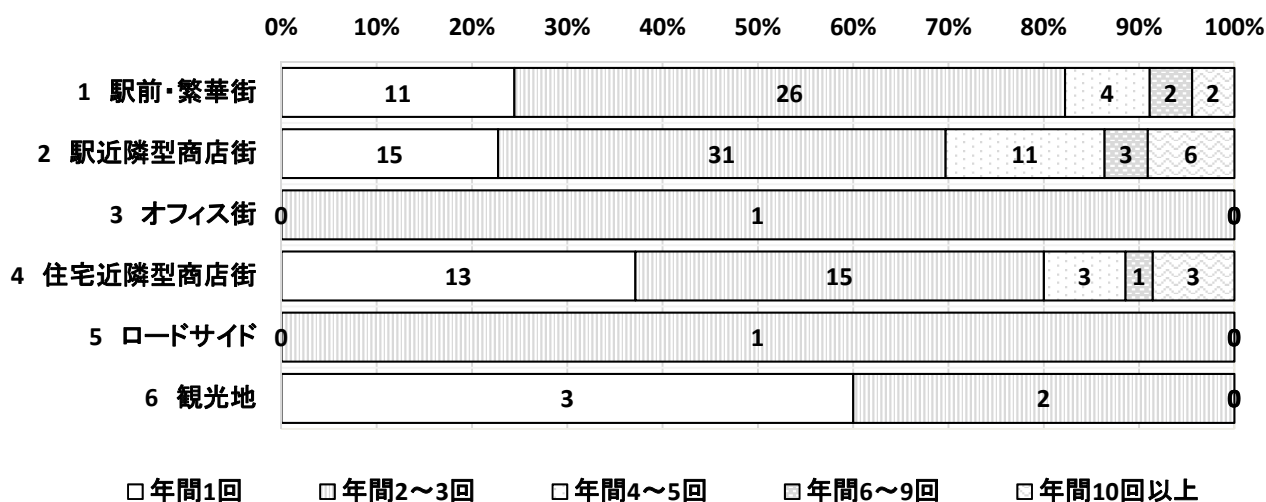
(2) 立地環境と加入依頼の回数

立地環境と加入依頼の回数の関係を見ると、「駅前・繁華街」の商店街では年間 3 回以下の加入依頼の回数が多くなっています。それに対して「駅近隣型商店街」や「住宅近隣型商店街」では、「駅前・繁華街」に比べると加入依頼の回数が4回以上と回答する商店街が比較的多くなっています。この結果から「駅前・繁華街」に比べて「駅近隣型商店街」や「住宅近隣型商店街」が加入依頼にご苦労されているといえましょう。

【表 V-3-3】立地環境と加入依頼の回数

立地環境	年間 1 回	年間 2～3 回	年間 4～5 回	年間 6～9 回	年間 10 回以上
1 駅前・繁華街	11	26	4	2	2
2 駅近隣型商店街	15	31	11	3	6
3 オフィス街	0	1	0	0	0
4 住宅近隣型商店街	13	15	3	1	3
5 ロードサイド	0	1	0	0	0
6 観光地	3	2	0	0	0
合 計	42	76	18	6	11

【図 V-3-3】立地環境と加入依頼の回数



4. 大型店やチェーン店が商店街と連携している活動

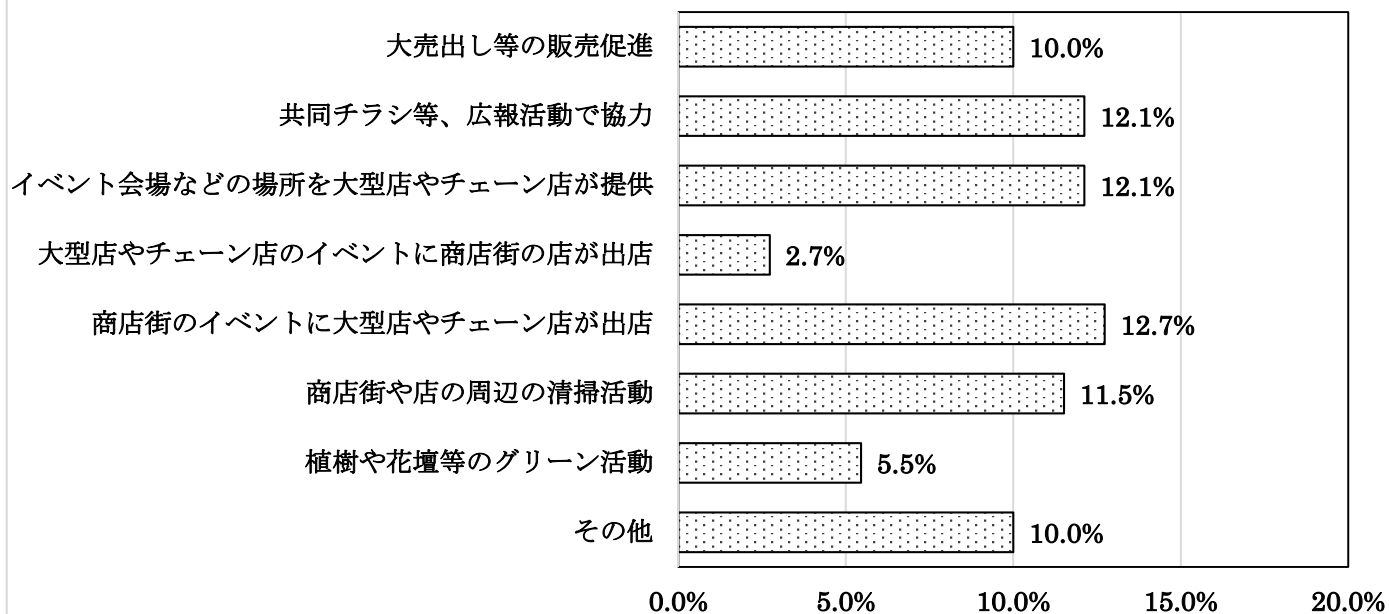
大型店やチェーン店と商店街の連携については、「商店街のイベントに大型店やチェーン店が出店」(12.7%)や「イベント会場などの場所を大型店やチェーン店が提供」(12.1%)することはあっても、「大型店やチェーン店のイベントに商店街の店が出店」(2.7%)することは少ないのが現状です。

【表 V-4-1】 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)

n=330

回答	商店街数	構成比
1 大売出し等の販売促進	33	10.0%
2 共同チラシ等、広報活動で協力	40	12.1%
3 イベント会場などの場所を大型店やチェーン店が提供	40	12.1%
4 大型店やチェーン店のイベントに商店街の店が出店	9	2.7%
5 商店街のイベントに大型店やチェーン店が出店	42	12.7%
6 商店街や店の周辺の清掃活動	38	11.5%
7 植樹や花壇等のグリーン活動	18	5.5%
8 その他	33	10.0%
9 非該当・連携活動なし・無回答	187	56.7%

【図 V-4-1】 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など、商店街運営・加入協力等。
- ・ 大型店と商店街のイベント日を同一にする、イルミネーションなどの共同装飾、ラジオ体操参加者に 100 円の商店街利用券の配布等、販促や PR の連携等。

VI. 商店街の施設と、活動の課題について

1. 商店街が設置しているハード施設

(1) 商店街が設置しているハード施設

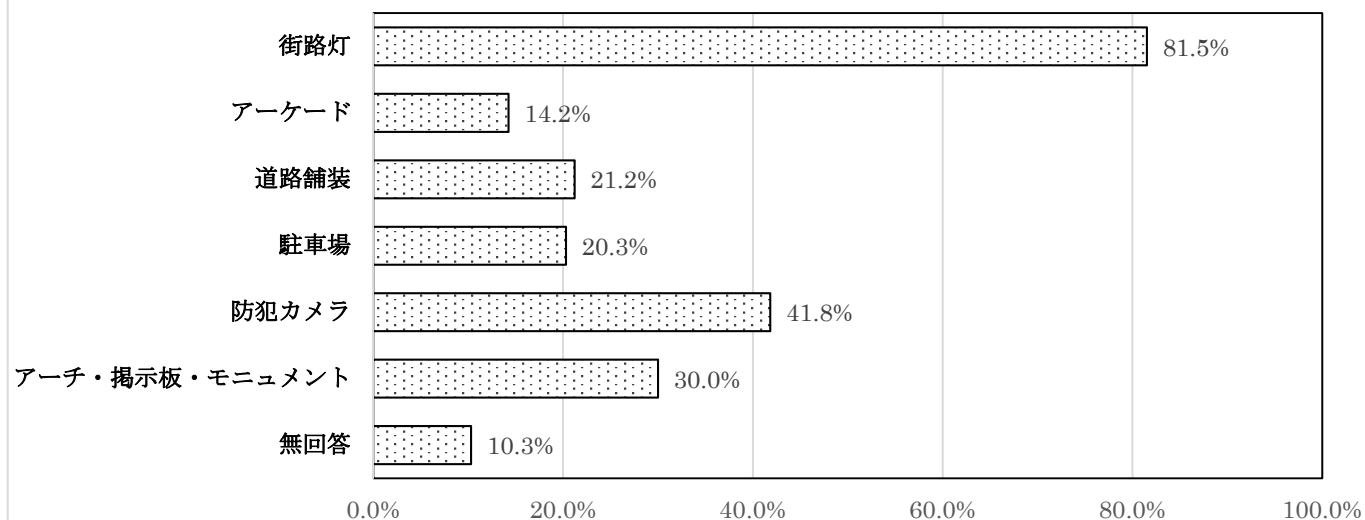
商店街設置のハード施設で多いのは「街路灯」で 81.5%を占めています。ついで多いのは「防犯カメラ」で 41.8%です。なお、「駐車場」はまだ少なく 20.3%にとどまっています。

【表VI-1-1】 商店街が設置しているハード施設(複数回答)

n=330

	商店街数	構成比
1 街路灯	269	81.5%
2 アーケード	47	14.2%
3 道路舗装	70	21.2%
4 駐車場	67	20.3%
5 防犯カメラ	138	41.8%
6 アーチ・掲示板・モニュメント	99	30.0%
7 無回答	34	10.3%

【図VI-1-1】 商店街が設置しているハード施設

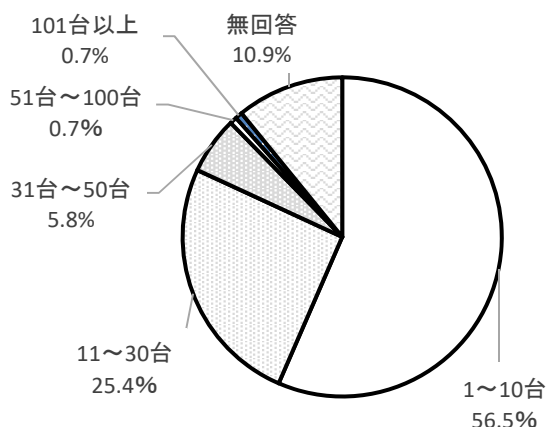


2. 防犯カメラの設置状況

(1) 防犯カメラの商店街内設置台数

商店街内の防犯カメラの設置台数は、「1 台～10 台」が一番多く 56.5%を占めています。ついで多いのは「11～30 台」の 25.4%でした。なお、30 台以上の防犯カメラを設置している商店街は、7.2%ありました。

【図VI-2-1】 防犯カメラの商店街内設置台数



【表VI-2-1】 防犯カメラの商店街内設置台数(単一回答)

n=138

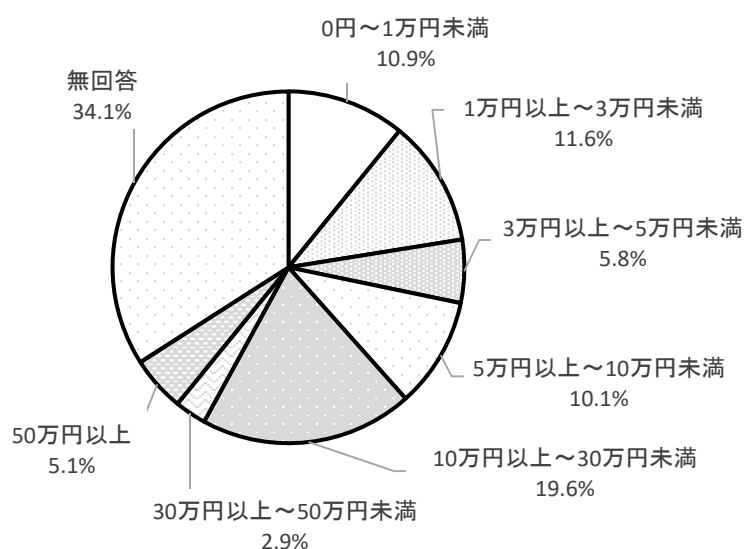
回答	商店街数	構成比
1 1～10 台	78	56.5%
2 11～30 台	35	25.4%
3 31 台～50 台	8	5.8%
4 51 台～100 台	1	0.7%
5 101 台以上	1	0.7%
6 無回答	15	10.9%
合 計	138	100.0%

※「商店街が設置するハード施設」の設問で「防犯カメラ」と回答した 138 商店街が対象。

(2) 防犯カメラの年間維持費用について

防犯カメラの年間維持費用で多いのは、「10 万円以上～30 万円未満」で 2 割弱(19.6%)の商店街です。10 万円以上を防犯カメラの年間維持費に支払っている商店街は全体の 27.6%、「無回答」を除く 65.9%の商店街のうちでは、4 割強を占めていることになります。

【図VI-2-2】 防犯カメラの年間維持費



【表VI-2-2】 防犯カメラの年間維持費用(単一回答)

n=138

回答	商店街数	構成比
1 0円～1 万円未満	15	10.9%
2 1 万円以上～3 万円未満	16	11.6%
3 3 万円以上～5 万円未満	8	5.8%
4 5 万円以上～10 万円未満	14	10.1%
5 10 万円以上～30 万円未満	27	19.6%
6 30 万円以上～50 万円未満	4	2.9%
7 50 万円以上	7	5.1%
8 無回答	47	34.1%
合 計	138	100.0%

※「商店街が設置するハード施設」の設問で「防犯カメラ」と回答した商店街のうち維持費用を回答した 138 商店街が対象。

(3)防犯カメラ維持管理費用の内訳

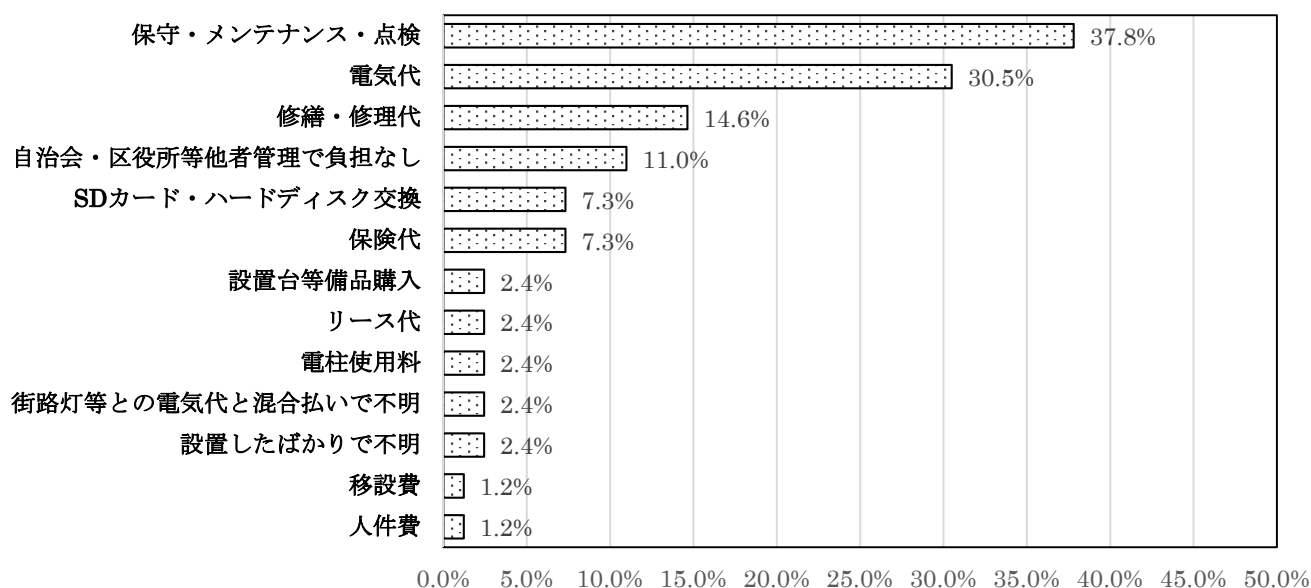
防犯カメラの維持管理費の内訳で多いのは、「保守メンテナンス・点検」(37.8%)と「電気代」(30.5%)、さらには「修繕・修理代」(14.6%)などです。なお、商店街の防犯カメラの平均台数は 12.9 台、防犯カメラの 1 台当たりの平均維持管理費用は 1.7 万円です。

【表VI-2-3】 防犯カメラの年間維持費用の内訳(複数回答)

n=82		
回答	回答数	構成比
1 保守・メンテナンス・点検	31	37.8%
2 電気代	25	30.5%
3 修繕・修理代	12	14.6%
4 自治会・区役所等他者管理で負担なし	9	11.0%
5 SDカード・ハードディスク交換	6	7.3%
5 保険代	6	7.3%
7 設置台等備品購入	2	2.4%
7 リース代	2	2.4%
7 電柱使用料	2	2.4%
7 街路灯等との電気代と混合払いで不明	2	2.4%
7 設置したばかりで不明	2	2.4%
12 移設費	1	1.2%
12 人件費	1	1.2%

※「商店街が設置するハード施設」の設問で「防犯カメラ」と回答した 138 商店街のうち費用内訳を回答した 82 商店街が対象。

【図VI-2-3】 防犯カメラの年間維持費用の内訳



年間維持管理費用を記入した商店街の内容から

商店街数	89	商店街		
台数合計	1,150	台	1 商店街当たり平均台数	12.9 台
維持管理費用合計	1,934.2	万円	1 台あたり平均維持管理費用	1.7 万円

※「商店街が設置するハード施設」の設問で「防犯カメラ」と回答した商店街のうち、保有台数と費用のいずれも回答した 89 商店街が対象。

3. 商店街が抱えている課題

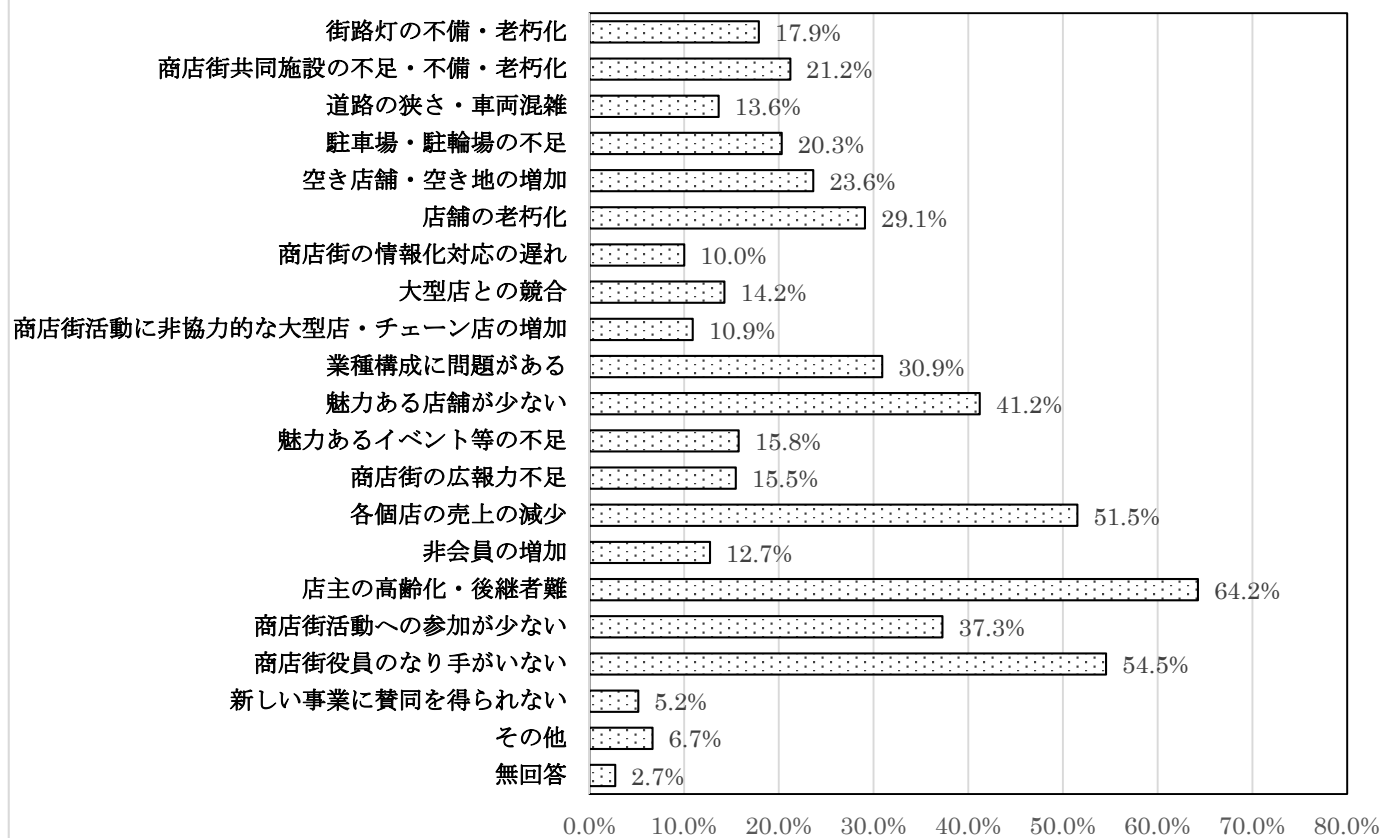
過半数の商店街で抱えている課題とは、「店主の高齢化・後継者難」(64.2%)、「商店街役員のなり手がいない」(54.5%)、「各個店の売上の減少」(51.5%)であることがわかりました。なお、「魅力ある店舗が少ない」(41.2%)というのも商店街の大きな悩みのひとつのようです。

【表VI-3-1】商店街が抱えている課題(複数回答)

n=330

回答	商店街数	構成比
1 街路灯の不備・老朽化	59	17.9%
2 商店街共同施設の不足・不備・老朽化	70	21.2%
3 道路の狭さ・車両混雑	45	13.6%
4 駐車場・駐輪場の不足	67	20.3%
5 空き店舗・空き地の増加	78	23.6%
6 店舗の老朽化	96	29.1%
7 商店街の情報化対応の遅れ	33	10.0%
8 大型店との競合	47	14.2%
9 商店街活動に非協力的な大型店・チェーン店の増加	36	10.9%
10 業種構成に問題がある	102	30.9%
11 魅力ある店舗が少ない	136	41.2%
12 魅力あるイベント等の不足	52	15.8%
13 商店街の広報力不足	51	15.5%
14 各個店の売上の減少	170	51.5%
15 非会員の増加	42	12.7%
16 店主の高齢化・後継者難	212	64.2%
17 商店街活動への参加が少ない	123	37.3%
18 商店街役員のなり手がいない	180	54.5%
19 新しい事業に賛同を得られない	17	5.2%
20 その他	22	6.7%
21 無回答	9	2.7%

【図VI-3-1】商店街が抱えている課題



●その他の内容

- ・商店街事務所がなく、会議場所や設備の設置場所がないなどの商店街設備等。
- ・解散後の再構築、広報宣伝活動に関心のない店舗が多いなど、商店街運営等。
- ・店舗の住宅化、事務所として使用するテナントの増加、カラオケや居酒屋店が増えて治安が悪化しているなどの環境変化等。

4. 商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業

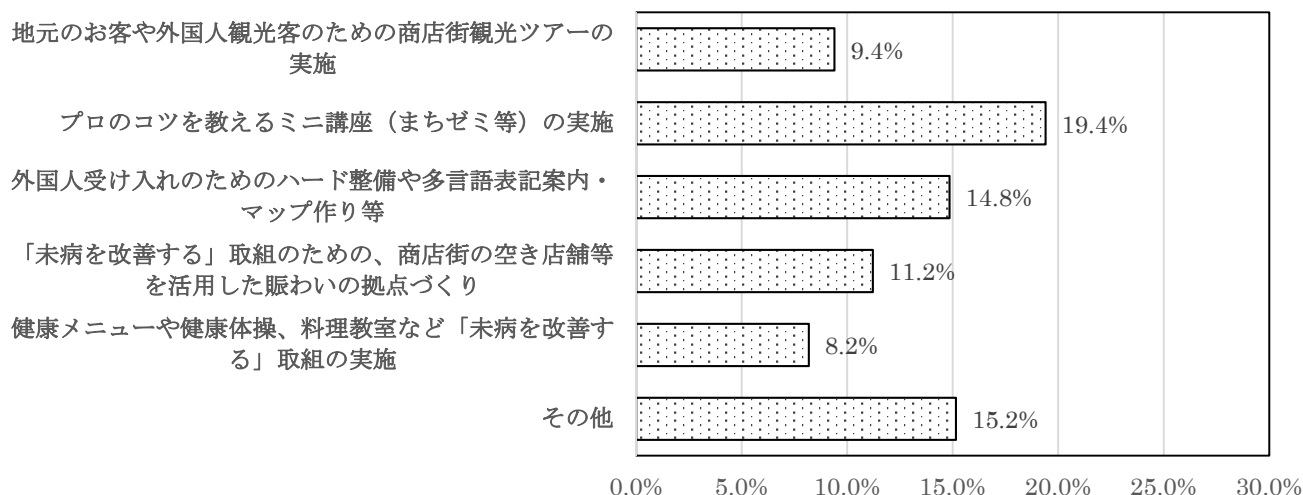
商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業としては、「プロのコツを教えるミニ講座(まちゼミ等)の実施」(19.4%)や「外国人受け入れのためのハード整備や多言語表記案内やマップ作り等」(14.8%)、「“未病を改善する”取組のための、商店街の空き店舗等を活用した賑わいの拠点づくり」(11.2%)などがあげられています。ちなみに、これらの事業はいずれも神奈川県補助金の対象事業になっているものです。

【表VI-4-1】商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業(複数回答)

n=330

回答	商店街数	構成比
1 地元のお客や外国人観光客のための商店街観光ツアーの実施	31	9.4%
2 プロのコツを教えるミニ講座(まちゼミ等)の実施	64	19.4%
3 外国人受け入れのためのハード整備や多言語表記案内・マップ作り等	49	14.8%
4 「未病を改善する」取組のための、商店街の空き店舗等を活用した賑わいの拠点づくり	37	11.2%
5 健康メニューや健康体操、料理教室など「未病を改善する」取組の実施	27	8.2%
6 その他	50	15.2%
7 無回答	153	46.4%

【図VI-4-1】商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業



●その他の内容

- ・地域とのコミュニケーションの活性化を図るなどのイベント等。
- ・自転車と歩行者の事故を防ぐ交通講習会、キャッチセールスの対応策、地域と合同の防災訓練など、暮らしに関するもの等。
- ・近隣団体との共同・協賛イベント、商工会やポイントカードの協力・参加など、他商店街との連携等。
- ・放送設備の改善やWiFi設置、デジタルサイネージの導入、フェイスブックやツイッター等の SNS の活用など SNS や販促等。
- ・無電柱化、駅前に商店街の案内マップの製作、老朽化した施設の整備などの商店街設備等。
- ・近隣で成功している商店街運営者を招いての講座、20 年後も商店街が残っているための仕組みづくり、今までになかった店舗の誘致など、商店街運営に関するもの等。

VII. まとめ

【景況感は平成 28 年調査に比べて地区別に“良い悪い”が鮮明に】

- ・景況感を地区別でみると、比較的良いのは「川崎地区」と「横須賀・三浦地区」（「良い」＋「やや良い」がそれぞれ 16.6%と 16.7%）、それからサンプル数は少ないが「西部地区」（同 30%）、次いで「横浜地区」（同 6.9%）、あまり良くないのが「湘南地区（同 3.3%）」と「県央地区（同 2.2%）」でした。
- ・今後の活性化の見通しについては、景況感と同じように“良い悪い”の明暗が地区ではっきりしてきています。

【商店街へ加入するチェーン店が増加】

- ・商店街への加入率は、会員のみでみると 84.1%、賛助会員を含めると 80.4%です。
- ・商店街への業態別の加入状況では、大型店が 76.6%、チェーン店が 78.2%、一般店が 80.7%でした。
- ・商店街への業態別の加入率を平成 19 年調査、25 年調査との比較でみると、大型店は伸び悩んでいますが、チェーン店の加入率は上昇してきています（65.1%→72.1%→78.2%）。商店街の中でチェーン店の存在感が増してきていることが考えられます。

【神奈川県商店街活性化条例を知る経路は、いわゆる“伝え聞く”形が最多】

- ・条例の認知度は 60.6%。そのうちのほとんどが条例の名称程度の認知で、平成 25 年度調査と比べても認知度は 5.3%下がっています。
- ・神奈川県商店街活性化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」（44.0%）が最も多いが、次いで「地元の商店街団体のメンバーを通じて」（34.0%）、「商連かながわの会議の場などを通じて」（26.5%）など、いわゆる“伝え聞く”形が多くなっています。
- ・条例を商店街への加入依頼に役立てているかどうかについては「どちらとも言えない」が過半数を占め（53.5%）、「役に立った」は 14.0%と少なくなっています。

【商店街への加入依頼の回数は、「年間 2 回～3 回」が効率的】

- ・「未加入の店舗に対して 1 回以上加入依頼した」という商店街は過半数（52.4%）を超えていますが、「未加入の店舗はあるが、依頼しなかった」という商店街は 3 割近く（29.7%）あります。
- ・加入依頼の回数は、多くても加入率が上がるわけではなく、「年間 2 回～3 回」程度が最も効率的だといえます。

【商店街のイベントに大型店やチェーン店が出店するのは 1 割強】

- ・大型店やチェーン店と商店街の連携については、「商店街のイベントに大型店やチェーン店が出店」（12.7%）や「イベント会場などの場所を大型店やチェーン店が提供」（12.1%）することはあっても、「大型店やチェーン店のイベントに商店街の店が出店」（2.7%）することは少ないのが現状です。

【防犯カメラの 1 台当たりの平均維持管理費用は、年間 1.7 万円】

- ・防犯カメラの商店街内設置台数の平均は、12.9 台でした（89 商店街）。
- ・1 台当たりの平均維持管理費用は年間 1.7 万円（89 商店街）で、その費用の内訳では「保守・メンテナンス・点検」や「電気代」、「修繕・修理代」が多くなっています。

【商店街の課題は、高齢化・後継者難、役員のなり手不足、個店の売上減少】

- ・過半数の商店街が抱えている課題は、「店主の高齢化・後継者難」、「商店街役員のなり手がいない」、「各個店の売上の減少」の 3 つであることがわかりました。
- ・「各個店の売上の減少」が「店主の高齢化・後継者難」を加速させ、その結果「商店街役員のなり手がいな

い」という商店街の現状をもたらしていることが考えられます。

- ・商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業としては、「プロのコツを教えるミニ講座（まちゼミ等）の実施」（19.4%）が最も多く挙げられていました。

《資料編》

商店街実態調査における主な意見・要望

項目7. 条例についての主なご意見

【強制力・罰則】

- ・ 非協力的な大型店・チェーン店に商店街組織への加入を強く促していただきたい
- ・ 強制力のある条例にしてほしい
- ・ 罰則がないと効果がない
- ・ 条例を説明しても特別な効果はない
- ・ 街路灯の維持費などは商店会費でまかなわれているが、商店会未加入店であっても街路灯のメリットを受けているので、最低限、共同施設の共益費相当の賛助を求めたい。条例をうまく使って会員増に役立てたい

【条例を歓迎する意見】

- ・ 商店会にとっては良い条例だと思う
- ・ 良い内容の条例である
- ・ 加入依頼に利用していきたいと思う
- ・ 大型店やチェーン店が商店会へ加入していただくためには非常に良い条例だと思う
- ・ 加入依頼の資料に条例リーフレットを組み込んでいきたい

【PR 要望】

- ・ 未加入店に対し条例を周知してほしい
- ・ 商店街に浸透していないので周知してほしい
- ・ 消費者への周知が徹底していない
- ・ 大型店やチェーン店への周知を年に1度くらい行ってほしい
- ・ 条例リーフレットを再度いただき、商店街の店舗へ配布したい
- ・ 大型店やチェーン店の本社や本部に働きかけ、県内の店舗へ周知してほしい
- ・ 素晴らしい条例だとは思いますが、周知徹底されることを望む
- ・ 具体的なメリット等を記述したものがあれば良い
- ・ 条例の内容を各業界団体等へ周知徹底してほしい
- ・ どのように活性化を図るのか、具体的に示してほしい

【補足する施策期待】

- ・ 組合未加入者に対する加入依頼の施策など積極的な措置を早急にお願いしたい
- ・ 区、市からはいろいろお金を借りているが、県が何を行っているか不明である
- ・ 条例の趣旨は素晴らしいが、条例の趣旨とお客様、地域内商店主の意識の乖離を感じる
- ・ チェーン店が出店する際に県からチェーン店に加入依頼を積極的にしてほしい

- ・条例は努力義務規定であるので、事業者がどう努力したかについて、商連で毎年チェックしてほしい
- ・宅配便・ガス・電気・出前等の事業者で大規模事業者は、事業所の場所でなく網羅している地域に対して負担すべきだと思う
- ・インターネット販売などは、県地域として負担金を求めなくては、実店舗がない場合 1 円も負担しないことになる
- ・不動産仲介業者の契約時に、県条例についても説明するようにしてほしい

【その他】

- ・条例で新規加入店舗が増えると良いが、なかなか難しい現状である
- ・良い条例であるが、積極的な行動に結びついていないことが残念である
- ・自分たちで生み育てなくては、継続は難しいと思う。条例はあくまで補助であってほしい
- ・業種によって商店会加入への温度差があるので、そこをどう解決していくのかが課題である
- ・大型店の出店は合法なのだから手の打ちようがない
- ・月会費を払えない、払いたくない店舗が多い
- ・商店街の中にコンビニが 7 店あり、商店街の外 500 メートル内に大型商業施設が乱立し、来店客も少なくなった。また、ネット購入する人が増え、このような環境に対応する方法をアドバイスしてほしい
- ・少ない役員による商店街活動でチェーン店、テナント店の協力が得られない
- ・良い条例だと思うが、谷戸が多い当商店街ではなかなか状況が変わらず周辺人口も減っており、とても苦戦している
- ・新規店の開店時に条例について説明して加入を促している。ほぼ説明は理解されることが多い
- ・商店会には加入していますがポスターやチラシや販促グッズに関しては NG がです。少し、考えてしまいます
- ・大型店、チェーン店(特に本部)の理解、協力がなければ加入促進はむずかしい
- ・条例はあるものの、コンビニ等出店について地主、出店関係者に申し入れても回答がない
- ・大型店チェーン店は独自で活動し商店街や条例などは眼中にない
- ・出店規制がないので無制限に出店してきて、個店はその影響を受けている。出店規制することはできないのか
- ・教育委員会が商店会に加入していない店に職場体験をさせている
- ・条例を理由に加入依頼が出来るのは企業相手の場合に限られる
- ・条例の制定は遅いと思う。私の息子も中学生くらいまでは店を継ぐ意思があったが、今の商売では家庭を持つこともできず別の道に進んだ。商店街全体の高齢化が進み、あと 10 年もすれば店は全体で 10 店舗くらいになってしまう

項目17 その他自由意見

【行政面での要望】

- ・商店街の一方通行の向きを逆にかえてほしい
- ・商連の機関紙発行を止めて、そのお金で雑誌などにスペースを作ってはどうか
- ・廃業、出店の激しい地域なので関係省庁等の出店届申請時に商店街への加入について周知してほしい
- ・近隣の地域資産に外部からの見物客が来るようになり、これを機に区役所等行政とも協力しながら活性化に取り組んでいるが、客を取り込む業種が少ないのが今後の課題である
- ・行政機関(区役所等)とのパイプを太くしてほしい。近隣の店舗を加入させた場合、報奨金を出している
- ・駐車場が不足しているので、隣接の公園に 20 台くらいのコインパーキングを整備してもらいたい。
- ・街路灯を LED にするための助成金の条件に制約があり、市内業者でなければならないとのこと。市内には専門の街

路灯業者がなく、街路灯ポール、LED ライト、電気工事等、デザインも明るさも悪い。10 年保証の LED ライトも球が切れる状況である

- ・ 将来の商店街展望について行政の具体的な構想が不明なため、今後の会としての具体的行動が何もできない
- ・ 物販店が減り飲み屋が増えて、生活に必要なものが買える商店街ではなくなっている。商店街を抜けて駅ビルに買い物に行く。根本的な対策ができる条例にしてほしい
- ・ 商店街の防犯カメラは共同施設として位置づけ、県市で補助してほしい。
- ・ 街路灯などハード施設の老朽化が課題となっている。県からの補助金をいただきたい。客引きが増えて困っているので、排除する為の条例を制定してほしい

【提案、具体例要望】

- ・ 弱小商店街のため打つ手が見当たらない
- ・ 問題点が何かがそもそもわからない。その点に対するアドバイスをしてほしい
- ・ 現状では何とか街路灯を灯している程度である。会員が増えれば何かアイデアが生まれるかもしれないが、現会員だけではアイデアは浮かんでこない
- ・ 利用しやすいイベント助成(費用、人材等)の情報をいただきたい
- ・ 商店会への加入メリットを県、市で考えてほしい
- ・ 2019 ラグビーワールドカップ、2020 東京オリンピックの際は、横浜、箱根などの主要観光地だけでなく、近隣型商店街への誘致もしてほしい
- ・ 当商店街でもポイントカード事業を行っているが、県内のポイント事業者間で互換性をもたせることや、キャッシュレス化を推進して新しい商店会にしてみたい
- ・ 空店舗のままで存在する店舗について、店舗の魅力がない等のミスマッチを商店街と家主と行政が一体となって解決できないものか

【今後の方針】

- ・ 一過性のイベントではなく、今後も商売を続けていく上での活性化を図りたい
- ・ イベントではなく 365 日賑わう商店会にしたい
- ・ 飲食店がないため会員店舗を増やしたい
- ・ 人と人とのかかわりあいがある。地域タウンニュースとも共存している
- ・ 県民ホールが開業しているので来客の増加が見込める。夜の営業を活発させたいと思う

【会運営】

- ・ 若い方々の出店に協力できる商店街でありたいと思っています
- ・ 小売店が少なく、店主の高齢化の為、活動らしい活動ができない
- ・ 役員のなり手がいない
- ・ 何をするにも、資金・人材に問題があり、現状維持することで精一杯である
- ・ 単位商店街で事業実施できない。近隣の市商連加入商店会で共同して事業や講座(認知症、未病)を実施している
- ・ 近隣に大型店が乱立し、街の文化が維持できなくなっている

【意識や環境の変化】

- ・夕方から明け方までは老人、子どもが外に出るのも不安がある。何とか健全な商店街を保ちたいと思う
- ・外国籍の店舗が多く、空店舗もあり、各店舗のオーナーとも折衝の場もないまま長期間閉まっている
- ・元からいる店主とテナントとして利用している店主との意識の違いに改めて気づかされた。また、スナックや居酒屋などの業種の人たちに商店街の意義を説明しても理解を得られない
- ・当商店街の最近の問題は、役員が高齢化して会長のなり手もなく、商店会組織の解体、解散に直面している
- ・大手スーパーが増え、資金力もない個店には厳しい状況である
- ・店主の高齢化により先行きが不安である。高齢化、後継者不足等、個店のあきらめ感がだんだん浮き彫りになりつつある

平成30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	☐ 1. 駅前・繁華街 2. 駅近隣型商店街 3. オフィス街 ☐ 4. 住宅近隣型商店街 5. ロードサイド 6. 観光地		
商店街 タイプ	☐ 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）		

※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（数字を記入）

（前回のご回答がある場合は、あらかじめ数値を入れてあります。変更がある場合はご訂正ください）

大型店	商店街内にある大型店 （売り場面積1,000㎡以上）の数 全部で（ ）店舗	そのうち 正会員数 （ ）店	そのうち 賛助会員数 （ ）店	そのうち 未加入店数 （ ）店
チェーン店	商店街内にあるチェーン店の数 全部で（ ）店舗	そのうち 正会員数 （ ）店	そのうち 賛助会員数 （ ）店	そのうち 未加入店数 （ ）店
一般店	商店街内にある一般店舗の数 全部で（ ）店舗	そのうち 正会員数 （ ）店	そのうち 賛助会員数 （ ）店	そのうち 未加入店数 （ ）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

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

◆ 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

◆ 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に関することについて伺います。

- ・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3. 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る | → 項目4・5・6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る | → 項目4・5・6へ |
| ③ 知らない | → 項目7へ |

項目4. 項目3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 その他

()

項目5. 項目3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6. 項目3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7. 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 8. ここ一年間（H29.4～H30.3）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a～cのいずれかにも○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、年間で()回程度、加入依頼した

その場合 ▶ a:開店時に依頼 b:イベントなどの際に依頼 c:年間を通じて依頼

項目 9. 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 10. 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 大売出し等の販売促進
- ② 共同チラシ等、広報活動で協力
- ③ イベント会場などの場所を大型店やチェーン店が提供
- ④ 大型店やチェーン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やチェーン店が出店
- ⑥ 商店街や店の周辺の清掃活動
- ⑦ 植樹や花壇等のグリーン活動
- ⑧ 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

項目 11. 貴商店街の活動に協力的な大型店・チェーン店を教えてください。（複数回答可）

項目 12. 逆に、貴商店街の活動に非協力的な大型店・チェーン店を教えてください。（複数回答可）

◆ 商店街の施設と、活動の課題について

※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.上記の質問で「防犯カメラ」を設置の商店街にお聞きします。

下記の（ ）内に数字等をお書き入れください。

- ①台数:()台 ②維持管理費用:年間約()万円 ③費用の内容:()

項目15.貴商店街が現在抱えている課題・問題点について、特に顕著なものを下記の番号から、選んでください。(当てはまるもの、すべてに○印)

- ① 街路灯の不備・老朽化
② 商店街共同施設の不足・不備・老朽化
→防犯カメラ・アーチ・アーケード、その他（ ）
- ③ 道路の狭さ・車両混雑
④ 駐車場・駐輪場の不足
⑤ 空き店舗・空き地の増加
- ⑥ 店舗の老朽化
⑦ 商店街の情報化対応の遅れ
⑧ 大型店との競合
- ⑨ 商店街活動に非協力的な大型店・チェーン店の増加
⑩ 業種構成に問題がある
- ⑪ 魅力ある店舗が少ない
⑫ 魅力あるイベント等の不足
⑬ 商店街の広報力不足
- ⑭ 各個店の売上の減少
⑮ 非会員の増加
⑯ 店主の高齢化・後継者難
- ⑰ 商店街活動への参加が少ない
⑱ 商店街役員のなり手がいない
- ⑲ 新しい事業に賛同を得られない
- ⑳ その他（ ）

項目16.貴商店街が今後取り組んでいきたいと考えている事業を下記の番号から、選んでください。

(当てはまるもの、すべてに○印)

- ①地元のお客や外国人観光客のための商店街観光ツアーの実施
- ②プロのコツを教えるミニ講座（まちゼミ等）の実施
- ③外国人受け入れのためのハード整備や多言語表記案内・マップ作り等
- ④「未病を改善する」取組のための、商店街の空き店舗等を活用した賑わいの拠点づくり
- ⑤健康メニューや健康体操、料理教室など「未病を改善する」取組の実施
- ⑥その他「

◆ ご意見・ご要望について

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FAX:0120-972-694まで、お送りください（5/31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
