

令和4年度
神奈川県商店街実態調査（アンケート）結果報告書

令和4年10月

公益社団法人 商連かながわ

はじめに

新型コロナウイルス感染症流行、いわゆる「コロナ禍」収束の兆しがようやく見え始めてきたように思います。緊急事態宣言等が発出されることもなくなり、この10月末には多くのハロウィンイベントが企画されるとなど、3年ぶりの大きなイベント開催となる商店街も多いようです。大きなイベントを開催するのを躊躇するようなことがない世の中に戻ってきました。

しかしコロナ禍の中で、人々が集まること自体が良くないこととされ、集客活動そのものができなかった商店街が受けた打撃は、今も深い傷跡を残しています。巷の商店街からは、イベントやセールを開催しても元の人出がなかなか戻ってこないという声が聞かれています。また、コロナ禍をきっかけとした商店の廃業も珍しいことではなく、商店街を構成する個店の減少も深刻な問題となっています。

今後、危惧されるのはそうした個店の減少などにより、商店街の組織が弱体化し、商店街が担っていた地域貢献活動等の継続が難しくなることです。商店街はその地域において多くの公的な役割を担っています。それらができなくなることで地域には計り知れない影響が出ることでしょう。

そこで当会は、今年の商店街実態調査のテーマとして「商店街が行う地域貢献の取組み等と商店街活性化条例」を取り上げることといたしました。商店街が行う地域貢献活動や、神奈川県商店街活性化条例について、現在の商店街がどのような実態にあるのかを浮き彫りにするために、アンケート調査とヒアリング調査を行いました。本調査により、集まった、様々な商店街の声が、商店街会員の皆さまなどの、ご参考になれば幸いです。

結びにあたり、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。

令和4年10月

公益社団法人 商連かながわ
会 長 升 水 一 義

目次

はじめに	1
I. 調査の概要	3
1. 調査の目的	3
2. 調査概要	3
II. アンケート調査結果	5
1. 商店街の概要（実態調査における商店街プロフィール）	5
(1) 調査商店街基本類型	5
2. 商店街の景況感	7
(1) 商店街の最近の景況感（項目1）	7
(2) 今後の活性化の見通し（項目2）	8
3. 商店街の地域貢献等の取組みについて	9
(1) 地域貢献であると強く意識して行っている取組み（項目3）	9
(2) 地域貢献等の取組みの中で、5年後には継続できないと思われるもの（項目4）	10
(3) 継続できない活動は、何が補充されれば継続できそうか（項目5）	11
(4) 地域貢献等の取組みを継続できなくなった際に、地域に及ぶ深刻な影響（項目6）	12
4. 神奈川県商店街活性化条例について	13
(1) 条例に関する認知度（項目7）	13
(2) 条例を知った経緯（項目8）	14
(3) 商店街への加入依頼の際に、条例が役立っているか（項目9）	15
(4) 加入依頼の際の条例の活用方法（項目10）	16
(5) 条例についての自由意見	17
5. ご意見・ご要望	17
6. アンケート分析	18
(1) 商店街タイプ別の分析	18
(2) 立地環境別の分析	22
III. ヒアリング調査結果	26
1. 商店街が地域貢献等を実施するために、どれほどの負担がかかっているか	27
2. 商店街の地域貢献等の取組みの中で必要不可欠で、且つ行政等の支援が必要なことは何か	28
3. 商店街が地域社会に果たしている役割が明確である事例	29
4. 神奈川県商店街活性化条例について。現場の商店街の声	30
IV. まとめ	32
V. アンケート票	36

（※上記の項目とは、アンケート票（P.35）のものです。）

I. 調査の概要

1. 調査の目的

本調査は、神奈川県内の商店街を取り巻く様々な環境の中で、商店街の加入状況、景況感等の状況並びに商店街の活性化活動の状況を把握し、その実態を明らかにすることにより、神奈川県内の商店街の将来への展望と活性化への方策などを検討するために実施するものです。

今年度は、商店街が行う地域貢献の取組み等と商店街活性化条例を主なテーマに設定して調査をしました。

2. 調査概要

(1) 調査対象

	アンケート調査		ヒアリング調査
	配布数	回収数	訪問数
(公社) 商連かながわ加入の商店街	62	45	18
(公社) 商連かながわ未加入の商店街	8	3	2
合計	70	48	20

・回収数：48票（回収率 68.6 %）

地区名	対象市区町村
横浜地区（横浜市）	鶴見区（2）、神奈川区（2）、西区（1）、中区（3）、南区（1）、保土ヶ谷区（2）、磯子区（2）、金沢区（1）、港北区（1）、戸塚区（1）、港南区（1）、旭区（2）、緑区（1）、瀬谷区（1）、栄区（0）、泉区（0）、青葉区（1）、都筑区（1）
川崎地区（川崎市）	川崎区（2）、幸区（1）、中原区（1）、高津区（0）、多摩区（0）、宮前区（1）、麻生区（0）
横須賀・三浦地区	横須賀市（5）、逗子市（1）、三浦市（1）、葉山町（0）
県央地区	相模原市（2）、厚木市（0）、大和市（0）、座間市（2）、綾瀬市（0）、愛川町（0）、海老名市（0）
湘南地区	平塚市（2）、藤沢市（1）、茅ヶ崎市（0）、秦野市（1）、伊勢原市（1）、二宮町（0）
西部地区	小田原市（2）、箱根町（0）、湯河原町（0）
その他	南足柄市（0）、山北町（0）

(2) 調査方法・期間

① アンケート調査

- ・ 郵送またはFAXによる発送、回収
- ・ 調査期間：令和4年5月30日～6月24日

② ヒアリング調査

- ・ 訪問または電話によるヒアリング
- ・ 調査期間：令和4年7月7日～7月26日

(3) 集計方法

- ・ 当アンケート調査では、回答方法が選択肢の中から一つを選ぶ単一回答、選択肢の中から複数の選択肢を選ぶ複数回答、そして回答者が設問内容に対して自由に回答する自由回答の3種類があります。
- ・ 単一回答と複数回答の集計では、いずれも有効回答者数が48であることから、構成比などを算出するときの母数は48となります。
- ・ なお複数回答の設問では、回答数が48を上回ることがあります。その事がわかるように各表の欄外に回答数のほかに、標本数を“n=48”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48を下回る設問もあります。その場合の集計表には標本数を示す“n=16”とか“n=8”のように欄外に表記しています。

(4) 表記

- ・ 図表の構成比（%）は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100にならない場合があります。
- ・ 商店街組織には商店会や商店街などがありますが、この報告書では商店街という表記で統一しています。

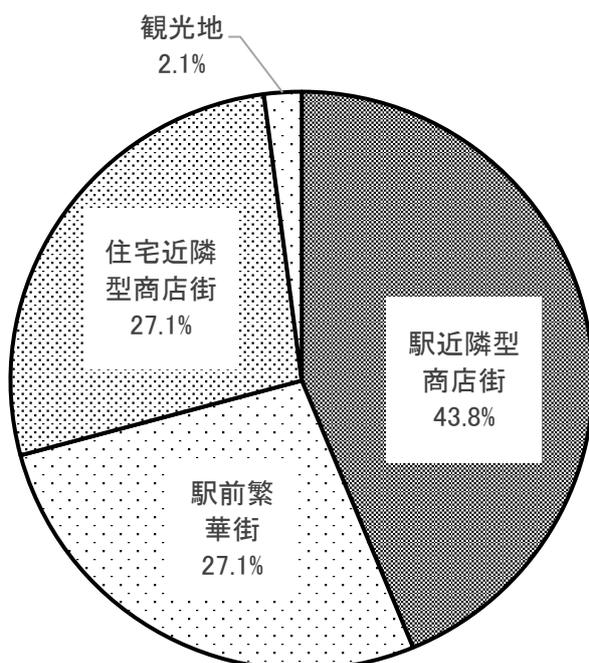
Ⅱ. アンケート調査結果

1. 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商店街立地環境別構成比

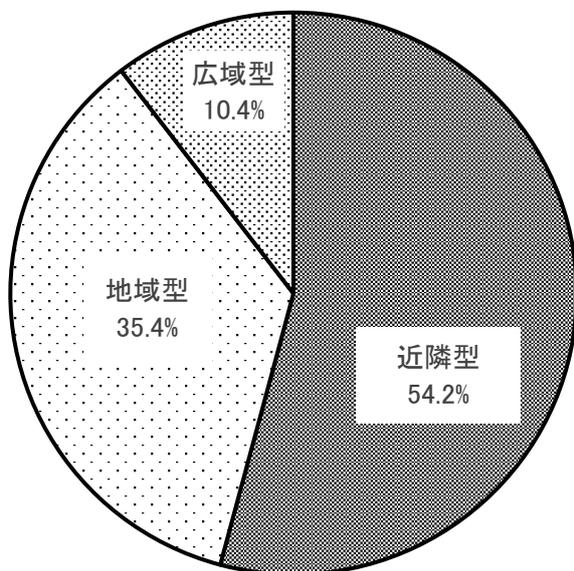
調査対象商店街の立地環境別構成をみると、「駅近隣型商店街」（43.8%）が最も多く、次いで「駅前繁華街」「住宅近隣型商店街」（27.1%）です。



項目	回答数	構成比
駅近隣型商店街	21	43.8%
駅前繁華街	13	27.1%
住宅近隣型商店街	13	27.1%
観光地	1	2.1%
合計	48	100.0%

②商店街タイプ別構成比

調査対象商店街のタイプ別構成をみると、「近隣型」(54.2%)と「地域型」(35.4%)の2つのタイプをあわせて89.6%となっています。「広域型」は10.4%でした。

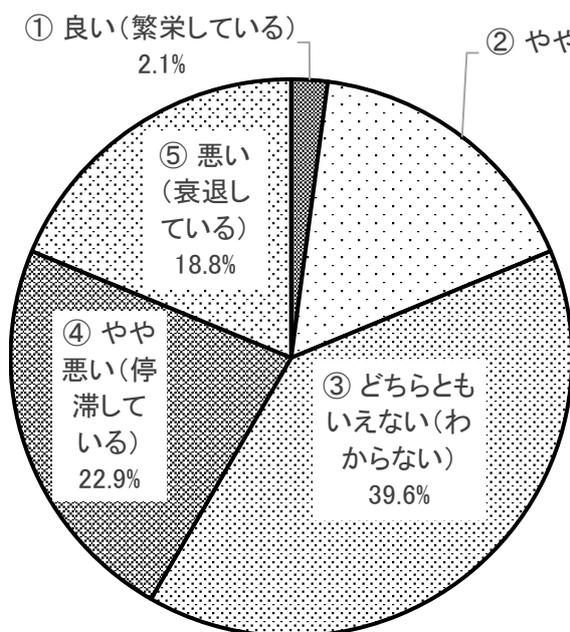


項目	回答数	構成比
近隣型	26	54.2%
地域型	17	35.4%
広域型	5	10.4%
超広域型	0	0.0%
合計	48	100.0%

2. 商店街の景況感

(1) 商店街の最近の景況感 (項目1)

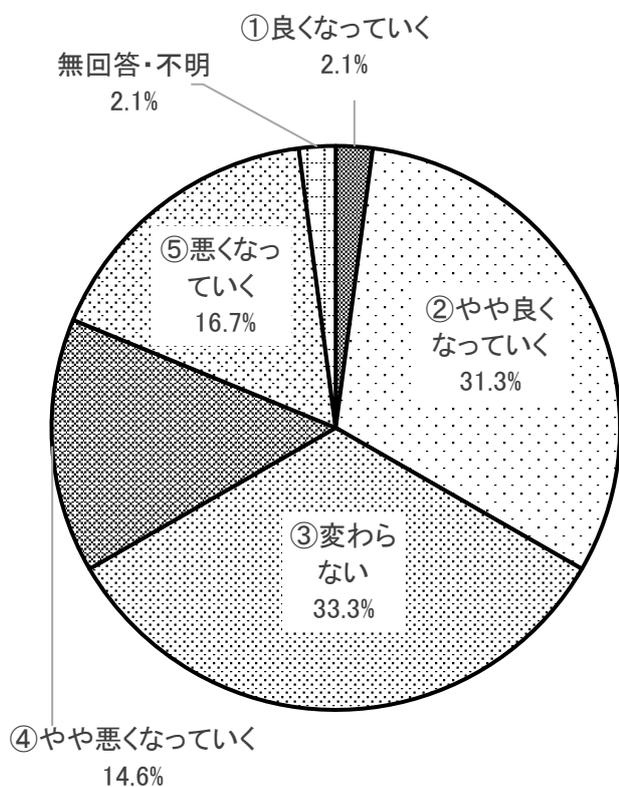
最近の景況感については、コロナ禍の影響もあって「やや悪い(停滞している)」が22.9%、「悪い(衰退している)」が18.8%、あわせて41.7%の商店街が景気は悪い状況にあると感じています。また、「どちらともいえない(わからない)」が、39.6% ありました。



項目	回答数	構成比
①良い(繁栄している)	1	2.1%
②やや良い(回復してきている)	8	16.7%
③どちらともいえない(わからない)	19	39.6%
④やや悪い(停滞している)	11	22.9%
⑤悪い(衰退している)	9	18.8%
無回答・不明	0	0.0%
合計	48	100.0%

(2) 今後の活性化の見通し(項目2)

今後の活性化の見通しについて、前向きな見通しをもっている商店街は、「良くなっていく」(2.1%)と、「やや良くなっていく」(31.3%)で、あわせて33.4%でした。一方で、「悪くなっていく」が16.7%、「やや悪くなっていく」が14.6%で、あわせて31.3%でした。また、「変わらない」が33.3%でした。



項目	回答数	構成比
①良くなっていく	1	2.1%
②やや良くなっていく	15	31.3%
③変わらない	16	33.3%
④やや悪くなっていく	7	14.6%
⑤悪くなっていく	8	16.7%
無回答・不明	1	2.1%
合計	48	100.0%

3. 商店街の地域貢献等の取組みについて

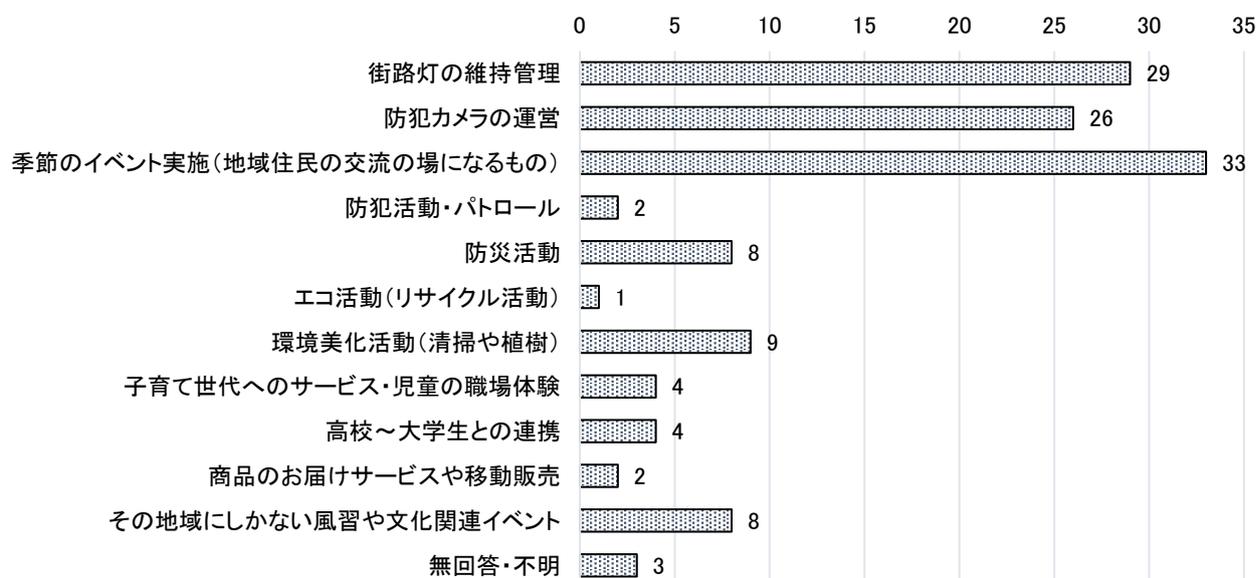
(1) 地域貢献であると強く意識して行っている取組み（項目3）

商店街で行う様々な取組みの中で、地域貢献であると強く意識して行っていること（集客だけが目的でない、地域コミュニティのための活動）を聞きました。

地域貢献であると強く意識して行っている取組みで、最も多いのは「季節のイベント実施（地域住民の交流の場になるもの）」（68.8%）で、次いで「街路灯の維持管理」（60.4%）、「防犯カメラの運営」（54.2%）が多くなっています。

n=48

項目	回答数	構成比
① 街路灯の維持管理	29	60.4%
② 防犯カメラの運営	26	54.2%
③ 季節のイベント実施（地域住民の交流の場になるもの）	33	68.8%
④ 防犯活動・パトロール	2	4.2%
⑤ 防災活動	8	16.7%
⑥ エコ活動（リサイクル活動）	1	2.1%
⑦ 環境美化活動（清掃や植樹）	9	18.8%
⑧ 子育て世代へのサービス・児童の職場体験	4	8.3%
⑨ 高校～大学生との連携	4	8.3%
⑩ 商品のお届けサービスや移動販売	2	4.2%
⑪ その地域にしかない風習や文化関連イベント	8	16.7%
無回答・不明	3	6.3%

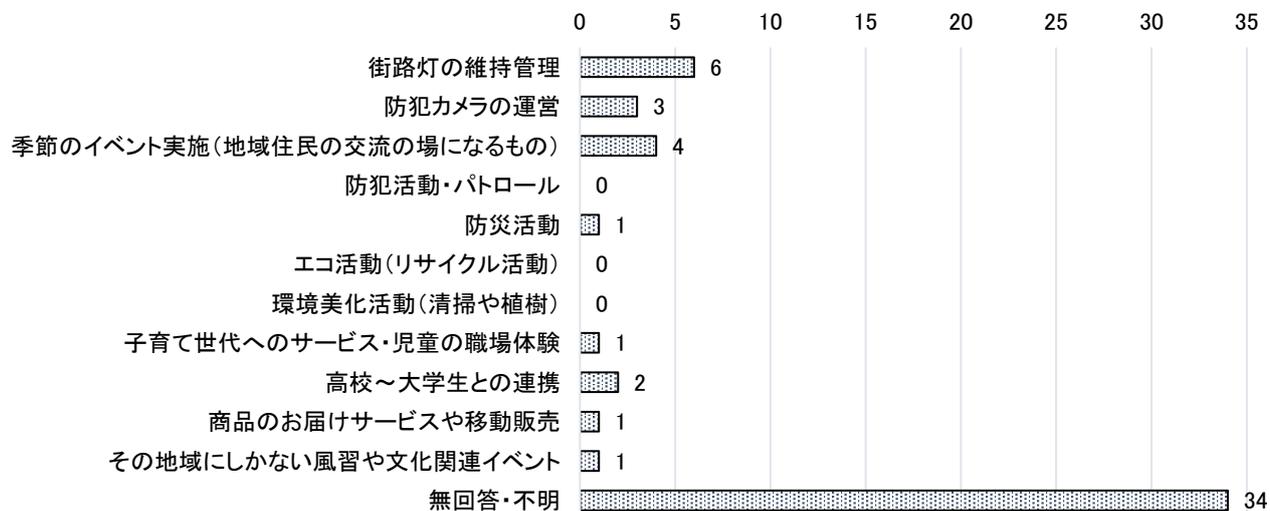


(2) 地域貢献等の取組みの中で、5年後には継続できないと思われるもの(項目4)

(1) で挙げた地域貢献であると強く意識している取組みの中で、5年後には継続できないと思われるものは、多い順に「街路灯の維持管理」(13.3%)、「季節のイベント実施(地域住民の交流の場になるもの)」(8.9%)、「防犯カメラの運営」(6.7%)でした。

n=45

項目	回答数	構成比
① 街路灯の維持管理	6	13.3%
② 防犯カメラの運営	3	6.7%
③ 季節のイベント実施(地域住民の交流の場になるもの)	4	8.9%
④ 防犯活動・パトロール	0	0.0%
⑤ 防災活動	1	2.2%
⑥ エコ活動(リサイクル活動)	0	0.0%
⑦ 環境美化活動(清掃や植樹)	0	0.0%
⑧ 子育て世代へのサービス・児童の職場体験	1	2.2%
⑨ 高校～大学生との連携	2	4.4%
⑩ 商品のお届けサービスや移動販売	1	2.2%
⑪ その地域にしかない風習や文化関連イベント	1	2.2%
無回答・不明	34	75.6%

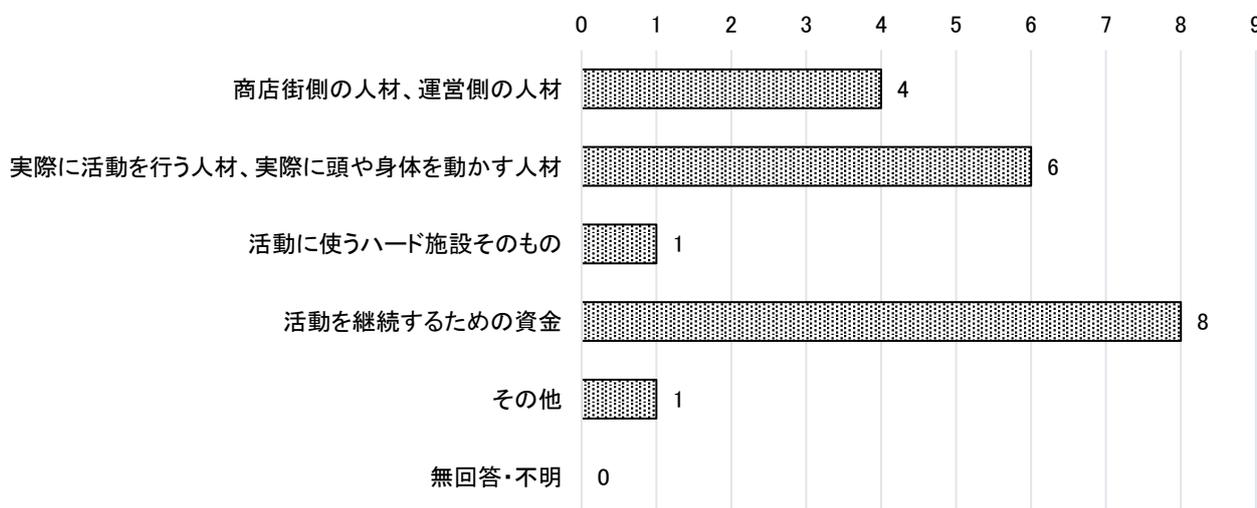


(3) 継続できない活動は、何が補充されれば継続できそうか(項目5)

(2)で挙げた継続できないと思われる取組みを継続するために必要なものは、「活動を継続するための資金」(72.7%)が最も多く、次いで「実際に活動を行う人材、実際に頭や身体を動かす人材」(54.5%)、「商店街側の人材、運営側の人材」(36.4%)でした。

n=11

項目	回答数	構成比
① 商店街側の人材、運営側の人材	4	36.4%
② 実際に活動を行う人材、実際に頭や身体を動かす人材	6	54.5%
③ 活動に使うハード施設そのもの	1	9.1%
④ 活動を継続するための資金	8	72.7%
⑤ その他	1	9.1%
無回答・不明	0	0.0%



[⑤その他の回答]

- 大学キャンパス移転に伴う、人材不足の懸念。

(4) 地域貢献等の取組みを継続できなくなった際に、地域に及ぶ深刻な影響（項目6）

地域貢献等の取組みを継続・維持できなくなった場合の地域コミュニティへの深刻な影響について、主な回答を一部抜粋して記載します。傾向としては、地域の安全・安心への影響についての回答が最も多く、次いで、地域の人々とのふれあい、交流や商店街活動への影響についての回答が多くありました。

【地域の安心・安全への影響】

- ・商店街・地域の安心・安全が損なわれる。
- ・街路灯が維持できなくなると、防犯上の心配がある。
- ・会員数が減少していったら、街路灯の維持管理が難しくなっていく。
- ・街路灯が消え、暗い通りになってしまい防犯上悪化する。
- ・治安の悪化、防災力の低下。
- ・賑わいの欠如。

【地域の人々とのふれあい、交流への影響】

- ・心が通わなくなる。生活している人の顔が見えなくなる。
- ・人と人との交流が減少し、孤独・孤立問題が発生する。
- ・地域の一体感がなくなる。
- ・商店街は地域コミュニティの「核」と認識しています。継続・維持できなくなると商店街も衰退し、コミュニティも崩壊！
- ・地域の特異性がなくなり、未来がなくなる。
- ・自治会や大型店等との連携がなくなり地域全体の活動に影響を与える（夏祭りなどのイベント）。

【商店街活動への影響】

- ・商店街会員の結束が弱まる。情報発信が少なくなり宣伝力低下。
- ・少し足を伸ばせば行ける繁華街へ客が流れてしまうのでは？（飽きられる）。
- ・商店街が加速度的に衰退してしまう。
- ・少子化＝高齢化の図式から高齢者率の上昇にともない、運営力の低下、活動の縮小、また、少子化から学校の統廃合により地域に偏りが生まれ、地域型の活動の終焉と衰退のみの選択肢しかなくなる。

【その他】

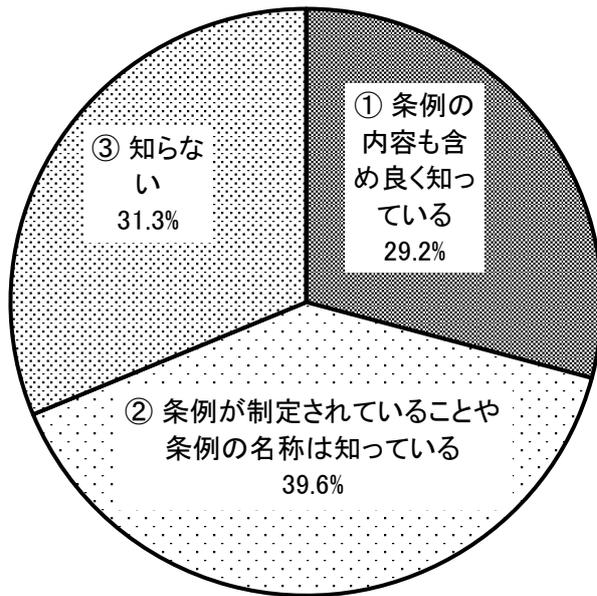
- ・イベントが無くなると商店街の存在が薄れる。
- ・地域の諸問題を穏便に解決できる人材がいなくなる。

4. 神奈川県商店街活性化条例について

(1) 条例に関する認知度（項目7）

平成20年より施行されている「神奈川県商店街活性化条例」について聞きました。

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」（39.6%）が一番多く、次いで「知らない」（31.3%）、「条例の内容も含め良く知っている」（29.2%）といった状況であることがわかりました。

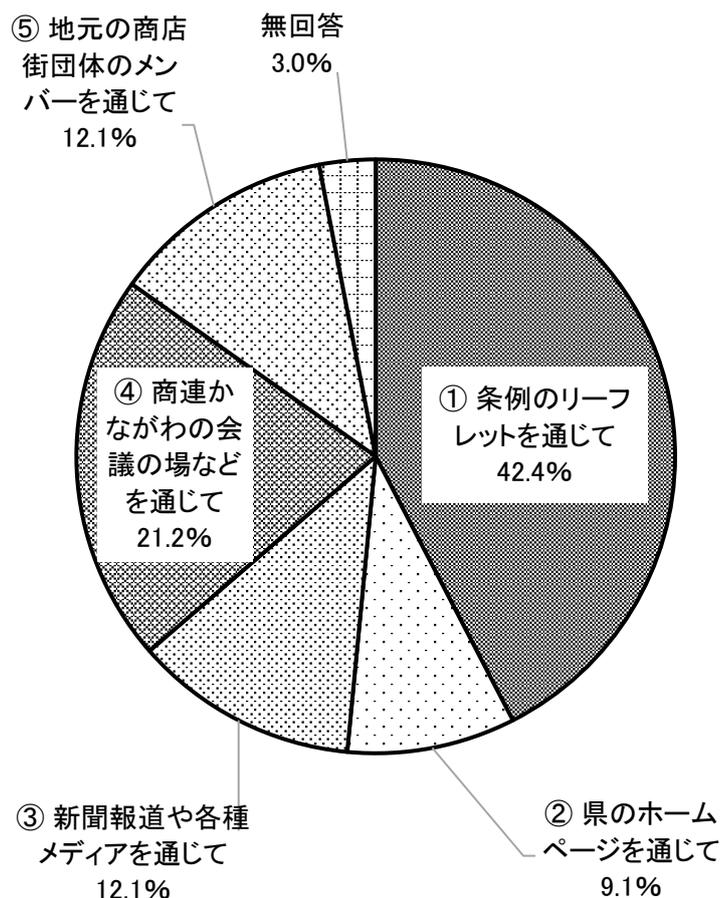


項目	回答数	構成比
① 条例の内容も含め良く知っている	14	29.2%
② 条例が制定されていることや条例の名称は知っている	19	39.6%
③ 知らない	15	31.3%
無回答・不明	0	0.0%
合計	48	100.0%

(2) 条例を知った経緯（項目8）

条例を知った経緯は、「条例のリーフレットを通じて」（42.4％）が最も多く、次いで「商連かながわの会議の場などを通じて」（21.2％）、「新聞報道や各種メディアを通じて」（12.1％）、「地元の商店街団体のメンバーを通じて」（12.1％）、「県のホームページを通じて」（9.1％）となりました。

n=33

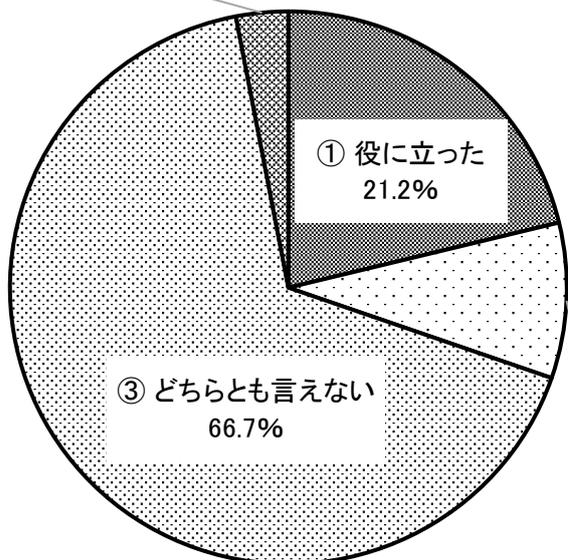


項目	回答数	構成比
① 条例のリーフレットを通じて	14	42.4%
② 県のホームページを通じて	3	9.1%
③ 新聞報道や各種メディアを通じて	4	12.1%
④ 商連かながわの会議の場などを通じて	7	21.2%
⑤ 地元の商店街団体のメンバーを通じて	4	12.1%
⑥ その他	0	0.0%
無回答・不明	1	3.0%
合計	33	100.0%

(3) 商店街への加入依頼の際に、条例が役立っているか(項目9)

最も多いのが「どちらとも言えない」(66.7%)で、「役に立った」(21.2%)と「役に立たなかった」(9.1%)を大きく上回りました。

無回答・不明
3.0%



n=33

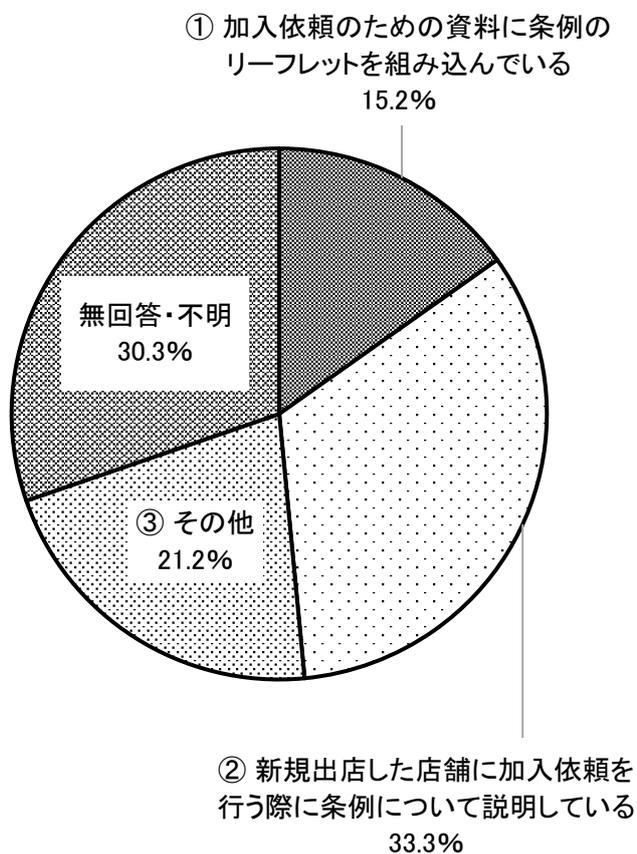
項目	回答数	構成比
①役に立った	7	21.2%
②役に立たなかった	3	9.1%
③どちらとも言えない	22	66.7%
無回答・不明	1	3.0%
合計	33	100.0%

②役に立たなかった
9.1%

(4) 加入依頼の際の条例の活用方法 (項目10)

商店街への加入依頼などの際の条例の具体的な活用方法は、多い順に「新規出店した店舗に加入依頼を行う際に条例について説明している」(33.3%)、「加入依頼のための資料に条例のリーフレットを組み込んでいる」(15.2%) となりました。

n=33



項目	回答数	構成比
①加入依頼のための資料に条例のリーフレットを組み込んでいる	5	15.2%
②新規出店した店舗に加入依頼を行う際に条例について説明している	11	33.3%
③その他	7	21.2%
無回答・不明	10	30.3%
合計	33	100.0%

[③その他の回答]

- まだ積極的な活動になっていない。知識不十分。
- 活用した事はありません。
- 現状は、何も動いていない。
- 特に何もしていない。
- 特に条例の事は説明していない。
- これから研究してみます。
- 新規出店がない。

(5) 条例についての自由意見

条例についてのご意見として、以下の様な回答がありました。主な回答を一部抜粋して記載します。

【条例の周知について】

- 条例があることを知らない事業所が多いと思う。行政からもっと積極的・定期的に告知して欲しい。その上でなら各商店街も勧誘しやすくなると思う。
- 日々の活動に追われ条例の事に気づいていない。内容がわかるものがあれば欲しい。
- 条例についての勉強会を実施していただけないか。
- リーフレットに記載のデータ更新が必要。
- もっと簡単な条例書があると助かる。

【商店街組織への加入促進について】

- 加入に対し、強制力が有り、罰則がある条例にしていただきたい。
- 義務化でもしないと、チェーン店などは入ってくれないと思う。
- もうちょっと強めの文章にならないかとは思っている。
- ないよりはあった方がいいし、大型店等の会員を獲得するために使っていける。
- リーフレットだけでは、納得されない。

5. ご意見・ご要望

行政へのご意見、ご要望として、以下の様な回答がありました。主な回答を一部抜粋して記載します。

- 行政から、もっと地域貢献のことにに関して金銭的な援助、支援が欲しい。
- バラバラの個店を集約し、ひとつの商店街（バーチャル）として構成する事ができないか。
- 廃業や解散などの問題への対応、コロナ禍の影響などから商店街活性の新たな活動に力を注ぎきれない状況であり、余裕のある活動ができるような支援が欲しい。
- 商店街の役員が10名、みなひとりでお店をやっており、活動するには人手が足りない。

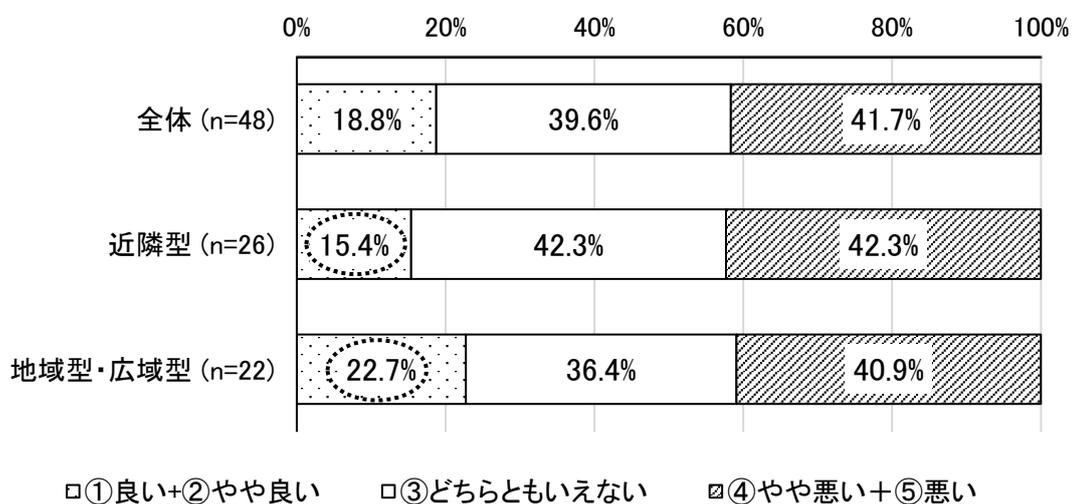
6. アンケート分析

商店街タイプ別と立地環境別にアンケート結果にどのような違いが見られるか、分析を行いました。商店街タイプについては、範囲が比較的広く、最寄品店と買回品店が混在する「地域型」と「広域型」を合わせて「地域型・広域型」とし、最寄品中心の「近隣型」と比較しました。

(1) 商店街タイプ別の分析

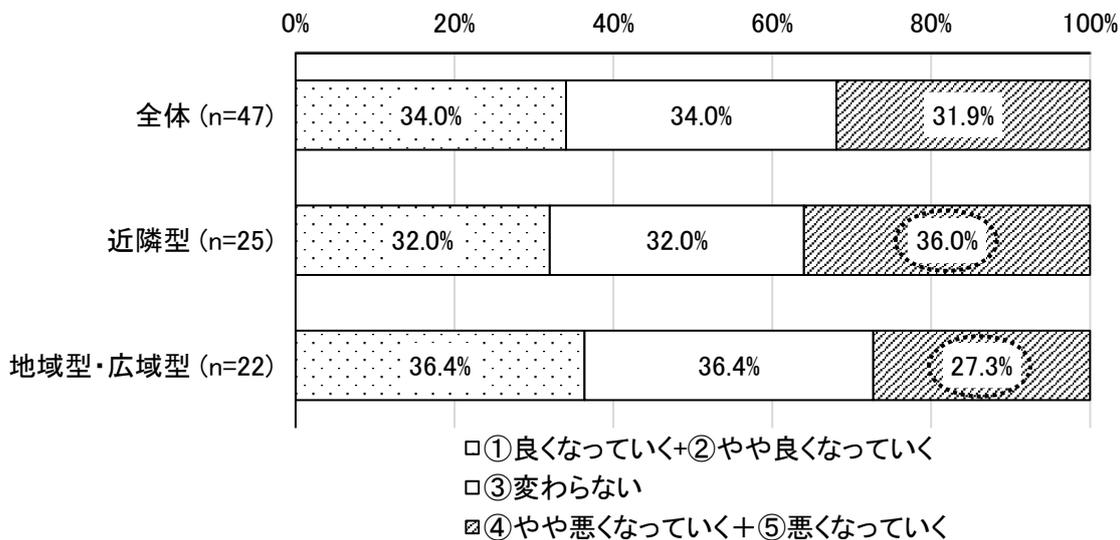
①商店街タイプ別 景況感

景況感については、「近隣型」と「地域型・広域型」の間に顕著な違いは見られなかったものの、「①良い+②やや良い」の割合では、「地域型・広域型」(22.7%)が「近隣型」(15.4%)を7.3ポイント上回っています。



②商店街タイプ別 今後の活性化の見通し

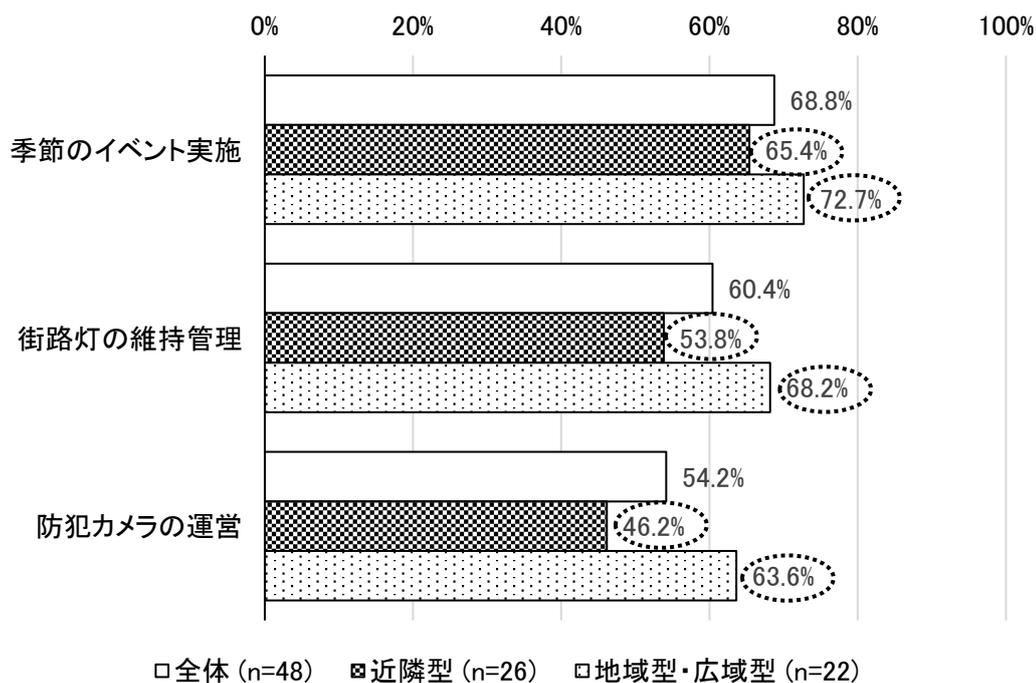
今後の活性化の見通しについても、「近隣型」と「地域型・広域型」の間に顕著な違いは見られなかったものの、「④やや悪くなっていく+⑤悪くなっていく」の割合では、「近隣型」(36.0%)が「地域型・広域型」(27.3%)を8.7ポイント上回っています。



※今後の活性化の見通しが無回答・不明の1商店街は上記集計に含んでおりません

③商店街タイプ別 地域貢献等の取組み

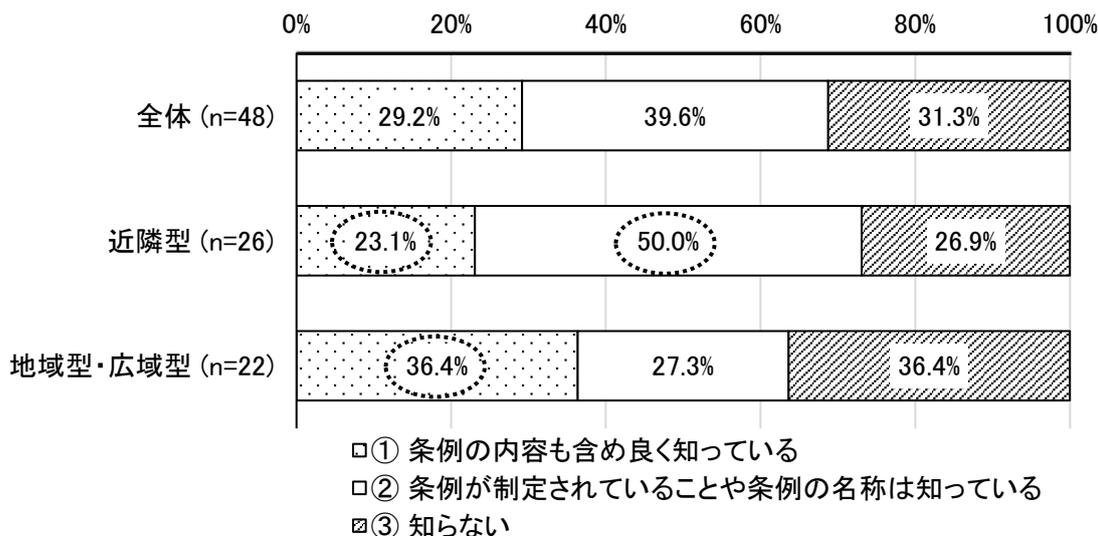
商店街が行う地域貢献等の取組みでは、「季節のイベント実施」、「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」が上位3つの取組みとなっています。これらの取組みでは、「地域型・広域型」の方が「近隣型」よりも、行っている割合が高くなっています。「防犯カメラの運営」では、「地域型・広域型」(63.6%)は「近隣型」(46.2%)を17.4ポイント上回っているほか、「街路灯の維持管理」でも、「地域型・広域型」(68.2%)は「近隣型」(53.8%)を14.4ポイント上回っています。



※商店街が行う地域貢献等の取組みは全体の多い順に配置しています

④商店街タイプ別 「神奈川県商店街活性化条例」認知状況

「神奈川県商店街活性化条例」の認知状況では、「近隣型」と「地域型・広域型」の間に顕著な違いは見られなかったものの、「① 条例の内容も含め良く知っている」の割合では、「地域型・広域型」（36.4%）が「近隣型」（23.1%）を13.3ポイント上回っています。また、「近隣型」では、半数の認知状況が、「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」に留まっています。



⑤商店街タイプ別分析のまとめ

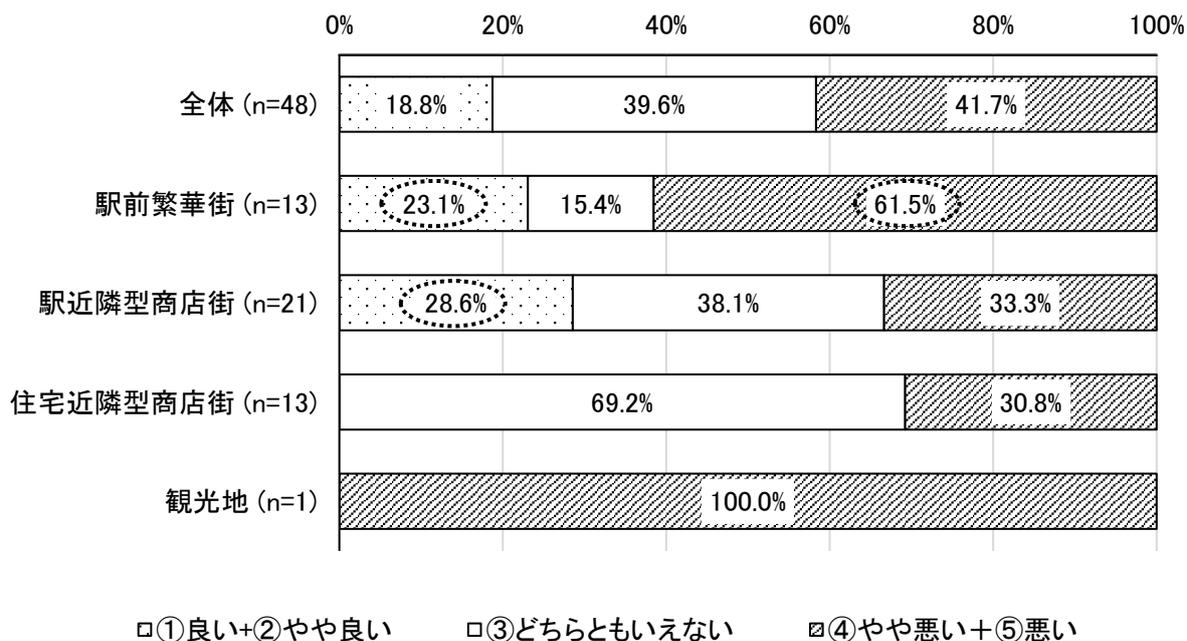
「近隣型」と「地域型・広域型」の間に顕著な違いは見られなかったものの、「景況感」や「今後の活性化の見通し」では、「近隣型」の方が厳しい状況となっている傾向が見られました。

「地域型・広域型」については、上位3つの「地域貢献等の取組み」である「季節のイベント実施」、「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」が「近隣型」よりも行われている傾向が見られたほか、「神奈川県商店街活性化条例」を「① 条例の内容も含め良く知っている」とした割合が「近隣型」よりも高くなっています。

(2) 立地環境別の分析

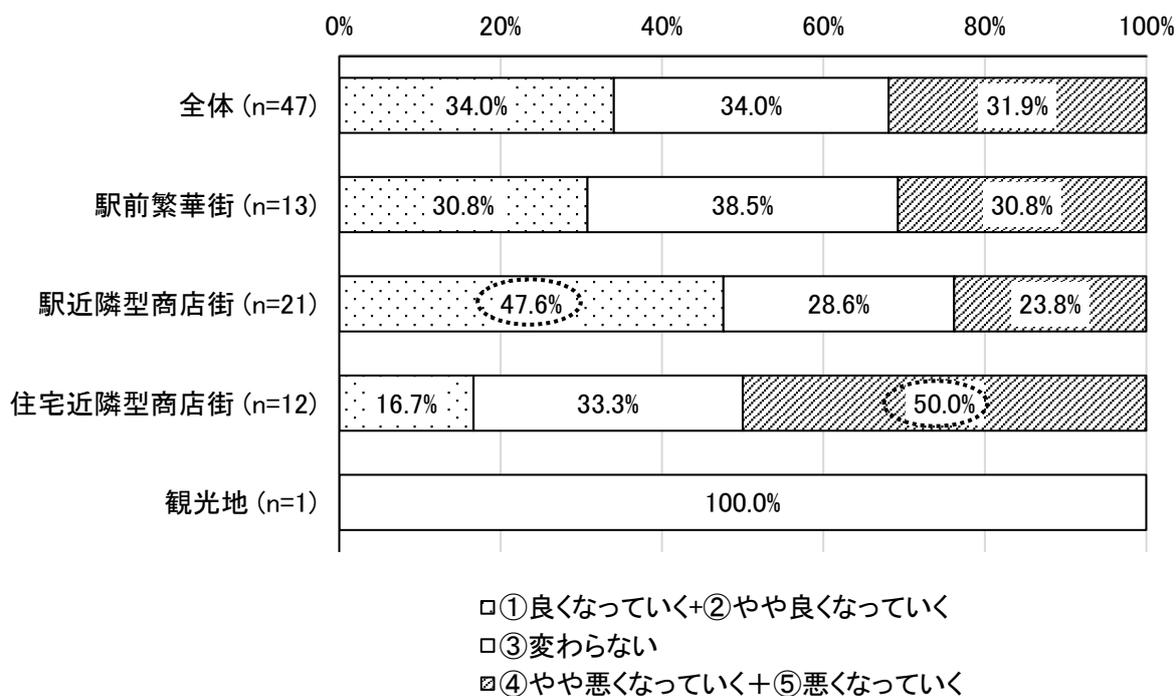
①立地環境別 景況感

景況感については、「住宅近隣型商店街」で「①良い+②やや良い」が見られないのに対し、「駅前繁華街」では23.1%、「駅近隣型商店街」では28.6%となっています。一方、「駅前繁華街」では「④やや悪い+⑤悪い」が比較的高く、61.5%を占めています。



②立地環境別 今後の活性化の見通し

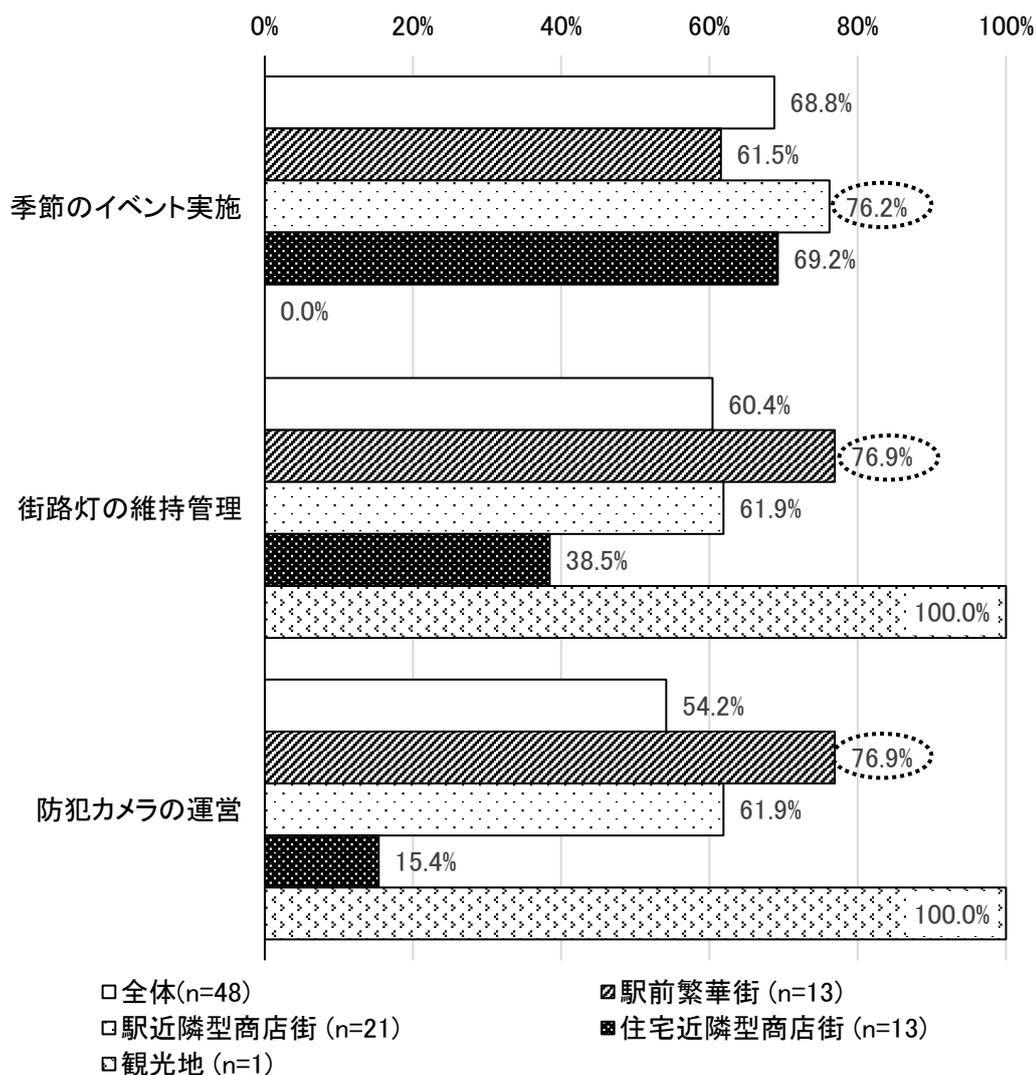
今後の活性化の見通しについては、「駅近隣型商店街」の47.6%が「①良くなっていく+②やや良くなっていく」であるのに対し、「住宅近隣型商店街」では「④やや悪くなっていく+⑤悪くなっていく」が半数を占めています。



※今後の活性化の見通しが無回答・不明の1商店街は上記集計に含んでおりません

③立地環境別 地域貢献等の取組み

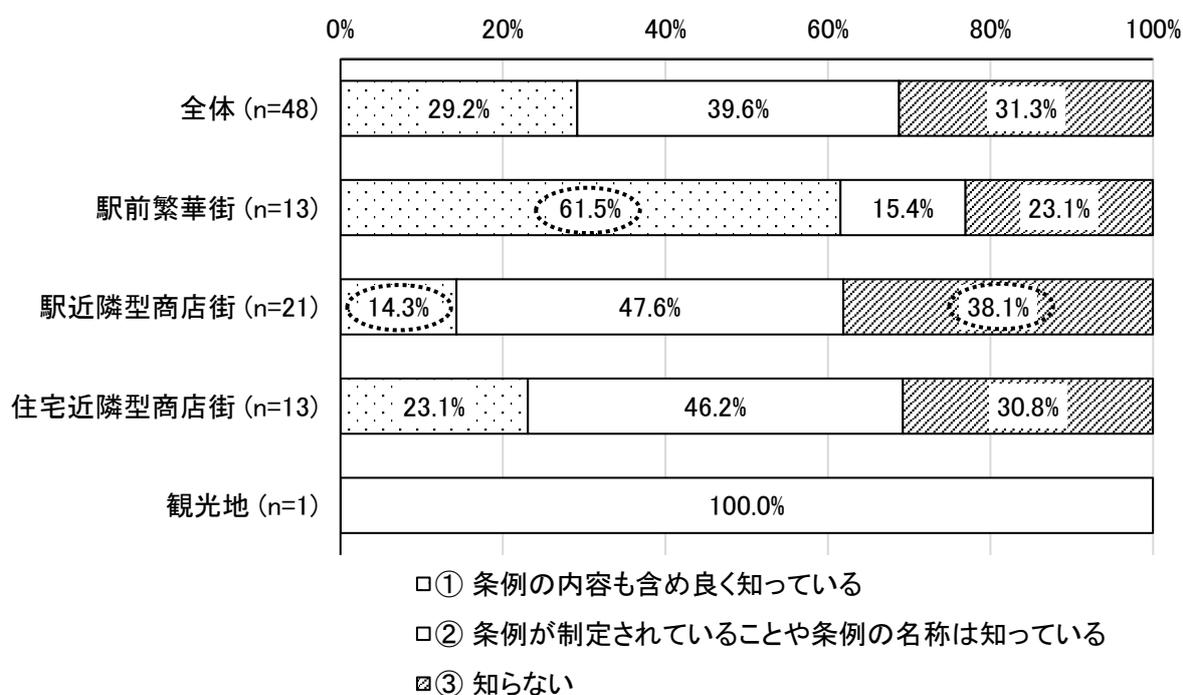
商店街が行う地域貢献等の取組みについて、上位3つの取組みである「季節のイベント実施」、「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」を見ると、「駅近隣型商店街」では、「季節のイベント実施」(76.2%)が比較的高くなっています。一方、「駅前繁華街」では、「街路灯の維持管理」(76.9%)、「防犯カメラの運営」(76.9%)が比較的高くなっています。



※商店街が行う地域貢献等の取組みは全体の多い順に配置しています

④立地環境別 「神奈川県商店街活性化条例」認知状況

「神奈川県商店街活性化条例」の認知状況では、「駅前繁華街」の61.5%が「① 条例の内容も含め良く知っている」としています。一方、「駅近隣型商店街」では、「① 条例の内容も含め良く知っている」が14.3%に留まっているうえ、「③ 知らない」(38.1%)が比較的高くなっています。



⑤立地環境別分析のまとめ

「景況感」や「今後の活性化の見通し」では、「駅近隣型商店街」が比較的良好であるのに対し、「住宅近隣型商店街」は厳しい状況となっている傾向が見られました。

「地域貢献等の取組み」については、「駅近隣型商店街」では「季節のイベント実施」が、「駅前繁華街」では「街路灯の維持管理」や「防犯カメラの運営」が比較的好く行われている傾向が見られました。

「神奈川県商店街活性化条例」の認知状況については、「駅前繁華街」で認知や理解が進んでいる一方、「駅近隣型商店街」では進んでいない傾向が見られました。

Ⅲ. ヒアリング調査結果

商店街へのヒアリングでは下記のような傾向を読み取ることができました。

【商店街が地域貢献等を実施するために、どれほどの負担がかかっているか】

- 地域貢献を実施するための商店街の負担としては、「季節のイベント実施」、「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」に関する意見が多く聞かれました。
- 「季節のイベント実施」に関しては、イベントを運営する人材の不足などの人材面での負担と費用の半分を補助金で賄っているといった金銭面での負担をあげる声が聞かれました。
- 「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」に関しては、機器の交換やメンテナンスなどのランニングコスト、老朽化した機器の撤去に関する金銭面での負担に関する声が聞かれました。

【商店街の地域貢献等の取組みの中で必要不可欠で、且つ行政等の支援が必要なことは何か】

- 「季節のイベント実施」に関する人材面での支援については、学生や会員のNPOとの連携が欠かせない状況であることがわかりました。
- 「季節のイベント実施」、「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」に関する金銭面の支援については、現在実施されている県や市の補助金・助成金を多くの商店街があげており、特に機器のメンテナンスやランニングコストに使える補助金・助成金の充実を希望する声が多く聞かれました。
- その他の意見としては、商店街の空店舗に対する出店や店舗の世代交代に関して行政から金銭面等で支援して欲しいという声が複数の商店街から聞かれました。
- イベントなどを活発に実施できている商店街もあれば、負担が大きく、苦戦している商店街もありました。

【商店街が地域社会に果たしている役割が明確である事例】

- 季節のイベントを成功例としてあげる商店街が多く、地域との連携を役割としてあげる声も含め、地域住民の交流の場をあげる商店街が多くありました。
- また、街路灯や防犯カメラの維持管理、防犯活動・パトロールなど、地域の治安維持をあげる声も多くありました。
- その他の意見としては、プレミアム商品券を商店街活性化の成功事例として複数の商店街があげています。

【神奈川県商店街活性化条例について。現場の商店街の声はどんなものか】

- 条例は知らない、条例の内容がわからないという意見が複数ありました。
- 神奈川県商店街活性化条例について、新規出店者の加入に活用できているとの声があった一方、強制力がないので効果がない、などの声もありました。
- 大型店やチェーン店が入会してくれないなど、大型店やチェーン店に関する声が多くありました。
- チェーン店の加入を促進するため本部へ働きかけることが必要といった声もありました。
- 条例の強制力に頼るよりは商店街の魅力を追求することが重要という意見もありました。

以下は、商店街へのヒアリングで得られた商店街の声の主なものです。

1. 商店街が地域貢献等を実施するために、どれほどの負担がかかっているか

【ヒト】

- ・防災活動としては、自治会、近隣商店街、消防署とともに年2回実施している。
- ・地元警察、地元消防、地元中学校等と連携して、「安心安全パレード」を実施している。
- ・防犯カメラの運営、街路灯の維持管理、防災活動は安心・安全な街づくりのための活動と捉えている。実際、防犯や防災に役立ったという例もある。一方で、警察からのカメラに録画された映像を確認したいなどの要請に応えるための負担もある。
- ・商店街の役員も会長・副会長が60代前半、その他が50歳前後で、その下が居ない。商店街の2代目・3代目の成り手がおらず後継者不足という現実がある。2代目・3代目の方々は、会社勤めしており、平日稼働できないためである。
- ・季節のイベントはヒトの負担が大きい。商売をやりながら、準備等をしている。地域のボランティア等を募って進めている。
- ・イベント会場の設営・撤去はイベント会社に頼んでいる。
- ・近くの神社でお祭りのときは商店街が協賛していた。しかしながら、子供が減って今年は止めてしまった。イベントを継承できない事例が出てきている。

【カネ】

- ・防犯カメラは補修や取り換え等の維持管理が負担である。
- ・お金の負担が一番重い。特に街路灯維持管理。街路灯数が多い。電気代に補助金は出るものの、ランニングコスト（補修、電球交換）の負担が重い。
- ・街路灯維持管理について、例えば電気代は商店だけでなく住民からも維持費を徴収するなど広く皆から集めるよう工夫している。市の補助もあるので特に負担を感じてはいない。
- ・以前は街路灯にフラッグ等をつけ広告収入を得ていたが、今は市から許可が下りず広告収入が得られなくなった。何とかならないか。
- ・祭りには全体で数百万円程の費用がかかっている。半分は商店街の会費や助成金、残りの半分は地域の店舗からの協賛金である。
- ・イベント費用は補助金を活用している。
- ・小さな商店街なので、近隣の商店街と合併したり、共同でイベントをしたりしたいと思っているが、できていない。お金が原因である。会費が商店街ごとに違うことや、これまで蓄えてきたお金をどう配分するか、といったところで先へ進めなくなっている。

【モノ】

- ・青年部の主体的な活動もあり、数点の商店街オリジナル商品を作っている。この商品は、商店街現地のみの販売で、顧客誘客に役立っている。
- ・オリジナル商品などを作ってPRにつなげたいが、対応できていない状況。
- ・ホームページのリニューアルを行う予定である。

2. 商店街の地域貢献等の取組みの中で必要不可欠で、且つ行政等の支援が必要なことは何か

【安全・安心の確保】

- ・防犯カメラは商店街の治安改善に貢献しているので、設置だけでなく維持管理にも補助金など資金面の支援が欲しい。
- ・街路灯と防犯カメラの維持は、負担が大きい。市に返したい。今は問題ないが、商店街の加入店が減ってきているので、いつか維持管理が難しくなっていくと思う。
- ・補助金の多くは「新設」を対象とするが、ランニングコストや老朽化した施設の廃棄は補助対象となりにくい。補助金対象範囲を広げて欲しい。アーチなど老朽化しているが壊すのにもお金がかかる。新設だけでなく、「維持」・「廃棄」も資金面で対象にして欲しい。

【イベント】

- ・イベント開催には様々な行政の許可が必要だが、その中には融通が利かないものがある（例、イベント内の食品提供について、飲食業以外の店舗の食品提供は原則禁止。飲食店舗であっても、店舗内での食品提供のみ可で店舗外での食品提供は禁止）。これではイベントが盛り上がりづらいし店舗の宣伝もできない。また、許可を得るための手続きも煩雑で書類を作成するのに人手がかかる。手続きをもっと簡素化できないか。
- ・区のイベント補助金について、用途制限をなくして欲しい。外部から誘致した出店者への謝金には使用できるが、主催者（商店街メンバー）の人件費やイベントの景品に充てられないといった制限がある。イベント集客のため高額な景品を出しているが商店街の持ち出しとなっている。
- ・これまで商店街が全て自前で乗り切ってきたが、もう商店街単独では間に合わなくなっている。マンパワーの限界。例えば、イベントの運営企画について、商店街支援のNPOと連携したいと思っている。これからは連携を視野に入れていきたい。

【新規出店、空き店舗、世代交代の支援など】

- ・ずっと歴代の役員が空き店舗対策に取り組んでいるが、高齢化や後継者不足など問題は複雑で商店街だけでは解決が難しい。行政が支援して欲しい。
- ・店を引き継ぎたいという人が出てきたときに支度金を援助する補助金が欲しい。開業費用が必要で、改装に数百万円かかる。補助があると世代交代がやりやすくなる。
- ・他県の事例で、空き店舗に補助金を出して、出店してもらおう取組みを報道していた。こういった補助金が欲しい。資金の足りない若い人が出店するのを後押しする取組み。どういう補助金や制度があるのかホームページを見てもわからない。使おうとしても、手続きが面倒。
- ・イベントなどやるためにも新規出店者を誘致したいが、できていない。行政がなんとかして欲しい。

【その他】

- 高校～大学生との連携は、必要不可欠であり、資金面での支援が必要である。資金面での支援が必要になるのは、大学生入居事業における家賃補助のためである。
- 高齢の買い物難民向けに、宅配サービスをやりたいと思っているが、お金がない。車、配送の人員費など。他の町で行政が支援した事例があると聞いた。そうした支援をやって欲しい。
- アドバイザーや講師派遣を受けると、その後の商店街活動に何かしら縛りが生じる。自由に活動したいので今は必要と考えていない。

3. 商店街が地域社会に果たしている役割が明確である事例

【成功例】

- 駅前の立地もあるが、商店街コンセプトを決め、外部から志を持った個店がテナントに入り、青年部が中心となりイベント企画や商品企画など主体的に活動できているため、商店街活動として上手くいっている。この様に商店街が活性化しているため、商店街の加入率は高い。
- 自治会や地域住民との連携が出来ているため、色々な取り組みがうまくいっている。例えば、今年の夏祭りでは、来場者の検温・消毒のコーナーは、商店街のイベントスタッフではなく、自治会で運営してもらい、盛況のうちに終わった。
- 地域住民同士の交流を深め、絆づくりをしたいので、朝市を企画した。子供から高齢者まで幅広い年代のお客さんが来てくれる。リピーターも増え、地域住民の交流や絆づくりに貢献していると思う。町内会や地元のスポーツチーム、学生さんも運営に参加してくれている。
- 街路灯の維持管理、防犯カメラの運営、季節のイベント、全てうまくいっていると思う。うまくいっている理由は、運営上の工夫というよりは、地域全体の結束力にあると思う。
- 駅前の大型店と連携してイベントを開催して盛況であった。
- 大型商業施設が出来た時、店長に商店街の理事になってもらい、イベントも一緒にやっている。大型店を除外して商店街を形成するのは非常に難しい。大型店の力を商店街にいかにも利用させてもらうか。出店の1年前から商店街のイベントなどで協力したことにより、大型店には色々と協力してもらっている。
- 防犯カメラを設置して治安がかなり改善した。これは本当にやって良かったと思っている。
- 小中学校の生徒やPTAによる納涼祭への模擬店出店や、小学校低学年の生徒を対象とした職業体験イベントを開催するなど、毎年何かしら地域の小中学校との交流の場を設けている。職業体験イベントは今年も開催予定である。
- 最近はハロウィンでイベントをやっている。仮装した小学生以下が対象で、商店街でお菓子を配っている。これは同伴する親や祖父母に商店街を知ってもらうきっかけになっている。小学校や幼稚園にポスターを貼らせてもらっていて、これも宣伝に役立っている。
- 昨年末、プレミアム商品券をやった。補助金のおかげで、30%のプレミアムを付けて大盛況だった。大型店で使えなかったのが良かった。
- 4年前に打ち出した有名な当商店街オリジナル商品の「発祥の地」宣言。ここに来てオリジナル商品を買うというのを定着させたい。

【苦戦していること】

- ・コロナ禍でイベントが思うように開催できていない。個店も疲弊している。また、やりたいことがあっても、手続きが煩雑、行政許可の融通がきかず、できないことがある。
- ・季節のイベントについては、地域の人の中には楽しみにしている人もいるが、負担が大きく、好意的に受け止めない人もいる。

【思い】

- ・古くから活動をしている強いリーダーシップを発揮する人、地域発展のために地域連携を進めている人、次の代へ商店街を繋いでいきたいという人など、それぞれ強い思いを抱いて商店街を運営していることが分かる。
- ・商店街は地域コミュニティの「核」として現場の声を大切にしている。1店舗のみの成長でなく、店舗間で協力関係を築いていける様な商店街にしたい。青年部がワクワクして活動できる様に執行部は見守る。結果的に、住民も楽しんでもらえる。

4. 神奈川県商店街活性化条例について。現場の商店街の声

【大型店・チェーン店の状況】

- ・チェーン店は店長ではなく本部にお願いすると加入してくれる。また、チェーン店は加入してくれるが、イベントのお手伝いなど人手がかかることには積極的ではない。
- ・コンビニなどチェーン店は、昔からこの商店街で商店を経営していた方が加盟している。
- ・コンビニなどチェーン店は、本部方針が加入不要であることを理由に加入して頂けない。
- ・大型店は、商店街に対して競合意識が強く加入しない。
- ・大型店やチェーン店は商店街に入らないことが多いので、条例が入会の役には立っているが、入らないところもまだ多い。
- ・商店街が高齢化して縮小してきている中で、大型店に条例があるから入ってよと言える商店街がどれぐらいあるのかというのが疑問。まずは商店街の存続の方が問題。

【条例について】

- ・商店街は新規出店者と面談する際に条例を説明して商店街加入をお願いしている。出店してから加入をお願いしても加入してくれないので、できるだけ早いタイミングで説明するのが重要である。
- ・新規出店者が店舗を借りる際、不動産屋さんから当条例の説明をして入ってもらうようにしている。肝心なのは、最初から入ってもらうこと！途中からはなかなか入ってくれない。どうしても入ってくれないところには、商連かながわさんに協力をお願いして一緒に説得したことがある。
- ・条例について、商店街加入は努力義務（強制力なし）となっているが、ある程度強制力を伴ったほうが良いのではないかと。

- 会員加入依頼の際に、神奈川県商店街活性化条例をこれまで活用した事はない。特別な理由がある訳ではないが、条例に強制力が無いため、加入に結びつかないケースもあると思われる。
- 商店街への加入を促進するには、条例の強制力等に頼るのではなく、イベントなどの活動を通して、商店街の魅力を追求していくことが重要だと思う。
- 会費をもらっているが、その価値は何なのかと言われる。今回、プレミアム商品券を県と市の補助で出来るが、こういうことが年中あるわけではない。
- 条例は知っているが、何が出来るかわからない。商店街連合会と行政・市議会議員などと定期的に会合を持っているが、もっと行政側から補助金が使ええる施策など持ちかけて欲しい。ホームページで探してみたがよくわからない。手続きも複雑である。

IV. まとめ

<アンケート結果のまとめ>

【約4割の商店街で景況感は厳しい見方の一方、約2割の商店街では回復に】

- 現状の景況がやや悪い、あるいは悪いと回答した商店街が41.7%でコロナ禍の影響が見られます。一方で、良い、やや良いと回答した商店街が18.8%と昨年に比べて増えており、一部の商店街ではコロナ禍からの回復傾向が見られます。
- 良い、やや良いと回答した商店街は「駅前繁華街」、「駅近隣型商店街」に多い傾向にありました。これらの商店街については飲食店が多く、コロナ禍による巣ごもり消費で減少していた人流が戻ってきていることが影響していると考えられます。
- 今後の活性化の見通しについても、「住宅近隣型商店街」で今後悪くなっていくと回答した商店街が多い傾向にありました。
- これは、「駅前繁華街」、「駅近隣型商店街」ではワクチン接種などでコロナ禍収束への期待がある一方、「住宅近隣型商店街」ではコロナ禍収束への期待が弱い分、今後の物価高への不安の影響が強いのではないかと考えられます。

【約7割の商店街で地域住民の交流の場となるイベントを実施】

- 地域貢献であると強く意識して行っている取組みで、最も多いのは「季節のイベント実施（地域住民の交流の場になるもの）」が68.8%、次いで「街路灯の維持管理」が60.4%、「防犯カメラの運営」が54.2%の順で多くなっています。
- 「季節のイベント実施」については、規模の小さい「駅近隣型商店街」や「住宅近隣型商店街」で行っている割合が高くなっています。
- 「街路灯の維持管理」、「防犯カメラの運営」については、駅に近く規模の大きい「駅前繁華街」や「観光地」で行っている割合が高くなっています。
- これらの活動は地域の安心・安全に関わる活動であり、地域外から不特定多数の顧客が訪れることが多い「駅前繁華街」や「観光地」でニーズが高いためと考えられます。
- また、「近隣型」商店街は規模が小さい商店街が多く、「街路灯の維持管理」や「防犯カメラの運営」の活動を行っていない理由の一つと考えられます。

【約1割の商店街が、街路灯の維持管理を5年後には継続できないと回答】

- 地域貢献であると強く意識して行っている取組みの中で、「街路灯の維持管理」で13.3%、「季節のイベント実施（地域住民の交流の場になるもの）」で8.9%、「防犯カメラの運営」で6.7%の商店街が5年後には活動を継続できないと考えています。
- 一方、75.6%の商店街は、5年後に継続できなくなる取組みについては無回答でした。現状では、5年後も各活動を継続できる見通しを立てているということになります。

【活動継続に必要な支援は、資金面が約7割、活動を実施する人材面が約5割など】

- 前項の取組みを継続するために必要なものは、「活動を継続するための資金」が72.7%と最も多く、補助金等での資金面の支援を必要としていることがわかります。
- 次いで「実際に活動を行う人材、実際に頭や身体を動かす人材」が54.5%、「商店街側の人材、運営側の人材」が36.4%と、活動を実施する人材面での支援を必要としていることがわかります。

【活動が継続できなくなった場合の地域コミュニティへの影響は地域の安心・安全への影響など】

- 地域貢献の活動が継続できなくなった場合の地域コミュニティへの影響で最も多かった意見は、地域の安心・安全への影響に関する意見でした。
- 次いで多かった意見は、地域の人々とのふれあい、交流への影響に関する意見および商店街活動への影響に関する意見でした。

【約7割の商店街で神奈川県商店街活性化条例を知っていると回答】

- 神奈川県商店街活性化条例の認知度については、「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」を合わせて68.8%の商店街が知っていると回答しています。
- 一方で31.3%の商店街が「知らない」と回答しており、まだまだ条例の周知が必要な状況であることがわかりました。
- 「① 条例の内容も含め良く知っている」の割合は、「近隣型」よりも「地域型・広域型」の方が多く、「近隣型」では、半数の認知状況が、「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」に留まっています。
- これは、「地域型・広域型」の商店街には大型店やチェーン店などが多く存在するため、これらの店舗に入会を説得するために条例を活用するケースが多いためと考えられます。

【約4割の商店街が条例のリーフレットを通じて条例を認知】

- 神奈川県商店街活性化条例を知った経緯は、「条例のリーフレットを通じて」が42.4%と最も多い結果となりました。
- 次いで「商連かながわの会議の場などを通じて」が21.2%、「新聞報道や各種メディアを通じて」と「地元の商店街団体のメンバーを通じて」がそれぞれ12.1%、「県のホームページを通じて」が9.1%の順となりました。
- 加入依頼の際に、条例は商店街の加入に役に立っているかについては、「どちらとも言えない」が最も多く66.7%で、「役に立った」の21.2%、「役に立たなかった」の9.1%を大きく上回る結果となりました。

【新規出店した店舗に加入依頼を行う際に条例について説明している商店街は約3割】

- 商店街へ加入を依頼する際の条例の具体的な活用方法は、多い順に「新規出店した店舗に加入依頼を行う際に条例について説明している」が33.3%、「加入依頼のための資料に条例のリーフレットを組み込んでいる」が15.2%となりました。

<ヒアリング結果のまとめ>

【商店街の地域貢献活動に対して重くのしかかる資金・人材の負担】

- 資金面での負担については、どの商店街も街の安心・安全など地元貢献に対して強い思いがある一方で、街路灯・防犯カメラは維持・修理・交換などの費用負担が大きく、撤去や消灯している商店街もありました。
- 人材面での負担については、商店街への加盟店が減る、役員の成り手がいないなど、今後の商店街活動そのものに大きく影響する事例や、商店街の魅力を出すべくイベントを開きたくても、それが出来ないという声もありました。商店街への新規出店などに対する支援策に期待が大きいと考えます。

【商店街の地域貢献活動における成功のキーワードは連携・支援】

- 人材や資金が不足する中、イベントなどを成功させていくためのキーワードの1つ目は、地元の各種団体等との連携でした。企業の参加、学生のボランティア、自治会・子供会、NPO法人などと連携している事例が多く、中にはイベント会社、県のイベントや大型店と連携している事例もありました。一方で、商店街同士の連携に問題を抱える事例もありました。
- 成功事例の2つ目のキーワードは補助金（次いでプレミアム商品券）の活用でした。なお、どのような補助金があるか分からない、手続きが面倒、という声が多くありました。
- 商店街活動を活発にしていくためには、地元の各種団体等との連携だけでなく、他の商店街との連携が不可欠であるという声もあり、行政等からの積極的な支援が必要であると考えます。

【地域貢献活動が活発な商店街と、手を回せなくなっていく商店街の二極化】

- 商店街が地域社会に果たしている役割として、イベントによる交流や、街路灯や防犯カメラによる防犯への貢献をあげる商店街が多くありました。
- 人材・資金とも足りていてイベントなどが活発に開催できている商店街がありました。理由として、古くから地元で活動の基盤があり、商店街とともに地元を盛り上げていこうという人が多い、マンションが建つなどして人口（特に子供・若い世代）が増えている、などの要因があげられていました。
- 一方、少子高齢化が進み、個店を維持するだけで大変で、商店街活動ができなくなっている商店街もあり、コロナ禍によるイベント中止により、イベントが継承できないという事例もありました。

【条例の更なる周知と商店街に応じた支援が必要】

- 神奈川県商店街活性化条例について、新規出店者の加入に活用できているとの声があった一方、強制力がないので効果がない、などの声もありました。このため、商店街加入については、新規出店の支援も含め、特にチェーン店や大型店に対して、加入を促す行政等の支援が必要であると考えます。
- 条例の強制力に頼るよりは商店街の魅力を追求することが重要という意見や、まずは商店街の存続が問題という意見もありました。条例だけでなく、商店街の活性化につながる施策等の支援を求める声もありました。
- 条例は知らない、条例の内容がわからないといった声の一部の商店街から聞こえており、更なる周知が必要な状況です。

V. アンケート票

商連かながわ 事務局 行き

FAX : 0120-972-694

令和4年度 神奈川県商店街実態調査票 (アンケート)

商店街の皆様へ:このアンケートは皆様、県内各地の商店街の現状と課題、困っていることなどをご回答いただき、今起こっている問題を明らかにすると共に、県など行政へ商店街の要望等を伝えていくための基礎資料となるものです。今回は商店街が行う地域貢献事業と神奈川県商店街活性化条例についてお尋ねいたします。
お忙しいところ恐縮ですが、期日の6月17日(金)までにご回答をよろしくお願いたします)

◎貴商店街(会)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) (0000)

商店街(会)名		記入者	氏名:
所在地		TEL FAX	
電子メールとホームページ	http://sample@shotengai-kanagawa.com		
立地環境	<input type="checkbox"/> 1. 駅前・繁華街 2. 駅近隣型商店街 3. オフィス街 <input type="checkbox"/> 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	<input type="checkbox"/> 1. 近隣型(最寄品店中心で地元の方が日用品等を徒歩・自転車等で日常的に買物する商店街) <input type="checkbox"/> 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) <input type="checkbox"/> 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) <input type="checkbox"/> 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)		

◆ 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 どちらともいえない (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

◆ 商店街の地域貢献等の取組みについて

項目3. あなたの商店街で行う様々な取組みの中で、地域貢献であると強く意識して行っていること(集客だけが目的でない、地域コミュニティのための活動)は、何ですか? 下記の点線枠内に挙げたものの中から、1~3つまで選んで、その番号を右の回答欄に記入してください。 →

(※取組みが4つ以上ある場合は重点事業を3つまで選択してください。また、コロナ禍で一時的に休止している取組みは「行っているもの」としてお答えください)

地域貢献等の取組み (項目3と項目4の選択肢)

- ① 街路灯の維持管理 ② 防犯カメラの運営
 ③ 季節のイベント実施 (地域住民の交流の場になるもの) ④ 防犯活動・パトロール
 ⑤ 防災活動 ⑥ エコ活動 (リサイクル活動)
 ⑦ 環境美化活動 (清掃や植樹) ⑧ 子育て世代へのサービス・児童の職場体験
 ⑨ 高校~大学生との連携 ⑩ 商品のお届けサービスや移動販売
 ⑪ その地域にしかない風習や文化関連イベント

項目4. 前の項目3で挙げた取組みの中で、5年後には継続できないと思われるものは何ですか?

1~3つまで選んで、その番号を右の回答欄に記入してください。 →

(※継続できないものが無い場合は空欄のままをお願いします)

項目3の回答

項目4の回答

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
<https://www.shotengai-kanagawa.com>
e-mail：info@shotengai-kanagawa.com
