

商店街ネットキャビン令和6年4月アンケート

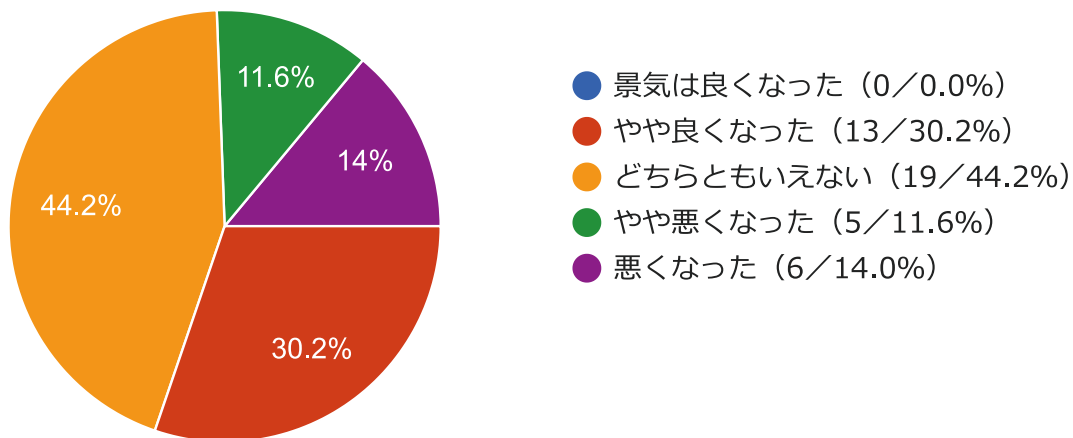
実施期間： 令和6年4月19日～4月30日
対象者： 県内の33地区のモニター60人
総回答者数： 43人（県内25地区）

～景況感について～

1. あなたの所属する商店街（もしくは、お店が立地する地域）での、最近の景況感を教えてください。以下から、一つだけお選びください。（最近の3ヶ月間を振り返って）

43件の回答

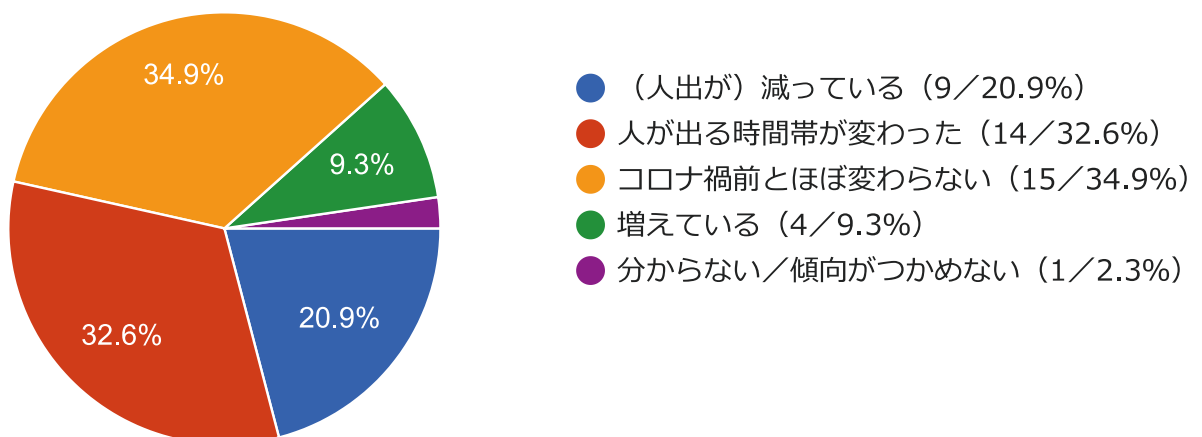
- ◆「どちらともいえない」が最も多く、44.2%だった。
- ◆次点が「やや良くなった」で、30.2%だった



2 - 1. あなたの商店街の人出はコロナ禍前と比べてどうなっていますか？

43件の回答

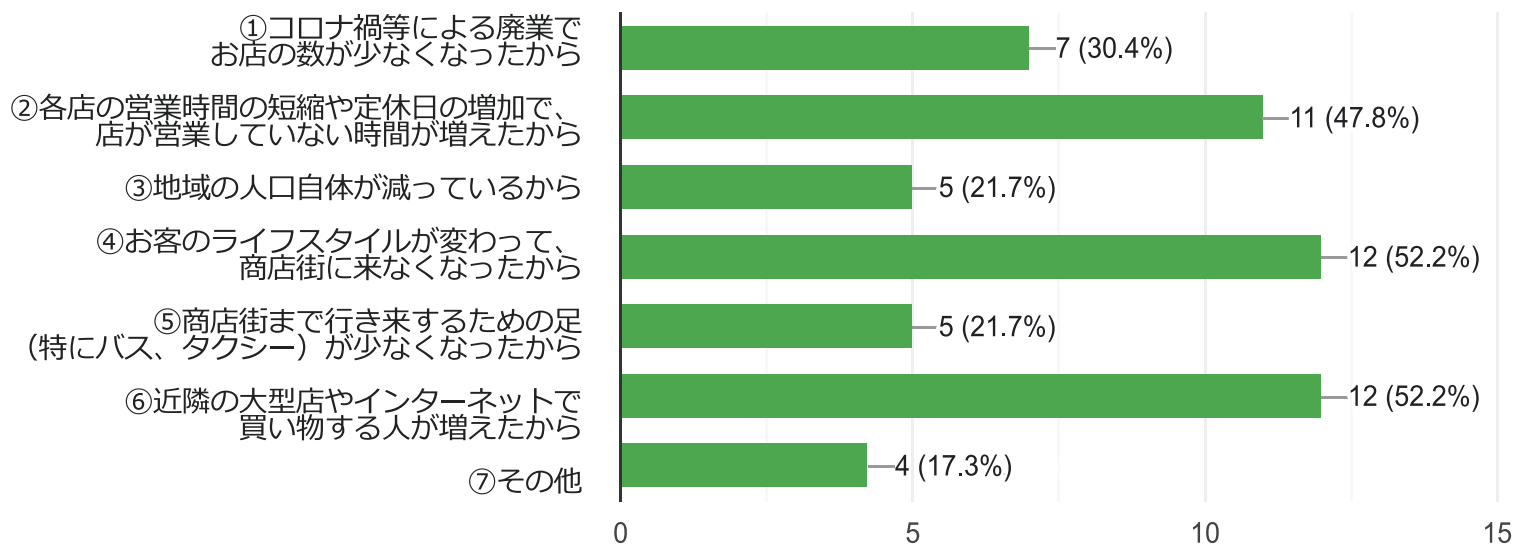
- ◆「コロナ禍前とほぼ変わらない」が最も多く、34.9%だった
- ◆次点が「人が出る時間帯が変わった」で、32.6%だった



2-2. 前項目で「減っている」又は「人が出る時間帯が変わった」と答えた方にお聞きします。その理由として考えられること、または以前より顕著になっていることはどんなことですか？

23 件の回答

◆「お客のライフスタイルが変わって、商店街に来なくなったから」と「近隣の大型店やインターネットで買い物する人が増えたから」が多く、52.2%だった



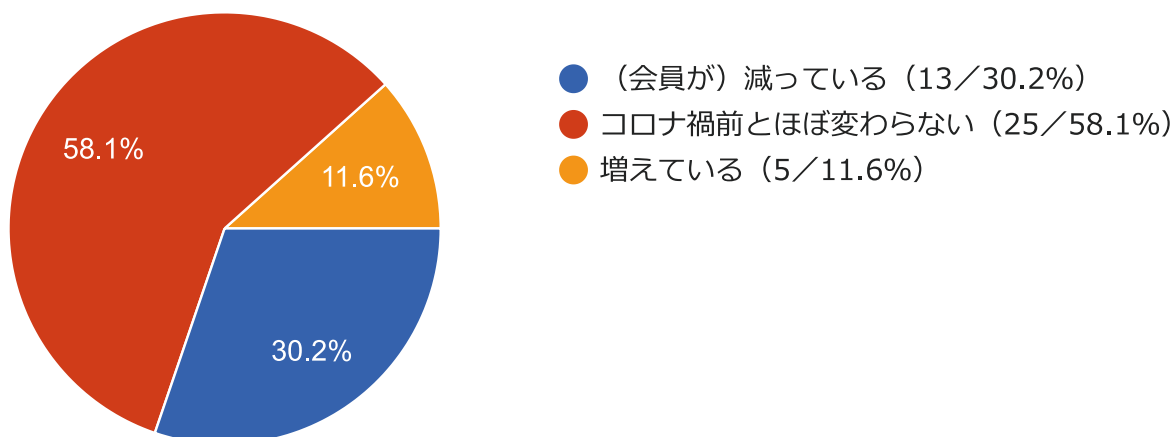
【その他の意見】

- ・リモートワークが増えた
- ・顧客のライフスタイルが変わり、お店の営業スタイル等も変化した
- ・物価高騰
- ・コロナ禍での出かける習慣(会合や飲み会)の2次会などが減ったり、zoomなど会議スタイルの変化が定着した影響がある。

3-1. あなたの所属する商店街（会）の会員数はどうなっていますか？

43 件の回答

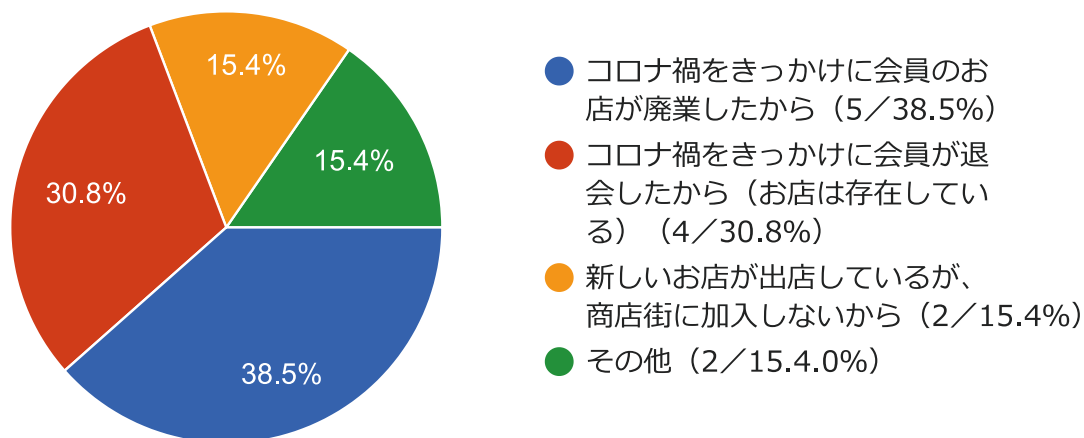
◆「コロナ禍前とほぼ変わらない」が最も多く、58.1%だった。



3-2. 前項目で「減っている」と答えた方にお聞きします。その理由はなぜですか？

13 件の回答

◆「コロナ禍をきっかけに会員のお店が廃業したから」が最も多く、38.5%だった。



[その他の内容]

- ・廃業及び会費納入が難しくなってきた。高齢による廃業の後空きになったまま。
- ・家賃の値上げ、原材料の高騰により、節約対象が商店街会費になった

3-3. 前々項で会員数が、「コロナ前とほぼ変わらない」または「増えている」と答えた方にお聞きします。その理由として考えられることは何だと思いませんか？

27 件の回答

◆退会する会員と、新規加入の会員が同数ぐらい、など、新陳代謝が進んでいることなども挙げられた。

[会員の退会があまりなかった／会員に意欲がある]

- ・苦しかったコロナ過を過ぎ、平常に戻ってきています。各個店が業績にかかわらず退会しなかったことと思います
- ・景況はさほど良くなっているはいないが、意欲的な人が増えてきたからではないか。

[新しいお店に加入してもらう仕組みが整っている]

- ・商店街にお店を出す場合、正会員となるのが条件となっているため

[商店街事業に参加するため加盟]

- ・月一で開催するマーケットに参加する出展者の中から商店会に入会する人が出てきた。・積極的な勧誘をしているから。
- ・人口増加に伴い、事業所や店舗の増加がある。また、商店街組織が若返っていることで、魅力的な事業展開が出来ているのも一つと考えている。さらに、魅力ある個店同士が繋がることで、商店街組織への加入が促進されている。

[やめる会員もいるが、加入する会員もいる]

- ・出店用地はMAXでこれ以上は増えないので減が無いだけよいと思います。
- ・コロナに関係なく、店主の高齢化等で辞める店舗があれば、地域に新規開店する店舗があるから。
- ・辞める店舗もあるが、その分新規開店もいる状況で空き店舗が少ない
- ・閉店と開店数が同じ。やめたところにまた新たな店舗が入っているから（同意見2件）
- ・廃業等により退会者も多いがイベント活動等を評価してくださる方々もいる

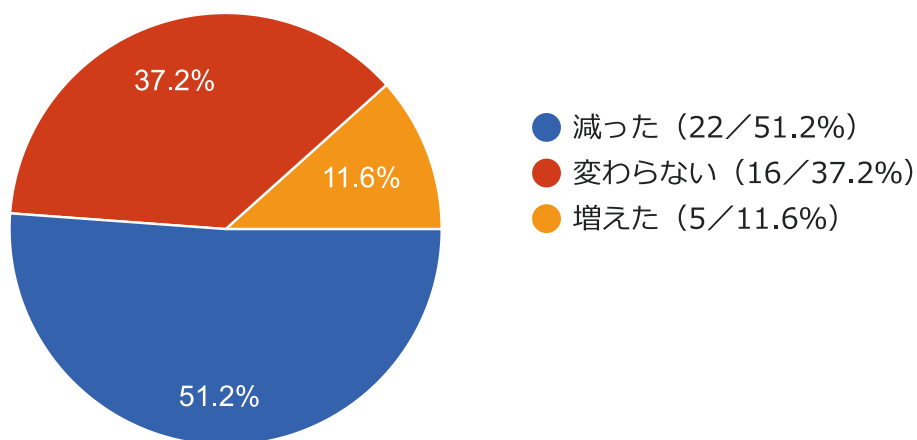
[周辺でマンション等が建設され店が増えた]

- ・マンション建設が進み、1階に店舗が入る(3店) みな商店会に加盟するようです。

4－1. あなたのお店についての質問です。コロナ禍以前と比べて、売上はどうになりましたか？ 差し支えない範囲で教えてください。

43 件の回答

◆「減った」が最も多く、51.2%だった。



4－2. 前項目について、その要因は何だと思えますか？（客数の増減、または客単価の増減など）、あなたのお店の業種と併せて、教えてください。

35 件の回答

◆客数が減少しているという声も多く、様々な意見が寄せられた。

[変わらない]

- ・リサイクルショップですが、ネット通販も行っている為、店頭への来店者数の増減にあまり影響を受けません。
- ・平常時にすっかり戻ってきたので。
- ・弊店は、日常生活品の小売業ではなく、法律事務のサービス業である。4月1日からの「相続登記義務化」移行の流れで、来客・相談数が増える傾向にある。
- ・来店数や景気に影響を受けにくい業種のため（介護系、2名）
- ・頑張り続けているから。ただし、販売品目が変わっている。
- ・値上げをしたため。売上は変わっていないが実質の減少と感じます。
- ・物価の高騰による売り上げの増と、客数の減がプラスマイナスとなって変わらなかった。
- ・企業努力でカバーし、以前と同様の売上をキープしている

[減っている]

- ・客数の減少（同意見4件）とお客の高齢化も一理あり。お客が外出する機会が減っている。
- ・客数も客単価も減っている。
- ・景況感の悪化による自粛ムードが続いているためと考えられます
- ・技術系サービス業です。コロナに関係なく、業種としてお客様のニーズが減り客数が減少し、更に客単価も減ったため。
- ・当社は不動産業で賃貸の出入りは例年通りにあるが、売買が少ないと売上に影響するので。
- ・仕入れ価格の上昇より
- ・豆腐製造販売から豆腐+食品販売+店内飲食に業態を変更しました。お客様の高齢化と世帯構成の変化による客単価の減少。
- ・コロナの時は外食を避け、自宅での食事が多かった為売り上げが伸びていたが、現状はその反動が出ていると思われます。（食品販売系）
- ・呉服・祭礼用品販売。インターネット購入が増加し、店に買いに来ない。
- ・近隣に大型スーパーが乱立し、顧客が分散、奪い合いになっている。
- ・美容業。バスの廃線や減便、タクシーの台数減少等高齢者の移動手段に制限が生まれ、来店回数が変わった。売り上げの内容は変わらない（カットやパーマなど）ので売り上げは減少。また、当町の人口が毎年数百の単位で減少している。
- ・商店街の核店舗が退店したことにより、客層が変わり、自店を使う人が減った。
- ・酒飯店です。決算的には微増しているがその要因は物価上昇によるものと推定。

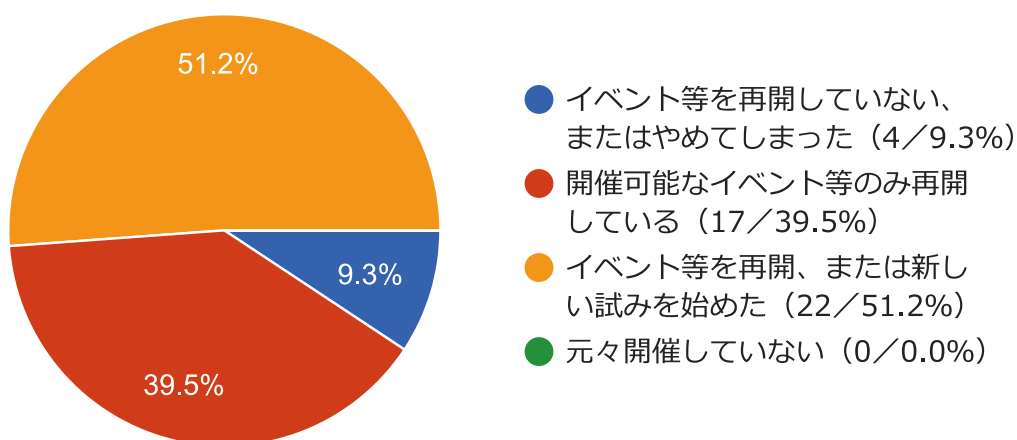
[増えた]

- ・販路の拡大をはかり、その効果があったため。
- ・商品の単価を上げ、客単価がアップしたため。
- ・寝具販売修理 同業者の廃業により広範囲から集客できるような対応をすすめていること。またキャッシュレス化による単価アップと集金業務の簡素化、寝具店としてオールマイティーな対応ができるていること。
- ・客数はほぼ変わらないが、客単価を変えるように仕向け、うまくいった。
- ・電気工事。リフォームが増えた。材料が高騰しているが改修する方が増えた。

5-1. 商店街イベント等は、コロナ禍以前と比べてどうしていますか？

43 件の回答

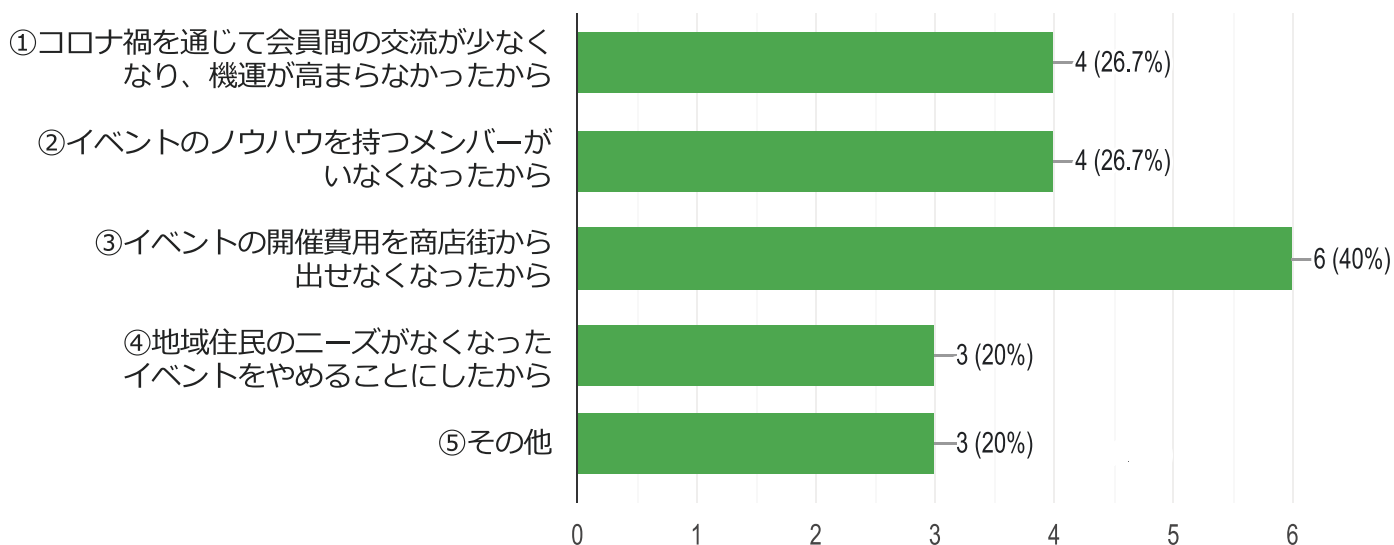
◆「イベント等を再開、または新しい試みを始めた」が最も多く、51.2%だった。



5-2. 前項目で「再開していない、やめてしまった」または「開催可能なものだけ」と答えた方にお聞きします。その理由はなぜですか？

15 件の回答

◆「イベントの開催費用を商店街から出せなくなったから」が最も多く、40.0%だった。



[その他の内容]

- ・一部イベントが会員の承認が得られなかったため。(子供向け餅つき体験)
- ・運営能力(人員)の低下
- ・会員の高齢化

5－3．あなたの商店街で、コロナ禍以後に始めた新しい試みやイベント等がありましたら、その効果も含めてお書きください。

30 件の回答

◆お客向けのイベントとして、様々なものが挙げられた。

[自店や商店街会員向け]

- ・LINEやBandなどの通信手段の登録をお願いしたこと
- ・経費も抑えて、キャッシュレス決済を新規導入する店舗も2つ増えた。
- ・お店情報のIT発信を始めたばかり、効果は今後計測いたします。

[お客向けのイベント]

- ・paypayのポイント還元イベント(同意見2件)
- ・「七夕夜市」から「七夕子供まつり」に形態を変えた。
- ・費用をどれだけかけるかにもよるが、人の集まるニーズはある。
- ・コロナ禍中もイベントは継続していましたが、新たな試みとして抽選会をイベント時に行うようにしております。会場の雰囲気も盛り上がるのでイメージの向上につながっていると考えます。
- ・まちなか本箱。ネット情報ではなく、紙媒体でのつながりを求める方が増えている。
- ・商店街プロレスと例年の夏祭りを合同開催した、会場設営費の節減になった
- ・市や自治会と組んで助成金をもらい、緑と花による地域活性化に取り組んでいる。
- ・2023年春から始めたマーケットの手ごたえがある
- ・プレミアム商品券事業
- ・シェアショップの実施。継続の声が多かったが借主が決まりシャッターを減らせた(1店舗ですが)。子供向けハロウィン(お菓子配布)は大人もついてくるので商店街を知ってもらうきっかけになった。
- ・飲食店の加入が増加した事で、飲食店側から提案があり、商店街初のミュージックフェスを展開したところ、多くの来場者で賑わい、新たな文化の可能性を感じる結果となった。商店街としては、若者を巻き込むイベント展開ができたことで、ターゲット層の開拓に繋がり、若者としてはイベントを通して、商店街を知るキッカケに繋がっている。
- ・脱炭素を目的とした、アルミ缶の回収
- ・X、インスタ、TikTokを始めた。効果は皆無。フォロワーが少ない
- ・県のプレミアム商品券事業の活用、貯めたポイントで1.5～10倍の金券に交換できるイベントですが、どちらの集客やリピート効果に繋がっている
- ・7月に開催していた夏祭りを9月に延期して開催するようになり、スムーズにできるようになった。
- ・キッズまつり、清掃活動を兼ねた防犯パトロール

6. その他、あなたの商店街で、コロナ禍以後に起こった変化で商店街が影響を受けていることがありましたらお書きください。

22 件の回答

◆消費者が物価高騰の影響を受け、それが商店街のお店に影響を及ぼすということなどが挙げられた。

- ・金融機関の店舗撤退により利便性が悪くなった。
- ・駅周辺はインバウンド客が増えているというが、まちなかへの回遊はほぼみられない
- ・特にありません・大型商店の撤退に伴う、建物の解体により有力な商業施設が減ってしまったこと。
- ・市外県外からの来街者減少
- ・やはり食品や生活必需品、電気&ガス等の値上げにより年金生活者の財布の紐が非常に硬くなりこの影響がかなりあります。(同意見3件)
- ・若い世代のお客が増えている
- ・閉店時刻を早めたら顧客の引き始める時間がさらに早くなってしまった
- ・再開発の遅れなど、商店街を取り巻く環境の変化
- ・商店会の主要会員が廃業し、運営全般に影響を受けている
- ・営業時間の変化で夕方以降は眠りにについているので、若い利用者や観光客から何もない商店街と言われることが増えた。
- ・従前のイベント(近隣公園でのさくらまつり)再開においては かつてない程の賑わいがありました。一気に商店街も元気を取り戻したいところです。

総括

◆景況感については「どちらともいえない」が最も多く、44.2%だったが、次点が「やや良くなった」で、30.2%だった。

◆コロナ禍前との人出の比較は「コロナ禍前とほぼ変わらない」が最も多く、34.9%で、次点が「人が出る時間帯が変わった」で、32.6%だった。その理由として考えられることとしては「お客のライフスタイルが変わって、商店街に来なくなったから」などが挙げられており、着実に街に変化が現れていることが分かる。

◆商店街の会員数については「コロナ禍前とほぼ変わらない」が最も多く58.1%だった。

◆商店街会員が減っているという方の理由は「コロナ禍をきっかけに会員のお店が廃業したから」が最も多く、38.5%であり、廃業が無視できない状態にあることが分かる。

◆また、会員数が変わらないという方の理由は、退会する会員と、新規加入の会員が同数ぐらい、など、新陳代謝が進んでいることなどが挙げられた。

◆お店についての売上は「減った」が最も多く、51.2%で、その要因については客数が減少しているという声も多く、様々な意見が寄せられた。

◆商店街イベント等は「イベント等を再開、または新しい試みを始めた」が最も多く、51.2%だった。しかしイベントを出来ていない商店街からは、「イベントの開催費用を商店街から出せなくなったから」という声も多く、資金面での難しさがあることが分かった。