

## 4 商店街活性化へ向けての検討

### 4-1 区内商店街の全体像と課題

#### ①「恵まれた経営環境」と「悲観的傾向」との大きな落差

商店街調査と商店調査からは「悲観的傾向」が強く見られる。

たとえば、次のような点である。

- ・商店街の今後の見通しは、ほとんどが現状維持か衰退傾向で、「かなり発展」は2.1%、「まあまあ発展」は10.5%に留まる。
- ・商店の今後の経営方針は、「現状を何とか維持したい」が過半を占めているが、これ以外では「積極的な事業展開を図っていききたい」(20.8%)と「廃業を考えている」(16.9%)との明暗の二極分化傾向がうかがえる。スーパーやコンビニでは積極展開が廃業を大幅に上回るが、生鮮三品や他の食品小売は廃業が積極展開を上回っている。
- ・商店の今後の見通しは、「かなり発展」と「まあまあ発展」とを合わせても14.7%に留まり、衰退見通しの傾向が強い。特に一般小売店やサービス業にその傾向がより強くみられる。

しかし「3-1 区内商店街を取り巻く経営環境の概況」で明らかにしたように、区内商店街の経営環境は、他地域と比べると「恵まれた経営環境」に置かれていることが明瞭である。一方で、そのような経営環境を活かしきれずに、23区の中でも最大級の区外流出（消費量）を招いている事実も明らかになった。このことが、結果的に「悲観的傾向」を強く促していると思われる。

この落差をいかに埋めるかが、商店街振興の重要なテーマである。商店街組織、それを構成する個店ともに、この大きな落差を自己確認し、今後へ向けてモチベーションを上げ行動力を強めていく誘導方策が非常に重要と考えられる。

#### ②最大の宝モノは圧倒的多数の「商店街応援区民」の存在

前記の「経営環境調査」と後述する「消費者調査」からは、多くの「可能性」を抽出することが出来た。「経営環境調査」では前述の「恵まれた経営環境」が大きな可能性を示唆するものである。また、「消費者調査」では、商業者にとって「宝モノ」とも言うべき可能性を見出すことが出来た。それは次のような点である。

- ・今後とも区内商店街に頑張ってもらいたいと思うかという問いかけに対して「そう思う」が80.7%と大部分を占め、消費者の商店街への思いは強いものがあるとみられる。年齢別にみても、頑張ってもらいたいと思う層はどの年齢階層にも多く、注目すべき結果となっている。
- ・区内商店街に頑張ってもらいたいと思う理由としては、「まちの活気がなくなるから」と「商店街の生き生きした姿が本来のまちだと思ふから」とが抜きん出て多く、商店街がまちの中の重要な要素として強く位置づけられていること

が、如実に現われた結果となっている。

- ・さらに進めて、商店街への応援という点では、「なるべく地元で買物をしたい」が 64%、「何とか応援していきたい」が 44.8%となっており、この両者が抜きん出て多い。

このような「宝モノ」を的確に区内商店街や商店に伝えていくことが、前記の「大きな落差」を埋めて、今後へ向けてのモチベーションを高めていく大きな材料となり得る。

更に言えば、商店街のさびれは、地域社会のさびれに通じる（全国の商店街のさびれ方とその地域社会の荒廃の仕方は厳しい教訓となる）。このような宝モノ発見を契機にして、商店街は単に物を売り買いする場所ではなく地域社会の縮図・顔であるという認識を地域全体が共有し、安心・快適生活を担う多様な選択肢のあるまちのシンボルとして、区民が商店街を大切に思い、商店街を構成する個店を大切に作る方向へ、本格的に舵を取ることが出来るかどうか問われていると言える。

### ③甚大な規模格差・動向格差・意識格差

しかしながら、今回の各調査結果を整理してみると、商店街の存在態様は一様でなく、甚大な格差が見られることも確かである。その具体的内容を以下に列挙したい。

#### ○甚大な規模格差の広がり

区内商店街では、これまで隣接する商店街同士が合体して一つの組織に生まれ変わる動きが見られた。その結果、200 人近い会員を擁する大型商店会が出現する一方、10 人に満たない極小サイズの商店会も存在するなど、商店街組織の規模に大きな格差が生じている。現在、そのひずみやきしみが見られ、大型商店街では共同歩調が取れない、小型商店街では商店街活動が困難、などの問題が深刻化してきている。

「3-2 区内商店街現地調査による評価結果」で明らかにしたように、活気ある駅周辺の商店街と、駅から離れた住宅街の寂れた商店街の存在も、一つには甚大な規模格差の広がりが原因していると言える。

#### ○立地条件の良い商店街のチェーン店化や飲み屋街化と、立地条件の悪い商店街の寂れを象徴する空き店舗群

鉄道駅に近接して立地条件の良いと見られる商店街では、空き店舗が発生してもすぐ埋まる状態が見られるものの、入居テナントはチェーン店や飲食店（飲み屋が多い）が大半を占める状況がうかがえる。一方、駅から離れた住宅街に位置する立地条件の良くない商店街では、「寂れ」を象徴するような老朽化した空き店舗が目立つ。区内商店街の動きが、一方は多様性を失う方向、他方は寂れる方向へ、次第にシフトしていくといった危険な徴候がうかがえる。

商店街アンケート調査では、前者（チェーン店化）については、チェーン店規制の対策が「必要」との意見は 23.3%で、大半が「何とも言えない」との回答になっており、チェーン店化対策の取り組みの難しさを示唆している。後者については、次項で述べる「限界商店街」の問題にまで至っている。

#### ○商店街活動への意識格差の広がり（組織と個店との溝）

また、商店街活動に対する商店会組織と個店との考え方の違いもその溝を広げている傾向がうかがえる。それは次のような点に見ることが出来る。

今後とも商店街の活動や事業は重要だと思うかとの問いかけに対して、「非常に重要である」が商店街の回答では 45.5%に対して、個店の回答は 24.8%に留まる。逆に「それほど重要だとは思えない」が商店街 9.1%に対して個店 23.1%と、かなりの差が見られる。すなわち、商店街の組織活動へのパワーの差が広がっていることがうかがえる。

以上に述べた格差を前にして、もはや一様な商店街対策には大きな疑問符がついてくる。よりきめの細かい対策、商店街格差を前提としたピンポイント対策の方向が必要とされる段階に至っているように思われる。

さらに言えば、商店街対策を重点的に絞る一方で、個店対策やグループ対策にも比重を強めるといった方向も必要となろう。

#### ④練馬区という地域の独自性が産み出した「限界商店街」の多さとその対応課題

本調査では、かつてない試みとして、区内全商店街の現地観察調査による評価を行った。この詳細結果は、「3-2 区内商店街現地調査による評価結果」で掲げたとおりである。

ここでは、区内商店街を「ランク 1」から「ランク 5」までの 5 段階で評価した。その結果、商店街の体を成していないと判断できる「ランク 1」が約 1/4、それに近い寂れた商店街である「ランク 2」がやはり約 1/4 を占め、区内商店街のほぼ半数はある程度の商店街機能をほとんど備えていない状況で、消費者から見ると「寂れた商店街」として存在していることになる。

これら商店街のうち、特定業種の個店数軒のみが「生き残っている」ような商店街を多く見出すことになった。これら数軒の業種は、他地域では既に淘汰の波に吞まれて姿を消した業種がほとんどである。このような商店街をここでは「限界商店街」と称する。

「限界商店街」とは次のような傾向を持っている。

- ・「限界商店街」は駅からかなり離れた住宅街の中に存在する。
- ・その特定業種としては、次のような業種が挙げられる。これらのうちの数軒が、点在したり寄り集まっている。

電気店、酒店、米店、たばこ店、パン店、文具店、ふとん店、和菓子店、自転車店、寿司店、そば店、理髪店、クリーニング店

（※下線のついた業種の個店は他地域では見ることの少ない希少な業種）

- ・これら業種の特性として、次のように整理できそうである。

\*修理を必須とする業種～電気店、自転車店

\*持ち運びが重い必需品～酒店、米店、ふとん店

\*身近に無くては困る嗜好品～たばこ店、和菓子店、パン店

\*身近に無いと困る生活必需サービス～理髪店、クリーニング店

\*高齢者の外食を代替する出前店～寿司店、そば店

\*小中学校近辺に不可欠な店～文具店

・ただし生鮮三品は生き残っていない。また、下町型の商店街に多い惣菜店がほとんど見られない。当然のことながら全ての業種店がチェーン店ではない。

この「限界商店街」を成立させている練馬区の独自性として、次の点が指摘できる。

・膨大なボリュームの住宅街を抱えている。その中には高齢消費者がかなり存在する。

・駅から遠く、かつ道路条件が非常に悪く、少し広い道路は交通量が多く、遠出して買物するにはかなり危険かつ億劫な環境下にある。

・ひょっとしたらコンビニエンスストア 1 軒で足りてしまうかも知れない業種も少なくないが、コンビニさえも膨大な住宅地をカバーしきれない。

・基本的な生活様式が「山の手」で「下町」の性格が比較的薄い。

このような「限界商店街」の多さが、振興策の方向そのものに大きな課題を投げかけることになる。それは、前述の「格差」による一様な振興策の困難性という側面とは別に、次のような深刻な問題を提示することになる。

膨大な住宅街の生活を支える「限界商店街」現象として捉えると、これらの特定業種個店がなくなることは、膨大な住宅街の生活を困難にさせる恐れが強いという点である。ここにこそ、練馬区独自の店舗継承の課題がある。

個店の後継者不足や不在の問題は練馬区に限った問題ではないが、これら「限界商店街」の個店の消滅は、区民のかなりの部分の生活の困難性を大きくしていく恐れが強いと言えよう。

#### ⑤はっきり見えてきた「地域社会との交流・連携」が共通の方向

アンケート調査では、商店街、商店、消費者の三者に共通の質問項目を設けた。その一つが「商店街にとって、今後重要になりそうなキーワードは何か」という質問である。その回答には三者共通の傾向が明瞭に見られ、三者とも「高齢者対策」と「地域交流」が上位1位・2位を占めた。

また同様に、「区の商店街支援策の方向について、どのように思うか」という質問に対して、「地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ」が三者とも1位か2位となった（商店街1位、商店2位、消費者1位）。

すなわち、商店街振興の今後の方向は、地域社会との交流・連携が商業者、消費者ともに共通の方向であることがはっきり見えてきたと言える。

「その心」は、主として商業者は生き残り対策、消費者はコミュニティ崩壊対策にあるのではないかと考えられる。

そこからさらに見えてくるのは、「区民を支えている商店街」と「商店街に頑張ってもらいたい区民」の両方向の姿である。これらの姿を相互に見えやすくかつわかりやすくするとともに、その動きを糾合してマッチングしていく役割が、商店街振興策に求められていると解する。

## 4-2 商店街活性化へ向けての方策（提案）

### ①まず、練馬という地域の可能性を商業者にPRして熟知してもらうことから

まず必要なことは、練馬という地域の「恵まれた経営環境」や「宝モノ資源」を、区内の商業者に十分浸透するまで徹底してPRして自己確認作業を誘発し、商業者の多くに見られる「悲観」「消極」「後ろ向き」の傾向を可能な限り打破していく必要がある。

そのためには、わかりやすい「練馬商業環境マップ」や「練馬商業資源集」などのツールを用意するとともに、それを元に議論していく「場」を確保していく必要がある。区内商業者の「練馬の可能性」についての自己確認作業が商店街活性化の出発点である。

### ②「顔の見える商店街サポーター」のシステム化

もはや商店街活性化は、当事者である商業者だけに過重な期待はかけられない状況にある。よって、商業者にとって最大の宝モノである圧倒的多数の心情的な「商店街応援区民」を表舞台に登場してもらい、「顔の見える商店街サポーター」となって活躍してもらうための方策を提案したい。

ただ、このような試みはこれまでにほとんど例が無い。(ある区で試みた例はあるが、持続力不足で中途半端に終わっている。)

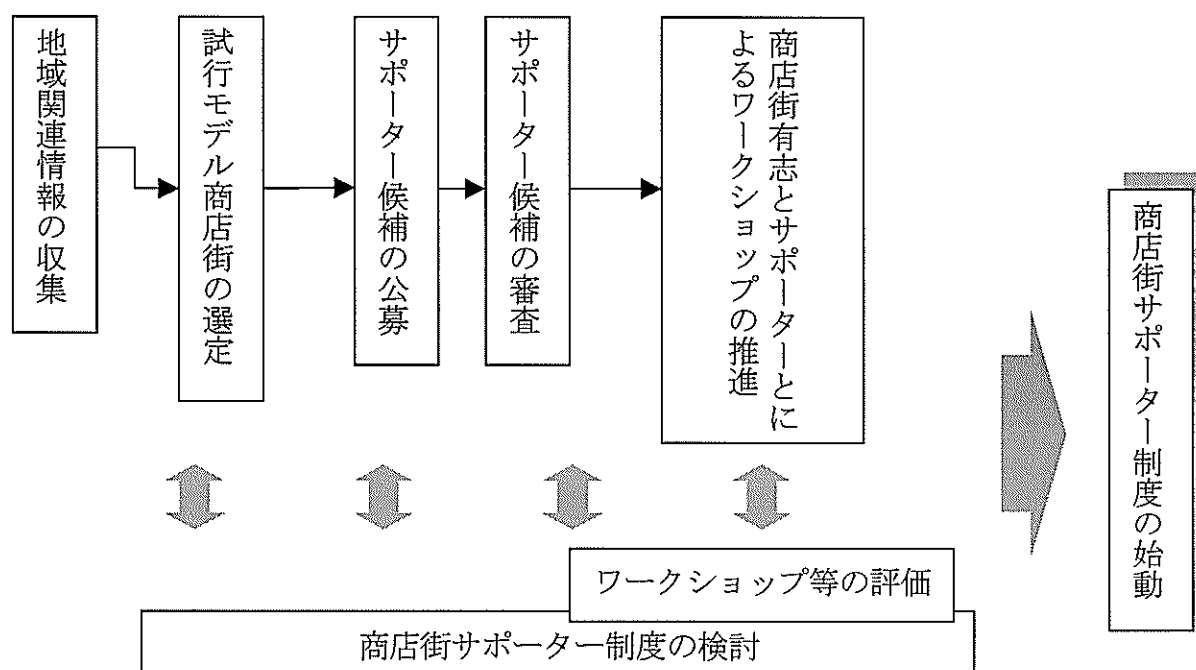
その実現のためには、システムのあり方を十分検討するとともに、その実効性等を検証するために、先行的モデル的な試行を行う必要がある。

具体的に実施すべき方策を以下に掲げる。

#### ②-1 顔の見える商店街サポーター制度への試行

商店街サポーターの公募・審査・選定の方法、付与する特典の考え方など、先行的試行を踏まえ、十分な検討・議論を踏まえて制度を構築していく必要がある。

また、商店街サポーター制度の実現可能性や実効性を検証するために、並行して、次図のような評価検討作業を行う必要がある。



## ②-2 商店街サポーターによる様々な実践活動の場の提供

前記の試行を踏まえて商店街サポーター制度が本格的に始動すれば、商店街サポーターによる様々な活躍の場を用意して、その持つ可能性を最大限に活かしていく必要がある。

たとえば、商店街の高齢者対策事業や子育て支援事業などの企画やご意見番、さらには商業イベントや商業人材育成への参画などが考えられる。

これらサポーターの実践例や制度のPRを積極的に行うことで、他地区商店街へのサポーター制度の波及展開を誘発していくことが期待される。

## ②-3 商店街と地域社会との交流・連携のコーディネート役への発展へ

さらにその発展形として、当該商店街と地域社会との様々な交流・連携のコーディネート役として、地域全体の活性化に寄与していくとともに、地域が地元商店街をまちのシンボルとして応援していく広範な地域応援団形成のコーディネート役としての役割が期待される。それは、「区民が商店街を支える時代」のリーダー的存在としての役割でもある。

既述したように、全般的に見て、商店街自らの活力ある行動力に大きくは期待しにくい状況にあるからこそ、刺激的な商店街サポーターの活躍が切望される。

## ③「限界商店街」へのピンポイント対策

前述した「限界商店街」は、膨大な住宅集積地を抱える練馬区の縮図とも言える。このような数軒の個店が対応してきた商業機能は、常識的にはたとえばコンビニ1軒でカバー出来る業種も含まれていると思われるが、電器店、自転車店、ふとん店、理髪店などはカバー出来ないし、コンビニが進出できるような条件（道路条件、種地等）を備えていない。ここが「限界」の所以である。

「限界商店街」は、住宅都市・練馬の区民生活をギリギリのところで支えている代替困難な商業機能と見ることが出来る。

これら個店も、当然のことながら後継者不在で高齢化が進んでおり、早晚、消滅していく恐れが強い。市場経済の原理に任せていても、大型店もコンビニも代替しきれない貴重な商業機能である。ただし、これら個店は膨大な周辺住宅地に居住する相当数の顧客を抱えているためか、個店に元気が感じられる場合が多かった（現地調査による印象）。

今回の調査では、個店それぞれの実情にまで踏み込むことは出来なかったが、今後の対応として、次のような二つの方向の方策が考えられる。

### ③-1 「居抜き」貸し店舗への誘導

- ・「限界商店街」を構成する数軒の個店の実情調査を踏まえた上で、商店継承の課題と可能性を明らかにする。
- ・可能性として考えられるのは、基礎的な固定的・定量的顧客の存在が見込めるので、「顧客の譲り渡し」などを前提とした「居抜き」貸し店舗への誘導である。「顧客の譲り渡し」については、個別の顧客リストを譲渡するだけでなく、個別の顧客に丁寧に新規継承者を紹介して信頼関係をも継承することを含む。

- ・継承の際、「居抜き」貸しに必要となる改装費や契約手続き、良き継承者の紹介などについてのオーナー側に対する支援、並びに賃料負担や初働期資金手当などのテナント側に対する支援、等々については公的な助成策を用意する必要がある。

注) 居抜きとは

店舗や工場などの設備、什器備品などを設置したままの状態ですぐに売買・賃貸することを居抜き物件と言う。

### ③-2 空き店舗を活用する

- ・「限界商店街」を構成する個店のほとんどが住宅付き店舗で、「居抜き」貸し店舗にすることにオーナー側の心理的抵抗が大きいことが予想される。従って、当該商店街内の空き店舗を活用して、新規継承者の店舗経営の受け皿とする。
- ・即ち、地域限定+業種限定の空き店舗対策事業とすることで、「居抜き」貸し店舗に比べて新規継承者の候補にNPOなどの組織も対象としやすくなる。  
(NPOによる空き店舗事業の成功例は多い。)

膨大な住宅地を背後に抱える「限界商店街」だからこそ、新規継承者（テナント）は顧客拡大の可能性が十分ある。また、テナント側に対する助成策次第では、テナント誘致の可能性は広がるのではないだろうか。

参考までに他地域では、商店継承策として後継者募集店舗と店舗継承希望者を募集・審査して双方のマッチングを行う「市井の名店継承事業」（横浜市）や、あるいは廃れ行く伝統工芸技能の伝承のために職人修業期間中の給料の一部や昼食代・家賃の生活費を支給する「伝統工芸職人弟子入り支援事業」（葛飾区）などの例が見られる。

「限界商店街」の果たしていると見られる商業機能の重要な役割を的確に評価した上で、ピンポイントの重点的支援策の可能性を検討する必要があるだろう。

いずれにしても、商店街振興策は、もはや一律・一様の策は意味を持ちにくい状況にきている。また、商店街組織に偏重した振興策も、組織そのものの有り様や格差拡大のため、総合的な効果に限界が見えてきている。商店街組織対策のほかに、個店対策、オーナー対策、テナント対策、グループ対策など、個別の事情に応じたきめの細かい柔軟な支援策が求められている。

商店街は全般的に行政依存志向の強さからなかなか脱却出来ない状況があり、また市場経済の動きに任せることが非常にリスクの高い不安な要素を強めているといった厳しい状況がある。こと商店街対策については、地域コミュニティの崩壊や地域福祉をも視野に入れた、より強力な危機意識の高い行政指導的動きが必要とされる時代に突入しているのではないだろうか。

# < 資 料 編 >





# 1 アンケート調査集計表

## <商店街アンケート調査>

### (1) 商店街の会員数

(件数)	20人未満	20～39人	40～59人	60～79人	80～99人	100人以上	合計
全体	18	28	23	13	10	6	98
法人	0	0	2	3	3	3	11
任意団体	18	28	21	10	7	3	87
(%)	20人未満	20～39人	40～59人	60～79人	80～99人	100人以上	合計
全体	18.4	28.6	23.5	13.3	10.2	6.1	100.0
法人	0.0	0.0	18.2	27.3	27.3	27.3	100.0
任意団体	20.7	32.2	24.1	11.5	8.0	3.4	100.0

### (1) 商店街専用事務所の有無

(件数)	あり	なし	合計
全体	11	86	97
法人	6	5	11
任意団体	5	81	86
(%)	あり	なし	合計
全体	11.3	88.7	100.0
法人	54.5	45.5	100.0
任意団体	5.8	94.2	100.0

### (1) 商店街専従職員の有無

(件数)	あり	なし	合計
全体	5	86	91
法人	4	6	10
任意団体	1	80	81
(%)	あり	なし	合計
全体	5.5	94.5	100.0
法人	40.0	60.0	100.0
任意団体	1.2	98.8	100.0

### (2) 商店街の立地状況

(件数)	駅前	駅近辺	駅から離れた住宅街	駅から離れた幹線道路沿い	その他	合計
全体	17	32	31	13	4	97
法人	5	4	1	1	0	11
任意団体	12	28	30	12	4	86
(%)	駅前	駅近辺	駅から離れた住宅街	駅から離れた幹線道路沿い	その他	合計
全体	17.5	33.0	32.0	13.4	4.1	100.0
法人	45.5	36.4	9.1	9.1	0.0	100.0
任意団体	14.0	32.6	34.9	14.0	4.7	100.0

### (3) 商店街の組織活動

(件数)	活発	普通	活発ではない	合計
全体	12	54	32	98
法人	2	8	1	11
任意団体	10	46	31	87
(%)	活発	普通	活発ではない	合計
全体	12.2	55.1	32.7	100.0
法人	18.2	72.7	9.1	100.0
任意団体	11.5	52.9	35.6	100.0

### (4) 青年部の活動

(件数)	活発に活動している	たまに活動	ほとんど活動していない	組織がない	合計
全体	9	8	9	72	98
法人	1	2	2	6	11
任意団体	8	6	7	66	87
(%)	活発に活動している	たまに活動	ほとんど活動していない	組織がない	合計
全体	9.2	8.2	9.2	73.5	100.0
法人	9.1	18.2	18.2	54.5	100.0
任意団体	9.2	6.9	8.0	75.9	100.0

### (5) 女性部の活動

(件数)	活発に活動している	たまに活動	ほとんど活動していない	組織がない	合計
全体	5	17	5	71	98
法人	0	2	1	8	11
任意団体	5	15	4	63	87
(%)	活発に活動している	たまに活動	ほとんど活動していない	組織がない	合計
全体	5.1	17.3	5.1	72.4	100.0
法人	0.0	18.2	9.1	72.7	100.0
任意団体	5.7	17.2	4.6	72.4	100.0

## (6) 商店街の景況

(件数)	繁栄している	やや繁栄	停滞	やや衰退	衰退している	合計
全体	0	11	36	27	24	98
法人	0	2	4	3	2	11
任意団体	0	9	32	24	22	87
(%)	繁栄している	やや繁栄	停滞	やや衰退	衰退している	合計
全体	0.0	11.2	36.7	27.6	24.5	100.0
法人	0.0	18.2	36.4	27.3	18.2	100.0
任意団体	0.0	10.3	36.8	27.6	25.3	100.0

## (7) 商店街の今後の見通し

(件数)	かなり発展が見込めそう	まあまあ発展が見込めそう	現状維持	やや衰退していくだろう	かなり衰退していくだろう	合計
全体	2	10	34	28	21	95
法人	1	3	5	1	1	11
任意団体	1	7	29	27	20	84
(%)	かなり発展が見込めそう	まあまあ発展が見込めそう	現状維持	やや衰退していくだろう	かなり衰退していくだろう	合計
全体	2.1	10.5	35.8	29.5	22.1	100.0
法人	9.1	27.3	45.5	9.1	9.1	100.0
任意団体	1.2	8.3	34.5	32.1	23.8	100.0

## (8) チェーン店の進出傾向

(件数)	非常に多い	やや多い	それ程ではない	一軒もない	合計
全体	11	31	34	18	94
法人	3	4	4	0	11
任意団体	8	27	30	18	83
(%)	非常に多い	やや多い	それ程ではない	一軒もない	合計
全体	11.7	33.0	36.2	19.1	100.0
法人	27.3	36.4	36.4	0.0	100.0
任意団体	9.6	32.5	36.1	21.7	100.0

## (8-1) チェーン店における商店街活動の協力状況

(件数)	協力的である	まあまあ協力的	それ程協力的ではない	非協力的である	合計
全体	1	28	28	21	78
法人	1	4	2	4	11
任意団体	0	24	26	17	67
(%)	協力的である	まあまあ協力的	それ程協力的ではない	非協力的である	合計
全体	1.3	35.9	35.9	26.9	100.0
法人	9.1	36.4	18.2	36.4	100.0
任意団体	0.0	35.8	38.8	25.4	100.0

## (8-2) チェーン店規制のための対策の是非

(件数)	必要だ	必要ではない	何とも言えない	合計
全体	20	9	57	86
法人	2	0	9	11
任意団体	18	9	48	75
(%)	必要だ	必要ではない	何とも言えない	合計
全体	23.3	10.5	66.3	100.0
法人	18.2	0.0	81.8	100.0
任意団体	24.0	12.0	64.0	100.0

## (9) 商店街におけるパソコンの導入状況

(件数)	導入している	会員の店で肩代わりして活用している	導入していない	合計
全体	12	14	69	95
法人	6	1	4	11
任意団体	6	13	65	84
(%)	導入している	会員の店で肩代わりして活用している	導入していない	合計
全体	12.6	14.7	72.6	100.0
法人	54.5	9.1	36.4	100.0
任意団体	7.1	15.5	77.4	100.0

## (9-1) 商店街におけるパソコンの利用状況～複数回答

(件数)	会員・会費・財務管理に利用	顧客情報管理システムの利用	電子メールの利用	インターネットによる情報の収集	商店街のホームページ開設	その他	合計	母数
全体	16	1	3	6	17	3	46	26
法人	5	1	1	2	6	1	16	7
任意団体	11	0	2	4	11	2	30	19
(%)	会員・会費・財務管理に利用	顧客情報管理システムの利用	電子メールの利用	インターネットによる情報の収集	商店街のホームページ開設	その他	合計	母数
全体	61.5	3.8	11.5	23.1	65.4	11.5	176.9	100.0
法人	71.4	14.3	14.3	28.6	85.7	14.3	228.6	100.0
任意団体	57.9	0.0	10.5	21.1	57.9	10.5	157.9	100.0

## (10) 地域住民・団体等との連携の有無

(件数)	ある	ない	合計
全体	36	39	75
法人	6	3	9
任意団体	30	36	66
(%)	ある	ない	合計
全体	48.0	52.0	100.0
法人	66.7	33.3	100.0
任意団体	45.5	54.5	100.0

## (10-1) 連携の相手～複数回答

(件数)	町会	PTA	NPO	その他	合計	母数
全体	30	6	7	5	48	36
法人	3	1	3	2	10	6
任意団体	27	5	4	3	41	30
(%)	町会	PTA	NPO	その他	合計	母数
全体	83.3	16.7	19.4	13.9	133.3	100.0
法人	50.0	16.7	50.0	33.3	166.7	100.0
任意団体	90.0	16.7	13.3	10.0	136.7	100.0

## (10-1) 地域住民・団体等との連携の内容

(件数)	イベント	祭事	福祉・健康・医療活動	防災活動	防犯活動	環境保全活動	教育活動	その他	合計
全体	27	37	3	19	20	9	3	4	122
法人	5	3	0	1	2	1	1	2	16
任意団体	22	34	3	17	18	8	2	2	106
(%)	イベント	祭事	福祉・健康・医療活動	防災活動	防犯活動	環境保全活動	教育活動	その他	合計
全体	75.0	102.8	8.3	52.8	55.6	25.0	8.3	11.1	338.9
法人	83.3	50.0	0.0	33.3	33.3	16.7	16.7	33.3	266.7
任意団体	73.3	113.3	10.0	56.7	60.0	26.7	6.7	6.7	353.3

## (10-1) 地域住民・団体等との今後の連携意向

(件数)	積極的に取り組んでいきたい	これまで通り	減らしていきたい	特に考えていない	合計
全体	19	50	2	20	91
法人	4	6	0	0	10
任意団体	15	44	2	20	81
(%)	積極的に取り組んでいきたい	これまで通り	減らしていきたい	特に考えていない	合計
全体	20.9	54.9	2.2	22.0	100.0
法人	40.0	60.0	0.0	0.0	100.0
任意団体	18.5	54.3	2.5	24.7	100.0

## (11) 現在の空き店舗数

(件数)	1店	2～4店	5～9店	10店以上	無し	合計	平均(店)
全体	18	27	15	8	23	91	3.0
法人	0	3	4	2	2	11	5.3
任意団体	18	24	11	6	21	80	2.7
(%)	1店	2～4店	5～9店	10店以上	無し	合計	
全体	19.8	29.7	16.5	8.8	25.3	100.0	
法人	0.0	27.3	36.4	18.2	18.2	100.0	
任意団体	22.5	30.0	13.8	7.5	26.3	100.0	

## (11-2) 空き店舗の増減

(件数)	増加した	変化なし	減少した	合計
全体	18	57	14	89
法人	3	6	2	11
任意団体	15	51	12	78
(%)	増加した	変化なし	減少した	合計
全体	20.2	64.0	15.7	100.0
法人	27.3	54.5	18.2	100.0
任意団体	19.2	65.4	15.4	100.0

## (11-3) 空き店舗の埋まり方

(件数)	短期間に埋まる	少し時間がかかる	長期間埋まらない	合計
全体	10	29	43	82
法人	1	6	4	11
任意団体	9	23	39	71
(%)	短期間に埋まる	少し時間がかかる	長期間埋まらない	合計
全体	12.2	35.4	52.4	100.0
法人	9.1	54.5	36.4	100.0
任意団体	12.7	32.4	54.9	100.0

## (11-4) 空き店舗が埋まる際の業種傾向・その1

(件数)	一般飲食店の進出	飲み屋の進出	美容院の進出	薬局の進出	その他の進出	特に業種の傾向は見られない	合計
全体	15	7	7	1	5	42	77
法人	2	3	2	0	0	4	11
任意団体	13	4	5	1	5	38	66
(%)	一般飲食店の進出	飲み屋の進出	美容院の進出	薬局の進出	その他の進出	特に業種の傾向は見られない	合計
全体	19.5	9.1	9.1	1.3	6.5	54.5	100.0
法人	18.2	27.3	18.2	0.0	0.0	36.4	100.0
任意団体	19.7	6.1	7.6	1.5	7.6	57.6	100.0

## (11-4) 空き店舗が埋まる際の業種傾向・その2

(件数)	チェーン店が多い	非チェーン店が多い	合計
全体	15	13	28
法人	3	2	5
任意団体	12	11	23
(%)	チェーン店が多い	非チェーン店が多い	合計
全体	53.6	46.4	100.0
法人	60.0	40.0	100.0
任意団体	52.2	47.8	100.0

## (11-5) 空き店舗が埋まらない理由～複数回答

(件数)	立地が悪い	家主との権利関係	都市計画等による改築の制約等	家賃が高い	店舗施設の老朽化	出店しても売上が見込めそうにない	来街者の減少	PR不足	その他	合計	母数
全体	19	12	4	12	21	40	31	4	6	149	73
法人	1	3	1	4	6	4	1	0	1	21	10
任意団体	18	9	3	8	15	36	30	4	5	128	63
(%)	立地が悪い	家主との権利関係	都市計画等による改築の制約等	家賃が高い	店舗施設の老朽化	出店しても売上が見込めそうにない	来街者の減少	PR不足	その他	合計	母数
全体	26.0	16.4	5.5	16.4	28.8	54.8	42.5	5.5	8.2	204.1	100.0
法人	10.0	30.0	10.0	40.0	60.0	40.0	10.0	0.0	10.0	210.0	100.0
任意団体	28.6	14.3	4.8	12.7	23.8	57.1	47.6	6.3	7.9	203.2	100.0

## (11-6) 空き店舗対策の実施

(件数)	実施している	していないが実施したい	実施したいと思わない	合計
全体	4	38	30	72
法人	1	5	3	9
任意団体	3	33	27	63
(%)	実施している	していないが実施したい	実施したいと思わない	合計
全体	5.6	52.8	41.7	100.0
法人	11.1	55.6	33.3	100.0
任意団体	4.8	52.4	42.9	100.0

(12) 商店街の抱える現在の問題～複数回答

(件数)	個店の後継者問題	商店街組織の人的問題	大型店の出店	空き店舗の増加	客の高齢化への対応の遅れ	来街者の減少	会員の意欲の低下	チェーン店の増加	商店街未加入店舗の増加	生鮮食品店の減少	再開発等による環境変化	駐輪場問題	治安の悪化	その他	合計	母数
全体	65	47	19	13	20	54	38	11	24	43	6	14	2	2	358	92
法人	9	8	2	2	2	5	4	1	4	5	0	0	2	0	48	11
任意団体	56	39	17	11	18	49	33	8	19	39	6	12	1	2	310	81
(%)	70.7	51.1	20.7	14.1	21.7	58.7	41.3	12.0	25.1	46.7	6.5	15.2	2.2	2.2	389.1	100.0
全体	81.8	72.7	18.2	18.2	18.2	45.5	45.5	27.3	45.5	36.4	0.0	18.2	9.1	0.0	436.4	100.0
法人	69.1	48.1	21.0	13.6	22.2	60.5	40.7	9.9	23.5	48.1	7.4	14.8	1.2	2.5	382.7	100.0
任意団体																

(13) 今後取り組みたい商店街事業～複数回答

(件数)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームベージュの開業・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スタンプ・ポイントカード	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランド化	PR活動の充実	人材育成	その他の事業	特にない	合計	母数
全体	41	28	13	23	14	8	10	4	25	10	10	2	19	17	2	22	248	93
法人	7	5	3	2	2	1	0	0	3	2	2	0	2	3	0	1	34	11
任意団体	34	23	10	21	12	7	10	4	22	8	7	2	17	14	2	21	214	82
(%)	44.1	30.1	14.0	24.7	15.1	8.6	10.8	4.3	26.9	10.8	10.8	2.2	20.4	18.3	2.2	23.7	266.7	100.0
全体	63.6	45.5	27.3	18.2	18.2	9.1	0.0	0.0	27.3	18.2	27.3	0.0	18.2	27.3	0.0	9.1	309.1	100.0
法人	41.5	28.0	12.2	25.6	14.6	8.5	12.2	4.9	26.8	9.8	8.5	2.4	20.7	17.1	2.4	25.6	261.0	100.0
任意団体																		

(14) 商店街にとって重要ななりそうなるキーワード～複数回答

(件数)	高齢者対策	子育て支援	環境・リサイクル	IT(情報技術)	防犯	防災	防犯	ご用聞き・宅配	フアッション	レトロ(なつかしさ)	アート	歴史・文化	緑・景観	地域ブランド	国際交流	その他	合計	母数
全体	66	20	14	10	19	24	24	20	1	8	3	3	12	10	35	1	246	86
法人	10	2	3	2	3	3	3	3	0	2	1	1	1	2	4	1	39	11
任意団体	56	18	11	8	13	21	21	17	1	6	2	2	8	31	0	2	207	75
(%)	76.7	23.3	16.3	11.6	18.6	27.9	27.9	23.3	1.2	9.3	3.5	3.5	14.0	40.7	1.2	3.5	286.0	100.0
全体	90.9	18.2	27.3	18.2	27.3	27.3	27.3	27.3	0.0	18.2	9.1	9.1	9.1	18.2	9.1	9.1	354.5	100.0
法人	74.7	24.0	14.7	10.7	17.3	28.0	28.0	22.7	1.3	8.0	2.7	2.7	14.7	10.7	41.3	2.7	276.0	100.0
任意団体																		

(15) 商店街活動や事業の重要性

(件数)	非常に重要である	ある程度重要である	それほど重要だとは思えない	合計
全体	40	40	8	88
法人	8	3	0	11
任意団体	32	37	8	77
(%)	非常に重要である	ある程度重要である	それほど重要だとは思えない	合計
全体	45.5	45.5	9.1	100.0
法人	72.7	27.3	0.0	100.0
任意団体	41.6	48.1	10.4	100.0

(15-1) 「それほど重要だとは思えない」理由～複数回答

(件数)	独自の活動が規制される	競争活力が阻害される	売上に結びつかない	その他	合計	母数
全体	5	1	8	5	22	8
法人	0	0	0	0	0	0
任意団体	5	1	8	5	22	8
(%)	独自の活動が規制される	競争活力が阻害される	売上に結びつかない	その他	合計	母数
全体	62.5	12.5	100.0	62.5	275.0	100.0
法人	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
任意団体	62.5	12.5	100.0	62.5	275.0	100.0

(16) 区の支援策の今後の方向～複数回答

(件数)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士の連携対策を重視すべきだ	やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
全体	40	34	28	35	20	10	24	3	194	86
法人	5	5	4	4	5	3	2	0	28	11
任意団体	35	29	24	31	15	7	22	3	166	75
(%)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士の連携対策を重視すべきだ	やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
全体	46.5	39.5	32.6	40.7	23.3	11.6	27.9	3.5	225.6	100.0
法人	45.5	45.5	36.4	36.4	45.5	27.3	18.2	0.0	254.5	100.0
任意団体	46.7	38.7	32.0	41.3	20.0	9.3	29.3	4.0	221.3	100.0

# <商店アンケート調査>

## (1) (3) 業種別・従業者規模別

(件数)	1人	2~3人	4~9人	10~19人	20人以上	合計
全体	567	902	443	152	106	2,170
スーパー	0	3	4	2	14	23
コンビニエンスストア	0	3	5	21	22	51
生鮮三品小売業	11	35	19	3	2	70
その他食品小売業	62	131	44	18	14	269
生活用品小売業	166	247	115	35	15	578
その他の小売業	25	32	28	10	2	97
飲食店	112	186	113	34	21	466
サービス業	167	212	67	19	12	477
不動産業	14	42	36	5	0	97
その他	10	11	11	5	4	41
(%)	1人	2~3人	4~9人	10~19人	20人以上	合計
全体	26.1	41.6	20.4	7.0	4.9	100.0
スーパー	0.0	13.0	17.4	8.7	60.9	100.0
コンビニエンスストア	0.0	5.9	9.8	41.2	43.1	100.0
生鮮三品小売業	15.7	50.0	27.1	4.3	2.9	100.0
その他食品小売業	23.0	48.7	16.4	6.7	5.2	100.0
生活用品小売業	28.7	42.7	19.9	6.1	2.6	100.0
その他の小売業	25.8	33.0	28.9	10.3	2.1	100.0
飲食店	24.0	39.9	24.2	7.3	4.5	100.0
サービス業	35.0	44.4	14.0	4.0	2.6	100.0
不動産業	14.4	43.3	37.1	5.2	0.0	100.0
その他	24.4	26.8	26.8	12.2	9.8	100.0

## (1) 商店街加盟の有無

(件数)	正会員	準会員	非加盟	合計
1人	224	18	296	538
2~3人	467	24	374	865
4~9人	224	3	185	412
10~19人	76	4	61	141
20人以上	47	4	45	96
(%)	正会員	準会員	非加盟	合計
1人	41.6	3.3	55.0	100.0
2~3人	54.0	2.8	43.2	100.0
4~9人	54.4	0.7	44.9	100.0
10~19人	53.9	2.8	43.3	100.0
20人以上	49.0	4.2	46.9	100.0

## (2) 営業年数

(件数)	1~5年	6~10年	11~20年	21~30年	31年以上	合計
1人	23	51	73	115	299	561
2~3人	31	63	91	140	570	895
4~9人	30	63	84	76	187	440
10~19人	16	36	39	24	36	151
20人以上	16	22	22	23	23	106
(%)	1~5年	6~10年	11~20年	21~30年	31年以上	合計
1人	4.1	9.1	13.0	20.5	53.3	100.0
2~3人	3.5	7.0	10.2	15.6	63.7	100.0
4~9人	6.8	14.3	19.1	17.3	42.5	100.0
10~19人	10.6	23.8	25.8	15.9	23.8	100.0
20人以上	15.1	20.8	20.8	21.7	21.7	100.0

## (4) 経営者の住まいの場所

(件数)	事業所と同一の建物内	同一町内の他の場所	練馬区内の他の場所	隣接区・隣接市	他の都内	都外	合計
1人	344	61	115	21	10	16	567
2~3人	531	119	147	50	23	28	898
4~9人	152	83	101	37	35	33	441
10~19人	25	17	51	17	21	16	147
20人以上	13	13	28	18	18	14	104
(%)	事業所と同一の建物内	同一町内の他の場所	練馬区内の他の場所	隣接区・隣接市	他の都内	都外	合計
1人	60.7	10.8	20.3	3.7	1.8	2.8	100.0
2~3人	59.1	13.3	16.4	5.6	2.6	3.1	100.0
4~9人	34.5	18.8	22.9	8.4	7.9	7.5	100.0
10~19人	17.0	11.6	34.7	11.6	14.3	10.9	100.0
20人以上	12.5	12.5	26.9	17.3	17.3	13.5	100.0



## (5) 後継者の有無

(件数)	後継者はいる物 内	事業を継がせた いが候補がいな い	自分一代限り で継がせるつも りはない	まだ考えていな い	合計
1人	33	60	361	110	564
2~3人	220	85	376	210	891
4~9人	192	41	61	137	431
10~19人	53	15	15	50	133
20人以上	51	2	8	28	89
(%)	後継者はいる物 内	事業を継がせた いが候補がいな い	自分一代限り で継がせるつも りはない	まだ考えていな い	合計
1人	5.9	10.6	64.0	19.5	100.0
2~3人	24.7	9.5	42.2	23.6	100.0
4~9人	44.5	9.5	14.2	31.8	100.0
10~19人	39.8	11.3	11.3	37.6	100.0
20人以上	57.3	2.2	9.0	31.5	100.0

## (6) 土地・建物所有形態

(件数)	土地・建物を自 社または個人で 所有	土地は借地、建 物は所有	賃貸の建物に入 居	その他	合計
1人	305	35	200	7	547
2~3人	504	46	317	11	878
4~9人	203	16	204	9	432
10~19人	41	7	87	8	143
20人以上	29	8	61	5	103
(%)	土地・建物を自 社または個人で 所有	土地は借地、建 物は所有	賃貸の建物に入 居	その他	合計
1人	55.8	6.4	36.6	1.3	100.0
2~3人	57.4	5.2	36.1	1.3	100.0
4~9人	47.0	3.7	47.2	2.1	100.0
10~19人	28.7	4.9	60.8	5.6	100.0
20人以上	28.2	7.8	59.2	4.9	100.0

## (7) チェーン店か否か

(件数)	チェーン店	チェーンではな いが支店	チェーンではな いが本店	単独店	合計
1人	11	13	5	519	548
2~3人	24	38	21	790	873
4~9人	47	37	34	313	431
10~19人	65	21	22	41	149
20人以上	63	11	12	16	102
(%)	チェーン店	チェーンではな いが支店	チェーンではな いが本店	単独店	合計
1人	2.0	2.4	0.9	94.7	100.0
2~3人	2.7	4.4	2.4	90.5	100.0
4~9人	10.9	8.6	7.9	72.6	100.0
10~19人	43.6	14.1	14.8	27.5	100.0
20人以上	61.8	10.8	11.8	15.7	100.0

## (8) 商店の景況

(件数)	好調	やや好調	停滞	やや後退	後退	合計
1人	1	32	80	110	321	544
2~3人	5	38	193	224	411	871
4~9人	17	78	117	116	98	426
10~19人	6	32	50	38	23	149
20人以上	5	27	37	20	15	104
(%)	好調	やや好調	停滞	やや後退	後退	合計
1人	0.2	5.9	14.7	20.2	59.0	100.0
2~3人	0.6	4.4	22.2	25.7	47.2	100.0
4~9人	4.0	18.3	27.5	27.2	23.0	100.0
10~19人	4.0	21.5	33.6	25.5	15.4	100.0
20人以上	4.8	26.0	35.6	19.2	14.4	100.0

## (9) 日用営業の有無

(件数)	毎週営業してい る	営業していない	営業日とそうで ない日とがある	合計
1人	267	191	82	540
2~3人	488	294	95	877
4~9人	253	146	33	432
10~19人	126	18	4	148
20人以上	93	6	4	103
(%)	毎週営業してい る	営業していない	営業日とそうで ない日とがある	合計
1人	49.4	35.4	15.2	100.0
2~3人	55.6	33.5	10.8	100.0
4~9人	58.6	33.8	7.6	100.0
10~19人	85.1	12.2	2.7	100.0
20人以上	90.3	5.8	3.9	100.0

(10) パソコン利用の有無

(件数)	利用している	利用していない	合計
1人	112	428	540
2～3人	279	575	854
4～9人	279	134	413
10～19人	118	26	144
20人以上	92	6	98
(%)	利用している	利用していない	合計
1人	20.7	79.3	100.0
2～3人	32.7	67.3	100.0
4～9人	67.6	32.4	100.0
10～19人	81.9	18.1	100.0
20人以上	93.9	6.1	100.0

(10-1) パソコン利用の内容～複数回答

(件数)	経理、伝票等の整理	電子メールの利用	ホームページの開設	インターネット(ウェブ)による情報の収集等	インターネット販売の実施	メルマガの利用	インターネット販売の実施	その他	合計	母数
1人	85	45	34	58	7	11	11	21	261	141
2～3人	200	120	94	167	16	30	30	56	683	323
4～9人	220	152	130	186	26	50	50	54	818	304
10～19人	94	69	51	72	14	21	15	21	336	121
20人以上	78	61	43	43	9	9	13	12	259	95
(%)	経理、伝票等の整理	電子メールの利用	ホームページの開設	インターネット(ウェブ)による情報の収集等	インターネット販売の実施	メルマガの利用	インターネット販売の実施	その他	合計	母数
1人	60.3	31.9	24.1	41.1	5.0	7.8	7.8	14.9	185.1	100.0
2～3人	61.9	37.2	29.1	51.7	5.0	9.3	9.3	17.3	211.5	100.0
4～9人	72.4	50.0	42.8	61.2	8.6	16.4	16.4	17.8	269.1	100.0
10～19人	77.1	57.0	42.1	59.5	11.6	24.4	12.4	17.4	277.7	100.0
20人以上	82.1	64.2	45.3	45.3	9.5	13.7	13.7	12.6	272.6	100.0

(11) 経営上の問題～複数回答

(件数)	人手の確保が困難	従業員の高齢化	後継者がいない	同業店の新規出店	大型店やチェーン店の新規出店	同業店の新規出店	周辺人口の減少	顧客の高齢化	地代・家賃が高い	施設・設備の老朽化	店舗面積が狭い	資金繰りの悪化	商店街の空洞化やさびれ	その他	特に困っている問題はない	母数
1人	20	56	81	100	45	74	45	224	41	96	41	197	197	44	1,228	
2～3人	57	156	143	249	72	118	72	387	77	164	77	335	335	57	2,178	
4～9人	93	67	33	104	23	51	23	141	51	92	51	149	149	41	1,033	
10～19人	51	19	10	23	13	13	13	40	19	35	19	31	31	16	354	
20人以上	29	12	0	21	8	19	8	21	17	28	17	12	12	10	224	
(%)	人手の確保が困難	従業員の高齢化	後継者がいない	同業店の新規出店	大型店やチェーン店の新規出店	同業店の新規出店	周辺人口の減少	顧客の高齢化	地代・家賃が高い	施設・設備の老朽化	店舗面積が狭い	資金繰りの悪化	商店街の空洞化やさびれ	その他	特に困っている問題はない	母数
1人	3.8	10.6	15.3	18.9	8.5	14.0	8.5	42.4	7.8	18.2	7.8	37.3	37.3	8.3	232.6	
2～3人	6.7	18.2	16.7	29.1	13.8	13.8	9.0	45.3	9.0	20.1	9.0	39.2	39.2	6.7	254.7	
4～9人	22.3	16.1	7.9	24.9	6.0	12.2	6.0	33.8	12.2	22.1	12.2	35.7	35.7	9.1	247.7	
10～19人	35.4	13.2	6.9	16.0	9.0	19.4	9.0	27.8	13.2	24.3	13.2	21.5	21.5	7.6	245.8	
20人以上	29.3	12.1	0.0	21.2	8.1	19.2	8.1	21.2	17.2	28.3	17.2	19.2	19.2	10.1	226.3	

(12) 自店の強み

(件数)	価格	品質・鮮度	品揃え	客層	接客サービス	P R の仕方	独自のサービス	立地の良さ	その他	特に強みはない	合計
1人	51	45	27	45	74	1	56	16	25	189	529
2~3人	67	126	47	90	34	6	110	34	27	224	865
4~9人	38	83	49	33	70	1	53	25	20	55	427
10~19人	21	26	17	5	24	3	17	17	7	15	144
20人以上	15	31	10	4	19	1	6	11	2	4	103
(%)											
1人	9.6	8.5	5.1	8.5	14.0	0.2	10.6	3.0	4.7	35.7	100.0
2~3人	7.7	14.6	5.4	10.4	15.5	0.7	12.7	3.9	3.1	25.9	100.0
4~9人	8.9	19.4	11.5	7.7	16.4	0.2	12.4	5.9	4.7	12.9	100.0
10~19人	4.6	18.1	11.8	3.5	16.7	2.1	6.3	11.8	4.9	10.4	100.0
20人以上	14.6	30.1	9.7	3.9	18.4	1.0	5.8	10.7	1.9	3.9	100.0

(13) 今後の経営方針～複数回答

(件数)	積極的な事業展開を図りたい	移転を考えている	商売替え(業種変更)を考えている	現状を何とか維持したい	縮小を考えている	廃業を考えている	特に具体的には考えていない	合計	母数
1人	33	16	18	277	19	165	110	638	543
2~3人	133	24	25	523	34	153	140	1,032	873
4~9人	139	21	8	239	13	14	60	494	426
10~19人	70	6	5	69	5	4	10	169	144
20人以上	64	2	2	37	0	2	10	117	103
(%)									
1人	6.1	2.9	3.3	51.0	3.5	30.4	20.3	117.5	100.0
2~3人	15.2	2.7	2.9	59.9	3.9	17.5	16.0	118.2	100.0
4~9人	32.6	4.9	1.9	56.1	3.1	3.3	14.1	116.0	100.0
10~19人	48.6	4.2	3.5	47.9	3.5	2.8	6.9	117.4	100.0
20人以上	62.1	1.9	1.9	35.9	0.0	1.9	9.7	113.6	100.0

(14) 今後の事業の見通し

(件数)	かなり発展が見込めそう	まあまあ発展が見込めそう	現状維持	やや衰退していきそう	かなり衰退していきそう	合計
1人	5	23	141	130	243	542
2~3人	11	68	269	251	273	872
4~9人	14	97	174	100	45	430
10~19人	8	42	52	32	12	146
20人以上	6	41	32	17	7	103
(%)						
1人	0.9	4.2	26.0	24.0	44.8	100.0
2~3人	1.3	7.8	30.8	28.8	31.3	100.0
4~9人	3.3	22.6	40.5	23.3	10.5	100.0
10~19人	5.5	28.8	35.6	21.9	8.2	100.0
20人以上	5.8	39.8	31.1	16.5	6.8	100.0

(15) 所属する商店街の問題～複数回答

(件数)	個店の後継者問題	商店街組織の大型店の出	空き店舗の増加	客の高齢化への対応の遅れ	来街者の減少	会員の意欲の低下	チェーン店の増加	商店街未加入店舗の増加	生鮮食品店の減少	再開発等による環境変化	駐輪場問題	治安の悪化	その他	合計	母数
1人	96	57	143	83	225	72	38	38	65	32	40	18	65	1,061	453
2～3人	208	156	246	131	366	144	104	112	132	70	97	21	81	2,055	736
4～9人	75	79	80	54	161	88	59	45	60	43	61	15	59	993	358
10～19人	18	28	35	19	57	23	14	13	10	12	31	7	16	297	114
20人以上	10	10	20	6	19	9	10	6	7	6	16	8	9	149	72
(%)	21.2	12.6	31.6	18.3	49.7	15.9	8.4	8.4	14.3	7.1	8.8	4.0	14.3	234.2	100.0
1人	28.3	21.2	33.4	17.8	49.7	19.6	14.1	15.2	17.9	9.5	13.2	2.9	11.0	279.2	100.0
2～3人	20.9	22.1	31.8	15.1	45.0	24.6	16.5	12.6	16.8	12.0	17.0	4.2	16.5	277.4	100.0
4～9人	15.8	24.6	30.7	16.7	50.0	20.2	12.3	11.4	8.8	10.3	27.2	6.1	14.0	260.5	100.0
10～19人	13.9	13.9	27.8	8.3	26.4	12.5	13.9	8.3	9.7	8.3	22.2	11.1	12.5	206.9	100.0
20人以上															

(16) 商店街と地域住民・NPOとの連携の方向

(件数)	積極的に連携していただくべきだ	これまで通り	負担が大変なので減らしていただく方がよい	よくわからない	合計
1人	66	71	13	353	503
2～3人	169	100	24	511	804
4～9人	96	63	7	232	398
10～19人	29	30	4	73	136
20人以上	31	18	1	44	94
(%)	13.1	14.1	2.6	70.2	100.0
1人	21.0	12.4	3.0	63.6	100.0
2～3人	24.1	15.8	1.8	58.3	100.0
4～9人	21.3	22.1	2.9	53.7	100.0
10～19人	33.0	19.1	1.1	46.8	100.0
20人以上					

(17) 今後取り組んでみたいと思う商店街事業～複数回答

(件数)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームページの開設・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スタンプ・ポイントカード	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランド化	PR活動	人材育成	その他の特にならない	合計	母数
1人	46	37	32	26	29	25	30	32	101	25	27	14	57	13	19	743	456
2～3人	149	105	92	97	99	65	57	49	195	49	49	28	134	61	22	286	756
4～9人	93	76	53	46	57	32	30	14	67	25	29	34	79	51	12	113	384
10～19人	24	30	13	20	21	12	24	12	18	11	15	12	21	27	6	35	129
20人以上	22	21	11	24	17	8	15	9	13	14	9	9	17	15	1	21	92
(%)	10.1	8.1	7.0	5.7	6.4	5.5	6.6	7.0	22.1	5.5	5.9	3.1	12.5	2.9	4.2	162.9	100.0
1人	19.7	13.9	12.2	12.8	13.1	8.6	7.5	6.5	25.9	6.3	6.5	3.7	17.7	8.1	2.9	200.7	100.0
2～3人	24.2	19.8	13.8	12.0	14.8	8.3	7.8	3.6	17.4	6.5	7.6	8.9	20.6	13.3	3.1	211.2	100.0
4～9人	18.6	23.3	10.1	15.5	16.3	9.3	18.6	9.3	14.0	8.5	11.6	9.3	16.3	20.9	4.7	271.1	100.0
10～19人	23.9	22.8	12.0	26.1	18.5	8.7	16.3	9.8	14.1	15.2	9.8	9.8	18.5	16.3	1.1	233.3	100.0
20人以上																245.7	100.0



# <消費者アンケート調査>

問1. 区内の商業施設の利用状況～シングル回答

(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
大型店・大手スーパー	518	96	14	5	633
コンビニエンスストア	123	233	171	26	553
一般商店	87	191	222	53	553
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
大型店・大手スーパー	81.8	15.2	2.2	0.8	100.0
コンビニエンスストア	22.2	42.1	30.9	4.7	100.0
一般商店	15.7	34.5	40.1	9.6	100.0

## <大型店・大手スーパー>

(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	518	96	14	5	633
女性	367	67	8	2	444
男性	149	28	6	3	186
(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	8	2	0	1	11
30歳代	60	6	2	0	68
40歳代	104	16	3	0	123
50歳代	80	12	1	1	94
60歳代	134	23	4	1	162
70歳以上	130	36	4	2	172
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	81.8	15.2	2.2	0.8	100.0
女性	82.7	15.1	1.8	0.5	100.0
男性	80.1	15.1	3.2	1.6	100.0
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	72.7	18.2	0.0	9.1	100.0
30歳代	88.2	8.8	2.9	0.0	100.0
40歳代	84.6	13.0	2.4	0.0	100.0
50歳代	85.1	12.8	1.1	1.1	100.0
60歳代	82.7	14.2	2.5	0.6	100.0
70歳以上	75.6	20.9	2.3	1.2	100.0

## <コンビニエンスストア>

(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	123	233	171	26	553
女性	63	173	138	19	393
男性	60	59	31	7	157
(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	5	3	3	0	11
30歳代	17	31	15	0	63
40歳代	42	48	27	0	117
50歳代	17	39	27	4	87
60歳代	18	57	57	7	139
70歳以上	24	54	40	15	133
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	22.2	42.1	30.9	4.7	100.0
女性	16.0	44.0	35.1	4.8	100.0
男性	38.2	37.6	19.7	4.5	100.0
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	45.5	27.3	27.3	0.0	100.0
30歳代	27.0	49.2	23.8	0.0	100.0
40歳代	35.9	41.0	23.1	0.0	100.0
50歳代	19.5	44.8	31.0	4.6	100.0
60歳代	12.9	41.0	41.0	5.0	100.0
70歳以上	18.0	40.6	30.1	11.3	100.0

## <一般商店>

(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	87	191	222	53	553
女性	63	144	152	33	392
男性	23	46	69	20	158
(件数)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	2	2	4	2	10
30歳代	4	19	33	7	63
40歳代	15	35	54	13	117
50歳代	7	35	40	4	86
60歳代	31	46	54	9	140
70歳以上	28	52	37	17	134
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
全体	15.7	34.5	40.1	9.6	100.0
女性	16.1	36.7	38.8	8.4	100.0
男性	14.6	29.1	43.7	12.7	100.0
(%)	よく利用する	時々利用する	あまり利用しない	全く利用しない	合計
20歳代以下	20.0	20.0	40.0	20.0	100.0
30歳代	6.3	30.2	52.4	11.1	100.0
40歳代	12.8	29.9	46.2	11.1	100.0
50歳代	8.1	40.7	46.5	4.7	100.0
60歳代	22.1	32.9	38.6	6.4	100.0
70歳以上	20.9	38.8	27.6	12.7	100.0



問3. 通信販売・カタログ販売の利用状況～シングル回答

(件数)	利用している	利用していないが利用したい	利用していないし興味もない	合計
全体	422	45	120	587
女性	314	28	67	409
男性	108	17	52	177
(件数)	利用している	利用していないが利用したい	利用していないし興味もない	合計
29歳以下	10	1	1	12
30歳代	60	3	5	68
40歳代	105	10	7	122
50歳代	66	8	14	88
60歳代	94	14	41	149
70歳以上	85	9	51	145
(%)	利用している	利用していないが利用したい	利用していないし興味もない	合計
全体	71.9	7.7	20.4	100.0
女性	76.8	6.8	16.4	100.0
男性	61.0	9.6	29.4	100.0
(%)	利用している	利用していないが利用したい	利用していないし興味もない	合計
29歳以下	83.3	8.3	8.3	100.0
30歳代	88.2	4.4	7.4	100.0
40歳代	86.1	8.2	5.7	100.0
50歳代	75.0	9.1	15.9	100.0
60歳代	63.1	9.4	27.5	100.0
70歳以上	58.6	6.2	35.2	100.0

問3-1. インターネットの利用状況～シングル回答

(件数)	利用している	利用していない	合計
全体	259	284	543
女性	182	214	396
男性	76	69	145
(件数)	利用している	利用していない	合計
29歳以下	9	1	10
30歳代	54	9	63
40歳代	69	44	113
50歳代	56	30	86
60歳代	38	85	123
70歳以上	30	115	145
(%)	利用している	利用していない	合計
全体	47.7	52.3	100.0
女性	46.0	54.0	100.0
男性	52.4	47.6	100.0
(%)	利用している	利用していない	合計
29歳以下	90.0	10.0	100.0
30歳代	85.7	14.3	100.0
40歳代	61.1	38.9	100.0
50歳代	65.1	34.9	100.0
60歳代	30.9	69.1	100.0
70歳以上	20.7	79.3	100.0

問4. 商店街利用の際の主な交通手段～シングル回答

(件数)	徒歩	自転車	バイク	バス	車	その他	合計
全体	278	366	0	21	29	1	695
女性	186	268	0	15	14	0	483
男性	90	97	0	6	15	0	208
(件数)	徒歩	自転車	バイク	バス	車	その他	合計
29歳以下	7	5	0	0	0	0	12
30歳代	28	40	0	1	2	0	71
40歳代	37	86	0	0	6	0	129
50歳代	35	66	0	2	2	0	105
60歳代	71	94	0	1	9	0	175
70歳以上	97	75	0	17	10	0	199
(%)	徒歩	自転車	バイク	バス	車	その他	合計
全体	40.0	52.7	0.0	3.0	4.2	0.1	100.0
女性	38.5	55.5	0.0	3.1	2.9	0.0	100.0
男性	43.3	46.6	0.0	2.9	7.2	0.0	100.0
(%)	徒歩	自転車	バイク	バス	車	その他	合計
29歳以下	58.3	41.7	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0
30歳代	39.4	56.3	0.0	1.4	2.8	0.0	100.0
40歳代	28.7	66.7	0.0	0.0	4.7	0.0	100.0
50歳代	33.3	62.9	0.0	1.9	1.9	0.0	100.0
60歳代	40.6	53.7	0.0	0.6	5.1	0.0	100.0
70歳以上	48.7	37.7	0.0	8.5	5.0	0.0	100.0

問5. 区内の商店街に対する満足度～シングル回答

(件数)	満足している	やや満足	やや不満	不満	合計
全体	73	192	272	139	676
女性	48	133	204	85	470
男性	25	58	66	54	203
(件数)	満足している	やや満足	やや不満	不満	合計
29歳以下	1	0	4	7	12
30歳代	5	19	27	18	69
40歳代	7	27	62	32	128
50歳代	8	23	44	25	100
60歳代	23	49	70	32	174
70歳以上	29	73	63	25	190
(%)	満足している	やや満足	やや不満	不満	合計
全体	10.8	28.4	40.2	20.6	100.0
女性	10.2	28.3	43.4	18.1	100.0
男性	12.3	28.6	32.5	26.6	100.0
(%)	満足している	やや満足	やや不満	不満	合計
29歳以下	8.3	0.0	33.3	58.3	100.0
30歳代	7.2	27.5	39.1	26.1	100.0
40歳代	5.5	21.1	48.4	25.0	100.0
50歳代	8.0	23.0	44.0	25.0	100.0
60歳代	13.2	28.2	40.2	18.4	100.0
70歳以上	15.3	38.4	33.2	13.2	100.0



問5-1. 不満の理由～複数回答

(件数)	品質	価格	品揃え	接客態度	商店街の景観	交通の安全性	はみ出し陳列	閉店時間	閉店時間	空き店舗の多さ	駐輪スペース	駐車スペース	その他	合計	母数
全体	96	145	266	64	89	62	38	33	77	76	125	147	83	1,301	469
女性	74	96	194	44	64	41	26	22	52	53	89	111	47	913	329
男性	22	48	71	20	24	20	12	10	25	23	36	36	36	388	138
(件数)	品質	価格	品揃え	接客態度	商店街の景観	交通の安全性	はみ出し陳列	閉店時間	閉店時間	空き店舗の多さ	駐輪スペース	駐車スペース	その他	合計	母数
29歳以下	2	2	4	0	2	2	1	0	2	1	3	4	1	23	11
30歳代	8	16	22	1	10	5	4	4	11	14	12	17	12	136	49
40歳代	20	35	69	10	25	10	8	2	26	32	32	43	14	306	101
50歳代	14	18	49	8	18	12	5	3	14	14	19	25	19	219	79
60歳代	33	36	65	24	17	14	8	12	14	17	29	33	21	323	114
70歳以上	18	36	55	19	14	21	12	12	11	20	28	23	14	283	112
(%)	品質	価格	品揃え	接客態度	商店街の景観	交通の安全性	はみ出し陳列	閉店時間	閉店時間	空き店舗の多さ	駐輪スペース	駐車スペース	その他	合計	母数
全体	20.5	30.9	56.7	13.6	19.0	13.2	8.1	7.0	16.4	16.2	26.7	31.3	17.7	277.4	100.0
女性	22.5	29.2	59.0	13.4	19.5	12.5	7.9	6.7	15.8	16.1	27.1	33.7	14.3	277.5	100.0
男性	15.9	34.8	51.4	14.5	17.4	14.5	8.7	7.2	18.1	16.7	26.1	26.1	26.1	277.5	100.0
(%)	品質	価格	品揃え	接客態度	商店街の景観	交通の安全性	はみ出し陳列	閉店時間	閉店時間	空き店舗の多さ	駐輪スペース	駐車スペース	その他	合計	母数
29歳以下	18.2	18.2	36.4	9.1	18.2	0.0	9.1	0.0	18.2	9.1	27.3	36.4	9.1	209.1	100.0
30歳代	16.3	32.7	44.9	2.0	20.4	10.2	8.2	8.2	22.4	24.5	28.6	34.7	24.5	277.6	100.0
40歳代	19.8	34.7	68.3	9.9	24.8	9.9	7.9	2.0	25.7	11.9	31.7	42.6	13.9	303.0	100.0
50歳代	17.7	22.8	62.0	10.1	25.3	15.2	6.3	3.8	16.5	17.7	24.1	31.6	24.1	277.2	100.0
60歳代	28.9	31.6	57.0	21.1	14.9	12.3	7.0	10.5	12.3	14.9	25.4	28.9	18.4	283.3	100.0
70歳以上	16.1	32.1	49.1	17.0	12.5	18.8	10.7	10.7	9.8	17.9	25.0	20.5	12.5	252.7	100.0

問6. 商店街に取り組みでもらいたい事業～複数回答

(件数)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームズの開設・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スナップ・ポイント	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランディング	PR活動の充実	人材育成	その他の事業	特にない	合計	母数	
全体	314	58	25	44	217	98	41	18	133	133	41	69	24	89	31	43	88	1,333	654	
女性	222	35	14	29	154	72	29	11	84	84	29	52	15	46	19	23	63	897	451	
男性	92	23	11	13	63	26	10	6	47	47	12	17	9	42	12	20	25	428	200	
(件数)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームズの開設・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スナップ・ポイント	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランディング	PR活動の充実	人材育成	その他の事業	特にない	合計	母数	
29歳以下	9	2	3	0	4	3	0	0	0	0	0	2	2	2	0	0	0	27	11	
30歳代	38	11	4	6	21	16	5	3	0	0	3	7	1	9	1	1	9	134	69	
40歳代	72	22	9	8	49	24	5	5	10	10	6	14	7	12	8	5	10	276	128	
50歳代	57	14	4	4	34	14	7	3	11	11	5	11	7	18	3	5	8	198	96	
60歳代	71	6	5	13	62	20	15	4	40	40	13	17	5	24	9	12	24	340	166	
70歳以上	65	10	0	15	46	20	9	6	71	71	14	18	1	24	10	5	37	352	180	
(%)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームズの開設・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スナップ・ポイント	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランディング	PR活動の充実	人材育成	その他の事業	特にない	合計	母数	
全体	48.0	8.9	3.8	6.7	33.2	15.0	6.3	2.8	20.3	20.3	6.3	10.6	3.7	13.6	4.7	6.6	13.5	203.8	100.0	
女性	49.2	7.8	3.1	6.4	34.1	16.0	6.4	2.4	18.6	18.6	6.4	11.5	3.3	10.2	4.2	5.1	14.0	198.9	100.0	
男性	46.0	11.5	5.5	6.5	31.5	13.0	5.0	3.0	23.5	23.5	6.0	8.5	4.5	21.0	6.0	10.0	12.5	214.0	100.0	
(%)	売出しの充実・拡大	他のイベントの充実・拡大	ホームズの開設・充実	防犯・防災活動	駐輪場対策	スナップ・ポイント	環境保全活動	福祉活動	高齢者対策	高齢者対策	バリアフリー化	宅配事業	ブランディング	PR活動の充実	人材育成	その他の事業	特にない	合計	母数	
29歳以下	81.8	18.2	27.3	0.0	36.4	27.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2	18.2	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	245.5	100.0
30歳代	59.1	15.9	5.8	4.3	30.4	23.2	7.2	0.0	1.4	1.4	4.3	10.1	1.4	13.0	1.4	7.2	13.0	194.2	100.0	
40歳代	56.3	17.2	7.0	6.3	38.3	18.8	3.9	3.9	7.8	7.8	4.7	10.9	5.5	9.4	6.3	11.7	7.8	215.6	100.0	
50歳代	59.4	7.3	4.2	4.2	35.4	14.6	7.3	2.4	11.5	11.5	5.2	11.5	7.3	18.8	3.1	5.2	8.3	206.3	100.0	
60歳代	42.8	3.6	3.0	7.8	37.3	12.0	9.0	2.4	24.1	24.1	7.8	10.2	3.0	14.5	5.4	7.2	14.5	204.8	100.0	
70歳以上	36.1	5.6	0.0	8.3	25.6	11.1	5.0	3.3	39.4	39.4	7.8	10.0	1.1	13.3	5.6	2.8	20.6	195.6	100.0	

問7. 今後とも区内の商店街に頑張ってもらいたいと思うか～シングル回答

(件数)	そう思う	そうは思わない	どちらともいえない	わからない	合計
全体	531	13	84	30	658
女性	369	8	61	23	461
男性	159	5	23	7	194
(件数)	そう思う	そうは思わない	どちらともいえない	わからない	合計
29歳以下	8	1	1	2	12
30歳代	57	3	8	3	71
40歳代	110	1	14	4	129
50歳代	80	3	13	4	100
60歳代	138	3	19	7	167
70歳以上	135	2	28	10	175
(%)	そう思う	そうは思わない	どちらともいえない	わからない	合計
全体	80.7	2.0	12.8	4.6	100.0
女性	80.0	1.7	13.2	5.0	100.0
男性	82.0	2.6	11.9	3.6	100.0
(%)	そう思う	そうは思わない	どちらともいえない	わからない	合計
29歳以下	66.7	8.3	8.3	16.7	100.0
30歳代	80.3	4.2	11.3	4.2	100.0
40歳代	85.3	0.8	10.9	3.1	100.0
50歳代	80.0	3.0	13.0	4.0	100.0
60歳代	82.6	1.8	11.4	4.2	100.0
70歳以上	77.1	1.1	16.0	5.7	100.0

問7-1. 頑張ってもらいたいと思う理由～複数回答

(件数)	商店街がないと生活に困るから	まちの活気がなくなるから	買い物の楽しみがなくなるから	祭りやイベントなど地域の交流の拠点だから	地域活動をリードしてくれるから	防犯上必要だから	商店街の生き生きした姿が本来のまちだと思うから	その他	合計	母数
全体	225	443	136	136	92	110	405	38	1,585	586
女性	155	303	89	80	57	79	271	32	1,066	406
男性	68	136	46	56	34	30	131	6	507	176
(件数)	商店街がないと生活に困るから	まちの活気がなくなるから	買い物の楽しみがなくなるから	祭りやイベントなど地域の交流の拠点だから	地域活動をリードしてくれるから	防犯上必要だから	商店街の生き生きした姿が本来のまちだと思うから	その他	合計	母数
29歳以下	4	5	2	3	1	2	4	1	22	8
30歳代	14	46	14	18	8	12	31	7	150	57
40歳代	30	93	24	33	27	25	74	8	314	114
50歳代	28	71	20	17	15	17	64	4	236	87
60歳代	64	117	31	32	22	22	116	10	414	153
70歳以上	82	109	44	33	19	32	115	8	442	163
(%)	商店街がないと生活に困るから	まちの活気がなくなるから	買い物の楽しみがなくなるから	祭りやイベントなど地域の交流の拠点だから	地域活動をリードしてくれるから	防犯上必要だから	商店街の生き生きした姿が本来のまちだと思うから	その他	合計	母数
全体	38.4	75.6	23.2	23.2	15.7	18.8	69.1	6.5	270.5	100.0
女性	38.2	74.6	21.9	19.7	14.0	19.5	66.7	7.9	262.6	100.0
男性	38.6	77.3	26.1	31.8	19.3	17.0	74.4	3.4	288.1	100.0
(%)	商店街がないと生活に困るから	まちの活気がなくなるから	買い物の楽しみがなくなるから	祭りやイベントなど地域の交流の拠点だから	地域活動をリードしてくれるから	防犯上必要だから	商店街の生き生きした姿が本来のまちだと思うから	その他	合計	母数
29歳以下	50.0	62.5	25.0	37.5	12.5	25.0	50.0	12.5	275.0	100.0
30歳代	24.6	80.7	24.6	31.6	14.0	21.1	54.4	12.3	263.2	100.0
40歳代	26.3	81.6	21.1	28.9	23.7	21.9	64.9	7.0	275.4	100.0
50歳代	32.2	81.6	23.0	19.5	17.2	19.5	73.6	4.6	271.3	100.0
60歳代	41.8	76.5	20.3	20.9	14.4	14.4	75.8	6.5	270.6	100.0
70歳以上	50.3	66.9	27.0	20.2	11.7	19.6	70.6	4.9	271.2	100.0

問7-2. 商店街を応援したい気持ちの有無～複数回答

(件数)	積極的に応援したい気持ち	何となく応援したい	かきき	消費者モニターとして活用したい	なるべく地元物た	そのほ	何と	合計	母数
(件数)	積極的に応援したい気持ち	何となく応援したい	かきき	消費者モニターとして活用したい	なるべく地元物た	そのほ	何と	合計	母数
全体	34	279	49	399	57	52	870	623	
女性	17	178	36	278	44	41	594	432	
男性	17	99	13	118	13	11	273	187	
29歳以下	1	3	0	4	0	2	10	8	
30歳代	3	19	8	34	5	6	75	60	
40歳代	6	55	22	64	8	12	167	118	
50歳代	4	48	10	53	11	10	136	94	
60歳代	7	77	5	110	13	12	224	160	
70歳以上	13	75	4	132	20	10	254	179	
(%)	積極的に応援したい気持ち	何となく応援したい	かきき	消費者モニターとして活用したい	なるべく地元物た	そのほ	何と	合計	母数
全体	5.5	44.8	7.9	64.0	9.1	8.3	139.6	100.0	
女性	3.9	41.2	8.3	64.4	10.2	9.5	137.5	100.0	
男性	9.1	52.9	7.0	63.1	7.0	5.9	144.9	100.0	
29歳以下	12.5	37.5	0.0	50.0	0.0	25.0	125.0	100.0	
30歳代	5.0	31.7	13.3	56.7	8.3	10.0	125.0	100.0	
40歳代	5.1	46.6	18.6	54.2	6.8	10.2	141.5	100.0	
50歳代	4.3	51.1	10.6	56.4	11.7	10.6	144.7	100.0	
60歳代	4.4	48.1	3.1	68.8	8.1	7.5	140.0	100.0	
70歳以上	7.3	41.9	2.2	73.7	11.2	5.6	141.9	100.0	

問8. 区内の商店街にとって大切になりそうなキーワード～複数回答

(件数)	高齢者対策	子育て支援	環境・リサイクル	IT(情報技術)	防災	防犯	ご用聞き・宅配	ファッション	レトロ(なつかしさ)	アート	歴史・文化	緑・景観	地域ブランド	地域交流	国際交流	その他	合計	母数
全体	356	122	177	52	52	113	153	41	78	11	28	105	146	195	11	67	1,707	670
女性	242	89	135	30	36	84	103	32	51	10	16	75	90	129	9	43	1,174	469
男性	110	33	42	22	14	27	49	9	27	1	12	29	56	65	2	24	522	206
(件数)	高齢者対策	子育て支援	環境・リサイクル	IT(情報技術)	防災	防犯	ご用聞き・宅配	ファッション	レトロ(なつかしさ)	アート	歴史・文化	緑・景観	地域ブランド	地域交流	国際交流	その他	合計	母数
29歳以下	3	4	6	2	1	2	2	0	3	2	1	3	3	2	1	1	36	11
30歳代	18	30	22	10	2	9	13	7	9	2	2	11	22	24	3	12	196	70
40歳代	53	28	25	14	8	19	30	10	23	3	8	26	40	42	2	16	347	129
50歳代	53	17	35	5	5	13	22	8	13	1	6	16	19	31	3	10	257	101
60歳代	95	24	46	13	17	26	41	8	15	2	4	21	36	53	0	20	421	170
70歳以上	132	18	42	8	18	41	45	8	15	1	7	27	26	42	2	8	440	184
(%)	高齢者対策	子育て支援	環境・リサイクル	IT(情報技術)	防災	防犯	ご用聞き・宅配	ファッション	レトロ(なつかしさ)	アート	歴史・文化	緑・景観	地域ブランド	地域交流	国際交流	その他	合計	母数
全体	53.1	18.2	26.4	7.8	7.8	16.9	22.8	6.1	11.6	1.6	4.2	15.7	21.8	29.1	1.6	10.0	254.8	100.0
女性	52.6	19.3	29.3	6.5	7.8	18.3	22.4	7.0	11.1	2.2	3.5	16.3	19.6	28.0	2.0	9.3	255.2	100.0
男性	53.4	16.0	20.4	10.7	6.8	13.1	23.8	4.4	13.1	0.5	5.8	14.1	27.2	31.6	1.0	11.7	253.4	100.0
(%)	高齢者対策	子育て支援	環境・リサイクル	IT(情報技術)	防災	防犯	ご用聞き・宅配	ファッション	レトロ(なつかしさ)	アート	歴史・文化	緑・景観	地域ブランド	地域交流	国際交流	その他	合計	母数
29歳以下	27.3	36.4	54.5	18.2	9.1	18.2	18.2	0.0	27.3	18.2	9.1	27.3	27.3	18.2	9.1	9.1	327.3	100.0
30歳代	25.7	42.9	31.4	14.3	2.9	12.9	18.6	10.0	12.9	2.9	2.9	15.7	31.4	34.3	4.3	17.1	280.0	100.0
40歳代	41.1	21.7	19.4	10.9	6.2	14.7	23.3	7.8	17.8	2.3	6.2	20.2	31.0	32.6	1.6	12.4	269.0	100.0
50歳代	52.5	16.8	34.7	5.0	5.0	12.9	21.8	7.9	12.9	1.0	5.9	15.8	18.8	30.7	3.0	9.9	254.5	100.0
60歳代	55.9	14.1	27.1	7.6	10.0	15.3	24.1	4.7	8.8	1.2	2.4	12.4	21.2	31.2	0.0	11.8	247.6	100.0
70歳以上	71.7	9.8	22.8	4.3	9.8	22.3	24.5	4.3	8.2	0.5	3.8	14.7	14.1	22.8	1.1	4.3	239.1	100.0

問9. 商店街振興の方向～複数回答

(件数)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士を連携させるべきだ	やる気のある商店街に絞って支援策を講じたい	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフト的な対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
全体	341	233	229	147	131	124	31	49	1,285	622
女性	233	156	145	85	87	78	22	25	831	422
男性	106	77	84	61	44	46	8	24	450	198
(件数)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士を連携させるべきだ	やる気のある商店街に絞って支援策を講じたい	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフト的な対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
29歳以下	4	1	1	2	6	3	0	0	17	10
30歳代	35	20	16	9	17	19	0	6	122	66
40歳代	71	38	46	28	28	29	5	11	256	127
50歳代	58	34	32	14	23	16	3	6	186	94
60歳代	84	73	54	40	33	32	8	12	336	161
70歳以上	87	67	80	53	24	24	13	14	362	162
(%)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士を連携させるべきだ	やる気のある商店街に絞って支援策を講じたい	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフト的な対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
全体	54.8	37.5	36.8	23.6	21.1	19.9	5.0	7.9	206.6	100.0
女性	55.2	37.0	34.4	20.1	20.6	18.5	5.2	5.9	196.9	100.0
男性	53.5	38.9	42.4	30.8	22.2	23.2	4.0	12.1	227.3	100.0
(%)	地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ	商店街同士を連携させるべきだ	やる気のある商店街に絞って支援策を講じたい	個店対策をより重視すべきだ	販売促進事業などのソフト的な対策をより重視すべきだ	施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ	現行制度の充実を図るべきだ	その他	合計	母数
29歳以下	40.0	10.0	10.0	20.0	60.0	30.0	0.0	0.0	170.0	100.0
30歳代	53.0	30.3	24.2	13.6	25.8	28.8	0.0	9.1	184.8	100.0
40歳代	55.9	29.9	36.2	22.0	22.0	22.8	3.9	8.7	201.6	100.0
50歳代	61.7	36.2	34.0	14.9	24.5	17.0	3.2	6.4	197.9	100.0
60歳代	52.2	45.3	33.5	24.8	20.5	19.9	5.0	7.5	208.7	100.0
70歳以上	53.7	41.4	49.4	32.7	14.8	14.8	8.0	8.6	223.5	100.0

## 2 アンケート調査票（見本）

### 商店街調査票

(1) 貴商店街の名称、所在地等について以下にご記入ください。

商店街名		代表者氏名	
事務局等の連絡先	練馬区	記入者氏名	(役職)
組織形態	1. 法人(振興組合・協同組合) 2. 任意団体	電話番号	—
商店街専用事務所	1. あり 2. なし	専従職員の有無	1. あり ( ) 人 2. なし
会員数等	正会員 ( ) 店 / 準会員 ( ) 店 / 非加入 ( ) 店		

(2) 貴商店街の立地状況は？（1つだけ○）

1. 駅前	2. 駅近辺	3. 駅から離れた住宅街	4. 駅から離れた幹線道路沿い
5. その他 ( )			

(3) 組織活動は活発ですか？（1つだけ○）

1. 活発	2. 普通	3. 活発ではない
-------	-------	-----------

(4) 青年部は？（1つだけ○）

1. 活発に活動している	2. たまに活動	3. ほとんど活動していない
4. 組織がない		

(5) 女性部は？（1つだけ○）

1. 活発に活動している	2. たまに活動	3. ほとんど活動していない
4. 組織がない		

(6) 貴商店街全体の景況は？（1つだけ○）

1. 繁栄している	2. やや繁栄	3. 停滞	4. やや衰退	5. 衰退している
-----------	---------	-------	---------	-----------

(7) 貴商店街の今後の見通しは？（1つだけ○）

1. かなり発展が見込めそう	2. まあまあ発展が見込めそう	3. 現状維持
4. やや衰退していきだろう	5. かなり衰退していきだろう	

(※裏表4ページです)



(11) 貴商店街の現在の空き店舗の数は？（※ない場合は0店と記入）  店

(11-1) このうち、不動産業者に掲示されている空き店舗数は？  店  
（※ない場合は0店と記入）

(11-2) 3年前と比べて空き店舗の増減は？（1つだけ○）

1. 増加した    2. 変化なし    3. 減少した

(11-3) 空き店舗の埋まり方は？（1つだけ○）

1. 短期間に埋まる    2. 少し時間がかかる    3. 長期間埋まらない

(11-4) 空き店舗が埋まる際の業種の傾向は？（1つだけ○）

1. 一般飲食店の進出    2. 飲み屋の進出    3. 美容院の進出  
4. 薬局の進出    5. その他（                      ）の進出  
6. 特に業種の傾向は見られない

1. チェーン店が多い  
2. 非チェーン店が多い

(11-5) 空き店舗が埋まらない理由は？（該当するもの全てに○）

1. 立地が悪い    2. 家主との権利関係    3. 都市計画等による改築の制約等  
4. 家賃が高い    5. 店舗施設の老朽化    6. 出店しても売上が見込めそうにない  
7. 来街者の減少    8. PR不足    9. その他（                      ）

(11-6) 商店街として空き店舗対策を実施していますか？（1つだけ○）

1. 実施している    2. していないが実施したい    3. 実施したいと思わない

→ その内容は？（該当するもの全てに○）

1. 子育て支援施設として利用    2. 高齢者利用施設として利用  
3. 他の交流施設として利用    4. 必要業種を誘致  
5. 駐車場に利用    6. 駐輪場に利用  
7. その他（                      ）

(12) 貴商店街にとって、現在の問題は？（該当するもの全てに○）

1. 個店の後継者問題    2. 商店街組織の人材問題    3. 大型店の出店  
4. 空き店舗の増加    5. 客の高齢化への対応の遅れ    6. 来街者の減少  
7. 会員の意欲の低下    8. チェーン店の増加    9. 商店街未加入店舗の増加  
10. 生鮮食品店の減少    11. 再開発等による環境変化    12. 駐輪場問題  
13. 治安の悪化    14. その他（                      ）

(13) 今後取り組みたいと考えている事業がありますか？（該当するもの全てに○）

1. 売出しの充実・拡大	2. 他のイベントの充実・拡大	3. ホームページの開設・充実
4. 防犯・防災活動	5. 駐輪場対策	6. スタッフ・ポイントカード
7. 環境保全活動	8. 福祉活動	9. 高齢者対策
10. バリアフリー化	11. 宅配事業	12. ブランド化
13. PR活動の充実	14. 人材育成	15. その他の事業
16. 特にない		( )

(14) 貴商店街にとって、今後、重要になりそうなキーワードは何だと思われますか？  
次の中から該当するものがあれば選択してください。（該当するもの全てに○）

1. 高齢者対策	2. 子育て支援	3. 環境・リサイクル	4. IT（情報技術）
5. 防災	6. 防犯	7. ご用聞き・宅配	8. ファッション
9. レトロ（なつかしさ）	10. アート	11. 歴史・文化	
12. 緑・景観	13. 地域ブランド	14. 地域交流	15. 国際交流
16. その他（			）

(15) 今後とも商店街の活動や事業は重要だと思われますか？

(1つだけ○)

1. 非常に重要である
2. <u>ある程度重要である</u>
3. <u>それほど重要だとは思えない</u>

(15-1) その理由は？（該当するもの全てに○）

1. 独自の活動が規制される
2. 競争活力が阻害される
3. 売上に結びつかない
4. その他（

(16) 区の支援策の今後の方向について、どのように思われますか？

次の中から、該当するものがあれば選んでください。（該当するもの3つ以内に○）

1. 地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ
2. 商店街同士の連携対策を重視すべきだ
3. やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ
4. 個店対策をより重視すべきだ
5. 販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ
6. 施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ
7. 現行制度の充実を図るべきだ
8. その他（

(16-1) その他、区の商業施策に関して要望や意見等があればご記入ください。

--



# 商店（個店）調査票

(1) 貴商店の概要について以下にご記入ください。

商店の 名 称		(代表者氏名)
		(年齢) 歳
所 在 地	練馬区	(電話番号)
商店街加盟 の有無	1. 正会員 2. 準会員 3. 非加盟 (1つだけ○)	従業者数 ( )人
本・支店 の別	1. 単独の商店 2. 本店 3. 支店 (1つだけ○)	(※) 商店主、家族従業者、 パートを含めて

(2) 貴商店の営業年数は？ (1つだけ○)

1. 1～5年	2. 6～10年	3. 11～20年	4. 21～30年	5. 31年以上
---------	----------	-----------	-----------	----------

(3) 主たる業種は？ (1つだけ○)

1. スーパー	2. コンビニエンスストア	3. 生鮮三品小売業
4. その他食品小売業	5. 生活用品小売業	6. その他の小売業
7. 飲食店	8. サービス業→ (理容業・美容業・クリーニング業・その他)	
9. 不動産業	10. その他 ( )	

(3-1) 具体的な業種内容を  
ご記入ください。

記入例：魚介類小売業、調剤薬局、  
寿司店、美容業、雀荘、  
不動産仲介業 等

--

(4) 経営者の方のお住まいの場所は？ (1つだけ○)

1. 事業所と同一の建物内	2. 同一町内の他の場所	3. 練馬区内の他の場所
4. 隣接区・隣接市	5. 他の都内	6. 都外

(5) 事業の後継者として考えている方がいますか？ (1つだけ○)

1. 後継者はいる	2. 事業を継がせたいが候補がない
3. 自分一代限りで継がせるつもりはない	4. まだ考えていない

(※全部で4ページです)

(6) 貴商店の土地・建物の所有形態は？ (1つだけ○)

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. 土地・建物を自社または個人で所有 | 2. 土地は借地、建物は所有 |
| 3. 賃貸の建物に入居         | 4. その他 ( )     |

(7) 貴商店はチェーン店ですか？ (1つだけ○)

- |                |                |
|----------------|----------------|
| 1. チェーン店である    | 2. チェーンではないが支店 |
| 3. チェーンではないが本店 | 4. 単独店 (1店のみ)  |

(8) 貴商店の景況は？ (1つだけ○)

- |       |         |       |         |       |
|-------|---------|-------|---------|-------|
| 1. 好調 | 2. やや好調 | 3. 停滞 | 4. やや後退 | 5. 後退 |
|-------|---------|-------|---------|-------|

(9) 日曜日に営業していますか？  
(1つだけ○)

- |                   |            |
|-------------------|------------|
| 1. 毎週営業している       | 2. 営業していない |
| 3. 営業日とそうでない日とがある |            |

(10) 業務用にパソコンを利用していますか (1つだけ○)

- |           |            |
|-----------|------------|
| 1. 利用している | 2. 利用していない |
|-----------|------------|

→ (10-1) その利用内容は？ (該当するもの全てに○)

- |                          |               |              |
|--------------------------|---------------|--------------|
| 1. 経理、伝票等の整理             | 2. 電子メールの利用   | 3. ホームページの開設 |
| 4. インターネット(ウェブ)による情報の収集等 | 5. メールマガジンの利用 |              |
| 6. インターネット販売の実施          | 7. その他 ( )    |              |

(11) 商店を経営していくうえで、特に困っている問題がありますか？  
(該当するもの全てに○)

- |                   |             |             |
|-------------------|-------------|-------------|
| 1. 人手の確保が困難       | 2. 従業員の高齢化  | 3. 後継者がいない  |
| 4. 大型店やチェーン店の新規出店 | 5. 同業店の新規出店 |             |
| 6. 周辺人口の減少        | 7. 顧客の高齢化   | 8. 地代・家賃が高い |
| 9. 施設・設備の老朽化      | 10. 店舗面積が狭い | 11. 資金繰りの悪化 |
| 12. 商店街の空洞化やさびれ   | 13. その他 ( ) |             |
| 14. 特に困っている問題はない  |             |             |

↳ (11-1) 上記のうち、最大の問題は？  
(上記1～14のいずれかの番号で)

--

(12) 自店の強みは何だと思われますか？（1つだけ○）

- |             |            |          |        |           |
|-------------|------------|----------|--------|-----------|
| 1. 価格       | 2. 品質・鮮度   | 3. 品揃え   | 4. 客層  | 5. 接客サービス |
| 6. PRの仕方    | 7. 独自のサービス | 8. 立地の良さ | 9. その他 |           |
| 10. 特に強みはない | ( )        |          |        |           |

(13) 貴商店の今後の経営方針は？（該当するもの全てに○）

- |                     |                |
|---------------------|----------------|
| 1. 積極的な事業展開を図っていきたい | 2. 移転を考えている    |
| 3. 商売替え（業種変更）を考えている | 4. 現状を何とか維持したい |
| 5. 縮小を考えている         | 6. 廃業を考えている    |
| 7. 特に具体的には考えていない    |                |

(14) 貴商店の今後の見通しは？（1つだけ○）

- |                |                 |         |
|----------------|-----------------|---------|
| 1. かなり発展が見込めそう | 2. まあまあ発展が見込めそう | 3. 現状維持 |
| 4. やや衰退していきだろう | 5. かなり衰退していきだろう |         |

(15) 貴商店の所属する商店街にとって、現在の問題は？（該当するもの全てに○）

- |              |                 |                |
|--------------|-----------------|----------------|
| 1. 個店の後継者問題  | 2. 商店街組織の人材問題   | 3. 大型店の出店      |
| 4. 空き店舗の増加   | 5. 客の高齢化への対応の遅れ | 6. 来街者の減少      |
| 7. 会員の意欲の低下  | 8. チェーン店の増加     | 9. 商店街未加入店舗の増加 |
| 10. 生鮮食品店の減少 | 11. 再開発等による環境変化 | 12. 駐輪場問題      |
| 13. 治安の悪化    | 14. その他 ( )     |                |

(16) 商店街と地域住民やNPOとの連携についてどのようにと思われますか？（1つだけ○）

- |                        |              |
|------------------------|--------------|
| 1. 積極的に連携していくべきだ       | 2. これまで通りでよい |
| 3. 負担が大変なので減らしていくほうが良い | 4. よくわからない   |

(17) 今後取り組んでみたいと思う商店街事業は？（該当するもの全てに○）

- |              |                 |                 |
|--------------|-----------------|-----------------|
| 1. 売出しの充実・拡大 | 2. 他のイベントの充実・拡大 | 3. ホームページの開設・充実 |
| 4. 防犯・防災活動   | 5. 駐輪場対策        | 6. スタンプ・ポイントカード |
| 7. 環境保全活動    | 8. 福祉活動         | 9. 高齢者対策        |
| 10. バリアフリー化  | 11. 宅配事業        | 12. ブランド化       |
| 13. PR活動の充実  | 14. 人材育成        | 15. その他の事業      |
| 16. 特にない     | ( )             |                 |

(※裏にもあります)

(18) 地元商店街にとって、今後、重要になりそうなキーワードは何だと思われますか？  
次の中から該当するものがあれば選択してください。(該当するもの全てに○)

- |               |            |             |              |
|---------------|------------|-------------|--------------|
| 1. 高齢者対策      | 2. 子育て支援   | 3. 環境・リサイクル | 4. IT (情報技術) |
| 5. 防災         | 6. 防犯      | 7. ご用聞き・宅配  | 8. ファッション    |
| 9. レトロ(なつかしき) | 10. アート    | 11. 歴史・文化   |              |
| 12. 緑・景観      | 13. 地域ブランド | 14. 地域交流    | 15. 国際交流     |
| 16. その他 (     |            |             | )            |

(19) 今後とも商店街の活動や事業は重要だと思われますか？

(1つだけ○)

- |                 |
|-----------------|
| 1. 非常に重要である     |
| 2. ある程度重要である    |
| 3.それほど重要だとは思えない |

(19-1) その理由は？(該当するもの全てに○)

- |                |
|----------------|
| 1. 独自の活動が規制される |
| 2. 競争活力が阻害される  |
| 3. 売上に結びつかない   |
| 4. その他 (       |
| )              |

(20) 区の支援策の今後の方向について、どのように思われますか？

次の中から、該当するものがあれば選んでください。(該当するもの3つ以内に○)

- |                              |
|------------------------------|
| 1. 地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ      |
| 2. 商店街同士の連携対策を重視すべきだ         |
| 3. やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ |
| 4. 個店対策をより重視すべきだ             |
| 5. 販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ  |
| 6. 施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ    |
| 7. 現行制度の充実を図るべきだ             |
| 8. その他 (                     |
| )                            |

(20-1) その他、区の商業施策に関して要望や意見等があればご記入ください。

-----
-----
-----
-----
-----

— ご協力ありがとうございました —

# 消費者調査票

問1. あなたは、区内の次の店舗や商店街をよく利用されますか？（それぞれ1つだけ○）

<大型店・大手スーパー>

<コンビニエンスストア>

<商店街の一般商店>

1. よく利用する  
2. 時々利用する  
3. あまり利用しない  
4. 全く利用しない

1. よく利用する  
2. 時々利用する  
3. あまり利用しない  
4. 全く利用しない

1. よく利用する  
2. 時々利用する  
3. あまり利用しない  
4. 全く利用しない

→ 1-1. (「よく利用する」と答えた方に) ←

そこをよく利用する理由は何ですか？ 次の表の中から、該当する理由の番号に○をつけてください。(該当するもの全てに○)

(利用する理由)	【記入例】	大型店・ 大手スーパー	コンビニエンス ストア	商店街の 一般商店
1. 価格が安い	1	1	1	1
2. 品質・鮮度が良い	2	2	2	2
3. 品揃えが豊富	3	3	3	3
4. 1ヵ所で買い物が済ませられる	4	4	4	4
5. 魅力ある商品がある	5	5	5	5
6. スタンプなどの色々なサービスがある	6	6	6	6
7. 接客態度が良い	7	7	7	7
8. 商店街・お店の雰囲気が良い	8	8	8	8
9. 夜遅くまで営業している	9	9	9	9
10. クレジットカードが使える	10	10	10	10
11. 安心感・信頼感がある	11	11	11	11
12. 古くからのつきあい・馴染みだから	12	12	12	12
13. 駐車場がある	13	13	13	13
14. 休憩場所がある	14	14	14	14
15. 距離的に近い	15	15	15	15

上記のうち、最大の該当理由は？  
(上記1～15のいずれかの番号で)

↓ ↓ ↓ ↓

12			
----	--	--	--

(※裏表4ページです)

問2. あなたは、次の商品を主にどこでお買いになりますか？

商品別に、よく利用する店舗(地域)の番号に○を3つ以内つけてください。

(商品別に、○を3つ以内)

商 品		【記入例】	生鮮食品 (野菜・青果・魚・肉等)	他の食料品(生鮮以外)	おしゃれ着 (紳士・婦人服)	日用雑貨・身の回り品 (医薬・日用衣料・靴等)	家具・家電製品	書籍・文具	贈答品	美容・理容	外食・飲食
			よく買い物する店舗								
練馬区内	1. 商店街の一般商店	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	2. 大型店・大手スーパー	②	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	3. コンビニエンスストア	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
	4. 宅配	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	5. その他	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
区外	6. 池袋周辺	⑥	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	7. 新宿周辺	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
	8. その他の地域	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8
9. 通信販売・カタログ販売		⑨	9	9	9	9	9	9	9	9	9
10. インターネット		10	10	10	10	10	10	10	10	10	10

上記のうち、最も利用するところは？

(上記1～10のいずれかの番号で)

↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
2									

問3. あなたは通信販売やカタログ販売を利用していますか？(1つだけ○)

1. 利用している 2. 利用していないが利用したい 3. 利用していないし興味もない	→	3-1. その際、インターネットを利用していますか？	1. 利用している 2. 利用していない
---	---	----------------------------	-------------------------

問4. 地元の商店街を利用する場合の主な交通手段は？(1つだけ○)

1. 徒歩    2. 自転車    3. バイク    4. バス    5. 車    6. その他(    )
--



問9. 参考までに、区の実施する商店街振興策に関して、あなたが考える商店街振興の方向をお聞かせください。(該当するもの3つ以内に○)

1. 地域社会との交流・連携対策を重視すべきだ
2. 商店街同士の連携対策を重視すべきだ
3. やる気のある商店街に対する支援策に絞っていくべきだ
4. 個店対策をより重視すべきだ
5. 販売促進事業などのソフトな対策をより重視すべきだ
6. 施設整備などのハードな対策をより重視すべきだ
7. 現行制度の充実を図るべきだ
8. その他 ( )

==== ご記入いただいたあなたご自身のことについておうかがいします。====

(1) 年齢は？ 

1. 20代以下	2. 30代	3. 40代	4. 50代	5. 60代	6. 70歳以上
----------	--------	--------	--------	--------	----------

(2) 性別は？ 

1. 女性	2. 男性
-------	-------

(3) 職業は？ 

1. 専業主婦	2. パート・アルバイト	3. 自営業	4. 勤め人
5. 学生	6. 無職	7. その他	

(4) お住いは？ (町名をご記入ください) 

--

(5) 世帯構成は？ 

1. 単身	2. 夫婦のみ	3. 夫婦と未婚の子
4. 2世代同居	5. 3世代同居	6. その他

(6) あなたが日頃利用する最寄りの鉄道駅は？ 

	線		駅
--	---	--	---

(7) 最後に、あなたが考える「理想的な商店街」についてお聞かせください。


==== ご協力ありがとうございました。====





## 練馬区商店街実態調査 報告書

平成 22 年 3 月発行

発行 練馬区産業地域振興部商工観光課  
練馬区豊玉北 6 - 1 2 - 1  
電話 : 03-3993-1111 (代)

調査受託 株式会社 都市計画同人  
新宿区横寺町 5 8 - 1 二神ビル  
電話 : 03-3267-4147