

平成 29 年度

商店街の活性化に関するアンケート調査

報 告 書

平成 30 年 1 月

報告書作成：特定非営利活動法人いわて地域づくり支援センター

# 目次

1.	調査概要.....	- 1 -
2.	店舗について .....	- 2 -
(1)	業種と創業年 .....	- 2 -
(2)	企業形態.....	- 3 -
(3)	従業員規模.....	- 3 -
(4)	加盟している組織 .....	- 4 -
3.	店の経営状況 .....	- 5 -
(1)	経営者の年齢 .....	- 5 -
(2)	経営者の継業状況 .....	- 5 -
(3)	事業継続の予定.....	- 6 -
(4)	営業をやめた場合の店舗の利活用について .....	- 7 -
(5)	来客の多い曜日.....	- 8 -
(6)	主な客層（2つまで選択） .....	- 8 -
(7)	1日の平均来客数 .....	- 9 -
(8)	近年（ここ3～5年程度）の経営状況等の推移.....	- 10 -
(9)	経営上の課題（複数回答） .....	- 11 -
(10)	販売促進（複数回答） .....	- 12 -
4.	商店街活性化への課題と取組について .....	- 13 -
(1)	商店街の活性化に向けて（3つ選択） .....	- 13 -
(2)	商店街活性化に向けた空き店舗活用方法.....	- 15 -
5.	藤里町の商業、商店街の活性化に関する意見 .....	- 16 -
(1)	魅力のある商店街にするためのアイデア .....	- 16 -
(2)	商店や商店街の活性化のために行政、商工会などに望むこと .....	- 17 -

## 1. 調査概要

---

### 【目的】

町では、平成 27 年度に「藤里町人口ビジョン・まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定し、人口減少の課題を解決し、藤里の特徴を生かした活力あるまちづくりや、暮らしやすく、子育てしやすいまちづくりの実現を目指して取組を行っています。

計画の一層の推進を実現するために、町内企業のみなさんの意向を把握することを目的としてアンケート調査を実施した。

### 【調査対象】

町内の事業所 108 事業所

### 【調査方法】

郵送によるアンケート票の配布及び回収

### 【調査期間】

平成 29 年 12 月

### 【回収票数】

57 事業所（回収率 53%）

### 【その他】

回答の構成比は、小数第 1 位を四捨五入しているため、合計は必ずしも 100%にはならない。

## 2. 店舗について

### (1) 業種と創業年

業種は、57事業所のうち「物販」が33%、「サービス」が26%である。「その他」が37%を占めるが、その他としては建設業を多く含む。

創業年は、昭和20～50年が多く、営業年数としては30～60年ほどが多い。物販や建設業は30～50年ほど営業しており、サービス業はさらに長く50～59年ほどの営業年数である。

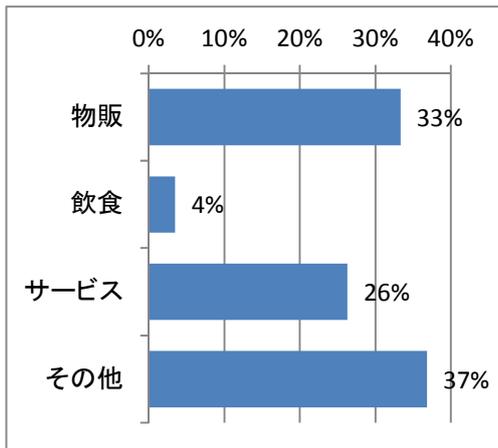


図 業種

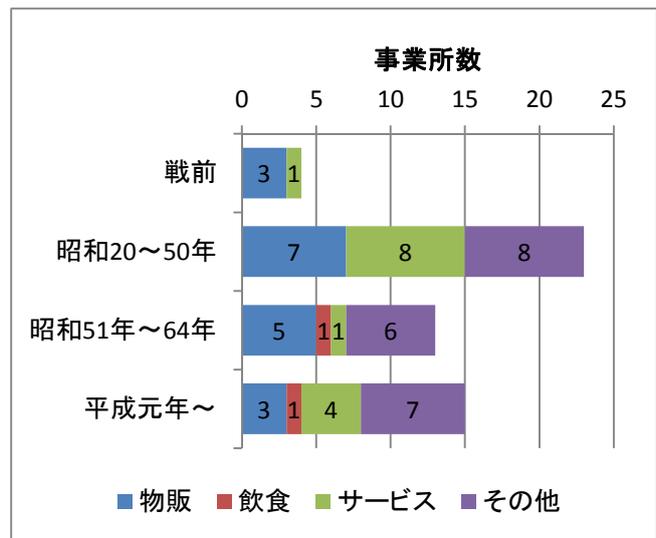


図 創業年

(業種のその他)

建設業	6
製造業	3
農林業	3

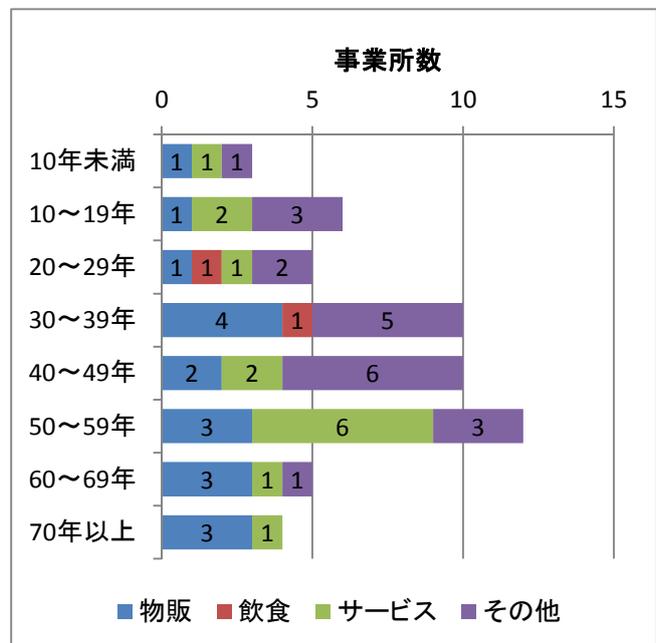


図 営業年数

## (2) 企業形態

企業形態は、全体では個人事業が 65%を占めて多い。物販やサービス業は株式会社が 26～27%を占めて比較的多いが、その他（建設業等）は有限会社が 24%を占めて比較的多い。

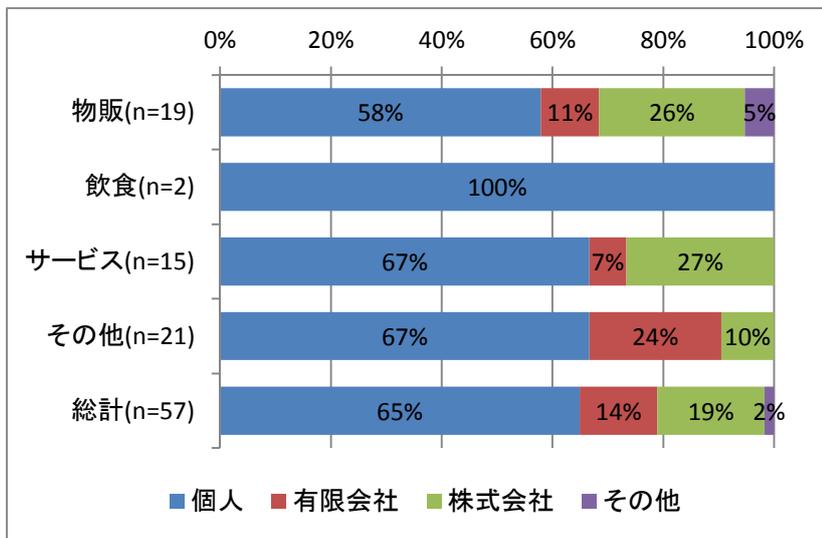


図 企業形態

## (3) 従業員規模

従業員規模は、「家族のみ」が 49%を半数を占める。特に、サービス業は 60%を占めて多い。その他（建設業等）は、比較的従業員規模が多い。

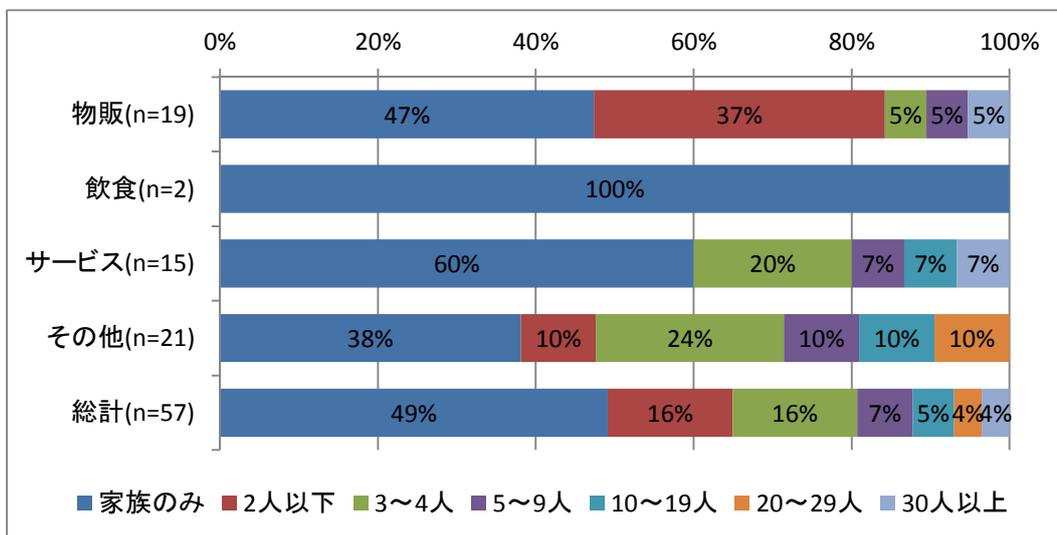


図 従業員規模

#### (4) 加盟している組織

加盟組織は、商工会が77%と多く、振興会が16%、非加盟は18%である。

物販業は振興会の割合が32%と多い。非加盟はその他（建設業等）が29%を占めて比較的多い。

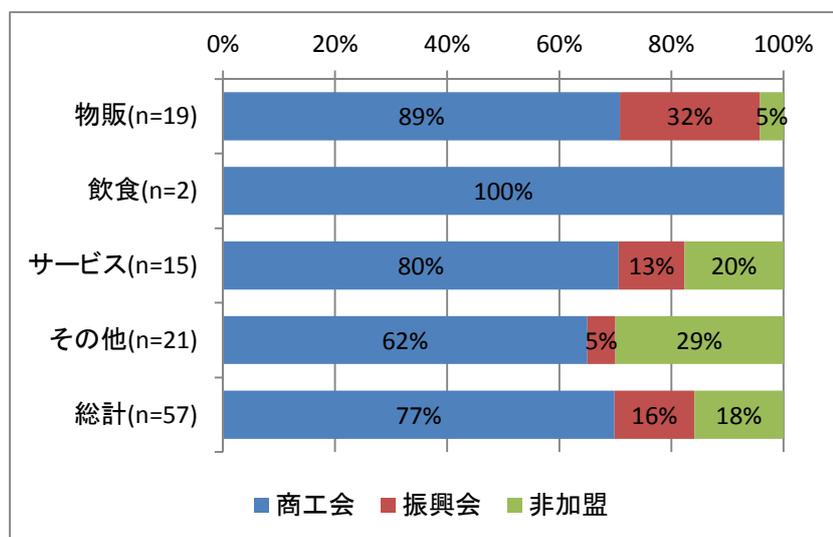


図 加盟組織

### 3. 店の経営状況

#### (1) 経営者の年齢

経営者の年齢は、全体では60代が42%、70代以上が40%を、合わせて8割が60代以上と高齢化している。特に、サービス業の高齢化率が高い。

その他は比較的若い年齢である。

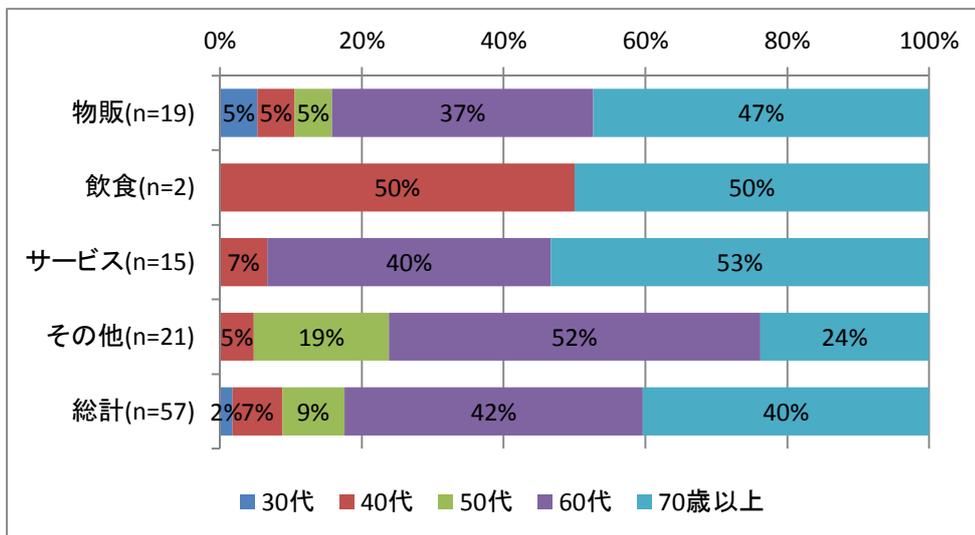


図 経営者の年齢

#### (2) 経営者の継業状況

経営者が何代目かについては、「創業者」が54%を占める。

物販業については、「二代目」が42%、「三代目」が26%と継業されているが、その他やサービス業は比較的創業者が営業している状況となっている。

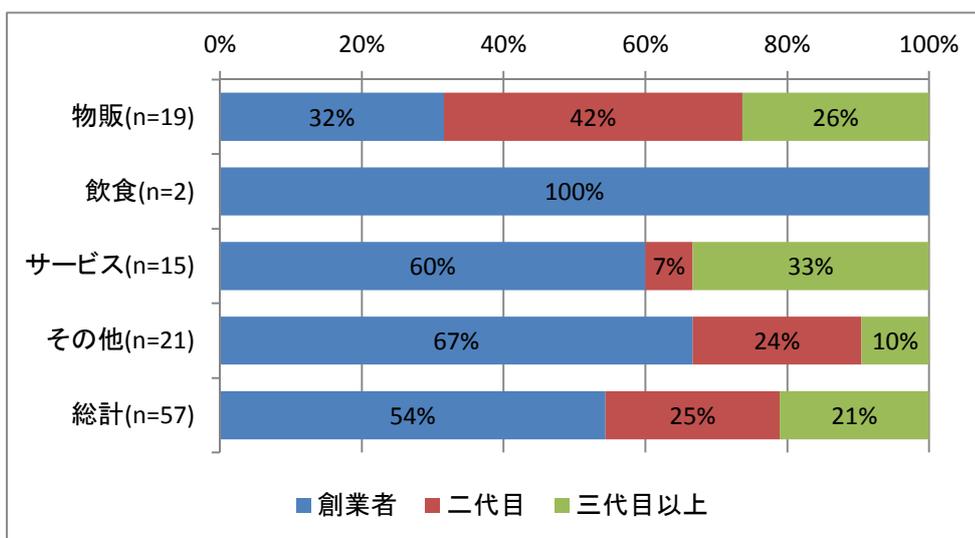


図 経営者の継業状況

### (3) 事業継続の予定

事業を継続するかどうかについては、「後継者に譲る」は25%に留まり、「自分の代でやめる」が54%と過半数を占めて多い。「近い時期にやめる」9%を合わせると6割強がやめる意向を持っている。

サービス業やその他については、比較的后継者に譲る意向が高い。

年齢別にみると、30代や40代でも「自分の代でやめる」意向を持っており、年齢よりは業種に影響を受けている。

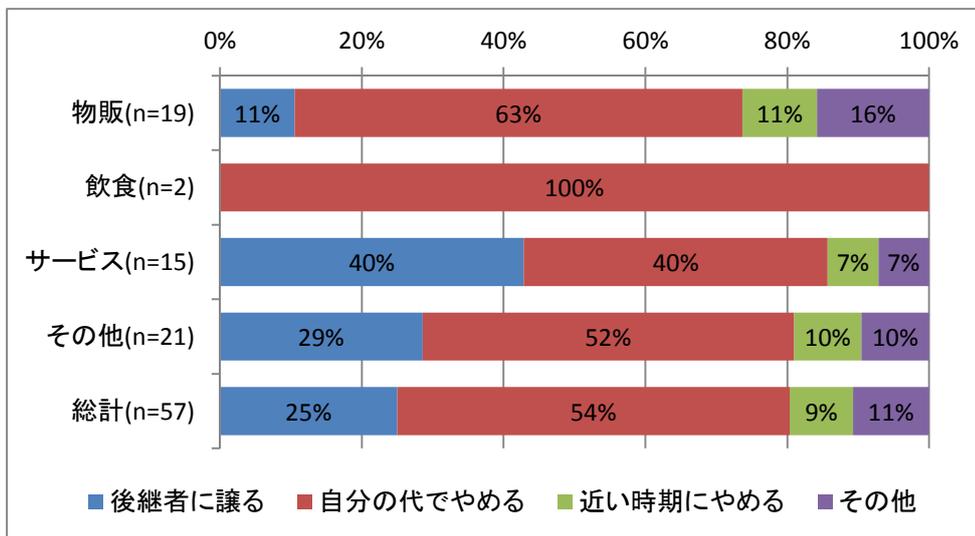


図 事業継続の予定（業種別）

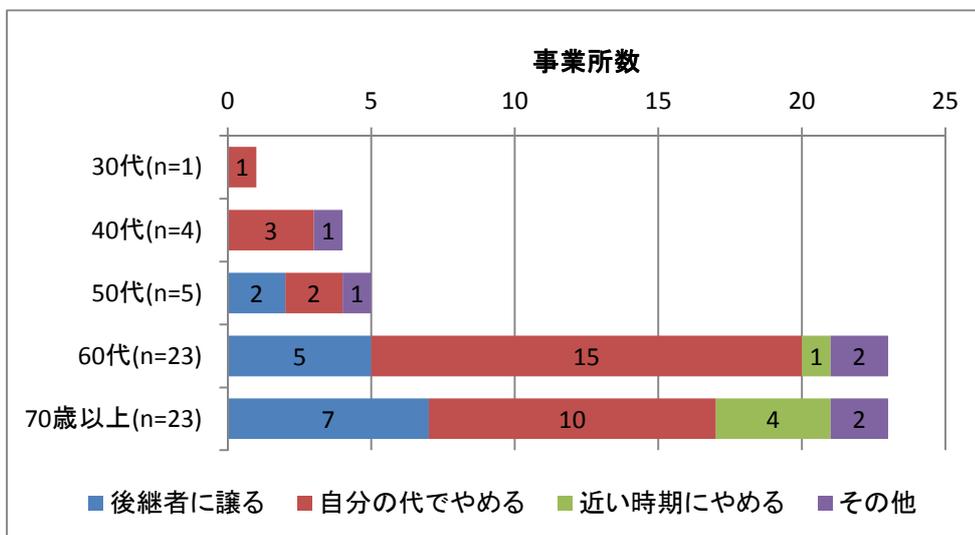


図 事業継続の予定（年齢別）

(その他の内容)

- ・ 未定。
- ・ 考え中。
- ・ 時期は分からない。
- ・ 自分の代で廃業→血縁以外でも希望者がいれば譲る。
- ・ 健康状態による。
- ・ 営業所のため本社の意向による。

#### (4) 営業をやめた場合の店舗の利活用について

全体では、「居住用とする」が36%、「取り壊す」が31%を占め、空き店舗利用の可能性のある割合は「その他」を含めても33%に留まる。

創業年別にみると、それほど関連はなく、昭和20～50年創業であっても「貸し出す」意向は14%あるなど、どちらかというとも業種に影響を受ける。

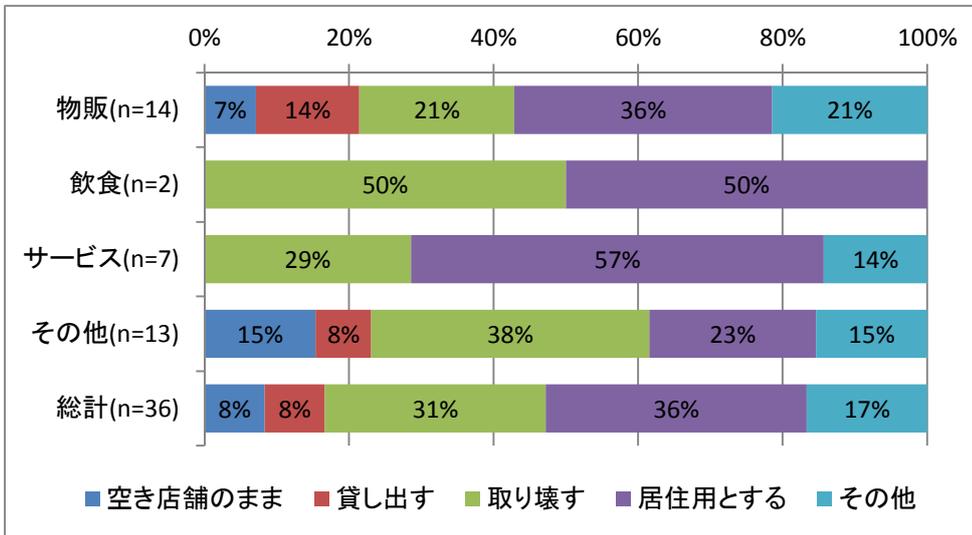


図 廃業後の店舗活用（業種別）

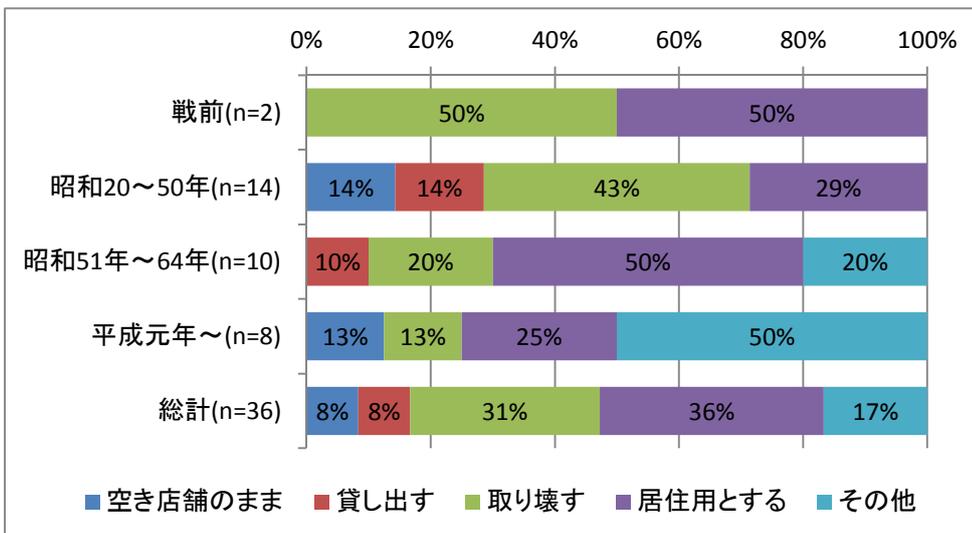


図 廃業後の店舗活用（創業年別）

(その他の内容)

- ・ 建物はない。
- ・ 賃貸なので返却する。
- ・ 訪問販売がほとんど。
- ・ 負債のため分かりません。
- ・ 借りているから分からない。
- ・ どうするか分からない。

### (5) 来客の多い曜日

来客は、曜日に関係ないとする割合が 42%を占める。「平日が多い」は 31%である。

物販については曜日は関係ないが、サービス業は曜日に関係し、平日が多い店舗と土日祝日が多い店舗に分かれる。

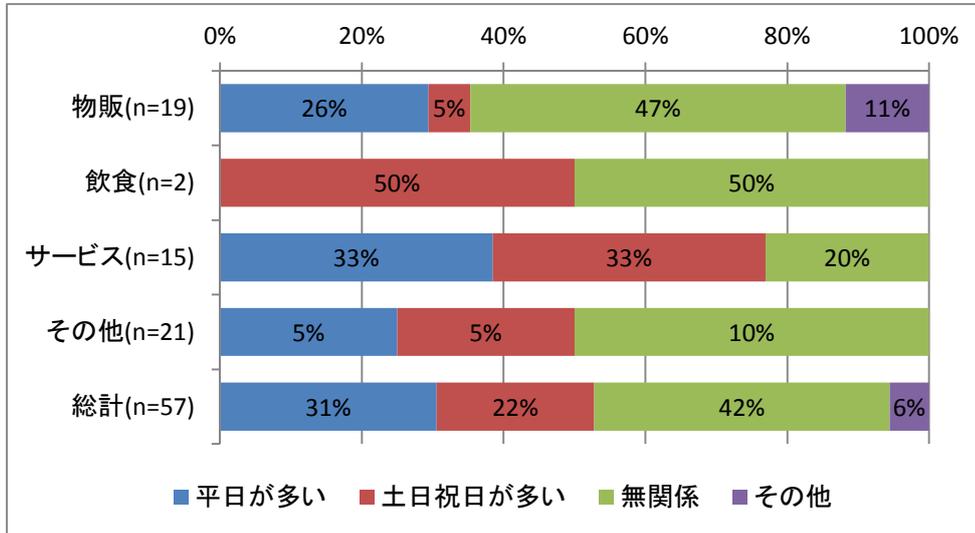


図 来客の多い曜日

### (6) 主な客層 (2つまで選択)

主な客層は、物販についてはどちらかというとな性が多いものの、決まっていないという事業所が多い。サービス業については事業所によって男女のちがいがあるが、いずれも 50~60 代以上の利用が多い。

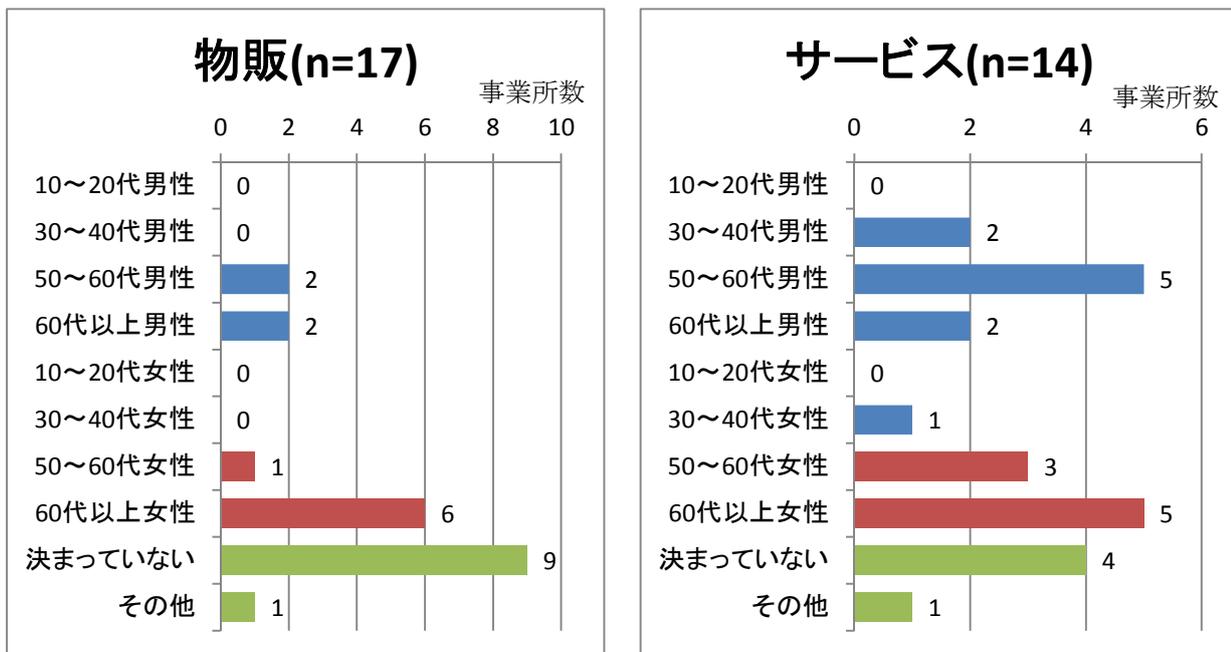


図 主な客層

### (7) 1日の平均来客数

1日の来客数は全体では10人以下が71%と大半を占める。

物販では比較的来客数が多く、101人以上の店舗も8%（1店舗）ある。

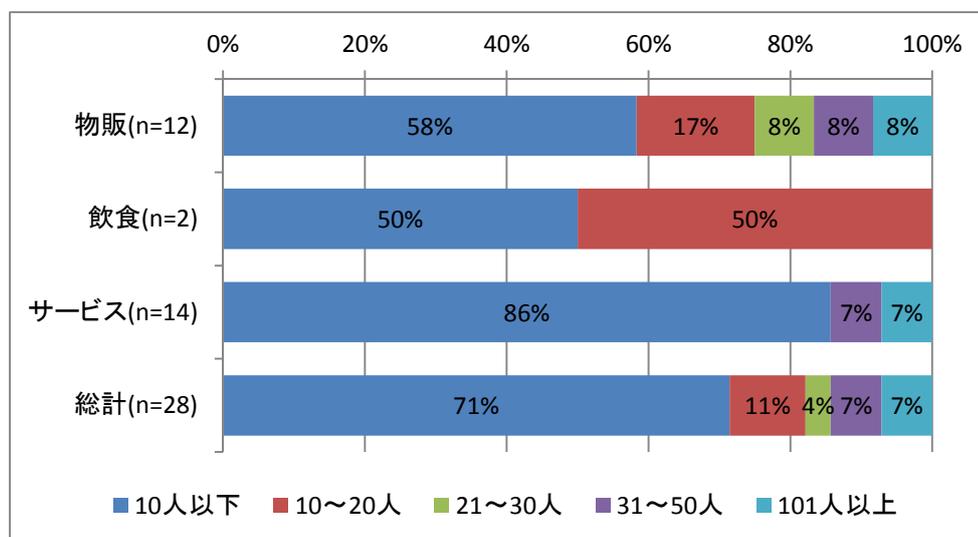


図 1日の来客数

### (8) 近年（ここ3～5年程度）の経営状況等の推移

経営状況については、「年間売上高」「1日平均客数」「平均客単価」のいずれの項目についても「減少した」と回答する事業所が多い。

物販業は、「年間売上高」「1日平均客数」については、減少しているが、「平均客単価」については「やや増加している」と回答する事業所もある。サービス業については、物販業よりは「年間売上高」が「やや増加した」と回答する事業所がある。その他については、「増加した」「やや増加した」と回答している事業者もあり、他の業種と比べると経営状況は比較的良い。

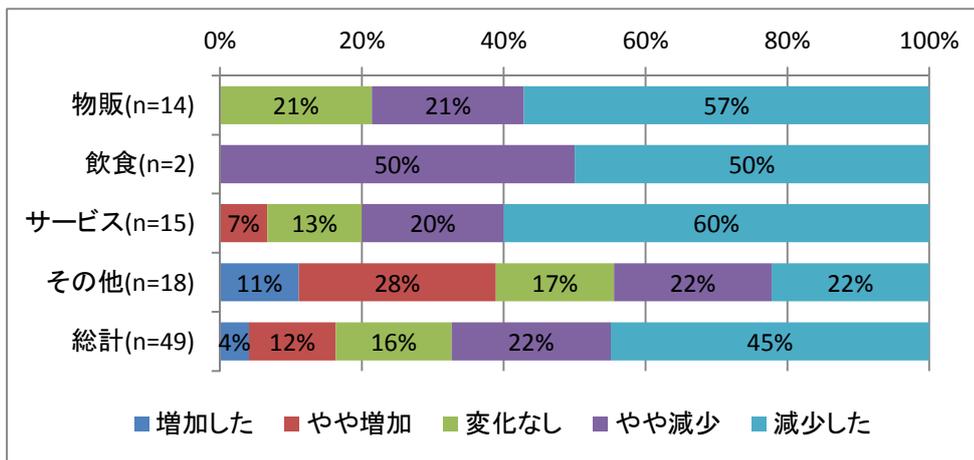


図 年間売上高の変動

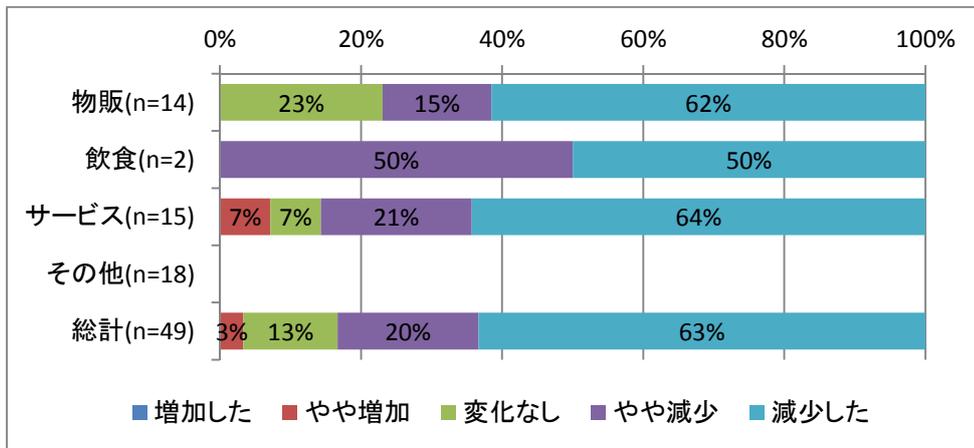


図 1日平均客数

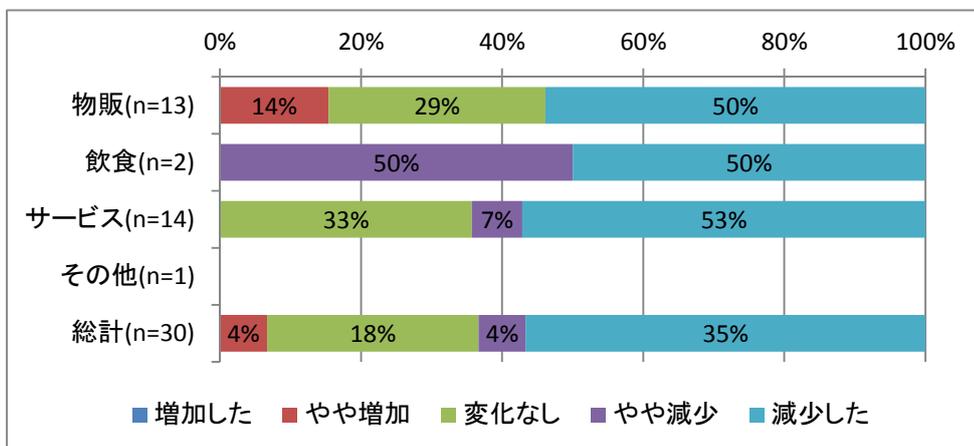


図 平均客単価の変動

### (9) 経営上の課題（複数回答）

経営上の課題については、いずれの業種においても、「仕入単価の上昇」「経営者等の高齢化」を課題としてあげている。

物販やサービス業については、「消費者ニーズの変化」も課題となっている。

その他では「従業員の確保・育成」や「人件費の上昇」が課題となっている。

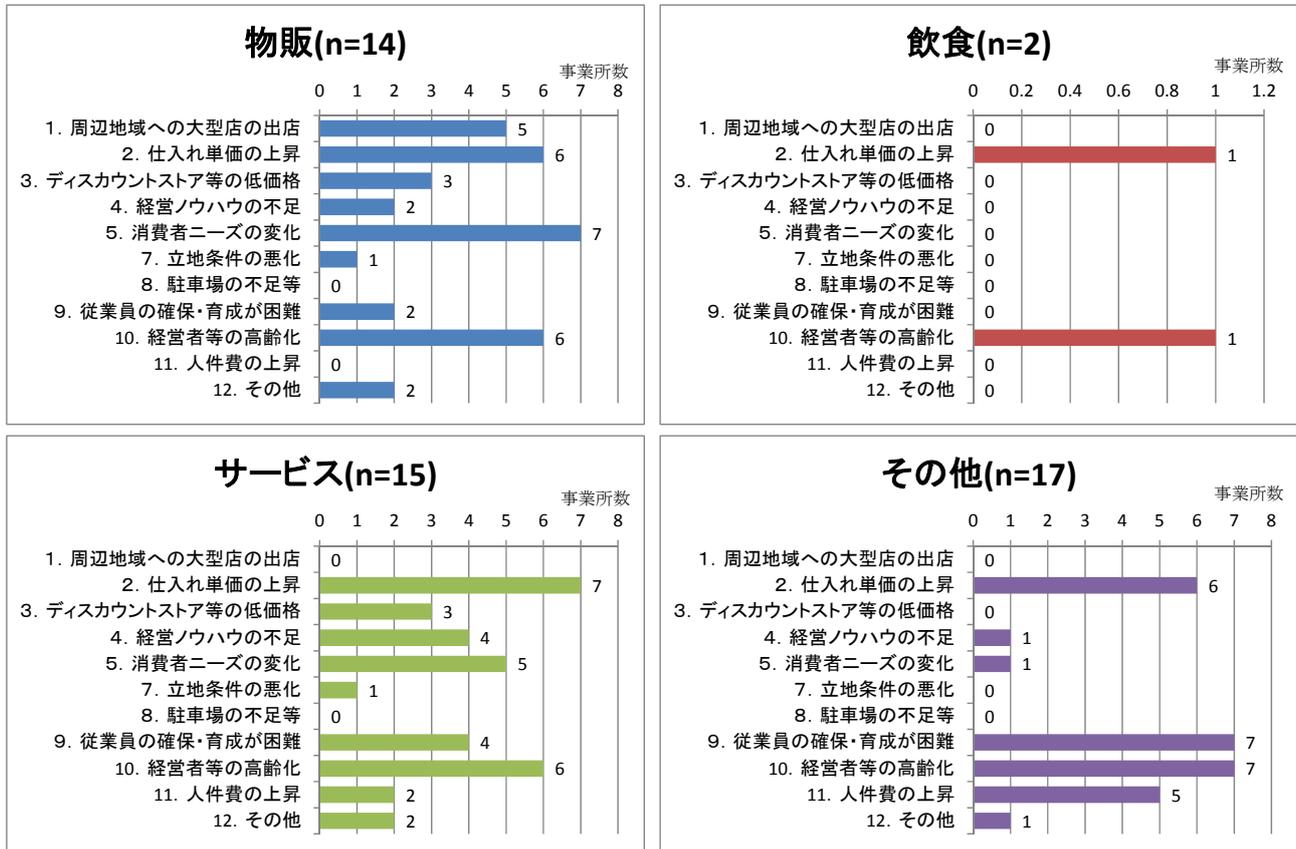


図 経営上の課題

(その他の内容)

- ・ 夏場は特に自然に左右される。道路閉鎖（長期）の場合は深刻。（物販）
- ・ 人口減少（物販）
- ・ 人口不足（サービス）
- ・ 客が無くなるかも（サービス）
- ・ 民間工事量の不足（建設）

## (10) 販売促進（複数回答）

販売促進活動としては、飲食やその他業種では、「取り組んでない」が多いが、物販やサービス業については、様々な販売促進活動に取り組んでいる。

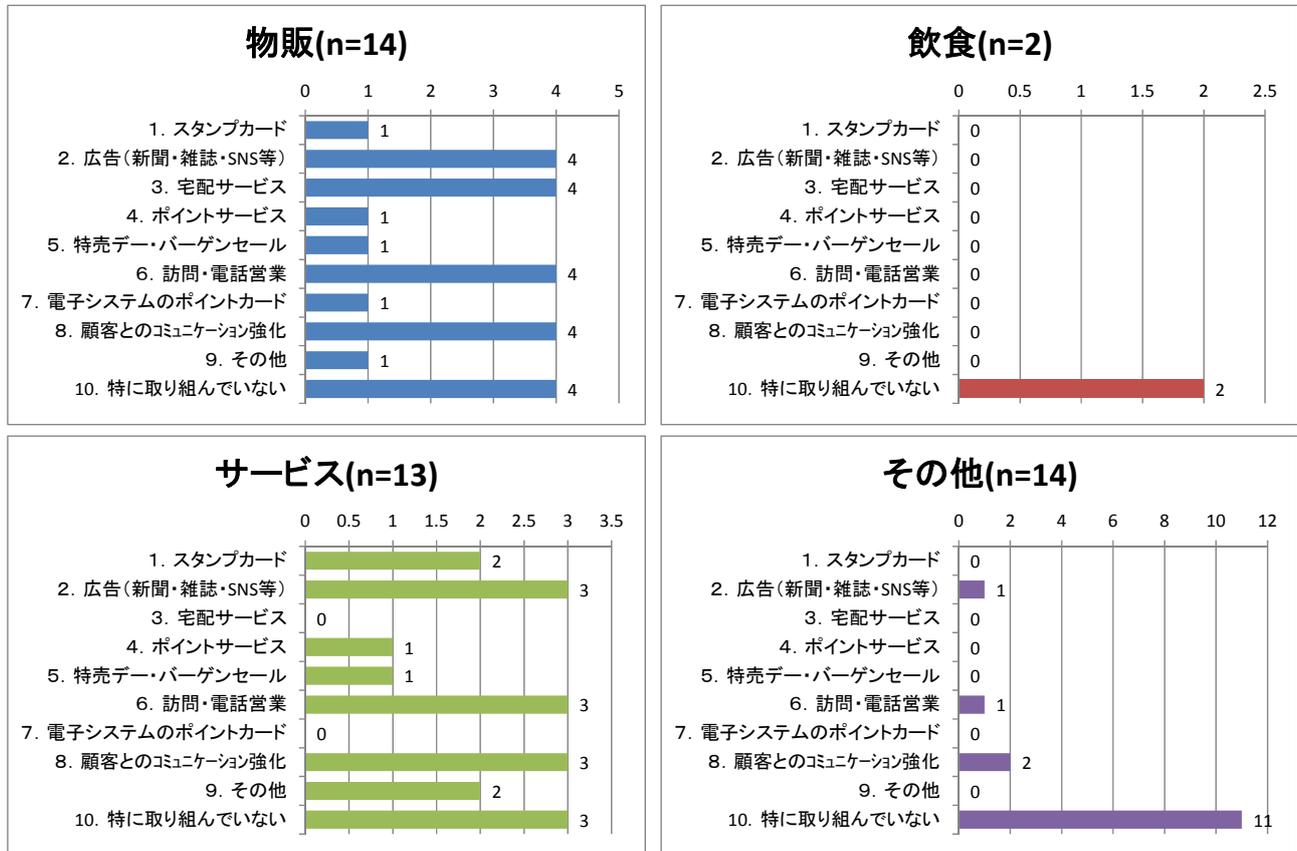


図 販売促進活動

## 4. 商店街活性化への課題と取組について

### (1) 商店街の活性化に向けて（3つ選択）

商店街の活性化に向けて必要な取り組みは「特産品や名物の開発、PR、土産物店」が全体の70%の事業者が回答している。次いで、「イベントやセールの開催」「空き店舗の活用」「経営者や後継者育成」等が多い。

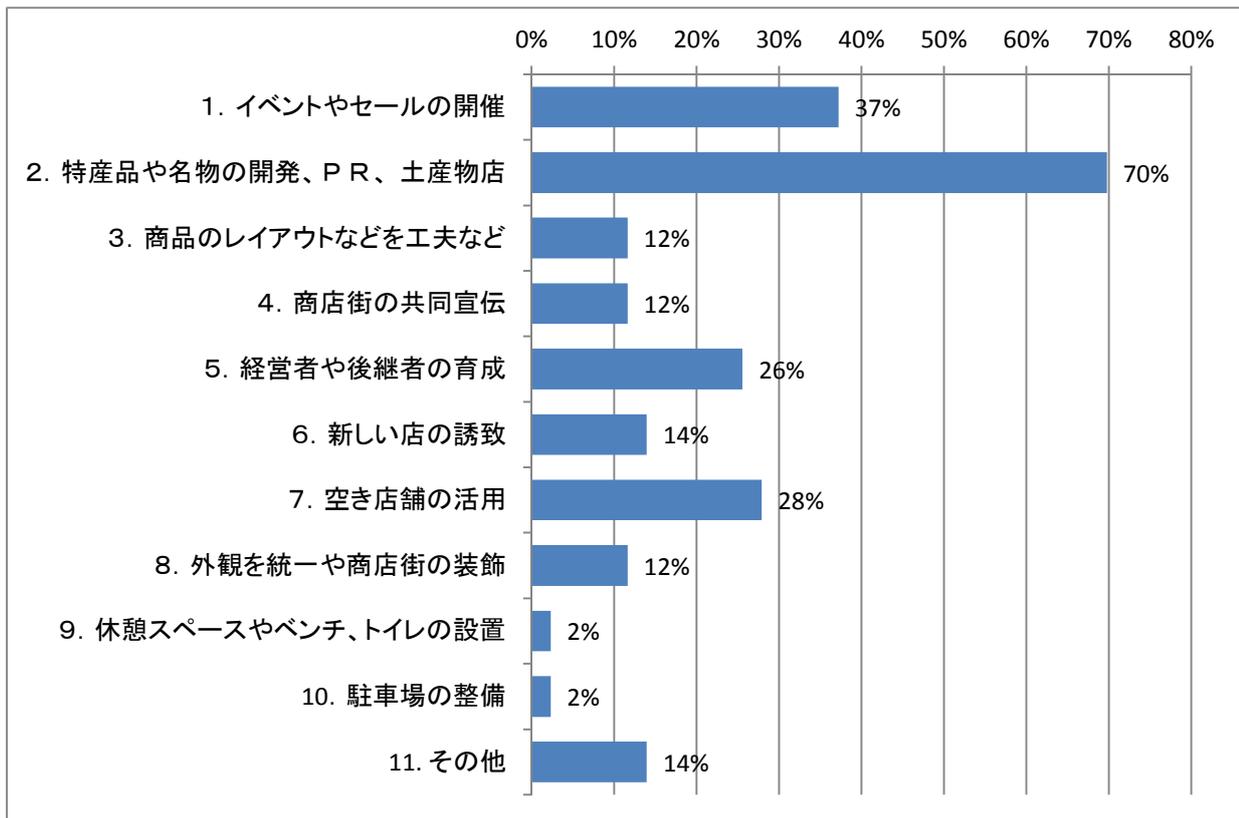


図 商店街の活性化に向けて必要な取り組み

(その他)

- ・ 人口が少なすぎる
- ・ 人口増加
- ・ 町の活力がない。活性化を考えて欲しい
- ・ やる気、若い力
- ・ 客
- ・ 人口減少のまちとしては商店街の統一も考えられないか

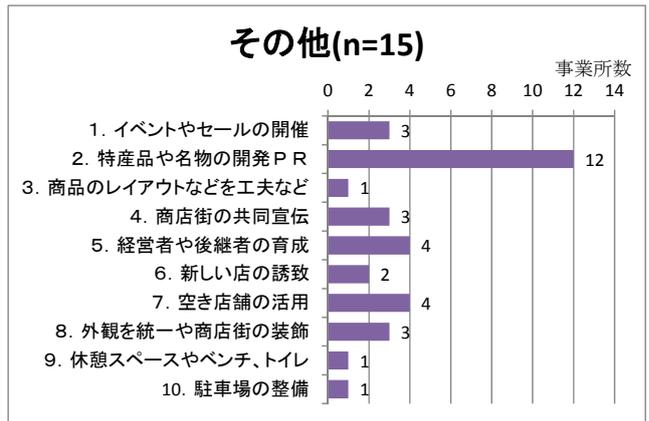
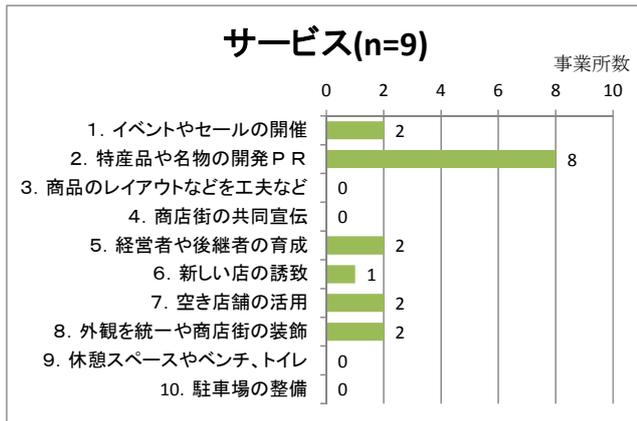
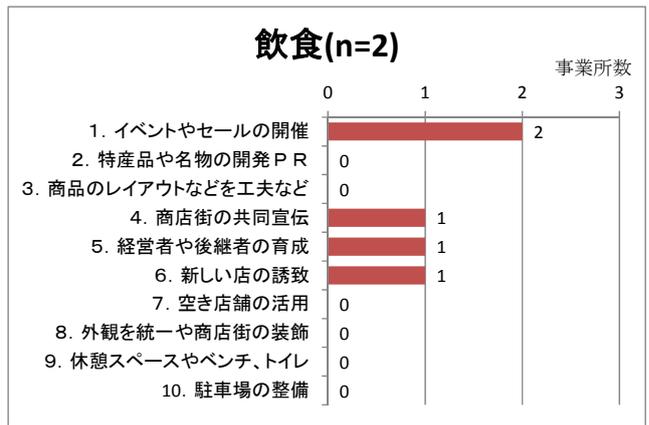
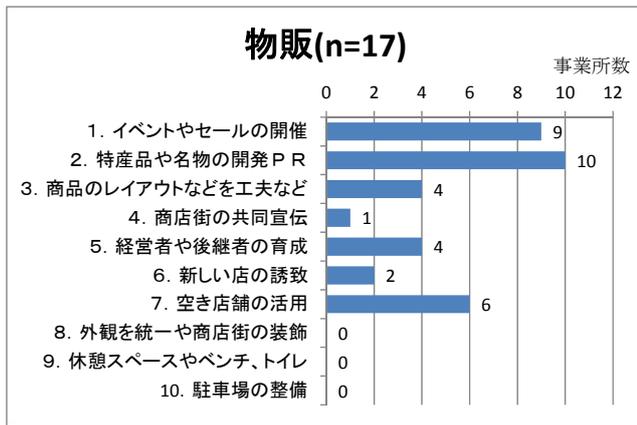


図 商店街の活性化に向けて必要な取り組み（業種別）

## (2) 商店街活性化に向けた空き店舗活用方法

空き店舗の活用方法としては、「みんなが展示・即売等のできる場」が40%を占めて多く、特産品の開発と合わせて、新たな名物の開発や販売に対する希望が高いことがうかがえる。

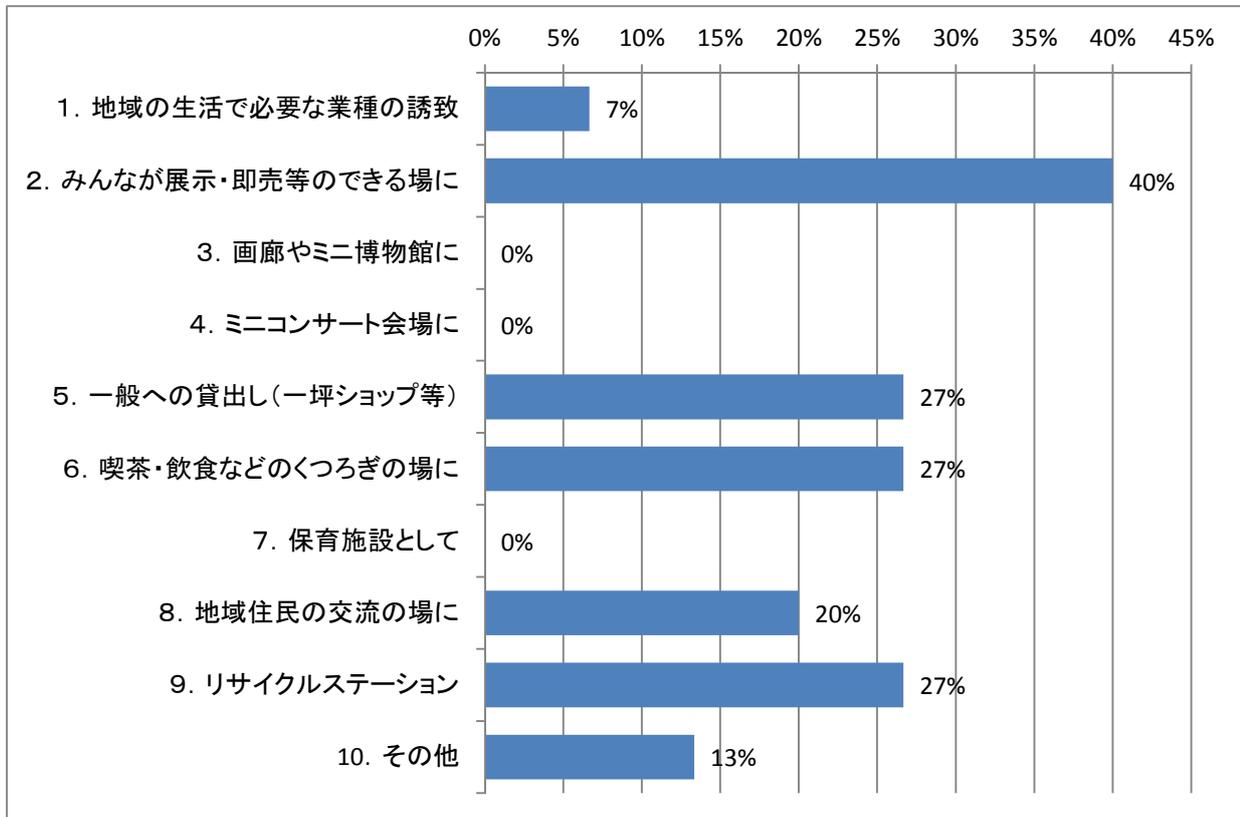


図 空き店舗活用方法

(その他)

- ・ 地域の食文化発信食堂。
- ・ 商工業社と町の観光課で直接会って意見交換すべきではないか？
- ・ 工場などの若者の働く場所。

## 5. 藤里町の商業、商店街の活性化に関する意見

---

### (1) 魅力のある商店街にするためのアイデア

- ・ ないので苦しんでいる。(物販)
- ・ 余計なことは考えず、自然遺産「白神山地」を活かすことに集中する。特化して考えることでアイデアも生まれる。自然環境がキーワード。(物販)
- ・ 従来の方やスタイルの経営では自然消滅してしまう。IT など客を呼び込む方法の活用と抜本的に変化していかなければ町自体消滅してしまう。(物販)
- ・ 我が町は自然に恵まれた世界遺産のまちですので、これを売りにすることがキーワードだと思う。何が足りなくて何が良いのか見極めて改善して中途半端にせず思い切って賭けることが大事。アルビオンの成功例に習って、自然食品会社や研究的会社等全国発信して企業誘致を。(林業)
- ・ 体育館に来る選手の父兄の方から食堂が欲しいと聞いた。商工会、民間との話し合いが足りていないので皆さんの意見を聞き、それを実現するようにお願いいたします。(物販)
- ・ 藤里町へ行けば安くてうまい藤里特有のものが食べられたり買える。(サービス)
- ・ かもや堂を活用して定期的に販売飲食できる場にして欲しい。(製造業)
- ・ 少し規模の大きい1年か2年で終わるのではなく長い時間がかかっても継続していける事業を計画して欲しい。町民に周知させることが大切。(サービス)
- ・ 市日の会場を大町、荒町に戻す。観光にもっと力を入れて流動人口を増やす。(サービス)
- ・ 流動的でも良いので人口増を！(その他)
- ・ 冬期間の通りのイルミネーション化。町なか公園の設置。(その他)
- ・ 空き店舗を安価もしくは無償で貸し付ける。(物販)
- ・ 商店街に求めるターゲットは町民なのか町外なのか？(物販)

## (2) 商店や商店街の活性化のために行政、商工会などに望むこと

- ・ 望んでも今更どうしようもない。(物販)
- ・ 足元の資源を引き出すことに行政、商工会、民間が一体となって取り組むしかない。現状は残念ながらそうした意思統一がなされていない。ただ国や県の施策に合わせて行けばいいという安易さに埋没しているように映る。(物販)
- ・ 人口回復が第一。規制緩和と適正料金の廃止によって過当競争が起こり中小零細企業従業員の待遇が悪化。そのため少子化や結婚が出来ないなどの現象が起きている。政治家との対話を望む。(物販)
- ・ 行政、商工会、両者間での問題懸案をもっと議論すべきと思う。(サービス)
- ・ 遠くの客が藤里に行きたいと思わせる魅力づくりが課題ではないか。(サービス)
- ・ 人口が無ければ何もできない、しかし何かをしなければ。(製造業)
- ・ 人口を増やすことが基本だと思います。(サービス)
- ・ 現在の社会情勢からみて厳しいがやれるところからやる。外に目を向けて成功事例又は現在成功している地域を視察するなど自分達の所でも出来る事などを取り入れる。外国人を白神山地に呼び込むインバウンド対策を。(林業)
- ・ 猿ヶ瀬からゆとりあ館にゴンドラを通し滞在客を増やす(ゴンドラから白神山地が望めるような、又田んぼアートなど)。日本一の何かを考える。全国の大学に呼びかけクラブの合宿などに来町してもらおう。(その他)
- ・ プレミアム商品券等毎年発行していることは良いと思う。(サービス)

# 調 査 票

---





### 3. 商店街活性化への課題と取組についておたずねします。

【問12】 商店街を活性化するために必要だと思うものをお選びください。 【〇は3 つまで】

1. イベントやセールの開催
2. 特産品や名物の開発、PR、土産物店（町の特産品を買える・食べれる店）
3. 商品のレイアウトなどを工夫するなど個々の店の魅力向上
4. 商店街マップやチラシ、インターネットなどを使った商店街の共同宣伝
5. 経営者や後継者の育成（勉強会や研修会など）
6. 新しい店の誘致
7. 空き店舗の活用
8. 商店街の外観を統一や、のぼりや花による商店街の装飾
9. 商店街に休憩スペースやベンチ、トイレの設置
10. 駐車場の整備
11. その他（ ）

【問13】 問12で「7. 空き店舗の活用」と回答した方にお尋ねします。

あなたが望む商店街の空き店舗の活用方法は？

【〇は2 つまで】

1. 地域の生活に必要な業種の誘致 [例えば]（ ）
2. みんなが展示・即売等のできる場に
3. 画廊やミニ博物館に
4. ミニコンサート会場に
5. 一般への貸出し（一坪ショップ等）
6. 喫茶・飲食などのくつろぎの場に
7. 保育施設として
8. 地域住民の交流の場に
9. リサイクルステーション
10. その他（ ）

4. 藤里町の商業、商店街の活性化に関する意見等がありましたら、  
ご自由にお書きください。

【問 1 4】 魅力のある商店街にするためのアイデアがありましたら教えてください。

【問 1 5】 商店や商店街の活性化のために行政、商工会などに望むことがありましたらご記入ください。

～これでアンケートは終了です。ご回答頂きありがとうございます。～