

千葉県地域商業活動状況調査報告書

《概要版》

平成 17 年 3 月

千葉県商工労働部

はじめに

本県の商業は、地域経済の担い手として、また豊かな県民生活を支えるものとして大きな役割を担っています。

県では、商店街の活性化に向けた様々な施策を講じているところですが、施策の実効を期すためには、各地域における商店街の実態を把握することが不可欠であり、「商店街実態調査」を実施し振興策に反映しております。

特に今回の調査は、経営環境が急速に変化しているとの認識から、商店街の活動状況や問題点等の実態把握に加え、地域住民や買物客へのインタビュー等により多様化する消費者ニーズを把握するため、「千葉県地域商業活動状況調査」として実施いたしました。

県といたしましても、調査結果を基に地域商業活性化のための新たな支援策を積極的に推進していきたいと考えております。また、本書が各方面で幅広く御活用いただければ幸いです。

結びに、本調査に御協力をいただきました消費者並びに商業者の方々をはじめ、関係者の皆様に厚くお礼申し上げます。

平成17年3月

千葉県商工労働部長 小澤慶和

目 次

はじめに

I	調査の概要	1
1	調査の目的	1
2	調査の種類	1
3	調査対象及び調査期間	1
4	調査の方法及び配布・回収状況	2
	(1) 全体概要	2
	(2) 商店街アンケート調査、地域ブロック別（市町村別）配布・回収状況.....	3
II	調査結果の概要	4
1	商店街の実態・問題点	4
2	今後の取組課題	5
III	商店街実態調査結果	6
1	商店街アンケート調査	6
	(1) 商店街の概要	6
	(2) 商店街の立地環境等	9
	(3) 空き店舗等	11
	(4) 取組強化事業	15
	(5) 商店街の問題点	16
IV	消費者ニーズ調査結果	18
1	住民アンケート調査	18
	(1) 商店街の利用状況	18
	(2) 大型店について	18
	(3) 商店街の今後の対応	20
2	来街者インタビュー調査	21
	(1) 商店街の利用状況	21
	(2) 商店街の今後の対応等	22
3	消費者座談会	24

I 調査の概要

1 調査の目的

車社会の定着や大型店の郊外進出等に伴う中心市街地の空洞化等、経営環境の変化とともに、厳しい状況に直面している商店街の実態及び多様化する消費者ニーズ等を把握し、今後の商業振興のための基礎資料を得ることを目的とする。

2 調査の種類

(1) 商店街実態調査	
①商店街アンケート調査	県内に立地する商店街を対象としたアンケート調査により、商店街の活動状況及び問題点等を把握する
②商店街ヒアリング調査	主要商店街を対象にアンケート調査を補足し、活性化への取組状況とその成果を把握する
(2) 消費者ニーズ調査	
①住民アンケート調査	商店街周辺の居住者を対象とした買物アンケートにより、消費者のニーズを把握する
②来街者インタビュー調査	商店街の来街者に対するインタビュー調査により、商店街の利用状況及び要望等を把握する
③消費者座談会	高齢者、主婦、学生等との意見交換を通じて、街づくりに対する要望等を把握する

3 調査対象及び調査期間

項目	調査対象	調査期間	
(1) 実商 態店 調街 査	①商店街アンケート調査	商店会組織を有し、かつ街区を形成している県内全商店街を対象とし、サービス会等の広域的な組織及び重複する組織を除く（871 商店街）	平成 16 年 7～8 月（延べ 18 日間）
	②商店街ヒアリング調査	上記アンケート調査を基に、主要 20 商店街を選定 （対象商店街は別表のとおり）	平成 16 年 10 月 （延べ 20 日間）
(2) ニ消 費 者 調 査	①住民アンケート調査	商店街ヒアリング調査対象商店街の周辺住民（100 世帯×主要 20 商店街）	平成 16 年 8～9 月（延べ 10 日間）
	②来街者インタビュー調査	商店街ヒアリング調査対象商店街の来街者（50 人×主要 20 商店街）	平成 16 年 9 月 （延べ 2 日間）
	③消費者座談会	主婦、勤労者、高齢者、学生等	平成 17 年 2～3 月（延べ 3 回）

別表：主要 20 商店街

商店街名	所在地	商店街名	所在地
千葉銀座商店街振興組合	千葉市	ユーカリが丘中央商店会	佐倉市
幕張ベイタウン商店会	千葉市	大久保商店街協同組合	習志野市
ゆりの木商店会	千葉市	谷津サンプラザ協同組合	習志野市
銚子銀座商店街振興組合	銚子市	商店街振興組合柏二番街商店会	柏市
船橋市本町通り商店街振興組合	船橋市	フラワー商店会	柏市
木更津本町商店街振興組合	木更津市	五井西口商店会	市原市
五香さくら通り商店会	松戸市	江戸川台駅前商店街振興組合	流山市
佐原市忠敬通り商店街協同組合	佐原市	八千代台西口商店会	八千代市
茂原榎町商店街振興組合	茂原市	八街駅南口商店街振興組合	八街市
成田市上町商店街振興組合	成田市	大原中央商店街協同組合	大原町

4 調査の方法及び配布・回収状況

(1) 全体概要

項目		調査方法	サンプル数	回収数(票)	回収率(%)
① 実商 態店 調街 査	a 商店街アンケート調査	訪問留置き方式	871 商店街	746	85.6
	b 商店街ヒアリング調査	訪問聞き取り方式	20 商店街	—	—
② ニ消 費 ズ者 調 査	a 住民アンケート調査	訪問留置き方式	2,000 世帯	1,992	99.6
	b 来街者インタビュー調査	街頭インタビュー方式	1,000 人	1,000	100.0
	c 消費者座談会	座談会方式	(参加者) 延 12 人	—	—

(2) 商店街アンケート調査、地域ブロック別（市町村別）配布・回収状況

(単位：商店街、%)

ブロック 市町村	対象商 店街数	有効 回答数	有効 回答率	ブロック 市町村	対象商 店街数	有効 回答数	有効 回答率
千葉	186	145	78.0	山武	21	16	76.2
千葉市	122	92	75.4	東金市	5	3	60.0
習志野市	16	13	81.3	大網白里町	5	3	60.0
市原市	27	19	70.4	九十九里町	3	3	100.0
八千代市	21	21	100.0	成東町	3	3	100.0
東葛飾	390	344	88.2	山武町	1	1	100.0
市川市	74	64	86.5	蓮沼村	2	2	100.0
船橋市	68	56	82.4	松尾町	1	1	100.0
松戸市	97	86	88.7	横芝町	1	0	0.0
野田市	29	28	96.6	芝山町	0	0	—
柏市	49	46	93.9	長生	25	25	100.0
流山市	17	17	100.0	茂原市	17	17	100.0
我孫子市	21	20	95.2	一宮町	1	1	100.0
鎌ヶ谷市	14	12	85.7	睦沢町	1	1	100.0
浦安市	18	12	66.7	長生村	1	1	100.0
沼南町	3	3	100.0	白子町	1	1	100.0
印旛	78	75	96.2	長柄町	1	1	100.0
成田市	22	21	95.5	長南町	3	3	100.0
佐倉市	19	18	94.7	夷隅	13	13	100.0
四街道市	7	6	85.7	勝浦市	2	2	100.0
八街市	10	10	100.0	大多喜町	5	5	100.0
印西市	6	6	100.0	夷隅町	3	3	100.0
白井市	9	9	100.0	御宿町	1	1	100.0
富里市	4	4	100.0	大原町	1	1	100.0
酒々井町	1	1	100.0	岬町	1	1	100.0
印旛村	0	0	—	安房	28	25	89.3
本埜村	0	0	—	館山市	12	11	91.7
栄町	0	0	—	鴨川市	2	2	100.0
香取	43	38	88.4	富浦町	1	1	100.0
佐原市	14	13	92.9	富山町	1	1	100.0
下総町	1	1	100.0	鋸南町	3	3	100.0
神崎町	0	0	—	三芳村	0	0	—
大栄町	0	0	—	白浜町	2	2	100.0
小見川町	9	8	88.9	千倉町	5	3	60.0
山田町	3	2	66.7	丸山町	0	0	—
栗源町	0	0	—	和田町	1	1	100.0
多古町	11	9	81.8	天津小湊町	1	1	100.0
干潟町	2	2	100.0	君津	53	39	73.6
東庄町	3	3	100.0	木更津市	29	23	79.3
海 匝	34	26	76.5	君津市	13	8	61.5
銚子市	10	10	100.0	富津市	7	5	71.4
八日市場市	8	5	62.5	袖ヶ浦市	4	3	75.0
旭市	14	9	64.3	合計	871	746	85.6
海上町	1	1	100.0	※未回収の内訳			
飯岡町	1	1	100.0	解散	26		
光町	0	0	—	合併	3		
野栄町	0	0	—	活動休止	50		
				その他	46		
				合計	125		

Ⅱ 調査結果の概要

1 商店街の実態・問題点

		商店街の実態・問題点
商店街実態調査	商店街アンケート調査	<p>(1) 来街者の状況</p> <p>商店街の約7割(68.4%)が3年前と比べて人通りが減少。</p> <p>《人通りの減少理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 大型店にお客をとられている……………64.7% ② 業種構成の不足……………39.4% ③ 個店の近代化の遅れ……………33.1% <p>(2) 空き店舗の状況</p> <p>県下の72.5%の商店街で空き店舗が発生。1商店街当たりの平均店舗数は44店舗で、そのうち4店舗が空き店舗(空き店舗率9.1%)。</p> <p>《空き店舗の発生理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 経営不振……………72.0% ② 後継者がいない……………48.2% ③ 商店街の衰退……………28.6%
	住民アンケート調査	<p>(1) 商店街の利用頻度</p> <p>33.8%の住民が、3年前と比べ商店街の利用頻度が減少したと回答。</p> <p>《商店街利用頻度の減少理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 魅力ある商品や欲しい商品がない……………31.7% ② 商店が少なく1カ所で済まない……………25.7% ③ 品揃えが不十分……………19.8% <p>(2) 大型店の利用状況</p> <p>50.1%の住民が、3年前と比べ大型店の利用頻度が増加したと回答。</p> <p>《大型店の利用増加理由》</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 品揃えが豊富……………75.4% ② 駐車場や駐輪場が十分ある……………54.4% ③ 業種がそろっていて1カ所で買い物が済む……………54.0%
消費者ニーズ調査	来街者インタビュー調査	<p>(1) 商店街の不満点</p> <p>来街者の商店街に対する不満は多様化している。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 駐車場がない……………28.7% ② 魅力ある商品や欲しい商品がない……………27.3% ③ 品揃えが不十分……………25.0%
	消費者座談会	<p>(1) 商店街を利用しない理由</p> <p>大型店での買物に慣れた消費者は、商店街に魅力を感じていない。</p> <ul style="list-style-type: none"> ① 買い物が1カ所で済まない ② 品揃えが不十分 ③ 若い人には買いづらい(年配になったら必要)

2 今後の取組課題

		今後の取組課題
商店街実態調査	商店街アンケート調査	<p>(1) 今後の取組課題</p> <p>商店街の共同事業よりも、個店の改善に対する意識が高い。</p> <p>① 個店の改善・活性化……………58.3%</p> <p>② 組織強化……………24.5%</p> <p>③ 施設整備事業……………18.0%</p> <p>(2) ソフト事業の取組計画</p> <p>朝市・夕市などの販促イベントが上位。</p> <p>① 市（朝市・夕市等）の開催……………16.6%</p> <p>② 高齢者向けサービス事業……………11.5%</p> <p>③ コミュニティイベント（フリーマーケット等）……………10.3%</p> <p>(3) ハード事業の取組計画</p> <p>ストリートファニチャーの設置計画が上位だが、総じてハード事業への取組意識は低い。</p> <p>① 店舗案内板（図）……………4.6%</p> <p>② ごみ入れ・吸い殻入れ……………3.2%</p> <p>③ 花壇……………2.5%</p>
	住民アンケート調査	<p>(1) 商店街で取り組んで欲しいこと</p> <p>多くの住民が、品揃えなど個店の充実を要望している。</p> <p>① 生鮮三品など専門店の充実……………52.1%</p> <p>② 特色ある商品・品揃えの見直し……………42.7%</p> <p>③ 駐車場・駐輪場の整備……………40.1%</p> <p>(2) 街づくりの視点で商店街に期待すること</p> <p>地域住民の約4割が商店街と住民との連携に期待している。</p> <p>① 地域住民と連携した街づくり……………41.1%</p> <p>② 空き店舗を有効活用した街づくり……………36.6%</p> <p>③ 落ち着いた雰囲気のある街並みづくり……………27.6%</p>
	来街者インタビュー調査	<p>(1) 商店街に欲しい店舗（業種）</p> <p>来街者からも生鮮食品店の充実を要望する声が多い。</p> <p>① 精肉・鮮魚・青果・惣菜……………29.1%</p> <p>② 食堂・レストラン・居酒屋……………18.4%</p> <p>③ ファッション衣料……………17.5%</p>
	消費者座談会	<p>(1) 商店街で取り組んで欲しいこと</p> <p>① 品揃えなど、個店が個性を発揮する努力をすること</p> <p>② 個々の顧客をしっかりと意識した接客</p> <p>③ 高齢者などターゲットを絞り、全体で迎える体制整備が必要</p>

Ⅲ 商店街実態調査結果

1 商店街アンケート調査

(1) 商店街の概要

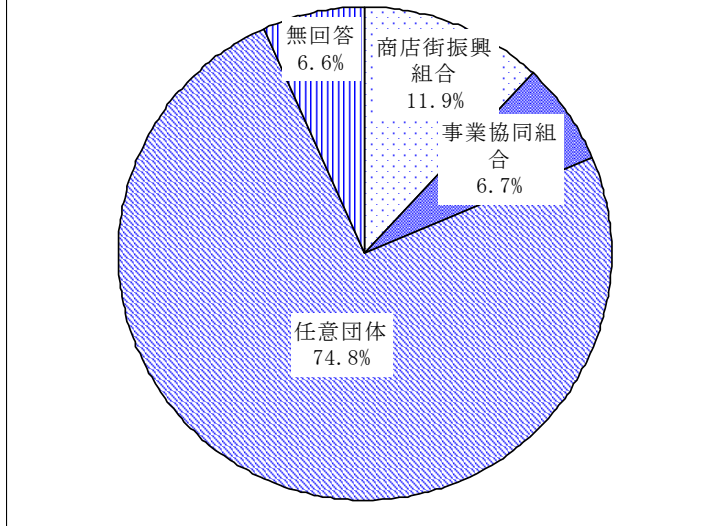
① 組織形態

a : 県全体

有効回答 746 商店街の多くは、非法人である「任意団体」の組織形態をとっている (74.8%)。法人化率は 18.6%にとどまっている。

法人化している商店街の内訳をみると、商店街振興組合法に基づく商店街振興組合 (以下、「振興組合」) が 11.9%、中小企業等協同組合法に基づく事業協同組合 (以下、「協同組合」) が 6.7%となっている。

Ⅲ-1-(1)-①-a組織形態



b : ブロック別

ブロック別に法人化率をみると、最も高いのは山武 (31.3%)、次いで夷隅 (30.8%) となっている。一方、最も低いのは東葛飾 (13.1%)、次いで印旛 (13.3%) となっている。

振興組合の割合は、君津 (23.1%)、海匝 (19.2%)、長生 (16.0%)、千葉 (15.9%) が高く、協同組合の割合は、夷隅 (30.8%)、山武 (25.0%)、安房 (16.0%)、香取 (10.5%) が高くなっている。

一方、今後法人化を予定している商店街は、18 か所で、このうち半数が東葛飾に集中している (東葛飾 9、印旛 4、千葉 2、君津 2、海匝 1)。

Ⅲ-1-(1)-①-bブロック別組織形態と法人化

(単位：か所、%)

	県全体	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
振興組合	89	23	33	6	6	5	1	4	-	2	9
	11.9	15.9	9.6	8.0	15.8	19.2	6.3	16.0	-	8.0	23.1
協同組合	50	14	12	4	4	2	4	2	4	4	-
	6.7	9.7	3.5	5.3	10.5	7.7	25.0	8.0	30.8	16.0	-
任意団体	558	98	276	53	27	18	11	19	9	19	28
	74.8	67.6	80.2	70.7	71.1	69.2	68.8	76.0	69.2	76.0	71.8
無回答	49	10	23	12	1	1	-	-	-	-	2
	6.6	6.9	6.7	16.0	2.6	3.8	-	-	-	-	5.1
合計	746	145	344	75	38	26	16	25	13	25	39
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
法人数	139	37	45	10	10	7	5	6	4	6	9
法人化率	18.6	25.5	13.1	13.3	26.3	26.9	31.3	24.0	30.8	24.0	23.1
法人化予定	18	2	9	4	-	1	-	-	-	-	2

② 会員数と店舗数

a : ブロック別会員数と店舗数

県全体の会員数は、25,434人、店舗数は22,125店、このうちチェーン店舗は1,400店となった。

準会員や組織非加入者を含めた全体の人数は33,202人、同様に店舗数は29,231店、チェーン店舗は2,125店である。

ブロック別にみると、会員数、店舗数ともに「東葛飾」が県全体の45%程度を占めている。これは当該地区の人口集中度合（県内人口の42%、2000年国勢調査）を上回っており、商店の集中振りが目立っている。

Ⅲ-1-(1)-②-aブロック別会員数、店舗数等

(単位：人、店)

		千葉	東葛飾	印旛	香取	海匠	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計	
会員数	①会員	4,216	11,590	2,465	1,020	866	489	846	621	1,364	1,957	25,434	
	②準会員	223	815	81	52	13	7	3	115	11	163	1,483	
	③非加入	1,372	2,411	502	42	145	178	166	495	486	488	6,285	
	合計	5,811	14,816	3,048	1,114	1,024	674	1,015	1,231	1,861	2,608	33,202	
店舗数	①会員	3,625	10,148	2,080	972	848	493	900	634	1,146	1,279	22,125	
	②準会員	179	819	47	32	19	7	3	88	10	86	1,290	
	③非加入	1,212	2,350	411	32	157	191	199	508	462	294	5,816	
	合計	5,016	13,317	2,538	1,036	1,024	691	1,102	1,230	1,618	1,659	29,231	
	うち、 チェーン 店舗	①会員	329	721	106	1	2	56	14	6	75	90	1,400
		②準会員	14	65	2	0	0	0	0	0	0	7	88
		③非加入	61	394	48	1	4	48	21	4	15	41	637
合計	404	1,180	156	2	6	104	35	10	90	138	2,125		
空き店舗	414	1,016	223	117	104	56	142	120	78	195	2,465		

b : ブロック別1商店街あたり平均会員数と店舗数

県内商店街の平均会員数は35人、平均店舗数は34店、このうちチェーン店舗は2店となった。

準会員や組織非加入者を含めた全体では46人、同様に店舗数は44店、チェーン店舗は3店である。

ブロック別にみると、「夷隅」、「安房」、「君津」が県全体の平均会員数や店舗数を大幅に上回っているのが目立っている。当該地域では狭い範囲での店舗集中による商店街形成よりも、広い範囲に分散した店舗も含んで形成されていることによる。

Ⅲ-1-(1)-②-bブロック別1商店街あたり平均会員数、店舗数等

(単位：人、店)

		千葉	東葛飾	印旛	香取	海匠	山武	長生	夷隅	安房	君津	合計	
会員数	①会員	30.8	34.1	35.2	26.8	33.3	30.6	35.3	47.8	59.3	50.2	35.0	
	②準会員	1.6	2.4	1.1	1.4	0.5	0.4	0.1	8.8	0.5	4.2	2.0	
	③非加入	10.0	7.1	7.2	1.1	5.6	11.1	6.9	38.1	21.1	12.5	8.7	
	合計	42.4	43.6	43.5	29.3	39.4	42.1	42.3	94.7	80.9	66.9	45.7	
店舗数	①会員	29.7	33.1	34.1	27.0	32.6	32.9	37.5	52.8	57.3	37.6	33.7	
	②準会員	1.5	2.7	0.8	0.9	0.7	0.5	0.1	7.3	0.5	2.5	2.0	
	③非加入	9.9	7.7	6.7	0.9	6.0	12.7	8.3	42.3	23.1	8.6	8.9	
	合計	41.1	43.4	41.6	28.8	39.4	46.1	45.9	102.5	80.9	48.8	44.5	
	うち、 チェーン 店舗	①会員	2.7	2.3	1.7	0.0	0.1	3.7	0.6	0.5	3.8	2.6	2.1
		②準会員	0.1	0.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1
		③非加入	0.5	1.3	0.8	0.0	0.2	3.2	0.9	0.3	0.8	1.2	1.0
合計	3.3	3.8	2.6	0.1	0.2	6.9	1.5	0.8	4.5	4.1	3.2		
空き店舗	店	3.8	3.5	3.9	3.4	4.0	4.7	5.7	10.9	5.6	5.9	4.0	

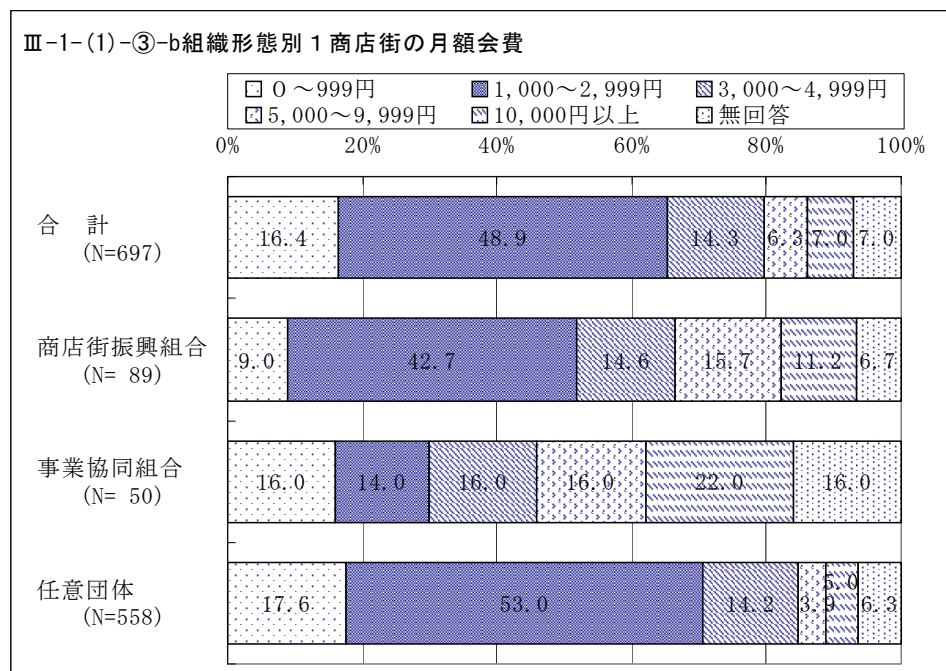
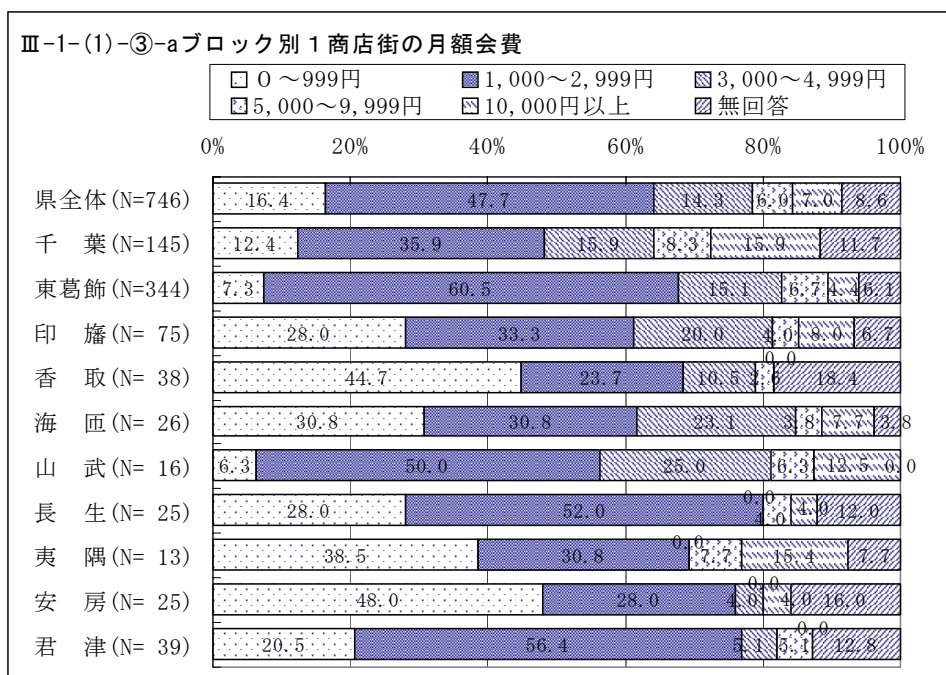
③ 組織運営費

a : 月額会費

商店街の約半数にあたる 47.7%が、1,000～2,999 円の月額会費で運営されている。一方で、7.0%の商店街が、10,000 円以上の月額会費となっている。

ブロック別にみると、安房（48.0%）、香取（44.7%）では 1,000 円未満の月額会費となっている商店街が多い。一方、千葉（15.9%）、夷隅（15.4%）、山武（12.5%）では、1 割以上の商店街が、10,000 円以上の月額会費となっている。

組織形態別にみると、協同組合の約 2 割（22.0%）、振興組合の約 1 割（11.2%）が、10,000 円以上の月額会費で運営されている。

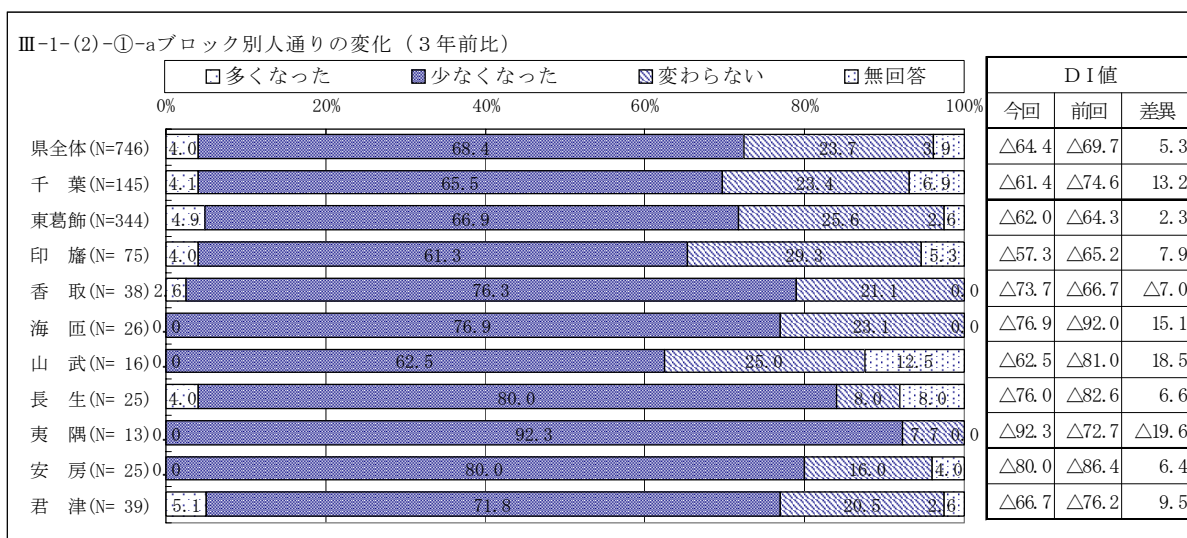


(2) 商店街の立地環境等

① 商業環境の変化

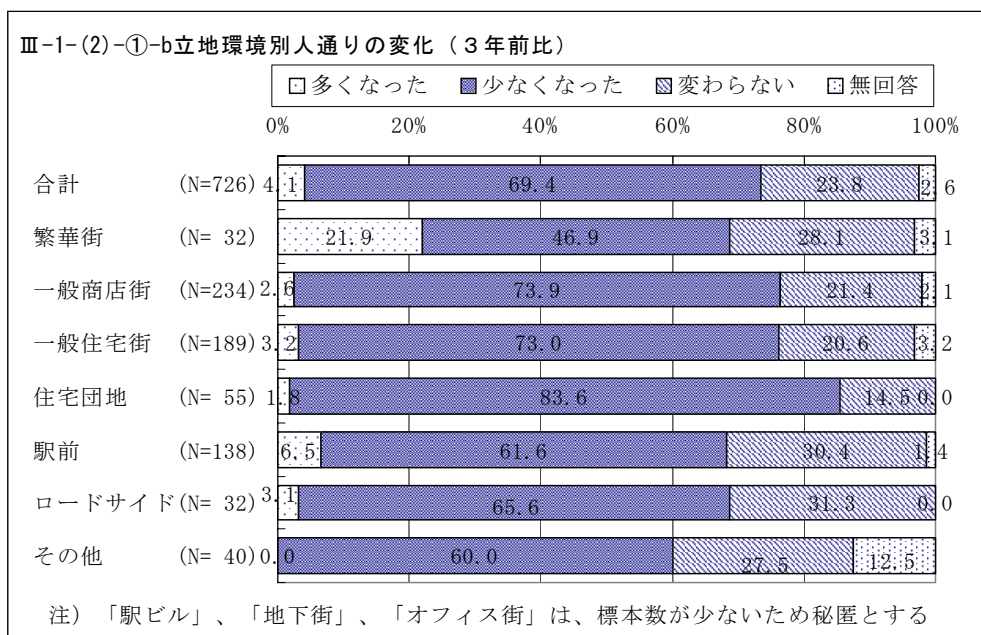
a : 県全体、ブロック別人通りの変化

商店街の約7割(68.4%)が、3年前と比べて人通りが少なくなったとみている。特に夷隅(92.3%)や長生(80.0%)、安房(80.0%)で、少なくなったと見る向きが多い。また、「多くなった」から「少なくなった」割合を控除したD I値をみると、県全体では△64.4で前回(00年調査)の△69.7よりも改善している。ブロック別にみても、8ブロックで前回比改善していることから、人通りの減少化にも歯止めがかかりつつある。



b : 立地環境別人通りの変化

立地環境別にみると、繁華街(21.9%)で「多くなった」とする割合が、他の立地と比べると突出している。



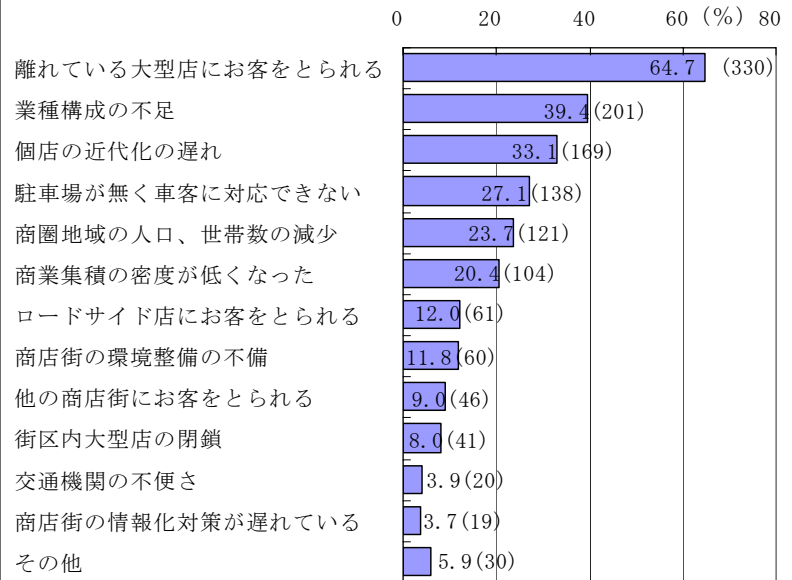
ｃ：県全体、ブロック別人通りの減少要因

人通りの減少要因は、「離れている大型店にお客をとられる」とする商店街が 64.7% を占め、次いで「業種構成の不足」(39.4%)、「個店の近代化の遅れ」(33.1%) となった(複数回答)。

ブロック別にみても、「離れている大型店にお客をとられる」が全ブロックで最大の割合となった。

また、山武では「駐車場が無く車客に対応できない」が 60.0%、夷隅と安房では「商圏地域の人口、世帯数の減少」が 50.0%と、高い割合を示した。

Ⅲ-1-(2)-①-c人通りの減少要因



注) 複数回答、() 内は実数。

Ⅲ-1-(2)-①-dブロック別人通りの減少要因

(単位：か所、%)

	県全体	千葉	東葛飾	印旛	旛香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
商圏地域の人口、世帯数の減少	121 23.7	25 26.3	53 23.0	3 6.5	7 24.1	3 15.0	1 10.0	3 15.0	6 50.0	10 50.0	10 35.7
商業集積の密度が低くなった	104 20.4	19 20.0	42 18.3	8 17.4	3 10.3	5 25.0	2 20.0	7 35.0	3 25.0	5 25.0	10 35.7
個店の近代化の遅れ	169 33.1	26 27.4	70 30.4	17 37.0	12 41.4	8 40.0	4 40.0	10 50.0	3 25.0	9 45.0	10 35.7
業種構成の不足	201 39.4	43 45.3	100 43.5	18 39.1	6 20.7	11 55.0	4 40.0	5 25.0	5 41.7	3 15.0	6 21.4
駐車場が無く車客に対応できない	138 27.1	31 32.6	67 29.1	10 21.7	3 10.3	5 25.0	6 60.0	5 25.0	2 16.7	4 20.0	5 17.9
離れている大型店にお客をとられる	330 64.7	61 64.2	138 60.0	32 69.6	23 79.3	17 85.0	9 90.0	12 60.0	8 66.7	15 75.0	15 53.6
他の商店街にお客をとられる	46 9.0	7 7.4	26 11.3	4 8.7	2 6.9	1 5.0	-	-	2 16.7	1 5.0	3 10.7
ロードサイド店にお客をとられる	61 12.0	9 9.5	14 6.1	8 17.4	6 20.7	3 15.0	2 20.0	7 35.0	4 33.3	5 25.0	3 10.7
交通機関の不便さ	20 3.9	4 4.2	9 3.9	3 6.5	4 13.8	-	-	-	-	-	-
街区内大型店の閉鎖	41 8.0	6 6.3	16 7.0	2 4.3	5 17.2	2 10.0	-	4 20.0	-	-	6 21.4
商店街の環境整備の不備	60 11.8	11 11.6	34 14.8	5 10.9	2 6.9	3 15.0	1 10.0	2 10.0	-	-	2 7.1
商店街の情報化対策が遅れている	19 3.7	1 1.1	13 5.7	3 6.5	-	1 5.0	-	-	-	-	1 3.6
その他	30 5.9	9 9.5	18 7.8	3 6.5	-	-	-	-	-	-	-
無回答	3 0.6	1 1.1	-	1 2.2	-	-	-	-	-	1 5.0	-
合計(サンプル数)	510 100.0	95 100.0	230 100.0	46 100.0	29 100.0	20 100.0	10 100.0	20 100.0	12 100.0	20 100.0	28 100.0

注) 複数回答

(3) 空き店舗等

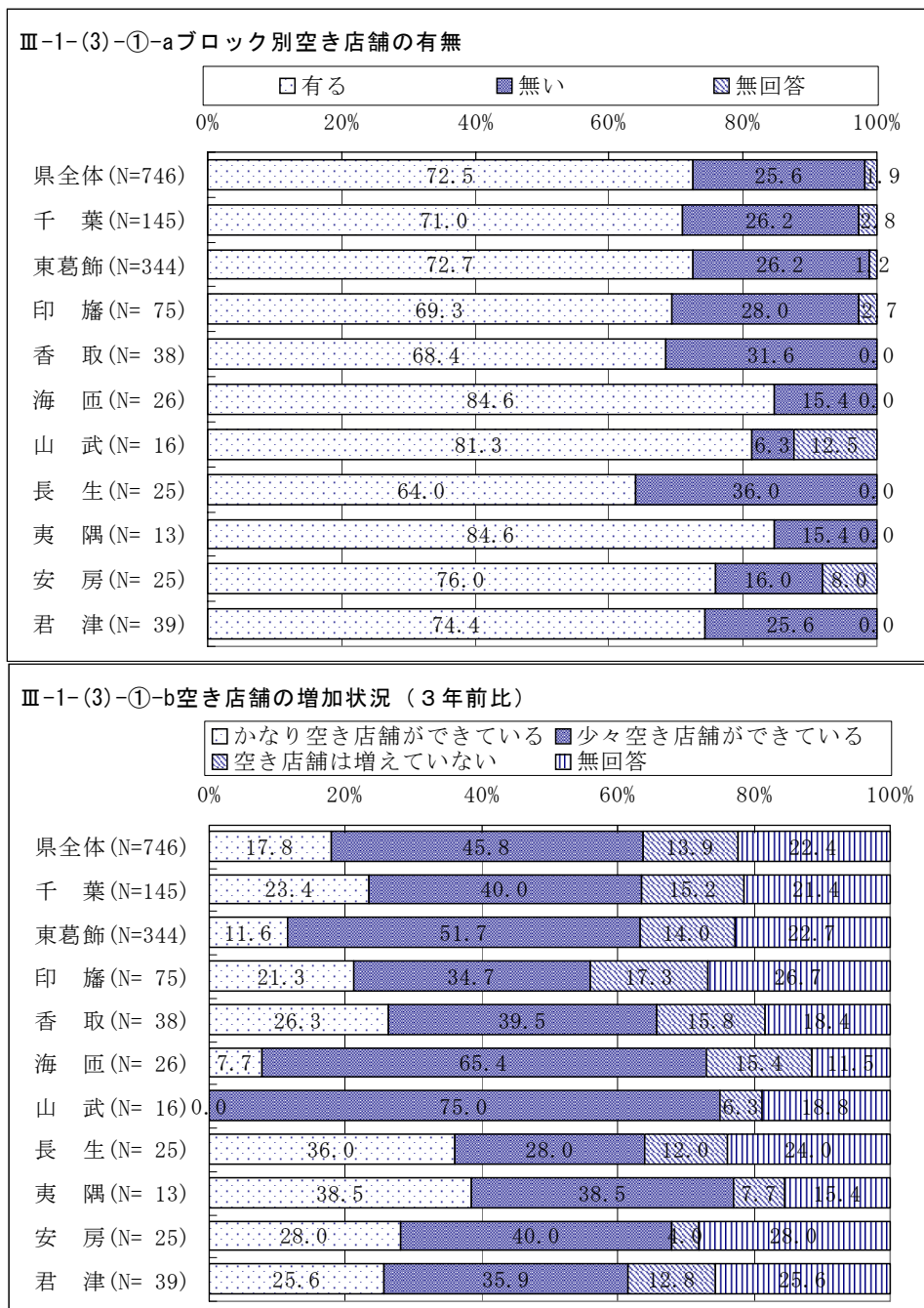
① 空き店舗

a : 空き店舗の有無

県内商店街の 72.5%が「空き店舗が有る」としており、「空き店舗は無い」とする商店街は 25.6%にとどまった。

b : 空き店舗の増加状況

3年前と比較した空き店舗の増加状況は、「かなり」と「少々」の合計で見ると、県全体で 63.6%に達している。特に夷隅（77.0%）や山武（75.0%）で高く、さらに夷隅は「かなり」増加した割合が 38.5%と全ブロックのなかで最も高い。



ｃ：市町村別空き店舗数と空き店舗率

県全体の空き店舗率は、9.1%である。

ブロック別に空き店舗率をみると、長生(12.9%)、香取(12.0%)、君津(11.8%)、海匝(10.2%)で10%を超えている。

市町村別では、東庄町(29.0%)、夷隅町(27.9%)、和田町(27.8%)など7市町村で空き店舗率が2割以上となっている。

Ⅲ-1-(3)-①-c市町村別商店街数、店舗数、空き店舗数一覧表

(単位：か所、%)

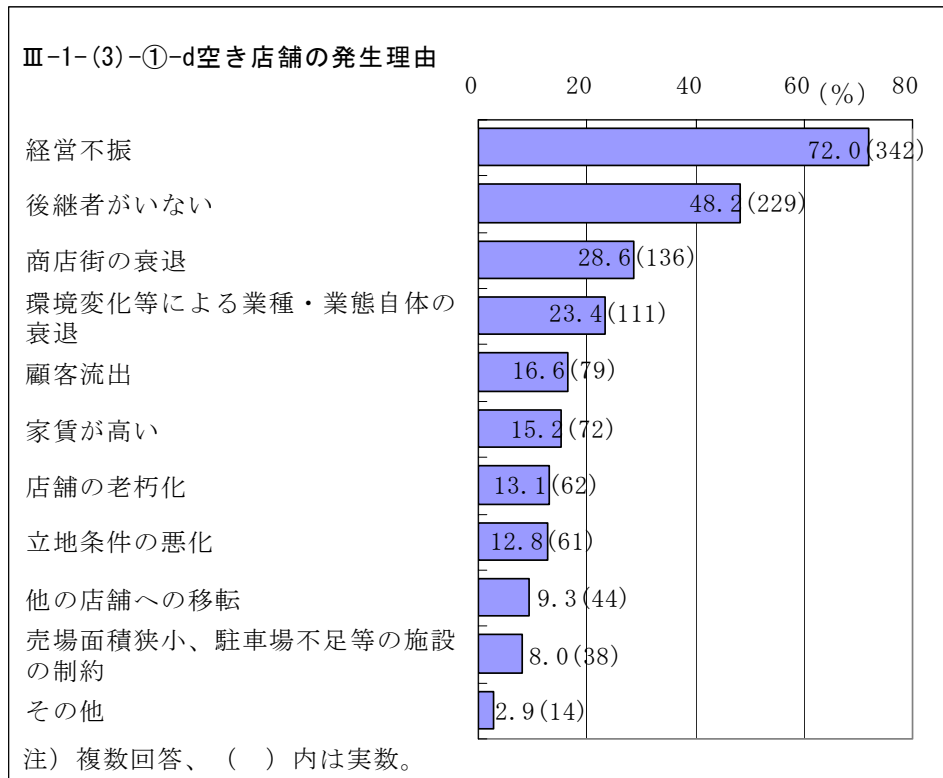
ブロック	市町村	商店街数	総店舗数(a)	空き店舗数(b)	空き店舗率(b)/(a)	ブロック	市町村	商店街数	総店舗数(a)	空き店舗数(b)	空き店舗率(b)/(a)
千葉	千葉市	61	2,725	205	7.5	山武	東金市	3	274	18	6.6
	習志野市	11	526	28	5.3		大網白里町	2	71	16	22.5
	市原市	15	751	99	13.2		九十九里町	2	160	4	2.5
	八千代市	21	617	82	13.3		成東町	3	55	11	20.0
	東葛飾	294	12,563	1,016	8.1		山武町	1	25	3	12.0
東葛飾	市川市	43	1,947	179	9.2	蓮沼村	-	-	-	-	
	船橋市	53	2,310	214	9.3	松尾町	1	44	4	9.1	
	松戸市	75	3,165	297	9.4	横芝町	-	-	-	-	
	野田市	22	616	64	10.4	芝山町	-	-	-	-	
	柏市	42	2,120	116	5.5	長生	25	1,102	142	12.9	
	流山市	17	613	36	5.9	茂原市	17	845	111	13.1	
	我孫子市	17	952	66	6.9	一宮町	1	45	5	11.1	
	鎌ヶ谷市	12	460	27	5.9	睦沢町	1	26	0	0.0	
	浦安市	10	292	14	4.8	長生村	1	23	5	21.7	
	沼南町	3	88	3	3.4	白子町	1	40	4	10.0	
印旛	成田市	17	742	110	14.8	長柄町	1	68	7	10.3	
	佐倉市	13	645	38	5.9	長南町	3	55	10	18.2	
	四街道市	-	-	-	-	夷隅	11	1,217	120	9.9	
	八街市	8	307	17	5.5	勝浦市	-	-	-	-	
	印西市	6	174	30	17.2	大多喜町	5	636	33	5.2	
	白井市	9	251	8	3.2	夷隅町	3	183	51	27.9	
	富里市	3	119	12	10.1	御宿町	1	114	15	13.2	
	酒々井町	1	7	8	-	大原町	1	123	15	12.2	
	印旛村	-	-	-	-	岬町	1	161	6	3.7	
	本埜村	-	-	-	-	安房	14	1,109	78	7.7	
香取	佐原市	13	440	59	13.4	館山市	3	267	17	6.4	
	下総町	-	-	-	-	鴨川市	1	34	6	17.6	
	神崎町	-	-	-	-	富浦町	1	50	0	0.0	
	大栄町	-	-	-	-	富山町	1	81	9	11.1	
	小見川町	8	236	32	13.6	鋸南町	2	42	5	11.9	
	山田町	2	61	3	4.9	三芳村	-	-	-	-	
	栗源町	-	-	-	-	白浜町	2	292	8	2.7	
	多古町	7	192	14	7.3	千倉町	2	253	23	9.1	
	千潟町	2	16	0	0.0	丸山町	-	-	-	-	
	東庄町	2	31	9	29.0	和田町	1	36	10	27.8	
海匝	銚子市	10	443	47	10.6	天津小湊町	1	54	0	0.0	
	八日市場市	5	147	16	10.9	君津	33	1,659	195	11.8	
	旭市	9	336	37	11.0	木更津市	20	532	79	14.8	
	海上町	1	14	0	0.0	君津市	5	472	39	8.3	
	飯岡町	1	84	4	4.8	富津市	5	249	57	22.9	
香取	光町	-	-	-	-	袖ヶ浦市	3	406	20	4.9	
	野栄町	-	-	-	-	合計	614	27,143	2,465	9.1	

注) 空き店舗率を算出するため、商店街の総店舗数と空き店舗数の両者を回答した商店街のみを集計した

d：県全体、ブロック別空き店舗の発生理由

空き店舗の発生理由を尋ねると、「経営不振」が72.0%と最も多かった。次いで「後継者がいない」(48.2%)、「商店街の衰退」(28.6%)などとなっている。

ブロック別にみると、千葉と東葛飾では、他8ブロックに比べ「後継者がいない」とする割合が少ないが、「家賃が高い」とする向きが多い。



Ⅲ-1-(3)-①-e ブロック別空き店舗の発生理由

(単位：か所、%)

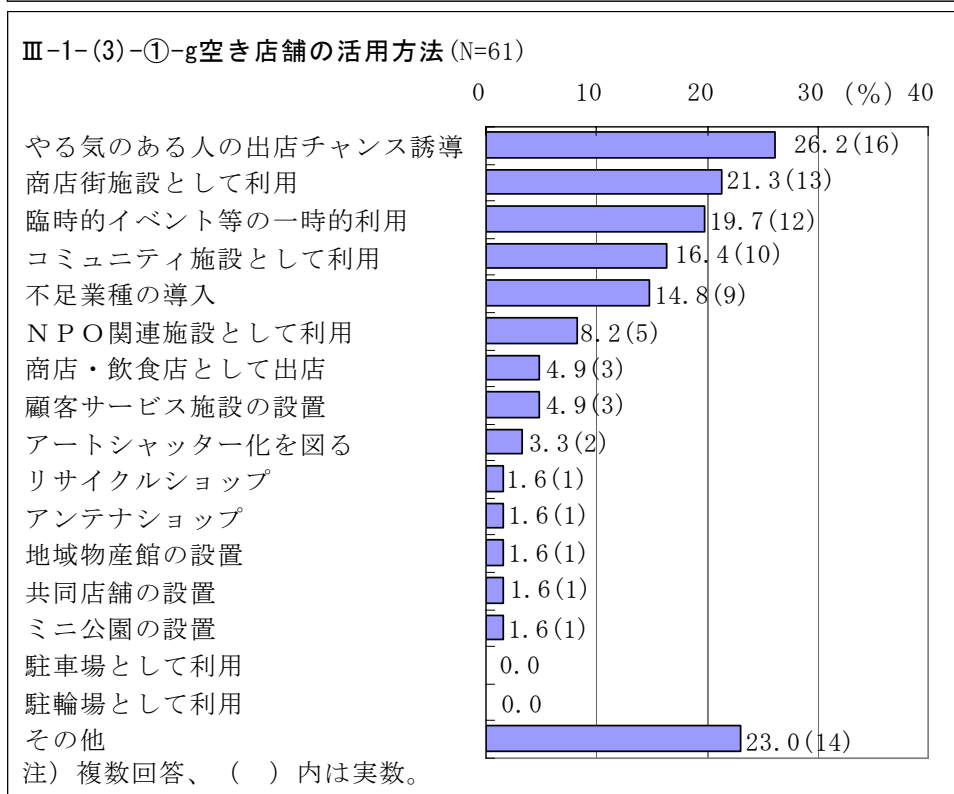
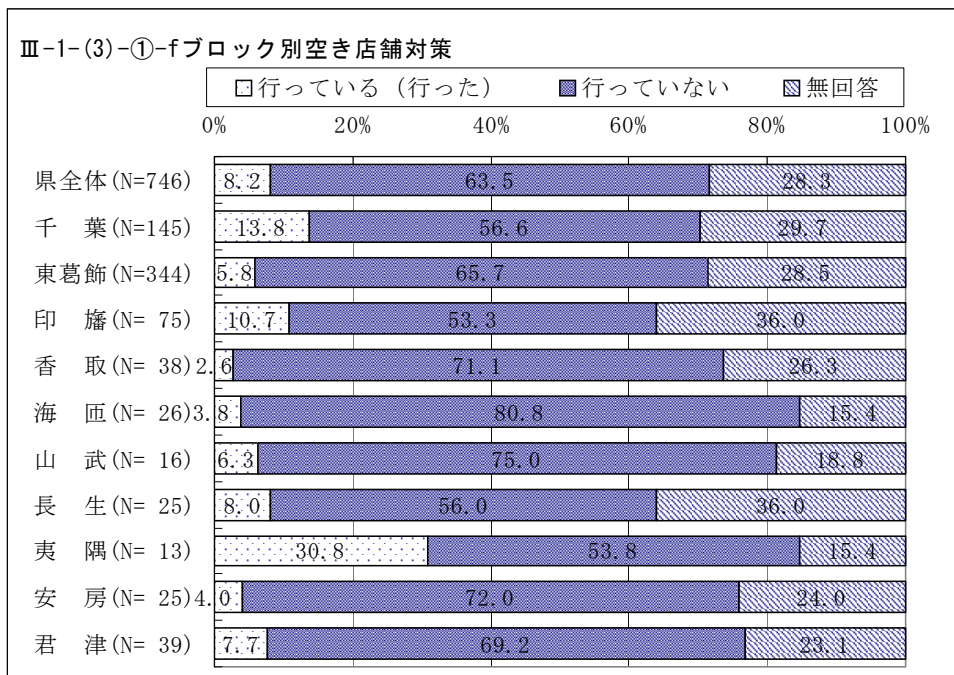
	県全体	千葉	東葛飾	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
経営不振	342	67	151	31	15	12	11	13	8	16	18
	72.0	72.8	69.3	73.8	60.0	63.2	91.7	81.3	80.0	94.1	75.0
売場面積狭小、駐車場不足等の施設の制約	38	11	16	1	1	4	2	1	-	-	2
	8.0	12.0	7.3	2.4	4.0	21.1	16.7	6.3	-	-	8.3
店舗の老朽化	62	11	24	4	6	3	-	4	1	4	5
	13.1	12.0	11.0	9.5	24.0	15.8	-	25.0	10.0	23.5	20.8
後継者がいない	229	33	94	24	16	12	6	11	8	12	13
	48.2	35.9	43.1	57.1	64.0	63.2	50.0	68.8	80.0	70.6	54.2
他の店舗への移転	44	11	16	3	-	6	3	1	1	1	2
	9.3	12.0	7.3	7.1	-	31.6	25.0	6.3	10.0	5.9	8.3
家賃が高い	72	22	41	1	1	2	1	1	-	2	1
	15.2	23.9	18.8	2.4	4.0	10.5	8.3	6.3	-	11.8	4.2
商店街の衰退	136	30	62	14	5	3	3	5	3	3	8
	28.6	32.6	28.4	33.3	20.0	15.8	25.0	31.3	30.0	17.6	33.3
顧客流出	79	8	37	7	7	3	2	1	4	4	6
	16.6	8.7	17.0	16.7	28.0	15.8	16.7	6.3	40.0	23.5	25.0
立地条件の悪化	61	12	27	10	6	1	1	1	-	1	2
	12.8	13.0	12.4	23.8	24.0	5.3	8.3	6.3	-	5.9	8.3
環境変化等による業種・業態自体の衰退	111	18	54	13	3	5	4	2	2	5	5
	23.4	19.6	24.8	31.0	12.0	26.3	33.3	12.5	20.0	29.4	20.8
その他	14	5	6	2	-	-	-	-	-	-	1
	2.9	5.4	2.8	4.8	-	-	-	-	-	-	4.2
無回答	5	-	5	-	-	-	-	-	-	-	-
	1.1	-	2.3	-	-	-	-	-	-	-	-
合計 (サンプル数)	475	92	218	42	25	19	12	16	10	17	24
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

e : 空き店舗対策

空き店舗対策は、県内商店街の 8.2% でしか実施されていない。ブロック別にみると、夷隅 (30.8%) や千葉 (13.8%) で実施割合が高い。

f : 空き店舗の活用方法

最も空き店舗活用割合が高いのが「やる気のある人の出店チャンス誘導」で 26.2%、次いで「商店街施設として利用」(21.3%)、「臨時的イベント等の一時的利用」(19.7%) となっている。

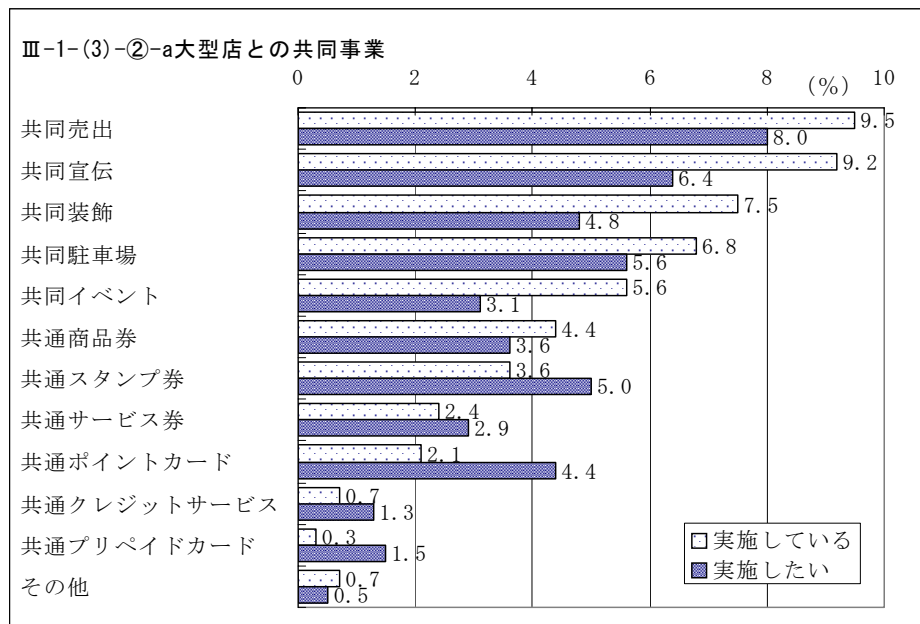


② 大型店との関わり

a：大型店との共同事業

大型店との共同事業のなかで、最も実施されているのは、「共同売出」(9.5%)となった。次いで「共同宣伝」(9.2%)、「共同装飾」(7.5%)となっている。

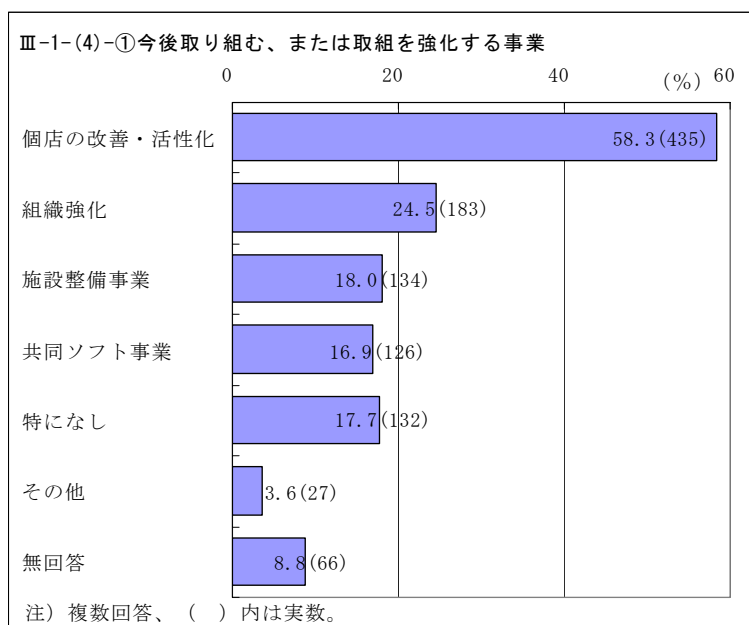
今後実施したい事業は、「共同売出」(8.0%)、「共同宣伝」(6.4%)の順だが、「共通ポイントカード」(実施中：2.1%→実施希望：4.4%)や「共通プリペイドカード」(同0.3%→1.5%)、「共通クレジットサービス」(同0.7%→1.3%)などIT活用事業が、実施割合に対して実施希望が多く示されたことは注目される。



(4) 取組強化事業

① 今後取り組む、または取組を強化する事業

今後取り組む、または取組を強化する事業について、58.3%の商店街が「個店の改善・活性化」と回答している。次いで「組織強化」(24.5%)、「施設整備事業」(18.0%)、「共同ソフト事業」(16.9%)となり、「個店の改善・活性化」が群を抜いて高くなっている。

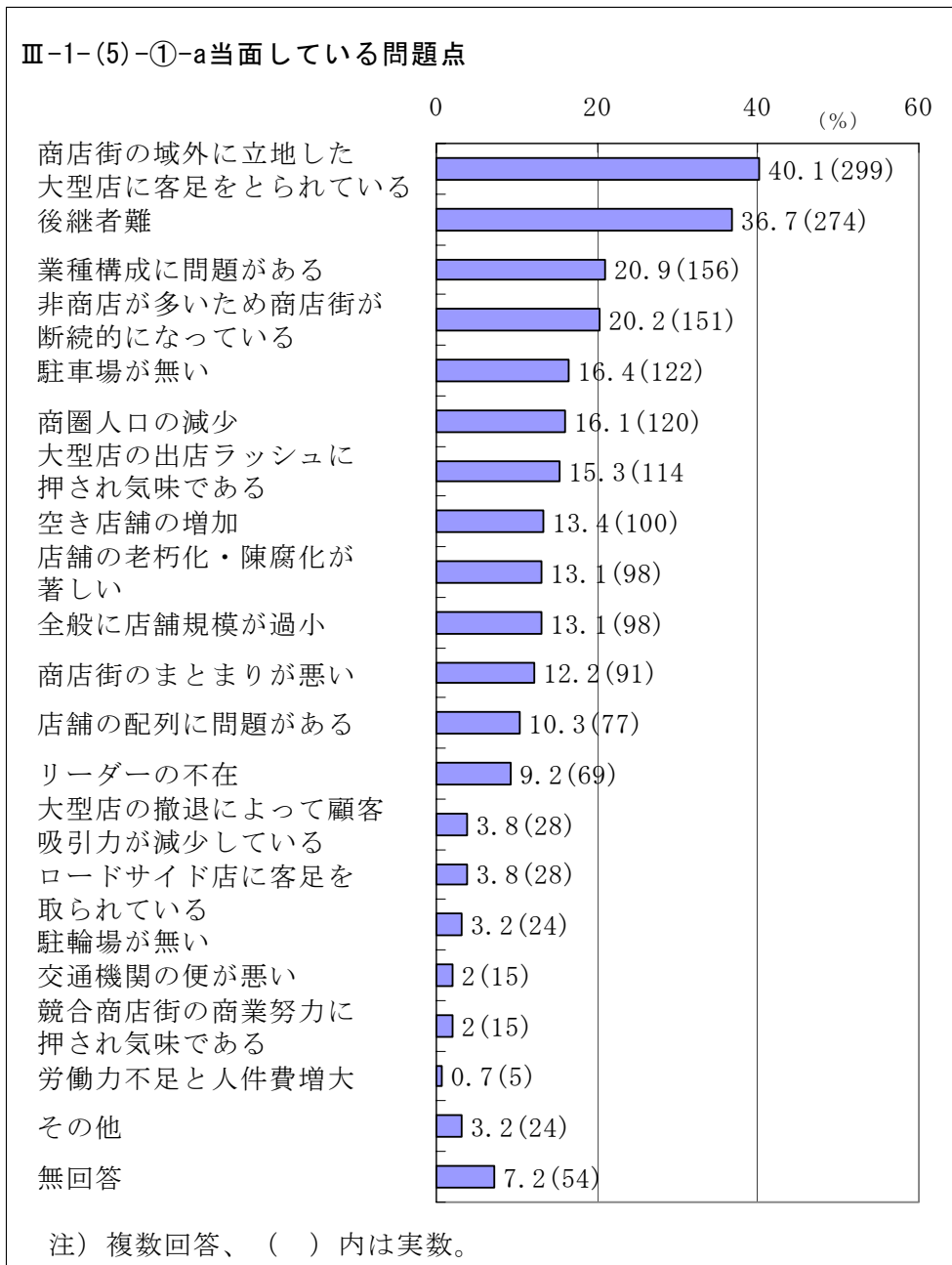


(5) 商店街の問題点

① 当面している問題点

a : 県全体

当面している問題点を県全体でみると、「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」(40.1%)、「後継者難」(36.7%)、「業種構成に問題がある」(20.9%)、「非商店が多いため商店街が断続的になっている」(20.9%)、「駐車場が無い」(16.4%)などとなっている。無回答を除いた692の商店街で延べ1,908の回答を得ていることから、商店街が様々な問題点を抱えていることが推察される。



b：ブロック別

当面している問題点をブロック別に上位5項目を比較してみると、「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」が、最多となったのは6ブロック、同「後継者難」4ブロックとなっている。

特に「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」は、全10ブロックで上位2位以内に入っており、大型店の影響が県内全域に及んでいることが明確となった。「後継者難」は、印旛と千葉を除く8ブロックで上位2位以内に入っており、都市部、農村部といった立地の違いにかかわらず、後継者問題が生じていることがうかがわれる。

「駐車場が無い」は、千葉、東葛飾などの主に都市部で問題視されている。一方、「商圈人口の減少」は、香取、山武、夷隅、安房、海匝などの主に農村部で表面化してきている。

Ⅲ-1-(5)-①-bブロック別当面している問題点（上位5項目）

(単位：か所、%)

	1 位		2 位		3 位		4 位		5 位						
県全体 (N=746)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	299	40.1	後継者難	274	36.7	業種構成に問題がある	156	20.9	非商店が多いため商店街が断続的になっている	151	20.2	駐車場が無い	122	16.4
千葉 (N=145)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	49	33.8	業種構成に問題がある	39	26.9	後継者難	38	26.2	駐車場が無い	29	20.0	商店街のまとまりが悪い	29	20.0
東葛飾 (N=344)	後継者難	134	39.0	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	129	37.5	業種構成に問題がある	79	23.0	非商店が多いため商店街が断続的になっている	74	21.5	駐車場が無い	58	16.9
印旛 (N= 75)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	30	40.0	業種構成に問題がある	19	25.3	非商店が多いため商店街が断続的になっている	18	24.0	後継者難	16	21.3	大型店の出店ラッシュに押され気味である	14	18.7
香取 (N= 38)	後継者難	22	57.9	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	16	42.1	商圈人口の減少	7	18.4	全般に店舗規模が過小	7	18.4	空き店舗の増加	6	15.8
海匝 (N= 26)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	15	57.7	後継者難	12	46.2	空き店舗の増加	7	26.9	商圈人口の減少	6	23.1	業種構成に問題がある	5	19.2
山武 (N= 16)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	10	62.5	後継者難	7	43.8	商圈人口の減少	3	18.8	店舗の老朽化・陳腐化が著しい	3	18.8	駐車場が無い	3	18.8
長生 (N= 25)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	11	44.0	後継者難	8	32.0	大型店の出店ラッシュに押され気味である	7	28.0	空き店舗の増加	6	24.0	店舗の老朽化・陳腐化が著しい	5	20.0
夷隅 (N= 13)	後継者難	6	46.2	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	6	46.2	商圈人口の減少	5	38.5	業種構成に問題がある	3	23.1	非商店が多いため商店街が断続的になっている	3	23.1
安房 (N= 25)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	14	56.0	後継者難	11	44.0	商圈人口の減少	8	32.0	大型店の出店ラッシュに押され気味である	6	24.0	空き店舗の増加	4	16.0
君津 (N= 39)	後継者難	20	51.3	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	19	48.7	非商店が多いため商店街が断続的になっている	11	28.2	商圈人口の減少	9	23.1	店舗の老朽化・陳腐化が著しい	7	17.9

注) 複数回答

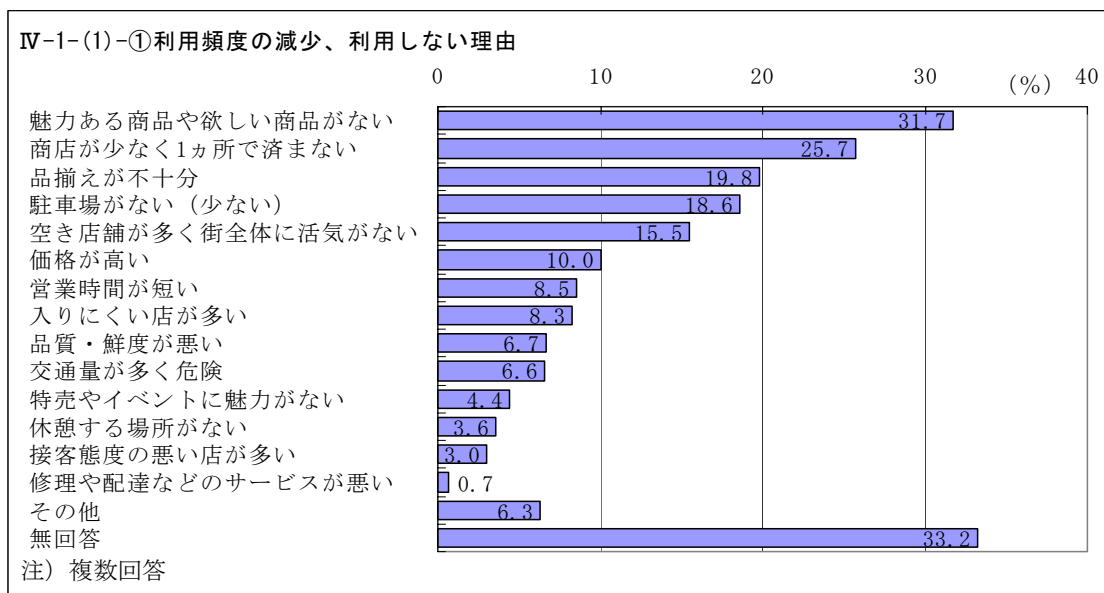
IV 消費者ニーズ調査結果

1 住民アンケート調査

(1) 商店街の利用状況

① 利用頻度の減少、利用しない理由

利用頻度が減少している、あるいは利用しない理由を尋ねたところ、「魅力ある商品や欲しい商品がない」が31.7%と最も多く、次いで「商店が少なく1カ所で済まない」(25.7%)、「品揃えが不十分」(19.8%)、「駐車場がない(少ない)」(18.6%)などが上位を占めている。

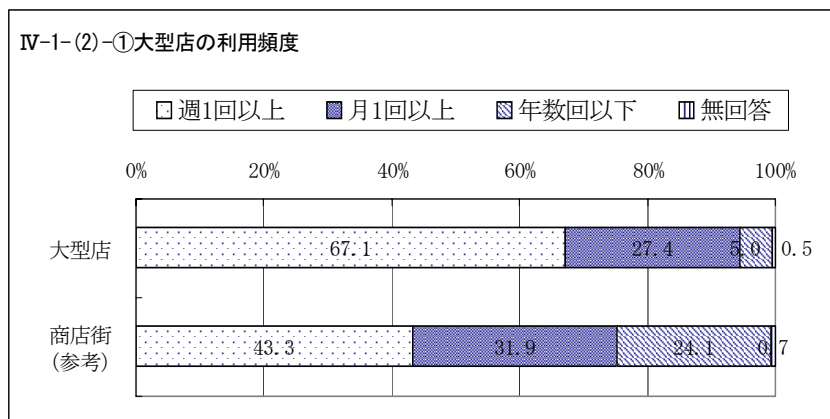


(2) 大型店について

① 大型店の利用頻度

大型店の利用頻度は、「週1回以上」が67.1%、「月1回以上」が27.4%となった。回答者の9割以上(94.5%)が、月1回以上大型店を利用している。

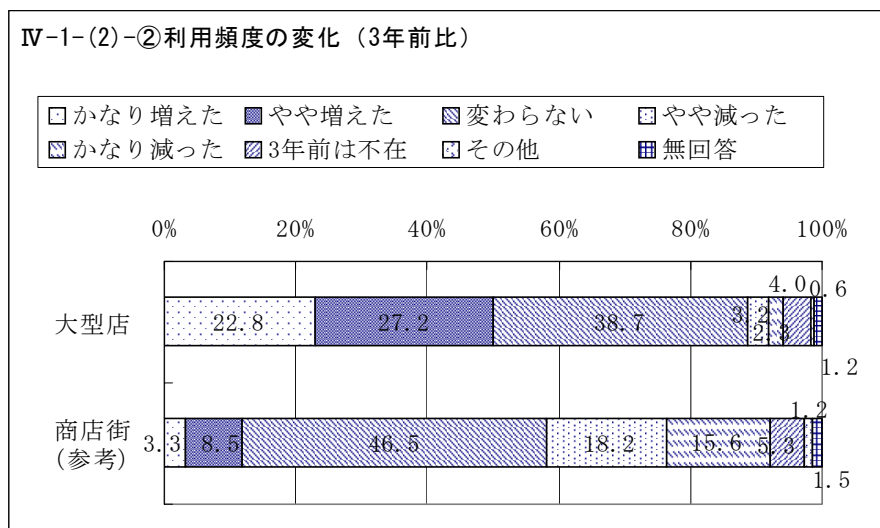
大型店は商店街と比べると、「週1回以上」の利用者を多く有していることがうかがわれる。



② 大型店利用頻度の変化（3年前比）

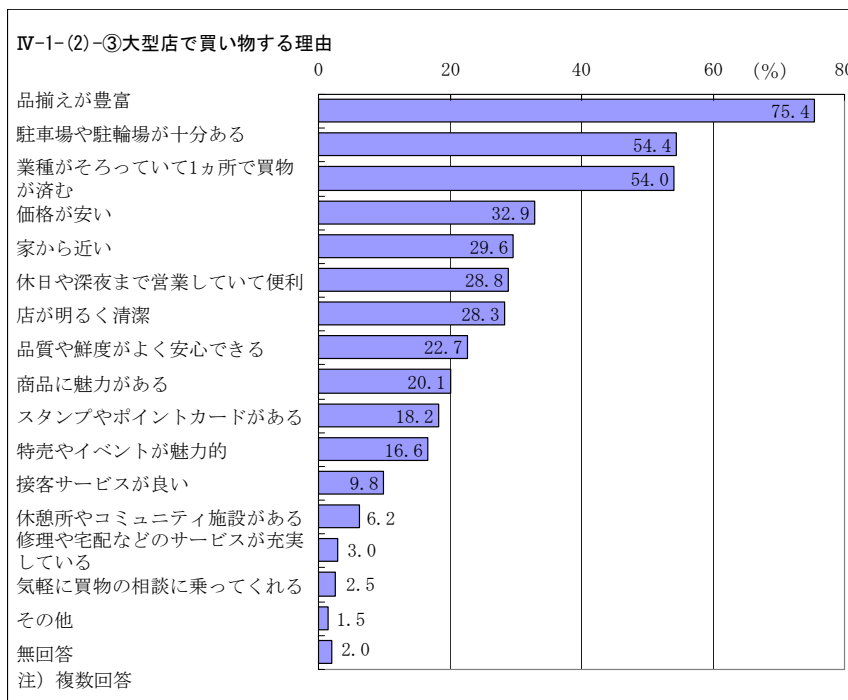
大型店を利用する頻度が、3年前と比較した増減を尋ねたところ、「変わらない」が38.7%と最も多かった。「増えた」（「かなり増えた」と「やや増えた」の合計）という割合は50.1%で、「減った」（「かなり減った」と「やや減った」の合計）という割合5.5%を大きく上回っている。

大型店を利用する頻度の増減は、商店街の場合と対照的な回答となった。



③ 大型店で買い物をする理由

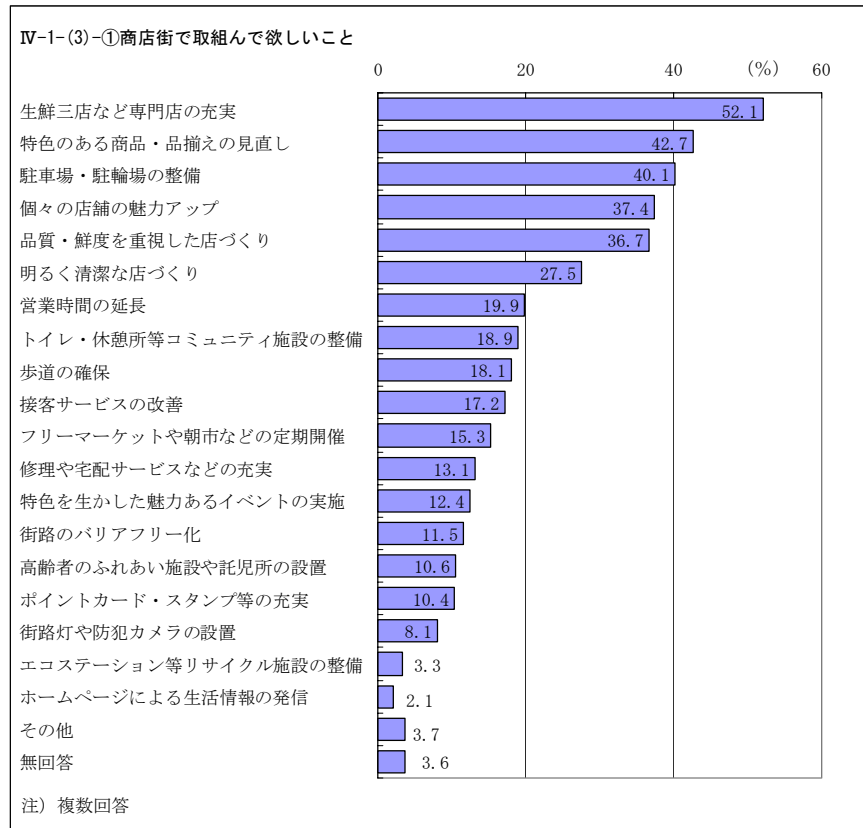
大型店で買い物をする理由は、「品揃えが豊富」が75.4%と最も多く、次いで「駐車場や駐輪場が十分ある」(54.4%)、「業種がそろっていて1カ所で買い物が済む」(54.0%)が続いており、上位3項目はいずれも5割を超える高い支持を得ている。



(3) 商店街の今後の対応

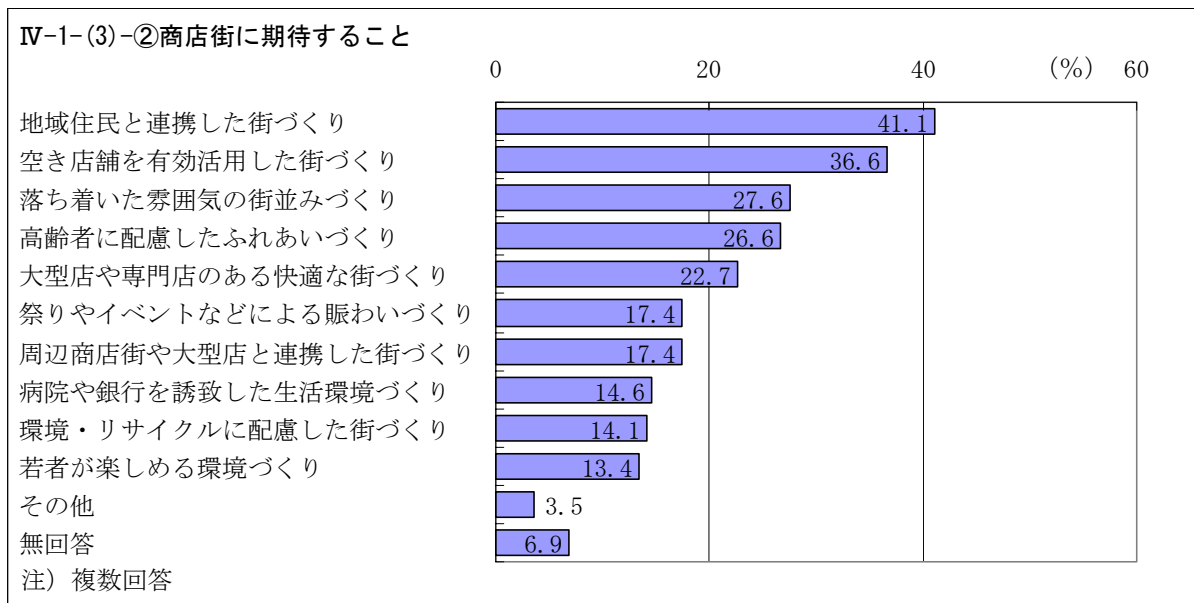
① 商店街で取り組んで欲しいこと

商店街で最も取り組んで欲しいことは、「生鮮三品など専門店の充実」が52.1%で最も多かった。次いで「特色のある商品・品揃えの見直し」(42.7%)、「駐車場・駐輪場の整備」(40.1%)となった。



② 街づくりの視点で商店街に期待すること

街づくりの視点で商店街に期待することは、「地域住民と連携した街づくり」が41.1%で最も多く、次いで「空き店舗を有効活用した街づくり」(36.6%)となった。



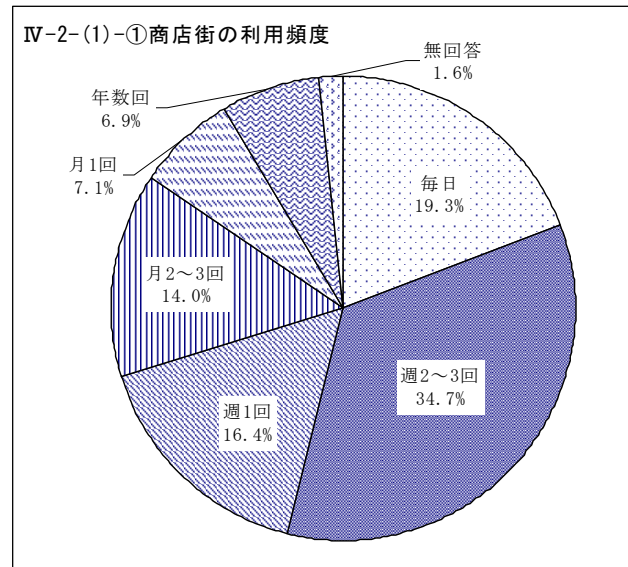
2 来街者インタビュー調査

(1) 商店街の利用状況

① 利用頻度

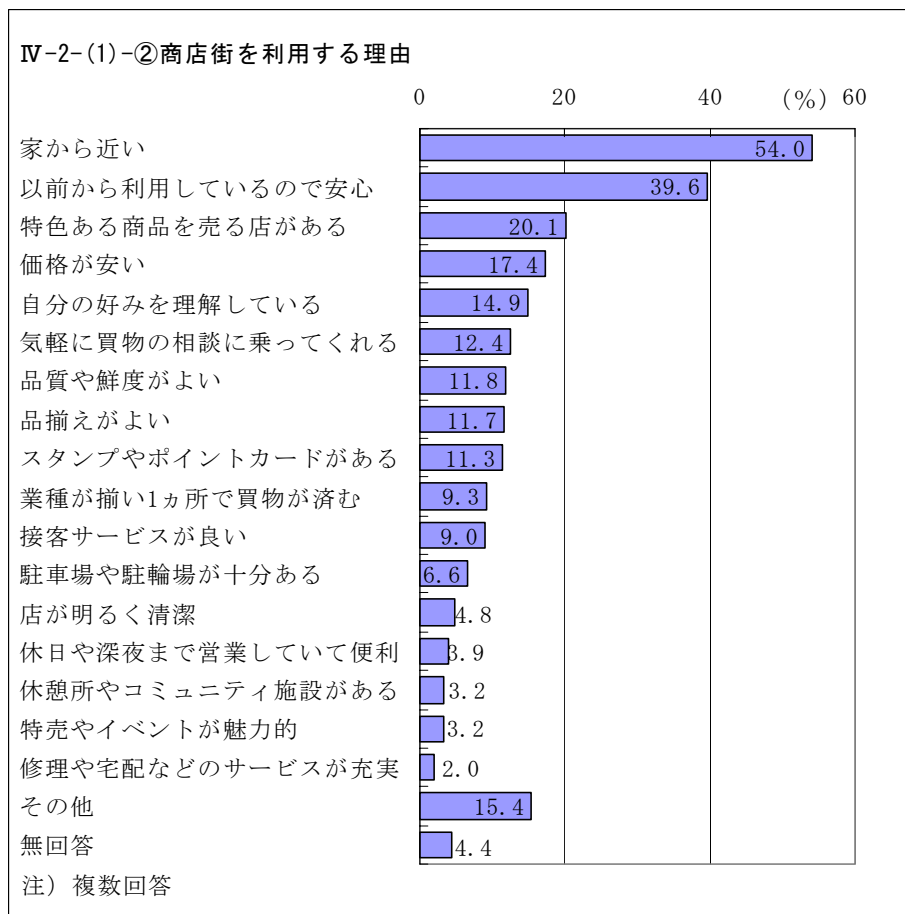
商店街の利用頻度は、「週2～3回」が34.7%、「毎日」19.3%、「週1回」16.4%、「月2～3回」14.0%、「月1回」7.1%、「年数回」6.9%などとなった。

商店街を週1回以上利用している割合は7割(70.4%)を超えており、実際の利用者にとって商店街が必須の存在であることがわかる。



② 利用理由

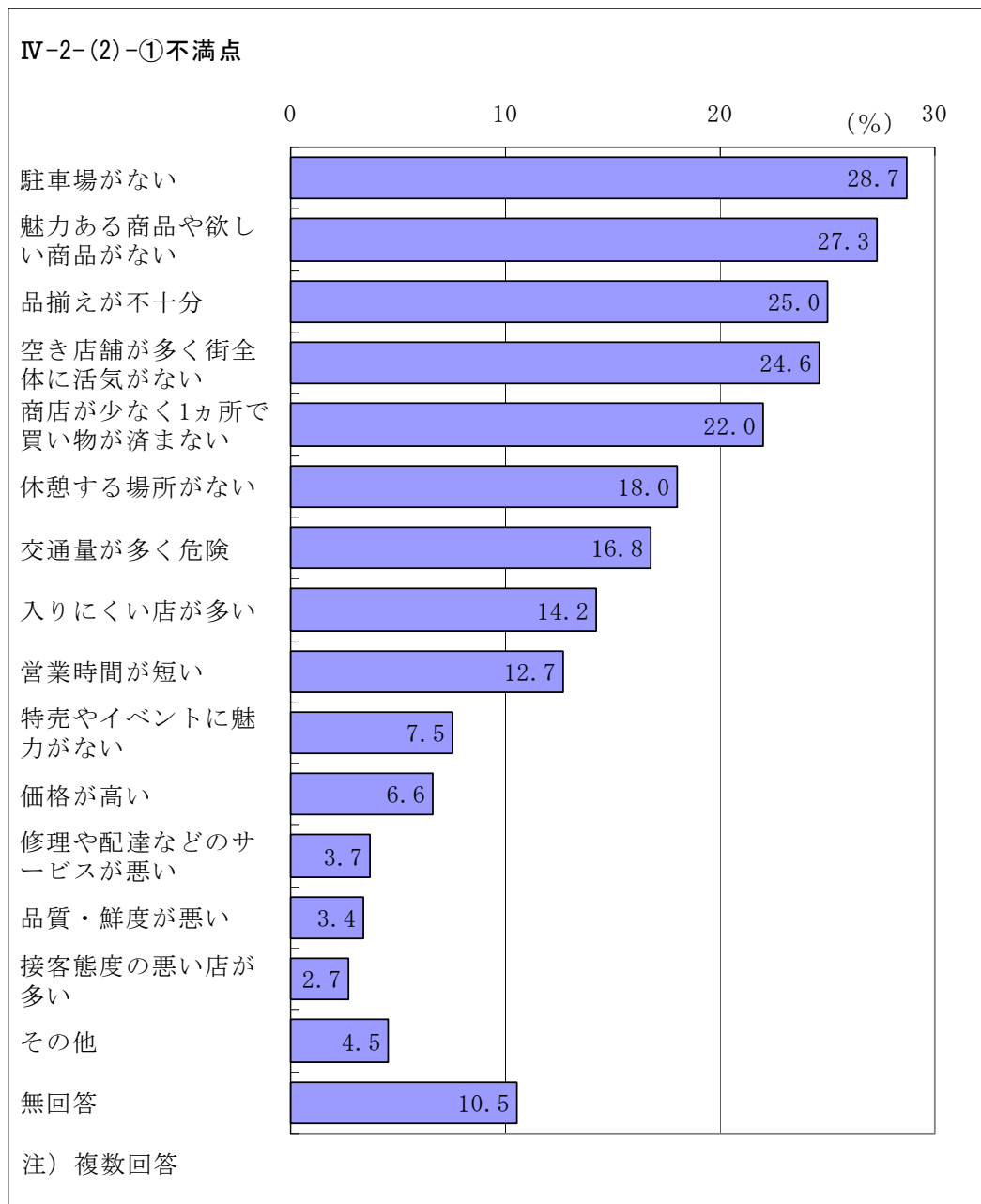
商店街を利用する理由は、「家から近い」が54.0%と過半を占めており、次いで「以前から利用しているので安心」(39.6%)、「特色ある商品を守る店がある」(20.1%)、「価格が安い」(17.4%)、「自分の好みを理解している」(14.9%)などとなっている。



(2) 商店街の今後の対応等

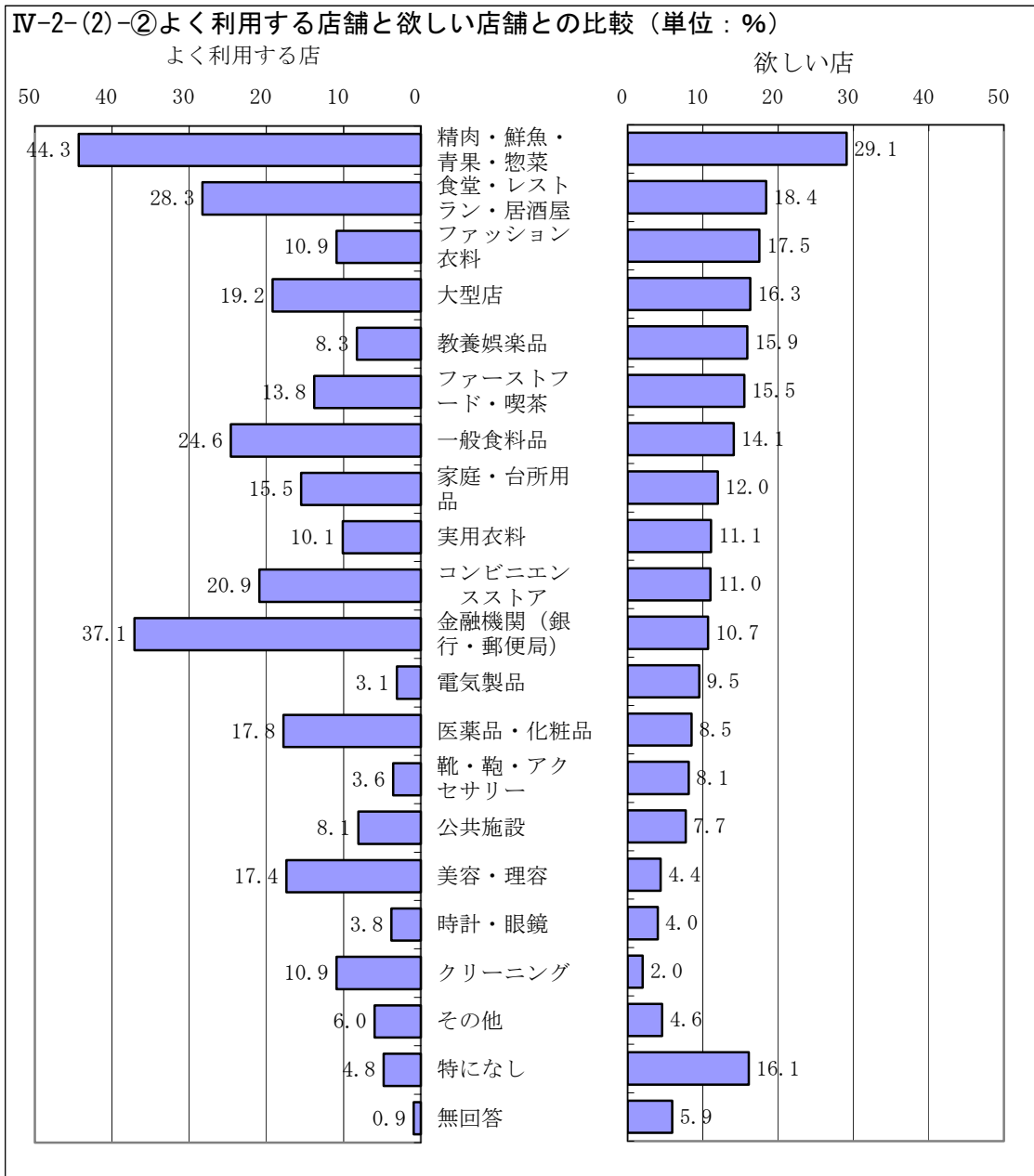
① 不満点

商店街に対する不満点は、「駐車場がない」(28.7%)、「魅力ある商品や欲しい商品がない」(27.3%)、「品揃えが不十分」(25.0%)、「空き店舗が多く街全体に活気がない」(24.6%)、「商店が少なく1ヵ所で買い物が済まない」(22.0%) (複数回答) などとなった。突出した不満点は見当たらないが、上位5項目の割合がすべて2割以上で拮抗しており、多くの来街者が様々な点で不満を持っているものとみられる。



② 商店街に欲しい店舗（業種）

商店街に欲しい店舗を尋ねたところ、「精肉・鮮魚・青果・惣菜」が29.1%と突出している。生鮮三品については店舗の利用実績も高いが、まだ、不足感がうかがえる。次いで「食堂・レストラン・居酒屋」（18.4%）、「ファッション衣料」（17.5%）、「大型店」（16.3%）と続いている。



3 消費者座談会

開催場所	船橋	千葉	大原
開催日	平成 17 年 2 月 21 日	平成 17 年 3 月 17 日	平成 17 年 3 月 22 日
参加者数	4 名	3 名	5 名
年代	60 歳代 1 名（高齢者） 50 歳代 1 名（主婦） 30 歳代 2 名（勤労者 2 名）	70 歳代 1 名（高齢者） 10 歳代 2 名（学生 2 名）	70 歳代 1 名（高齢者） 60 歳代 1 名（主婦） 50 歳代 1 名（主婦） 30 歳代 1 名（勤労者） 10 歳代 1 名（学生）
商店街利用の有無	・よく利用している 1 名 ・週半分程度利用 1 名 ・あまり利用しない 2 名	あまり利用しない 3 名	よく利用している 5 名
利用している理由	・コミュニケーションがとりやすい ・小口の融通がきく	・顔見知りの店で相談しながら買うとき ・本屋、文房具、DPE 店など店を選ばないで済む商品の時	・商店街の近くに住んでいる ・近くに大型店がない ・遠くに行けない ・食料品は商店街でないと買えない ・仕事帰りに買い物をするのに便利 ・ポイントカードが利用しやすい
利用していない理由	・一か所で済まない ・品揃えが不十分 ・鮮度が良くない ・ディスプレイがよくない、清潔感がない	・学生で日常品の買い物はしないので ・店がごちゃごちゃしていてどこに何があるかわからない ・一か所で済まない ・時間がない	
商店街の必要性	・必要 2 名 ・必要ない 2 名	・必要 3 名	・必要 5 名
必要な理由	・年をとって足がなくなると困る ・近所に大型店がなければ必要 ・会話が楽しい ・子どもをお使いに出せる安心感はある	・大型店の商品の枠にはめられたくない ・店の人と相談しながら特色ある個性的な商品を買いたい ・マニュアルのない、独特なコミュニケーションが好き ・1 人ひとりの顔や家族やライフスタイルを知っていて接客してくれる	・まちが活性化する、人が集まる ・近くにあるので便利 ・運転ができず遠くにでられない ・高齢化が進んでいるので必要 ・毎日買い物をする必要はある ・ふれあいの場所としても利用している ・大型店はまちづくりに協力してくれない
必要ない理由 0	・人が行かない商店街は役割を終えた ・自分にとっては必要ない	・今は必要ないが、年をとったら必要	

開催場所	船橋市	千葉市	大原町
商店街への要望・期待	<ul style="list-style-type: none"> ・大型店に対抗し、消費者ニーズに沿った対応を個店の努力で ・接客の改善、コミュニケーション努力 ・商品知識、売れ筋の研究 ・仕事と家庭の分離 ・ライフスタイルの提言 ・駐車場の整備 ・バリアフリー化 ・休憩所の整備 ・小回り、融通の利く対応 ・インフラ整備が進んだ場所であるので店にこだわらない使い道も 	<ul style="list-style-type: none"> ・店の売り物は何か見直し、個性を出す ・1人ひとりのお客をきちんと意識した対応 ・お客・人通りなどにあわせて商店街も移動する ・若者を集めたいのか中高年を狙うのかターゲットをきちんとする ・若者を狙うなら中高年が考えてもだめ。努力も相当必要で、中途半端はだめ 	<ul style="list-style-type: none"> ・定休日の統一 ・若者向けの店(飲食店も含む) ・子供服、婦人服の品揃えが少ない ・飲食店が少ない ・空き店舗対策 ・年寄りが集まる茶屋みたいなもの(空き店舗の活用)
まちづくりに対して取り組むべきこと	<ul style="list-style-type: none"> ・地域に対して情報発信していく ・高齢化対策 ・コンサルティング型、提案型 ・小回り、融通の利く対応 ・まち全体のコンセプトづくり ・まちとしての付加価値を高める ・個店の努力 ・場合によっては外部コンサルタントの導入も ・地域との連携 ・街並み整備 	<ul style="list-style-type: none"> ・商店街の集団としての努力が足りない ・商店街全体が一致団結して取り組む ・ターゲットをきちんとする ・若者をターゲットとするならプロの指導も必要 ・高齢者をターゲットとするなら、個店だけでなく、放置自転車対策、バリアフリー、空き店舗を使った集会所や休憩所整備などを商店街全体で行わないと無理 ・時代にのるのか、今の顧客にターゲットを絞るのか決める。時代にのるには相当の努力が必要。後者なら店の特色づくりが必要 ・イベントで集まる人を顧客とするための努力 ・地元密着、地域住民に対する優しさ 	<ul style="list-style-type: none"> ・まつりやイベント時のお金を落とさせる仕組み ・宿泊場所 ・若者の集まるまちと高齢者向けのまちは相反する。せめて高校生向けの店の立地を ・入院できる病院の立地 ・イベントがワンパターン化していて、人出も減少気味だが努力がない。毎回何か新しいものを取り入れてわくわくさせる工夫が必要

(千葉県緊急地域雇用創出特別基金事業)

千葉県地域商業活動状況調査報告書

《概要版》

調査・編集協力 株式会社ちばぎん総合研究所
〒263-0043 千葉市稲毛区小仲台2丁目3番12号
Tel043-207-0621 Fax043-207-0731
URL : [hppt://www.crinet.co.jp/](http://www.crinet.co.jp/)

発行日 平成17年3月

編集・発行 千葉県商工労働部経営支援課
〒260-8667 千葉市中央区市場町1番1号
Tel043-223-2824 Fax043-227-4757
URL : <http://www.pref.chiba.jp/>

