

# 目次

第1章 調査の概要	1
I 調査の目的	2
II 調査の方法	2
III 商店街の分類方法について	3
第2章 千葉県を取り巻く商業環境	5
I 千葉県のあらまし	6
1. 人口動態	6
2. 消費マーケットの動向	8
3. 観光の動向	10
II 千葉県の小売業	11
1. 千葉県の小売業の状況	11
2. 千葉県の商店街の状況	14
3. 千葉県の大型店の状況	16
III 買い物スタイルの変化	18
1. インターネットショッピング	18
2. モノ消費からコト消費へ	20
3. インバウンド消費	21
第3章 商店街の抱える問題と問題解決のための方向性	23
I 商店街の抱える問題点(総論)	24
1. 商店街の抱える問題点	24
2. 商店街と消費者の認識の差異	27
3. 行政や商工会・商工会議所等の支援制度の活用について	28
II 商店街の抱える問題点(各論)及び問題解決のための方向性	30
III 問題解決のための取組例	71
第4章 商店街ヒアリング調査結果	75
I 県内の商店街の動向	77
II 県外の商店街の動向	99
第5章 商店街アンケート調査結果	109
I 調査実施概要	110
1. 調査の目的	110
2. 調査の対象・方法	110
3. 調査結果の見方	110
II 調査結果	112
1. 商店街の概要	112
2. 商店街の景況	146
3. 空き店舗	153
4. 後継者・リーダー	164
5. 大型店	169
6. 商店街としての認識	174

7. 商店街が取り組む事業.....	189
8. 商店街の問題及び個店の活性化策.....	197
9. 他の団体との連携.....	203
10. 外国人旅行者対策.....	208
11. 買い物弱者対策.....	212
12. 商店街の今後の取組.....	215
13. 国・県・市町村の支援制度の利用.....	219
<b>第6章 消費者アンケート調査結果</b> .....	<b>231</b>
<b>I 調査実施概要</b> .....	<b>232</b>
1. 調査の目的.....	232
2. 調査の対象・方法.....	232
3. 調査結果の見方.....	232
<b>II 調査結果</b> .....	<b>234</b>
1. 属性.....	234
2. 買い物全般について.....	236
3. 地域商店街の公共的役割について.....	260
4. インターネットショッピングの利用状況について.....	276
<b>商店街アンケート調査票</b> .....	<b>285</b>