

2014年度 買・なよろ運動推進事業

商店街環境基礎調査 報告書  
【ダイジェスト版】

買・なよろ運動推進委員会

2014年12月

# 報告書の構成

1. 商店街環境基礎調査の結果
2. 名寄市中心商店街の活性化に向けた提言
  - 2-1 商店街の課題
  - 2-2 商店街活性化に向けた提言

# 実施調査一覽

- 買物動向調査
- 商店街二一ズ調査
- 交通量調査(略)
- 経営者動向調査
- 商店街若手意向調査(略)
- 空地・空店舗調査(略)

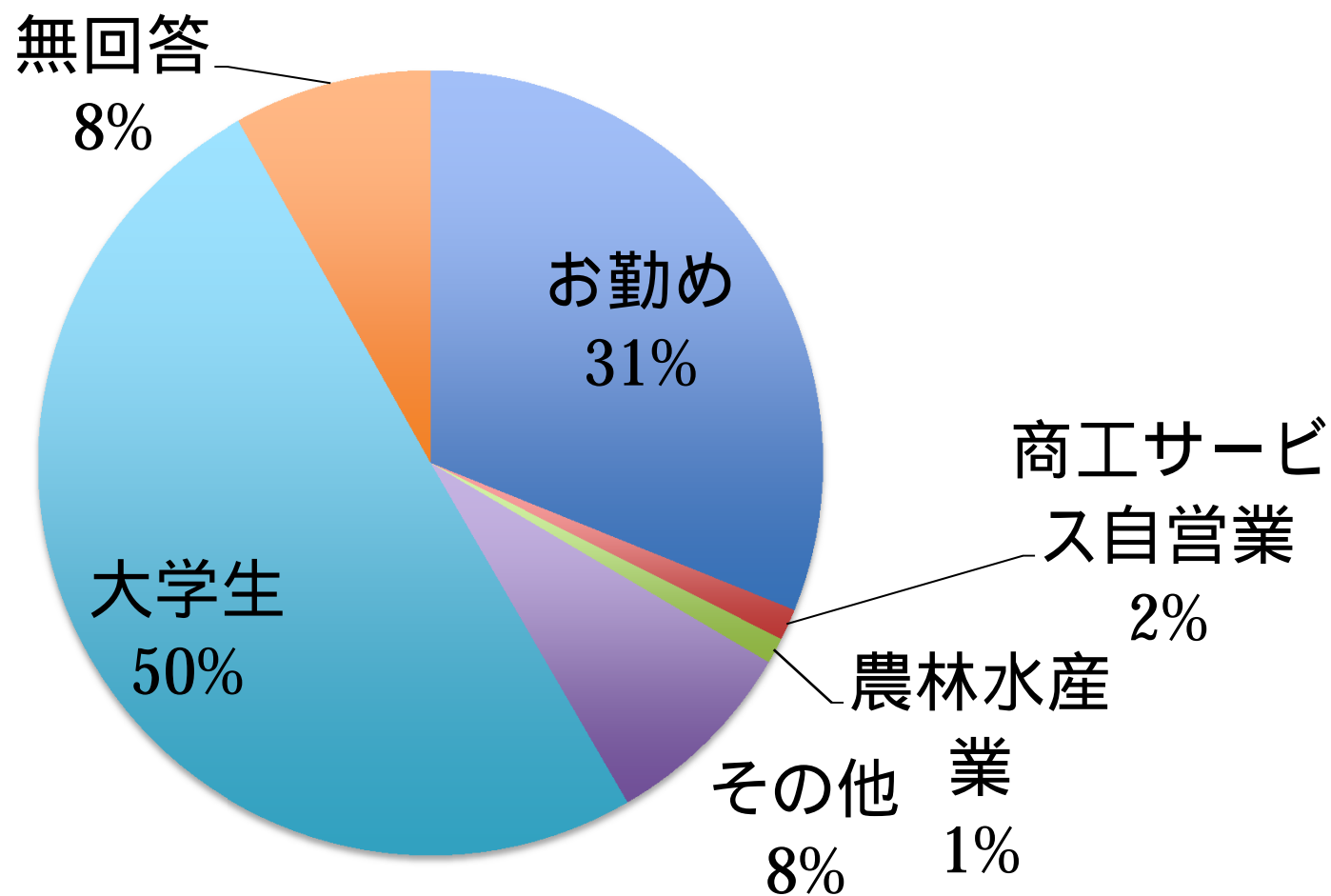
# 1. 商店街環境基礎調査の結果

# 1-1. 買物動向調査

# 買物動向調査の概要

- 目的：
  - 名寄市民の買物場所を把握する
- 調査方法：市内小学校・大学・市役所で配布
- 調査期間：2014年7月～8月
- 回答数：466枚

# 回答者属性 (全体 466 名)

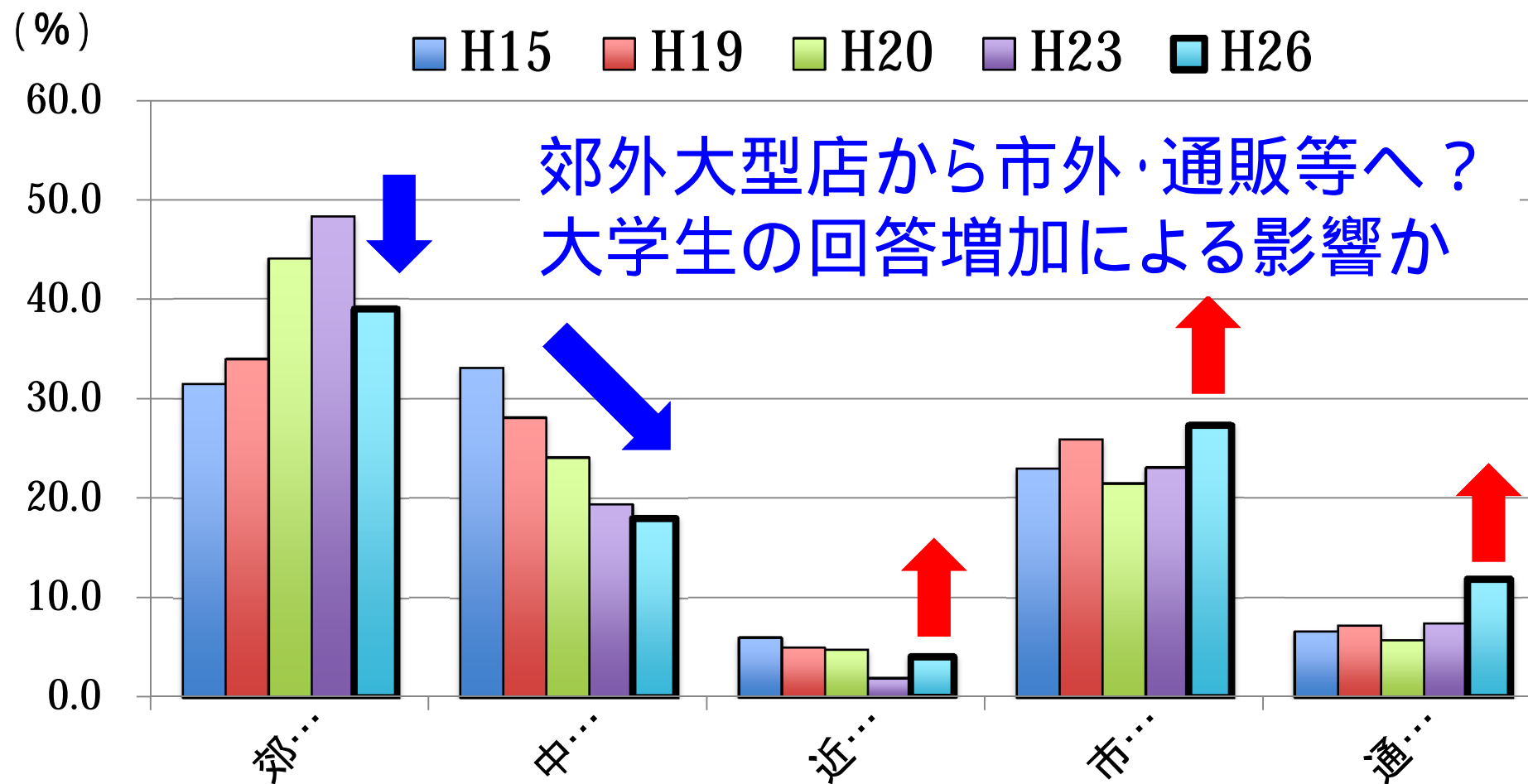


# 買物場所の選択肢

- 「郊外大型店」  
= ラルズ・イオン・TSUTAYA・ケーズデンキ・ツルハなど
- 「中心部商店街」  
= 商店街・中心部量販店(西條・ツルハ等)
- 「近隣商店・コンビニ」
- 「市外」 = 札幌市・旭川市・その他市町村
- 「通販等」  
= TV・ネット通販等、カタログ購入、生協共同購入

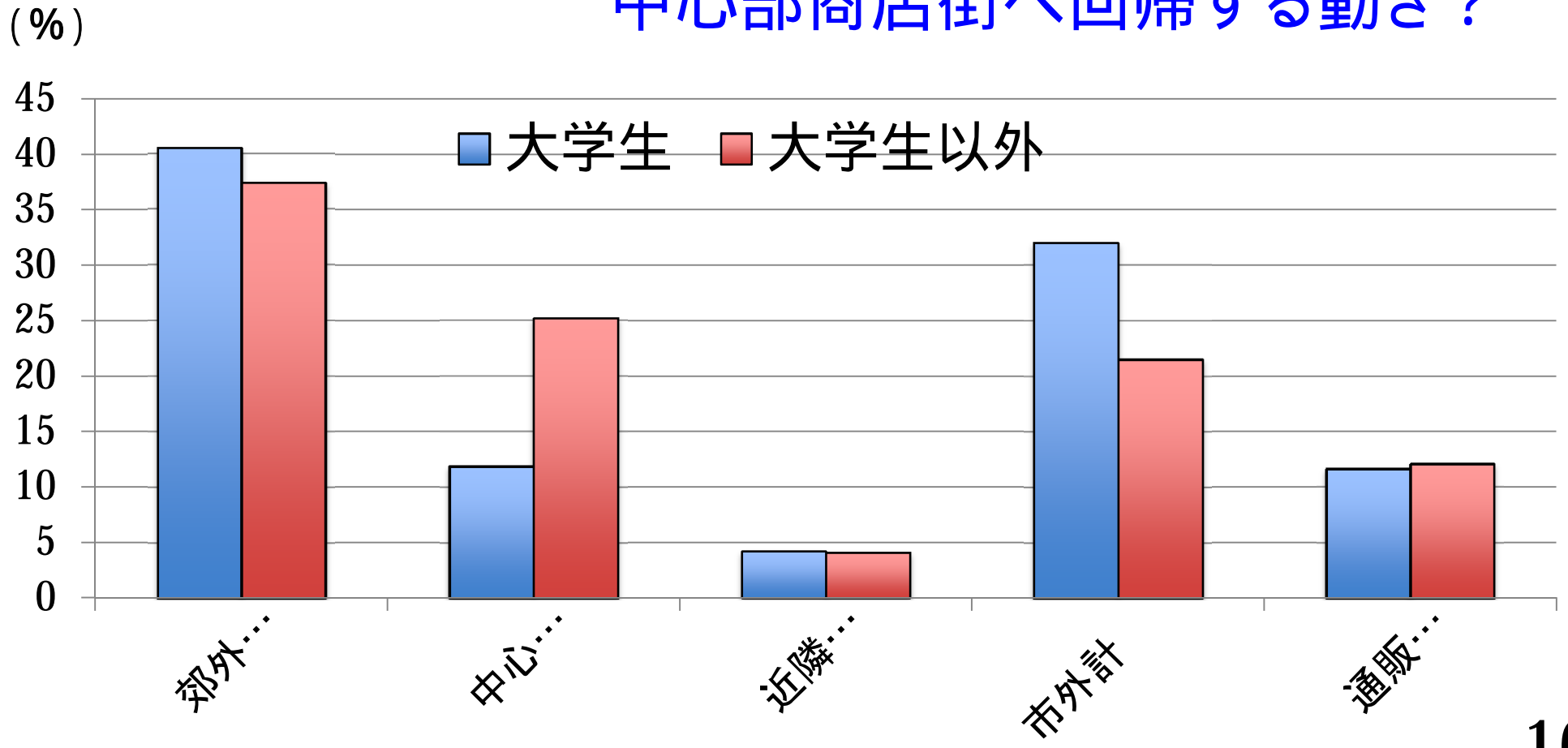


# 時系列変化 (A ~ E群合計)



# 大学生とそれ以外 (A ~ E群、H26)

大学生以外では、郊外大型店から  
中心部商店街へ回帰する動き？



# 買物動向調査結果のまとめ

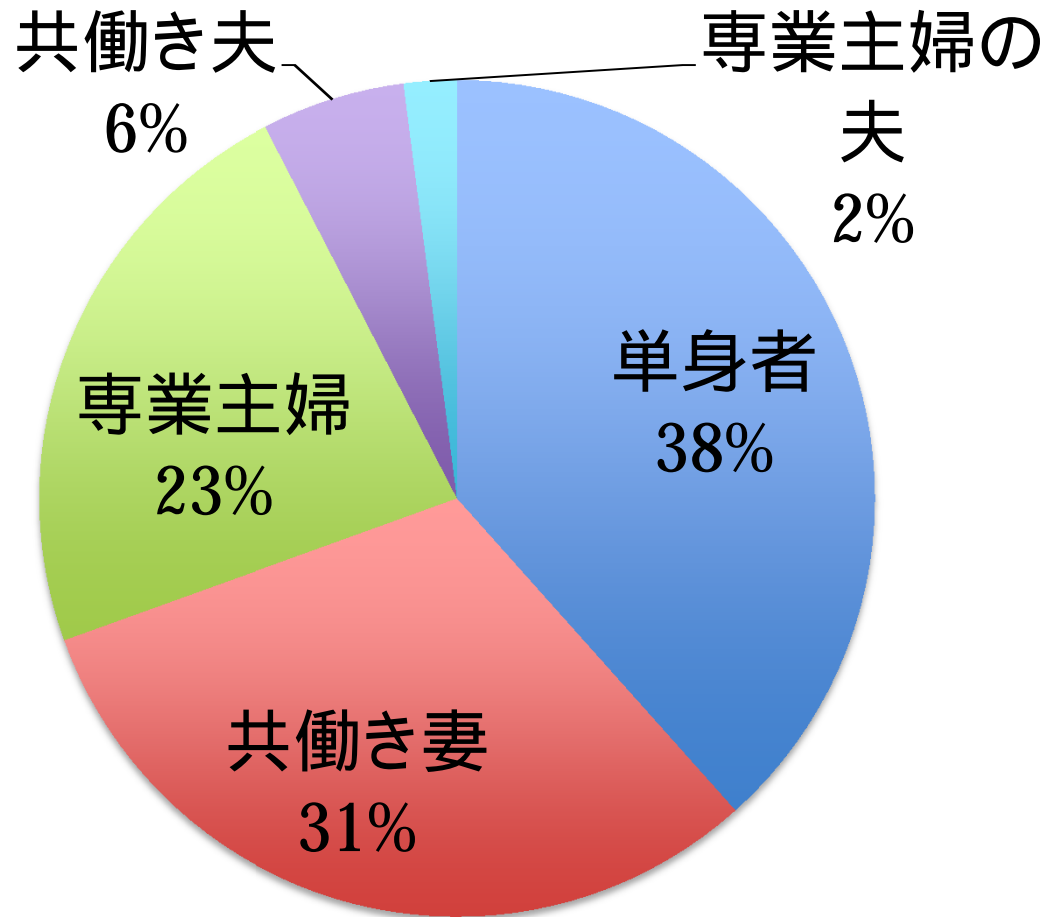
- 「中心部商店街」の比率が比較的高いのは、「飲食(外食)を楽しむ」31%、「食料品・生活雑貨」27%、「その他雑貨」25%である。
- 「衣類関係・寝具」「靴・かばん」「家具・家電・自転車」は「郊外大型店」「市外」、「家族で買物」「新しい流行を知る」は「市外」がメインである。
- 大学生を除き、「郊外大型店」から「中心部商店街」へ回帰する動きが見られる。

## 1-2. 商店街ニーズ調査

# 商店街ニーズ調査の概要

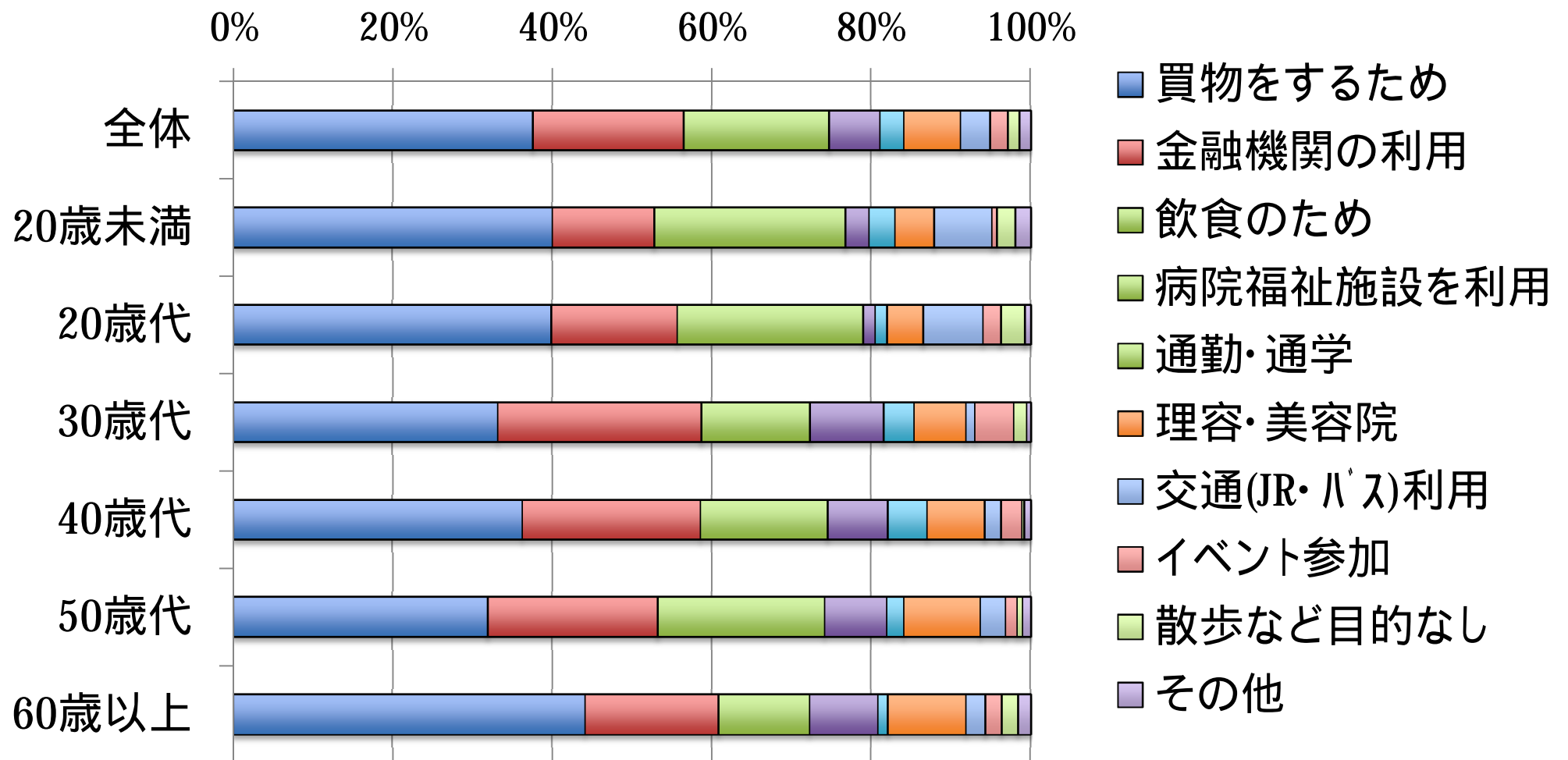
- 目的：
  - 商店街に対する需要動向を把握する
- 調査方法：市内小学校・大学・市役所で配布、商店街街頭での聞き取り
- 調査期間：2014年7月～10月
- 回答数：718枚

# 主に買物をする人の属性



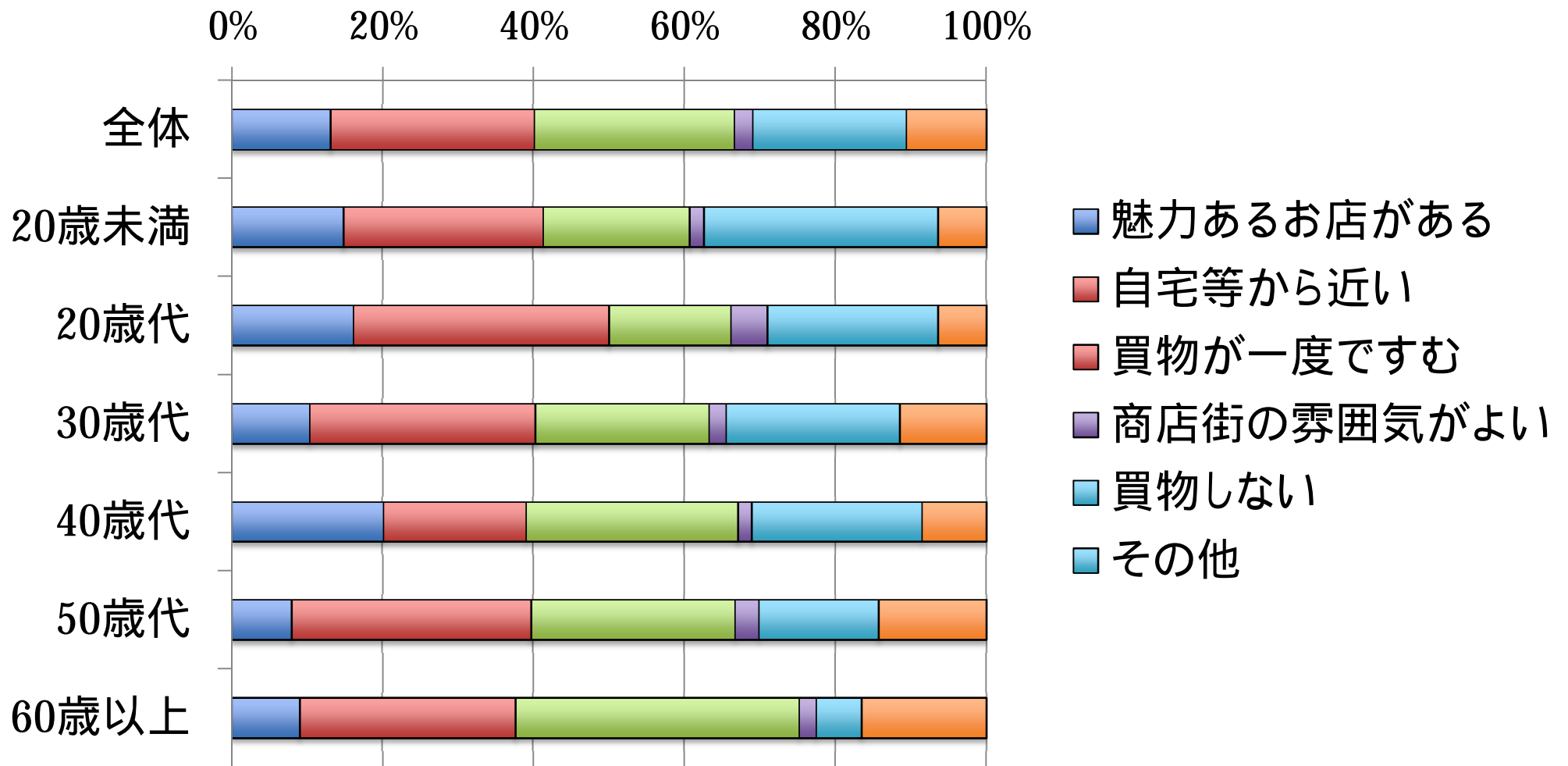
回答数：685

# 商店街へ行く目的(年齢別)



60歳代以上は買物、20歳代は飲食が他の年齢層より高い  
30～50歳代は買物が他の年齢層より低い

# 商店街で買物する理由(年齢別)

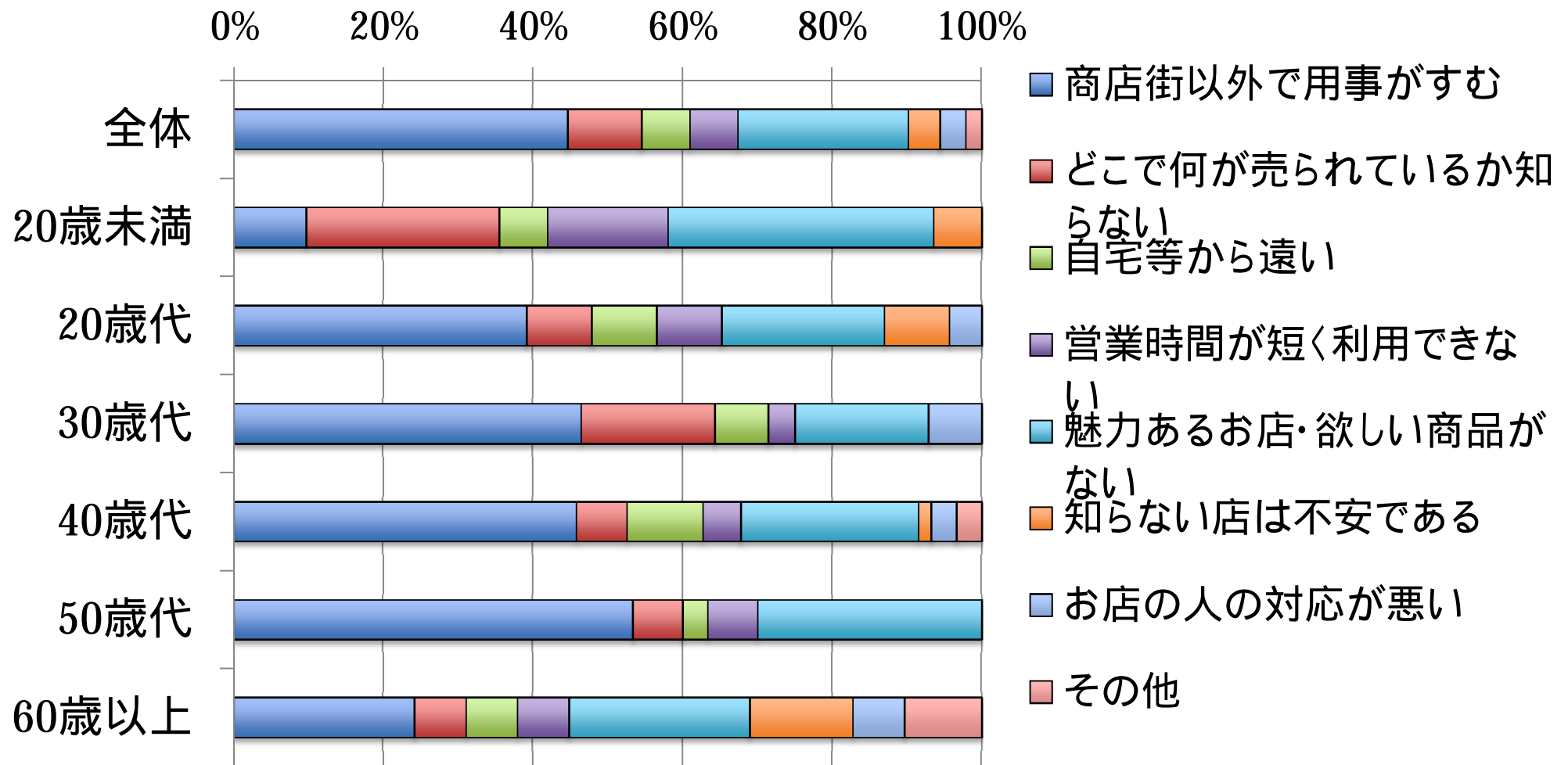


40歳代で「魅力あり」が比較的高い

60歳代以上は「買物一度ですむ」が高く、「魅力あり」は低い

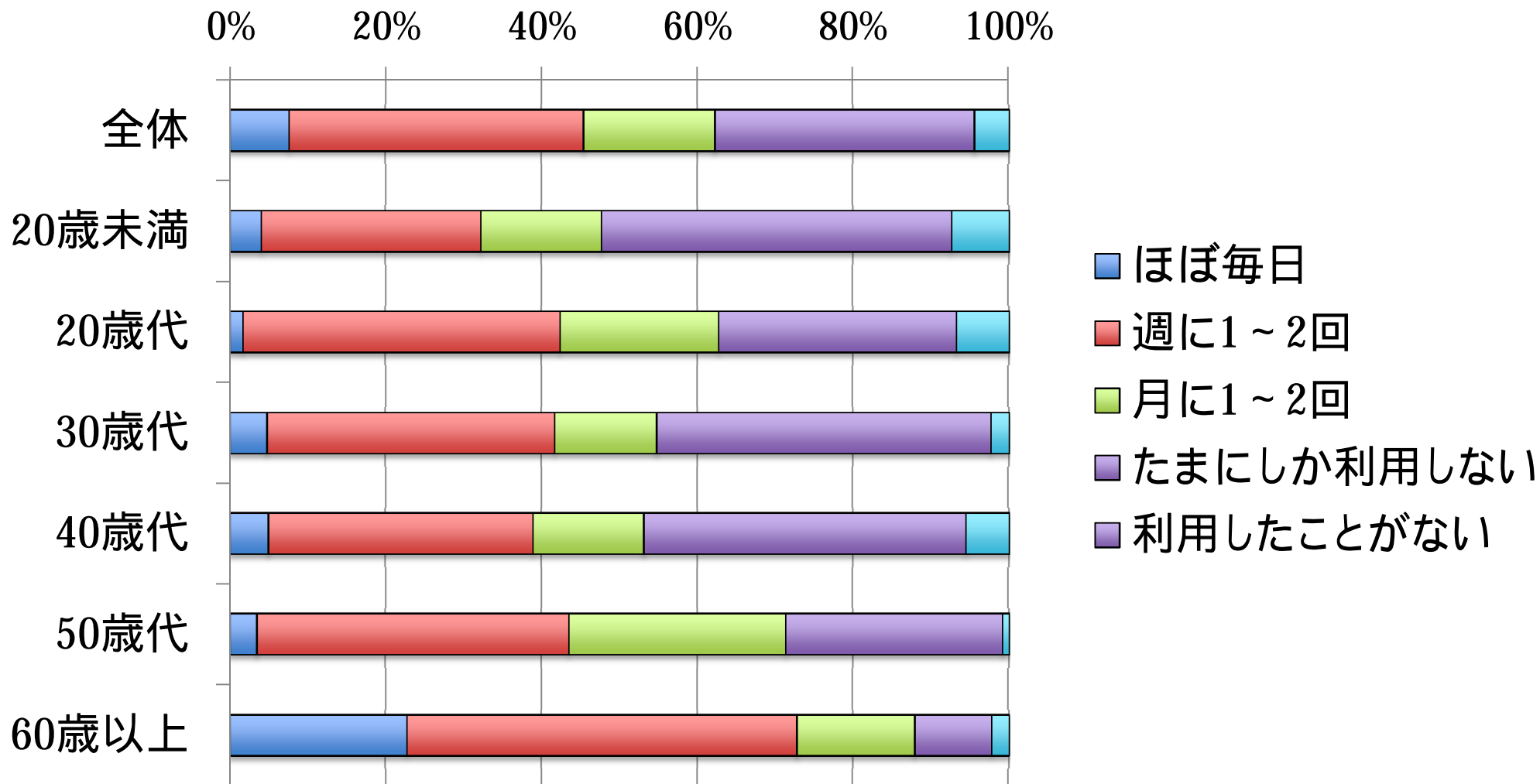


# 商店街で買物しない理由（年齢別）



20～50歳代では「商店街以外」、  
20歳未満では「知らない」「魅力なし」が高い

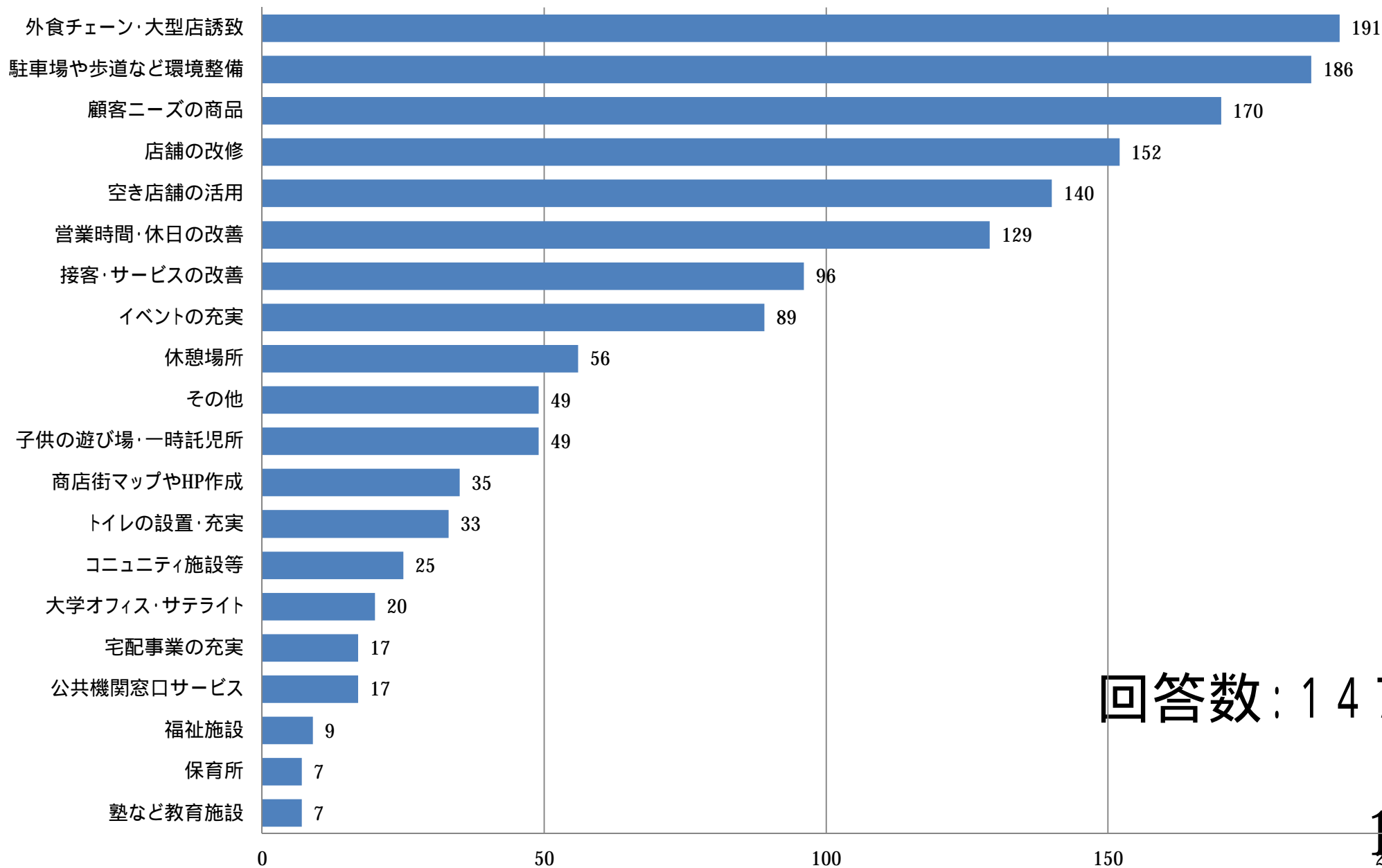
# 利用頻度(年齢別)



60歳代以上は7割が週1回以上利用

20~40歳代は約半数が月1~2回以下の利用

# 商店街に必要なもの



回答数：1477

# 商店街ニーズ調査結果のまとめ

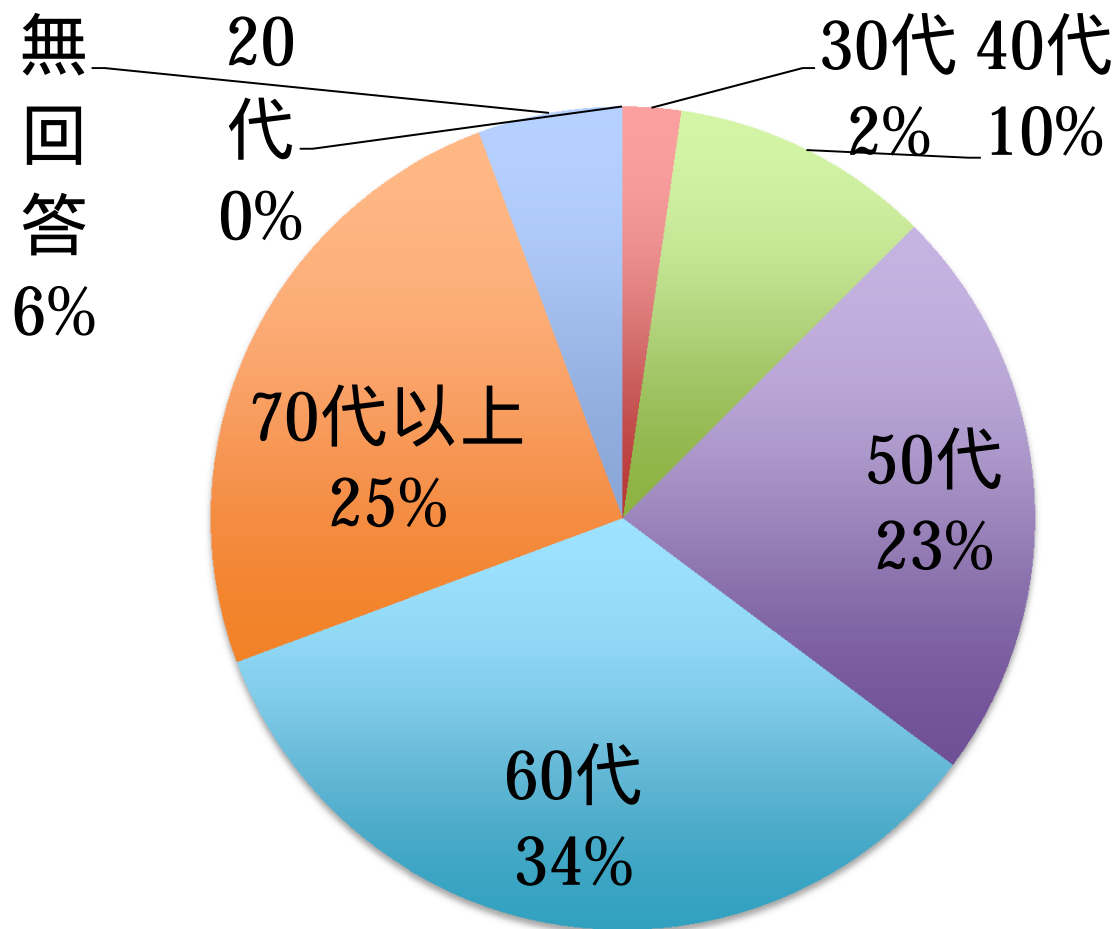
- 60歳代の7割が商店街を週1回以上利用、現状では商店街のヘビーユーザーは60歳代以上
- 50歳代以下では週1回以上の利用は4割
- 60歳代以上が利用する理由は「買物が一度ですむ」「近い」、利用頻度は高いが「魅力あり」が理由の利用は他の世代より低い
- 20～50歳代で利用しない理由は「商店街以外で用事がすむ」「魅力なし」

## 1-4 . 経営者動向調査

# 経営者動向調査の概要

- 目的：
  - －中心商店街の商店経営者の経営動向、将来の方向性などを把握する
- 調査方法：訪問配布
- 調査期間：2014年7月
- 回答数：88枚(対象者100%)

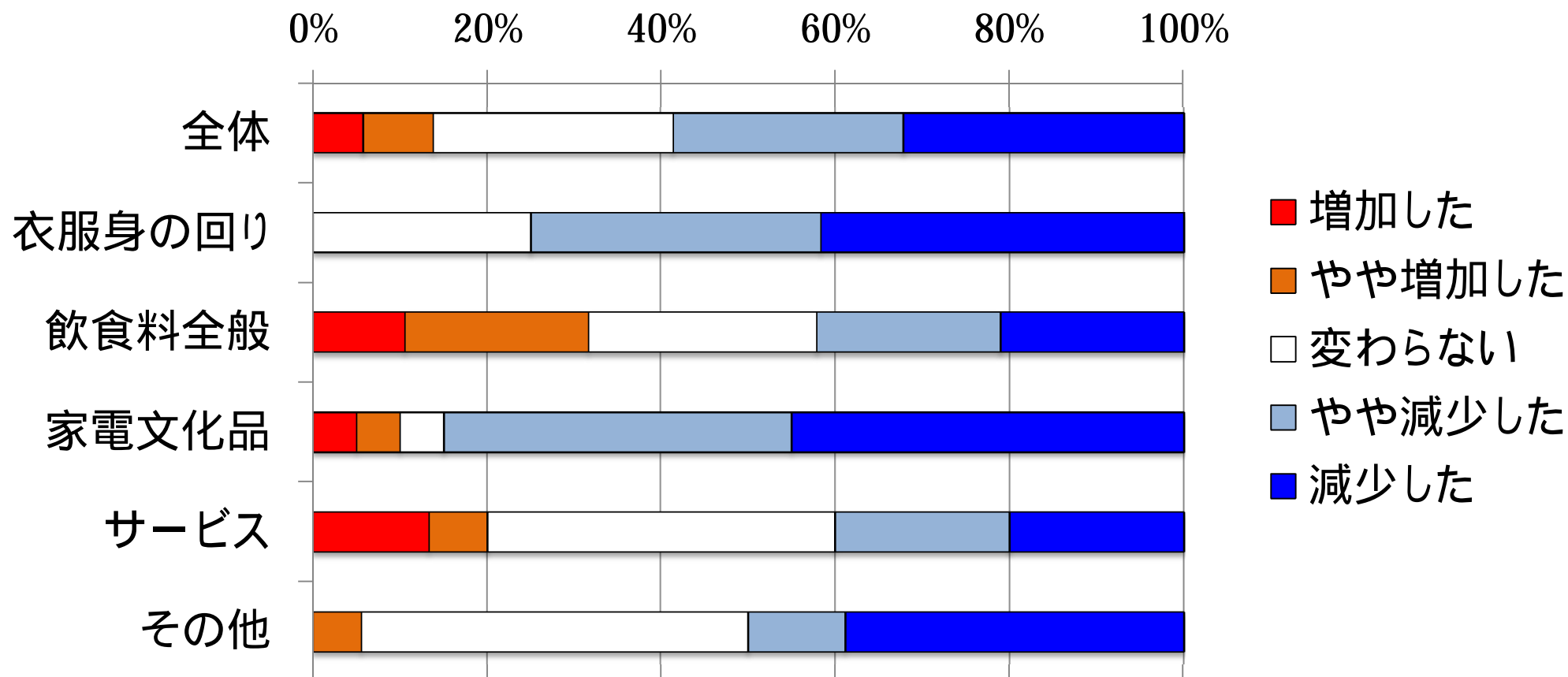
# 回答者の年齢



・60代以上で約6割

回答数 88

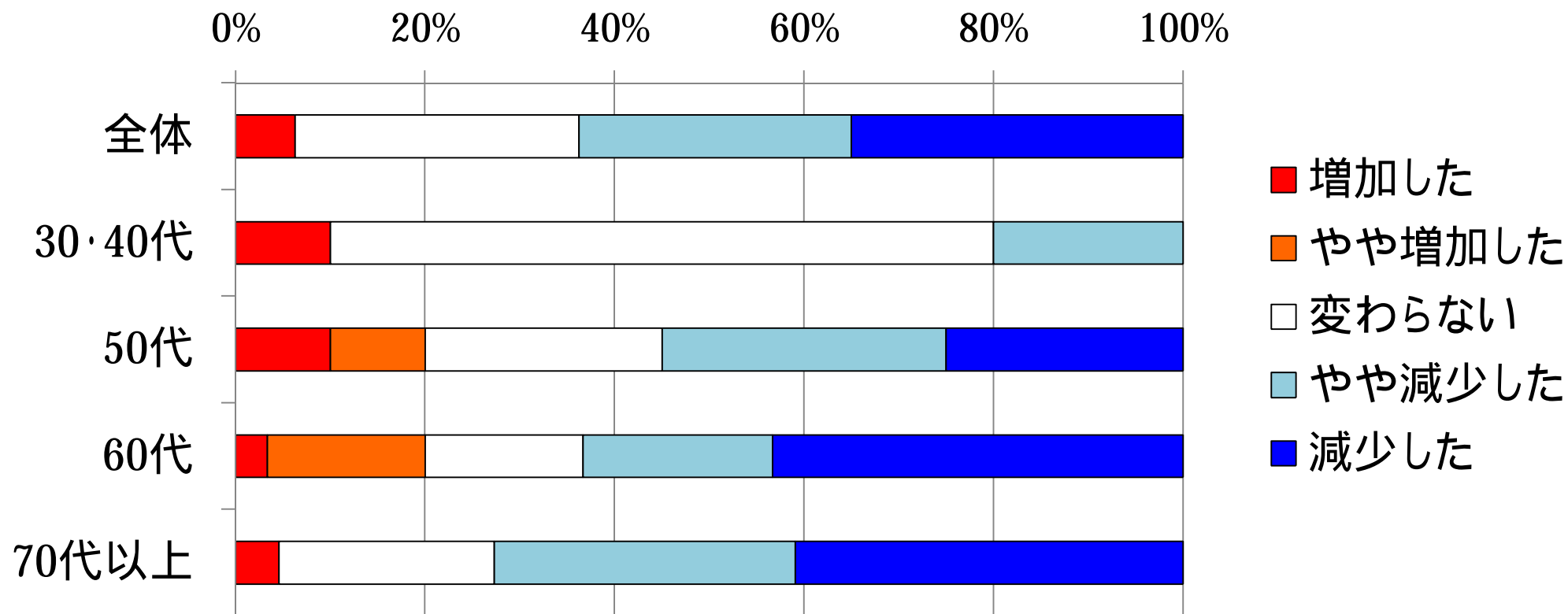
# 最近3カ年の売上状況



「飲食料全般」「サービス」で増加が多い  
「衣服身の回り」「家電文化品」で減少が多い



# 最近3カ年の売上状況(年齢別)

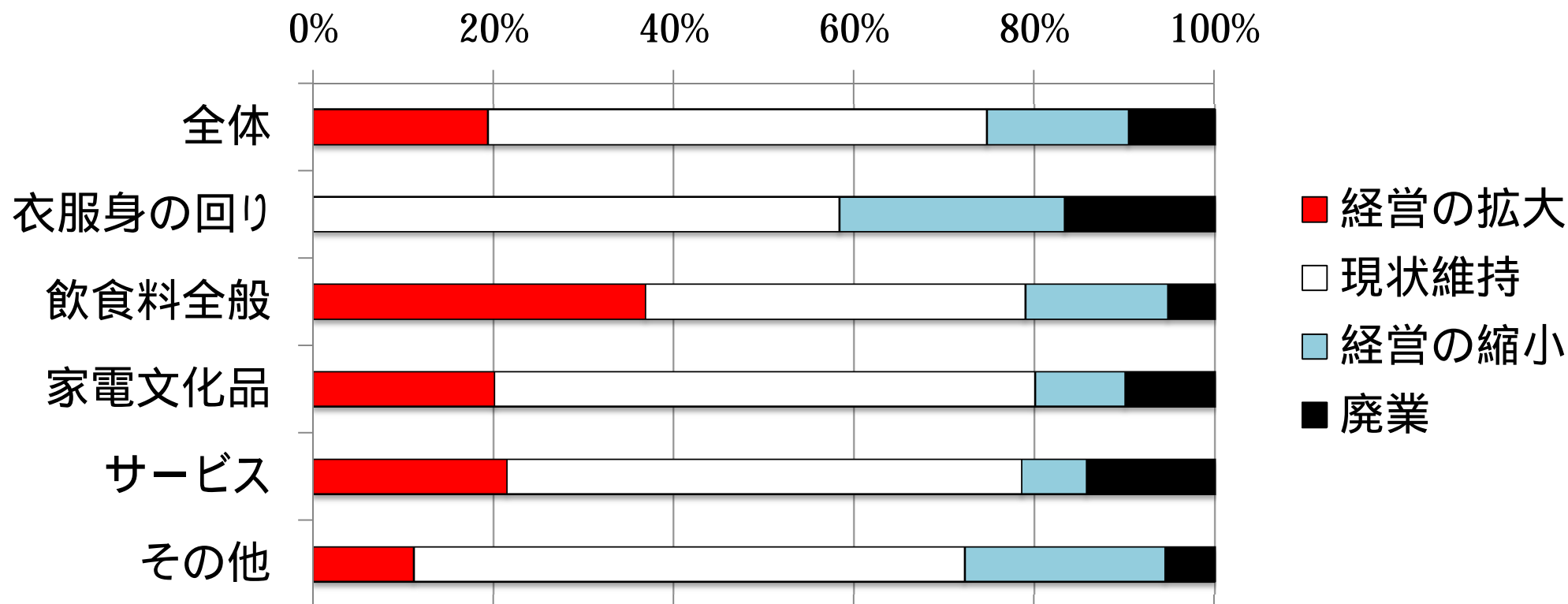


30・40代は減少が少ない

50代・60代で増加が多い、ただし減少も多い

70代は減少が多い

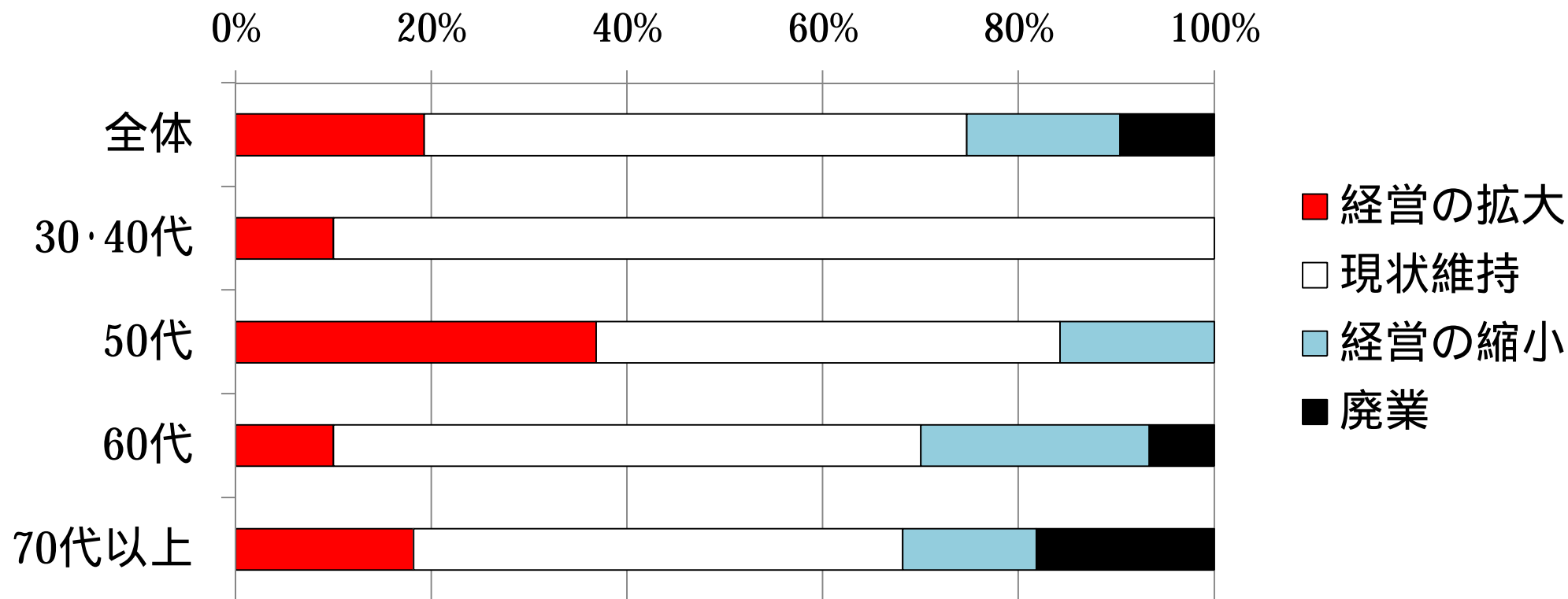
# 今後の経営の方向性(業種別)



「飲食料全般」で経営拡大が多い

「衣服身の回り」で経営縮小・廃業が多い

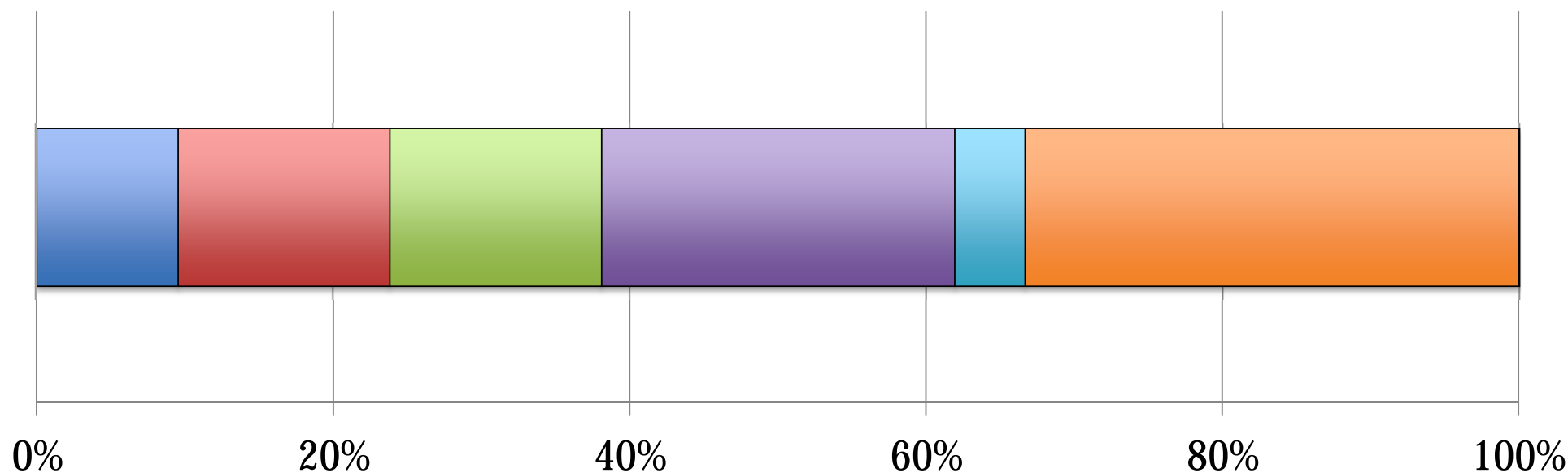
# 今後の経営の方向性(年齢別)



経営拡大意向は50代が最も多い  
30・40代は現状維持が9割  
廃業以降は60代以上のみ

# 「経営縮小」「廃業」の時期

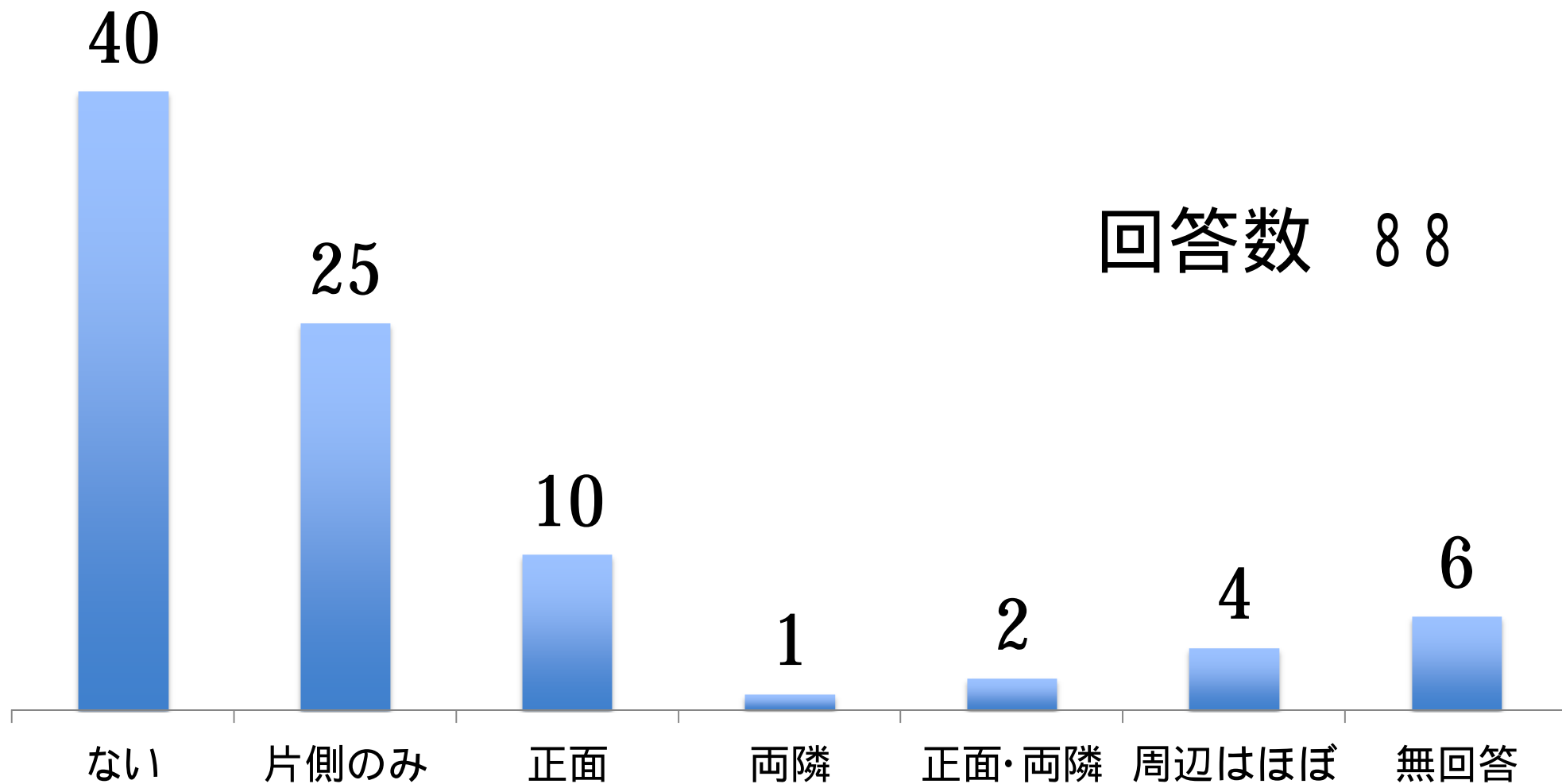
- ただちに
- 1～3年以内
- 3～5年以内
- 5～10年以内
- 10年以上先
- 決めていない



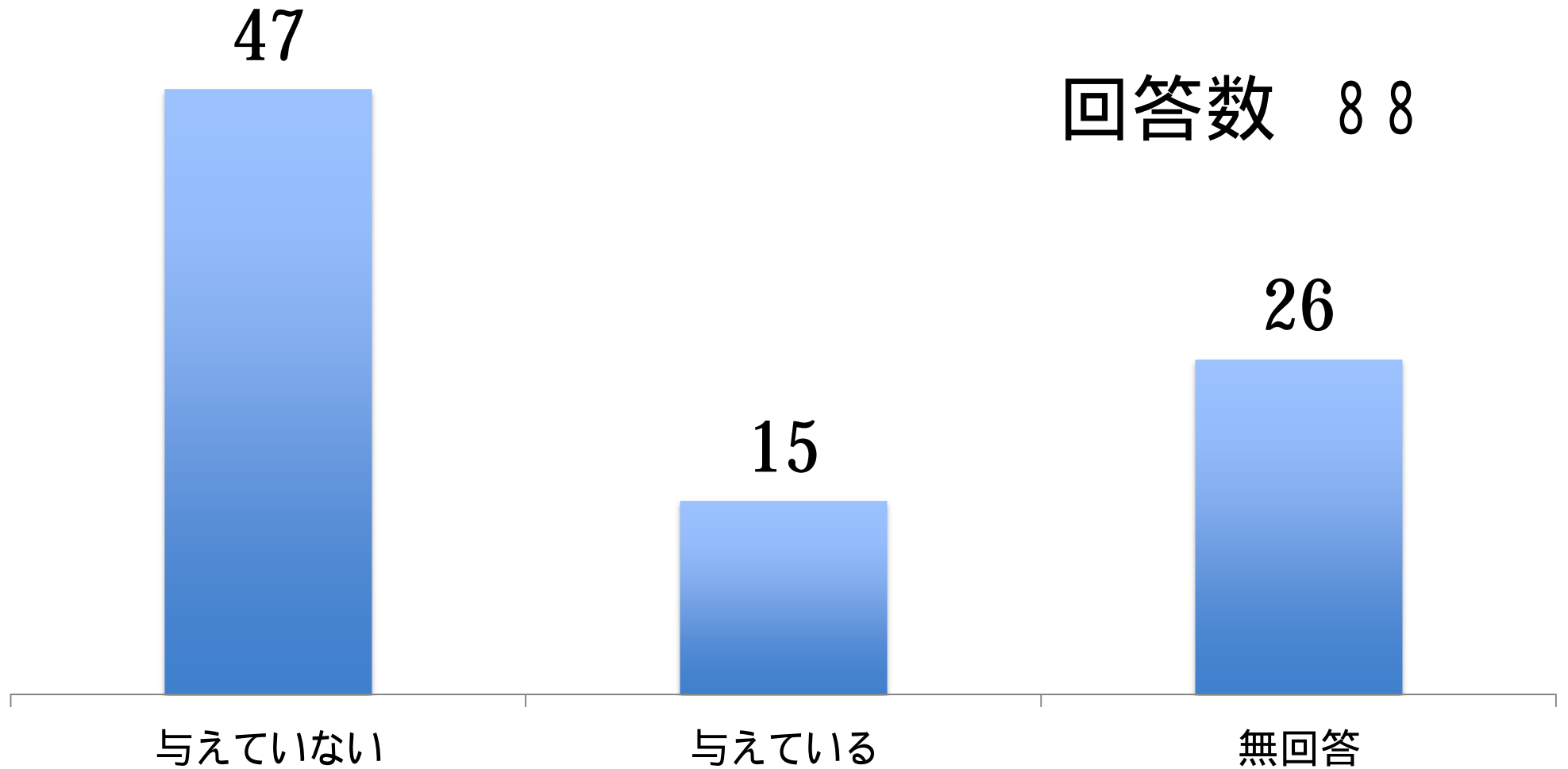
回答数 21

約6割が、10年以内に「経営縮小」、あるいは「廃業」

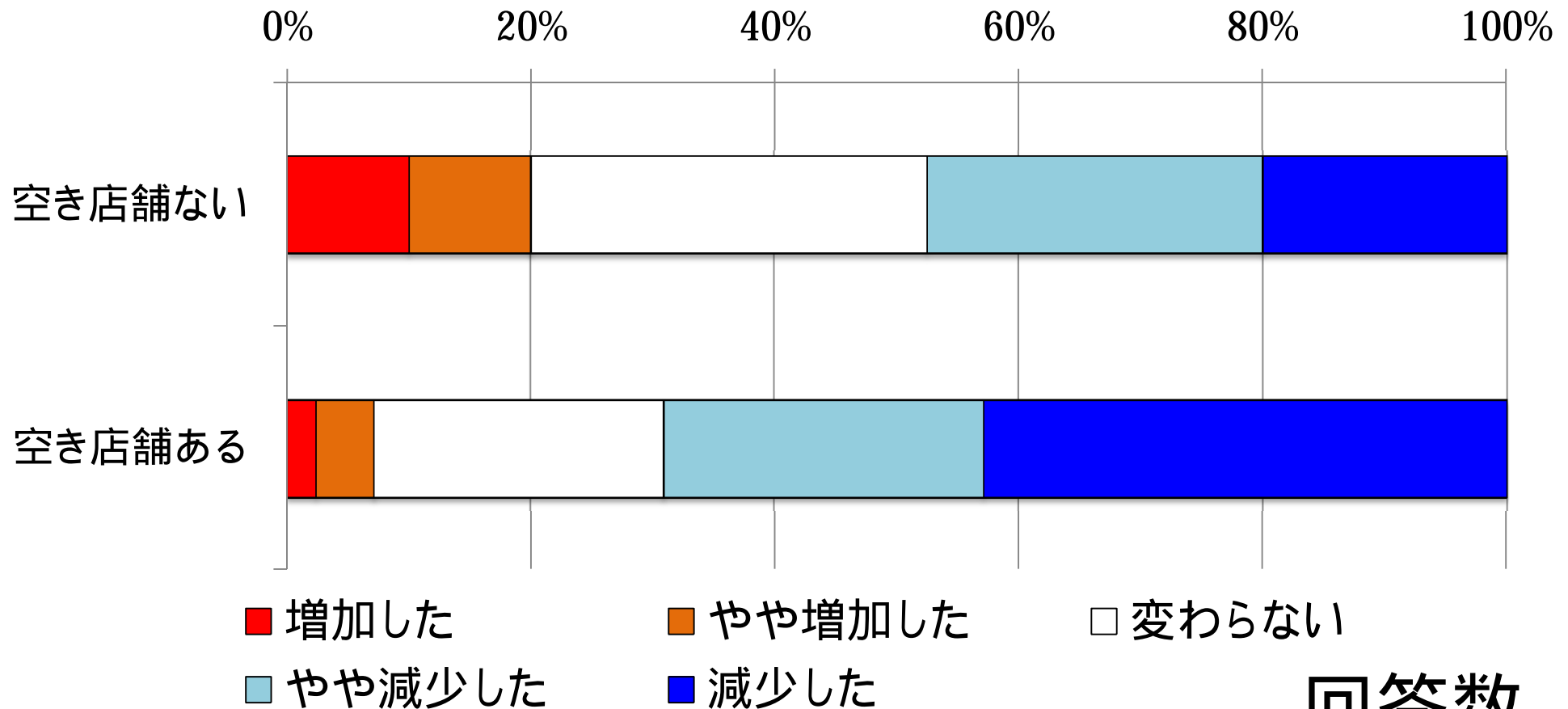
# 自店周辺の空き店舗



# 空き店舗の経営への影響(主観的評価)

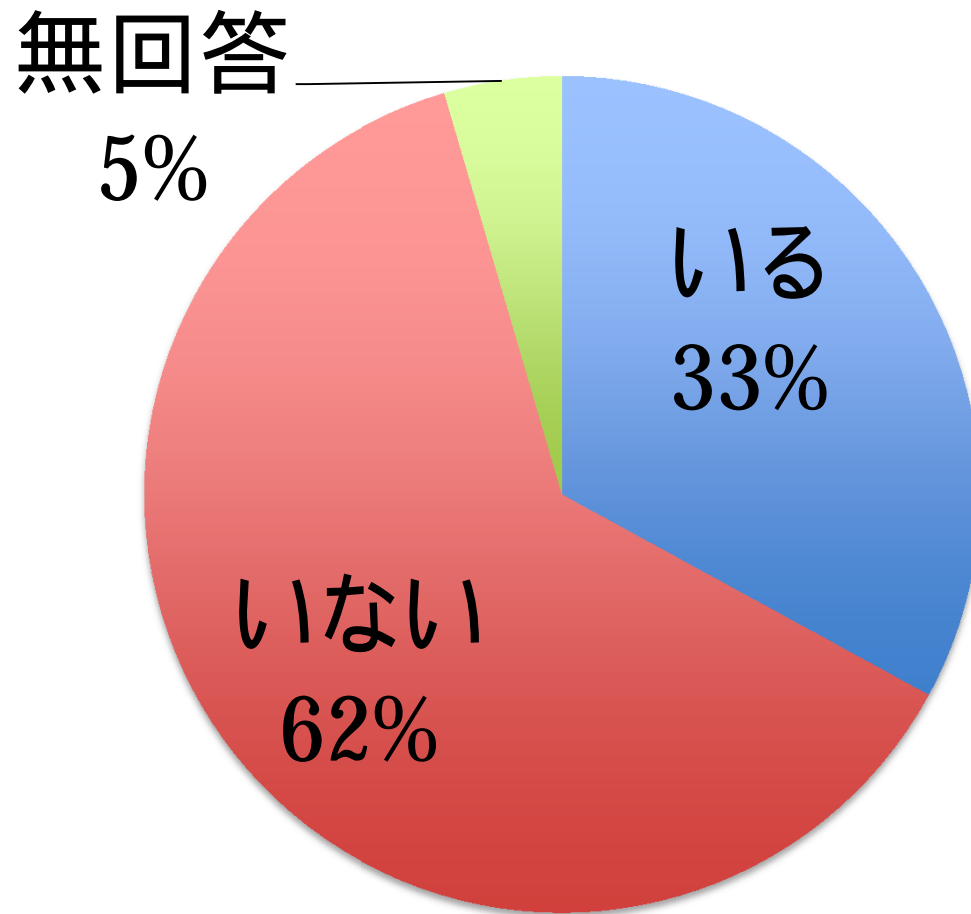


# 売上状況・空き店舗有無



主観的評価とは異なり、空き店舗の存在と売上状況との関係はあると思われる

# 後継者の有無

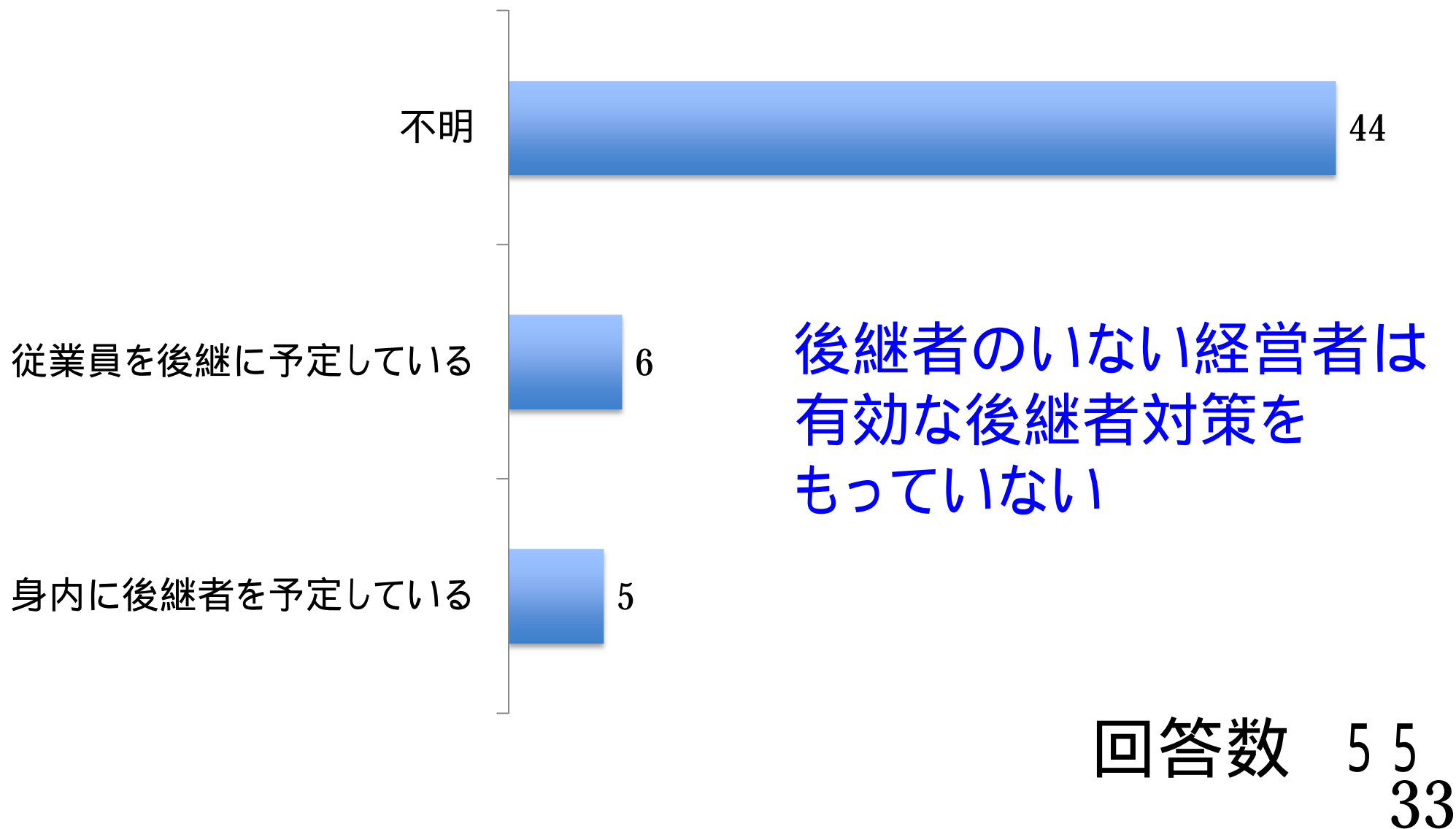


回答数 88

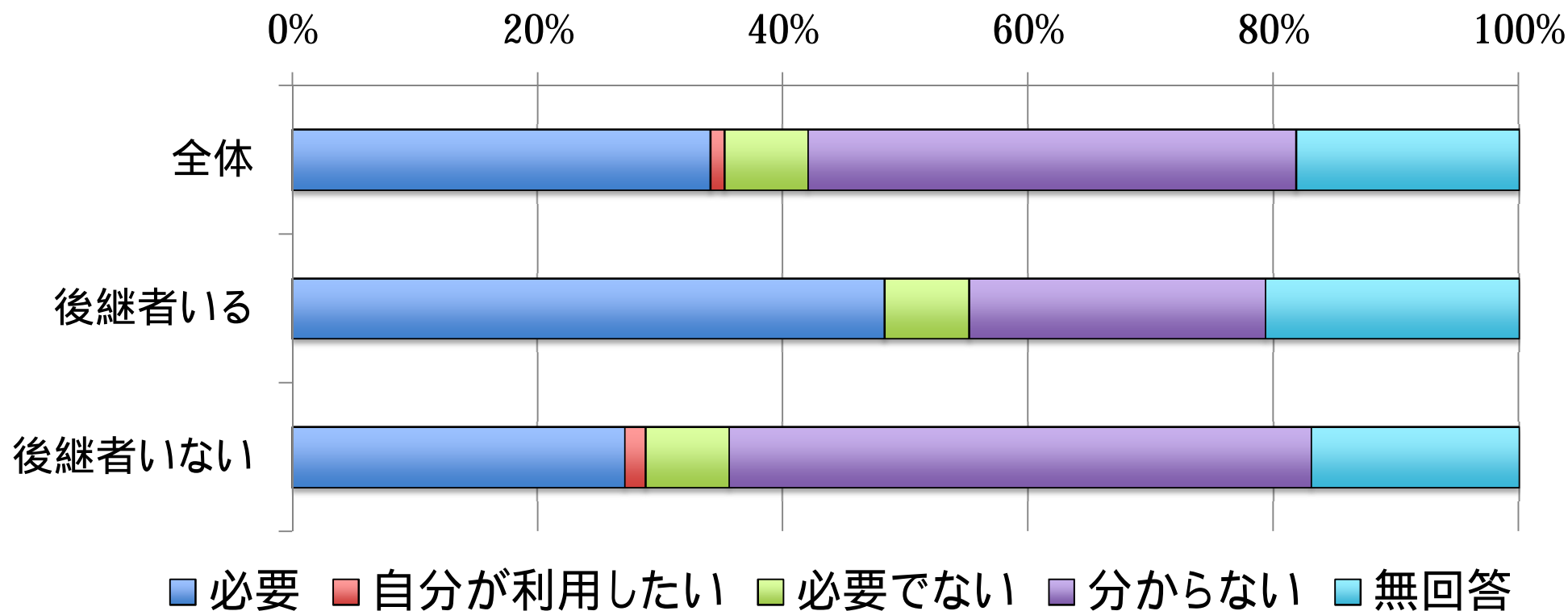
32



# 後継者「いない」層の対策



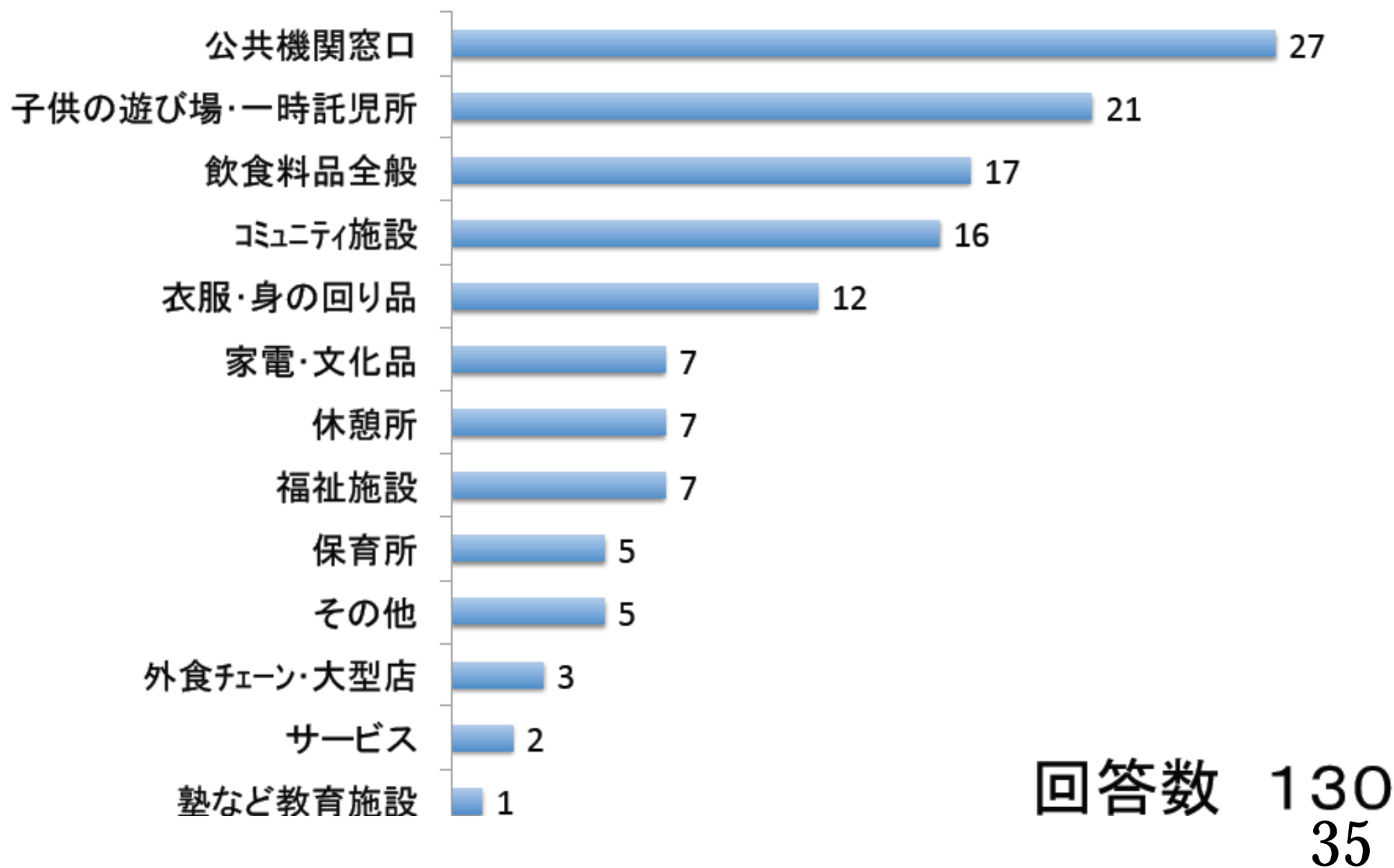
# 農業と同様の後継者対策 (公的機関によるマッチング事業)



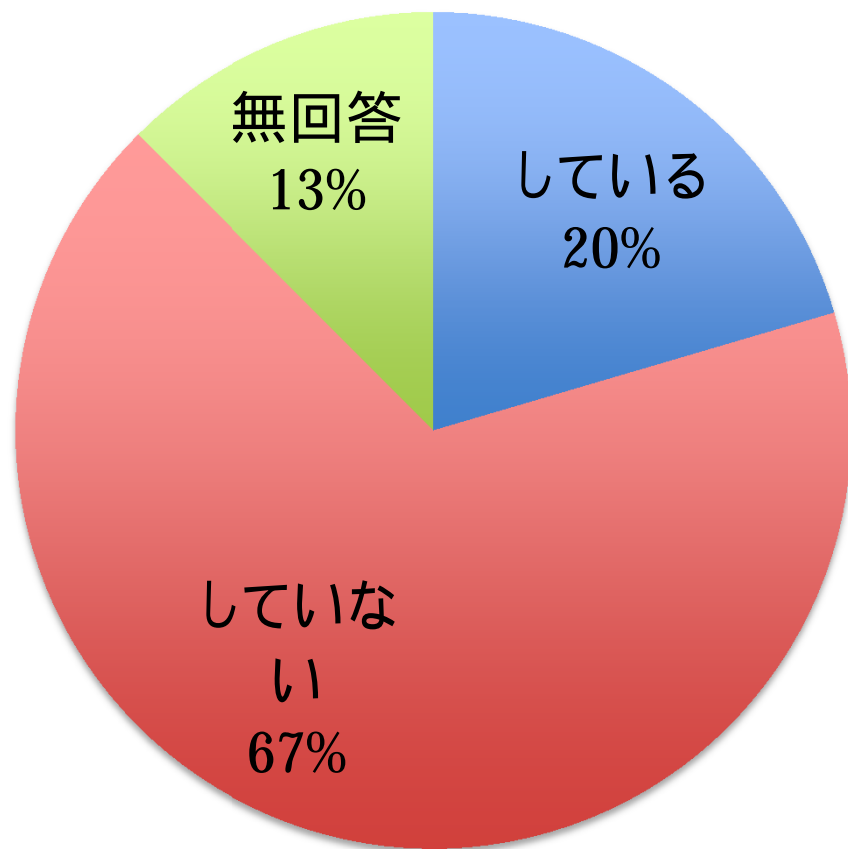
回答数 88

後継者のいる経営者の方が  
マッチングによる後継者対策事業に積極的

# 商店街に必要な業種・施設（複数回答）



# 子ども・子育て世代を意識した 配慮・工夫の有無



回答数：88

## 具体例

- ・本の貸し出し
- ・子ども向けメニュー
- ・おまけ・プレゼント
- ・講習会
- ・バリアフリー化
- ・安心安全な商品
- ・接客の工夫 など

# 経営者動向調査結果のまとめ

- 売上が比較的に増加しているのは、業種で「飲食料全般」「サービス」、経営者年齢で50・60代
- 経営拡大意向の多いのは、業種で「飲食料全般」、経営者年齢で50代
- 経営縮小・廃業は2割、現状維持が5割
- 店舗周辺の空き店舗と売上状況には関連がある
- 後継者なしは62%、有効な後継者対策のない経営者が多い

## 2. 名寄市中心商店街の活性化に向けた提言

## 2-1. 商店街の課題

# 達成すべき目標

- 商店街活性化に向けて達成すべき目標を商店街利用者数の増加と設定
- この目標に向けて商店街のSWOTとは？
  - － 強み (S) : 目標達成に貢献する商店街の要素
  - － 弱み (W) : 目標達成の障害となる商店街の要素
  - － 機会 (O) : 目標達成に貢献する外部の要素
  - － 脅威 (T) : 目標達成の障害となる外部の要素



## 2-2 . 商店街活性化に向けた提言

# 商店街活性化に向けた基本的な考え

- 強みを活かし、弱みを克服し、機会を利用し、脅威を取り除くためには何をすべきか？
- 基本的な考え方
  - 商店街利用者を増やすために、現時点で利用の少ない「30～40歳代の子育て世代」「大学生」を新たなターゲット層に設定する
  - 少子高齢化・人口減少に対応して、上記2つの層をメインに商店街利用者層の多世代化を目指す

# 商店街に求められる施設

## 「子育て支援センター」などの公的施設

- 商店街を目的とした来訪者の増加

## 子どもの遊べる屋内施設

- 商店街を目的とした来訪者の増加
- 歩いて行ける、冬場の子どもの遊び場

## 大学サテライト

- 子ども・子育て世代との交流を通じた教育研究拠点
- 短大児童学科の4大化 = 「社会保育学科」



を兼ね備えた複合施設の考え方も

# 商店街に求められる業態・サービス

- 長時間滞在できるカフェ
  - － 子どもの遊べる場所あり、騒いでも平気、時間料金制
- 郊外大型店では買えない個性的な子ども向け雑貨・衣服など
  - － 通販では買いたくない・現物で確認したい
- 単身者を対象とした業態 ……「猫カフェ」
- 学生向け料金・サービス、子育て世代(子ども)向け料金・サービス(優先席・小上がり、オムツ替えスペース)、LINEの活用(スタンプ作成)

# 商店街活性化に必要となる事業

- 子ども向けイベント事業
  - － 既存イベント継続・充実、「商店街あそびの広場」、青年会議所の職業体験など
- 業態転換や新規参入を促進する事業
  - － 商店経営希望者マッチング事業
  - － 店舗改修支援・補助事業
    - 空き店舗の解消につなげる
  - － 商店経営者マーケティング支援事業

# 今後に向けて

- 報告書の提言を単なる提言にとどめないために、これからの地域社会を見据えて、名寄中心部商店街にはいかなる機能が必要なのかを継続的に検討する組織が必要である
- その組織には、商店街当事者にとどまらず、名寄市、大学、子育て世代・学生をはじめとした幅広い主体が参画する必要がある