
「綾瀬市事業所実態調査」
(商業編)

—— 調査結果報告書 ——

2011年9月

綾瀬市

「綾瀬市事業所実態調査」(商業編) 調査報告書 目 次

1. 本調査の概要	1
1.1 本調査の目的	1
1.2 本調査の流れ	1
1.3 調査対象企業の抽出条件	2
1.4 調査対象件数(抽出条件①+抽出条件②)	2
1.5 調査方法	2
1.6 調査項目	2
1.7 有効回答件数(有効回答率)	2
1.8 調査主幹	3
1.9 調査実施機関	3
1.10 調査期間	3
2. 調査結果	4
【事業所(店舗)の主な概要】について	5
問1 事業所(店舗)の業種について	5
問2 事業所(店舗)の販売(サービス方法)について	7
問3 経営者(代表者または店長)について	8
問3-1 経営者の性別について	8
問3-2 経営者の年代について	8
問4 事業所(店舗)の後継者の有無について	9
問4-1 事業所(店舗)の今後について	9
【商店会活動】について	11
問5 商店会組織への加入について	11
問5-1 加入している商店会組織について	12
問5-2 商店会組織に加入しているメリットについて	13
問5-3 商店会組織に加入しない理由について	14
問6 地域の空き店舗に対する対応について	16

【地域コミュニティとしての商店街】について	17
問 7 商店街は地域の交流やにぎわいの中心的役割を果たすべきかについて	17
問 8 商店街の中に市民やNPO団体が入ることについて	18
問 8-1 「歓迎する」と回答した理由について	19
問 8-2 「抵抗感がある」と回答した理由について	19
問 9 商店街が地域の社会的な課題をビジネスとして支える活動に取り組むことについて	20
問 9-1 ビジネスとしての発展性がある取り組みについて	21
【市内商業の活性化に向けて取り組むべき施策】について	22
問 10 市内商業の活性化に向けて、今後取り組む必要があることについて	22
【東名綾瀬インターチェンジ】について	23
問 11 東名綾瀬インターチェンジが開設された場合の影響について	23
【行政や商工会の施策】について	25
問 12 今後、行政や商工会に期待する施策について	25
問 13 綾瀬市の産業施策について	26
問 14 綾瀬市の商業振興や地域の活性化について	27
3. アンケート調査票	30

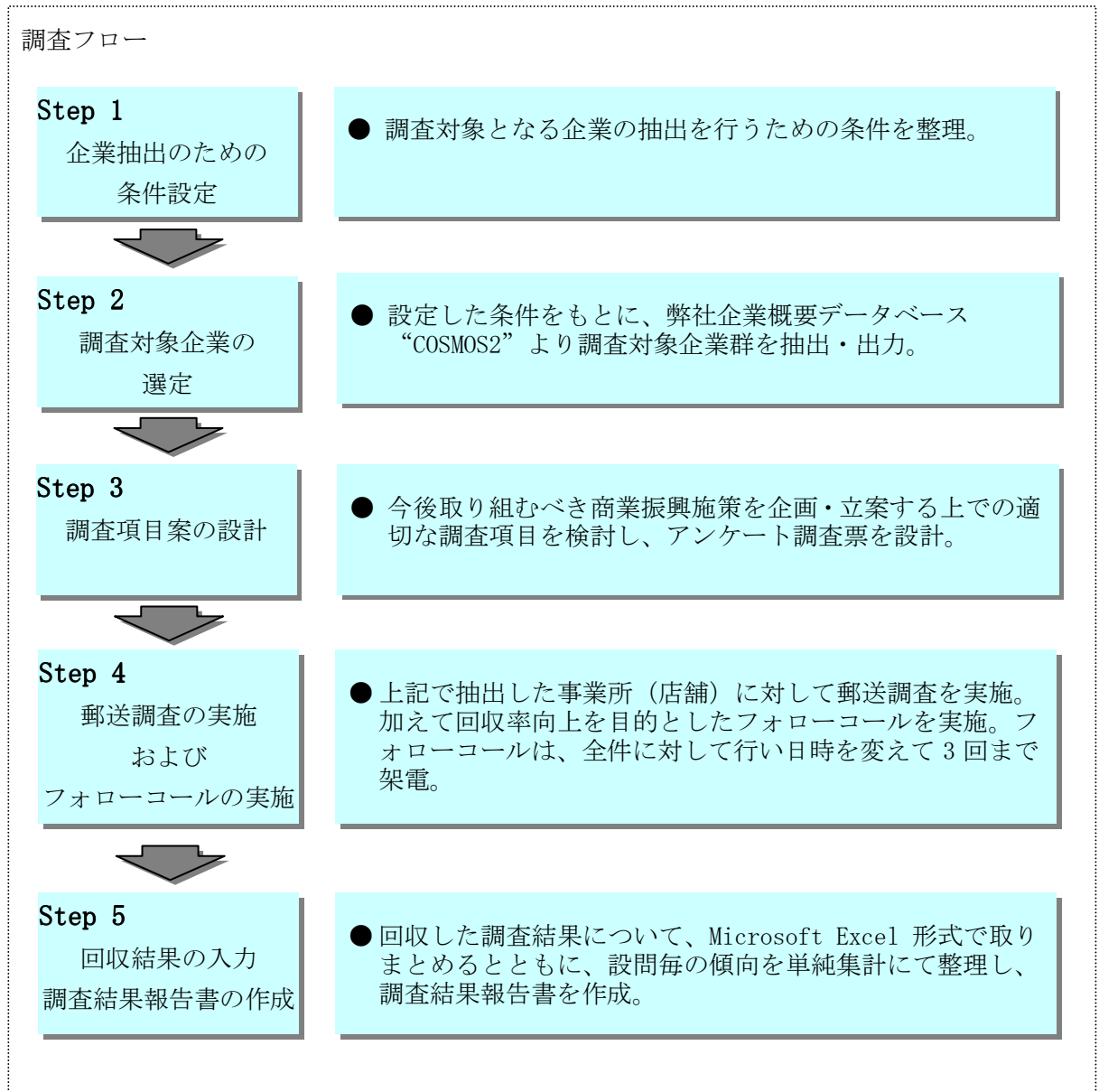
1. 本調査の概要

1.1 本調査の目的

市内商業者の実態を調査し、今後の商業振興施策を企画・立案する際の基礎データを把握することを目的とする。

1.2 本調査の流れ

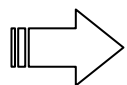
下記フローに基づき本業務を実施。



1.3 調査対象企業の抽出条件

抽出条件① 本 社 所 在 地：神奈川県綾瀬市
業 種：卸売業・小売業・サービス業・その他

抽出条件② 本 社 所 在 地：神奈川県綾瀬市を除く全国
業 種：卸売業・小売業・サービス業・その他
事業所所在地：神奈川県綾瀬市

 430件を抽出

1.4 調査対象件数（抽出条件①+抽出条件②）

430件

1.5 調査方法

郵送調査＋フォローコール

1.6 調査項目

- ①事業所概要（事業所名（店舗名）、所在地、業種、経営者、後継者などの項目）
- ②商店会活動について
- ③地域コミュニティとしての商店街について
- ④市内創業の活性化に向けて取り組むべき施策について
- ⑤東名綾瀬インターチェンジについて
- ⑥行政や商工会の施策について

1.7 有効回答件数（有効回答率）

251件（58.4%）

1.8 調査主幹

綾瀬市都市経済部商工振興課

1.9 調査実施機関

株式会社 帝国データバンク

1.10 調査期間

2011年6月～2011年8月

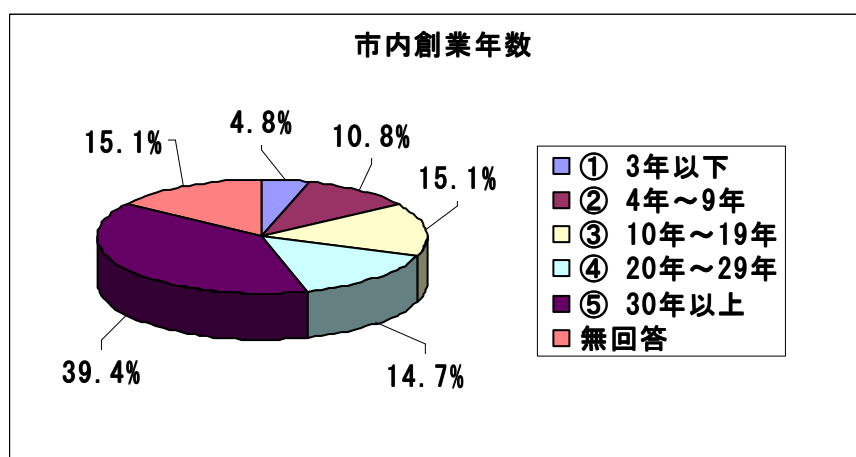
※当調査は国の緊急雇用創出事業臨時特例交付金を活用したものであり、失業者を新規雇用し、緊急かつ臨時的な雇用と就業の機会の確保を目的とする。

2. 調査結果

参考：市内創業年別件数

(回答社数 = 251)

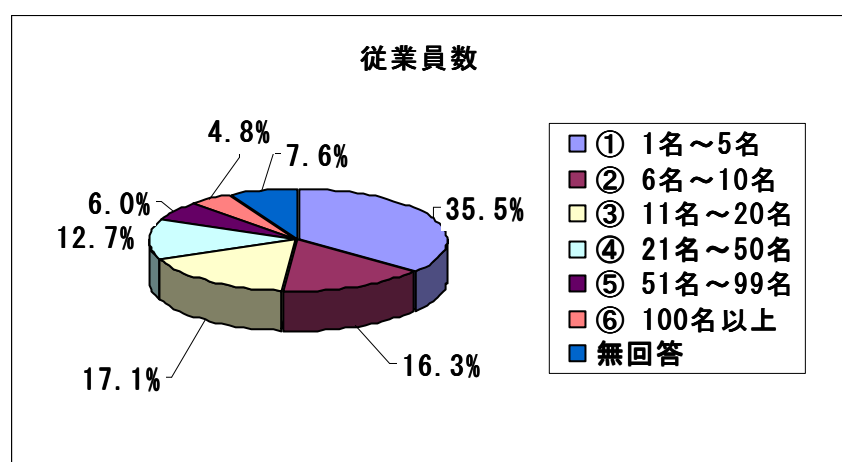
市内創業年数	件数	構成比率
① 3年以下	12	4.8%
② 4年～9年	27	10.8%
③ 10年～19年	38	15.1%
④ 20年～29年	37	14.7%
⑤ 30年以上	99	39.4%
無回答	38	15.1%
合計	251	100.0%



参考：従業員別件数

(回答社数 = 251)

従業員数	件数	構成比率
① 1名～5名	89	35.5%
② 6名～10名	41	16.3%
③ 11名～20名	43	17.1%
④ 21名～50名	32	12.7%
⑤ 51名～99名	15	6.0%
⑥ 100名以上	12	4.8%
無回答	19	7.6%
合計	251	100.0%

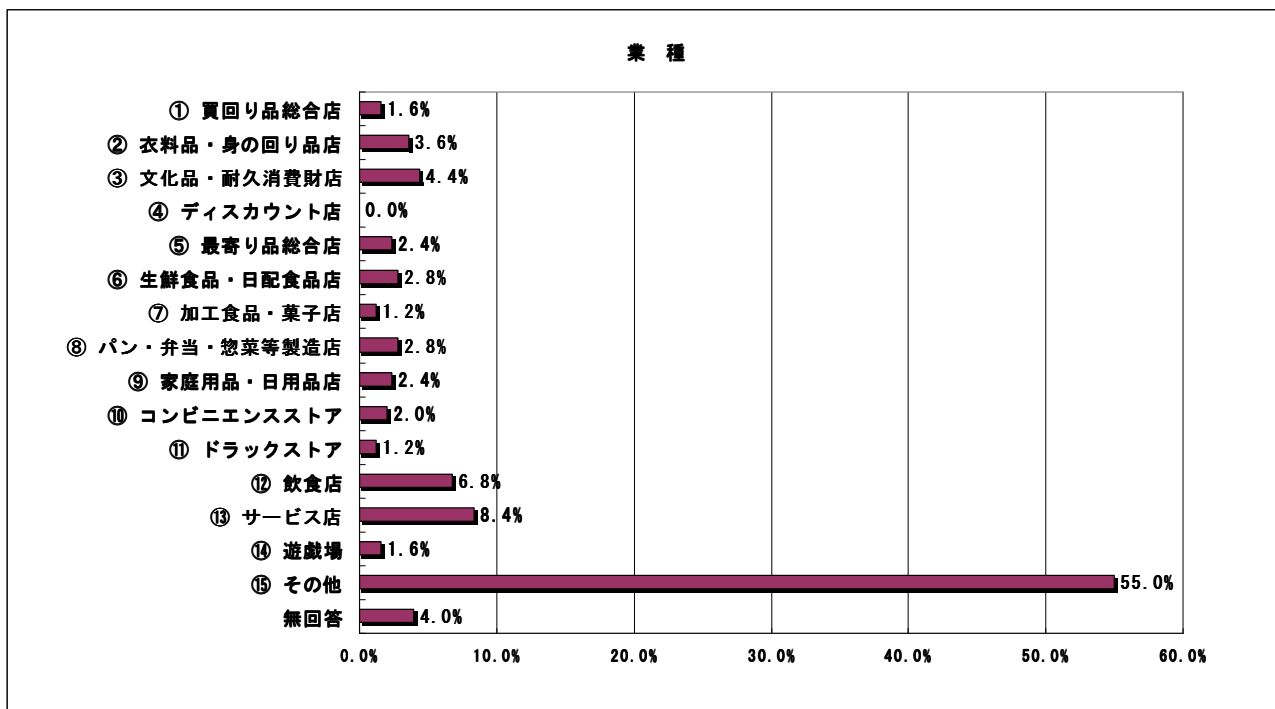


【事業所(店舗)の主な概要】について

問1 事業所(店舗)の業種について、お伺いします。

(回答社数 = 251)

業種	件数	構成比率
① 買回り品総合店	4	1.6%
② 衣料品・身の回り品店	9	3.6%
③ 文化品・耐久消費財店	11	4.4%
④ ディスカウント店	0	0.0%
⑤ 最寄り品総合店	6	2.4%
⑥ 生鮮食品・日配食品店	7	2.8%
⑦ 加工食品・菓子店	3	1.2%
⑧ パン・弁当・惣菜等製造店	7	2.8%
⑨ 家庭用品・日用品店	6	2.4%
⑩ コンビニエンスストア	5	2.0%
⑪ ドラッグストア	3	1.2%
⑫ 飲食店	17	6.8%
⑬ サービス店	21	8.4%
⑭ 遊戯場	4	1.6%
⑮ その他	138	55.0%
無回答	10	4.0%
合計	251	100.0%



(回答社数 = 138)

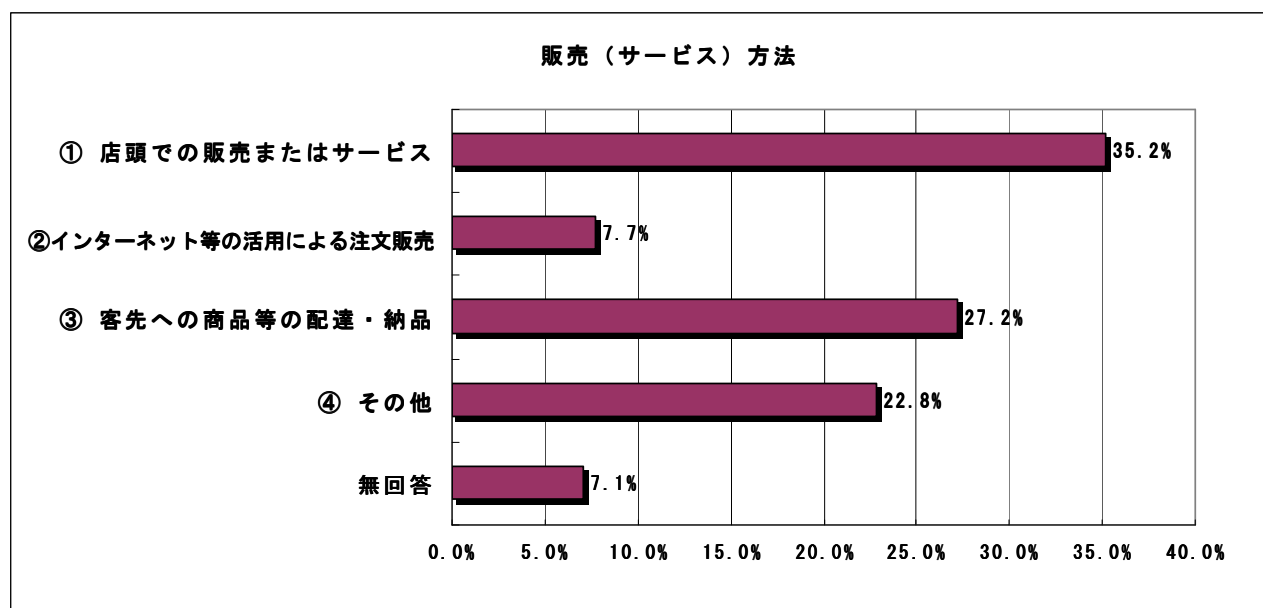
その他内訳	件数
その他卸売・小売・輸出入	27
機械等の修理・加工販売	22
事業者向けサービス（測量・コンサルティング等）	17
自動車（部品含む）の修理・販売	15
医療機関・保健等	12
住宅資材・設備販売	9
不動産の仲介・賃貸・管理	8
消費者向けサービス（ゴルフ場等）	7
介護サービス・福祉施設	5
畜産業	4
各種学校・教材販売	4
自然科学の研究所	1
スポーツNPO	1
銀行業	1
JA	1
無回答	4
合計	138

市内事業所の業種は、「サービス店」「飲食店」「文化品・耐久消費財店」のほか、「その他」に分類される「その他卸売・小売・輸出入」「機械等の修理・加工販売」「事業者向けサービス（測量・コンサルティング等）」「自動車（部品含む）の修理・販売」が目立つ。

問2 事業所(店舗)の販売(サービス)方法について、お伺いします。(あてはまるものすべて)

(回答社数 = 251)

販売(サービス)方法	件数	構成比率
① 店頭での販売またはサービス	114	35.2%
② インターネット等の活用による注文販売	25	7.7%
③ 客先への商品等の配達・納品	88	27.2%
④ その他	74	22.8%
無回答	23	7.1%
合計	324	100.0%



(回答社数 = 74)

その他内訳	件数
施設(ゴルフ場等)でのサービス提供	11
客先でのサービス	9
卸売	7
自販機・DM等	6
医療行為	6
代理店販売・販売委託	3
賃貸	3
入札	2
輸出による販売	1
販売していない	3
無回答	23
合計	74

販売(サービス)方法については、「店頭での販売またはサービス」が114件(35.2%)、「客先への商品等の配達・納品」が88件(27.2%)と多数を占めている。

他方で、「インターネット等の活用による注文販売」は25件(7.7%)と少数に留まっている。

「その他」の回答では、①施設(ゴルフ場等)でのサービス提供(11件)、②客先でのサービス(9件)、③卸売(7件)、④自販機・DM等による販売(6件)がある。

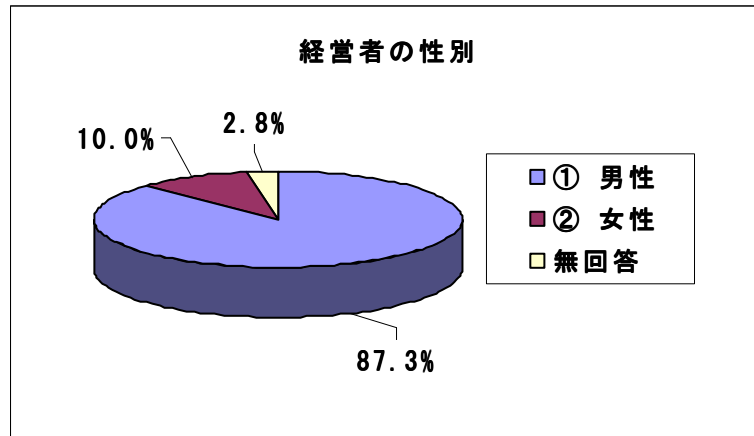
上記のうち、①③は「店頭での販売またはサービス」、②は「客先への商品等の配達・納品」、④は「インターネット等の活用による注文販売」に分類可能とも言える。

問3 経営者（代表者または店長）について、お伺いします。

問3-1 経営者の性別について、お伺いします。

(回答社数 = 251)

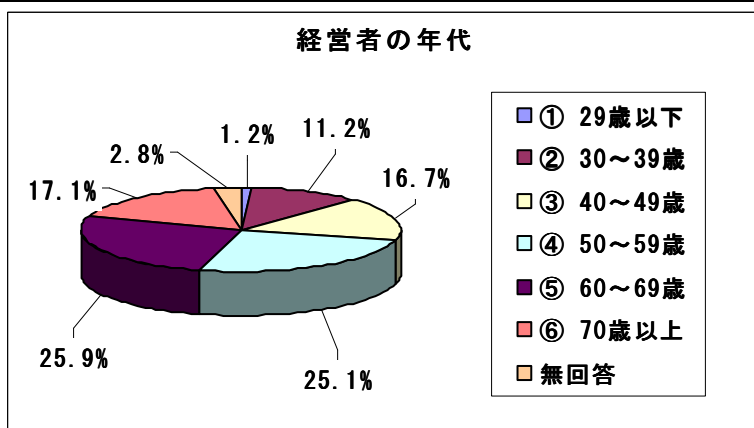
経営者の性別	件数	構成比率
① 男性	219	87.3%
② 女性	25	10.0%
無回答	7	2.8%
合計	251	100.0%



問3-2 経営者の年代について、お伺いします。

(回答社数 = 251)

経営者の年代	件数	構成比率
① 29歳以下	3	1.2%
② 30～39歳	28	11.2%
③ 40～49歳	42	16.7%
④ 50～59歳	63	25.1%
⑤ 60～69歳	65	25.9%
⑥ 70歳以上	43	17.1%
無回答	7	2.8%
合計	251	100.0%



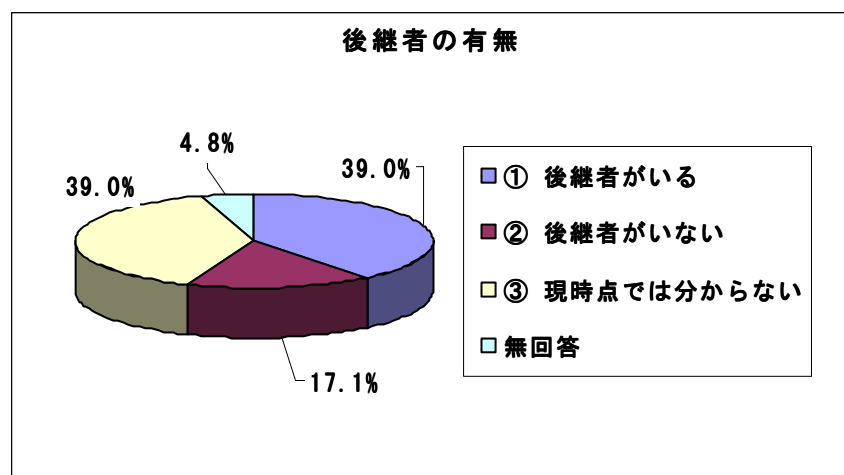
経営者の性別について、は「男性」が 219 件 (87.3%) と大多数を占めており、女性経営者は少数となった。

経営者の年代について、「60～69 歳」が 65 件 (25.9%) と多数を占めるものの、若年層 (39 歳以下) の合計で 31 件 (12.4%) を占めており、経営者年代の分散がうかがえる。

問4 事業所(店舗)の後継者の有無について、お伺いします。

(回答社数 = 251)

後継者の有無	件数	構成比率
① 後継者がいる	98	39.0%
② 後継者がいない	43	17.1%
③ 現時点では分からない	98	39.0%
無回答	12	4.8%
合計	251	100.0%

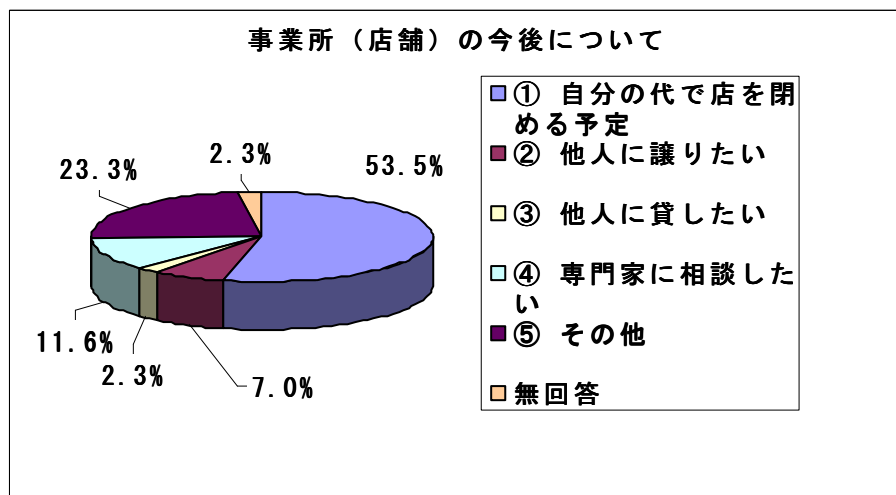


【問4にて②「後継者がいない」と回答した方にお伺いいたします】

問4-1 事業所(店舗)の今後について、お伺いします。

(回答社数 = 43)

事業所(店舗)の今後について	件数	構成比率
① 自分の代で店を閉める予定	23	53.5%
② 他人に譲りたい	3	7.0%
③ 他人に貸したい	1	2.3%
④ 専門家に相談したい	5	11.6%
⑤ その他	10	23.3%
無回答	1	2.3%
合計	43	100.0%



後継者の有無については、「後継者がいる」と「現時点では分からない」の回答が 98 件 (39.0%) で同数となっている。

「現時点では分からない」という回答の内実が①後継者の候補者はいるが決定していないのか、②候補者もないのかは判別できない。

「後継者がいない」場合における今後については、「自分の代で店を閉める予定」が 23 件 (53.5%) と過半数を占めている。他方で、「他人に譲りたい」が 3 件 (7.0%) ・「他人に貸したい」が 1 件 (2.3%) ・「専門家に相談したい」が 5 件 (11.6%) などの営業を続ける意向の回答が少数に留まっている。

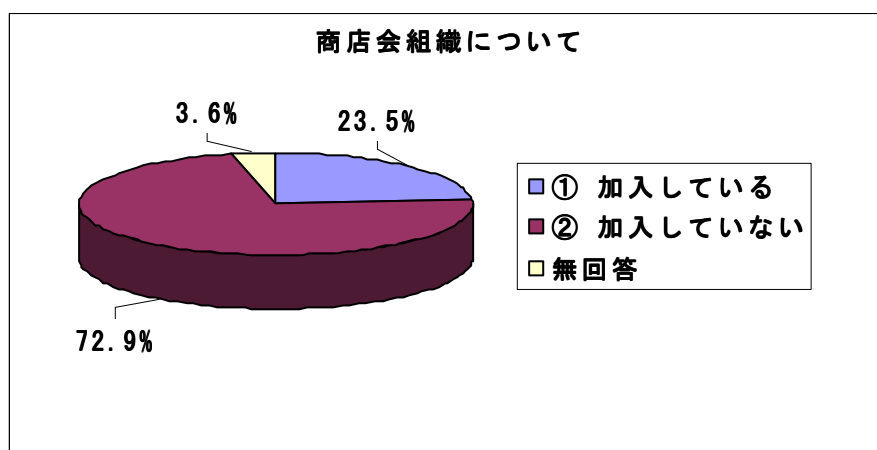
なお、「その他」では、将来は未定である旨の回答が多くを占めている (9 件) 。

【商店会活動】について

問5 商店会組織への加入について、お伺いします。

(回答社数 = 251)

商店会組織について	件数	構成比率
① 加入している	59	23.5%
② 加入していない	183	72.9%
無回答	9	3.6%
合計	251	100.0%



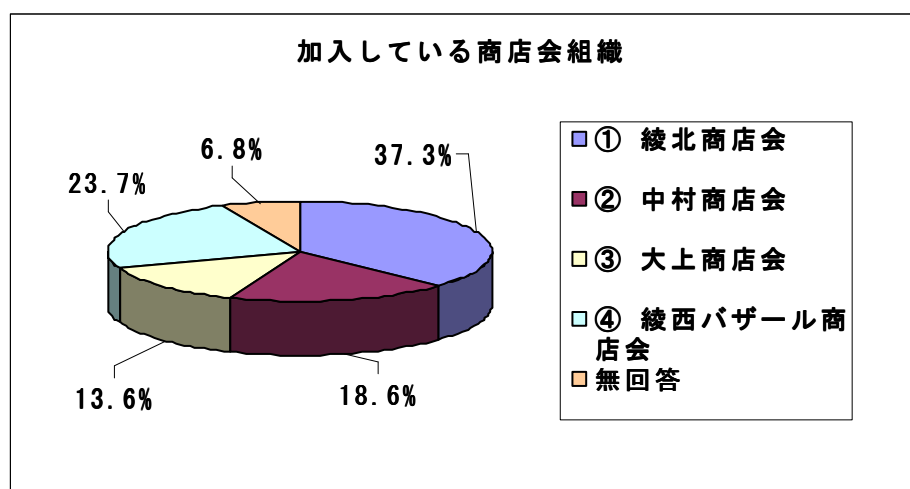
商店会組織への加入については「加入していない」が 183 件（72.9%）と多くを占めており、商店会組織への加入状況が思わしくないことがうかがえる。

【問5にて①「加入している」と回答した方にお伺いいたします】

問5-1 加入している商店会組織について、お伺いします。

(回答社数 = 59)

加入している商店会組織	件数	構成比率
① 綾北商店会	22	37.3%
② 中村商店会	11	18.6%
③ 大上商店会	8	13.6%
④ 綾西バザール商店会	14	23.7%
無回答	4	6.8%
合計	59	100.0%



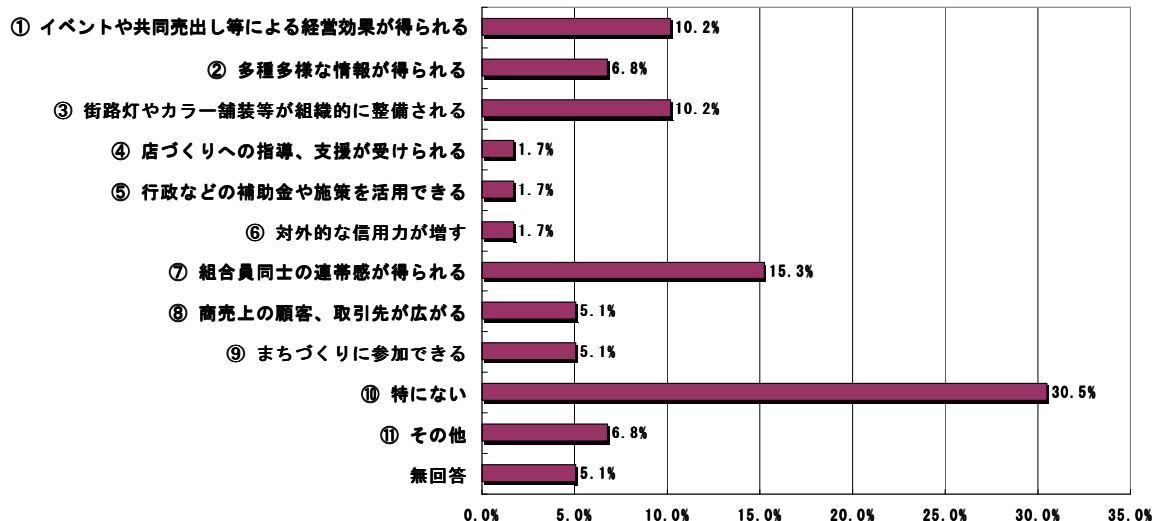
加入している商店会組織については、「綾北商店会」が22件(37.3%)と最も多くの回答を得た。しかし、本回答は商店会組織に「加入している」と回答した中で、「綾北商店会」の回答が最も多い事を表すのみで、「綾北商店会」域内の店舗数が判別しないため、商店会組織への加入率の高さが測れるものではない。

問 5 - 2 商店会組織に加入しているメリットについて、お伺いします。

(回答社数 = 59)

商店会組織に加入しているメリット	件数	構成比率
① イベントや共同売出し等による経営効果が得られる	6	10.2%
② 多種多様な情報が得られる	4	6.8%
③ 街路灯やカラー舗装等が組織的に整備される	6	10.2%
④ 店づくりへの指導、支援が受けられる	1	1.7%
⑤ 行政などの補助金や施策を活用できる	1	1.7%
⑥ 対外的な信用力が増す	1	1.7%
⑦ 組合員同士の連帯感が得られる	9	15.3%
⑧ 商売上の顧客、取引先が広がる	3	5.1%
⑨ まちづくりに参加できる	3	5.1%
⑩ 特にない	18	30.5%
⑪ その他	4	6.8%
無回答	3	5.1%
合計	59	100.0%

商店会組織の加入メリット



(回答社数 = 4)

その他内訳	件数
駐車場が使える	1
商店会費の割にイベントが少な過ぎる	1
経営方針・戦略の相談・ホームページの作成と指導を受けられる	1
①、③、⑥、⑨を選択	1

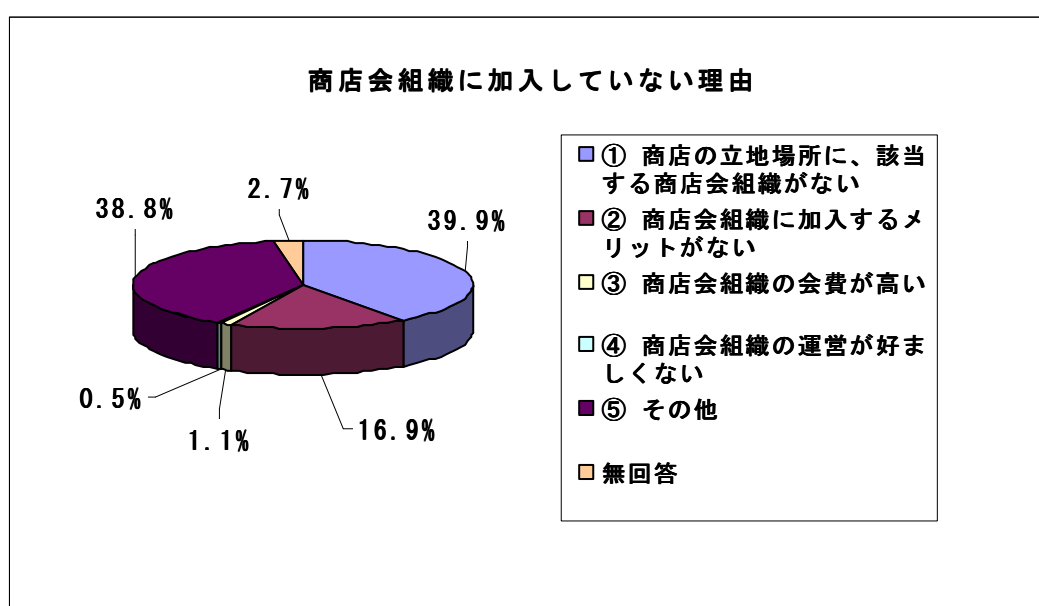
商店会組織に加入しているメリットについて、「特にない」が最大（18件、30.5%）となった。「組合員同士の連帯感が得られる」が9件（15.3%）、「イベントや共同売出し等による経営効果が得られる」「街路灯やカラー舗装等が組織的に整備される」が同数の6件（10.2%）で続いているが、商店会組織が必ずしも活動的でなく、組織に加入している事業者においてもメリットが見出せていない現状がうかがわれる。

【問5にて②「加入していない」と回答した方にお伺いいたします】

問5-3 商店会組織に加入しない理由について、お伺いします。

(回答社数 = 183)

商店会組織に加入していない理由	件数	構成比率
① 商店の立地場所に、該当する商店会組織がない	73	39.9%
② 商店会組織に加入するメリットがない	31	16.9%
③ 商店会組織の会費が高い	2	1.1%
④ 商店会組織の運営が好ましくない	1	0.5%
⑤ その他	71	38.8%
無回答	5	2.7%
合計	183	100.0%



(回答社数 = 31)

商店会組織に加入するメリットがない(具体的に)	件数
取引関係(販売)が商店会と関係がない	8
工業系のため	3
必要がない	3
メインが海外輸出のため	1
大型店との協調がない(例)客動線に乗っていない	1
時代の変化に対応するため、業種・業態を変えることも大いにある故	1
チェーン店のため	1
無回答	13
合計	31

(回答社数 = 71)

その他内訳	件数
業種・業態からして必要ない	29
他組織（商工会・医師会など）に加入しているため	12
チェーン店だから、本社の方針	8
卸売業のため	5
忙しい	2
必要がない	2
仕事がない	1
知らなかった	1
特に理由はない	6
無回答	5
合計	71

商店会組織に加入していない理由について、「商店の立地場所に、該当する商店会組織がない」が 73 件（39.9%）と最大となった。次いで、「商店会組織に加入するメリットがない」が 31 件（16.9%）で続いており、この 2 つで過半数を占めている。市内で店舗の集積度が低く、商店会の組織化が困難な状況がうかがわれる。

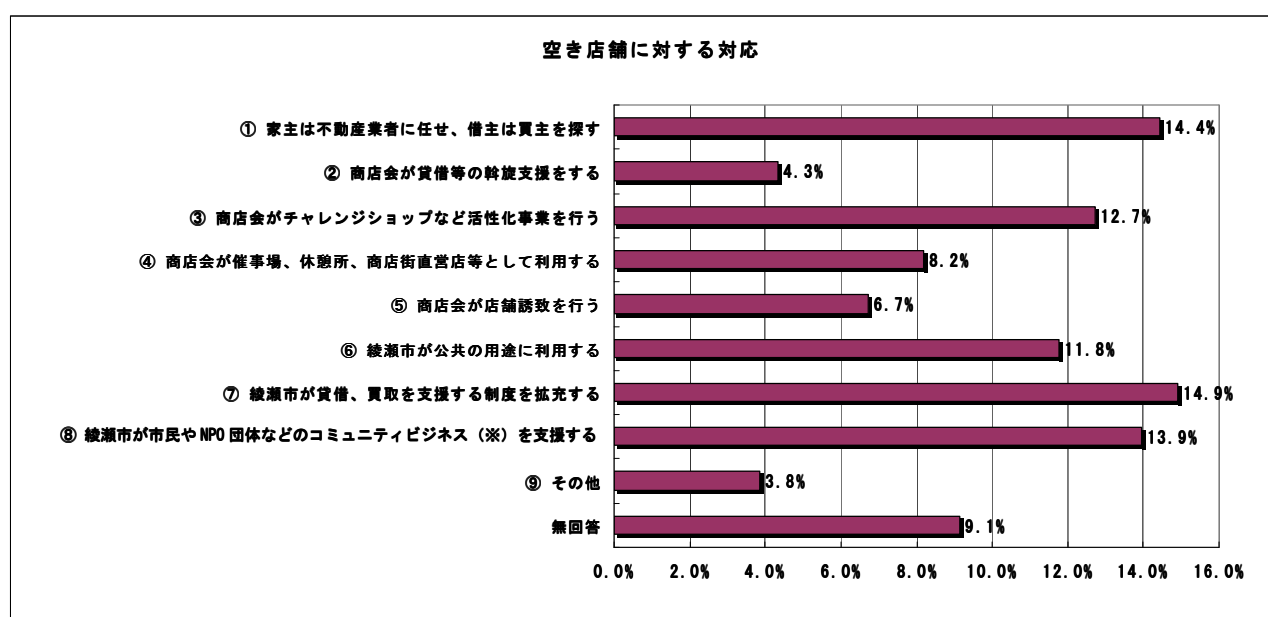
「その他」では、卸売業のため取引関係が商店会とそぐわない旨の回答が多い（5 件）。

また、本部の方針により各店舗は一律に商店会に加入しない旨のナショナル・チェーン店からの回答も見受けられた。

問6 地域の空き店舗に対する対応について、お伺いします。(あてはまるもの2つまで)

(回答社数 = 251)

空き店舗に対する対応	件数	構成比率
① 家主は不動産業者に任せ、借主は買主を探す	60	14.4%
② 商店会が貸借等の斡旋支援をする	18	4.3%
③ 商店会がチャレンジショップなど活性化事業を行う	53	12.7%
④ 商店会が催事場、休憩所、商店街直営店等として利用する	34	8.2%
⑤ 商店会が店舗誘致を行う	28	6.7%
⑥ 綾瀬市が公共の用途に利用する	49	11.8%
⑦ 綾瀬市が貸借、買取を支援する制度を拡充する	62	14.9%
⑧ 綾瀬市が市民やNPO団体などのコミュニティビジネス(※)を支援する	58	13.9%
⑨ その他	16	3.8%
無回答	38	9.1%
合計	416	100.0%



空き店舗に対する対応について、市の関与を求める回答(選択肢⑥⑦⑧が該当)が3肢の合計で169件(40.6%)と多くを占めている。

他方で、商店会の関与を求める回答(選択肢②③④⑤が該当)は組織率の低さもあり、低位に留まっている(4肢の合計で133件、32.0%)。

また、選択肢①「家主は不動産業者に任せ、借主又は買主を探す」が60件(14.4%)を数える。

中立性が期待できる市の関与を望む事業所が多く、かつ商店会の組織率が低いことを反映して商店会に解決が期待されていないと推測される。

また、事業所の自主解決を重視する意見が一定割合で存在することも注目される。

「その他」では、市の関与を求める意見も散見されるが、「よくわからない」との回答が目立つ。

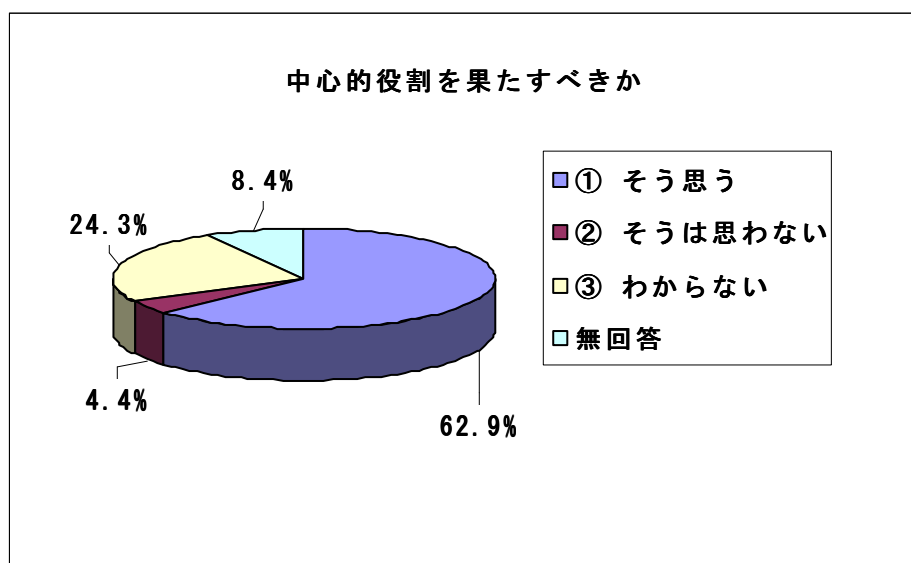
※ 「コミュニティビジネス」とは、地域資源を活かしながら地域課題の解決を「ビジネス」の手法で取り組むもの。地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな創業や雇用の創出、働きがい、生きがいを生み出し、地域コミュニティの活性化に寄与すると期待されています。

【地域コミュニティとしての商店街】について

問7 商店街は地域の交流やにぎわいの中心的役割を果たすべきかについて、お伺いします。

(回答社数 = 251)

中心的役割を果たすべきか	件数	構成比率
① そう思う	158	62.9%
② そうは思わない	11	4.4%
③ わからない	61	24.3%
無回答	21	8.4%
合計	251	100.0%



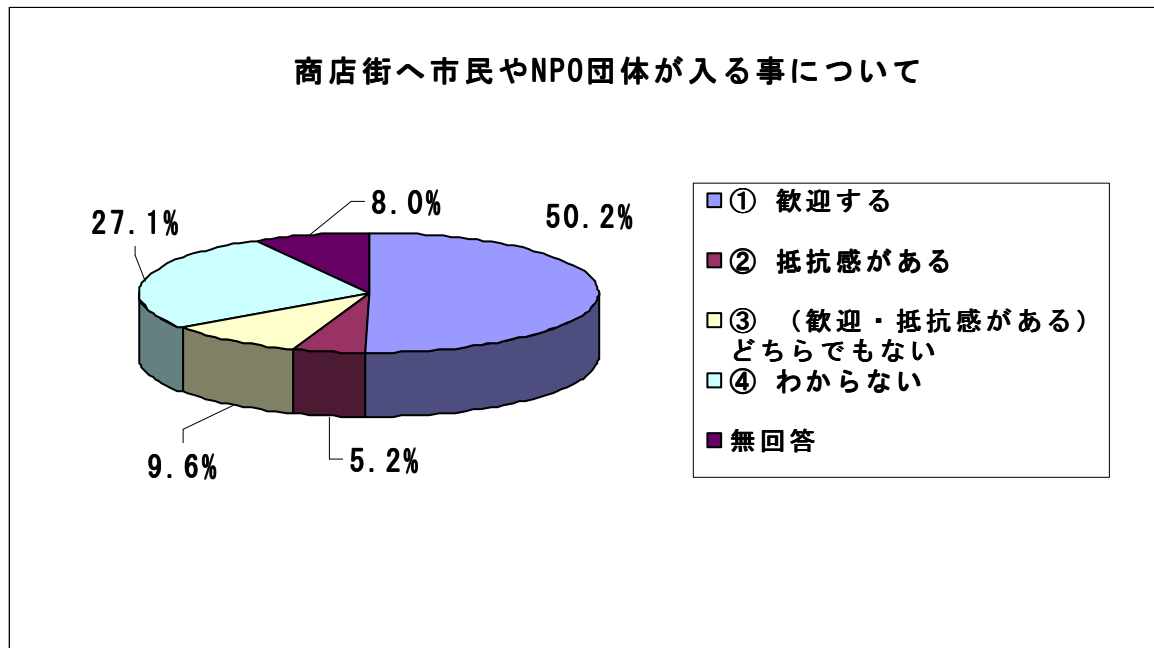
商店街は地域の交流やにぎわいの中心的役割を果たすべきか、について「そう思う」が158件(62.9%)と多数を占めている

商店街の現状には悲観的ながらも、将来の商店街活動に対する期待が大きい様子がうかがえる。

問8 商店街の中に市民やNPO団体が入ることについて、お伺いします。

(回答社数 = 251)

商店街へ市民やNPO団体が入る事について	件数	構成比率
① 歓迎する	126	50.2%
② 抵抗感がある	13	5.2%
③ (歓迎・抵抗感がある) どちらでもない	24	9.6%
④ わからない	68	27.1%
無回答	20	8.0%
合計	251	100.0%



商店街に市民やNPO団体が入り、市民活動やイベントなどのコミュニティビジネスを行う事について、「歓迎する」が126件(50.2%)と半数を占めている。

「わからない」との回答が68件(27.1%)で続いているが、「抵抗感がある」という反対意見は13件(5.2%)と少数に留まっている。

【問8にて①「歓迎する」と回答した方にお伺いいたします】

問8-1 「歓迎する」と回答した理由について、お伺いします。

(回答社数 = 126)

市民やNPO団体を歓迎する理由	件数	構成比率
① 空き店舗が活用されるから	25	19.8%
② 市民やNPO団体が商店街に入ること、新たな取引が発生する可能性があるから	25	19.8%
③ 市民やNPO団体が商店街でコミュニティビジネスを行うことで、商店街に賑わいが生まれるから	46	36.5%
④ 商店街に新たな機能が入ることにより、商店街組織に刺激を与えるから	26	20.6%
⑤ その他	2	1.6%
無回答	2	1.6%
合計	126	100.0%

商店街に市民やNPO団体が入ることを歓迎する理由について、「市民やNPO団体が商店街でコミュニティビジネスを行うことで、商店街に賑わいが生まれるから」が46件(36.5%)と最大となったが、他の選択肢にも均等に回答が分散している。

商店街に市民やNPO団体が入ることに対して、具体的な効果は予想できないながらも期待感の高いものと思われる。

「その他」の回答としては、①に分類可能な「空き店舗の活用」のコメントのほか、老人の方々とのコミュニケーションを求めるコメントが見受けられた。

【問8にて②「抵抗感がある」と回答した方にお伺いいたします】

問8-2 「抵抗感がある」と回答した理由について、お伺いします。

(回答社数 = 13)

市民やNPO団体に抵抗感がある理由	件数	構成比率
① 商店街はモノやサービスを提供する場所であり、商業者以外が入ること機能で薄まるから	4	30.8%
② 短期間で商店街から退出してしまいそうだから	1	7.7%
③ 市民やNPO団体がどのような活動を行うのか、イメージできないから	5	38.5%
④ 商店街の秩序が乱れそうだから	0	0.0%
⑤ その他	3	23.1%
合計	13	100.0%

商店街に市民やNPO団体が入ることに抵抗感がある理由については、全体数が少ないが「市民やNPO団体がどのような活動を行うのか、イメージできないから」が5件(38.5%)と「商店街はモノやサービスを提供する場所であり、商業者以外が入ること機能で薄まるから」が4件(30.8%)が多数を占めている。

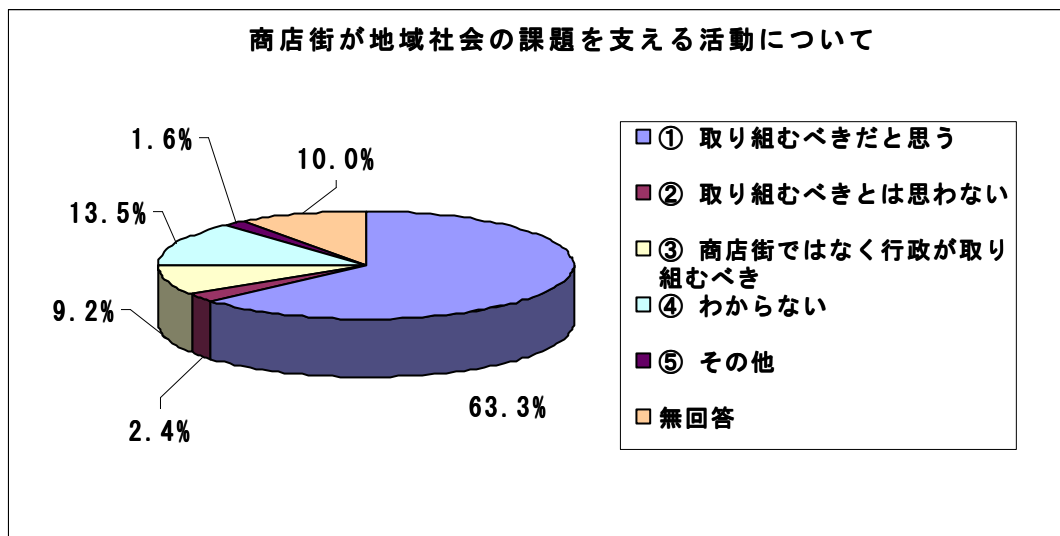
他方で、「短期間で商店街から退出してしまいそうだから」、「商店街の秩序が乱れそうだから」は皆無に近い。

「その他」の回答としては、商店街の創意工夫を求めるべきというコメントやNPO団体への理解が得られず嫌悪感を示すコメントも見受けられた。

問9 商店街が地域の社会的な課題をビジネスとして支える活動に取り組むことについて、お伺いします。

(回答社数 = 251)

商店街が地域社会の課題を支える活動について	件数	構成比率
① 取り組むべきだと思う	159	63.3%
② 取り組むべきとは思わない	6	2.4%
③ 商店街ではなく行政が取り組むべき	23	9.2%
④ わからない	34	13.5%
⑤ その他	4	1.6%
無回答	25	10.0%
合計	251	100.0%



商店街が地域の社会的課題を支えるビジネスに取り組むべきかという設問について、「取り組むべきだと思う」が159件(63.3%)と多数を占めている。

他方で、「商店街ではなく行政が取り組むべき」が23件(9.2%)という意見も一定割合で存在する。

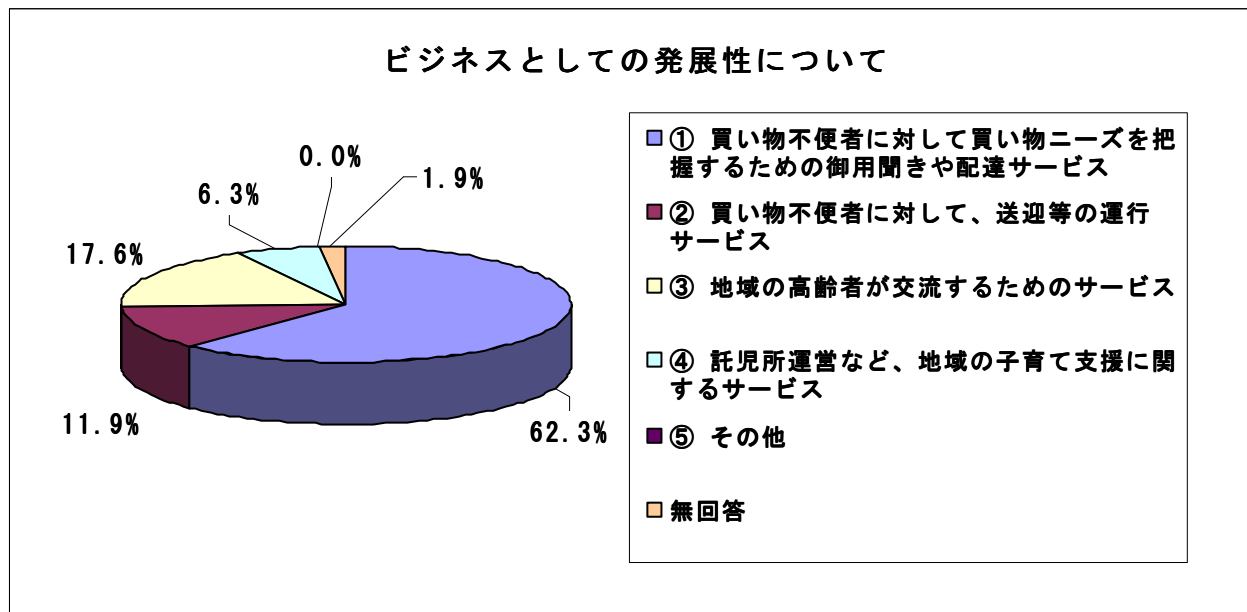
「その他」の具体的なコメントとして、「商店街も高齢化するので、安定している企業に委託すべき」のほか、「大手スーパー等のサービスもあるので難しいのでは」という意見も見受けられた。

【問9にて①「取り組むべきだと思う」と回答した方にお伺いいたします】

問9-1 ビジネスとしての発展性がある取り組みについて、お伺いします。

(回答社数 = 159)

ビジネスとしての発展性について		件数	構成比率
① 買い物不便者に対して買い物ニーズを把握するための御用聞きや配達サービス		99	62.3%
② 買い物不便者に対して、送迎等の運行サービス		19	11.9%
③ 地域の高齢者が交流するためのサービス		28	17.6%
④ 託児所運営など、地域の子育て支援に関するサービス		10	6.3%
⑤ その他		0	0.0%
無回答		3	1.9%
合計		159	100.0%



「御用聞きや配達サービス」が多数（99 件、62.3%）を占めている。次いで、「地域の高齢者が交流するためのサービス」（28 件、17.6%）が多い。

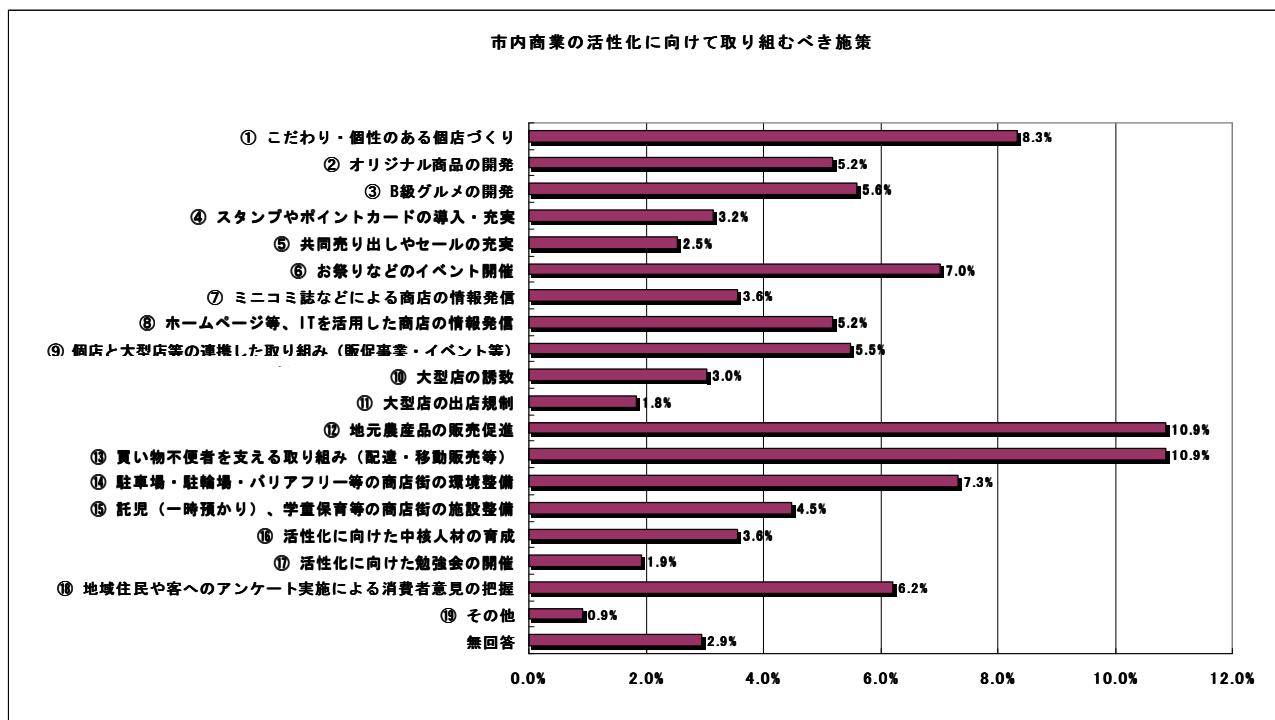
他方で「買い物不便者に対して、送迎等の運行サービス」（19 件、11.9%）、「託児所運営など、地域の子育て支援に関するサービス」（10 件、6.3%）は少数となった。

【市内商業の活性化に向けて取り組むべき施策】について

問 10 市内商業の活性化に向けて、今後取り組む必要があることについて、お伺いします。
(あてはまるもの5つまで)

(回答社数 = 251)

市内商業の活性化に向けて取り組むべき施策	件数	構成比率
① こだわり・個性のある個店づくり	82	8.3%
② オリジナル商品の開発	51	5.2%
③ B級グルメの開発	55	5.6%
④ スタンプやポイントカードの導入・充実	31	3.2%
⑤ 共同売り出しやセールの充実	25	2.5%
⑥ お祭りなどのイベント開催	69	7.0%
⑦ ミニコミ誌などによる商店の情報発信	35	3.6%
⑧ ホームページ等、ITを活用した商店の情報発信	51	5.2%
⑨ 個店と大型店等の連携した取り組み(販促事業・イベント等)	54	5.5%
⑩ 大型店の誘致	30	3.0%
⑪ 大型店の出店規制	18	1.8%
⑫ 地元農産品の販売促進	107	10.9%
⑬ 買い物不便者を支える取り組み(配達・移動販売等)	107	10.9%
⑭ 駐車場・駐輪場・バリアフリー等の商店街の環境整備	72	7.3%
⑮ 託児(一時預かり)、学童保育等の商店街の施設整備	44	4.5%
⑯ 活性化に向けた中核人材の育成	35	3.6%
⑰ 活性化に向けた勉強会の開催	19	1.9%
⑱ 地域住民や客へのアンケート実施による消費者意見の把握	61	6.2%
⑲ その他	9	0.9%
無回答	29	2.9%
合計	984	100.0%



⑫「地元農産品の販売促進」、⑬「買い物不便者を支える取り組み(配達・移動販売等)」が107件(10.9%)と同数で最多となっている。

また、①「こだわり・個性のある個店づくり」が82件(8.3%)、⑥「お祭りなどのイベント開催」が69件(7.0%)、⑱「地域住民や客へのアンケート実施による消費者意見の把握」が61件(6.2%)と上位に続いている。

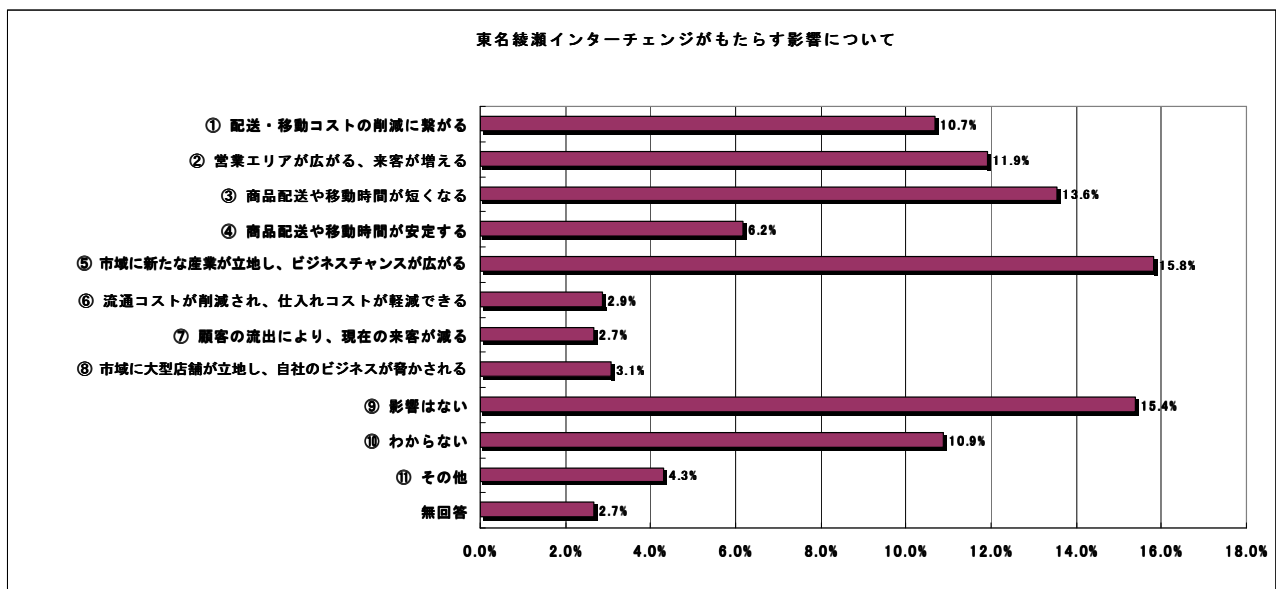
なお、「その他」では、若者向けの商店・商品開発を期待する意見が見受けられた。

【東名綾瀬インターチェンジ】について

問 1 1 東名綾瀬インターチェンジが開設された場合の影響について、お伺いします。
(あてはまるもの3つまで)

(回答社数 = 251)

東名綾瀬インターチェンジがもたらす影響について	件数	構成比率
① 配送・移動コストの削減に繋がる	52	10.7%
② 営業エリアが広がる、来客が増える	58	11.9%
③ 商品配送や移動時間が短くなる	66	13.6%
④ 商品配送や移動時間が安定する	30	6.2%
⑤ 市域に新たな産業が立地し、ビジネスチャンスが広がる	77	15.8%
⑥ 流通コストが削減され、仕入れコストが軽減できる	14	2.9%
⑦ 顧客の流出により、現在の来客が減る	13	2.7%
⑧ 市域に大型店舗が立地し、自社のビジネスが脅かされる	15	3.1%
⑨ 影響はない	75	15.4%
⑩ わからない	53	10.9%
⑪ その他	21	4.3%
無回答	13	2.7%
合計	487	100.0%



(回答社数 = 21)

その他内訳	件数
交通量の増加による商品配送や移動時間が長くなる	6
海老名にインターチェンジがあるので十分	4
人の移動が良くなる	3
変化はない	2
①騒音、振動、交通事故等々の増加②周辺に於けるラブホテルの乱立と非行少年の増加	1
車の量が増え工業化が促進され、農業・緑・心のゆたかさの減少が心配。出来れば近郊農業の町に。	1
インターチェンジと言うよりも、駅の実現だと思う。	1
単なるスルータウン化を避けるための魅力ある立寄りゾーンを設ける	1
綾瀬の知名度アップには絶対必要！	1
インターチェンジ開設に伴う移転地が現在より更に東名綾瀬バス停、海老名、かしわ台駅から遠方となった場合、お客の減少が予想される	1

東名綾瀬インターチェンジについては、「市域に新たな産業が立地し、ビジネスチャンスが広がる」が 77 件 (15.8%)、「商品配送や移動時間が安定する」が 66 件 (13.6%)、「営業エリアが広がる、来客が増える」が 58 件 (11.9%) などの好影響を予想する回答が上位を占めている。

他方で、「影響はない」が 75 件 (15.4%)、「わからない」が 53 件 (10.9%) などの慎重な回答も一定割合で存在する。

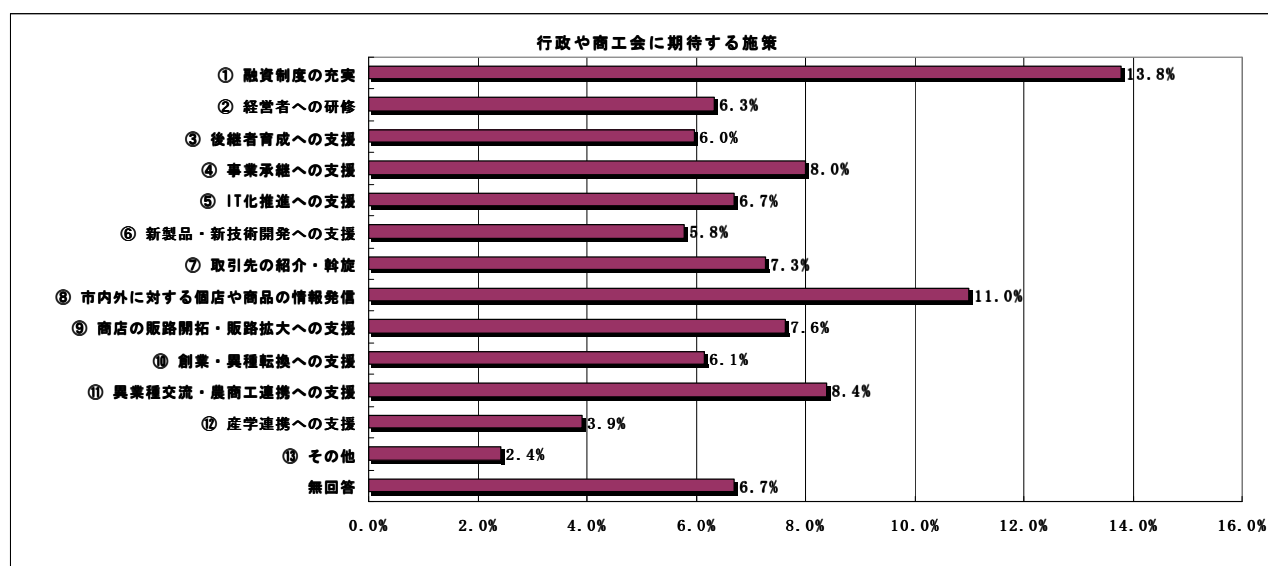
「その他」では、「交通量の増加により商品配送や移動時間が長くなる」(6 件)、「海老名にインターチェンジがあるので十分」(4 件)という消極的な回答がある。また、スルータウン化を避けるために魅力的な立ち寄りゾーンを設けるべきというコメントも見受けられた。

【行政や商工会の施策】について

問 1 2 今後、行政や商工会に期待する施策について、お伺いします。
(あてはまるもの3つまで)

(回答社数 = 251)

行政や商工会に期待する施策	件数	構成比率
① 融資制度の充実	74	13.8%
② 経営者への研修	34	6.3%
③ 後継者育成への支援	32	6.0%
④ 事業承継への支援	43	8.0%
⑤ IT化推進への支援	36	6.7%
⑥ 新製品・新技術開発への支援	31	5.8%
⑦ 取引先の紹介・斡旋	39	7.3%
⑧ 市内外に対する個店や商品の情報発信	59	11.0%
⑨ 商店の販路開拓・販路拡大への支援	41	7.6%
⑩ 創業・異種転換への支援	33	6.1%
⑪ 異業種交流・農商工連携への支援	45	8.4%
⑫ 産学連携への支援	21	3.9%
⑬ その他	13	2.4%
無回答	36	6.7%
合計	537	100.0%



(回答社数 = 13)

その他内訳	件数
5年、10年後の長期ビジョンの打ち出し	1
観光の拠点を創る。(例) 魚くん水族館、スポーツ関連の球場サッカー場など。市も一体で厚木基地のイベント等も	1
地域の活性化と空店舗を無くす	1
綾瀬で生まれ、綾瀬で学び綾瀬に暮らすことの実現に向けて努力して頂きたい。	1
市役所近くに銀行を!!! ATMだけでは不便。	1
無駄な補助は税金の無駄使い	1
特になし	7

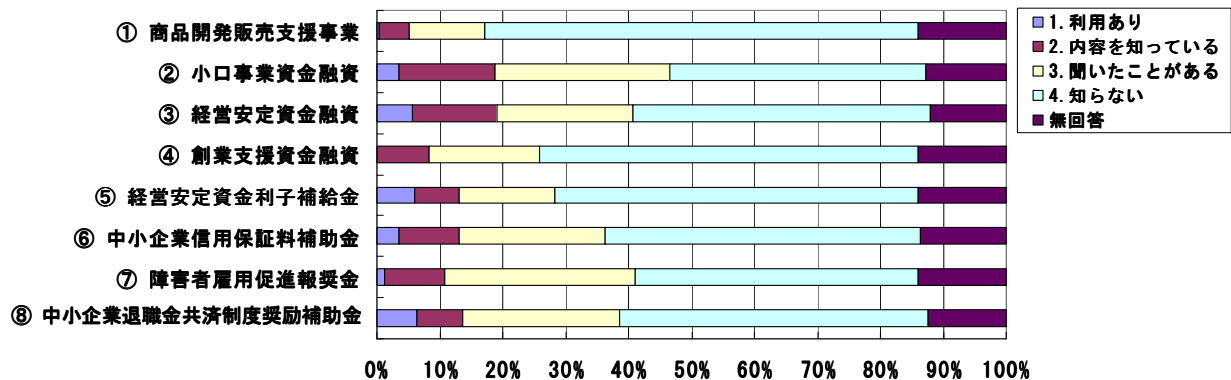
「融資制度の充実」の回答が74件(13.8%)と最も多く、「市内外に対する個店や商品の情報発信」が59件(11.0%)、「異業種交流・農商工連携への支援」が45件(8.4%)、「事業承継への支援」が43件(8.0%)、「商店の販路開拓・販路拡大への支援」が41件(7.6%)で続いている。

各選択肢とも分散して回答が得られており、各事業所は行政や商工会に対して幅広い支援を期待していることがうかがえる。

問 1 3 綾瀬市の産業施策について、お伺いします。

産業施策	1. 利用あり		2. 内容を知っている		3. 聞いたことがある		4. 知らない		無回答		合計	
	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比	件数	構成比
① 商品開発販売支援事業	1	0.4%	12	4.8%	30	12.0%	173	68.9%	35	13.9%	251	100.0%
② 小口事業資金融資	9	3.6%	38	15.1%	70	27.9%	102	40.6%	32	12.7%	251	100.0%
③ 経営安定資金融資	14	5.6%	34	13.5%	54	21.5%	119	47.4%	30	12.0%	251	100.0%
④ 創業支援資金融資	0	0.0%	21	8.4%	44	17.5%	151	60.2%	35	13.9%	251	100.0%
⑤ 経営安定資金利子補給金	15	6.0%	18	7.2%	38	15.1%	145	57.8%	35	13.9%	251	100.0%
⑥ 中小企業信用保証料補助金	9	3.6%	24	9.6%	58	23.1%	126	50.2%	34	13.5%	251	100.0%
⑦ 障害者雇用促進報奨金	3	1.2%	24	9.6%	76	30.3%	113	45.0%	35	13.9%	251	100.0%
⑧ 中小企業退職金共済制度奨励補助金	16	6.4%	18	7.2%	63	25.1%	123	49.0%	31	12.4%	251	100.0%

産業施策の利用状況



綾瀬市の産業施策について、「1. 利用あり」「2. 内容を知っている」の合計を事業所の認知度と判断すると、認知度は低いと言える。

個別には、「②小口事業資金融資」「③経営安定資金融資」の2施策が他の施策に比して、事業所の認知度が比較的高い施策と言えるが、「1. 利用あり」と「2. 内容を知っている」の合計は20%に満たず、「3. 聞いたことがある」「4. 知らない」の合計が過半数を超えている。

「⑤経営安定資金利子補給金」「⑥中小企業信用保証料補助金」「⑦障害者雇用促進報奨金」「⑧中小企業退職金共済制度奨励補助金」の4施策は「1. 利用あり」と「2. 内容を知っている」の合計が10～14%であり、やや認知されていると言えるが、「3. 聞いたことがある」と「4. 知らない」の合計が約72～76%と高い数値を示している。

「①商品開発販売支援事業」「④創業支援資金融資」の2施策では、「④創業支援資金融資」で「1. 利用あり」が0件となっている。また、両施策の「1. 利用あり」と「2. 内容を知っている」の事業所の認知度を示す数値の合計が10%未満と8施策の中では認知度が低い施策と言える。

いずれの施策においても、認知度の向上、利用を促進させる取り組みが不可欠と言える。

問 1 4 綾瀬市の商業振興や地域の活性化について、ご意見やご提案を自由にお書きください。

ご意見やご提案内容について、業種別に以下に収録（合計 41 件）

業種	ご意見やご提案
衣料品・身の回り品店	特にございません。今後共、よろしくお願いします。 電車を通してほしい。 バスだけなら本数・ルートを増やし（夜間の本数も増やしてほしい。）もっと安くしてほしい。 交通の便が良くなると活性化につながると思う。 肥料のにおいをどうにかしてほしい。 綾西バザール商店会について 有効利用するには当店道路側の部分を取り払って商店街のお客様に利用して頂ければと思っています。 また、中の広場の部分については駐車場にして頂くよう、お願い申し上げます。
文化品・耐久消費財店	市内に中核がないので難しい、綾瀬タウンヒルズがあるものの成りえていない。 ベース(厚木基地)の返還を実現し(60万坪)、大森林公園(大和/泉の森の最低でも4~5倍の広さ)の建設。 それに付随する店々緑を中心に据え、緑と商業、地域の融合を図る(長期戦略)
最寄り品総合店	小売業がチェーン化する事で、各店舗自体には決定権がなく、本社が経営方針を打ち出す。本社が「作」をつくり、店舗は「作を演ずる」役割分担となっている。上記内容はあくまで一個人の考えである。
生鮮食品・日配食品店	現場より コミュニティバスによる導線の変化及び来店頻度の減少等により、経営が苦しくなった店舗も少なからず有るようです。 又買い物不便者と呼ばれる高齢者の中には大型店は嫌、わざわざバスで行くのは…という方も多数いらっしゃるようです。 各地域に小型店が生き残れるような方法を考えて頂きたい。
加工食品・菓子店	現状、市内の商業地域は、各地従前からの散発的な個人店の事情によって形成されていると思います。しかし今後のことを考えると、他市等の状況を見るように市内各地の商業拠点を作り(タカビルのような)活性化を進めていく必要があるかなと考えます。 ただし、これは個人のレベルで創りあげていくのは困難であると思います。 是非、行政等の段階で開発・調査をすすめ活性化を推進していただければいいなと考えます。 空き店舗を失くしたい。シャッター商店街では活気もなく客も買い物をする気にならないと思う。
パン・弁当・惣菜等製造店	問8-1について、商店街にNP0が入れば、消費者は商店はずく儲けを追求する事業者と決め込んでいる誤解が解消できるかも。 問9-1について、商店街が高齢者と交流することが、「コミュニティビジネス」の土台になる。商店街にも刺激になる。 これから海老名が活性化していくので、綾瀬の人も海老名で買物をする事が増えていくと思います。綾瀬の商業が発展するには、観光になるものや、何か日本一になるものをつくれれば、市外から人が入ってくるので発展すると思います。※日本一の例・・・花や木・日本一の豚汁
コンビニエンスストア	市、商工会、農協が皆1体となり市の活性化に取り組んで頂きたい。インターが出来るのなら道の駅なり人の集まる場所、観光地を作ることにより、地場産の商品を販売する。 1つ大きな公園が欲しいですネ。そこに人が集まりイベント等実行することが出来るのでは…。 市の花バラをもっともっとアピールして欲しい。

業種	ご意見やご提案
飲食店	他市町村の後を追いかけるような同じ形態（大型店やヒルズのような）でなく、綾瀬の特徴を生かした方法での発展が望みだったが・・・。鉄道がないのをアピールとか、自然の豊かさをアピールとかの方法で、それを武器に出来たら良かったと思う。 とにかく東名綾瀬インターを早く作るのが一番です。
サービス店	綾瀬市で一日楽しめてしまうような観光スポットをいくつか誘致してもらいたい。また様々な人の話を聞くと厚木基地の騒音問題は綾瀬市の価値をかなり大きく下げしており、少なくとも戦闘機の離発着は有事前のみなどとして頂きたい。さもなくばこの綾瀬市のデメリットを払拭して人に住んでもらう街にする為には市内に遊歩道を整備するなど実用的で目に見える事業に力を入れて頂かないと綾瀬市を選択する理由が無くなってしまう 大型店が連立しているので個人商店が営業しづらい事になっています。低料金の店が無休で営んでいるため普通価格で営業しづらい。休日などは人々がほかに行って地域にいない。
遊戯場	東名高速の綾瀬バス停を有効に使うべき。 使いたい車が車を置く場所がない。 東京駅まで1番速く、便利なのに。 市として何か目玉商品や施設を創り人の集まることをすべきである。 (例 大型ギャンブル施設など) タウンヒルズのように大型店舗を建てられる事業主に対して誘致を行うと活性化につながると考えます。
その他（その他卸売・小売・輸出入）	市内での散財・消費・投資etcの啓蒙を行政・商工会で継続し、市民運動に高める諸施策を課題とする市民参加のセクションを設ける※行政・県議員（国会議員）・商工会・福祉団体・老人会・青少年育成団体・RC・LC・JC等のリーダー層に市内消費貢献ポイントカードの所有を求め、毎日自己申告を積極的に受け入れ、参画することが可能な意識レベルまで、市長が危機感を持って、強烈なリーダーシップを発揮する覚悟を持つ 綾瀬市は自動車を中心とした下請企業が多く、優秀な技術をもちながらも、親会社との関係もあり、公表したり活かしきれていない。 中小企業の人材や、やる気の有る人がこの地で起業したり新商品を開発する事に対し、市はもっと力をいれてほしいPRしてほしい。 我々は、今までGASの販売のみでしたが、新商品を全国販売します。 より自治会やお住まいの方々とコミュニケーションをとれるような活動を市でバックアップしてくれるといいと思います。 ポイントカードが各店バラバラなので綾瀬市で一つのカードになると便利です。 ちょっと足りない物でもわざわざ車でスーパーに行っていたのが近くの商店街を利用出来るかも？ 「毎月一度 / 3ヶ月に一度」定期的に何らかのイベント 厚木のBグルメのような催しを行ってほしいです。 今の所何も無し。 親が安心して共働きできる様な、子育て支援の環境を整備して欲しい。
その他（機械などの修理・加工販売）	問5にて商店会ではなく、「綾瀬市商工会」に加入 ・駅の実現 ・市役所のサービスを市民に公開及び利用してもらう ・税金は有効に使って欲しい、無駄な使い道はありませんか？ 私共は法人ですので直接的に不明な質問もありました。 田園風景が多いにも関わらず、一般個人商店付近や工業団地脇の道路が狭く駐車場のスペースやトイレなど完備された駐車場付の公園が全くない。これでは他の都市の人は素通りどころかより付きもしない。当然、市内の人間も不便このうえ無し。 地道な活動でも細かい配慮のある活動を期待します。 昨年、藤沢市から移転してまいりました。地元で根ざして地域発展のお力になればと思います。

業種	ご意見やご提案
その他（事業者向けサービス（測量・コンサルティング等））	東名綾瀬 I C は本当に実現するのでしょうか？ 一説には無理であると聞いてます。現状を正確に説明することも行政サービスの一環であると考えます。よろしくお願いします。
その他（自動車（部品含む）の修理・販売）	地元の取引がなく状況が把握できていない為、何とも言えません。但し綾瀬インターチェンジに関しては昨年開通している予定を誤認して、この場所に移転してしまいました。
その他（医療機関・保険等）	商工会、農協、地場産業などが協力して「道の駅」を作ると良い。 市内だけでなく市外から消費者を集めることが必要。 綾瀬市は駅もなく、近隣の市の人が集まるような商業施設や行楽施設もないので、これから商業振興は難しいと思います。 また、綾瀬市は公の施設も小規模なので、例えば図書館を大きくしたり、今の時季であれば大きなプールなど他市の人も来るような施設が1つもないので、あれば地域の活性化に繋がるのではないかと思います。 愛される街づくり。それをモットーに発展に向けはげんで下さい。 ソフトにつきます。これは商品のみならず人に関しても、この両方が良くないと個人商店としては生き残れないでしょう。また現実的にはきびしいけど再開発でしょう。しかしこれもソフトが今のままだとアウトでしょう。何事でも共通している事ですが、組織を立て直す場合で1番大切なのは意識の問題が1番です。会社組織だとこれができない人はリストラできますが、商店で出来ない人は淘汰されるしかないでしょう。
その他（不動産の仲介・賃貸・管理）	自分の店の事だけ考えず、もっと広域な事を考える店主が多くなる事が必要。自店の販売向上をあきらめるのではなく、もっと個人で努力する店主が多くなる事が綾瀬の更なる発展を助けていると思っています。 現在の商工会が行政が行う都市計画を理解して古来からある綾瀬在住の商店主の意向を反映しているとは思えない。行政が都市計画を決めてから対応するのではなくどうしたら小規模小売業を維持管理して行くかどうか云う都市計画が理想であるか先に商工会が指導すべきと考えます。 綾瀬の住民の方は出来るだけ綾瀬にて消費出来るよう各種イベントやPRすることにより他市への流出をしないように色々な特典など、ようは外部に出さない為のPR等が必要。出来るだけ市内にて消費されるよう望むことを皆んなで考えましょう。
その他（介護サービス・福祉施設）	市内だけでなく周辺の市から来てくれる魅力ある綾瀬市にする。 例えば美術館がある、メイン通りの並木がきれい等。 町の環境を良くすると人が集まってくると思う。
その他（各種学校・教材販売）	綾瀬地域は、中小企業が多いのもっと、情報を、しっかりと、届けてほしい。 又、土地代が安いので人口が増えてきているし、綾瀬インターが出来れば更に増えて活性化にはなるが、安心して生活できる町にしないと最後ははなれていってしまうので、注意してもらいたい。 路面電車でも良いので、アクセス面でも良くしてもらいたい。（逆に話題性があり、良いと思う）。 まず！！綾瀬市は結論から申せば多くの皆様が集まる集合会場がありません。何事にも人が集まるイベント会場がなくては… 人を呼び大きな催事ができる器物がほしいです。東名インターが可能なら大病院の設置。国、県の建物でも又は補助金の依頼を受け市が建設。 厚木基地の最大利用である。1日1便カーゴの離発着。この事は最大の活性化に発展します。困難を乗り越えて早急に対策お願いしたいです。
その他（銀行業）	地域ブランド（農産品やグルメ）の開発促進及び農商工連携による綾瀬市の核になる拠点事業の設置。 東名綾瀬 I C の開設及び北伸道路の開道。

3. アンケート調査票

B-001

平成 23 年度 綾瀬市事業所実態調査（商業編）

ご協力のお願い

貴社（貴店）におかれましては、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

このたび、綾瀬市では市内商業者の現状を把握するために、「綾瀬市事業所実態調査（商業編）」を実施いたします。

本アンケートにてご回答いただく情報は、今後、綾瀬市が取り組むべき商業振興施策を企画・立案する際の貴重な基礎資料とさせていただきます。また、皆様の事業活動のご参考にしていただきたく、結果の概略を市ホームページにて公表いたします。

業務ご多忙のところ、誠に恐縮に存じますが、趣旨をご理解いただき、アンケートにご協力を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、本アンケートの回答結果は、上記目的にのみ利用いたします。

貴社名(貴店名)はもとより、頂いた回答をそのままの形で公表することはありませんので、忌憚のないご意見を賜りますよう、お願いいたします。

平成23年6月

綾瀬市長 笠間 城治郎

【調査方法について】

- ◆ 本調査の回答にあたっては、代表者（店主）の方をお願いいたします。
- ◆ 回答する番号を選択していただくものと、該当事項をご記入いただくものがあります。
- ◆ このアンケートは、綾瀬市 都市経済部 商工振興課から株式会社帝国データバンクが委託を受け、実施しております。
- ◆ お忙しいところ大変恐縮ですが、記入が終わりましたら、同封している返信用封筒にお入れいただき、**平成 23 年 7 月 8 日（金）**までにポストに投函してください。
- ◆ 本調査について、ご不明な点、お問い合わせがございましたら、下記までご連絡ください。

調査票の内容、記入方法に関する問い合わせ先

〔調査実施機関〕 (株)帝国データバンク 「綾瀬市 事業所実態調査」事務局
〒231-0007 神奈川県横浜市中区弁天通 4-51
TEL：045-227-7337 FAX：045-641-2555

綾瀬市役所 都市経済部 商工振興課 電話 0467-70-5661（直通）

【貴社（貴店）の概要】について

貴社（貴店）の概要およびご回答者様のご連絡先について、下欄にご記入ください

貴社（貴店）について			
貴社（貴店）名			
貴社（貴店）の所在地	〒 _____		
市内創業年	西暦 _____ 年創業		
従業員数	総数 _____ 人（正社員 _____ 人、臨時・パート等 _____ 人）		
ご回答者様の連絡先			
お名前		役職	
部署名			
電話番号		FAX番号	

【貴社（貴店）の主な概要】について

問1. 貴社（貴店）の業種について、最もあてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- | | |
|----------------|--|
| ① 買回り品総合店 | （例：百貨店、総合スーパー 等） |
| ② 衣料品・身の回り品店 | （例：衣料品、靴・履物、時計・眼鏡、装飾品 等） |
| ③ 文化品・耐久消費財店 | （例：書籍・文具、運道具、玩具、楽器、家具、電化製品、自転車 等） |
| ④ ディスカウント店 | （例：ディスカウントストア、100円ショップ 等） |
| ⑤ 最寄り品総合店 | （例：食品スーパー、総合食料品 等） |
| ⑥ 生鮮食品・日配食品店 | （例：精肉、鮮魚、青果、豆腐、牛乳 等） |
| ⑦ 加工食品・菓子店 | （例：加工食品、酒調味料、米、茶・乾物、菓子 等） |
| ⑧ パン・弁当・惣菜等製造店 | （例：パン、弁当、惣菜、生菓子 等） |
| ⑨ 家庭用品・日用品店 | （例：台所用品・雑貨、食器、燃料 等） |
| ⑩ コンビニエンスストア | （例：コンビニエンスストア 等） |
| ⑪ ドラッグストア | （例：ドラッグチェーンストア、薬局 等） |
| ⑫ 飲食店 | （例：食堂、レストラン、喫茶店、そば屋、寿司店、スナック 等） |
| ⑬ サービス店 | （例：美容、理容、クリーニング、旅行代理、ホテル・旅館、レンタル 写真 等） |
| ⑭ 遊戯場 | （パチンコ、ゲームセンター 等） |
| ⑮ その他 | （具体的に _____ ） |

問2. 貴社（貴店）の販売（サービス）方法について、あてはまるものすべてを選び○をつけてください。

- | |
|----------------------|
| ① 店頭での販売またはサービス |
| ② インターネット等の活用による注文販売 |
| ③ 客先への商品等の配達・納品 |
| ④ その他（具体的に _____ ） |

問3. 経営者（代表者または店長）について、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

問3-1 経営者の性別

- ① 男性 ② 女性

問3-2 経営者の年代

- ① 29 歳以下 ② 30～39 歳 ③ 40～49 歳 ④ 50～59 歳 ⑤ 60～69 歳 ⑥ 70 歳以上

問4. 貴店の後継者の有無について、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 後継者がいる→問 5 へ ② 後継者がいない →問 4-1 へ ③ 現時点ではわからない→問 5 へ

【問 4 にて②「後継者がいない」と回答した方にお伺いいたします】

問4-1 貴店の今後について、どのようにお考えですか。あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 自分の代で店を閉める予定 ② 他人に譲りたい
③ 他人に貸したい ④ 専門家に相談したい
⑤ その他(具体的に_____)

【商店会活動】について

問5. 現在、貴店は商店会組織に加入していますか。あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 加入している →問 5-1,問 5-2 へ ② 加入していない →問 5-3 へ

【問 5 にて①「加入している」と回答した方にお伺いいたします】

問5-1 加入している商店会組織として、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 綾北商店会 ② 中村商店会 ③ 大上商店会 ④ 綾西バザール商店会

問5-2 商店会組織に加入しているメリットとして、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① イベントや共同売出し等による経営効果が得られる ② 多種多様な情報が得られる
③ 街路灯やカラー舗装等が組織的に整備される ④ 店づくりへの指導・支援が受けられる
⑤ 行政などの補助金や施策を活用できる ⑥ 対外的な信用力が増す
⑦ 組合員同士の連帯感が得られる ⑧ 商売上の顧客、取引先が広がる
⑨ まちづくりに参加できる ⑩ 特にない
⑪ その他
(具体的に_____)

【問 5 にて②「加入していない」と回答した方にお伺いいたします】

問5-3 商店会組織に加入しない理由として、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 商店の立地場所に、該当する商店会組織がない
② 商店会組織に加入するメリットがない
(具体的に_____)
③ 商店会組織の会費が高い
④ 商店会組織の運営が好ましくない
⑤ その他
(具体的に_____)

次ページにお進みください。 2

問6. 地域の空き店舗に対する対応について、どのような対応がよいと思われますか。あてはまるものの2つまでを選び、右の回答欄にご記入ください。

- ① 家主は不動産業者に任せ、借主又は買主を探す
- ② 商店会が賃借等の斡旋支援をする
- ③ 商店会がチャレンジショップなど活性化事業を行う
- ④ 商店会が催事場、休憩所、商店街直営店等として利用する
- ⑤ 商店会が店舗誘致を行う
- ⑥ 綾瀬市が公共の用途に利用する
- ⑦ 綾瀬市が賃借、買取を支援する制度を拡充する
- ⑧ 綾瀬市が市民や NPO 団体などのコミュニティビジネス※を支援する
- ⑨ その他
(具体的に_____)

回答

【地域コミュニティとしての商店街】について

問7. これからの商店街は、身近な買い物の場であるだけでなく、地域の交流やにぎわいの中心的役割を果たすべきだと思いますか。あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① そう思う ② そうは思わない ③ わからない

問8. 商店街の中に市民や NPO 団体が入り、市民活動やイベントなどのコミュニティビジネス※を行うことについて、どう考えですか。あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 歓迎する → 問 8-1 へ
- ② 抵抗感がある → 問 8-2 へ
- ③ (歓迎・抵抗感がある)どちらでもない } 問 9 へ
- ④ わからない

【問 8 にて①「歓迎する」と回答した方にお伺いいたします】

問8-1 「歓迎する」と回答した理由として、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 空き店舗が活用されるから
- ② 市民や NPO が商店街に入ることによって、新たな取引が発生する可能性があるから
- ③ 市民や NPO が商店街でコミュニティビジネス※を行うことで、商店街に賑わいが生まれるから
- ④ 商店街に新たな機能が入ることにより、商店街組織に刺激を与えるから
- ⑤ その他

(具体的に_____)

【問 8 にて②「抵抗感がある」と回答した方にお伺いいたします】

問8-2 「抵抗感がある」と回答した理由として、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 商店街はモノやサービスを提供する場所であり、商業者以外が入ることによって機能が薄まるから
- ② 短期間で商店街から退出してしまいそうだから
- ③ 市民や NPO 団体がどのような活動を行うのか、イメージできないから
- ④ 商店街の秩序が乱れそうだから
- ⑤ その他

(具体的に_____)

※ 「コミュニティビジネス」とは、地域資源を活かしながら地域課題の解決を「ビジネス」の手法で取り組むもの。地域の人材やノウハウ、施設、資金を活用することにより、地域における新たな創業や雇用の創出、働きがい、生きがいを生み出し、地域コミュニティの活性化に寄与すると期待されています。

問9. 高齢化が進展する中、商店街が、買い物不便者への御用聞きや配達、移動販売等、地域の社会的な課題をビジネスとして支える活動に取り組むことについて、どうお考えですか。

あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- | | |
|--------------------|-----------|
| ① 取り組むべきだと思う | → 問 9-1 へ |
| ② 取り組むべきとは思わない | } 問 10 へ |
| ③ 商店街ではなく行政が取り組むべき | |
| ④ わからない | |
| ⑤ その他 | |

(具体的に_____)

【問 9 にて①「取り組むべきだと思う」と回答した方にお伺いいたします】

問9-1 社会的課題に対して、どのような取り組みにビジネスとしての発展性があると考えますか。

あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

- ① 買い物不便者に対して買い物ニーズを把握するための御用聞きや配達サービス
- ② 買い物不便者に対して、送迎等の運行サービス
- ③ 地域の高齢者が交流するためのサービス
- ④ 託児所運営など、地域の子育て支援に関するサービス
- ⑤ その他

(具体的に_____)

【市内商業の活性化に向けて取り組むべき施策】について

問10. 市内商業の活性化に向けて、今後取り組む必要があると考えることは何ですか。

あてはまるもの5つまでを選び、右の回答欄にご記入ください。

- ① こだわり・個性のある個店づくり
- ② オリジナル商品の開発
- ③ B 級グルメの開発
- ④ スタンプやポイントカードの導入・充実
- ⑤ 共同売り出しやセールの充実
- ⑥ お祭りなどのイベント開催
- ⑦ ミニコミ誌などによる商店の情報発信
- ⑧ ホームページ等、IT を活用した商店の情報発信
- ⑨ 個店と大型店等の連携した取り組み(販促事業・イベント等)
- ⑩ 大型店の誘致
- ⑪ 大型店の出店規制
- ⑫ 地元農産品の販売促進
- ⑬ 買い物不便者を支える取り組み(配達・移動販売等)
- ⑭ 駐車場・駐輪場・バリアフリー等の商店街の環境整備
- ⑮ 託児(一時預かり)、学童保育等の商店街の施設整備
- ⑯ 活性化に向けた中核人材の育成
- ⑰ 活性化に向けた勉強会の開催
- ⑱ 地域住民や客へのアンケート実施による消費者意見の把握
- ⑲ その他

(具体的に_____)

回答

次ページにお進みください。 4

【東名綾瀬インターチェンジ】について

問11. 【現在、実現に向けた調整をしている「東名綾瀬インターチェンジ」についてお伺いします。】
東名綾瀬インターチェンジが開設された場合、貴社（貴店）の事業活動にどのような影響があると考えますか。

あてはまるもの3つまでを選び、右の回答欄にご記入ください。

- ① 配送・移動コストの削減に繋がる
- ② 営業エリアが広がる、来客が増える
- ③ 商品配送や移動時間が短くなる
- ④ 商品配送や移動時間が安定する
- ⑤ 市域に新たな産業が立地し、ビジネスチャンスが広がる
- ⑥ 流通コストが削減され、仕入れコストが軽減できる
- ⑦ 顧客の流出により、現在の来客が減る
- ⑧ 市域に大型店舗等が立地し、自社のビジネスが脅かされる
- ⑨ 影響はない
- ⑩ わからない
- ⑪ その他(具体的に_____)

回答

【行政や商工会の施策】について

問12. 今後、行政や商工会に期待する施策として、あてはまるもの3つまでを選び、右の回答欄にご記入ください。

- ① 融資制度の充実
- ② 経営者への研修
- ③ 後継者育成への支援
- ④ 事業承継への支援
- ⑤ IT化推進への支援
- ⑥ 新製品・新技術開発への支援
- ⑦ 取引先の紹介・斡旋
- ⑧ 市内外に対する個店や商品の情報発信
- ⑨ 商品の販路開拓・販路拡大への支援
- ⑩ 創業・業種転換への支援
- ⑪ 異業種交流・農工商連携への支援
- ⑫ 産学連携への支援
- ⑬ その他(具体的に_____)

回答

	利用あり	利用したことがない		
		内容を知っている	聞いたことがある	知らない
1. 商品開発販売支援事業	1	2	3	4
2. 小口事業資金融資	1	2	3	4
3. 経営安定資金融資	1	2	3	4
4. 創業支援資金融資	1	2	3	4
5. 経営安定資金利子補給金	1	2	3	4
6. 中小企業信用保証料補助金	1	2	3	4
7. 障害者雇用促進報奨金	1	2	3	4
8. 中小企業退職金共済制度奨励補助金	1	2	3	4

アンケートは以上です。お忙しい中、ご協力ありがとうございました

綾瀬市事業所実態調査（商業編）

調査結果報告書

平成 23 年 9 月発行

発 行 綾瀬市都市経済部商工振興課
〒252-1192 綾瀬市早川 550 番地
電話 0467-70-5661

調査実施 (株) 帝国データバンク横浜支店
〒231-0007 横浜市中区弁天通 4-51
電話 045-641-0232