『商業を元気にする!ステップアッププロジェクト』 市内商業者アンケート調査結果

平成30年3月

綾瀬市

目次

1.	調査の概要	…1
2.	調査結果	
	問1. 商業者の概要	2
	問2. 経営者・後継者について	8
	問3. 顧客について	13
	問4. ホームページについて	…17
	問 5. 営業について	22
	問 6. 経営上の問題点について	31
	問7. 商店会について	35
	問8. 商業者の商業活性化について	39
	問9. 市の商業活性化について	40
	問10. 市の商業施策(補助金等の活用)について	…41
	問11. 市の商業施策についての意見・要望	··43
	アンケート調査用紙	46

1. 調査の概要

調査の目的

この調査は、「商業を元気にする!ステップアッププロジェクト」として、市内商業の活性化へ向けて新たな商業施策を構築するため、市内商業者の実態や意向を把握することを目的に実施する。

調查対象

綾瀬市内の商業者 422事業所

〔業種:飲食・宿泊業、卸売業、小売業、サービス業(一部の業種を除く)〕

回答数

103件

回答率

24.4%

調查期間

平成29年6月9日~6月30日

調査方法

郵送調査+フォローコール

調查基準日

平成29年6月1日現在

アンケート調査結果の活用について

今回実施した「市内商業者アンケート調査結果」は、平成30年度に実施する市民を対象とした、市民の購買状況や商店への意識等に関する調査結果とあわせ、今後の商業施策を検討する基礎資料として活用し、総合計画及び産業振興マスタープランへの策定につなげる。

調査結果利用上の注意

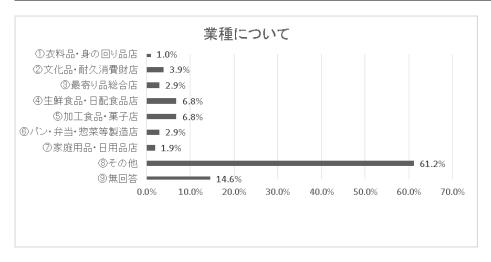
- ・ 端数処理の関係上、構成比(%)の計が100%とならないことがあります。
- ・ 図表の構成比(%)は小数点第2位以下を四捨五入したものです。
- 複数回答の設問は、すべての構成比(%)を合計すると100%を超える場合があります。

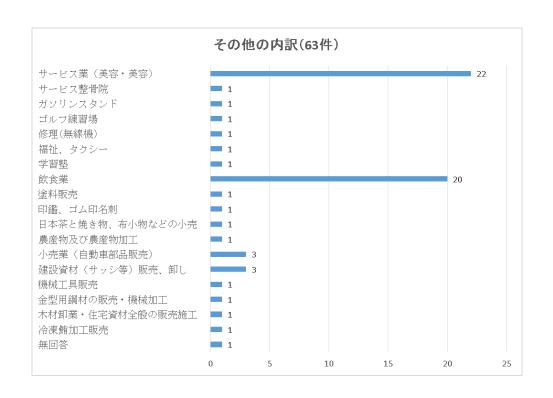
商業者を元気にする!ステップアッププロジェクト アンケート結果

発送数 422 件、回答数 103 件、回答率 24. 4% 調査期間平成 29 年 6 月 9 日~6 月 30 日(最終収受日 7 月 26 日)

問1-2. 業種について、あてはまるもの1つを選び○をつけてください。

業種について	合計	構成
①衣料品・身の回り品店	1	1.0%
②文化品・耐久消費財店	4	3.9%
③最寄り品総合店	3	2.9%
④生鮮食品・日配食品店	7	6.8%
⑤加工食品・菓子店	7	6.8%
⑥パン・弁当・惣菜等製造店	3	2.9%
⑦家庭用品・日用品店	2	1.9%
⑧その他	63	61. 2%
⑨無回答	15	14. 6%

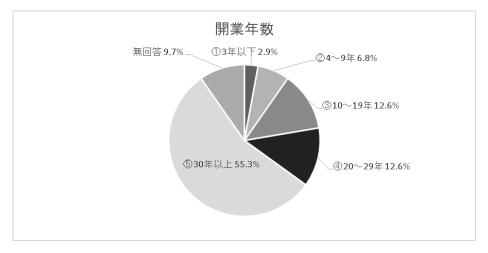




業種については、「その他」が最も多く、その内訳は、「サービス業(美容、理容)」 22 店舗、「飲食業」20 店舗が占めている。次に「生鮮食品・日配食品店」「加工食品・ 菓子店」の順である。

問1-3. 開業年について、教えてください。

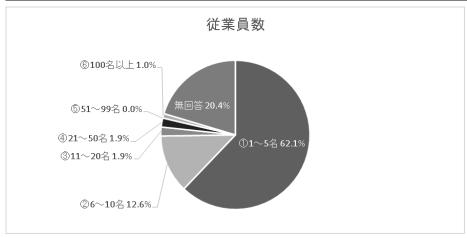
開業年数	合計	構成
①3年以下	3	2.9%
②4~9年	7	6.8%
③10~19年	13	12.6%
④20~29年	13	12.6%
⑤30年以上	57	55.3%
無回答	10	9.7%



開業して「30 年以上」の店舗が約半数を超えている。(平成 23 年の調査時は「30 年以上」が39.4%、「29 年以下」の割合は全て減っている。)

問1-4. 従業員数について、教えてください。(経営者も含む)

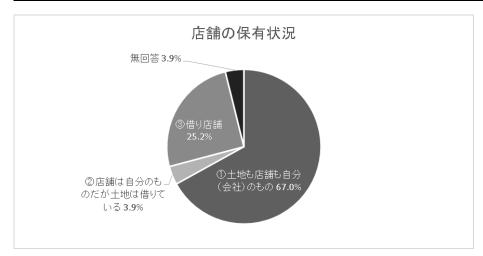
従業員数	合計	構成
①1~5名	64	62.1%
②6~10名	13	12.6%
③11~20名	2	1.9%
④21~50名	2	1.9%
⑤51~99名	0	0.0%
⑥100名以上	1	1.0%
無回答	21	20.4%



従業員数は、「 $1\sim5$ 名」の少数で経営している店舗が 62.1%と最も多く、次いで「 $6\sim10$ 名」が 12.6%となっている。(平成 23年の調査時は「 $1\sim5$ 名」が 35.5%と最も 多く、次いで「 $11\sim20$ 名」が 17.1%となっていた。)

問1-6. 店舗の保有状況

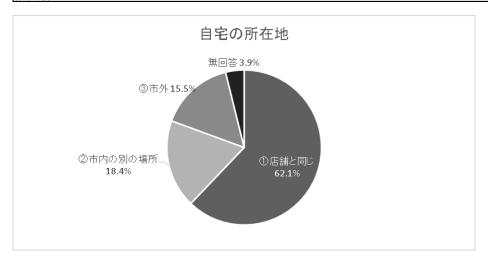
店舗の保有状況	合計	構成
①土地も店舗も自分(会社)のもの	69	67.0%
②店舗は自分のものだが土地は借りている	4	3.9%
③借り店舗	26	25. 2%
無回答	4	3.9%



店舗の保有状況については、「土地も店舗も自分(会社)のもの」が67%と最も多く、次いで「借り店舗」が25.2%となっている。

問1-7. 自宅の所在地

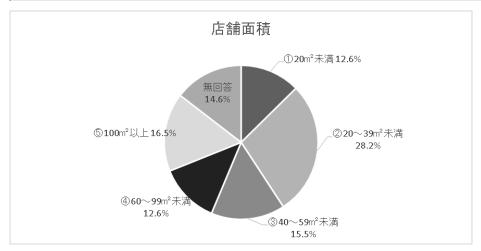
自宅の所在地	合計	構成
①店舗と同じ	64	62.1%
②市内の別の場所	19	18.4%
③市外	16	15. 5%
無回答	4	3.9%



自宅の所在については、「店舗と同じ」が 62.1%、次いで「市内の別の場所」が 18.4% となっている。

問1-8. 店舗面積

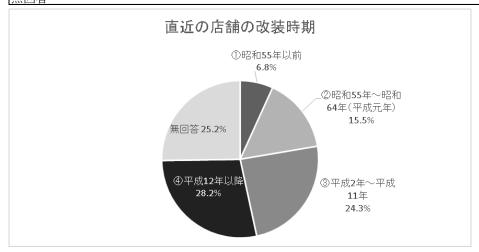
店舗面積	合計	構成
①20 m²未満	13	12.6%
②20~39㎡未満	29	28.2%
③40~59㎡未満	16	15.5%
④60~99㎡未満	13	12.6%
⑤100㎡以上	17	16.5%
無回答	15	14.6%



店舗面積は、「20~39m²」が 28.2%と多く、次いで「100m²以上」が 16.5%となっている。

問1-9. 直近の店舗の改装時期

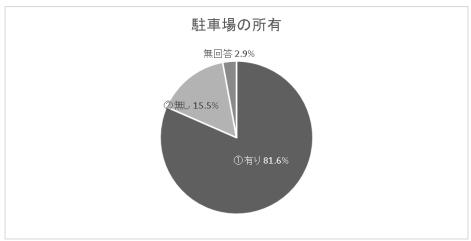
直近の店舗の改装時期	合計	構成
①昭和55年以前	7	6.8%
②昭和55年~昭和64年(平成元年)	16	15.5%
③平成2年~平成11年	25	24.3%
④平成12年以降	29	28.2%
無同答	26	25 2%

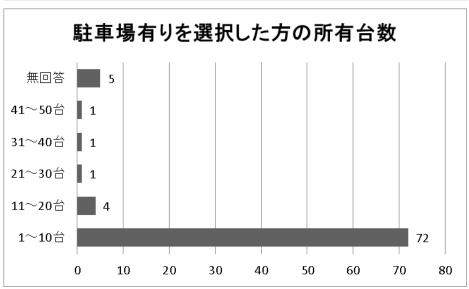


店舗の改装時期については、「平成12年以降」が28.2%と最も多い。

問1-10. 駐車場の所有

駐車場の所有	合計	構成
①有り	84	81.6%
②無し	16	15.5%
無回答	3	2.9%

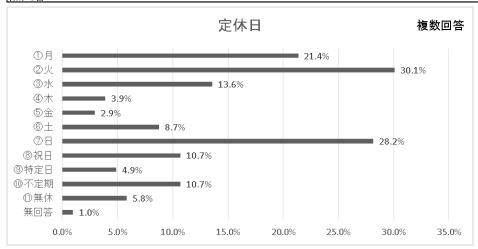




駐車場を保有している店舗は約8割で、保有台数は1~10台が多い。

問1-11. 定休日

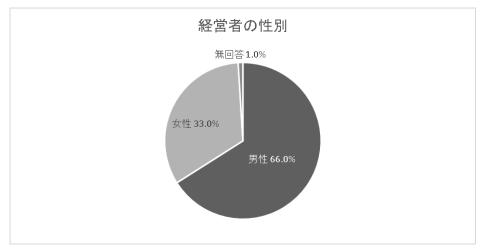
	複数回答	
定休日	合計	構成
①月	22	21.4%
②火 ③水	31	30.1%
③水	14	13.6%
④木	4	3.9%
⑤金	3	2.9%
⑥土	9	8.7%
⑦日	29	28.2%
⑧祝日	11	10.7%
⑨特定日	5	4.9%
⑩不定期	11	10.7%
⑪無休	6	5.8%
無回答	1	1.0%



定休日は、「火曜日」(30.1%)、「日曜日」(28.2%)、「月曜日」(21.4%)の順に多い。

問2-1. 経営者(代表者または店長)の性別

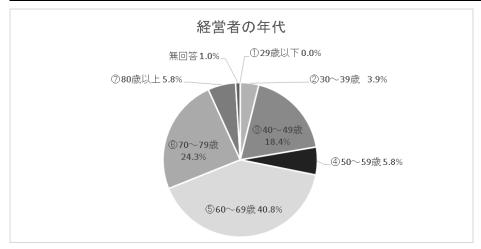
経営者の性別	合計	構成
男性	68	66.0%
女性	34	33.0%
無回答	1	1.0%



経営者の性別は、「男性」が 66.0%、「女性」が 33.0%となっている。(平成 23 年の調査時は「男性」が 87.3%、「女性」が 10.0%だった。)

問2-2. 経営者の年代

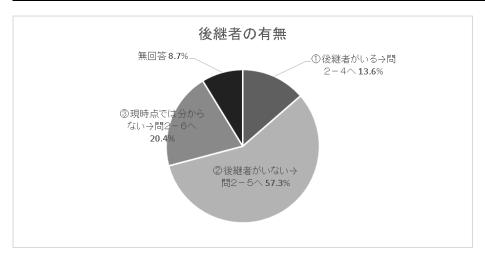
経営者の年代	合計	構成
①29歳以下	0	0.0%
②30~39歳	4	3.9%
③40~49歳	19	18.4%
④50~59歳	6	5.8%
⑤60~69歳	42	40.8%
⑥70~79歳	25	24.3%
⑦80歳以上	6	5.8%
無回答	1	1.0%



経営者の年代は、「60歳以上」の割合が約7割を占めており、「39歳以下」の割合が3.9%と少ない。今回のアンケートに回答した経営者は、男性が約6割、60歳以上が約7割いることが分かった。(平成23年の調査時は「60歳以上」の割合が43%、「39歳以下」の割合が12.4%だった。)

問2-3.後継者の有無

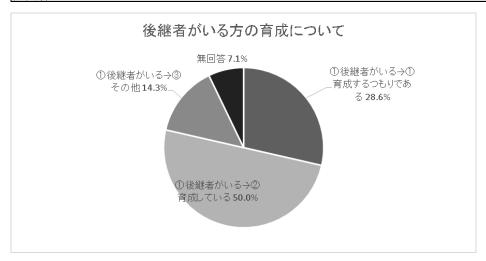
後継者の有無	合計	構成
①後継者がいる→問2-4~	14	13.6%
②後継者がいない→問2-5~	59	57.3%
③現時点では分からない→問2-6~	21	20.4%
無回答	9	8.7%



「後継者がいない」回答は57.3%と多いが、「後継者がいる」は13.6%と少ない。半数以上が後継者のいない状態である。(平成23年の調査時は「後継者がいない」回答は17.1%、「後継者がいる」は39%だったので、後継者のいない店舗が増え、後継者のいる店舗が減っている。)

間2-4.後継者の育成について

後継者のがいる方の育成について	合計	構成
①後継者がいる→①育成するつもりである	4	28.6%
①後継者がいる→②育成している	7	50.0%
①後継者がいる→③その他	2	14.3%
無回答	1	7.1%

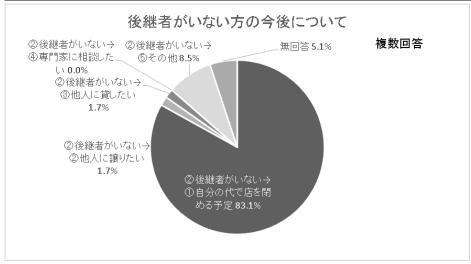


後継者がいる店舗では約8割が育成するつもり又は育成している状況である。内容 は以下のとおり。

- ①育成するつもりである→どのように育成するつもりですか
 - ・ネット販売を考えているので、それに対する育成をするつもり
 - 店長になっている
- ②現在、育成している→どのように育成していますか
 - ・常務取締役として実務経験から、適時アドバイスをしている
 - ・既に経営の中心になっている
 - ・長男が後継として勤続30年経過

問2-5. 貴社(貴店)の今後について、どのようにお考えですか。

	複数回答	
後継者がいない方の今後について	合計	構成
②後継者がいない→①自分の代で店を閉める予定	49	83.1%
②後継者がいない→②他人に譲りたい	1	1.7%
②後継者がいない→③他人に貸したい	1	1.7%
②後継者がいない→④専門家に相談したい	0	0.0%
②後継者がいない→⑤その他	5	8.5%
無回答	3	5.1%



後継者がいない店舗では、「自分の代で店を閉める予定」が8割を超えている。(平成23年の調査時は「自分の代で店を閉める予定」は53.5%だったので、約3割増えている。)内容は以下のとおり。

①自分の代で店を閉める予定

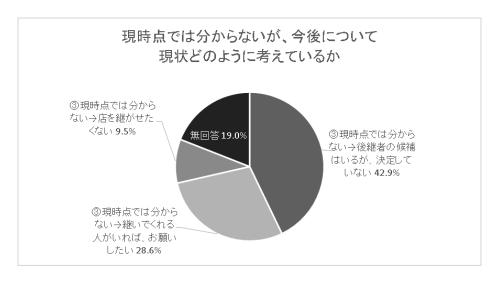
- ・借り手がいれば貸したい
- ・長女が音楽教室に使用する予定
- ・戸塚にも店舗の出来る貸家あり

⑤その他

- ・お店が続けていけそうであれば引継ぎたい。
- 未定
- まだ分からない。
- あまり考えていない。
- まだ考えていません。

間2-6. 貴社(貴店)の今後について、現状どのようにお考えですか。

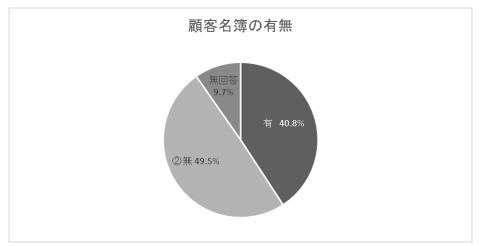
現時点では分からないが、今後について現状どのように考えているか	合計	構成
③現時点では分からない→後継者の候補はいるが、決定していない	9	42.9%
③現時点では分からない→継いでくれる人がいれば、お願いしたい	6	28.6%
③現時点では分からない→店を継がせたくない	2	9.5%
無回答	4	19.0%



店舗の今後について現時点では分からないが、今後の考えについては、「後継者の候補はいるが決定していない」が 42.9%、「継いでくれる人がいれば、お願いしたい」が 28.6%となっている。

問3-1. 顧客名簿の有無

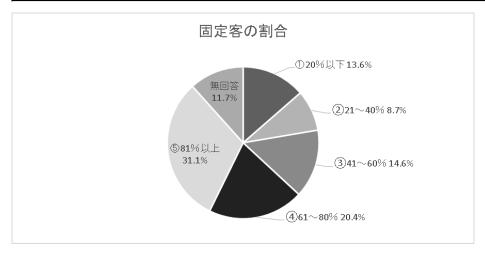
顧客名簿の有無	合計	構成
①有	42	40.8%
②無	51	49.5%
無回答	10	9.7%



顧客名簿の有無については、「有」が40.8%、「無」が49.5%となっている。

問3-2. 固定客の割合

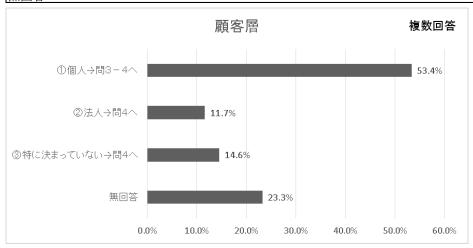
固定客の割合	合計	構成
①20%以下	14	13.6%
②21~40%	9	8.7%
③41~60%	15	14.6%
<u>4</u> 61~80%	21	20.4%
⑤81%以上	32	31.1%
無回答	12	11.7%



固定客の割合は、「81%以上」が31.1%と最も多く、次いで「61~80%」が20.4%となっている。顧客の約半数がリピーターだということが分かる。

問3-3. 顧客層

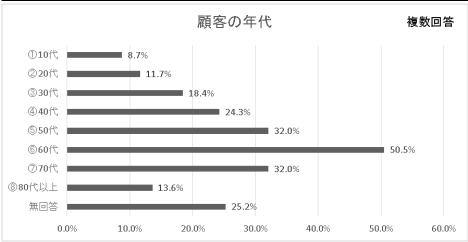
	複数回答	
顧客層	合計	構成
①個人→問3-4~	55	53.4%
②法人→問4~	12	11.7%
③特に決まっていない→問4へ	15	14.6%
無回答	24	23.3%



顧客層は、「個人」が53.4%、「法人」が11.7%となっている。

問3-4. 顧客の年代

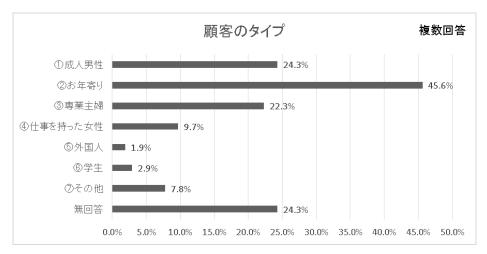
複数回答 顧客の年代 合計 ①10代 ②20代 ③30代 19 ④40代 25 ⑤50代 33 ⑥60代 52 50.5% ⑦70代 33 32.0% ⑧80代以上 14 13.6% 無回答 26 25.2%



顧客の年代は、「60代」が多く、次に「50代」「70代」となっている。経営者も顧客も60代以上が多いことが分かる。

問3-5. 顧客のタイプ

	複数回答	
顧客のタイプ	合計	構成
①成人男性	25	24.3%
②お年寄り	47	45.6%
③専業主婦	23	22.3%
④仕事を持った女性	10	9.7%
⑤外国人	2	1.9%
⑥学生	3	2.9%
⑦その他	8	7.8%
無回答	25	24.3%

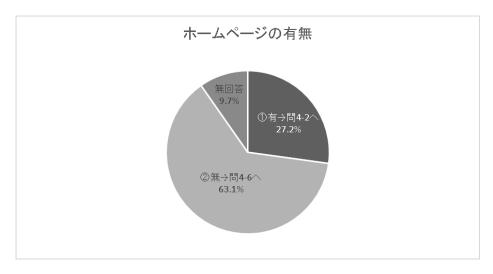


顧客のタイプは、「お年寄り」が多く、次いで「成人男性」、「専業主婦」となっている。

- ・いろいろ
- · 会社経営 · 法人
- 成年女性
- ・①②④でほぼ8割
- 夫婦
- ・子供と乳人
- · 30 才~75 才

問4-1. ホームページの有無

ホームページの有無	合計	構成
①有→問4-2へ	28	27. 2%
②無→問4-6~	65	63. 1%
無回答	10	9.7%

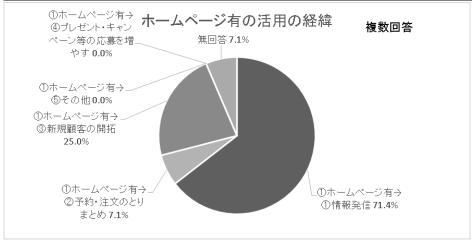


ホームページが無い店舗は、60%以上を占めている。

平成27年度版情報通信白書(総務省調べ)によると、「商品やサービスの内容や評判について調べたいことがある場合」の情報収集を行う手段として、全体(2000人)で79.3%がインターネットサイトを利用すると回答している。今後の手段としては、インターネットの活用も必要だということが分かる。

問4-2. ホームページ活用の経緯

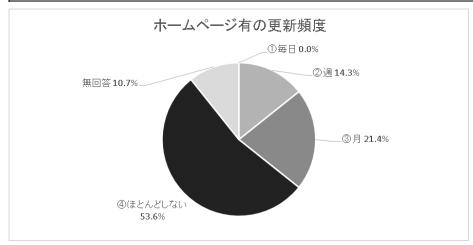
	複数回答	
ホームページ有の活用の経緯	合計	構成
①ホームページ有→①情報発信	20	71.4%
①ホームページ有→②予約・注文のとりまとめ	2	7.1%
①ホームページ有→③新規顧客の開拓	7	25.0%
①ホームページ有→④プレゼント・キャンペーン等の応募を増やす	0	0.0%
①ホームページ有→⑤その他	0	0.0%
無回答	2	7.1%



ホームページ活用の経緯として、「情報発信」71.4%、「新規顧客の開拓」が25%となっている。

問4-3. ホームページの更新頻度

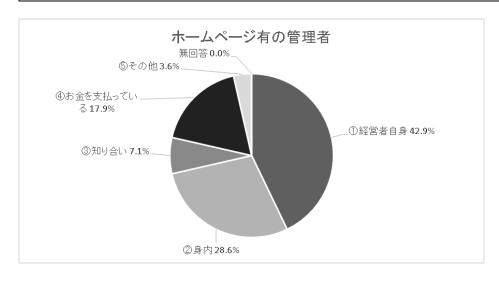
ホームページ有の更新頻度	合計	構成
①毎日	0	0.0%
②週	4	14.3%
③月	6	21.4%
④ほとんどしない	15	53.6%
無回答	3	10.7%



ホームページがあっても、更新をしていない店舗が多い。「情報発信」を目的にホームページを活用しているはずだが、最新の情報が手に入りにくい状況になっている。

問4-4. ホームページの管理者

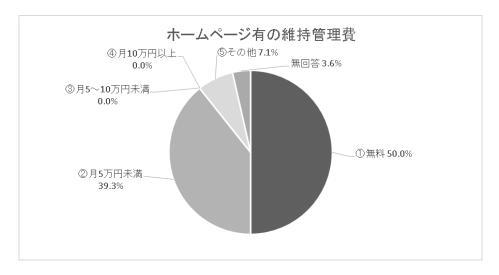
ホームページ有の管理者	合計	構成
①経営者自身	12	42.9%
②身内	8	28.6%
③知り合い	2	7.1%
④お金を支払っている	5	17.9%
⑤その他	1	3.6%
無回答	0	0.0%



ホームページの管理者は、「経営者自身」が 42.9%、「身内」が 28.6%と外部に委託 せず、自分達で作成しているところが多い。

問4-5. ホームページ維持管理費

ホームページ有の維持管理費	合計	構成
①無料	14	50.0%
②月5万円未満	11	39.3%
③月5~10万円未満	0	0.0%
④月10万円以上	0	0.0%
⑤その他	2	7.1%
無回答	1	3.6%

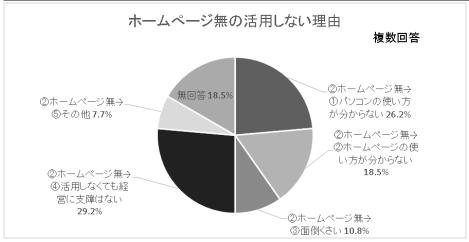


ホームページの維持管理ついては、「無料」が50.0%となり、自分達で作成しているので費用がかからないことが分かる。その他は、「月5万円未満」が39.3%となっている。

- ·年1~2万円
- ・公文エルアイエル本社のものがあるから

問4-6. ホームページを活用しない理由

	複数回答	
ホームページ無の活用しない理由	合計	構成
②ホームページ無→①パソコンの使い方が分からない	17	26. 2%
②ホームページ無→②ホームページの使い方が分からない	12	18.5%
②ホームページ無→③面倒くさい	7	10.8%
②ホームページ無→④活用しなくても経営に支障はない	19	29. 2%
②ホームページ無→⑤その他	5	7.7%
無回答	12	18.5%

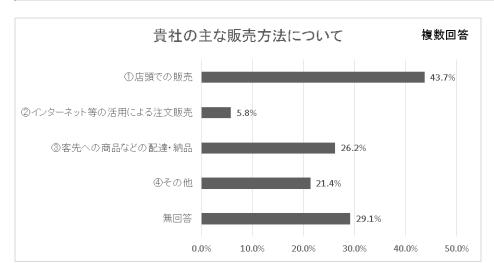


ホームページを活用しない理由は、「経営に支障はない」が29.2%と多い。経営に支障のない店舗は、固定客が多い店舗の可能性がある。また、「パソコンの使い方が分からない」が26.2%、「ホームページの使い方が分からない」が18.5%とパソコンとホームページの使い方が分からない人が多い。

- ・業者からの TEL が業務の障害になる。
- ・自社のPCはないが商工会のPCがある。
- ・以前利用した
- 時間なし
- 活用しようと思っています。

問 5-2. 貴社(貴店)の主な販売方法について、あてはまるもの全てに \bigcirc をつけてください。

	複数回答	
貴社の主な販売方法について	合計	構成
①店頭での販売	45	43.7%
②インターネット等の活用による注文販売	6	5.8%
③客先への商品などの配達・納品	27	26.2%
④その他	22	21.4%
無回答	30	29.1%

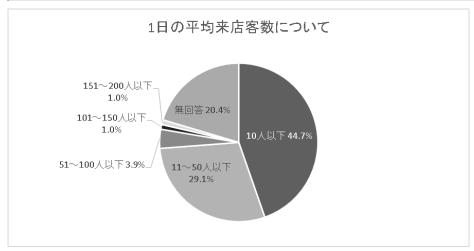


主な販売方法は、「店頭での販売」が最も多く、次いで「客先への商品などの配達・納品」が多い。

- ・給食・保育園
- ・理容店なので、技術料金と化粧品販売
- ・綾瀬本店のみ
- 自販機
- ・イベントに参加
- ・病院などの通院移送
- ・ 自販機での販売
- 美容技術店販
- 接客業 3件
- · 店内、出前 2件
- 飲食店 2件
- ・他にも働きに行っている。
- 技術
- 外においているブラックボードサインポールなど。
- ・施設等への食材販売

問5-3. 貴社(貴店)の1日の平均来店客数について教えてください。

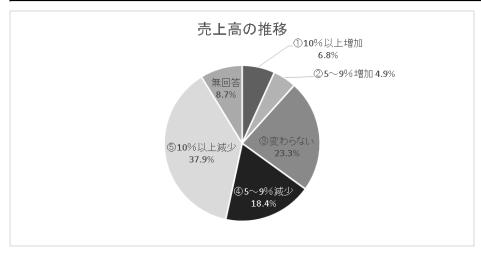
1日の平均来店客数について	合計	構成
10人以下	46	44.7%
11~50人以下	30	29.1%
51~100人以下	4	3.9%
101~150人以下	1	1.0%
151~200人以下	1	1.0%
無回答	21	20.4%



1日の来店客数は、「10人以下」が44.7%である。次いで、「11~50人以下」が29.1% となっている。

問5-4. 売上高の推移(3年前と比較してください。※開業から3年未満の方は、 開業当初から比較してください。)

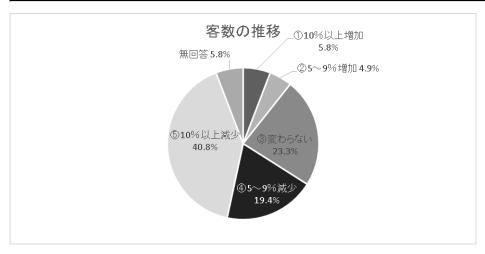
売上高の推移	合計	構成
①10%以上增加	7	6.8%
①10%以上増加 ②5~9%増加	5	4.9%
③変わらない	24	23.3%
④5~9%減少	19	18.4%
⑤10%以上減少	39	37.9%
無回答	9	8. 7%



売上高の推移は、「10%以上減少」が最も多く、減少している店舗は 56.3%と半数を 超えている。

問5-5. 客数の推移(3年前と比較してください。※開業から3年未満の 方は、開業当初から比較してください。)

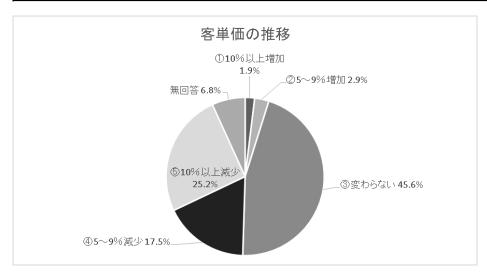
客数の推移	合計	構成
①10%以上增加	6	5.8%
②5~9%增加	5	4.9%
③変わらない	24	23.3%
④5~9%減少	20	19.4%
⑤10%以上減少	42	40.8%
無回答	6	5.8%



客数の推移は、「10%以上減少」が最も多く、減少している店舗は 60.2%と半数を超 えている。

問5-6. 客単価の推移(3年前と比較してください。※開業から3年未満の方は、開業当初から比較してください。)

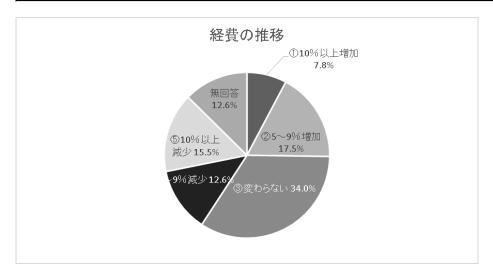
客単価の推移	合計	構成
①10%以上增加	2	1.9%
②5~9%增加	3	2.9%
③変わらない	47	45.6%
④5~9%減少	18	17.5%
⑤10%以上減少	26	25. 2%
無回答	7	6.8%



客単価の推移は、「変わらない」が 45.6%と最も多く、減少している店舗は 42.7%となっている。

問5-7. 経費の推移(3年前と比較してください。※開業から3年未満の 方は、開業当初から比較してください。)

経費の推移	合計	構成
①10%以上増加	8	7.8%
②5~9%增加	18	17.5%
③変わらない	35	34.0%
④5~9%減少	13	12.6%
⑤10%以上減少	16	15.5%
無回答	13	12.6%



経費の推移は、「変わらない」が34.0%と最も多い。増加している店舗は25.3%、減少している店舗は28.1%となっている。

問 5-8. 貴社(貴店)の売上増につなげる(力を注ぐ)取り組みがあれば教えてください。 $\frac{3}{2}$ 1~10の項目に振り分け、()は回答数

【項目】1. SNS の活用(6)

- 2. 紙媒体での宣伝(4)
- 3. お客様サービス(5)
- 4. 新商品の開発(5)
- 5. イベントの出店(2)
- 6. 社員教育の強化(2)
- 7. 販路拡大(7)
- 8. 店舗の魅力強化(8)
- 9. 値引き(2)
- 10. その他(3)

【内訳】1. SNS の活用 (6)

- ・HP 以外にも SNS にて情報発信
- SNS
- ・SNS の活用
- インターネットの利用
- ・ネット販売を主体
- ホームページの作成
- 2. 紙媒体での宣伝(4)
 - ・顧客へのDM送信
 - ・ タウン誌の利用 (折込チラシ)
 - ・チラシ枚数の増加
 - ・宣伝(広告)を多くする。
- 3. お客様サービス(5)
 - ・お客様を送迎しております。
 - ・サービス
 - ・誰でも気楽に来ていただける店作り (接客など)
 - ・店主が釣り好きで釣った魚をサービスしたりしている。
 - ・来店されたお客様の過度にならない程度の丁寧な声かけ (消耗箇所の点検等)
- 4. 新商品の開発 (5)
 - ・新メニュー
 - ・新規メニューの開発
 - ・新商品の開発
 - ・新商品の開発フェアを組む
 - ・ 地産地消の商品開発

- 5. イベントの出店(2)
 - イベント出店
 - ・朝市や産業まつりへの参加
- 6. 社員教育の強化(2)
 - ・メンバー個々の販売力増のための研修・勉強会等の参加
 - ・社員全員の能力アップへの教育
- 7. 販路拡大 (7)
 - ・ネット販売
 - ・営業の拡大
 - ・業務店等、納品先を増やす
 - ・今後は買い物が困難な地区の方々へ移動販売等の手段で取り組みたい。
 - ・農協の活用(製品の販売を委託)
 - ・販路の拡大
 - ・パンフレット等での案内を出して配送中心にする
- 8. 店舗の魅力強化(8)
 - ・お客様の求める品揃えをする。
 - ・安全、安心の対応
 - 技術面をアピールしています。
 - ・写真付きメニューを作り、配布
 - ・商品の説明
 - ・他店にないオリジナル性
 - ・単価を上げる染粉、ヘア良質に。
 - ・味を一番大事に
- 9. 値引き(2)
 - ・セール開催
 - 値引き
- 10. その他(3)
 - 新規開拓
 - 新規顧客開拓
 - ・定休日を廃止した
- 問 5-9. 貴社(貴店)の客数増につなげる(力を注ぐ)取り組みがあれば教えてください。 $\frac{3}{2}$ 1~10の項目に振り分け、()は回答数
 - 【項目】1. SNS の活用(5)
 - 2. 紙媒体での宣伝(5)
 - 3. お客様サービス(3)
 - 4. 販路拡大(2)

- 5. 店舗の魅力強化(3)
- 6. 値引き(2)
- 7. 口コミ (3)
- 8. スタンプカードの導入(2)
- 9. 新規顧客の開拓(2)
- 10. その他(4)

【内訳】1. SNS の活用(5)

- SNS
- ・ブログ
- ・SNS の利用
- ・HP 以外にも SNS にて情報発信
- インターネットの利用
- 2. 紙媒体での宣伝(5)
 - ・DM やタウンニュースへの掲載
 - ・タウン誌の利用 (折込チラシ)
 - ・チラシ配布
 - ・近隣にチラシをポスティングしている。
 - ・顧客へのDM送信
- 3. お客様サービス (3)
 - ・お客様を待たせない様、予約出来るシステムにしている。
 - ・利用者様の安心感
 - アフターフォローの充実
- 4. 販路拡大(2)
 - ・営業の拡大
 - ・販路の拡大
- 5. 店舗の魅力強化(3)
 - メニューの強化
 - 他店にないオリジナル性
 - ・冷凍を使わず手作りで(おふくろの味)でやっているが…。
- 6. 値引き(2)
 - ・セール開催
 - ・少しでも金額を下げ、毎日の様に来て頂ける様にしている。
- 7. 口コミ (3)
 - ロコミ
 - 紹介
 - ・来店してくれるお客様への丁寧な対応等で高感度と口コミ のアップ

8. スタンプカードの導入(2)

- ・オリジナル(期限なし)のスタンプカードがある。
- ・ポイントカードを自社でやっています。9日・19日・29 日の肉の日に2~3倍ポイント

9. 新規顧客の開拓(2)

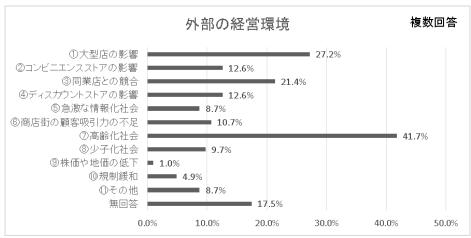
- ・いつも店の名刺を持ち歩き逢った人に宣伝
- ・新たな商材を取り入れて、新規のお客様を取り入れたい。

10. その他(4)

- ・お客様の年齢を下げて若い人のお客様にご利用してもらう。
- ・新商品の開発フェアを組む
- お祭りやイベントを行う
- ・スキルアップ

問6-1. 外部の経営環境

	複数回答	
外部の経営環境	合計	構成
①大型店の影響	28	27.2%
②コンビニエンスストアの影響	13	12.6%
③同業店との競合	22	21.4%
④ディスカウントストアの影響	13	12.6%
⑤急激な情報化社会	9	8.7%
⑥商店街の顧客吸引力の不足	11	10.7%
⑦高齢化社会	43	41.7%
⑧少子化社会	10	9.7%
⑨株価や地価の低下	1	1.0%
⑩規制緩和	5	4.9%
⑪その他	9	8.7%
無回答	18	17.5%

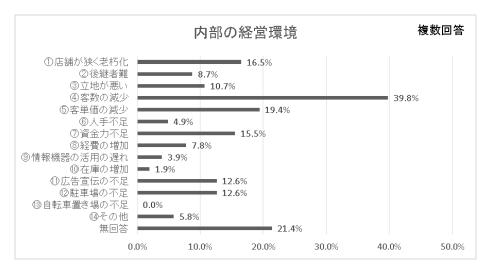


外部の経営環境として、高齢化社会が 41.7%となった。間 2-2 「経営者の年代」、間 3-4 「顧客の年代」、間 3-5 「顧客のタイプ」からも経営者、顧客の高齢化が分かる。経営者は世代交代の仕組みづくり、顧客対応はリピーターである高齢者のニーズに合わせた対応と若年層の新規獲得が課題となっている。

- ・店主一人での営業の為、顧客対応能力に限界が有る。他店の影響はないと考え る。
- ・公共より都市計画の関係で移転の相談が入っていてもう 5~6 年たっている。 困っている。
- ホームセンター店との競合
- 温暖化
- ・小売ではないので特になし
- ・外部からの影響はなし
- ・特になし
- ・(大型のチェーン店) 隣店が安い店のためフリーのお客様が少ない。

問6-2. 内部の経営環境

	複数回答	
内部の経営環境	合計	構成
①店舗が狭く老朽化	17	16.5%
②後継者難	9	8.7%
③立地が悪い	11	10.7%
④客数の減少	41	39.8%
⑤客単価の減少	20	19.4%
⑥人手不足	5	4. 9%
⑦資金力不足	16	15.5%
⑧経費の増加	8	7.8%
⑨情報機器の活用の遅れ	4	3.9%
⑩在庫の増加	2	1.9%
⑪広告宣伝の不足	13	12.6%
②駐車場の不足	13	12.6%
⑬自転車置き場の不足	0	0.0%
⑭ その他	6	5.8%
無回答	22	21.4%

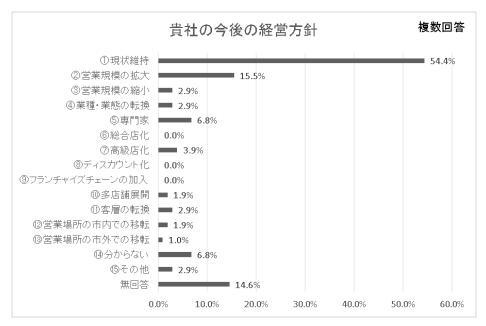


内部の経営環境として、客数の減少が約 39.8%となった。チェーン店の拡大やインターネットの普及により、客数が減っているのではないか。問 5-8 「売上増につながる取り組み」、問 5-9 「客数増につながる取り組み」のように、自店舗の魅力を強化し、情報発信していく必要がある。

- ・顧客対応能力アップが必要
- ・特になし
- ・車での来店が出来ないため送迎もやっているがあまり…。
- 自身が疲れやすくなっている。

問6-3. 貴社(貴店)の今後の経営方針について、お伺いします。あてはまるもの全てに \bigcirc をつけてください。

	複数回答	
貴社の今後の経営方針	合計	構成
①現状維持	56	54.4%
②営業規模の拡大	16	15.5%
③営業規模の縮小	3	2.9%
④業種・業態の転換	3	2.9%
⑤専門家	7	6.8%
⑥総合店化	0	0.0%
⑦高級店化	4	3.9%
⑧ディスカウント化	0	0.0%
⑨フランチャイズチェーンの加入	0	0.0%
⑩多店舗展開	2	1.9%
⑪客層の転換	3	2.9%
⑫営業場所の市内での移転	2	1.9%
⑬営業場所の市外での移転	1	1.0%
	7	6.8%
⑮その他	3	2.9%
無回答	15	14.6%

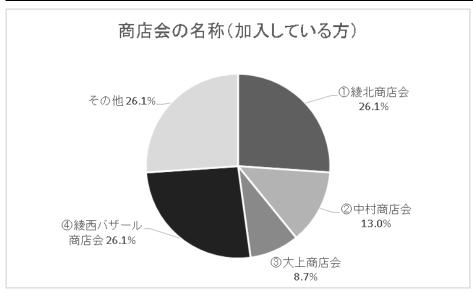


現状維持が 54.4%と半数を超えた。問5で売上高の減少している店舗が 56.3%、客数の減少している店舗が 60.2%いたが、経営方針を変えようとしている店舗は少ないことが分かる。「営業規模の拡大」を考えている店舗は 15.5%である。

- 廃業
- ・特になし
- ・いつ閉店するかと考えている。

問7-1. 商店会の名称

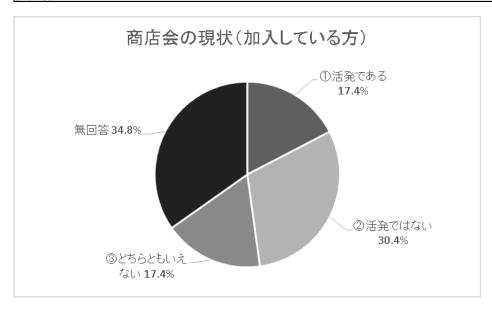
商店会の名称(商店会へ加入している方)	合計	構成
①綾北商店会	6	26.1%
②中村商店会	3	13.0%
③大上商店会	2	8.7%
④綾西バザール商店会	6	26.1%
その他	6	26.1%



今回の調査で商店会に加入している店舗は23件だった。

問7-2. 商店会の現状

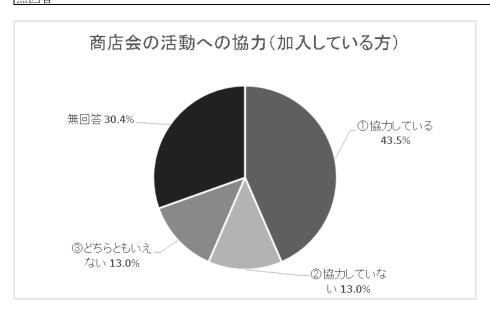
商店会の現状(商店会へ加入している方)	合計	構成
①活発である	4	17.4%
②活発ではない	7	30.4%
③どちらともいえない	4	17.4%
無回答	8	34.8%



商店会が「活発ではない」が30.4%で「活発である」の17.4%を超えた。

問7-3. 商店会の活動への協力

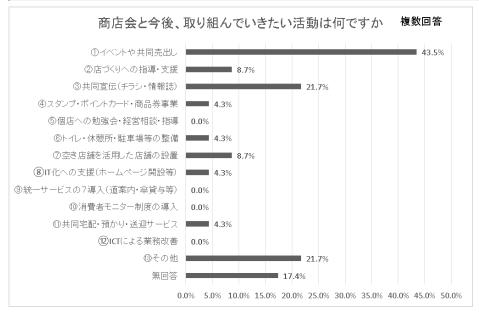
商店会の活動への協力(商店会へ加入している方)	合計	構成
①協力している	10	43.5%
②協力していない	3	13.0%
③どちらともいえない	3	13.0%
無同签	7	30.4%



商店会の活動へ「協力している」店舗が 43.5%、「協力していない」店舗が 13.0%となっている。

問7-4. 商店会と今後取り組んでいきたい活動は何ですか。あてはまるもの全てに ○をつけてください。

	複数回答	
商店会と今後取り組んでいきたい活動はなんですか(商店会へ加入している方)	合計	構成
①イベントや共同売出し	10	43.5%
②店づくりへの指導・支援	2	8.7%
③共同宣伝(チラシ・情報誌)	5	21.7%
④スタンプ・ポイントカード・商品券事業	1	4.3%
⑤個店への勉強会・経営相談・指導	0	0.0%
⑥トイレ・休憩所・駐車場等の整備	1	4.3%
⑦空き店舗を活用した店舗の設置	2	8.7%
⑧IT化への支援(ホームページ開設等)	1	4.3%
⑨統一サービスの7導入(道案内・傘貸与等)	0	0.0%
⑩消費者モニター制度の導入	0	0.0%
⑪共同宅配・預かり・送迎サービス	1	4.3%
⑫ICTによる業務改善	0	0.0%
⑬その他	5	21.7%
無回答	4	17.4%

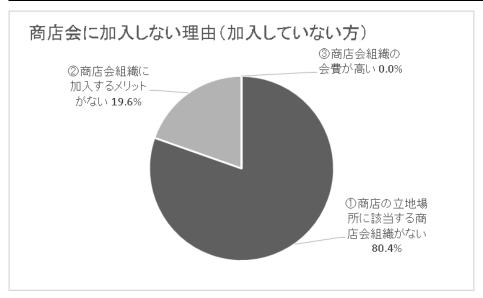


商店会と今後取り組みたい活動としては、「イベントや共同売出し」が 43.5%、「共同宣伝」が 21.7%と個店だけでは出来ない取り組みが多い回答となった。

- ・吉岡で商店会が無い為よく分からない
- ・勧誘も無く、あるも知らず
- ・新規顧客の開拓
- 特に考えていない
- ・組合での参加

間 7-5. 商店会に加入しない理由として、あてはまるもの 1 つを選び \bigcirc をつけてください。

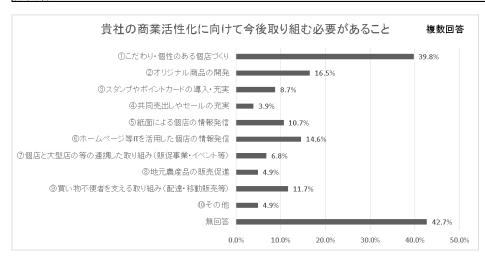
商店会に加入しない理由(商店会へ加入していない方)	合計	構成
①商店の立地場所に該当する商店会組織がない	41	80.4%
②商店会組織に加入するメリットがない	10	19.6%
③商店会組織の会費が高い	0	0.0%



商店会に加入しない理由としては、「立地場所に該当する商店会組織がない」が80.4%、「商店会組織に加入するメリットがない」19.6%だった。(平成23年の調査時は「立地場所に該当する商店会組織がない」が39.9%、「商店会組織に加入するメリットがない」16.9%だった。)

問8. 貴社(貴店)の商業活性化に向けて、今後取り組む必要があることについて、 あてはまるもの全てに○をつけてください。

	複数回答	
貴社の商業活性化に向けて今後取り組む必要があること	合計	構成
①こだわり・個性のある個店づくり	41	39.8%
②オリジナル商品の開発	17	16.5%
③スタンプやポイントカードの導入・充実	9	8.7%
④共同売出しやセールの充実	4	3.9%
⑤紙面による個店の情報発信	11	10.7%
⑥ホームページ等ITを活用した個店の情報発信	15	14.6%
⑦個店と大型店の等の連携した取り組み (販促事業・イベント等)	7	6.8%
⑧地元農産品の販売促進	5	4.9%
⑨買い物不便者を支える取り組み (配達・移動販売等)	12	11.7%
⑩その他	5	4.9%
無回答	44	42.7%



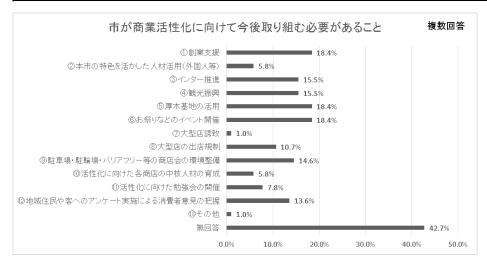
店舗の商業活性化に向けて、今後取り組む必要があることは、「こだわり・個性のある個店づくり」が39.8%となった。問5で売上げ増加のための取組みが「店舗の魅力強化」だったので、他にはないオリジナルの店を作ることが売上げ増加につながる可能性があると言える。また、客数増加のための取組みが「SNSの活用」「紙媒体での宣伝」なので、情報発信も必要不可欠である。

- 廃業
- 現状維持
- •特になし 3件

問9. 市が商業活性化に向けて、今後取り組む必要があることについて、貴方の考えを教えてください。あてはまるもの全てに○をつけてください。

サロット

	複数回答	
市が商業活性化に向けて今後取り組む必要があること	合計	構成
①創業支援	19	18.4%
②本市の特色を活かした人材活用(外国人等)	6	5.8%
③インター推進	16	15.5%
④観光振興	16	15.5%
⑤厚木基地の活用	19	18.4%
⑥お祭りなどのイベント開催	19	18.4%
⑦大型店誘致	1	1.0%
⑧大型店の出店規制	11	10.7%
⑨駐車場・駐輪場・バリアフリー等の商店会の環境整備	15	14.6%
⑩活性化に向けた各商店の中核人材の育成	6	5.8%
⑪活性化に向けた勉強会の開催	8	7.8%
⑫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	14	13.6%
(3)その他	1	1.0%
無回答	44	42.7%



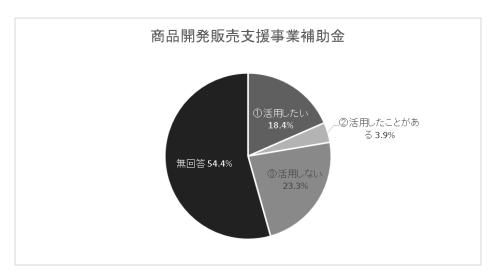
市の商業活性化に向けて、今後取り組む必要があることは、「創業支援」「厚木基地の活用」「お祭りなどのイベント開催」が 18.4%と割合が同じとなった。新たに開業する人への支援、地域資源を活用した取り組みが今後の商業活性化につながっていくと考えられる。

「その他」の回答としては、以下のとおりである。

・目玉になる様な施設。ファミリーで楽しめる施設。

問10. 市の商業施策について、貴方がそれぞれ該当するものに○をつけてください。 ①商品開発販売支援事業補助金

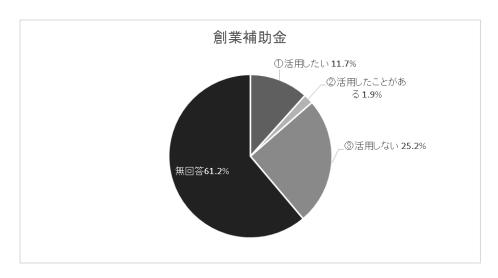
商品開発販売支援事業補助金	合計	構成
①活用したい	19	18.4%
②活用したことがある	4	3.9%
③活用しない	24	23.3%
無回答	56	54.4%



商品開発販売支援事業補助金を「活用したい」が 18.4%、「活用しない」が 23.3%で ある。

②創業補助金

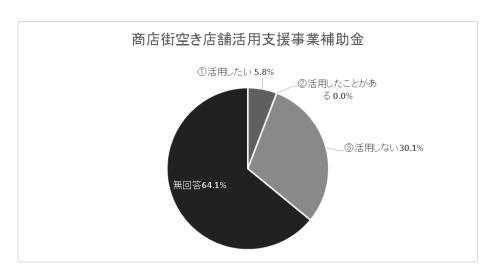
創業補助金	合計	構成
①活用したい	12	11.7%
②活用したことがある	2	1.9%
③活用しない	26	25. 2%
無回答	63	61.2%



創業補助金を「活用したい」が11.7%、「活用しない」が25.2%である。

③商店街空き店舗活用支援事業補助金

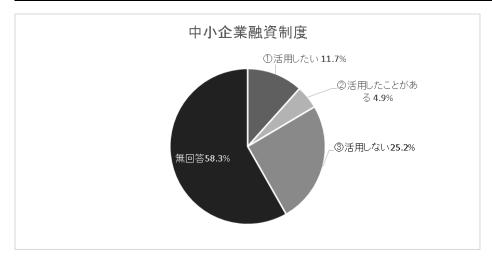
商店街空き店舗活用支援事業補助金	合計	構成
①活用したい	6	5.8%
②活用したことがある	0	0.0%
③活用しない	31	30.1%
無回答	66	64.1%



商店街空き店舗活用支援事業補助金を「活用したい」が 5.8%、「活用しない」が 30.1% である。

④中小企業融資制度

中小企業融資制度	合計	構成
①活用したい	12	11.7%
②活用したことがある	5	4.9%
③活用しない	26	25.2%
無回答	60	58.3%



中小企業融資制度を「活用したい」が11.7%、「活用しない」が25.2%である。

- 問10-1. 活用しないに○をつけた方は活用しない理由を教えてください。
 - フランチャイズの学習塾であるため
 - ・よくわからないから。
 - 一人営業の為現状でよい。
 - ・活用しても活性化するとは限らないので。
 - ・活用の仕方が分からない
 - 現狀維持
 - ・後継者いない。本人75歳です。
 - 後継者がいません。
 - ・今のところ必要がないため
 - ・今後の心配がある
 - ・時代の流れをよみ、自己の能力で対応しないと本物ではないと考えるから。
 - ・自社工場が欲しいから
 - 自分が高齢だから。
 - ・住宅地の個人商店なので集客はなかなか難しい気がします
 - ・商店街に店舗は出せないから。
 - ・申請書類、手続き等すごく多い。簡素にして欲しい。
 - ・正しくは活用したことが無い。
 - ・日本語がわからないから。英語版がほしい。
 - ・必要としていない
 - ・返済に追われる事になる
 - ・融資を受けてまでやる商売ではない
 - ・利用しても後が大変だし、何をやっても意味がない。
 - 廃業のため
- 問11. 市の商業施策について、貴方は今後どのようなものを望みますか。 また、地域活性化について、ご意見やご提案がありましたら、自由にお書き ください。
 - ・綾西バザールに人が来るように PR してほしい。
 - ・HPで綾瀬のグルメを探すと、市内店舗が一覧で見えるようにしてほしい。
 - ・HP で市内の空き店舗情報が分かるようにしてほしい。
 - ・市外の大型店への出品、出店の手引き(祭事など)
 - ・各農家と製造業との仲介・小規模な販売会みたいな事を市内各所で頻繁に開催して欲しい。
 - •70 代後半で体力も落ちてきています。頑張らないとと思いますが先々が不安です。
 - ・イベントなど増やし、市外からも、もっと多くの人達が来てくれると良いです。 (冬の花火など)
 - ・インターが完成することにより、その付近で道の駅のような大型施設があると良い。地元の商材を販売でき、そこに集まる人が消費し、更にイベントが行えたり

することが市内の活性化に繋がると思います。

- ・インターが出来たら道の駅を作ってみては?野菜や肉などの販売をしては?
- ・インターネットなどを作っているので他に商業店舗の増設、病院等の人々が綾瀬 に集まる様な事業をしてほしい。何にもない所に人は集まらないと思います。
- ・お祭りやイベントをたくさんする。綾瀬市ならではの商品をもっとPRしていく。
- たくさんあって書ききれない。
- ・ベースのフェンス越しに駐車場がありますが2台分にわたって荷物が置いてあります。一度不審者?酔っ払いのような人物が歩いていたのでフェンス越しにかくれながら逃げようかと思ったが荷物があって通れませんでした。どうにかなりませんか?
- ・学校を主に活動をしておりまして一生懸命勉強しながら郷土料理としても自宅の建物を保健所の許可を得て使用しております。保健所の職員の方も検査においでになってもっと広く使用してみたらと言われますが、今一生懸命児童の総合学習で各小学校3年生を対象に子供たちと勉強していますが頑張りたいと思います。質問も思うように回答できません。申し訳ありません。これからも出来れば前進したいと思っております。各学校のふれあいまつりには人気があり児童が作ったものを売りまして好評です。
- ・公共施設における市外業者の排除
- ・高齢化に伴って、運転免許返納される方が結構いらっしゃる地域をグループ化した配達サービス等の補助があればいいなと思う。(人的にも設備的にも)
- ・高齢者も多くなるし、長く生きる人も多くなるので、そんな方々が働けるシステム(職場)があると良いと思う。元気ならば80歳ぐらいまで。
- ・今後はネットや IT を利用した商業が必要となります。綾瀬市にふさわしい商品 開発とサービスを作ってください。
- ・仕事を続けるには活用できるものは活用したいが、今の自分の気持ちでは無理のようです。
- ・市、商工会の花火等のイベント、お祭りは的屋の露天商の時代ではない!もう少し、社会情報を考えなければ市として恥ずかしい?市内商店だけで出店をつのり活性化しなければ。いつまでも商店を考えない古い綾瀬市ではダメ!
- ・市で物品を購入する際、おそらく今は登録,入札等の複雑な仕組みがあると思うが、小額であれば市の職員が直接でも買えるようにしてはどうか
- ・市内に"商店街"を形成できる場所(土地)資金を都市計画の一つとして考える 必要が有ると思います。スマートインター開通に伴い道の駅風のご当地物産展街 を作る。
- ・小園団地周辺では地域全体が高齢化したためか活気がないように感じる。以前は 存在していたバザールもなくなり市外に買い物にいくようになっている。市役所 周辺の店舗に行く交通機関が充実していれば市内に目が向くのだが。
- ・床屋の場合 1.000 円床屋が出来てはまったくたちゆかない私などは 74 歳だから良いけど、若い人が理容の経営をしようとは無理。したがってなり手がいなくなる。

- ・全てにおいて世代交代した方が良いと思います。(20代~50代)中心で。
- ・相談窓口の設置と、決め細やかなアドバイスがあると助かります
- ・大きな植物園とか公園を作り四季の花をたくさん植えて入園料を取り市の収入源 に他市から人を呼び込む方法が良いかと思います。
- ・大型店が多いため個人の店も少なくなり、年齢も高くなるのでやめる店が増えて きました。
- ・地域の年代が高い為、今後配達を強化し、売上の維持をしていきたいと思いますが、品揃え(魚・練商品)がなかなか不安である
- ・地名の向上に向けた取り組み
- ・当店はドッグカフェわんこを連れていける場所が近くにない限り市内以外の人が来店することはあまり期待できない。ドッグランのある公園、花の名所(四季折々の花を楽しめる公園)といったわんこと一緒にお散歩できるようなお出かけできるような場所があったらと思います。商業施設も近隣にららぽーと等の大型施設があるのでそちらの方へ行ってしまいがち。他施設にない人気ショップがあるわけじゃないし…。綾瀬市にはいってみたいと思う観光地がない。最近 SNS でわんこと花の写真を撮影されている方が大変多いです。陽だまり公園のような花のきれいな公園のもっと規模が大きくわんこ OK の公園があるといい。陽だまり公園わんこ OK して欲しい。