

3. 商店街振興組合等への調査（団体調査）

1) 回収状況

平成 26 年 11 月 12 日～27 年 3 月 2 日に、大田区内の全ての商店街振興組合等を対象に、「団体調査」を実施し、その結果を分析した。

なお、調査票の回収数・回収率は以下の通りである。

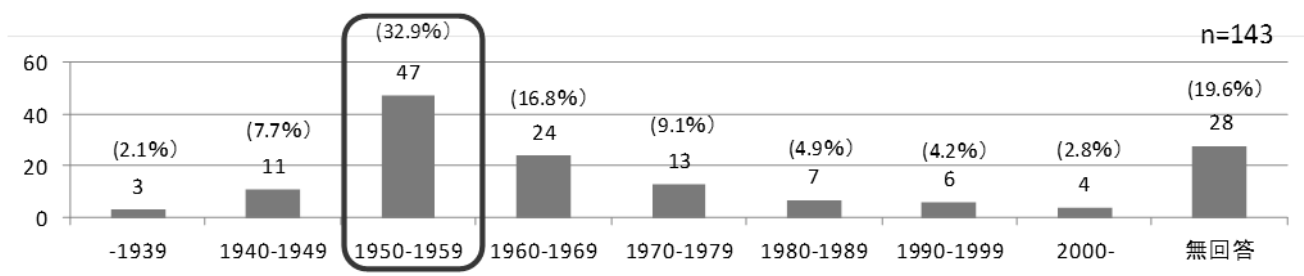
団体調査の回収数・回収率・調査票を回収できなかった商店街

	回収数（回収率）	調査票を回収できなかった商店街
団体調査 （商店街振興組合等を対象）	143 団体（98.6%）	2 団体 ・旭通り会 ・大森南一丁目商店会

2) 調査結果

■商店街の設立年

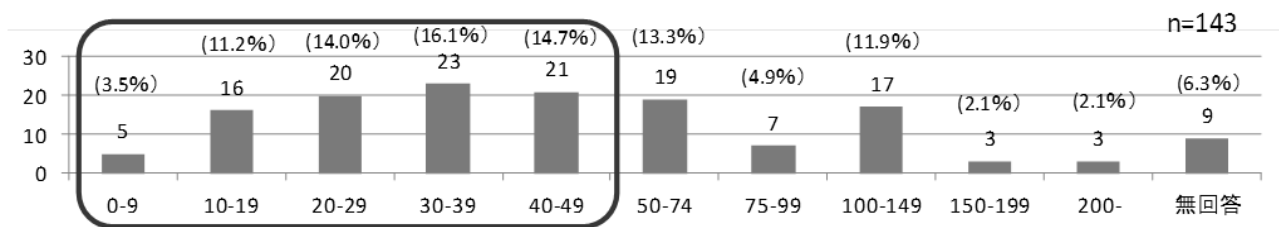
商店街の設立年は 1950 年代の設立が最も多く、全体の 3 分の 1 を占めている。設立年を平均すると 1962 年で、大半の商店街が設立から 50 年以上が経過している。



全体		年
1	平均の設立年	1962
2	最も古い設立年	1928
3	最も新しい設立年	2009

■商店街のエリア内の店舗数

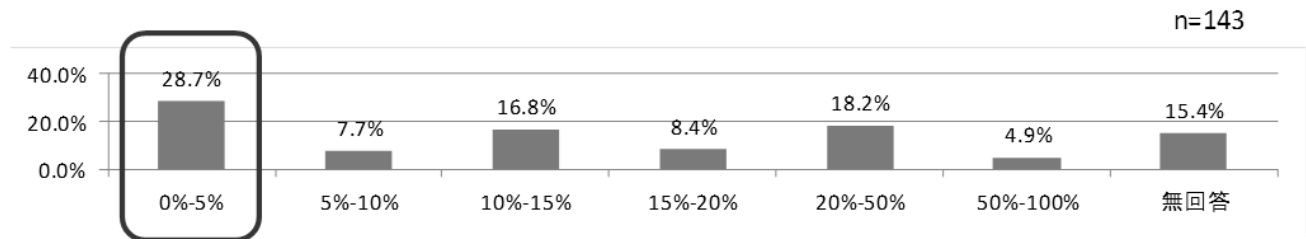
商店街のエリア内の店舗数は平均すると 58 店舗であり、中には 600 店もの商業集積がある商店街も存在している。一方、全体の半数以上は 50 店舗未満の組織となっている。



全体		店舗数
1	平均の店舗数	58.1
2	最も少ない店舗数	5
3	最も多い店舗数	600

■商店街のエリア内の非会員店舗数

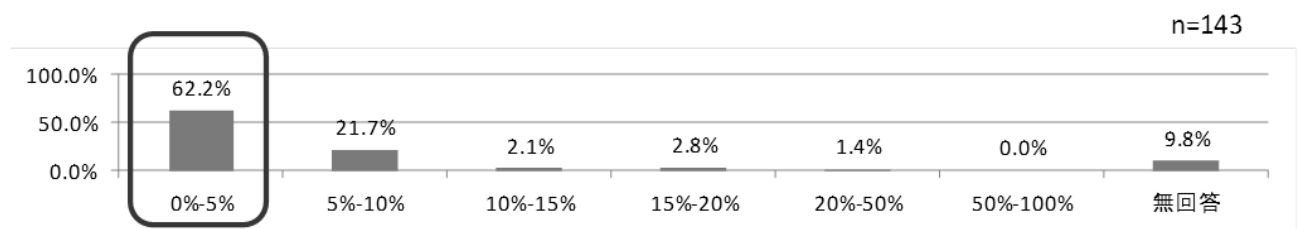
商店街のエリア内の非会員店舗数は平均すると12店舗であり、中には400店もの非会員店舗を抱える商店街も存在している。割合で見ると、エリア内で非会員店舗数が5%未満の商店街が全体の3割弱の一方で、20%以上の商店街も全体の2割強を占める。



全体		店舗数
1	平均の非会員店舗数	12.1
2	最も少ない非会員店舗数	0
3	最も多い非会員店舗数	400

■直近1年間で商店街に新規出店した店舗数

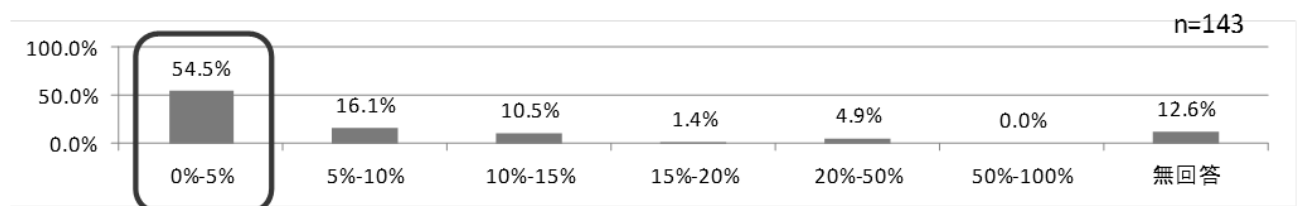
直近1年間で商店街に新規出店した店舗数は平均すると2.3店舗となっている。割合で見ると、エリア内で新規出店数が全体の5%未満にとどまる商店街が6割を超えている。



全体		店舗数
1	平均の新規出店店舗数	2.3
2	最も少ない新規出店店舗数	0
3	最も多い新規出店店舗数	15

■直近1年間で商店街で廃業した店舗数

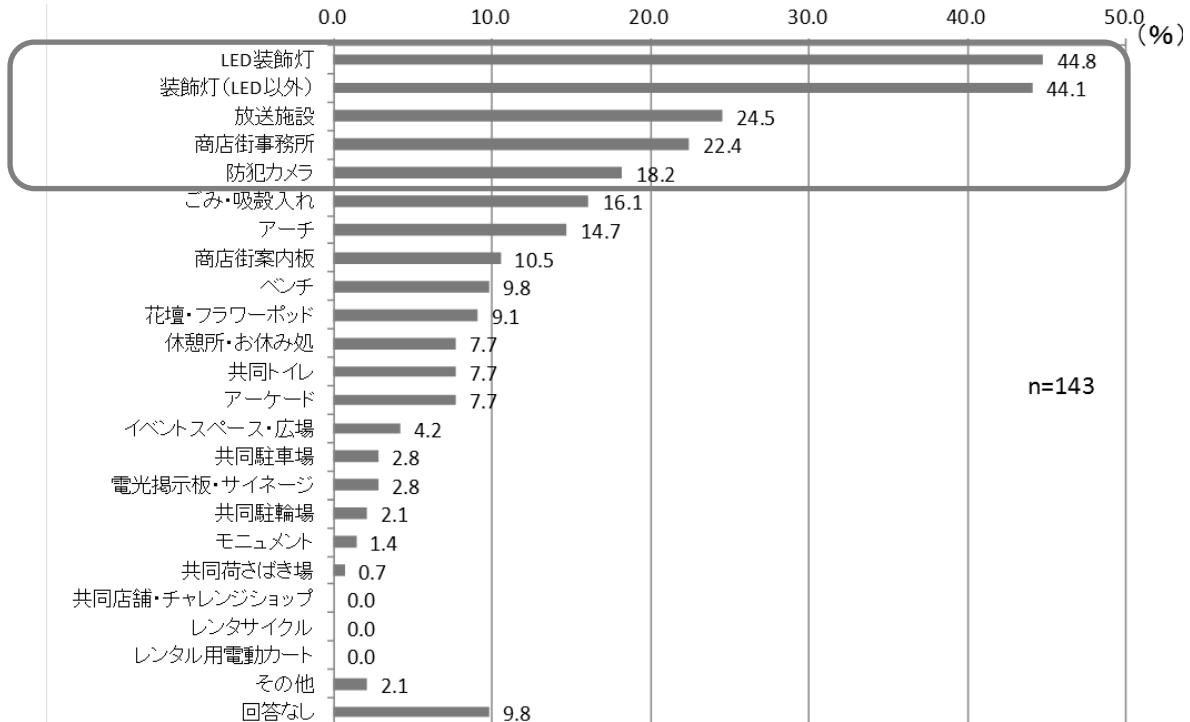
直近1年間で、商店街で廃業した店舗数は平均すると2.5店舗となっている。割合で見ると、エリア内で廃業店舗数が全体の5%未満にとどまる商店街が5割を超えている。



全体		店舗数
1	平均の廃業店舗数	2.5
2	最も少ない廃業店舗数	0
3	最も多い廃業店舗数	20

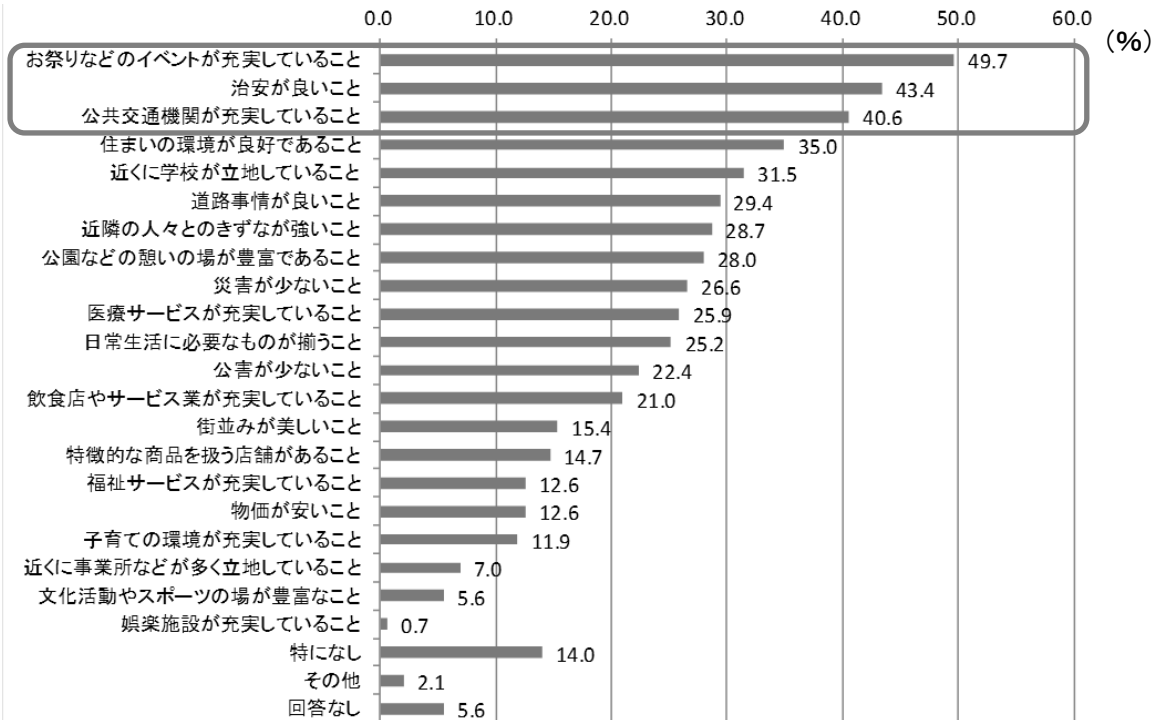
■現在、商店街として保有している施設

「LED 装飾灯」「装飾灯 (LED 以外)」は、合計で 9 割弱の商店街が保有している。次いで「放送施設」「商店街事務所」が 2 割台と続く。「防犯カメラ」も 2 割弱の商店街が既に設置をしている。



■活用できそうな地域の特徴・強み

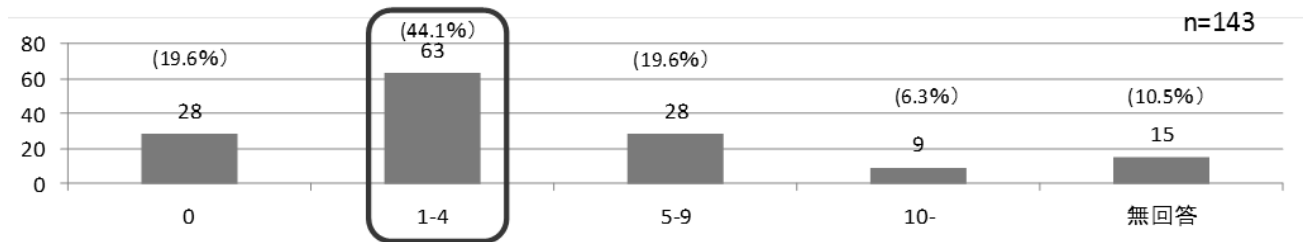
「お祭りなどのイベントが充実していること」が最も多く、全体の半数の商店街が挙げている。次いで「治安が良いこと」「公共交通機関が充実していること」が挙げられている。



■商店街の空き店舗の状況

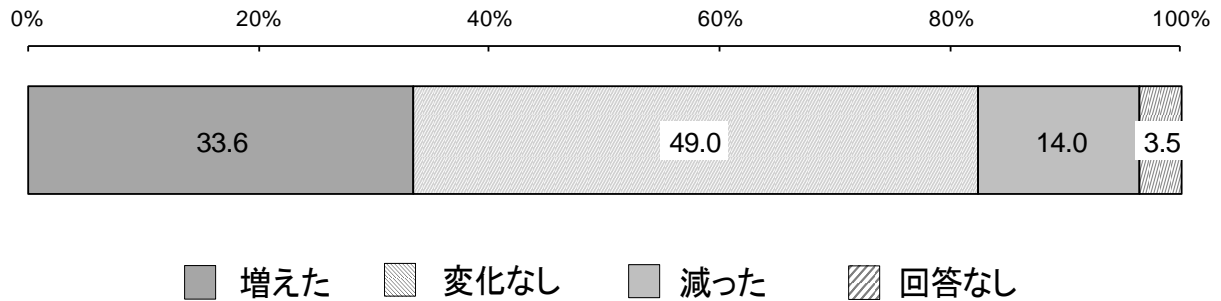
○空き店舗数

空き店舗数が1~4店舗ある商店街が全体の約44%で最も多く、なしは約20%、5店舗以上ある商店街は全体の約26%となっている。



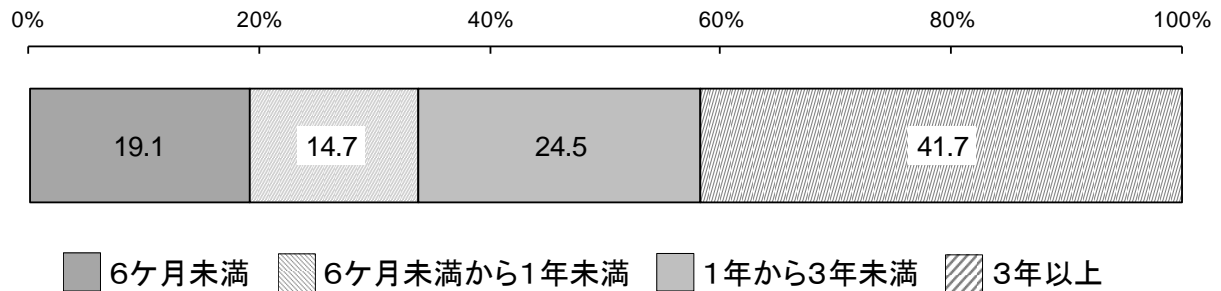
○空き店舗の直近5年間での変化

「増えた」と回答した商店街が全体の3分の1、「変化なし」と回答した商店街が全体の2分の1となっており、全体としてはやや増加傾向にある。



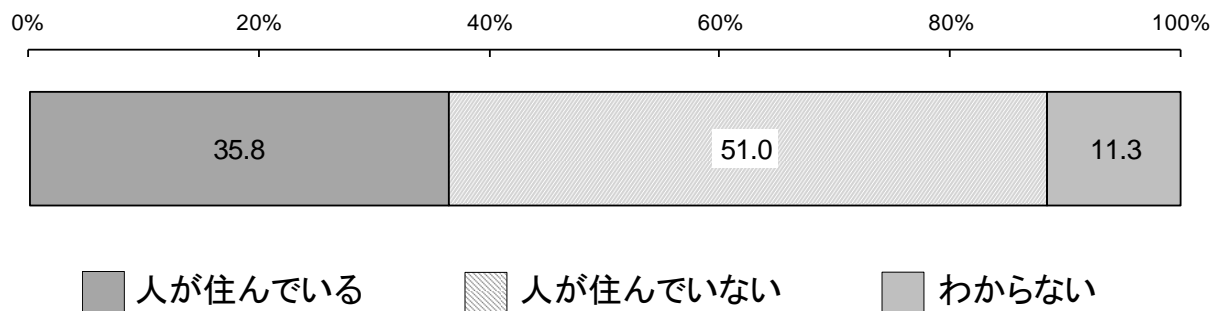
○空き店舗になっている期間

全体の約4割が「3年以上」の長期で空き店舗になっている。一方で「1年未満」の空き店舗も全体の3分の1を占めている。



○空き店舗への人の居住の有無

「人が住んでいる」空き店舗は全体の3分の1強となっている。



■商店街の空き店舗の対策

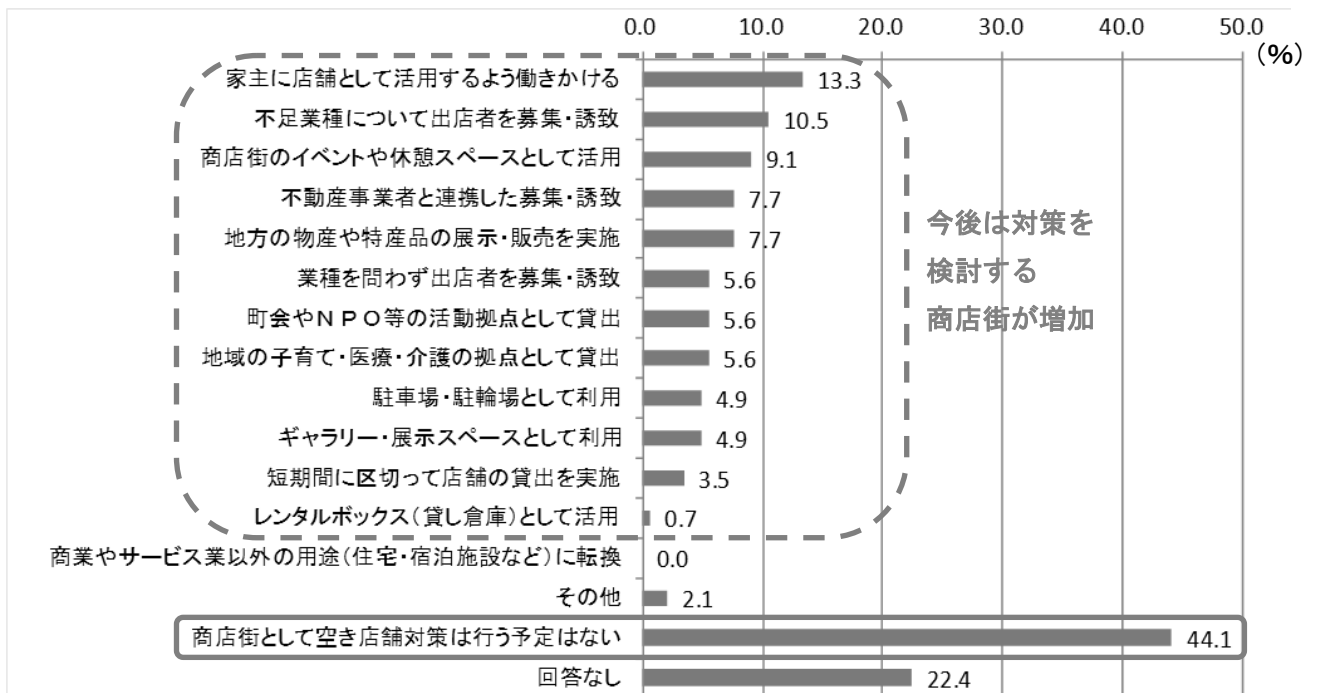
○商店街での空き店舗対策（現在）

ごく一部の商店街を除いて、商店街として空き店舗対策に取り組んでいない。



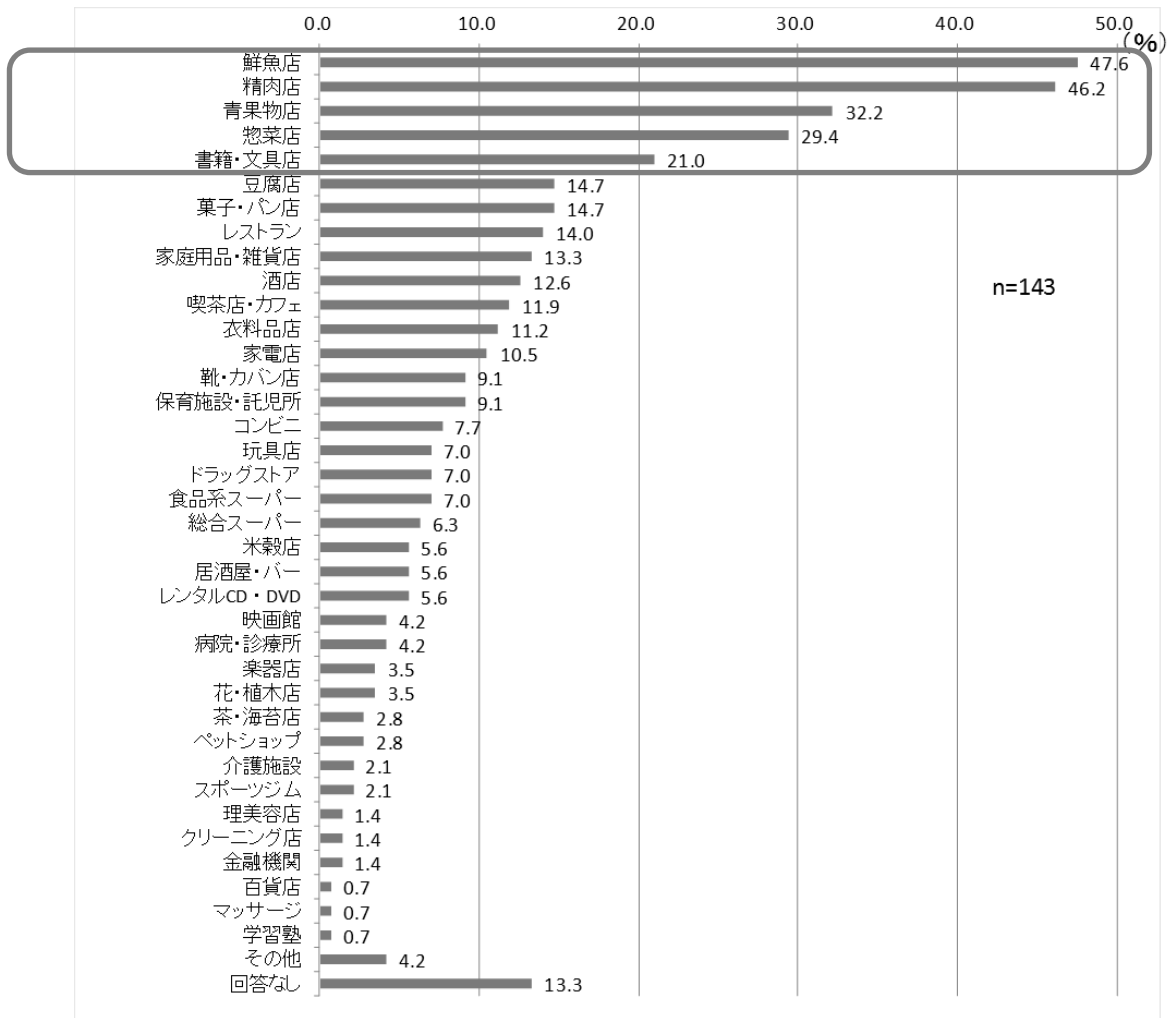
○商店街での空き店舗対策（今後）

依然として「商店街として空き店舗対策は行わない」という商店街が全体の約4割強を占めた。ただし、今後商店街として空き店舗対策に取り組む意向の商店街が増加している。中でも、「家主に店舗として活用するよう働きかける」が13.3%と最も多く、「不足業種について出店者を募集・誘致」「商店街のイベントや休憩スペースとして活用」が続いた。



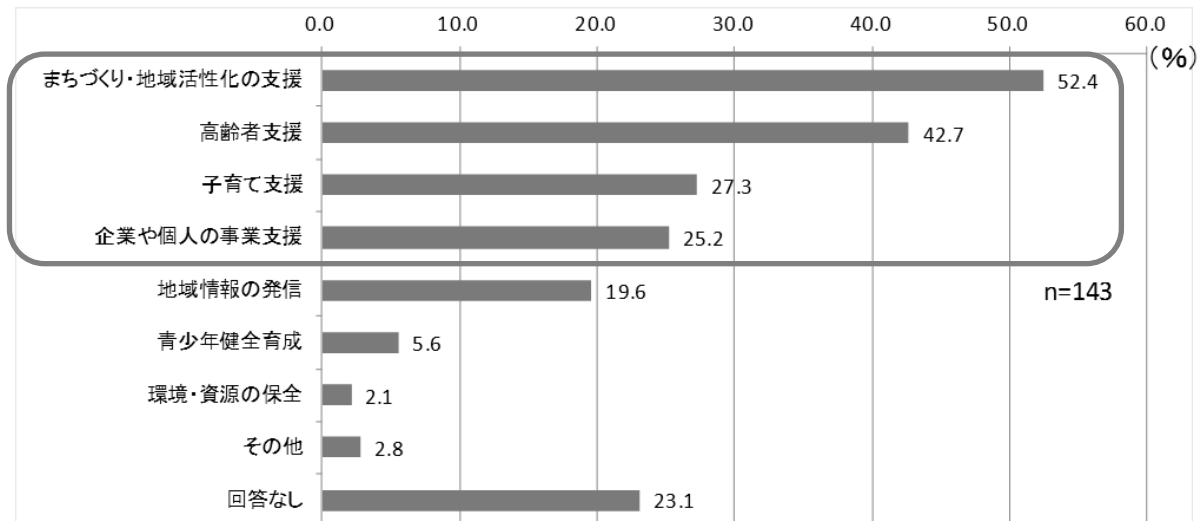
■新たに立地してほしい業種・業態

「鮮魚店」が最も割合が高く、次いで「精肉店」「青果物店」「惣菜店」「書籍・文具店」と続く。



■立地してほしいコミュニティビジネス

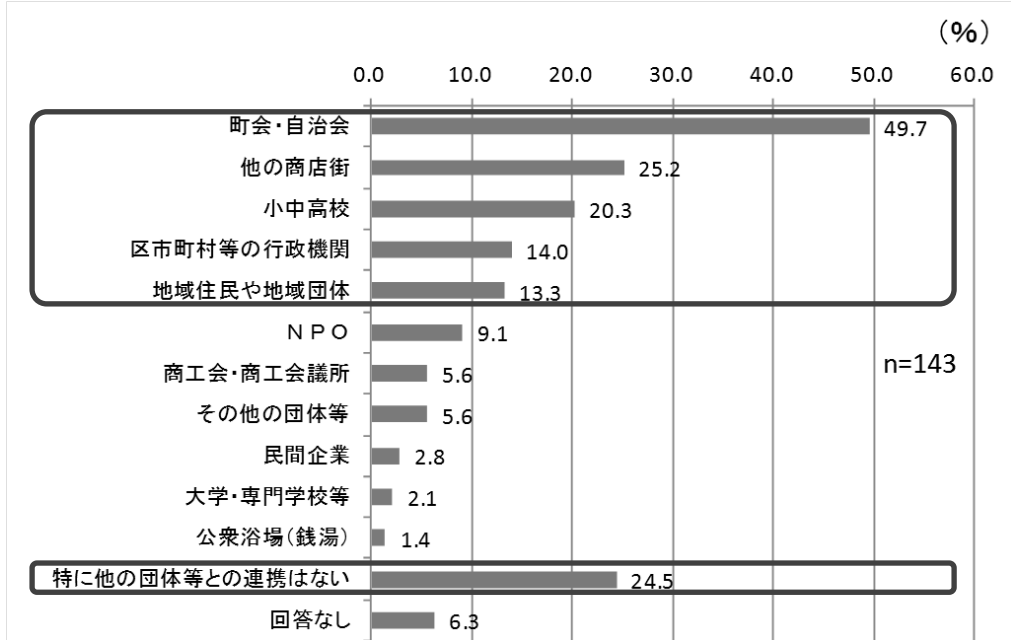
「まちづくり・地域活性化の支援」が52.4%と最も多く、次いで「高齢者支援」「子育て支援」「企業や個人の事業支援」と続いている。



■地域で連携している団体

○現在、連携している他の団体

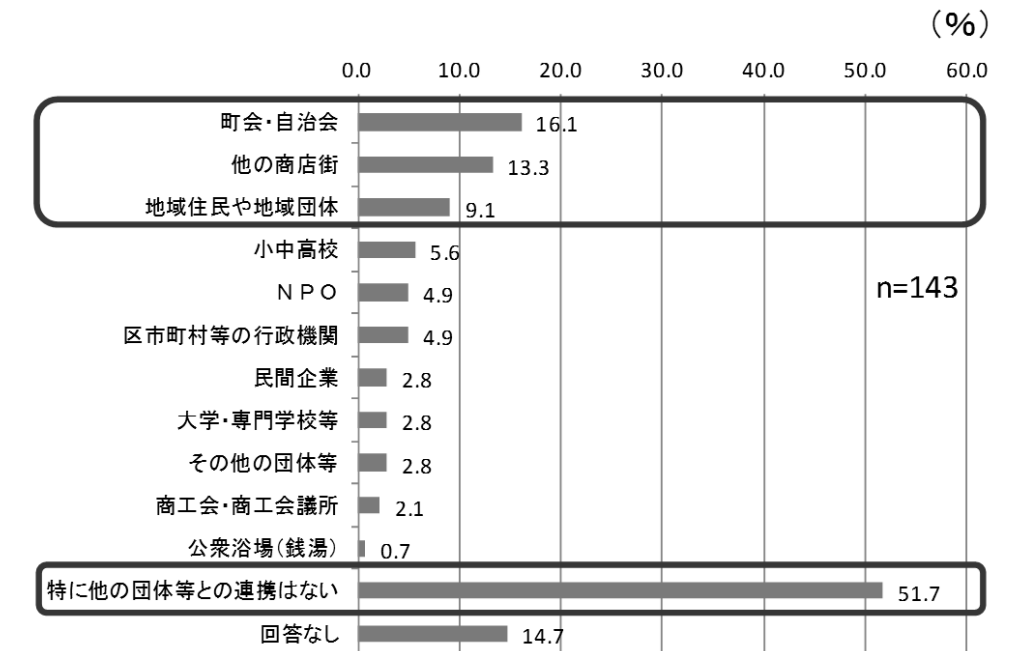
現在、連携している他の団体としては、「町会・自治会」が最も多く 49.7%、次いで「他の商店街」が 25.2%、「小中高校」が 20.3%、「区市町村等の行政機関」が 14.0%、「地域住民や地域団体」が 13.3%と続く。一方、4分の1の商店街は他団体等との連携はないと回答している。



○今後、連携していきたい他の団体

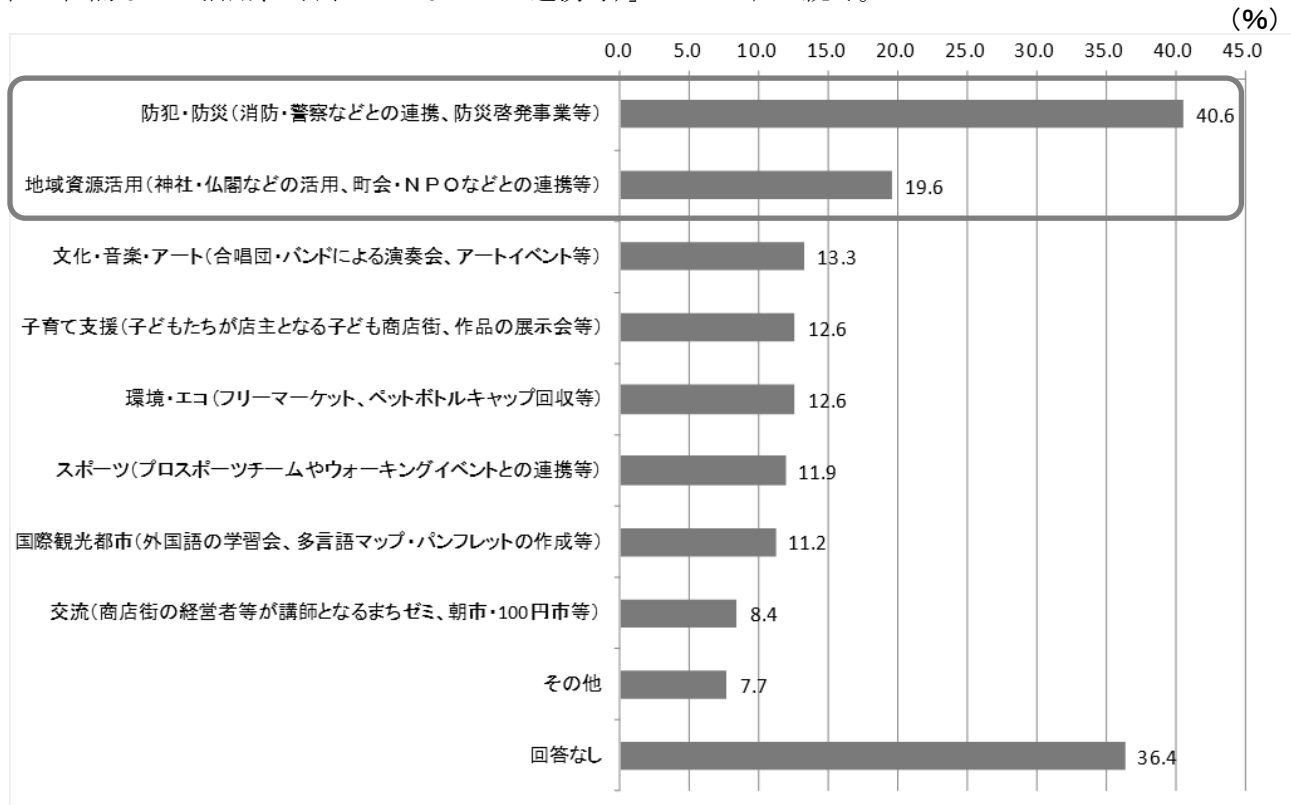
今後、連携していきたい他の団体としては、「町会・自治会」が最も多く 16.1%、「他の商店街」が 13.3%、「地域住民や地域団体」が 9.1%と続いている。

一方、「特に他の団体等との連携はない」という回答も 51.7%と、今後、新たに連携する団体を想定していない商店街も多い。



■商店街として取り組んでいきたい活動

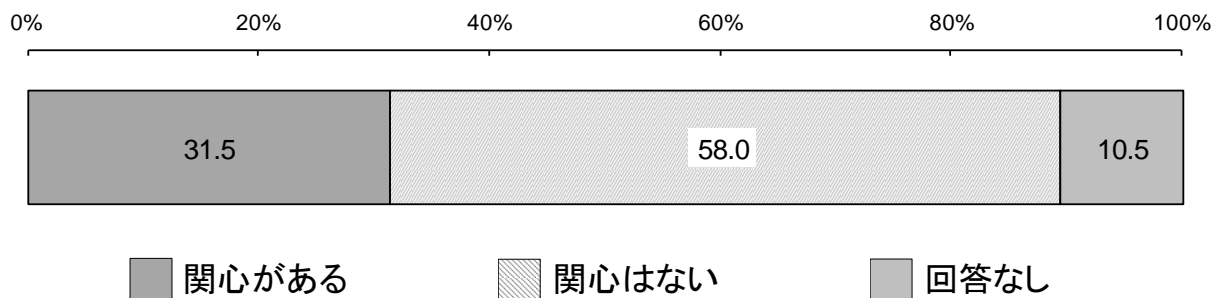
「防犯・防災（消防・警察などとの連携、防災啓発事業等）」が40.6%で最も多く、「地域資源活用（神社・仏閣などの活用、町会・NPOなどとの連携等）」が19.6%と続く。



■モデル商店街への関心

モデル商店街（※注）に関心を持っている商店街は、全体の3割強となっている。

※注： モデル商店街とは、「これからの商店街が目指すべき姿」を具体化した商店街づくりを、区内の他の商店街に先がけて試験的に実施する取り組み



■商店街として目指す方向性

「地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致」の割合が最も高い。

次いで「空き店舗等を活用した公益的機能（休憩所、情報拠点等）の整備」「オリンピック・パラリンピックの開催イベントの企画」「託児所や児童館などの子育て支援サービスの商店街への誘致」の割合が高い。

○個店調査・区民 Web アンケート調査との比較

● 個店との比較

「専門性を持った診療所・介護サービスの商店街への誘致」への関心が低い。

● 区民との比較：

「商店街内の複数の店舗と連携した移動販売・配送サービスの導入」と「創業・企業家の活動拠点の誘致」への関心が低い。

