

参考資料3. 商店街振興組合等の加盟店への調査（個店調査）

1) 回収状況

平成26年11月12日～27年3月2日に、大田区内の商店街振興組合等の加盟店（うち住所が大田区に届け出のある店舗）を対象に、商店街振興組合等の加盟店を対象とした「個店調査」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。

個店調査の回収数・回収率・調査票を回収できなかった商店街

	回収数（回収率）	配布数
個店調査 （商店街振興組合等の加盟店を対象）	1,914 店舗（27.6%）	6,937 店舗 ・商店街振興組合等から配布 5,174 店舗 ・個別発送 1,763 店舗

調査票の配布の流れ

■商店街振興組合等から配布の場合

- 上記の団体調査の調査票とあわせて、加盟店舗調査（個店調査）の調査票と回収用封筒を郵送した。
- 商店会・商店街振興組合に加盟する全ての店舗に、調査票と回収用封筒を配布いただいた。なお調査票の回収は、同封の返信封筒を使って郵送方式で行った。

■個別発送の場合

- 商店街が、加盟店舗への個別配布に対応できない場合は、調査事務局より各店舗に個別に調査票を郵送した。

商店街別の回収状況（1／2）

商店街名	送付件数	回収件数	回収率	備考
松栄ショッピングセンター会	7	6	85.7%	
一三三商店会	26	16	61.5%	
鶯の木デパート会	13	7	53.8%	
雪谷商店街振興組合	49	25	51.0%	
池上本門寺裏商友会	12	6	50.0%	
大森南一丁目商店会	4	2	50.0%	
池上柳本通り会	23	11	47.8%	
ジャーマン通り商店会	46	22	47.8%	
道塚富士見通り商店会	23	11	47.8%	
池上親栄会	13	6	46.2%	
萩中通り商店会	69	31	44.9%	
嶺共栄会	25	11	44.0%	
西馬込商店会	39	17	43.6%	
春日橋くすの木通り商店会	23	10	43.5%	
道塚本通り商店会	37	16	43.2%	
御嶽商店街振興組合	137	59	43.1%	
鶯の木東口商店会	35	15	42.9%	
観音通り共栄会	63	27	42.9%	
柳会	22	9	40.9%	
多摩川園商栄会	32	13	40.6%	
春日通り会	42	17	40.5%	
臼田坂下通り商店会	35	14	40.0%	
鶯の木平和会	20	8	40.0%	
田園調布商栄会	20	8	40.0%	
沼部商店会	50	20	40.0%	
池上本通り商店会	43	17	39.5%	
錦栄会通り商店会	18	7	38.9%	
南馬込本通り商店会	18	7	38.9%	
するがや通り商店会	49	19	38.8%	
池上姫沙羅通り会	26	10	38.5%	
大岡山南口商店会	76	29	38.2%	
赤松商店会	19	7	36.8%	
石川台希望ヶ丘商店街振興組合	106	39	36.8%	
梅屋敷梅交会協同組合	131	48	36.6%	
田園調布商店街振興組合	113	40	35.4%	
池上本門寺通り商店会	51	18	35.3%	
田園調布通り商店街	37	13	35.1%	
道塚宮元睦商店会	29	10	34.5%	
雪谷ミュキ協栄会	41	14	34.1%	
水門通り商店街振興組合	100	34	34.0%	
梅屋敷東通り商店街振興組合	104	35	33.7%	
久が原出世観音商店会	15	5	33.3%	
宮の橋通り商店会	27	9	33.3%	
森ヶ崎本通り商店街和合会	18	6	33.3%	
洗足池商店街振興組合	104	34	32.7%	
矢口渡荏原高校通商店街	41	13	31.7%	
大森貝塚商店街振興組合	19	6	31.6%	
キネマ通り商店会	54	17	31.5%	
ミハラ南商店街振興組合	67	21	31.3%	
入三銀座商店会	42	13	31.0%	
鶯の木銀座商店会	26	8	30.8%	
鶯の木名店街	13	4	30.8%	
長原商店街振興組合	143	44	30.8%	
蓮沼共栄商店会	36	11	30.6%	
北糺谷八幡通り商店会	23	7	30.4%	
久が原銀座商店街振興組合	106	32	30.2%	
馬込銀座会	37	11	29.7%	
西蒲田女塚通り会	54	16	29.6%	
池上仲通り商店会	69	20	29.0%	
大森商栄会	38	11	28.9%	
京浜蒲田駅前通り商店会	59	17	28.8%	
JR蒲田南口商店会	7	2	28.6%	
東蒲通り親睦会	35	10	28.6%	
大森八幡通り商店会	54	15	27.8%	
小池商栄会	40	11	27.5%	
池上表和会	22	6	27.3%	
鶯の木富士見通り商店会	22	6	27.3%	
羽田商店街振興組合	107	29	27.1%	
大森交通公園通り商栄会	26	7	26.9%	
御成橋通り商成会	26	7	26.9%	
新柳会商店街振興組合	30	8	26.7%	

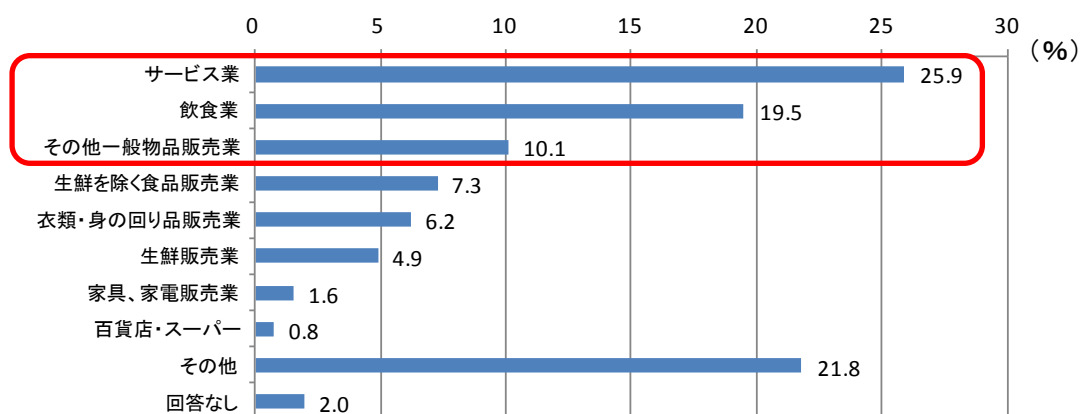
商店街別の回収状況（2 / 2）

商店街名	送付件数	回収件数	回収率	備考
矢口の渡商店会	125	33	26.4%	
大岡山北口商店街振興組合	148	39	26.4%	
田園調布福徳商店街振興組合	54	14	25.9%	
日の出銀座商店街振興組合	58	15	25.9%	
北馬込本通り協和会	31	8	25.8%	
池上東口商店会	48	12	25.0%	
大森ぎんなん通り会	60	15	25.0%	
新三実用センター	8	2	25.0%	
西蒲田商店街交友会	24	6	25.0%	
上池上商店会	89	22	24.7%	
蒲田西口商店街振興組合	129	31	24.0%	
平和島駅前商店会	105	25	23.8%	
入三商店会	59	14	23.7%	
大森柳本通り商店街振興組合	38	9	23.7%	
馬込文士村商店会	68	16	23.5%	
糞谷商店街振興組合	94	22	23.4%	
雑色商店街振興組合	248	58	23.4%	
西糞谷商店会	107	25	23.4%	
西糞谷観音堂商店会	40	9	22.5%	
久が原栄会	58	13	22.4%	
オニタビ通り親和会	36	8	22.2%	
京浜蒲田商店街協同組合	72	16	22.2%	
蒲田西口すずらん通り商店街振興組合	110	24	21.8%	
大森銀座商店街振興組合	147	32	21.8%	
馬込三本松通り商店会	46	10	21.7%	
大森町共栄会	102	22	21.6%	
馬込本通り協栄会	34	7	20.6%	
大森駅山王小路飲食店組合	40	8	20.0%	
千鳥町商栄会	125	25	20.0%	
東糞谷共栄会	25	5	20.0%	
穴守ふれあい通りサンサン会	37	7	18.9%	
蒲田共栄会	32	6	18.8%	
東久が原商栄会	64	12	18.8%	
池上桜通り商店会	11	2	18.2%	
南六郷団地ショッピングセンター店舗会	11	2	18.2%	
下丸子商栄会	62	11	17.7%	
あやめ商店会	52	9	17.3%	
蒲田東邦医大通り商盛会	35	6	17.1%	
池上駅前通り商店会	42	7	16.7%	
池上西銀座睦会	48	8	16.7%	
雪谷大塚商和会	12	2	16.7%	
蒲田西口クロス通り商店会	73	12	16.4%	
蒲田東口商店街商業協同組合	227	34	15.0%	
大森駅東口商店会	67	10	14.9%	
大森ミハラ通り仲町商店会	50	7	14.0%	
山王商店会	37	5	13.5%	
安方大通り会	41	5	12.2%	
出村通り共栄会	43	5	11.6%	
蒲田工学院通り会	27	3	11.1%	
蓮沼大通り商店街振興組合	48	5	10.4%	
前の浦商店会	29	3	10.3%	
石川台駅前商店会	40	4	10.0%	
武蔵新田商店会	158	15	9.5%	
大島居商店会	64	6	9.4%	
蒲田本町商店会	32	3	9.4%	
大城通り商店会	75	7	9.3%	
大森本町ミハラ通り北商店会	22	2	9.1%	
蒲田西口親栄会	23	2	8.7%	
下丸子商店会	58	5	8.6%	
堤方商栄会	24	2	8.3%	
西梅屋敷通り親盛会	26	2	7.7%	
大森駅山王口商店会	60	4	6.7%	
大森駅東口並商店街親和会	15	1	6.7%	
池上東電通り会	35	2	5.7%	
東糞谷商店睦会	63	3	4.8%	
久が原駅前通り末広商店会	43	2	4.7%	
蒲田東急駅前通り会	54	2	3.7%	
大岡山睦会	68	2	2.9%	
東邦医大通り商栄会	34	1	2.9%	
山王三丁目商店街振興組合	38	0	0.0%	
地下鉄馬込駅前通り共栄会	1	0	0.0%	電話番号が特定された会員が1件のみ。1件もつながらない。
仲六郷一丁目商店会				調査辞退
旭通り会				調査辞退
六郷土手商店会				調査辞退

2) 調査結果

■業種

加盟店の業種を見ると、「サービス業」が最も多く 25.9%、次いで「飲食業」が 19.5%、「その他一般物品販売業」が 10.1%となった。



	回答数	%
全体	1,913	100.0
1 生鮮販売業	94	4.9
2 生鮮を除く食品販売業	139	7.3
3 衣類・身の回り品販売業	119	6.2
4 家具、家電販売業	30	1.6
5 その他一般物品販売業	193	10.1
6 飲食業	373	19.5
7 百貨店・スーパー	15	0.8
8 サービス業	495	25.9
9 その他	417	21.8
D 回答なし	38	2.0

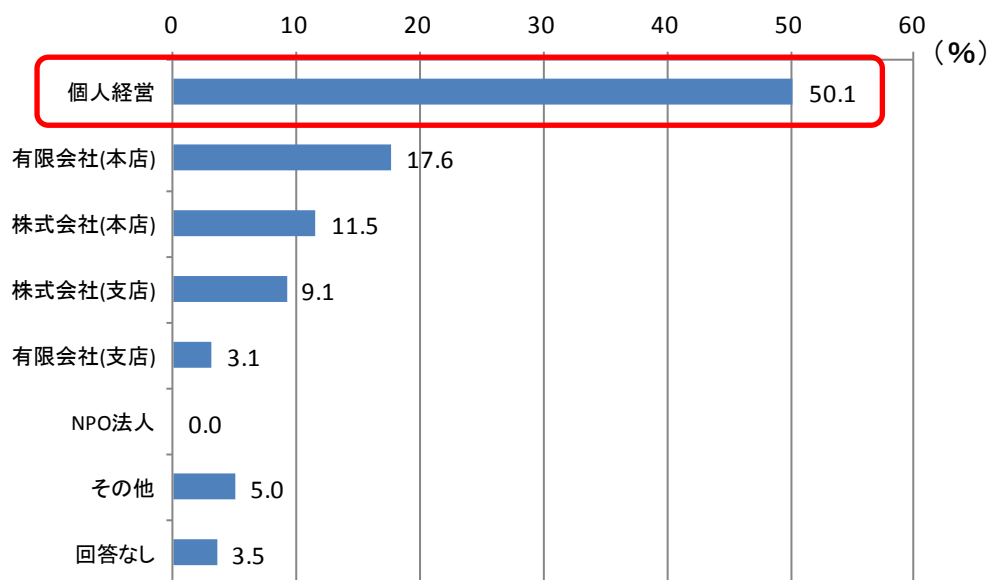
■創業時期

創業時期については、平均すると 1974 年と、創業から 40 年程度の店舗が多くを占めた。

	回答数	年
全体	1,513	
1 平均の創業年		1974
2 最も古い創業年		1392
3 最も新しい創業年		2014

■経営形態

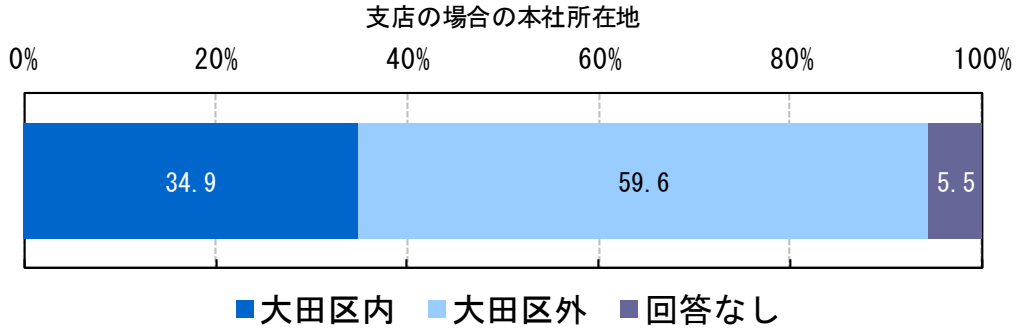
経営形態を見ると、「個人経営」が最も多く 50.1%を占めた。次いで「有限会社（本店）」が 17.6%、「株式会社（本店）」が 11. %、「株式会社（支店）」が 9.1%、「有限会社（支店）」が 3.1%となった。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	個人経営	959	50.1
2	株式会社(本店)	220	11.5
3	株式会社(支店)	175	9.1
4	有限会社(本店)	336	17.6
5	有限会社(支店)	60	3.1
6	NPO法人	0	0.0
7	その他	96	5.0
D	回答なし	67	3.5

■支店の場合の本社所在地

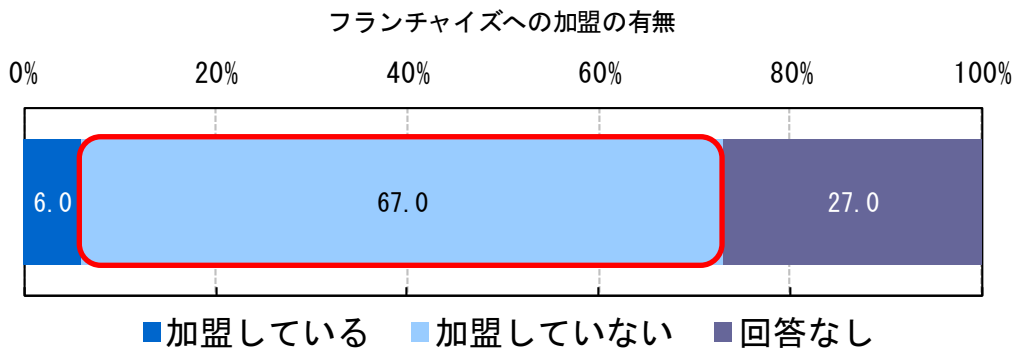
支店の場合の本社所在地については、約6割が大田区外に立地していた。



	回答数	%
全体	235	100.0
1 大田区内	82	34.9
2 大田区外	140	59.6
D 回答なし	13	5.5

■フランチャイズへの加盟の有無

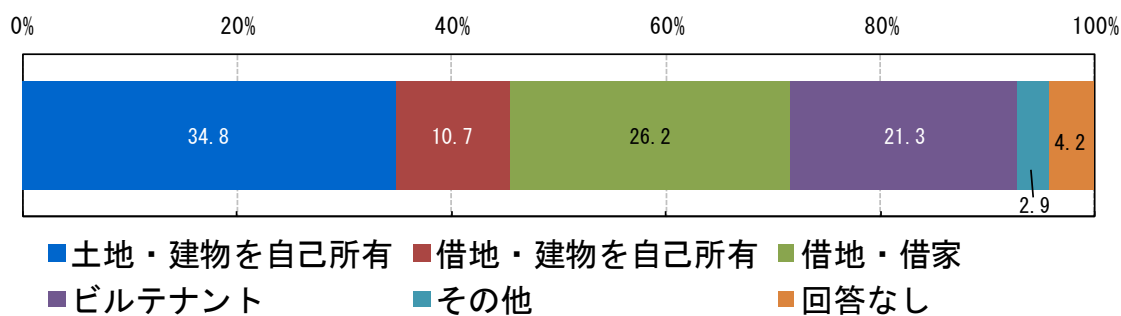
フランチャイズへの加盟の有無については、全体の3分の2がフランチャイズには加盟をしていない。



	回答数	%
全体	1,913	100.0
1 加盟している	115	6.0
2 加盟していない	1,281	67.0
D 回答なし	517	27.0

■店舗の保有状況

土地・建物の所有の有無については、全体 3 分の 1 強が「土地・建物を自己所有」している店舗である一方、全体の約半数は「借地・借家」「ビルテナント」となっており、賃料を払う形態が主流となっている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	土地・建物を自己所有	665	34.8
2	借地・建物を自己所有	204	10.7
3	借地・借家	501	26.2
4	ビルテナント	407	21.3
5	その他	56	2.9
D	回答なし	80	4.2

■店舗面積（㎡で回答）

店舗面積（㎡で回答）の平均は約 150 ㎡と、小規模な店舗が大半を占める。

全体		回答数	㎡
		384	
1	平均の店舗面積		148.6
2	最も小さい店舗面積		3.0
3	最も大きい店舗面積		10,450.0

■店舗面積（坪で回答）

店舗面積（坪で回答）の平均は 22 坪と、小規模な店舗が大半を占める。

全体		回答数	坪
		1,120	
1	平均の店舗面積		22.0
2	最も小さい店舗面積		1.0
3	最も大きい店舗面積		365.0

■店舗建築年

店舗建築年の平均は 1984 年と、既に 40 年以上経過した建物が多く、老朽化が進んでいる。

全体		回答数	年
		1,239	
1	平均の店舗建築年		1984
2	最も古い店舗建築年		1850
3	最も新しい店舗建築年		2018

■来店者数（平日）

来店者数（平日）の平均は、75.6 名となっている。

全体		回答数	人
		1,610	
1	平均の来店者数		75.6
2	最も少ない来店者数		0.0
3	最も多い来店者数		2,700.0

■来店者数（土休日）

来店者数（土休日）の平均は、76.3 名となっている。

全体		回答数	人
		1,384	
1	平均の来店者数		76.3
2	最も少ない来店者数		0.0
3	最も多い来店者数		2,800.0

■客単価

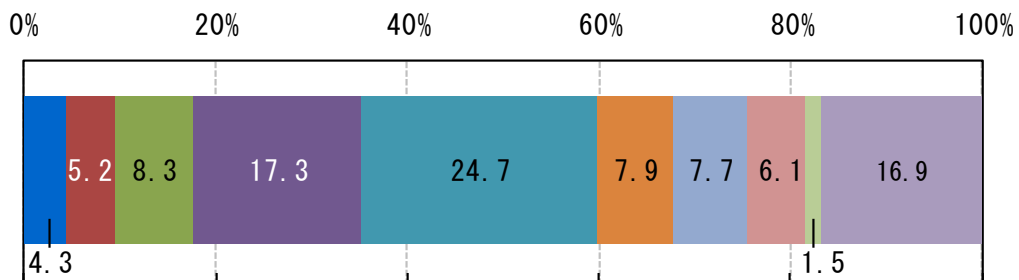
客単価の平均は、1,328 円となっている。

全体		回答数	円
1	平均の顧客単価	1,328	66,403.4
2	最も少ない顧客単価		0.0
3	最も多い顧客単価		50,000,000.0

■年間販売額

年間販売額を見ると、1,000～2,999 万円が最も多く 24.7%、次いで 500～999 万円が 17.3%と続く。1 億円以上の売上がある店舗は、7.6%にとどまる。

店舗の売上高



- 100 万円未満
- 100 ～249 万円
- 250 ～499 万円
- 500 ～999 万円
- 1,000 ～2,999 万円
- 3,000 ～4,999 万円
- 5,000 ～9,999 万円
- 1 ～3 億円未満
- 3 億円以上
- 回答なし

全体		回答数	%
1	100 万円未満	82	4.3
2	100 ～249 万円	99	5.2
3	250 ～499 万円	159	8.3
4	500 ～999 万円	331	17.3
5	1,000 ～2,999 万円	473	24.7
6	3,000 ～4,999 万円	152	7.9
7	5,000 ～9,999 万円	148	7.7
8	1 ～3 億円未満	117	6.1
9	3 億円以上	28	1.5
D	回答なし	324	16.9

■現在の従業員数（合計）

現在の従業員数（合計）の平均は6.2人である。

		回答数	人
全体		1,662	
1	平均の従業員数		6.2
2	最も少ない従業員数		1.0
3	最も多い従業員数		674.0

■現在の従業員数（家族従業員数）

現在の従業員数（家族従業員数）の平均は1.7人である。

		回答数	人
全体		991	
1	平均の従業員数(家族従業員数)		1.7
2	最も少ない従業員数(家族従業員数)		1.0
3	最も多い従業員数(家族従業員数)		8.0

■現在の従業員数（常勤役員・正社員(家族従業員を除く)(経営者本人を含む)）

現在の従業員数（常勤役員・正社員（家族従業員を除く）（経営者本人を含む））の平均は5.0人である。

		回答数	人
全体		798	
1	平均の従業員数(常勤役員・正社員(家族従業員を除く))		5.0
2	最も少ない従業員数(常勤役員・正社員(家族従業員を除く))		1.0
3	最も多い従業員数(常勤役員・正社員(家族従業員を除く))		523.0

■現在の従業員数（パート・アルバイト・契約社員）

現在の従業員数（パート・アルバイト・契約社員）の平均は5.5人である。

		回答数	人
全体		760	
1	平均の従業員数(パート・アルバイト・契約社員)		5.5
2	最も少ない従業員数(パート・アルバイト・契約社員)		1.0
3	最も多い従業員(パート・アルバイト・契約社員)		150.0

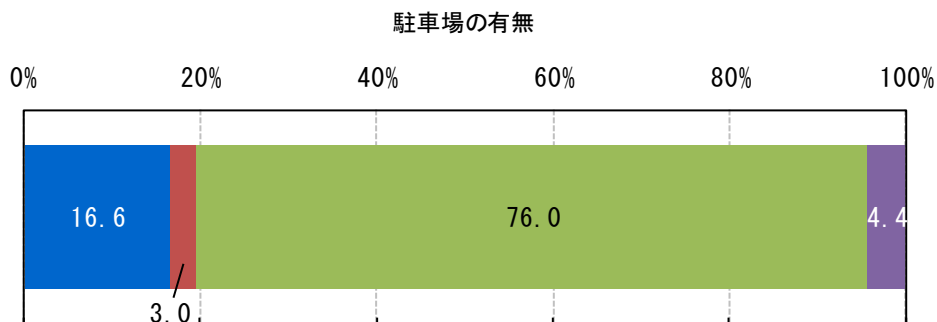
■現在の従業員数（派遣社員）

現在の従業員数（派遣社員）の平均は3.1人である。

		回答数	人
全体		52	
1	平均の従業員数(派遣社員)		3.1
2	最も少ない顧客単価(派遣社員)		1.0
3	最も多い顧客単価(派遣社員)		22.0

■駐車場の有無

駐車場については、専用駐車場・共同駐車場のいずれかを持つ店舗は2割弱にとどまり、大半の店舗では駐車場を有していない。

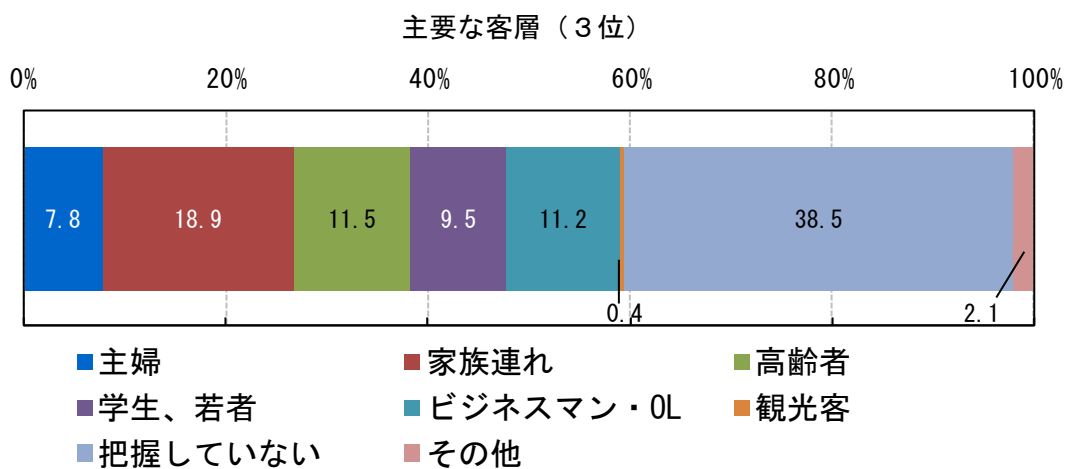
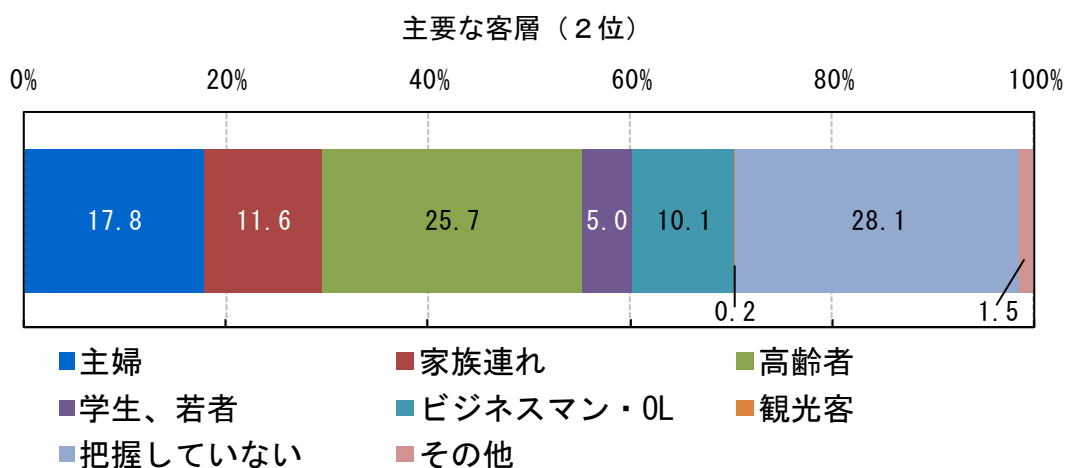
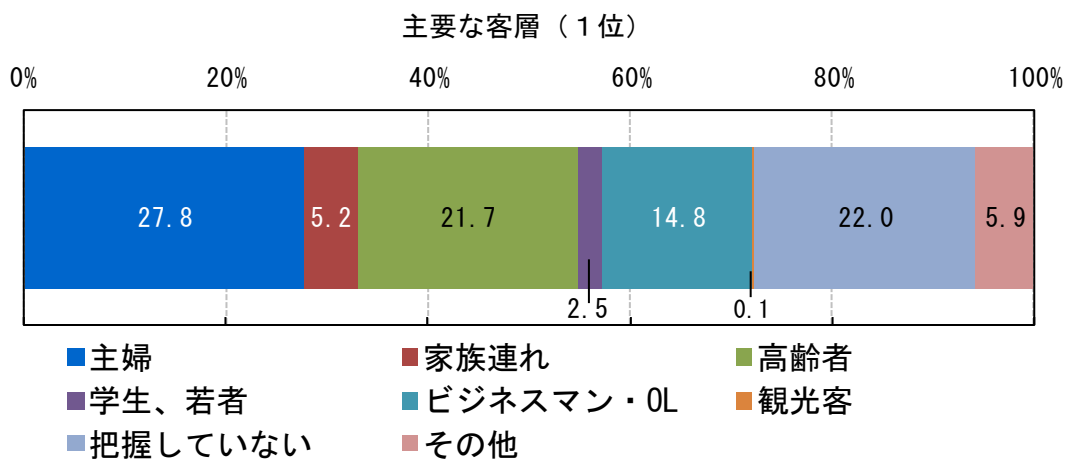


■あり(専用駐車場) ■あり(共同駐車場) ■なし ■回答なし

	回答数	%
全体	1,913	100.0
あり(専用駐車場)	317	16.6
あり(共同駐車場)	58	3.0
なし	1,453	76.0
回答なし	85	4.4

■主要な客層

主要な客層については、主婦、高齢者、ビジネスマン・OLを挙げる割合が高い。家族連れは2位・3位の客層として高い割合となっている。



各店舗の主要な客層

【1位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	主婦	532	27.8
2	家族連れ	99	5.2
3	高齢者	416	21.7
4	学生、若者	48	2.5
5	ビジネスマン・OL	283	14.8
6	観光客	2	0.1
7	把握していない	421	22.0
8	その他	112	5.9

【2位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	主婦	341	17.8
2	家族連れ	222	11.6
3	高齢者	492	25.7
4	学生、若者	96	5.0
5	ビジネスマン・OL	193	10.1
6	観光客	3	0.2
7	把握していない	537	28.1
8	その他	29	1.5

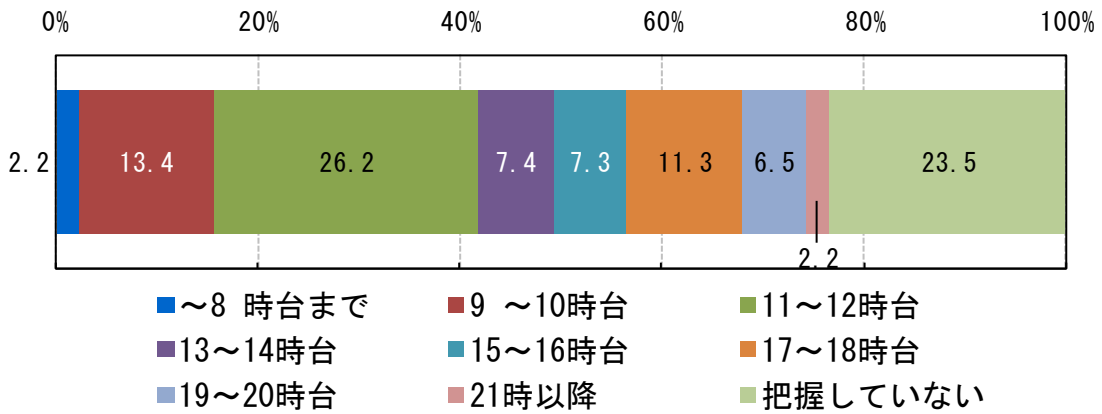
【3位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	主婦	150	7.8
2	家族連れ	362	18.9
3	高齢者	220	11.5
4	学生、若者	182	9.5
5	ビジネスマン・OL	214	11.2
6	観光客	8	0.4
7	把握していない	737	38.5
8	その他	40	2.1

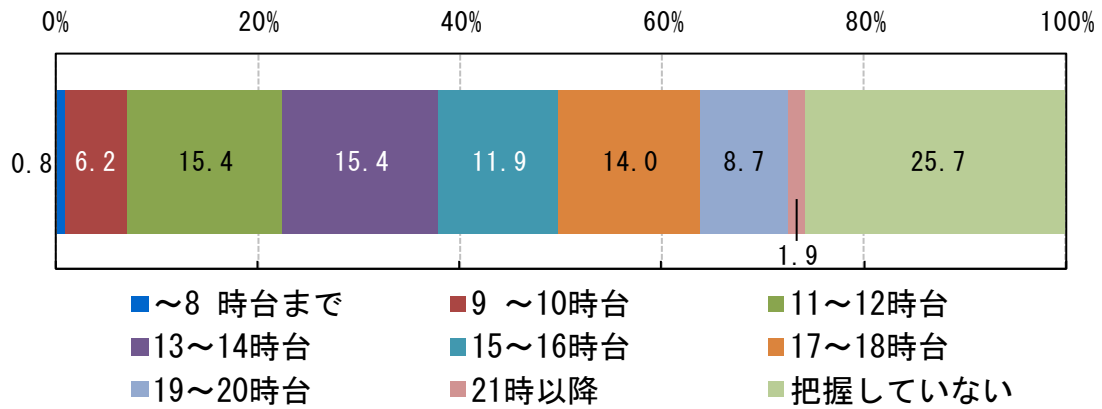
■来店者の多い時間帯

来店者の多い時間帯については、11～12時台の割合が最も高く、次いで17～18時台、13～14時台と続いている。

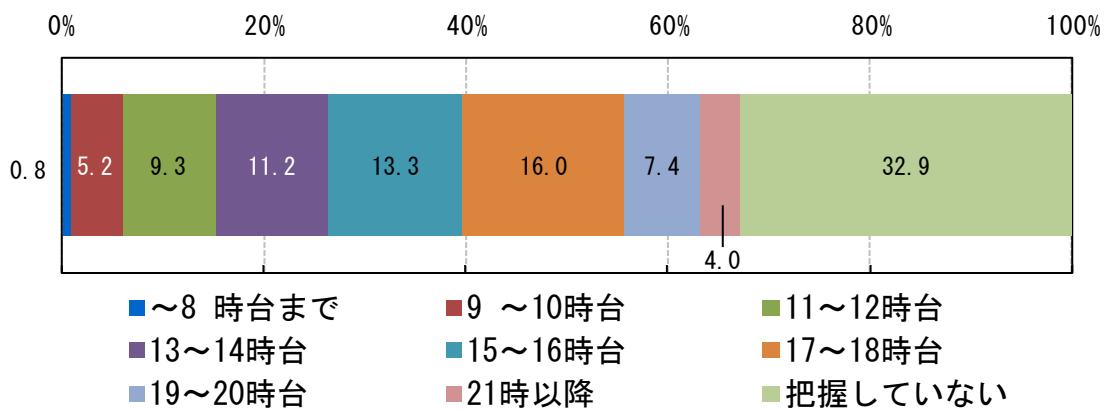
来店者の多い時間帯（1位）



来店者の多い時間帯（2位）



来店者の多い時間帯（3位）



各店舗の来店者の多い時間帯

【1位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～8 時台まで	42	2.2
2	9～10時台	257	13.4
3	11～12時台	501	26.2
4	13～14時台	142	7.4
5	15～16時台	139	7.3
6	17～18時台	217	11.3
7	19～20時台	124	6.5
8	21時以降	42	2.2
9	把握していない	449	23.5

【2位】

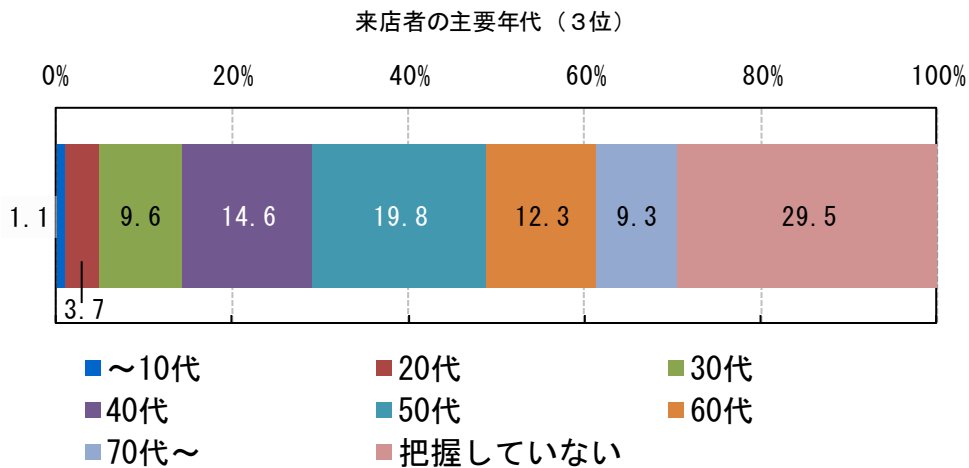
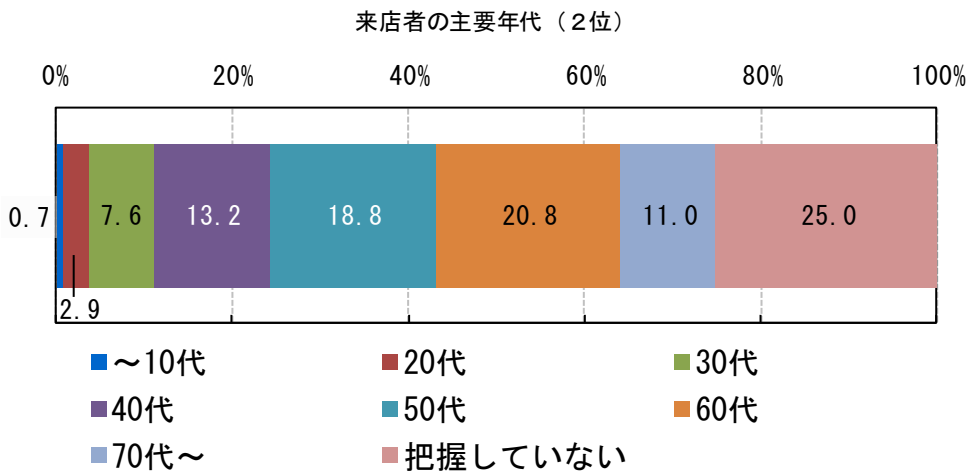
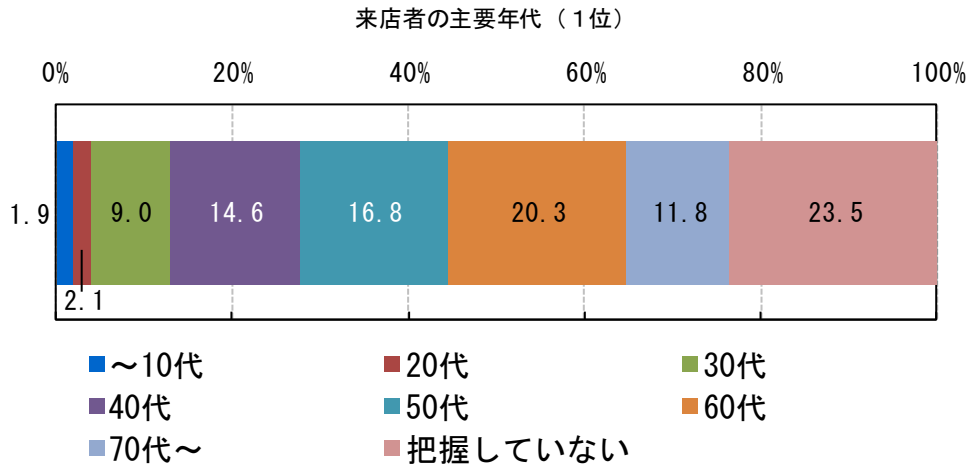
		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～8 時台まで	16	0.8
2	9～10時台	119	6.2
3	11～12時台	295	15.4
4	13～14時台	294	15.4
5	15～16時台	227	11.9
6	17～18時台	268	14.0
7	19～20時台	166	8.7
8	21時以降	37	1.9
9	把握していない	491	25.7

【3位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～8 時台まで	15	0.8
2	9～10時台	99	5.2
3	11～12時台	178	9.3
4	13～14時台	214	11.2
5	15～16時台	254	13.3
6	17～18時台	306	16.0
7	19～20時台	141	7.4
8	21時以降	77	4.0
9	把握していない	629	32.9

■来店者の主要年代

来店者の主要年代については、60代が最も多く、次いで50代・40代と続いている。11～12時台の割合が最も高く、次いで17～18時台、13～14時台と続いている。30代以下が主要年代となっている店舗は全体の10%強にとどまる。



各店舗の来店者の主要年代

【1位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～10代	37	1.9
2	20代	40	2.1
3	30代	173	9.0
4	40代	279	14.6
5	50代	322	16.8
6	60代	388	20.3
7	70代～	225	11.8
8	把握していない	449	23.5

【2位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～10代	13	0.7
2	20代	56	2.9
3	30代	145	7.6
4	40代	252	13.2
5	50代	360	18.8
6	60代	398	20.8
7	70代～	210	11.0
8	把握していない	479	25.0

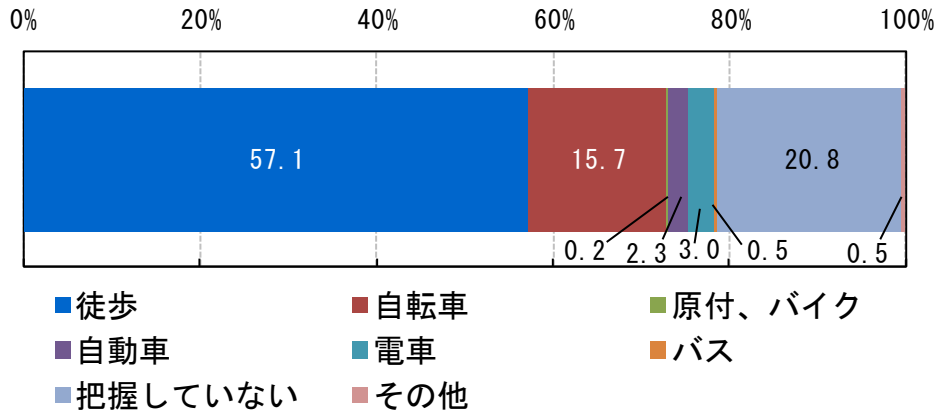
【3位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	～10代	21	1.1
2	20代	71	3.7
3	30代	184	9.6
4	40代	280	14.6
5	50代	378	19.8
6	60代	236	12.3
7	70代～	178	9.3
8	把握していない	565	29.5

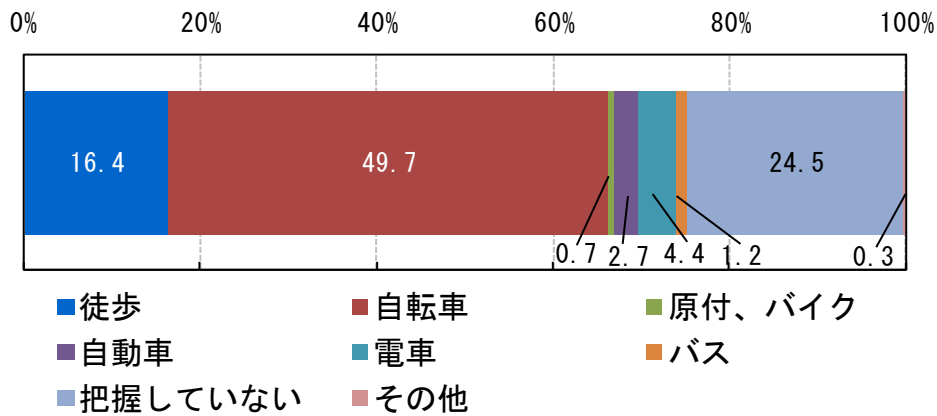
■来店者の交通手段

来店者の交通手段については、徒歩が最も多く、次いで自転車と続いている。その他には原付・バイク、自動車、電車などがあるが、徒歩・自転車の割合が圧倒的に高い。

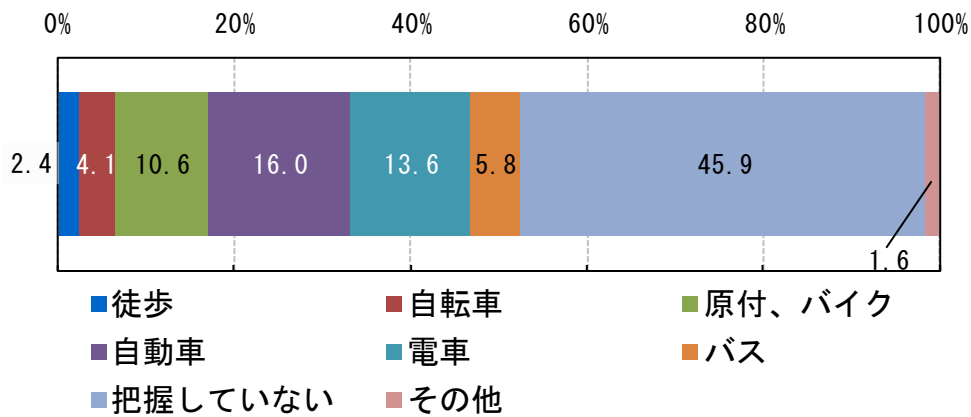
来店者の交通手段（1位）



来店者の交通手段（2位）



来店者の交通手段（3位）



各店舗の来店者の交通手段

【1位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	徒歩	1,093	57.1
2	自転車	300	15.7
3	原付、バイク	3	0.2
4	自動車	44	2.3
5	電車	57	3.0
6	バス	10	0.5
7	把握していない	397	20.8
8	その他	9	0.5

【2位】

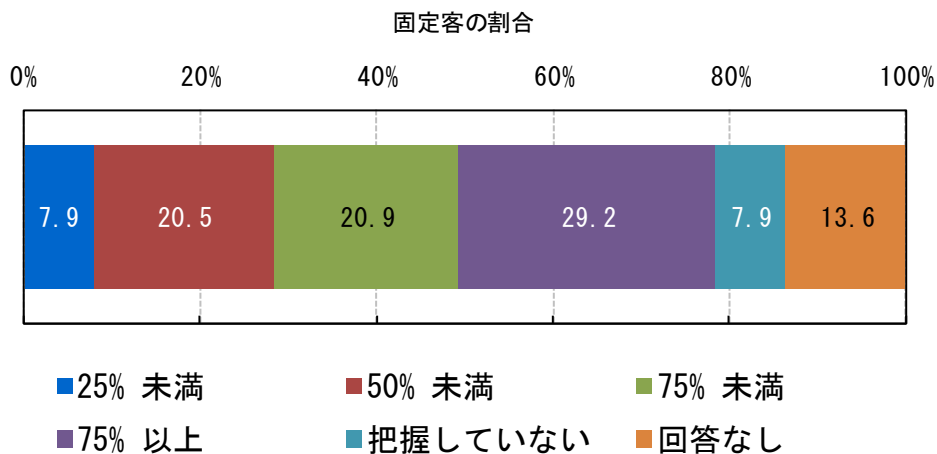
		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	徒歩	314	16.4
2	自転車	951	49.7
3	原付、バイク	13	0.7
4	自動車	52	2.7
5	電車	85	4.4
6	バス	23	1.2
7	把握していない	469	24.5
8	その他	6	0.3

【3位】

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	徒歩	45	2.4
2	自転車	78	4.1
3	原付、バイク	203	10.6
4	自動車	307	16.0
5	電車	261	13.6
6	バス	110	5.8
7	把握していない	879	45.9
8	その他	30	1.6

■固定客の割合

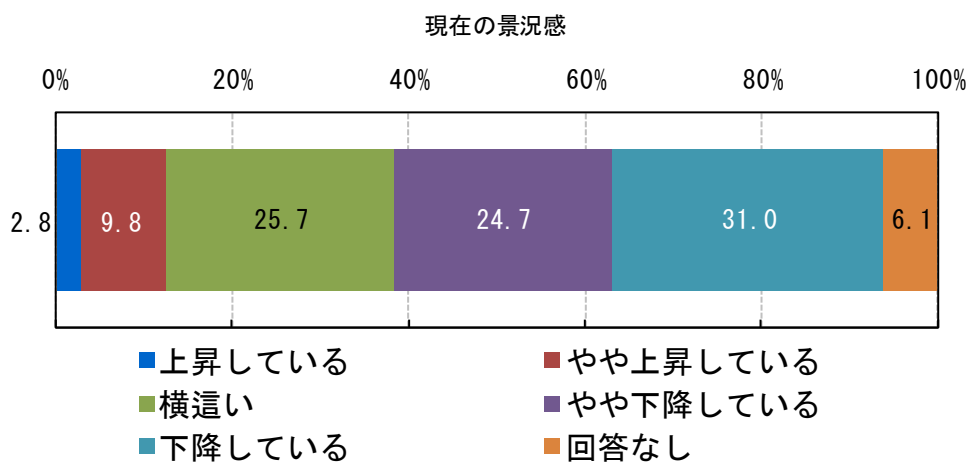
固定客の割合については、「75%以上」という回答が全体の3割を占め、次いで「75%未満」・「50%未満」がそれぞれ2割ずつとなっている。全般的に固定客の割合は高い。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	25% 未満	151	7.9
2	50% 未満	392	20.5
3	75% 未満	400	20.9
4	75% 以上	558	29.2
5	把握していない	151	7.9
D	回答なし	261	13.6

■現在の景況感

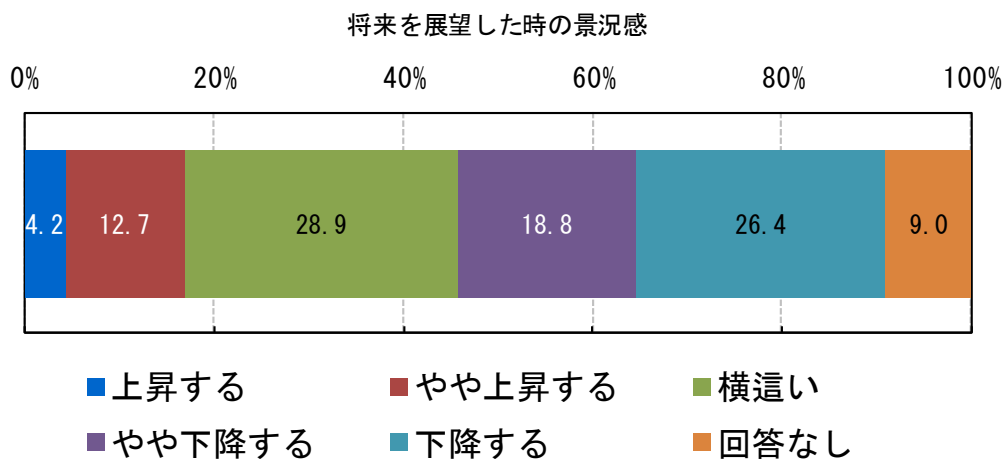
現在の景況感については、「上昇している」「やや上昇している」は全体の1割強にとどまる一方、「やや下降している」「下降している」は、全体の6割弱を占めている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	上昇している	54	2.8
2	やや上昇している	187	9.8
3	横這い	491	25.7
4	やや下降している	472	24.7
5	下降している	593	31.0
D	回答なし	116	6.1

■将来を展望した時の景況感

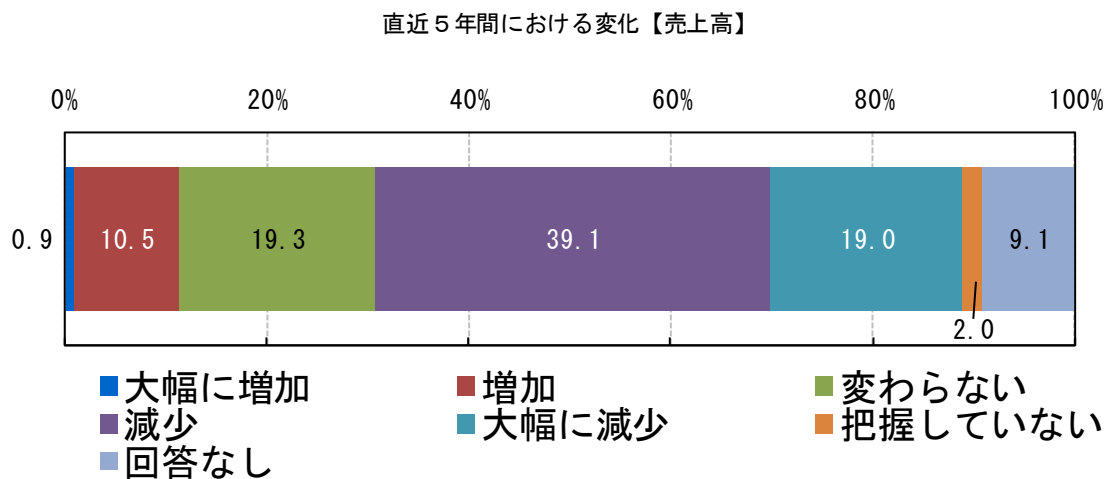
将来を展望した時の景況感については、「上昇している」「やや上昇している」が全体の2割弱に増えるものの、「やや下降している」「下降している」も5割弱を占めている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	上昇する	81	4.2
2	やや上昇する	243	12.7
3	横這い	552	28.9
4	やや下降する	359	18.8
5	下降する	505	26.4
D	回答なし	173	9.0

■直近5年間における変化【売上高】

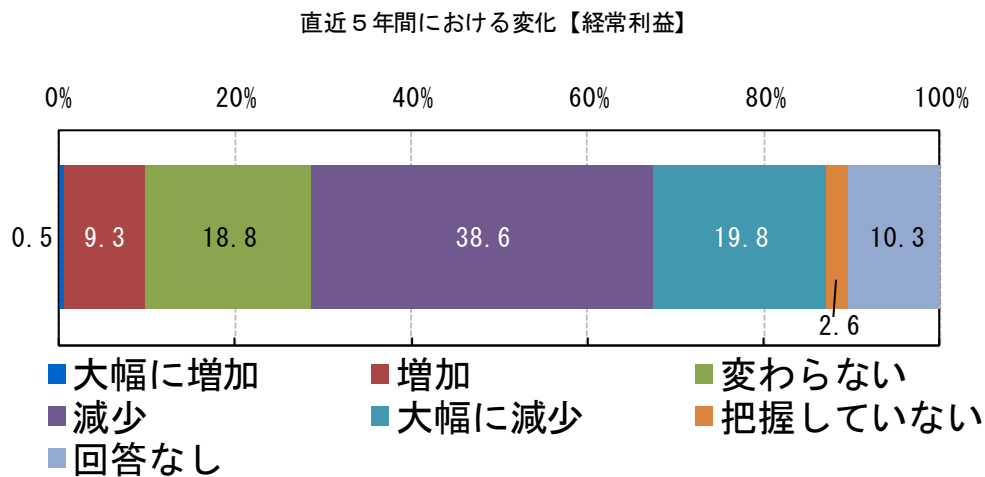
直近5年間における売上高の変化としては、「大幅に増加」「増加」が1割に対して、「減少」「大幅に減少」が6割弱を占めている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	大幅に増加	17	0.9
2	増加	201	10.5
3	変わらない	370	19.3
4	減少	748	39.1
5	大幅に減少	364	19.0
6	把握していない	39	2.0
D	回答なし	174	9.1

■直近5年間における変化【経常利益】

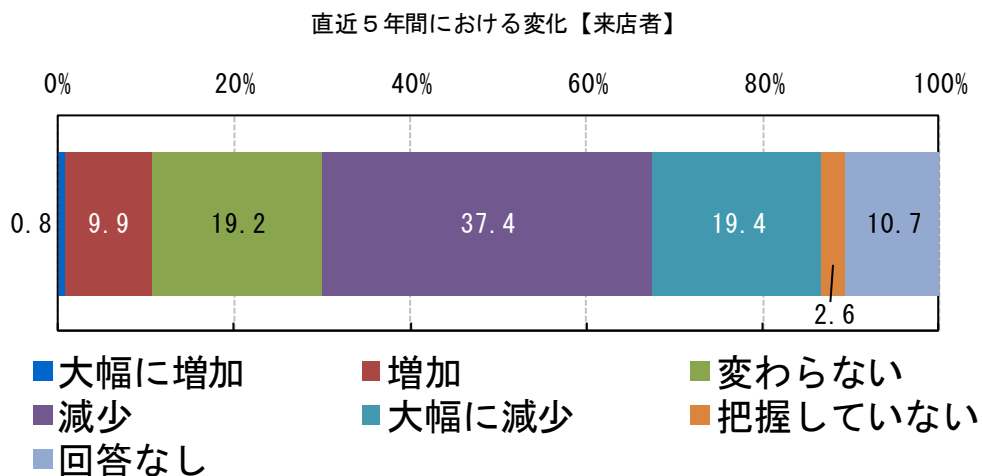
直近5年間における経常利益の変化としては、「大幅に増加」「増加」が1割に対して、「減少」「大幅に減少」が6割弱を占めている（ほぼ売上高と同じ傾向）。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	大幅に増加	10	0.5
2	増加	178	9.3
3	変わらない	360	18.8
4	減少	739	38.6
5	大幅に減少	379	19.8
6	把握していない	50	2.6
D	回答なし	197	10.3

■直近5年間における変化【来店者】

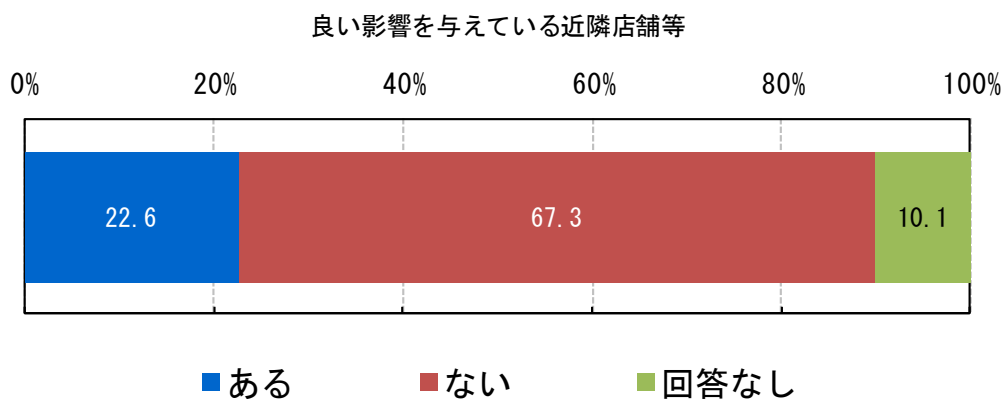
直近5年間における来店者の変化としては、「大幅に増加」「増加」が1割に対して、「減少」「大幅に減少」が6割弱を占めている（ほぼ売上高と同じ傾向）。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	大幅に増加	15	0.8
2	増加	190	9.9
3	変わらない	368	19.2
4	減少	715	37.4
5	大幅に減少	371	19.4
6	把握していない	49	2.6
D	回答なし	205	10.7

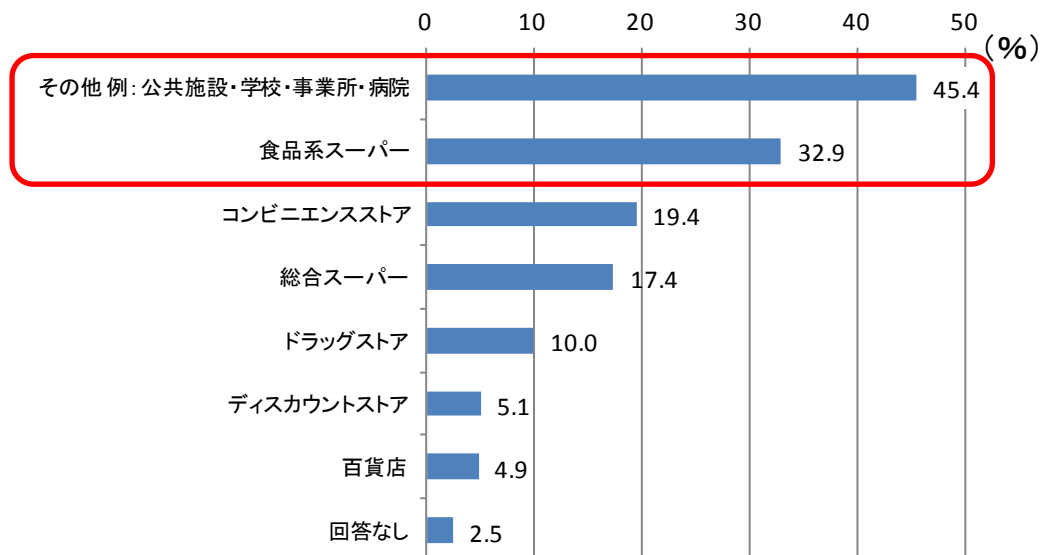
■ 良い影響を与えている近隣店舗等

良い影響を与える近隣店舗等については、「ある」という回答が2割強、「ない」という回答が7割弱となっている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	ある	432	22.6
2	ない	1,287	67.3
D	回答なし	194	10.1

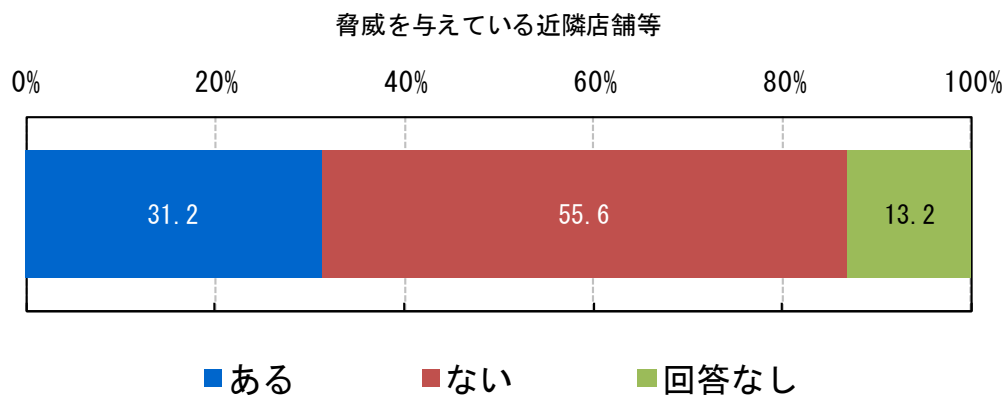
具体的な良い影響を与える近隣店舗等については、公共施設・学校・事業所・病院などの商業以外の施設が最も多く、次いで食品系スーパーと続いている。



		回答数	%
全体		432	100.0
1	百貨店	21	4.9
2	食品系スーパー	142	32.9
3	総合スーパー	75	17.4
4	コンビニエンスストア	84	19.4
5	ディスカウントストア	22	5.1
6	ドラッグストア	43	10.0
7	その他 例: 公共施設・学校・事業所・病院	196	45.4
D	回答なし	11	2.5

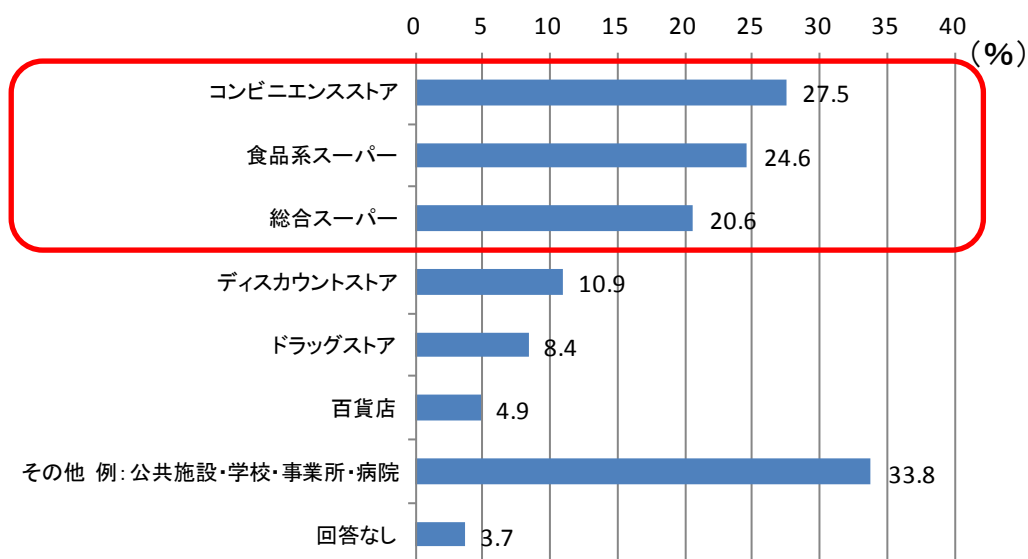
■脅威を与えている近隣店舗等

脅威を与えている近隣店舗等については、「ある」という回答が3割強、「ない」という回答が6割弱となっている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	ある	597	31.2
2	ない	1,063	55.6
D	回答なし	253	13.2

具体的な脅威を与えている近隣店舗等については、コンビニエンスストアが最も多く、次いで食品系スーパー・総合スーパーと続いている。

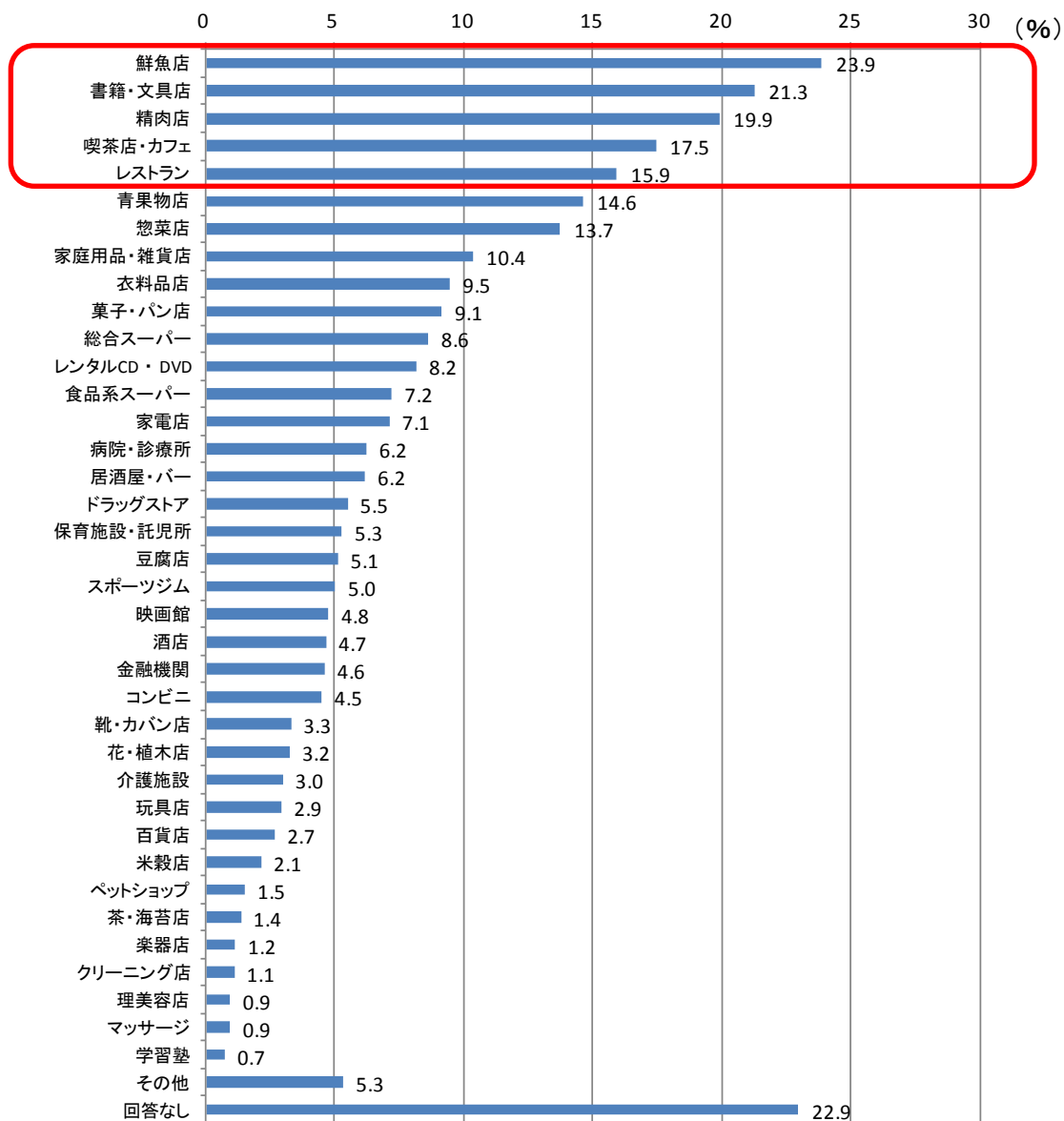


		回答数	%
全体		597	100.0
1	百貨店	29	4.9
2	食品系スーパー	147	24.6
3	総合スーパー	123	20.6
4	コンビニエンスストア	164	27.5
5	ディスカウントストア	65	10.9
6	ドラッグストア	50	8.4
7	その他 例: 公共施設・学校・事業所・病院	202	33.8
D	回答なし	22	3.7

■新たに「立地してほしい」と感じている業種・業態

商店街に新たに「立地してほしい」と感じている業種・業態については、鮮魚店が最も多く 23.9%で、次いで書籍・文具店が 21.3%、精肉店が 19.9%、喫茶店・カフェが 17.5%、レストランが 15.9%と続いている。

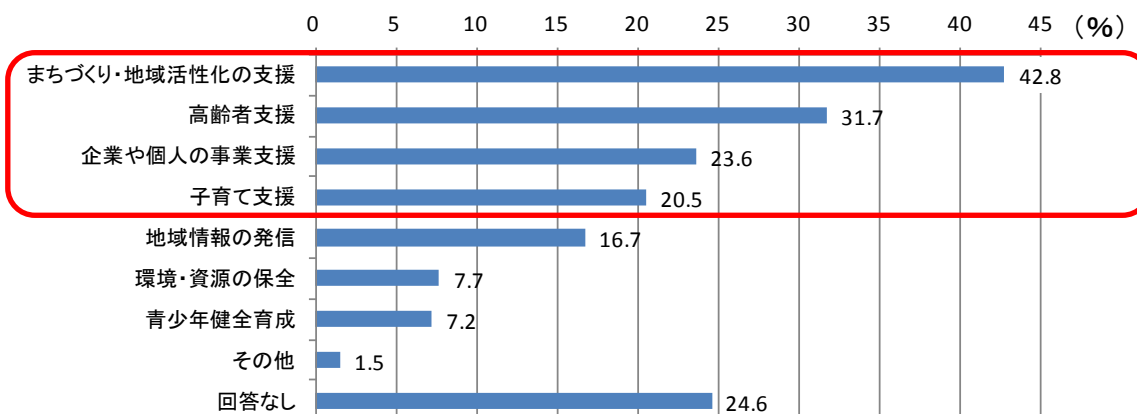
商店街に立地する個店からみると、生鮮三品と書籍・文具店、飲食サービスの店に対するニーズが高いことが伺える。



全体		回答数	%
		1,913	100.0
1	精肉店	381	19.9
2	鮮魚店	457	23.9
3	青果物店	280	14.6
4	惣菜店	263	13.7
5	豆腐店	98	5.1
6	菓子・パン店	175	9.1
7	米穀店	41	2.1
8	茶・海苔店	26	1.4
9	酒店	89	4.7
10	衣料品店	181	9.5
11	靴・カバン店	63	3.3
12	家庭用品・雑貨店	198	10.4
13	家電店	136	7.1
14	書籍・文具店	407	21.3
15	玩具店	56	2.9
16	ドラッグストア	105	5.5
17	楽器店	22	1.2
18	花・植木店	62	3.2
19	喫茶店・カフェ	334	17.5
20	レストラン	305	15.9
21	居酒屋・バー	118	6.2
22	百貨店	51	2.7
23	総合スーパー	165	8.6
24	食品系スーパー	138	7.2
25	理美容店	18	0.9
26	クリーニング店	21	1.1
27	レンタルCD・DVD	156	8.2
28	映画館	91	4.8
29	マッサージ	18	0.9
30	病院・診療所	119	6.2
31	金融機関	88	4.6
32	保育施設・託児所	101	5.3
33	学習塾	14	0.7
34	介護施設	57	3.0
35	コンビニ	86	4.5
36	スポーツジム	96	5.0
37	ペットショップ	29	1.5
38	その他	102	5.3
D	回答なし	439	22.9

■「立地してほしい」と感じるコミュニティビジネス

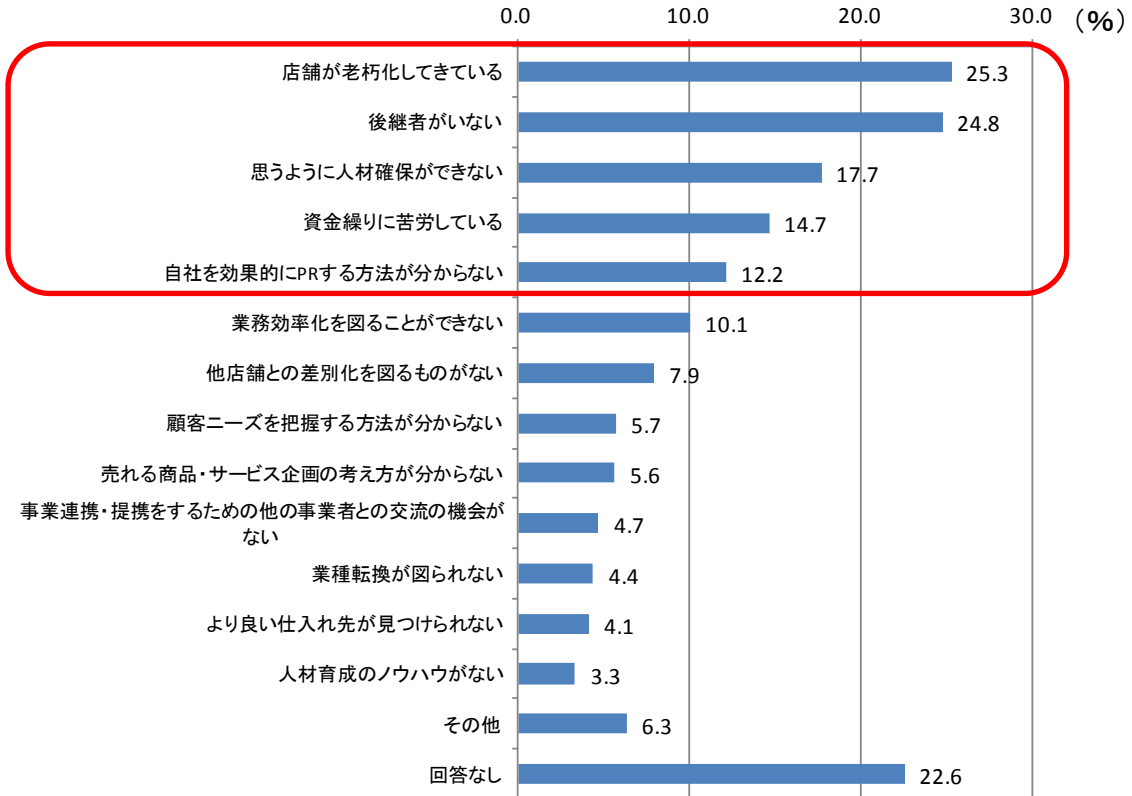
商店街に新たに「立地してほしい」とコミュニティについては、まちづくり・地域活性化の支援が最も多く42.8%で、次いで高齢者支援が31.7%、企業や個人の事業支援が23.6%、子育て支援が20.5%と続いている。団体調査と比べ、企業や個人の事業支援の割合が高い。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	まちづくり・地域活性化の支援	818	42.8
2	地域情報の発信	320	16.7
3	環境・資源の保全	147	7.7
4	高齢者支援	607	31.7
5	子育て支援	393	20.5
6	青少年健全育成	138	7.2
7	企業や個人の事業支援	452	23.6
8	その他	29	1.5
D	回答なし	470	24.6

■店舗経営上の課題

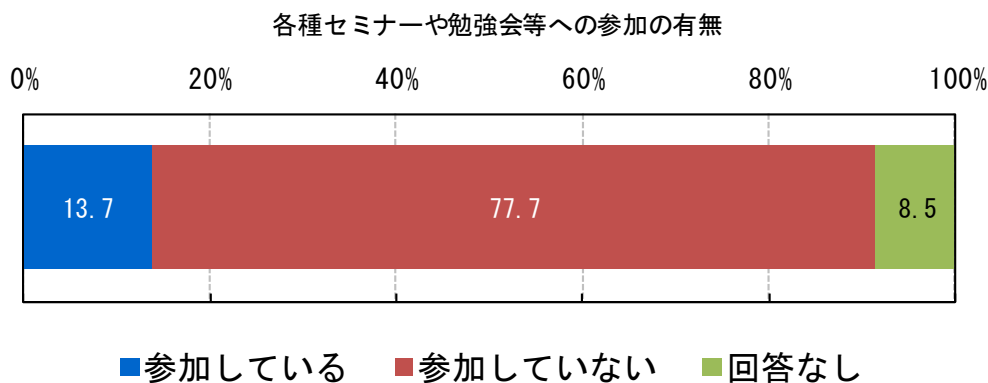
店舗経営上の課題としては、「店舗が老朽化してきている」が25.3%と最も多く、次いで「後継者がいない」が24.8%、「思うように人材確保ができない」が17.7%、「資金繰りに苦労している」が14.7%、「自社を効果的にPRする方法が分からない」が12.2%と続く。



全体		回答数	%
		1,913	100.0
1	業務効率化を図ることができない	193	10.1
2	顧客ニーズを把握する方法が分からない	109	5.7
3	売れる商品・サービス企画の考え方が分からな	108	5.6
4	他店舗との差別化を図るものがない	152	7.9
5	自社を効果的にPRする方法が分からない	233	12.2
6	より良い仕入れ先が見つけれられない	79	4.1
7	事業連携・提携をするための他の事業者との交流の機会がない	90	4.7
8	後継者がいない	474	24.8
9	店舗が老朽化してきている	484	25.3
10	業種転換が図られない	84	4.4
11	資金繰りに苦労している	281	14.7
12	人材育成のノウハウがない	64	3.3
13	思うように人材確保ができない	339	17.7
14	その他	121	6.3
D	回答なし	432	22.6

■各種セミナー・勉強会への参加の有無

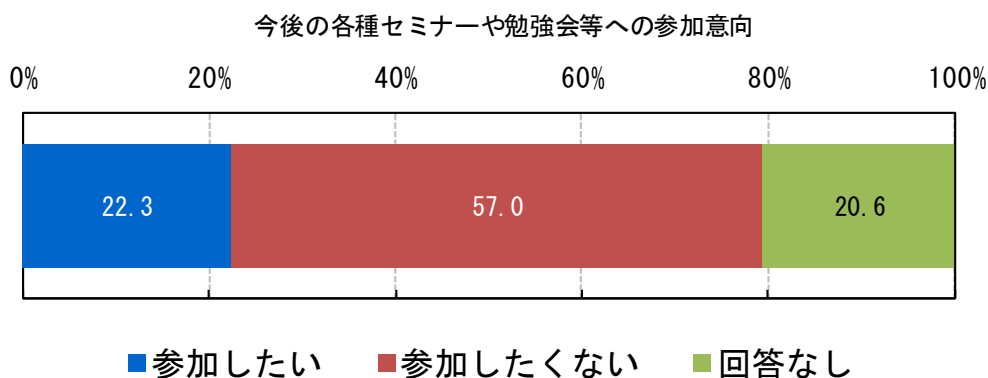
各種セミナー・勉強会への参加の有無としては、「参加している」が1割強、「参加していない」が8割弱と、圧倒的に参加していない人の割合が高い。



	回答数	%
全体	1,913	100.0
1 参加している	263	13.7
2 参加していない	1,487	77.7
D 回答なし	163	8.5

■今後の各種セミナー・勉強会への参加意向

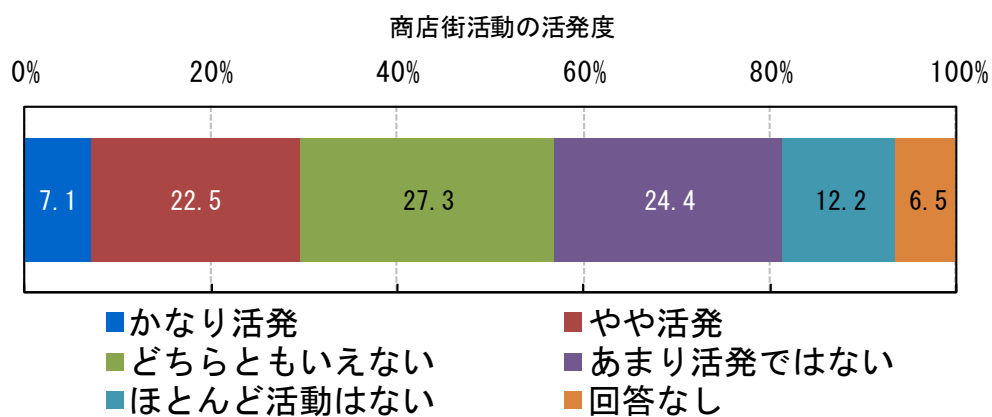
今後の各種セミナー・勉強会への参加の有無としては、「参加したい」が2割強、「参加したくない」が6割弱と、今後については「参加したい」人の割合がやや高まっている。



	回答数	%
全体	1,913	100.0
1 参加したい	427	22.3
2 参加したくない	1,091	57.0
D 回答なし	395	20.6

■商店街活動の活発度

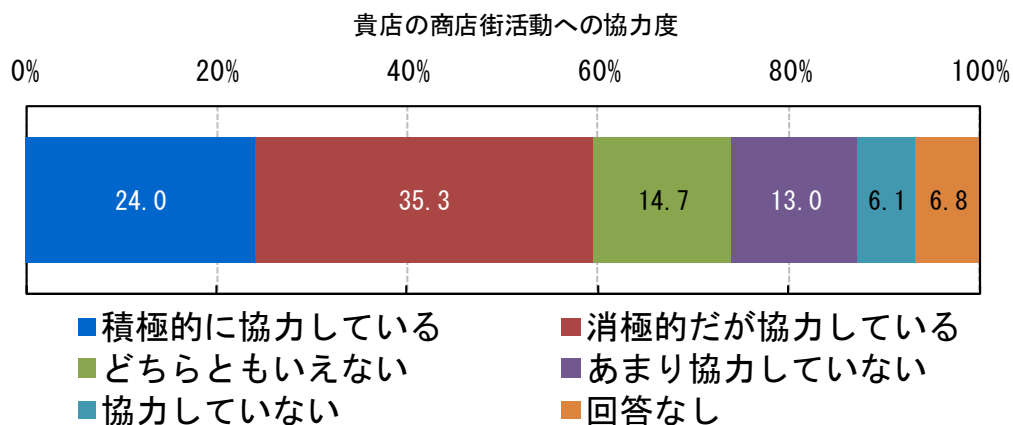
商店街活動の活発度については、「かなり活発」「やや活発」があわせて3割弱、「あまり活発ではない」「ほとんど活動はない」があわせて4割弱となっている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	かなり活発	135	7.1
2	やや活発	431	22.5
3	どちらともいえない	523	27.3
4	あまり活発ではない	466	24.4
5	ほとんど活動はない	234	12.2
D	回答なし	124	6.5

■商店街活動への協力度

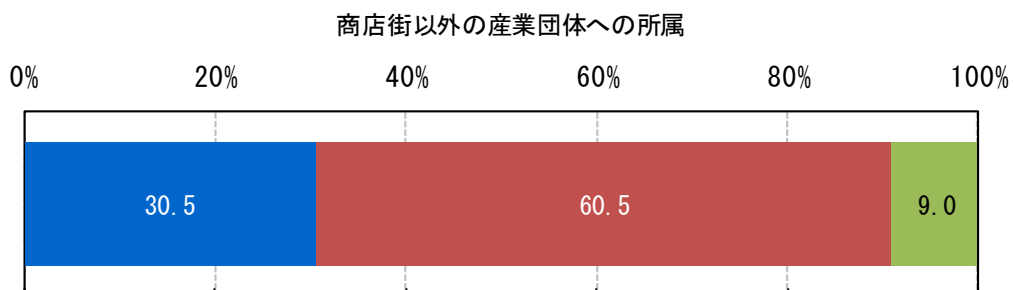
商店街活動への協力度については、「積極的に協力している」「消極的だが協力している」があわせて6割弱、「あまり協力していない」「協力していない」があわせて2割弱となっている。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	積極的に協力している	460	24.0
2	消極的だが協力している	676	35.3
3	どちらともいえない	282	14.7
4	あまり協力していない	249	13.0
5	協力していない	116	6.1
D	回答なし	130	6.8

■商店街以外の産業団体への所属

商店街以外の産業団体への所属については、「所属している」が3割、「所属していない」が6割となった。

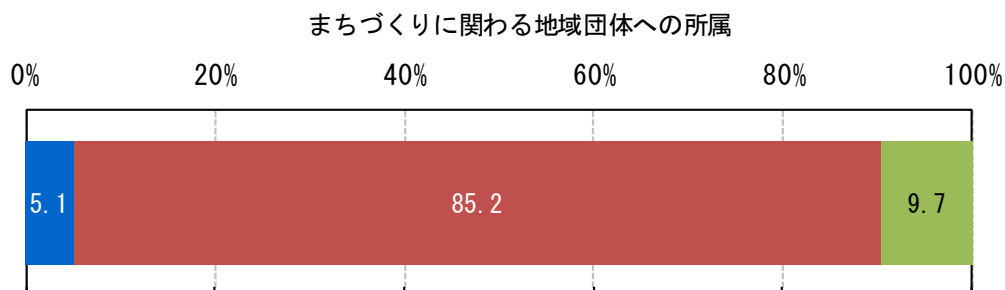


■所属している ■所属していない ■回答なし

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	所属している	583	30.5
2	所属していない	1,158	60.5
D	回答なし	172	9.0

■まちづくりに関わる地域団体への所属

商店街以外の産業団体への所属については、「所属していない」が8割となった。

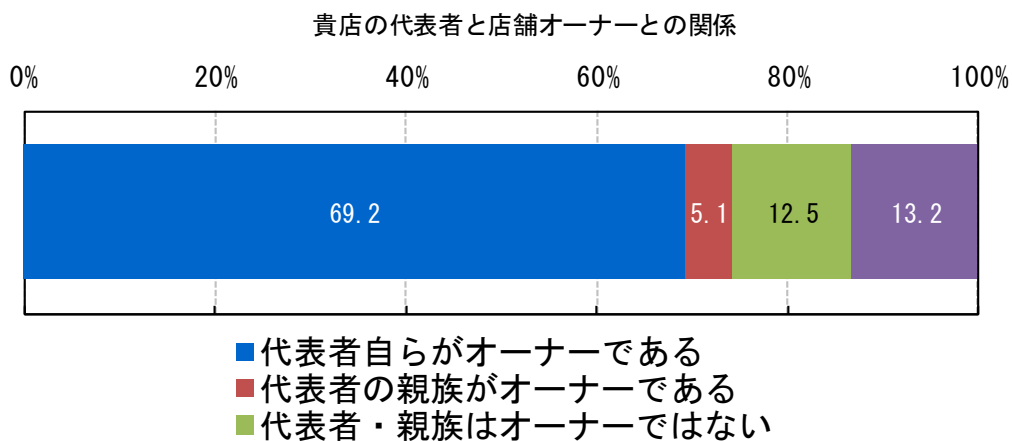


■所属している ■所属していない ■回答なし

		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	所属している	98	5.1
2	所属していない	1,630	85.2
D	回答なし	185	9.7

■ 貴店舗の代表者と店舗オーナーとの関係

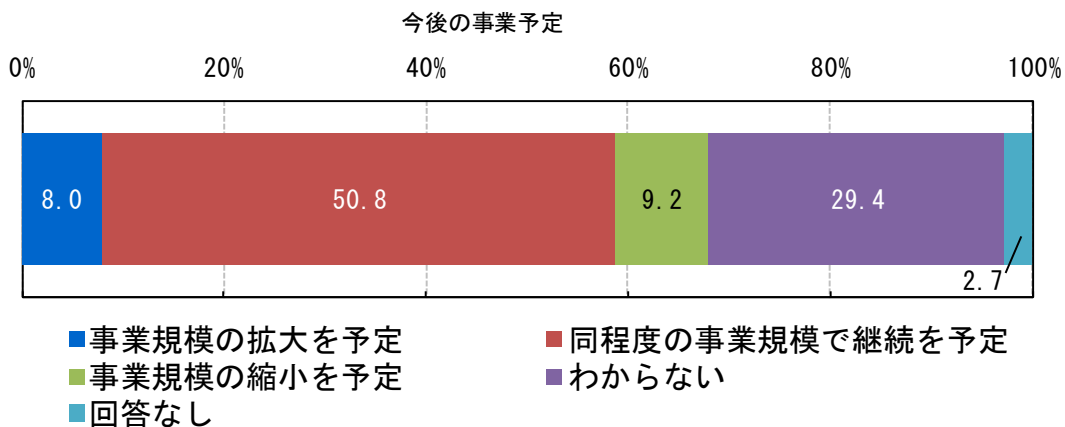
貴店の代表者と店舗オーナーとの関係については、「代表者自らがオーナーである」が7割弱となった。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	代表者自らがオーナーである	1,323	69.2
2	代表者の親族がオーナーである	97	5.1
3	代表者・親族はオーナーではない	240	12.5
D	回答なし	253	13.2

■今後の事業予定

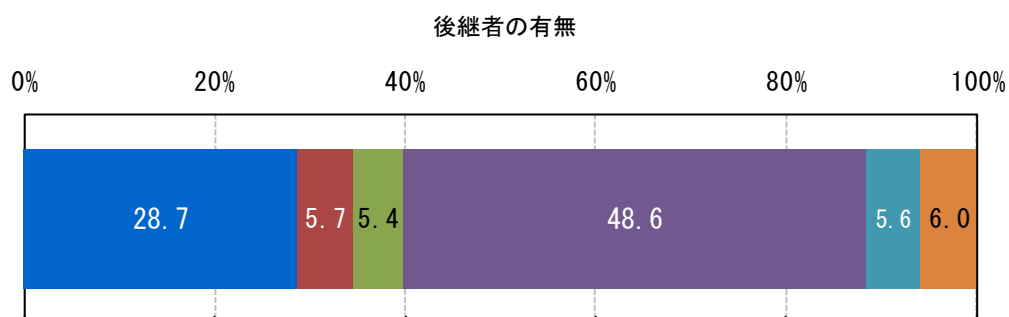
今後の事業予定については、「同程度の事業規模で継続を予定」が5割強を占めた。一方で、「わからない」も3割弱となった。



		回答数	%
全体		1,420	100.0
1	事業規模の拡大を予定	113	8.0
2	同程度の事業規模で継続を予定	721	50.8
3	事業規模の縮小を予定	130	9.2
4	わからない	417	29.4
D	回答なし	39	2.7

■後継者の有無

後継者の有無については、「後継者がいる」が3割弱、「後継者（親族）を探している」「後継者（親族以外）を探している」があわせて1割強となった。一方で「事業の継続はしない（自分の代で店を閉じる）」が5割弱を占めた。

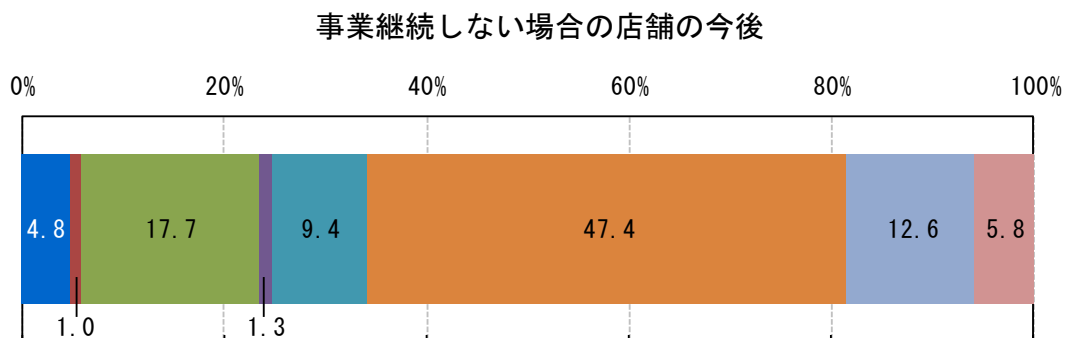


- 後継者がいる
- 後継者(親族)を探している
- 後継者(親族以外)を探している
- 事業の継続はしない(自分の代で店を閉じる)
- その他
- 回答なし

	回答数	%
全体	1,420	100.0
1 後継者がいる	408	28.7
2 後継者(親族)を探している	81	5.7
3 後継者(親族以外)を探している	76	5.4
4 事業の継続はしない(自分の代で店を閉じる)	690	48.6
5 その他	80	5.6
D 回答なし	85	6.0

■事業継続しない場合の店舗の今後

事業継続しない場合の店舗の今後については、「わからない」が5割弱と最も多かった。次いで、「店舗を人に貸す」が2割弱、「店舗の売却・賃借もしない」が1割強だった。

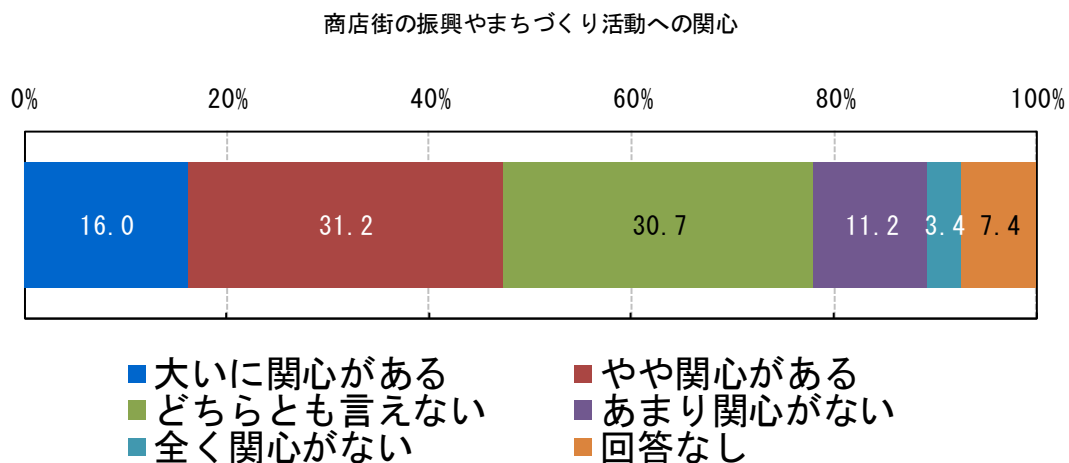


- 店舗を売却する
- 店舗を売却したいができない
- 店舗を人に貸す
- 店舗を人に貸したいができない
- 店舗の売却・賃借もしない
- わからない
- その他
- 回答なし

		回答数	%
全体		690	100.0
1	店舗を売却する	33	4.8
2	店舗を売却したいができない	7	1.0
3	店舗を人に貸す	122	17.7
4	店舗を人に貸したいができない	9	1.3
5	店舗の売却・賃借もしない	65	9.4
6	わからない	327	47.4
7	その他	87	12.6
D	回答なし	40	5.8

■商店街の振興へまちづくりへの関心

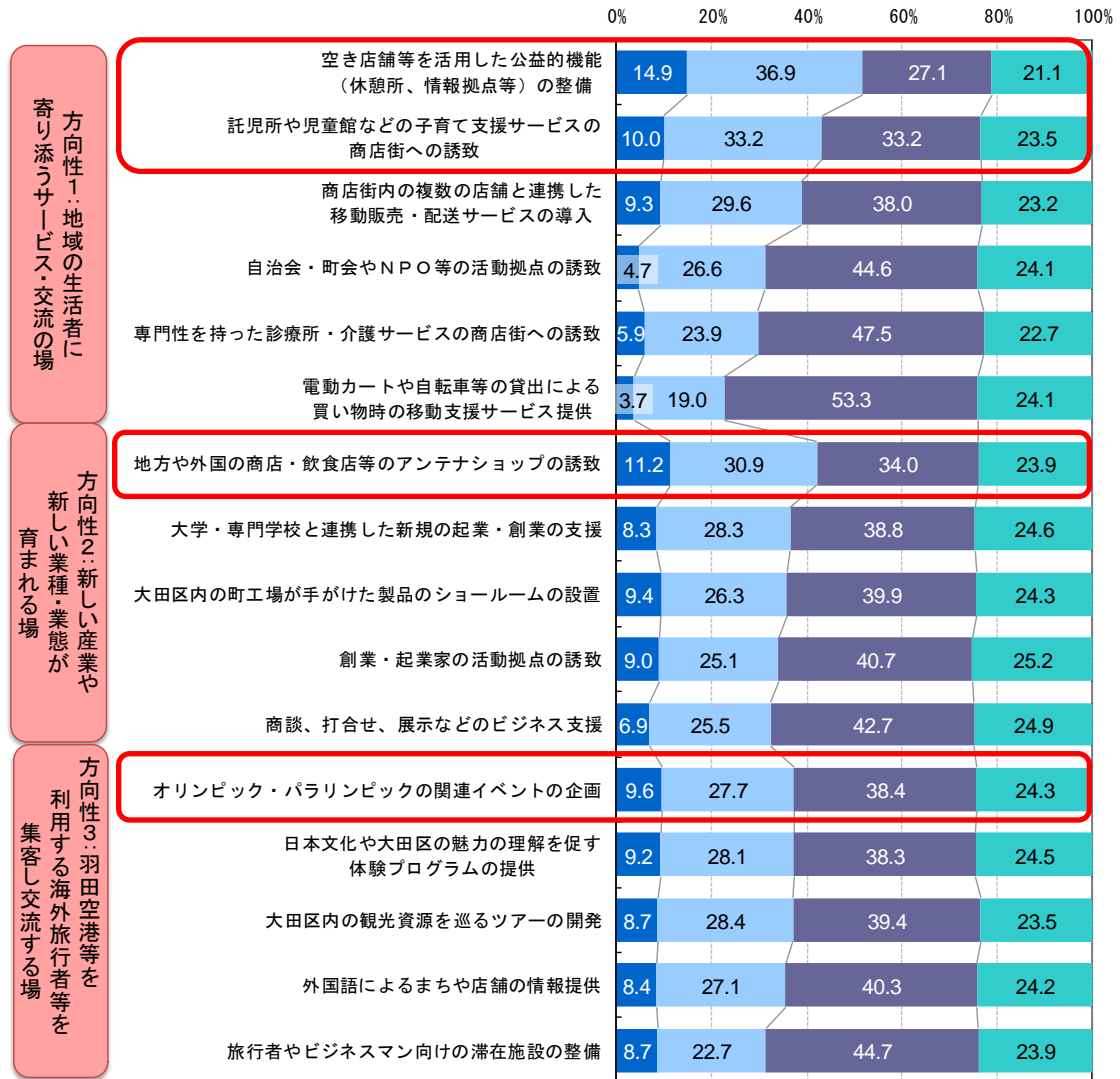
商店街の振興やまちづくり活動への関心については、「大いに関心がある」「やや関心がある」をあわせて5割弱である一方、「あまり関心がない」「全く関心がない」をあわせて1割台にとどまっており、全体的に関心は高いことが伺える。ただし、「どちらとも言えない」も3割となった。



	回答数	%
全体	1,913	100.0
1 大いに関心がある	307	16.0
2 やや関心がある	597	31.2
3 どちらとも言えない	588	30.7
4 あまり関心がない	214	11.2
5 全く関心がない	65	3.4
D 回答なし	142	7.4

■今後の商店街が目指すべき方向性

今後の商店街が目指すべき方向性として、最も関心が高かったのは「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」で、全体の約5割が「非常に関心がある」「関心がある」と回答した。次いで、「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」「地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致」となった。



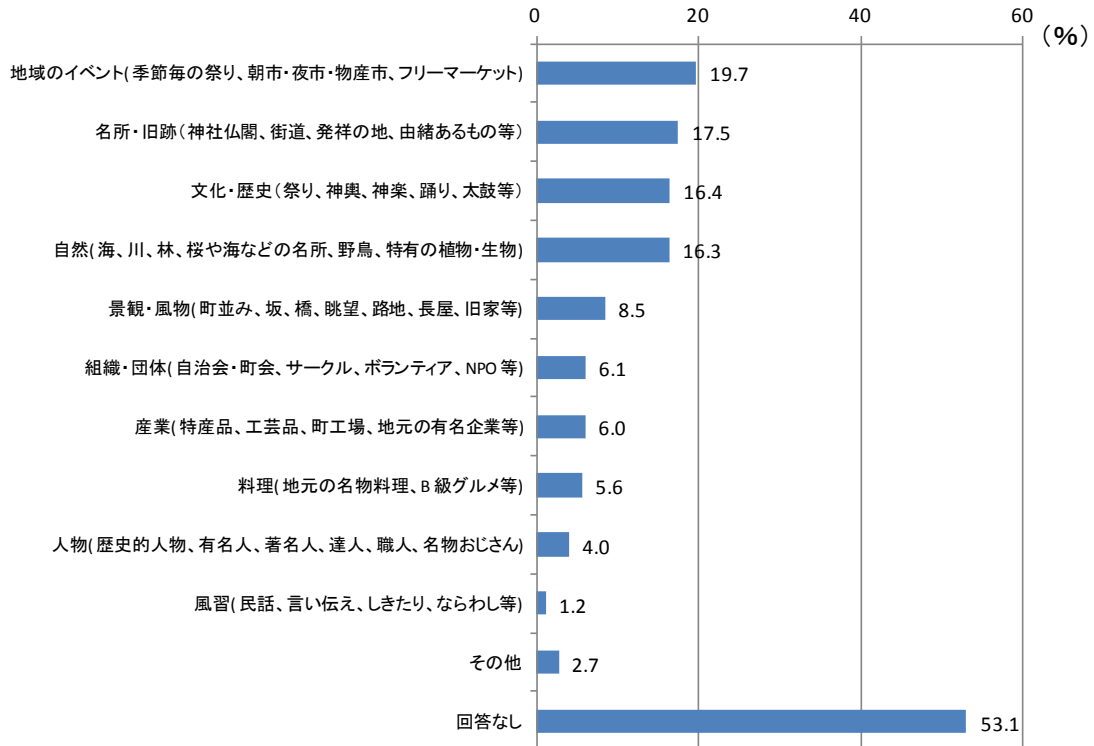
■非常に関心がある ■関心がある ■関心はない ■回答なし

(%)

	非常に 関心 がある	関心 がある	関心 はない	回答 なし
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	14.9	36.9	27.1	21.1
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	10.0	33.2	33.2	23.5
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	9.3	29.6	38.0	23.2
自治会・町会やNPO等の活動拠点の誘致	4.7	26.6	44.6	24.1
専門性を持った診療所・介護サービスの商店街への誘致	5.9	23.9	47.5	22.7
電動カートや自転車等の貸出による 買い物時の移動支援サービス提供	3.7	19.0	53.3	24.1
地方や外国の商店・飲食店等のアンテナショップの誘致	11.2	30.9	34.0	23.9
大学・専門学校と連携した新規の起業・創業の支援	8.3	28.3	38.8	24.6
大田区内の町工場が手がけた製品のショールームの設置	9.4	26.3	39.9	24.3
創業・起業家の活動拠点の誘致	9.0	25.1	40.7	25.2
商談、打合せ、展示などのビジネス支援	6.9	25.5	42.7	24.9
オリンピック・パラリンピックの関連イベントの企画	9.6	27.7	38.4	24.3
日本文化や大田区の魅力の理解を促す 体験プログラムの提供	9.2	28.1	38.3	24.5
大田区内の観光資源を巡るツアーの開発	8.7	28.4	39.4	23.5
外国語によるまちや店舗の情報提供	8.4	27.1	40.3	24.2
旅行者やビジネスマン向けの滞在施設の整備	8.7	22.7	44.7	23.9

■地域活性化のために活用できそうな地域資源

地域活性化のために活用できそうな地域資源としては、「地域のイベント」が最も多く、次いで「名所・旧跡」「文化・歴史」「自然」と続いた。



		回答数	%
全体		1,913	100.0
1	自然(海、川、林、桜や海などの名所、野鳥、特有の植物・生物)	312	16.3
2	景観・風物(町並み、坂、橋、眺望、路地、長屋、旧家等)	162	8.5
3	名所・旧跡(神社仏閣、街道、発祥の地、由緒あるもの等)	334	17.5
4	文化・歴史(祭り、神輿、神楽、踊り、太鼓等)	314	16.4
5	風習(民話、言い伝え、しきたり、ならわし等)	22	1.2
6	料理(地元の名物料理、B級グルメ等)	108	5.6
7	産業(特産品、工芸品、町工場、地元の有名企業等)	115	6.0
8	組織・団体(自治会・町会、サークル、ボランティア、NPO等)	116	6.1
9	人物(歴史的人物、有名人、著名人、達人、職人、名物おじさん)	77	4.0
10	地域のイベント(季節毎の祭り、朝市・夜市・物産市、フリーマーケット)	376	19.7
11	その他	52	2.7
D	回答なし	1,015	53.1