

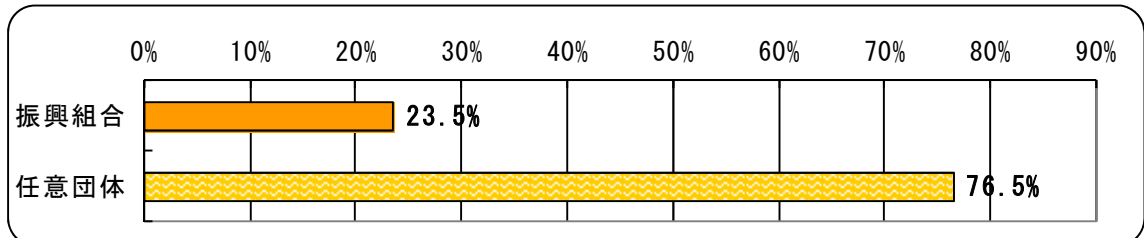
I. 商店街の概要について

問 1

商店街の組織形態

- ・ 苫小牧市の商店街の組織形態については、4 振興組合と 13 任意団体から構成されており、割合では振興組合が 23.5%、任意団体が 76.5%となっている。(図表 1)

[図表 1 振興組合と任意団体の割合] (H23 年度)



問 2

専従事務局員人数 (パートを含む)

- ・ 専従事務局員 (パートを含む) の人数については、「0 人」と回答したのは、振興組合で 75.0%、任意団体では 92.3%となっている。なお、「6 人以上」という回答は、振興組合・任意団体ともに 0%であった。(図表 2)

[図表 2 専従事務局員人数 内訳] (H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 13)

	振興組合	任意団体	全体
0 人	75.0%	92.3%	88.2%
1 ~ 5 人	25.0%	7.7%	11.8%
6 ~ 10 人	0.0%	0.0%	0.0%
11 ~ 15 人	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	0.0%	0.0%	0.0%

問 3

商店街全体の店舗数、空き店舗数、組合員数（会員数）等

(1) 商店街の店舗数、(2) 空き店舗数、(3) 組合員数（会員数）

・商店街の店舗数は振興組合で「284 店」、任意団体で「1013 店」であり、そのうち空き店舗となっているのは、振興組合で「22 店」、任意団体で「101 店」となっている。また、組合員（会員）数については、振興組合で 164 人、任意団体では、395 人となっている。空き店舗率を見てみると、振興組合で 7.7%、任意団体で 10.0% となり、振興組合と任意団体を合わせた全体では、9.5% となっている。（図表 3）

[図表 3 商店街の店舗数・空き店舗数・組合員（会員）数・空き店舗率 内訳]

(H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 13)

振興組合	店舗数	空き店舗数	組合員数
苫小牧駅前通商店街振興組合	46	4	34
苫小牧駅通中心商店街振興組合	125 (※1)	1	47
昭和通り商店街振興組合	43	12	30
苫小牧駅前中央通商店街振興組合	70	5	53
任意団体	店舗数	空き店舗数	会員数
錦岡地区商店会	55 (※1)	5	15
沼ノ端商店会	414 (※1)	20 (※1)	39
大通中央会	7	0	7
花見商店会	179	36	34
糸井商栄会	85	12	36
すずらん通振興会	50	6	50
桜木商店会	39	2	39
北中央通商店会	35	4	26
勇払商工振興会	43	5	37
大町商店会	80	5	80
二条通近代化推進協議会	— (※2)	— (※2)	— (※2)
みつば商興会	10	不明	10
公園通り商興会	16	6	22

(※1) 本調査で回答が得られなかった為、H23 年 4 月に苫小牧市商店街振興組合連合会で実施した時の調査値を記載している。

(※2) 「二条通近代化推進協議会」は活動停止中

合 計	振興組合	任意団体	全体
(1) 商店街の店舗数	284	1013 店	1297 店
(2) 商店街の空き店舗数 (※空き店舗率)	22 店 (7.7%)	101 店 (10.0%)	123 店 (9.5%)
(3) 商店街の組合員(会員)数	164 人	395 人	559 人

(4) 3年前と比較した組合員（会員）の変化

- ・3年前と比較した組合員（会員）の変化については、「減った」と回答したのは、振興組合では75.0%、任意団体では53.8%となり、また、「増えた」と回答したのは、振興組合で25.0%、任意団体では7.7%となっており、減った割合が大きい事がわかる。（図表4）

[図表4 3年前と比較した組合員（会員）の変化]

(H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)

	振興組合	任意団体	全体
増えた	25.0%	7.7%	11.8%
変わらない	0.0%	30.8%	23.5%
減った	75.0%	53.8%	58.8%
無回答	0.0%	7.7%	5.9%

問4

商店街を構成する店舗の業種別店舗数と変化

- ・業種別店舗数は以下のとおりである。（図表5）

[図表5 業種別店舗数] (H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)

	例示	振興組合	任意団体	全体
買回り品小売店	デパート・大型店等	2	8	10
	衣料品・身の回り品店等	34	33	67
最寄品小売店	生鮮食品・日配食品店	4	44	48
	コンビニエンスストア スーパーマーケット等			
飲食店	飲食店・居酒屋	31	182	213
サービス店	クリーニング店	17	60	77
	パチンコ店・美容院等			
不動産業	テナント業・駐車場等	12	11	23
その他	金融機関・郵便局	38	88	126
	事務所・医療施設等			
合計		138	426	564

※「買回り品」・・・消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品

ファッション関連、家具、家電など

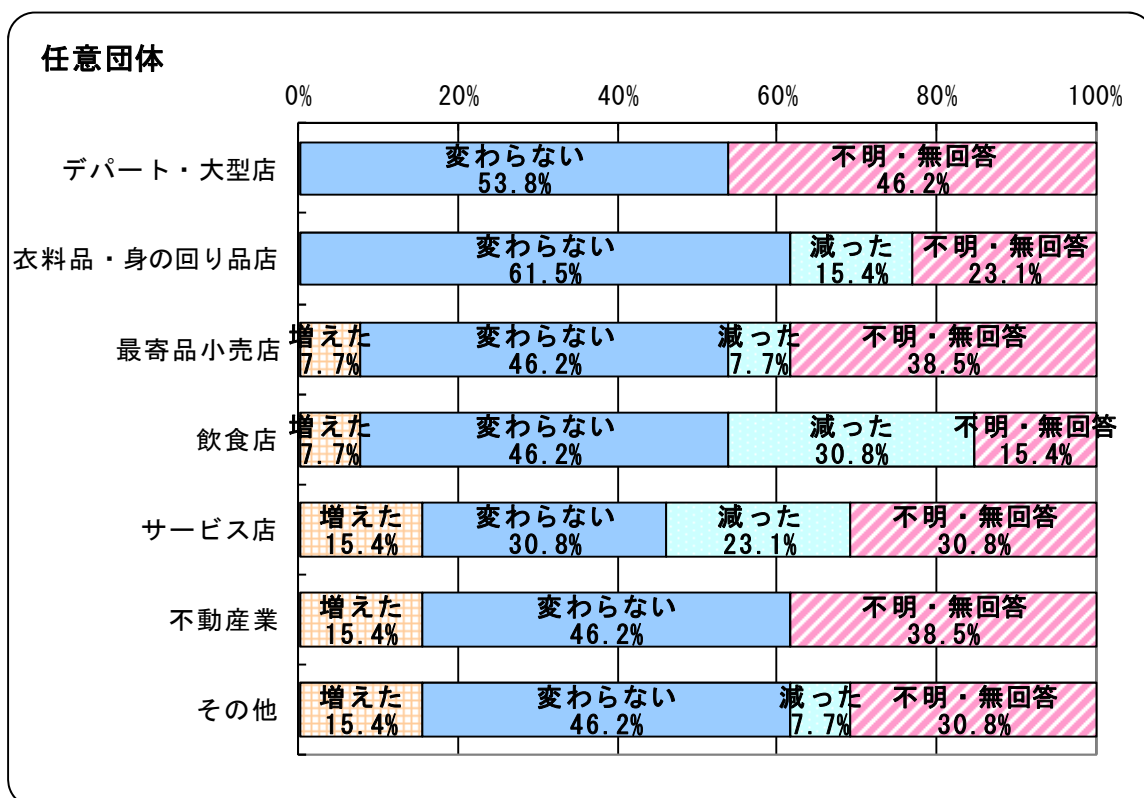
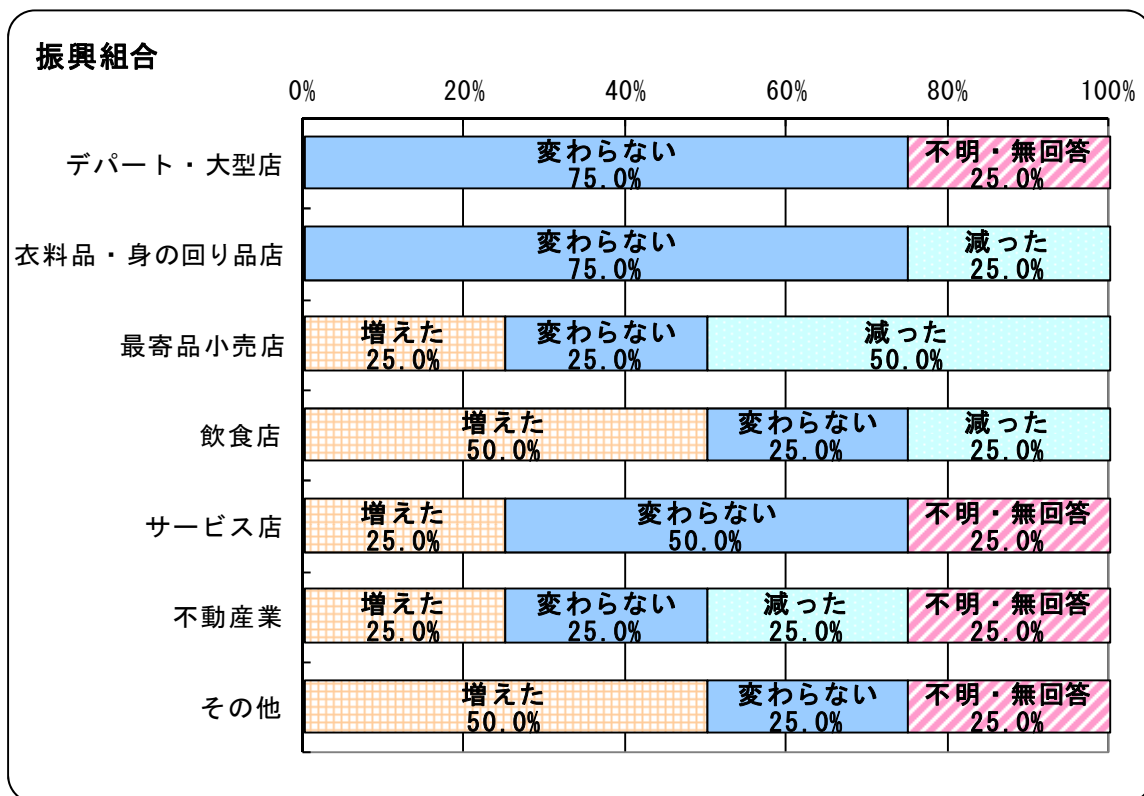
※「最寄品」・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品

加工食品、家庭雑貨など

※「問3」図表3の振興組合・任意団体それぞれの店舗数と整合性がとれていないが、ここでの数値は回答されたものを集計している。

- ・3年前と比較した店舗数の変化については、振興組合では「変わらない」と回答した最も多い業種は「デパート・大型店」「衣料品・身の回り品店」で、それぞれ割合で75.0%も占めた。また、「増えた」と最も多い50.0%を回答した業種は「飲食店」「その他」であった。一方、任意団体で「変わらない」と回答した最も多い業種は「衣料品・身の回り品店」で割合では61.5%であった。「増えた」と回答した割合は、振興組合と比較すると全体的に低く、「サービス店」「不動産業」「その他」がそれぞれ15.4%となった。(図表6)

[図表6 組織別・業種別店舗数の変化] (H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



問 5

商店街の組合費（会費）等について

(1) 組合員（会員）の月額平均組合費

- ・商店街の組合費（会費）については、振興組合、任意団体ともに、月額 3,000 円以内と回答したところが約半数を占めた。（図表 7）

[図表 7 組合員（会員）の月額平均組合費の割合]

(H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 13)

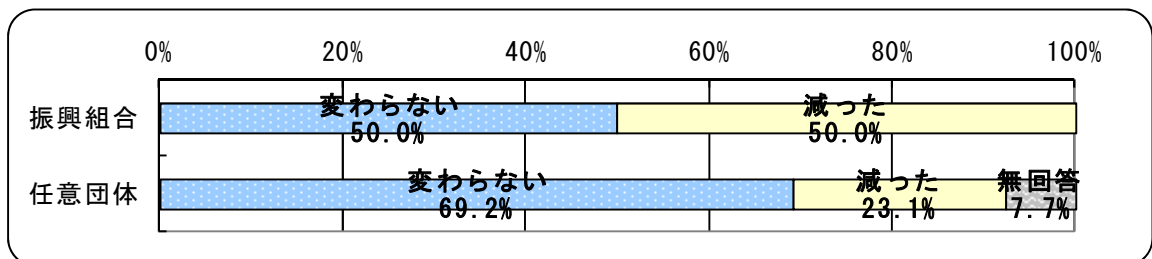
	振興組合		任意団体		全体	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
1,000円以内	0	0.0%	5	38.5%	5	29.4%
3,000円以内	2	50.0%	6	46.2%	8	47.1%
5,000円以内	1	25.0%	0	0.0%	1	5.9%
7,500円以内	1	25.0%	0	0.0%	1	5.9%
10,000円以内	0	0.0%	1	7.7%	1	5.9%
10,001円以上	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
無回答	0	0.0%	1	7.7%	1	5.9%

(2) 3年前と比較した月額平均組合費の変化

- ・3年前と比較して月額平均組合費が「増えた」と回答したところはなく、「変わらない」が振興組合で 50.0%、任意団体で 69.2%、「減った」は振興組合で 50.0%、任意団体で 23.1%となった。（図表 8）

[図表 8 3年前と比較した月額平均組合費の変化]

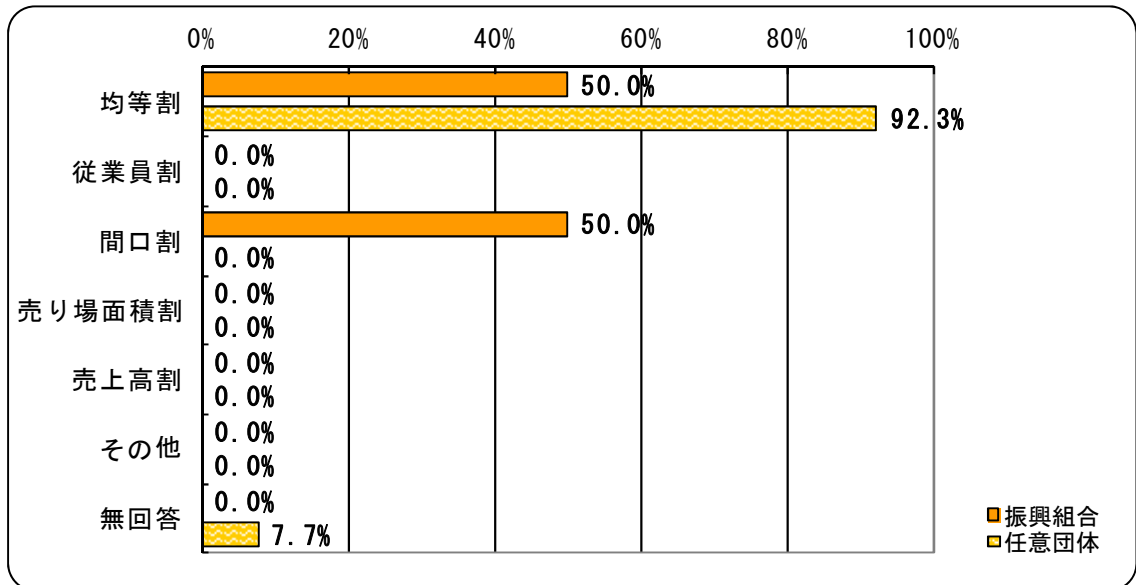
(H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 13)



(3) 組合費（会費）の基準

- ・組合費（会費）の基準については、振興組合で「均等割」「間口割」がそれぞれ50.0%、任意団体では「均等割」が92.3%と最も多く、「間口割」は0%となっている。（図表9）

[図表9 組合費（会費）の基準]（H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13）



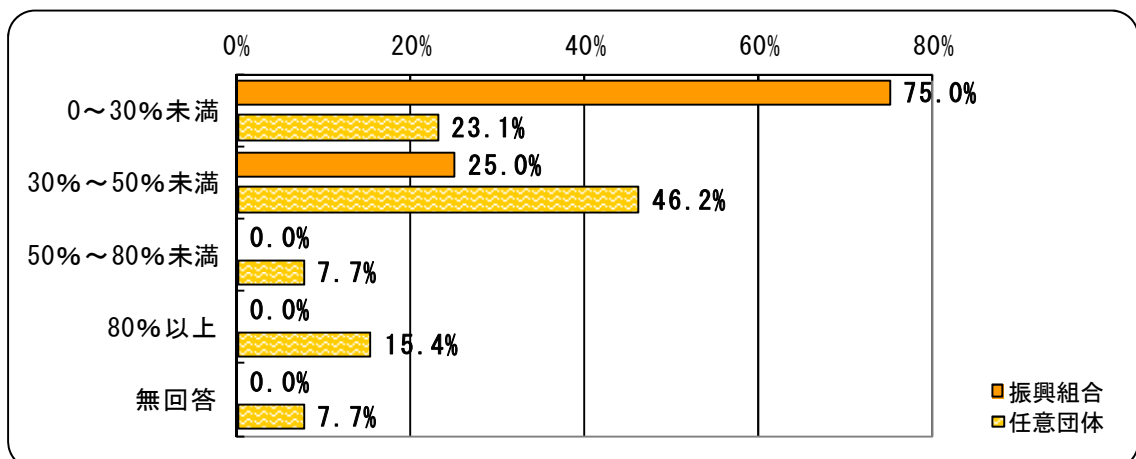
問6

住居として利用されている店舗の割合について

- ・住居として利用されている店舗の割合については、振興組合で「0～30%未満」75.0%、任意団体では「30～50%未満」が46.2%と最も多かった。（図表10）

[図表10 住居として利用されている店舗の割合]

(H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)

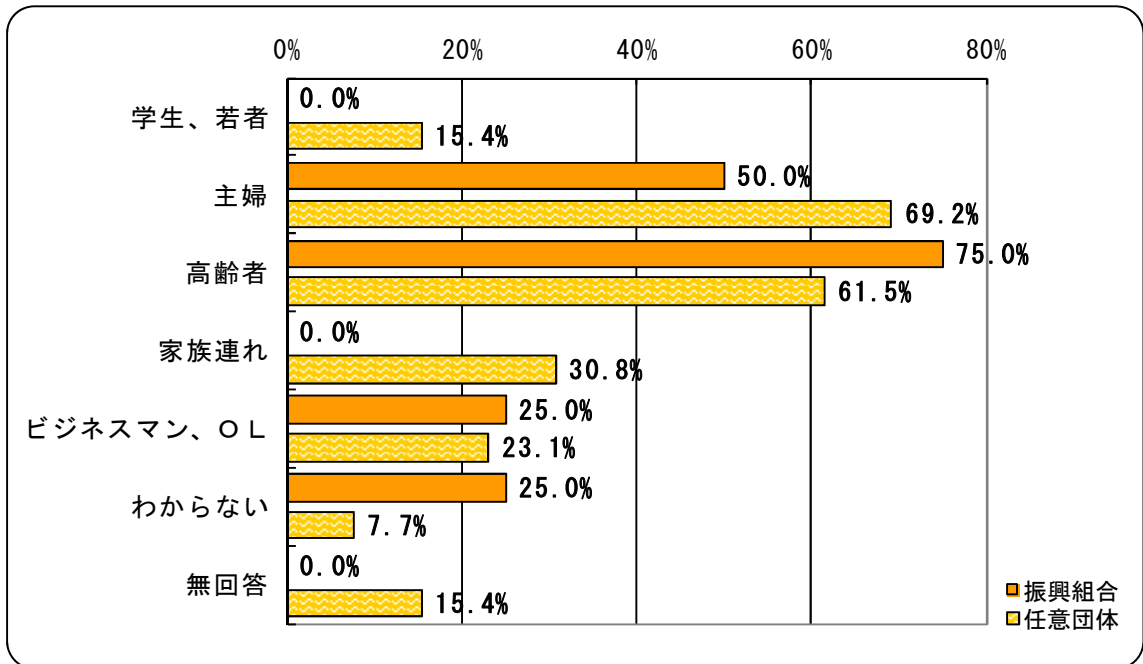


問7

商店街の中心来街者層について

- ・商店街の中心来街者層については、振興組合で「高齢者」が75.0%と最も多く、次いで、「主婦」が50.0%となった。任意団体では「主婦」69.2%と最も多く、次いで、「高齢者」61.5%の順であった。どちらも「主婦・高齢者」が高い割合を占めた。(図表1 1)

[図表1 1 商店街の中心来街者層] 複数回答 (H23年度:振興組合N=4 任意団体N=13)



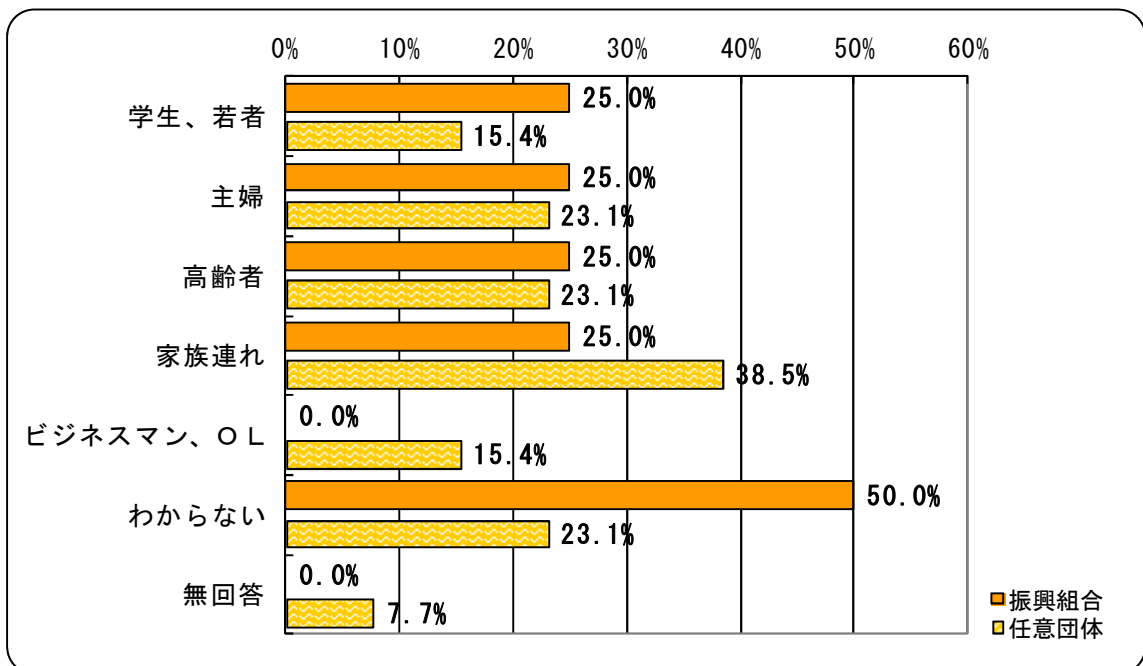
問8

今後最も重視していきたい来街者層について

- ・今後最も重視していきたい来街者層では、振興組合で「わからない」が50.0%と半数を占め、「学生、若者」「主婦」「高齢者」「家族連れ」はそれぞれ25.0%となった。任意団体では「家族連れ」が38.5%と最も多く、次いで、「主婦」「高齢者」「わからない」がそれぞれ23.1%となった。(図表1 2)

[図表1 2 今後最も重視していきたい来街者層]

(H23年度:振興組合N=4 任意団体N=13)



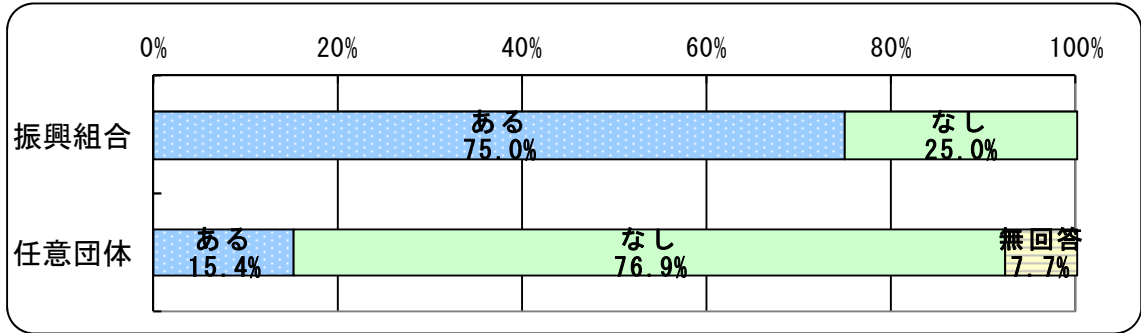
問 9

来街者が利用できる駐車場の有無と台数について

- ・来街者が利用できる駐車場の有無と台数については、「ある」と回答したのは振興組合が75.0%に対し、任意団体は15.4%であった。(図表13)

駐車場の台数については、無料駐車場が振興組合で400台、任意団体で40台となっている。(図表14)

[図表13 駐車場の有無] (H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



[図表14 駐車場の台数]

	振興組合	任意団体	全体
無料	400台	40台	440台
有料	0台	5台	5台
不明	2件	1件	3件

※有料駐車場の台数には、買い物金額により割引・無料の駐車券を発行している場合も含む

※個店の駐車場は除く

問 10

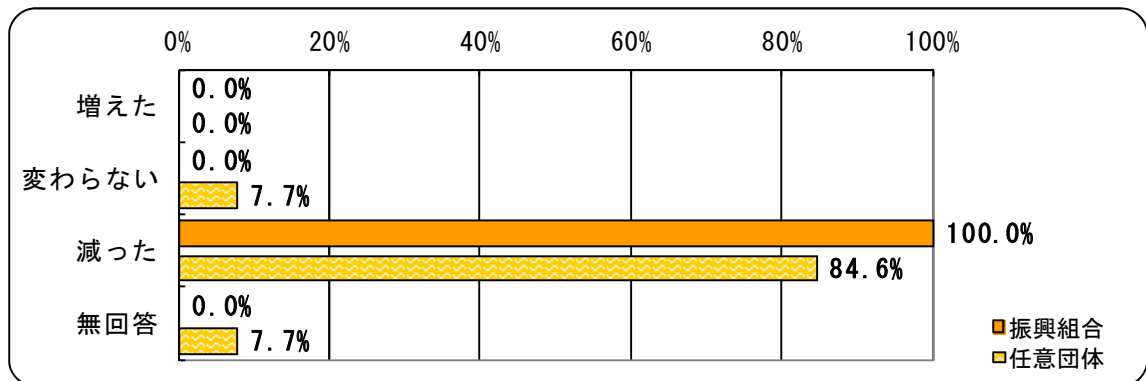
商店街の来街者について

(1) 3年前と比較した商店街の来街者の変化

- ・3年前と比較して商店街の来街者が「増えた」と回答したところはなく、「減った」が振興組合で100%、任意団体では84.6%と非常に高い割合となった。(図表15)

[図表15 3年前と比較した商店街の来街者の変化]

(H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



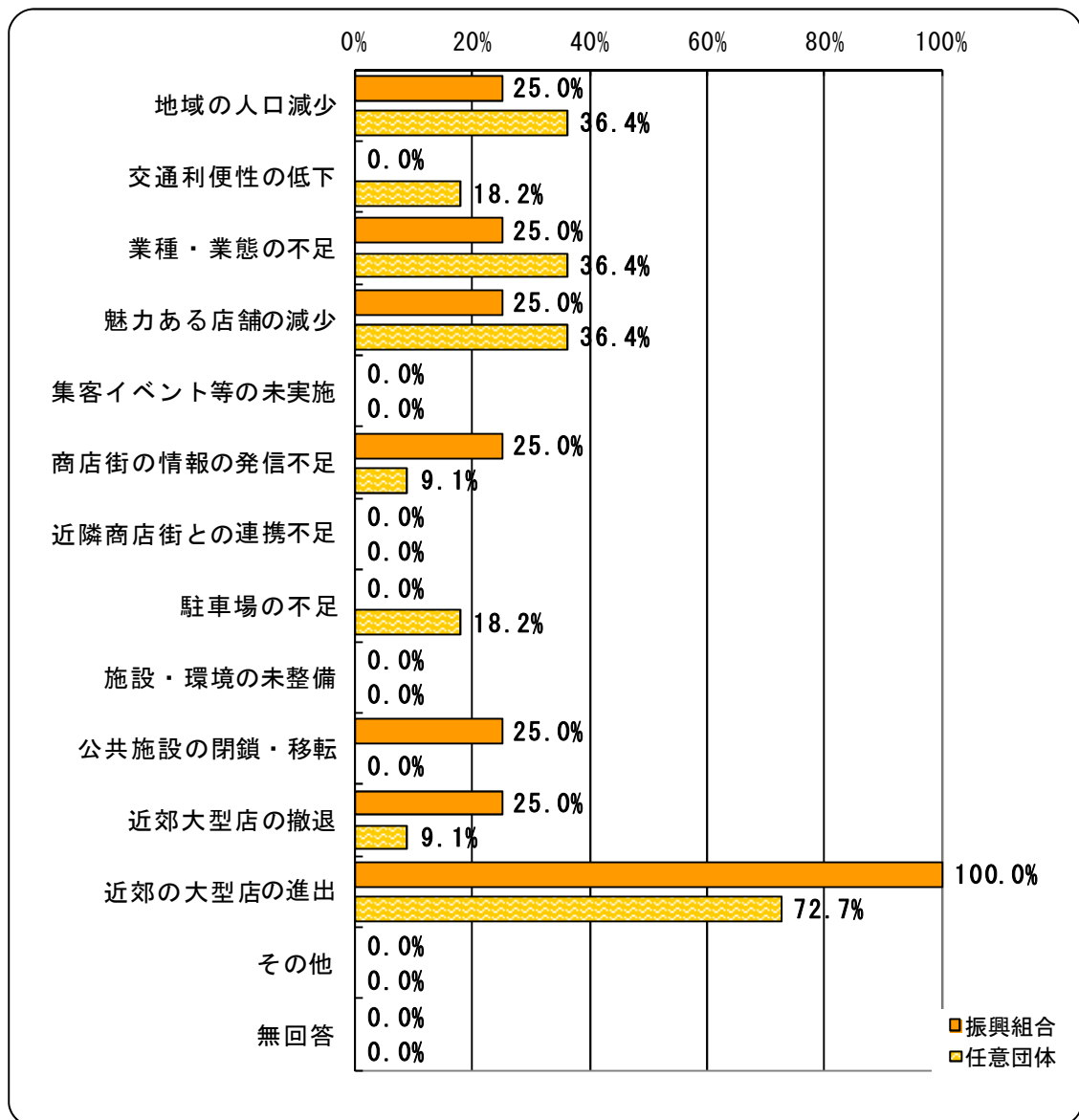
(2) 来街者を維持できた(増えた) 要因

・来街者を維持できた(増えた) と回答したところは、振興組合・任意団体ともになかった。

(3) 来街者が減った要因

・来街者が減った要因としては、振興組合は「近郊の大型店の進出」が100%となり、次いで、「地域の人口減少」「業種・業態の不足」「魅力ある店舗の減少」「商店街の情報の発信不足」「公共施設の閉鎖・移転」「近郊大型店の撤廃」の順でそれぞれ25.0%となった。任意団体についても「近郊の大型店の進出」が72.7%と最も多く、次いで、「地域の人口減少」「業種・業態の不足」「魅力ある店舗の減少」がそれぞれ36.4%となった(図表16)

[図表16 来街者が減った要因] 複数回答(H23年度:振興組合N=4 任意団体N=11)

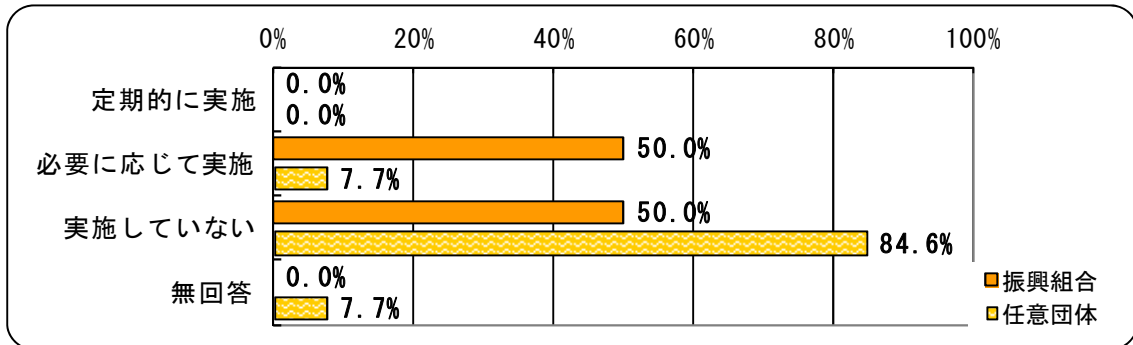


(4) 来街者のニーズを把握する調査を実施しているか

- ・来街者のニーズを把握する調査については、振興組合で「必要に応じて実施」「実施していない」がそれぞれ50.0%となった。任意団体では「実施していない」が84.6%と多くを占め、「必要に応じて実施」は僅か7.7%であった。(図表17)

[図表17 来街者のニーズを把握する調査を実施しているか]

(H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



II. 商店街の景況と近年の変化

問11

商店街の最近の景況について

- ・商店街の最近の景況については、振興組合・任意団体ともに、「繁栄している」と回答したところはなく、「衰退の恐れがある」「衰退している」と回答したのが半数以上を占めた。(図表18)

[図表18 商店街の最近の景況] (H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)

