

千葉県商店街実態調査報告書

平成 21 年 3 月

千葉県商工労働部

目 次

第1章 調査の概要.....	1
(1) 目的.....	1
(2) 調査内容.....	1
第2章 調査結果の概要.....	3
1. アンケート調査.....	3
(1) 店舗数、商店街加入率.....	3
(2) 人通り・商圈の変化、景況感.....	3
(3) 空き店舗.....	4
(4) 商店街の活動状況.....	4
2. ヒアリング調査.....	6
第3章 アンケート調査結果.....	8
1. 商店街の概要.....	8
(1) 商店街数.....	8
(2) 設立時期.....	9
(3) 立地環境.....	10
(4) 商店街のタイプ.....	11
(5) 閉店時刻.....	13
(6) 休業日.....	15
2. 商店街の運営状況.....	16
(1) 組織形態.....	16
(2) 店舗数・会員数と加入率.....	18
(3) 役員.....	21
(4) 運営費.....	23
(5) 事務局.....	26
3. 商店街の経営環境.....	28
(1) 街区の状況.....	28
(2) 業種構成.....	30
(3) 中心客層.....	34
(4) 人通りの変化.....	35
(5) 商圈範囲の変化.....	38
(6) 景況感.....	40
(7) 空き店舗.....	41
(8) 後継者の状況.....	47

4.	商店街の活動状況.....	48
	(1) 当面している問題点.....	48
	(2) 次世代を担うリーダーの有無.....	51
	(3) 現在の取組.....	52
	(4) 今後の取組.....	63
	(5) 個店での取組.....	64
5.	国・県・市町村の補助制度の利用について.....	73
	(1) 補助制度利用の有無・利用した補助制度.....	73
	(2) 利用した補助制度の効果.....	74
	(3) 補助制度を利用しない理由.....	75
第4章	ヒアリング調査結果.....	76

第1章 調査の概要

(1) 目的

車社会の定着や公共施設、住宅の郊外移転等に伴う中心市街地の空洞化、急速な高齢化の進行等、経営環境の変化により厳しい状況に直面している商店街の実態を把握し、今後の商業振興のための基礎資料を得ることを目的とする。

(2) 調査内容

1) アンケート調査

県内に立地する商店街を対象としたアンケート調査により、商店街の活動状況及び問題点等を把握する。

ア 対象：商店会組織を有する県内全商店街（779 か所）

*調査時点で解散をしていますが、商店街として存続しているとして回答のあった商店街については一部集計している。

イ 実施方法：郵送配布・郵送回収（一部訪問による回収を含む）

ウ 回収結果：有効回答数 456（回収率 58.5%）

エ 項目：商店街の概要、立地環境、空き店舗と業種構成、共同事業と施設整備状況、地域貢献活動、景況及び商店街の問題点 等

オ 調査時点：平成 20 年 7 月 1 日現在

（前回調査：平成 16 年 7 月 1 日現在）

2) ヒアリング調査

県内主要商店街を対象に、アンケート調査の補足を行う。

ア 対象：主要商店街（アンケート結果を参考に 20 商店街を選定）

*対象 20 商店街は別表（P 2）

イ 実施方法：訪問面接方式

ウ 項目：商店街の活動状況及び今後の対応課題 等

エ 実施期間：平成 20 年 9 月～平成 21 年 3 月

(別表) ヒアリング対象商店街

商店街名	所在地
千葉銀座商店街振興組合	千葉市
幕張ベイタウン商店会	千葉市
ゆりの木商店会	千葉市
大久保商店街協同組合	習志野市
谷津サンプラザ商店街協同組合	習志野市
八千代台西口商店会	八千代市
サンロード五香商店街振興組合	松戸市
商店街振興組合柏二番街商店会	柏市
江戸川台駅前商店街振興組合	流山市
市川ビル商店会	市川市
船橋市本町通り商店街振興組合	船橋市
北習志野エビス通り商店会	船橋市
J R 佐倉南商店会	佐倉市
八街駅南口商店街振興組合	八街市
佐原駅前商店街振興組合	香取市
多古町仲町通り商店会	多古町
銚子銀座商店街振興組合	銚子市
茂原榎町商店街振興組合	茂原市
大原中央商店街協同組合	いすみ市
きよみ台商店街振興会	木更津市

(ブロックについて)

地域別では、県内市町村を以下のブロックに区分して分析した。

ブロック	市町村
千葉	千葉市・習志野市・市原市・八千代市
東葛	松戸市・野田市・柏市・流山市・我孫子市・鎌ヶ谷市
葛南	市川市・船橋市・浦安市
印旛	成田市・佐倉市・四街道市・八街市・印西市・白井市・富里市・酒々井町・印旛村・本埜村・栄町
香取	香取市・神崎町・多古町・東庄町
海匝	銚子市・旭市・匝瑳市
山武	東金市・山武市・大網白里町・九十九里町・芝山町・横芝光町
長生	茂原市・一宮町・睦沢町・長生村・白子町・長柄町・長南町
夷隅	勝浦市・いすみ市・大多喜町・御宿町
安房	館山市・鴨川市・南房総市・鋸南町
君津	木更津市・君津市・富津市・袖ヶ浦市

第2章 調査結果の概要

1. アンケート調査

(1) 店舗数、商店街加入率

① 店舗数

- ・店舗数について回答のあった272商店街の店舗数合計は11,555店、このうち「大型店」が252店(2.2%)、「チェーン店舗(大型店を除く)」が933店(8.1%)「それ以外」が10,370店(89.7%)であった。
- ・前回調査(平成16年度)では「チェーン店舗」が全体の7.3%、「それ以外」が92.7%を占めていた。(大型店は前回調査無し)

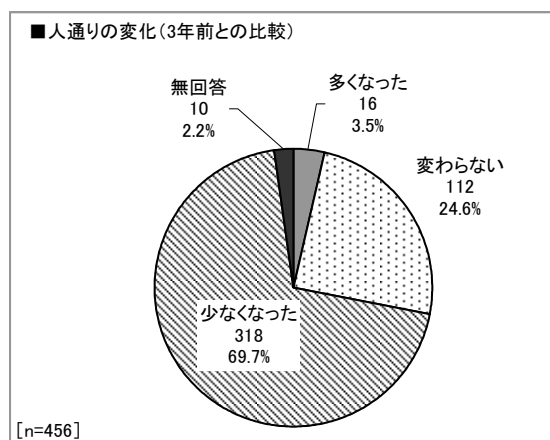
② 商店街加入率

- ・県全体の商店街加入率(店舗数ベース:会員、準会員合計)は79.6%(前回調査80.1%)であった。うち「大型店」の加入率は70.6%(前回調査無し)、「チェーン店舗」は66.2%(同70.0%)、「それ以外の店舗」では81.0%(同80.9%)となった。

(2) 人通り・商圈の変化、景況感

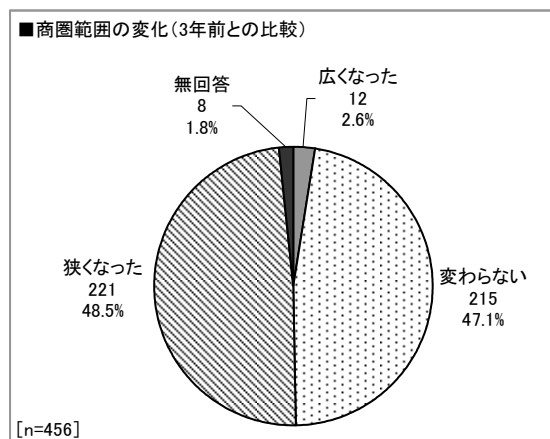
① 人通り

- ・人通りについては、全体の約7割(69.7%)が、3年前と比較して「少なくなった」と感じている。
- ・人通りが「多くなった」割合(3.5%)から「少なくなった」割合を控除したDI値をみると、△66.2となり、前回調査(△64.4)よりも1.8ポイント低下した。
- ・人通りの減少要因は、「離れている大型店にお客をとられる」が59.8%と最も多い。



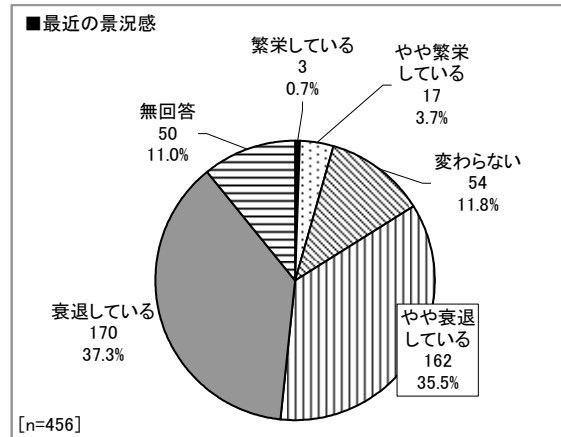
② 商圈範囲の変化

- ・商圈範囲については、全体の約5割(48.5%)が、3年前と比較して「狭くなった」と感じている。
- ・商圈が「広くなった」割合(2.6%)から「狭くなった」割合を控除したDI値をみると、△45.9となり、前回調査(△47.1)よりも1.2ポイント高くなっている。



③ 景況感

- ・景況感については、「やや衰退している」と「衰退している」の合計は 72.8% となり、「繁栄している」と「やや繁栄している」の合計 (4.4%) を大きく上回った。
- ・「やや衰退している」と「衰退している」の合計 (72.8%) は、前回調査 (72.6%) とほぼ同じ割合であった。



(3) 空き店舗

① 空き店舗の有無、空き店舗率

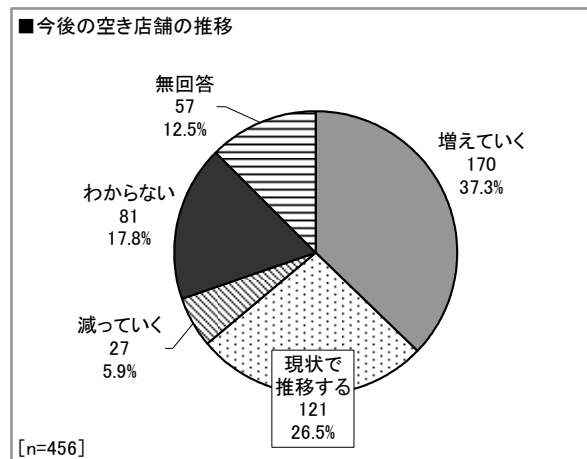
- ・商店街の空き店舗については全体の 74.1% (338 か所) が「空き店舗が有る」と回答し、「空き店舗が無い」とした商店街 22.4% (102 か所) を大きく上回った。
- ・県全体の空き店舗率は 10.5% であり、前回調査 (9.1%) より 1.4 ポイント高くなった。

② 空き店舗の発生理由

- ・空き店舗の発生理由では、「経営不振」が 72.9% と最も多く、次いで「後継者がいない」が 52.1% であった。

③ 今後の空き店舗の推移

- ・今後の空き店舗の推移については、「増えていく」と予測する回答が 37.3%、「現状で推移する」が 26.5%、「減っていく」5.9%、「わからない」17.8% であった。
- ・「増えていく」とした商店街の割合は、前回調査 (34.3%) よりも 3.0 ポイント高くなっている。



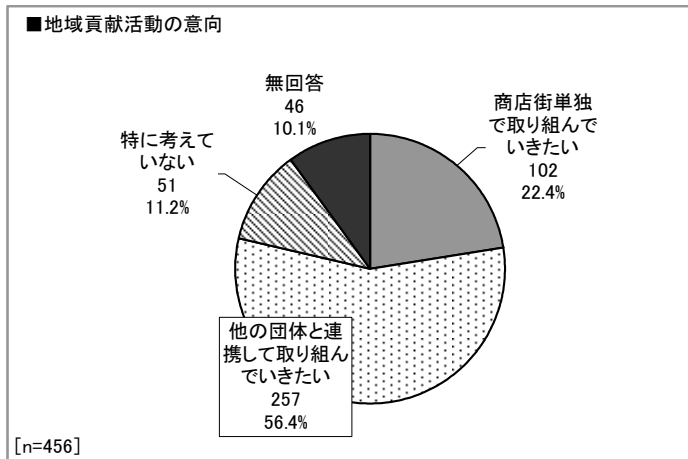
(4) 商店街の活動状況

① 当面している問題点

- ・当面している問題点については、全体の 89.5% (408 か所) の商店街が何らかの「問題がある」と回答している。
- ・個別の問題点では「後継者難」が 45.4% と突出しており、前回調査 (36.7%) から 8.7 ポイント高くなり、前回調査で最も回答の多かった「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」(前回 40.1%、今回 33.3%) を逆転した。

② 地域貢献活動

- ・回答のあった 456 商店街のうち、403 か所 (88.4%) が何らかの「地域貢献に向けた取組を行っている」と回答した。
- ・行っている地域貢献活動については、「祭り」が 64.9%と目立って高く、次いで「防災・防犯」(35.5%)、「清掃」(27.4%)となっている。
- ・前回調査では「祭り」(61.5%)「清掃」(29.1%)「防災・防犯」(22.8%)の順であり第 2 位と第 3 位が逆転した。
- ・今後の地域貢献活動について「商店街単独」あるいは「他団体と連携」して「取り組んでいきたい」と回答した商店街は全体の 78.7% (359 か所) であった。

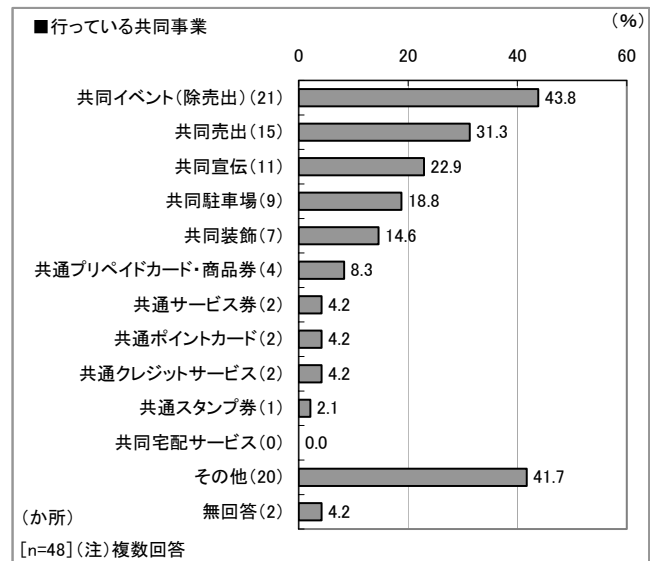


③ 大型店との共同事業

- ・回答のあった 456 商店街のうち「近隣に大型店がある商店街」は 298 か所で、そのうち 48 商店街 (16.1%) が何らかの「共同事業を行っている」と回答した。

- ・行っている共同事業で最も多いのは「共同イベント (除売出)」で 48 商店街のうち 21 か所が実施していると回答した。次いで「共同売出」15 か所、「共同宣伝」11 か所となった。

- ・前回調査では、実施している共同事業の中で最も割合が高かったのは「共同売出」(9.5%*回答した商店街全数を分母として算出)、次いで「共同宣伝」(9.2%)、「共同装飾」(7.5%)であり、「共同イベント (除売出)」(5.6%) は第 5 位であった。



2. ヒアリング調査

千葉銀座商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○千葉銀座商店街環境整備事業	：街路等の整備
	○ちばYOSAKOIへの参加	：イベント参加
	○千葉県みんなで作る商店街モデル事業	：イベント開催
地域貢献活動	○近隣中学校の職場体験	
	○清掃、青少年健全育成	
幕張ベイタウン商店会		
特に力を入れている事業	○ベイタウン夏祭り	：イベント開催
	○ウインターフェスティバル	：イベント開催
	○ベイタウンラーメン・ベイタウンおこげ	：オリジナル商品開発
地域貢献活動	○千葉市花いっぱい運動への参加	
ゆりの木商店会		
特に力を入れている事業	○夏祭り	：イベント開催
	○花いっぱい運動	：景観形成
地域貢献活動	○車道、歩道の電線地中化、バリアフリー化	
大久保商店街協同組合		
特に力を入れている事業	○「観桜会」、「夏祭り」、「秋の収穫祭」	：イベント開催
	○ゆるーどお休み処	：空き店舗対策
	○大久保インターネット商店街に協賛	：販売促進
地域貢献活動	○近隣の小中学校の活動に協力	
	○近隣の高校生、大学生との協働	
谷津サンプラザ商店街協同組合		
特に力を入れている事業	○フェスタバザール	：イベント開催
	○納涼風物まつり	：イベント開催
地域貢献活動	○谷津まちづくり推進協議会を設置	
八千代台西口商店会		
特に力を入れている事業	○消費者交流研修旅行	：消費者への還元
	○歳末花プレゼント	：消費者への還元
地域貢献活動	○夏祭りに協賛	
	○街路灯の省エネ対策	
サンロード五香商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○わくわくサンカード	：ポイントカード
	○駐車無料サービス	：駐車場
	○わくわくカーニバル	：イベント開催
地域貢献活動	○清掃	
商店街振興組合 柏二番街商店会		
特に力を入れている事業	○まちづくり協定の策定	：まちづくり
	○情報誌「パサージュ」発行	：情報発信
	○広報・宣伝活動	：CI(イメージアップ)
地域貢献活動	○JOBANアートラインプロジェクトへの参加	
江戸川台駅前商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○納涼祭	：イベント開催
	○ホームページの充実	：情報発信
	○一店逸品運動	：販売促進
地域貢献活動	○景観形成	
市川ビル商店会		
特に力を入れている事業	○商業集積の魅力向上	：設備、環境等整備
	○元気！市川会	：清掃、防犯
地域貢献活動	○市川駅周辺の振興・整備、安心・安全なまちづくり	

船橋市本町通り商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○ダイヤモンドポイントカード	：ポイントカード
	○駐車券サービス	：駐車場
	○本町通りだより	：情報発信
地域貢献活動	○きらきら夢ひろばの開催	
北習志野エビス通り商店会		
特に力を入れている事業	○地域と共に生きる商店街支援事業	：空き店舗対策
	○商店会設立35周年事業	：記念事業
地域貢献活動	○老人会の行事に参加	
	○清掃、青少年健全育成	
JR佐倉南商店会		
特に力を入れている事業	○都市計画道路の整備に協力	：まちづくり
	○ミュージアム(計画中)	：まちづくり
地域貢献活動	○周辺自治体とバザーの共催等の協働	
	○景観形成	
	○エコステーションの設置	
八街駅南口商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○JR八街駅利用事業	：まちづくり
	○ギャラリー悠々	：空き店舗対策
地域貢献活動	○夏祭り、秋祭りに協賛	
	○文化活動支援、情報発信	
佐原駅前商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○なつかしの夕市、ちびっこ花火大会	：イベント開催
	○青空市	：共同売出
	○街の賑わいわいに出資	：空き店舗対策
地域貢献活動	○チャリティーバザーの開催	
多古町仲町通り商店会		
特に力を入れている事業	○ギャラリーなかまち	：空き店舗対策
	○共同駐車場	：駐車場
地域貢献活動	○町、商工会主催の祭りに協力	
	○教育施設にギャラリーの提供	
銚子銀座商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○銚子夜まつり	：イベント開催
	○ホームページの充実	：情報発信
地域貢献活動	○黒潮よさこい祭りに協力	
茂原榎町商店街振興組合		
特に力を入れている事業	○榎町つどいのひろば	：空き店舗対策
	○こどもあそびひろば	：イベント開催
	○フラワーラックの設置	：景観形成
地域貢献活動	○近隣小学校の職場体験	
大原中央商店街協同組合		
特に力を入れている事業	○多目的施設「おらげ」	：空き店舗対策
	○ほらやっさカード	：ポイントカード
地域貢献活動	○大原ちょうちん時代祭りの開催	
きよみ台商店街振興会		
特に力を入れている事業	○まちなみ景観整備事業に関する活動	：まちづくり
地域貢献活動	○自治会、PTA等との協働によるまちづくり	

第3章 アンケート調査結果

1. 商店街の概要

(1) 商店街数

① 商店街数の推移

商店街数の合計は779か所であった。平成16年度調査(871か所)と比較すると、92か所減少し、減少率は10.6%であった。

ブロック別にみると、減少率が最も高いのは海匝で20.6%、次いで千葉(19.9%)、山武(19.0%)となっている。

■商店街数の推移

ブロック	商店街数			増減率 (%)
	平成16年度 (A)	平成20年度 (B)	増減 (B-A)	
千葉	186	149	-37	-19.9
東葛	390	215	-32	-8.2
葛南		143		
印旛	78	73	-5	-6.4
香取	43	41	-2	-4.7
海匝	34	27	-7	-20.6
山武	21	17	-4	-19.0
長生	25	23	-2	-8.0
夷隅	13	14	1	7.7
安房	28	25	-3	-10.7
君津	53	52	-1	-1.9
合計	871	779	-92	-10.6

(注)東葛、葛南ブロックは、平成16年度は「東葛飾」ブロックで集計した。

② 地域の状況

ブロック別に人口と商店街数の関係をみると、人口が最も多いのは千葉であるが、商店街数では、最も多いのは東葛(215か所)、次いで千葉(149か所)、葛南(143か所)となっている。

人口1万人当たりの商店街数をみると、多い順に香取(3.33か所)、安房(1.81か所)、夷隅(1.72か所)となっている。少ない順では山武(0.77か所)、千葉(0.95か所)、印旛(1.05か所)となっている。

■人口と商店街数の関係

ブロック	人口 (人)	商店街数	1万人当たり 商店街数
千葉	1,570,849	149	0.95
東葛	1,423,366	215	1.51
葛南	1,224,307	143	1.17
印旛	697,068	73	1.05
香取	123,046	41	3.33
海匝	182,459	27	1.48
山武	220,657	17	0.77
長生	157,280	23	1.46
夷隅	81,482	14	1.72
安房	137,766	25	1.81
君津	321,470	52	1.62
合計	6,139,750	779	1.27

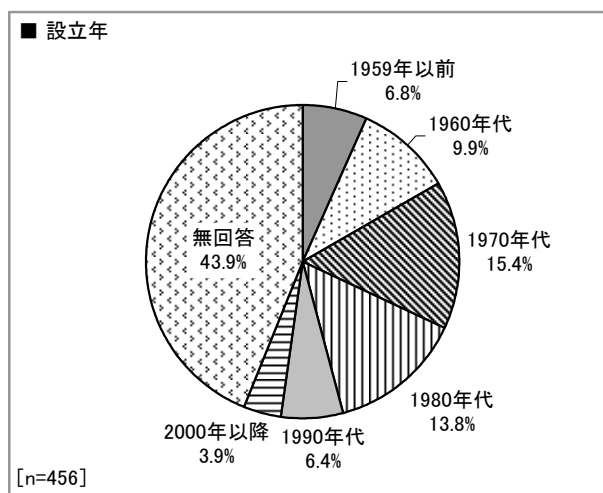
(注)人口は平成20年7月1日現在

(資料出所)千葉県総合企画部統計課「千葉県毎月常住人口調査月報」

(2) 設立時期

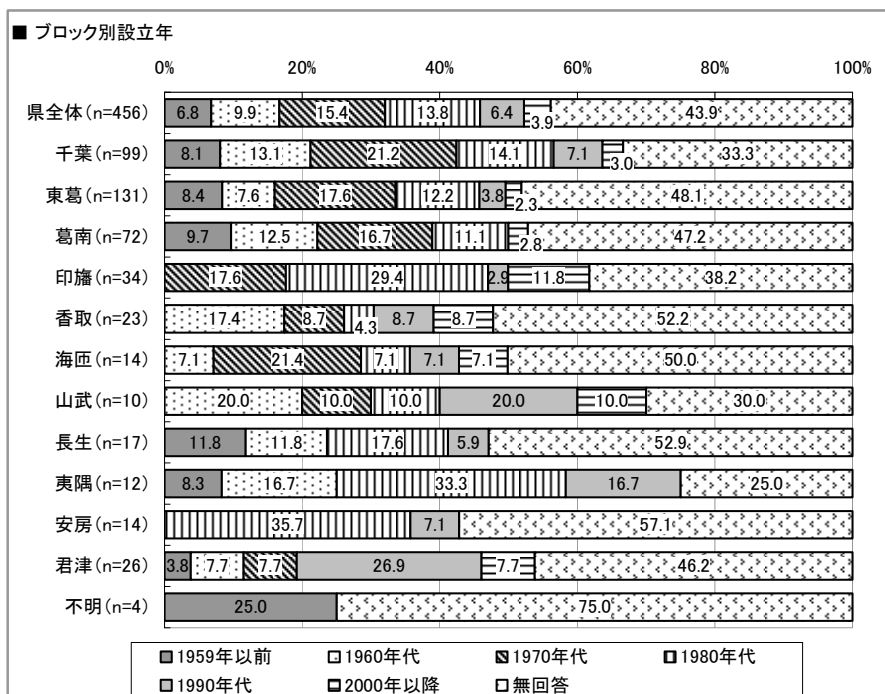
① 県全体

商店街の設立時期を年代別にみると、「1970年代」が15.4%と最も多い。次いで、「1980年代」の13.8%である。わが国の高度経済成長を背景に、本県の人口が急増した時期と重なっている。



② ブロック別

最も設立割合の高い時期をブロック別にみると、「1970年代」が海匝 (21.4%)、千葉 (21.2%)、東葛 (17.6%)、葛南 (16.7%) であるのに対し、「1980年代」が安房 (35.7%)、夷隅 (33.3%)、印旛 (29.4%)、長生 (17.6%) となっている。総じてみると、東京に近いブロックの方が先行して設立されている。

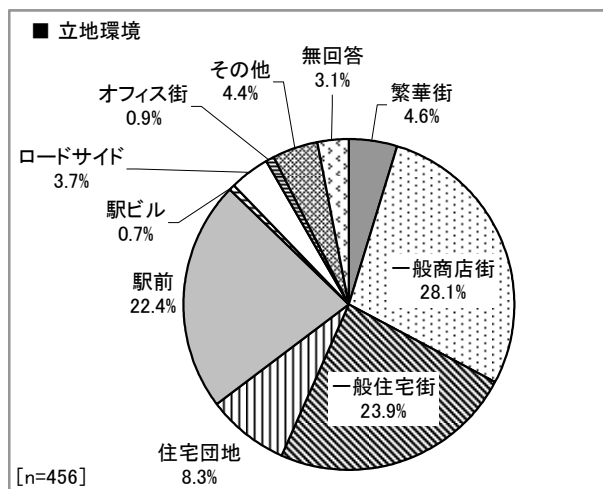


(3) 立地環境

① 県全体

立地環境別にみると、「一般商店街」が28.1%と最も多く、次いで「一般住宅街」(23.9%)「駅前」(22.4%)となっている。

「駅ビル」(0.7%)、「オフィス街」(0.9%)の割合は1%未満と低くなっている。



② ブロック別

ブロック別にみると、「一般商店街」の割合が高いのは、海匝(57.1%)、香取(52.2%)、長生(47.1%)の順となっている。「一般住宅街」の割合が高いのは、東葛(29.8%)、葛南(29.2%)、安房(28.6%)の順となっている。「駅前」の割合が高いのは、山武(30.0%)、葛南(27.8%)、東葛(26.0%)の順となっている。

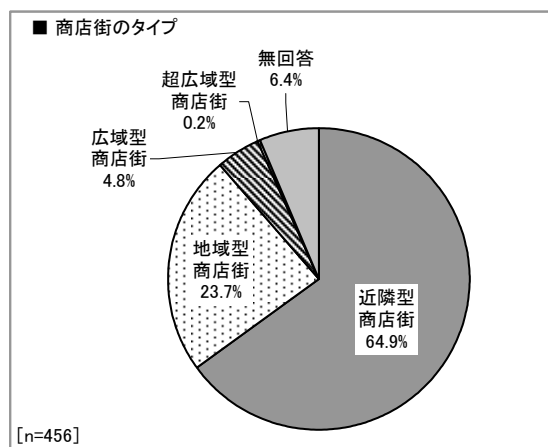
■ ブロック別立地環境

	(単位: か所、%)												
	県全体 (n=456)	千葉 (n=99)	東葛 (n=131)	葛南 (n=72)	印旛 (n=34)	香取 (n=23)	海匝 (n=14)	山武 (n=10)	長生 (n=17)	夷隅 (n=12)	安房 (n=14)	君津 (n=26)	不明 (n=4)
繁華街	21 4.6	7 7.1	4 3.1	4 5.6	2 5.9	-	-	-	1 5.9	-	3 21.4	-	-
一般商店街	128 28.1	22 22.2	32 24.4	13 18.1	10 29.4	12 52.2	8 57.1	4 40.0	8 47.1	5 41.7	3 21.4	11 42.3	-
一般住宅街	109 23.9	22 22.2	39 29.8	21 29.2	8 23.5	4 17.4	-	1 10.0	2 11.8	1 8.3	4 28.6	7 26.9	-
住宅団地	38 8.3	15 15.2	14 10.7	7 9.7	2 5.9	-	-	-	-	-	-	-	-
駅前	102 22.4	20 20.2	34 26.0	20 27.8	6 17.6	2 8.7	3 21.4	3 30.0	3 17.6	3 25.0	1 7.1	5 19.2	2 50.0
駅ビル	3 0.7	1 1.0	1 0.8	1 1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
地下街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ロードサイド	17 3.7	4 4.0	2 1.5	5 6.9	2 5.9	1 4.3	-	-	1 5.9	1 8.3	-	1 3.8	-
オフィス街	4 0.9	3 3.0	1 0.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
その他	20 4.4	4 4.0	-	-	1 2.9	3 13.0	3 21.4	2 20.0	1 5.9	2 16.7	3 21.4	1 3.8	-
無回答	14 3.1	1 1.0	4 3.1	1 1.4	3 8.8	1 4.3	-	-	1 5.9	-	-	1 3.8	2 50.0
合計	456 100.0	99 100.0	131 100.0	72 100.0	34 100.0	23 100.0	14 100.0	10 100.0	17 100.0	12 100.0	14 100.0	26 100.0	4 100.0

(4) 商店街のタイプ

① 県全体

商店街のタイプは、「近隣型」が64.9%を占め、次いで「地域型」23.7%、「広域型」4.8%となっている。



(注) 商店街のタイプ

近隣型商店街	最寄品中心で、地元主婦が日用品等を徒歩又は自転車等により日常性の買物をする商店街
地域型商店街	最寄品及び買回品店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
広域型商店街	百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品より買回品が多い商店街
超広域型商店街	百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離からの来街者が買物をする商店街

② ブロック別

ブロック別にみると、山武と夷隅を除いたブロックでは、それぞれ「近隣型」が最も多くなっている。

山武と夷隅では、それぞれ「地域型」が最も多くなっている。

■ ブロック別タイプ

(単位:か所)

	合計	近隣型	地域型	広域型	超広域型	無回答
千葉	99	65	20	8	0	6
東葛	131	86	24	8	1	12
葛南	72	51	14	5	0	2
印旛	34	24	10	0	0	0
香取	23	13	7	0	0	3
海匠	14	8	6	0	0	0
山武	10	4	5	0	0	1
長生	17	11	4	0	0	2
夷隅	12	5	6	0	0	1
安房	14	6	5	1	0	2
君津	26	21	5	0	0	0
不明	4	2	2	0	0	0
県全体	456	296	108	22	1	29

③ 立地環境とタイプ

立地環境とタイプの組み合わせでは、「近隣型：一般住宅街」(20.0%)、「近隣型：一般商店街」(18.2%)がそれぞれ約2割を占めており、次いで「近隣型：駅前」が12.7%となっている。

■ 立地環境とタイプ

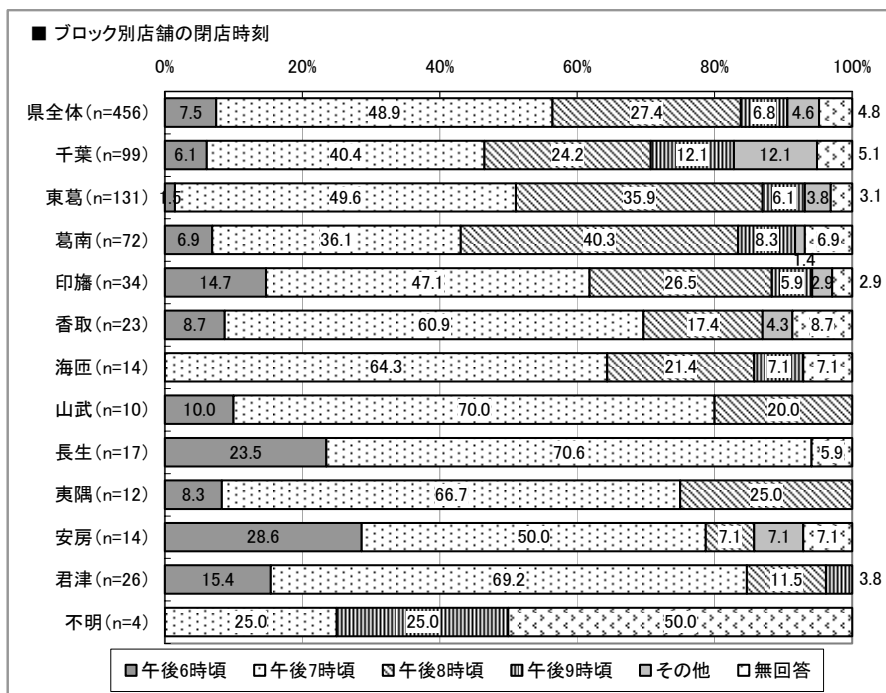
(単位:か所、%)

	合計	繁華街	一般商店街	一般住宅街	住宅団地	駅前	駅ビル	地下街	ロードサイド	オフィス街	その他	無回答
近隣型商店街	296 64.9	6 1.3	83 18.2	91 20.0	32 7.0	58 12.7	1 0.2	-	7 1.5	2 0.4	8 1.8	8 1.8
地域型商店街	108 23.7	7 1.5	34 7.5	13 2.9	5 1.1	31 6.8	-	-	8 1.8	-	6 1.3	4 0.9
広域型商店街	22 4.8	5 1.1	1 0.2	-	-	12 2.6	1 0.2	-	1 0.2	1 0.2	1 0.2	-
超広域型商店街	1 0.2	-	-	-	-	-	1 0.2	-	-	-	-	-
無回答	29 6.4	3 0.7	10 2.2	5 1.1	1 0.2	1 0.2	-	-	1 0.2	1 0.2	5 1.1	2 0.4
合計	456 100.0	21 4.6	128 28.1	109 23.9	38 8.3	102 22.4	3 0.7	-	17 3.7	4 0.9	20 4.4	14 3.1

(5) 閉店時刻

① 県全体、ブロック別

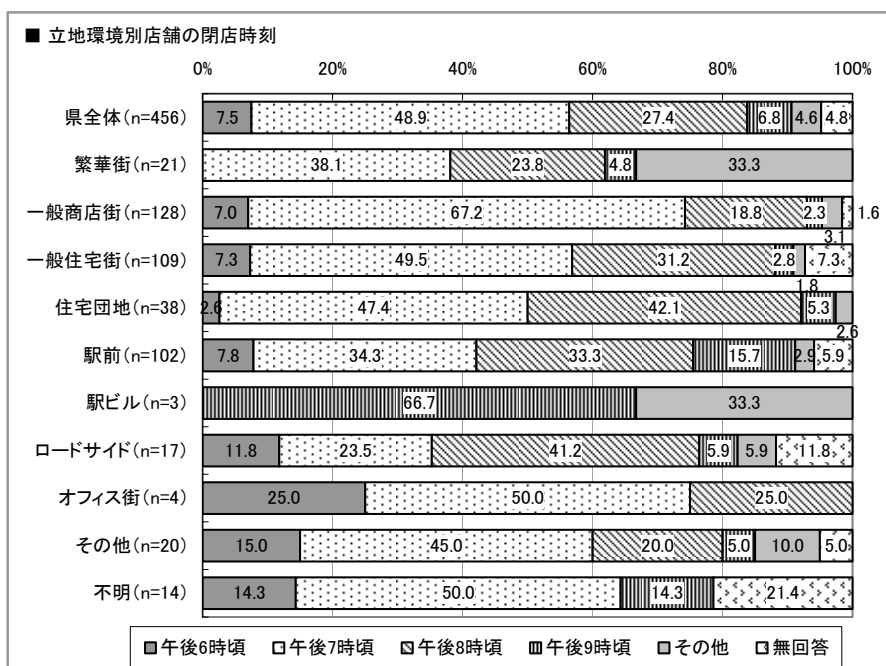
県内商店街の閉店時刻は、午後7時頃が約5割（48.9%）と最も多く、次いで午後8時頃が27.4%となっている。ブロック別では、千葉と葛南を除く9ブロックで午後7時頃には過半の商店街が閉店している。



② 立地環境別

立地環境別にみると、ロードサイドでは11.8%、駅前では7.8%の商店街が、午後6時頃には閉店している。

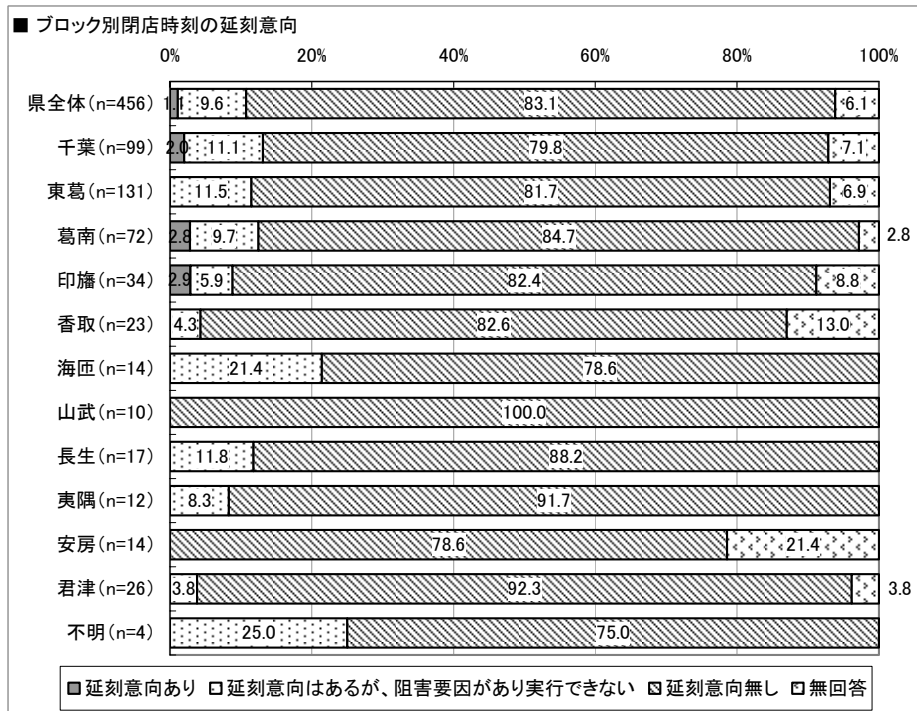
(注) サンプル数の少ないオフィス街を除いた場合。



③ 県全体、ブロック別閉店時刻の延刻意向

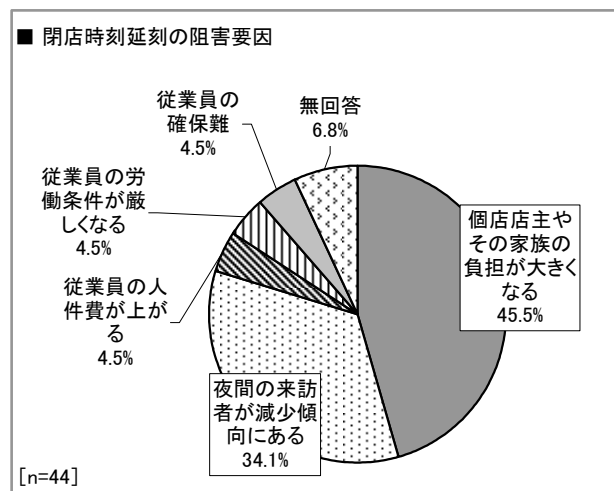
県内商店街の 83.1%には、閉店時刻を遅くしようとする意向がない。「延刻意向あり」が 1.1%、「延刻意向はあるが、阻害要因があり実行できない」が 9.6%となっている。

ブロック別にみると、「延刻意向はあるが、阻害要因があり実行できない」は、海匝で 21.4%と最も高くなっている。



④ 延刻の阻害要因

閉店時刻を遅らせることに対する阻害要因については、「個店店主やその家族の負担が大きくなる」が 45.5%と最も多く、次いで「夜間の来訪者が減少傾向にある」が 34.1%となっている。

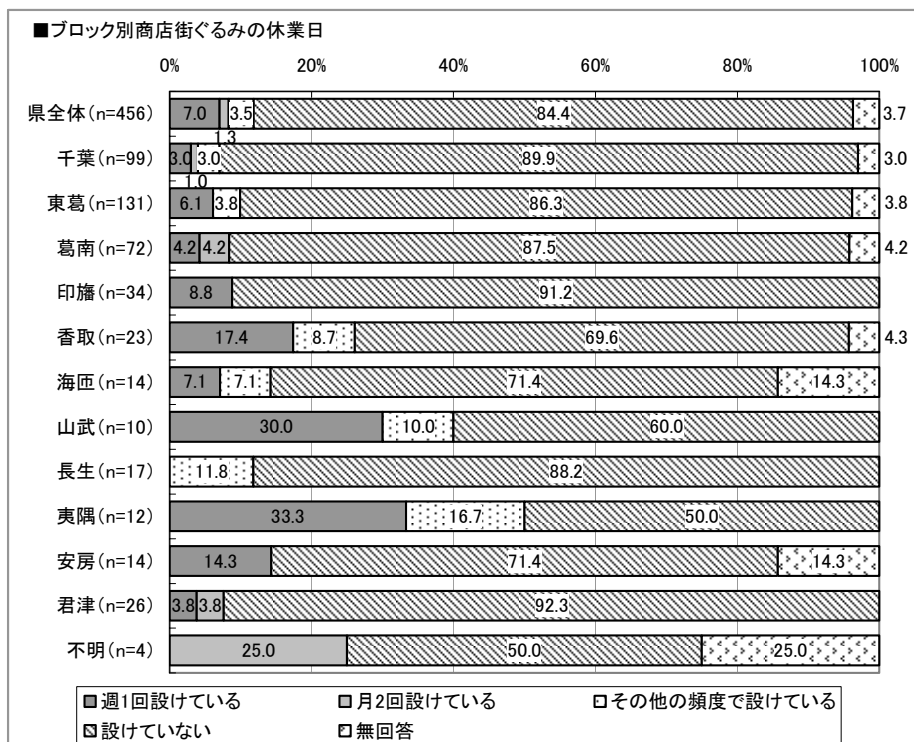


(6) 休業日

① 県全体、ブロック別

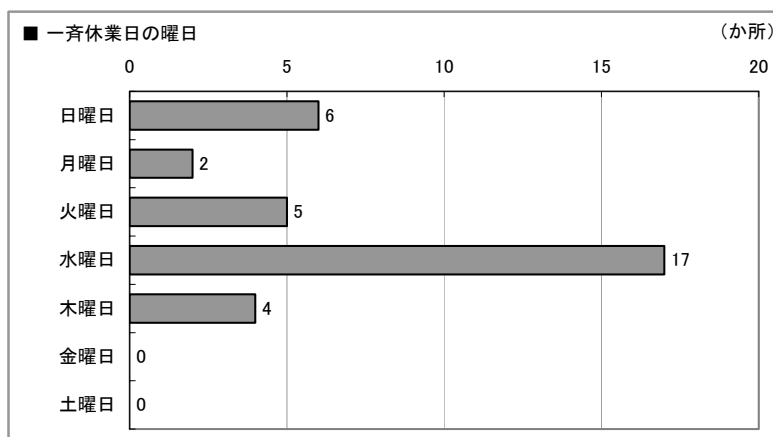
商店街ぐるみの休業日は、84.4%の商店街が設けていない。「週1回設けている」が7.0%、「月2回設けている」が1.3%、「その他の頻度で設けている」が3.5%となっている。

ブロック別にみると、夷隅（33.3%）や山武（30.0%）で「週1回設けている」の割合が高くなっている。



② 休業日の曜日

一斉休業日を設けている商店街について、何曜日を休業日としているかを尋ねたところ、「水曜日」が17か所と最も多く、次いで「日曜日」が6か所となった。



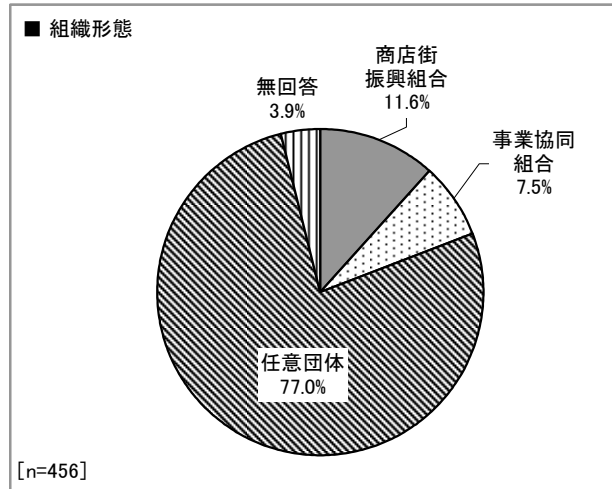
2. 商店街の運営状況

(1) 組織形態

① 県全体

有効回答 456 商店街の多くは、非法人である「任意団体」の組織形態をとっている (77.0%)。法人化率は 19.1%となっている。

法人化している商店街の内訳をみると、商店街振興組合法に基づく商店街振興組合 (以下「振興組合」) が 11.6%、中小企業等協同組合法に基づく事業協同組合 (以下「協同組合」) が 7.5%となっている。



② ブロック別

ブロック別に法人化率をみると、最も高いのは山武 (60.0%)、次いで夷隅 (41.7%) となっている。一方、最も低いのは印旛 (5.9%)、次いで葛南 (11.1%) となっている。

振興組合の割合は、海匝 (21.4%)、安房 (21.4%)、山武 (20.0%)、長生 (17.6%) が高く、協同組合の割合は山武 (40.0%)、夷隅 (33.3%)、安房 (14.3%)、香取 (13.0%) が高くなっている。

一方、今後法人化を予定している商店街は 4 か所で、印旛が 2 か所、千葉と東葛が 1 か所ずつとなっている。

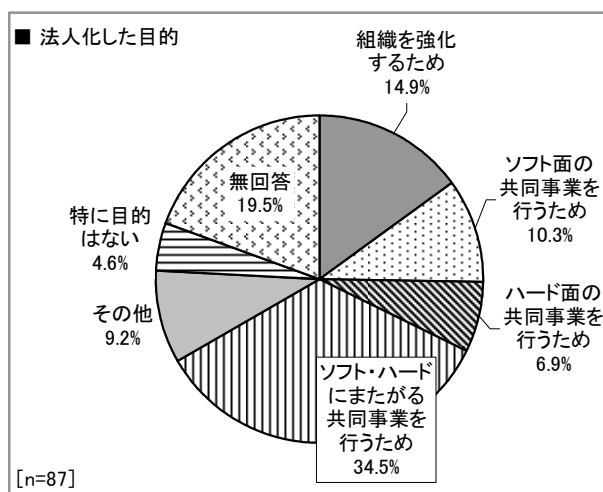
■ ブロック別組織形態と法人化

(単位: か所、%)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
振興組合	53 11.6	15 15.2	13 9.9	6 8.3	1 2.9	2 8.7	3 21.4	2 20.0	3 17.6	1 8.3	3 21.4	4 15.4	-
協同組合	34 7.5	6 6.1	7 5.3	2 2.8	1 2.9	3 13.0	1 7.1	4 40.0	2 11.8	4 33.3	2 14.3	2 7.7	-
任意団体	351 77.0	76 76.8	105 80.2	61 84.7	31 91.2	17 73.9	9 64.3	4 40.0	12 70.6	6 50.0	9 64.3	19 73.1	2 50.0
無回答	18 3.9	2 2.0	6 4.6	3 4.2	1 2.9	1 4.3	1 7.1	-	-	1 8.3	-	1 3.8	2 50.0
合計	456 100.0	99 100.0	131 100.0	72 100.0	34 100.0	23 100.0	14 100.0	10 100.0	17 100.0	12 100.0	14 100.0	26 100.0	4 100.0
法人数	87	21	20	8	2	5	4	6	5	5	5	6	0
法人化率	19.1	21.2	15.3	11.1	5.9	21.7	28.6	60.0	29.4	41.7	35.7	23.1	0.0
法人化予定	4	1	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-

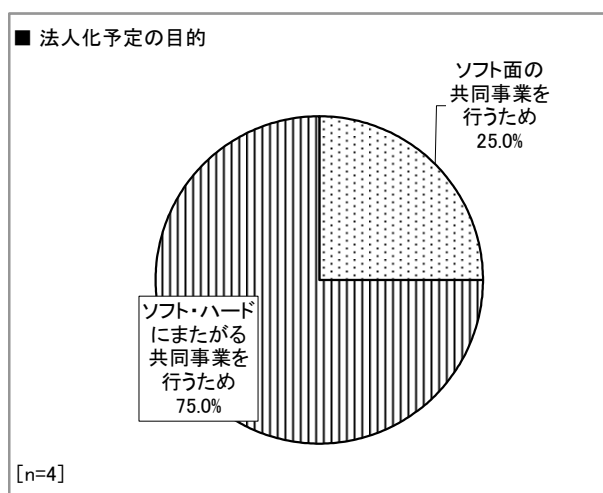
③ 法人化の目的

前記の設問で法人化している商店街（87 か所）に法人化の目的を尋ねたところ、「ソフト・ハードにまたがる共同事業を行うため」が34.5%と最も多かった。次いで「組織を強化するため」が14.9%となった。ソフト面またはハード面の共同事業を行うことを目的に法人化された商店街は51.7%に及んでいる。



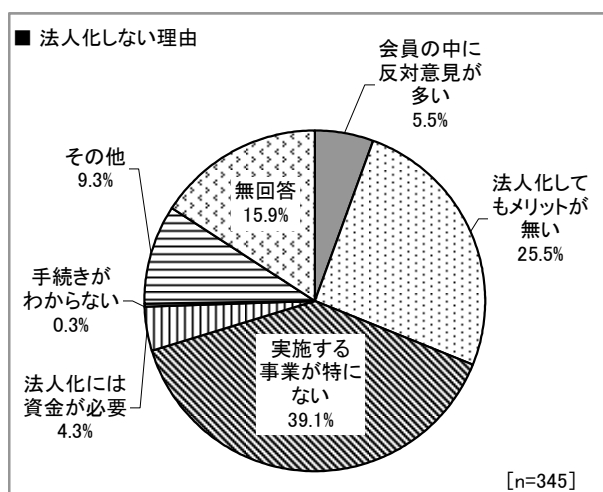
④ 法人化予定の目的

任意団体のうち、法人化を予定している商店街（4 か所）に法人化の目的を尋ねたところ、「ソフト・ハードにまたがる共同事業を行うため」が75.0%となった。次いで「ソフト面の共同事業を行うため」が25.0%となった。



⑤ 法人化しない理由

任意団体のうち、法人化を予定していない商店街（345 か所）にその理由を尋ねたところ、「実施する事業が特にない」が39.1%を占め、次いで「法人化してもメリットが無い」が25.5%となった。



(2) 店舗数・会員数と加入率

① ブロック別店舗数と会員数

回答のあった県全体の店舗数は 11,555 店、このうち大型店は 252 店、チェーン店は 933 店となった。また、県全体の会員店舗数は 8,800 店、このうち大型店は 152 店、チェーン店は 572 店となった。

準会員や非加入者を含めた県全体の人数は 19,464 人となった。このうち県全体の会員数は 14,750 人となった。

(注) 商店会には卸売などの店舗を持たない商業者や、土地の所有者なども含まれているため、会員数と店舗数は異なっている。

■ ブロック別店舗数、会員数等

(単位:店、人)

		千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明	合計	
店舗数	①会員	1,803	1,950	1,454	748	399	271	365	287	450	422	573	78	8,800	
	②準会員	79	156	72	57	13	7	0	1	4	1	6	0	396	
	③非加入	652	531	419	93	24	36	153	45	114	108	184	0	2,359	
	合計	2,534	2,637	1,945	898	436	314	518	333	568	531	763	78	11,555	
	うち大型店	①会員	43	50	24	14	0	1	4	5	1	0	8	2	152
		②準会員	4	10	8	1	0	0	0	1	0	1	1	0	26
		③非加入	11	22	19	4	0	0	1	7	0	0	10	0	74
		合計	58	82	51	19	0	1	5	13	1	1	19	2	252
	うちチェーン店舗	①会員	170	140	116	61	4	0	49	6	2	4	13	7	572
		②準会員	2	25	8	9	0	2	0	0	0	0	0	0	46
		③非加入	65	95	61	11	0	0	44	24	4	4	7	0	315
		合計	237	260	185	81	4	2	93	30	6	8	20	7	933
	うち大型店・チェーン店以外の店舗	①会員	1,590	1,760	1,314	673	395	270	312	276	447	418	552	69	8,076
		②準会員	73	121	56	47	13	5	0	0	4	0	5	0	324
		③非加入	576	414	339	78	24	36	108	14	110	104	167	0	1,970
		合計	2,239	2,295	1,709	798	432	311	420	290	561	522	724	69	10,370
空き店舗	391	446	214	194	71	41	73	90	101	58	104	8	1,791		
会員数	①会員	3,045	4,023	2,416	1,142	500	437	381	499	604	771	839	93	14,750	
	②準会員	205	408	158	77	13	40	4	25	4	4	41	2	981	
	③非加入	830	1,257	536	302	34	94	113	144	134	117	172	0	3,733	
	合計	4,080	5,688	3,110	1,521	547	571	498	668	742	892	1,052	95	19,464	

ブロック別に県全体に占める店舗数合計、会員数合計の割合をみると、店舗数では東葛が県全体の 22.8%を占め、次いで千葉 (21.9%)、葛南 (16.8%) の順、会員数でも最も多いのは東葛 (29.2%)、次いで千葉 (21.0%)、葛南 (16.8%) の順となった。

店舗数、会員数とも東葛、千葉、葛南の 3 ブロック合計で全体の 6 割超を占めている。

■ 県全体に占める店舗数、会員数の割合

(単位:%)

	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
店舗数	21.9	22.8	16.8	7.8	3.8	2.7	4.5	2.9	4.9	4.6	6.6	0.7
会員数	21.0	29.2	16.0	7.8	2.8	2.9	2.6	3.4	3.8	4.6	5.4	0.5

② ブロック別商店街加入率

県全体の商店街加入率（会員、準会員合計）は、店舗数で79.6%、会員数で80.8%となっている。店舗数ベースの加入率は前回調査の80.1%から0.5ポイント低下、会員数ベースの加入率は前回調査の81.1%から0.3ポイント低下した。

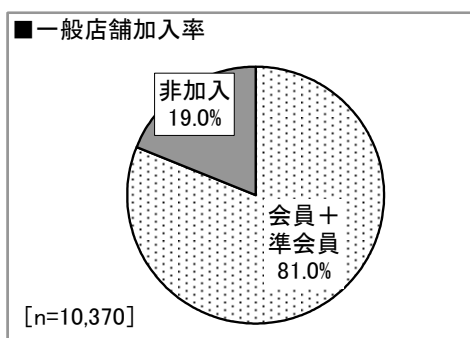
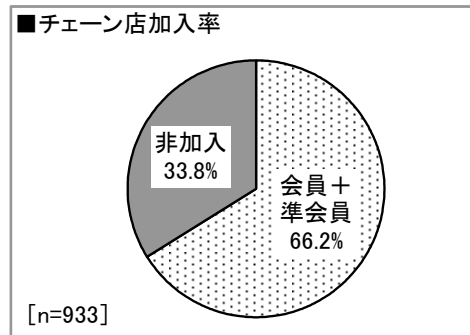
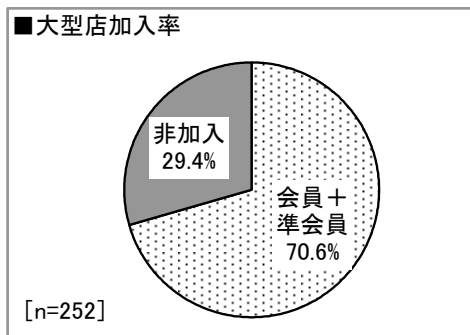
ブロック別では、店舗数では香取（94.5%）、印旛（89.6%）、海匝（88.5%）の順で高く、会員数では香取（93.8%）、安房（86.9%）、君津（83.7%）の順で高い。

■ ブロック別商店街加入率

		(単位:%)													
		千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明	合計	
店舗数	うち大型店	会員+準会員	74.3	79.9	78.5	89.6	94.5	88.5	70.5	86.5	79.9	79.7	75.9	100.0	79.6
		非加入	25.7	20.1	21.5	10.4	5.5	11.5	29.5	13.5	20.1	20.3	24.1	0.0	20.4
		合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	うちチェーン店舗	会員+準会員	81.0	73.2	62.7	78.9	-	100.0	80.0	46.2	100.0	100.0	47.4	100.0	70.6
		非加入	19.0	26.8	37.3	21.1	-	0.0	20.0	53.8	0.0	0.0	52.6	0.0	29.4
		合計	100.0	100.0	100.0	100.0	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	うち大型店・チェーン店以外の店舗	会員+準会員	74.3	82.0	80.2	90.2	94.4	88.4	74.3	95.2	80.4	80.1	76.9	100.0	81.0
		非加入	25.7	18.0	19.8	9.8	5.6	11.6	25.7	4.8	19.6	19.9	23.1	0.0	19.0
		合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	空き店舗		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	会員数	会員+準会員	79.7	77.9	82.8	80.1	93.8	83.5	77.3	78.4	81.9	86.9	83.7	100.0	80.8
		非加入	20.3	22.1	17.2	19.9	6.2	16.5	22.7	21.6	18.1	13.1	16.3	0.0	19.2
		合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

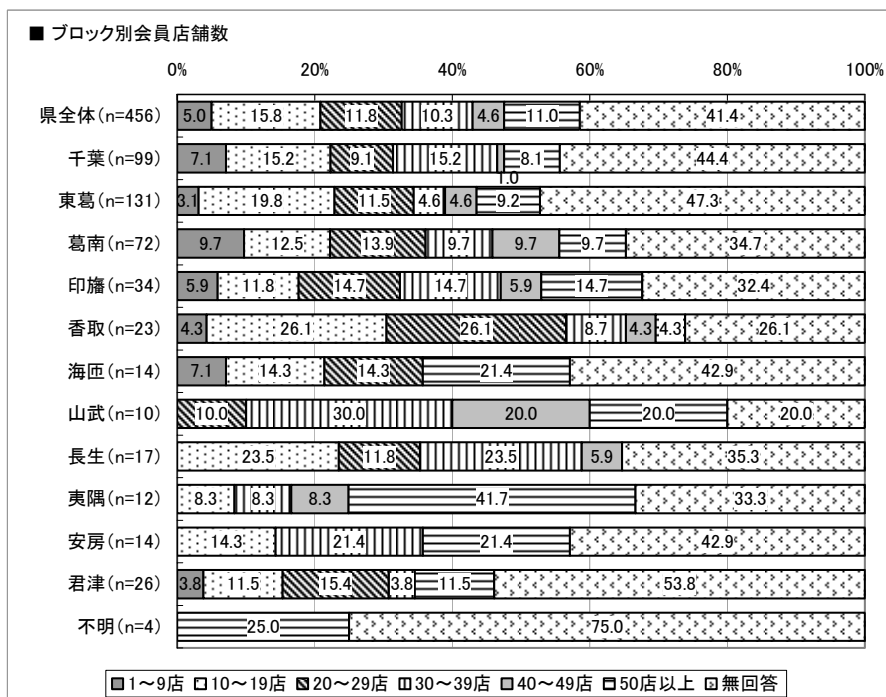
③ 店舗種類別加入率

店舗種類別の加入率をみると、大型店が70.6%、チェーン店66.2%、一般店舗81.0%となり、一般店舗の加入率が高く、チェーン店の3店に1店は商店街に加入していない。

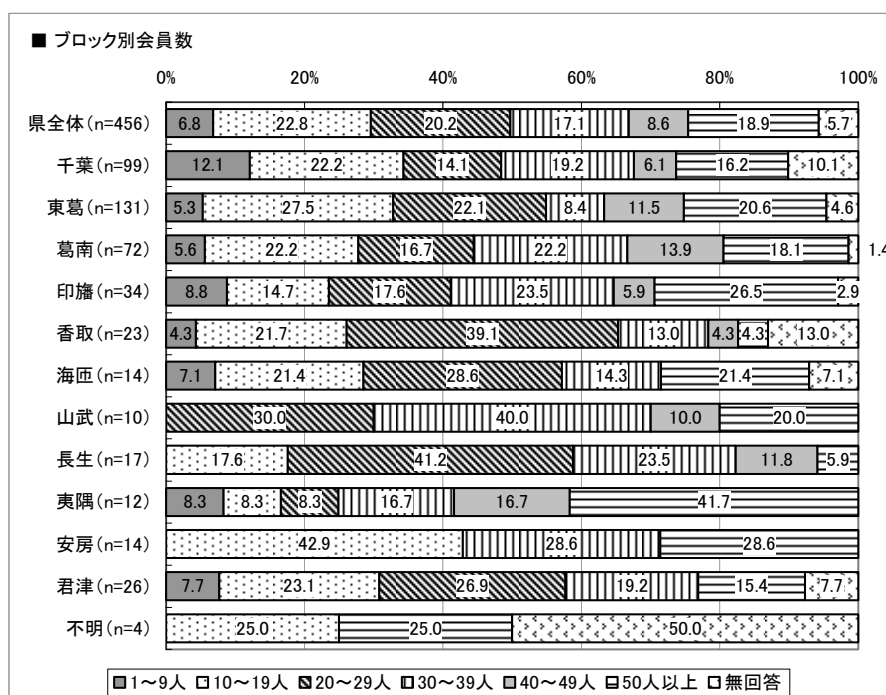


④ ブロック別店舗数規模・会員数規模

ブロック別に会員店舗数の規模をみると、30 店以上の商店街の割合は、山武（70.0%）、夷隅（58.3%）、安房（42.8%）で高くなっている。一方、9 店以下の商店街の割合が高いのは葛南（9.7%）、千葉（7.1%）、海匝（7.1%）、となっている。



ブロック別に会員数規模をみると、30 人以上の商店街の割合は、夷隅（75.1%）、山武（70.0%）、安房（57.2%）、印旛（55.9%）、葛南（54.2%）で5割を超えている。一方、9 人以下の商店街の割合が高いのは千葉（12.1%）、印旛（8.8%）、夷隅（8.3%）となっている。



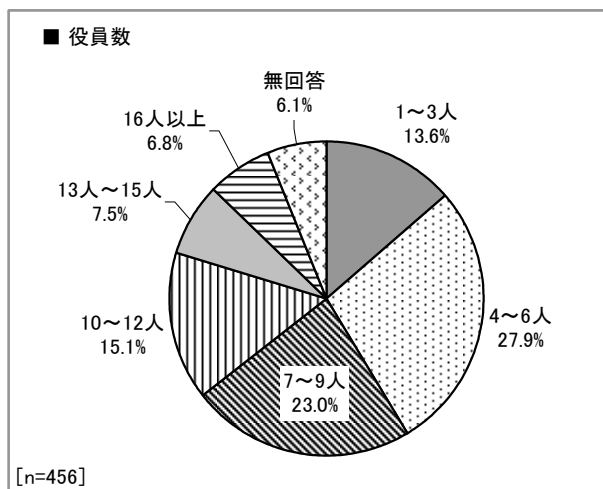
(3) 役員

① 役員数と平均年齢

役員数は、県全体の平均は 8.1 人であるが、その分布をみると 4～6 人が 27.9%と最も多く、次いで 7～9 人が 23.0%となっている。

組織形態別では、任意団体の 45.6%は役員数が 6 人以下となっている。

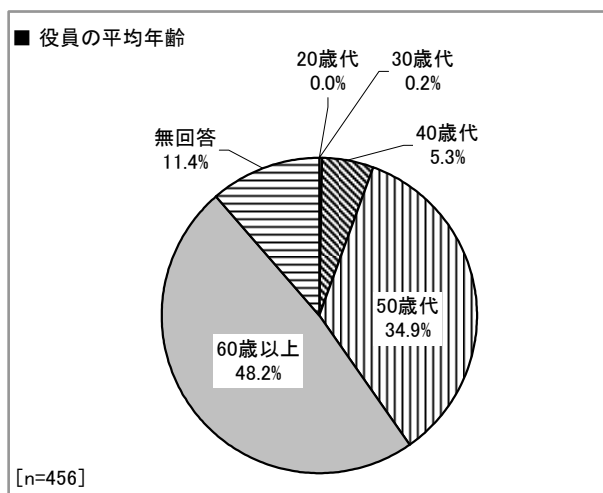
ブロック別では、山武 (10.9 人)、海匝 (10.8 人)、夷隅 (10.3 人)、安房 (10.3 人) で 10 人を超えている。



役員の平均年齢は、県全体で 58.8 歳となっており、分布では 60 歳以上が 48.2%と最も多く、次いで 50 歳代が 34.9%となっている。

組織形態別では、60 歳以上の割合が最も高いのは、任意団体 (50.7%) となっている。

ブロック別では、安房 (60.9 歳)、山武 (60.6 歳)、君津 (60.4 歳) で 60 歳を超えている。



■ 組織形態別役員数

(単位: か所、%)

	県全体	商店街 振興組合	事業 協同組合	任意団体	不明
1~3人	6.2 13.6	7 13.2	-	5.2 14.8	3 16.7
4~6人	12.7 27.9	6 11.3	9 26.5	10.8 30.8	4 22.2
7~9人	10.5 23.0	11 20.8	6 17.6	8.7 24.8	1 5.6
10~12人	6.9 15.1	14 26.4	7 20.6	4.7 13.4	1 5.6
13人~15人	3.4 7.5	7 13.2	7 20.6	1.9 5.4	1 5.6
16人以上	3.1 6.8	6 11.3	5 14.7	1.8 5.1	2 11.1
無回答	2.8 6.1	2 3.8	-	2.0 5.7	6 33.3
合計	456 100.0	53 100.0	34 100.0	351 100.0	18 100.0

■ 組織形態別役員の平均年齢

(単位: か所、%)

	県全体	商店街 振興組合	事業 協同組合	任意団体	不明
20歳代	-	-	-	-	-
30歳代	0.2	1.9	-	-	-
40歳代	2.4 5.3	5 9.4	2 5.9	1.7 4.8	-
50歳代	15.9 34.9	21 39.6	14 41.2	12.0 34.2	4 22.2
60歳以上	22.0 48.2	20 37.7	16 47.1	17.8 50.7	6 33.3
無回答	5.2 11.4	6 11.3	2 5.9	3.6 10.3	8 44.4
合計	456 100.0	53 100.0	34 100.0	351 100.0	18 100.0

■ ブロック別役員の平均人数と平均年齢

(単位: 人、歳)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
役員 平均人数	8.1	7.3	7.9	7.6	9.5	7.1	10.8	10.9	8.4	10.3	10.3	7.7	7.5
平均年齢	58.8	58.4	59.0	59.5	58.1	57.8	56.3	60.6	59.3	54.2	60.9	60.4	67.5

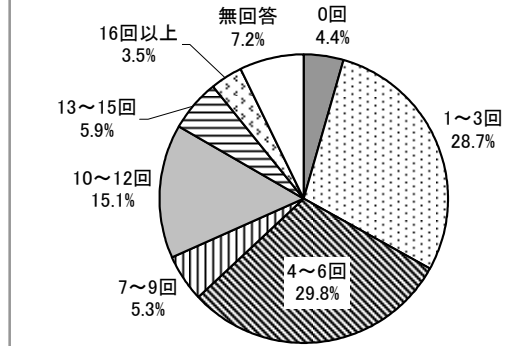
② 役員会等の開催

役員会は、県全体で年間平均 6.3 回となっている。分布をみると、4～6 回が 29.8%と最も多く、次いで 1～3 回が 28.7%となっている。

組織形態別では、年間 13 回以上開催している商店街の割合は振興組合 15.1%、協同組合 20.6%に対し、任意団体では 8.0%となっている。

ブロック別では山武が 7.6 回で最も多い。

■ 役員会の開催回数(年間)



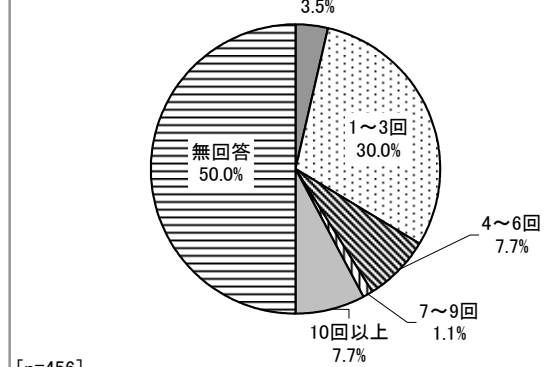
[n=456]

その他の会は、県全体で年間平均 4.1 回となっている。

組織形態別では、年間 10 回以上開催している商店街の割合は振興組合 13.2%、協同組合 20.6%に対し、任意団体では 6.0%となっている。

ブロック別では、夷隅が 11.6 回で最も多い。

■ その他の会の開催回数(年間)



[n=456]

■ 組織形態別役員会の開催回数

(単位:か所、%)

	県全体	商店街 振興組合	事業 協同組合	任意団体	不明
0回	20 4.4	2 3.8	-	17 4.8	1 5.6
1～3回	131 28.7	15 28.3	6 17.6	104 29.6	6 33.3
4～6回	136 29.8	8 15.1	12 35.3	114 32.5	2 11.1
7～9回	24 5.3	5 9.4	-	19 5.4	-
10～12回	69 15.1	12 22.6	9 26.5	45 12.8	3 16.7
13～15回	27 5.9	7 13.2	4 11.8	16 4.6	-
16回以上	16 3.5	1 1.9	3 8.8	12 3.4	-
無回答	33 7.2	3 5.7	-	24 6.8	6 33.3
合計	456 100.0	53 100.0	34 100.0	351 100.0	18 100.0

■ 組織形態別その他の会の開催回数

(単位:か所、%)

	県全体	商店街 振興組合	事業 協同組合	任意団体	不明
0回	16 3.5	1 1.9	1 2.9	13 3.7	1 5.6
1～3回	137 30.0	10 18.9	8 23.5	116 33.0	3 16.7
4～6回	35 7.7	9 17.0	2 5.9	24 6.8	-
7～9回	5 1.1	-	1 2.9	4 1.1	-
10回以上	35 7.7	7 13.2	7 20.6	21 6.0	-
無回答	228 50.0	26 49.1	15 44.1	173 49.3	14 77.8
合計	456 100.0	53 100.0	34 100.0	351 100.0	18 100.0

■ ブロック別役員会等の平均開催回数

(単位:回/年)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
役員会	6.3	6.4	6.4	7.5	5.5	4.2	6.1	7.6	6.8	6.4	6.3	4.4	7.5
その他	4.1	4.3	3.6	5.2	3.8	2.5	5.3	4.3	3.8	11.6	2.7	3.4	1.0
合計	10.4	10.7	10.0	12.7	9.3	6.7	11.4	11.9	10.6	18.0	9.0	7.8	8.5

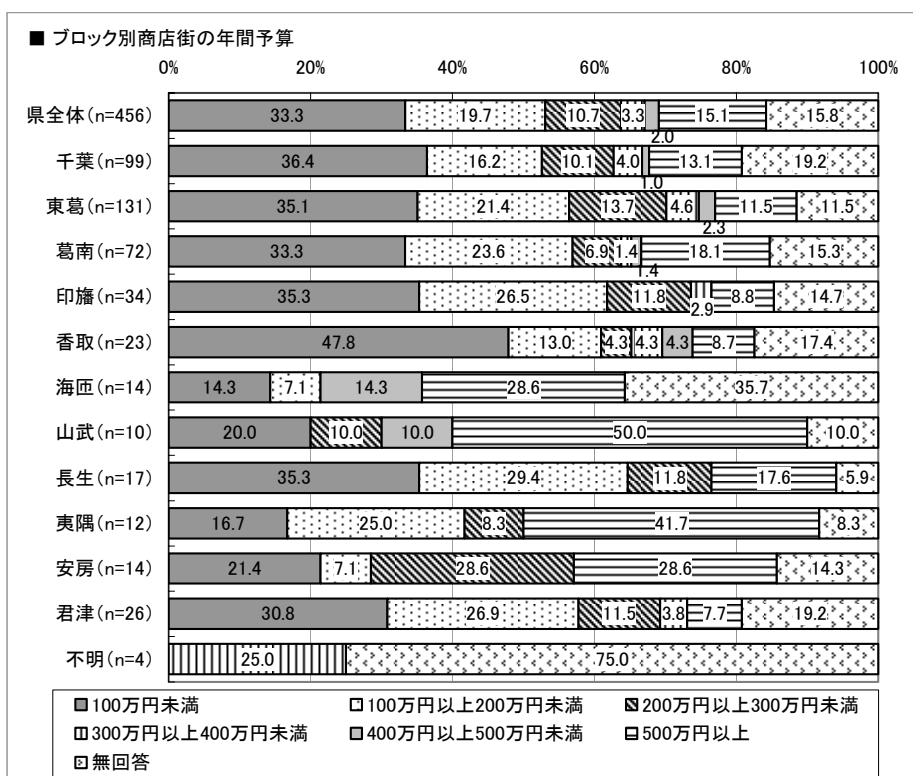
(4) 運営費

① 年間予算

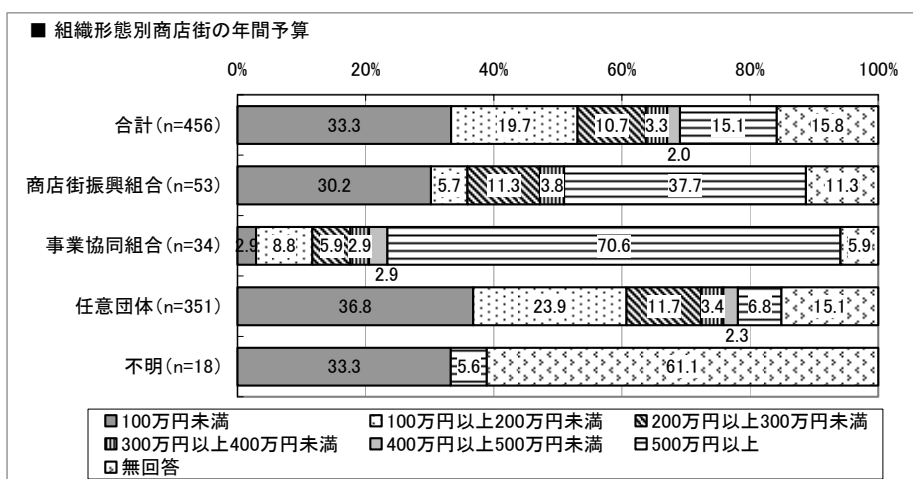
県全体では、100万円未満（33.3%）と100万円以上200万円未満（19.7%）を合計すると、53.0%と過半の商店街が200万円未満の年間予算で運営されている。

年間予算が200万円未満の商店街の割合は、前回調査の53.8%から0.8ポイント低下、同500万円以上の割合は前回調査の14.3%から0.8ポイント上昇した。

ブロック別では、長生（64.7%）、印旛（61.8%）、君津（57.7%）で年間予算200万円未満の商店街の割合が高い。



組織形態別では、年間予算が200万円以上の商店街の割合は、振興組合52.8%、協同組合82.3%と過半を占めているのに対し、任意団体は24.2%となっている。

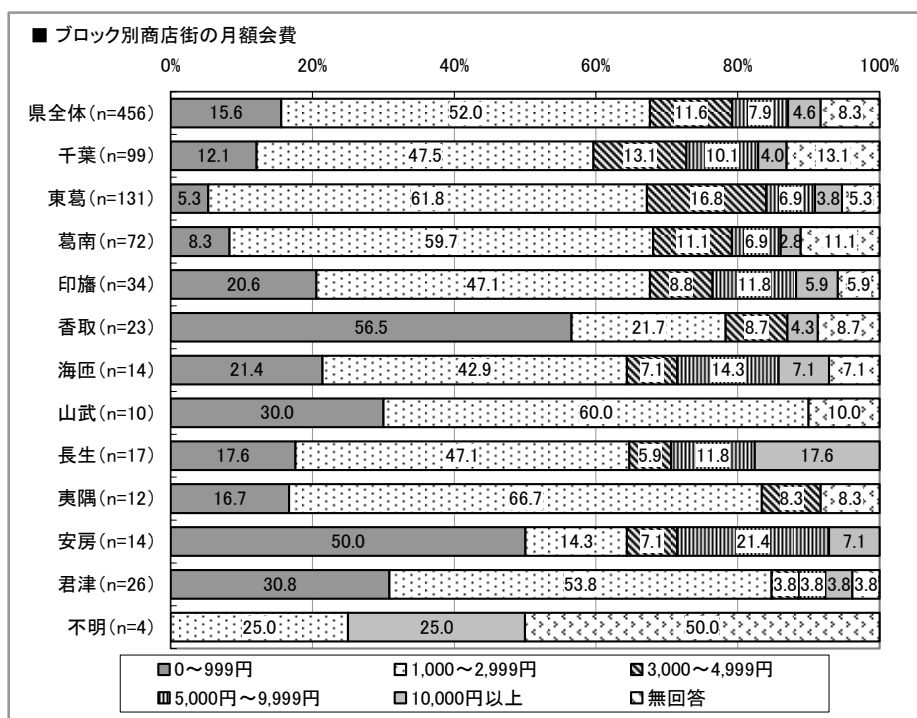


② 月額会費

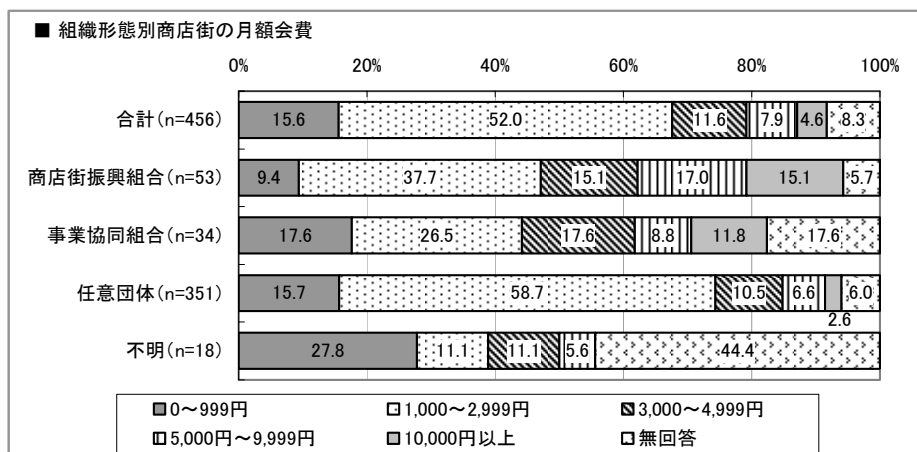
県全体で月額会費が3,000円未満の商店街の割合は67.6%と、約7割を占めている。一方、10,000円以上の商店街の割合は4.6%となっている。

月額会費が3,000円未満の商店街の割合は、前回調査の64.1%から3.5ポイント上昇し、同10,000円以上の割合は前回調査の7.0%から2.4ポイント低下した。

ブロック別では、香取(56.5%)、安房(50.0%)、君津(30.8%)、山武(30.0%)で月額会費1,000円未満の割合が高い。一方、10,000円以上の割合が高いのは、長生(17.6%)、海匝(7.1%)、安房(7.1%)となっている。



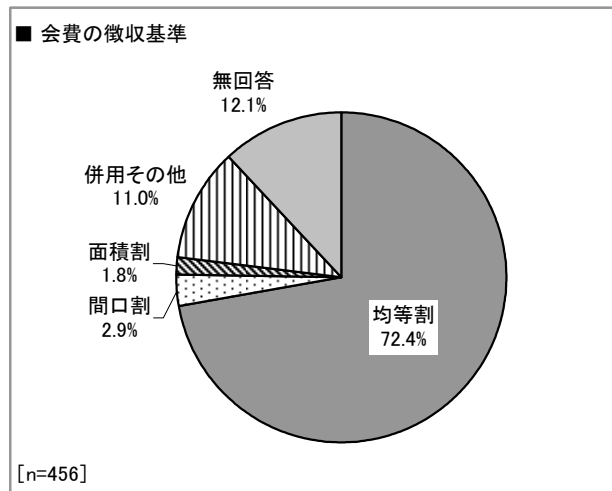
組織形態別では、月額会費1,000円未満の割合は、振興組合9.4%、協同組合17.6%、任意団体15.7%と振興組合の割合が低い。一方、10,000円以上の割合は、振興組合15.1%、協同組合11.8%、任意団体2.6%と任意団体の割合が低い。



③ 会費の徴収基準

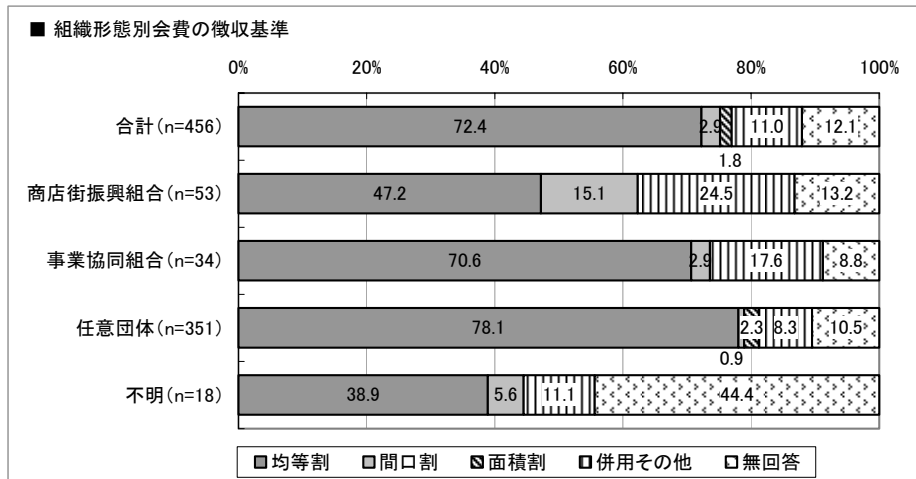
会費の徴収基準は、「均等割」の割合が72.4%と圧倒的に多い。

次いで「併用その他」が11.0%、「間口割」2.9%、「面積割」1.8%となっている。



組織形態別にみると、「均等割」が最も多いのは任意団体で78.1%となっている。「併用その他」が多いのは振興組合で24.5%、協同組合17.6%となっている。

振興組合では間口割も15.1%と、共同組合(2.9%)、任意団体(0.9%)と比較して多くなっている。

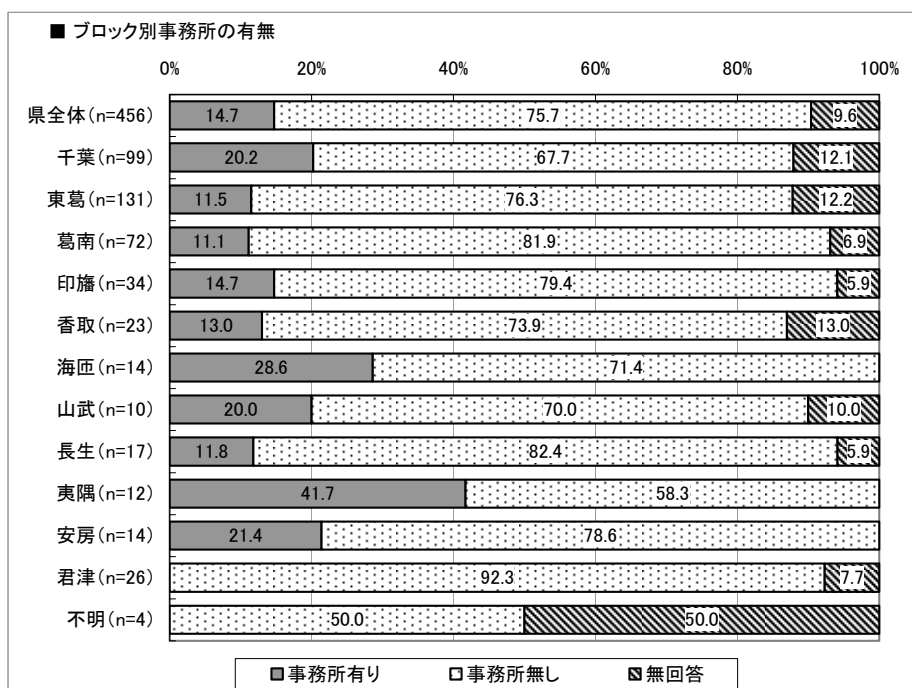


(5) 事務局

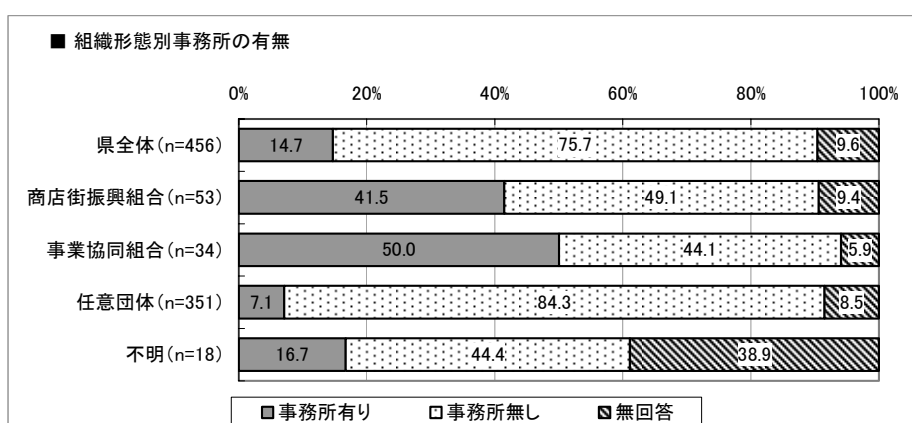
① ブロック別事務所の有無

県全体でみると、商店街の14.7%が事務所を有している。事務所を有している商店街の割合は、前回調査の16.0%から1.3ポイント低下した。

ブロック別に事務所が有る商店街の割合は、夷隅（41.7%）、海匝（28.6%）、安房（21.4%）、千葉（20.2%）、山武（20.0%）で2割以上となっている。



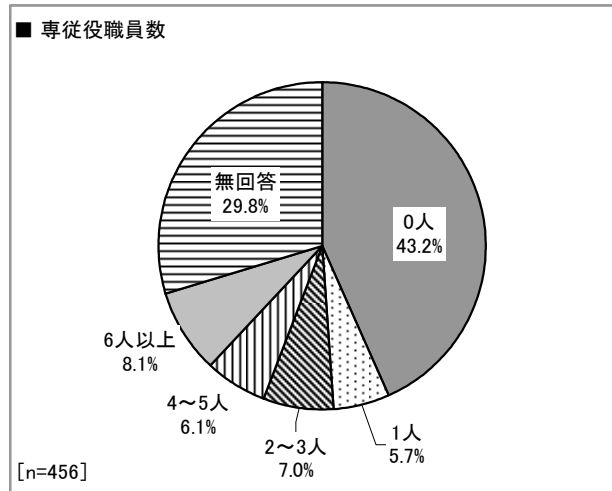
組織形態別にみると、「協同組合」の50.0%が事務所を有しているのに対し、任意団体は7.1%となっている。



② 専従役員数

県内商店街の 43.2%が専従役員を「0人」と回答している。一方、1人以上の専従役員がいる商店街は 26.9%となっている。

専従役員がいる商店街の割合は、前回調査の 20.5%から 6.4ポイント上昇した。



ブロック別に専従役員がいる割合をみると、東葛 (35.2%)、葛南 (30.5%)、山武 (30.0%) が県全体 (26.9%) を上回っている。安房 (14.3%) は、専従役員 1人の割合が高く、葛南 (15.3%)、東葛 (10.7%)、山武 (10.0%) は同 6人以上の割合が高い。

組織形態別に専従役員がいる割合をみると、協同組合 44.1%、振興組合 41.5%、任意団体 23.9%となった。法人格を有する商店街では専従役員がいる割合が高くなっている。

■ ブロック別、組織形態別専従役員数

(単位: か所、%)

		0人		1人		2~3人		4~5人		6人以上		無回答		合計	
		数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合	数	割合
県全体		197	43.2	26	5.7	32	7.0	28	6.1	37	8.1	136	29.8	456	100.0
ブロック	千葉	42	42.4	6	6.1	6	6.1	6	6.1	7	7.1	32	32.3	99	100.0
	東葛	44	33.6	6	4.6	17	13.0	9	6.9	14	10.7	41	31.3	131	100.0
	葛南	28	38.9	5	6.9	1	1.4	5	6.9	11	15.3	22	30.6	72	100.0
	印旛	13	38.2	2	5.9	3	8.8	2	5.9	2	5.9	12	35.3	34	100.0
	香取	11	47.8	1	4.3	1	4.3	1	4.3	-	-	9	39.1	23	100.0
	海匝	8	57.1	1	7.1	-	-	-	-	1	7.1	4	28.6	14	100.0
	山武	5	50.0	-	-	1	10.0	1	10.0	1	10.0	2	20.0	10	100.0
	長生	9	52.9	1	5.9	1	5.9	1	5.9	-	-	5	29.4	17	100.0
	夷隅	8	66.7	1	8.3	-	-	1	8.3	1	8.3	1	8.3	12	100.0
	安房	10	71.4	2	14.3	-	-	-	-	-	-	2	14.3	14	100.0
君津	18	69.2	1	3.8	2	7.7	2	7.7	-	-	3	11.5	26	100.0	
不明	1	25.0	-	-	-	-	-	-	-	-	3	75.0	4	100.0	
組織形態	振興組合	18	34.0	7	13.2	11	20.8	-	-	4	7.5	13	24.5	53	100.0
	協同組合	15	44.1	7	20.6	2	5.9	5	14.7	1	2.9	4	11.8	34	100.0
	任意団体	159	45.3	12	3.4	18	5.1	22	6.3	32	9.1	108	30.8	351	100.0
	不明	5	27.8	-	-	1	5.6	1	5.6	-	-	11	61.1	18	100.0

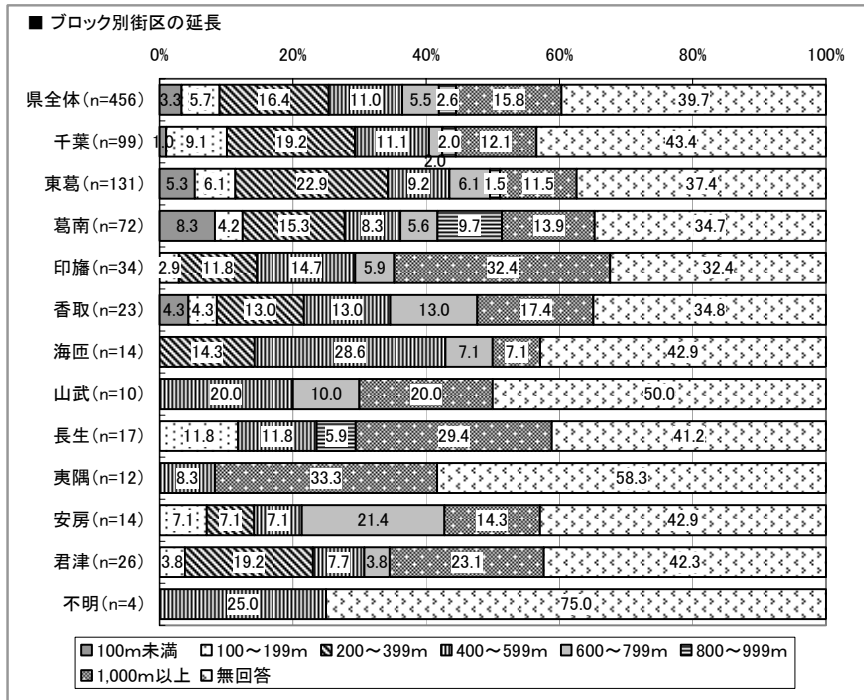
3. 商店街の経営環境

(1) 街区の状況

① 街区の延長

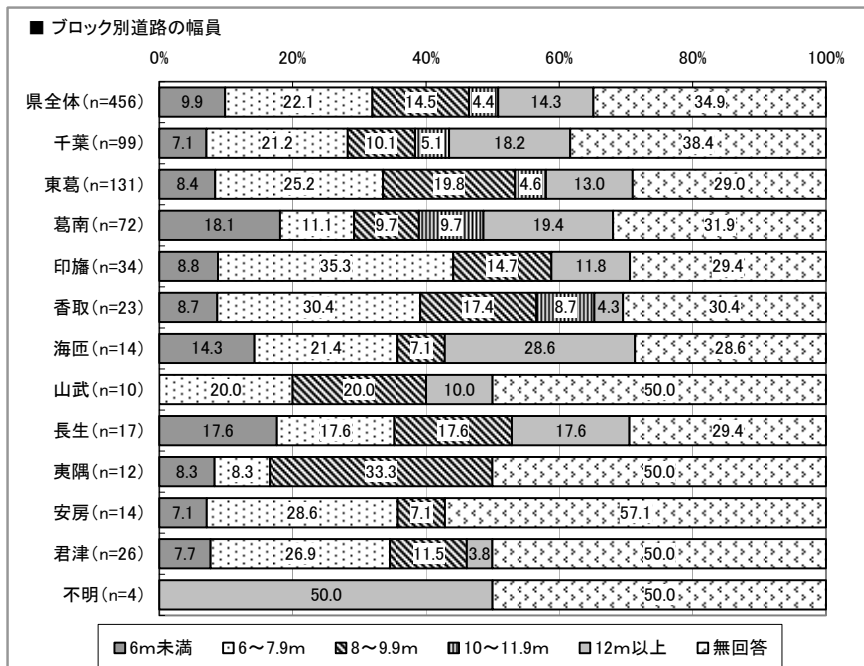
県全体では、200～399m（16.4%）と、1,000m以上（15.8%）の商店街が多く、平均では792mとなった。

ブロック別では、100m未満の商店街の割合は、葛南（8.3%）、東葛（5.3%）が高く、1,000m以上の商店街の割合は、夷隅（33.3%）、印旛（32.4%）が高い。



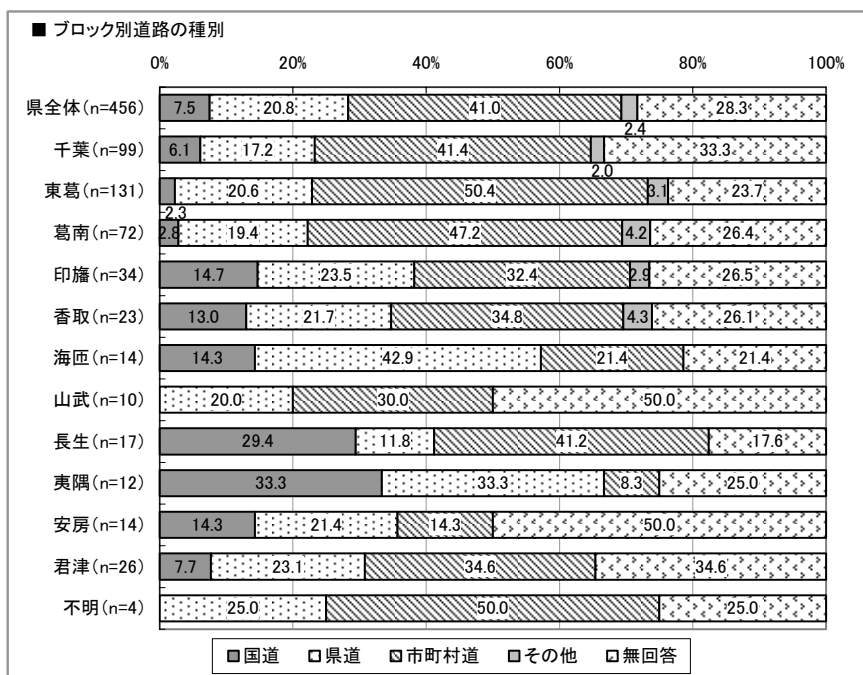
② 道路の幅員

県全体では、6～7.9mの商店街が22.1%と最も多く、平均では8.8mであった。



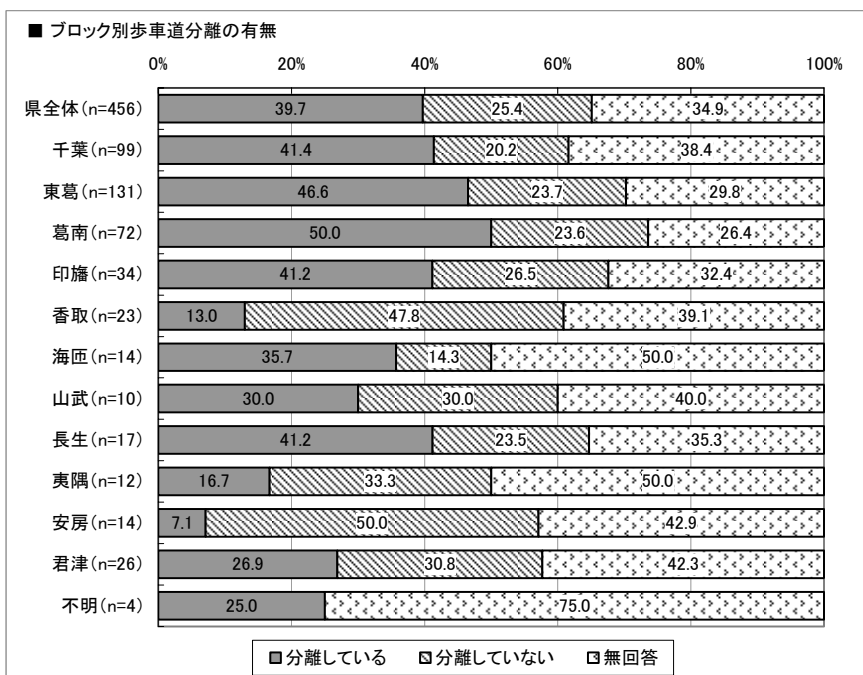
③ 道路の種類

県全体では、市町村道の商店街が 41.0%と最も多く、次いで県道が 20.8%であった。



④ 歩車道分離の有無

県全体では、約 4 割（39.7%）の商店街で歩車道が分離しており、分離している商店街の歩道の平均幅員は 2.7mであった。



■ ブロック別街区延長等

(単位:m)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
街区の延長	792	744	548	591	1,429	869	501	1,820	1,010	1,500	1,088	1,170	500
道路の幅員	8.8	10.0	8.5	9.4	7.8	7.3	10.6	9.4	8.4	7.0	6.3	6.8	12.0
歩道の幅員	2.7	3.1	2.4	2.8	3.1	2.0	6.0	2.3	1.8	2.5	1.0	2.4	1.5

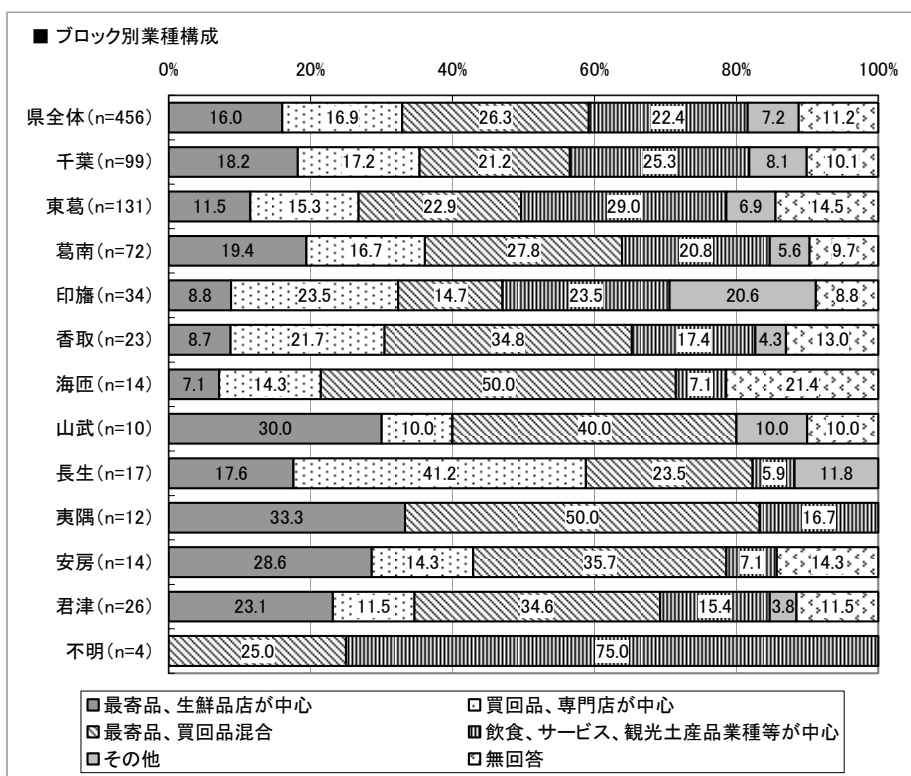
(注) 回答商店街の平均値

(2) 業種構成

① 県全体、ブロック別

県全体の商店街の業種構成をみると、「最寄品・買回品混合」が26.3%と最も多く、次いで「飲食、サービス、観光土産品業種等が中心」が22.4%となっている。「最寄品・買回品混合」の割合は、前回調査の28.3%から2.0ポイント低下し、「飲食、サービス、観光土産品業種等が中心」の割合は、前回調査の18.1%から4.3ポイント上昇した。

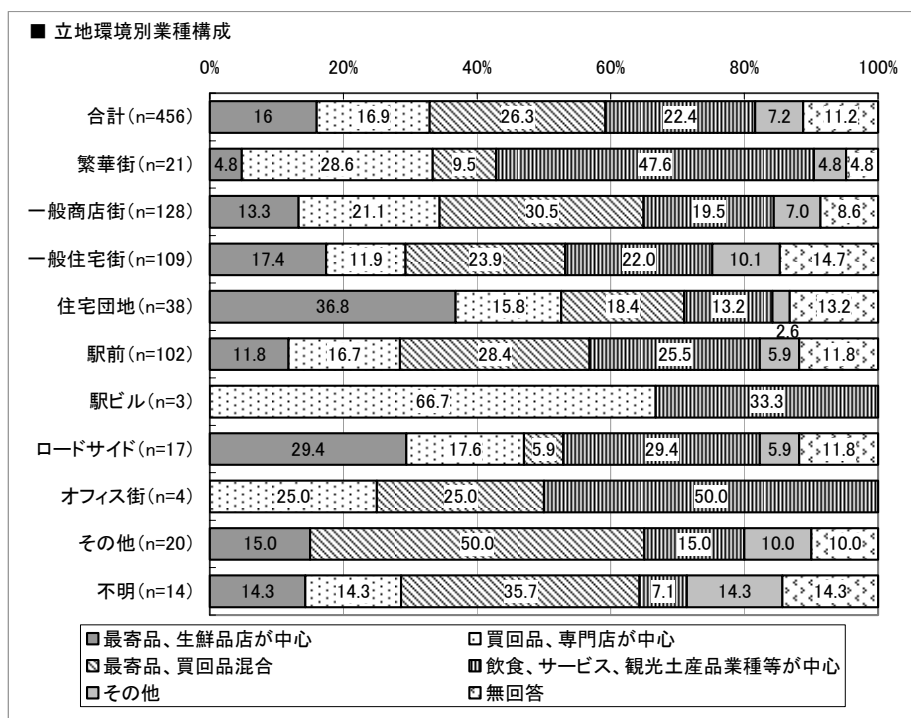
ブロック別で「最寄品・買回品混合」の割合が高いのは、海匝、夷隅で、それぞれ50.0%を占めている。



② 立地環境別

立地環境別で「最寄品・買回品混合」の割合が高いのは、一般商店街で、30.5%となっている。

(注) その他、不明を除いた場合。



③ ブロック別業種別店舗数

県内商店街の平均値をみると、買回品大型店 1.4 店、買回品専門店 9.1 店、最寄品店 9.9 店、飲食・サービス店が 18.0 店、総数 37.1 店となっている。店舗総数は、前回調査の 41.6 店から 4.5 店低下した。

ブロック別に店舗総数をみると、夷隅が 61.7 店と最も多く、次いで山武が 50.0 店となっている。

■ ブロック別商店街の業種別店舗数

(単位:店)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
買回品大型店	1.4	1.6	1.2	1.6	1.7	2.0	0.3	1.0	1.5	0.8	1.5	1.6
買回品専門店	9.1	12.9	8.0	5.7	6.1	7.7	16.4	22.2	7.6	9.4	10.3	10.2
最寄品店	9.9	7.7	6.9	8.8	10.9	10.6	13.3	23.3	10.6	28.0	23.0	12.3
飲食・サービス店	18.0	22.6	18.2	21.5	16.9	4.6	5.5	14.8	8.6	21.9	16.1	16.5
その他	3.5	3.0	4.3	3.3	2.6	2.3	2.0	3.7	1.6	4.7	3.4	5.3
総数	37.1	41.4	35.2	36.9	32.1	24.5	40.4	50.0	24.2	61.7	44.3	37.6

(注1) 回答商店街の平均値であるため、総数と一致しない

(注2) ブロックが不明の4商店街については、業種別店舗数の回答がないため表示していない。

④ 業種別店舗数の分布

買回品大型店の店舗数は、1～3店とする商店街が24.6%と最も多く、買回品専門店、最寄品小売店についても1～3店とする商店街が、それぞれ17.1%、21.7%と最も多い。

一方、飲食・サービス店の店舗数については、20店以上とする商店街が20.8%と最も多くなっている。

■ 業種別店舗数

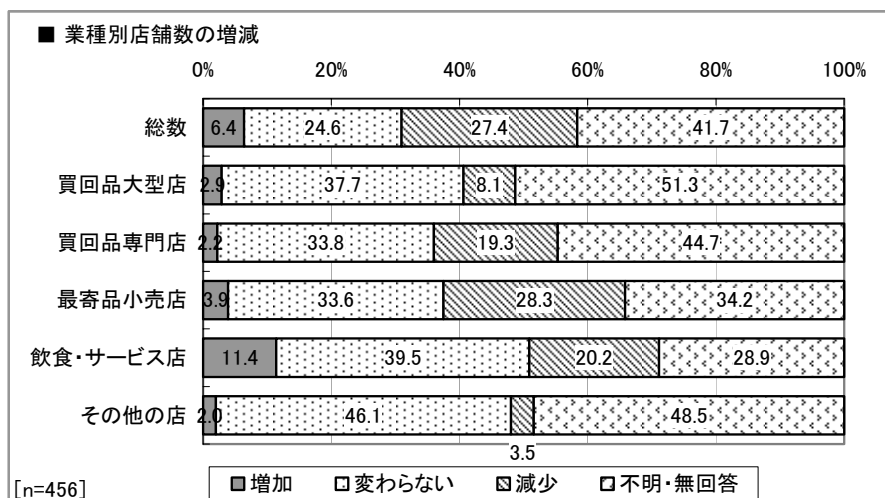
(単位:か所、%)

	買回品大型店		買回品専門店		最寄品小売店		飲食・サービス店		その他の店	
	商店街数	割合(%)	商店街数	割合(%)	商店街数	割合(%)	商店街数	割合(%)	商店街数	割合(%)
0店	86	18.9	27	5.9	12	2.6	2	0.4	48	10.5
1～3店	112	24.6	78	17.1	99	21.7	55	12.1	130	28.5
4～6店	14	3.1	49	10.7	54	11.8	46	10.1	31	6.8
7～9店	1	0.2	21	4.6	39	8.6	33	7.2	9	2.0
10～14店	3	0.7	33	7.2	36	7.9	49	10.7	6	1.3
15～19店	1	0.2	19	4.2	16	3.5	36	7.9	6	1.3
20店以上	1	0.2	34	7.5	47	10.3	95	20.8	8	1.8
無回答	238	52.2	195	42.8	153	33.6	140	30.7	218	47.8
県全体	456	100.0	456	100.0	456	100.0	456	100.0	456	100.0

⑤ 業種別店舗数の増減（3年前比）

3年前と比較した店舗数の増減をみると、総数については「増加」と回答した商店街は6.4%、「減少」と回答した商店街は27.4%であった。

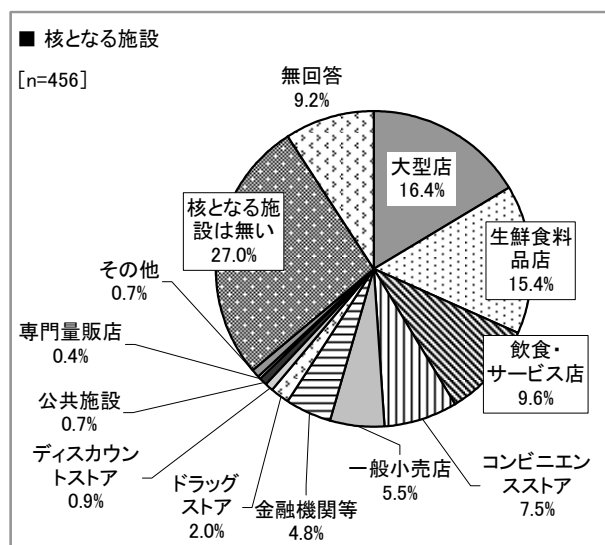
業種別にみると、「増加」の割合が最も高いのは飲食・サービス店で11.4%となっている。一方、「減少」の割合が最も高いのは最寄品小売店で28.3%となっている。



⑥ 県全体、ブロック別最も集客力の強い施設

商店街で最も集客力が高く、核となる施設については、「核となる施設は無い」が27.0%と最も多く、次いで「大型店」16.4%、「生鮮食料品店」15.4%となっている。

「核となる施設は無い」とする商店街の割合は、前回調査の19.3%から7.7ポイント上昇した。



ブロック別にみると、印旛、香取、山武を除いた8ブロックで「核となる施設は無い」が最も多くなった（他の選択肢と同数で最も多い場合を含む）。

印旛と山武では「大型店」が最も多く（印旛：23.5%、山武30.0%）、香取では「金融機関等」が30.4%とブロックによる特徴がみられた。

■ ブロック別核となる施設

(単位: か所、%)

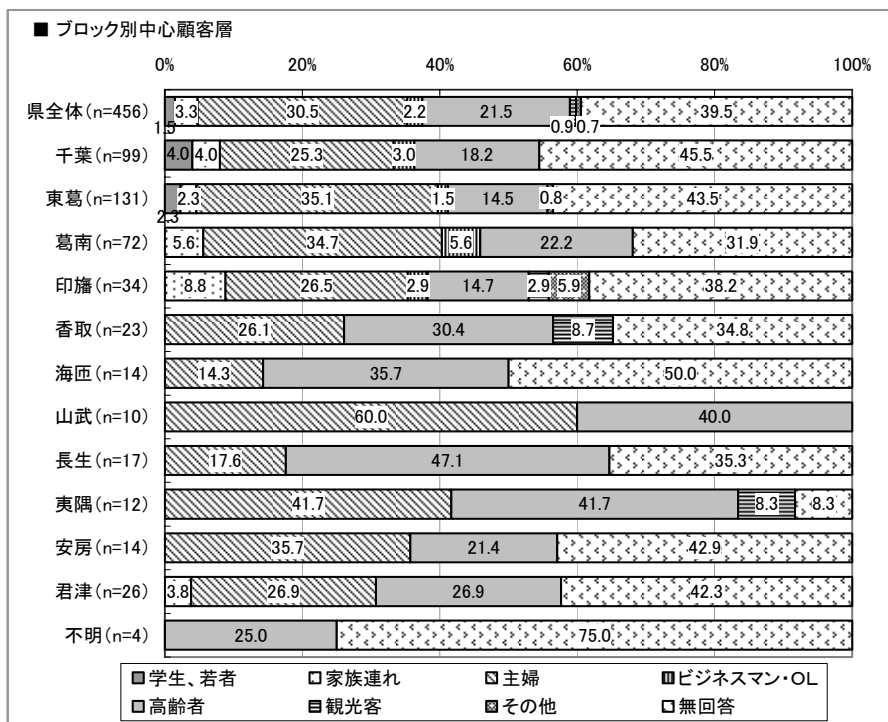
	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
生鮮食料品店	70 15.4	17 17.2	15 11.5	10 13.9	4 11.8	3 13.0	2 14.3	2 20.0	2 11.8	4 33.3	4 28.6	7 26.9	-
コンビニエンスストア	34 7.5	11 11.1	10 7.6	6 8.3	-	1 4.3	-	-	1 5.9	-	-	5 19.2	-
大型店	75 16.4	14 14.1	29 22.1	14 19.4	8 23.5	-	1 7.1	3 30.0	3 17.6	2 16.7	-	1 3.8	-
ディスカウントストア	4 0.9	1 1.0	2 1.5	-	1 2.9	-	-	-	-	-	-	-	-
ドラッグストア	9 2.0	1 1.0	1 0.8	2 2.8	1 2.9	-	-	2 20.0	1 5.9	-	-	-	1 25.0
専門量販店	2 0.4	1 1.0	-	1 1.4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
一般小売店	25 5.5	1 1.0	6 4.6	4 5.6	5 14.7	2 8.7	2 14.3	-	2 11.8	-	2 14.3	1 3.8	-
飲食・サービス店	44 9.6	9 9.1	15 11.5	8 11.1	5 14.7	1 4.3	-	-	1 5.9	1 8.3	1 7.1	2 7.7	1 25.0
公共施設	3 0.7	2 2.0	-	-	-	-	-	-	-	1 8.3	-	-	-
金融機関等	22 4.8	5 5.1	4 3.1	3 4.2	1 2.9	7 30.4	-	-	-	-	1 7.1	1 3.8	-
その他	3 0.7	1 1.0	-	-	-	2 8.7	-	-	-	-	-	-	-
核となる施設は無い	123 27.0	26 26.3	38 29.0	18 25.0	5 14.7	4 17.4	8 57.1	2 20.0	7 41.2	4 33.3	4 28.6	7 26.9	-
無回答	42 9.2	10 10.1	11 8.4	6 8.3	4 11.8	3 13.0	1 7.1	1 10.0	-	-	2 14.3	2 7.7	2 50.0
合計	456 100.0	99 100.0	131 100.0	72 100.0	34 100.0	23 100.0	14 100.0	10 100.0	17 100.0	12 100.0	14 100.0	26 100.0	4 100.0

(3) 中心客層

① 県全体・ブロック別

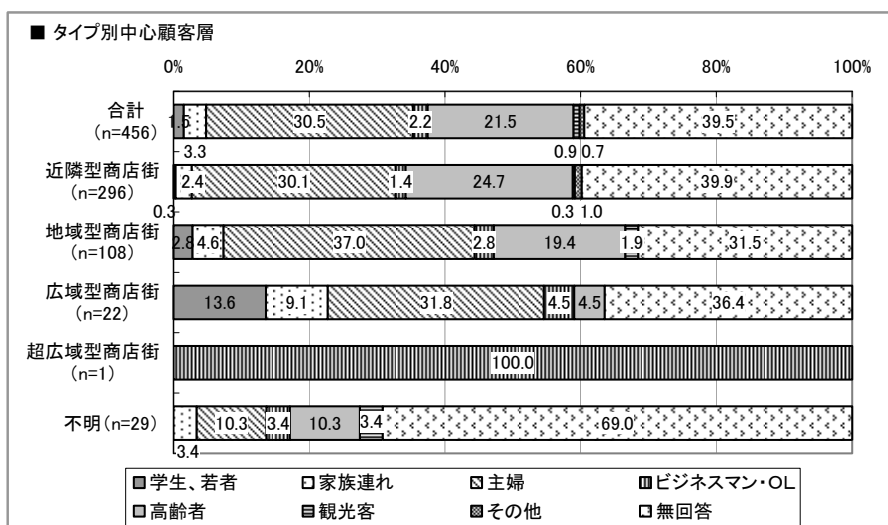
県全体の中心顧客層は、主婦（30.5%）が最も多く、次いで高齢者（21.5%）であった。

ブロック別では、主婦は山武（60.0%）、夷隅（41.7%）で多く、高齢者は長生（47.1%）、夷隅（41.7%）、山武（40.0%）で多くなっている。



② タイプ別

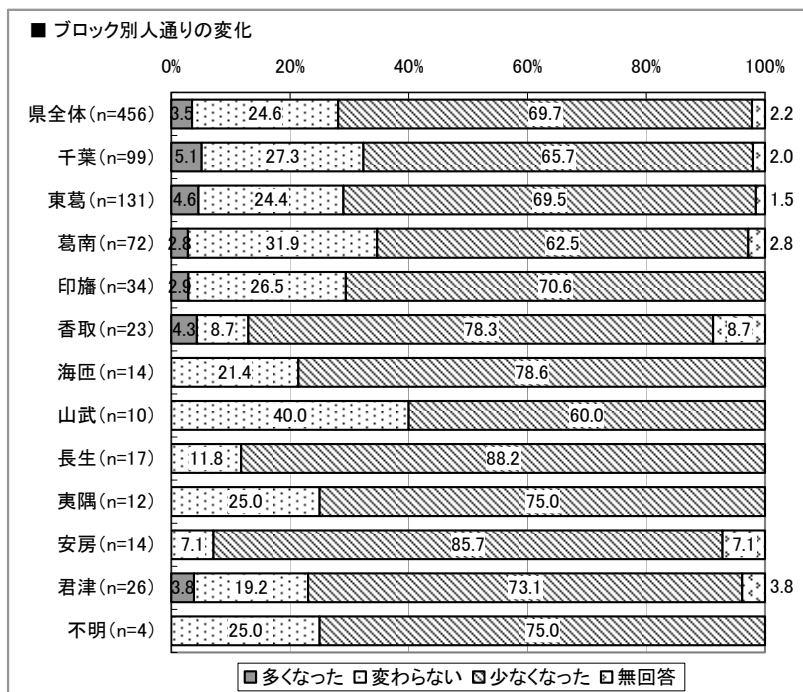
タイプ別にみると、広域型商店街では「学生、若者」の割合が 13.6%と高く、「家族連れ」も 9.1%と他のタイプと比較して高くなっている。



(4) 人通りの変化

① 県全体、ブロック別

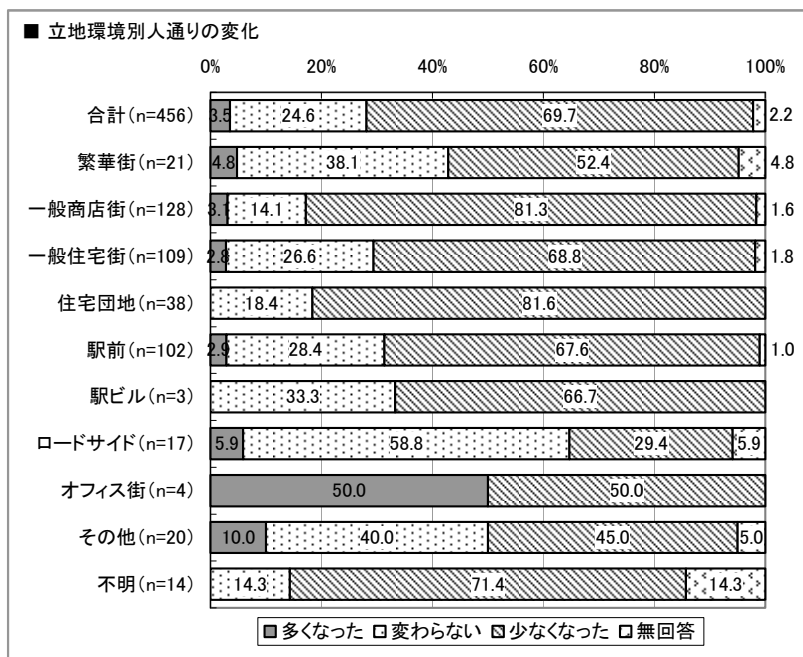
商店街の約7割(69.7%)が、3年前と比較して人通りが「少なくなった」と回答している。特に長生(88.2%)や安房(85.7%)で「少なくなった」の割合が高い。



② 立地環境別

立地環境別にみると、「少なくなった」の割合は、住宅団地で81.6%と最も高くなっている。一方、「多くなった」の割合は、ロードサイドで5.9%と最も高い。

(注) サンプル数の少ないオフィス街を除いた場合。



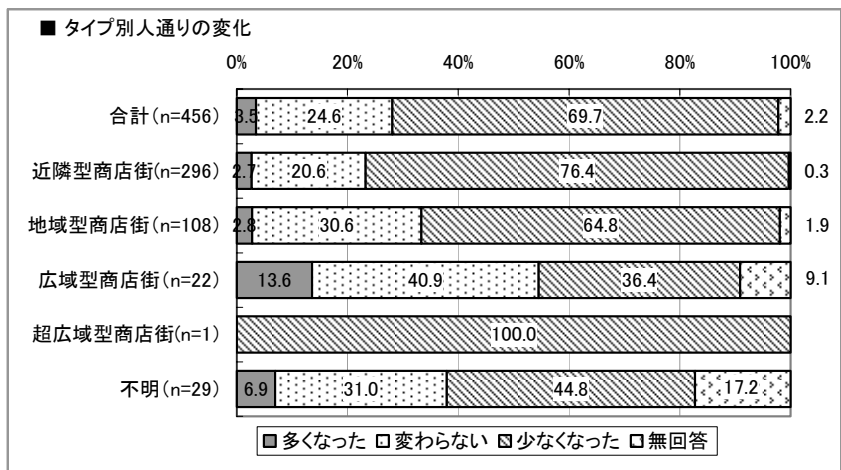
③ タイプ別

「少なくなった」の割合は、近隣型商店街（76.4%）で最も高く、広域になるに連れて低くなる傾向がみられた。

（注）サンプル数の少ない超広域型商店街を除いた場合。

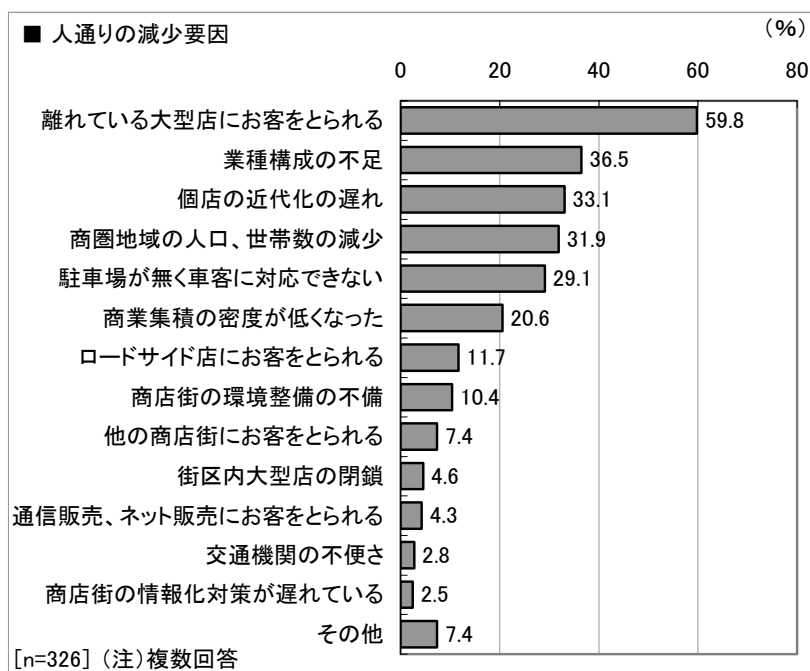
「多くなった」割合から「少なくなった」割合を控除したD I値をみると、最も高い（マイナス幅が小さい）のは、広域型商店街（△22.8）であった。

広域型商店街では、「変わらない」（40.9%）が「少なくなった」（36.4%）を4.5ポイント上回った。



④ 県全体、ブロック別人通りの減少要因

人通りの減少要因は、「離れている大型店にお客をとられる」が59.8%と最も多く、次いで「業種構成の不足」（36.5%）、「個店の近代化の遅れ」（33.1%）となっている。



ブロック別にみると、千葉と君津を除いた9ブロックで「離れている大型店にお客をとられる」が最も多くなった（他の要因と同数で最も多い場合を含む）。

千葉と君津では「商圏地域の人口、世帯数の減少」が最も多くなっている。

■ ブロック別人通りの減少要因

(単位:か所、%)

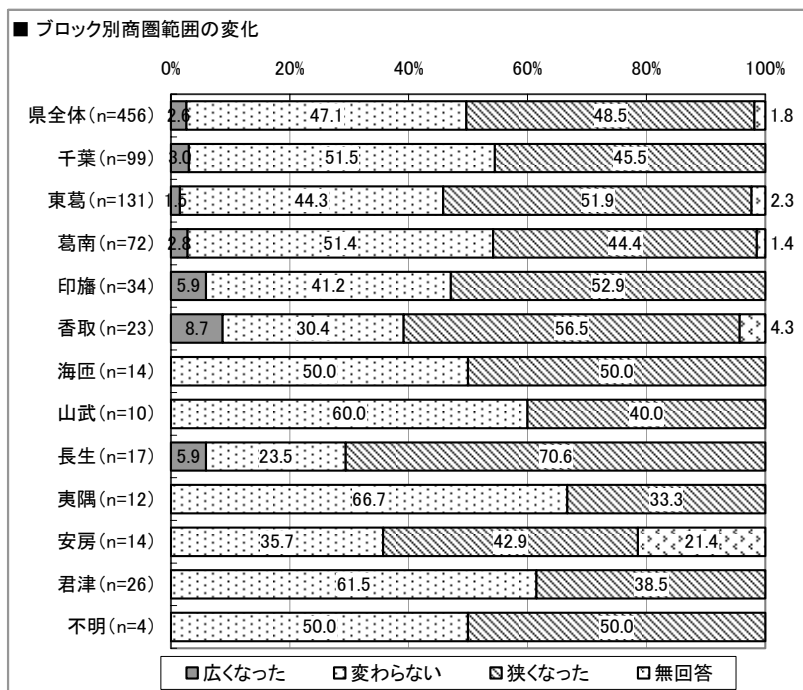
	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
商圏地域の人口、世帯数の減少	104 31.9	31 49.2	25 25.8	8 17.0	2 8.0	4 21.1	4 36.4	1 16.7	4 26.7	6 66.7	6 50.0	13 68.4	-
商業集積の密度が低くなった	67 20.6	9 14.3	25 25.8	10 21.3	4 16.0	5 26.3	-	1 16.7	5 33.3	4 44.4	1 8.3	2 10.5	1 33.3
個店の近代化の遅れ	108 33.1	17 27.0	36 37.1	17 36.2	4 16.0	11 57.9	4 36.4	4 66.7	5 33.3	3 33.3	3 25.0	4 21.1	-
業種構成の不足	119 36.5	24 38.1	37 38.1	19 40.4	12 48.0	5 26.3	2 18.2	3 50.0	4 26.7	1 11.1	3 25.0	8 42.1	1 33.3
駐車場が無く車客に対応できない	95 29.1	25 39.7	32 33.0	15 31.9	5 20.0	2 10.5	2 18.2	3 50.0	2 13.3	1 11.1	3 25.0	4 21.1	1 33.3
離れている大型店にお客をとられる	195 59.8	30 47.6	56 57.7	25 53.2	18 72.0	16 84.2	9 81.8	4 66.7	13 86.7	6 66.7	8 66.7	8 42.1	2 66.7
他の商店街にお客をとられる	24 7.4	8 12.7	3 3.1	4 8.5	4 16.0	-	-	-	2 13.3	-	1 8.3	2 10.5	-
ロードサイド店にお客をとられる	38 11.7	5 7.9	6 6.2	2 4.3	6 24.0	5 26.3	2 18.2	-	4 26.7	3 33.3	4 33.3	1 5.3	-
通信販売、ネット販売にお客をとられる	14 4.3	4 6.3	3 3.1	4 8.5	-	1 5.3	-	1 16.7	-	-	-	1 5.3	-
交通機関の不便さ	9 2.8	4 6.3	-	1 2.1	-	1 5.3	-	1 16.7	-	-	-	1 5.3	1 33.3
商店街の環境整備の不備	34 10.4	4 6.3	12 12.4	6 12.8	5 20.0	1 5.3	2 18.2	-	1 6.7	-	-	2 10.5	1 33.3
商店街の情報化対策が遅れている	8 2.5	4 6.3	1 1.0	1 2.1	2 8.0	-	-	-	-	-	-	-	-
街区内大型店の閉鎖	15 4.6	1 1.6	5 5.2	1 2.1	-	2 10.5	-	-	2 13.3	-	1 8.3	2 10.5	1 33.3
その他	24 7.4	4 6.3	10 10.3	4 8.5	1 4.0	-	-	-	-	1 11.1	1 8.3	2 10.5	1 33.3
合計	326 100.0	63 100.0	97 100.0	47 100.0	25 100.0	19 100.0	11 100.0	6 100.0	15 100.0	9 100.0	12 100.0	19 100.0	3 100.0

(注)複数回答

(5) 商圈範囲の変化

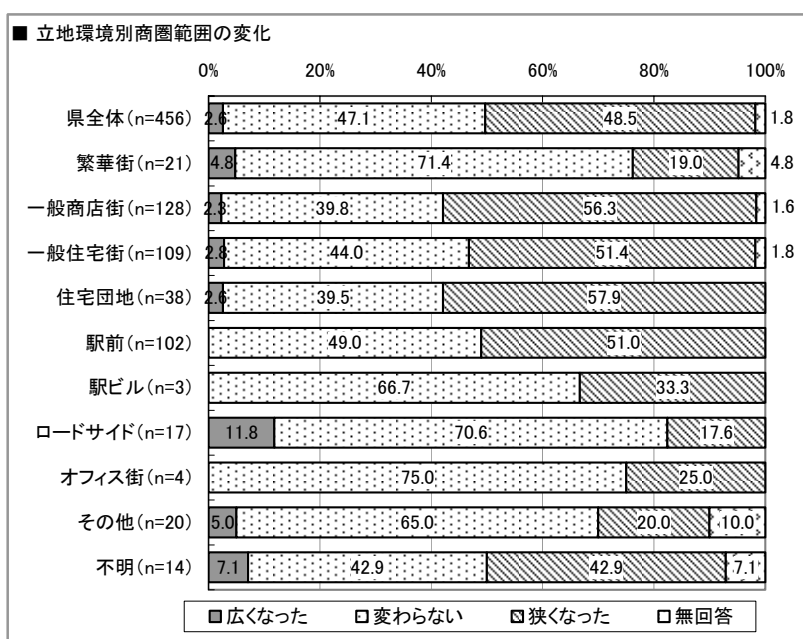
① 県全体、ブロック別

商店街の約半数（48.5%）が、3年前と比較して商圈範囲が「狭くなった」と回答している。特に長生（70.6%）や香取（56.5%）で「狭くなった」の割合が高い。



② 立地環境別

立地環境別にみると、「狭くなった」の割合は、住宅団地で 57.9%と最も高くなっている。一方、「広くなった」の割合は、ロードサイドで 11.8%と最も高い。



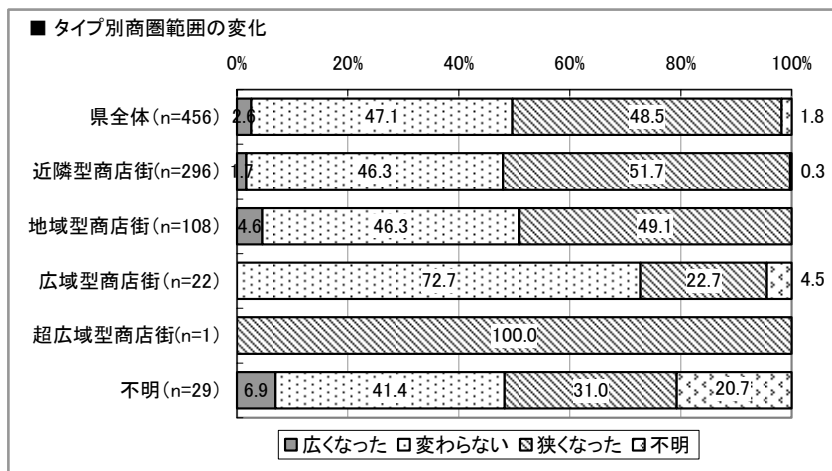
③ タイプ別

「狭くなった」の割合は、近隣型商店街（51.7%）で最も高く、広域になるに連れて低くなる傾向がみられた。

（注）サンプル数の少ない超広域型商店街を除く。

「広くなった」割合から「狭くなった」割合を控除したD I 値をみると、最も高い（マイナス幅が小さい）のは広域型商店街（△22.7）となっている。

広域型商店街では、「広くなった」という回答は無いものの、「変わらない」（72.7%）が「狭くなった」（22.7%）を大きく上回った。

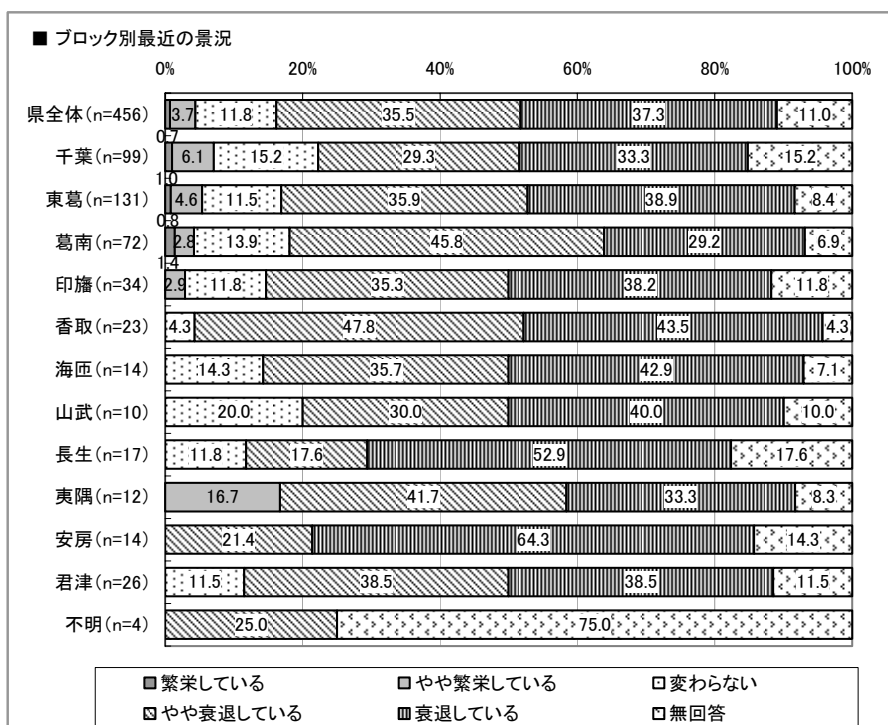


(6) 景況感

① 県全体、ブロック別

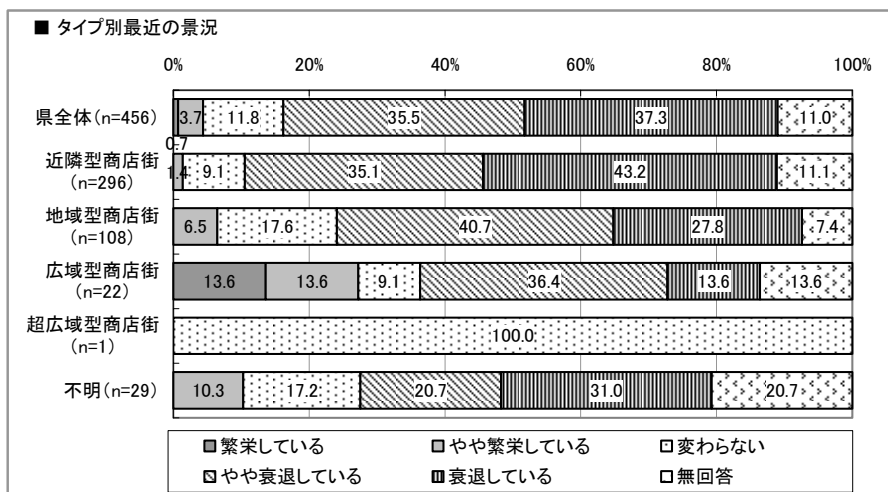
県全体では、「やや衰退している」35.5%、「衰退している」37.3%を合計すると、7割超(72.8%)の商店街が、厳しい景況感を抱いている。一方、「繁栄している」0.7%、「やや繁栄している」3.7%の合計は、4.4%となっている。「やや衰退している」と「衰退している」を合計した割合は、前回調査の72.6%とほぼ同じであった。

ブロック別では、香取で「やや衰退している」と「衰退している」の合計が91.3%と最も厳しい景況感となっている。



② タイプ別

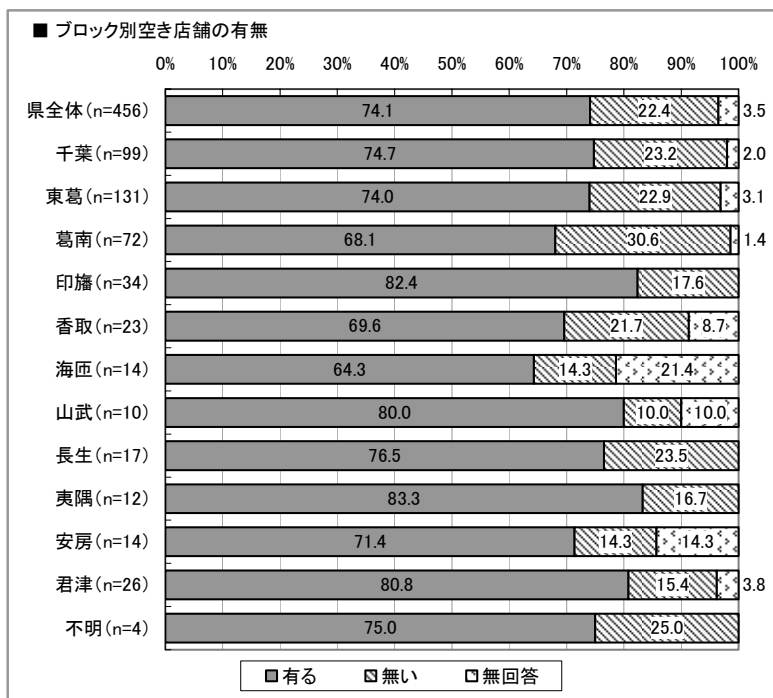
タイプ別では、「やや衰退している」と「衰退している」の合計は近隣型が78.3%と最も厳しい景況感となっている。広域型では、「繁栄している」と「やや繁栄している」の合計が27.2%と最も景況感が良い。



(7) 空き店舗

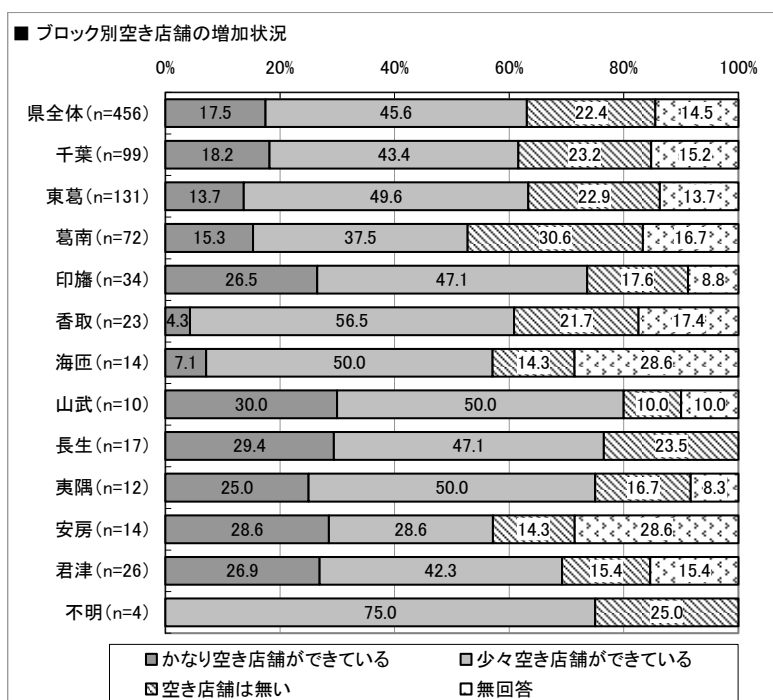
① 空き店舗の有無

県全体の 74.1%が「空き店舗が有る」としており、「空き店舗は無い」とする商店街は 22.4%となっている。「空き店舗が有る」商店街の割合は、前回調査の 72.5%から 1.6 ポイント上昇している。



② 空き店舗の増加状況

3年前と比較して、「かなり空き店舗ができている」の割合は、山武が 30.0%と最も高く、次いで長生が 29.4%となっている。



③ 市町村別空き店舗数と空き店舗率

県全体の空き店舗率は、10.5%であった。空き店舗率は、前回調査の9.1%から1.4ポイント上昇した。

ブロック別の空き店舗率では、安房が17.8%と最も高く、次いで香取（17.4%）、長生（16.7%）の順となっている。

一方、空き店舗率が10%以下のブロックは、君津（7.4%）、葛南（8.1%）、千葉（9.5%）、東葛（9.6%）となっている。

■ 市町村別商店街数・店舗数・空き店舗数一覧表

(単位:か所、%)

地域	ブロック	市町村	商店街数	総店舗数	空き			地域	ブロック	市町村	商店街数	総店舗数	空き		
					店舗率 (b)/(a) ×100	店舗 数 (a)	空き 店舗数 (b)						店舗率 (b)/(a) ×100	店舗 数 (a)	空き 店舗数 (b)
千葉	千葉	千葉市	69	1,784	8.4	1,686	142	東上総	山武	東金市	3	251	12.4	251	31
		習志野市	7	285	4.6	285	13			山武市	4	115	23.3	86	20
		市原市	9	198	24.7	198	49			大網白里町	1	37	-	-	-
		八千代市	14	267	10.1	267	27			九十九里町	2	115	11.3	115	13
										芝山町	-	-	-	-	-
	東葛飾	東葛	松戸市	67	1,363	10.4	1,255		131	横芝光町	-	-	-	-	-
			野田市	12	154	12.3	154		19	長生	17	333	16.7	306	51
			柏市	29	571	3.5	549		19	茂原市	12	198	21.1	171	36
			流山市	7	212	8.0	212		17	一宮町	1	39	12.8	39	5
			我孫子市	11	117	15.6	90		14	睦沢町	1	24	12.5	24	3
葛南	葛南	鎌ヶ谷市	5	220	20.0	160	32	長生村	1	15	13.3	15	2		
							白子町	1	32	15.6	32	5			
							長柄町	1	25	0.0	25	0			
北総	印旛	成田市	9	205	2.9	205	6	長南町	-	-	-	-	-		
		佐倉市	6	279	11.5	279	32	夷隅	12	568	11.8	568	67		
		四街道市	3	151	11.9	151	18	勝浦市	3	94	12.8	94	12		
		八街市	4	27	11.1	27	3	いすみ市	3	101	13.9	101	14		
香取	印旛	印西市	2	63	33.3	63	21	大多喜町	5	229	9.6	229	22		
		白井市	6	105	11.4	105	12	御宿町	1	144	13.2	144	19		
		富里市	3	68	36.8	68	25	南房総	40	1,294	9.6	949	91		
		酒々井町	1	0	-	-	-	安房	14	531	17.8	202	36		
		印旛村	-	-	-	-	-	館山市	5	304	50.0	14	7		
	香取	香取	本埜村	-	-	-	-	-	鴨川市	2	39	-	-	-	
			栄町	-	-	-	-	-	南房総市	4	188	15.4	188	29	
								鋸南町	3	0	-	-	-		
								君津	26	763	7.4	747	55		
								木更津市	18	163	16.6	163	27		
海匠	海匠	香取市	14	290	18.5	222	41	君津市	2	228	0.0	228	0		
		神崎町	3	44	36.4	44	16	富津市	5	274	10.1	258	26		
		多古町	3	74	9.5	74	7	袖ヶ浦市	1	98	2.0	98	2		
		東庄町	3	28	0.0	28	0	不明	4	78	3.8	78	3		
不明	不明	旭市	7	100	24.7	97	24	合計	456	11,555	10.5	10,621	1,112		
		匠瑛市	2	142	9.2	142	13								

(注1) 総店舗数の回答があった商店街数は272
(注2) 空き店舗率の算出に当たっては、総店舗数と
空き店舗数の両方を回答した249商店街のデータ
を使用している。
(注3) 不明は所在地、商店街名とも不明のもの。

④ ブロック別空き店舗率（会員数 30 名以上の商店街）

会員数が 30 名以上の商店街について空き店舗率をみると、県全体の空き店舗率は、9.1%であった。

ブロック別の空き店舗率では、長生が 18.9%と最も高く、次いで安房（16.9%）、山武（14.2%）の順となっている。

一方、空き店舗率が 10%以下のブロックは、君津（3.5%）、葛南（5.8%）、千葉（8.2%）、東葛（9.1%）となっている。

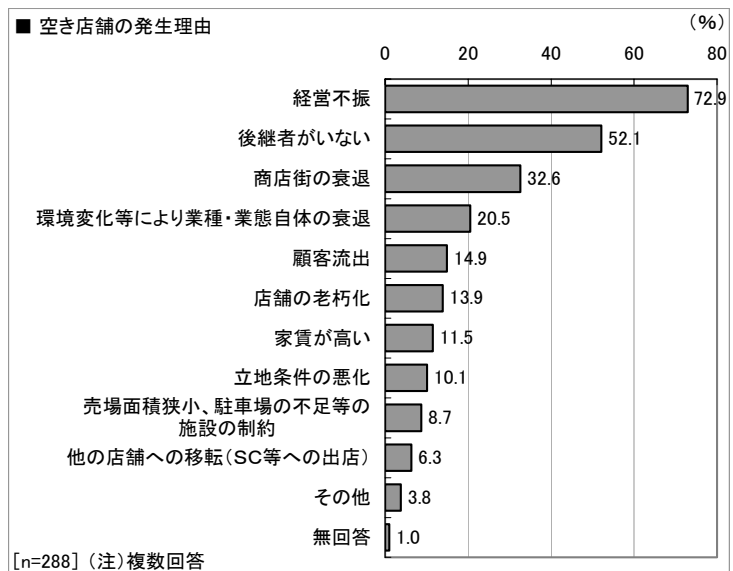
■会員数30名以上の空き店舗率

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
対象商店街数	250	51	71	46	20	9	6	8	11	9	8	10	1
回答商店街数 (A)	140	28	36	26	14	6	2	6	7	6	3	5	1
回答店舗数 (B)	8,436	1,975	1,910	1,523	682	194	123	452	212	518	172	597	78
回答空き店舗数 (C)	771	162	173	88	89	21	16	64	40	65	29	21	3
空き店舗率(%) (C)/(B)×100	9.1	8.2	9.1	5.8	13.0	10.8	13.0	14.2	18.9	12.5	16.9	3.5	3.8
空き店舗0商店街数 (D)	52	7	8	9	1	1	0	0	2	0	1	1	0
空き店舗0商店街率(%) (D)/(A)×100	37.1	25.0	22.2	34.6	7.1	16.7	0.0	0.0	28.6	0.0	33.3	20.0	0.0

⑤ 県全体、ブロック別空き店舗の発生理由

空き店舗の発生理由では、「経営不振」が 72.9%と最も多く、次いで「後継者がいない」（52.1%）、「商店街の衰退」（32.6%）などとなっている。

「経営不振」の割合は前回調査の 72.0%から 0.9 ポイント、「後継者がいない」の割合は前回調査の 48.2%から 3.9 ポイント、「商店街の衰退」の割合は前回調査の 28.6%から 4.0 ポイントそれぞれ上昇した。



ブロック別にみると、海匝と夷隅を除いた9ブロックで「経営不振」が最も多くなつた（他の理由と同数で最も多い場合を含む）。

海匝と夷隅では「後継者がいない」が最も多くなっている。

■ ブロック別空き店舗の発生理由

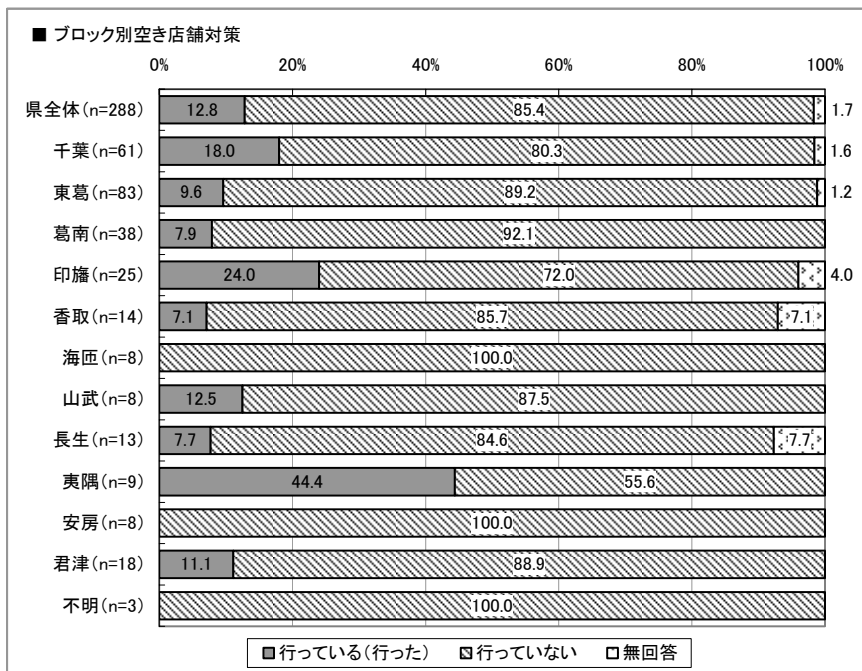
(単位: か所、%)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
経営不振	210 72.9	42 68.9	63 75.9	24 63.2	19 76.0	9 64.3	6 75.0	5 62.5	10 76.9	8 88.9	8 100.0	14 77.8	2 66.7
売場面積狭小、駐車場の不足等の施設の制約	25 8.7	6 9.8	7 8.4	5 13.2	3 12.0	1 7.1	1 12.5	1 12.5	1 7.7	-	-	-	-
店舗の老朽化	40 13.9	7 11.5	14 16.9	7 18.4	2 8.0	-	1 12.5	1 12.5	2 15.4	2 22.2	2 25.0	1 5.6	1 33.3
後継者がいない	150 52.1	32 52.5	37 44.6	16 42.1	11 44.0	9 64.3	7 87.5	4 50.0	7 53.8	9 100.0	5 62.5	12 66.7	1 33.3
他の店舗への移転(SC等への出店)	18 6.3	5 8.2	4 4.8	2 5.3	-	1 7.1	1 12.5	-	1 7.7	2 22.2	1 12.5	1 5.6	-
家賃が高い	33 11.5	3 4.9	17 20.5	9 23.7	4 16.0	-	-	-	-	-	-	-	-
商店街の衰退	94 32.6	19 31.1	23 27.7	13 34.2	10 40.0	5 35.7	1 12.5	2 25.0	6 46.2	2 22.2	4 50.0	9 50.0	-
顧客流出	43 14.9	12 19.7	9 10.8	7 18.4	3 12.0	1 7.1	1 12.5	3 37.5	2 15.4	1 11.1	-	3 16.7	1 33.3
立地条件の悪化	29 10.1	4 6.6	9 10.8	5 13.2	3 12.0	1 7.1	-	1 12.5	1 7.7	-	-	4 22.2	1 33.3
環境変化等により業種・業態自体の衰退	59 20.5	13 21.3	19 22.9	9 23.7	5 20.0	3 21.4	2 25.0	-	2 15.4	3 33.3	1 12.5	1 5.6	1 33.3
その他	11 3.8	2 3.3	5 6.0	-	3 12.0	-	-	-	-	-	1 12.5	-	-
無回答	3 1.0	-	-	-	2 8.0	-	-	-	1 7.7	-	-	-	-
合計	288 100.0	61 100.0	83 100.0	38 100.0	25 100.0	14 100.0	8 100.0	8 100.0	13 100.0	9 100.0	8 100.0	18 100.0	3 100.0

⑥ 空き店舗対策

最近3年間で「かなり・少々空き店舗ができていいる」とした商店街のうち、空き店舗対策を「行っている(行った)」とする商店街は、県全体で12.8%となり、前回調査の8.2%から4.6ポイント上昇した。

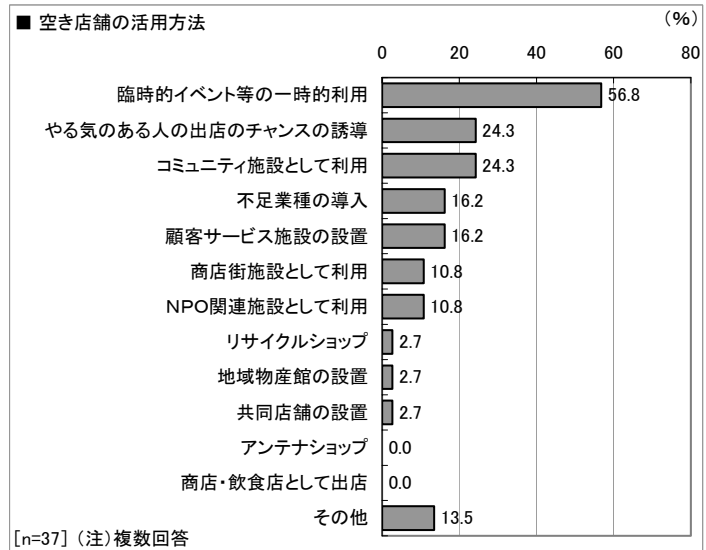
ブロック別では「行っている(行った)」とする商店街の割合は、夷隅で44.4%と目立って高く、次いで印旛(24.0%)、千葉(18.0%)となっている。



⑦ 空き店舗の活用方法

空き店舗の活用方法では、「臨時的イベント等の一時的利用」が56.8%と最も多く、次いで「やる気のある人の出店のチャンスの誘導」、「コミュニティ施設として利用」が24.3%となっている。

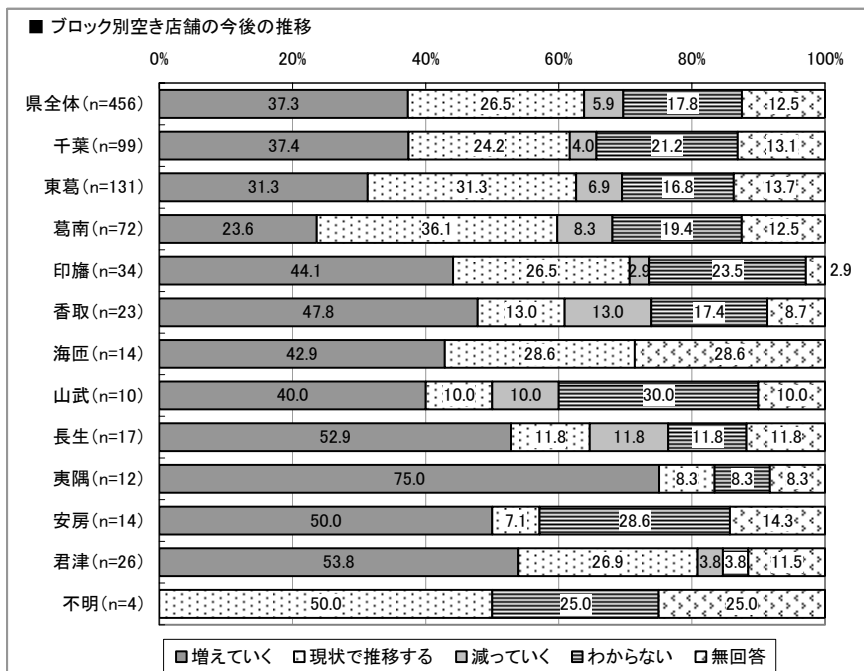
「臨時的イベント等の一時的利用」は前回調査の19.7%から37.1ポイントと大幅に上昇した。



⑧ 県全体、ブロック別空き店舗の今後の推移

空き店舗の今後の推移について、県全体では「増えていく」とする向きが37.3%と3割を超え、「減っていく」とする向きは5.9%となっている。「増えていく」とする商店街の割合は、前回調査の34.3%から3.0ポイント上昇した。

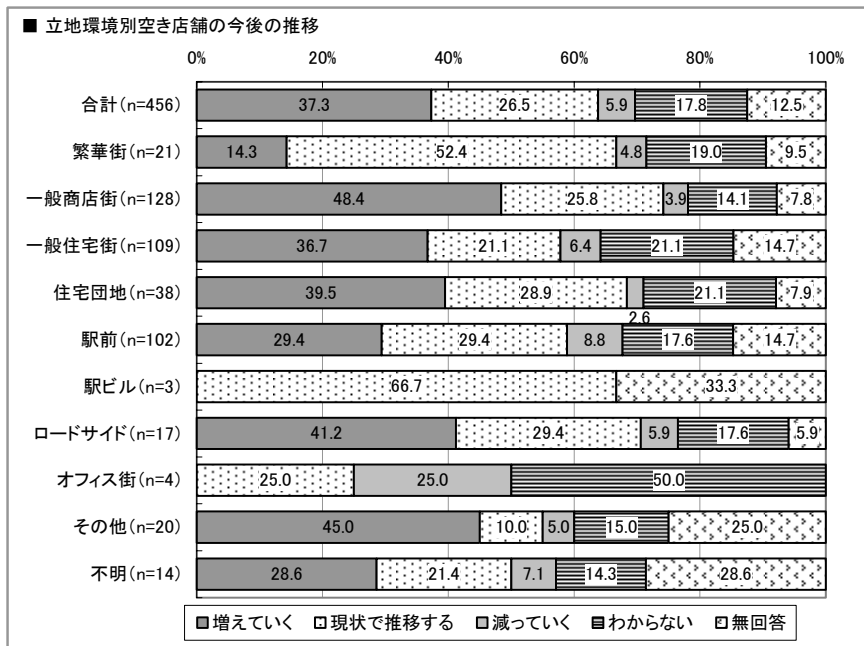
「増えていく」と予測する割合が高いブロックは、夷隅(75.0%)、君津(53.8%)、長生(52.9%)で、いずれも50%を超えている。一方、葛南では「現状で推移する」が36.1%と最も高く、東葛では「増えていく」、「現状で推移する」が共に31.3%と最も高くなった。



⑨ 立地環境別空き店舗の今後の推移

立地環境別では、「増えていく」の割合は、一般商店街で 48.4%と最も高くなって
いる。一方、繁華街では「増えていく」の割合が 14.3%と最も低くなっている。

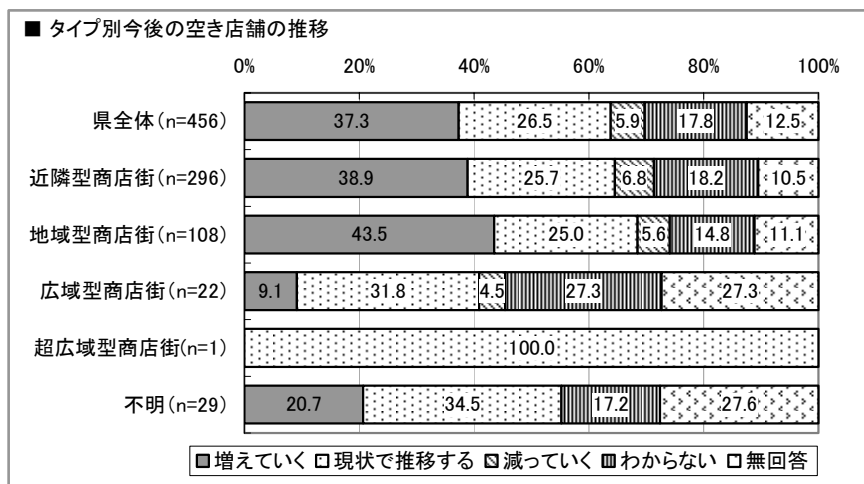
(注) サンプル数の少ない駅ビルとオフィス街を除いた場合。



⑩ タイプ別空き店舗の今後の推移

「増えていく」の割合は、地域型商店街で 43.5%と最も高く、次いで近隣型商店街
(38.9%) の順になった。

広域型商店街では、「現状で推移する」の割合が 31.8%と最も高くなっている。

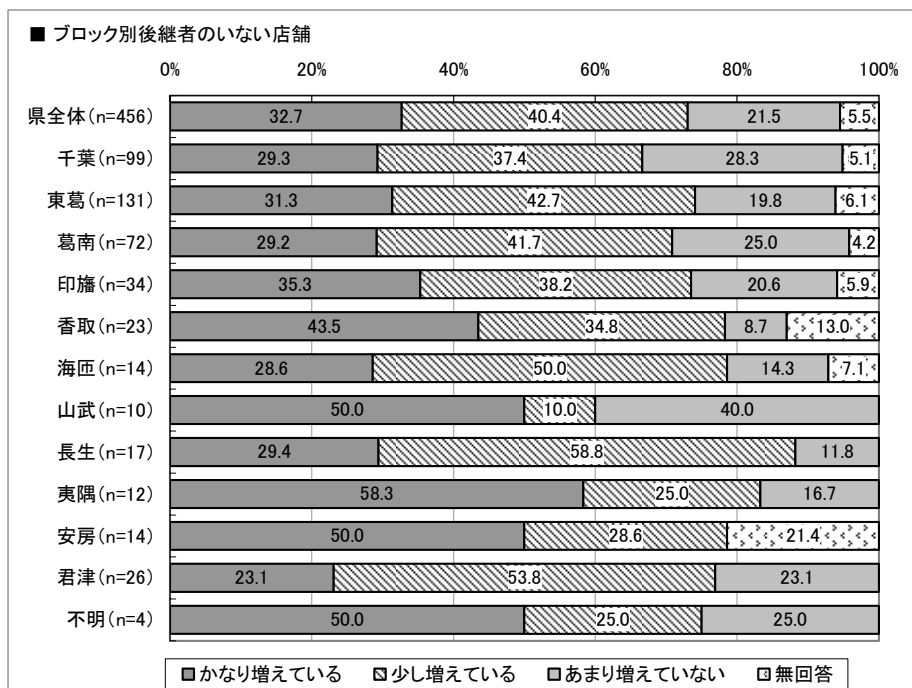


(8) 後継者の状況

① 後継者のいない店舗の状況

後継者のいない店舗について、県全体では「かなり増えている」が 32.7%、「少し増えている」が 40.4%と、合計で 73.1%の商店街で後継者のいない店舗が増えている。「かなり増えている」とする商店街の割合は、前回調査の 25.6%から 7.1ポイント上昇している。

ブロック別では、夷隅が「かなり増えている」の割合が 58.3%と最も高い。



4. 商店街の活動状況

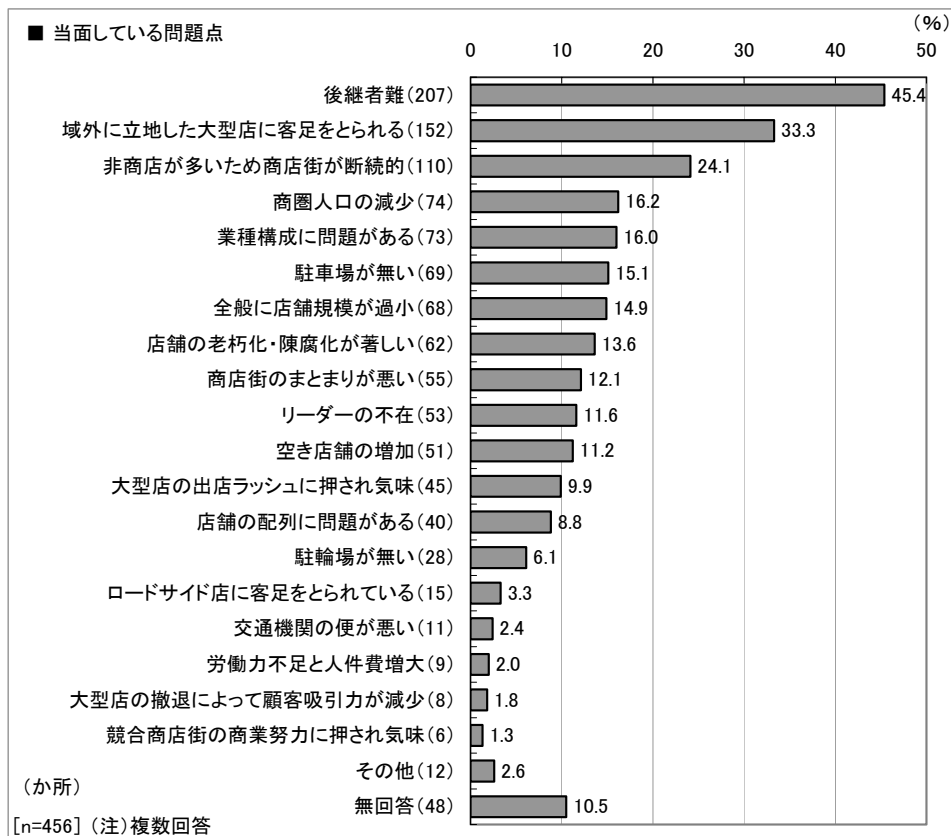
(1) 当面している問題点

① 県全体

回答のあった456商店街のうち、89.5%（408か所）の商店街が何らかの問題に当面していると回答している。

個別の問題点では、「後継者難」が45.4%と突出しており、前回調査（36.7%）から8.7ポイント高くなり、前回調査で最も回答の多かった「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」（前回40.1%、今回33.3%）を逆転した。

その他（2.6%）のなかには、「大型店・チェーン店が商店街に加入しない」、「交通量（通り抜け車両）増加」などがみられた。



② ブロック別

ブロック別に上位5項目をみると、「後継者難」が11ブロック中10ブロックで第1位となり、県内商店街に共通の問題であることがわかる。「商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている」は、11ブロック中9ブロックで上位2位までに入っており、「後継者難」と同様に、県内共通の問題といえる。

千葉では、「駐車場が無い」、夷隅では「商圈人口の減少」が、それぞれ第2位となっており、ブロックにより特徴的な問題点もみられた。

■ ブロック別当面している問題点(上位5項目)

(単位:か所、%)

	1位		2位		3位		4位		5位	
県全体(n=456)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商圈人口の減少		業種構成に問題がある	
	207	45.4	152	33.3	110	24.1	74	16.2	73	16.0
千葉(n=99)	後継者難		駐車場が無い		非商店が多いため商店街が断続的になっている		業種構成に問題がある		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている	
	39	39.4	24	24.2	23	23.2	22	22.2	21	21.2
東葛(n=131)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商圈人口の減少		業種構成に問題がある	
	57	43.5	49	37.4	43	32.8	27	20.6	22	16.8
葛南(n=72)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		業種構成に問題がある		全般に店舗規模が過小		非商店が多いため商店街が断続的になっている	
	29	40.3	22	30.6	17	23.6	16	22.2	14	19.4
印旛(n=34)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商店街のまとまりが悪い		店舗の配列に問題がある	
	18	52.9	13	38.2	9	26.5	9	26.5	6	17.6
香取(n=23)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		全般に店舗規模が過小		駐車場が無い	
	15	65.2	10	43.5	6	26.1	4	17.4	3	13.0
海匝(n=14)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		商圈人口の減少		空き店舗の増加		非商店が多いため商店街が断続的になっている	
	7	50.0	5	35.7	4	28.6	3	21.4	2	14.3
山武(n=10)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		全般に店舗規模が過小		リーダーの不在		商店街のまとまりが悪い	
	4	40.0	3	30.0	3	30.0	3	30.0	2	20.0
長生(n=17)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		大型店の出店ラッシュに押され気味である		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商圈人口の減少	
	8	47.1	7	41.2	4	23.5	3	17.6	3	17.6
夷隅(n=12)	後継者難		商圈人口の減少		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		ロードサイド店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている	
	10	83.3	5	41.7	4	33.3	4	33.3	3	25.0
安房(n=14)	商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		後継者難		商圈人口の減少		リーダーの不在		空き店舗の増加	
	10	71.4	5	35.7	5	35.7	4	28.6	3	21.4
君津(n=26)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		商圈人口の減少		店舗の老朽化・陳腐化が著しい		非商店が多いため商店街が断続的になっている	
	14	53.8	7	26.9	6	23.1	5	19.2	5	19.2

(注1) 回答が同数の場合は、県全体の順位が上位の項目から順番に記載した。

(注2) 地域区分が「不明」(サンプル数4)は表示していない。

③ タイプ別

タイプ別に上位 5 項目をみると、近隣型商店街、地域型商店街では、「後継者難」が問題点の第 1 位になっている。

広域型商店街では、「業種構成に問題がある」が問題点の第 1 位となっており、「後継者難」は第 2 位であった。

■ タイプ別当面している問題点(上位5項目)

(単位:か所、%)

	1位		2位		3位		4位		5位	
県全体 (n=456)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商圏人口の減少		業種構成に問題がある	
	207	45.4	152	33.3	110	24.1	74	16.2	73	16.0
近隣型商店街 (n=296)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商圏人口の減少		全般に店舗規模が過小	
	140	47.3	106	35.8	73	24.7	54	18.2	53	17.9
地域型商店街 (n=108)	後継者難		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		非商店が多いため商店街が断続的になっている		駐車場が無い		リーダーの不在	
	51	47.2	38	35.2	26	24.1	25	23.1	17	15.7
広域型商店街 (n=22)	業種構成に問題がある		後継者難		リーダーの不在		非商店が多いため商店街が断続的になっている		駐車場が無い	
	6	27.3	5	22.7	5	22.7	4	18.2	4	18.2
不明 (n=29)	後継者難		非商店が多いため商店街が断続的になっている		商店街の域外に立地した大型店に客足をとられている		商店街のまとまりが悪い		リーダーの不在	
	11	37.9	7	24.1	6	20.7	6	20.7	6	20.7

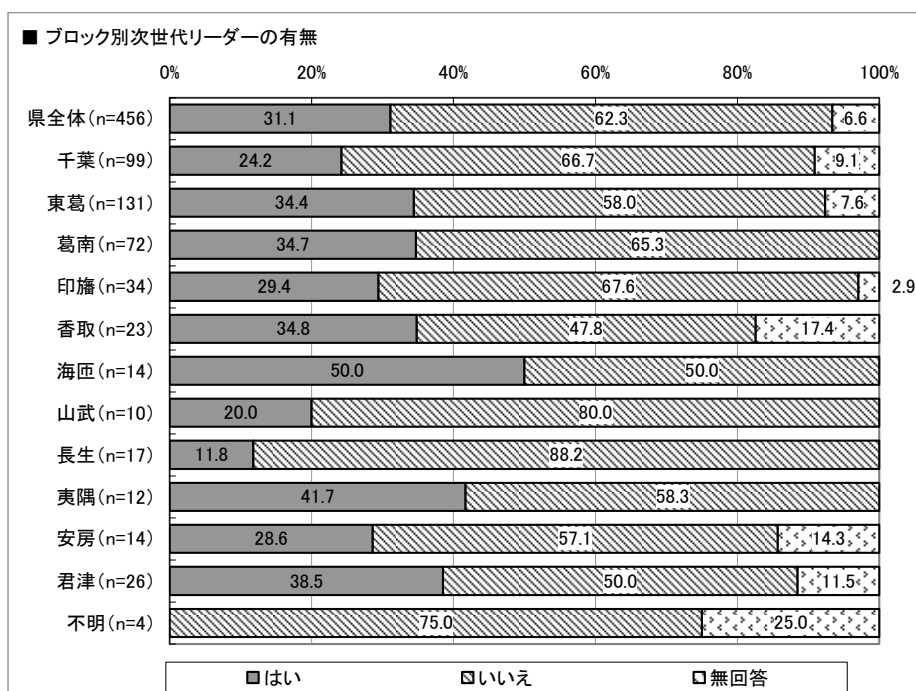
(注1) 回答が同数の場合は、県全体の順位が上位の項目から順番に記載した。

(注2) タイプが「超広域型商店街」(サンプル数1)は、無回答のため表示していない。

(2) 次世代を担うリーダーの有無

商店街の次世代を担うリーダーの有無について、県全体では「はい(いる)」が31.1%、「いいえ(いない)」が62.3%となっている。「はい(いる)」とする商店街の割合は、前回調査の40.3%から9.2ポイント低下した。

ブロック別では、長生が「はい(いる)」の割合が11.8%と最も低い。



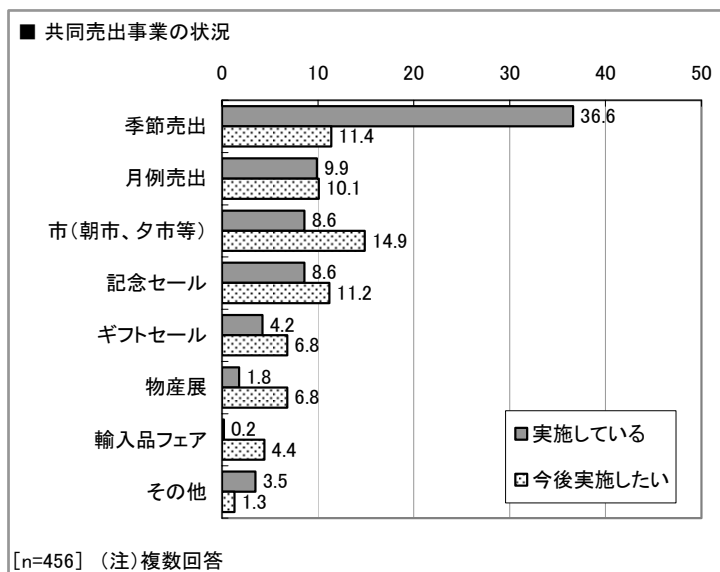
(3) 現在の取組

① ソフト事業

a. 共同売出事業

共同売出事業のなかでは、「季節売出」が36.6%の商店街で実施されており、突出している。次いで「月例売出」(9.9%)、「市(朝市、夕市等)」(8.6%)となっている。実施している共同事業の順位は、前回調査と同じであった。

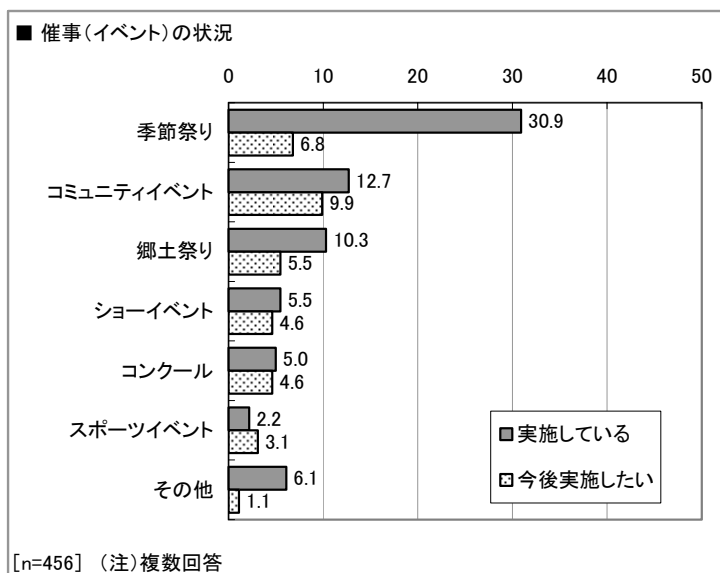
今後実施したい事業では、「市(朝市、夕市等)」とする商店街が14.9%と最も多い。



b. 催事(イベント)

催事(イベント)のなかでは、「季節祭り」が30.9%の商店街で実施されており、突出している。次いで「コミュニティイベント」(12.7%)、「郷土祭り」(10.3%)となっている。実施している催事(イベント)の順位は、前回調査と同じであった。

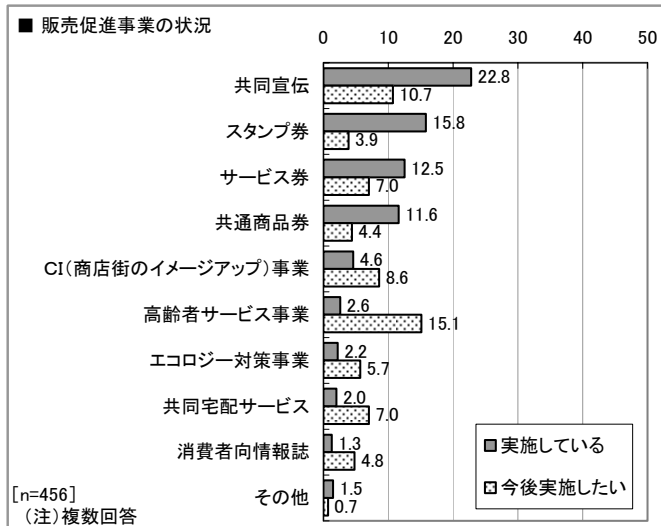
今後実施したい事業では、「コミュニティイベント」とする商店街が9.9%と最も多い。



c. 販売促進事業

販売促進事業のなかでは、「共同宣伝」が22.8%の商店街で実施されており、最も多い。次いで「スタンプ券」(15.8%)、「サービス券」(12.5%)となっている。前回調査と比較すると、「CI(商店街のイメージアップ)事業」が前回第8位から第5位へと大きく順位を上げた。

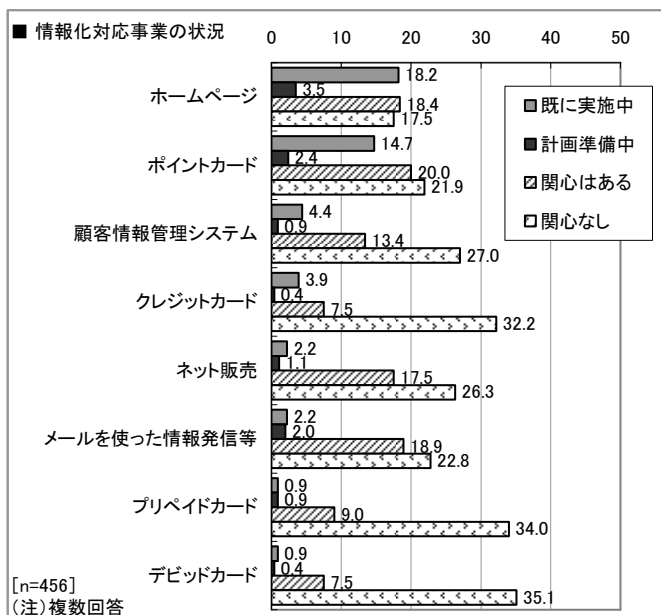
今後実施したい事業では、「高齢者サービス事業」とする商店街が15.1%と最も多い。



d. 情報化対応事業

情報化対応事業のなかでは、「ホームページ」が18.2%の商店街で実施されており、最も多い。次いで「ポイントカード」(14.7%)、「顧客情報管理システム」(4.4%)となっている。前回調査と比較すると、「ホームページ」が前回第2位から第1位へと順位を上げた。

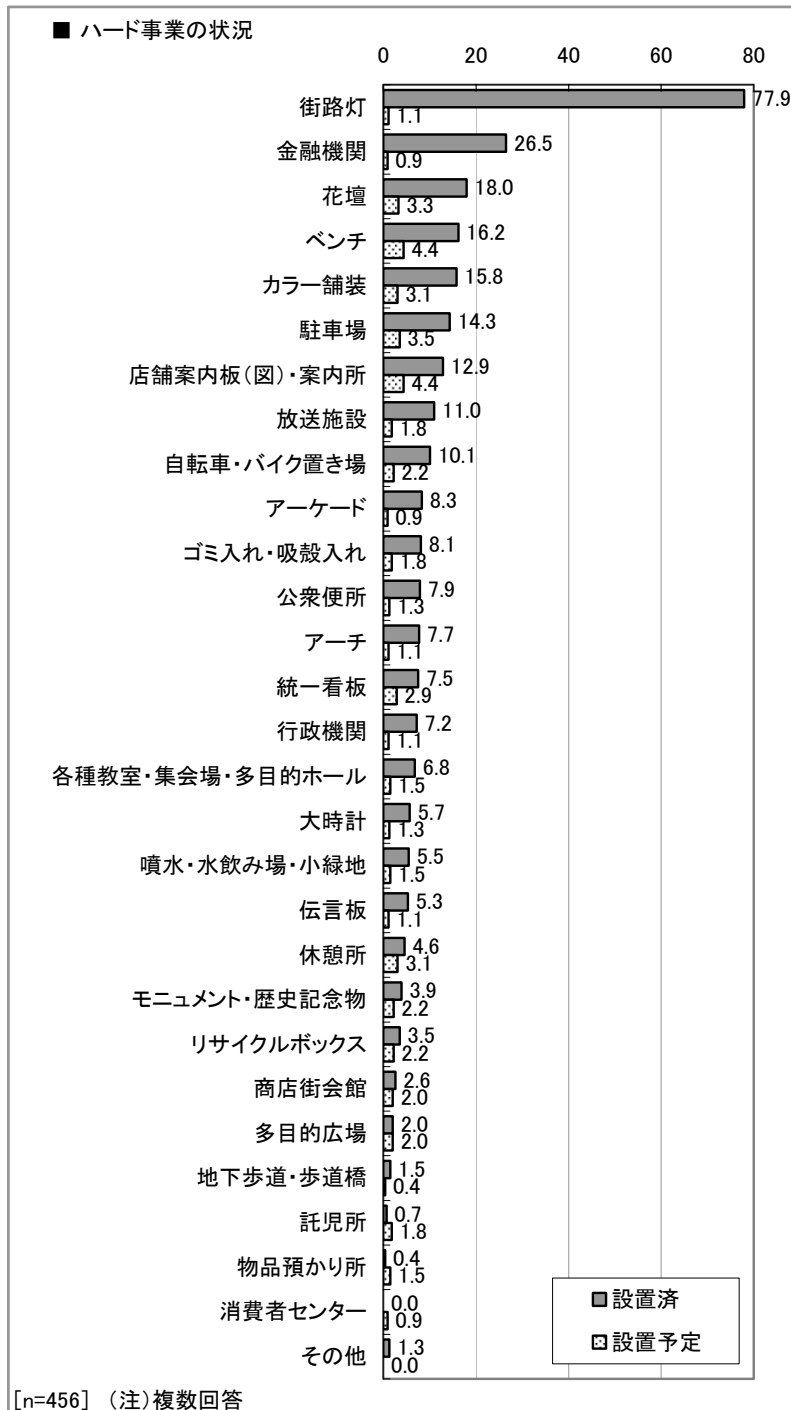
関心がある事業では、「ポイントカード」(20.0%)「メールを使った情報発信等」(18.9%)などとする商店街が多くなっている。



② ハード事業

設置済みのハード事業で最も多かったのは「街路灯」で77.9%と突出している。次いで「金融機関」(26.5%)、「花壇」(18.0%)、「ベンチ」(16.2%)、「カラー舗装」(15.8%)となっている。前回調査と比較すると、「ベンチ」が前回第7位から第4位へと順位を上げた。

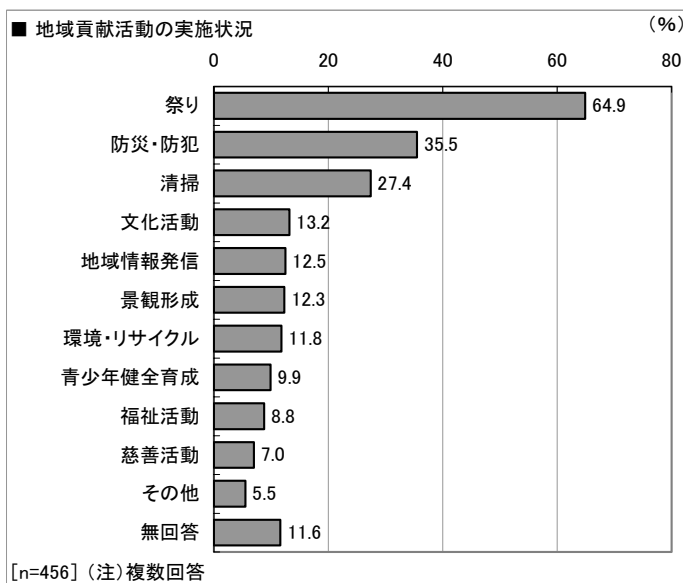
設置予定の事業は、多い順に「ベンチ」(4.4%)、「店舗案内板(図)・案内所」(4.4%)、「駐車場」(3.5%)、「花壇」(3.3%)、「カラー舗装」(3.1%)、「休憩所」(3.1%)となっている。



③ 行っている地域貢献活動

商店街が行っている地域貢献活動のうち、最も多いのは「祭り」で64.9%の商店街で実施されている。次いで「防災・防犯」(35.5%)、「清掃」(27.4%)となっている。

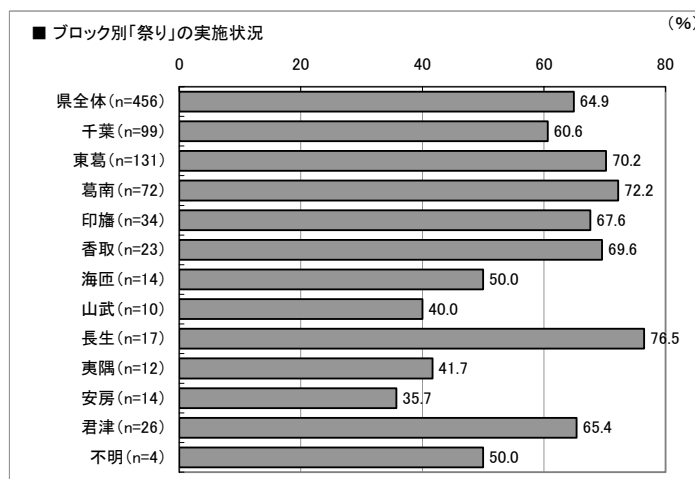
前回調査と比較すると、「防災・防犯」と「清掃」の順位が入れ替わったほか、前回調査で選択肢になかった「地域情報発信」が第5位となった。



a. 祭り

「祭り」は長生が76.5%と最も実施割合が高い。

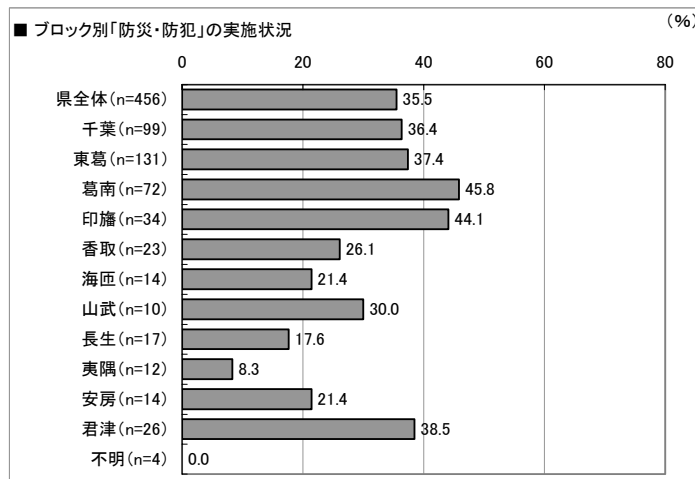
一方、安房(35.7%)、山武(40.0%)では実施割合が低い。



b. 防災・防犯

「防災・防犯」は葛南が45.8%と最も実施割合が高く、次いで印旛が44.1%となっている。

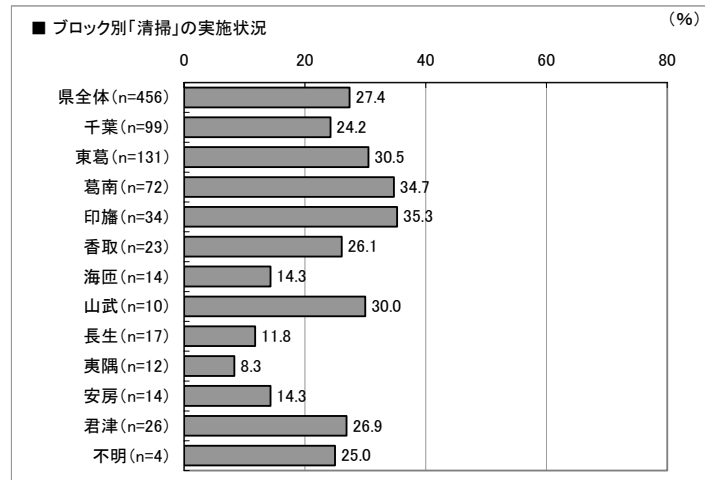
一方、夷隅(8.3%)、長生(17.6%)では実施割合が低い。



c. 清掃

「清掃」は印旛（35.3%）、葛南（34.7%）、東葛（30.5%）などで実施割合が高い。

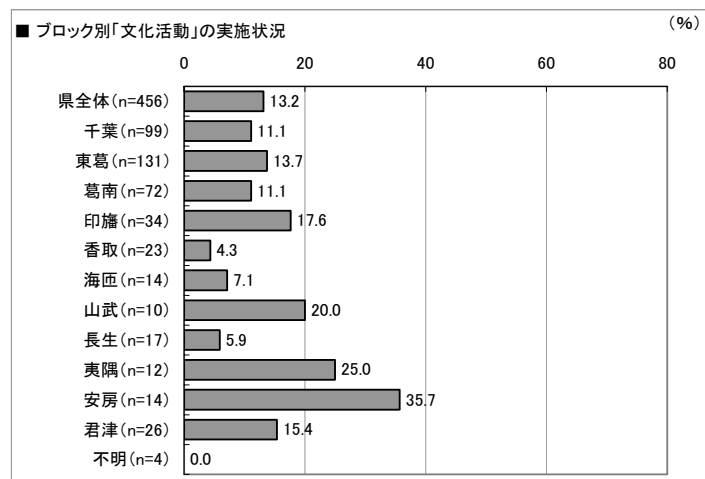
一方、夷隅（8.3%）、長生（11.8%）では実施割合が低い。



d. 文化活動

「文化活動」は安房で35.7%と目立って実施割合が高い。

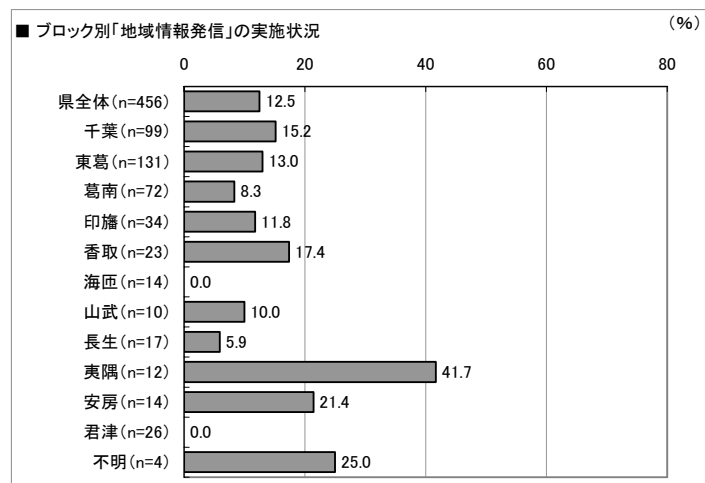
一方、香取（4.3%）、長生（5.9%）では実施割合が低い。



e. 地域情報発信

「地域情報発信」は夷隅で41.7%と目立って実施割合が高い。

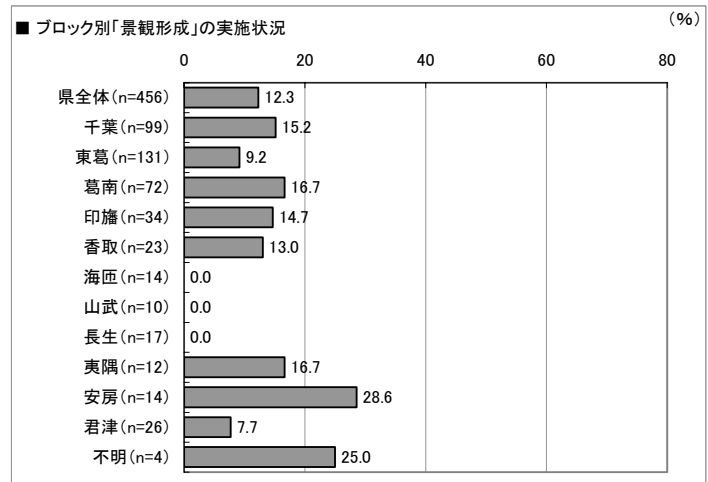
一方、海匝、君津では実施している商店街はみられない。



f. 景観形成

「景観形成」は安房で28.6%と目立って実施割合が高い。

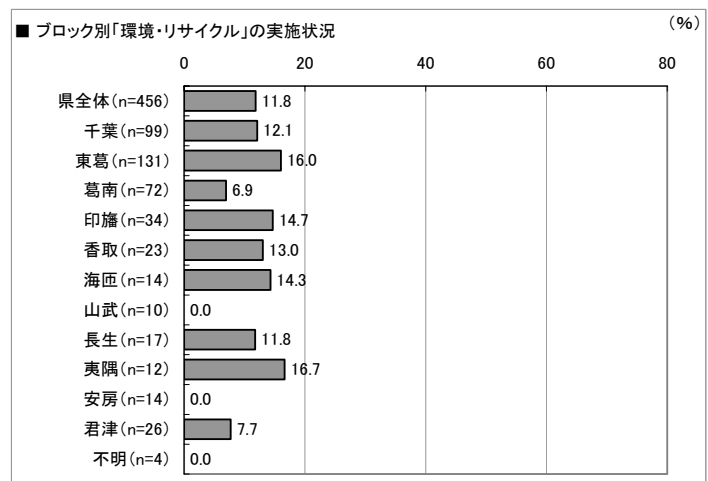
一方、海匝、山武、長生では実施している商店街はみられない。



g. 環境・リサイクル

「環境・リサイクル」は夷隅 (16.7%)、東葛 (16.0%)、印旛 (14.7%) など実施割合が高い。

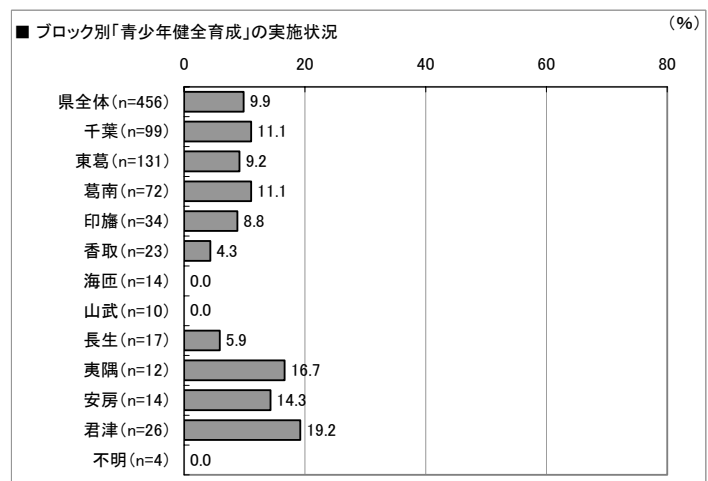
一方、山武、安房では実施している商店街はみられない。



h. 青少年健全育成

「青少年健全育成」は君津 (19.2%)、夷隅 (16.7%)、安房 (14.3%) で実施割合が高い。

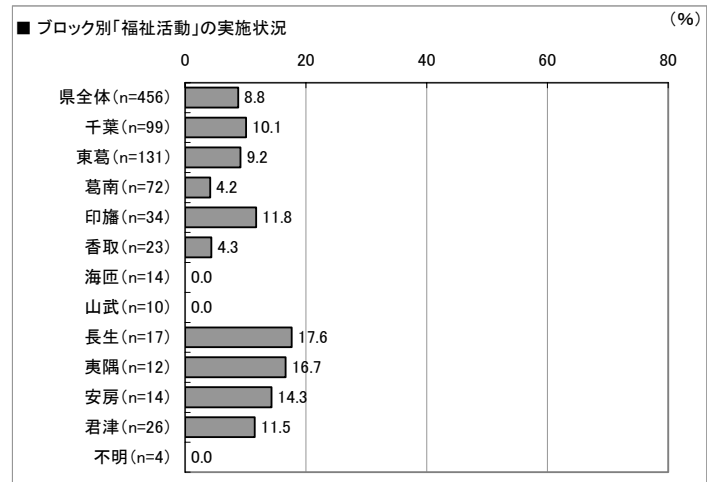
一方、海匝、山武では実施している商店街はみられない。



i. 福祉活動

「福祉活動」は長生（17.6%）、夷隅（16.7%）、安房（14.3%）で実施割合が高い。

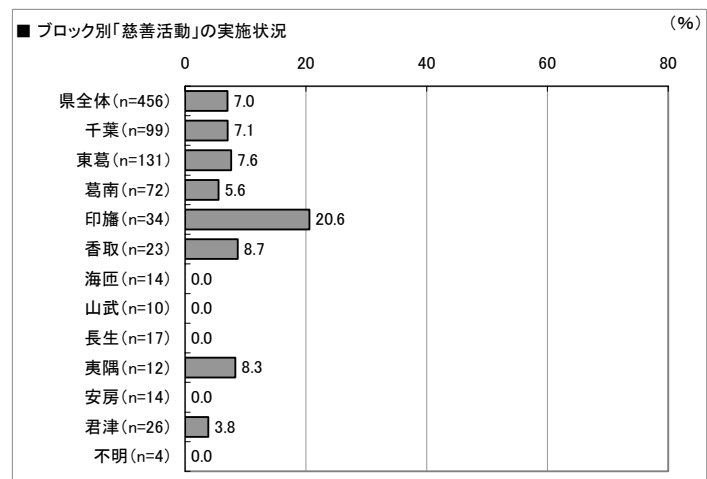
一方、海匝、山武では実施している商店街はみられない。



j. 慈善活動

「慈善活動」は印旛（20.6%）で実施割合が目立って高い。

一方、海匝、山武、長生、安房では実施している商店街はみられない。

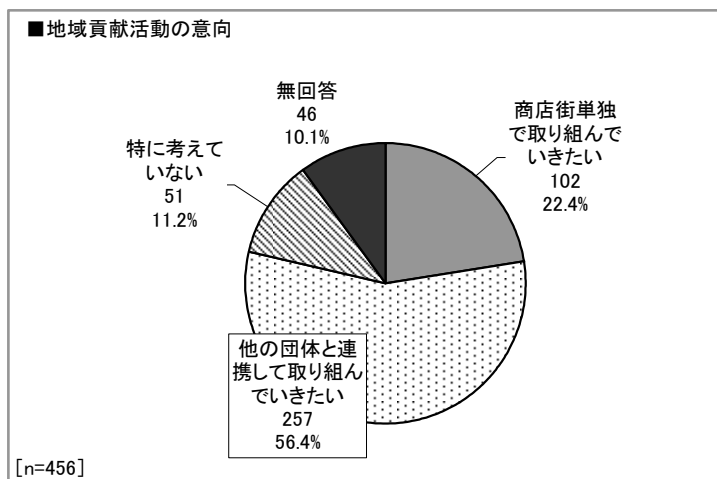


④ 地域貢献活動の意向

a. 地域貢献活動の意向

今後の地域貢献活動について、「商店街単独で取り組んでいきたい」（22.4%）と「他の団体と連携して取り組んでいきたい」（56.4%）を合計すると、78.7%（359か所）の商店街に、地域貢献活動に取り組んでいきたいとの意向がみられた。

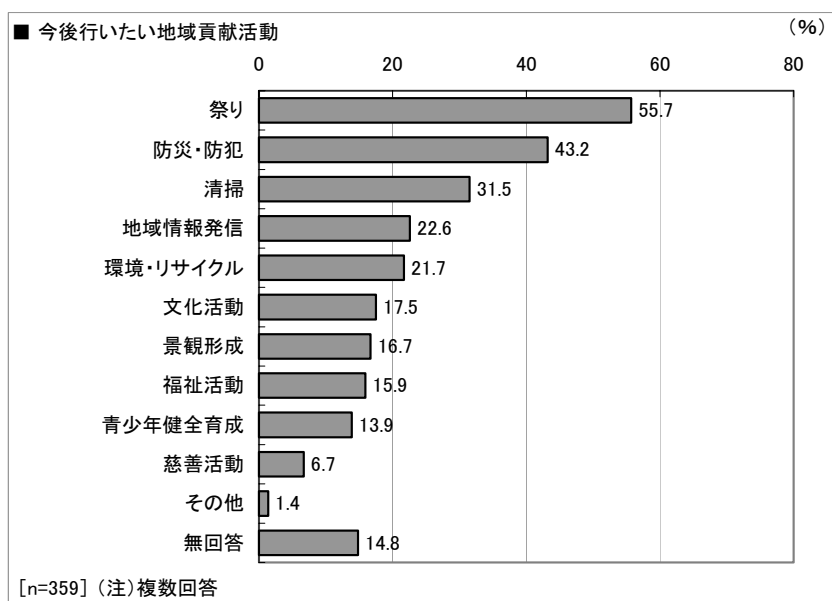
「特に考えていない」とした商店街は11.2%であった。



b. 今後行いたい地域貢献活動

行っている地域貢献活動と同様に、「祭り」が55.7%と目立って高くなっている。次いで「防災・防犯」（43.2%）、「清掃」（31.5%）と上位3位まで、行っている地域貢献活動と同じ順位になっている。

行っている地域貢献活動で第5位であった「地域情報発信」が第4位（22.6%）、第7位であった「環境・リサイクル」が第5位（21.7%）になっている。

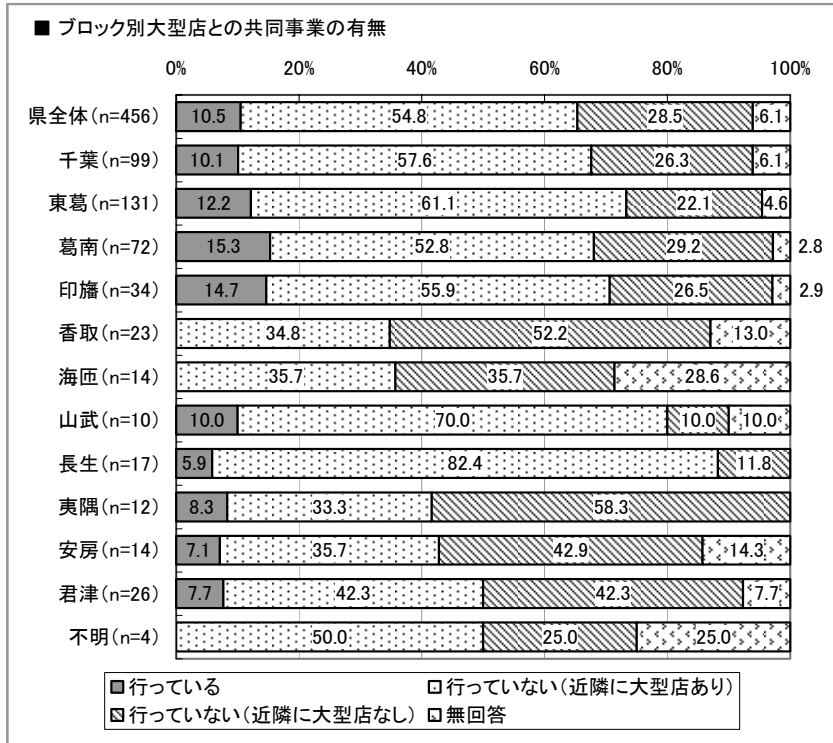


⑤ 大型店との連携

a. 県全体、ブロック別大型店との共同事業の有無

大型店との共同事業を「行っている」と回答した商店街は、県全体で 10.5%となっている。

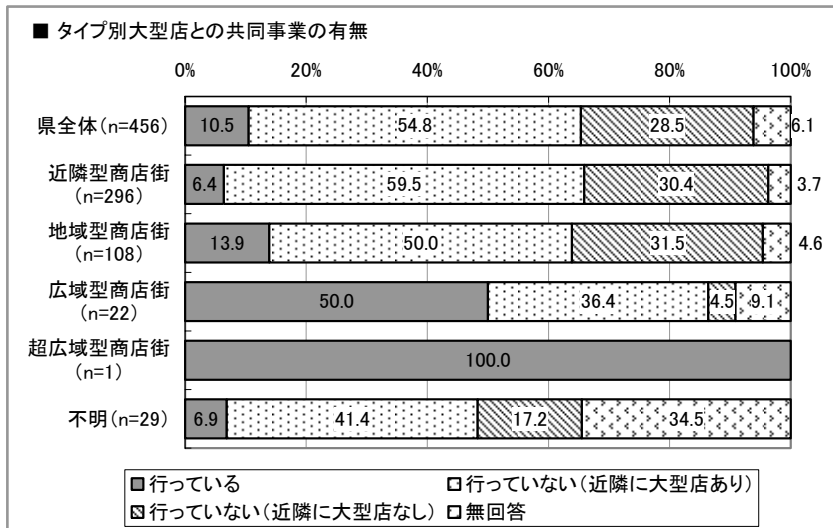
ブロック別では、「行っている」と回答した商店街の割合は、葛南で 15.3%と最も高く、次いで印旛が 14.7%となっている。



b. タイプ別大型店との共同事業の有無

タイプ別では、「行っている」と回答した商店街の割合は、広域型商店街で 50.0%と最も高く、近隣型商店街では 6.4%と低くなっている。

(注) サンプル数の少ない超広域型商店街を除いた場合。

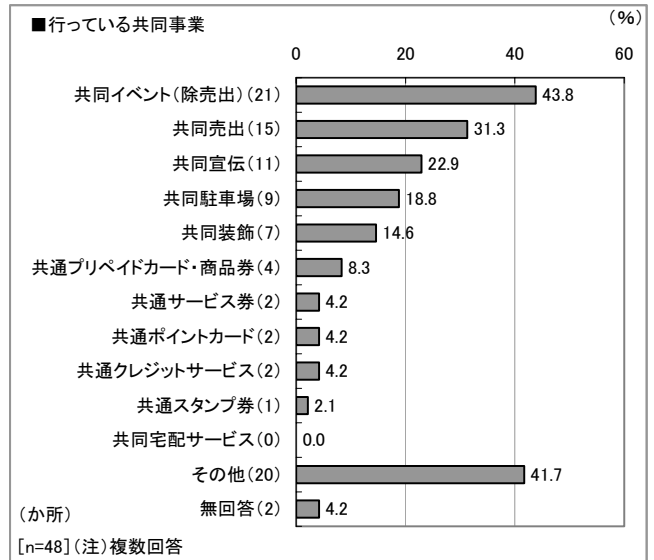


c. 大型店との共同事業

回答のあった 456 商店街のうち、近隣に大型店がある商店街は 298 か所で、そのうち 48 商店街 (16.1%) が何らかの共同事業を行っている」と回答した。

行っている共同事業のなかで、「共同イベント (除売出)」が 21 か所 (43.8%) と最も多く、次いで「共同売出」15 か所 (31.3%)、「共同宣伝」11 か所 (22.9%) となっている。前回調査と比較すると、「共同イベント (除売出)」が前回第 5 位から第 1 位へと順位を上げた。

その他意見のなかには、「親睦活動」、「防犯活動」などがみられた。



ブロック別の共同事業を行っている商店街数は、東葛の 16 か所が最も多く、次いで葛南 11 か所、千葉 10 か所となっている。

■ブロック別共同事業を行っている商店街数

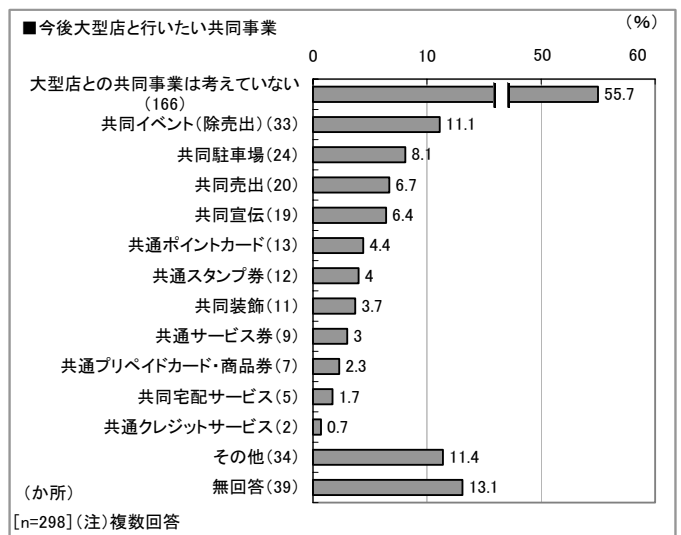
(単位:か所)

県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津
48	10	16	11	5	-	-	1	1	1	1	2

大型店との共同事業について、近隣に大型店がある商店街に今後実施したい共同事業を尋ねたところ、「大型店との共同事業は考えていない」とした商店街が 166 か所 (55.7%) と目立って高い。

今後行いたい共同事業としては、「共同イベント」が 33 か所 (11.1%) で最も多く、次いで「共同駐車場」24 か所 (8.1%) であった。

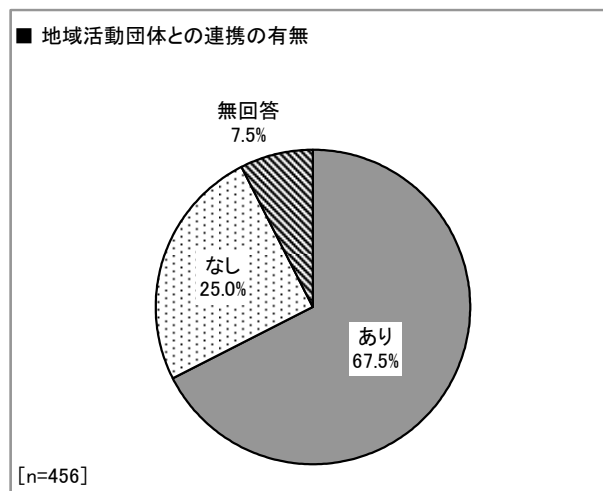
その他意見のなかには、「清掃」、「防犯活動」などがみられた。



⑥ 地域活動団体との連携

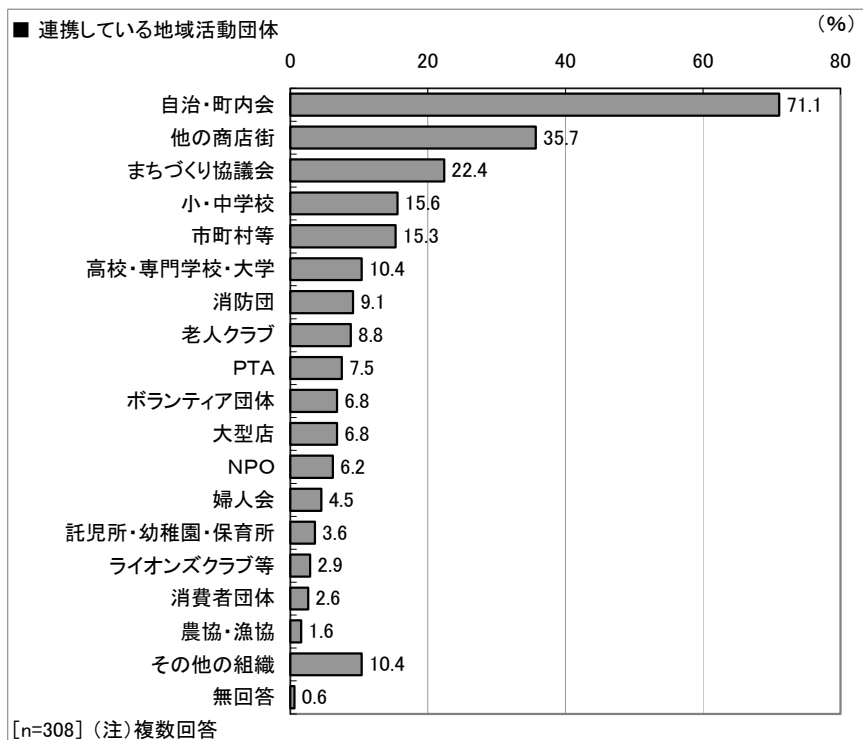
地域活動団体との連携は、67.5%の商店街が「あり」と回答している。

「あり」とする商店街の割合は、前回調査の67.6%とほぼ同じであった。



連携相手先をみると、「自治・町内会」が71.1%と突出しており、次いで「他の商店街」(35.7%)、「まちづくり協議会」(22.4%)となっている。このほか連携相手先は、学校、地元組織、NPO等多岐にわたっている。

前回調査と比較すると、「市町村等」が前回第3位から第5位へと順位を下げた。

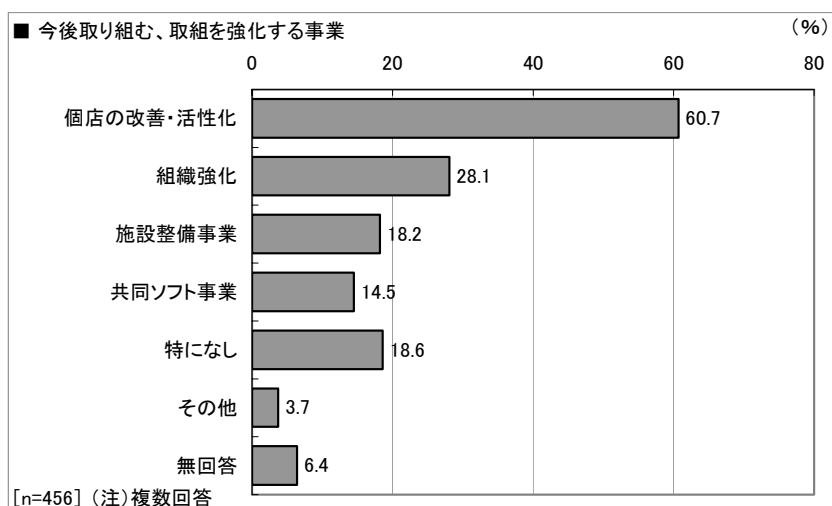


(4) 今後の取組

① 県全体

今後取り組む、または取組を強化する事業について、60.7%の商店街が「個店の改善・活性化」と回答している。次いで「組織強化」が28.1%となっている。今後取り組む・取組を強化する事業の順位は、前回調査と同じであった。

一方、「特になし」とする商店街が18.6%あり、「施設整備事業」(18.2%)、「共同ソフト事業」(14.5%)を上回っている。



② ブロック別

ブロック別にみると、長生を除いた10ブロックで「個店の改善・活性化」が最も多くなった。

長生では「特になし」の割合が47.1%と最も高くなっている。

■ ブロック別今後取り組む、取り組みを強化する事業

(単位:か所、%)

	県全体	千葉	東葛	葛南	印旛	香取	海匝	山武	長生	夷隅	安房	君津	不明
施設整備事業	83 18.2	13 13.1	20 15.3	18 25.0	6 17.6	5 21.7	4 28.6	4 40.0	4 23.5	4 33.3	2 14.3	3 11.5	-
共同ソフト事業	66 14.5	14 14.1	19 14.5	8 11.1	7 20.6	3 13.0	3 21.4	1 10.0	1 5.9	5 41.7	2 14.3	3 11.5	-
個店の改善・活性化	277 60.7	54 54.5	79 60.3	47 65.3	21 61.8	17 73.9	8 57.1	6 60.0	7 41.2	8 66.7	11 78.6	17 65.4	2 50.0
組織強化	128 28.1	24 24.2	39 29.8	21 29.2	11 32.4	7 30.4	2 14.3	3 30.0	2 11.8	7 58.3	4 28.6	8 30.8	-
特になし	85 18.6	19 19.2	31 23.7	7 9.7	5 14.7	1 4.3	5 35.7	1 10.0	8 47.1	1 8.3	1 7.1	4 15.4	2 50.0
その他	17 3.7	4 4.0	7 5.3	4 5.6	1 2.9	-	-	-	1 5.9	-	-	-	-
無回答	29 6.4	9 9.1	5 3.8	4 5.6	2 5.9	2 8.7	1 7.1	1 10.0	1 5.9	1 8.3	2 14.3	1 3.8	-
合計	456 100.0	99 100.0	131 100.0	72 100.0	34 100.0	23 100.0	14 100.0	10 100.0	17 100.0	12 100.0	14 100.0	26 100.0	4 100.0

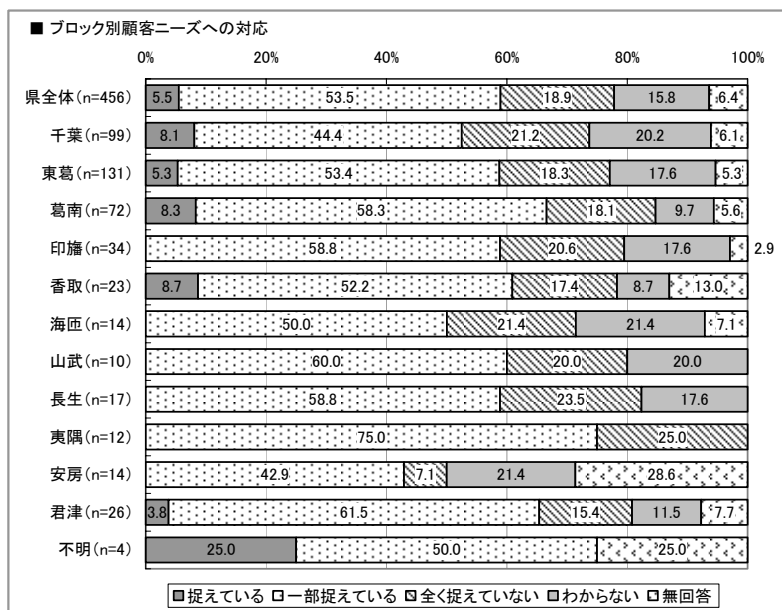
(5) 個店での取組

① 個店の経営姿勢

a. 顧客ニーズ

県全体の商店街のうち、顧客ニーズを「捉えている」と「一部捉えている」を合計した割合は、約6割（59.0%）となっており、前回調査の56.5%から2.5ポイント上昇した。

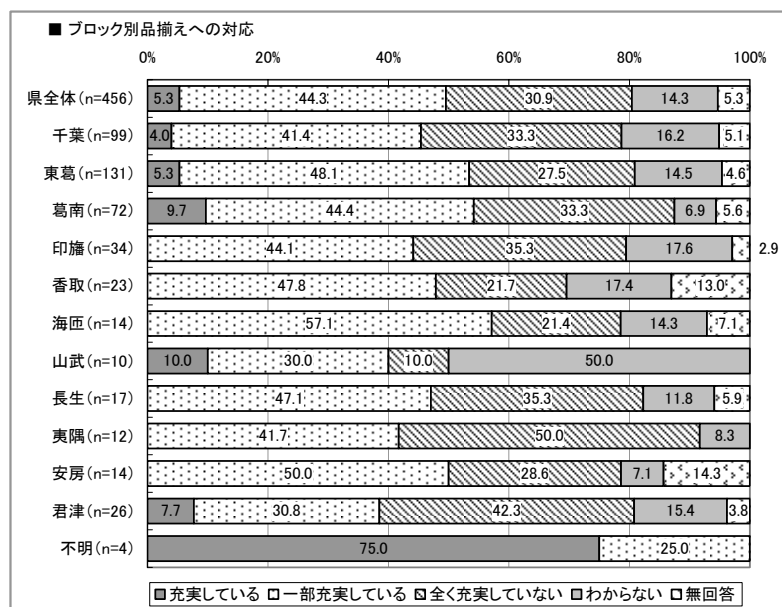
ブロック別では、夷隅で合計（「一部捉えている」のみ）が75.0%と最も高い。



b. 品揃え

県全体の商店街のうち、品揃えを「充実している」と「一部充実している」を合計した割合は、約5割（49.6%）となっており、前回調査の50.8%から1.2ポイント低下した。

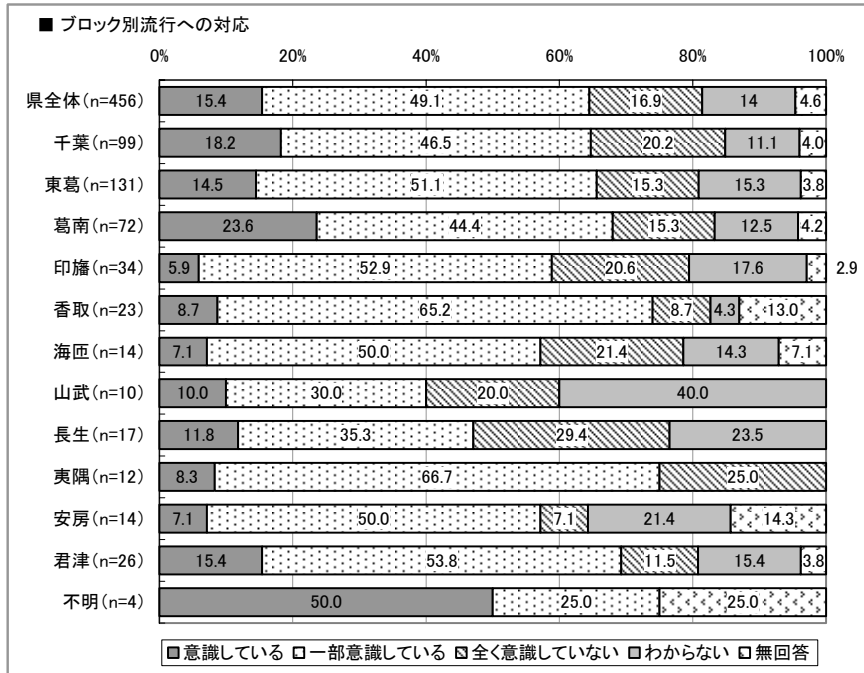
ブロック別では、海匝で合計（「一部充実している」のみ）が57.1%と最も高い。



c. 流行

県全体の商店街のうち、流行を「意識している」と「一部意識している」を合計した割合は、6割超（64.5%）となっており、前回調査の62.3%から2.2ポイント上昇した。

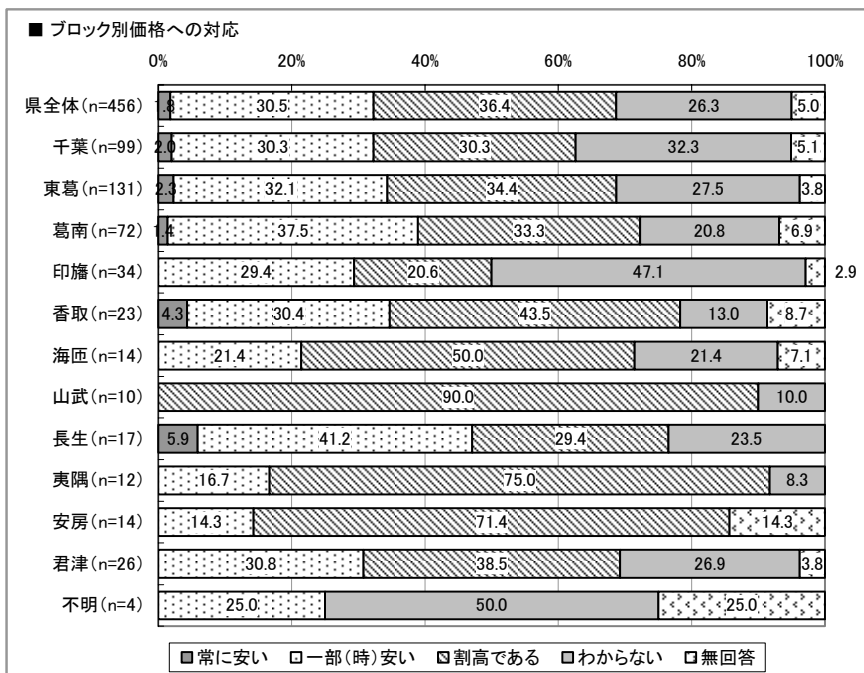
ブロック別では、夷隅で合計が75.0%と最も高い。



d. 価格面

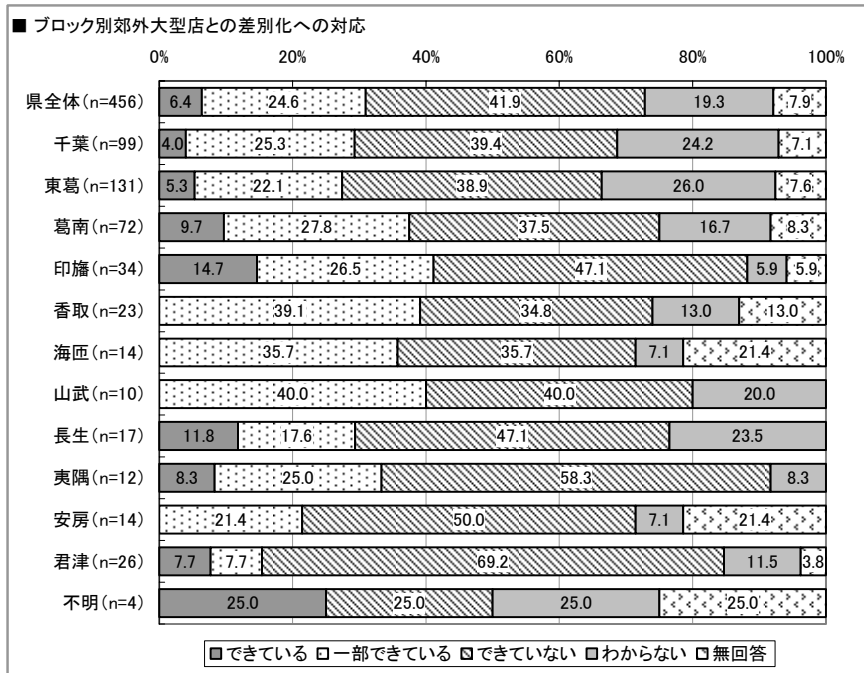
県全体の商店街のうち、価格面で「常に安い」と「一部（時）安い」を合計した割合は32.3%と、「割高である」(36.4%)を4.1ポイント下回っている。「常に安い」と「一部（時）安い」の合計は、前回調査の32.2%とほぼ同じであった。

ブロック別では、長生で合計が47.1%と最も高い。



e. 郊外大型店との差別化

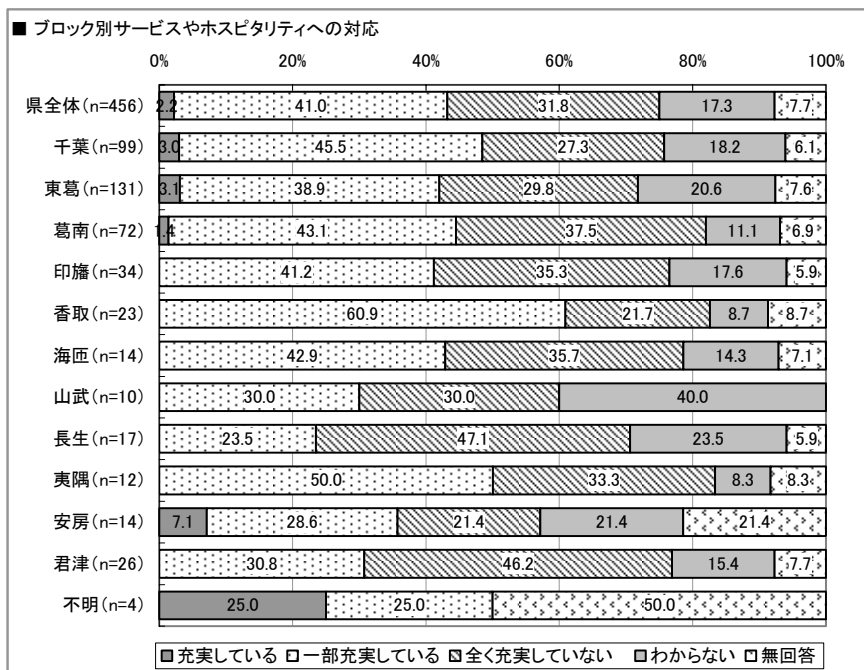
県全体の商店街のうち、大型店との差別化を「できている」と「一部できている」を合計した割合は 31.0%と、「できていない」(41.9%)を 10.9ポイント下回っている。「できている」と「一部できている」の合計は、前回調査の 29.9%から 1.1ポイント上昇した。ブロック別では、印旛で合計が 41.2%と最も高い。



f. サービス・ホスピタリティ

県全体の商店街のうち、サービス・ホスピタリティを「充実している」と「一部充実している」を合計した割合は、43.2%となっており、前回調査の 35.2%から 8.0ポイント上昇した。

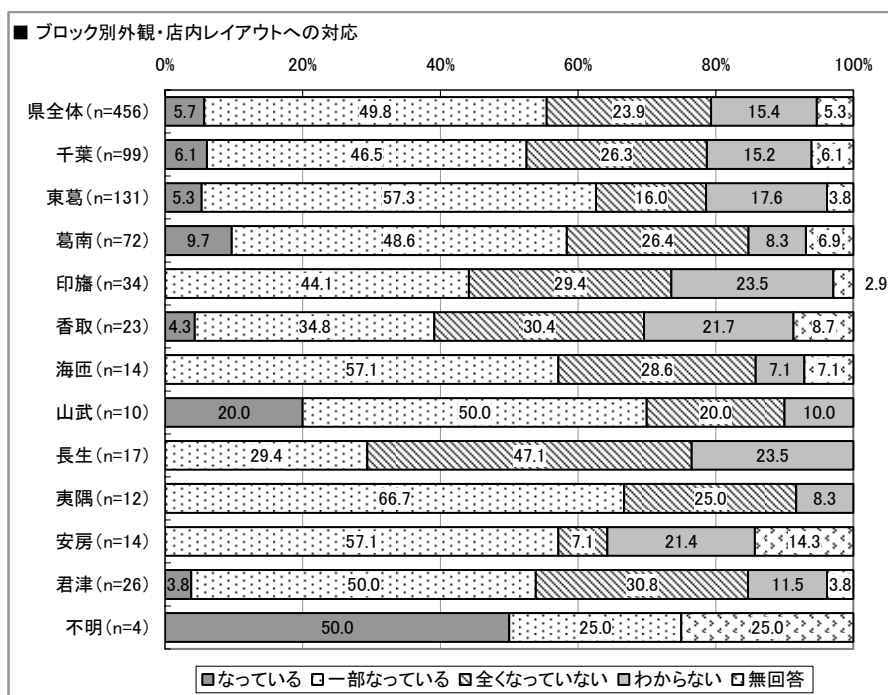
ブロック別では、香取で合計（「一部充実している」のみ）が 60.9%と最も高い。



g. 外観・店内レイアウト

県全体の商店街のうち、きれいな外観・買いやすい店内レイアウトについて「なっている」と「一部なっている」を合計した割合は、5割超（55.5%）となっており、前回調査の52.2%から3.3ポイント上昇した。

ブロック別では、山武で合計が70.0%と最も高い。

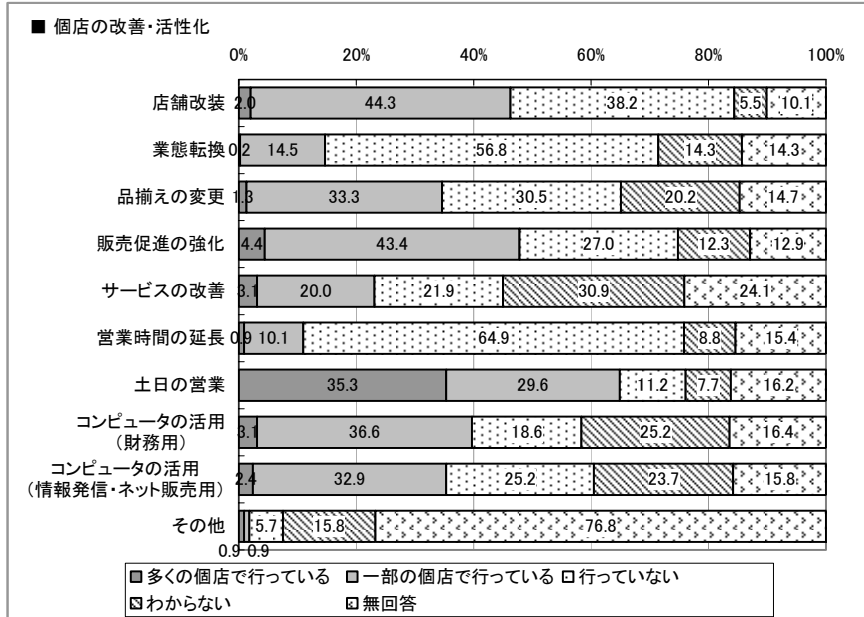


② 個店の改善・活性化策

a. 個店の改善・活性化策全般

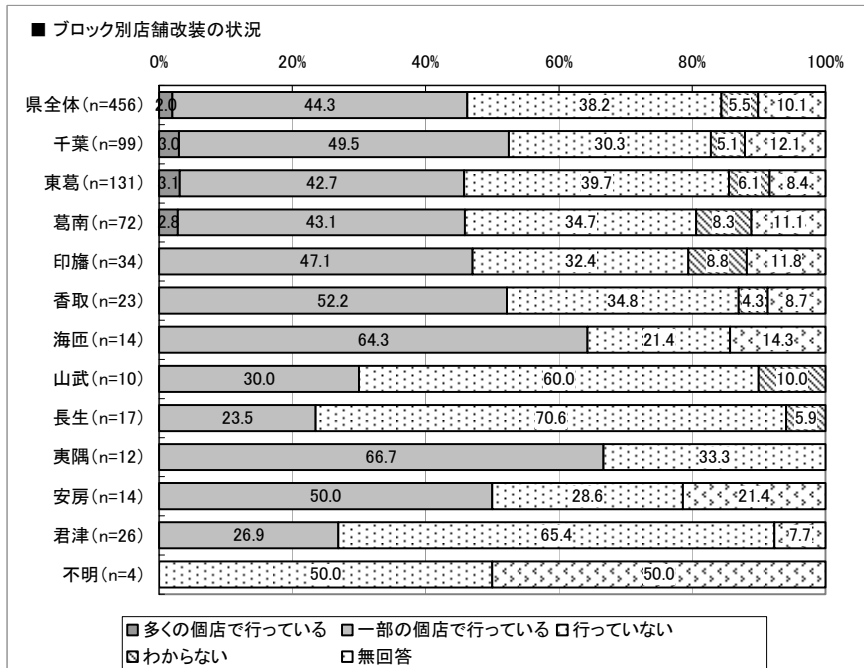
「多くの個店で行っている」割合が最も高いのは、「土日の営業」で 35.3%となっているが、その他の項目は全て 5%未満となっている。「土日の営業」の割合は、前回調査の 33.4%から 1.9ポイント上昇した。

「行っていない」の割合が高い項目は、「営業時間の延長」(64.9%)、「業態転換」(56.8%)、「店舗改装」(38.2%) などとなっている。



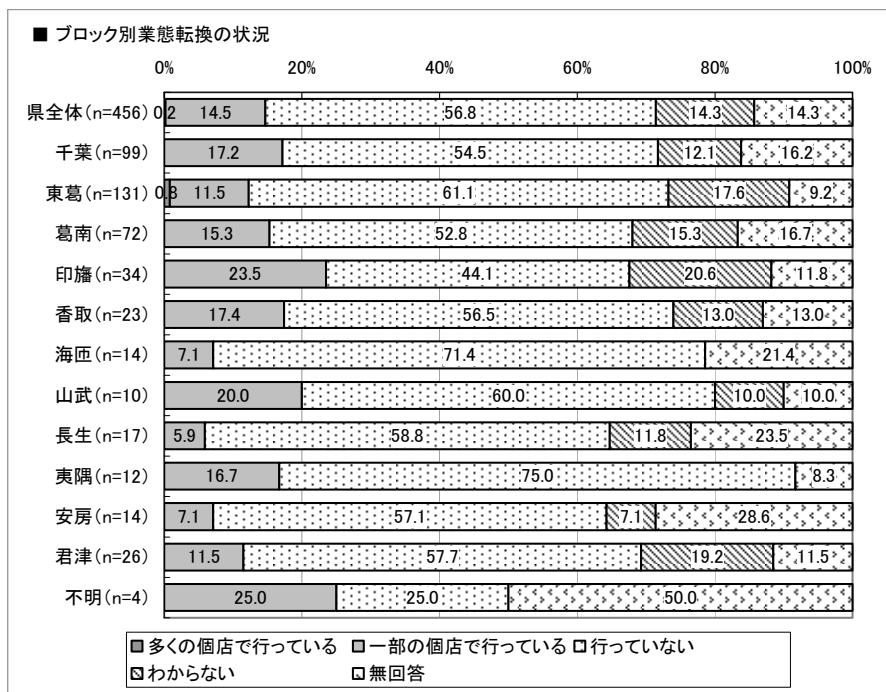
b. 店舗改装

店舗改装を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、夷隅（「一部の個店で行っている」のみ）で 66.7%であった。最も低いブロックは、長生（同）で 23.5%であった。



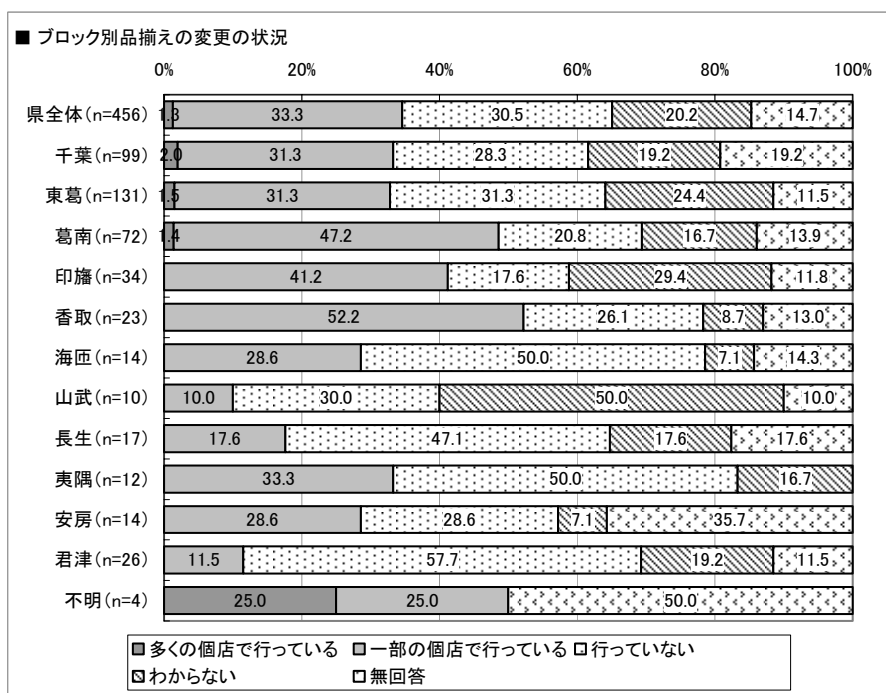
c. 業態転換

業態転換を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、印旛（「一部の個店で行っている」のみ）で23.5%であった。最も低いブロックは、長生（同）で5.9%であった。



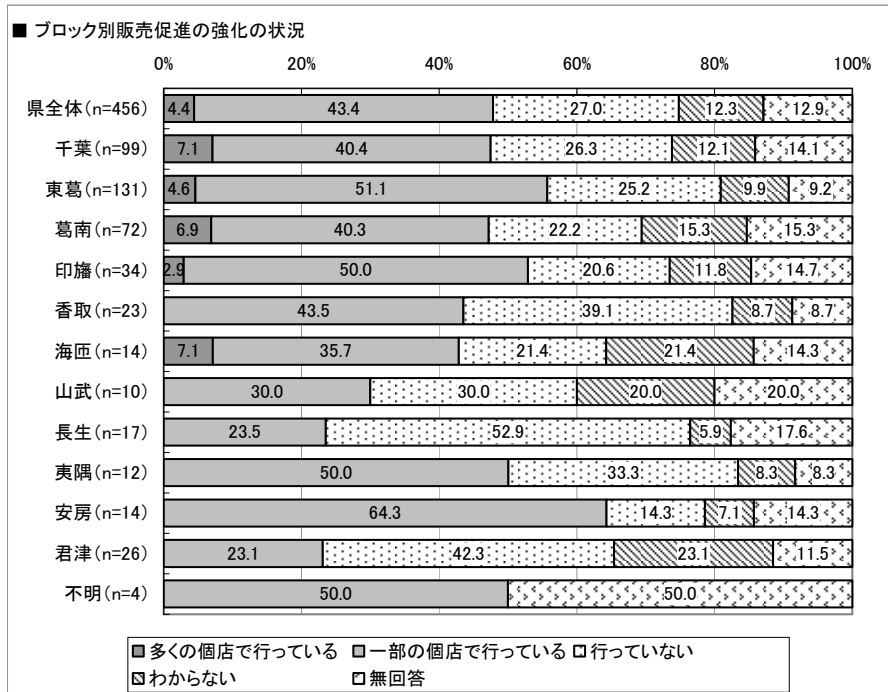
d. 品揃えの変更

品揃えの変更を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、香取（「一部の個店で行っている」のみ）で52.2%であった。最も低いブロックは、山武（同）で10.0%であった。



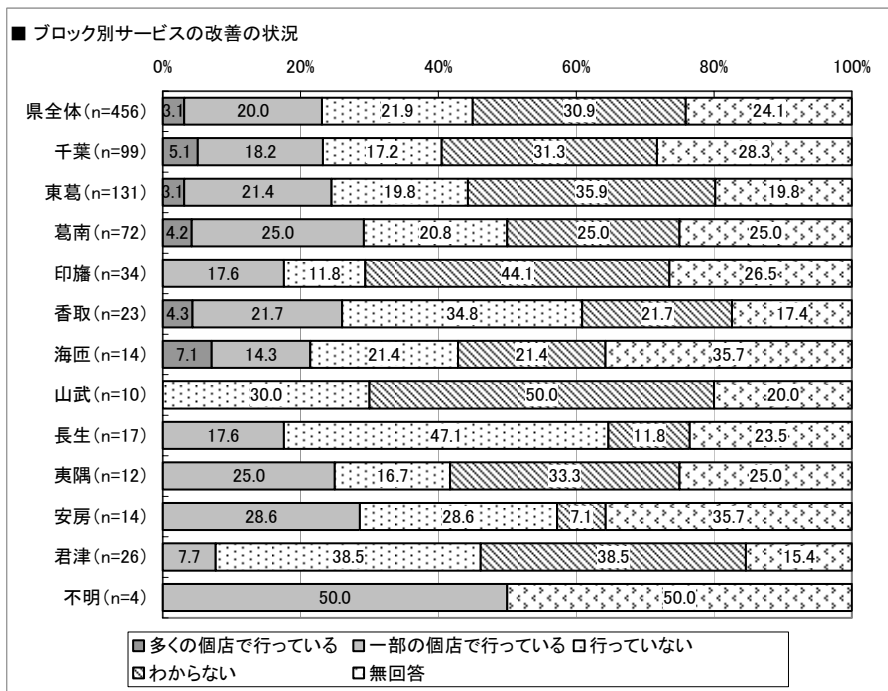
e. 販売促進の強化

販売促進の強化を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、安房（「一部の個店で行っている」のみ）で 64.3%であった。最も低いブロックは、君津（同）で 23.1%であった。



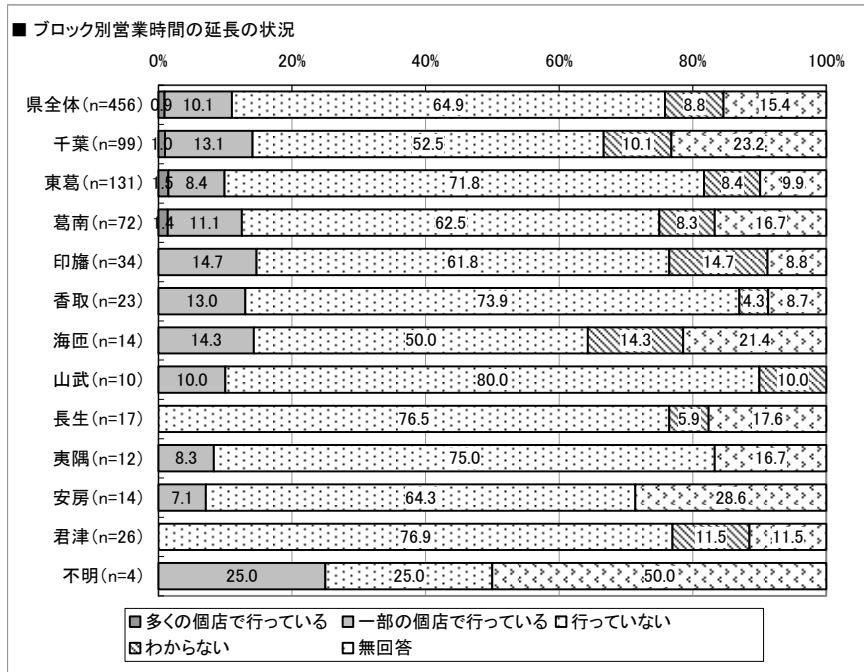
f. サービス改善

サービス改善を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、葛南で 29.2%であった。一方、山武では、「（多くの・一部の）個店で行っている」商店街はみられなかった。



g. 営業時間の延長

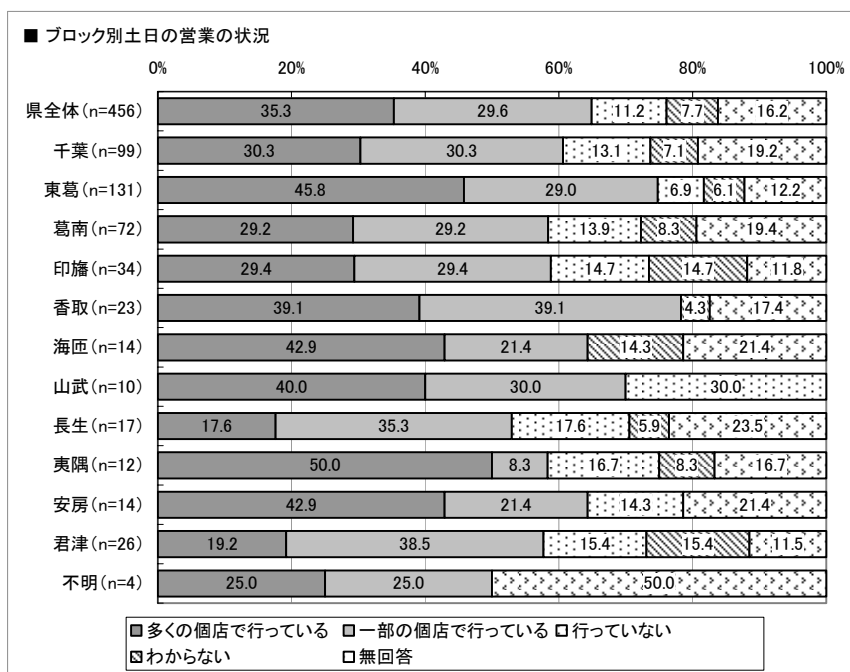
営業時間の延長を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、印旛（「一部の個店で行っている」のみ）で14.7%であった。一方、長生、君津では、「（多くの・一部の）個店で行っている」商店街はみられなかった。



h. 土日の営業

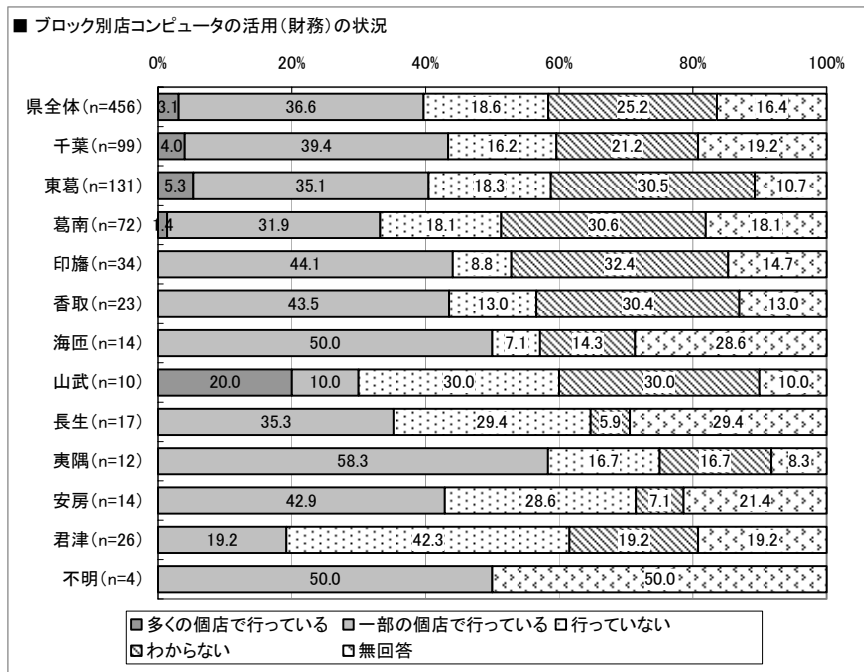
土日の営業を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、香取で78.2%であった。

最も低いブロックは、長生で52.9%であった。



i. コンピュータの活用（財務用）

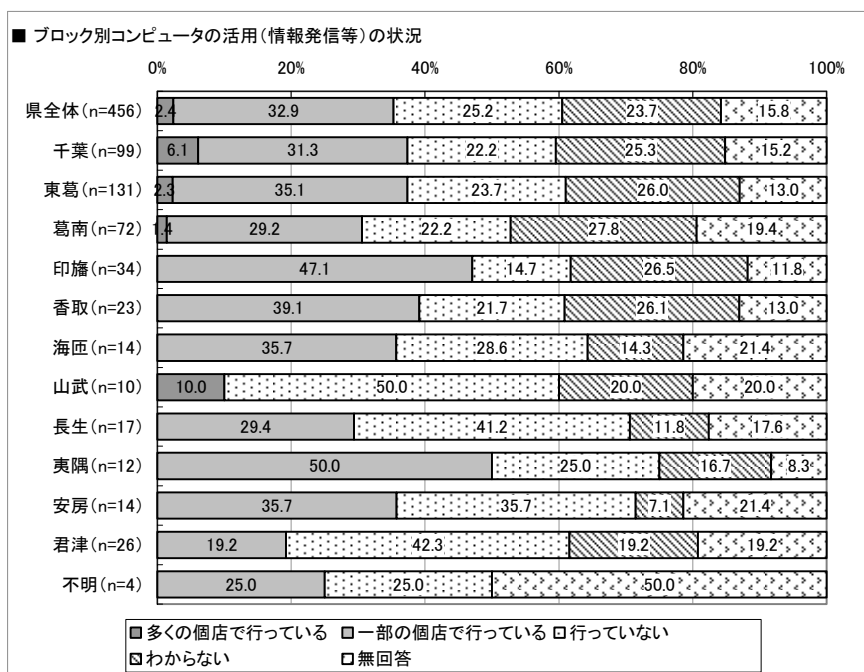
コンピュータの活用（財務用）を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、夷隅（「一部の個店で行っている」のみ）で58.3%であった。最も低いブロックは、君津（同）で19.2%であった。



j. コンピュータの活用（情報発信・ネット販売用等）

コンピュータの活用（情報発信・ネット販売用等）を「多くの個店で行っている」と「一部の個店で行っている」の合計が最も高いブロックは、夷隅（「一部の個店で行っている」のみ）で50.0%であった。

最も低いブロックは、山武（「多くの個店で行っているのみ」）で10.0%であった。

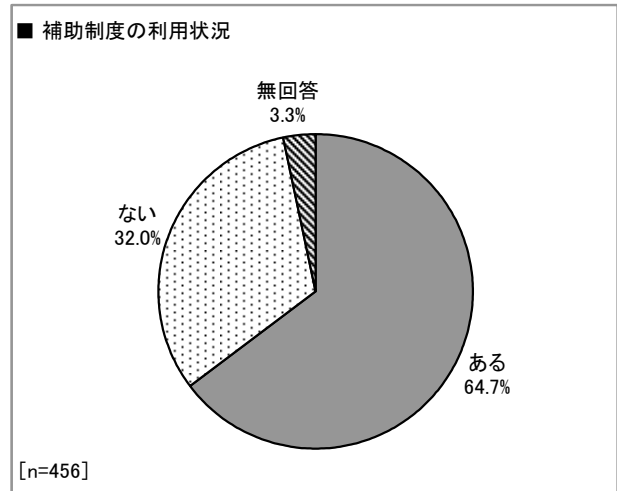


5. 国・県・市町村の補助制度の利用について

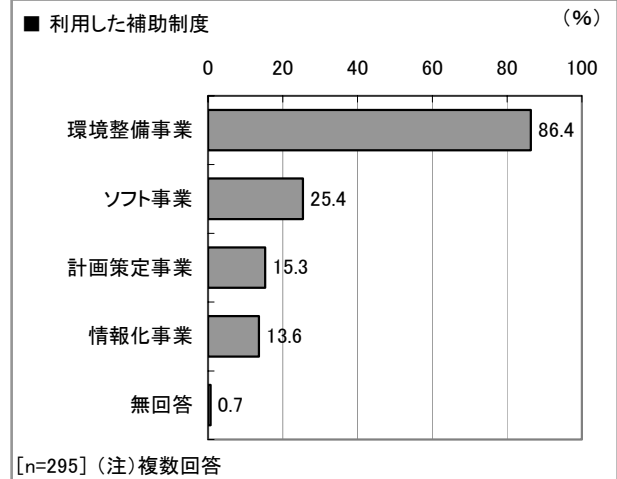
(1) 補助制度利用の有無・利用した補助制度

補助制度の利用状況は、64.7% (295か所) が利用したことが「ある」と回答している。

「ある」とする商店街の割合は、前回調査の61.1%から3.6ポイント上昇した。



利用した補助制度をみると、「環境整備事業」が86.4%と突出しており、次いで「ソフト事業」(25.4%)、「計画策定事業」(15.3%)、「情報化事業」(13.6%)となっている。



利用した補助制度を組織形態別にみると、振興組合と任意団体では、「環境整備事業」の利用割合が高く（振興組合：92.5%、任意団体：90.5%）、事業協同組合では、「計画策定事業」の利用割合が54.5%と高くなっている。

■ 組織形態別利用した補助制度

(単位:か所、%)

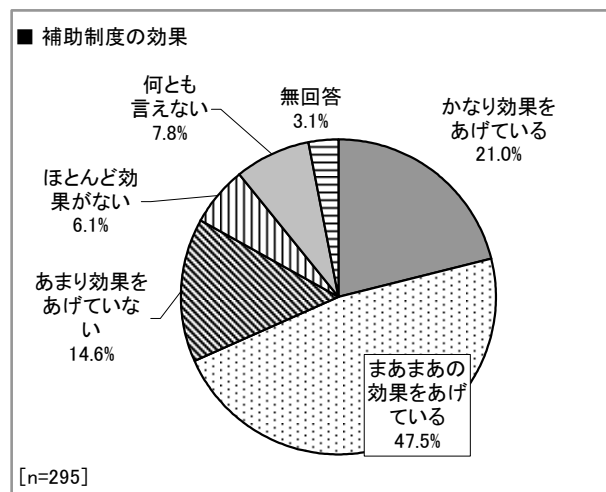
	県全体	商店街 振興組合	事業 協同組合	任意団体	不明
計画策定事業	45 15.3	14 35.0	12 54.5	18 8.1	1 9.1
環境整備事業	255 86.4	37 92.5	9 40.9	201 90.5	8 72.7
ソフト事業	75 25.4	16 40.0	5 22.7	53 23.9	1 9.1
情報化事業	40 13.6	8 20.0	7 31.8	25 11.3	-
無回答	2 0.7	-	-	1 0.5	1 9.1
合計	295 100.0	40 100.0	22 100.0	222 100.0	11 100.0

(2) 利用した補助制度の効果

補助制度を利用したことがある商店街（295 か所）に、その効果を探ねたところ、68.5%（「かなり効果をあげている」と「まあまあ効果をあげている」の合計）の商店街が、効果をあげているとしている。

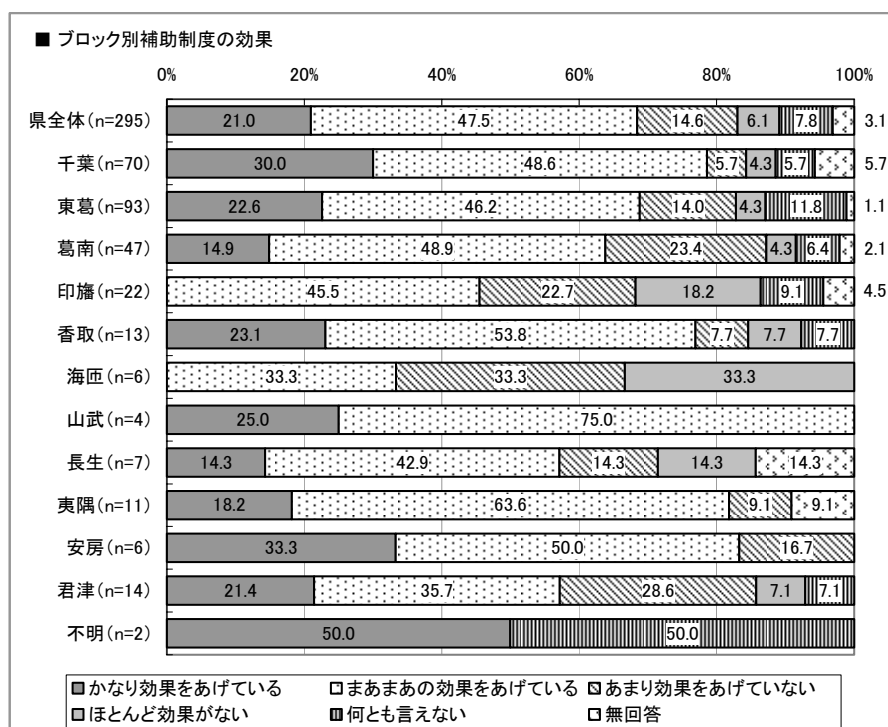
「あまり効果をあげていない」と「ほとんど効果がない」の合計は、20.7%であった。

「かなり」と「まあまあ」の合計は、前回調査の 72.4%から 3.9 ポイント低下した。



補助制度の効果ブロック別にみると、「かなり効果をあげている」と「まあまあ効果をあげている」の合計が最も高いのは、山武で 100%、次いで安房が 83.3%となっている。

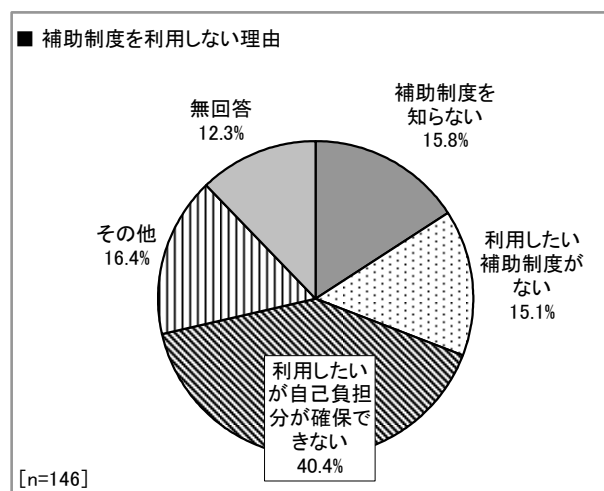
一方、「あまり効果をあげていない」と「ほとんど効果がない」の合計が最も高いのは、海匝で 66.6%であった。



(3) 補助制度を利用しない理由

補助制度を利用したことがない商店街（146 か所）に、その理由を尋ねたところ、「利用したいが自己負担分が確保できない」が 40.4%となっており、前回調査の 26.9%から 13.5 ポイントと大きく上昇した。

補助制度を利用しない理由として、そもそも「補助制度を知らない」とする商店街が 15.8%あった。



補助制度を利用しない理由をブロック別にみると、「利用したいが自己負担分が確保できない」の割合が最も高いのは、君津で 75.0%、次いで山武 66.7%、印旛 58.3%となっている。

「補助制度を知らない」の割合が最も高いのは、海匝で 42.9%となっている。

