福岡市商店街が直面する課題等調査

（商店街実態調査）

■　報　告　書　■

平成 26 年 3 月

福岡市
FUKUOKA CITY

目　次

序章　調査実施概要 ····· 1
＜商店街（単体組織のみ）実態調査結果＞ ····· 5
§１　商店街のプロフィール ····· **5**
１．商店街の基本特性 ····· 5
２．商店街組織の概況 ····· 7
３．財務状況 ····· 14
４．所有状況 ····· 16
５．後継者の状況 ····· 18
§２　業種構成と集客核 ····· **22**
１．業種構成 ····· 22
２．チェーン店の状況 ····· 26
３．不足業種 ····· 30
４．集客核の状況 ····· 32
§３　商圏と大型店の影響 ····· **35**
１．商圏 ····· 35
２．大型店 ····· 36
§４　来街者の状況と景況 ····· **39**
１．来街者の性・年代別割合 ····· 39
２．来街手段の割合 ····· 40
３．現在の景況 ····· 41
§５　空き店舗の状況 ····· **44**
１．空き店舗数 ····· 44
２．空き店舗率 ····· 45
３．空き店舗の概況 ····· 46
４．空き店舗対策 ····· 53
§６　共同施設の設置・整備状況 ····· **59**
１．共同施設の設置状況 ····· 59
２．今後、積極的に取り組んでいきたい事業 ····· 60
§７　商店街の活動と運営 ····· **62**
１．各種事業の実施状況 ····· 62
２．地域団体との共同事業の実施内容 ····· 64
３．イベント等の実施状況 ····· 66
§８　商店街が抱える問題点 ····· **73**
１．会員の加入状況 ····· 73
２．商店街が抱える問題点 ····· 77
§９　福岡市の商店街支援施策の認知度、要望 ····· **80**
１．福岡市の商店街支援施策の認知度 ····· 80
２．市の商店街支援施策に対する意見・要望 ····· 81

＜商店街（連合組織のみ）実態調査結果＞ ····· 83
§１　連合組織のプロフィール ····· 83
１．連合組織の概況 ····· 83
２．財務状況 ····· 86
§２　景況 ····· 88
１．現在の景況 ····· 88
§３　商店街の活動と運営 ····· 90
１．各種事業の実施状況 ····· 90
２．イベント等の実施状況 ····· 92
３．今後、積極的に取り組んでいきたい事業 ····· 96
§４　商店街が抱える問題点 ····· 98
１．会員の加入状況 ····· 98
２．連合組織が抱える問題点 ····· 100
§５　福岡市の商店街支援施策の認知度、要望 ····· 102
１．福岡市の商店街支援施策の認知度 ····· 102
２．市の商店街支援施策に対する意見・要望 ····· 102
資　料　編 ····· 105
§１　福岡市商店街実態調査票 ····· 107
§２　福岡市商店街連合組織活動実態調査票 ····· 129
§３　平成２１年調査時の業種の区分 ····· 138

H25				
H21				

37 141

32 185

6

3

4

1

	,	TV
		,
		JR

＜商店街（単体組織のみ）実態調査結果＞

§

商店街は、１５３。組織形態は、任意団体が約８割

162 153 P

76.8

3.5 - -2

40 50 4

25%

25.0 19.6 17.0

図１-１　組織形態

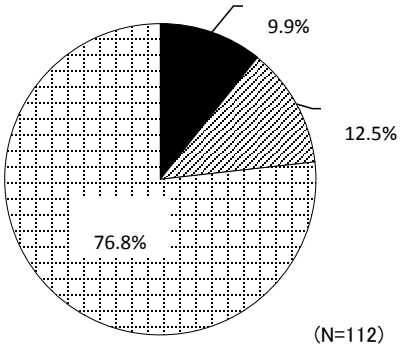


図１-２　任意団体の法人化の予定の有無

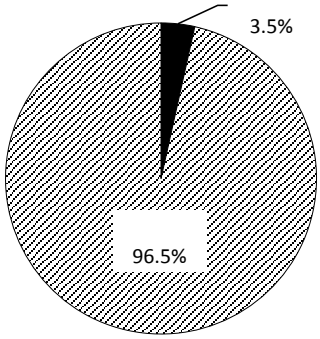


図２　設立時期

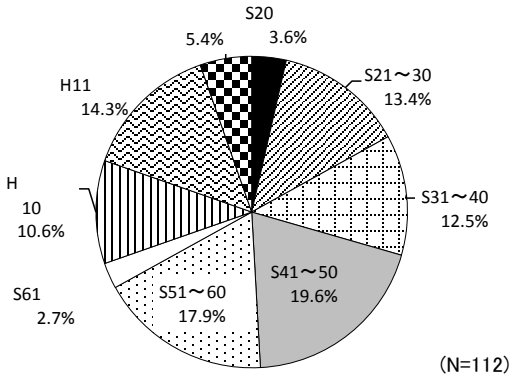
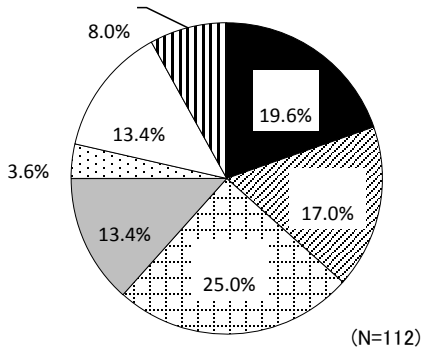


図３　所在行政区



商店街タイプは「近隣型」と「地域型」を合わせると約８割

57.0%　　24.8　　8

45.5　　30.4　　8

38.0　　22.3

図４　タイプ

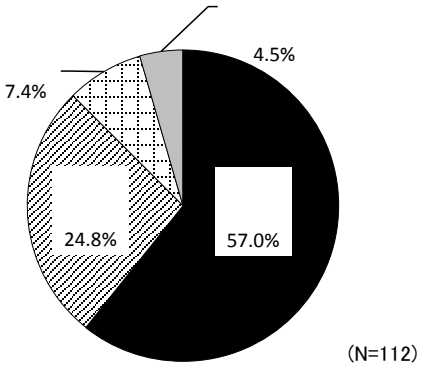


図５　立地環境

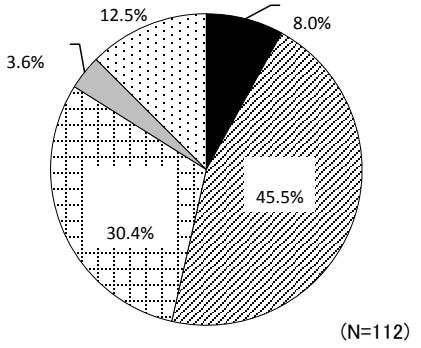
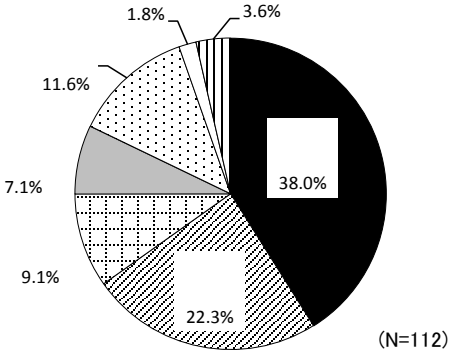


図６　形状



1商店街の平均会員数は約40名

4,354 38.9
10 10 19 20.5 30 39 17.0
40

1 1 4 74.1 5 9
19.6 10 9

図7 会員数

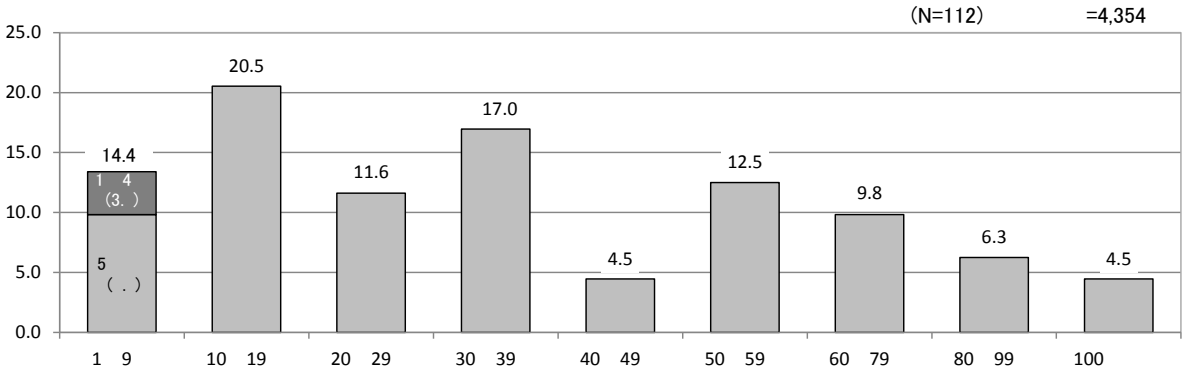
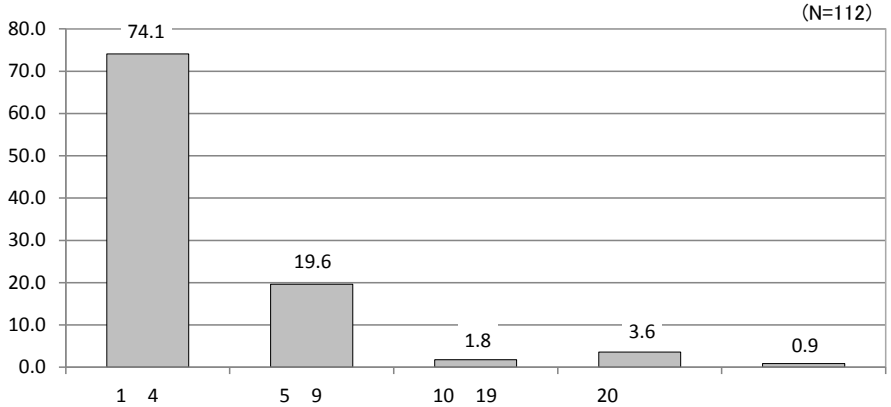


表1 商店街タイプ別会員数

%		1 4	5	10 1	20 2	30 3	40 4	50 5	0 7	0	100
	100.0 112	3. 4	. 11	20.5 23	11. 13	17.0 1	4.5 5	12.5 14	. 11	.3 7	4.5 5
	100.0	5. 4	14.7 10	27. 1	10.3 7	11.	5. 4	10.3 7	10.3 7	1.5 1	1.5 1
	100.0 30	− −	3.3 1	13.3 4	10.0 3	2 .7	− −	20.0	10.0 3	10.0 3	.7 2
	100.0	− −	− −	− −	33.3 3	11.1 1	− −	− −	11.1 1	22.2 2	22.2 2
	100.0 5	− −	− −	− −	− −	40.0 2	20.0 1	20.0 1	− −	20.0 1	− −

図8 商店街タイプ別1店舗当たりの就労者数



商店街組織会員の平均年齢は「50 代」「60 代」が約 8 割

50 42.9 60 33.9
40 17.0% 50 60 76.8

図９　会員の平均年齢

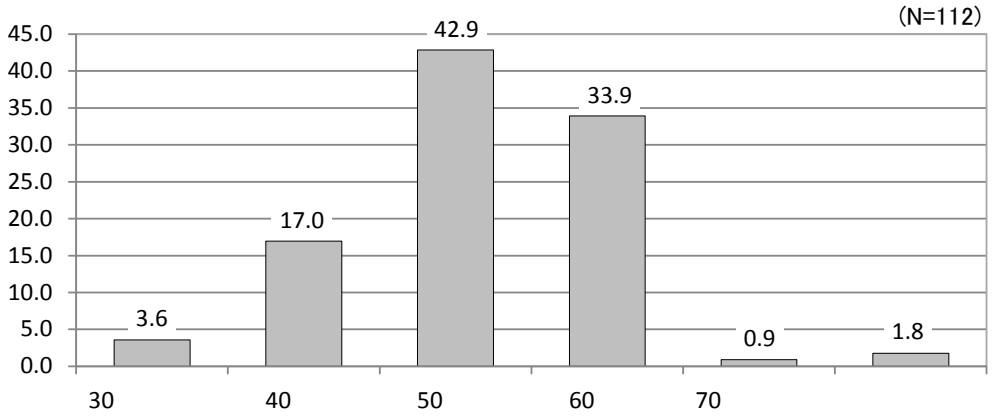


表２　組織形態・商店街タイプ・会員店舗数別会員の平均年齢

%		3 0	4 0	5 0	0	7 0		
	100.0 112	3. 4	17.0 1	42. 4	33. 3	0. 1	1. 2	5 .0
	100.0 12	－ －	.3 1	5 .3 7	33.3 4	－ －	－ －	57.5
	100.0 14	－ －	35.7 5	35.7 5	2 . 4	－ －	－ －	54.3
	100.0	4.7 4	15.1 13	41. 3	34. 30	1.2 1	2.3 2	5 .1
	100.0	－ －	17. 12	44.1 30	35.3 24	1.5 1	1.5 1	57.1
	100.0 30	10.0 3	1 .7 5	40.0 12	30.0	－ －	3.3 1	53.
	100.0	11.1 1	11.1 1	33.3 3	44.4 4	－ －	－ －	55.
	100.0 5	－ －	20.0 1	0.0 3	20.0 1	－ －	－ －	55.0
1	100.0 40	2.5 1	17.5 7	40.0 1	35.0 14	2.5 1	2.5 1	5 .7
20 3	100.0 2	3.4 1	. 2	51.7 15	34.5 10	－ －	3.4 1	57.0
40 5	100.0 21	4. 1	.5 2	47. 10	3 .1	－ －	－ －	5 .7
0 7	100.0 10	－ －	20.0 2	30.0 3	50.0 5	－ －	－ －	5 .0
0	100.0 12	.3 1	50.0	33.3 4	.3 1	－ －	－ －	4 .

役員の平均年齢は 60 歳代が中心

10 11.6 0 23.2
1 2 33.9% 0 26.8%

60.7
60 45.5 50 34.8 40
15.2% 60 40
6.2
30.4 10
23.2 12.5

図１１　理事（役員）・監事の人数

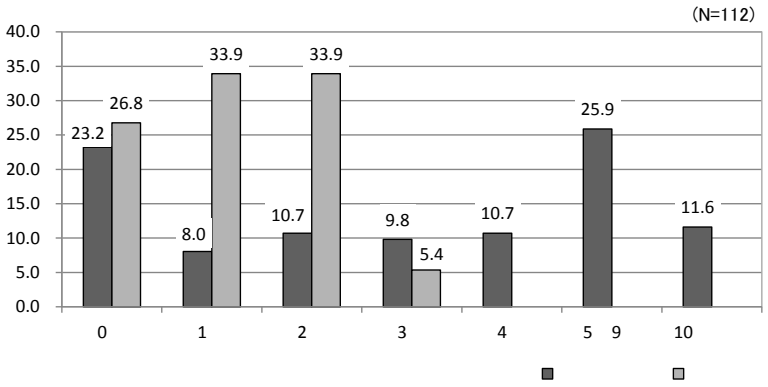


図１２　理事（役員）の任期

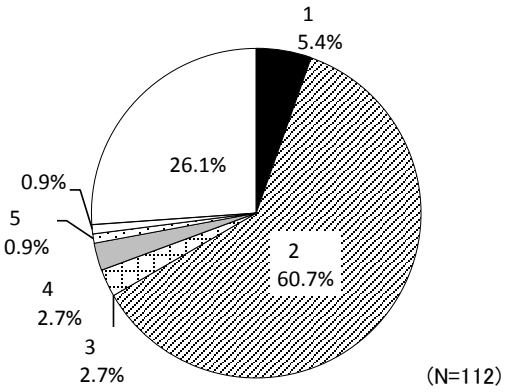


図１３　役員の平均年齢

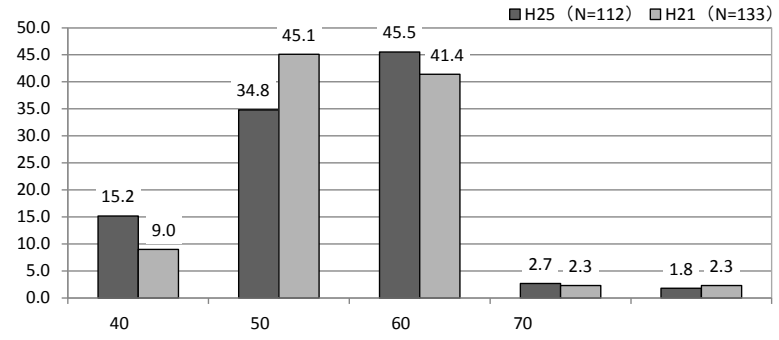
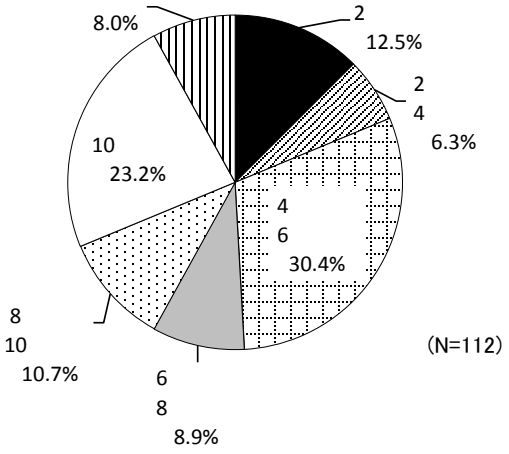


図１４　役員の平均在職年数



法人組織（商店街振興組合、協同組合）の多くが商店街事務所を設置

39.3

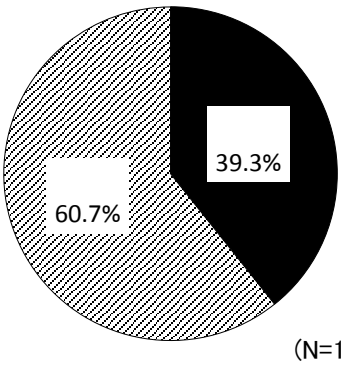
75.0 92.9

25.6

30 49 27.3 50 99 27.3

46.5

図１５　商店街事務所の有無

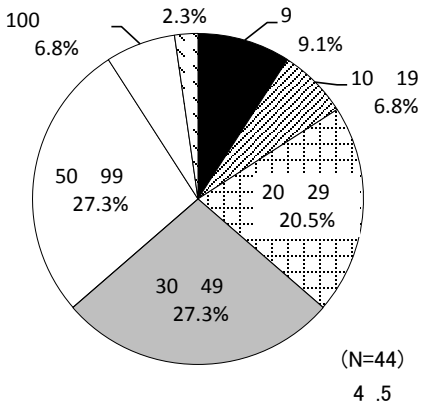


(N=112)

表４　商店街事務所の有無

	%			
		100.0 112	3 .3 44	0.7
		100.0 12	75.0	25.0 3
		100.0 14	2. 13	7.1 1
		100.0	25. 22	74.4 4

図１６　事務所の面積



(N=44)

4 .5

商店街事務所を所有する多くの商店街組織が専従職員を配置

72.7

77.8　　100.0　　54.5

75.0　　1.5

1.1

1.5　　2.0　　2.5

図１７　専従職員の有無

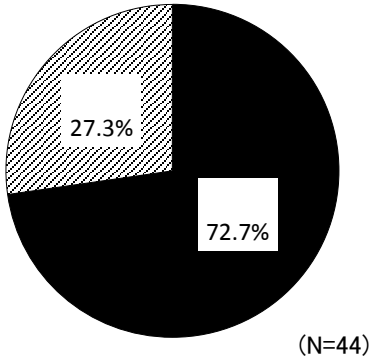
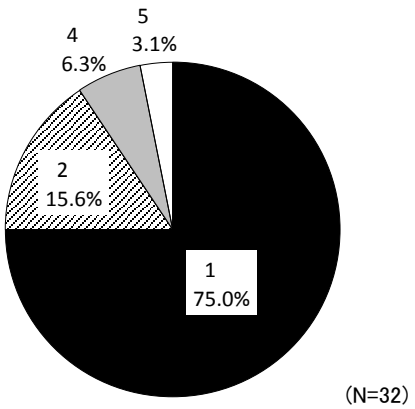


図１８　専従職員の人数



1.5

表５　専従職員の有無

%			
	100.0 44	72.7 32	27.3 12
	100.0	77. 7	22.2 2
	100.0 13	100.0 13	－ －
	100.0 22	54.5 12	45.5 10

表６　専従職員の人数

%			1	2	3	4	5	
	100.0 32	75.0 24	15. 5	－ －	.3 2	3.1 1	1.5
	100.0 7	71.4 5	2 . 2	－ －	－ －	－ －	1.3
	100.0 13	7 . 10	15.4 2	－ －	－ －	7.7 1	1.5
	100.0 12	75.0	.3 1	－ －	1 .7 2	－ －	1.
	100.0 13	2.3 12	7.7 1	－ －	－ －	－ －	1.1
	100.0 12	.7	25.0 3	－ －	.3 1	－ －	1.5
	100.0 5	0.0 3	20.0 1	－ －	－ －	20.0 1	2.0
	100.0 2	50.0 1	－ －	－ －	50.0 1	－ －	2.5
1	100.0 10	0.0	10.0 1	－ －	－ －	－ －	1.1
20　3	100.0	55. 5	22.2 2	－ －	22.2 2	－ －	1.
40　5	100.0 7	71.4 5	14.3 1	－ －	－ －	14.3 1	1.0
0　7	100.0 2	100.0 2	－ －	－ －	－ －	－ －	1.0
0	100.0 4	75.0 3	25.0 1	－ －	－ －	－ －	1.3

理事会・役員会の回数は、年に「12 回以上」開催する商店街も多い

83.9 8 0.9 6.3

40.8 24.3

6

12 25.9 11.6

図１９　総会の回数

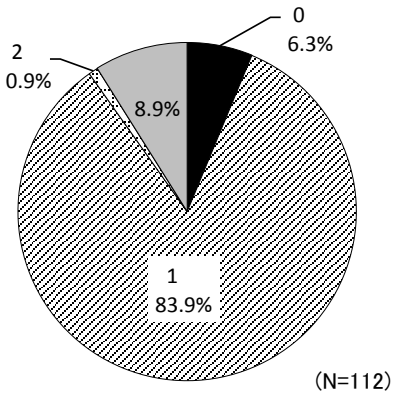


図２０　総会の開催時期

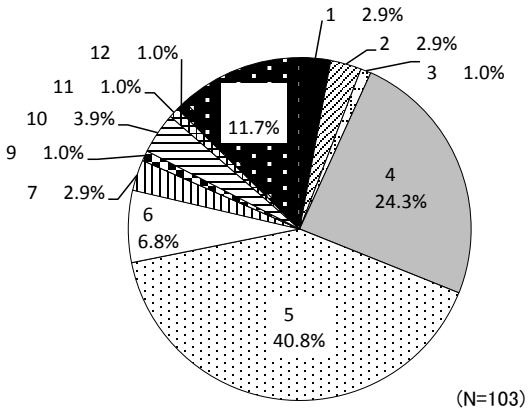
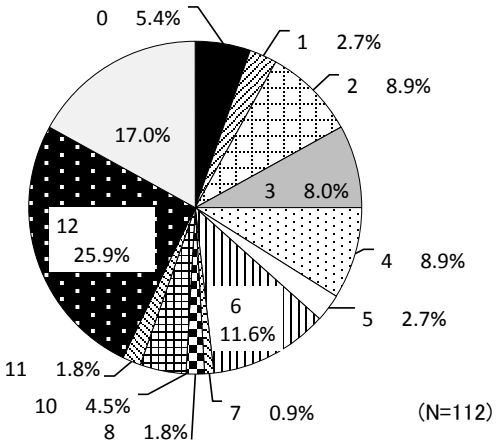


図２１　理事会・役員会の回数



24

平成 24 年度の総決算額は、300 万円以下の商店街が約 3 割

24 100 300 17.0 300
1 16.1 100 12.5%
5
19 100 25.0 80
5000 41.7

図２２　平成２４年度の決算額

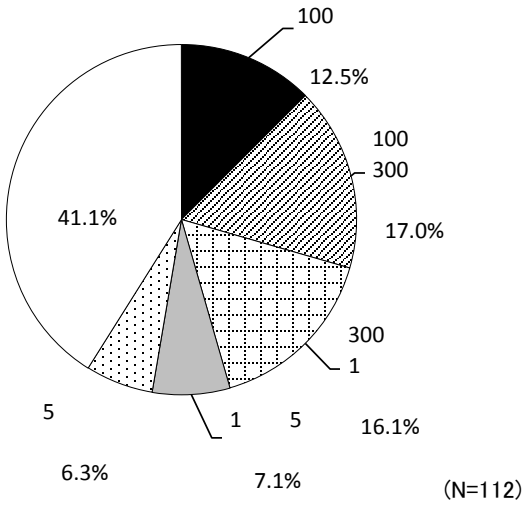


表７　平成 24 年度の決算額

	%		100	300 100	1 300	5 1	5	
		100.0 112	12.5 14	17.0 1	1 .1 1	7.1	.3 7	41.1 4
	1	100.0 40	25.0 10	7.5 3	5.0 2	7.5 3	5.0 2	50.0 20
	20 3	100.0 2	. 2	31.0	13. 4	. 2	− −	41.4 12
	40 5	100.0 21	4. 1	23. 5	23. 5	4. 1	− −	42.
	0 7	100.0 10	− −	10.0 1	50.0 5	− −	− −	40.0 4
	0	100.0 12	.3 1	.3 1	1 .7 2	1 .7 2	41.7 5	.3 1

24

平成 24 年度の収入構成は、会費収入が約 6 割を占める

24 59.0% 18.4%
14.8 7.8
1 5 21.4 2 20.5
2 3 11.6 5,860

図２３　平成 24 年度の収入構成比

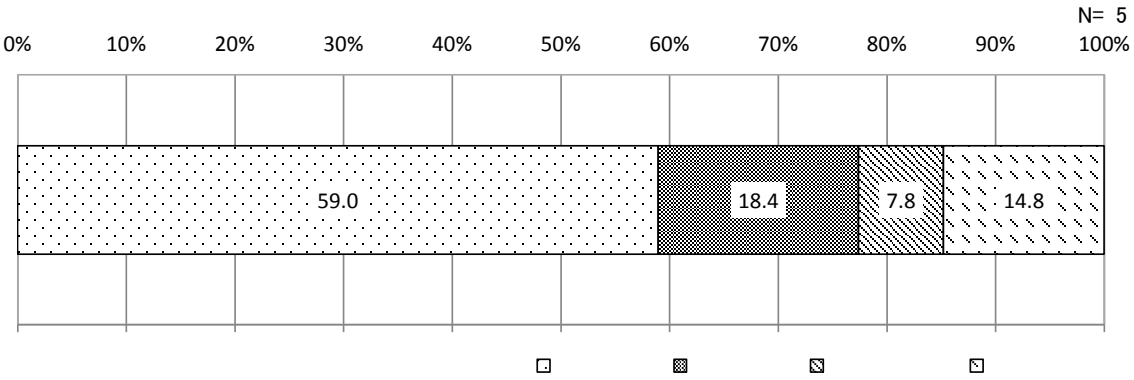
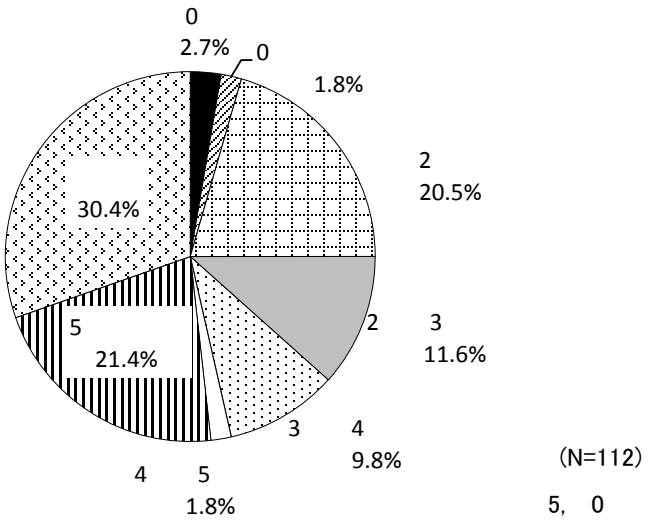


図２４　１会員あたりの平均月会費

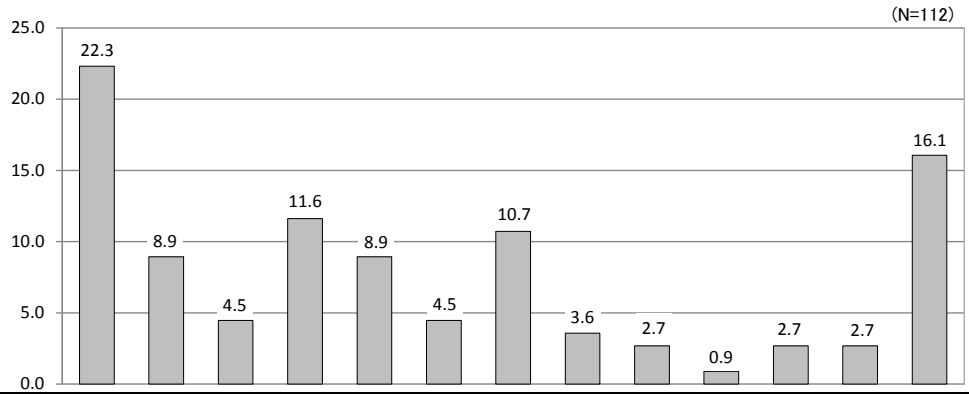


建物・物件の所有率は、平均 30.2%

22.3

20　29　　11.6　　50　59　　10.7　　30.2%

図２５　会員の店舗所有状況



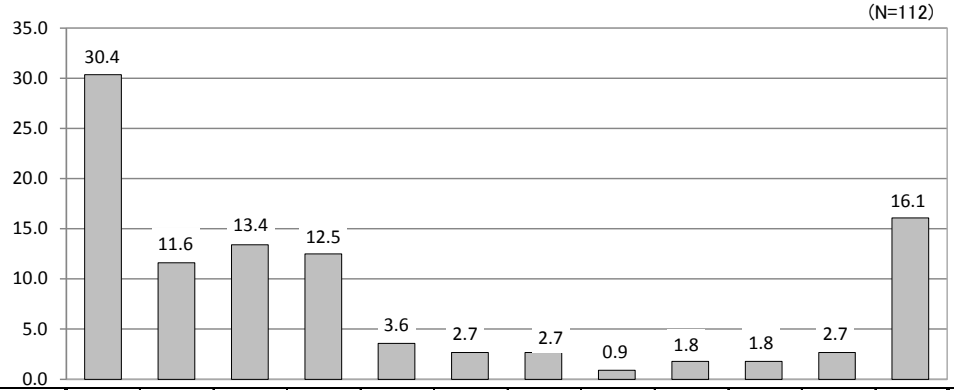
	%		0 %	1	10 1	20 2	30 3	40 4	50 5	0	70 7	0	0	100 %		
		100.0 112	22.3 25	. 10	4.5 5	11. 13	. 10	4.5 5	10.7 12	3. 4	2.7 3	0. 1	2.7 3	2.7 3	1 .1 1	30.2
		100.0	1 .2 11	10.3 7	1.5 1	11.	7.4 5	7.4 5	13.2	4.4 3	4.4 3	1.5 1	2. 2	2. 2	1 .2 11	25.
		100.0 30	2 .7	3.3 1	13.3 4	1 .7 5	1 .7 5	－ －	.7 2	3.3 1	－ －	－ －	3.3 1	－ －	10.0 3	23.5
		100.0	33.3 3	11.1 1	－ －	－ －	－ －	－ －	11.1 1	－ －	－ －	－ －	－ －	11.1 1	33.3 3	2 .7
		100.0 5	0.0 3	20.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	20.0 1	1.3

会員の居住率は、平均 18.6%

30.4

10　19　　13.4　　20　29　　12.5　　18.6%

図２６　会員の店舗と居住の状況



%		0 %	1	10 1	20 2	30 3	40 4	50 5	0	70 7	0	0			
	100.0 112	30.4 34	11. 13	13.4 15	12.5 14	3. 4	2.7 3	2.7 3	0. 1	1. 2	1. 2	2.7 3	1 .1 1	1 .	
	100.0	23.5 1	1 .2 11	11.	17. 12	1.5 1	4.4 3	1.5 1	1.5 1	－ －	2. 2	2. 2	1 .2 11	1 .7	
	100.0 30	33.3 10	.7 2	23.3 7	3.3 1	10.0 3	－ －	.7 2	－ －	－ －	－ －	3.3 1	13.3 4	17.3	
	100.0	55. 5	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	22.2 2	－ －	－ －	22.2 2	21.4	
	100.0 5	0.0 3	－ －	－ －	20.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	20.0 1	.3	

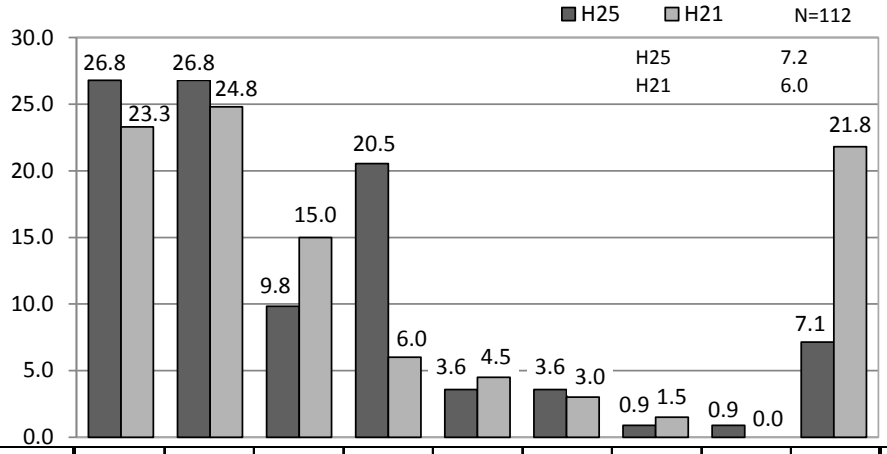
後継者の決まっていない 65 歳以上の経営者の店舗数は、平均 7.2 店

平成 21 年と比較すると 1.2 店増加

1 65 26.8
26.8 10 19 20.5

19 80 0 4
60 79 0%

図２７　後継者の決まっていない 65 歳以上の経営者の店舗数



	%		0	1 4	5	1 0 1	2 0 2	3 0 3	4 0 4	5 0		⌒
		100.0 112	2 . 30	2 . 30	. 11	20.5 23	3. 4	3. 4	0. 1	0. 1	7.1	7.2
	1	100.0 40	42.5 17	32.5 13	12.5 5	7.5 3	－ －	－ －	－ －	－ －	5.0 2	2.
	20 3	100.0 2	17.2 5	17.2 5	. 2	27.	10.3 3.0	10.3 3	－ －	－ －	10.3 3	11.
	40 5	100.0 21	14.3 3	33.3 7	4. 1	33.3 7	4. 1.0	－ －	4. 1	4. 1	－ －	10.2
	0 7	100.0 10	－ －	20.0 2	10.0 1	50.0 5	－ －	10.0 1	－ －	－ －	10.0 1	11.
	0	100.0 12	41.7 5	25.0 3	1 .7 2	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	1 .7 2	2.0

65 750

16.8

図２８　後継者の決まっていない 65 歳以上の経営者の店舗総数の割合

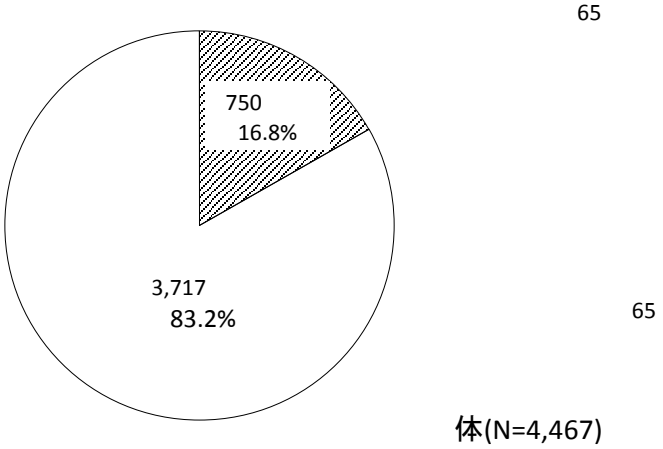


表８　後継者の決まっていない 65 歳以上の経営者の店舗総数の割合

%			5	
		100.0 4,4 7	1 . 750	3.2 3,717
		100.0 2,511	17. 44	2.2 2,0 3
		100.0 1,713	15.3 2 2	4.7 1451
		100.0 5 5	2.5 15	7.5 5 0
		100.0 2 5	. 25	1.2 2 0

153

2

1 39.9
65 1 7.2
50 60
4

FLOWER

§

商店街内の業種の多様化が進んでいる

4,467

18.1 14.7 14.2

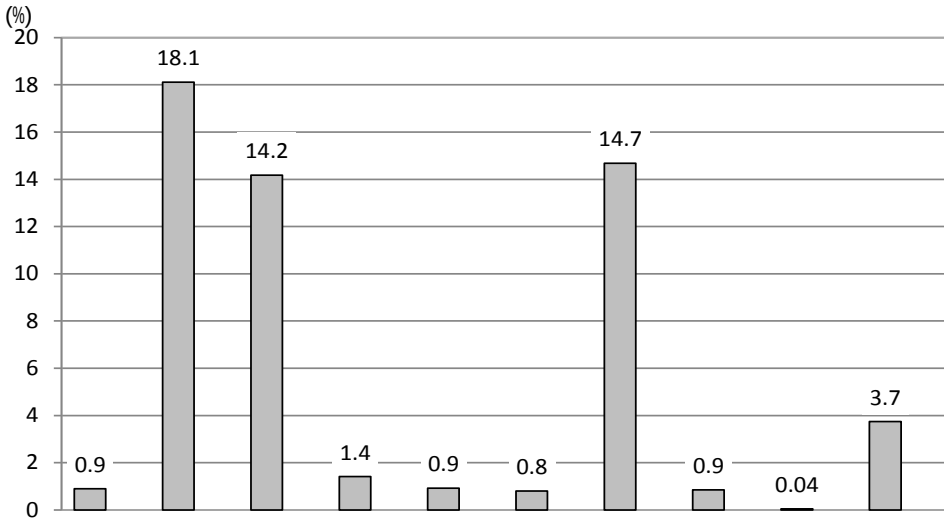
3 5

7.4% 6.2% 5.7%

51.9 2.9

18.4 8.2

図２９　業種構成



%											
	112.0	0.	1 .1	14.2	1.4	0.	0.	14.7	0.	0.04	3.7
	100.0	1.2 25	7.7 1 2	1 . 354	2.1 43	1.5 31	1.1 22	12. 2 7	0. 1	0.1 2.0	3. 0
	100.0 30	0. 11	15. 22	10. 157	0. 12	0.5 7	0. 13	17. 253	0.	– –	4.0 57
	100.0	0.2 1	44.3 2	17.3 113	0. 4	0.3 2	0.2 1	13.7	1.4	– –	1. 12
	100.0 5	1.1 3	45. 130	3.2	1.4 4	0.4 1	– –	1 .5 47	0.7 2	– –	.3 1

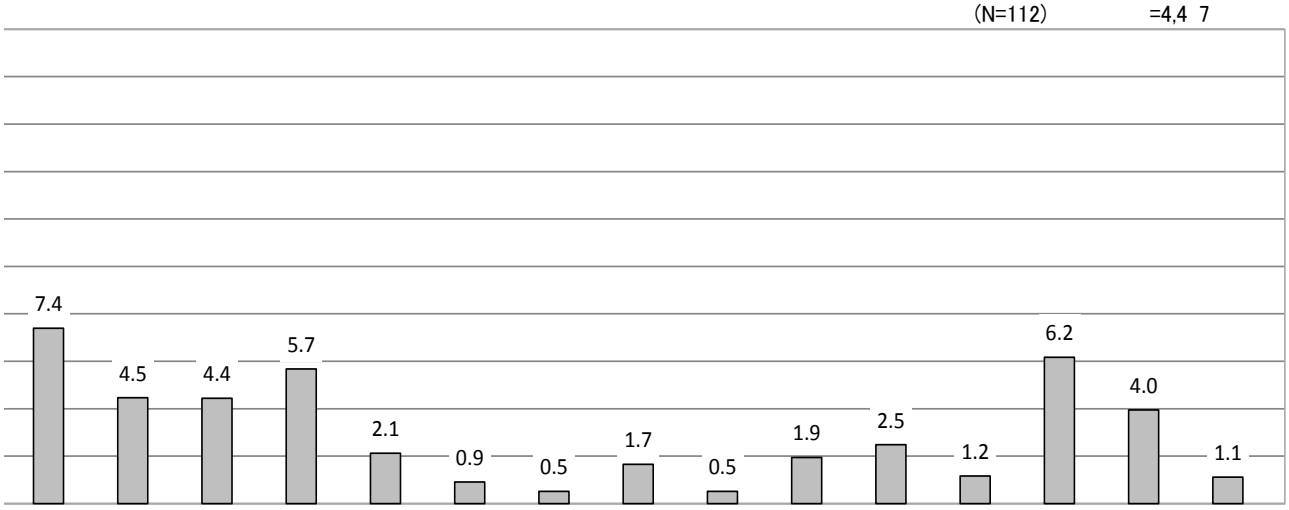
16.9

12.8 8.4

17.6 15.8%

10.9%

44.3% 45.6%



7.4	4.5	4.5	5.7	2.1	0.	0.5	1.7	0.5	1.	2.5	1.2	.2	4.0	0.
7.3 152	4. 103	4.7	7.3 153	1.7 3	0.7 14	0.4	2. 54	0. 1	2.3 4	2. 0	1.7 35	.4 175	5.0 105	1.4 2
.5 122	5.3 7	5.1 73	.2	1. 23	1.5 22	0. 13	1.3 1	0.3 4	2.1 30	2.7 3	1.0 15	.5 3	4.4 4	0.7 10
. 45	2.0 13	3. 25	1.4	4.4 2	0.2 1	– –	– –	0.3 2	0.5 3	– –	0.2 1	– –	0. 4	0. 11
4.2 12	2.	1.1 3	1.1 3	2.5 7	1.4 4	0.7 2	0.4 1	0.4 1	1. 5	4.2 12	0.4 1	2.	1.4 4	– –

表９　１商店街当たりの平均店舗数と構成比（H25）

表１０　１商店街当たりの平均店舗数と構成比（H21）

	5	0.5	1.4	32	0.5	1.7	20	0.	1.7	7	0.5	0.	－	－	－
	752	.4	1 .2	143	2.2	7.5	137	.1	11.7	32	23.4	3 .3	144	24.0	5 .3
	703	.0	17.0	37	5.	1 .	1 4	.3	14.1	143	10.2	17.1	20	3.3	.2
	50	0.4	1.2	3	0.	1.	13	0.	1.1	1	0.1	0.1	－	－	－
	144	1.2	3.5	74	1.1	3.	34	0.	2.	32	2.3	3.	4	0.7	1.
	5 2	4.	13.	244	3.	12.	215	.7	1 .4		.1	10.3	17	2.	7.0
	2,270	1 .4	54.	05	13.	47.	5 3	17.7	50.0	5 7	3 .	71.5	1 5	30.	7 .1
	5	4.	13.7	227	3.5	11.	153	2.	13.1	150	10.7	1 .0	3	.0	14.
	275	2.4	.	172	2.7	.1	3	5.3	7.1	1	1.4	2.3	1	0.2	0.4
	41	7.2	20.3	3	.1	21.0	23	7.2	20.2	1	11.3	20.2	37	.2	15.2
	2	2.5	7.1	171	2.	.0		3.4	.2	21	1.5	2.5		1.3	3.3
	101	0.	2.4	3	0.	2.0	44	1.4	3.	15	1.1	1.	4	0.7	1.
	43	0.4	1.0	15	0.2	0.	21	1.	1.	7	0.5	0.	－	－	－
	440	3.	10.	224	3.4	11.	1 1	4.	13.	43	2.	5.1	12	2.0	4.
	424	3.	10.2	2 4	4.1	13.	12	1.2	11.0	23	1.	2.		1.5	3.7
	424	3.	10.2	2 4	4.1	13.	12	1.2	11.0	23	1.	2.		1.5	3.7
+ + +	3, 75	34.0	5.	1,7 2	27.5	4.3	1,10	34.4	5.0	32	5 .4	.	243	40.5	100.0
	1	1.4	4.1	10	1.7	5.7	5	2.0	5.0	3	0.2	0.4	－	－	－
	4,144	35.4	100.0	1, 00	2 .2	100.0	1,1	3 .4	100.0	35	5 .	100.0	243	40.5	100.0

※H25 と H21 の産業分類は異なるので、単純比較はできなくなっています。H21 の業種区分は巻末を参照してください。

商店街ごとでは飲食系店舗が増加し、衣料品や食料品店舗は減少

21

7.1

4.5

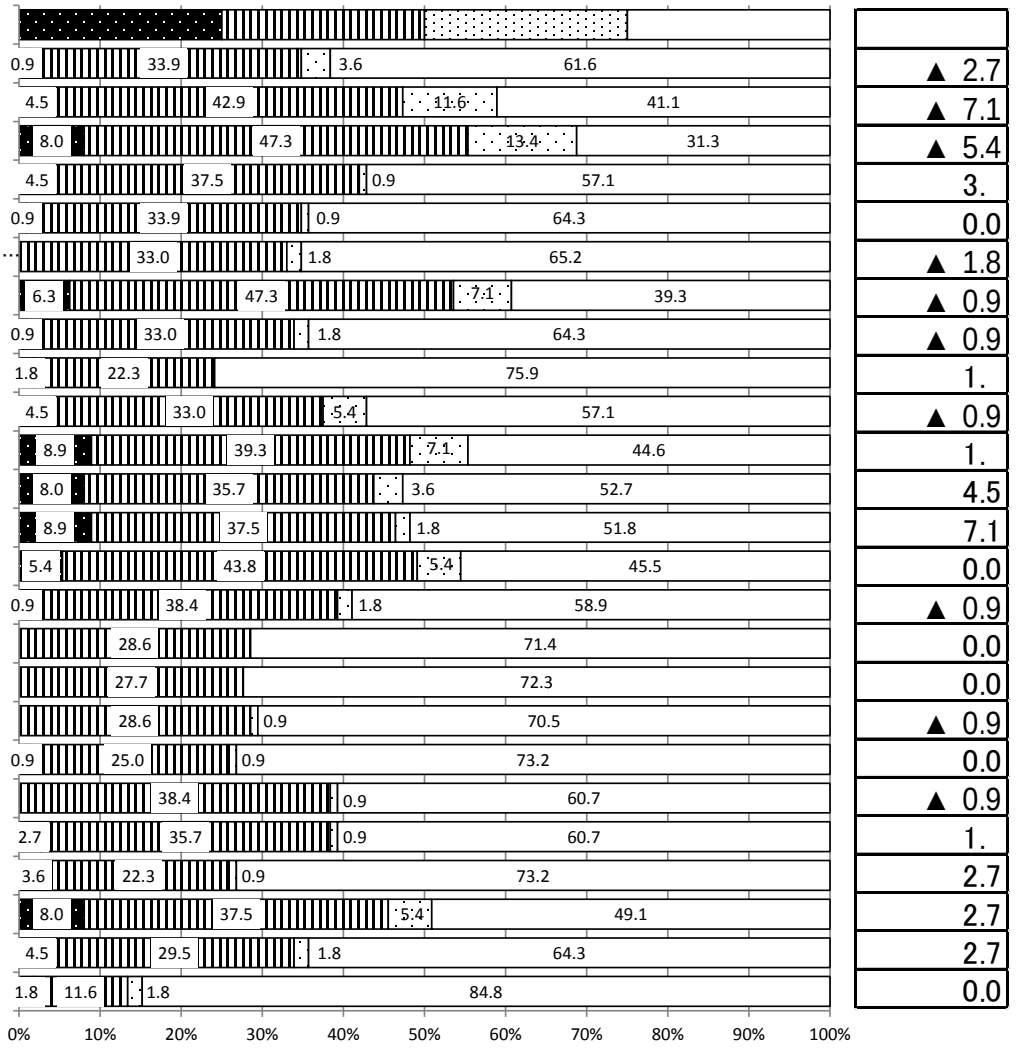
▲7.1

▲5.4

0

図３０　商店街ごとのＨ２１年からの店舗数の変化

(N=112)



※増減値＝（「増加」の回答率）－（「減少」の回答率）

１商店街あたりのチェーン店数の平均は１４店舗

55.4 57.1
1.7
45.6 63.3 88.9
19 30.0 20
14.0 10.0
4.0 39.7
80 59.4 59
9
12.5 9.1 3.4

図３１　商店街におけるチェーン店の有無

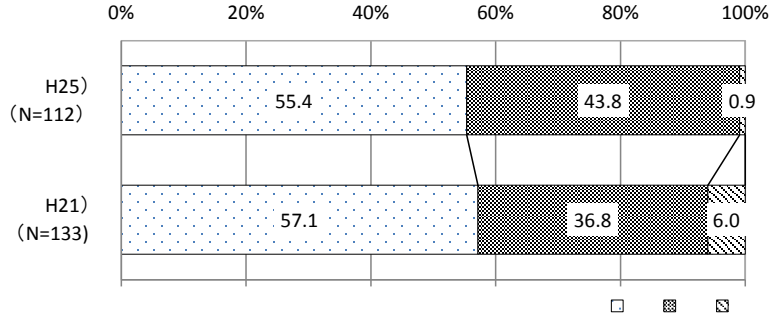


表１１　商店街におけるチェーン店の有無

	%				
		100.0 112	55.4 2	43. 4	0. 1
		100.0	45. 31	54.4 37	－ －
		100.0 30	3.3 1	33.3 10	3.3 1
		100.0	. 	11.1 1	－ －
		100.0 5	0.0 4	20.0 1	－ －
	1	100.0 40	30.0 12	70.0 2	－ －
	20 3	100.0 2	55.2 1	44. 13	－ －
	40 5	100.0 21	71.4 15	2 . 	－ －
	0 7	100.0 10	0.0 	10.0 1	10.0 1
	0	100.0 12	1.7 11	.3 1	－ －

表１２　商店街におけるチェーン店の数

	%				
H25	N=62	0 14.0	2 －	5 12.5	4 －
		30 4.	1 －	30 3.3	1 －
		1 1 .2	－ －	1 13.3	－ －
		7 3 .7	1 －	5 4 .4	3 －
		4 27.3	－ －	4 27.3	－ －
	1	12 5.4	－ －	12 3.3	－ －
	20 3	1 .	－ －	13 5.4	3 －
	40 5	15 5.	－ －	15 5.4	－ －
	0 7	 5.4	－ －	 2.	－ －
	0	 5 .4	2 －	10 51.3	1 －
H2	N=76	7 10.0	 －	 .1	 －

チェーン店が地域型商店街で増加

21

66.1% 25.8

8.1% 17.7

42.1

40 59 35.7

図３２　チェーン店舗数の増減

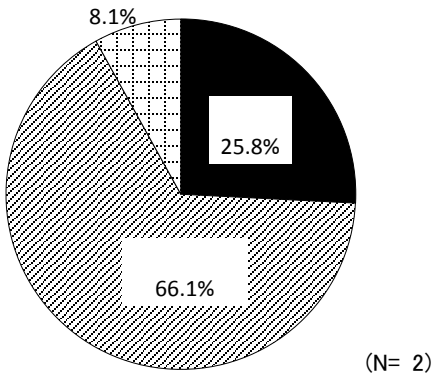


表１３　チェーン店舗数の増減

		%					
			100.0 2	25. 1	.1 41	.1 5	17.7 11
			100.0 31	1 .4	7.7 21	12. 4	.5 2
			100.0 1	47.4	47.4	5.3 1	42.1
			100.0	－ －	100.0	－ －	－ －
			100.0 4	25.0 1	75.0 3	－ －	25.0 1
	1		100.0 12	1 .7 2	75.0	.3 1	.3 1
	20	3	100.0 1	1 . 3	2.5 10	1 . 3	0.0 0
	40	5	100.0 14	35.7 5	4.3	－ －	35.7 5
	0	7	100.0	33.3 3	55. 5	11.1 1	22.2 2
	0		100.0 11	27.3 3	72.7	－ －	27.3 3

テナント店は減少

21

17.7 27.4%

9.7

80 0

図３３　テナント店舗数の増減

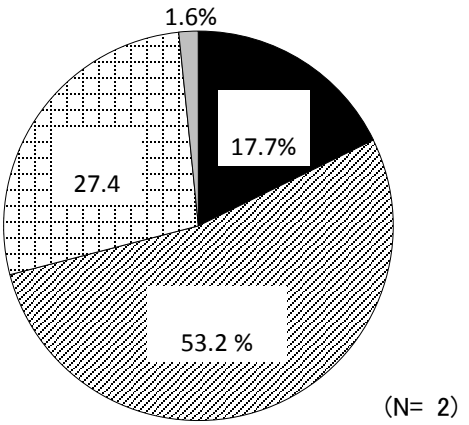


表１４　テナント店舗数の増減

		%					
			100.0 2	17.7 11	53.2 33	27.4 17	1. 1	▲ 9.7 ▲ 6
			100.0 31	1 .1 5	4 .4 15	32.3 10	3.2 1	▲ 16.1 ▲ 5
			100.0 1	2 .3 5	42.1	31.	－ －	▲ 5.3 ▲ 1
			100.0	－ －	7.5 7	12.5 1	－ －	▲12.5 ▲1
			100.0 4	25.0 1	75.0 3	－ －	－ －	25.0 1
	1		100.0 12	1 .7 2	50.0	33.3 4	－ －	▲ 16.7 ▲ 2
	20	3	100.0 1	1 . 3	43. 7	31.3 5	.3 1	▲ 12.5 ▲ 2
	40	5	100.0 14	2 . 4	35.7 5	35.7 5	－ －	▲ 7.1 ▲ 1
	0	7	100.0	11.1 1	.7	22.2 2	－ －	▲ 11.1 ▲ 1
	0		100.0 11	.1 1	1.	.1 1	－ －	0.0 0

商店街の不足業種は「特にない」が最も多い

35.7%

20.5 20.5

33.8%

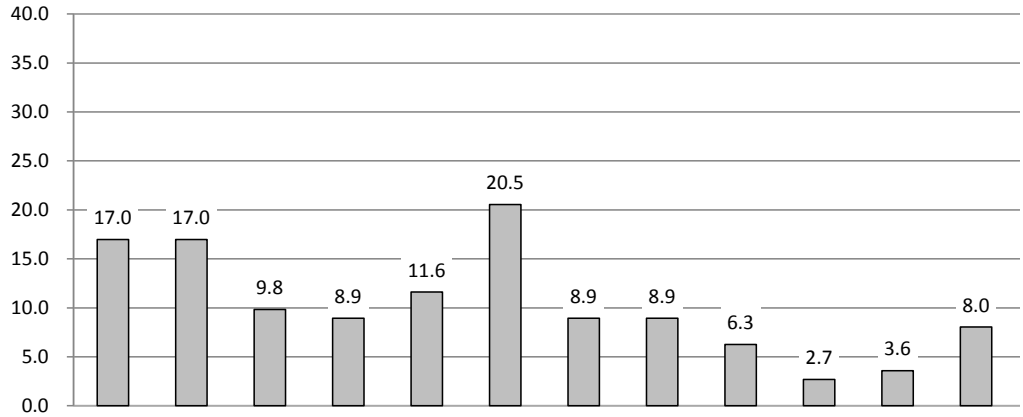
22.1 19.1 30.0%

26.7%

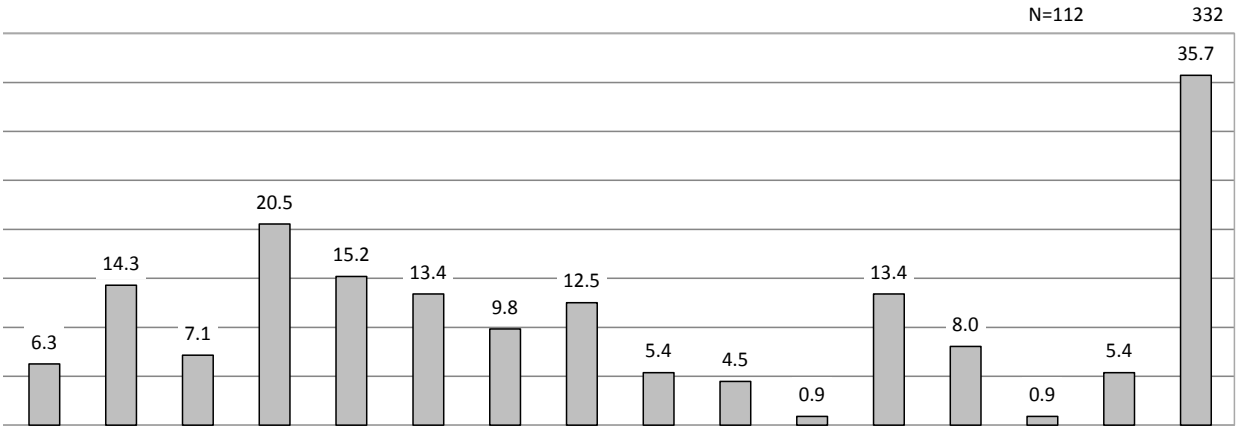
44.4% 22.2

22.2 80.0%

図３４　不足業種



%												
	100.0 112	17.0 1	17.0 1	. 11	. 10	11. 13	20.5 23	. 10	. 10	.3 7	2.7 3	3. 4	.0
	100.0	17. 12	14.7 10	10.3 7	7.4 5	11.	22.1 15	11.	10.3 7	5. 4	4.4 3	4.4 3	10.3 7
	100.0 30	20.0	2 .7	13.3 4	13.3 4	1 .7 5	2 .7	.7 2	10.0 3	10.0 3	－	3.3 1	.7 2
	100.0	11.1 1	11.1 1	－	11.1 1	－	－	－	－	－	－	－	－
	100.0 5	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －



.37	14.31	7.1	20.523	15.217	13.415	.11	12.514	5.4	4.55	0.1	13.415	.0	0.1	5.4	35.740
4.43	10.37	7.45	1 .113	13.2	13.2	7.45	13.2	7.45	2.2	1.51	11.	.	1.51	1.51	33.23
13.34	2 .7	.72	2 .7	2 .7	20.0	13.34	10.03	– –	10.03	– –	23.37	10.03	– –	10.03	30.0
– –	11.11	11.11	11.11	– –	– –	11.11	22.22	11.11	– –	– –	– –	– –	– –	22.22	44.44
– –	– –	– –	20.01	– –	– –	20.01	– –	– –	– –	– –	– –	– –	– –	– –	0.04

集客に大きく寄与している店舗は「スーパー」

33.0

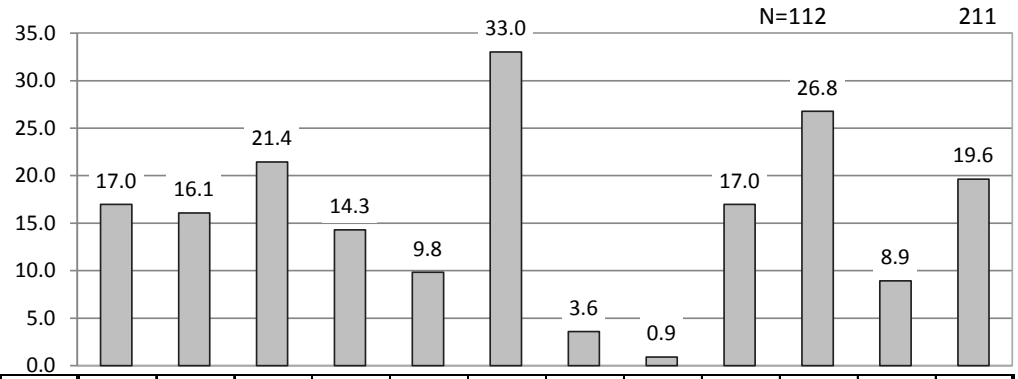
26.8%　　21.4%

36.8

36.7

55.6

図３５　集客に寄与している店舗



%													
	100.0 112	17.0 1	1 .1 1	21.4 24	14.3 1	. 11	33.0 37	3. 4	0. 1	17.0 1	2 . 30	. 10	1 . 22
	100.0	1 .1 13	20. 14	1 .1 13	11.	7.4 5	3 . 25	4.4 3	－ －	10.3 7	1 .1 13	4.4 3	23.5 1
	100.0 30	13.3 4	.7 2	30.0	20.0	1 .7 5	30.0	－ －	－ －	13.3 4	3 .7 11	20.0	1 .7 5
	100.0	11.1 1	11.1 1	11.1 1	11.1 1	－ －	22.2 2	11.1 1	－ －	55. 5	33.3 3	－ －	11.1 1
	100.0 5	20.0 1	20.0 1	20.0 1	20.0 1	20.0 1	20.0 1	－ －	20.0 1	0.0 3	0.0 3	20.0 1	－ －

集客に大きく寄与している施設は「駅」や「金融機関」

27.7

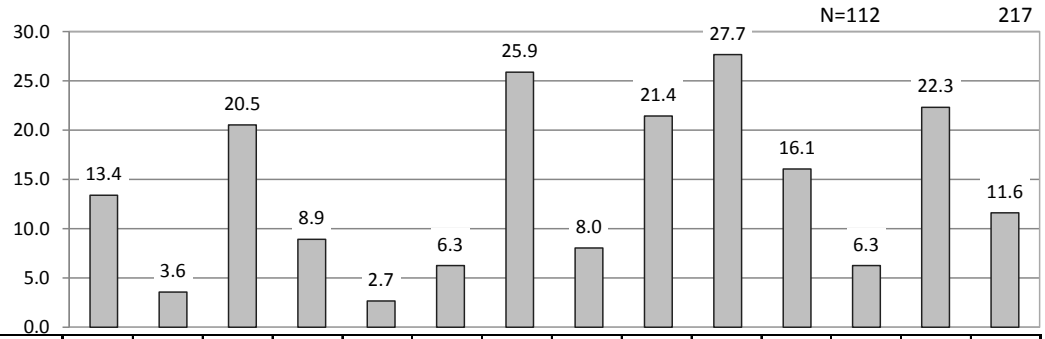
25.9 22.3

25.0% 25.0

36.7

33.3

図３６　集客に寄与している施設



%															
	100.0 112	13.4 15	3. 4	20.5 23	. 10	2.7 3	.3 7	25. 2	.0	21.4 24	27.7 31	1 .1 1	.3 7	22.3 25	11. 13
	100.0	11.	1.5 1	22.1 15	.	－ －	5. 4	25.0 17	.	23.5 1	25.0 17	22.1 15	4.4 3	22.1 15	10.3 7
	100.0 30	1 .7 5	10.0 3	23.3 7	13.3 4	3.3 1	.7 2	33.3 10	.7 2	23.3 7	3 .7 11	10.0 3	.7 2	1 .7 5	10.0 3
	100.0	11.1 1	－ －	11.1 1	－ －	－ －	11.1 1	11.1 1	－ －	11.1 1	11.1 1	－ －	22.2 2	33.3 3	22.2 2
	100.0 5	20.0 1	－ －	－ －	－ －	40.0 2	－ －	20.0 1	20.0 1	－ －	40.0 2	－ －	－ －	40.0 2	20.0 1

UR

3　　5

14

§

商圏が「半径１km未満」の商店街が約４割

41.1

33.0 74.1%

57.4%

40.0%

55.6%

100%

図３７　商圏の範囲

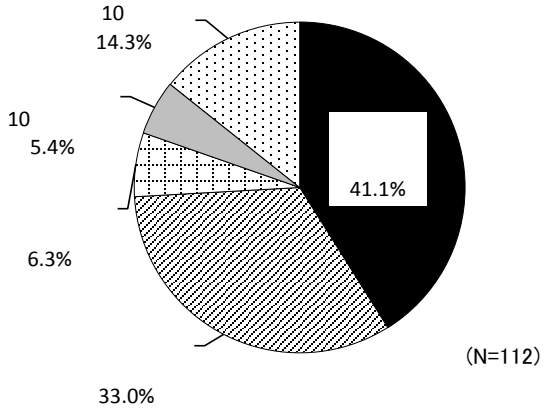


表１５　商圏の範囲

	%					1 0	1 0
		100.0 112	41.1 4	33.0 37	.3 7	5.4	14.3 1
		100.0	57.4 3	33. 23	4.4 3	2. 2	1.5 1
		100.0 30	23.3 7	40.0 12	13.3 4	.7 2	1 .7 5
		100.0	－ －	22.2 2	－ －	22.2 2	55. 5
		100.0 5	－ －	－ －	－ －	－ －	100.0 5
	1	100.0 40	57.5 23	32.5 13	5.0 2	2.5 1	2.5 1
	20 3	100.0 2	34.5 10	41.4 12	3.4 1	－ －	20.7
	40 5	100.0 21	47. 10	23. 5	4. 1	－ －	23. 5
	0 7	100.0 10	30.0 3	0.0	10.0 1	－ －	－ －
	0	100.0 12	－ －	.3 1	1 .7 2	41.7 5	33.3 4

商圏内の大型店が増加し、商店街の集客や売上に影響

74.1 69.2

4.9

28.9% 30.4%

1.5

20.5% 26.1

5.6

図３８　商圏における大型店の有無

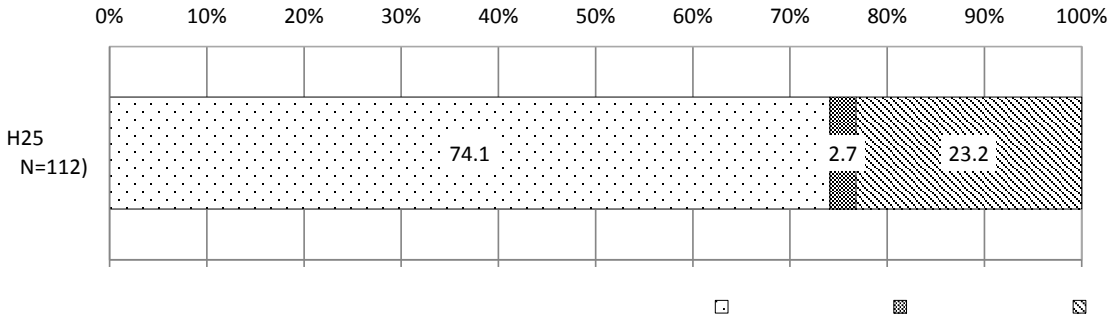


図３９　大型店の商店街団体への加入の有無

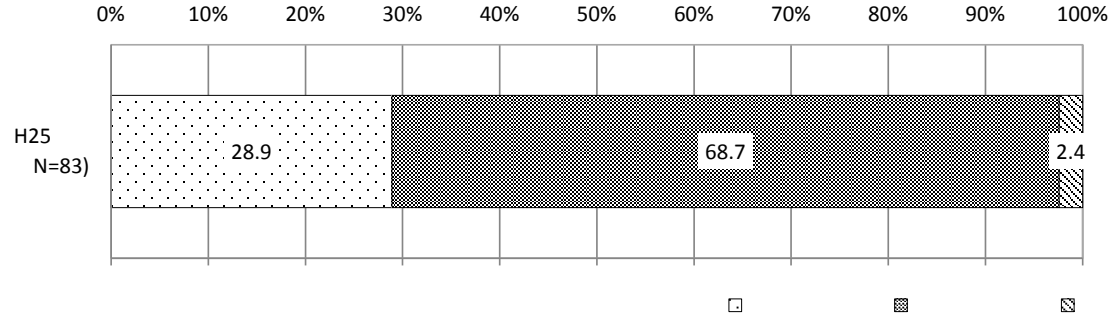
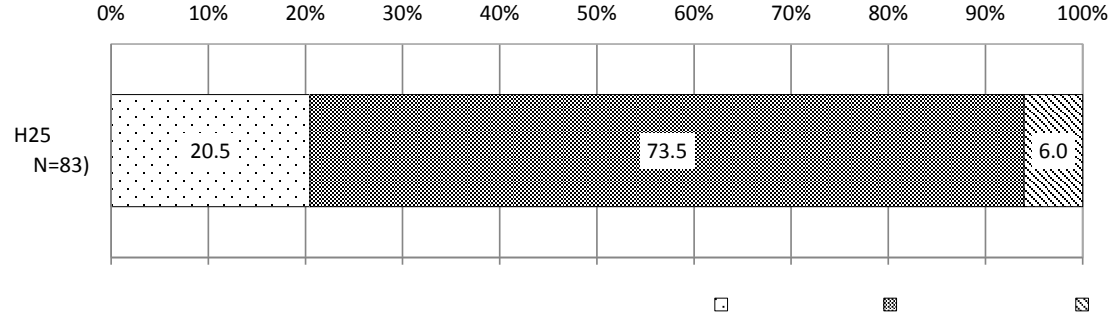


図４０　大型店との共同事業の実施の有無



21

62.5 21.4

1.8

25.0% 62.5%

8.3% 83.3%

図４１　平成 21 年と比べた大型店数の増減

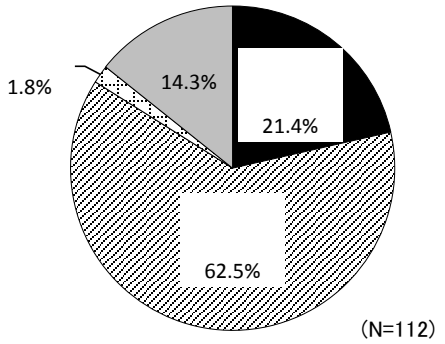


表１６　大型店による来街者数への影響

%						
		100.0 2	23.1	11.5 3	5.4 17	▲ 42.3 ▲ 11
21		100.0 24	25.0	12.5 3	2.5 15	▲ 37.5 ▲ 9
		－ －	－ －	－ －	－ －	－ －
		100.0 2	－ －	－ －	100.0 2	▲100.0 ▲2

表１７　大型店による売上への影響

%							
		100.0 2	7.7 2	3. 1	4. 22	3. 1	▲ 76.9 ▲ 20
21		100.0 24	.3 2	4.2 1	3.3 20	4.2 1	▲ 75.0 ▲ 18
		－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －
		100.0 2	－ －	－ －	100.0 2	－ －	▲100.0 ▲2

3 2

3

2

§

商店街への来街者は、60 歳以上が約４割

60 37.1

62.3% 37.7

60

39.7 37.2 31.9% 20

39 42.5

図４２　来街者の年代別構成の平均

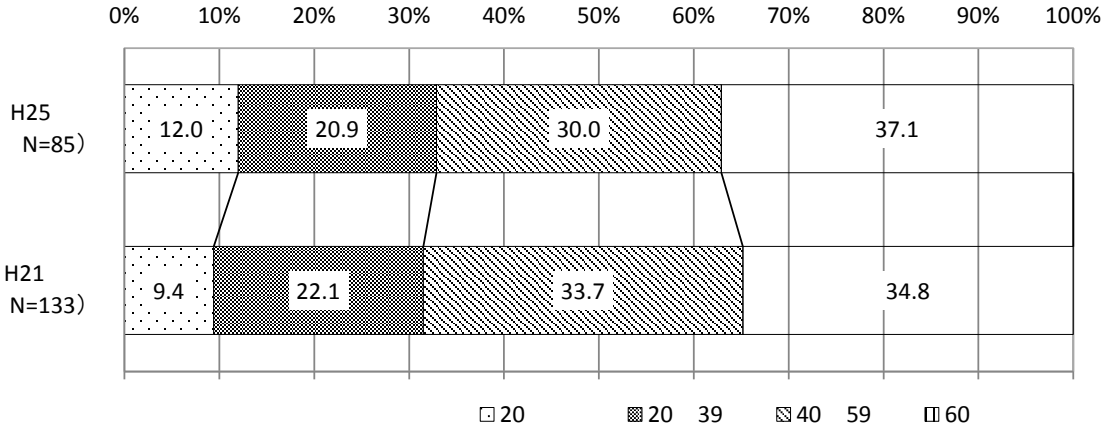


表１８　　来街者の性・年代別構成の平均

（単位：%）

		N=85	N=51	N=23	N=8	N=3
		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	20	12.0	10.2	13.	15.1	1 .
	20 3	20.	20.1	1 .	21.	42.5
	40 5	30.0	30.1	30.1	31.4	25.0
	0	37.1	3 .7	37.2	31.	13.
		37.7	3 .3	35.	40.0	3 .7
	20	4.	4.3	5.2	.1	.
	20 3	7.	.0	7.1	7.	12.7
	40 5	11.	11.3	12.5	12.0	.0
	0	13.4	14.	11.1	13.	.2
		2.3	1.7	4.1	0.0	3.3
	20	7.1	5.7	.	.	12.
	20 3	12.	12.4	12.1	13.	24.0
	40 5	1 .	1 .0	17.3	1 .5	17.7
	0	23.	24.	25.	17.	.

商店街への来街手段は、「徒歩」が約４割

44.2 20.4

18.3

50.8%

40.0

53.7 52.5

図４３　来街者の来街手段別構成比の平均

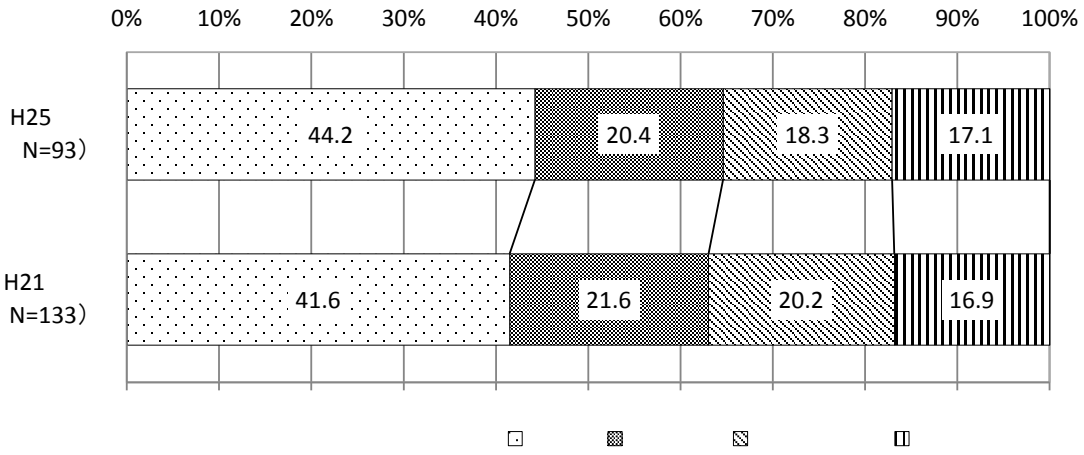


表１９　来街者の来街手段別構成比の平均

	N=93	N=60	N=22	N=	N=4
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	44.2	50.	40.0	12.	22.5
	20.4	22.3	1 .	12.	10.0
	1 .3	10.3	23.0	53.7	52.5
	17.1	1 .	17.5	20.	15.0

商店街の景況は、依然として厳しいが改善傾向もみられる

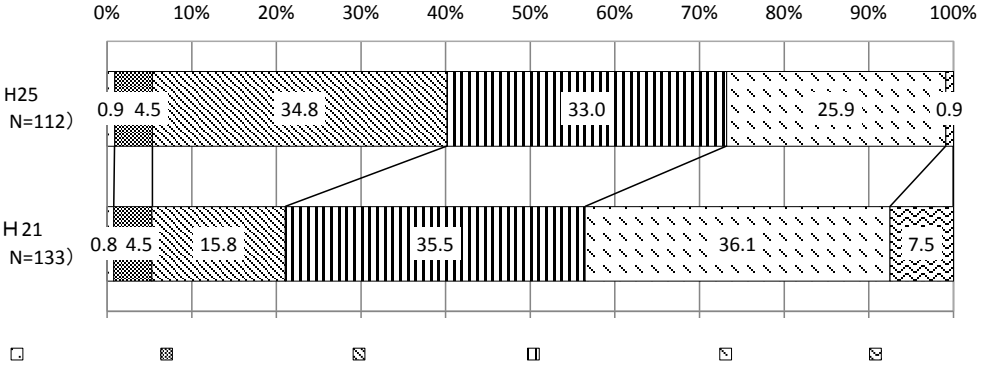
0.9% 4.5%

33.0 25.9

34.8%

15.8% 34.8% 19.0 36.1% 25.9% 10.2

図４４　現在の景況



地域活動を実施している商店街の景況は明るい見通し

32.2 24.1 56.3

33.3

33.3 66.6 10.3

39.1%

16.7% 22.4

表２０　現在の景況

%							
	100.0 112	0. 1	4.5 5	34. 3	33.0 37	25. 2	0. 1
	100.0 7	－ －	4. 4	3 .1 34	32.2 2	24.1 21	－ －
	100.0 1	5. 1	5. 1	1 .7 3	33.3	33.3	5. 1
	100.0 7	－ －	－ －	2 . 2	42. 3	2 . 2	－ －

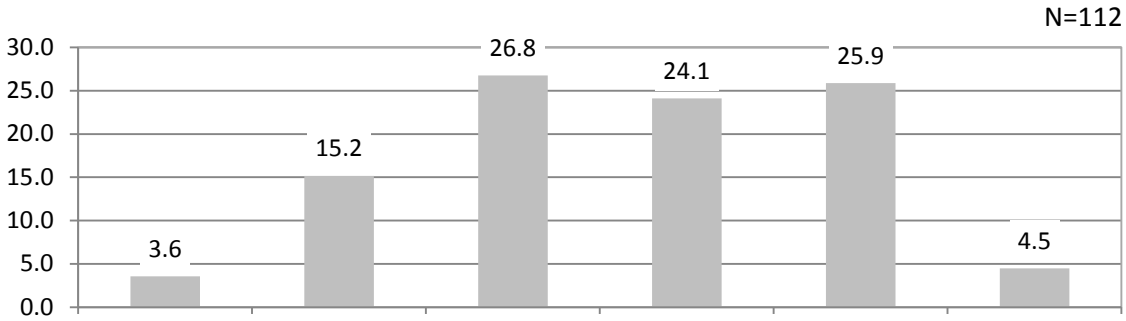
42 P.62

3.6

15.2 2

25.9 24.1 5

図４５　現在と比較した４年後の景況

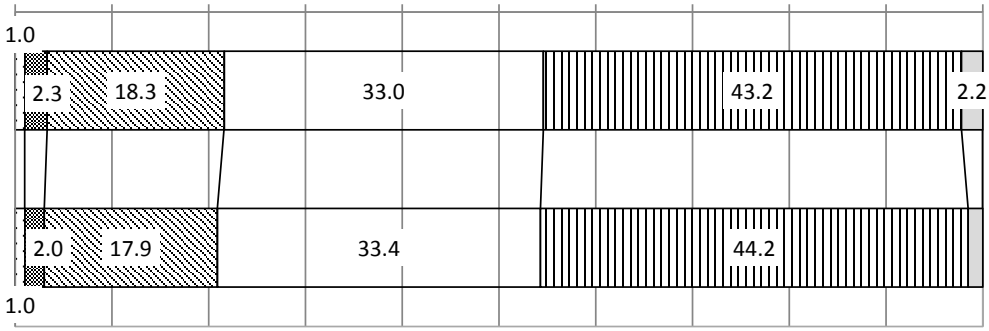


60

H25 5.5%
H24 3.3%
2.2

34.8% H25
18.3% H24 16.5

参考図１　商店街の最近の景況



24　11　1

§

１商店街の空き店舗数の平均は 3.4 店舗。前回より 0.2 店舗増加

57.1 57.1

60.3 60.0

44.4 20.0

3.4 3.2 0.2

19.6 14.3

4.4

図４６　空き店舗の有無

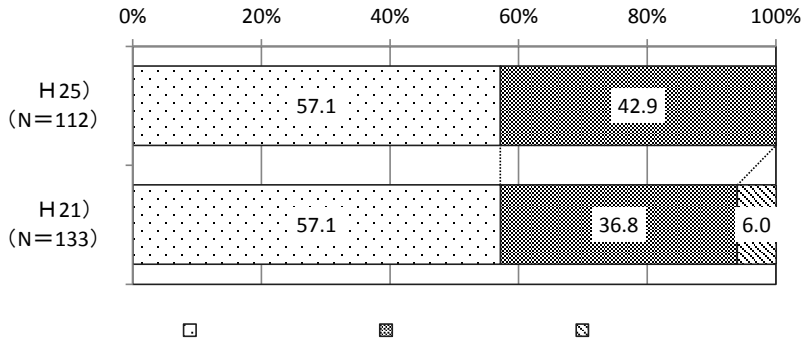


表２１　空き店舗の有無

%			
	100.0 112	57.1 4	42. 4
	100.0	0.3 41	3 .7 27
	100.0 30	0.0 1	40.0 12
	100.0	44.4 4	55. 5
	100.0 5	20.0 1	0.0 4

表２２　空き店舗数

%				1	2	3	4	5	10	11		……	
25		100.0 112	42. 4	14.3 1	1 . 22	.3 7	4.5 5	4.5 5	.3 7	1. 2	－	215 3.4	－
		100.0	3 .7 27	17. 12	22.1 15	4.4 3	2. 2	5. 4	7.4 5	－	－	120 2.	－
		100.0 30	40.0 12	10.0 3	20.0	10.0 3	.7 2	－ －	.7 2	.7 2	－	0 4.4	－
		100.0	55. 5	11.1 1	11.1 1	11.1 1	－ －	11.1 1	－	－	－	11 2.	－
		100.0 5	0.0 4	－ －	－ －	－ －	20.0 1	－ －	－	－	－	4 4.0	－
21		100.0 133	3 . 4	1 . 25	13.5 1	5.3 7	4.5	.	.		1.5 2	233 3.2	.0

空き店舗率は、4.6%。前回調査より0.7ポイント減少

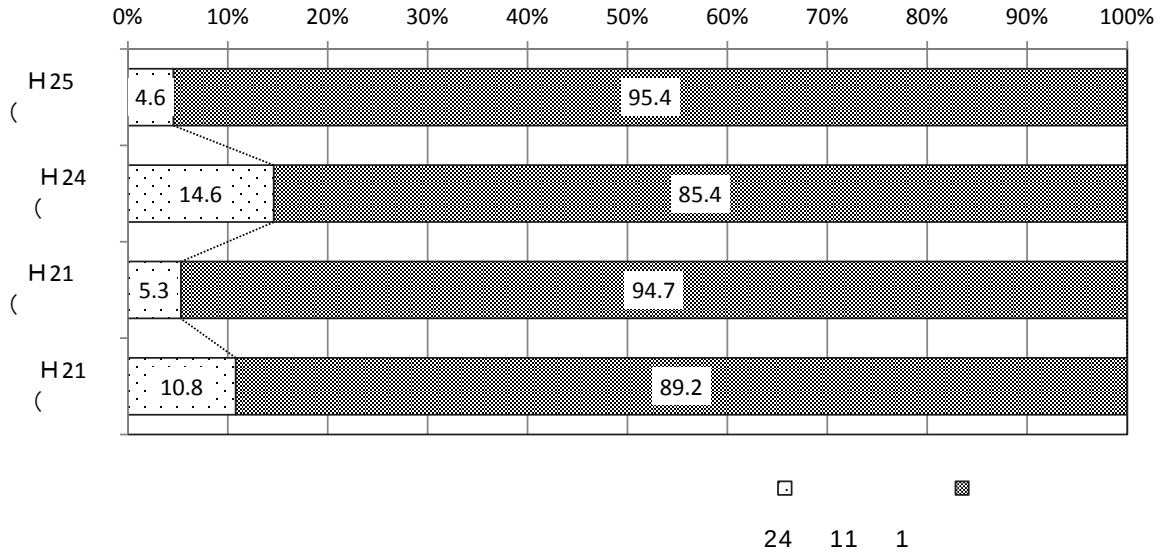
4.6 5.3 0.7

H24 14.6 10

5.4 5.3

1.7 1.4

図４７　空き店舗率



□ ▨

24 11 1

表２３　空き店舗率

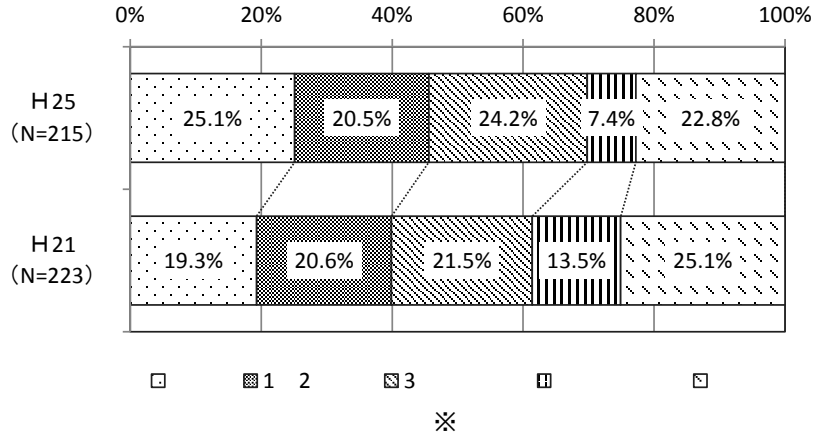
%					
		100.0 112	100.0 4, 2	4. 215	5.4 4,4 7
25		100.0	100.0 2,211	5.4 120	4. 2,0 1
		100.0 30	100.0 1,51	5.3 0	4.7 1,43
		100.0	100.0 3	1.7 11	.3 52
		100.0 5	100.0 2	1.4 4	. 2 5
21		100.0 133	100.0 4,377	5.3 233	4.7 4,144

空き店舗となった時期は、今年が多い

25.1 24.2
20.5
13.5 7.4 6.1

27.5 1 2 27.5
3 31.3% 45.5%

図４８　空き店舗となった時期



※

表２４　空き店舗となった時期

		%		1 2	3		
		100.0 215	25.1 54	20.5 44	24.2 52	7.4 1	22. 4
		100.0 120	27.5 33	27.5 33	17.5 21	2.5 3	25.0 30
		100.0 0	20.0 1	. 7	31.3 25	1 .3 13	15. 1
		100.0 11	3 .4 4	1 .2 2	45.5 5	－ －	－ －
		100.0 4	25.0 1	50.0 2	25.0 1	－ －	－ －

閉店の理由について「他地区移転」が前回調査よりも増加

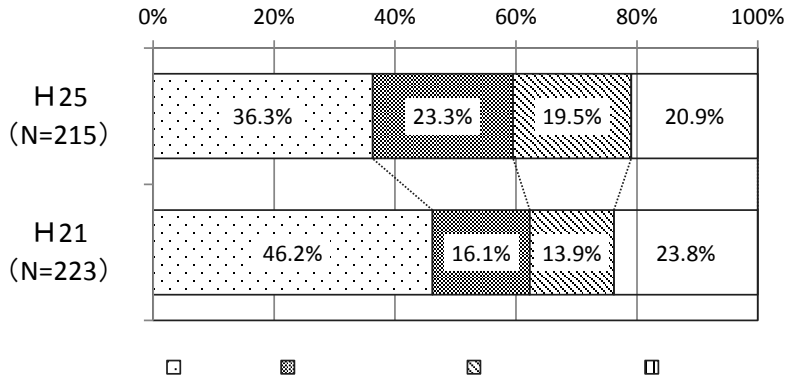
36.3 23.3

46.2 36.3 9.9
16.1 23.3 7.2

40.8 72.7

31.3

図４９　閉店の理由



※

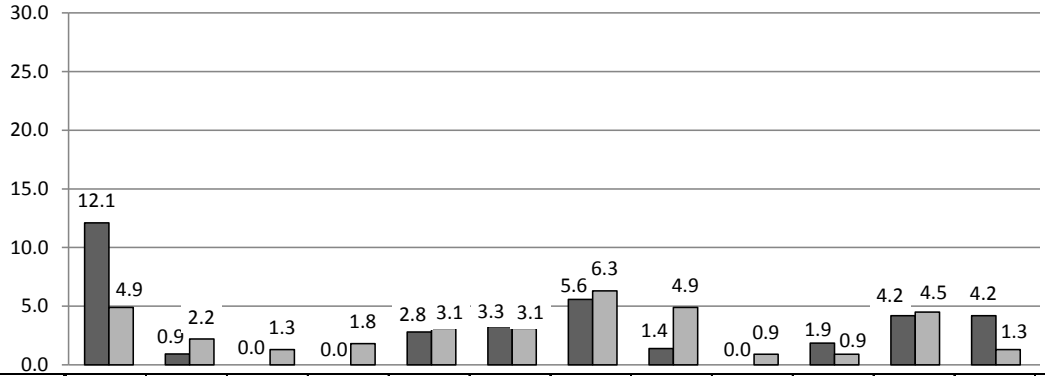
表２５　閉店の理由

%						
		100.0 215	3 .3 7	23.3 50	1 .5 42	20. 45
		100.0 120	40. 4	1 .3 22	1 .3 22	22.5 27
		100.0 0	2 .3 21	31.3 25	20.0 1	22.5 1
		100.0 11	72.7	27.3 3	－ －	－ －
		100.0 4	－ －	－ －	100.0 4	－ －

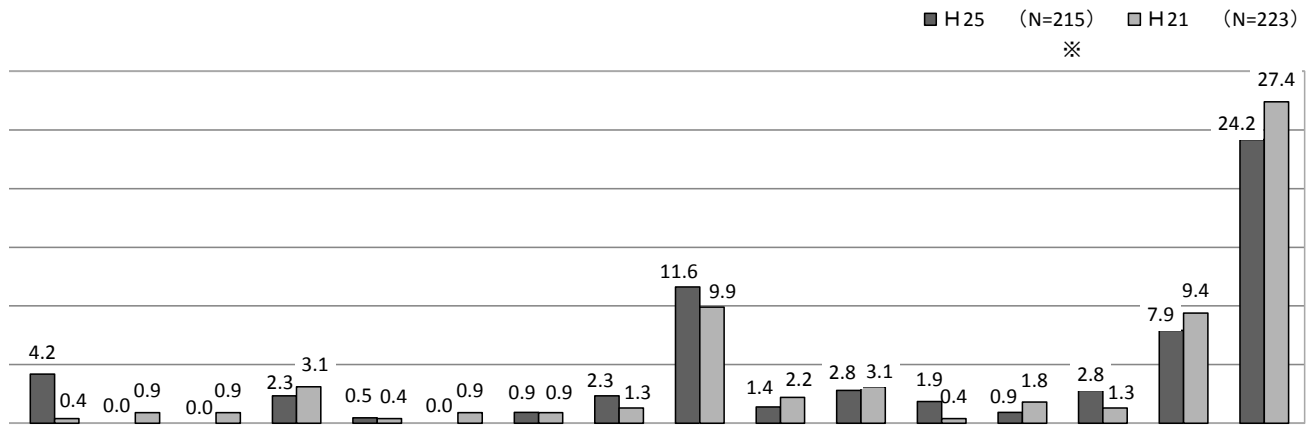
閉店前の業種は「衣料品店」が最も多い

12.1 11.6
7.9
4.9 12.1 7.2
4.9% 1.4% 3.5
10.0% 10.0
18.8
27.3%

図５０　閉店前の業種



		%												
		100.0 215	12.1 2	0. 2	－ －	－ －	2. 	3.3 7	5. 12	1.4 3	－ －	1. 4	4.2 	4.2
		100.0 120	.2 11	0. 1	－ －	－ －	2.5 3	5.0 	10.0 12	0. 1	－ －	2.5 3	5.0 	3.3 4
		100.0 0	1 . 15	1.3 1	－ －	－ －	3. 3	1.3 1	－ －	1.3 1	－ －	1.3 1	3. 3	3. 3
		100.0 11	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	1 .2 2
		100.0 4	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	25.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －



4.2	－ －	－ －	2.3 5	0.5 1	－ －	0. 2	2.3 5	11. 25	1.4 3	2.	1. 4	0. 2	2.	7. 17	24.2 52
1.7 2	－ －	－ －	2.5 3	－ －	－ －	1.7 2	2.5 3	10.0 12	1.7 2	3.3 4	2.5 3	0. 1	3.3 4	7.5	23.3 2
.3 5	－ －	－ －	2.5 2	1.3 1	－ －	－ －	2.5 2	12.5 10	1.3 1	2.5 2	1.3 1	1.3 1	2.5 2	. 7	22.5 1
－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	27.3 3	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	54.5
50.0 2	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	25.0 1	－ －

空き店舗面積は「50㎡未満」が５割を占め、前回調査よりも割合が増加

50　　50.2　　50　99　　14.4

50　　30.5　　50.2　　19.7

50

50

図５１　　空き店舗の面積

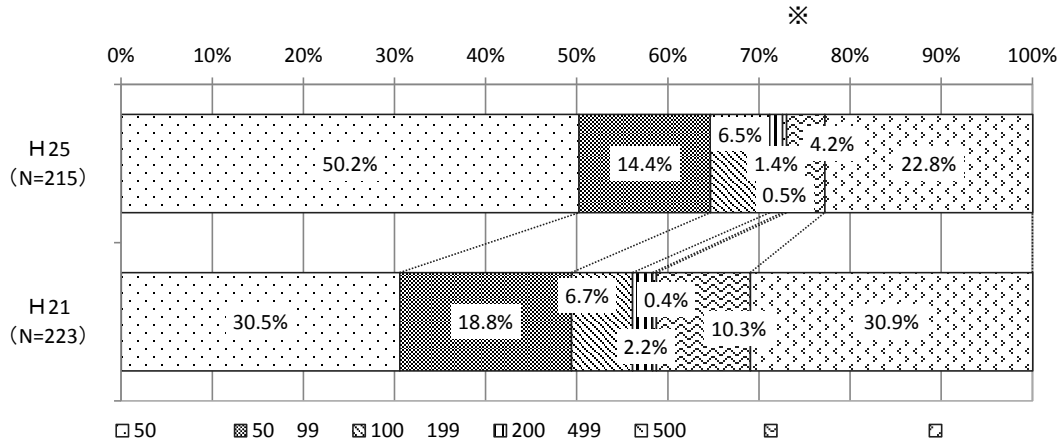


表２６　空き店舗の面積

%			50	500	1000 1	2000 4	5000		
		100.0 215	50.2 10	14.4 31	.5 14	1.4 3	0.5 1	4.2	22.4
		100.0 120	50. 1	13.3 1	5. 7	－ －	0. 1	7.5	12.1 2
		100.0 0	52.5 42	15.0 12	.3 5	2.5 2	－ －	－ －	. 1
		100.0 11	45.5 5	27.3 3	1 .2 2	.1 1	－ －	－ －	－ －
		100.0 4	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	1. 4

空き店舗の建物構造は「鉄筋コンクリート」が約４割で前回調査よりも増加

40.5 25.6

4.2

33.6 40.5 6.9

31.7 72.7

図５２　空き店舗の建物の構造

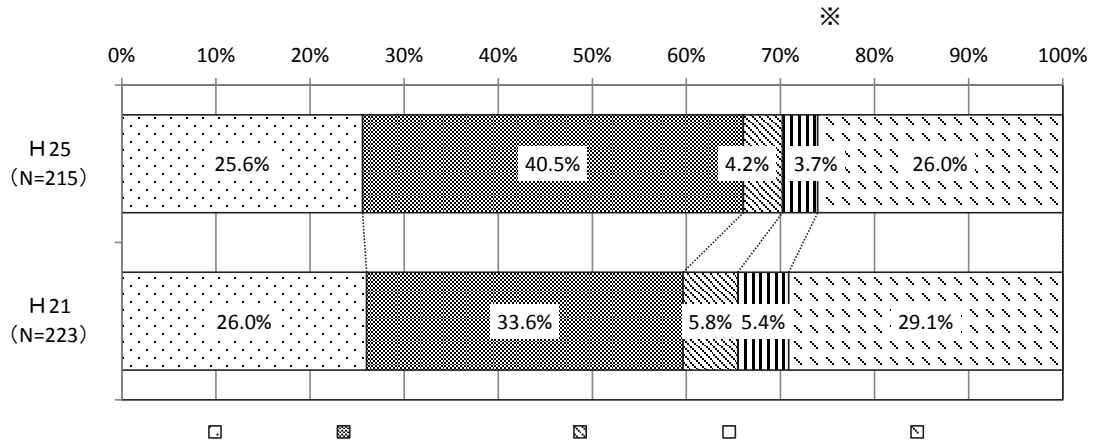


表２７　空き店舗の建物の構造

%							
		100.0 215	25. 55	40.5 7	4.2	3.7	2 .0 5
		100.0 120	31.7 3	2 .2 35	4.2 5	.7	15. 34
		100.0 0	11.3	3. 51	2.5 2	－ －	.4 1
		100.0 11	72.7	.1 1	1 .2 2	－ －	－ －
		100.0 4	－ －	－ －	－ －	－ －	1. 4

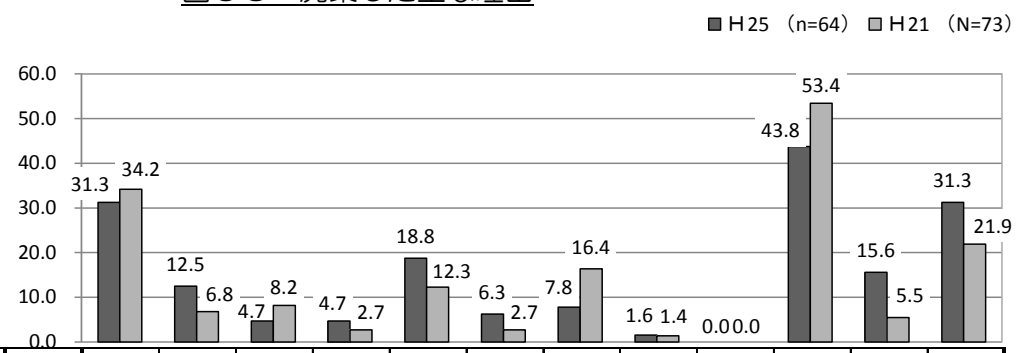
廃業した主な理由は「経営の悪化」が４割強で最も多い

43.8

31.3 18.8

62.5 30.0 43.5

図５３　廃業した主な理由



%														
		100.04	31.320	12.5	4.73	4.73	1 .12	.34	7.5	1.1	0.00	43.2	15.10	31.320
		100.0	37.53	25.02	－－	12.51	12.51	12.51	12.51	－－	－－	2.55	25.02	12.51
		100.010	10.01	10.01	－－	－－	20.02	－－	－－	－－	－－	30.03	－－	50.05
		100.04	34.1	10.5	.53	4.32	1 .	.53	.74	2.21	－－	43.520	17.4	30.414
		100.041	20.14	.	2.2	4.43	10.37	4.43	7.45	1.51	－－	30.21	.	24.410
		100.01	1 .75	.72	3.31	－－	1 .75	3.31	－－	－－	－－	1 .75	13.34	3 .7
		100.04	11.11	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	22.22	－－	50.02
		100.01	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	100.01
	1	100.023	17.57	5.02	－－	5.02	17.57	2.51	10.04	2.51	－－	25.010	2.51	30.47
	20 3	100.01	24.17	3.41	. 2	－－	13.4	3.41	－－	－－	－－	24.17	10.33	27.5
	40 5	100.015	1 .04	14.33	－－	4.1	4.1	4.1	4.1	－－	－－	33.37	14.33	40.0
	0 7	100.0	20.02	20.02	10.01	－－	－－	10.01	－－	－－	－－	40.04	20.02	1 .71
	0	100.02	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	－－	.31	50.01

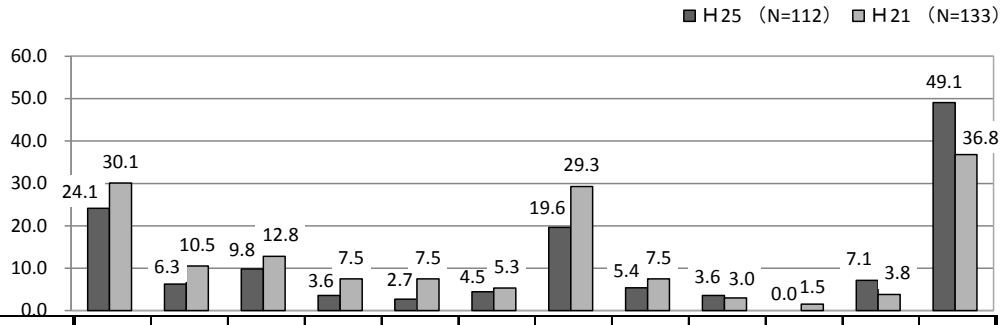
空き店舗が埋まらない要因は「家賃の高さ」が２割台半ばで最も多い

24.1

19.6

30.1　　24.1　　29.3　　19.6

図５４　空き店舗が埋まらない要因



%										R				
		100.0 112	24.1 27	.3 7	. 11	3. 4	2.7 3	4.5 5	1 . 22	5.4	3. 4	－ －	7.1	4 .1 55
		100.0	1 .1 13	7.4 5	10.3 7	5. 4	4.4 3	5. 4	20. 14	5. 4	4.4 3	－ －	5. 4	4 .5 33
		100.0 30	40.0 12	.7 2	13.3 4	－ －	－ －	3.3 1	23.3 7	.7 2	－ －	－ －	10.0 3	40.0 12
		100.0	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	11.1 1	－ －	11.1 1	－ －	11.1 1	77. 7
		100.0 5	40.0 2	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	0.0 3

空き店舗対策を行っている商店街の効果が上がっている

21 63.4

26.8 9.8%

36.7 ▲20.0

26.3

20.7 5.6

図５５　空き店舗数の平成 21 年との比較

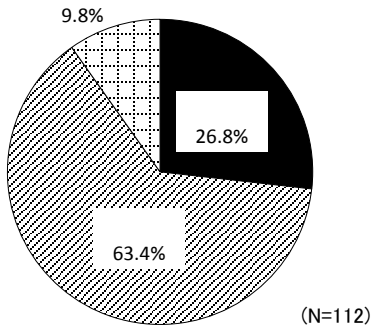


表２８　空き店舗数の平成 21 年との比較

		%					
			100.0 112	2 . 30	3.4 71	. 11	17.0 1
			100.0	22.1 15	.2 45	11.	10.3 7
			100.0 30	43.3 13	50.0 15	.7 2	3 .7 11
			100.0	22.2 2	77. 7	－ －	22.2 2
			100.0 5	－ －	0.0 4	20.0 1	▲ 20.0 ▲ 1
	1		100.0 40	22.5	7.5 27	10.0 4	12.5 5
	20	3	100.0 2	27.	5.5 1	. 2	20.7
	40	5	100.0 21	42.	47. 10	.5 2	33.3 7
	0	7	100.0 10	30.0 3	0.0	10.0 1	20.0 2
	0		100.0 12	.3 1	75.0	1 .7 2	▲ 8.3 ▲ 1
			100.0 2	34.5 10	51.7 15	13. 4	20.7
			100.0 57	31. 1	3.2 3	5.3 3	2 .3 15
			100.0 2	7.7 2	7 . 20	15.4 4	▲ 7.7 ▲ 2

空き店舗対策を行っている商店街の方が、空き店舗は

減少すると考えている商店街が多い

15.2

16.1 ▲0.9

5.9

▲10.0

▲6.9

0.0

図５６　空き店舗数の今後の見込み

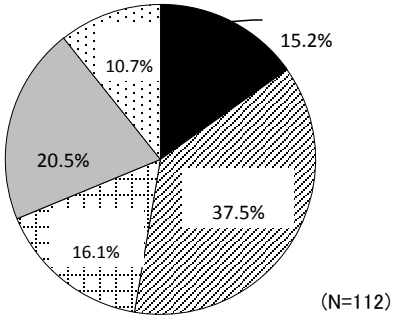


表２９　空き店舗数の今後の見込み

	%							
		100.0 112	15.2 17	37.5 42	1 .1 1	20.5 23	10.7 12	▲ 0.9 ▲ 1
		100.0	1 .1 13	3 .7 27	13.2	17. 12	10.3 7	5. 4
		100.0 30	13.3 4	30.0	23.3 7	20.0	13.3 4	▲ 10.0 ▲ 3
		100.0	－ －	44.4 4	11.1 1	33.3 3	11.1 1	▲ 11.1 ▲ 1
		100.0 5	－ －	40.0 2	20.0 1	40.0 2	－ －	▲ 20.0 ▲ 1
	1	100.0 40	17.5 7	30.0 12	17.5 7	20.0	15.0	0.0 0
	20 3	100.0 2	10.3 3	41.4 12	20.7	20.7	. 2	▲ 10.3 ▲ 3
	40 5	100.0 21	2 . 	33.3 7	1 .0 4	.5 2	.5 2	.5 2
	0 7	100.0 10	10.0 1	70.0 7	10.0 1	－ －	10.0 1	0.0 0
	0	100.0 12	－ －	33.3 4	－ －	5 .3 7	.3 1	－ －
		100.0 2	20.7	37. 11	27.	13. 4	－ －	▲ 6.9 ▲ 2
		100.0 57	17.5 10	40.4 23	17.5 10	24. 14	－ －	0.0 0
		100.0 2	3. 1	30.	－ －	1 .2 5	4 .2 12	3. 1

空き店舗対策を行っている商店街は約４分の１

25.9

15.0　　25.9　　10.9

60.0　　6

26.5　　23.3

80　　33.3%

図５７　空き店舗対策の取組みの有無

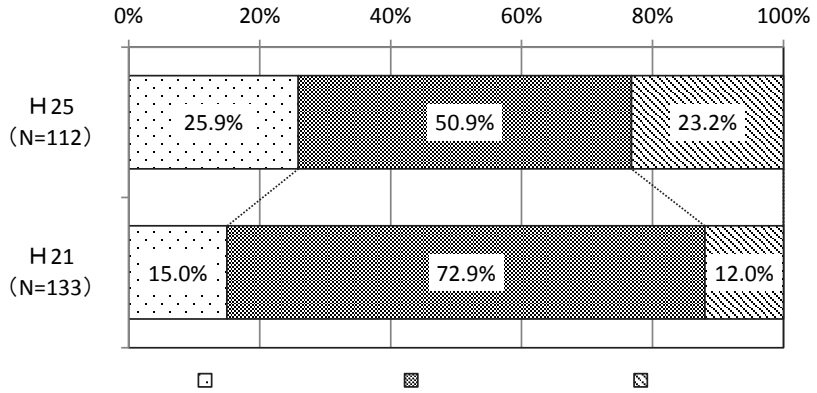


表３０　空き店舗対策の取組みの有無

		%				
			100.0 112	25. 2	50. 57	23.2 2
			100.0	2 .5 1	4 .5 33	25.0 17
			100.0 30	23.3 7	5 .7 17	20.0
			100.0	11.1 1	55. 5	33.3 3
			100.0 5	0.0 3	40.0 2	－ －
	1		100.0 40	25.0 10	47.5 1	27.5 11
	20	3	100.0 2	27.	51.7 15	20.7
	40	5	100.0 21	1 .0 4	.7 14	14.3 3
	0	7	100.0 10	30.0 3	40.0 4	30.0 3
	0		100.0 12	33.3 4	41.7 5	25.0 3

空き店舗対策として「業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致」

をする商店街が最も多い

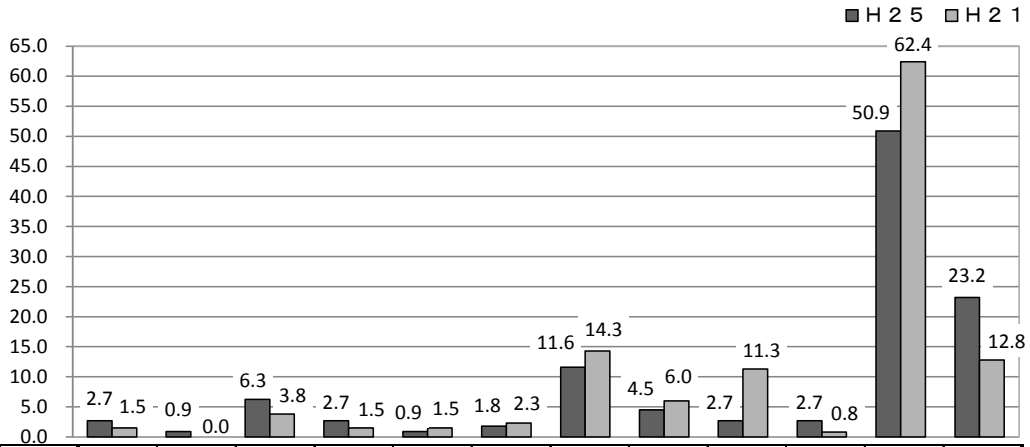
50.9%　5

11.6　6.3

4.5

11.8

図５８　空き店舗対策としての取組み



		%	N											
		100.0	112	2.7	3	0.1	.37	2.7	3	0.1	1.2	11.13	4.55	2.73	2.73	50.57	23.22
		100.0	43	4.4	1	1.5	1	10.3	7	2.2	1.5	1	2.2	11.	2.2	1.5	1	2.2	2	4 .5	33	25.0	17
		100.0	30	－	－	－	－	－	－	3.3	1	－	－	3.3	1	.7	2	.7	2	3.3	1	0.0	1	20.0	
		100.0	9	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	11.1	1	－	－	－	－	－	－	55.	5	33.3	3
		100.0	5	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	0.0	3	20.0	1	－	－	－	－	20.0	1	－	－

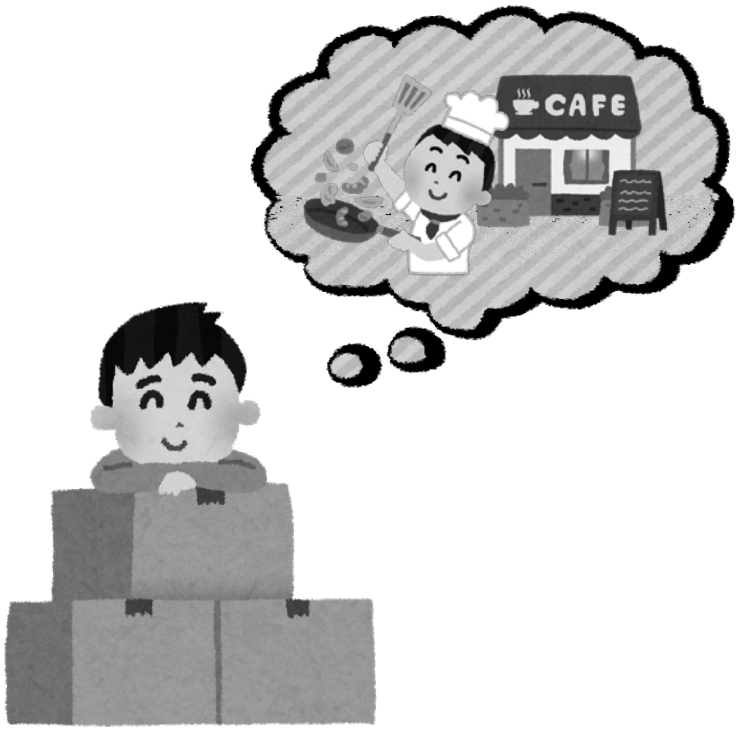
1　　3.4　　0.2

4.6

0.7

1　2　　5

3　　2



§

商店街の共同施設の設置率は、「街路灯」が最も多い

43.8% 33.9%
32.1% 28.6%
28.6% 24.1%
LED 17.0%
10.7% 9.8%
8.9%

表３１　共同施設の設置状況

	43.	0.0	33.0	23.2
LED	17.	17.0	45.5	1 .
	.3	3.	50.	3 .3
	17.0	0.0	72.3	10.7
LED	.0	5.4	5 .	27.7
	0.0	0.0	2.5	37.5
	.	1.	77.7	10.7
	7.1	2.7	77.7	12.5
	.	0.	73.2	17.0
	1 .	.3	5 .	15.2
	2 .	3.	53.	14.3
	2 .	1.	0.7	.
	15.2	4.5	.1	14.3
	10.7	.	.	11.
	7.1	5.4	72.3	15.2
	21.4	10.7	55.4	12.5
	24.1	2.7	5.2	.0
	14.3	4.5	.	12.5
	14.3	.	5.2	11.
	20.5	.	5 .	10.7
	33.	.	4 .1	.0
	.	5.4	71.4	14.3
	1.	4.5	7 .	15.2
	12.5	.	4.3	14.3
	32.1	.3	53.	.0
	7.1	4.5	75.0	13.4
	3.	0.0	0.4	1 .1
	0.	1.	7 .5	17.
	0.	3.	7 .5	1 .1
	3.	0.0	2 .	.

表３２　今後、積極的に取り組んでいきたい事業の内容

LED

LED

LED

§

「地域の祭り・イベント」や「商店街マップ・情報誌」など

伝統的・継続的な取り組みが多い

58.9 42.0

11.6 10.7

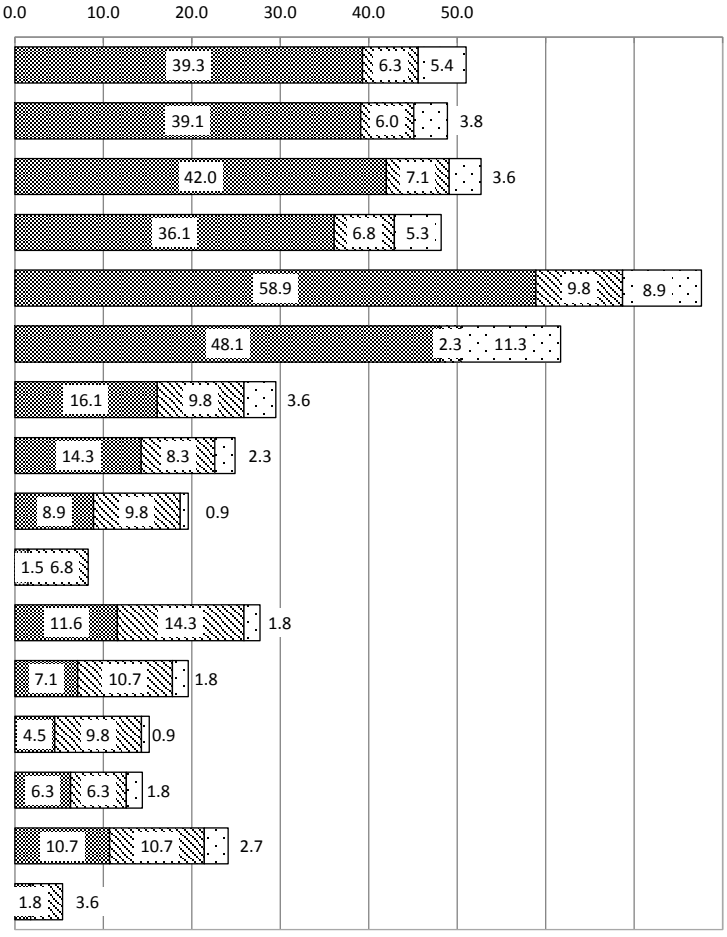
58.9% 10.8

8.9% 7.4

42.0% 5.9

45.5 27.7

図５９　各種事業の実施状況（地域活動等の取り組み）



21

43.8

42.9 20.5

12.5

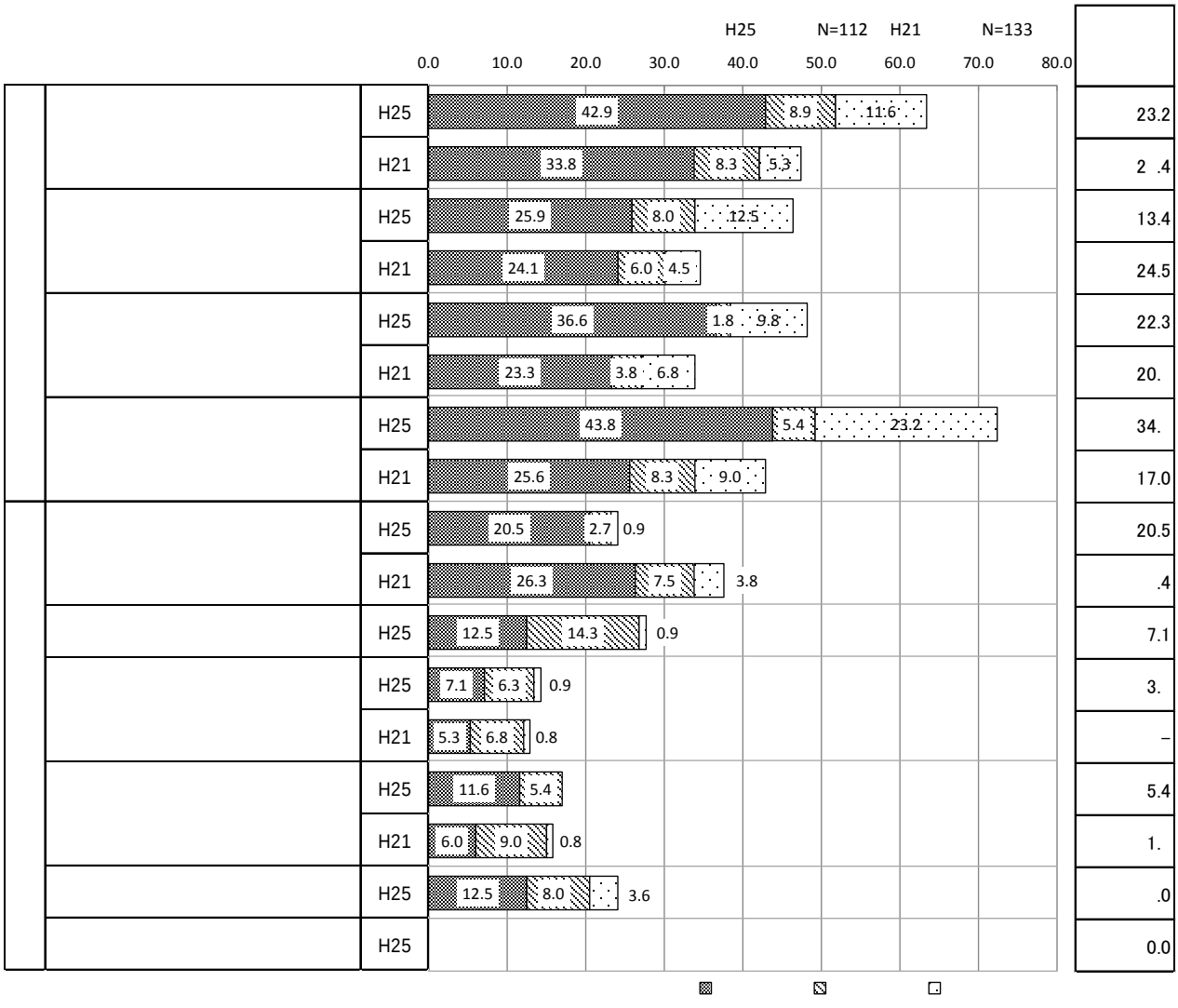
43.8% 18.2

36.6% 13.3

42.9% 9.1

34.8 23.2

図６０　各種事業の実施状況（ソフト事業の取り組み）



21

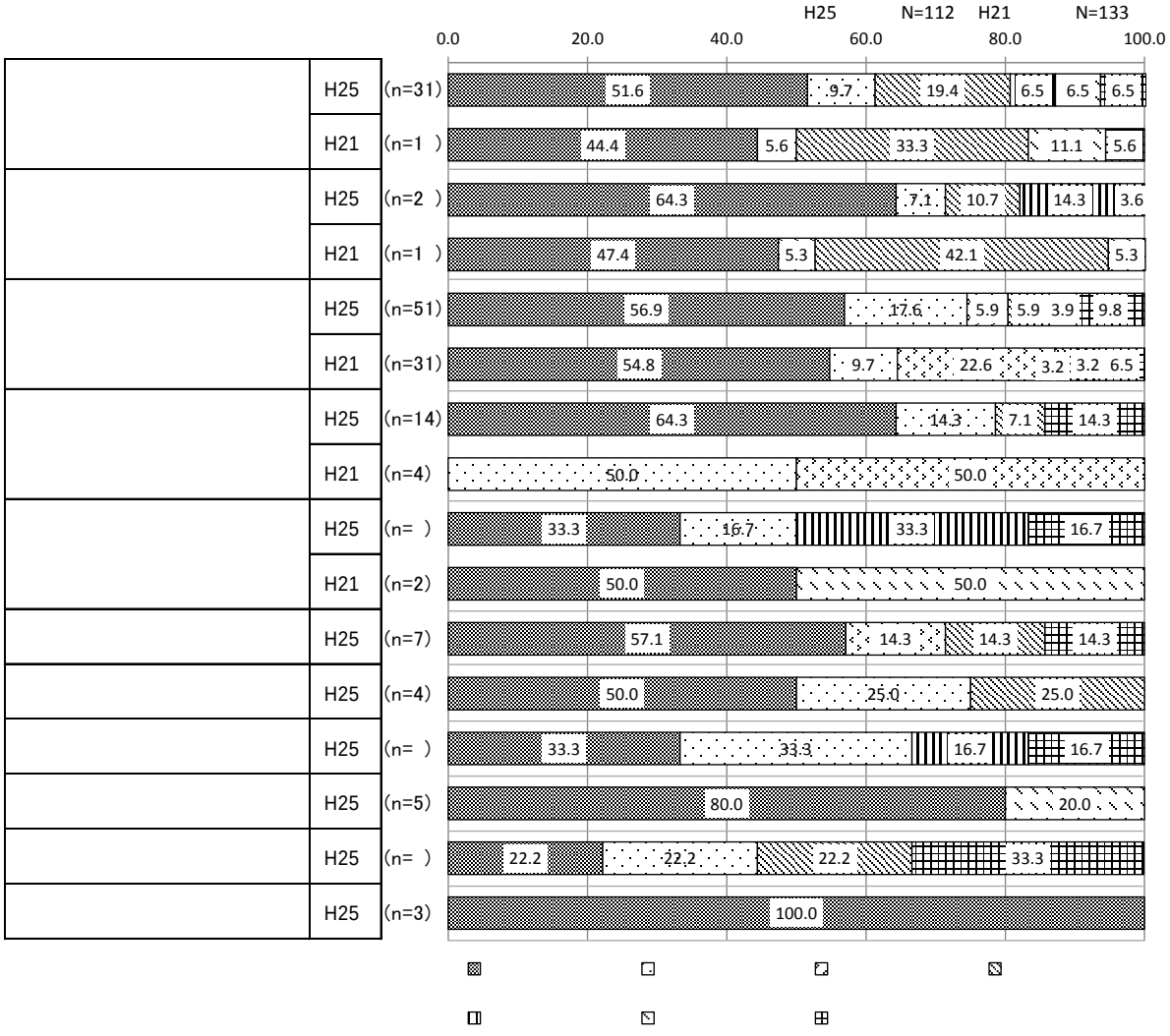
「地域活動等」や「ソフト事業等」の取組みについては、

地域団体との共同事業の完全共同実施率が高い割合を占めている

64.3%

45.5

図６１　地域団体との共同事業の実施内容（地域活動等の取り組み）



21

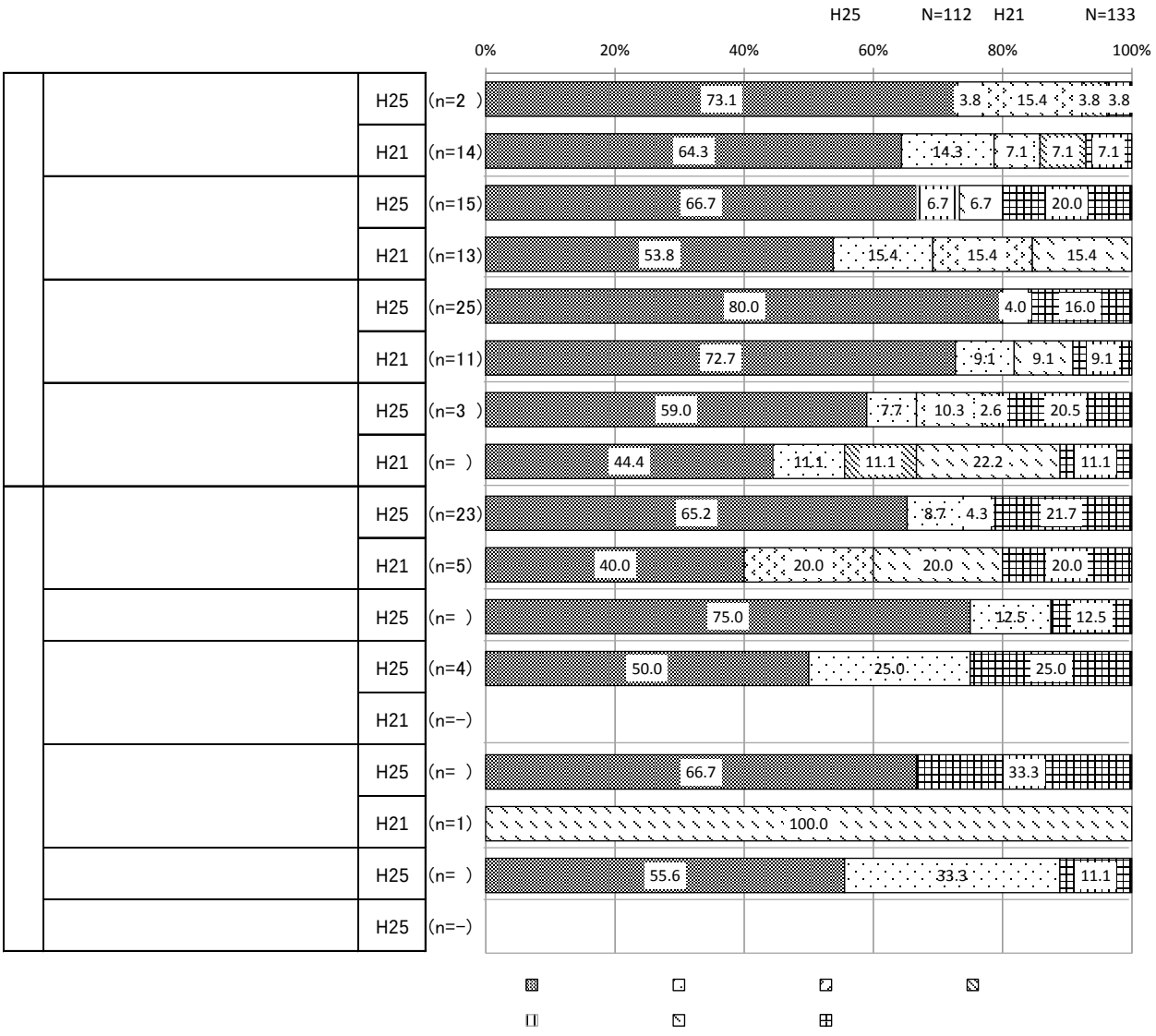
…

…

80.0

75.0

図６２　地域団体との共同事業の実施内容（ソフト事業等の取り組み）



21

…

…

イベント等の実施率は前回調査よりも増加

73.2

56.4 16.8

19 52.5 40

問６３　イベントの実施の有無

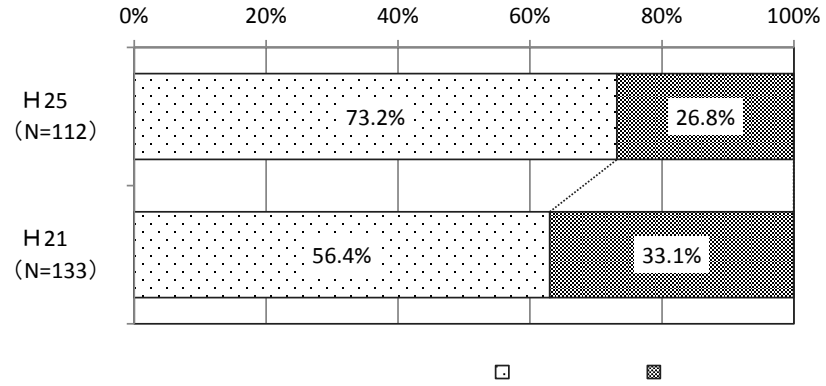


表３３　イベントの実施の有無

		%			
			100.0 112	73.2 2	2 . 30
			100.0	70. 4	2 .4 20
			100.0 30	70.0 21	30.0
			100.0	100.0	– –
			100.0 5	0.0 4	20.0 1
	1		100.0 40	52.5 21	47.5 1
	20	3	100.0 2	72.4 21	27.
	40	5	100.0 21	5.2 20	4. 1
	0	7	100.0 10	0.0	10.0 1
	0		100.0 12	1.7 11	.3 1

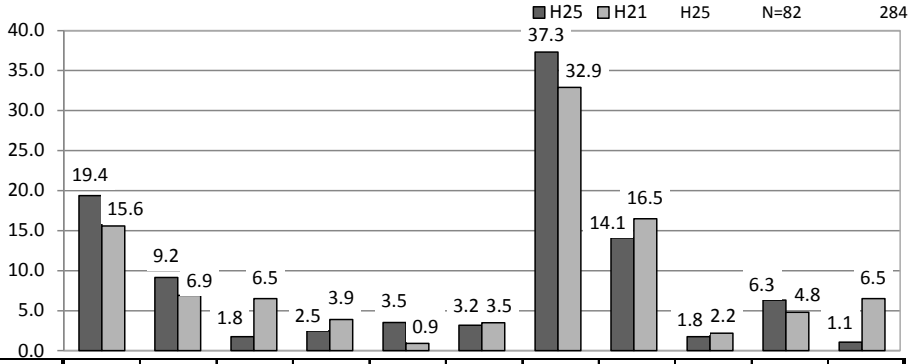
イベント等の内容では「売出し型（年末大売出し、中元お盆売出し等）」が最も多い

37.3

19.4 2 14.1

45.6 35.0 35.0%

図６４　イベント等の内容



%									2			
	100.0 2 4	1 .4 55	.2 2	1. 5	2.5 7	3.5 10	3.2	37.3 10	14.1 40	1. 5	.3 1	1.1 3
	100.0 103	21.4 22	13. 14	1.0 1	－ －	2. 3	－ －	45. 47	.7	－ －	5.	1.0 1
	100.0 100	22.0 22	.0	2.0 2	7.0 7	5.0 5	7.0 7	35.0 35	4.0 4	4.0 4	.0	－ －
	100.0 23	30.4 7	.7 2	－ －	－ －	4.3 1	－ －	21.7 5	17.4 4	4.3 1	13.0 3	－ －
	100.0 22	.1 2	4.5 1	4.5 1	－ －	－ －	－ －	27.3	45.5 10	－ －	－ －	.1 2
	100.0 20	10.0 2	－ －	5.0 1	－ －	－ －	10.0 2	35.0 7	30.0	－ －	10.0 2	－ －
	100.0	0.0 0	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	25.0 2	75.0	－ －	－ －	－ －
	100.0	－ －	12.5 1	－ －	－ －	12.5 1	－ －	50.0 4	12.5 1	－ －	12.5 1	－ －
	100.0 14	22.3 33	15.5 23	0.7 1	2.7 4	. 10	4.7 7	33.1 4	5.4	2.0 3	.1	0.7 1
	100.0 72	1 .1 13	4.2 3	1.4 1	－ －	－ －	2. 2	45. 33	1 .1 13	－ －	. 5	2. 2
	100.0 44	1 .2	－ －	4.5 2	4.5 2	－ －	－ －	45.5 20	25.0 11	2.3 1	－ －	－ －
	100.0 20	5.0 1	－ －	5.0 1	5.0 1	－ －	－ －	20.0 4	40.0	5.0 1	20.0 4	－ －

12

図 65　最近１年間におけるイベントの実施月

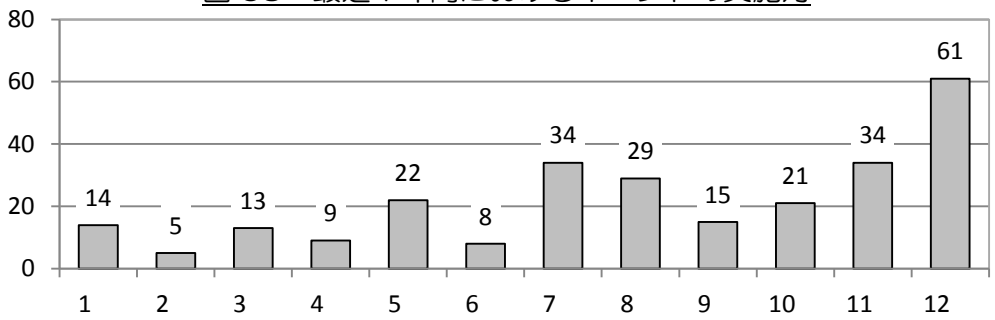


表３４　最近１年間における実施イベント（抜粋）

1	
2	
3	100 5
4	
5	
6	
7	

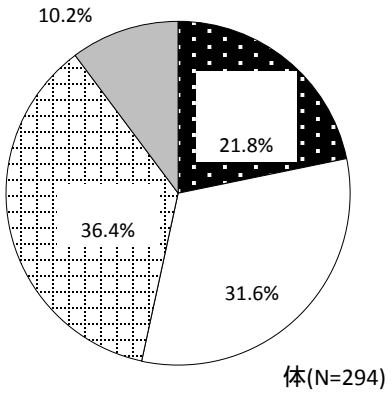
	5
	4　10
	10 2

イベント等の主たる目的は「販売促進」が多い

36.4 31.6

21.8

図６６　イベントの目的



※

表３５　イベントの目的

%						
		100.0 2 4	21. 4	31. 3	3 .4 107	10.2 30
		100.0 53	1 . 10	24.5 13	35. 1	20. 11
		100.0 4	22. 11	43. 21	33.3 1	－ －
		100.0 1 3	22.3 43	30. 5	37.3 72	. 1
		100.0 155	30.3 47	27.1 42	32. 51	.7 15
		100.0 75	13.3 10	34.7 2	3 .0 27	1 .0 12
		100.0 44	15. 7	3 . 17	45.5 20	－ －
		100.0 20	－ －	40.0	45.0	15.0 3

イベント等の効果については、「効果があった」が６割

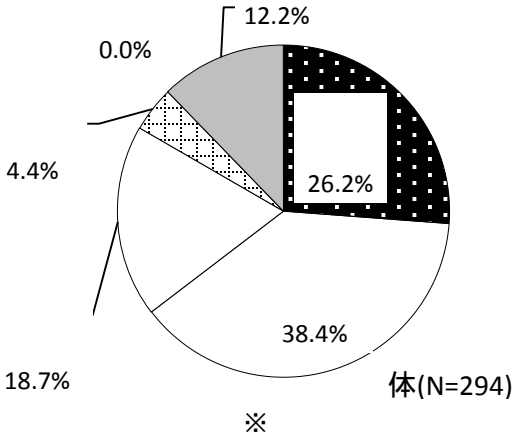
26.2 38.4

64.6

67.8 66.7 61.3

40.0

図６７　イベント等の効果



※

表３６　イベント等の効果

%							
		100.0 2 4	2 .2 77	3 .4 113	1 .7 55	4.4 13	0.0 0	12.2 3
		100.0 155	2 .7 4	3 .1 5	23.2 3	5.2	－ －	3.
		100.0 75	22.7 17	44.0 33	.0	.7 5	－ －	1 .7 14
		100.0 44	2 .5 13	31. 14	.1 4	－ －	－ －	2 .5 13
		100.0 20	5.0 1	35.0 7	45.0	－ －	－ －	15.0 3
	1	100.0 2	37.1 23	27.4 17	22. 14	12.	－ －	－ －
	20 3	100.0 5	20.3 12	40.7 24	25.4 15	0.0 0	－ －	13.
	40 5	100.0 7	23.7 23	2 . 2	1 .5 1	3.1 3	－ －	27. 27
	0 7	100.0 2	10.3 3	.0 20	20.7	－ －	－ －	－ －
	0	100.0 47	34.0 1	51.1 24	.5 4	4.3 2	－ －	2.1 1

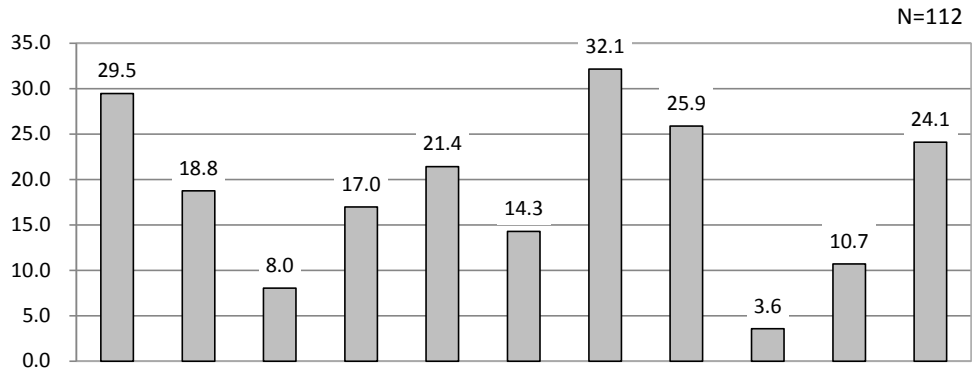
イベント等の問題点は「売り上げに結びつかない」こと

32.1 29.5
25.9

39.7

40.0
44.4

図６８　イベントを実施する上での問題点



%													
		100.0 112	2 .5 33	1 . 21	.0	17.0 1	21.4 24	14.3 1	32.1 3	25. 2	3. 4	10.7 12	24.1 27
		100.0 12	33.3 4	25.0 3	1 .7 2	1 .7 2	25.0 3	.3 1	5 .3 7	41.7 5	－ －	.3 1	1 .7 2
		100.0 14	14.3 2	7.1 1	14.3 2	14.3 2	2 . 4	14.3 2	21.4 3	7.1 1	－ －	21.4 3	35.7 5
		100.0	31.4 27	1 . 17	5. 5	17.4 15	1 . 17	15.1 13	30.2 2	2 .7 23	4.7 4	.3	23.3 20
		100.0	3 .7 27	1 .2 11	. 	1 .2 11	22.1 15	13.2	2 .4 20	2 .4 20	4.4 3	7.4 5	27. 1
		100.0 30	13.3 4	20.0	3.3 1	1 .7 5	13.3 4	1 .7 5	40.0 12	2 .7	3.3 1	13.3 4	20.0
		100.0	11.1 1	22.2 2	11.1 1	33.3 3	22.2 2	11.1 1	44.4 4	－ －	－ －	33.3 3	11.1 1
		100.0 5	20.0 1	40.0 2	20.0 1	－ －	0.0 3	20.0 1	－ －	20.0 1	－ －	－ －	20.0 1

「パソコン・ITの活用」を支援している商店街が最も多い

26.8

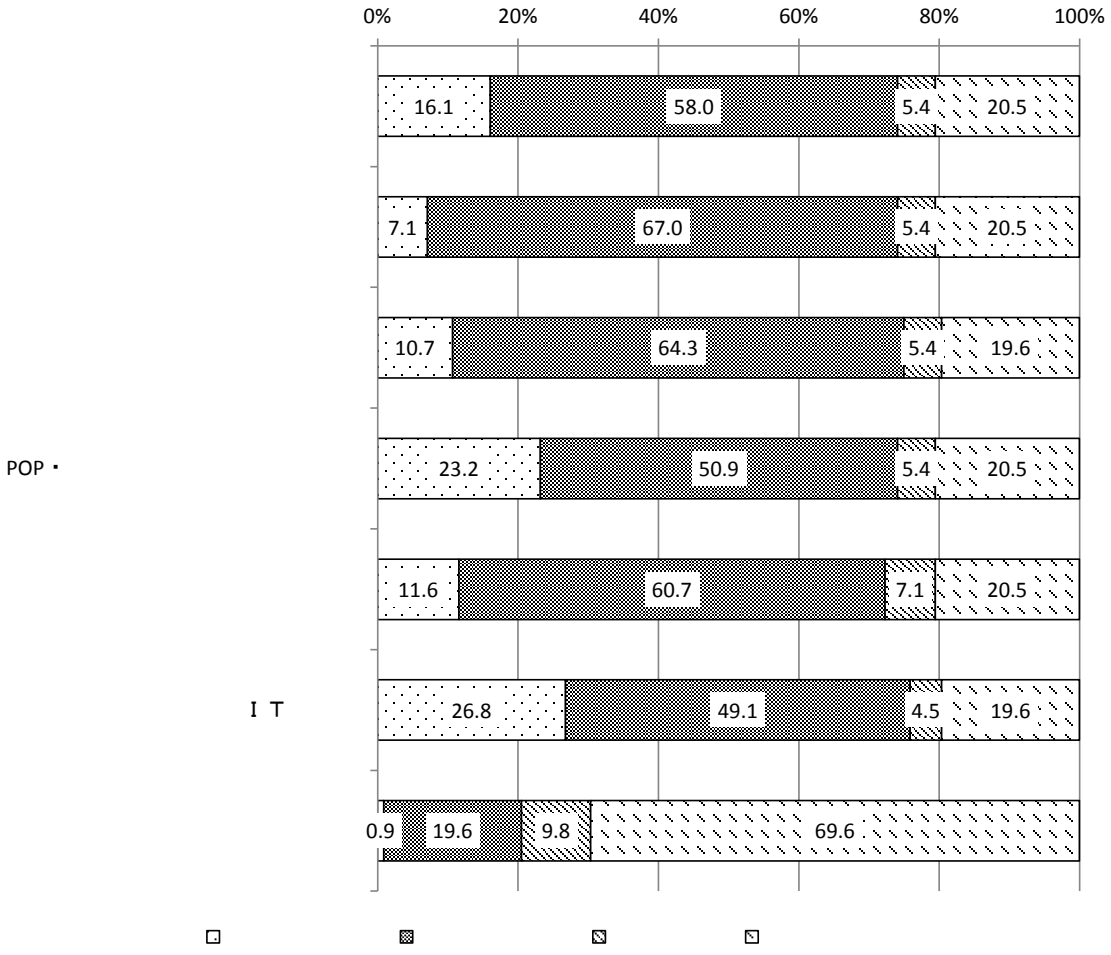
23.2

16.1

11.6

10.7 7.1

図６９　個店の改善、活性化に関する支援の実施状況



§

約４分の３が組合員店舗

4,467

74.2 1,557 25.8

図７０　会員の加入の状況

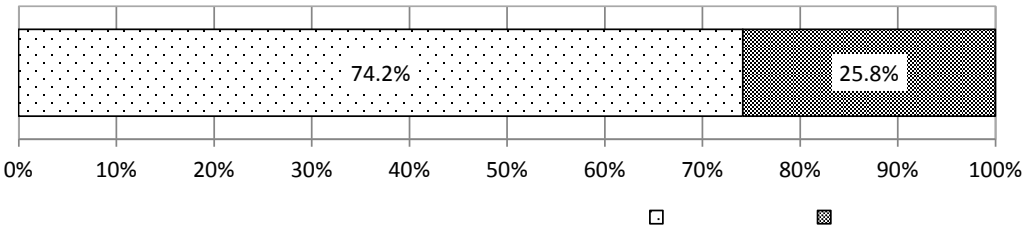


表３７　会員の加入の状況

%			
	100.0 ,024	74.2 4,4 7	25. 1,557
	100.0 7 5	0.3 3	1 .7 157
	100.0 4	2.1 431	7. 37
	100.0 4,7 1	71.4 3,3	2 . 1,3 3

組合に個店が加入しない理由は「活動内容にメリットが感じられない」

24.1 16.1

9.8 7.1

9.8 16.1

25.0

26.7

112

31 27.7% 64 59.8%

45.2

31.3

図７１　加入しない理由

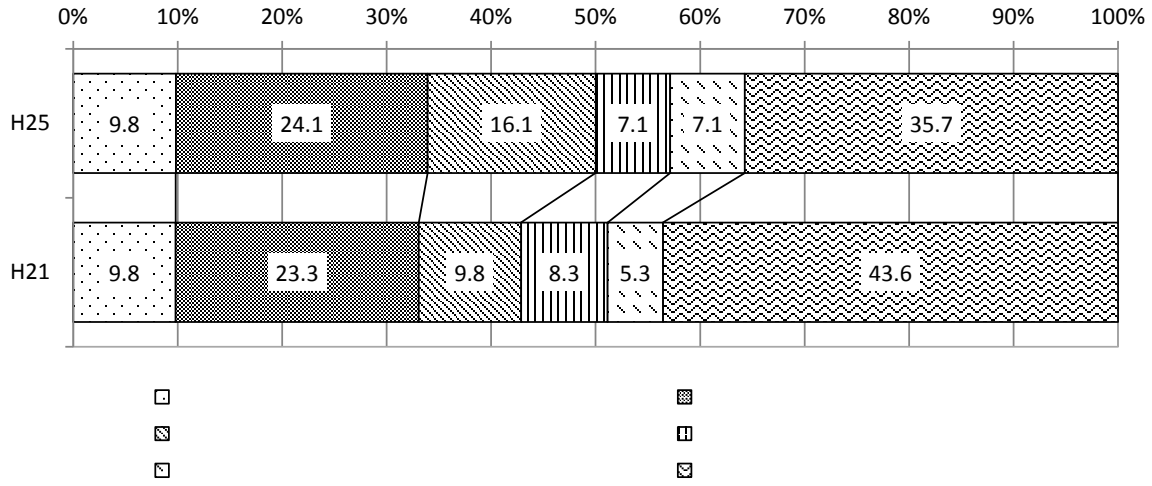


表３８　加入しない理由

		%						
		100.0 112	. 11	24.1 27	1 .1 1	7.1	7.1	35.7 40
		100.0 12	25.0 3	1 .7 2	1 .7 2	1 .7 2	－ －	25.0 3
		100.0 14	21.4 3	14.3 2	－ －	－ －	14.3 2	50.0 7
		100.0	5. 5	2 .7 23	1 . 1	7.0	7.0	34. 30
		100.0	10.3 7	30. 21	1 .2 11	－ －	7.4 5	35.3 24
		100.0 30	10.0 3	20.0	1 .7 5	20.0	－ －	33.3 10
		100.0	－ －	－ －	11.1 1	22.2 2	11.1 1	55. 5
		100.0 5	20.0 1	－ －	20.0 1	－ －	40.0 2	20.0 1
		100.0 31	3.2 1	1 .4	45.2 14	12. 4	.5 2	12. 4
		100.0 4	14.1	31.3 20	4.7 3	.3 4	.4	34.4 22
		100.0 17	5. 1	5. 1	5. 1	－ －	－ －	2.4 14

加入を促進するための対策を講じている商店街は３割以下

27.7

21　27.1

23.5

33.3　33.3　40.0

19　10.0

40　59　52.4　80　58.3

図７２　会員加入促進のための対策の有無

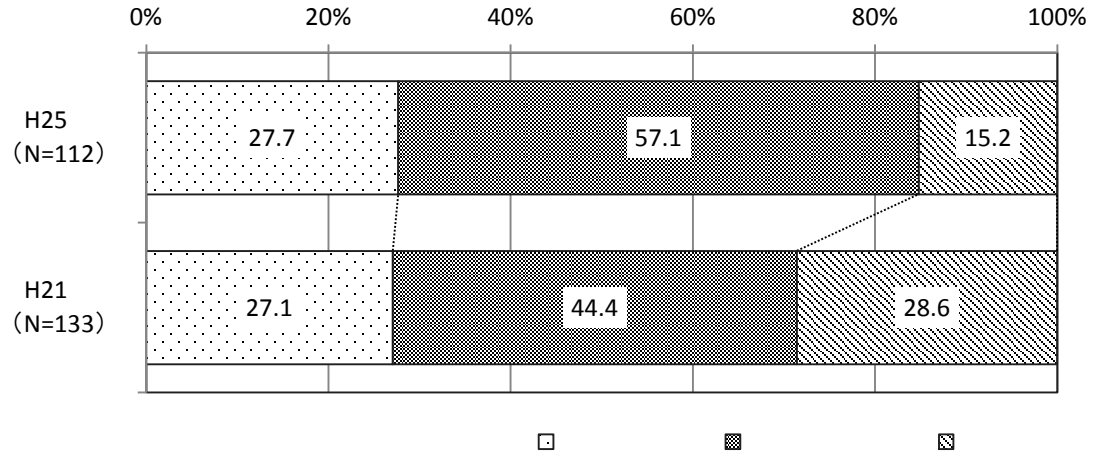


表３９　会員加入促進のための対策の有無

		%				
			100.0 112	27.7 31	57.1 4	15.2 17
			100.0	23.5 1	5 . 40	17. 12
			100.0 30	33.3 10	5 .7 17	10.0 3
			100.0	33.3 3	44.4 4	22.2 2
			100.0 5	40.0 2	0.0 3	－ －
	1		100.0 40	10.0 4	70.0 2	20.0
	20	3	100.0 2	20.7	2.1 1	17.2 5
	40	5	100.0 21	52.4 11	33.3 7	14.3 3
	0	7	100.0 10	30.0 3	0.0	10.0 1
	0		100.0 12	5 .3 7	41.7 5	－ －

「にぎわいの向上」や「買物弱者への支援」が地域の課題

45.5

33.9 32.1

52.2

51.9%

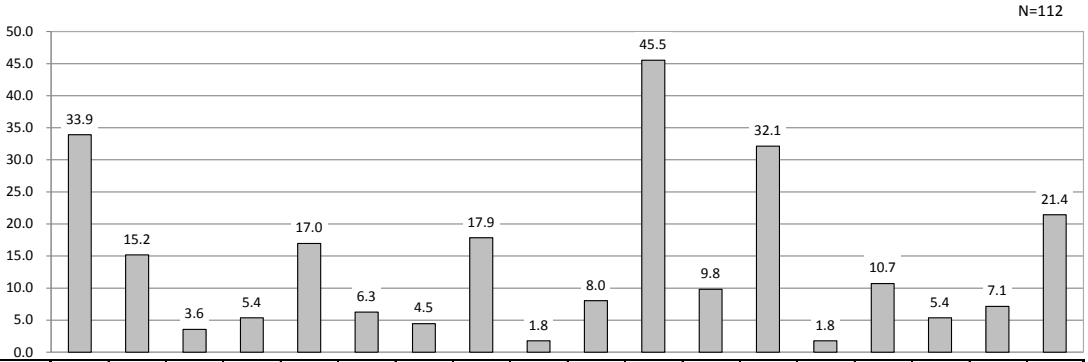
45.5%

50.0 28.6

54.4

36.7

図７４　商店街が立地する「地域」の課題



%																			
	100.0 112	33. 3	15.2 17	3. 4	5.4	17.0 1	.3 7	4.5 5	17. 20	1. 2	.0	45.5 51	. 11	32.1 3	1. 2	10.7 12	5.4	7.1	21.4 21.4
	100.0 4	34. 1	21.7 10	.5 3	4.3 2	23. 11	.7 4	.5 3	21.7 10	2.2 1	.5 3	52.2 24	15.2 7	43.5 20	－ －	13.0	4.3 2	.7 4	13.0
	100.0 27	51. 14	7.4 2	－ －	7.4 2	14. 4	3.7 1	3.7 1	1 .5 5	3.7 1	11.1 3	4 .1 13	3.7 1	25. 7	7.4 2	14. 4	14. 4	3.7 1	11.1 3
	100.0 11	45.5 5	27.3 3	－ －	.1 1	－ －	.1 1	－ －	1 .2 2	－ －	－ －	45.5 5	.1 1	－ －	－ －	.1 1	－ －	.1 1	3 .4 4
	100.0	12.5 1	12.5 1	12.5 1	－ －	12.5 1	－ －	－ －	12.5 1	－ －	12.5 1	37.5 3	－ －	50.0 4	－ －	－ －	－ －	12.5 1	12.5 1
	100.0 14	14.3 2	7.1 1	－ －	7.1 1	14.3 2	7.1 1	7.1 1	14.3 2	－ －	14.3 2	2 . 4	14.3 2	2 . 4	－ －	7.1 1	－ －	7.1 1	42.
	100.0 2	－ －	－ －	－ －	－ －	50.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	50.0 1	－ －	50.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －	50.0 1
	100.0 4	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	25.0 1	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	－ －	75.0 3
	100.0	42. 2	14.7 10	5. 4	7.4 5	1 .2 11	. －	7.4 5	14.7 10	2. 2	5. 4	54.4 37	10.3 7	30. 21	2. 2	11.	5. 4	4.4 3	1 .1 13
	100.0 30	23.3 7	20.0	－ －	3.3 1	13.3 4	3.3 1	－ －	23.3 7	－ －	10.0 3	30.0	.7 2	3 .7 11	－ －	10.0 3	3.3 1	.7 2	30.0
	100.0	11.1 1	11.1 1	－ －	－ －	33.3 3	－ －	－ －	22.2 2	－ －	22.2 2	33.3 3	－ －	22.2 2	－ －	11.1 1	11.1 1	22.2 2	22.2 2
	100.0 5	20.0 1	－ －	－ －	－ －	20.0 1	－ －	－ －	20.0 1	－ －	－ －	40.0 2	40.0 2	40.0 2	－ －	－ －	－ －	20.0 1	－ －

3

48.2

33.9%

§

新しい支援施策の周知が課題

23

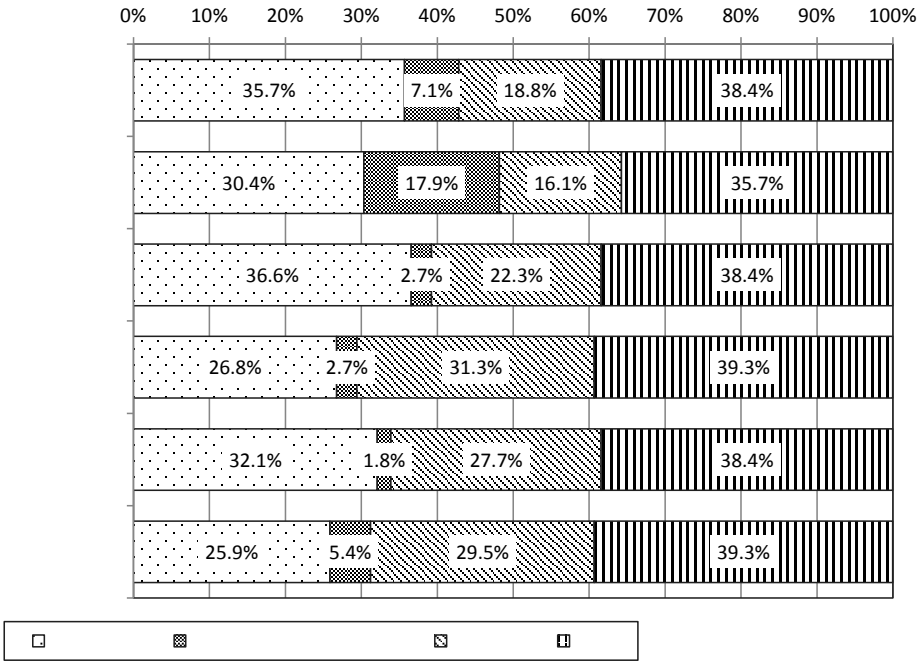
42.8

20 48.3

24

29.5 25 33.9

図７５　福岡市の商店街支援施策の認知度



UR
( )

CAFE

＜商店街（連合組織のみ）実態調査結果＞

§

役員の平均年齢は 50・60 歳代が中心

14

2　3　5　9　10　19　20　18.2%

2　72.7%

2

50　60　45.5

63.6

図７６　理事（役員）・監事の人数

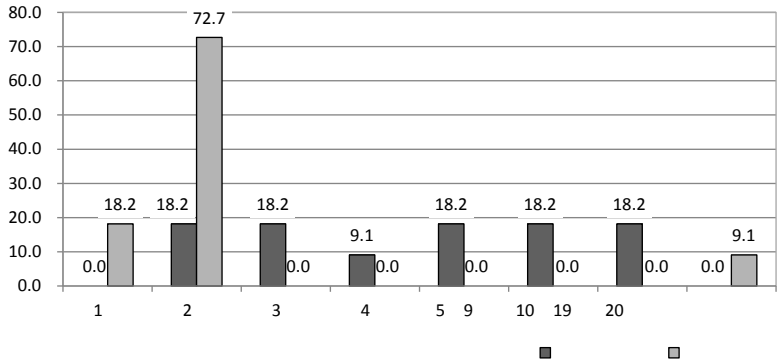


図７７　理事（役員）の任期

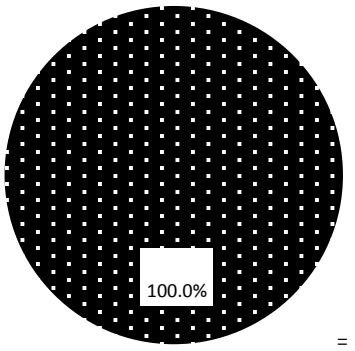


図７８　役員の平均年齢

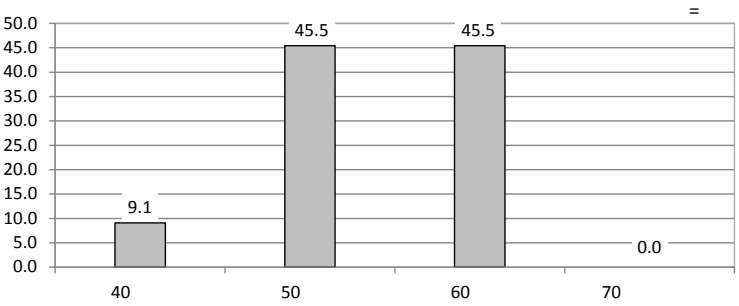
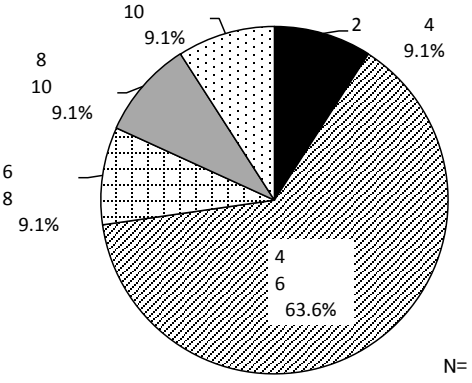


図７９　現在の役員の平均在職年数

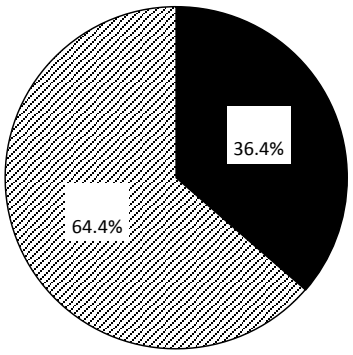


連合組織の約４割が商店街事務所を設置

36.4

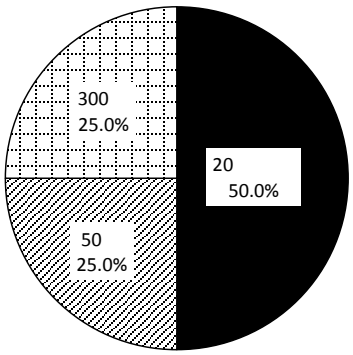
20　　50.0　　97.0

図８０　商店街事務所の有無



=

図８１　事務所の面積



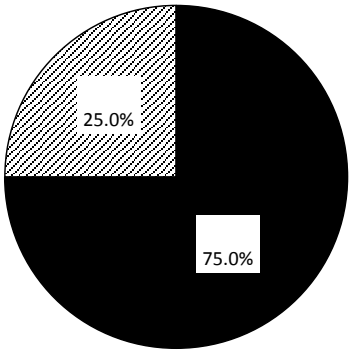
=

商店街事務所を所有する連合組織の約７割台半ばは専従職員を配置

75.0

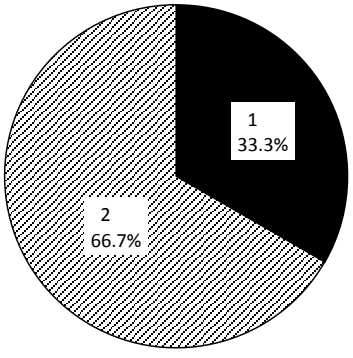
2　　66.7　　1.7

図８２　専従職員の有無



=

図８３　専従職員の人数



=

理事会・役員会の回数は、年に「5回以上」開催する商店街も多い

90.9　9

5　36.4　6　27.3

5　54.5

図８４　総会の回数

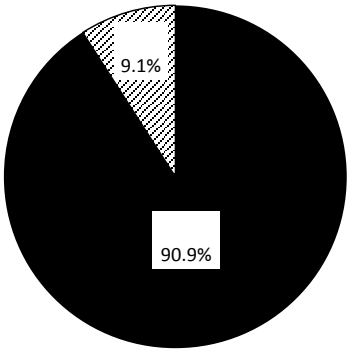


図８５　総会の開催時期

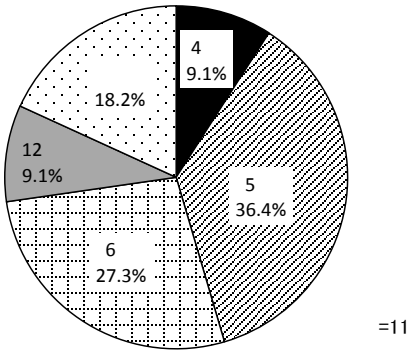
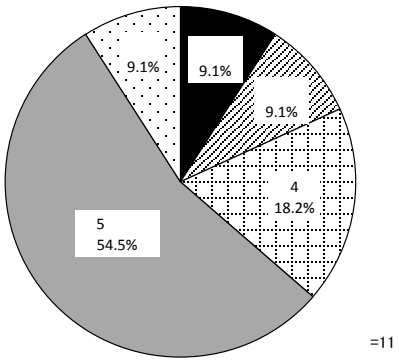


図８６　理事会・役員会の回数

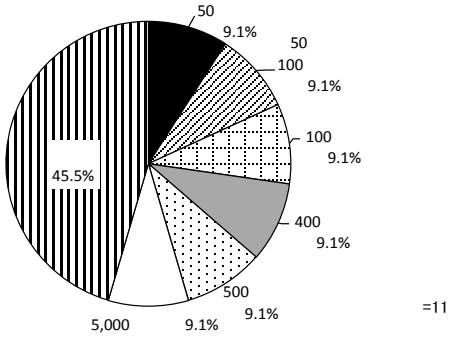


24

平成 24 年度の総決算額の平均は、約 1,102 万円

24 50 50 100 100 400
500 5,000 9.1
24 1,102.05

図８７　平成２４年度の決算額



24

平成 24 年度の収入構成は、会費収入が約４割を占める

24 41.2% 28.9%
19.9 7.8
1 1 36.4 4 18.2
1 9.1

図８８　平成２４年度の収入構成比

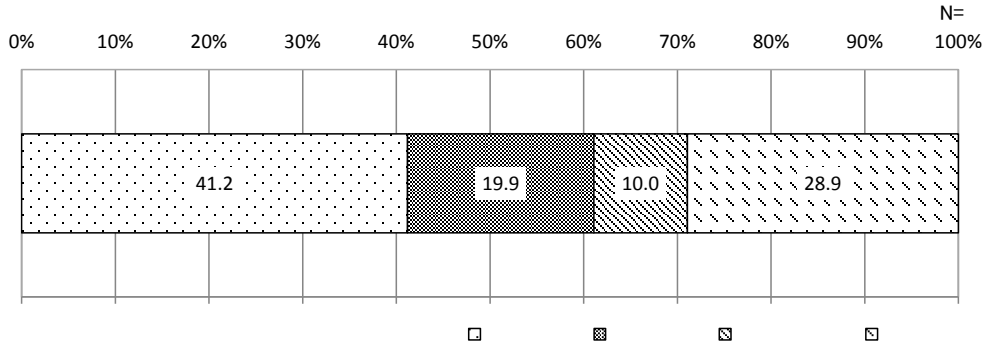
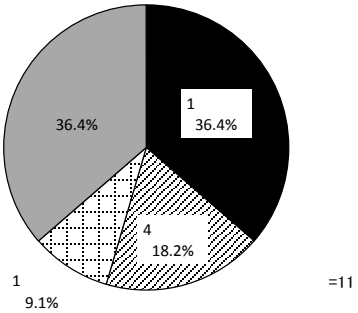


図８９　１会員あたりの平均月会費



3

7

50　60　　4　　6

§

商店街連合組織の半数が４年後の景況は明るいと予測している

9.1%

9.1 36.4 45.5%

4 18.2

36.4 54.6

図９０　現在の景況

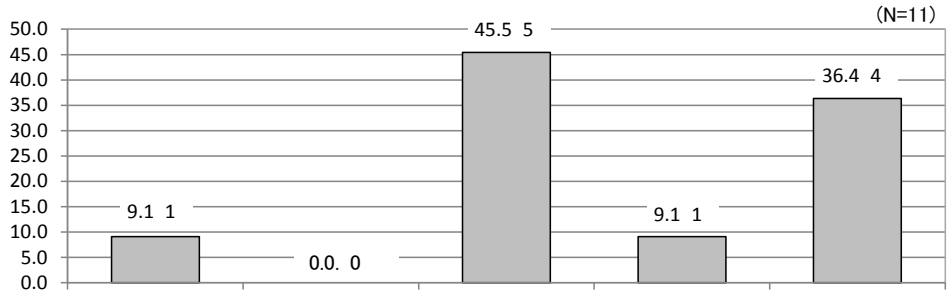
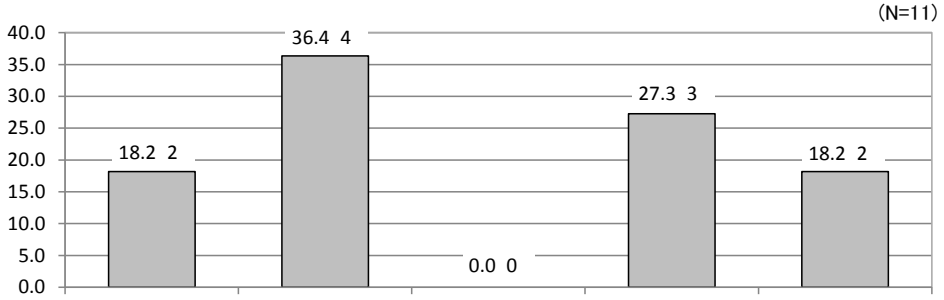


図９１　現在と比較した４年後の景況



4

§

「地域の祭り・イベント」や「商品券」などの取組みが多い

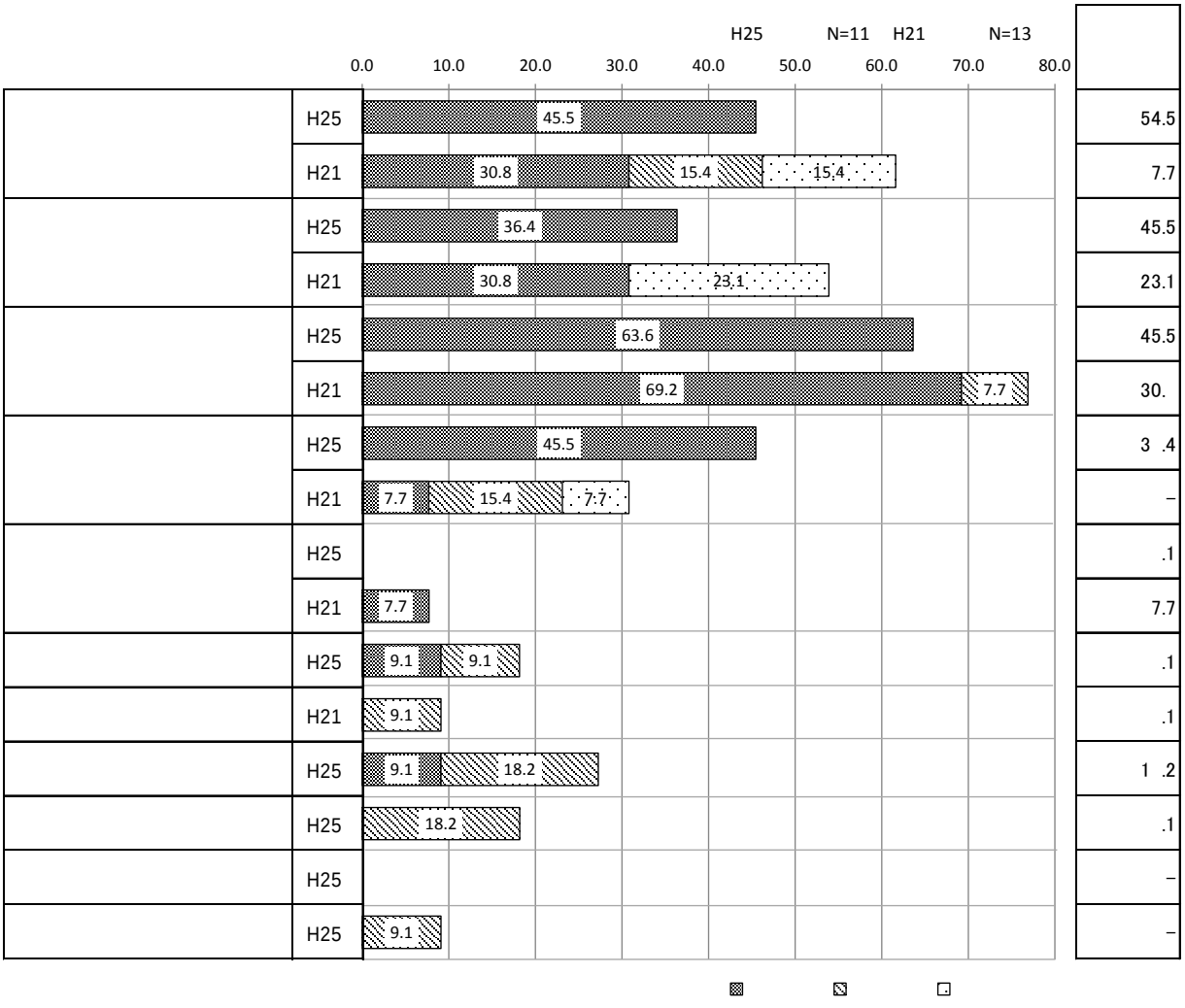
63.6

45.5 36.4

14.7

5.6

図９２　各種事業の実施状況（地域活動等の取り組み）



21

45.5

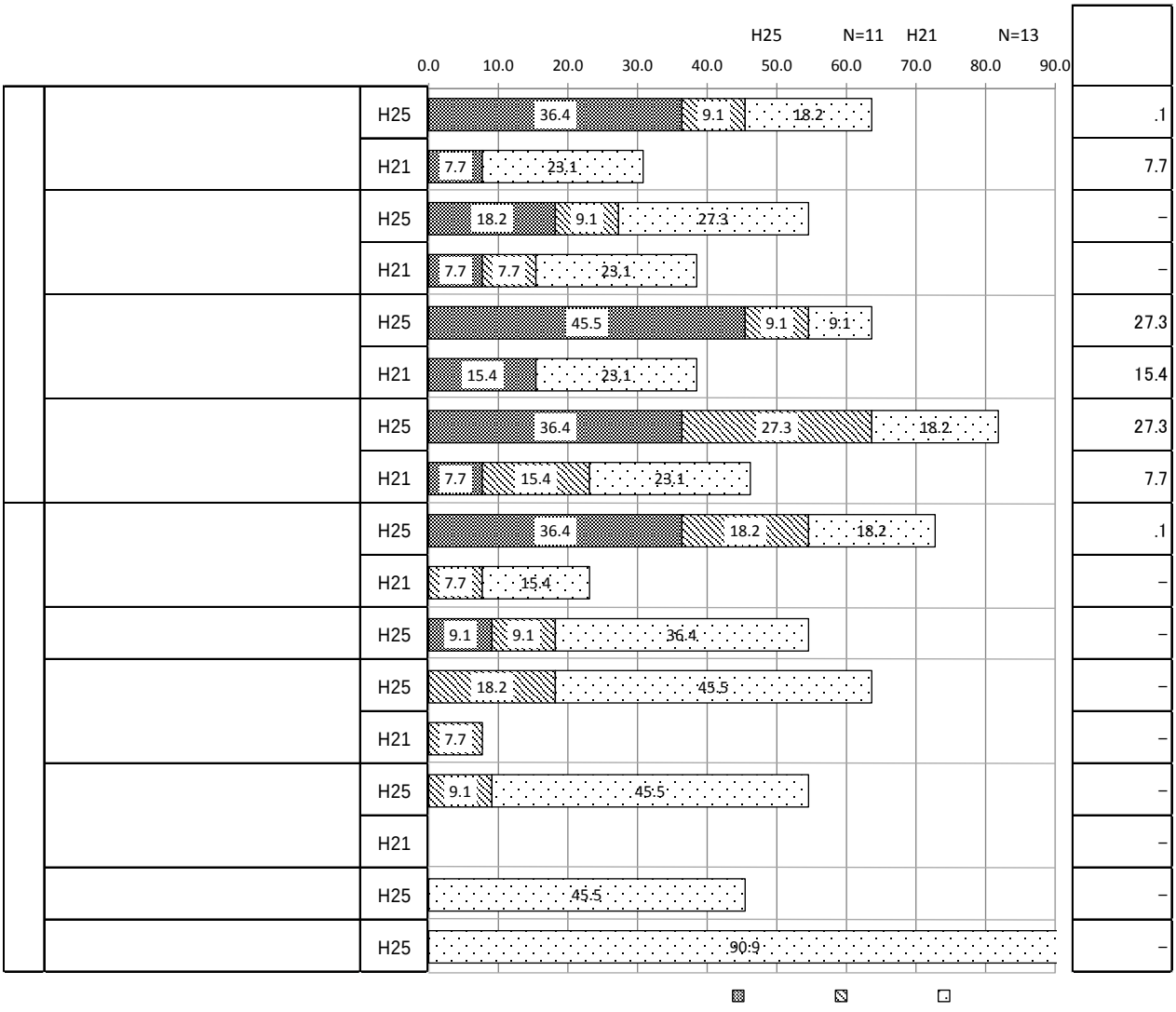
36.4

HP

36.4 30.1

28.7

図９３　各種事業の実施状況（ソフト事業の取り組み）



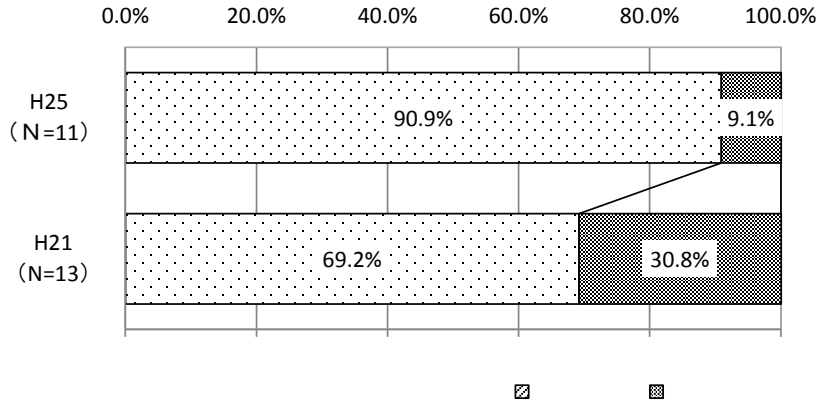
21

イベントの実施率は前回調査よりも増加

90.9

69.2 21.7

問９４　イベントの実施の有無

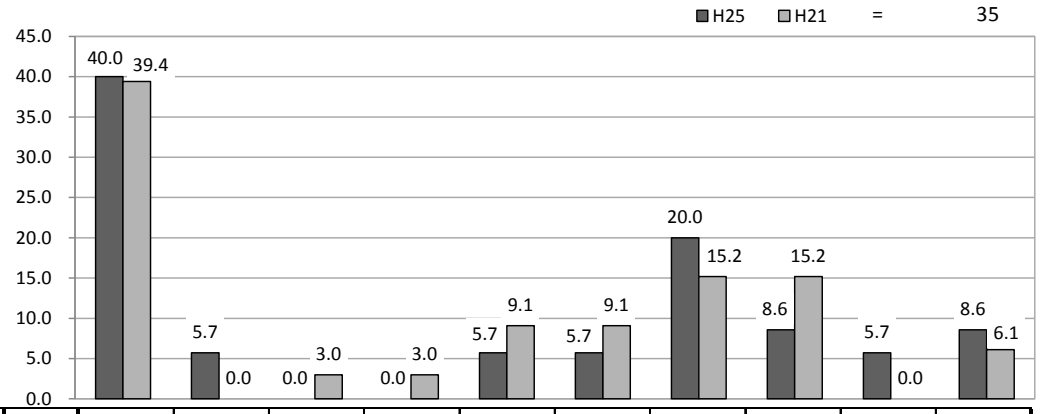


イベント等の内容では「祭り型」が多い

40.0

20.2

図９５　イベント等の内容



%		）									
	100.0 35	40.0 14	5.7 2	－ －	－ －	5.7 2	5.7 2	20.0 7	. 3	5.7 2	. 3

1

図９６　最近１年間におけるイベントの実施数

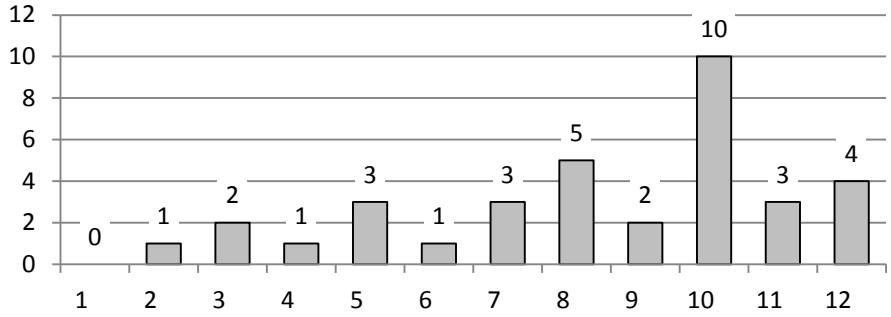


表３９　最近１年間における実施イベント

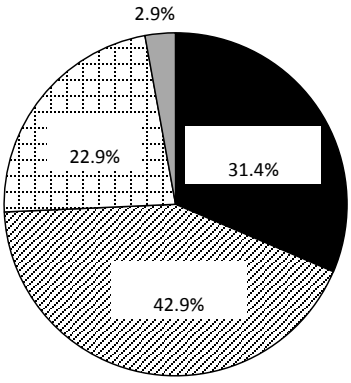
2	
3	
4	
5	
6	
7	

イベント等の主たる目的は「集客力の強化」が多い

42.9

31.4 22.9

図９７　イベントの目的



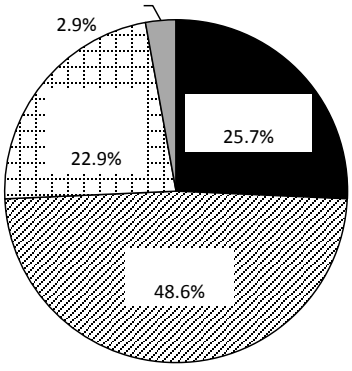
=35

イベント等の効果については、「効果があった」が７割台半ばを占める

25.7 48.6

74.3

図９８　イベント等の効果



=35

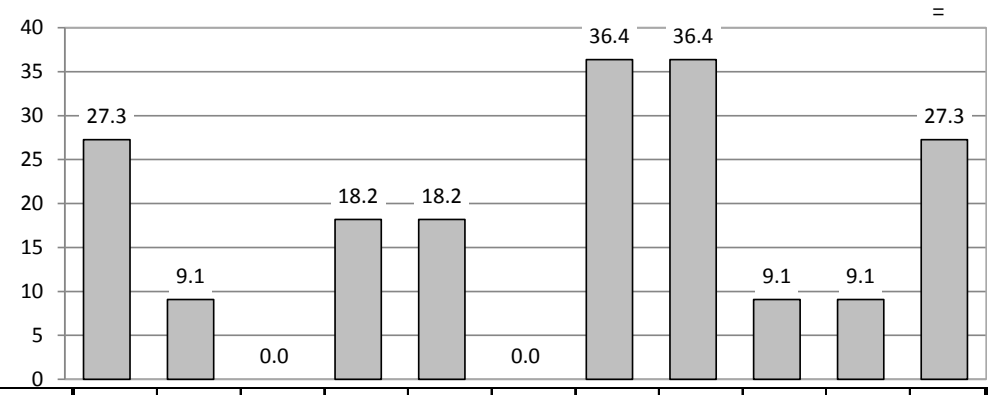
イベントを実施する上での問題点は

「人手が足りない」「売り上げに結びつかない」こと

36.4 36.4

27.3

図９９　イベントを実施する上での問題点



%												
	100.0 11	27.3 3	.1 1	－ －	1 .2 2	1 .2 2	－ －	3 .4 4	3 .4 4	.1 1	.1 1	27.3 3

JA

§

連合組織の加入団体は平均 14.5 団体

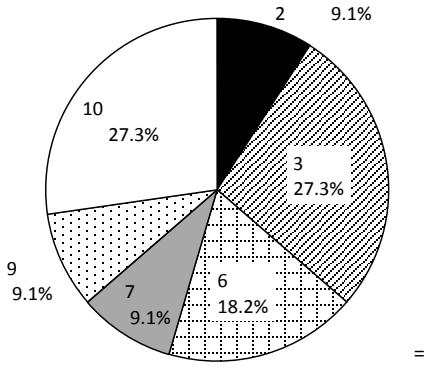
3 10 27.3

14.5

11 2 18.2

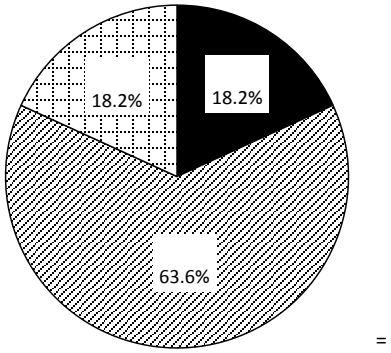
1

問１００　現在の加入団体数



=

問１０１今後加入することが望ましい団体数



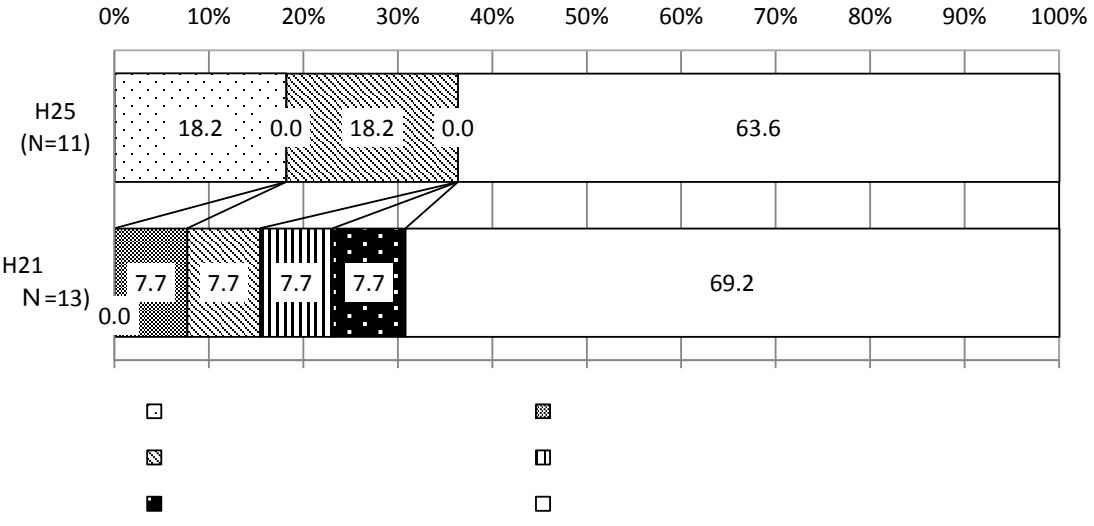
=

組合に個店が加入しない理由は

「経費負担が大きい」及び「活動内容が理解されていない」が最も多い

18.2

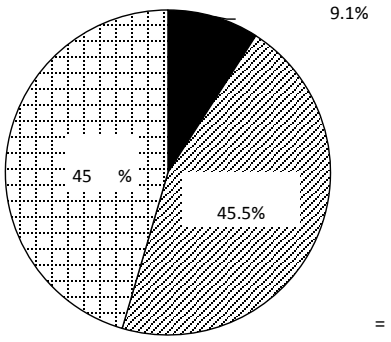
問１０２　加入しない理由



加入を促進するための対策を講じている連合組織は１割以下

9.1　　1

図１０３　会員加入促進のための対策の有無

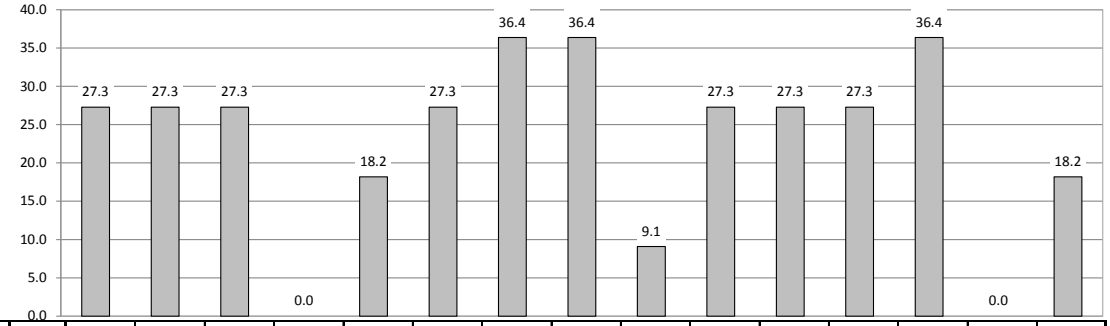


=

役員や若手など商店街連合組織の人材に関する問題点が多い

36.4

図１０４　商店街が抱える問題点



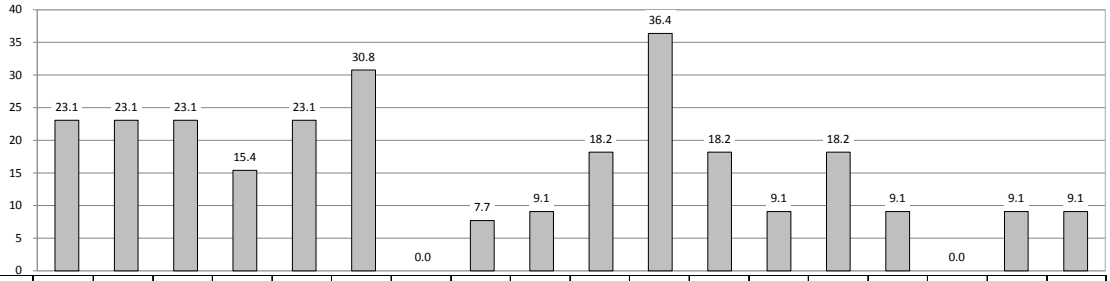
%																
	100.0 11	27.3 3	27.3 3	27.3 3	－ －	1 .2 2	27.3 3	3 .4 4	3 .4 4	.1 1	27.3 3	27.3 3	27.3 3	3 .4 4	－ －	1 .2 2

「にぎわいの向上」や「子育て・教育環境の充実」が地域の課題

36.4

30.8

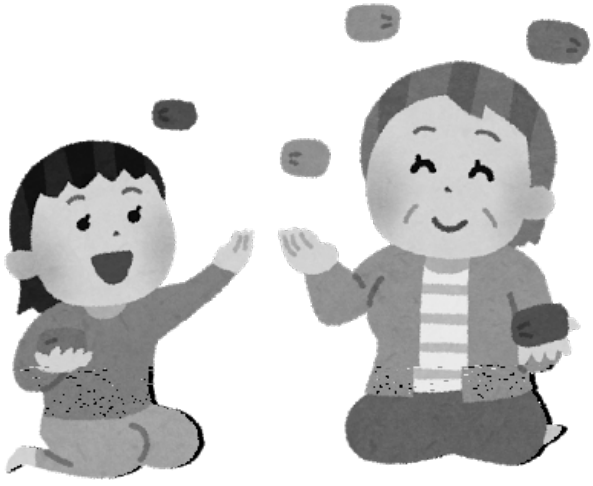
図１０５　商店街が立地する「地域」の課題



%																				
	100.0 11	23.1 4	23.1 2	23.1 2	15.4 1	23.1 5	30. 1	－ －	7.7 5	.1 1	1 .2 2	3 .4 4	1 .2 2	.1 1	1 .2 2	.1 1	－ －	.1 1	.1 1

36.4

30.8



§

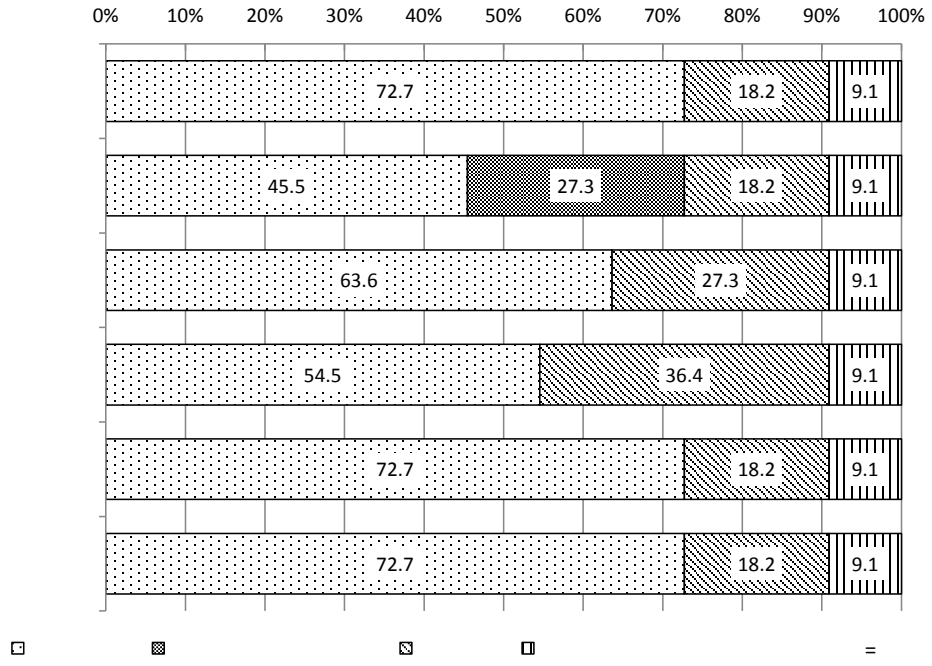
支援施策の活用が課題

23 72.7

20 45.5
27.3
63.6
24 54.4

25
72.7

図１０６　福岡市の商店街支援施策の認知度



工務店

資　料　編

§

整理番号			

福岡市商店街実態調査票

＜ご記入にあたってのお願い＞

平成 25 年 7 月 5 日現在　　21

21　8　1

○

平成 25 年 7 月 18 日（木）

問い合わせ先　　092　714　4768

092　711　4822

【個人情報の取扱について】

ご提供いただきました個人情報は、本市において商店街の現状把握及び本市の各種施策の推進のための情報提供に利用するものであり、他の目的には使用いたしません。個人情報は統計法に基づき厳重に管理を行います。

１．貴団体の基本属性

正式名称			
所在地			
	上記所在地について、あてはまるものを選んでください。（○は１つだけ）		
E-mail			
ＵＲＬ			
（フリガナ） 代表者氏名		役職名	
最　寄　駅	※該当するものに○		
ご記入者 （ご回答者）			
		E-mail	

２．貴商店街の概要（組織・運営・財務状況）について

現在の貴商店街についてお知らせください。当てはまる番号または箇所に○をつけるか、（　　）内に必要事項をご記入下さい。

問１．組織形態 （○は１つだけ）		
付問．法人化の予定 （○は１つだけ）	（問１で「３．任意団体」と回答した方のみ）	
問２．設立時期 （組織結成時期）		
問３．立地環境 （○は１つだけ）		
問４．形状 （○は１つだけ）		
付問．建物または店舗の所有状況 （○は１つだけ）	（問４で、「３．団地型商店街」、「４．ショッピングセンター」、「５．ビル内商店街」、「６．地下街」、と回答した方のみ）	
問５．タイプ （○は１つだけ）		

問６．貴商店街団体会員数			
問７．貴商店街内の店舗数			

問８．貴商店街内での1店舗当たりの平均就労者数（店長含む）	1　4　　10　19 5　9　　20
問９．会員（準組合員を含む）の平均年齢（〇は１つだけ）	30　　50　　70 40　　60
問 10. 役員数及び任期	
問 11. 役員の平均年齢（〇は１つだけ）	30　　50　　70 40　　60
問 12. 現在の役員の平均在職年数（〇は１つだけ）	10 10
問 13. 商店街事務所の有無（〇は１つだけ）	
問 14. 上記事務所専従職員の有無(組合員は除く)(〇は１つだけ)	
問 15. 総会の回数・時期	
問 16. 役員・理事会の回数・時期	
問 17. 財務状況（平成 24 年度、又は直近の決算額の分かる資料等の提出に替えていただいても結構です。）	24 1 2

問 18. 貴団体の会員の店舗のうち、会員がその店舗の建物・物件を所有しているのはどれくらいの割合ですか。（〇は１つだけ）

	20　29	50　59	10　80　89
	30　39	60　69	11　90　99
10　19	40　49	70　79	12　100

問 19. 貴団体の会員の店舗のうち、会員がその店舗の２階など店舗に近接して居住しているのはどれくらいの割合ですか。（〇は１つだけ）

	20　29	50　59	10　80　89
	30　39	60　69	11　90　99
10　19	40　49	70　79	12　100

問 20. 貴団体で、後継者の決まっていない 65 歳以上の経営者（会員・準会員）の店舗は何店舗ありますか。（正確な店舗数が把握できない場合は、概数で結構です。）

３．貴団体の業種構成について

問 21. 貴団体（準組合員を含む）を構成する店舗の業種について、「A. 店舗数」に、それぞれ該当する店舗数をご記入下さい。１つの店舗が複数の業種に該当する場合は、主たる業種１つに絞ってご記入下さい。また、「B. 店舗数の変化」については、調査日時点と平成 21 年と比較してご回答下さい。

			H21 （それぞれ○は１つだけ）

問 22. 貴商店街におけるチェーン店*の有無をご回答ください。（〇は１つだけ）

問 23. （問 22 で「１．ある」と回答した方のみ）
①チェーン店の店舗数および、そのうち貴団体の会員となっている店舗数（フランチャイズ含む）をご記入ください。

②貴商店街の中のチェーン店は平成 21 年に比べ増えましたか。（〇は１つだけ）

③貴商店街区の中のテナントの店舗は平成 21 年に比べ増えましたか。（〇は１つだけ）

問 24. 貴商店街で、現在不足していると思われる業種は何ですか。該当するものに〇をつけてください。（〇はいくつでも）また、選択肢に適当な業種がない場合には、問 21 の表中＜例示＞より業種等を「27. その他」に直接ご記入ください。

10	19
11	20
12	21
13	22
14	23
15	24
16	25
17	26
18	27
	28

問 25. 以下のＡ～Ｃの施設で、貴商店街の集客力に大きく寄与していると思われる番号に○をつけて下さい。
「Ｂ. 公共的な施設」、「Ｃ. 観光名所」については、商店街区外の近隣のものも含みます。

Ａ. 核となる店舗 （○はいくつでも）	11 12 10
Ｂ. 公共的な施設 （○はいくつでも）	11 12 13 10
Ｃ. 観光名所・旧跡 （○は１つだけ、「1. ある」場合は（ ）内に具体的な名称をご記入ください）	

４．貴商店街の商圏と大型店（延べ床面積：1,000㎡以上）の影響について

問 26. 現時点における貴商店街の商圏*はどの程度だと考えられていますか。（○は１つだけ）

10 10

問 27. 商圏の範囲内（概ね半径１㎞未満）に所在する公称町名を下記にご記入ください。
記入は「１．天神１～３丁目」のように、丁目までご記入ください。

km	

km	

km	

km	

問 28. 問 26 で示された商圏内の大型店の名称及びその関係を、商店街区内に近い順にご回答ください。（１つの大型店につき、Ｂ、Ｃそれぞれ○は１つだけ）

	（ ）	

1,000

問 29. 平成 21 年と比べて、商圏内の大型店の数はどうなりましたか。（○は１つだけ）

問 30. （問 29 で「１．増加した」「３．減少した」と回答した方のみ）
平成 21 年と比べて、大型店の増減による「①来街者数」および「②売上」の変化はありましたか。（○はそれぞれ１つだけ）

５．貴商店街の景況と来街者の状況について

問 31. 貴商店街における来街者の年齢層の割合と来街手段の割合をご記入ください。数値は概数で結構ですが、合計が 100%になるようにご注意ください。

	20	20 39	40 59	60	
					100%
					%
					%

					100%

問 32. 現在の景況について最も当てはまる番号に○をつけてください。（○は１つだけ）

問 33. 平成 21 年と比較した現在の景況について最も当てはまる番号に○をつけてください。（○は１つだけ）

問 34. 現在と比較した 4 年後の景況（予測）について最も当てはまる番号に○をつけてください。
（○は１つだけ）

6. 貴商店街内の空き店舗について

問 35. 現在、貴商店街区内で貴団体の会員（準会員を含む）が経営する店舗で空き店舗*になったものはありますか。(○は１つだけ)
ある場合は（　）内に店舗数をご記入下さい。

問 36. (問 35 で「１. ある」と回答した方のみ)
次の①～⑤の各質問について、問 35 で回答した空き店舗のそれぞれの主な状況を、商店街として分かる範囲で結構ですのでご回答ください。(○はそれぞれ１つずつ)。記入欄が不足する場合は、調査員へお申し出下さい。

No					
				50 50　99 100　199 200　499 500	
例	① 2 3 4	① 2 3	7	① 2 3 4 5 6	① 2 3 4
10					

10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26

21

問 37.（問 36②で「１．廃業」と回答した方のみ）
廃業した主な理由は何だとお考えですか。（○はいくつでも）

10
11

問 38. 空き店舗が埋まらない要因は何だとお考えですか。（○はいくつでも）

10
11

問 39. 空き店舗の数は、平成 21 年と比較すると変化がありましたか。（○は１つだけ）

問 40. 今後、貴商店街における空き店舗はどのようになるとお考えですか。（○は１つだけ）

問 41. 貴団体では空き店舗対策として、以下の取り組みを行っていますか。当てはまる番号に○をつけて下さい。（○はいくつでも）

10
11

7．貴団体の活動及び運営等について

問 42. 貴団体の各種事業の実施状況についてお尋ねします。以下のそれぞれの事業について、「A. 実施状況」をご回答ください。（○はそれぞれ１つずつ）
また、各事業の自治会等の地域団体との共同事業の実施について、実施している場合は、「B. 共同事業の実施有無」の該当箇所に○を記入して、「C. 事業名」、「D. 取り組みの内容」にお進みください。

			（○はそれぞれ１つずつ）				（○は該当箇所にいくつでも）
		（ ） ・ ＿＿＿					

B. 共同事業の実施有無に○をつけた事業についてお伺いします。

		（○はそれぞれ１つずつ）					

問 43. 貴団体において最近１年間にイベント等の事業を実施しましたか。（○は１つだけ）

問 44. （問 43 で「１．実施した」と回答した方のみ）
実施したイベント等の事業について、「A．実施月」、「B．名称」をご記入ください。また、「C．内容」、「D．主たる目的」、「E．効果」については、各事業につき、それぞれ１つずつ数字に○をつけて下さい。

No											
例	9月	スタンプラリー	7	1	2	③	①	2	3	4	5
10											
11											

10

問 45. イベントを実施する上で主にどのようなことが問題になっていますか。（〇はいくつでも）

10

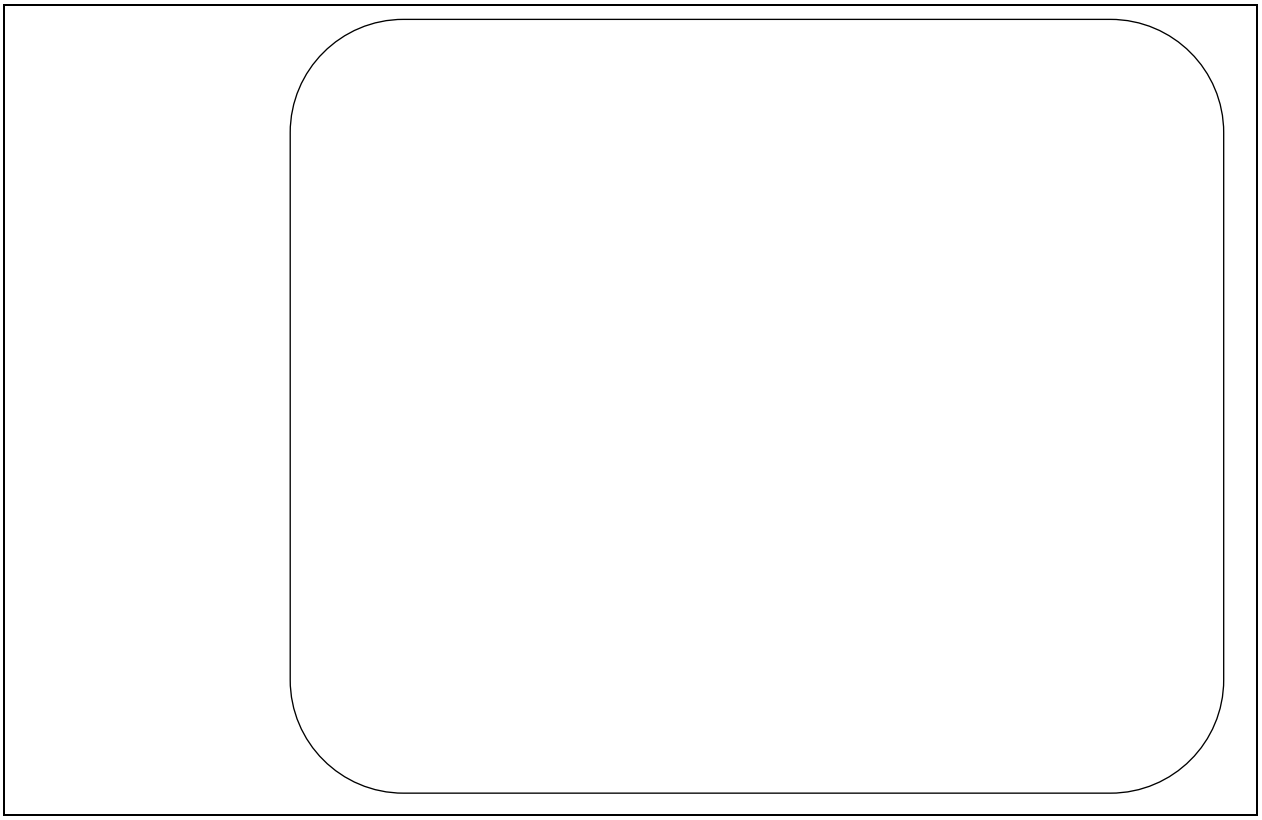
問 46. 貴団体では個店の改善、活性化策についての支援を行っていますか。当てはまるものに〇をつけて下さい。

）	
）	
）	
） POP	
）	
）	
）	

8．貴団体における会員の加入状況について

問 47. 貴団体へ個店が加入しない理由はどのようなものとお考えですか。最も当てはまる番号に○をつけて下さい。（○は１つだけ）

問 48. 貴団体への加入を促進するための対策を講じていますか。（○は１つだけ）
講じている場合は、その内容を具体的にご記入ください。



９．貴団体が抱える問題点について

問 49. 貴団体が抱える問題点について、当てはまる番号に○をつけて下さい。（○はいくつでも）

10
11
12
13
14

15

問 50. 貴商店街が立地する「地域」の課題と思われるものについて、当てはまる番号に○をつけて下さい。
（○はいくつでも）

11
12
13

14
15
16

17

10

10. 貴団体の施設について

問 51. 貴団体における共同施設の設置状況と今後の整備意向についてお尋ねします。①～⑥のそれぞれの施設について「A. 実施・設置状況」をご回答ください（口内にレ点を記入）。また、「1. 実施・設置済み」と回答された施設については、「B. 実施年」、「C. 年間維持費」をご記入ください。

施設名			A 実施・設置状況（口内にレ点を記入）		
			□	□	□
		,LED	□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
		, , LED	□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
		,	□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
		,	□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
/			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□
			□	□	□

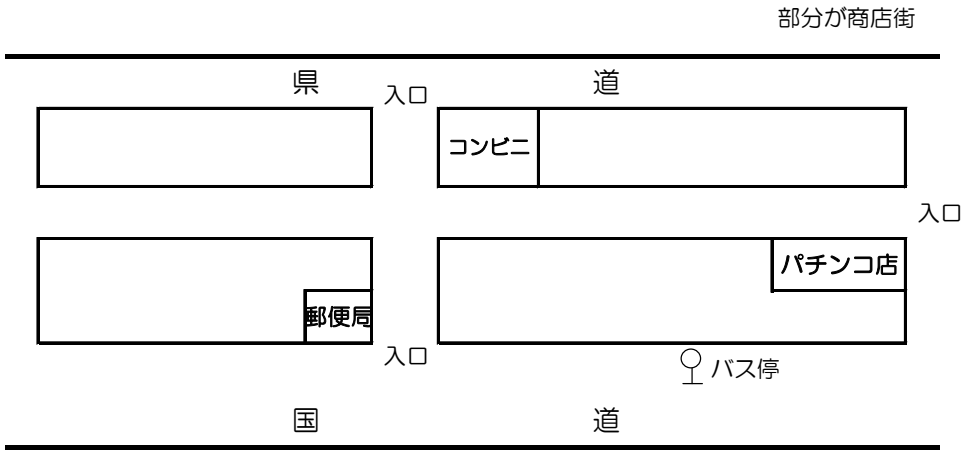
実施・設置済みの場合

Aで実施・設置済みの場合に，ご回答下さい。	
/	

11．貴商店街等の配置

問 52. ご面倒かと存じますが、だいたいのイメージで結構ですので、貴商店街（または商業集積）の配置図を＜例＞のようにご記入ください。お手持ちの配置図や住宅地図があればご利用ください。別添でも結構です。

＜例＞



貴商店街等の配置図記入欄（おおまかで結構ですので、配置が分かるようにご記入ください。）

12. 貴商店街の魅力・特徴と概要

問 53. 貴商店街の魅力・特徴と概要をご自由に記入ください。

○貴商店街の魅力・特徴：
○貴商店街の概要：

※裏面の質問もお答えください。

１３．貴団体の今後の取り組み及び市への要望について

問 54

§

整理番号			

＜ご記入にあたってのお願い＞

平成 25 年 7 月 5 日現在　　21

21　8　1

○

平成 25 年 7 月 18 日（木）

問い合わせ先　　092　714　4768

092　711　4822

【個人情報の取扱について】

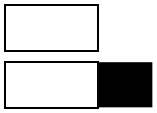
ご提供いただきました個人情報は、本市において商店街連合組織の現状把握及び本市の各種施策の推進のための情報提供に利用するものであり、他の目的には使用いたしません。個人情報は統計法に基づき厳重に管理を行います。

１．貴団体（連合組織）の基本属性

正式名称			
所在地			
	上記所在地について、あてはまるものを選んでください。（○は１つだけ）		
E-mail			
ＵＲＬ			
（フリガナ） 代表者氏名		役職名	
最　寄　駅	※該当するものに○		
ご記入者 （ご回答者）			

２．貴団体の概要（組織・運営・財務状況）について

現在の貴団体についてお知らせください。当てはまる番号または箇所に○をつけるか、（　　）内に必要事項をご記入下さい。



問１．役員数及び任期

90.24 6632 T18 0.48ETE0(

問９．貴団体（連合組織）を構成する各団体の名称（商店街名等）を下記の欄にすべてご記入ください。

10
11
12
13
14
15

３．貴団体の景況について

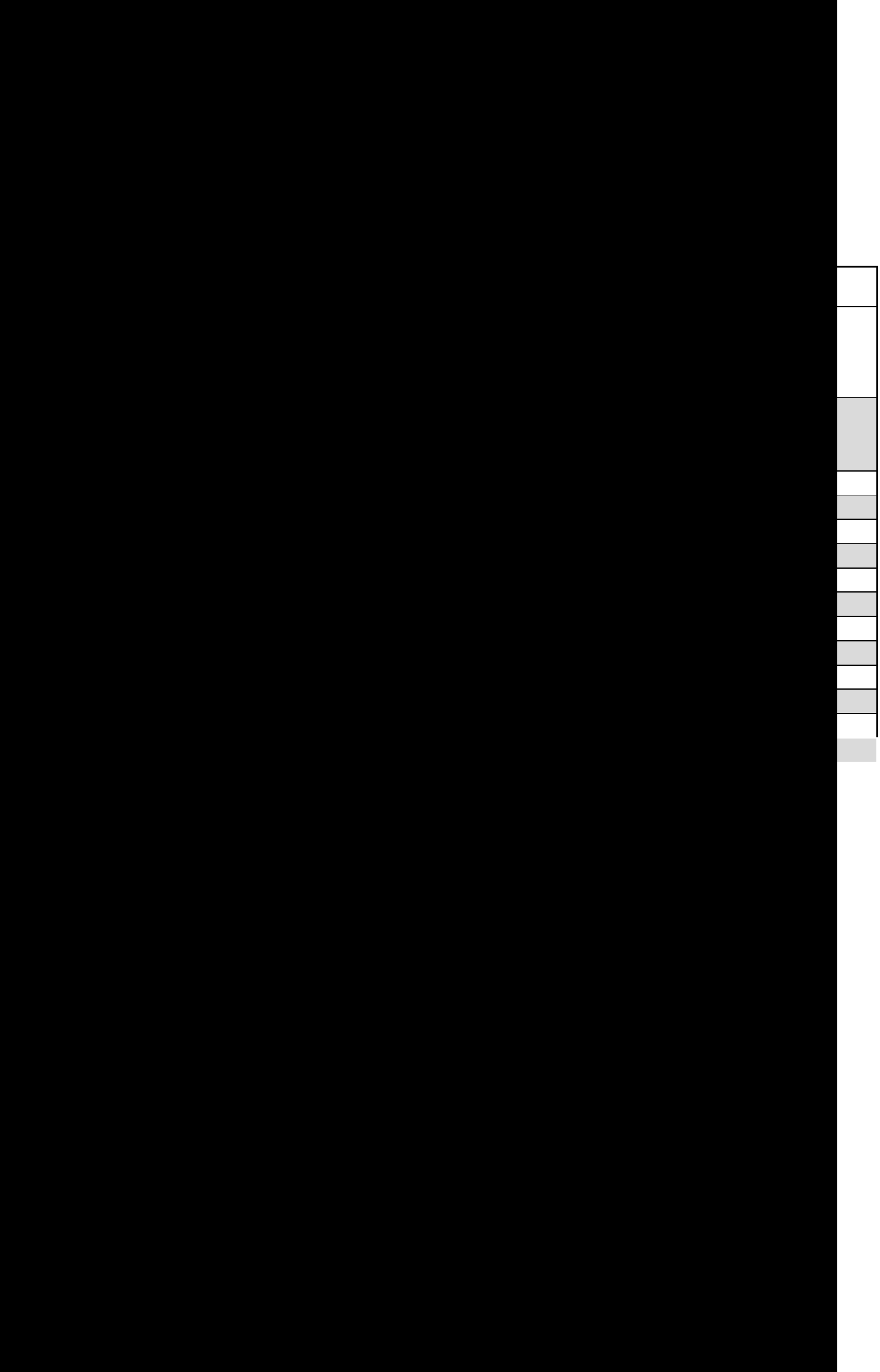
現在及び将来の貴団体の景況についてお知らせください。最も当てはまる番号に○をつけて下さい。

問 10. 現在の景況感 （○は１つだけ）	
問 11. H21 年と比較した 現在の景況感 （○は１つだけ）	
問 12. 現在と比較した 4 年後の景況感 （○は１つだけ）	

4．貴団体の活動及び運営等について

問 13. 貴団体の各種事業の実施状況についてお尋ねします。以下のそれぞれの事業について、「A．実施状況」をご回答ください。（〇はそれぞれ１つずつ）
また、各事業の自治会等の地域団体との共同事業の実施について、実施している場合は、「B．共同事業の実施有無」の該当箇所に〇を記入して、「C．事業名」、「D．取り組みの内容」にお進みください。

			（〇はそれぞれ１つずつ）				（〇は該当箇所にいくつでも）
		（ ） ・ ＿＿＿					



問 14. 貴団体において最近１年間にイベント等の事業を実施しましたか。（○は１つだけ）

問 15. （問 14 で「１．実施した」と回答した方のみ）
実施したイベント等の事業について、「A．実施月」、「B．名称」をご記入ください。また、「C．内容」、「D．主たる目的」、「E．効果」については、各事業につき、それぞれ１つずつ数字に○をつけてください。

No											
例	9月	スタンプラリー	7	1	2	③	①	2	3	4	5
10											
11											

－

問 16. イベントを実施する上で主にどのようなことが問題になっていますか。（○はいくつでも）

10

5. 貴団体における会員の加入状況について

問 17. 現在は加入していないが、今後、加入することが望ましいと思われる団体（商店街等）があれば、その数をご記入ください。

問 18. 貴団体へ上記の団体（商店街等）が加入しない理由はどのようなものとお考えですか。最も当てはまる番号に○をつけて下さい。（○は１つだけ）

問 19. 貴団体への上記団体（商店街等）の加入を促進するための対策を講じていますか。（○は１つだけ）
講じている場合は、その内容を具体的にご記入ください。

６．貴団体が抱える問題点について

問 20. 貴団体が抱える問題点について、当てはまる番号に○をつけて下さい。（○はいくつでも）

10
11
12
13
14

15

問 21. 貴商店街が立地する「地域」の課題と思われるものについて、当てはまる番号に○をつけて下さい。
（○はいくつでも）

11
12
13

14
15
16

17

10

§

		DPE

福岡市商店街が直面する課題等調査

(商店街実態調査)報告書

平成 26 年3月

■発行　福岡市経済観光文化局産業振興部振興課
福岡県福岡市中央区天神１－８－１　１４F
ＴＥＬ　０９２（７１１）４８２２

■調査実施機関　ランドブレイン株式会社福岡事務所
福岡県福岡市中央区天神４丁目８－２５
ＴＥＬ　０９２（７１４）４７６８