

地域経済研究センター
調査研究報告書 No.9

中心商店街の実態調査報告

—来街者アンケートによる佐賀市と長崎市の比較分析—

2002年3月

佐賀大学経済学部

地域経済研究センター

中心商店街の実態調査報告

—来街者アンケートによる佐賀市と長崎市の比較分析—

目 次

I. はじめに	1
II. 全国の商店街実態調査報告書の概説	3
III. 佐賀市中心商店街の調査結果の説明	7
IV. 長崎市中心商店街の調査結果の説明	16
V. 佐賀市中心商店街と長崎市中心商店街の比較分析	24
VI. 資料編	32

執筆担当者

- I. 岩永忠康 (佐賀大学経済学部教授)
- II. 岩永忠康
- III. 堤田 稔 (九州大学経済学府博士課程)
岩永忠康
- IV. 野中琢麿 (佐賀大学経済学部)
堤田 稔
岩永忠康
- V. 岩永忠康
- VI. 岩永忠康
野中琢麿
堤田 稔

I. はじめに

いま、流通とりわけ小売業が大きな変革の渦中にある。長引く消費不況と深刻なデフレ経済にあって、中小小売業はいうに及ばず、大規模小売業でさえ倒産するといった、いわば「流通ビッグバン」が押し寄せ、小売業はかつてない岐路に直面している。

また、小売業は立地産業といわれるように、これまで地域経済・社会と深く関わってきた。商品やサービスの取引を通して直接に地域住民の消費生活に関わる生活支援産業としての役割だけでなく、小売業が都市や地域に集積するという点で都市計画上の土地利用にも大きな影響を与え、街なみといった景観などの都市環境にも関わるなど、まちづくりそのものと結びついている。

実際に、大規模小売商業施設の郊外立地はモータリゼーション化による生活行動の広域化と相俟って、商店街の空き地・空き店舗を恒常化させ、中心市街地の空洞化という都市構造の歪みをもたらしている(1)。

中小企業庁の『商店街実態調査報告書』(流通政策研究所)によれば、調査対象となった全国の商店街のうち、停滞および衰退していると回答した商店街は、1970年に59.2%、75年に67.7%、81年に87.1%、85年に88.9%、90年に91.5%、95年に94.7%、2000年に91.4%(無回答6.3%)と増加傾向にある(2)。

商店街の停滞および衰退という回答が強まっている背景には、都市・地域内外の小売商業集積間競争が激しくなっているなかで、商店街が厳しい状況に直面しているという事実がある。つまり、主として市街中心地や駅前に立地している中心商店街が、近年のモータリゼーションの普及によって広い駐車場と新しい感覚をもった郊外型の大型店やロードサイドショップ等に大きな影響を受け、さらに経営者の高齢化や後継者難等による不振な店舗が閉店し、それを補充すべき新規出店も少なく空き店舗が目立ちはじめ、商店街全体として活気や魅力がなくなり、本来の商業集積のメリットが、逆にデメリットとして悪循環するのである(3)。

このように中心商店街が抱えている問題は、それを取り巻く外的環境要因としては、産業構造の変化とそれに伴う人口の移動、道路・交通システムの急速な整備やそれを背景としたモータリゼーションの普及、郊外型大型店やロードサイドショップの進出、商業以外の事業所や施設の立地状態、車社会の到来による買い物範囲の拡大、消費者の意識・行動の変化などがあげられる。また、内的環境要因としては、個々の商店の業種構成や業態構成の問題や空き店舗の増加、店舗および商店街の老朽化、共同の駐車場の不足や不備、不十分な商店街組織やリーダー不足ないし経営者の高齢化・後継者難などがあげられる。

このような状況を踏まえて、本報告は、来街者アンケート調査に基づき中心商店街の現状や問題点等について分析するものである。最初に全国の商店街実態調査報告書(商店主アンケート調査結果)を基に商店街の現状や問題点を概説する。次に佐賀市と長崎市における中心商店街の来街者アンケート調査結果を解説する。最後に佐賀市中心商店街と長崎市中心商店街の調査結果から両市の中心商店街を

比較分析する。

この報告書の基になるアンケート調査を実施するに際して、佐賀市中心商店街の来街者アンケート調査には岩永忠康演習の院生や学生諸君ならびに長崎市中心商店街の来街者アンケート調査には長崎大学経済学部マーケティング論（岩永忠康担当）受講の一部の学生諸君に大変お世話になった。心からお礼を申し上げる次第である。

II. 全国の商店街実態調査報告書の概説

1. 商店街の概念と役割

商店街は、一定の人口の集積地域に個々の店舗が自然発生的に集まって空間的・地域的に立地し、そこで相互に競争しながら共存共栄して、一定の小売商業集積を形成している地域である。このような商店街は、小売商業集積の特質として3つの役割を果たしている。

①小売業やサービス業の経営の場としての経済的役割である。

②消費者の買い物ないし生活の場としての社会的役割・文化的役割である。

③都市施設の一部としての都市機能である。

第1に、商店街は小売業の経営の場としての小売店舗等の集積地域である。つまり、商店街での消費者の買い物によって個々の小売業等の経営が成り立っている。しかも小売業は、消費者が存在するかぎり不可欠な産業であり、雇用の場であり、所得の源泉となり、租税の徴収の基盤ともなる。小売業が盛んになること、小売業を振興することは都市や地域に旺盛な経済力をもたらす要因の1つになる。換言すれば、これは、商店街の経済的役割であり、その最も基本的な役割が、地域社会の人々の生活に必要な商品を安定的かつ効率的に提供することである。次に、地域社会に対して雇用・所得の機会を提供することである。さらに、従来、地域経済をリードしてきた第2次産業に代わり、第1次産業ないし第2次産業をリードする産業として地域経済の振興に貢献するものである。

第2に、商店街は人々の生活と直結した買い物の場であるとともに生活環境の場である。社会的分業の進展した今日においては、人々の生活に必要な不可欠な商品やサービスはほとんど家計の外部から購入される。そのためその入手先である小売業やサービス業の態様やあり方は人々の生活の福祉と密接な関係にある。商店街によって提供される商品の品揃えや価格帯ならびに各種のサービスは人々の買い物行動とともに生活の質に関連した生活環境を形成している。換言すれば、これは、商店街の社会的役割ないし文化的役割である。その1つは社会的利便の提供であり、地域社会の人々にとって安住の場を提供することである。その2つは地域社会の人々に社会的連帯感を醸成し育成するために、社会的行事を開催することである。その3つは生活情報ないし地域情報などの社会的情報交流の促進を図ることである。さらに商店街の文化的役割は生活文化の提案、文化的行事の企画・遂行の提供などがある。

第3に、商店街は都市や地域にとっての不可欠な施設である。都市や地域には店舗、住宅、事務所、工場、娯楽機関、官公庁、交通機関、駐車場、道路、広場、公園などさまざまな機関や施設が存在し、都市や地域の内部や周辺に対してさまざまな機能を提供している。小売店舗やサービス業の集積としての商店街は都市や地域に不可欠な施設であり、都市や地域の発展ないし衰退に伴う諸施設や機能の変動が商店街に影響を与え、また商店街の繁栄・衰退が都市や地域のあり方に影響しているのである(4)。

ともあれ、小売商業集積形態としての商店街は、多くの地域住民に容易に接近して存在し、しかも商業機能の集合体として多種多様な商品やサービスを提供している。したがって、商店街の利益は、本来の商業存立根拠に加えて、大量の消費購買力に容易にアクセスできるという接近・接触の利益と独立の経営組織の集合によって生じる規模の利益の一形態としての結合の利益から存立基盤を有しているのである(5)。

2. 商店街タイプ

中小企業庁の『商店街実態調査報告書』では、商店街を4タイプに分け、次のように規定している(6)。

- ①近隣型商店街——最寄品中心で地元主婦が日用品などを徒歩または自転車などにより日常性の買い物をする商店街
- ②地域型商店街——最寄品およ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
- ③広域型商店街——百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品店より買回品店が多い商店街
- ④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い物をする商店街

ちなみに、今回の調査対象である佐賀市中心商店街や長崎市中心商店街の商店街タイプは、広域型商店街の範疇に属していると考えられる。そこで、ここでは、商店街全体と広域型商店街について説明していくことにする。

3. 商店街の現況

(1) 商店街の5年前と比較した商圈範囲

調査対象の商店街総数(全体)(1702)のうち、「狭くなった」の回答が56.4%を占めているのに対して、「広くなった」の回答がわずか4.5%であり、「変わらない」という現状維持の回答が36.8%であった。

また、商店街タイプ別にみると、超広域型商店街のように商圈の規模が大きい商店街タイプほど、商圈が「広くなった」という回答が多くなっており、逆に近隣型商店街のように小さい商圈の商店街タイプほど、商圈が「狭くなった」の回答が多くなっている。

ちなみに、広域型商店街は、「狭くなった」(47.1%)が「広くなった」(11.6%)をかなり上回っており、それだけ広域型商店街といえども商圈の規模が狭くなっており、また商店街が停滞および衰退しているという回答を反映していると考えられる。

(2) 商店街の5年前と比較した来街者数

商店街全体では、「少なくなった」の回答が80.8%を占めており、「多くなった」

の回答はわずか 5.0%を占めているにすぎない。なお、「変わらない」の回答が 12.2%であった。

商店街タイプ別にみると、超広域型商店街のように商圈の規模が大きい商店街タイプほど、来街者数が「多くなった」という回答が多く、逆に近隣型商店街のように小さい商圈の商店街タイプほど、「少なくなった」の回答が多くなっている。また、広域型商店街においても、「少なくなった」の回答が 71.0%と大半を占めており、「多くなった」の回答がわずか 15.2%を占めているにすぎず、「変わらない」の回答も 13.8%あった。

つまり、商店街の 5 年前と比較して来街者数が「少なくなった」（7～8 割以上）という回答は、商店街が停滞および衰退しているという回答（9 割以上）を反映しているといえよう。

(3) 来街者数の変化に影響する理由

来街者数の変化に影響する理由について、「影響している」が「影響していない」よりも高くなっている項目をあげてみると、商店街全体では、「大規模小売店舗の出退店」（70.4%）が最も高く、次いで「商業集積の密度の疎密」（52.4%）、「交通アクセス関連施設充実」（50.4%）、「ハード、ソフト等の魅力」（50.4%）の回答が高くなっている。

広域型商店街においては、「大規模小売店舗の出退店」（65.2%）が最も高く、次いで「交通アクセス関連施設充実」（59.4%）、「ハード、ソフト等の魅力」（54.3%）、「商業集積の密度の疎密」（52.9%）の回答が高くなっている。

つまり、来街者数に影響を与える要因は、大規模小売店舗、交通アクセス、商業集積度合、魅力的なハード施設やソフト事業などが大きい。

(4) 空き店舗の 5 年前との変化

5 年前との空き店舗の変化については、「増えている」の回答が 43.7%、「変化なし」の回答が 38.8%、「減っている」の回答が 8.1%であった。

広域型商店街においても、「変化なし」の回答が 46.4%と最も多いものの、「増えている」の回答も 36.2%と多く、「減っている」の回答が 8.0%となって、空き店舗が増加している。

つまり、商店街全体や広域型商店街においても空き店舗が増加している。

(5) 今後の空き店舗の展望

今後の商店街の空き店舗については、「わからない」（15.5%）、「無回答」（14.0%）の回答を除いて、「増加する」の回答が 42.8%、「変わらない」の回答が 19.2%、「減少する」の回答が 8.5%となっており、今後も空き店舗が増加する傾向がうかがえる。

広域型商店街においても、「増加する」の回答が 35.5%、「変わらない」の回答が 23.9%、「減少する」の回答が 5.8%となっており、今後も空き店舗が増加する

傾向にある。

(6) 商店街の最近の景況

商店街の最近の景況については、「停滞している」の回答が 52.8%と最も高く、次いで「衰退している」の回答が 38.6%を占めており、「繁栄している」の回答がわずか 2.2%であった。

広域型商店街においても、「停滞している」の回答が 69.6%と最も高く、次いで「衰退している」の回答が 14.5%を占めており、「繁栄している」の回答が 7.2%であった。

商店街全体でも広域型商店街でも、「停滞している」・「衰退している」との消極・否定的な回答が 9 割ないし 8 割を占めており、「繁栄している」との積極・肯定的な回答が 1 割以下を占めているにすぎず、最近の商店街は厳しい状況にある。

(7) 今後の商店街の動向

今後の商店街の動向については、「繁栄する」の回答が 8.4%、「変わらない」の回答が 30.7%、「衰退している」の回答が 54.5%であった。

広域型商店街においても、「繁栄する」の回答が 22.5%、「変わらない」の回答が 34.8%、「衰退している」の回答が 36.2%であった。

商店街全体でも広域型商店街でも、「衰退している」との消極・否定的な回答が高く、次いで「変わらない」という現状維持の回答が続き、「繁栄する」との積極・肯定的な回答が低く、今後の商店街全体・広域型商店街でも厳しい状況がうかがえる。ただ、超広域型商店街については、「繁栄する」との積極・肯定的な回答が 50.0% (5 割) を占めている点に特徴がみられる。

(8) 商店街における大きな問題

商店街全体の問題について、「大きな問題である」と「大きな問題ではない」との 2 つの選択肢を設け、そのうち「大きな問題である」と回答した割合が多い項目を列記すると、「魅力ある店舗が少ない」(72.8%)、「大規模店に客足をとられる」(72.3%)、「商業者の参加意識が薄い」(65.0%)、「後継者難による不活発」(61.6%)、「大規模店出店に押され気味」(58.8%)、「商圈人口の減少」(56.5%)、「駐車場がない」(54.0%)、「全般に店舗規模が過小」(53.2%)、「業種構成に問題がある」(49.7%)があげられる。

広域型商店街においては、「大規模店に客足をとられる」(65.9%)、「魅力ある店舗が少ない」(65.2%)、「商業者の参加意識が薄い」(63.0%)、「商圈人口の減少」(60.1%)、「大規模店出店に押され気味」(53.6%)、「駐車場がない」(51.4%)、「業種構成に問題がある」(50.7%)、「行政の対応が積極的でない」(50.0%)があげられる。

Ⅲ. 佐賀市中心商店街の調査結果の説明

佐賀市中心商店街と長崎市中心商店街の来街者アンケート票（資料参照）のフレームワークを示すと、次の通りである。

（フレームワーク）

- (1) 来街者の買い物
 - ① 主たる買い物場所
 - ② 買回品の買い物場所
- (2) 中心商店街
 - ① 商店街への来街目的
 - ② 商店街までの交通機関
 - ③ 商店街までの所要時間
 - ④ 商店街への利用頻度
 - ⑤ 商店街での滞在時間
- (3) 中心商店街の活気
 - ① 商店街の活気
 - ② 商店街の3年前と比べた活気
- (4) 中心商店街での買い物
 - ① 中心商店街での買い物
 - ② 中心商店街での買い物理由
- (5) 中心商店街の問題点
 - ① 中心商店街の不便・不満（ソフト）
 - ② 中心商店街の不便・不満（ハード）
- (6) 中心商店街への要望
 - ① 中心商店街に充実してほしい施設（ハード）
 - ② 中心商店街に充実してほしい事業（ソフト）
- (7) 中心商店街の具体的対策・問題
 - ① 空き店舗対策
 - ② 駐車場問題
- (8) 中心商店街の役割
 - ① 中心商店街の役割

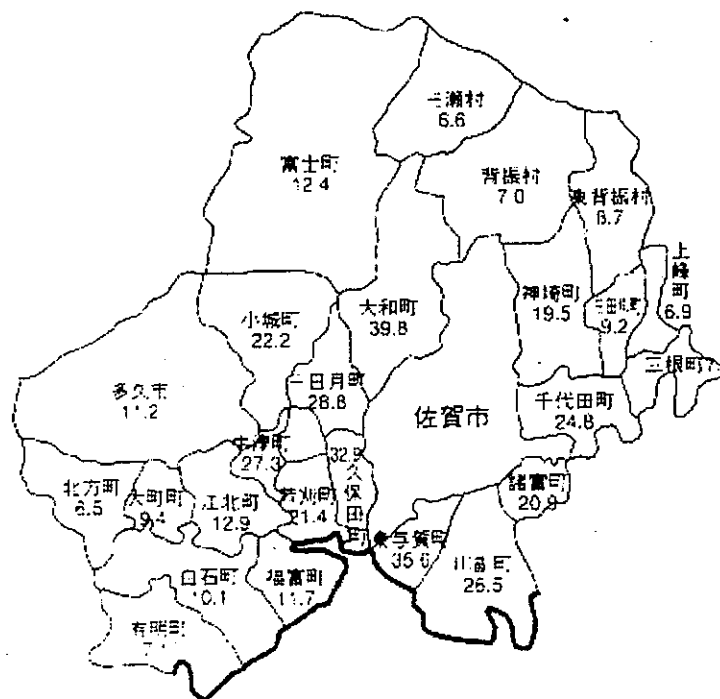
1. 佐賀市中心商店街の概要

(1) 佐賀市中心商店街の来街者アンケート

- ①調査目的——中心商店街に対する来街者の購買行動や要望等に関する調査
- ②調査時期——平成14年1月下旬から2月上旬の月曜日午後から夕方
- ③調査地点——佐賀市中心商店街
(呉服町名店街、元町商店街、白山名店街、唐人町商店街)
- ④調査方法——来街者に対してアンケート票による聞き取り調査
- ⑤サンプル数——158票

(2) 佐賀市（中心商店街）を取り巻く環境

—佐賀市勢力エリア【2市21町3村】（通勤依存率5%以上の勢力エリア）—
 佐賀平野に広がる農村部を懐に、高技術・情報化などの新たな都市機能の充実が進められている。佐賀市では「新総合計画」をスタート、平成10年には佐賀空港が開港、郊外型SCのオープンなど確実に変化している。佐賀市への通勤依存率5%以上の勢力エリアとして、その主要な指標と図を示すと、次の通りである(7)。また、追加指標は(資料Ⅲ-1)に記載している。



①エリア内の人口密度(2001年)	440.7 (人/km ²)
②10年間の人口増減率(2000年/1991年)	100.6 (%)
③年間社会増減数(2000年度)	-785 (人)
④人口1万人当たりの歳出額(1999年)	41.4 (億円)
⑤人口1万人当たりの小売業年間販売額(1999年)	99.7 (億円)
⑥世帯当たりの新規住宅着工率(1999年)	2.6 (%)
⑦世帯当たりの乗用車保有率(2000年)	136.3 (%)

(3) 佐賀市中心商店街の説明

佐賀市中心商店街は佐賀駅前商業地およびアーケードと百貨店が立地する中心商店街、さらに両者を結ぶ唐人・寺町・復興通り商業地に位置している。駅前商業地は駅構内のショッピングセンター、大型店のウェイトが高く、買回品を中心としている。本来の中心商店街は、県下最大の商業集積地であり歴史性のあるアーケードの連なりをもち、買回品が中心であるが、最寄品を中心とした商店街も混在する高密度な物販機能が集中立地している。シンボルロードを隔てて裁判所、検察庁、税務署などの公的機関や業務施設が集積するゾーン、また城内公園、学校、美術館などが多くみられる公共・文化ゾーンなどが背後に控えている。さらに長崎街道を中心に歴史的市街地ゾーンには歴史的資産が随所に残されている。また、水路や街路などで構成される都市空間を持つ地域でもあり、これら歴史的資産や都市空間は佐賀らしさを創り出す重要な要素として捉えられる(8)。

2. 佐賀市中心商店街の来街者アンケート調査結果の説明

1) 回答者の特性(フェイスシート)

①性別

「男性」が22.8%、「女性」が77.2%であった。

②年代

「10代」が31.0%、「20代」が25.9%、「30代」が12.7%、「40代」が8.9%、「50代」が10.8%、「60代以上」が10.8%であった。

③職業

「高中小学生」が25.9%、「大学・短大・専門学生」が19.6%、「専業主婦」が14.6%、「兼業主婦」が13.3%、「勤め人」が13.9%、「自営業」が5.1%、「その他」が7.6%であった。

④同伴者

「1人」が58.2%、「友人と一緒に」が23.4%、「家族と一緒に」が13.9%、「その他」が0.6%であった。

⑤お住まい

「市内」が81.0%、「市外」が13.3%、「県外」が3.2%であった。

2) 来街者アンケートの概説

(1) 買い物は主してどこでしますか(2つまで)。(問1)

買い物の主たる場所については、「コンビニエンスストア」が24.3%と最も多く、次いで「ショッピングセンター」が22.6%、「スーパー」が18.7%、「近くの商店街」が13.2%、「百貨店・大型店」が10.6%となっている。その中で、「中心商店街」での買い物は8.9%しかなく、それだけ中心商店街の評価が低いことを意味している。

(2) ブランド品・衣料品・貴金属は、どこで買いますか。(問2)

来街者のブランド品・衣料品・貴金属の購入先としては、「福岡市の百貨店・商店街」が36.8%で最も多く、次いで「百貨店・大型店」が30.2%、「ショッピングセンター」が20.3%を占めている。なお、「近くの商店街」は8.8%、「中心商店街」についてはわずか3.8%と最低の数値であった。

つまり、ブランド品・衣料品・貴金属の購入先としての中心商店街の役割は果たされていないといえよう。

(3) この商店街には、どんな目的でいらっしゃいましたか(複数可)。(問3)

来街目的については、「買い物」が46.2%と最も多く、次いで「なんとなく(散策を含む)」が14.2%、「飲食」が13.7%と続き、さらに「娯楽」と「通過(通勤・通学)」がそれぞれ5.6%、「業務・所用」と「待ち合わせ」がそれぞれ5.1%、「サービス(理美容等)」が2.5%となっている。

(4) この商店街には、どんな交通機関で来られましたか(複数可)。(問4)

来街への交通機関は、「自転車」が42.4%と最も多く、次いで「徒歩」が24.2%、「自動車」24.8%と続いている。以下は、「バス」(3.6%)、「バイク」(2.4%)、「JR」(1.2%)、「タクシー」(1.2%)となっており、自転車と徒歩だけで7割近くに達しており、公共交通機関の利用が極端に低くなっている。このことから、中心商店街の商圈が狭いものと推察される。また、自転車や徒歩で来る来街者に対する自転車道や歩道の整備ない駐輪者の設置などの利便性向上を図ることも検討すべきであろう。

(5) 自宅からこの商店街までの所要時間はどのくらいですか。(問5)

自宅からの所要時間は、「5分未満」が15.8%、「5分～15分未満」が37.3%、「15分～30分未満」が32.3%と、30分以内が実に全体の85.4%に達している。つまり、中心商店街の商圈が狭い状況が見てとれる。

(6) この商店街の利用度はどのくらいですか。(問6)

商店街への来街頻度は、「週に1回」が28.0%、「週に2～3回」が26.1%、そして

「ほぼ毎日」が23.6%となっており、毎週来街している頻度が実に8割近くに達している。この他、「月に1回～2回」が13.4%、「年に数回」が8.9%となっている。

(7) この商店街で過ごす時間はどのくらいですか。(問7)

来街者の滞留時間については、「10分以内」が12.1%、「30分以内」が33.1%となっており、30分以内が45.2%であった。また、「1時間以内」が33.8%、「2時間以内」が21.0%となっており、1時間以内の滞留時間が8割近くを占めていることになる。つまり、商店街での滞留時間は、比較的短く、それだけに中心商店街の機能不足がうかがえる。

(8) この商店街は、活気がありますか。(問8)

商店街の活気については、「活気がある」(2.5%)と「やや活気がある」(17.7%)の合計はわずか20.2%であった。逆に「あまり活気がない」(32.3%)と「まったく活気がない」(22.8%)の合計は55.1%もあり、来街者の半数以上が活気のなさを感じている。また、「変わらない」という回答も24.7%であった。

(9) この商店街は3年前に比べて活気がありますか。(問9)

3年前と比べた活気については、「活気なくなった」が45.1%、「変わらない」が47.7%、「活気が出てきた」はわずか7.2%であった。つまり、活気がなくなっている状況がわかる。

(10) この商店街では普段何をお買いになりますか(複数可)。(問10)

普段の購買品目については、「食料品」が40.3%と最も多く、次いで「日用雑貨・医薬品」が20.9%、「衣料品」が18.5%、「買回品(靴・鞆・装身具・時計等)」が11.4%、「その他」9.0%となっている。

商店街での買い物は、食料品や日用雑貨・医薬品などの最寄品が6割以上を占め、衣料品や買回品などは3割弱を占めているにすぎない。

(11) この商店街で買い物をされる理由は何ですか(3つ以内)。(問11)

商店街で買い物する理由について15項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「家に近い」が34.7%と最も多く、次いで「値段が安い」が13.1%となっている。その他、「楽しみながら買い物ができる」(8.1%)、「商品の品質や鮮度がよい」(7.6%)、「商品の種類が豊富である」(7.2%)、「顔なじみ」(6.8%)、「1ヶ所で買い物が済む」(5.5%)、「店の信用がある」(3.8%)、「接客やサービスがよい」(3.0%)となっている。

(12) この商店街を利用するのに不便・不満な点はなんですか(ソフト面・3つ以内)。(問12)

商店街のソフト面での不便・不満な点について、10項目のうち10%を超えた項

目を多い順にみると、「魅力的商品が少ない」が28.5%と最も多く、次いで「閉店が早い」が14.0%、「楽しいイベントが少ない」が13.6%、「広告宣伝の不足」が13.2%となっている。つまり魅力的な品揃えの不足に加え、営業時間の問題、イベントの不足、広告の不足などが多くなっている。

(13) この商店街を利用するのに不便・不満な点はなんですか（ハード面・3つ以内）。（問13）

商店街のハード面での不便・不満な点について、10項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「商店が少ない」が18.8%と最も多く、次いで「駐車場がない・遠い」が17.2%、「大型店がない」が15.2%、「娯楽施設がない」が14.8%となっている。つまり、商店数の不足、駐車場問題、大型店の不足、娯楽施設の不足などが多くなっている。

(14) この商店街で充実してほしい施設は何ですか（3つ以内）。（問14）

充実してほしい施設は、「ショッピングセンター」が19.6%と最も多く、次いで「大型店」が17.5%、「駐車場」が12.6%、「レジャー施設（映画館等）」が10.8%となっている。やはり、集客のための大型店、駐車場、レジャー施設等の不足が感じられる。

(15) この商店街で充実してほしい事業はなんですか（3つ以内）。（問15）

充実してほしい事業は、「イベント・祭り」が33.5%と最も多く、次いで「共同安売」が18.1%、「共同売り出し」が15.8%、両方をあわせた共同販売が33.9%となっている。商店街における各商店間の共同事業が求められているようだ。

(16) 空き店舗対策はどうしたら良いと思われませんか（3つ以内）。（問16）

空き店舗対策としては、「新しい店舗」が51.7%と過半数を占めており、新規の店舗の入店を望んでいる。次に「新しいサービス施設」が22.8%と続き、「公共施設」が11.1%、「駐車場・駐輪場」が7.8%となっている。

(17) 駐車場について（問17）

駐車場については、「不足している」が26.9%と最も多く、次いで「料金が安い」（16.0%）と「料金が高い」（8.3%）という料金問題が24.3%を占めている。また、「駐車場へのアクセスが不便」（4.5%）と「商店までの距離が遠い」（1.9%）を合わせた交通アクセス問題が6.4%となっている。やはり、駐車場の不足および料金の問題が指摘される。

(18) あなたが、この商店街に対して望むことは何ですか（2つ）。（問18）

中心商店街に望むこと（役割）については、「買い物の場」が26.3%と最も多く、次いで「街の顔としての象徴」が18.0%、「地域のイベントを催す場」が17.6%、

「生活者のニーズへの対応」が13.7%、「コミュニティとしての役割」が11.7%、「文化・情報を継承・発信する役割」が10.2%となっている。

やはり、本来の買い物の役割が高いが、その他にも生活・文化・情報やコミュニティ等の多様な役割が求められている。

(19)中心商店街に対する意見・要望（箇条書き）

中心商店街に対する意見・要望を自由に箇条書きしてもらい、それを整理してみると次のようになる。

A.不満点（回答数63件）

ハード面（34件）（54%）

①店舗問題

- | | |
|------|---|
| 店舗の質 | ・店舗が古い。
・店舗の質が悪い。
・安い服屋が少ない。（他1件）
・ゴチャゴチャして、どこに何があるのかわからない。（他1件） |
| 店舗の数 | ・店が少ない。（他5件）
・店が減ったこと。 |

②品揃え

- ・本屋の本が少ない。
- ・若者向けの服が無い。
- ・小さな商店の品揃えが悪い。（他1件）

③空き店舗

- ・空き店舗が多くてさびしい。（他2件）

④大型店

- ・大型店が無い。

⑤駐車場

- | | |
|----|------------------------|
| 不足 | ・駐車場が少ない。（他4件） |
| 料金 | ・駐車場の料金が高い・料金がある。（他4件） |

⑥歩道等

- ・歩道をバイクや自転車が通って危ない。（他2件）

⑦施設等

- ・施設が古い。

ソフト面（29件）（46%）

①商店街の雰囲気

- | | |
|-----|--|
| 活気 | ・活気がない。（他15件） |
| 明るさ | ・街が暗い。（他5件）
・若い人が少ない。
・毎日行きたいとは思わない。 |

②共同事業

- ・宣伝が少ない。
- ・楽しいイベントがない。

③個店

- ・接客態度が悪い。（他1件）
- ・経営者の努力がみえない。

B.改善点 (回答数 40 件)

ハード面 (23 件) (58%)

①店舗問題

- 店舗の質
- ・地域外の人たちも入りやすい店舗創り。
 - ・もっと充実した施設、商品にしてほしい。(他 2 件)
 - ・古いものを新しく改築する。(他 1 件)
- 店舗の数
- ・飲食店を増やす (具体的にラーメン店が 1 件)。(他 1 件)
 - ・店舗を増やす。(他 4 件)

②品揃

- ・ブランド商品の店を充実する。(他 3 件)
- ・地元ならではの特徴をはっきり。

③空き店舗

- ・家賃を下げて人を戻す。

④駐車場

- 不足
- ・駐車場の数を増やす。
- 料金
- ・駐車場の料金を下げる。(他 1 件)

⑤大型店

- ・大型店の誘致。

ソフト面 (17 件) (42%)

①商店街の雰囲気

- 活気
- ・活気を持たせる。
- 明るさ
- ・明るくする。(他 2 件)

②共同事業

- ・若い人が好むような華やかなイベントや店構え。(他 3 件)
- ・もっと、宣伝してほしい。
- ・BGM (音楽)
- ・営業時間の延長
- ・もっといろいろな企画を実施してほしい。
- ・県や市、その他の主催によるイベントの開催 (他 3 件)

③個店

- ・接客態度

C.良い点 (回答数 22 件)

ハード面 (15 件) (68 %)

①店舗問題

- 店舗の質
- ・きれい。
 - ・落ち着いた。
- 店舗の数
- ・店が多く、いろいろ買える。(他 3 件)
 - ・スポーツ用品店がある。

②品揃え

- ・ゲームがいっぱいある。

③歩道等

- ・雨が降っても濡れない。(他 1 件)

④施設等

- ・広い。
- ・家に近い。(他 3 件)

ソフト面 (7 件) (32%)

①商店街の雰囲気

明るさ ・明るい。

②共同事業 ・BGM（音楽が流れている）。

③個店 ・安心できる店がある。
・人情味がある(又は、気安さがある)。(他1件)
・安い。
・値切れる。

IV. 長崎市中心商店街の調査結果の説明

1. 長崎市中心商店街の概要

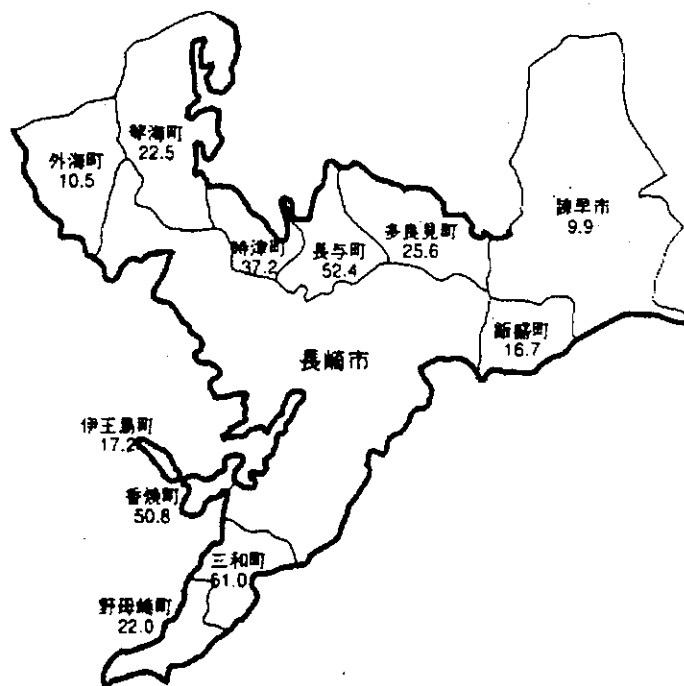
(1) 長崎市中心商店街の来街者アンケート

- ①調査目的——中心商店街に対する来街者の購買行動や要望等に関する調査
- ②調査時期——平成14年1月下旬から2月上旬の平日午後から夕方
- ③調査地点——長崎市中心商店街
(浜市商店連合会、長崎浜市観光通商店街振興組合、長崎浜市電車通商店街振興組合、長崎浜市万屋通り商店街振興組合、長崎鍛冶市商店街、油屋町商店会)
- ④調査方法——来街者に対するアンケート票による聞き取り調査
- ⑤サンプル数—295票

(2) 長崎市（中心商店街）を取り巻く環境

—長崎市勢力エリア【2市10町】（通勤依存率5%以上の勢力エリア）—

造船・水産・観光を中心とした国際文化都市の彩りを持つ長崎市。入り組んだ地形に都市勢力の拡大がはばまれつつも、日欄交流400年を機に都心部の整備が進み国際コンベンション都市への発展が期待されている。長崎市への通勤依存率5%以上の勢力エリアとして、その主要な指標と図を示すと、次の通りである(9)。また、追加指標として(資料IV-1)に記載している。



自宅から商店街までの所要時間は、30分未満が全体の5割5分以上を占め、1時間未満が実に9割以上を占めている。

(6) この商店街の利用度はどのくらいですか。(問6)

商店街の来街頻度については、「月に1~2回」が28.1%、「週に1回」が24.1%、「週に2~3回」が21.0%、「ほぼ毎日」が17.3%、「年に数回」が9.5%となっている。

週1回以上頻繁に商店街を利用する人は6割以上にものぼる。また、年に数回という人が1割近くあった。

(7) この商店街で過ごす時間はどのくらいですか。(問7)

商店街での滞在時間については、「2時間以内」が55.3%と最も多く、次いで「1時間以内」が29.8%、「30分以内」が9.8%、「10分以内」が3.4%、「2時間以上」が1.0%となっている。

つまり、商店街で過ごす時間が、1時間~2時間では5割5分程度、30分~2時間では8割5分程度となっている。

(8) この商店街は、活気がありますか。(問8)

商店街の活気については、「活気がある」(12.5%)と「やや活気がある」(36.9%)を合わせた積極的な回答が49.4%と5割近くを占めている。これに対して、「あまり活気がない」(21.7%)と「全く活気がない」(2.7%)を合わせた消極的な回答が24.4%と2割5分近くを占めており、全体として、商店街は人々にとって活気があると感じられている。なお、「変わらない」の現状維持の回答が26.1%もあった。

(9) この商店街は3年前に比べて活気がありますか。(問9)

商店街の3年前と比べた活気については、「変わらない」が64.7%と最も多く、次いで「活気がなくなった」が26.1%、「活気が出てきた」が7.5%となっている。

商店街は3年前に比べて活気がなくなっている。意外だったのは、「変わらない」という現状維持の回答が6割5分近くもあったことである。

(10) この商店街では普段何をお買いになりますか(複数可)。(問10)

商店街で普段購入するものは、「衣料品」が36.5%と最も多く、次いで「買回品」の26.2%、「日用雑貨・医薬品」が21.4%、「食料品」が10.0%、「耐久品」が3.9%、「その他」が2.0%となっている。

商店街での買い物は、衣料品や買回品が6割以上を占めており、日用雑貨や食料品などの最寄品が3割程度となっている。

(11) この商店街で買い物をされる理由は何ですか(3つ以内)。(問11)

商店街で買い物をする理由について15項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「商品の種類が豊富である」が19.1%と最も多く、次いで「楽しみながら買い物ができる」が18.7%、「家に近い」が12.1%、「新製品や流行品がある」が10.7%となっている。

商店街で買い物をする理由は、商品の種類（品揃え）の豊富さや流行といった商品そのもの、ショッピングの楽しさや近いという便利さなどが多かった。

(12) この商店街を利用するのに不便・不満な点はなんですか（ソフト面・3つ以内）。（問12）

商店街のソフト面での不便・不満な点について、10項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「閉店が早い」が19.1%と最も多く、次いで「値段が高い」が17.1%、「魅力的な商品が少ない」が16.5%、「楽しいイベントが少ない」が14.9%となっている。

商店街を利用するソフト面での不便・不満は、閉店の早さ、高い価格、魅力的商品の欠如、イベントの不足などが多くなっている。

(13) この商店街を利用するのに不便・不満な点はなんですか（ハード面・3つ以内）。（問13）

商店街のハード面での不便・不満な点について、10項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「駐車場がない・遠い」が20.4%と最も多く、以下、「娯楽施設がない」が16.4%、「大型店がない」が15.5%となっている。なお、「店舗が少ない」（9.7%）、「店舗が古い・暗い」（9.5%）なども多かった。

商店街を利用するハード面での不便・不満は、駐車場問題、娯楽施設の不足、大型店の不足、店舗自体の問題などが多くなっている。

(14) この商店街で充実してほしい施設は何ですか（3つ以内）。（問14）

商店街で充実してほしい施設について、18項目のうち10%を超えた項目を多い順にみると、「大型店」が15.3%、「駐車場・駐輪場」が14.5%、「レジャー施設」が11.0%、「ショッピングセンター」が10.0%となっている。以下、「休息所」（8.7%）、「公衆トイレ」（7.4%）なども多かった。

大型店やショッピングセンターの要望が約2割5分、駐車場・駐輪場の要望が約1割5分近くとなっている。

(15) この商店街で充実してほしい事業はなんですか（3つ以内）。（問15）

商店街で充実してほしい事業については、「イベント・祭り」が27.7%と最も多く、次いで「共同安売り」が23.3%、「共同売り出し」が18.1%、「夜市」が12.6%などであった。

共同安売り・共同売り出し・夜市といった共同販売に関する事業の充実が5割5分近くを占めており、またイベント・祭りも2割5分以上となっている。

②個店

- ・落ち着く。(他 1 件)
- ・顔なじみ。(他 1 件)

V. 佐賀市中心商店街と長崎市中心商店街の比較分析

1. アンケート調査結果による比較分析

(1) 買い物は主としてどこでしますか。(問1)

買い物の主たる場所について、佐賀市中心商店街の来街者（以下、佐賀市）は、中心商店街での主たる買い物が 8.9%であったのに対し、長崎市中心商店街の来街者（以下、長崎市）は、中心商店街での主たる買い物が 13.0%であった。つまり、両市とも中心商店街での買い物の割合は低く、特に佐賀市が長崎市と比べて低くなっている。

ちなみに、佐賀市来街者の買い物の主たる場所・店舗のベスト3は、コンビニエンスストア（24.3%）、ショッピングセンター（22.6%）、スーパー（18.7%）であるのに対して、長崎市来街者のベスト3は、コンビニエンスストア（22.0%）、近くの商店街（17.6%）、百貨店・大型店（17.2%）となっている。

(2) ブランド品・衣料品・貴金属は、どこで買いますか。(問2)

ブランド品・衣料品・貴金属の購入先について、佐賀市は中心商店街での買い物がわずか 3.8%と最低であった。これに対して、長崎市は中心商店街での買い物が 26.8%と百貨店・大型店（41.3%）に次いで多く、これら買回品の買い物については両市中心商店街において相違が明確になっている。

ちなみに、ブランド品・衣料品・貴金属の購入先ベスト3は、佐賀市が「福岡市の百貨店・商店街等」（36.8%）、「百貨店・大型店」（30.2%）、「ショッピングセンター」（20.3%）であり、長崎市が「百貨店・大型店」（41.3%）、「中心商店街」（26.8%）、「福岡市の百貨店・商店街等」（17.7%）となっている。

なお、「福岡市の百貨店・商店街等」での買い物は、佐賀市が 36.8%と最高であったのに対して、長崎市が 17.7%と3番目であった。このように、ブランド品・衣料品・貴金属など買回品については、福岡市での買い物傾向が強いことを示しており、特に福岡市に近い佐賀市が多くなっている。このことから、北部九州における買回品の小売商圈は、福岡市を中心に長崎市・佐賀市が取り巻き、さらに長崎市・佐賀市を地方都市が取り巻いているという重層的構造を示しているといえよう。

(3) この商店街には、どんな目的でいらっしゃいましたか（複数可）。(問3)

商店街への来街目的については、本来の目的である「買い物」が最も多く、佐賀市の場合は 46.2%、長崎市の場合は 36.9%を占めている。次いで佐賀市中心商店街への来街目的は、「なんとなく（散策を含む）」（14.2%）、「飲食」（13.7%）が多いのに対し、長崎市の場合は、「なんとなく（散策を含む）」（15.7%）、「娯楽」（15.2%）、「飲食」（14.3%）が多くなっている。

商店街への来街目的については、やはり「買い物」が多いが、その他に散策等・娯楽・サービスなど多様な目的で来街している。このことは、商店街が「買い物」だけでなく、生活・文化・娯楽などの多様な目的で利用されていることがうかが

ており、その他の項目は 10%以下であった。これに対して、長崎市では、「商品の種類が豊富である」が 19.1%と最も多く、次いで「楽しみながら買い物ができる」が 18.7%、「家に近い」が 12.1%、「新製品や流行品がある」が 10.7%となっている。

商店街で買い物をする理由として、佐賀市では、家に近いや値段が安いという身近で手頃さが上位にきている。これに対して、長崎市では、品揃えの豊富さや新製品・流行品の存在といった品揃えの魅力ならびに楽しく買い物などが上位にきている。

(12) この商店街を利用するのに不便・不満な点は何ですか（ソフト面・3つ以内）。（問 12）

商店街のソフト面での不便・不満な点について、10項目のうち 10%を超えた項目は、佐賀市では、「魅力的な商品が少ない」が 28.5%と最も多く、次いで「閉店が早い」が 14.0%、「楽しいイベントが少ない」が 13.6%、「広告や宣伝が少ない」が 13.2%となっている。これに対して長崎市では、「閉店が早い」が 19.1%と最も多く、次いで「値段が高い」が 17.1%、「魅力的な商品が少ない」が 16.5%、「楽しいイベントが少ない」が 14.9%となっている。

商店街を利用するソフト面での不便・不満は、佐賀市では商品の品揃えの問題が 3割近くを占めているのに対して、長崎市では閉店が早いという問題が 2割近くを占めているのが特徴的である。

(13) この商店街を利用するのに不便・不満な点は何ですか（ハード面・3つ以内）。（問 13）

商店街のハード面での不便・不満な点について、10項目のうち 10%を超えた項目は、佐賀市では、「商店が少ない」が 18.8%と最も多く、次いで「駐車場がない・遠い」が 17.2%、「大型店がない」が 15.2%、「娯楽施設がない」が 14.8%となっている。長崎市では、「駐車場がない・遠い」が 20.4%と最も多く、次いで「娯楽施設がない」が 16.4%、「大型店がない」が 15.5%となっている。

商店街を利用するハード面での不便・不満については、佐賀市の「商店が少ない」という問題を除いて、両市ともに駐車場問題、娯楽施設の不足、大型店の不足など同じ問題が上位にきている。

(14) この商店街で充実してほしい施設は何ですか（3つ以内）。（問 14）

商店街で充実してほしい施設について、18項目のうち 10%を超えた項目は、佐賀市では、「ショッピングセンター」が 19.6%と最も多く、次いで「大型店」が 17.5%、「駐車場・駐輪場」が 12.6%、「レジャー施設」が 10.8%となっている。長崎市では、「大型店」が 15.3%と最も多く、次いで「駐車場・駐輪場」が 14.5%、「レジャー施設」が 11.0%、「ショッピングセンター」が 10.0%となっている。

両市とも希望順位は異なっても、大型店やショッピングセンターの商業施設、

駐車場・駐輪場やレジャー施設への要望が上位にきている。

(15) この商店街で充実してほしい事業はなんですか (3つ以内)。(問 15)

商店街で充実してほしい事業については、佐賀市では「イベント・祭り」が 33.5%と最も多く、次いで「共同安売り」が 18.1%、「共同売り出し」が 15.8%となっている。長崎市では「イベント・祭り」が 27.7%、次いで「共同安売り」が 23.3%、「共同売り出し」が 18.1%、「夜市」が 12.6%となっている。

両市とも上位3位まで同じ事業を望んでおり、特にイベント・祭りへの期待が高く、また、共同安売り、共同売り出しといった共同販売に関する事業の充実が期待されている。

(16) 空き店舗対策はどうしたら良いと思われますか (3つ以内)。(問 16)

商店街の空き店舗対策としては、佐賀市では、「新しい店舗」が 51.7%と最も多く、次いで「新しいサービス施設」が 22.8%、「公共施設」が 11.1%となっている。長崎市では、「新しい店舗」が 45.5%と最も多く、次いで「新しいサービス施設」が 22.2%、「駐車場・駐輪場」が 17.3%となっている。

両市ともに空き店舗対策としては、「新しい店舗」が半数近くを占めており、その他なんらかの対策が考えられており、「そのまま」の現状維持の回答はわずかに2%台であった。

(17) 駐車場について (問 17)

商店街の駐車場については、佐賀市では、「わからない」が 39.7%と最も多く、次いで「不足している」が 26.9%、「料金がある」が 16.0%となっている。長崎市では、「不足している」が 35.7%と最も多く、次いで「料金が高い」が 23.6%、「わからない」が 21.2%となっている。

両市ともにほとんどの来街者が不満をもっており、そのうち駐車場の不足が最も多く、次いで料金についての不満が多かった。

(18) あなたが、この商店街に対して望むことは何ですか (2つ)。(問 18)

商店街に対して望むこと(役割)については、佐賀市では「買い物の場」が 26.3%と最も多く、次いで「街の顔としての象徴」(18.0%)、「地域のイベントを催す場」(17.6%)、「生活者のニーズへの対応」(13.7%)、「コミュニティとしての役割」(11.7%)、「文化・情報を継承・発信する役割」(10.2%)となっている。長崎市では「買い物の場」が 28.0%と最も多く、次いで「生活者のニーズへの対応」(20.4%)、「街の顔としての象徴」(19.5%)、「文化・情報を継承・発信する役割」(13.1%)、「コミュニティとしての役割」(11.0%)となっている。

両市ともに商店街に対して望むものは、やはり本来の経済的役割として「買い物の場」が期待されているが、それと同時に街のシンボル、生活・文化・情報・コミュニティ等の社会的役割が期待されている。

2. 比較分析の総括

佐賀市と長崎市の中心商店街への来街者アンケート調査結果を総括すると、次の通りである。

(1) 来街者の買い物

①主たる買い物場所

佐賀市・長崎市とも中心商店街での買い物は少ない。

②買回品の買い物場所

中心商店街での買回品買ひ物は、佐賀市で 3.8%と最低であった。長崎市では 26.8%と 2 番目に高く、両市に大きな相違がみられる。

(2) 中心商店街

①商店街への来街目的

佐賀市・長崎市とも本来の目的である「買い物」が最も多く、その他にも散策等・娯楽・サービスなど多様な目的で来街している。

②商店街までの交通機関

佐賀市では私的交通手段とりわけ自転車や徒歩など足を利用したものが多く、長崎市では電車やバスなどの公共交通手段が多く、両市に大きな相違がみられる。

③商店街までの所要時間

佐賀市では 30 分未満が 8 割 5 分を占めているのに対して、長崎市では 15 分から 1 時間未満が 7 割強を占めている。このことは、佐賀市中心商店街の商圈が狭く、長崎市中心商店街の商圈が広いことを示唆している。

④商店街への利用頻度

佐賀市・長崎市とも週 1 回以上商店街を利用する頻度は高く、商店街が消費生活に密着していることがうかがえる。

⑤商店街での滞在時間

佐賀市中心商店街に比べて長崎市中心商店街での滞在時間は、1 時間以上も長くなっており、それだけに長崎市中心商店街は魅力的な商店街といえよう。

(3) 中心商店街の活気

①商店街の活気

佐賀市では「活気がない」と否定的な回答が多かったのに対し、長崎市では「活気がある」と肯定的な回答が多かった点で対照的な回答になっている。

②商店街の 3 年前と比べた活気

佐賀市でも長崎市でも否定的な回答が肯定的な回答を上回っており、両市とも商店街の衰退傾向がうかがえる。

(4) 中心商店街での買い物

①中心商店街での買い物

佐賀市では日用雑貨や食料品などの最寄品が多かったのに対して、長崎市では衣料品や買回品が多かったという点に特徴がみられる。

②中心商店街での買い物理由

佐賀市では身近で手頃さが上位にきているのに対し、長崎市では品揃えの魅力や楽しく買い物するということが上位にきている。

(5) 中心商店街での問題点

①中心商店街の不便・不満（ソフト）

佐賀市では品揃えの問題が多いのに対して、長崎市では閉店が早さという問題が多くなっている。

②中心商店街の不便・不満（ハード）

佐賀市・長崎市とも駐車場問題、娯楽施設の不足、大型店の不足など同じ問題を抱えている。それに加え佐賀市では店舗数の問題があげられる。

(6) 中心商店街への要望

①中心商店街に充実してほしい施設（ハード）

佐賀市・長崎市とも大型店等の商業施設、駐車場・駐輪場、レジャー施設への要望が多くなっている。

②中心商店街に充実してほしい事業（ソフト）

佐賀市・長崎市ともイベント・祭りへの期待が高く、また共同販売事業の要望も多くなっている。

(7) 中心商店街の具体的対策・問題

①空き店舗対策

佐賀市・長崎市とも新しい店舗の補充が多く、次にサービス施設、さらに駐車場・駐輪場ないし公共施設が望まれている。

②駐車場問題

佐賀市・長崎市とも駐車場の不足と駐車場の料金について不満が多かった。

(8) 中心商店街の役割

①中心商店街の役割

佐賀市・長崎市とも「買い物の場」としての役割を望みつつ、生活、文化、情報、さらのイベントや街の顔としての役割を望んでいる。

以上、アンケート分析結果から、佐賀市・長崎市中心商店街を商店街タイプ別の分類基準で見ると、長崎市中心商店街は広域型商店街として位置づけられるが、佐賀市中心商店街は地域型商店街ないし近隣型商店街として位置づけられる。

(注)

- (1) 宇野史郎「新たな魅力創出で期待が膨らむ熊本市小売業」『九州マーケティング・アイズ』九州マーケティング協会、Vol.21、2002年4月、2ページ。
- (2) 流通政策研究所『平成12年度 商店街実態調査報告書』2000年11月
- (3) 石原武政「中小商業政策の軌跡」日経流通新聞編『流通現代史』日本経済新聞社、1993年、249ページ。
- (4) 岩永忠康「中小小売業の振興政策と街づくりの視点」阿部真也編『中小小売業と街づくり』大月書店、1995年、79～81ページ。
- (5) 宇野史郎「都市における小売商業集積の存立様式」阿部真也監修『現代の消費と流通』ミネルヴァ書房、1994年、96ページ。
- (6) 流通政策研究所『平成12年度 商店街実態調査報告書』2000年11月
- (7) 西日本新聞社『九州データ・ブック2002』西日本新聞社広告局、2002年、71ページ。
- (8) 佐賀市『佐賀市商業ビジョン報告書』1993年3月、79ページ。
- (9) 西日本新聞社、前掲書、71ページ。
- (10) 長崎市『長崎市中心市街地活性化基本計画』1999年6月、23ページ。

VI. 資料編

①全国商店街実態調査の結果表

II-1 商圈範囲の5年前との比較

	合計	広がった	狭くなった	変わらない	無回答
実数	1702	77	960	626	39
構成比	100.0	4.5	56.4	36.8	2.3
【商店街のタイプ別】					
近隣型商店街	925	24	569	329	3
	100.0	2.6	61.5	35.6	0.3
地域型商店街	480	26	283	170	1
	100.0	5.4	59.0	35.4	0.2
広域型商店街	138	16	65	56	1
	100.0	11.6	47.1	40.6	0.7
超広域型商店街	34	10	8	15	1
	100.0	29.4	23.5	44.1	2.9
無回答	125	1	35	56	33
	100.0	0.8	28.0	44.8	26.4

II-2 来街者数の5年前との比較

	合計	多くなった	変わらない	少なくなった	無回答
実数	1702	85	208	1376	33
構成比	100.0	5.0	12.2	80.8	1.9
【商店街のタイプ別】					
近隣型商店街	925	25	92	807	1
	100.0	2.7	9.9	87.2	0.1
地域型商店街	480	28	64	388	-
	100.0	5.8	13.3	80.8	-
広域型商店街	138	21	19	98	-
	100.0	15.2	13.8	71.0	-
超広域型商店街	34	7	15	12	-
	100.0	20.6	44.1	35.3	-
無回答	125	4	18	71	32
	100.0	3.2	14.4	56.8	25.6

Ⅱ-3-1 来街者の変化に影響する理由 (その1)

	合計	商圏地域の人口、世帯数			商業集積の密度の疎密			交通機関の利便性		
		影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答
【総数】	1702 100.0	784 46.1	902 53.0	16 0.9	892 52.4	784 46.1	26 1.5	710 41.7	961 56.5	31 1.8
【商店街のタイプ別】										
近隣型商店街	925 100.0	421 45.5	500 54.1	4 0.4	483 52.2	428 46.3	14 1.5	376 40.6	534 57.7	15 1.6
地域型商店街	480 100.0	241 50.2	234 48.8	5 1.0	273 56.9	203 42.3	4 0.8	221 46.0	252 52.5	7 1.5
広域型商店街	138 100.0	67 48.6	70 50.7	1 0.7	73 52.9	62 44.9	3 2.2	60 43.5	74 53.6	4 2.9
超広域型商店街	34 100.0	9 26.5	25 73.5	-	18 52.9	16 47.1	-	13 38.2	21 61.8	-
無回答	125 100.0	46 36.8	73 58.4	6 4.8	45 36.0	75 60.0	5 4.0	40 32.0	80 64.0	5 4.0

	合計	大規模小売店舗の出退店			有名店の出退店			他の商店街との競争の強弱		
		影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答
【総数】	1702 100.0	1199 70.4	490 28.8	13 0.8	427 25.1	1242 73.0	33 1.9	484 28.4	1199 70.4	19 1.1
【商店街のタイプ別】										
近隣型商店街	925 100.0	686 74.2	235 25.4	4 0.4	223 24.1	684 73.9	18 1.9	259 28.0	659 71.2	7 0.8
地域型商店街	480 100.0	344 71.7	133 27.7	3 0.6	125 26.0	349 72.7	6 1.3	126 26.3	348 72.5	6 1.3
広域型商店街	138 100.0	90 65.2	47 34.1	1 0.7	38 27.5	97 70.3	3 2.2	48 34.8	89 64.5	1 0.7
超広域型商店街	34 100.0	16 47.1	18 52.9	-	11 32.4	22 64.7	1 2.9	13 38.2	21 61.8	-
無回答	125 100.0	63 50.4	57 45.6	5 4.0	30 24.0	90 72.0	5 4.0	38 30.4	82 65.6	5 4.0

	合計	店舗の入れ代わりの多寡			業種構成の充実度			アーケード、カラー舗装		
		影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答
【総数】	1702 100.0	443 26.0	1232 72.4	27 1.6	788 46.3	886 52.1	28 1.6	423 24.9	1246 73.2	33 1.9
【商店街のタイプ別】										
近隣型商店街	925 100.0	221 23.9	690 74.6	14 1.5	413 44.6	498 53.8	14 1.5	214 23.1	694 75.0	17 1.8
地域型商店街	480 100.0	135 28.1	338 70.4	7 1.5	258 53.8	215 44.8	7 1.5	125 26.0	346 72.1	9 1.9
広域型商店街	138 100.0	46 33.3	90 65.2	2 1.4	66 47.8	70 50.7	2 1.4	45 32.6	91 65.9	2 1.4
超広域型商店街	34 100.0	12 35.3	22 64.7	-	14 41.2	20 58.8	-	12 35.3	22 64.7	-
無回答	125 100.0	29 23.2	92 73.6	4 3.2	37 29.6	83 66.4	5 4.0	27 21.6	93 74.4	5 4.0

Ⅱ-3-2 来街者の変化に影響する理由 (その2)

	合計	交通アクセス関連施設充実			コミュニティ施設の充実			販売促進活動の活発度		
		影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答
【総数】	1702 100.0	858 50.4	818 48.1	26 1.5	526 30.9	1144 67.2	32 1.9	560 32.9	1108 65.1	34 2.0
【商店街のタイプ別】										
近隣型商店街	925 100.0	434 46.9	479 51.8	12 1.3	269 29.1	638 69.0	18 1.9	310 33.5	598 64.6	17 1.8
地域型商店街	480 100.0	284 59.2	189 39.4	7 1.5	180 37.5	295 61.5	5 1.0	169 35.2	303 63.1	8 1.7
広域型商店街	138 100.0	82 59.4	55 39.9	1 0.7	45 32.6	91 65.9	2 1.4	43 31.2	93 67.4	2 1.4
超広域型商店街	34 100.0	19 55.9	15 44.1	-	10 29.4	24 70.6	-	10 29.4	24 70.6	-
無回答	125 100.0	39 31.2	80 64.0	6 4.8	22 17.6	96 76.8	7 5.6	28 22.4	90 72.0	7 5.6

	合計	商店街全体の営業時間			ハード、ソフト等の魅力		
		影響している	あまり影響していない	無回答	影響している	あまり影響していない	無回答
【総数】	1702 100.0	536 31.5	1144 67.2	22 1.3	857 50.4	803 47.2	42 2.5
【商店街のタイプ別】							
近隣型商店街	925 100.0	284 30.7	634 68.5	7 0.8	443 47.9	460 49.7	22 2.4
地域型商店街	480 100.0	167 34.8	307 64.0	6 1.3	291 60.6	181 37.7	8 1.7
広域型商店街	138 100.0	45 32.6	90 65.2	3 2.2	75 54.3	60 43.5	3 2.2
超広域型商店街	34 100.0	10 29.4	24 70.6	-	14 41.2	20 58.8	-
無回答	125 100.0	30 24.0	89 71.2	6 4.8	34 27.2	82 65.6	9 7.2

II-8-1 商店街における大きな問題 (その1)

	合計	商圏人口が減少している			交通機関の便が悪い			労働力不足と人件費増大			行政の対応が積極的でない		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総数】	1702 100.0	961 56.5	721 42.4	20 1.2	393 23.1	1290 75.8	19 1.1	641 37.7	1048 61.6	13 0.8	729 42.8	954 56.1	19 1.1
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	517 55.9	395 42.7	13 1.4	189 20.4	724 78.3	12 1.3	348 37.6	569 61.5	8 0.9	383 41.4	529 57.2	13 1.4
地域型商店街	480 100.0	290 60.4	186 38.8	4 0.8	137 28.5	339 70.6	4 0.8	174 36.3	303 63.1	3 0.6	218 45.4	260 54.2	2 0.4
広域型商店街	138 100.0	83 60.1	54 39.1	1 0.7	29 21.0	108 78.3	1 0.7	62 44.9	76 55.1	-	69 50.0	68 49.3	1 0.7
超広域型商店街	34 100.0	17 50.0	17 50.0	-	7 20.6	27 79.4	-	12 35.3	22 64.7	-	16 47.1	18 52.9	-
無回答	125 100.0	54 43.2	69 55.2	2 1.6	31 24.8	92 73.6	2 1.6	45 36.0	78 62.4	2 1.6	43 36.4	79 63.2	3 2.4

	合計	事業者の参加意識が高い			大規模店に客足をとられる			大規模店出店に押され気味			大規模店撤退で顧客の減少		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総数】	1702 100.0	1107 65.0	581 34.1	14 0.8	1231 72.3	456 26.8	15 0.9	1000 58.8	689 40.5	13 0.8	430 25.3	1241 72.9	31 1.8
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	625 67.6	292 31.6	8 0.9	699 75.6	216 23.4	10 1.1	577 62.4	340 36.8	8 0.9	237 25.6	667 72.1	21 2.3
地域型商店街	480 100.0	315 65.6	162 33.8	3 0.6	365 76.0	112 23.3	3 0.6	291 60.6	186 38.8	3 0.6	125 26.0	349 72.7	6 1.3
広域型商店街	138 100.0	87 63.0	51 37.0	-	91 65.9	47 34.1	-	74 53.6	64 46.4	-	41 29.7	97 70.3	-
超広域型商店街	34 100.0	16 47.1	18 52.9	-	15 44.1	19 55.9	-	9 26.5	25 73.5	-	6 17.6	27 79.4	1 2.9
無回答	125 100.0	64 51.2	58 46.4	3 2.4	61 48.8	62 49.6	2 1.6	49 39.2	74 59.2	2 1.6	21 16.8	101 80.8	3 2.4

	合計	中規模店に客足をとられる			郊外立地店に客足をとられる			競合店に押され気味			イベントスペース等確保困難		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総数】	1702 100.0	455 26.7	1227 72.1	20 1.2	599 35.2	1074 63.1	29 1.7	290 17.0	1400 82.3	12 0.7	551 32.4	1134 66.6	17 1.0
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	293 31.7	621 67.1	11 1.2	299 32.3	604 65.3	22 2.4	174 18.8	743 80.3	8 0.9	282 30.5	633 68.4	10 1.1
地域型商店街	480 100.0	98 20.4	377 78.5	5 1.0	206 42.9	270 56.3	4 0.8	54 11.3	424 88.3	2 0.4	176 36.7	301 62.7	3 0.6
広域型商店街	138 100.0	28 20.3	108 78.3	2 1.4	60 43.5	78 56.5	-	31 22.5	107 77.5	-	48 34.8	89 64.5	1 0.7
超広域型商店街	34 100.0	2 5.9	32 94.1	-	3 8.8	31 91.2	-	6 17.6	28 82.4	-	17 50.0	17 50.0	-
無回答	125 100.0	34 27.2	89 71.2	2 1.6	31 24.8	91 72.8	3 2.4	25 20.0	98 78.4	2 1.6	28 22.4	94 75.2	3 2.4

II-8-2 商店街における大きな問題 (その2)

	合計	転居業が増加している			駐車場がない			駐輪場がない			店舗の配列に問題がある		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総致】	1702 100.0	778 45.7	910 53.5	14 0.8	919 54.0	768 45.1	15 0.9	603 35.4	1080 63.5	19 1.1	653 38.4	1037 60.9	12 0.7
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	453 49.0	463 50.1	9 1.0	521 56.3	394 42.6	10 1.1	318 34.4	597 64.5	10 1.1	368 39.8	549 59.4	8 0.9
地域型商店街	480 100.0	223 46.5	254 52.9	3 0.6	260 54.2	217 45.2	3 0.6	170 35.4	306 63.8	4 0.8	186 38.8	292 60.8	2 0.4
広域型商店街	138 100.0	50 36.2	88 63.8	-	71 51.4	67 48.6	-	61 44.2	75 54.3	2 1.4	51 37.0	87 63.0	-
超広域型商店街	34 100.0	8 23.5	26 76.5	-	20 58.8	14 41.2	-	16 47.1	18 52.9	-	9 26.5	25 73.5	-
無回答	125 100.0	44 35.2	79 63.2	2 1.6	47 37.6	76 60.8	2 1.6	38 30.4	84 67.2	3 2.4	39 31.2	84 67.2	2 1.6

	合計	業種構成に問題がある			魅力ある店舗が少ない			客層が異なる店舗が並ぶ			店舗の老朽化・陳腐化		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総致】	1702 100.0	846 49.7	840 49.4	16 0.9	1239 72.8	451 26.5	12 0.7	383 22.5	1300 76.4	19 1.1	841 49.4	847 49.8	14 0.8
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	469 50.7	446 48.2	10 1.1	707 76.4	210 22.7	8 0.9	200 21.6	713 77.1	12 1.3	493 53.3	424 45.8	8 0.9
地域型商店街	480 100.0	251 52.3	226 47.1	3 0.6	357 74.4	121 25.2	2 0.4	111 23.1	365 76.0	4 0.8	247 51.5	230 47.9	3 0.6
広域型商店街	138 100.0	70 50.7	68 49.3	-	90 65.2	48 34.8	-	38 27.5	100 72.5	-	49 35.5	89 64.5	-
超広域型商店街	34 100.0	10 29.4	24 70.6	-	12 35.3	22 64.7	-	7 20.6	27 79.4	-	8 23.5	26 76.5	-
無回答	125 100.0	46 36.8	76 60.8	3 2.4	73 58.4	50 40.0	2 1.6	27 21.6	95 76.0	3 2.4	44 35.2	78 62.4	3 2.4

	合計	全般に店舗規模が過小			空き店舗が増加している			商店街のまとまりが悪い			商店街が断片的		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【総致】	1702 100.0	906 53.2	781 45.9	15 0.9	703 41.3	985 57.9	14 0.8	556 32.7	1134 66.6	12 0.7	773 45.4	915 53.8	14 0.8
【商店街のタイプ別】													
近隣型商店街	925 100.0	554 59.9	364 39.4	7 0.8	381 41.2	535 57.8	9 1.0	311 33.6	607 65.6	7 0.8	483 52.2	435 47.0	7 0.8
地域型商店街	480 100.0	239 49.8	236 49.2	5 1.0	234 48.8	243 50.6	3 0.6	166 34.6	311 64.8	3 0.6	196 40.8	279 58.1	5 1.0
広域型商店街	138 100.0	48 34.8	90 65.2	-	44 31.9	94 68.1	-	46 33.3	92 66.7	-	42 30.4	96 69.6	-
超広域型商店街	34 100.0	6 17.6	27 79.4	1 2.9	5 14.7	29 85.3	-	5 14.7	29 85.3	-	5 14.7	29 85.3	-
無回答	125 100.0	59 47.2	64 51.2	2 1.6	39 31.2	84 67.2	2 1.6	28 22.4	95 76.0	2 1.6	47 37.6	76 60.8	2 1.6

Ⅱ—8—3 商店街における大きな問題（その3）

	合 計	後継者難による不活発			隣接商店街との連携がない		
		大きな問題である	大きな問題ではない	無回答	大きな問題である	大きな問題ではない	無回答
【 総 数 】	1702 100.0	1049 61.6	641 37.7	12 0.7	423 24.9	1258 73.9	21 1.2
【 商店街のタイプ別 】							
近隣型商店街	925 100.0	632 68.3	285 30.8	8 0.9	248 26.8	667 72.1	10 1.1
地域型商店街	480 100.0	288 60.0	190 39.6	2 0.4	109 22.7	363 75.6	8 1.7
広域型商店街	138 100.0	62 44.9	76 55.1	-	29 21.0	109 79.0	-
超広域型商店街	34 100.0	8 23.5	26 76.5	-	5 14.7	29 85.3	-
無回答	125 100.0	59 47.2	64 51.2	2 1.6	32 25.6	90 72.0	3 2.4

Ⅲ-1 佐賀市勢力エリア

	面積	人口	世代数	通勤依 存率	小売間 販売額	卸売間 販売額	人口1 人当り	事業所 数	社会	歳出額	農業粗 生産額	新設住宅	乗用車 保有
	2000年 (km)	2001年 (世代)	2001年 (世代)	95年 (%)	99年 (百万円)	99年 (百万円)	商業販売額 (万円)	99年度 (ヵ所)	増減数 (人)	99年度 (百万円)	99年度 (千万円)	99年度 (戸)	2000年 (台)
佐賀市	103.8	164,546	62,928	*	236,511	579,666	496	10,210	-613	53,461	730	1,832	75,85
大和町	22.8	17,755	4,779	39.8	10,206	11,601	122.8	682	-79	6,496	300	81	7,30
東与賀町	15.4	7,541	2,049	35.6	3,304	1,131	58.8	233	50	2,920	247	102	3,06
久保田町	14.4	8,124	2,315	32.9	3,760	8,222	147.5	335	25	3,320	228	72	3,66
三日月町	20.5	11,384	3,243	28.8	11,383	31,563	377.2	360	262	4,654	246	169	4,95
牛津町	13.3	10,649	3,148	27.3	10,557	11,765	209.6	506	-95	6,885	139	54	5,05
川副町	46.5	19,210	5,383	26.5	12,488	6,712	99.9	684	-52	8,295	557	85	7,93
千代町	24.8	12,438	3,386	24.8	5,927	3,379	74.8	360	12	4,327	334	90	5,77
小城町	45.4	17,940	5,375	22.2	11,012	3,787	82.5	690	-72	5,851	205	131	7,97
芦刈町	16.7	6,545	1,698	21.4	2,346	884	49.4	240	-88	3,568	227	21	2,95
諸富町	12	12,140	3,714	20.9	9,382	21,249	252.3	667	-59	4,602	130	78	5,32
神崎町	39.3	19,595	6,050	19.5	15,101	10,762	132	819	110	6,308	326	190	9,14
江北町	24.5	9,762	2,793	12.9	11,157	3,459	149.7	396	7	5,473	276	47	4,22
富士町	143.3	5,146	1,403	12.4	2,086	134	43.1	294	-57	6,168	171	26	2,20
福富町	20.6	5,745	1,537	11.7	2,607	3,106	99.4	193	-6	3,132	471	23	2,30
多久町	96.9	24,390	7,706	11.2	19,775	11,024	126.3	1,059	-12	13,736	344	127	10,61
白石町	46.2	13,898	3,711	10.1	9,176	3,877	93.9	530	-9	7,318	730	57	5,91
大町町	11.5	8,640	3,116	9.4	5,329	1,173	75.3	369	-43	3,641	73	29	3,65
三田川町	10.9	9,694	3,402	9.2	6,946	6,264	136.3	357	-7	4,121	102	96	4,55
東背振村	33.1	6,013	1,745	8.7	2,528	1,757	71.3	173	-3	3,376	73	66	2,92
有明町	32.8	9,109	2,366	7.1	6,394	1,901	91.1	336	-90	5,883	469	21	3,72
三根町	16.4	7,753	2,106	7.1	3,062	259	42.8	295	-65	3,311	222	27	3,63
背振町	60.9	1,975	657	7	374	X	X	90	17	2,880	34	19	75
上峰町	12.8	8,845	2,754	6.9	15,612	2,030	199.5	291	98	3,452	102	66	4,25
三瀬村	40.7	1,759	510	6.6	1,593	X	X	94	1	2,120	59	6	75
北方町	27.3	8,941	2,808	6.5	10,216	14,094	271.9	390	-17	3,809	100	36	4,33
合計	952.8	429,537	140,682	*	428,832	739,799	272.1	20,653	-785	179,080	6,895	3,551	193,05

IV-1 長崎市勢力エリア

	面積	人口	世代数	通勤 依存率	小売年間 販売額	卸売年 間販売額	人口1 人当たり	事業所 数	社会	歳出額	農業粗 生産額	新設住 宅	乗用車 保有
	2000年 (km)	2000年 (人)	2000年 (世帯)	95年 (%)	99年 (百万円)	99年 (百万円)	商業販売額 (万円)	99年 (所)	増減数 (人)	99年度 (百万円)	99年度 (千万円)	99年度 (戸)	2000年 (台)
長崎市	241.2	421,106	173,937	*	457,854	1,192,570	391.9	20,885	-2,227	206,434	603	2,132	131,289
長与町	28.8	41,076	14,015	52.4	32,219	29,405	150	1,171	483	11,153	120	594	15,570
三和町	21.7	12,465	4,635	51	5,043	425	43.9	255	-104	4,055	63	24	4,566
香焼町	4.5	4,744	1,936	50.8	1,571	1,176	57.9	199	-45	2,957	-	35	1,553
時津町	20.6	28,100	10,585	37.2	44,102	53,242	346.4	1,299	-251	11,276	53	197	12,414
多良見町	37.7	17,299	5,707	25.6	21,817	41,917	368.4	721	-83	6,480	145	91	8,522
琴海町	67.6	13,009	4,349	22.5	9,138	3,424	96.6	422	-18	5,985	207	89	5,838
野母崎町	20.9	7,905	3,139	22	2,868	815	46.6	427	-81	5,174	25	23	2,318
伊王島町	2.3	1,059	515	17.2	710	X	X	50	-11	1,862	1	3	167
飯盛町	24.8	8,472	2,535	16.7	3,606	4,599	96.8	298	11	4,540	278	55	3,441
外海町	46.7	7,031	3,020	10.5	3,372	93	49.3	252	-169	5,133	23	20	2,285
諫早市	145.5	94,070	34,787	9.9	107,056	160,702	284.6	4,343	67	35,256	531	734	42,004
合計	662.3	656,336	259,160	*	689,356	1,488,368	331.8	30,322	-2,428	300,305	2,049	3,997	229,967

中心商店街来街者アンケート調査(その1)

問1 買い物は主としてどこでしますか(2つまで)。

1. 近くの商店街 2. 中心商店街 3. 百貨店・大型店 4. ショッピングセンター
5. コンビニエンスストア 6. ロードサイド店 7. スーパー 8. その他()

問2 ブランド品・衣料品・貴金属は、どこで買いますか。

1. 近くの商店街 2. 中心商店街 3. 百貨店・大型店 4. ショッピングセンター
5. 福岡市の百貨店・商店街等

問3 この商店街には、どんな目的でいらっしゃいましたか。(複数可)

1. 買い物 2. 飲食 3. 娯楽 4. 通過(通勤・通学) 5. サービス(理美容等) 6. 業務・所用
7. 待ち合わせ 8. なんとなく(散歩を含む) 9. その他()

問4 この商店街には、どんな交通機関で来られましたか(複数可)。

1. 徒歩 2. 自転車 3. バイク 4. 自動車 5. バス 6. JR 7. 電車 8. タクシー

問5 自宅からこの商店街までの所要時間はどのくらいですか。

1. 5分未満 2. 5分～15分未満 3. 15分～30分未満 4. 30分～1時間 5. 1時間以上

問6 この商店街の利用度はどのくらいですか。

1. ほぼ毎日 2. 週に2～3回 3. 週に1回 4. 月に1～2回 5. 年に数回

問7 この商店街で過ごす時間はどのくらいですか(平均して)。

1. 10分以内 2. 30分以内 3. 1時間以内 4. 2時間以内 5. 2時間以上

問8 この商店街は、活気がありますか。

1. 活気がある 2. やや活気がある 3. 変わらない 4. あまり活気がない 5. 全く活気がない

問9 この商店街は3年前に比べて活気が有りますか。

1. 活気が出てきた 2. 変わらない 3. 活気がなくなった

問10 この商店街では普段何をお買いになりますか(複数)。

1. 食料品 2. 日用雑貨・医薬品 3. 衣料品 4. 買回品(靴・鞄・装身具・時計等)
5. 耐久品(家具・家電等) 6. その他()

問11 この商店街で買い物をされる理由は何ですか(3つ以内)。

1. 家に近い 2. 値段が安い 3. 商品の品質や鮮度がよい 4. 商品の種類が豊富である
5. 接客やサービスがよい 6. 楽しみながら買い物ができる 7. 新製品や流行品がある 8. 顔なじみ
9. 店の信用がある 10. 1ヶ所で買い物がすむ 11. 商店街の雰囲気がいよい 12. 月賦やクレジットを利用
13. 宣伝やイベントを行っている 14. スタンプやシールがもらえる 15. その他()

問12 この商店街を利用するのに不便・不満な点は何ですか(ソフト面、3つ以内)。

1. 魅力的商品が少ない 2. 値段が高い 3. 商品知識・情報が少ない 4. 広告や宣伝が少ない
5. 接客が悪い 6. 楽しいイベントが少ない 7. 店に入りづらい 8. 閉店が早い
9. 経営者や店員のやる気の無さ 10. その他()

2) 来街者のアンケート調査結果

問1 買い物は主としてどこでしますか(2つまで)。

上段:総数 下段:%	合計	近くの商店街	中心商店街	百貨店・ 大型店	ショッピング センター	コンビニエ ンスストア	ロードサイ ド店
佐賀市	235	31	21	25	53	57	2
	100	13.2	8.9	10.6	22.6	24.3	0.9
長崎市	437	77	57	75	36	96	21
	100	17.6	13.0	17.2	8.2	22.0	4.8

スーパー	その他
44	2
18.7	0.9
67	8
15.3	1.8

問2 ブランド品・衣料品・貴金属は、どこで買いますか。

上段:総数 下段:%	合計	近くの商店 街	中心商店 街	百貨店・ 大型店	ショッピング センター	福岡市の 百貨店・ 商店街等
佐賀市	182	16	7	55	37	67
	100	8.8	3.8	30.2	20.3	36.8
長崎市	317	23	85	131	22	56
	100	7.3	26.8	41.3	6.9	17.7

問3 この商店街には、どんな目的でいらっしゃいましたか。(複数可)

上段:総数 下段:%	合計	買い物	飲食	娯楽	通過(通勤 ・通学)	サービス (理美容等)	業務・所用
佐賀市	197	91	27	11	11	5	10
	100	46.2	13.7	5.6	5.6	2.5	5.1
長崎市	434	160	62	66	18	15	10
	100	36.9	14.3	15.2	4.1	3.5	2.3

待ち合わせ	なんとなく(散 策を含む)	その他
10	28	4
5.1	14.2	2.0
33	68	2
7.6	15.7	0.5

問4 この商店街には、どんな交通機関で来られましたか。(複数可)

上段:総数 下段:%	合計	徒歩	自転車	バイク	自動車	バス	JR
佐賀市	165	40	70	4	41	6	2
	100	24.2	42.4	2.4	24.8	3.6	1.2
長崎市	348	48	5	50	41	76	11
	100	13.8	1.4	14.4	11.8	21.8	3.2

電車	タクシー
0	2
0.0	1.2
110	7
31.6	2.0

問16 空き店舗対策はどうしたら良いと思われますか。(3つ以内)。

上段:総数 下段:%	合計	新しい店舗	新しいサービス施設	公共施設	駐車場・駐輪場	そのまま	その他
佐賀市	180	93	41	20	14	4	8
	100	51.7	22.8	11.1	7.8	2.2	4.4
長崎市	365	166	81	35	63	9	11
	100	45.5	22.2	9.6	17.3	2.5	3.0

問17 駐車場について

上段:総数 下段:%	合計	不足している	料金が いる	料金が 高い	商店までの距離が 遠い	駐車場へのアクセスが不便	満足している	わからない
佐賀市	156	42	25	13	3	7	4	62
	100	26.9	16.0	8.3	1.9	4.5	2.6	39.7
長崎市	339	121	30	80	9	19	8	72
	100	35.7	8.8	23.6	2.7	5.6	2.4	21.2

問18 あなたが、この商店街に対して望む事は何か(2つ)。

上段:総数 下段:%	合計	コミュニティとしての役割	文化・情報を継承・発信する役割	地域のイベントを催す場	生活者のニーズへの対応	街の顔としての象徴	買い物の場	その他
佐賀市	205	24	21	36	28	37	54	5
	100	11.7	10.2	17.6	13.7	18.0	26.3	2.4
長崎市	436	48	57	27	89	85	122	8
	100	11.0	13.1	6.2	20.4	19.5	28.0	1.8

* 佐賀市の単回答合計は、有効回答(無回答を削除した)の合計である。