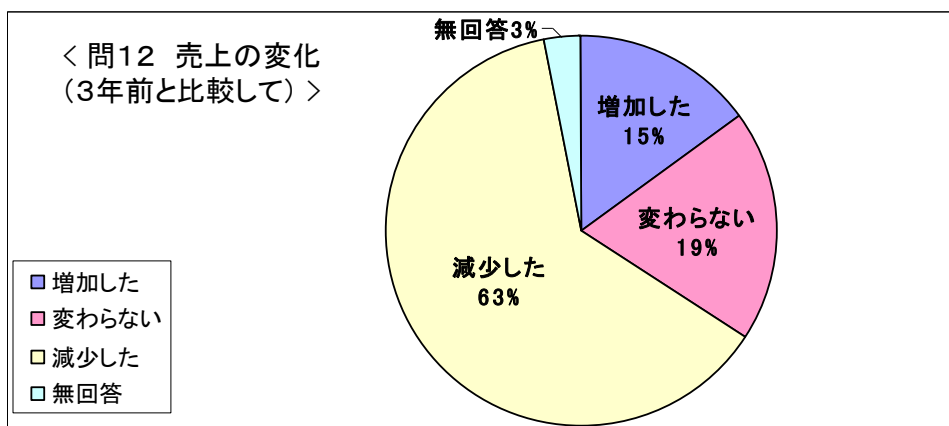


問12 売上の変化（3年前と比較して）

3年前と比較した売上の変化について、減少した63%、変わらない19%、増加した15%となった。

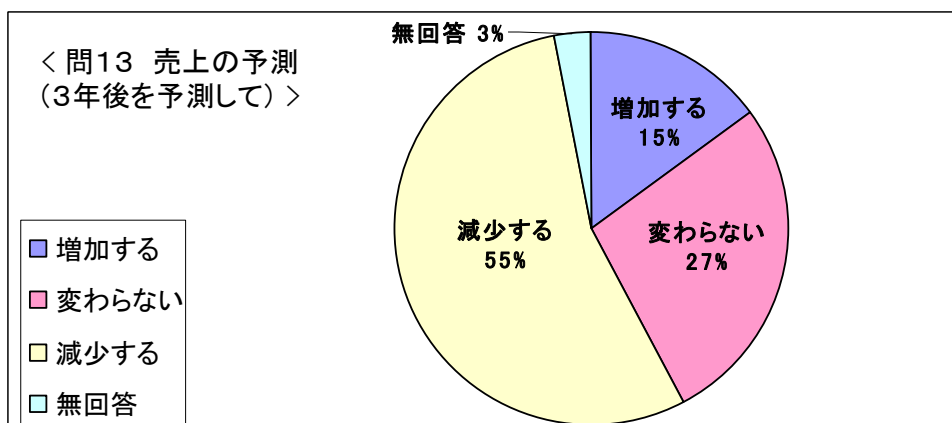
業種別で見ると、サービス業で増加した24%、卸売業で増加した17%と回答しており、全体の平均を上回った。



問13 売上の予測（3年後を予測して）

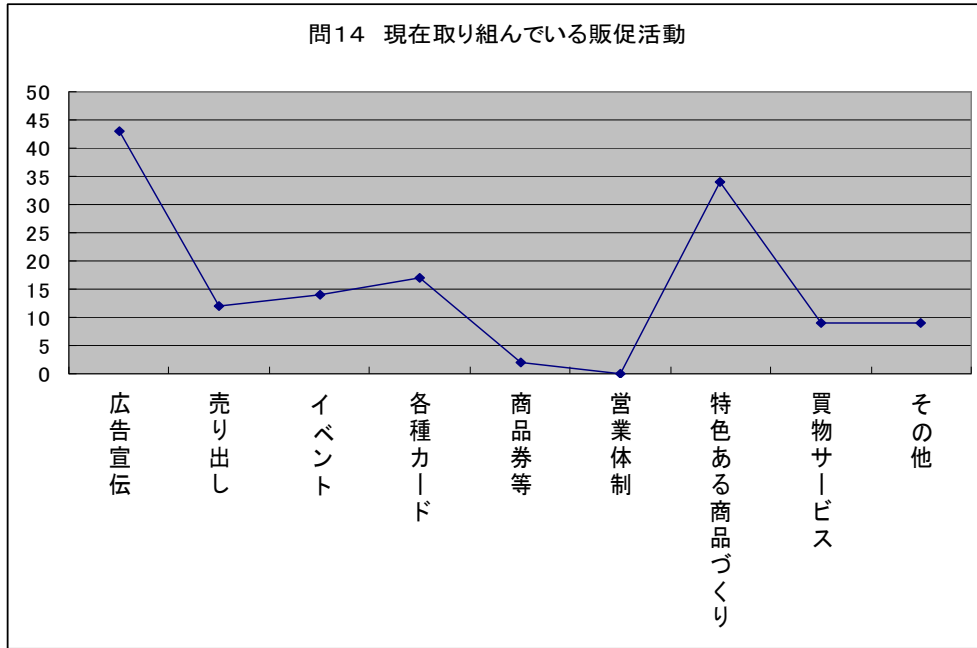
3年後の売上の変化について、減少する55%、変わらない27%、増加した15%となった。

業種別で見ると、飲食業で増加する20%、その他で増加する22%と、全体の平均を上回る回答があったが、小売業で減少する57%、サービス業で減少する59%と予測している。



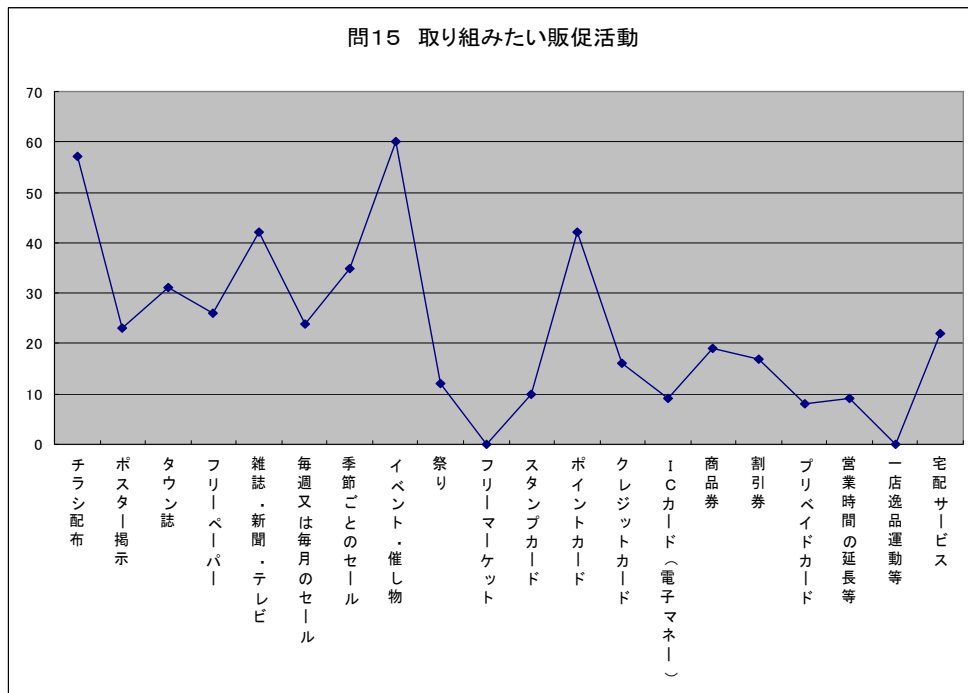
問 14 現在取り組んでいる販売促進活動

現在取り組んでいる販売促進活動を見ると、広告宣伝、特色ある商品づくりが上位であった。



問 15 今後取り組みたい販売促進活動（無制限に選択）

商店の販売促進活動においては多様な活動が選択され、イベント・催し物 60 ポイント、チラシ配布 57 ポイント、ポイントカード 42 ポイント、雑誌・新聞・テレビの活用 42 ポイント、季節ごとのセール 35 ポイントとなった。特にイベント、季節のセールなどの効果に期待が大きく、てんてんカードなどのポイントカードの活用にも関心が高い。

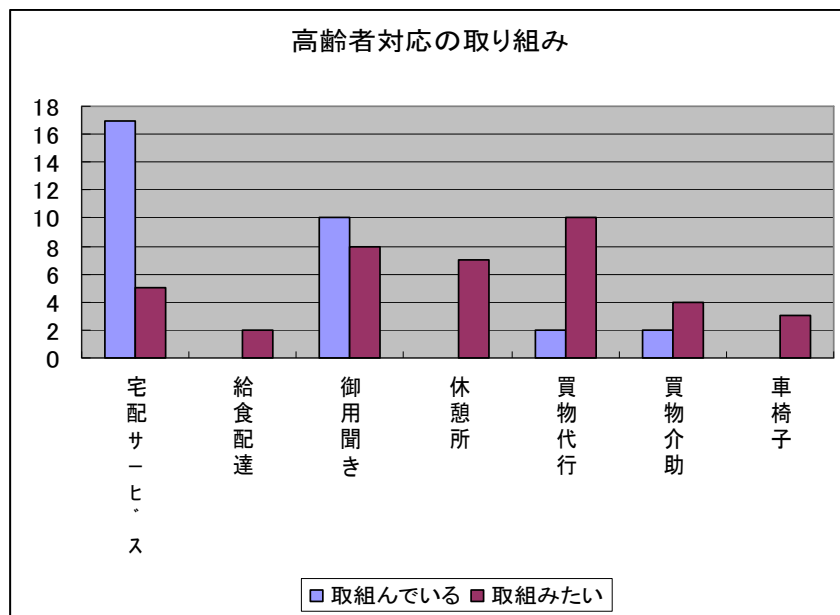


### 問 16 高齢者対策の取り組みについて

高齢者の顧客に対応した各種サービスについては、宅配サービス、給食配達、御用聞き、休憩所設置、買物代行、買物介助となった。各商店でさまざまな取り組みが行われている。

取り組み中、取り組みたい事業を合わせたポイントを見ると、宅配サービス 96 ポイントで圧倒的に多く、次いで、御用聞き 65 ポイント、休憩所設置 35 ポイント、買物代行 33 ポイント、買物介助 27 ポイント、車椅子貸し出し 17 ポイント、給食配達 10 ポイントとなった。

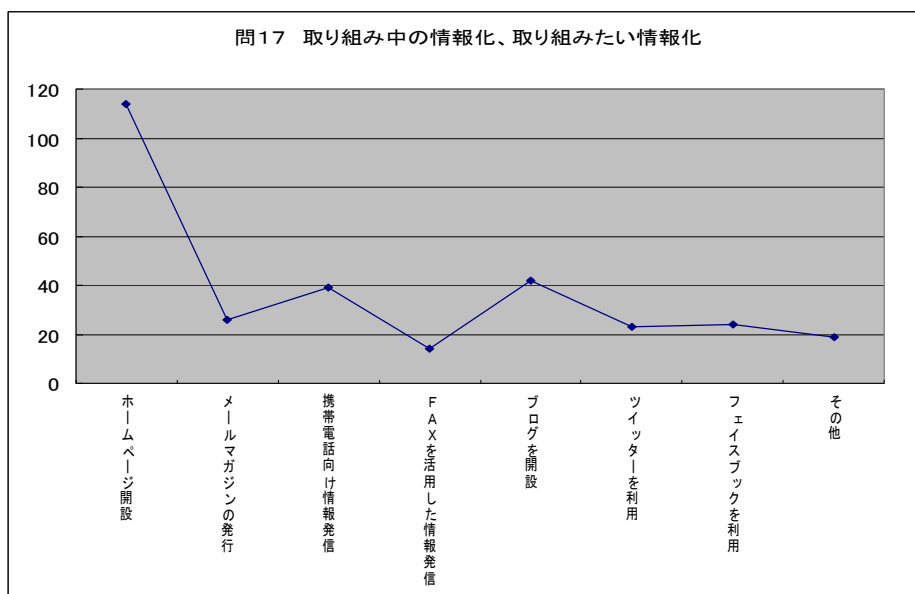
景況別の商店の対応をみてみると、やや衰退、衰退と答えた商店が、宅配サービスに取り組み中とした商店の 7 割、御用聞きに取り組み中とした商店の 8 割を占めており、懸命に新しいサービスに取り組んでいる様子が見える。



### 問 17 情報化の取り組みについて（無制限に選択）

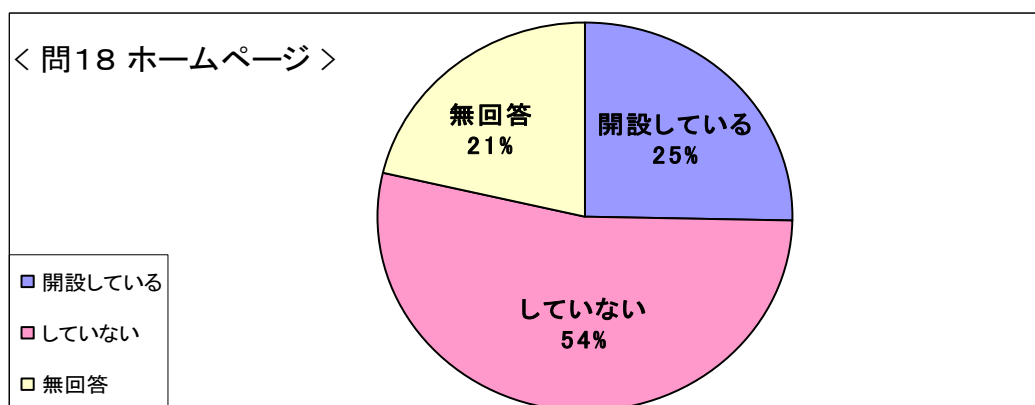
ホームページ開設済みが全体の 25%に達していることが分かったほか、ホームページを設置する以外で取り組み中、取り組みたい項目では、ブログを開設 42 ポイント、携帯電話向け情報発信 39 ポイント、メールマガジンの発行 26 ポイント、フェイスブックを利用 24 ポイント、ツイッターを利用 23 ポイントとインターネットを活用した取り組みに大きな関心を持っている。

情報化に取り組む目的（無制限に選択）としては、消費者向け情報発信 123 ポイント、顧客情報の管理 64 ポイント、消費者との情報交流 50 ポイント、商品の受発注管理 48 ポイント、といった項目が上位となり、さまざまな活用目的で情報化に取り組まれている。



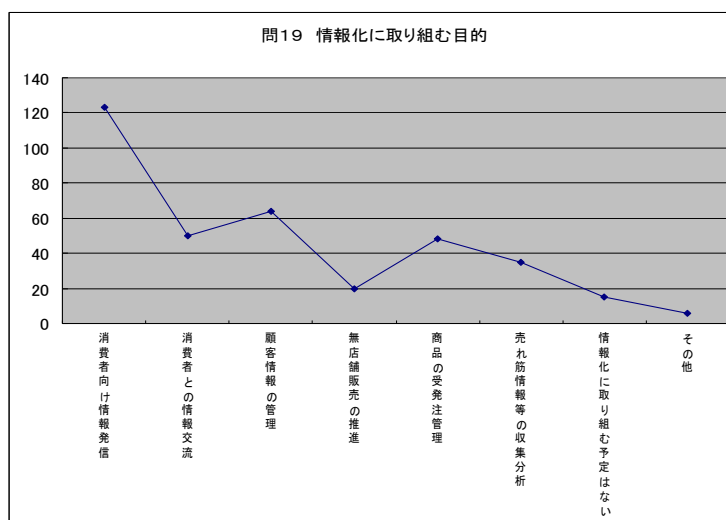
問18 ホームページの開設状況について

ホームページの開設状況を見ると、開設しているが25%、開設していない54%であった。



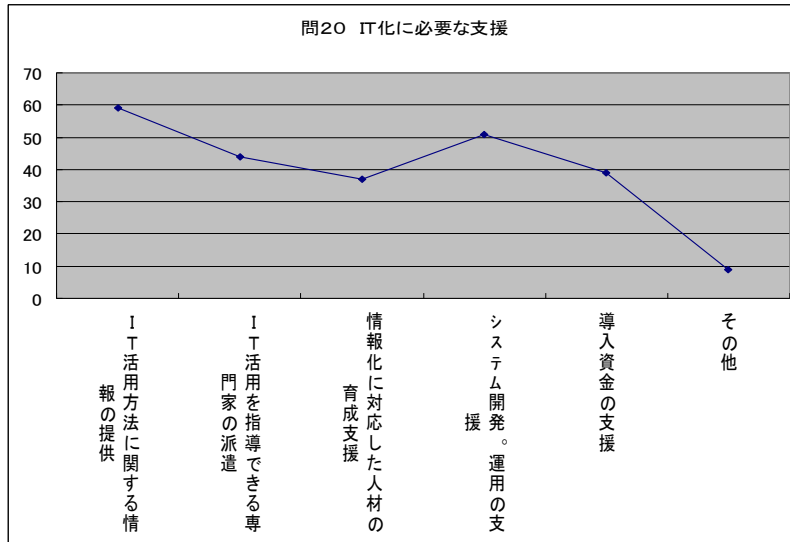
問19 IT化に取り組む目的について（無制限に選択）

IT化の目的については、消費者向け情報発信、顧客情報の管理、商品の受発注管理が上位であった。



問 20 IT化に取り組むための支援について（3つまで選択）

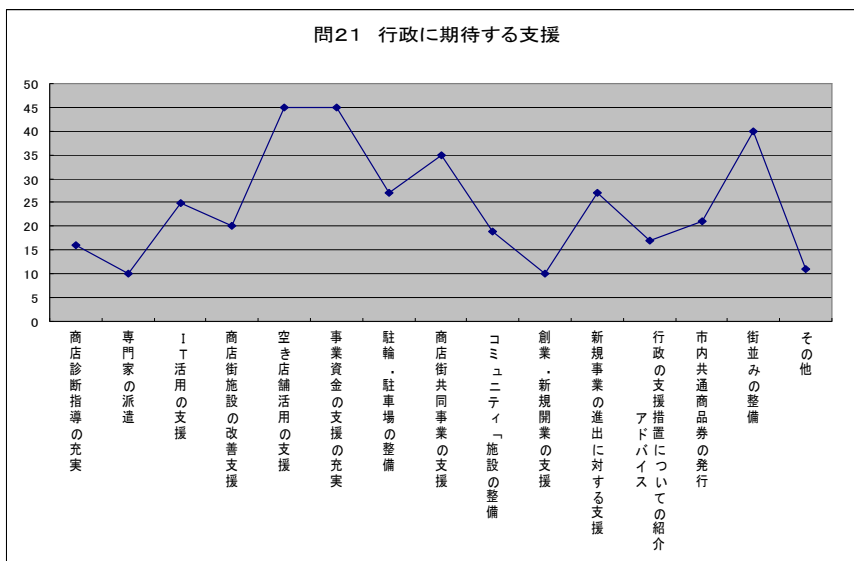
IT化に取り組むための支援については、IT活用方法に関する情報の提供 59 ポイント、システム開発・運用の支援 51 ポイント、IT活用を指導できる専門家の派遣 44 ポイント、導入資金の支援 39 ポイント、情報化に対応した人材の育成支援 37 ポイントと多くの項目が選択された。



問 21 行政に期待する支援策について（3つまで選択）

市に対する支援策については、全体の1位は、空き店舗活用及び資金支援が同じく45ポイントであったが、街並み整備41ポイント、共同支援事業35ポイント、駐車場整備27ポイントと多様な支援策に期待が持たれている。

業種別にそれぞれの1位をみると、小売業では、空き店舗活用が29ポイント、飲食業では、街並み整備7ポイント、サービス業では、資金支援6ポイント、卸売業では、空き店舗活用、資金支援、新規進出支援が同じく4ポイント、その他（ガソリンスタンド、医薬品小売など）では、資金支援3ポイントで、業種別に期待する内容が分かれた。



## <商店街及び市街地活性化にかかるアンケートまとめ>

### 1 商店の現状

○家族のみで経営する商店が 38%、後継者いない商店が 33%

市内の商店 690 店舗にアンケートをお願いし、回答を得たのは 254。回収率 36.8% となった。

地区別では、天童地区 153、成生地区 3、蔵増地区 4、寺津地区 5、津山地区 10、山口地区 9、高掬地区 8、長岡地区 14、干布地区 6、荒谷地区 4、無回答 38、計 254 回収率 36.8%

業種別では、小売業 162、飲食業 25、サービス業 17、卸売業 30、その他小売業（ガソリンスタンド、医薬品小売、カー用品等）18、無回答 2、計 254 となった。

従業員規模別（割合）で見ると、家族のみ 38%、1、2 人 18%、3、4 人 16%、5～9 人 10%、10～19 人 9%、20 人以上 9%となった。

経営者の年齢別（割合）では、39 歳以下 4%、40 代 10%、50 代 28%、60 代 35%、70 代以上 23%となった。

後継者については、後継者がいる 37%、後継者がいない 33%、未定 29%となった。

○商店の抱える問題の 1 位は、大型店の増加。ただし、業種別では分かれる。

問題点（3 つまで選択）としてあげられているのは、大型店の増加が最も多く 85 ポイント、次いで、集客の核がない 64 ポイント、都市環境変化 46 ポイントであった。

業種別の上位項目は、小売業では、大型店の増加が 69 ポイント、飲食業では、その他（客の減少等）が 7 ポイント、サービス業では、都市環境変化が 6 ポイント、卸売業では、後継者不足及び大型店増加が 6 ポイント、その他小売業では、その他（不景気等）4 ポイントであった。

### 2 客 層

○高齢者・主婦が中心、年代では 50 代～70 歳以上で過半数

客層をみると、高齢者 27%、主婦 25%が中心で、会社員・自営業・その他が 36%、学生 12%であった。

顧客の年代では、高齢者が多く、70 歳以上 19%、60 代 19%、50 代 16%を合計すると 54%を占める。以下、40 代 16%、30 代 11%、10 代 11%、20 代 8%であった。

利用する交通手段は、自動車ほとんどで 64%、以下、徒歩 13%、自転車 9%、電車 7%、バス 7%であり、来店者の増減と駐車場とが大きく影響するようになっている。

### 3 景 況

○やや衰退、衰退で 6 割を占める

現在の景況をみると、やや衰退しているが 34%、衰退しているが 26%で、合わせると 60%という状況。変わらない 22%、やや繁盛している 12%、繁盛している 4%であった。

業種別でみると、小売業、飲食業、サービス業、卸売業のいずれでも、やや衰退している、衰退しているが合わせておよそ60%であったが、繁盛している、やや繁盛している項目をみると、卸売業 飲食業で繁盛とやや繁盛を合わせて20%、サービス業で繁盛とやや繁盛を合わせて18%と、全体の平均を上回る業種も見られた。

小売業（詳細）をみると、コンビニ・ディスカウントストアで繁盛13%、やや繁盛25%、自動車・自転車で繁盛16%、やや繁盛21%、家具・什器で、やや繁盛18%で、全体平均をやや上回った。逆に、織物、衣服でやや衰退41%、衰退27%、飲食料品でやや衰退33%、衰退28%、その他（ガソリンスタンド、医薬品小売等）の業種で衰退33%となり、全体平均よりわずかに悪かった。

#### ○3年前と比較して減少が63%

売上を3年前と比較して、増加した15%、変わらない19%、減少した63%と回答している。

業種別でみると、サービス業で増加した24%、卸売業で増加した17%と回答しており、全体の平均を上回った。

#### ○3年後の売上減少を予測が55%

売上の3年後を予測して、増加する15%、変わらない27%、減少する55%と予測している。

業種別でみると、飲食業で増加する20%、その他で増加する22%と、全体の平均を上回る回答があったが、小売業で減少する57%、サービス業で減少する59%と予測している。

### 4 商店の販売促進

#### ○多様な販促活動に関心

商店の販売促進活動においては（3つまで選択）、多様な活動が選択され、イベント・催し物60ポイント、チラシ配布57ポイント、ポイントカード42ポイント、雑誌・新聞・テレビの活用42ポイント、季節ごとのセール35ポイントとなった。特にイベント、季節のセールなどの効果に期待が大きく、てんてんカード等のポイントカードの活用にも関心が高い。

### 5 商店街の情報化

#### ○インターネットへの取り組みを拡大

ホームページ開設済みが全体の25%に達していることが分かったほか、ホームページを設置する以外で取り組み中、取り組みたい項目（無制限に選択）では、ブログを開設42ポイント、携帯電話向け情報発信39ポイント、メールマガジンの発行26ポイント、フェイスブックを利用24ポイント、ツイッターを利用23ポイントとインターネットを活用した取り組みに大きな関心を持っている。

情報化に取り組む目的（無制限に選択）としては、消費者向け情報発信123ポイ

ント、顧客情報の管理 64 ポイント、消費者との情報交流 50 ポイント、商品の受発注管理 48 ポイント、といった項目が上位となり、さまざまな活用目的で情報化に取り組まれている。

○ I T 活用情報に関心（情報、専門家、資金支援、人材育成）

I T 化に取り組むための支援については（3 つまで選択）、I T 活用方法に関する情報の提供 59 ポイント、システム開発・運用の支援 51 ポイント、I T 活用を指導できる専門家の派遣 44 ポイント、導入資金の支援 39 ポイント、情報化に対応した人材の育成支援 37 ポイントと多くの項目が選択された。

## 6 高齢者への取り組み

○各種サービスに取り組み（宅配サービスや御用聞き）

高齢者の顧客に対応した各種サービスについては、宅配サービス、給食配達、御用聞き、休憩所設置、買物代行、買物介助となった。各商店でさまざまな取り組みが行われている。

取り組み中、取り組みたい事業を合わせたポイントを見ると、宅配サービス 96 ポイントで圧倒的に多く、次いで、御用聞き 65 ポイント、休憩所設置 35 ポイント、買物代行 33 ポイント、買物介助 27 ポイント、車椅子貸し出し 17 ポイント、給食配達 10 ポイントとなった。

景況別の商店の対応をみてみると、やや衰退、衰退と答えた商店が、宅配サービスに取り組み中とした商店の 7 割、御用聞きに取り組み中とした商店の 8 割を占めており、懸命に新しいサービスに取り組んでいる様子が見える。

## 7 市への期待

○空き店舗活用と資金支援に期待

市に対する支援策については、全体の 1 位は、空き店舗活用及び資金支援が同じく 45 ポイントであったが、街並み整備 31 ポイント、共同支援事業 35 ポイント、駐車場整備 27 ポイントと多様な支援策に期待が持たれている。

業種別にそれぞれの 1 位をみてみると、小売業では、空き店舗活用が 29 ポイント、飲食業では、街並み整備 7 ポイント、サービス業では、資金支援 6 ポイント、卸売業では、空き店舗活用、資金支援、新規進出支援が同じく 4 ポイント、その他（ガソリンスタンド、医薬品小売等）では、資金支援 3 ポイントで、業種別に期待する内容が分かれた。