

平成 30 年度商店街実態調査・消費者購買行動意識調査

報告書がまとまりました

～店舗の老朽化や魅力ある店舗の不足、経営者の高齢化に悩む商店街が増加。外国人観光客を受け入れたいと考える商店街は約 3 割。商店街に期待する役割は身近な買い物の場と考える市民が約 6 割～

横浜市では、商店街振興施策の基礎資料とするため、市内の商店街の実態や、市民の購買行動及び商店街に対する意識を把握する調査を定期的に行っています。

このたび、平成 30 年度に実施した「商店街実態調査」及び「消費者購買行動意識調査」の両調査の結果がまとまりました。

＜調査の概要＞

調査名	商店街実態調査	消費者購買行動意識調査
調査対象	(一社)横浜市商店街総連合会加盟の 260 商店街ほか計 285 商店街	市内在住の 20 歳以上の男女 15,000 人 ※住民基本台帳から無作為抽出
調査方法	郵送によるアンケート方式	
調査期間	平成 30 年 10 月～11 月	平成 30 年 10 月
有効回収数 (回収率)	231 件 (81.1%)	5,143 件 (34.3%)

各報告書は、経済局のホームページでご覧いただけます。

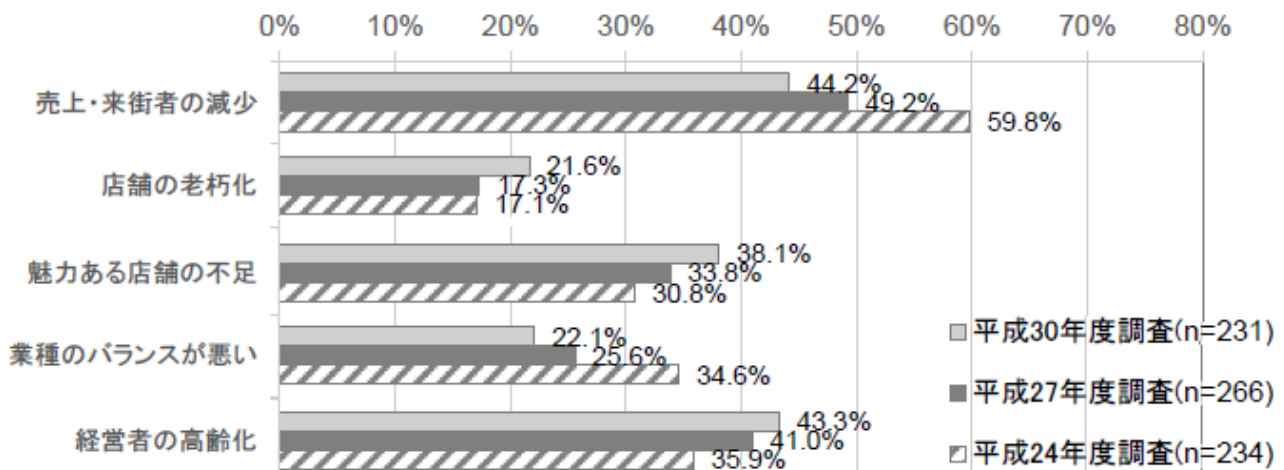
<https://www.city.yokohama.lg.jp/business/kigyoshien/tokei-chosa/shogyocyosa/shogyochosa.html>

＜調査結果＞ ～詳細は報告書を参照。なお、商店街実態調査は「◇」、消費者購買行動意識調査は「◆」で示す～

◇「売上・来街者の減少」、「業種のバランスが悪い」は減少し、一方、「店舗の老朽化」、「魅力ある店舗の不足」、「経営者の高齢化」に悩む商店街が増加 [商店街実態調査]

商店街の悩みは、「売上・来街者の減少」、「経営者の高齢化」、「魅力ある店舗の不足」の順

■商店街の悩み (一部抜粋)

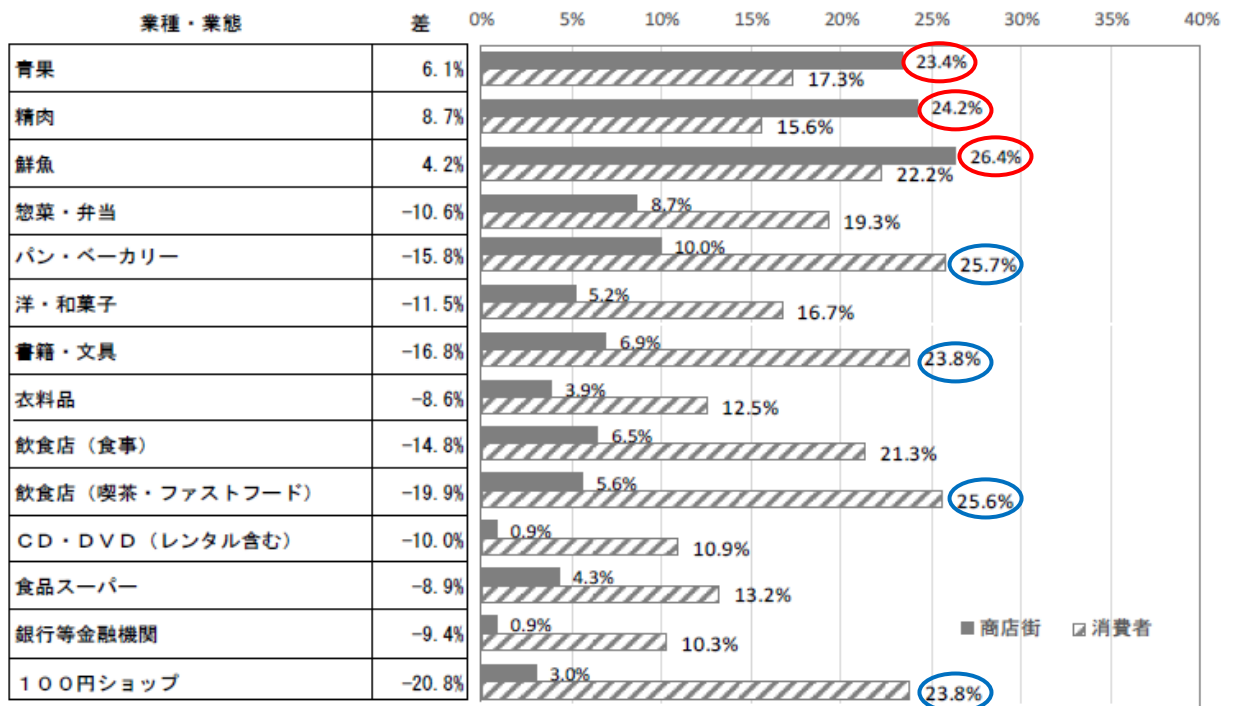


◆◆「商店街が不足を感じている業種・業態」と「消費者が求める業種・業態」は異なる結果に

〔商店街実態調査〕〔消費者購買行動意識調査〕

商店街が不足を感じている業種・業態では、生鮮3品が上位3位（赤い丸印）を占めた。一方、消費者が開店してほしい、もっと増えてほしいと思う業種・業態は「パン・ベーカリー」、「飲食店（喫茶・ファストフード）」、「書籍・文具」・「100円ショップ」（同率）が上位3位（青い丸印）となった。

■商店街が「商店街に不足していると感じている業種・業態」（商店街実態調査・問7）と消費者が「商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいと思う業種・業態」（消費者購買行動意識調査・問3）の比較（両調査の上位と商店街と消費者の差が8%を超えるものを抜粋）



※平成30年度実施の『商店街実態調査』（問7「貴商店街に不足していると感じている業種・業態」）と『消費者購買行動意識調査』（問3「商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店」）を比較し、差として表した。消費者ニーズが、商店街が不足していると感じている業種・業態を上回るとマイナス表記となる。

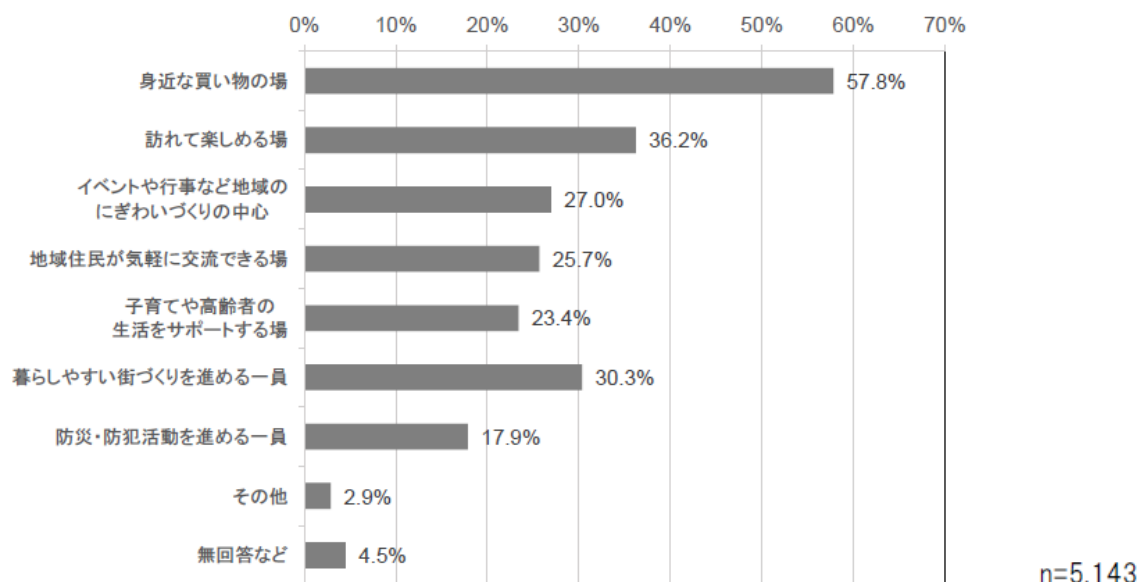
◆これからの商店街に期待することは、「身近な買い物の場」、「訪れて楽しめる

場」、「暮らしやすい街づくりを進める一員」が上位を占めた [消費者購買行動意識調査]

全ての年代で「身近な買い物の場」や「訪れて楽しめる場」が多い。

なお、20～40歳代を中心に「イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心」が上位となっており、20～40歳代や70歳代以上で「子育てや高齢者の生活をサポートする場」が上位となっている。

■商店街に期待する役割



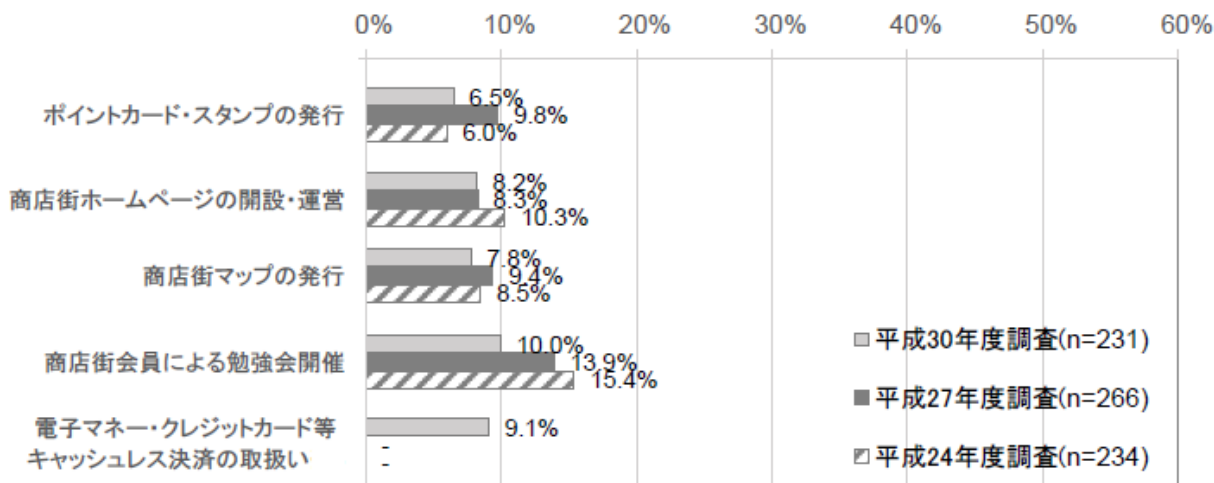
【年代別】

	1位	2位	3位	4位	5位
全体 (n=5,143)	身近な買い物の場 57.8%	訪れて楽しめる場 36.2%	暮らしやすい街づくりを進める一員 30.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 27.0%	地域住民が気軽に交流できる場 25.7%
20歳代 (n=371)	身近な買い物の場 56.1%	訪れて楽しめる場 35.3%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 31.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.0%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 24.5%
30歳代 (n=696)	身近な買い物の場 58.2%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 38.9%	訪れて楽しめる場 36.9%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 34.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 26.4%
40歳代 (n=895)	身近な買い物の場 58.8%	訪れて楽しめる場 38.7%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 34.6%	暮らしやすい街づくりを進める一員 29.9%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 26.6%
50歳代 (n=904)	身近な買い物の場 56.4%	訪れて楽しめる場 37.9%	暮らしやすい街づくりを進める一員 35.4%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 28.5%	地域住民が気軽に交流できる場 26.2%
60歳代 (n=943)	身近な買い物の場 61.3%	訪れて楽しめる場 35.7%	暮らしやすい街づくりを進める一員 31.6%	地域住民が気軽に交流できる場 26.0%	イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心 21.7%
70歳代以上 (n=1,300)	身近な買い物の場 55.9%	訪れて楽しめる場 33.5%	暮らしやすい街づくりを進める一員 28.5%	地域住民が気軽に交流できる場 28.4%	子育てや高齢者の生活をサポートする場 17.3%

◇商店街が今後取り組みたいと考えている活動は、「商店街会員による勉強会開催」、「電子マネー・クレジットカード等キャッシュレス決済の取扱い」が上位となった
 [商店街実態調査]

「商店街会員による勉強会開催」は27年度調査に引き続き最も多いが、3.9ポイント減少している。一方、今回の調査から追加した「電子マネー・クレジットカード等キャッシュレス決済の取扱い」は2位と上位であり、キャッシュレス決済の対応による消費者の利便性向上のニーズが高まっていることが反映されている。

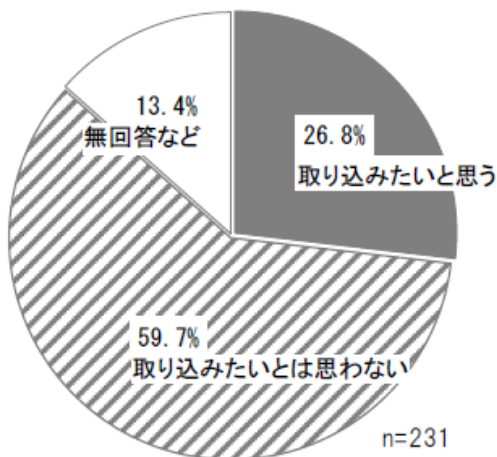
■商店街で取り組みたい活動 経年比較（一部抜粋）



◇62の商店街が外国人観光客を前向きに受け入れたいと考えており、今後取り組みたい事業は「多言語案内看板」、「Wi-Fi整備」、「キャッシュレス決済の導入推進」が上位を占めた。課題は「外国語対応」が最も多い [商店街実態調査]

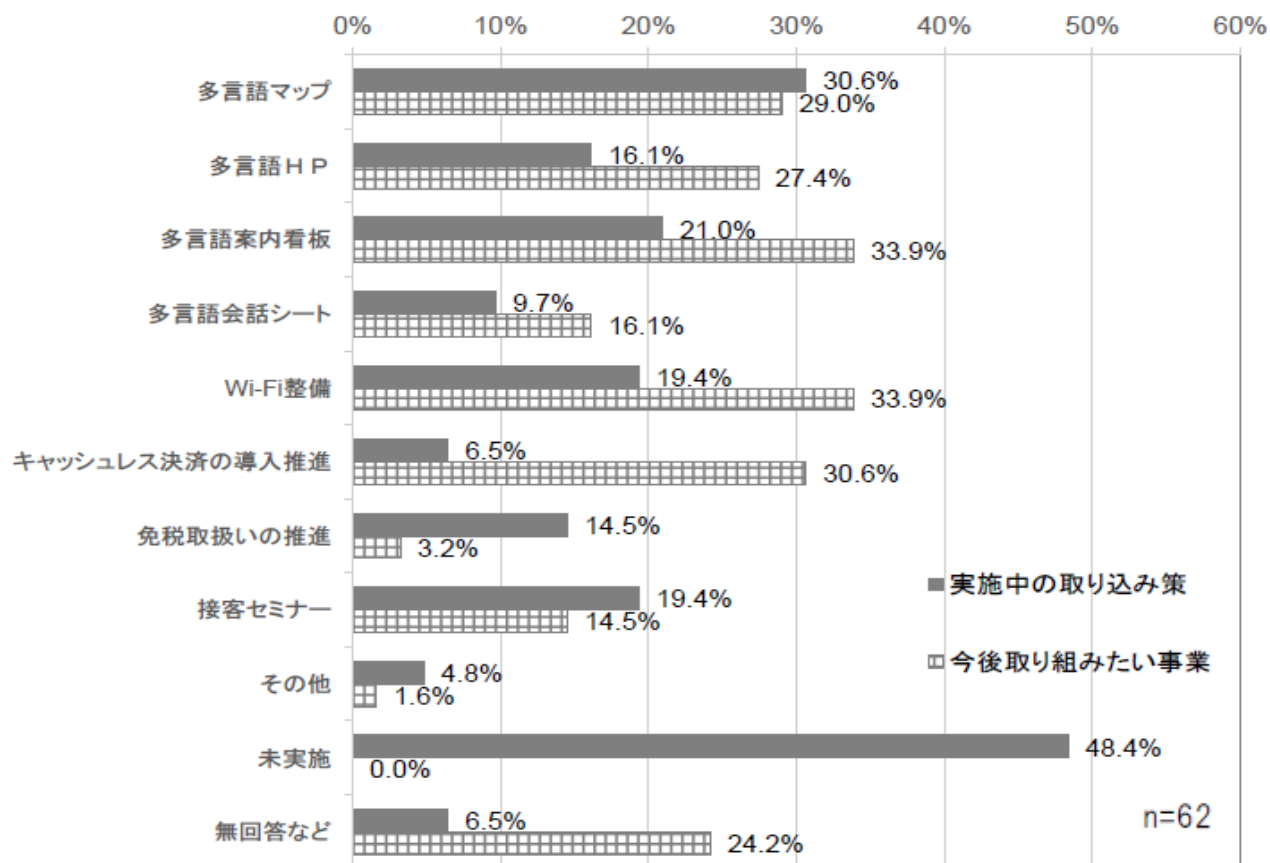
「取り込みたいと思う」と回答した商店街は62（26.8%）であり、今後取り組みたい事業は、「多言語案内看板（33.9%）」、「Wi-Fi整備（33.9%）」、「キャッシュレス決済の導入推進（30.6%）」の順で上位であり、外国人観光客の取り込みへの課題で最も多いのは「外国語対応（75.8%）」となっている。

■外国人観光客の取り込み

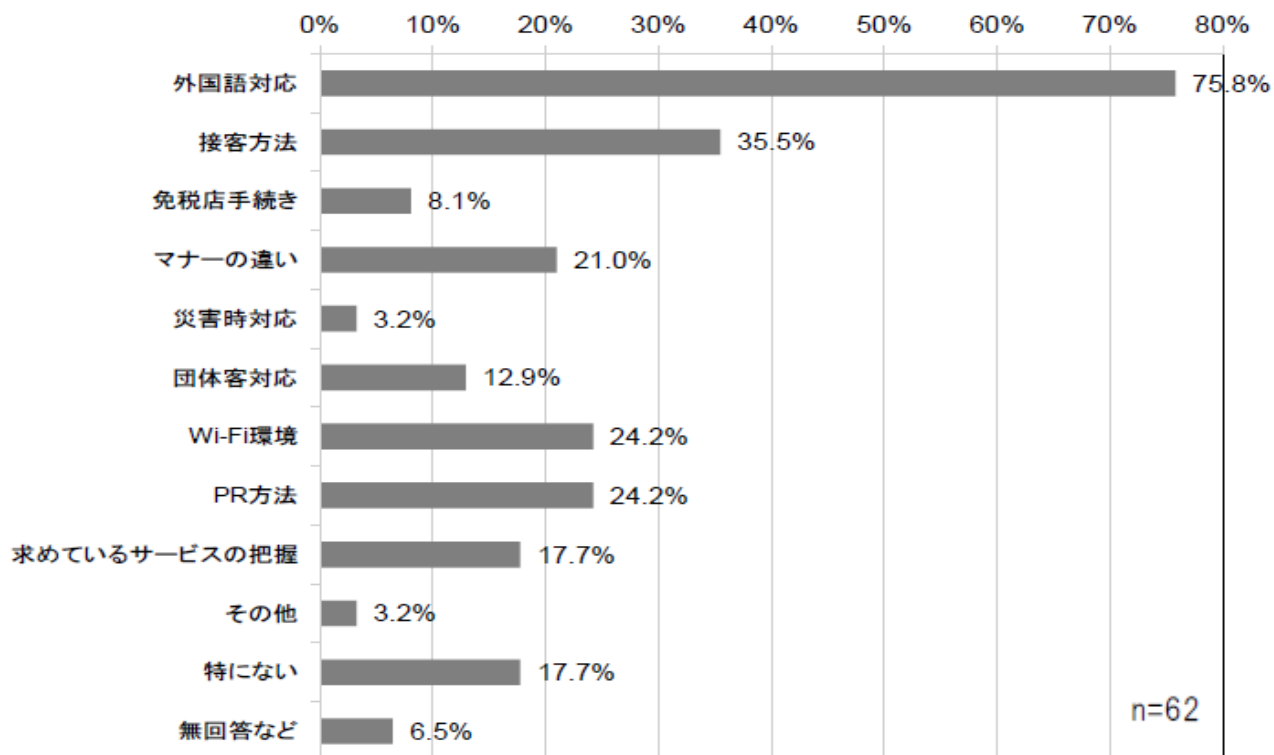


取り込みたいと思うと回答した商店街数			
全体：62			
青葉区	1	瀬谷区	0
旭区	2	都筑区	2
泉区	0	鶴見区	2
磯子区	2	戸塚区	4
神奈川区	6	中区	19
金沢区	3	西区	7
港南区	1	保土ヶ谷区	4
港北区	4	緑区	1
栄区	2	南区	2

■外国人観光客に対して実施中の取り込み策と今後取り組みたい事業



■外国人観光客の取り込みへの課題



お問合せ先

経済局商業振興課 商業振興課長 濃野 誠 Tel 045-671-2577

※本件は、経済記者クラブにも同時発表しています。