

## 令和5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

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を実施しています。

このたび、令和5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	市内全商店街 (307 商店街)	市内在住の 18 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	郵送による調査票の配付、回収	郵送（配付・回収）及び WEB によるアンケート方式
調査期間	令和5年10月～11月	令和5年10月
有効回収数（回答率）	241 件（78.5%）	5,697 件（38.0%）

各報告書は、経済局のホームページでご覧いただけます。

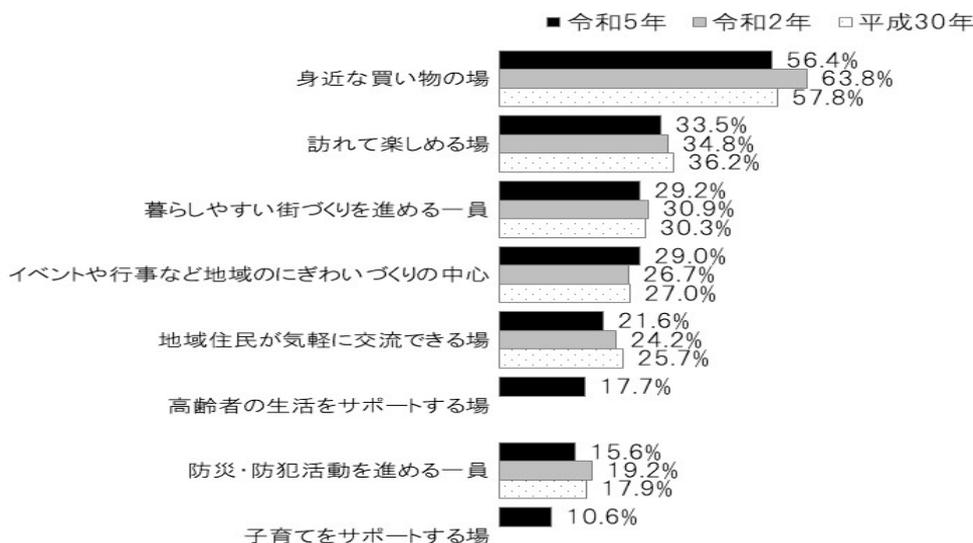
<https://www.city.yokohama.lg.jp/business/kigyoshien/tokei-chosa/shogyocyosa/shogyochosa.html>

#### 調査結果

市民が商店街に期待する役割は、「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〕

商店街は「身近な買い物の場」と期待されるほか、「暮らしやすいまちづくりを進める一員」など地域コミュニティの担い手としての役割を期待されている。特に、「子育てをサポートする場」として子育て世帯からのニーズが高い。

■ これからの商店街のあり方や役割について、期待することはどれですか。（○は3つまで）【問 17-1】



※一部抜粋  
n=5,697

裏面あり

【子ども（末子）の年齢別】

子ども（末子）の年齢が低くなるほど、「子育てをサポートする場」としての役割が期待されている。特に、未就学児（0～5歳）の子育て世帯では、39.8%と高い。

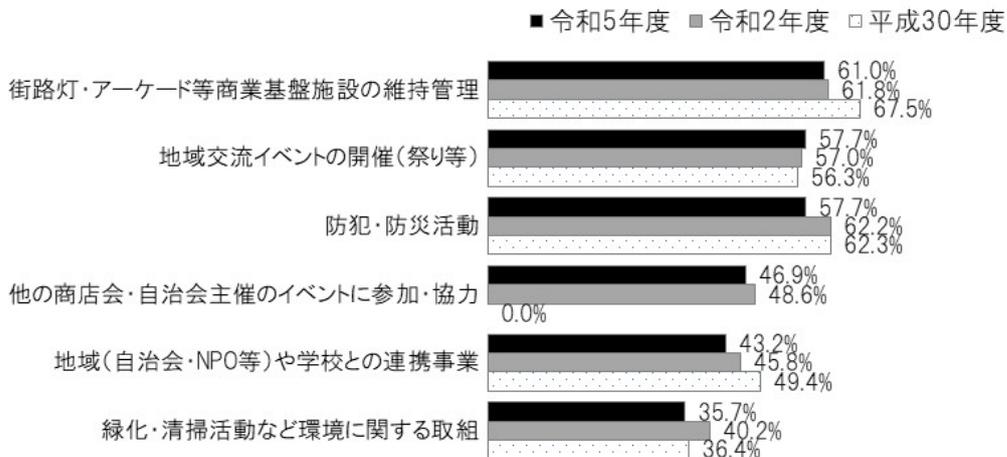
子ども(末子)の年齢別	全対象者 (n=5,697)	いない (n=1,796)	0～5歳 (n=467)	6～15歳 (n=642)	16～18歳 (n=233)	19歳以上 (n=1,980)	無回答 (n=579)
身近な買い物の場	56.4%	58.6%	47.5%	51.4%	58.8%	60.8%	46.6%
訪れて楽しめる場	33.5%	36.4%	36.2%	30.5%	29.2%	34.1%	25.4%
暮らしやすい街づくりを進める一員	29.2%	30.8%	18.8%	23.5%	32.2%	33.4%	23.1%
イベントや行事など地域のにぎわいづくりの中心	29.0%	29.3%	47.5%	42.7%	33.5%	24.0%	13.0%
地域住民が気軽に交流できる場	21.6%	20.0%	19.7%	23.5%	26.2%	24.6%	13.6%
高齢者の生活をサポートする場	17.7%	16.6%	8.1%	14.3%	21.0%	22.4%	15.0%
防災・防犯活動を進める一員	15.6%	18.1%	12.6%	18.8%	14.6%	15.1%	9.0%
子育てをサポートする場	10.6%	8.5%	39.8%	17.1%	11.6%	5.5%	3.6%
その他	2.9%	3.5%	1.9%	2.6%	3.4%	2.6%	2.8%
無回答その他	8.1%	5.0%	6.6%	5.0%	4.3%	6.0%	30.7%

「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持管理」「地域交流イベントの開催」「防犯・防災活動」を行う商店街は約6割で、地域コミュニティの担い手としての役割を担っている。〔商店街実態調査〕

商店街の活動内容は、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持管理」（61.0%）がトップ、「地域交流イベントの開催（祭り等）」（57.7%）「防犯・防災活動」（57.7%）と続く。

経年で見ると、「防犯・防災活動」は令和2年度から4.5%の低下が見られるものの、「街路灯・アーケード等商業基盤施設の維持管理」「地域交流イベントの開催（祭り等）」に大きな変化は見られない。

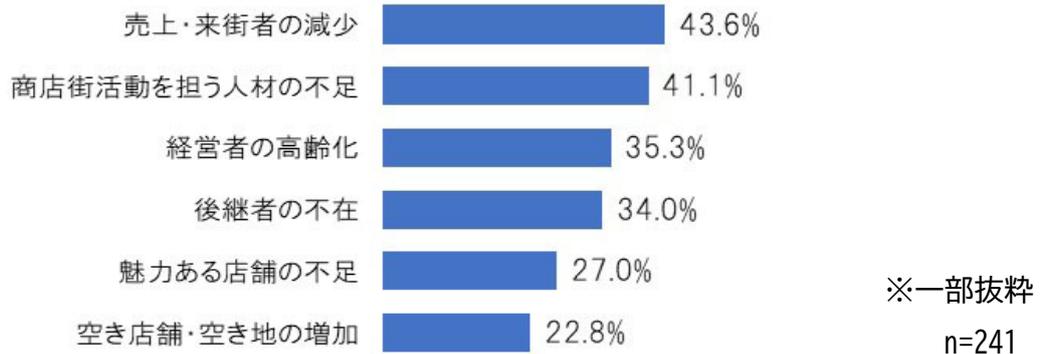
■ 貴商店街の活動内容はどのようなものですか。（あてはまるもの全てに○）【問9】



※一部抜粋  
n=241

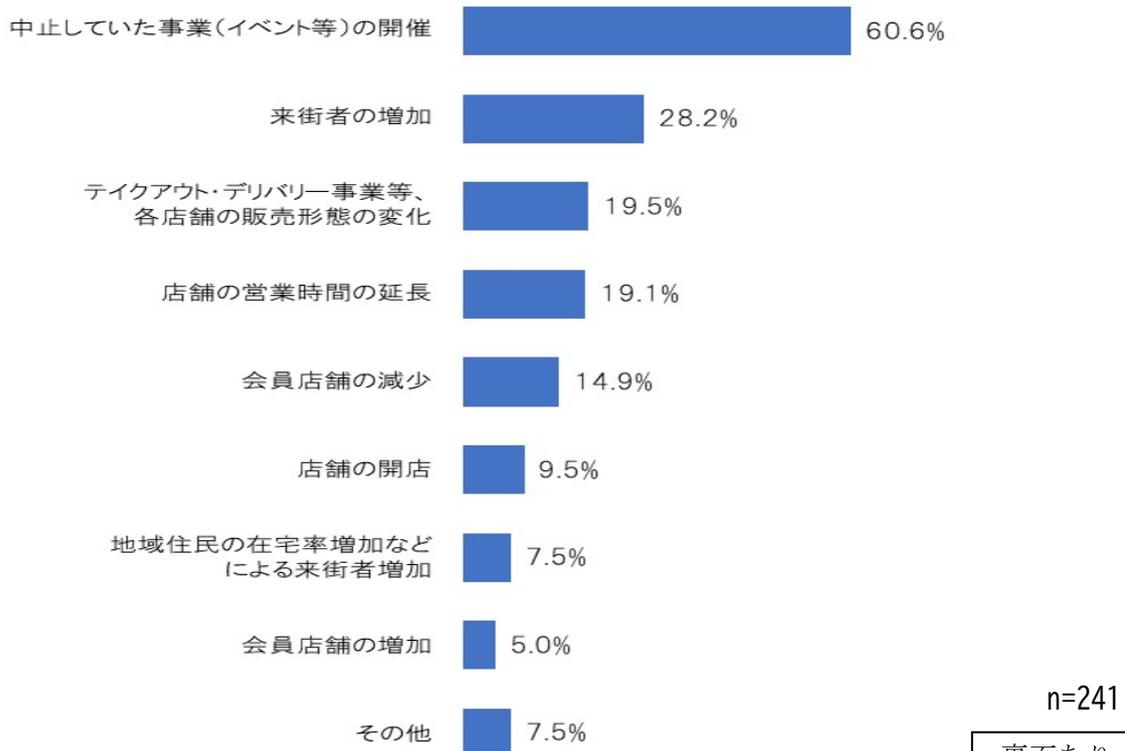
「売上・来街者の減少」「商店街活動を担う人材の不足」に悩む商店街は約4割。次いで「経営者の高齢化」「後継者の不在」に悩む商店街は約3割。〔商店街実態調査〕  
4割を超える商店街が「売上・来街者の減少」（43.6%）と「商店街活動を担う人材の不足」（41.1%）に悩んでいる。「経営者の高齢化」（35.3%）「後継者の不在」（34.0%）など、高齢化に関連する悩みも多い。

■現在、貴商店街ではどのような悩みがありますか。（〇は3つまで）【問 11】



新型コロナウイルス感染症の5類移行後、約6割の商店街が「中止していた事業を開催」、約3割の商店街が「来街者の増加」と回答。〔商店街実態調査〕  
このほか、「テイクアウト・デリバリー事業等、各店舗の販売形態の変化」（19.5%）など。一方、「会員店舗の減少」が14.9%。

■新型コロナウイルス感染症が5類に移行したことにより、貴商店街にどのような影響がありましたか。（あてはまるもの全てに〇）【問 21】



裏面あり

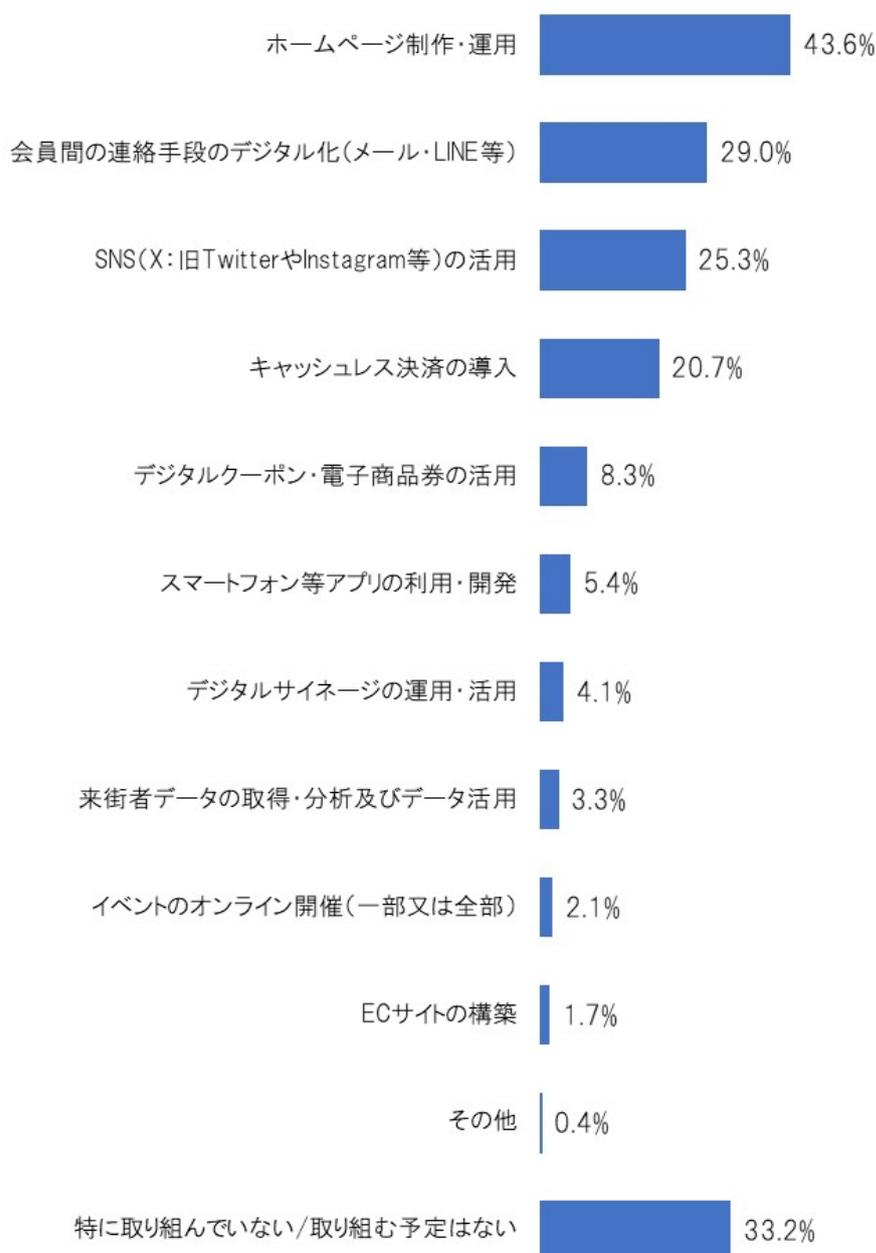
商店街がデジタル化推進のために取り組んでいることの上位は、「ホームページ制作・運用」「会員間の連絡手段のデジタル化」「SNSの活用」。デジタル化の推進に取り組んでいない商店街が約3割。〔商店街実態調査〕

商店街からの発信として、「ホームページ制作・運用」（43.6%）や「SNS（X：旧TwitterやInstagram等）の活用」（25.3%）などに取り組んでいる。

商店会内部向けでは「会員間の連絡手段のデジタル化（メール・LINE等）」（29.0%）、顧客向けには「キャッシュレス決済の導入」（20.7%）や「デジタルクーポン・電子商品券の活用」（8.3%）と続いている。

一方で、「特に取り組んでいない/取り組む予定がない」が33.2%。

■ デジタル化の推進のために、商店会で現在取り組んでいることは何ですか。  
（あてはまるもの全てに○）【問23】



n=241

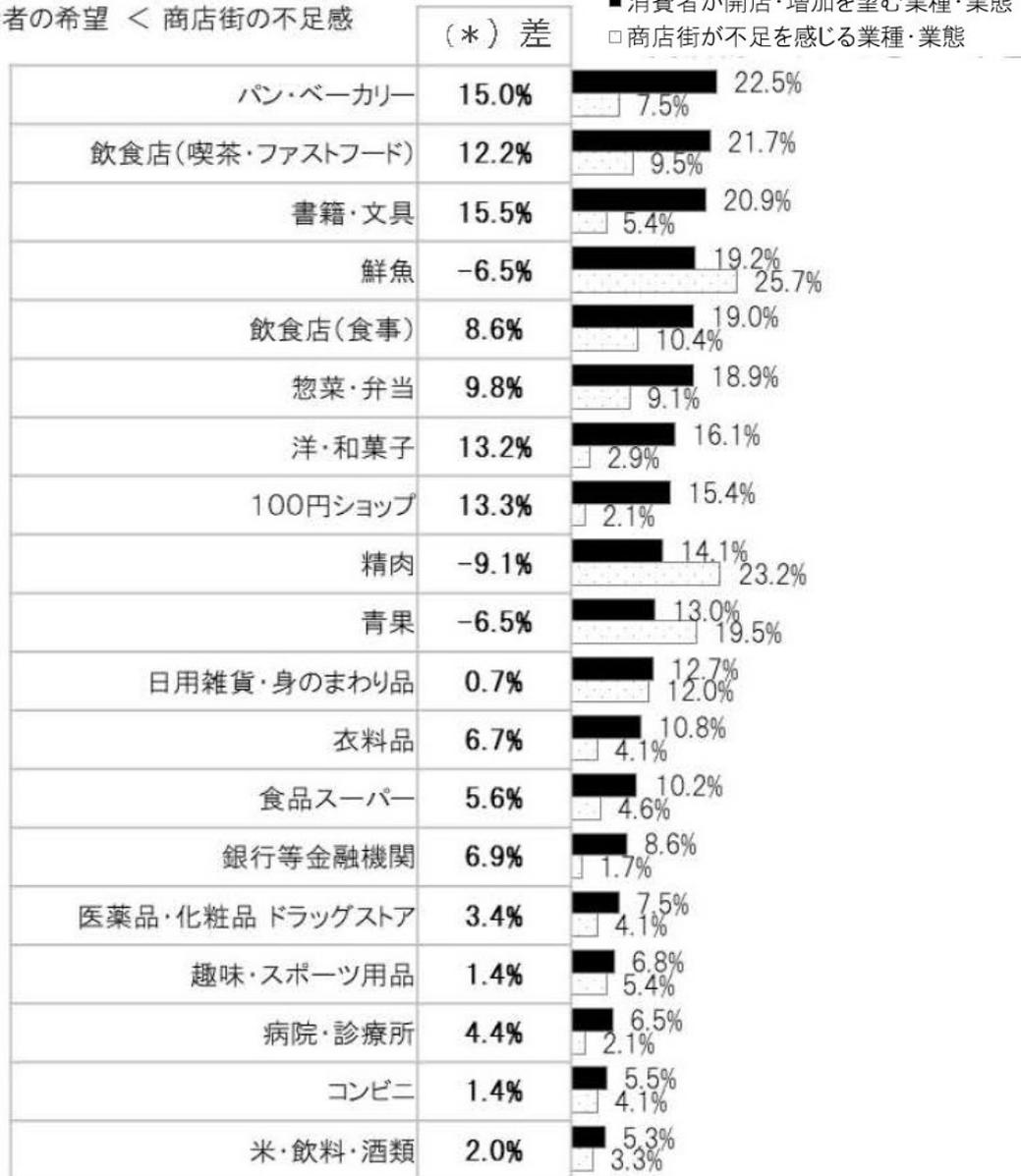
**「消費者が求める業種・業態」と「商店街が不足を感じている業種・業態」とは異なる結果に**〔消費者購買行動意識調査〕〔商店街実態調査〕

消費者が「パン・ベーカリー」「飲食店（喫茶・ファストフード）」「書籍・文具」を増えてほしい業種としている一方で、商店街は不足している業種を「鮮魚」「精肉」「青果」の生鮮三品としている。

■ 商店街に開店して欲しい、もっと増えて欲しいお店は何ですか。【問 11】（あてはまるもの全てに○）

■ 現在、貴商店街区域に不足していると感じている業種・業態は何ですか。【問 8】（3つまで選択）

(\*) 差：消費者－商店街  
 プラス＝消費者の希望 > 商店街の不足感  
 マイナス＝消費者の希望 < 商店街の不足感



※上記の表は、消費者が「商店街に開店してほしい、もっと増えてほしいお店」（消費者購買行動意識調査）と、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）とを比較している。（消費者購買行動意識調査で5%以上の項目を抜粋）

**お問合せ先**

経済局商業振興課 商業振興課長 宮崎 郁 Tel 045-671-3488