

# 令和5年度茅ヶ崎市商店会に関するアンケート結果 とりまとめ(商店会会員様)

## 調査名

令和5年度茅ヶ崎市商店会に関するアンケート

## 目的

令和3年度から、本市の財政健全化により商店会への販促補助金等が休止されていることに伴い、市内商店会の課題等を把握し、今後の商店会活性化施策の基礎資料とすること。

## 対象者

市内商店会会員 840名

## 回答期間

令和6年1月17日(水)～2月7日(水)

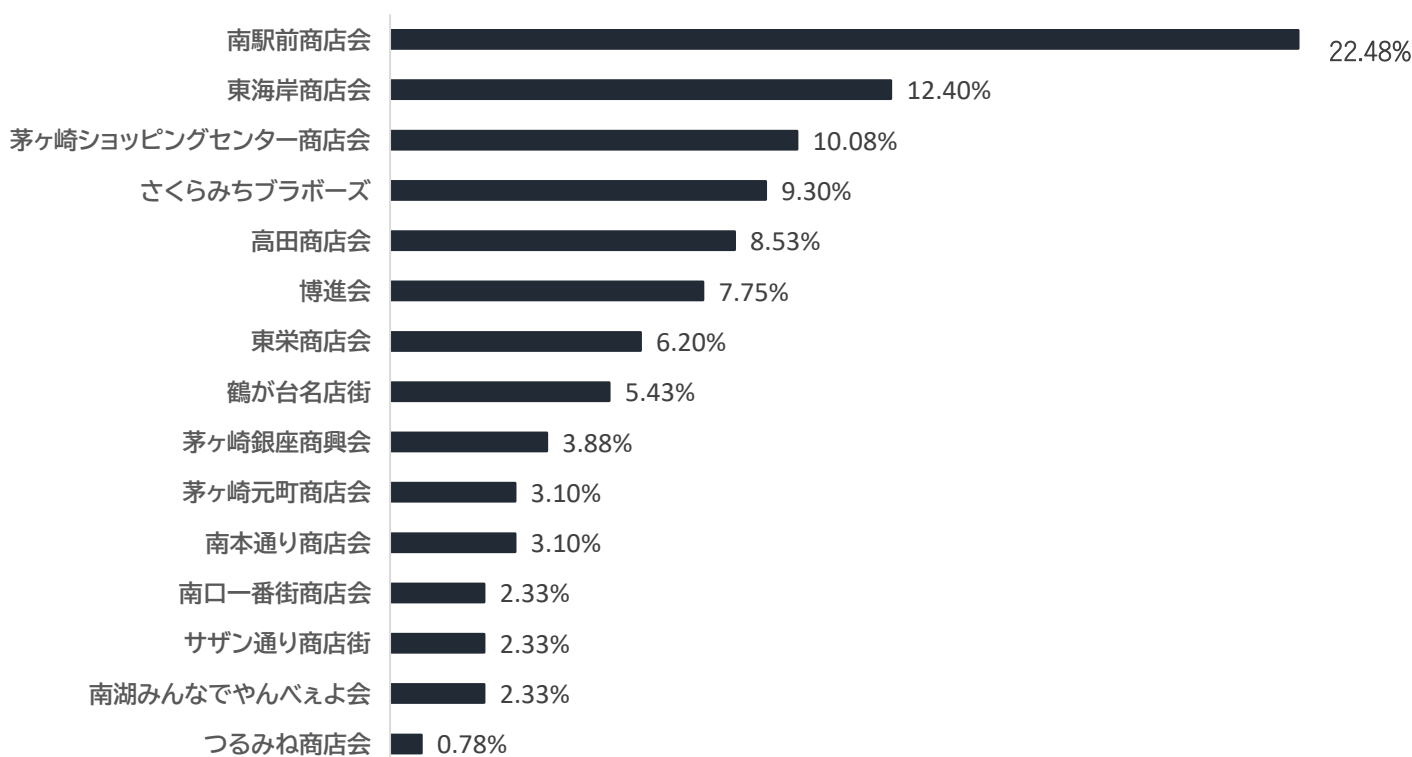
## 総回答数

129名(回答率 15.3%)

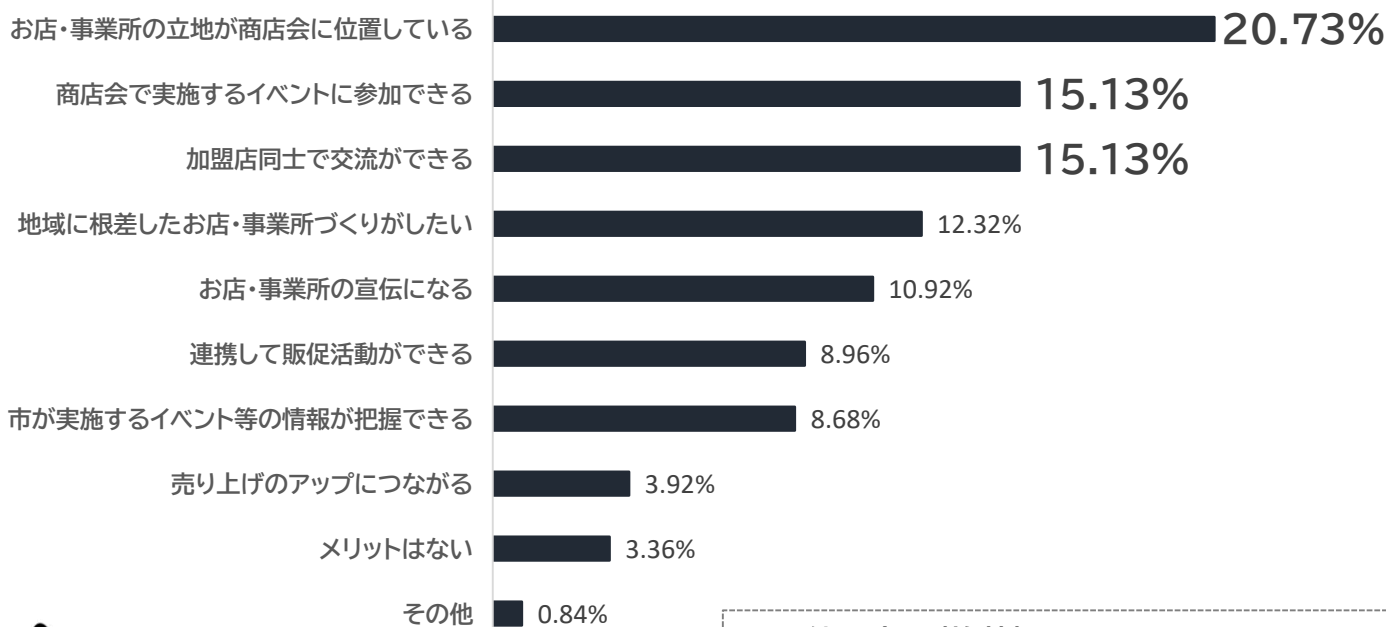
## 調査項目の概要

調査項目	内容
回答者の属性	商店会名
商店会の加盟に関する設問	商店会に加盟している理由やメリットについて
	今後の商店会への加盟意向
商店会の課題や取組みに関する設問	商店会の課題
	商店会活性化のための取組
商店会活性化のための支援に関する設問	補助金以外の支援の必要性

## 【設問1】加盟している商店会名を教えてください。(回答した商店会の割合)



## 【設問2】商店会に加盟している理由やメリットについて教えてください。(あてはまるものすべてにチェックしてください)



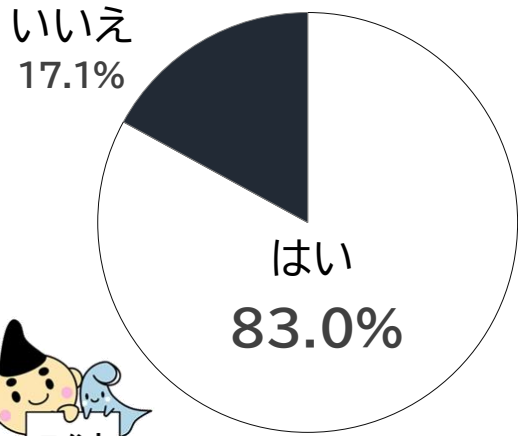
### その他の意見(抜粋)

- (加盟した理由として)入れと言われたから
- (加盟のメリットとして)その地域で商売させていただいている者同士が連携し、その地域に貢献をするという意識をはぐくむことができる。

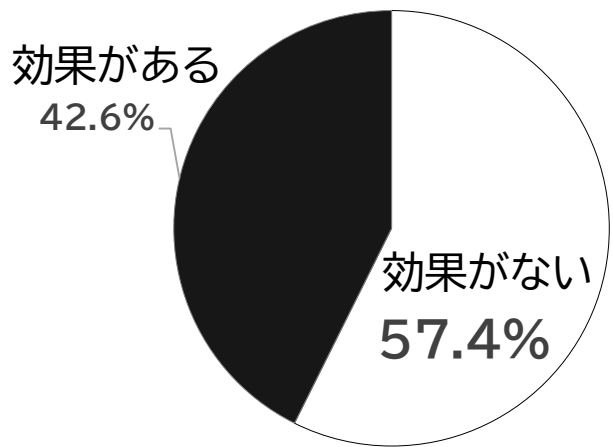


商店会に加盟している理由やメリットについては、商店会に加盟している理由として、「お店・事業所の立地が商店会に位置している」ことが最も高い回答率となった。次いで、「商店会で実施するイベントに参加できる」、「加盟店同士で交流ができる」などの理由が続いており、商店会としての活動や横の繋がりができることについてメリットを感じていることがわかる。

【設問3】今後も商店会に加盟し続けたいですか。

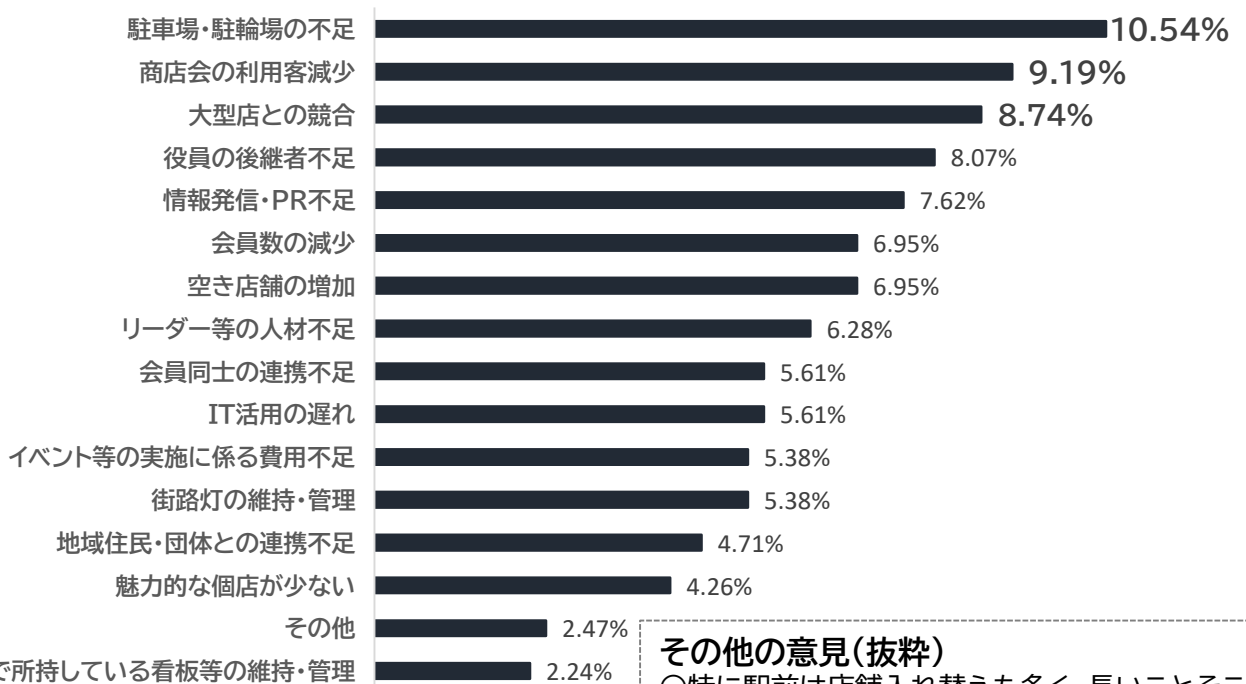


【設問4】加盟している商店会の共同事業の取組は、あなたのお店・事業所の売上に効果がありますか。



「今後も商店会に加盟し続けたい」という回答が8割を超えている一方、商店会の共同事業の取組が店や事業所の売上に効果があると回答した割合は半数以下にとどまった。そのため、費用対効果よりも周囲との関わりを大切にしている方が多く、設問2の上位回答「お店・事業所の立地が商店会に位置している」の裏付けにもなっている。

【設問5】加盟している商店会はどのような課題を抱えていると考えますか。(あてはまるものすべてにチェックしてください)



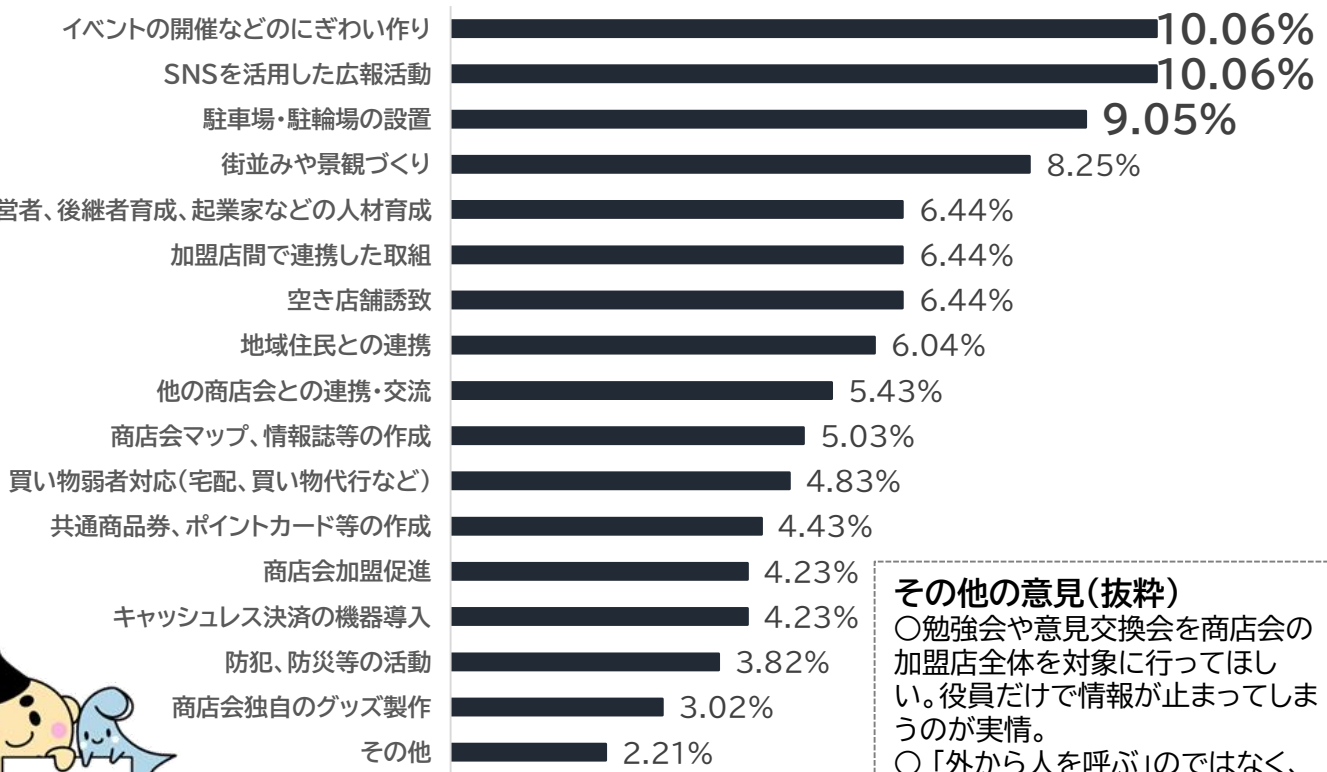
その他の意見(抜粋)

○特に駅前には店舗入れ替えも多く、長いことそこで商売をしている方々と新しい方々の連携がうまくいかない。  
○年会費が高額だが、何に使われているのか不明で販促の効果もない。



加盟している商店会の課題については、「駐車場・駐輪場の不足」が最も多くなっている。また、上位には、「商店会の利用客減少」、「大型店との競合」といった集客に関する課題が上がっている。  
また、会長の回答結果については、「役員の後継者不足」、「リーダー等の人材不足」が上位にあるため、会員と会長の課題認識に違いがある。

**【設問6】**今後、商店会が活性化するためにどのような取組が必要と考えますか。  
(あてはまるものすべてにチェックしてください)



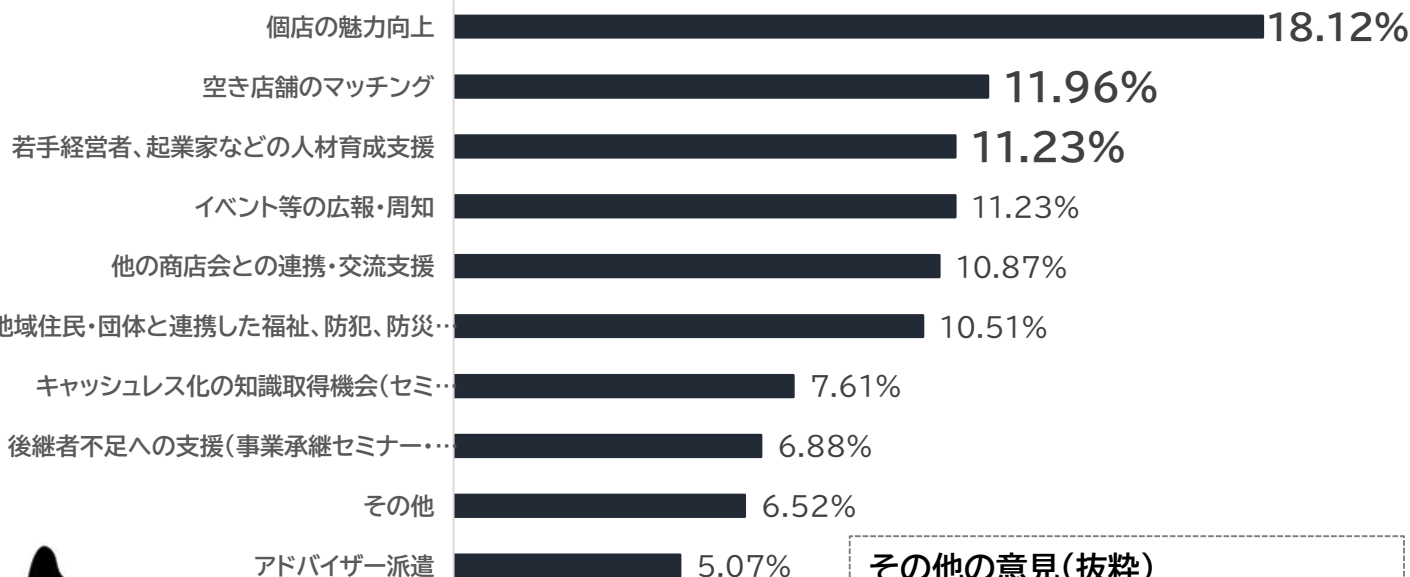
**その他の意見(抜粋)**

○勉強会や意見交換会を商店会の加盟店全体を対象に行ってほしい。役員だけで情報が止まってしまうのが実情。  
○「外から人を呼ぶ」のではなく、住みやすさを促進する商店(各通り)であることが大切だと思う。



商店会活性化のための必要な取組については、「イベントの開催などのにぎわい作り」、「SNSを活用した広報活動」が最も多い結果となった。そのため、設問5の集客に関する課題解決に向けた取組に繋がるとも考えられる。

**【設問7】**現在、市では「地域商店会販売促進事業補助金」について、見直しをはかっています。商店会を活性化するために補助金以外にどのような支援が必要か教えてください(あてはまるものすべてにチェックしてください)



**その他の意見(抜粋)**

○茅ヶ崎FM等での各商店街のPR、市の観光とジョイントしながらの支援を希望。ただし1人経営者の個人店舗も多いので会員負担は増やして欲しくありません。  
○市の街づくりビジョンと各部署の動きが連携すれば必然的に良くなると感じる。



商店会活性化のための補助金以外の支援として、「個店の魅力向上」に係る支援の必要性についての回答割合が最も高かった。また、他の設問と同様に、集客や人材不足解消に向けての何らかの支援が求められていることがわかった。



## 【設問8】最後に、市内の商店会等で何かございましたら、自由にお書きください。(抜粋)



例えば、ハロインなど子供たちが喜ぶイベントの日には商店街ごとでなく茅ヶ崎市の商店街全て同じ日にし、イベントなどは確商店街、店舗ごとに行ったほうがアピールも幅広く出来ていいのではないかと思います。

商店会と地域住民の方々との連携が上手にとれたなら、地域の活性化、防犯、防災など、相互に多くのメリットが生まれてくると思います。商店会が商店会である意味をもっとたくさんの方に理解して頂けたらよいですね。



駐車場・店舗を使用していない時間帯、休日を他職種などで使用したいという人達とのマッチングして店舗を有効に使用し、活性化していくなどを紹介してもらおうと良い!

商店街の合併が必要だと感じています。小さな商店街では何もできません。



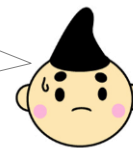
商店会で街路灯など維持しているのに、後から開店した店舗には入会活動もしておらず、既存の少ない商店会加盟店舗に負担が集中するのはおかしい。会費の収支報告もないので、このままメリットがなければ脱会したいとおもっている。

商店会相互の交流のなさ、情報交換の無さが問題に思います。



毎年班長が順番に個店で持ち回るところがあるのに、うちの班ではほとんどの個店が出来ないと言われ毎年班長をやっています。商店会に入っているメリットはたくさんありますが正直もう続けられないという思いです。

商店会は多数あるのに一体感がない。利用者は街として見ていると思うため。お互いに相乗効果が得られるような連携が必要ではないでしょうか。



現状茅ヶ崎の商店に関しては田舎特有のパワーバランスの偏りが生じており、これが新しい動きに対して重しになっているように感じています。商店会というまとまりを考えることも大切ですが、貴重な若い新しい挑戦がより自由に起きる街であることが今後の茅ヶ崎が輝いていくためにはポイントになってくると捉えています。また、足元でテナントビルの建て替えなどが進んでいますが、ここにチェーン店などではなく地元の人の挑戦が入っていくことも大切だと思います。

今後、商店会連合会はどうするのか、廃止するならばその代わりにどうしていくのか。商連が機能していたかは疑問だが、いずれにせよ、点である個店をつなぎ、面にして茅ヶ崎全体の商業発展につなげる取り組みや意識はとても大切で、それが出来ていないのが現実。それぞれの店舗の経営だけでなく、もっと茅ヶ崎の街づくりやまちの魅力の一つが、活気ある個店がたくさんあるということもその一つになりうるので、そのような意識をはぐくむような情報発信、研修、情報共有など、市と連携ができるようになったらいいと思う。



高い会費を取るならば、相応の活動をして欲しいです。HPにさえも力を入れておらず、何をしているのか本当に不明で不信感ばかり募ります。

## まとめ

- 商店会に入り続けたいという思いがある一方、慣習的に入っただけで、メリットよりもデメリットを感じている会員の声も散見された。商店会としての取組や組織の在り方など、見直す段階に来ていると考えられる。
- 人材不足や商店会及び個店のPR方法について課題と感じている会員の割合が多く、それらを解決するための支援機関や専門家などへの橋渡しや、市の広報媒体の活用など、市ができる支援について検討していく必要がある。
- 会員の商店会に対するアイディアはあるものの、実現するまでに繋がらないため、会員同士の連携不足が見受けられる。