

長崎市の商店街活性化に関するアンケートと考察

長崎大学工学部 学生会員○久井 英行 長崎大学大学院 学生会員 利根 佳享
 長崎大学大学院 学生会員 今岡 芳子 長崎大学大学院 正会員 後藤惠之輔

1. はじめに

現在全国には約 15,000 ヶ所の商店街があり、そのうち長崎県には約 105 ヶ所の商店街がある。近年、大型商業施設の出店による集客数・売上の減少、若い人材の不足、周辺人口の減少などにより、商店街の多くが衰退しており、その活性化のための対策が必要である。

本研究では、長崎市の商店街において各店舗の店主にアンケート調査を行い、商店街の現状認識、活性化事業の有無と内容、活性化に対する姿勢についての現状を調査し、商店街の今後のあり方について考察する。

2. 調査概要

本調査では、商店街の現在の課題及び今後の課題について考えるため、長崎市の浜町商店街(浜市商店街、ベルナード観光通商店街)で店舗主を対象にアンケートを行った。表-1 に配布数、回収数及び回収率を示す。調査項目は、個人属性、店舗属性、商店街の状況に関するもの、自店舗の活性化への取り組みや考え方に關するもの、商店街の活性化事業に関するものなど多岐にわたっている。

表-1 商店街別配布数・回収数及び回収率

地区	配布数(部)	回収数(部)	回収率(%)
浜市商店街	120	74	61.7
ベルナード 観光通商店街	77	18	23.4
合計	197	92	46.7

3. アンケート調査の分析結果と考察

(1)商店街の現状について

図-1は「現在、中心市街地が置かれている状況をどのように思いますか」という問に対しての回答を集計したものである。10%の店舗で「良い」、90%の店舗で「悪い」という結果となった。また、90%の店舗主が現状を悪いと答えているということから、何らかの解決策が必要である。「悪い」と答えた回答者は、主な理由として「客足の減少」、「売上の減少」、「賑わいがなくなった」などを挙げていた。

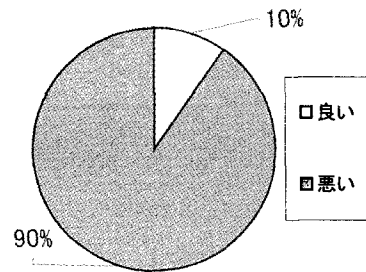


図-1 商店街が置かれている状況

これらのことが挙げられた理由として、大型商業施設への客の流出や、中心市街地の人口の減少、若者の県外流出などが考えられる。

(2)イベントに対する取り組み姿勢について

図-2は「商店街で行われる様々なイベントにどのように関わっていますか」という問に対しての回答を集計したものである。24%の店舗で「積極的」、「やや積極的」となり、46%の店舗で「消極的」、「やや消極的」となった。また、30%の店舗では「どちらでもない」という結果になった。この結果から約4分の3の店舗で、商店街で行われるイベントに対しては意欲的でないことが分かる。したがって商店街で行うイベントに対して、多くの店舗がより意欲的に参加できるような工夫が必要であると考えられる。また、このような改善においては、商店街の意見統一が

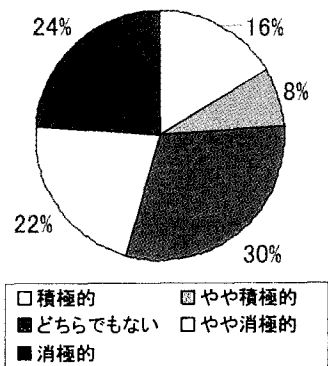


図-2 商店街で行われる行事への取り組み姿勢

必要となり、日頃からの意見交換、コミュニティの成熟なども重要となってくる。

(3) 店舗での活性化への姿勢について

図-3は「商店街活性化のために、あなたの店舗では何か取り組みを行いましたか」という問に対するの回答を集計したものである。39%の店舗で「行った」、61%の店舗で「行わなかった」という結果になった。

また、図-4は取り組みを行わなかったという店舗に対する「なぜ取り組みを行わなかったのですか」という問に対するの回答を集計したものである。主な理由としては「資金的に取り組みをする余裕がない」、「取り組みをする人手が足りない」、「どのように取り組みをしてよいか分からない」、「時間的に取り組みをする余裕がない」、「取り組みをする機会がない」、などが挙げられた。

次に図-5に「行わなかった理由が解決したとしたら取り組みに対してどのように関わりますか」という問に対するの回答を集計したものである。61%の店舗で「積極的」もしくは「やや積極的」となり、また10%の店舗で「消極的」または「やや消極的」となった。29%の店舗で「どちらでもない」という結果であった。この結果から61%の店舗では問題点が解決された場合、積極的な姿勢で取り組みを行うことが分かった。「どのような取り組みしてよいか分からない」、「取り組みをする機会がない」などの理由に関しては、商店街で協議して解決策を見つけて行く必要がある。また最も多い理由は「資金的に取り組みをする余裕がない」であったが、これらのような金銭的、人的、時間的な問題点の解決は非常に難しいと考えられる。

4. 終わりに

今回のアンケート調査によって明らかになった問題点は、店舗や商店会の中で十分に解決できるものが数多くあった。特に「取り組みを行わなかった理由」などは簡単に解決できるものが多く、これらの改善方法としては、商店会や商工会議所で話し合いの場を持ち、多くの意見を交換したり、取り組みを行う機会を設けたりすることなどが考えられる。現状ではハード面からの改善は難しく、今後の商店街の課題としては意識などのソフト面からの改善が必要となると考えられる。その問題点を改善するだけでも、商店街にとっては大きなプラスになると思われる。また、一般市民と商店街、行政間の協力も、商店街活性化のために重要である。

参考文献

1) 全国商店街組合連合：「商店街景況調査」、商店街関連、商店街の数、2000.12.

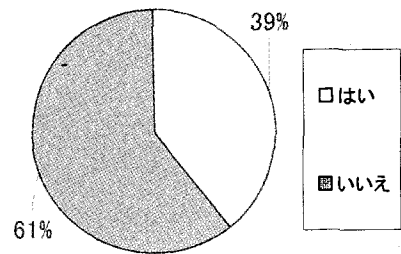
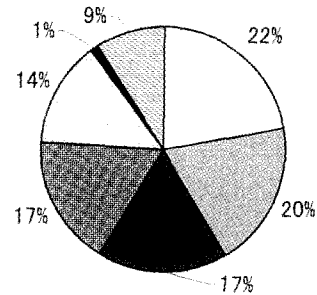


図-3 活性化への取り組みを行なったか



- 資金的に取り組みをする余裕がない
- ▣ 取り組みをする人手が足りない
- どのような取り組みをしてよいか分からない
- 時間的に取り組みをする余裕がない
- 取り組みをする機会がない
- 現状で満足しているので取り組みをする必要性がない
- その他

図-4 取り組みを行わなかった理由

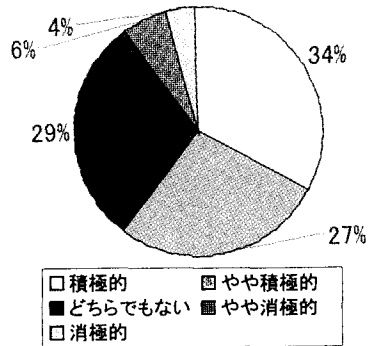


図-5 問題改善時の活性化への取り組み姿勢