

平成16年度特定経済動向調査

尼崎市の小売業における経営環境と商業集積に関する  
アンケート調査

報 告 書

平成17年3月

尼 崎 市

財団法人尼崎地域・産業活性化機構

～ 目 次 ～

I 調査概要	1	8 店舗のある商業集積地の環境	19
1 調査目的		(1) 商業集積地の評価	
2 調査対象及び調査方法		(2) 評価の理由	
3 調査項目		(3) 商業集積地の活性化策	
4 配布回収の状況			
5 調査体制		9 自由意見から	23
II 調査結果	3	III 今後に向けて	24
1 店舗の立地場所・業態・規模	3	参考資料	
・ 店舗の立地場所		○アンケート調査票	27
・ 店舗の業態		○アンケート集計結果	31
・ 従業員規模			
・ 売場面積			
2 店舗の営業時間	5		
・ 閉店時間			
3 店舗の位置づけ	6		
(1) 他店舗の有無と本店支店の区分			
(2) 店主について			
4 後継者の有無と営業年数	7		
(1) 営業年数			
(2) 後継者の有無			
5 店舗の所有形態・住まいとの関係	9		
(1) 所有形態			
(2) 店と住まいの関係			
6 店舗の顧客動向と自己評価	11		
(1) 市外からの来店客や固定客の割合			
(3) 店の自慢・強み			
7 店舗の売上動向	14		
(1) 平成15年度の売上高・外商の割合			
(2) 過去3年の売上高の動向とその要因			

# I 調査概要

## 1 調査の目的

近年、尼崎市の商業をめぐる環境は大きく変化してきており、特に大店法の撤廃により、外資系の大型商業施設やホームセンター、大型量販店などが市内や隣接市に相次いで出店するなど、販売競争は激化している。また、潮江や立花など駅周辺の再開発が実施され、商業集積地の再編が行われている地区がある一方で、多くの市場や商店街などは空き店舗が増大し、集積地としてのあり様も大きく変容してきている。

さらに、個人のライフスタイルや家族構成の変化、景気の低迷等により、人々の消費に対する考え方も従来とは大きく変わってきており、コンビニエンスストアの定着やインターネット通販・テレビ通販等の普及も合わせ、消費行動は多様化してきている。

上記のように、著しく商業環境が変化している中で、今回実施するアンケート調査は、小売業における経営環境や経営実態、市内の市場・商店街など商業集積に対する事業者の評価等を明らかにすることによって、今後の地域活性化の検討に役立つ基礎資料収集を目的として実施したものである。

## 2 調査対象及び調査方法

### (1) 調査対象

調査対象は、商業団体名簿から選んだ団体等を通じて1,875店舗を抽出し、実施した。ただし、商業集積としては、「中央・三和・出屋敷地区」、「杭瀬地区」、「JR尼崎駅周辺」、「JR立花駅周辺」、「阪急塚口駅周辺」の5地区が特に多いため、地区別集計の対象としては、上記5地区と「その他」地区の計6地区で対応した。

### (2) 調査方法

商業団体等を通じて各店舗への直接配布、郵送回収

### (3) 調査時期

平成16年10月～11月

各地区の商業団体等に対して、調査の趣旨説明と協力依頼を行いながら調査票を配布したため、配布時期は地区によって異なる。

### 3 調査項目

調査の目的から、次のような設問項目とした。なお、本調査の調査票は、参考資料に掲載しているので参照されたい。

#### I お店について

- 問1 店舗の立地場所      問2 店舗の業態      問3 主な販売品目（商品）又は業務内容  
問4 従業員規模      問5 売場面積      問6 閉店時間  
問7 営業年数      問8 他店舗の有無      問8-2 本店支店の区分  
問9 店主      問10 店の所有形態      問11 後継者の有無  
問12 店と住まいの関係      問12-2 過去の店と住まいの関係

#### II 店の経営環境について

- 問13 市外からの来店客の割合      問14 固定客の割合  
問15 店の自慢・強み（第1位・第2位）      問16 平成15年度の売上高  
問17 外商など店頭販売以外の割合      問18 過去3年の売上高の動向  
問19(1) 売上高増加の要因      問19(2) 売上高減少の要因

#### III 店のある商業集積地の環境について

- 問20 商業集積地の評価      問21(1) 魅力がある理由  
問21(2) 魅力がない理由      問22 商業集積地の活性化策

### 4 配布回収の状況

有効配布数は1,875であり、この中から683の有効回答を得た。

表1 配布・回収状況

	総数	中央・三和・出屋敷地区	杭瀬地区	JR尼崎駅周辺	JR立花駅周辺	阪急塚口駅周辺	その他
有効配布数	1,875	636	366	122	422	179	150
有効回収数	683	234	137	56	129	56	71
有効回収率	36.4%	36.8%	37.4%	45.9%	30.6%	31.3%	47.3%

### 5 調査体制

調査主体は、尼崎市（担当：産業労働部産業振興課）であるが、調査実施は、事務局である財団法人尼崎地域・産業活性化機構が実施した。

なお、調査票設計の検討及び分析にあたっては、尼崎商業関係研究会（座長：三谷真助教授）の場で議論をおこなった。当研究会には、研究会事務局の財団法人尼崎地域・産業活性化機構のほか、尼崎市産業労働部産業振興課と産業立地課、及び株式会社地域計画建築研究所がメンバーとなっている。

## II 調査結果

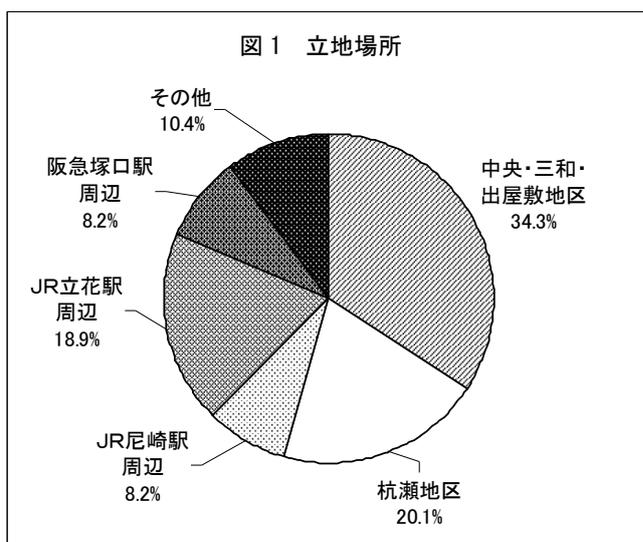
### 1 店舗の立地場所・業態・規模

ここでは、回答店舗の「立地場所」、「業態」、「従業者数の規模」、「売場面積」について、それぞれの特徴を整理する。

なお、以下の分析にあたっては、立地場所別を「基本集計」として行うこととし、必要に応じて規模別（従業員数）、営業年数別、後継者の有無別等によるクロス分析を加えている。

#### （立地場所）

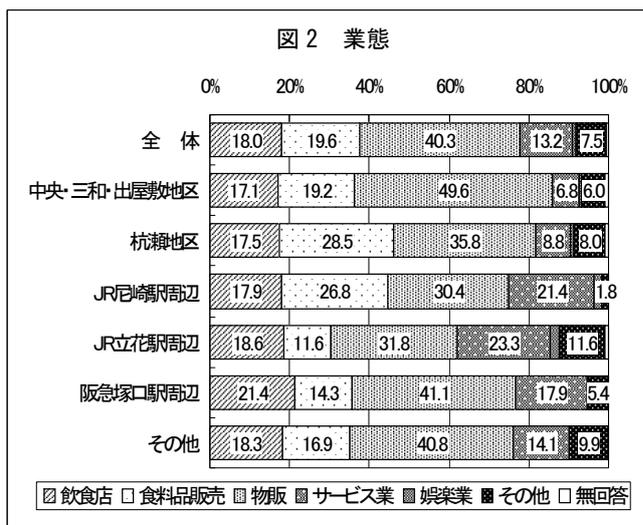
「中央・三和・出屋敷地区」に所在する店舗が最も多く34%、次いで、配布数としては3番目となる「杭瀬地区」が20%、配布数では2番目の「JR立花駅周辺」が19%、「JR尼崎駅周辺」と「阪急塚口駅周辺」がそれぞれ8%となっている。



#### （業態）

業態別では、「物販」が4割、「食料品販売」と「飲食店」がそれぞれ2割、「サービス業」が1割強となっている。

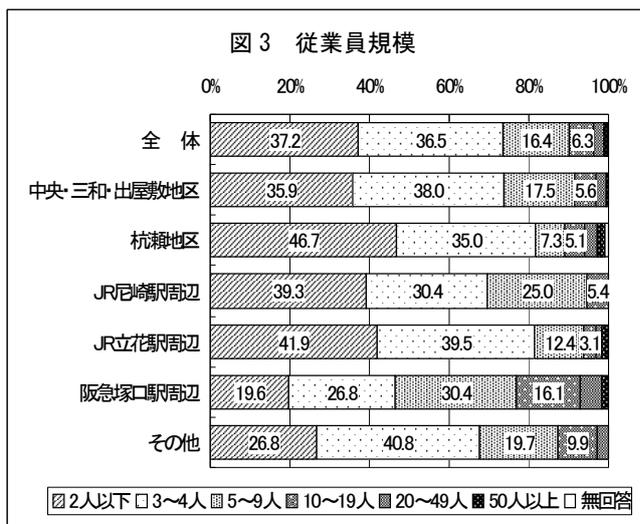
地区別では、中央・三和・出屋敷地区で「物販」が5割を占めていることや、JR立花駅周辺及びJR尼崎駅周辺において「サービス業」の割合が他地区に比べて高いことが特徴的である。



### (従業員規模)

阪急塚口駅周辺及びその他の地区を除いた地区では、4割の店舗が「2人以下」のほぼ家族経営的な店舗となっている。

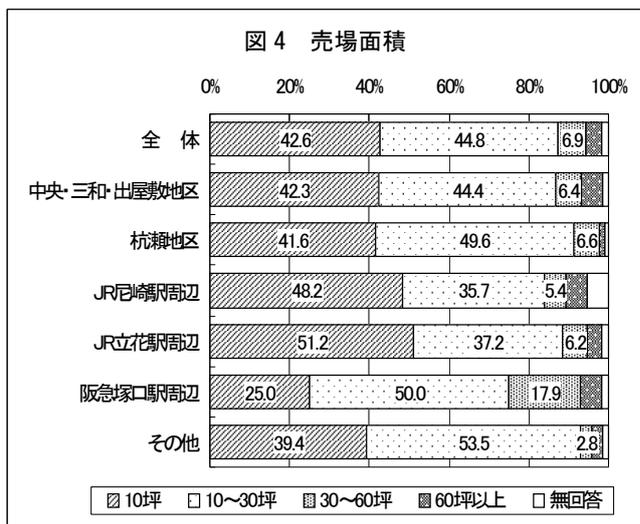
阪急塚口駅周辺では、「2人以下」の店舗が2割に留まっている一方、「5～9人」が3割、「10～19人」が16%となっており、小売としては比較的多くの従業員を雇用している店舗の割合が多い。



### (売場面積)

売場面積も、阪急塚口駅周辺を除いた地区では、「30坪（約100㎡）に満たない」小規模な店舗が8～9割を占めている。

阪急塚口駅周辺では、最も多いのが「10～30坪」の売場面積を持つ店舗であり、全店舗の半数を占めている。他地区で多い「10坪未満」の店舗は25%に留まっている一方で、「30～60坪」の店舗が18%を占めている。

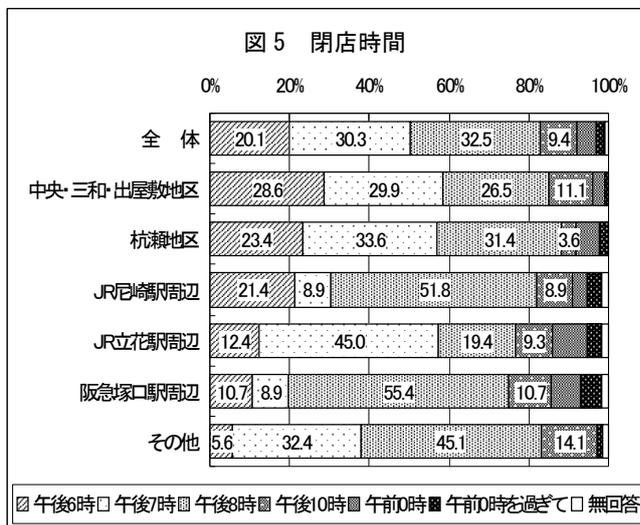


## 2 店舗の営業時間

近年では、人々のライフスタイルは多様化し、コンビニエンスストアや大規模スーパーなどでは、深夜営業や24時間営業の店も増えている。ここでは、商業集積地内における店の営業時間についてたずねた。

地区によってばらつきがあり、阪急塚口駅周辺やJR尼崎駅周辺では、回答店舗の半数が「午後8時」を閉店時間としている。

一方、中央・三和・出屋敷地区や杭瀬地区、JR立花駅周辺では、「午後6時」を閉店時間としている店舗が約2割あり、「午後7時」と合わせて約6割の店舗は7時までに閉店となっている。



### 3 店舗の位置づけ

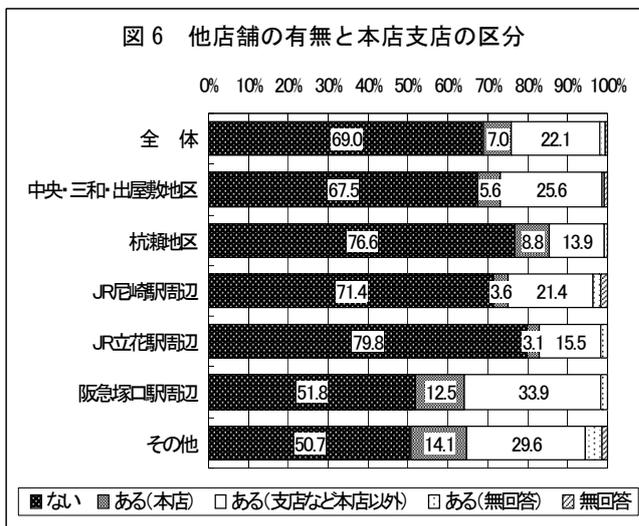
ここでは、商業集積地に立地している店舗が唯一の店舗なのか、その他の場所にも店舗があるのか、他にもある場合には、回答店舗が本店にあたるのか支店にあたるのかをたずねた。また、店主がオーナーなのか、チェーン店の店長なのかについてもたずねた。

#### (1) 他店舗の有無と本店支店の区分

他店舗の有無と本店・支店に関する回答を再分類したところ、「他に店舗が無い」と「他にも店舗があるが、この場所の店舗は本店」と回答した店が、阪急塚口駅周辺を除き、7～8割を占めた。

特に、杭瀬地区やJR立花駅周辺では本店の割合が高く、「他に店舗が無い」と回答した店舗が8割近くを占めていることから、今後の商売の継続如何によって、商業集積地に直接影響を及ぼすものと推測される。

阪急塚口駅周辺では、回答店舗の3分の1が「本店ではなく」、他の場所にも店がある店舗となっている。

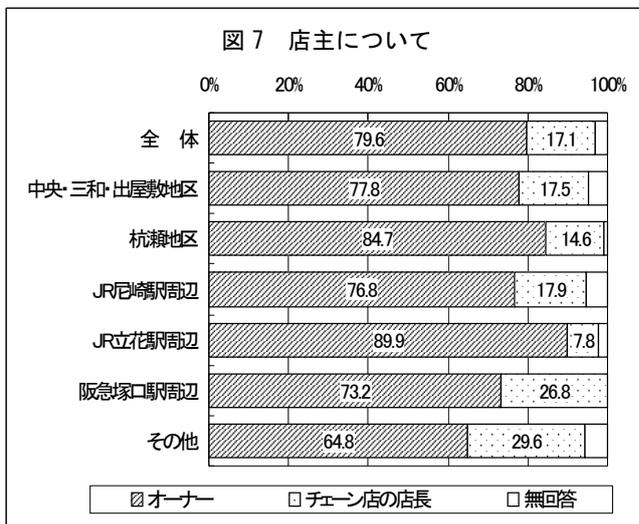


#### (2) 店主について

新たな事業展開や閉店などに関する決定権の有無については、店主がオーナーかどうかで異なる。中央・三和・出屋敷地区、杭瀬地区、JR尼崎駅周辺の回答店舗では、「オーナー」と回答した店舗が8割前後を占めており、残り2割は「チェーン店の店長など」との回答であった。

JR立花駅周辺の回答店舗では、9割が「オーナー」であり、問8で「他に店舗が無い」と回答した店舗が8割近くを占めていたことと合わせて、オーナーの今後の事業継続動向に注目される。

一方、阪急塚口駅周辺では、「オーナー」が7割、残り3割が「チェーン店の店長など」との回答であった。



#### 4 後継者の有無と営業年数

商業集積地の多くの店では、店主の高齢化によって、後継者の有無が今後の店の継続に大きな影響を及ぼす。そこで、ここでは、店の営業年数と後継者の有無についてたずねた。

##### (1) 営業年数

J R 尼崎駅周辺を除き、最も多いのは、昭和 30～50 年代頃に商売を始めた営業年数が「20～49 年」の店舗であり、4～5 割を占めている。

J R 立花駅周辺でも、営業年数が「20～49 年」の店舗が最も多く 35%であるが、「5 年未満」の店舗も 24%を占めている。

J R 尼崎駅周辺では再開発の影響もあり、「5 年未満」が 29%、「5～9 年」が 23%で合わせて 5 割を占めている。

その他の地区になると、営業年数が「20～49 年」の店舗が約 6 割を占めている。

「50 年以上」営業を続けている店舗は、地区によって異なるが全体で 16%存在する。内訳としては、戦後間もなく昭和 20 年代に商売を始めた店舗と戦前から続く老舗の両方が混在している。

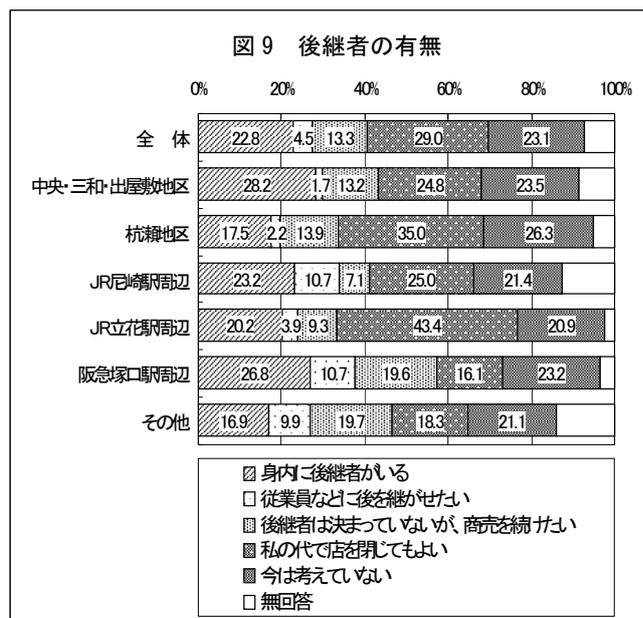
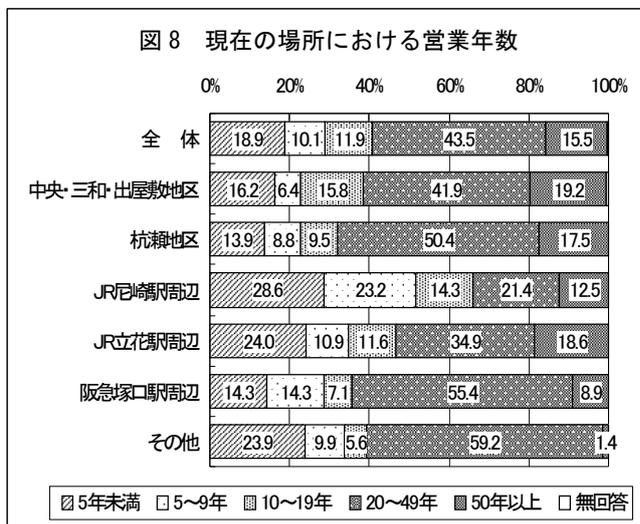
##### (2) 後継者の有無

身内や従業員など何らかの「後継者が決まっている」、あるいは決まっていなくても「商売を続けたい」と店主が思っている店舗は、全体で合わせて約 4 割となっている。

このように、積極的に後継対策を検討している、あるいは事業継続を希望している店舗が多い地区は阪急塚口駅周辺で顕著であり、約 6 割が積極的な事業継続を考えている。

一方で、「私の代で店を閉じてもいい」と店主が考えている店舗が多い地区は、J R 立花周辺であり、43%となっている。

次いで、杭瀬地区も 35%の店主が「私の代で店を閉じてもいい」と考えており、今後、店の入れ替わりがスムーズに進まなければ、特に、J R 立花駅周辺や杭瀬地区で商業集積地の空洞化が進むおそれがあるといえる。



従業員規模別でみると、「2人以下」の店舗では、「私の代で店を閉じてよい」と考えている店主が51%と半数を占めている。

したがって、家族経営的に行われている小規模店舗については、後継者難というよりも、事業継続意欲を持つ店舗が少ないことを示しているといえる（表2）。

営業年数別でみると、「5～49年」、「50年以上」とともに3割以上は「私の代で店を閉じてよい」と考えている（表3）。

表2 従業員規模別 後継者の有無

	身内に後継者がいる	従業員などに後継者がいない	後継者は決まっていないうち、商売を締めた	私の代で店を閉じてよい	今は考えていない	無回答	総計
2人以下	20 7.9%	6 2.4%	33 13.0%	130 51.2%	57 22.4%	8 3.1%	254 100.0%
3～4人	77 30.9%	9 3.6%	36 14.5%	54 21.7%	61 24.5%	12 4.8%	249 100.0%
5人以上	59 33.0%	16 8.9%	21 11.7%	14 7.8%	40 22.3%	29 16.2%	179 100.0%
無回答			1				1
総計	156	31	91	198	158	49	683

表3 営業年数別 後継者の有無

	身内に後継者がいる	従業員などに後継者がいない	後継者は決まっていないうち、商売を締めた	私の代で店を閉じてよい	今は考えていない	無回答	総計
5年未満	16 12.4%	13 10.1%	15 11.6%	19 14.7%	55 42.6%	11 8.5%	129 100.0%
5～49年	111 24.8%	17 3.8%	61 13.6%	142 31.8%	83 18.6%	33 7.4%	447 100.0%
50年以上	29 27.4%	1 0.9%	15 14.2%	37 34.9%	19 17.9%	5 4.7%	106 100.0%
無回答					1		1
総計	156	31	91	198	158	49	683

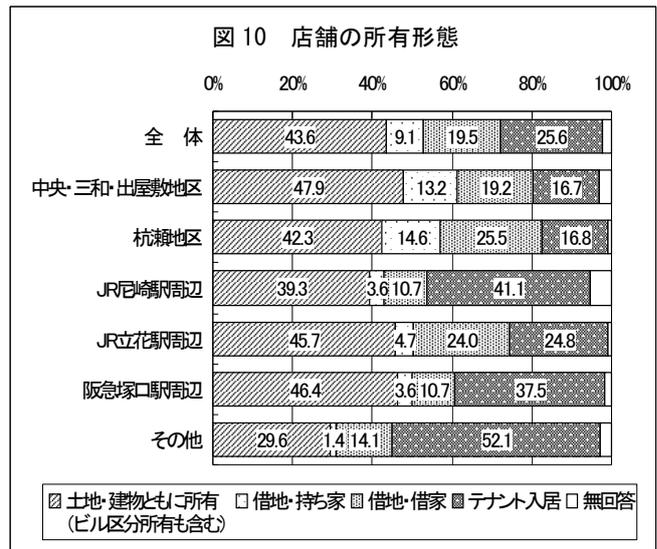
## 5 店舗の所有形態・住まいとの関係

一般に、店舗と店主の住宅が一緒であれば、商業集積地の商売以外における地域社会への貢献活動（防犯や子ども・高齢者の見守りなど）は行われやすい。一方では、店舗と住宅が一緒で、かつ所有しているがゆえに、店をやめた後、新たな商業者が入居しづらいという状況も指摘されている。そこで、ここでは店舗の所有形態と、店と住まいとの関係についてたずねた。

### (1) 所有形態

いずれの地区も、「土地・建物ともに所有（ビルの区分所有も含む）」している人は4割前後となっている。

再開発ビルのあるJR尼崎駅周辺や阪急塚口駅周辺では、テナント入居が4割前後となっており、同じく再開発ビルのあるJR立花駅周辺でも、テナント入居が25%を占めている。

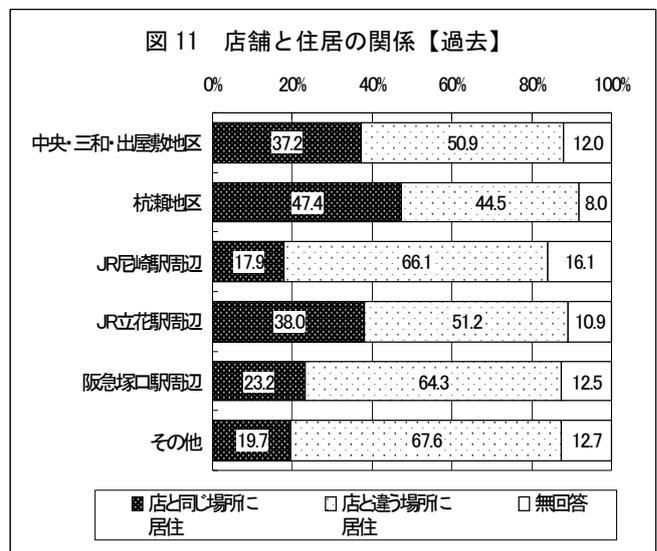


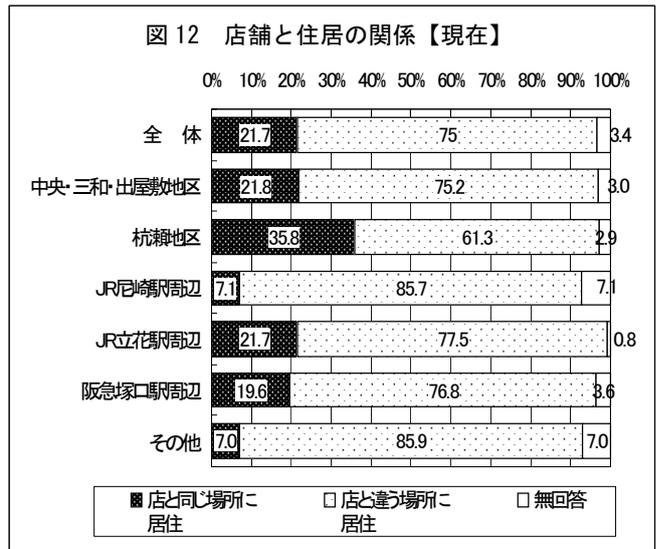
### (2) 店と住まいとの関係

店舗と住居の関係、及び違う場所に居住している人に対してはいつ頃からかということについてたずね、再集計を行ったところ、いずれの地区でも、「店と同じ場所に居住」していた人の割合が減少しており、現在、市外に居住している店主は2～3割となっている（図11、図12）。

地区別では、杭瀬地区が「店と同じ場所に居住」している店主の割合が高く、36%となっている。杭瀬地区では、かつて半数の店主が「店と同じ場所に居住」していた。

「市外に居住している」店主の割合が高い地区は、中央・三和・出屋敷地区であり、3割を占めている。





店主が「オーナー」か「チェーン店の店長等」かによって、店舗と住居の関係を調べたところ、「オーナー」は「店と同じ場所に居住」が 26%であったのに対し、「チェーン店の店長等」は 3%にすぎなかった。「チェーン店の店長等」は店と違う場所に居住し、特に市外の割合が高い（表 4）。

このことから、近年、商業集積地内に店主が住まなくなっている一因には、チェーン店の増加も関連しているといえる。

表 4 店主別 店舗と住居の関係

	店と同じ場所に居住	店と違う場所に居住 (市内)	店と違う場所に居住 (市外)	無回答	総計
オーナー	142	287	112	3	544
	26.1%	52.8%	20.6%	0.6%	100.0%
チェーン店の店長等	4	41	65	7	117
	3.4%	35.0%	55.6%	6.0%	100.0%
無回答	2	3	4	13	22
総計	148	331	181	23	683

## 6 店舗の顧客動向と自己評価

ここでは、顧客動向に関する把握の状況や店の自慢・強みに関する自己評価をたずねた。

### (1) 市外からの来店客や固定客の割合

#### (市外からの来店客の割合)

市外からの来店客の動向については、地区別に大きな違いがあり、中央・三和・出屋敷地区では65%の店舗が「まあまあ来る」「比較的多く来る」と回答している。このことから、現在でも、中央・三和・出屋敷地区は、市外からも広く集客していることがうかがえる。次いで、市外からの来店客が多い地区は、阪急塚口駅周辺、杭瀬地区となっている。

一方で、「ほとんど市内から」が多い地区は、JR尼崎駅周辺とJR立花駅周辺となっており、6～7割を市内客で占めている。その他の市内の商業集積地も同様に市内客を中心としている。

従業員規模別では、規模が大きい店舗ほど、市外からの来店客数が多く、「2人以下」の店舗では、半数以上が「ほとんど市内から」と回答している（表5）。

なお、営業年数別では、あまり大きな差異は見られなかった（表6）。

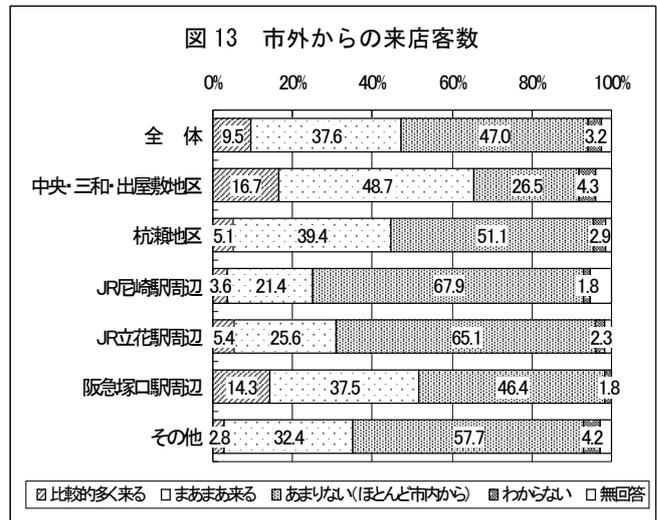


表5 従業員規模別 市外からの来店客数

	比較的多く来る	まあまあ来る	あまりない(ほとんど市内から)	わからない	無回答	総計
2人以下	15	86	137	6	10	254
	5.9%	33.9%	53.9%	2.4%	3.9%	100.0%
3~4人	22	97	120	7	3	249
	8.8%	39.0%	48.2%	2.8%	1.2%	100.0%
5人以上	28	74	63	9	5	179
	15.6%	41.3%	35.2%	5.0%	2.8%	100.0%
無回答			1			1
総計	65	257	321	22	18	683

表6 営業年数別 市外からの来店客数

	比較的多く来る	まあまあ来る	あまりない(ほとんど市内から)	わからない	無回答	総計
5年未満	15	41	58	11	4	129
	11.6%	31.8%	45.0%	8.5%	3.1%	100.0%
5~49年	41	171	215	9	11	447
	9.2%	38.3%	48.1%	2.0%	2.5%	100.0%
50年以上	8	45	48	2	3	106
	7.5%	42.5%	45.3%	1.9%	2.8%	100.0%
無回答	1					1
総計	65	257	321	22	18	683

### (固定客の割合)

固定客の割合については、「ほとんど」と「半分程度」を合わせると、どの地区も9割近くを占めており、お客の中に占める固定客の存在が大きい。中央・三和・出屋敷地区では、「ほとんど固定客」という回答は他地区に比べて低く4割に留まっている。

従業員規模別では、規模の小さい店舗ほど「ほとんどが固定客」の割合が高く、「2人以下」の店舗では、58%であったのに対し、「5人以上」では48%となっている(表7)。

営業年数別では、「5～49年」と「50年以上」が「5年未満」よりも若干、固定客の割合が高い(表8)。

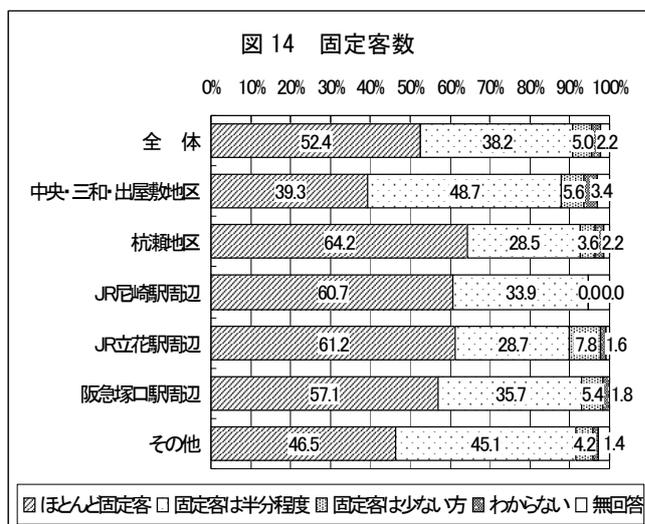


表7 従業員規模別 固定客数

	ほとんどが固定客	固定客は半分程度	固定客は少ない方	わからない	無回答	総計
2人以下	147	82	13	4	8	254
	57.9%	32.3%	5.1%	1.6%	3.1%	100.0%
3～4人	126	102	12	7	2	249
	50.6%	41.0%	4.8%	2.8%	0.8%	100.0%
5人以上	85	76	9	4	5	179
	47.5%	42.5%	5.0%	2.2%	2.8%	100.0%
無回答						1
総計	358	261	34	15	15	683

表8 営業年数別 固定客数

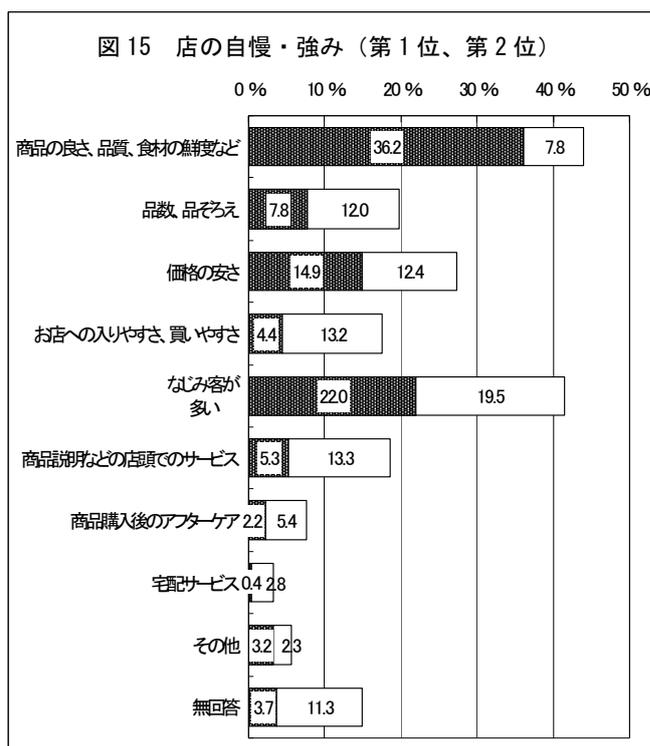
	ほとんどが固定客	固定客は半分程度	固定客は少ない方	わからない	無回答	総計
5年未満	61	45	11	9	3	129
	47.3%	34.9%	8.5%	7.0%	2.3%	100.0%
5～49年	240	177	16	4	10	447
	53.7%	39.6%	3.6%	0.9%	2.2%	100.0%
50年以上	57	38	7	2	2	106
	53.8%	35.8%	6.6%	1.9%	1.9%	100.0%
無回答						1
総計	358	261	34	15	15	683

### (2) 店の自慢・強み

第1位で最も多い回答は、「商品の良さ、品質、食材の鮮度など」(36%)であり、次いで「なじみ客が多い」(22%)、「価格の安さ」(15%)となっている。

第2位では、「なじみ客が多い」が2割で最も多いが、その他は項目が分散している。

第1位と第2位を合わせた割合では、「商品の良さ、品質、食材の鮮度など」と「なじみ客が多い」の2つの理由が、他の理由に比べて多い回答となっている。



従業員規模別で、第1位を比べてみると、「2人以下」では「なじみ客が多い」（30%）が他の規模に比べて多い。「3～4人」、「5人以上」の店舗では、「商品の良さ、品質、食材の鮮度など」や「品数、品ぞろえ」が店の自慢、強みとして挙がってくる。

表9 従業員規模別 店の自慢・強み

	商品の良さ、品質、食材の鮮度など	品数、品ぞろえ	価格の安さ	お店への入りやすさ、買いやすさ	なじみ客が多い	商品説明などの店頭でのサービス	商品購入後のアフターケア	宅配サービス	その他	無回答	総計
2人以下	78 30.7%	15 5.9%	40 15.7%	13 5.1%	77 30.3%	14 5.5%	4 1.6%	0 0.0%	4 1.6%	9 3.5%	254 100.0%
3～4人	98 39.4%	19 7.6%	36 14.5%	12 4.8%	47 18.9%	11 4.4%	8 3.2%	1 0.4%	10 4.0%	7 2.8%	249 100.0%
5人以上	71 39.7%	19 10.6%	25 14.0%	5 2.8%	26 14.5%	11 6.1%	3 1.7%	2 1.1%	8 4.5%	9 5.0%	179 100.0%
無回答			1								1
総計	247	53	102	30	150	36	15	3	22	25	683

営業年数別で、第1位を比べてみると、営業年数が長くなるほど、「なじみ客が多い」が強みとなっており、逆に、営業年数の短い店舗は「価格の安さ」を強みにしている。

表10 営業年数別 店の自慢・強み

	商品の良さ、品質、食材の鮮度など	品数、品ぞろえ	価格の安さ	お店への入りやすさ、買いやすさ	なじみ客が多い	商品説明などの店頭でのサービス	商品購入後のアフターケア	宅配サービス	その他	無回答	総計
5年未満	38 29.5%	7 5.4%	28 21.7%	5 3.9%	20 15.5%	11 8.5%	3 2.3%	0 0.0%	10 7.8%	7 5.4%	129 100.0%
5～49年	175 39.1%	34 7.6%	65 14.5%	21 4.7%	98 21.9%	21 4.7%	8 1.8%	1 0.2%	10 2.2%	14 3.1%	447 100.0%
50年以上	34 32.1%	12 11.3%	8 7.5%	4 3.8%	32 30.2%	4 3.8%	4 3.8%	2 1.9%	2 1.9%	4 3.8%	106 100.0%
無回答			1								1
総計	247	53	102	30	150	36	15	3	22	25	683

固定客の割合で、第1位を比べてみると、「ほとんどが固定客」の店では、「なじみ客が多い」ことが店の強みとしているが、逆に「固定客が少ない」店では、「品数、品ぞろえ」や「お店への入りやすさ、買いやすさ」、「商品説明など店頭でのサービス」を強みとして力を入れている。

表11 固定客の割合別 店の自慢・強み

	商品の良さ、品質、食材の鮮度など	品数、品ぞろえ	価格の安さ	お店への入りやすさ、買いやすさ	なじみ客が多い	商品説明などの店頭でのサービス	商品購入後のアフターケア	宅配サービス	その他	無回答	総計
ほとんどが固定客	142 39.7%	11 3.1%	50 14.0%	10 2.8%	106 29.6%	15 4.2%	8 2.2%	2 0.6%	10 2.8%	4 1.1%	358 100.0%
固定客は半分程度	97 37.2%	34 13.0%	42 16.1%	15 5.7%	41 15.7%	15 5.7%	4 1.5%	1 0.4%	8 3.1%	4 1.5%	261 100.0%
固定客は少ない方	7 20.6%	5 14.7%	5 14.7%	5 11.8%	2 5.9%	5 14.7%	2 5.9%	2 0.0%	2 5.9%	2 5.9%	34 100.0%
わからない	1 6.7%	3 20.0%	5 33.3%	1 6.7%	1 0.0%	1 6.7%	1 6.7%	1 0.0%	2 13.3%	1 6.7%	15 100.0%
無回答					1					14	15
総計	247	53	102	30	150	36	15	3	22	25	683

## 7 店舗の売上動向

ここでは、平成15年度の売上高と外商など店舗販売以外の売上高に占める割合についてたずねるとともに、過去3年の売上高の動向と増減の理由に関する自己評価は次のような結果となった。

### (1) 平成15年度の売上高・外商の割合

#### (平成15年度の売上高)

いずれの地区も、売上高で最も多い層は、「1,000万円～5,000万円未満」であり、3～4割を占めている。杭瀬地区やJR立花地区では、小規模な店舗が多いことから、売上高「500万円未満」及び「500万円～1,000万円未満」の店舗が合わせて4割となっている。

売上高「5,000万円～1億円」及び「1億円以上」の店舗割合が多い地区は、阪急塚口駅周辺であり、比較的規模の大きな店舗が多い地区となっている。

中央・三和・出屋敷地区やJR尼崎駅周辺では、規模の大きい店舗の割合はそれほど多くないものの、売上高は他地区に比べて多くなっている。

従業員規模に比例して、売上高も大きくなっており、「2人以下」では、3割が「500万円未満」と回答している(表12)。

営業年数別では、「5年未満」の店舗で、「500万円未満」の割合が高い(表13)。

後継者の有無をたずねる設問で、「身内に後継者がいる」、「従業員などに後を継がせたい」、「後継者は決まっていないが、商売を続けたい」の回答をした店舗を「継続意向あり」とし、「私の代で閉じてもいい」と回答した店舗を「継続意向なし」としてクロス集計を行った。その結果、「継続意向なし」は売上高の少ないところが多い(表14)。

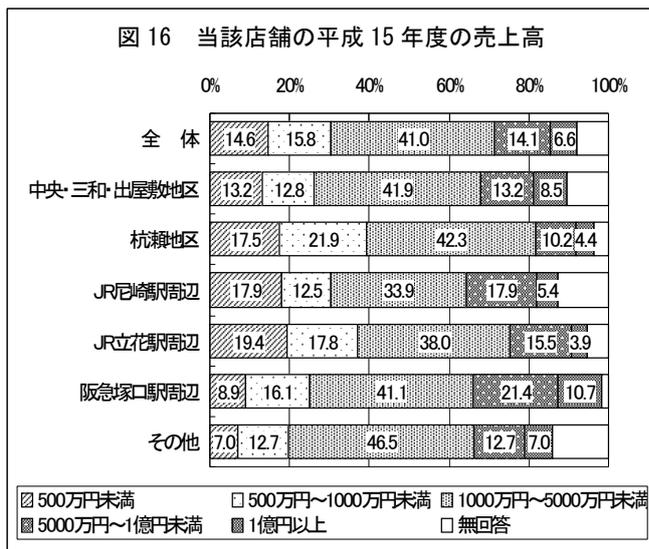


表12 従業員規模別 平成15年度の売上高

	500万円未満	500万円～1,000万円未満	1,000万円～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上	無回答	総計
2人以下	76 29.9%	67 26.4%	81 31.9%	7 2.8%	0.0%	23 9.1%	254 100.0%
3～4人	18 7.2%	36 14.5%	149 59.8%	29 11.6%	4 1.8%	13 5.2%	249 100.0%
5人以上	6 3.4%	5 2.8%	50 27.9%	60 33.5%	41 22.9%	17 9.5%	179 100.0%
無回答						1	1
総計	100	108	280	96	45	54	683

表13 営業年数別 平成15年度の売上高

	500万円未満	500万円～1,000万円未満	1,000万円～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上	無回答	総計
5年未満	26 20.2%	16 12.4%	45 34.9%	15 11.6%	4 3.1%	23 17.8%	129 100.0%
5～49年	59 13.2%	69 15.4%	193 43.2%	67 15.0%	35 7.8%	24 5.4%	447 100.0%
50年以上	14 13.2%	23 21.7%	42 39.6%	14 13.2%	6 5.7%	7 6.6%	106 100.0%
無回答						1	1
総計	100	108	280	96	45	54	683

表14 継続意向の有無別 平成15年度の売上高

	500万円未満	500万円～1,000万円未満	1,000万円～5,000万円未満	5,000万円～1億円未満	1億円以上	無回答	総計
継続意向あり	20 7.2%	25 9.0%	134 48.2%	57 20.5%	28 10.1%	14 5.0%	278 100.0%
継続意向なし	51 25.8%	59 29.8%	68 34.3%	13 6.6%	3 1.5%	4 2.0%	198 100.0%
今は考えていない	27 17.1%	22 13.9%	66 41.8%	19 12.0%	7 4.4%	7 10.8%	158 100.0%
無回答						19	49
総計	100	108	280	96	45	54	683

(外商など店頭販売以外の割合)

販売において、「店頭販売だけ」と回答した店舗は7割前後を占めている。売上高のうち、外商などの割合が「3割程度」もしくは「それ以上」の店となると、約1割であった。

従業員規模に比例して、外商等店頭販売以外の比率も高くなっており、「2人以下」では78%が「外商なし」としているのに対し、「5人以上」では62%となっている(表15)。

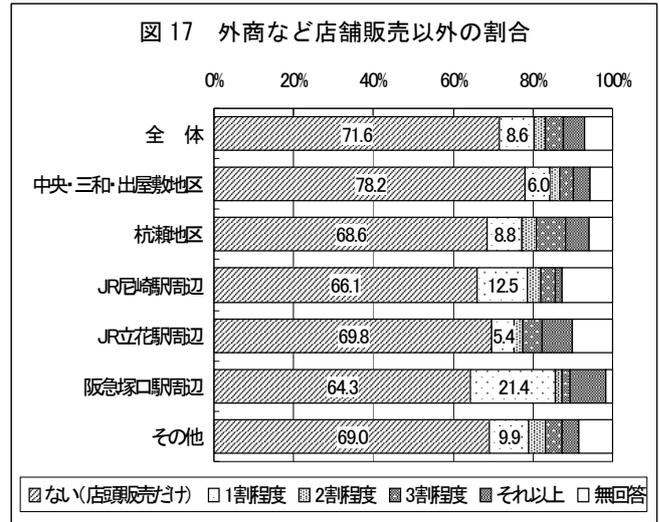


表15 従業員規模別 外商など店舗販売以外の割合

	ない(店頭販売だけ)	1割程度	2割程度	3割程度	それ以上	無回答	総計
2人以下	199	15	4	9	5	22	254
	78.3%	5.9%	1.6%	3.5%	2.0%	8.7%	100.0%
3~4人	178	25	13	8	17	8	249
	71.5%	10.0%	5.2%	3.2%	6.8%	3.2%	100.0%
5人以上	111	19	3	13	15	18	179
	62.0%	10.6%	1.7%	7.3%	8.4%	10.1%	100.0%
無回答	1						1
総計	489	59	20	30	37	48	683

(2) 過去3年の売上高の動向とその要因

(過去3年の売上高の動向)

「増加」または「やや増加」と回答した店舗は1割に過ぎず、「変わらない」が1割、「減少」または「やや減少」が4分の3にのぼっている。特に、杭瀬地区では、売上高が減少している店舗の割合が高い。

従業員規模別では、従業員数が少ない店舗ほど売上高が減少しており、「2人以下」では、64%が「減少」と回答している(表16)。

営業年数別でも、比例関係が表れており、営業年数が短い店舗ほど売上高が増加している店舗の割合が高い。「50年以上」では、9割近くが「減少」か「やや減少」と回答している(表17)。

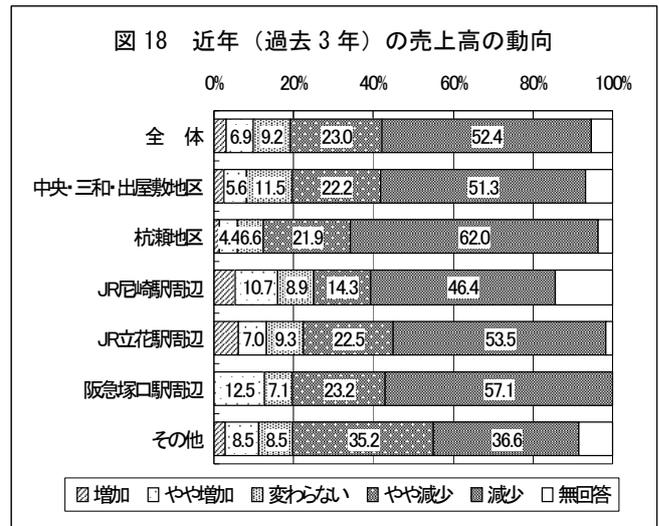


表16 従業員規模別 過去3年の売上高の動向

	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	無回答	総計
2人以下	3	8	18	46	162	17	254
	12%	3.1%	7.1%	18.1%	63.8%	6.7%	100.0%
3~4人	9	16	26	68	121	9	249
	3.6%	6.4%	10.4%	27.3%	48.6%	3.6%	100.0%
5人以上	9	23	19	43	75	10	179
	5.0%	12.8%	10.6%	24.0%	41.9%	5.6%	100.0%
無回答						1	1
総計	21	47	63	157	358	37	683

表17 営業年数別 過去3年の売上高の動向

	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	無回答	総計
5年未満	11	23	17	19	36	23	129
	8.5%	17.8%	13.2%	14.7%	27.9%	17.8%	100.0%
5~49年	7	22	40	116	250	12	447
	1.6%	4.9%	8.9%	26.0%	55.9%	2.7%	100.0%
50年以上	3	2	5	22	72	2	106
	2.8%	1.9%	4.7%	20.8%	67.9%	1.9%	100.0%
無回答			1				1
総計	21	47	63	157	358	37	683

店舗の継続意向の有無では、ハッキリと売上高の傾向の違いが表れており、「継続意向なし」では、売上高が増加している店舗はほとんどない（表 18）。

固定客の割合別でも、「固定客が少ない方」が売上高を伸ばしている店舗の割合が高い（表 19）。

表 18 継続意向の有無別 過去 3 年の売上高の動向

	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	無回答	総計
継続意向あり	11	27	28	77	126	9	278
	4.0%	9.7%	10.1%	27.7%	45.3%	3.2%	100.0%
継続意向なし	1	2	15	42	138		198
	0.5%	1.0%	7.6%	21.2%	69.7%	0.0%	100.0%
今は考えない	8	17	16	28	78	11	158
	5.1%	10.8%	10.1%	17.7%	49.4%	7.0%	100.0%
無回答	1	1	4	10	16	17	49
総計	21	47	63	157	358	37	633

表 19 固定客の割合別 過去 3 年の売上高の動向

	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	無回答	総計
ほとんどが固定客	11	23	35	85	196	8	358
	3.1%	6.4%	9.8%	23.7%	54.7%	2.2%	100.0%
固定客が半分以上	6	21	21	62	138	13	261
	2.3%	8.0%	8.0%	23.8%	52.9%	5.0%	100.0%
固定客が少し	4	2	4	9	14	1	34
	11.8%	5.9%	11.8%	26.5%	41.2%	2.9%	100.0%
わからない			3	1	8	2	15
	0.0%	6.7%	20.0%	6.7%	53.3%	13.3%	100.0%
無回答					2	13	15
総計	21	47	63	157	358	37	633

（売上高増加の要因）

増加要因としては、「品揃えの充実・転換」や「PR・販売促進活動の強化」が功を奏していると見ている。

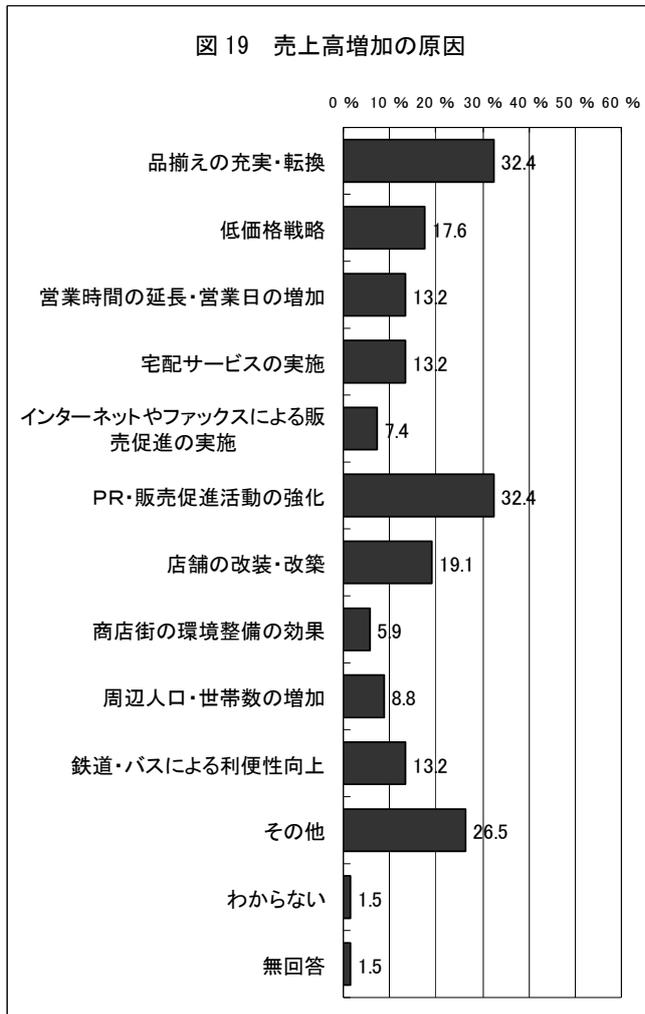


表 20 売上高「増加」の「その他」意見一覧

固定客によるロコミ	1
スタッフの努力	1
なじみの患者さんの増加	1
安心(信頼)して頂ける分だけ	1
管理強化によるフレームの減少	1
景気回復	1
顧客の自然増、競争店の衰え	1
顧客の増加	1
ロコミ	1
細やかな接客、礼状等	1
始めたばかりなので	1
姿勢、やる気	1
新規客の増加	1
店頭活動の充実	1
店頭販売以外の売上増	1
品質(本物)	1
品質の良さ	1
雰囲気、親切	1

(売上高減少の要因)

減少要因としては、「大型店の進出」や「価格競争の激化」、「空き店舗の増加」など周辺環境の変化ととらえている。

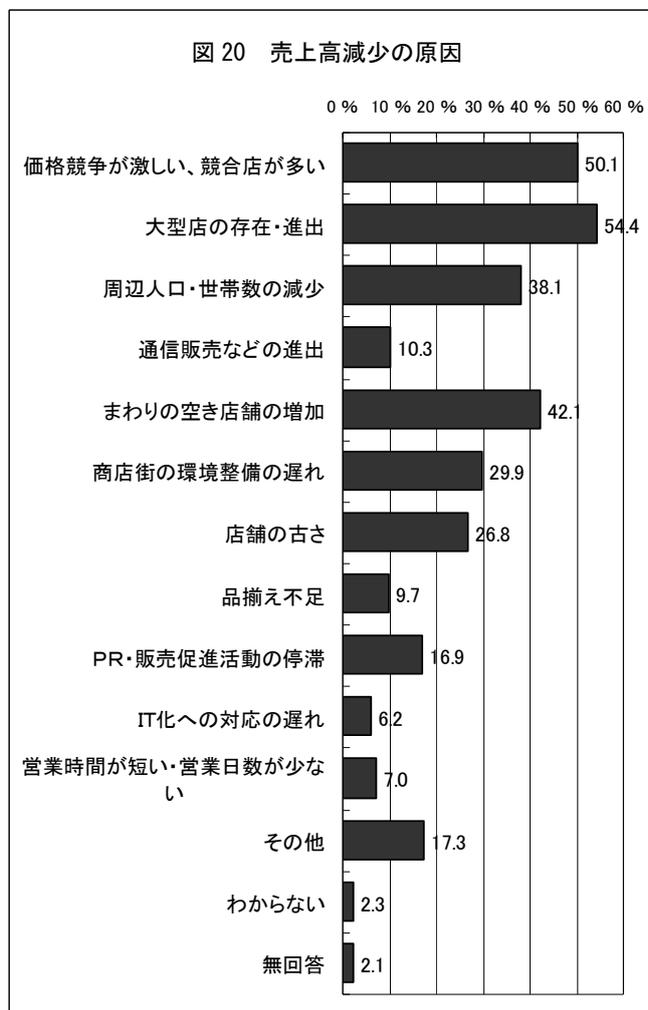


表 21 売上高「減少」の「その他」意見一覧

景気など外的環境の変化	
景気の悪化	18
企業の移転	2
温暖化、暖冬、気温の変化	2
消費者行動、食生活、社会的価値観の変化	5
ギフト意識の変化	1
客がお金を使わなくなった	1
飲食の多様化、増加	1
外販の減少	1
100円ショップの進出	2
競合店の増加	2
大型店の増加	1
単価の低下	2
中国製品など安価な海外製品の流入	2
国の法律	1
消費税の導入	1
顧客の変化	
顧客の高年齢化	9
固定客の減少	1
大口客の減少	1
購買層の変化。主購買層の車での買い物。	1
市場に客が入らない	1
若者層が外への流出	1
少子化	2
喫煙者の減少	1
BSE、狂牛病の発生	4
お客様のパソコン技術向上	1
デジカメの普及等	1
麻雀人口の減少	1
店側の問題	
店主の高齢化	3
スタッフの減少	1
一人でやっている。	1
自身が病気のため通勤で休むことが多い。	1
斜陽産業で、店は従業員まかせ。	1
あまり、力を入れていない。	1
積極展開をしていないので	1
長い営業年数で飽きられている。	1
商店街等の問題	
業種的に絶対数の減少	1
商店街、市場の各店舗の魅力不足、努力不足。	1
商店街の衰退	2
同業種の減少により、買い廻りの楽しさが無くなっている。	1
商店街全体のPR不足及び販売力、購買力の減少。マーケットを読む知識力、先見力が無い。	1
商店街内の店の開店、閉店がバラバラ。定休日もバラバラ。組合総会時に話しても「組合に強制権は無いので」とのこと。隣の灯は自店の灯、自店の灯は他店(となり)の灯。これが商店街の良さであり商店街にて営業する店の義務であると思います。	1
人の流れが火事以来変わってしまった事。	1
人通り、流れの変化	1
駐車場の不足	2

従業員規模別に減少の要因を分析すると、規模の小さい店舗ほど、「まわりの空き店舗の増加」による影響を受けているということが出来る。また、「営業時間が短い・営業日数が少ない」のように、ある程度人員を割かなければいけない要因も挙がっている。

表 22 従業員規模別 売上高減少の原因

	価格競争が激しい、競合店が多い	大型店の存在・進出	周辺人口・世帯数の減少	通信販売などの進出	まわりの空き店舗の増加	商店街の環境整備の遅れ	店舗の古さ	品揃え不足	PR・販売促進活動の停滞	IT化への対応の遅れ	営業時間が短い・営業日数が少ない	その他	わからない	回答数
2人以下	93 44.7%	102 49.0%	83 39.9%	25 12.0%	93 44.7%	64 30.8%	63 30.3%	25 12.0%	33 15.9%	11 5.3%	25 12.0%	37 17.8%	5 2.4%	208 100.0%
3~4人	103 54.5%	113 59.8%	74 39.2%	20 10.6%	80 42.3%	50 26.5%	45 23.8%	15 7.9%	33 17.5%	12 6.3%	4 2.1%	32 16.9%	2 1.1%	189 100.0%
5人以上	62 52.5%	65 55.1%	39 33.1%	8 6.8%	44 37.3%	40 33.9%	30 25.4%	10 8.5%	21 17.8%	9 7.6%	7 5.9%	20 16.9%	5 4.2%	118 100.0%
総計	258	280	196	53	217	154	138	50	87	32	36	89	12	515

注: 無回答除く

営業年数別では、営業年数が長いほど、「周辺人口・世帯数の減少」や「まわりの空き店舗の増加」、「通信販売などの進出」に関する影響を受けていると感じており、「店舗の古さ」も売上高減少の要因として挙げている。

営業年数の短い「5年未満」では、「PR・販売促進活動の停滞」と回答している店舗が他の層よりも多い点が特徴的である。

表 23 営業年数別 売上高減少の原因

	価格競争が激しい、競合店が多い	大型店の存在・進出	周辺人口・世帯数の減少	通信販売などの進出	まわりの空き店舗の増加	商店街の環境整備の遅れ	店舗の古さ	品揃え不足	PR・販売促進活動の停滞	IT化への対応の遅れ	営業時間が短い・営業日数が少ない	その他	わからない	回答数
5年未満	28 50.9%	29 52.7%	16 29.1%	3 5.5%	15 27.3%	12 21.8%	8 14.5%	5 9.1%	13 23.6%	4 7.3%	3 5.5%	9 16.4%	5 9.1%	55 100.0%
5~49年	176 48.1%	199 54.4%	136 37.2%	35 9.6%	164 44.8%	116 31.7%	96 26.2%	40 10.9%	59 16.1%	19 5.2%	22 6.0%	65 17.8%	6 1.6%	366 100.0%
50年以上	54 57.4%	52 55.3%	44 46.8%	15 16.0%	38 40.4%	26 27.7%	34 36.2%	5 5.3%	15 16.0%	9 9.6%	11 11.7%	15 16.0%	1 1.1%	94 100.0%
総計	258	280	196	53	217	154	138	50	87	32	36	89	12	515

注: 無回答除く

なお、継続意向の有無では、売上高減少の要因にあまり大きな差異は無かったが、「大型店の存在・進出」に関しては、「継続意向あり」の方が「継続意向なし」よりも上回っていた。

表 24 継続意向の有無別 売上高減少の原因

	価格競争が激しい、競合店が多い	大型店の存在・進出	周辺人口・世帯数の減少	通信販売などの進出	まわりの空き店舗の増加	商店街の環境整備の遅れ	店舗の古さ	品揃え不足	PR・販売促進活動の停滞	IT化への対応の遅れ	営業時間が短い・営業日数が少ない	その他	わからない	回答数
継続意向あり	103 50.7%	122 60.1%	76 37.4%	22 10.8%	87 42.9%	62 30.5%	54 26.6%	18 8.9%	37 18.2%	15 7.4%	9 4.4%	33 16.3%	3 1.5%	203 100.0%
継続意向なし	84 46.7%	92 51.1%	70 38.9%	19 10.6%	81 45.0%	48 26.7%	55 30.6%	18 10.0%	25 13.9%	11 6.1%	15 8.3%	35 19.4%	5 2.8%	180 100.0%
今は考えでない	55 51.9%	54 50.9%	41 38.7%	11 10.4%	40 37.7%	35 33.0%	22 20.8%	10 9.4%	19 17.9%	4 3.8%	9 8.5%	20 18.9%	4 3.8%	106 100.0%
総計	258	280	196	53	217	154	138	50	87	32	36	89	12	515

注: 無回答除く

## 8 店舗のある商業集積地の環境

最後に、店舗のある商業集積地について、商業者からみた評価とその理由、また、今後の活性化策についてたずねた。

### (1) 商業集積地の評価

杭瀬地区を除いた地区では、「非常に魅力がある」、「まあまあ魅力がある」と回答した人は4割前後いる一方、「まったく魅力がない」、「あまり魅力がない」とした人は6割となっている。

杭瀬地区では、商業集積地全体に対する評価が厳しく、「非常に魅力がある」、「まあまあ魅力がある」という回答は2割強にとどまっている。一方で、「まったく魅力がない」と回答した人は約3割となっている。

なお、従業員規模別、営業年数別、継続意向の有無別、固定客の割合別では、あまり大きな差異は見られなかった（表25～28）。

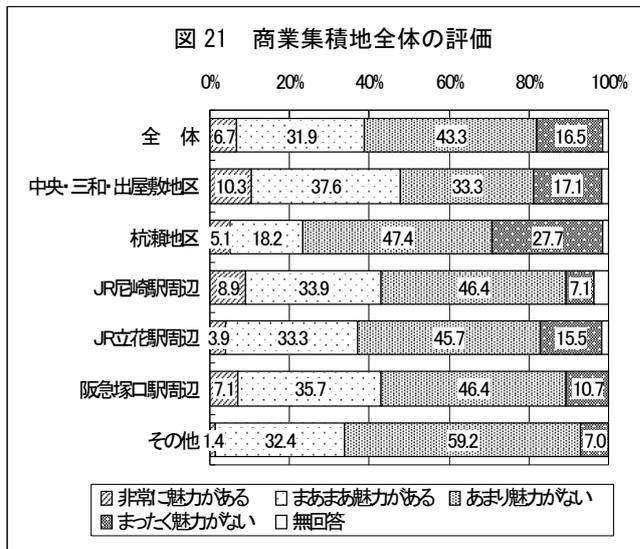


表 25 従業員規模別 商業集積地全体の評価

	非常に魅力がある	まあまあ魅力がある	あまり魅力がない	まったく魅力がない	無回答	総計
2人以下	12	64	112	61	5	254
	4.7%	25.2%	44.1%	24.0%	2.0%	100.0%
3～4人	19	81	114	33	2	249
	7.6%	32.5%	45.8%	13.3%	0.8%	100.0%
5人以上	15	73	70	18	3	179
	8.4%	40.8%	39.1%	10.1%	1.7%	100.0%
無回答					1	1
総計	46	218	296	113	10	683

表 26 営業年数別 商業集積地全体の評価

	非常に魅力がある	まあまあ魅力がある	あまり魅力がない	まったく魅力がない	無回答	総計
5年未満	15	53	45	14	2	129
	11.6%	41.1%	34.9%	10.9%	1.6%	100.0%
5～49年	20	138	213	70	6	447
	4.5%	30.9%	47.7%	15.7%	1.3%	100.0%
50年以上	10	27	38	29	2	106
	9.4%	25.5%	35.8%	27.4%	1.9%	100.0%
無回答	1					1
総計	46	218	296	113	10	683

表 27 継続意向の有無別 商業集積地全体の評価

	非常に魅力がある	まあまあ魅力がある	あまり魅力がない	まったく魅力がない	無回答	総計
継続意向あり	24	93	118	37	6	278
	8.6%	33.5%	42.4%	13.3%	2.2%	100.0%
継続意向なし	7	49	87	54	1	198
	3.5%	24.7%	43.9%	27.3%	0.5%	100.0%
今は考えでない	11	59	68	17	3	158
	7.0%	37.3%	43.0%	10.8%	1.9%	100.0%
無回答	4	17	23	5		49
総計	46	218	296	113	10	683

表 28 固定客の割合別 商業集積地全体の評価

	非常に魅力がある	まあまあ魅力がある	あまり魅力がない	まったく魅力がない	無回答	総計
ほとんどが固定客	22	117	146	71	2	358
	6.1%	32.7%	40.8%	19.8%	0.6%	100.0%
固定客は半分程度	18	84	122	29	8	261
	6.9%	32.2%	46.7%	11.1%	3.1%	100.0%
固定客は少ない方	2	10	13	9		34
	5.9%	29.4%	38.2%	26.5%	0.0%	100.0%
わからない	3	3	7	2		15
	20.0%	20.0%	46.7%	13.3%	0.0%	100.0%
無回答	1	4	8	2		15
総計	46	218	296	113	10	683

(2) 評価の理由

(魅力がある理由)

魅力がある理由は、「多くの業種が集まっている」(66%) が最も多く、次いで、「集積地としての知名度がある」(55%)、「アーケードなどの環境がきれい」(31%) となっている。

従業員規模別では、「業種の集積」や「集積地としての知名度」に対して、従業員規模の大きい店舗の評価が高い(表 29)。

営業年数別では、営業年数が長いほど、「共同での販売促進活動」や「アーケードなどの環境がきれい」な点に魅力を感じており、「5年未満」の店舗では、「ターゲットとするお客が集まって来る」ことを挙げている点特徴的である(表 30)。

図 22 魅力がある理由

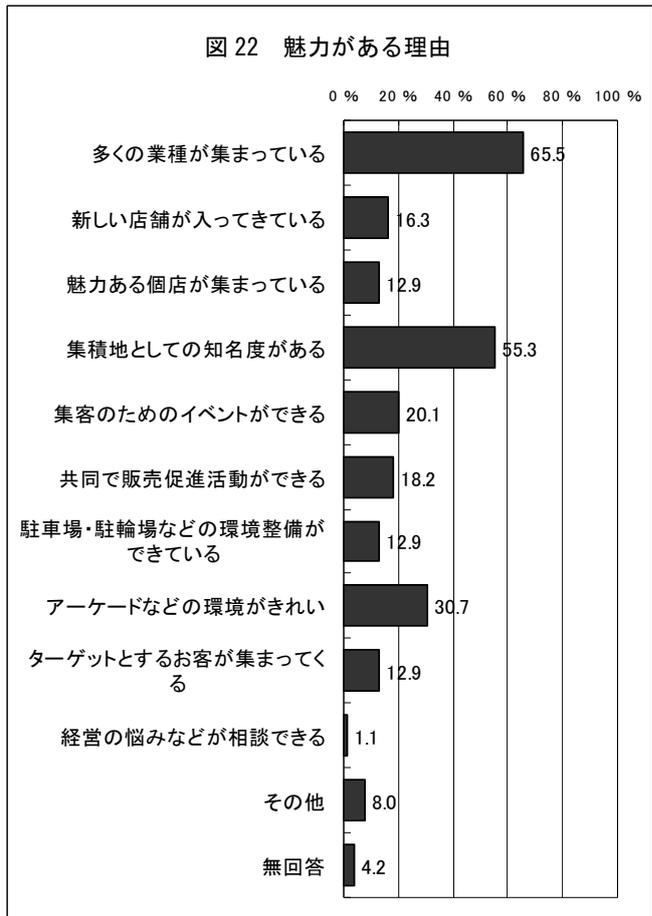


表 29 従業員規模別 魅力がある理由

	多くの業種が集まっている	新しい店舗が入ってきている	魅力ある個店が集まっている	集積地としての知名度がある	集客のためのイベントができる	共同で販売促進活動ができる	駐車場・駐輪場などの環境整備ができています	アーケードなどの環境がきれい	ターゲットとするお客が集まって来る	経営の悩みなどが相談できる	その他	回答数
2人以下	44 57.9%	12 15.8%	12 15.8%	41 53.9%	13 17.1%	13 17.1%	7 9.2%	21 27.6%	5 6.6%	1 1.3%	7 9.2%	76 100.0%
3~4人	76 76.0%	18 18.0%	12 12.0%	50 50.0%	23 23.0%	21 21.0%	13 13.0%	40 40.0%	14 14.0%	1 1.0%	9 9.0%	100 100.0%
5人以上	53 60.2%	13 14.8%	10 11.4%	55 62.5%	17 19.3%	14 15.9%	14 15.9%	20 22.7%	15 17.0%	1 1.1%	5 5.7%	88 100.0%
総計	173	43	34	146	53	48	34	81	34	3	21	264

注: 無回答除く

表 30 営業年数別 魅力がある理由

	多くの業種が集まっている	新しい店舗が入ってきている	魅力ある個店が集まっている	集積地としての知名度がある	集客のためのイベントができる	共同で販売促進活動ができる	駐車場・駐輪場などの環境整備ができています	アーケードなどの環境がきれい	ターゲットとするお客が集まって来る	経営の悩みなどが相談できる	その他	回答数
5年未満	45 66.2%	11 16.2%	8 11.8%	36 52.9%	12 17.6%	6 8.8%	7 10.3%	20 29.4%	16 23.5%	1 1.5%	8 11.8%	68 100.0%
5~49年	101 63.9%	25 15.8%	21 13.3%	91 57.6%	36 22.8%	32 20.3%	25 15.8%	46 29.1%	15 9.5%	2 1.3%	11 7.0%	158 100.0%
50年以上	26 70.3%	7 18.9%	5 13.5%	18 48.6%	5 13.5%	10 27.0%	1 2.7%	15 40.5%	2 5.4%	0 0.0%	2 5.4%	37 100.0%
総計	173	43	34	146	53	48	34	81	34	3	21	264

注: 無回答除く

(魅力がない理由)

魅力がない理由として、「空き店舗が目立っている」(69%)や「魅力的な個店が少ない」(66%)が挙がっており、集積の良さが活かされていないという指摘が強い。

従業員規模別では、規模の少ない店舗ほど「空き店舗が目立ってきている」ことが商業集積地の魅力低下の原因としており、「2人以下」では73%の回答となっている。一方、「5人以上」の店舗で不満が高いのは、「駐車場・駐輪場の整備が不十分」な点であり、約半数がこの理由を挙げている(表31)。

営業年数別では、営業年数が高いほど、「空き店舗が目立ってきている」ことに魅力の低下を感じている。一方、「5年未満」の店舗では、「魅力的な個店が少ない」点で、他の層よりも不満を感じている(表32)。

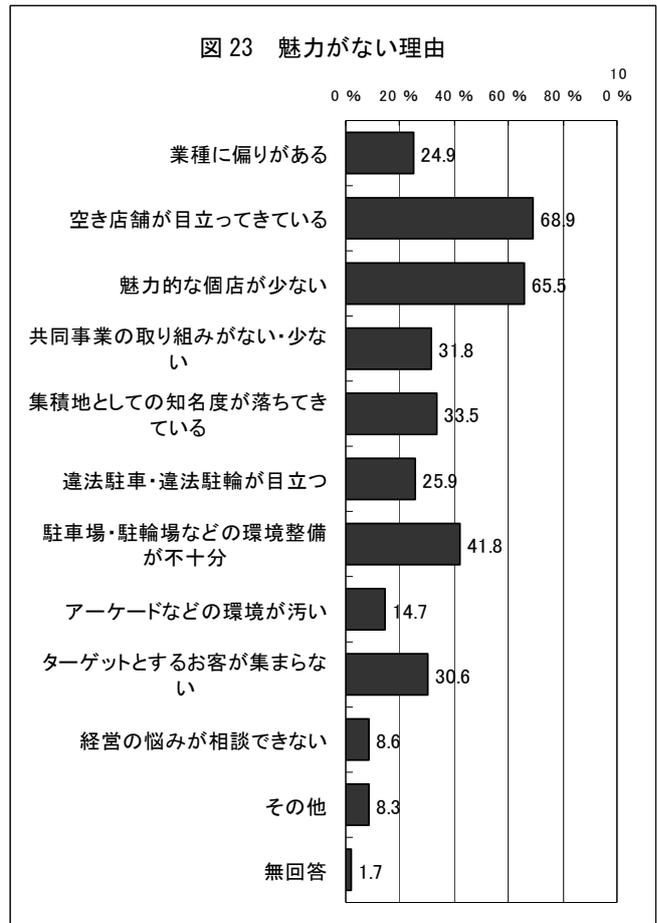


表 31 従業員規模別 魅力がない理由

	業種に偏りがある	空き店舗が目立ってきている	魅力的な個店が少ない	共同事業の取り組みがない・少ない	集積地としての知名度が落ちてきている	違法駐車・違法駐輪が目立つ	駐車場・駐輪場などの環境整備が不十分	アーケードなどの環境が汚い	ターゲットとするお客が集まらない	経営の悩みが相談できない	その他	回答数
2人以下	35 20.2%	127 73.4%	107 61.8%	52 30.1%	56 32.4%	45 26.0%	69 39.9%	31 17.9%	52 30.1%	14 8.1%	9 5.2%	173 100.0%
3~4人	40 27.2%	99 67.3%	100 68.0%	49 33.3%	55 37.4%	33 22.4%	56 38.1%	19 12.9%	50 34.0%	14 9.5%	15 10.2%	147 100.0%
5人以上	26 29.5%	55 62.5%	60 68.2%	28 31.8%	25 28.4%	27 30.7%	45 51.1%	10 11.4%	25 25.0%	7 8.0%	10 11.4%	88 100.0%
総計	102	282	268	130	137	106	171	60	125	35	34	409

注: 無回答除く

表 32 営業年数別 魅力がない理由

	業種に偏りがある	空き店舗が目立ってきている	魅力的な個店が少ない	共同事業の取り組みがない・少ない	集積地としての知名度が落ちてきている	違法駐車・違法駐輪が目立つ	駐車場・駐輪場などの環境整備が不十分	アーケードなどの環境が汚い	ターゲットとするお客が集まらない	経営の悩みが相談できない	その他	回答数
5年未満	17 28.8%	36 61.0%	43 72.9%	17 28.8%	24 40.7%	18 30.5%	24 40.7%	8 13.6%	24 40.7%	5 8.5%	10 16.9%	59 100.0%
5~49年	67 23.7%	194 68.6%	180 63.6%	89 31.4%	83 29.3%	70 24.7%	122 43.1%	43 15.2%	79 27.9%	24 8.5%	22 7.8%	283 100.0%
50年以上	18 26.9%	52 77.6%	45 67.2%	24 35.8%	30 44.8%	18 26.9%	25 37.3%	9 13.4%	22 32.8%	6 9.0%	2 3.0%	67 100.0%
総計	102	282	268	130	137	106	171	60	125	35	34	409

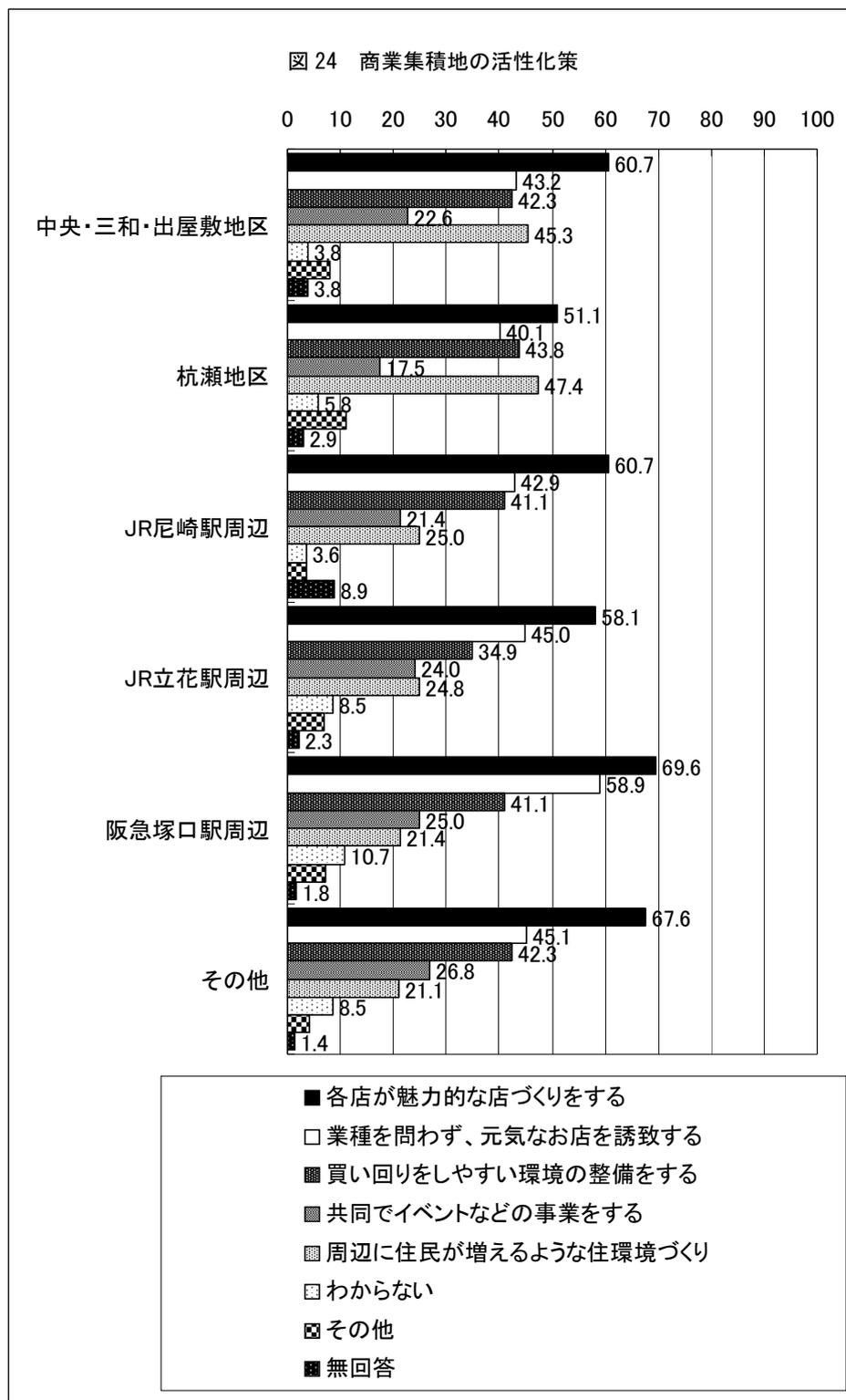
注: 無回答除く

### (3) 商業集積地の活性化策

どの地区も、「各店の魅力的な店づくり」が最も多い意見で、6割以上が回答している。

次いで、阪急塚口駅周辺、JR立花駅周辺、JR尼崎駅周辺では、「元気な店の誘致」、中央・三和・出屋敷地区と杭瀬地区では、「周辺に住民が住めるような住環境づくり」が挙げられており、市内の南北で意見が分かれている。

「買い回りをしやすい環境の整備」なども必要であるとの意見が多い。



## 9 自由意見から

調査票の最後に、「日ごろ考えられていることやご意見があれば、お教えください」という欄を設けたところ、回答者の3人に1人となる224名からご意見をいただいた。

いただいた意見を集約したところ、図25のようになった。

最も多かった意見は、「個店の努力が必要、他店への不満」であった。内容としては、自店の積極的な商業活動に関する内容の紹介や、「もっと各店・店主がそれぞれ頑張るべき」というような他店への不満や提言をする意見などとなっている。また、商店街の中には空き店舗も目立ってきており、これからの商店街活性化のために、「他人任せではいけない」あるいは「他人のせいにしてはいけない」という意見も見受けられた。

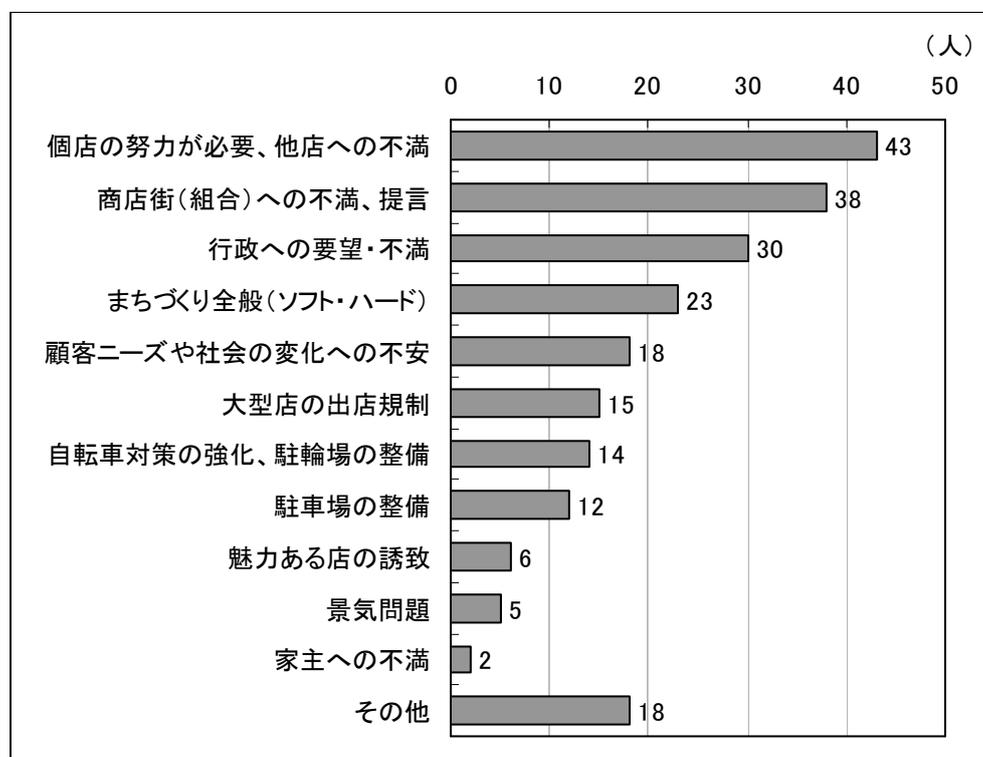
次いで、「商店街（組合）への不満、提言」に関する意見が多かった。アーケード等の「ハード整備」だけでなく、「空き店舗対策」や「商店街組合の運営」、「各店が協力した取り組みを行うことの必要性」などを提案する意見もあった。

「まちづくり全般」に対する意見は、市内の交通問題から教育問題、人口定住策など内容は様々であった。

また、「景気問題」だけでなく、「顧客ニーズや社会の変化への不安」として、人口の減少など周辺環境の変化、顧客のニーズに自店が対応しきれていないことなどへの不安・不満などの意見も目立った。

その他、「駐車場の整備」も意見が多かったが、それ以上に、商店街内の問題として「自転車対策の強化、駐輪場の整備」についての意見も多かった。

図25 自由意見



### Ⅲ 今後に向けて

本市では、戦後の復興から高度成長期にかけて、市の発展とともに小売・飲食店が増加し、商業集積地も大いに賑わったが、戦後 60 年を迎え、商業の担い手も世代交代の時期に差し掛かってきている。また、人々のライフスタイルや商業環境の激変により、かつての商業集積地と呼ばれていた地区では、シャッターの閉まった空き店舗も目立つようになってきている。

そのような状況の中で、本調査は、本市の小売業における経営環境や経営実態、市内の市場・商店街などの商業集積地について、商業者の生の声を聞くことによって、その実態を明らかにしようと試みたものである。

調査にあたっては、各地区の商業団体等のご協力により、比較的回収率の高い結果を得ることができた。

具体的に、今回明らかになった内容として次のような特徴をあげることができる。

1 点目には、後継者の有無に関する設問で、立花地区と杭瀬地区で、「私の代で店を閉じてもいい」と回答した店舗が多かった点である。特に、この回答が 4 割を超えた立花地区では、回答店主の 9 割が「オーナー」であったことから、今後、店の入れ替わりがスムーズに進まなければ、商業集積地の空洞化につながるおそれも指摘できる。

2 点目には、店と住まいとの関係で、「店と同じ場所に居住」する店主の割合が減っていること点である。このことは以前から指摘されていたことではあったが、具体的に数字として明らかになったものは、本調査が初めてである。また、特に「チェーン店の店長等」は市外に居住している傾向があることから、今後、店と住まいの分離はますます進むことも推測される。

3 点目には、「市外からの来店客数」が比較的多く、特に、中央・三和・出屋敷地区と阪急塚口駅周辺は、広域からの集客がまだまだ高い傾向にある点である。

4 点目には、店の自慢・強みについて、従業員規模や営業年数、固定客の割合で異なる点である。特に、営業年数の短い店舗は「価格の安さ」を強みにし、固定客の割合が少ない店舗は、「品数や品ぞろえ」、「お店への入りやすさ、買いやすさ」、「商品説明など店頭へのサービス」を強みとして努力している点が明らかになった。

5 点目には、「外商など店頭販売以外」の販売をしていない店舗が 7 割を占めていた点である。基本的には「店頭販売だけ」の小売業が多いことが明らかになった。

6 点目には、過去 3 年の売上高を見ると「減少」や「やや減少」の回答が 4 分の 3 にのぼっており、非常に厳しい経営実態であることが明らかになった点である。その理由として、「大型店の存在・進出」や「価格競争の激化」、「空き店舗の増加」など周辺環境の変化が大きいととらえられている。一方で、売上高の伸びているところは、「品揃えの充実・転換」や「PR・販売促進活動の強化」が功を奏していると見ている。

7点目には、店舗のある商業集積地の評価について、「魅力がある」と回答した事業者が4割いた一方、「魅力がない」とした事業者も6割にのぼっていて、特に杭瀬地区では、商業集積地に対する評価に厳しいことが明らかになった点である。「業種の集積」や「知名度」が魅力ととらえられている一方で、「空き店舗が目立っている」点や「魅力的な個店が少ない」など集積の良さが活かされていないという声も目立った。

上記の7点以外にも、クロス集計などにより、本市の小売業における経営環境と商業集積の実態が明らかになった。

今回の調査によって得られた回答結果は、今後の商業活動及び商業振興施策に対する基礎的データを提供するものであり、併せて、平成16年度・平成17年度に実施される「尼崎市民の買い物に関するアンケート調査」とともに、商業関係者の今後の活動における参考にしていただければ幸いである。

## 参 考 资 料

## 尼崎市の小売業における経営環境と商業集積に関するアンケート調査

### I お店のことについておたずねします。

#### 問1 お店はどこにありますか。

- |                |            |            |
|----------------|------------|------------|
| 1. 中央・三和・出屋敷地区 | 2. 杭瀬地区    | 3. JR尼崎駅周辺 |
| 4. JR立花駅周辺     | 5. 阪急塚口駅周辺 | 6. その他 ( ) |

#### 問2 お店の業態は次のどれになりますか。

- |            |          |       |          |        |
|------------|----------|-------|----------|--------|
| 1. 飲食店     | 2. 食料品販売 | 3. 物販 | 4. サービス業 | 5. 娯楽業 |
| 6. その他 ( ) |          |       |          |        |

#### 問3 主な販売品目(商品)または業務内容をご記入ください。

#### 問4 何人でお店をされていますか。(ご主人をはじめ、パート・アルバイトまで入れて)

- |           |           |               |
|-----------|-----------|---------------|
| 1. 2人以下   | 2. 3～4人   | 3. 5～9人       |
| 4. 10～19人 | 5. 20～49人 | 6. 50人以上 ( )人 |

#### 問5 お店の広さ(売場面積)はどのくらいですか。

- |                                      |  |
|--------------------------------------|--|
| 1. 10坪 (約 33 m <sup>2</sup> ) 未満     | 2. 10～30坪 (約 100 m <sup>2</sup> ) 未満                 |
| 3. 30～60坪 (約 200 m <sup>2</sup> ) 未満 | 4. 60坪 (約 200 m <sup>2</sup> ) 以上 ( ) m <sup>2</sup> |

#### 問6 お店を何時まで開けていますか。

- |                            |           |           |            |
|----------------------------|-----------|-----------|------------|
| 1. 午後6時まで                  | 2. 午後7時まで | 3. 午後8時まで | 4. 午後10時まで |
| 5. 午前0時まで      6. 午前0時をすぎて |           |           |            |

#### 問7 現在の場所で、お店を何年続けていますか。

- |           |               |           |
|-----------|---------------|-----------|
| 1. 5年未満   | 2. 5～9年       | 3. 10～19年 |
| 4. 20～49年 | 5. 50年以上 ( )年 |           |

#### 問8 この場所以外にもお店がありますか (どちらかに○印。「2」の方は問8-2へ)。

- |       |              |
|-------|--------------|
| 1. ない | 2. ある ( ) 店舗 |
|-------|--------------|

#### 問8-2 この場所のお店は本店ですか。

- |       |              |
|-------|--------------|
| 1. 本店 | 2. 支店など、本店以外 |
|-------|--------------|

問9 店主の方は、このお店のオーナーですか。

1. オーナー	2. チェーン店の一店長など
---------	----------------

問10 お店の所有形態をお教えてください。

1. 土地・建物ともに所有（ビルの区分所有も含む）	2. 借地・持ち家
3. 借地・借家	4. テナント入居

問11 お店を継いでくれる人はおられますか。

1. 身内に後継者がいる	2. 従業員などに後を継がせたい
3. 後継者は決まっていないが、商売を続けたい	4. 私の代で店を閉じてよい
5. 今は考えていない	

問12 お店とお住まいの場所についてお教えてください（1つだけ○印をいれて、「2」及び「3」の方は問12-2にお進みください）。

1. 店と同じ場所に居住	}
2. 店と違う場所に居住（市内）	
3. 店と違う場所に居住（市外）	

問12-2 いつからお店と違う場所にお住まいですか。

1. 最初は同じ場所に住んでいたが転居した
2. 前から違う場所に住んでいた

## II お店の経営環境についておたずねします。

問13 お店には、お客さまが市外からも来られますか。

1. 比較的多く来る	2. まあまあ来る	3. あまりない（ほとんど市内から）	4. わからない
------------	-----------	--------------------	----------

問14 お店のお客さまは、固定客(お得意さま)が多いですか。

1. ほとんどが固定客	2. 固定客は半分程度
3. 固定客は少ない方	4. わからない

問15 お店の自慢、強みは何ですか。（上位2つを選び、下の□内にその番号をご記入ください）

1. 商品の良さ、品質、食材の鮮度など	2. 品数、品ぞろえ
3. 価格の安さ	4. お店への入りやすさ、買いやすさ
5. なじみ客が多い	6. 商品説明などの店頭でのサービス
7. 商品購入後のアフターケア	8. 宅配サービス
9. その他（具体的に： _____）	

第1位

第2位

**問16 このお店での昨年度(平成 15 年度)の売上高はどの程度ありましたか。**

1. 500 万円未満	2. 500 万円～1,000 万円未満
3. 1,000 万円～5,000 万円未満	4. 5,000 万円～1 億円未満
5. 1 億円以上	

**問17 売上高のうち、いわゆる『外商』など店頭販売以外はどの程度ありますか。**

1. ない (店頭販売だけ)	2. 1 割程度
3. 2 割程度	4. 3 割程度
5. それ以上 ( ) 割)	

**問18 近年(過去3年)の売上高の動向をお教えてください。**

(該当するもの1つに○をして、増加または減少の理由をお答えください)

1. 増加	2. やや増加
3. 変わらない	
4. やや減少	5. 減少

**問19 売上高の増減の理由は何だとお考えですか。**

→ (1) 「1. 増加」「2. やや増加」した理由  
(いくつでも該当するものに○印)

1. 品揃えの充実・転換
2. 低価格戦略
3. 営業時間の延長・営業日の増加
4. 宅配サービスの実施
5. インターネットやファックスによる販売促進の実施
6. PR・販売促進活動の強化
7. 店舗の改装・改築
8. 商店街の環境整備の効果
9. 周辺人口・世帯数の増加
10. 鉄道・バスによる利便性向上
11. その他 ( )
12. わからない

(2) 「4. やや減少」「5. 減少」した理由  
(いくつでも該当するものに○印)

1. 価格競争が激しい、競合店が多い
2. 大型店の存在・進出
3. 周辺人口・世帯数の減少
4. 通信販売などの進出
5. まわりの空き店舗の増加
6. 商店街の環境整備の遅れ
7. 店舗の古さ
8. 品揃えの不足
9. PR・販売促進活動の停滞
10. IT化への対応の遅れ
11. 営業時間が短い・営業日数が少ない
12. その他 ( )
13. わからない

### Ⅲ お店のある商業地の環境についておたずねします。

問20 お店がある商業集積地(商店街や市場・店舗の集まり)全体を、どのように評価していますか。

(該当するもの1つに○をして、それぞれの評価の理由をお答えください)

- |             |              |
|-------------|--------------|
| 1. 非常に魅力がある | 2. まあまあ魅力がある |
| 3. あまり魅力がない | 4. まったく魅力がない |

問21 評価の理由は何ですか。

▶(1) 「1. 非常に魅力がある」、「2. まあまあ魅力がある」と回答した理由(いくつでも)

(2) 「3. あまり魅力がない」、「4. 全く魅力がない」と回答した理由(いくつでも)

1. 多くの業種が集まっている
2. 新しい店舗が入ってきている
3. 魅力ある個店が集まっている
4. 集積地としての知名度がある
5. 集客のためのイベントができる
6. 共同で販売促進活動ができる
7. 駐車場・駐輪場などの環境整備ができています
8. アーケードなどの環境がきれい
9. ターゲットとするお客が集まってくる
10. 経営の悩みなどが相談できる
11. その他 ( )

1. 業種に偏りがある
2. 空き店舗が目立ってきている
3. 魅力的な個店が少ない
4. 共同事業の取り組みがない・少ない
5. 集積地としての知名度が落ちてきている
6. 違法駐車・違法駐輪が目立つ
7. 駐車場・駐輪場などの環境整備が不十分
8. アーケードなどの環境が汚い
9. ターゲットとするお客が集まらない
10. 経営の悩みなどが相談できない
11. その他 ( )

問22 どのようにすれば、お店がある商業集積地が活性化すると思いますか。(いくつでも)

- |                       |                      |
|-----------------------|----------------------|
| 1. 各店が魅力的な店づくりをする     | 2. 業種を問わず、元気なお店を誘致する |
| 3. 買い回りをしやすい環境の整備をする  | 4. 共同でイベントなどの事業をする   |
| 5. 周辺に住民が増えるような住環境づくり | 6. わからない             |
| 7. その他 ( )            |                      |

日ごろ考えられていることやご意見があれば、お教えてください。

以上で、アンケートは終わりです。ご協力ありがとうございました。

別冊:参考資料

—平成16年度特定経済動向調査—

「尼崎市の小売業における経営環境と商業集積に関するアンケート調査」集計結果

調査時期：平成16年10月～11月

配布・回収状況：

	全体	中央・三和・出屋敷地区	杭瀬地区	JR尼崎駅周辺	JR立花駅周辺	阪急塚口駅周辺	その他
配布数	1,875	636	366	122	422	179	150
回収数	683	234	137	56	129	56	71
回収率	36.4%	36.8%	37.4%	45.9%	30.6%	31.3%	47.3%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q2】業態

	調査数	飲食店	長不中販 売	物販	サービス業	娯楽業	その他	無回答
全 体	683 100.0	123 18.0	134 19.6	275 40.3	90 13.2	6 0.9	51 7.5	4 0.6
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	40 17.1	45 19.2	116 49.6	16 6.8	1 0.4	14 6.0	2 0.9
抗瀬地区	137 100.0	24 17.5	39 28.5	49 35.8	12 8.8	1 0.7	11 8.0	1 0.7
JR尼崎駅周辺	56 100.0	10 17.9	15 26.8	17 30.4	12 21.4	1 1.8	1 1.8	- -
JR立花駅周辺	129 100.0	24 18.6	15 11.6	41 31.8	30 23.3	3 2.3	15 11.6	1 0.8
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	12 21.4	8 14.3	23 41.1	10 17.9	- -	3 5.4	- -
その他	71 100.0	13 18.3	12 16.9	29 40.8	10 14.1	- -	7 9.9	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q4】従業員規模

	調査数	2人以下	3～4人	5～9人	10～19人	20～49人	50人以上	無回答
全 体	683 100.0	254 37.2	249 36.5	112 16.4	43 6.3	17 2.5	7 1.0	1 0.1
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	84 35.9	89 38.0	41 17.5	13 5.6	6 2.6	1 0.4	- -
抗瀬地区	137 100.0	64 46.7	48 35.0	10 7.3	7 5.1	4 2.9	3 2.2	1 0.7
JR尼崎駅周辺	56 100.0	22 39.3	17 30.4	14 25.0	3 5.4	- -	- -	- -
JR立花駅周辺	129 100.0	54 41.9	51 39.5	16 12.4	4 3.1	2 1.6	2 1.6	- -
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	11 19.6	15 26.8	17 30.4	9 16.1	3 5.4	1 1.8	- -
その他	71 100.0	19 26.8	29 40.8	14 19.7	7 9.9	2 2.8	- -	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q5】売場面積

	調査数	10坪	10~30坪	30~60坪	60坪以上	無回答
全 体	683 100.0	291 42.6	306 44.8	47 6.9	28 4.1	11 1.6
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	99 42.3	104 44.4	15 6.4	13 5.6	3 1.3
抗瀬地区	137 100.0	57 41.6	68 49.6	9 6.6	2 1.5	1 0.7
JR尼崎駅周辺	56 100.0	27 48.2	20 35.7	3 5.4	3 5.4	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	66 51.2	48 37.2	8 6.2	5 3.9	2 1.6
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	14 25.0	28 50.0	10 17.9	3 5.4	1 1.8
その他	71 100.0	28 39.4	38 53.5	2 2.8	2 2.8	1 1.4

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q6】閉店時間

	調査数	午後6時	午後7時	午後8時	午後10時	午前0時	午前0時 を過ぎて	無回答
全 体	683 100.0	137 20.1	207 30.3	222 32.5	64 9.4	32 4.7	16 2.3	5 0.7
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	67 28.6	70 29.9	62 26.5	26 11.1	7 3.0	2 0.9	- -
抗瀬地区	137 100.0	32 23.4	46 33.6	43 31.4	5 3.6	8 5.8	3 2.2	- -
JR尼崎駅周辺	56 100.0	12 21.4	5 8.9	29 51.8	5 8.9	2 3.6	2 3.6	1 1.8
JR立花駅周辺	129 100.0	16 12.4	58 45.0	25 19.4	12 9.3	11 8.5	5 3.9	2 1.6
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	6 10.7	5 8.9	31 55.4	6 10.7	4 7.1	3 5.4	1 1.8
その他	71 100.0	4 5.6	23 32.4	32 45.1	10 14.1	- -	1 1.4	1 1.4

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q7】現在の場所における営業年数

	調査数	5年未満	5～9年	10～19年	20～49年	50年以上	無回答
全 体	683 100.0	129 18.9	69 10.1	81 11.9	297 43.5	106 15.5	1 0.1
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	38 16.2	15 6.4	37 15.8	98 41.9	45 19.2	1 0.4
抗瀬地区	137 100.0	19 13.9	12 8.8	13 9.5	69 50.4	24 17.5	- -
JR尼崎駅周辺	56 100.0	16 28.6	13 23.2	8 14.3	12 21.4	7 12.5	- -
JR立花駅周辺	129 100.0	31 24.0	14 10.9	15 11.6	45 34.9	24 18.6	- -
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	8 14.3	8 14.3	4 7.1	31 55.4	5 8.9	- -
その他	71 100.0	17 23.9	7 9.9	4 5.6	42 59.2	1 1.4	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q8】他店舗の有無

	調査数	ない	ある	無回答
全 体	683 100.0	471 69.0	208 30.5	4 0.6
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	158 67.5	74 31.6	2 0.9
抗瀬地区	137 100.0	105 76.6	32 23.4	- -
JR尼崎駅周辺	56 100.0	40 71.4	15 26.8	1 1.8
JR立花駅周辺	129 100.0	103 79.8	26 20.2	- -
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	29 51.8	27 48.2	- -
その他	71 100.0	36 50.7	34 47.9	1 1.4

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q8-1】本店支店の区分

	調査数	本店	支店など 本店以外	無回答
全 体	208 100.0	48 23.1	151 72.6	9 4.3
中央・三和 ・出屋敷地区	74 100.0	13 17.6	60 81.1	1 1.4
抗瀬地区	32 100.0	12 37.5	19 59.4	1 3.1
JR尼崎駅周辺	15 100.0	2 13.3	12 80.0	1 6.7
JR立花駅周辺	26 100.0	4 15.4	20 76.9	2 7.7
阪急塚口駅 周辺	27 100.0	7 25.9	19 70.4	1 3.7
その他	34 100.0	10 29.4	21 61.8	3 8.8

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q9】店主について

	調査数	オーナー	チェーン店の店長	無回答
全 体	683 100.0	544 79.6	117 17.1	22 3.2
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	182 77.8	41 17.5	11 4.7
抗瀬地区	137 100.0	116 84.7	20 14.6	1 0.7
JR尼崎駅周辺	56 100.0	43 76.8	10 17.9	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	116 89.9	10 7.8	3 2.3
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	41 73.2	15 26.8	- -
その他	71 100.0	46 64.8	21 29.6	4 5.6

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q10】店舗の所有形態

	調査数	土地・建物ともに 所有(ビル区分 所有も含む)	借地・持ち家	借地・借家	テナント入居	無回答
全 体	683 100.0	298 43.6	62 9.1	133 19.5	175 25.6	15 2.2
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	112 47.9	31 13.2	45 19.2	39 16.7	7 3.0
抗瀬地区	137 100.0	58 42.3	20 14.6	35 25.5	23 16.8	1 0.7
JR尼崎駅周辺	56 100.0	22 39.3	2 3.6	6 10.7	23 41.1	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	59 45.7	6 4.7	31 24.0	32 24.8	1 0.8
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	26 46.4	2 3.6	6 10.7	21 37.5	1 1.8
その他	71 100.0	21 29.6	1 1.4	10 14.1	37 52.1	2 2.8

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q11】後継者の有無

	調査数	身内に後継者がいる	従業員などに後継がせたい	後継者は決まってい ないが、商売を 続けたい	私の代で店を閉 じてよい	今は考えていな い	無回答
全 体	683 100.0	156 22.8	31 4.5	91 13.3	198 29.0	158 23.1	49 7.2
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	66 28.2	4 1.7	31 13.2	58 24.8	55 23.5	20 8.5
抗瀬地区	137 100.0	24 17.5	3 2.2	19 13.9	48 35.0	36 26.3	7 5.1
JR尼崎駅周辺	56 100.0	13 23.2	6 10.7	4 7.1	14 25.0	12 21.4	7 12.5
JR立花駅周辺	129 100.0	26 20.2	5 3.9	12 9.3	56 43.4	27 20.9	3 2.3
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	15 26.8	6 10.7	11 19.6	9 16.1	13 23.2	2 3.6
その他	71 100.0	12 16.9	7 9.9	14 19.7	13 18.3	15 21.1	10 14.1

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q12】店舗と住居の関係

	調査数	店と同じ場所に居住	店と違う場所に居住(市内)	店と違う場所に居住(市外)	無回答
全 体	683 100.0	148 21.7	331 48.5	181 26.5	23 3.4
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	51 21.8	104 44.4	72 30.8	7 3.0
抗瀬地区	137 100.0	49 35.8	53 38.7	31 22.6	4 2.9
JR尼崎駅周辺	56 100.0	4 7.1	33 58.9	15 26.8	4 7.1
JR立花駅周辺	129 100.0	28 21.7	72 55.8	28 21.7	1 0.8
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	11 19.6	29 51.8	14 25.0	2 3.6
その他	71 100.0	5 7.0	40 56.3	21 29.6	5 7.0

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q12-1】違う場所に居住している時期

	調査数	最初は同じ場所に住んでいたが転居した	前から違う場所に住んでいた	無回答
全 体	512 100.0	90 17.6	367 71.7	55 10.7
中央・三和 ・出屋敷地区	176 100.0	36 20.5	119 67.6	21 11.9
抗瀬地区	84 100.0	16 19.0	61 72.6	7 8.3
JR尼崎駅周辺	48 100.0	6 12.5	37 77.1	5 10.4
JR立花駅周辺	100 100.0	21 21.0	66 66.0	13 13.0
阪急塚口駅 周辺	43 100.0	2 4.7	36 83.7	5 11.6
その他	61 100.0	9 14.8	48 78.7	4 6.6

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q13】市外からの来店客数

	調査数	比較的多く来る	まあまあ来る	あまりない(ほとんど市内から)	わからない	無回答
全 体	683 100.0	65 9.5	257 37.6	321 47.0	22 3.2	18 2.6
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	39 16.7	114 48.7	62 26.5	10 4.3	9 3.8
抗瀬地区	137 100.0	7 5.1	54 39.4	70 51.1	4 2.9	2 1.5
JR尼崎駅周辺	56 100.0	2 3.6	12 21.4	38 67.9	1 1.8	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	7 5.4	33 25.6	84 65.1	3 2.3	2 1.6
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	8 14.3	21 37.5	26 46.4	1 1.8	- -
その他	71 100.0	2 2.8	23 32.4	41 57.7	3 4.2	2 2.8

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q14】 固定客数

	調査数	ほとんど 固定客	固定客は 半分程度	固定客は 少ない方	わからない	無回答
全 体	683 100.0	358 52.4	261 38.2	34 5.0	15 2.2	15 2.2
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	92 39.3	114 48.7	13 5.6	8 3.4	7 3.0
抗瀬地区	137 100.0	88 64.2	39 28.5	5 3.6	3 2.2	2 1.5
JR尼崎駅周辺	56 100.0	34 60.7	19 33.9	- -	- -	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	79 61.2	37 28.7	10 7.8	2 1.6	1 0.8
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	32 57.1	20 35.7	3 5.4	1 1.8	- -
その他	71 100.0	33 46.5	32 45.1	3 4.2	1 1.4	2 2.8

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q15】店の自慢・強み 第1位

	調査数	商品の良さ、品質、食材の鮮度など	品数、品ぞろえ	価格の安さ	お店への入りやすさ、買いやすさ	なじみ客が多い	商品説明などの店頭でのサービス	商品購入後のアフターケア	宅配サービス	その他(具体的に)	無回答
全体	683 100.0	247 36.2	53 7.8	102 14.9	30 4.4	150 22.0	36 5.3	15 2.2	3 0.4	22 3.2	25 3.7
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	89 38.0	32 13.7	35 15.0	9 3.8	39 16.7	10 4.3	7 3.0	1 0.4	4 1.7	8 3.4
抗瀬地区	137 100.0	50 36.5	8 5.8	29 21.2	2 1.5	31 22.6	6 4.4	1 0.7	- -	6 4.4	4 2.9
JR尼崎駅周辺	56 100.0	23 41.1	4 7.1	12 21.4	2 3.6	10 17.9	1 1.8	1 1.8	- -	- -	3 5.4
JR立花駅周辺	129 100.0	34 26.4	4 3.1	14 10.9	8 6.2	43 33.3	7 5.4	3 2.3	1 0.8	8 6.2	7 5.4
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	26 46.4	3 5.4	4 7.1	4 7.1	13 23.2	4 7.1	- -	- -	2 3.6	- -
その他	71 100.0	25 35.2	2 2.8	8 11.3	5 7.0	14 19.7	8 11.3	3 4.2	1 1.4	2 2.8	3 4.2

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q15】店の自慢・強み 第2位

	調査数	商品の良さ、品質、食材の鮮度など	品数、品ぞろえ	価格の安さ	お店への入りやすさ、買いやすさ	なじみ客が多い	商品説明などの店頭でのサービス	商品購入後のアフターケア	宅配サービス	その他(具体的に)	無回答
全体	683 100.0	53 7.8	82 12.0	85 12.4	90 13.2	133 19.5	91 13.3	37 5.4	19 2.8	16 2.3	77 11.3
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	21 9.0	27 11.5	32 13.7	35 15.0	45 19.2	32 13.7	7 3.0	5 2.1	5 2.1	25 10.7
抗瀬地区	137 100.0	7 5.1	20 14.6	15 10.9	22 16.1	28 20.4	21 15.3	6 4.4	6 4.4	1 0.7	11 8.0
JR尼崎駅周辺	56 100.0	8 14.3	5 8.9	4 7.1	4 7.1	11 19.6	7 12.5	5 8.9	1 1.8	3 5.4	8 14.3
JR立花駅周辺	129 100.0	11 8.5	11 8.5	15 11.6	9 7.0	24 18.6	18 14.0	8 6.2	5 3.9	5 3.9	23 17.8
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	3 5.4	8 14.3	11 19.6	4 7.1	11 19.6	7 12.5	6 10.7	1 1.8	1 1.8	4 7.1
その他	71 100.0	3 4.2	11 15.5	8 11.3	16 22.5	14 19.7	6 8.5	5 7.0	1 1.4	1 1.4	6 8.5

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q16】 当該店舗の平成15年度の売上高

	調査数	500万円未満	500万円～ 1000万円未満	1000万円～ 5000万円未満	5000万円～ 1億円未満	1億円以上	無回答
全 体	683 100.0	100 14.6	108 15.8	280 41.0	96 14.1	45 6.6	54 7.9
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	31 13.2	30 12.8	98 41.9	31 13.2	20 8.5	24 10.3
抗瀬地区	137 100.0	24 17.5	30 21.9	58 42.3	14 10.2	6 4.4	5 3.6
JR尼崎駅周辺	56 100.0	10 17.9	7 12.5	19 33.9	10 17.9	3 5.4	7 12.5
JR立花駅周辺	129 100.0	25 19.4	23 17.8	49 38.0	20 15.5	5 3.9	7 5.4
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	5 8.9	9 16.1	23 41.1	12 21.4	6 10.7	1 1.8
その他	71 100.0	5 7.0	9 12.7	33 46.5	9 12.7	5 7.0	10 14.1

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q17】 外商など店舗販売以外の割合

	調査数	ない (店頭販売だけ)	1割程度	2割程度	3割程度	それ以上	無回答
全 体	683 100.0	489 71.6	59 8.6	20 2.9	30 4.4	37 5.4	48 7.0
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	183 78.2	14 6.0	6 2.6	8 3.4	10 4.3	13 5.6
抗瀬地区	137 100.0	94 68.6	12 8.8	5 3.6	10 7.3	8 5.8	8 5.8
JR尼崎駅周辺	56 100.0	37 66.1	7 12.5	2 3.6	2 3.6	1 1.8	7 12.5
JR立花駅周辺	129 100.0	90 69.8	7 5.4	3 2.3	6 4.7	10 7.8	13 10.1
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	36 64.3	12 21.4	1 1.8	1 1.8	5 8.9	1 1.8
その他	71 100.0	49 69.0	7 9.9	3 4.2	3 4.2	3 4.2	6 8.5

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q18】 近年（過去3年）の売上高の動向

	調査数	増加	やや増加	変わらない	やや減少	減少	無回答
全 体	683 100.0	21 3.1	47 6.9	63 9.2	157 23.0	358 52.4	37 5.4
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	6 2.6	13 5.6	27 11.5	52 22.2	120 51.3	16 6.8
抗瀬地区	137 100.0	2 1.5	6 4.4	9 6.6	30 21.9	85 62.0	5 3.6
JR尼崎駅周辺	56 100.0	3 5.4	6 10.7	5 8.9	8 14.3	26 46.4	8 14.3
JR立花駅周辺	129 100.0	8 6.2	9 7.0	12 9.3	29 22.5	69 53.5	2 1.6
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	- -	7 12.5	4 7.1	13 23.2	32 57.1	- -
その他	71 100.0	2 2.8	6 8.5	6 8.5	25 35.2	26 36.6	6 8.5

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q19-1】売上高増加の原因

	調査数	品揃えの充実・転換	低価格戦略	営業時間の延長・営業日の増加	宅配サービスの実施	インターネットやファックスによる販売促進の実施	PR・販売促進活動の強化	店舗の改装・改築	商店街の環境整備の効果	周辺人口・世帯数の増加	鉄道・バスによる利便性向上	その他	わからない	無回答
全体	68 100.0	22 32.4	12 17.6	9 13.2	9 13.2	5 7.4	22 32.4	13 19.1	4 5.9	6 8.8	9 13.2	18 26.5	1 1.5	1 1.5
中央・三和・出屋敷地区	19 100.0	8 42.1	5 26.3	3 15.8	2 10.5	3 15.8	6 31.6	4 21.1	1 5.3	- -	1 5.3	3 15.8	- -	- -
抗瀬地区	8 100.0	4 50.0	2 25.0	2 25.0	- -	1 12.5	5 62.5	1 12.5	1 12.5	- -	- -	1 12.5	- -	- -
JR尼崎駅周辺	9 100.0	2 22.2	1 11.1	- -	1 11.1	- -	3 33.3	- -	1 11.1	3 33.3	2 22.2	3 33.3	1 11.1	- -
JR立花駅周辺	17 100.0	5 29.4	3 17.6	1 5.9	4 23.5	1 5.9	3 17.6	3 17.6	- -	2 11.8	4 23.5	6 35.3	- -	1 5.9
阪急塚口駅周辺	7 100.0	1 14.3	1 14.3	2 28.6	2 28.6	- -	2 28.6	3 42.9	- -	1 14.3	1 14.3	1 14.3	- -	- -
その他	8 100.0	2 25.0	- -	1 12.5	- -	- -	3 37.5	2 25.0	1 12.5	- -	1 12.5	4 50.0	- -	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q19-2】売上高減少の原因

	調査数	価格競争が激しい、競合店が多い	大型店の存在・進出	周辺人口・世帯数の減少	通信販売などの進出	まわりの空き店舗の増加	商店街の環境整備の遅れ	店舗の古さ	品揃え不足	PR・販売促進活動の停滞	IT化への対応の遅れ	営業時間が短い・営業日数が少ない	その他	わからない	無回答
全体	515 100.0	258 50.1	280 54.4	196 38.1	53 10.3	217 42.1	154 29.9	138 26.8	50 9.7	87 16.9	32 6.2	36 7.0	89 17.3	12 2.3	11 2.1
中央・三和・出屋敷地区	172 100.0	69 40.1	66 38.4	89 51.7	15 8.7	80 46.5	60 34.9	37 21.5	15 8.7	22 12.8	11 6.4	16 9.3	25 14.5	4 2.3	5 2.9
抗瀬地区	115 100.0	59 51.3	77 67.0	57 49.6	17 14.8	61 53.0	50 43.5	34 29.6	11 9.6	21 18.3	9 7.8	9 7.8	23 20.0	1 0.9	1 0.9
JR尼崎駅周辺	34 100.0	23 67.6	24 70.6	4 11.8	2 5.9	7 20.6	1 2.9	4 11.8	2 5.9	3 8.8	1 2.9	2 5.9	6 17.6	- -	1 2.9
JR立花駅周辺	98 100.0	57 58.2	53 54.1	22 22.4	11 11.2	24 24.5	18 18.4	30 30.6	9 9.2	23 23.5	4 4.1	5 5.1	23 23.5	3 3.1	3 3.1
阪急塚口駅周辺	45 100.0	20 44.4	32 71.1	14 31.1	5 11.1	17 37.8	16 35.6	14 31.1	4 8.9	8 17.8	4 8.9	2 4.4	8 17.8	1 2.2	1 2.2
その他	51 100.0	30 58.8	28 54.9	10 19.6	3 5.9	28 54.9	9 17.6	19 37.3	9 17.6	10 19.6	3 5.9	2 3.9	4 7.8	3 5.9	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q20】 商業集積地全体の評価

	調査数	非常に魅力 がある	まあまあ魅力 がある	あまり魅力が ない	まったく魅力 がない	無回答
全 体	683 100.0	46 6.7	218 31.9	296 43.3	113 16.5	10 1.5
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	24 10.3	88 37.6	78 33.3	40 17.1	4 1.7
抗瀬地区	137 100.0	7 5.1	25 18.2	65 47.4	38 27.7	2 1.5
JR尼崎駅周辺	56 100.0	5 8.9	19 33.9	26 46.4	4 7.1	2 3.6
JR立花駅周辺	129 100.0	5 3.9	43 33.3	59 45.7	20 15.5	2 1.6
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	4 7.1	20 35.7	26 46.4	6 10.7	- -
その他	71 100.0	1 1.4	23 32.4	42 59.2	5 7.0	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q21】 魅力がある理由

	調査数	多くの業種 が集まっている	新しい店舗 が入っている	魅力ある個 店が集まっ ている	集積地とし ての知名度 がある	集客のため のイベント ができる	共同で販売 促進活動が できる	駐車場・駐 輪場などの 環境整備が できている	アーケード などの環境 がきれい	ターゲットと するお客が 集まってく る	経営の悩み などが相談 できる	その他	無回答
全 体	264 100.0	173 65.5	43 16.3	34 12.9	146 55.3	53 20.1	48 18.2	34 12.9	81 30.7	34 12.9	3 1.1	21 8.0	11 4.2
中央・三和 ・出屋敷地区	112 100.0	76 67.9	25 22.3	17 15.2	78 69.6	19 17.0	19 17.0	9 8.0	46 41.1	13 11.6	1 0.9	5 4.5	3 2.7
抗瀬地区	32 100.0	24 75.0	1 3.1	8 25.0	16 50.0	5 15.6	6 18.8	2 6.3	7 21.9	2 6.3	1 3.1	3 9.4	2 6.3
JR尼崎駅周辺	24 100.0	12 50.0	6 25.0	3 12.5	12 50.0	4 16.7	5 20.8	6 25.0	4 16.7	5 20.8	- -	4 16.7	1 4.2
JR立花駅周辺	48 100.0	34 70.8	6 12.5	4 8.3	22 45.8	9 18.8	8 16.7	6 12.5	21 43.8	8 16.7	- -	2 4.2	3 6.3
阪急塚口駅 周辺	24 100.0	14 58.3	1 4.2	2 8.3	13 54.2	7 29.2	6 25.0	3 12.5	1 4.2	3 12.5	1 4.2	2 8.3	1 4.2
その他	24 100.0	13 54.2	4 16.7	- -	5 20.8	9 37.5	4 16.7	8 33.3	2 8.3	3 12.5	- -	5 20.8	1 4.2

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q21-2】魅力がない理由

	調査数	業種に偏りがある	空き店舗が目立っている	魅力的な個店が少ない	共同事業の取り組みがない・少ない	集積地としての知名度が落ちてきている	違法駐車・違法駐輪が目立つ	駐車場・駐輪場などの環境整備が不十分	アーケードなどの環境が汚い	ターゲットとするお客が集まらない	経営の悩みが相談できない	その他	無回答
全 体	409 100.0	102 24.9	282 68.9	268 65.5	130 31.8	137 33.5	106 25.9	171 41.8	60 14.7	125 30.6	35 8.6	34 8.3	7 1.7
中央・三和 ・出屋敷地区	118 100.0	33 28.0	86 72.9	78 66.1	29 24.6	49 41.5	25 21.2	39 33.1	8 6.8	40 33.9	13 11.0	8 6.8	3 2.5
抗瀬地区	103 100.0	14 13.6	88 85.4	58 56.3	38 36.9	39 37.9	29 28.2	58 56.3	35 34.0	34 33.0	9 8.7	7 6.8	1 1.0
JR尼崎駅周辺	30 100.0	7 23.3	17 56.7	22 73.3	10 33.3	5 16.7	7 23.3	11 36.7	2 6.7	9 30.0	2 6.7	1 3.3	1 3.3
JR立花駅周辺	79 100.0	27 34.2	35 44.3	56 70.9	21 26.6	24 30.4	26 32.9	31 39.2	1 1.3	25 31.6	5 6.3	11 13.9	1 1.3
阪急塚口駅 周辺	32 100.0	10 31.3	21 65.6	20 62.5	15 46.9	7 21.9	6 18.8	13 40.6	5 15.6	8 25.0	2 6.3	3 9.4	1 3.1
その他	47 100.0	11 23.4	35 74.5	34 72.3	17 36.2	13 27.7	13 27.7	19 40.4	9 19.1	9 19.1	4 8.5	4 8.5	- -

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%

■表側：【Q1】お店の立地場所 表頭：【Q22】 商業集積地の活性化策

	調査数	各店が魅力的な店づくりをする	業種を問わず、元気なお店を誘致する	買い回りをしやすい環境の整備をする	共同でイベントなどの事業をする	周辺に住民が増えるような住環境づくり	わからない	その他	無回答
全 体	683 100.0	408 59.7	303 44.4	280 41.0	153 22.4	244 35.7	42 6.1	52 7.6	23 3.4
中央・三和 ・出屋敷地区	234 100.0	142 60.7	101 43.2	99 42.3	53 22.6	106 45.3	9 3.8	19 8.1	9 3.8
抗瀬地区	137 100.0	70 51.1	55 40.1	60 43.8	24 17.5	65 47.4	8 5.8	15 10.9	4 2.9
JR尼崎駅周辺	56 100.0	34 60.7	24 42.9	23 41.1	12 21.4	14 25.0	2 3.6	2 3.6	5 8.9
JR立花駅周辺	129 100.0	75 58.1	58 45.0	45 34.9	31 24.0	32 24.8	11 8.5	9 7.0	3 2.3
阪急塚口駅 周辺	56 100.0	39 69.6	33 58.9	23 41.1	14 25.0	12 21.4	6 10.7	4 7.1	1 1.8
その他	71 100.0	48 67.6	32 45.1	30 42.3	19 26.8	15 21.1	6 8.5	3 4.2	1 1.4

※各項目の1行目はサンプル数、2行目は横%