

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（要約版）

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。

そのような中で、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

商業団体名簿から選んだ団体等を通じて1,875店舗を対象として実施した。

(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

3 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	J R 尼崎駅周辺	J R 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%

4 調査体制

調査主体は尼崎市。調査実施は財団法人尼崎地域・産業活性化機構。

II 調査結果（※図表番号は本編のまま）

1 店舗の業態・規模

（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。

(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。

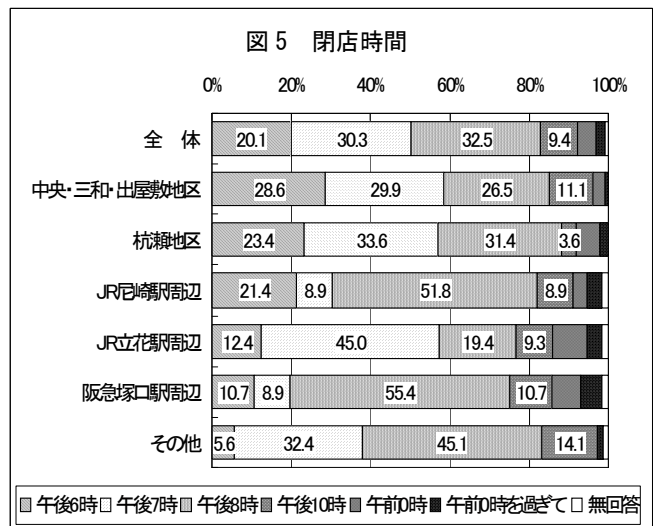
(売場面積)

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。

2 店舗の営業時間

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。

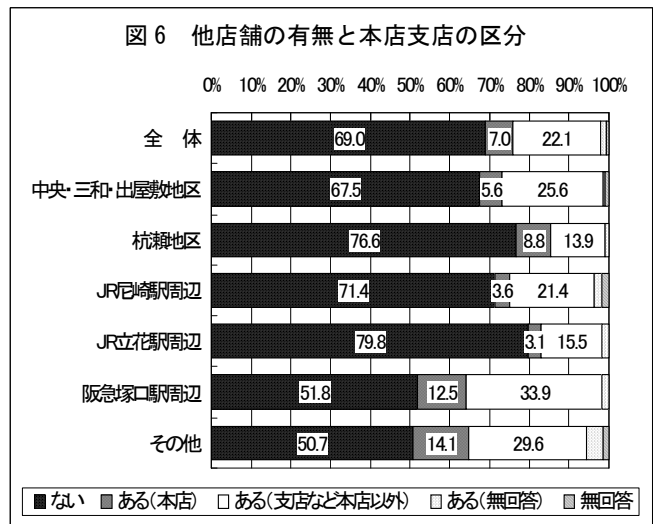


3 店舗の位置づけ

(1) 他店舗の有無と本店支店の区分

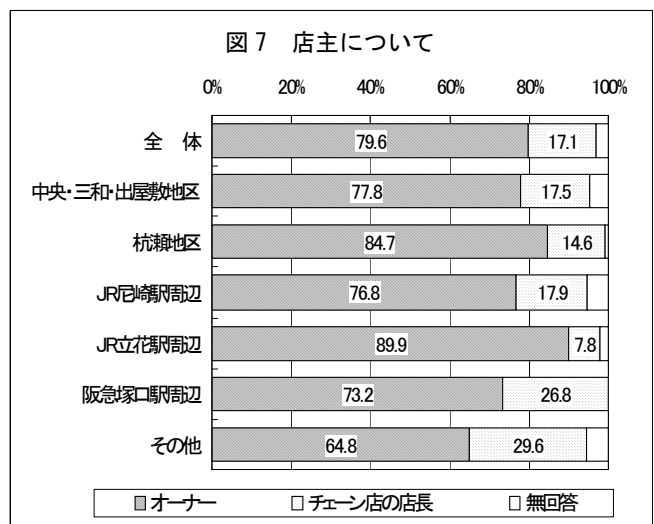
他店舗の有無と本店・支店に関する回答を再分類したところ、「他に店舗が無い」と「他にも店舗があるが、この場所の店舗は本店」と回答した店が、阪急塚口駅周辺を除き、7～8割を占めた。

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

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。



4 後継者の有無と営業年数

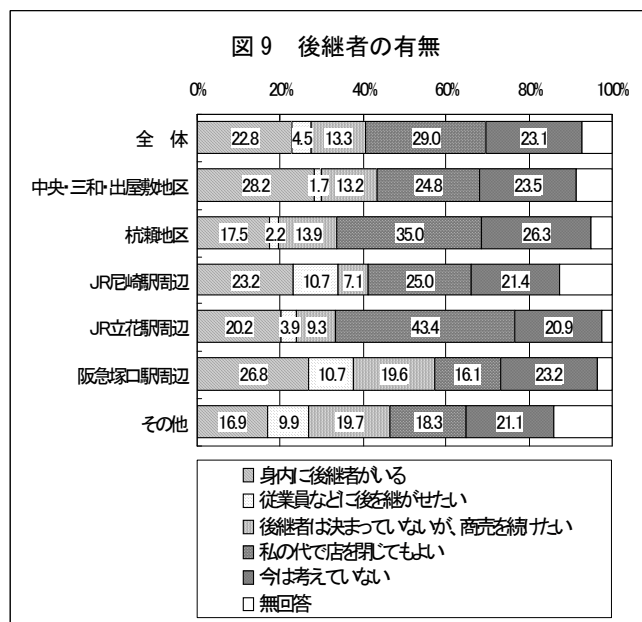
(1) 営業年数

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。

(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。

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、両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。



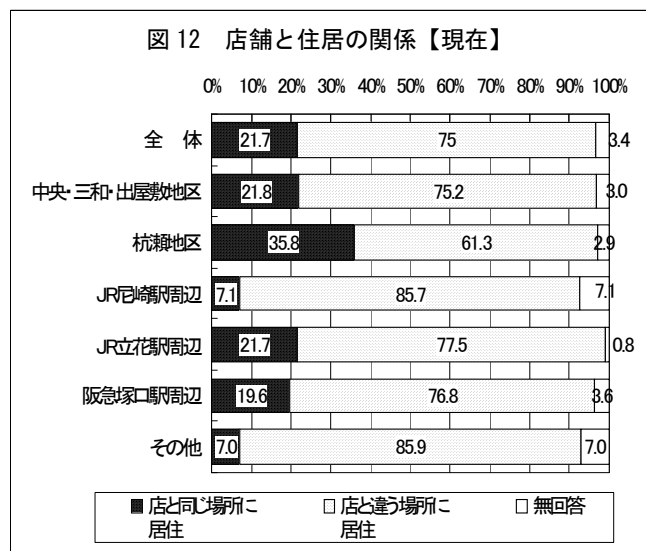
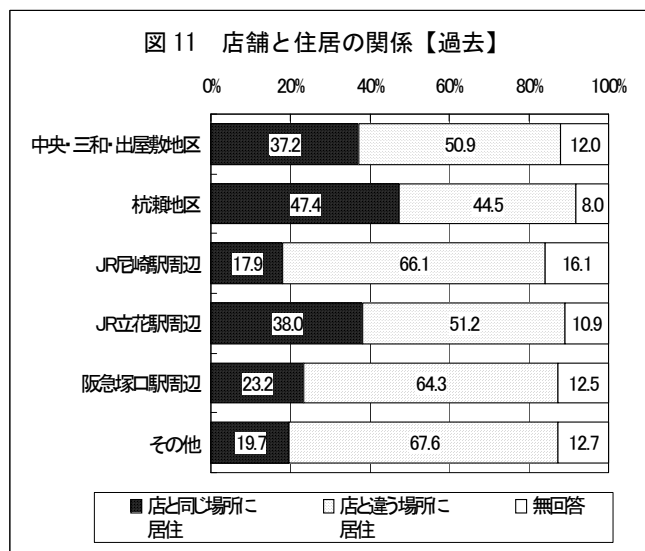
5 店舗の所有形態・住まいとの関係

(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J R 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J R 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、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）。



6 店舗の顧客動向と自己評価

(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。

(固定客の割合)

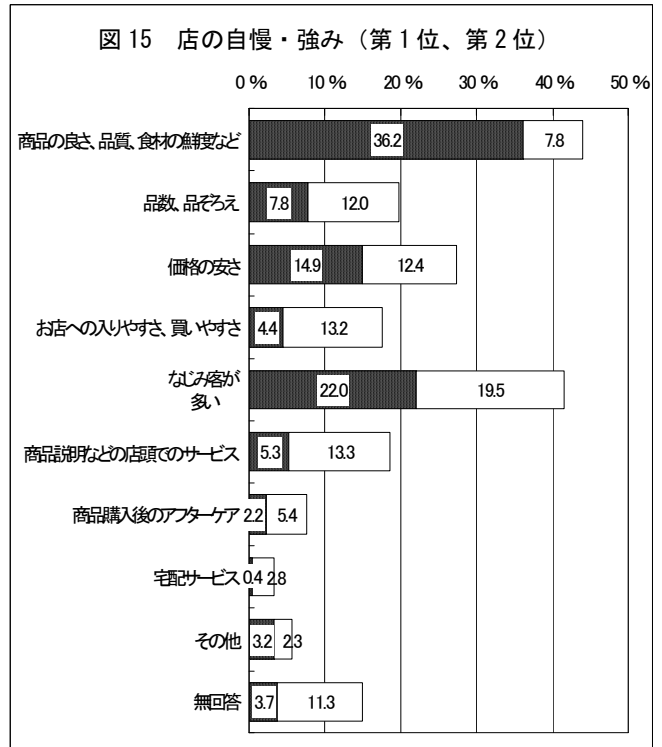
固定客の割合については、「ほとんど」と「半分程度」を合わせると、どの地区も9割近くを占めており、お客の中に占める固定客の存在が大きい。

(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。



7 店舗の売上動向

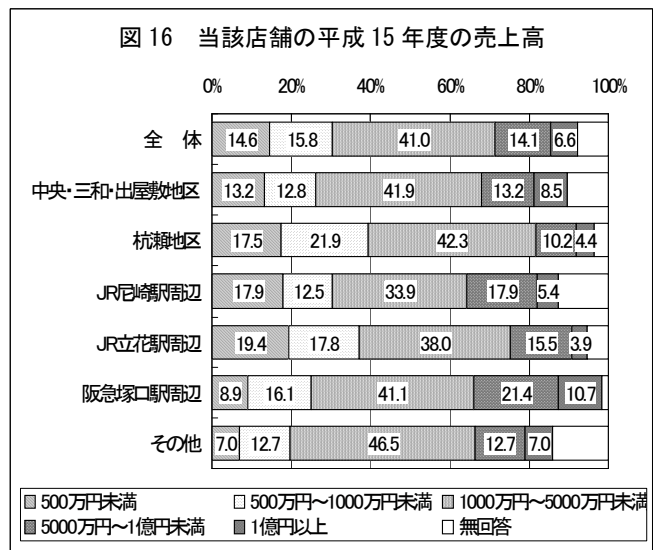
(1) 平成 15 年度の売上高・外商の割合

(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。

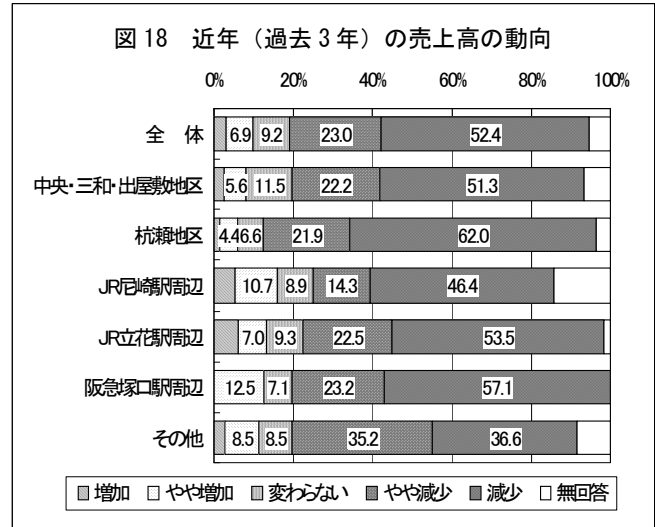


(外商など店頭販売以外の割合)

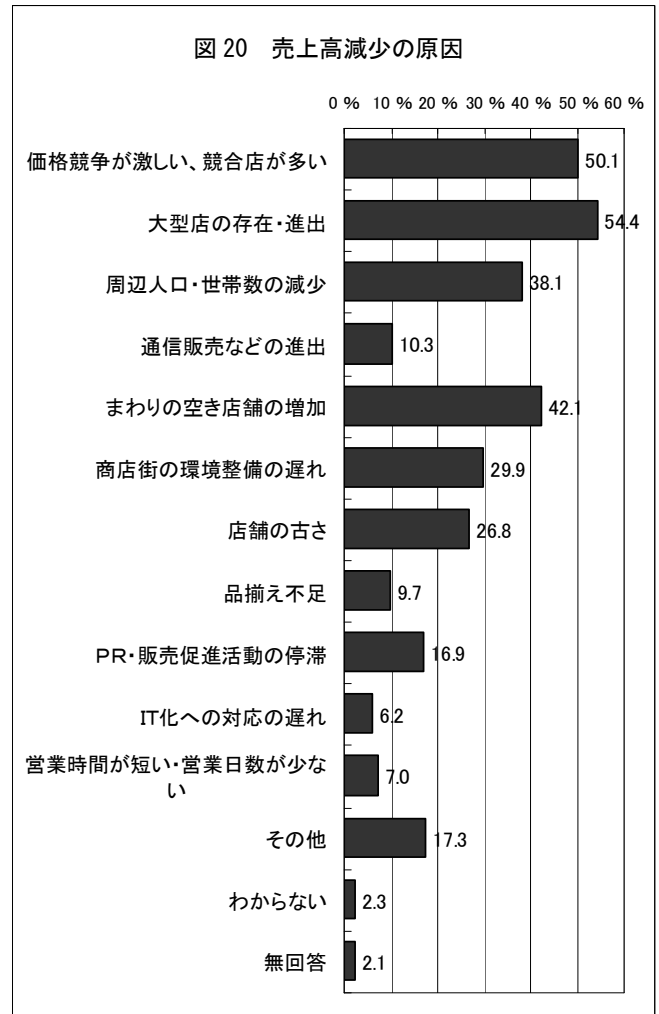
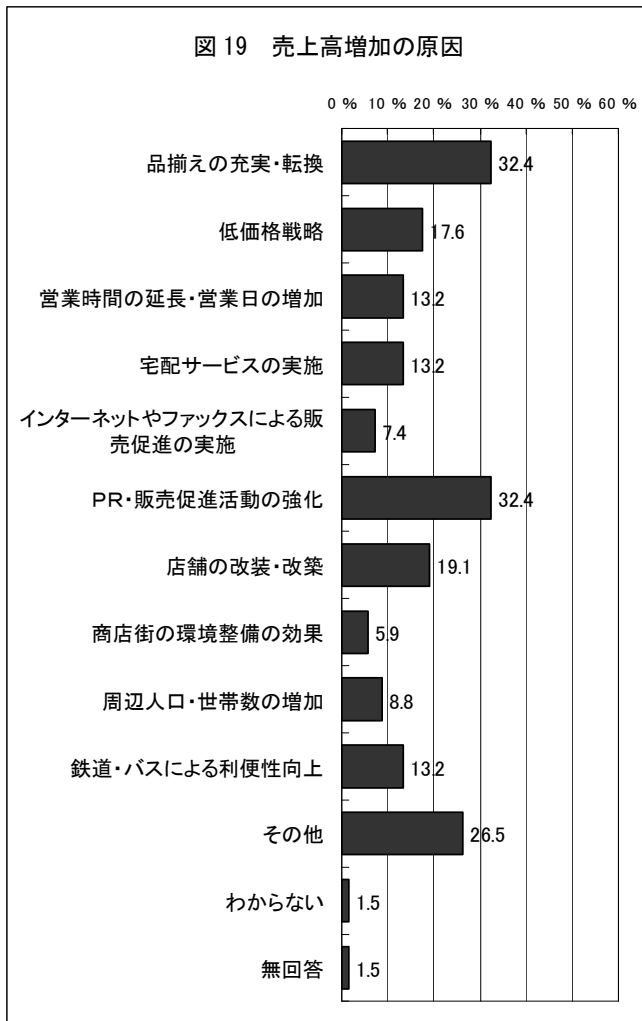
販売において、「店頭販売だけ」と回答した店舗は7割前後を占めている。売上高のうち、外商などの割合が「3割程度」もしくは「それ以上」の店となると、約1割であった。

(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。



(売上高増加・減少の要因)

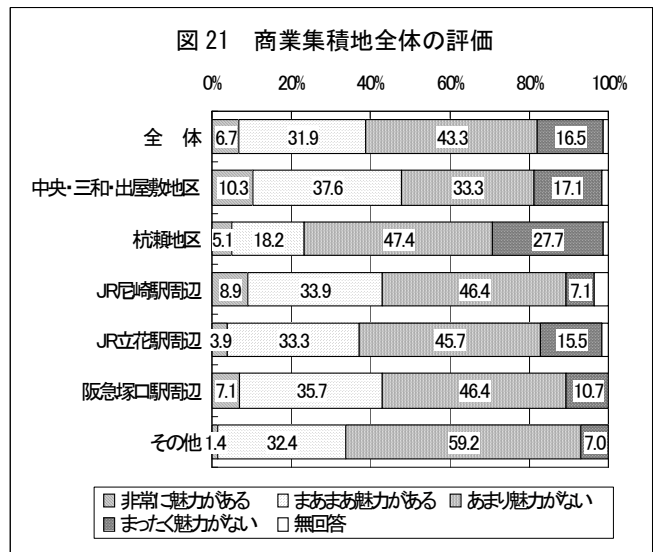


8 店舗のある商業集積地の環境

(1) 商業集積地の評価

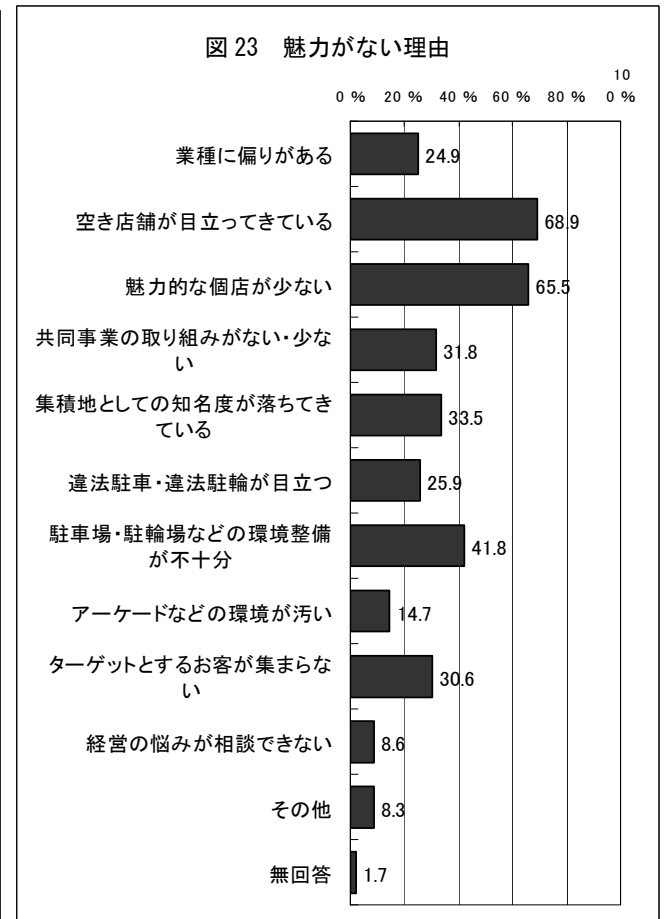
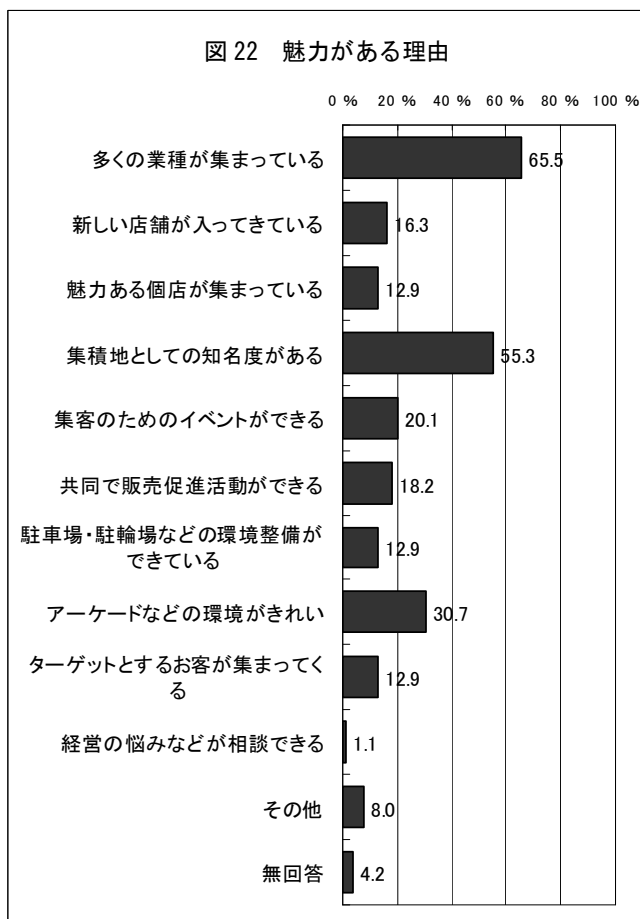
杭瀬地区を除いた地区では、「非常に魅力がある」、「まあまあ魅力がある」と回答した人は4割前後いる一方、「まったく魅力がない」、「あまり魅力がない」とした人は6割となっている。

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。



(2) 評価の理由

(魅力がある理由・魅力がない理由)



(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。

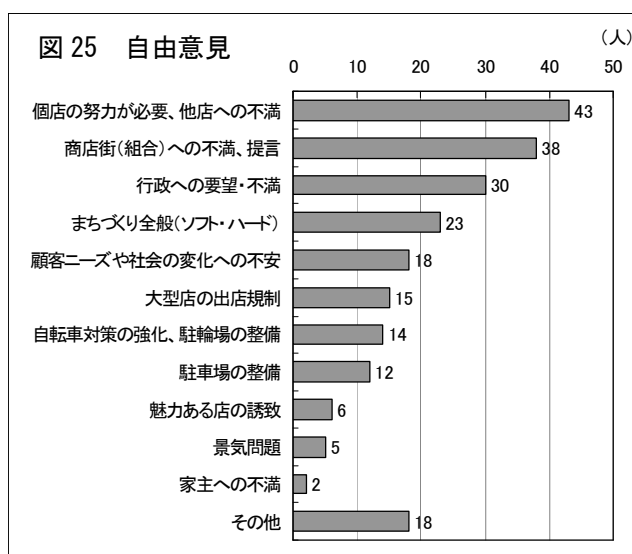
次いで、阪急塚口駅周辺、JR立花駅周辺、JR尼崎駅周辺では、「元気な店の誘致」、中央・三和・出屋敷地区と杭瀬地区では、「周辺に住民が住めるような住環境づくり」が挙げられており、

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、お教えてください」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。



III 今後に向けて

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して試みたものである。

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た。

- 1 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よい」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 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 「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 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 「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 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。
- 7 店舗のある商業集積地の評価について、「魅力がある」と回答した商業者が4割いた一方、「魅力がない」とした商業者も6割にのぼっており、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。