

長府商店街の活性化についての現状及び課題分析

中澤航佑

1. はじめに

駅前や郊外などに大型ショッピングセンターが進出し、商店街は利用する客の減少や店主の高齢化などの要因によって厳しい状況に置かれている。近年では、国や都道府県だけでなく、市区町村においても地域の活性化に対して、様々な取り組みを行うようになってきた（佐藤ほか、2013）。しかし、依然として商店街の状況は厳しいままであるのが現状である。そのため商店街が抱える問題を明確にし、活性化のためにはどのような対策が必要か検討し直す必要があると考えられる。今回の調査では長府商店街の各店舗、商店街協同組合、商工会議所に対してアンケート調査やヒアリング調査を行い、その結果から長府商店街の現状と抱えている課題を分析し、さらに他地域で行われている活性化の取り組みをふまえ、商店街活性化の方法を探っていきたい。

2. 商店街活性化に関する先行研究と成功事例

商店街活性化については様々な研究がなされている。境（2014）は、商店街の現状、商店街の活性化の背景をふまえて、まちづくりを含むタウンマネジメントの必要性を論じている。また、地方の近隣型商店街が衰退した主な原因として郊外大型店の進出、都市機能の郊外移転による中心市街地の空洞化、急速な高齢化と人口減少や流出による客数の減少の3点を指摘した。さらに真の衰退の要因として、これらの物理的な環境変化だけでなく、商店が自助努力を怠り、市場の変化を見過ごしたことも指摘した。そして商店街活性化策を実行可能なところから始める現状型、観光&テーマ型、商店街再開発型、まちづくり連携型の4つに類型し、商店街活性化に対する取り組みの多様化から、活性化に取り組む際に、商店街を活性化する目的や、商店街の役割や使命について定義する必要があると

述べている。タウンマネジメントとは、商工会議所などがタウンマネジメント機関として、中心市街地における商業まちづくりを運営・管理することである。事例として英国と高松丸亀町商店街を取り上げ、分析することを通して、タウンマネジメントの視点から商店街活性化に必要な要素を考察している。

また佐藤ほか（2013）は中心市街地活性化の取り組みについて、彦根市と長浜市でヒアリング調査を行った。彦根市においては、商店街の再開発によって観光客の誘致に成功した夢京橋キャススロードの事例を中心に、他の商店街組織や行政との関係について、長浜市では第三セクターとして中心市街地の活性化に取り組んだ株式会社黒壁の活動に注目して、それぞれ調査を行った。その結果を比較することでまちづくりの考え方の違いが地域の再開発にどのような影響を与えたのかということを考察している。再開発の進め方に影響を与えているのは考え方の違いというより、中心市街地の歴史的経緯やもともとの観光資源の有無、まちづくりに取り組んだ住民の気質の違いであると考察している。そして行政の立場として、街が有す観光資源をどのように認識するのか、また住民の活力をどのように活用するのかを制度設計をするうえで問われると述べている。

ここでは商店街活性化の成功事例の1つとして滋賀県彦根市の花しょうぶ通り商店街の事例を取り上げる。花しょうぶ通り商店街は、彦根市の中心市街地を形成する商店街の中でもはずれにあり、彦根城にきた人は立ち寄らない、彦根駅からも遠いという立地から、彦根城を活用した取り組みでは太刀打ちできない。従って地域の歴史を見直し、地域の歴史的資源として、佐和山²⁾、石田三成に目をつけた。そして滋賀大学教授や学生と連携を商店街活性化の初動とし、活性化を持続的にするために、店主だけ

でなく地域の内外の人も加わった新しい組織「LLP（有限責任事業組合）ひこね街の駅」を立ち上げ、空き店舗を、ひこね街の駅「寺子屋力石」として復活させ、滋賀大学・滋賀県立大学の研究発表や活動拠点、市民講座を開くなど様々な利用がなされている。また商店街内で歴史キャラクターを創ろうという意見から、2007年の彦根城開城400年祭に合わせ「しまさこにゃん」や「いしだみつにゃん」といったキャラクターを誕生させ、銭湯跡を改装し、第2の街の駅「戦国丸」で戦国グッズの販売や戦国商店街宣言をするなど「戦国」をテーマにした商店街づくりを進めている（株式会社全国商店街支援センター、2010）。



図1 下関市長府地区の位置



図2 長府商店街周辺図

長府商店街のある下関市長府地区(図1, 2)は、7世紀には長門国の国府が置かれ、江戸時代には毛利秀元が長府藩を設置した地である。長府商店街の周辺には1903年に長府毛利家14代元敏によって建てられた邸宅である長府毛利邸や国宝の仏殿を持ち、高杉晋作が倒幕を決起した場所でもある功山寺、日清・日露戦争等で活躍し、明治天皇に殉死した乃木希典を祀る乃木神社など様々な史跡が多数ある地域に立地する。長府商店街の歴史的経緯について簡潔に述べると、終戦後の1947年に長府町大火が起こり、700戸が被災した。1956年には、長府商店街のアーケードが完成し、1959年に長府商店街協同組合が、1971年に長府商店街振興協同組合が設立された。1999年の台風18号による高潮被害を受けて、2000年に22店舗が組合より脱退した。現在の組合加盟店舗数は50店舗であり、加盟していない店舗も複数ある。店舗の種類は、食料品や衣料品など最寄り品を扱う店舗が多く、飲食店もある。また長府商店街では商店前の路上に車を駐車することができる。

4. 調査方法

調査方法についてはアンケート調査と現地でのヒアリング調査を行った。アンケート調査については、9月24日から25日にかけてアンケート用紙³⁾を配布し、10月18日に回収した。長府商店街協同組合加盟店全50店舗に配布した。また商店街の20店舗に「経営者が捉える商店街の現状」、「経営者が考える商店街の課題」、「どのような対策が必要か」といった主に3つの項目についてヒアリング調査を行った。加えて商店街協同組合の理事長に「長府商店街の現状と課題」、「商店街の強みと弱み」、「活性化に向けての対策」について、下関商工会議所に「商店街活性化に対する取り組み」についてヒアリング調査を行った。

5-1. アンケート調査結果

配布した50店舗のうち30店舗から回答が得

られた。問1では回答者自身の「年齢」と「性別」について調査した。回答者の年齢については図3に示す。

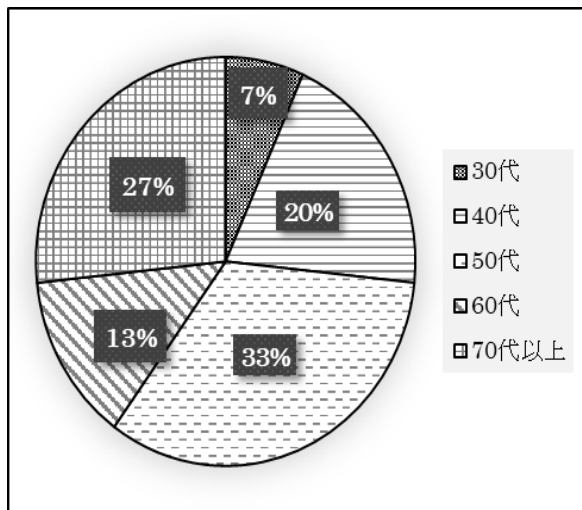


図3 回答者の年齢

最も多かったのは50代であり、次いで70代以上、40代と続いている。合計すると回答者のうち50代以上を占める割合は7割を超えている。続いて回答者の性別について、男性は16人、女性は15人であった。このうち2人で回答しているものが1件あるため男性の数が1人多い。

問2では店舗に関して、「事業内容」と「経営体制」、「主な客層について」、「来客数の多い時間帯」、「後継者の有無」、「後継者がいない場合、10年後の自身の店舗について」といった6つの項目について調査した。

まず「経営体制」については家族経営との回答は、12人でその他の形態との回答は18人であった。家族のみで経営している店舗と従業員を雇用している店舗の割合は同程度である。またその他の回答には個人経営も含まれている。続いて「主な客層について」の質問項目ではさらに「来客傾向」と「客の性別」、「客の年齢層」の3つの小項目ごとに調査を行った。「来客傾向」では、「観光客」と回答した人は1人、「地元住民」と回答した人は15人、「両方」と回答した人は4人であった(図4)。

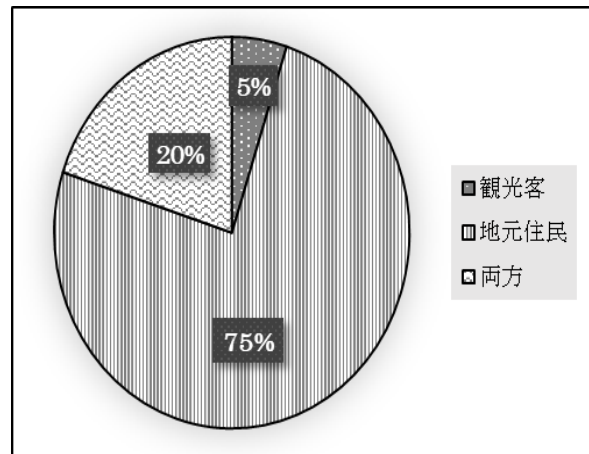


図4 来客傾向

来客傾向の割合は、地元住民と回答した割合が75%であり、両方と回答した割合と合わせると来客が地元住民である店舗の割合は95%に達する。そして「客の性別」については、男性のみと回答したのは1人、女性のみと回答したのは18人、両方と回答したのは10人であった。

「客の年齢層」については複数回答があり、20代未満と回答したのは2人、20代は3人、30代は10人、40代は12人、50代は23人、60代は23人、70代以上は21人だった(図5)。

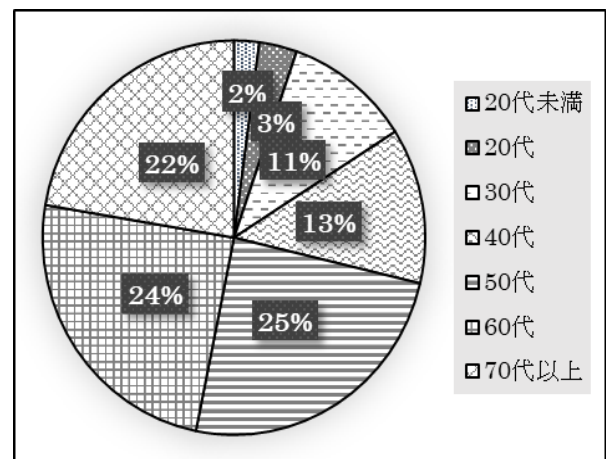


図5 客の年齢層

客の年齢層の割合は、50代、60代、70代以上が同程度であり、それに比べて30代、40代の割合は半分程度である。50代から70代以上の割合を合計すると71%となり、50代以上の割合が全体の約7割を占めている。次の「来客の多い時間帯」について、回答は記述式で複数回

答があったが、10時台からが客が多くなるという回答が最も多かった（図6）。

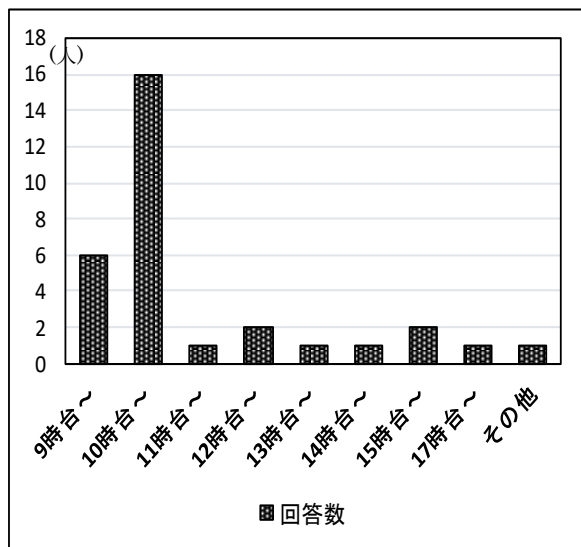


図6 来客の多い時間

午前の時間帯と午後の時間帯では、午前に客が多くなる店舗が多い傾向にある。「店の後継者の有無」についての質問項目では、無回答が3人いたが、後継者の有無について「いない」と回答したのは約半数の52%にあたる14人だった。（図7）。

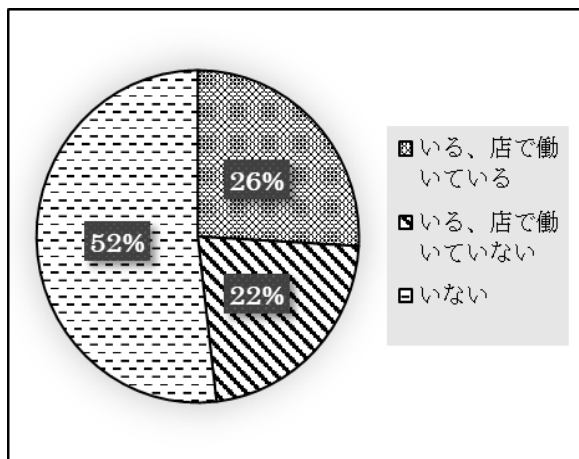


図7 後継者の有無

「いる」と回答した人の割合をやや上回った。また「いる」と回答した人のうち、後継者がその店で働いていると回答した人の割合は、その店で働いていないと回答した人の割合よりも多かった。そして「後継者がいない場合、10年後自身の店舗について」の項目では、「経営している」、「廃業し貸し店舗」、「廃業し住宅又は駐車場」、「その他」の4つの選択肢から回答を

求めた。結果は、「経営している」と回答したのが16人、「廃業し貸し店舗」と回答したのは0人、「廃業し住宅又は駐車場」と回答したのは1人、「その他」と回答したのは4人であり、半数以上が10年後も営業していると回答した。また「その他」の内訳は「未定」、「どうにか営業していると思う」、「廃業して家主へ」、「店舗をまだ貸してもらえらるなら、ここで続けている」であった。

問3では長府商店街について回答者が考える「商店街の問題点」、「長府商店街の強みと弱み」、「長府商店街活性化のために各商店主、商店街組織（商店街協同組合）、行政に求めること」、「昭和れとろ構想について」といった4つの項目について回答を求めた。

「長府商店街の問題点」については、深刻さについて順位付けを行い、8つの選択肢の中から問題点を3つ選んで回答してもらった。

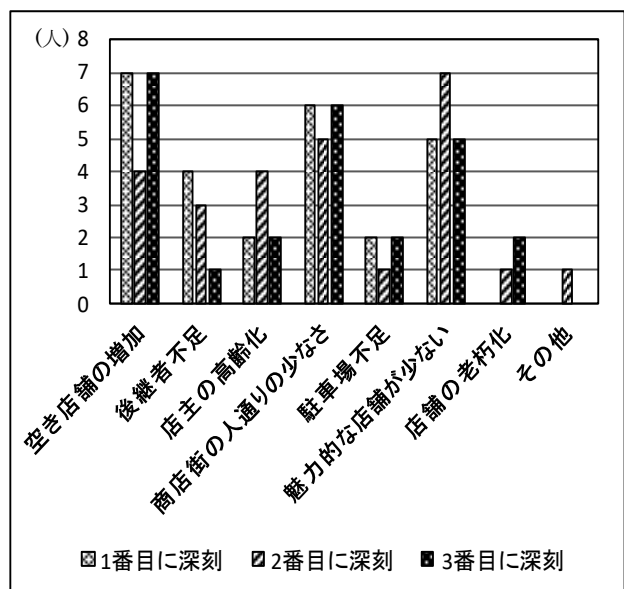


図8 長府商店街の問題点

1番目に深刻であると考えられた問題は「空き店舗の増加」であり、次いで「商店街の人通りの少なさ」が選ばれた。（図8）2番目に深刻であると考えられた問題は、「魅力的な店舗が少ない」であった。3番目に深刻であると考えられた問題で最も多かったのは、「空き店舗の増加」であった。「その他」の回答の内容は、「個店のやる気のなさ」であった。また「空き店舗の増

加、「商店街の人通りの少なさ」、「魅力的な店舗が少ない」の選択肢については、全体を通してこれらの選択肢を選ぶ回答が多かった。「長府商店街の強みと弱み」についての質問項目は、記述形式で回答してもらった。商店街の強みについては、「路上駐車ができる」、「環境的によいところ」、「(雰囲気が) ゆったりとしている」、「観光地が近く」、「地域密着型の商店街」、「客と直接会話をしながらの対面的なサービスができる」、「昔ながらの親しみのある店がある」、「継続した祭りがある」といったことが挙げられた。対して弱みについては、「空き店舗」、「若者が少ない」、「商店街の目玉がない」、「向上、進化する意欲のなさ」、「店主が高齢化して住まいにしている」、「店舗の老朽化」 「イベントの発信力が弱い」、「買い回り商店街ではない」といったことが挙げられた。駐車が可能であるため無料の駐車場が少ないと考えられる。そして「長府商店街活性化のために各店主、商店街組織(商店街協同組合)、行政に求めること」についても、記述式で回答してもらった。まず各店主に対して求めることとしては、「魅力のあるお店づくり」、「日祭りに店を開けること」、「後継者の育成」、「個店の努力(販促)」、「個店のスキルアップ」、「一つ一つの店がネットなどで新規のお客様を呼び活性化する」、「チャレンジをする事」といった回答が得られた。商店街組織(商店街協同組合)に対しては、「気軽に店舗を開ける様なこと(家賃の無料化など)」、「駐車場を増やす(安価であること)」、「地元の幼、小、中、高校組織のサークルを利用して長府をアピールする季節ごとのイベントを企画する」、「イベントへの全店参加」、「ポイント事業等の商店街一体としての連携づくり」、「時代の流れに合った組織作り」、「団結、会員増強、全地域組織との連帯」といった回答が得られた。そして行政に対しては、「活性化のための資金援助」、「店舗運営に関する助成(宣伝費、人件費など)」、「法改正(整備)、大店法の復活など」、「観光ルート」、「地域社会の意見収集」、「長府の住人を増やすこと」、

「空き店舗を借り上げ利用するなどでシャッター通りにしない手を考える」といった回答が得られた。「昭和れとろ構想について」の項目では、昭和れとろ構想の認知度と回答者が、昭和れとろ構想は長府商店街活性化にどのような効果があると考えているのかということ进行调查した。

「昭和れとろ構想」とは、2006年に10名の有志が「人恋横町」というグループを設立して始めた長府商店街の町おこし事業である。取り組みとしては、地域の高齢者の生活の手助けを行うボランティア「長府商店街お助け隊」を作って活動を行ったり、フリーマーケットや昭和をテーマにしたイベントを行っている。また、2015年に昭和時代の映画のポスターや電話機など様々な物を展示する博物館として「昭和モダン館」をオープンし、長府毛利邸などを訪れた観光客を商店街へ押し出していくことをねらいとしている。調査で得られた回答について、まず「昭和れとろ構想についての認知度」については、知っていると回答したのは17人、知らないと回答したのは7人であった。回答者の約7割が「昭和れとろ構想」について認知していた。続いて、「昭和れとろ構想が長府商店街活性化にどのような効果があるか」という項目では、7つの選択肢の中から選んで回答してもらった。

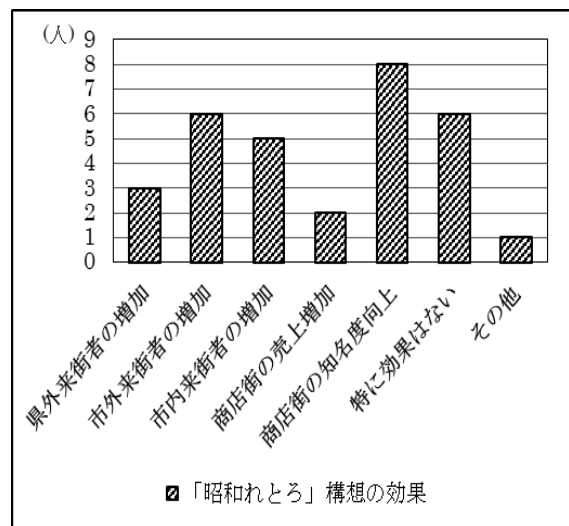


図9 昭和れとろ構想の商店街活性化への効果

最も回答が多かったのは、「商店街の知名度向上」であり、次いで「市外来街者の増加」、「特に効果はない」という回答が多かった。(図 9) また「その他」の内訳は、「構想がわからない」であった。

5-2. ヒアリング調査結果

長府商店街の現状について、空き店舗の増加や後継者不足によって商店街の活気が失われているという認識が強い。しかし、「長府商店街は店舗兼住宅である店が多く、新規で店を出すことが難しい」、「空き店舗を借りるための話し合いは家主との個人間で行われている」といった回答から、長府商店街では外部から新規に店舗を開くことが困難であることが分かった。また商店街で定期的に行われているイベントに対しても、「行われている間は人がいても、終わるとまた少なくなってしまう」という回答があった。商店街の活性化に対する各商店主の意識も、「年配の店主でも貯蓄があるため意識が低い」、「年齢が重なると気力もなくなってしまう」といった回答から年齢によって差があることが分かった。一方で長府商店街の強みとして、「歴史が深い」、「商店街のあるエリアは年配の方が住みやすい」といった回答が挙げられた。こうした現状から、長府商店街の課題としてや魅力ある個店作り、商店街の情報発信力の強化、若い世代の集客、新たな店舗の呼び込みといったことが課題として挙げられた。合わせて「住民に沿った町づくりが必要」、「観光客というより地元住民に寄り添うべき」という回答もあり、観光客よりも商店街周辺の住民に合わせた町づくりを行うことも課題として上がっており、商店街活性化の方向性に対して相違が見られた。対策としては、「新しい店舗を開く際には、組合を通して話し合いができるようにする仕組みの設定」や、「インターネットの活用」、「長期的に継続できるイベントの開催」、「外部団体や組織間の連携を強める」、「商店の方向性を作る」といったことが挙げられた。

続いて商店街協同組合の理事長の方に行ったヒアリング調査では、長府商店街の現状と課題について後継者問題が大きく、加盟店の多くは身内だけで継続しているか、テナントにして新規参入を求めている状況である。しかし、空き店舗については、「家主が本当に貸してくれるかどうかは不明であり、組合も把握できていない」という回答が得られた。長府商店街の強みとしては、「静かで落ち着いた雰囲気がある」、「史跡が多い」という回答が得られた。一方で弱みについては、「駐車場が少ない」ということや「宿泊場所がない」という回答が得られた。活性化に向けた対策としては、2018年に明治維新150周年を迎えることから県外向けのイベントを行う計画であり、加えて10年ほど前まで行われていた時代まつりも再開したいとのことであった。また高齢者支援に商店街を活用しようという考えから、買い物が困難な高齢者のために下関商店街連合会でコミュニティバスを運行しようという構想もあるということだった。

最後に商工会議所で行ったヒアリング調査の結果、行っている取り組みとして、下関市から委託された地域課題解決型消費喚起モデル事業が挙げられる。この事業は、下関市から商工会議所に委託され、過去のデータから6つの分野に設定された地域課題を解決するためのプランを商店街が実行し、商工会議所がそれを支援するものである。長府商店街に対しては、消費拡大と少子・高齢化、地域交流において課題が設定された。長府商店街は、消費拡大の課題に対しては、モニターを用いたデジタルコマースによって消費拡大を図り、少子・高齢化の課題に対しては買い物などの生活支援を行い、介護保険から外れる分野を補助する高齢者お助け隊の事業を進め、地域交流の課題に対しては、近隣の小学校や幼稚園、保育園が作った作品を商店街の店先に展示することを起爆剤として近隣住民との交流事業を進める。これに対し、商工会議所が事業に出資したり、事務などを支援したりする。商店街の活性化に対しては、「商店

の魅力がなければ消費誘導にならず、こだわりのある店を増やす必要がある」という回答が得られた。そのため商店街の目玉となるものが必要という認識であった。

6. 調査結果を踏まえた長府商店街の問題整理

アンケート調査とヒアリング調査の結果を踏まえて、長府商店街の抱える問題について整理していきたい。空き店舗は長府商店街にとって、最も大きな問題であるとの認識が強いことが分かった。合わせて、魅力的な店舗の育成も大きな問題として意識されているが、ヒアリング調査の結果から、どういった人たちを対象とするのかという点で商店主によって考え方に違いがあることが分かった。また商店主の年齢差によって、活性化に対する意識差が生じていることも問題であるとの意識が強いことも、ヒアリング調査の結果から分かった。そこで今回は、「空き店舗問題」と「商店街内の活性化に対する意識や方向性の違い」という2つの問題点に絞って分析し、他地域の成功事例を踏まえたうえで、長府商店街活性化に向けた提案を行う。

6-1. 空き店舗問題

調査結果から長府商店街の抱える空き店舗問題の背景には様々な要因があると考えられるが、貸し店舗などに関わって、協同組合が家主と新規事業者の間を仲介するような制度がないことも空き店舗問題の大きな要因になっていると考えられる。現在は空き店舗を借りるためには家主との個人間での話し合いを行わなければならない、さらに長府商店街の多くの店舗は住居と店舗が一体となっているものが多く、家主が廃業してもそのまま住居として使用するため、家主は新しく店を開こうとする人に店舗として貸すことに抵抗があると考えられる。また商店街協同組合としても空き店舗について正確に把握できておらず、家主が店舗を貸してくれるかどうかは不明である。こうした現状に後継者不足などの他の要因が加わることで、より一層問

題が深刻化し、商店街の中でも強く意識されていると考えられる。この問題に対しては、商店街全体を通して正確な空き店舗の情報を把握し、新しく店舗を開きやすい制度づくりやヒアリング調査の中でも課題として挙げられた商店街の情報発信力の強化を行っていくことで、改善していくことが可能であると考えられる。

6-2. 商店街内の活性化に対する意識や方向性の違い

空き店舗問題の次に魅力的な店舗が少ないという問題が深刻であることが分かった。しかし、どういった人たちに魅力的であるのか、どういった人たちに商店街をもっと利用して欲しいのかという点については商店主の間で考えに相違があることが分かった。アンケート調査における長府商店街の強みで挙げられた観光地が近いことを生かし、長府毛利邸や功山寺を訪れた観光客を商店街に呼び込んで活性化したいという考えがある一方で、長府商店街の周辺は静かで落ち着いた雰囲気があり、住みやすい環境であることから、商店街周辺に住んでいる人たちがもっと商店街を利用しやすい町づくりを行って活性化すべきだという思いもある。またこのような相違があるため観光客を呼び込みたいと考える商店主にとっては、日曜、祝日に定休である店舗が多いことに対して不満を感じていると考えられる。こうした活性化に対する方向性の違いから、まずは商店の方向性を決めるべきだという意見も得られた。活性化に対する意識の差としては、高齢の商店主は体力的な限界もあり、様々な活性化の取り組みに対して消極的になっていると感じている商店主が多いことが分かった。このことから、まずは各商店と協同組合の間でどのような方向性で活性化を行っていくのか明確にすることで改善を図れると考える。また、地域課題解決型消費喚起モデル事業の一環で地域交流分野において近隣住民との交流事業を行っていることに合わせて、地元中学校や高校、大学とも交流を図り、地域活性化

に向けて連携していくことも問題改善につながっていくと考えられる。

6-3. 成功事例を踏まえた商店街活性化

最初に取り上げた滋賀県彦根市の花しょうぶ通り商店街の事例を踏まえ、花しょうぶ通り商店街の事例と同様に長府商店街も地域の歴史を活性化に生かすことが可能であると考えられる。長府商店街の周辺には功山寺や乃木神社など歴史的な資源が豊富にあることから、これらを活用し、商店街のテーマを生み出すこともできると考えられる。また明治維新 150 周年に合わせたイベントを行ったり、時代まつりを再開したりすることからこういった歴史的資源を活用する機会が豊富にあると考えられる。そして、花しょうぶ通り商店街では滋賀大学との連携を活性化の初動として、商店街だけでなく地域内外の人とともに活性化に取り組む「LLP ひこね街の駅」を設立していることから、長府商店街でも地域交流事業の一環として近隣の高校や大学との連携を図ることで、商店街外部からの視点を商店街活性化に取り入れることが可能になると考えられる。また空き店舗を街の駅として開店し、勉強会や講座などの活動の場として活用することで、商店街と地域住民の交流も図られていることから、商店街の空き店舗を地域住民との交流のために活用することも可能である。花しょうぶ通り商店街の事例から、長府商店街でも、地域の歴史的資源を観光資源として活用することや空き店舗を市民交流の場として活用することで地域住民に沿った商店街づくりを行っていくことで、商店街の活性化につなげることができる。また商工会議所と協同で実施している地域課題解決型消費喚起モデル事業と組み合わせることで、商店街活性化に対してより効果的であると考えられる。

7. おわりに

今回の調査を通して、長府商店街では空き店舗の問題と商店街活性化に対する意識と方向性

の違いが大きな問題としてあげられたが、こうした問題を改善するためには補助金だけでは不十分である。様々な事業に取り組むうえでの資金としての補助金も重要であるが、それ以上にこうした活性化に取り組む人手が不足していることに対する支援がより必要であると考えられる。長府商店街を活性化したいと思っている店主は非常に多く、「昭和れとろ構想」はそういった意識が生んだ1つの取り組み事例であると言える。また長府商店街も歴史的な史跡など豊富な地域資源を有していることが分かった。これは他の商店街にはあまり見られない特徴であり、こうした資源を最大限生かすことが活性化成功への鍵であると考えられる。

謝辞

今回の調査にあたり、アンケート用紙の配布回収などを行っていただいた長府商店街協同組合様、協同組合理事長様、商工会議所様そしてアンケート調査に協力していただいた長府商店街の各商店の皆様へ厚くお礼を申し上げます。

注

- 1) 2010. 株式会社全国商店街支援センター. 商店街をサポートする情報サイト EGAO
<http://www.syoutengai-shien.com/index.html>
(最終閲覧日: 2018年2月18日)
- 2) 佐和山は滋賀県中部、彦根市北部にある標高 232.5m の小山で、石田三成の居城があった。
- 3) 使用したアンケート用紙については最後に添付している。

引用文献

- 境新一 2014. 日本の商店街活性化に関する課題と展望—東京都世田谷区を中心にタウンマネジメントの視点からの考察. 成城大学経済研究 (205) 13 - 54.
- 佐藤満・野田智彦・小泉慶太・菅生翔太 2013. 中心市街地活性化への取り組みについての比較—彦根市と長浜市を事例に. 政策科学 20(2) 153 - 160. 立命館大学政策科学会.

商店街活性化に関するアンケート

長野県 信州大学教育学部 学校教育教員養成課程
社会科教育コース2年 中澤航佑

このアンケートは長府商店街の活性化に関するみなさまの評価や意識を調査するために行うものです。回答目安時間はおよそ10分です。このアンケートの結果は全て統計的に処理しますので、個人情報外部に漏れることは一切ありません。回答いただいた内容については学術的な目的にのみ使用させていただきます。お手数をおかけしますが、ご協力よろしくお願いいたします。

当てはまるものに○を記入、もしくは回答を記入してください。

1. あなた自身について回答をお願いします。

① 年齢について教えてください。

1.20代 2.30代 3.40代 4.50代 5.60代 6.70代以上

② 性別を教えてください。

1.男性 2.女性

2. あなたのお店について回答をお願いします。

① お店の事業内容について教えてください。

() 記入例：洋服店、時計店 など

② お店の経営体制について教えてください。

1.従業員が家族のみ 2.その他

③ 主な客層について教えてください。(複数回答可)

来客傾向：1.観光客 2.地元住民

性別：1.男性 2.女性

年齢層：1.20代未満 2.20代 3.30代 4.40代 5.50代 6.60代

7.70代以上

④ 来客数の多い時間帯について教えてください。

() 記入例：13～15時頃 など

⑤ お店の後継者について教えてください。

1.お店で働いている後継者がいる 2.お店で働いていないが後継者はいる

3.後継者はいない

(⑤で「後継者はいない」と回答された方にお伺いします。)

⑥ 10年後、お店はどうなっていると思いますか。

1.経営している 2.廃業して貸し店舗 3.廃業して住宅、自家用駐車場

4.その他 ()

裏面へ続きます。

3. 長府商店街について回答をお願いします。
- ① 商店街の問題点はどのようなことだと考えますか。
- 1 番目に深刻だと考える点： 1. 空き店舗の増加 2. 後継者不足 3. 店主の高齢化 4. 商店街の人通りの少なさ 5. 駐車場の不足 6. 魅力的な店舗が少ない 7. 店舗の老朽化 8. その他 ()
- 2 番目に深刻だと考える点： 1. 空き店舗の増加 2. 後継者不足 3. 店主の高齢化 4. 商店街の人通りの少なさ 5. 駐車場の不足 6. 魅力的な店舗が少ない 7. 店舗の老朽化 8. その他 ()
- 3 番目に深刻だと考える点： 1. 空き店舗の増加 2. 後継者不足 3. 店主の高齢化 4. 商店街の人通りの少なさ 5. 駐車場の不足 6. 魅力的な店舗が少ない 7. 店舗の老朽化 8. その他 ()
- ② 長府商店街の強みと弱みを教えてください。
- 強み： ()
- 弱み： ()
- ③ 長府商店街を活性化するために店主がやらなければならないこと、商店街組織、行政に求めることはなんですか。
- 店主： ()
- 商店街組織： ()
- 行政： ()
- ④ 長府商店街活性化のために行われている「昭れとろ構想」について教えてください。
1. 知っている 2. 知らない
- (⑤で「知っている」と回答された方にお伺いします。)
- ⑥ 「昭れとろ構想」は長府商店街活性化にどのような効果があると思いますか。また今後の改善すべき点について教えてください。(複数回答可)
1. 県外来街者の増加 2. 市外来街者の増加 3. 市内来街者の増加 4. 商店街の売上の増加 5. 商店街の知名度向上 6. 特に効果はない 7. その他 ()
4. その他長府商店街活性化、アンケートの感想などご自由にお書きください。

アンケート項目は以上になります。ご協力ありがとうございます。