

V. 商店街アンケート調査結果

5-1. 調査概要

「第3期茨木市産業振興アクションプラン」(R.3年度改定)の取組や近年の産業を取り巻く情勢を踏まえた上で、商店街の現況と課題を把握するため、商店街組合を対象にアンケートを実施した。

調査対象者 茨木市内の商店街組合 12 か所

実施期間 2023 年 8 ～ 9 月

【設問項目】

A. 商店街の概要等	問 1. 商店街の概要（名称、連絡先、組合等への加盟状況）
	問 2. 今年度の商店街の年間予算（収入・支出）
B. 商店街を取り巻く状況	問 3. 商店街の活性化に向けた課題
	問 4. 3 年前と比べた商店街の来街者数の変化
	問 5. 来街者数の増減理由
	問 6. コロナ感染症の流行による変化や影響
	問 7. コロナ感染症の流行による具体的な変化・影響の内容
	問 8. 5/8（コロナ 5 類以降）後の来街者数
	問 9. 商店街の現在の主な来街者
	問 10. 3 年前と比べた商店街の加盟率の変化
	問 11. 商店街加盟率の増減理由
	問 12. 3 年前と比べた商店街の空き店舗数の変化
	問 13. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること
C. 外部との連携について	問 13-2. 過去 3 年間に実施した取組
	問 14. 連携している外部団体（現在連携している、今後連携したい）
D. 地域住民のためのサービスについて	問 15. 過去 3 年間で、商店街の活性化に効果があった外部との連携の取組
	問 16. 地域の課題やニーズに基づいた住民のためのサービス（現在取り組んでいるもの、今後取り組みたいもの）
F. 今後の商店街振興について	問 17. 商店街が目指す今後の方向性
	問 17-2. 商店街振興に向けて取り組みたい内容
	問 18. 商店街の特色や今後発信していきたい魅力
	問 19. 今後の商店街振興などに関するご意見等
回答者プロフィール	※任意※役職、お名前

5-2. 調査結果

※調査結果の割合(%)は小数点以下第2位を四捨五入し算出しているため、内訳の合計が必ずしも 100%とならない場合がある。

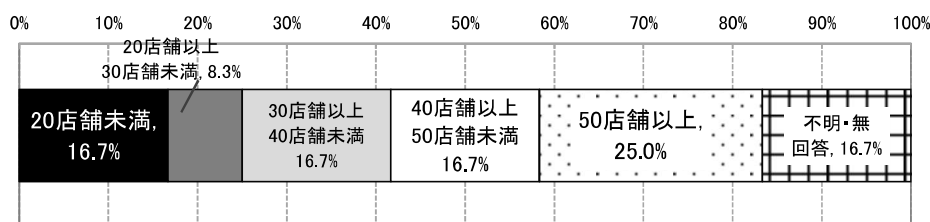
A. 商店街の概要等

問1-①. 店舗数、組合等への加盟状況

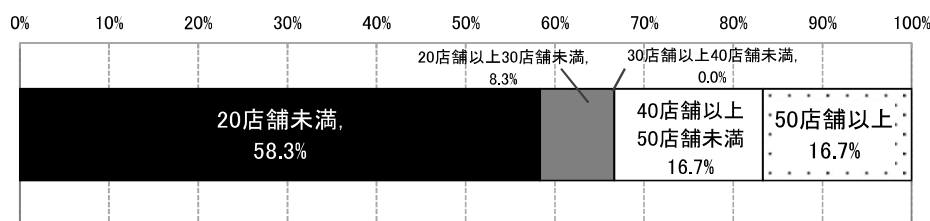
- * エリア全体の店舗数は、「50 店舗以上」が 25.0%と最も多く、次いで「20 店舗未満」「30 店舗以上 40 店舗未満」「40 店舗以上 50 店舗未満」（ともに 16.7%）と続く。
- * 加盟店舗数は、「20 店舗未満」が 58.3%と最も多く、次いで「40 店舗以上 50 店舗未満」「50 店舗以上」（ともに 16.7%）と続く。

店舗数	【エリア全体の店舗数】		【加盟店舗数】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
20 店舗未満	2	16.7%	7	58.3%
20 店舗以上 30 店舗未満	1	8.3%	1	8.3%
30 店舗以上 40 店舗未満	2	16.7%	0	0.0%
40 店舗以上 50 店舗未満	2	16.7%	2	16.7%
50 店舗以上	3	25.0%	2	16.7%
不明・無回答	2	16.7%	0	0.0%
	12			

[問1-①]エリア全体の店舗数、加盟店数 (N=12)



[問1-①]加盟店舗数 (N=12)

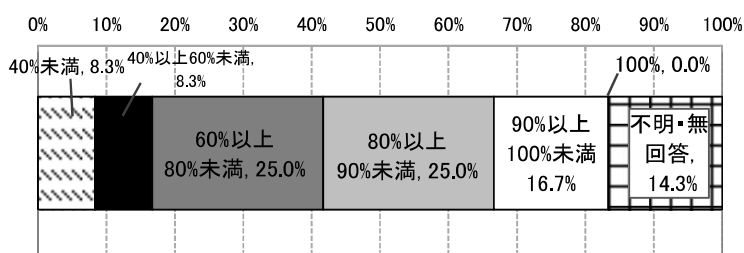


問1-②. 加盟率

- * 「60%以上 80%未満」及び「80%以上 90%未満」がともに 25.0%と最も多い。加盟率が 100%の商店街はみられなかった。

【加盟率】	回答数	構成比
40%未満	1	8.3%
40%以上 60%未満	1	8.3%
60%以上 80%未満	3	25.0%
80%以上 90%未満	3	25.0%
90%以上 100%未満	2	16.7%
100%	0	0.0%
不明・無回答	2	16.7%

[問1-②]加盟率 (N=12)

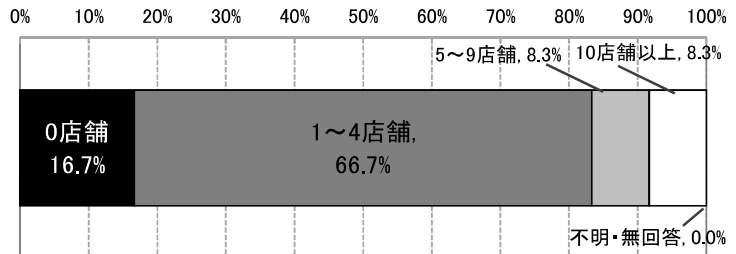


問1-③. 空き店舗数

- * 「1～4店舗」が66.7%と最も多く、「0店舗」(16.7%)を含め、空き店舗数の少ない商店街が多い。
- * 一方、「10店舗以上」と回答した者もみられた。

【空き店舗数】	回答数	構成比
0店舗	2	16.7%
1～4店舗	8	66.7%
5～9店舗	1	8.3%
10店舗以上	1	8.3%
不明・無回答	0	0.0%
	12	

[問1-③]空き店舗数 (N=12)

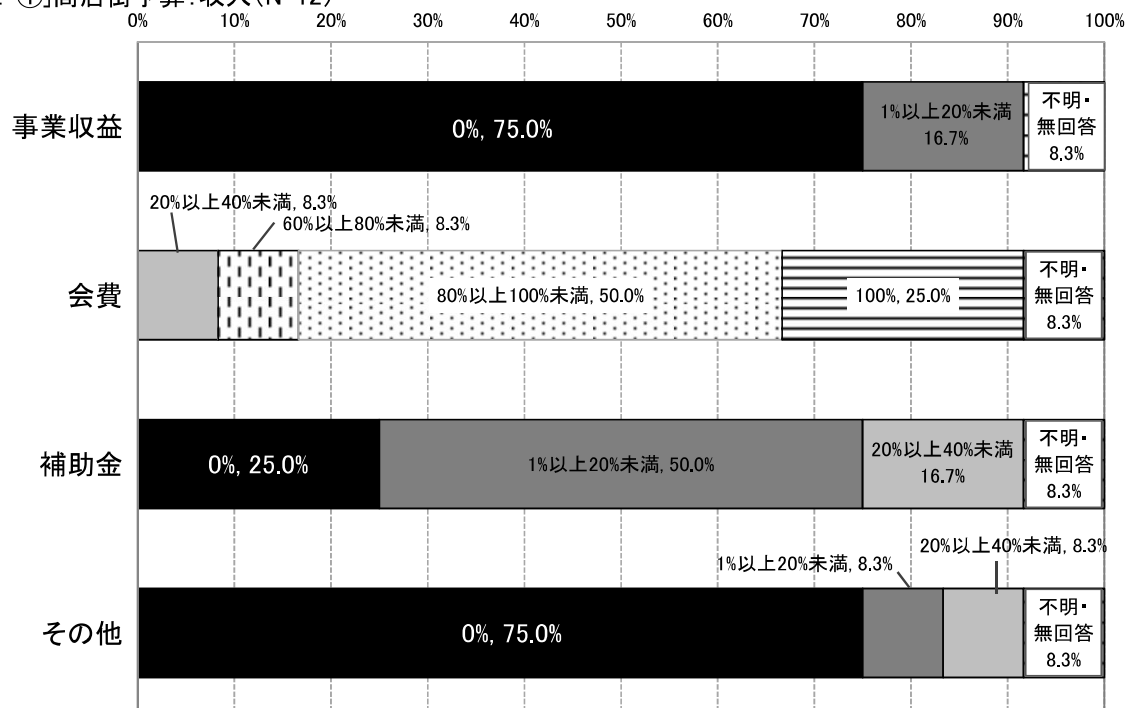


問2-①. 今年度の商店街予算に占める比率：収入

- * 明確な回答があった11の商店街の中では、「会費」が収入の60%以上を占める商店街が10か所みられた。

収入	【事業収益】		【会費】		【補助金】		【その他】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
0%	9	75.0%	0	0.0%	3	25.0%	9	75.0%
1%以上 20%未満	2	16.7%	0	0.0%	6	50.0%	1	8.3%
20%以上 40%未満	0	0.0%	1	8.3%	2	16.7%	1	8.3%
40%以上 60%未満	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
60%以上 80%未満	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	0	0.0%
80%以上 100%未満	0	0.0%	6	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
100%	0	0.0%	3	25.0%	0	0.0%	0	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%

[問2-①]商店街予算：収入 (N=12)

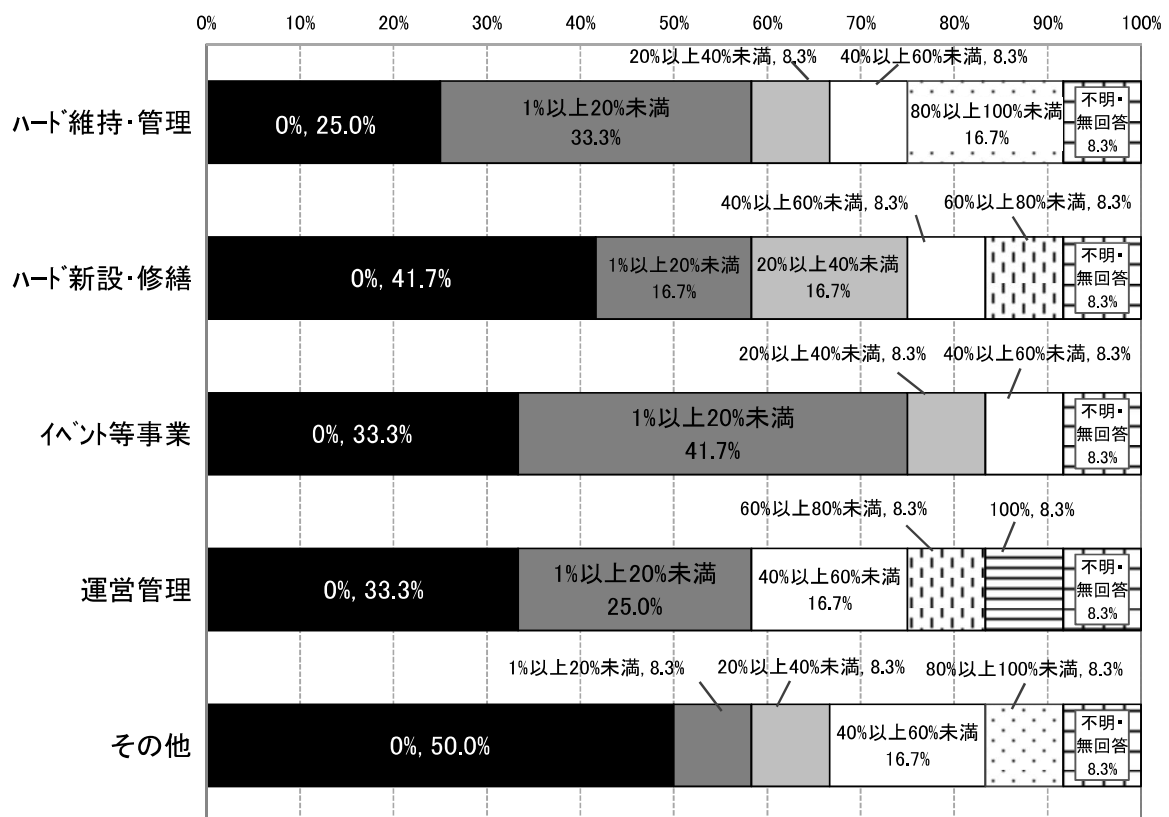


問2-②. 今年度の商店街予算に占める比率：支出

* 明確な回答があった11の商店街の中では、「ハード維持・管理」や「運営管理」が主な支出である商店街が2か所、「ハード新設・修繕」や「その他」が支出の過半数を占める商店街がそれぞれ1か所ずつみられた。

支出	【ハード維持・管理】		【ハード新設・修繕】		【イベント等事業】		【運営管理】		【その他】	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
0%	3	25.0%	5	41.7%	4	33.3%	4	33.3%	6	50.0%
1%以上 20%未満	4	33.3%	2	16.7%	5	41.7%	3	25.0%	1	8.3%
20%以上 40%未満	1	8.3%	2	16.7%	1	8.3%	0	0.0%	1	8.3%
40%以上 60%未満	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	2	16.7%	2	16.7%
60%以上 80%未満	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%
80%以上 100%未満	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%
100%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	8.3%	0	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%	1	8.3%

[問2-②]商店街予算：支出(N=12)



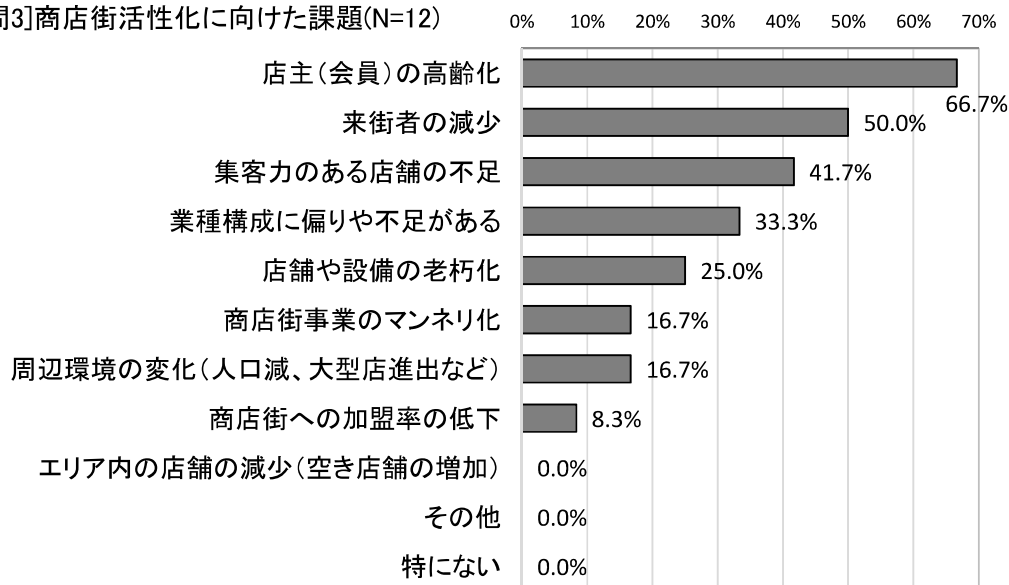
B. 商店街を取り巻く状況

問3. 商店街の活性化に向けた課題（選択肢3つまで）

＊ 「店主（会員）の高齢化」が66.7%と最も多く、次いで「来街者の減少」（50.0%）、「集客力のある店舗の不足」（41.7%）、「業種構成に偏りや不足がある」（33.3%）と続く。

【商店街活性化に向けた課題】	回答数	構成比
店主(会員)の高齢化	8	66.7%
来街者の減少	6	50.0%
集客力のある店舗の不足	5	41.7%
業種構成に偏りや不足がある	4	33.3%
店舗や設備の老朽化	3	25.0%
商店街事業のマンネリ化	2	16.7%
周辺環境の変化(人口減、大型店進出など)	2	16.7%
商店街への加盟率の低下	1	8.3%
エリア内の店舗の減少(空き店舗の増加)	0	0.0%
その他	0	0.0%
特になし	0	0.0%
無回答	0	0.0%

[問3]商店街活性化に向けた課題(N=12)

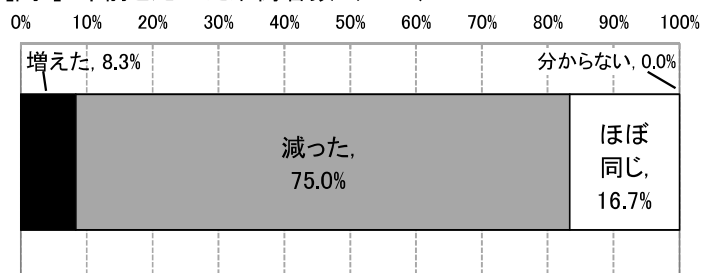


問4. 3年前と比べた商店街の来街者数の変化

＊ 「減った」が75.0%と多い。一方、「増えた」と回答した商店街もみられた。

【3年前と比べた商店街の来街者数の変化】	回答数	構成比
増えた	1	8.3%
減った	9	75.0%
ほぼ同じ	2	16.7%
分からない	0	0.0%

[問4]3年前と比べた来街者数 (N=12)



問5. 来街者数の増減理由（選択肢3つまで）

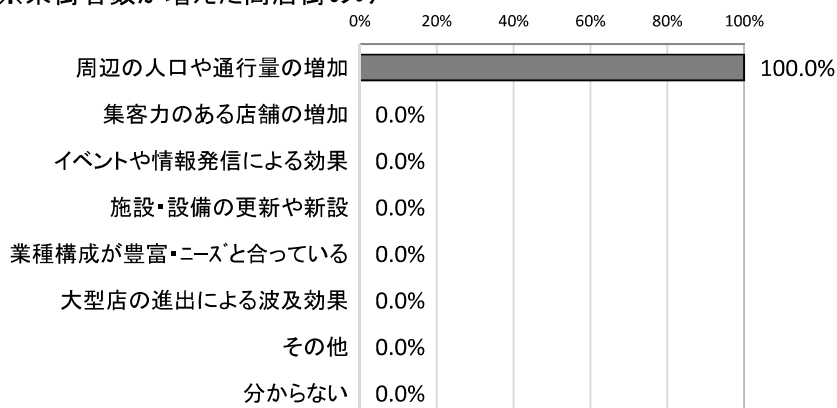
- * 来街者数が増えた理由としては、「周辺の人口や通行量の増加」があげられている。
- * 来街者数が減った理由としては、「集客力のある店舗の減少」が 55.6%と最も多く、次いで「周辺の人口や通行量の減少」（44.4%）、「業種構成に偏りや不足がある」「大型店の進出による影響」「施設・設備の老朽化」（ともに 33.3%）があげられている。

【来街者数 増えた理由】	回答数	構成比
周辺の人口や通行量の増加	1	100.0%
集客力のある店舗の増加	0	0.0%
イベントや情報発信による効果	0	0.0%
施設・設備の更新や新設	0	0.0%
業種構成が豊富・ニーズと合っている	0	0.0%
大型店の進出による波及効果	0	0.0%
その他	0	0.0%
分からない	0	0.0%

【来街者数 減った理由】	回答数	構成比
集客力のある店舗の減少	5	55.6%
周辺の人口や通行量の減少	4	44.4%
業種構成に偏りや不足がある	3	33.3%
大型店の進出による影響	3	33.3%
施設・設備の老朽化	3	33.3%
イベントや情報発信の不足	2	22.2%
その他	0	0.0%
分からない	0	0.0%

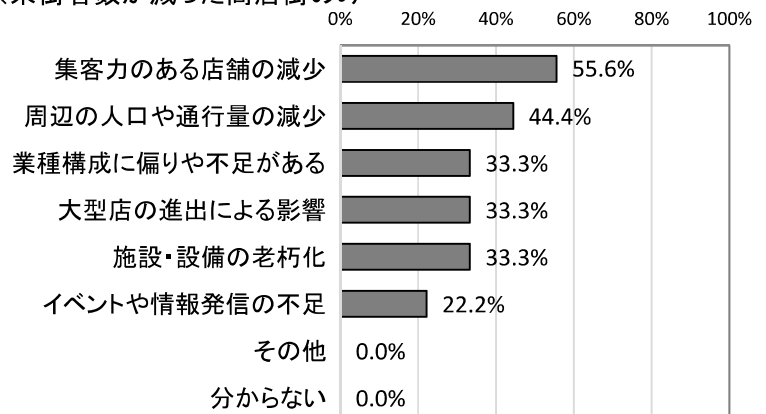
[問5-A]来街者数 増えた理由(N=1)

※来街者数が増えた商店街のみ



[問5-B]来街者数 減った理由(N=9)

※来街者数が減った商店街のみ

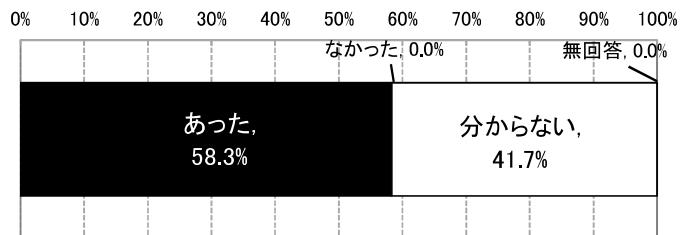


問6. コロナ感染症の流行による変化や影響

* 「あった」が58.3%と多い。一方、「なかった」と回答した商店街はなかった。

【コロナ感染症の流行による変化や影響】	回答数	構成比
あった	7	58.3%
なかった	0	0.0%
分からない	5	41.7%
無回答	0	0.0%

[問6]コロナ感染症の流行による変化や影響(N=12)



問7. コロナ感染症の流行による具体的な変化・影響の内容

* 「顧客の減少」への指摘が多い。その他、「店舗の休業」「外出しない人が増えた」という回答もあった。

【回答例】

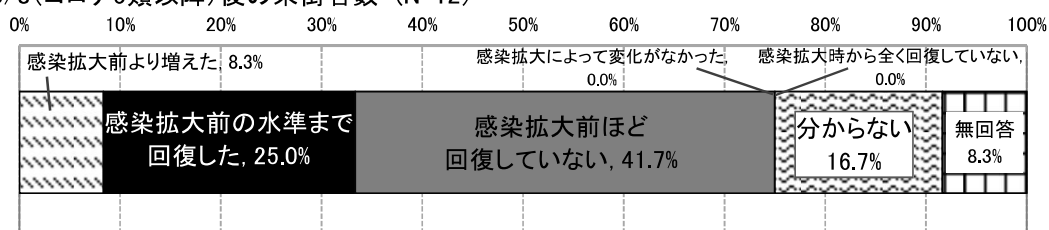
顧客の減少	コロナになった店舗があり休業した店舗への人気落ち来客がかなり減った
	店舗の閉店、集客減少
	客数の減少
	飲食店の顧客の減少
店舗の休業	休業している店舗があった
	飲食店が半数以上を占めるため、休業している店舗が多数あった
外出しない人が増えた	用事以外、外出されない方が増えたこと

問8. 5/8（コロナ5類以降）後の来街者数

* 「感染拡大前ほど回復していない」が41.7%と最も多い。一方、「感染拡大前より増えた」と回答した商店街もみられた。

【5/8(コロナ5類以降)後の来街者数】	回答数	構成比
感染拡大前より増えた	1	8.3%
感染拡大前の水準まで回復した	3	25.0%
感染拡大前ほど回復していない	5	41.7%
感染拡大時から全く回復していない	0	0.0%
感染拡大によって変化がなかった	0	0.0%
分からない	2	16.7%
無回答	1	8.3%

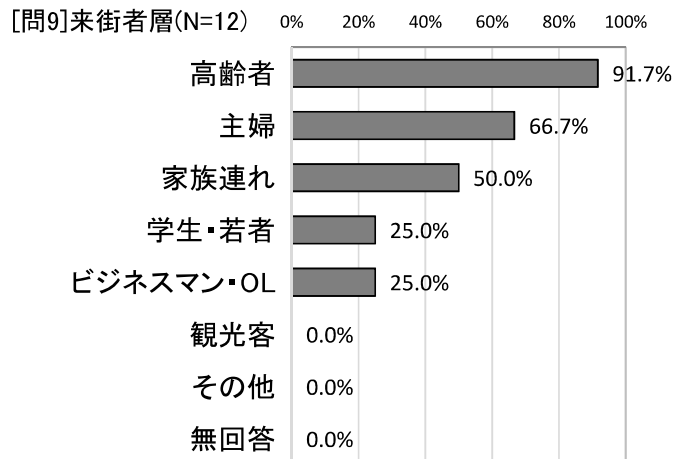
[問8]5/8(コロナ5類以降)後の来街者数 (N=12)



問9. 商店街の現在の主な来街者（選択肢3つまで）

＊ 「高齢者」（91.7%）と「主婦」（66.7%）、
「家族連れ」（50.0%）の3点が50%以上を
占めており多い。

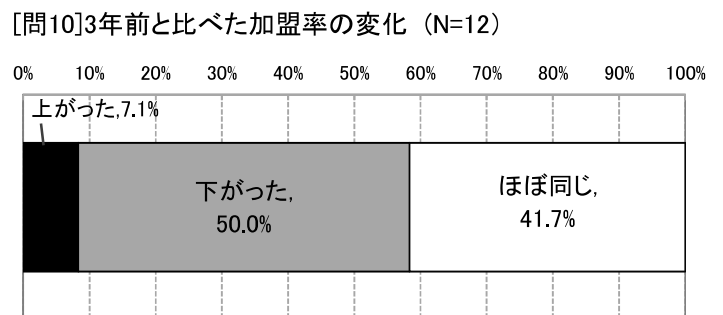
来街者層	回答数	構成比
高齢者	11	91.7%
主婦	8	66.7%
家族連れ	6	50.0%
学生・若者	3	25.0%
ビジネスマン・OL	3	25.0%
観光客	0	0.0%
その他	0	0.0%
無回答	0	0.0%



問10. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化

＊ 「下がった」が50.0%と半数を占める。
また、「ほぼ同じ」も41.7%と回答されて
おり多い。

【3年前と比べた加盟率 の変化】	回答数	構成比
上がった	1	8.3%
下がった	6	50.0%
ほぼ同じ	5	41.7%
分からない	0	0.0%



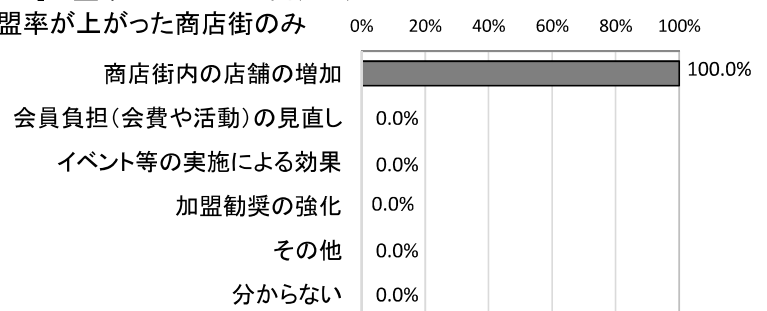
問 11. 商店街加盟率の増減理由（選択肢3つまで）

- * 商店街加盟率が上がった理由としては、「商店街内の店舗の増加」があげられている。
- * 商店街加盟率が下がった理由としては、「商店街内の店舗の減少」が該当する商店街のうち 80.0% が回答したほか、「会費負担に耐えられない店舗の増加」、「会の活動への参加が困難な店舗の増加」、「会の趣旨や活動に賛同を得られない」があげられている。

【加盟率 上がった理由】	回答数	構成比
商店街内の店舗の増加	1	100.0%
会員負担(会費や活動)の見直し	0	0%
イベント等の実施による効果	0	0%
加盟勧奨の強化	0	0%
その他	0	0%
分からない	0	0%

[問11-A]加盟率 上がった理由(N=1)

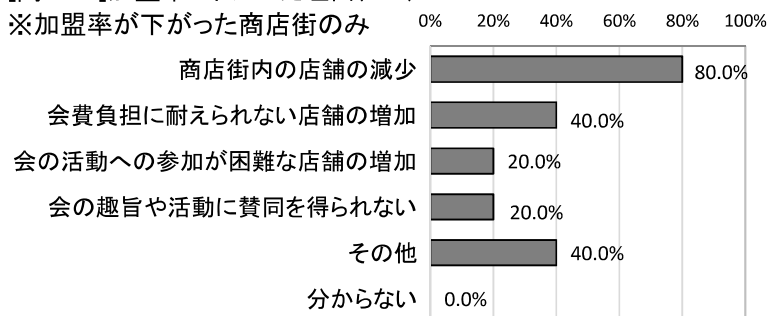
※加盟率が上がった商店街のみ



【加盟率 下がった理由】	回答数	構成比
商店街内の店舗の減少	4	80.0%
会費負担に耐えられない店舗の増加	2	40.0%
会の活動への参加が困難な店舗の増加	1	20.0%
会の趣旨や活動に賛同を得られない	1	20.0%
その他	2	40.0%
分からない	0	0.0%

[問11-B]加盟率 下がった理由(N=5)

※加盟率が下がった商店街のみ

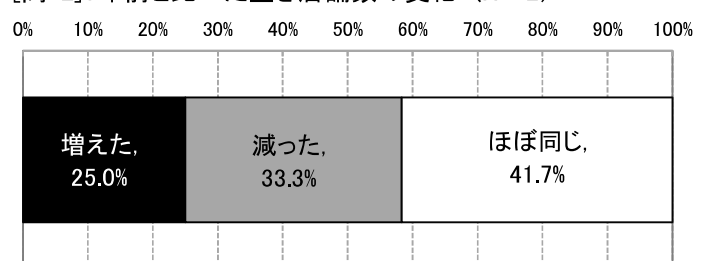


問 12. 3年前と比べた空き店舗数の変化

- * 「ほぼ同じ」が 41.7%で最も多い。
- 一方、「増えた」(25.0%)や「減った」(33.3%)と回答した商店街もみられた。

【3年前と比べた 空き店舗数の変化】	回答数	構成比
増えた	3	25.0%
減った	4	33.3%
ほぼ同じ	5	41.7%

[問12]3年前と比べた空き店舗数の変化 (N=12)

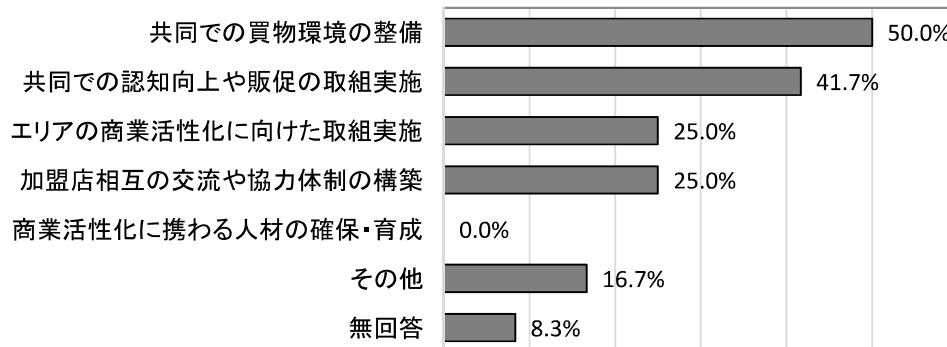


問 13. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること（選択肢3つまで）

- ＊ 「共同での買物環境の整備」が 50.0%と最も多く、次いで「共同での認知向上や販促の取組実施」（41.7%）、「エリアの商業活性化に向けた取組実施」「加盟店相互の交流や協力体制の構築」（ともに 25.0%）と続く。

【商店街組織の意義や役割】	回答数	構成比
共同での買物環境の整備	6	50.0%
共同での認知向上や販促の取組実施	5	41.7%
エリアの商業活性化に向けた取組実施	3	25.0%
加盟店相互の交流や協力体制の構築	3	25.0%
商業活性化に携わる人材の確保・育成	0	0.0%
その他	2	16.7%
無回答	1	8.3%

[問13]商店街組織の意義や役割(N=12) 0% 10% 20% 30% 40% 50% 60%



問 13-2. 過去3年間に実施した取組

- ＊ 「共同での買物環境の整備」「共同での認知向上や販促の取組実施」の2点に関する具体的回答が多数みられた。

【回答例】

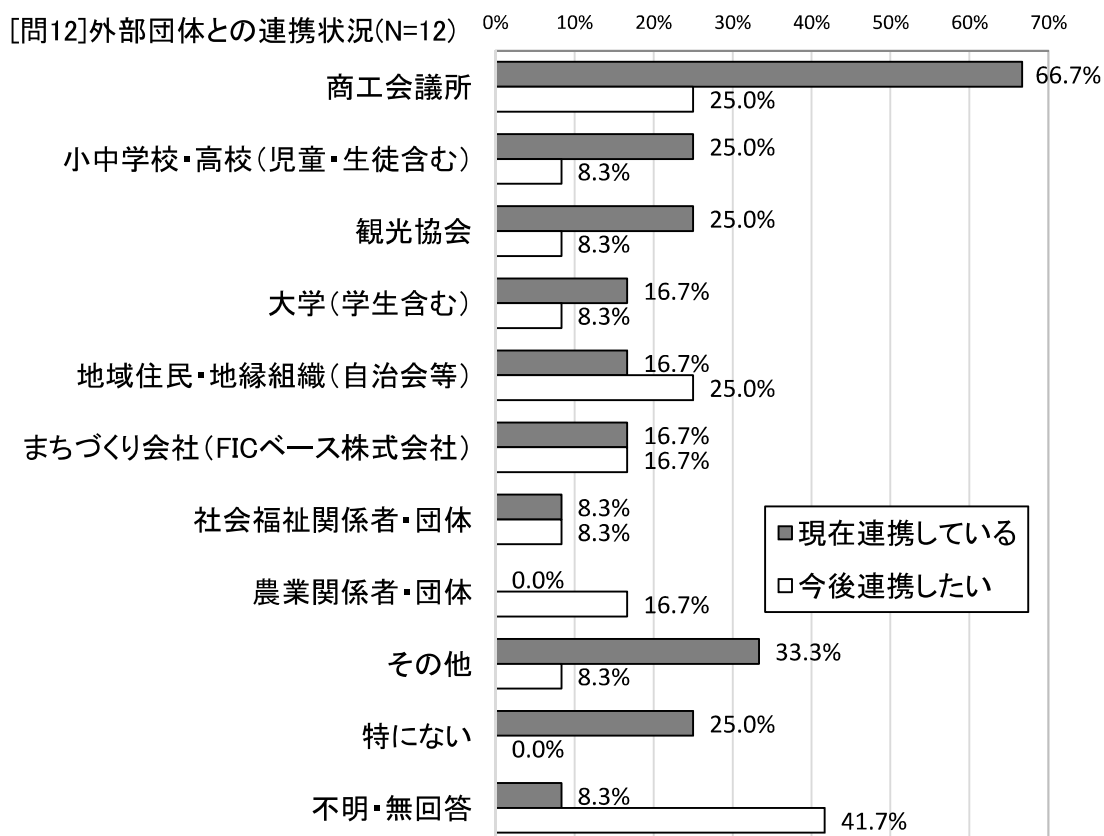
共同での買物環境の整備	街路灯のLED化/大型壁面看板の作成/街路灯維持管理・現在防犯カメラを新しく設置している/アーケードの部分補修/ジャズクラシックフェスティバル
共同での認知向上や販促の取組実施	JR 茨木駅へのリーフレット配布/毎年販売促進委員を決め、イベントを企画/フリーマーケット(月1回)/1年に1回ハロウィン事業を開催/商店街マップの作成(商団連)
エリアの商業活性化に向けた取組実施	シティーサイン「IBARAKI」設置/未加盟店への情報提供
加盟店相互の交流や協力体制の構築	「おにクル」グルメ商品開発/商店街組合員に対する交流会を実施し、相互間の協力体制を構築
商業活性化に携わる人材の確保・育成	—
その他	茨木神社の総代の一員として神殿新築により人の流れを商店会に向ける/積極的に回覧板を回して皆様の意見を取り入れている

C. 外部との連携について

問 14. 連携している外部団体（複数回答）

- * 現在連携している外部団体としては、「商工会議所」が 66.7%と最も多い。次いで、「小中学校・高校（児童・生徒含む）」「観光協会」（ともに 25.0%）、「大学（学生含む）」「地域住民・地縁組織（自治会等）」「まちづくり会社（FIC ベース株式会社）」（ともに 16.7%）と続く。
- * 今後連携したい外部団体としては、「不明・無回答」（41.7%）を除くと、「商工会議所」「地域住民・地縁組織（自治会等）」の 2 つが 25.0%と最も多い。その他の選択肢にも回答は少ないが全ての選択肢に回答がみられ、連携ニーズの多岐にわたることがこのことから伺われる。

連携している外部団体	【現在連携している】		【今後連携したい】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
商工会議所	8	66.7%	3	25.0%
小中学校・高校(児童・生徒含む)	3	25.0%	1	8.3%
観光協会	3	25.0%	1	8.3%
大学(学生含む)	2	16.7%	1	8.3%
地域住民・地縁組織(自治会等)	2	16.7%	3	25.0%
まちづくり会社(FIC ベース株式会社)	2	16.7%	2	16.7%
社会福祉関係者・団体	1	8.3%	1	8.3%
農業関係者・団体	0	0.0%	2	16.7%
その他	4	33.3%	1	8.3%
特にない	3	25.0%	0	0.0%
不明・無回答	1	8.3%	5	41.7%



問 15. 過去 3 年間で、商店街の活性化に効果があった外部との連携の取組

- * 取組内容としては、グルメなどオリジナルグッズ・商品の開発、マップなど情報発信ツールの作成、ハロウィーン・ジャズイベントといった集客イベント、夏祭り・にぎわいづくりといった地域活動、視察などがみられた。
- * 連携先としては、商団連、商工会議所、大学、観光協会、地域の自治会、小学校・保育園がみられた。

【取組内容】		【連携先】
オリジナルグッズ・商品の作成	おにクルクリアファイルを作成	商団連
	おにクル応援グルメとして、商店街内の和菓子屋さんとおにクルどら焼きを作成	商団連
	「おにクル」グルメ商品開発の協力	商工会議所
情報発信ツールの作成	商店街マップの作成	商団連
	JR 茨木駅リーフレットラック使用	観光協会
集客イベント	ハロウィーンイベントに親子で参加	小学校・地域内保育園
	ジャズイベント等	ソシオ建替推進委員会
地域活動	夏祭りの協力	地域自治会
	まちのにぎわいづくり連絡会議	商工会議所
視察	商店街の見学	学生
	卒論の手助け	近隣大学

D. 地域住民のためのサービスについて

問 16. 地域の課題やニーズに基づいた住民のためのサービス

- * 現在取り組んでいるものとしては、交流イベント、フリーマーケット、ハロウィーンといった賑わい創出の取組と、独自の LINE 作成があげられた。
- * 今後取り組みたいものとしては、歳末大売り出し・交流イベントといった賑わい創出の取組と、新商品開発、各店舗のアピールといった個店魅力の創出・発信、宅配サービス、休憩スペース設置などがあげられた。一方、「取り組むための予算がない」と回答する商店街もあった。

現在取り組んでいるもの	にぎわい創出	交流イベント
		フリーマーケット
		ハロウィーンイベント
	情報発信ツールの作成	情報発信 (LINE)
今後取り組みたいもの	にぎわい創出	歳末大売り出し
		交流イベントの定期開催
	個店魅力の創出・発信	新商品開発
		年末に出すチラシに、各店舗のアピールを入れること
	買い物サービス	買物弱者への宅配サービス
	空間整備	歩道上で休憩スペースの実施
	対応できない	取り組むための予算がない

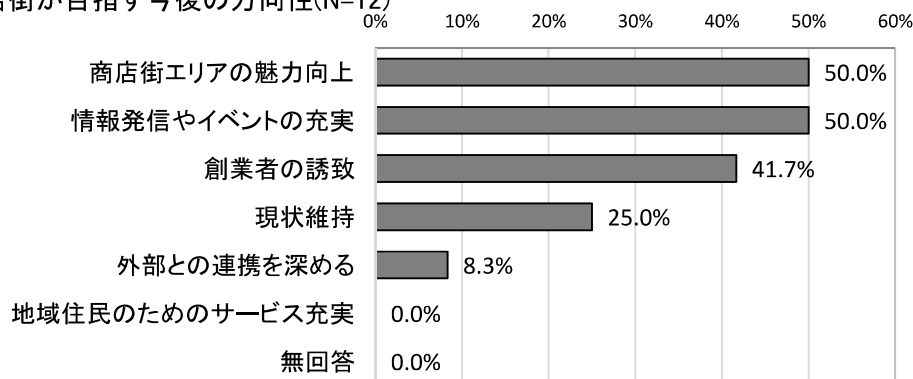
F. 支援策の活用状況等について

問 17. 商店街が目指す今後の方向性（選択肢 3 つまで）

＊ 「商店街エリアの魅力向上」と「情報発信やイベントの充実」の 2 点が 50.0%と最も多く、次いで「創業者の誘致」（41.7%）と続く。また、「現状維持」という消極的な回答も 25.0%みられた。

【商店街が目指す今後の方向性】	回答数	構成比
商店街エリアの魅力向上	6	50.0%
情報発信やイベントの充実	6	50.0%
創業者の誘致	5	41.7%
現状維持	3	25.0%
外部との連携を深める	1	8.3%
地域住民のためのサービス充実	0	0.0%
無回答	0	0.0%

【問17】商店街が目指す今後の方向性(N=12)



問 17-2. 商店街振興に向けて取り組みたい内容

＊ 「商店街エリアの魅力向上」「情報発信やイベントの充実」の 2 点に関する具体的回答が多数みられた。一方、「新店舗がないので、実施は難しい」と回答する商店街もあった。

【回答例】

商店街エリアの 魅力向上	インスタ映えするスポットづくり/商店街の認知度が低いので意識づけのために入口にアーチ等の設備が欲しい/アーケードの取り替えをしたいが費用面が…/街路灯の維持管理
情報発信やイベントの 充実	リーフレットの魅力アップ/他の商店街とともに久し振りに「茨木童子祭り」を行いたい/LINE の充実/商店街の PR チラシを入れたいと思います
地域住民のための サービス充実	—
創業者の誘致	建替による駅前商店の活発化
外部との連携を深める	新しいアイデア・知恵・人材の導入
その他	新店舗がないので

問 18. 商店街の特色や今後発信していきたい魅力

- * 歩いて楽しい商店街づくりという回答がある一方、「意見をまとめるのが難しい」という回答もあった。

【回答例】

あるいて楽しい商店街づくり	おにクルがオープンすると JR 茨木駅からの通り道になるので、あるいて楽しい商店街にしたい
意見をまとめるのが難しい	物販販売の店舗、飲食店等の多種多様の店舗であり、何も意見のまとまりができない現状です

問 19. 今後の商店街振興などに関するご意見等

- * イルミネーションやフラッグの整備・設置についての要望がみられた。
- * その他の意見としては、面的な活性化に取り組みたいと意思表示される回答がある一方、「現状維持が難しい」と商店街活動等の厳しさを打ち明ける回答もあった。

【回答例】

イルミネーションやフラッグの整備・設置	イルミネーションを市の予算で点灯してほしい。ほかの場所がうらやましい。「おにクル」フラッグもつけてほしい。
面的な活性化に取り組みたい	高瀬川通りにスギ薬局も出店し、地域の集客力も上がったのではと考える。茨木市駅の西側の再開発事業に負けないように、東側も面として活性化しなければならないと考えて、行動していきたいと思っている。
現状維持が難しい	現状維持することが難しい
その他	毎年2月に役員の改選をしておりますので、その時皆様の意見を十分汲み取り役員を決定しております