

VI. 商店街アンケート調査結果

6-1. 調査概要

「産業振興ビジョン」(H. 22. 3 策定) や「産業振興アクションプラン」(H. 28. 3 策定) 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織 21 か所
有効回収率	回収数 14、有効回答率 66.7%
実施期間	令和元年 8 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、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. 商店街の現在の主な来街者、今後増やしたい来街者 問 7. 3 年前と比べた商店街の加盟率の変化 問 8. 商店街加盟率の増減理由 問 9. 3 年前と比べた空き店舗数の変化 問 10. 空き店舗の状態が継続する理由 問 11. 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 12. 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） 問 13. 過去 3 年間で、商店街の活性化に効果があった外部と連携の取組 問 14. 外部との連携を推進するにあたって、課題となること
D. 地域住民のための サービスについて	問 15. 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) 問 16. 地域住民のためのサービスに取り組むにあたって、課題となること
E. 外国人来街者への 対応	問 17. 商店街への外国人来街者の状況 問 18. 外国人来街者向けの取組（現在取り組んでいるもの、今後取り組みたいもの） 問 19. 外国人来街者に向けた取組を進めるにあたって、課題となること
F. 今後の商店街振興 について	問 20. 商店街が目指す今後の方向性とは 問 21. 「あい・きやっち」の活用状況 問 22. 「あい・きやっち」を活用していない理由 (問 21 で「ほとんど活用していない」「活用したことがない」を選んだ者のみ) 問 23. 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

6-2. 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。

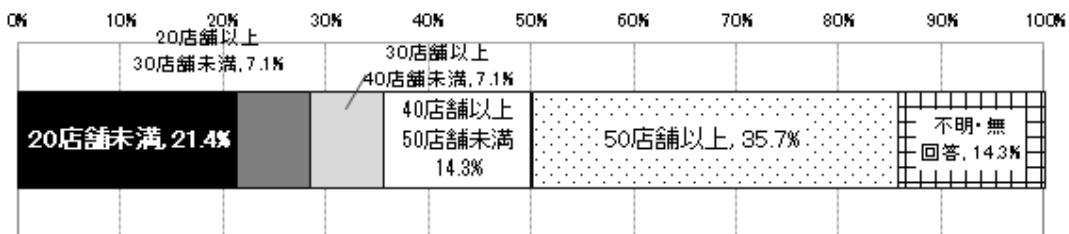
A. 商店街の概要等

問1-①. 店舗数、加盟状況

- * エリア全体の店舗数は、「50店舗以上」が35.7%と最も多く、次いで「20店舗未満」(21.4%)と続く。
- * 加盟店舗数は、「20店舗未満」が35.7%と最も多く、次いで「50店舗以上」(28.6%)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	3	21.4%	5	35.7%
20店舗以上 30店舗未満	1	7.1%	2	14.3%
30店舗以上 40店舗未満	1	7.1%	2	14.3%
40店舗以上 50店舗未満	2	14.3%	1	7.1%
50店舗以上	5	35.7%	4	28.6%
不明・無回答	2	14.3%	0	0.0%

【問1-①】エリア全体の店舗数、加盟店数 (N=14)



【問1-①】加盟店舗数 (N=14)

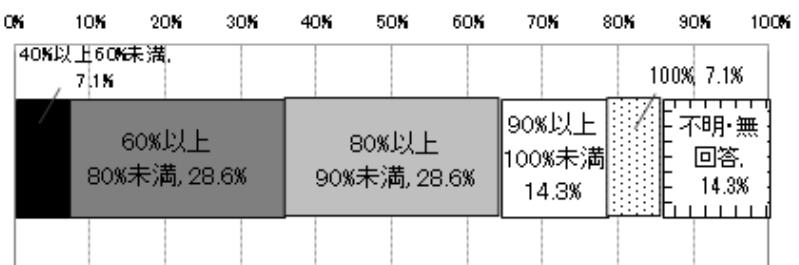


問1-②. 加盟率

- * 「60%以上 80%未満」及び「80%以上 90%未満」がともに28.6%と最も多い。
- * 加盟率が100%の商店街がある一方で、60%未満に止まる商店街も見られた。

【加盟率】	回答数	構成比
40%未満	0	0.0%
40%以上 60%未満	1	7.1%
60%以上 80%未満	4	28.6%
80%以上 90%未満	4	28.6%
90%以上 100%未満	2	14.3%
100%	1	7.1%
不明・無回答	2	14.3%

【問1-②】加盟率 (N=14)

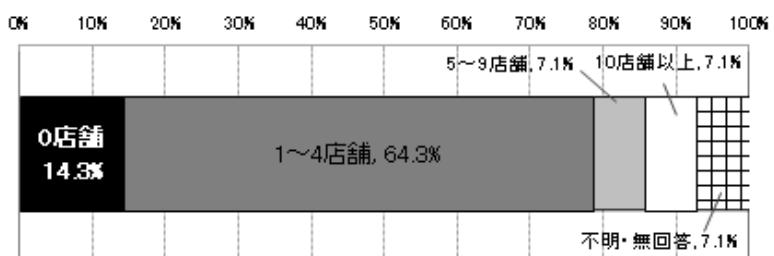


問1-③. 空き店舗数

- 「1~4 店舗」が 64.3%と最も多く、「0 店舗」(14.3%) 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」と回答した者も見られた。

【空き店舗数】	回答数	構成比
0 店舗	2	14.3%
1~4 店舗	9	64.3%
~9 店舗	1	7.1%
10 店舗以上	1	7.1%
不明・無回答	1	7.1%

【問1-③】空き店舗数 (N=14)

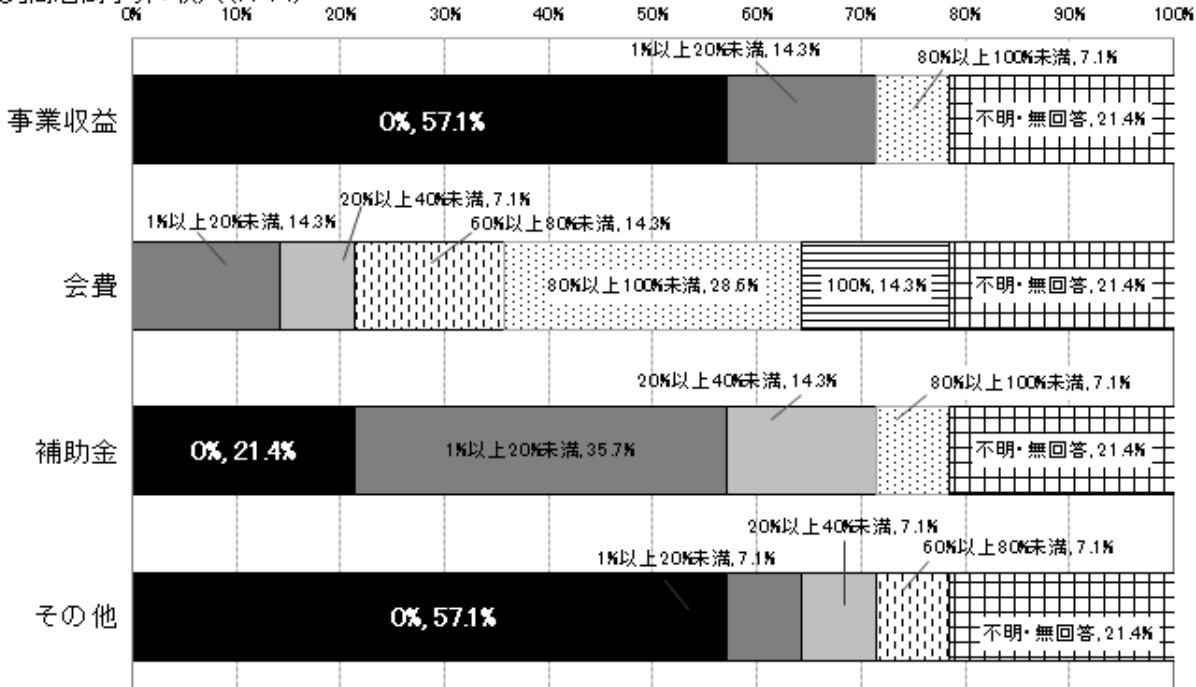


問2-①. 今年度の商店街予算に占める比率：収入

- 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多い。
- その他に、「事業収益」や「補助金」、「その他」が収入の過半数を占める商店街がそれぞれ 1 か所ずつ見られた。

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%	8	57.1%	0	0.0%	3	21.4%	8	57.1%
1%以上 20%未満	2	14.3%	2	14.3%	5	35.7%	1	7.1%
20%以上 40%未満	0	0.0%	1	7.1%	2	14.3%	1	7.1%
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%	2	14.3%	0	0.0%	1	7.1%
80%以上 100%未満	1	7.1%	4	28.6%	1	7.1%	0	0.0%
100%	0	0.0%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
不明・無回答	3	21.4%	3	21.4%	3	21.4%	3	21.4%

【問2-①】商店街予算: 収入 (N=14)

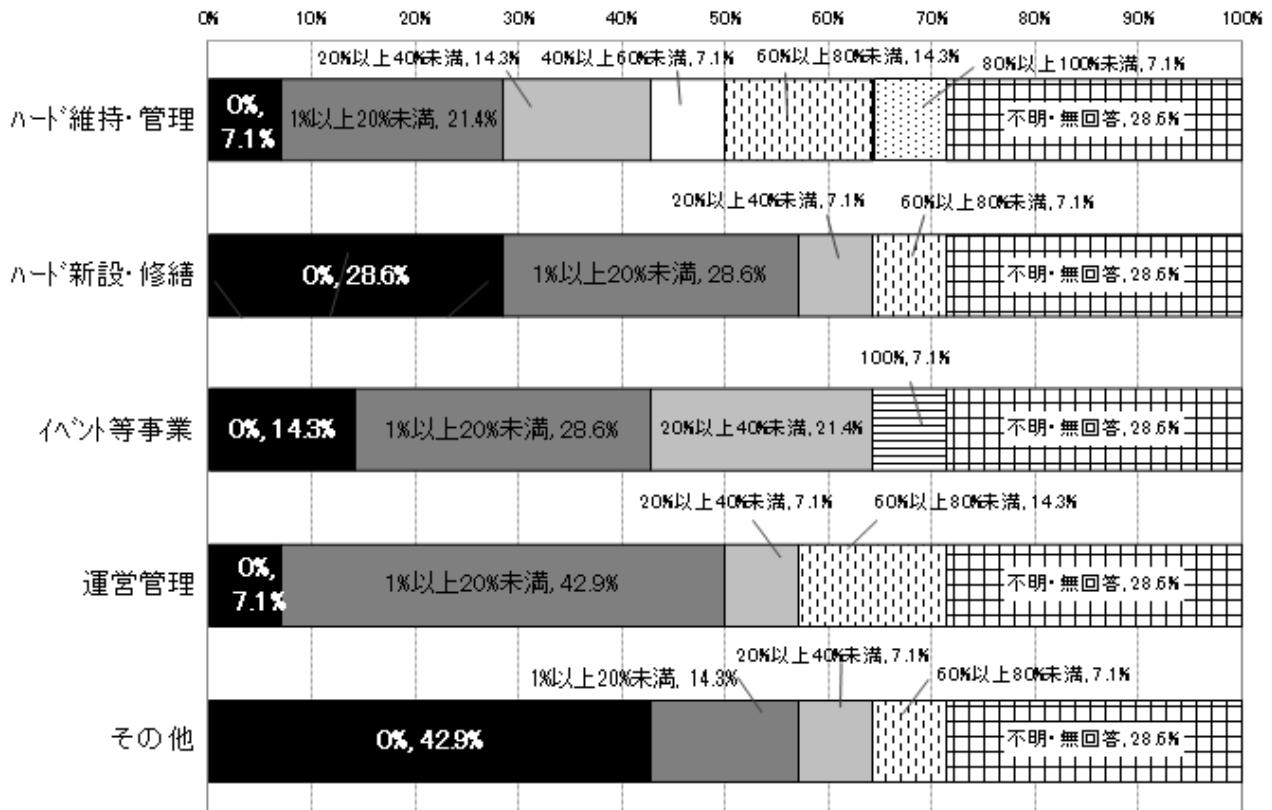


問2-②. 今年度の商店街予算に占める比率：支出

- 明確な回答があった10の商店街の中では、「ハード維持・管理」の支出割合の大きい商店街が多くなっている。
- その他に、「運営管理」が支出の過半数を占める商店街が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か所ずつ見られた。

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%	1	7.1%	4	28.6%	2	14.3%	1	7.1%	6	42.9%
1%以上 20%未満	3	21.4%	4	28.6%	4	28.6%	6	42.9%	2	14.3%
20%以上 40%未満	2	14.3%	1	7.1%	3	21.4%	1	7.1%	1	7.1%
40%以上 60%未満	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
60%以上 80%未満	2	14.3%	1	7.1%	0	0.0%	2	14.3%	1	7.1%
80%以上 100%未満	1	7.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
100%	0	0.0%	0	0.0%	0	7.1%	0	0.0%	0	0.0%
不明・無回答	4	28.6%	4	28.6%	4	28.6%	4	28.6%	4	28.6%

【問2-②】商店街予算：支出 (N=14)



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

- 「集客力のある店舗の不足」(78.6%)、「店主(会員)の高齢化」(50.0%)の2点が50%以上を占めており、課題に思う商店街が多いと考えられる。
- なお、平成20年度調査の回答と比較すると、第1位は今回と同様に「集客力のある店舗の不足」であった。

【商店街活性化に向けた課題】	回答数	構成比
集客力のある店舗の不足	11	78.6%
店主(会員)の高齢化	7	50.0%
業種構成に偏りや不足がある	4	28.6%
店舗や設備の老朽化	4	28.6%
エリア内の店舗の減少(空き店舗の増加)	3	21.4%
商店街事業のマンネリ化	3	21.4%
商店街への加盟率の低下	1	7.1%
周辺環境の変化(人口減、大型店進出など)	1	7.1%
その他	1	7.1%
特になし	0	0.0%

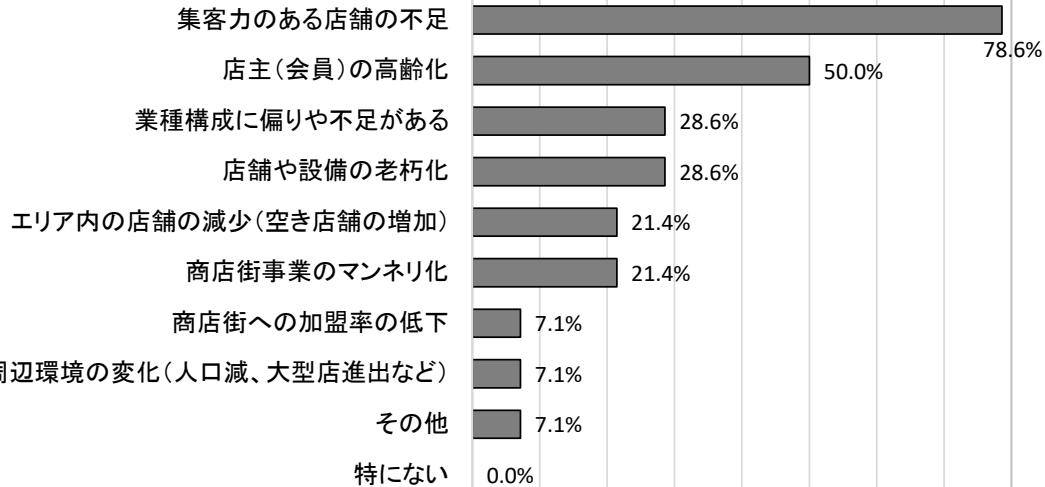
【平成20年度調査】

	商店街活性化に向けた課題	
1位	集客力のある店舗の不足	70.0%
2位	来店客数の減少	60.0%
	売上高の減少	60.0%
3位	店主の高齢化	50.0%

※上位3位までを抜粋、選択肢は一部異なる

[問3]商店街活性化に向けた課題(N=14)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80%



問4. 3年前と比べた商店街の来街者数の変化

- 「減った」が42.9%と多い。一方、「増えた」(14.3%)と回答した商店街も見られた。

【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	2	14.3%
ほぼ同じ	5	35.7%
減った	6	42.9%
分からぬ	1	7.1%

[問4]3年前と比べた来街者数 (N=14)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



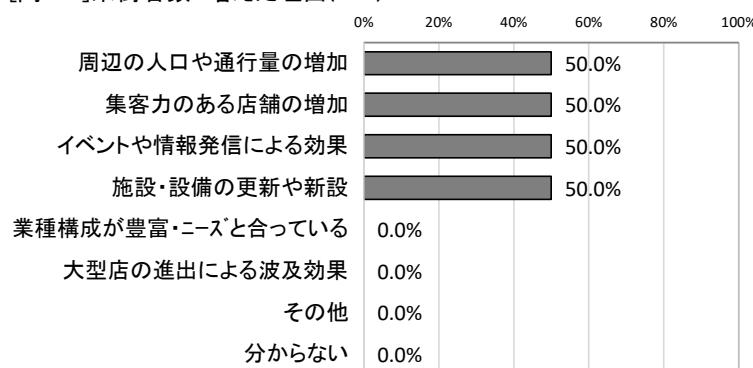
問5. 来街者数の増減理由

- * 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」や「集客力のある店舗の増加」、「イベントや情報発信による効果」、「施設・設備の更新や新設」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」を該当する商店街全てが回答したほか、「周辺の人口や通行量の減少」、「業種構成に偏りや不足がある」、「大型店の進出による影響」、「イベントや情報発信の不足」があげられている。

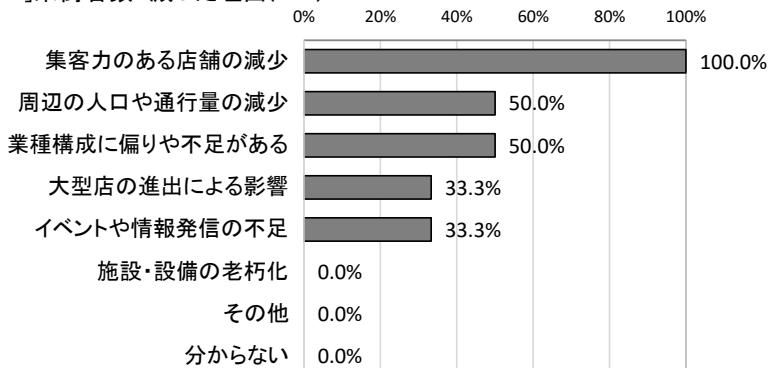
【来街者数 増えた理由】	回答数	構成比
周辺の人口や通行量の増加	1	50.0%
集客力のある店舗の増加	1	50.0%
イベントや情報発信による効果	1	50.0%
施設・設備の更新や新設	1	50.0%
業種構成が豊富・ニーズと合っている	0	0.0%
大型店の進出による波及効果	0	0.0%
その他	0	0.0%
分からぬ	0	0.0%

【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	6	100.0%
周辺の人口や通行量の減少	3	50.0%
業種構成に偏りや不足がある	3	50.0%
大型店の進出による影響	2	33.3%
イベントや情報発信の不足	2	33.3%
施設・設備の老朽化	0	0.0%
その他	0	0.0%
分からぬ	0	0.0%

[問5-A]来街者数 増えた理由(N=2)



[問5-B]来街者数 減った理由(N=6)

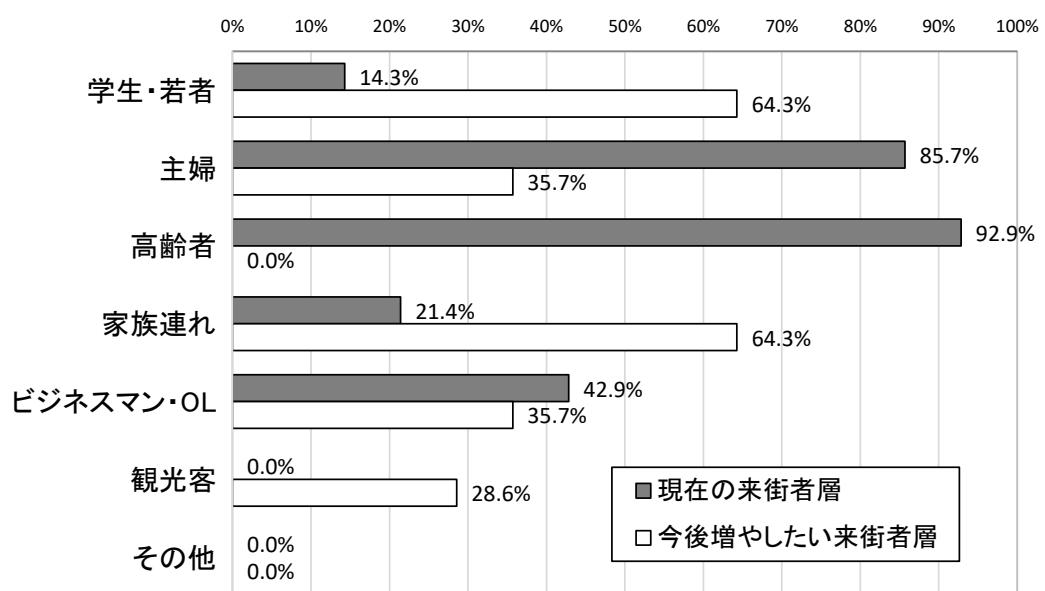


問6. 商店街の現在の主な来街者、今後増やしたい来街者

- 現在の来街者層としては、「高齢者」(92.9%)と「主婦」(85.7%)の2点に8割以上の回答が多い。
- 今後増やしたい来街者層としては、現在の来街者層としてはあまり回答が見られなかった「学生・若者」と「家族連れ」が64.3%と最も多くなっている。その他に、「ビジネスマン・OL」や「主婦」(35.7%)、「観光客」(28.6%)の回答が見られた。

来街者層	【現在の来街者層】		【今後増やしたい来街者層】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
学生・若者	2	14.3%	9	64.3%
主婦	12	85.7%	5	35.7%
高齢者	13	92.9%	0	0.0%
家族連れ	3	21.4%	9	64.3%
ビジネスマン・OL	6	42.9%	5	35.7%
観光客	0	0.0%	4	28.6%
その他	0	0.0%	0	0.0%

[問6]来街者層(N=14)

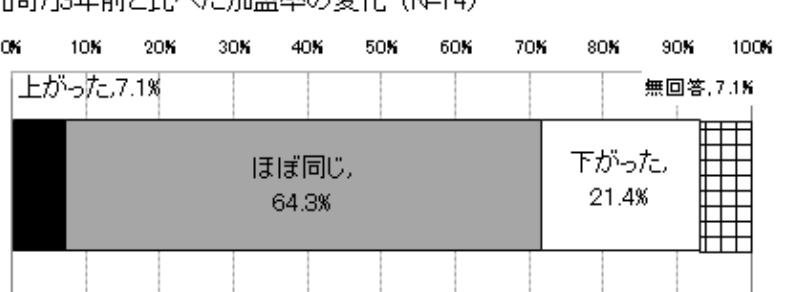


問7. 3年前と比べた商店街の加盟率の変化

- 「ほぼ同じ」が64.3%と過半数を占める。一方、「上がった」(7.1%)や「下がった」(21.4%)と回答した商店街も見られた。

[問7]3年前と比べた加盟率の変化 (N=14)

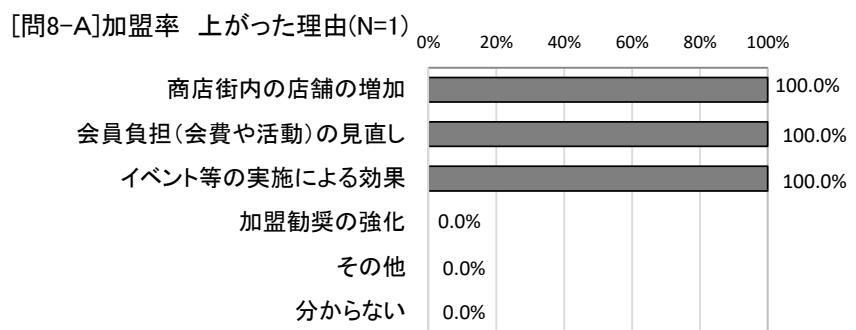
【3年前と比べた加盟率の変化】	回答数	構成比
上がった	1	7.1%
ほぼ同じ	9	64.3%
下がった	3	21.4%
分からぬ	0	0.0%
無回答	1	7.1%



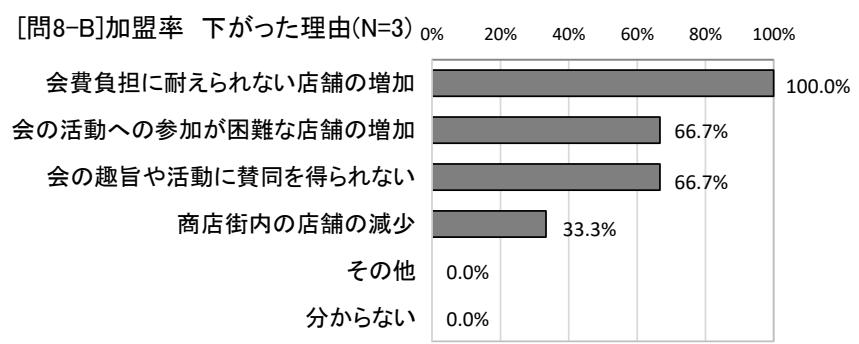
問8. 商店街加盟率の増減理由

- * 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」や「会員負担（会費や活動）の見直し」、「イベント等の実施による効果」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、「会員負担に耐えられない店舗の増加」を該当する商店街全てが回答したほか、「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」（ともに 66.7%）、「商店街内の店舗の減少」（33.3%）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	1	100.0%
イベント等の実施による効果	1	100.0%
加盟勧奨の強化	0	0.0%
その他	0	0.0%
分からぬ	0	0.0%



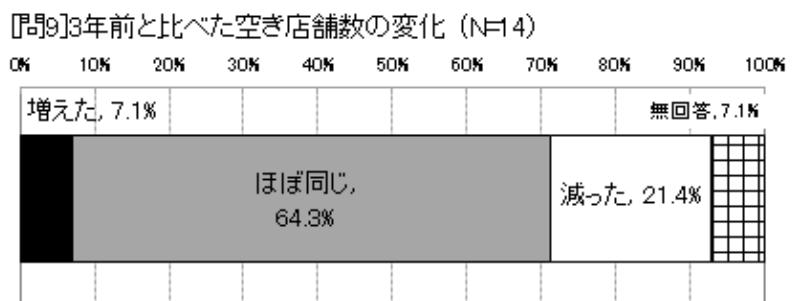
【加盟率 下がった理由】	回答数	構成比
会員負担に耐えられない店舗の増加	3	100.0%
会の活動への参加が困難な店舗の増加	2	66.7%
会の趣旨や活動に賛同を得られない	2	66.7%
商店街内の店舗の減少	1	33.3%
その他	0	0.0%
分からぬ	0	0.0%



問9. 3年前と比べた空き店舗数の変化

- * 「ほぼ同じ」が 64.3% と過半数を占める。一方、「増えた」（7.1%）や「減った」（21.4%）と回答した商店街も見られた。

【3年前と比べた空き店舗数の変化】	回答数	構成比
増えた	1	7.1%
ほぼ同じ	9	64.3%
減った	3	21.4%
分からぬ	0	0.0%
無回答	1	7.1%

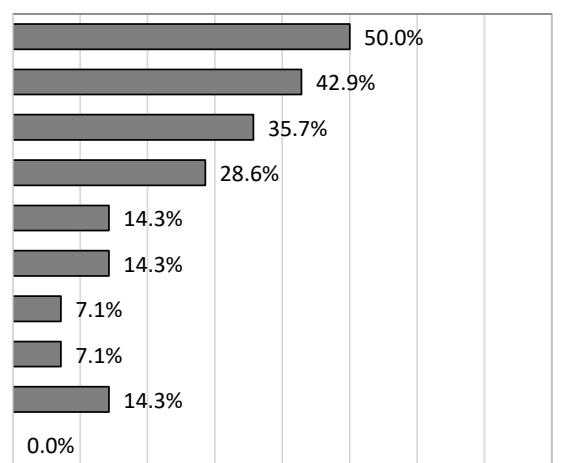


問10. 空き店舗の状態が継続する理由

- * 「家主の賃貸の意志がない」（50.0%）、「家賃（地代）が高い」（42.9%）といった店舗の賃貸条件等に関する 2 点が上位 2 位を占める。次いで、「商店街の魅力・集客力の低下」（35.7%）、「店舗や設備の老朽化」（28.6%）と続く。

【空き店舗が継続する理由】	回答数	構成比
家主の賃貸の意志がない	7	50.0%
家賃(地代)が高い	6	42.9%
商店街の魅力・集客力の低下	5	35.7%
店舗や設備の老朽化	4	28.6%
入居できる業種に制限がある	2	14.3%
長期間継続している空き店舗はない	2	14.3%
立地条件・交通環境が良くない	1	7.1%
大型店との競合	1	7.1%
その他	2	14.3%
分からない	0	0.0%

[問10]空き店舗が継続する理由(N=14)

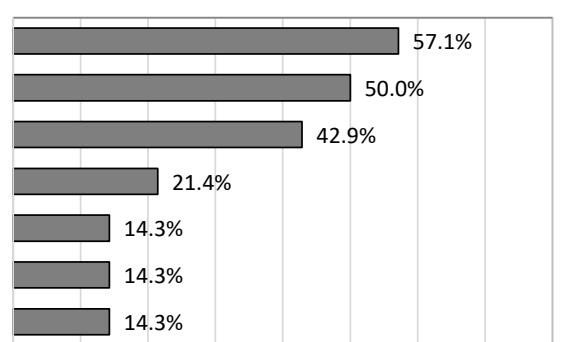


問 11. 商店街組織が存在する意義や役割として、特に重視していること

- 「加盟店相互の交流や協力体制の構築」が 57.1% と最も多く、次いで「共同での買物環境の整備」(50.0%)、「共同での認知向上や販促の取組実施」(42.9%) と続く。

【商店街組織の意義や役割】	回答数	構成比
加盟店相互の交流や協力体制の構築	8	57.1%
共同での買物環境の整備	7	50.0%
共同での認知向上や販促の取組実施	6	42.9%
商業活性化に携わる人材の確保・育成	3	21.4%
エリアの商業活性化に向けた取組実施	2	14.3%
その他	2	14.3%
無回答	2	14.3%

[問11]商店街組織の意義や役割(N=14)



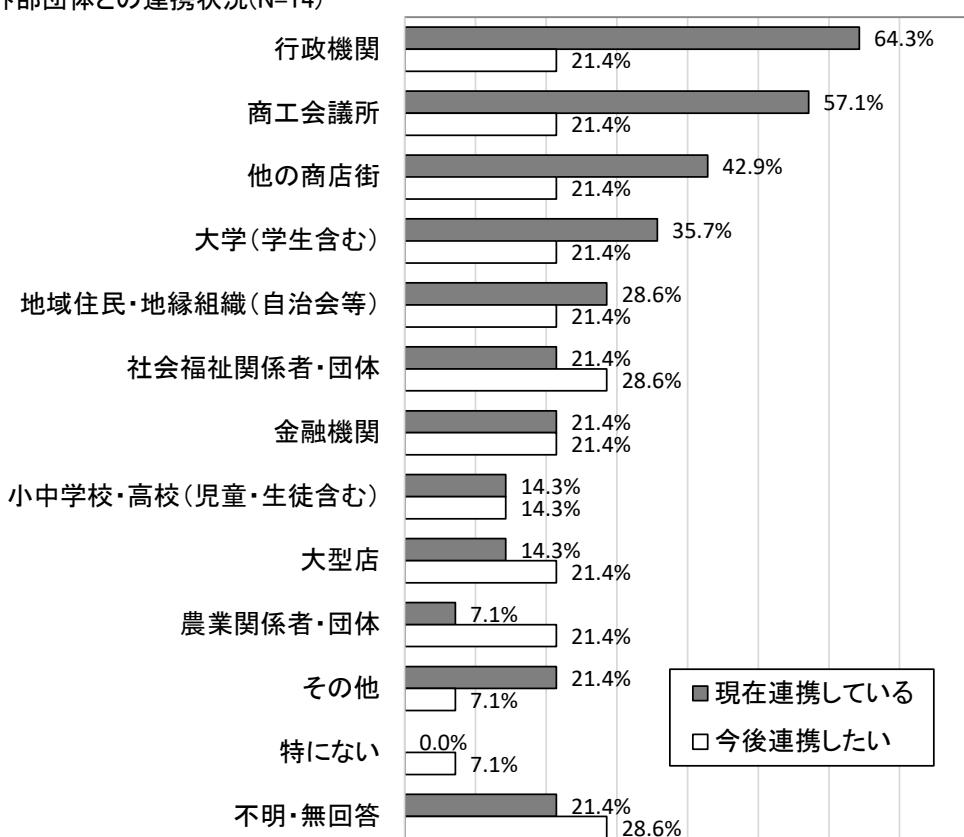
C. 外部との連携について

問12. 連携している外部団体

- * 現在連携している外部団体としては、「行政機関」(64.3%) や「商工会議所」(57.1%) といった公的機関の2点が上位2位を占める。次いで、「他の商店街」(42.9%)、「大学(学生含む)」(35.7%) と続く。
- * 今後連携したい外部団体としては、「社会福祉関係者・団体」が 28.6% と最も多い。次いで、「行政機関」や「商工会議所」、「他の商店街」、「大学(学生含む)」、「地域住民・地縁組織(自治会等)」、「金融機関」、「大型店」、「農業関係者・団体」(ともに 21.4%) が多く、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
行政機関	9	64.3%	3	21.4%
商工会議所	8	57.1%	3	21.4%
他の商店街	6	42.9%	3	21.4%
大学(学生含む)	5	35.7%	3	21.4%
地域住民・地縁組織(自治会等)	4	28.6%	3	21.4%
社会福祉関係者・団体	3	21.4%	4	28.6%
金融機関	3	21.4%	3	21.4%
小中学校・高校(児童・生徒含む)	2	14.3%	2	14.3%
大型店	2	14.3%	3	21.4%
農業関係者・団体	1	7.1%	3	21.4%
その他	3	21.4%	1	7.1%
特にない	0	0.0%	1	7.1%
不明・無回答	3	21.4%	4	28.6%

[問12]外部団体との連携状況(N=14)



問13. 過去3年間で、商店街の活性化に効果があった外部と連携の取組

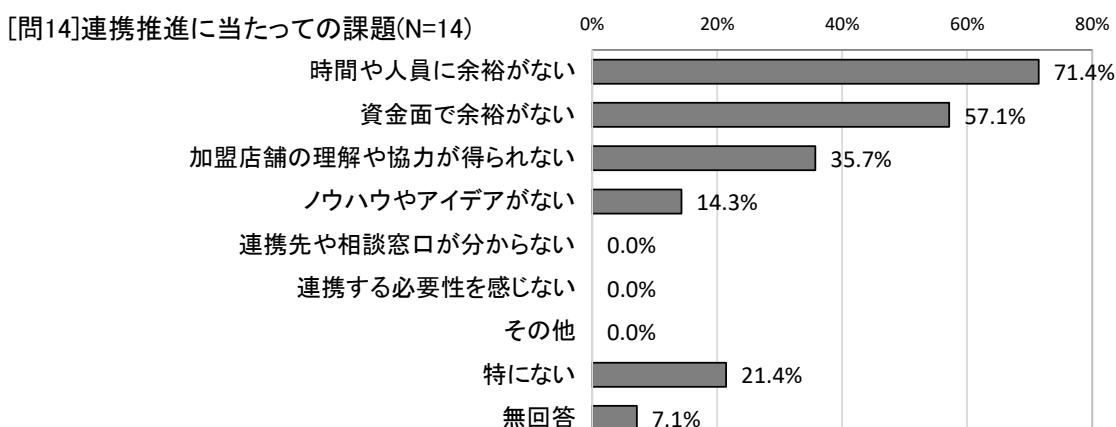
- * 取組内容としては、マップ作成など商店街の情報発信ツールの作成や、マルシェ・ジャズイベント・子ども参加型といった集客イベント、清掃活動・防災活動といった地域活動、先進地視察などが見られた。
- * 連携先としては、商団連、商工会議所、他の商店街、大学、観光協会が見られた。

【取組内容】		【連携先】
マップ作成等	商店街マップ等販促事業	商団連
	7商店街が連携して7商店会マップを作成し好評を得た。連携により今後新たな取組が生まれると思う。	他の商店街
	商店街情報を発信するリーフレット発行	立命館大学 syumirun!、茨木市観光協会、茨木商工会議所
集客イベント	JR 茨木駅前にてマルシェ形式で商店会数店舗が出店するイベントを行った	商団連
	茨木ジャズ & クラシックフェスティバルの開催	茨木市、茨木商工会議所、近隣商店街等
	子どもを巻込むイベント	茨木青年会議所
地域活動	月1回午前8:00よりJR駅前より市役所までの清掃活動	近隣商店街
	2016年9月 防災公園にて商店街×大学生！炊き出し試食会～チャレンジ・災害発生時に私たちが出来ること	茨木市商団連、立命館大学、商工会議所
視察	先進地商店街視察と意見交換(30年度は千林商店街)	茨木商工会議所

問14. 外部との連携を推進するにあたって、課題となること

- * 「時間や人員に余裕がない」が71.4%と最も多く、次いで「資金面で余裕がない」(57.1%)、「加盟店舗の理解や協力が得られない」(35.7%)と続く。一方、「特にない」と回答する商店街も21.4%見られた。

【連携推進に当たっての課題】	回答数	構成比
時間や人員に余裕がない	10	71.4%
資金面で余裕がない	8	57.1%
加盟店舗の理解や協力が得られない	5	35.7%
ノウハウやアイデアがない	2	14.3%
連携先や相談窓口が分からぬ	0	0.0%
連携する必要性を感じない	0	0.0%
その他	0	0.0%
特にない	3	21.4%
無回答	1	7.1%



D. 地域住民のためのサービスについて

問 15. 地域の課題やニーズに基づいた住民のためのサービス

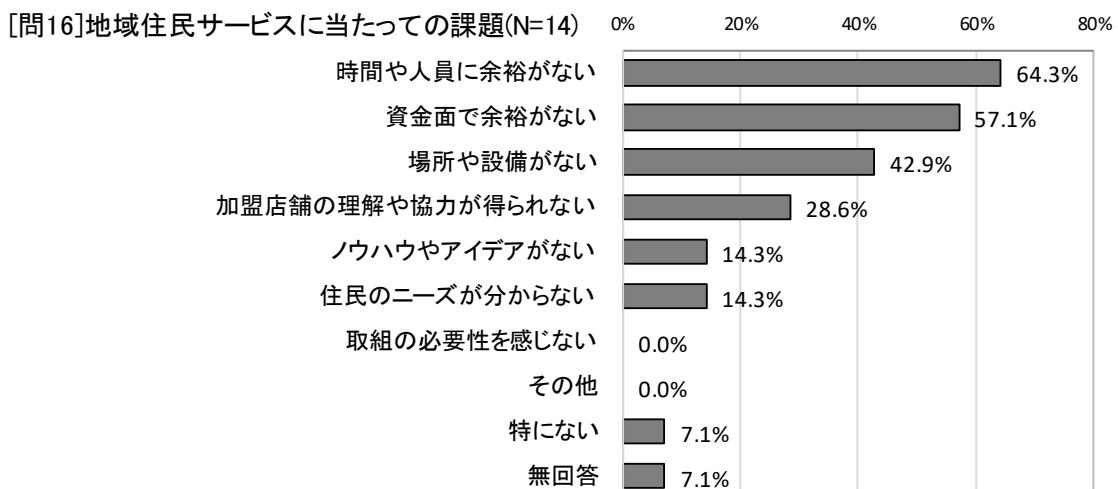
- * 現在取り組んでいるものとしては、地域ブランド・フリーマーケット・イルミネーションといった賑わい創出の取組と、高齢者見守り・キッズスペースといった日常生活支援の取組が見られた。
- * 今後取り組みたいものとしては、交流イベント・イルミネーションといった賑わい創出の取組と、割引といった買い物サービス、宅配サービス・高齢者見守りといった日常生活支援の取組が見られた。

現在取り組んでいるもの	賑わい創出	地域ブランドの育成
		フリーマーケット(住民との輪)
		イルミネーション
	日常生活支援	高齢者の見守り
今後取り組みたいもの	賑わい創出	キッズスペースの設置(2019.4 より)
		交流イベントの開催(外部団体との連携による)
	買い物サービス	メインストリートのイルミネーション実施
日常生活支援	割引等の販促事業	
	お買物宅配サービス	
		高齢者の見守り

問 16. 地域住民のためのサービスに取り組むにあたって、課題となること

- * 「時間や人員に余裕がない」が 64.3%と最も多く、次いで「資金面で余裕がない」(57.1%)、「場所や設備がない」(42.9%) と続く。

【地域住民サービスに当たっての課題】	回答数	構成比
時間や人員に余裕がない	9	64.3%
資金面で余裕がない	8	57.1%
場所や設備がない	6	42.9%
加盟店舗の理解や協力が得られない	4	28.6%
ノウハウやアイデアがない	2	14.3%
住民のニーズが分からない	2	14.3%
取組の必要性を感じない	0	0.0%
その他	0	0.0%
特にない	1	7.1%
無回答	1	7.1%



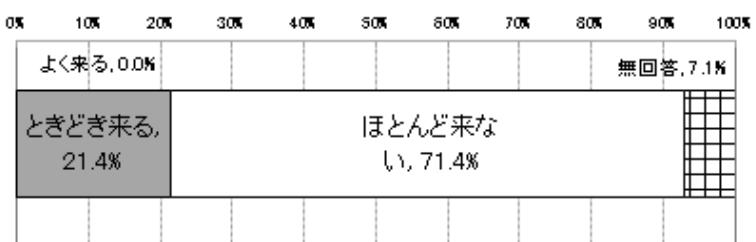
E. 外国人来街者への対応

問 17. 商店街への外国人来街者の状況

* 「ほとんど来ない」が 71.4%で最も多い。その他、「ときどき来る」が 21.4%で、「よく来る」と回答する商店街は見られなかった。

[問17]外国人来街者の状況 (N=14)

【外国人来街者の状況】	回答数	構成比
よく来る	0	0.0%
ときどき来る	3	21.4%
ほとんど来ない	10	71.4%
無回答	1	7.1%

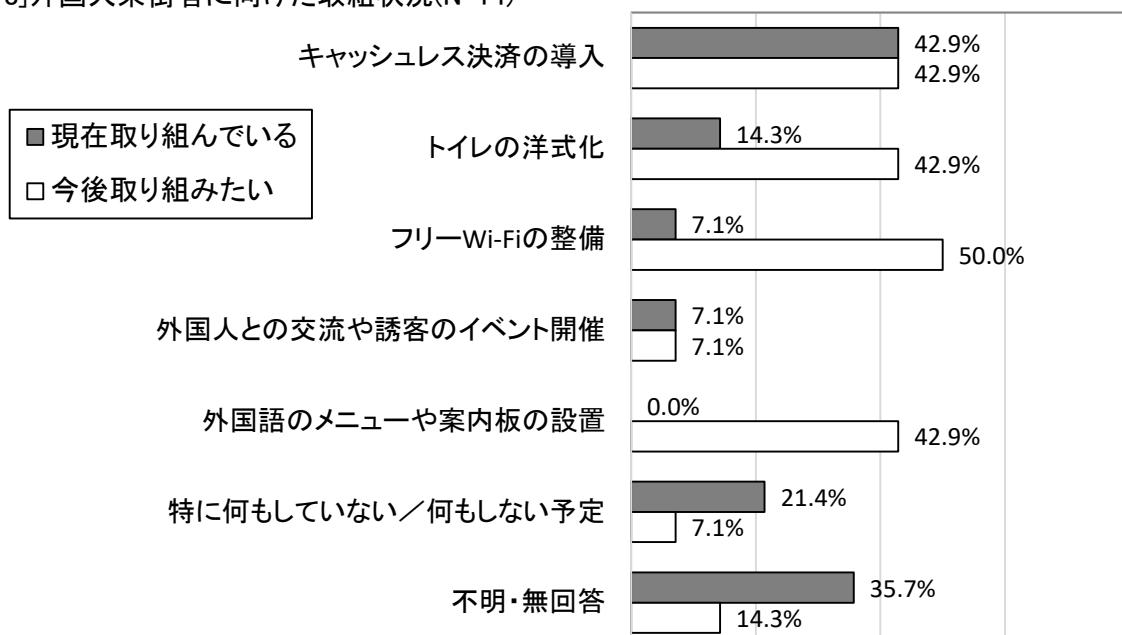


問 18. 外国人来街者向けの取組

- * 現在取り組んでいる内容としては、「キャッシュレス決済の導入」が 42.9%と最も多い。他の取組については回答が少なく、無回答や、「特に何もしていない」(21.4%)と回答する商店街が多く見られ、積極的に取り組んでいる商店街の少ないことがこのことから伺われる。
- * 今後取り組みたい内容としては、「フリーWi-Fiの整備」が 50.0%と最も多く、次いで、「キャッシュレス決済の導入」や「トイレの洋式化」、「外国語のメニューや案内板の設置」(ともに 42.9%)と続き、取組ニーズの多岐にわたることがこのことから伺われる。

外国人来街者に向けた取組状況	【現在取り組んでいる】		【今後取り組みたい】	
	回答数	構成比	回答数	構成比
キャッシュレス決済の導入	6	42.9%	6	42.9%
トイレの洋式化	2	14.3%	6	42.9%
フリーWi-Fiの整備	1	7.1%	7	50.0%
外国人との交流や誘客のイベント開催	1	7.1%	1	7.1%
外国語のメニューや案内板の設置	0	0.0%	6	42.9%
特に何もしていない／何もしない予定	3	21.4%	1	7.1%
不明・無回答	5	35.7%	2	14.3%

[問18]外国人来街者に向けた取組状況(N=14)

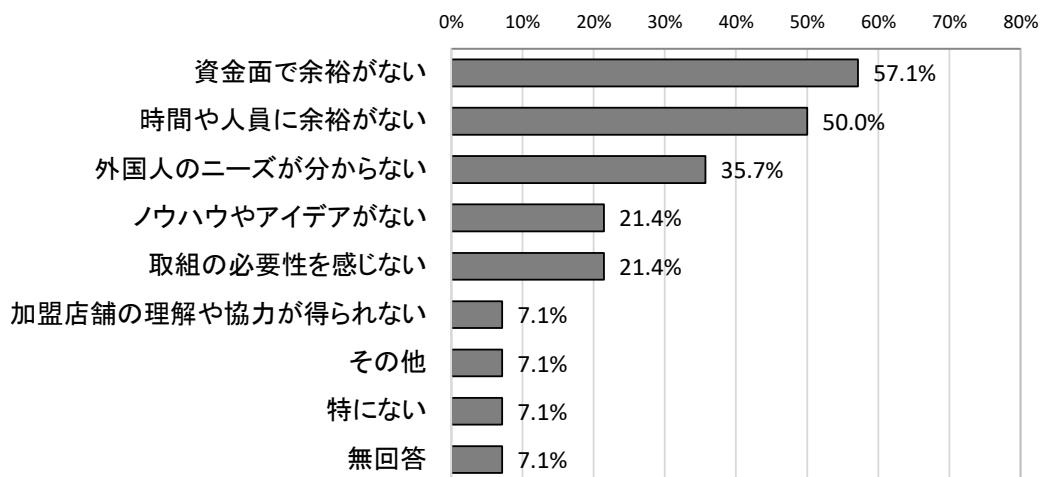


問19. 外国人来街者に向けた取組を進めるにあたって、課題となること

* 「資金面で余裕がない」が 57.1%と最も多く、次いで「時間や人員に余裕がない」(50.0%)、「外国人のニーズが分からぬ」(35.7%)と続く。

【外国人来街者への取組に当たっての課題】	回答数	構成比
資金面で余裕がない	8	57.1%
時間や人員に余裕がない	7	50.0%
外国人のニーズが分からぬ	5	35.7%
ノウハウやアイデアがない	3	21.4%
取組の必要性を感じない	3	21.4%
加盟店舗の理解や協力が得られない	1	7.1%
その他	1	7.1%
特になし	1	7.1%
無回答	1	7.1%

[問19]外国人来街者への取組に当たっての課題(N=14)



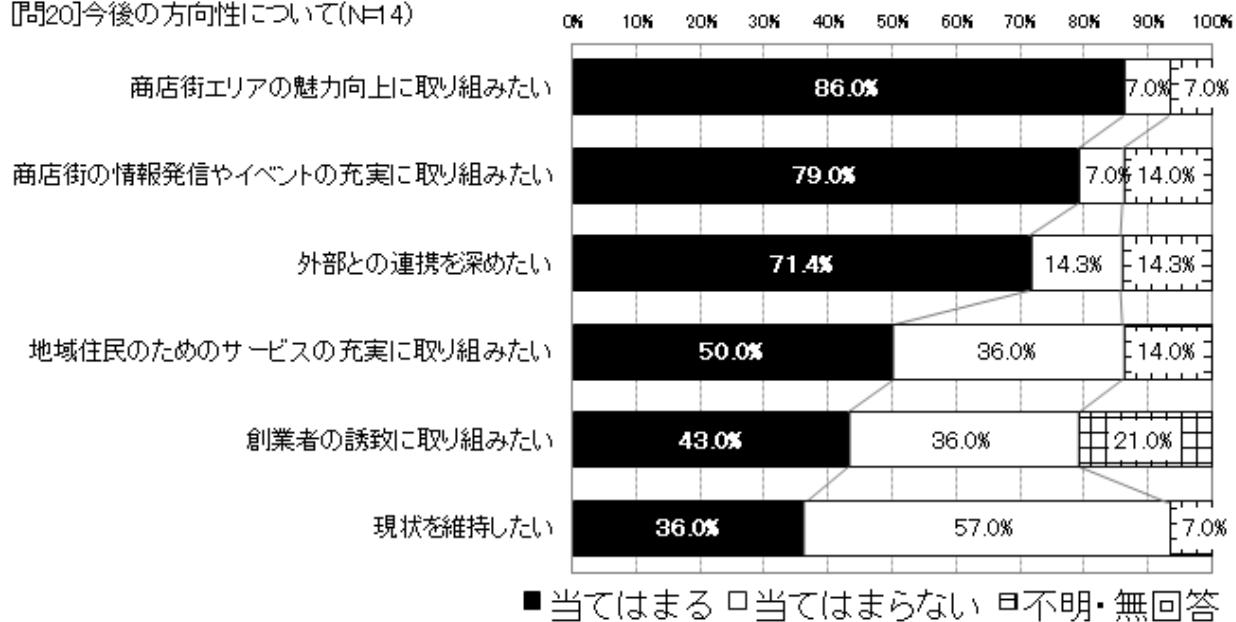
F. 今後の商店街振興について

問 20. 商店街が目指す今後の方向性とは

- * 「当てはまる」への回答が多かった項目は、「商店街エリアの魅力向上に取り組みたい」(86.0%)、「商店街の情報発信やイベントの充実に取り組みたい」(79.0%)、「地域住民のためのサービスの充実に取り組みたい」(71.4%)の3点で、70%以上を占めており、取組ニーズが高いものと考えられる。
- * 一方、「現状を維持したい」は、「当てはまらない」への回答が57.0%と過半数を占めており、現状に満足していない商店街の多いことがこのことから伺われる。

今後の方向性について	<当てはまる>		<当てはまらない>		<不明・無回答>	
	回答数	構成比	回答数	構成比	回答数	構成比
商店街エリアの魅力向上に取り組みたい	12	86.0%	1	7.0%	1	7.0%
商店街の情報発信やイベントの充実に取り組みたい	11	79.0%	1	7.0%	2	14.0%
地域住民のためのサービスの充実に取り組みたい	10	71.4%	2	14.3%	2	14.3%
創業者の誘致に取り組みたい	7	50.0%	5	36.0%	2	14.0%
外部との連携を深めたい	6	43.0%	5	36.0%	3	21.0%
現状を維持したい	5	36.0%	8	57.0%	1	7.0%

問20]今後の方向性について(N=14)

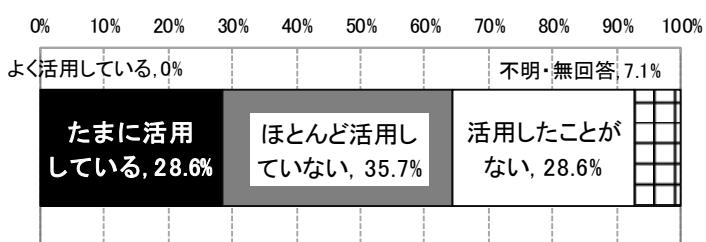


問21. 「あい・きやっち」の活用状況

* 「ほとんど活用していない」が 35.7%、「活用したことがない」が 28.6%をそれぞれ占めており、活用頻度の高くない商店街の多いことがこのことから伺われる。

【「あい・きやっち」の活用状況】	回答数	構成比
よく活用している	0	0.0%
たまに活用している	4	28.6%
ほとんど活用していない	5	35.7%
活用したことがない	4	28.6%
不明・無回答	1	7.1%

[問21]「あい・きやっち」の活用状況 (N=14)

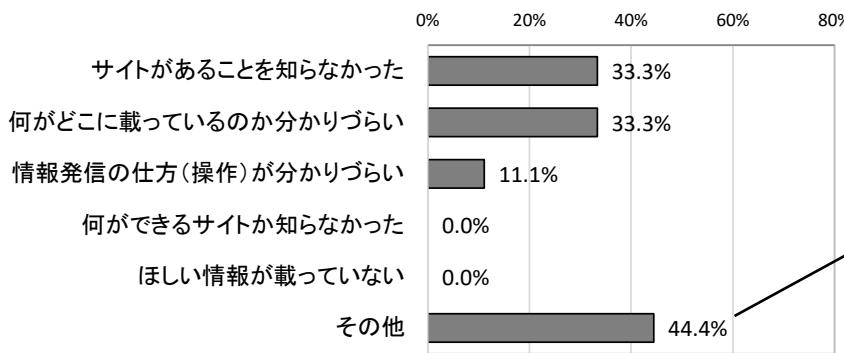


問22. 「あい・きやっち」を活用していない理由

* 「サイトがあることを知らなかつた」や「何がどこに載っているのか分かりづらい」(ともに 33.3%)といった情報発信についてあまり認知されていないことと、その他の回答として、「内容が古い」「閉店している店舗が削除されていない」といった更新頻度の低さを指摘する商店街が複数見られた。

【「あい・きやっち」を活用しない理由】	回答数	構成比
サイトがあることを知らなかつた	3	33.3%
何がどこに載っているのか分かりづらい	3	33.3%
情報発信の仕方(操作)が分かりづらい	1	11.1%
何ができるサイトか知らなかつた	0	0.0%
ほしい情報が載っていない	0	0.0%
その他	4	44.4%

[問22]「あい・きやっち」を活用しない理由(N=9)



※他の内容:
○(検索しても)なかなか出てこない
○ホームページは見ない。情報発信ツールとしては古くなり、やめ時では?
○知らない店舗が多い。閉店している店が存在しているなど、内容が古い。
○閉店している店舗情報が削除されていない。更新もされていない。削除するシステム?も知らない。

問 23. 今後の商店街振興などに関するご意見等

- * まず、商店主の高齢化や加盟店減少等により組合活動の継続が難しいという指摘が見られた。
- * また、空き店舗活用や集客力ある店舗の誘致、マンション建替需要への対応など、店舗減少による商店街衰退への対策に向けた意見も見られる。
- * その他の市へ要望としては、店舗売上に繋がるイベントの模索、市からの積極的な連携・利用などが見られた。

【回答例】

組合活動の継続が 難しい	何をするにも人員が必要になるが、アルバイトの店長や、店舗責任者がほぼ不在が多く商店街の活動に協力を得る事ができる人員を確保する事が非常に困難。 また、商店街に加入してもらえない店舗の取扱いに困っている。
	商店街で商売しながら組合加入しない店舗が多数存在している(特にチェーン店等)と商店会が維持できなくなる。何らかの対策を望む。
	他の歴史ある商店街の組織が旧態依然としており、古い会員だけで運営されている様に見えて、新しい会員が要望・意見を述べても返答もない。商店会の存在に疑問を感じ、辞めたいという意見も聞く。商店街の意思決定のプロセスの見える化が必要だと考えている。
店舗の減少などに による商店街衰退へ の対策	茨木市駅近辺では現在のところ空き店舗は少ないと思うが、商店主の高齢化、跡継ぎ不在など衰退する商店街に共通の課題がある。商店主が今後の店舗利用をどう考えているのか、市で商店主等と面談し、後の不動産活用をどう考えているのかを含めて調査頂きたい。
	集客力ある話題の店舗の誘致などは商店街では無理な為(各店の仕事が優先)、商工労政課の方々にお力を貸していただきたいと思っております。
	商店をマンションに建て替えられてしまうと、現在の商店面積が確保できなくなる。 例えば、マンションに建て替える際には、1階は商店を設置義務にするよう規制する、または、1階部分に店舗を設置しない場合は固定資産税を割増しするなどの大胆な対策が望まれる。 商店街が活性化すれば土地の下落率も少なくなり、地価が上昇または安定するのではないか。
店舗売上に繋がる イベントの模索	商店会が助成金を得て行うイベントの多くは、将来の売上につながる新規客の獲得に繋がる取組ができていない。ジャズクラシックフェスティバルなど、他のイベントと共に催す事により、相乗効果を得ることができないか思案している。助成金の在り方も同じく模索して頂きたい。
市からの積極的な 連携・利用	市の各部署に連携策を考えて頂きたい。また、市職員に商店街の利用を促進して頂きたい。