

II. 経営実態調査

II 経営実態調査

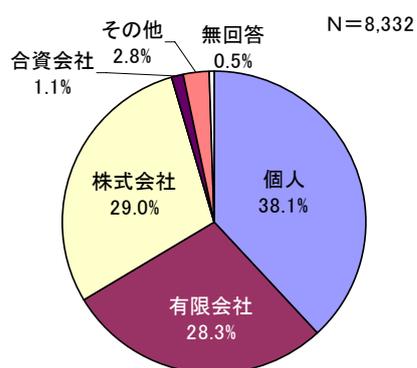
第1章. 個店の属性

1. 個店の概要

(1) 組織形態

個店の組織形態としては、個人が38.1%、株式会社が29.0%、有限会社が28.3%と続き、上位3つの形態で全体の大部分を占めている。

図表 25 個店の組織形態

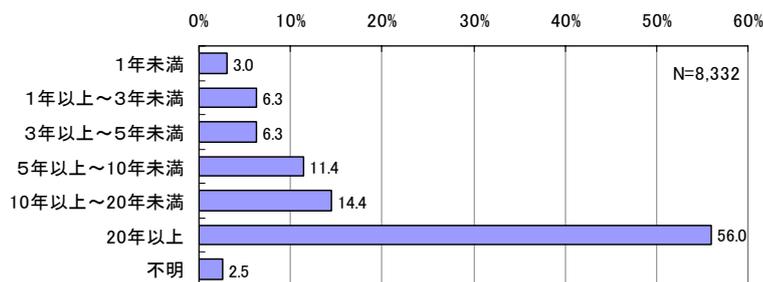


(2) 営業年数

個店の営業年数は、「20年以上」が56.0%と最も多い。

次いで「10年以上～20年未満」が14.4%となっており、両者を合わせると、営業年数が10年以上となる個店は全体の70.4%となっている。

図表 26 営業年数

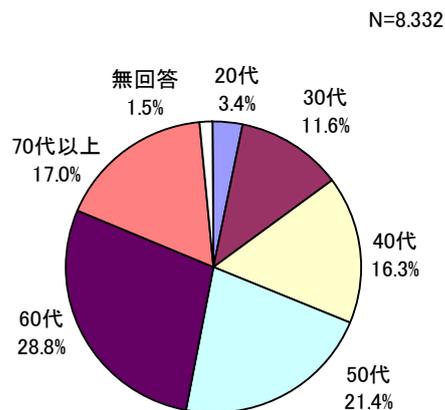


(3) 経営者の年齢

経営者の年齢は、「60代」が28.8%と最も多く、60代以上（「60代」、「70代以上」）（17.0%）の合計が、45.8%を占めている。

一方、30代以下（「20代」（3.4%）、「30代」（11.6%）の合計）は、15.0%となっている。

図表 27 経営者の年齢

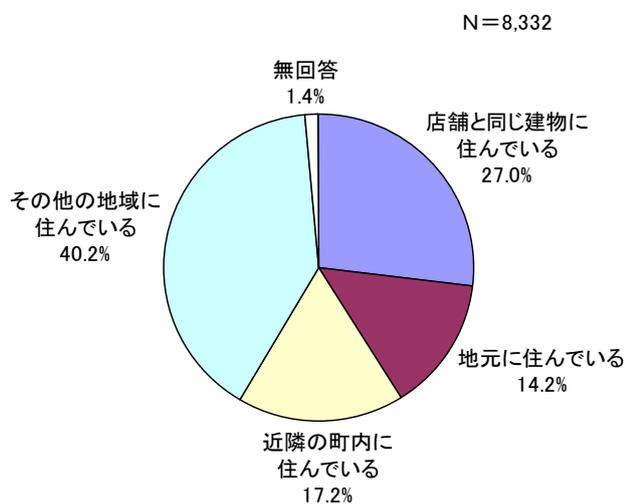


(4) 経営者の居住地

経営者の居住地は、「店舗と同じ建物に住んでいる」が27.0%、「地元に住んでいる（店舗から徒歩5分以内）」が14.2%となっている。また、「近隣の町内に住んでいる（店舗から徒歩20分以内）」が17.2%となっており、全体の58.4%は地元もしくは近隣に居住している。

一方、「その他の地域に住んでいる」経営者も40.2%となっている。

図表 28 経営者の居住地



2. 従業員・後継者の状況

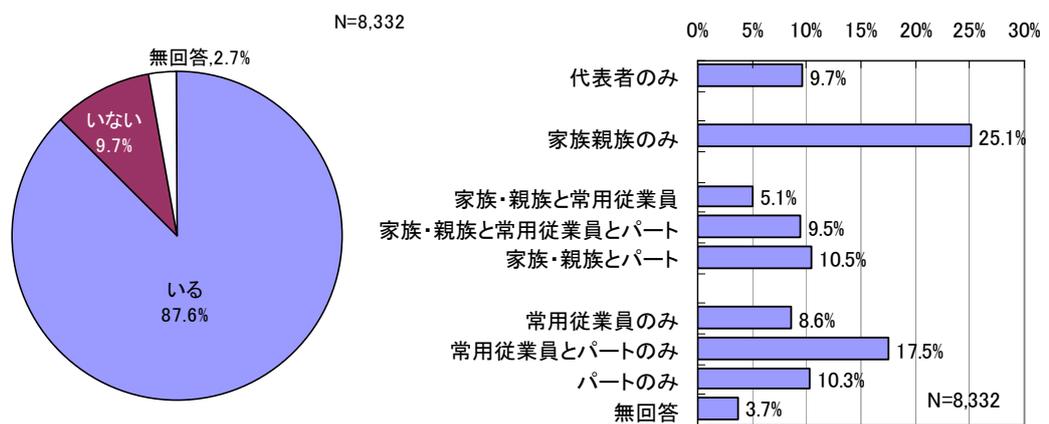
(1) 従業員

個店の従業員については、全体の87.6%が代表者以外の従業員がいる。

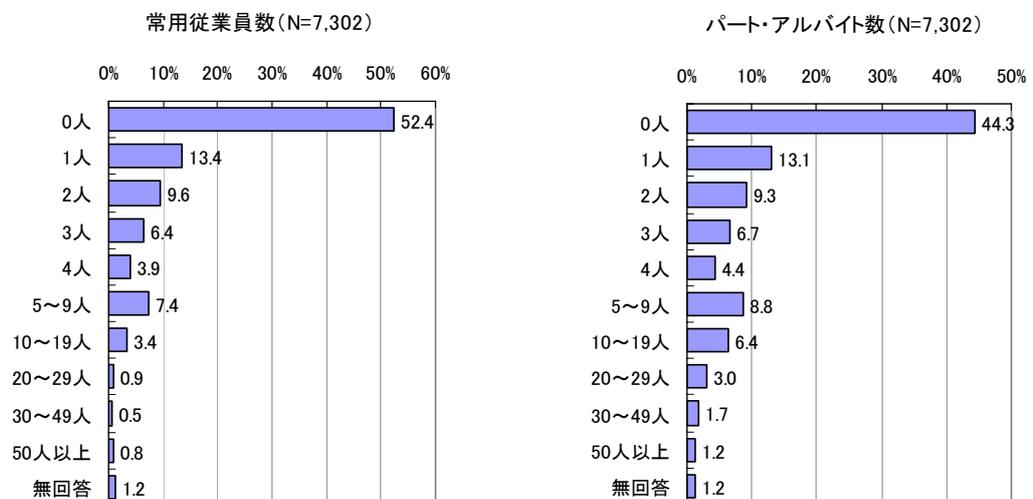
個店の従業員の構成をみると、「家族親族のみ」が25.1%となっており、「代表者以外の従業員はいない（代表者のみ）」(9.7%)と回答した個店と合わせ、全体の34.8%がいわゆる“家族経営”の形態を取っている。

また従業員の規模については、常用従業員（「0人」(52.4%)、「1人」(13.4%)の合計）パート・アルバイト（「0人」(44.3%)、「1人」(13.1%)の合計）ともに1人以下が過半数となっている。

図表 29 代表者以外の従業員の有無と従業員構成



図表 30 常用従業員、パート・アルバイトの人員規模

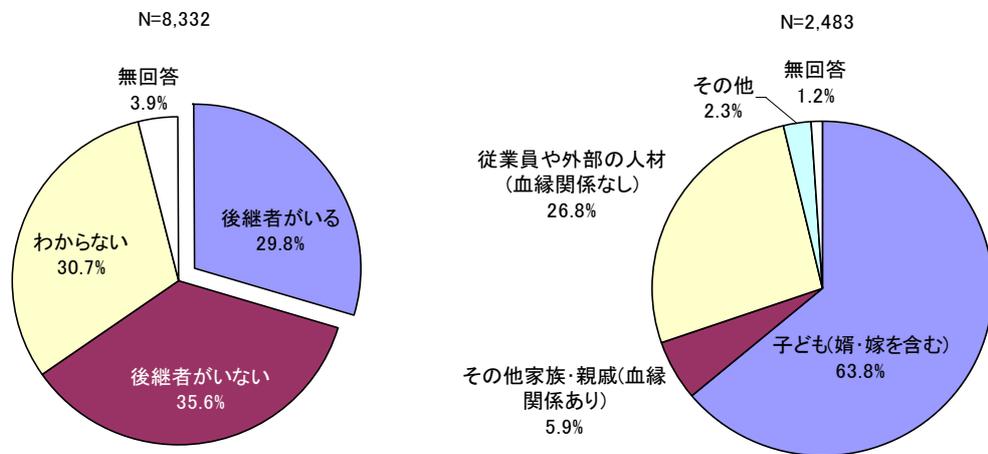


(2) 後継者

後継者がいる個店は全体の29.8%となっている。

「後継者がいる」と回答した個店が想定している後継者像については、63.8%が「子ども(婿・嫁を含む)」であることに加え、「その他家族・親戚(血縁関係あり)」が5.9%で、全体の69.7%が家族・親戚となっている。一方で、従業員や外部からの人材は26.8%となっている。

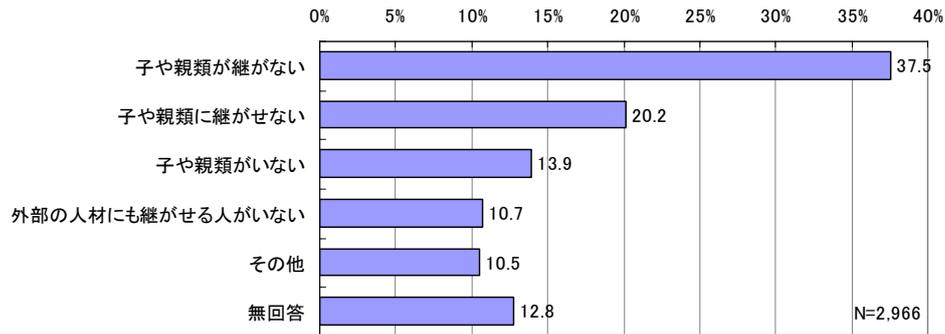
図表 31 後継者の有無(左)と後継者像(右)



(3) 後継者の不在理由と後継者不在店舗の展望

「後継者がいない」と回答した個店に、その理由をたずねたところ、「子や親類が継がない」(37.5%)、「子や親類に継がせない」(20.2%)となっている。

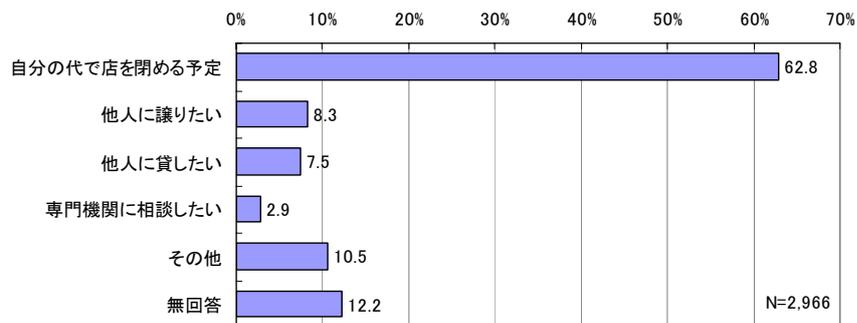
図表 32 後継者不在の理由 (複数回答)



また、「後継者がいない」と回答した個店に、今後についての考えをたずねたところ、「自分の代で店を閉める予定」と回答した個店が62.8%となっている。

一方、「他人に譲りたい」(8.3%)、「他人に貸したい」(7.5%)、「専門機関に相談したい」(2.9%)と考えている個店もある。

図表 33 後継者不在店舗の今後について (複数回答)



第2章. 個店の経営状況

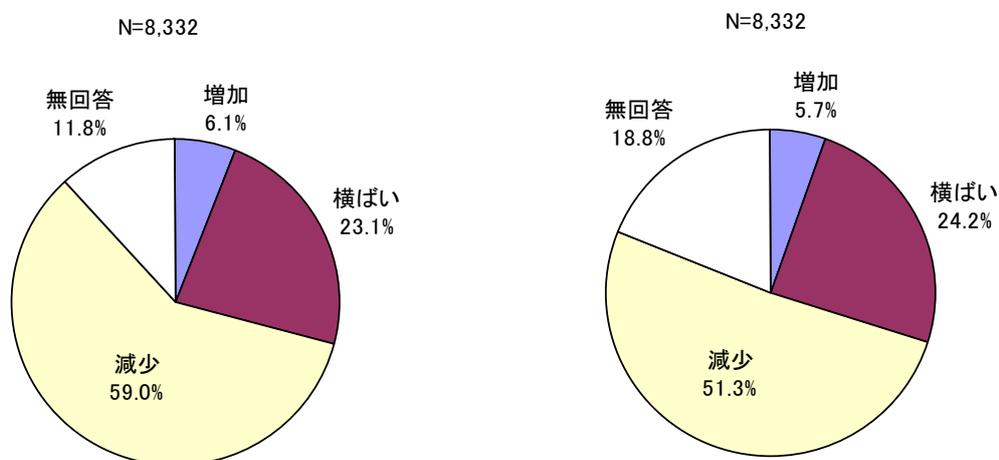
1. 個店の業況

(1) 売上げおよび来店客数

2～3年前と比較した現在の売上げについては、59.0%の個店が「減少」、23.1%の個店が「横ばい」と回答している。一方、「増加」したと回答した個店は、6.1%となっている。

2～3年前と比較した現在の来店客数については、売上げとほぼ同様の傾向で、「減少」が51.3%、「横ばい」が24.2%で、「増加」は5.7%に留まる。

図表 34 2～3年前と比較した売上げ（左）と来店客数（右）



2. 顧客および販促活動

(1) 顧客層

現在の個店の主要顧客として最も多いゾーンは、「40～50代女性客」の21.1%で、「中高年男性客」（15.9%）、「60代以上の女性客」（14.8%）と続く。

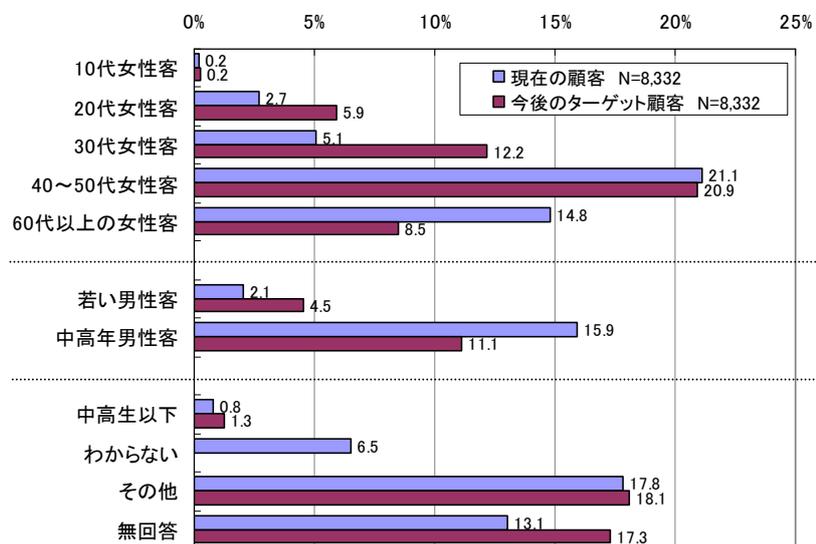
この3つのゾーンの合計は51.8%となり、中高年層が全体の過半数となる。

今後の主なターゲット顧客として最も多いゾーンは、「40～50代女性客」の20.9%である。

また、現在の主な顧客層と比較して減少したのは中高年層で、「60代以上の女性客」（「現在」14.8%、「今後」8.5%）で6.3ポイント減少、「中高年男性客」（「現在」15.9%、「今後」11.1%）で4.8ポイント減少となっている。

一方、増加した層は、「30代女性客」（「現在」5.1%、「今後」12.2%）で7.1ポイント増加、「20代女性」（「現在」2.7%、「今後」5.9%）で3.2ポイント増加、「若い男性客」（「現在」2.1%、「今後」4.5%）で2.4ポイント増加と、いずれも若い世代となっている。

図表 35 現在の主要顧客と今後のターゲット顧客

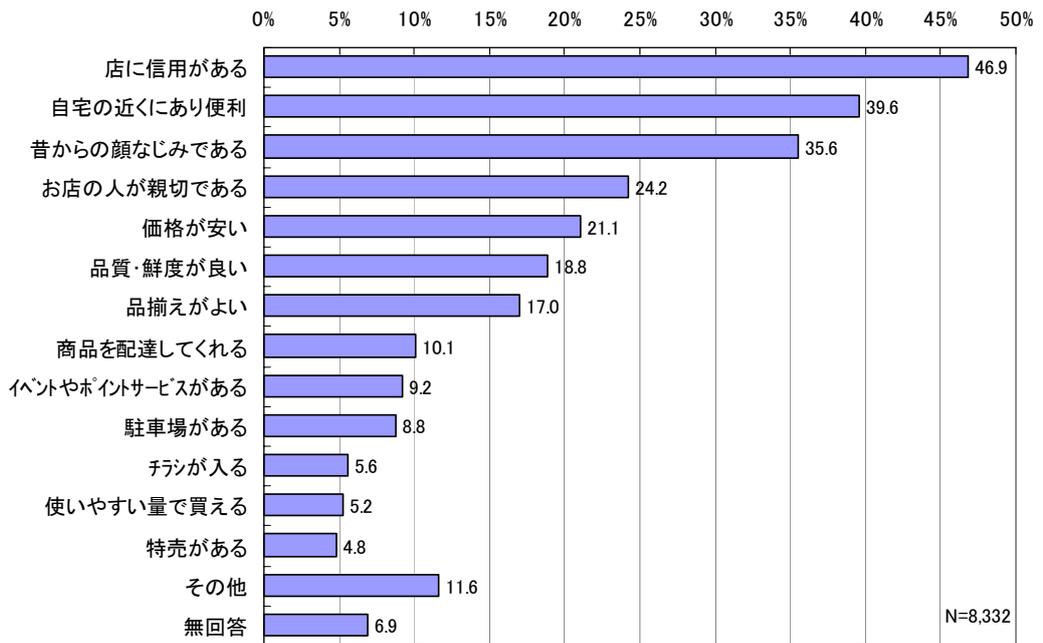


※ 今後のターゲット顧客については、「わからない」に関する選択肢がなかったため、本グラフでの比較は行っていない。

(2) 個店が考える顧客の利用理由

個店が考える自店舗への来店理由としては「店に信用がある」が最も多く 46.9%で、次いで「自宅の近くにあり便利」(39.6%)、「昔からの顔なじみである」(35.6%)となっている。

図表 36 個店が考える顧客の利用理由 (複数回答)



(3) 現在の販促活動

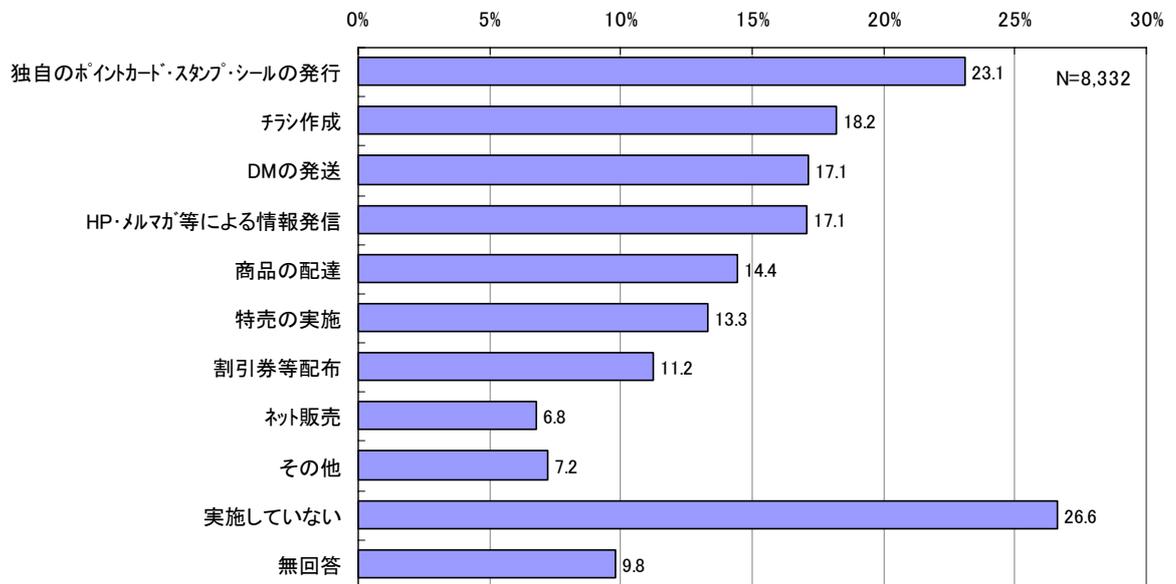
現在、独自に行っている販促活動については、「独自のポイントカード・スタンプ・シールの発行」(23.1%)が最も多く、次いで「チラシ作成」(18.2%)となっている。

情報発信に関する販促活動としては、チラシ作成(18.2%)以外は、「DMの発送」(17.1%)、「HP・メルマガ等による情報発信」(17.1%)となっている。

価格に関連した販促活動としては、ポイントカード等の発行(23.1%)以外は、全体的に情報発信に比べ低く、「特売の実施」(13.3%)、「割引券等配布」(11.2%)となっている。

一方で、独自の販促活動は「実施していない」という回答も、26.6%ある。

図表 37 現在の販促活動（複数回答）



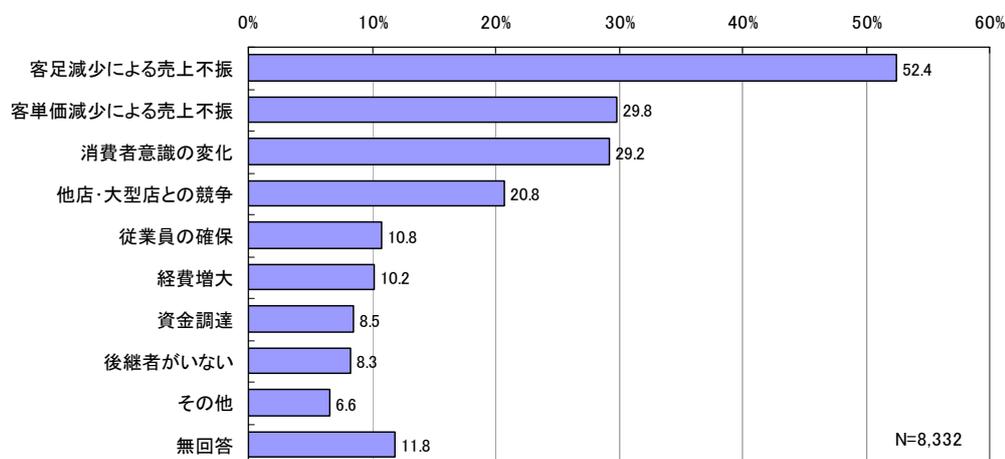
3. 経営上の問題点と今後の方向性

(1) 経営上の問題点

経営上の問題として最も多くあげられたのは、売上の不振で、「客足減少による売上不振」が52.4%、「客単価減少による売上不振」が29.8%となっている。このほか「消費者意識の変化」(29.2%)や「他店・大型店との競争」(20.8%)など、外部的な要因からくる課題が上位にあげられている。

また、「従業員の確保」(10.8%)や「経費増大」(10.2%)、「資金調達」(8.5%)、などの内部的な要因からくる課題についても1割程度が抱えている。

図表 38 経営上の問題点（複数回答）

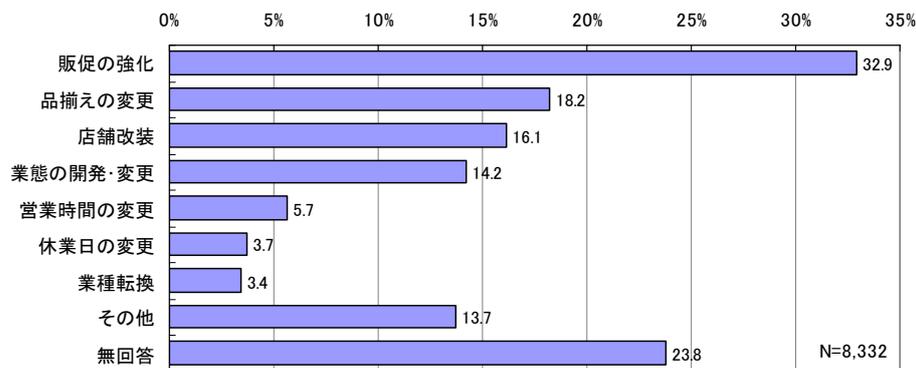


(2) 今後の経営方針

今後の経営方針としては、「販促の強化」(32.9%)が最も多く、続く「品揃えの変更」(18.2%)以下を大きく引き離している。

一方で、「店舗改装」(16.1%)、「業態の開発・変更」(14.2%)など、個店にとって大きな負担を伴う方針をあげた個店も存在する。

図表 39 今後の経営方針（複数回答）



第3章 商店街活動

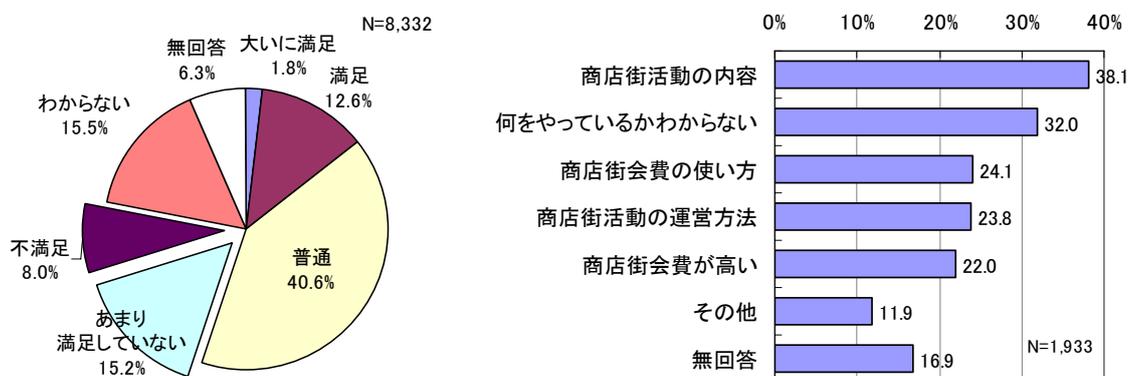
1. 商店街活動の現状

(1) 商店街活動の満足度と不満理由

商店街活動については、「普通」が40.6%を占めるものの、「不満」とする個店は23.2%（「あまり満足していない」(15.2%)、「不満足」(8.0%)の合計）で、「満足」とする個店の14.4%（「満足」(12.6%)、「大いに満足」(1.8%)の合計）を8.8ポイント上回っている。

「不満」とする理由として最も多いのは、「商店街活動の内容」(38.1%)と、「何をやっているかわからない」(32.0%)が高い割合を示しているが、ほかの項目については、大きな差がない。

図表 40 商店街活動の満足度（左）と商店街活動の満足していない点（複数回答）

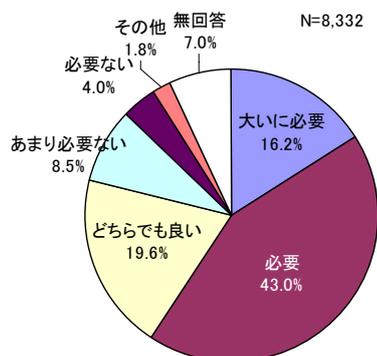


(2) 商店街活動の必要性

① 全体の状況

商店街活動の必要性については、「必要」と考えている個店は59.2%（「大いに必要」(16.2%)、「必要」(43.0%)の合計）で、「必要ない」の12.5%（「あまり必要ない」(8.5%)、「必要ない」(4.0%)の合計）を46.7ポイント上回っている。商店街活動の必要性を感じている個店が非常に多いことがわかる。

図表 41 商店街活動の必要性

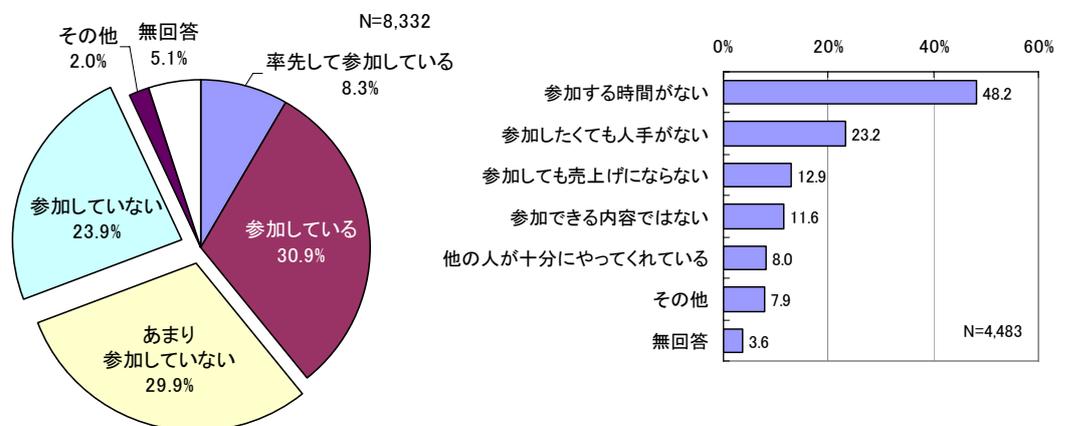


(3) 商店街活動への参加状況

商店街活動への参加状況については、「不参加」の53.8%（「あまり参加していない」(29.9%)、「参加していない」(23.9%)の合計）が、「参加」の39.2%（「率先して参加している」(8.3%)、「参加している」(30.9%)の合計）を14.6ポイント上回っている。

「不参加」の理由については、「参加する時間がない」の48.2%が最も多く、続く「参加したくても人手がない」(23.2%)の2倍以上となっている。

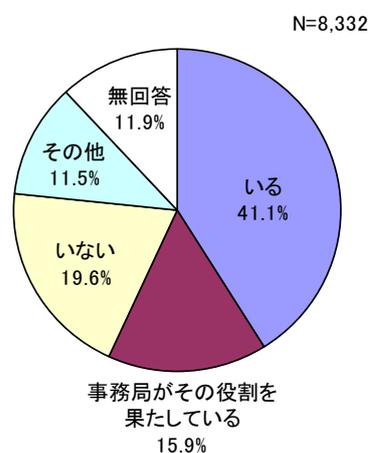
図表 42 商店街活動への参加状況（右）と活動に参加していない理由（左／複数回答）



(4) 商店街を牽引する人材

商店街を牽引する人材については、「いる」(41.1%)、「事務局がその役割を果たしている」(15.9%)を合わせて、57.0%の個店が、商店街を牽引する人材が存在すると回答している。

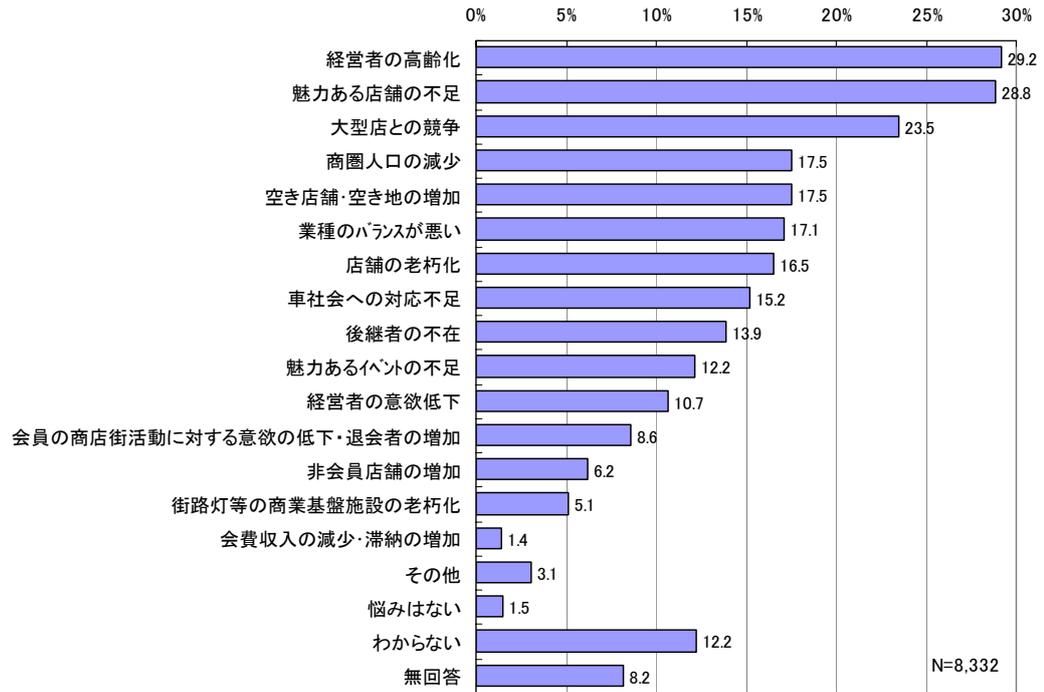
図表 43 商店街を牽引する人材



(5) 個店からみた商店街の課題

個店からみた商店街の課題として、「経営者の高齢化」(29.2%)が最も多く、「魅力ある店舗の不足」(28.8%)、「大型店との競争」(23.5%)と続いた。

図表 44 個店からみた商店街の課題 (複数回答)

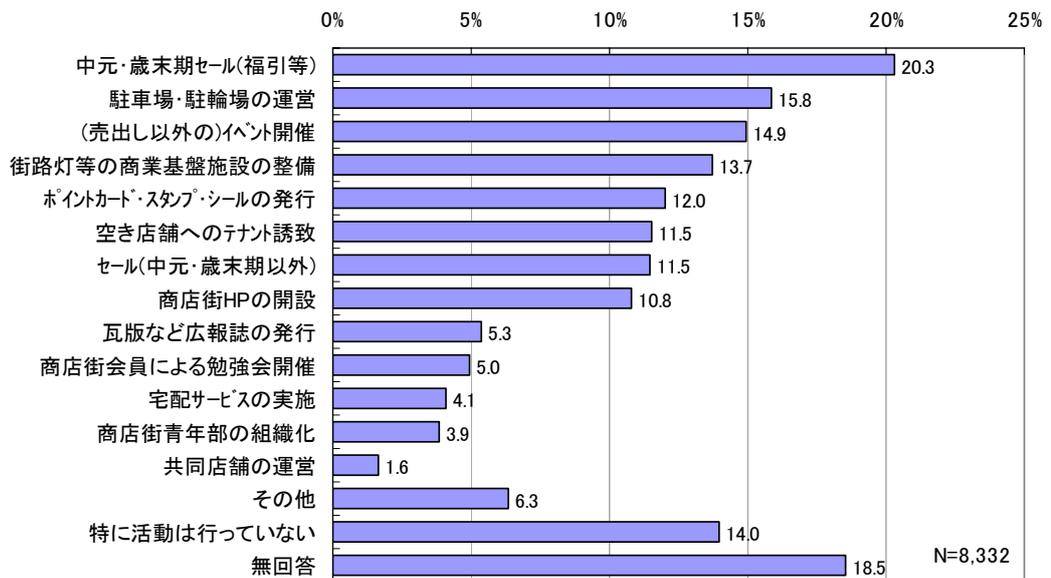


2. 商店街の取り組むべき方向性

(1) 個店にとって有効な商店街活動

個店にとって有効と考える現在の商店街活動としては、「中元・歳末期セール」(20.3%)が最も多く、次いで「駐車場・駐輪場の運営」(15.8%)、「(売出し以外の)イベント開催」(14.9%)となっている。

図表 45 個店にとって有効な商店街活動（複数回答）



(2) 個店からみた商店街が取り組むべき事項

個店からみた今後商店街が取り組むべき事項としては、「消費者ニーズに適した店舗誘致」(25.2%)が最も多く、次いで「駐車・駐輪場の整備」(22.2%)、「街全体の再開発」(20.3%)、「商店街施設の改善」(15.1%)、「集客力のある公共施設等の誘致・建設」(13.6%)となるなど、公共の関与が必要なハード整備事業や、外部の新たな活力に期待する事項が上位にあがっている。

販促活動や情報発信に関する事項については、「情報誌・ミニコミ誌発行」が5.8%、「共同売り出し」が5.7%、「ポイントカード・スタンプ事業」が5.3%となっている。

また地域コミュニティ形成に関する事項については、「宅配・交流施設など高齢者対策」が8.5%、「子育て支援」が3.3%となっている。

図表 46 個店からみた商店街が取り組むべき事項（複数回答）

