

小売経営者の実態と意識調査

The Research of Present Condition and Consciousness of Retail Manager

城 田 吉 孝
Yoshitaka SHIROTA

小売業者を取り巻く環境は厳しくなっている。ダイエーは業績不振による再建中、大型店「そごう」の閉鎖、松坂屋四日市店（三重県四日市市）の閉鎖、マイカルの倒産などがある。大型店の生き残り戦略もさることながら、商業統計に見られるように、小規模小売店の減少傾向が続いている。大型店の閉鎖、中小小売業の減少により中心市街地の空洞化が社会問題となっている。

街は地域の小売商業が住民の暮らしを支える生活基盤であり、地域住民は街づくりに参加することにより、住みよい街・独自性のある街を構築することができる。街づくりに当たっては行政が商業者と住民を支援することは言うまでもないことである。

愛知県稲沢市^{注1)}の国府宮商店街においては中小小売経営者が商店街競争力強化と活性化のために小売経営者の実態と意識について調査した。

調査内容は経営実態、商店街発展に関わる項目である

キーワード：小売経営者、経営者の年齢、後継者の育成、現状評価、アンケート調査

retail managers, ages of retail managers, training of successors,

evaluation of present condition, research by question naire

はじめに

現在わが国における商業環境は厳しい。1999年の商業統計によれば、小売業の商店数は140万6905店、97年調査に比べて7.5%減少している。規模別では従業員数4人以下の小規模店の減少が激しく、11.8%減少している。しかし、50人以下の大規模店は19.9%増となっている。従業員数は802万9377人で97年調査に比べ2.6%上回っている。年間販売額は143兆8461億8600万円で97年調査に比べ8.0%の減少である。さらにコンビニエンスストアの成長も鈍化している。^{注2)}

商業政策は大規模小売店舗立地法の施行（2000年6月）により地域社会の生活環境への配慮が求められた。百貨店「そごう」の閉店等に見られる中心市街地の空洞化問題の対策として中心市街地活性化法（1998年7月施行）、改正都市計画法（1998年11月施

行）これらはいわゆる「街づくり3法」として商業施設への経済的規制から、都市機能・街づくりの支援としてその機能を果たすことになっている。こうした商業環境変化に対応して中小小売業が発展していくためには、個店は量の側面（店舗面積）より質の側面（面積当りの売上高）を高めることが重要である。店舗の改装、品揃えの工夫に取組む必要がある。そのため商店街ではハード（駐車場整備等）とソフト（イベント事業等）の対応策を組み合わせることにより商店街の活性化の対策をとることが要請されている。

全国の商店街問題は平成12年度の「商店街実態報告書」^{注3)}によると、(1)魅力ある店舗が少ない（72.8%）、(2)大規模店に客足をとられる（72.3%）、(3)商業者の参加意識が薄い（65.0%）、(4)後継者難（61.6%）、(5)大規模店に押され気味（58.8%）、(6)商圈人口の減少

(56.5%), (7)駐車場がない (54.0%) となっている。愛知県稲沢市の国府宮商店街でも同様の問題が存在している。

そこで国府宮商店街が「商店街競争力強化支援事業」^{注4)}の基本構想を策定し国府宮商店街を活性化して、住みよい街にするための資料を得るため国府宮商店街の小売経営者と消費者に対して買物に関するアンケート調査を実施することになった。

本稿は小売経営者を対象に実施した集計結果の中間報告である。消費者の調査が完了すれば、別の機会を得て愛知県稲沢市の国府宮地域の小売商業者と生活者（消費者）の関係から国府宮地域の街としてのイメージやコンセプトについて検討することにする。

稲沢市の商業の概要は1999年（平成11年度）商業統計調査によれば小売業の商店数は897店、従業員数は5,818人、年間販売額は1,035億6,600万円である。これは前回9年調査に比べ商店数（5.2%減）は減少したものの、従業員数（8.2%増）、年間販売額（7.5%減）は前回につづき増加している。

稲沢市小売業種別商店数の総数は897店である。その内訳は各種商品小売業2、織物・衣服・身回品小売業107、飲食料品小売業286、自動車・自転車小売業

72、家具・家庭機器小売業98、その他の小売業332である。従業員数は5,818人で前回9年調査に比べ、441人（8.2%）の増加である。特に飲食料品小売業の19%の増加が著しい。年間販売額は前回9年調査に比べ7.5%増加している。業種別では家具・什器・家庭用機械機具小売業が69.7%、飲食料品小売業が27.6%と増加している。^{注5)}

I. 調査企画の概要

- (1) 調査の目的：中小小売経営者の実態と意識を把握し、商店街活性化と街づくりの策定のため
- (2) 調査対象者：愛知県稲沢市内の商業経営者（国府宮商店街協同組合の加入者・非加入者）200名
- (3) 調査方法：郵送調査法
- (4) 調査時期：2001年10月
- (5) 標本数と回収状況：標本数は国府宮商店街組合の商業経営者200名である。有効回答数は88票となった。従って回収率は44%である。
- (6) 調査内容：
 - A. 経営実態：Q1-14
 - B. 経営特性：Q15-20
 - C. 商店街発展にかかわる項目：Q21-25

II. 調査結果要旨

1. 国府宮商店街の業種構成

表 1

各種商品小売業	7
織物・衣服・身回品小売業	2
飲食料品小売業	10
書籍文具小売業	2
自動車・自転車小売業	3
家具・家庭機器小売業	1
飲食業 飲食店 18 喫茶店 3 一品料理・居酒屋 2	23
サービス業 写真・DPE 2 理・美容院 11	13
非商店 不動産業 3 学習塾 2	5
その他	21
無回答	1
合計	88

最寄品小売業 (23.9%)

買回品小売業 (4.5%)

飲食業 (26%)

サービス業 (14.8%)

その他 (30.7%)

表1にまとめた、今回調査の国府宮商店街の業種別構成は最寄品小売業は23.9%、買回品小売業が4.5%、飲食業が26%、サービス業が14.8%、その他が30.7%である。構成では、飲食業が26%と多く、次いで最寄品小売業23.9%、サービス業14.8%、買回品小売業4.5%となっており、いわゆる地域型商店街である。

2. 経営実態

表2は、営業年数をあらわしたものである。これを見ると30年未満が57件（64.7%）、30年以上が29件（33.0%）となっており、30年未満が多くなっている。

図表1は営業年数と後継者の関係を示したものである。営業年数20年未満が「後継者を育成していない」割合が52%と高く、20年から29年では「子弟を後継者として育成している」が41%、「従業員を後継者として育成している」が11%となっており、「後継者を育成

していない」割合を上回っている。30年以上では、「子弟を後継者として育成している」と「従業員を後継者として育成している」で44%となっており、「後継者を育成していない」との割合がほぼ同数の45%となっている。

表3の店舗面積では、20坪以下61.4%、21坪以上が37.4%となっており、店舗規模は小規模であることがわかる。

表2 営業年数

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	5年未満	7	8.0
2	5年以上	6	6.8
3	10年以上	17	19.3
4	20年以上	27	30.7
5	30年以上	17	19.3
6	40年以上	12	13.6
	無回答	2	2.3
	サンプル数	88	100

表3 店舗面積

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	10坪以下	13	14.8
2	11～20坪	41	46.6
3	21～30坪	12	13.6
4	31～150坪	19	21.6
5	151～300坪	1	1.1
6	300坪以上	1	1.1
	無回答	1	1.1
	サンプル数	88	100

図表1 営業年数と後継者育成の関係

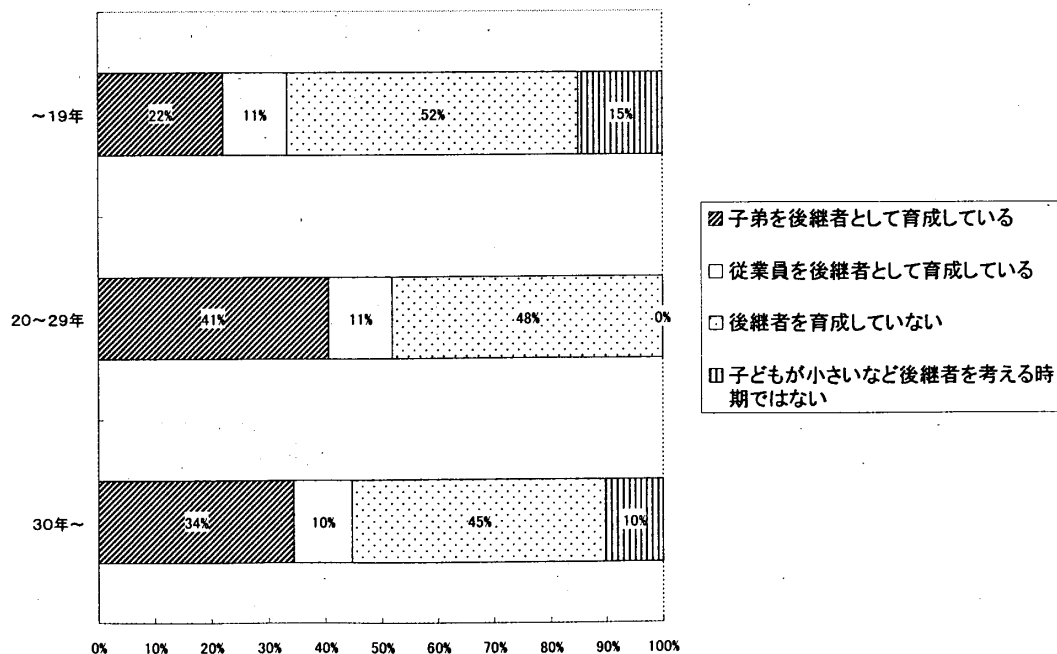


表4は来客用駐車場保有率を示したものである。駐車台数では、3台までが32.9%、4台以上が50%となっている。

表5は店舗や土地が自己の所有か借用かの結果である。これを見ると自己店舗59.1%、借店舗が34.1%となっている。自己店舗が多く占めている。

表6の店舗形態では店舗専用が51.1%を占めている。

表7の経営者の年齢では、40代未満が26.1%、50代

と60代以上がそれぞれ35.2%となっている。

経営者の年齢と(1)店舗改装、(2)将来計画、(3)商店街のイメージ、(4)組合実施の協同事業の関係をみてみることにする。

(1) 店舗改装では50歳未満が5～10年前に店舗を改装している(30%)。50代では1～2年前(29%)に、60歳以上では11年前(26%)に改装している店が多い。

(図表2)

表4 来客用駐車場

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	ない	13	14.8
2	1台	5	5.7
3	2台	12	13.6
4	3台	12	13.6
5	4台以上	44	50.0
	無回答	2	2.3
	サンプル数	88	100

表5 店舗・土地の地権

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	自己店舗	52	59.1
2	借店舗	30	34.1
3	その他	4	4.5
	無回答	2	2.3
	サンプル数	88	100

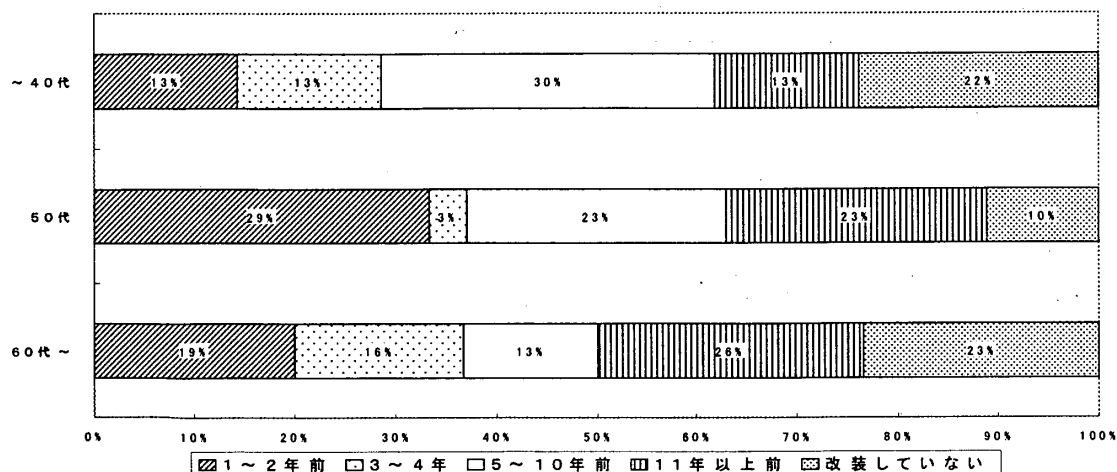
表6 店舗形態

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	店舗専用	45	51.1
2	住宅併用	38	43.2
3	その他	4	4.5
	無回答	1	1.1
	サンプル数	88	100

表7 経営者の年齢

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	20代	0	0.0
2	30代	9	10.2
3	40代	14	15.9
4	50代	31	35.2
5	60代	26	29.5
6	70代以上	5	5.7
	無回答	3	3.4
	サンプル数	88	100

図表2 年齢からみた店舗改装



(2) 将来計画では、50歳未満が営業を継続するが61%、50代では58%が、60歳以上では68%が営業を継続すると回答している。(図表3)

(3) 商店街のイメージでは、40歳未満と50歳代では「駅利用者が歩きたくなる街」を上位にあげている。60歳以上では「日常の買物に便利な親しみやすい街」に多く回答している。「文化施設が整ったカルチャーの街」

は40才未満と60代は回答がなく、50代に4件の回答があった。(表8)

(4) 組合で実施したい協同事業については、50歳未満が「街づくり会社の設置により組合ではできない専任スタッフによる街の活性化」に多く回答している。50代と60歳以上では「買物環境の整備」を上位にあげている。(表9)

図表3 年齢からみた将来計画

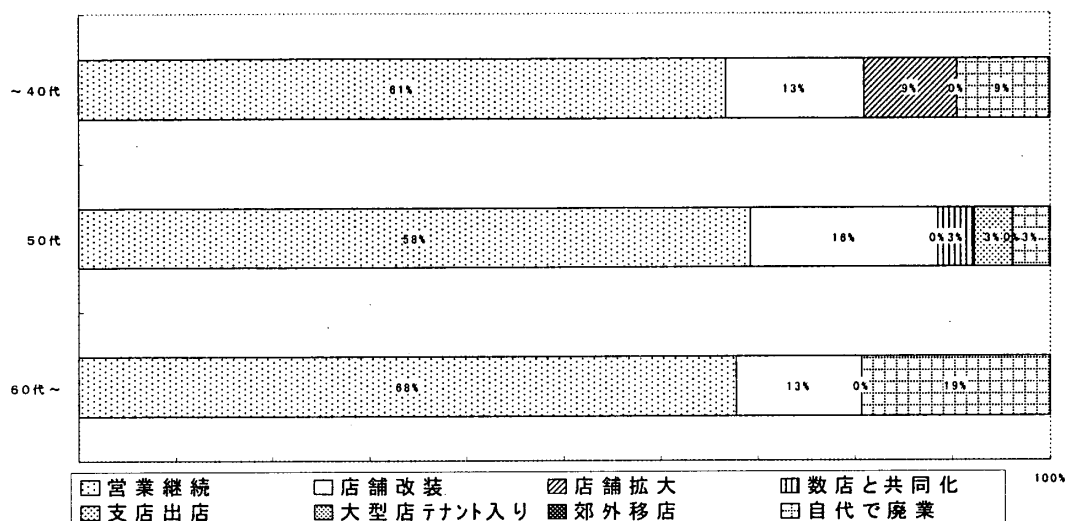


表8 商店街のイメージ

	若者が集まる活気のある街	日常の買物に便利な親しみやすい街	高級専門店が集まったハイセンスな街	同じ業種が集まった特色ある街	高齢者向けの店やサービスが整った街	飲食店街や娯楽施設が集まった賑わいの街	大型店が建ち並んだ街	多種多様な人たちが交流できるふれあいの街	いつもイベントが行われている面白い街	文化施設が整ったカルチャーの街	稲沢のシンボルである花と緑に包まれた潤いのある街	駅利用者が歩きたくなる街	その他	合計
～40代	5:12%	10:24%	3:7%	0:0%	1:2%	1:2%	1:2%	4:10%	2:5%	0:0%	1:2%	12:29%	1:2%	41
50代	8:13%	11:18%	0:0%	0:0%	2:3%	3:5%	3:5%	6:10%	1:2%	4:7%	8:13%	15:25%	0:0%	61
60代～	8:13%	15:24%	1:2%	0:0%	4:6%	4:6%	0:0%	8:13%	4:6%	0:0%	6:10%	12:19%	0:0%	62

表9 組合で実施したい協同事業

	買物環境の整備	地域住民とまちづくり懇談会の場の設置	地域の高齢者等へのサービスとして共同受注・宅配の実施	地域の消費者・生産者が気軽に集えるコミュニティ広場の設置	ITを活用した地域生活情報の受発信	まちづくり社会の設置により組合では出来ない専任スタッフによる街の活性化	その他	合計
～40代	5:19%	2:8%	4:15%	4:15%	3:12%	6:23%	2:8%	26
50代	18:36%	3:6%	2:4%	13:26%	5:10%	7:14%	2:4%	50
60代～	14:32%	1:2%	9:20%	12:27%	3:7%	5:11%	0:0%	44

表10の従業員数では5人未満が73.9%，6人～20人が20.5%，21人以上が3.4%となっている。

表11の営業時間では10時間が22.7%，11時間以上が20.5%となっている。

表12の閉店時間では，午後8時台が23.9%，午後7時台が21.6%，6時台17.0%となっている。

表13の定休日では週1日が52.3%と過半数以上を

占めている。

表14の定休曜日はウイークデーが45.5%，週末が21.6%となっている。

表15の店舗改装をみると，1～5年前に「店舗を改装した」のが33.0%，5～10年前と11年以上前に「店舗を改装した」のがともに20.5%である。「改装していない」が17.0%も占めている。

表10 従業員数

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	0～5人	65	73.9
2	6～10人	13	14.8
3	11～20人	5	5.7
4	21人以上	3	3.4
	無回答	2	2.3
	サンプル数	88	100

表11 営業時間

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	8時間未満	16	18.2
2	8時間	12	13.6
3	9時間	16	18.2
4	10時間	20	22.7
5	11時間以上	18	20.5
6	終日営業	2	2.3
	無回答	4	4.5
	サンプル数	88	100

表12 閉店時間

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	午後6時前	4	4.5
2	午後6時台	15	17
3	午後7時台	19	21.6
4	午後8時台	21	23.9
5	午後9時台	11	12.5
6	午後10時以上	13	14.8
	無回答	5	5.7
	サンプル数	88	100

表13 定休日

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	週一日	46	52.3
2	週二日	10	11.4
3	年中無休	9	10.2
4	特に決めていない	11	12.5
5	その他	8	9.1
	無回答	4	4.5
	サンプル数	88	100

表14 定休曜日

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	ウイークデー	40	45.5
2	週末	19	21.6
3	その他	11	12.5
	無回答	18	20.5
	サンプル数	88	100

表15 店舗改装

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1～2年前	19	21.6
2	3～4年前	10	11.4
3	5～10年前	18	20.5
4	11年以上前	18	20.5
5	改装していない	15	17.0
	無回答	8	9.1
	サンプル数	88	100

図表4の営業年数からみた店舗改装をみると、営業年数が5年未満の場合には1～2年前に「店舗を改装した」(57.1%)、5年以上では3～4年前に「店舗を改装した」のが50.0%、10年以上では「店舗を改装していない」が29.4%、20年以上では5～10年前に「店舗を改装している」(29.6%)、30年以上では1～2年前に「店舗を改装している」(35.3%)、40年以上では

5～10年前に「店舗を改装している」が50.0%であった。

表16の業種からみた店舗改装をみると、最寄品小売業では「11年以上前に改装」(29%)、買回品小売業は「改装していない」(50%)、飲食業は「1～2年前に改装」(61%)に、サービス業は「5～10年前に改装」(38%)になっている。

図表4 営業年数からみた店舗改装

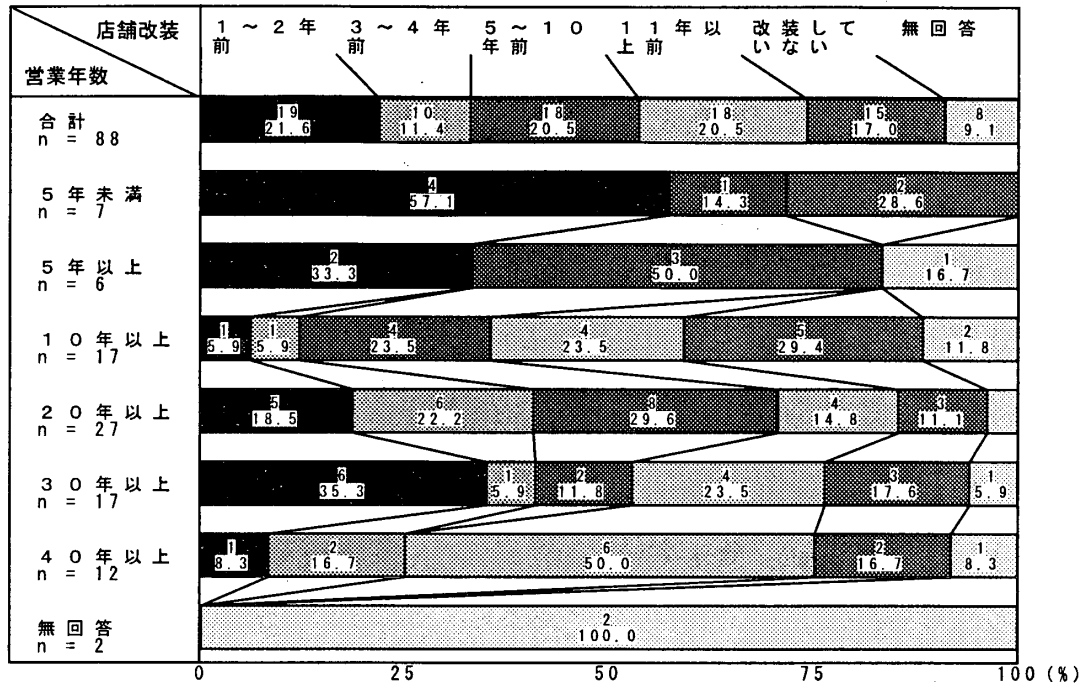


表16 業種からみた店舗改装

業種	店舗改装	1～2年前	3～4年前	5～10年前	11年以上前	改装していない	無回答	合計
最寄品小売業		4: 19%	2: 10%	3: 14%	6: 29%	3: 14%	3: 14%	21
買回品小売業		1: 25%	0: 0%	0: 0%	1: 25%	2: 50%	0: 0%	4
飲食店		14: 61%	2: 9%	1: 4%	0: 0%	0: 0%	6: 26%	23
サービス業		2: 15%	2: 15%	5: 38%	3: 23%	0: 0%	1: 8%	13
その他		6: 22%	3: 11%	6: 22%	3: 11%	6: 22%	3: 11%	27

2. 経営特性

表17の年商増減では「1割以上増加」と「やや増加」で16%、「ほとんど変わらない」9.1%、「やや減少」と「1割以上減少」で69.3%となっており全体の約70%の経営者が売上の減少を感じている。

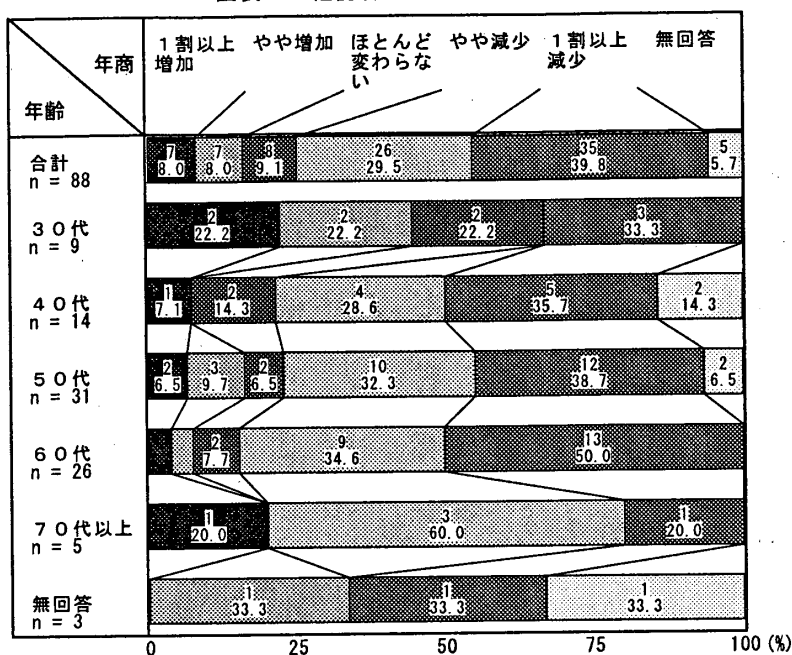
表17 年商増減

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1割以上増加	7	8.0
2	やや増加	7	8.0
3	ほとんど変わらない	8	9.1
4	やや減少	26	29.5
5	1割以上減少	35	39.8
	無回答	5	5.7
	サンプル数	88	100

図表5は経営者の年齢から年商増減をみたものである。「やや減少」と回答した年齢をみると、40代(28.6%)、50代(32.3%)、60代(34.6%)、70代(60.0%)と年齢が上がるにつれて年商が減少する傾向にある。

図表6は、店舗改装からみた、年商の増減を示したものである。店舗改装が3～4年前の場合は、「やや減少」40.0%と「1割以上減少」60.0%、5～10年前では「やや減少」が44.4%、「1割以上減少」が33.3%、11年以上では「やや減少」22.2%「1割以上の減少」が72.2%で94.4%の結果となっている。

図表5 経営者年齢からみた年商増減



図表6 店舗改装からみた年商増減

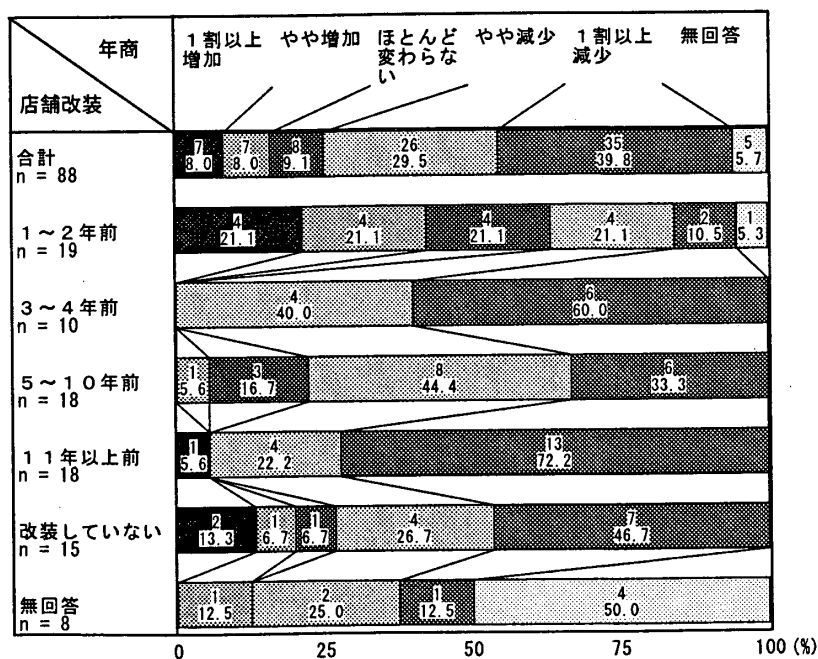


表18の客数の増減では、「1割以上増加」と「やや増加」で15.9%、「ほとんど変わらない」8.0%、「やや減少」と「1割以上減少」で70.5%が回答している。

表19の客単価の増減では、「1割以上増加」と「やや増加」で11.4%、「ほとんど変わらない」21.6%、「やや減少」と「1割以上減少」で59.1%が回答している。

表20の自店の来街者の商圈については、3000メートル以内が39.7%、3000メートル超が22.7%と回答し

ている。「わからない」が30.7%もいるのは経営者としての意識が薄いように思われる。

表21の来店手段は、自動車による買物客が61.4%、自転車の利用者が17.0%である。

図表7の国府宮商店街の来街者の客層をみると40～50代の女性、男性が圧倒的に多い。女性について見ると40歳未満が31.8%、40歳以上が50.0%、男性では40歳未満31.8%、40歳以上が52.3%となっている。

表18 客数増減

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1割以上増加	8	9.1
2	やや増加	6	6.8
3	ほとんど変わらない	7	8.0
4	やや減少	33	37.5
5	1割以上減少	29	33.0
	無回答	5	5.7
	サンプル数	88	100

表19 客単価増減

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	1割以上増加	2	2.3
2	やや増加	8	9.1
3	ほとんど変わらない	19	21.6
4	やや減少	27	30.7
5	1割以上減少	25	28.4
	無回答	7	8.0
	サンプル数	88	100

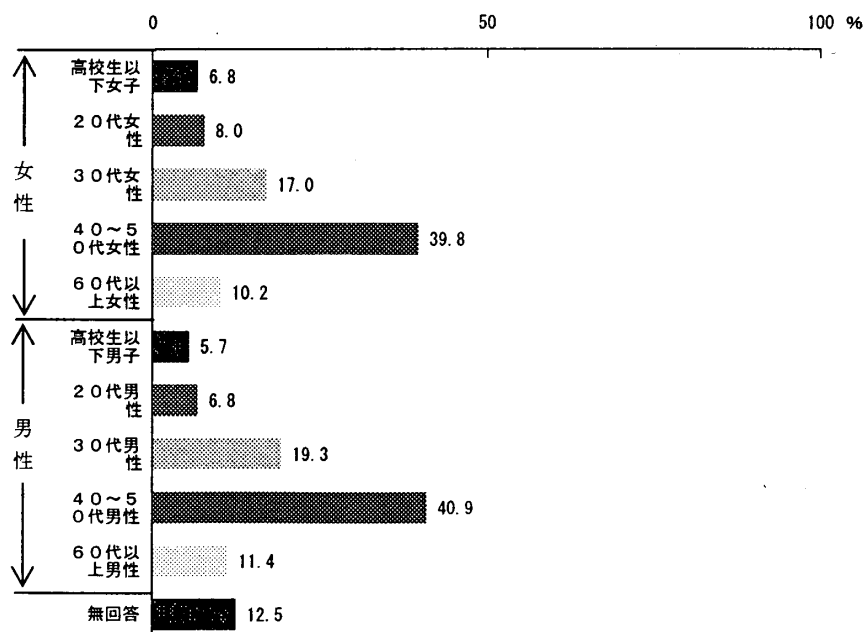
表20 商圈

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	500メートル以内	6	6.8
2	1000メートル以内	8	9.1
3	2000メートル以内	12	13.6
4	3000メートル以内	9	10.2
5	3000メートル超	20	22.7
6	わからない	27	30.7
	無回答	6	6.8
	サンプル数	88	100

表21 来店手段

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	徒歩	9	10.2
2	自転車	15	17.0
3	自動車	54	61.4
	無回答	10	11.4
	サンプル数	88	100

図表7 客年齢層



図表8の来店手段からみた年商増減をみると、徒歩の来店者は「やや減少」(44.4%)と「1割以上減少」(33.3%)で77.7%減少している。自転車の来店者は「やや減少」と「1割以上減少」で66.6%減少している。自動車の来店者は同じように72.2%減少している。

表22は後継者を育成しているかの問いである。その結果「子弟を後継者として育成している」と「従業員を後継者として育成している」の合計が40.9%、「後継者を育成していない」が45.5%となっている。

表22-1は「後継者を育成していない」40人に対して育成していない理由をきいたものである。その結果「後継者を育成していない」理由として「なるように

しかならないので考えない」と回答したのが47.5%、「将来は廃業の予定」が20.0%、「子弟はいるが後継者にならない」が25.0%であった。

表23は業種からみた後継者の育成である。これを見ると、最寄品小売業は育成していない(48%)、買回品小売業は子弟を育成している(50%)、飲食業は育成していない(70%)、サービス業は子弟を育成している(62%)となっている。

表24では今後の営業計画についてきいた。今後5年先を目処の営業については「このまま営業を継続していく」と回答したのが61.4%である。そして、積極的に「店舗を改装して営業する」と回答した経営者が

図表8 来店手段からみた年商増減

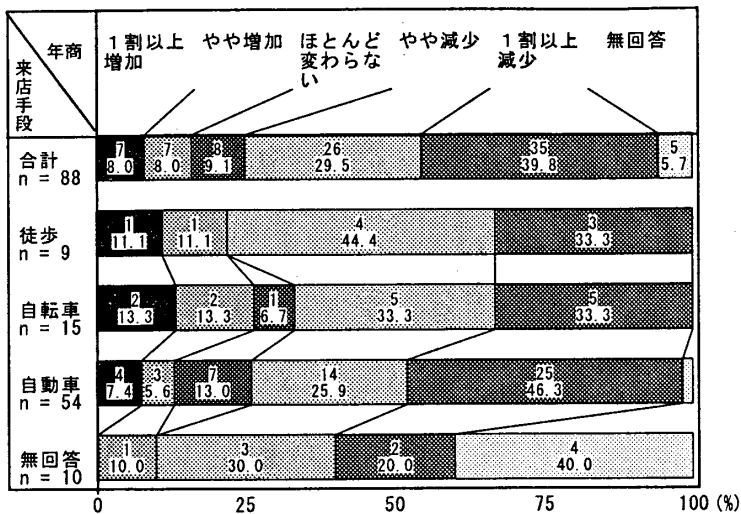


表22 後継者育成

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	子弟を育成	27	30.7
2	従業員を育成	9	10.2
3	育成していない	40	45.5
4	考える時期ではない	7	8.0
	無回答	5	5.7
	サンプル数	88	100

表22-1 育成しない理由

No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	廃業予定	8	20.0
2	考えない	19	47.5
3	後継者にならない	10	25.0
	無回答	3	7.5
	サンプル数	40	100

表23 業種からみた後継者の育成

業種	後継者 子弟を育成	従業員を育成	育成していない	考える時期ではない	無回答	合計
最寄品小売業	7: 33%	1: 5%	10: 48%	1: 5%	2: 10%	21
買回品小売業	2: 50%	1: 25%	1: 25%	0: 0%	0: 0%	4
飲食店	5: 22%	2: 9%	16: 70%	0: 0%	0: 0%	23
サービス業	8: 62%	0: 0%	4: 31%	0: 0%	1: 8%	13
その他	5: 19%	5: 19%	9: 33%	6: 22%	2: 7%	27

表24 将来営業計画

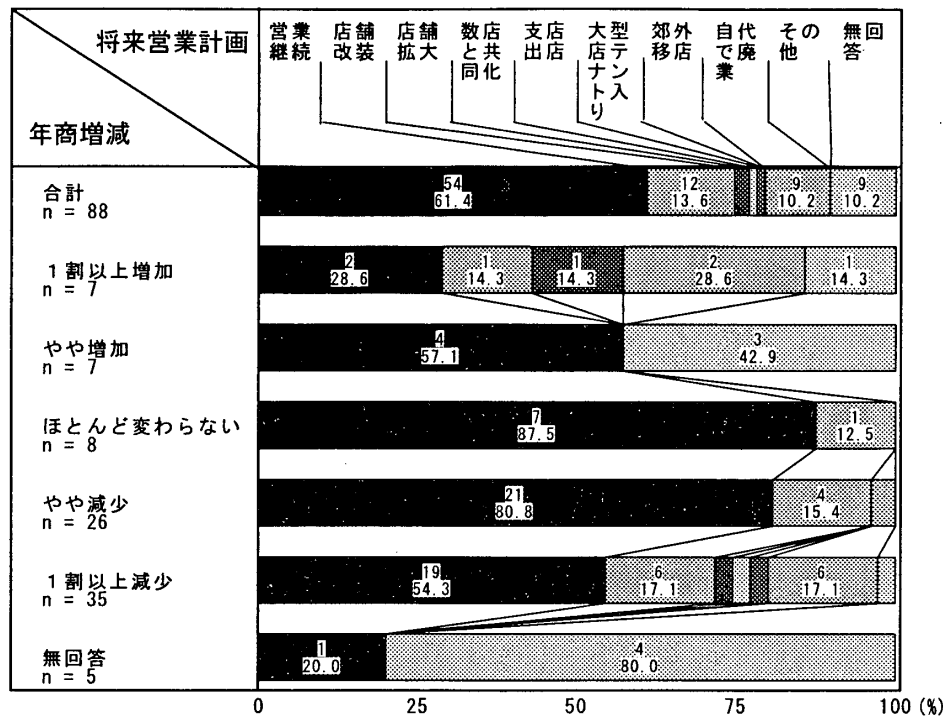
No.	カテゴリ	件数	(全体)%
1	営業継続	54	61.4
2	店舗改装	12	13.6
3	店舗拡大	2	2.3
4	数店と共同化	1	1.1
5	支店出店	1	1.1
6	大型店テナント入り	0	0
7	郊外移店	0	0
8	自代で廃業	9	10.2
9	その他	0	0
	無回答	9	10.2
	サンプル数	88	100

13.6%いた。

図表9は年商増減からみた将来営業計画である。年商が「1割以上増加した」と回答した経営者は、「営業継続」と「数店と共同化したい」が28.6%と同じである。年商が「やや増加」と回答した経営者は「営業継続」

57.1%, 年商が「ほとんど変わらない」と回答した経営者は「営業継続」87.5%, 年商が「やや減少した」と回答した経営者は「営業継続」80.8%, 年商が「1割減少した」と回答した経営者は「営業継続」54.3%となっている。

図表9 年商増減からみた将来営業計画



3. 商店街発展に関わる調査

(1) 商店街の現状評価 (図表10)

国府宮駅前周辺商店街が利用されない理由について、小売経営者に問うたところ第1位に「街に活気がない」(58.0%), 第2位「車で買物に不便」(54.5%), 第3位「魅力店の不足」(43.2%)をあげていた。この質問項目は生活者にも「買物に関するアンケート」を実施しているので後日、小売経営者との比較を試み分析する。

(2) 国府宮商店街の理想的な街 (図表11)

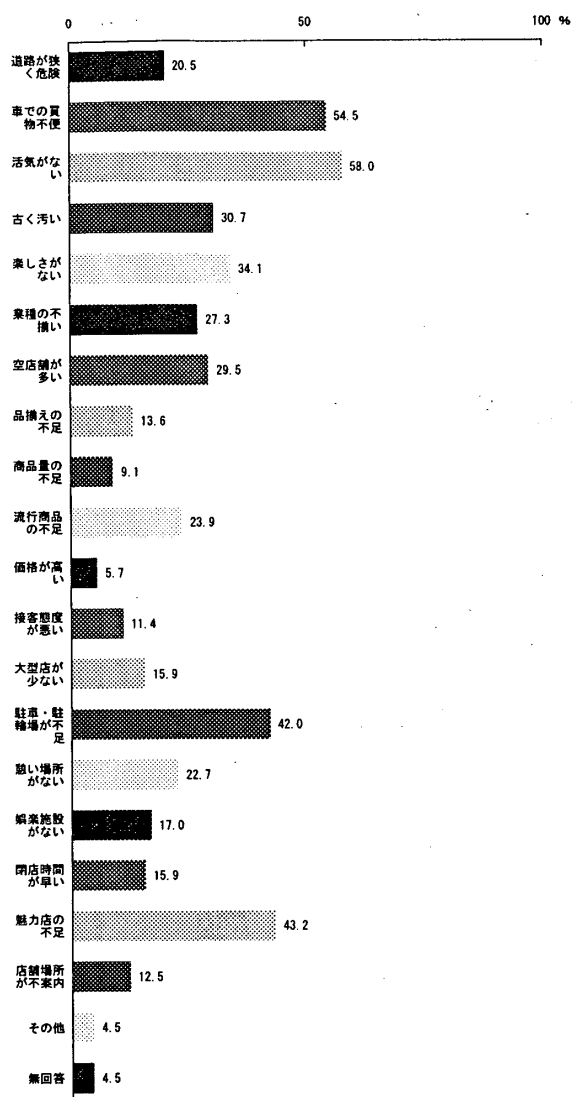
小売経営者は国府宮商店街について「駅利用者が歩

きたくなる街」(47.7%), 「日常の買物に便利な親しみやすい街」(43.2%)をイメージしている。この質問項目も生活者の「買物に関するアンケート」を実施しているので後日、小売経営者と生活者の比較を試み分析する。

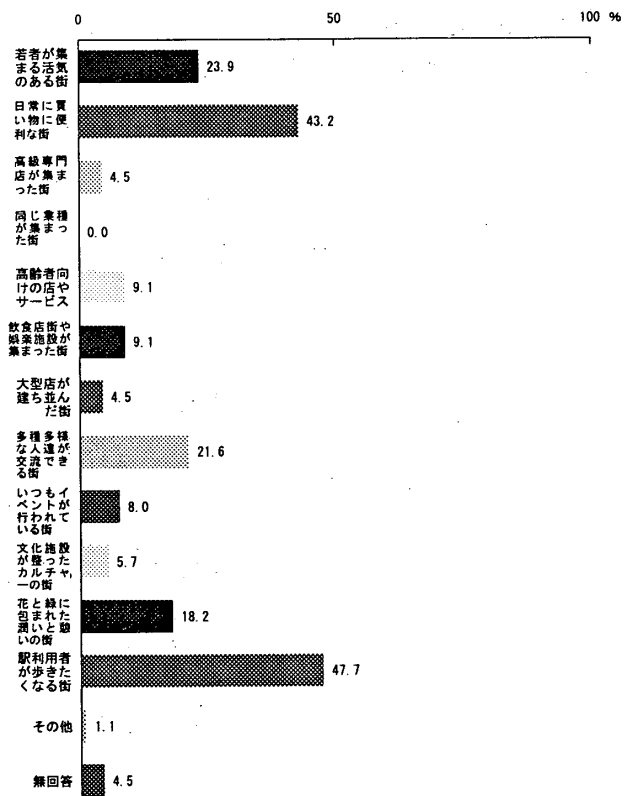
(3) 駅周辺の街づくりについて改善すべき問題点(図表12)

小売経営者が国府宮駅前周辺の街づくりについて改善すべきことの第1位に「商店街の魅力が少ない」(65.9%), ことをあげている。ついで、「駐車場の不足」(27.3%), 「駅前広場が狭い」(26.1%)と回答している。

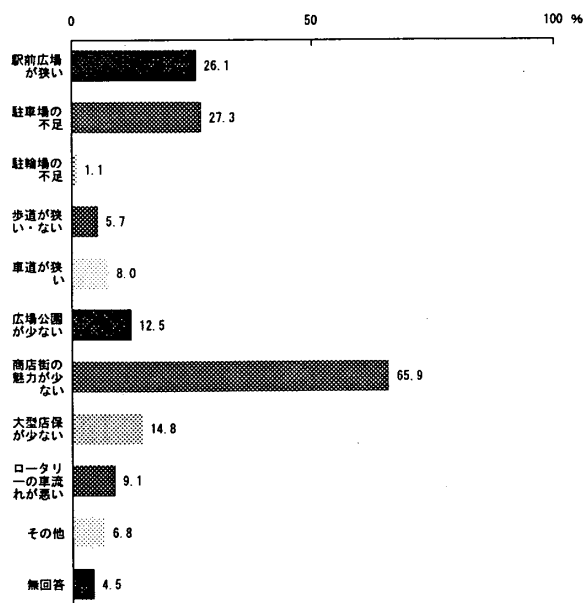
図表10 商店街の現状評価



図表11 理想の商店街



図表12 駅周辺の改善すべき問題点



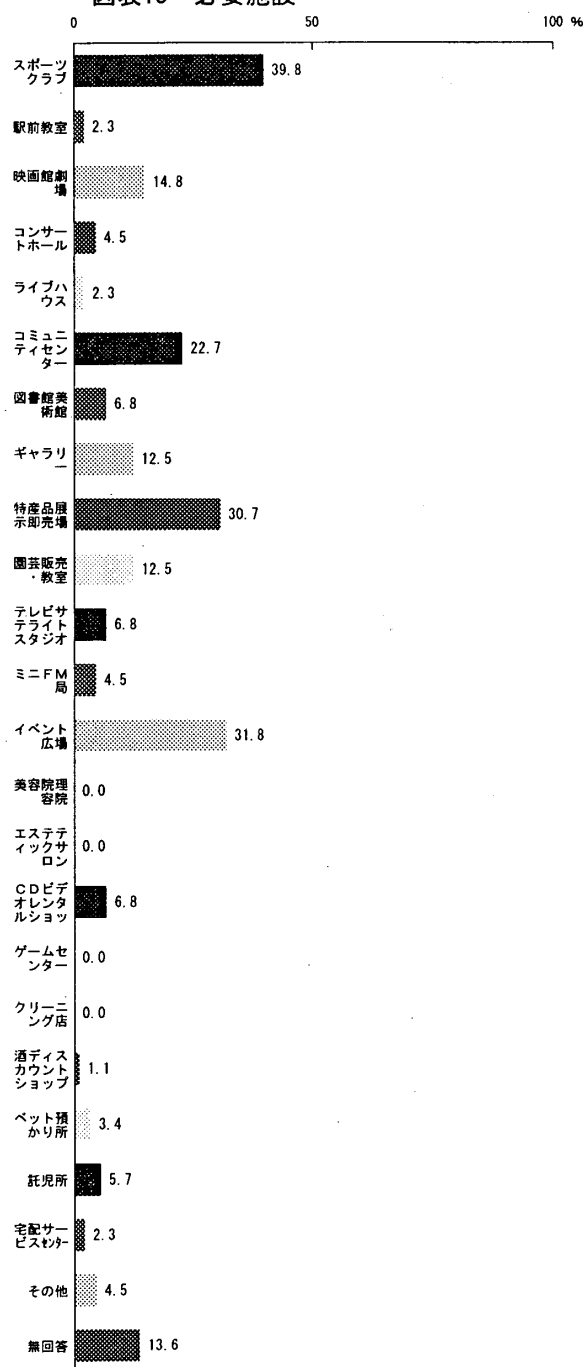
(4) 必要な施設 (図表13)

小売経営者が国府宮商店街に必要な施設は「スポーツクラブ」(39.8%)、「イベント広場」(31.8%)、「全国の特産品の並ぶ展示即売場」(30.7%) がベスト3である。この質問項目も生活者の「買物に関するアンケート」を実施しているので後日、小売経営者との比較を試み分析する。

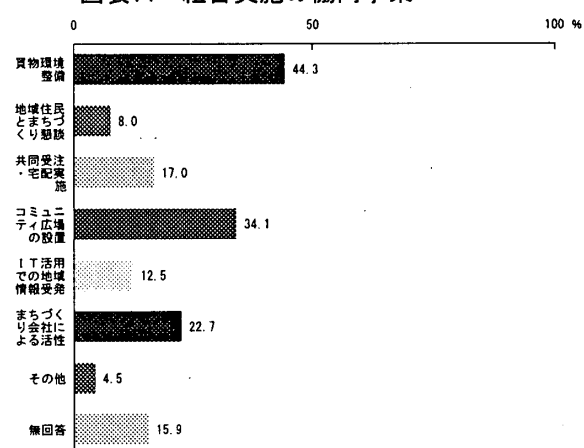
(5) 組合で実施したい協同事業 (図表14)

商店街の競争力強化のために組合で実施したい協同事業として「買物環境の整備」(44.3%)、「地域の消費者・生活者が気楽に集えるコミュニティ広場の設置」(34.1%)、を望んでいる。「商店街実態調査報告書」において、今後必要とされる事業は①個店の改善・活性化(62.8%)、②共同ソフト事業(29.7%)、③施設設備事業(28.0%)の割合になっていた。新たに設置したい施設は図表13のとおりである。

図表13 必要施設



図表14 組合実施の協同事業



むすび

(1) 業種構成は飲食業が多く、次いで最寄品小売業となっている。地域型商店街である。

(2) 経営実態の主な特徴は、①営業年数は20年未満が多く、後継者の育成との関係では20年から29年が「子弟を後継者として育成している」割合が高い。②店舗面積は20坪以下、駐車場は4台以上のスペースがある。③店舗形態は店舗専用が51.1%で自己店舗が6割を占める。④経営者の年齢は50代と60代で65%を占めている。50歳未満の6割が営業を継続すると回答している。しかし60歳以上も約7割と高く多少の疑問が残る。⑤従業員は5人以下で、営業時間は10時間、午後8時頃閉店する。⑥定休日はウィークデーに週1回休む。⑦店舗改装は5年前が多い。

(3) 経営特性は年商、客数ともに7割が減少していると回答している。自店の客層は3キロメートル以内の40代と50代の男性、女性が自動車来店するとしている。後継者については、「後継者を育成している」と「後継者を育成していない」がともに4割程度である。今後も5年先までは営業を継続すると回答した経営者が6割いた。

(4) 商店街発展に係わる問題としては、①商店街の現

状評価では「街に活気がない」と約6割の回答があった。②商店街の理想的なイメージは「駅利用者が歩きたくなる街」を上位にあげている。③駅周辺の街づくりについて改善すべき点は「商店街の魅力が少ない」が約66.9%となっていた。④必要な施設は第1位に「スポーツクラブ」、第2位「イベント広場」、第3位「全国の特産品の展示即売場」となっている。⑤組合が実施したい協同事業は「買物環境の整備」を上位にあげている。

以上、小売経営者の調査結果をまとめたが、分析するには回答数を100人以上にしないとデータ分析に無理があることを十分承知している。本稿執筆中に督促した結果、回収数が189票になったと連絡を受けた。これを基に、業種別、営業年数、店舗面積、経営者の年齢別、営業時間、店舗改装、年商増減、商圈、客年齢層などを類型化して因子分析などのデータ分析を試みたいと考えている。また、生活者のアンケートの集計結果が出されれば(1)国府宮周辺商店街が利用されない理由、(2)国府宮商店街のイメージ、(3)国府宮商店街に必要な施設について比較検討して分析したいと考えている。

今回の調査結果から、商店街として生き残るために次のことが考えられる。(1)商業者自身が営業を継続するかどうかの進路の決定をすることが大切である。(2)年商は経営者の年齢が上がるにつれて減少している。(3)自動車の来店者による年商が減少している。駐車台数を確保しようとする経営者は営業を継続すると思われる。(4)年商が1割減少したら営業継続か店舗改装の選択基準となる。(5)店舗改装は業種によってその改装年数が異なっている。(6)最寄品小売業では、後継者を育成している店舗では営業を継続する。買回品小売業はサンプル数が少ないので結論的なことは言えないが、子弟を育成している。買回品小売業は営業を継続すると思われる。(7)現状評価では、最寄品小売業、飲食業、サービス業はともに活気がないことをあげている。買回品小売業は車での買物の不便をあげている。商店街組合としては、商業者の態度を尊重しながら、商業者に営業継続か業種の転換か、コミュニティビジネスなどを起業して組合員の生きる方向を支援し討議すべきである。

最後に、資料提供には国府宮商店街協同組合の馬場日出雄理事長、都市研究所スぺーシア社長井沢知旦氏にはデータ処理^{注6)}のお願いをした。深く感謝申し上げます。また、国府宮商店街競争力強化基本計画策定委員会の関係者に厚く御礼申し上げます。

引用・参考文献

注1) 稲沢市は濃尾平野のほぼ中央に位置し、面積は48.35平方キロメートルある。

人口は1999年現在100,305人(33,734世帯)である。名古屋から20キロメートル圏内に位置し、公共交通機関で15分程で到着できる。

産業面では、肥沃な土壌と温和な気候を生かし、古くから野菜、植木、苗木等の産地として発展してきた。昭和30年度は工場誘致に積極的であった。

(市民公室秘書広報課「マイタウン2001」平成13年4月)

注2) 日経流通新聞 平成12年5月23日

注3) 流通政策研究所中小企業庁委託事業「平成12年度商店街実態報告書」平成12年11月

注4) 国府宮商店街協同組合による商店街活性化の経緯について

1988年(昭和63年度):「国府宮商店街近代化計画書」策定

1989年(平成元年度):「国府宮駅前開発懇談会」発足、C I事業促進

1990年(平成2年度):「国府宮駅前地区整備構想調査」策定

1992年(平成4年度):「国府宮商店街活性化調査・計画策定事業」により「国際緑蔭都市構想」提言(引用:稲沢市商店街連合会「平成4年度中小小売業者活性化扶助事業 国府宮商店街調査・計画策定事業報告書」平成5年2月)

平成13年度・国府宮商店街競争力強化基本計画策定委員会は2001年8月27日稲沢商工会議所で開催された。委員長馬場日出雄、筆者は統括部会の専門委員として参画。

〔商店街競争力強化支援事業は、中小商業の活性化を図るために、財団法人愛知県中小企業振興公社が国と県の融資を受けて基金を設置し、その収益により商店街振興組合などが行うソフト事業に補助するものである。〕

注5) 稲沢市商業協同組合「平成13年度稲沢市商店街実態調査報告書」平成13年8月

注6) 都市研究所スぺーシア「国府宮商店街に関する意向調査・中間報告資料編」2001年10月29日

参考文献

(1) 前田進『中心市街地商店街の活路』ぎょうせい 1999年9月

(2) 田嶋実紀良、吉村徳則『商店街活性化プラン』経営実務出版 1996年3月