

# 北野商店街についての消費者動向及び意識調査

## 【報告書】

令和4年1月

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会

# 北野商店街に関する消費者意識調査 報告書内容

I	はじめに	P - 1
II	北野商店街について	P - 2
III	調査について	P - 3
	1 目的	
	2 調査期間	
	3 調査方法及び調査箇所	
	4 調査内容	
IV	調査結果	P - 4 ~ 15
	1 基礎調査	P - 4 ~ 5
	(1) 性別	
	(2) 年齢	
	(3) 職業	
	—まとめ—	
	2 買い物先	P - 6 ~ 11
	(1) 食料品	
	(2) 日用雑貨	
	(3) 服装類	
	(4) 電化製品・家具類等	
	(5) 趣味の品 (本、インテリア小物、装飾品など)	
	—まとめ—	
	3 北野商店街との関わり	P - 12 ~ 14
	(1) どの程度行っているか	
	(2) 何を買うのか	
	(3) 行く理由	
	(4) 行かない理由	
	—まとめ—	
	4 北野商店街への思い	P - 16 ~ 19
	(1) ここがよい	
	(2) ここをこうすればよい	
	(3) ここがよいのでこれからも行く	
	—まとめ—	
V	調査結果から	P 20

<資料> 調査票

## I はじめに

北野商店街は、近年大型スーパーの相次ぐ進出とコロナ禍、消費者の買い物動向の変化などにより来街者が急減し、各店舗の経営はかつてないほど厳しい状況下であり、相次ぐ廃業などによる空き店舗がめっきり目立つようになりました。

このような状況下にあっても、商店街では定期的なセールやイベントを企画・実行するなど様々な対策を行っているが、商店街への恒久的な集客対策を見出すまでには至っていないのが現実です。

このような状態を少しでも打開し、かつての賑わいを取り戻すべく、ウエル北野協同組合と京都市小売商総連合会では、商店街における集客の基本は、消費者の生の声を訊くことであるという考えのもとに、このたび商店街近辺の住民に対し、日頃の買い物状況、商店街への思いなどをアンケート形式により調査し、その結果を集計・分析し、今後の北野商店街運営の一助にするべく「**北野商店街消費者動向及び意識調査**」行いました。

以下に調査の内容と調査の結果について報告します。

## II 北野商店街について

北野商店街は中立売通～一条通を東西に約400メートルに渡って約70店舗が軒を連ねる商店街で、北野天満宮の門前町、西陣織の生産地として、また、日本初の市電（チンチン電車）が走っていたことでも知られてきました。

北野商店街は、終戦直後に食料供給の場として人が集まったことがきっかけで栄え、何代も続く老舗や昔ながらのお店があり、昔も今も西陣の台所として、また地域のコミュニケーションを図れる場として地域の人々の生活に溶け込んできました。

現在でも、年間を通して様々な催し、セールなどを行い、地域住民に親しまれており、さらに、1枚のカードでクレジットカードとポイントカードを共用するカードシステムを運用することでも広く知られています。

【北野商店街店舗】



※上図は北野商店街振興組合に加盟している店舗を表示したものの

【店舗数】

食料品	15
服飾・衣料	8
日用品・雑貨・、燃料	7
食器・インテリア・寝具	7
薬・化粧品	2
花・ペット	2
時計・メガネ・宝飾	2
飲食店	8
サービス	11
医療	7
銀行・施設等	1
計	70

### Ⅲ 調査について

#### 1 目的

今後の商店街の運営などに反映する資料を収集するために、北野商店街周辺の住民に対し、日常の買物動向、北野商店街に対する想い・意見などをアンケート形式により直接お聞きし、その中から今後の商店街活性化方策検討の資料とするものです。

#### 2 調査期間

2021年11月中旬～12月中旬

#### 3 調査方法及び調査箇所

北野商店街近辺の住民の方々から無作為に抽出した430名に対し、アンケート形式の調査票を配布し、後日、アンケート回答用紙をウエル北野協同組合が回収しました。

#### 【調査箇所】



#### 4 調査内容

次の項目をアンケート形式にして配布した。

##### ①基礎調査

- ・性別 ・年齢 ・職業等

##### ②普段どこに買い物に行きますか？

品物別、購入先

- ・近所のスーパー ・北野商店街以外の店 ・北野商店街 ・その他

##### ③北野商店街に買い物に行きますか

- ・よく行く ・時々行く ・セールがあれば行く ・行かない

##### ④北野商店街に買い物に行く理由は何ですか

- ・何を買うのか
- ・行く理由

##### ⑤北野商店街に買い物に行かない理由は何ですか

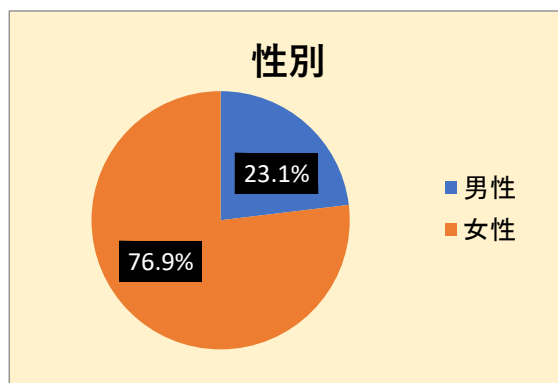
##### ⑥北野商店街のここが好き

##### ⑦北野商店街のここをこうすれば好きになると思う

## 1 基礎調査

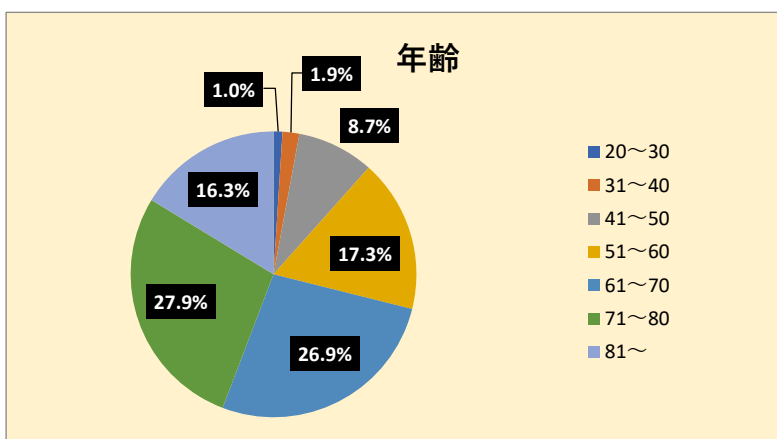
### (1) 性別

項目	男性	女性	計
回答人数	24	80	104
比率	23.1%	76.9%	100%



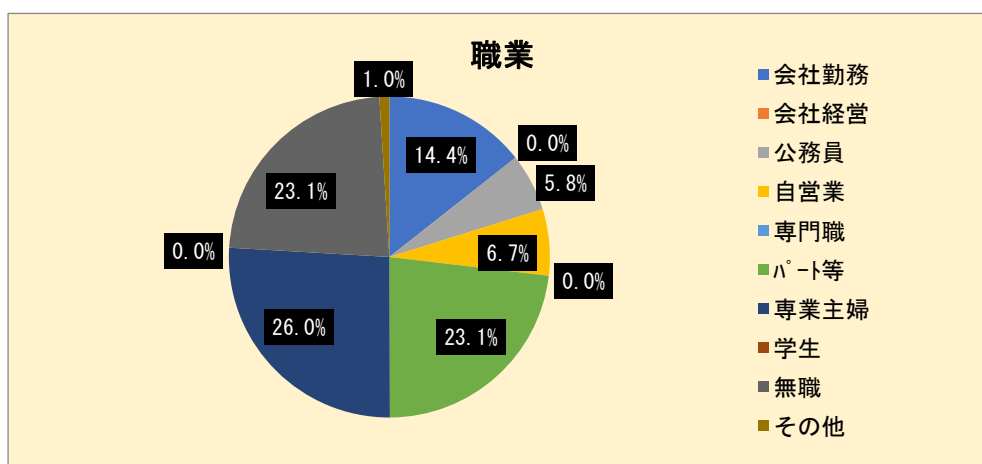
### (2) 年齢

項目 (歳)	20~30	31~40	41~50	51~60	61~70	71~80	81~	計
回答人数	1	2	9	18	28	29	17	104
比率	1.0%	1.9%	8.7%	17.3%	26.9%	27.9%	16.3%	100%



### (3) 職業

項目	会社勤務	会社経営	公務員	自営業	専門職	パート等	専業主婦	学生	無職	その他	計
回答人数	15	0	6	7	0	24	27	0	24	1	104
比率	14.4%	0.0%	5.8%	6.7%	0.0%	23.1%	26.0%	0.0%	23.1%	1.0%	100%



## ＜基礎調査＞

## －まとめ－

今回の調査実施に当たり、無作為に抽出した北野商店街近辺の住民430人に対し、調査票を配布しましたが、そのうち回答を得られてものは104名であり、回答率は当初予定した50%よりかなり低く24.2%でした。

また、回答者については、

- ・71.1%が61歳以上と高齢者
- ・76.9%が女性
- ・72.2%がパート、専業主婦、無職

でした。

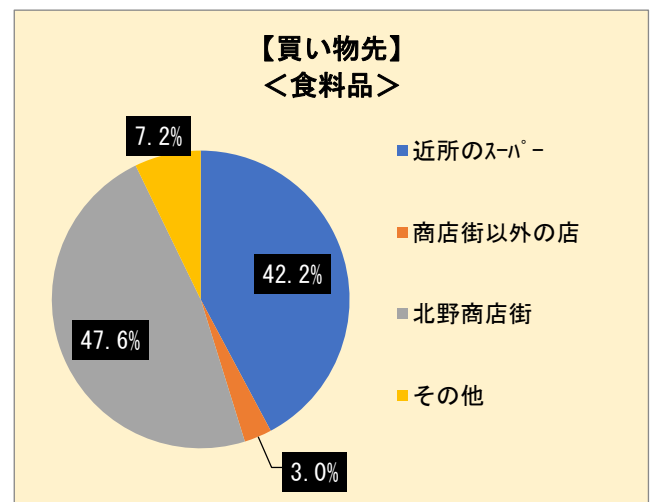
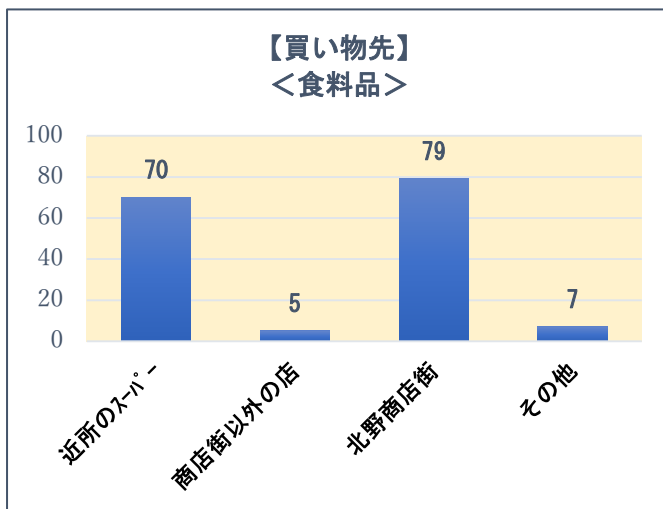
以上のことから、今回の調査結果は、主に家にいる中高年の女性の方の回答である傾向が見て取れ、偏った回答であると言えなくもありませんが、反面、北野商店街の主たる顧客層にマッチした回答であるいえませぬ。

調査区域に対象とする若年層がどの程度おられたかは定かではなく一概に言えませんが、若い方々の回答が少なかった原因として、大型量販店、専門店、ネット通販などによる最近の買い物環境の多様性により、まちの小売店の集まりである商店街は、若い人にとって、もはや関心が失せているのではないかとの懸念があります。

## 2 買い物先について

## (1) 食料品

項目	近所のスーパー	商店街以外の店	北野商店街	その他	計
回答人数	70	5	79	7	161
比率	42.2%	3.0%	47.6%	7.2%	100%



## ＜別記事項＞

## 近所のスーパー

イズミヤ（千本通）
ライフ
フレスコ
マツモト
イズミヤ（白梅町）
KOHYO
コレモ
業務用スーパー

## その他

生協（3件）
コープ宅配（1件）
ネット（1件）
通販オイシックス（1件）
メッサのみ

※上表は調査票の備考欄に別記事項として記載されているもので、調査対象者全ての回答ではない。

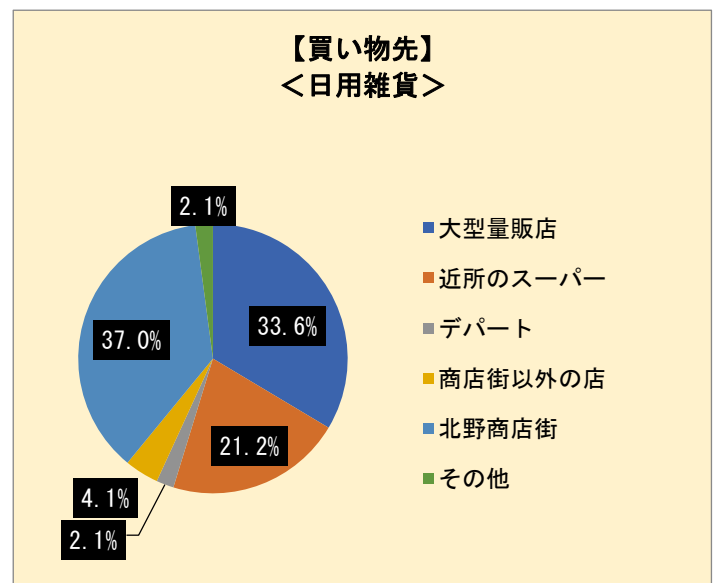
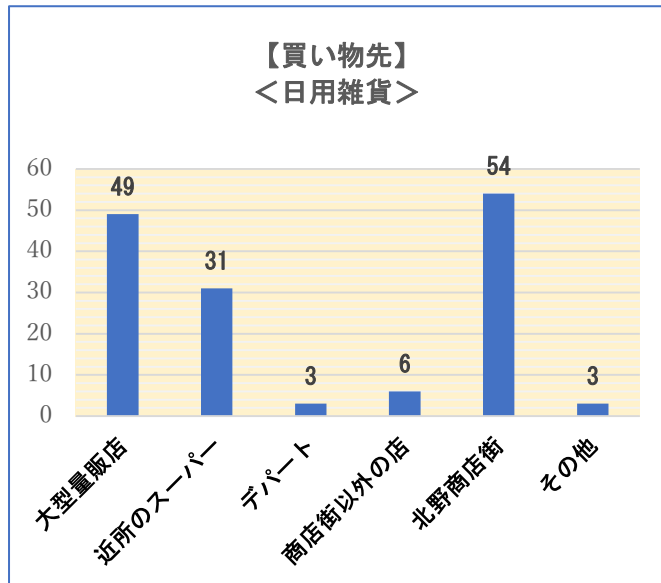
## ＜注＞

- ・メッサは北野商店街に含む
- ・商店街以外の店は他の一般小売店を指す
- ・近所のスーパーはイズミヤなどを指す



## (2) 日用雑貨

項目	大型量販店	近所のスーパー	デパート	商店街以外の店	北野商店街	その他	計
回答人数	49	31	3	6	54	3	146
比率	33.6%	21.2%	2.1%	4.1%	37.0%	2.1%	100%



## ＜別記事項＞

## 大型量販店

コーナン（6件）
ドラッグストア（4件）
ホームセンター（1件）

## 近所のスーパー

イズミヤ

## その他

ネット通販
メッサ、ココカラファインのみ
息子の嫁にもってきてもらっている

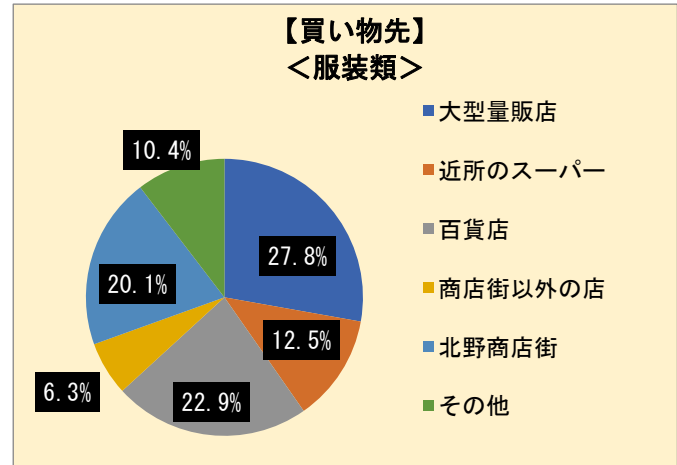
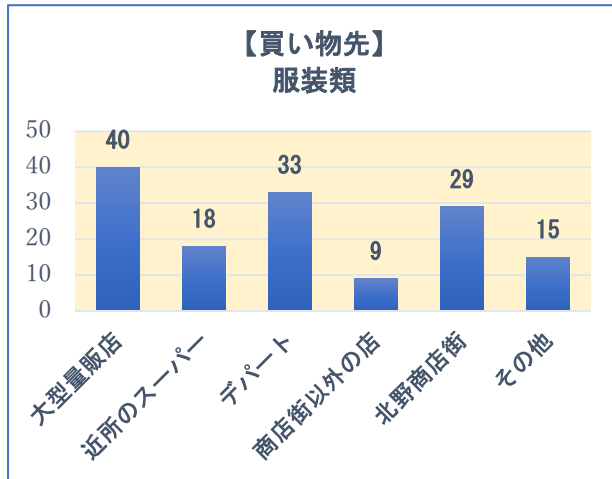
※上表は調査票の備考欄に別記事項として記載されているもので、調査対象者全ての回答ではない。

## ＜注＞

- ・ココカラファインは北野商店街含む
- ・大型量販店とは、スーパー以外のコーナン、ホームセンター、ドラッグストアなどを指す
- ・商店街以外の店は他の一般小売店を指す
- ・近所のスーパーはイズミヤなどを指す”

## (3) 服装類

項目	大型 量販店	近所の スーパー	デパー ト	商店街 以外の店	北野商 店街	その他	計
回答人数	40	18	33	9	29	15	144
比率	27.8%	12.5%	22.9%	6.3%	20.1%	10%	100%



## ＜別記事項＞

## 大型量販店

GU
ユミクロ
しまむら
イオンモール

## 近所のスーパー

イズミヤ（2件）

## 百貨店

高島屋、大丸（2件）

## その他

ネット通販（8件）
アウトレット
リサイクルショップ（2件）
生協
気に入ったブティック
北野商店街は普段用の履物、下着類
北野商店街は年2回

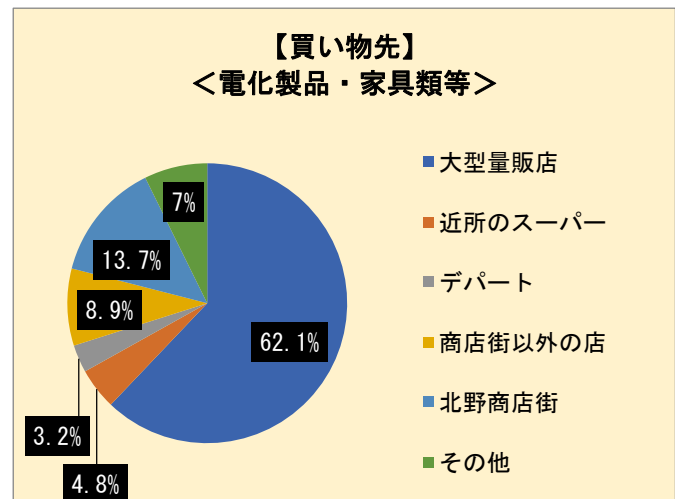
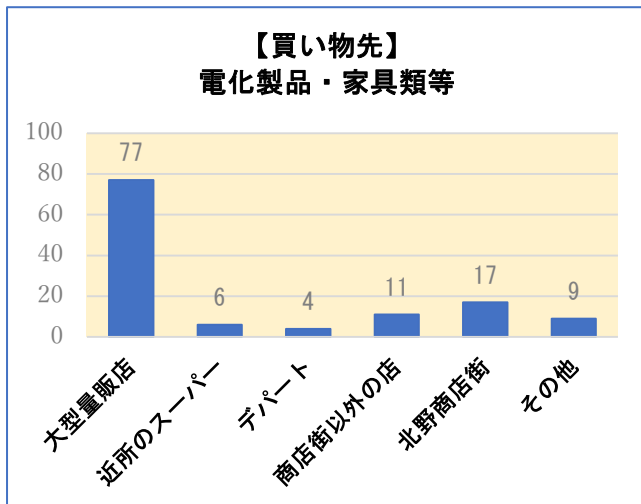
※上表は調査票の備考欄に別記事項として記載されているもので、調査対象者全ての回答ではない。

## ＜注＞

- ・大型量販店とは、スーパー以外のユニクロ、しまむら、イオンモールなどを指す
- ・商店街以外の店は他の一般小売店を指す
- ・近所のスーパーはイズミヤなどを指す”

## (4) 電化製品・家具類等

項目	大型量販店	近所のスーパー	デパート	商店街以外の店	北野商店街	その他	計
回答人数	77	6	4	11	17	9	124
比率	62.1%	4.8%	3.2%	8.9%	13.7%	7.3%	100%



## ＜別記事項＞

## 大型量販店

ヨドバシ
上新電機（2件）
エディオン
コーナン（2件）

## その他

ネットショップ（6件）
リサイクルショップ
近所の電気屋さん
息子の嫁に持ってきてもらっている

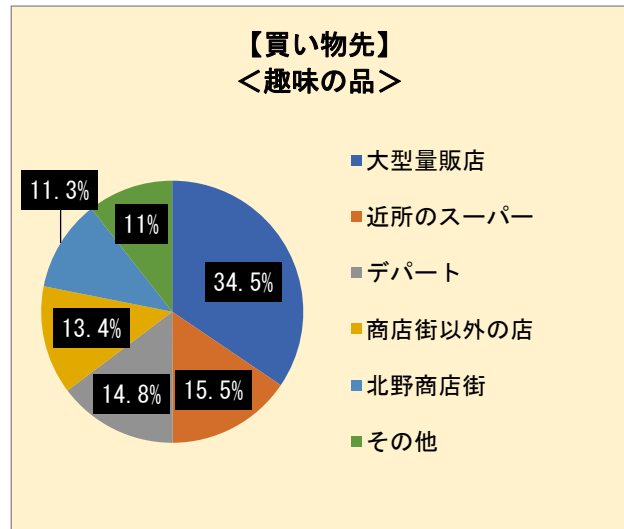
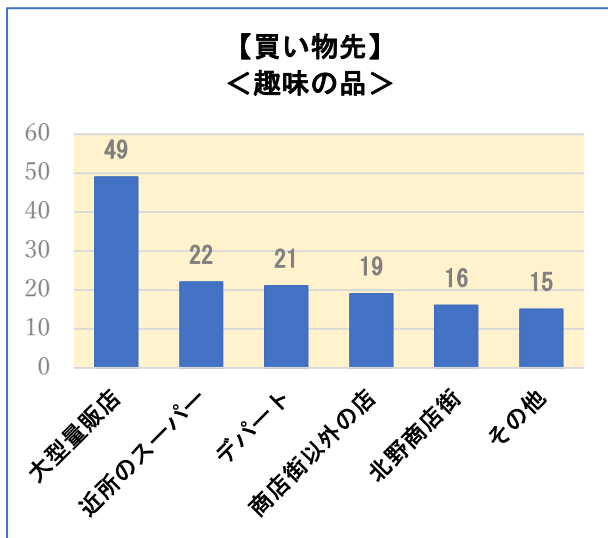
※上表は調査票の備考欄に別記事項として記載されているもので、調査対象者全ての回答ではない。

## ＜注意＞

- ・大型量販店とは、エディオン、上新電機などを指す
- ・商店街以外の店は他の一般小売店を指す
- ・近所のスーパーはイズミヤなどを指す

(5) 趣味の品 (本、インテリア小物、装飾品など)

項目	大型量販店	近所のスーパー	デパート	商店街以外の店	北野商店街	その他	計
回答人数	49	22	21	19	16	15	142
比率	34.5%	15.5%	14.8%	13.4%	11.3%	10.6%	100%



<別記事項>

大型量販店

本は二条のビビ
ジュンク堂
丸善、大垣書店

その他

いろんなところで買う
イズミヤ (2件)
白梅町のイズミヤ (2件)
ネット (8件)
百貨店
釣具店
100均
リサイクルショップ

※上表は調査票の備考欄に別記事項として記載されているもので、調査対象者全ての回答ではない。

<注意>

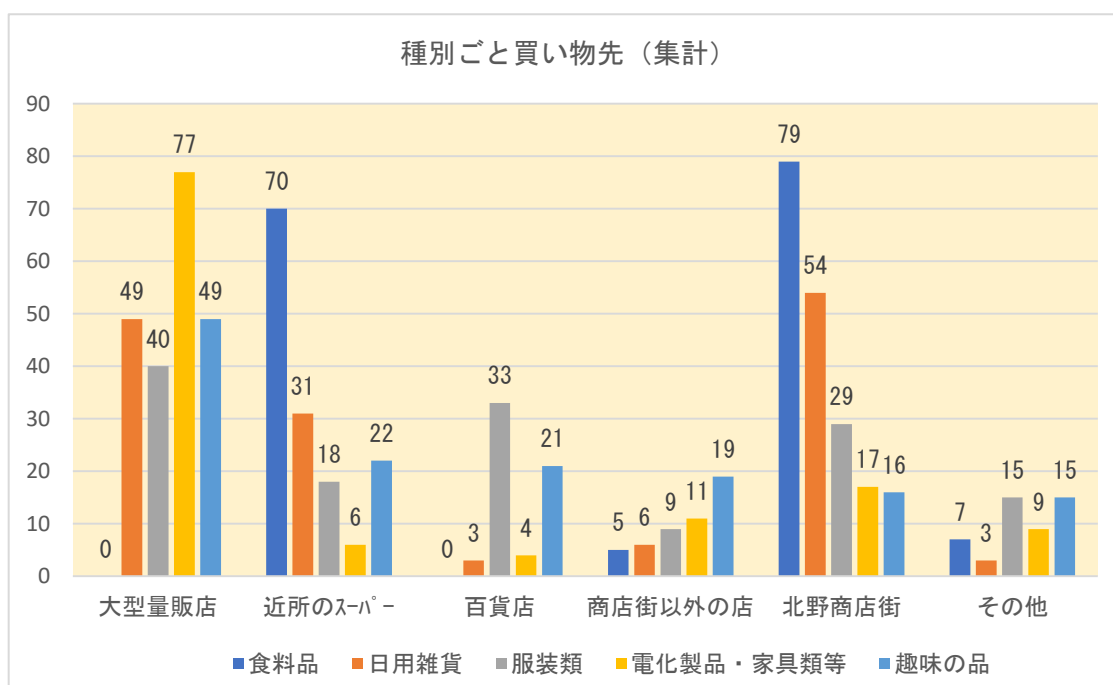
- ・大型量販店とは、スーパー以外の大垣書店、イオンなどを指す
- ・商店街以外の店は他の一般小売店を指す
- ・近所のスーパーはイズミヤなどを指す

## ＜買い物先＞

－まとめ－

## 種別ごと買い物先

種別	大型量販店	近所のスーパー	百貨店	商店街以外の店	北野商店街	その他	計
食料品	0	70	0	5	79	7	161
日用雑貨	49	31	3	6	54	3	146
服装類	40	18	33	9	29	15	144
電化製品・家具類等	77	6	4	11	17	9	124
趣味の品	49	22	21	19	16	15	142
計	215	147	61	50	195	49	717



“普段、どこで買い物をしますか？”という問いかけをしたもので、食料品、日用雑貨、服装類、電化製品、趣味の品などについて訊いたもので、上表、上図はその集計を表しています。

食料品、日用雑貨については、商店街での買い物がトップを占めていますが、（食料品 47.6%、日用雑貨 37.0%）これはメッサ、ココカラファインへの買い物が大きいものと考えられます。

食料品については、イズミヤなどの近所のスーパーとほぼ同率になってきています。

（北野商店街 47.6% 近所のスーパー 42.2%）

また、日用雑貨については、近所のスーパーの他にコーナンやドラッグストアなどの台頭が著しくなっています。

衣服類については、よそ行き、普段着によって変わってきますが、大型量販店には一歩引けを取るが、商店街の各店舗は、近所のスーパーやデパートと比べて遜色のない集客を行っています。

（近所のスーパー12.5%、デパート 22.9%、北野商店街 20.1%）

これは、北野商店街には衣服類を扱う洋品店が数多くあることが大きな要因になっています。

電化製品家具類、趣味の品については、どこの商店街でも大手量販店に太刀打ちできないのは致し方ないところです。

また、趣味の品のうち、北野商店街に本屋がないのが残念なところです。

特筆すべきこととして、この年代層にあっても、様々なあらゆるジャンルの商品について、ネットショップが急激に浸透してきているのはやはり時代を感じるどころです。

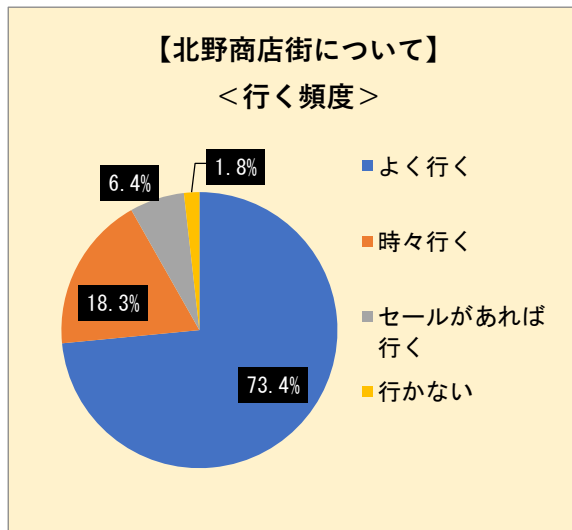
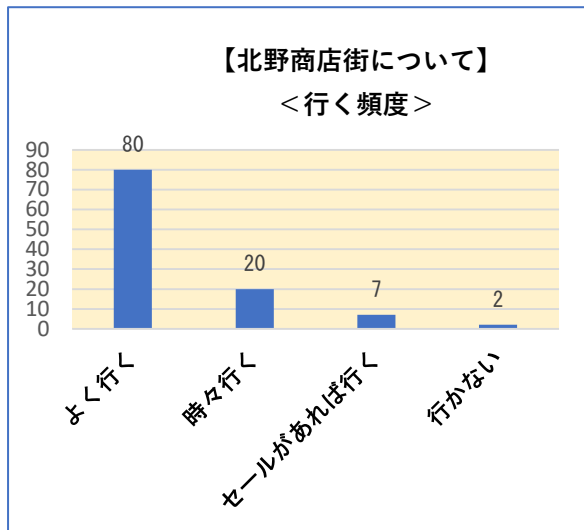
食料品や日用品、普段着など、日常必要なものについては、近所のスーパーと完全に競合していることと、急激なネット通販の台頭などに対して、量販店やネット通販にないまちの小売店しかできない独自のサービスを掘り起こし、お客さんにまちの小売店の魅力の発信など対抗手段を講じてゆく必要があります。

【IV調査結果】

3 北野商店街との関わり

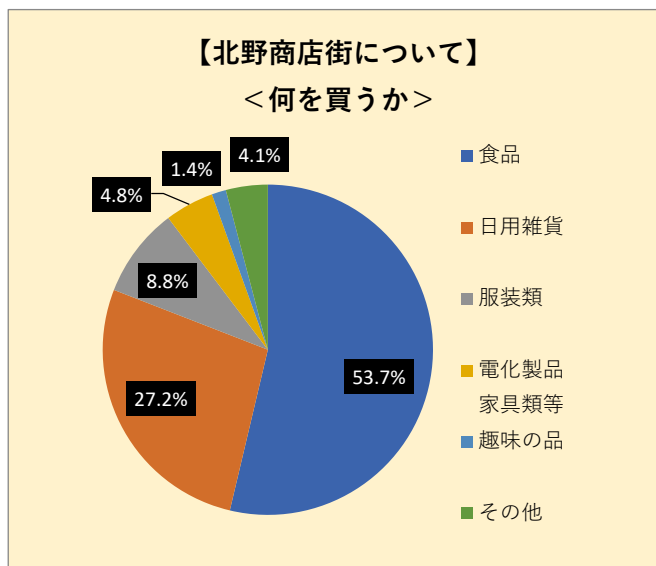
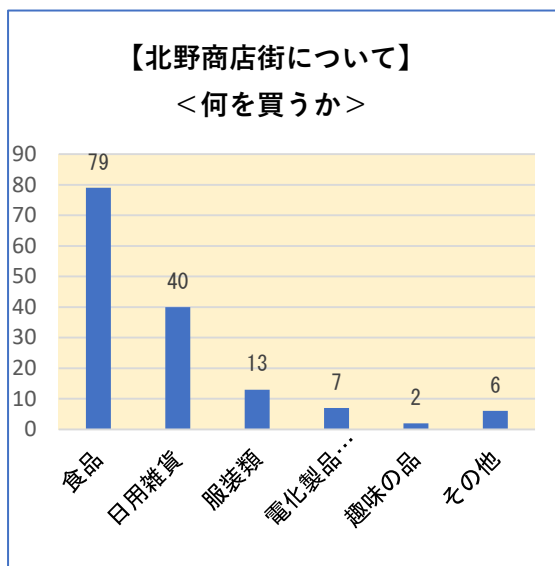
(1) どの程度行っているのか

項目	よく行く	時々行く	セールがあれば行く	行かない	計
回答人数	80	20	7	2	109
比率	73.4%	18.3%	6.4%	1.8%	100%



(2) 何を買うのか

項目	食品	日用雑貨	服装類	電化製品 家具類等	趣味 の品	その他	計
回答人数	79	40	13	7	2	6	147
比率	53.7%	27.2%	8.8%	4.8%	1.4%	4.1%	100%

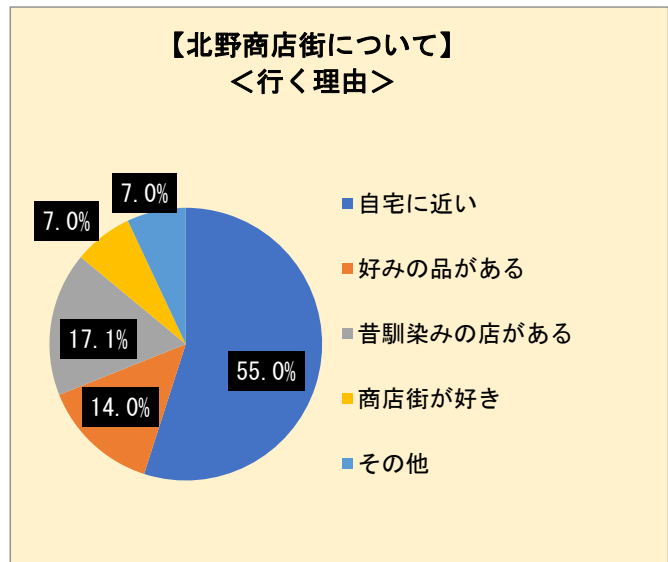
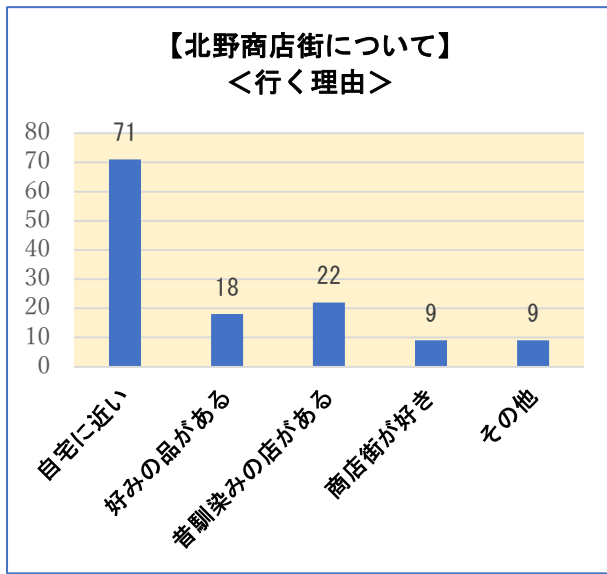


その他

きたの昆布
たこ焼き
メガネ

(3) 行く理由

項目	自宅に近い	好みの品がある	昔馴染みの店がある	商店街が好き	その他	計
回答人数	71	18	22	9	9	129
比率	55.0%	14.0%	17.1%	7.0%	7.0%	100%



＜住民の声＞

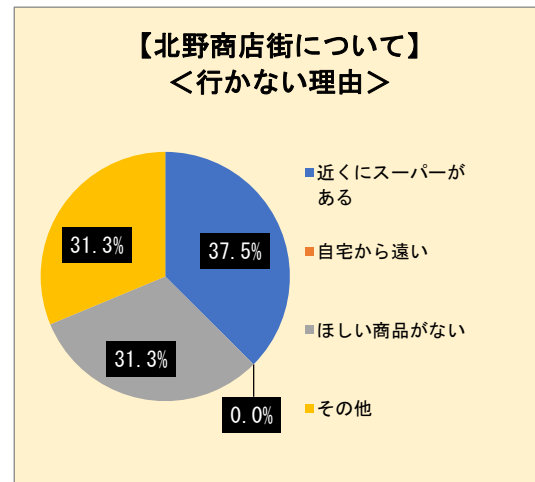
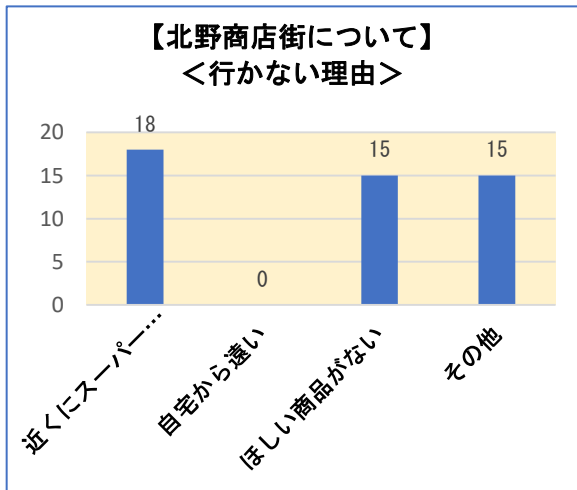
※原文のまま

普段着でも気軽に行ける
知人に久しぶりに会って話がはずむ
店の人と昔馴染みのように喋れる、何でも質問できる
鳥松さんの鶏肉が好き
自転車屋が近くにあるので便利
ちょっとほしいものがあったり、買い忘れの時すぐ行ける
毎日買いに行く
近いのがよい
安いのがよい
メッサのみに行く
信用できる おいしい
5円コピー機があるからそのついでに買い物をする
食料品購入のため。近いメッサに仕方なく買い物している
メッサを応援したいため



## (4) 行かない理由

項目	近くにスーパーがある	自宅から遠い	ほしい商品がない	その他	計
回答人数	18	0	15	15	48
比率	37.5%	0.0%	31.3%	31.3%	100%



## ＜住民の声＞

※原文のまま

食料品、日用雑貨以外にほしい商品がない
電化製品等が少ない
飲食店がない
本屋がない
店が少ない
安売りのチラシが入っていてもその分高くなっている
コープ宅配で買い物をしているので買い物に出ることはあまりない
仕事帰りに北野商店街を通らない
安売りのチラシが入っていてもその分高くなっている
自転車で行ける範囲にイズミヤ、ライフ、ドラッグストアがある
個人商店は入ってみて欲しいものがなかった時に出にくい
生協に入っており足りないものは近くに走る
服にしてもほしいものがない
ゆっくりできる喫茶店がない
ランチを食べたくても店がない
他店より価格が高い
品数が少ない
若、中年層にとって魅力的な商店が少ない
〇〇〇が迷惑

## ＜北野商店街との関わり＞

## ーまとめー

北野商店街にどの程度の頻度で行くのか（週2回～3回あるいは毎日）、何かセールなどがある時に行くのか、全く行かないのか、また行く理由、行かない理由は何なのかを訊ねたもので、日頃からの北野商店街との関わりかたの度合いを知ろうとするものです。

行く頻度については、大方の方が1週間に2～3回以上（73.4%）は行っているようで、昔からの日常の買い物先として生活の中に定着しているものと考えられます。

また、何を買うのかの質問には、やはり前項で記したように食料品、日用雑貨が大部分（80.9%）であり、このことから日常生活に密着した商店街であることが窺われ、**毎日の食料品と必要な時の日用雑貨を求めてこの商店街に足を運んでいる方々が大部分であるということですが、逆に考えると、今後、商店街が今以上に新たな顧客を生み出すためには、人々を引き付ける別の魅力を創りださなければならないという課題を抱えているということになります。**

この北野商店街に行く理由について訊ねたところ、自宅から近いことは当然であるとして

- ・好みの品物がある（14.0%）
- ・昔馴染みの店がある（17.1%）
- ・商店街が好き（7.0%）

という回答が40%近くあり、これは商店街としてこれからも大切にしていかなければならないところです。

そして、住民の声として

- ・知人に久しぶりに会って話がはずむ

とあるが、これについては、商店街は単に物の売り買いをする場だけではなく、地域のコミュニケーションの場であるということ物語っています。

北野商店街に行かない理由として、

- ・近くにスーパーがある（37.5%）
- ・ほしい商品がない（31.3%）

とあり、これは欲しい商品がないのであれば近くのスーパーへ行けばよいという住民の方々の意識が見て取れ、商店街として最も気をつけなければならないところです。

また、住民の声のでは、

- ・食料品、日用雑貨以外にほしい商品がない
- ・電化製品が少ない
- ・飲食店がない
- ・本屋がない
- ・若、中年層にとっての魅力的な商店が少ない

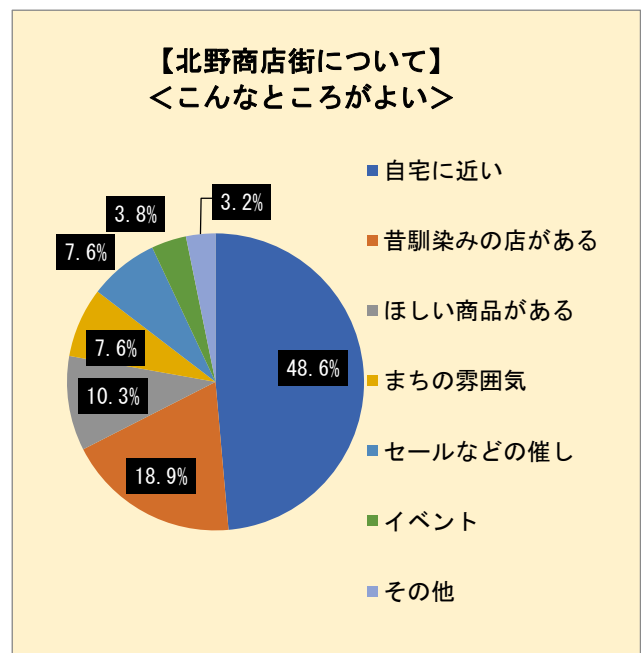
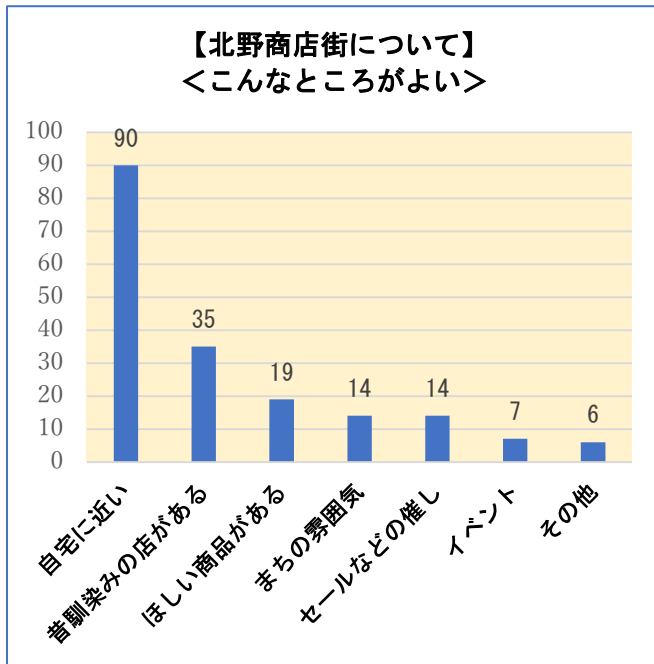
などの声が寄せられています。これについては、人々が商店街に求める「見て歩く楽しさ」の提供が今一つ不足しているのではないかと感じます。

そして、今後、北野商店街が多くの人々に「あそこに行けば何か新しい出会い・発見がある」と思わせる何かを見出す必要があるのではないかと感じます。

4 北野商店街への想い

(1) こんなところがよい

項目	自宅に近い	昔馴染みの店がある	ほしい商品がある	まちの雰囲気	セールなどの催し	イベント	その他	計
回答人数	90	35	19	14	14	7	6	185
比率	48.6%	18.9%	10.3%	7.6%	7.6%	3.8%	3.2%	100%



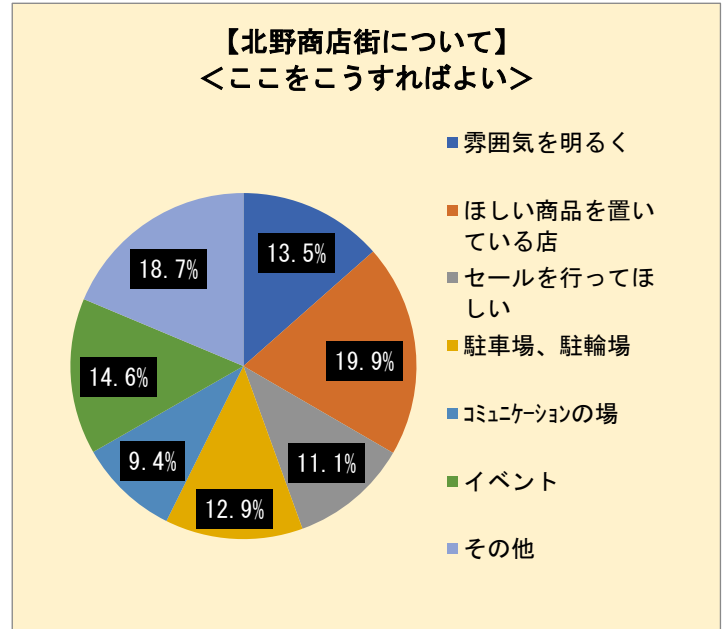
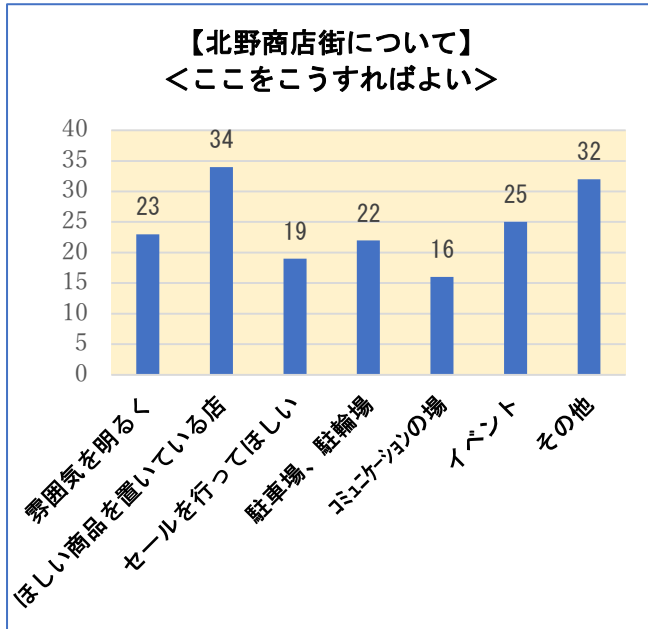
<住民の声>

※原文のまま

お店の方とちょっとした話があるのが好き
お店の方で顔を合わせると挨拶してくれるのが気持ちいい
ちょっとほしい物があるとすぐに買いに行ける
イベントの時の飾りが好き（クリスマスレネーションなど）
メッサ北野に地産のものや商品（酒カス）がある
アーケードがあるので雨の日に行きやすい
昔は賑わっていた
おまんじゅう屋さんによく行きます
昔は好きだった

(2) ここをこうすればよい

項目	雰囲気を明るく	ほしい商品を置いている店	セールを行ってほしい	駐車場、駐輪場	コミュニケーションの場	イベント	その他	計
回答人数	23	34	19	22	16	25	32	171
比率	13.5%	19.9%	11.1%	12.9%	9.4%	14.6%	18.7%	100%



＜住民の声＞

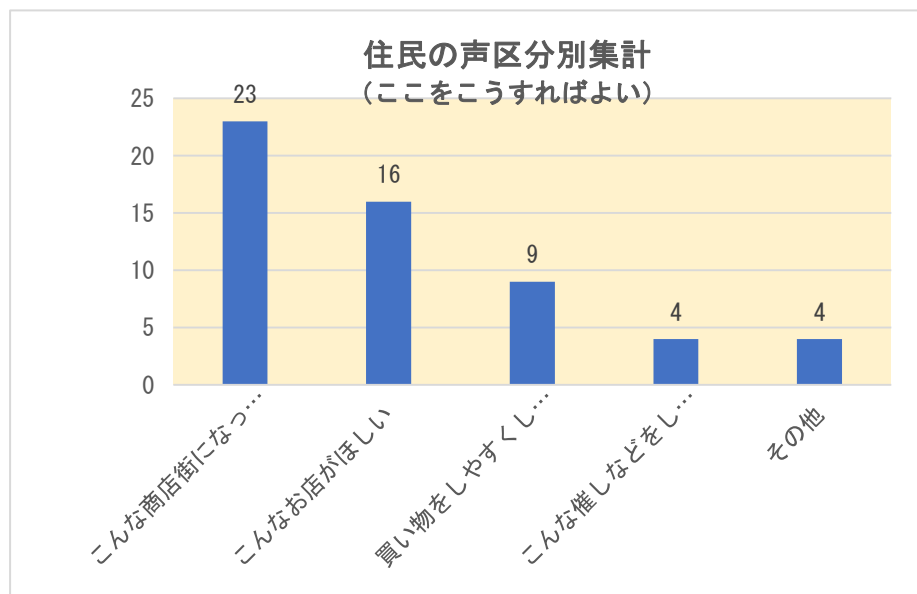
※原文のまま

内容	区分	内容	区分
若者が買い物できる店がほしい	1	セール等の催しが少ない	4
今のままでは年寄り向きで活気に乏しい	1	駐車場がない	3
昔馴染みの店がなくなった	2	コンビニも作ってほしい	2
品川フーズを元の商店街にしてほしい	2	ビンゴゲームをまたやってほしい	4
本屋さんが欲しい (3件)	2	もっと色々な商品を置いてほしい	1
路上駐車がが多いので困る (2件)	3	布団店等	2
うどんなど食べられる所がほしい	2	はきもの店を増やしてほしい	2
小腹のすいた時食べられる店がほしい	2	店内をもっと明るくしてほしい	2
同じ様な店が多い	1	空き店舗が多すぎる	1
多様な店舗展開があればいい	1	手作り市、百円市などイベントを開催してほしい	4
メッサの前に車を止めないでください、怖いです	3	手芸品の店が欲しい	2
婦人服店の店が多い	1	中立売通りは自転車で歩道を走行できないが、メッサの前は車道に車が止まっていて、自転車通行の妨げになっている。	3
食べられるお店を作してほしい	2	子供とお年寄りは歩道通行可能だと思いますが、乗っている人達の乗り方が悪く危ない。	3
店を増やしてほしい	1	例外なく自転車通行不可にした方が安全なのは	3

若い人の好む店が少ない	1	コンビニが一軒あると嬉しい	2
商店街のお店の人も高齢化してきている	1	以前あった行きつけの食品専門店の様なものが欲しい	2
営業時間をもう少し長くしてほしい	2	1か所で何もかも揃うと便利	1
歩道を広くしてほしい	3	スーパー、小売店、居酒屋でもよいけれど、商店街に空き家が増えて・・・	1
道路を見通しよくしてほしい	3	食べ物を売る店が出店してほしい	2
空き店舗をなくして活気ある街になればよい	1	活気がない感じ	1
転居して間がないためあまり行っていない	5	イベントですのなら色々な店を出した方が楽しみがある（屋台とか）月1回ぐらい	4
道の駅のような場所があればうれしい	1	歩行者通路でも良いので簡単な店を出すと か	1
やる気のない店が多い	1	暗すぎる、陰気	1
特に服装類、日用雑貨店の品が古臭い感じ	2	自転車の歩道通行対策の徹底、商店街の人たちは全く注意しない	3
昭和の時代は、大型スーパーやコンビニがなく行っていたが、スーパーなら気に入らなければ買わなくてよいが、対面販売では断りにくい	5	若い層が来るように	1
人気店、核となる店がないといけな、とようけさん、プチメックなど	1	昭和のままお客さん呼び込む積極性がない	1
ネット配信	1	思い切ったアクションが必要	1
〇〇〇がなくなれば好きになれると思う	5	〇〇〇が迷惑	5

## 住民の声 &lt;区分別集計&gt;

区分	内容	件数
1	こんな商店街になってほしい	23
2	こんなお店がほしい	16
3	買い物をしやすくしてほしい	9
4	こんな催しなどをしてほしい	4
5	その他	4
計		56

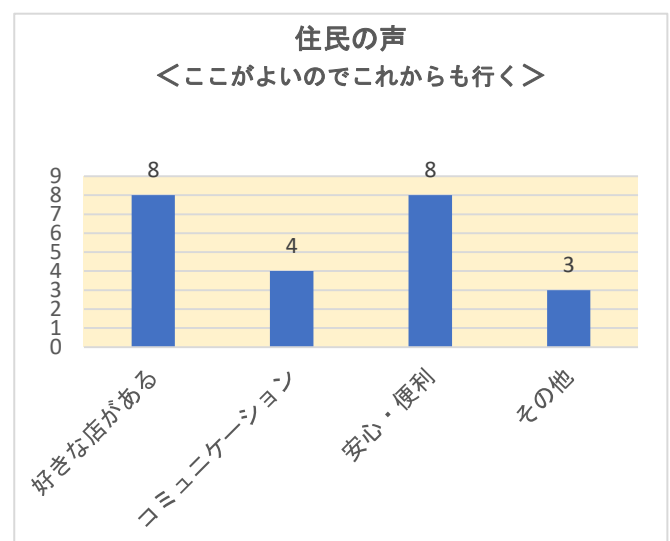


(3) ここがよいのでこれからも行く

※原文のまま

種別	消費者の声	区分
行く理由	普段着でも気軽に行ける	3
	知人に久しぶりに会って話がはずむ	2
	店の人と昔馴染みのように喋れる、何でも質問できる	2
	老人でも心安く買い物ができる	3
	昔から使い慣れた古い日用雑貨がある	1
	鳥松さんの鶏肉が好き	1
	自転車屋が近くにあるので便利	1
	ちょっとほしいものがあったり、買い忘れの時すぐ行ける	3
	毎日買いに行く、近いのがよい、安いのがよい	3
	メッサのみに行く	3
	信用できる おいしい	3
	5円コピー機があるからそのついでに買い物をする	1
	食料品購入のため。近いメッサに仕方なく買い物している	1
	メッサを応援したいため	1
ここがよい	お店の方とちょっとした話があるのが好き	2
	お店の方で顔を合わせると挨拶してくれるのが気持ちいい	2
	ちょっとほしい物があるとすぐに買いに行ける	3
	イベントの時の飾りが好き（クリスマスイルミネーションなど）	4
	メッサ北野に地産のものや商品（酒カス）がある	1
	アーケードがあるので雨の日に行きやすい	3
	昔は賑わっていた	4
	おまんじゅう屋さんによく行きます	1
	昔は好きだった	4

区分	種別	件数
1	好きな店がある	8
2	コミュニケーション	4
3	安心・便利	8
4	その他	3
計		23



## ＜北野商店街への想い＞

## －まとめ－

この調査は、住民の方々が北野商店街に対して感じている商店街の気に入っている点と不満に感じている点などのアンケートの他に「住民からの生の声」として直接意見、想いなどを記入していただいたものです。

□「こんなところがよい」については、

“自宅から近い”（48.6%）は当然として、これ以外に

- ・昔馴染みの店がある（18.9%）
- ・欲しい商品がある（10.3%）
- ・まちの雰囲気（7.6%）

を上げている方が全回答数 185 人のうち、68 人（36.8%）おり、このような根強いファンに商店街が支えられていることを感じます。

また、その他として直接いただいた声の中には、

- ・お店の人と話ができる
- ・お店の人が挨拶してくれる

があり、お客さんと店との深い関係性を垣間見ることができ、これらはこれからも大いに大切にしてゆかなければならない点になります。

□「ここをこうすればよい」については、

アンケートでは、ほしい商品を置いている店が少ない、駐車場、駐輪場の整備が行き届いていない、商店街の雰囲気を明るく、などに半数近くの方がチェックしています。

また、その他様々なご意見を頂いていますが、それを次の4項目に区分すると

- ①こんな商店街になってほしい
- ②こんなお店がほしい
- ③買い物をしやすくしてほしい
- ④こんな催しなどをしてほしい

に大別することができます。

①こんな商店街になってほしい

- ・若い人の好む店がない
- ・多くの種類の店がほしい

が代表的な意見で、商店街全体として多種多様な店舗展開を行い、若い層が来て活気のある商店街になることを望んでいるということであろうと思います。

また、

- ・空き店舗が多く、活気がなく雰囲気が暗い

という意見もあり、これは多くの商店街共通の問題であり、空き店舗対策が上手く行けば、商店街の課題の大半が解決するほどの重要なものになります。

## ②こんなお店がほしい

・本屋さん、ちょっとした飲食店、コンビニなどの店がほしい  
があり、日常に必要なものを買う場所だけではなく、それ以外の楽しみの場所を商店街に求めているのだと思います。

- ・昔馴染みの店がなくなった
- ・品川フーズが元に戻って欲しい

がありますが、これらはこれまでの顧客が商店街から離れてゆく大きな原因になるもので、非常にむずかしい問題で、新たな店舗誘致などの対策が必要になるものです。

## ③買い物をしやすくしてほしい

- ・自転車の通行の安全確保
- ・迷惑路上駐車

などが寄せられています。商店街としても関係各所と共同で何らかの対策を講じる必要があるものです。

## ④こんな催しなどをしてほしい

- ・手作り市、百円市などイベントを行ってほしい
- ・イベント時は屋台とかを出したほうがよい
- ・ビンゴゲームをまたやってほしい

など、定期的に行っているセールなどの他に住民の方々の参加を得られ、皆が楽しめるイベント開催を望んでいます。

## □ここがよいのでこれからも行く

住民の方々から寄せられた声で、前項の「行く理由」とこの項の「ここがよい」から、北野商店街にはこれからも行くという人々が多くいることがわかります。

この人たちの声として、

- ・知人と会って話がはずむ
- ・店の人と何でも話ができる
- ・好きな店がある

などがあり、この方々はいわば北野商店街の古くからのファンというべき人たちで、これからもこのような人たちを大切にしていかなければなりません。



#### IV おわりに

今回の調査で明らかになったこととして、北野商店街は、

- ①お客さんの大部分が中高年の女性の方たちである。
- ②買い求めているのは、主として日常必要なものが大半である。
- ③かつての顧客が近所のスーパー、量販店に相当流れている。

などの傾向が見て取れます。

お客さんは、

- ④1週間に2回以上商店街に出かける人が7割以上いる。
- ⑤特定の店や商品についての固定客が一定数いる。

商店街近辺の住民の方々の要望として、

- ⑥若年層が来る商店街にしてほしい
- ⑦雰囲気をも明るく、活気があるまちにしてほしい
- ⑧多様な店舗展開をしてほしい
- ⑨飲食店が出店してほしい

などがあり、その他にも空き店舗が増えたことに関心を寄せている方や斬新なイベントの提案を行っている方もあります。

これらの中でも特に、住民の方々の要望の⑥～⑨については、北野商店街に限ったことではなく、多くの商店街の長年の懸案事項であり、商店街を構成する各店舗が一緒になって取り組まなければならない課題です。

今回いただいたご意見・要望からは北野商店街は、次のような商店街になってほしいとの願いが込められているように感じます。

- 若い人からお年寄りまで、自分の欲しい商品がある。
- ちょっとしゃれたレストランや喫茶店がある
- 時々楽しいイベントがある。

こうなれば商店街の多くの課題は一挙に解決しますが、なかなかそうは行かないのが現実です。このような商店街に少しでもでも近づける方策として、以下に私案を掲げました。

##### <案1> 地域資源の活用

最近、「まちおこし」の一環として、商店街における地域資源の活用が叫ばれています。

北野商店街には、北野天満宮という観光資源があります。これをうまく使う方法はないものか。

- ・天神さんに来られた観光客などを商店街に呼び込む動線を作る。
- ・天神さんの縁日に合わせて商店街がこれに因んだイベントを行う。
- ・北野天満宮と一緒にできるコラボなどを企画する。

などが考えられますが、イベントそのものは、商店街の各店舗がその成果を等しく得られる企画でないと、商店街全体としてのモチベーションを持続することが難しくなります。

##### <案2> 空き店舗の活用

増えた空き店舗については、商店街衰退の象徴的なイメージとして捉えられることが多く、早期に活用方法を見出す必要があります。

活用方法の一例として、

- ・ 地域住民のコミュニケーションの場として提供
- ・ 商店街と地域住民との交流の場
- ・ 市内銘店の支店としての出店を促す
- ・ 飲食店の誘致

#### <案3> 各店舗の大型量販店、近所のスーパーとの経営の差別化

量販店や近所のスーパーへの顧客の流出を減らすためには、まちの小売店だからこそできる経営の方法を探る必要があります。

- ・ **きめの細かい接客、サービス**  
御用聞きの復活、配達など  
お客さんの要望への迅速な対応
- ・ **お客さんとのコミュニケーションを図れる場の提供**  
お客さん対お店、お客さん同士など
- ・ **何かに特化した店舗づくり**

#### <案4> 商店街と地域住民が一体となったイベント等の開催

商店街は、その地域の人々で成り立っており、地域住民の方々とともに育ててゆくという考えのもとに、住民の方々が参加できる催しを企画します。

さらに、廃止が決定している「京都こども文化会館」の跡地利用について、北野商店街と地域の核になるような活用方法を見出す方向で、官民一体となって進めてゆく必要があります。

理想的な商店街とは、訪れた人にとって、いつも新しい出会いや発見があり、商店街を歩くだけで楽しくなり、そして地域住民にとっては、ただ単に買い物をするだけの場ではなく、地域のコミュニティーを育てる場になっていることだと思います。

このような商店街になれば、やがて口コミやSNSで多くの人々の間に広まり、来街者の増加につながって行くのだと思います。

【資料】

調 査 票

北野商店街 消費者意識調査  
【調査票】

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会

(1) あなた自身についてお尋ねします

- 1 性別 男性 女性
- 2 年齢 20歳～30歳 31歳～40歳 41歳～50歳  
51歳～60歳 61歳～70歳 71歳～80歳  
81歳以上
- 3 職業等 会社勤務 会社経営 公務員 自営業 専門職（弁護士、税理士、医療）  
パート・アルバイト 専業主婦・主夫 学生 無職 その他職業

北野商店街 消費者意識調査  
【調査票】

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会

(2) 普段どこに買い物に行きますか？

<問1> どこに買い物に行きますか

(1) 食料品（飲食物）

- 近所のスーパー（北野商店街のスーパー以外）
- 北野商店街以外の店
- 北野商店街
- その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

(2) 日用雑貨（日常家庭で使うもの）

- 大型量販店
- 近所のスーパー（北野商店街以外のスーパー）
- デパート
- 北野商店街以外の店
- 北野商店街
- その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

(3) 服装類（洋服、靴など身に着けるもの）

- 大型量販店
- 近所のスーパー（北野商店街以外のスーパー）
- デパート
- 北野商店街以外の店
- 北野商店街
- その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

(4) 電化製品、家具類等（またはこれに類するもの）

- 大型量販店
- 近所のスーパー（北野商店街のスーパー以外）
- デパート
- 北野商店街以外の店
- 北野商店街
- その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

(5) 趣味の品（本、インテリア小物、装飾品など）

- 大型量販店
- 近所のスーパー（北野商店街のスーパー以外）
- デパート
- 北野商店街以外の店
- 北野商店街
- その他（具体的に： \_\_\_\_\_）

北野商店街 消費者意識調査  
【調査票】

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会

(3) 北野商店街へ買い物に行きますか？

<問2> 北野商店街に買い物に行きますか

- よく行く  
・ 1週間に2～3回      ・ 1週間に1回  
※問3にお答えください
- 時々行く  
・ 1か月に1回～2回程度  
※問4にお答えください
- セールがあれば行く  
※問4にお答えください
- 行かない  
※問4にお答えください

<問3> 北野商店街に買い物に行く理由は何ですか

- 何を買いますか  
・ 食品   ・ 日用雑貨   ・ 服装類   ・ 電化製品、家具類等   ・ 趣味の品   ・ その他
- 自宅に近い
- 好みの商品がある
- 昔馴染みの店がある
- 商店街が好き
- その他
- ① \_\_\_\_\_
- ② \_\_\_\_\_
- ③ \_\_\_\_\_

<問4> 北野商店街に買い物に行かない理由は何ですか

- 近くにスーパーがある
- 自宅から遠い
- ほしい商品がない
- その他
- ① \_\_\_\_\_
- ② \_\_\_\_\_
- ③ \_\_\_\_\_

北野商店街 消費者意識調査  
【調査票】

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会

(4) 北野商店街をどのようにお感じになっていますか？

<問5> 北野商店街のここが好き

- 自宅に近い
- 昔馴染みの店がある
- 欲しい商品がある
- まちの雰囲気が好き
- セールなどの催しがよい
- 夏祭りなどのイベントが好き

※その他

- ① \_\_\_\_\_
- ② \_\_\_\_\_
- ③ \_\_\_\_\_

<問6> 北野商店街のここをこうすれば好きになると思う

- まちの雰囲気を明るくしてほしい
- 欲しい商品を置いている店があってほしい
- もっとセールなどを行ってほしい
- 駐車場、駐輪場を設けてほしい
- 地域の人とのコミュニケーションの場としての商店街にしてほしい
- 元気が出るイベントなどを行ってほしい

※その他

- ① \_\_\_\_\_
- ② \_\_\_\_\_
- ③ \_\_\_\_\_

以上です。ご協力ありがとうございました。

2022年1月

ウエル北野協同組合  
京都市小売商総連合会