

八潮駅周辺商業者等の意向等  
アンケート調査報告書

令和7年1月

八潮市



八潮駅周辺商業者等の意向等  
アンケート調査報告書

令和7年1月

八潮市



## 目次

八潮駅周辺事業者等の意向等アンケート調査の概要	1
要約	3
<b>第1章 経営者等に関すること</b>	<b>6</b>
■01. 経営者等の立場	6
■02. 経営者等が有する責任や権限	6
■03. 経営者等が責任や権限を有する拠点の数	6
■04. 経営者等の年齢	7
■05. 経営者等の居住地	8
■06. 商工関連団体等への加入状況	8
<b>第2章 会社や事業に関すること</b>	<b>9</b>
■07. 営んでいる事業の種別	9
■08. 八潮駅周辺での主要拠点（店舗・事務所等）の場所	9
■09. 八潮駅周辺での主要拠点以外の拠点（店舗・事務所等）	10
■10. 現在の場所（主要拠点）での営業年数	10
■11. 現在営んでいる事業は専業・兼業・副業のいずれであるか	11
■12. 経営形態（法人、個人事業主）	11
■13. 現店舗等（主要拠点）の面積	11
■14. 事業に使用している土地、建物の所有	12
■15. 現店舗等の従業員	12
■16. 1日あたりの平均来店（来社）客数	12
■17. 現店舗等の昨年の年間売上高	13
■18. 新型コロナウイルス感染症流行前と比較した売上高の推移	14
■19. 売上高増加の要因・ ■18「売上高増加傾向グループ」46事業所への質問	15
■20. 売上高減少の要因・ ■18「売上高減少傾向グループ」23事業所への質問	16
■21. 新型コロナウイルス感染症の影響・ ■19「新型コロナウイルス感染症の影響による変化」・ ■20 「新型コロナウイルス感染症の影響から回復不能」を選んだ19事業所への質問	16
■22. 他社と共同・連携していること	17
■23. 経営上の知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていること	18
■24. 来客用駐車場の保有状況	19
■25. 来客用駐車場の収容台数	19
■26. 主たる客層の属性等	20
■27. 固定客の割合	24
■28. 自社が顧客に支持されている理由	25
■29. 現在抱えている経営上の問題点や課題	27
■30. 現在実施しようとしている経営上の方策	28
<b>第3章 DX（デジタル化・IT化含む）に関すること</b>	<b>29</b>
■31. データやデジタル技術の活用状況	29

■32. データやデジタル技術の活用方法・ ・ ■31「活用している」を選んだ 89 事業所への質問 .....	29
■33. データやデジタル技術を活用する際に障害となるもの.....	30
■34. キャッシュレス決済の利用状況・ ・ ■32「キャッシュレス決済」を選んだ 60 事業所への質問 .....	30
■35. キャッシュレス決済の効果・ ・ ■32「キャッシュレス決済」を選んだ 60 事業所への質問 .....	31
■36. キャッシュレス決済導入の悪かった点・ ・ ■32「キャッシュレス決済」を選んだ 60 事業所への質問 .....	31
■37. キャッシュレス決済を導入しない理由・ ・ ■32「キャッシュレス決済」を選ばなかった 29 事業所への質問 .....	32
<b>第 4 章 出店／開業の経緯や今後のあり方に関すること.....</b>	<b>33</b>
■38. 現在地（八潮駅周辺）へ出店／開業した理由 .....	33
■39. 現在地へ出店／開業した経緯 .....	34
■40. 今後、現在の場所で事業を継続するか.....	34
■41. 継続する理由・ ・ ■40「継続する」を選んだ 85 事業所への質問 .....	35
<b>第 5 章 商店会活動等に関すること .....</b>	<b>36</b>
■42. 商店会活動をどう思うか.....	36
■43. 商店会に期待するもの .....	37
■44. 商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思うか .....	39
■45. 商店会への参加に対して障壁となるものは何か・ ・ ■44「いいえ」、「わからない」を選んだ 93 事業所への質問 .....	40
■46. 商店会活動（地域の活性化や会員店舗等の PR などのイベント）への参加.....	41
■47. 行政に期待すること .....	42
■48. 商店会の組織化のためにはどのようなことが必要か .....	43
<b>第 6 章 自由意見・感想 .....</b>	<b>44</b>
<b>第 7 章 訪問によるヒアリング結果.....</b>	<b>45</b>
<b>第 8 章 調査結果のまとめ.....</b>	<b>48</b>
<b>第 9 章 商店会設立に向けて .....</b>	<b>51</b>
資料（アンケート用紙） .....	0

## 八潮駅周辺事業者等の意向等アンケート調査の概要

### 1. 調査目的

つくばエクスプレスの開業 20 年を迎える八潮駅周辺の商業・サービス業の現況を調査し、併せて事業者等の方々の地域貢献に対する意向、市行政への要望等を調べ、今後の本市商業のあり方と商業振興策を検討するための資料とする。

### 2. 調査内容

- (1) 経営者等に関すること  
アンケートに回答いただいた店舗等の運営責任者の権限範囲や商工関連団体等への加入状況など。
- (2) 会社や事業に関すること  
店舗等の業種、取扱商品・サービス、店舗所在地と店舗数、経営組織、営業年数、来客数、売上高、自店の強み、他社との連携、駐車場、客層、経営課題と対策など。
- (3) DX（デジタル化・IT化含む）に関すること  
インターネットやキャッシュレス決済等の利用状況。
- (4) 出店／開業の経緯や今後のあり方に関すること  
出店／開業の経緯、今後の事業継続の意思。
- (5) 商店会活動等に関すること  
商店会活動への参加、地域振興イベントへの参加、市行政への要望、商店会組織化に必要なものなど。
- (6) 自由意見・感想  
商業に関する要望、意見、感想など。
- (7) 訪問ヒアリング  
アンケートに回答していただいた事業者の一部に聞き取り調査を行った商店会組織化に向けた取組など。

### 3. 調査設計

- (1) 調査対象  
八潮駅周辺（大瀬一丁目～大瀬六丁目、茜町一丁目）の 286 事業所（事前の実地調査で存在を把握できた店舗・事務所等のすべて）
- (2) 調査方法  
アンケート調査票を郵便にて送付・回収。原則無記名式。一部、回答内容について訪問の上、追加ヒアリング。宛先として表記した店舗・事務所の名称や所在地が修正ある場合のみ、正しいものを記載。
- (3) 調査及び回収期間  
令和 6 年 8 月 1 日から同年 11 月 11 日
- (4) 調査機関  
八潮市（一般社団法人 埼玉県中小企業診断協会）

### 4. 回収結果

発送数	286
対象数 <sup>Ⓐ</sup>	281（※）
回収数 <sup>Ⓑ</sup>	110
回収率 <sup>Ⓑ</sup> ÷ <sup>Ⓐ</sup>	39.1%

（※）住所不明で未配達が 3 件、同一企業のため回答省略が 2 件あったため、実質的対象数は 281 件となった。

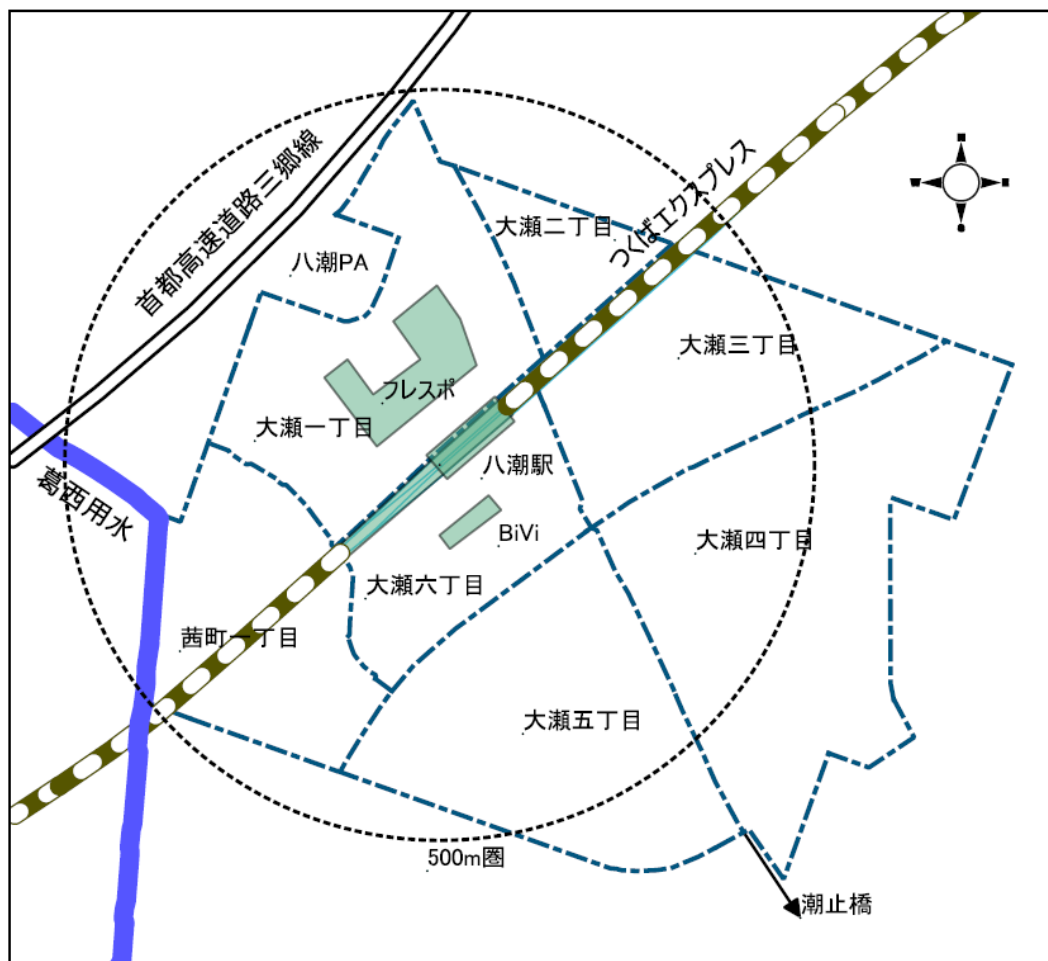
地区別回収状況

参考（令和6年1月1日現在※）

アンケート先事業所所在地	発送数	回答数	回収率	人口	世帯数
フレスポ八潮（大瀬一丁目）	57	36	63%	- - -	- - -
BiVi八潮（大瀬六丁目）	18	4	22%	- - -	- - -
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	60	23	38%	2,485	1,262
大瀬二丁目	7	2	29%	362	227
大瀬三丁目	20	9	45%	801	533
大瀬四丁目	24	7	29%	3,821	1,938
大瀬五丁目	28	9	32%	672	500
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）	49	14	29%	213	168
茜町一丁目	23	6	26%	1,022	652
合計	286	110	38%	9,376	5,280

※人口、世帯数は、八潮市ホームページに掲載されている数値。

調査対象地区略図



## 要約

### 1. 八潮駅周辺の商業集積の特徴

#### (1) 商業集積の特徴

八潮駅を中心とした商業集積の形成は、平成 17 年 8 月つくばエクスプレス八潮駅開業から始まった。

八潮駅開業と同時に高架下商業施設 TX アベニュー八潮がオープンし、翌年 4 月には八潮駅北口に総合商業施設として延床面積 42,722 m<sup>2</sup>のフレスポ八潮が開業した。以後、徐々に商店や事業所が開店し、商業集積が形成されてきた。

現在の商業・サービス業系の事業所数は、今回のアンケート対象とした 286 件まで増加している（八潮駅周辺事業者等の意向等アンケート調査報告書（平成 31 年 2 月発行）では 218 件）。今回のアンケートに回答を寄せた 110 事業所の営業年数は駅開業時となる 19 年以下が 9 割を超え、内 4 年以下が 26%となっている。

#### (2) 商圈<sup>1</sup>の特徴

八潮駅の 1 日平均乗車人員 24,132 人（令和 5 年度）、八潮市の人口 93,484 人（令和 6 年 11 月 1 日）である。

調査結果によると事業者は八潮駅周辺 1 km 圏内から来店している顧客が多いと回答している。次に多いのは八潮市内からの来店である。

八潮市の人口は、つくばエクスプレス開業の平成 17 年の 75,507 人から令和 6 年の 93,484 人に、19 年間で 1.24 倍になった。

令和 2 年国勢調査を基に、地理情報システム（GIS）を利用して商圈分析を試みた。この分析によれば、八潮駅から 1 km 圏内の人口は八潮市全体の 26%を占め、25 歳から 39 歳までの世代の人口が、この地域の約 30%を占める。高齢化率で見ても埼玉県が 27.4%（令和 5 年度）に対し、八潮市は 22.6%（令和 5 年度）であり、若い世代の構成比が高いのが特徴である。

### 2. 今回調査による事業所の特徴

#### (1) 事業所数

地域の調査対象事業所（商業・サービス業系の店舗・事業所）は、286 件である。

#### (2) 経営者等

企業すべての責任と権限を有している経営者等の割合は 43%と半数に近く、これに担当拠点のみすべての責任と権限を有している割合を合わせると 58%であり、約 6 割が商店会の参加やその活動について意思決定ができる。

経営者等の年齢は、30~50 代を中心としており、商店会を設立した際には若手の活力が期待できる。働き盛りであり、自店の経営と地域の組織活動の両立が可能である。

現在、後継者問題を経営上の問題点や課題としてとらえている事業者は 4%と少ない。令和 3 年度埼玉県商店街経営実態調査によると、商店街の衰退の原因として後継者不足を上げる商店街が多い。多くの商店街と異なり後継者問題に悩まされることのない若い経営者等の多い商業集積である。

一方、事業所の土地や建物は約 80%が賃貸物件であり、経営者等の地元居住者は 30%であること、多くが八潮市以外の隣接市や区から通勤していることから、八潮駅周辺にビジネスチャンスを求めて進出してきたのではないと思われる。

#### (3) 業種

業種構成は、卸売業・小売業 21%、飲食業 8%、その他 71%である。

#### (4) 商圈

事業者は、来店する主たる顧客は八潮駅近隣が 69%、八潮市内が 40%と回答している。地元での顧客との接点を増やすため、また市外からの来店客の増加を目指すためにも、八潮駅周辺商業の PR などに商店会を通じた地域全体の活動が求められる。

---

<sup>1</sup> 特定の店舗やサービスが提供される地理的な範囲のこと。

(5) 出店／開業の経緯と今後のあり方

事業者の多くが地域の人口流入や居住人口の増加など、地域の人口増加を期待して出店・開業している。また、77%が今後も事業を継続するとしている。

3. 商店会の形成

回答を寄せた 110 事業所の内、商店会活動に興味あり 21 件、わからない 47 件、興味なし 33 件である。

事業者が商店会に期待するものとして、イベントの開催 26%、地域活性化による取組推進 19%、商店会会員との連携 11%となっている。今後、商店会設置に向けて、地域の事業者が連携を図りながら地域住民や消費者の要望に応えられるような組織になれるように連携していくことが求められる。

4. 八潮市に期待されていること

今後、八潮市の人口は 2040 年に 10 万人を達成するとの試算がある。平成 30 年と比較して令和 6 年は、20 代後半の人口が増加しており、若い世代を増加させるための施策を継続していくことが必要である。

また、八潮駅周辺は、八潮市の中心商業拠点として位置づけられていることから、活気あるまちづくりへの取組主体として期待される商店会設立のための支援と併せ、既存の商店会を含めた商店会への継続的な支援が求められる。

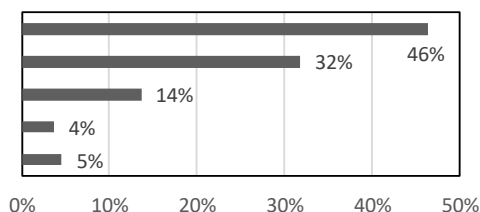
## 報告書の見方

- (1) 回答の構成比(%)は「(回答数÷回答合計数)×100」で計算し、小数点以下を四捨五入して表記した。したがって表記された構成比(%)を合計すると100%にならないことがあるが、合計は100%とした。
- (2) 複数の選択肢を選ぶ質問では、回答数の合計値は延べ数である。したがって多くの場合、回答数の合計は回答事業所数を超える。
- (3) 複数の選択肢を選ぶ質問の回答の構成比(%)は、「(回答数÷事業所数)×100」で計算し、基準(分母)となる値はその質問の対象となった事業所数である。このため表中に記された数値を合計すると100%を超えることがあるが、合計は100%とした。
- (4) 比較対照されている「平成30年度調査」とは、平成31年2月発行の「八潮駅周辺事業者等の意向等アンケート調査報告書」である。

## 第1章 経営者等に関すること

### ■01. 経営者等の立場

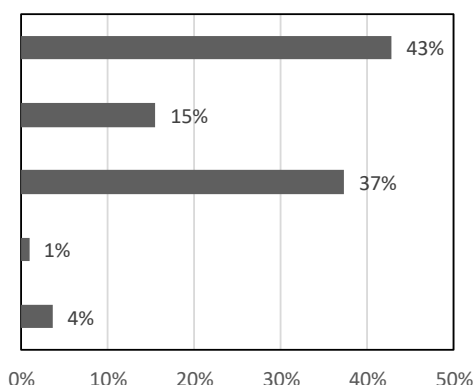
社内の立場	回答数	構成比
個人事業主・法人の代表者	51	46%
個人事業主以外又は法人の店舗責任者	35	32%
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等	15	14%
その他	4	4%
無回答	5	5%
合計	110	100%



「個人事業主・法人の代表者」が46%で最も多い。次いで「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」が32%である。

### ■02. 経営者等が有する責任や権限

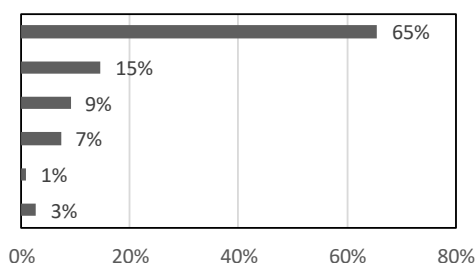
責任・権限の範囲	回答数	構成比
企業すべてについて責任と権限を有している	47	43%
担当拠点（事務所・店舗等）についてのみ、すべての責任と権限を有している	17	15%
担当拠点（事務所・店舗等）の運営の部分についてのみ、責任と権限を有している	41	37%
その他	1	1%
無回答	4	4%
合計	110	100%



「企業すべてに責任と権限を有している」経営者等が43%、「担当拠点（事務所・店舗等）についてのみ、すべての責任と権限を有している」経営者等が15%、合わせて約6割の経営者等が事務所・店舗等についてすべての責任と権限を有しており、意思決定のできる立場にある。

### ■03. 経営者等が責任や権限を有する拠点の数

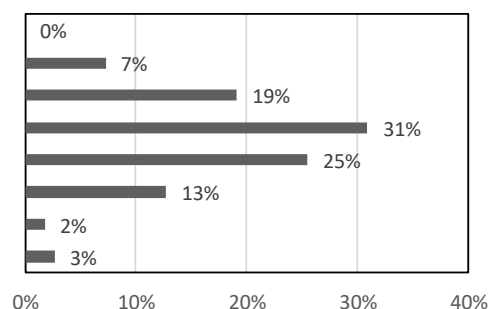
責任や権限を有する拠点の数	回答数	構成比
1店舗	72	65%
2～3店舗	16	15%
4～5店舗	10	9%
6店舗以上	8	7%
その他	1	1%
無回答	3	3%
合計	110	100%



「1店舗」に責任や権限を有する経営者等が65%、複数店舗に責任や権限を有する経営者等が31%である。平成30年度調査（以下、前回調査という。）では、各々73%、24%であり1店舗に責任や権限を有する経営者等の割合が約1割減少している。

#### ■04. 経営者等の年齢

年代	回答数	構成比
10代	0	0%
20代	8	7%
30代	21	19%
40代	34	31%
50代	28	25%
60代	14	13%
70代以上	2	2%
無回答	3	3%
合計	110	100%



「40代」が31%と最も多く、次いで「50代」25%である。前回調査では、各々33%、18%であり、「40代」が2ポイント減り、「50代」が7ポイント増えた。一方、「20代」は今回7%、前回調査13%で6ポイント減少し、経営者等の年齢が上がっている。

#### 〈経営者等の立場と年代〉

経営者等の立場／年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	無回答	合計
個人事業主・法人の代表者		1	8	11	18	10	2	1	51
個人事業主以外又は法人の店舗責任者		6	7	15	6	1			35
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等		1	6	6		2			15
その他				1	3				4
無回答				1	1	1		2	5
合計	0	8	21	34	28	14	2	3	110

経営者等の立場別に見ると、「個人事業主・法人の代表者」では「50代」18人、「40代」11人、「60代」10人の順となっている。「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」では「40代」15人が最も多い。また、「法人の代表者以外の役員やエリア責任者等」では「30代」と「40代」が同数の6人である。前回調査の「個人事業主・法人の代表者」では「50代」12人、「40代」18人、「60代」3人であり、年齢が上がっている。

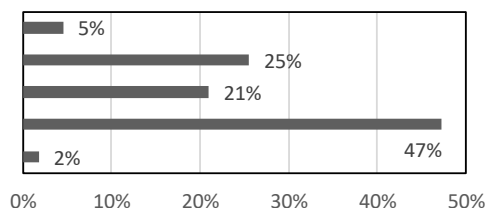
#### 【参考】

前回調査と今回調査を比較すると、「40代」の経営者の割合が減少し、「50代」・「60代」の経営者の割合が増加していることがわかる。

経営者等の年代	平成30年度調査	今回調査
10代	1%	0%
20代	13%	7%
30代	20%	19%
40代	33%	31%
50代	18%	25%
60代	2%	13%
70代以上	8%	2%
無回答	4%	3%
合計	100%	100%

## ■05. 経営者等の居住地

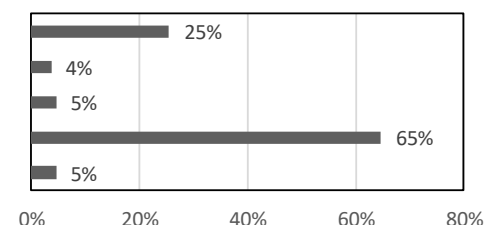
居住地	回答数	構成比
店舗・事業所に同じ	5	5%
店舗・事業所以外の八潮市内	28	25%
八潮市以外の隣接市・区	23	21%
その他	52	47%
無回答	2	2%
合計	110	100%



居住地が「店舗・事業所に同じ」経営者等は5%と前回調査の9%よりさらに減少している。一方「店舗・事業所以外の八潮市内」は25%で前回調査の21%から増加している。これを合わせると、今回・前回調査共にこのエリアに居住している経営者等は30%だが、構成に変化が見られる。最も多い居住地は「その他」の47%である。「その他」は八潮市以外の隣接市・区以遠の居住地である。

## ■06. 商工関連団体等への加入状況

商工関連団体等への加入状況	回答数	構成比
八潮市商工会に加入している	28	25%
他の商工関連団体に加入している	4	4%
商工関連以外の団体に加入している	5	5%
団体には加入していない	71	65%
無回答	5	5%
事業所数	110	100%



※複数回答

「団体には加入していない」経営者等が65%と最も多い。加入している商工関連団体等としては八潮市商工会が25%と最も多い。

### 〈経営者等の立場と団体加入〉

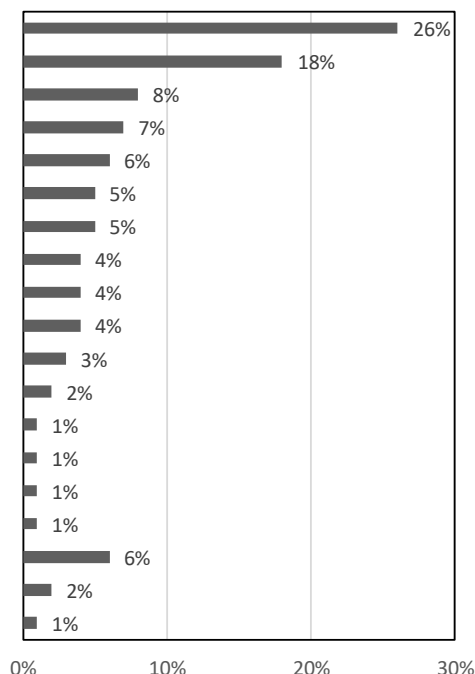
経営者等の立場/団体加入	八潮市商工会に加入	他の商工関連団体に加入	商工関連以外の団体に加入	団体には無加入	無回答	合計
個人事業主・法人の代表者	19	3	3	28	1	54
個人事業主以外又は法人の店舗責任者	6	1	2	25	1	35
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等	2			12	1	15
その他	1			3		4
無回答				3	2	5
合計	28	4	5	71	5	113

団体への加入別に見ると「八潮市商工会に加入」では「個人事業主・法人の代表者」が19人と最も多い。

## 第2章 会社や事業に関すること

### ■07. 営んでいる事業の種別

事業の種別	回答数	構成比
医療／福祉	29	26%
その他小売店舗	20	18%
飲食店	9	8%
学習支援業	8	7%
洗濯／理容／美容業	7	6%
金融／保険業	6	5%
運輸／郵便業	5	5%
生活関連サービス業	4	4%
不動産／物品賃貸業	4	4%
自動車整備／専門・技術サービス業	4	4%
娯楽業	3	3%
コンビニエンスストア	2	2%
卸売店舗	1	1%
宿泊施設	1	1%
建設設計	1	1%
製造・小売／農業（直売所含む）	1	1%
その他（サービス）	7	6%
その他（物販及び飲食店）	2	2%
無回答	1	1%
事業所数	110	100%

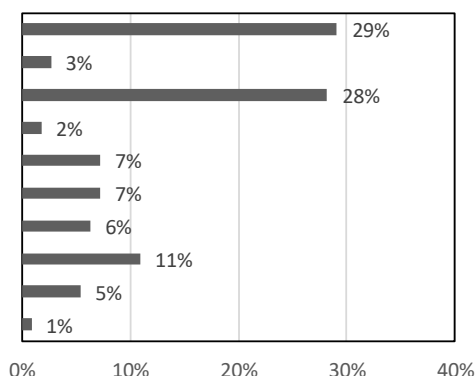


※複数回答

18種の事業に分類され、「医療/福祉」が最も多く26%、次いで「その他小売店舗」18%、「飲食店」8%、「学習支援業」7%の順となっている。

### ■08. 八潮駅周辺での主要拠点（店舗・事務所等）の場所

八潮駅周辺の主要拠点の場所	回答数	構成比
フレスポ八潮内	32	29%
BiVi八潮内	3	3%
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	31	28%
大瀬二丁目	2	2%
大瀬三丁目	8	7%
大瀬四丁目	8	7%
大瀬五丁目	7	6%
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）	12	11%
茜町一丁目	6	5%
無回答	1	1%
合計	110	100%

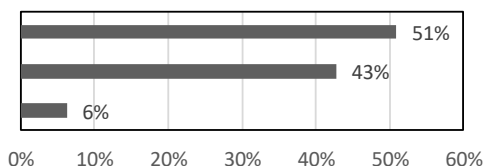


主要な拠点の所在地は、「フレスポ八潮内」が29%、次いで「大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）」が28%で、合わせて約6割がこの地区である。

## ■09. 八潮駅周辺での主要拠点以外の拠点（店舗・事務所等）

〈主要拠点以外の拠点の有無〉

八潮駅周辺の主要拠点以外の拠点の有無	回答数	構成比
ある	56	51%
ない	47	43%
無回答	7	6%
合計	110	100%

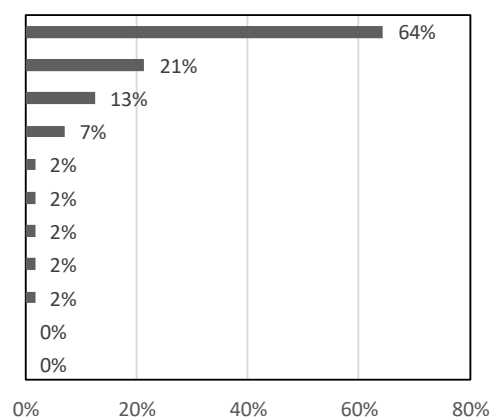


八潮駅周辺の主要拠点以外の拠点を有する事業所は51%であった。前回調査では60%であり9ポイントと大幅に減少している。前回調査と今回調査の間にコロナ禍を挟んでおり、この影響で他の地域の拠点が閉鎖されたものと考えられる。

〈主要拠点以外の拠点の場所〉

（八潮駅周辺の主要拠点以外に拠点の場所があると回答した56事業所の場所）

八潮駅周辺の主要拠点以外の拠点の場所	回答数	構成比
八潮市外	36	64%
調査区域以外の八潮市	12	21%
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	7	13%
フレスポ八潮内	4	7%
BiVi八潮内	1	2%
大瀬二丁目	1	2%
大瀬三丁目	1	2%
大瀬四丁目	1	2%
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）	1	2%
大瀬五丁目	0	0%
茜町一丁目	0	0%
事業所数	56	100%



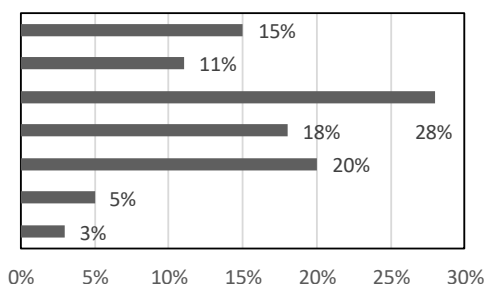
※複数回答

「八潮市外」が64%と最も多く、八潮駅周辺での主要な拠点と八潮市外の拠点とが支店やチェーン店として多店舗展開しているものとみられる。ただし、前回調査結果の88%から大幅に減少している。

「調査区域以外の八潮市」は前回調査結果の8%から21%、「大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）」は前回調査結果4%から13%と大幅に増加している。八潮駅周辺事業者は、八潮市内での多店舗化の傾向が見られる。

## ■10. 現在の場所（主要拠点）での営業年数

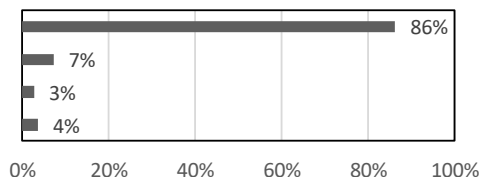
八潮駅周辺の主要拠点での営業年数	回答数	構成比
2年以下	17	15%
3～4年	12	11%
5～9年	31	28%
10～14年	20	18%
15～19年	22	20%
20年以上	5	5%
無回答	3	3%
合計	110	100%



営業年数「5～9年」が28%と最も多く、次いで「15～19年」が20%である。平成17年8月に八潮駅が開業し、平成18年4月にフレスポ八潮が開店したことから、これらを契機に出店した事業所が多いことになる。

■11. 現在営んでいる事業は専業・兼業・副業のいずれであるか

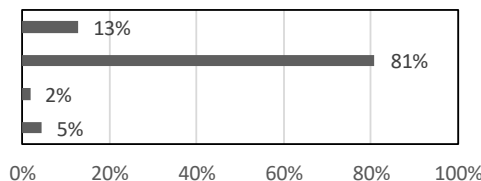
事業は専業・兼業・副業のいずれであるか	回答数	構成比
専業	95	86%
兼業（当該事業の営業収入が主）	8	7%
副業（当該事業以外の営業収入が主）	3	3%
無回答	4	4%
合計	110	100%



「専業」が86%と大半である。

■12. 経営形態（法人、個人事業主）

営んでいる事業の経営形態	回答数	構成比
個人事業主	14	13%
法人	89	81%
その他	2	2%
無回答	5	5%
合計	110	100%

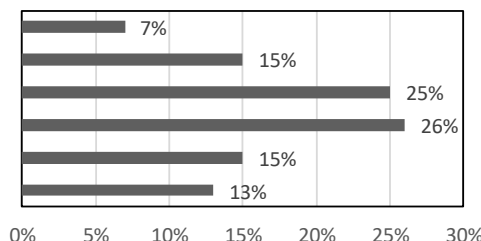


「法人」が81%と圧倒的に多く、「個人事業主」は13%である。前回調査では「法人」72%、「個人事業主」22%であり、前回調査と今回調査を比較すると、法人の割合が増え、個人事業主の割合が減っている。

また、国の統計<sup>2</sup>によると、法人と個人経営の割合は56対44であり、八潮駅周辺の割合は特徴的である。

■13. 現店舗等（主要拠点）の面積

現店舗等の面積	回答数	構成比
29 m <sup>2</sup> 以下	8	7%
30～49 m <sup>2</sup>	16	15%
50～99 m <sup>2</sup>	27	25%
100～299 m <sup>2</sup>	29	26%
300 m <sup>2</sup> 以上	16	15%
無回答	14	13%
合計	110	100%



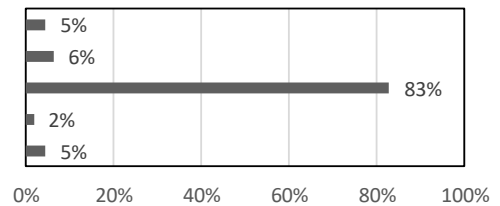
「100～299 m<sup>2</sup>」が26%、次いで「50～99 m<sup>2</sup>」が25%と多く、合わせて約半数を占める。これ以下の面積の店舗や事務所等が22%、これ以上が15%である。

<sup>2</sup> 「令和3年総務省・経済産業省経済センサスー活動調査」によると全国の「法人」206万5484企業（全企業等の56.1%）、「個人経営」161万8565企業（同43.9%）である。

## ■14. 事業に使用している土地、建物の所有

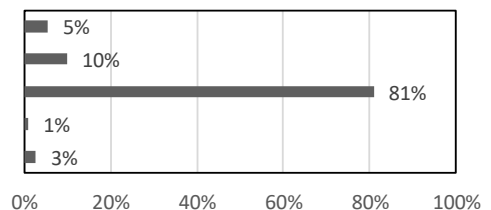
### 〈土地〉

土地の所有形態	回答数	構成比
経営者または家族の所有	5	5%
企業の所有	7	6%
他者からの賃貸	91	83%
その他	2	2%
無回答	5	5%
合計	110	100%



### 〈建物〉

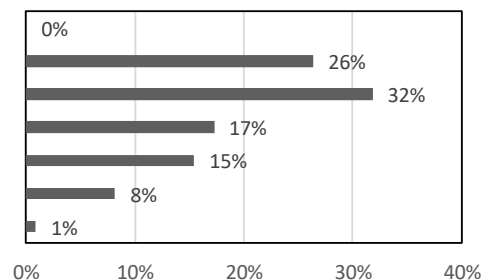
建物の所有形態	回答数	構成比
経営者または家族の所有	6	5%
企業の所有	11	10%
他者からの賃貸	89	81%
その他	1	1%
無回答	3	3%
合計	110	100%



土地、建物共に「他者からの賃貸」による営業が約8割を占める。「経営者または家族の所有」は、共に5%である。

## ■15. 現店舗等の従業員

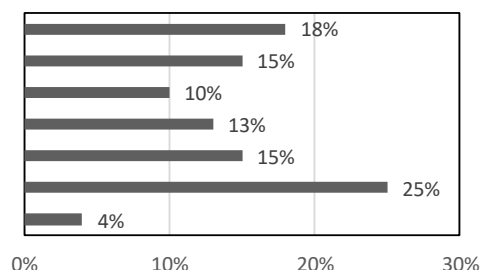
従業員数	回答数	構成比
雇用していない	0	0%
5人以下	29	26%
6～10人	35	32%
11～20人	19	17%
21～30人	17	15%
30人超	9	8%
無回答	1	1%
合計	110	100%



回答者のすべてが従業員を雇用しており、「6～10人」が32%で最も多く、次いで「5人以下」26%である。従業員数が10人以下の事業所を合計すると58%である。

## ■16. 1日あたりの平均来店（来社）客数

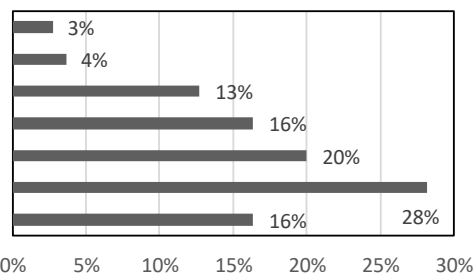
1日あたり平均来店（来社）人数	回答数	構成比
9人以下	20	18%
10～19人	17	15%
20～29人	11	10%
30～49人	14	13%
50～99人	16	15%
100人以上	28	25%
無回答	4	4%
合計	110	100%



「100人以上」が25%と最も多い。これ以下の人数では各区分に人数が概ね均等である。多様な業種・業態の店舗を反映していることが伺える。

■17. 現店舗等の昨年の年間売上高

令和5年(度)の売上高	回答数	構成比
500万円未満	3	3%
500万円以上1,000万円未満	4	4%
1,000万円以上3,000万円未満	14	13%
3,000万円以上5,000万円未満	18	16%
5,000万円以上1億円未満	22	20%
1億円以上	31	28%
無回答	18	16%
合計	110	100%



「1億円以上」が28%と最も多く、次いで「5,000万円以上1億円未満」が20%である。5,000万円以上を合計すると半数近くを占める。また、3,000万円未満を合計すると20%である。売上規模の大きな事業所が多いことが見て取れる。

前回調査では、5,000万円以上を合計すると45%であり、3,000万円未満が31%であったところから、売上規模の大型化が見て取れる。

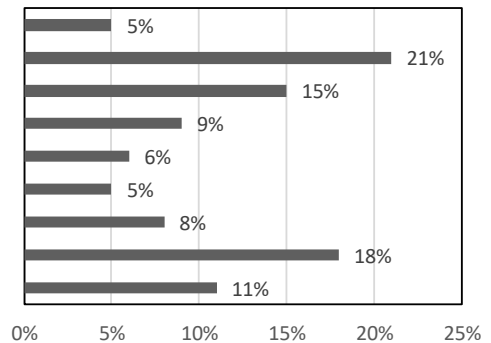
〈売上高と1日の平均来店(来社)客数〉

売上高/平均来店(来社)客数	9人以下	10-19人	20-29人	30-49人	50-99人	100人以上	無回答	合計
500万円未満	1	1	1					3
500万円以上1,000万円未満	1	2		1				4
1,000万円以上3,000万円未満	2	2	4	1	5			14
3,000万円以上5,000万円未満	4	6	3		1	4		18
5,000万円以上1億円未満	2	3	1	5	4	7		22
1億円以上	7	2	1	2	3	15	1	31
無回答	3	1	1	5	3	2	3	18
合計	20	17	11	14	16	28	4	110

1日平均来店(来社)客数「9人以下」をみると、売上高は「500万円未満」から「1億円以上」まで分布する。事業所ごとの客単価の相違が示されている。一方、「100人以上」の1日平均来店(来社)客数では、半数以上が1億円以上の売上となっている。

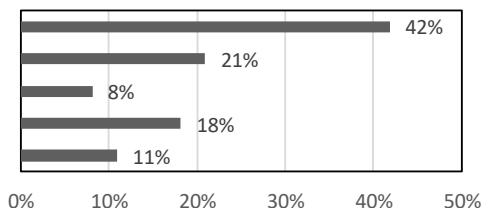
## ■18. 新型コロナウイルス感染症流行前と比較した売上高の推移

コロナ前と比較した売上高の推移	回答数	構成比
20%超の増加	6	5%
10~20%の増加	23	21%
10%未満の増加	17	15%
10%未満の減少	10	9%
10~20%の減少	7	6%
20%超の減少	6	5%
比較不能	9	8%
その他	20	18%
無回答	12	11%
合計	110	100%



### 〈増加と減少を合計した場合〉

コロナ前と比較した売上高の推移	回答数	構成比
増加傾向グループ	46	42%
減少傾向グループ	23	21%
比較不能グループ	9	8%
その他	20	18%
無回答	12	11%
合計	110	100%



「10~20%の増加」が最も多く21%、次いで「10%未満の増加」が15%、「20%超の増加」も5%ある。これらを合わせて「増加傾向グループ」が42%である。一方、「10%未満の減少」が9%、「10~20%の減少」が6%、「20%超の減少」が5%である。これらを合わせて「減少傾向グループ」は21%である。前回調査では、増加傾向グループが57%、減少傾向グループが25%であった。

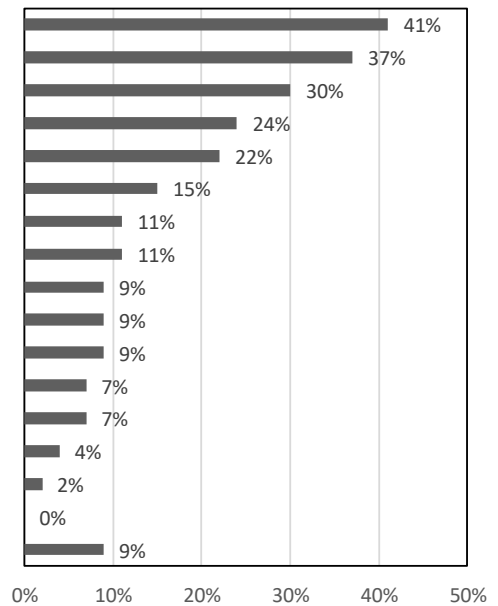
### 〈売上高の推移と営業年数〉

売上高の推移/営業年数	2年以下	3-4年	5-9年	10-14年	15-19年	20年以上	無回答	合計
20%超の増加	1		2	3				6
10~20%の増加	3	2	10	2	5	1		23
10%未満の増加	2		2	3	8	2		17
10%未満の減少	1	1	3	3	2			10
10~20%の減少		1	4	1	1			7
20%超の減少		1	2	2		1		6
比較不能	5	3					1	9
その他	3	3	4	4	5	1		20
無回答	2	1	4	2	1		2	12
合計	17	12	31	20	22	5	3	110

売上傾向が「20%超の増加」となった事業所は、営業年数が「5~9年」、「10~14年」の事業所に多い。売上傾向が「10%~20%の増加」となった事業所は、営業年数が「5~9年」に最も多い。売上の増加率が低くなるにつれて営業年数は長くなる傾向にある。

■19. 売上高増加の要因・・・■18「売上高増加傾向グループ」46 事業所への質問

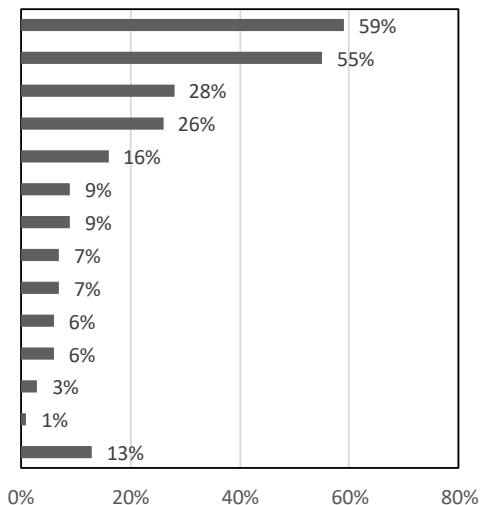
売上高増加の要因	回答数	構成比
周辺人口の増加	19	41%
八潮駅利用者の増加	17	37%
新型コロナウイルス感染症の影響による変化	14	30%
商品・サービスの強化	11	24%
客単価の向上	10	22%
消費者ニーズの変化	7	15%
景気の回復	5	11%
インターネットによる集客効果	5	11%
商品・サービスラインナップの見直し	4	9%
販売価格の改定	4	9%
競合店の撤退・廃業	4	9%
見せ方の工夫	3	7%
インターネットでの販売	3	7%
店舗の改装	2	4%
インバウンドの影響	1	2%
大型店の出店による周辺地域への集客効果	0	0%
その他	4	9%
事業所数	46	100%



※複数回答

売上高増加の要因は、「周辺人口の増加」が41%、「八潮駅利用者の増加」が37%、「新型コロナウイルス感染症の影響による変化」が30%の順である。

売上高増加の要因(前回調査)	回答数	構成比
周辺人口の増加	41	59%
八潮駅利用者の増加	38	55%
インターネットによる集客効果	19	28%
商品・サービスの強化	18	26%
客単価の向上	11	16%
消費者ニーズの変化	6	9%
見せ方の工夫	6	9%
商品・サービスラインナップの見直し	5	7%
店舗の改装	5	7%
景気の回復	4	6%
競合店の撤退・廃業	4	6%
大型店の出店による周辺地域への集客効果	2	3%
インターネットでの販売	1	1%
その他	9	13%
事業所数	69	100%



※複数回答

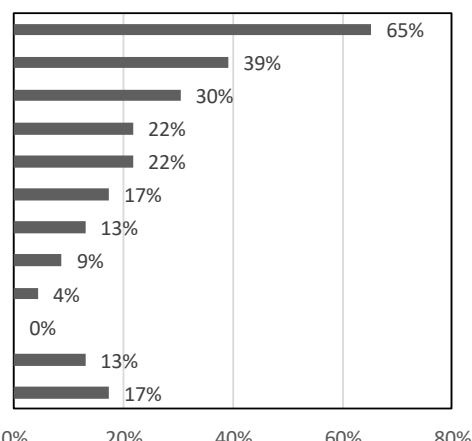
前回調査では、「周辺人口の増加」が59%、「八潮駅利用者の増加」が55%であったが、今回調査ではその割合が低下している。また、前回調査で3位であった「インターネットによる集客効果」28%は、今回11%に低下している。

その他の回答は以下のとおりである。

テイクアウト、ウーバーイーツなど	1
営業努力	1
健康意識の向上	1
採用・社員教育、ブランディング	1
合計	4

■20. 売上高減少の要因・ ・ ■18「売上高減少傾向グループ」 23 事業所への質問

売上高減少の要因	回答数	構成比
客数の減少	15	65%
消費者ニーズの変化	9	39%
競合店の進出	7	30%
自社の努力不足	5	22%
新型コロナウイルス感染症の影響から回復不能	5	22%
通信販売やインターネット普及による影響	4	17%
客単価の低下	3	13%
取扱商品・サービスの陳腐化	2	9%
都心へのアクセスの向上	1	4%
大型店の出店	0	0%
その他	3	13%
無回答	4	17%
事業所数	23	100%



※複数回答

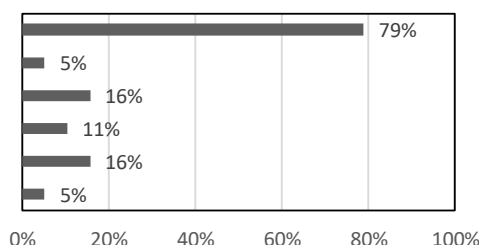
売上高減少の要因は、「客数の減少」が65%、「消費者ニーズの変化」が39%、「競合店の進出」が30%の順である。

その他の回答は以下のとおりである。

物価高、人員不足によるオペ能力低下	1
人手不足	1
不明	1
合計	3

■21. 新型コロナウイルス感染症の影響・ ・ ■19「新型コロナウイルス感染症の影響による変化」・ ■20「新型コロナウイルス感染症の影響から回復不能」を選んだ 19 事業所への質問

新型コロナウイルス感染症の影響	回答数	構成比
客数の変化	15	79%
客単価の変化	1	5%
客層の変化	3	16%
購買方法の変化	2	11%
その他	3	16%
無回答	1	5%
事業所数	19	100%



※複数回答

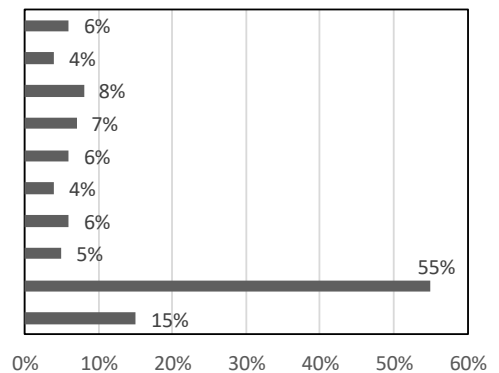
(■19)「新型コロナウイルス感染症の影響による変化」又は(■20)「新型コロナウイルス感染症の影響から回復不能」と答えた19事業所へ新型コロナウイルス感染症の影響を聞いた。「客数の変化」が79%と突出して多く、次いで「客層の変化」が16%となっている。新型コロナウイルス感染症で消費者の行動が変化し、それが定着したために客数が増加又は減少したことが考えられる。

その他の回答は以下のとおりである。

働く人の増加による生活リズムの変化	1
健康意識の向上	1
コロナ禍のころより行動範囲が増えたため、逆に顧客が減った。	1
合計	3

## ■22. 他社と共同・連携していること

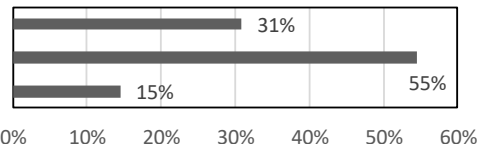
他社と共同・連携した取組	回答数	構成比
共同仕入れ	7	6%
共同広告	4	4%
共同イベント	9	8%
商品・サービスの開発	8	7%
共同ホームページの開設・運営	7	6%
各種チェーンへの加盟	4	4%
ポイントカード等	7	6%
その他	6	5%
他社と共同して行っていることはない	60	55%
無回答	16	15%
事業所合計	110	100%



※複数回答

### 〈他社と共同・連携している事業所数〉

他社と共同・連携した取組を行っているか	回答数	構成比
行っている	34	31%
行っていない	60	55%
無回答	16	15%
事業所数	110	100%



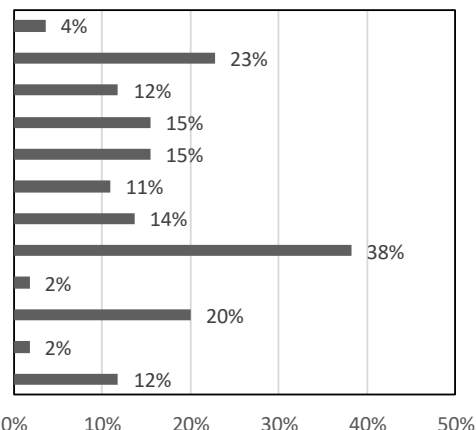
他社と共同・連携した取組を「行っている」と回答した事業所は31%である。行っていることは「共同イベント」が8%、「商品・サービスの開発」が7%、「共同仕入れ」、「共同ホームページの開設・運営」、「ポイントカード等」が各々6%である。前回調査で1位であった「ポイントカード等」は、14%から6%に低下している。

その他の回答は以下のとおりである。

クーポン券	1
一部共同運営	1
共同募集	1
仕入、販売	1
病院の先生方、保育園の給食等の卸し	1
不明・法人の為	1
合計	6

## ■23. 経営上の知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていること

知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていること	回答数	構成比
商工会の研修会・講習会への参加	4	4%
メーカー等の研修会・講習会への参加	25	23%
民間の研修会・講習会への参加	13	12%
新聞・雑誌の購読	17	15%
書籍による習得	17	15%
コンサルタントによる社内研修	12	11%
公的機関・支援機関の研修会・講習会への参加	15	14%
社内でのOJT	42	38%
通信教育	2	2%
特に行っていることはない	22	20%
その他	2	2%
無回答	13	12%
事業所数	110	100%



※複数回答

「社内での OJT<sup>3</sup>」が 38%、「メーカー等の研修会・講習会への参加」が 23%、「新聞・雑誌の購読」、「書籍による習得」が 15%の順で多く行われている。「メーカー等の研修会・講習会への参加」のほかにも研修会・講習会への参加が行われており「公的機関・支援機関の研修会・講習会への参加」が 14%、「民間の研修会・講習会への参加」が 12%、「コンサルタントによる社内研修」が 11%、「商工会の研修会・講習会への参加」が 4%である。

### 〈知識・ノウハウの向上手段と経営者等の立場〉

知識・ノウハウの向上／経営者等の立場	個人事業主・法人の代表者	個人事業主以外又は法人の店舗責任者	法人の代表者以外の役員やエリア責任者等	その他	無回答	合計
商工会の研修会・講習会への参加	2	2	0	0	0	4
メーカー等の研修会・講習会への参加	15	7	2	1	0	25
民間の研修会・講習会への参加	11	2	0	0	0	13
新聞・雑誌の購読	10	6	0	1	0	17
書籍による習得	11	6	0	0	0	17
コンサルタントによる社内研修	5	3	4	0	0	12
公的機関・支援機関の研修会・講習会への参加	6	8	0	0	1	15
社内でのOJT	9	26	6	1	0	42
通信教育	0	2	0	0	0	2
その他	1	0	1	0	0	2
合計	70	62	13	3	1	149

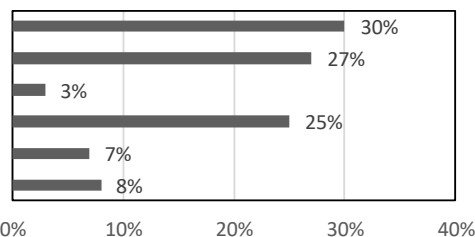
経営上の知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていることを経営者等の立場別に見ると、経営者等が「個人事業主・法人の代表者」の事業所で 70 件、「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」の事業所で 62 件と多く行われ、「法人の代表者以外の役員やエリア責任者等」の事業所で 13 件が行われている。

「個人事業主・法人の代表者」の事業所では「メーカー等の研修会・講習会への参加」が 15 件と一番多く、「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」の事業所では「社内での OJT」が 26 件と多く行われている。

<sup>3</sup> OJT (On The job Training) 職場内訓練。実際の職場で、上司や先輩が実践的な指導を行うこと。

■24. 来客用駐車場の保有状況

来客用駐車場の有無	回答数	構成比
自社専用のものがある	33	30%
他社と共同のものがある	30	27%
自社専用・共同の両方がある	3	3%
ない	27	25%
その他	8	7%
無回答	9	8%
事業所数	110	100%



※複数回答

■25. 来客用駐車場の収容台数

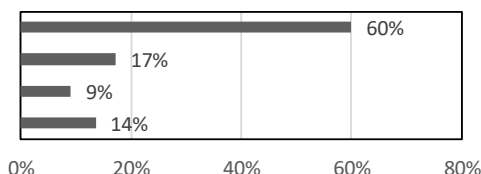
来客用駐車場の収容台数	回答数	平均台数
自社専用のものがある	33	7.8
他社と共同のものがある	30	203.5
自社専用・共同の両方がある	3	1.7
合計	66	—

「自社専用のものがある」事業所が30%で平均収容台数は7.8台、「他社と共同のものがある」事業所は27%で平均収容台数は203.5台である。また「自社専用・共同の両方がある」事業所は3%と少なく、来客用駐車場の「ない」事業所が25%ある。

## ■26. 主たる客層の属性等

### 〈顧客の性別〉

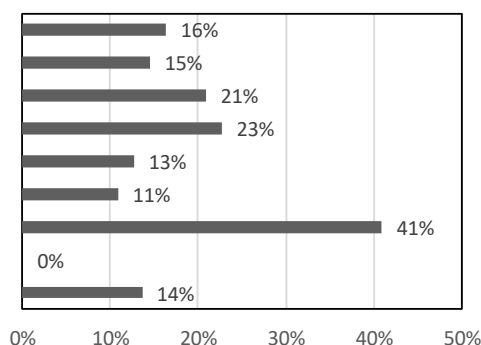
主たる客層の性別	回答数	構成比
男性と女性が同程度	66	60%
女性	19	17%
男性	10	9%
無回答	15	14%
合計	110	100%



「男性と女性が同程度」が60%と最も多く、男女別では「女性」17%、「男性」9%と女性が多い。

### 〈顧客の年齢層〉

主たる客の年齢層	回答数	構成比
20歳未満	18	16%
20-29歳	16	15%
30-39歳	23	21%
40-49歳	25	23%
50-59歳	14	13%
60歳以上	12	11%
年齢問わず	45	41%
その他	0	0%
無回答	15	14%
事業所数	110	100%

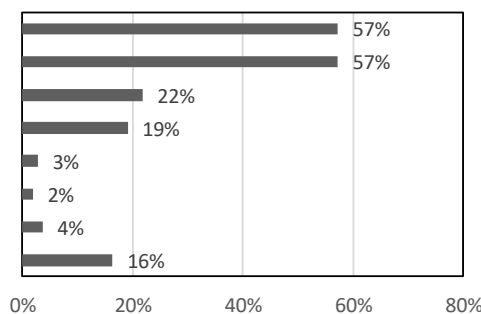


※複数回答

「年齢を問わず」が41%と最も多い。年代別では「40～49歳」が23%、「30～39歳」が21%、「20歳未満」が16%、「20～29歳」が15%となっている。

### 〈顧客の来店時の形態〉

顧客の来店時の形態	回答数	構成比
1人で来店	63	57%
家族連れ	63	57%
友達同士	24	22%
仕事仲間同士	21	19%
部活動	3	3%
イベント	2	2%
その他	4	4%
無回答	18	16%
事業所数	110	100%

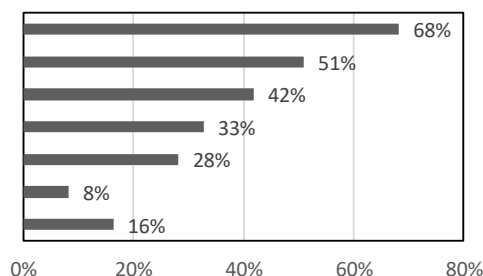


※複数回答

「1人で来店」と「家族連れ」の57%が多い。前回調査では「1人で来店」が74%と突出して多かったが今回は減っている。「家族連れ」は、前回調査も57%で増減は見られない。「部活動」、「イベント」での来店は、合わせて5%である。

### 〈顧客の職業等〉

顧客の職業等	回答数	構成比
勤労者	75	68%
主婦層	56	51%
高齢者	46	42%
大学・高校生	36	33%
中学・小学生	31	28%
その他	9	8%
無回答	18	16%
事業所数	110	100%



※複数回答

「勤労者」が68%、「主婦層」が51%、「高齢者」が42%の順である。勤労者が最も多いことが特徴的である。

高齢者が3位になっているが、顧客の年齢層では60歳以上が11%であった。「年齢を問わず」に含まれていた高齢者を加えて、職業等に分類した結果とみられる。

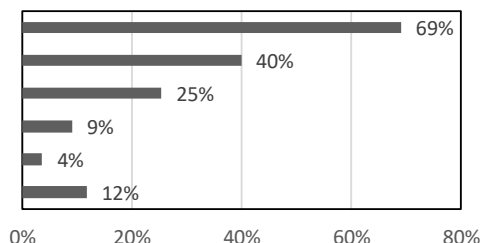
「大学生・高校生」が33%、「中学生・小学生」が28%と、学生は61%である。

その他の回答は以下のとおりである。

職業問わず	3
未就学児	4
幼児～小3	1
無職	1
合計	9

### 〈顧客の地域（顧客はどこから来るか）〉

顧客の地域	回答数	構成比
八潮駅近隣（八潮駅から概ね1km以内）	76	69%
八潮市内（八潮駅から概ね1km以上）	44	40%
八潮市外	28	25%
不明	10	9%
その他	4	4%
無回答	13	12%
事業所数	110	100%



※複数回答

「八潮駅近隣」が69%で最も多く、次いで「八潮市内」40%であり、八潮市内が多い。「八潮市外」は25%である。

【参考】

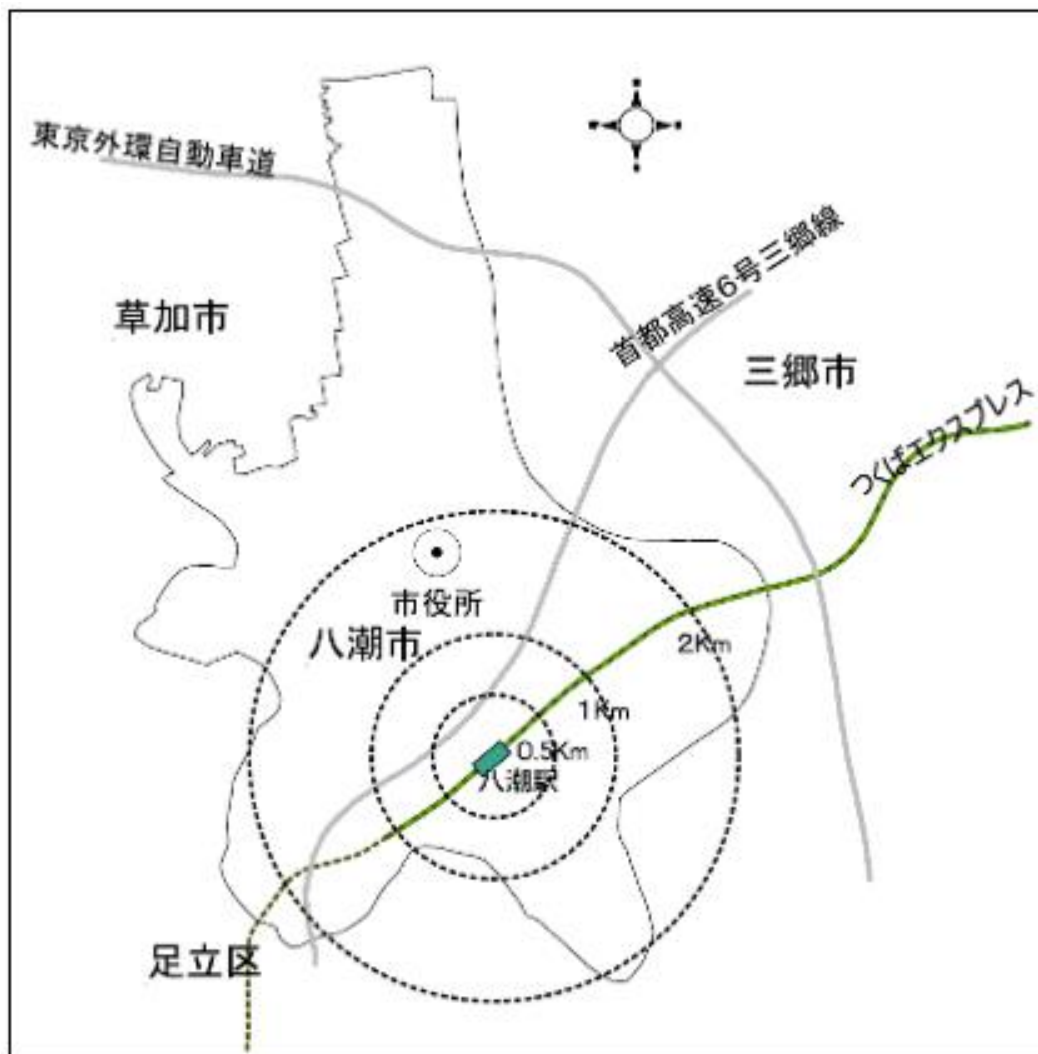
総務省統計局が提供した「jSTAT MAP(地理情報システム)」(<https://www.e-stat.go.jp/gis/gislp/>)を利用して、八潮駅を中心点とする商業分析を行った。1次商圏(八潮駅から0.5km)、2次商圏(同1km)、3次商圏(同2km)の人口(令和2年の国勢調査)を見ると、次表のような結果を得た。商圏略図と共に示す。

1次商圏(八潮駅から0.5km以内)は今回の調査対象地区とほぼ一致する(P2の調査対象地区の略図も参照)。

商圏人口(jSTAT MAP)<sup>4</sup>

データ名	商圏人口(人)			人口(人)	
	1次(0.5km)	2次(1km)	3次(2km)	八潮市	埼玉県
人口総数	8,018	24,383	83,060	93,363	7,344,765
男人口	4,113	12,553	42,481	47,995	3,652,169
女人口	3,905	11,829	40,579	45,368	3,692,596

商圏略図



<sup>4</sup> 一般社団法人 埼玉県中小企業診断協会作成。

jSTAT MAPにより、令和2年度国勢調査の結果から小地域統計データを面積按分して算出したため、各項目の人口と人口総数が一致しない場合がある。次表の年齢別人口構成の比較も同様。

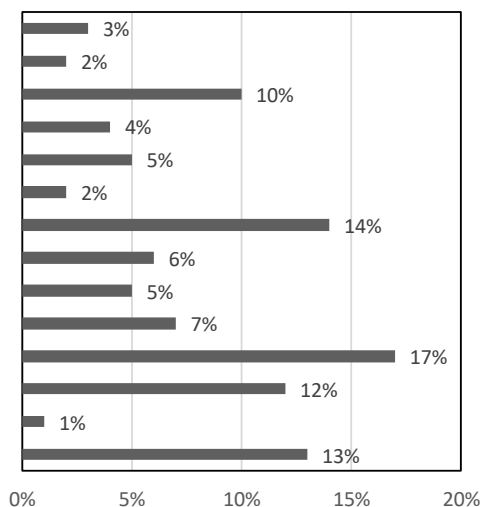
年齢別人口構成についても見ると、以下のようになる。特筆すべきは、1次及び2次圏の人口の若さである。各圏、八潮市全体、埼玉県全体の25～49歳人口の割合を比べると、1次及び2次圏の若さが際立っている。

年齢別人口構成の比較 (jSTAT MAP)

データ名	圏人口 (人)			人口 (人)	
	1次 (0.5km)	2次 (1km)	3次 (2km)	八潮市	埼玉県
人口総数	8,018	24,383	83,060	93,363	7,344,765
0-4	592	1,519	3,697	3,917	259,281
5-9	367	1,075	3,514	3,611	291,527
10-14	250	915	3,605	3,807	307,576
15-19	132	694	3,424	3,811	326,091
20-24	416	1,313	4,200	4,820	365,852
25-29	1,047	2,525	5,692	6,335	363,962
30-34	1,117	2,585	5,648	6,243	383,452
35-39	941	2,286	5,775	6,298	432,718
40-44	832	2,147	6,221	6,873	497,191
45-49	681	2,103	7,474	8,367	599,666
50-54	416	1,424	5,989	6,930	524,655
55-59	222	923	4,244	5,018	446,045
60-64	144	725	3,394	4,047	395,556
65-69	123	717	3,811	4,615	446,006
70-74	126	852	4,798	5,813	519,102
75歳以上	284	1,851	9,720	10,855	969,886
25～49歳人口	4,618	11,646	30,810	34,116	2,276,989
対総人口比 (%)	58%	48%	37%	37%	31%

■27. 固定客の割合

固定客が占める割合	回答数	構成比
なし	3	3%
10%以下	2	2%
10%超20%以下	11	10%
20%超30%以下	4	4%
30%超40%以下	6	5%
40%超50%以下	2	2%
50%超60%以下	15	14%
60%超70%以下	7	6%
70%超80%以下	5	5%
80%超90%以下	8	7%
ほぼすべて	19	17%
不明	13	12%
その他	1	1%
無回答	14	13%
合計	110	100%



「ほぼすべて」が17%、「50%超 60%以下」が14%、「10%超 20%以下」が10%の順で多い。

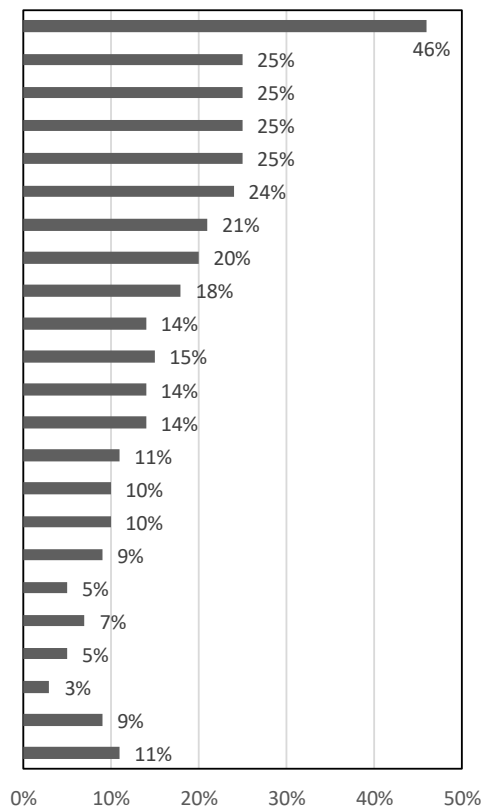
〈固定客の占める割合と売上増減〉

固定客の占める割合/売上増減	20%超の増加	10~20%の増加	10%未満の増加	10%未満の減少	10~20%の減少	20%超の減少	比較不能	その他	無回答	合計
なし	1						1	1		3
10%以下			2							2
10%超20%以下		4	3	1		1		2		11
20%超30%以下		1	1	1				1		4
30%超40%以下	1	1	1	1			1	1		6
40%超50%以下		1							1	2
50%超60%以下	1	6	2	4			1	1		15
60%超70%以下		1	1	2			1	1	1	7
70%超80%以下						1	1	2	1	5
80%超90%以下	2	2	1	1			1	1		8
ほぼすべて	1	5	2		1	2	2	5	1	19
不明		2	3		4		1	2	1	13
その他			1							1
無回答					2	2		3	7	14
合計	6	23	17	10	7	6	9	20	12	110

(■18) 新型コロナウイルス感染症流行前と比較した売上高の増減と固定客の占める割合を見ると、売上高の増減と固定客の比率に特に相関は見られないことがわかる。

■28. 自社が顧客に支持されている理由

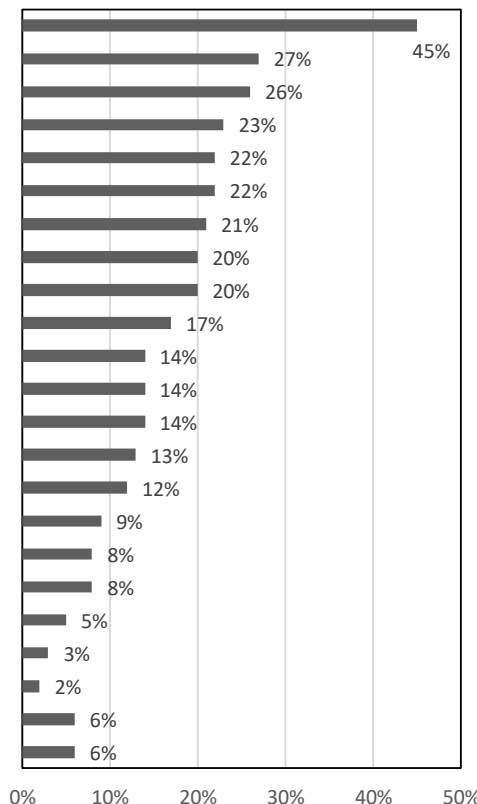
自社が顧客に支持されている理由	回答数	構成比
立地が良い	51	46%
接客技術が高い	28	25%
店舗等に清潔感がある	28	25%
サービス品質がよい	27	25%
商品が豊富	27	25%
価格が安い	26	24%
昔からの信用	23	21%
駐車場がある	22	20%
店舗に入りやすい	20	18%
アフターサービスがよい	15	14%
顔なじみ	16	15%
自由に選べる	15	14%
商品品質がよい	15	14%
ポイントカード等を行っている	12	11%
商品の特徴	11	10%
集客（チラシ等）を積極的に行っている	11	10%
流行品がある	10	9%
集客が得意	6	5%
配達がある	8	7%
店舗等内での販売促進が得意	5	5%
見せ方がよい	3	3%
その他	10	9%
無回答	12	11%
事業所数	110	100%



※複数回答

「立地が良い」が46%で突出して多い。次いで「接客技術が高い」、「店舗等に清潔感がある」、「サービス品質がよい」、「商品が豊富」が各25%で続く。

自社が顧客に支持されている理由（前回調査）	回答数	構成比
立地が良い	54	45%
商品が豊富	33	27%
駐車場がある	32	26%
接客技術が高い	28	23%
価格が安い	27	22%
店舗等に入りやすい	27	22%
店舗等に清潔感がある	26	21%
サービス品質がよい	24	20%
ポイントカード等を行っている	24	20%
昔からの信用	21	17%
自由に選べる	17	14%
商品品質がよい	17	14%
顔なじみ	17	14%
集客（チラシ等）を積極的に行っている	16	13%
アフターサービスがよい	15	12%
商品の特徴	11	9%
流行品がある	10	8%
見せ方がよい	10	8%
集客が得意	6	5%
店舗等内での販売促進が得意	4	3%
配達がある	3	2%
その他	7	6%
無回答	7	6%
事業所数	121	100%



※複数回答

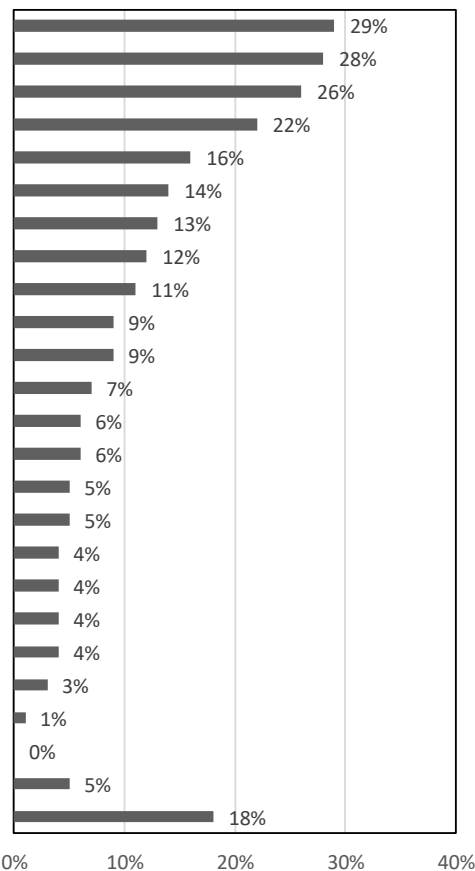
前回調査7位の「店舗等に清潔感がある」、前回調査8位の「サービス品質が良い」が共に2位に上がっている。

その他の回答は以下のとおりである。

保育事業	2
英語と学童保育	1
メーカーの知名度	1
SNSの活用	1
技術が良い	1
技術力	1
専門性の高さ	1
まだまだです	1
記載なし	1
合計	10

■29. 現在抱えている経営上の問題点や課題

現在抱えている経営上の問題点や課題	回答数	構成比
人手不足（正社員）	32	29%
人手不足（非正規社員）	31	28%
人件費の増加	29	26%
客数の減少	24	22%
従業員教育・育成が不十分	18	16%
人件費以外の費用増加	15	14%
売上高の減少	14	13%
客単価の減少	13	12%
SNS等のWEBの情報発信力	12	11%
粗利益率の低下	10	9%
設備の老朽化	10	9%
インターネット技術の対応遅れや活用不足	8	7%
大手競合店進出への対応・対策	7	6%
店舗や事務所等の広さ	7	6%
消費者ニーズの把握	6	5%
駐車場不足	5	5%
資金繰り	4	4%
販売促進の手法	4	4%
後継者問題	4	4%
組織運営が不完全	4	4%
インターネットビジネス（販売）への対応	3	3%
商圏の衰退	1	1%
商品・サービスの競争力低下	0	0%
その他	6	5%
無回答	20	18%
事業所数	110	100%



※複数回答

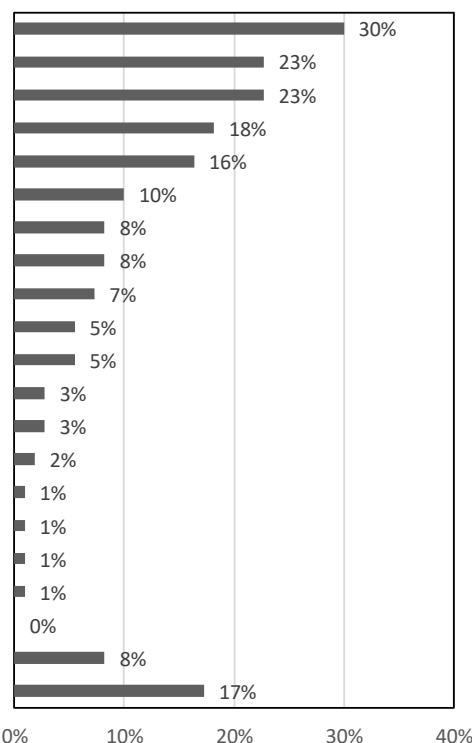
「人手不足（正社員）」の29%、「人手不足（非正規社員）」の28%、「人件費の増加」の26%が上位3位を占め、さらに、「従業員教育・育成が不十分」の16%が5位に入るなど、従業員が最大の課題になっている。これは前回調査でも同様である。また、「SNS等のWEBの情報発信力」が11%、「インターネット技術の対応遅れや活用不足」が7%、「インターネットビジネス（販売）への対応」が3%と情報化対応が合わせて21%であり、課題の上位にある。

その他の回答は以下のとおりである。

原価の高騰	1
原価の上昇、光熱費上昇、日本の夏暑すぎ	1
事務所スペースが不足	1
税金が高すぎる	1
なし	2
合計	6

■30. 現在実施しようとしている経営上の方策

現在実施しようとしている経営上の方策	回答数	構成比
人材育成の強化	33	30%
経費削減	25	23%
販売促進の強化	25	23%
インターネットによる集客	20	18%
品揃えの強化	18	16%
商品開発	11	10%
店舗レイアウトの変更	9	8%
消費者サービスの強化	9	8%
八潮駅近隣地域以外の広域からの集客	8	7%
八潮駅近隣地域住民への販売強化	6	5%
他店との連携	6	5%
店舗改装	3	3%
ホームページの開設	3	3%
低価格化	2	2%
配達サービス	1	1%
インターネット販売	1	1%
業態転換	1	1%
業界団体等への参加	1	1%
集客の見込める先への移転	0	0%
その他	9	8%
無回答	19	17%
事業所数	110	100%



※複数回答

「人材育成の強化」が30%で最も多く、最大の経営上の課題である従業員についての対策を実施しようとしている。前回調査では「その他」として「従業員教育・育成」があげられたのみであった。次いで「経費削減」と「販売促進の強化」が23%、「インターネットによる集客」が18%である。また、割合は少ないが「他店との連携」5%や「業界団体等への参加」1%等、社外との繋がりを強めようとしている。

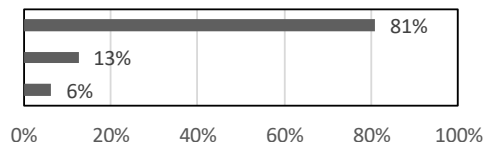
その他の回答は以下のとおりである。

SNS発信	1
高価格化	1
人員強化	1
人材確保	1
知識の向上	1
なし	3
不明	1
合計	9

### 第3章 DX（デジタル化・IT化含む）に関すること

#### ■31. データやデジタル技術の活用状況

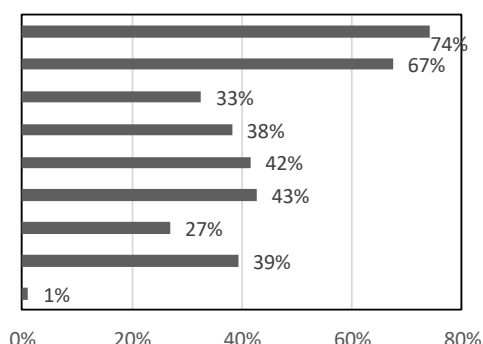
データやデジタル技術の活用状況	回答数	構成比
活用している	89	81%
活用していない	14	13%
無回答	7	6%
合計	110	100%



「活用している」が81%とデジタル技術の活用が進んでいる。

#### ■32. データやデジタル技術の活用方法・・■31「活用している」を選んだ89事業所への質問

データやデジタル技術の活用方法	回答数	構成比
ホームページやSNSによる情報発信	66	74%
キャッシュレス決済	60	67%
ペーパーレス化	29	33%
経営上の分析	34	38%
会計管理	37	42%
WEB会議	38	43%
販売管理	24	27%
顧客管理	35	39%
その他	1	1%
事業所数	89	100%



※複数回答

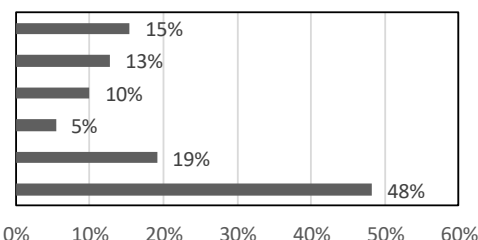
「ホームページやSNSによる情報発信」が74%、「キャッシュレス決済」が67%、次いで「WEB会議」が43%、「会計管理」が42%の順である。販売促進や決済などの顧客サービスの向上に関連するものは幅広く活用されている傾向にある。一方で、会計管理、顧客管理、販売管理などの内部管理に関するものは、事業所によって活用度合いにばらつきが見られる。

その他の回答は以下のとおりである。

医療DXへの対応	1
合計	1

■33. データやデジタル技術を活用する際に障害となるもの

データやデジタル技術を活用する際の障害	回答数	構成比
人材がない	17	15%
資金の余裕がない	14	13%
何をどのように進めて良いか不明	11	10%
相談相手がない	6	5%
その他	21	19%
無回答	53	48%
事業所数	110	100%



※複数回答

データやデジタル技術を活用している事業者が多いためか、無回答や特に障害がない旨の回答が半数を超える結果となっている。

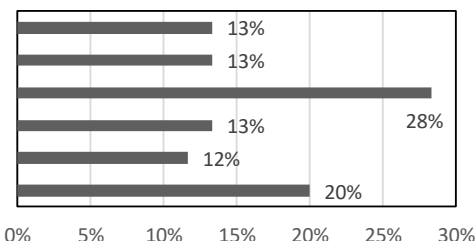
一方で、明確な障害について回答のあった事業所については、「人材がない」15%、「何をどのように進めてよいか不明」10%、「相談相手がない」5%と、社内に有効な知見がないことを障害としている。また、資金面についても13%が障害としている。

その他の回答は以下のとおりである。

本部・会社の意向	3
特になし	3
時間が取れない	2
セキュリティ強化のための煩雑化したシステムが多い	1
ツールが乏しい	1
デジタル技術の改善	1
難しい	1
必要なし	1
政府の拙速な対応	1
不明	7
合計	21

■34. キャッシュレス決済の利用状況・・・■32「キャッシュレス決済」を選んだ60事業所への質問

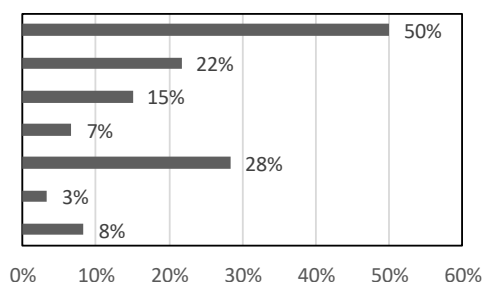
顧客がキャッシュレス決済を利用する割合	回答数	構成比
20%以下	8	13%
20%超40%以下	8	13%
40%超60%以下	17	28%
60%超80%以下	8	13%
80%超	7	12%
無回答	12	20%
合計	60	100%



「40%超60%以下」が28%、次いで「20%以下」、「20%超40%以下」、「60%超80%以下」共に13%となっている。回答のあった事業所全体では、キャッシュレス決済を利用する割合の多寡は、40%超60%以下を山に同数程度である。

■35. キャッシュレス決済の効果・・■32「キャッシュレス決済」を選んだ60事業所への質問

キャッシュレス決済の効果	回答数	構成比
現金管理の手間の削減	30	50%
現金紛失のトラブル減少	13	22%
売上の拡大に繋がった	9	15%
売上情報の把握	4	7%
特になし	17	28%
その他	2	3%
無回答	5	8%
事業所数	60	100%



※複数回答

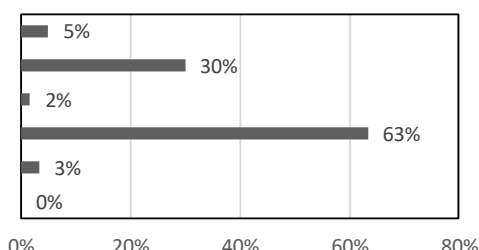
「現金管理の手間の削減」が50%で最も多く、次いで「現金紛失のトラブル減少」が22%であり、現金を扱わないことの直接的な効果を感じている事業所が多い。一方で、「売上の拡大に繋がった」が15%、「売上情報の把握」が7%であり、売上情報を経営管理に活用することにより、売上の拡大等に繋がることが認識している事業所は少ない結果となっている。

その他の回答は以下のとおりである。

会計時間の短縮	1
契約のスムーズなど	1
合計	2

■36. キャッシュレス決済導入の悪かった点・・■32「キャッシュレス決済」を選んだ60事業所への質問

キャッシュレス決済導入の悪かった点	回答数	構成比
事務処理が煩雑になった	3	5%
手数料負担が大きい	18	30%
資金繰りが大変になった	1	2%
特になし	38	63%
その他	2	3%
無回答	0	0%
事業所数	60	100%



※複数回答

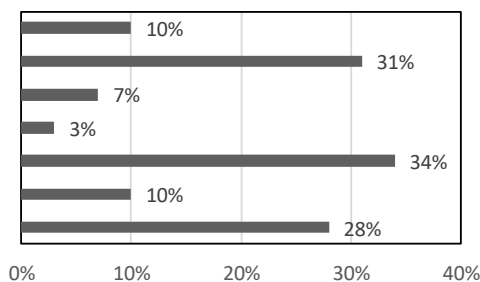
「特になし」が63%で最も多い。悪かった点としては「手数料負担が大きい」が30%で最も多い。また、現金決済に比べて「事務処理が煩雑になった」が5%ある。

その他の回答は以下のとおりである。

売上の減少	1
負担が大きいので値上げせざるを得ない	1
合計	2

■37. キャッシュレス決済を導入しない理由・・・■32「キャッシュレス決済」を選ばなかった29事業所への質問

キャッシュレス決済を導入しない理由	回答数	構成比
端末代やリース料の負担	3	10%
手数料の負担	9	31%
操作方法が大変そう	2	7%
利用客が少なそう	1	3%
導入の必要がない業態	10	34%
その他	3	10%
無回答	8	28%
事業所数	29	100%



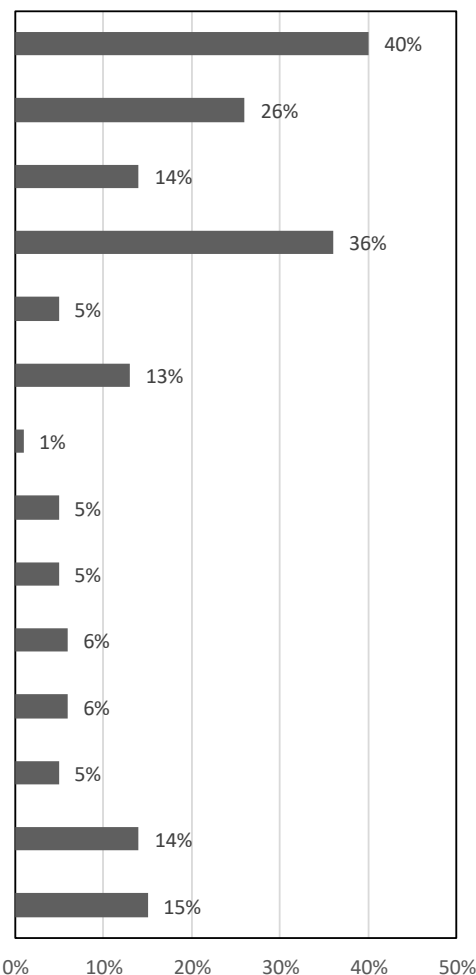
※複数回答

キャッシュレス決済を導入しない理由としては、「導入の必要のない業態」が34%と多い。次に「手数料の負担」が31%、「端末代やリース料の負担」の10%と資金面を理由に挙げている。「導入の必要がない業態」とは、特定の顧客との継続的な取引を行う事業所と推察される。

## 第4章 出店／開業の経緯や今後のあり方に関すること

### ■38. 現在地（八潮駅周辺）へ出店／開業した理由

現在地へ出店／開業した理由	回答数	構成比
つくばエクスプレス開通による人口流入を期待して	44	40%
八潮駅乗降客の来客を期待して	29	26%
八潮駅ができてから賑やかになってきたから	15	14%
八潮駅周辺の居住人口の増加を期待して	40	36%
八潮駅周辺に出店してきている企業またはその従業員からの利用を期待して	6	5%
八潮駅ができ、駅前であれば外部から顧客を呼び込みやすいと考えたから	14	13%
商工会や金融機関、コンサルタント等から勧められたから	1	1%
取引先が出店したから	5	5%
店舗や事務所等の建物や土地を所有していたから	5	5%
家賃が安かったから	7	6%
近隣に自宅があるから	7	6%
特に理由はない	5	5%
その他	15	14%
無回答	17	15%
事業所数	110	100%



※複数回答

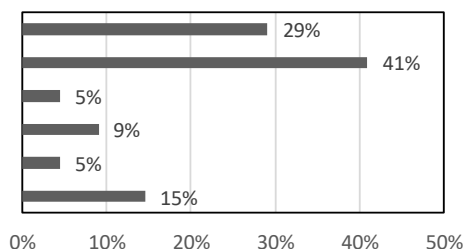
八潮駅開業に伴う人口流入や人口増加、駅利用者や駅周辺の店舗・企業を利用又はそこで働く従業員の来店を見込んでの出店／開業であることが明確となった。

その他の回答は以下のとおりである。

会社・本社の意向	3
市の公募	2
つくばエクスプレス沿線で物件を探していてタイミング良く見つかった案件だった	1
業務依頼があったため	1
人材の確保のしやすさ	1
昔は周りに何もなく、運送業に適していた	1
テナントオーナーとの協議による	1
親会社が近隣にあるため	1
不明	4
合計	15

### ■39. 現在地へ出店／開業した経緯

現在地で事業を営むに至った経緯	回答数	構成比
創業	32	29%
多店舗（拠点）化	45	41%
多角化	5	5%
移転	10	9%
その他	5	5%
無回答	16	15%
事業所数	110	100%



※複数回答

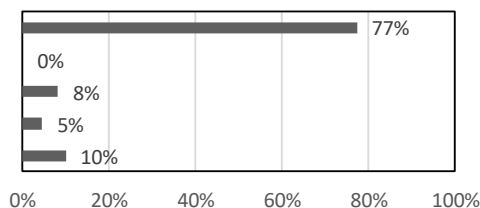
現在地（八潮駅周辺）で事業を営むに至った経緯で最も多いのは「多店舗（拠点）化」が41%であった。「移転」の9%や「多角化」の5%も含めると、何らかの形で既存企業が関係するものが55%になる。一方で、創業は29%であった。

その他の回答は以下のとおりである。

運営譲渡	1
会社の意向	1
不明	3
合計	5

### ■40. 今後、現在の場所で事業を継続するか

八潮駅近隣での事業を継続しようと思うか	回答数	構成比
はい	85	77%
いいえ	0	0%
検討中・わからない	9	8%
その他	5	5%
無回答	11	10%
合計	110	100%



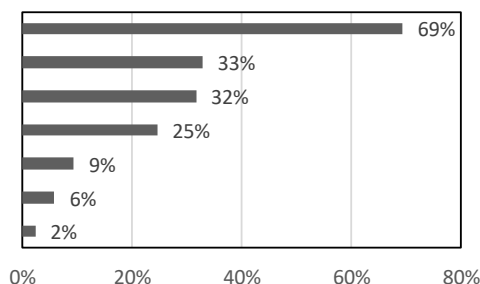
事業を継続しようと思う経営者等は77%であった。また、「検討中・わからない」が8%であった。この中には、店舗や事業所の運営責任者ではあるが事業継続の是非を判断する立場でないためわからないとする趣旨が少なからず含まれていると思われる。

その他の回答は以下のとおりである。

オーナー様次第	1
やり難くなっている為	1
手狭	1
不明	2
合計	5

■41. 継続する理由・・・■40「継続する」を選んだ85事業所への質問

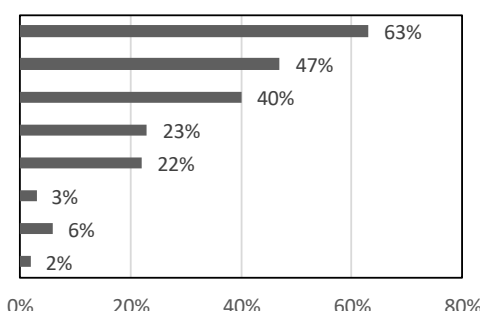
今後も「継続する」と答えた理由	回答数	構成比
事業が順調だから	59	69%
地域に貢献したいから	28	33%
地域が発展していくと思うから	27	32%
自社のビジネスモデルと地域性が合っているから	21	25%
地元だから	8	9%
取引先が事業を行っているから	5	6%
その他	2	2%
事業所数	85	100%



※複数回答

事業を継続する理由として「事業が順調だから」が69%、「地域に貢献したいから」が33%、「地域が発展していくと思うから」が32%であった。

今後も「継続する」と答えた理由（前回調査）	回答数	構成比
事業が順調だから	63	63%
地域が発展していくと思うから	47	47%
地域に貢献したいから	40	40%
自社のビジネスモデルと地域性が合っている	23	23%
地元だから	22	22%
取引先が事業を行っているから	3	3%
その他	6	6%
無回答	2	2%
事業所数	100	100%



※複数回答

前回調査と今回調査を比較し、「事業が順調だから」と回答した比率は63%から69%と今回の調査の方が高くなっている。一方で「地域が発展していくと思うから」は47%から32%、「地域に貢献したいから」は40%から33%、「地元だから」は22%から9%と低くなっている。事業が順調に推移する一方で地域に貢献したいと考える事業者が減少している。

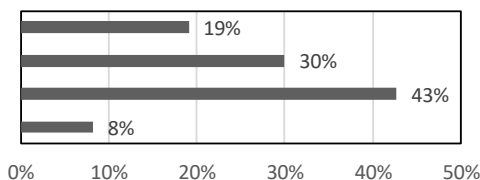
その他の回答は以下のとおりである。

広い土地を購入できたため	1
趣味がファッションだから。	1
合計	2

## 第5章 商店会活動等に関すること

### ■42. 商店会活動をどう思うか

商店会活動への興味の有無	回答数	構成比
興味がある	21	19%
興味はない	33	30%
わからない	47	43%
無回答	9	8%
合計	110	100%



商店会活動に「興味はない」30%が「興味がある」19%を上回った。「わからない」が43%と最多数である。

#### 〈経営者等の立場と商店会興味〉

経営者等の立場/商店会興味	興味がある	興味はない	わからない	無回答	合計
個人事業主・法人の代表者	11	15	20	5	51
個人事業主以外又は法人の店舗責任者	8	9	17	1	35
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等		9	4	2	15
その他	2		2		4
無回答			4	1	5
合計	21	33	47	9	110

経営者等の立場別では、「個人事業主・法人の代表者」が「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」よりも商店会活動に「興味がある」割合が高い。

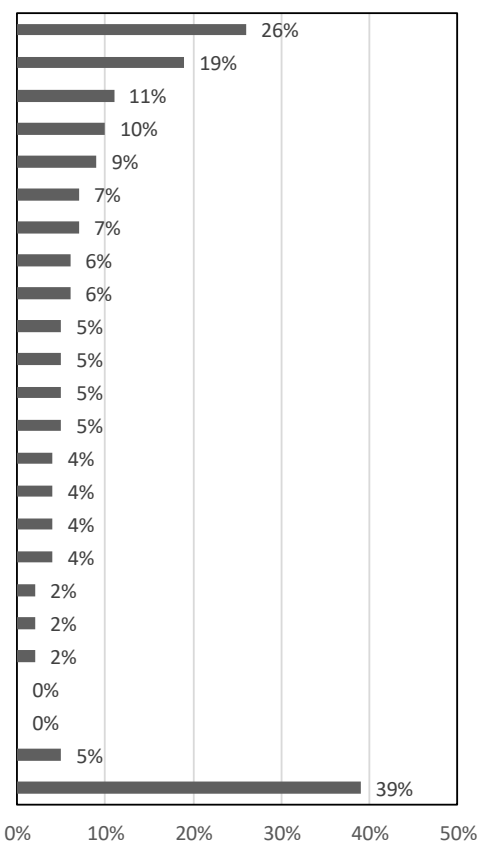
#### 〈主要拠点と商店会興味〉

主要拠点/商店会興味	興味がある	興味はない	わからない	無回答	合計
フレスポ八潮内	7	9	15	1	32
BiVi八潮内		2	1		3
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	5	6	16	4	31
大瀬二丁目		1		1	2
大瀬三丁目	1	2	5		8
大瀬四丁目	1	5	2		8
大瀬五丁目	2	2	3		7
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）	4	5	2	1	12
茜町一丁目	1	1	3	1	6
無回答				1	1
合計	21	33	47	9	110

主要拠点の場所別では、「フレスポ八潮内」や「大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）」、「大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）」で比較的「興味がある」割合が高いことがわかる。

■43. 商店会に期待するもの

商店会へ期待するもの	回答数	構成比
イベントの開催	29	26%
地域活性化に関する取組推進	21	19%
商店会会員との連携	12	11%
地域貢献（清掃・治安維持・活性化等）	11	10%
PR誌・タウン誌の発行	10	9%
休憩所・ベンチの設置	8	7%
案内板・案内図の設置	8	7%
駐輪場・駐車場設置	7	6%
共同求人	7	6%
行政等の地域情報の会員への提供	6	5%
共同広告・宣伝	6	5%
行政への働きかけ	6	5%
他の商圈に対する差別化	5	5%
コミュニティ施設の設置	4	4%
街路灯の設置	4	4%
地域住民のコミュニティ形成	4	4%
勉強会の開催	4	4%
植樹・花壇設置	2	2%
不足業種の補充等の地域の商業集積を高める	2	2%
共通ポイントカード等事業の運営	2	2%
共同仕入・配送	0	0%
共同ホームページの運営	0	0%
その他	6	5%
無回答	43	39%
事業所数	110	100%

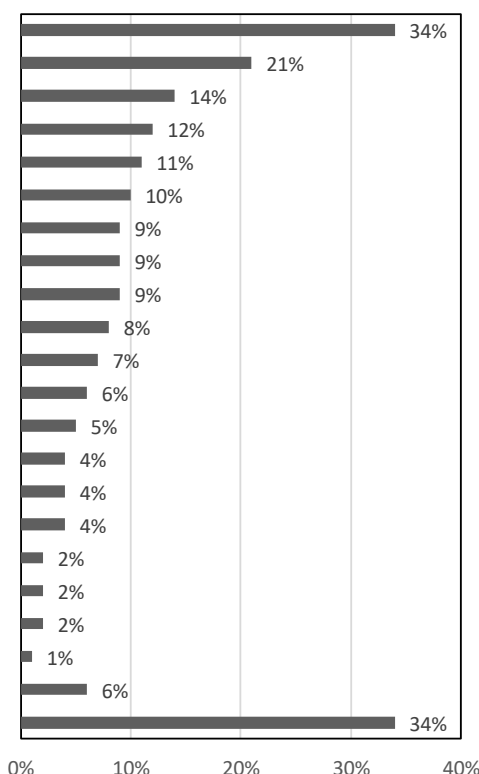


※複数回答

商店会に期待するものとして「イベントの開催」が最も多い。次いで「地域活性化に関する取組推進」、「商店会会員との連携」、「地域貢献（清掃・治安維持・活性化等）」が上位に入った。その後に「休憩所・ベンチの設置」、「案内板・案内図の設置」というハード面の要望が続く結果となった。

また、今回調査より新たに加えた選択肢の一つである「他の商圈に対する差別化」や「地域住民とのコミュニティ形成」は中位になった。地域で経営者等同士や住民と交流しながら他の商圈との差別化を図りたいという期待がみられる結果となった。

商店会へ期待するもの（前回調査）	回答数	構成比
イベントの開催	41	34%
地域活性化に関する取組推進	25	21%
地域貢献（清掃・治安維持・活性化等）	17	14%
PR誌・タウン誌の発行	15	12%
共同広告・宣伝	13	11%
街路灯の設置	12	10%
休憩所・ベンチの設置	11	9%
案内板・案内図の設置	11	9%
行政への働きかけ	11	9%
駐輪場・駐車場設置	10	8%
商店会会員との連携	9	7%
コミュニティ施設の設置	7	6%
行政等の地域情報の会員への提供	6	5%
不足業種の補充等の地域の商業集積を高める	5	4%
共同ホームページの運営	5	4%
共同求人	5	4%
勉強会の開催	3	2%
植樹・花壇設置	3	2%
共通ポイントカード等事業の運営	2	2%
共同仕入・配送	1	1%
その他	7	6%
無回答	41	34%
事業所数	121	100%



※複数回答

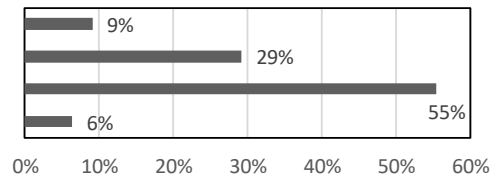
前回調査では第 11 位であった「商店会会員との連携」が今回調査では第 3 位となっている。「商店会へ期待するものは何か」という問いの回答であるので、直接的に業績の拡大につながるものを望む声も多いが、よりよいまちづくりが結果的に自社の業績に好影響をもたらすと理解している事業者もいることがわかる結果となった。

その他の回答は以下のとおりである。

とにかく●●にとって稼げる話を持ってきてほしい。	1
共通プレミアム商品券発行	1
地域活性化による人材調達力向上	1
不明	3
合計	6

■44. 商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思うか

商店会に参加したいと思うか	回答数	構成比
はい	10	9%
いいえ	32	29%
わからない	61	55%
無回答	7	6%
合計	110	100%



商店会への参加の質問では、商店会活動への興味とは違って肯定的な回答は減少した。「わからない」が55%で最多であることは同じであるが、「はい」は9%であった。「いいえ」は、商店会活動への興味とほぼ同じ29%であった。■42で「興味はない」と■44「いいえ」と答えている経営者等がほぼ同数であるため、商店会活動には興味はあるが、参加するかどうかはわからないという回答をした事業者が増加したと考えられる。

〈経営者等の立場と商店会参加〉

経営者等の立場/商店会参加	はい	いいえ	わからない	無回答	合計
個人事業主・法人の代表者	7	19	22	3	51
個人事業主以外又は法人の店舗責任者	3	6	25	1	35
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等		7	6	2	15
その他			4		4
無回答			4	1	5
合計	10	32	61	7	110

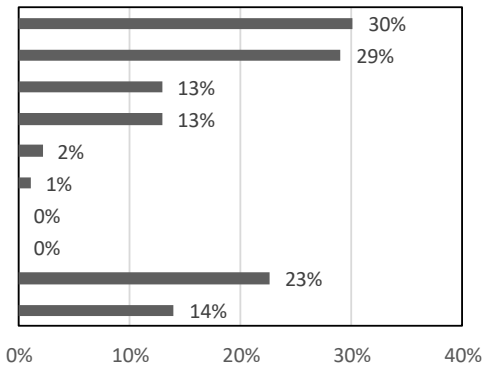
〈主要拠点と商店会参加〉

主要拠点/商店会参加	はい	いいえ	わからない	無回答	合計
フレスポ八潮内	3	9	19	1	32
BiVi八潮内		1	2		3
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	2	9	17	3	31
大瀬二丁目		1		1	2
大瀬三丁目		2	6		8
大瀬四丁目	1	4	3		8
大瀬五丁目	1	1	5		7
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）	1	3	7	1	12
茜町一丁目	2	2	2		6
無回答				1	1
合計	10	32	61	7	110

経営者等の立場別では、「はい」の比率が高いのは「個人事業主・法人の代表者」と回答した経営者等であり、主要拠点別では、「はい」と回答した事業所は、各地域に分散している。

■45. 商店会への参加に対して障壁となるものは何か・・■44 「いいえ」、「わからない」を選んだ  
93 事業所への質問

商店会への参加に対して障壁となるもの	回答数	構成比
自社のことだけで精一杯	28	30%
商店会の活動に参加することが負担	27	29%
他企業との共同や連携は必要ない	12	13%
会費が負担となる	12	13%
行っている事業に地域性がない	2	2%
人間関係が面倒	1	1%
地域活性化に関心がない	0	0%
地域貢献に関心がない	0	0%
その他	21	23%
無回答	13	14%
事業所数	93	100%



※複数回答

「自社のことだけで精一杯」が30%、「商店会の活動に参加することが負担」が29%、「他企業との共同や連携は必要ない」、「会費が負担となる」が13%と続いた。

その他の回答は以下のとおりである。

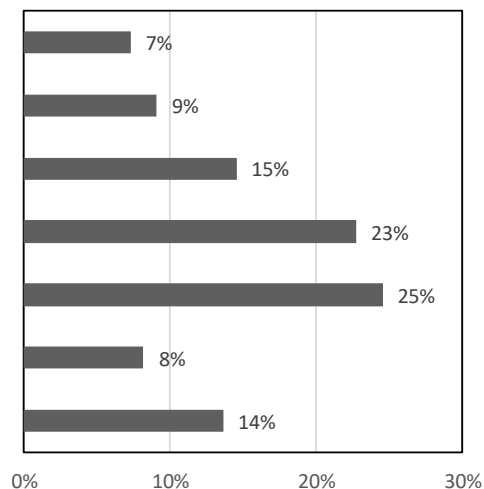
時間が取れない	6
権限がない	5
会社の方針	2
活動状況が不明	1
高速バス参入時に●●に妨害されたため	1
三郷市他地域に比べ八潮市は全てセンスがイマイチ	1
商業施設のテナントとして情報や活動協力を行っているため。	1
不明	4
合計	21

その他の「時間が取れない」を「自社のことだけで精一杯」と同類とみなし、「自社のことだけで精一杯」に含めると合計で37%となる。店舗の運営を従業員に任せて、自分自身が商店会活動に参加することにより時間を取られて商売の機会損失につながることを忌避する傾向がある。

「はい（参加する）」と答えなかった理由として、参加するかしないかは会社が決めることで、決定権がないとする記述が5件あった。

## ■46. 商店会活動（地域の活性化や会員店舗等のPRなどのイベント）への参加

商店会の地域貢献イベント等に参加しますか	回答数	構成比
積極的に参加する	8	7%
イベントで自社に直接利益が出るなら参加する	10	9%
地域活性化することで自社にメリットがあると考えれば参加する	16	15%
直接参加はしないが、できることは協力する	25	23%
参加しない	27	25%
その他	9	8%
無回答	15	14%
合計	110	100%



商店会がイベント等を開催した場合、参加するか否かの問いに対しては、「積極的に参加する」、「イベントで自社に直接利益が出るなら参加する」、「地域活性化することで自社にメリットがあると考えれば参加する」、「直接参加はしないが、できることは協力する」を合わせるとイベントに協力する事業所は54%に上る。

### 〈経営者等の立場とイベント等の参加〉

経営者等の立場/イベント等の参加	積極的に参加	自社に直接利益が出るなら参加	地域活性化で自社にメリットがあるなら参加	直接参加はしないが、できることは協力する	参加しない	その他	無回答	合計
個人事業主・法人の代表者	4	6	4	13	15	3	6	51
個人事業主以外又は法人の店舗責任者	4	3	9	6	8	4	1	35
法人の代表者以外の役員やエリア責任者等		1	2	3	3	1	5	15
その他			1	1		1	1	4
無回答				2	1		2	5
合計	8	10	16	25	27	9	15	110

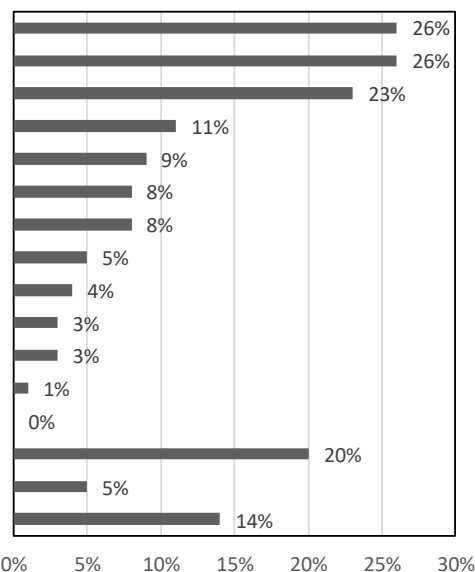
### 〈主要拠点とイベント等の参加〉

主要拠点/イベント等の参加	積極的に参加	自社に直接利益が出るなら参加	地域活性化で自社にメリットがあるなら参加	直接参加はしないが、できることは協力する	参加しない	その他	無回答	合計
フレスポ八潮内	2	1	7	9	8	3	2	32
BiVi八潮内		1		1	1			3
大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）	4	3	1	11	7	1	4	31
大瀬二丁目		1					1	2
大瀬三丁目	1		2		2		3	8
大瀬四丁目		2	1		3	1	1	8
大瀬五丁目			1	1	1	2	2	7
大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）		1	3	1	4	2	1	12
茜町一丁目	1	1	1	2	1			6
無回答							1	1
合計	8	10	16	25	27	9	15	110

「個人事業主・法人の代表者」や「個人事業主以外又は法人の店舗責任者」は、イベント等の参加に比較的積極的であるといえる。主要拠点別で見るとイベントに協力する事業所は、各地域に分散していることがわかる。

## ■47. 行政に期待すること

行政（八潮市）に期待すること	回答数	構成比
地域のPR	29	26%
地域の魅力向上のための取組	29	26%
補助金・助成金の拡充	25	23%
名産となる商品・サービスの開発支援	12	11%
街路灯の設置支援	10	9%
コミュニティ施設の設置支援	9	8%
共同駐車場の設置支援	9	8%
創業・経営支援策の拡充	5	5%
市との意見交換会	4	4%
市民との意見交換会	3	3%
成功取組事例の紹介	3	3%
セミナー等の開催	1	1%
活発な商店会視察	0	0%
特になし	22	20%
その他（自由記載）	6	5%
無回答	15	14%
事業所数	110	100%

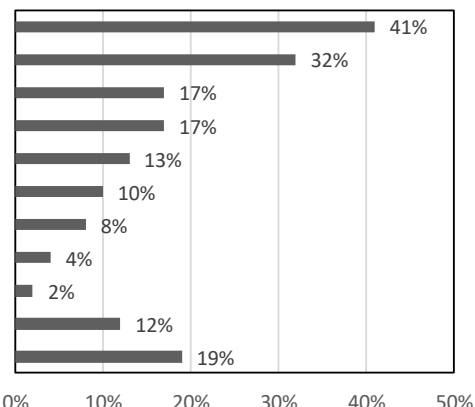


※複数回答

行政に期待することは、「地域のPR」26%、「地域の魅力向上のための取組」26%、「補助金・助成金の拡充」23%が多い。

一方で「特になし」が20%、「無回答」が14%となっており、行政への期待感が低いこともみられる。

行政（八潮市）に期待すること（前回調査）	回答数	構成比
地域の魅力向上のための取組	50	41%
地域のPR	39	32%
補助金・助成金の拡充	21	17%
街路灯の設置支援	20	17%
共同駐車場の設置支援	16	13%
名産となる商品・サービスの開発支援	12	10%
コミュニティ施設の設置支援	10	8%
創業・経営支援策の拡充	5	4%
セミナー等の開催	2	2%
その他（自由記載）	14	12%
無回答	23	19%
事業所数	121	100%



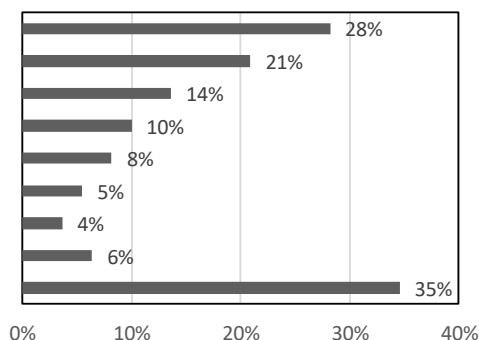
※複数回答

前回調査と比較すると、全体的に回答数が減少している。上位3位までの「地域の魅力向上のための取組」、「地域のPR」、「補助金・助成金の拡充」は今回も上位3位までに入っている。

一方、今回調査で新たに選択肢として設けた「市との意見交換会」、「市民との意見交換会」、「成功取組事例の紹介」には少数ではあるものの関心が示された。行政にすべてを委ねるのではなく、自らが積極的に参加し、交流しながらこの地域で事業を継続していきたいとする事業者がいることがわかった。

■48. 商店会の組織化のためにはどのようなことが必要か

商店会の組織化のためには	回答数	構成比
組織化のメリットの明示	31	28%
組織化に対する行政の支援策の明示	23	21%
組織化に関心のある人々の交流会	15	14%
組織化に向けた進行計画の策定	11	10%
行政による商店会組織の勉強会	9	8%
先進的商店会の視察	6	5%
組織化に関心のある人たちによる継続勉強会	4	4%
その他（自由記載）	7	6%
無回答	38	35%
事業所数	110	100%



※複数回答

今回調査で新たに加えた設問である。商店会の組織化のためにはどのようなことが必要かという問いには「組織化のメリットの明示」28%、「組織化に対する行政の支援策の明示」21%と、自社にとってのメリットを理解したうえで組織化に向けて活動したいと考える事業者が多いことがわかる。次いで「組織化に関心のある人々の交流会」が14%となっており、組織化に向けて人脈形成を図りたい事業者が多いこともわかる。

## 第6章 自由意見・感想

No.	記載内容（原則として原文のまま）
1	公園・建物を営利目的でも利用可能にしてもらいたい。
2	プレミアム商品券など紙ベースをやめてほしい。
3	数年前、商店会設立の活動に参加したが、その後全く動いてなかった。今回は動いてほしい。
4	フレスポ八潮は不審者が多く、警備の方々も苦勞している。警察の巡回とパトカーの駐車（フレスポ八潮の駐車場）を多くすれば警戒につながると思う。
5	フレスポ八潮の近くに映画館やラウンド1などファミリー層が集まれる施設を作ってほしい。雨天時にも集客が見込まれることや、駅前活性化に大きく貢献すると思う。新三郷駅がいい例かと思う。
6	駅まわりにあった駐車場がビルになったりして停められる車の数が少なくなっているため市営駐車場など作ってくれれば良いと思う。お客様とよく話題になるのが駅まわりに飲食店が少ない、特にカフェがあるといいねと話をするところがある。スターバックス、武蔵野の森コーヒー、サフランなどカフェが多数あれば住民にとって憩いの場となるので、そのような企業に声をかけて頂けたらと思う。
7	仕事の内容から、ここ数年教育熱心な住民が増加していると思う。特に30～40代（両親ともにフルタイム）の子育て世代が八潮に引っ越してきている。教育費に関し、良いと認めれば惜しみなく子供達にかけ、私立中学や市外の公立高校を目指している。この現象は八潮市にとって、とてももったいなく残念だと思う。せっかくしっかりと教育を考え子育てする人々が、八潮市の住民になっても中学、（または小学受験も最近多い）高校で市外へ出てしまっている。本来であれば市内の学校で子育てできれば楽なはずである。県立高校（八潮市内の）のレベルを上げる努力を市が中心となつてすることを提案する。 八潮市は面積が小さい分、他市よりも徹底的にできるのではないか。「都心に近く、少し家賃が安い」の理由だけでは他市との競争において必勝ではない。 「教育レベルが高い」との評判がつけば中学生以上の子育て家族、また、近くの市から、公立高校を目指して八潮市へ来ること期待できる。私は保護者の方々の教育の仕上げは「八潮市外」とのお話プランをお聞きすることが多く、その度に「もったいない」「何か手を打つべき」と思っている。
8	TX八潮駅に東口を作って頂きたい。八潮駅の利用者にはメリットになるかと思う。
9	このアンケートは我々の業種にマッチしてない。また参加する意思もない。
10	歩きタバコがすごく気になるため、もっと厳しくしてほしい。ポイ捨てが増えている。駅前公園の雑草を取る周期をもっと早くした方がよいと思う。
11	八潮の子供達はどこで遊ぶか分からない、何もない公園ばかり作ってどうしたいのか。みさと公園などのような人を呼べる場所をぜひ八潮にも作っていただきたい。おそらく八潮市民は買い物等で出かける時、三郷やレイクタウンなど近くの発展した所に出ていくようである。他地域の方が八潮にちょっと出かけるかと思う町になつたらいいと思う。
12	求職者支援訓練の援助をお願いしたい。 求職者への訓練サポート（パンフの設置場所の拡充、訓練への参加斡旋担当している支援訓練：ハロートレーニング）に参加している生徒に聞くと、制度そのものの存在を知ることができない状況にある。技術を身につけ八潮に就職すれば八潮の発展・活性化につながると考える。前向きに仕事を探している方々が国の制度を利用しやすくなるような仕組みを検討してもらいたい。
13	大型の商業施設ができれば嬉しい。この意見は当院の患者からよく聞く。

## 第7章 訪問によるヒアリング結果

アンケート調査と併せて直接意見等を伺うために、一部の事業者に協力をいただき訪問ヒアリングを行った。

ヒアリングは、アンケート調査の質問の一部を抜粋して再度考え等を伺ったほか、新たな質問を加えて行った。

No.	1. 現在の店舗の売上や客数はどうか。
1	開業時から右肩上がりに対応可能な客数の上限まで来ている。
2	年10%以上売上が伸びているが、人材採用に苦慮している。
3	新型コロナウイルス感染症の影響で20%程度売上は減った。以前はタイムセールなどを行っていたが、現在は行っていない。単価は上がったが、顧客は減っている。
4	客層は30~40代の男女が中心である。
5	慢性的な人手不足(有資格者でない)と厳しい。
6	他の地域からの利用者もある(全体の20%ぐらい)。
7	八潮駅周辺の景況感については、特に良くも悪くもない。企業間の格差が激しい。現在の状況が常態化している。
8	順調である。最近では、インバウンドの観光客の利用が多くなって、中国、マレーシア、韓国などの方が来店する。サラリーマンなどの一般客の来店も順調である。八潮駅は都心からもアクセスが良く、価格も安価なので人気があるとのことである。
9	客数の推移は順調である。
10	新型コロナウイルス感染症の影響で、前に比べて来客は9割程度。売上はコロナ前より増えているが、価格高騰の影響によるものである。

No.	2. 「商店会に期待するものは何か」に関する内容
1	TX沿線上の地域のようなまちづくり、例えば流山市のような街とするのは望ましくない。後追いでも勝てない。より個性的な街となるよう差別化が必要だと考えている。チェーン店ばかりの街だと面白みに欠ける。
2	街が暗いため、街路灯が欲しい。現在は、自社の看板を常時点灯することで少しでも明るくなるよう努めている。
3	オーナー店が少ないのが進めにくいところ。決定権がない。
4	自然が多い。八潮駅南口広場の活用や子供向けのイベントを期待している。家族連れへの配慮が必要だと思う。足立区のようなPayPayを利用した若い家族向け買い物支援に期待する。
5	会員間の連携(相互送客、共同集客等)、イベント参加などに期待する。イベントには積極的に出展したい。八々の庭(ややのにわ)に参加したことがある。
6	不足業種の補充等に期待する。駐車場が多く、店舗が少ない。飲食店や商業施設がもっと増えるとよい。他の商圏(六町、綾瀬、おたかの森)に対する差別化が必要。住みやすさではなく、商業開発を期待する。
7	イベントの開催し、地域活性化に貢献していきたい。目的は経営が安定すること。2年くらい前はイベントに参加していた。
8	PR誌・タウン誌の発行、現在もある「やしおん」のような媒体の創設を期待する。広告等もインターネットの活用を強化したい思いがある。どの業種も不足していることから共同・連携して求人募集ができればよいと考えている。
9	単独では負担が大きく開催が難しいイベント開催、win-winの関係を目指した商店会会員との連携、各店協賛でリピーター確保するための共通ポイント、人手不足・最低賃金+αでも退職者が多いため共同求人等に期待する。
10	地域活性化に関する取組推進に期待する。
11	イベントなどを通じて、地域の商店などと関係を作り、地域貢献に役立ちたい。地域と良い関係を作ってブランド価値を高めることを期待する。
12	案内板の設置希望。
13	プレミアム商品券はお客様に喜ばれる。イベントを駅前公園を使って開催した。スポーツ振興としてイベントを開催したい。

No.	3. 「商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思いますか」に「はい」とした場合、どのような形での参加を考えているか。
1	総合的に判断してメリットがありそうなら参加する。メリットは加入メンバーのみが地域で使える券など。
2	挨拶スピーチが苦手なのでサポートとして参加したい。立ち上げから関われるのはメリットがあると感じている。古い形の商店会は望まない。高速を挟んで北と南で対抗意識がある。商店会にはフレスポ・大手を巻き込んで欲しい。
3	アドバイザー的な参加。
4	参加には会社の稟議が必要であるが、組織の立ち上げにも意欲的である。大学でも地域活性化についての勉強をしており、地域を盛り上げることについては積極的に取り組んでいきたい。
5	商店会が組織化されてから参加を検討する。メリットがあれば、あくまで会員の立場で。他業種との情報交換をしたい。
6	業務との兼ね合いによる。年会費等負担があるので要検討。
7	商店会には主体となって参加し、よりよいまちづくりに貢献したいと考えている。八潮市にはないものが多く、サービス利用に市外へ出てしまう。スターバックスもない。衣食住のある程度のことは市内で完結できるような街にしたい。さらには、他から来てもらえるようなまちづくりにできると理想的。
8	旧態的な感じではなく、プロジェクトごとに責任者を決めて進めていく体制が望ましい。一社に負担が偏らないように。ボランティアよりは収益を目的とする会が望ましい。会社は「地域とともに」が方針であり参加は問題ないと思うが会費の多寡は影響する。
9	イベントなどがあれば参画したい。直接、商店会組織の運営機関への参加は難しい。
10	協力する意向はあるが、運営まで関わる意向はない。イベントなどがあれば参画したい。

No.	4. 「商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思いますか」に「いいえ」「わからない」とした場合の理由。
1	会社を通さないといけない。会社は積極的ではない。売上につながるのであれば進めやすい。

No.	5. まちづくりは①事業者（商店会）が主導で推進、②事業者と行政が協議しながら推進、③行政が主導で推進のどれが望ましいか。またそれを選択した理由。
1	行政が主導してほしい。
2	行政が主導で推進が望ましい。3年ほどかけて徐々に民間に権限を移譲してほしい。
3	商店会のコアメンバーは物販店がよい。理美容など技術を売る店は固定客がメインなのであまり向かないと思う。食品メーカーの直営店ができており、そういったお店がメンバーになっていただけるとよいと思う。
4	フレスポ八潮が加入し、主導すれば加入すると思う。
5	事業者が中心になりつつも、行政と共同して進めたい。行政には、声の大きい人の意見が優先され、不適切な方向に進むことを防止する役目も期待したい。
6	まずは事業者で話し合い、取組を決めていきたい。必要に応じて市とも相談し、支援を受ける場合もあると思う。
7	行政主導でスタートが望ましいが、リーダー色が強く出るのは困る。その観点からも市はオブザーバーとしてその後の参加もお願いしたい。
8	行政と企業が一体となって連携していくのが一番よいと考えている。
9	行政が主導で推進してほしい。組織化するまでは、行政が主導しないと、なかなか難しいのではないかと考える。
10	民間主導のメリットはスピード感であり、行政主導に比べて意思決定が速い。他方、デメリットとしては、イベントの認知度向上が大変である。市の方で市報・広報などで宣伝してほしい。教育委員会などに周知してもらえるとありがたい。

No.	6. その他、全般的なご意見や要望
1	まちづくりの視点で、大手チェーンが立地することは魅力的ではない。独自性のある個人店が立地することで、住む・働くといった立場から見た地域の魅力が増すと考えている。
2	子育てしやすい街になってほしい。
3	行政に期待することは「補助金・助成金の拡充」である。主に販促に関する補助金を拡充して欲しい。例えばポスティング費用、地域誌に広告を掲載するための印刷費用等である。これまでは、地道なポスティングやLINE広告を実施したが、効果があまり出ていない。「成功事例（一事業者としての参考事例）」「会員サービス提供事業者としての経営の成功事例」「地域特性を活かした取組事例」などの提供を望む。
4	名産となるものを開発してもらいたい。プレミアム商品券等のサービスをもっと展開してもらいたい。
5	同業のつながりがあれば良い。他事業者とのつながりはない。
6	プレミアム商品券が限定的な業種の利用となっているので、利用する業種を増加させる取組を進めてほしい。商店会を作った場合、会としての補助等の必要性が出てくると思う。市内で行っていることを外部へ発信してほしい。ただし、八潮にはインパクトのあるものがないため、それを作っていくことも必要である。
7	全世代が住みやすい街を作っていきたい。子育てしやすい、老後も住みやすいバリアフリーな街、段差のないフラットな街などを期待する。
8	市への要望として商店会費の免除等。
9	八潮駅周辺500mを検討しているようだが、もっと範囲を広げてはどうか。500mより外の事業者も加われるようにしたい。
10	防犯は課題である。いたずらが多く、防犯カメラを増やして対応している。夜間の節電もやめて、暗いところをなくすようにしている。
11	八潮はお祭りなどが少ないと感じている。

## 第8章 調査結果のまとめ

### 1. 経営者等に関すること

- アンケート回答者である経営者等の社内の立場は、オーナー（個人事業主・法人代表者）が46%を占めた。個人事業主以外又は法人の店舗責任者は32%、法人の代表者以外の役員やエリア責任者等は14%であった。
- 経営者等有する責任や権限の範囲に関しては、「企業すべて」と「担当拠点についてのみすべて」を合わせると58%に上る。オーナー経営者等の割合は46%であるため、店舗経営のほぼすべてを任されている非オーナー経営者等が12%いることになる。
- 経営者等の年齢について、40代が31%と最も多く、50代25%、30代19%、60代13%と続く。
- 居住地は、「店舗・事業所に同じ」が5%であり、住居兼店舗等の割合は低い。店舗・事業所以外の八潮駅周辺や八潮市内が25%となっており、八潮市外から通勤している経営者が多い。
- 商工関連団体等への加入状況では、「加入していない」が65%と最も多く、「八潮市商工会に加入」が25%、他の商工団体等への加入や商工関連以外の団体への加入は9%に留まっている。

### 2. 会社や事業に関すること

- 八潮駅周辺の主要拠点で営んでいる事業を業種別に見ると、「医療/福祉」が最も多く26%、次いで「その他小売店舗」18%、「飲食店」8%、「学習支援業」7%、「洗濯/理容/美容業」6%、「金融/保険業」5%と続く。
- 八潮駅周辺地域に存在する事業所へアンケート回答を依頼しているため当然ではあるが、幅広い業種が存在する。
- 八潮駅周辺での主要拠点の場所は、「フレスポ八潮内」が29%と最も多く、「大瀬一丁目（フレスポ八潮を除く）」28%や「大瀬六丁目（BiVi八潮を除く）」11%と三地域で68%を占める。八潮駅周辺以外の主要拠点については51%が「ある」と回答しており、場所は「八潮市外」が64%と大半を占めている。
- 八潮駅周辺の主要拠点での営業年数では、19年以下が92%と、つくばエクスプレス開業後に現在の場所で事業を開始した事業所が大多数を占める。86%が専業、81%が法人として事業を行っている。
- 店舗や事務所（以下、店舗等）の面積をみると、29㎡以下の比較的面積の小さい拠点から300㎡以上の比較的面積の大きい拠点まで幅広く存在している。店舗等に使用している土地や建物はいずれも他者からの賃貸が大半となっている。
- 回答者のすべてが従業員を雇用していると回答している。雇用人数は、店舗の面積同様、少数から多数まで幅広い。
- 一日の平均来店（来社）客数についても、9人以下から100人以上と幅広い。当該拠点の昨年度の年間売上高も同様に幅広い分布となっている。
- 新型コロナウイルス感染症流行前後で売上を比較すると、増加が42%、減少が21%である。年間売上高の増加要因は、外部要因である「周辺人口の増加」と「八潮駅利用者の増加」が他の選択肢と大きく差をつけて多い。つくばエクスプレス開業の好影響が強く出ていると思われる。一方で「商品・サービスの強化」など、自社の経営努力の項目も24%となっている。
- 年間売上高の減少要因は、「客数の減少」、「消費者ニーズの変化」、「競合店の進出」の回答が多い。
- 他社と共同・連携については、「他社と共同して行っていることはない」が55%と最も多い。
- 知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていることの項目では、「社内でOJT」、「メーカー等の研修会・講習会への参加」といった業務に必要な内容強化の回答が多い。
- 来客用駐車場は、形態問わず保有している事業所が60%である。
- 主要拠点に訪れる主たる客層（ターゲットの客層）の属性について
  - ① 性別では、「男性と女性が同程度」と回答した事業所が60%と最も多く、「女性」17%、「男性」9%である。やや女性向けの商品・サービスが多い傾向にあることが伺える。
  - ② 年代別では、「年齢問わず」41%、それ以外では40代が23%と最も多く、30代21%、20歳未満16%、20代15%とやや若い傾向が見られる。
  - ③ 顧客の来店形態では、「一人で来店」と「家族連れ」が57%と最も多く、次いで「友達同士」、「仕事仲間同士」での利用も多い。「部活動等」の学校行事の利用は少ない。
  - ④ 顧客の属性は、「勤労者」、「主婦層」が多く、「高齢者」、学生と幅広く分布している。
  - ⑤ 顧客の居住地域は、「八潮駅近隣」が69%と最も多く、「八潮市内」40%、「八潮市外」25%と続く。

- 自社が顧客に支持される理由では、「立地が良い」が46%と最も多く、他の選択肢と大きな差が見られる。他の選択肢では、接客技術の高さや清潔感、サービス品質の良さ等、店側の努力が見られる。
- 抱えている経営上の問題点や課題は、正社員・非正規社員ともに人手不足が最も多くを占め、人件費の増加、従業員教育・育成等、人に関する課題が多く見られる。今後も人手不足は加速するものと思われるため、生産性向上の施策は必須となってくる。他の要因では、「客数の減少」、「売上高の減少」、「客単価の減少」等の経営努力で解決すべき項目が多く見られる。
- 現在実施しようとしている経営上の方策は、「人材育成の強化」が30%と最も多く、上記の経営課題が反映されている内容となっている。また、「販売促進の強化」、「インターネットによる集客」、「品揃えの強化」、「商品開発」等、売上高の向上を目指したものが上位に来ている。

### 3. DX（デジタル化・IT化含む）に関すること

- データやデジタル技術の活用割合は、81%と高い。活用の内容は、「ホームページやSNSによる情報発信」が最も多く、次いで「キャッシュレス決済」が67%である。
- データやデジタル技術を活用する際に障害となるものは、「人材がいない」15%、「資金の余裕がない」13%であった。次いで「何をどのように進めて良いか不明」、「相談相手がいない」と続く。また、「無回答」も48%であったため、単に障害を認識していないだけで、潜在的な障害が存在する可能性は否定できない。
- キャッシュレス決済について
  - ① 顧客のキャッシュレス決済の利用状況は、「40%超 60%以下」が28%、「20%以下」、「20%超 40%以下」、「60%超 80%以下」はいずれも13%である。「80%超」は12%であった。
  - ② キャッシュレス決済の効果は、「現金管理の手間の削減」が50%、「現金紛失のトラブル減少」が22%となった。「特になし」も28%であった。
  - ③ キャッシュレス決済導入の悪かった点は、「特になし」が63%であった。次いで「手数料負担が大きい」が30%であった。
  - ④ キャッシュレス決済を導入しない理由としては、「手数料の負担」が31%、「端末代やリース料の負担」10%と、資金面を理由とする回答が多かった。

### 4. 出店／開業の経緯や今後のあり方に関すること

- 現在地（八潮駅周辺）へ出店／開業した理由として、つくばエクスプレス開通による人口流入への期待40%、八潮駅周辺の居住人口増加への期待36%など、多くの回答がつくばエクスプレス開通による影響を期待しての出店／開業である。
- 今後の事業継続への意向では、継続するが77%と回答の大半を占める。回答の内訳は、「事業が順調だから」が69%と最も多く、次いで「地域に貢献したいから」33%、「地域が発展していくと思うから」32%など地域関連のキーワードが続く。

### 5. 商店会活動等に関すること

- 商店会活動をどう思うかの質問では、19%から「興味がある」と回答があった。
- 商店会に期待することの質問では、「イベントの開催」が26%と最も多く、次いで「地域活性化に関する取組推進」、「商店会会員との連携」、「地域貢献（清掃・治安維持・活性化等）」の回答が多く見られる。地域の発展が結果的に自社の経営に与える影響が大きいことを理解している経営者等の存在を示している。前項で「業績が順調だから」と回答している経営者等も多く、顧客を呼び込むきっかけさえあれば、自社の業績は更によくなると考えている経営者等が多いと思われる。
- 商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思うかの質問では、「はい」が9%、「いいえ」が29%、「わからない」が55%の回答であった。「わからない」・「参加しない」理由は、「自社のことだけで精一杯」が30%、「商店会の活動に参加することが負担」が29%、「他企業との共同や連携は必要ない」が13%、「会費が負担となる」が13%という内容である。逆を言えば上記の「わからない」・「参加しない」理由を解消することができれば、商店会への参加を促進することができるということである。事業者へどのようにアプローチするかが今後の課題となる。
- 八潮市に期待することとして、「地域のPR」、「地域の魅力向上のための取組」が共に26%、「名産となる商品・サービスの開発支援」が11%と、地域の魅力向上への取組が多く占める。一方で、「市との意見交換会」が4%、「市民との意見交換会」が3%と行政や地域と連携して取組を行いたい意向もわずかながら見られた。

### 6. 自由意見

- 治安維持・防犯、公園等の施設の充実、教育の充実等、まちづくりや都市計画に関する意見が見られた。詳細は「第6章 自由意見・感想」を参照。

## 7. 訪問によるヒアリング結果

アンケート調査と併せて直接意見等を伺うために、一部の事業者に協力をいただき訪問ヒアリング調査を行った。

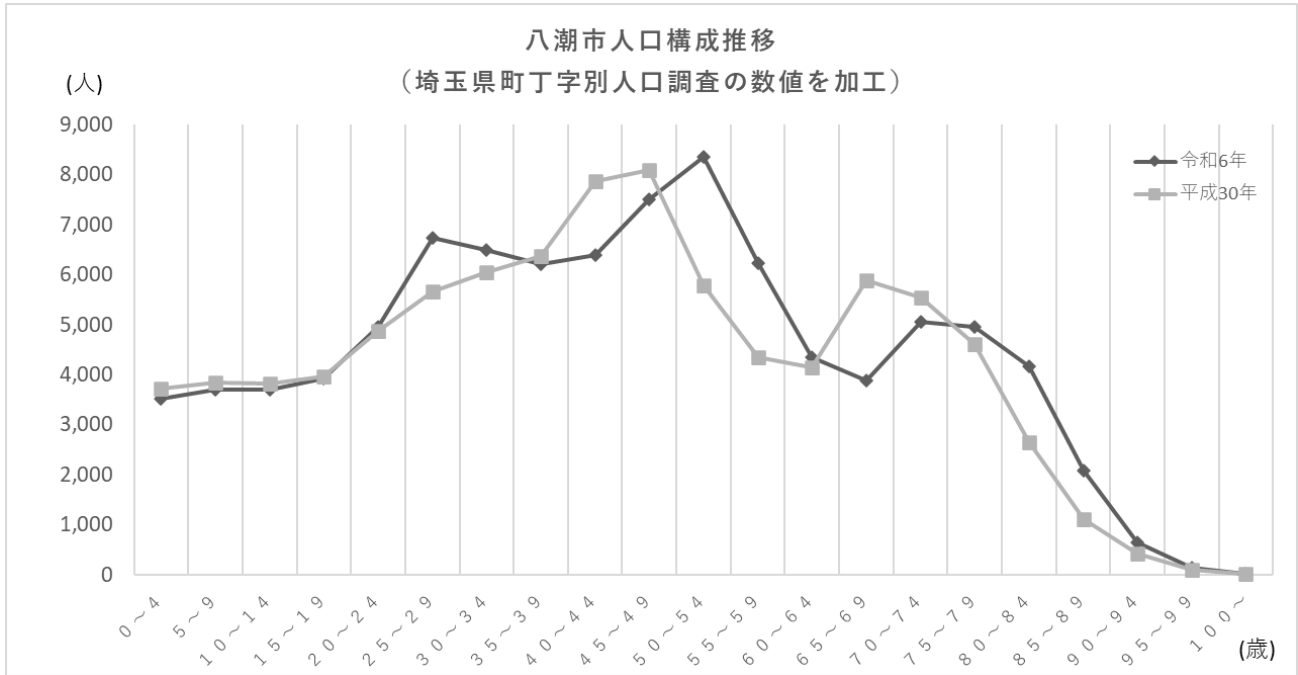
ヒアリングは、アンケートによる質問の一部を抜粋して再度考え等を伺ったほか、新たな質問を加えて行った。

- 商店会に期待するものは何かという質問では、イベント開催を望む声が比較的多かった。
- 商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思うかについては、「参加する」という答えが最も多く、メリットがあれば参加するという声も多かった。「参加しない」、「わからない」については、会社の判断という声があった。
- まちづくりは、①事業者（商店会）が主導で推進、②事業者と行政が協議しながら推進、③行政が主導で推進のどれが望ましいかについては、幅広い意見が寄せられたが、②事業者と行政が協議や③行政が主導という声が多かった。
- その他、全般的な意見や要望は、「第7章 訪問によるヒアリング結果」を参照。

## 第9章 商店会設立に向けて

事業者の多くは、八潮市の人口増加や八潮駅利用者の増加等を期待して当該地域に出店している。最初に八潮市の人口構成の推移や八潮駅の1日平均乗車人員を分析し、八潮駅周辺の変化を考察することにより、八潮駅周辺の将来像を推察し、事業者や八潮市が何をすべきかを検討する。

### 1. 人口推計等 (1) 八潮市の人口推計



出典：埼玉県町丁字別人口調査（平成30年と令和6年）

上図は、平成30年と令和6年の八潮市全体の人口構成の推移を表したものである。平成30年は45歳から49歳までが最も多く、6年という時間を経過した令和6年では、50歳から54歳までが最も多い構成と推移している。また、平成30年には見られなかった25歳から29歳までの世代に人口の山が見られる。

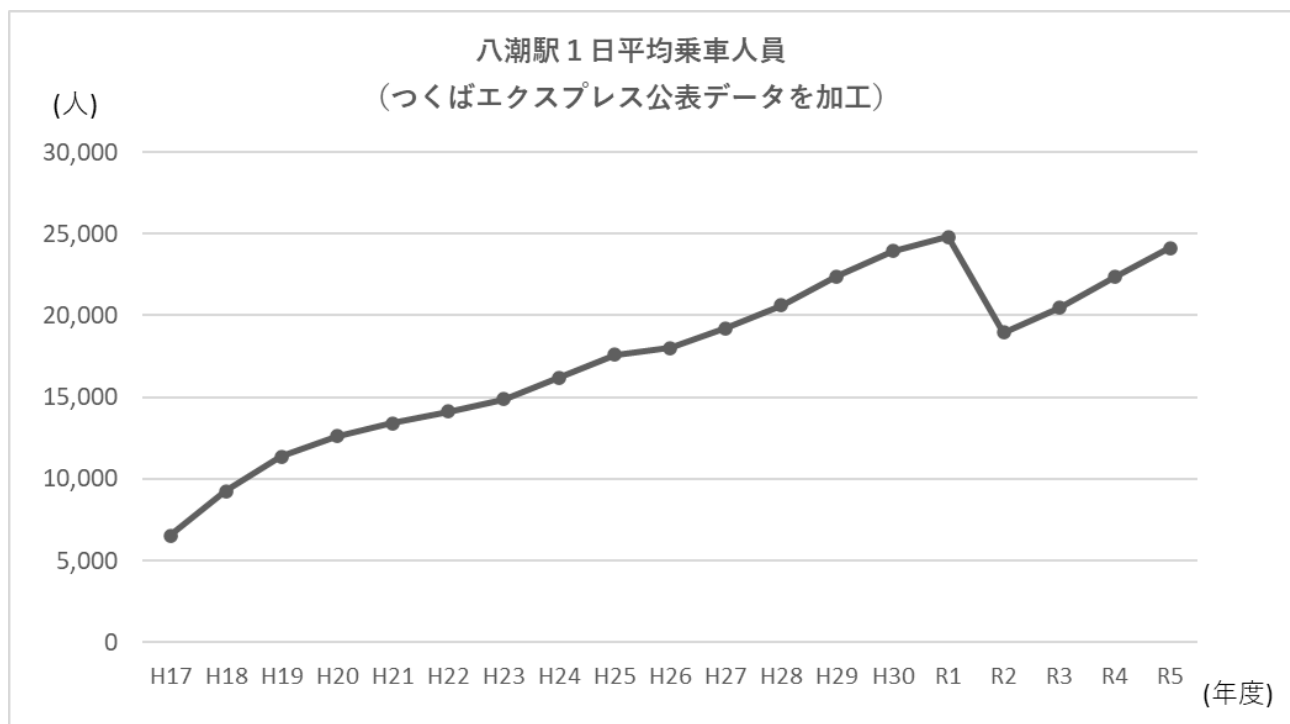
	世帯数	人口
平成30年	40,841	88,894
令和6年	46,103	93,036
増加率	113%	105%

出典：埼玉県町丁字別人口調査（平成30年と令和6年）

上図は、平成30年と令和6年の八潮市の人口と世帯数を表したものである。平成30年から令和6年にかけて、人口は105%の伸びを示しているが、世帯数は113%と更に伸びている。

八潮市は、「第5次八潮市総合計画」において、将来都市像「住みやすさナンバー1のまち 八潮」や令和7年度の将来目標人口「10万人」を設定し、市民の住みやすさを重視した施策を行ったことやつくばエクスプレスの利便性向上等により、これまで都内に居住し都内に通勤していた単身世帯が住みやすさを求めて八潮市に移住したため25歳から29歳までの人口の山を生み出したものといえる。

## (2) 八潮駅の乗車人員

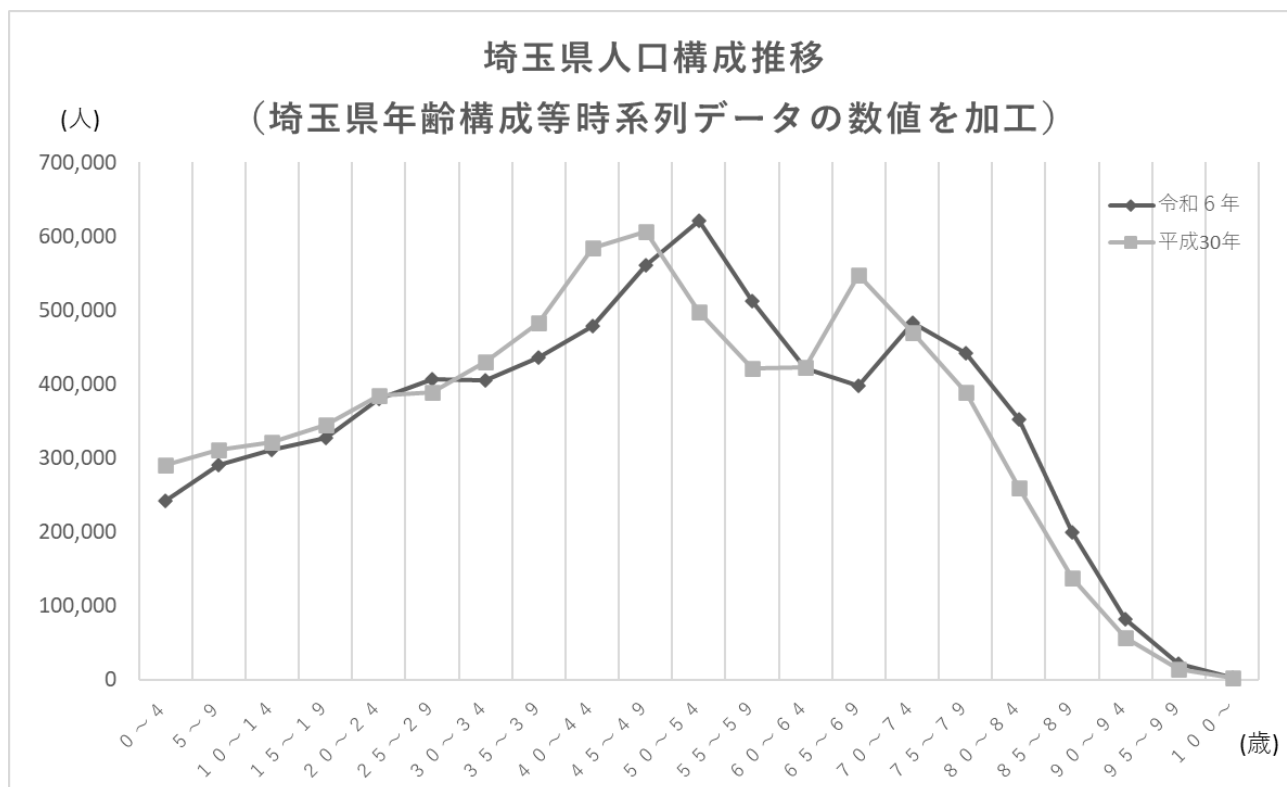


出典：埼玉県統計年鑑（平成 17 年～令和 5 年）

八潮駅周辺の特徴として、都内への通勤のしやすさがあげられる。上図は、八潮駅の開業から令和 5 年度までの 1 日平均乗車人員の推移を表したものである。八潮駅の 1 日平均乗車人員は、平成 17 年の開業当初から毎年伸びている。令和 2 年に新型コロナウイルス感染症の影響により低下したものの、現在は回復基調にあり、令和 5 年度は、新型コロナウイルス感染症流行前の令和元年度の数値まで回復している。

また、秋葉原駅から八潮駅まで最短で 17 分であることに加えて、令和 6 年 3 月のダイヤ改正により新たに八潮駅が停車駅となった快速を利用すると八潮駅の次の停車駅は北千住駅となり、都内へのアクセスが更に容易になったこと、朝のラッシュ時に八潮始発の上り列車の増発が行われ、利用客に「混雑していても並べば座れる駅」という認識が広まっているものと思われる。

(3) 埼玉県人口推計



出典：埼玉県町丁字別人口調査（平成30年と令和6年）

上図は、平成30年と令和6年の埼玉県全体の人口構成の推移を表したものである。埼玉県も八潮市と同様に、平成30年は45歳から49歳までが最も多く、令和6年は50歳から54歳までが最も多い構成と推移している。八潮市で見られた25歳から29歳までの世代の人口の山は、埼玉県全体ではほとんど見られない。そして、八潮市では、平成30年から令和6年にかけて総数の変化がほとんど見られなかった10歳未満の数が埼玉県全体では減少していることがわかる。

## 2. 今回の調査結果から見えるもの

今回の調査から以下のようなことがわかった。

### (1) 地域で多店舗化する事業者の増加 (■09.八潮駅周辺での主要拠点以外の拠点)

八潮駅周辺の主要拠点以外に拠点の場所があると回答した 56 事業所に場所を聞いた。その結果、「八潮市外」が 64%と最も多かったが、「調査区域以外の八潮市」は前回調査結果 8%から 21%、「大瀬一丁目(フレスポ八潮を除く)」は前回調査結果 4%から 13%と大幅に増加しており、八潮駅周辺で多店舗(多拠点)を展開する事業者が増加している。

### (2) 八潮駅周辺で事業継続を望む事業者の多さ (■40.今後、現在の場所で事業を継続するか)

今後、現在の場所で事業を継続しようと思うかの質問に対し、「はい」と答えた事業者は 77%である。前回調査結果の 83%よりは少なくなったが高い状態を維持している。一方、「いいえ」を選択した事業者は今回も前回も 0 件であった。

### (3) 八潮駅周辺で事業継続する理由 (■41.継続する理由…■40「継続する」を選んだ 85 事業所への質問)

今後も現在の場所で事業を継続する理由は、「事業が順調だから」が前回調査結果 63%から 69%と増加した。一方で「地域に貢献したいから」は前回調査結果 40%から 33%、「地域が発展していくと思うから」は前回調査結果 47%から 32%と減少はしたものの、前回と同様に 2 位と 3 位である。また、「自社のビジネスモデルと地域性が合っているから」も前回調査結果 23%から 25%と増加しており、自社のサービスが地域に受け入れられていると感じている事業者が一定数いることもわかった。

上記より、自社の業績がある程度順調に推移している事業者が多く、手掛けている事業が地域性とも合っており、地域に魅力を感じていることが言える。

一方で、地域との連携に関する質問については、以下のような結果となった。

### (4) 他社との連携 (■22.他社と共同・連携していること、■30.現在実施しようとしている経営上の方策)

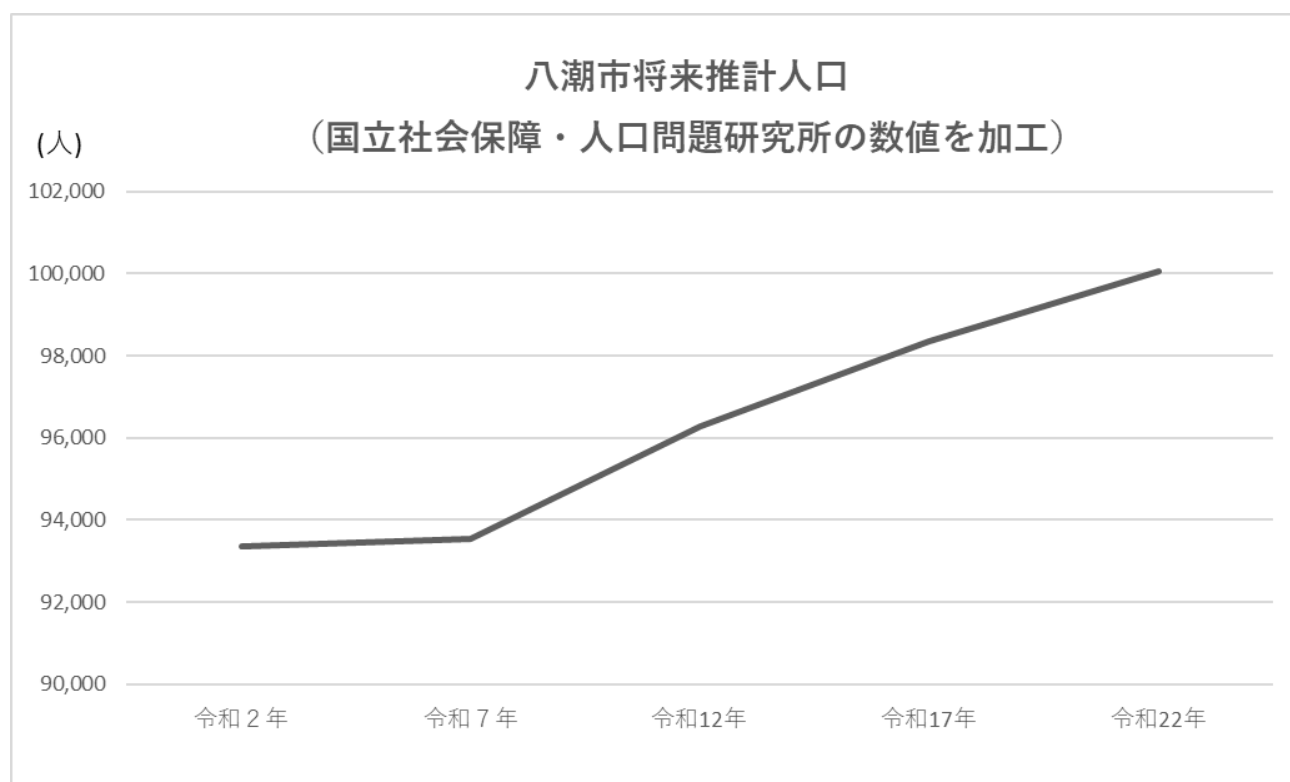
■22.で他社と共同・連携して行っていることがあるかという質問に対し、「連携を行っていない」と回答した事業者は 55%で、前回調査結果の 43%から増加した。また、■30.で現在実施しようとしている経営上の方策は何かという質問に対し、「他店との連携」と回答した事業者は 5%で、前回調査結果の 3%からわずかではあるが増加した。

### (5) 商店会への期待 (■43.商店会に期待するもの)

商店会に期待するものとして「商店会会員との連携」と回答した事業者が前回調査結果の 11 位から 3 位へ大幅に上昇した。構成比も前回調査結果 7%から 11%と増加した。

上記より、半数以上の事業者は他社との連携ができておらず、将来的にも連携を検討している事業者の数は少数であることが言える。一方で、他社との連携の場として商店会に期待を寄せる事業者が少数ではあるものの存在しており、増加していることがわかった。

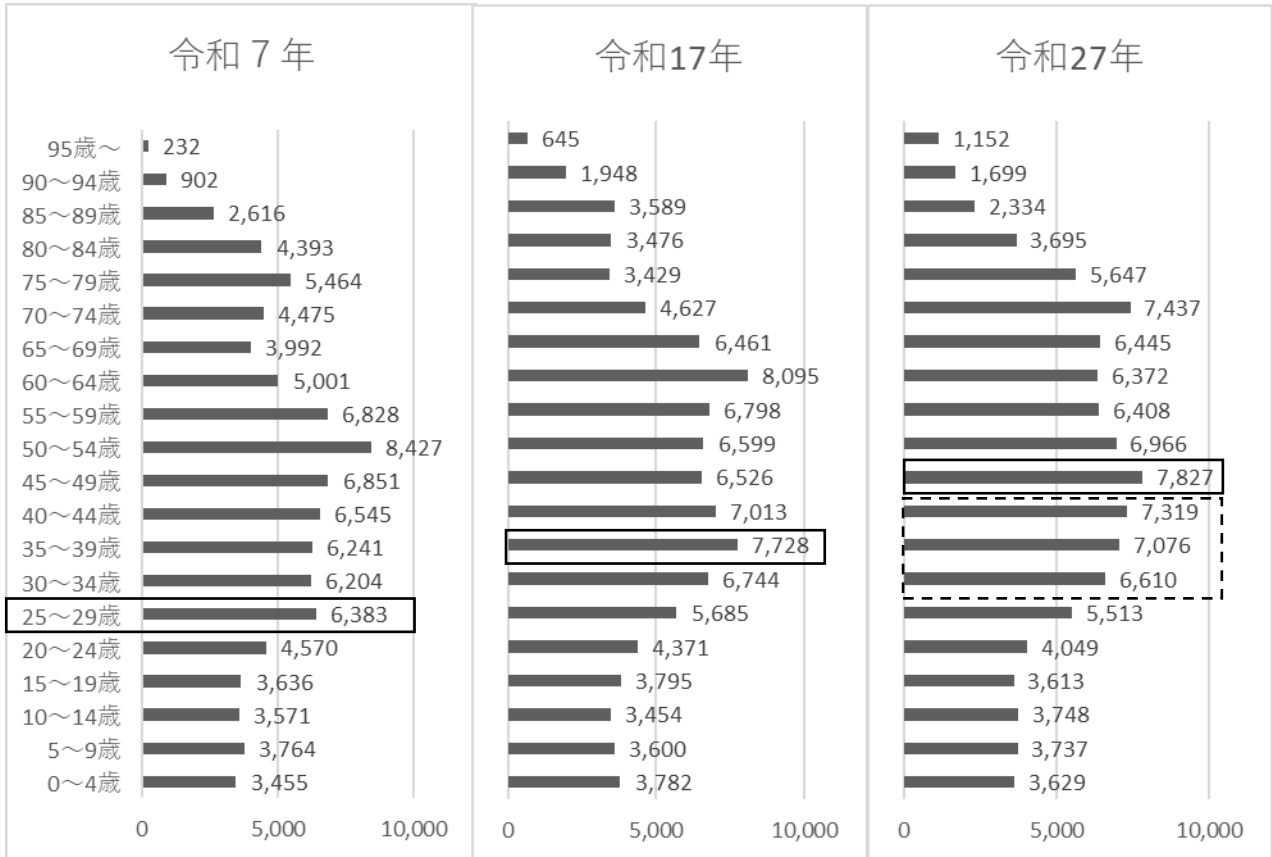
### 3. 組織化の必要性



出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ（令和5年12月22日公表）

上図は、八潮市の令和22年（2040年）までの将来推計人口を表している。これによると八潮市の人口は、引き続き伸び続け、令和22年（2040年）に目標人口の10万人を超えるとされている。

八潮市年齢（5歳）階級別将来推計人口  
 (国立社会保障・人口問題研究所の数値を加工)



出典：国立社会保障・人口問題研究所ホームページ（令和5年12月22日公表）

次に年齢（5歳）階級別将来推計人口で将来の人口がどのように推移するかを見る。令和7年で全世代の5位に位置する「25～29歳」の世代6,383人は、令和17年には10歳年齢が上がり、「35～39歳」となり、全世代の2位7,728人となる。同様に令和27年には20歳年齢が上がり、「45～49歳」となり全世代の1位7,827人となる。また、「25～29歳」から「40～44歳」までの年代は、他の世代よりも増加傾向にある。

このため、令和7年時点で「25～29歳」の世代が定着するような施策を行う必要がある。なぜなら、その世代が定着することにより、20年後に49歳以下の人口が増加する見込みがあるからである。そして令和7年時点で「25～29歳」の世代が家庭を持つことで、「5～9歳」や「10～14歳」の人口も増加する見込みがある。

今回の調査結果において、八潮市において事業を運営する理由として「立地の優位性」、「好調な事業」、「人口増加への期待」などを挙げている事業者が多く、仮に人口流入のスピードが鈍化し、人口増加が見込めなくなった場合、八潮駅周辺から他地域へ移転する、若しくは事業継続ができず廃業を選択する事業者が増える可能性がある。

地域全体としては前述したとおり、「25～29歳」の定着に向けた施策を行うことが望ましいが、単独の事業者でそのような施策を行うことは難しい。なぜなら、事業者は、自社の業績拡大のため、今回の調査結果にあるような課題克服に向けた取組を最優先で行うこととなる。このようなことから地域全体の課題については、事業者を組織化し、地域全体の取組として検討したほうがよい。

今回の調査結果では「地域にチェーン店が多いこと」をあげている事業者が多かった。チェーン店は、運営システムが標準化されており、どの店舗でも同じサービスが受けられるというメリットがあるが、地域の特性に合わせたサービスを実施することは難しいというデメリットもある。事業者は、チェーン店が実施できない地域の実情や世代に特化したサービスを構築し、差別化を図ることが必要となる。

しかし、今回の調査で「現在実施しようとしている経営上の方策」を聞いたが、「人材育成の強化」、「経費削減」、「販売促進の強化」といった現在の事業を推進していくための取組が中心となり、抜本的にビジネスモデルを変えるような新たな取組を行う事業者は少なかった。さらに、単独の事業者では、具体的にどのような商品やサービスを提供したらよいかわからない場合もある。

このような場合は、複数の事業者で集まって知恵を出し合い、場合によっては外部の専門家の知見も借りながら新しい商品やサービスの実現に向けて取り組んだほうがよい。

また、組織化することにより、街の治安維持や利便性の向上のために必要な設備・施設の設置等の支援を行政に求めることや、地域に特定の業種が不足し、補充が必要な場合も、行政に創業支援策の拡充を求めることが可能となる。

#### 4. 八潮市が期待されていること

八潮市に期待されていることは、引き続き市民や事業者の意見を聞きながら、将来の八潮駅周辺の姿を一緒に作り上げていくことである。その理由は、将来の姿を作り上げることでその姿に沿った形で、市の強化する施策の方向性が決まり、それに賛同する市民や事業者が集まってくるからである。

今回調査では、設問の「八潮市に期待すること」に商店会設立に向けた新たな選択肢として「市との意見交換会」、「市民との意見交換会」、「成功取組事例の共有」、「活発な商店街等の視察」の4項目を追加した。これらの項目については、少数ではあるものの回答が寄せられており、事業者の組織化に向けて前向きな意見と捉えることもできる。

また、新たに追加した設問である「商店会の組織化のために何が必要と思うか」については、「組織化のメリットの明示」や「組織化に対する行政の支援策の明示」に20%以上の回答が寄せられ、事業者が八潮市とともに組織化を進めていきたいという意向を持っていることもわかった。訪問ヒアリングからも同様の意見が寄せられており、商店会の組織化のために八潮市への期待が大きいこともわかった。

一方で前項に述べた事業者が地域の実情に合わせたサービスを展開した場合には、市民のためにその取組を後方から支援し、サービスが地域に定着するような働きかけを行う必要がある。

#### 5. 商店会の設立に向けた課題とその対応

##### ① 駅周辺地区の位置づけ

八潮駅周辺地区は八潮市の中心商業拠点として位置付けられ、魅力ある商業拠点の形成を推進するものとして各種の施策が進められており、八潮市全体の商業の活性化に大きく影響するものである。

##### ② 現状における地区内事業者間の連携の困難性

現状の商業等の集積の経緯は、大部分が新駅の開業後に立地が進んできたものであり、各道路沿いに連坦している店舗等は少ないこと、また、複数の大型店の存在、駅と近接している立地環境の特性からチェーン店・フランチャイズ店の占める割合も多いこと、さらに小売や飲食のほか、多くの医療・福祉関係、理・美容業、学習支援業、不動産・賃貸業など多様な業種が混在していることなどから、共同による取組の意識は必ずしも高くはないものと考えられる。

このようなことから、自然発生的に形成されてきた従来型の商店会とはその状況に大きな相違があり、行政や関係団体等も組織化の初期段階から関わり、組織に向けた取組に対する支援を行う必要がある。

##### ③ 上記の組織化の課題に対する基本的な考え方

今後、商店会に関する組織化の取組を進めていくにあたっては、まずはアンケート調査や訪問ヒアリングなどにより事業者の意向を把握し、意欲ある人材の発掘を行う。その後、組織化に向けた勉強会等を実施し、その後の広がりにつなげていくことが有効である。

組織化の課題として挙げた大型店、チェーン店を含めた組織化の在り方や異業種間の連携を深め、新たな商店会の取組を検討し、地域の賑わいづくりや個々の事業所の経営の向上による市内商業の活性化につなげていくことが望ましい。

## 資料（アンケート用紙）

### 「八潮駅周辺商業者等の意向等アンケート調査」についてお願い

時下、ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。

日頃より、八潮市政に対しご理解、ご協力を賜り誠にありがとうございます。

さて、「つくばエクスプレス」が開通して19年を迎えようとしており、八潮駅周辺地区はマンション等の建設はもとより、商業・サービス業等の立地も進み、本市のまちづくりにおける新たな中心商業拠点として発展を続けております。

今後、さらに「つくばエクスプレス」沿線などからの来街者と市民の交流やまちの賑わいの創出、加えて市外からの消費をより一層呼び込めるような、中心商業拠点の形成が期待されております。

このような状況を踏まえ、この度、八潮駅周辺の商業者等の皆様を対象に、商品やサービスを提供する商業等がどのように形成されているかなどを調査することといたしました。

平成30年度にも、おおむね同様のアンケート調査を実施いたしましたが、その後の事業所の立地動向、新型コロナウイルス感染拡大の影響などの商業環境の変化もふまえ、八潮駅周辺の店舗・事業所の現状と課題、市行政への要望、また、中心商業拠点の形成に向けた組織化への意向などを伺い、今後の商業やサービス業の振興に向けた具体策の検討資料とするため実施するものです。

お答えいただいた内容及び個人情報、本調査の目的以外の使用や転用することはありません。皆様には、大変お忙しいところ誠に恐縮に存じますが、調査の趣旨にご理解賜り、本調査にご協力いただきますよう、よろしくお願い申し上げます。

なお、この調査は八潮市が一般社団法人埼玉県中小企業診断協会に委託して行うものです。

令和6年8月

八潮市長 大山 忍

このアンケート調査は、事前の調査で外見などから営業を行っていることを確認できた店舗・事業所を対象に、調査票を送付しています。送付先につきましては、店舗・事業所の看板等から調べておりますが、封筒に記載された宛名等が正しいものでない場合、誠に恐縮ですが、以下にご記入いただきますようお願いいたします。

正しい店舗・事業所の 名 称： \_\_\_\_\_

所在地： \_\_\_\_\_

調査に当たる基準日を令和6年8月1日としてお答えください。

また、ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒により、令和6年8月27日（火）までに郵便ポストに投函していただきたくお願いいたします。

○ご不明な点等がありましたら、以下にお問い合わせください。

**【問い合わせ先】**

- ・八潮市 市民活力推進部商工観光課 048-996-2111 (内線 479)  
〒340-8588 埼玉県八潮市中央一丁目2番地1
- ・一般社団法人 埼玉県中小企業診断協会 048-762-3350  
〒330-0063 埼玉県さいたま市浦和区高砂四丁目3番地2 1三協ビル5階

# 八潮駅周辺商業者等の意向等アンケート調査

## 1. 経営者等に関すること

※経営者等・・・店舗・事業所の運営責任者の方です。事業所が一つの場合は経営者、チェーン店等  
事業所が複数ある場合は店長又はそれに準ずる方になります。経営者等の方又は経  
営者等を補助する方に御回答をお願いします。

質問 1-1 経営者等の方の立場を教えてください。(番号1つに○)

- |                 |                      |                            |            |
|-----------------|----------------------|----------------------------|------------|
| 1. 個人事業主・法人の代表者 | 2. 個人事業主以外又は法人の店舗責任者 | 3. 法人の代表者以<br>外の役員やエリア責任者等 | 4. その他 ( ) |
|-----------------|----------------------|----------------------------|------------|

質問 1-1-2 上記経営者等の方が有する責任や権限についてお伺いします。(最も近い番号1つに○)

- |  |
|--|
| 1. 企業すべてについて責任と権限を有している                  |
| 2. 担当拠点(事務所・店舗等)についてのみ、すべての責任と権限を有している   |
| 3. 担当拠点(事務所・店舗等)の運営の部分についてのみ、責任と権限を有している |
| 4. その他 ( )                               |

質問 1-1-3 上記経営者等の方の責任や権限を有する拠点の数についてお伺いします。(番号1つに○)

- |        |          |          |          |            |
|--------|----------|----------|----------|------------|
| 1. 1店舗 | 2. 2～3店舗 | 3. 4～5店舗 | 4. 6店舗以上 | 5. その他 ( ) |
|--------|----------|----------|----------|------------|

質問 1-2 差し支えなければ、経営者等の方の年齢を教えてください。

- |        |        |        |        |        |        |              |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------|
| 1. 10代 | 2. 20代 | 3. 30代 | 4. 40代 | 5. 50代 | 6. 60代 | 7. 70代以<br>上 |
|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------|

質問 1-3 経営者等の方の居住地を教えてください。(番号1つに○)

- |                |                  |
|----------------|------------------|
| 1. 店舗・事業所に同じ   | 2. 店舗・事業所以外の八潮市内 |
| 3. 八潮市以外の隣接市・区 | 4. 1～3以外         |

質問 1-4 商工関連団体に加入していますか。(該当するものに○。複数回答可)

- |                     |                    |
|---------------------|--------------------|
| 1. 八潮市商工会に加入している    | 2. 他の商工関連団体に加入している |
| 3. 商工関連以外の団体に加入している | 4. 団体には加入していない     |

質問 1-4-2 1-4で「2」又は「3」と回答された場合は、団体名も(役職があれば併せて)教えてください。(複数回答可)

加入団体名	役職

## 2. 会社や事業に関すること

質問 2-1 どのような事業を営んでいますか。

(1)小売業／卸売業及び飲食店の方

①店舗区分：次の該当するものに○を付けてください。

1. スーパー	2. コンビニ	3. その他の小売店舗	4. 卸売店舗	5. 飲食店
6. その他 ( )				

②取扱商品等：主なもの3つまで記入してください。

例：生鮮食料品、一般食料品・子供衣料・家電製品・居酒屋・ファミレス等

1	
2	
3	

(2)サービス業その他の業種の方（小売業／卸売業及び飲食店以外の方）

①事業区分：次の該当するものに○を付けてください。

1. 宿泊施設	2. 洗濯／理容／美容業	3. 生活関連サービス業	4. 娯楽業
5. 運輸／郵便業	6. 金融／保険業	7. 不動産／物品賃貸業	8. 建設設計
9. 自動車整備／専門・技術サービス業	10. 学習支援業	11. 医療／福祉	
12. 製造・小売／農業（直売所含む） 13. その他 ( )			

②営業種目：主なもの3つまで記入してください。

例：ビジネスホテル、ネイルサロン、一般運送、ゲームセンター等

1	
2	
3	

質問 2-2 八潮駅周辺での主要な拠点（店舗・事務所等）の場所はどこですか。（番号1つに○）

1. フレスポ八潮内	2. Bivi 八潮内	3. 大瀬一丁目	4. 大瀬二丁目	5. 大瀬三丁目
6. 大瀬四丁目	7. 大瀬五丁目	8. 大瀬六丁目	9. 茜町一丁目	
10. その他 ( )				

質問 2-2-2 上記 2-2 で選択した場所以外に拠点（店舗・事務所等）はありますか。ある場合、場所及び拠点数についてご回答ください。

1. ある	2. ない			
場所				
1. フレスポ八潮内	2. Bivi 八潮内	3. 大瀬一丁目	4. 大瀬二丁目	
5. 大瀬三丁目	6. 大瀬四丁目	7. 大瀬五丁目	8. 大瀬六丁目	9. 茜町一丁目
10. 1～9 以外の八潮市	11. 八潮市外			
総拠点数 ( )				

質問 2-2-3 現在の場所（主要な拠点）で何年事業を営んでいらっしゃいますか。（番号 1 つに○）

1. 2 年以下 2. 3～4 年 3. 5～9 年 4. 10～14 年 5. 15～19 年 6. 20 年以上

質問 2-3 現在営んでいらっしゃる事業は専業・兼業・副業のうちのいずれですか。（番号 1 つに○）

1. 専業 2. 兼業（当該事業の営業収入が主） 3. 副業（当該事業以外の営業収入が主）

質問 2-4 経営形態について、下記から当てはまるものを選択してください。（番号 1 つに○）

1. 個人事業主 2. 法人 3. その他（ ）

**質問 2-5 から 2-15 までは、現店舗等についてお伺いします。**

質問 2-5 店舗や事務所等の面積はどのくらいですか。（番号 1 つに○）

1. 29 m<sup>2</sup>以下 2. 30～49 m<sup>2</sup> 3. 50～99 m<sup>2</sup> 4. 100～299 m<sup>2</sup> 5. 300 m<sup>2</sup>以上

質問 2-6 事業に使用されている土地、建物についてお尋ねします。（番号 1 つに○）

- |    |               |          |       |
|----|---------------|----------|-------|
| 土地 | 1. 経営者又は家族の所有 | 2. 企業の所有 | 3. 賃貸 |
|    | 4. その他（ ）     |          |       |
| 建物 | 1. 経営者又は家族の所有 | 2. 企業の所有 | 3. 賃貸 |
|    | 4. その他（ ）     |          |       |

質問 2-7 雇用している従業員は何人ですか。業務に従事している親族も含めてください。

（番号 1 つに○）

1. 雇用していない 2. 5 人以下 3. 6～10 人 4. 11～20 人 5. 21～30 人 6. 30 人超

質問 2-8 1 日の平均来店（来社）数は何人くらいですか。（番号 1 つに○）

1. 9 人以下 2. 10～19 人 3. 20～29 人 4. 30～49 人 5. 50～99 人 6. 100 人以上

質問 2-9 昨年の年間売上高（当店舗・事務所等での売上高）はどのくらいですか。（番号 1 つに○）

1. 500 万円未満 2. 500 万円以上 1,000 万円未満 3. 1,000 万円以上 3,000 万円未満  
4. 3,000 万円以上 5,000 万円未満 5. 5,000 万円以上 1 億円未満 6. 1 億円以上

質問 2-9-2 新型コロナウイルス感染症対策が取られる前（2019 年 12 月以前）に比べ、月平均売上高（当店舗・事務所等での売上高）はどのように変化しましたか。（番号 1 つに○）

1. 20%超の増加 2. 10～20%の増加 3. 10%未満の増加 4. 10%未満の減少  
5. 10～20%の減少 6. 20%超の減少  
7. 新型コロナウイルス感染症対策以後出店のため比較不能  
8. その他（ ）

質問 2-9-3 2-9-2 で増加「1」～「3」と回答した方について、売上高増加の要因は何だとお考えですか。（該当するものすべてに○）

- |  |
|--|
| 1. 景気の回復 2. 八潮駅利用者の増加 3. 周辺人口の増加 4. 消費者ニーズの変化<br>5. 大型店の出店による周辺地域への集客効果 6. 競合店の撤退・廃業 7. 客単価の向上<br>8. 商品・サービスラインナップの見直し 9. 商品・サービスの強化 10. 見せ方の工夫<br>11. 店舗の改装 12. インターネットでの販売 13. インターネットによる集客効果<br>14. 新型コロナウイルス感染症の影響による変化 15. 販売価格の改定<br>16. インバウンドの影響<br>17. その他（ ) |
|--|

質問 2-9-4 2-9-2 で減少「4」～「6」と回答した方について、売上高減少の要因は何だとお考えですか。（該当するものすべてに○）

- |   |
|---|
| 1. 消費者ニーズの変化 2. 大型店の出店 3. 競合店の進出 4. 客数の減少<br>5. 客単価の低下 6. 取扱商品サービスの陳腐化 7. 自社の努力不足<br>8. 通信販売やインターネット普及による影響 9. 都心へのアクセスの向上<br>10. 新型コロナウイルス感染症の影響から回復できていない<br>11. その他（ ) |
|---|

質問 2-9-5 2-9-3 で「14」、2-9-4 で「10」と回答した方について、新型コロナウイルス感染症の影響にはどのようなものがありましたか。（該当するものすべてに○）

- |   |
|---|
| 1. 客数の変化 2. 客単価の変化 3. 客層の変化 4. 購買方法の変化<br>5. その他（ ) |
|---|

質問 2-10 経営上、他社と共同・連携して行っていることはありますか。（該当するものすべてに○）

- |   |
|---|
| 1. 共同仕入れ 2. 共同広告 3. 共同イベント 4. 商品・サービスの開発<br>5. 共同ホームページの開設・運営 6. 各種チェーンへの加盟 7. ポイントカード等<br>8. その他（ )<br>9. 他社と共同・連携して行っていることはない |
|---|

質問 2-11 経営上の知識の向上やノウハウの蓄積のために行っていることは何ですか。

（該当するものすべてに○）

- |   |
|---|
| 1. 商工会の研修会・講習会への参加 2. メーカー等の研修会・講習会への参加<br>3. 民間の研修会・講習会への参加 4. 新聞・雑誌の購読 5. 書籍による習得<br>6. コンサルタントによる社内研修 7. 公的機関・支援機関の研修会・講習会への参加<br>8. 社内での OJT 9. 通信教育 10. 特に行っていることはない<br>11. その他（ ) |
|---|

質問 2-12 来客用の駐車場はありますか。（該当するものすべてに○）

- |  |
|--|
| 1. 自社専用のものがある 2. 他社と共同のものがある 3. 自社専用・共同の両方がある<br>4. ない 5. その他（ ) |
|--|

質問 2-12-2 駐車場がある場合、台数を教えてください。

( ) 台
-------

質問 2-13 主たる客層の性別・年代・形態・職業等・地域をわかる範囲で教えてください。

(性別は番号1つに○、それ以外は該当するすべてについて○)

性別	1. 男性	2. 女性	3. 男性と女性が同程度							
年代	1. 20歳未満	2. 20～29歳	3. 30～39歳	4. 40～49歳	5. 50～59歳	6. 60歳以上	7. 年齢問わず	8. その他 ( )		
形態	1. 1人で来店	2. 家族連れ	3. 友達同士	4. 仕事仲間同士	5. 部活動	6. イベント	7. その他 ( )			
職業等	1. 勤労者	2. 主婦層	3. 高齢者	4. 大学生・高校生	5. 中学生・小学生	6. その他 ( )				
地域	1. 八潮駅近隣 (八潮駅から概ね1km以内の八潮市及び隣接区の地域)									
	2. 1以外の八潮市内							3. 八潮市外	4. 不明	5. その他 ( )

質問 2-13-2 顧客のうち、固定客が占める割合はどの程度ですか。(番号1つに○)

1. なし	2. 10%以下	3. 10%超 20%以下	4. 20%超 30%以下	5. 30%超 40%以下	6. 40%超 50%以下	7. 50%超 60%以下	8. 60%超 70%以下	9. 70%超 80%以下	10. 80%超 90%以下	11. ほぼすべて	12. 不明	13. その他 ( )
-------	----------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	----------------	-----------	--------	-------------

質問 2-13-3 自社が顧客に支持されている理由について、どのようにお考えですか。

(該当するものすべてに○)

1. 商品が豊富	2. 流行品がある	3. 見せ方がよい	4. 価格が安い	5. 配達がある	6. アフターサービスがよい	7. 接客技術が高い	8. 自由に選べる	9. 商品品質がよい	10. サービス品質がよい	11. 顔なじみ	12. 商品の特徴	13. 店舗等に入りやすい	14. 店舗等に清潔感がある	15. 昔からの信用	16. 店舗等内での販売促進が得意	17. 集客が得意	18. 集客(チラシ等)を積極的に行っている	19. 駐車場がある	20. 立地がよい	21. ポイントカード等を行っている	22. その他 ( )
----------	-----------	-----------	----------	----------	----------------	------------	-----------	------------	---------------	----------	-----------	---------------	----------------	------------	-------------------	-----------	------------------------	------------	-----------	--------------------	-------------

質問 2-14 現在抱えている経営上の問題点や課題にはどのようなものがありますか。

(該当するものすべてに○)

1. 売上高の減少	2. 客数の減少	3. 客単価の減少	4. 粗利益率の低下	5. 人件費の増加	6. 人件費以外の費用増加	7. 資金繰り	8. 販売促進の手法	9. 消費者ニーズの把握	10. 大手競合店進出への対応・対策	11. 商圏の衰退	12. 駐車場不足	13. 設備の老朽化	14. 店舗や事務所等の広さ	15. 後継者問題	16. 組織運営が不完全	17. 人手不足(正社員)	18. 人手不足(非正規社員)	19. 従業員教育・育成が不十分	20. 商品・サービスの競争力低下	21. インターネット技術の対応遅れや活用不足 <sup>注1)</sup>	22. インターネットネットビジネス(販売)への対応 <sup>注2)</sup>	23. SNS等のWEBの情報発信力	24. その他 ( )
-----------	----------	-----------	------------	-----------	---------------	---------	------------	--------------	--------------------	-----------	-----------	------------	----------------	-----------	--------------	---------------	-----------------	------------------	-------------------	--	---	--------------------	-------------

注1) スマートフォンやSNSが活用できていないことを含む

注2) アマゾン・楽天等のインターネット販売事業者の進出影響を含む

質問 2-15 現在実施しようとしている経営上の方策は何ですか。(該当するものすべてに○)

- |   |
|---|
| 1. 店舗レイアウトの変更 2. 店舗改装 3. 品揃えの強化 4. 販売促進の強化<br>5. 低価格化 6. 配達サービス 7. 消費者サービスの強化 8. 経費削減<br>9. ホームページの開設 10. インターネット販売 11. インターネットによる集客<br>12. 八潮駅近隣地域住民への販売強化 13. 12以外の広域からの集客<br>14. 業態転換 15. 集客の見込める先への移転 16. 他店との連携 17. 商品開発<br>18. 業界団体等への参加 19. 人材育成の強化<br>20. その他 ( ) |
|---|

### 3. DX (デジタル化・IT 化含む) に関連すること

DXとは「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」です。(経済産業省)

端的に言うと、データとデジタル技術を用いて、新しい価値の創出・提供を行うことです。

質問 3-1 データやデジタル技術を経営に活用していますか。(番号1つに○)

- |                      |
|----------------------|
| 1. 活用している 2. 活用していない |
|----------------------|

→「2」の方は質問 3-2へ

質問 3-1-2 3-1で「1」と回答された方へお伺いします。

どのように活用していますか。(該当するものすべてに○)

- |  |
|--|
| 1. ホームページやSNSによる情報発信 2. キャッシュレス決済 3. ペーパーレス化<br>4. 経営上の分析 5. 会計管理 6. WEB会議 7. 販売管理 8. 顧客管理<br>9. その他 ( ) |
|--|

質問 3-2 データやデジタル技術を活用するにあたり、障害となるのはどのようなことですか。

(該当するものすべてに○)

- |   |
|---|
| 1. 何をどう進めてよいかわからない 2. 相談できる相手がいない 3. 人材がいない<br>4. 資金の余裕がない 5. その他 ( ) |
|---|

質問 3-3 3-1-2で「2」を選択された方にお伺いします。顧客がキャッシュレス決済を利用する割合はどの程度ですか。(該当するもの1つに○)

- |   |
|---|
| 1. 20%以下 2. 20%超 40%以下 3. 40%超 60%以下 4. 60%超 80%以下<br>5. 80%超 |
|---|

質問 3-3-2 キャッシュレス決済によりどのような効果がありましたか。(該当するものすべてに○)

- |   |
|---|
| 1. 現金管理の手間が減った 2. 現金紛失のトラブルが減った 3. 売上拡大に繋がった<br>4. 売上情報の把握 5. 特になし 6. その他 ( ) |
|---|

質問 3-3-3 キャッシュレス決済の悪かった点を教えてください。(該当するものすべてに○)

- |  |
|--|
| 1. 事務処理が煩雑になった 2. 手数料負担が大きい 3. 資金繰りが大変になった<br>4. 特になし 5. その他 ( ) |
|--|

質問 3-4 3-1-2 で「2」を選択されなかった方にお伺いします。キャッシュレス決済を導入しない理由は何ですか。(該当するものすべてに○)

- |  |
|--|
| 1. 端末購入代金やリース料の負担 2. 手数料の負担 3. 操作方法が大変そう<br>4. 利用する客が少なそう 5. 導入の必要がない業態である<br>6. その他 ( ) |
|--|

#### 4. 出店／開業の経緯や今後のあり方に関すること

---

質問 4-1 現在事業を営まれている場所へ出店／開業した理由は何ですか。

(該当するものすべてに○)

- |   |
|---|
| 1. つくばエクスプレス開通による人口流入を期待して<br>2. 八潮駅乗降客の来客を期待して 3. 八潮駅ができてから賑やかになってきたから<br>4. 八潮駅周辺の居住人口の増加を期待して<br>5. 八潮駅周辺に出店してきている企業又はその従業員からの利用を期待して<br>6. 八潮駅ができ、駅前であれば外部から顧客を呼び込みやすいと考えたから<br>7. 商工会や金融機関、コンサルタント等から勧められたから<br>8. 取引先が出店したから 9. 店舗や事務所等の建物や土地を所有していたから<br>10. 家賃が安かったから 11. 近隣に自宅があるから 12. 特に理由はない<br>13. その他 ( ) |
|---|

質問 4-2 現在の場所で事業を営むに至った経緯はどのようなものですか。(該当するものすべてに○)

- |   |
|---|
| 1. 創業 2. 多店舗(拠点)化 3. 多角化 4. 移転 5. その他 ( ) |
|---|

質問 4-3 今後、現在の場所で事業を継続していこうと考えていますか。(番号1つに○)

- |                                      |
|--------------------------------------|
| 1. はい 2. いいえ 3. 検討中・わからない 4. その他 ( ) |
|--------------------------------------|

質問 4-3-2 4-3 で「1」を選んだ方、その理由について教えてください。(該当するものすべてに○)

はい(継続する)

- |   |
|---|
| 1. 事業が順調だから 2. 自社のビジネスモデルと地域性が合っているから<br>3. 取引先が事業を行っているから 4. 地域が発展していくと思うから 5. 地元だから<br>6. 地域に貢献したいから 7. その他 ( ) |
|---|

質問 4-3-3 4-3 で「2」を選んだ方、その理由について教えてください。(該当するものすべてに○)

いいえ(継続しない)

- |  |
|--|
| 1. 事業が不調だから 2. 自社のビジネスモデルと地域性が合っていないから<br>3. 取引先が移転・廃業するから 4. 地域の発展が望めないから<br>5. その他 ( ) |
|--|

## 5. 商店会活動等に関すること

八潮市では、八潮駅周辺を中心とする地域において、魅力ある商業拠点を形成するため、商店会の組織化について関心のある事業者の方の支援をしていきたいと考えています。

皆様のお考えをお聞かせください。

※「商店会」は地域の発展等のために集う地域の事業者で構成される、まちづくり・コミュニティ形成を担う有力な団体です。商店が連続・集積している通りや地区の形態を表す「商店街」とは異なります。

質問 5-1 上記に記載の商店会活動をどう思いますか。(番号1つに○)

- |          |          |          |
|----------|----------|----------|
| 1. 興味がある | 2. 興味はない | 3. わからない |
|----------|----------|----------|

質問 5-2 商店会に期待するものはどのようなことですか。(該当するものすべてに○)

- |                     |                          |                        |
|---------------------|--------------------------|------------------------|
| 1. イベントの開催          | 2. 勉強会の開催                | 3. 商店会会員との連携           |
| 4. 行政等の地域情報の会員への提供  | 5. 駐輪場・駐車場設置             |                        |
| 6. 地域活性化に関する取組推進    | 7. 共同仕入・配送               | 8. コミュニティ施設の設置         |
| 9. 休憩所・ベンチの設置       | 10. 案内板・案内図の設置           | 11. 植樹・花壇設置            |
| 12. 街路灯の設置          | 13. 不足業種の補充等の地域の商業集積を高める |                        |
| 14. 共通ポイントカード等事業の運営 | 15. PR誌・タウン誌の発行          | 16. 共同広告・宣伝            |
| 17. 共同ホームページの運営     | 18. 共同求人                 | 19. 地域貢献(清掃・治安維持・活性化等) |
| 20. 行政への働きかけ        | 21. 地域住民のコミュニティ形成        | 22. 他の商圈に対する差別化        |
| 23. その他(            |                          | )                      |

質問 5-3 商店会を組織する動きがあった場合、参加したいと思いますか。(番号1つに○)

- |       |        |          |
|-------|--------|----------|
| 1. はい | 2. いいえ | 3. わからない |
|-------|--------|----------|

質問 5-3-2 5-3で「1」と回答された方にお伺いします。

市では、商店会の参加に対し、多くの皆様のご意見を伺いたいと考えています。直接ご意見をお伺いする場合がありますので、差し支えなければご担当者の情報のご記載をお願いします。

- |                |   |   |
|----------------|---|---|
| 1. 貴社、貴事務所名    | ( | ) |
| 2. ご担当者様名      | ( | ) |
| 3. ご担当者様の役職    | ( | ) |
| 4. ご連絡先電話番号    | ( | ) |
| 5. ご連絡先メールアドレス | ( | ) |

質問 5-3-3 5-3で「2」「3」と回答された方にお伺いします。

商店会への参加に対して、障壁となるものはどのようなものですか。(該当するものすべてに○)

- |                     |                   |                |
|---------------------|-------------------|----------------|
| 1. 他企業との共同や連携は必要ない  | 2. 行っている事業に地域性がない |                |
| 3. 商店会の活動に参加することが負担 | 4. 会費が負担となる       | 5. 地域活性化に関心がない |
| 6. 地域貢献に関心がない       | 7. 自社のことだけで精一杯    | 8. 人間関係が面倒     |
| 9. その他(             |                   | )              |

質問 5-4 商店会が地域の活性化や会員店舗等の PR などのために、駅前公園等を活用したイベント等の開催を行った場合、参加しますか。(最も近いものを1つだけ選び、番号に○)

- 1. 積極的に参加する
- 2. イベントで自社に直接利益が出るなら参加する
- 3. 地域が活性化することで自社にメリットがあると考えれば参加する
- 4. 直接参加はしないが、できることは協力する
- 5. 参加しない
- 6. その他 ( )

質問 5-5 行政（八潮市）に期待することは何ですか。(該当するもの2つまで○)

- 1. 地域の PR
- 2. 名産となる商品・サービスの開発支援
- 3. コミュニティ施設の設置支援
- 4. 街路灯の設置支援
- 5. 共同駐車場の設置支援
- 6. 地域の魅力向上のための取組
- 7. 補助金・助成金の拡充
- 8. セミナー等の開催
- 9. 創業・経営支援策の拡充
- 10. 市との意見交換会
- 11. 市民との意見交換会
- 12. 成功取組事例の紹介
- 13. 活発な商店会等の視察
- 14. 特になし
- 15. その他（自由記載）

.....  
.....

質問 5-6 商店会の組織化のためにはどのようなことが必要だと思いますか。

- 1. 行政（八潮市）による商店会の組織化についての勉強会
- 2. 先進的商店会の視察
- 3. 組織化に関心のある人たちの交流
- 4. 組織化に向けた進行計画の策定
- 5. 組織化に関心のある人たちによる継続的検討会の実施
- 6. 組織化によるメリットの明示
- 7. 組織化に対する行政（八潮市）の支援施策の明示
- 8. その他（自由記載）

.....  
.....

質問は以上となります。商業に関する八潮市への要望やその他、何かご意見、ご感想がありましたら、ご自由にお書きください。

.....  
.....  
.....  
.....

ご協力ありがとうございました。



