

第 3 次春日部市商工業振興指針

春日部市

目次（指針の全体構成）

第1章 はじめに	1
1. 指針策定の趣旨	1
2. 指針の位置づけ	1
3. 指針の期間	2
4. 策定にあたって	3
（1）PDCA サイクルを意識した指針づくり	
（2）社会動向の変化に対応し、重点を明確にした指針づくり	
（3）わかりやすい指針づくり	
（4）商工業関係者の声を活かした指針づくり	
（5）他計画等との関連を意識した指針づくり	
（6）国や他の地方公共団体の計画などを踏まえた指針づくり	
第2章 社会経済情勢について	4
1. 人口減少と少子高齢化の進行	4
2. 経済・産業状況の変化とグローバル化の進展	4
3. デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進に関する情報通信技術等の有効活用	4
4. カーボンニュートラルに向けた産業のグリーントランスフォーメーション（GX）の推進	5
5. 新型コロナウイルス感染症の世界的流行を契機とした社会変革への対応	5
6. 充実していく交通ネットワーク	5
第3章 本市の現状	6
1. 人口・労働力	6
（1）総人口の推移	6
（2）年齢3区分別人口の推移	7
2. 就業および従業人口	8
（1）就業の状況	8
（2）従業の状況	10
（3）就業者の規模	11
3. 経済・産業	12
（1）市内経済の状況	12
（2）市内産業の状況	14
（3）市内商業の状況	17
（4）市内工業の状況	18
（5）創業の状況	19
（6）消費関係	20
4. 土地利用	22
（1）土地利用の状況	22
（2）流動人口の状況	23

(3) 事業者立地動向の状況	24
第4章 第2次春日部市商工業振興指針の評価	25
1. 方策ごとの達成状況	25
2. 商業振興に関する施策の実施状況	26
3. 工業振興に関する施策の実施状況	28
4. 観光的側面からの商工業振興策	30
第5章 指針推進の方向性と施策	32
1. 指針推進の方向性に対する視点	32
(1) 新型コロナウイルス感染症について	32
(2) SDG s について	32
(3) デジタルトランスフォーメーション (DX) について	32
(4) グリーントランスフォーメーション (GX) について	32
(5) 観光的側面について	33
2. 施策の方向性と体系	33
3. 指針への SDG s の取り組み	33
4. 施策	34

資料編

商店街の活性化に関わるアンケート調査報告書

及び商店街経営実態調査報告書	1
春日部市商工業振興基本条例	83
用語解説	85
策定経過	88
策定体制	89

第1章 はじめに

1. 指針策定の趣旨

本市は、「春日部市商工業振興基本条例」（以下「基本条例」という。）に定められた基本理念をもとに平成30年に策定した「第2次春日部市商工業振興指針」（以下「前指針」という。）に基づき、市内の商工業を取り巻く社会動向の変化に対応しつつ、商工業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進してきました。

前指針における取組については着実に取り組んできましたが、2020年（令和2年）から世界的に流行した新型コロナウイルス感染症やデジタル化の推進などにより、今後も引き続き本市の商工業環境が変化していくことが見込まれます。

このような状況の中、令和4年度をもって前指針の施行から5年が経過することに伴い、内容の見直しを行い、本市の商工業を取り巻く社会情勢などの環境変化に的確に対応し、基本条例に定める基本理念の下にさらなる商工業の振興と、にぎわいと活力のあるまちづくりを推進することを目的に「第3次春日部市商工業振興指針」（以下「本指針」という。）を策定することから、策定の方針や策定体制などについて基本的な方向性を定めるものです。

※「春日部市商工業振興基本条例」（平成19年9月制定）

「春日部市商工業振興指針」（計画期間：平成25年度から平成29年度までの5年間）

「第2次春日部市商工業振興指針」（計画期間：平成30年度から5年を目途に見直し）

2. 指針の位置づけ

本指針は基本条例に基づき、また前指針を継承する形で策定し、基本条例における商工業の振興に関する基本理念を実効性のあるものとするための、商工業振興の基本的な方向及び施策を取りまとめたものとして位置づけます。

【参考】[春日部市商工業振興基本条例 平成19年9月25日条例第41号]

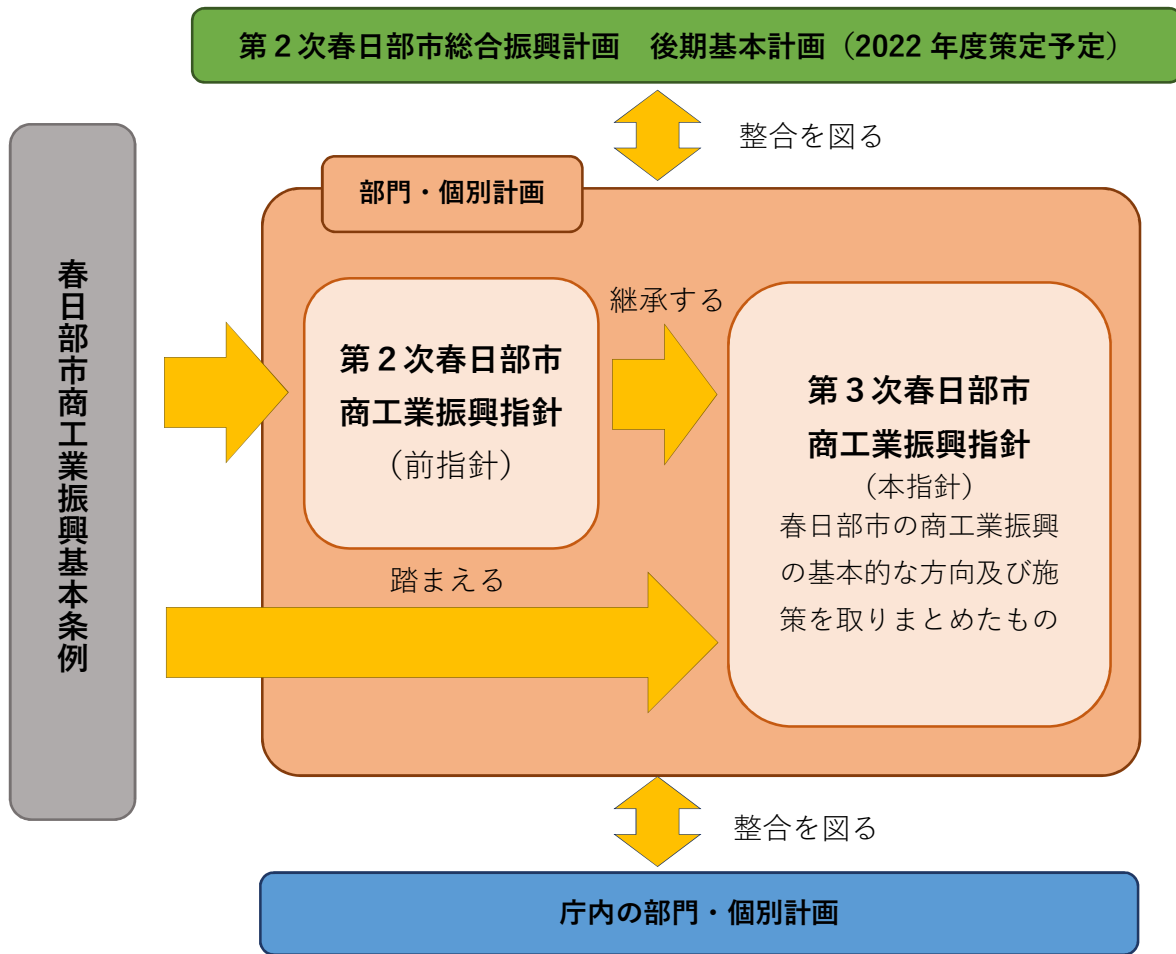
（基本理念）

第3条 商工業の振興は、次に掲げる理念（以下「基本理念」という。）のもとに推進されなければならない。

- （1）商工業の振興は、商工業が地域の経済及び社会に重要な役割を果たしていることを認識したうえで推進されなければならない。
- （2）商工業の振興は、事業者の自らの創意工夫及び自助努力を助長するとともに、市民生活の向上を図るため、市と事業者等との協働により、市民の理解と協力のもとに推進されなければならない。
- （3）商工業の振興は、市民の就業機会の拡大及び勤労者等の福利厚生の上昇に寄与するよう推進されなければならない。
- （4）商工業の振興は、商業が市民の消費生活を支えるとともに、商店街が地域社会の中心としてにぎわいと交流の場となるよう、総合的なまちづくりの観点から推進されなければならない。
- （5）商工業の振興は、工業の技術力及び競争力の向上を図るとともに、技術及び技能の継承を推進し、市民との共生関係の構築の観点から推進されなければならない。
- （6）商工業の振興は、地域の生活環境の保持に適正な配慮をしたうえで推進されなければならない。

デジタル化：ITの進化によりさまざまなヒト・モノ・コトの情報がつながることで、競争優位性の高い新たなサービスやビジネスモデルを実現すること

本指針の策定にあたっては、本市の総合計画である「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」に即し、庁内の個別計画との関連を意識します。



3. 指針の期間

2023年度（令和5年度）から2027年度（令和9年度）までの5年間とします。

年度	令和4年	令和5年	令和6年	令和7年	令和8年	令和9年
計画経過期間	5年目	1年目	2年目	3年目	4年目	5年目
第2次春日部市総合振興計画	前期基本計画	後期基本計画				
春日部市商工業振興指針	第2次指針	第3次指針				

4. 策定にあたって

(1) PDCA サイクルを意識した指針づくり

第2次商工業振興指針の進捗状況について商店街アンケートやヒアリング結果等を基に検証し、明確なPDCAメカニズムの下に、客観的データに基づく現状分析や将来予測等により短期・中期の具体的な数値目標を設定します。その後、政策効果を客観的な指標により評価し、必要な改善を行うよう努めます。



※ 第3次春日部市商工業振興指針策定（PLAN 計画）→ 取組実施（DO 実行）→ 評価指標の確認など（CHECK 評価）→ 第3次春日部市商工業振興指針改善（改善 ACTION）

(2) 社会動向の変化に対応し、重点を明確にした指針づくり

SDGs やデジタル化の推進、新型コロナウイルス感染症に伴う社会状況の変化や新しい生活様式への対応など、本市の商工業を取り巻く状況が大きく変わる中、将来を展望し、時代の変化に適応した指針づくりを行いました。

(3) わかりやすい指針づくり

本市の総合的かつ計画的な商工業の指針であり、市内商工業関係者と共に考え、共に協力して課題の解決に努めていくため、課題や目標を幅広い世代で共有しやすいものとなるよう、計画の見える化を行います。

(4) 商工業関係者の声を活かした指針づくり

本市の商工業環境の現状や課題を把握するため、個店や商店街に関するアンケート調査を実施します。また、商工業関係団体ヒアリングも実施し、さらなる商工業の振興とにぎわいと活力のあるまちづくりを推進するための指針づくりを行いました。

(5) 他計画等との関連を意識した指針づくり

第2次春日部市総合振興計画や市内の個別計画との関連を意識した指針づくりを行いました。

(6) 国や他の地方公共団体の計画などを踏まえた指針づくり

広域的な視点から共通する課題を解決するため、国や他の地方公共団体と相互に連携・協力し、また、国や他の地方公共団体との適切な役割分担を踏まえ、地域の状況に応じた施策を総合的かつ計画的に策定しました。

SDGs : Sustainable Development Goals の略。持続可能な開発目標。17 のゴールから構成され、2030 年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標

デジタル化 : IT の進化によりさまざまなヒト・モノ・コトの情報がつながることで、競争優位性の高い新たなサービスやビジネスモデルを実現すること

第2章 社会経済情勢について

1. 人口減少と少子高齢化の進行

2020年（令和2年）の総務省「国勢調査」結果によると、わが国の総人口は、1億2,614万6千人となり、2015年（平成27年）と比べると、94万9千人の減少となっています。また、2020年（令和2年）の合計特殊出生率は1.33であり、人口の維持に必要な水準である2.07を大きく下回る状況となっています。

本市の状況については、2000年（平成12年）の240,924人をピークに2020年（令和2年）は、229,792人と減少しており、今後も、減少していくことが見込まれています。

また、本市の年齢3区分人口の推移では、15歳から64歳までの生産年齢人口は、2000年（平成12年）が74.0%から2020年（令和2年）が56.5%と、生産年齢人口が減少しています。

今後も生産年齢人口の減少が進み、就業者数が減少することとなれば、労働力の減少に伴う社会経済の活力低下が懸念されます。

こうした、生産年齢人口が減少する中で、本市の社会経済の活力を維持、高めていくためには、先端設備等の導入など生産性を向上、地域産業の育成に加え、企業誘致、販路拡大、6次産業化、産業クラスター化など、地域の稼ぐ力を高めることが求められています。

また、就業の意欲と能力がありながら、現在就業していない貴重な「人財」の力を十分に発揮、活躍できるような環境・就業の支援が求められています。

2. 経済・産業状況の変化とグローバル化の進展

令和3年度年次経済財政報告によると、我が国の経済は、2020年（令和2年）後半から持ち直しの動きが続いているものの断続的な感染症拡大防止に伴う経済活動の抑制により、GDPは、危機前の水準を回復していないこと、また、令和4年度同報告によると、2021年（令和3年）秋以降、ウィズコロナの考えの下、経済社会活動の正常化を進めてきたが、世界的な物価上昇と海外への所得流出という新たな試練を迎えている局面です。

同時に、本格化する人口減少・少子高齢化、潜在成長率の停滞、気候変動問題などへの対応は引き続き大きな課題ですが、社会課題の解決に向けた取組を付加価値創造の源泉として位置づけ、課題解決と経済成長を同時に実現していくことが求められています。

また、国を超えた人、モノ、金、情報の流れが加速し、様々な産業分野で国際的な競争が激しくなっています。このため、グローバルな市場を見据えて地域に眠る優れた技術・製品などの発掘、発信や、今までにないイノベーションを起こし、新たなビジネスモデルを構築してグローバルで成長するスタートアップの創出などが求められています。

3. デジタルトランスフォーメーション（DX）の推進に関する情報通信技術等の有効活用

近年のICTの進展は、IOTやAI、ビックデータ、ロボット等のデジタル技術を活用した第4次産業

産業クラスター：企業、大学、研究機関などが地理的に集積し、相互の連携・競争を通じて新たな付加価値を創出する状態のこと

イノベーション：仕組みやビジネスモデルなどに新たな考え方や技術を取り入れて新たな価値を生み出し、社会に変革等をもたらすこと

ICT：Information and Communication Technologyの略。情報通信技術

IoT：Internet of Thingsの略。モノがインターネット経由で通信すること（例：スマホでエアコン・照明の操作など）

AI：Artificial Intelligenceの略。人工知能。人工的にコンピュータ上で人間と同様の知能を実現したもの

革命と呼ばれ、こうしたデジタル技術を活用して、変化の激しい時代のなかで労働力不足の解消、リモートワークの推進などの業務改善や新たなビジネスモデル、新市場の創出などを実現させる DX（デジタル・トランスフォーメーション）の推進が求められています。

これらのデジタル技術の活用は、教育、医療、産業、都市基盤など、幅広い分野に大きな変革をもたらすとともに、社会課題解決に期待されており、さらなる推進が求められています。

4. カーボンニュートラルに向けた産業のグリーントランスフォーメーション（GX）の推進

我が国では、2020年（令和2年）10月、「2050年カーボンニュートラル」宣言、2021年（令和3年）4月の2030年度温室効果ガス排出量46%削減、さらに50%の高みに向けた調整を続ける目標の表明を踏まえ、社会全体で脱炭素にむけた歩みが加速しています。

日本全体でカーボンニュートラルを目指す中で、脱炭素の実現を目指すと同時に、日本経済成長・発展も実現していく必要があり、現在のエネルギー需給構造を転換することに加え、産業構造も大幅に転換していくことが重要な視点と考えられています。

こうしたなかで、消費ベースでは、温室効果ガス排出量の約6割が衣食住を中心とする家計消費に起因していることから、脱炭素に資する製品・サービス需要拡大、さらには、くらしの場である地域における関係者の主体的な取組などが求められています。

5. 新型コロナウイルス感染症の世界的流行を契機とした社会変革への対応

新型コロナウイルス感染症の世界的流行は、人の生命のみならず、経済、社会、さらには、人々の日常的な行動・意識・価値観にまで、多くの影響を及ぼしました。

感染症の拡大を契機に、遠隔教育やテレワークなど、社会のさまざまな分野でオンライン化が進むとともに、人々の暮らしや働き方が変化し、これらを背景とした都市部から地方への移住が進むなど、人の流れの変化もみられています。

感染症拡大を経験したことによって、構造的な弱点などが浮き彫りになった点もあり、ウィズコロナ・ポストコロナ時代では、過去の姿に戻る面もあれば、この経験をきっかけに、より良い方向に転換すべき面もあります。

そのため、ウィズコロナ・ポストコロナ時代における新たな社会経済のあり方を見据えながら、このような社会変革の進展に対し、柔軟に対応を図っていく必要があります。

6. 充実していく交通ネットワーク

国が進める首都圏三環状道路の首都圏中央連絡道路（圏央道）のうち、埼玉県内区間が2015年（平成27年）10月に全線開通したことに伴い、県内では、東西交通が強化されるとともに、この圏央道が都心部から放射状に配置された常磐自動車道、東北自動車道、関越自動車道などの高速道路とつながったことで、埼玉県内の高速道路ネットワークが強化されています。

また、東北自動車道や常磐自動車道などの高速道路を補完する「国道4号東埼玉道路」の整備が、圏央道の内環状となる東京外かく環状道路（外環道）を起点として、本市の国道16号まで進んでおり、充実していく交通ネットワークを生かしていく必要があります。

リモートワーク：所属している会社のオフィスではなく、自宅で働くこと。在宅勤務

デジタルトランスフォーメーション（DX）：デジタル技術を用いることで、生活やビジネスが変容していくこと

カーボンニュートラル：温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること

グリーントランスフォーメーション（GX）：地球温暖化や環境破壊、気候変動などを引き起こす温室効果ガスの排出を削減し、環境改善とともに経済社会システムの改革を行う対策

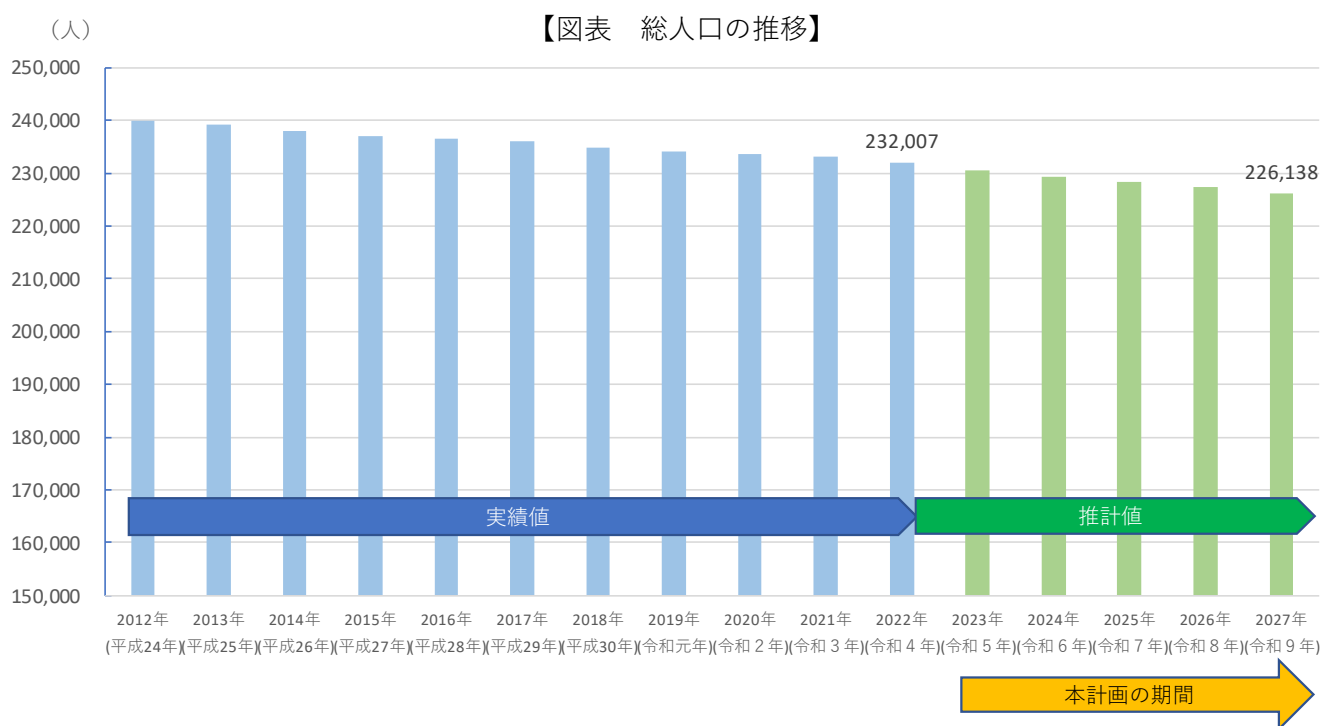
第3章 本市の現状

1. 人口・労働力

(1) 総人口の推移

2022年（令和4年）の総人口は232,007人で、緩やかな減少で推移しています。

第2次春日部市総合振興計画後期基本計画第2部人口ビジョンでは、市民の希望をかなえる出生率の実現を目指し、また、産業を活性化して雇用を生み出すとともに、市民の居住を確保し人の流れをつくり出すことにより、2027年（令和9年）の総人口を226,138人と推計しています。



出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

【図表 総人口の推移】

単位：人

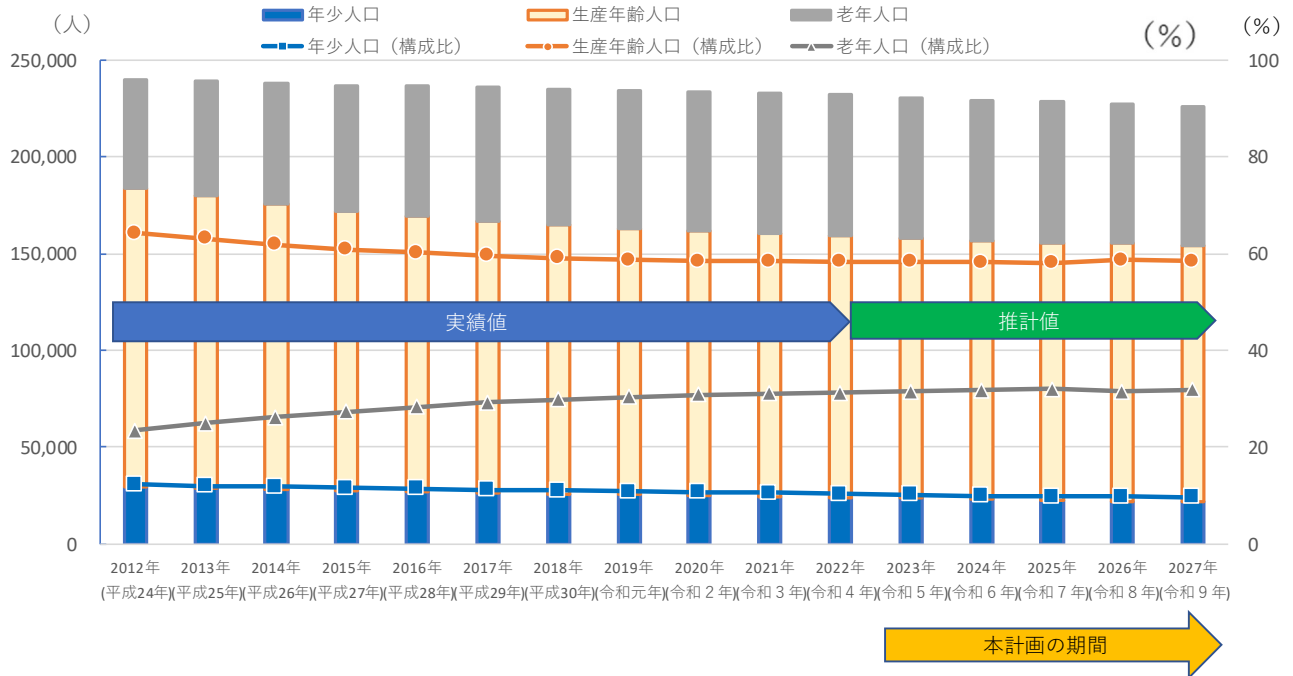
2012年 (平成24年)	2013年 (平成25年)	2014年 (平成26年)	2015年 (平成27年)	2016年 (平成28年)	2017年 (平成29年)	2018年 (平成30年)	2019年 (令和元年)	2020年 (令和2年)	2021年 (令和3年)
239,991	239,184	237,965	236,969	236,487	235,991	234,824	234,234	233,558	233,196
2022年 (令和4年)	2023年 (令和5年)	2024年 (令和6年)	2025年 (令和7年)	2026年 (令和8年)	2027年 (令和9年)				
232,007	230,446	229,409	228,372	227,255	226,138				

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

(2) 年齢3区分別人口の推移

年齢3区分別人口は、2022年（令和4年）では、年少人口（0歳～14歳）が23,952人（10.3%）、生産年齢人口（15歳～64歳）が135,487人（58.4%）である一方、老年人口（65歳以上）が72,568人（31.3%）となっており、年少人口と生産年齢人口が減少し、老年人口が増加する傾向が続いています。

【図表 年齢3区分別人口の推移】



資料：春日部市「住民基本台帳人口」（各年10月1日現在）および第2次春日部市総合振興計画後期基本計画第2部「人口ビジョン」

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

【図表 年齢3区分別人口の実数および構成比の推移】

	実数（人）			構成比（%）		
	年少人口	生産年齢人口	老年人口	年少人口	生産年齢人口	老年人口
2012年 (平成24年)	29,410	154,199	56,382	12.3	64.3	23.5
2013年 (平成25年)	28,730	151,006	59,448	12.0	63.1	24.9
2014年 (平成26年)	28,205	147,330	62,430	11.9	61.9	26.2
2015年 (平成27年)	27,592	144,341	65,036	11.6	60.9	27.4
2016年 (平成28年)	27,034	142,284	67,169	11.4	60.2	28.4
2017年 (平成29年)	26,481	140,567	68,943	11.2	59.6	29.2
2018年 (平成30年)	25,941	138,658	70,225	11.0	59.0	29.9
2019年 (令和元年)	25,494	137,551	71,189	10.9	58.7	30.4
2020年 (令和2年)	24,982	136,603	71,973	10.7	58.5	30.8
2021年 (令和3年)	24,550	136,196	72,450	10.5	58.4	31.1
2022年 (令和4年)	23,952	135,487	72,568	10.3	58.4	31.3
2023年 (令和5年)	23,484	134,470	72,492	10.2	58.4	31.5
2024年 (令和6年)	22,960	133,625	72,824	10.0	58.2	31.7
2025年 (令和7年)	22,417	132,751	73,204	9.8	58.1	32.1
2026年 (令和8年)	22,211	133,374	71,670	9.8	58.7	31.5
2027年 (令和9年)	21,867	132,304	71,967	9.7	58.5	31.8

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

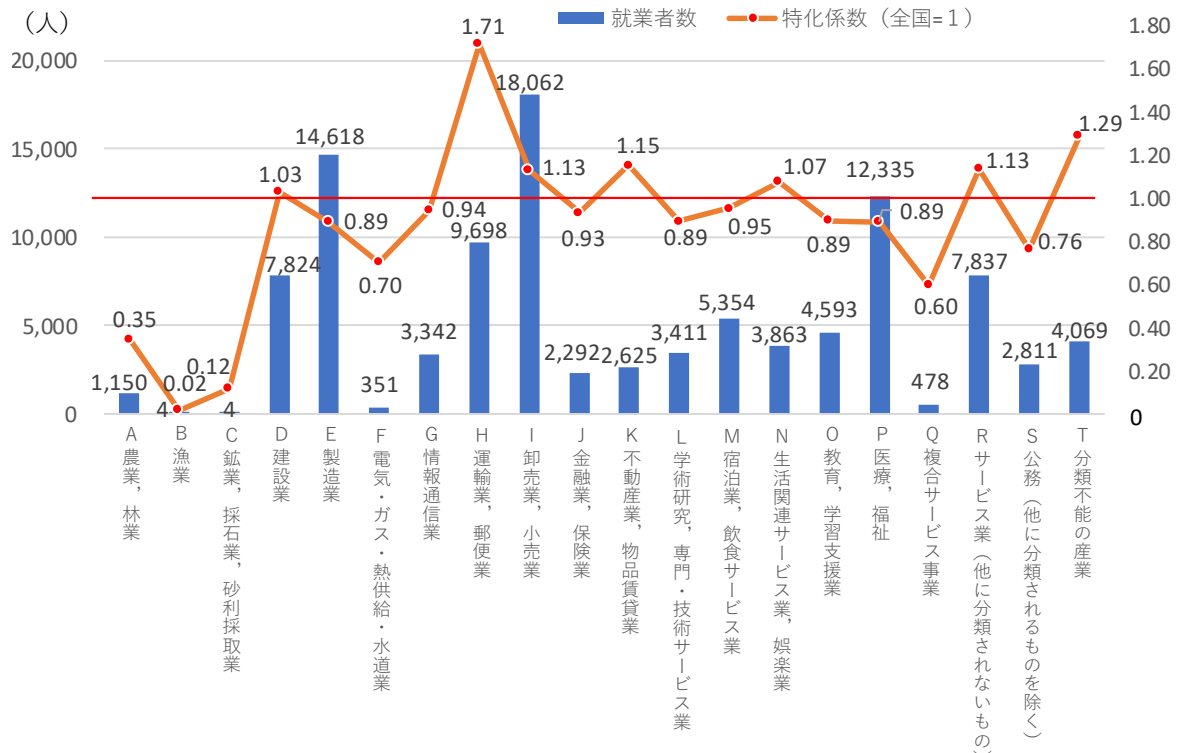
2. 就業および従業人口

(1) 就業の状況

1) 産業大分類別就業者数の状況

本市に常住する就業者数を産業大分類別にみると、就業者の実数では、I 卸売業、小売業が18,062人で最も多く、次いでE 製造業が14,618人で続いています。一方、就業者の総数に占める割合を全国の水準を1とした特化係数でみると、H 運輸業、郵便業が1.71（運輸業、郵便業に就業する者の割合が国の水準の1.71倍）で最も高く、K 不動産業、物品賃貸業が1.15で続く結果となっています。

【図表 産業大分類別就業者数および特化係数】



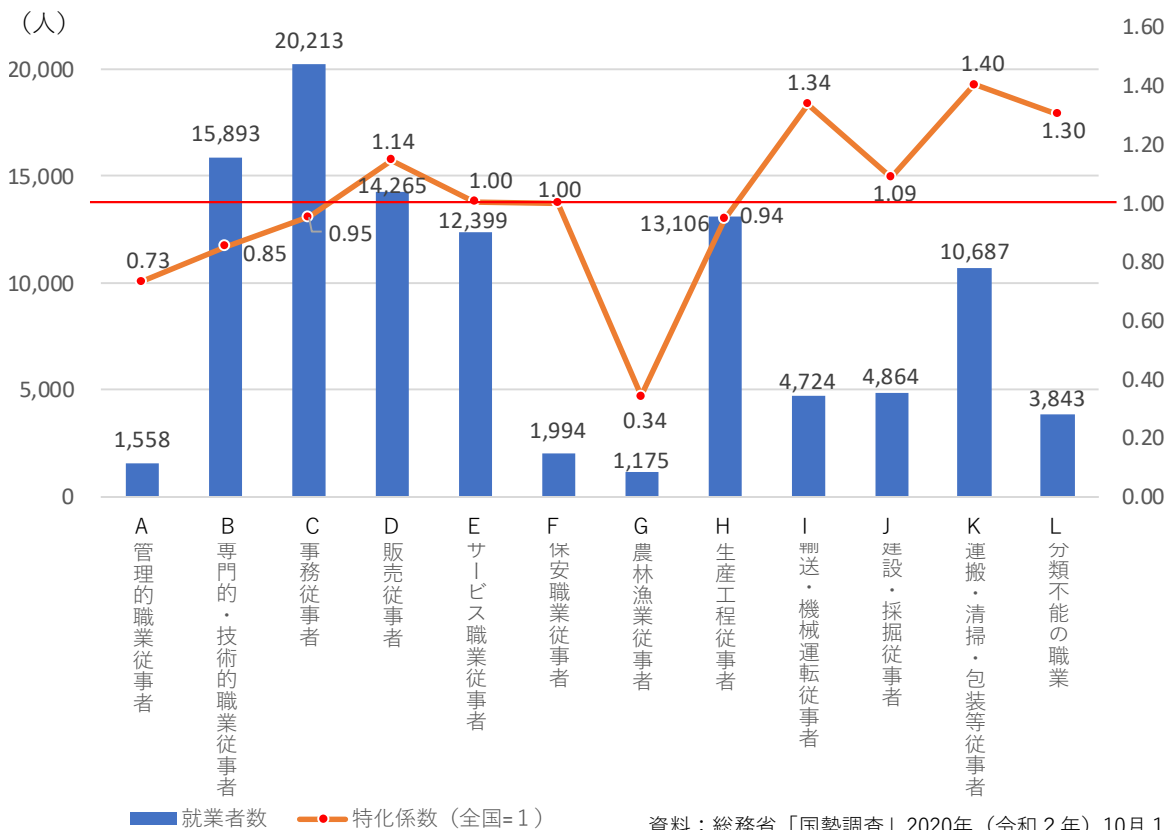
資料：総務省「国勢調査」2020年（令和2年）10月1日現在

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

2) 職業大分類別就業者数の状況

本市に常住する就業者数を職業大分類別にみると、就業者の実数では、C 事務従事者が 20,213 人で最も多く、次いで B 専門的・技術的職業従事者が 15,893 人で続いています。一方、就業者の総数に占める割合を全国の水準を 1 とした特化係数でみると、K 運搬・清掃・包装等従事者が 1.40（運搬・清掃・包装等従事者の割合が国の水準の 1.40 倍）で最も高く、I 輸送・機械運転従事者が 1.34 で続く結果となっています。

【図表 職業大分類別就業者数および特化係数】



資料：総務省「国勢調査」2020年（令和2年）10月1日現在

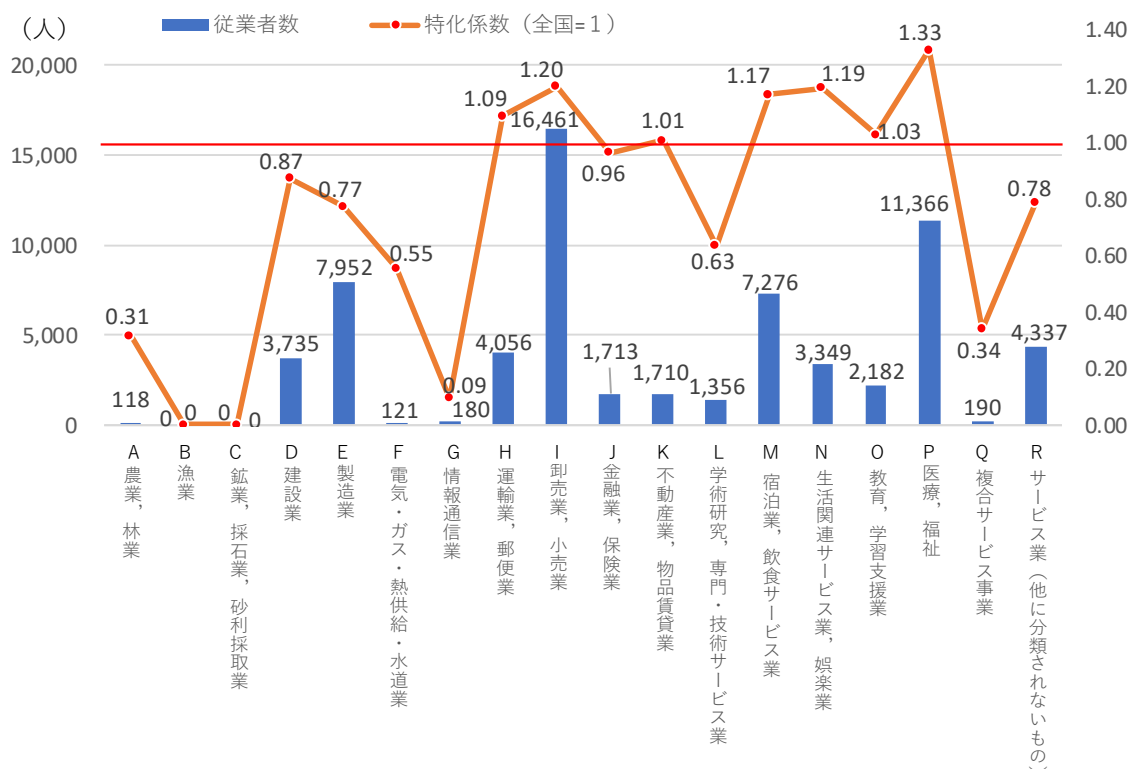
出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

(2) 従業の状況

1) 産業大分類別従業者数の状況

本市で従業する従業者数を産業大分類別で見ると、従業者の実数では、I 卸売業、小売業が16,461人で最も多く、次いでP 医療、福祉が11,366人で続いています。従業者の総数に占める割合を全国の水準を1とした特化係数で見ると、P 医療、福祉が1.33（医療、福祉に従業する者の割合が国の水準の1.33倍）で最も高く、I 卸売業、小売業が1.20で続く結果となっています。

【図表 産業大分類別従業者数および特化係数】



出典：総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」2016年（平成28年）6月30日現在

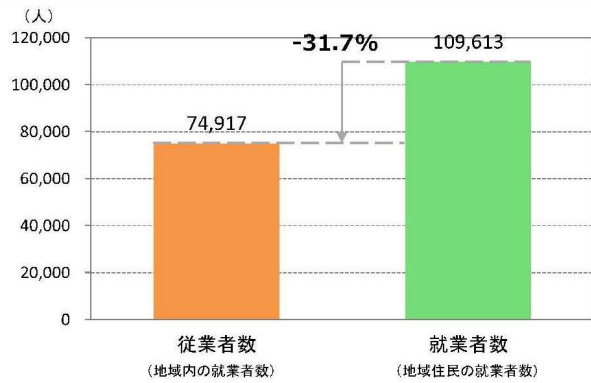
出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

(3) 就業者の規模

春日部市内における就業者の数（春日部市外からの通勤を含む。）は、春日部市を常住地とする住民の就業者数の就業者よりも 31.7% 少なく、就業者が市外に流出しています。

2015 年（平成 27 年）の就業者数は 2000 年（平成 12 年）と比較して減少している。また、産業別では、第 3 次産業が増加しているが、第 1、2 次産業が減少している。

① 就業者数と従業者数（2018年）



注) 従業者数は、従業地における就業者の数（域外からの通勤者を含む）である。
 就業者数は、常住地の住民の就業者の数（域外への通勤者を含む）である。

出所：総務省「国勢調査」より作成

② 産業別就業者数の推移



出所：総務省「国勢調査」より作成

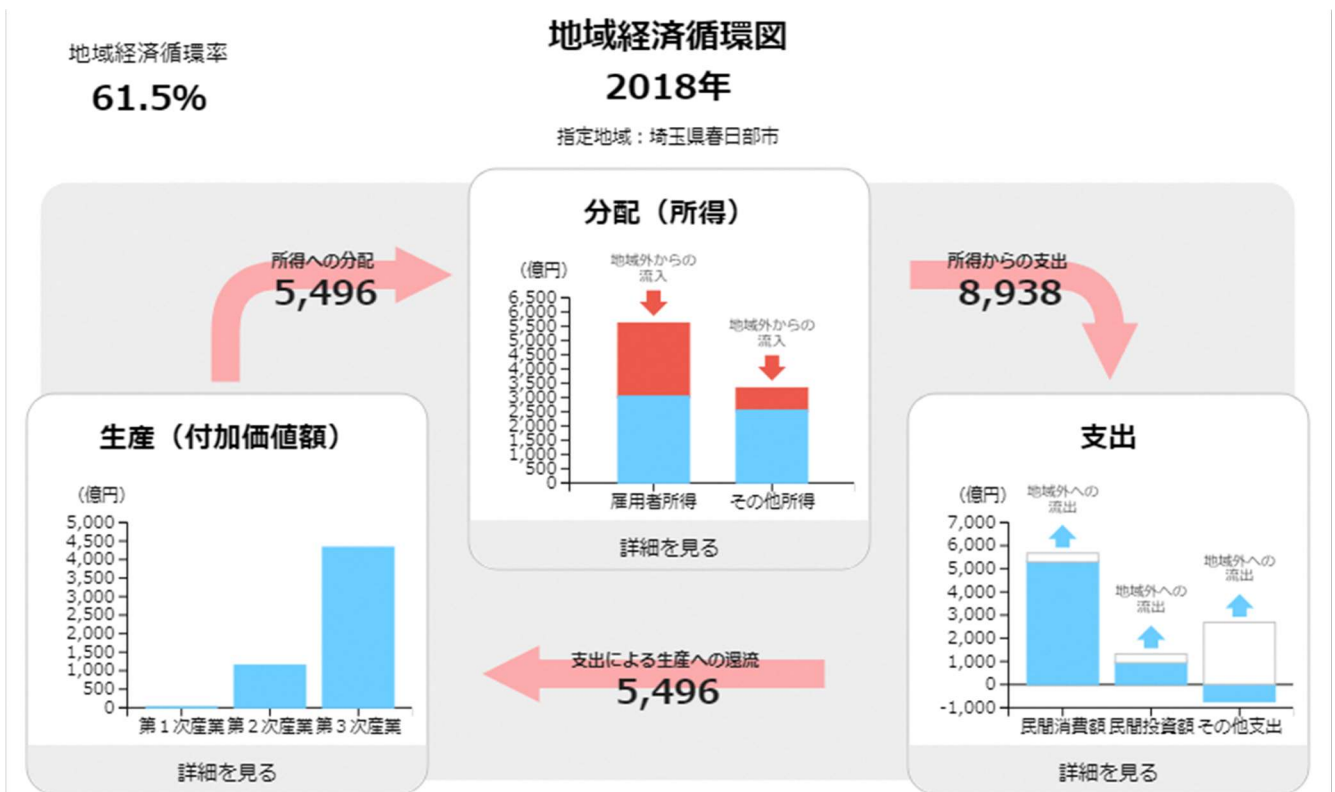
出典：「環境省、地域経済循環分析－就業者の規模－」

3. 経済・産業

(1) 市内経済の状況

経済産業省と内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局が提供する「地域経済分析システム（以下、「RESAS」という。）」の「地域経済循環図」によると、本市の2018年（平成30年）における地域経済の自立度を示す地域経済循環率は、61.5%です。

なお、2018年（平成30年）の他自治体の状況は、埼玉県が76.0%、さいたま市が83.8%、上尾市が70.8%、草加市が63.7%、越谷市が63.2%となっており、こうした自治体を比較すると循環率は低く、所得が流出している状況です。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－地域循環図一）」を加工して作成

「生産（付加価値額）」では、地域が生産した商品やサービス等を販売して得た金額から、原材料や外注費といった中間投入金額を差し引いた付加価値額を把握することができます。

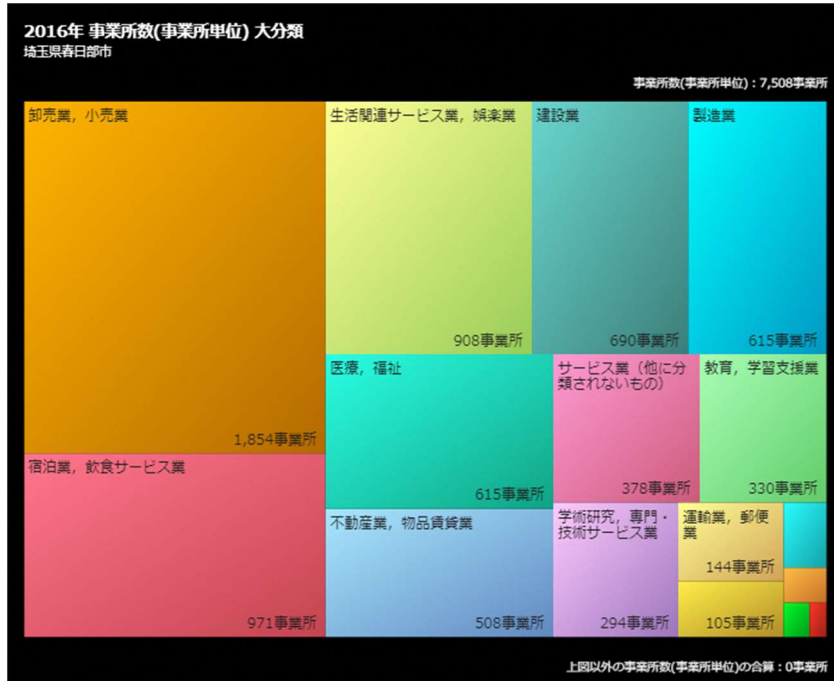
「分配（所得）」では、地域産業が稼いだ付加価値額がどのように所得へと分配されたかを把握することができます。

「支出」では、地域内の住民・企業等に分配された所得がどのように使われたかを把握することができます。

(2) 市内産業の状況

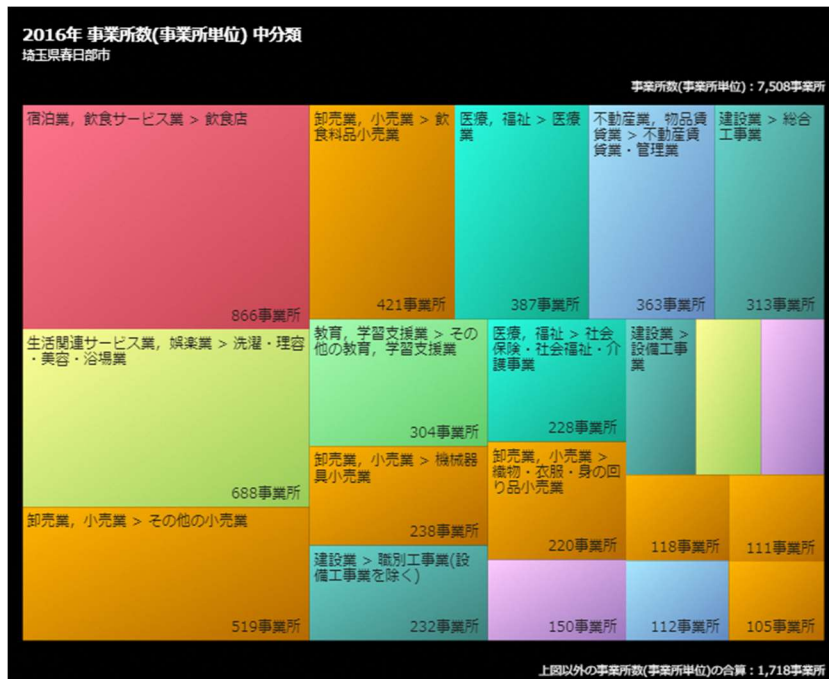
1) 事業所数（事業所単位）

RESASの「産業構造マップ」における「2016年 事業所数（事業所単位）大分類」によると、本市の全産業の事業所数（事業所単位）は、1,854事業所。大分類における事業所数は、「卸売業、小売業」（1,854事業所）、「宿泊業、飲食サービス業」（971事業所）、「生活関連サービス業、娯楽業」（908事業所）の順となっている。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ）」

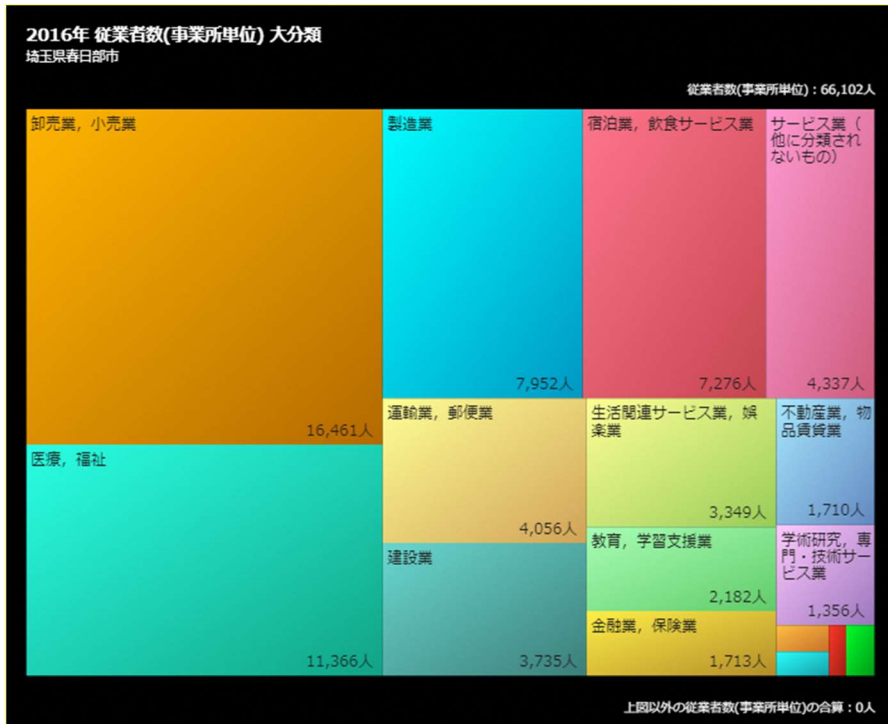
中分類における事業所数（事業所単位）は、「飲食店（宿泊業、飲食サービス業）」（866事業所）、「洗濯・理容・美容・浴場業（生活関連サービス業、娯楽業）」（688事業所）、「その他の小売業（卸売業・小売業）」（519事業所）の順となっている。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ）」

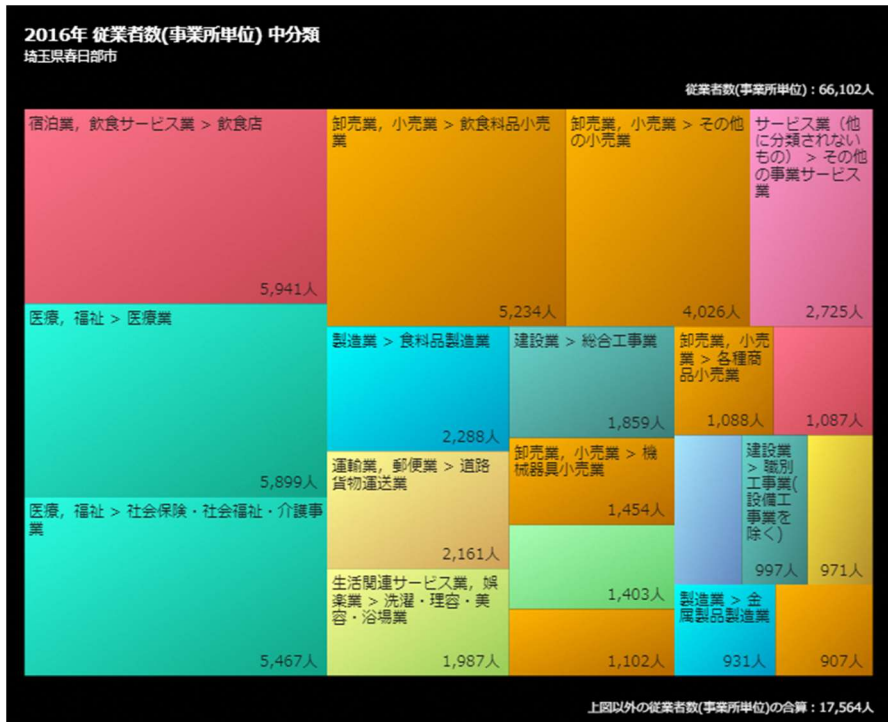
2) 従業者数（事業所単位）

RESASの「産業構造マップ」における「2016年 従業者数（事業所単位）大分類」によると、従業者数（事業所単位）は66,102人。大分類における従業者数の順は、「卸売業、小売業」（16,461人）、「医療、福祉」（11,366人）、「製造業」（7,952人）となっている。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ－）」

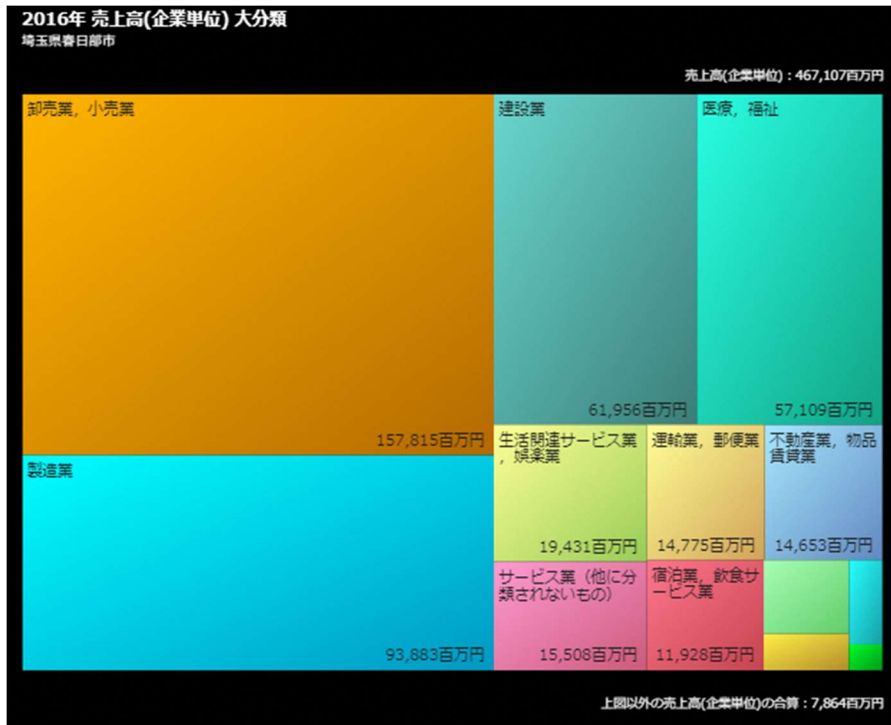
中分類における従業者数（事業所単位）は、「飲食店（宿泊業、飲食サービス業）」（5,941人）、「医療業（医療、福祉）」（5,899人）、「社会保険・社会福祉・介護事業（医療、福祉）」（5,467人）の順となっている。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ－）」

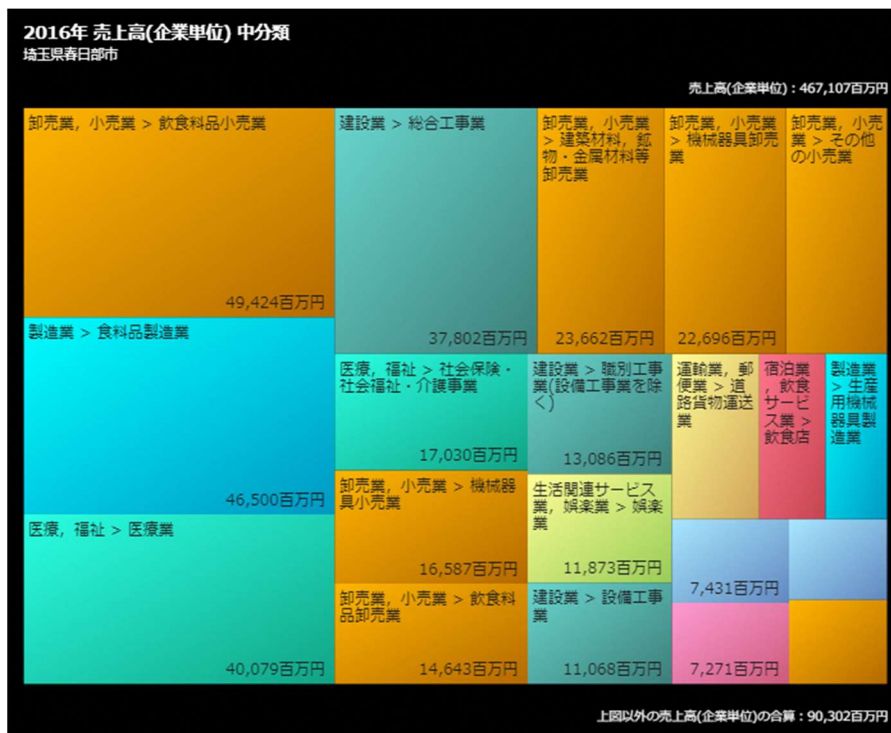
3) 売上高（企業単位）

RESASの「産業構造マップ」における「2016年 売上高（企業単位）大分類」によると、売上高（企業単位）は467,107百万円。大分類における売上高の順は、「卸売業、小売業」（157,815百万円）、「製造業」（93,883百万円）、「建設業」（61,956百万円）となっている。



出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ）」

中分類における売上高（企業単位）は、「飲食料品小売業（卸売業、小売業）」（49,424百万円）、「食料品製造業（製造業）」（46,500百万円）、「医療業（医療、福祉）」（40,079百万円）の順となっている。



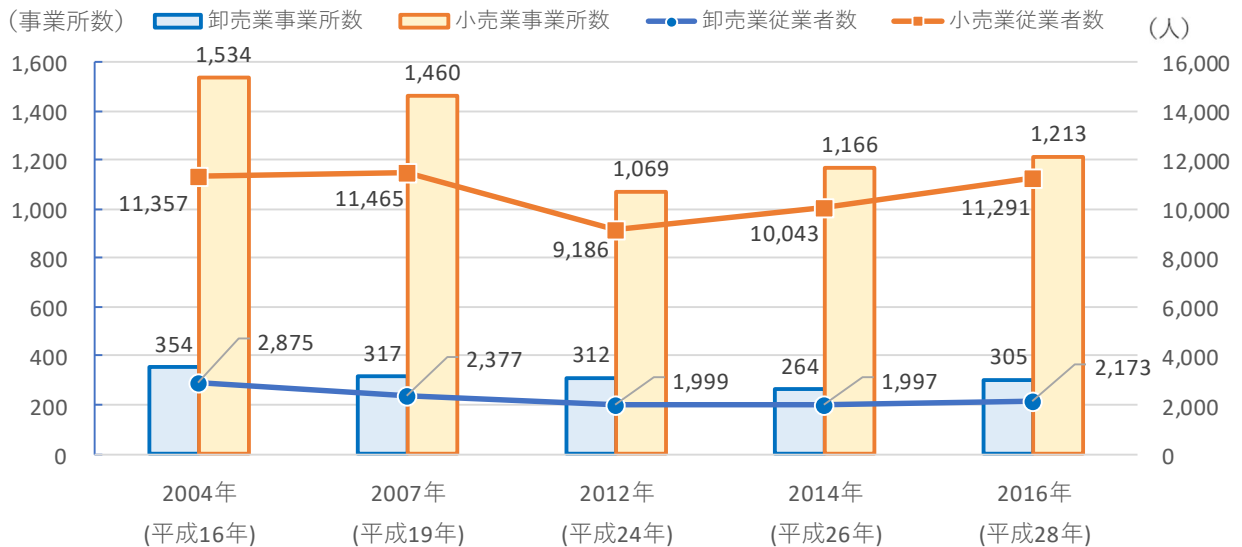
出典：「RESAS（地域経済分析システム－産業構造マップ）」

(3) 市内商業の状況

卸売業・小売業事業所数は、2016年（平成28年）では、卸売業が305事業所、小売業が1,213事業所となっており、従業者数は卸売業が2,173人、小売業が11,291人となっています。卸売業は事業所数・従業者数とも概ね横ばい傾向にあり、小売業は事業所数・従業者数とも2012年（平成24年）以降は増加傾向にあります。

また、卸売業・小売業を合計した年間商品販売額は2016年（平成28年）には3,924億円となっており、2012年（平成24年）以降は増加に転じています。

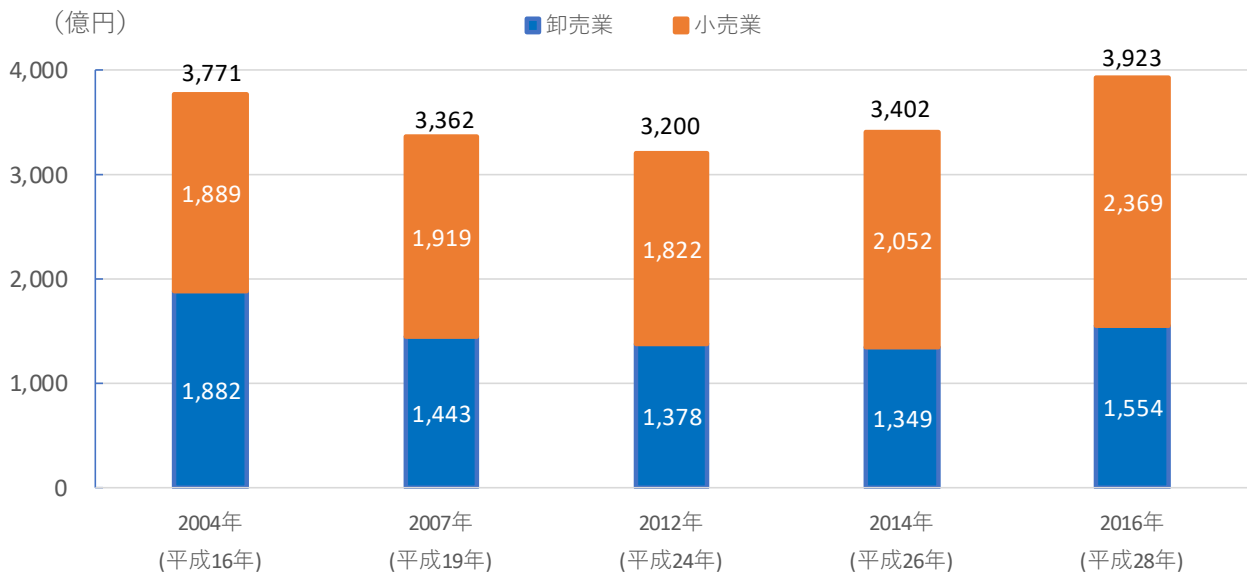
【図表 卸売業・小売業事業所数と従業者数の推移】



資料：経済産業省「商業統計調査」（2004年（平成16年）、2007年（平成17年）は各年6月1日現在、2014年（平成26年）は7月1日現在）、2012年（平成24年）、2016年（平成28年）は総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（各年6月1日現在）

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画

【図表 卸売業・小売業年間商品販売額の推移】



資料：経済産業省「商業統計調査」（2004年（平成16年）、2007年（平成17年）は各年6月1日現在、2014年（平成26年）は7月1日現在）、2012年（平成24年）、2016年（平成28年）は総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（各年6月1日現在）

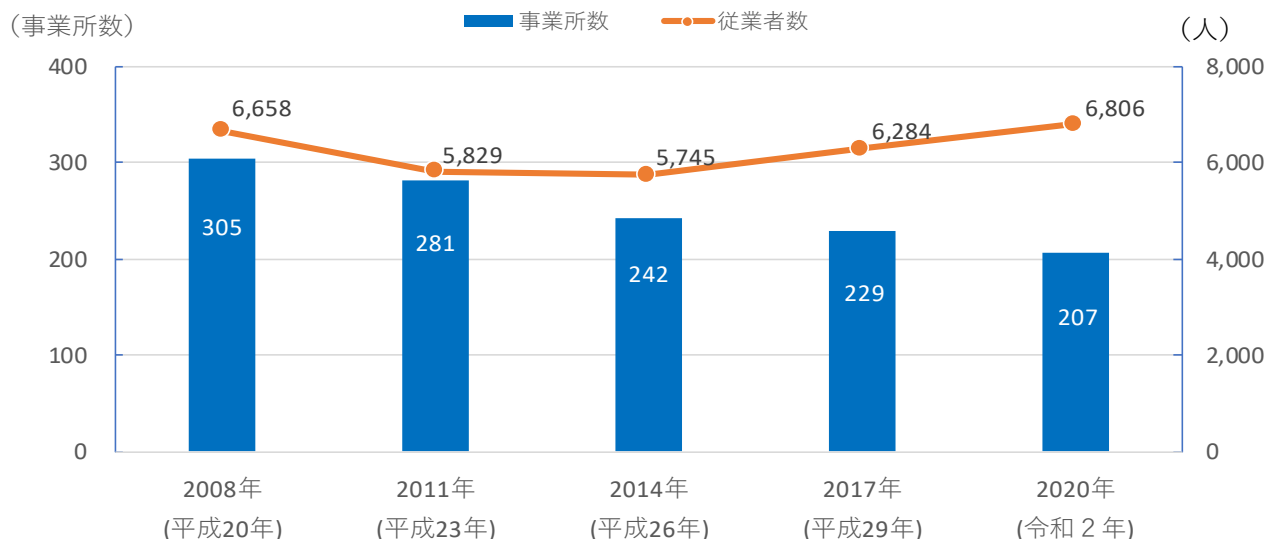
出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画

(4) 市内工業の状況

製造業事業所数は、2020年（令和2年）では、207事業所となり、近年は減少傾向にあります。一方、従業者数は2020年（令和2年）には6,806人となり、2014年（平成26年）以降は増加に転じています。

また、2020年（令和2年）の製造品出荷額等は2,047億円となり、2011年（平成23年）以降は増加に転じています。

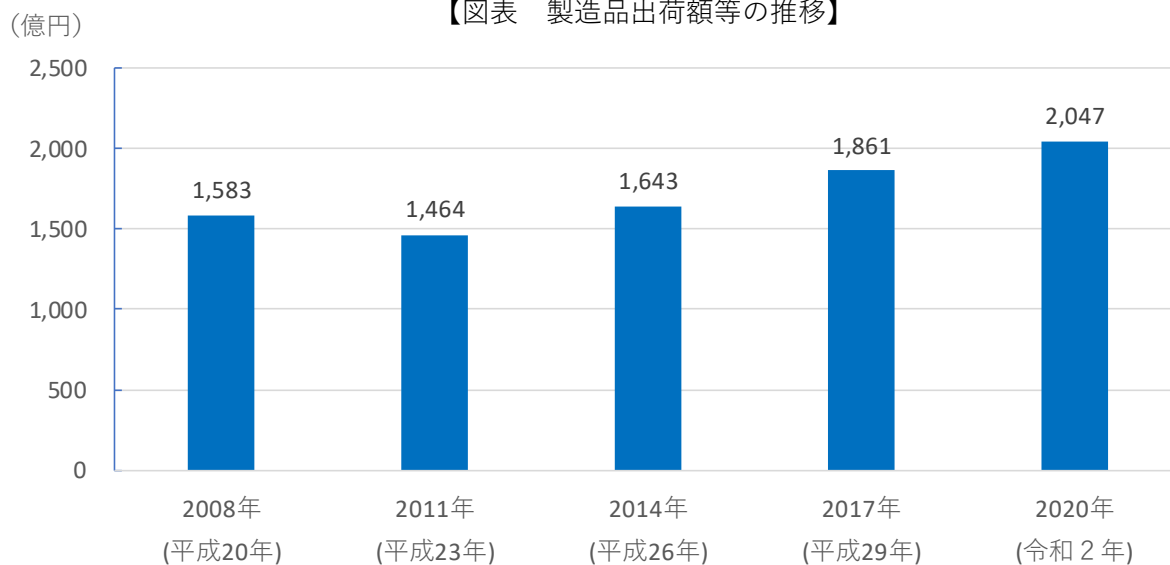
【図表 製造業事業所数と従業者数の推移】



資料：経済産業省「工業統計調査」（2008年（平成20年）及び2014年（平成26年）は各年12月31日現在、2017年（平成29年）及び2020年（令和2年）は各年6月1日現在）、2011年（平成23年）は総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（2012年（平成24年）2月1日現在）

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

【図表 製造品出荷額等の推移】

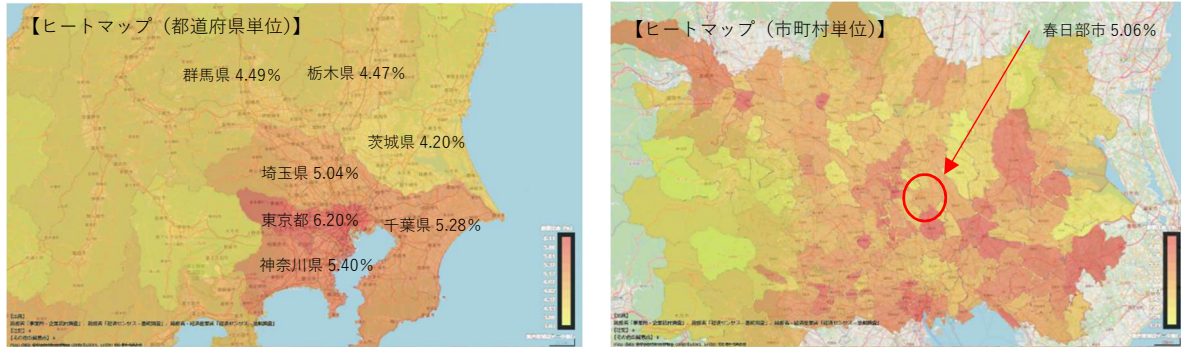


資料：資料：経済産業省「工業統計調査」（2008年（平成20年）及び2014年（平成26年）から各年12月31日現在、2017年（平成29年）及び2020年（令和2年）は前年12月31日現在）、2011年（平成23年）は総務省・経済産業省「経済センサス活動調査」（2012年（平成24年）2月1日現在）

出典：「第2次春日部市総合振興計画後期基本計画」

(5) 創業の状況

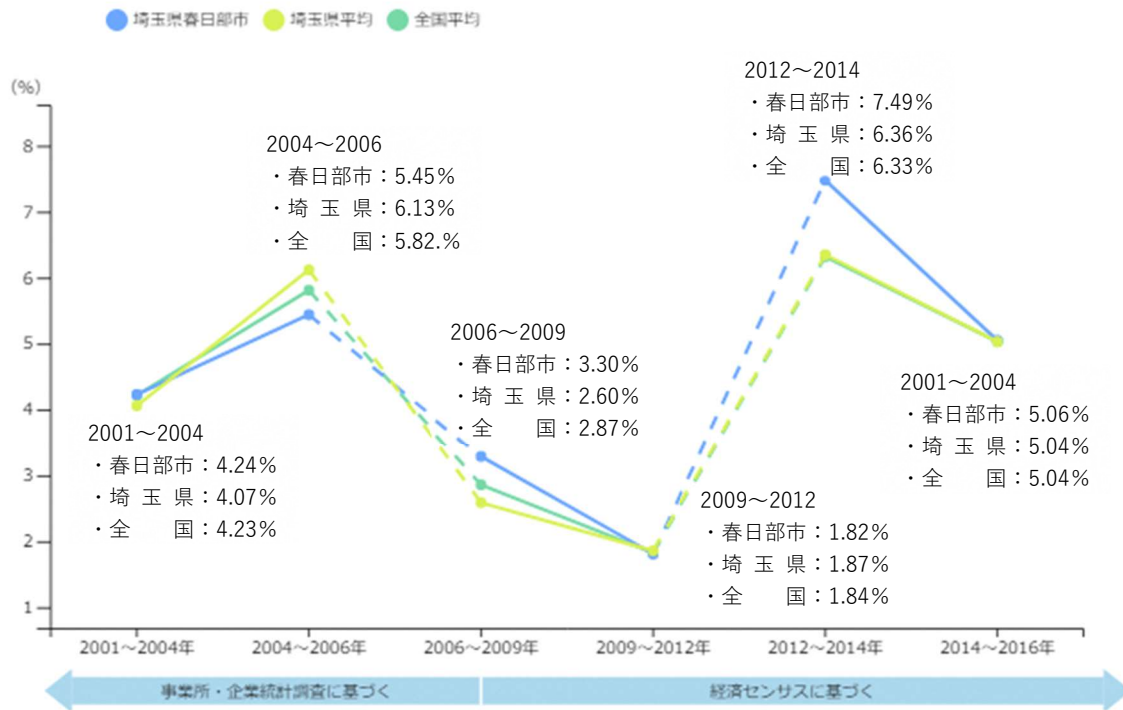
RESAS(地域経済分析システム—企業活動マップ—)の新設事業所の割合を示した創業比率のヒートマップ(都道府県単位)によると、2014～2016年の関東地方(茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県、東京都、神奈川県)の創業比率は、東京都が6.20%、神奈川県が5.40%、千葉県が5.28%、埼玉県が5.04%の順となっています。また、ヒートマップ(市町村単位)によると、本市周辺には、濃いヒートマップの市町が点在しています。



出典：「RESAS(地域経済分析システム—企業活動マップ—)」を加工して作成

近年の本市における「創業比率」は、全国平均、埼玉県平均と同程度となっています。

創業比率



出典：「RESAS(地域経済分析システム—企業活動マップ—)」を加工して作成

創業比率：ある特定の期間において、「〔1〕新設事業所(又は企業)を年平均にならした数」の「〔2〕期首において既に存在していた事業所(又は企業)」に対する割合であり、〔1〕／〔2〕で求める。

ヒートマップ：データを可視化するために行列型の数字データの強弱を色で視覚化する方法

(6) 消費関係

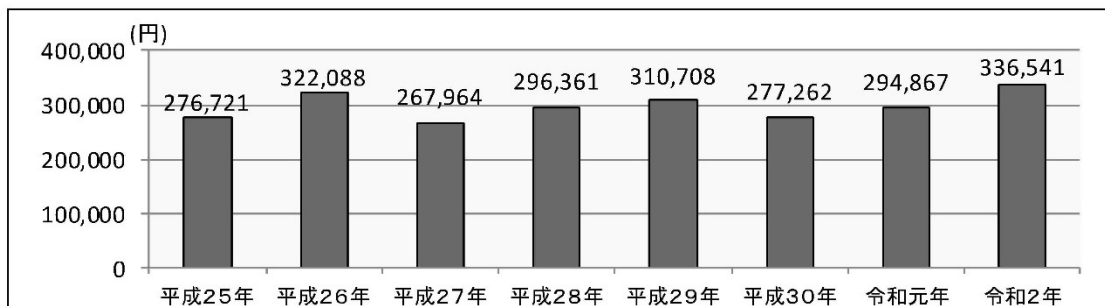
1) 消費支出

総務省が都道府県を通じて行う「家計調査」で、統計局が公表したデータを基に埼玉県の「令和3年度版埼玉県の産業と雇用のすがた」に掲載された、令和2年のさいたま市における勤労世帯1世帯の1カ月当たりの消費支出は、336,541円で、前年比14.1%増となっています。

平成25年からの推移は、30万円前後で推移しています。

構成比では、「食料」が24.6%、「交通・通信」が17.0%と、消費支出に占める割合が高い傾向にあります。

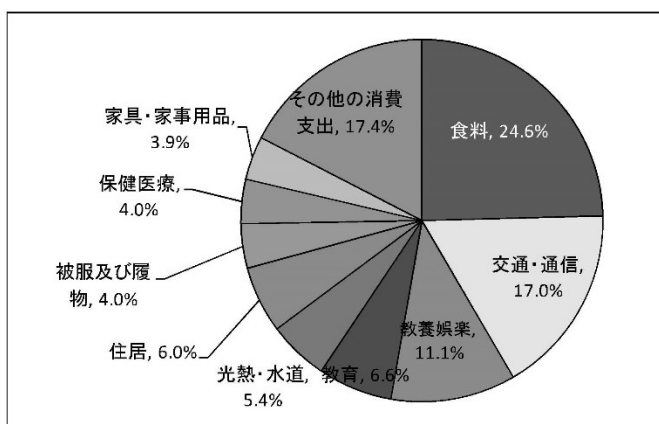
【消費支出の推移（さいたま市）】



(単位: 円)

	平成25年	平成26年	平成27年	平成28年	平成29年	平成30年	令和元年	令和2年
消費支出	276,721	322,088	267,964	296,361	310,708	277,262	294,867	336,541
食料	67,292	69,379	65,279	68,578	79,039	69,235	71,275	82,630
住居	14,493	34,274	40,058	43,541	29,249	17,073	32,688	20,068
光熱・水道	19,948	21,978	18,710	17,459	18,069	20,249	18,301	18,171
家具・家事用品	8,645	10,936	8,607	6,781	9,096	8,548	9,883	13,091
被服及び履物	14,333	18,023	15,777	11,585	14,115	11,480	13,881	13,641
保健医療	9,493	11,619	6,721	7,690	14,498	11,384	14,275	13,309
交通・通信	41,631	47,584	34,166	46,448	41,796	43,289	37,243	57,215
教育	11,560	23,946	10,393	18,697	22,959	22,979	15,911	22,350
教養娯楽	34,882	35,485	28,040	35,271	26,722	30,713	30,806	37,477
その他の消費支出	54,445	48,865	40,212	40,309	55,166	42,312	50,603	58,588

【消費支出の構成比(さいたま市・令和2年)】



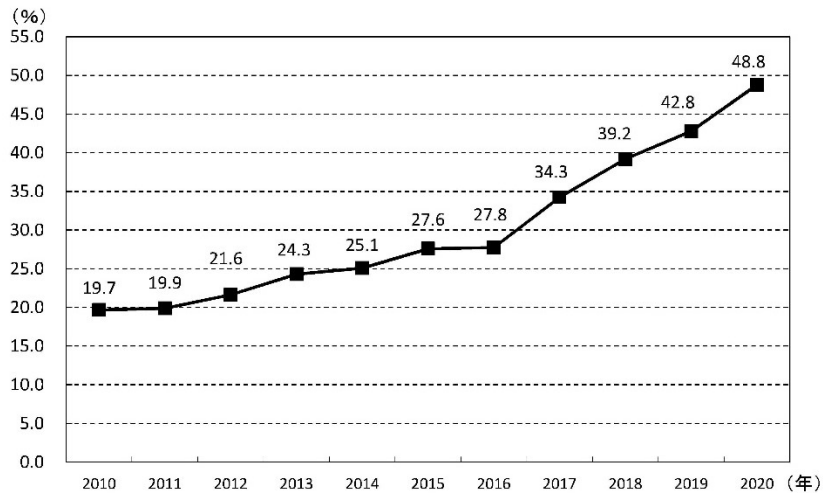
消費支出の構成比	
食料	24.6%
交通・通信	17.0%
教養娯楽	11.1%
教育	6.6%
光熱・水道	5.4%
住居	6.0%
被服及び履物	4.0%
保健医療	4.0%
家具・家事用品	3.9%
その他の消費支出	17.4%

出典：総務省「令和3年度版埼玉県の産業と雇用のすがた」

2) ネットショッピングの利用

総務省の「2020年 家計消費状況調査」の結果によれば、二人以上の世帯でのネットショッピング利用世帯の割合は増加傾向にあります。また、2010年の19.7%から2016年の27.8%までと比較すると緩やかな増加ですが、2016年の27.8%から2020年の48.8%までを比較すると、近年、急速に増加しています。

ネットショッピング利用世帯の割合の推移（二人以上の世帯）



出典：総務省「2020年 家計消費状況調査」

項目別に前年と比べると、新型コロナウイルス感染症対策の影響を受け、「旅行関係費」、「チケット」が大幅な割合で減少しています。一方、「食料」、「家電・家具」が大幅に増加しています。

ネットショッピング支出金額（二人以上の世帯）

年次	合計	食料	家電・家具	注1 チケット以外の 娯楽関係費	贈答品	保険	注2 保健・医療	衣類・履物	注3 旅行関係費	チケット	注4 その他	注5 (参考) 娯楽関係費	利用世帯 当たりの 支出金額
月平均額(円)													
2019年	14,332	1,986	1,251	823	574	581	670	1,559	3,407	684	2,794	1,507	33,461
2020年	16,339	3,097	1,950	1,158	800	782	856	1,944	1,647	313	3,793	1,471	33,353
対前年名目増減率(%)													
2020年	14.0	55.9	55.9	40.7	39.4	34.6	27.8	24.7	-51.7	-54.2	35.8	-2.4	-0.3

出典：総務省「2020年 家計消費状況調査」

年齢階層別に前年と比べると、「40歳未満」から「70歳以上」までで、増加しており、増減率では、「70歳以上」が23.4%と増加しています。

世帯主の年齢階層別ネットショッピング支出金額

年次	平均	40歳未満	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
月平均額(円)						
2019年	14,332	21,179	20,417	20,925	13,046	6,144
2020年	16,339	24,279	23,606	22,187	15,098	7,583
対前年名目増減率(%)						
2020年	14.0	14.6	15.6	6.0	15.7	23.4

出典：総務省「2020年 家計消費状況調査」

4. 土地利用

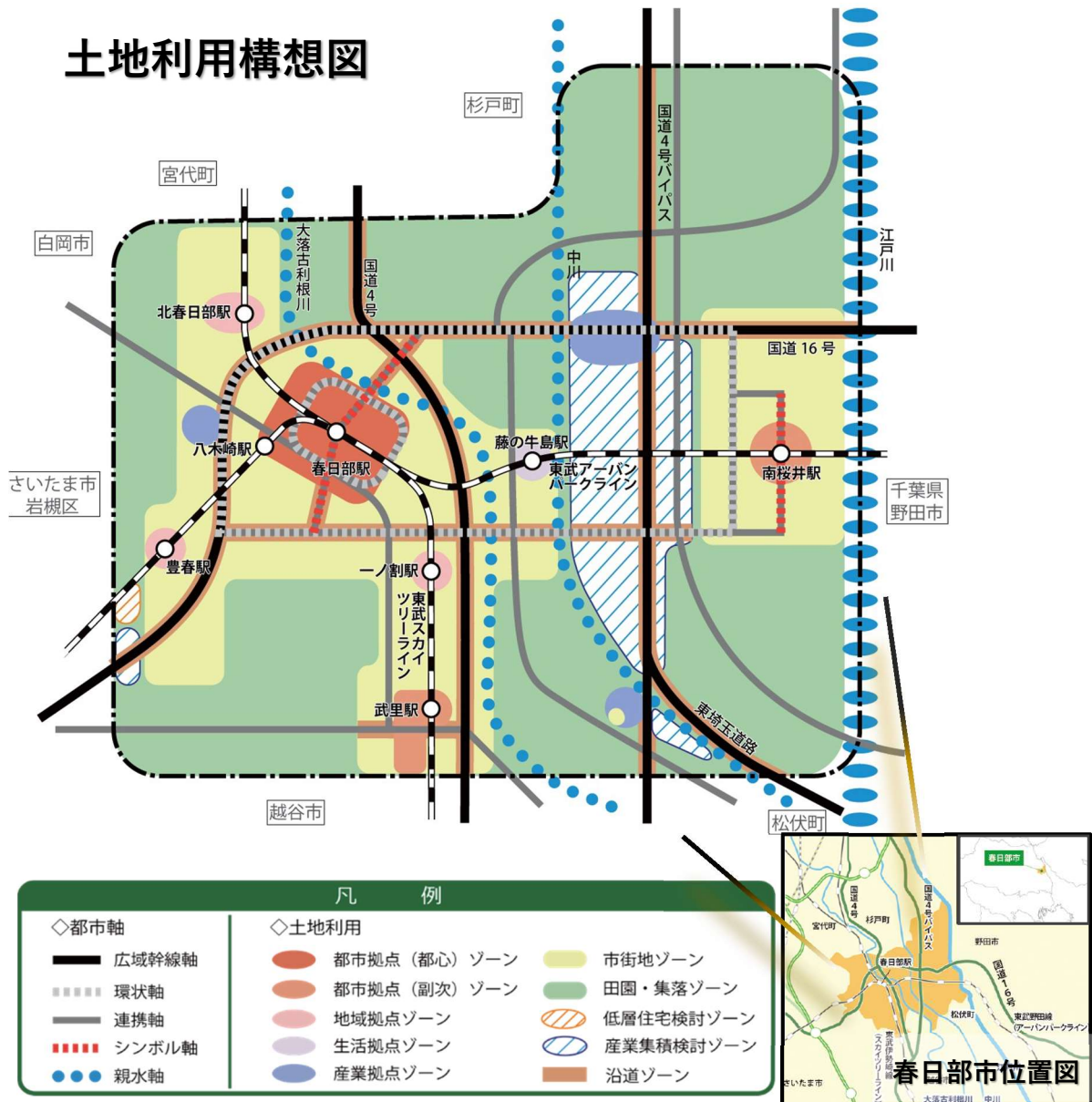
(1) 土地利用の状況

市域 66 km²、埼玉県の一部で、都心から 35 km 圏に位置しています。

鉄道に関する特長は、東武伊勢崎線が縦断、東武野田線が横断し、8つの駅が配置され、交差する春日部駅付近では、連続立体交差事業が進められています。また、道路に関する特長は、広域幹線道路の国道4号・国道4号バイパスが縦断、国道16号が横断するとともに、国道4号バイパスと国道16号の交差する庄和インターに向けて、本市を縦断する国道4号東埼玉道路の整備事業が進められるなど、広域交通の要衝としての位置づけを高める国・県の事業も進められており、広域幹線道等の沿道では、その利便性を生かした沿道利用の企業立地も進められています。

第2次春日部市総合振興計画の基本構想における「土地利用の方針」では、集約型都市構造の実現に向けて、各鉄道駅を中心としたコンパクトで質の高い市街地の形成を図るとしています。

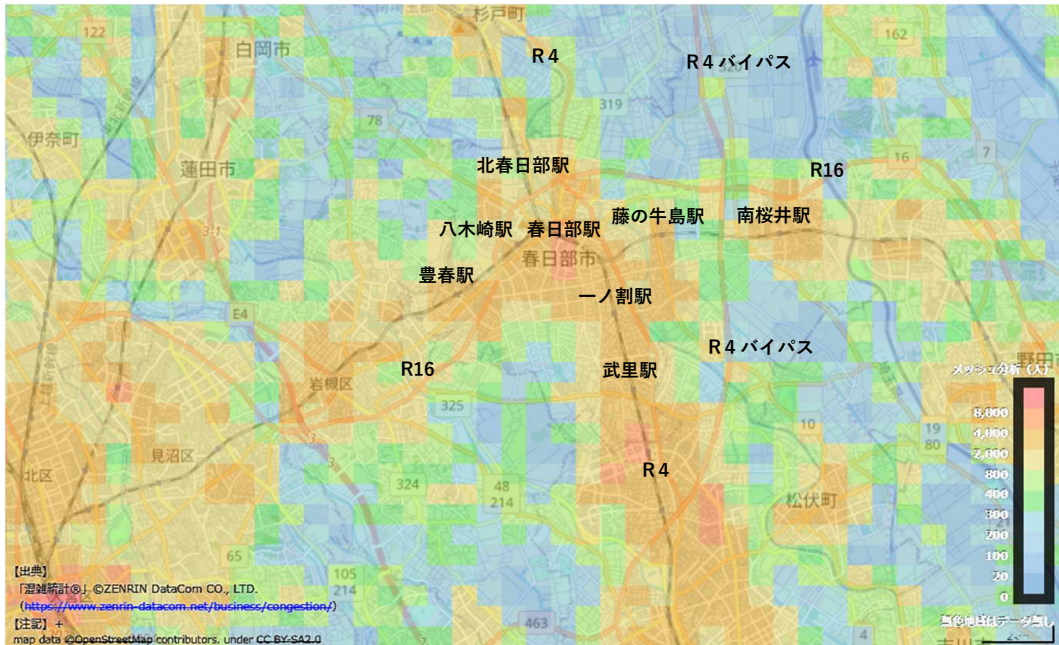
また、「土地利用構想」では、各駅を中心とした生活圏の展開を基本とし、都市拠点の機能強化を図るとともに、道路などの整備拡張を進めるなどとしています。



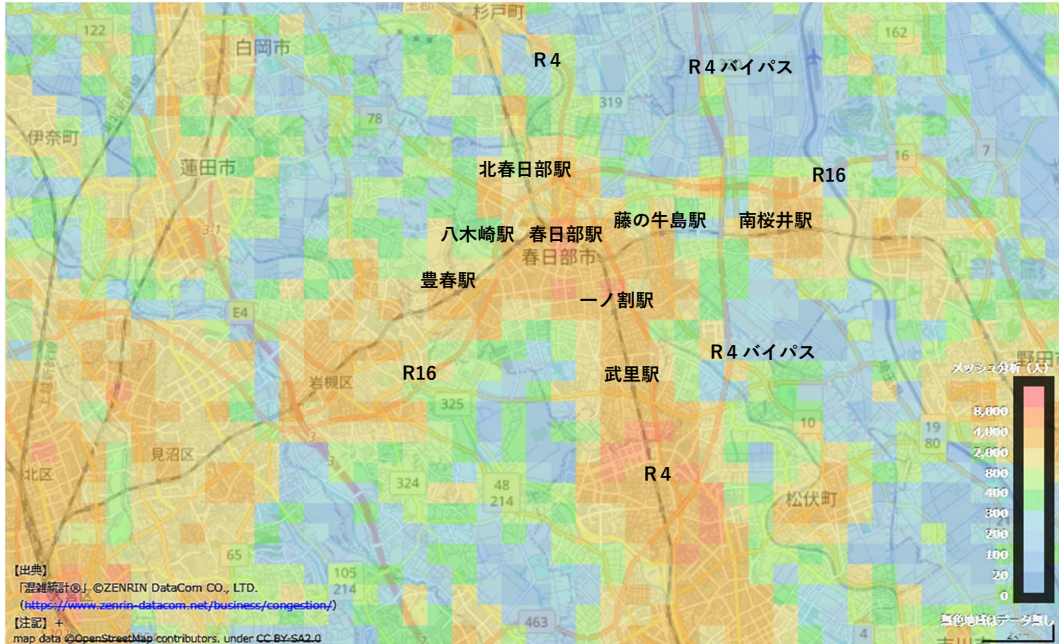
(2) 流動人口の状況

RESASの「まちづくりマップ」における2022年6月の500mメッシュ単位の「流動人口メッシュ(平日・休日)」によると、鉄道駅や広域幹線道路の沿道などにおいて、滞留している人が多い状況となっています。

【平日】



【休日】

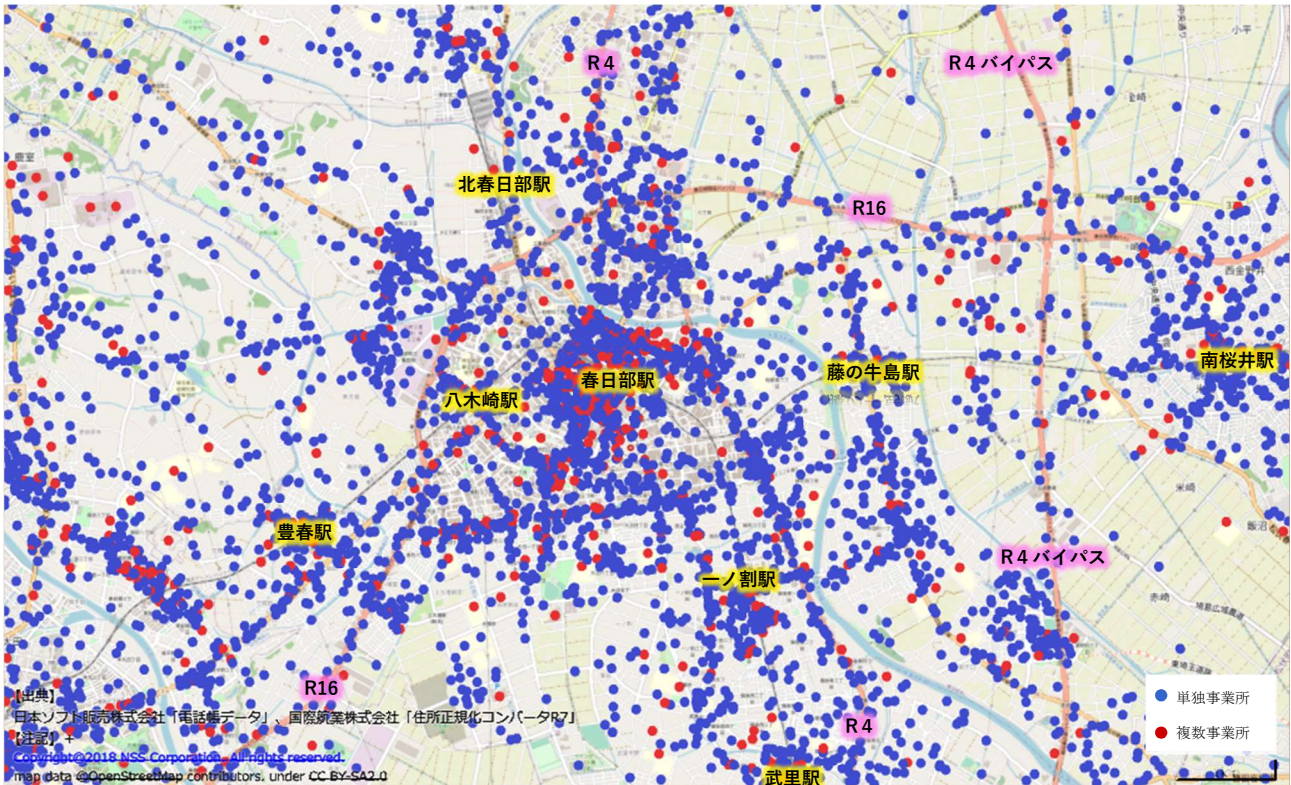


出典：「RESAS(地域経済分析システムーまちづくりマップー)」を加工して作成

流動人口：ある地点に滞留している人の合計値をいう。
メッシュ：統計に利用するために緯度経度に基づき地域をほぼ同じ大きさの網の目に分けたものをいう。

(3) 事業者立地動向の状況

RESASの「まちづくりマップ」における2022年6月の500mメッシュ単位の「事業者立地動向」によると、春日部駅周辺には、複合事業所が多く立地しており、また、市域全体では、鉄道駅や広域幹線道路の沿道において、事業所が立地している状況です。



出典：「RESAS(地域経済分析システムーまちづくりマップー)」を加工して作成

第4章 第2次春日部市商工業振興指針の評価

1. 方策ごとの達成状況

平成30年度からスタートした指針における令和3年度の進捗状況は次のとおりです。

1. 商業の将来像と振興に向けた方策： 9 施策中 8 施策実施 実施率 約 89%
2. 工業の将来像と振興に向けた方策： 9 施策中 9 施策実施 実施率 100%
3. 観光的側面からの商工業振興策： 6 施策中 6 施策実施 実施率 100%

3つの商工業振興に向けた方策のもと位置付けた24施策中、23施策が「実施済」、「実施中」となりました。(23/24≒96%)

本指針全体としての検証 施策の実施状況 ※施策毎の実施状況は資料編に掲載

商業	実施年度	基本施策数	実施済施策数	実施中施策数	未実施施策数	実施率
	2018年度 (平成30年度)	9	1	5	3	約67%
	2019年度 (令和元年度)	9	2	6	1	約89%
	2020年度 (令和2年度)	9	2	6	1	約89%
	2021年度 (令和3年度)	9	2	6	1	約89%
	2022年度 (令和4年度)	—	—	—	—	—

工業	実施年度	基本施策数	実施済施策数	実施中施策数	未実施施策数	実施率
	2018年度 (平成30年度)	9	0	8	1	約89%
	2019年度 (令和元年度)	9	9	0	0	100%
	2020年度 (令和2年度)	9	9	0	0	100%
	2021年度 (令和3年度)	9	9	0	0	100%
	2022年度 (令和4年度)	—	—	—	—	—

観光	実施年度	基本施策数	実施済施策数	実施中施策数	未実施施策数	実施率
	2018年度 (平成30年度)	6	0	2	4	約33%
	2019年度 (令和元年度)	6	1	5	0	100%
	2020年度 (令和2年度)	6	1	5	0	100%
	2021年度 (令和3年度)	6	2	4	0	100%
	2022年度 (令和4年度)	—	—	—	—	—

なお、令和3年度の進捗状況については、令和2年度同様、新型コロナウイルス感染症の感染拡大やまん延防止対策により、多大な影響を受けました。

2. 商業振興に関する施策の実施状況

①魅力と個性のある個店づくり

○「春日部らしさ」の追求

<p>施策1 「春日部らしさ」の追求</p>	<p>実施</p>	<p>「かすかべフードセレクション」事業では、「春日部ならではの」優れた食品を認定。令和3年度には市内商業施設や都内での販売イベントを実施。PR動画も作成。また、農産物紹介事業により地元農産物の消費拡大を図るとともに、新商品の開発等で事業者・農産物双方の魅力向上に取り組む。</p>
----------------------------	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

○積極的な情報発信

<p>施策2 「春日部らしさ」を追求した商品や個店の魅力をPR、販路拡大</p>	<p>実施</p>	<p>「ぶらっとかすかべ」において、特産品、お土産品などのチラシ・パンフレットを配布。「かすかべフードセレクション」認定品については春日部市役所内売店、春日部市立医療センター内コンビニエンスストア、道の駅「庄和」、春日部情報発信館「ぶらっとかすかべ」での常設販売のほか、各種イベントでの販売、平成27年度から本市のふるさと納税返礼品として活用。</p>
----------------------------------------------	-----------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

②発見とにぎわいのある商店街づくり

○組織の活性化と後継者の育成

<p>施策3 地域や他商店街との連携、イベント等の支援</p>	<p>実施</p>	<p>各商店会が実施する、商店会の活性化を目的としたソフト事業に対して、「春日部市商店街振興事業費補助金」を交付。(令和3年度実績：17商店会)</p>
-------------------------------------	-----------	------------------------------------------------------------------------------

○空き店舗対策と業種構成の充実

<p>施策4 空き店舗対策</p>	<p>実施</p>	<p>かすかべビジネスプランコンテストと連動した、空き店舗対策を兼ねた創業支援である「かすかベンチャー応援補助金」を実施。(令和3年度実績：3事業所)</p>
-----------------------	-----------	---------------------------------------------------------------------------------

○中心市街地及び各駅周辺の活性化

<p>施策5 連続立体交差事業を見据えた回遊性と集客力の高い商店街の形成</p>	<p>実施</p>	<p>令和3年3月に策定した「春日部市中心市街地まちづくり計画」に基づき、駅前広場に隣接して土地を所有する方々と意見交換を実施。今後は駅周辺の道路空間の活用案を検討。</p> <p>武里駅周辺においては、地元の店舗経営者などの若手メンバーとワークショップを開催し、「まちづくりの将来イメージ」を作成。</p> <p>春日部駅西口では権利者との意見交換や土地及び建物所有者を対象としたアンケート・説明会を実施し、「まちづくり方針」を策定。</p> <p>また、解体した旧商工振興センターの跡地活用について、地元自治会や商店会などの方々との懇談会を開催。</p>
----------------------------------------------	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

③地域に愛される商店街づくり

○地域の居場所づくり

施策 6 商店街の主たる客層である主婦や高齢者が長時間滞在できる居場所づくりを支援	実施	商店街の環境整備を目的として実施するハード事業（街路灯の改装・新設、ベンチ・アーチ・モニュメント設置、歩道改修等）に対して補助する「商店街振興事業費補助金」を実施。（令和 3 年度実績：0 件）
----------------------------------------------	----	---------------------------------------------------------------------------------------------------

○安心・安全に向けた環境整備

施策 7 安心して買い物や交流を楽しめる環境づくりに向けた取組を支援	未実施	防犯カメラの設置及び宅配サービスについては、近隣市の状況をふまえて継続して研究していく。
---------------------------------------	-----	----------------------------------------------

④高度情報化社会への対応

○ホームページの開設、SNS の活用

施策 8 商店街や個店の魅力を発信するツールとしてパソコンやスマートフォンを活用	実施	「かすかべオラナビ」等のツールを活用した WEB における PR を継続。
---------------------------------------------	----	---------------------------------------

○電子商取引への対応

施策 9 電子マネー、キャッシュレス決済の導入	実施	「キャッシュレス決済端末の支援」等について資料を配架。 令和 3 年度には「春日部市プレミアム付電子食事券」を発行。
----------------------------	----	---------------------------------------------------------------

キャッシュレス：現金を使わずに支払いを済ませる方法。クレジットカードや電子マネーなど

3. 工業振興に関する施策の実施状況

①春日部ブランドの確立と PR

○地域ブランドの創設

施策1 地域の特性を活かした製品や全国有数のシェアを誇る製品などを「春日部らしさ」を感じられる地域ブランドとして認定し、ものづくりへの熱意を支援	実施	地域ブランドの啓発として「市内特産品等工場見学」を実施。(令和3年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため中止) かすかべビジネスプランコンテストの景品として桐製品を授与。
-----------------------------------------------------------------------------	----	----------------------------------------------------------------------------------------------

○積極的な情報発信

施策2 「春日部らしさ」を追求した製品や特殊な技術などを冊子やホームページなど様々なメディアを通じて PR	実施	とうきょうスカイツリー駅構内での展示活動を実施(令和3年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため中止)。
----------------------------------------------------------	----	---------------------------------------------------------

②次世代リーダー(後継者)の育成と人脈作り、人材の確保

○次世代リーダー(後継者)の育成

施策3 中小企業を対象とした研究会やセミナー等の開催を支援	実施	市内中小企業に勤務する若手・管理職に対して「企業シェア研修」を実施。
----------------------------------	----	------------------------------------

○人脈作りと人材の確保

施策4 中小企業の若手社員や、就職を控えた学生・生徒を対象とした研修を開催	実施	就職を控えている学生に対し「ジョブ・シャドウイング」を実施し、各企業を訪問。 また、「企業シェア研修」を実施し、「働くこと」について話し合う機会を設け、離職防止に努めた。
------------------------------------------	----	------------------------------------------------------------------------------------------

ジョブ・シャドウイング：児童・生徒・大学生が、企業の社員に半日か1日同行し、働く様子を観察する活動

③伝統産業・技術の継承

○販路拡大と PR

施策 5 イベント、市内物産展事情、ホームページなどを活用し、伝統工芸品を PR、大規模小売店舗等と連携して販路拡大	実施	主催、共催事業として「かすかべ商工まつり」や「春日部市庄和地域産業祭」を開催。（令和 3 年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため中止） また、「かすかべ押絵羽子板と特産品まつり」を後援し、PR 活動を行った。
---------------------------------------------------------------	----	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

○後継者の育成

施策 6 伝統工芸技術を次代に引き継ぐため、特産品組合が実施する後継者育成事業を支援	実施	春日部桐タンス組合が実施する「桐タンス技術後継者育成講座」を後援し、支援した。
-----------------------------------------------	----	-----------------------------------------

○技術の継承

施策 7 本市産業の発展に寄与した長年の功績を称えるとともに、その技術・技能の継承を図る	実施	市表彰式において、市内産業の発展に寄与された方に対して、「技能功労賞」の表彰を行った。
-------------------------------------------------	----	---------------------------------------------

④創業の支援と新産業の誘導

○創業への支援

施策 8 春日部市創業支援事業計画に基づき、起業を志す人や創業間もない経営者の育成・支援に努める かすかべビジネスプランコンテストを拡充し、本市での創業への機運の醸成を図る	実施	「かすかべビジネスプランコンテスト」と連動した「かすかベンチャー応援補助金」の実施、ふれあいキューブ及び春日部商工会議所との創業セミナーの共同開催等を行った
----------------------------------------------------------------------------------------------	----	--------------------------------------------------------------------------------

○後継者の育成

<p>施策9 庄和インターチェンジ周辺等の産業指定区域に産業系施設の立地を誘導し集積を図るとともに、中心市街地及び各駅周辺に企業を誘致し、市内産業の拡充を図る</p>	<p>実施</p>	<p>近隣市を含む多数の企業を訪問した。(令和3年度は新型コロナウイルス感染症感染拡大防止のため訪問なし)</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------------------------------------------------------

4. 観光的側面からの商工業振興策

①点から線へ・・・観光ルートの開発

<p>施策1 点(観光スポット)と点(観光スポット)を結びつける観光ルートの開発や、既存の公共交通機関と連携し二次交通の充実を図る</p>	<p>実施</p>	<p>首都圏外郭放水路において、見学者に市内周遊を促すため、マップ・パンフレットの配架を行った。また、観光庁の既存観光拠点再生・高付加価値化推進事業として、周遊バス運行による二次交通整備に資する実証実験を行った。</p> <p>さらに、粕壁宿をまち歩きしながら商店街の各店舗や観光スポットを結びつける商店街ツアーを行った。</p>
---------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

②産官学金労言士連携による観光資源・土産品の開発

<p>施策2 興行関係者や大学などの関係機関との連携のもと、外の目から見た本市の魅力や観光資源の掘り起こしを図る。また、桐製品などの伝統工芸品をはじめとする「春日部らしい」土産品などの開発にも取り組む</p>	<p>実施</p>	<p>有識者を交えて開発した首都圏外郭放水路おもてなし特別メニューの販売を市内19店舗で開始した。また、令和2年度に実施した旅行関係者向けのモニターツアーでの検証を経て、首都圏外郭放水路の見学コースに「インペラー探検コース」を新設。</p> <p>さらに、一般社団法人化した春日部市観光協会で、首都圏外郭放水路のロゴを入れた桐製品等の販売を開始。</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

③観光情報の積極的な発信

<p>施策3 既存の観光スポットやイベント、新たに開発された観光ルートや土産品などの情報を国内外に積極的に発信</p>	<p>実施</p>	<p>訪日外国人が多く訪れるとうきょうスカイツリー駅と共同で、駅構内やとうきょうスカイツリー連結通路のPRブースにおいて特産品等の展示を行った。</p> <p>また、各種観光情報を市公式ホームページやプレスリリースにより発信したほか、一般社団法人春日部市観光協会においてもSNS等を活用した積極的な情報発信を実施。</p>
-----------------------------------------------------------------	-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

④インバウンド（訪日外国人旅行）対策

<p>施策4 商店街のWi-Fi設備や電子決済システムの導入などの環境整備、インバウンド観光客向けの案内表示の設置やガイドマップ、ホームページ、SNSなどによる情報発信、工業においては、インバウンド観光客向けの土産品の開発などの取組を推進</p>	<p>実施</p>	<p>キャッシュレス決済端末の支援として、埼玉県補助金である「商店街DX推進事業費補助金」について資料の配布・配架等を行い、周知した。</p> <p>平成30年8月からは「ぶらっとかすかべ」と道の駅「庄和」においてWi-Fi設備を導入し、インバウンド観光客の受入体制の整備を図った。</p> <p>また、独立行政法人国際観光振興機構（JNTO）を通じて海外にパンフレット等を発送した。</p> <p>さらに、新型コロナウイルス感染症拡大収束後の需要を取り込むため、一般社団法人春日部市観光協会と連携して東武鉄道株式会社の台北事務所を通じ、台湾の旅行博でPRを行った。</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⑤宿泊施設の充実

<p>施策5 春日部駅周辺立体交差事業を契機として、観光客が利用できる宿泊施設の在り方について検討する</p>	<p>実施</p>	<p>春日部市への進出を検討している宿泊施設事業者と、希望進出先の用地の条件等の確認を行った。</p> <p>春日部駅東口に建設中のビジネスホテルに対して、一般社団法人春日部市観光協会と連携しながら市内観光情報発信の協力を依頼した。</p>
-------------------------------------------------------------	-----------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

⑥プラスワンのおもてなし

<p>施策6 「春日部に来てよかった」「また春日部に訪れたい」と思っていただけのような「プラスワンのおもてなし」の充実をめざす</p>	<p>実施</p>	<p>他市からの来場者も多いTMO事業、春日部市庄和地域産業祭、かすかべ商工まつり等のイベントブースにおいて、積極的に声掛けを行い、市内イベント等のパンフレットの配布及び他課と協力し啓発品の配布等を行った。</p> <p>また、「首都圏外郭放水路」「収穫体験」「粕壁宿散策」を含むメディアツアー及びモニターツアーを実施し、観光資源の磨き上げを行った。</p>
-------------------------------------------------------------------------	-----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

第5章 指針推進の方向性と施策

1. 指針推進の方向性に対する視点

(1) 新型コロナウイルス感染症について

近頃では、感染症法上の措置について、考え方の転換がなされるなど、国では、新型コロナウイルスへの対応と社会経済活動の両立をより強固なものとした、ウィズコロナに向けた新たな段階に移行を進めています。第3次春日部市商工業振興指針における取組については、今後の世界的な感染の動向を踏まえた国のこうした対応に注視しながら、引き続き、ウィズ・ポスト・アフターコロナ段階の持続的な成長に向けた取組を推進していきます。

(2) SDGs について

SDGs の取組については、第3次春日部市商工業振興指針における取組と方向性や立場を同じくするものであり、積極的に推進していきます。第3次春日部市商工業振興指針における取組については、世界的な SDGs の取組に加え、春日部市 SDGs 未来都市計画に基づき、多くのステークホルダーとの協働により、世代間の交流や地域経済循環を促すとともに、コンパクトで質の高いまちを形成し、住み継がれていく「世代が循環するまち」の実現に向けた取組を推進していきます。

(3) デジタルトランスフォーメーション (DX) について

デジタルは地方の抱える社会課題を解決する鍵、また、新しい付加価値を生み出す源泉であるとし、国は、デジタル田園都市国家構想基本計画の基本方針が示されるなど、DX の推進の動きが進んでいます。第3次春日部市商工業振興指針における取組については、スタートアップ・エコシステムの確立、中小・中堅企業 DX (キャッシュレス決済、シェアリングエコノミー等)、スマート農林水産業、観光 DX、イノベーション創出等、国・県の総合的な戦略を踏まえて取組を推進していきます。

(4) グリーントランスフォーメーション (GX) について

2050年カーボンニュートラル実現を見据え、国では、クリーンエネルギー戦略中間整理により、脱炭素に向けた経済・社会・産業構造変革への道筋の大枠が示されるなど、エネルギーを起点とした産業の GX に向けた動きなどが進んでいます。第3次春日部市商工業振興指針における取組については、こうしたカーボンニュートラル実現に向けた取組に加え、本市の「ゼロカーボンシティ」の取組を推進していきます。

SDGs : Sustainable Development Goals の略。持続可能な開発目標。17のゴールから構成され、2030年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標

ステークホルダー : あらゆる利害関係者

デジタルトランスフォーメーション (DX) : デジタル技術を用いることで、生活やビジネスが変容していくこと

シェアリングエコノミー : 一般消費者がモノや場所、スキルなどを必要な人に提供したり共有したりする新しい経済の動きや、そうした形態のサービスのこと

グリーントランスフォーメーション (GX) : 地球温暖化や環境破壊、気候変動などを引き起こす温室効果ガスの排出を削減し、環境改善とともに経済社会システムの改革を行う対策

カーボンニュートラル : 温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること

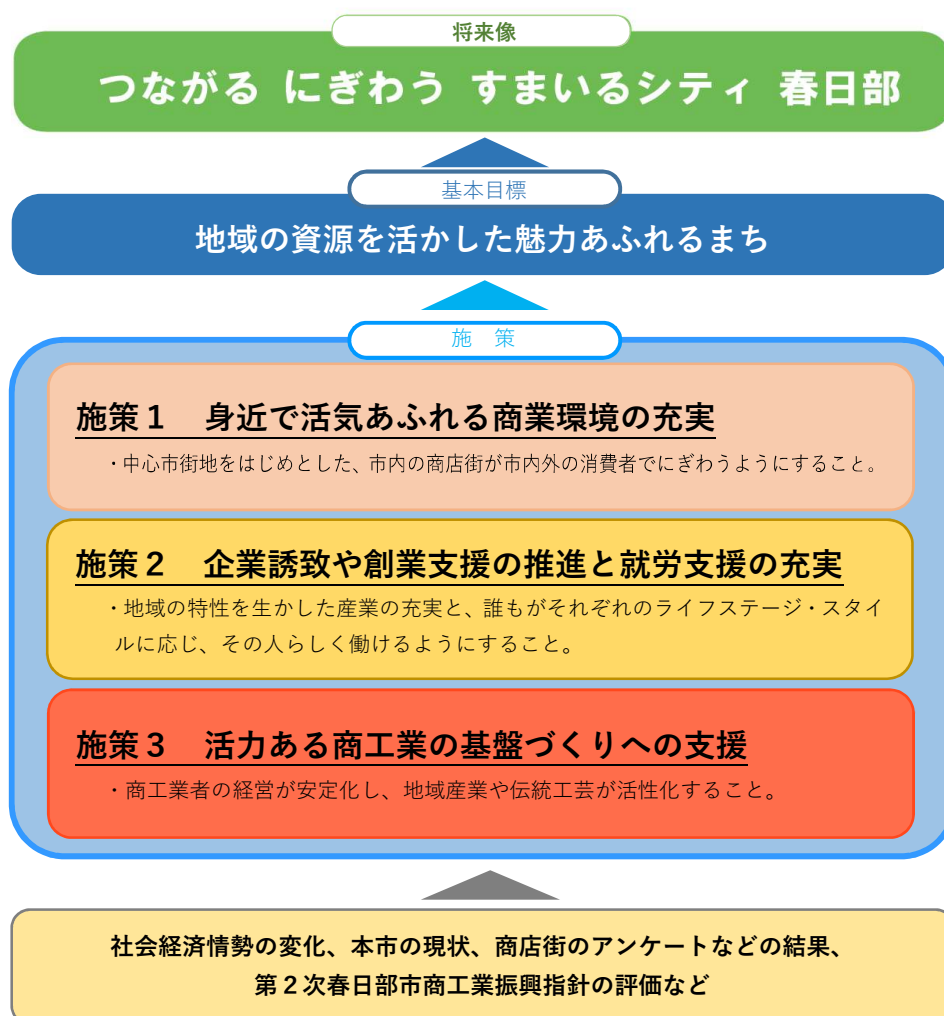
ゼロカーボンシティ : 環境省で「2050年(令和32年)に二酸化炭素を実質ゼロにすることを旨とする」を首長自ら、または地方自治体として公表された自治体をいう

(5) 観光的側面について

本市では、平成31年3月に「春日部市観光基本計画」を策定し、観光客とともに地域の魅力や豊かさを実現できる観光地の実現を目指した取組が進められています。また、今後は、ポストコロナのインバウンド回復等による消費の活性化なども想定されるとともに、こうした機会を捉えて本市の魅力を発信する機会にもなります。来訪客数の増加や消費の拡大など、観光が与える地域経済の影響を踏まえ、第3次春日部市商工業振興指針における取組については、「春日部市観光基本計画」の取組を推進していきます。

2. 施策の方向性と体系

第2次春日部市総合振興計画のまちの将来像である「つながる にぎわう すまいるシティ 春日部」を実現するため定めた7つの「まちづくりの基本目標」のうち、「産業・経済」にかかわる「地域資源を活かした魅力あふれるまち」の基本目標のもと、社会経済情勢の変化、本市の現状、事業者等のアンケートの結果、第2次春日部市商工業振興指針の評価などを踏まえ、3つの施策を定め、商工振興の取組を総合的に進めていきます。



3. 指針へのSDGsの取り込み

ゴールごとの内容や、SDGsと施策との関係が分かりやすいデザインとする。SDGsの内容と基本目標・施策の関係を一覧表にて示すとともに、施策のページにSDGsのアイコンなどを掲載する。

インバウンド：外国人が訪れて来る旅行のこと

4. 施策

施策 1 身近で活気あふれる商業環境の充実

目的

中心市街地をはじめとした、市内の商店街が市内外の消費者でにぎわうようにすること。

主な現状と課題

- ① 春日部TMOなどの団体や商店街、個店などによる地域の特徴に応じた主体的で持続的な取組を支援することで、魅力あふれる商店街の維持・形成を促す必要があります。
- ② 中心市街地は、春日部駅付近連続立体交差事業を契機として、活気と活力があり、安心して楽しく買い物ができる商業環境を整備する必要があります。また、旧春日部市商工振興センター跡地については、中心市街地の活性化のため早期整備を図る必要があります。
- ③ 春日部TMOなどの団体や商店街、個店などによる積極的な情報発信を支援するとともに、本市としても、広報紙や市公式ホームページなどを通じ、中心市街地のPRや情報発信を効果的に行っていく必要があります。



主な取組

(1) 特長と魅力を生かした商店街の形成

- ・ 春日部TMOなどの団体、商店街及び個店支援
- ・ 地域産業との連携・協力支援
- ・ 地元農産物、伝統工芸品の利活用
- ・ 商店街、商店の取組促進 など

(2) 活気と活力を生み出す商業環境の整備

- ・ 特長を生かした商店街の形成の支援
- ・ 共同駐車場や街路灯などの施設整備支援
- ・ 空き店舗活用の支援
- ・ 旧春日部市商工振興センターの跡地活用 など

(3) 市内商店街に関する情報発信

- ・ 各種団体や商店街、個店などへの情報発信支援
- ・ 幅広い情報発信 など

成果指標	現状値 (R3)	目標値 (R9)
旧商工振興センター跡地活用施設整備の進捗率	0%	100%
1人あたりの年間商品販売額	166万円 (H28)	174万円

施策2 企業誘致や創業支援の推進と就労支援の充実

目的

地域の特性を生かした産業の充実と、誰もがそれぞれのライフステージ・スタイルに応じ、その人らしく働けるようにすること。

主な現状と課題

- ① ポストコロナ社会や産業・都市構造の変化への対応などを視野に、関係機関との連携・協力を進めるとともに、地域の魅力を広く発信し、企業の立地意向や創業希望などの状況に応じた、企業誘致や創業支援の取組を進めることで、企業立地を促していく必要があります。
- ② 関係機関と連携し、若年層、高齢者、障がい者、女性、外国人など、多様な就労者の働き方やライフステージに対応した就労を支援する体制の確立に努める必要があります。
また、労働者と求人者のニーズを把握しマッチングさせる必要があります。
- ③ 本市における勤労者が健康で安心して働けるよう、「中小企業退職金共済・掛金補助制度」などの周知と利用促進に努める必要があります。
また、事業者に対し、テレワークやワーク・ライフ・バランスの推進などを促し、だれもが働きやすい環境づくりに努める必要があります。



主な取組

(1) 優良企業の誘致と産官学連携などによる起業促進

- ・ 企業誘致と企業立地支援
- ・ 人材育成、相談受付、フォローアップなど、創業支援
- ・ 地域にねぎした起業・創業を促進 など

(2) 就労支援の充実

- ・ 雇用情報の提供、雇用相談などの充実・強化
- ・ 多様な就労者の働き方やライフステージに対応した就労支援体制の確立
- ・ 就職氷河期世代等の非正規労働者、市内企業などのマッチングを支援 など

(3) 働きやすい環境づくり

- ・ 市内中小企業の雇用の安定を支援
- ・ テレワークやワーク・ライフ・バランスの推進
- ・ ライフステージに応じた多様な働き方ができる環境づくり促進 など

成果指標	現状値 (R3)	目標値 (R9)
有効求人倍率	0.68	1.0
企業誘致奨励金を活用して立地した企業の件数	13 件	18 件

ライフステージ：一生において節目となる出来事によって区分される生活環境の段階

テレワーク：情報通信技術（ICT）を活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方のこと

ワーク・ライフ・バランス：仕事と生活の調和

施策3 活力ある商工業の基盤づくりへの支援

目的

商工業者の経営が安定化し、地域産業や伝統工芸が活性化すること。

主な現状と課題

- ① 今後も進むことが予想される少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少と慢性的な人手不足への対応が求められています。また、労働生産性の向上やグローバル化やデジタル化に対応するため、電子商取引による国内外販路拡大など、稼げる力を向上させることが重要です。
- ② 市内企業の大半を占める中小企業の発展、経営の安定化のため、ICT化などの経営の円滑化や設備投資などに必要とする資金調達を支援することが重要です。
- ③ 本市の特産品（桐たんす、桐箱、押絵羽子板、麦わら帽子）を効果的にPRし、特産品の振興・販売促進、経営基盤強化を図るとともに、伝統工芸技術を次世代に引き継ぐための取組が必要です。



主な取組と事業

(1) 企業の稼げる力を強化するための支援

- ・市内中小企業が労働生産性を向上支援（先端設備等）
- ・EC（電子商取引）を活用した国内外への販路拡大支援 など

(2) 商工団体との連携による中小企業の経営支援

- ・市内中小企業の発展、経営安定化を支援
- ・地域経済団体の活動を支援
- ・人材の育成・確保、生産性向上の支援 など

(3) 地域産業および伝統工芸への支援

- ・地域産業の魅力を市内外に発信
- ・市内特産品の普及育成や販路拡大となる活動支援
- ・商品づくり・開発などの研修会や新商品開発事業の支援
- ・伝統工芸品等のふるさと納税返礼品として活用 など

成果指標	現状値 (R3)	目標値 (R9)
市内総生産	5,473 億 6,100 万円 (H29 年度)	6,164 億 1,700 万円
市民一人当たりの法人市民税の課税額	6,839 円	7,383 円

グローバル化：資本や労働力の国境を越えた移動が活発化するとともに、貿易を通じた商品・サービスの取引や海外への投資が増大することによって世界における経済的な結びつきが深まること

デジタル化：ITの進化によりさまざまなヒト・モノ・コトの情報がつながることで、競争優位性の高い新たなサービスやビジネスモデルを実現すること

ICT：Information and Communication Technology の略。情報通信技術

EC（電子商取引）：インターネットを介して受発注や決済、契約などの商取引を行うこと

資料編

商店街の活性化に関わるアンケート調査報告書
及び
商店街経営実態調査報告書

令和4年度



春日部市

第1章 調査の目的と概要

第1章 調査概要

1. 調査の目的

市内商業者及び商店街の経営実態や商店街活動に対する意向などを把握し、今後の商業者及び商店街の振興策を検討する上での基礎資料とする。

2. 調査の方法

(1) 調査地域：春日部市内

(2) 調査対象及び標本数

①商店街の活性化に関わるアンケート

各商店街（会）等の会員及び非会員808人

②商店街経営実態調査

各商店街（会）等の会長32人

(3) 調査方法：自計式郵送調査

(4) 調査期間：令和4年6月下旬～令和4年7月31日

3. 回収結果

商店街の活性化に関わる アンケート		商店街経営実態調査	
配布数	808人	配布数	32商店街（会）
回収数	220人	回答数	9商店街（会）
回収率	27.2%	回収率	28.1%

4. 報告書の見方

(1) 設問によっては、複数回答の結果、合計が標本数を超える場合がある。

(2) グラフや表の中での選択肢の文章が長い場合は、簡略化して表現しているため、アンケート調査票の文章とは一致していない場合がある。

(3) 無回答を除いた回答数を採用している。

第 2 章 調査結果

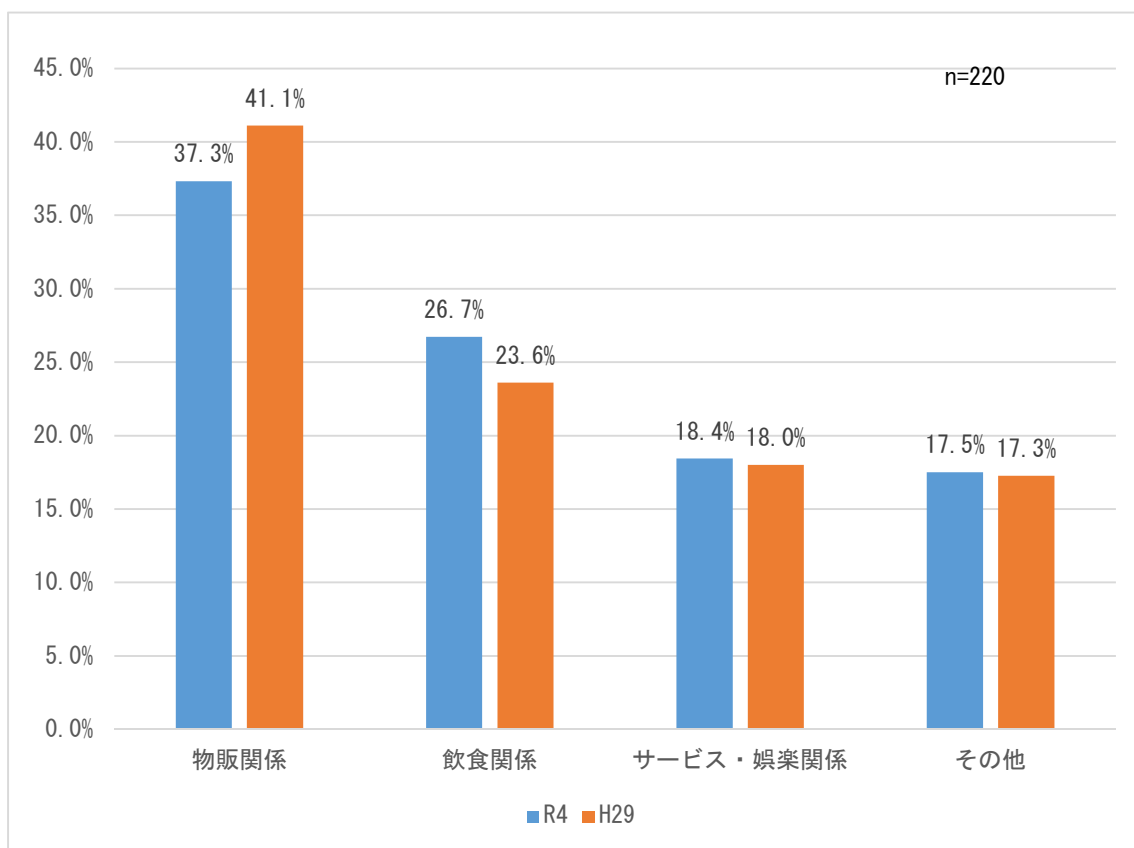
1. 商店街の活性化に関わるアンケート調査

※平成 29 年度と令和 4 年度で回答数に差があるため、全体における各項目の割合でグラフを作成しています。

問 1 主な業種は？

令和 4 年度の主な業種をみると、「物販関係」が 37.3%で最も多く、次いで「飲食関係」が 26.7%、「サービス・娯楽関係」が 18.4%となっています。平成 29 年度と比べると、物販関係は減少し、飲食関係は増加しています。

図表 1 - 1 主な業種



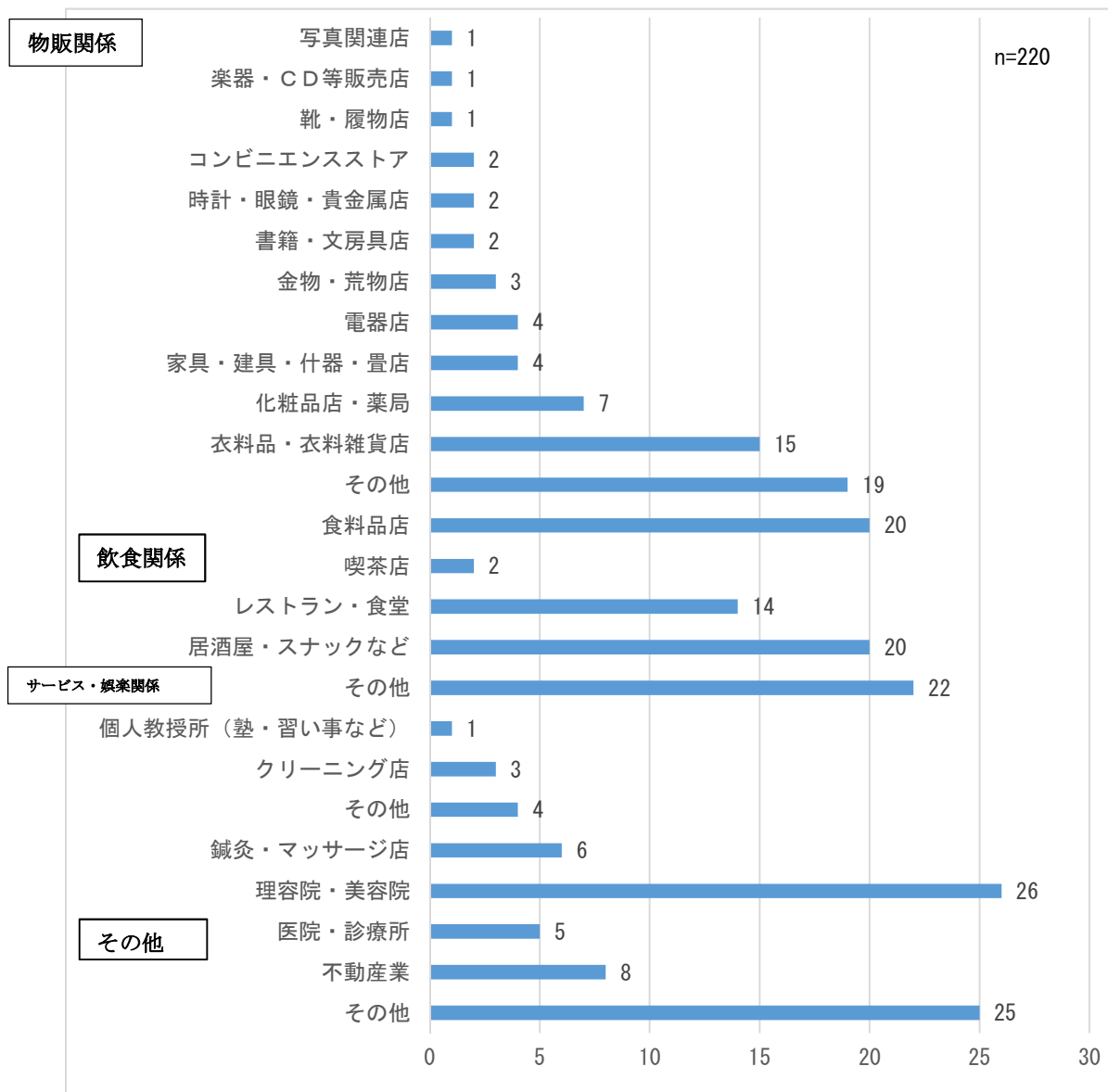
<主な業種の内訳>

主な業種の内訳をみると、物販関係では「食料品店」が20件で最も多く、次いで「衣料品・衣料雑貨店」が15件、「化粧品店・薬局」が7件となっています。

飲食関係では「居酒屋・スナック」が20件で最も多く、次いで「レストラン・食堂」が14件となっています。サービス・娯楽関係では、「理容院・美容院」が26件で最も多く、次いで「鍼灸・マッサージ店」が6件となっています。

その他では、「不動産業」が8件で最も多く、次いで「医院・診療所」が5件となっています。

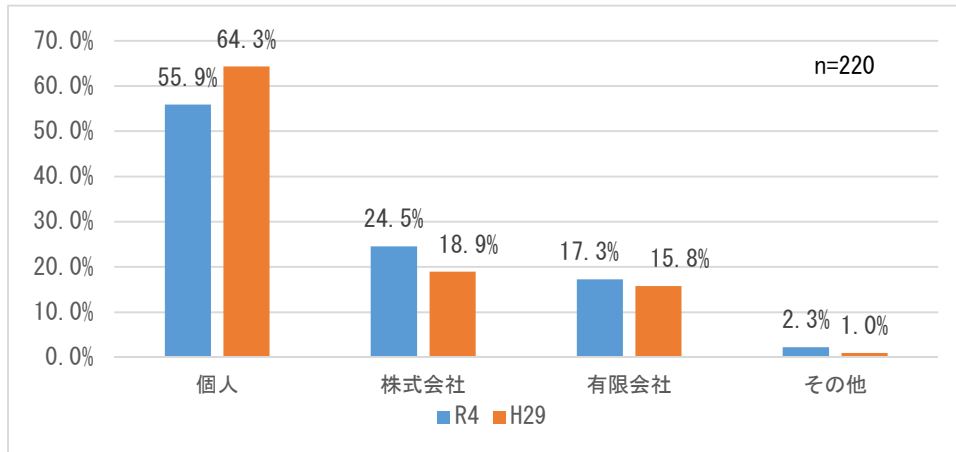
図表1-2 主な業種の内訳（令和4年6月時点）



問2 あなたのお店の企業形態は？

企業形態をみると、「個人」が55.9%で最も多く、次いで「株式会社」が24.5%、「有限会社」が17.3%となっています。平成29年度と比べると、個人は減少し、株式会社及び有限会社は増加しています。

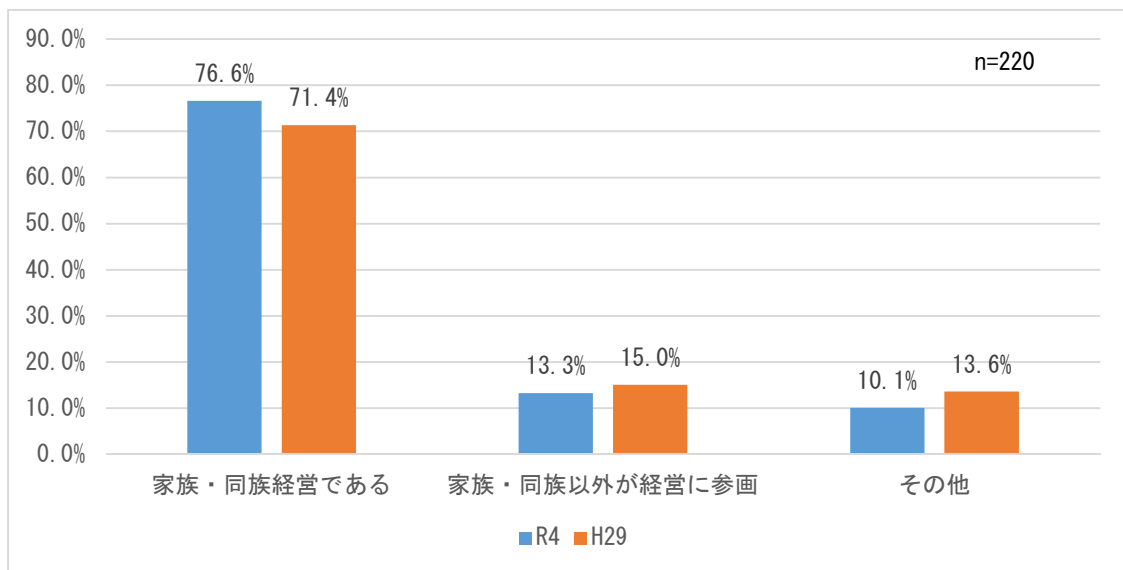
図表2 お店の企業形態



問3 あなたのお店の経営形態は？

お店の経営形態をみると、「家族・同族経営である」が76.6%と最も多く、次いで「家族・同族以外が経営に参画」が13.3%となっています。「その他」としては、「経営者本人のみの経営」が挙げられました。平成29年度と比べると、家族・同族経営の割合が増加しています。

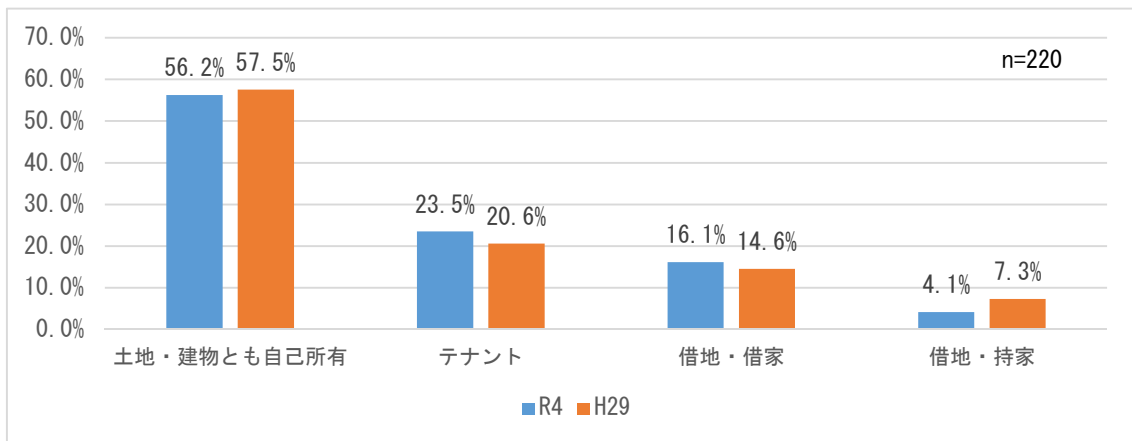
図表3 お店の経営形態



問4 あなたのお店などの所有形態は？

お店の所有形態としては、「土地・建物とも自己所有」が**56.2%**で最も多く、次いで「テナント」が**23.5%**、「借地・借家」が**16.1%**となっています。平成**29**年度と比べると、土地・建物とも自己所有の割合及び借地・持ち家の割合が減少し、テナント及び借地・借家の割合が増加しています。

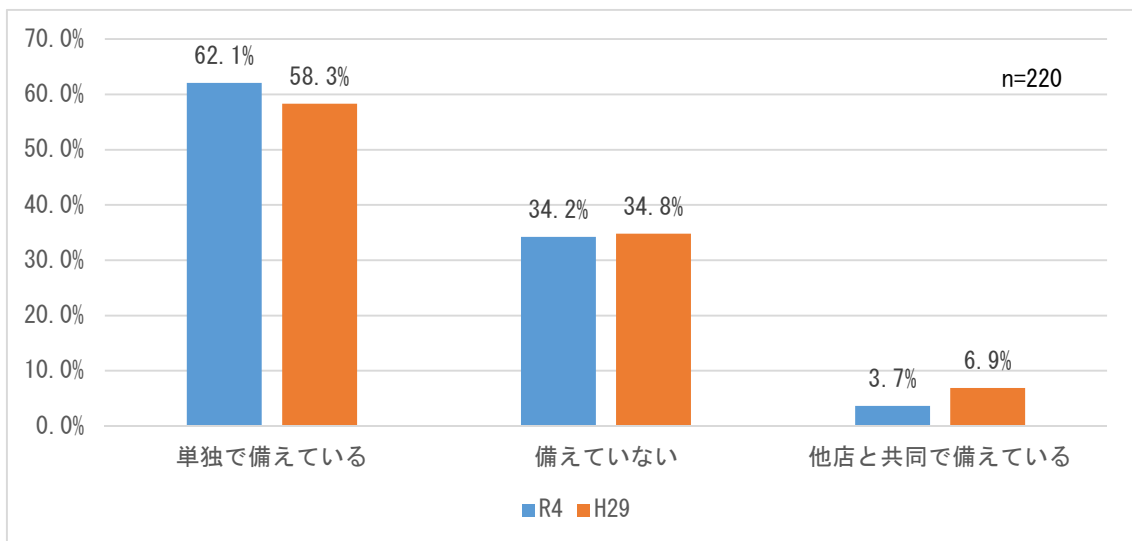
図表4 お店の所有形態



問5 来客用駐車場を備えていますか？

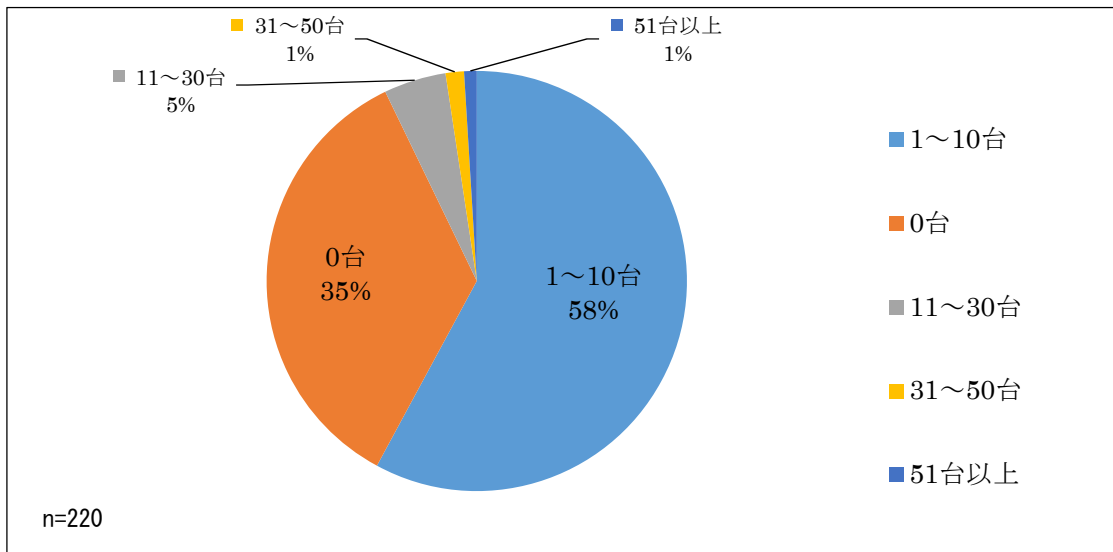
来客用駐車場の有無をみると、「単独で備えている」が**62.1%**で最も多く、次いで「備えていない」が**34.2%**、「他店と共同で備えている」が**3.7%**となっています。平成**29**年度と比べると、単独で備えている割合が増加しています。

図表5 来客用駐車場の有無



また、駐車可能台数については、1～10台が最も多く、次いで0台が多くなっています。

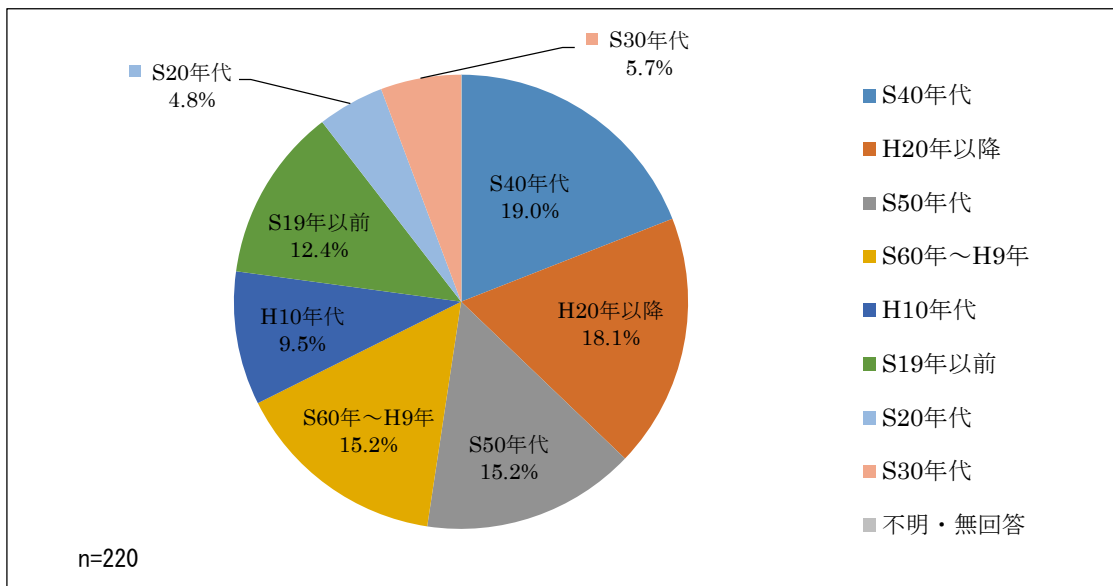
＜駐車可能台数（令和4年6月時点）＞



問6 現在地で開業した年代は？

現在地での開業年代をみると、「昭和40年代」が19%で最も多く、次いで「平成20年以降」が18.1%、「昭和50年代」と「昭和60年～平成9年」が15.2%となっています。

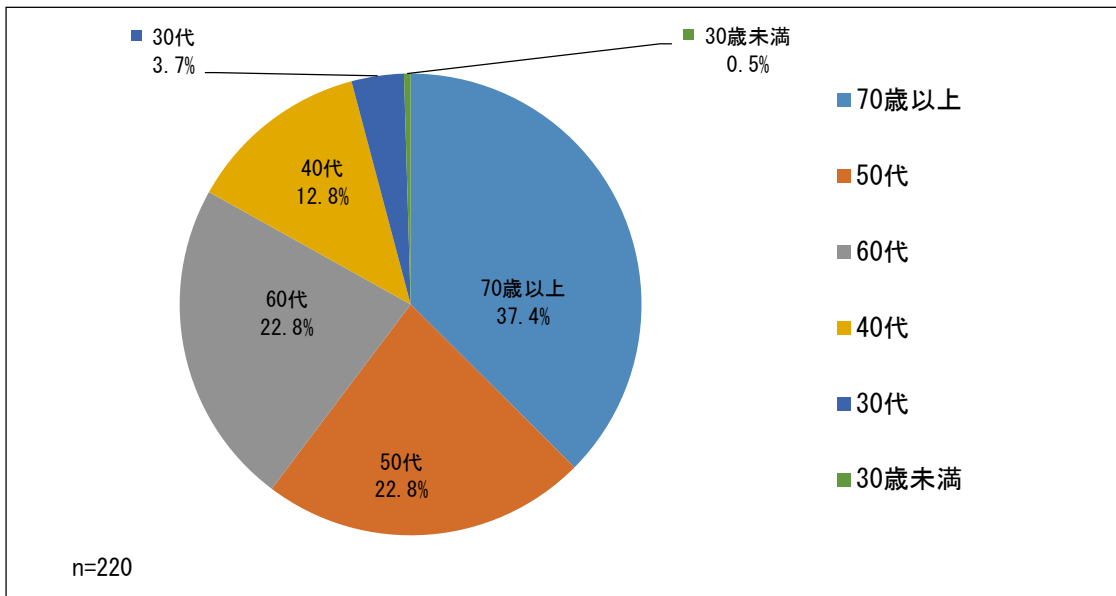
図表6 現在地での開業年代（令和4年6月時点）



問7 貴店の経営者の年齢は？

経営者の年齢をみると、「70歳以上」が37.4%で最も多く、次いで「50代」と「60代」が22.8%、「40代」が12.8%となっています。

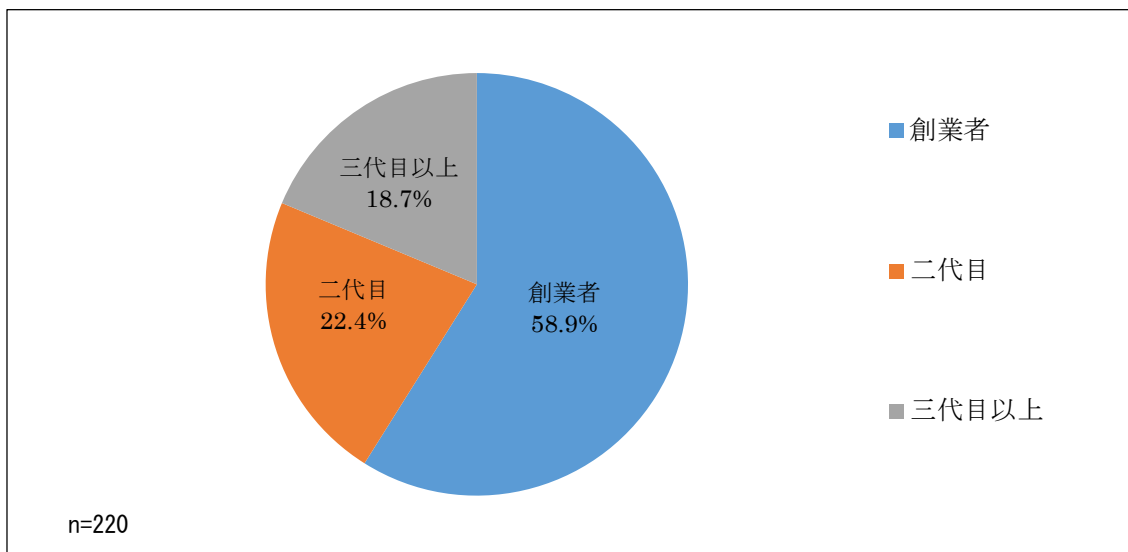
図表7 経営者の年齢（令和4年6月時点）



問8 現在の経営者の方は創業者ですか？

現在の経営者が創業者である割合をみると、「創業者」が58.9%で最も多く、次いで「二代目」が22.4%、「三代目以上」が18.7%となっている。

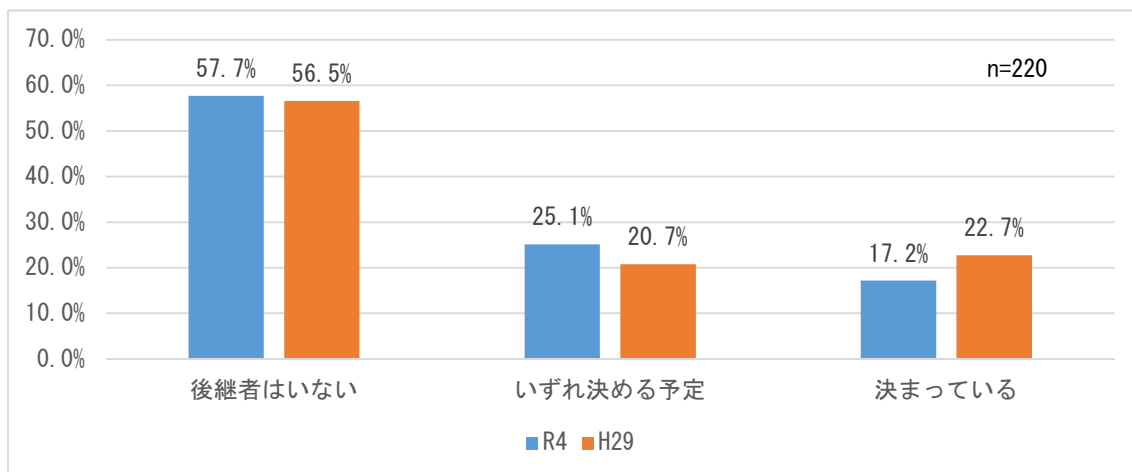
図表8 現在の経営者が創業者である割合（令和4年6月時点）



問9 貴店では後継者はもう決まっていますか？

後継者の有無をみると、「後継者はいない」が57.7%で最も多く、次いで「いずれ決める予定」が25.1%、「決まっている」が17.2%となっています。平成29年度と比べると、「後継者はいない」及び「いずれ決める予定」の割合は増加し、「決まっている」割合は減少しています。

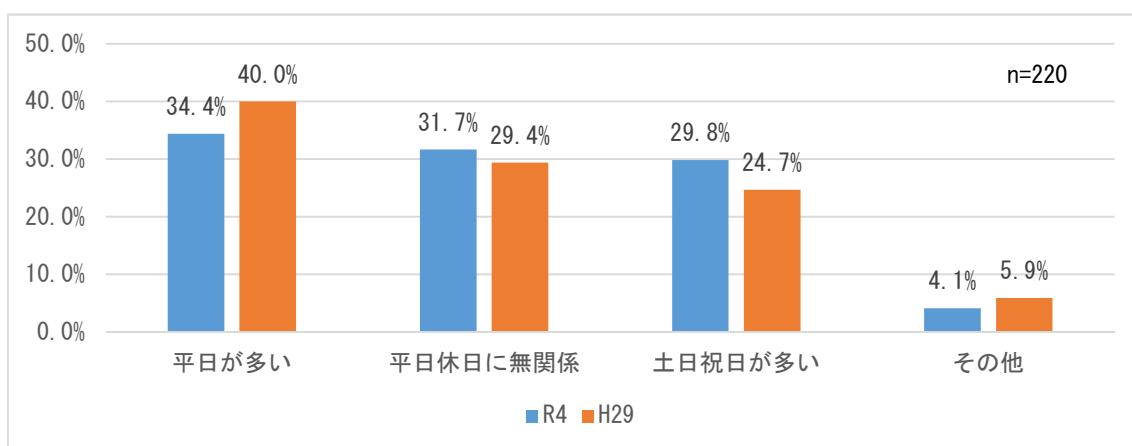
図表9 後継者の有無



問10 お客さまは平日と休日のどちらが多いですか？

お客様は平日と休日のどちらが多いかをみると、「平日が多い」が34.4%で最も多く、次いで「平日休日に無関係」が31.7%、「土日祝日が多い」が29.8%となっています。平成29年度と比べると、「平日が多い」の割合が減少し、「平日休日に無関係」及び「土日祝日が多い」の割合が増加しています。なお、「その他」としては、「休日は営業していない」、「週末」、「接客業ではないため、客は来ない」などが挙げられました。

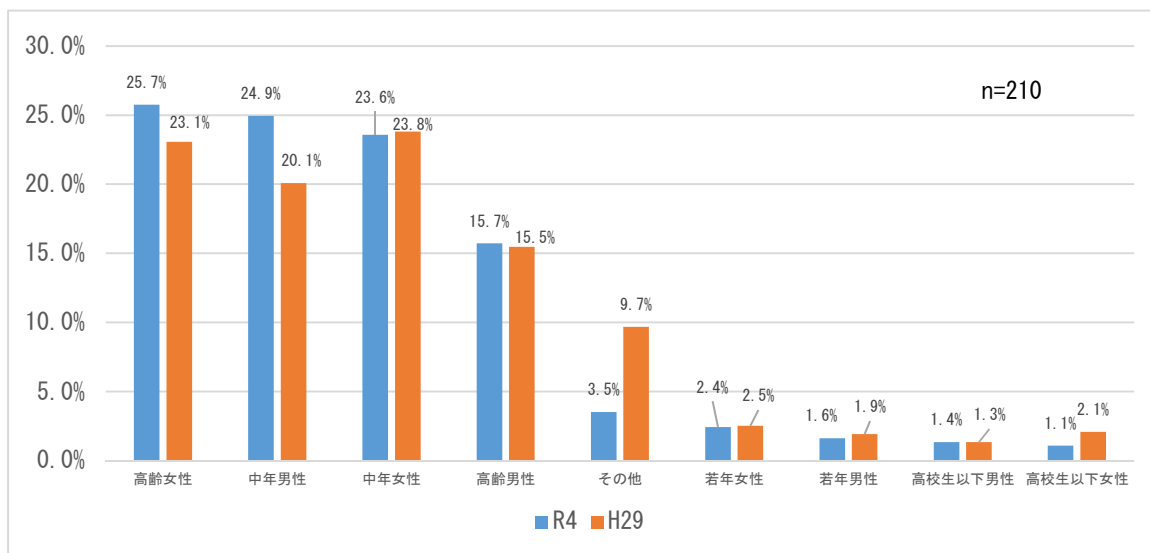
図表10 お客様は平日と休日のどちらが多いか



問 1 1 主な客層は？

主な客層をみると、「高齢女性」が 25.7%で最も多く、次いで「中年男性」が 24.9%、「中年女性」が 23.6%、「高齢男性」が 15.7%となっています。平成 29 年度と比べると、「中年女性」の割合が減少し、他の割合は増加しています。

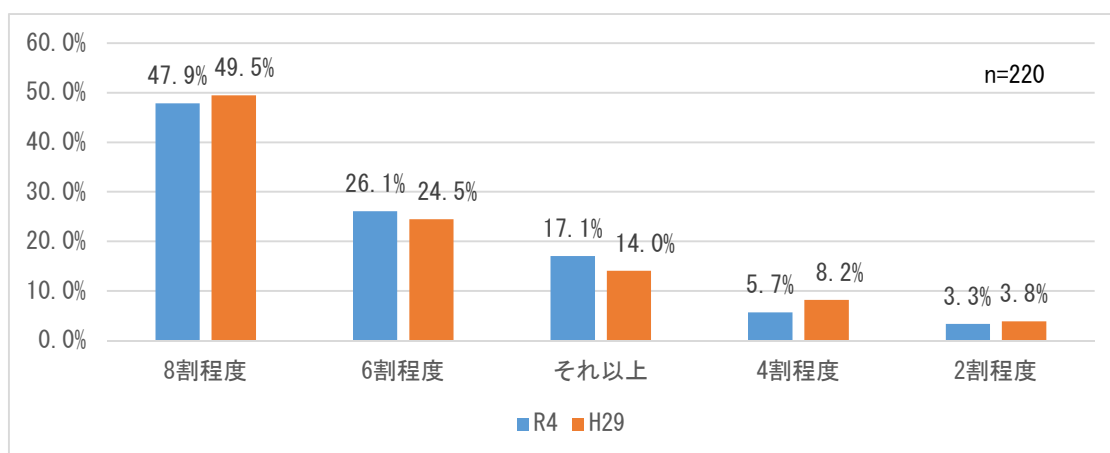
図表 1 1 主な客層



問 1 2 問 1 1 の主な客層の市内在住者の割合は？

主な客層の居住地の市内外の割合をみると、「市内在住者が 8 割程度」が 47.9%で最も多く、次いで「市内在住が 6 割程度」が 26.1%、「それ以上」が 17.1%、「市内在住者が 4 割程度」が 5.7%となっています。平成 29 年度と比べると、「8 割程度」「4 割程度」が減少し、「6 割程度」「それ以上」が増加しています。

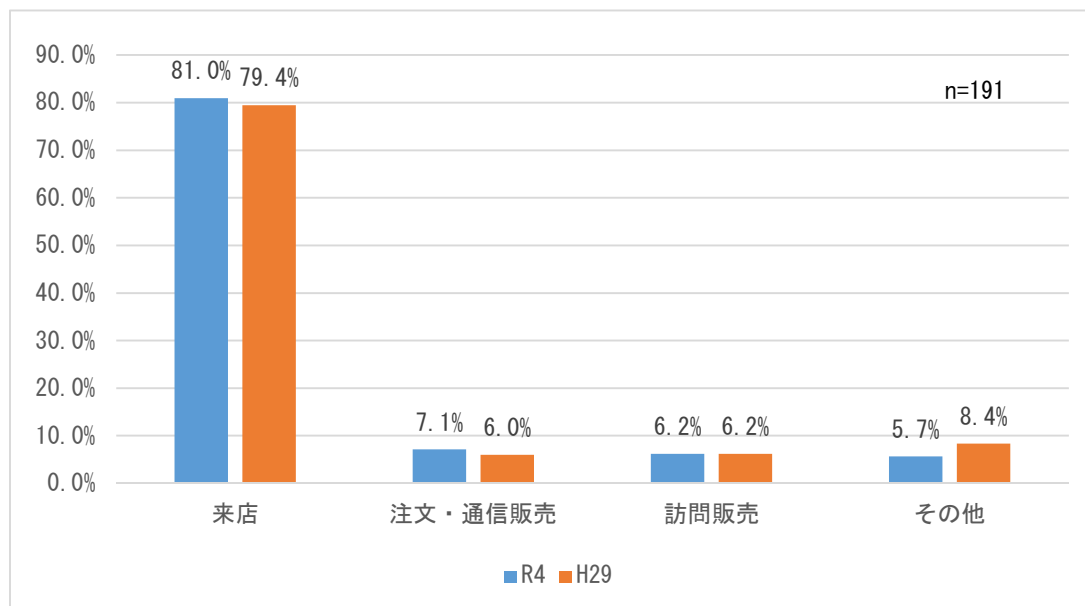
図表 1 2 主な客層の居住地の市内外の割合



問13 問11の主な客層の貴店の利用方法毎の割合は？

主な客層の利用形態について、1店舗あたりの平均をみると、「来店」が81%で最も多く、次いで「注文販売、インターネット販売」が7.1%「訪問販売」が6.2%となっています。平成29年度と比べると、「来店」「注文・通信販売」の割合が増加しています。

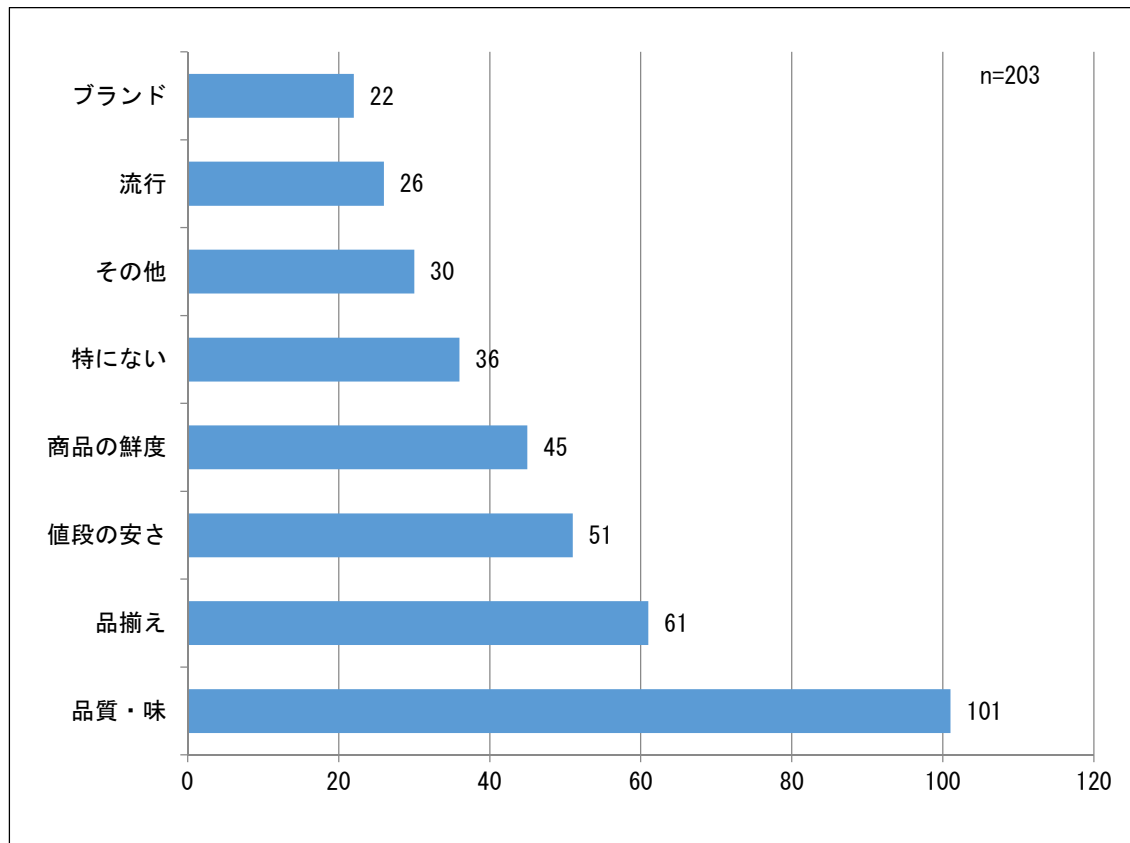
図表13 主な客層の利用形態（1店舗あたりの平均）



問14 商品について重視している点は？

商品について重視している点を見ると、「品質・味」が101件で最も多く、次いで「品揃え」が61件、「値段の安さ」が51件となっています。

図表14 商品について重視している点（令和4年6月時点）



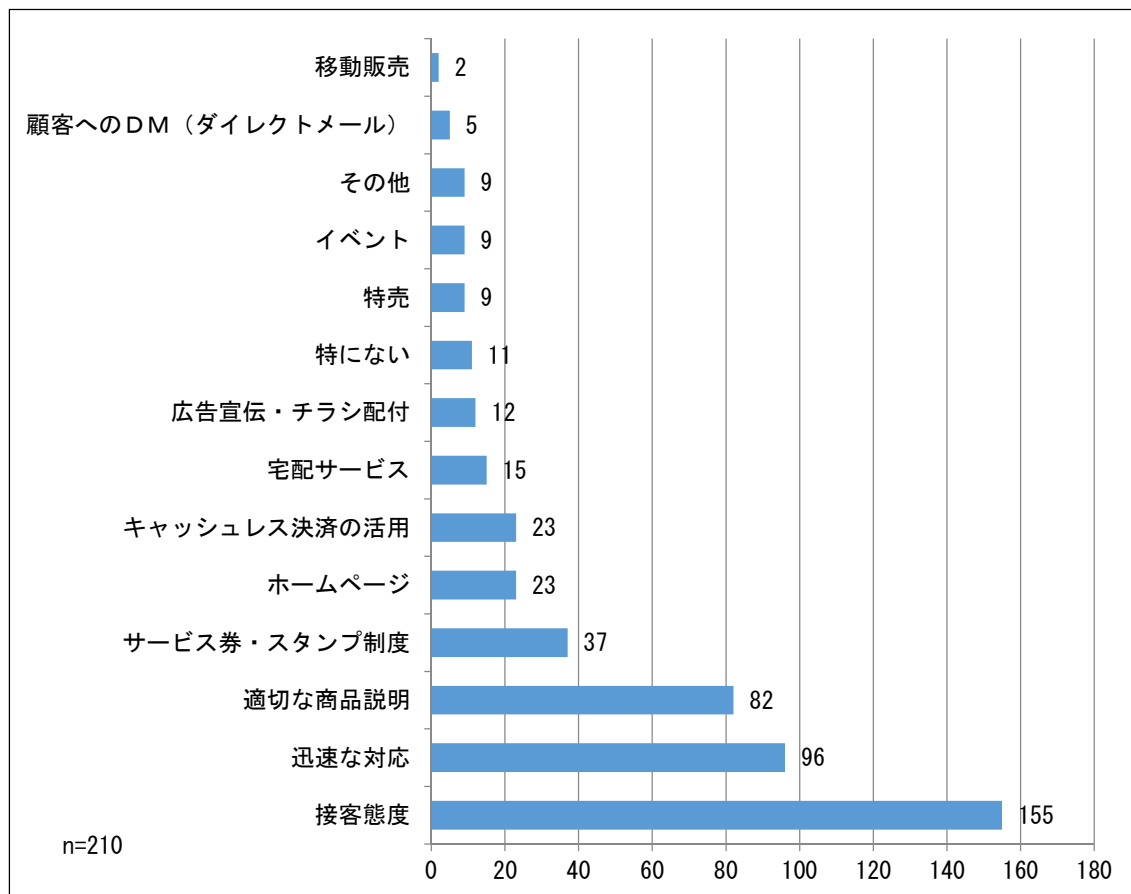
<問14 その他>

アフターサービス、技術、接客、医療効果、料金による、確実な品、質、
ケアマネジャー・ヘルパーの質、安心・安全、医療技術、無添加、地産地消、
客注、適正価格、安定供給、店の空間、丁寧な仕事、話術、相談、
相手に専門的な知識で、仕上げの良い所、受託業務、オリジナリティ

問15 サービス・販売促進について重視している点は？

サービス・販売促進について重視している点を見ると、「接客態度」が155件で最も多く、次いで「迅速な対応」が96件、「適切な商品説明」が82件となっています。

図表15 サービス・販売促進について重視している点（令和4年6月時点）



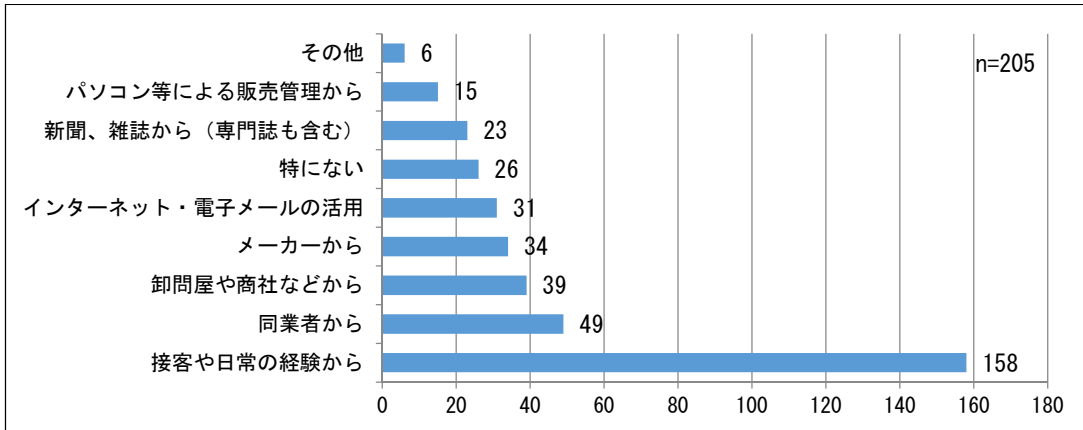
<問15 その他>

- ・管理 貸金はない
- ・味
- ・SNS
- ・部屋の空間
- ・美味しそうな盛付

問16 売れ筋や消費者ニーズの把握方法は？

売れ筋や消費者ニーズの把握方法をみると、「接客や日常の経験から」が158件で最も多く、次いで「同業者から」が49件、「卸問屋や商社などから」が39件となっています。

図表16 売れ筋や消費者ニーズの把握方法(令和4年6月時点)



【その他】

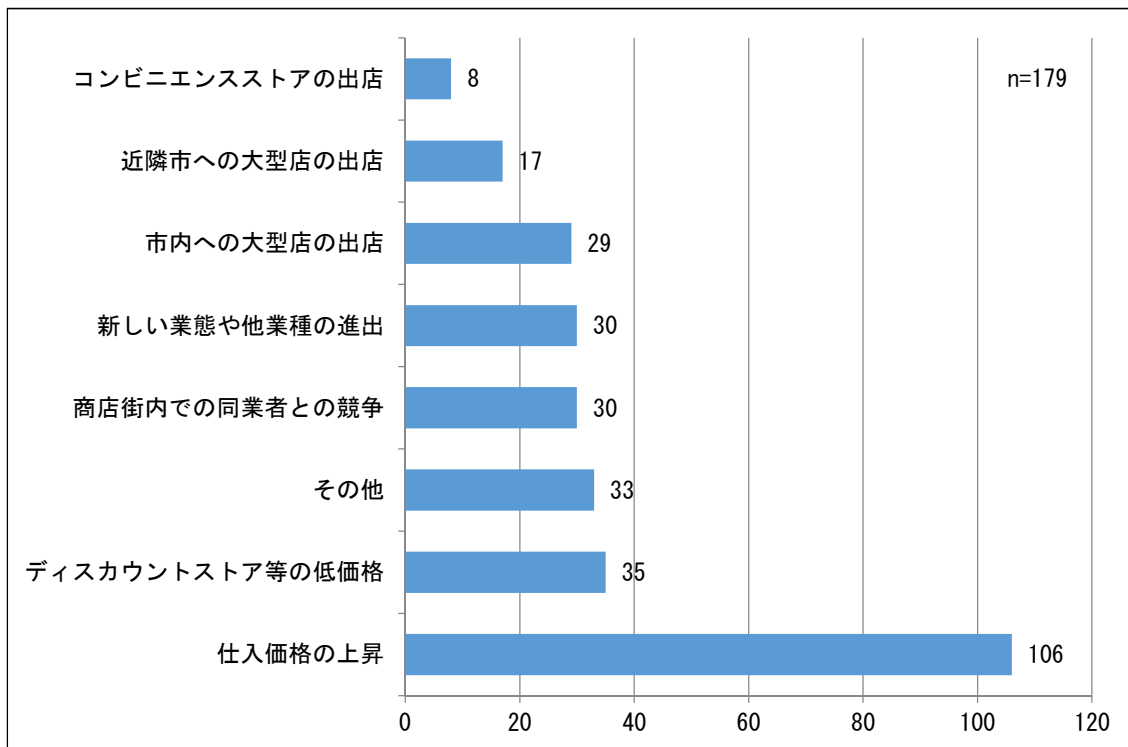
- ・同業種の駅へのアクセス
- ・本人が気にいらないとだめ。
- ・市場
- ・流行
- ・入居者様への嗜好調査（直接聞く）
- ・常連さんに試作を食べてもらい反応をみる

問17 経営上の課題は？

(1) 外部要因

経営上の課題（外部要因）をみると、「仕入れ価格の上昇」が106件で最も多く、次いで「ディスカウントストア等の低価格」が35件、「商店街内での同業者との競争」が30件となっています。

図表17 (1) 経営上の課題（外部要因）（令和4年6月時点）



【その他】

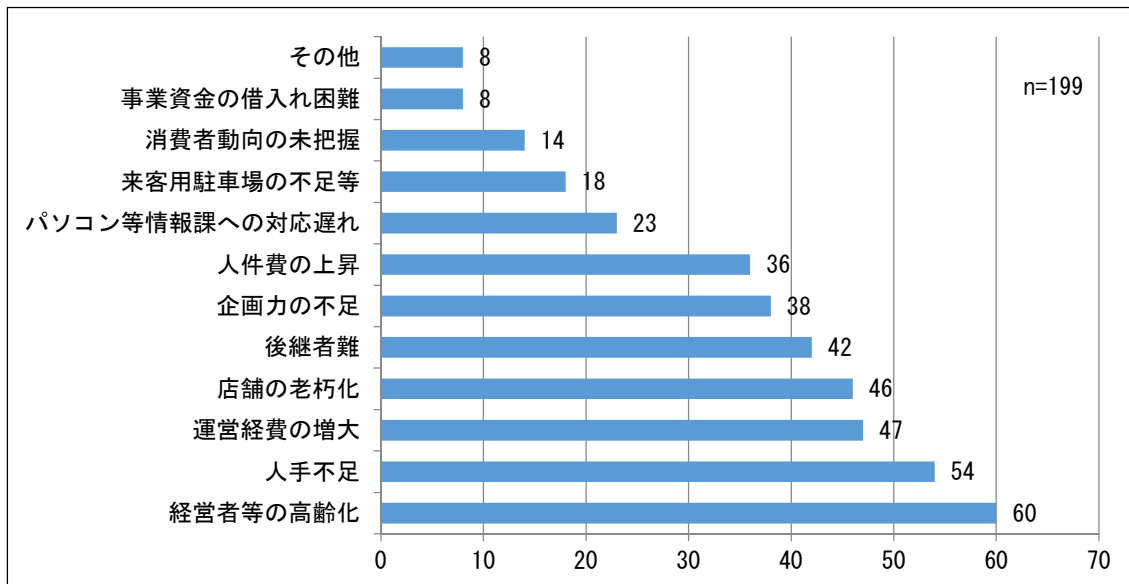
- ・ どうしたら集客できるのか？ ・ 人口の減少 ・ 客の高齢化
- ・ ペットに対する需要 ・ 景気動向 ・ 医療機械の価格の上昇
- ・ 本人が気に入らないとだめ ・ 金融業の今後について
- ・ コロナ、戦争の影響による仕入れ品の納入が不安定 ・ 同業他社との競争
- ・ 来客の減少 ・ 春日部東口周辺の過疎化 ・ 流行のはやりすたり
- ・ インターネット等の競争販売 ・ お客様の収入減 ・ 人の流れが変わってしまった
- ・ 釣人口の減少 ・ 価値が目新しくなくなる

問17 経営上の課題は？

(2) 内部要因

経営上の課題（内部要因）をみると、「経営者等の高齢化」が60件で最も多く、次いで「人手不足」が54件、「運営経費の増大」が47件となっています。

図表17 (2) 経営上の課題（内部要因）（令和4年6月時点）



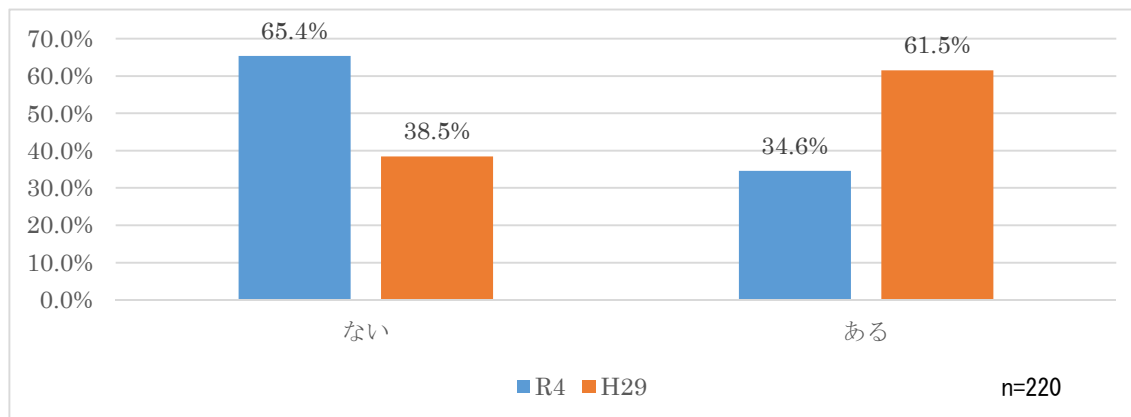
【その他】

- ・材料の不足、高騰
- ・設備の老朽化
- ・値上げ
- ・給料上がらない
- ・職人の高齢化、不足
- ・品不足
- ・店舗の広さがいい

問 1 8 店舗経営による収入以外にその他の収入がありますか？

店舗経営による収入以外の収入については、「ない」が 65.4%、「ある」が 34.6%となっています。

図表 1 8 店舗経営による収入以外の収入

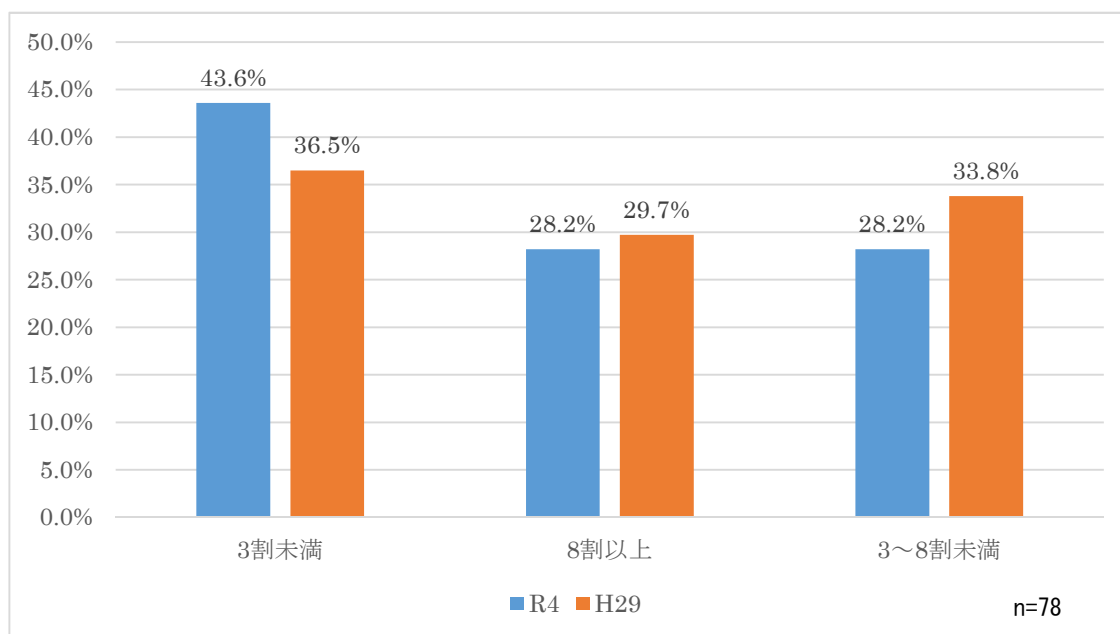


※問 1 8 で「ある」と回答された方

(1) 全収入のうち店舗経営による収入はどれくらいの割合ですか？

店舗経営による収入以外の収入が「ある」と答えた人の店舗経営による収入の割合をみると、「3割未満」が 43.6%で最も多く、次いで「8割以上」及び「3～8割未満」が 28.2%となっています。平成 29 年度と比べると、3割未満の割合が増加しています。

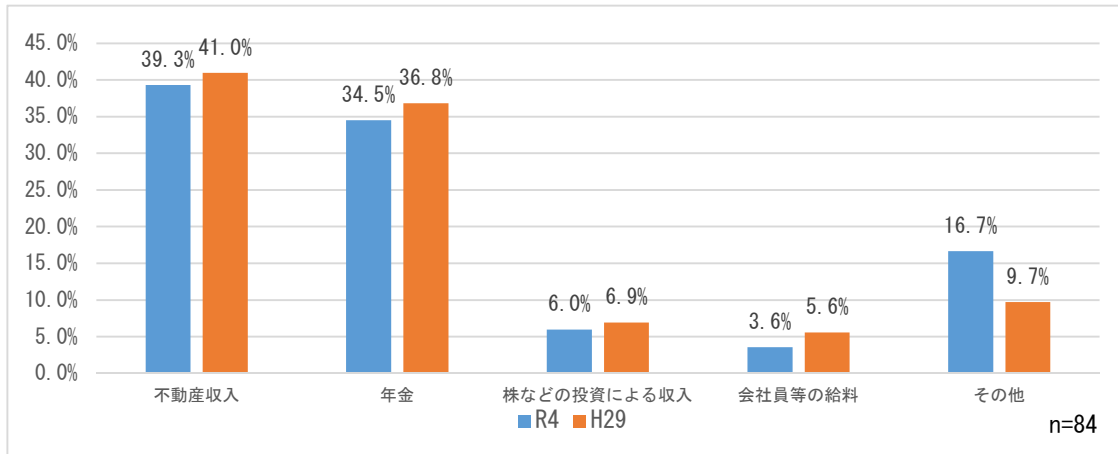
図表 1 8 (1) 店舗経営による収入の割合



※問18で「ある」と回答された方
 (2) 他の収入の主なものは何ですか？

店舗経営による収入以外の収入が「ある」と答えた人の店舗経営以外の収入をみると、「不動産収入」が39.3%で最も多く、次いで「年金」が34.5%、「株などの投資による収入」が6%となっています。平成29年度と比べると、「その他」は増加し、「その他」以外の全ての項目の割合が減少しています。その他としては「春日部市ワクチン接種」「雇用調整助成金」「副業」などが挙げられました。

図表18 (2) 他の収入の主なもの



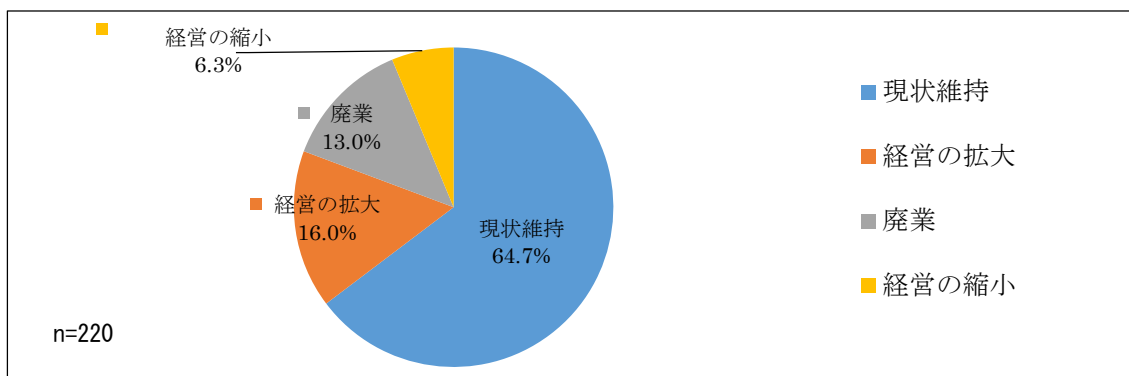
【その他】

- ・公益社団法人
- ・春日部市ワクチン接種
- ・雇用調整助成金
- ・外商(97~98%)
- ・建築業
- ・アフターフォロー
- ・小売業での収入
- ・パート社員の給料
- ・副業
- ・コントラクト事業
- ・講演、講座、執筆

問19 今後の経営の方向性は？

今後の経営の方向性をみると、「現状維持」が64.7%で最も多く、次いで「経営の拡大」が16%、「廃業」が13%となっています。

図表19 今後の経営の方向性(令和4年6月時点)

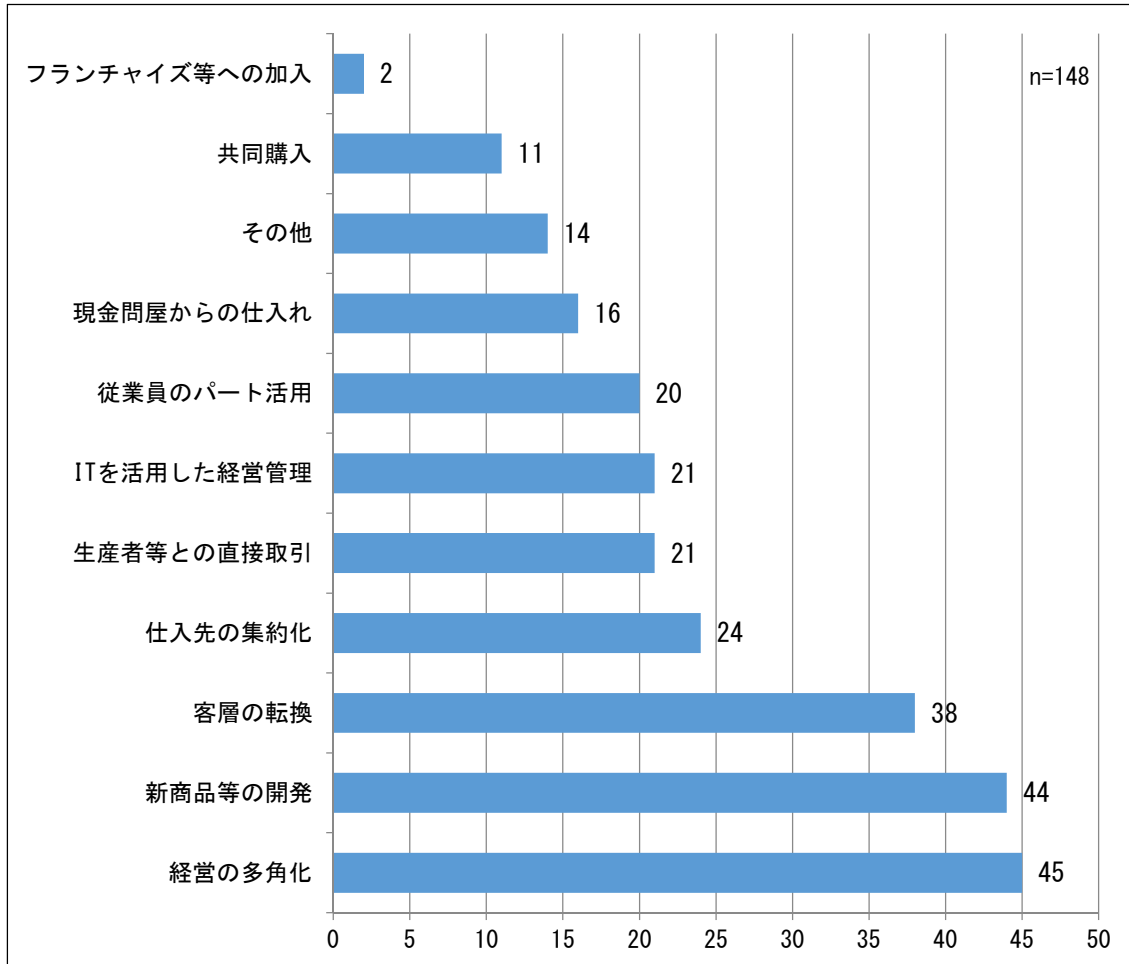


※問19で「1. 現状維持」「2. 経営の拡大を考えている」と回答された方

問20 今後の経営上の取組は？

今後の経営上の取組をみると、「経営の多角化」が45件で最も多く、次いで「新商品等の開発」が44件、「客層の転換」が38件となっています。

図表20 今後の経営上の取組（令和4年6月時点）



【その他】

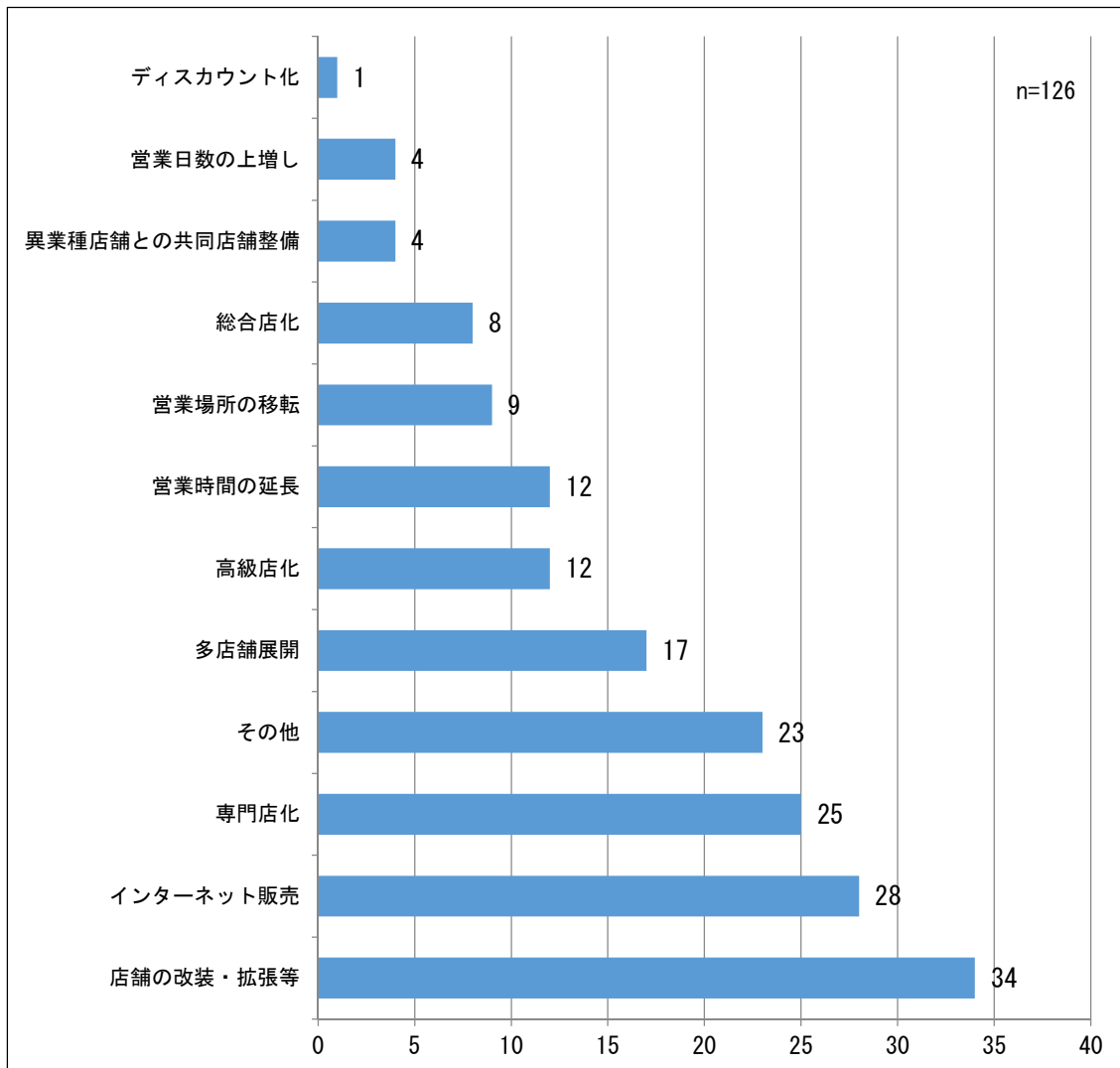
- ・ 求人と人材育成
- ・ 高齡による、仕事に限界がある
- ・ 真摯に仕事に取り組む
- ・ 別事業
- ・ 患者待ち時間の短縮
- ・ 後継者
- ・ 現状維持
- ・ 仕入強化
- ・ 人材育成
- ・ 店舗の拡大（面積）
- ・ 自身の技術の向上
- ・ 健康管理を考えて、営業時間等

※問19で「1. 現状維持」「2. 経営の拡大を考えている」と回答された方

問21 今後の営業上の取組は？

今後の営業上の取組をみると、「店舗の改装・拡張等」が34件で最も多く、次いで「インターネット販売」が28件、「専門店化」が25件となっています。

図表21 今後の営業上の取り組み



【その他】

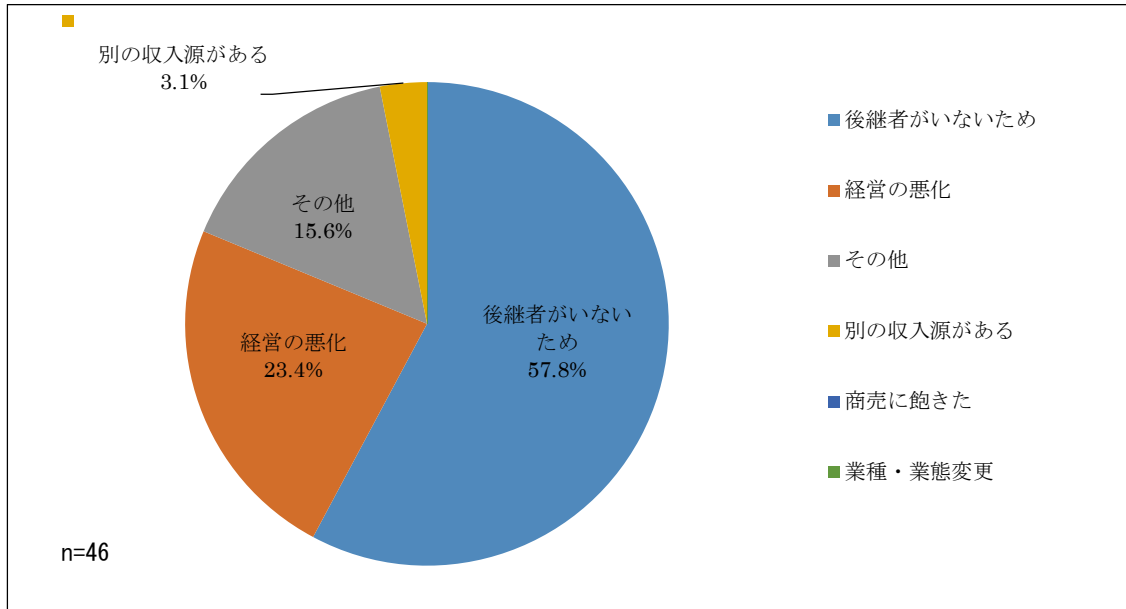
- ・技術向上
- ・品質管理
- ・高齢により仕事に限界がある
- ・デリバリー多い
- ・ブランド品
- ・品揃えの見直し
- ・展開の見直し
- ・小さく長く
- ・Youtube 集客
- ・外来の集客
- ・予約制等
- ・無駄の削減
- ・公共事業へ
- ・テナント貸し→7F レストラン街
- ・新メニューの開発
- ・このままで良い
- ・商品ラインナップの充実
- ・メニューラインナップの見直し
- ・M&Aによる他業種に移行

※問19で「3. 経営の縮小を考えている」「4. 廃業を考えている」と回答された方
問22 縮小又は廃業を考えている理由は？

経営縮小又は廃業を考えている理由をみると、「後継者がいないため」が57.8%で最も多く、次いで「経営の悪化」が23.4%となっています。

また、「その他」の理由としては、「経営者の高齢化のため」「客の高齢化」などが挙げられました。

図表22 経営縮小又は廃業を考えている理由



【その他】

- ・現在 87 才であり、いつまでできるかわからない ・体力
- ・いまのまま、くちはてるまで ・85 才で自身の体力不足による
- ・体力の限界 ・高齢の為 ・廃業しても食べていけるようだから
- ・自分でできるまで頑張り、後は、つつましく生活する。
- ・自分と同年齢の方が多く、今迄利用して下さった御礼と感謝の気持ちで。体の不自由になつた方をみまもりながら楽しくゆっくりと仕事してます

※問19で「3. 経営の縮小を考えている」「4. 廃業を考えている」と回答された方

問23 縮小・廃業について、そのような時期に実施しようとしていますか？

縮小・廃業の時期についてみると、短期、中期、長期全ての時期において、「しばらく様子を見る」と回答した経営者が最も多く、短期7件、中期6件、長期8件となっています。次いで、短期では「規模を縮小して経営を継続する」が2件、「閉店し店舗を賃貸する」が1件、中期では「規模を縮小して経営を継続する」が2件、「土地建物とも売却して引っ越す」が1件、長期では「規模を縮小して経営を継続する」が7件、「閉店し店舗を賃貸する」が2件、「土地建物とも売却して引っ越す」が1件となっています。

図表24 縮小・廃業の時期

	閉店し店舗を賃貸する	高層住宅にする	土地建物とも売却して引っ越す	しばらく様子を見る	規模を縮小して経営を継続する	その他
短期	1	0	0	7	2	3
中期	0	0	1	6	2	1
長期	2	0	1	8	7	2

※短期…1～3年

n=43

中期…3～5年

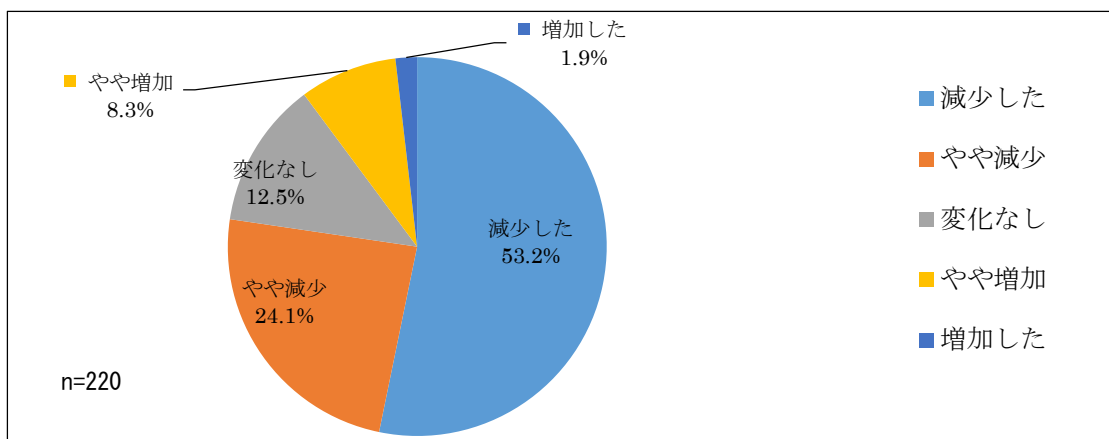
長期…5～10年

問24 近年（新型コロナウイルス感染症の影響を含むここ3～5年程度）の経営状況等の推移は？

(1) 年間売上高

近年の年間売上高の推移をみると、「減少した」が53.2%で最も多く、次いで「やや減少」が24.1%、「変化なし」が12.5%となっています。

図表24 (1) 年間売上高の推移（令和4年6月時点）

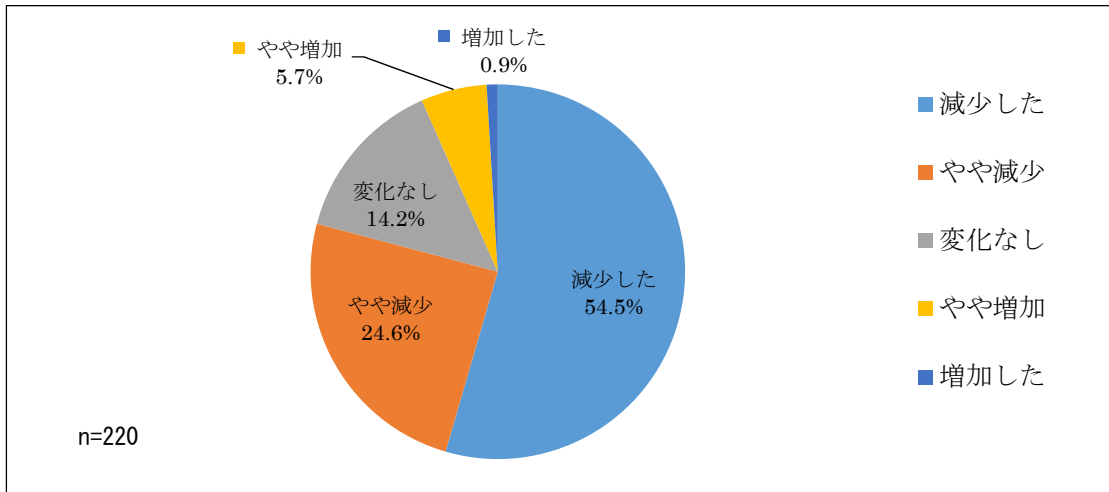


問 2 4 近年（新型コロナウイルス感染症の影響を含むここ 3～5 年程度）の経営状況等の推移は？

(2) 一日平均客数

近年の一日平均客数の推移をみると、「減少した」が 54.5%で最も多く、次いで「やや減少」が 24.6%、「変化なし」が 14.2%となっています。

図表 2 4 (2) 一日平均客数の推移 (令和 4 年 6 月時点)

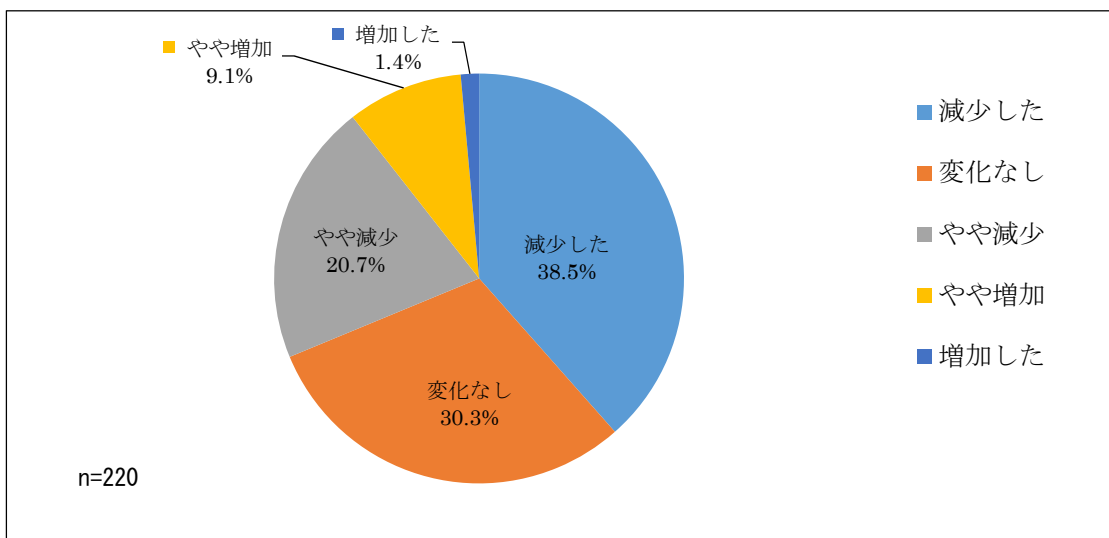


問 2 4 近年（新型コロナウイルス感染症の影響を含むここ 3～5 年程度）の経営状況等の推移は？

(3) 平均客単価

近年の一日平均客数の推移をみると、「減少した」が 38.5%で最も多く、次いで「変化なし」が 30.3%、「やや減少」が 20.7%となっています。

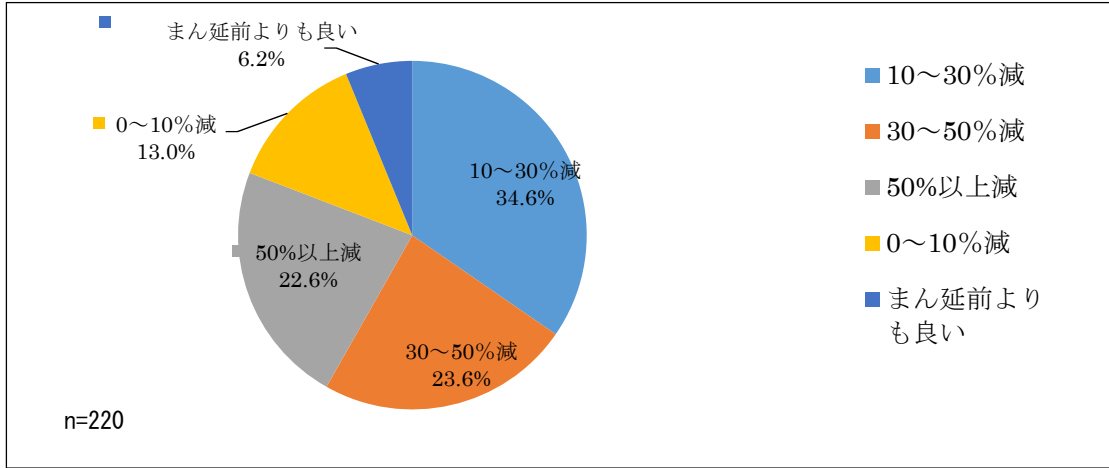
図表 2 4 (3) 平均客単価の推移 (令和 4 年 6 月時点)



問 2 5 貴店舗では、新型コロナウイルス感染症のまん延により、令和元年(2019年)10月1日と比べて売上高にどの程度影響が生じていますか？

新型コロナウイルス感染症のまん延による売上高への影響をみると、「10～30%減」が34.6%で最も多く、次いで「30～50%減」が23.6%、「50%以上減」が22.6%となっています。

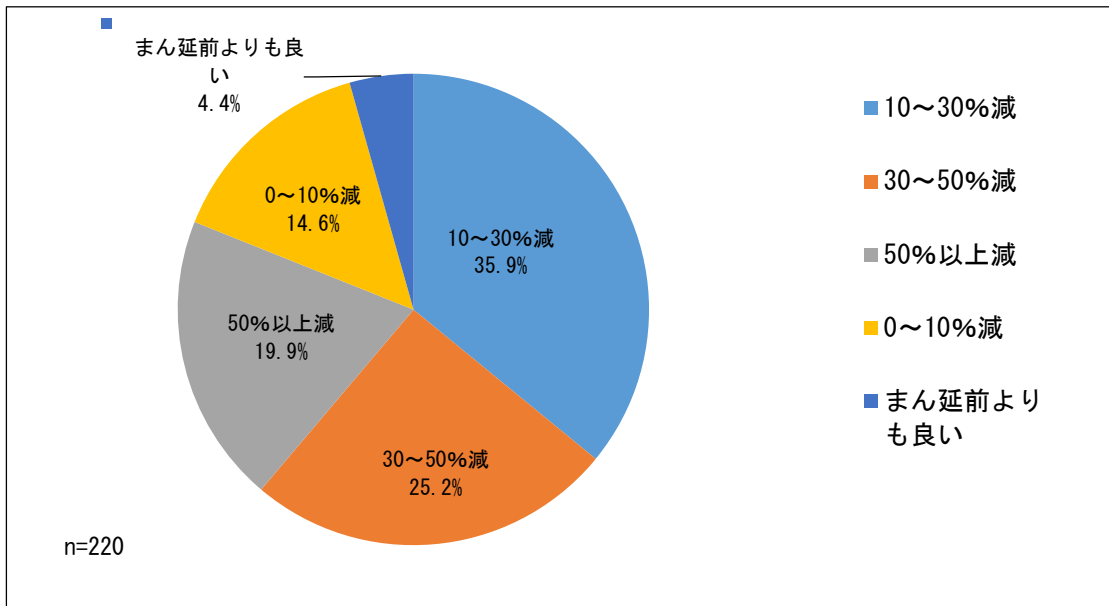
図表 2 5 売上高への影響 (令和 4 年 6 月時点)



問 2 6 貴店舗では、新型コロナウイルス感染症のまん延により、令和元年(2019年)10月1日と比べて来店者数にどの程度影響が生じていますか？

新型コロナウイルス感染症のまん延による来店者数への影響をみると、「10～30%減」が35.9%で最も多く、次いで「30～50%減」が25.2%、「50%以上減」が19.9%となっています。

図表 2 6 来店客数への影響 (令和 4 年 6 月時点)

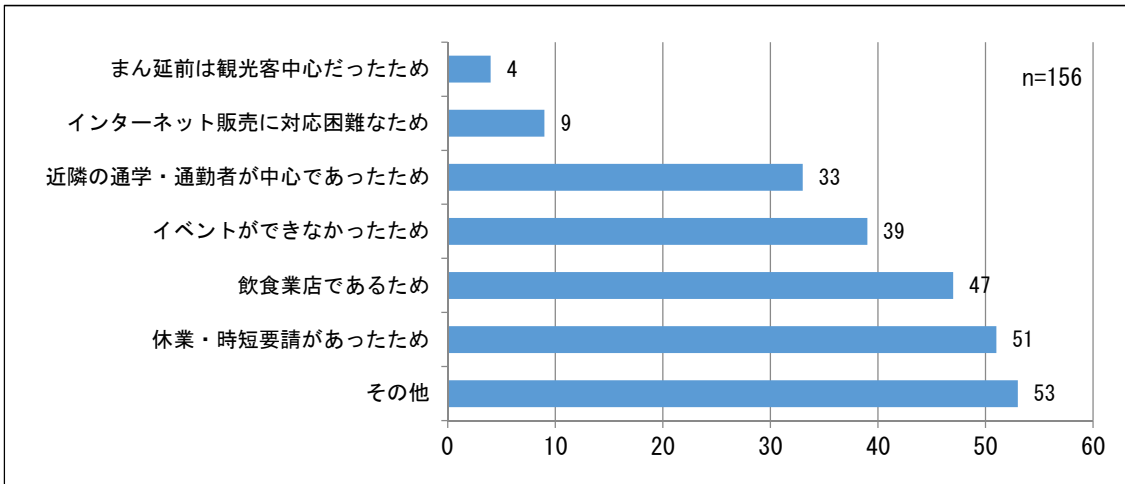


※問25, 26で「1. 非常に大きな影響がある」「2. 影響がある」「3. 多少影響がある」と回答した方

問27 新型コロナウイルス感染症の影響が生じた理由として当てはまるものは何ですか？

新型コロナウイルス感染症の影響が生じた理由をみると、「休業・時短要請」が51件で最も多く、次いで「飲食業店であるため」が47件、「イベントができなかったため」が39件となっています。

図表27 新型コロナの影響が生じた理由（令和4年6月時点）



【その他】

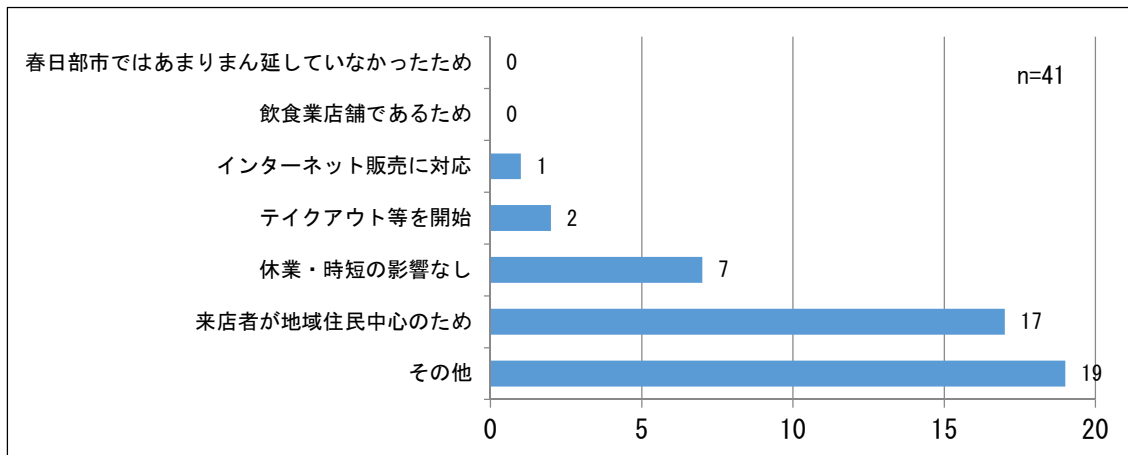
- ・カットの周期がのびたため
- ・飲食店に商品を納品できなかった為
- ・高齢者から若い人に買物客がかわった
- ・リモートの普及
- ・外出規制
- ・受注減、物件数の減少
- ・時短営業した（自主的、要請はなし）
- ・接客がむずかしい
- ・入院、死亡
- ・コロナ患者か見わけがむずかしい
- ・宴会等、多人数の集まりが出来ない事
- ・酒類の提供が出来ない事
- ・院内感染リスクの不安での受診抑制
- ・水商売関係の仕事が激減
- ・高齢者や家族連れといった客層の外食機会の減少
- ・主な顧客が団体・夜間飲食宴会であった為
- ・工期の延長
- ・材料流通の滞り
- ・対面や訪問打合せの延期
- ・仕事に行っていない人が多かった
- ・進物が出なくなった
- ・対面業のため
- ・理容業の為、うつるのではとの影響の為か？
- ・輸出が落ち込んだ
- ・予約制の導入
- ・取引先が休業・時短のため
- ・取引先が減少した為
- ・引越すの方が激減した
- ・旅行、サークル、結婚式のためのおしゃれが減少
- ・高齢の方が多いため、電話で呼ばれるようになった

※問25, 26で「4. ほとんど影響はない」「5. むしろまん延前よりも良くなっている」と回答した方

問28 新型コロナウイルス感染症の影響が生じなかった理由として当てはまるものは何ですか？

新型コロナウイルス感染症の影響が生じなかった理由をみると、「来店者が地域住民中心のため」が17件で最も多く、次いで「時短・休業の影響なし」が7件、「テイクアウト等を開始」が2件となっています。

図表28 新型コロナの影響が生じなかった理由（令和4年6月時点）



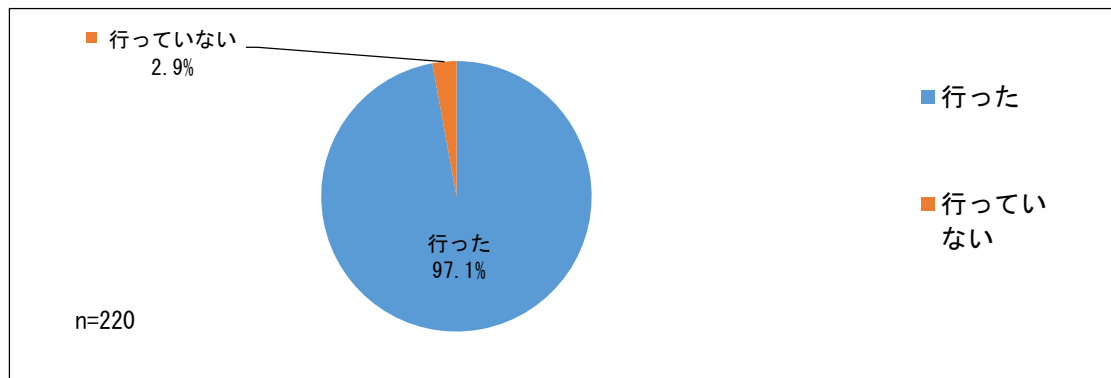
【その他】

- ・動物の生命に直結する業種の為
- ・SNSなどで、コロナ対策がしっかりしている店と広まったため
- ・コロナで一時的に客数が減ったが、供給減少により在庫が売れるようになった
- ・業種的に ・R4.6.1はほとんど新型コロナの影響が無くもとにもどっている
- ・比較的インフラに近い業種のため ・残存企業であるため
- ・国、県、市からの援助金や融資、そして、プレミアム商品券等で助かりました
- ・ホームベーカリー店だが、セルフではなく、対面販売である為か
- ・健康意識が高まっているため ・コロナまん延の2020年8月開店の為
- ・老人ホーム入居者人数に減少無く、食事を提供しない日はないため
- ・店舗が広く密にならない為 ・在宅時間の増加に伴う家具購入の増加
- ・近くの方だけの駐車場なので（小さな月極ですの）

問 2 9 貴店舗では新型コロナウイルス感染症対策を行いましたか？

新型コロナウイルス感染症対策実施の有無をみると、「行った」が 97.1%、「行っていない」が 2.9%となりました。

図表 2 9 新型コロナウイルス感染症対策実施の有無（令和 4 年 6 月時点）

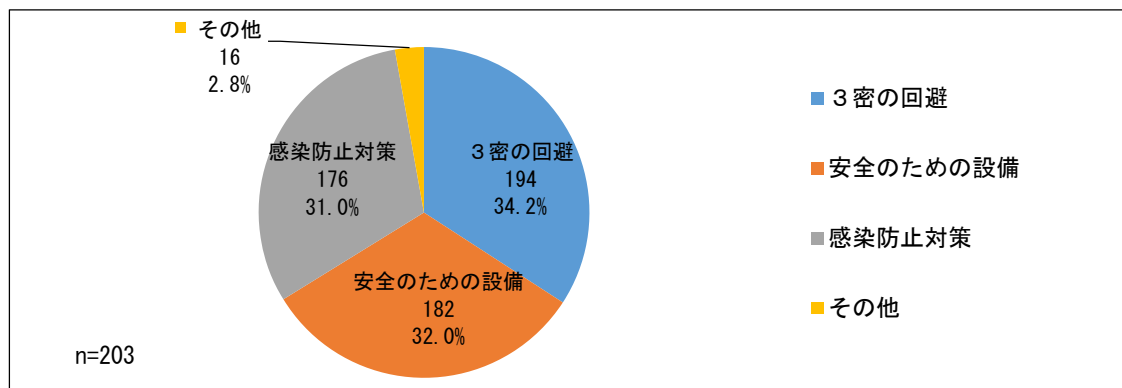


※問 2 9 で「1. 行った」と回答した方

問 3 0 具体的にどのような対策を行いましたか？

新型コロナウイルス感染症対策の具体的な内容をみると、「3密の回避」が 34.2%、「安全のための設備」が 32%となりました。

図表 3 0 具体的な新型コロナ対策（令和 4 年 6 月時点）



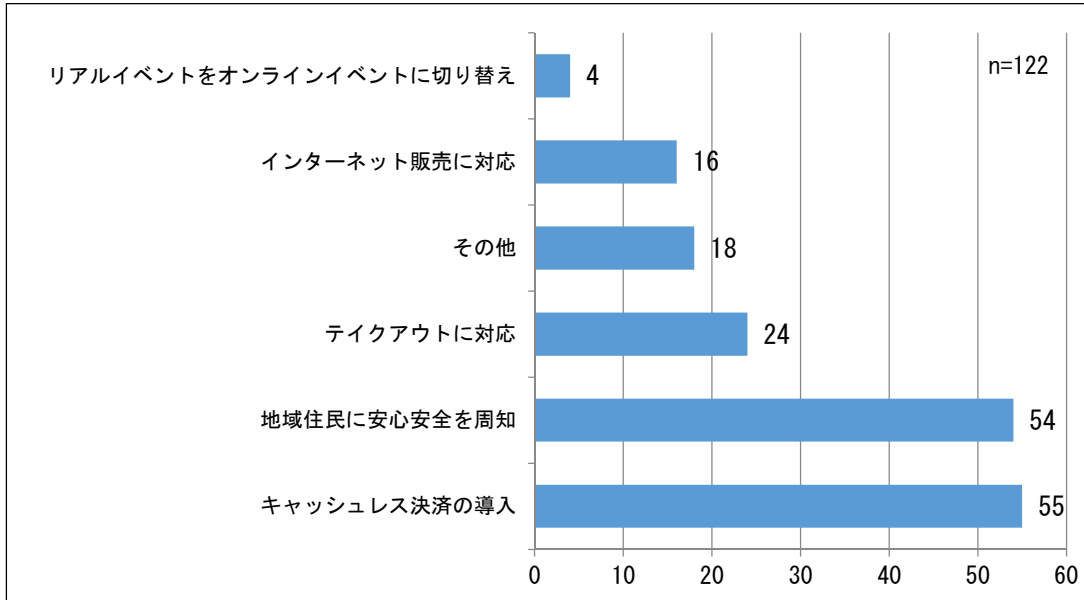
【その他】

- ・出来ることは全てやりました
- ・共有物の使い捨て化
- ・入口にくつうら消毒、消毒スプレー
- ・完全予約制に変更（密を避けるため）
- ・すべてにおいてエタノール 80 の消毒を使いイスなどにしています
- ・入口付近に洗面台を設置し、来店客に手洗いを徹底した
- ・空間清浄機を導入した
- ・換気
- ・テラス席を設置した
- ・営業日の縮小
- ・にぎやかになってしまう団体様への呼びかけ
- ・来店数をきめて入店してもらった
- ・接客にお茶を出していたのを止めた
- ・レジにビニールシートで仕切りを設ける
- ・その時間 1 組のみの接客
- ・共同で使用するものの消毒（店内カゴ、ドアノブ、タブレット端末、電話機等）

問3 1 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響をふまえて、新しい生活様式に対応するために、貴店舗において新たに取組んだことはありますか？

新しい生活様式に対応するために新たに取組んだことをみると、「キャッシュレス決済の導入」が55件、「安心安全を周知」が54件、「テイクアウトに対応」が24件となりました。

図表3 1 新型コロナ対策で新たに取組んだこと（令和4年6月時点）



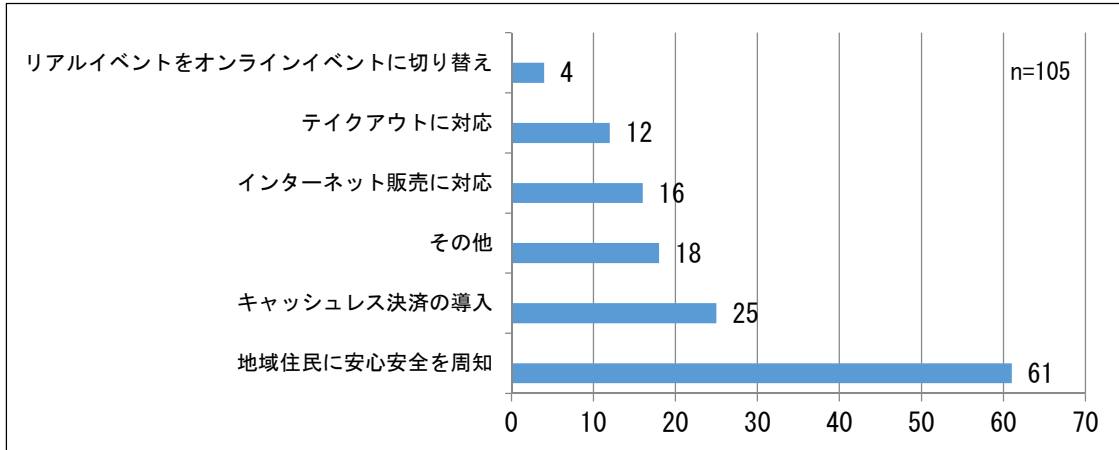
【その他】

- ・医療機関の為、お互いに手洗い・うがいをした ・安全に治療した
- ・消毒2~3回など ・人数制限を行った ・消毒、換気の徹底を行った
- ・空間清浄機を導入 ・テラス席を設置 ・ネット広告等 ・イベント中止
- ・休業にて対応した ・特にありません ・換気
- ・手の消毒、お客様どうし接触しないように予約をしていただく

問3 2 今後のウイズコロナ・アフターコロナの時代に貴店舗で新たに取り組むことはありますか？

ウイズコロナ・アフターコロナの時代に新たに取り組むことをみると、「安心安全を周知」が61件、「キャッシュレス決済の導入」が25件、「インターネット販売に対応」が16件となりました。

図表3 2 今後新たに取り組むこと（令和4年6月時点）



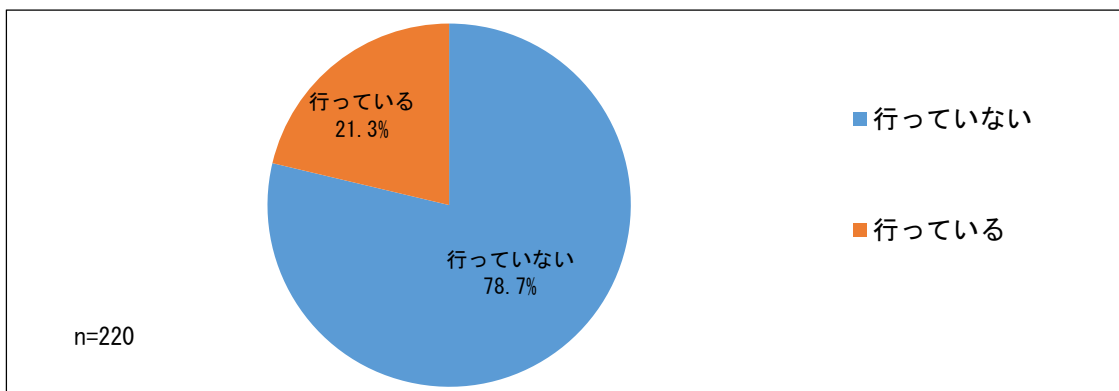
【その他】

- ・ 今後も安心・安全にとりくむ
- ・ 消毒、換気の徹底
- ・ 予約を重視
- ・ 接触を最小限にして治療した（待合室の個々の時間を短くするよう努力した）
- ・ すべてに対してエタノール 80（エキ）で消毒するのみです。（電気体温計使用）
- ・ 継続
- ・ コロナの流行時には休業する
- ・ 商品の高級化
- ・ 業種転換
- ・ 現状で頑張る
- ・ 自動販売機等の活用
- ・ 1日の来客人数の限定化

問3 3 店舗でデジタル化の推進は行っていますか？

デジタル化の推進についてみると、「行っていない」が78.7%、「行っている」が21.3%となりました。

図表3 3 デジタル化の推進（令和4年6月時点）



※問33で「1. 行っている」と回答した方

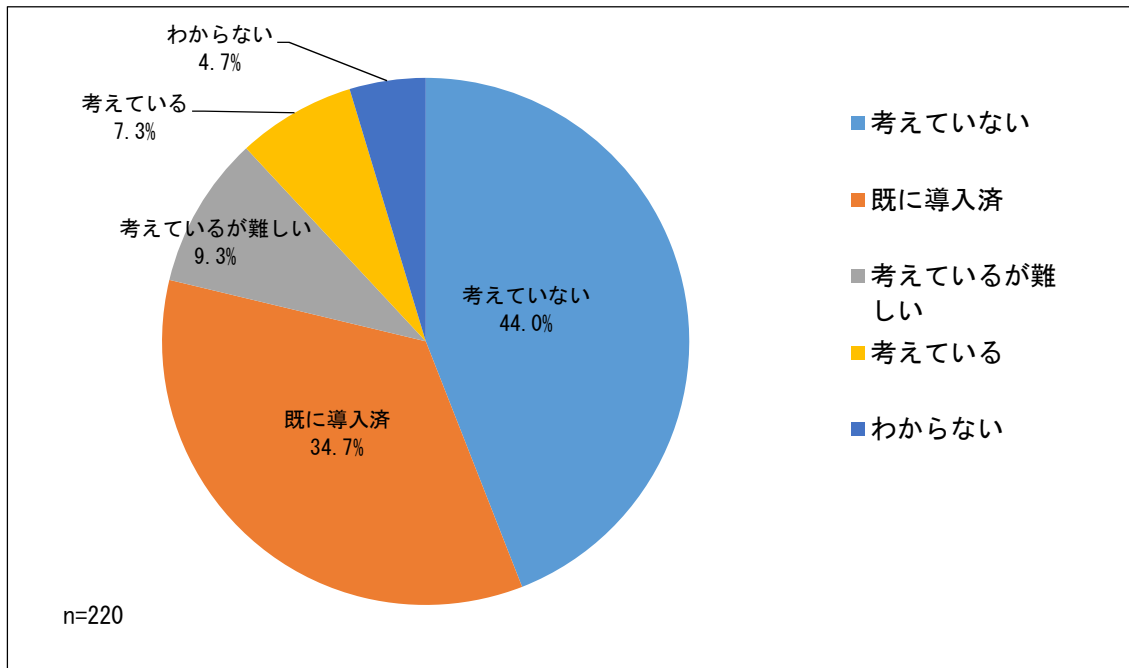
問34 具体的にどのような取組を行っていますか？

- ・キャッシュレス導入 ・ネット相談 ・POS レジの導入 ・セルフレジ ・エアレジ管理 ・広告等を通信化
- ・マイクロソフト・チームズ導入による情報共有 ・AI 発注 ・LPWA の推進 ・Instagram の活用
- ・ネットバンクの活用 ・サロンのアプリを作り予約しやすくした ・紙書類をデータ書類に
- ・PC ソフトを IT 導入補助金で ・レジスターを JAN コード読取式にし、時短をはかる
- ・勤怠システムの導入検討 ・電動体温計を客ごとに使用 ・UberEatas や出前館の活用
- ・オーダーシステム ・オンラインでの注文・販売 ・連携クラウドシステム導入検討
- ・経理システム データの紙から PC への入力作業（データベース化） ・カタログのネット販売等
- ・インターネットで営業時間がみられる ・来店数を減らすためにウェブ手続きを増やした
- ・HP と Google 上での予定共有 ・専用アプリの配信により商品訴求やオンライン決済に対応
- ・インターネットを取り入れた 顧客、取引先との連絡手段 ・キントン（ソフト）による見積等の合理化
- ・会議（仕入や役員会等）をリモートで実施しています… ・IT 化できるものはどんどん取り組んでいる
- ・ペーパーレスに伴い、タブレット端末の導入

問35 店舗で電子商品券や電子マネーなどのキャッシュレス決済の導入を考えていますか？

キャッシュレス決済導入の意向についてみると、「考えていない」が44.0%、「既に導入済」が34.7%、「考えているが難しい」が9.3%となりました。

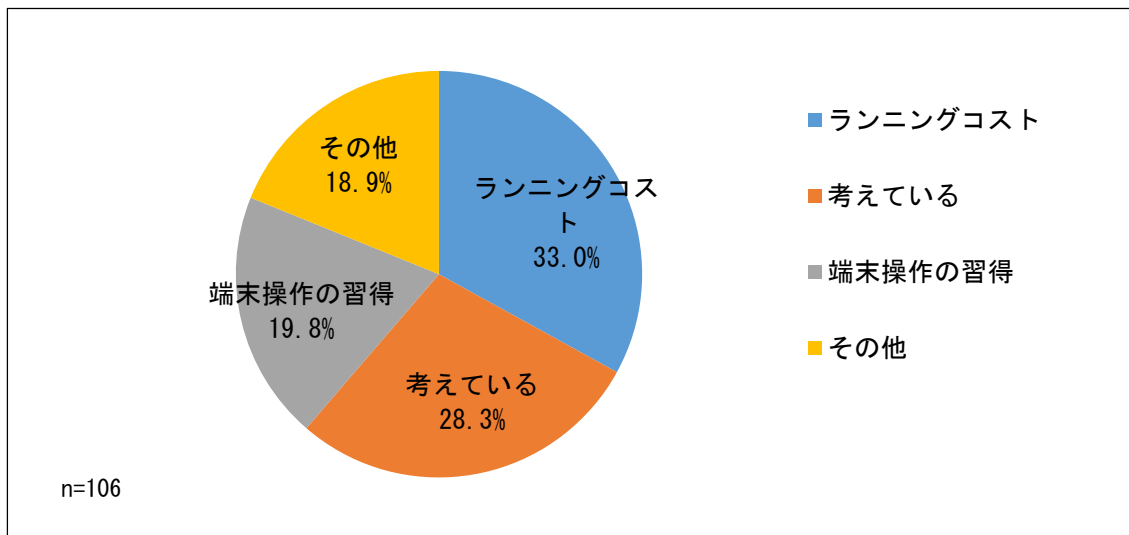
図表35 キャッシュレス決済導入の意向



問36 キャッシュレス決済を導入していない理由は何ですか？

キャッシュレス決済を導入していない理由をみると、「ランニングコスト」が33%、「考えている」が28.3%、「端末操作の習得」が19.8%となりました。

図表36 キャッシュレス決済を導入していない理由



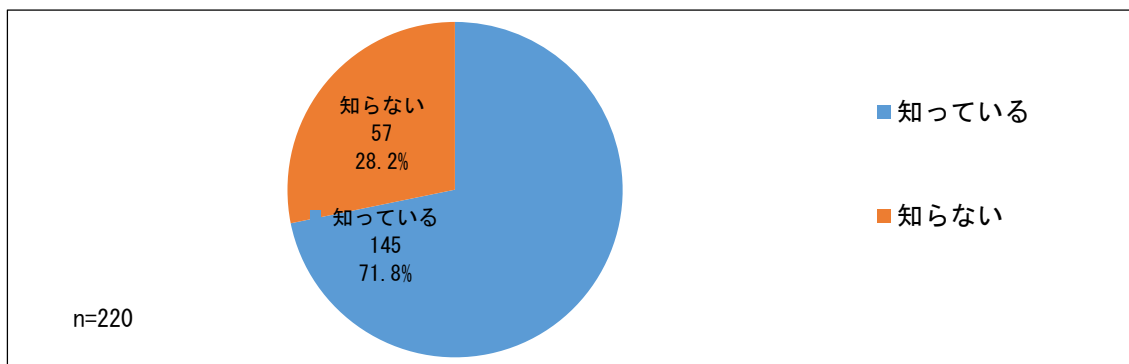
【その他】

- ・今さら出来ません
- ・デジタルかんきょうがない
- ・業種的に難しい
- ・客の要望がない
- ・手間がかかる
- ・必要がないため
- ・来客数が少ない
- ・現金仕入の為
- ・建設業の為
- ・一部高齢化の為、操作ができないことが想定される
- ・売掛
- ・いつまで仕事をできるか
- ・1,2,3すべて

問37 SDGsを知っていますか？

SDGsの認知についてみると、「知っている」が71.8%、「知らない」が28.2%となりました。

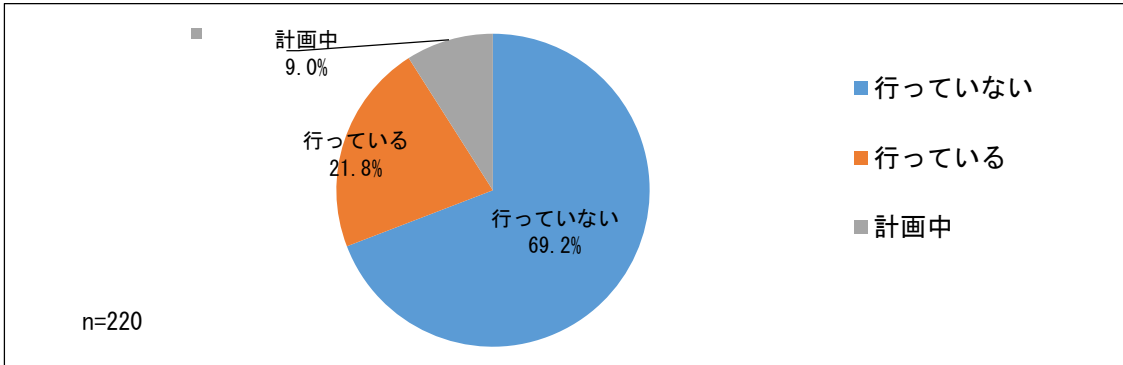
図表37 SDGsについて



問38 店舗においてSDGsを意識した取組を行っていますか？

SDGsを意識した取組についてみると、「行っていない」が69.2%、「行っている」が21.8%、「計画中」が9.0%となりました。

図表38 SDGsを意識した取組



問39 具体的にどのような取組を行っていますか？計画中の方は、どのような計画ですか？

- ・紙袋、ギフト用BOXの有料化 ・洗剤等の見直し ・電気のみダ使い削減 ・紙や工事材料の再利用
- ・テイクアウトの袋をなるべく使わないようにする ・仕入品の入れ物のリサイクル ・使用材料のみダをはぶく
- ・お客様に極力エコバッグの使用をすすめる ・ごみの削減や水質汚染をしない取組
- ・10年前からサステナブルコーヒーを使用している ・プラスチック容器からバガスの容器へ移行
- ・持ち帰り容器を紙製のものになっている ・フードロス削減 ・金融教育 ・アイドリングSTOP
- ・コーヒー豆のカスを利用し、脱臭剤やコンポストを作っている。 ・エアコンの温度 ・下取りリサイクル
- ・新事業として農業を始めた（農福連携）（福利厚生） ・太陽光発電の設置 ・雇用（障がい者）
- ・EV車を使用 ・クールビズ等 ・資源を大切に！ ・ペットボトル再生（ペットボトルの完全循環）
- ・これからです。社員と勉強会を開催していきたい ・研修動画を従業員が視聴しております
- ・ミライかけはしプロジェクトの取組み（地球温暖化や食糧問題に取り組む） ・廃棄物をなるべく出さない
- ・商品の宅配用に一度使用した箱・紙を再利用している。（外パッケージとして） ・廃品の有効化
- ・持ち帰り用のわりばしやスプーンの削減 ・ガソリンの消費を抑える ・包装の簡素化
- ・保健、教育、ジェンダー、不平等に対する取組みを広める ・省エネ家電への買替推奨
- ・ディーセント・ワーク（働きがいのある人間らしい仕事）を推進する ・つめかえ容器のパック化
- ・扱う商品を化学繊維から自然のもの（天然物）に変化し、リフォーム（仕立て直し）、リサイクル
- ・働きがいも経済成長も ・建物の強じん化をして長寿命化を提案 ・地産地消 ・子ども食堂
- ・他店に当社SDGsプランの提案をし始めた ・野菜など地元の農家さんから買う
- ・文書、書類（事務）等のペーパーレス化 ・SDGsへの取組を行っているメーカーからの仕入れ
- ・SDGsへの取組を行っているメーカーからの仕入れ ・プラスチック製買物袋の削減

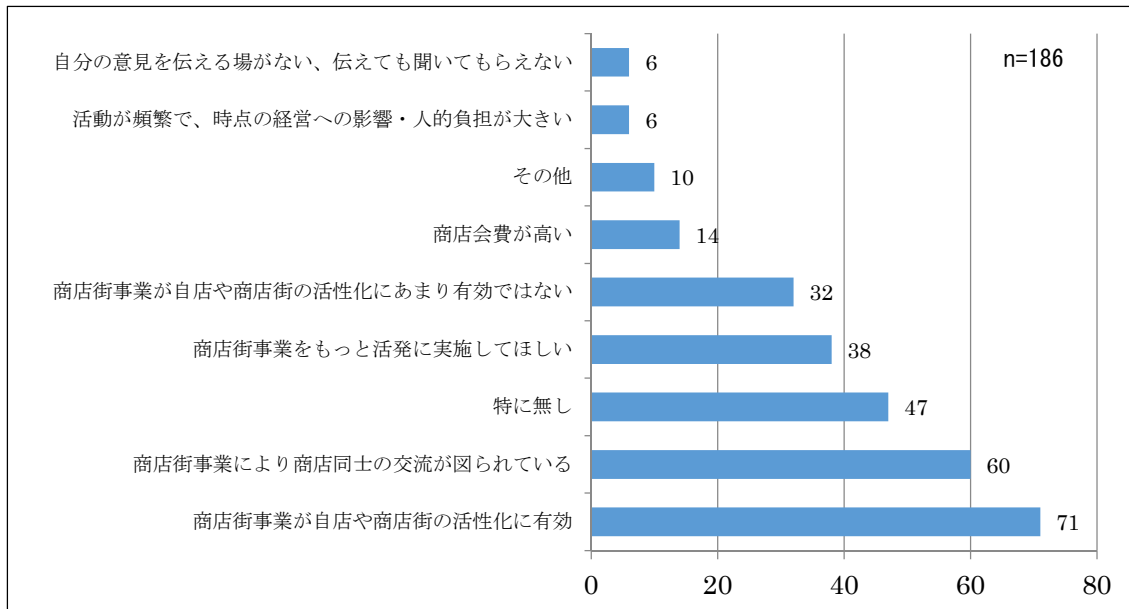
問40 商店街で実施してもらいたい事業は？また、やりたいことは？

- ・テナントを貸し出してほしい。シャッター街なら、いつまでたっても活性化しない。貸し出さない大家さんが多いとウワサになっている。 ・空店舗への積極的なテナント誘致 ・季節に合わせた集客イベント
- ・春日部をたくさんの方に知ってもらい取りくみ ・スタンプラリー ・個人的にはハワイアンにしたい!!
- ・共同駐車場の設置、運営 ・駐車場の整備（有料でも安ければ可） ・地域住民へ貢献、
- ・商業環境整備の働きかけ（電線地中化、広告規制） ・活気のある商店がほしいです ・駅前の活気
- ・福引など集客や地域の方のよこぶ事をやりたい！ ・発酵分解トイレの導入（有事の備え含む）
- ・私の所属している〇〇商店会は、高齢の事業主が多く、後継者もいないので、やる気がありません。他の企画力のある商店会と合併してもらいたいです。 ・粕壁はデパートがない。買いものする物が無い。
- ・メイン通りの道路拡幅、整備等 ・道が狭いのに交通量が多いから車を規制してほしい。
- ・高級品、便利なものが西口で買えないので、期間限定で物産展をイベントにすることによって集客し、地元のものも活性化につながるようにする。 ・今まで行ったイベント等がまたできる様になると良い ・新しい店舗の誘致
- ・春日部をPRできるような大規模なイベントを行って欲しい ・キャッシュレス決済 ・街のコンセプトの統一化
- ・世代交代、意識改革 ・各商店などの紹介などの通信新聞 ・プレミアム付商品券 ・地球温暖化の取組み
- ・会員の皆さんが協力をする事ですネ ・ご当地アイドルやインフルエンサーの活用 ・地域活性化のイベント
- ・春日部市共通の商店街ポイントカード発行してもらいたい。現在のカードでは地域に限られるためメリットが少なく、利用価値が少ない。 ・おしゃれなカフェ ・街のイベントに参加できるような対策を考えてほしい。
- ・商工会議所は、近代協や東商連や商店会の観光協会ほかのリーダーになってもらいたい。統一した事業を。
- ・地元アイドルを作る ・クレヨンしんちゃんだけでなく 地域の方に店舗を知ってもらえるような企画
- ・イルミネーションの継続 ・高齢なので現状維持 ・警察官の取締り強化の禁止（一方通行等）
- ・若い世代が興味を持ち、SNS等を使って多くの人に認知してもらえるようなイベントや写真を撮るスポット等
- ・個店で出来ない集客事業（例：エイサーまつりやブロンズ通りフェスティバル等）を定期的に行い、個店（会員）の仕事地域にPR、もっと紹介して欲しい ・商店会のみなさんが参加したイベント ・大きな企画
- ・健康を促進する ・笑顔のため ・高齢者が多いので事業をするには大変だ！
- ・自治会活動への支援 ・南栄町の川沿いでの桜祭り ・商業協同組合企画に全員が乗れるようにする。
- ・「クレヨンしんちゃん」関連のイベント ・「聖地スポット」イベント ・チラシ特売 ・空き店舗対策
- ・旧日光街道の空店舗の解消 各商店を紹介するホームページの作成 ・共同売出し ・共同イベント
- ・もっともっといろんなお店が出店してお店どうし活気のある商店街になってほしい。まだまだ店舗数が少ないと思います ・祭り等のイベントでの出店など ・クリーンデー ・フリーマーケット
- ・商店街が住民の交流の場にならなければいけないかな…買物だけならスーパーには勝てない
- ・商店街という枠にはまらない活動やイベント近隣の商店街と手を携えることも必要だと感じています
- ・マスクの撤廃運動、素顔を取り戻す
- ・コロナ禍なので現状維持 商店街にあるお店をすべて伝える事で商店街でできることを訴求してほしい
- ・商店街の一体感 まず商店会員（入会してない個店）になってもらう、武里東口商店会で4名くらい入会予定

問 4 1 商店街、商店会連合会に対して現在感じていることは？

商店街、商店会連合会に対して現在感じていることについてみると、「商店街事業が自店や商店街の活性化に有効」が 71 件、「商店街事業により商店同士の交流が図られている」が 60 件となりました。

図表 4 1 商店街、商店会連合会に対して現在感じていること



【その他】

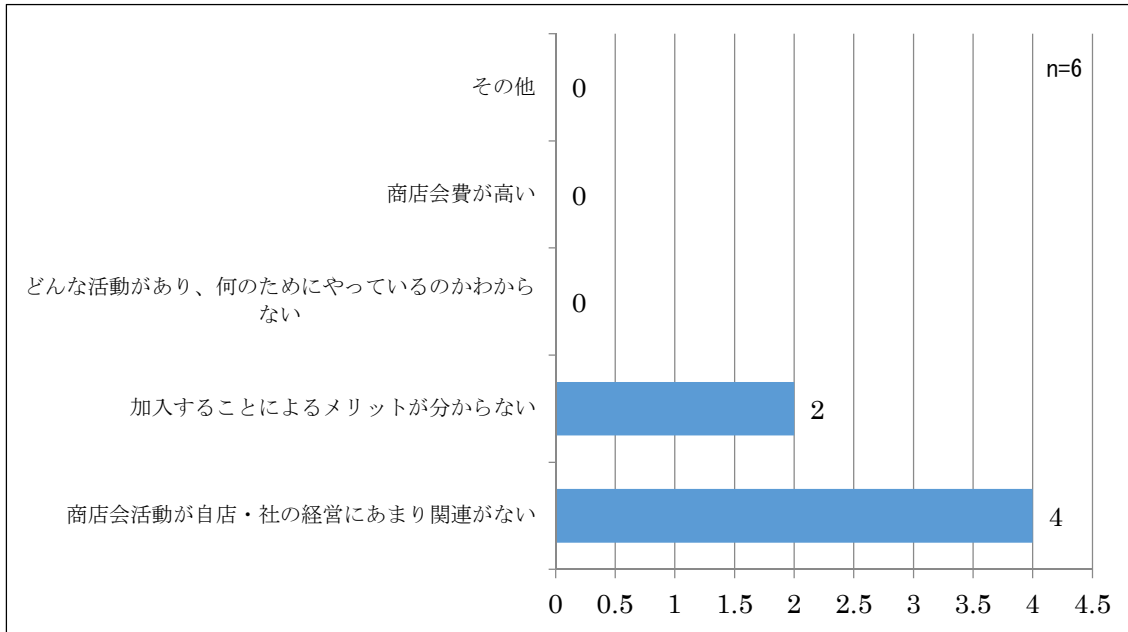
- ・むかしは、イベント（もちつき）などしたそうだが、現在は何もないのでさびしい
- ・イベント出店情報などが伝達されていないことがある
- ・昔ながらのおつきあいで加入してます。・コロナのため活動が見えない
- ・代変わりした時にも参加しやすくしてほしい
- ・大型の営業時間短縮にて商店会が活性化されると思う
- ・消費者が商店街に何を求めているか、個店に何を必要としているのかを自ら考え、他の人の意見を聴き、よき交流の場にしていける商店会（連合会）にしたい。
- ・時が流れているのみ。「変化が欲しい」 ・連合の柔軟さが無い
- ・商店が閉店してほとんどない ・業種的に商店街は関係ない

※商店街に加入していない方

問 4 2 商店街に加入しない理由は？

商店街に加入しない理由についてみると、「商店会活動が自店・社の経営にあまり関連がない」が 4 件、「加入によるメリットがわからない」が 2 件となりました。

図表 4 2 商店街に加入していない理由

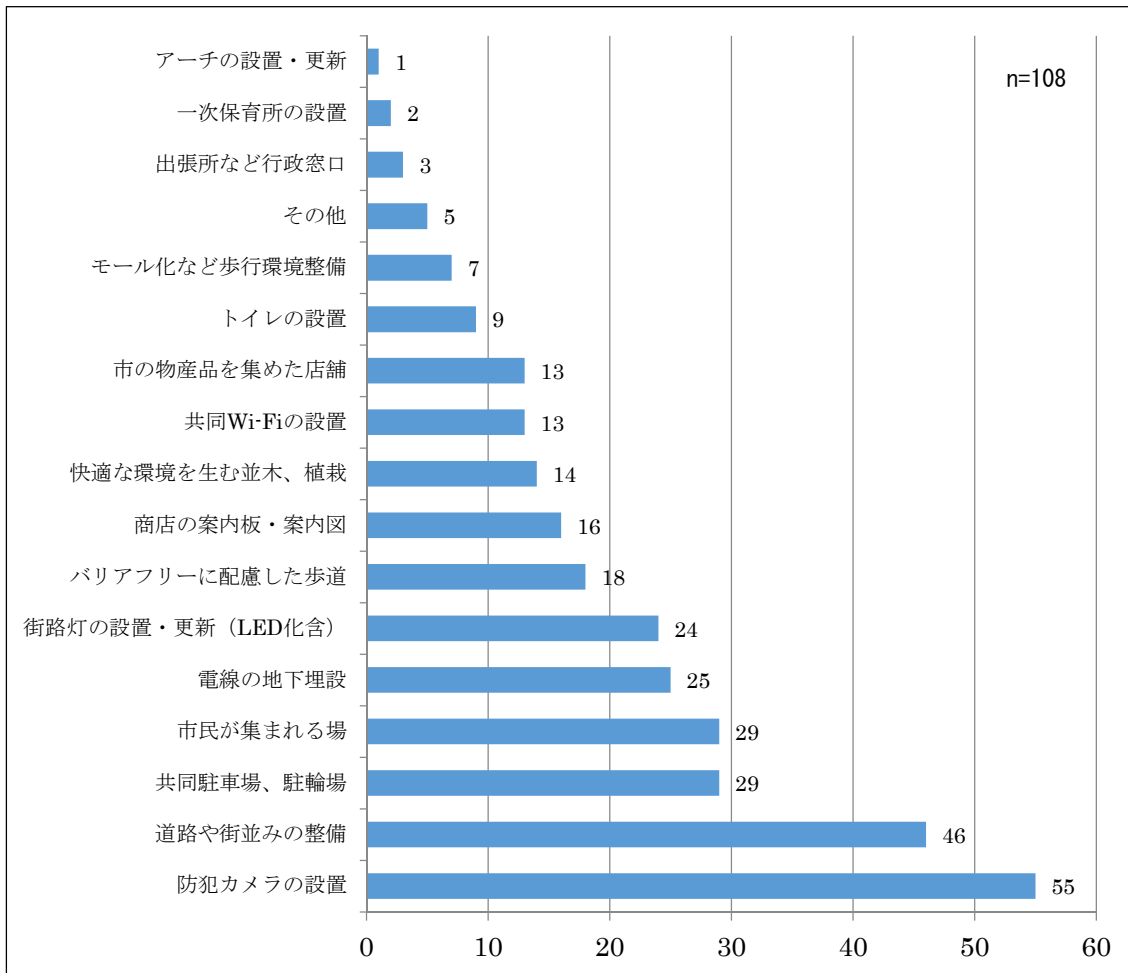


※商店街に加入していない方

問 4 3 これからの商店街に期待することについて
(1) ハード面として期待することは？

これからの商店街にハード面で期待することについてみると、「防犯カメラの設置」が 55 件と最も多く、次いで「道路や街並みの整備」が 46 件、「共同駐車場、駐輪場」及び「市民が集まれる場」が 29 件となりました。

図表 4 3 (1) これからの商店街に期待すること (ハード面)



【その他】

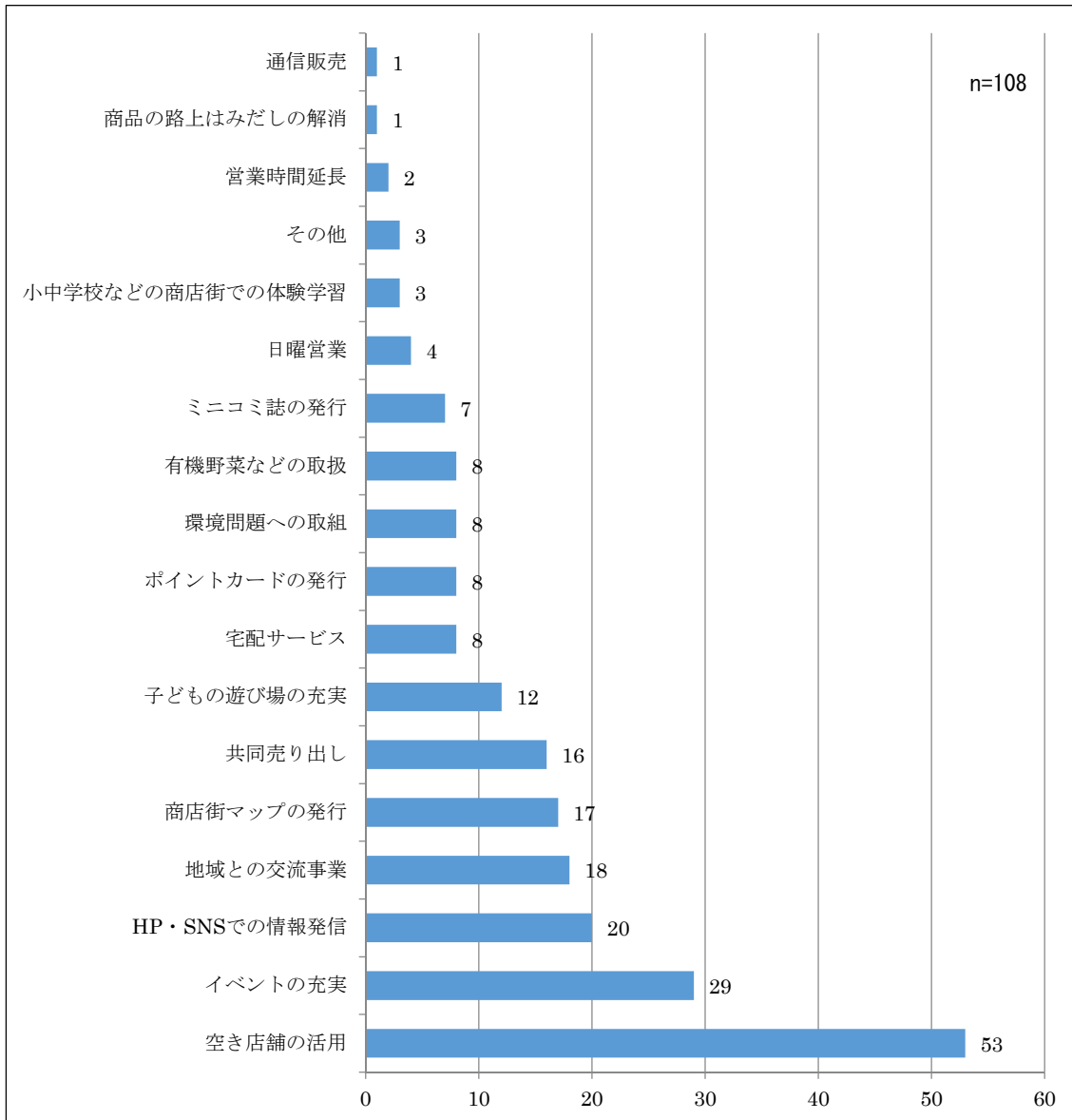
- ・お店の活性化(数など)
- ・ベンチ
- ・ヤシの木
- ・会之堀川をふさいでその上を駐車場にする
- ・ゴミ捨て場
- ・(駐車場について) 商店街加入店舗で一定額以上購入で〇時間無料にすれば売り上げにつながります

※商店街に加入していない方

問43 これからの商店街に期待することについて
(2) ソフト面として期待することは？

これからの商店街にソフト面で期待することについてみると、「空き店舗の活用」が53件と最も多く、次いで「イベントの充実」が29件、「ホームページ・SNSでの情報発信」が20件となりました。

図表43 (2) これからの商店街に期待すること (ソフト面)



【その他】

- ・キャッシュレス決済
- ・土日の集客強化
- ・特定の不動産業の貸し店舗が多く借り手が怖がっている。そのため治安が悪い

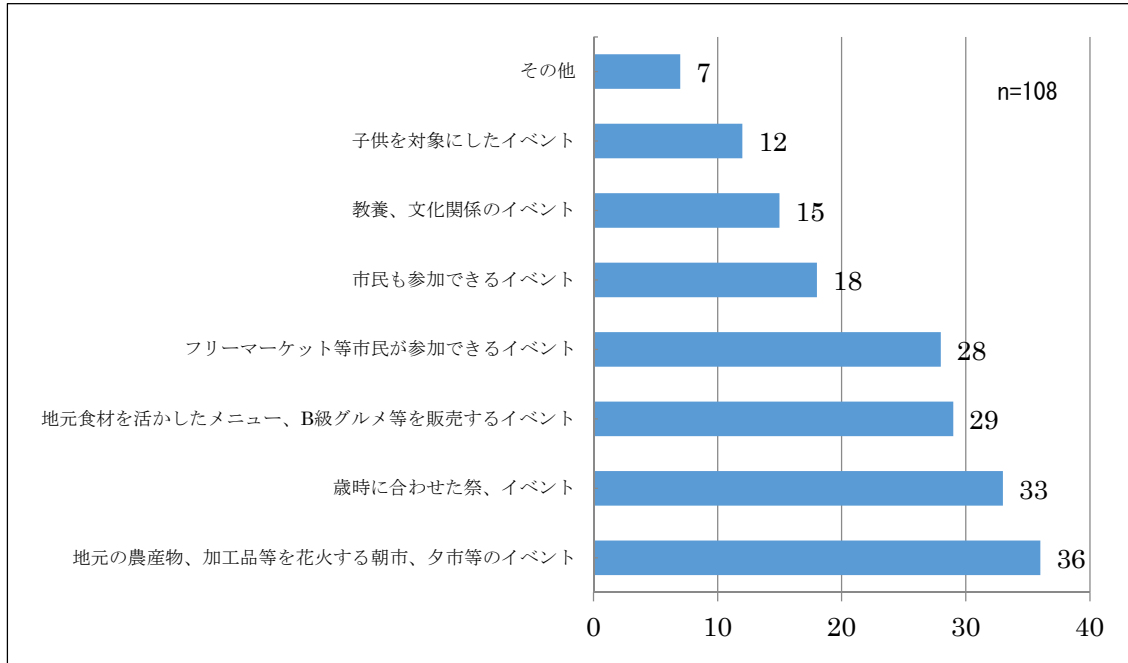
※商店街に加入していない方

問43 これからの商店街に期待することについて

(3) 期待するイベントは？

これからの商店街に期待するイベントについてみると、「地元の農産物等を販売する朝市、夕市等」が36件と最も多く、次いで「歳時に合わせた祭、イベント」が33件、「地元食材を活かしたメニュー等を販売するイベント」が29件となりました。

図表43 (3) 期待するイベント



【その他】

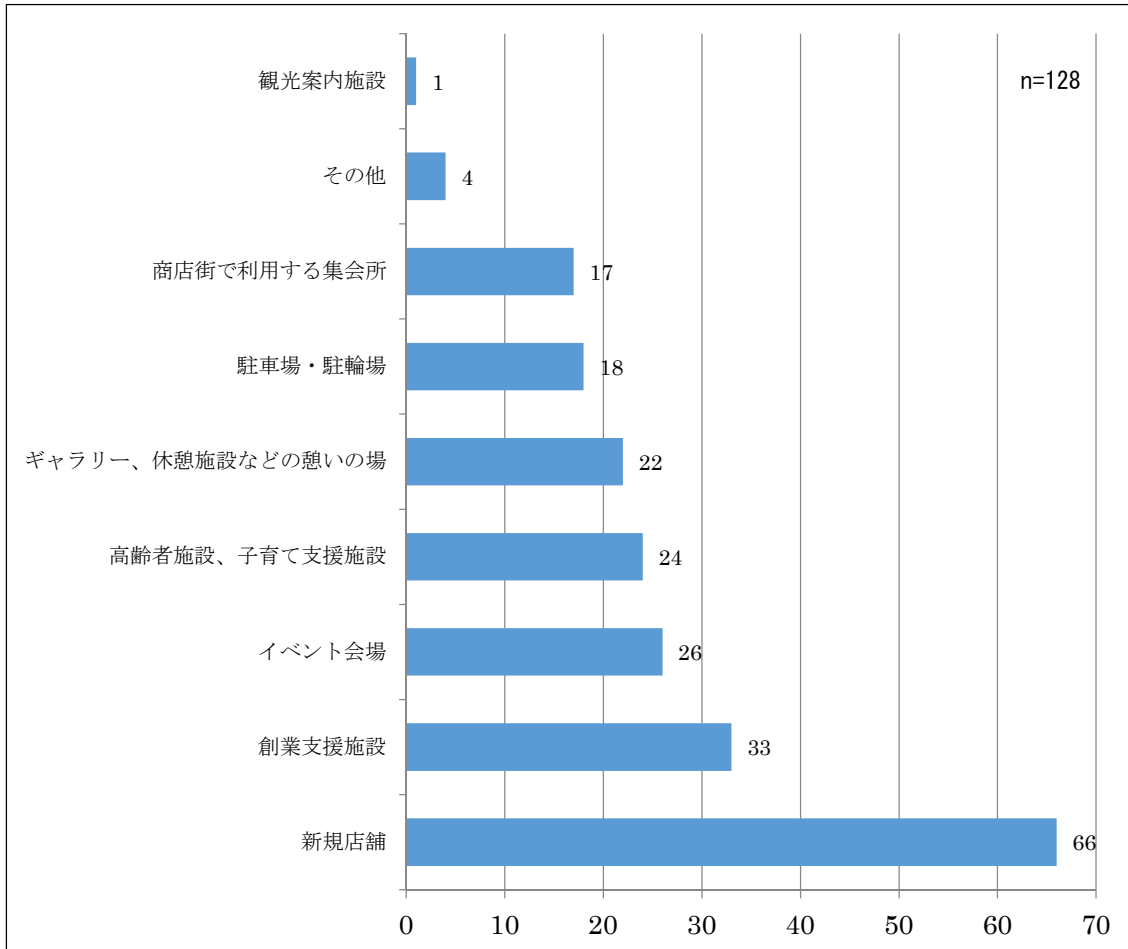
- ・クレヨンしんちゃん春日部イベントを考える←春日部しかできないイベント
- ・プラスの死生観他の普及による終活に対する学び
- ・自治会と商店会で春日部の特産品（麦わら帽、桐材、はご板）をからめたイベント
- ・老人ホームでの移動販売の斡旋

※商店街に加入していない方

問 4 4 あなたが望む商店街の空き店舗の活用方法は？

希望する商店街の空き店舗の活用方法についてみると、「新規店舗」が 66 件と最も多く、次いで「創業支援施設」が 33 件、「イベント会場」が 26 件となりました。

図表 4 4 空き店舗の活用方法



【その他】

- ・若い者（高校生・大学生）に格安で提供して新しいアイデアを出してもらおう。
- ・店がなくなり家となる！商店街として残してもらいたい

意見1 商店街にどのようなお店があったらいいと思いますか？

・飲食店等（ラーメン屋、定食屋、和食屋、スイーツ、ファーストフード、昼間のランチ店、レストラン、カフェ、ハーゲンダッツ、有名飲食店、サブウェイ、スターバックス、ゆっくり休める茶場（あまいもの）

・小売店（百貨、地域特産物店（駅前）、有機のマルシェ（地元産の）、デパ地下級の食料品店、大型スーパー、魚屋、肉屋、豆腐屋、八百屋、高級スーパー、農家の人が規格に合わない野菜を売れる場所（多くの野菜を廃棄してるため）、オーガニックスーパー、手作り惣菜店、高級チョコレート会社のお店（アイス、チョコレート、クッキー、パン、ラスク、ケーキ）、パン屋さん（安くて美味しい）、花屋、大規模な本屋（カフェが付いている）、ロフト、ソニープラザ、ABC マート、モールテナントの路面店出店（商店街への出店）、共栄大学生がもっと春日部の町中を歩くようなおしゃれな洋服・靴屋さん、日用品店、ちょっとした高級品（食器屋、草花屋）、季節のもの、ファンシーグッズを売る店、音楽（CD/DVD）、下着（生活必需品）、手芸品、グリーンショップ

・その他（フィットネスクラブ、クレヨンしんちゃんのイベント、クレヨンしんちゃんミュージアム、手芸教室、商店街の中に小さな子どもが遊べる場所、子ども（大人）食堂、終活相談所、若い世代をターゲットとしたお店、ビジネスホテル、ショッピングモール、IT化、電子取引等を気軽に相談できる所、空き店舗を使って、期間限定でテナントとして活用→家賃と光熱費を払えば自分のお店を出せるようなお手軽テナントがあったら、挑戦してみたいかも、若い子育て世代が利用しやすいお店、ベビーカーごと入れるお店、交流ができる店、過去のイベントの復活
①匠大塚エントランスで開催されたマルシェ②近隣のパン屋さんを一同に集めて、かすかべ大通りの空き店舗でパンを販売。②のパン屋さんだけでなく、弁当・惣菜屋さんのパターンも考えたい。シェアキッチン（創業者はもちろん、既存店が宣伝やイベント利用できるもの）。飲食店や物販店の間借り店舗、曜日又は時間帯貸しスペースや店舗。麻雀荘、風呂（サウナ）。

・店以外のご意見（商業者への質問が商店経営者に片寄っている。アンケートの内容がトンチンカン。真剣に考えていない。現場を知らなさすぎる。他の都市等の研究必要。古くさい。田舎。閉鎖的。人が集まりやすいどの様なお店とゆうより加入店舗を増やしたい、庄和銀座商店街の中で商売されている経営者の団結心がない。春日部と言えば「これ」と言う物、事（コト）が無いので、アピールが難しい。若い方々がやりたい事をすぐできる環境作り。個人商店 隣店同士のコミュニケーションがない（隣は何をする人ぞ）。各店で少し休める様にイスを外におくのも良いと思います。商店街に行くまでの交通手段となる車、自転車等の置き場がなければ行けないので準備するべき。

意見2 魅力のある商店街にするためのアイデアがあったらご教授願います。

- ・景観の統一（同一カラー、音楽を流すなど）
- ・空き店舗対策、シャッターを閉めている店舗をどうにかしてほしい
- ・駐車場の整備、歩行環境の整備、電線地中化
- ・アーケードがあると嬉しい
- ・30～40代が活用できる店や、若者が集まる店があると良い
- ・パブリックビューイングやディスプレイなどファミリーマートみたいにいっぱい町中にテレビの画面みたいな案内板などを設置してほしい
- ・武里駅前のビルを人が集まるテナントにできるといいと思います
- ・商店街は、1店1店がプロフェッショナルの集まりです。それを全体で活かせる企画をお願いします。ああ…机の上で考えてちゃわからないよ？
- ・商店街と商店街のコラボでより活性化を目指したスタンプラリーなどやってみたい！
- ・川越の商店街を参考にする
- ・雨の日にもカサをささずに買物が出来るいろいろな業種がある商店街があったら沢山人が買物にきますし便利です
- ・うちの商店街では、以前大売出しの際に、会員ではない郵便局さんから好意で大小いろいろな景品を出していただいたのですが、その景品の中から大きい物や良い物をふじちゃん会員の店で優先的に他の店には断りもなく勝手に自分たちの店の景品にしていました。そんな勝手に物事を進める会員の店はどうかと思います。コロナの中、色々な人が触れる三角あたりくじも中止にした方が良いのではないかと伝えましたが、まるっきり無視していました。
- ・家庭菜園付住居の勧め+農業の学べる街作り
- ・商工会や市で、キャッシュレス決済の講義や、全体で統一した決済会社を決めてもらいたい。
- ・駅前にわかりやすい商店会のお知らせや、キャンペーンお店の紹介等あればどういってお店があつてどんなサービスがある等わかりやすい宣伝になると思います。
- ・広報へ人気のお店をのせたり、SNSにて市外に発信 駅前の活性化を早く進める。
- ・大手のイオン、三井などではなく、地元の人が活躍出来る商店街が良いです。又商店街に人を集めるためのアイデアも必要です。やはりご当地アイドルでしょうか
- ・何十年も使われてない自転車置場を高齢者や若者がつどえる緑化にしてほしい。
- ・クレヨンしんちゃんの街として全国から人が呼び込めるようなしんちゃんワールドを誘致してほしい
- ・その場所に行かないと用が足りない場所、施設が必要。個人の力ではどうにもならないところを行政が積極的に計画、立案して欲しい。
- ・各幹線道路沿線の低木植栽への提言（詳細はアンケート用紙 No. 133 参照）
- ・風の盆の誘致
- ・高齢者と小さな学童を結んだ施設 各年齢層、どの年代がきても、楽しめる、必要となる店があれば、家族で行くこともできる。友人どおしも行ける。

- ・飲食店の衛生管理のレベルを春日部で設けて、開店するタイミング（新規オープン）に補助を出せばもっと春日部に良い飲食店が増えるのではないかと。
- ・地元出身の著名人に、何かにつけPRをしてもらい、知名度を上げる、それに呼応して商店街でも魅力ある催しを行っていく、他の有力な商店街を視察し、良い点を探り入れる
- ・大企業でなく個人事業主を大切にしてほしい。
- ・高齢者が増えていく中で、健康管理、栄養指導などお客様と一体となりながらできたら良いかなと思います。
- ・西口駅近くのヨーカドーに向かう細い道路、電柱を撤去し、人々が安全に通行でき、また外観を良くするために行ってほしい。春日部市内で最も利用客数の多い西口、単なる通過点でなく、人々がゆっくり過ごせる街づくりをしてほしい。例えばベンチを置いたり年に数回フリーマーケットを復活など。元大塚家具、草が生え、まわりの店舗までくすんで見えてしまうとの意見を来店客から伺います。大規模なことではなく、現実的に実施できるような事をやってほしい。
- ・西口、東口という意識が強く、まち全体で盛り上がるという感じがしない。商店街ごとに良い取組をしても単発で終わってしまう。連合会は名ばかりで連携をしていないように見えるので、もっとまとまれば良いと思う。
- ・格差社会になりやる気があっても金の無い若者がいます。補助金レベルでは無く無一文でも挑戦できるくらいのぶつとんだ政策があったらおもしろいかと。どっちがもうかるかではなくどっちが楽しいかで判断することは重要だと感じています
- ・魅力ある店舗を誘致することだと思います まず治安を良くする為に春日部警察に協力してもらおう。〇〇を排除する事。
- ・カラオケ大会→全日本オンチ大会（上手な人は沢山いるが逆手をとって）

2. 商店街経営実態調査

※平成29年度と令和4年度で回答数に差があるため、全体における各項目の割合でグラフを作成しています。

※問1は商店街名、問2は代表者名を回答する設問であったため、報告書には記載しません。

1. 商店街の概況

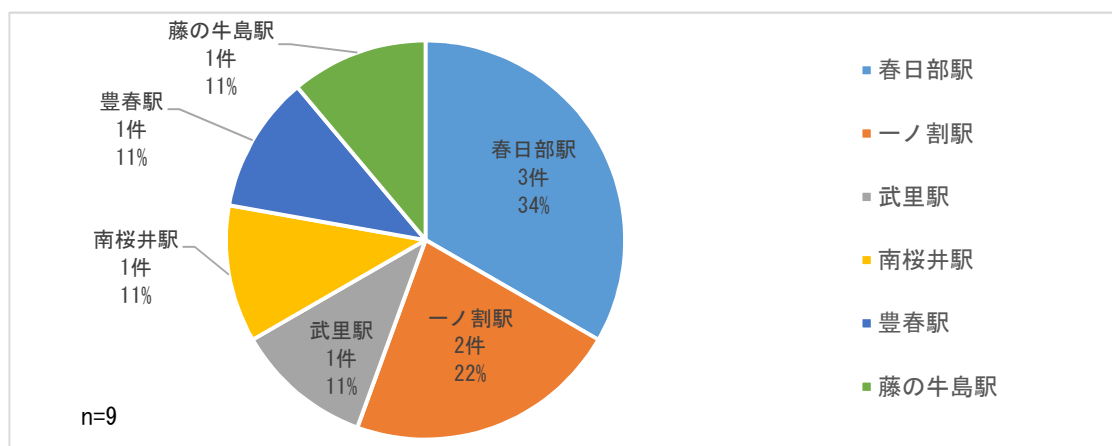
問3 最寄り駅と所要時間について

各商店街の最寄り駅をみると、春日部駅が3件、一ノ割駅が2件、武里駅、南桜井駅、豊春駅、藤野牛島駅がそれぞれ1件となりました。

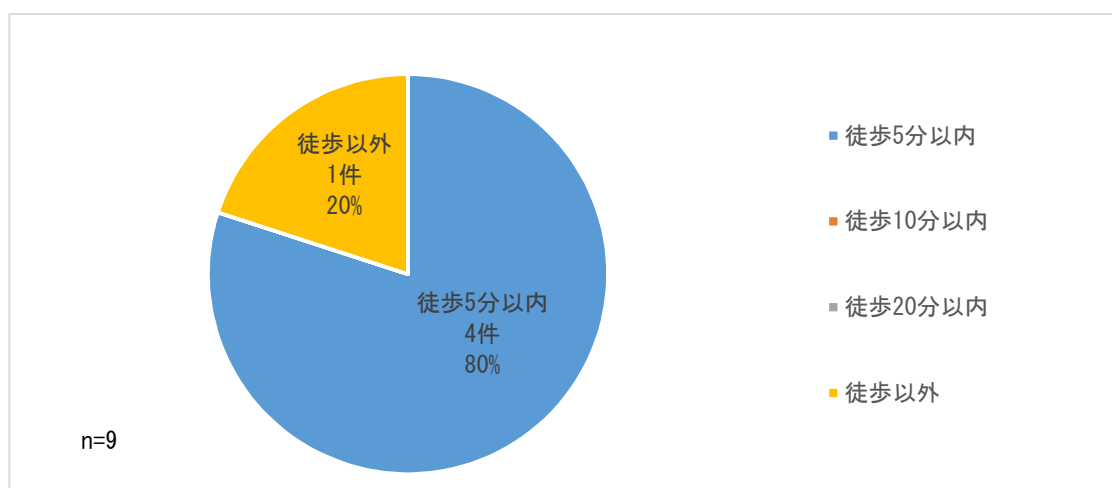
所要時間については、「駅から徒歩5分以内」が4件、「徒歩以外」が1件でした。

※回答した商店街のみ

図表1-3-1 最寄り駅



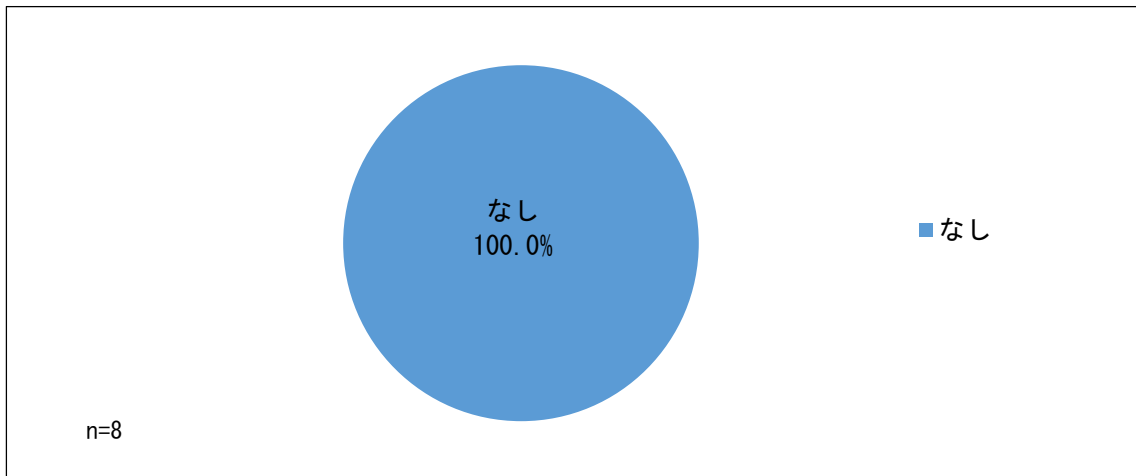
図表1-3-2 所要時間



問4 ホームページ等の有無

商店街のホームページやSNS等については、すべての商店街で「なし」となりました。

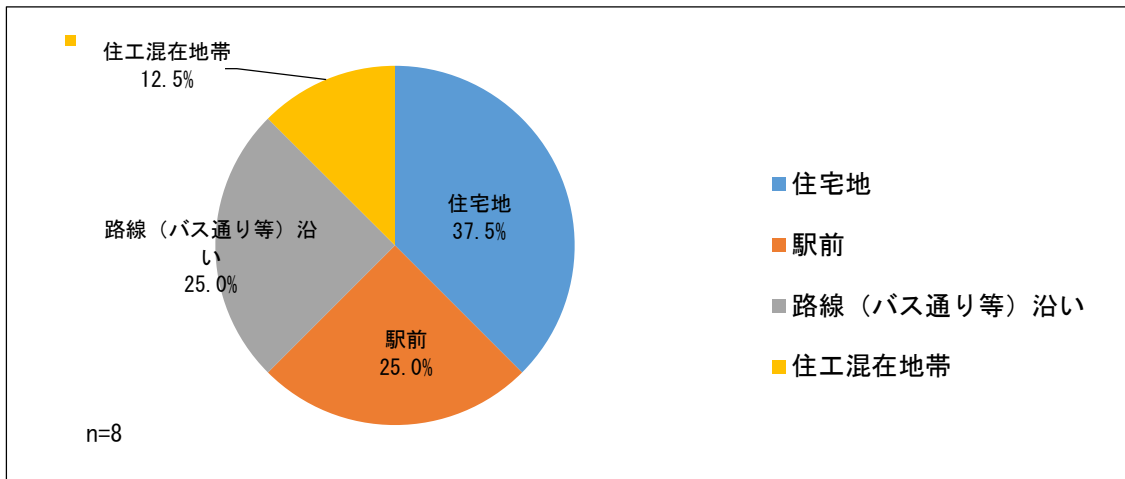
図表1-4 ホームページ等の有無



問5 商店街の立地環境

商店街の立地環境についてみると、「住宅地」が37.5%と一番多く、次いで「駅前」及び「路線沿い」が25%となりました。

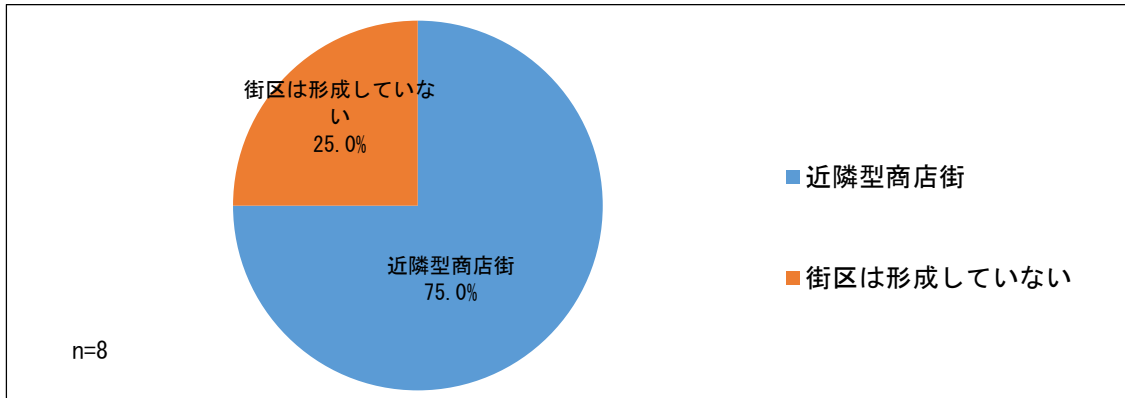
図表1-5 商店街の立地環境



問6 商業集積のタイプ

商業集積のタイプについてみると、「近隣型商店街」が75%と一番多く、次いで「街区は形成していない」が25%となりました。

図表1-6 商業集積のタイプ



問7 商店街の設立時期

商店街の設立時期についてみると、昭和が5件、平成が2件、令和が1年となりました。

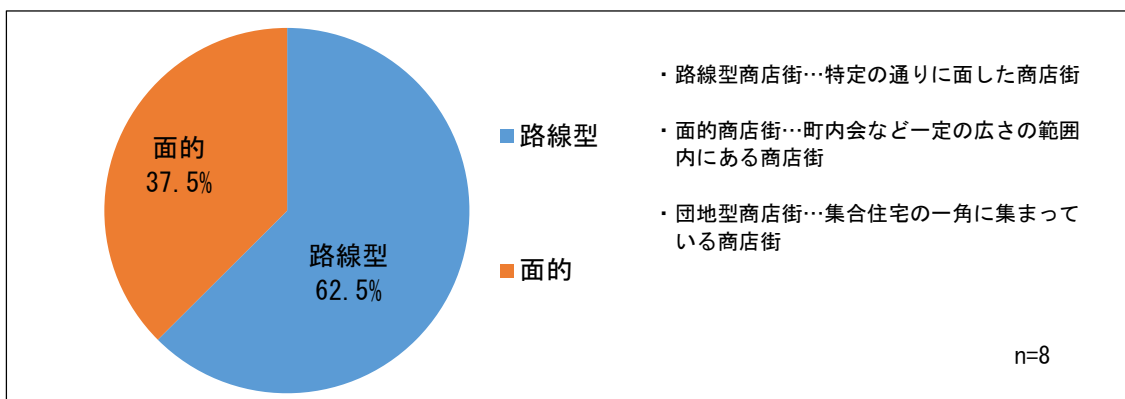
図表1-7 商店街の設立時期

昭和45年	昭和60年	昭和(年不明)	平成8年	平成(年不明)	令和1年	
2件	1件	2件	1件	1件	1件	n=8

問8 商店街の形状

商店街の形状についてみると、路線型が62.5%、面的が37.5%となりました。

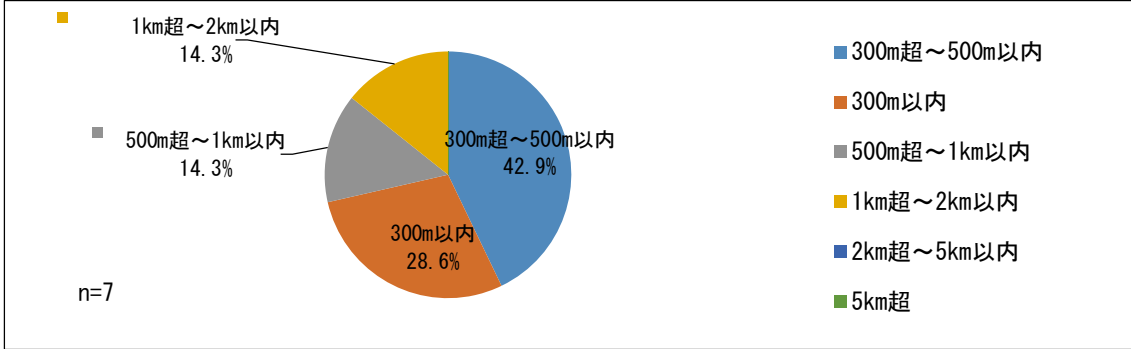
図表1-8 商店街の形状



問 9 商店街区の商圈（中心からの半径）

商店街区の商圈についてみると、「300m超～500m以内」が42.9%、「300m以内」が28.6%、「500m超～1km以内」「1km超～2km以内」が14.3%となっています。

図表 1 - 9 商店街区の商圈



問 1 0 一店舗あたりの年会費（電気代を除く）

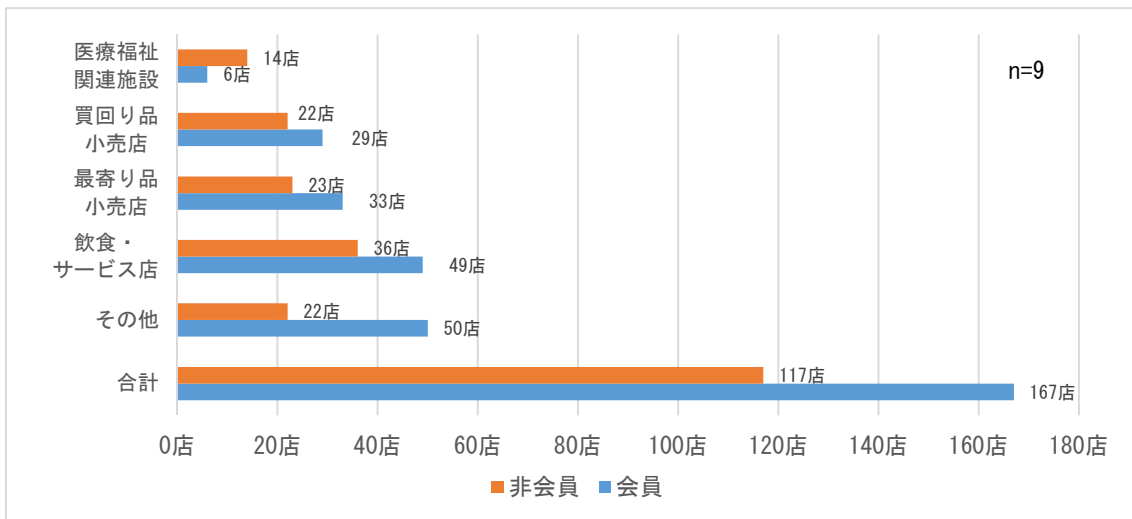
各商店街の年会費の平均は15,363円となりました。

1 店舗あたりの年会費	平均
¥	15,363

問 1 1 業種構成

商店街の業種構成をみると、会員・非会員ともに「飲食・サービス店」が最も多く、次いで「最寄り品小売店」、「買回り品小売店」と続きました。「医療福祉関連施設」は非会員の方が多くなっています。

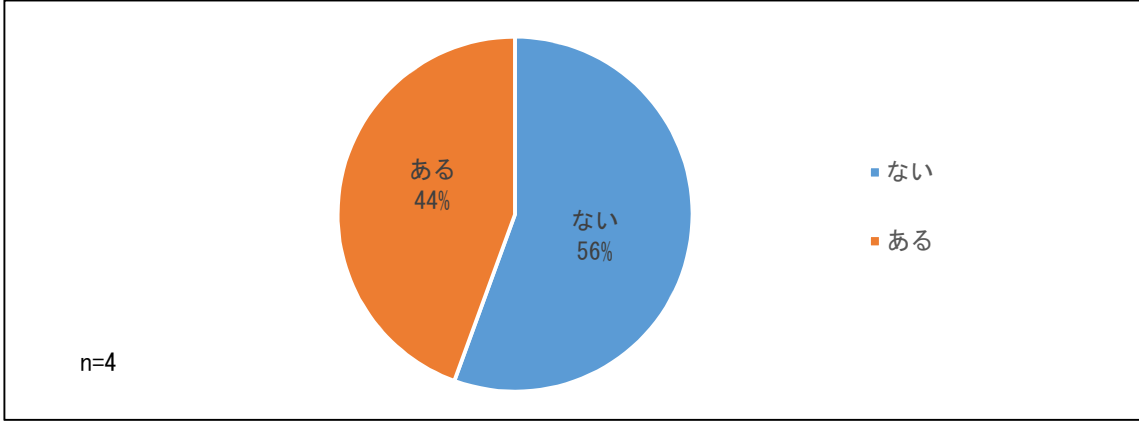
図表 1 - 1 1 業種構成



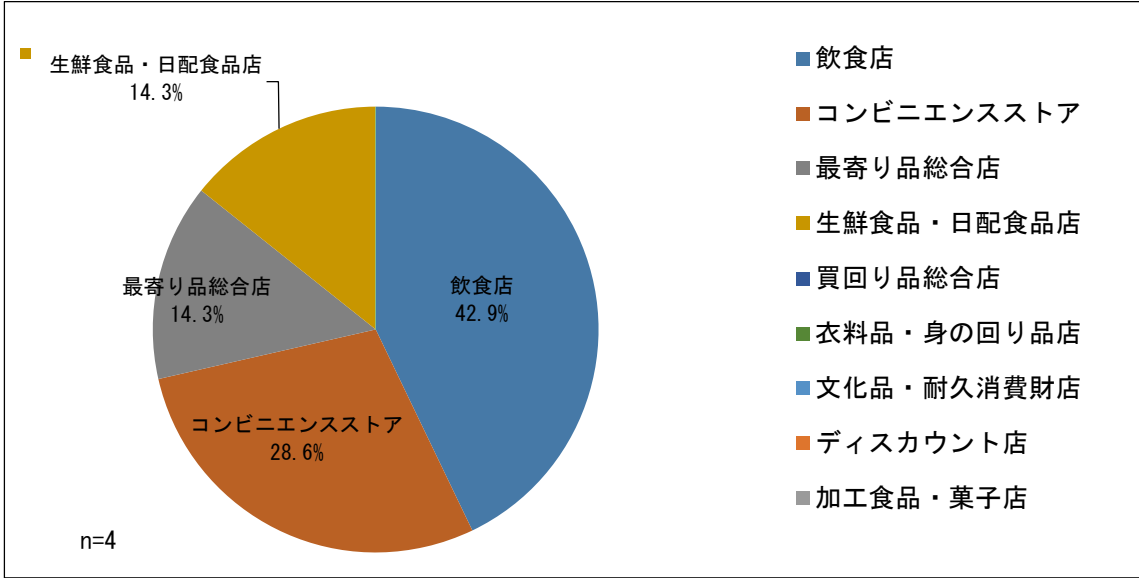
問 1 2 繁盛店といわれる商店の有無

繁盛店の有無については「ない」が 56%、「ある」が 44%となりました。また、業種については「飲食店」が 42.9%と最も多く、次いで「コンビニエンスストア」が 28.6%、「最寄り品総合店」及び「生鮮食品・日配食品店」が 14.3%と続きました。

図表 1 - 1 2 - 1 繁盛店の有無



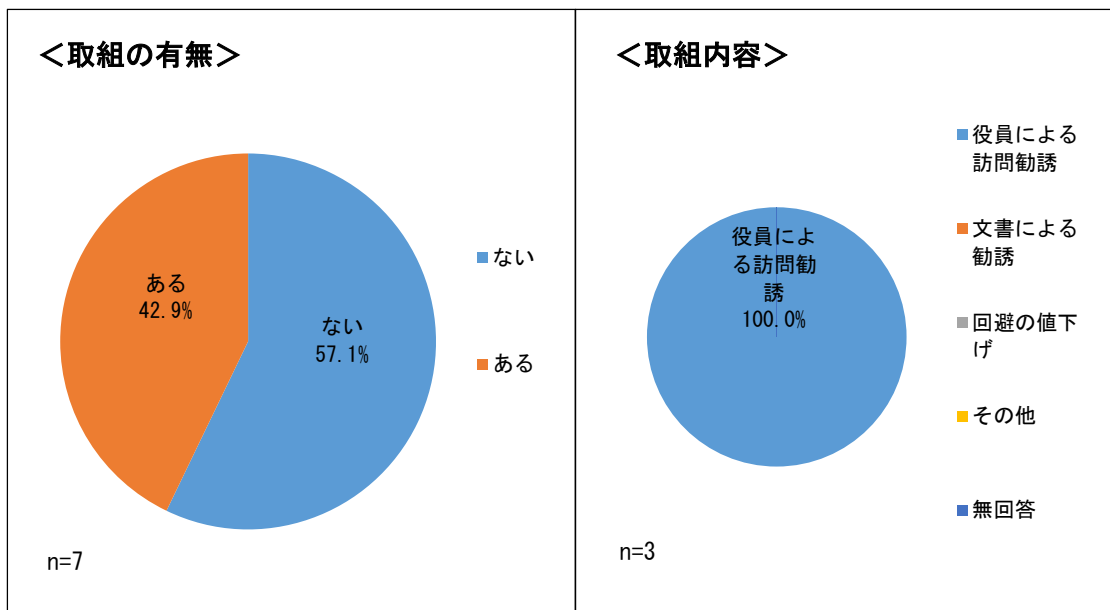
図表 1 - 1 2 - 2 繁盛店の業種内訳



問13 大型店・チェーン店等に対する商店会加入促進の取組の有無

大型店・チェーン店等に対する商店会加入促進の取組の有無については「ない」が57.1%、「ある」が42.9%となりました。また、取組内容については「役員による訪問加入」が100%となりました。

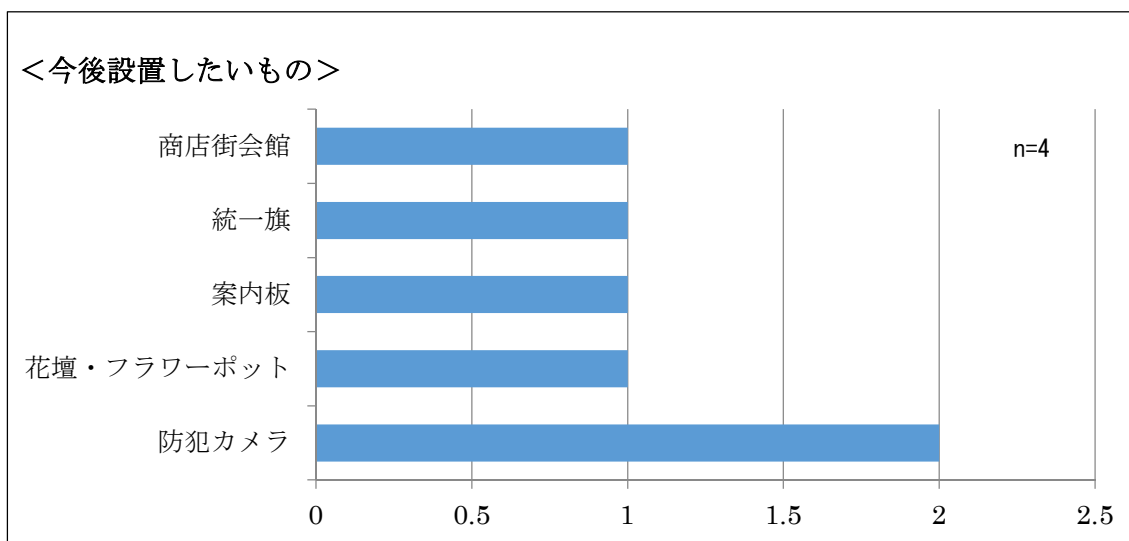
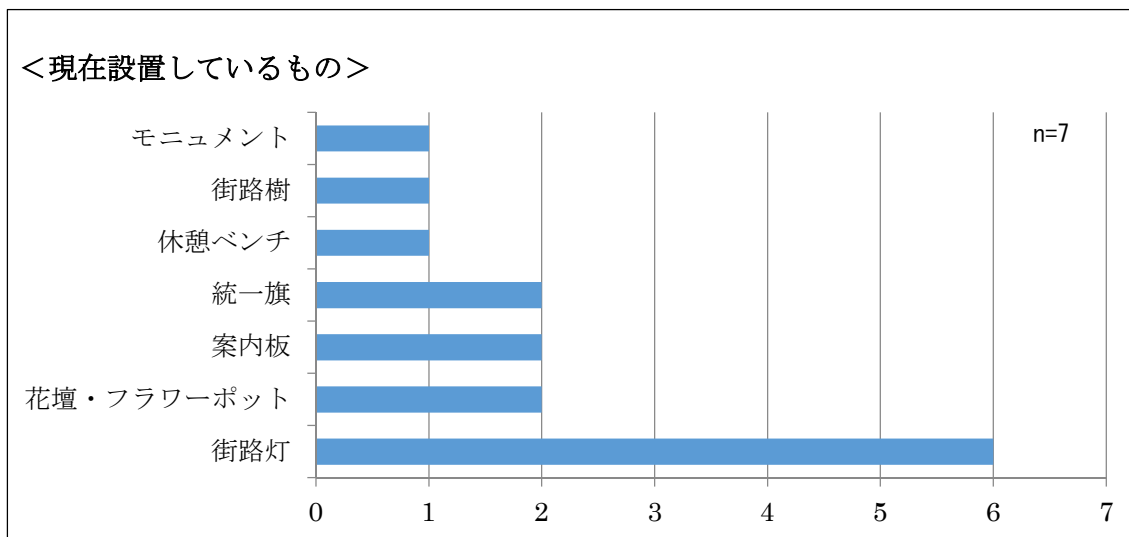
図表1-13 大型店・チェーン店等に対する商店会加入促進の取組の有無



問14 商店街環境整備について

商店街に現在設置しているものについては「街路灯」が6件、「花壇」、「案内板」、「統一旗」が2件ずつとなりました。また、今後設置したいものについては「防犯カメラ」が2件、「花壇」、「案内板」、「統一旗」、「商店街会館」が1件ずつとなりました。

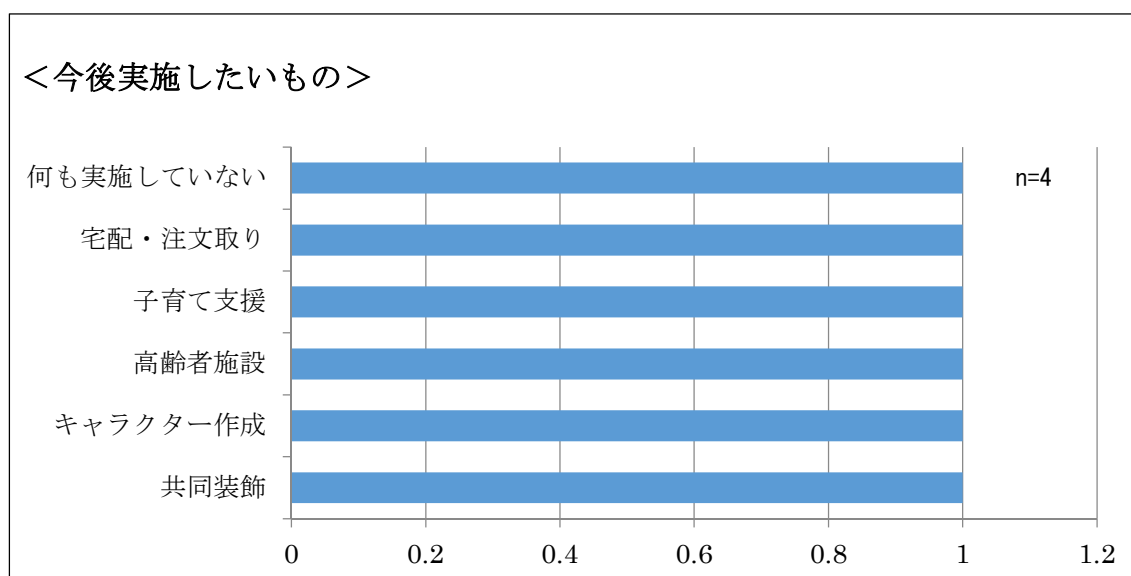
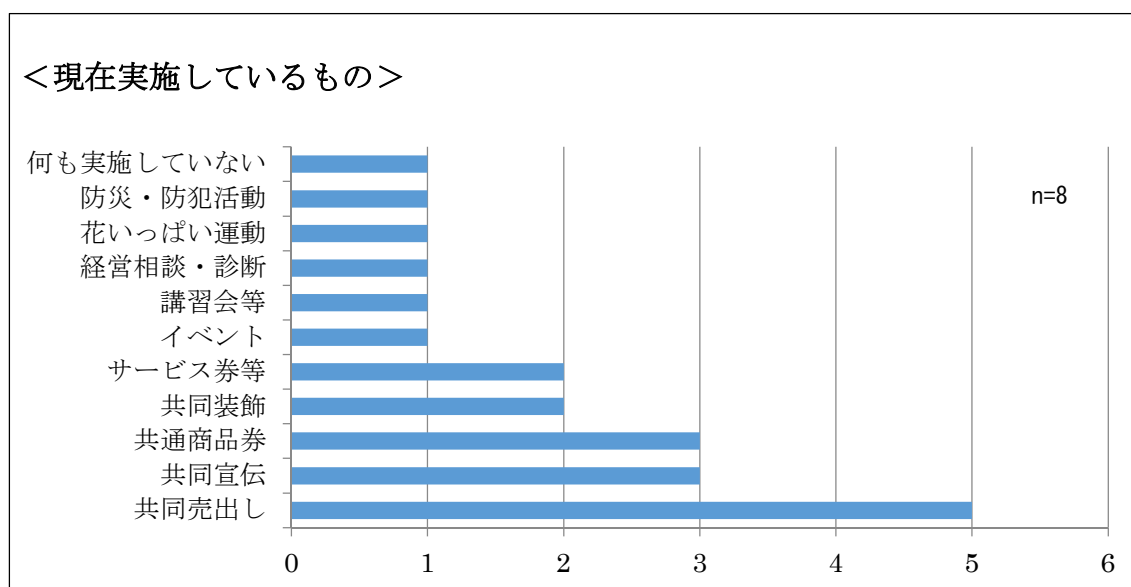
図表1-14 商店街に設置しているもの・設置したいもの



問15 商店街ソフト事業について

商店街現在実施しているソフト事業については「共同売出し」が5件、「共同宣伝」「共通商品券」が3件、「共同装飾」「サービス券等」が2件と続きました。また、今後実施したいものとして「共同装飾」、「キャラクター作成」、「高齢者施設」、「子育て支援施設」、「宅配、注文取り」が1件ずつとなりました。

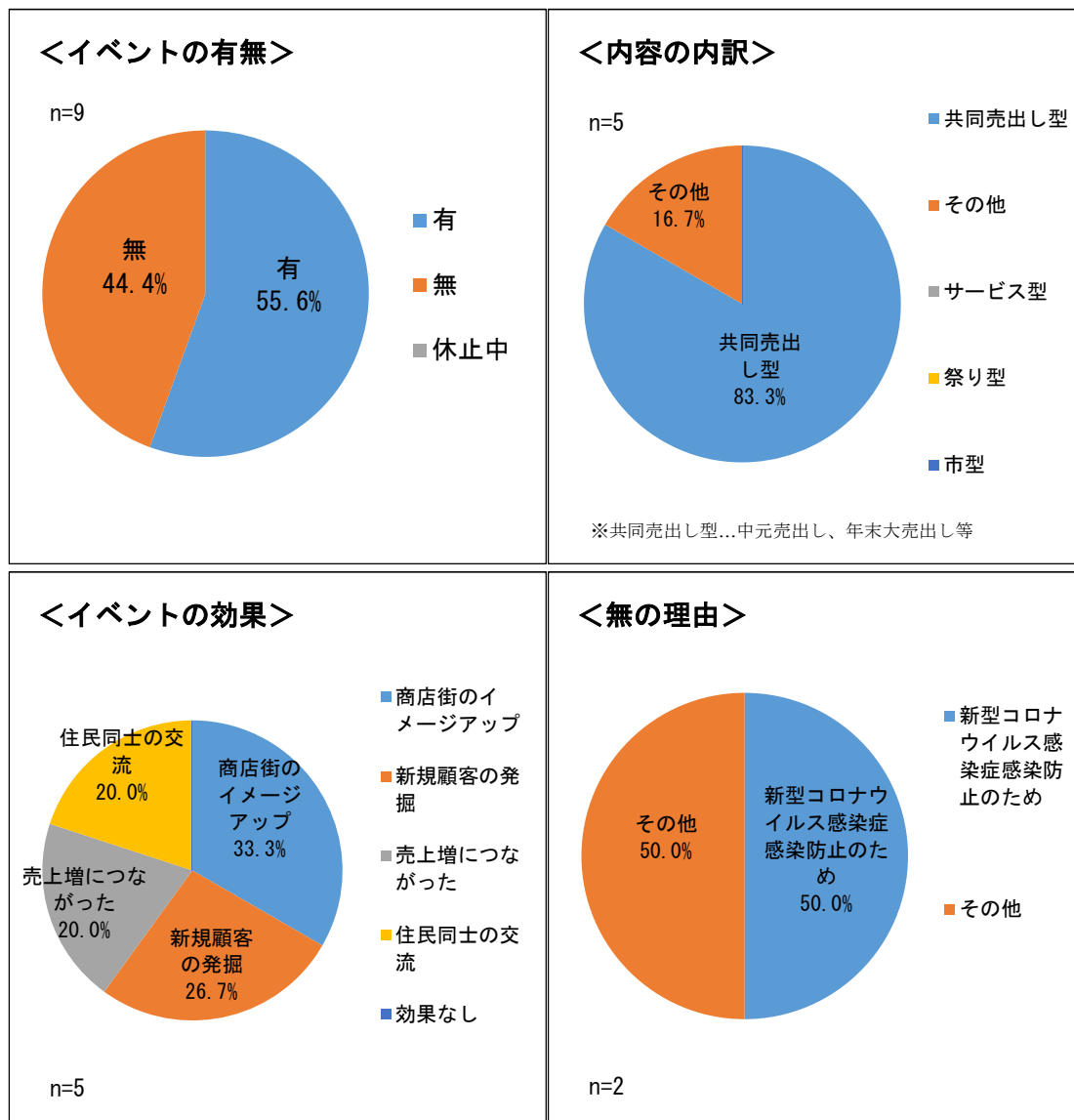
図表1-15 商店街ソフト事業で実施しているもの・実施したいもの



問16 最近1年間のイベントの有無

最近1年間のイベントの有無については、「有」が55.6%、「無」が44.4%となりました。イベント内容は「共同売出し型」が83.3%となっています。また、イベントの効果として、「商店街のイメージアップ」が33.3%、「新規顧客の発掘」が26.7%、「売上増」及び「住民同士の交流」が20%となりました。イベントを行わない理由としては、「新型コロナウイルス感染症感染防止のため」が50%となりました。

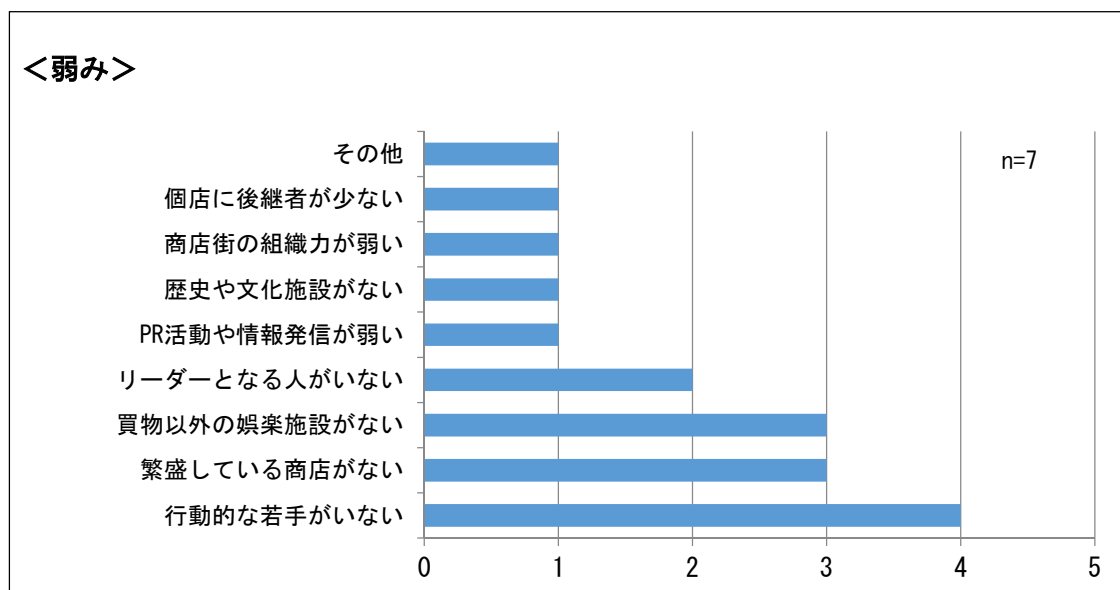
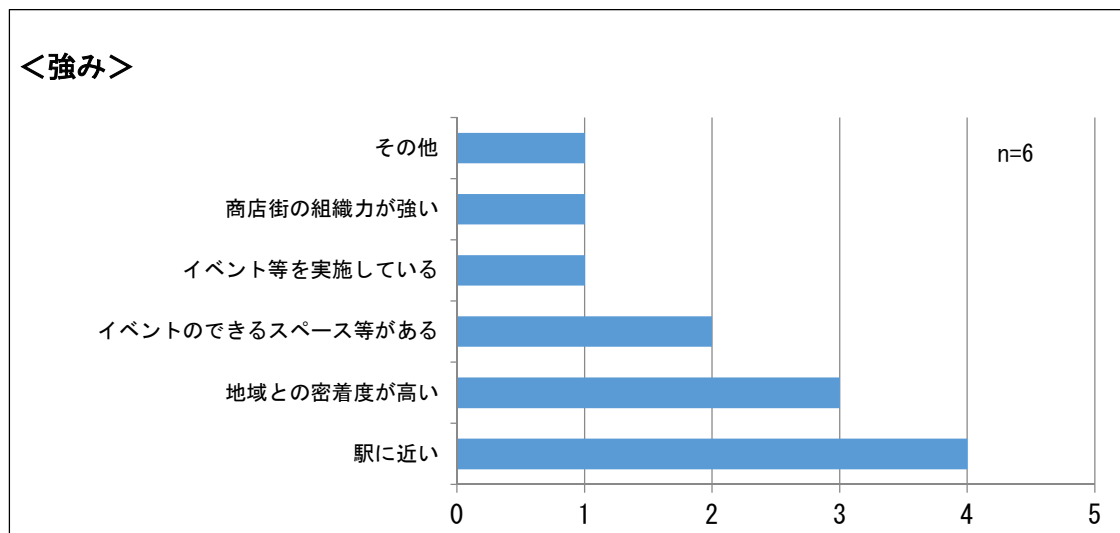
図表1-16 最近1年間のイベントの有無



問17 商店街の強み、弱みについて

商店街の強みについては、「駅に近い」が4件と最も多く、「地域との密着度が高い」が3件、「イベントのできるスペース等がある」が2件と続きます。また、商店街の弱みとして、「行動的な若手がない」が4件、「繁盛している商店がない」及び「買物以外の娯楽施設がない」が3件ずつ、「リーダーとなる人がいない」が2件と続きました。

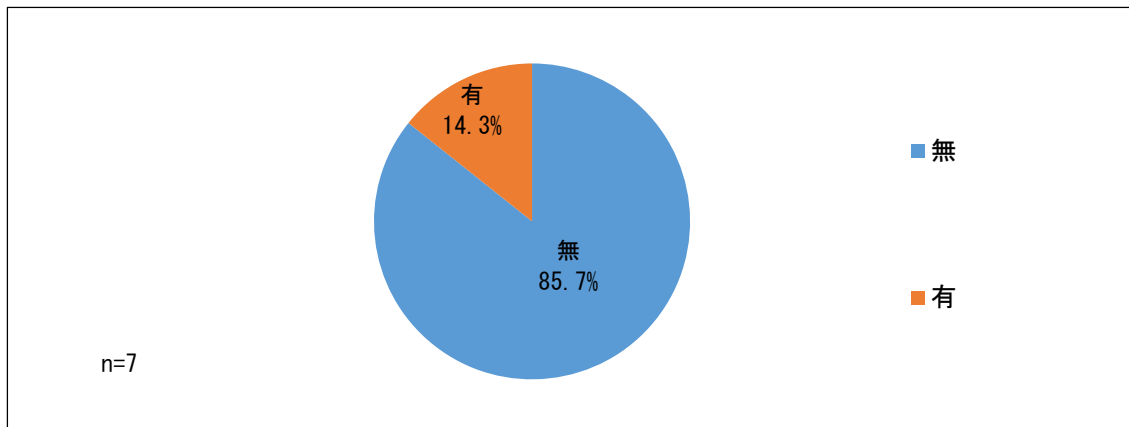
図表1-17 商店街の強み、弱み



問18 共同駐車場の有無（コインパーキングとの提携はなし）

共同駐車場の有無については、「無」が85.7%「有」が14.3%となりました。また、「有」と回答した商店会の設置箇所数及び収容台数は、「1箇所・10台」でした。

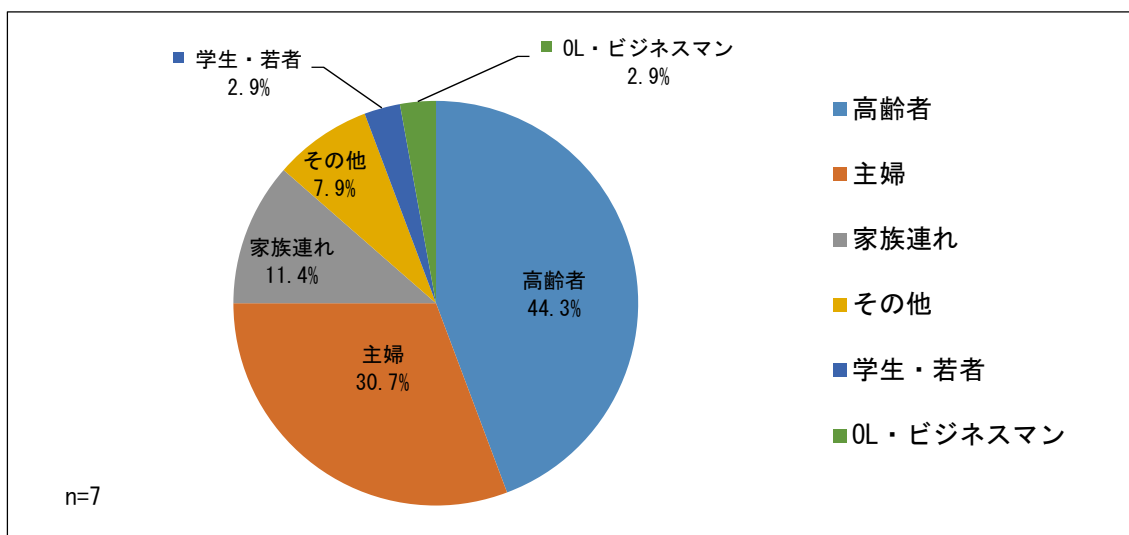
図表1-18 共同駐車場の有無



問19 客層について

客層については、「高齢者」が44.3%と最も多く、次いで「主婦」が30.7%、「家族連れ」が11.4%と続きました。

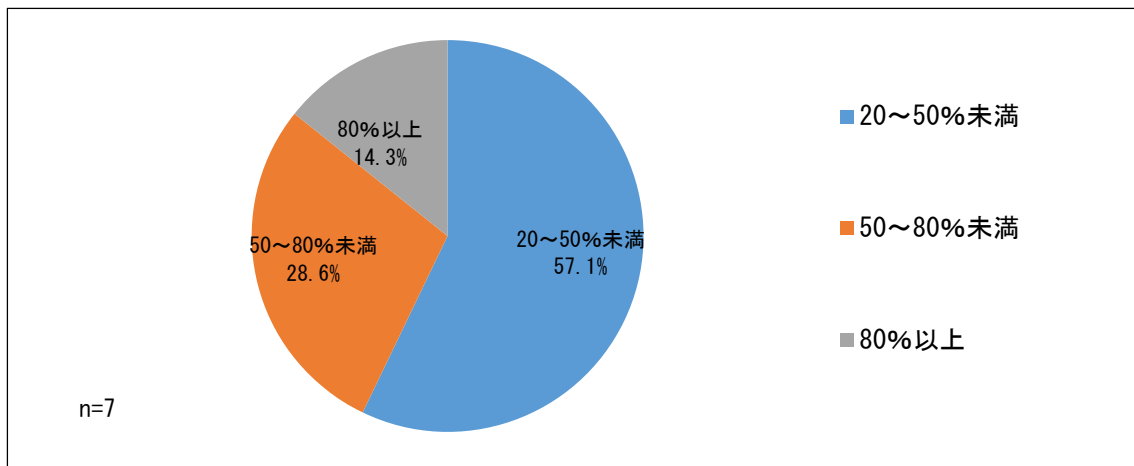
図表1-19 客層



問 2 0 固定客の割合について

固定客の割合については、「20～50%未満」が 57.1%と最も多く、次いで「50～80%未満」が 28.6%、「80%以上」が 14.3%と続きました。

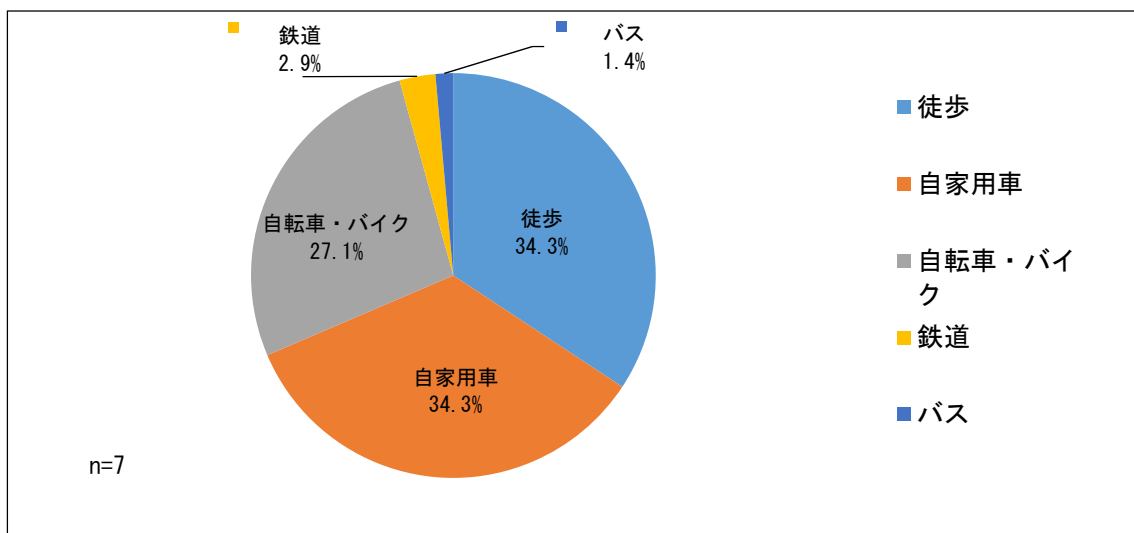
図表 1 - 2 0 固定客の割合



問 2 1 来街者の交通手段

来街者の交通手段については、「徒歩」及び「自家用車」がそれぞれ 34.3%、「自転車・バイク」が 27.1%と続きました。

図表 1 - 2 1 来街者の交通手段

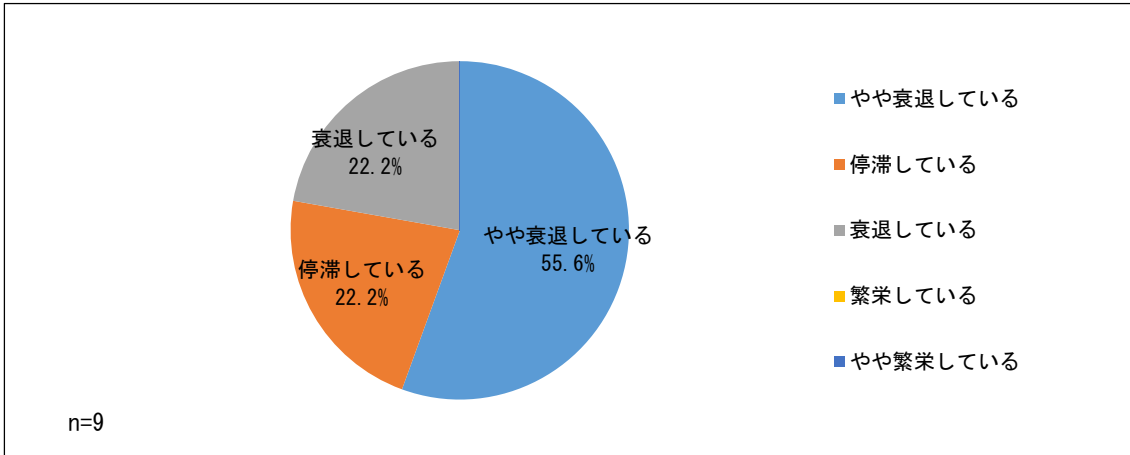


2. 商店街の景況について

問1 最近の景況

最近の景況について、「やや衰退している」が55.6%と最も多く、「停滞している」及び「衰退している」がそれぞれ22.2%でした。

図表2-1 最近の景況



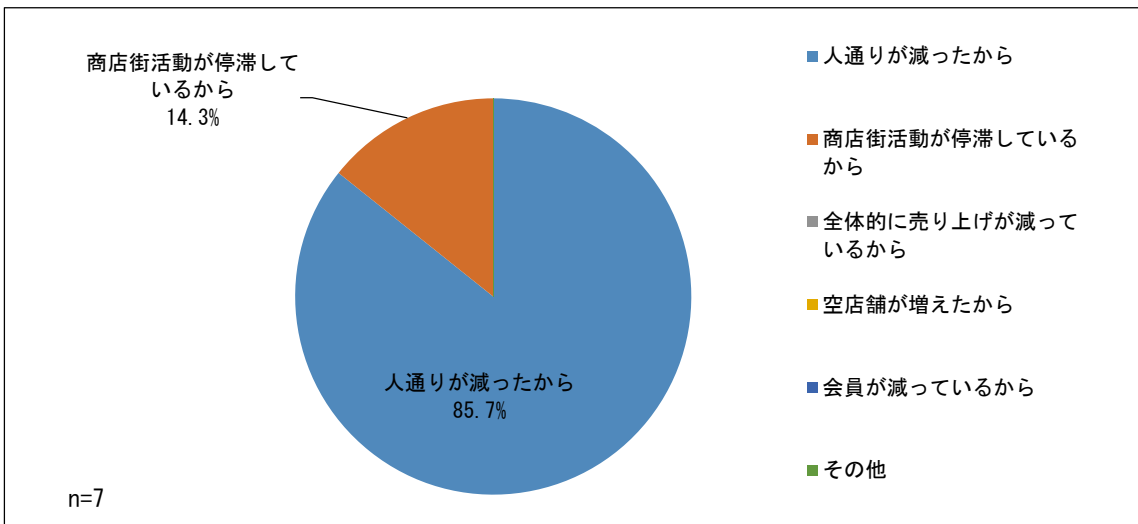
※問1-2, 1-3については問1で「繁栄」「やや繁栄」と回答した人がいなかったため割愛します。

※問1で「やや衰退している」「衰退している」と回答した方

問1-4 そう感じる理由（新型コロナウイルス感染症以外）

最近の景況について、「やや衰退している」「衰退している」と感じる理由について、「人通りが減ったから」が85.7%、「商店街活動が停滞しているから」が14.3%となりました。

図表2-1-4 「やや衰退」「衰退」を感じる理由

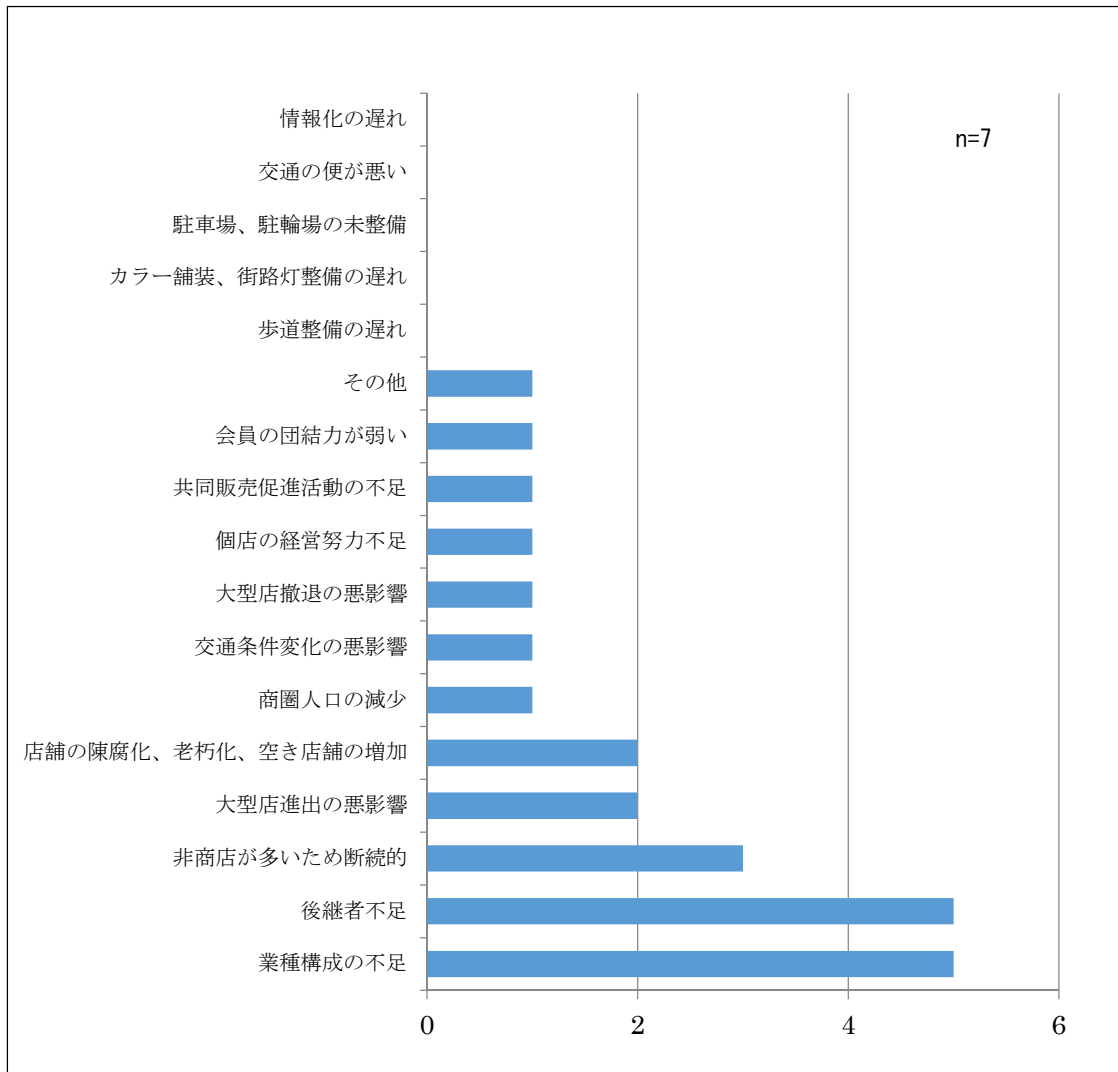


※問1で「やや衰退している」「衰退している」と回答した方

問1-5 停滞、衰退の理由として考えられるもの（新型コロナウイルス感染症以外）

最近の景況が停滞、衰退している理由として考えられるものについて、「業種構成の不足」及び「後継者不足」がそれぞれ5件と最も多く、次いで「非商店が多いため断続的」が3件、「大型店進出の悪影響」及び「店舗の陳腐化、老朽化、空き店舗の増加」が2件と続きました。

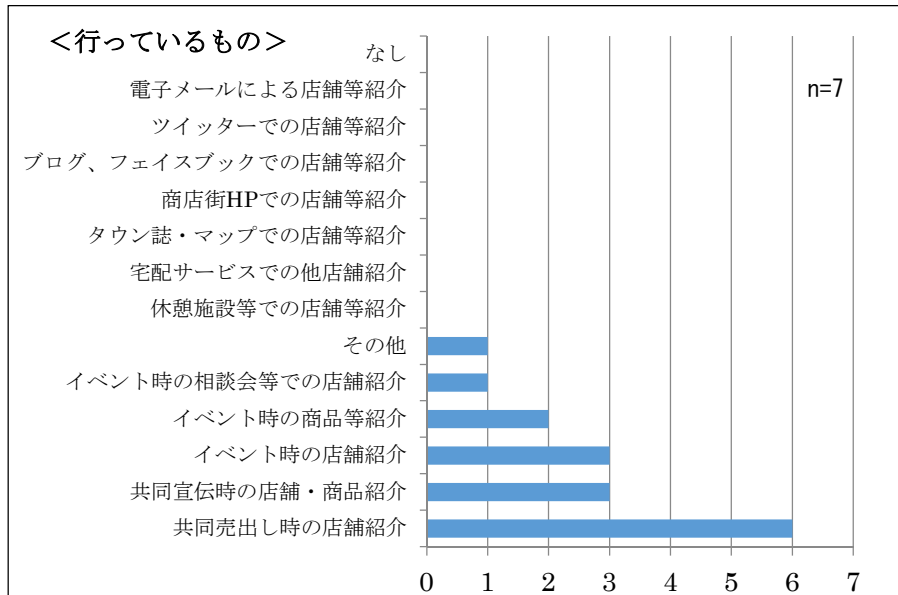
図表2-1-5 「やや衰退」「衰退」の理由



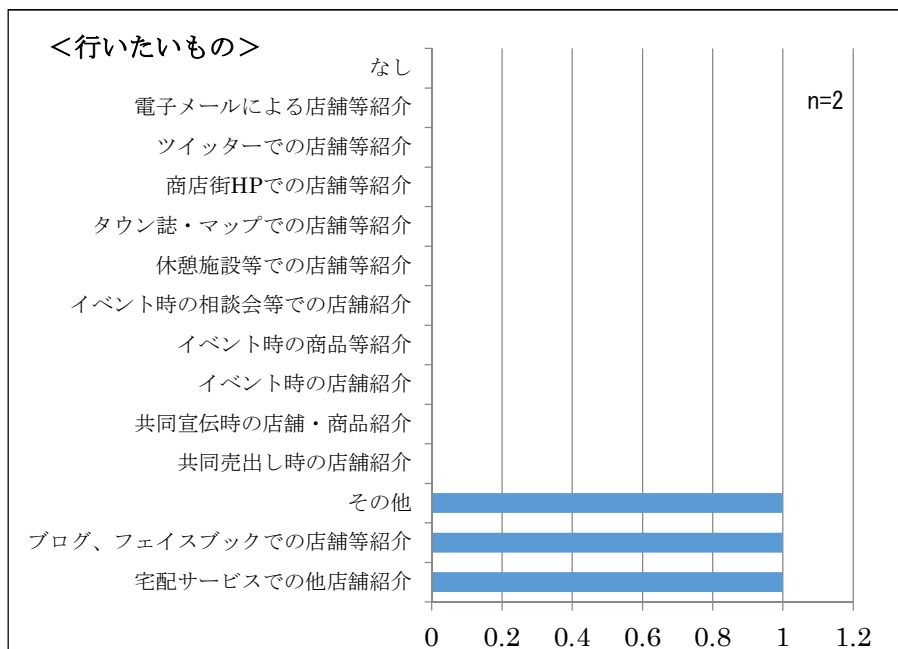
問2 各個店の顧客を増やすために行っていること、行いたいこと

各個店の顧客を増やすために行っていることとして、「共同売出し時の店舗紹介」が6件、「共同宣伝時の店舗・商品紹介」及び「イベント時の店舗紹介」がそれぞれ3件と続きました。また、今後行いたいものとして、「宅配サービスでの店舗紹介」や、「SNSでの店舗紹介」が挙げられました。

図表2-2-1 顧客を増やすために行っていること



図表2-2-2 顧客を増やすために行いたいこと

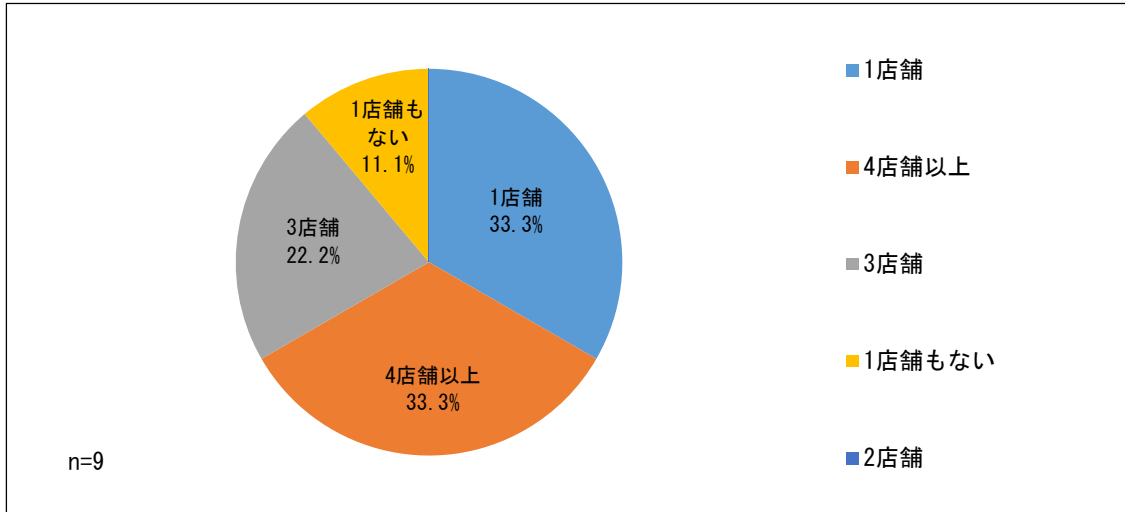


3. 大型店との連携について

問1 商店街が影響を受ける大型店は現在何店舗ありますか？

商店街が影響を受ける大型店について、「1店舗」及び「4店舗以上」がそれぞれ33.3%、「3店舗」が22.2%、「1店舗もない」が11.1%となりました。

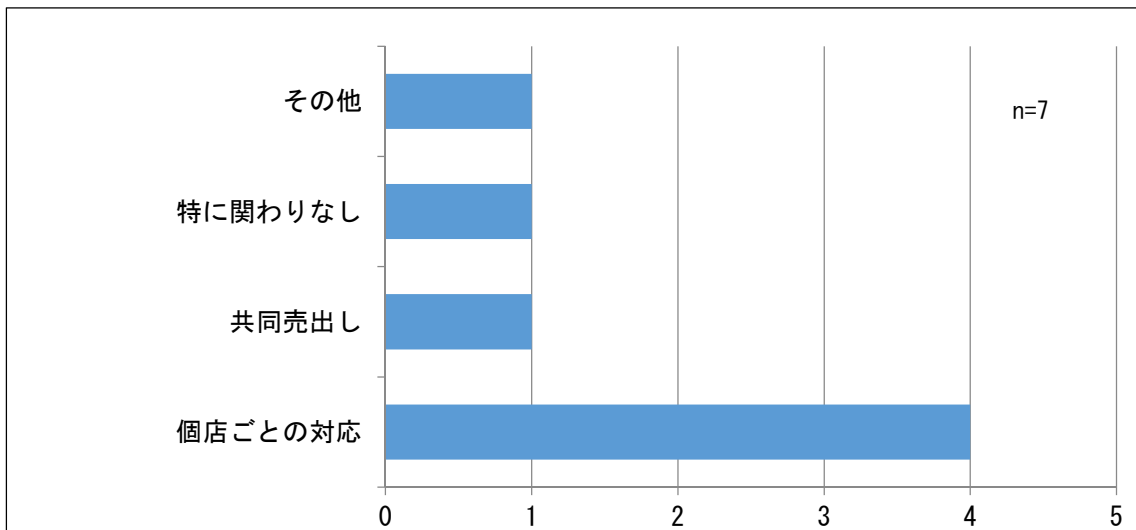
図表3-1 影響を受ける大型店



問2 現在とっている大型店との協調策

現在とっている大型店との協調策について、「個店ごとの対応」が4件と最も多く、「共同売出し」、「特に関わりなし」と続きました。

図表3-2 大型店との協調策

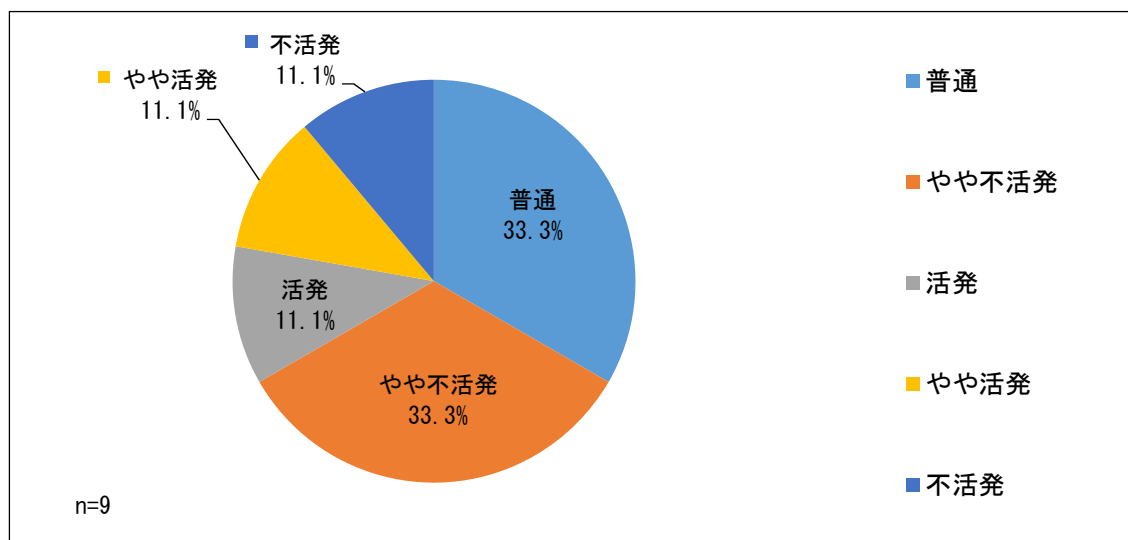


4. 商店街の活動と課題

問1 貴商店街の活動は活発ですか？

商店街の活動について、「普通」及び「やや不活発」が33.3%、「活発」、「やや活発」、「不活発」がそれぞれ11.1%となりました。

図表4-1-1 商店街の活動

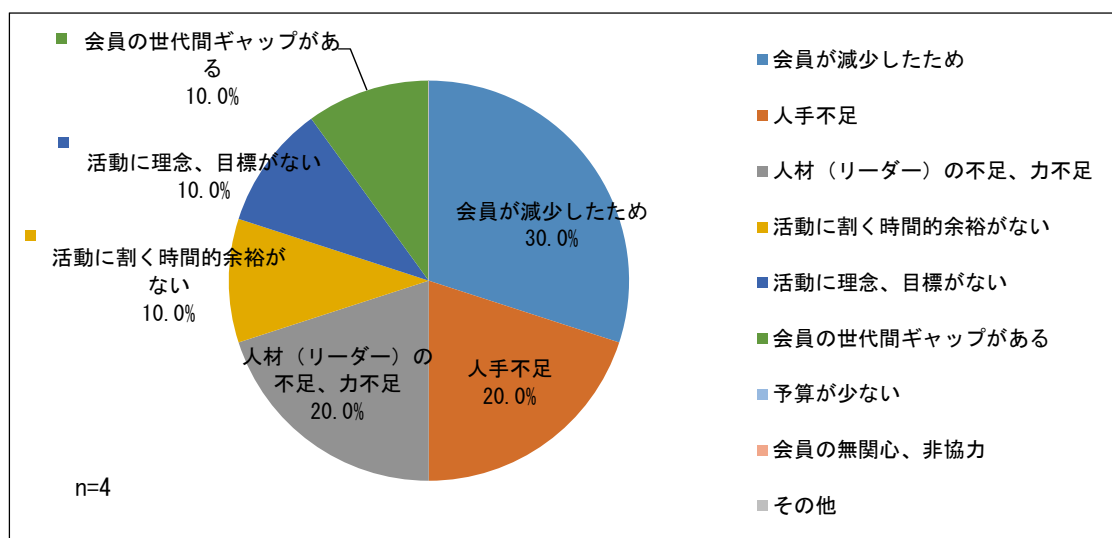


問1で「やや不活発」「不活発」と答えた方

問1-2 不活発である理由は何ですか？

商店街の活動が不活発である理由について、「会員の減少」が30%と最も多く、次いで「人手不足」と「人材不足」が20%、「時間的余裕がない」、「理念、目標がない」、「世代間ギャップ」がそれぞれ10%となりました。

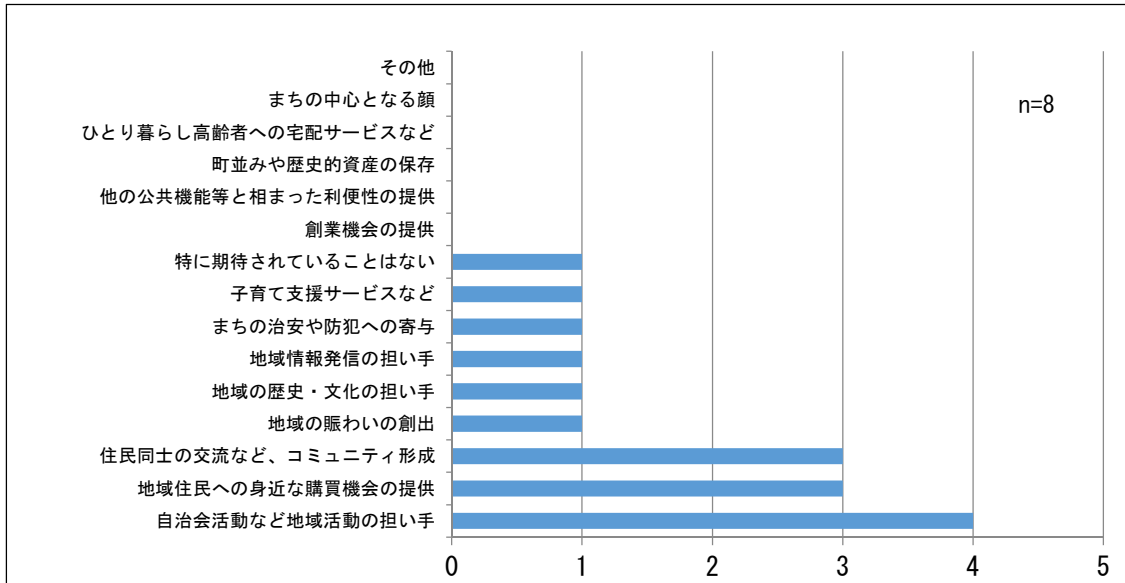
図表4-1-2 不活発である理由



問2 ウイズコロナ・アフターコロナの中、地域においてどのような役割を期待されていると思いますか？

商店街の地域における役割について、「自治会活動など地域活動の担い手」が4件と最も多く、次いで「地域住民への身近な購買機械の提供」、「コミュニティ形成」が3件となりました。

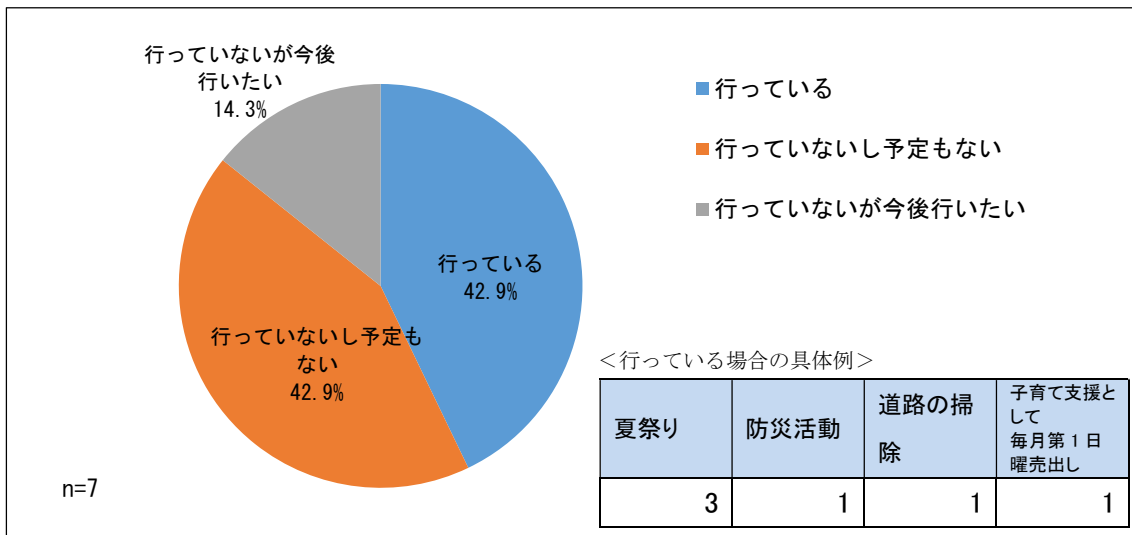
図表4-2 ウイズコロナの中、商店街の地域における役割



問3 町内会や地域のサークル等と連携したコミュニティ活動を行っていますか？

連携したコミュニティ活動について、「行っている」並びに「行っていないし予定もない」が42.9%、「行っていないが今後行いたい」が14.3%となりました。

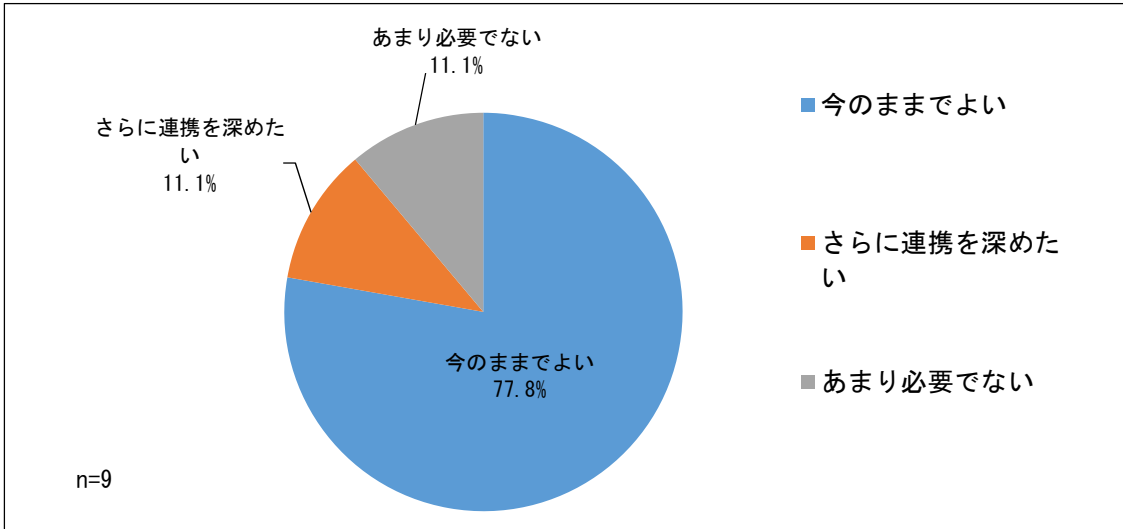
図表4-3 連携したコミュニティ活動



問4 商店街のコミュニティ活動を今後どうしたいですか？

商店街のコミュニティ活動の今後について、「今のままでよい」が77.8%と最も多く、次いで「さらに連携を深めたい」、「あまり必要でない」がそれぞれ11.1%となりました。

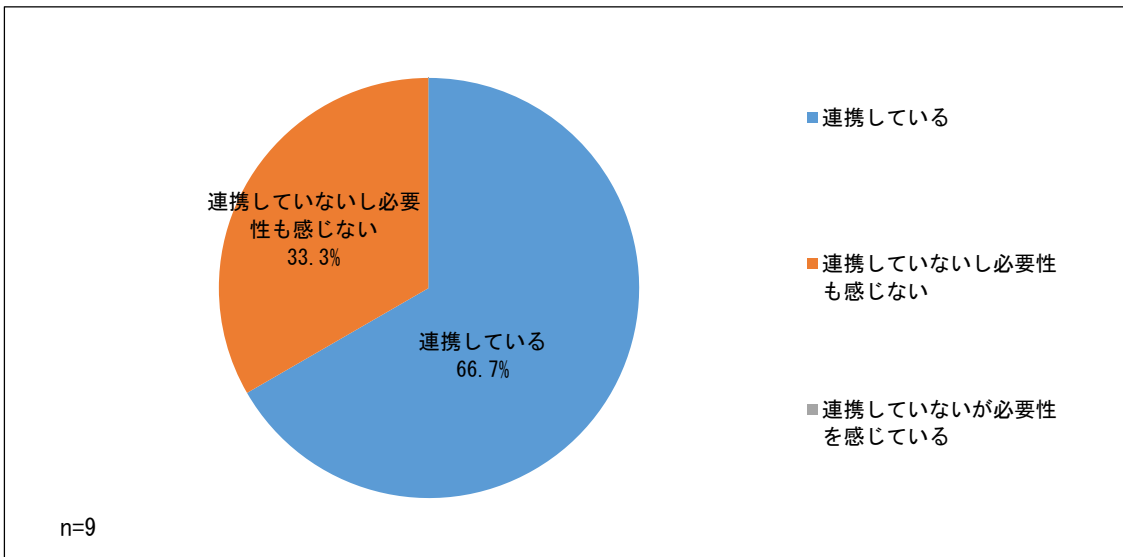
図表4-4 コミュニティ活動の今後について



問5 他の商店街と連携していますか？

他の商店街との連携について、「連携している」が66.7%、「連携していないし必要性も感じない」が33.3%となりました。

図表4-5 他の商店街との連携

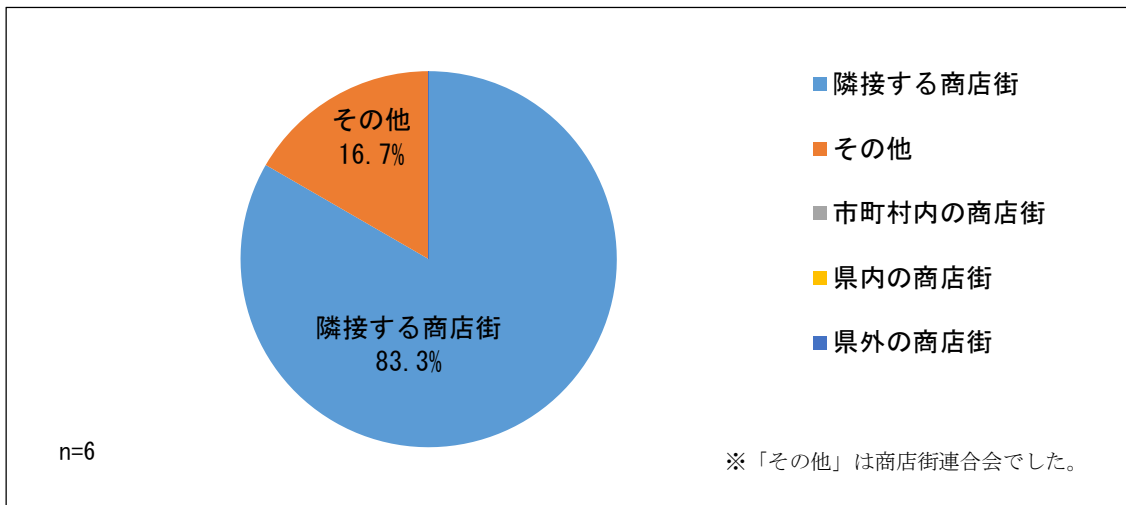


問5で「連携している」と答えた方

問5-2 連携している商店街の範囲は？

連携している商店街の範囲について、「隣接する商店街」が83.3%となりました。

図表4-5-2 連携している商店街の範囲

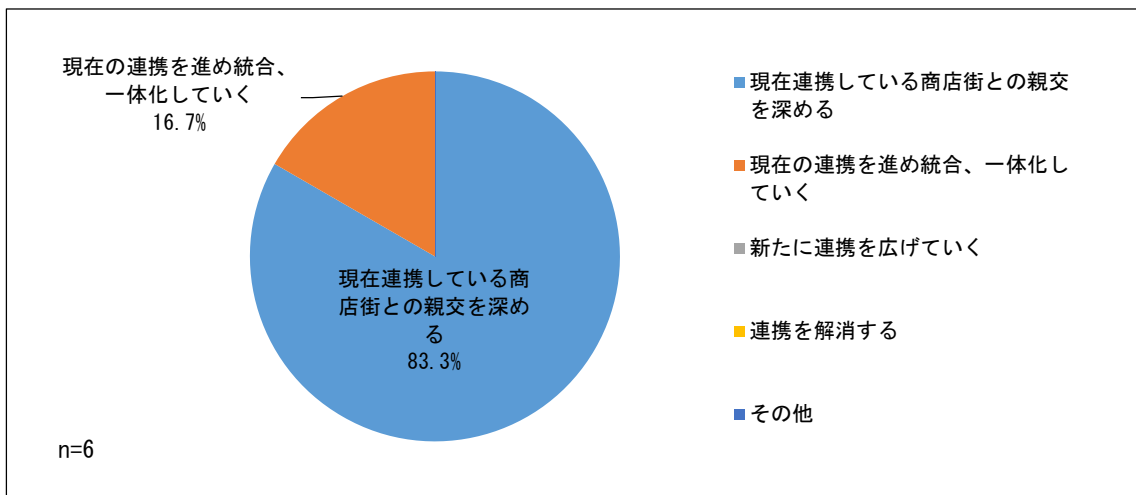


問5で「連携している」と答えた方

問5-3 他の商店街との連携について、ウイズコロナ・アフターコロナの中今後どのように考えていますか？

ウイズコロナの中での他商店街との連携について、「現在連携している商店街との親交を深める」が83.3%、「現在の連携を進め統合、一体化していく」が16.7%となりました。

図表4-5-3 ウイズコロナの中、他の商店街との連携

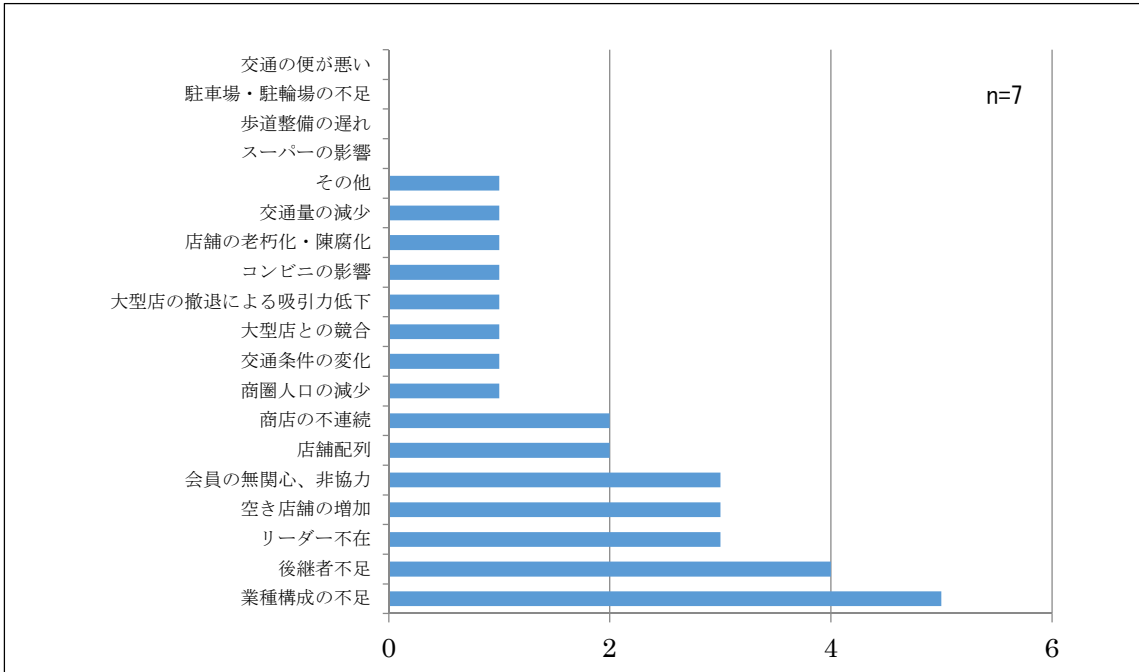


※問5-4については、問5で「連携していないが、必要性を感じている」と回答した方がいなかったため割愛します。

問6 貴商店街が現在直面している課題は？

商店街が直面している課題について、「業種構成の不足」が5件、「後継者不足」が4件、「リーダー不在」、「空き店舗の増加」、「会員の無関心、非協力」がそれぞれ3件と続きました。

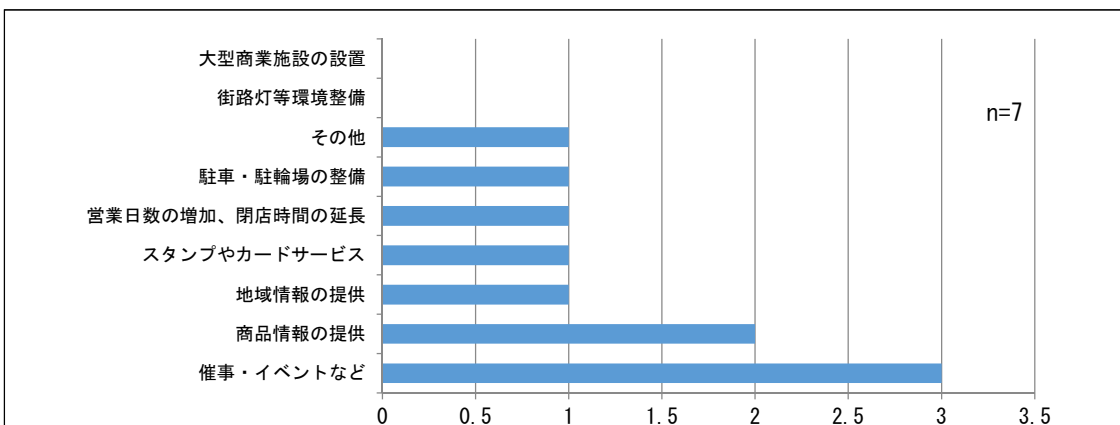
図表4-6 商店街が現在直面している課題



問7 魅力的な商店街になるには何が必要だと考えますか？

魅力的な商店街になるために必要なものについて、「催事・イベントなど」が3件、「商品情報の提供」が2件、「地域情報の提供」「スタンプやカードサービス」「営業日数の増加、閉店時間の延長」「駐車・駐輪場の整備」がそれぞれ1件と続きました。

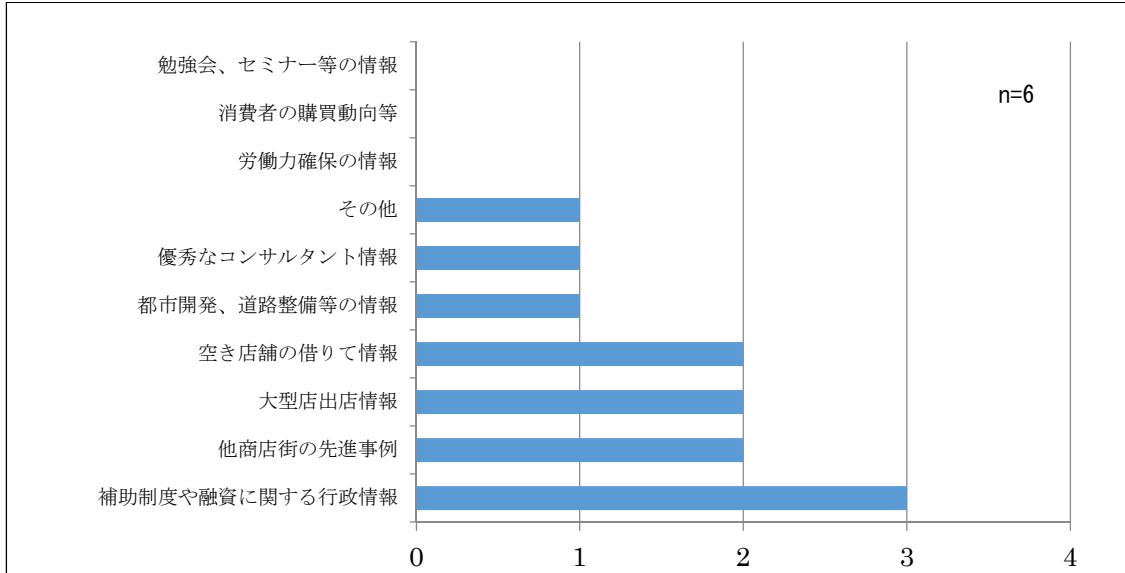
図表4-7 魅力的な商店街になるには



問8 貴商店街で欲しい情報は何か？

商店街で欲しい情報について、「行政情報」が3件、「先進事例」、「大型店出店情報」、「空き店舗の借り手情報」が2件と続きました。

図表4-8 欲しい情報

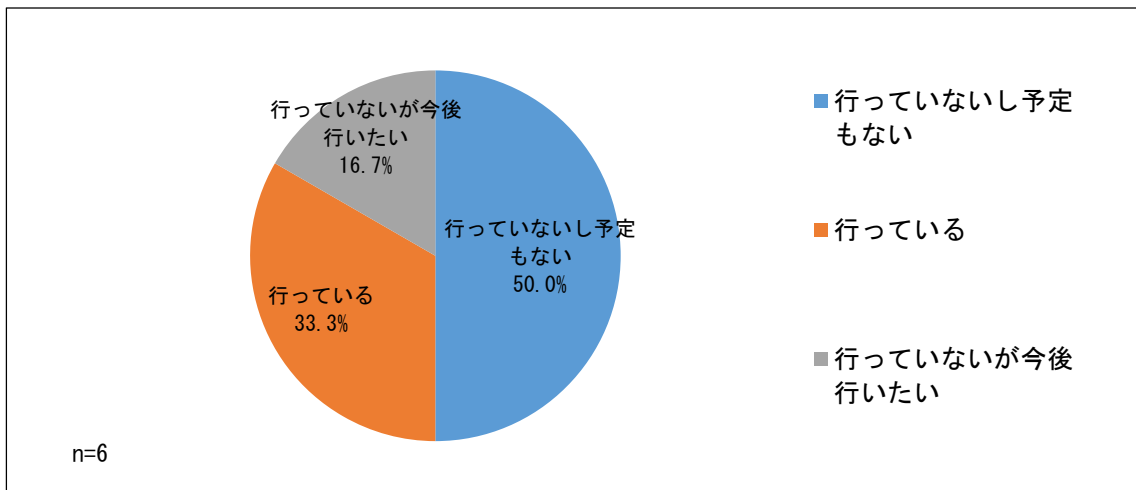


5. 春日部らしさを活かした取組について

問1 貴商店街では「春日部らしさ」を活かした取組を実施していますか？

「春日部らしさ」を活かした取組について、「行っていないし予定もない」が50%、「行っている」が33.3%、「行っていないが今後行いたい」が16.7%となりました。

図表5-1 「春日部らしさ」を活かした取組

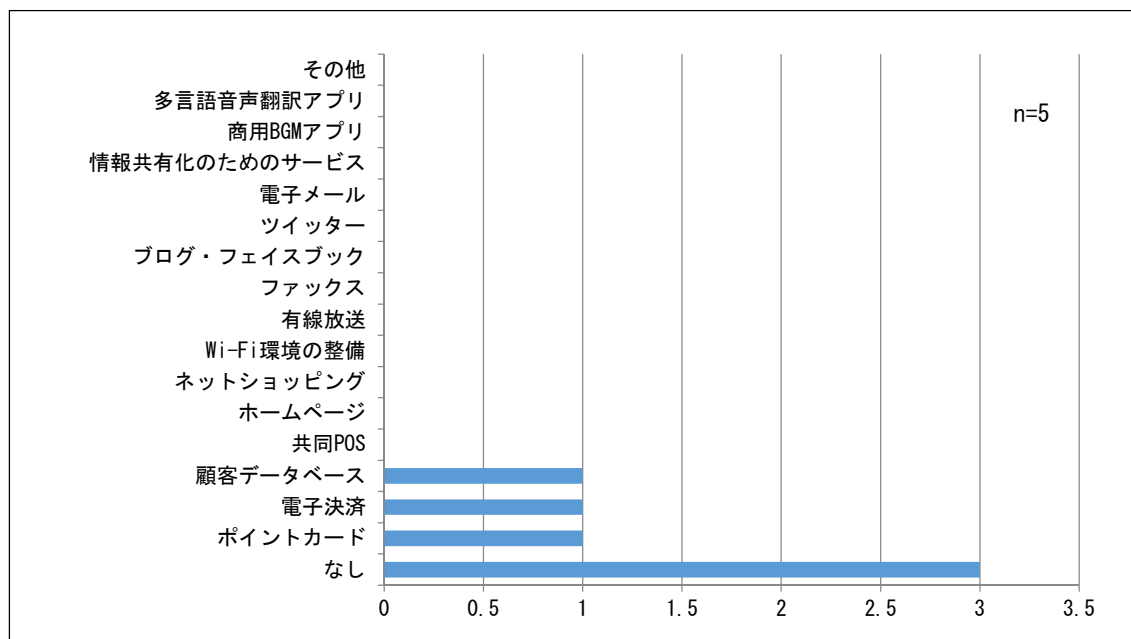


6. ITの活用

問1 IT化に関する活動について、実施しているものはどれですか？

IT化に関する活動について、「なし」が3件で最も多く、「ポイントカード」、「電子決済」、「顧客データベース」がそれぞれ1件となりました。

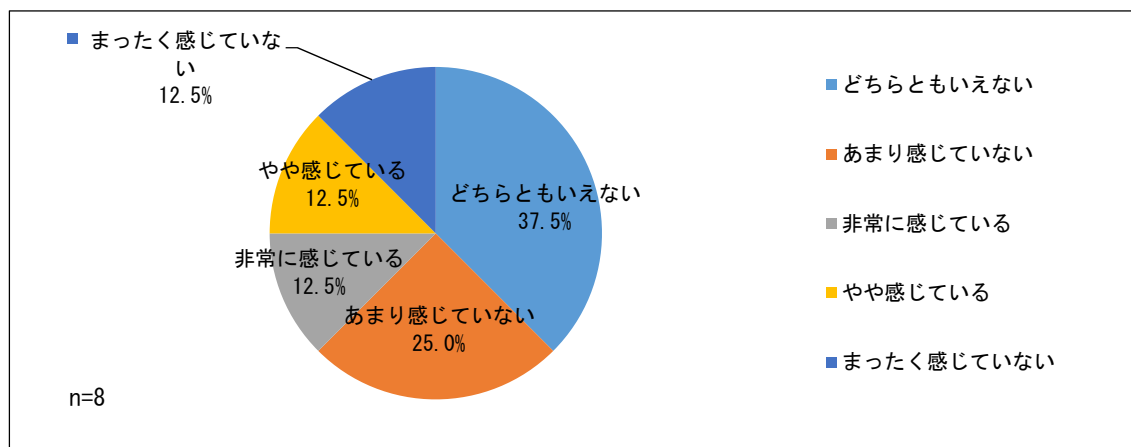
図表6-1 IT化に関する活動



問2 IT化の取組が必要だと感じていますか？

IT化の取組の必要性について、「どちらともいえない」が37.5%で最も多く、「あまり感じていない」が25%、「非常に感じている」、「やや感じている」「まったく感じていない」がそれぞれ12.5%でした。

図表6-2 IT化に関する必要性

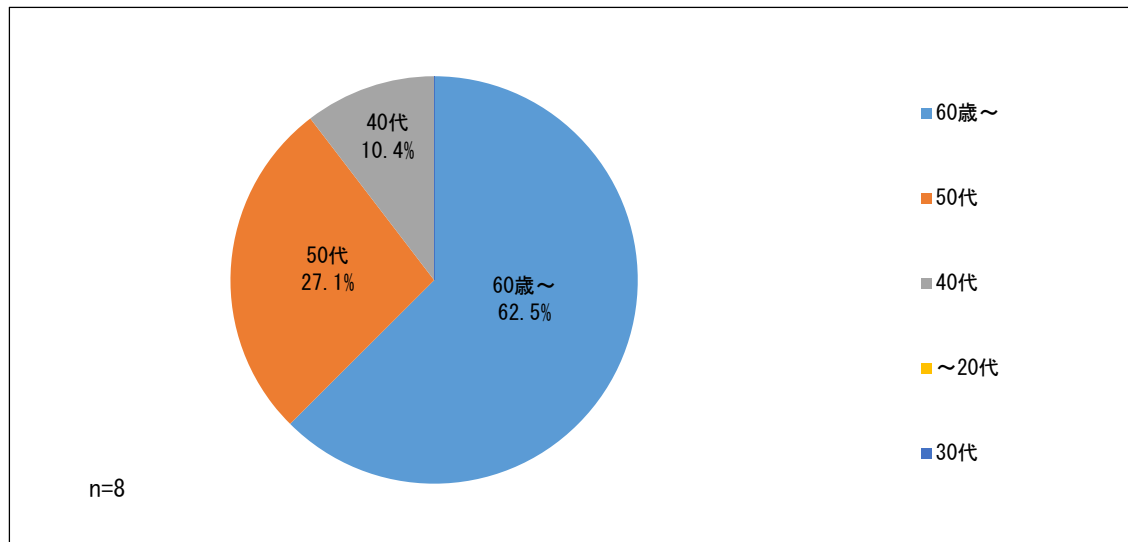


7. 後継者問題について

問1 経営者の年齢構成は？

経営者の年齢構成について、「60歳以上」が62.5%で最も多く、「50代」が27.1%、「40代」が10.4%と続きました。

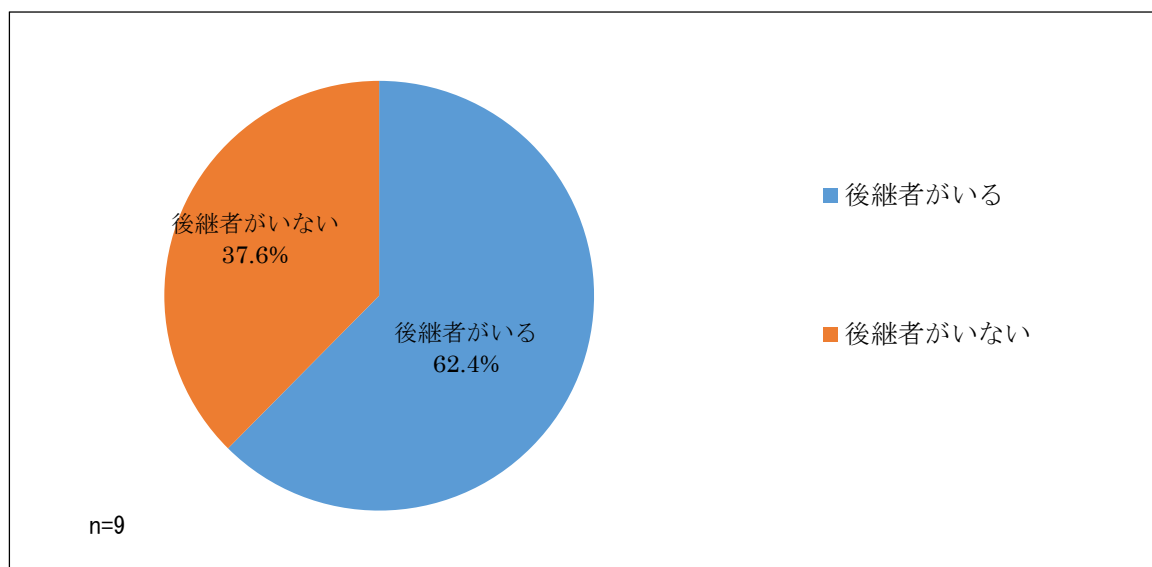
図表7-1 経営者の年齢構成



問2 後継者のいない商店の割合

後継者のいない商店の割合について、「後継者がいる」が62.4%、「後継者がいない」が37.6%となりました。

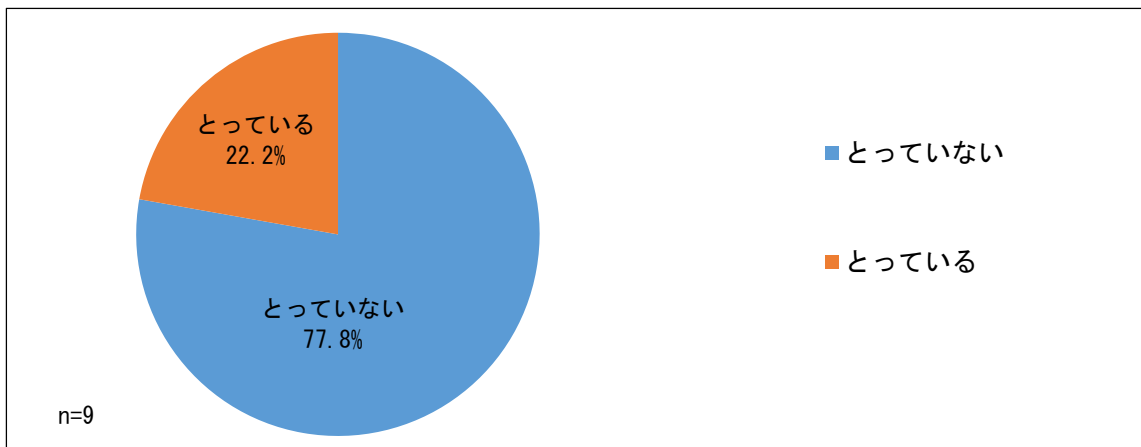
図表7-2 後継者のいない商店の割合



問3 後継者育成について、商店街として対策をとっていますか？

後継者育成対策について、「とっている」が77.8%、「とっていない」が22.2%となりました。

図表7-3 後継者育成対策

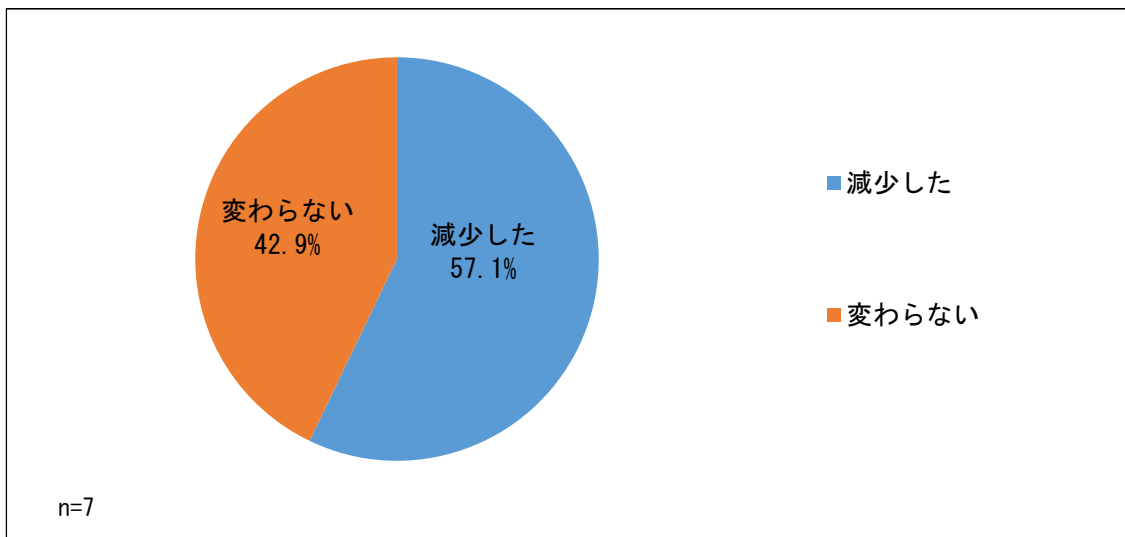


8. 空き店舗問題について

問1 5年前と比べて店舗数はどう変動がありましたか？

店舗数について、「減少した」が57.1%、「変わらない」が42.9%となりました。

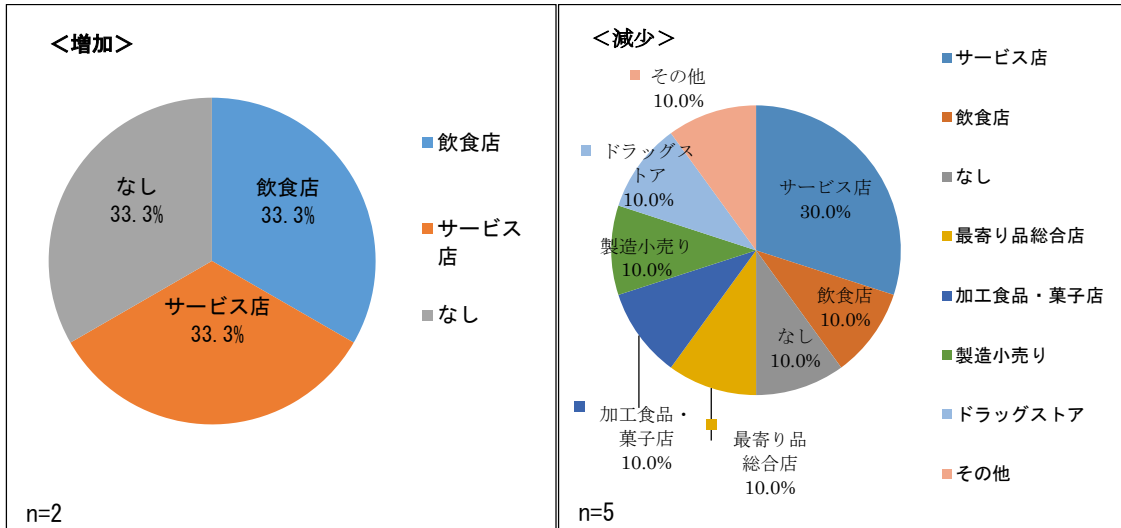
図表8-1 店舗数の変動



問2 店舗が増減した商店の業種について

増加した業種は「飲食店」と「サービス店」がそれぞれ33.3%、減少した業種は「サービス店」が30%と最も多く、「飲食店」、「最寄り品総合店」、「加工食品・菓子店」等が10%となりました。

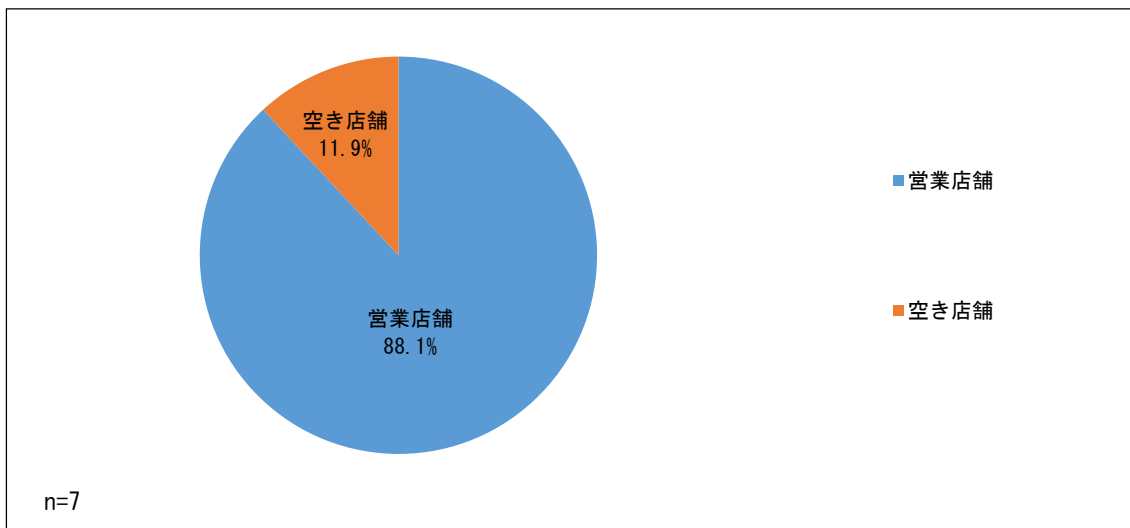
図表8-2 店舗増減の業種



問3 営業店舗と空き店舗の数について

営業店舗と空き店舗の数については「営業店舗」が88.1%、「空き店舗」が11.9%となりました。

図表8-3 営業店舗と空き店舗の数

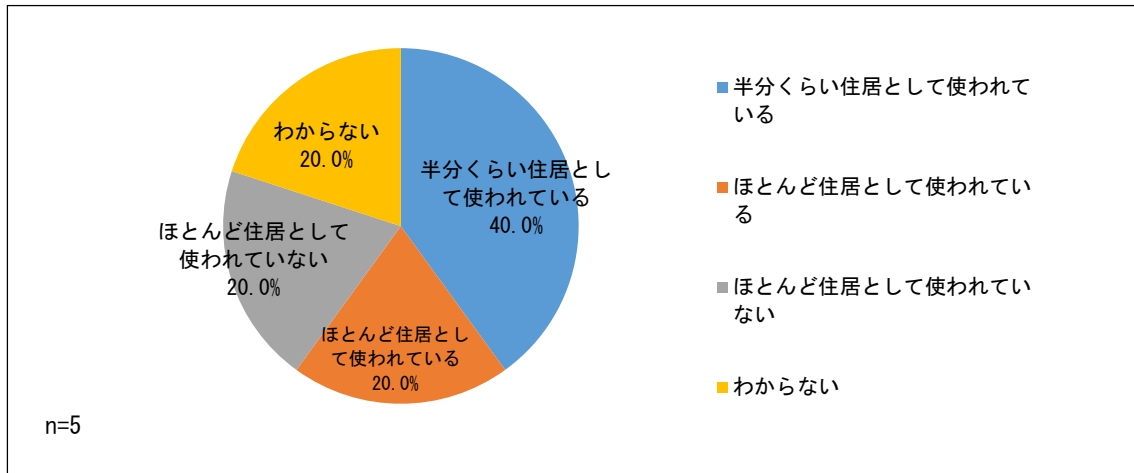


空き店舗が1店以上ある方

問4 その空き店舗は、現在住居として使われていますか？

空き店舗が住居として使われているかについては「半分くらい住居として使われている」が40%と最も多く、「ほとんど住居として使われている」、「ほとんど住居として使われていない」がそれぞれ20%となりました。

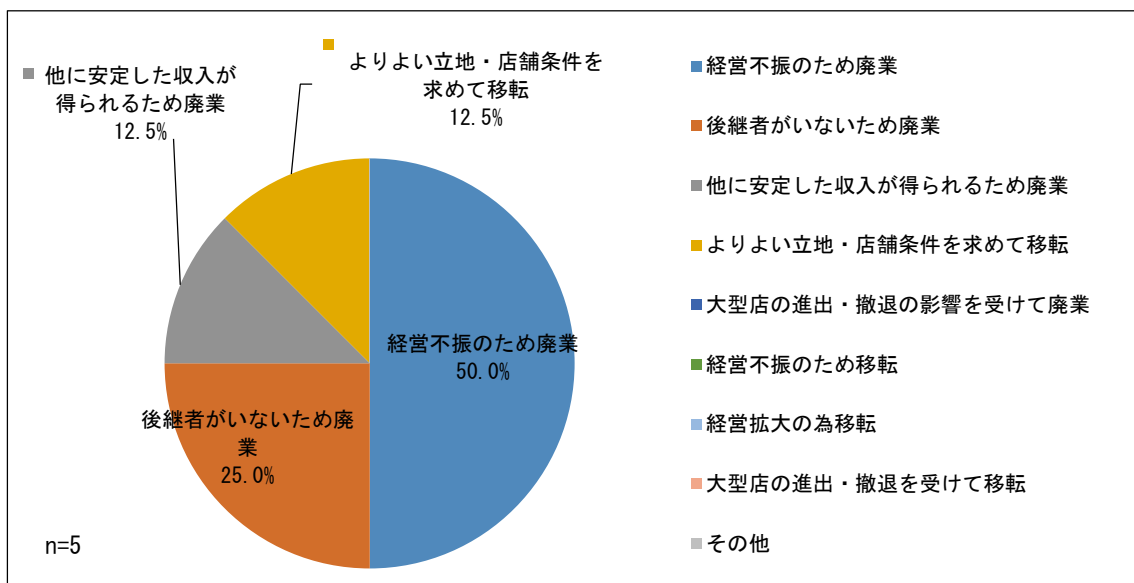
図表8-4 空き店舗が住居として使われているか



問5 空き店舗となった原因は何ですか？

空き店舗となった原因については「経営不振のため廃業」が50%と最も多く、「後継者がいないため廃業」が25%、「他に安定した収入が得られるため廃業」、「移転」がそれぞれ12.5%となりました。

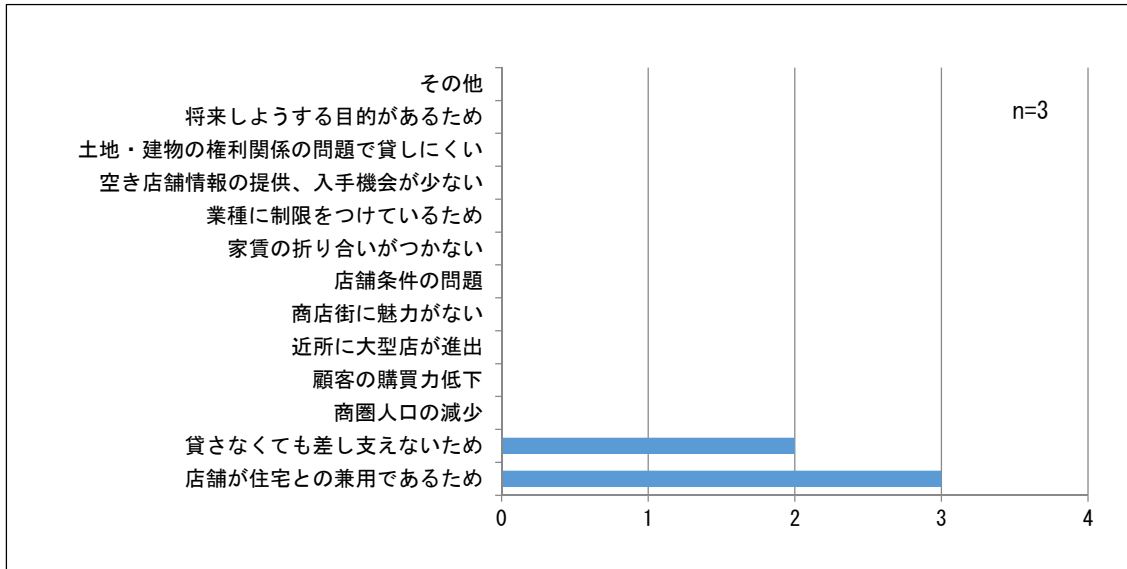
図表8-5 空き店舗となった原因



問6 空き店舗の状態が続いている原因として考えられる理由は何ですか？

空き店舗の状態が続いている原因については「店舗が住宅との兼用であるため」が3件と最も多く、「貸さなくても差し支えないため」が2件となりました。

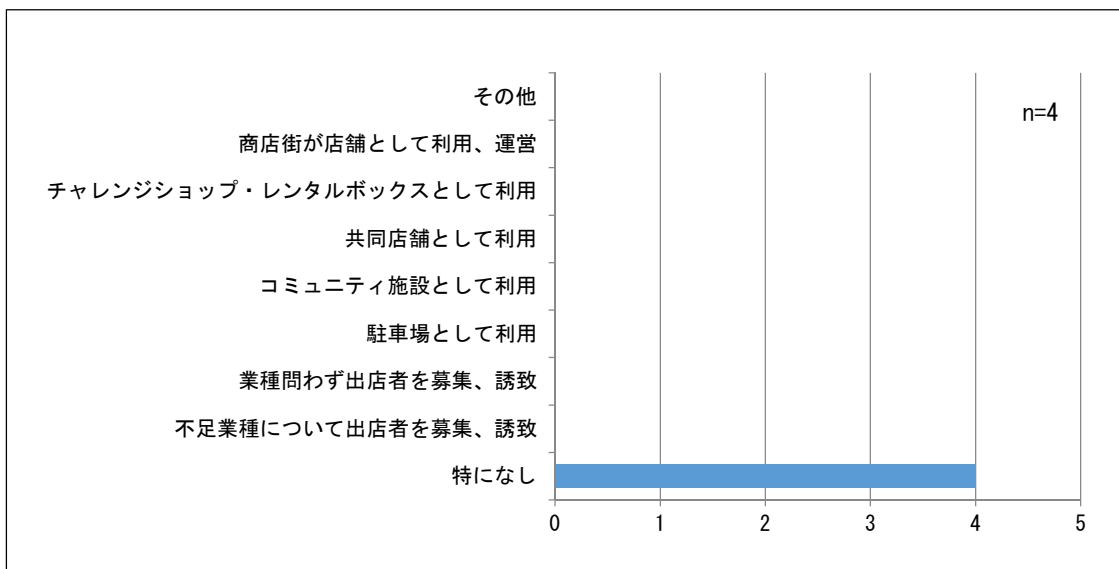
図表8-6 空き店舗となった原因として考えられる理由



問7 空き店舗に対して商店街として対策をとっていますか？

空き店舗対策については「特になし」が4件でした。

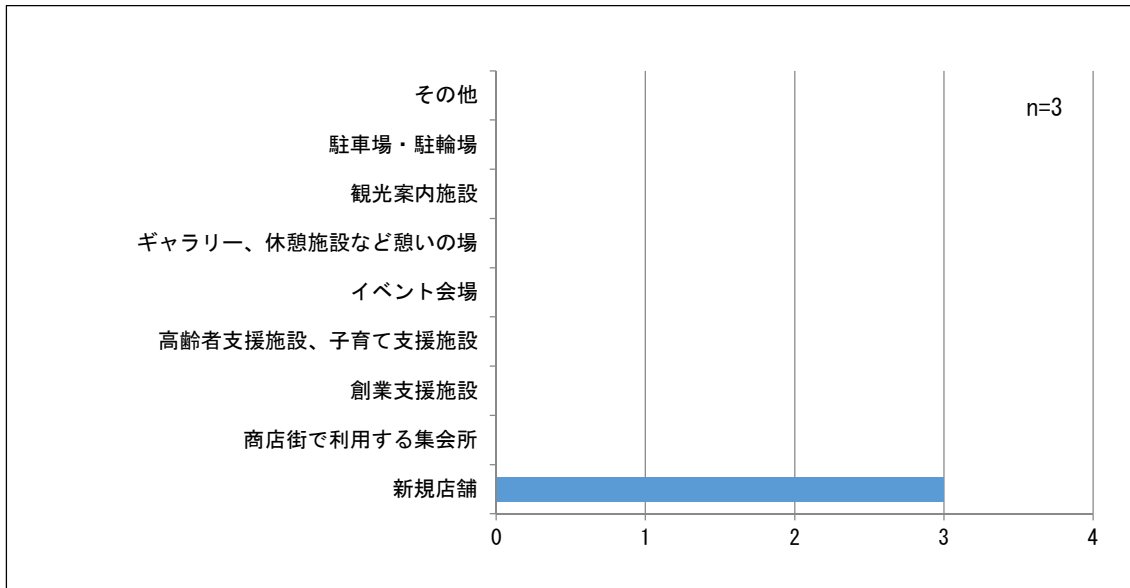
図表8-7 空き店舗対策



問8 空き店舗を今後どのように活用していきたいですか？

空き店舗の今後の活用については「新規店舗」が3件となりました。

図表8-8-1 空き店舗の今後の活用

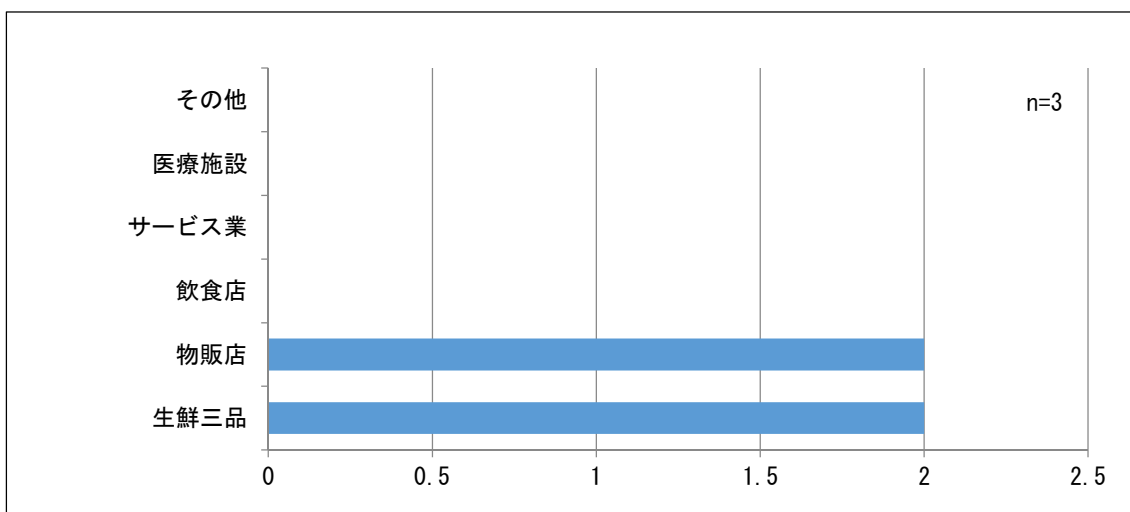


問8で「新規店舗」と回答した方

問8-2 どのような店舗に入居してほしいですか？

希望する入居店舗については「生鮮三品」及び「物販店」がそれぞれ2件となりました。

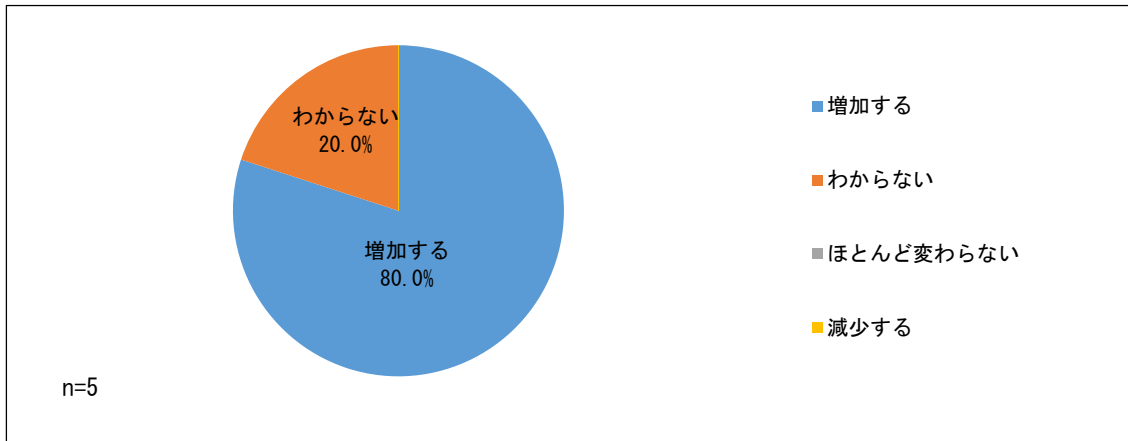
図表8-8-2 希望する入居店舗



問9 今後の空き店舗状況はどのように予測されますか？

今後の空き店舗状況については「増加する」が80%となりました。

図表8-9 今後の空き店舗状況

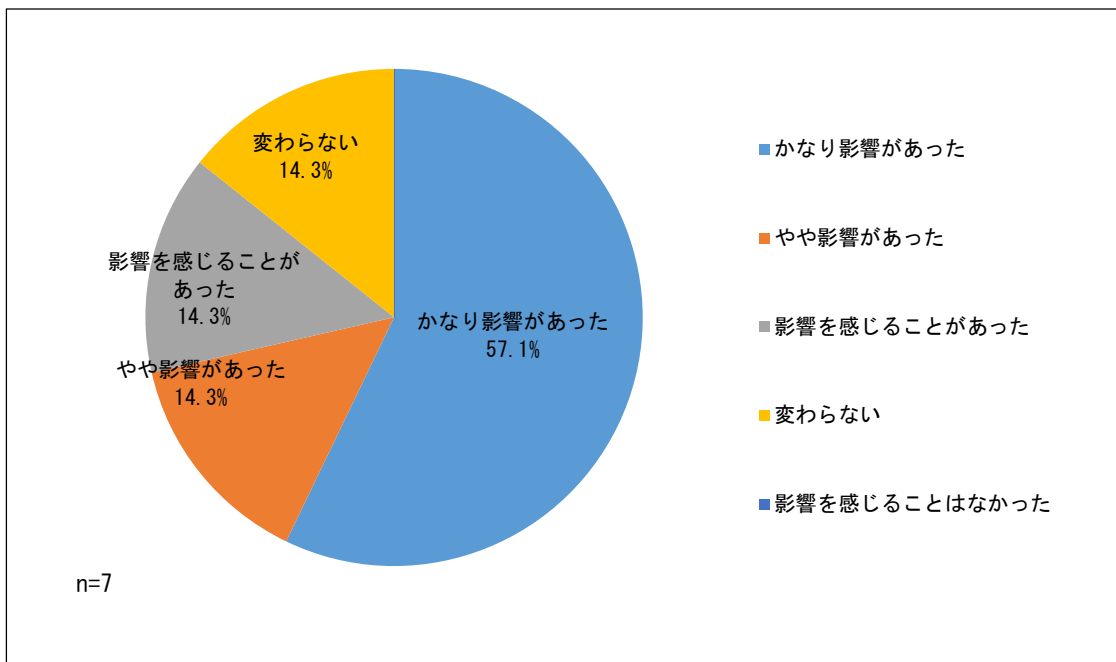


9. 新型コロナウイルス感染症の影響について

問1 新型コロナウイルス感染症の影響はどれくらいありましたか？

新型コロナウイルス感染症の影響については「かなり影響があった」が57.1%と最も多く、「やや影響があった」、「影響を感じるがあった」、「変わらない」がそれぞれ14.3%となりました。

図表9-1 新型コロナウイルス感染症の影響



問2 どのような影響がありましたか？

新型コロナウイルス感染症の影響としては、交流機会や客の減少、 unnecessaryな商品は買わないなどの意見がありました。

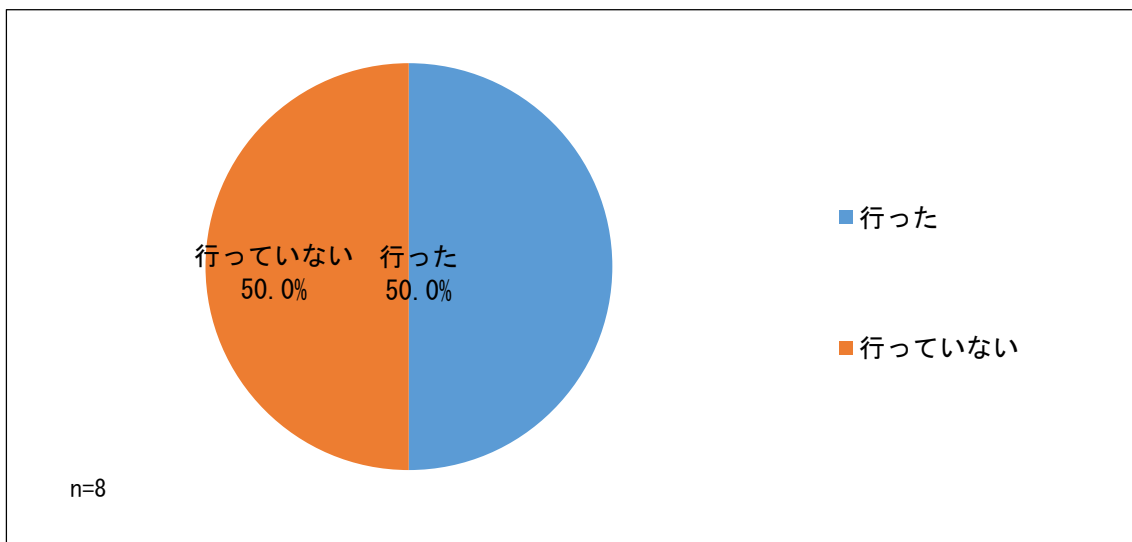
図表9-2 どのような影響があったか

- ・人の交流がなくなった。
- ・買い物客の減少
- ・ unnecessaryな商品は買わない。特に化粧品、外装衣料品。

問3 商店街で感染症対策を行いましたか？

感染症対策については「行った」が50%、「行っていない」が50%となりました。

図表9-3 感染症対策



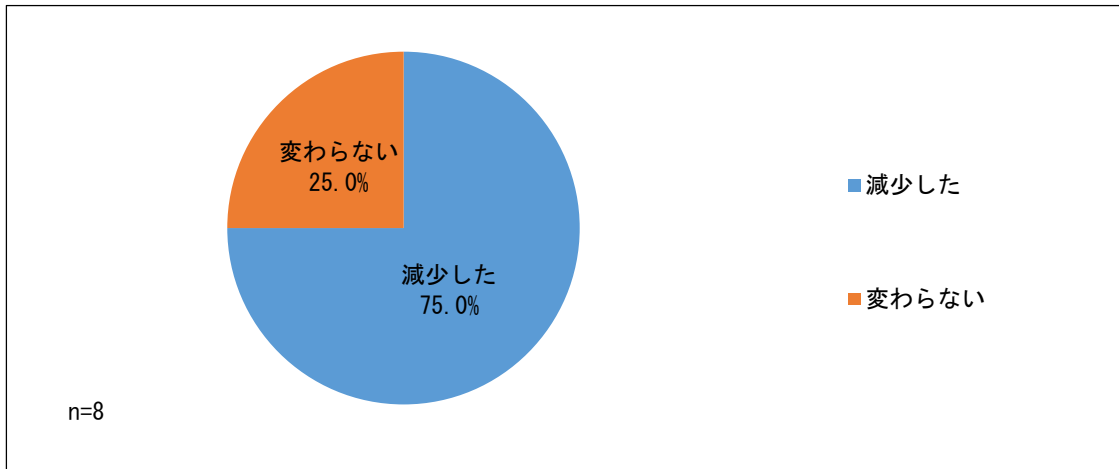
<実際に行った対策の内容>

行った内容内訳	消毒液の 配布	各個店に 任せる
	3	1

問4 新型コロナウイルス感染症の流行前後で来街者数に変化はありましたか？

来街者数の変化については「減少した」が75%、「変わらない」が25%となりました。

図表9-4 来街者数の変化

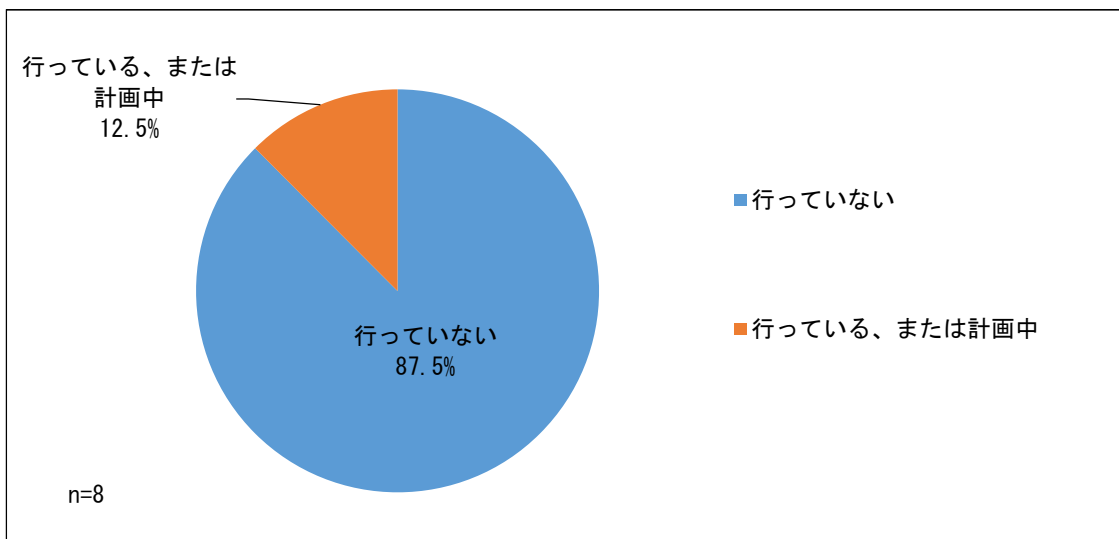


10. デジタル化の推進について

問1 商店街でデジタル化を推進する取組を行っていますか？

デジタル化を推進する取組については「行っていない」が87.5%、「行っている、または計画中」が12.5%となりました。

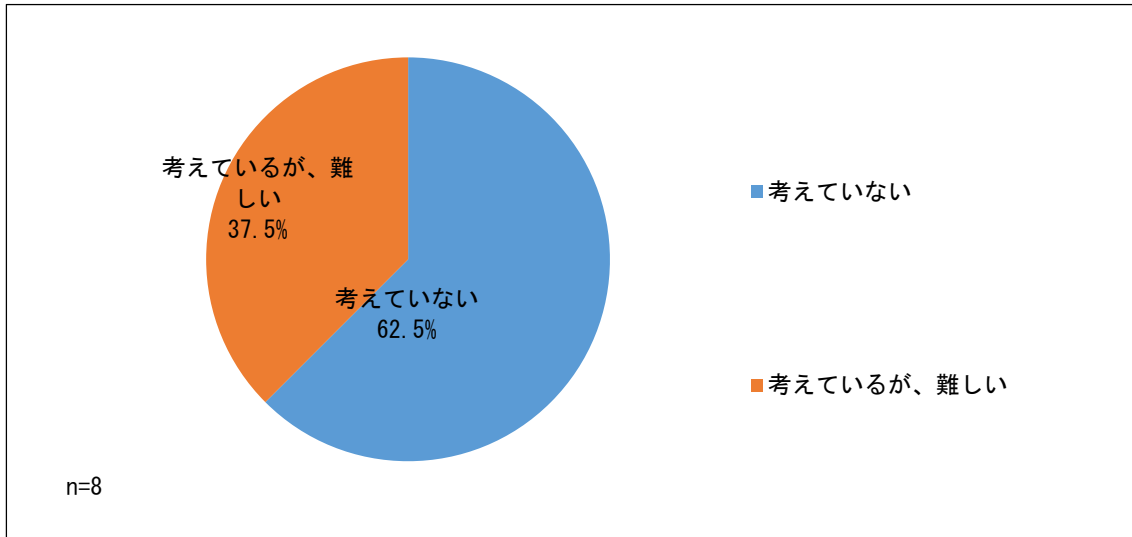
図表10-1 デジタル化を推進する取組



問2 商店街において電子商品券や電子マネーの導入等を考えていますか？

電子商品券や電子マネーの導入等については「考えていない」が62.5%、「考えているが、難しい」が37.5%となりました。

図表10-2 電子商品券や電子マネーの導入等

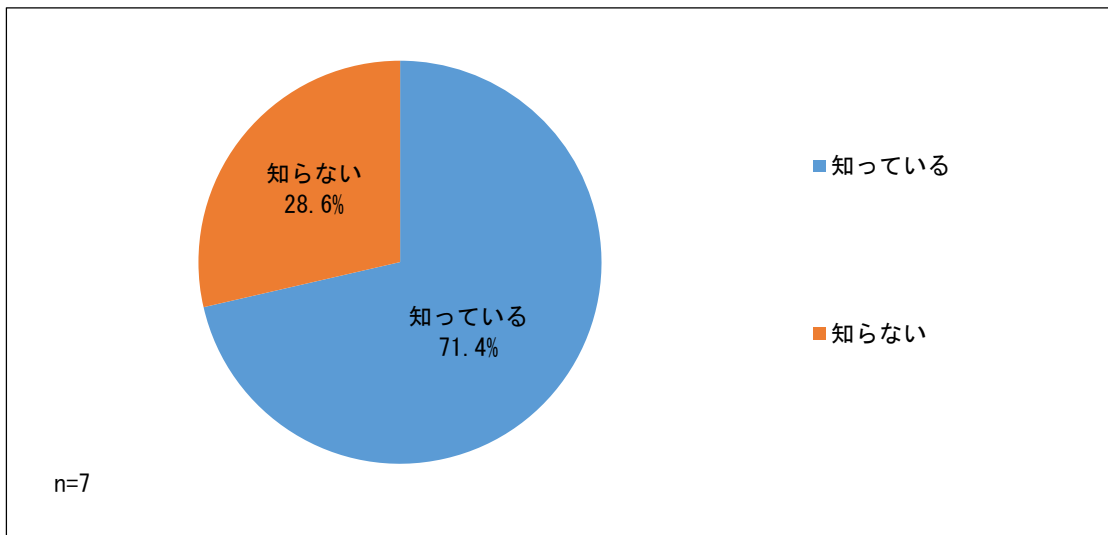


11. SDGsについて

問1 SDGsを知っていますか？

SDGsについては「知っている」が71.4%、「知らない」が28.6%となりました。

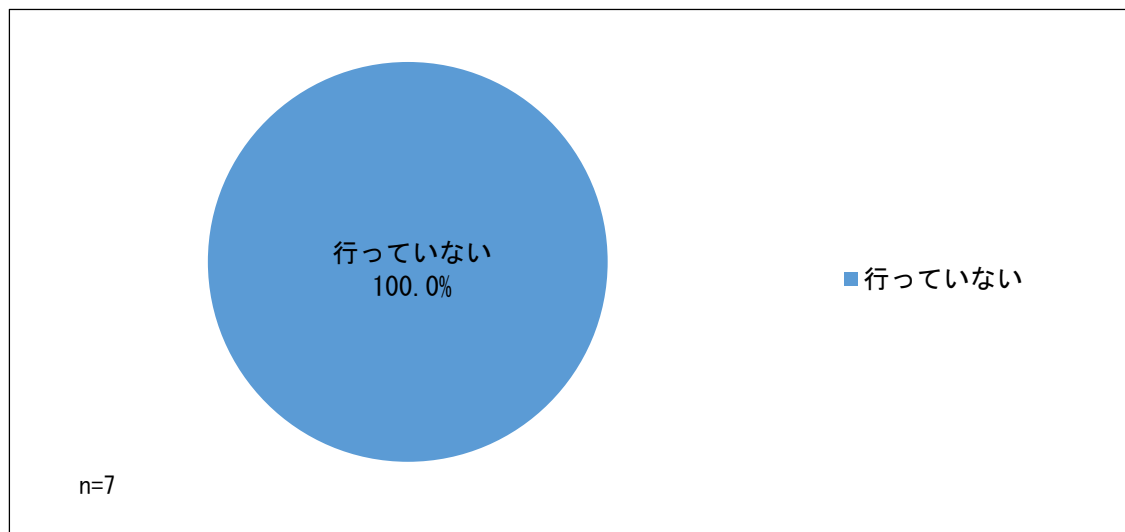
図表11-1 SDGsについて



問2 商店街においてSDGsを意識した取組を行っていますか？

SDGsを意識した取組については「行っていない」が100%となりました。

図表11-2 SDGsを意識した取組

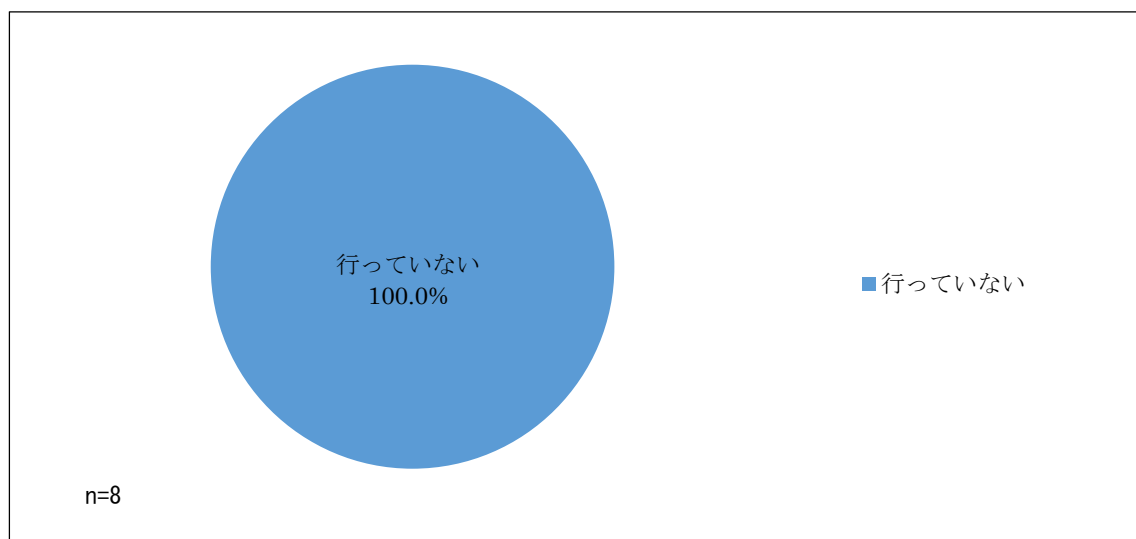


12. 訪日外国人対策（インバウンド対策）について

問1 外国人旅行者をターゲットとした取組を行っていますか？

外国人旅行者をターゲットとした取組については「行っていない」が100%となりました。

図表12-1 外国人旅行者をターゲットとした取組

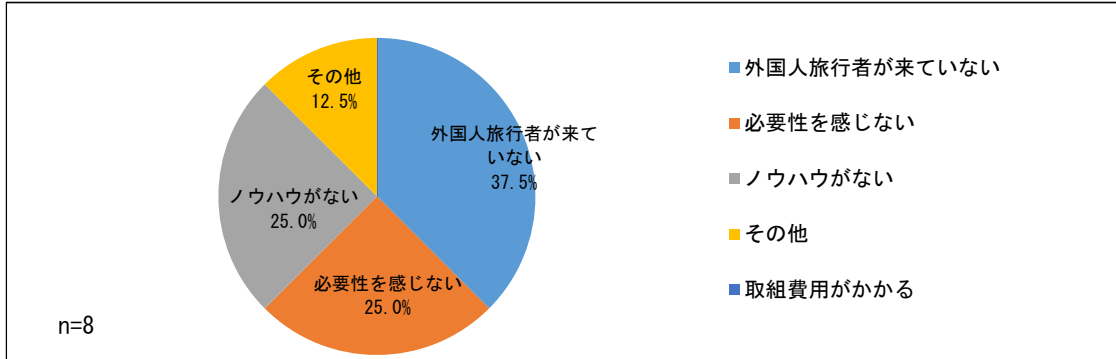


※問1-2については、問1で「行っている」と回答した方がいなかったため、割愛します。

問1で「行っていない」と答えた方
問1-3 取組を行わない理由は何ですか？

外国人旅行者をターゲットとした取組を行わない理由については「外国人旅行者が来ていない」が37.5%、「必要性を感じない」、「ノウハウがない」がそれぞれ25%となりました。

図表12-1-3 取組みを行わない理由



1.3. モータリゼーションの影響について
問1 独自に駐車場を持っている店舗の数は？

独自に駐車場を持っている店舗は84店舗、台数は202台で1店舗あたり2.4台の駐車場を持っていることとなります。

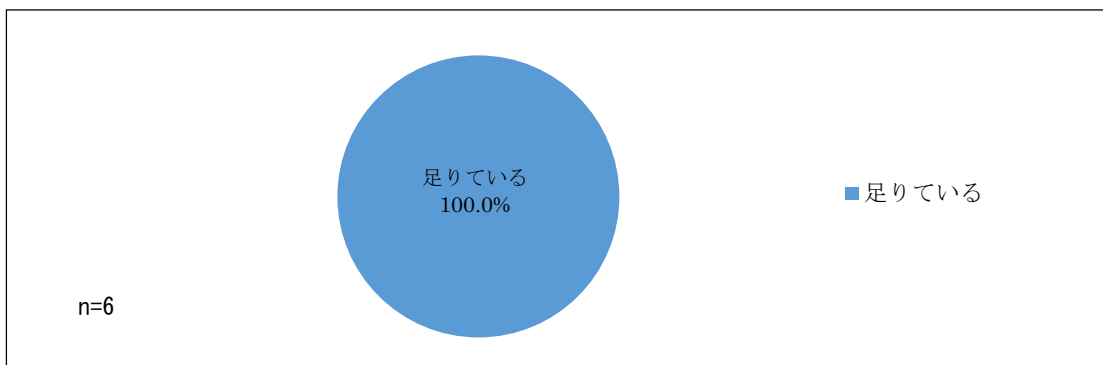
図表13-1 独自に駐車場を持っている店舗の数 n=9

独自に駐車場を持っている店舗	台数
84 店舗	202 台

問2 来街者用駐車場は足りていますか？足りていない場合、望ましい台数は？

来街者用駐車場については「足りている」が100%となりました。

図表13-2 来街者駐車場

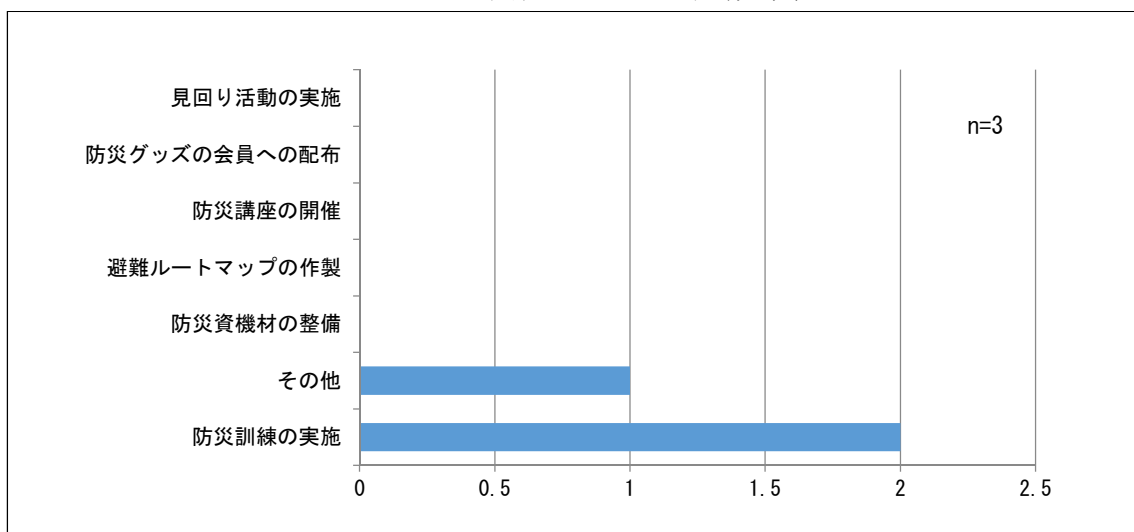


14. 震災対策について

問1 震災などの危機に対して行っている対策は??

危機対策については「防災訓練の実施」が2件となりました。

図表14-1 危機対策

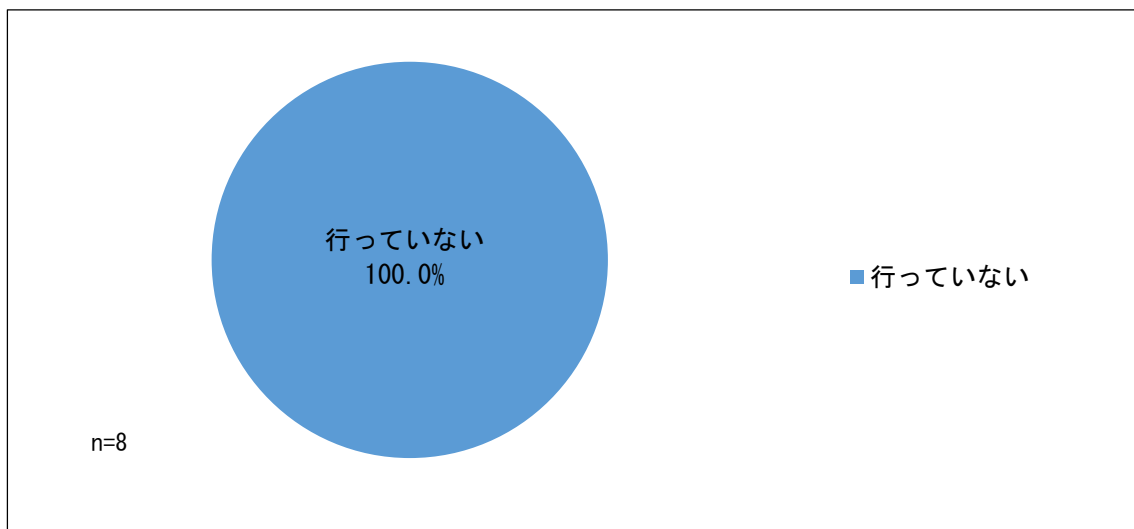


15. 買い物弱者対策について

問1 買い物弱者に向けた取組を行っていますか?

買い物弱者に向けた取組については「行っていない」が100%となりました。

図表15-1 買い物弱者に向けた取組



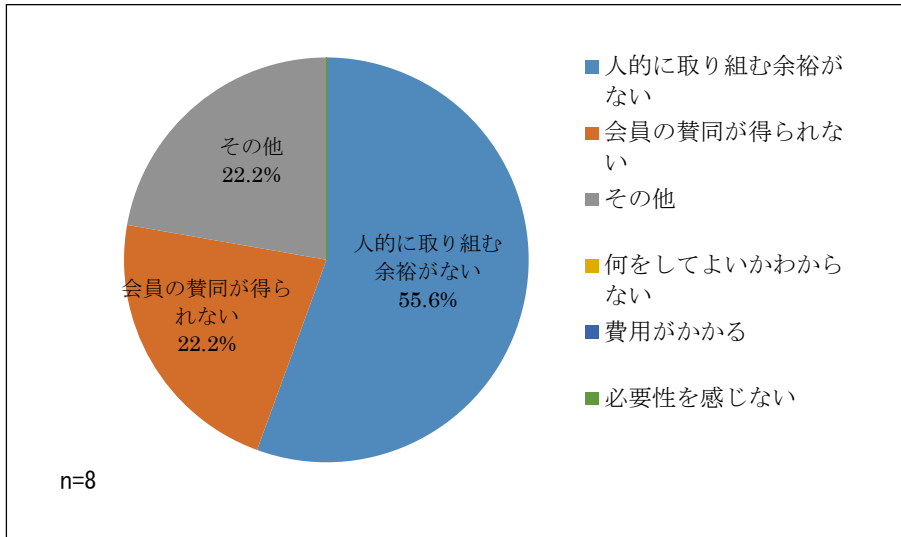
※問1-2については、問1で「行っている」と回答した方がいなかったため、割愛します。

問1で「行っていない」と答えた方

問1-3 買い物弱者に向けた取組を行わない理由は何ですか？

買い物弱者に向けた取組を行わない理由については「人的に取り組む余裕がない」が55.6%と最も多く、次いで「会員の賛同が得られない」が22.2%と続きました。

図表15-1-3 買い物弱者に向けた取組の理由



問2 今後買い物弱者に向けた取組を行うにあたっての課題は？

買い物弱者に向けた取組を行うにあたっての課題については「お客様が遠慮してしまうこと」や、「宅配サービス」が挙げられました。

図表15-2 買い物弱者に向けた取組の課題

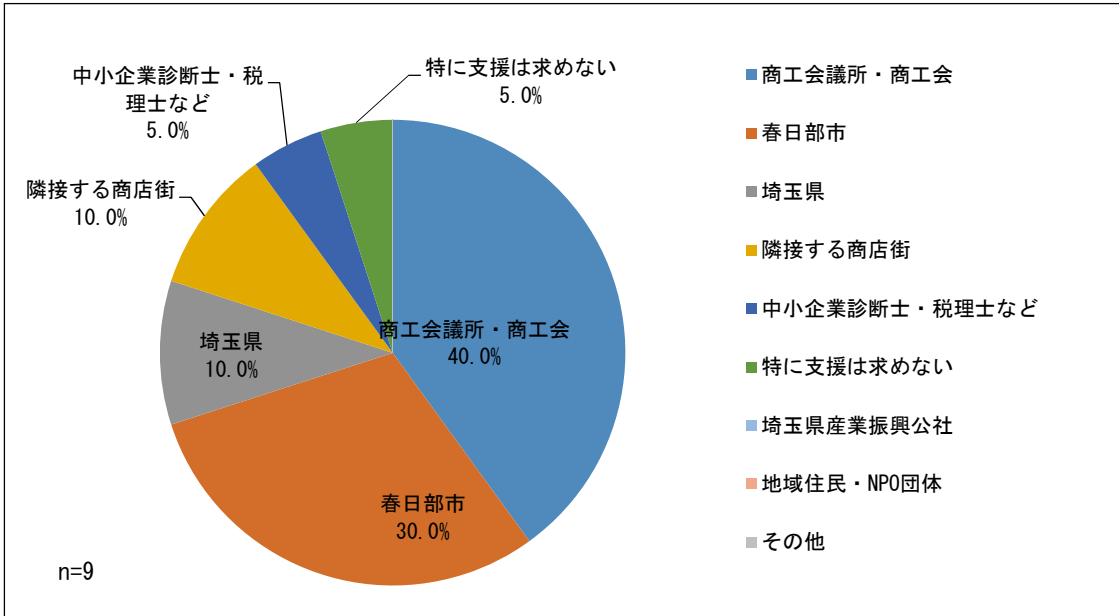
- ・以前は電話注文を10店ほどで行っていたが、お客様の方で遠慮して注文がどんどん減って自然消滅した。
- ・宅配サービス

16. 商店街支援について

問1 商店街事業を実施するにあたり、まずはどこに相談しますか？

商店街事業を実施する際の相談先については「商工会議所・商工会」が40%と最も多く、次いで「春日部市」が30%、「埼玉県」や「隣接する商店街」がそれぞれ10%と続きました。

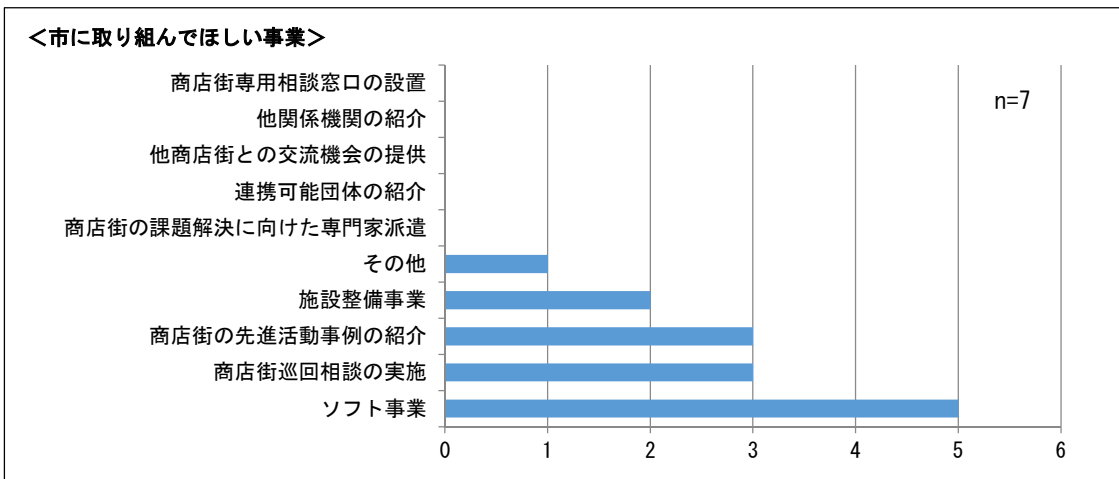
図表16-1 商店街事業を実施する際の相談先



問2 今後、市や商工会議所・商工会に取り組んでほしい事業は何ですか？

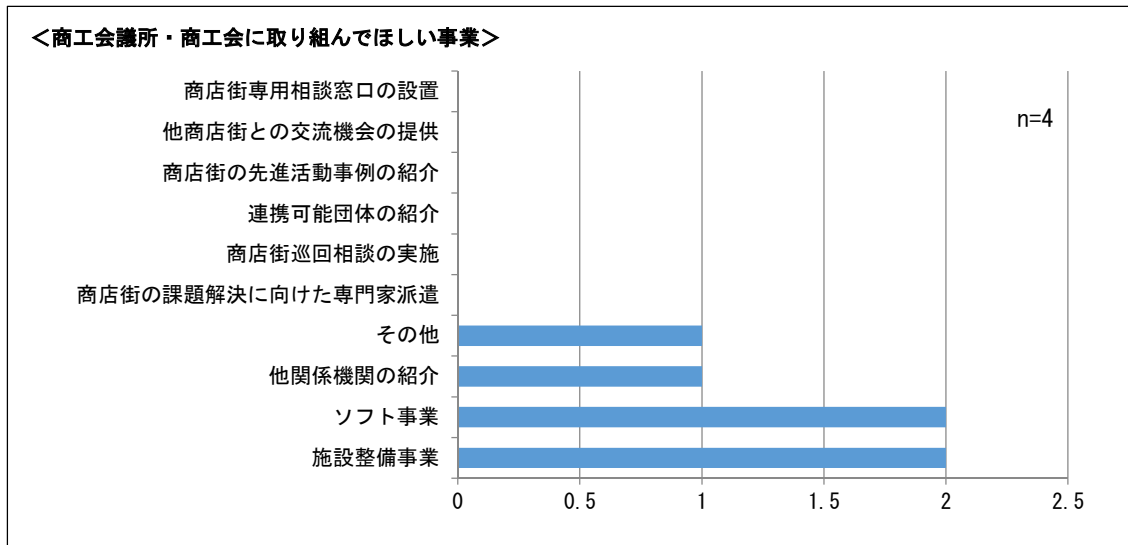
市に取り組んでほしい事業については「ソフト事業」が5件、「商店街巡回相談の実施」「商店街の先進活動事例の紹介」がそれぞれ3件、「施設整備事業」が2件と続きました。

図表16-2-1 市に取り組んでほしい事業



また、商工会議所・商工会に取り組んでほしい事業としては、「施設整備事業」と「ソフト事業」がそれぞれ2件、「他関係機関の紹介」が1件となりました。

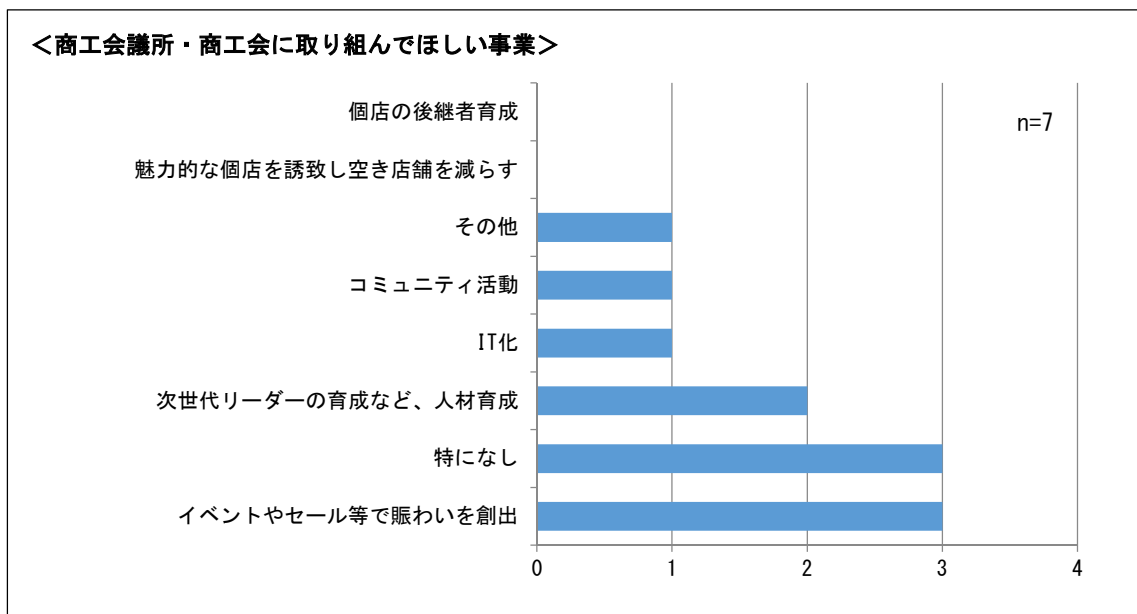
図表 1 6 - 2 - 2 商工会議所・商工会に取り組んでほしい事業



問3 ウイズコロナ・アフターコロナを見据えて今後どのような商店街活動に取り組んでいこうと考えていますか？

今後の商店街活動については「イベントやセールでにぎわいを創出」、「特になし」がそれぞれ3件、「人材育成」が2件、「IT化」「コミュニティ活動」がそれぞれ1件と続きました。

図表 1 6 - 3 今後の商店街活動



問4 ご意見

<市に対して>

- ・ 地域の実情の把握と実情にあった支援
- ・ これからも今まで以上に宜しくお願いします。
- ・ 商店街活性化補助金続けて頂きたい

<商工会議所・商工会に対して>

- ・ 何をしているかもっと発信して下さい
- ・ これからも今まで以上に宜しくお願いします。

春日部市商工業振興基本条例

(目的)

第1条 この条例は、商工業の振興に関し、基本理念を定め、市及び事業者等の責務を明らかにするとともに、商工業の振興に関する施策の基本となる事項を定めることにより、春日部の持つ宿場町や大風のまちとしての歴史ある文化及び川と緑に囲まれた豊かな自然環境との調和を図りつつ、商工業の基盤の強化及び健全な発展を促し、もって地域社会の活性化に寄与することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- (1) 商工業 商業、工業その他の産業（農業、林業及び漁業を除く。）をいう。
- (2) 事業者 市内において商工業を営む個人又は法人をいう。
- (3) 商店街 小売業、飲食業、サービス業等が集積している地域をいう。
- (4) 商店会 商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）の規定に基づく商店街振興組合若しくは中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）の規定に基づく事業協同組合（商業に係るものに限る。）又は商業の振興に関する活動を協同して行うことを目的に任意に組織された事業者の団体であって、主に商店街において当該活動を行うものをいう。
- (5) 商工団体等 商工会議所法（昭和28年法律第143号）の規定に基づく商工会議所、商工会法（昭和35年法律第89号）の規定に基づく商工会その他の市内における商工業の振興を図ることを目的とする団体をいう。
- (6) 事業者等 事業者、商店会及び商工団体等をいう。
- (7) 大規模小売店舗 大規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）第2条第2項に規定する大規模小売店舗をいう。
- (8) 中規模小売店舗 一の建物（一の建物として大規模小売店舗立地法施行令（平成10年政令第327号）第1条各号に定めるものを含む。）であって、その建物内の店舗面積（小売業（飲食店業を除くものとし、物品加工修理業を含む。）を行うための店舗の用に供される床面積をいう。）の合計が300平方メートル以上1,000平方メートル以下のものをいう。

(基本理念)

第3条 商工業の振興は、次に掲げる理念（以下「基本理念」という。）のもとに推進されなければならない。

- (1) 商工業の振興は、商工業が地域の経済及び社会に重要な役割を果たしていることを認識したうえで推進されなければならない。
- (2) 商工業の振興は、事業者の自らの創意工夫及び自助努力を助長するとともに、市民生活の向上を図るため、市と事業者等との協働により、市民の理解と協力のもとに推進されなければならない。
- (3) 商工業の振興は、市民の就業機会の拡大及び勤労者等の福利厚生の上昇に寄与するよう推進されなければならない。
- (4) 商工業の振興は、商業が市民の消費生活を支えるとともに、商店街が地域社会の中心としてにぎわいと交流の場となるよう、総合的なまちづくりの観点から推進されなければならない。
- (5) 商工業の振興は、工業の技術力及び競争力の向上を図るとともに、技術及び技能の継承を推進し、市民との共生関係の構築の観点から推進されなければならない。
- (6) 商工業の振興は、地域の生活環境の保持に適正な配慮をしたうえで推進されなければならない。

(市の責務)

第4条 市は、基本理念にのっとり、商工業の振興に関する基本的かつ総合的な施策を策定し、及び事業者等と協力して実施するものとする。

2 市は、商工業に関する現状の把握に努め、商工業の振興に関する施策に反映させるものとする。

(商工団体等の責務)

第5条 商工団体等は、基本理念にのっとり、事業者に対する支援を行うとともに、市と協力して、商工業の振興を目的とする事業の実施に努めるものとする。

2 商工団体等は、前項に規定する支援及び事業を実施するため、事業者の積極的な参加を求めるよう努めるものとする。

(商店会の責務)

第6条 商店会は、基本理念にのっとり、自主的な努力により、当該商店会の存する地域の市民及び自治会その他の団体の理解と協力を得ながら商店街の活性化に努めるものとする。

2 商店会は、会員相互の連携を図り、円滑かつ効率的な組織運営に取り組むとともに、他の商店会

との連携に努めるものとする。

- 3 商店会は、その活動の基盤を強化するため、会員の加入促進等により、組織の充実に努めるものとする。

(事業者の責務)

- 第7条 事業者は、基本理念にのっとり、消費生活の安定及び安全確保に十分配慮するとともに、経営基盤の強化、人材の育成及び従業員等の福利厚生の上昇に努めるものとする。
- 2 事業者は、商工業の振興を図るため、商工団体等に加入するよう努めるものとする。
- 3 事業者は、市又は商工団体等が行う商工業振興のための施策に積極的に協力するとともに、地域社会に貢献するための必要な措置の実施に努めるものとする。
- 4 商店街において事業を営む者は、当該商店街の活性化を図るため、商店会への加入等により相互に協力するよう努めるものとする。
- 5 商店街において事業を営む者は、商店会が当該商店街の活性化に関する事業を実施するときは、応分の負担をすることにより当該事業に協力するよう努めるものとする。

(大規模小売店舗又は中規模小売店舗の設置者の責務)

- 第8条 大規模小売店舗又は中規模小売店舗（以下「大規模小売店舗等」という。）の設置者は、基本理念にのっとり、前条に定めるもののほか、当該大規模小売店舗等に求められる社会的責任を認識するとともに、地域社会に貢献するための必要な措置の実施に努めるものとする。
- 2 大規模小売店舗等の設置者は、前項に規定する措置を実施するに当たり、当該大規模小売店舗等において事業活動を行う事業者に対し、協力を求めるよう努めるものとする。

(市民の理解と協力)

- 第9条 市民は、商工業の振興が市民生活の向上及び地域社会の活性化に寄与することについての理解を深め、その健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(指針の策定)

- 第10条 市は、次に掲げる事項について指針を策定するものとする。
 - (1) 商工業の振興に関する基本的な方向
 - (2) 商工業の振興に関する基本的な施策
 - (3) 前2号に掲げるもののほか、商工業の振興に関する施策を総合的かつ計画的に推進するために必要な事項

(国、県等との連携)

- 第11条 市及び事業者等は、国、県等と連携して、商工業の振興の推進に努めるものとする。

附 則

この条例は、公布の日から施行する。

用語解説

用語	解説
あ	
IoT	Internet of Things の略。モノがインターネット経由で通信すること。 (例：自動運転車、スマホでエアコン・照明の操作など)
ICT	Information and Communication Technology の略。情報通信技術。
新しい生活様式	新型コロナウイルスの出現に伴い、飛沫感染や接触感染、さらには近距離での会話への対策をこれまで以上に取り入れた生活様式。
イノベーション	仕組みやビジネスモデルなどに新たな考え方や技術を取り入れて新たな価値を生み出し、社会に変革等をもたらすこと。
インバウンド	外国人が訪れて来る旅行のこと。
AI	Artificial Intelligence の略。人工知能。人工的にコンピュータ上などで人間と同様の知能を実現したもの。
SDG s	Sustainable Development Goals の略。持続可能な開発目標。17 のゴールから構成され、2030 年までに持続可能でより良い世界を目指す国際目標。
遠隔教育	インターネットに接続したパソコンやタブレットを使い、離れた場所から授業を行う形態のこと。
オンライン化	これまでインターネットに繋がっていなかった業務環境をインターネットに接続することでオンライン上で管理や操作が可能な環境を構築すること。
か	
カーボンニュートラル	温室効果ガスの排出量と吸収量を均衡させること。
かすかべオラナビ	春日部市の公式地域ポータルサイト。お店や観光スポットなどをナビする。
キャッシュレス	現金を使わずに支払いを済ませる方法。クレジットカードや電子マネーなど。
勤労世帯	世帯主が会社、官公庁、学校、工場、商店などに努めている世帯のこと (会社団体の役員を除く)。
グリーントランスフォーメーション (GX)	地球温暖化や環境破壊、気候変動などを引き起こす温室効果ガスの排出を削減し、環境改善とともに経済社会システムの改革を行う対策。
グローバル化	資本や労働力の国境を越えた移動が活発化するとともに、貿易を通じた商品・サービスの取引や海外への投資が増大することによって世界における経済的な結びつきが深まること。
広域幹線道路	高規格幹線道路、一般国道、主要地方道のこと。
合計特殊出生率	15 歳から 49 歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの。1 人の女性が仮にその年次の年齢別出生率で一生の間に産むとしたときの平均こども数に相当。

さ	
産業クラスター	企業、大学、研究機関などが地理的に集積し、相互の連携・競争を通じて新たな付加価値を創出する状態のこと。
GDP	Gross Domestic Product の略。国内総生産。1 年間など、一定期間内に国内で算出された付加価値の総額で、国の経済活動状況を示す。
GRP	Gross Regional Product の略。域内総生産。ある地域における一定期間に地域内で生産された付加価値の総額。
シェアリングエコノミー	一般消費者がモノや場所、スキルなどを必要な人に提供したり共有したりする新しい経済の動きや、そうした形態のサービスのこと。
就業者	従業者と休業者の合計。
従業者	統計調査期間中、収入を伴う仕事を 1 時間以上した者。⇨休業者（仕事をもっていないながら、統計調査期間中に病気や休暇などのため仕事を休んだ者のうち、雇用者で、休んでいても給料・賃金の支払いを受けている者又は受けることになっている者）
集約型都市構造	高密度で近接した開発形態、公共交通機関でつながった市街地、地域のサービスや職場までの移動の容易さという特徴を有した都市構造。コンパクトシティ。
首都圏三環状道路	首都圏中央連絡自動車道（圏央道）、東京外かく環状道路（外環）、首都圏中央環状線（中央環状線）のこと。
ジョブ・シャドウイング	児童・生徒・大学生が、企業の社員に半日か 1 日同行し、働く様子を観察する活動。
スタートアップ	短期間での急成長が期待できる組織。
ステークホルダー	あらゆる利害関係者。
生産年齢人口	生産活動の中心にいる人口層。15 歳以上 65 歳未満の人口。
ゼロカーボンシティ	2050 年（令和 32 年）に二酸化炭素を実質ゼロにすることを目指す旨を首長自らが、または地方自治体として公表された自治体
潜在成長率	潜在的な GDP（国内総生産）の前年比伸び率。
ソフト事業	形のない事業のこと。イベントなど。⇨ハード事業（施設等の整備、修繕など）
た	
脱炭素	温室効果ガスの実質ゼロを目指すこと。
地域経済分析システム	各種統計資料を「見やすく、わかりやすく」したサービス。RESAS。
地域経済循環図	地域経済循環の概略を示すもの。図 1 枚で地域の全体像と生産・支出・分配の各段階におけるお金の流出・流入の状況を把握することができる。
地域経済循環率	生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値。地域経済の自立度を示す。
地域産業	域外を主たる販売市場とした産業。
中心市街地	都市における地域の中心となる中央業務地区のこと。人口が集中し、商業、行政機能が充実している地域。
TMO	Town Management Organization の略。まちづくり機関。

デジタル化	ITの進化によりさまざまなヒト・モノ・コトの情報がつながることで、競争優位性の高い新たなサービスやビジネスモデルを実現すること。
デジタルトランスフォーメーション (DX)	デジタル技術を用いることで、生活やビジネスが変容していくこと。
テレワーク	情報通信技術 (ICT) を活用した時間や場所を有効に活用できる柔軟な働き方のこと。
電子商取引 (EC)	インターネットを介して受発注や決済、契約などの商取引を行うこと。
都市基盤	都市の様々な活動を支える最も基本となる施設。道路・鉄道等基幹交通施設、上下水道、電気・ガス等エネルギー関連施設など。
な	
二次交通	拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通。
ネットショッピング	インターネットを通じて商品を購入できるサービスのこと。
は	
PDCA	Plan (計画)、Do (実行)、Check (評価)、Action (改善) の頭文字から作られた言葉。計画から改善、そしてまた計画から改善というサイクルを何度も繰り返すことで、継続的に業務改善を行う。
ヒートマップ	データを可視化するために行列型の数字データの強弱を色で視覚化する方法。
ビッグデータ	人間では全体を把握することが困難な巨大なデータ群。
付加価値	企業が事業活動によって生み出した価値を数値で表したもの。売上から原価を引いた額。
ま	
や	
4次産業	情報産業、医療産業、教育サービス産業などの知識集約産業。
ら	
リモートワーク	所属している会社のオフィスではなく、自宅で働くこと。在宅勤務。
流動人口	一次的にある場所に滞在している人口。⇔夜間人口 (特定の場所に居住する人口)
6次産業	農業や水産業などの第1次産業が食品加工 (第2次産業)・流通販売 (第3次産業) に業務展開している経営形態。1次×2次×3次=6次産業。
わ	
ワークショップ	体験型講座。参加者が主体的に意見交換や体験ができる学習の場。
ワーク・ライフ・バランス	仕事と生活の調和。

策定経過

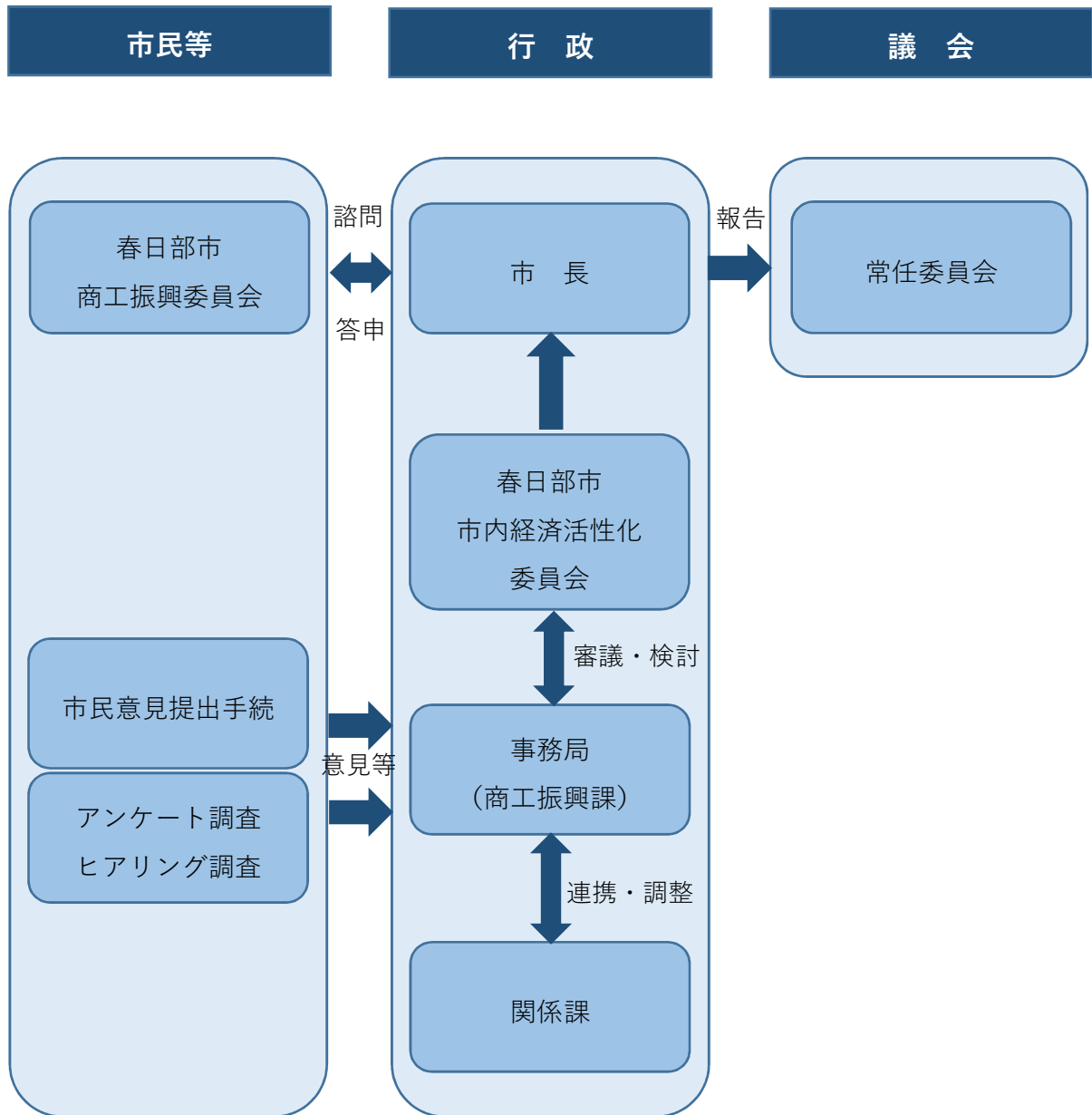
第3次春日部市商工振興指針策定に係る経過

年 月	市民・議会	審議会	委員会等
令和4年5月			委員会等 策定基本方針の策定
令和4年6月	6月定例会教育環境委員会 策定開始報告	第1回 審議会 策定基本方針の説明 諮問（指針について）	
令和4年6月 ～ 7月	商店街等アンケート・経営 実態調査実施 (6月下旬～7月31日)		
令和4年10月		第2回 審議会 骨子（案）について	第1回 委員会等 骨子（案）について
令和4年11月		第3回 審議会 指針素案について	第2回 委員会等 指針素案について
令和4年12月	12月定例会教育環境委員会 経過報告		
令和5年1月 ～ 2月	市民意見手出手続き (1月4日～2月2日)		
令和5年2月		第4回 審議会 指針修正案について	第3回 審議会 指針修正案について
令和5年3月	3月定例会教育環境委員会 策定報告		

審議会：春日部市商工振興委員会

委員会等：春日部市市内経済活性化委員会等

策定体制



第3次春日部市商工業振興指針

発行 春日部市

〒344-8577 春日部市中央六丁目2番地

TEL 048-736-1111

URL <https://www.city.kasukabe.lg.jp>

編集 環境経済部 商工振興課

作成 2023年（令和5年）3月

市民憲章

わたしたちのまち春日部は 古利根川と江戸川が流れ 豊かな自然のなかで 伝統 文化 産業を育んできた歴史のあるまちです

わたしたちは この先の時代に想いを馳せ だれもが住み良い 魅力あるまちを目指して ここに市民憲章を定めます

- 一 環境にやさしく かけがえのない自然を守りましょう
- 一 心と体を健やかに 良識ある行動を心がけましょう
- 一 お互いを尊重し ともに助け合い 心かよう信頼を築きましょう
- 一 伝統と文化を大切にし 次の世代に引き継ぎましょう
- 一 広い視野で世界に学び 平和で夢のある未来をつくりましょう

(令和3年1月制定)

SDGs 未来都市

令和2年7月、春日部市はSDGsの達成に向け優れた取り組みを進める「SDGs未来都市」に選定されました。誰もが「住んでみたい、住み続けたい」と思うまちに向け、持続可能なまちづくりへの取り組みを推進しています。



⇒春日部市のオリジナルSDGsロゴマークは、市の伝統工芸品「麦わら帽子」をモチーフとし、本市に関わる皆さん一人ひとりの笑顔をイメージした、親しみやすく愛らしいデザインとしています。市で名刺やパンフレットなどのSDGs普及の広報ツールとして活用しています。

