

商店実態調査報告書

令和 8 年 3 月末
都市魅力産業スポーツ部商業課

1. 東大阪市商店実態調査の目的

本市の商業は、社会経済情勢の急速な変化や消費行動の多様化等により、多くの課題に直面している。こうした状況下において、商業の持続的かつ健全な発展を実現するためには、商業者の経営実態、経営課題、今後の経営方針等について、きめ細かく把握することが不可欠である。本調査は、市内店舗の事業主を対象に調査を行い、実効性のある市内商業活性化策の検討に必要なデータを収集することを目的としている。

2. 調査結果の活用

得られた調査結果は、本市の商業施策の方向性を定める商業活性化方針の基礎資料とするとともに、商業者のニーズに応じた実践的かつ効果的な支援施策の検討に活用する。

3. 調査の方法

【アンケート調査】

○調査期間：令和 7 年 7 月～令和 8 年 2 月末

○アンケート送付及び依頼数：6,245 件

○回答数：228 件、回答率：3.7%

○調査方法：

（1）第 5 回キャッシュレス決済ポイント還元事業に合わせて調査票を郵送

期間：令和 7 年 9 月

対象：キャッシュレス決済ポイント還元事業参加店舗 5,500 件

調査票配布枚数：約 5,500 件

回答数：85 件、回答率：1.5%

（2）商業課職員による訪問調査

期間：令和 7 年 7 月・11 月、令和 8 年 1 月・2 月

地域：市内 13 の商業集積地及び主要駅周辺

訪問依頼店舗数：450 件

回答数：114 件、回答率：25.3%

訪問日数：15 日（一日平均 30 件、調査人員：各日 2 名）

（3）商店街会長経由での依頼

期間：令和 7 年 10 月・12 月、令和 8 年 2 月

対象：市内商店街団体 22 団体（全体 55 団体の 40%）

調査票配布枚数：245 枚

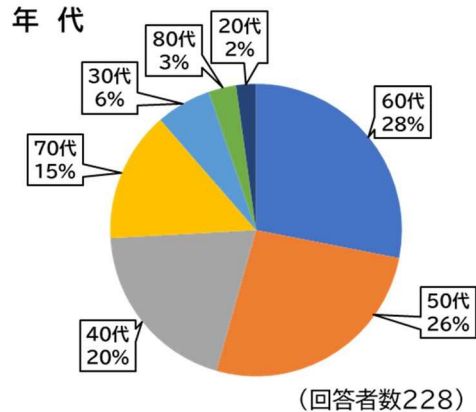
回答数：29 件、回答率：11.8%

【令和7年度商店実態調査の結果について】

問1. 店名（任意）

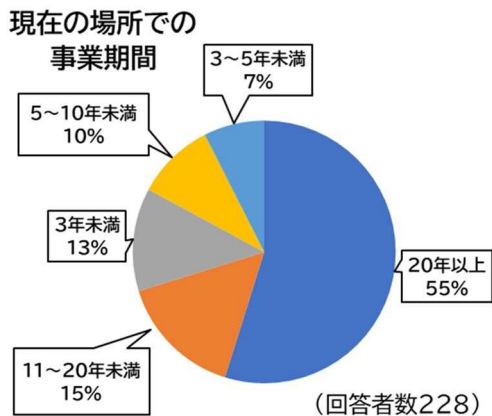
問2. 年代（択一）

年代は、「60代」が28%、「50代」が26%、「40代」が20%、「70代」が15%、「30代」が6%、「80代」が3%、「20代」が2%となっている。



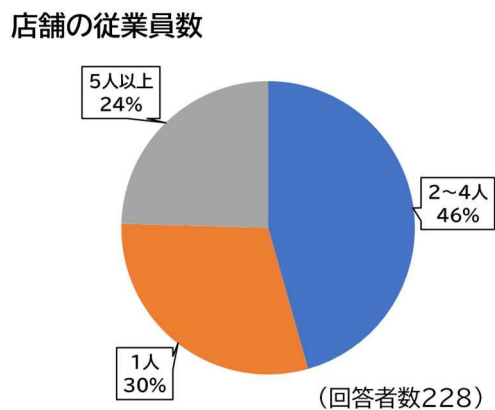
問3. 現在の場所での事業期間（択一）

現在の場所での事業期間は、「20年以上」が55%、「11年～20年」が15%、「3年未満」が13%、「5～10年未満」が10%、「3～5年未満」が7%となっている。長年継続店舗が多い傾向がある。



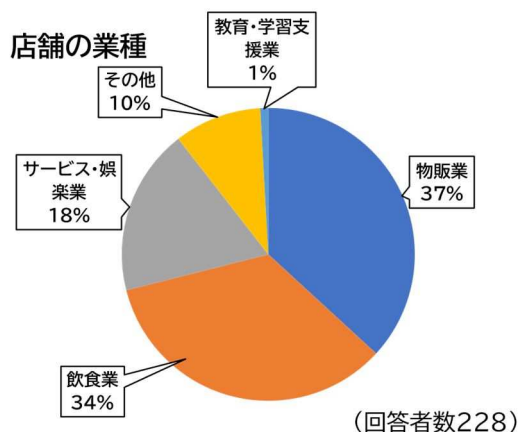
問4. 店舗の従業員数（択一）

店舗の従業員数は、「2～4人」が46%、「1人」が30%、「5人以上」が24%となっている。



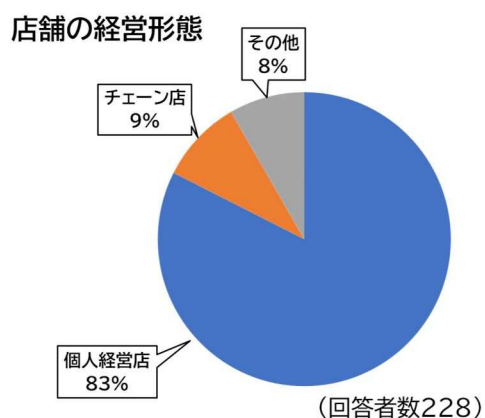
問5. 店舗の業種（択一）

店舗の業種は、「物販」業が 37%、「飲食業」が 34%、「サービス・娯楽業」が 18%、「その他」が 10%、「教育・学習支援業」が 1%となっている。



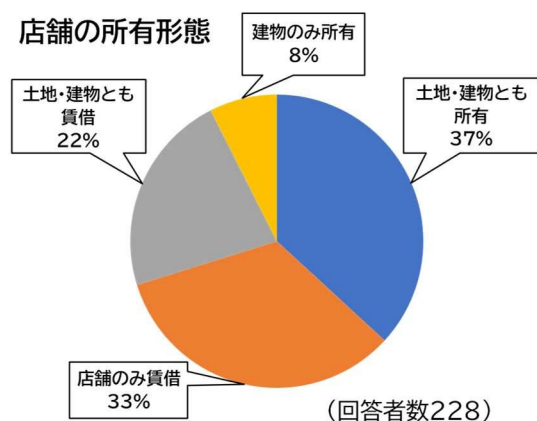
問6. 店舗の経営形態（択一）

店舗の経営形態は、「個人経営店」が 83%、「チェーン店」が 9%、「その他」が 8%となっている。



問7. 店舗の所有形態（択一）

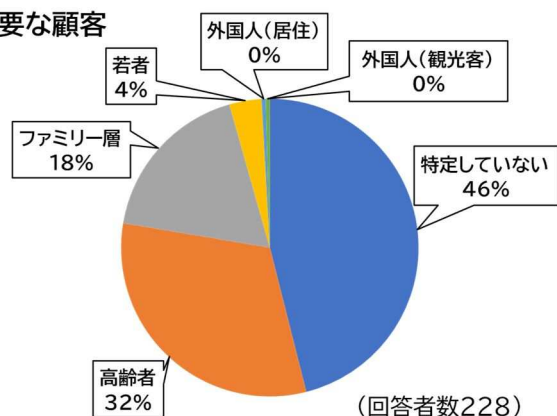
店舗の所有形態は、「土地・建物とも所有」が 37%、「店舗のみ賃借」が 33%、「土地・建物とも賃借」が 22%、「建物のみ所有」が 8%となっている。店舗を所有している割合は 45%となっている。



問 8. 主要な顧客（択一）

主要な顧客は、「特定していない」が 46%、「高齢者」が 32%、「ファミリー層」が 18%、「若者」が 4%となっている。

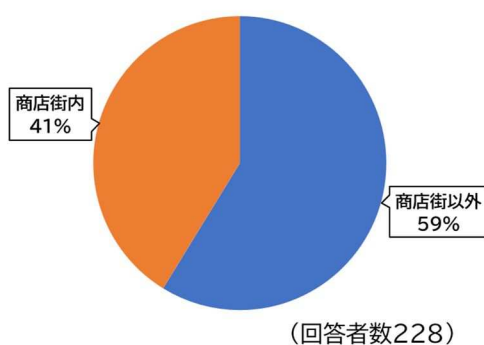
主要な顧客



問 9. 店舗がある地域（択一）

店舗がある地域は、「商店街以外」が 59%、「商店街内」が 41%となっている。

店舗がある地域



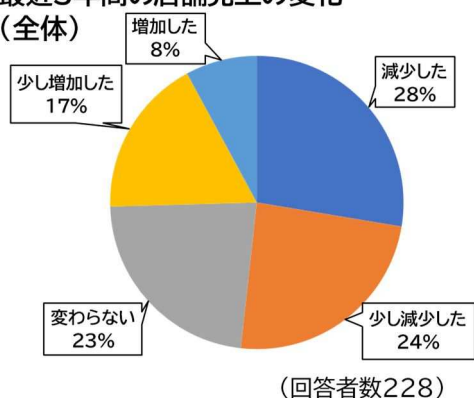
問 10. 最近 3 年間の店舗売上の変化（択一）

最近 3 年間の店舗売上の変化（全体）は、「減少した」が 28%、「少し減少した」が 24%、「変わらない」が 23%、「少し増加した」が 17%、「増加した」が 8%となっている。増加傾向が 25%に対し減少傾向が 52%であり、経営が厳しい店舗の割合が大きい。

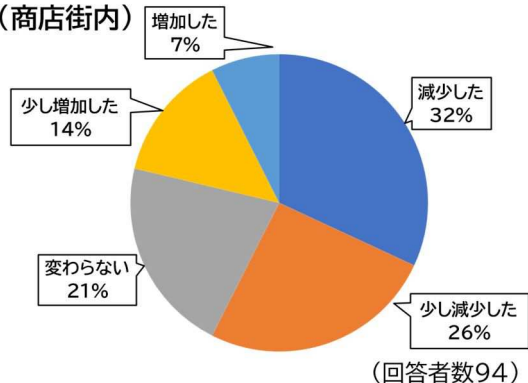
また、商店街内外の店舗を比較すると、商店街内の店舗の方が売り上げの減少傾向が大きい。

最近3年間の店舗売上の変化

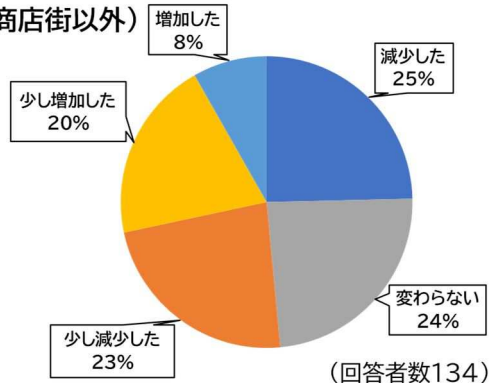
（全体）



最近3年間の店舗売上の変化
(商店街内)



最近3年間の店舗売上の変化
(商店街以外)

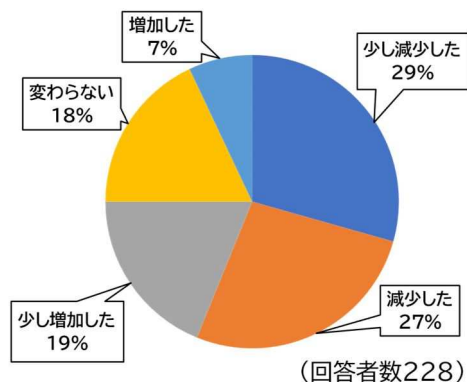


問 11. 最近3年間の店舗来客数(択一)

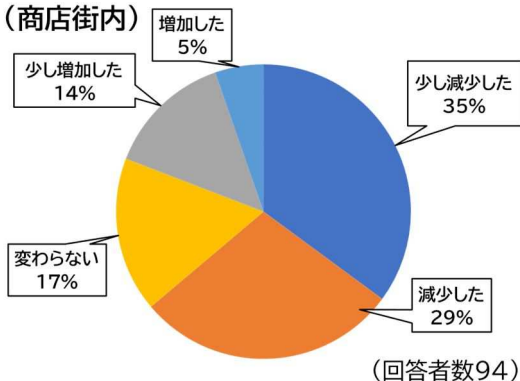
最近3年間の店舗来客数(全体)は、「少し減少した」が29%、「減少した」が27%、「少し増加した」が19%、「変わらない」が18%、「増加した」が7%となっている。「増加した」「少し増加した」の合計が26%に対し、「減少した」「少し減少した」の合計が56%であり、来客数は減少傾向である。

また、商店街内の店舗では、「増加した」「少し増加した」の合計が19%、「減少した」「少し減少した」の合計が64%となっている。商店街以外の店舗では、「増加した」「少し増加した」の合計が31%、「減少した」「少し減少した」の合計が50%となっており、商店街以外の店舗に比べて商店街内の店舗の方が、来客数の減少傾向が大きい。

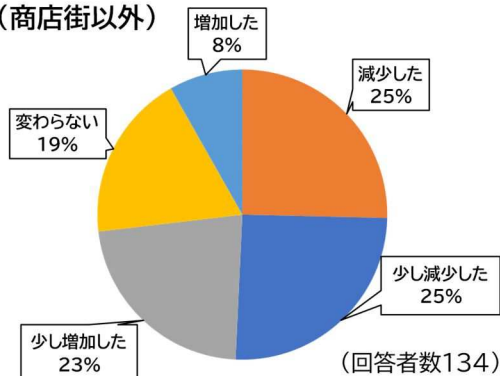
最近3年間の店舗来客数(全体)



最近3年間の店舗来客数
(商店街内)

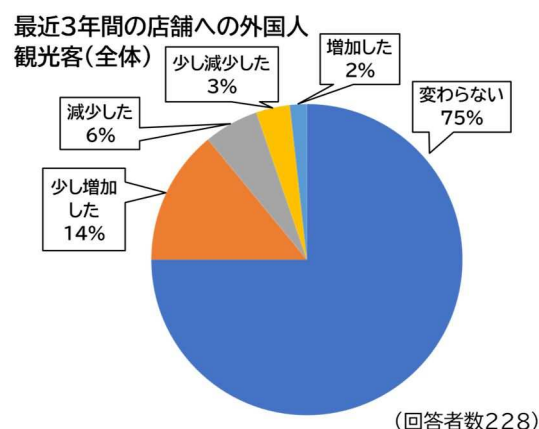


最近3年間の店舗来客数
(商店街以外)



問 12. 最近 3 年間の店舗への外国人観光客（択一）

最近 3 年間の店舗への外国人観光客は、「変わらない」が 75%、「少し増加した」が 14%、「減少した」が 6%、「少し減少した」が 3%となっている。商店街内外の店舗で大きな違いはなく、市内店舗への外国人観光客の来店はそれほど進んでいないことがうかがえる。



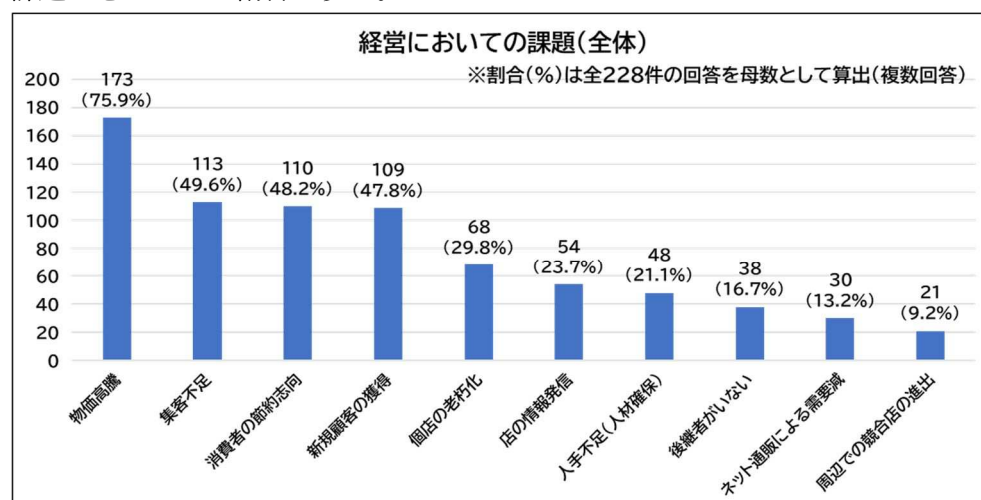
問 13. 経営における課題（複数選択）

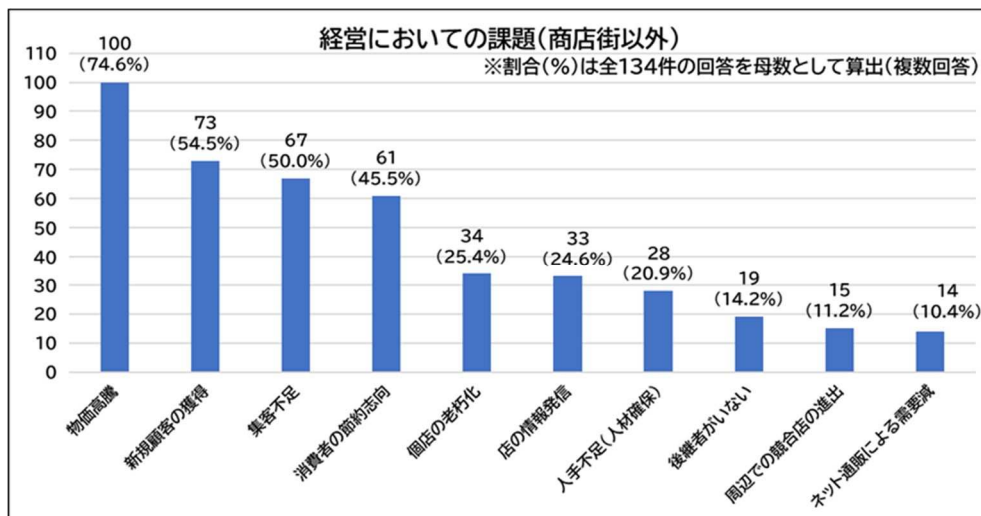
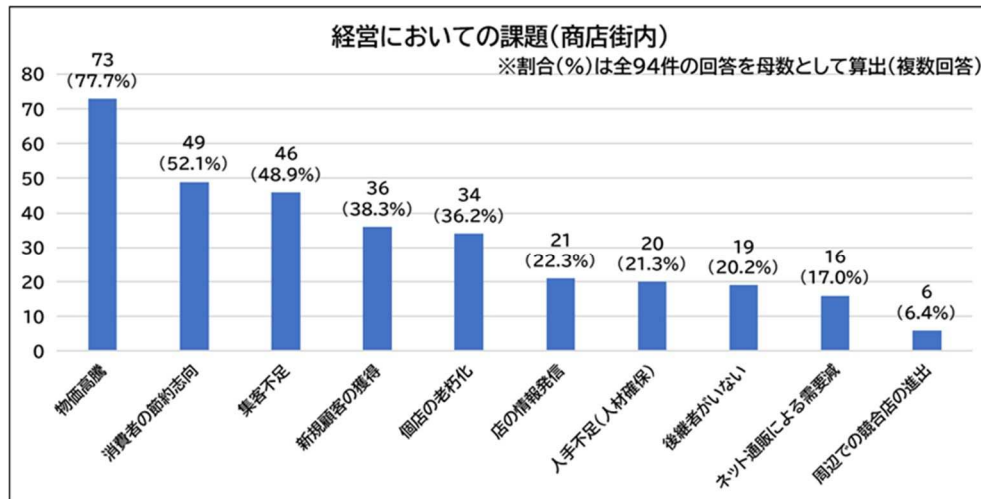
経営における課題（全体）は、「物価高騰」が 75.9%、「集客不足」が 49.6%、「消費者の節約志向」が 48.2%、「新規顧客の獲得」が 47.8%、「個店の老朽化」が 29.8%、「店の情報発信」が 23.7%、「人手不足（人材確保）」が 21.1%、「後継者がいない」が 16.7%となっている。物価高騰や消費者の節約志向を含め景気に関して課題に感じている割合が多い。

商店街内の店舗では、「物価高騰」が 77.7%、「消費者の節約志向」が 52.1%、「集客不足」が 48.9%、「新規顧客の獲得」が 38.3%、「個店の老朽化」が 36.2%、「店の情報発信」が 22.3%、「人手不足（人材確保）」が 21.3%、「後継者がいない」が 20.2%、「ネット通販による集客減」が 17%となっている。

商店街以外の店舗では、「物価高騰」が 74.6%、「新規顧客の獲得」が 54.5%、「集客不足」が 50%、「消費者の節約志向」が 45.5%、「個店の老朽化」が 25.4%、「店の情報発信」が 24.6%、「人手不足（人材確保）」が 20.9%となっている。

商店街内の店舗では「消費者の節約志向」、「個店の老朽化」について、商店街以外の店舗と比較して課題に感じている割合が多い。一方、商店街以外の店舗では「新規顧客の獲得」について課題に感じている割合が多い。



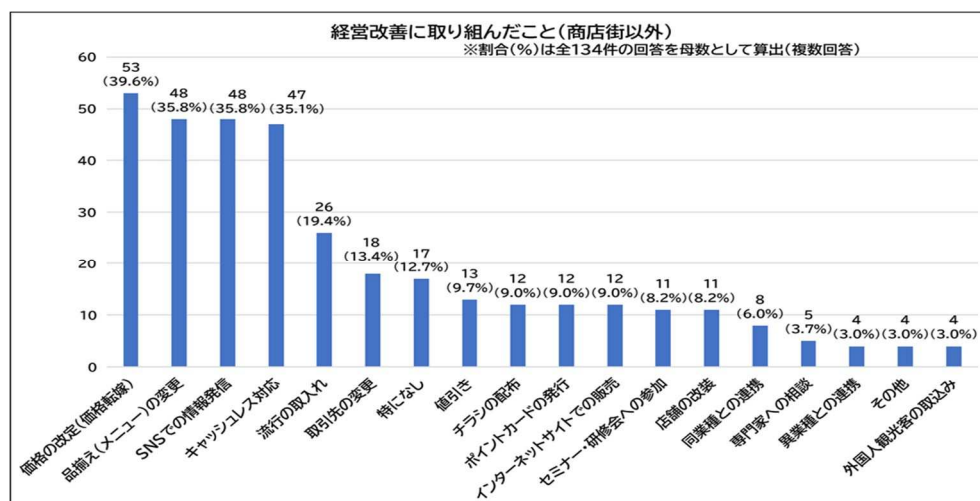
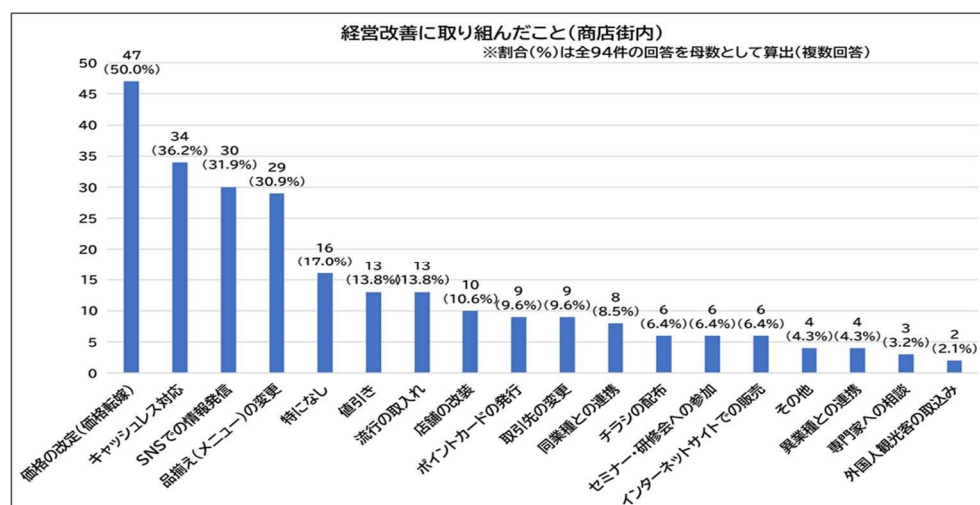
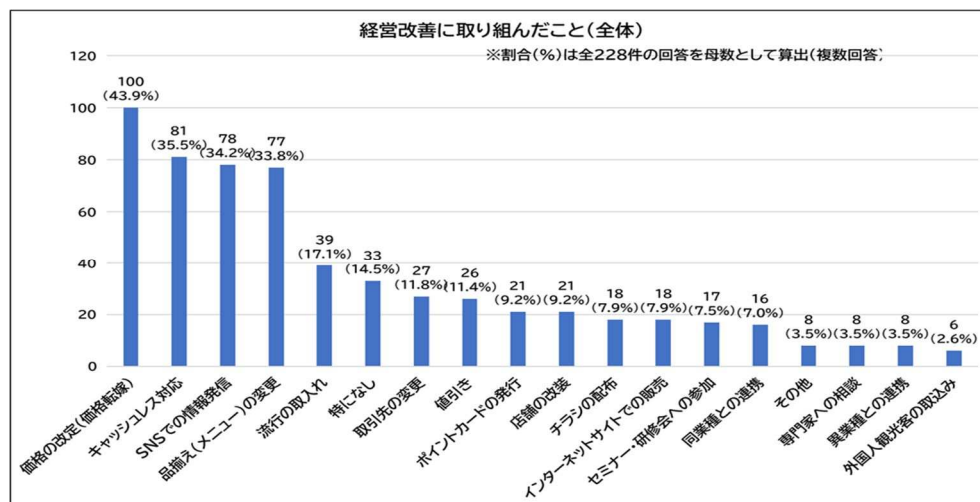


問 14. 経営改善に取り組んだこと (複数選択)

経営改善に取り組んだこと(全体)は、「価格の改定(価格転嫁)」が43.9%、「キャッシュレス対応」が35.5%、「SNSでの情報発信」が34.2%、「品揃え(メニュー)の変更」が33.8%。「流行の取入れ」が17.1%となっている。

商店街内の店舗では、「価格の改定(価格転嫁)」が50%、「キャッシュレス対応」が36.2%、「SNSでの情報発信」が31.9%、「品揃え(メニュー)の変更」が30.9%、「特になし」が17%となっている。商店街以外の店舗では、「価格の改定(価格転嫁)」が39.6%、「品揃え(メニュー)の変更」が35.8%、「SNSでの情報発信」が35.8%、「キャッシュレス対応」が35.1%、「流行の取入れ」が19.4%となっている。

商店街内の店舗では商店街以外の店舗と比較して価格改定に取り組んだ割合が高い。



問 15. 今後の事業展望 (択一)

今後の事業展望(全体)は、「発展させたい」が41%、「自身の代で廃業予定」が27%、「現状維持」が25%、「未定」が7%となっている。意欲的な店舗がある一方、1/4程度の店舗が廃業を予定している。

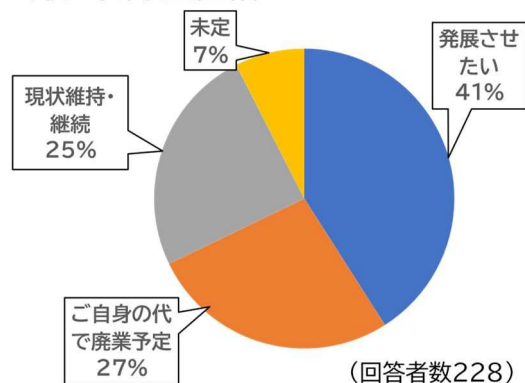
商店街内の店舗では、「発展させたい」が33%、「現状維持」が32%、「自身の代で廃業予定」が26%、「未定」が9%となっている。

商店街以外の店舗では、「発展させたい」が46%、「自身の代で廃業予定」が28%、「現状維持」が19%、「未定」が7%となっている。

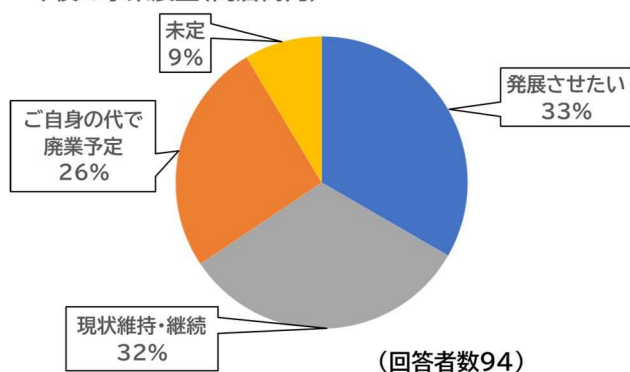
商店街以外の店舗の方が商店街内の店舗より今後の店舗の発展で意欲的な傾向が大きい。一方

で商店街内の店舗では商店街以外の店舗よりも現状維持の割合が多い。

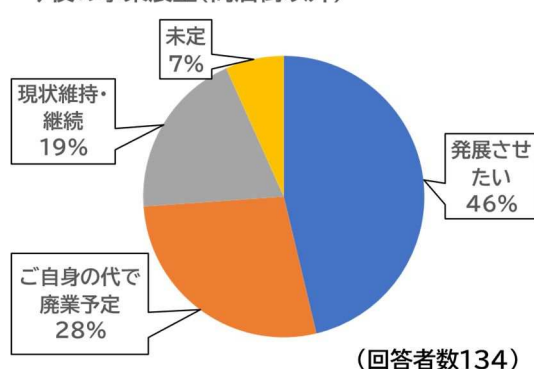
今後の事業展望(全体)



今後の事業展望(商店街内)



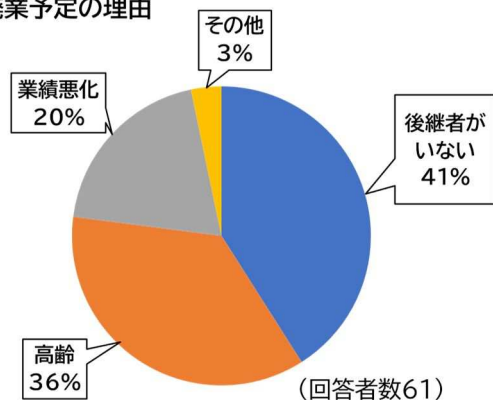
今後の事業展望(商店街以外)



問 15-2. 廃業予定の理由 (択一)

「自身の代で廃業を予定」と回答された方の、廃業予定の理由は、「後継者がいない」が41%、「高齢」が36%、「業績悪化」が20%となっている。後継者不足による廃業予定が多く、商店街内外の店舗で大幅な差はない。

廃業予定の理由



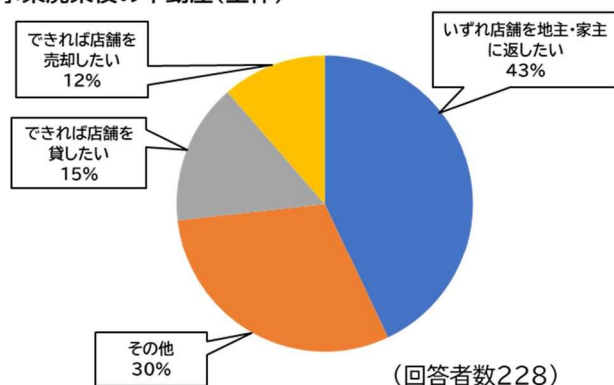
問 16. 事業廃業後の不動産 (択一)

事業廃業後の不動産(全体)は、「いずれ店舗を地主・家主に返したい」が43%、「その他」が30%、「できれば店舗を貸したい」が15%、「できれば店舗を売却したい」が12%となっている。商店街内外の店舗を比較すると商店街以外の店舗の方が店舗を地主・家主に返したいとの回答が多く、店舗を借りての経営が多い傾向がうかがえる。

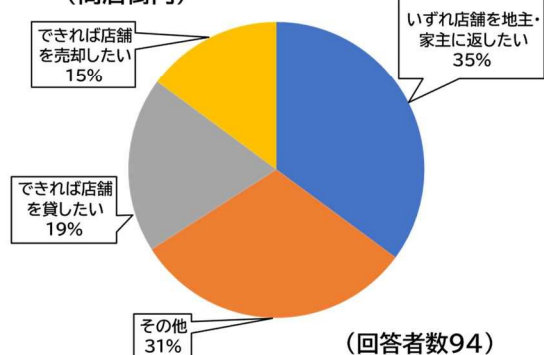
選択肢の内「いずれ店舗を地主・家主に返したい」の選択肢を選んだ方の店舗は、賃貸物件であり、返却後は新たに貸し出され店舗として継続する可能性が高い。「できれば店舗を貸したい」の選択肢を選んだ方の店舗は、所有物件であるが、新たに賃貸物件として貸し出される可能性が高い。「できれば店舗を売却したい」を選んだ方の店舗は、所有物件であるが、購入者によっては店舗用途で活用をしない可能性がある。「その他」の自由記載欄には、「廃業後に自宅として活用する」という記載が全体で15件あった。「自身の代で廃業を予定している」の回答の中で、「廃業後に自宅として店舗を活用する」との回答は商店街内の店舗で4件（17%）、商店街以外の店舗で4件（11%）となっている。

店舗が所有物件であって廃業後には自宅として活用する場合、その多くは店舗として貸し出されることは少なく、シャッターが下りたままの状態となる可能性が高い。

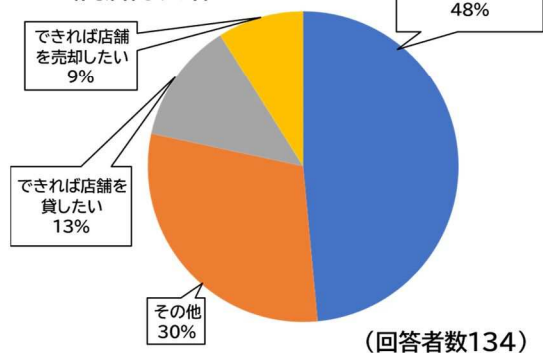
事業廃業後の不動産(全体)



事業廃業後の不動産
(商店街内)

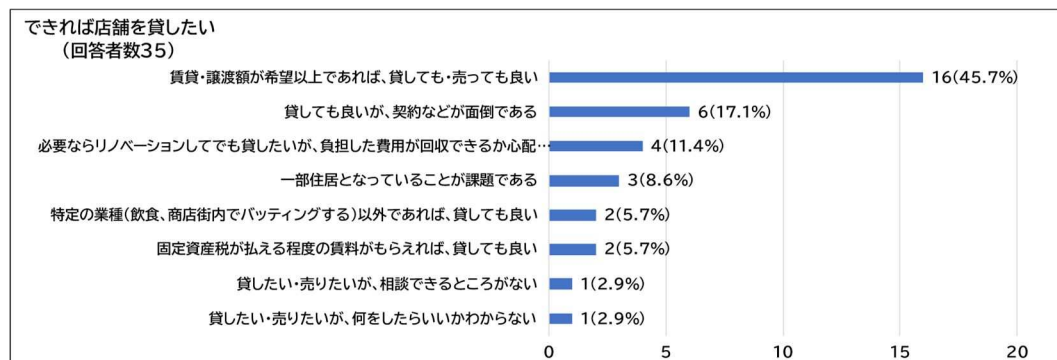


事業廃業後の不動産
(商店街以外)



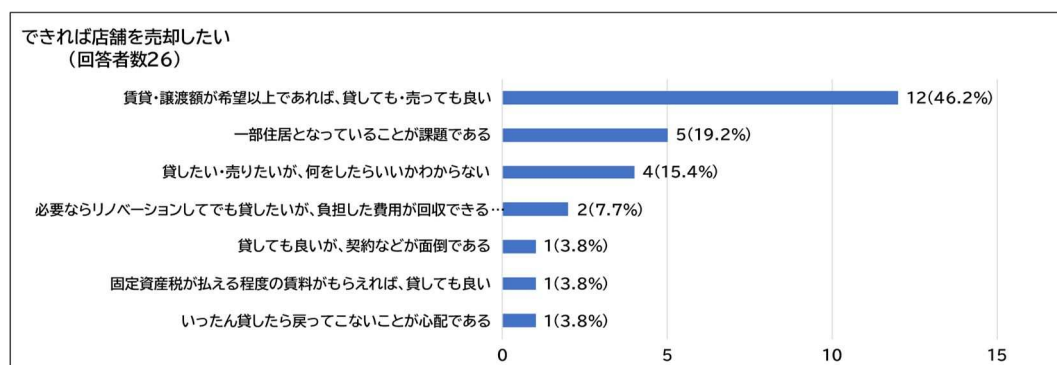
16-2-1. 事業をやめた後の不動産（できれば店舗を貸したい）

「事業をやめた後の不動産」の回答で、「できれば店舗を貸したい」と回答した方の内、「賃貸額が希望以上であれば、貸しても良い」が45.7%、「貸しても良いが、契約などが面倒である」が17.1%、「必要ならリノベーションしてでも貸したいが、負担した費用が回収できるか心配である」が11.4%となっている。



問 16-2-2. 事業をやめた後の不動産（できれば店舗を売却したい）

「事業をやめた後の不動産」の回答で、「できれば店舗を売却したい」と回答した方の内、「売却額が希望以上であれば、売っても良い」が46.2%、「一部住居となっていることが課題である」が19.2%、「売りたいが何をしたらわからない」が15.4%となっている。



問 17. 商店街の課題（複数選択）

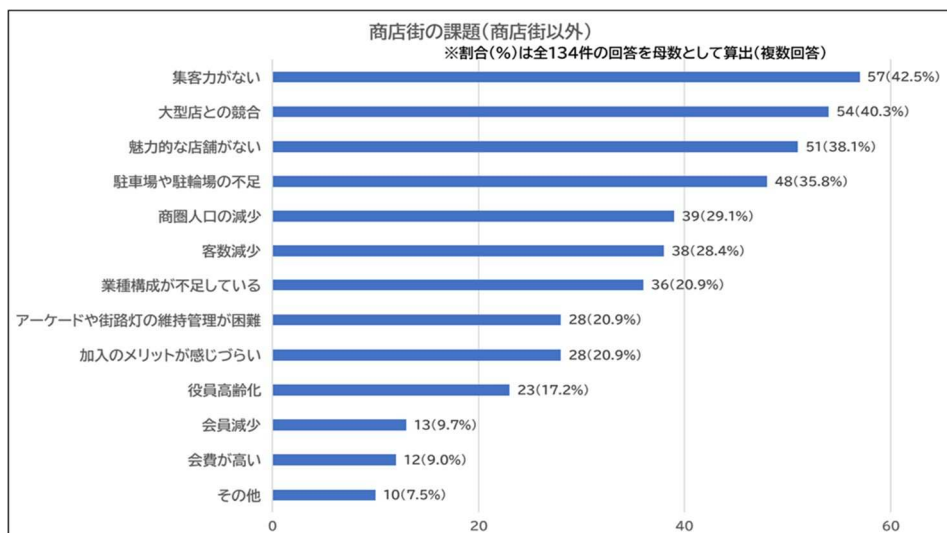
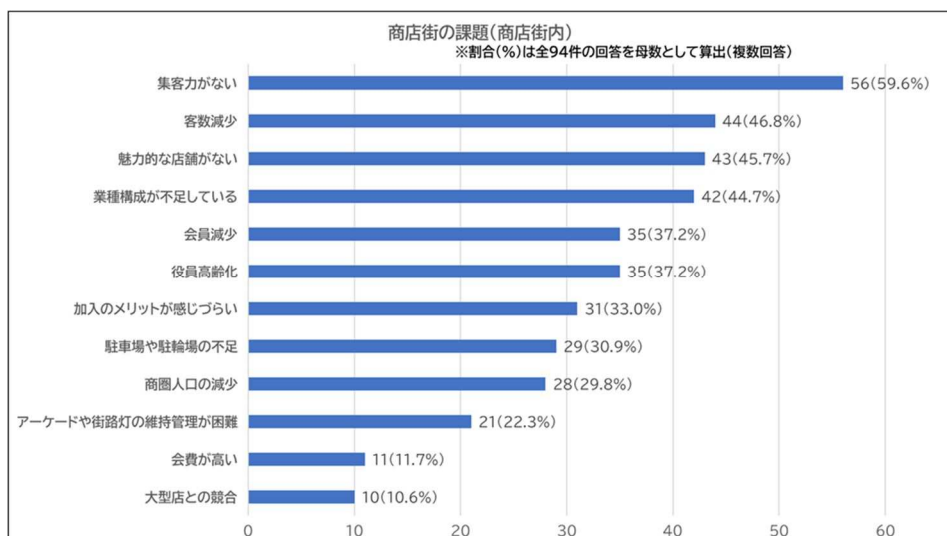
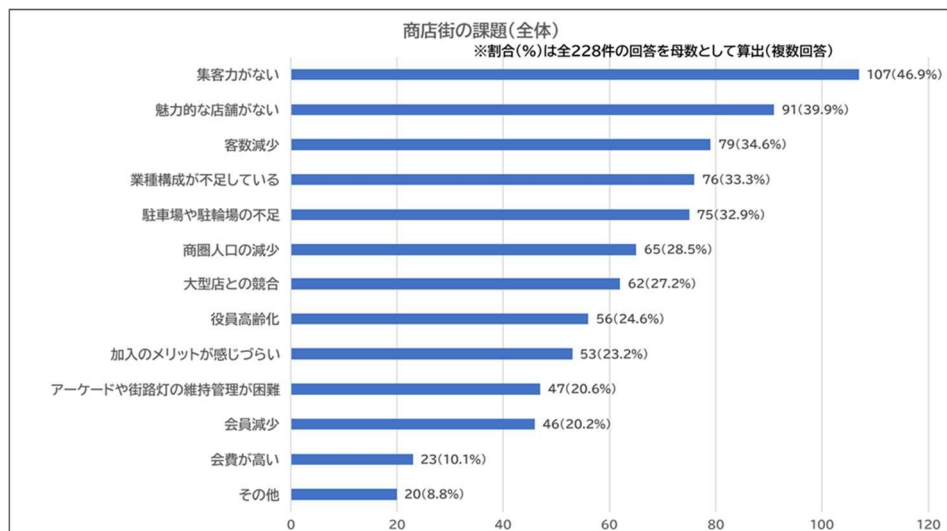
商店街の課題（全体）は、「集客力がない」が46.9%、「魅力的な店舗がない」が39.9%、「客数減少」が34.6%、「業種構成が不足している」が33.3%、「駐車場や駐輪場の不足」が32.9%、「商圈人口の減少」が28.5%、「大型店との競合」が27.2%、「役員高齢化」が24.6%、「加入のメリットが感じづらい」が23.2%となっている。「アーケードや街路灯維持管理が困難」が20.6%、「会員減少」が20.2%となっている。

商店街内の店舗では、「集客力がない」が59.6%、「客数減少」が46.8%、「魅力的な店舗がない」が45.7%、「業種構成が不足している」が44.7%、「会員減少」が37.2%、「役員高齢化」が37.2%、「加入のメリットが感じづらい」が33%、「駐車場や駐輪場の不足」が30.9%、「商圈人口の減少」が29.8%、「アーケードや街路灯維持管理が困難」が22.3%となっている。

商店街以外の店舗では、「集客力がない」が42.5%、「大型店との競合」が40.3%、「魅力的な店舗がない」が38.1%、「駐車場や駐輪場の不足」が35.8%、「商圈人口の減少」が29.1%、「客数減少」が28.4%、「業種構成が不足している」が20.9%、「アーケードや街路灯維持管理が困難」が20.9%、「加入のメリットを感じづらい」が20.9%となっている。

この設問については、商店街の課題を商店街内の店舗の視点と商店街以外の店舗の視点から捉えることになる。商店街内の店舗は、集客力と客数減少を最大の課題と捉えており、商店街自体の競争力低下を自覚している。さらに役員高齢化と会員減少から、商店街全体の求心力の低下に課題を感じて割合が大きい。

一方で商店街外の店舗は、商店街内の店舗があまり課題としていない大型店との競合が課題の上位にあることや、商店街内の店舗において関心が高い役員高齢化や会員数減少の項目の課題認識の割合が低く、商店街への関心・期待が相対的に低いことがうかがえる。



問 18. 商店街に期待すること (複数選択)

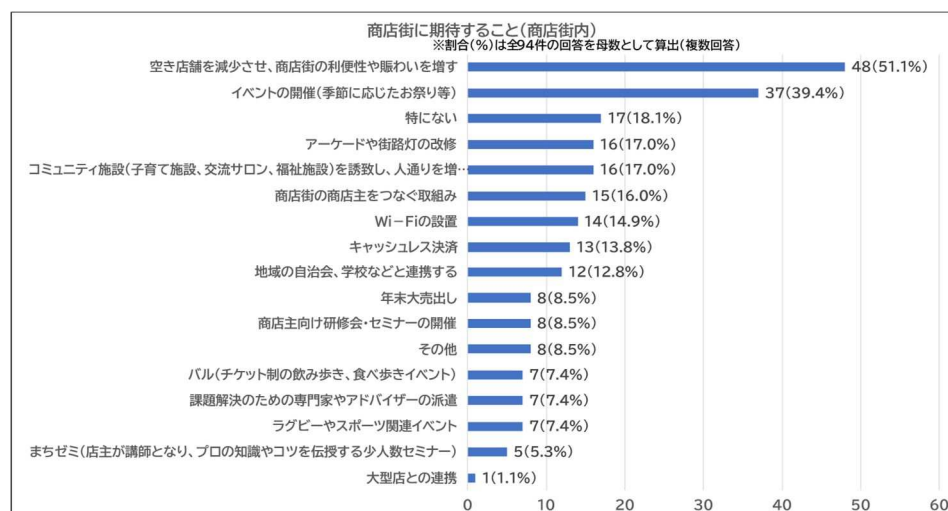
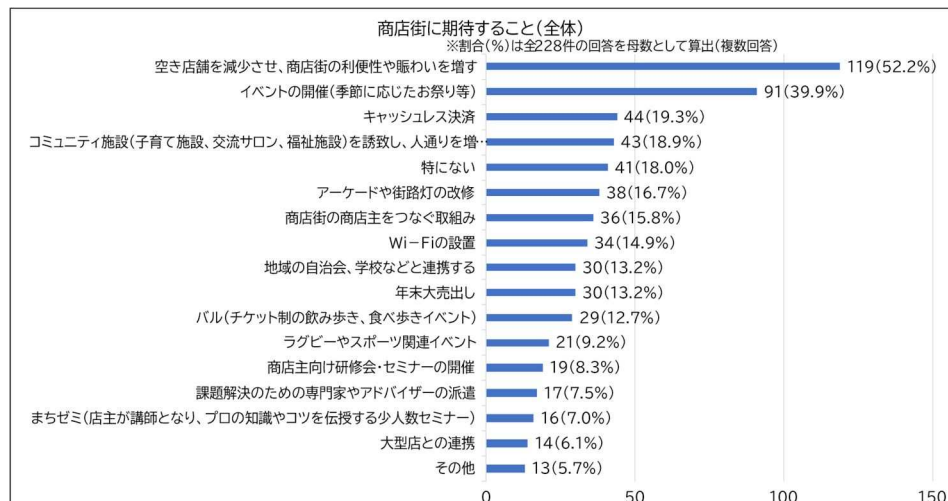
商店街に期待すること(全体)は、「空き店舗を減少させ、商店街の利便性や賑わいを増す」が52.2%、「イベントの開催(季節に応じたお祭り等)」が39.9%、「キャッシュレス決済」が19.3%、「コミュニティ施設(子育て施設、交流サロン、福祉施設)を誘致し、人通りを増やす」が18.9%、「特にない」が18%、「アーケードや街路灯の改修」が16.7%、「商店街の店主をつなぐ取組み」が15.8%となっている。

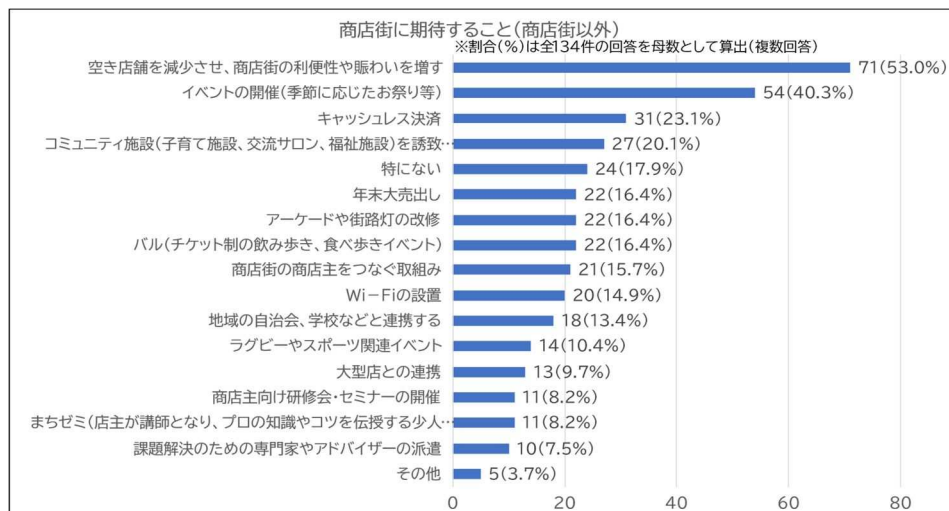
商店街内の店舗では、「空き店舗を減少させ、商店街の利便性や賑わいを増す」が51.1%、

「イベントの開催（季節に応じたお祭り等）」が39.4%、「特にない」が18.1%、「アーケードや街路灯の改修」が17%、「コミュニティ施設（子育て施設、交流サロン、福祉施設）を誘致し、人通りを増やす」が17%、「商店街の店主をつなぐ取組み」が16%となっている。

商店街以外の店舗では、「空き店舗を減少させ、商店街の利便性や賑わいを増す」が53%、「イベントの開催（季節に応じたお祭り等）」が40.3%、「キャッシュレス決済」が23.1%、「コミュニティ施設（子育て施設、交流サロン、福祉施設）を誘致し、人通りを増やす」が20.1%、「特にない」が17.9%、「年末大売出し」が16.4%、「アーケードや街路灯の改修」が16.4%、「バル（チケット制の飲み歩き、食べ歩きイベント）」が16.4%、「商店街の店主をつなぐ取組み」が15.7%となっている。

商店街内外の店舗ともに、商店街に期待することとして、空き店舗削減・利便性向上とイベント開催という基本的ニーズで一致している。しかし、商店街以外の店舗はキャッシュレス決済、コミュニティ施設誘致、バルなど体験型イベントへの期待が高く、商店街の機能多様化と来街動機の拡大への期待がある。一方で、商店街内の店舗においては、上位に期待することが特にないという項目もあり、商店街への期待は商店街以外の店舗と比較して薄い傾向がある。





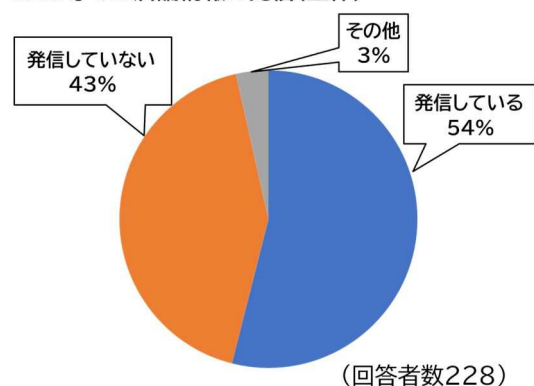
問 19. SNS等での店舗情報の発信(択一)

SNS等での店舗情報の発信(全体)は、「発信している」が54%、「発信していない」が43%となっており、半数以上の店舗が情報発信をしている。

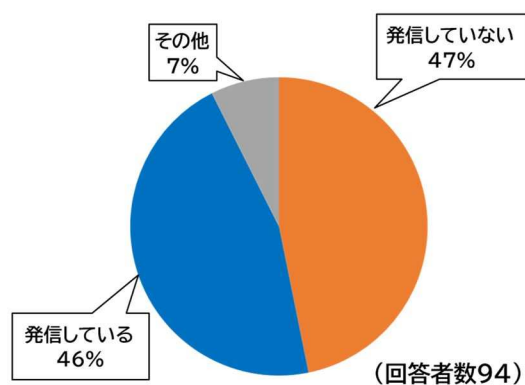
商店街内の店舗では「発信していない」が47%、「発信している」が46%となっており、発信していない店舗の方が多くなっている。

商店街以外の店舗では、「発信している」が60%、「発信していない」が39%となっており、商店街以外の店舗の方が積極的に情報発信している傾向がある。

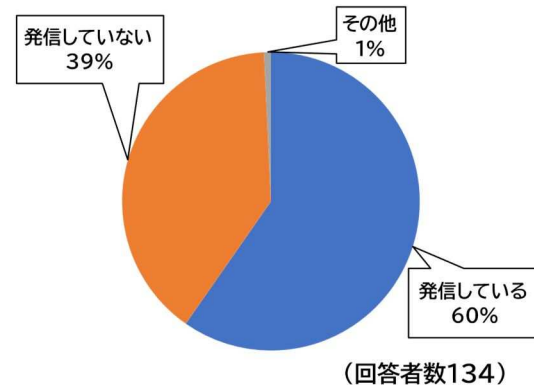
SNS等での店舗情報の発信(全体)



SNS等での店舗情報の発信(商店街内)



SNS等での店舗情報の発信(商店街以外)

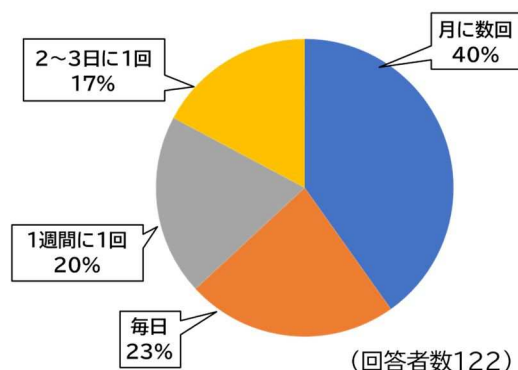


問 19-2. どれくらいの頻度で発信しているか(択一)

SNS等で店舗の情報を「発信している」と回答した方の中で、どれくらいの頻度で発信しているかは、「月に数回」が40%、「毎日」が23%、「1週間に1回」が20%、「2~3日に1回」が

17%となっている。商店街内外の店舗では大きな差はないため、双方とも発信頻度は多いとは言えない。

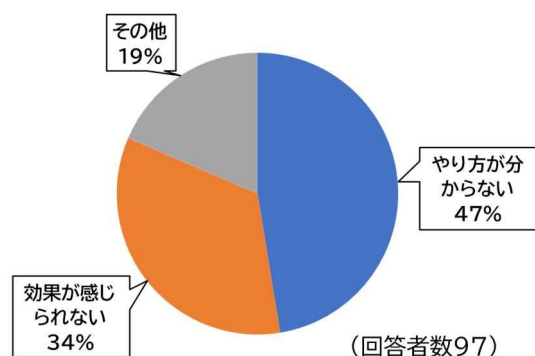
どれくらいの頻度で発信しているか



問 19-3. 発信していない理由 (択一)

SNS 等で店舗の情報を「発信していない」と回答した方の中で、発信していない理由は、「やり方が分からない」が 47%、「効果が感じられない」が 34%、「その他」が 19%となっている。商店街内外の店舗では大きな差はない。

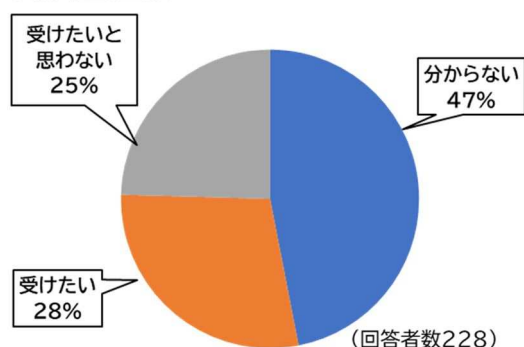
発信していない理由



問 20. 市が実施している SNS 情報発信支援の受講希望 (択一)

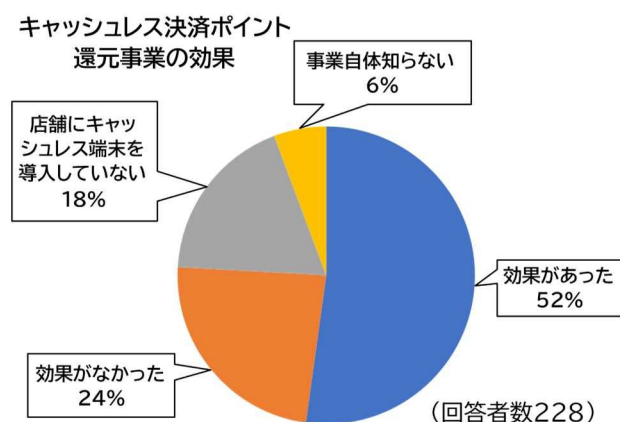
市が実施している SNS 情報発信支援の受講希望 (全体) は、「分からない」が 47%、「受けたい」が 28%、「受けたいと思わない」が 25%となっている。商店街内外の店舗で大きな差はない。全体の 3 割弱の店舗において受講希望がある。

市が実施している SNS 情報発信支援の受講希望 (全体)



問 21. キャッシュレス決済ポイント還元事業の効果（択一）

キャッシュレス決済ポイント還元事業の効果は、「効果があった」が52%、「効果がなかった」が24%、「店舗にキャッシュレス端末を導入していない」が18%、「事業自体知らない」が6%となっている。商店街内外の店舗では大きな差はない。



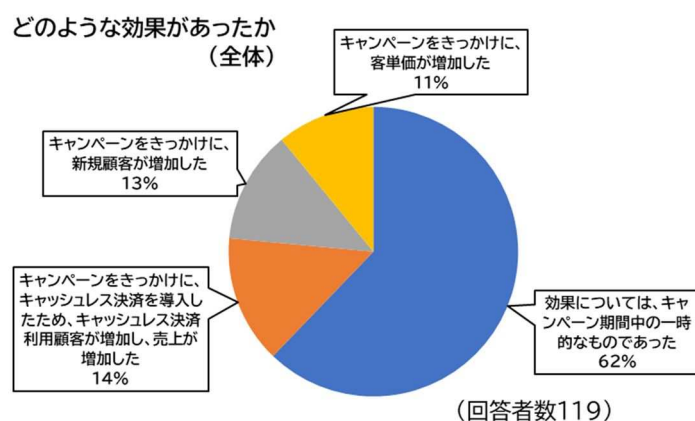
問 21-2.のキャッシュレス決済ポイント還元事業についてどのような効果があったか（択一）

キャッシュレス決済ポイント還元事業の効果について、「効果があった」と回答した方の中で、どのような効果があったかは、「キャンペーン期間中の一時的なものであった」が62%、「キャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したため、キャッシュレス決済利用顧客が増加し、売り上げが増加した」が14%、「キャンペーンをきっかけに、新規顧客が増加した」が13%、「キャンペーンをきっかけに客単価が増加した」が11%となっている。

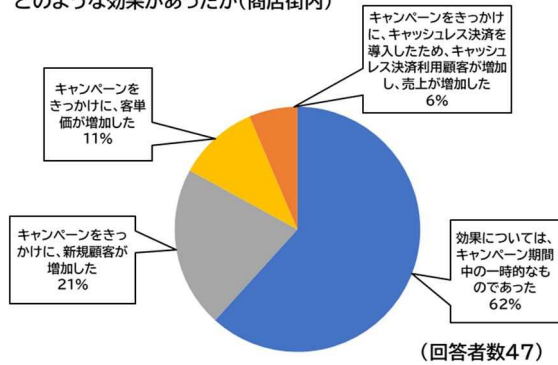
商店街内の店舗では、「キャンペーン期間中の一時的なものであった」が62%、「キャンペーンをきっかけに、新規顧客が増加した」が21%、「キャンペーンをきっかけに客単価が増加した」が11%、「キャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したため、キャッシュレス決済利用顧客が増加し、売り上げが増加した」が6%となっている。

商店街以外の店舗では、「キャンペーン期間中の一時的なものであった」が63%、「キャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したため、キャッシュレス決済利用顧客が増加し、売り上げが増加した」が19%、「キャンペーンをきっかけに客単価が増加した」が11%、「キャンペーンをきっかけに、新規顧客が増加した」が7%となっている。

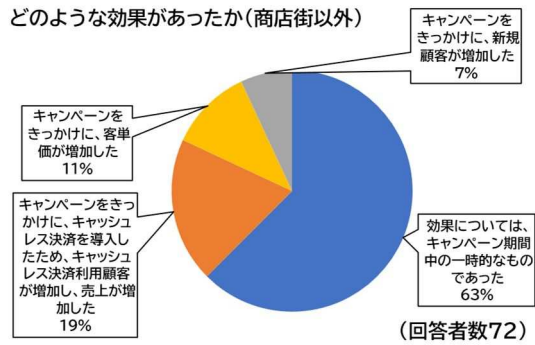
商店街内外の店舗を比較すると、商店街内の店舗では新規顧客増加と客単価向上、集客力に効果が多かった一方、商店街以外の店舗ではキャッシュレス決済導入による売上増加の割合が多く、既存顧客層に対する効果がうかがえる。いずれにせよ多くの店舗ではキャンペーンの効果は一時的なものであった。



どのような効果があったか(商店街内)



どのような効果があったか(商店街以外)



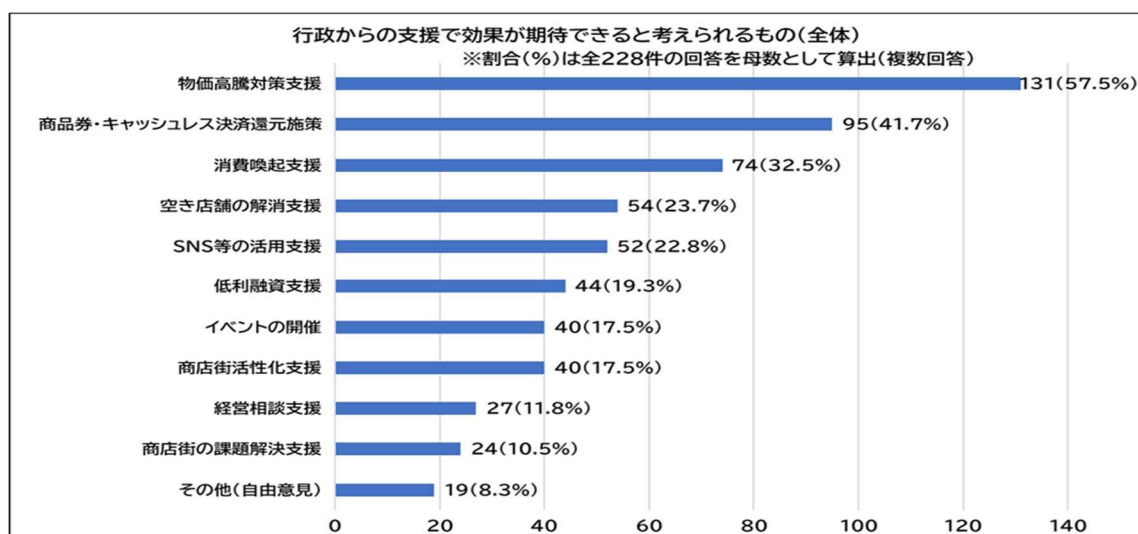
問 22. 行政からの支援で効果が期待できると考えられるもの（複数選択）

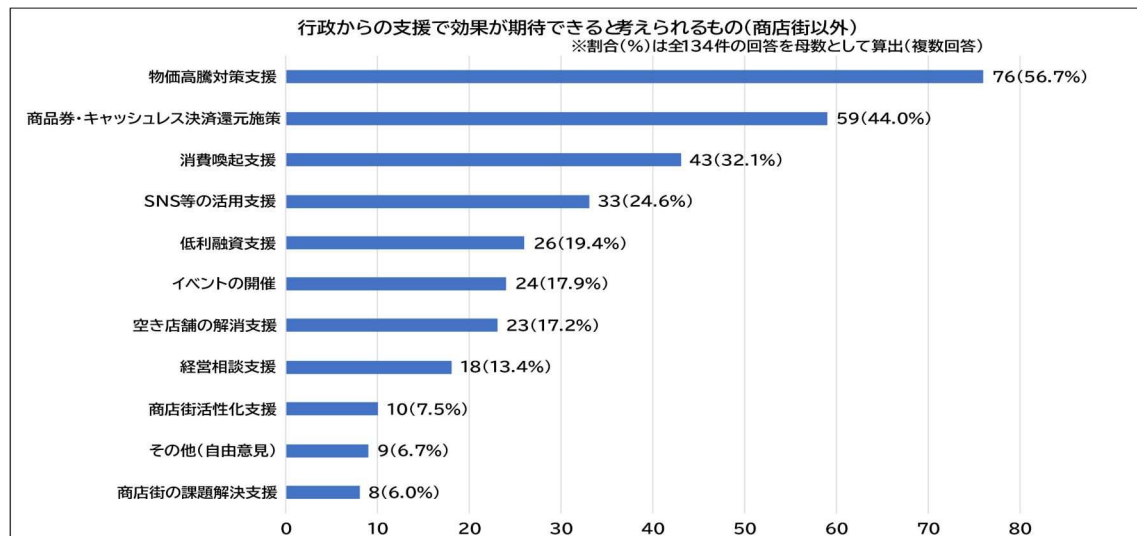
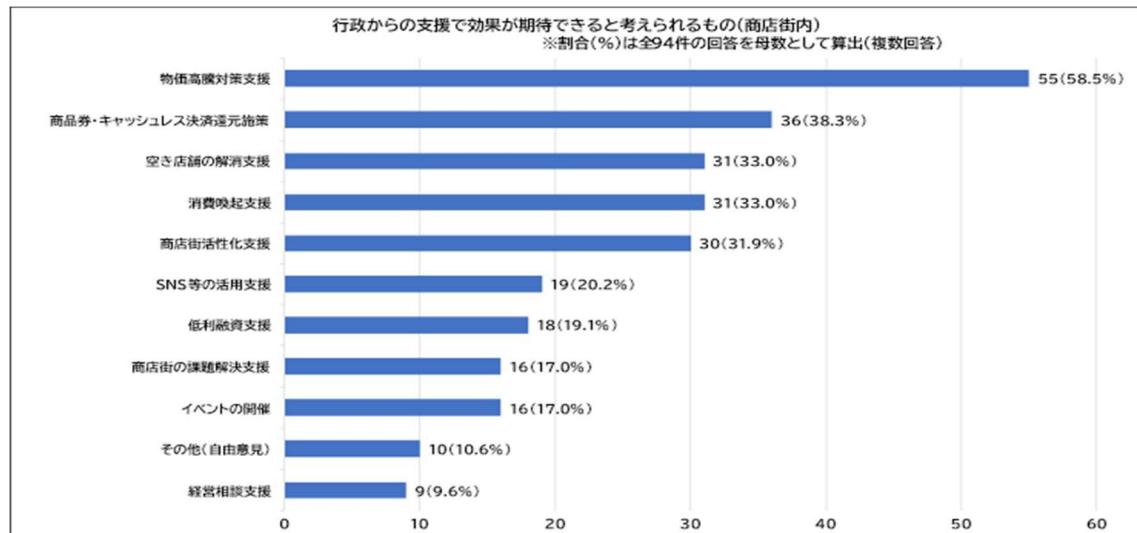
行政からの支援で効果が期待できると考えられるもの（全体）は、「物価高騰対策」が 57.5%、「商品券・キャッシュレス決済還元策」が 41.7%、「消費喚起支援」が 32.5%、「空き店舗の解消支援」が 23.7%、「SNS 等の活用支援」が 22.8%、「低利融資支援」が 19.3%、「イベントの開催」が 17.5%、「商業活性化支援」が 17.5%となっている。

商店街内の店舗では、「物価高騰対策」が 58.5%、「商品券・キャッシュレス決済還元策」が 38.3%、「空き店舗の解消支援」が 33%、「消費喚起支援」が 33%、「商店街活性化支援」が 31.9%、「SNS 等の活用支援」が 20.2%、「低利融資支援」が 19.1%、「商店街の課題解決支援」が 17%、「イベントの開催」が 17%となっている。

商店街以外の店舗では、「物価高騰対策」が 56.7%、「商品券・キャッシュレス決済還元策」が 44%、「消費喚起支援」が 32.1%、「SNS 等の活用支援」が 24.6%、「低利融資支援」が 19.4%、「イベントの開催」が 17.9%、「空き店舗の解消支援」が 17.2%となっている。

商店街内外の店舗ともに、物価高騰対策、商品券・キャッシュレス決済還元策支援の効果に期待する回答が多い。商店街内の店舗は空き店舗解消支援や商業活性化支援など、商店街の活性化を重視している一方、商店街以外の店舗では SNS 等の活用支援が相対的に高く、個店のマーケティング強化に対する期待がある。





商業者実態調査（令和 7 年度）

1. 回答者ご自身のこと及びお店の概要についておたずねします。

問 1. 店名を教えてください。【店名 _____】

問 2. あなたの年代を教えてください。（○は 1 つだけ）

- | | | | |
|-----------|---------|---------|---------|
| 1. 20 歳未満 | 2. 20 代 | 3. 30 代 | 4. 40 代 |
| 5. 50 代 | 6. 60 代 | 7. 70 代 | 8. 80 代 |

問 3. あなたが現在の場所で事業を行っている期間はどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | | |
|--------------|------------|-------------|
| 1. 3 年未満 | 2. 3～5 年未満 | 3. 5～10 年未満 |
| 4. 11～20 年未満 | 5. 20 年以上 | |

問 4. あなたのお店の従業員数（経営者及びパート・アルバイト含む）は、次のどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | | |
|--------|----------|----------|
| 1. 1 人 | 2. 2～4 人 | 3. 5 人以上 |
|--------|----------|----------|

問 5. あなたのお店の業種は、次のどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | | |
|-----------------|----------------------|-----------------|
| 1. 物販業（ _____ ） | 2. サービス・娯楽業（ _____ ） | 3. 金融・保険業 |
| 4. 飲食業 | 5. 教育・学習支援業 | 6. その他（ _____ ） |

問 6. あなたのお店は、次のどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | | |
|----------|----------|-----------------|
| 1. 個人経営店 | 2. チェーン店 | 3. その他（ _____ ） |
|----------|----------|-----------------|

問 7. あなたのお店の所有形態は、次のどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | |
|--------------|-----------|
| 1. 土地・建物とも所有 | 2. 建物のみ所有 |
| 3. 土地・建物とも賃借 | 4. 店舗のみ賃借 |

問 8. あなたのお店の主要なお客様は、次のどれにあたりますか。（○は 1 つだけ）

- | | | |
|-------------|------------|------------|
| 1. 高齢者 | 2. ファミリー層 | 3. 若者 |
| 4. 外国人（観光客） | 5. 外国人（居住） | 6. 特定していない |

問 9. あなたのお店がある地域（○は 1 つだけ）

- | | |
|-----------------------|----------|
| 1. 商店街内（商店街名： _____ ） | 2. 商店街以外 |
|-----------------------|----------|

2. 最近の経営状況についておたずねします

問 10. あなたのお店の売上げは最近 3 年間でどのように変化しましたか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|-----------|-----------|----------|
| 1. 増加した | 2. 少し増加した | 3. 変わらない |
| 4. 少し減少した | 5. 減少した | |

問 11. あなたのお店の来店者数は最近 3 年間でどのように変化しましたか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|-----------|-----------|----------|
| 1. 増加した | 2. 少し増加した | 3. 変わらない |
| 4. 少し減少した | 5. 減少した | |

問 12. お店を訪れる外国人観光客のお客様は、最近 3 年間でどのように変化しましたか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|-----------|-----------|----------|
| 1. 増加した | 2. 少し増加した | 3. 変わらない |
| 4. 少し減少した | 5. 減少した | |

問 13. 経営において直面している課題は何ですか。(○はいくつでも)

- | | | |
|---------------|---------------|---------------------------------|
| 1. 物価高騰 | 2. 集客不足 | 3. 個店の老朽化 |
| 4. 後継者がいない | 5. 消費者の節約志向 | 6. ネット通販による需要減 |
| 7. 周辺での競合店の進出 | 8. 人手不足（人材確保） | 9. 店の情報発信 |
| 10. 新規顧客の獲得 | 11. 特になし | 12. その他（ ） |

問 14. 経営改善のために最近取組んだことは何ですか。(○はいくつでも)

- | | | |
|---------------------------------|-----------------|--------------------|
| 1. 価格の改定（価格転嫁） | 2. 品揃え（メニュー）の変更 | 3. 取引先の変更 |
| 4. 値引き | 5. 流行の取入れ | 6. 外国人観光客の取込み |
| 7. セミナー・研修会への参加 | 8. チラシの配布 | 9. SNS での情報発信 |
| 10. キャッシュレス対応 | 11. ポイントカードの発行 | 12. インターネットサイトでの販売 |
| 13. 同業種との連携 | 14. 異業種との連携 | 15. 専門家への相談 |
| 16. 店舗の改装 | 17. 特になし | |
| 18. その他（ ） | | |

3. 今後の事業展開についておたずねします。

問 15. 今後の事業展望はどのように考えていますか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|-----------|--------------------------------|--------------------------|
| 1. 発展させたい | 2. 現状維持・継続 | 3. ご自身の代で廃業予定…（問 15-2 へ） |
| 4. 未定 | 5. その他（ ） | |

問 15-2. 問 15.で「3. ご自身の代で廃業予定」と回答された方におたずねします。廃業予定の理由について、あなたの考えに近いものはどれですか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|------------|---------------|--------------------------------|
| 1. 後継者がいない | 2. 業績悪化 | 3. 高齢 |
| 4. 健康問題 | 5. 従業員の確保が難しい | 6. その他（ ） |

問 16. ご自身が事業をやめられた後、使用（所有）されている不動産の今後の予定について、あなたの考えに近いものはどれですか。（○は1つだけ）

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. いずれ店舗を地主・家主に返したい | 2. できれば店舗を貸したい…（問 16-2 へ） |
| 3. できれば店舗を売却したい…（問 16-2 へ） | 4. その他（ ） |

問 16-2. 問 16.で「2.できれば店舗を貸したい」、「3.できれば店舗を売却したい」と回答された方におたずねします。

ご自身が事業をやめられた後、使用（所有）されている不動産の今後の予定について、あなたの考えに近いものはどれですか。（○は1つだけ）

1. 一部住居となっていることが課題である
2. いったん貸したら戻ってこないことが心配である
3. 貸しても良いが、契約などが面倒である
4. 必要ならリノベーションしてでも貸したいが、負担した費用が回収できるか心配である
5. 賃貸・譲渡額が希望以上であれば、貸しても・売っても良い
6. 固定資産税が払える程度の賃料がもらえれば、貸しても良い
7. 特定の業種（飲食、商店街内でバッティングする）以外であれば、貸しても良い
8. 貸したい・売りたいが、相談できるところがない
9. 貸したい・売りたいが、何をしたらいいかわからない

問 17. 商店街の課題をどのように考えていますか。商店街に加入している方、加入していない方ともご回答ください。（○はいくつでも）

- | | | |
|------------|------------------|-----------------------|
| 1. 集客力がない | 2. 魅力的な店舗がない | 3. 業種構成が不足している |
| 4. 商圏人口の減少 | 5. 大型店との競合 | 6. 駐車場や駐輪場の不足 |
| 7. 会費が高い | 8. 加入のメリットが感じづらい | 9. 役員高齢化 |
| 10. 会員減少 | 11. 客数減少 | 12. アーケードや街路灯の維持管理が困難 |
| 13. その他（ ） | | |

問 18. 商店街に期待することを教えてください。（○はいくつでも）

- | | |
|--|-----------------------------|
| 1. イベントの開催（季節に応じたお祭り等） | 2. ラグビーやスポーツ関連イベント |
| 3. 年末大売出し | 4. キャッシュレス決済 |
| 5. 大型店との連携 | 6. W i - F i の設置 |
| 7. アーケードや街路灯の改修 | 8. 商店街の店主をつなぐ取組み |
| 9. 店主向け研修会・セミナーの開催 | 10. 課題解決のための専門家やアドバイザーの派遣 |
| 11. 地域の自治会、学校などと連携する | 12. バル（チケット制の飲み歩き、食べ歩きイベント） |
| 13. まちゼミ（店主が講師となり、プロの知識やコツを伝授する少人数セミナー） | |
| 14. 空き店舗を減少させ、商店街の利便性や賑わいを増す | |
| 15. コミュニティ施設（子育て施設、交流サロン、福祉施設）を誘致し、人通りを増やす | |
| 16. 特になし | 17. その他（ ） |

4. 行政の事業についておたずねします。

問 19. 東大阪市では店舗の情報を SNS で発信する支援（商業振興コーディネート事業）を行っています。現在、SNS 等でお店の情報発信を行っていますか。

1. 発信している…（問 19-2 へ） 2. 発信していない…（問 19-3 へ） 3. その他（ ）

問 19-2. 問 19 で「1. 発信している」と回答された方におたずねします。どれくらいの頻度で発信していますか。

1. 毎日 2. 2～3 日に 1 回 3. 1 週間に 1 回 4. 月に数回

問 19-3. 問 19 で「2. 発信していない」と回答された方におたずねします。発信していない理由を教えてください。

1. 効果が感じられない 2. やり方が分からない 3. その他（ ）

問 20. 東大阪市が実施している店舗の情報を SNS で発信する支援について、今後受けたいと思いますか。

1. 受けたい 2. 受けたいと思わない 3. 分からない

問 21. 東大阪市が実施したキャッシュレス決済ポイント還元事業（※）の効果を感じていますか。（○は 1 つだけ）※東大阪市内の対象店舗で、対象キャッシュレスにて決済した方に、決済額の 10～20%（上限額あり）のポイントを還元するキャンペーンで、東大阪市では過去 4 回の実績がある。

1. 効果があった…（問 21-2 へ） 2. 効果がなかった 3. 事業自体知らない
4. 店舗にキャッシュレス端末を導入していない

問 21-2. 問 21 で「1. 効果があった」と回答された方におたずねします。どのような効果がありましたか。（○は 1 つだけ）

1. キャンペーンをきっかけに、新規顧客が増加した。
2. キャンペーンをきっかけに、キャッシュレス決済を導入したため、キャッシュレス決済利用顧客が増加し、売上が増加した。
3. キャンペーンをきっかけに、客単価が増加した。
4. 効果については、キャンペーン期間中の一時的なものであった。

問 22. 行政からの支援で効果が期待できると思うものを教えてください。（○はいくつでも）

1. 消費喚起支援 2. 物価高騰対策支援 3. SNS 等の活用支援
4. 空き店舗の解消支援 5. 経営相談支援 6. 低利融資支援
7. イベントの開催 8. 商品券・キャッシュレス決済還元施策
9. 商店街の課題解決支援 （ ）
10. 商店街活性化支援 （ ）
11. その他（自由意見） （ ）

ご協力ありがとうございました