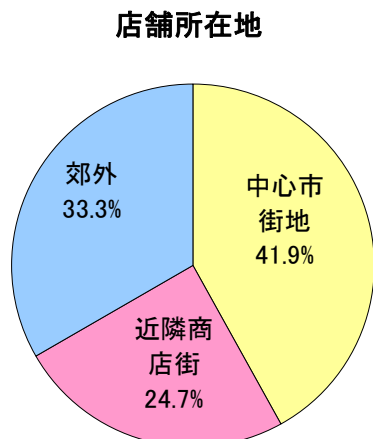
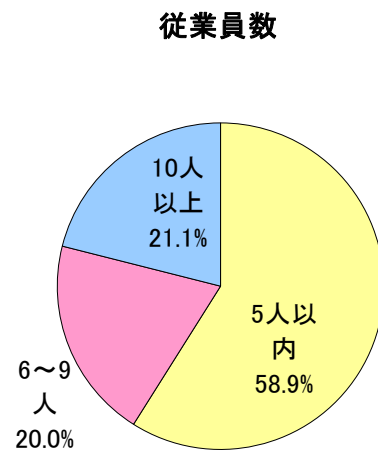
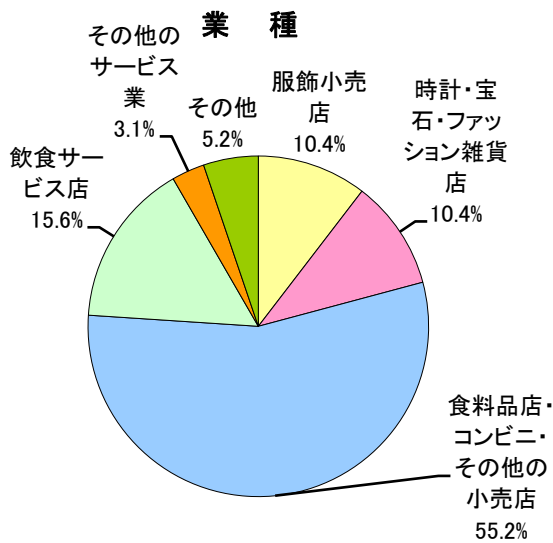
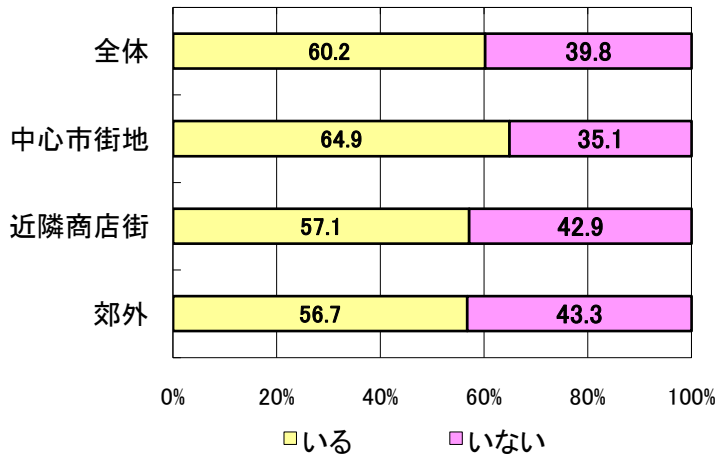


流通業景気動向調査結果概要

- 1 目的 中心市街地だけでなく市内広域における事業所の景気動向や、今後の取り組み等を把握するため実施した。
- 2 調査対象 福井市内の事業所 568 社
- 3 調査方法 FAX によるアンケート調査形式
- 4 調査期間 平成 21 年 8 月 3 日（月）～8 月 10 日（月）
- 5 回答状況 有効回答数 96
回 答 率 16.9%
- 6 回答者属性



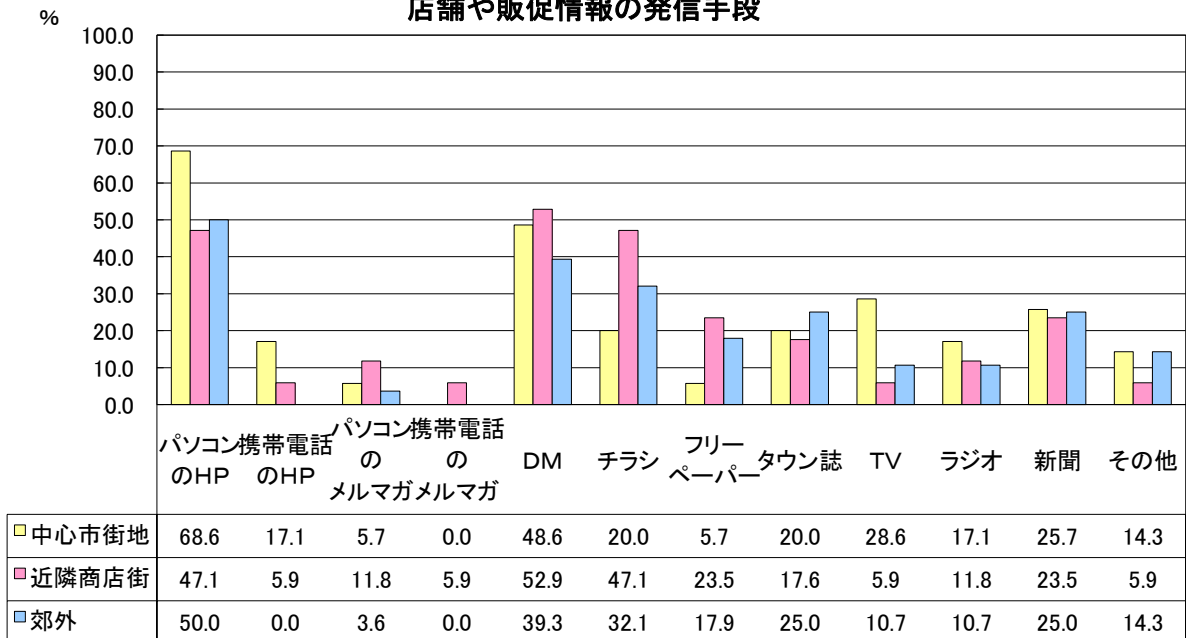
後継者問題



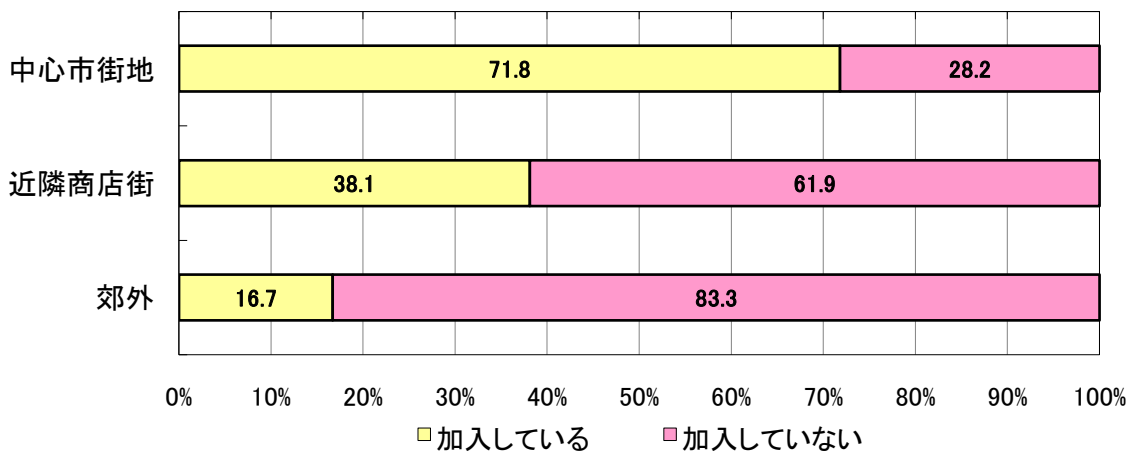
「いる」の内訳は、全てが「家族・親戚」で、「従業員」はゼロだった。

「いない」の内訳は、「自分の代限り」が41.4%で、「経営者がまだ若い」が48.3%だった。

店舗や販促情報の発信手段



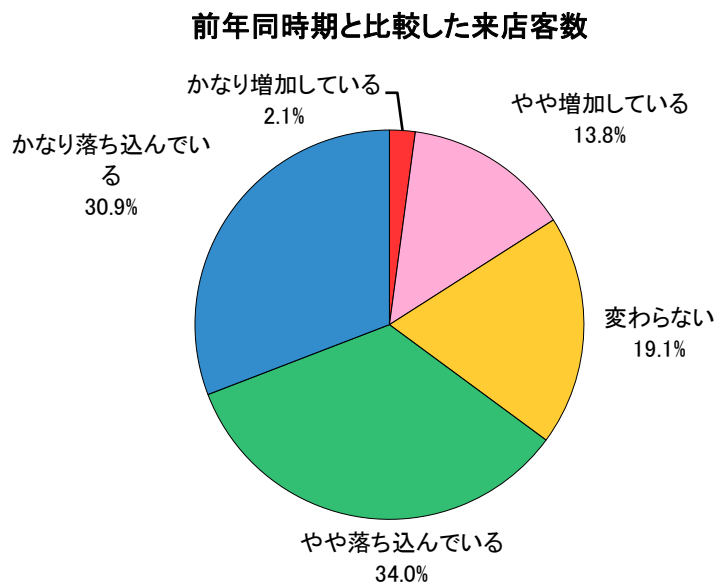
商店街への加入状況



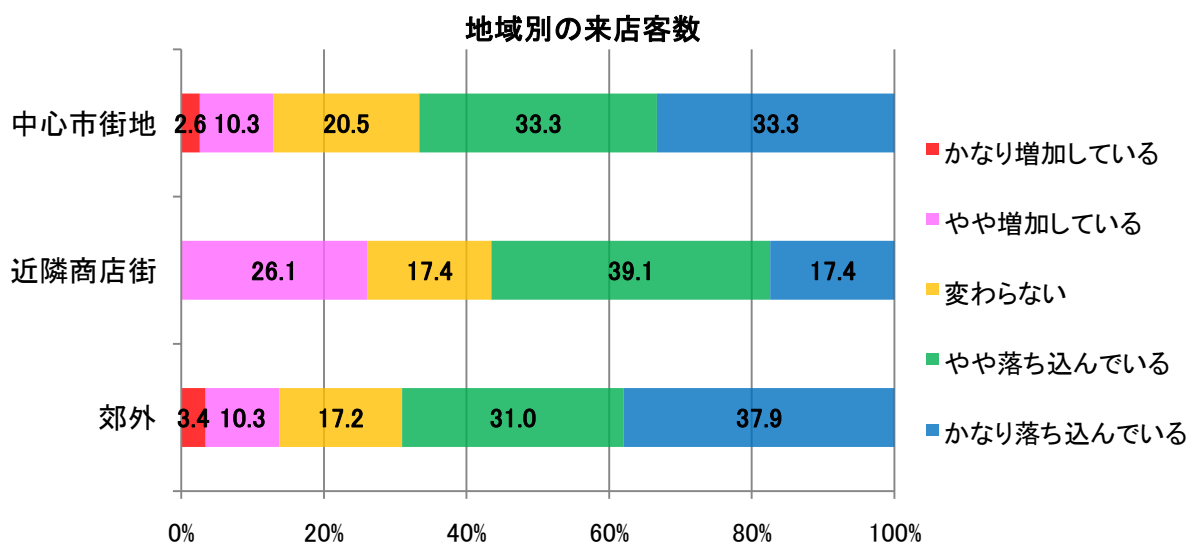
7 調査結果

(1) 前年同時期（7月）と比較した来店客数

店舗への客足については、「かなり増加」と「やや増加」を併せて 15.9%、「やや落ち込み」と「かなり落ち込み」を併せると 64.9%となっており、約3分の2の店舗が客足の減少を感じている。

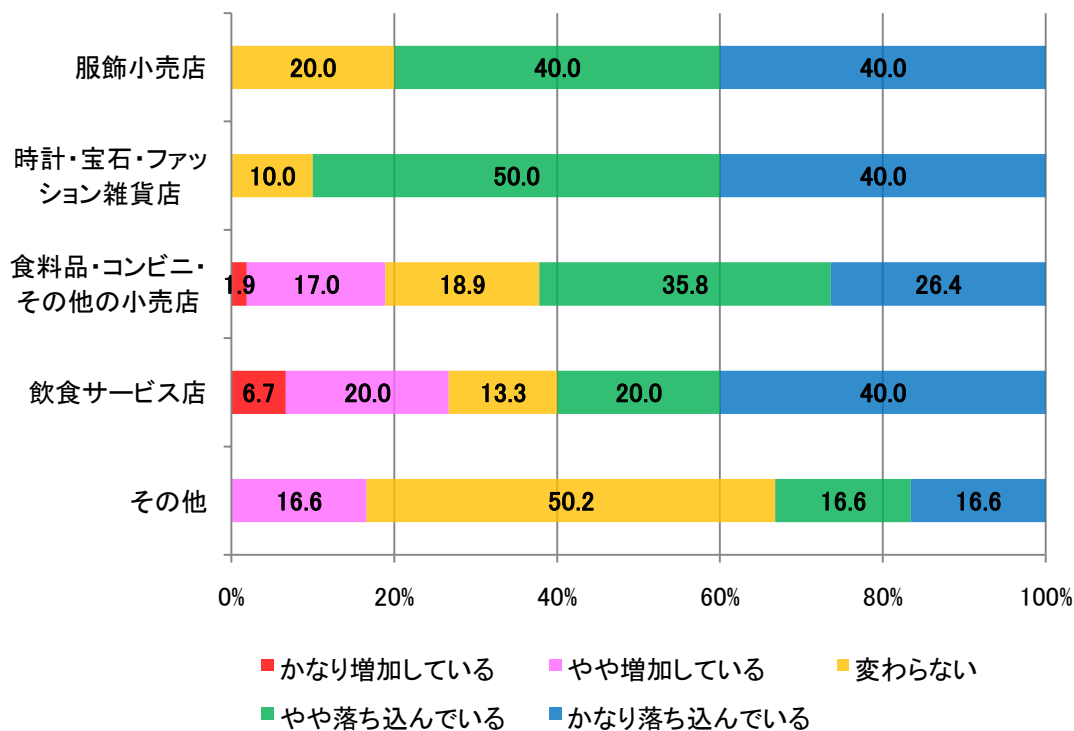


地域別にみると、中心市街地と郊外は似たような構成になっているが、近隣商店街は「増加している」が他地域より10ポイント以上高くなっている。



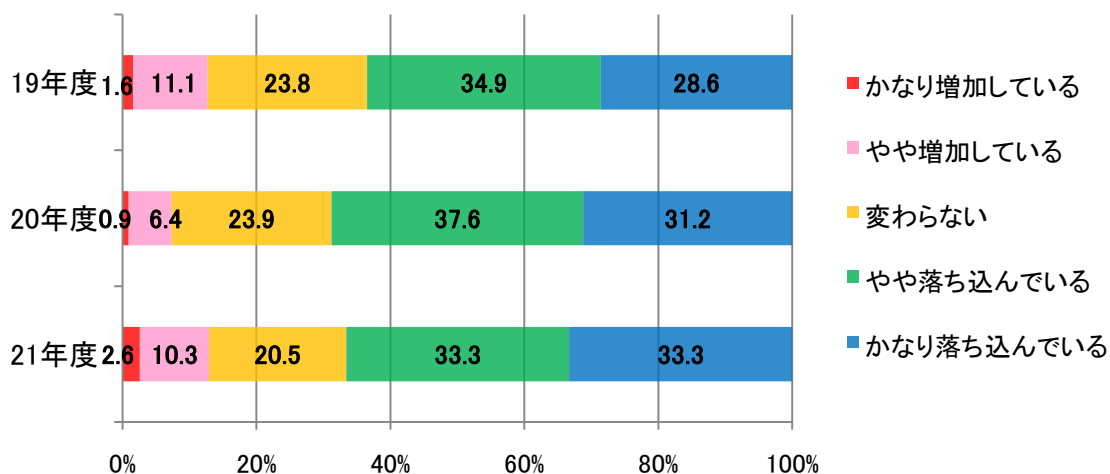
業種別にみると、飲食サービス業や食料品等生活用品の小売店で客足の「増加」を感じている店が多少見受けられるも、服飾小売店や時計・宝石・ファッション雑貨店では「落ち込み」を感じている店が大半を占めている。

業種別の来店客数



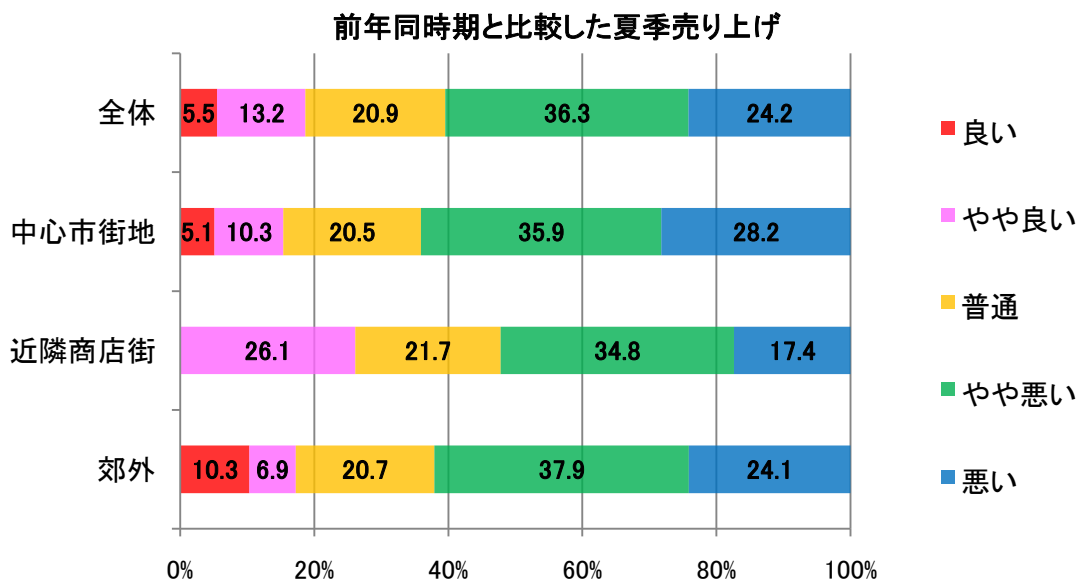
中心市街地に関して昨年のまちなか景気動向調査と比較すると、「かなり増加」と「やや増加」の合計が5.6ポイント増加し、「やや落ち込み」と「かなり落ち込み」の合計が2.2ポイントの減少となった。

経年調査との客足比較(中心市街地)

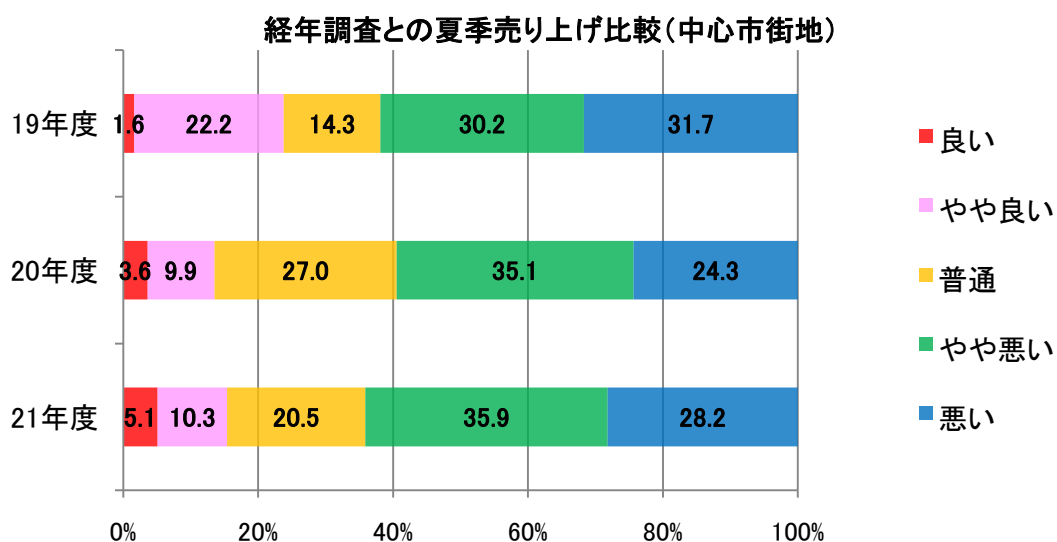


(2) 前年同時期と比較した今夏の売り上げと、今秋の売り上げ見込み

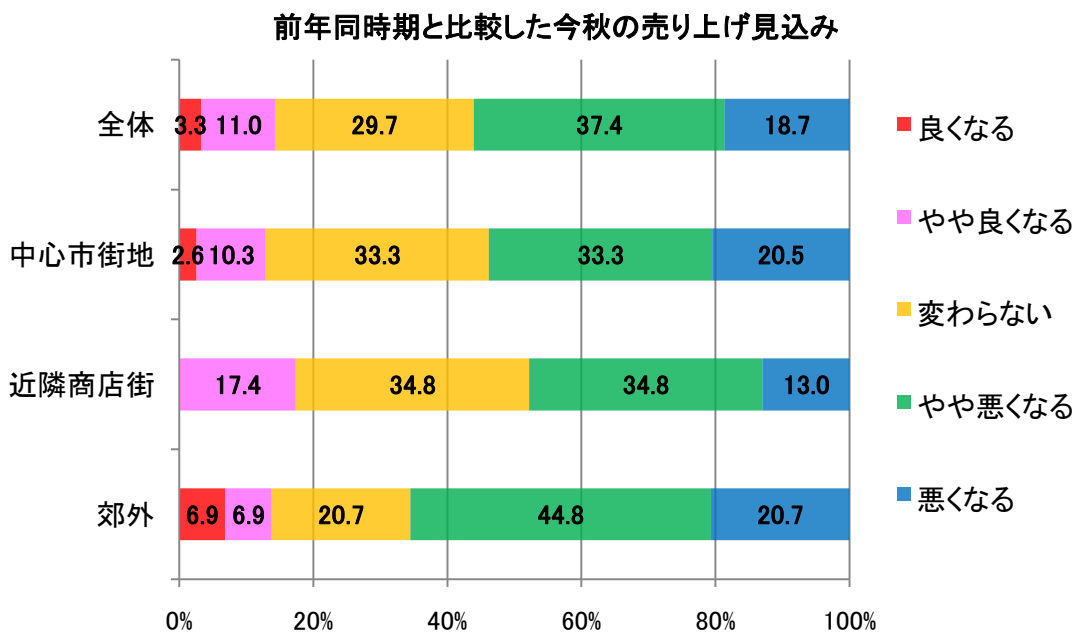
前年同時期との売り上げ比較は「良い」と「やや良い」を併せて 18.7%、「やや悪い」と「悪い」を併せると 60.5%となっており、約 6 割の店舗が前年と比較した売り上げは悪くなったと感じている。また地域別にみると、近隣商店街は「良い」が他地域より 10 ポイント程度高くなっている。



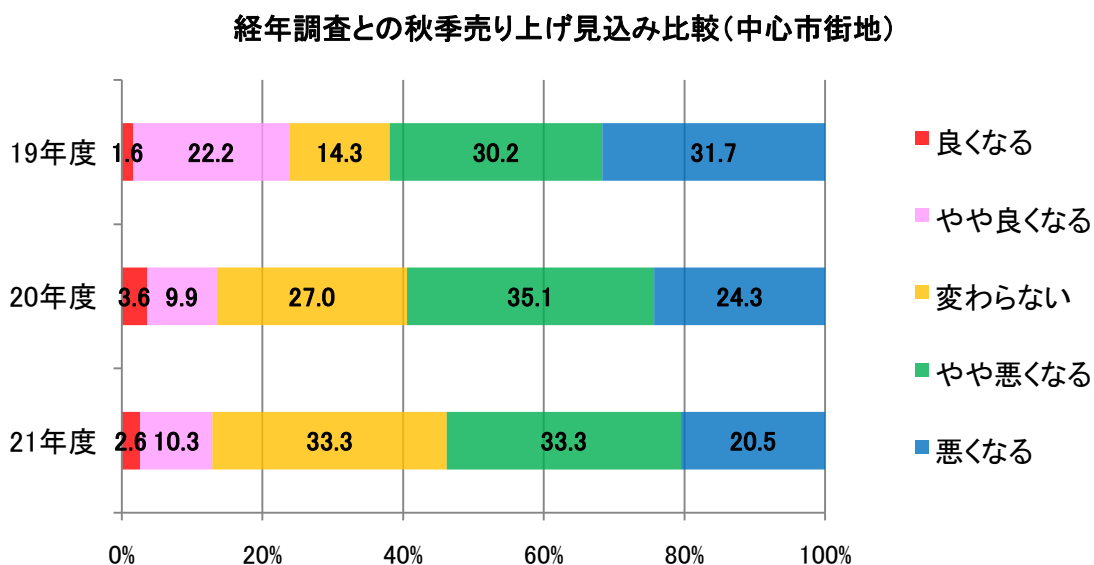
中心市街地に関して昨年のまちなか景気動向調査と比較すると、「良い」と「やや良い」の合計が 1.9 ポイント増加し、「やや悪い」と「悪い」の合計が 4.7 ポイントの増加となっている。



また今秋の売り上げ見込みについては、「良くなる」と「やや良くなる」を併せた 14.3%が回復を見込んでいる一方、「やや悪くなる」と「悪くなる」を併せた 56.1%が今年の秋冬の売り上げについても回復が見込めないと感じている。

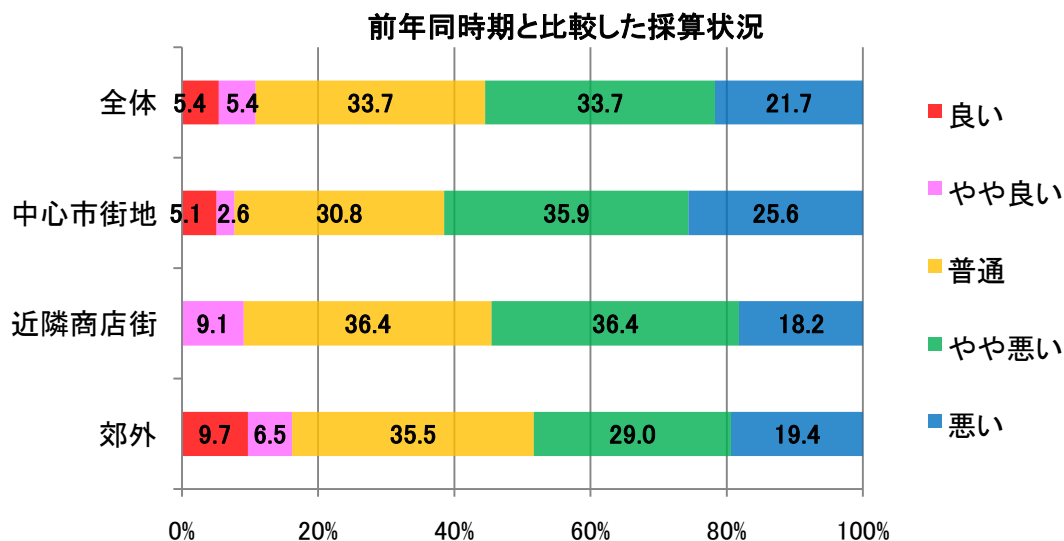


中心市街地に関して昨年のまちなか景気動向調査と比較すると、「良い」と「やや良い」の合計が 0.6 ポイント減少し、「やや悪い」と「悪い」の合計も 5.6 ポイントの減少となっている。

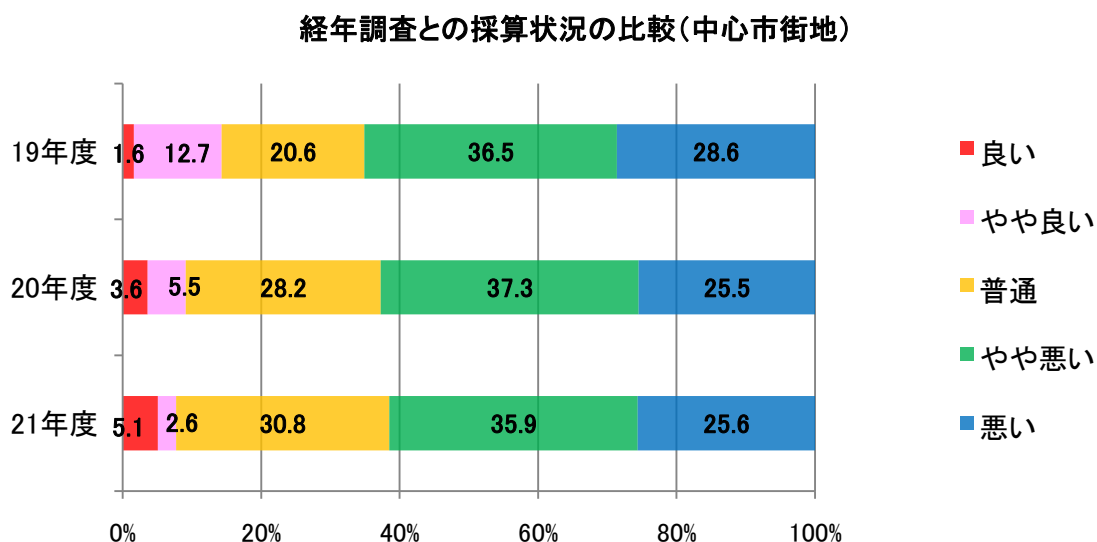


(3) 前年同時期と比較しての採算状況

前年同時期との採算状況の比較は「良い」と「やや良い」を併せて10.8%、「やや悪い」と「悪い」を併せると55.4%となっており、半数強の店舗が前年と比較した売り上げは悪くなったと感じている。また地域別にみると、中心市街地では採算状況が、「悪い」と感じている店舗が多くなっている。



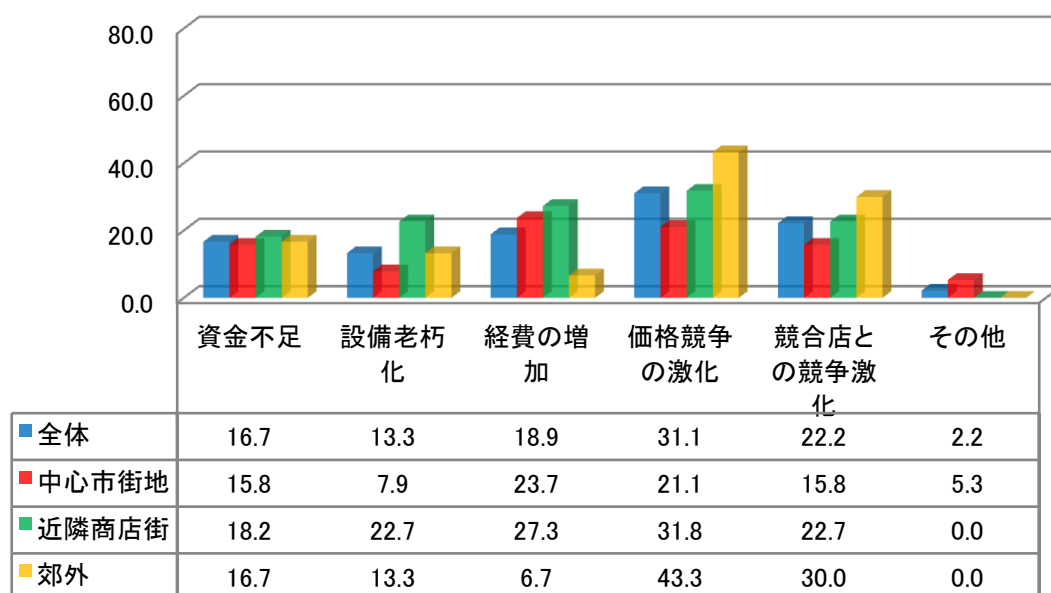
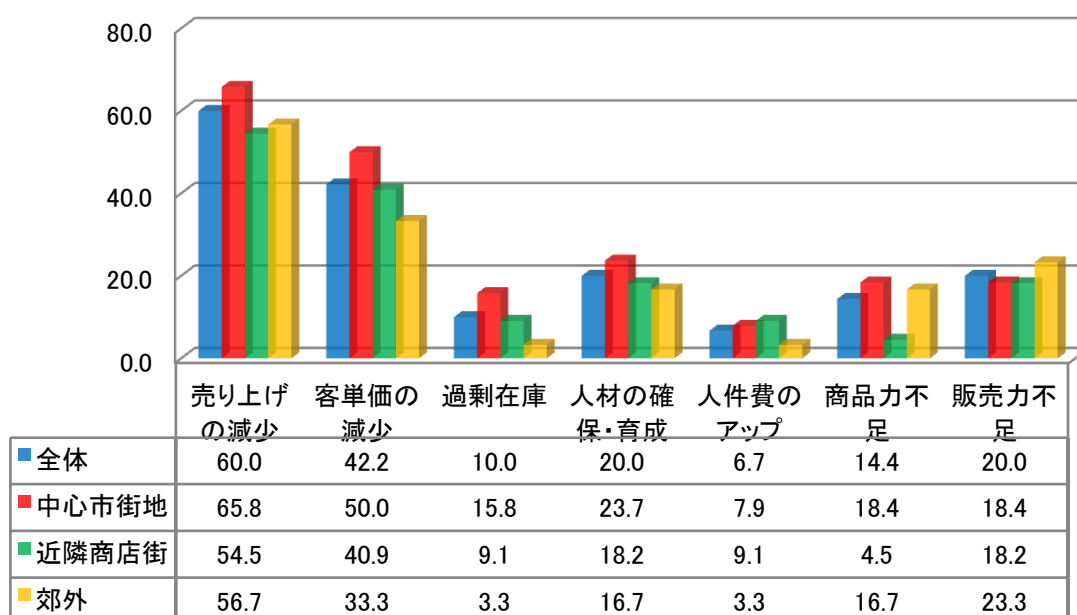
中心市街地に関して昨年のまちなか景気動向調査と比較すると、「良い」と「やや良い」の合計が1.4ポイント減少し、「やや悪い」と「悪い」の合計も1.3ポイントの減少となっている。



(4) 経営上の問題

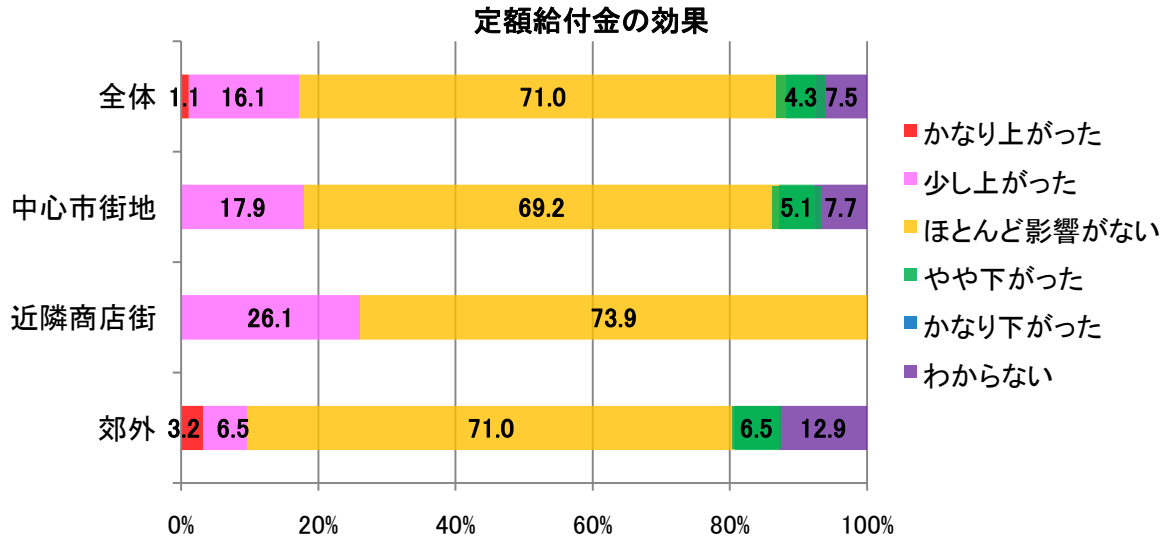
経営上の問題については「売上げの減少」をあげた店舗が60%と最も多く、次いで「客単価の減少」が42.2%、「価格競争の激化」が31.1%、「競合店との競争激化」22.2%の順となっている。昨年との比較では、最も多い回答が「売上げの減少」であることは引き続き変わらず、昨年と比較しエネルギー価格が落ち着いたためか「経費の増加」が20.6ポイント減少し、昨今の消費者物価の落ち込みから「客単価の減少」が6.9ポイント、「価格競争の激化」が19.9ポイント増加した。地域別にみると、中心市街地では「売上げの減少」、「客単価の減少」、が、近隣・郊外では低価格を売りにしているためか、「価格競争の激化」、「競合店との競争激化」が大きな問題となっている。

経営上の問題



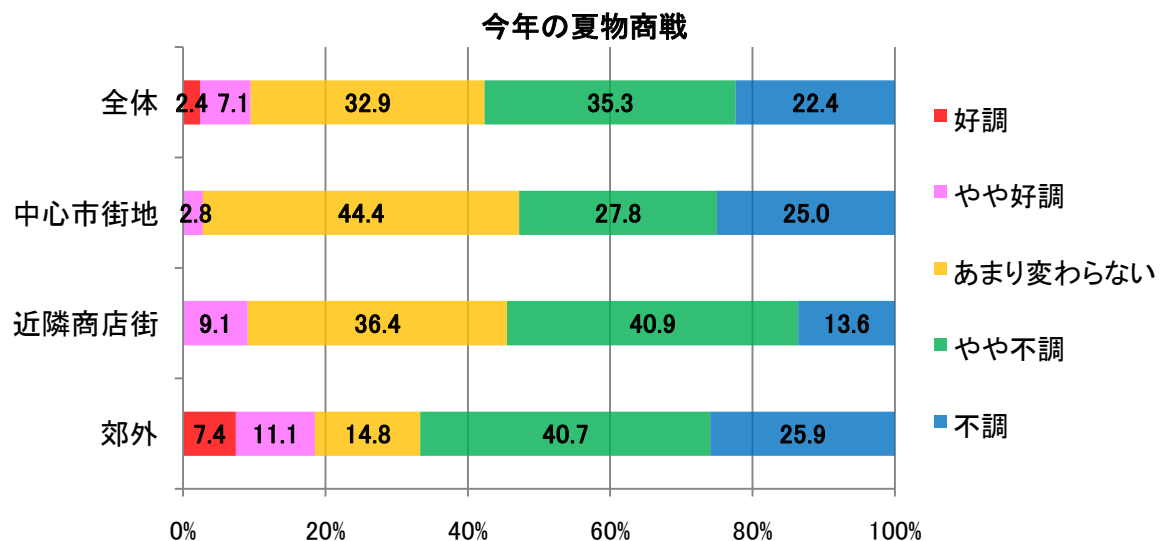
(5) 定額給付金の効果

今年春に支給された定額給付金による売り上げへの影響は、「ほとんど影響がない」が約7割と大半を占めており、売り上げアップの効果がみられたのは17.2%であった。地域別にみると、郊外よりも中心市街地や近隣商店街の店舗のほうで効果が高くなっている。



(6) 前年と比較しての夏物商戦

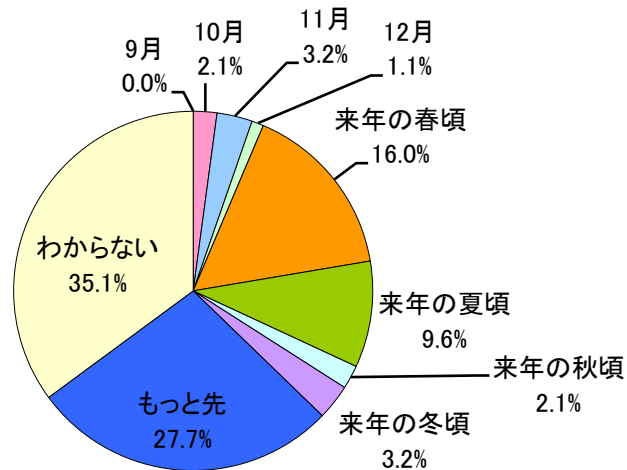
今年の夏物商戦については、昨年9月のリーマン・ブラザーズの経営破たんに始まった金融危機の影響を受けてか、昨夏と比べて「好調」と「やや好調」が併せて9.5%にとどまり、「不調」と「やや不調」が57.7%と過半数を占めた。地域別にみると、郊外において「不調」の割合が高くなっている。



(7) 消費回復の時期

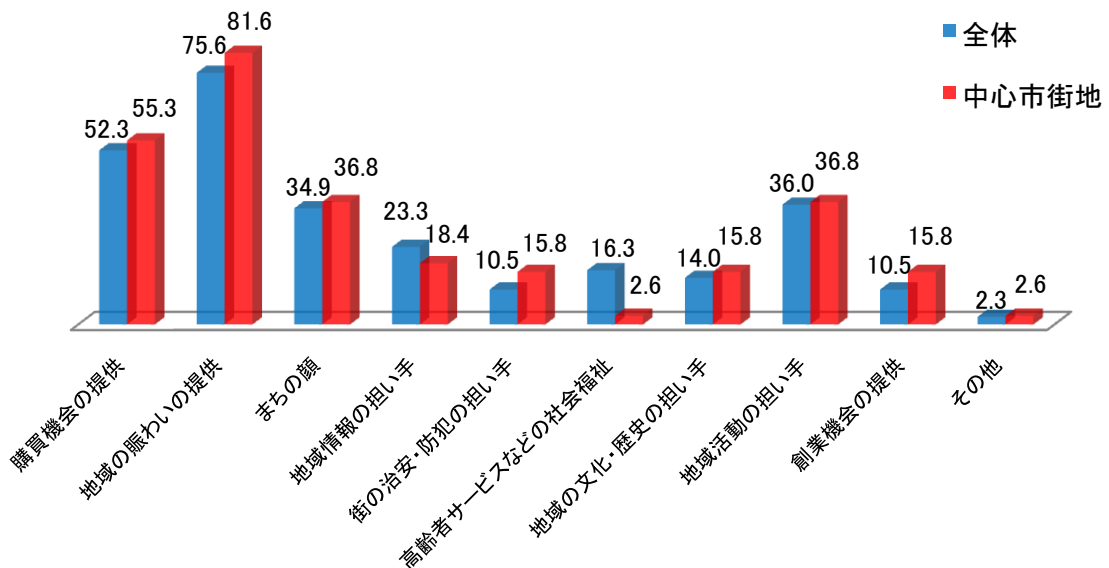
消費回復の見込みがいつになるかについては、「わからない」が35.1%あるものの、「今年中」が6.4%、「来年中」が30.9%、「もっと先」が27.7%となっており、消費マインド低迷の長期化が懸念される。

消費回復の時期(合計)



(8) 地域のまちづくりにおいて商業が担うべき役割

商業が地域で果たすべき役割としては、「地域の賑わいの提供」が75.6%と最も高く、次いで「購買機会の提供」が52.3%で、以下「地域活動の担い手」、「まちの顔」、「地域情報の担い手」の順となっており、商業本来の機能である「購買機会の提供」より「地域の賑わいの提供」、「地域活動の担い手」や「まちの顔」等地域振興に積極的に役割を果たすべきとの回答が多くみられる。



(9) 中心市街地の商業の魅力アップに必要なこと

中心市街地の商業の魅力アップに必要なことは、「個店の活性化」が圧倒的に高く、次いで「店舗や商品の情報提供」となっており、重要な機能である商業振興による活性化が求められている。現在中心市街地で店舗を運営されている方は、「空き店舗の活用」、「西口再開発ビルの整備」が、また、中心市街地以外で店舗を運営されている方は「駐車場・駐輪場の整備」、「営業時間の延長」が高くなっており、魅力向上の必要条件について差が見受けられる。

