

令和元年度
秦野市商業実態調査報告書

令和2年3月

秦野市

目 次

| | | |
|------|------------------------------------|----|
| I | 調査の概要 | 1 |
| 1. | 調査の目的 | 1 |
| 2. | 調査の方法 | 1 |
| 3. | 調査の項目 | 1 |
| 4. | 調査結果からわかる課題と市の支援策 | 1 |
| 5. | 調査票回収結果 | 2 |
| 6. | 調査結果の見方 | 2 |
| II | 調査の結果 | 3 |
| 1. | 属性に関する調査項目 | 3 |
| 2. | 経営状況及び景況感に関する調査項目 | 15 |
| 3. | 経営状況の見通し及び経営上の課題に関する調査項目 | 20 |
| 4. | 導入している取組（決済方法、PR方法、環境への配慮）に関する調査項目 | 39 |
| 5. | 必要とする行政（秦野市）からの支援策に関する調査項目 | 44 |
| 6. | 支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先に関する調査項目 | 50 |
| 7. | 事業承継の考え方に関する調査項目 | 52 |
| 8. | 消費税増税への対応に関する調査項目 | 53 |
| 9. | 商業に対する意見に関する調査項目 | 54 |
| III. | 経年比較 | 56 |
| IV. | 調査結果からわかる課題 | 59 |
| 1. | 調査結果からわかる経営上の課題 | 59 |
| V. | 今後の支援策の考察 | 61 |
| VI. | 市で実施している中小企業者支援制度（令和2年3月現在） | 62 |
| VII | 使用した調査票 | 64 |

I 調査の概要

1. 調査の目的

市内商業の現状や課題について把握し、より効果的な商業振興施策につなげることを目的とする。

2. 調査の方法

- (1) 調査対象： 商店会エリア内の店舗（1238 店舗）
①商店会の会員 ②商店会の非会員
- (2) 標本数： ①662 店舗 ②576 店舗
- (3) 調査方法： ①各商店会名簿を参照し、郵送により調査票を配布、回収。
地図を参照し、各店舗を訪問して協力を依頼。郵送調査票を紛失した店舗には、留置法による調査を実施。
②地図を参照し、留置法による訪問調査を実施。
※留置法による調査では、全店舗に調査票と返信用封筒を配布した。
- (4) 調査期間： ①令和2年1月17日～2月14日
②令和2年1月24日～2月14日
- (5) 調査実施機関： 株式会社アクス

3. 調査の項目

- (1) 属性に関する調査項目
- (2) 経営状況及び景況感に関する調査項目
- (3) 経営状況の見通し及び経営上の課題に関する調査項目
- (4) 導入している取組（決済方法、PR方法、環境への配慮）に関する調査項目
- (5) 必要とする行政（秦野市）からの支援策に関する調査項目
- (6) 支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先に関する調査項目
- (7) 事業継承の考え方に関する調査項目
- (8) 消費税増税への対応に関する調査項目
- (9) 商業に対する意見に関する調査項目

4. 調査結果からわかる課題と市の支援策

- (1) 調査結果からわかる経営上の課題
- (2) 市で実施している中小企業者支援制度
- (3) 今後、市で検討すべき支援制度

5. 調査票回収結果

| 駅名 | 店舗数 | 有効回答数 | 回答率 (%) | 空き店舗数 |
|-------|------|-------|---------|-------|
| 秦野駅 | 483 | 110 | 22.8 | 46 |
| 渋沢駅 | 432 | 75 | 17.4 | 44 |
| 鶴巻温泉駅 | 168 | 36 | 21.4 | 10 |
| 東海大学前 | 155 | 21 | 13.5 | 7 |
| 選択無 | | 8 | | |
| 合計 | 1238 | 250 | 20.2 | 107 |

6. 調査結果の見方

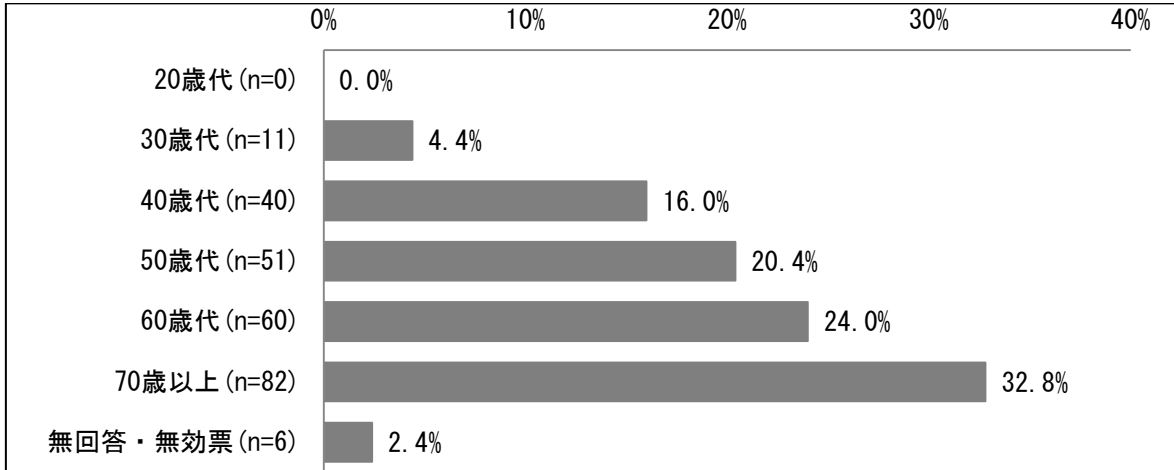
- (1) 図表中のnは該当設問での回答者数を表す。設問によっては、回答対象が限られるため、有効回答数にならない場合がある。
- (2) 設問により回答がなくても、全体のいずれかを回答していれば、有効回答数に含める。
- (3) 百分比はnを100.0%として算出し、少数第2位を四捨五入して少数第1位まで示している。このため、百分比の合計が100.0%に満たない場合や、上回る場合がある。
- (4) 複数回答の設問では、百分比の合計が100.0%を上回る場合がある。
- (5) 本文や図表中の選択肢表記では、語句を短縮・簡略化している場合がある。
- (6) 無回答・無効票の回答比率が最も高くなる設問では、図表中に無回答・無効票を表示しない。

Ⅱ 調査の結果

1. 属性に関する調査項目

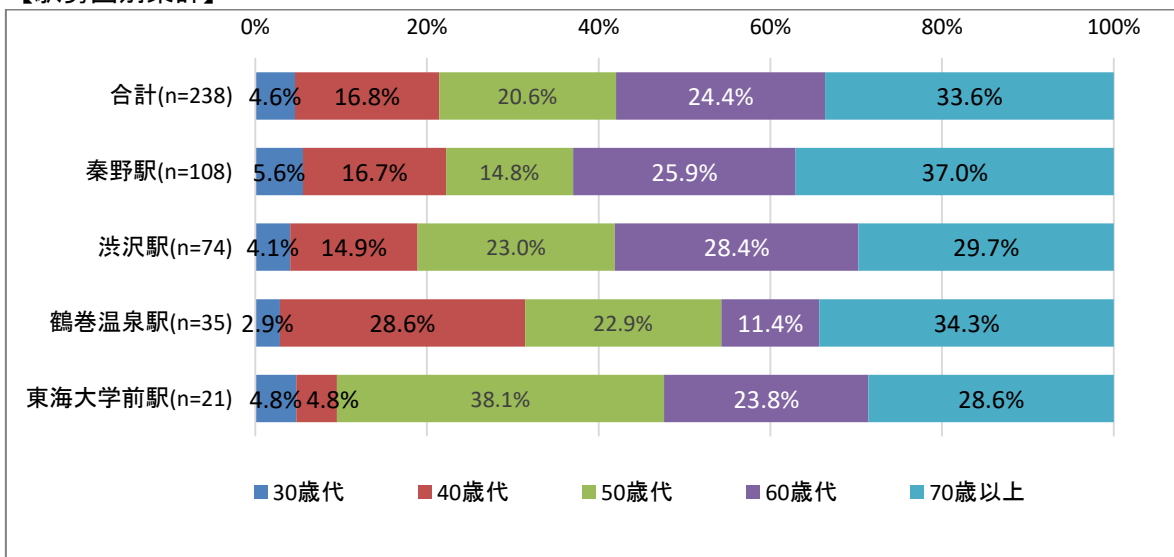
【問1-1】経営者の年齢（年代） ※単一回答

【全体集計】 n=250



経営者の年代は、「70歳以上」が32.8%で最も多く、次いで「60歳代」の24.0%、「50歳代」の20.4%と続いた。60歳以上で56.8%となり、全体の半数を超えた。

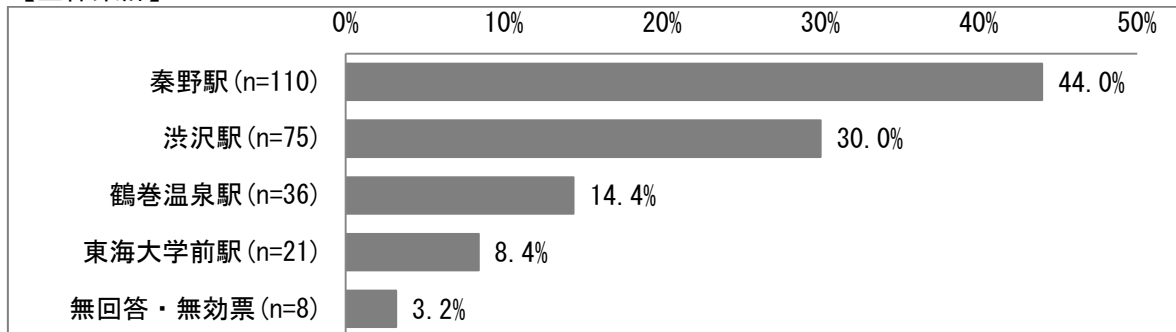
【駅勢圏別集計】



駅勢圏別集計では、秦野駅において「70歳以上」が37.0%で最も多くなった。鶴巻温泉駅では「40歳代」が28.6%と多く、60歳代以上の比率が他と比較して低くなった。

【問 1-2】店舗所在地（駅勢圏） ※単一回答

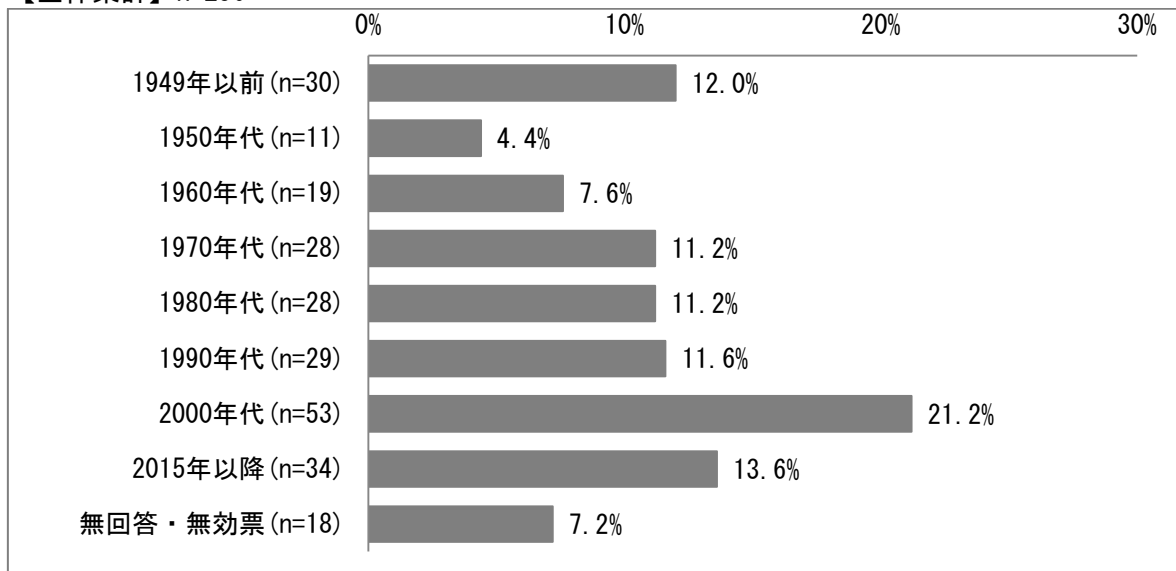
【全体集計】 n=250



今回の回答で得た店舗所在地（駅勢圏）は、「秦野駅」が44.0%で最も多く、次いで「渋沢駅」の30.0%となった。

【問 1-3】創業年次 ※単一回答

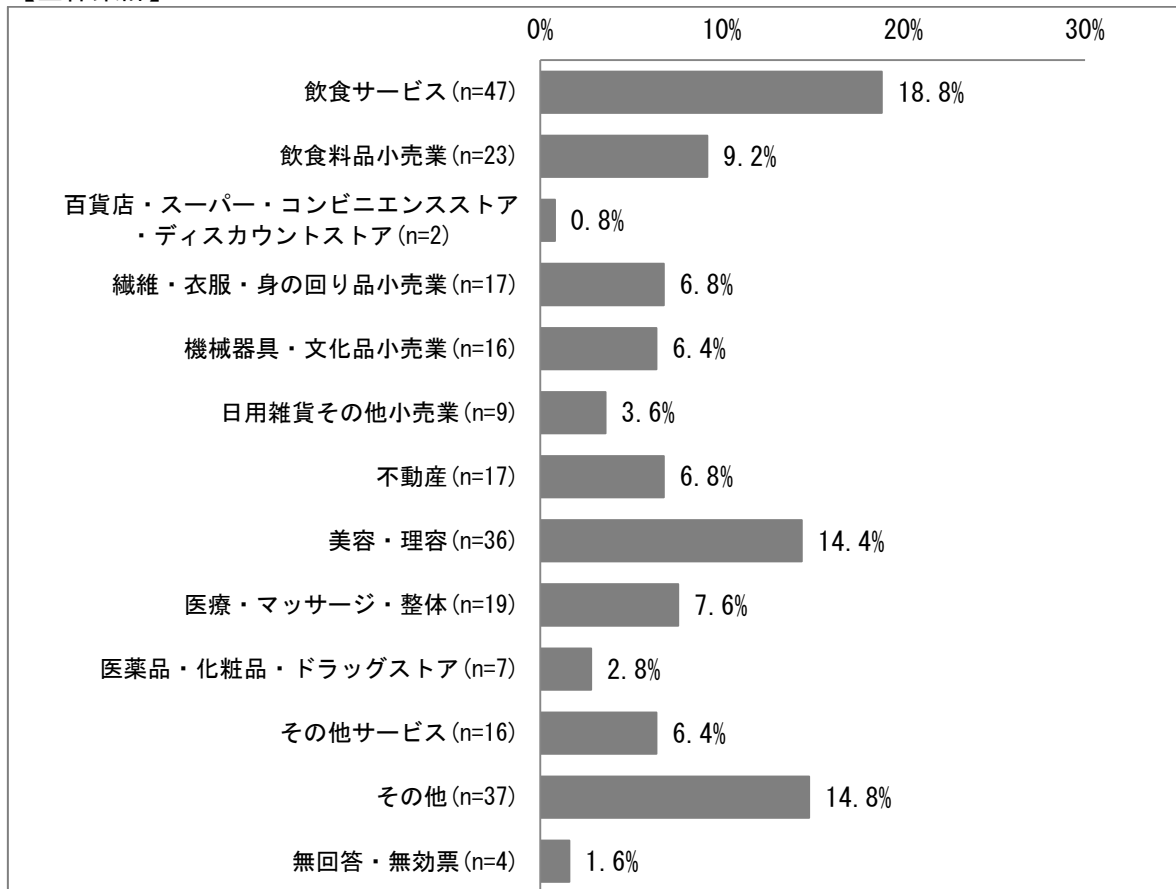
【全体集計】 n=250



創業年次は、「2000年代」が21.2%で最も多く、次いで「2015年以降」の13.6%、「1949年以前」の12.0%と続いた。

【問 1-4】 主な業種 ※単一回答

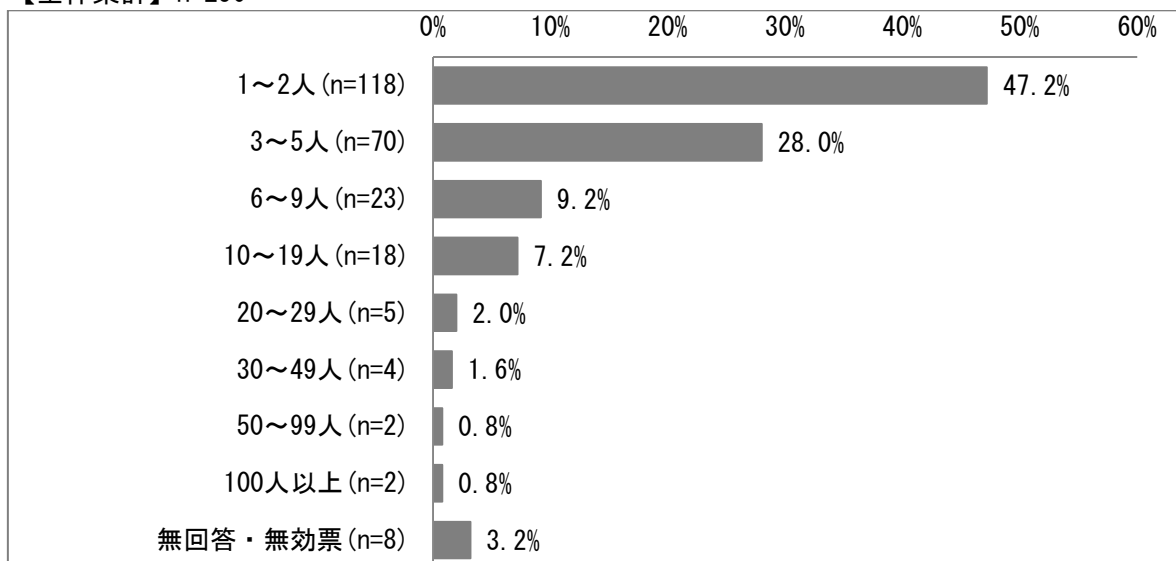
【全体集計】 n=250



主な業種は、「飲食サービス」が18.8%で最も多く、次いで「その他」の14.8%、「美容・理容」の14.4%となった。「その他」の内容では、福祉サービスや金融業（保険業）、建設業が多くなった。

【問 1-5】 従業員数 ※単一回答

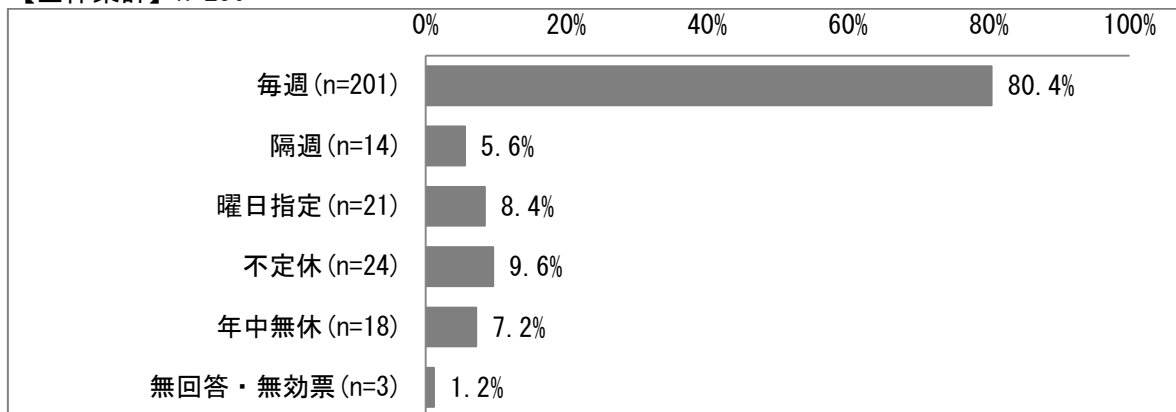
【全体集計】 n=250



従業員数は、「1～2人」が47.2%で最も多く、次いで「3～5人」の28.0%、「6～9人」の9.2%と続き、10人未満が84.4%となった。

【問 1-6】 定休日 ※複数回答

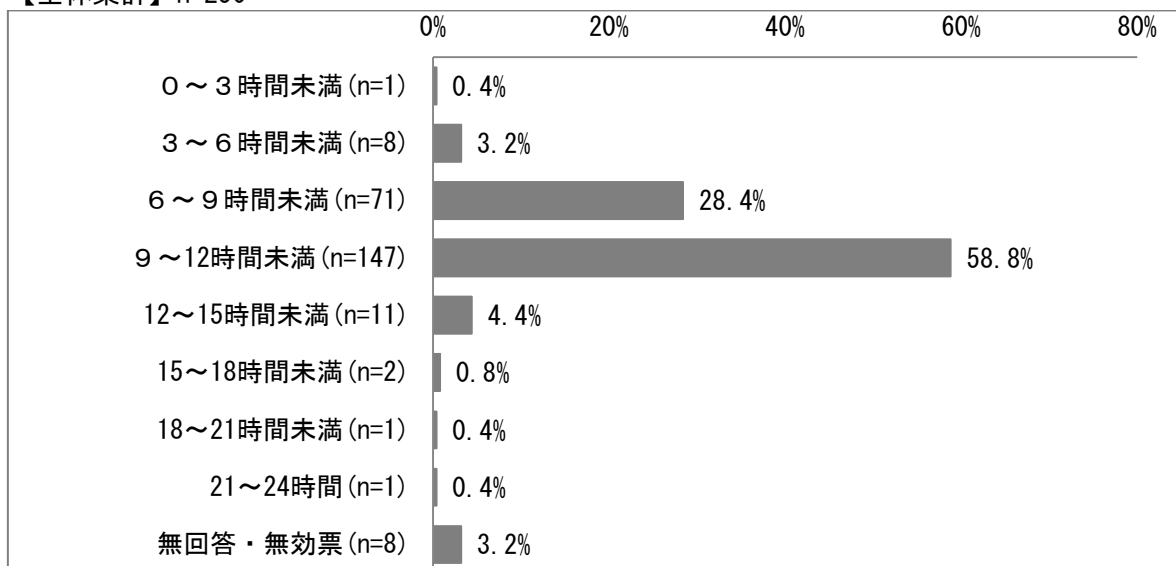
【全体集計】 n=250



定休日は、「毎週」が80.4%で最も多く、次いで「不定休」の9.6%、「曜日指定」の8.4%と続いた。

【問 1-7】 営業時間 ※単一回答

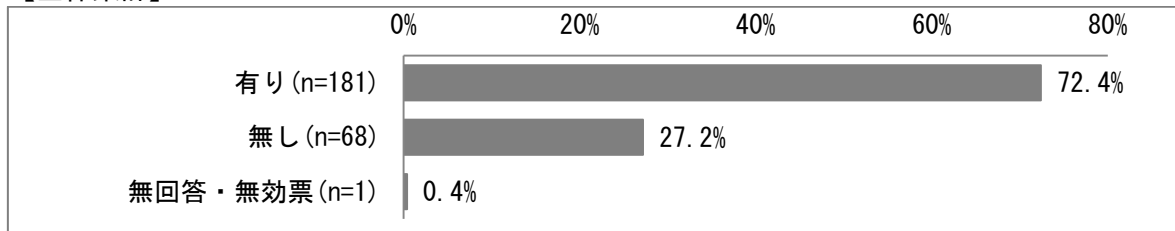
【全体集計】 n=250



営業時間は、「9～12時間未満」が58.8%で最も多く、次いで「6～9時間未満」の28.4%となった。

【問 1-8】お客様用駐車場の有無 ※単一回答

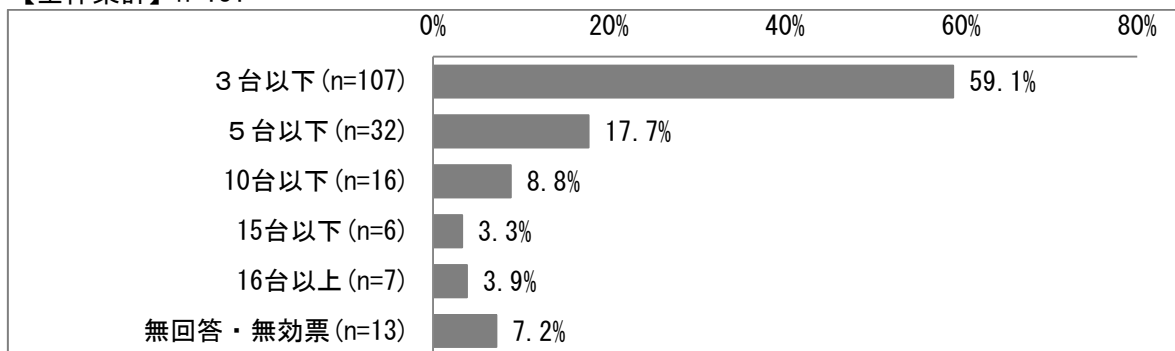
【全体集計】 n=250



お客様用駐車場は、「有り」が72.4%、「無し」が27.2%となった。

・お客様用駐車場の駐車台数

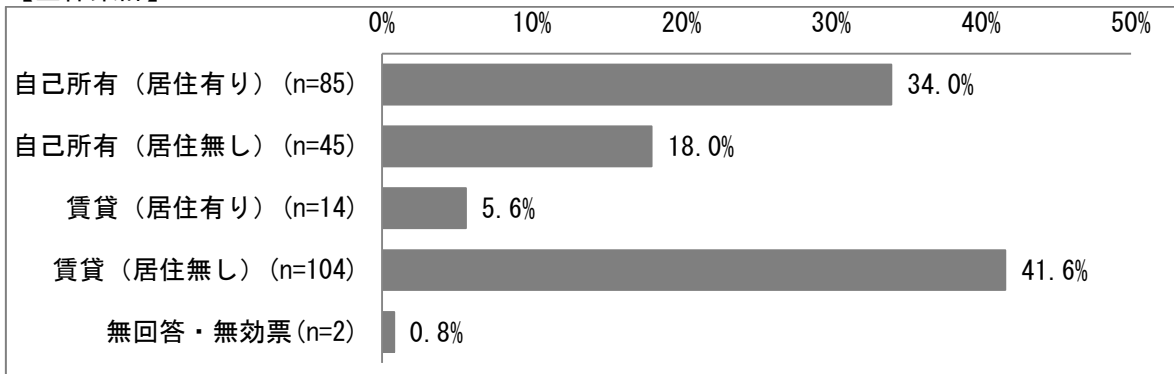
【全体集計】 n=181



お客様用駐車場の駐車台数は、「3台以下」が59.1%で最も多く、次いで「5台以下」の17.7%となった。

【問 1-9】 店舗の所有形態 ※単一回答

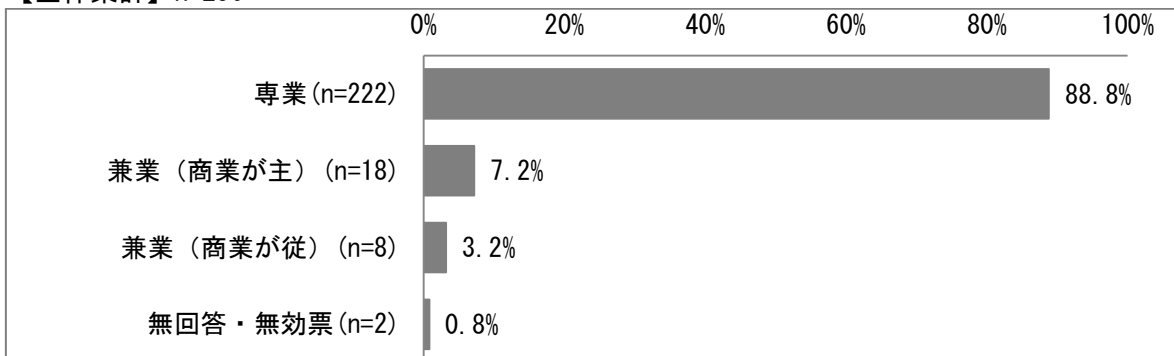
【全体集計】 n=250



店舗の所有形態は、「賃貸（居住無し）」が41.6%で最も多く、次いで「自己所有（居住有り）」の34.0%、「自己所有（居住無し）」の18.0%と続いた。

【問 1-10】 事業形態 ※単一回答

【全体集計】 n=250



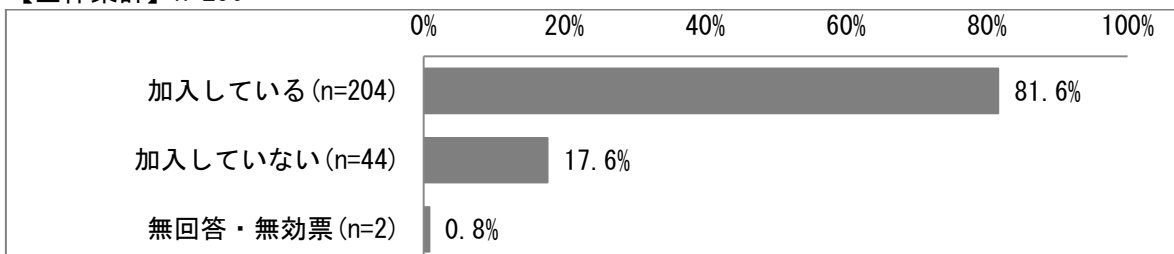
事業形態は、「専業」が88.8%で最も多く、「兼業（商業が主・商業が従）」は10.4%にとどまった。

【問 2】 商店会、商工会議所の加入状況についてお聞きします。

※該当するものに1つ「○」をつけてください。

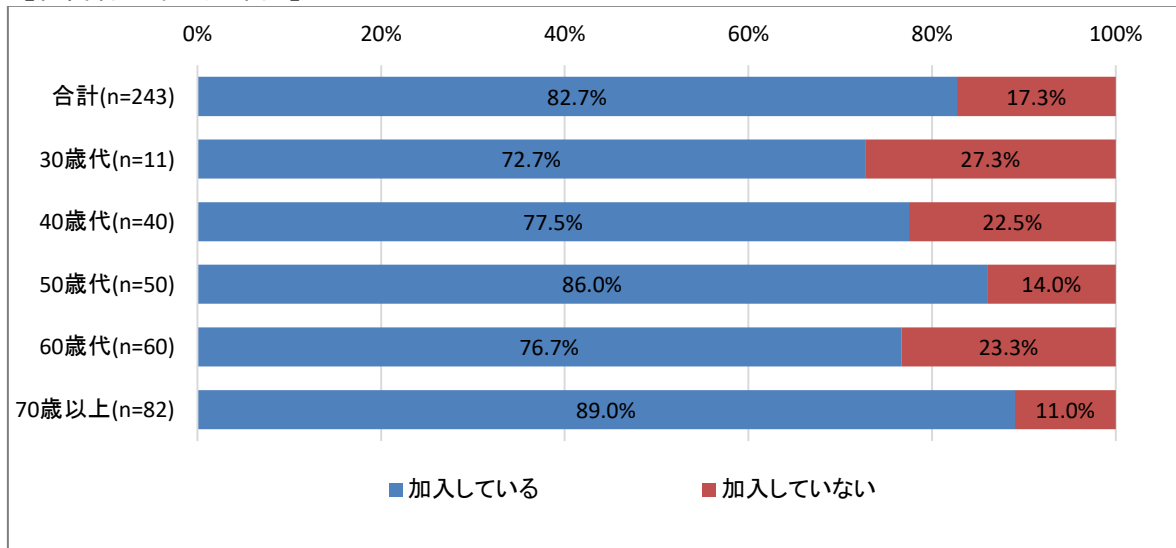
・商店会の加入状況

【全体集計】 n=250



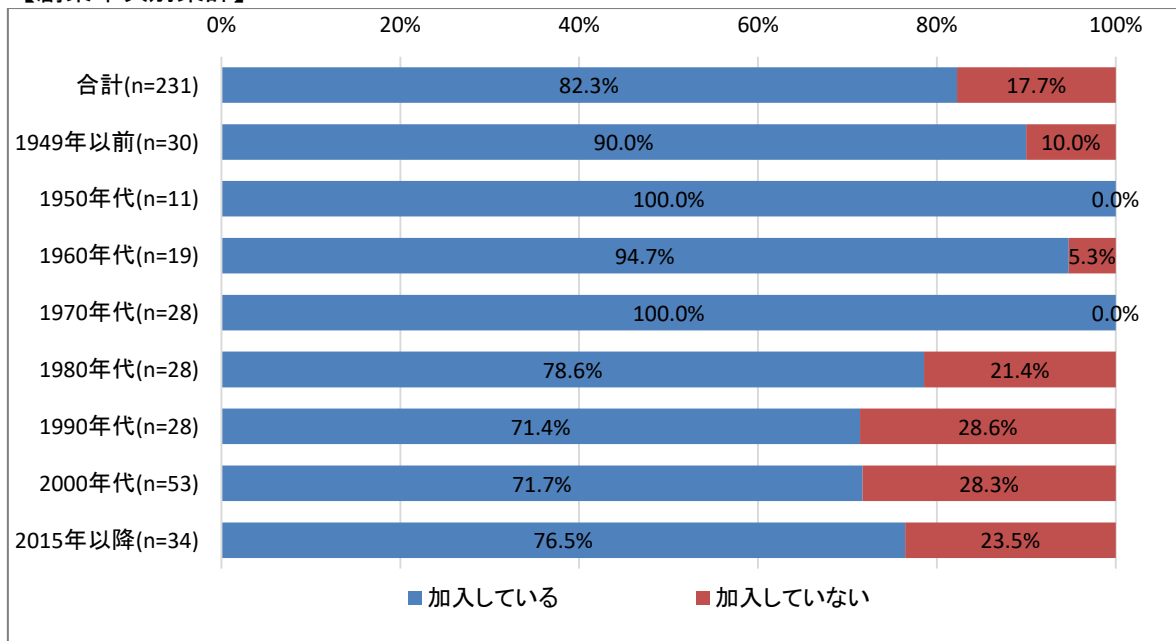
商店会には、「加入している」が81.6%、「加入していない」が17.6%となった。

【経営者の年代別集計】



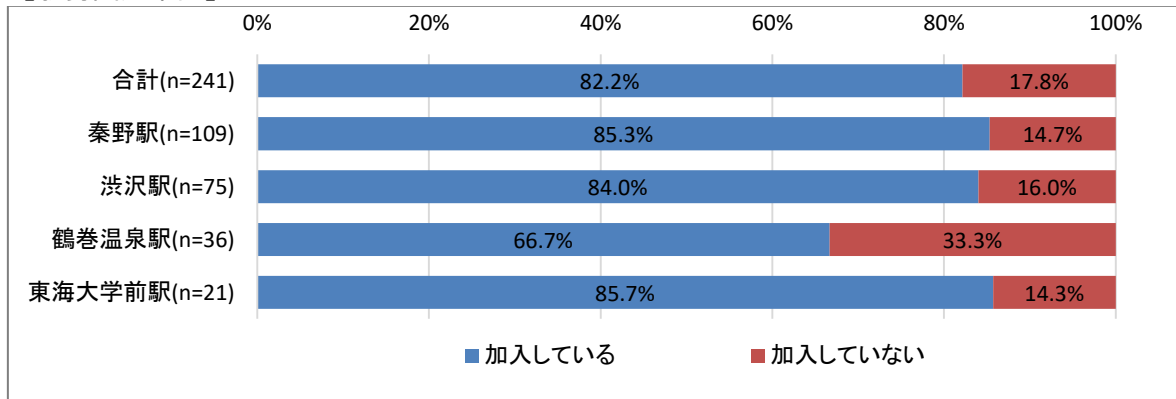
経営者の年代別集計では、70歳以上において「加入している」が89.0%と最も多くなったが、年代による大きな差はなかった。

【創業年次別集計】



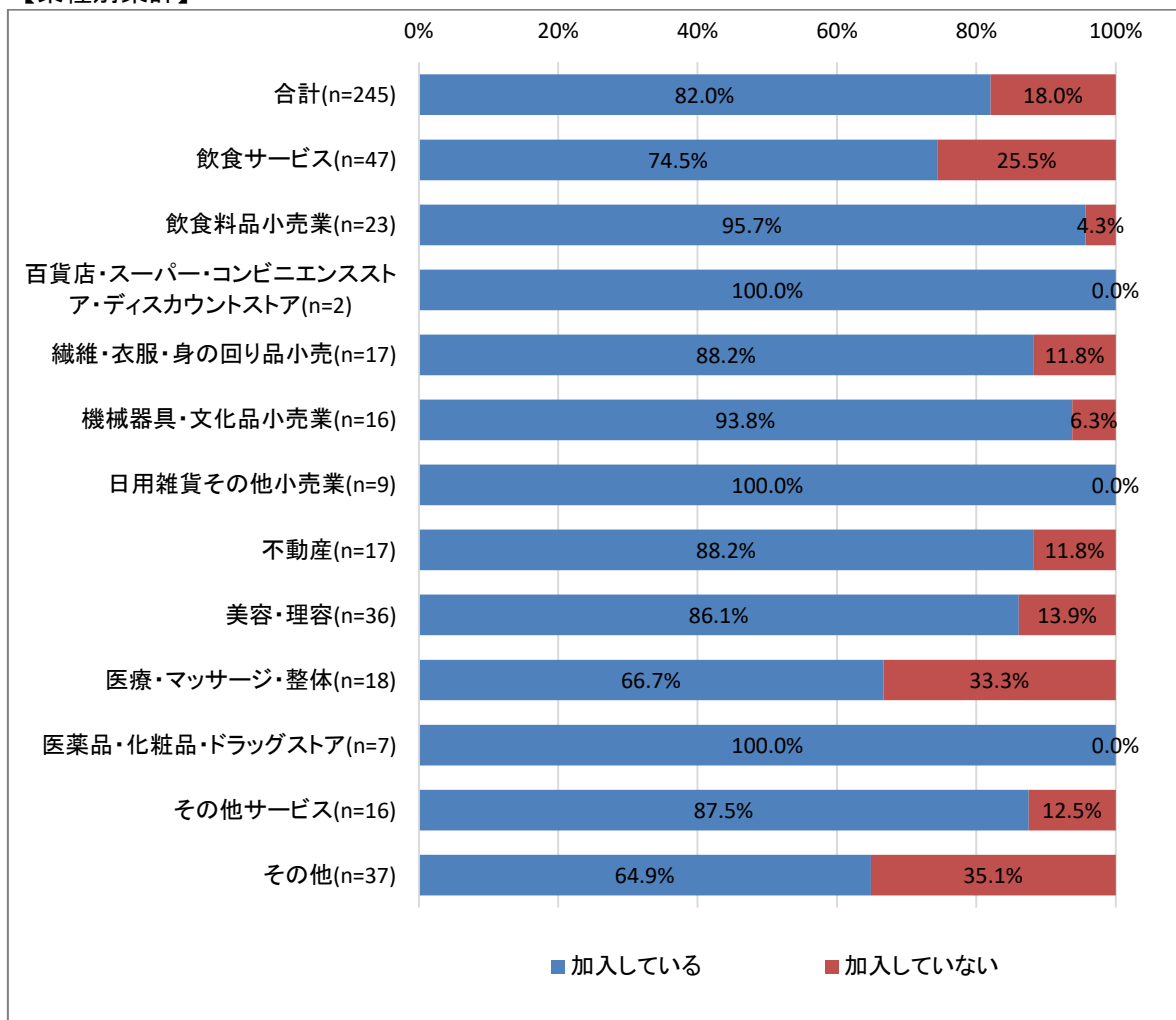
創業年次別集計では、概ね年代が古いほど商店街に「加入している」比率が高い。1980年代以降は創業年次による加入率の差はなかった。

【駅勢圏別集計】



駅勢圏別集計では、鶴巻温泉駅でのみ「加入していない」が33.3%と多くなった。

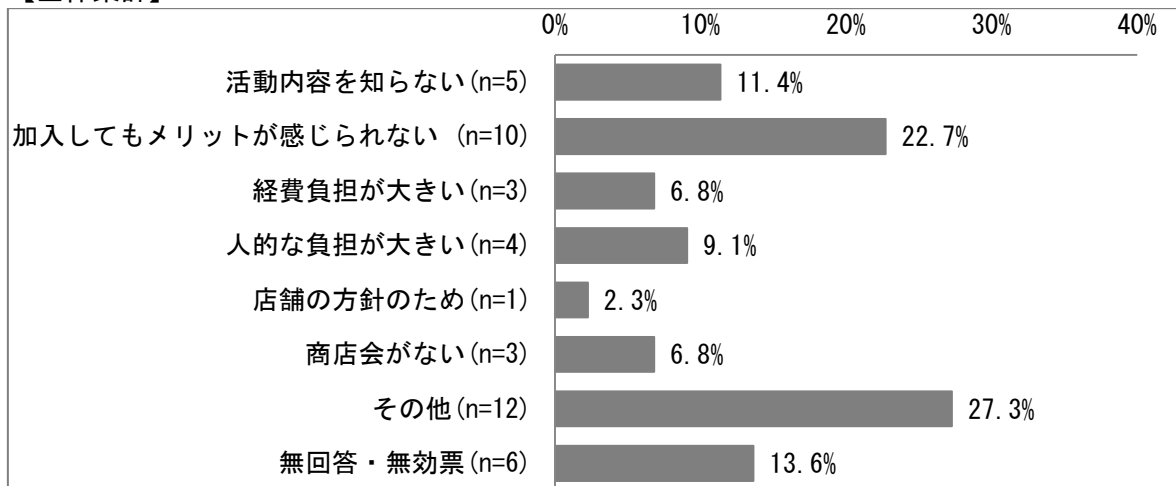
【業種別集計】



業種別集計では、飲食サービス、医療・マッサージ・整体、その他において、商店会に「加入していない」が25%を上回った。

・商店会に加入しない理由

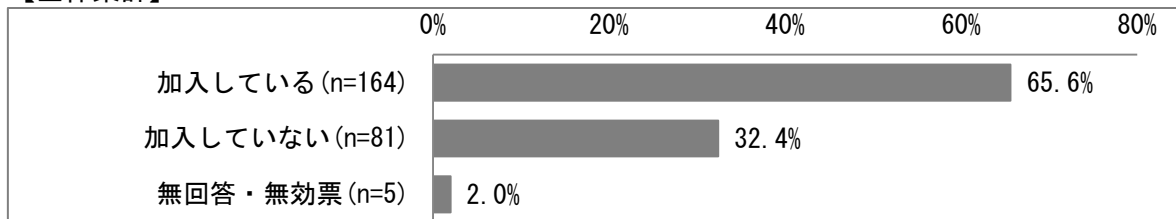
【全体集計】 n=44



商店会に加入しない理由は「その他」を除いて、「加入してもメリットが感じられない」が22.7%で最も多く、次いで「活動内容を知らない」の11.4%となった。「その他」の内容では、「商店会への加入の仕方が分からない」等が挙げられた。

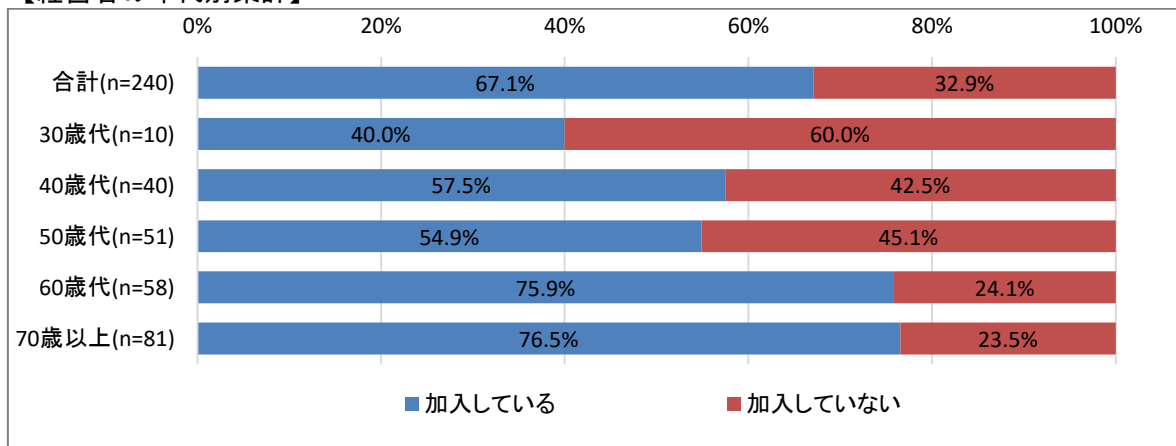
・商工会議所の加入状況

【全体集計】 n=250



商工会議所には、「加入している」が65.6%、「加入していない」が32.4%となった。

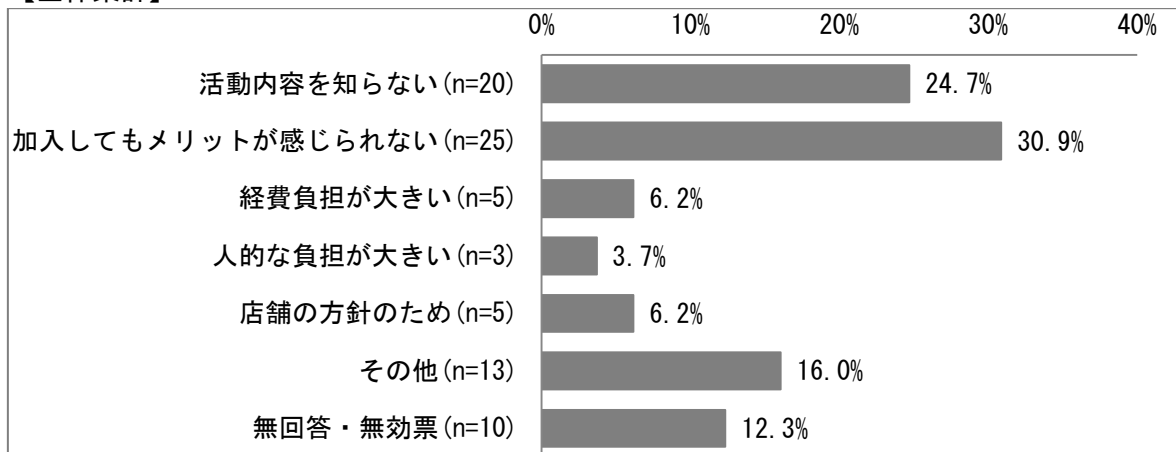
【経営者の年代別集計】



経営者の年代別集計では、年齢層が上がるにつれて商工会議所に「加入している」が多くなった。

・商工会議所に加入しない理由

【全体集計】 n=81



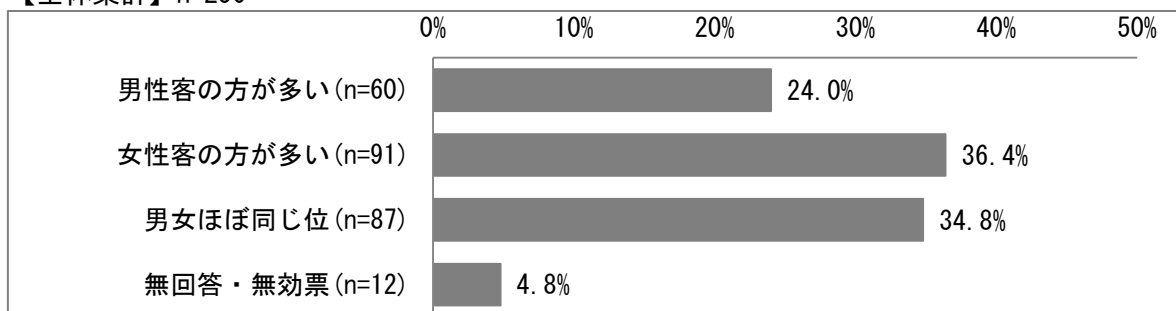
商工会議所に加入しない理由は、「加入してもメリットが感じられない」が30.9%、「活動内容を知らない」が24.7%となった。

【問3】貴店の主な顧客層等の状況についてお聞きします。

※該当するものに1つ「○」をつけてください。

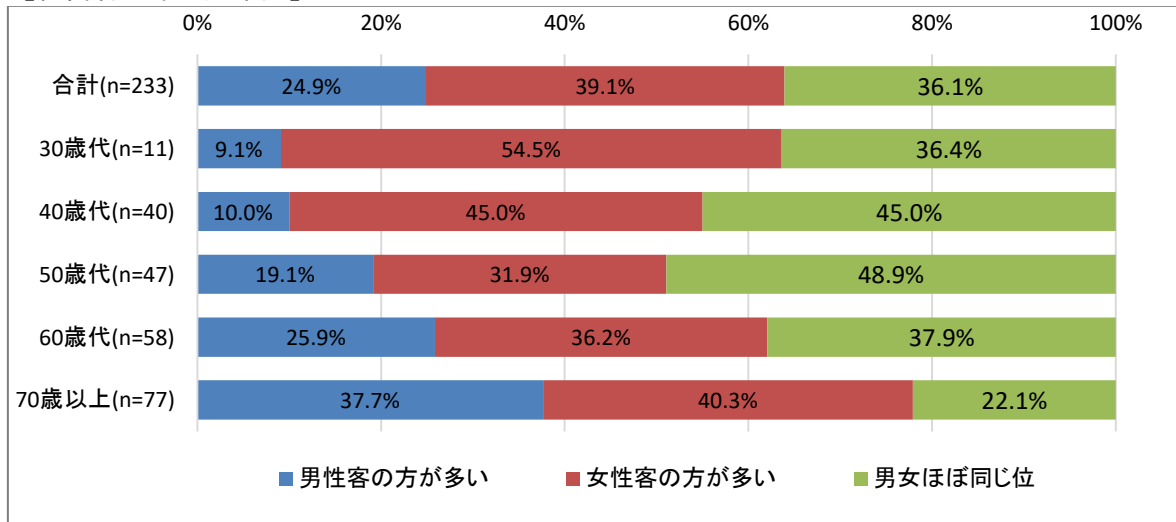
・主たる顧客の性別

【全体集計】 n=250



主たる顧客の性別は、「女性客の方が多い」が36.4%で最も多く、次いで「男女ほぼ同じ位」の34.8%となった。

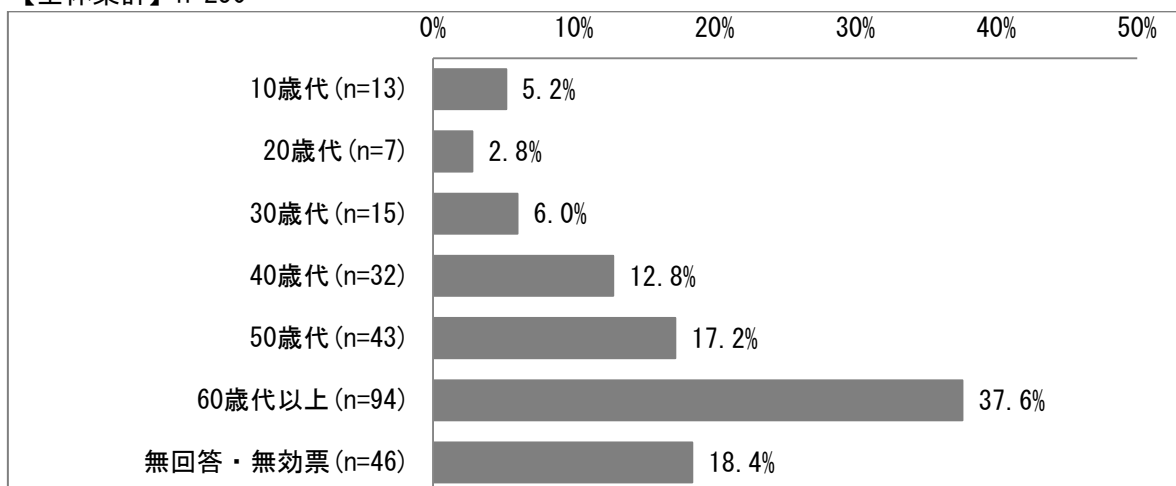
【経営者の年代別集計】



経営者の年代別集計では、年齢層が上がるにつれて「男性客の方が多い」が多くなり、70歳以上では37.7%となった。

・主たる顧客の年齢層

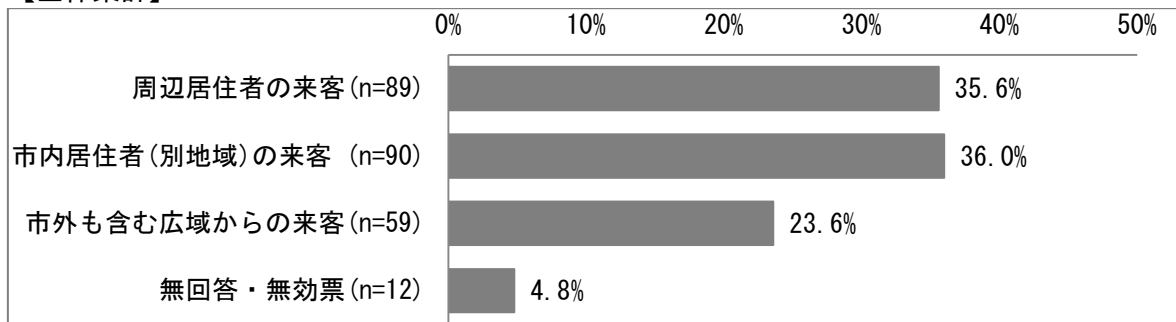
【全体集計】 n=250



主たる顧客の年齢層は、「60歳代以上」が37.6%で最も多く、次いで「50歳代」の17.2%となった。30歳代以下の若年層は14.0%にとどまった。

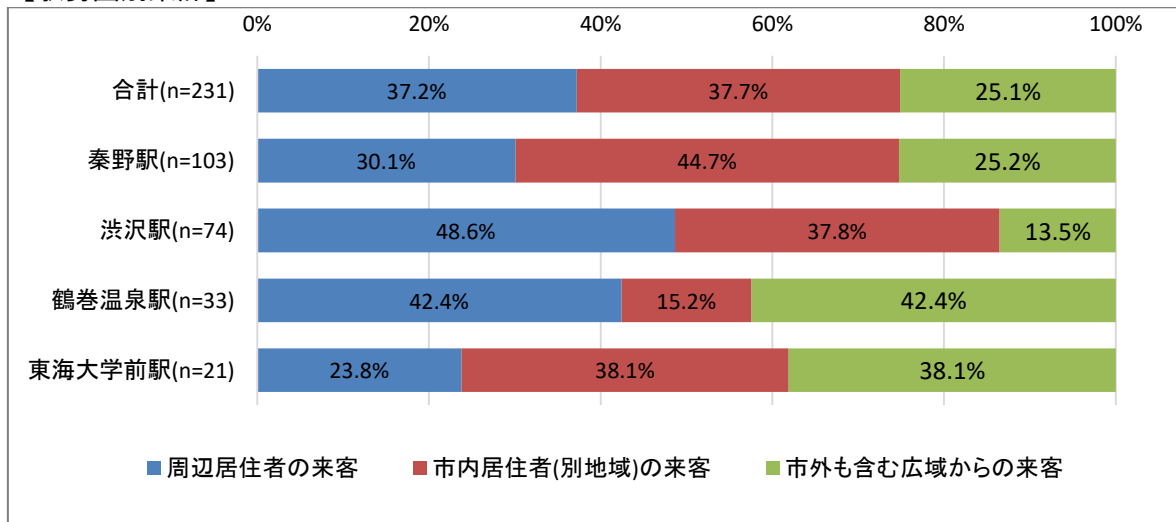
・主たる顧客の範囲

【全体集計】 n=250



主たる顧客の範囲は、「市内居住者(別地域)の来客」と「周辺居住者の来客」がそれぞれ36.0%と35.6%と多く、「市外も含む広域からの来客」は23.6%となった。

【駅勢圏別集計】



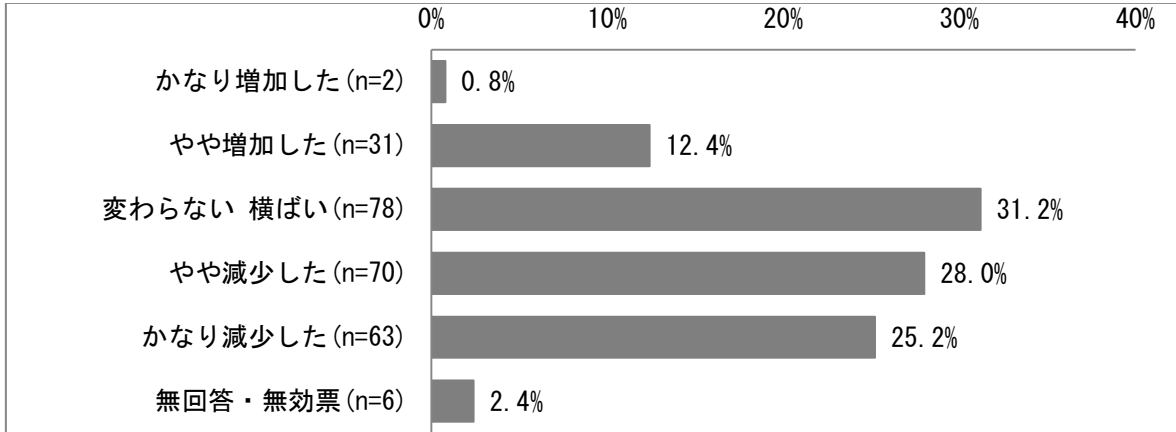
駅勢圏別集計では、渋沢駅において「周辺居住者の来客」が48.6%で最も多くなった。鶴巻温泉駅では、「市外も含む広域からの来客」が42.4%と多くなった。

2. 経営状況及び景況感に関する調査項目

【問4】 貴店の最近の営業状況及び意識(景況感)についてお伺いします。
 次の①～⑦の項目について、対前年同期と比較した場合に、該当する1～5の番号を選択してください。

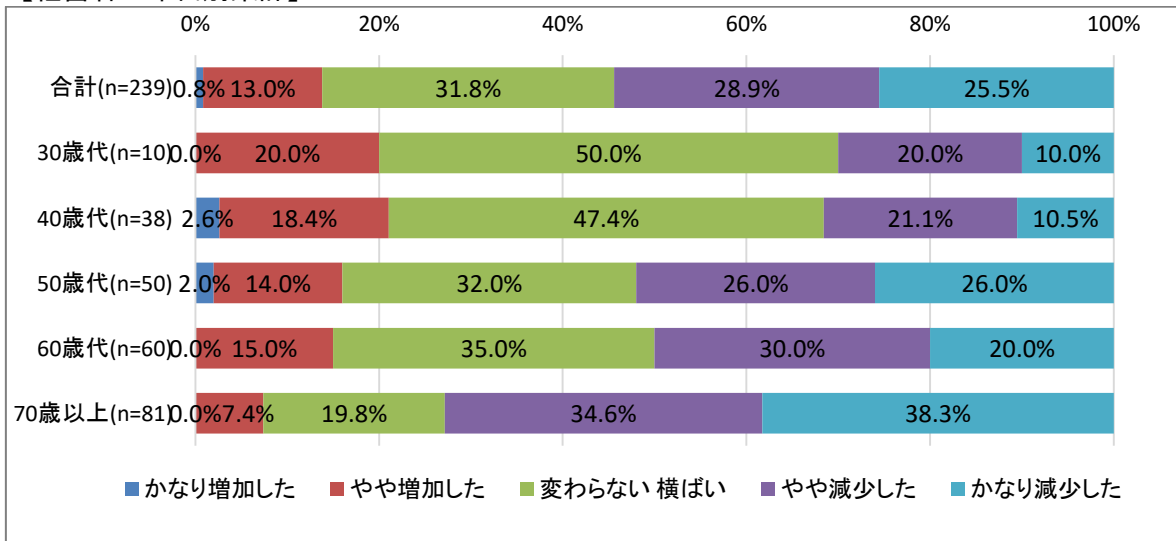
・売上高

【全体集計】 n=250



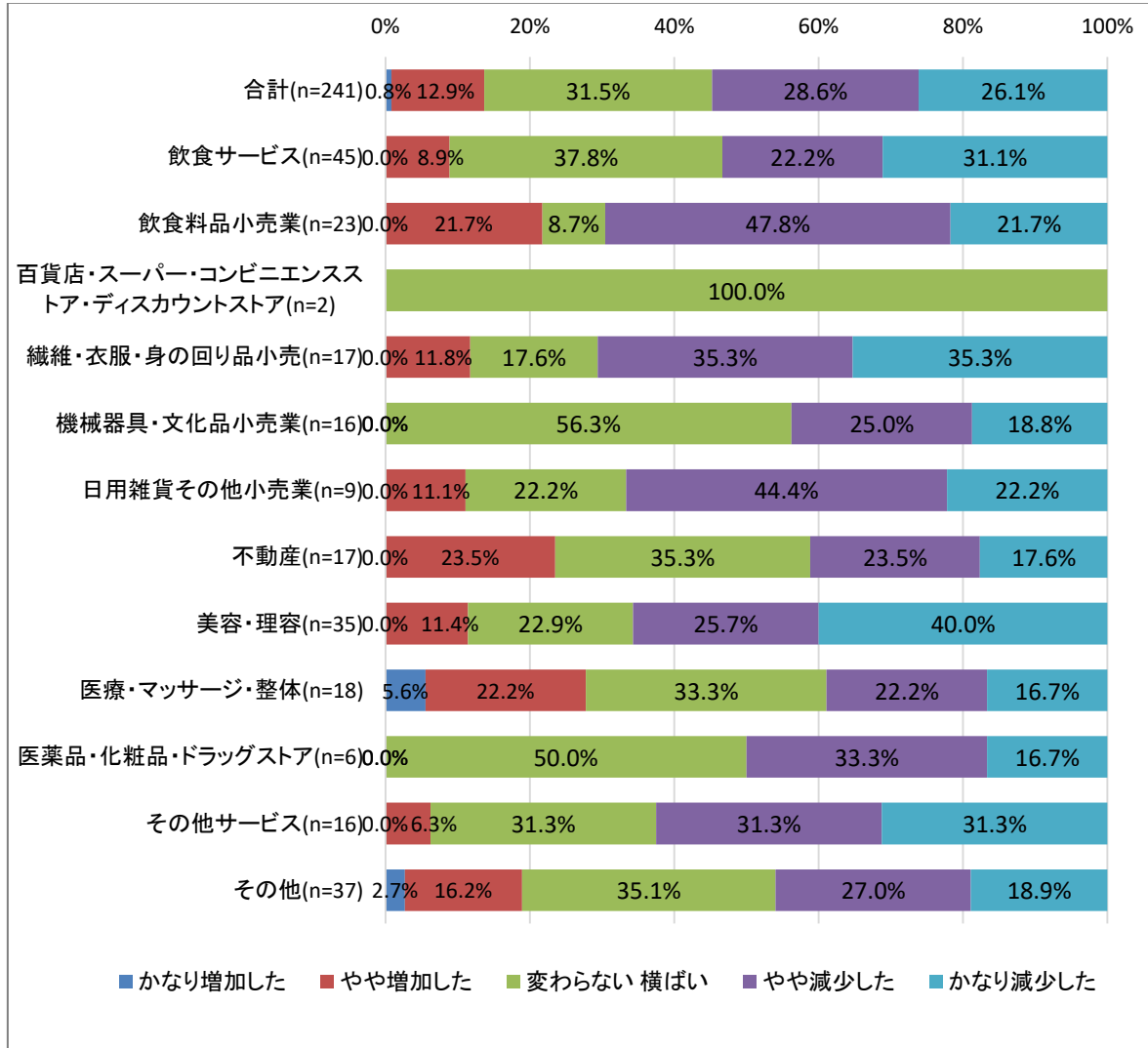
前年同期と比較した売上高は、「変わらない・横ばい」が31.2%で最も多く、次いで「やや減少した」の28.0%、「かなり減少した」の25.2%と続いた。

【経営者の年代別集計】



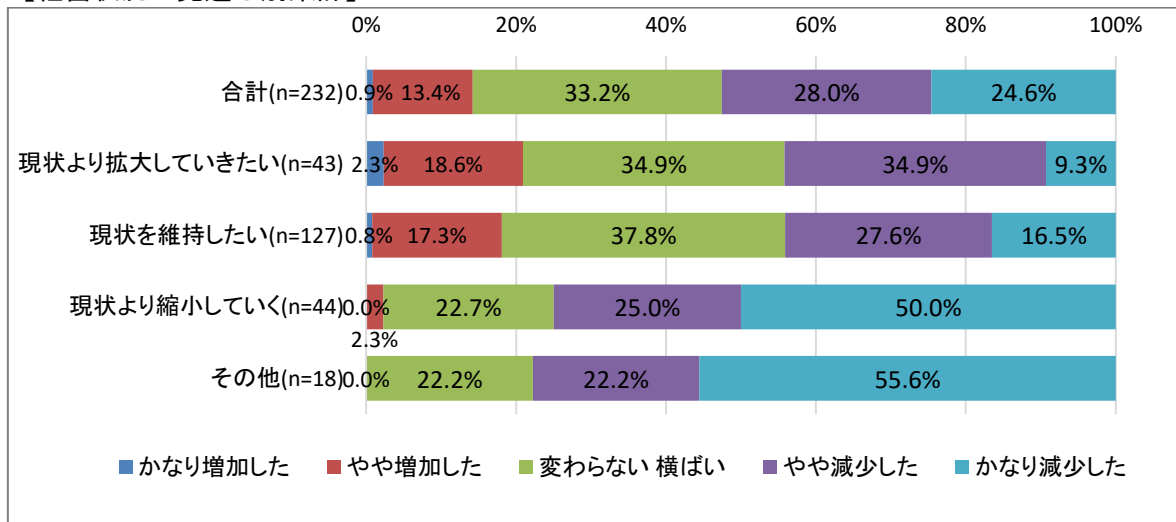
経営者の年代別集計では、年齢層が上がるにつれて減少の比率が高くなり、70歳以上では「やや減少した」が34.6%、「かなり減少した」が38.3%となった。

【業種別集計】



業種別集計では、各種小売業において「減少した」の比率が高くなった。

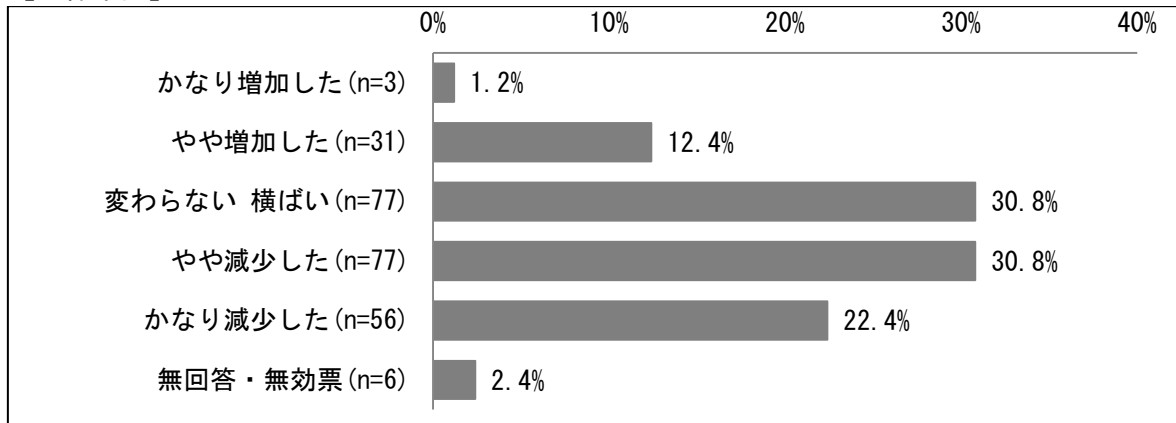
【経営状況の見通し別集計】



経営状況の見通し別集計では、「現状より縮小していく」において減少の比率が高く、75.0%となった。

・客数

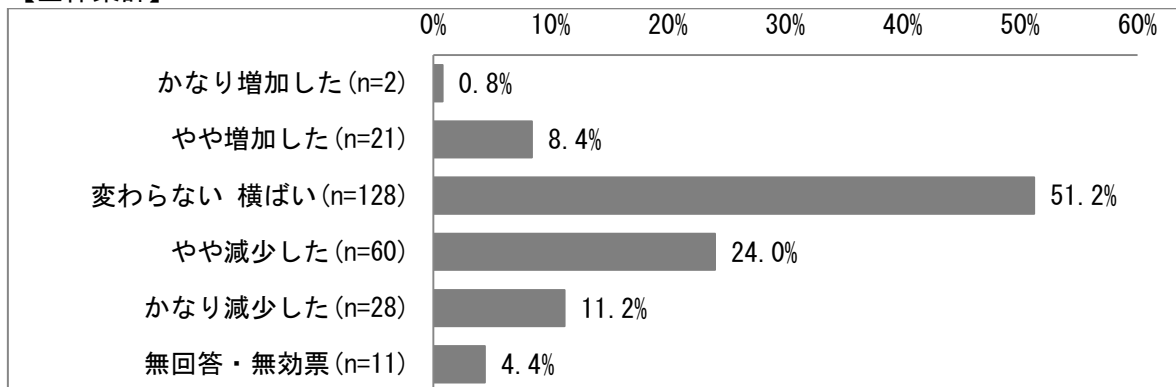
【全体集計】 n=250



前年同期と比較した客数は、「変わらない・横ばい」と「やや減少した」が30.8%で最も多く、次いで「かなり減少した」の22.4%となった。

・客単価

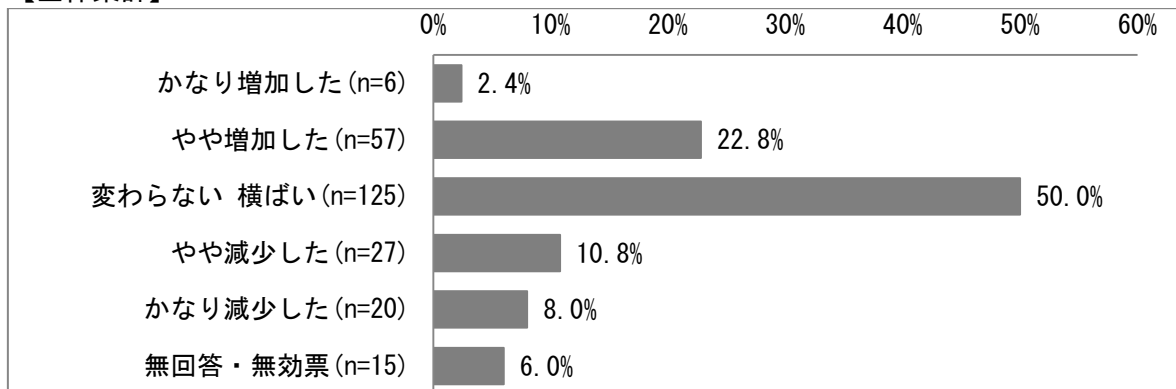
【全体集計】 n=250



前年同期と比較した客単価は、「変わらない・横ばい」が51.2%で最も多く、次いで「やや減少した」の24.0%、「かなり減少した」の11.2%と続いた。

・経費

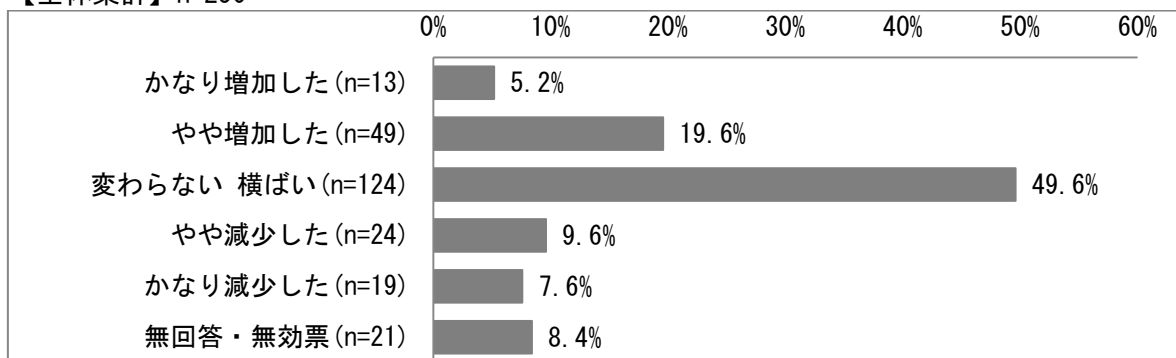
【全体集計】 n=250



前年同期と比較した経費は、「変わらない・横ばい」が50.0%で最も多く、次いで「やや増加した」の22.8%、「やや減少した」の10.8%と続いた。

・人件費

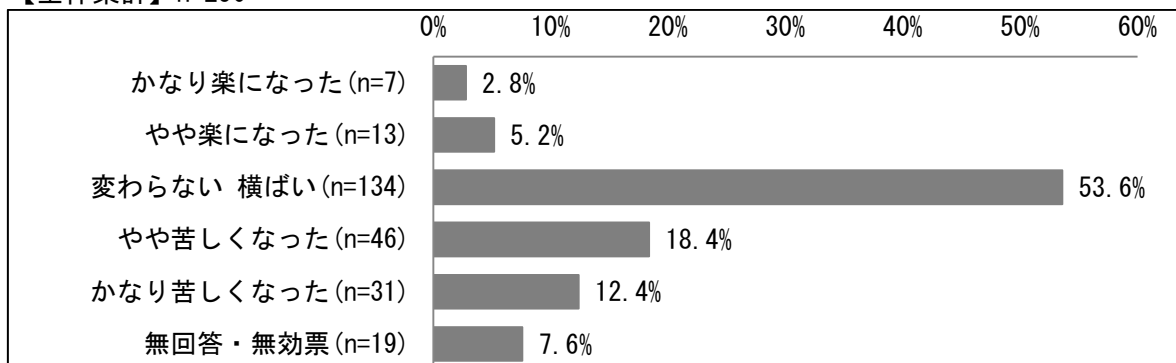
【全体集計】 n=250



前年同期と比較した人件費は、「変わらない・横ばい」が49.6%で最も多く、次いで「やや増加した」の19.6%、「やや減少した」の9.6%と続いた。

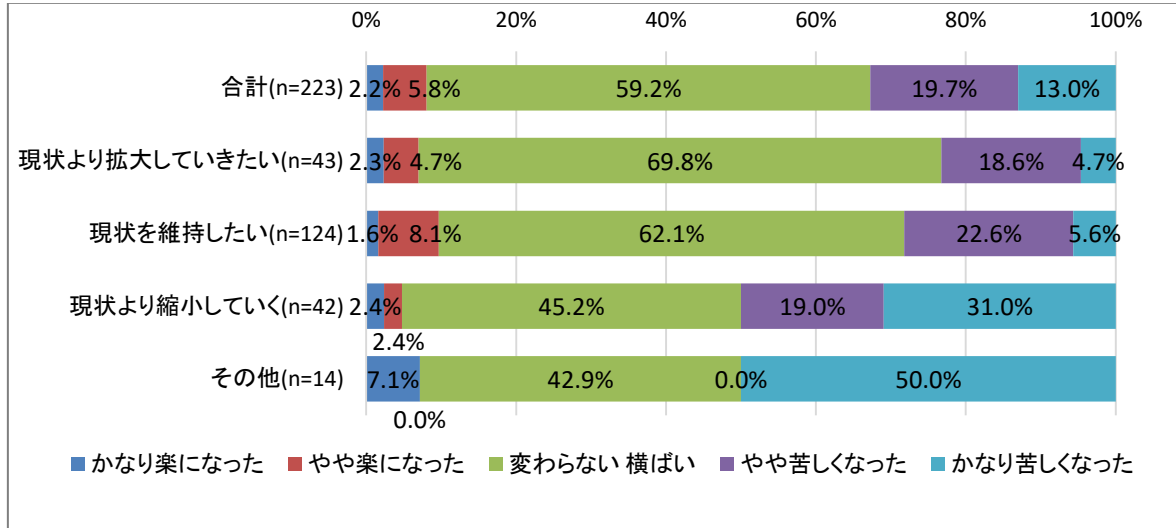
・資金繰り

【全体集計】 n=250



前年同期と比較した資金繰りは、「変わらない・横ばい」が53.6%で最も多く、次いで「やや苦しくなった」の18.4%、「かなり苦しくなった」の12.4%と続いた。

【経営状況の見直し別集計】



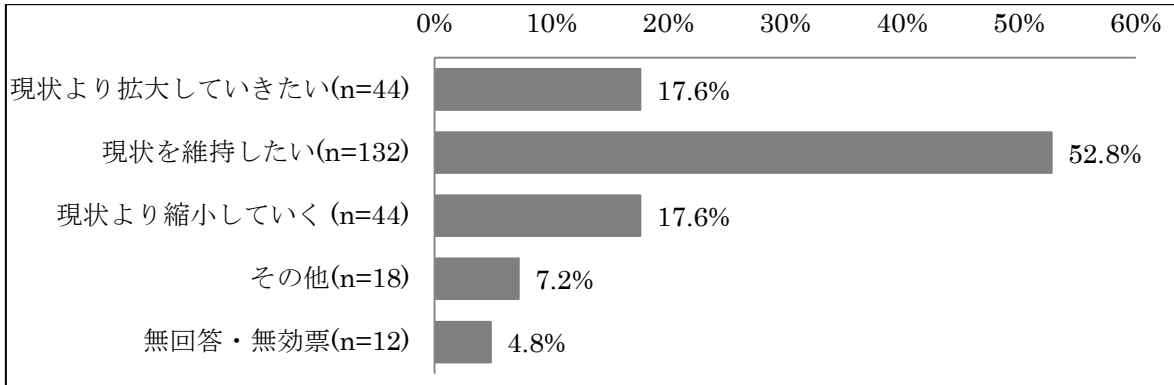
経営状況の見直し別集計では、現状より縮小していくにおいて、資金繰りが「苦しくなった」が50.0%となった。

3. 経営状況の見通し及び経営上の課題に関する調査項目

【問5】 貴店の将来展望や経営上の課題や問題等についてお伺いします。

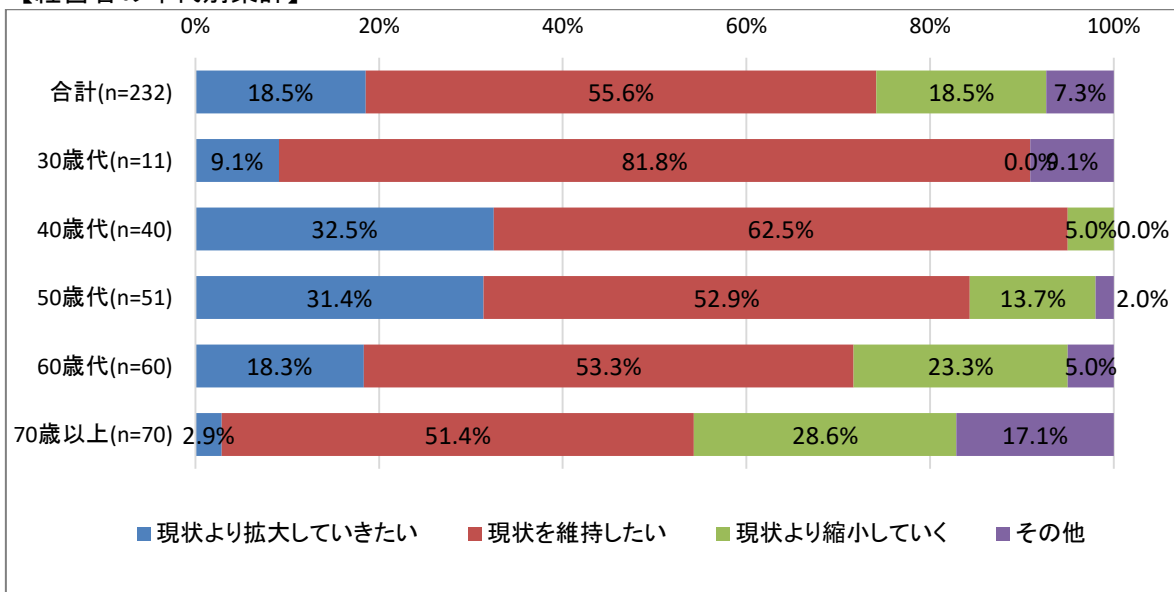
・将来展望や経営状況の見通し

【全体集計】 n=250



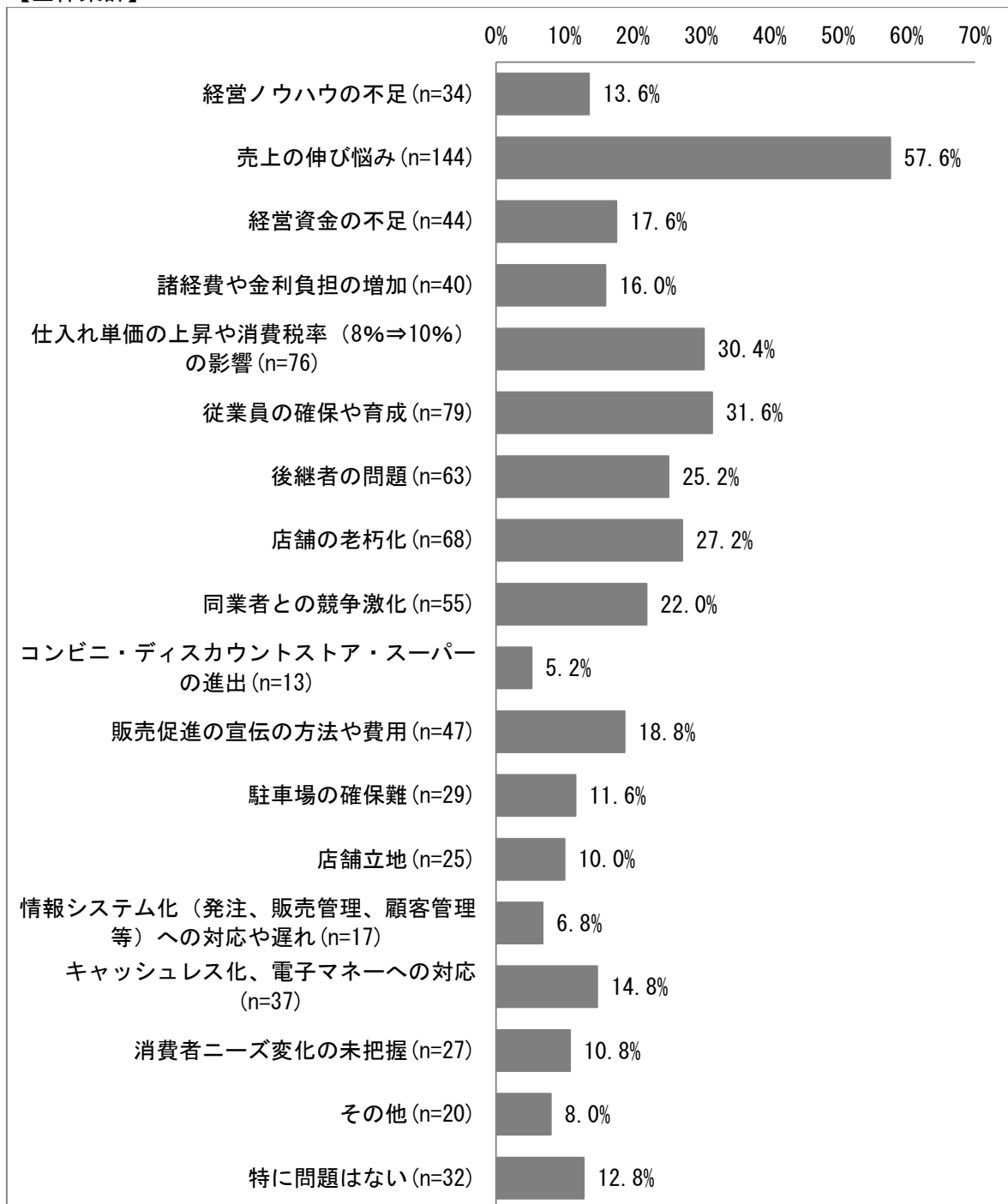
将来展望や経営状況の見直しは、「現状を維持したい」が52.8%で最も多く、次いで「現状より拡大していきたい」及び「現状より縮小していく」の17.6%となった。

【経営者の年代別集計】



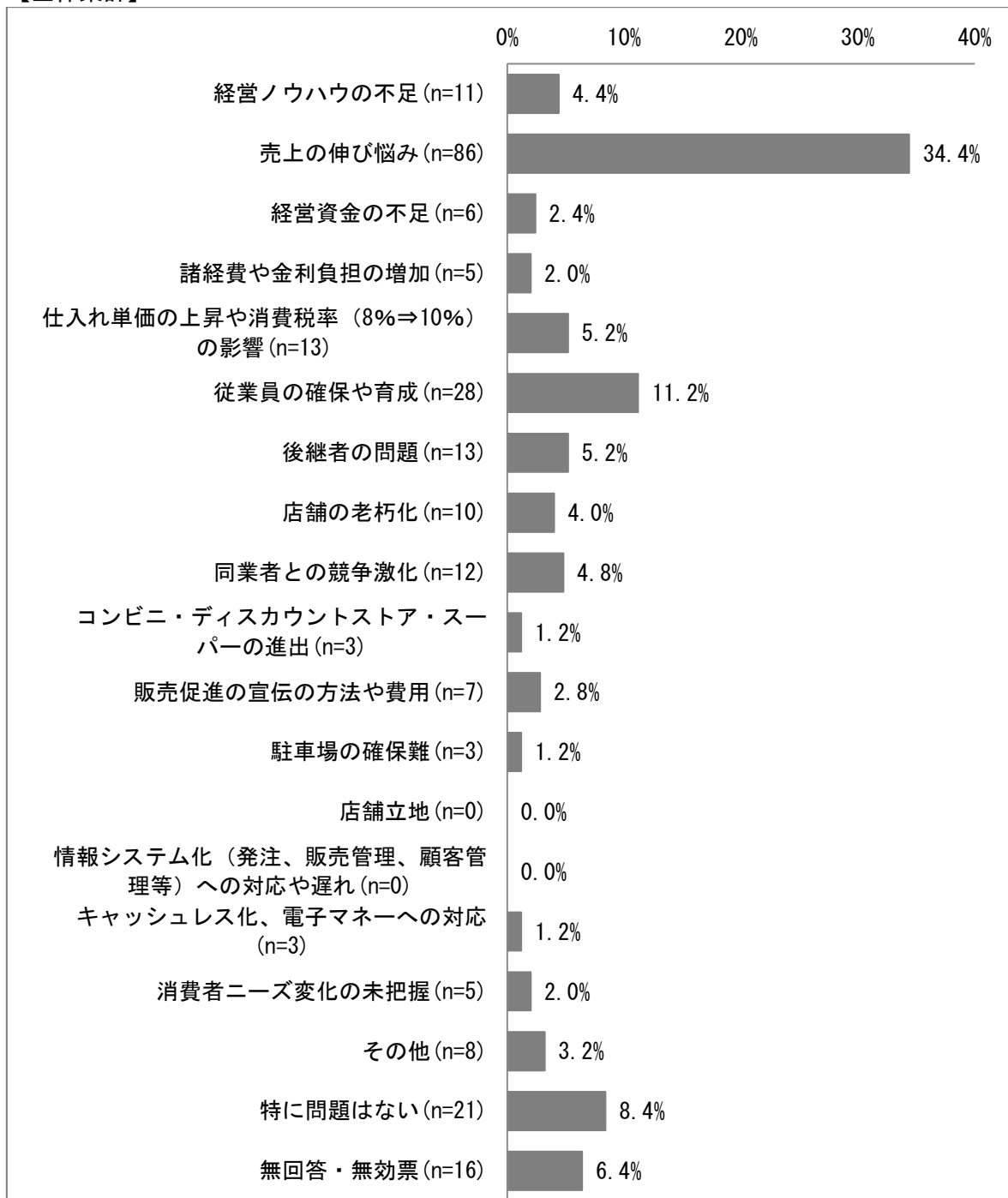
経営者の年代別集計では、30歳代において「現状を維持したい」が81.8%で最も多くなった。40歳代及び50歳代では、他の年代と比較して「現状より拡大していきたい」の比率が高く、それぞれ30%を超えた。

・経営上の課題や問題点 第1優先～第5優先の合算
【全体集計】 n=250



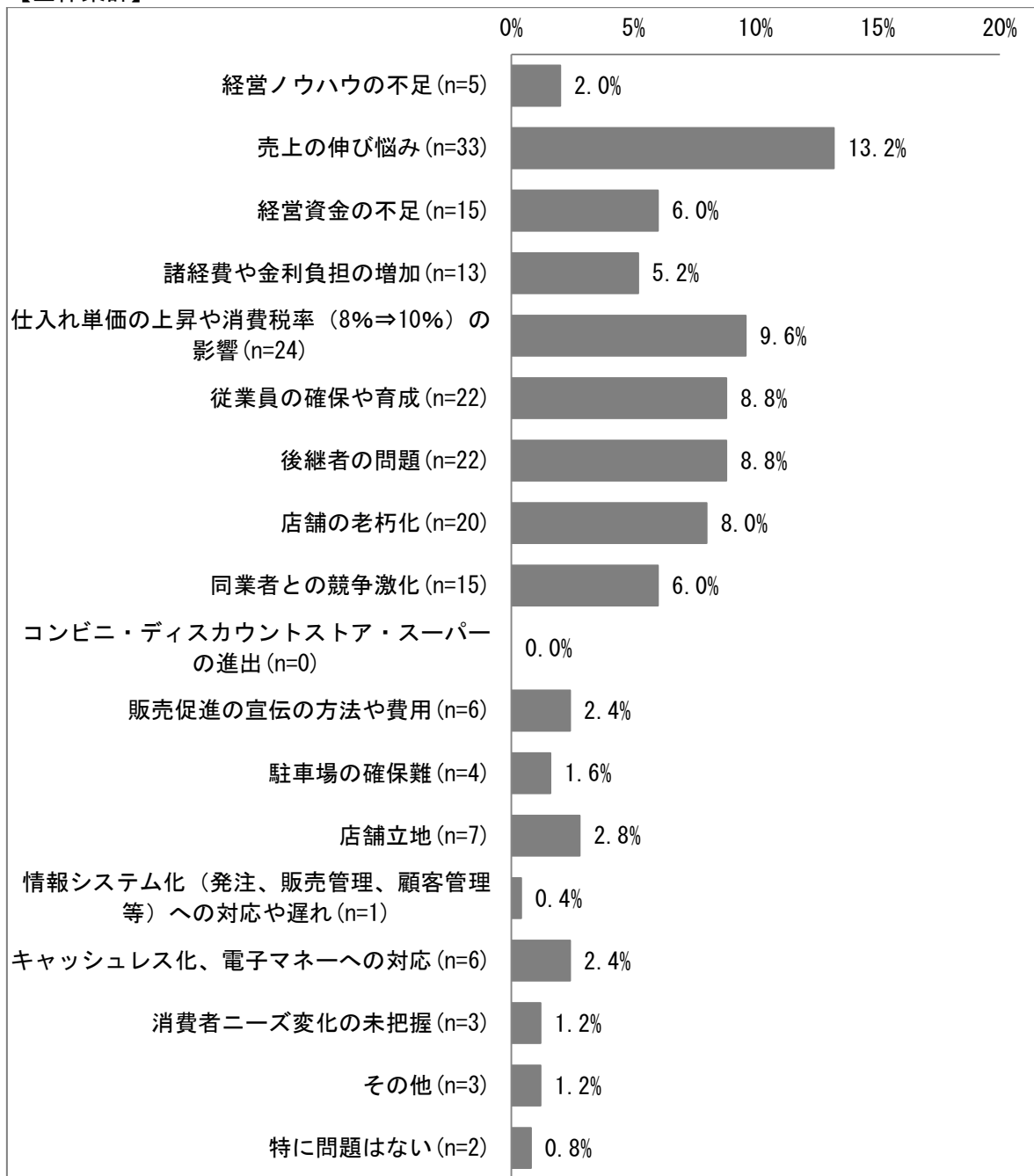
経営上の課題や問題点の第1～第5優先の合算は、「売上の伸び悩み」が57.6%で最も多く、次いで「従業員の確保や育成」の31.6%、「仕入れ単価の上昇や消費税率（8%⇒10%）の影響」の30.4%となった。

・経営上の課題や問題点 第1優先
【全体集計】 n=250



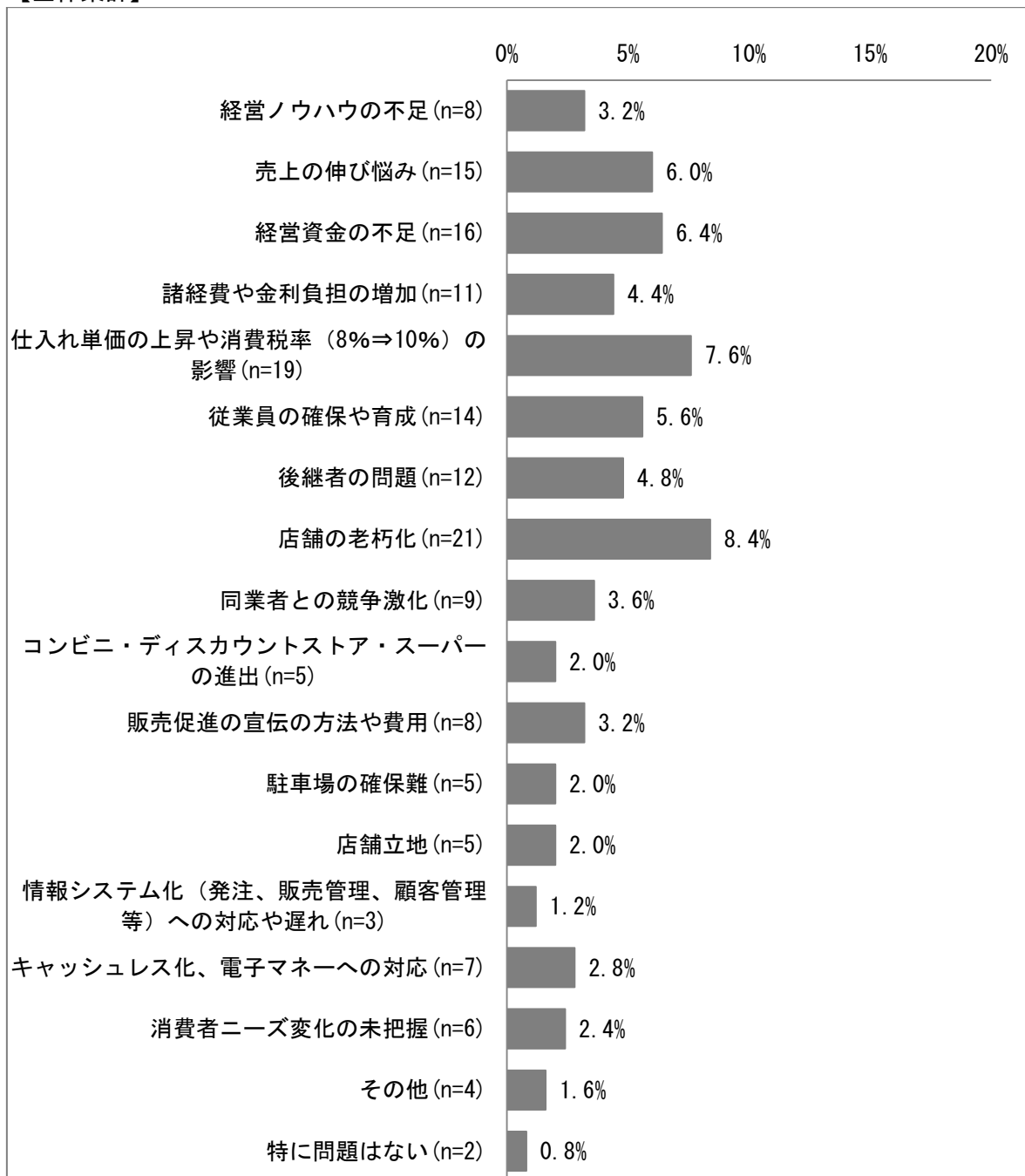
経営上の課題や問題点の第1優先は、「売上の伸び悩み」が34.4%で最も多く、次いで「従業員の確保や育成」の11.2%となった。

・ 経営上の課題や問題点 第2優先
 【全体集計】 n=250



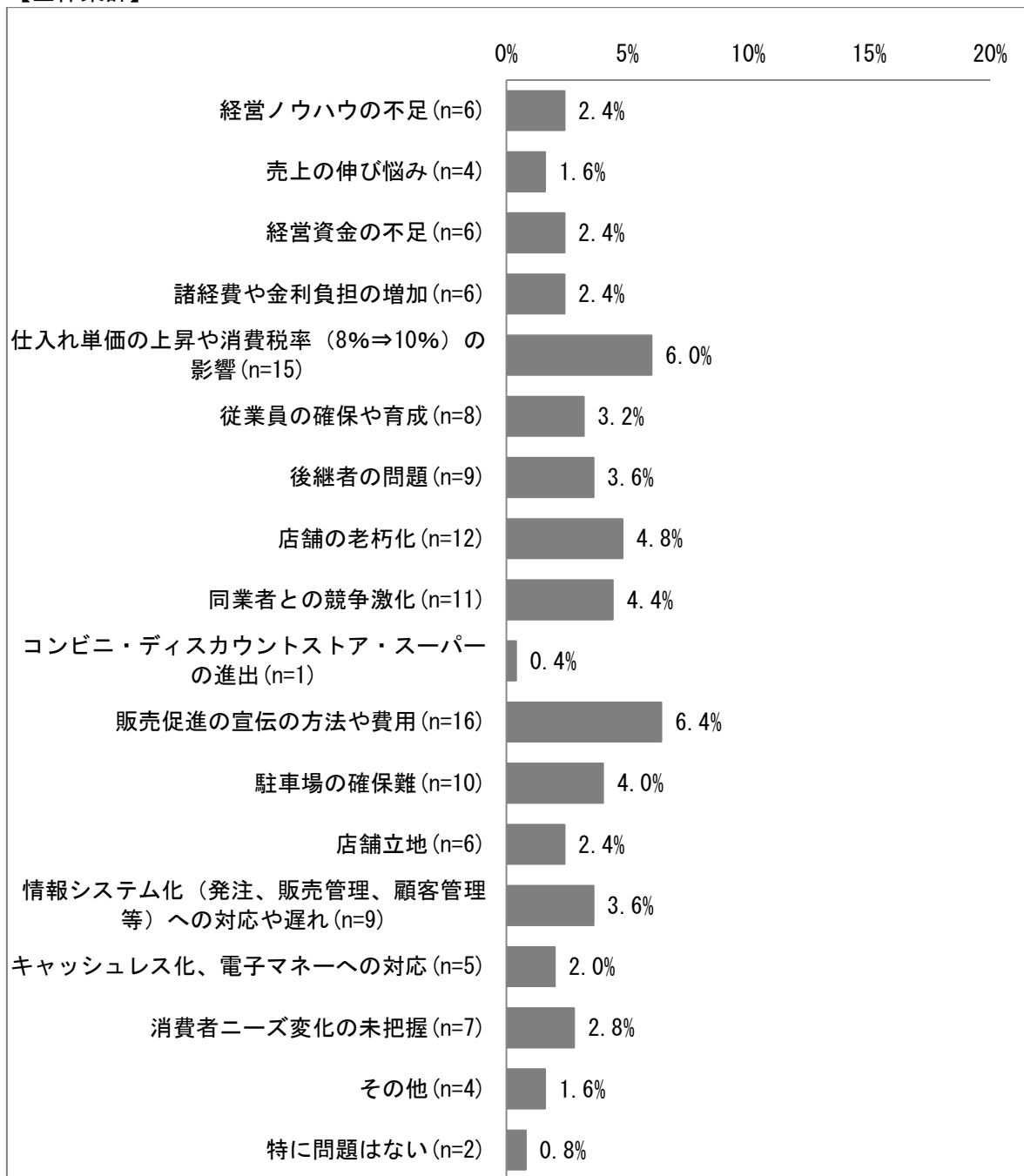
経営上の課題や問題点の第2優先は、「売上の伸び悩み」が13.2%で最も多く、次いで「仕入れ単価の上昇や消費税率の影響」の9.6%、「従業員の確保や育成」及び「後継者の問題」の8.8%と続いた。

・経営上の課題や問題点 第3優先
【全体集計】 n=250



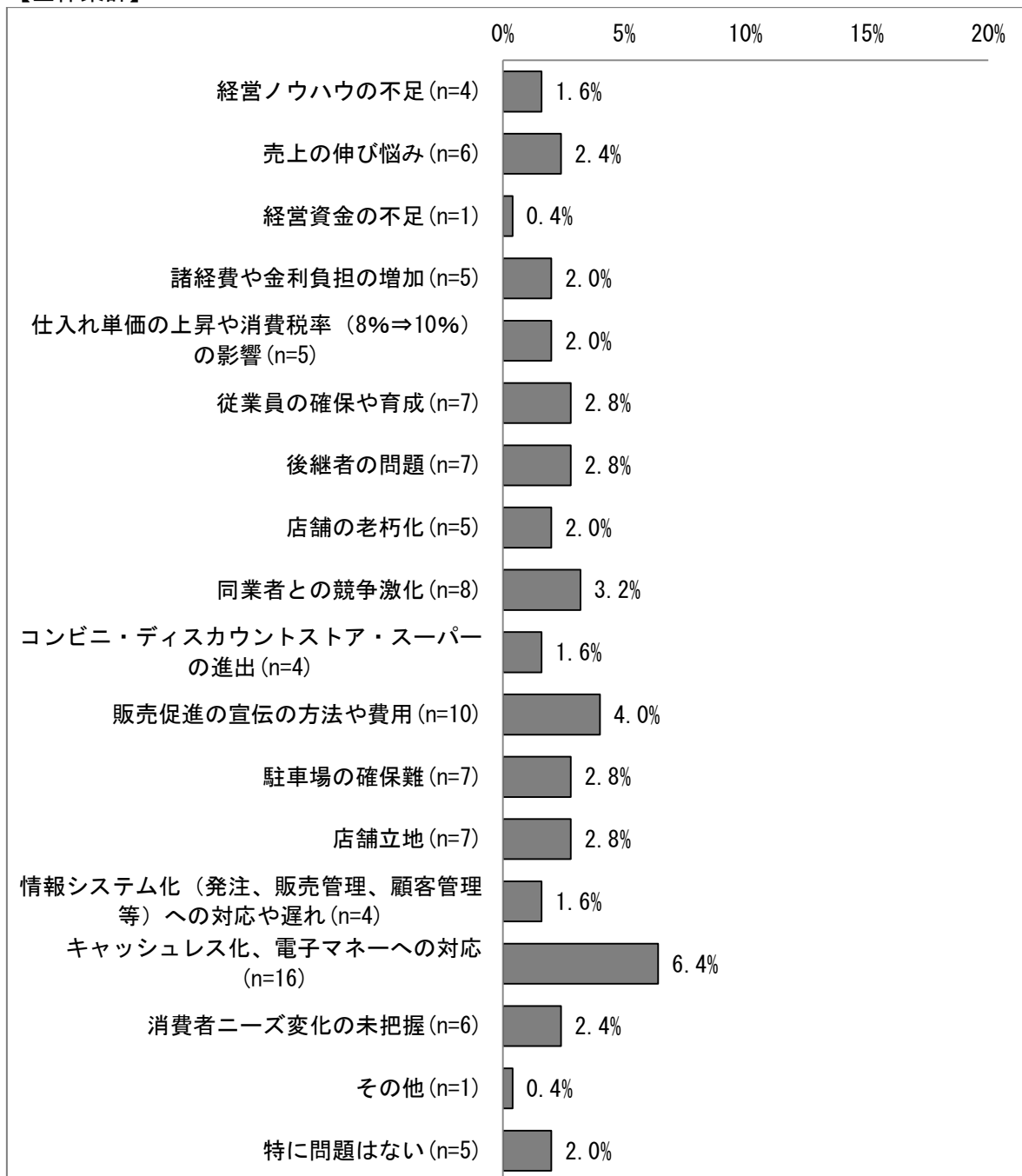
経営上の課題や問題点の第3優先は、「店舗の老朽化」が8.4%で最も多く、次いで「仕入れ単価の上昇や消費税率の影響」の7.6%となった。

・経営上の課題や問題点 第4優先
【全体集計】 n=250



経営上の課題や問題点の第4優先は、「販売促進の宣伝の方法や費用」が6.4%で最も多く、次いで「仕入れ単価の上昇や消費税率の影響」の6.0%となった。

・経営上の課題や問題点 第5優先
【全体集計】 n=250



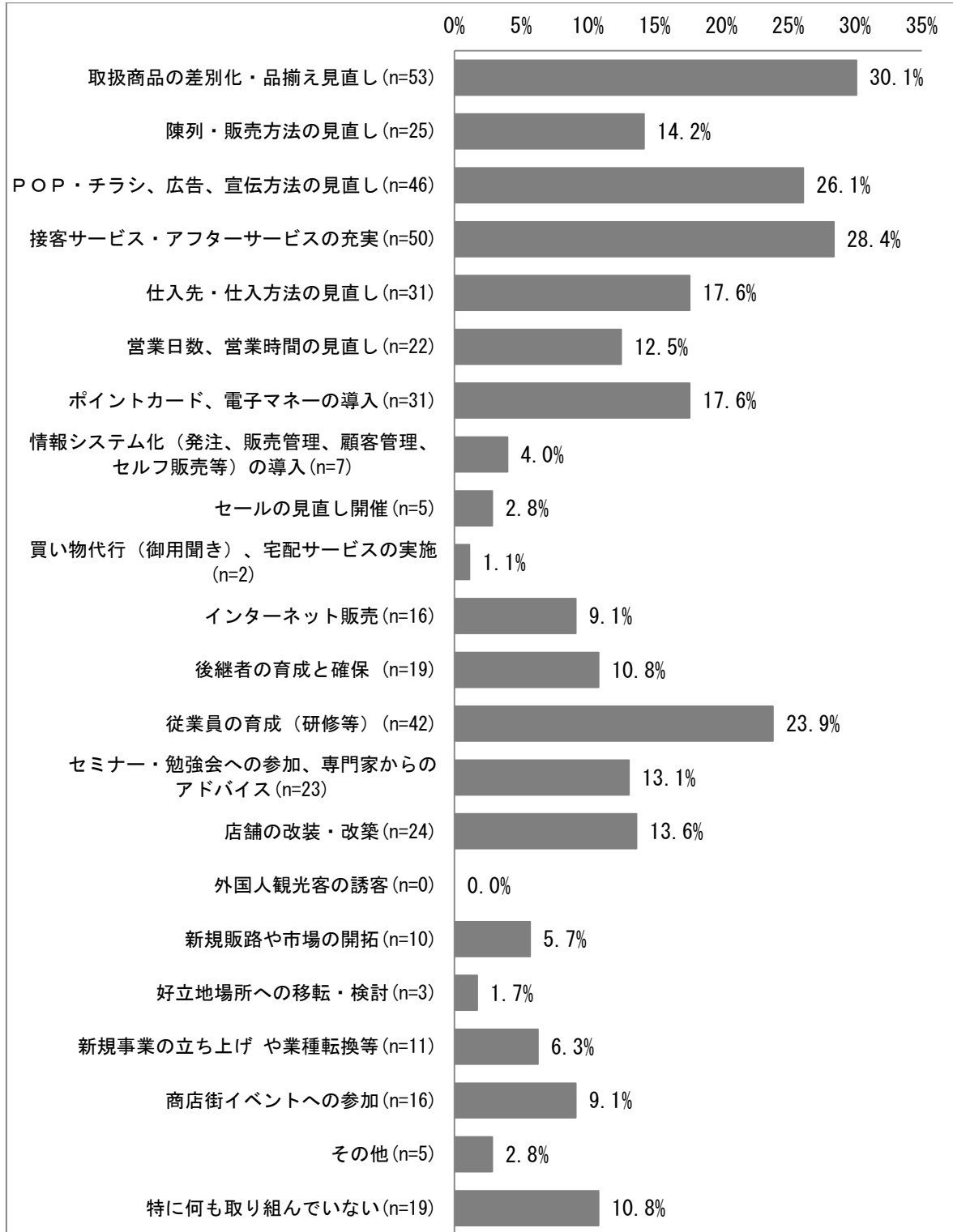
経営上の課題や問題点の第5優先は、「キャッシュレス化、電子マネーへの対応」が6.4%で最も多く、次いで「販売促進の宣伝方法や費用」の4.0%となった。

【問6】 【問5①】の将来展望や経営状況の見通しで、「1 現状より拡大していきたい」「2 現状を維持したい」とお答えいただいた方に、お聞きします。

貴店の経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる「サービスの差別化や販売促進への取り組み」、又は、今後重点を置く事項をお聞かせください。

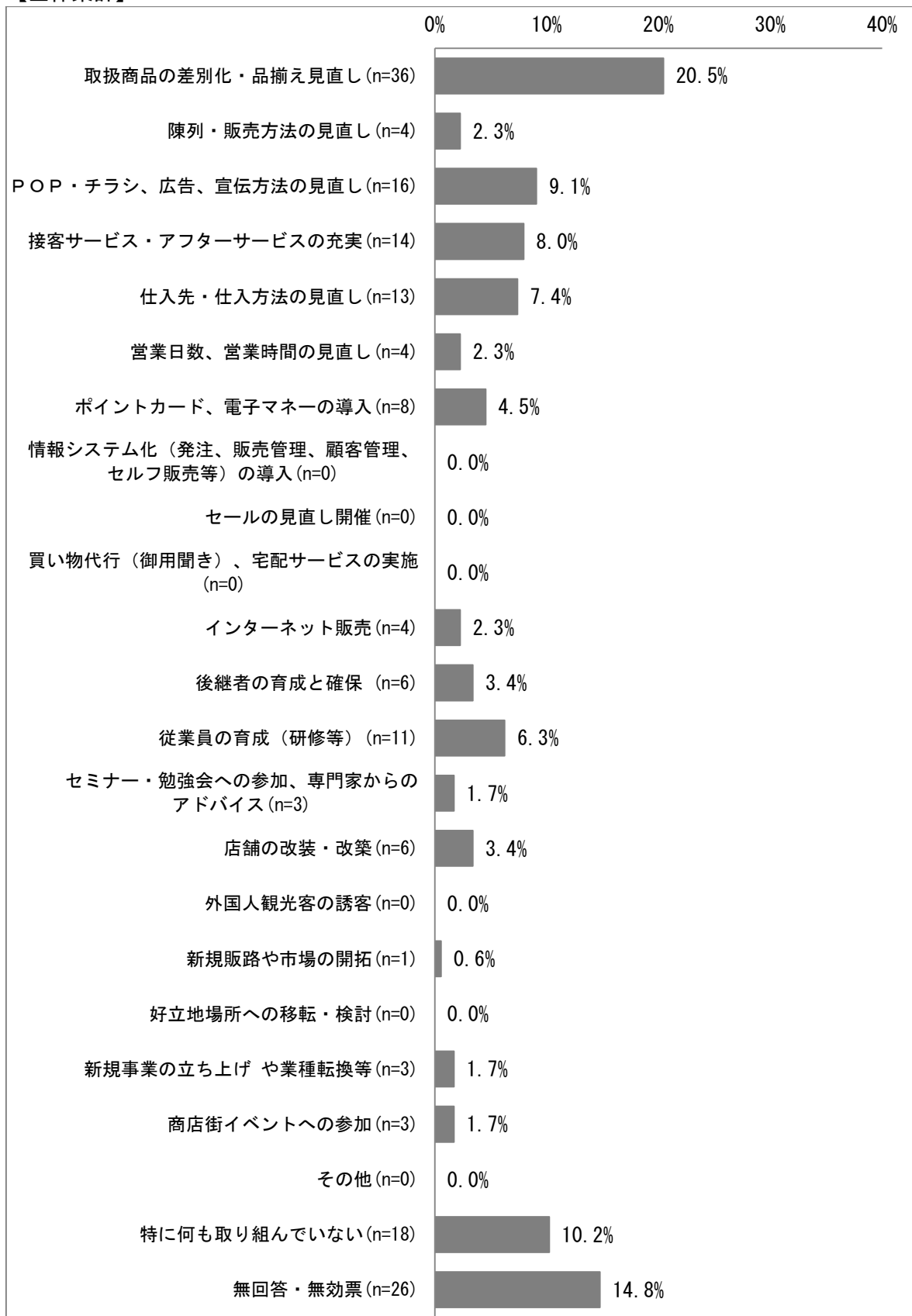
・既に取り組んでいる事項 第1優先～第5優先の合算

【全体集計】 n=176



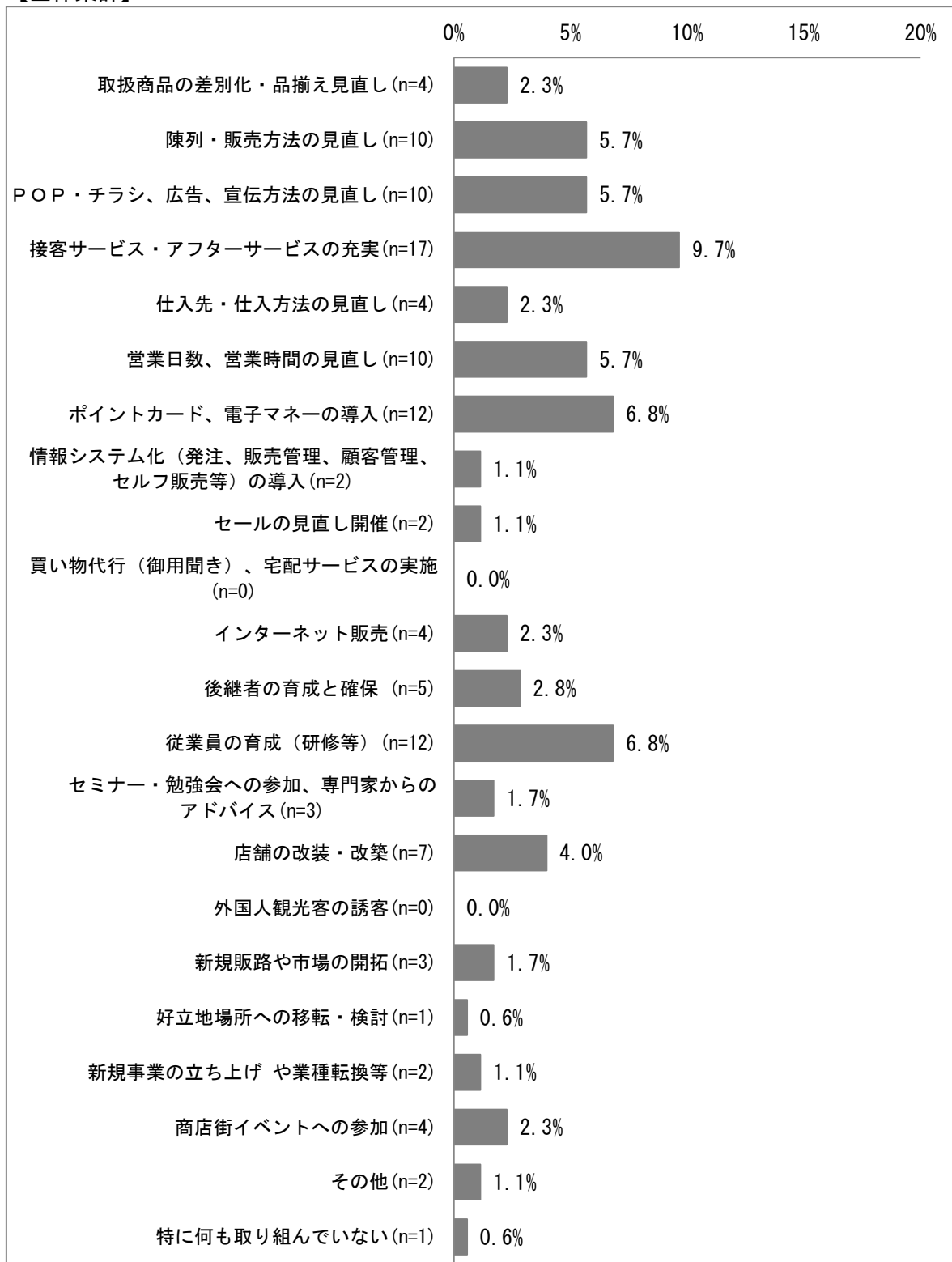
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第1優先～第5優先の合算は、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」が30.1%で最も多く、次いで「接客サービス・アフターサービスの充実」の28.4%、「POP・チラシ・広告、宣伝方法の見直し」の26.1%となった。

・既に取り組んでいる事項 第1優先
【全体集計】 n=176



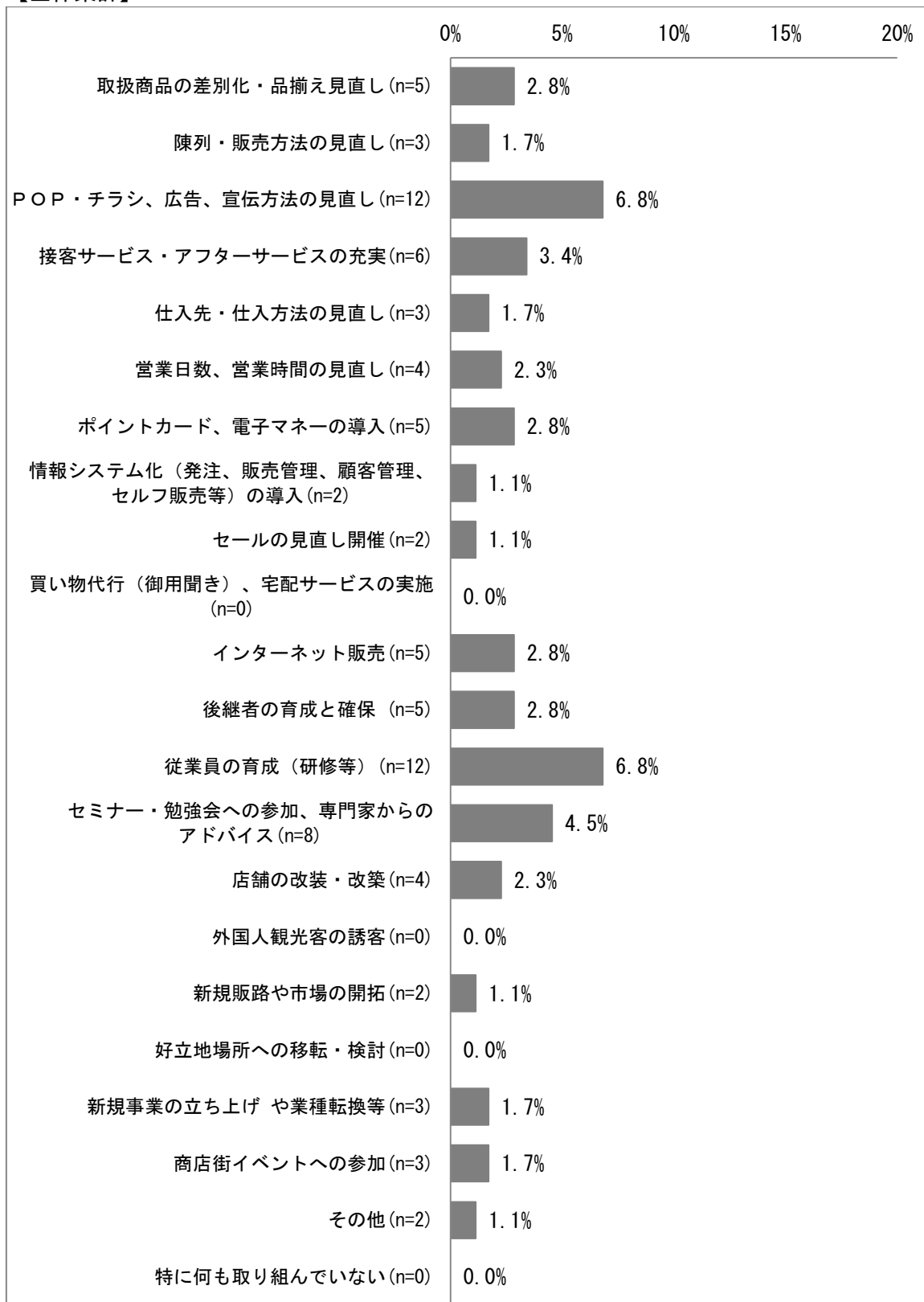
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第1優先は、「取扱商品の差別化・品揃えの見直し」が 20.5%で最も多く、次いで「特に何も取り組んでいない」の 10.2%、「POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し」の 9.1%と続いた。

・既に取り組んでいる事項 第2優先
【全体集計】 n=176



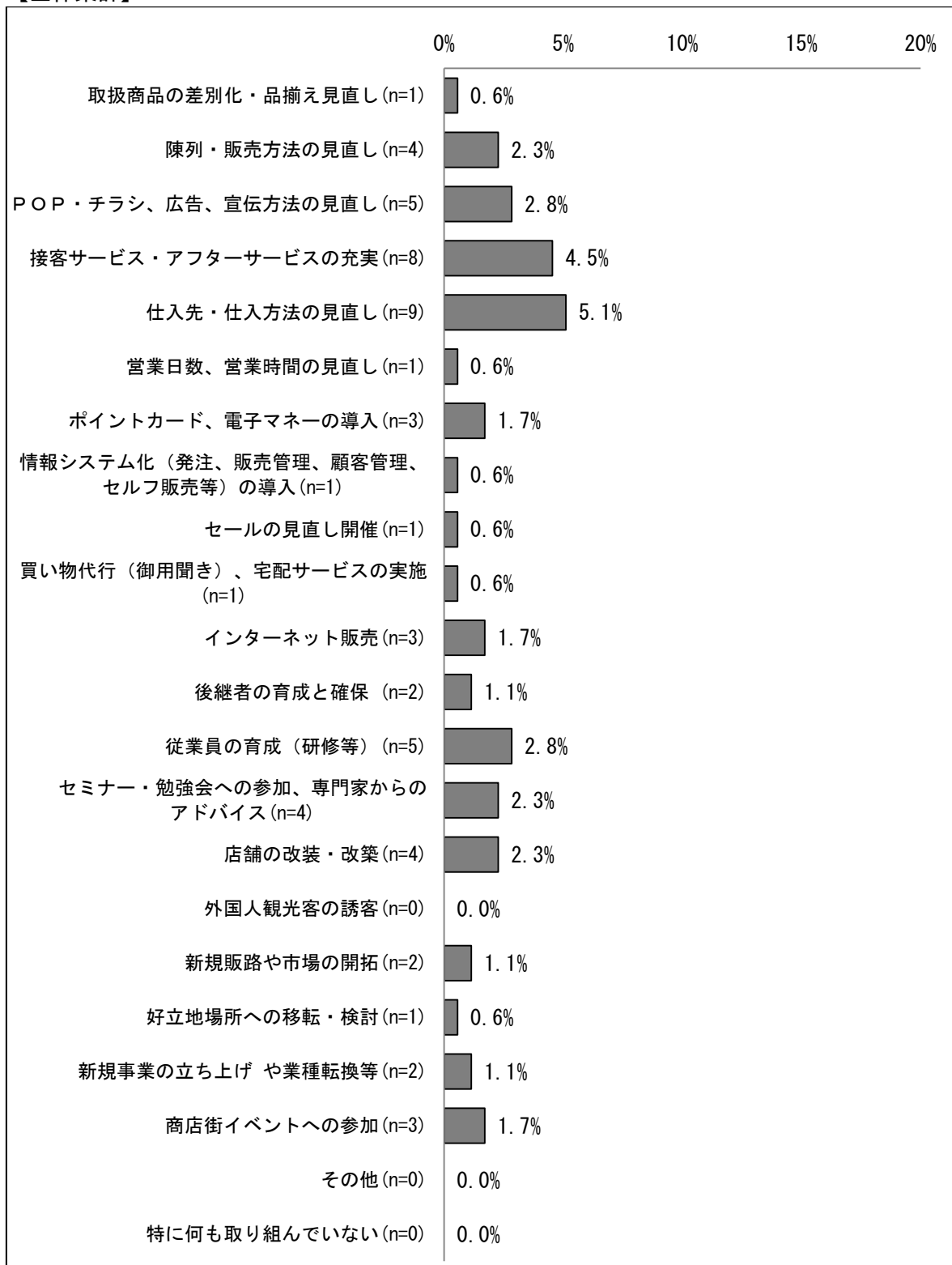
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第2優先は、「接客サービス・アフターサービスの充実」が9.7%で最も多く、次いで「ポイントカード、電子マネーの導入」及び「従業員の育成（研修等）」の6.8%となった。

・既に取り組んでいる事項 第3優先
【全体集計】 n=176



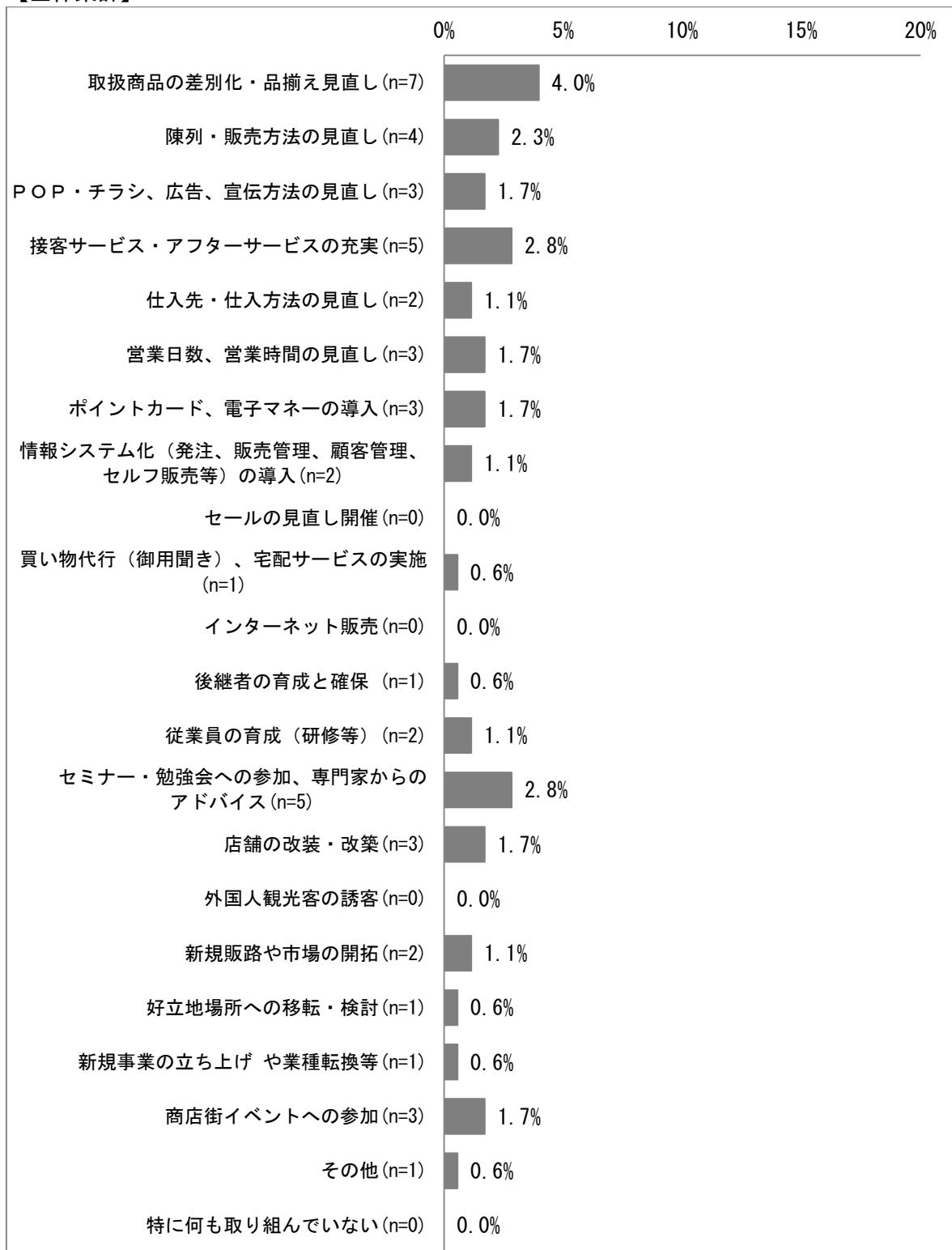
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第3優先は、「POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し」及び「従業員の育成（研修等）」の6.8%となった。

・既に取り組んでいる事項 第4優先
【全体集計】 n=176



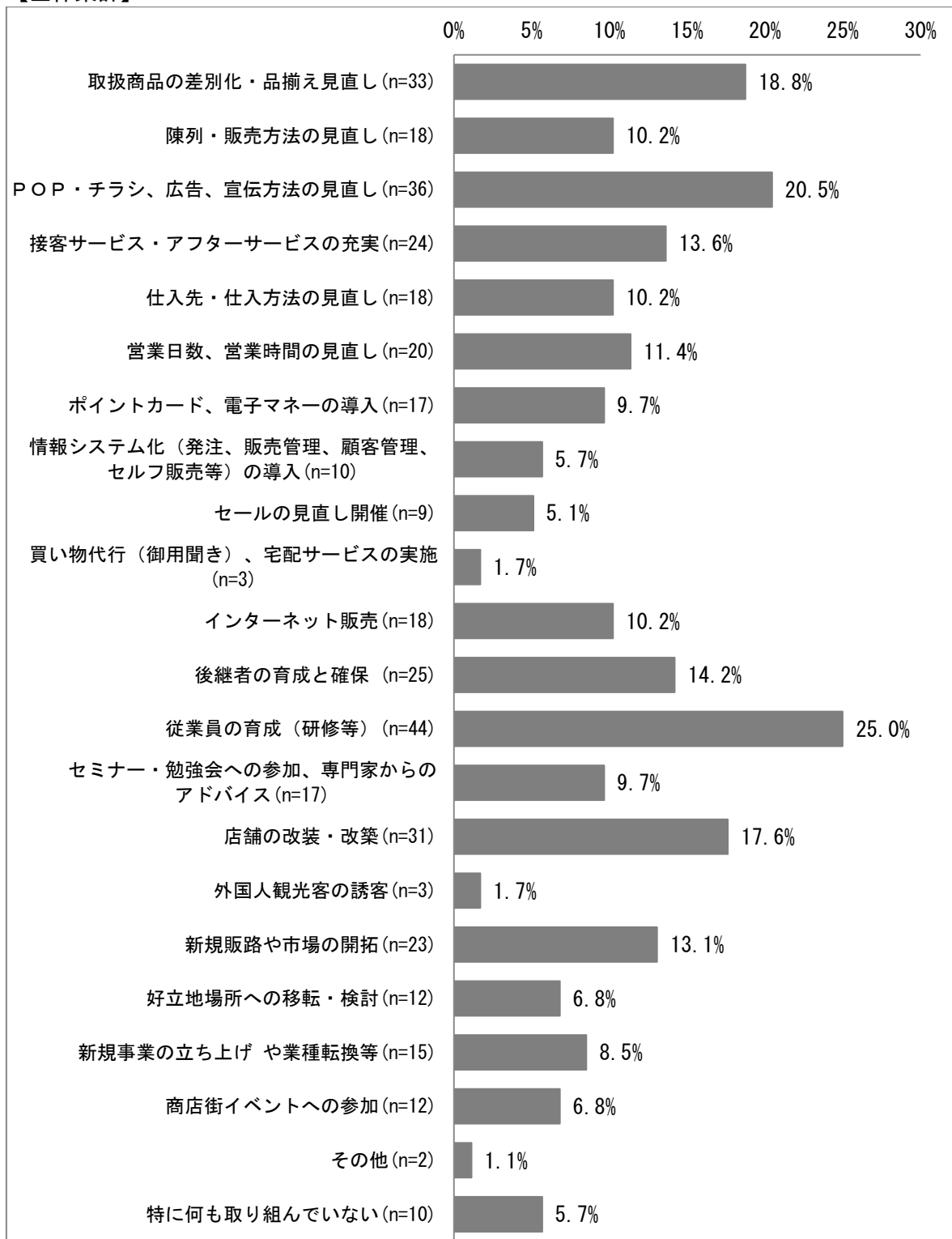
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第4優先は、「仕入先・仕入方法の見直し」が5.1%で最も多く、次いで「接客サービス・アフターサービスの充実」の4.5%となった。

・既に取り組んでいる事項 第5優先
【全体集計】 n=176



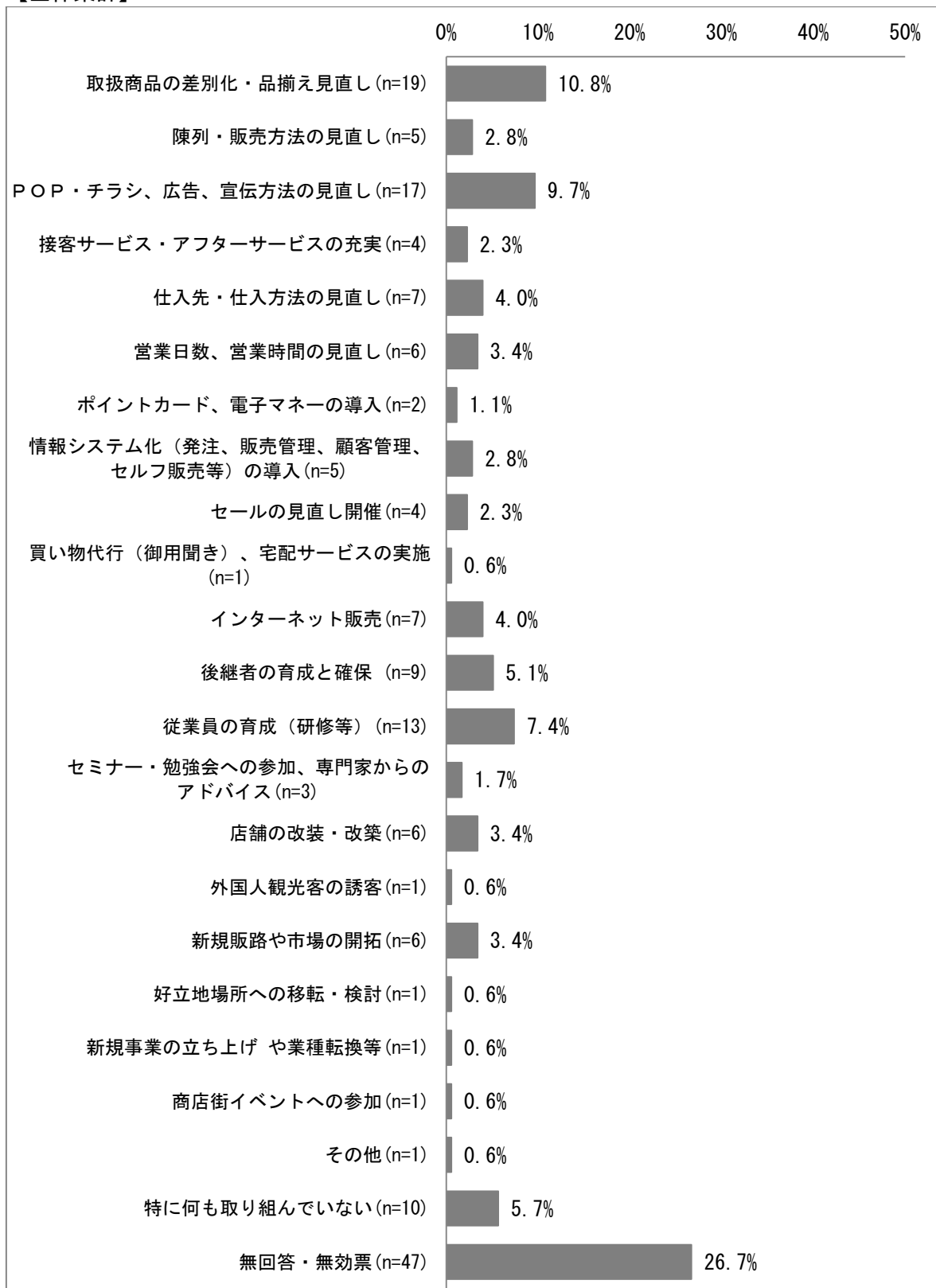
経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる事項の第5優先は、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」が4.0%で最も多く、次いで「接客サービス・アフターサービスの充実」及び「セミナー・勉強会への参加、専門家からのアドバイス」の2.8%となった。

・今後重点を置く事項 第1～第5優先の合算
【全体集計】 n=176



経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第1～第5優先の合算は、「従業員の育成（研修等）」が25.0%で最も多く、次いで「POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し」の20.5%、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」の18.8%となった。

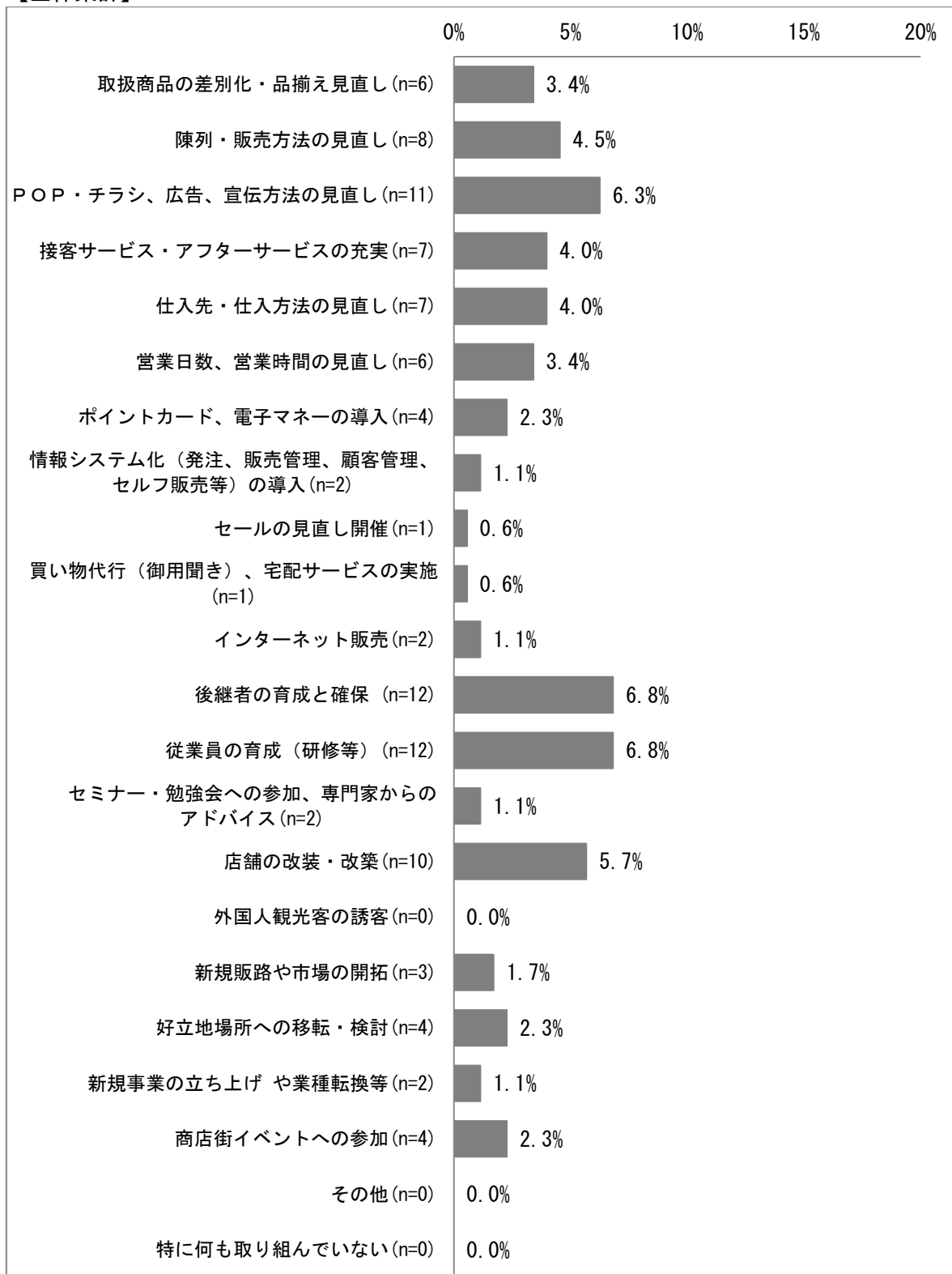
・今後重点を置く事項 第1優先
【全体集計】 n=176



経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第1優先は、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」が10.8%で最も多く、次いで「POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し」の9.7%となった。

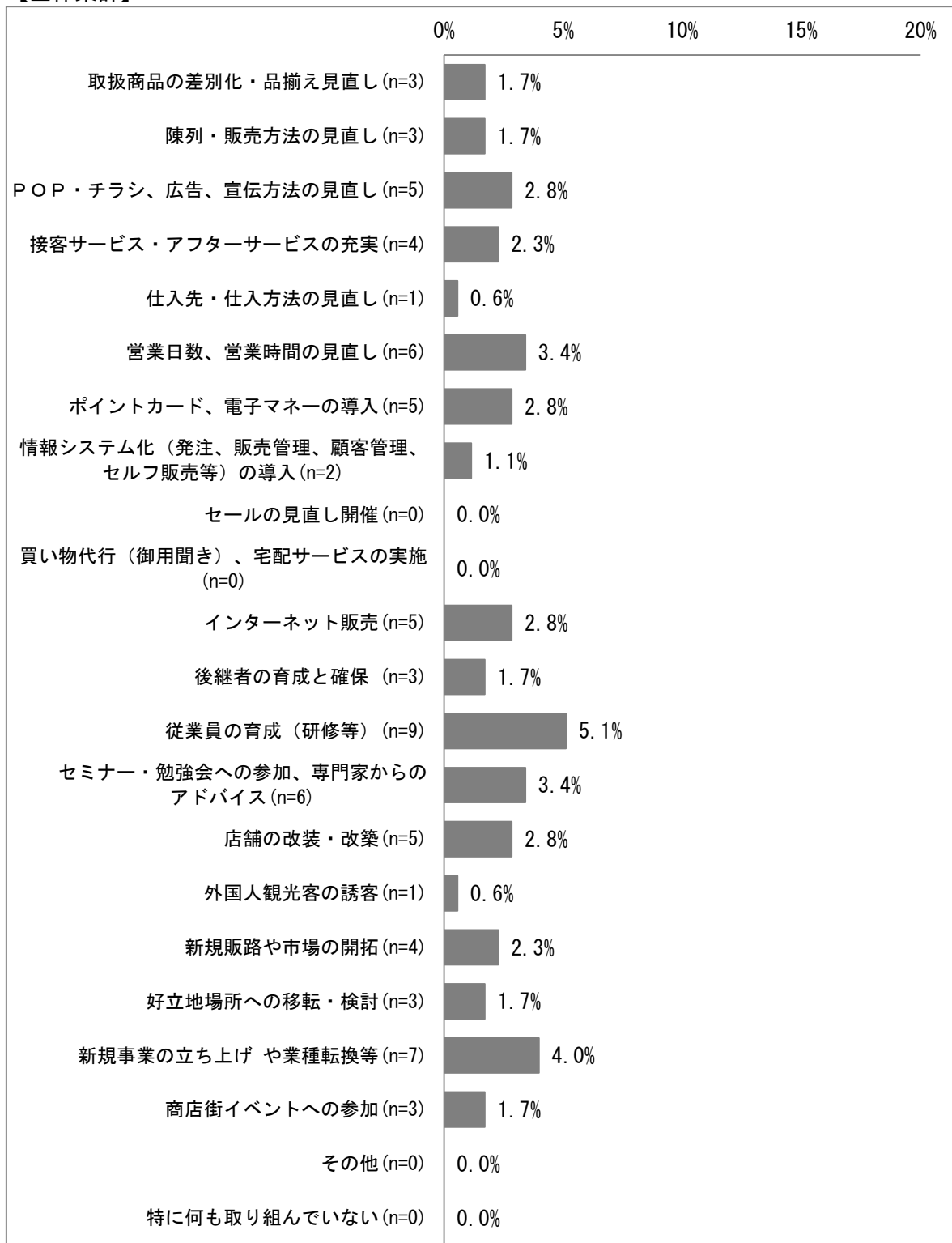
・今後重点を置く事項 第2優先

【全体集計】 n=176



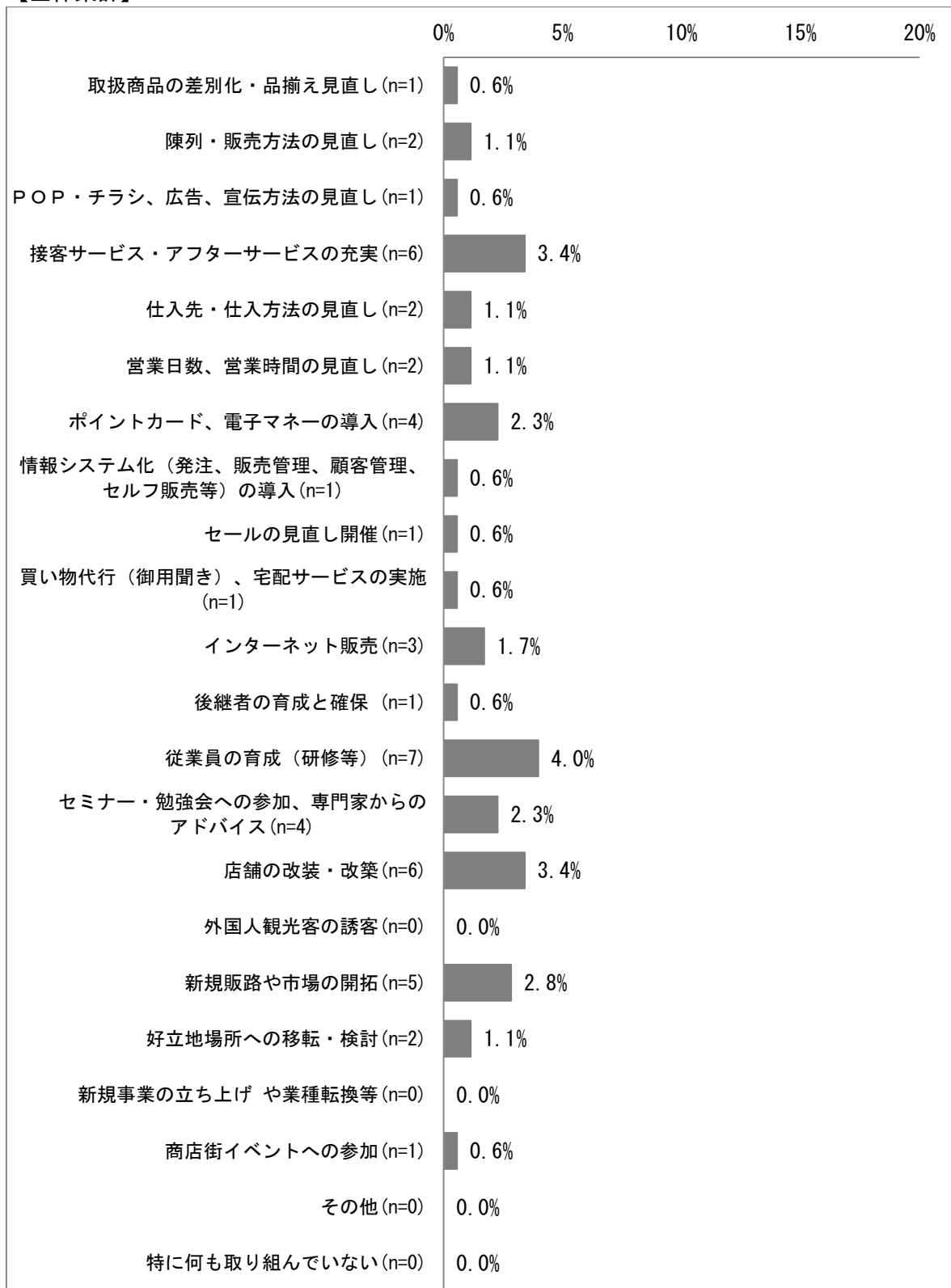
経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第2優先は、「後継者の育成と確保」及び「従業員の育成（研修等）」が6.8%で最も多く、次いで「POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し」の6.3%となった。

・今後重点を置く事項 第3優先
【全体集計】 n=176



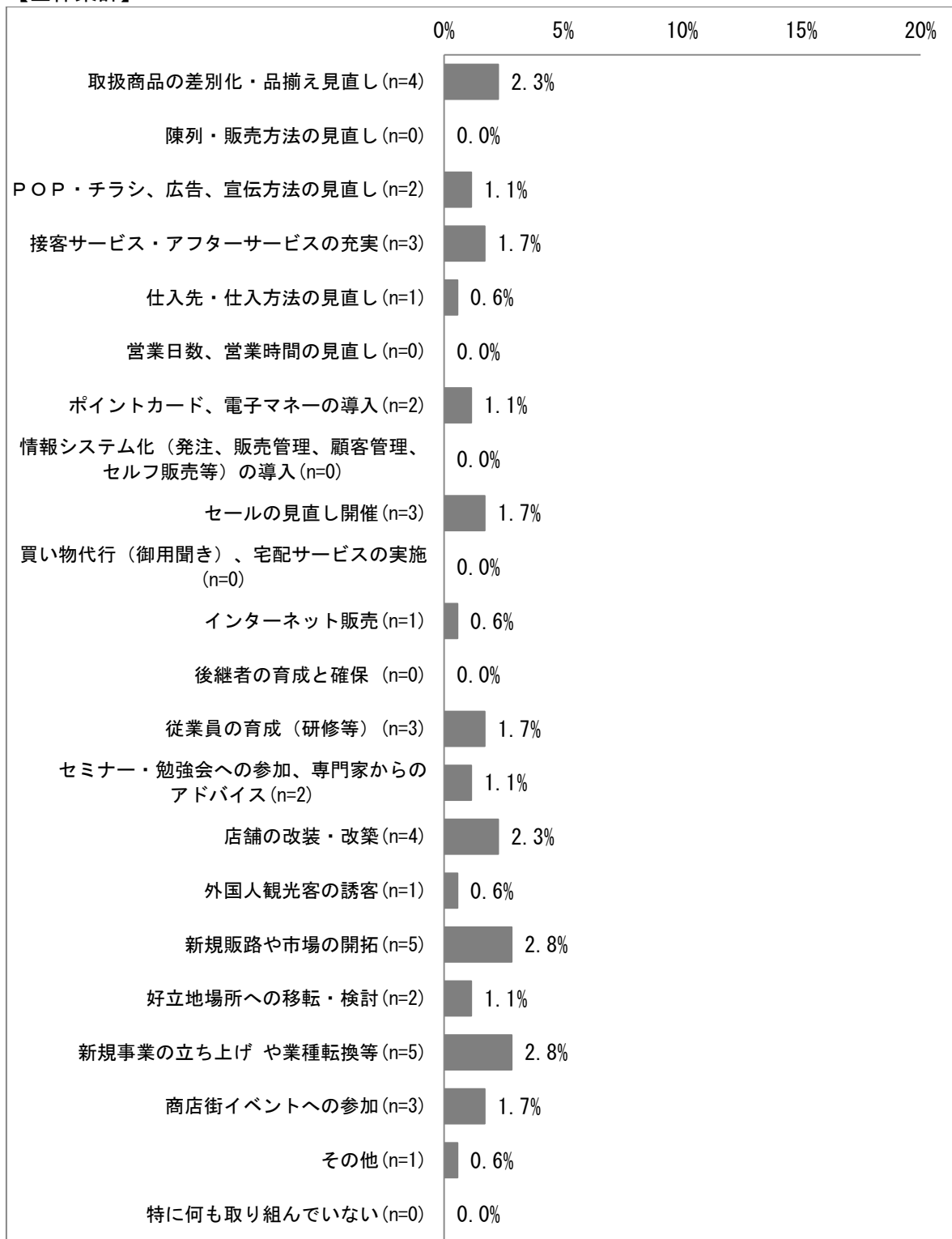
経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第3優先は、「従業員の育成（研修等）」が5.1%で最も多く、次いで「新規事業の立ち上げや業種転換等」の4.0%、「営業日数、営業時間の見直し」及び「セミナー・勉強会への参加、専門家からのアドバイス」の3.4%となった。

・今後重点を置く事項 第4優先
【全体集計】 n=176



経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第4優先は、「従業員の育成（研修等）」が4.0%で最も多く、次いで「接客サービス・アフターサービスの充実」及び「店舗の改装・改築」の3.4%となった。

・今後重点を置く事項 第5優先
【全体集計】 n=176

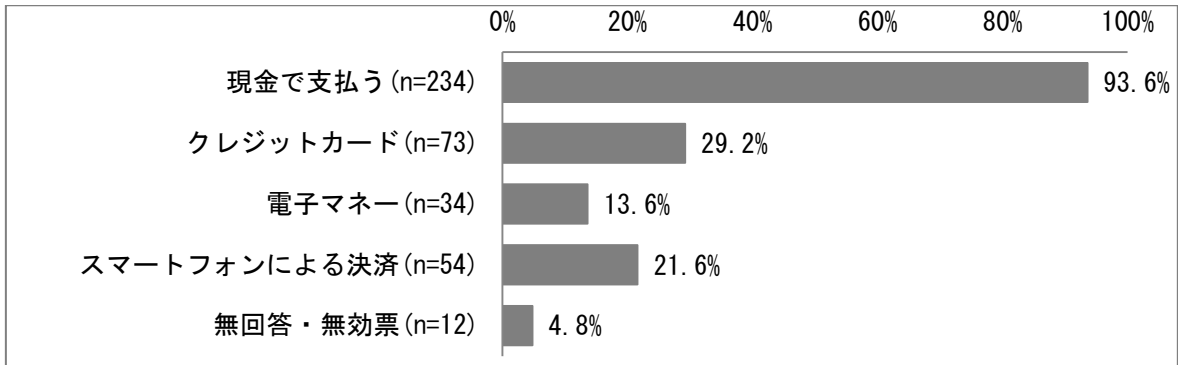


経営上の課題・問題に対して、今後重点を置く事項の第5優先は、「新規販路や市場の開拓」及び「新規事業の立ち上げや業種転換等」が2.8%で最も多く、次いで「取扱商品の差別化・品揃え見直し」及び「店舗の改装・改築」の2.3%となった。

4. 導入している取組（決済方法、PR方法、環境への配慮）に関する調査項目

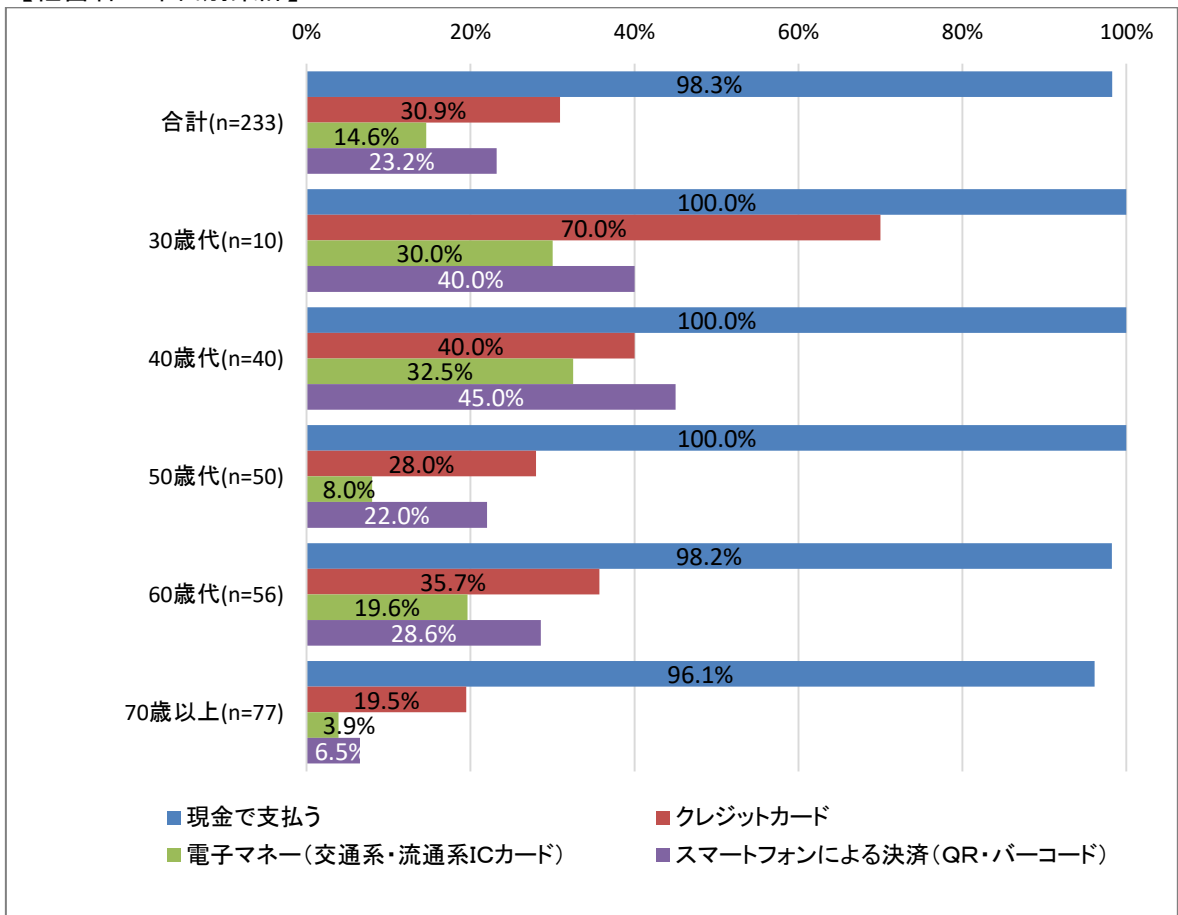
【問7】 貴店の決済方法についてお伺いします。
※該当するものすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



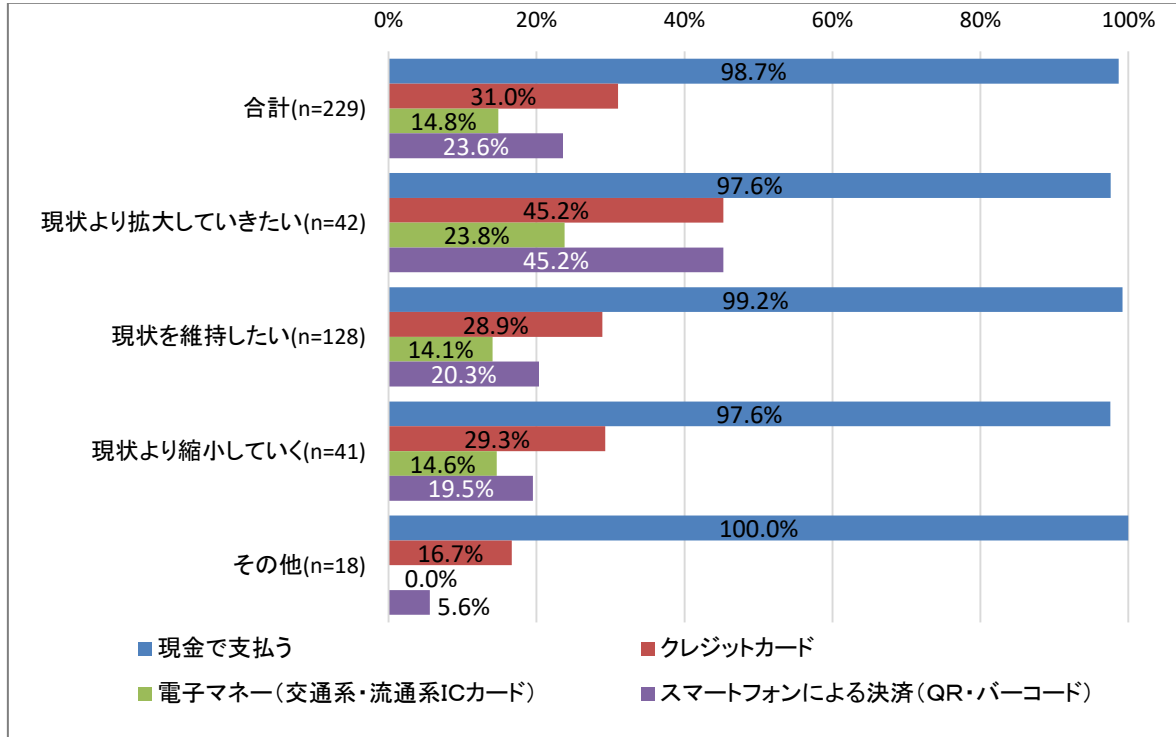
導入している決済方法は、「現金」が93.6%で最も多く、次いで「クレジットカード」の29.2%、「スマートフォンによる決済」の21.6%と続いた。

【経営者の年代別集計】



経営者の年代別集計では、70歳以上において「現金で支払う」以外の比率が低くなった。「クレジットカード」が最も多くなったのは、30歳代の70.0%となった。40歳代では、「スマートフォンによる決済 (QR・バーコード)」が45.0%となった。

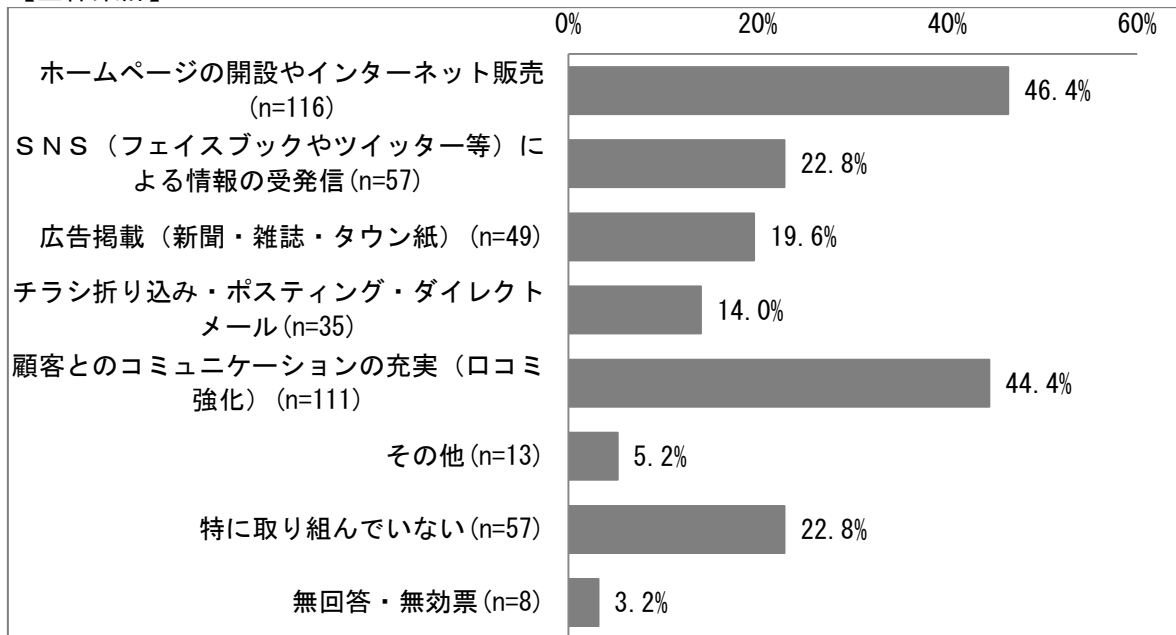
【経営状況の見通し別集計】



経営状況の見通し別集計では、「現状より拡大していきたい」において「クレジットカード」及び「スマートフォンによる決済 (QR・バーコード)」が45.2%と多くなった。

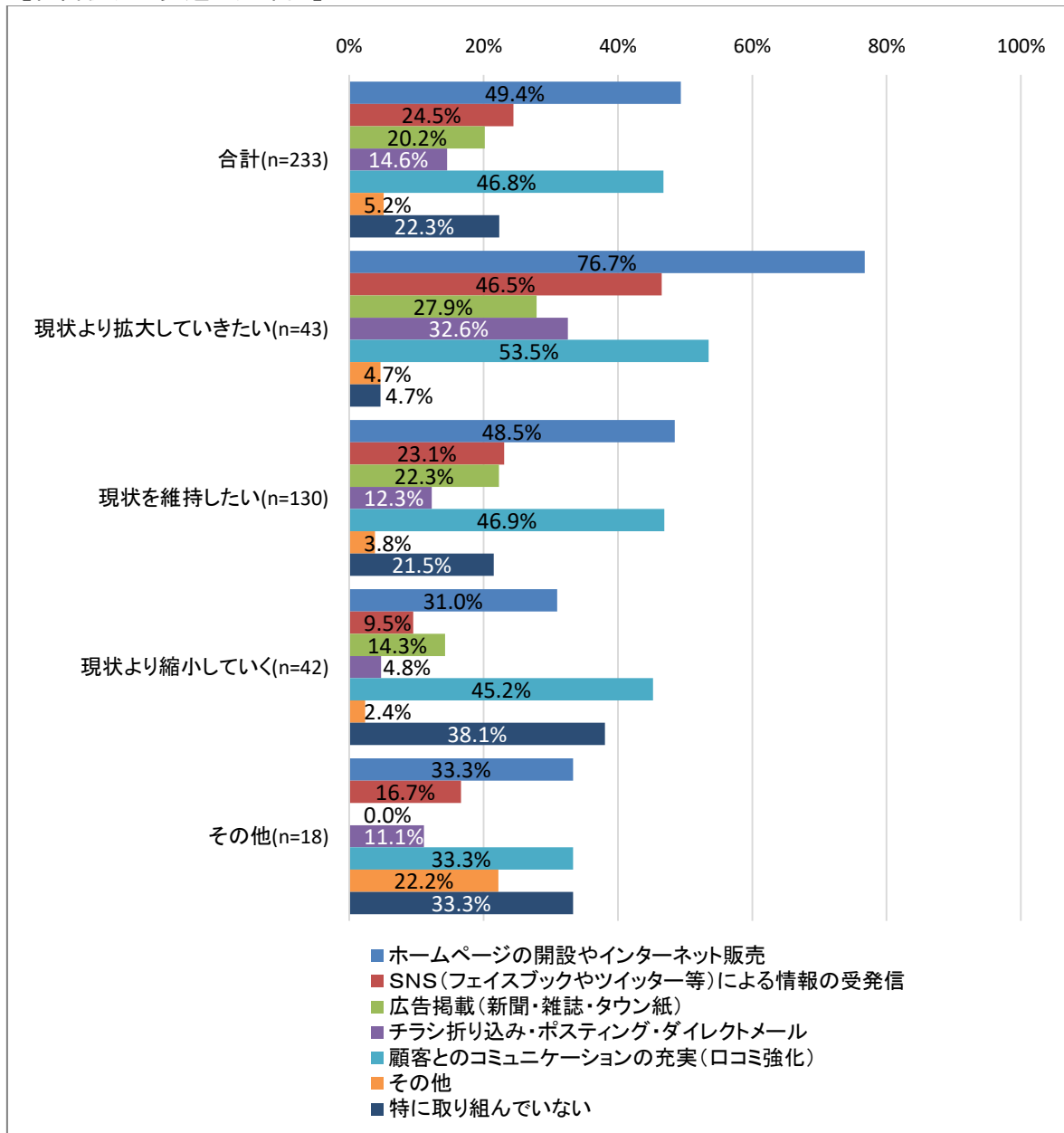
【問8】 貴店を知ってもらうための主なPRの方法についてお伺いします。
 ※該当するものすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



店舗のPR方法は、「ホームページの開設やインターネット販売」が46.4%で最も多く、次いで「顧客とのコミュニケーションの充実 (口コミ強化)」の44.4%となった。

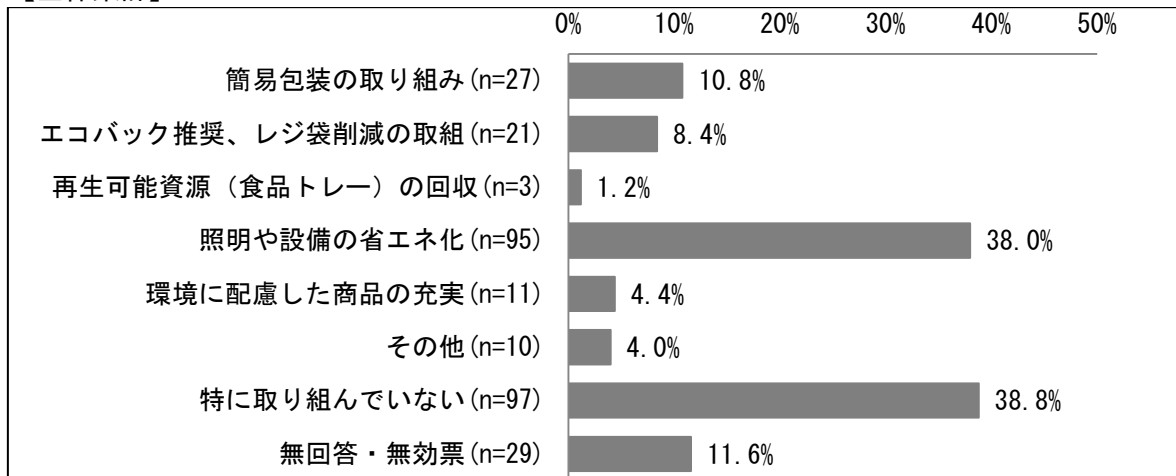
【経営状況の見通し別集計】



経営状況の見通し別集計では、「現状より拡大していきたい」において、全てのPR方法の比率が他と比較して高くなった。その他を除くいずれの経営状況の見通しにおいても、「顧客とのコミュニケーションの充実（口コミ強化）」の比率は高くなった。

【問9】 貴店の環境への配慮についてお伺いします。
 ※該当するものすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



取り組んでいる環境への配慮は、「照明や設備の省エネ化」が38.0%で最も多く、次いで「簡易包装の取組み」の10.8%となったが、最も回答が多かったのは、「特に取り組んでいない」の38.8%となった。

【経営者の年代別集計】

| | 合計 (n=222) | 30歳代 (n=10) | 40歳代 (n=38) | 50歳代 (n=50) | 60歳代 (n=53) | 70歳以上 (n=71) |
|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 簡易包装の取組み | 12.2% | 20.0% | 23.7% | 4.0% | 9.4% | 12.7% |
| エコバック推奨、レジ袋削減の取組み | 9.5% | 30.0% | 13.2% | 4.0% | 9.4% | 8.5% |
| 再生可能資源（食品トレー）の回収 | 1.4% | 0.0% | 5.3% | 0.0% | 1.9% | 0.0% |
| 照明や設備の省エネ化 | 41.4% | 50.0% | 42.1% | 38.0% | 49.1% | 36.6% |
| 環境に配慮した商品の充実 | 4.5% | 0.0% | 5.3% | 6.0% | 5.7% | 2.8% |
| その他 | 4.1% | 0.0% | 2.6% | 8.0% | 3.8% | 2.8% |
| 特に取り組んでいない | 43.7% | 30.0% | 44.7% | 46.0% | 37.7% | 47.9% |

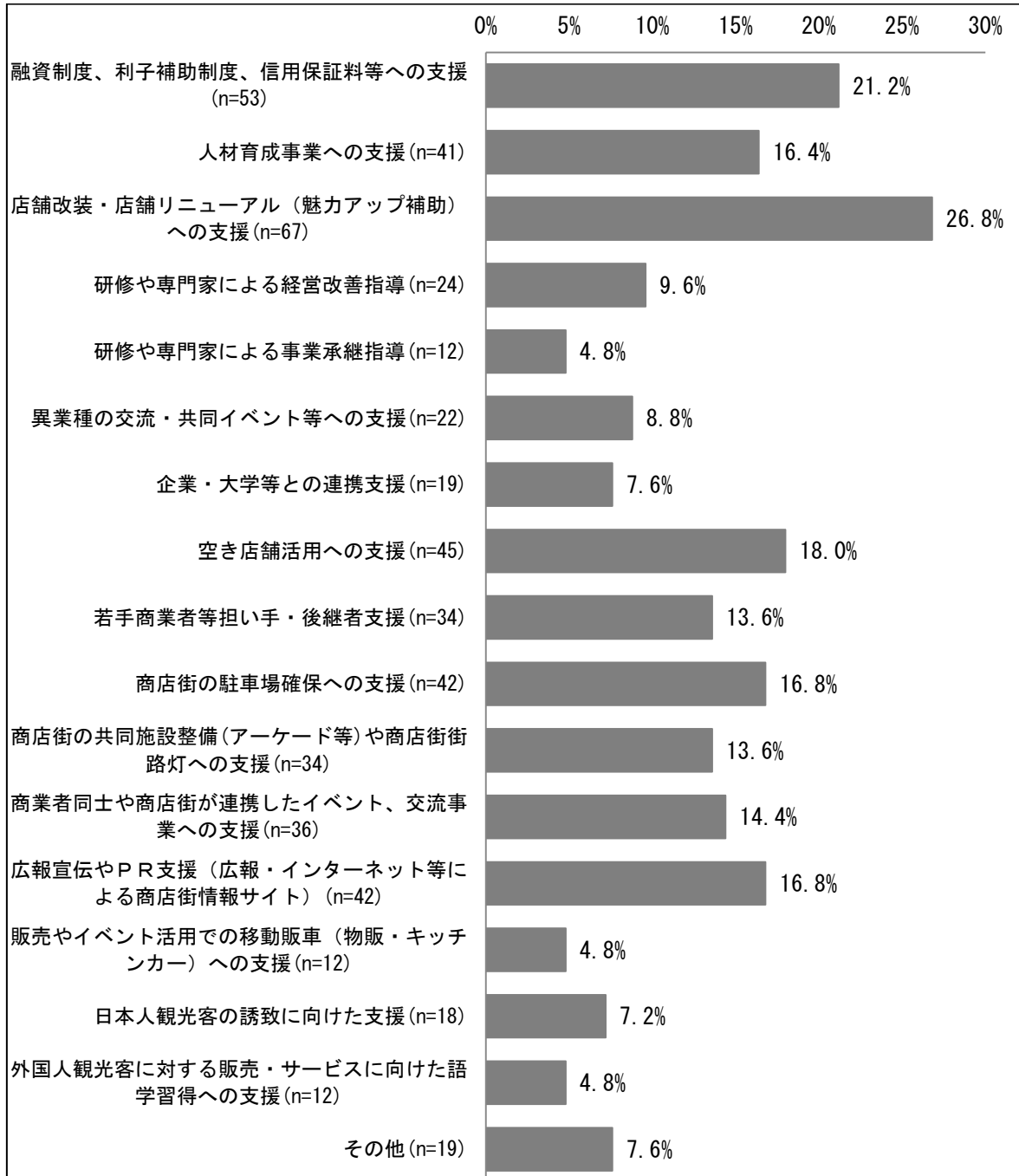
経営者の年代別集計では、いずれの年代においても「照明や設備の省エネ化」の比率が高くなった。40歳代以下においては「エコバック推奨、レジ袋削減の取組み」が10%を超え、30歳代では30.0%となった。また、「簡易包装の取組み」の比率も高く、40歳代において23.7%となった。

5. 必要とする行政（秦野市）からの支援策に関する調査項目

【問10】 あなたは、行政（秦野市）の支援策としてどのようなことを希望しますか。
※優先順に番号を5つ以内で選択してください。

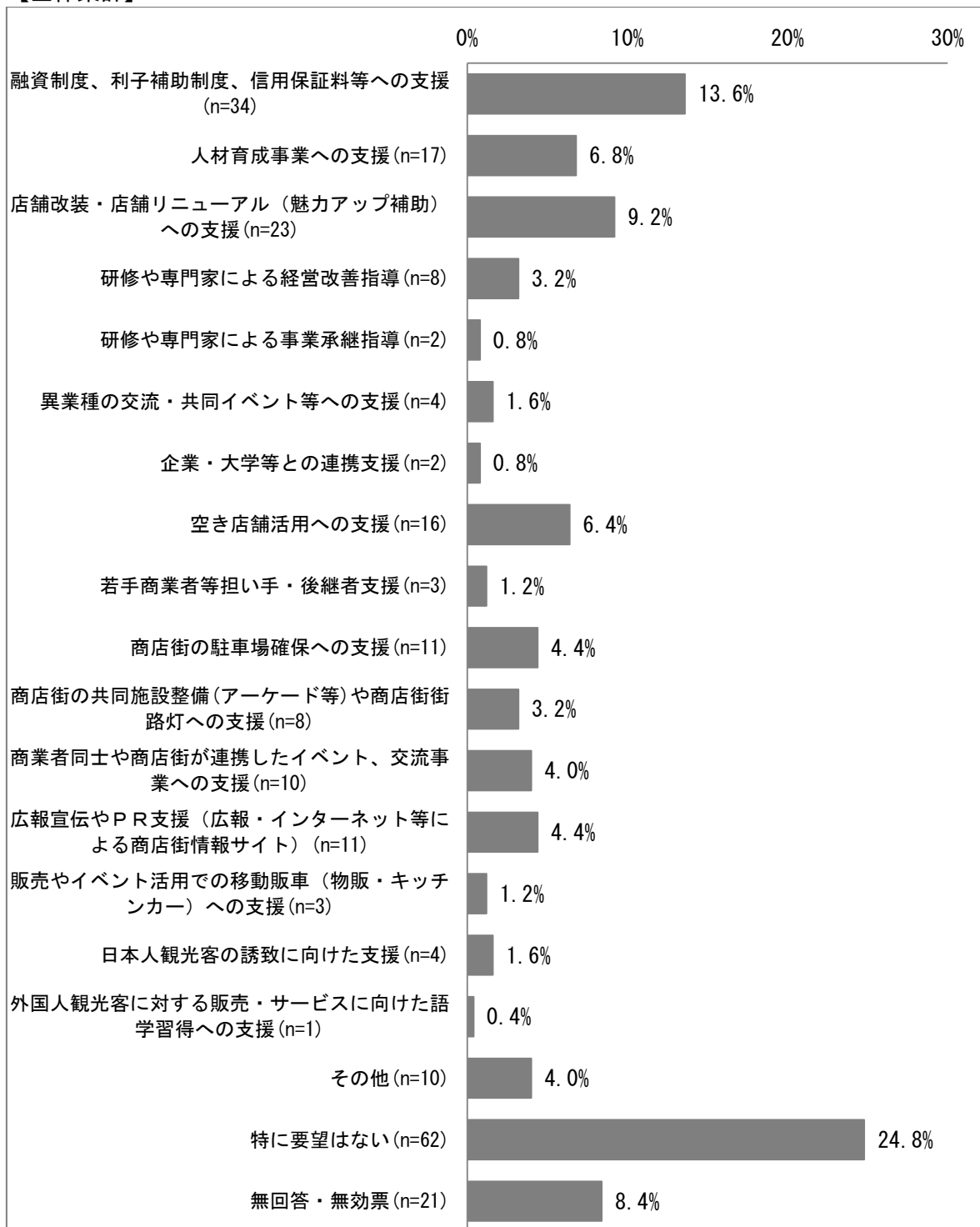
・第1優先～第5優先の合算

【全体集計】 n=250



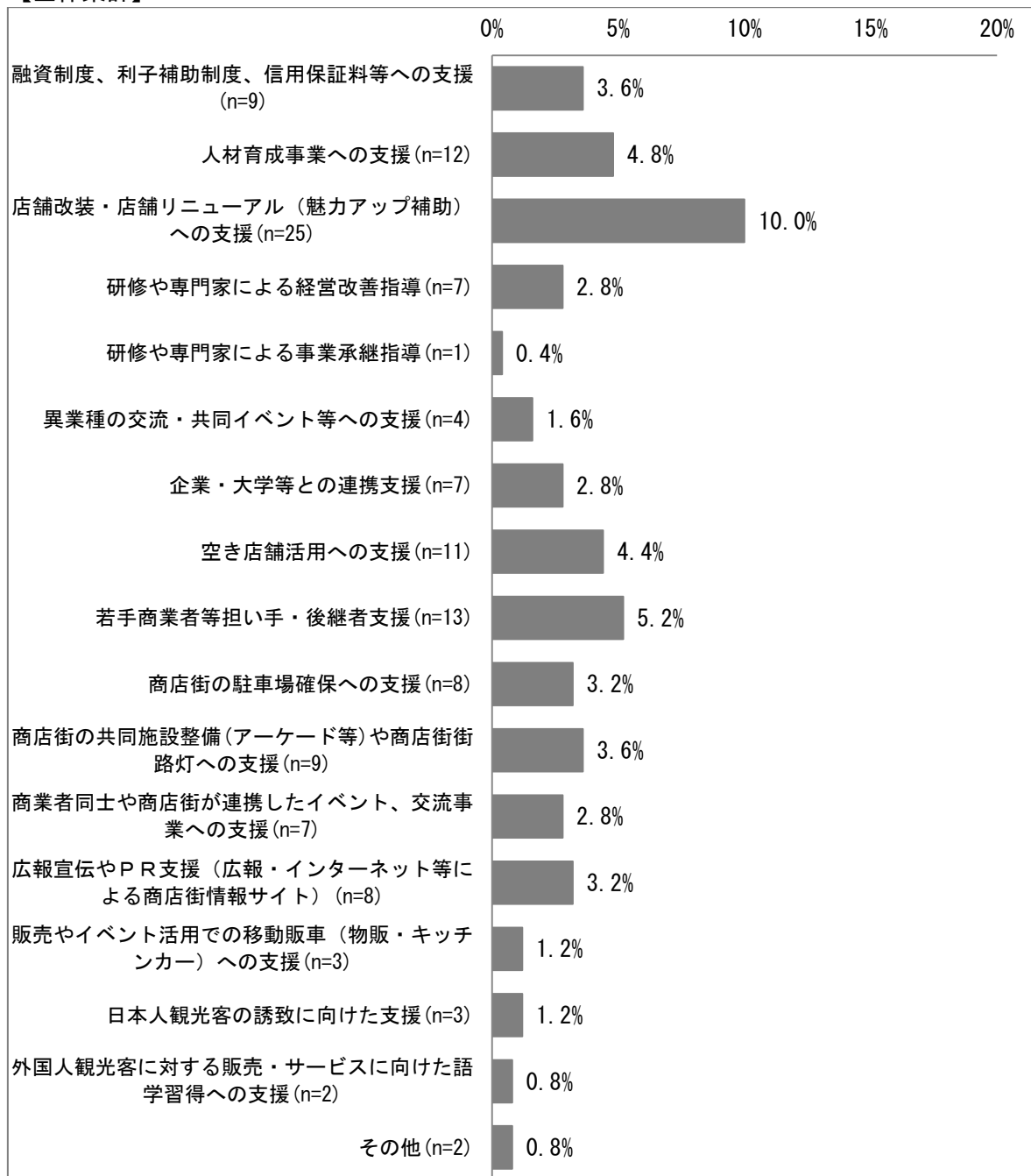
必要とする行政（秦野市）からの支援策の第1優先～第5優先の合算は、「店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援」が26.8%で最も多く、次いで「融資制度、利子補助制度、信用保証料等への支援」の21.2%、「空き店舗活用への支援」の18.0%となった。

・第1優先
【全体集計】 n=250



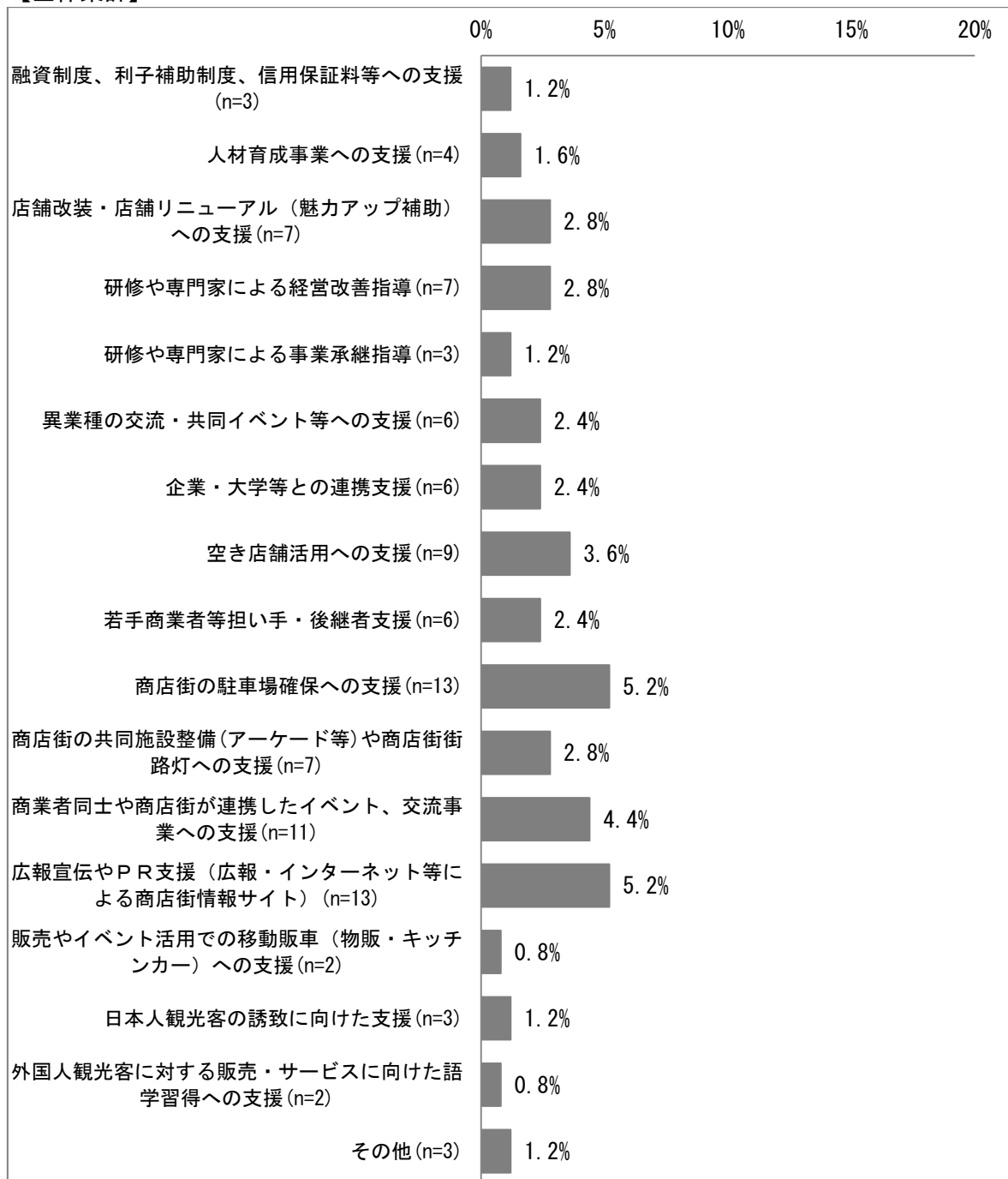
必要とする行政（秦野市）からの支援策の第1優先は、「融資制度、利子補助制度、信用保証料等への支援」が13.6%で最も多く、次いで「店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援」が9.2%となったが、最も回答が多かったのは、「特に要望はない」の24.8%となった。

・第2優先
【全体集計】 n=250



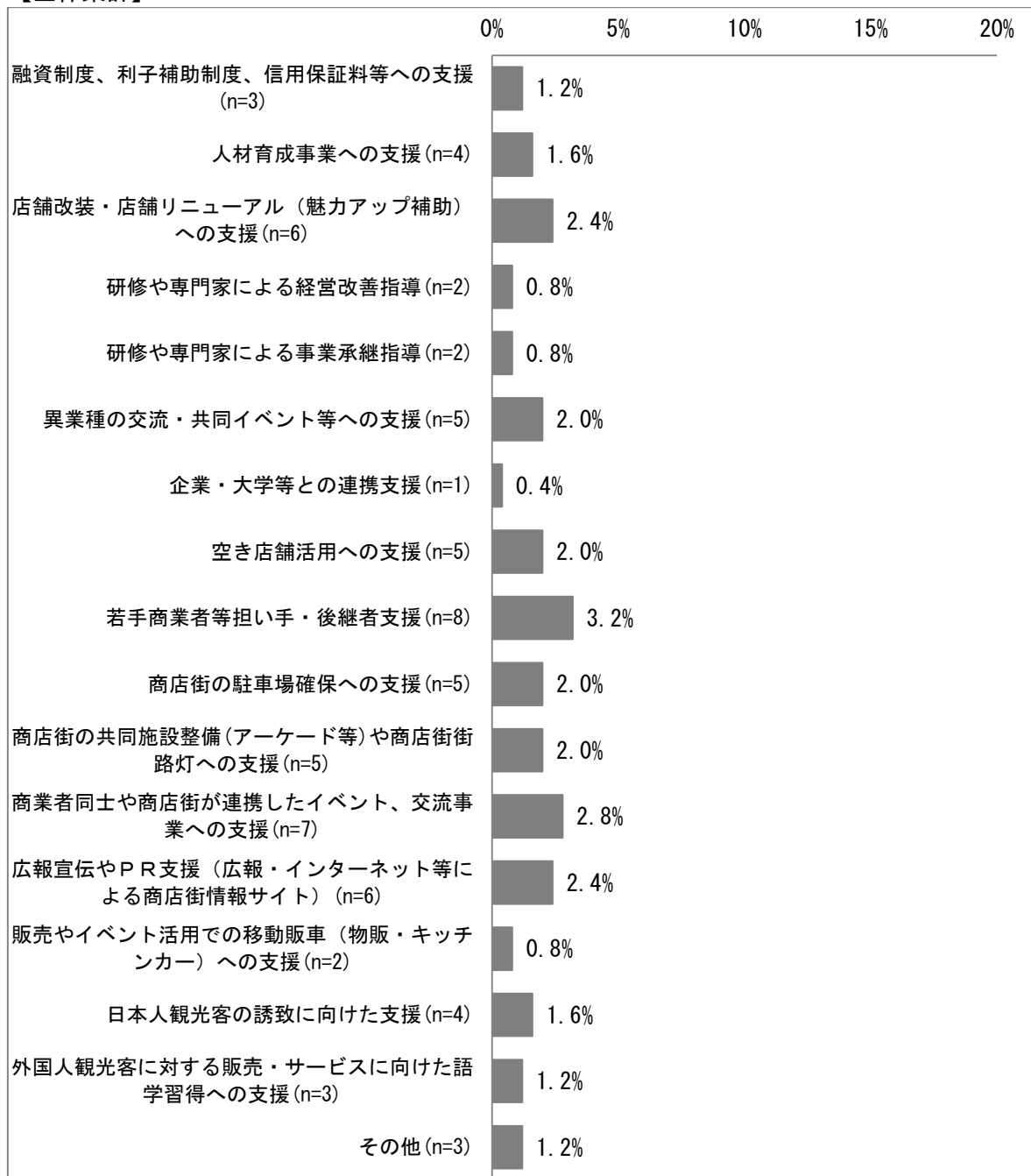
必要とする行政（秦野市）からの支援策の第2優先は、「店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援」の10.0%が最も多く、次いで「若手事業者等担い手・後継者支援」の5.2%となった。

・第3優先
【全体集計】 n=250



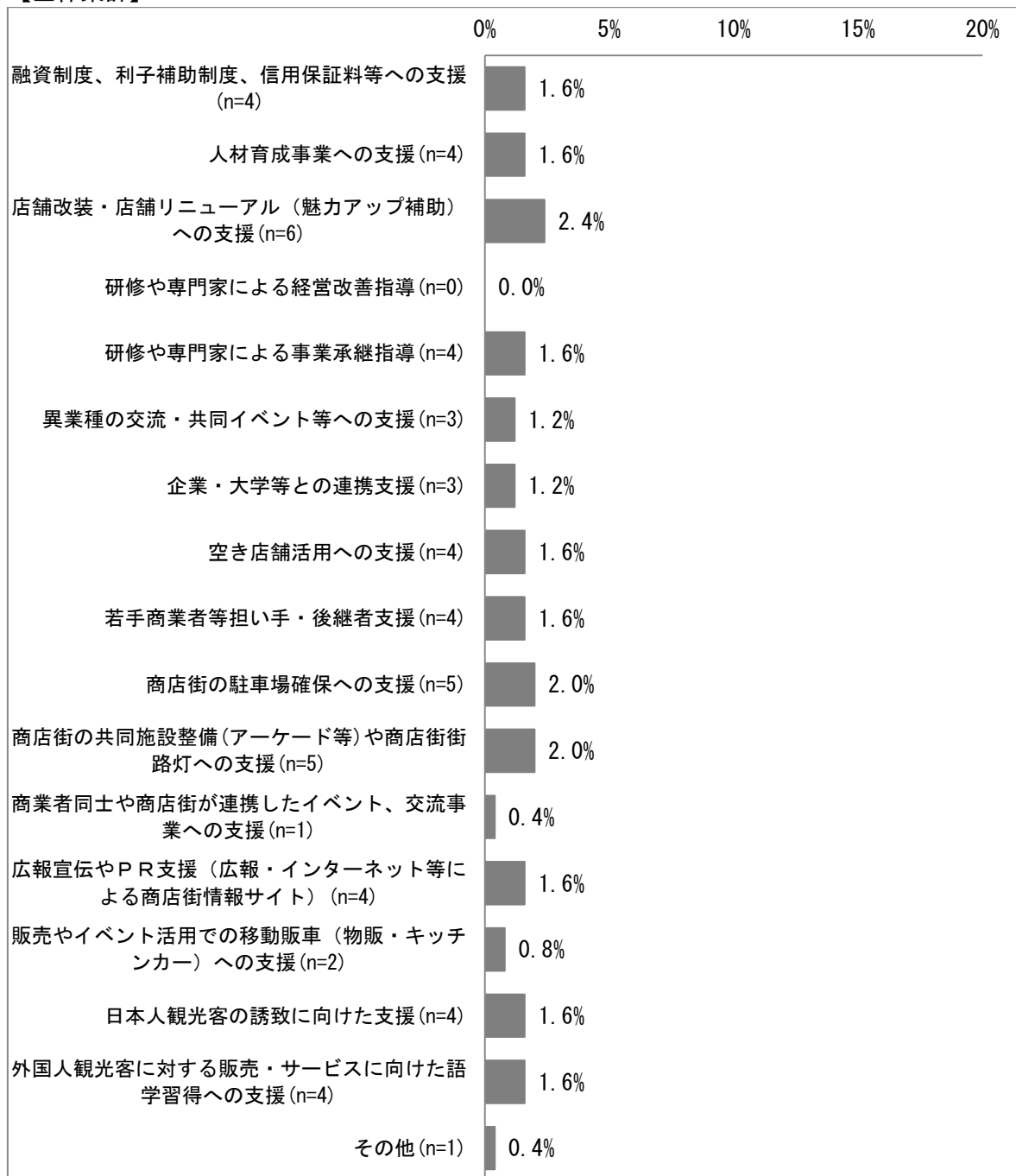
必要とする行政（秦野市）からの支援策の第3優先は、「商店街の駐車場確保への支援」及び「広報宣伝やPR支援（広報・インターネット等による商店街情報サイト）」が5.2%で最も多く、次いで「事業者同士や商店街が連携したイベント、交流事業への支援」が4.4%となった。

・第4優先
【全体集計】 n=250



必要とする行政（秦野市）からの支援策の第4優先は、「若手事業者等担い手・後継者支援」の3.2%、次いで「事業者同士や商店街が連携したイベント、交流事業への支援」の2.8%となった。

・第5優先
【全体集計】 n=250

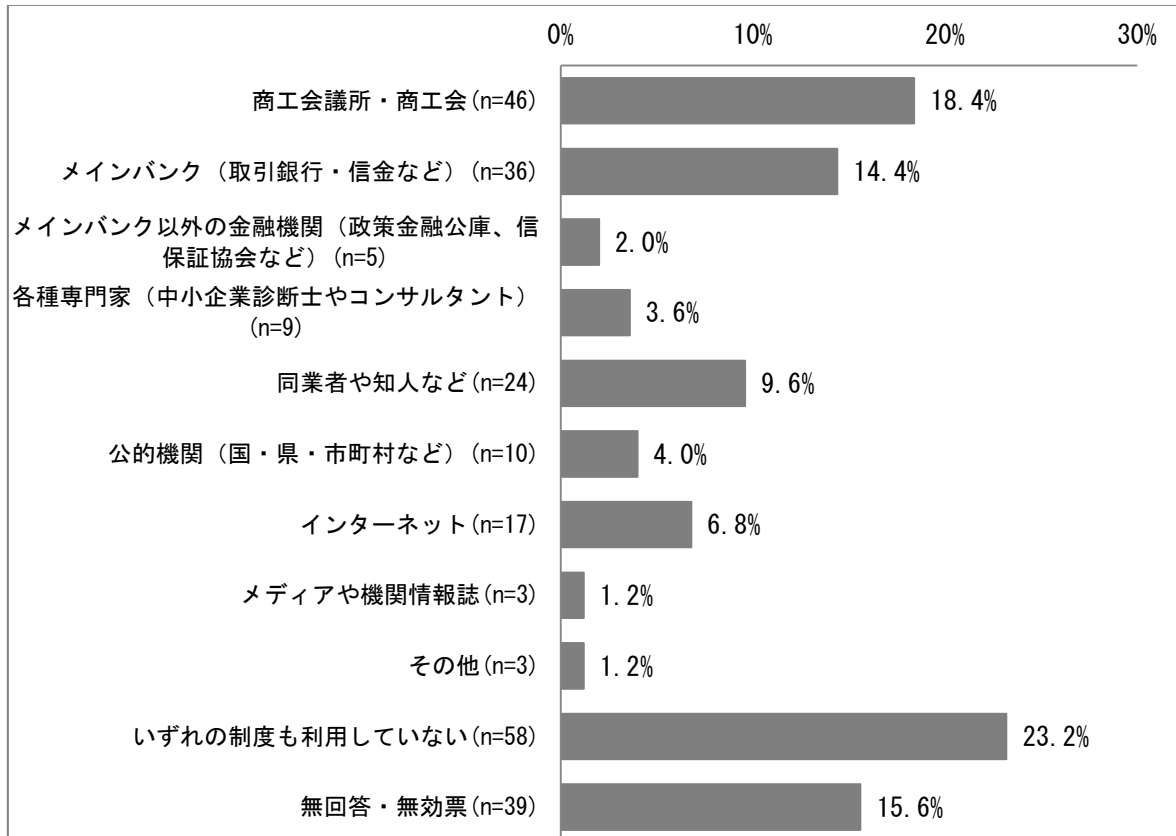


必要とする行政（秦野市）からの支援策の第5優先は、「店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援」が2.4%で最も多く、次いで「商店街の駐車場確保への支援」、及び「商店街の共同施設整備（アーケード等）や商店街街路灯への支援」の2.0%となった。

6. 支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先に関する調査項目

【問11】 貴店では、公的機関(国・県・市等行政機関)や金融機関(銀行・信金・信用保証協会等)が行っている各種の支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先はどこですか。
 ※該当するものに1つ「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



各種の支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先は、「商工会議所・商工会」が18.4%で最も多く、次いで「メインバンク (取引銀行・信金など)」の14.4%となったが、最も回答が多かったのは、「いずれの制度も利用していない」の23.2%となった。

【経営者の年代別集計】

| | 合計 (n=206) | 30歳代 (n=9) | 40歳代 (n=37) | 50歳代 (n=42) | 60歳代 (n=50) | 70歳以上 (n=68) |
|-----------------------------------|---------------|---------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 商工会議所・商工会 | 21.8% | 11.1% | 21.6% | 4.8% | 26.0% | 30.9% |
| メインバンク（取引銀行・信金など） | 17.0% | 11.1% | 16.2% | 14.3% | 26.0% | 13.2% |
| メインバンク以外の金融機関 （政策金融公庫、信保証協会など） | 2.4% | 11.1% | 0.0% | 9.5% | 0.0% | 0.0% |
| 各種専門家 （中小企業診断士やコンサルタント） | 4.4% | 22.2% | 10.8% | 2.4% | 0.0% | 2.9% |
| 同業者や知人など | 11.7% | 11.1% | 16.2% | 7.1% | 14.0% | 10.3% |
| 公的機関（国・県・市町村など） | 4.4% | 0.0% | 5.4% | 4.8% | 6.0% | 2.9% |
| インターネット | 8.3% | 0.0% | 13.5% | 23.8% | 0.0% | 2.9% |
| メディアや機関情報誌 | 1.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 2.0% | 2.9% |
| その他 | 1.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 6.0% | 0.0% |
| いずれの制度も利用していない | 27.2% | 33.3% | 16.2% | 33.3% | 20.0% | 33.8% |

経営者の年代別集計では、70歳以上において「商工会議所・商工会」が30.9%と多くなった。50歳代では「インターネット」が23.8%となった。30歳代では「各種専門家（中小企業診断士やコンサルタント）」が22.2%となり、他の年代と比較して高くなった。

【駅勢圏別集計】

| | 合計 (n=205) | 秦野駅 (n=93) | 渋沢駅 (n=62) | 鶴巻温泉駅 (n=32) | 東海大学前駅 (n=18) |
|-----------------------------------|---------------|---------------|---------------|-----------------|------------------|
| 商工会議所・商工会 | 21.5% | 26.9% | 22.6% | 9.4% | 11.1% |
| メインバンク（取引銀行・信金など） | 17.1% | 11.8% | 17.7% | 18.8% | 38.9% |
| メインバンク以外の金融機関 （政策金融公庫、信保証協会など） | 2.0% | 1.1% | 3.2% | 0.0% | 5.6% |
| 各種専門家 （中小企業診断士やコンサルタント） | 4.4% | 3.2% | 4.8% | 6.3% | 5.6% |
| 同業者や知人など | 11.7% | 11.8% | 11.3% | 15.6% | 5.6% |
| 公的機関（国・県・市町村など） | 4.4% | 6.5% | 3.2% | 3.1% | 0.0% |
| インターネット | 8.3% | 6.5% | 9.7% | 3.1% | 22.2% |
| メディアや機関情報誌 | 1.5% | 1.1% | 3.2% | 0.0% | 0.0% |
| その他 | 1.5% | 2.2% | 0.0% | 3.1% | 0.0% |
| いずれの制度も利用していない | 27.8% | 29.0% | 24.2% | 40.6% | 11.1% |

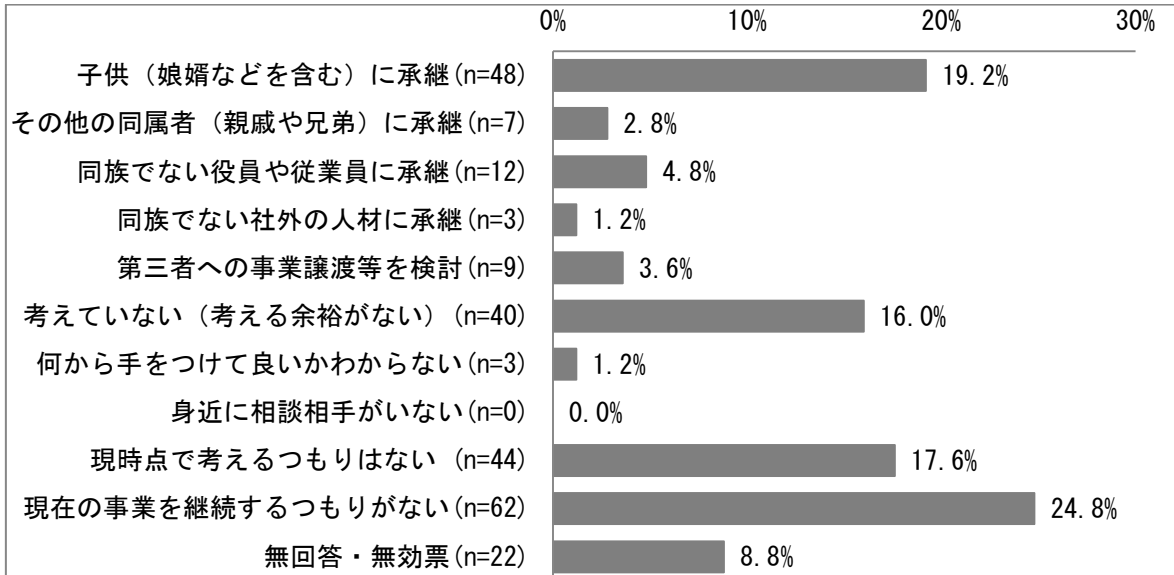
駅勢圏別集計では、秦野駅及び渋沢駅において「商工会議所・商工会」の比率が20%を超えて高くなった。鶴巻温泉駅及び東海大学前駅では、「メインバンク（取引銀行・信金など）」がそれぞれ18.8%、38.9%となった。

7. 事業承継の考え方に関する調査項目

【問12】 貴店の現時点における事業承継の考え方について、最もあてはまるものを選んでください。

※該当するものに1つに「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



事業承継の考え方は、「現在の事業を継続するつもりがない」が24.8%で最も多く、次いで「子供（娘婿などを含む）に承継」の19.2%、「現時点で考えるつもりはない」の17.6%と続いた。

【経営者の年代別集計】

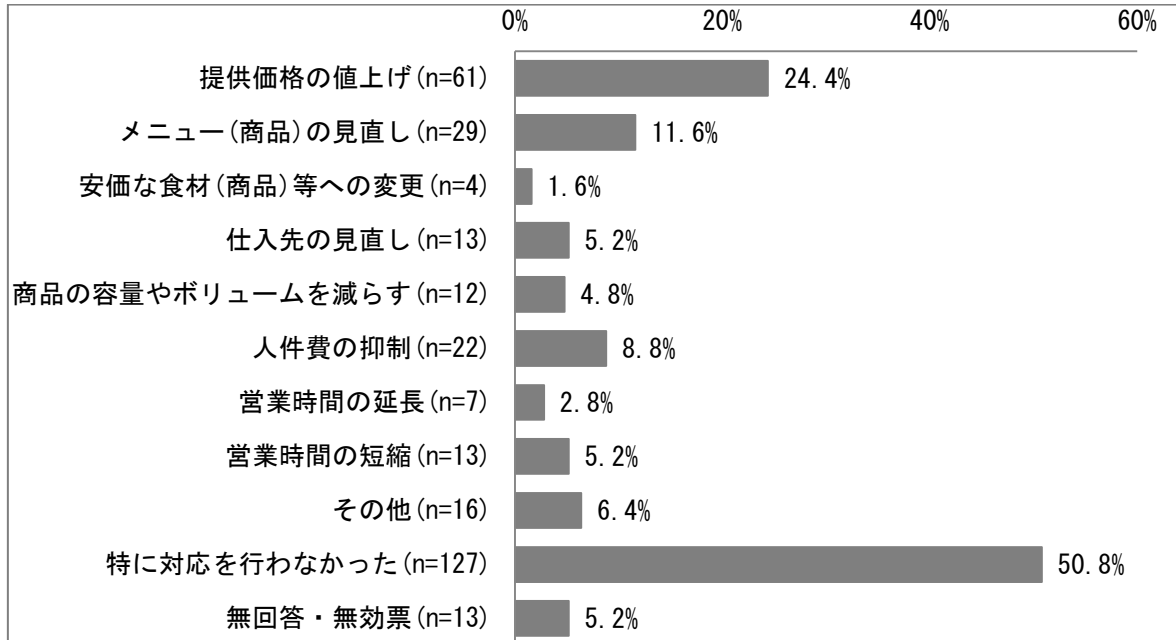
| | 合計 (n=224) | 30歳代 (n=10) | 40歳代 (n=38) | 50歳代 (n=48) | 60歳代 (n=56) | 70歳以上 (n=72) |
|-------------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 子供（娘婿などを含む）に承継 | 21.4% | 0.0% | 15.8% | 10.4% | 33.9% | 25.0% |
| その他の同属者（親戚や兄弟）に承継 | 2.7% | 0.0% | 0.0% | 4.2% | 5.4% | 1.4% |
| 同族でない役員や従業員に承継 | 5.4% | 20.0% | 5.3% | 2.1% | 8.9% | 2.8% |
| 同族でない社外の人材に承継 | 1.3% | 0.0% | 2.6% | 2.1% | 0.0% | 1.4% |
| 第三者への事業譲渡等を検討 | 4.0% | 0.0% | 7.9% | 2.1% | 3.6% | 4.2% |
| 考えていない（考える余裕がない） | 17.0% | 40.0% | 15.8% | 31.3% | 7.1% | 12.5% |
| 何から手をつけて良いかわからない | 1.3% | 0.0% | 2.6% | 0.0% | 1.8% | 1.4% |
| 身近に相談相手がない | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 現時点で考えるつもりはない | 19.6% | 30.0% | 42.1% | 29.2% | 14.3% | 4.2% |
| 現在の事業を継続するつもりがない | 27.2% | 10.0% | 7.9% | 18.8% | 25.0% | 47.2% |

経営者の年代別集計では、年齢層が上がるにつれて「現在の事業を継続するつもりがない」の比率が高くなった。「子供（娘婿などを含む）に承継」が最も多くなったのは、60歳代で33.9%となった。

8. 消費税増税への対応に関する調査項目

【問13】 最後に消費税増税による影響について、お聞きします。2019年10月1日からの消費税増税（8%⇒10%）への対応についてお答えください。
※該当するものすべてに「○」をつけてください。

【全体集計】 n=250



消費税増税への対応は、「特に対応を行わなかった」が50.8%で最も多く、次いで「提供価格の値上げ」の24.4%、「メニュー(商品)の見直し」の11.6%と続いた。

【経営者の年代別集計】

| | 合計 (n=233) | 30歳代 (n=11) | 40歳代 (n=38) | 50歳代 (n=49) | 60歳代 (n=58) | 70歳以上 (n=77) |
|-----------------|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|
| 提供価格の値上げ | 25.8% | 27.3% | 39.5% | 26.5% | 27.6% | 16.9% |
| メニュー(商品)の見直し | 12.0% | 9.1% | 26.3% | 8.2% | 13.8% | 6.5% |
| 安価な食材(商品)等への変更 | 1.7% | 0.0% | 0.0% | 2.0% | 5.2% | 0.0% |
| 仕入先の見直し | 5.6% | 9.1% | 5.3% | 2.0% | 8.6% | 5.2% |
| 商品の容量やボリュームを減らす | 5.2% | 0.0% | 15.8% | 2.0% | 3.4% | 3.9% |
| 人件費の抑制 | 9.4% | 0.0% | 10.5% | 6.1% | 12.1% | 10.4% |
| 営業時間の延長 | 3.0% | 0.0% | 7.9% | 2.0% | 1.7% | 2.6% |
| 営業時間の短縮 | 5.6% | 27.3% | 0.0% | 2.0% | 8.6% | 5.2% |
| その他 | 6.9% | 18.2% | 7.9% | 8.2% | 6.9% | 3.9% |
| 特に対応を行わなかった | 53.2% | 45.5% | 36.8% | 55.1% | 48.3% | 64.9% |

経営者の年代別集計では、70歳以上において「特に対応を行わなかった」が64.9%で最も多くなった。40歳代では、「提供価格の値上げ」が39.5%で他の年代と比較して高くなった。

9. 商業に対する意見に関する調査項目

その他商業に対する御意見がございましたらお書きください。※自由記述意見

誤字、脱字、誹謗中傷を除き、回答者の意見をそのまま掲載する。なお、多くの回答をいただいたため、項目毎に多い意見を数票抜粋して掲載する。

(1) 商店会・商工会議所について

- ・商店会には以前は加入していたが、全くメリットがないので退会した。（活動が不活発）商工会議所には加入しているが、同様にメリットが感じられない。（活動が不活発）
- ・商店会からは20年以上、何らアプローチ無し。こちらからもアプローチはしない。独創的な志向を感じる気配さえ無い事から、生産性を感じていない。市も同様と思わざるを得ない。
- ・商工会議所などの青年部やセミナーには何の魅力も感じない。個人事業主を軽視していないか。
- ・商店会に加入していますが、活性化されていないし、お店同志の交流、お互いにお店を使うなど、全くない。そして商店街の人の顔も、一部の人しかわかりません。会員になっても意味がないのでやめたいと思います。
- ・商品購入は、商店会以外で購入しています。

(2) 業種による事情について

- ・不動産業を経営しておりますが、市内には空き店舗、空き家、空室等が多く存在しています。現代の若い人達は、新築物件を希望する人が多いため、必然的に中古物件が年々増加し、空き家、空室が増えます。これらに対する対策を検討したいと思います。
- ・お客離れの職業ですので（畳業）色々と考えています。
- ・安いヘヤーサロンが出来たため、リタイアすると皆そちらに流れます。理容業は今皆ピンチです。アルバイトをしながらやっています。私は女で84才。あと1年くらいでやめることにしました。

(3) 環境整備について

- ・駅近の商店街へは、車を運転しない老人の来街が増えていますが、彼等が安心して歩ける歩道、休憩用のベンチ等がない。一考をお願い致します。
- ・鶴巻は商店も少なく、不便と感じています。夜も暗くて、道もよく見えません。（鶴巻南側）

(4) 支援制度について

- ・改装・その他の為に補助金が出ても、それ以外のお金を出す事も支払う事も全くできない。店を閉めたとしても働く所も無く、食べていけない。借入が増すばかり！！不安しか無い。

- ・商店街店舗魅力アップ事業補助金のような支援制度を作って頂いたのは、有難いと思います。今後、廃業してテナントとして店を貸し出す際にも改装費等の補助をして頂ければ更にありがたいと思います。

(5) その他

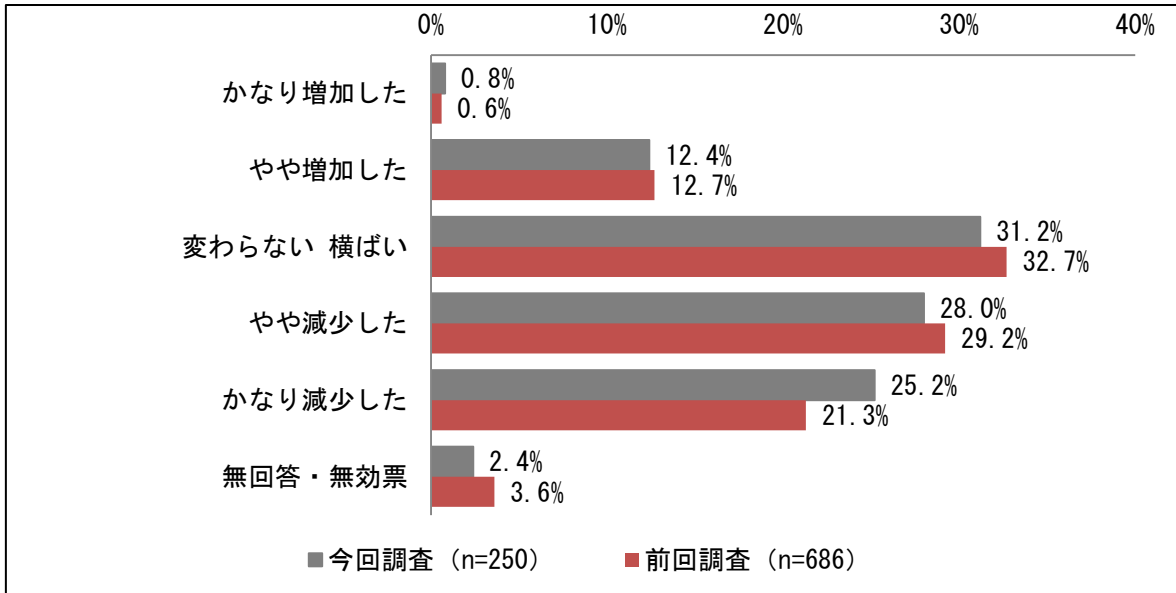
- ・「商業」の存在意義が劇的に変化している環境で、今後の「商業」のあり方について一緒に考えてもらいたい。
- ・自助努力が第1と思います。その毎日の工夫の積み重ねが結果に出ます。努力が足りない、若しくは周りのせいにしてしがちな感じの店があると思います。
- ・国をあげてキャッシュレスを進めているが、現金商売をして来た（している）店にとっては、売掛処理を新たにしなくてはならず、帳簿付けなどしてられない。導入をはばむ一番の要因は、当店の場合はこの事です。他店でも小さな店は同様と思う。売掛とはならず即、通帳に振り込まれるなら導入も考えられる。
- ・とにかく人通りが少ない。休日になるとほとんど人が歩いていません。ネットショッピングで買物できるから！？（商店街は閑散としている）スーパーや郊外型ショッピングモール等には車で人が集まるが、平日歩いて買物をされているのは、病院帰りのお年寄りがほとんどです。私の店もほとんどそういう方が対象です。小売は難しい時代になっていると感じます。
- ・今年のたばこ祭当日、駅に降りたった時、どこの街かと思うほど大勢の若者が行きかい、活気にみちていた。このエネルギーをいつも引き寄せられる街を作る策を考えれば、税金を使わなくとも街自体が勝手に発展し、潤う。具体的には、企業等の格安誘地や有名大型店等を積極的に誘致し、更に、地元商店と協調して売上を増やすアイデアがあれば、魅力あふれる街になり、秦野市以外からの集客も増えるのではないかと。

Ⅲ. 経年比較

平成 27 年度に行った商業実態調査と今回調査の経年比較を行う。

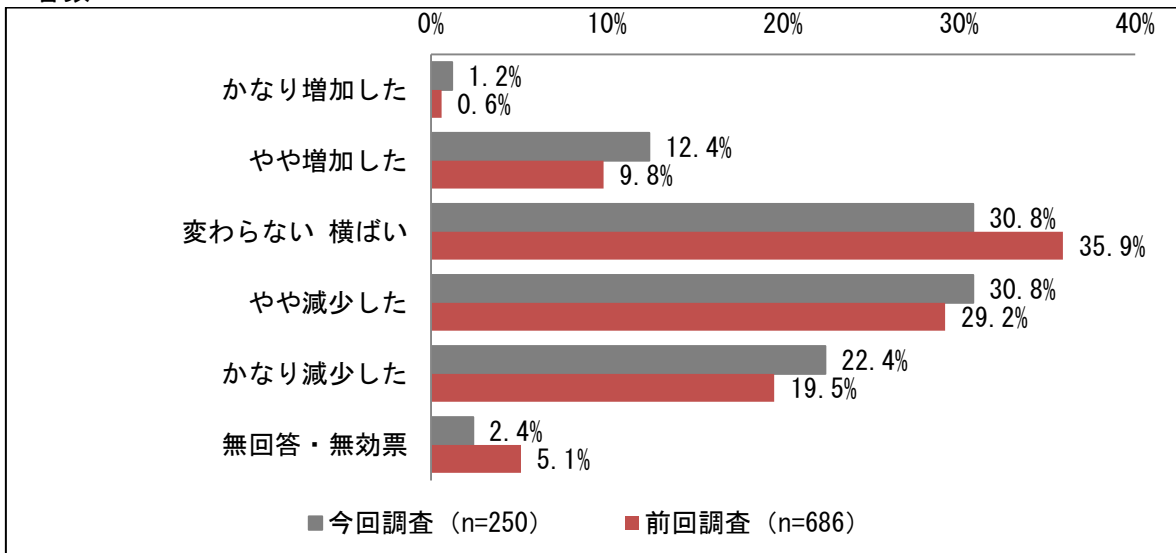
【問 4】 貴店の最近の営業状況及び意識(景況感)についてお伺いします。
次の①～⑦の項目について、対前年同期と比較した場合に、該当する 1～5 の番号を選択してください。

・売上高



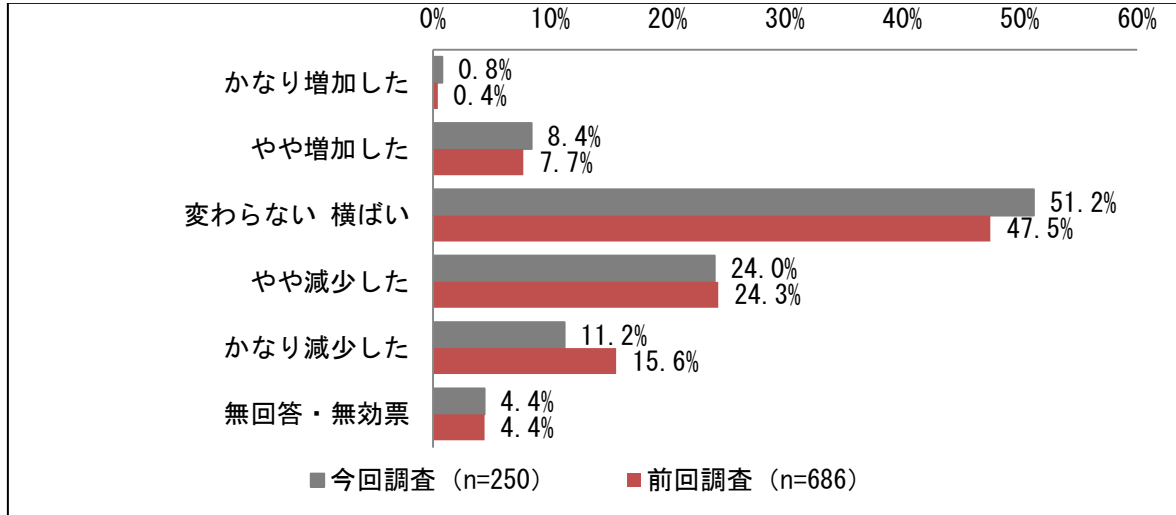
前年同期と比較した売上高は、「かなり減少した」が 3.9 ポイント増加したが、すべての項目で 5 ポイント以内の差異となった。

・客数



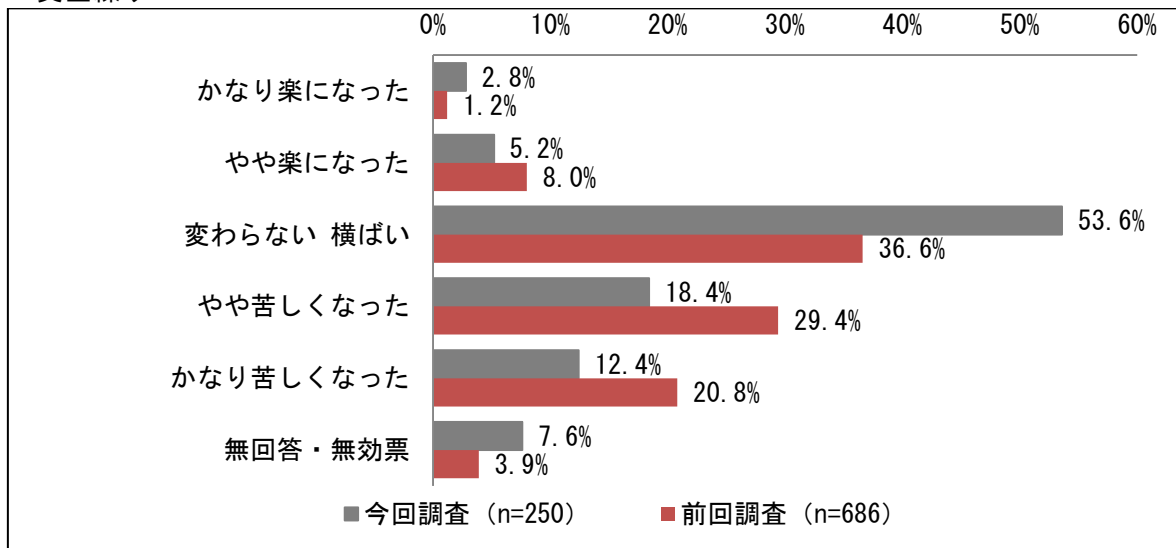
客数は、「変わらない 横ばい」が 5.1 ポイント減少し、ほかのすべての項目が前回調査よりも増加したが、3 ポイント以内の増加に留まった。

・客単価



客単価は、「変わらない 横ばい」が3.7ポイント増加し、「かなり減少した」が4.4ポイント減少した。

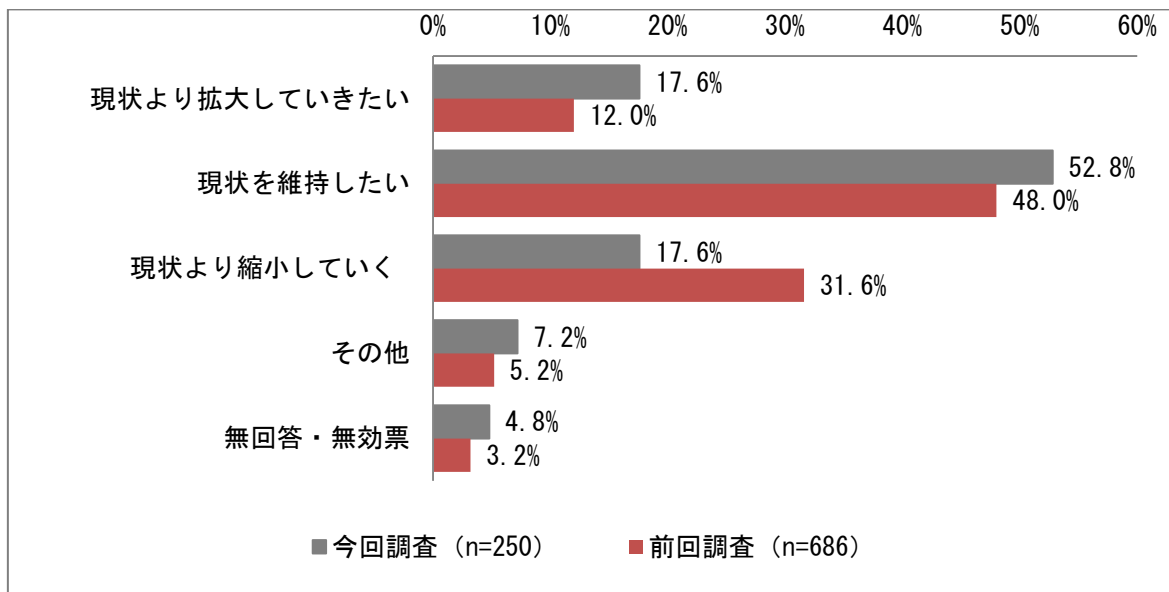
・資金繰り



資金繰りは、「変わらない 横ばい」が17.0ポイント増加した。「やや苦しくなった」が11.0ポイント減少し、「かなり苦しくなった」が8.4ポイント減少した。資金繰りは、前回調査よりも改善の傾向がみられる。

【問5】 貴店の将来展望や経営上の課題や問題等についてお伺いします。

・将来展望や経営状況の見直し



将来展望や経営状況の見直しは、「現状より縮小していく」が14.0ポイント減少し、「現状より拡大していきたい」が5.6ポイント増加し、「現状を維持したい」が4.8ポイント増加した。前回調査よりも拡大していきたい意向が若干多くなった。

IV. 調査結果からわかる課題

1. 調査結果からわかる経営上の課題

(1) 経営状況及び景況感

全体の半数を超える 53.2%において「売上高」が「減少した」と回答し、経営者の年代別では、年齢層が上がるにつれて減少傾向にあり、特に「70 歳以上」では、72.9%が売上高が「減少した」と回答した。

「客数」は売上高と同様の傾向となったが、「客単価」を業種別にみると、「不動産」において 64.7%が「減少した」と回答し、他の業種より比率が高くなった。経営者の年代や創業年次、駅勢圏別による客単価の差はなかった。

「資金繰り」では、53.6%が「変わらない、横ばい」となったが、「楽になった」は 8.0%にとどまった一方、「苦しくなった」は 30.8%となった。経営者の年代別では、「50 歳代」において、「苦しくなった」が 42.0%、「70 歳以上」では 44.4%と比率が高くなった。創業年次別では、「1960 年代」において「楽になった」が 0%で、「苦しくなった」は 61.1%と比率の高さが顕著である。「2015 年以降」では「楽になった」の比率が 17.2%と最も高くなった。

(2) 経営状況の見通し及び経営上の課題

将来展望や経営状況の見通しは、「現状を維持したい」が 52.8%で最も多く、「拡大」と「縮小」はいずれも 17.6%となった。平成 27 年度の前回調査と比較し、「拡大」が増加、「縮小」は減少となった。経営者の年代別では、「70 歳以上」において「拡大」が 2.9%にとどまり、「縮小」は 45.7%となった。創業年次別では、1960 年代よりも古い年代において、「拡大」が 10%を下回った。駅勢圏別では、「秦野駅」において「縮小」の比率が高くなったが、秦野駅が他の駅勢圏と比較して創業年次の古い店舗が多いことが影響していると推察できる。

経営上の課題や問題点（優先順に 5 つまで選択）の第 1 位は、「売上の伸び悩み」で 34.4%、第 2 位も「売上の伸び悩み」で 13.2%、第 3 位は「店舗の老朽化」で 8.4%となった。業種別では、「繊維・衣服・身の回り品小売業」において特に「売上の伸び悩み」が 70.6%と顕著である。同時期に秦野市で実施した「令和元年度秦野市消費者購買（買物行動）実態調査」においても、消費者が 1～2 年前と比較した支出状況で、最も減少したと回答した費目が「洋服、履物費」であり、相関関係があると思われる。経営者の年代別にみると、「70 歳以上」では「後継者の問題」が 13.9%、「50 歳代」では「従業員の確保や育成」が 20.4%となった。

「現状を維持したい」及び「拡大」と回答した店舗における、課題・問題に対して既に取り組んでいる事項（優先順に 5 つまで選択）は、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」が 20.5%で最も多くなった。経営者の年代別では、「30 歳代」において「取扱商品の差別化・品揃え見直し」が 37.5%となった。

課題・問題に対して今後重点を置く事項（優先順に 5 つまで選択）の第 1 位は、「取扱商品の差別化・品揃え見直し」で 10.8%（回答 19 件）となったが、この設問では無回答が最も多くなったため参考にとどめたい。

(3) 導入している取組

① 決済方法

店舗が導入している決済方法は、現金以外では「クレジットカード」が 29.2%、「スマートフォンによる決済」が 21.6%、「電子マネー」は 13.6%にとどまった。経営者の年代別では、「30 歳代」において「クレジットカード」が 70.0%と高くなったが、「電子マネー」及び「スマートフォンによる決済」の比率が最も高くなったのは、「40 歳代」となった。「70 歳以上」では、現金以外は「クレジットカード」が 19.5%となったが、その他は 10%未満となった。経営状況の見通し別では、「現状より拡大していきたい」において、いずれの決済方法の比率も高くなった。

②PR方法

店舗を知ってもらうための主なPR方法は、「ホームページの開設やインターネット販売」が46.4%で最も多く、次いで「顧客とのコミュニケーションの充実」の44.4%となった。経営者の年代別では、「30歳代」において「ホームページの開設やインターネット販売」が72.7%で最も比率が高く、「SNSによる情報の受発信」も45.5%と高くなった。一方、「70歳以上」では「特に取り組んでいない」が38.0%と最も多くなった。売上高別では、「増加」においてはいずれのPR方法の比率が高くなったが、「減少」では、「顧客とのコミュニケーションの充実」以外の比率が低く、「特に取り組んでいない」の比率が高くなった。

③環境への配慮

環境への配慮の取組は、「照明や設備の省エネ化」が38.0%と高くなったが、最も比率が高いのは、「特に取り組んでいない」の38.8%となった。経営者の年代別では、年齢層が下がるほど各種取組の比率が高い傾向がある。駅勢圏別では、鶴巻温泉駅において「特に取り組んでいない」が62.5%と顕著に高く、決済方法や店舗のPR方法等と併せてみても、導入している取組が少ない結果となった。

(4) 必要とする行政（秦野市）からの支援策

行政の支援策として希望（優先順に5つまで選択）する第1位は、「融資制度、利子補助制度、信用保証料等への支援」が13.6%となったが、最も比率が高くなったのは、「特に要望はない」の24.8%となった。経営者の年代別では、年齢層が上がるにつれて「特に要望はない」の比率が高くなった。創業年次別では、「2000年代」において「店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援」が19.2%、「2015年以降」では、「商業者同士や商店街が連携したイベント、交流事業への支援」が17.6%と比率が高くなった。駅勢圏別では、「鶴巻温泉駅」において「特に要望はない」が36.4%と他と比較して高くなった。売上高別では、「減少」において「特に要望はない」の比率が高くなった。経営状況の見通し別では、「現状より拡大していきたい」において「融資制度、利子補助制度、信用保証料等への支援」が20.9%と高くなった。また、「縮小」においては、「空き店舗活用への支援」が12.8%となった。

(5) 支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先

公的機関が行っている各種の支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先は、「商工会議所・商工会」が18.4%で最も多く、次いで、「メインバンク」の14.4%となったが、最も比率が高くなったのは、「いずれの制度も利用していない」で23.2%となった。「商工会議所・商工会」の比率は、創業年次別では年代が古いほど高く、また、「駅勢圏別」では「秦野駅」が26.9%となった。

(6) 事業承継の考え方

現時点での事業承継の考え方は、「現在の事業を継続するつもりがない」が24.8%で最も多くなった。経営者の年齢層が上がるにつれて、その比率が高くなったが、「60歳代」では「子供（娘婿などを含む）に承継」が33.9%で最も比率が高くなった。また、「現時点で考えるつもりはない」の比率が高くなったのは、「40歳代」の42.1%、「2015年以降創業」の37.5%、経営状況の見通し別では、「現状より拡大していきたい」の32.5%となり、この経営層を積極的に支援することが商業振興に寄与すると考えられる。

(7) 消費税増税への対応

消費税増税による対応は、「特に対応を行わなかった」が50.8%となった。いずれかの対応を行ったのは、業種別では、「飲食料品小売業」の「提供価格の値上げ」が40.0%、経営状況の見通し別では、「現状より拡大していきたい」で、同じく「提供価格の値上げ」が35.7%となった。

V. 今後の支援策の考察

(1) 小売業に対する支援

調査結果から、特に小売業において経営上の課題を抱えていることが分かった。最も多く挙げられたのは「売上の伸び悩み」であり、客単価が変わらない中で、客数の減少が売上高の減少につながっている。顧客の多くを市内居住者で占める店舗が多いことから、地域住民にいかに商店街へ足を運んでもらえるかが重要になる。

また、経営上の課題に対して既に取り組んでいること及び今後重点を置く事項としては、「取扱商品の差別化・品揃えの見直し」が最も多く挙げられている。

このような課題に対しては、テーマに沿ったアドバイザーの派遣や研修等といった経営強化に対する支援が必要である。特に将来展望や経営状況の見直しにおいて「現状より拡大していきたい」と事業を大きくすることに意欲的であった40歳代及び50歳代への支援は、地域商業をけん引する役割としての期待ができる。また、WEBサイト「ハダ恋にぎわい商店街」で、市内にはどのような店舗があり、どのような商品を扱っているのか等の内容を充実させ、地域住民に商店街の“今”を発信することが小売業への支援につながると思われる。なお、市からの情報発信は、インターネット等を活用するとともに、ネット等を使用しない市民のために従来からの広報紙を併用するなど、効果的な情報発信方法を用い、広く周知を図る必要がある。

(2) 従業員の確保や育成支援

経営者の年代が40歳代及び50歳代においては、「従業員の確保や育成」を課題とする店舗も多かった。人材育成に対する支援として、秦野市では人材育成事業補助金があるが、これまでどのように活用されてきたのか検証し、その結果を中小企業者に反映させることが支援策の活用につながる。

既存の支援制度が広く活用されるために、申請手続きの円滑化を図り、商工会議所と連携を取りながら中小企業者の意見を取り入れ現状に即した制度を整備することが重要である。

また、人材確保は全国的な課題であり、秦野市においても今後更に大きな課題となることが予想される。障害者や高齢者、外国人の積極的な受入れ環境の整備、地域の大学と連携した若年層の取り込みの強化も重要であるが、限りある人材の確保には限界がある。よって、将来の人手不足を見据えた経営の検討を促す必要がある。

(3) キャッシュレス決済の導入支援

問7の導入している決済方法において、「現金で支払う」が圧倒的に多く、「スマートフォンによる決済」(21.6%)「電子マネー」(13.6%)は、1割～2割の導入にとどまっており、キャッシュレス決済導入率の全国平均31.2%(一般社団法人キャッシュレス推進協議会:キャッシュレス調査)を下回っている。しかし、経営状況の見通し別集計では、「現状より拡大していきたい」と考えている商店ほど現金以外での決済方法を採用している傾向があり、クレジットカード、スマートフォンによる決済の導入がともに45.2%となった。

国では、令和元年10月から令和2年6月にかけてキャッシュレス・ポイント還元事業を実施し、また、令和2年度にはマイナポイント事業によるキャッシュレスの推進が図られている。

こうした国の動きについて、キャッシュレスの導入意欲がある事業者に対し、関係機関と連携をして周知を行う必要がある。

Ⅵ. 市で実施している中小企業者支援制度（令和2年3月現在）

（1）中小企業者を対象とする支援制度

秦野市では、市内の中小企業者に対し、商業振興を図るために様々な支援制度を行っている。令和元年度（2019年度）現在、主な支援制度は下表のとおりである。

| 区分 | 支援制度 | 概要 | 支援内容 |
|------|-----------------|---|--|
| 商業 | 商店街店舗魅力アップ事業補助金 | 市内の商店街店舗の集客力向上のため、改装費又は備品購入費に係る経費の一部を補助する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・補助率は対象経費の30%以内 ・補助上限100万円（事業内容によって最大150万円） |
| 金融 | 融資 | 金融機関へ市の資金を預託することで、事業に必要な資金を低利で貸し付ける。 | <ul style="list-style-type: none"> ・ハイテク機器設備資金への融資の場合：限度額5,000万円、融資期間5年以内の場合の年利1.8%以内 ・信用保証料及び償還利子への補助金制度の適用あり |
| | 信用保証料補助金 | 信用保証協会の保証付けで市又は県の融資制度による資金を借り入れた場合の支払い信用保証料を補助する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・前年中に支払った信用保証料について全額補助 ・補助上限1企業5万円 |
| | 融資資金利子補助金 | 市又は国県の融資制度による資金利用者の支払い利子を補助する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・前年中に支払った利子について補助 ・補助率 1/3、又は全額 ・補助期間：融資期間の1/2、又は全期間 |
| 人材育成 | 人材育成事業補助金 | 技術力や経営力の強化のために行う、専門知識等の習得のための研修等に係る経費を補助する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・研修や資格取得の講習経費の1/2を補助 ・補助金上限1企業10万円 |
| 雇用 | 退職金共済制度奨励補助金 | 中小企業退職金共済掛金及び特定退職金共済掛金の一部を補助する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・補助対象掛金の上限月額14,000円 ・補助率1/10 ・補助期間7年 |
| | 障害者雇用奨励補助金 | 障害者を10か月以上継続し、所定労働時間週20時間以上で雇用する場合に奨励金を交付する。 | <ul style="list-style-type: none"> ・重度障害者1人当たり15万円 ・中・軽度及び精神障害者1人当たり9.6万円 ・補助期間10年 |

(2) 商店街店舗の魅力向上に係る支援制度及び取組

秦野市では、消費者ニーズに対応し、地域の特性を活かした個性と魅力ある商業振興を図り、都市基盤整備に合わせた商業の集積や中小商業の経営基盤の強化に努めている。特に、商店街を対象とした魅力向上に係る支援制度及び取組は以下のとおりである。

①商店街に対する補助金制度

- ・商店街魅力アップ事業補助金
商店街店舗の集客力の向上及び商店街のにぎわい創造を図るため、店舗の改装等又は備品購入を行う中小企業者に対してその経費の一部を補助する。
- ・商店街空き店舗活用事業補助金
商店街の空洞化を防止し、活性化を図るため、市内の空き店舗を活用して新たに事業を行う際に要する経費の一部を補助する。
- ・商店街販売促進事業補助金
商店街などの団体が実施するイベント事業の経費の一部を補助する。
- ・商店街共同施設補助金
商業振興のため商店街団体が街路灯やアーケード、駐車場などの共同施設を設置するための経費の一部を補助する。
- ・商店街街路灯維持管理費補助金
商業振興のため商店街団体が管理する街路灯などの維持管理費の一部を補助する。
- ・商店街駐車場管理運営費補助金
商業振興のため商店街団体が顧客のために管理運営している駐車場の経費の一部を補助する。
- ・商店会団体等法人化促進事業補助金
任意商店会と法人商店会の育成、活動促進を図るため、任意商店会の法人化計画に伴う経費と法人商店会の運営事業費の一部を補助する。

②商店街振興に係る取組

- ・秦野にぎわいWEBサイト「ハダ恋にぎわい商店街」

令和元年10月1日、市内の商店街や商店が実施するイベント等の情報を発信するため、WEBサイトの公開を開始した。商店街の“今”を発信するこのサイトでは、秦野駅、渋沢駅、鶴巻温泉駅、東海大学前駅の4駅周辺商店街のまち歩きや観光、土産探し、飲食情報等を掲載し、情報は随時更新される。



- ・商人魂お役立て講座
商店の店主が講師となり、専門技術や知識を学ぶ講座を開催する。これまでは時期を定めて年2回の開催であったが、通年開催になったことにより、地域住民がより商店街に足を運ぶきっかけとなることを目指す。
- ・はだのブランド認証品
秦野市ならではの地域資源を活用し、「秦野生まれ」、「秦野育ち」、「秦野発」のいずれかにあたり、独自の審査基準をクリアした逸品を、はだのブランド認証品「みっけもん秦野」として認証する制度であり、地域ブランド育成事業として平成22年度に取組を開始した。

■□秦野市商業実態調査アンケート調査への□■ 御協力をお願い

貴店ますますの御盛業のこととお喜び申し上げます。

日ごろ、市政に対しまして、御理解と御協力をいただき厚くお礼申し上げます。

この調査は、本市商業の現状、経営状況及び経営上の課題・問題点を把握するため、秦野市内で経営する商業者、事業所を対象にアンケート調査を実施するものです。調査結果は、市内商業の一層の発展を図るための基礎資料として活用し、今後の行政の施策立案や支援施策の検討に活用します。

なお、この調査結果は統計的に処理し、決して個人商店名が明らかになる形での公表はいたしません。また、調査目的以外での使用は一切いたしませんので、皆様の率直な回答をお願いいたします。

お忙しいところ誠に恐縮ですが、この調査の趣旨を御理解いただき、御協力くださいますようお願い申し上げます。

令和2年1月

アンケート用紙に直接御記入の上、同封の返信用封筒に入れて、

2月14日(金)までに郵便ポストに投函していただきますよう、お願いいたします。

○本調査に関する問い合わせは、秦野市環境産業部産業振興課から調査を委託された株式会社アクス「秦野市商業実態調査」事務局までお願いいたします。

【調査主体】 秦野市環境産業部産業振興課 0463-82-9646

【調査に関する問い合わせ先】

株式会社アクス 「秦野市商業実態調査」事務局

〒222-0033 横浜市港北区新横浜 2-13-13TPR 新横浜ビル7F

(受付ダイヤル) 045-534-4067 (FAX) 045-473-2699

【問1】 貴店の名称、所在地、営業形態及びその他、基礎的な事項にご記入、又は該当に「○」をつけてください。

| | | | | |
|---|---|----------------------------------|------------------|------------------------------------|
| 貴店の名称（店舗名） | | | | |
| 経営者の年齢 ※該当するもの1つに「○」 | 1 3 5 | 20 歳代 40 歳代 60 歳代 | 2 4 6 | 30 歳代 50 歳代 70 歳以上 |
| 貴店の所在地 | 秦野市 | | | |
| 創業年次（開設）時期 | 西暦 年 月 | | | |
| 貴店の主な業種 ※該当するもの1つに「○」 | 1 飲食サービス 2 飲食料品小売業（各種食料品、酒、肉、魚、青果、菓子、パン、米、調味料等） 3 百貨店・スーパー・コンビニエンスストア・ディスカунストア 4 繊維・衣服・身の回り品小売業（呉服、寝具、洋服、靴、アクセサリ等） 5 機械器具・文化品小売業（書籍文具、スポーツ用品、娯楽品、カメラ・写真、時計、眼鏡、楽器、生花等） 6 日用雑貨その他小売業（家具、建具、畳、金物、陶磁器、ガラス器、燃料、ホームセンター等） 7 不動産 8 美容・理容 9 医療・マッサージ・整体 10 医薬品・化粧品・ドラッグストア 11 その他サービス 12 その他（ ） | | | |
| 貴店の従業員数 （パート従業員を含む） ※該当するもの1つに「○」 | 1 3 5 7 | 1～2人 6～9人 20～29人 50～99人 | 2 4 6 8 | 3～5人 10～19人 30～49人 100人以上 |
| 定休日 ※該当するものすべてに「○」 | 1 3 | 毎週____曜日 第____・____曜日 | 2 4 5 | 隔週・第____・____曜日 不定休 年中無休 |
| 営業時間 ※24 時間制 | ____時____分 から____時____分 まで | | | |
| お客様用駐車場 | 1 有り⇒____台 2 無し | | | |
| 店舗の所有形態 ※該当するもの1つに「○」 | 1 自己所有（居住有り） 2 自己所有（居住無し） 3 賃貸（居住有り） 4 賃貸（居住無し） | | | |
| 事業形態 ※該当するもの1つに「○」 | 1 専業 2 兼業（商業が主） 3 兼業（商業が従） | | | |

【問2】 商店会、商工会議所の加入状況についてお聞きします。
 ※該当するものに1つ「○」をつけてください。

| | |
|-------------|---|
| ①商店会の加入状況 | 1 加入している 2 加入していない <u>※②の加入しない理由も御回答ください。</u> |
| ②加入しない理由 | 1 活動内容を知らない 2 加入してもメリットが感じられない 3 経費負担が大きい 4 人的な負担が大きい 5 店舗の方針のため 6 商店会がない 7 その他（ ） |
| ③商工会議所の加入状況 | 1 加入している 2 加入していない <u>※④の加入しない理由も御回答ください。</u> |
| ④加入しない理由 | 1 活動内容を知らない 2 加入してもメリットが感じられない 3 経費負担が大きい 4 人的な負担が大きい 5 店舗の方針のため 6 その他 （ ） |

【問3】 貴店の主な顧客層等の状況についてお聞きします。
 ※該当するものに1つ「○」をつけてください。

| | |
|-----------------------------|--|
| 主たる顧客の性別 | 1 男性客の方が多い 2 女性客の方が多い 3 男女ほぼ同じ位 |
| 主たる顧客の年齢層 ※最も来客数の多い年代を選択 | 1 10歳代 2 20歳代 3 30歳代 4 40歳代 5 50歳代 6 60歳代以上 |
| 主たる顧客の範囲 | 1 周辺居住者の来客 2 市内居住者(別地域)の来客 3 市外も含む広域からの来客 |

【問4】 貴店の最近の営業状況及び意識(景況感)についてお伺いします。次の①～⑦の項目について、
 対前年同期と比較した場合に、該当する1～5の番号を選択してください。
 ※各項目の該当するものに1つ「○」をつけてください。

| 項目 | かなり増加した | やや増加した | 変わらない 横ばい | やや減少した | かなり減少した |
|--------|---------|--------|--------------|--------|---------|
| ① 売上高 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ② 客数 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ③ 客単価 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ④ 経費 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ⑤ 人件費 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ⑥ 資金繰り | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

(注釈/判断基準) ⑥の資金繰りは、「増加した」を「楽になった」、「減少した」を「苦しくなった」と読替え。

- 1 かなり増加した：20%以上 2 やや増加した：20%未満～5%以上
 3 変わらない・横ばい：5%未満～Δ5%未満 4 やや減少した：Δ5%以上～Δ20%未満
 5 かなり減少した：Δ20%以上

【問5】 貴店の将来展望や経営上の課題や問題等についてお伺いします。

| | | |
|--|--------------------------------|----------------------------------|
| ①貴店の将来展望や 経営状況の見通し ※該当するもの1つに「0」 | 1 現状より拡大していきたい ⇒【問6】も回答してください。 | |
| | 2 現状を維持したい ⇒【問6】も回答してください。 | |
| | 3 現状より縮小していく | |
| | 4 その他（ ） | |
| ②貴店の経営上の課題や問題等 ※優先順に番号を5つ以内で選択 | 1 経営ノウハウの不足 | 10 コンビニ・ディスカウントストア・スーパーの進出 |
| | 2 売上の伸び悩み | 11 販売促進の宣伝の方法や費用 |
| | 3 経営資金の不足 | 12 駐車場の確保難 |
| | 4 諸経費や金利負担の増加 | 13 店舗立地 |
| | 5 仕入れ単価の上昇や消費税率（8%⇒10%）の影響 | 14 情報システム化（発注、販売管理、顧客管理等）への対応や遅れ |
| | 6 従業員の確保や育成 | 15 キャッシュレス化、電子マネーへの対応 |
| | 7 後継者の問題 | 16 消費者ニーズ変化の未把握 |
| | 8 店舗の老朽化 | 17 その他（ ） |
| | 9 同業者との競争激化 | 18 特に問題はない |
| | 優先順に番号を5つ選択 | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

↓ ※質問5の①で1、2と回答した方のみ御回答ください。

【問6】 【問5①】の将来展望や経営状況の見通しで、「1 現状より拡大していきたい」「2 現状を維持したい」とお答えいただいた方に、お聞きします。

貴店の経営上の課題・問題に対して、既に取り組んでいる「サービスの差別化や販売促進への取り組み」、又は、今後重点を置く事項をお聞かせください。

※優先順に番号を5つ以内で選択してください。

| | | |
|--|-----------------------------------|-----------------------------|
| 貴店で既に取り組んでいる「サービスの差別化や販売促進」、 「重点を置く事項」 ※優先順に番号を5つ以内で選択 | 1 取扱商品の差別化・品揃え見直し | 12 後継者の育成と確保 |
| | 2 陳列・販売方法の見直し | 13 従業員の育成（研修等） |
| | 3 POP・チラシ、広告、宣伝方法の見直し | 14 セミナー・勉強会への参加、専門家からのアドバイス |
| | 4 接客サービス・アフターサービスの充実 | 15 店舗の改装・改築 |
| | 5 仕入先・仕入方法の見直し | 16 外国人観光客の誘客 |
| | 6 営業日数、営業時間の見直し | 17 新規販路や市場の開拓 |
| | 7 ポイントカード、電子マネーの導入 | 18 好立地場所への移転・検討 |
| | 8 情報システム化（発注、販売管理、顧客管理、セルフ販売等）の導入 | 19 新規事業の立ち上げ や業種転換等 |
| | 9 セールの見直し開催 | 20 商店街イベントへの参加 |
| | 10 買い物代行（御用聞き）、宅配サービスの実施 | 21 その他（ ） |
| | 11 インターネット販売 | 22 特に何も取り組んでいない |
| 既に取り組んでいる事項を優先順に5つ選択 | | |
| 今後重点を置く事項を優先順に5つ選択 | | |

【問 7】 貴店の決済方法についてお伺いします。
 ※該当するものすべてに「O」をつけてください。

| | |
|---------------------------------|--------------------------|
| 貴店が導入している決済方法 ※該当するものすべてに「O」 | 1 現金で支払う |
| | 2 クレジットカード |
| | 3 電子マネー（交通系・流通系ICカード） |
| | 4 スマートフォンによる決済（QR・バーコード） |

【問 8】 貴店を知ってもらうための主なPRの方法についてお伺いします。
 ※該当するものすべてに「O」をつけてください。

| | |
|----------------------------|--------------------------------|
| 貴店のPRの方法 ※該当するものすべてに「O」 | 1 ホームページの開設やインターネット販売 |
| | 2 SNS（フェイスブックやツイッター等）による情報の受発信 |
| | 3 広告掲載（新聞・雑誌・タウン紙） |
| | 4 チラシ折り込み・ポスティング・ダイレクトメール |
| | 5 顧客とのコミュニケーションの充実（口コミ強化） |
| | 6 その他 () |
| | 7 特に取り組んでいない |

【問 9】 貴店の環境への配慮についてお伺いします。
 ※該当するものすべてに「O」をつけてください。

| | | |
|--------------------------------------|-----------------------------|----------------|
| 貴店で既に取り組んでいる環境への配慮 ※該当するものすべてに「O」 | 1 簡易包装の取り組み | 5 環境に配慮した商品の充実 |
| | 2 エコバック推奨、レジ袋削減の取り組み () | 6 その他 |
| | 3 再生可能資源（食品トレー）の回収 | 7 特に取り組んでいない |
| | 4 照明や設備の省エネ化 | |

【問 10】 あなたは、行政（秦野市）の支援策としてどのようなことを希望しますか。
 ※優先順に番号を5つ以内で選択してください。

| | |
|--|--------------------------------------|
| 貴店が必要と思う行政（秦野市）の支援策 ※優先順に番号を5つ以内で選択 | 1 融資制度、利子補助制度、信用保証料等への支援 |
| | 2 人材育成事業への支援 |
| | 3 店舗改装・店舗リニューアル（魅力アップ補助）への支援 |
| | 4 研修や専門家による経営改善指導 |
| | 5 研修や専門家による事業承継指導 |
| | 6 異業種の交流・共同イベント等への支援 |
| | 7 企業・大学等との連携支援 |
| | 8 空き店舗活用への支援 |
| | 9 若手事業者等担い手・後継者支援 |
| | 10 商店街の駐車場確保への支援 |
| | 11 商店街の共同施設整備（アーケード等）や商店街街路灯への支援 |
| | 12 商業者同士や商店街が連携したイベント、交流事業への支援 |
| | 13 広報宣伝やPR支援（広報・インターネット等による商店街情報サイト） |
| | 14 販売やイベント活用での移動販車（物販・キッチンカー）への支援 |
| | 15 日本人観光客の誘致に向けた支援 |
| | 16 外国人観光客に対する販売・サービスに向けた語学習得への支援 |
| | 17 その他 () |
| | 18 特に要望はない |



| | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|
| 優先順に番号を5つまで選択 | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|

【問11】 貴店では、公的機関(国・県・市等行政機関)や金融機関(銀行・信金・信用保証協会等)が行っている各種の支援制度を利用するにあたり、最も利用する情報入手先はどこですか。
※該当するものに1つ「○」をつけてください。

| | | |
|------------------------------|---|---|
| 最も利用する情報入手先 ※該当するもの1つに「○」 | 1 商工会議所・商工会 2 メインバンク(取引銀行・信金など) 3 メインバンク以外の金融機関(政策金融公庫、信保証協会など) 4 各種専門家(中小企業診断士やコンサルタント) 5 同業者や知人など | 6 公的機関(国・県・市町村など) 7 インターネット 8 メディアや機関情報誌 9 その他() 10 いずれの制度も利用していない |
|------------------------------|---|---|

【問12】 貴店の現時点における事業承継の考え方について、最もあてはまるものを選んでください。
※該当するものに1つ「○」をつけてください。

| | | |
|---------------------------|---|---|
| 事業承継の考え方 ※該当するもの1つに「○」 | 1 子供(娘婿などを含む)に承継 2 その他の同属者(親戚や兄弟)に承継 3 同族でない役員や従業員に承継 4 同族でない社外の人材に承継 5 第三者への事業譲渡等を検討 | 6 考えていない(考える余裕がない) 7 何から手をつけて良いかわからない 8 身近に相談相手がいない 9 現時点で考えるつもりはない 10 現在の事業を継続するつもりがない |
|---------------------------|---|---|

【問13】 最後に消費税増税による影響について、お聞きします。2019年10月1日からの消費税増税(8%⇒10%)への対応についてお答えください。
※該当するものすべてに「○」をつけてください。

| | | |
|---|--|--|
| 消費税増税(8%⇒10%)に伴いどのような対応を行いましたか。 ※該当するものすべてに「○」 | 1 提供価格の値上げ 2 メニュー(商品)の見直し 3 安価な食材(商品)等への変更 4 仕入先の見直し 5 商品の容量やボリュームを減らす | 6 人件費の抑制 7 営業時間の延長 8 営業時間の短縮 9 その他() 10 特に対応を行わなかった |
|---|--|--|

※参考例

| 提供価格の値上げの具体例 | 安価な食材(商品)等への変更の具体例 |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ・消費税分価格を上げる ・お酒など、特定メニューの値段を上げる ・原価高騰のメニューのみ値上げなど | <ul style="list-style-type: none"> ・代替食材(商品)の活用 ・国産食材(製品)にこだわらないなど |
| メニュー(商品)の見直しの具体例 | その他 具体例 |
| <ul style="list-style-type: none"> ・注文が少ないメニュー(商品)は削除しメニュー(商品)数を減らす ・安価なメニュー(商品)を増やす ・全メニュー(商品)、原価率の再計算 | <ul style="list-style-type: none"> ・ポイントカードや割引クーポンを導入し、既存顧客を確保 ・ホームページ、フェイスブック、SNSなどを使った新規顧客獲得 ・顧客層のターゲットを昼に絞り少し開店時間を早めるなど |

アンケートは以上です。御協力ありがとうございました。

※その他商業に対する御意見がございましたらお書きください。

～秦野市の支援制度の紹介～

| ＜商業＞ | 支援制度（中小企業のみ） | 支援内容 |
|--------|--|--|
| | 商店街店舗魅力アップ事業補助金 （令和3年度まで限定） 市内の商店街店舗の集客力向上等のため、改装費又は備品購入費に係る経費の一部を補助します。 | ○補助率は対象経費の30%以内 ○補助上限100万円（事業内容によっては最大150万円） |
| ＜金融＞ | 支援制度（中小企業のみ） | 支援内容 |
| | 融資 金融機関へ市の資金を預託することで、事業に必要な資金を低利で貸し付けます。 | ○ハイテク機器設備資金への融資の場合：限度額5,000万円、融資期間5年以内の場合の年利1.8%以内 ○信用保証料及び償還利子への補助金制度の適用あり |
| | 信用保証料補助金 信用保証協会の保証付けで市又は県の融資制度による資金を借り入れた場合の支払い信用保証料を補助します。 | ○前年中に支払った信用保証料について全額補助 ○補助上限1企業5万円 |
| | 融資資金利子補助金 市又は国県の融資制度による資金利用者の支払い利子を補助します。 | ○前年中に支払った利子について補助 ○補助率 1/3、又は全額 ○補助期間：融資期間の1/2、又は全期間 |
| ＜人材育成＞ | 支援制度（中小企業のみ） | 支援内容 |
| | 人材育成事業補助金 技術力や経営力の強化のために行う、専門知識等の習得のための研修等に係る経費を補助します。 | ○研修や資格取得の講習経費の1/2を補助 ○補助金上限1企業10万円 |
| ＜雇用＞ | 支援制度（中小企業のみ） | 支援内容 |
| | 退職金共済制度奨励補助金 中小企業退職金共済掛金及び特定退職金共済掛金の一部を補助します。 | ○補助対象掛金の上限 月額14,000円 ○補助率1/10 ○補助期間7年 |
| | 障害者雇用奨励補助金 障害者を10か月以上継続し、所定労働時間週20時間以上で雇用する場合に奨励金を交付します。 | ○重度障害者1人当たり15万円 ○中・軽度及び精神障害者1人当たり9.6万円 ○補助期間10年 |

10月1日
OPEN

ハダ恋にぎわい商店街

NEWS

主催：秦野市 共催：秦野市商店会連合会、秦野市西商店会連合会

商人魂お役立て講座Web特設ページ誕生！

ハダ恋
にぎわい商店街
ポータルページ



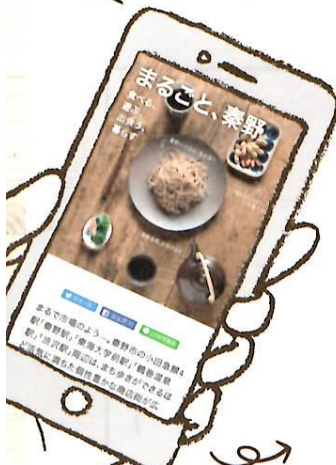
RealHOME | 特集 | 秦野にぎわい商店街の観光・土産まるごと情報「メルカHADAND」 - 商人魂



店主が講師に！暮らしに役立つ技伝授

SNSシェアボタン

商人魂
お役立て講座
特設ページ



このページの中に
商人魂
特設ページが！

原稿イメージ例



商店会連合会
杉山和史会長

個店だからこそ、お客様と密に交流しながら地域の皆様のニーズに合ったサービスが提供できます。商人魂お役立て講座を通じて、皆様からお話しを聞くことも魅力溢れる商店や商店街の醍醐味になります。ぜひご加わってくださいませ。



秦野市西商店会連合会
桐山清幸会長

商人魂お役立て講座のきっかけに、秦野市や商店街に足を運び、キラリと光る技や長い歴史が培った独自のノウハウを伝えるはず。お店で皆さんが学んでいます。

Webサイト ハダ恋にぎわい商店街 4つのメリット

- お店を無料で広域PR
- 新規顧客の獲得を促進
- 商店街のにぎわい創出
- お店同士の繋がり強化
商店会・商工会議所への加盟をおすすめします

通年
開催

Web

無料でPR

お店の店主が講師となり、プロの技術や知識を消費者に伝える秦野市主催「商人魂お役立て講座」のウェブ特設ページが誕生！2019年10月から年間通じていつでも開催できるようになりました。お店を知ってもらおうオリジナル講座を企画し、新規顧客獲得や魅力PRにつなげてみませんか？

1 お好きなタイミングでいつでも開催OK!

例) 閑散期や春休み・夏休みなどを狙って

2 掲載依頼書をFAXまたはメールで申込み完了

3 秦野市がチェック →タウンニュース (委託事業者)が 原稿公開



写真は最大
5枚までOK!



Google mapを
活用

本文は最大
2,000文字



SNSシェアボタン

開催回数
は無制限

記事掲載依頼は
裏面へ

令和元年度秦野市商業実態調査報告書

— 令和2年3月発行 —

発行 秦野市環境産業部産業振興課

住所 神奈川県秦野市桜町 1-3-2

電話 0463-82-9646