

商店街インバウンド実態調査報告書

平成 2 9 年 3 月

目 次

第1章 調査の概要	1
1. 調査の目的	1
2. 調査方法	1
3. 商店街の組織形態・アンケート及び回収について	3
4. 商店街タイプ及び立地環境	4
5. 調査項目	5
6. 本報告書を読む際の注意事項	5
第2章 調査の結果	7
(1) 商店街の主な来客者層・景況	7
商店街の主な来客者層	7
商店街における最近の景況	8
(2) 外国人観光客の受入状況に関して	10
商店街における外国人観光客の来訪動向	10
外国人観光客の歩行者割合	12
商店街における外国人観光客の国籍・地域	14
商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由	16
外国人観光客の主な買い物商品	18
商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること	20
外国人観光客数の変化（3年前との比較）	22
外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）	24
外国人観光客の消費の重要度（3年前との比較）	26
外国人観光客の動向把握調査の実態	28
外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）実施状況	31
インバウンド事業の内容	34
インバウンド事業が予算に占める割合	37
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組	40
効果が薄いと思われる取組	45
インバウンド事業を実施していない主な理由	46
今後取り組んでみたいインバウンド事業	49
今後もインバウンド事業を実施しない主な理由	52
外国人観光客の受入に関しての意見・提案	54

第3章 資料編	55
1. 集計結果	55
商店街タイプ	55
商店街の立地環境	56
商店街の主な来客者層 第1位	57
商店街の主な来客者層 第2位	58
商店街の主な来客者層 第3位	59
商店街の最近の景況	60
商店街の外国人観光客の来訪動向	61
外国人観光客の歩行者割合	62
外国人観光客の国籍・地域	63
商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由	64
外国人観光客の主な買い物商品	65
商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること	66
外国人観光客数の変化（3年前との比較）	67
外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）	68
外国人観光客の消費の重要度（3年前との比較）	69
外国人観光客の動向把握調査の実態	70
外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）実施状況	71
インバウンド事業の内容	72
インバウンド事業が予算に占める割合	74
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な取組内容1位	75
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な取組内容2位	77
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な事業効果1位	79
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な事業効果2位	80
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な連携先1位	81
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な連携先2位	82
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な支援内容1位	83
外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な支援内容2位	84
効果が薄いと思われる取組	85
インバウンド事業を実施していない主な理由	87
今後取り組んでみたいインバウンド事業	88
今後もインバウンド事業を実施しない主な理由	90
2. 調査票	91

【図表一覧】

図表 1	商店街の主な来客者層	7
図表 2	商店街における最近の景況	8
図表 3	商店街における最近の景況（商店街タイプ・立地環境別）	9
図表 4	商店街における外国人観光客の来訪動向.....	10
図表 5	商店街における外国人観光客の来訪動向（商店街タイプ・立地環境別）	11
図表 6	外国人観光客の歩行者割合	12
図表 7	外国人観光客の歩行者割合（商店街タイプ・立地環境別）	13
図表 8	商店街における外国人観光客の国籍・地域.....	14
図表 9	商店街に来訪する外国人観光客の国籍・地域（商店街タイプ・立地環境別）	15
図表 10	商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由.....	16
図表 11	商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由（商店街タイプ・立地環境別）	17
図表 12	外国人観光客の主な買い物商品.....	18
図表 13	外国人観光客の主な買い物商品（商店街タイプ・立地環境別）	19
図表 14	商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること	20
図表 15	商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること（商店街タイプ・立地環境別）	21
図表 16	外国人観光客数の変化（3年前との比較）	22
図表 17	外国人観光客数の変化（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）	23
図表 18	外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）	24
図表 19	外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）	25
図表 20	外国人観光客の消費の重要度（3年前との比較）	26
図表 21	外国人観光客の消費の重要度（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）	27
図表 22	外国人観光客の動向把握調査の実態	28
図表 23	外国人観光客の動向把握調査の実態（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）	29
図表 24	インバウンド事業実施状況	31
図表 25	インバウンド事業実施状況（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）	32
図表 26	インバウンド事業の内容	34
図表 27	インバウンド事業の内容（組織形態・商店街タイプ別）	35
図表 28	インバウンド事業が予算に占める割合.....	37
図表 29	インバウンド事業が予算に占める割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）	38
図表 30	外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組.....	40
図表 31	外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組の事業効果.....	42
図表 32	外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組の代表的な連携先.....	43
図表 33	連携先からの支援内容	44

図表 34	効果が薄いと思われる取組	45
図表 35	インバウンド事業を実施していない主な理由.....	46
図表 36	インバウンド事業を実施していない主な理由（組織形態・商店街タイプ別）	47
図表 37	今後取り組んでみたいインバウンド事業.....	49
図表 38	今後取り組んでみたいインバウンド事業（組織形態・商店街タイプ別）	50
図表 39	今後もインバウンド事業を実施しない主な理由.....	52
図表 40	今後もインバウンド事業を実施しない主な理由（組織形態別）	53

第 1 章 調査の概要

第1章 調査の概要

1. 調査の目的

地域経済及び国民生活にとって重要な役割を有する商店街は、商品やサービスの提供の場を超えて、地域の暮らしを支える生活基盤として、多様なコミュニティ機能も担っている。社会構造の変化が続くなかで、近年では外国人観光客とその旅行消費額は大幅に増加しており、海外からのインバウンド需要の取り込みにより地方活性化を図ることは重要となっている。

商店街インバウンド実態調査は、全国の商店街を対象に外国人観光客の動向等の実態、商店街における外国人観光客の受入状況とその効果を明らかにし、今後の商店街インバウンド施策の基礎資料とすることを目的とする。

2. 調査方法

本調査は、平成27年度商店街実態調査によって把握された商店街数を母集団とし、サンプルとして5,000の商店街を無作為に抽出（※1）して行った。

また、郵送回収のほかインターネットによる回収ができるようにし、1,859件の有効回答のうち81件（4.4%）の回答を得ている。

調 査 地 域	全国
調 査 対 象	商店街（※2）（商店街振興組合、事業協同組合、任意団体）
調 査 方 法	郵送による発送・回収およびインターネットによる回収
調 査 時 点	平成28年10月1日（土）時点
調査実施期間	アンケートの発送 平成28年12月9日（金） アンケートの締め切り 平成28年12月23日（金） （平成29年1月23日（月）までの到着分を有効とした）
調査票発送数	5,000
調査票の回答	調査票回答件数 1,859（回答率 37.2%）

※1 各都道府県の商店街数を全国の商店街数（14,655）で除し、それぞれの割当比率を算出し、5,000のサンプル抽出数にあてはめている。

①各都道府県商店街数／全国の商店街数（14,655）＝各都道府県割当比率

②各都道府県割当比率×サンプル数（5,000）＝各都道府県別割当数

※2 本調査でいう商店街とは、①小売業、サービス業等を営む者の店舗等が主体となって街区を形成し、
②これらは何らかの組織（例えば〇〇商店街振興組合、〇〇商店会等で法人格の有無およびその種類を問わない。）を形成しているものをいう。

＜商店街サンプル抽出＞

都道府県名	商店街数	サンプル数	都道府県名	商店街数	サンプル数
北海道	597	205	滋賀県	142	48
青森県	78	27	京都府	310	106
岩手県	261	90	大阪府	990	338
宮城県	257	88	兵庫県	632	215
秋田県	71	24	奈良県	124	42
山形県	98	34	和歌山県	115	39
福島県	210	72	鳥取県	30	10
茨城県	344	118	島根県	96	32
栃木県	243	82	岡山県	161	54
群馬県	263	89	広島県	133	45
埼玉県	1,022	349	山口県	92	31
千葉県	739	252	徳島県	100	34
東京都	2,623	895	香川県	63	22
神奈川県	1,118	381	愛媛県	144	49
新潟県	324	111	高知県	34	12
富山県	134	45	福岡県	414	142
石川県	123	42	佐賀県	53	18
福井県	99	33	長崎県	161	56
山梨県	160	54	熊本県	242	83
長野県	360	123	大分県	86	29
岐阜県	160	55	宮崎県	141	48
静岡県	353	120	鹿児島県	252	86
愛知県	239	82	沖縄県	101	34
三重県	163	56	合計	14,655	5,000

3. 商店街の組織形態・アンケート及び回収について

本調査において基本データとした商店街の母集団は「商店街振興組合」が 2,350、「事業協同組合」が 1,137、「任意団体」が 11,168 の合計 14,655 である。

そのうち、基本データから 5,000 を抽出してアンケートを送付・回収した商店街は「商店街振興組合」では、送付が 800（構成比 16.0%）に対し、回収は 558（同 30.9%）、「事業協同組合」では、送付が 390（同 7.8%）に対し、回収は 140（同 7.8%）、「任意団体」では、送付が 3,810（同 76.2%）に対し、回収は 1,106（同 61.3%）となっている。

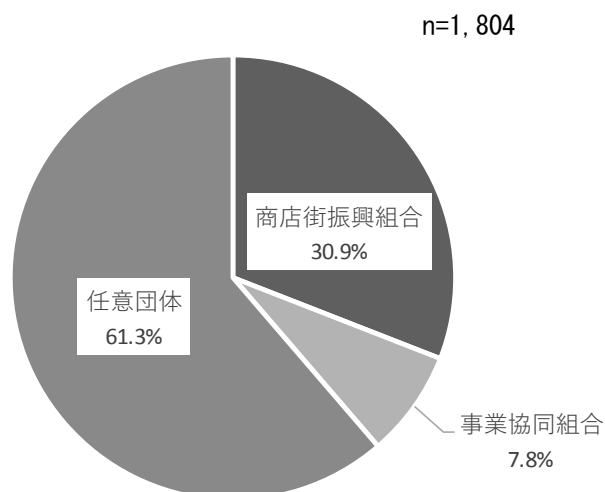
＜商店街の組織形態・アンケート送付及び回収＞

上段：件数 下段：構成比	商店街振興組合	事業協同組合	任意団体	合計
母集団	2,350 (16.0%)	1,137 (7.8%)	11,168 (76.2%)	14,655 (100.0%)
アンケート 送付数（※3）	800 (16.0%)	390 (7.8%)	3,810 (76.2%)	5,000 (100.0%)
アンケート 回収数（※4） [調査対象数]	558 (30.9%)	140 (7.8%)	1,106 (61.3%)	1,804 (100.0%)

※3 送付した調査票のうち、宛先不明による不達が 454 であった。

※4 商店街の組織形態不明が 55 あり、その分を除く。

＜商店街の組織形態＞



4. 商店街タイプ及び立地環境

本調査に回答した 1,859 の商店街タイプ（※5）及び立地環境は以下のとおりである。

第2章の調査結果、第3章の資料編で、「商店街の組織形態」、「商店街タイプ」「商店街の立地環境」を軸としたクロス集計結果も示す。

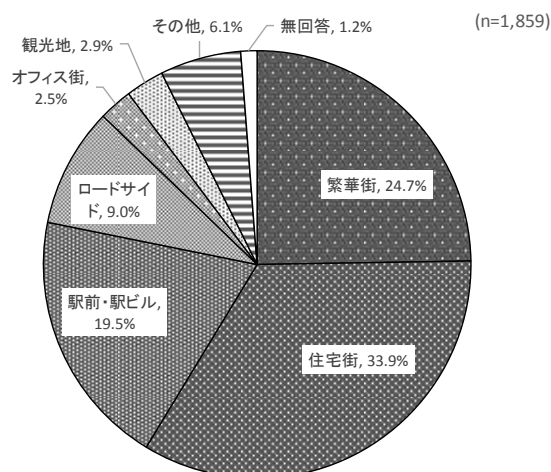
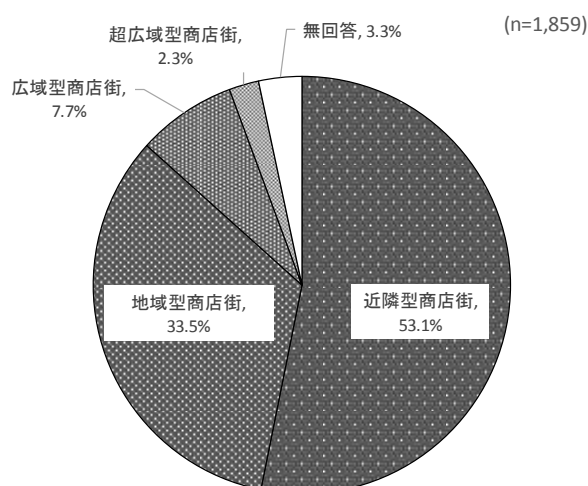
＜商店街タイプ＞

	回答数	割合
近隣型商店街	988	53.1%
地域型商店街	623	33.5%
広域型商店街	143	7.7%
超広域型商店街	43	2.3%
無回答	62	3.3%
回答数	1,859	100.0%

＜商店街の立地環境＞

	回答数	割合
繁華街	460	24.7%
住宅街	631	33.9%
駅前・駅ビル	362	19.5%
ロードサイド(※6)	168	9.0%
オフィス街	47	2.5%
観光地	54	2.9%
その他	114	6.1%
無回答	23	1.2%
回答数	1,859	100.0%

注) 表中の比率(%)は、小数点第2位を四捨五入して算出している。したがって、比率の合計値が100%にならない場合がある。



※5 商店街タイプについて

①近隣型商店街	最寄品中心の商店街で、地元主婦が日用品を徒歩・自転車などにより買い物を行う商店街
②地域型商店街	最寄品及び買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、徒歩・自転車・バス等で来街する商店街
③広域型商店街	百貨店・量販店等を含む大型店があり、最寄品店より買回り品店が多い商店街
④超広域型商店街	百貨店・量販店等を含む大型店があり、有名専門店・高級専門店を中心に構成され、遠距離からも来街する商店街

※6 「ロードサイド」とは交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指す。

5. 調査項目

第2章の調査結果では、属性等の設問を除く以下の調査項目の結果を示す。

(1) 商店街の主な来客者層
(2) 商店街における最近の景況
(3) 商店街における外国人観光客の来訪動向
(4) 外国人観光客の歩行者割合
(5) 商店街における外国人観光客の国籍・地域
(6) 商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由
(7) 外国人観光客の主な買い物商品
(8) 商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること
(9) 外国人観光客数の変化（3年前との比較）
(10) 外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）
(11) 外国人観光客の消費額の重要度（3年前との比較）
(12) 外国人観光客の動向把握調査の実態
(13) 外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業（※7））の実施状況
(14) インバウンド事業の内容
(15) インバウンド事業が予算に占める割合
(16) 外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組
(17) 効果が薄いと思われる取組
(18) インバウンド事業を実施していない主な理由
(19) 今後取り組んでみたいインバウンド事業
(20) 今後もインバウンド事業を実施しない主な理由
(21) 外国人観光客の受入に関しての意見・提案

※7 外国人観光客受入のための取組を「インバウンド事業」という。

6. 本報告書を読む際の注意事項

- ・表中の比率（％）は、小数点第2位を四捨五入して算出している。したがって、比率の合計値が100％にならない場合がある。
- ・複数回答可の設問については、回答者数を母数とし、比率を算出している。したがって、比率の合計値が100％を超える場合がある。
- ・本文中の「n」は、設問に対する有効回答件数を意味する。
- ・本文中の「N」は、設問回答者数を意味する。
- ・設問項目後の＜調査票 問〇〇参照＞については、第3章資料編2. 調査票に掲載の「商店街インバウンド・空き店舗実態調査」調査票の問番号を表している。

第 2 章 調査の結果

第2章 調査の結果

(1) 商店街の主な来客者層・景況

商店街の主な来客者層

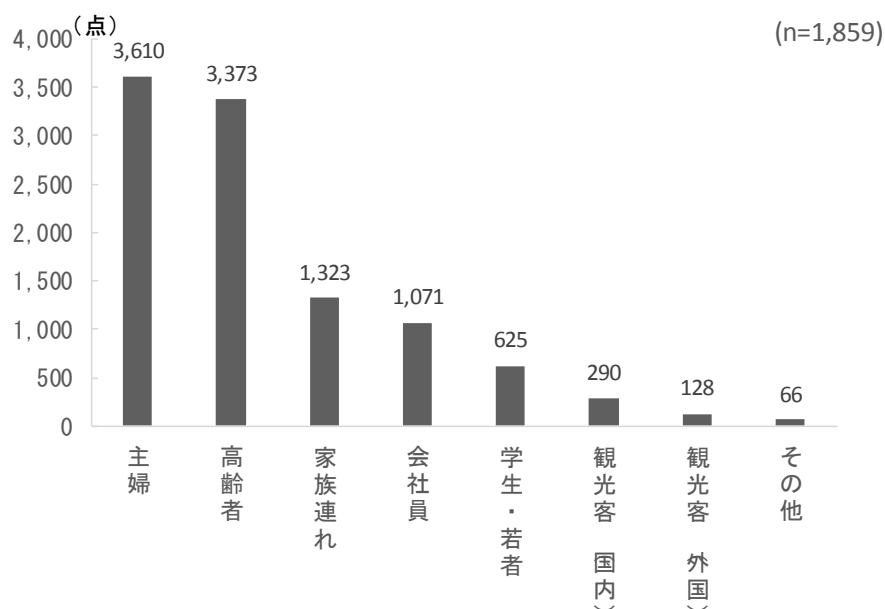
貴商店街の主な来客者層についてお答えください。上位3つまでを選び、その選択肢を回答欄に記入してください。

＜調査票 問3 参照＞

※本設問の集計においては、1位を3点、2位を2点、3位を1点として計算し、ポイントで評価している。

商店街の主な来客者層は、「主婦（3,610点）」「高齢者（3,373点）」「家族連れ（1,323点）」が中心となっている。

図表 1 商店街の主な来客者層



	1位回答数	2位回答数	3位回答数	ポイント(点)	順位
主婦	729	649	125	3,610	1
高齢者	638	612	235	3,373	2
家族連れ	91	216	618	1,323	3
会社員	187	125	260	1,071	4
学生・若者	71	93	226	625	5
観光客 (国内)	48	34	78	290	6
観光客 (外国)	9	24	53	128	7
その他	6	5	38	66	8
無回答	80	101	226	-	-
回答数	1,859	1,859	1,859	-	-

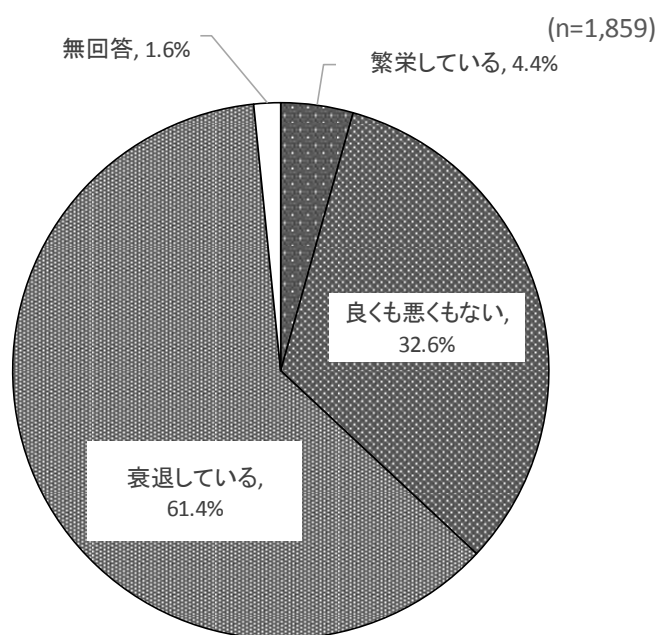
商店街における最近の景況

貴商店街における最近の景況感についてお答えください。(○は1つだけ)

<調査票 問4 参照>

商店街の最近の景況は、「衰退している(61.4%)」が最も多く、次いで「良くも悪くもない(32.6%)」、「繁栄している(4.4%)」となっており、約6割が「景況が悪い」と回答している。

図表 2 商店街における最近の景況

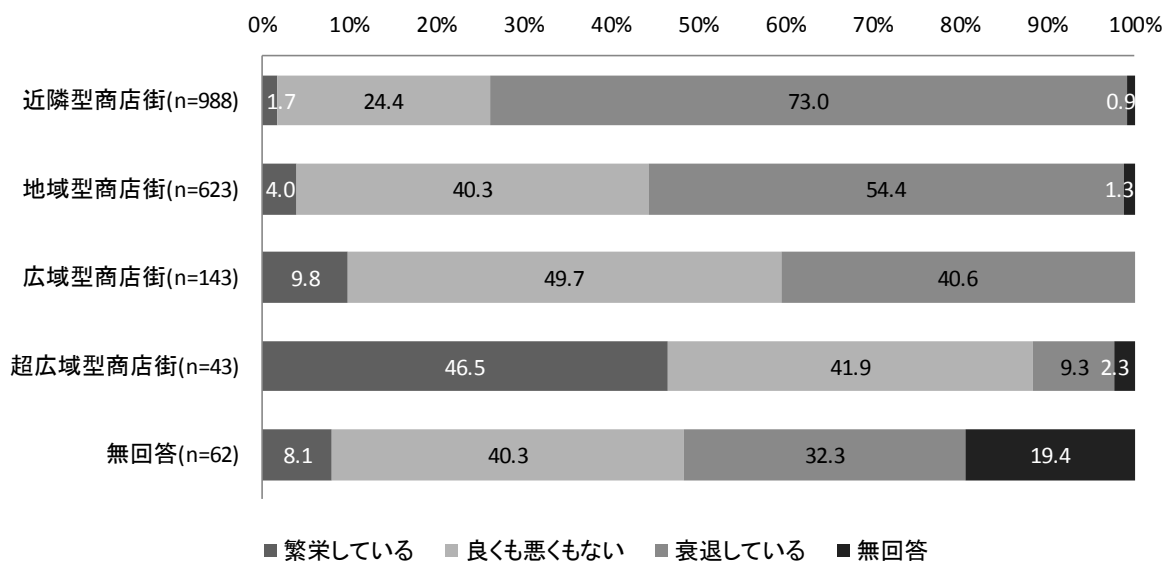


商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」では約7割が「衰退している（73.0%）」と回答している。一方、「超広域型商店街」では「衰退している（9.3%）」と回答した割合は低く、両極化している。

また、立地環境別でみると、「観光地」、「繁華街」において「繁栄している」と回答した割合が他の立地環境よりも高くなっている。

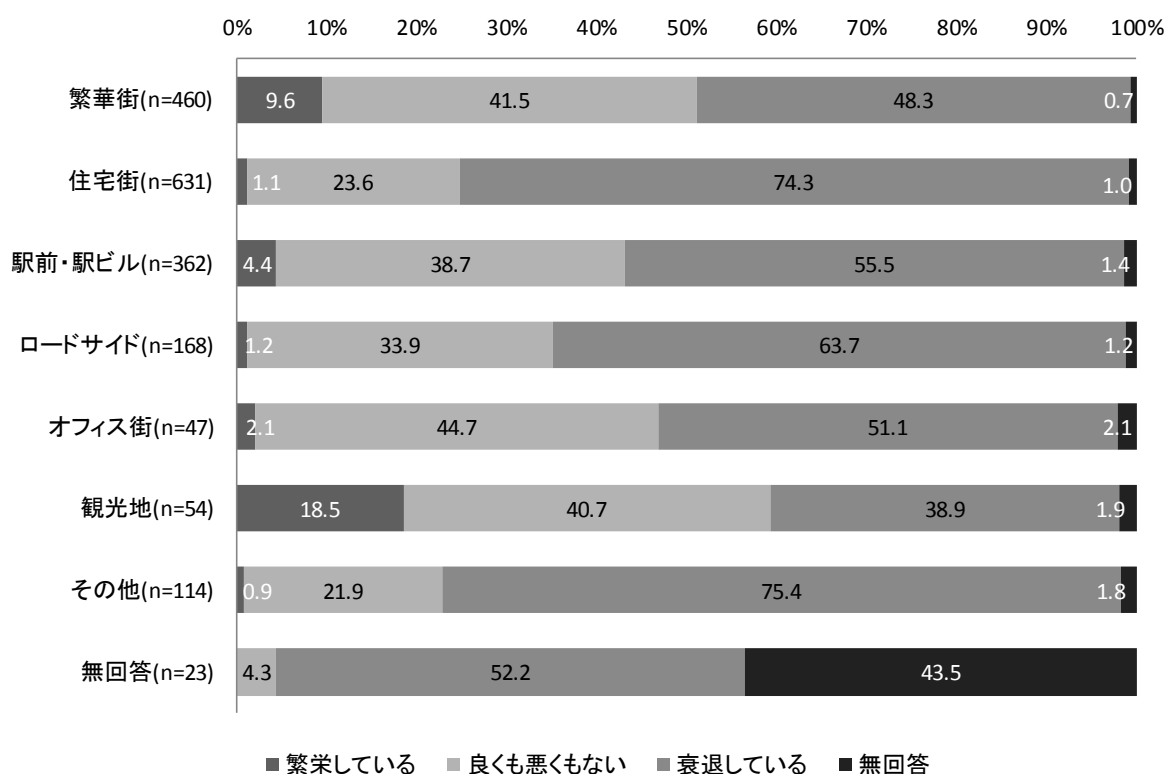
図表 3 商店街における最近の景況（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

<立地環境>



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

(2) 外国人観光客の受入状況に関して
商店街における外国人観光客の来訪動向

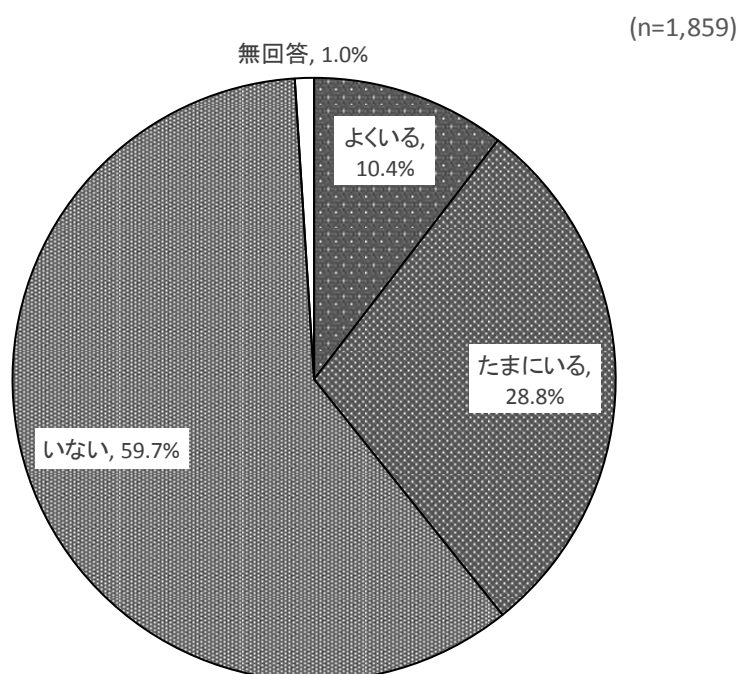
貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きします。

(1) 貴商店街において、外国人観光客はどのくらいいらっしゃいますか。(〇は1つだけ)

<調査票 問5(1) 参照>

商店街における外国人観光客の来訪動向は、「いない (59.7%)」が最も多く、次いで「たまにいる (28.8%)」、「よくいる (10.4%)」となっており、外国人観光客が見受けられる商店街は約4割程度である。

図表 4 商店街における外国人観光客の来訪動向

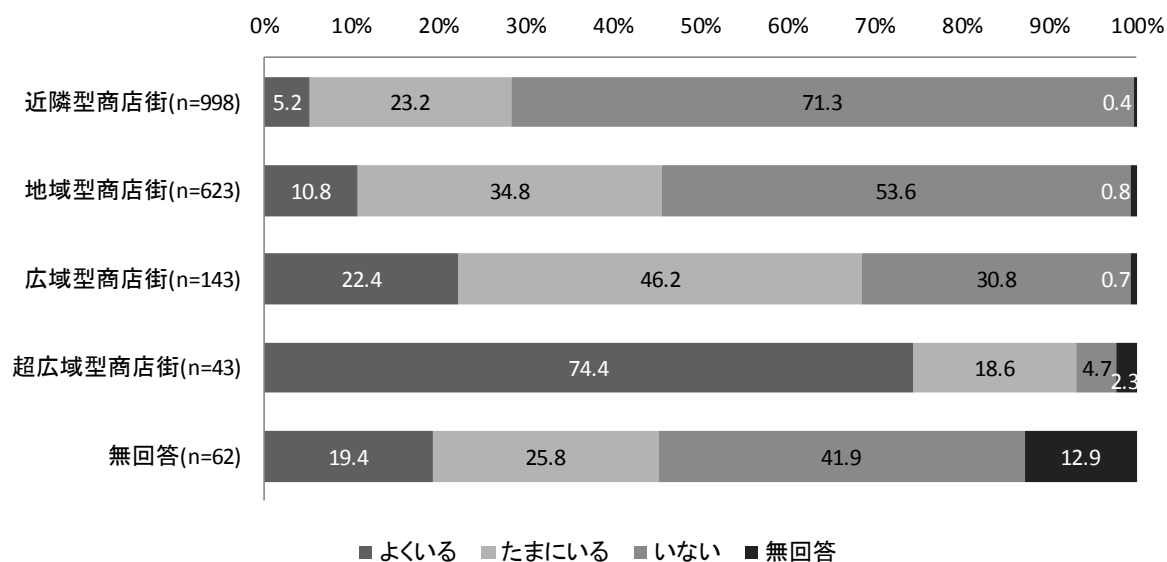


商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」では外国人観光客が見受けられる割合が高く、約 7 割が「よくいる（74.4%）」と回答している。

立地環境別でみると、「観光地」、「繁華街」において外国人観光客が見受けられる割合が高くなっている。

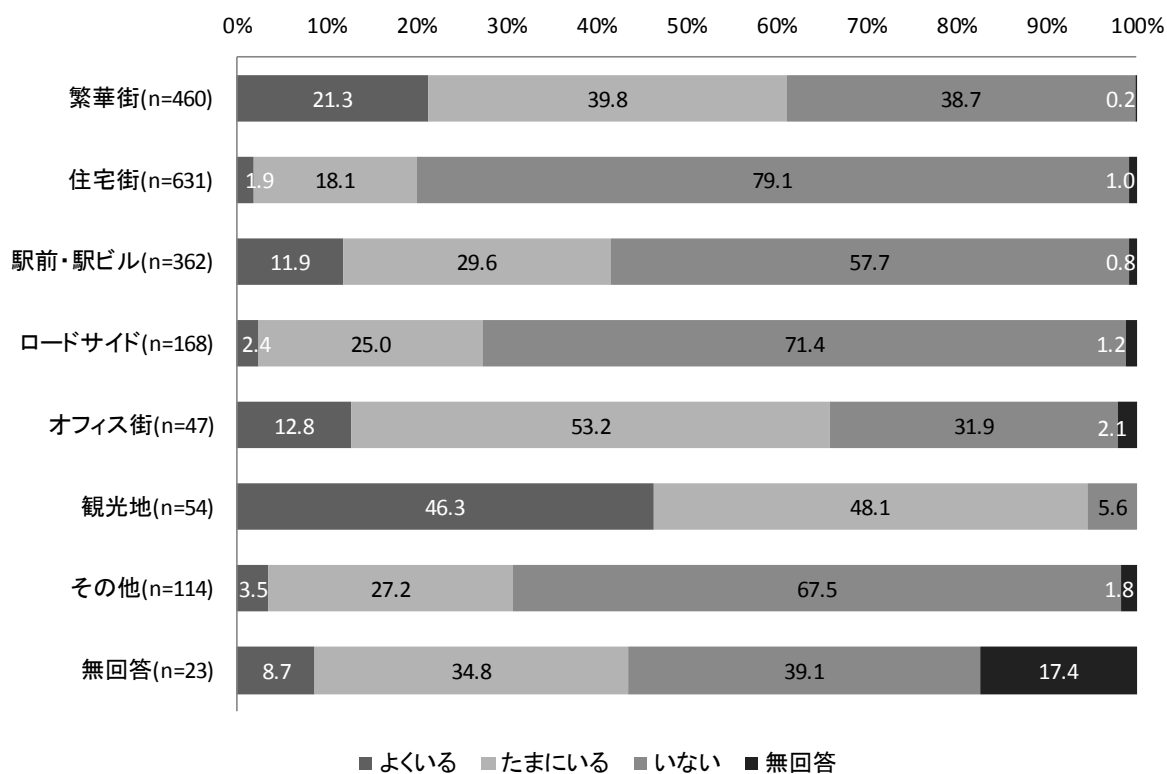
図表 5 商店街における外国人観光客の来訪動向（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

<立地環境>



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

外国人観光客の歩行者割合

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

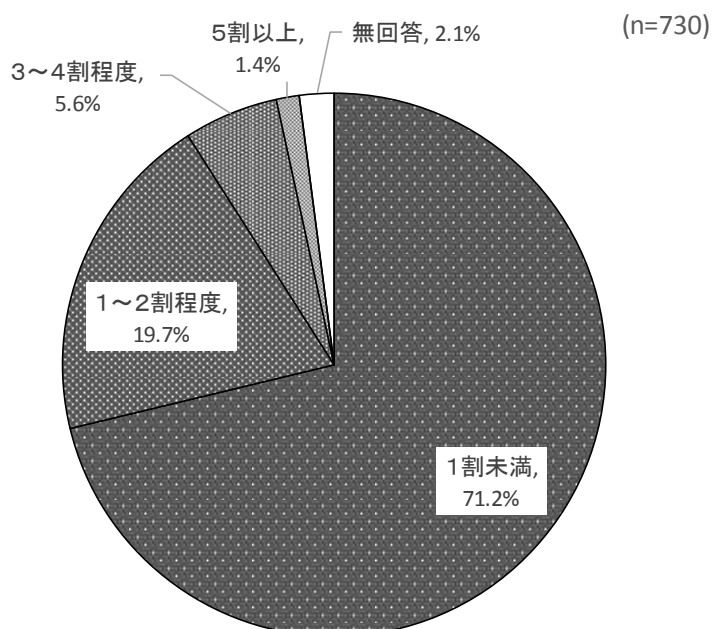
(2) 貴商店街での平日 1 日における、歩行者のうち外国人観光客（歩行者）の占める、おおよその割合をお答えください。(○は 1 つだけ)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問 5 (2) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、平日 1 日における歩行者のうち、外国人観光客の占める割合は、「1 割未満 (71.2%)」が最も多く、次いで「1～2 割程度 (19.7%)」、「3～4 割程度 (5.6%)」となっており、約 7 割の商店街では、平日 1 日における外国人観光客の歩行者割合が 1 割を満たさない状況となっている。

図表 6 外国人観光客の歩行者割合

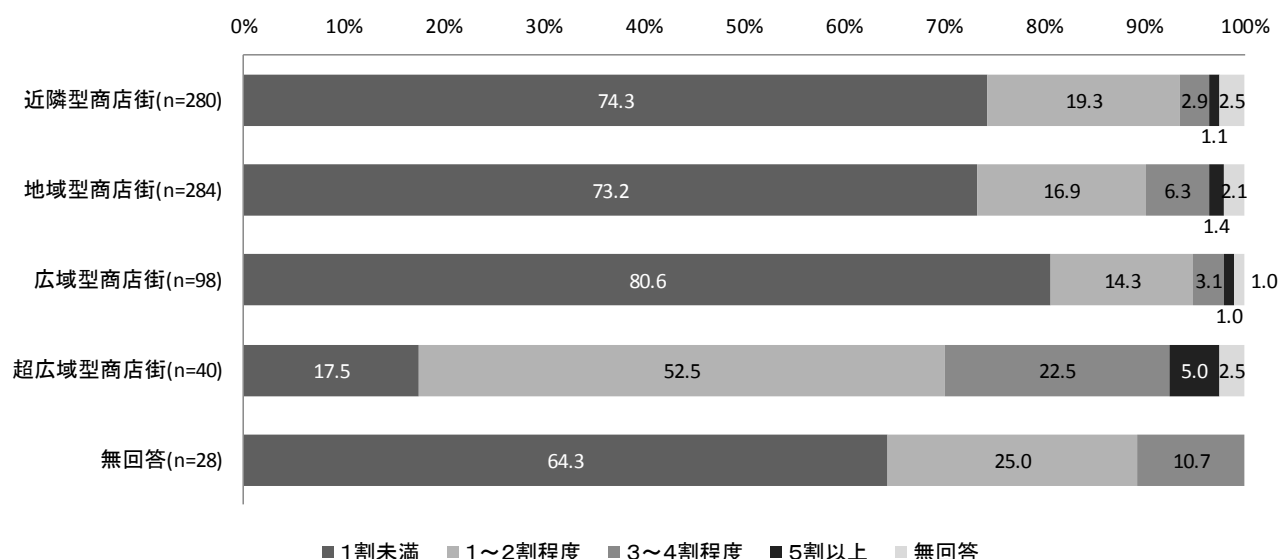


商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」以外の商店街では「1割未満」と回答した割合が約7割から約8割と、外国人観光客の歩行者割合が低い状況となっている。

立地環境別でみると、「観光地」では「1割未満」と回答した割合が他の立地環境よりも低く、また「5割以上」と回答した割合が他の立地環境よりも高くなっている。

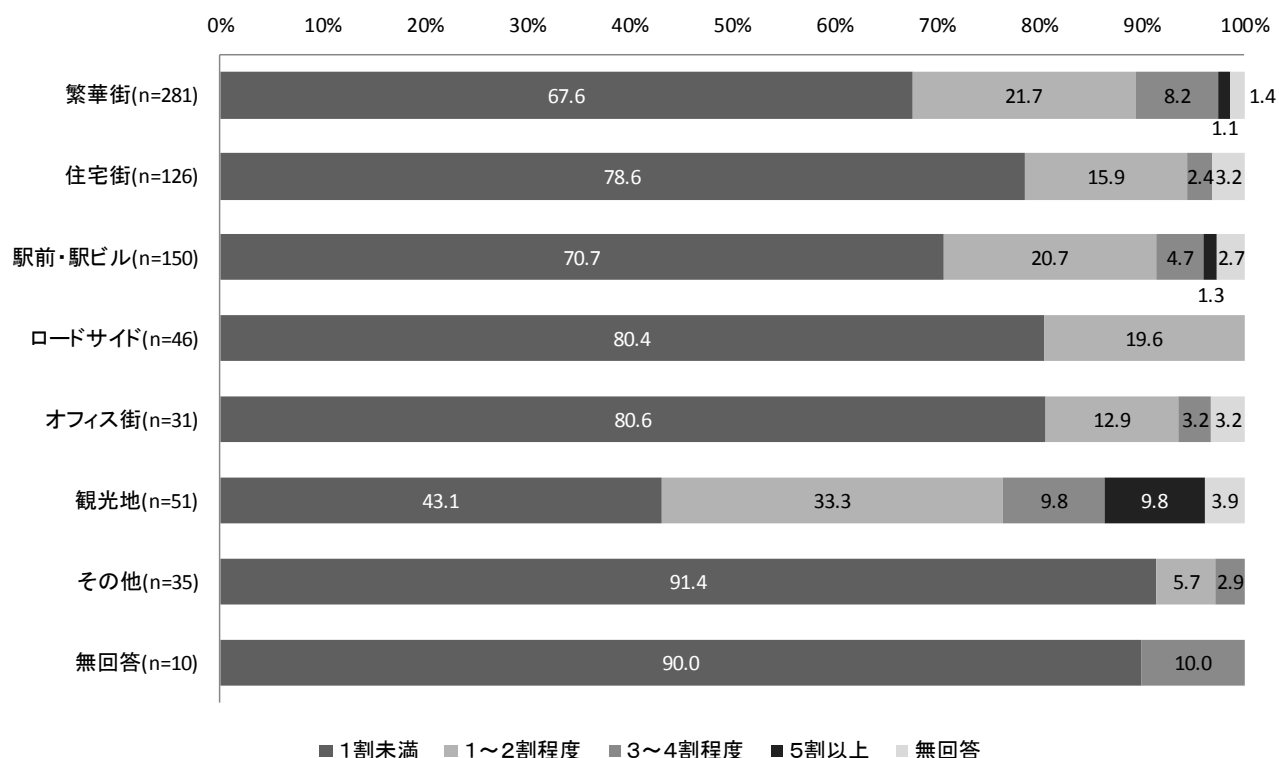
図表 7 外国人観光客の歩行者割合（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

<立地環境>



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

商店街における外国人観光客の国籍・地域

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

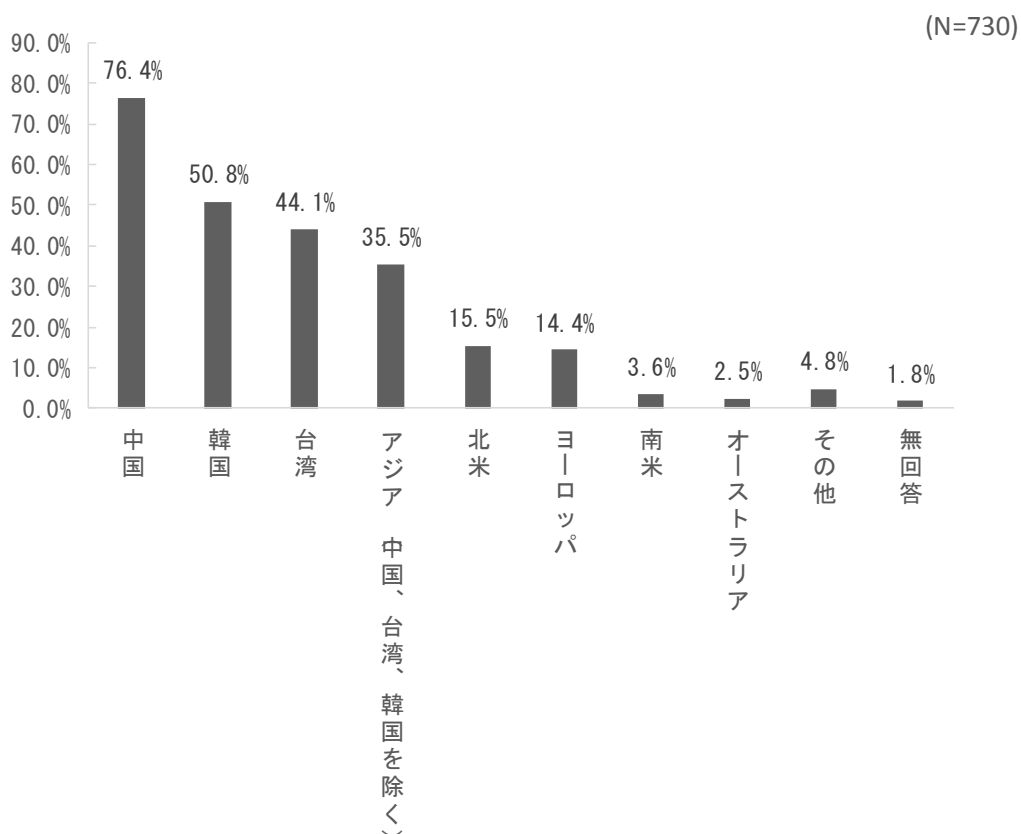
(3) 貴商店街における主な外国人観光客の国籍・地域についてお答えください。(〇は3つまで)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問5(3) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、来訪する外国人観光客の国籍・地域は、「中国(76.4%)」が最も多く、次いで「韓国(50.8%)」、「台湾(44.1%)」となっており、アジア圏の外国人観光客が多い状況となっている。

図表 8 商店街における外国人観光客の国籍・地域

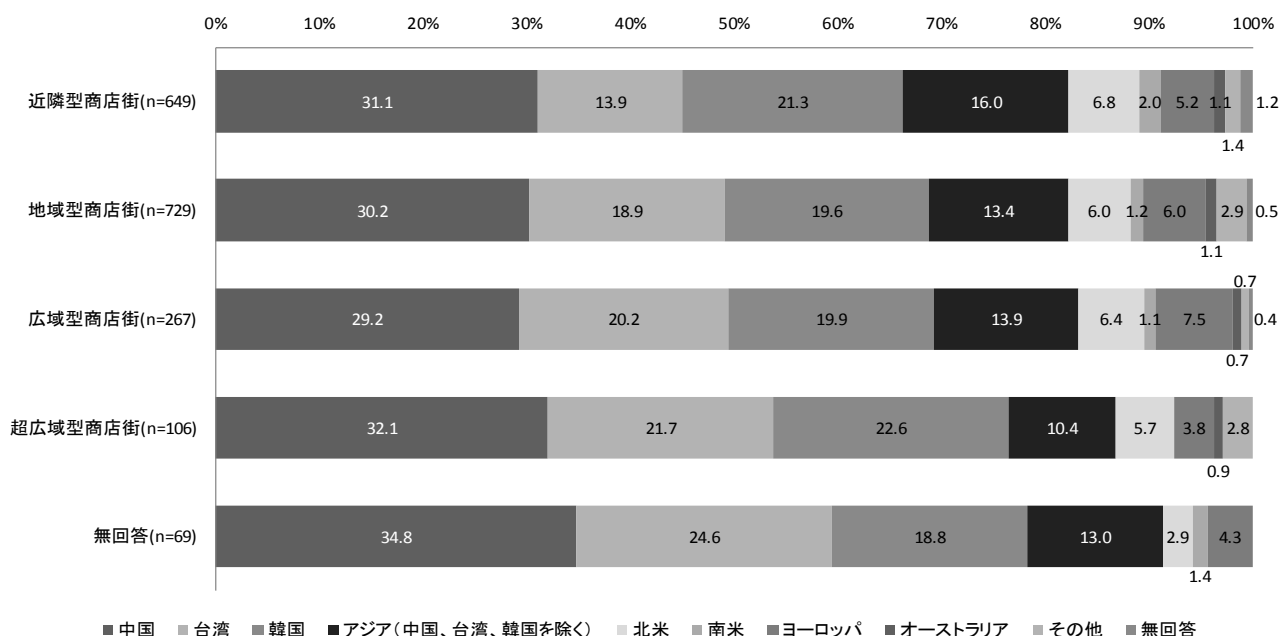


商店街タイプ別でみると、前ページの全体集計結果と同様、アジア圏の外国人観光客が多い傾向となっている。

立地環境別においても、アジア圏の外国人観光客が多い傾向となっている。

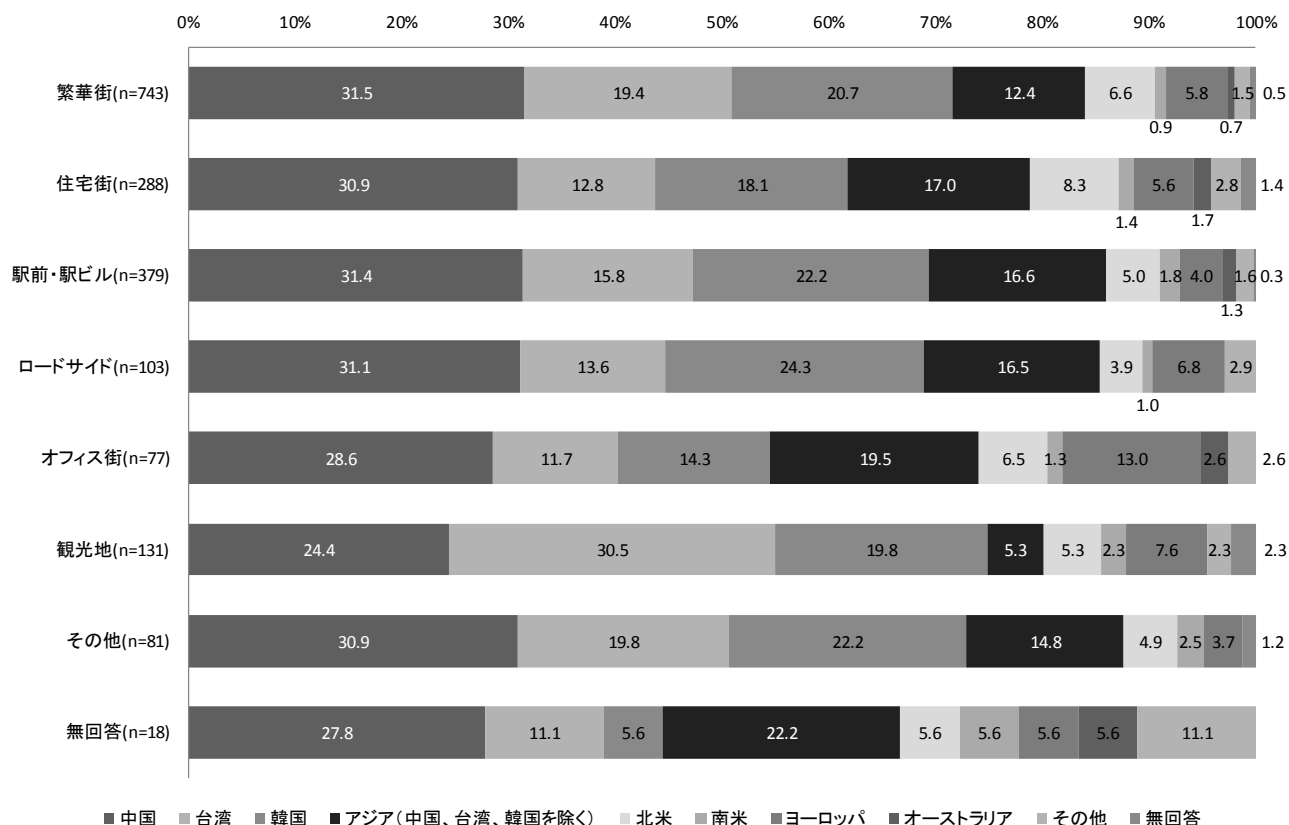
図表 9 商店街に訪れる外国人観光客の国籍・地域（商店街タイプ・立地環境別）

＜商店街タイプ＞



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

＜立地環境＞



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

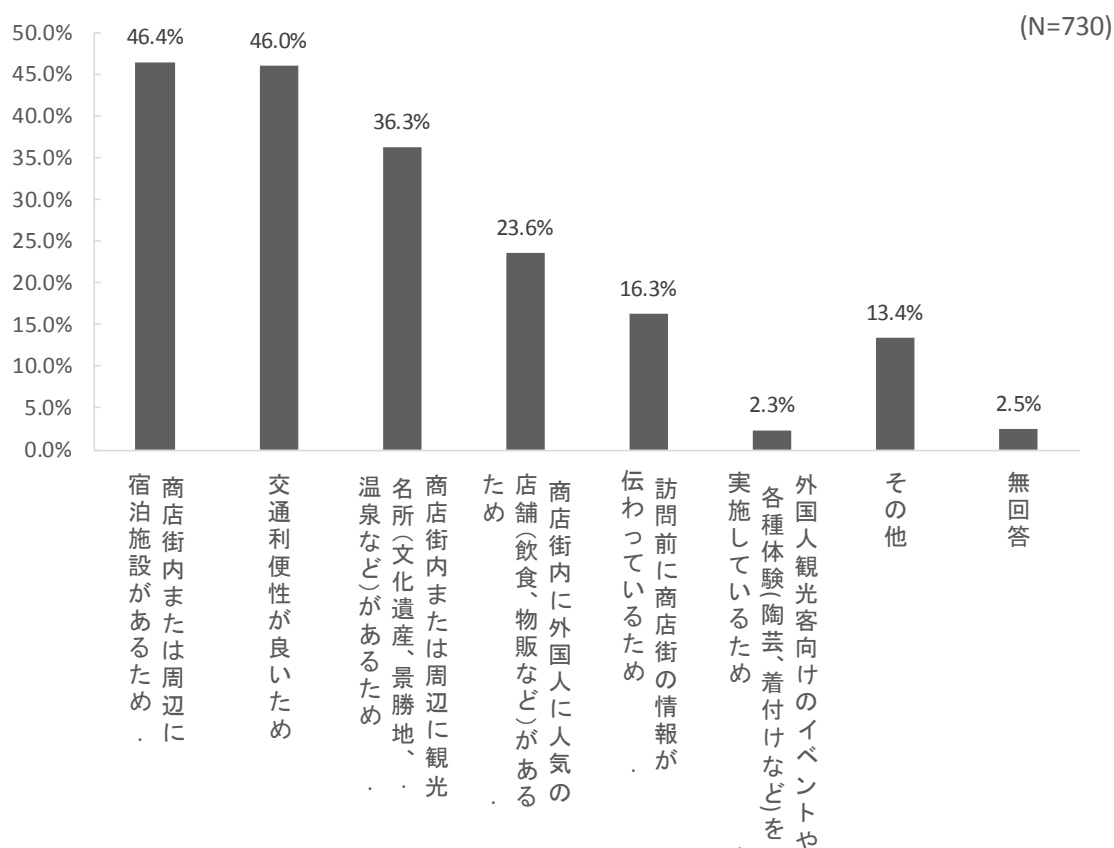
(4) 外国人観光客が貴商店街を訪れる主な理由は何だと思いますか。(〇は3つまで)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問5(4) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由は、「商店街内または周辺に宿泊施設があるため(46.4%)」が最も多く、次いで「交通利便性が良いため(46.0%)」、「商店街内または周辺に観光名所(文化遺産、景勝地、温泉など)があるため(36.3%)」となっている。

図表 10 商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由

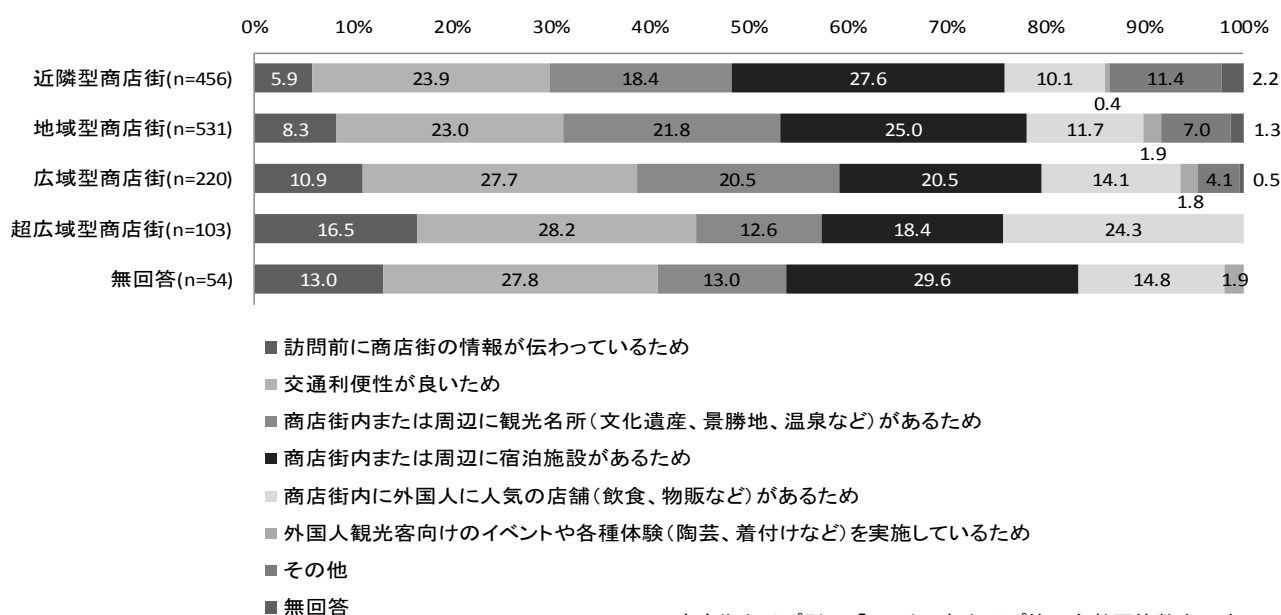


商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」、「地域型商店街」において「商店街内または周辺に宿泊施設があるため」と回答した割合が最も多く、「広域型商店街」、「超広域型商店街」においては「交通利便性が良いため」と回答した割合が最も多くなっている。

立地環境別でみると、「駅前・駅ビル」では「交通利便性が良いため（34.0%）」、「観光地」では「商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）があるため（39.2%）」と、それぞれの立地特性に該当した回答が最も多くなっている。

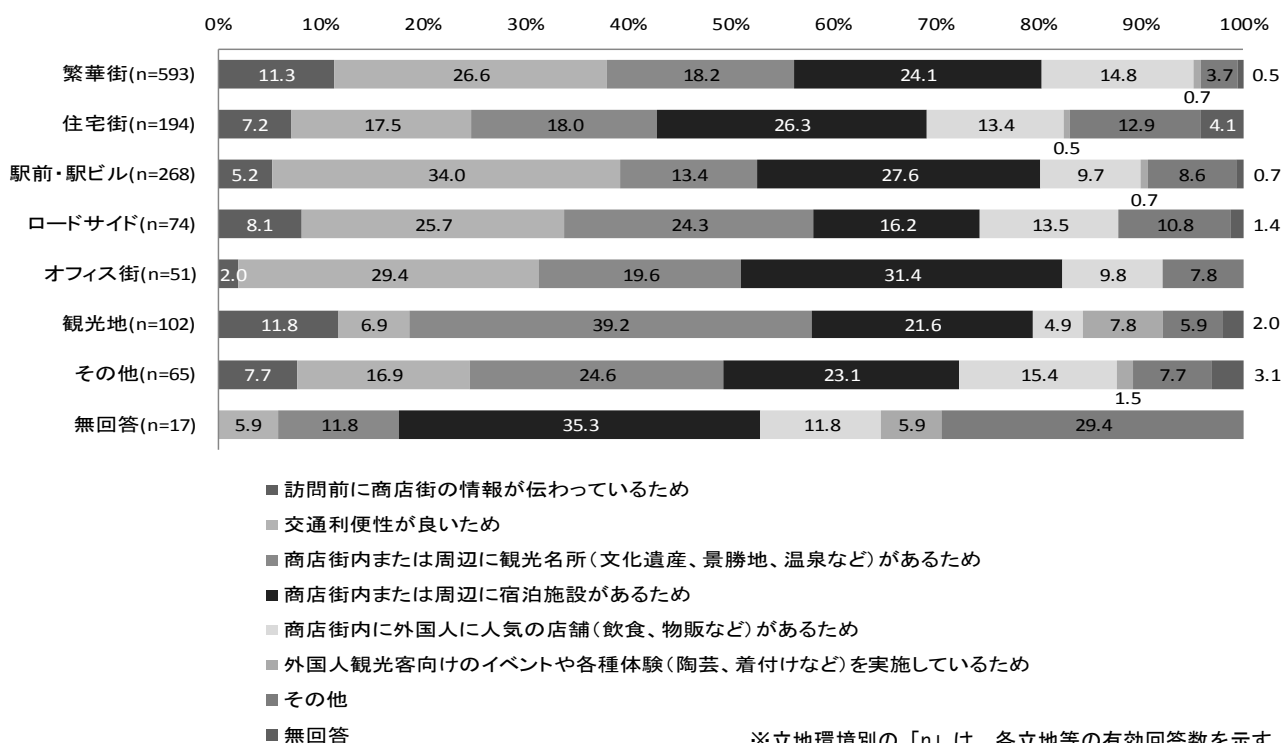
図表 11 商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由（商店街タイプ・立地環境別）

＜商店街タイプ＞



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

＜立地環境＞



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

外国人観光客の主な買い物商品

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

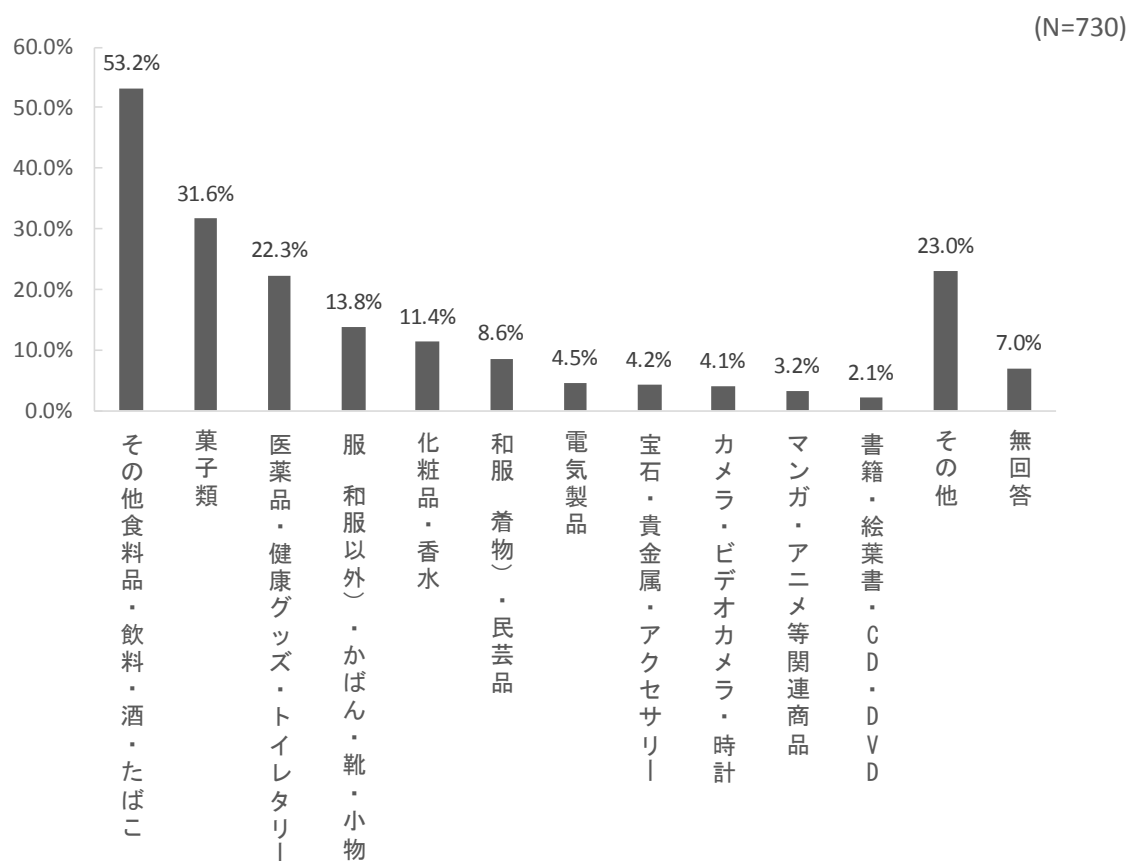
(5) 外国人観光客が貴商店街で買い物をしている主な物品は何ですか。(〇は3つまで)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問5(5) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、外国人観光客の主な買い物商品は、「その他食料品・飲料・酒・たばこ (53.2%)」が最も多く、次いで「菓子類 (31.6%)」、「医薬品・健康グッズ・トイレタリー (22.3%)」、「服 (和服以外)・かばん・靴・小物 (13.8%)」、「化粧品・香水 (11.4%)」、「和服 (着物)・民芸品 (8.6%)」、「電気製品 (4.5%)」、「宝石・貴金属・アクセサリ (4.2%)」、「カメラ・ビデオカメラ・時計 (4.1%)」、「マンガ・アニメ等関連商品 (3.2%)」、「書籍・絵葉書・CD・DVD (2.1%)」、「その他 (23.0%)」、「無回答 (7.0%)」となっている。

図表 12 外国人観光客の主な買い物商品

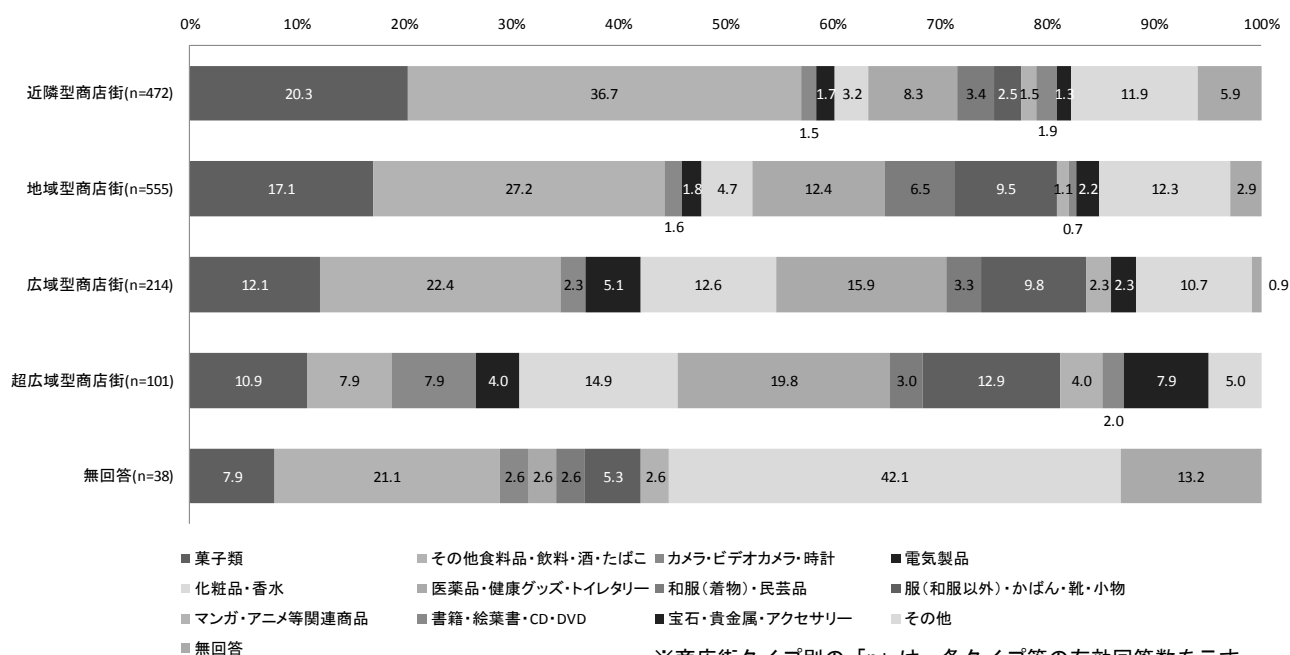


商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」、「地域型商店街」、「広域型商店街」において「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が最も多い買い物商品であり、特に「近隣型商店街」では、その割合が高くなっている。また、「超広域型商店街」では「医薬品・健康グッズ・トイレタリー（19.8%）」が最も多い買い物商品となっている。

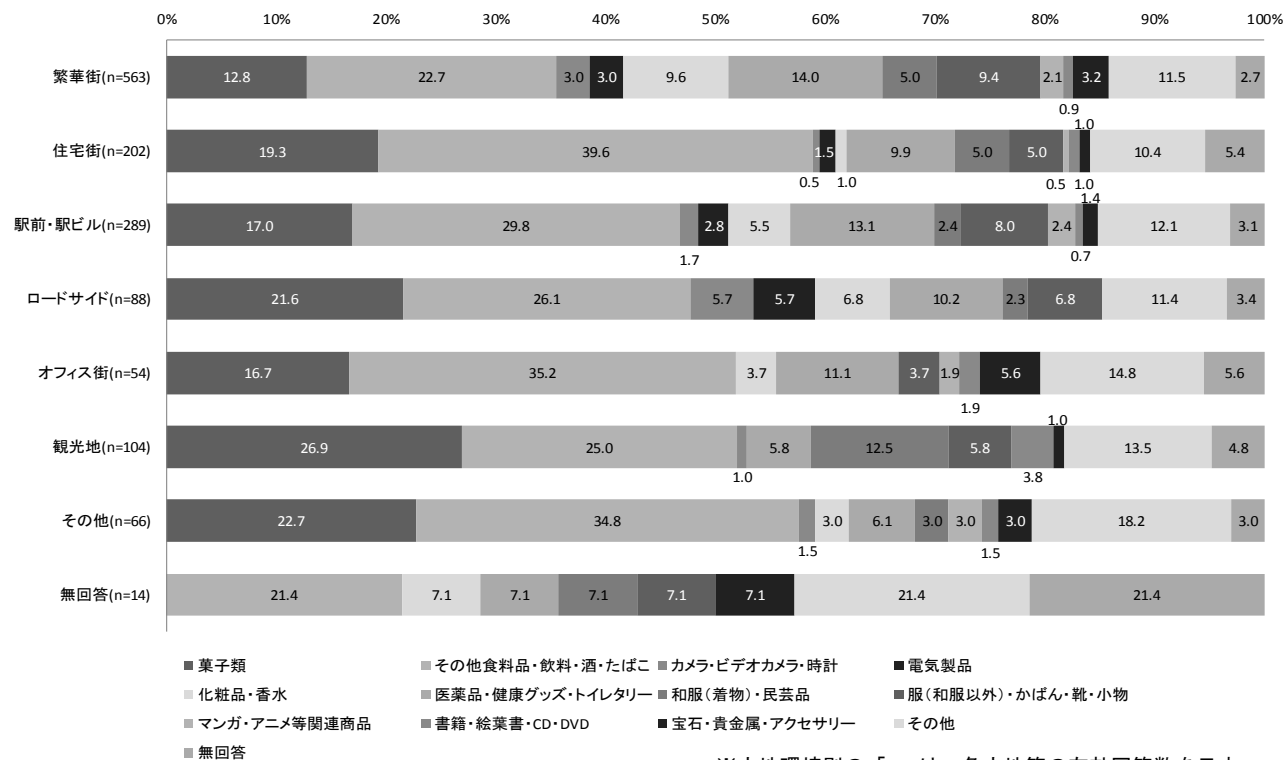
立地環境別でみると、全体集計結果と同様に「その他食料品・飲料・酒・たばこ」、「菓子類」の占める割合が高くなっている。

図表 13 外国人観光客の主な買い物商品（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



<立地環境>



商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

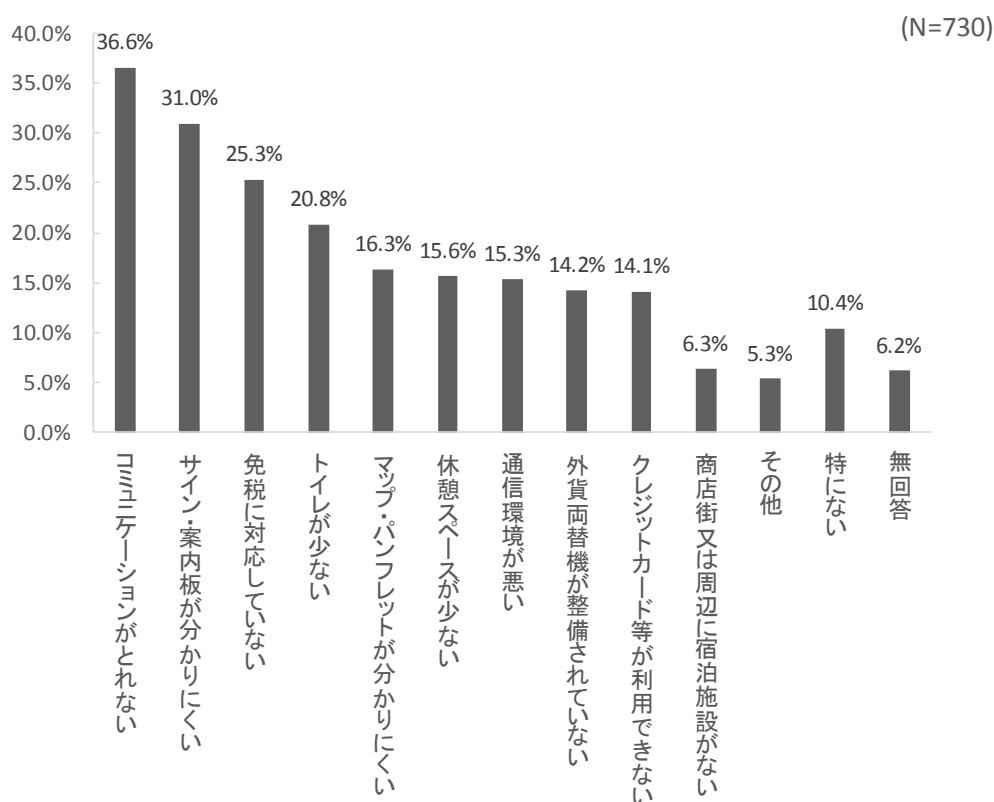
(6) 貴商店街を来街した外国人観光客が不便に感じていることは何だと思われますか。(〇は3つまで)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問5(6) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていることは、「コミュニケーションがとれない(36.6%)」が最も多く、次いで「サイン・案内板が分かりにくい(31.0%)」、「免税に対応していない(25.3%)」となっている。

図表 14 商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること

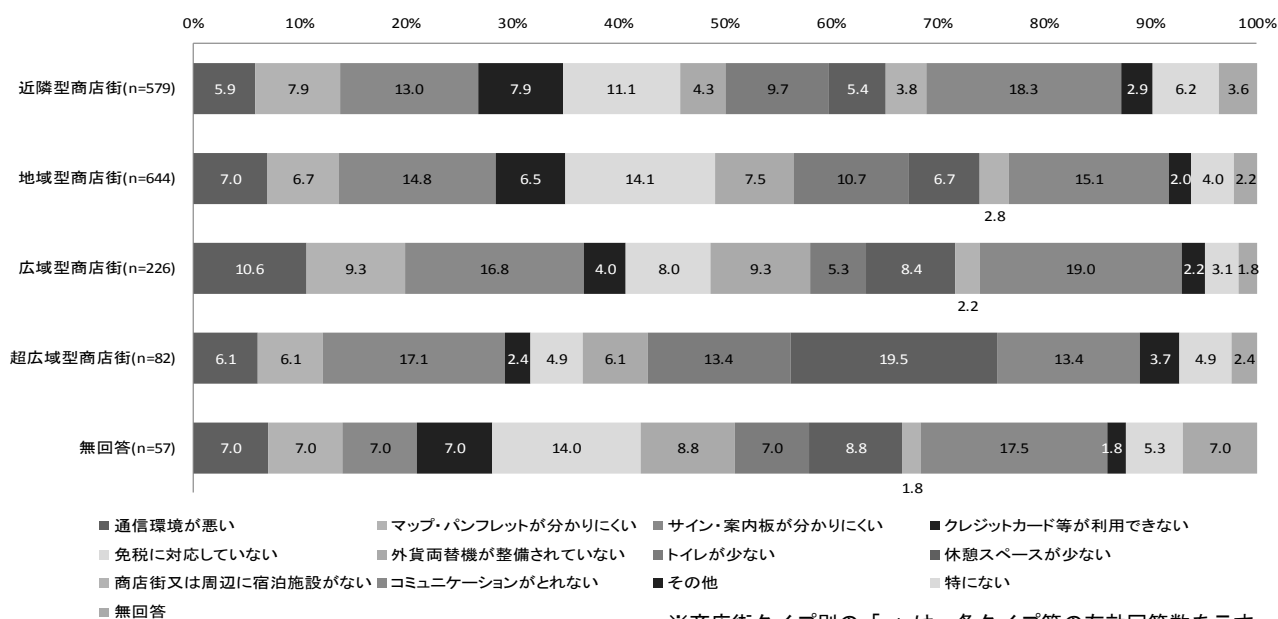


商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」、「地域型商店街」、「広域型商店街」において「コミュニケーションがとれない」が1位に挙げられている。一方「超広域型商店街」では「休憩スペースが少ない（19.5%）」が1位に挙げられている。

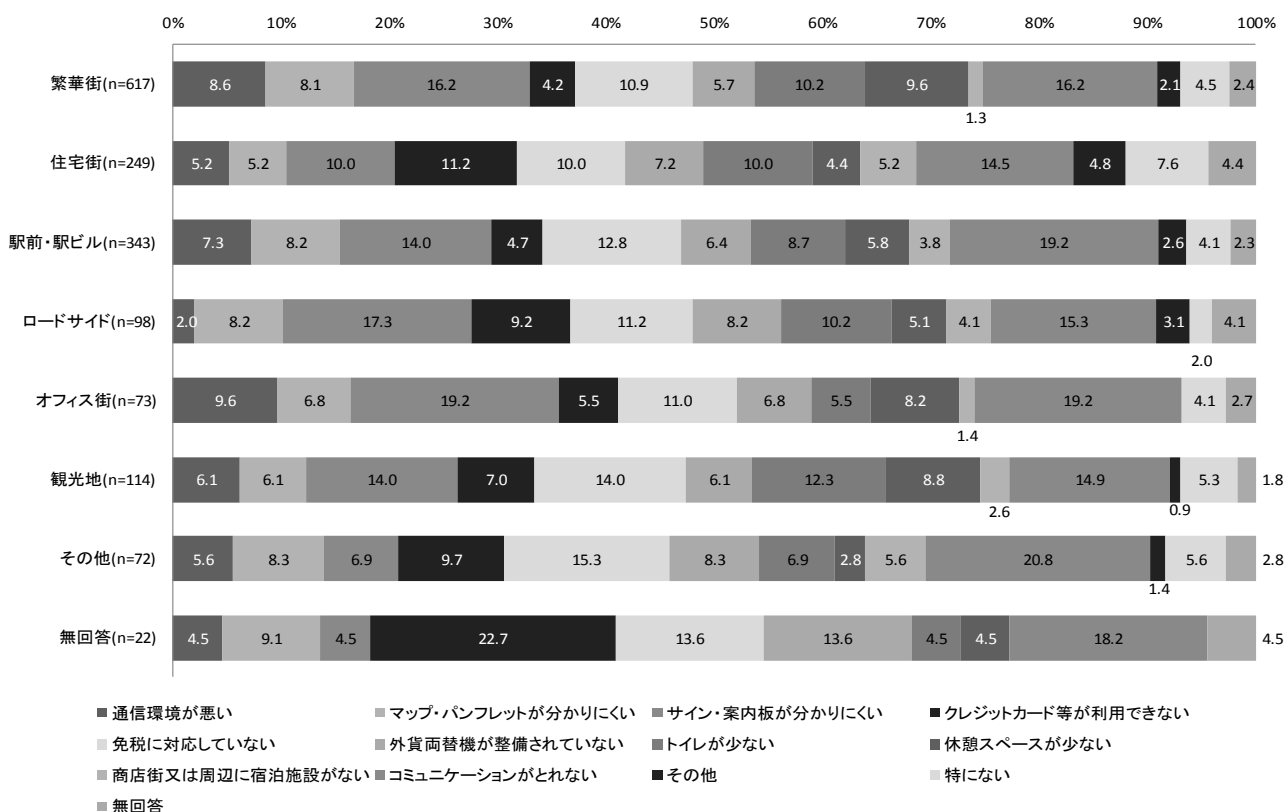
立地環境別でみると、それぞれの立地環境とも「コミュニケーションがとれない」、「サイン・案内板が分かりにくい」が上位に挙げられている。

図表 15 商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



<立地環境>



外国人観光客数の変化（３年前との比較）

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きします。

（７）３年前の同時期と比較して、貴商店街における外国人観光客数はどのように変化しましたか。

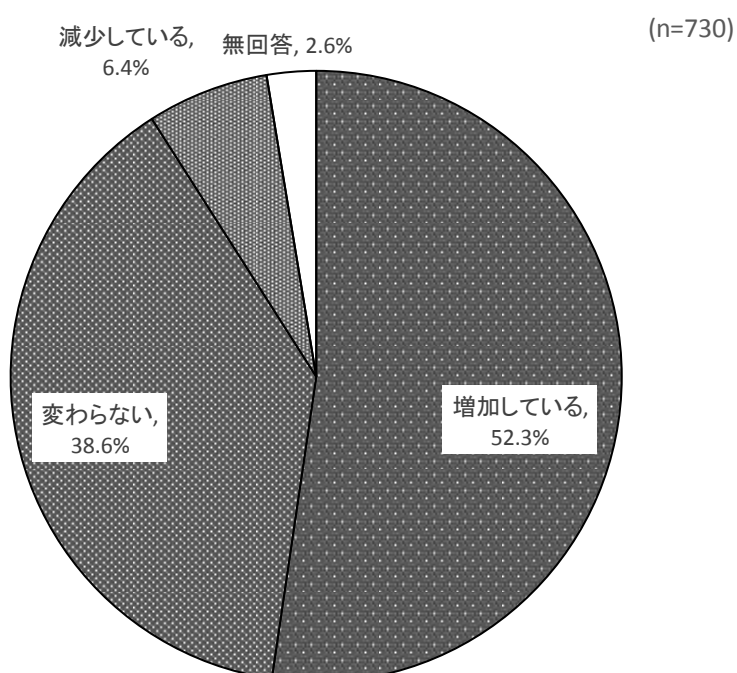
（○は１つだけ）

（※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問）

<調査票 問５（７）参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、外国人観光客数の３年前との比較は、「増加している（５２．３％）」が最も多く、次いで「変わらない（３８．６％）」、「減少している（６．４％）」となっており、約５割が増加している状況となっている。

図表 16 外国人観光客数の変化（３年前との比較）

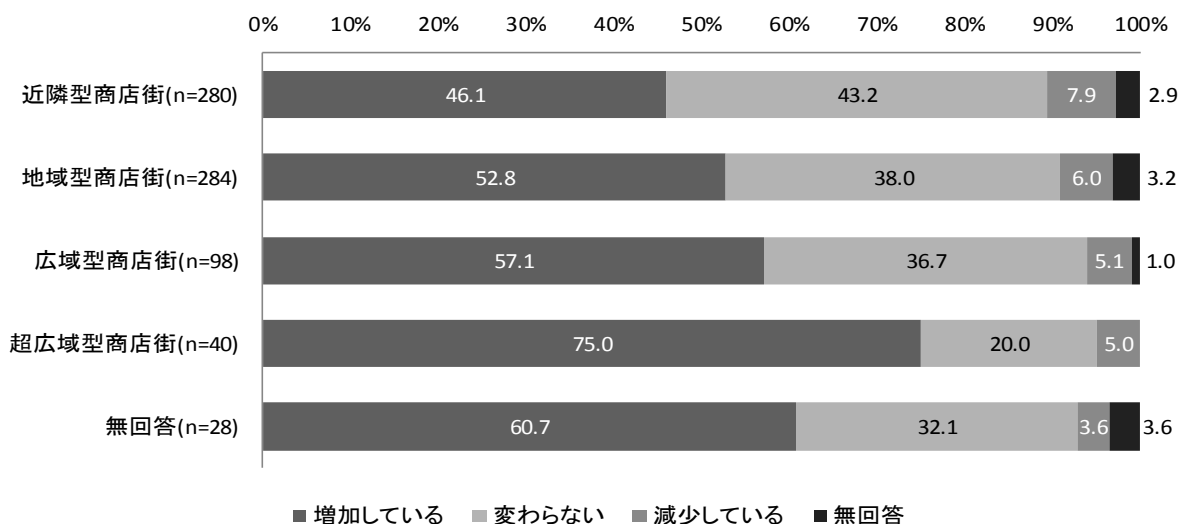


商店街タイプ別でみると、3年前と比較して外国人観光客が「増加している」と回答した割合が過半を超えたところは、「超広域型商店街(75.0%)」、「広域型商店街(57.1%)」、「地域型商店街(52.8%)」となっている。

立地環境別でみると、3年前と比較して外国人観光客が「増加している」と回答した割合が過半を超えたところは、「観光地(74.5%)」、「繁華街(58.4%)」、「駅前・駅ビル(55.3%)」となっている。

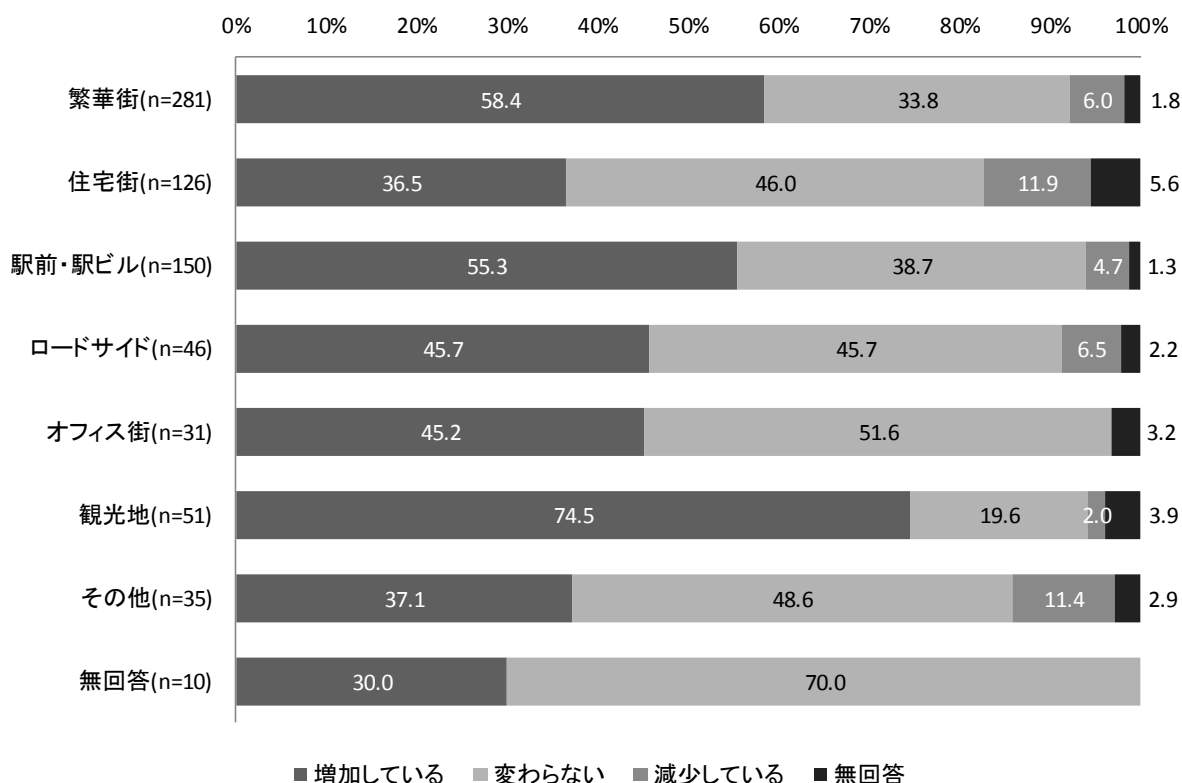
図表 17 外国人観光客数の変化（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

<立地環境>



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

外国人観光客の消費額の変化（３年前との比較）

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

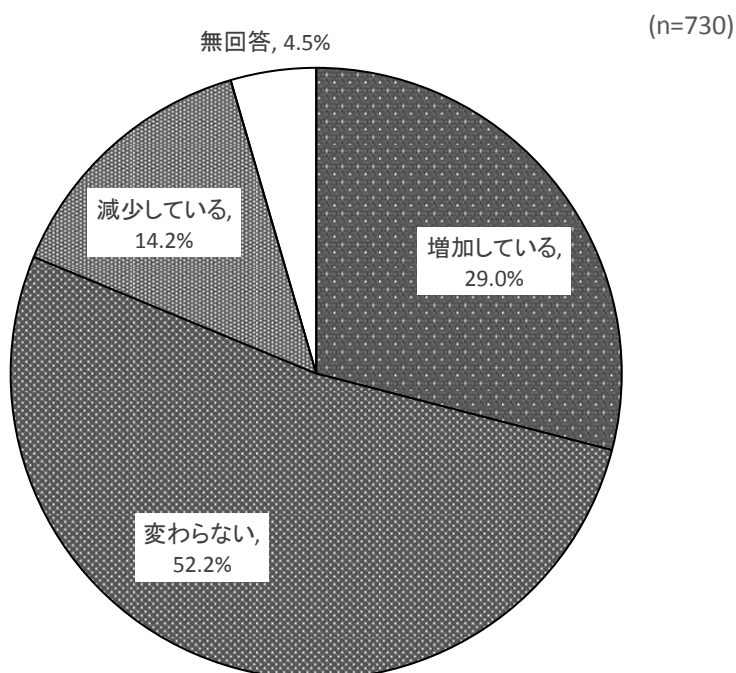
（８）３年前の同時期と比較して、貴商店街における外国人観光客の消費額はどのように変化しましたか。（○は１つだけ）

（※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問）

<調査票 問５（８）参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、外国人観光客の消費額の３年前との比較は、「変わらない（52.2%）」が最も多く、次いで「増加している（29.0%）」、「減少している（14.2%）」となっており、約５割が変わらない状況となっている。

図表 18 外国人観光客の消費額の変化（３年前との比較）

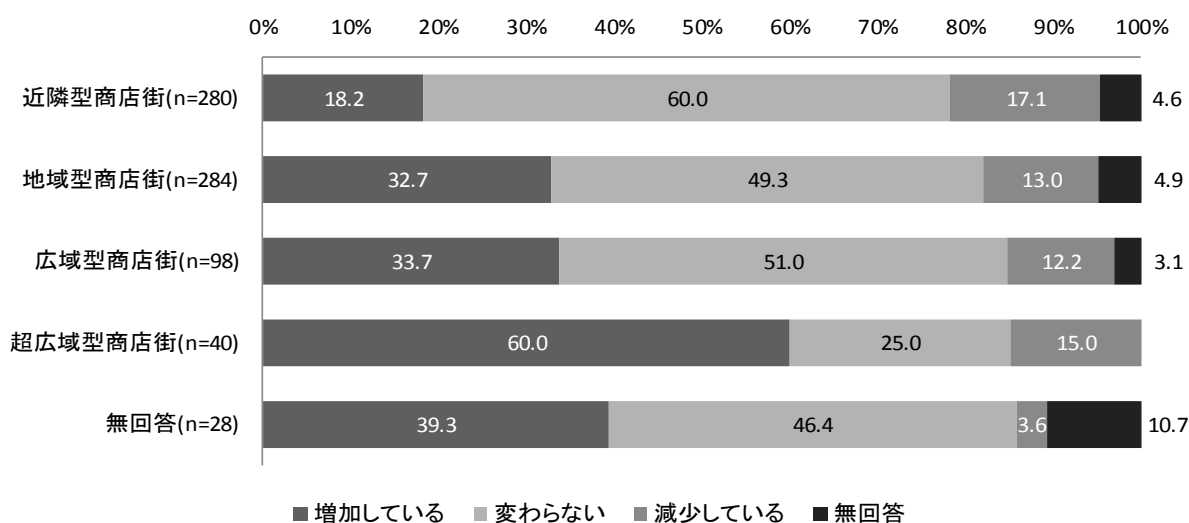


商店街タイプ別でみると、3年前と比較して外国人観光客の消費額が「増加している」と回答した割合が過半を超えたところは、「超広域型商店街(60.0%)」となっている。「近隣型商店街」、「地域型商店街」、「広域型商店街」においては「変わらない」と回答した割合が高くなっている。

立地環境別でみると、3年前と比較して外国人観光客の消費額が「増加している」と回答した割合が高かったのは、「観光地(41.2%)」となっている。他の立地環境では「変わらない」と回答した割合が高くなっている。

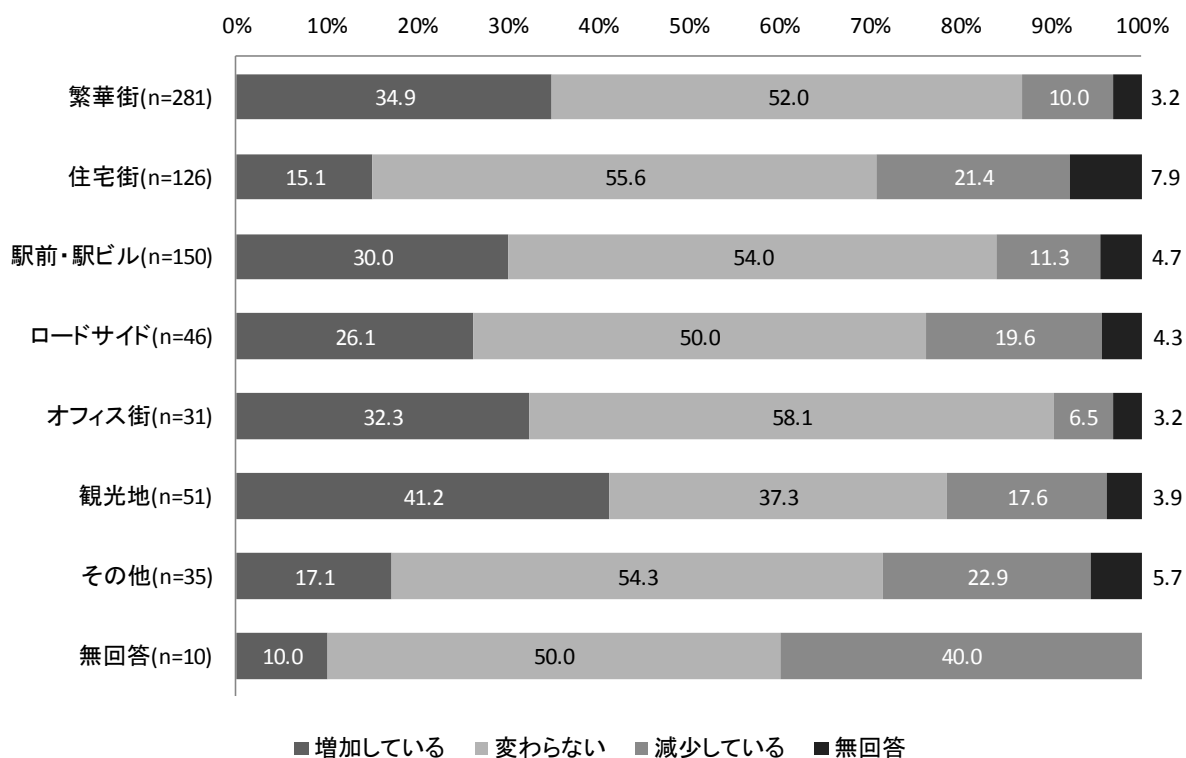
図表 19 外国人観光客の消費額の変化（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

<立地環境>



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

外国人観光客の消費の重要度（３年前との比較）

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きします。

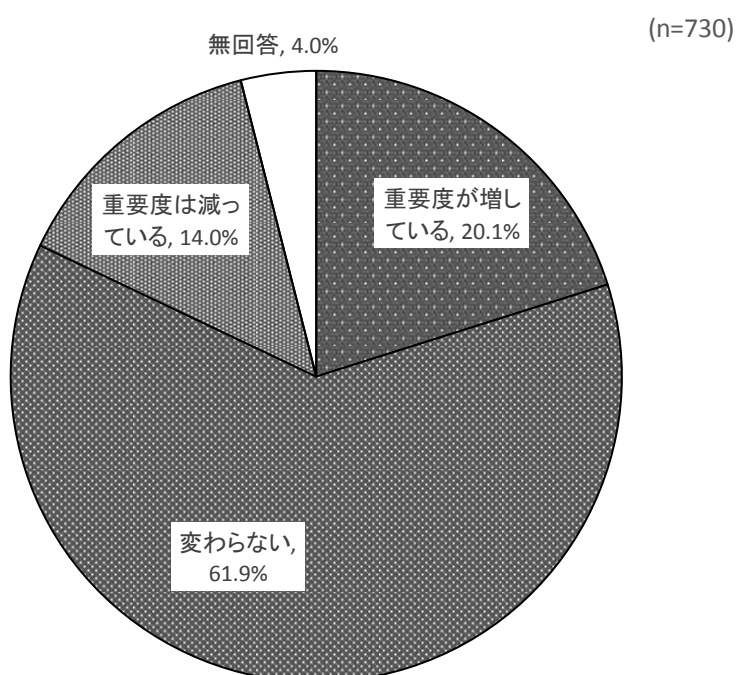
（９）３年前の同時期と比較して、貴商店街にとって外国人観光客の消費の重要度はどのように変化しましたか。（○は１つだけ）

（※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問）

<調査票 問５（９）参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、外国人観光客の消費の重要度の３年前との比較は、「変わらない（61.9%）」が最も多く、次いで「重要度が増している（20.1%）」、「重要度は減っている（14.0%）」となっており、約６割が変わらない状況となっている。

図表 20 外国人観光客の消費の重要度（３年前との比較）

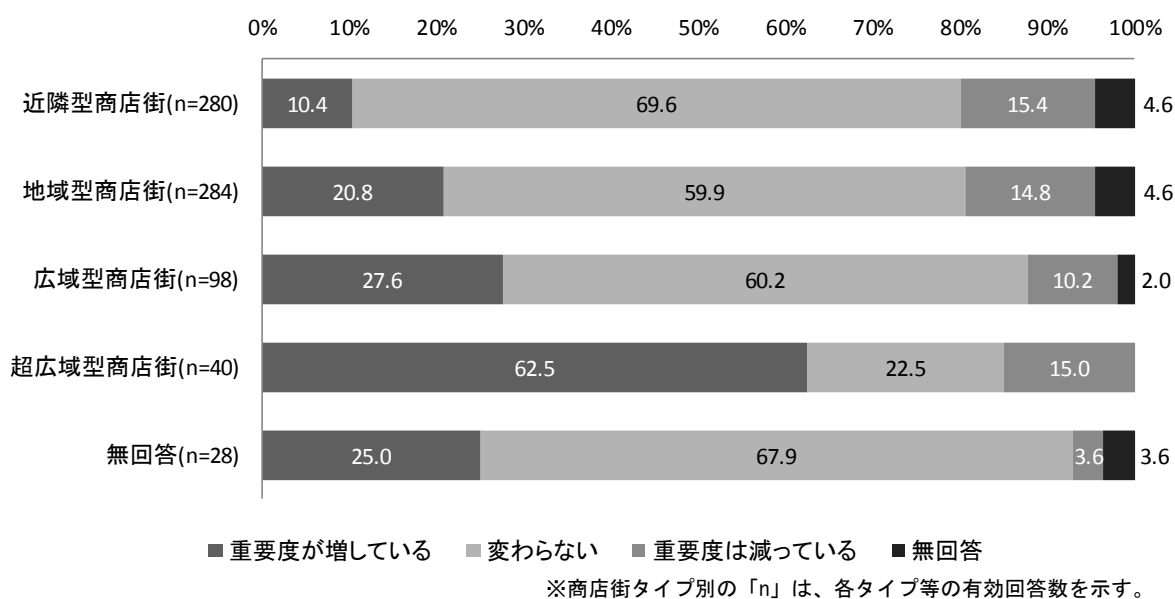


商店街タイプ別でみると、3年前と比較して「重要度が増している」と回答した割合が過半を超えたところは、「超広域型商店街(62.5%)」となっている。「近隣型商店街」、「地域型商店街」、「広域型商店街」においては「変わらない」と回答した割合が高くなっている。

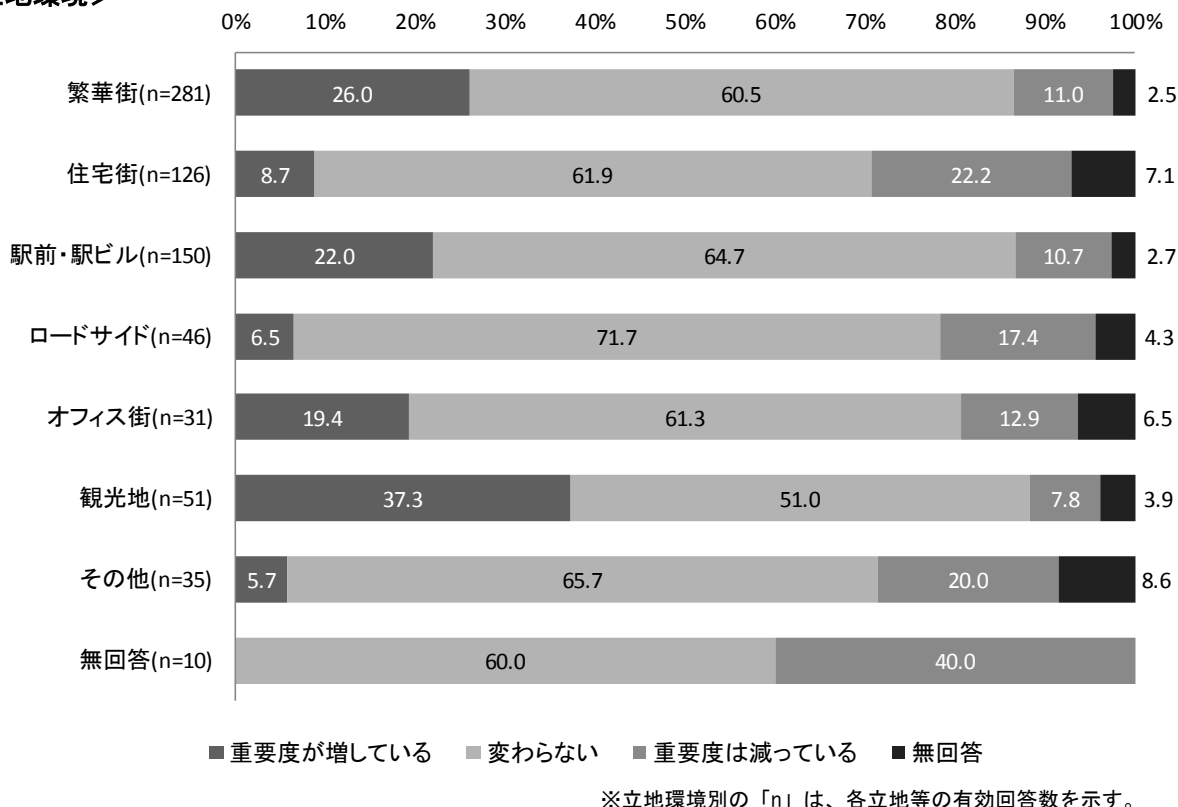
立地環境別でみると、3年前と比較して「重要度が増している」と回答した割合が高かったのは、「観光地(37.3%)」となっているが、全ての立地環境において「変わらない」と回答した割合が最も高くなっている。

図表 21 外国人観光客の消費の重要度（3年前との比較）（商店街タイプ・立地環境別）

<商店街タイプ>



<立地環境>



外国人観光客の動向把握調査の実態

貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

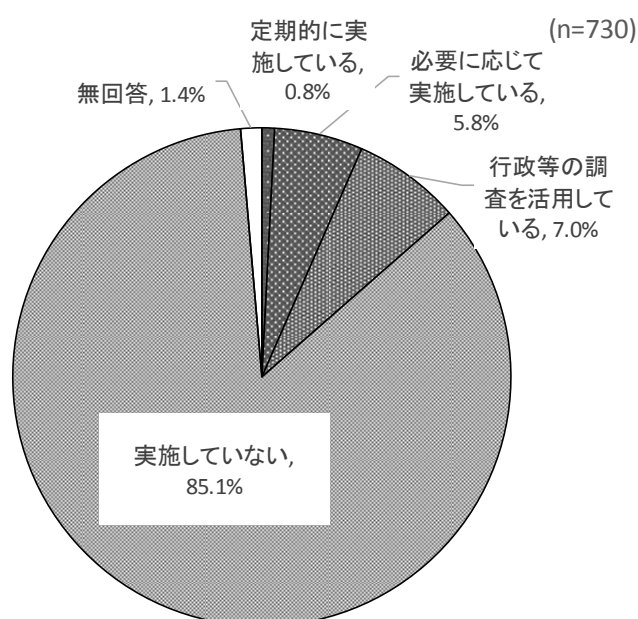
(10) 貴商店街において、外国人観光客の動向を把握するためのアンケートや外国人観光客の歩行者通行量調査を実施していますか。(○は1つだけ)

(※外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問5(10) 参照>

外国人観光客が「よくいる」または「たまにいる」と回答した商店街において、外国人観光客の動向把握調査（アンケートや通行量調査）の実施状況は、「実施していない（85.1%）」が最も多く、次いで「行政等の調査を活用している（7.0%）」、「必要に応じて実施している（5.8%）」となっており、約9割が実施していない状況となっている。

図表 22 外国人観光客の動向把握調査の実態

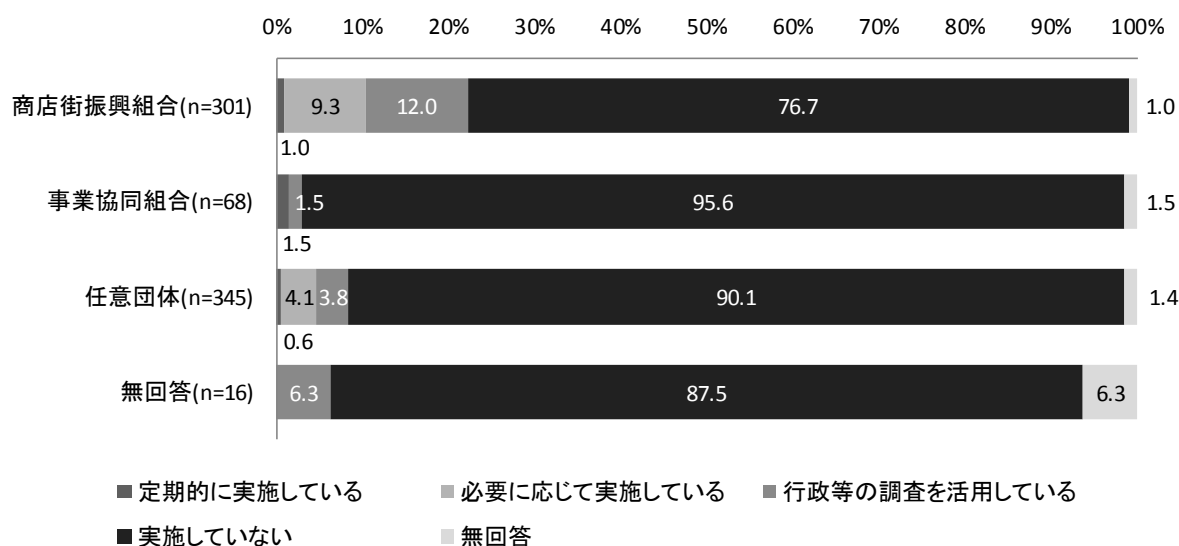


組織形態別でみると、「商店街振興組合」で「行政等の調査を活用している（12.0%）」、「必要に応じて実施している（9.3%）」と回答した割合が他の組織形態よりも高くなっている。

商店街タイプ別でみると、商店街の規模が小さくなるにしたがって、「実施していない」と回答した割合が高くなっている。

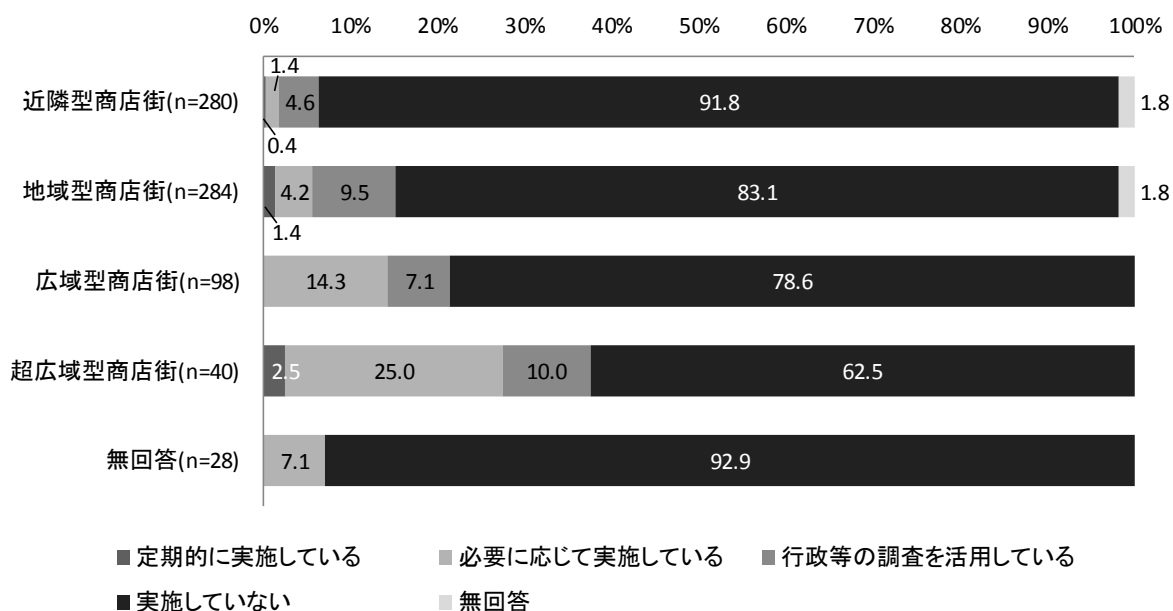
図表 23 外国人観光客の動向把握調査の実態（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）

<組織形態>



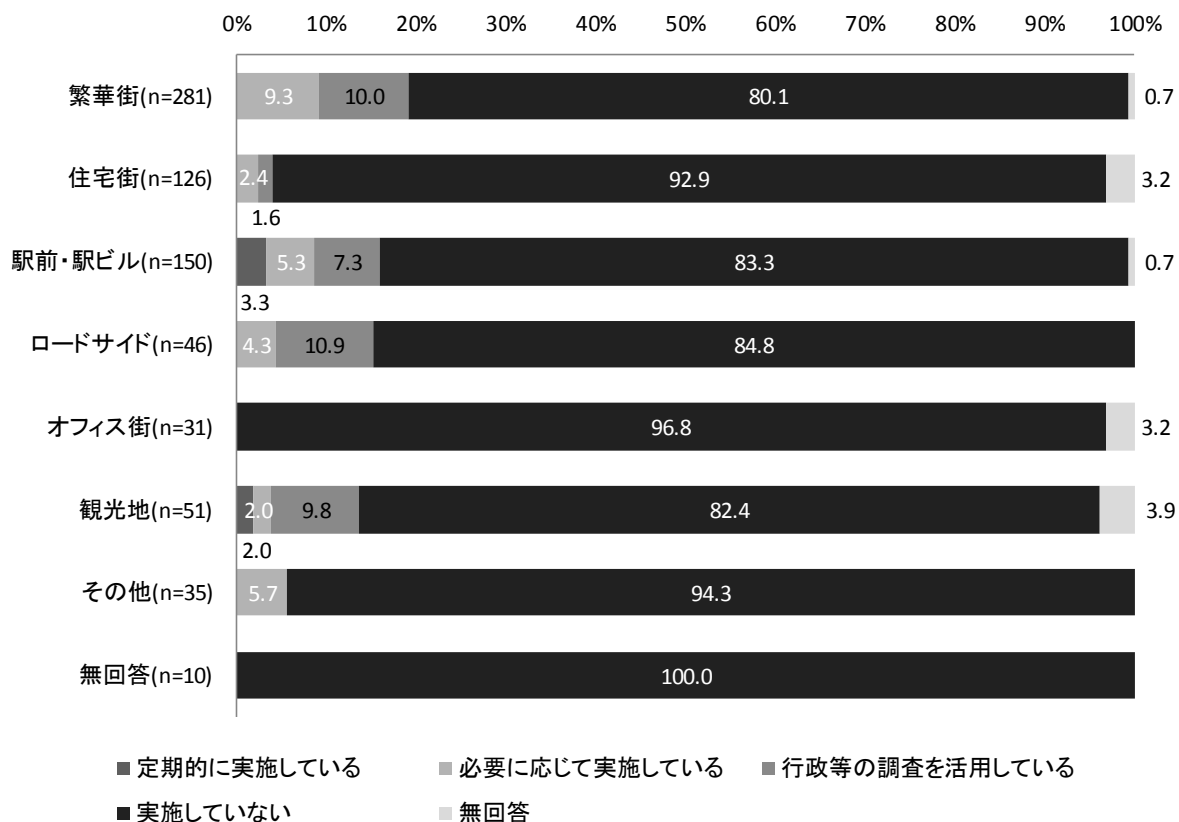
※組織形態別の「n」は、各組織等の有効回答数を示す。

<商店街タイプ>



立地環境別でみると、「定期的実施している」という回答があったのは「駅前・駅ビル（3.3%）」、「観光地（2.0%）」となっている。

＜立地環境＞



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

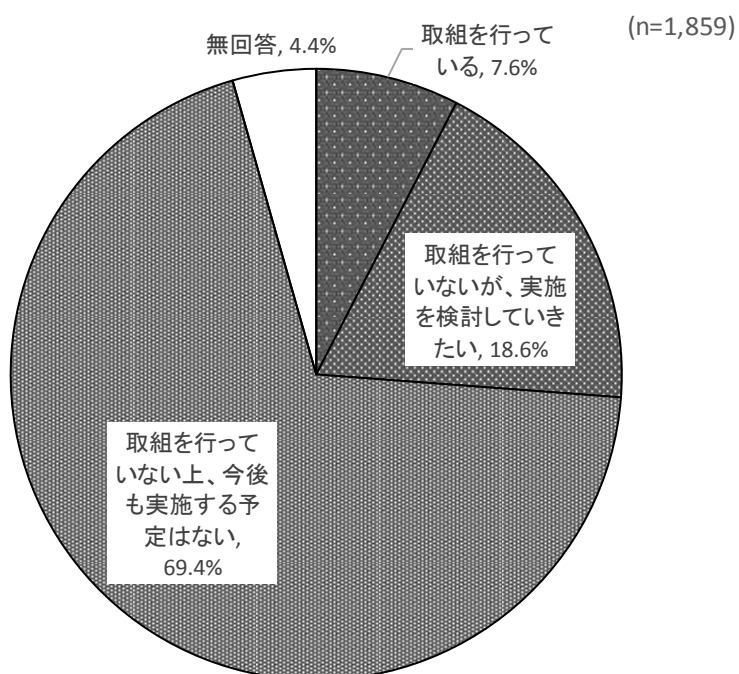
外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）実施状況

貴商店街での外国人観光客に対する受入態勢や取組内容についてお聞きます。貴商店街において、外国人観光客受入のための取組（以下、「インバウンド事業」という。具体的な内容については、次のページの問7(1)の表をご参照ください。）を行っていますか。（○は1つだけ）

<調査票 問6 参照>

外国人観光客受入のための取組（以下、「インバウンド事業」という。）の実施状況は、「取組を行っていない上、今後も実施する予定はない（69.4%）」が最も多く、次いで「取組を行っていないが、実施を検討していきたい（18.6%）」、「取組を行っている（7.6%）」となっている。

図表 24 インバウンド事業実施状況

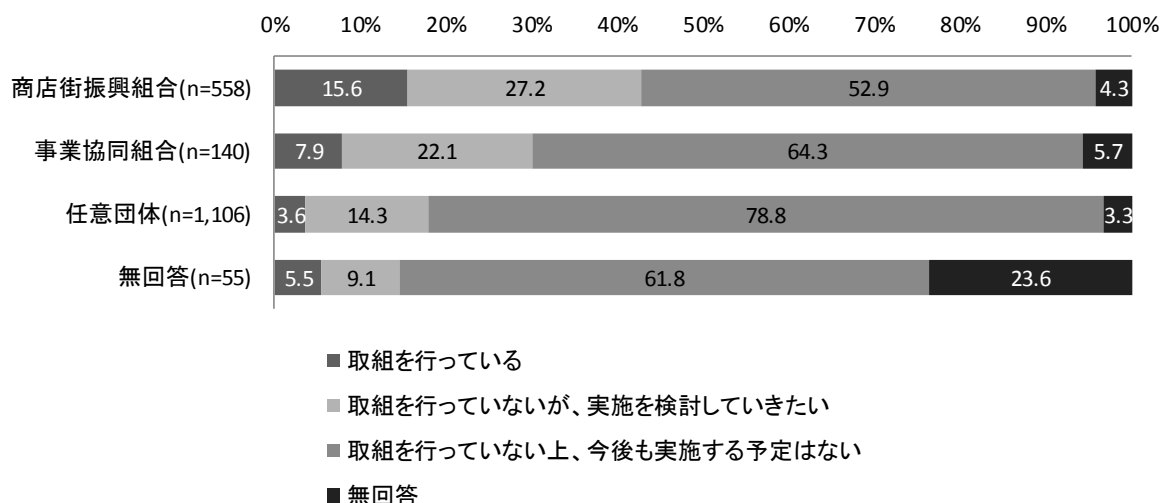


組織形態別でみると、「取組を行っていない上、今後も実施する予定はない」と回答した割合が高く、「任意団体」では約8割となっている。一方、「取組を行っている」という回答した割合が高かったのは「商店街振興組合（15.6%）」となっている。

商店街タイプ別でみると、「取組を行っている」と回答した割合は、「超広域型商店街（51.2%）」が最も高く、次いで「広域型商店街（27.3%）」、「地域型商店街（9.1%）」となっている。

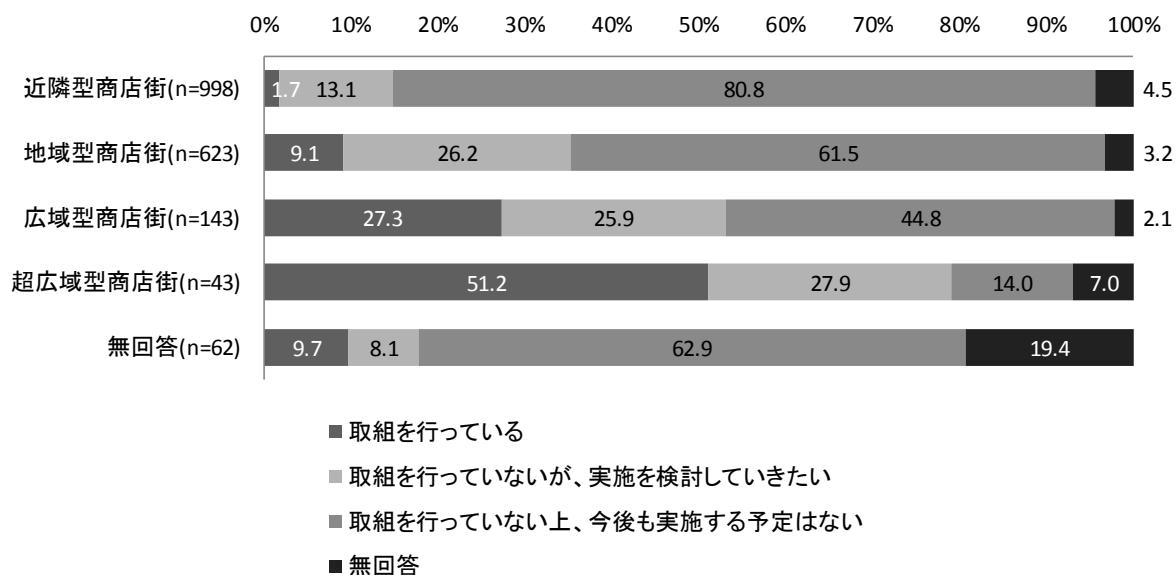
図表 25 インバウンド事業実施状況（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）

<組織形態>



※組織形態別の「n」は、各組織等の有効回答数を示す。

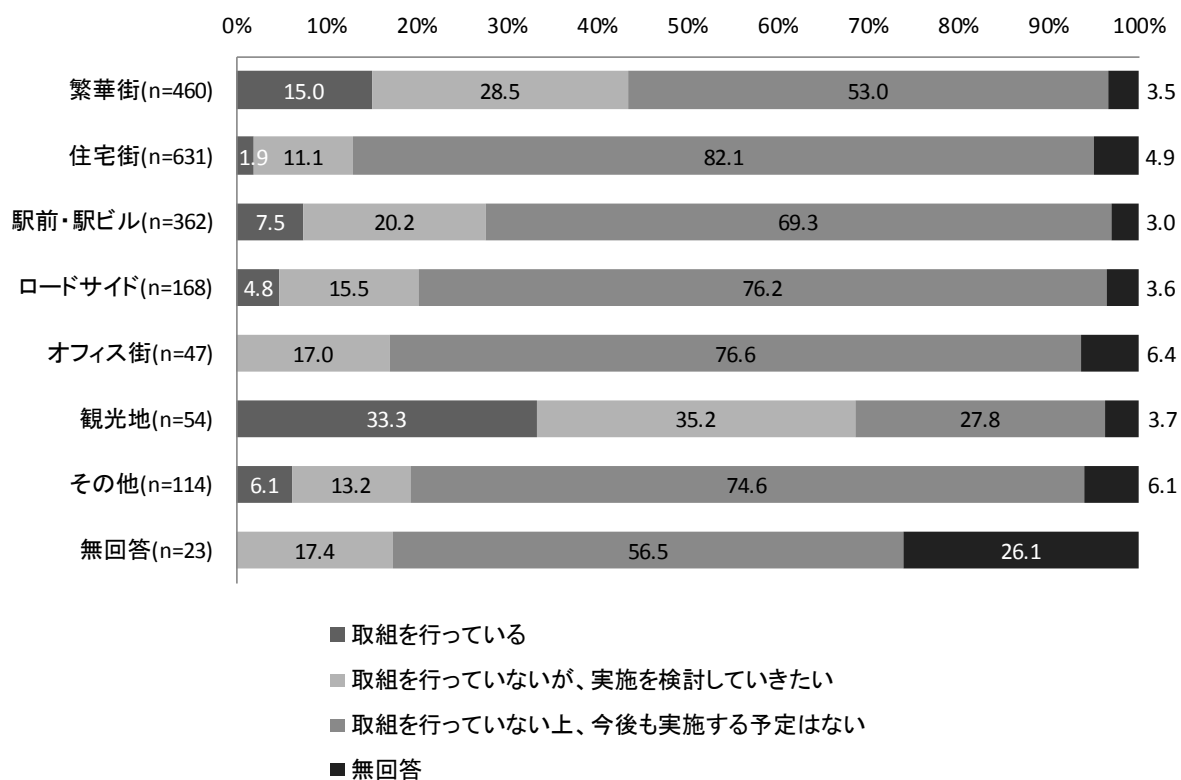
<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

立地環境別でみると、「取組を行っている」と回答した割合は、「観光地（33.3%）」が最も高く、次いで「繁華街（15.0%）」、「駅前・駅ビル（7.5%）」となっている。

＜立地環境＞



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

インバウンド事業の内容

インバウンド事業の取組についてお聞きします。

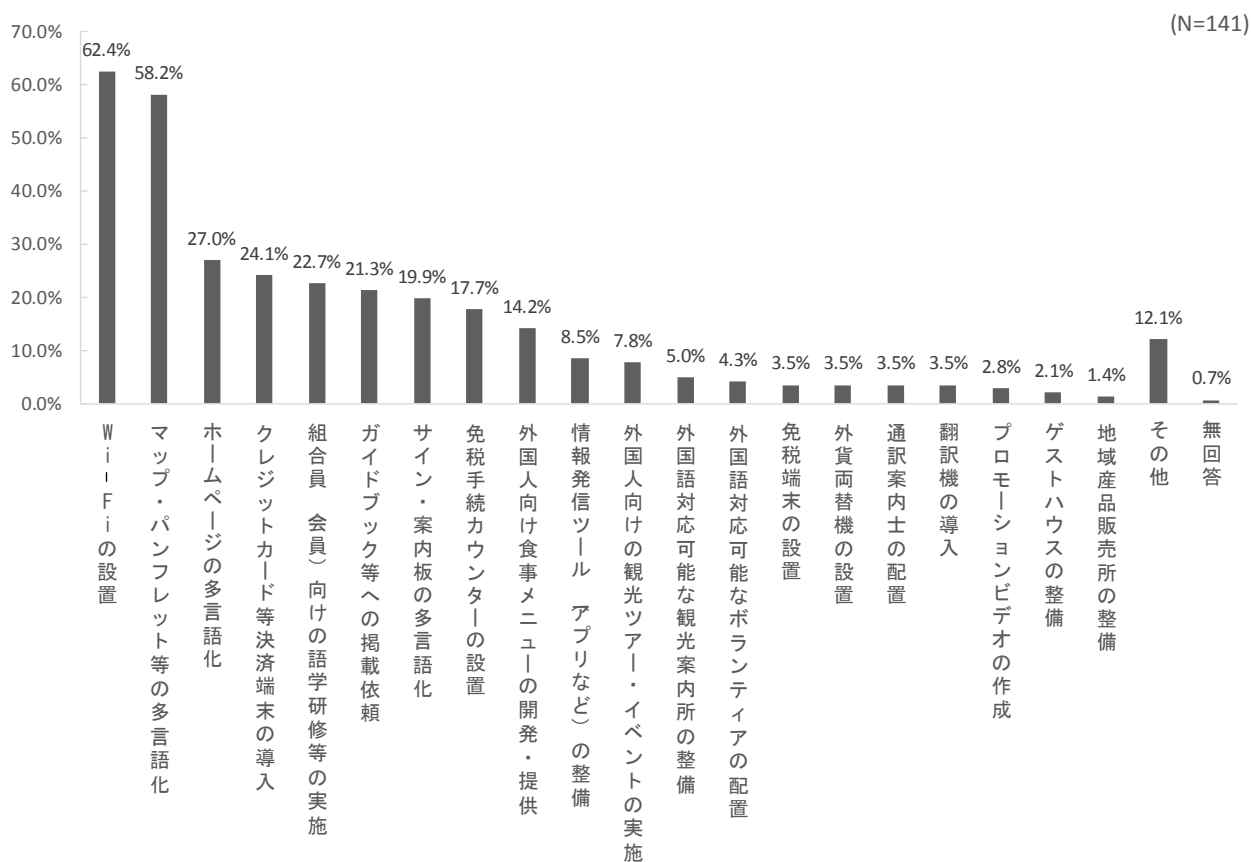
(1) 貴商店街ではどのようなインバウンド事業を行っていますか。(〇はいくつでも)

(※インバウンド事業について「取組を行っている」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問 7(1) 参照>

「取組を行っている」と回答した商店街において、具体的な取組としては、「Wi-Fi の設置 (62.4%)」が最も多く、次いで「マップ・パンフレット等の多言語化 (58.2%)」、「ホームページの多言語化 (27.0%)」となっている。

図表 26 インバウンド事業の内容



組織形態別でみると、「商店街振興組合」では「マップ・パンフレット等の多言語化（18.6%）」、「Wi-Fi の設置（18.3%）」、「ホームページの多言語化（8.0%）」が上位に挙げられている。

「事業協同組合」では「Wi-Fi の設置（24.0%）」、「マップ・パンフレット等の多言語化（20.0%）」、「クレジットカード等決済端末の導入（12.0%）」が上位に挙げられている。

「任意団体」では「Wi-Fi の設置（19.7%）」、「マップ・パンフレット等の多言語化（15.7%）」、「組合員（会員）向けの語学研修等の実施（11.0%）」が上位に挙げられている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」では「マップ・パンフレット等の多言語化（22.0%）」、「Wi-Fi の設置（14.6%）」、「ホームページの多言語化（12.2%）」が上位に挙げられている。

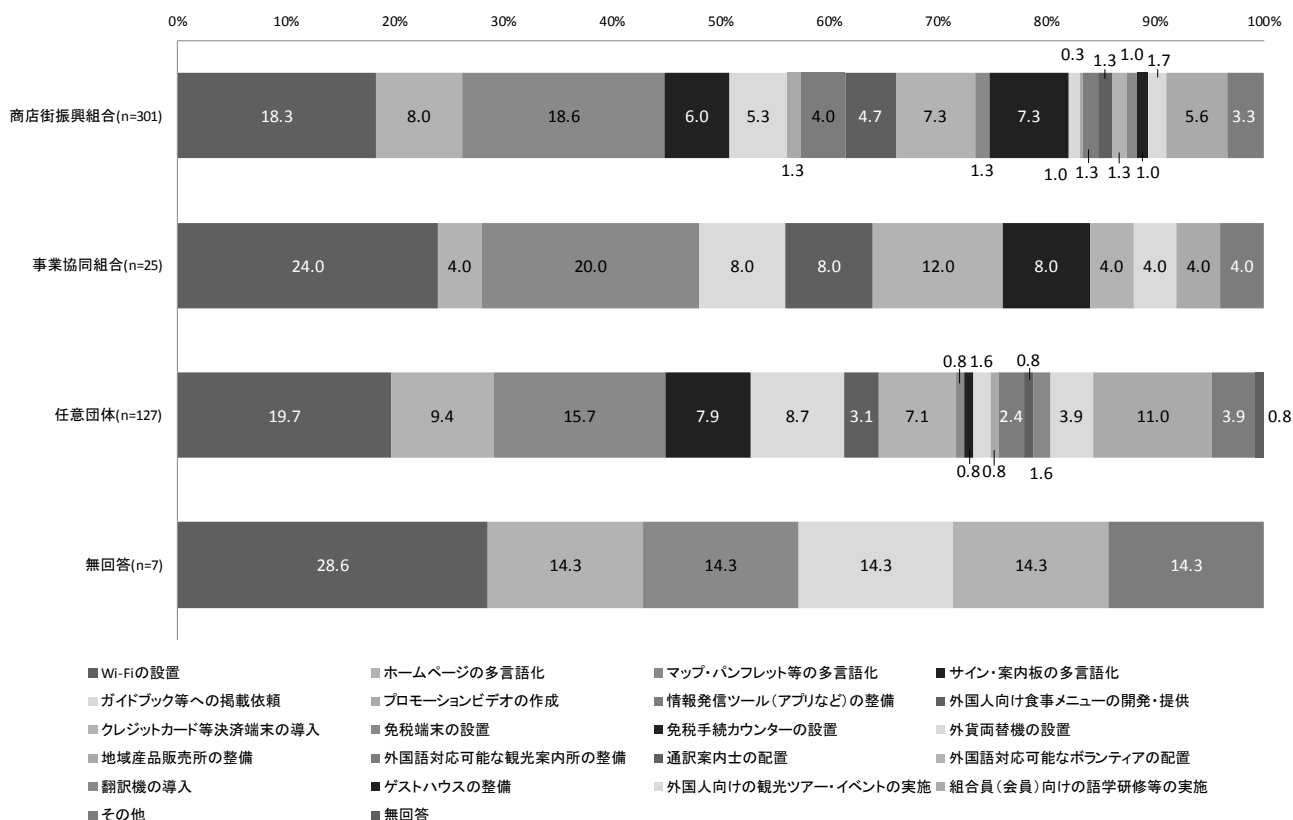
「地域型商店街」では「Wi-Fi の設置（24.0%）」、「マップ・パンフレット等の多言語化（18.2%）」、「ホームページの多言語化（7.8%）」同率で「組合員（会員）向けの語学研修等の実施（7.8%）」が上位に挙げられている。

「広域型商店街」では「Wi-Fi の設置（18.6%）」、「マップ・パンフレット等の多言語化（15.2%）」、「免税手続きカウンターの設置（10.3%）」が上位に挙げられている。

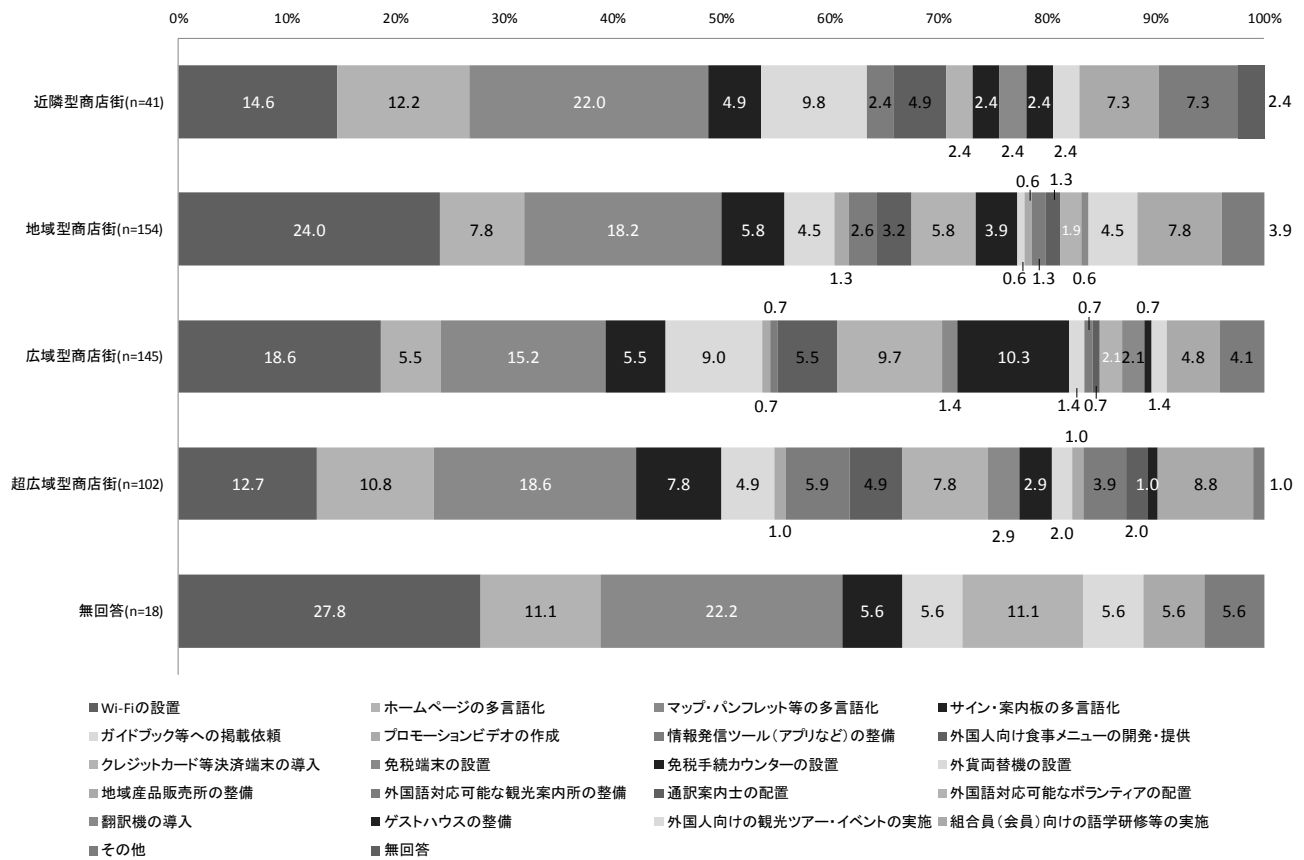
「超広域型商店街」では「マップ・パンフレット等の多言語化（18.6%）」、「Wi-Fi の設置（12.7%）」、「ホームページの多言語化（10.8%）」が上位に挙げられている。

図表 27 インバウンド事業の内容（組織形態・商店街タイプ別）

<組織形態>



＜商店街タイプ＞



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

インバウンド事業が予算に占める割合

インバウンド事業の取組についてお聞きします。

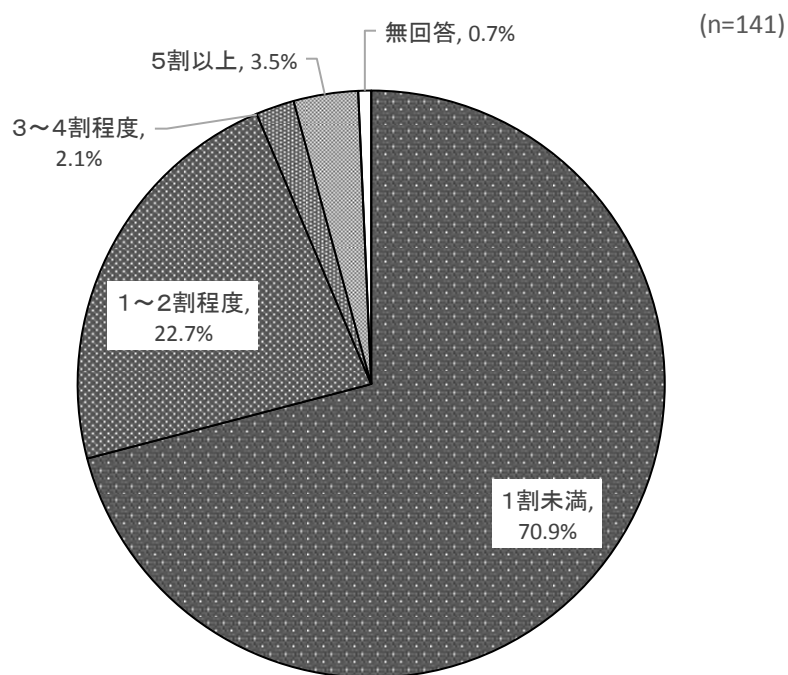
(2) 貴商店街の年間予算額のうち、(1) で回答した取組内容の占める、おおよその割合をお答えください。(〇は1つだけ)

(※インバウンド事業について「取組を行っている」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問7(2)参照>

「取組を行っている」と回答した商店街において、インバウンド事業が予算に占める割合は、「1割未満 (70.9%)」が最も多く、次いで「1～2割程度 (22.7%)」、「5割以上 (3.5%)」となっており、予算に占める割合が低い状況となっている。

図表 28 インバウンド事業が予算に占める割合

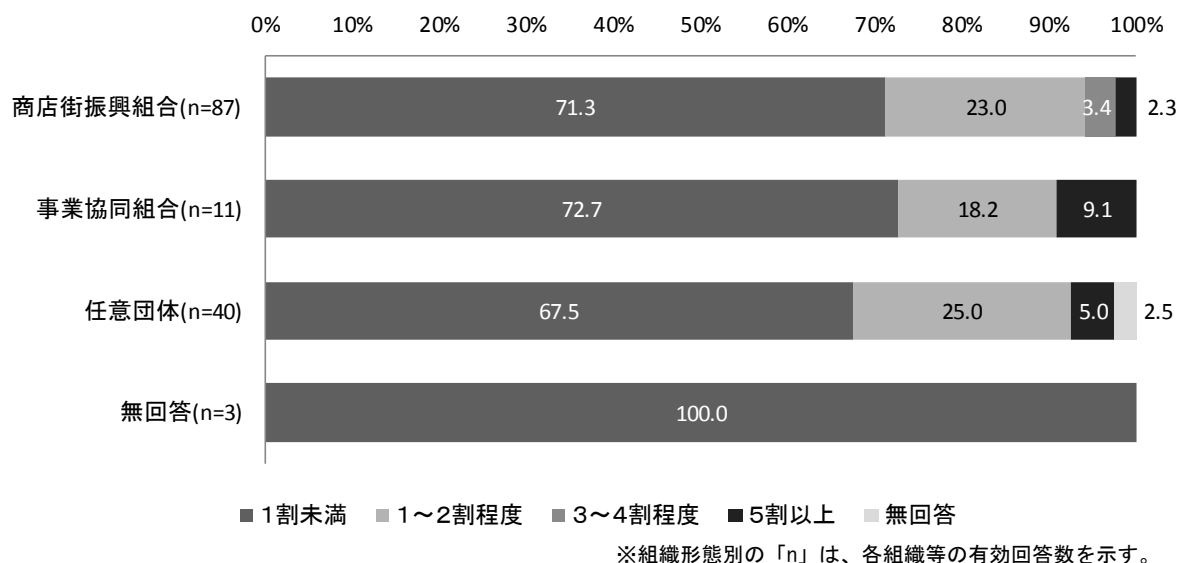


組織形態別でみると、それぞれの組織形態ともに「1割未満」と回答した割合が約7割となっている。

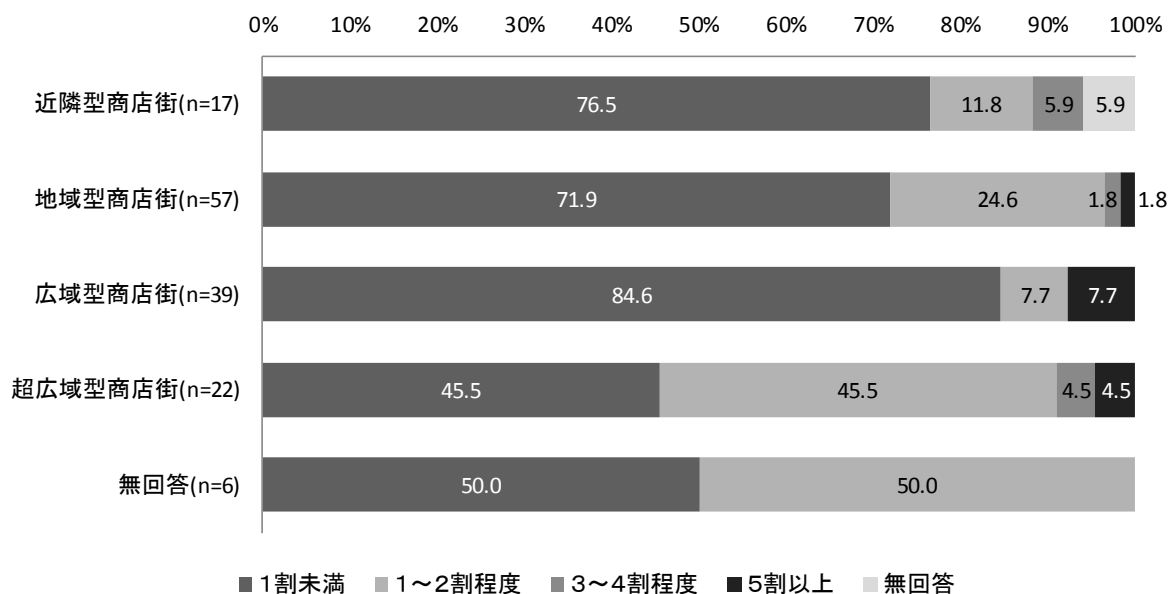
商店街タイプ別でみると、「1～2割程度」と回答した割合が高いのは、「超広域型商店街(45.4%)」が最も多く、次いで「地域型商店街(24.6%)」となっている。

図表 29 インバウンド事業が予算に占める割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境別）

<組織形態>

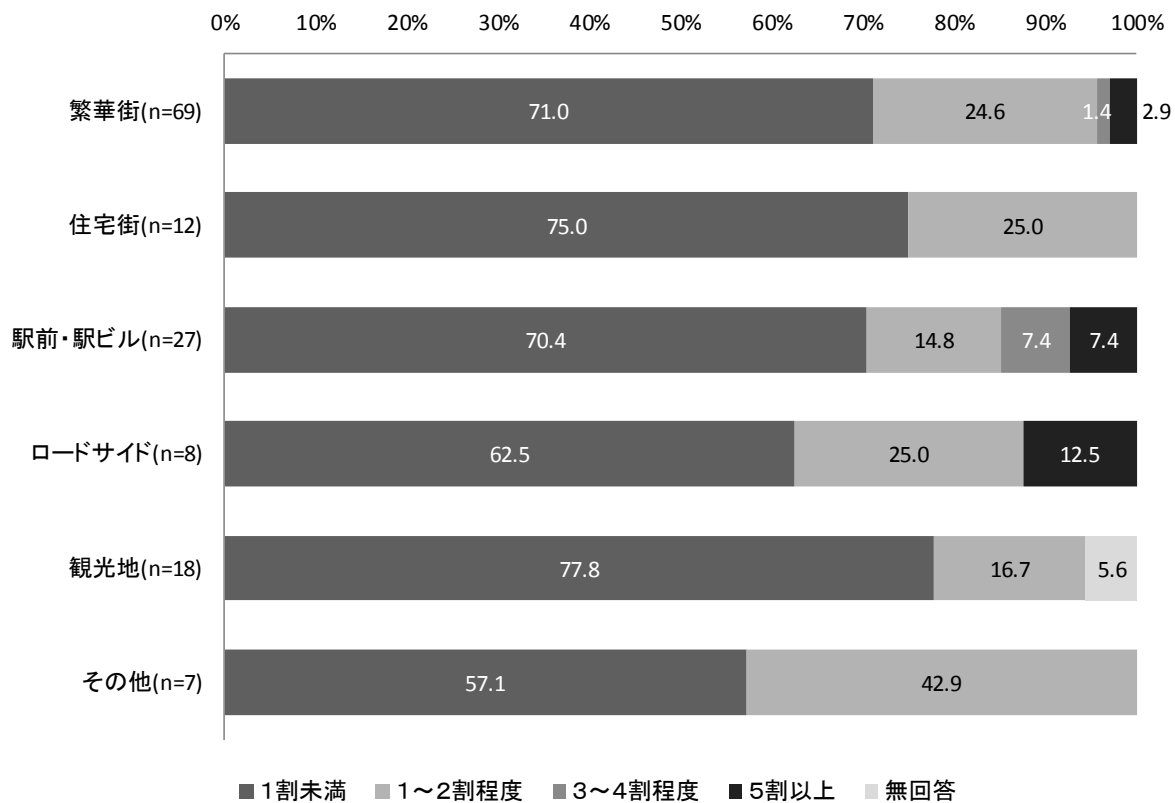


<商店街タイプ>



立地環境別でみると、「1～2割程度」と回答した割合が高いのは、「ロードサイド（25.0%）」、「住宅地（25.0%）」が同率で最も多く、次いで「繁華街（24.6%）」となっている。

＜立地環境＞



※立地環境別の「n」は、各立地等の有効回答数を示す。

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組

インバウンド事業の取組についてお聞きします。

(3)(1)の取組のうち、外国人観光客数・売上の増加につながった効果的な取組がありましたら、上位2つまでの【取組内容】、【事業効果】、【代表的な連携先】、【連携先からの支援内容】についてお答えください。

(※インバウンド事業について「取組を行っている」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問7(3)参照>

【取組内容】

「取組を行っている」と回答した商店街において、外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組として、1位に挙げられた取組は「マップ・パンフレット等の多言語化 (20.6%)」が最も多く、次いで「Wi-Fiの設置 (19.1%)」、「免税手続きカウンターの設置 (7.1%)」となっている。

2位に挙げられた取組では「マップ・パンフレット等の多言語化 (10.2%)」が最も多く、次いで同率で「Wi-Fiの設置 (8.2%)」、「クレジットカード等決済端末の導入 (8.2%)」となっている。

図表 30 外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組

第1位

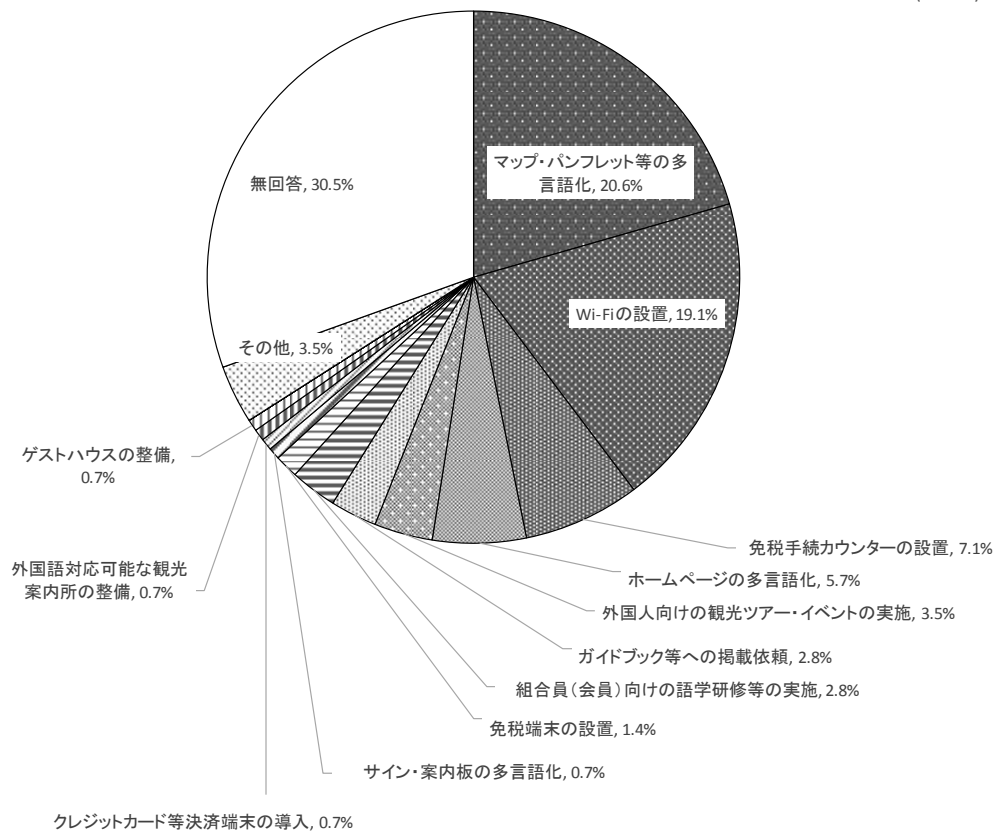
	回答数	割合
マップ・パンフレット等の多言語化	29	20.6%
Wi-Fiの設置	27	19.1%
免税手続きカウンターの設置	10	7.1%
ホームページの多言語化	8	5.7%
外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	5	3.5%
ガイドブック等への掲載依頼	4	2.8%
組合員(会員)向けの語学研修等の実施	4	2.8%
免税端末の設置	2	1.4%
サイン・案内板の多言語化	1	0.7%
クレジットカード等決済端末の導入	1	0.7%
外国語対応可能な観光案内所の整備	1	0.7%
ゲストハウスの整備	1	0.7%
プロモーションビデオの作成	0	0.0%
情報発信ツール(アプリなど)の整備	0	0.0%
外国人向け食事メニューの開発・提供	0	0.0%
外貨両替機の設置	0	0.0%
地域産品販売所の整備	0	0.0%
通訳案内士の配置	0	0.0%
外国語対応可能なボランティアの配置	0	0.0%
翻訳機の導入	0	0.0%
その他	5	3.5%
無回答	43	30.5%
回答数	141	100.0%

第2位

	回答数	割合
マップ・パンフレット等の多言語化	10	10.2%
Wi-Fiの設置	8	8.2%
クレジットカード等決済端末の導入	8	8.2%
ホームページの多言語化	7	7.1%
情報発信ツール(アプリなど)の整備	6	6.1%
外国人向け食事メニューの開発・提供	6	6.1%
外国語対応可能なボランティアの配置	4	4.1%
サイン・案内板の多言語化	3	3.1%
ガイドブック等への掲載依頼	3	3.1%
組合員(会員)向けの語学研修等の実施	3	3.1%
通訳案内士の配置	2	2.0%
外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	2	2.0%
プロモーションビデオの作成	1	1.0%
免税手続きカウンターの設置	1	1.0%
地域産品販売所の整備	1	1.0%
免税端末の設置	0	0.0%
外貨両替機の設置	0	0.0%
外国語対応可能な観光案内所の整備	0	0.0%
翻訳機の導入	0	0.0%
ゲストハウスの整備	0	0.0%
その他	2	2.0%
無回答	31	31.6%
回答数	98	100.0%

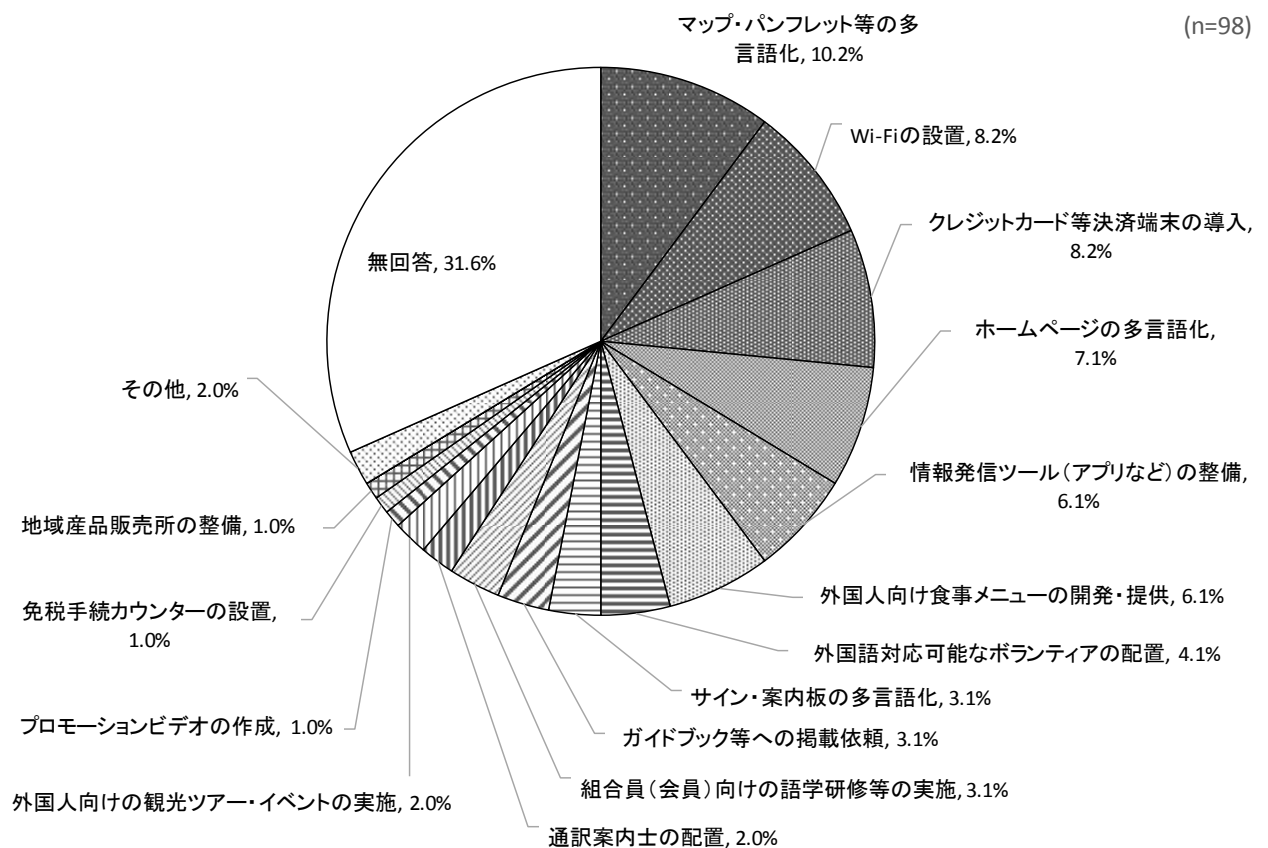
＜外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 第1位＞

(n=141)



＜外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 第2位＞

(n=98)



【事業効果】

「取組を行っている」と回答した商店街において、外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組第1位の事業効果は「外国人観光客数・売上ともに増加（50.0%）」が最も多く、次いで「外国人観光客数のみ増加（30.6%）」、「売上のみ増加（6.1%）」となっている。

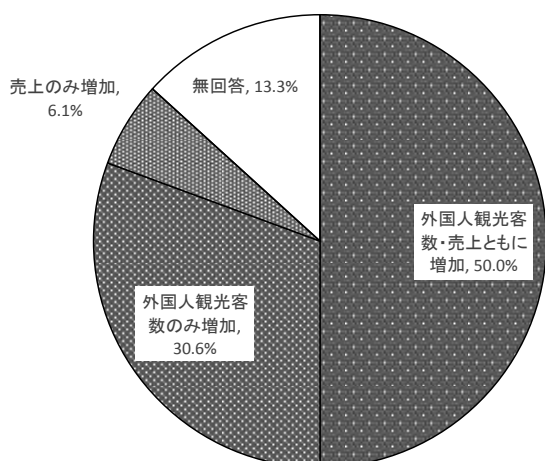
第2位の事業効果では「外国人観光客数・売上ともに増加（50.7%）」が最も多く、次いで「外国人観光客数のみ増加（31.3%）」、「売上のみ増加（7.5%）」となっている。

図表 31 外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組の事業効果

第1位

	回答数	割合
外国人観光客数・売上ともに増加	49	50.0%
外国人観光客数のみ増加	30	30.6%
売上のみ増加	6	6.1%
無回答	13	13.3%
回答数	98	100.0%

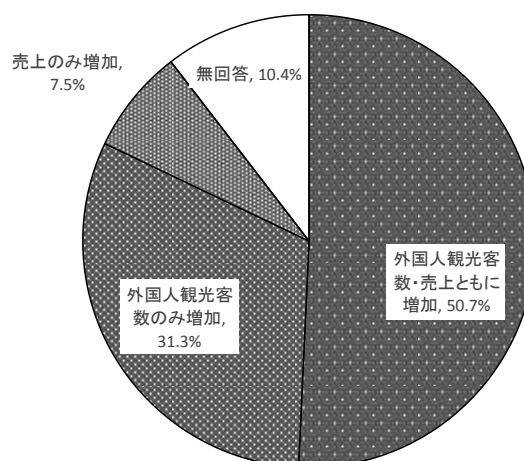
(n=98)



第2位

	回答数	割合
外国人観光客数・売上ともに増加	34	50.7%
外国人観光客数のみ増加	21	31.3%
売上のみ増加	5	7.5%
無回答	7	10.4%
回答数	67	100.0%

(n=67)



【代表的な連携先】

「取組を行っている」と回答した商店街において、外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組第1位の代表的な連携先は「行政機関（37.8%）」が最も多く、次いで「連携先なし（商店街単独）（19.4%）」、「商工会議所・商工会（12.2%）」となっている。

第2位の代表的な連携先では「行政機関（35.8%）」が最も多く、次いで「連携先なし（20.9%）」、「商工会議所・商工会（11.9%）」となっている。

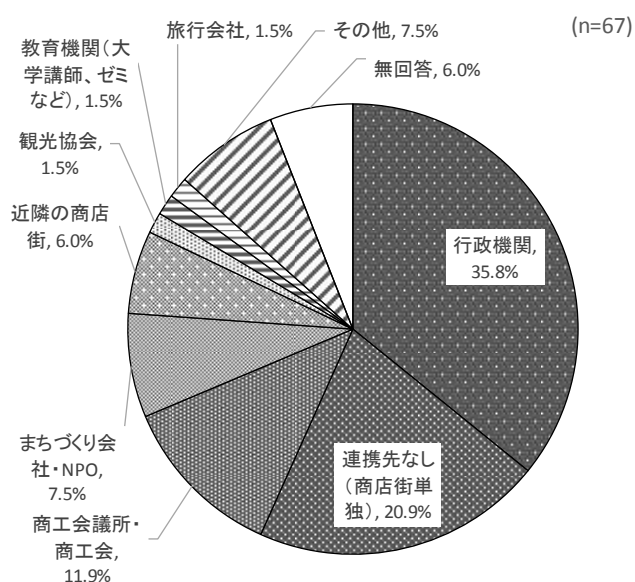
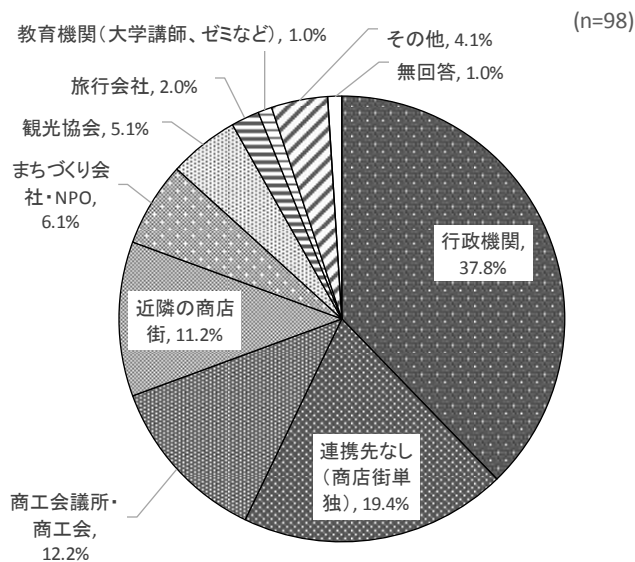
図表 32 外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組の代表的な連携先

第1位

	回答数	割合
行政機関	37	37.8%
連携先なし(商店街単独)	19	19.4%
商工会議所・商工会	12	12.2%
近隣の商店街	11	11.2%
まちづくり会社・NPO	6	6.1%
観光協会	5	5.1%
旅行会社	2	2.0%
教育機関(大学講師、ゼミなど)	1	1.0%
その他	4	4.1%
無回答	1	1.0%
回答数	98	100.0%

第2位

	回答数	割合
行政機関	24	35.8%
連携先なし(商店街単独)	14	20.9%
商工会議所・商工会	8	11.9%
まちづくり会社・NPO	5	7.5%
近隣の商店街	4	6.0%
観光協会	1	1.5%
教育機関(大学講師、ゼミなど)	1	1.5%
旅行会社	1	1.5%
その他	5	7.5%
無回答	4	6.0%
回答数	67	100.0%



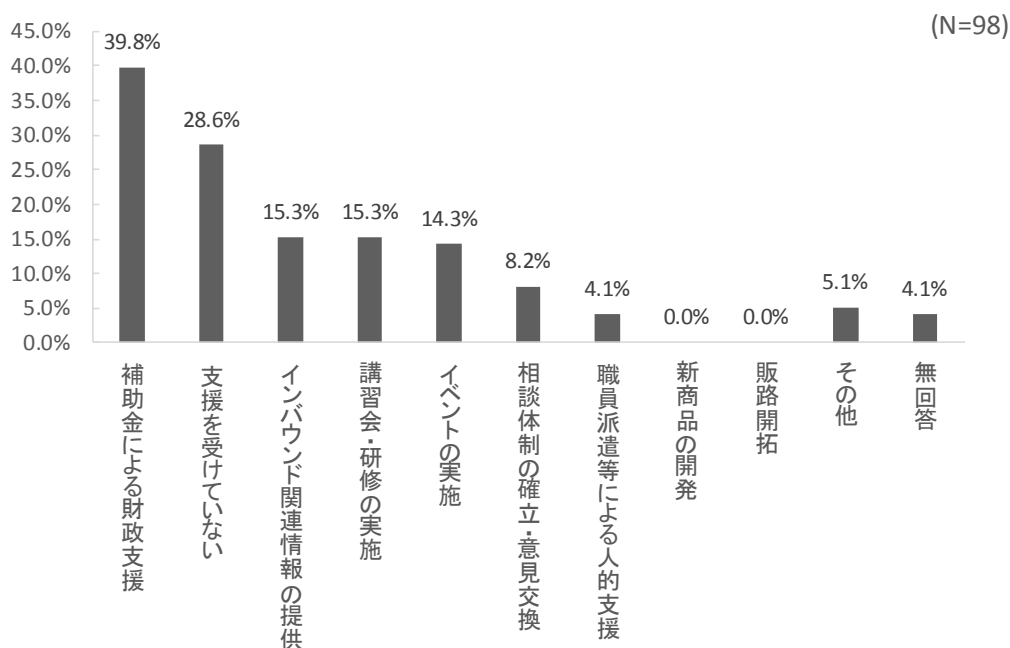
【連携先からの支援内容】

「取組を行っている」と回答した商店街において、外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組第1位の連携先からの支援内容は「補助金による財政支援（39.8%）」が最も多く、次いで「支援を受けていない（28.6%）」、「インバウンド関連情報の提供（15.3%）」同率で「講習会・研修の実施（15.3%）」となっている。

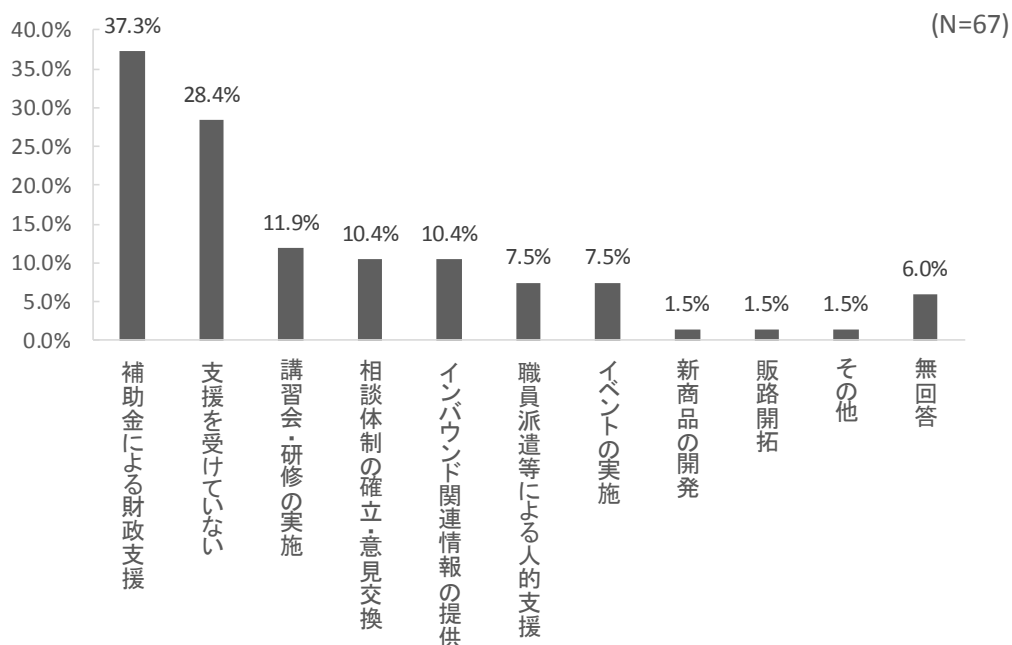
第2位の連携先からの支援内容では「補助金による財政支援（37.3%）」が最も多く、次いで「支援を受けていない（28.4%）」、「講習会・研修の実施（11.9%）」となっている。

図表 33 連携先からの支援内容

＜連携先からの支援内容 第1位＞



＜連携先からの支援内容 第2位＞



効果が薄いと思われる取組

インバウンド事業の取組についてお聞きします。

(4)(1)の取組のうち、外国人観光客数や売上の増加に効果が薄いと思われる取組がありましたら、お答えください。

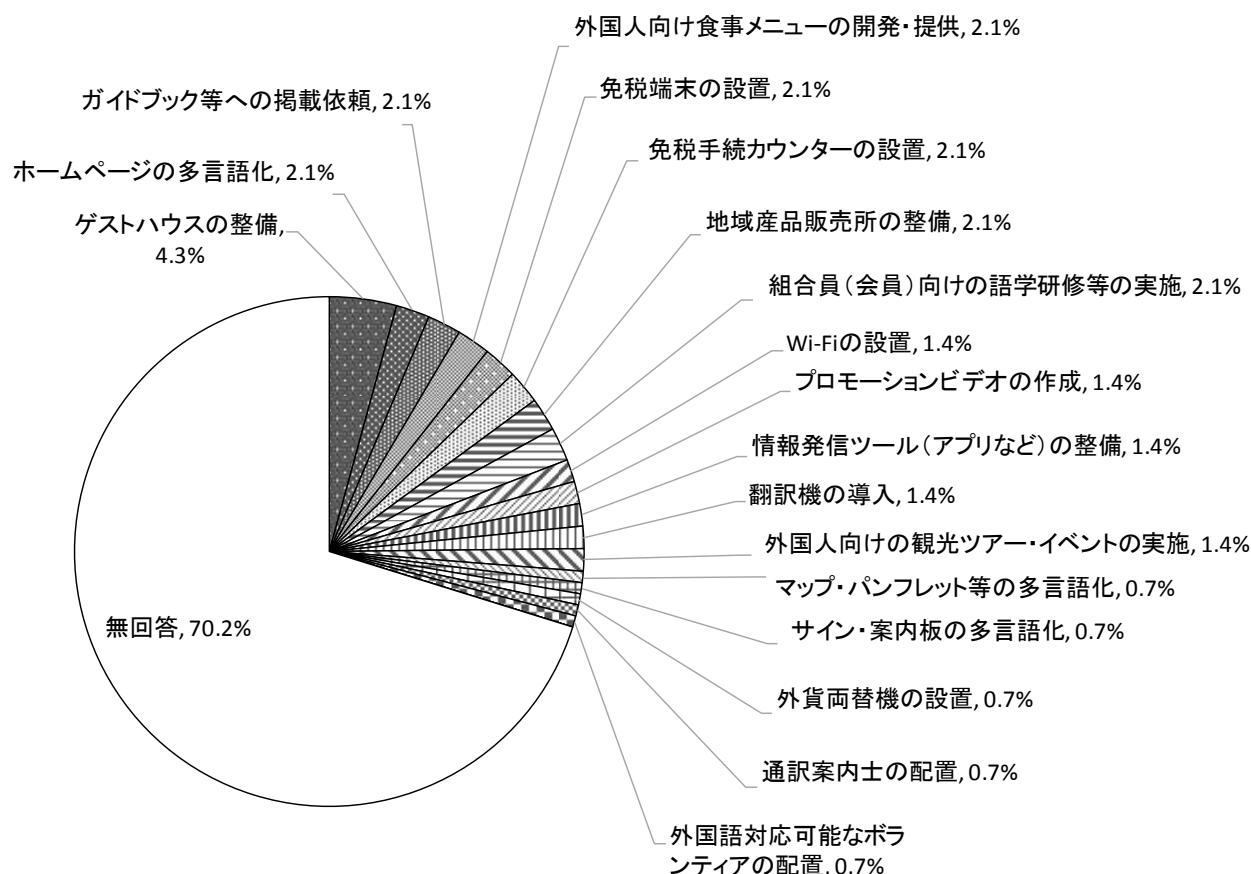
(※インバウンド事業について「取組を行っている」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問7(4)参照>

「取組を行っている」と回答した商店街において、効果が薄いと思われるインバウンド事業は、「ゲストハウスの整備 (4.3%)」が最も多く、次いで同率で「ホームページの多言語化 (2.1%)」、「ガイドブック等への掲載依頼 (2.1%)」、「外国人向け食事メニューの開発・提供 (2.1%)」、「免税端末の設置 (2.1%)」、「免税手続きカウンターの設置 (2.1%)」、「地域産品販売所の設置 (2.1%)」、「組合員(会員)向けの語学研修等の実施 (2.1%)」となっている。

図表 34 効果が薄いと思われる取組

(n=141)



インバウンド事業を実施していない主な理由

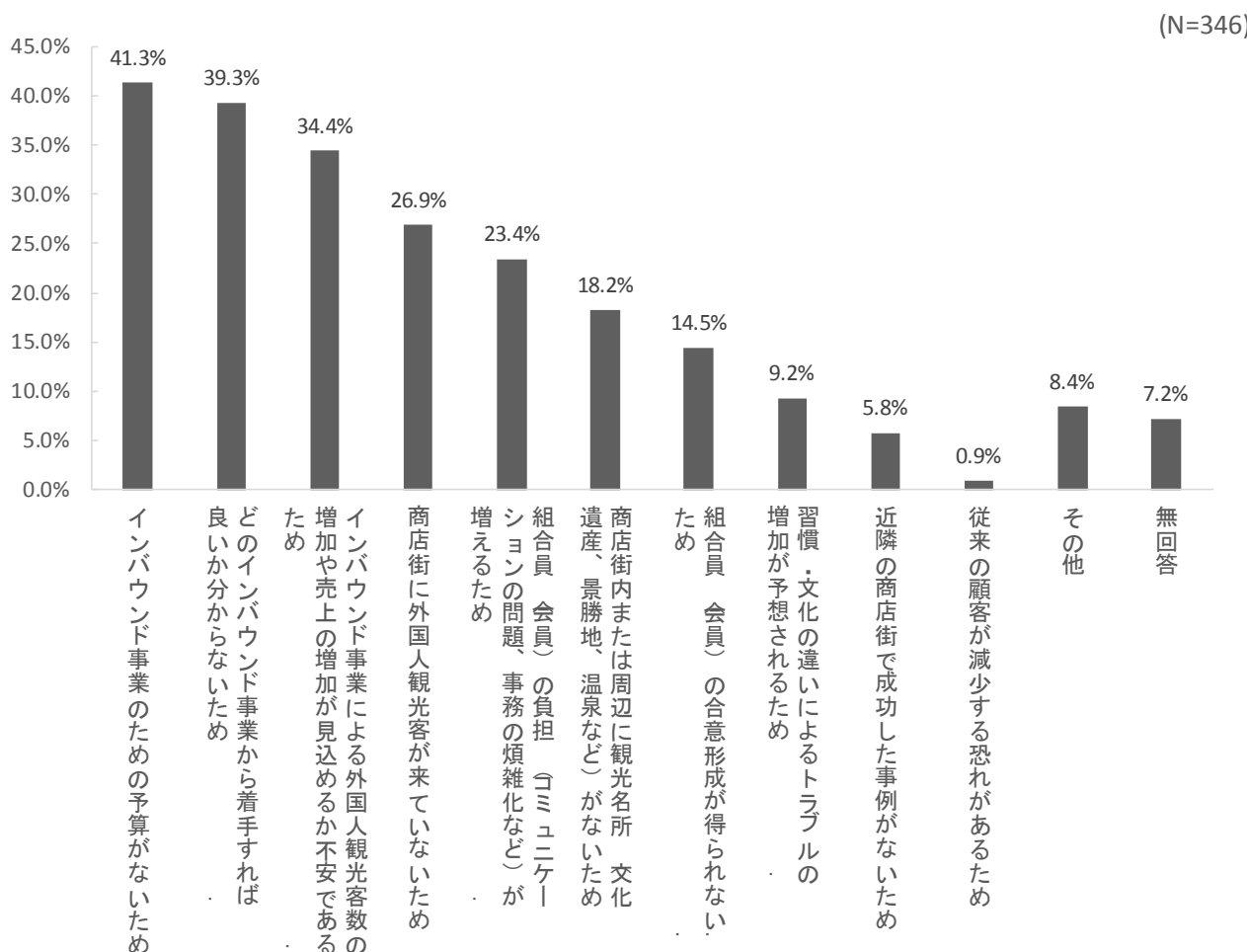
貴商店街で、現在、取組を実施していない主な理由をお答えください。（〇は3つまで）

（※インバウンド事業について「取組を行っていないが、実施を検討していきたい」と回答した商店街に対する設問）

<調査票 問8(1)参照>

「取組を行っていないが、実施を検討していきたい」と回答した商店街において、インバウンド事業を実施していない主な理由は、「インバウンド事業のための予算がないため（41.3%）」が最も多く、次いで「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（39.3%）」、「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（34.4%）」となっている。

図表 35 インバウンド事業を実施していない主な理由



組織形態別でみると、「商店街振興組合」では「インバウンド事業のための予算がないため（19.5%）」、「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（18.4%）」、「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（17.2%）」が上位に挙がっている。

「事業協同組合」では「商店街に外国人観光客が来ていないため（18.6%）」、「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（15.7%）」同率で「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（15.7%）」が上位に挙がっている。

「任意団体」では「インバウンド事業のための予算がないため（17.9%）」、「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（16.8%）」、「商店街に外国人観光客が来ていないため（13.8%）」が上位に挙がっている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」では「インバウンド事業のための予算がないため（18.6%）」、「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（15.5%）」、「商店街に外国人観光客が来ていないため（12.0%）」が上位に挙がっている。

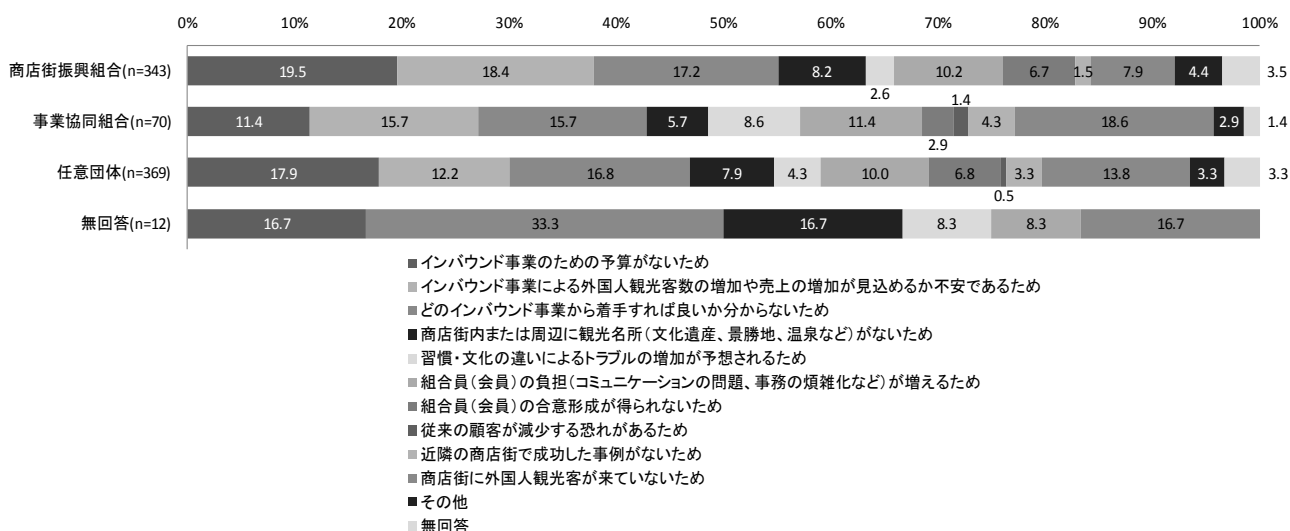
「地域型商店街」では「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（18.8%）」、「インバウンド事業のための予算がないため（18.0%）」、「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（17.5%）」が上位に挙がっている。

「広域型商店街」では「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（18.1%）」、「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（16.9%）」、「インバウンド事業のための予算がないため（14.5%）」が上位に挙がっている。

「超広域型商店街」では「インバウンド事業のための予算がないため（26.3%）」、「インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため（21.1%）」同率で「どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため（21.1%）」が上位に挙がっている。

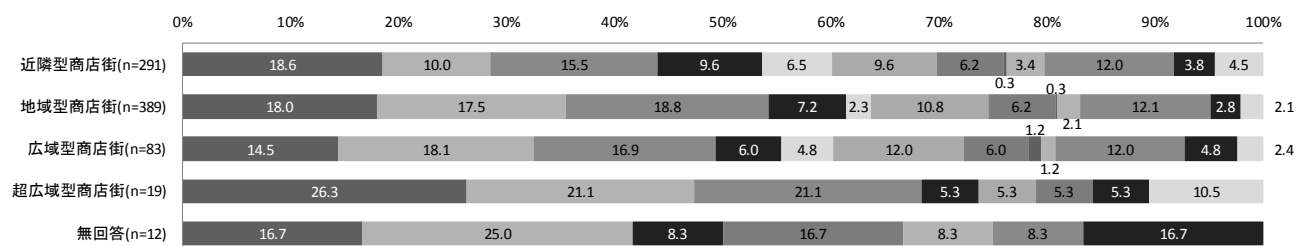
図表 36 インバウンド事業を実施していない主な理由（組織形態・商店街タイプ別）

<組織形態>



※組織形態別の「n」は、各組織等の有効回答数を示す。

<商店街タイプ>



- インバウンド事業のための予算がないため
- インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため
- どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため
- 商店街内または周辺に観光名所(文化遺産、景勝地、温泉など)がないため
- 習慣・文化の違いによるトラブルの増加が予想されるため
- 組合員(会員)の負担(コミュニケーションの問題、事務の煩雑化など)が増えるため
- 組合員(会員)の合意形成が得られないため
- 従来の顧客が減少する恐れがあるため
- 近隣の商店街で成功した事例がないため
- 商店街に外国人観光客が来ていないため
- その他
- 無回答

※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

今後取り組んでみたいインバウンド事業

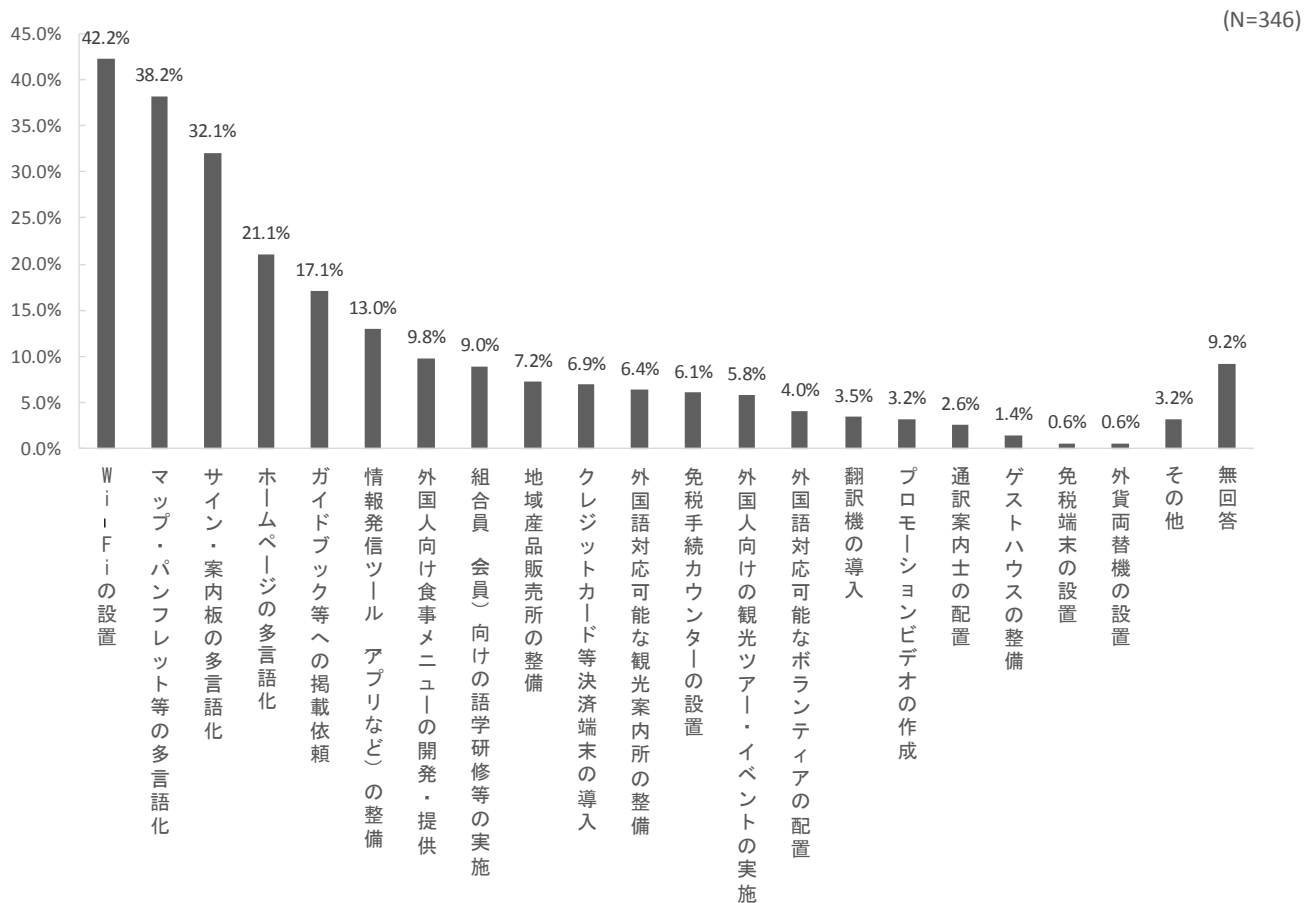
貴商店街で、今後、取り組んでみたいインバウンド事業をお答えください。（〇は3つまで）

（※インバウンド事業について「取組を行っている」と回答した商店街に対する設問）

<調査票 問8(2)参照>

「取組を行っていないが、実施を検討していきたい」と回答した商店街において、今後取り組んでみたいインバウンド事業は、「Wi-Fi の設置（42.2%）」が最も多く、次いで「マップ・パンフレット等の多言語化（38.2%）」、「サイン・案内板の多言語化（32.1%）」となっている。

図表 37 今後取り組んでみたいインバウンド事業



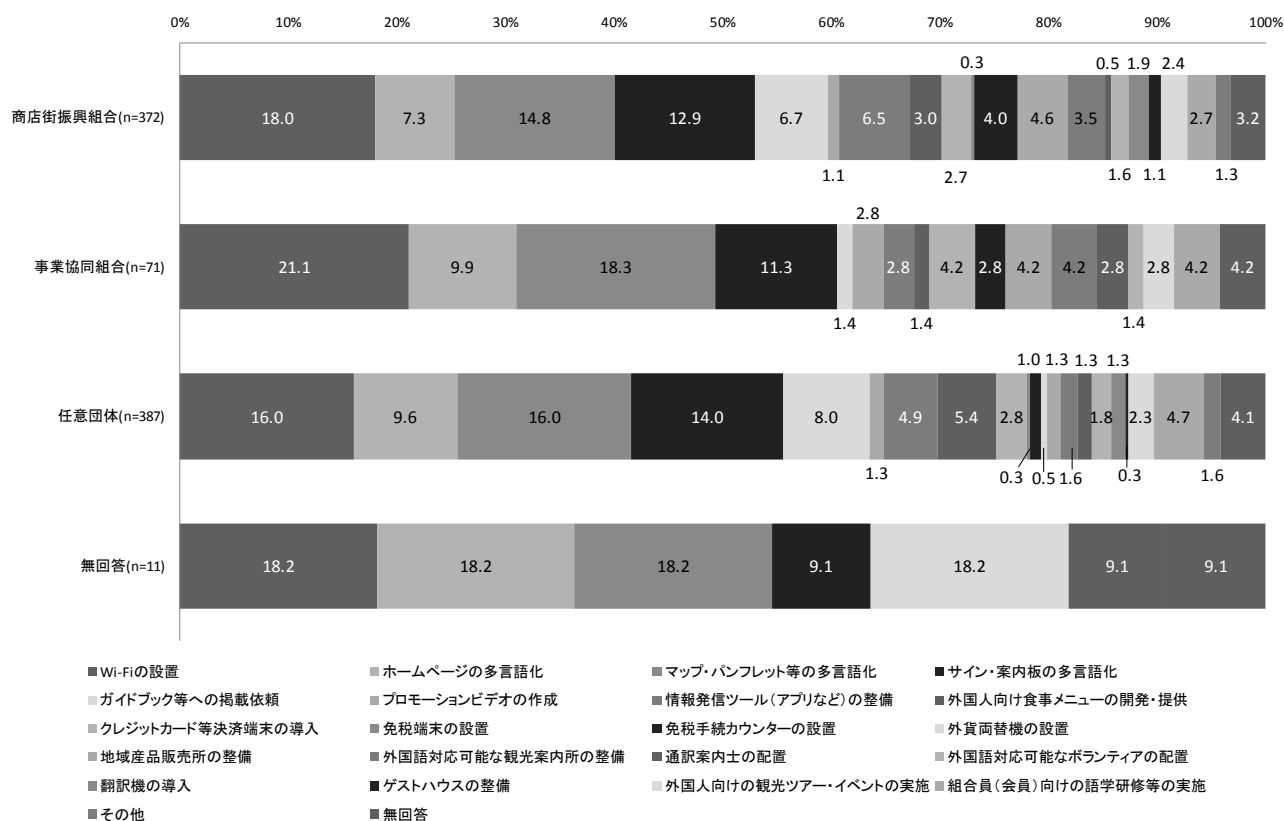
組織形態別でみると、それぞれの組織形態ともに「Wi-Fi の設置」、「マップ・パンフレット等の多言語化」、「サイン・案内板の多言語化」が上位に挙がっている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」、「地域別商店街」、「広域型商店街」において「Wi-Fi の設置」、「マップ・パンフレット等の多言語化」、「サイン・案内板の多言語化」が上位に挙がっている。

「超広域型商店街」では「Wi-Fi の設置 (22.7%)」、「マップ・パンフレット等の多言語化 (18.2%)」同率で「ホームページの多言語化 (18.2%)」が上位に挙がっている。

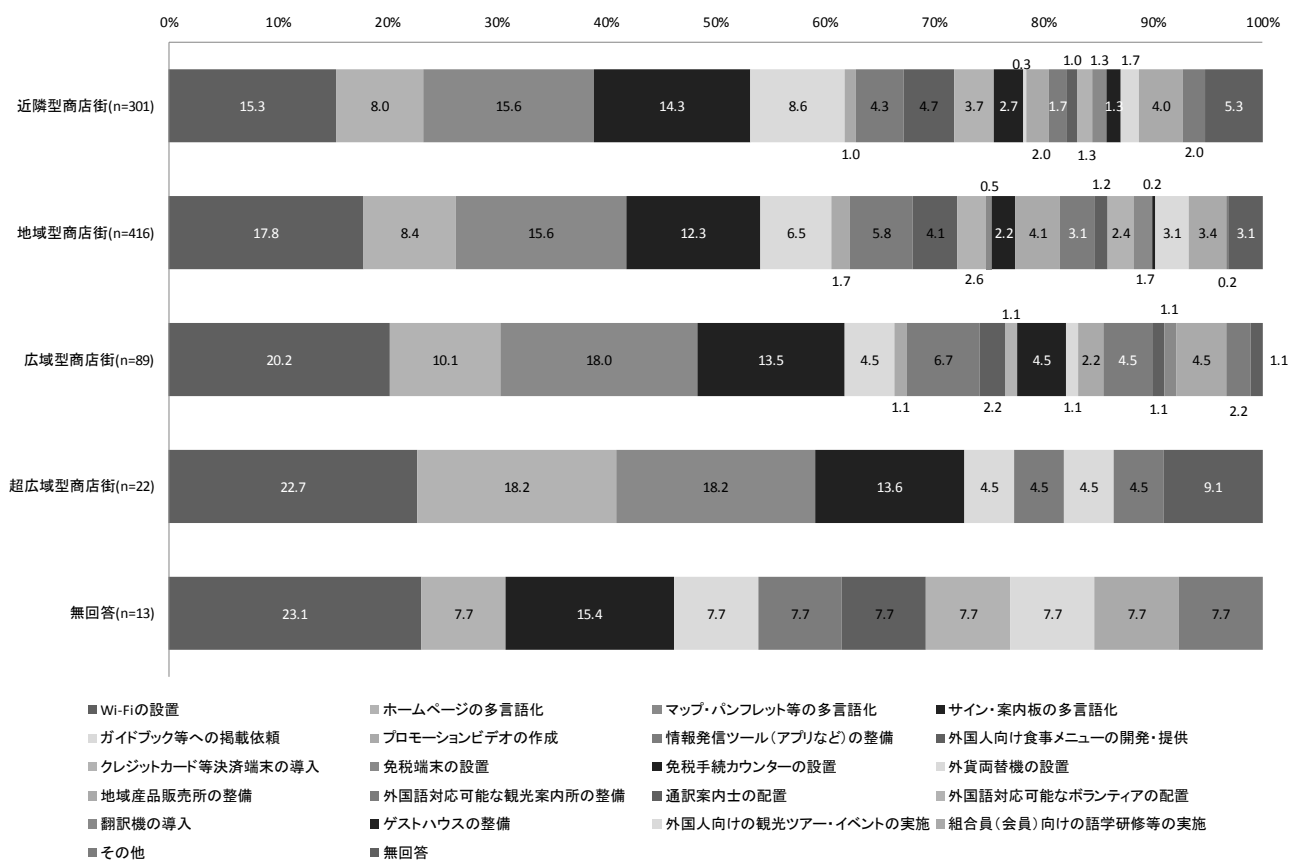
図表 38 今後取り組んでみたいインバウンド事業（組織形態・商店街タイプ別）

＜組織形態＞



※組織形態別の「n」は、各組織等の有効回答数を示す。

<商店街タイプ>



※商店街タイプ別の「n」は、各タイプ等の有効回答数を示す。

今後もインバウンド事業を実施しない主な理由

貴商店街で、今後も取組を実施しない主な理由をお答えください。(〇は3つまで)

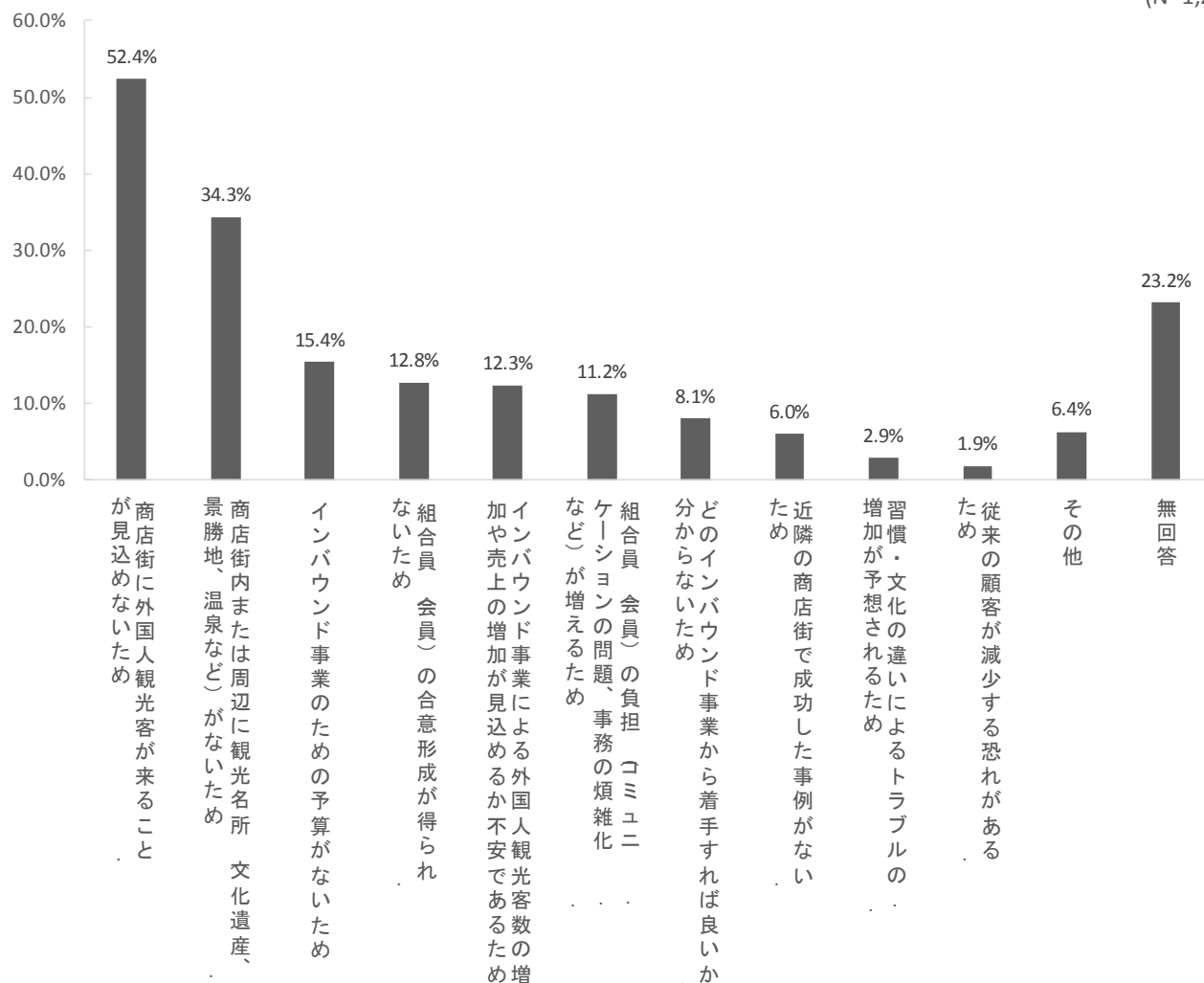
(※インバウンド事業について「取組を行っていない上、今後も実施する予定はない」と回答した商店街に対する設問)

<調査票 問9 参照>

「取組を行っていない上、今後も実施する予定はない」と回答した商店街において、今後もインバウンド事業を実施しない主な理由は、「商店街に外国人観光客が来ることが見込めないため (52.4%)」が最も多く、次いで「商店街内または周辺に観光名所 (文化遺産、景勝地、温泉など) がないため (34.3%)」、「インバウンド事業のための予算がないため (15.4%)」となっている。

図表 39 今後もインバウンド事業を実施しない主な理由

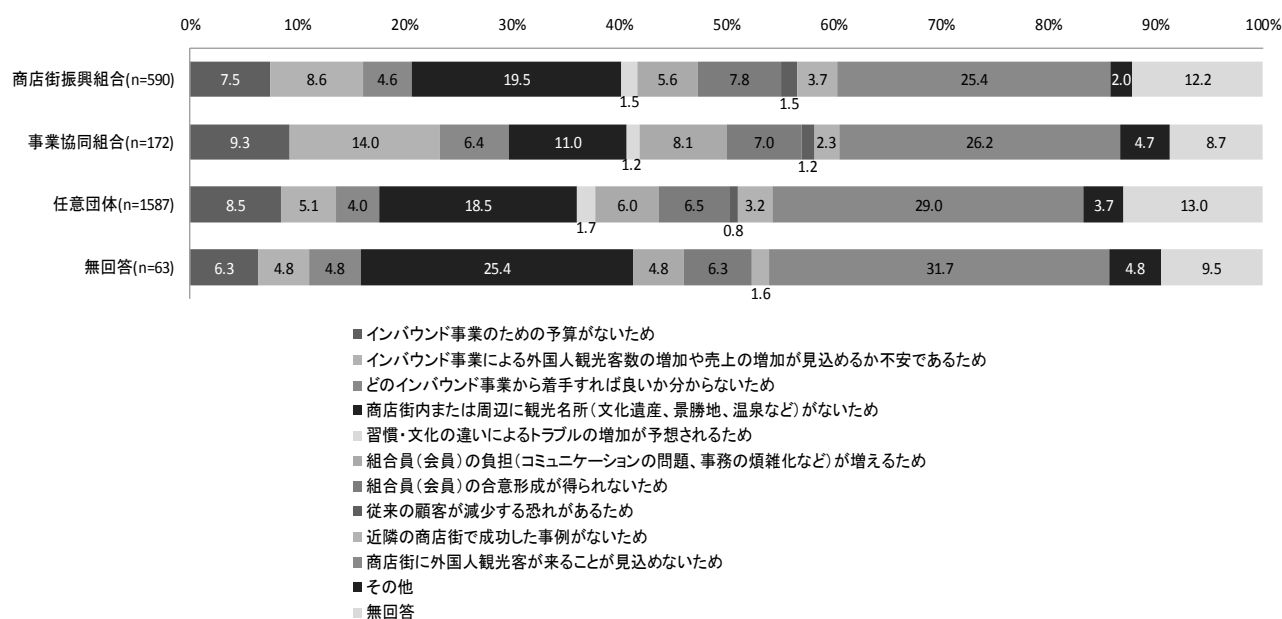
(N=1,290)



組織形態別にみると、それぞれの組織形態ともに「商店街に外国人観光客が来ることが見込めないため」「商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）がないため」が上位に挙げられている。

図表 40 今後もインバウンド事業を実施しない主な理由（組織形態別）

<組織形態>



※組織形態別の「n」は、各組織等の有効回答数を示す。

外国人観光客の受入に関する意見・提案

外国人観光客の受入に関してご意見・ご提案があれば記入してください。（自由記入）

＜調査票 問10 参照＞

外国人観光客の受入に関する意見・提案を尋ねたところ、140件の意見が寄せられ、ここでは代表的な意見を記載する。

- ・外国人観光客は、繁華街の商店街には来るとは思いますが、繁華街ではない商店街では、来街は難しいと思います。商店街周囲で民宿等があればよいと思いますが、緩和が重要かと考えています。
- ・市としては、受入に気を使っているが、私どもの商店街は飲食店や飲屋街のため入ってこない。
- ・近隣型商店街なので、外国人に日本の日常の文化をガイドしたい。
- ・飲食関係の会員個店が多いJR駅前のショッピングタウンなので、最近付近にホテル、民泊が増え、アジア等の外国人が多く訪れるようになった。どう対応していくかの会議・会合を設けても会員の意識が薄い。また会員の多くは一時的なものだと取りあわない人が多い。
- ・外国人受入歓迎店と拒否店がはっきりしている。マナーの悪さが大きな理由になっている。
- ・受入側のコミュニケーション・言語対応等の講座を実施して欲しい
- ・一般の日本人とのトラブルが心配である。
- ・インバウンドの受入体制の確立が難題。
- ・来店される見込みがあれば検討が必要。
- ・外国人が来てくれればおもしろいと思うが、見たことがない。来るようなことがあれば対応を考えるつもりである。
- ・外国人が求める内容を提供できるか不明。来たいと思える場所の提供をどのように作っているか情報提供をしてほしい。
- ・積極的に外国人観光客を受け入れるのも必要かもしれないが、我々の様な近隣型の商店街は、たまたま訪れた外国人に昔ながらの日本の商店を見てもらうのも良いと思う。
- ・今のところは商店街としては何もしていません。後々は観光客に気軽に立ち寄る場をどのように提供できるかを考えていきたい。
- ・観光地でないので外国人観光客は来ない。高齢者が多い土地であり今後も来街は見込めない。
- ・田舎でも体験型観光を通して滞在型の施設（空家）を利用して、農業、畜産業、酪農を武器にインバウンドを取り込んでほしい。
- ・すでに日本に居住している外国人の知恵を借りるべきです。

第 3 章 資料編

第3章 資料編

1. 集計結果

商店街のタイプ

		総 数	近 隣 型 商 店 街	地 域 型 商 店 街	広 域 型 商 店 街	超 広 域 型 商 店 街	無 回 答
総数		1,859	988	623	143	43	62
		100.0%	53.1%	33.5%	7.7%	2.3%	3.3%
組織形態	商店街振興組合	558	221	234	69	24	10
		100.0%	39.6%	41.9%	12.4%	4.3%	1.8%
	事業協同組合	140	51	65	17	4	3
		100.0%	36.4%	46.4%	12.1%	2.9%	2.1%
	任意団体	1,106	687	313	54	15	37
		100.0%	62.1%	28.3%	4.9%	1.4%	3.3%
	無回答	55	29	11	3	0	12
		100.0%	52.7%	20.0%	5.5%	0.0%	21.8%
立地環境	繁華街	460	143	191	81	31	14
		100.0%	31.1%	41.5%	17.6%	6.7%	3.0%
	住宅街	631	452	150	13	0	16
		100.0%	71.6%	23.8%	2.1%	0.0%	2.5%
	駅前・駅ビル	362	188	133	26	8	7
		100.0%	51.9%	36.7%	7.2%	2.2%	1.9%
	ロードサイド	168	83	70	13	1	1
		100.0%	49.4%	41.7%	7.7%	0.6%	0.6%
	オフィス街	47	28	12	3	1	3
		100.0%	59.6%	25.5%	6.4%	2.1%	6.4%
	観光地	54	20	26	2	2	4
		100.0%	37.0%	48.1%	3.7%	3.7%	7.4%
	その他	114	69	35	4	0	6
		100.0%	60.5%	30.7%	3.5%	0.0%	5.3%
地域	北海道	72	25	41	4	1	1
		100.0%	34.7%	56.9%	5.6%	1.4%	1.4%
	東北	137	59	62	11	2	3
		100.0%	43.1%	45.3%	8.0%	1.5%	2.2%
	関東	981	599	269	61	16	36
		100.0%	61.1%	27.4%	6.2%	1.6%	3.7%
	中部	110	51	40	16	2	1
		100.0%	46.4%	36.4%	14.5%	1.8%	0.9%
	近畿	272	142	89	19	14	8
		100.0%	52.2%	32.7%	7.0%	5.1%	2.9%
	中国	63	20	33	7	3	0
		100.0%	31.7%	52.4%	11.1%	4.8%	0.0%
	四国	46	18	19	8	0	1
		100.0%	39.1%	41.3%	17.4%	0.0%	2.2%
	九州・沖縄	159	67	66	16	5	5
		100.0%	42.1%	41.5%	10.1%	3.1%	3.1%
	無回答	19	7	4	1	0	7
		100.0%	36.8%	21.1%	5.3%	0.0%	36.8%

商店街の立地環境

		総 数	繁 華 街	住 宅 街	駅 前 ・ 駅 ビ ル	ロ ー ド サ イ ド	オ フ ィ ス 街	観 光 地	そ の 他	無 回 答
総数		1,859	460	631	362	168	47	54	114	23
		100.0%	24.7%	33.9%	19.5%	9.0%	2.5%	2.9%	6.1%	1.2%
組織形態	商店街振興組合	558	221	127	118	42	12	17	15	6
		100.0%	39.6%	22.8%	21.1%	7.5%	2.2%	3.0%	2.7%	1.1%
	事業協同組合	140	46	31	35	12	3	7	4	2
		100.0%	32.9%	22.1%	25.0%	8.6%	2.1%	5.0%	2.9%	1.4%
	任意団体	1106	185	450	205	108	32	30	89	7
		100.0%	16.7%	40.7%	18.5%	9.8%	2.9%	2.7%	8.0%	0.6%
	無回答	55	8	23	4	6	0	0	6	8
		100.0%	14.5%	41.8%	7.3%	10.9%	0.0%	0.0%	10.9%	14.5%
商店街 タイプ	近隣型商店街	988	143	452	188	83	28	20	69	5
		100.0%	14.5%	45.7%	19.0%	8.4%	2.8%	2.0%	7.0%	0.5%
	地域型商店街	623	191	150	133	70	12	26	35	6
		100.0%	30.7%	24.1%	21.3%	11.2%	1.9%	4.2%	5.6%	1.0%
	広域型商店街	143	81	13	26	13	3	2	4	1
		100.0%	56.6%	9.1%	18.2%	9.1%	2.1%	1.4%	2.8%	0.7%
	超広域型商店街	43	31	0	8	1	1	2	0	0
		100.0%	72.1%	0.0%	18.6%	2.3%	2.3%	4.7%	0.0%	0.0%
地域	無回答	62	14	16	7	1	3	4	6	11
		100.0%	22.6%	25.8%	11.3%	1.6%	4.8%	6.5%	9.7%	17.7%
	北海道	72	20	18	8	15	2	2	7	0
		100.0%	27.8%	25.0%	11.1%	20.8%	2.8%	2.8%	9.7%	0.0%
	東北	137	50	39	12	9	8	3	14	2
		100.0%	36.5%	28.5%	8.8%	6.6%	5.8%	2.2%	10.2%	1.5%
	関東	981	179	404	197	86	24	23	58	10
		100.0%	18.2%	41.2%	20.1%	8.8%	2.4%	2.3%	5.9%	1.0%
	中部	110	40	39	12	7	2	5	4	1
		100.0%	36.4%	35.5%	10.9%	6.4%	1.8%	4.5%	3.6%	0.9%
	近畿	272	65	69	90	20	5	9	12	2
		100.0%	23.9%	25.4%	33.1%	7.4%	1.8%	3.3%	4.4%	0.7%
	中国	63	21	12	11	7	2	5	5	0
		100.0%	33.3%	19.0%	17.5%	11.1%	3.2%	7.9%	7.9%	0.0%
	四国	46	21	6	10	3	1	1	3	1
		100.0%	45.7%	13.0%	21.7%	6.5%	2.2%	2.2%	6.5%	2.2%
	九州・沖縄	159	62	38	22	16	3	6	10	2
		100.0%	39.0%	23.9%	13.8%	10.1%	1.9%	3.8%	6.3%	1.3%
	無回答	19	2	6	0	5	0	0	1	5
		100.0%	10.5%	31.6%	0.0%	26.3%	0.0%	0.0%	5.3%	26.3%

商店街の主な来客者層 第1位

		合計	学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客（国内）	観光客（外国）	その他	無回答
総数		1,859	71	91	729	187	638	48	9	6	80
		100.0%	3.8%	4.9%	39.2%	10.1%	34.3%	2.6%	0.5%	0.3%	4.3%
組織形態	商店街振興組合	558	28	30	223	47	187	21	7	1	14
		100.0%	5.0%	5.4%	40.0%	8.4%	33.5%	3.8%	1.3%	0.2%	2.5%
	事業協同組合	140	1	5	60	14	56	1	0	0	3
		100.0%	0.7%	3.6%	42.9%	10.0%	40.0%	0.7%	0.0%	0.0%	2.1%
	任意団体	1,106	39	55	431	122	375	26	2	5	51
		100.0%	3.5%	5.0%	39.0%	11.0%	33.9%	2.4%	0.2%	0.5%	4.6%
	無回答	55	3	1	15	4	20	0	0	0	12
		100.0%	5.5%	1.8%	27.3%	7.3%	36.4%	0.0%	0.0%	0.0%	21.8%
商店街タイプ	近隣型商店街	988	24	44	425	61	374	15	0	4	41
		100.0%	2.4%	4.5%	43.0%	6.2%	37.9%	1.5%	0.0%	0.4%	4.1%
	地域型商店街	623	21	33	237	64	230	19	4	1	14
		100.0%	3.4%	5.3%	38.0%	10.3%	36.9%	3.0%	0.6%	0.2%	2.2%
	広域型商店街	143	18	9	55	29	27	1	2	0	2
		100.0%	12.6%	6.3%	38.5%	20.3%	18.9%	0.7%	1.4%	0.0%	1.4%
	超広域型商店街	43	6	3	9	12	1	7	3	1	1
		100.0%	14.0%	7.0%	20.9%	27.9%	2.3%	16.3%	7.0%	2.3%	2.3%
立地環境	無回答	62	2	2	3	21	6	6	0	0	22
		100.0%	3.2%	3.2%	4.8%	33.9%	9.7%	9.7%	0.0%	0.0%	35.5%
	繁華街	460	31	21	162	89	127	13	5	1	11
		100.0%	6.7%	4.6%	35.2%	19.3%	27.6%	2.8%	1.1%	0.2%	2.4%
	住宅街	631	10	36	269	17	262	2	0	2	33
		100.0%	1.6%	5.7%	42.6%	2.7%	41.5%	0.3%	0.0%	0.3%	5.2%
	駅前・駅ビル	362	18	13	176	30	109	3	2	0	11
		100.0%	5.0%	3.6%	48.6%	8.3%	30.1%	0.8%	0.6%	0.0%	3.0%
立地環境	ロードサイド	168	7	7	66	13	69	0	0	0	6
		100.0%	4.2%	4.2%	39.3%	7.7%	41.1%	0.0%	0.0%	0.0%	3.6%
	オフィス街	47	2	3	7	25	8	1	0	0	1
		100.0%	4.3%	6.4%	14.9%	53.2%	17.0%	2.1%	0.0%	0.0%	2.1%
	観光地	54	0	3	12	1	11	24	2	0	1
		100.0%	0.0%	5.6%	22.2%	1.9%	20.4%	44.4%	3.7%	0.0%	1.9%
	その他	114	3	7	34	8	47	5	0	3	7
		100.0%	2.6%	6.1%	29.8%	7.0%	41.2%	4.4%	0.0%	2.6%	6.1%
立地環境	無回答	23	0	1	3	4	5	0	0	0	10
		100.0%	0.0%	4.3%	13.0%	17.4%	21.7%	0.0%	0.0%	0.0%	43.5%
地域	北海道	72	0	2	19	5	41	3	1	0	1
		100.0%	0.0%	2.8%	26.4%	6.9%	56.9%	4.2%	1.4%	0.0%	1.4%
	東北	137	4	5	46	19	56	0	0	2	5
		100.0%	2.9%	3.6%	33.6%	13.9%	40.9%	0.0%	0.0%	1.5%	3.6%
	関東	981	42	63	409	96	296	23	2	3	47
		100.0%	4.3%	6.4%	41.7%	9.8%	30.2%	2.3%	0.2%	0.3%	4.8%
	中部	110	5	4	43	8	39	5	1	0	5
		100.0%	4.5%	3.6%	39.1%	7.3%	35.5%	4.5%	0.9%	0.0%	4.5%
地域	近畿	272	8	4	110	34	99	6	4	0	7
		100.0%	2.9%	1.5%	40.4%	12.5%	36.4%	2.2%	1.5%	0.0%	2.6%
	中国	63	3	1	18	3	30	5	0	1	2
		100.0%	4.8%	1.6%	28.6%	4.8%	47.6%	7.9%	0.0%	1.6%	3.2%
	四国	46	5	3	14	2	20	1	0	0	1
		100.0%	10.9%	6.5%	30.4%	4.3%	43.5%	2.2%	0.0%	0.0%	2.2%
	九州・沖縄	159	3	9	66	20	50	5	1	0	5
		100.0%	1.9%	5.7%	41.5%	12.6%	31.4%	3.1%	0.6%	0.0%	3.1%
地域	無回答	19	1	0	4	0	7	0	0	0	7
		100.0%	5.3%	0.0%	21.1%	0.0%	36.8%	0.0%	0.0%	0.0%	36.8%

商店街の主な来客者層 第2位

		合計	学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客（国内）	観光客（外国）	その他	無回答
総数		1,859	93	216	649	125	612	34	24	5	101
		100.0%	5.0%	11.6%	34.9%	6.7%	32.9%	1.8%	1.3%	0.3%	5.4%
組織形態	商店街振興組合	558	36	67	195	48	170	12	11	2	17
		100.0%	6.5%	12.0%	34.9%	8.6%	30.5%	2.2%	2.0%	0.4%	3.0%
	事業協同組合	140	5	10	57	10	49	6	0	0	3
		100.0%	3.6%	7.1%	40.7%	7.1%	35.0%	4.3%	0.0%	0.0%	2.1%
	任意団体	1,106	50	128	378	66	385	16	13	3	67
		100.0%	4.5%	11.6%	34.2%	6.0%	34.8%	1.4%	1.2%	0.3%	6.1%
	無回答	55	2	11	19	1	8	0	0	0	14
		100.0%	3.6%	20.0%	34.5%	1.8%	14.5%	0.0%	0.0%	0.0%	25.5%
商店街タイプ	近隣型商店街	947	26	102	384	46	364	7	6	1	11
		100.0%	2.7%	10.8%	40.5%	4.9%	38.4%	0.7%	0.6%	0.1%	1.2%
	地域型商店街	609	37	73	219	50	199	13	9	2	7
		100.0%	6.1%	12.0%	36.0%	8.2%	32.7%	2.1%	1.5%	0.3%	1.1%
	広域型商店街	141	17	28	29	18	39	7	2	0	1
		100.0%	12.1%	19.9%	20.6%	12.8%	27.7%	5.0%	1.4%	0.0%	0.7%
	超広域型商店街	42	6	5	10	9	2	5	5	0	0
		100.0%	14.3%	11.9%	23.8%	21.4%	4.8%	11.9%	11.9%	0.0%	0.0%
	無回答	120	7	8	7	2	8	2	2	2	82
		100.0%	5.8%	6.7%	5.8%	1.7%	6.7%	1.7%	1.7%	1.7%	68.3%
立地環境	繁華街	449	38	49	141	49	134	22	11	3	2
		100.0%	8.5%	10.9%	31.4%	10.9%	29.8%	4.9%	2.4%	0.7%	0.4%
	住宅街	598	13	75	251	29	218	0	1	1	10
		100.0%	2.2%	12.5%	42.0%	4.8%	36.5%	0.0%	0.2%	0.2%	1.7%
	駅前・駅ビル	351	24	37	111	24	146	5	2	0	2
		100.0%	6.8%	10.5%	31.6%	6.8%	41.6%	1.4%	0.6%	0.0%	0.6%
	ロードサイド	162	11	26	63	11	50	0	0	0	1
		100.0%	6.8%	16.0%	38.9%	6.8%	30.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.6%
	オフィス街	46	3	1	20	6	14	0	1	0	1
		100.0%	6.5%	2.2%	43.5%	13.0%	30.4%	0.0%	2.2%	0.0%	2.2%
	観光地	53	3	12	8	2	14	6	8	0	0
		100.0%	5.7%	22.6%	15.1%	3.8%	26.4%	11.3%	15.1%	0.0%	0.0%
	その他	107	1	15	48	3	33	1	1	0	5
		100.0%	0.9%	14.0%	44.9%	2.8%	30.8%	0.9%	0.9%	0.0%	4.7%
	無回答	93	0	1	7	1	3	0	0	1	80
		100.0%	0.0%	1.1%	7.5%	1.1%	3.2%	0.0%	0.0%	1.1%	86.0%
地域	北海道	71	0	7	39	5	17	1	2	0	0
		100.0%	0.0%	9.9%	54.9%	7.0%	23.9%	1.4%	2.8%	0.0%	0.0%
	東北	132	9	10	54	7	43	4	0	2	3
		100.0%	6.8%	7.6%	40.9%	5.3%	32.6%	3.0%	0.0%	1.5%	2.3%
	関東	934	44	125	316	73	340	8	11	2	15
		100.0%	4.7%	13.4%	33.8%	7.8%	36.4%	0.9%	1.2%	0.2%	1.6%
	中部	105	8	11	39	7	35	2	2	1	0
		100.0%	7.6%	10.5%	37.1%	6.7%	33.3%	1.9%	1.9%	1.0%	0.0%
	近畿	265	18	29	97	7	94	12	7	0	1
		100.0%	6.8%	10.9%	36.6%	2.6%	35.5%	4.5%	2.6%	0.0%	0.4%
	中国	61	2	12	31	1	13	1	0	0	1
		100.0%	3.3%	19.7%	50.8%	1.6%	21.3%	1.6%	0.0%	0.0%	1.6%
	四国	45	3	2	16	10	13	0	1	0	0
		100.0%	6.7%	4.4%	35.6%	22.2%	28.9%	0.0%	2.2%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	154	9	18	51	14	54	6	1	0	1
		100.0%	5.8%	11.7%	33.1%	9.1%	35.1%	3.9%	0.6%	0.0%	0.6%
	無回答	92	0	2	6	1	3	0	0	0	80
		100.0%	0.0%	2.2%	6.5%	1.1%	3.3%	0.0%	0.0%	0.0%	87.0%

商店街の主な来客者層 第3位

		合計	学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客（国内）	観光客（外国）	その他	無回答
総数		1,859	226	618	125	260	235	78	53	38	226
		100.0%	12.2%	33.2%	6.7%	14.0%	12.6%	4.2%	2.9%	2.0%	12.2%
組織形態	商店街振興組合	558	60	172	33	93	90	35	24	8	43
		100.0%	10.8%	30.8%	5.9%	16.7%	16.1%	6.3%	4.3%	1.4%	7.7%
	事業協同組合	140	16	54	4	26	17	6	5	2	10
		100.0%	11.4%	38.6%	2.9%	18.6%	12.1%	4.3%	3.6%	1.4%	7.1%
	任意団体	1106	144	377	85	136	122	37	24	28	153
		100.0%	13.0%	34.1%	7.7%	12.3%	11.0%	3.3%	2.2%	2.5%	13.8%
	無回答	55	6	15	3	5	6	0	0	0	20
		100.0%	10.9%	27.3%	5.5%	9.1%	10.9%	0.0%	0.0%	0.0%	36.4%
商店街タイプ	近隣型商店街	936	119	367	62	122	112	26	14	24	90
		100.0%	12.7%	39.2%	6.6%	13.0%	12.0%	2.8%	1.5%	2.6%	9.6%
	地域型商店街	602	77	190	47	109	84	37	20	11	27
		100.0%	12.8%	31.6%	7.8%	18.1%	14.0%	6.1%	3.3%	1.8%	4.5%
	広域型商店街	140	16	44	12	23	28	7	5	1	4
		100.0%	11.4%	31.4%	8.6%	16.4%	20.0%	5.0%	3.6%	0.7%	2.9%
	超広域型商店街	42	9	9	1	2	6	7	8	0	0
		100.0%	21.4%	21.4%	2.4%	4.8%	14.3%	16.7%	19.0%	0.0%	0.0%
	無回答	139	5	8	3	4	5	1	6	2	105
		100.0%	3.6%	5.8%	2.2%	2.9%	3.6%	0.7%	4.3%	1.4%	75.5%
立地環境	繁華街	447	66	140	33	70	60	34	24	6	14
		100.0%	14.8%	31.3%	7.4%	15.7%	13.4%	7.6%	5.4%	1.3%	3.1%
	住宅街	588	64	243	35	83	69	11	3	15	65
		100.0%	10.9%	41.3%	6.0%	14.1%	11.7%	1.9%	0.5%	2.6%	11.1%
	駅前・駅ビル	349	53	129	20	58	46	9	12	5	17
		100.0%	15.2%	37.0%	5.7%	16.6%	13.2%	2.6%	3.4%	1.4%	4.9%
	ロードサイド	161	15	62	15	25	23	2	1	3	15
		100.0%	9.3%	38.5%	9.3%	15.5%	14.3%	1.2%	0.6%	1.9%	9.3%
	オフィス街	45	5	5	9	7	12	2	2	1	2
		100.0%	11.1%	11.1%	20.0%	15.6%	26.7%	4.4%	4.4%	2.2%	4.4%
	観光地	53	4	11	3	1	9	13	9	2	1
		100.0%	7.5%	20.8%	5.7%	1.9%	17.0%	24.5%	17.0%	3.8%	1.9%
	その他	102	15	27	9	15	13	7	2	5	9
		100.0%	14.7%	26.5%	8.8%	14.7%	12.7%	6.9%	2.0%	4.9%	8.8%
	無回答	114	4	1	1	1	3	0	0	1	103
		100.0%	3.5%	0.9%	0.9%	0.9%	2.6%	0.0%	0.0%	0.9%	90.4%
地域	北海道	71	10	25	3	17	6	3	3	2	2
		100.0%	14.1%	35.2%	4.2%	23.9%	8.5%	4.2%	4.2%	2.8%	2.8%
	東北	129	22	41	10	23	15	7	0	2	9
		100.0%	17.1%	31.8%	7.8%	17.8%	11.6%	5.4%	0.0%	1.6%	7.0%
	関東	919	130	304	63	144	138	27	24	20	69
		100.0%	14.1%	33.1%	6.9%	15.7%	15.0%	2.9%	2.6%	2.2%	7.5%
	中部	105	10	33	6	18	12	8	4	2	12
		100.0%	9.5%	31.4%	5.7%	17.1%	11.4%	7.6%	3.8%	1.9%	11.4%
	近畿	264	27	114	17	22	31	16	13	6	18
		100.0%	10.2%	43.2%	6.4%	8.3%	11.7%	6.1%	4.9%	2.3%	6.8%
	中国	60	6	21	3	14	6	4	4	0	2
		100.0%	10.0%	35.0%	5.0%	23.3%	10.0%	6.7%	6.7%	0.0%	3.3%
	四国	45	7	18	6	3	6	1	0	1	3
		100.0%	15.6%	40.0%	13.3%	6.7%	13.3%	2.2%	0.0%	2.2%	6.7%
	九州・沖縄	153	14	56	15	18	20	12	5	5	8
		100.0%	9.2%	36.6%	9.8%	11.8%	13.1%	7.8%	3.3%	3.3%	5.2%
	無回答	113	0	6	2	1	1	0	0	0	103
		100.0%	0.0%	5.3%	1.8%	0.9%	0.9%	0.0%	0.0%	0.0%	91.2%

商店街の最近の景況

		合計	繁栄している	良くも悪くもない	衰退している	無回答
総数		1,859	81	606	1,142	30
		100.0%	4.4%	32.6%	61.4%	1.6%
組織形態	商店街振興組合	558	42	212	294	10
		100.0%	7.5%	38.0%	52.7%	1.8%
	事業協同組合	140	2	46	91	1
		100.0%	1.4%	32.9%	65.0%	0.7%
	任意団体	1,106	36	334	723	13
		100.0%	3.3%	30.2%	65.4%	1.2%
	無回答	55	1	14	34	6
		100.0%	1.8%	25.5%	61.8%	10.9%
商店街タイプ	近隣型商店街	988	17	241	721	9
		100.0%	1.7%	24.4%	73.0%	0.9%
	地域型商店街	623	25	251	339	8
		100.0%	4.0%	40.3%	54.4%	1.3%
	広域型商店街	143	14	71	58	0
		100.0%	9.8%	49.7%	40.6%	0.0%
	超広域型商店街	43	20	18	4	1
		100.0%	46.5%	41.9%	9.3%	2.3%
立地環境	無回答	62	5	25	20	12
		100.0%	8.1%	40.3%	32.3%	19.4%
	繁華街	460	44	191	222	3
		100.0%	9.6%	41.5%	48.3%	0.7%
	住宅街	631	7	149	469	6
		100.0%	1.1%	23.6%	74.3%	1.0%
	駅前・駅ビル	362	16	140	201	5
		100.0%	4.4%	38.7%	55.5%	1.4%
	ロードサイド	168	2	57	107	2
		100.0%	1.2%	33.9%	63.7%	1.2%
	オフィス街	47	1	21	24	1
		100.0%	2.1%	44.7%	51.1%	2.1%
地域	観光地	54	10	22	21	1
		100.0%	18.5%	40.7%	38.9%	1.9%
	その他	114	1	25	86	2
		100.0%	0.9%	21.9%	75.4%	1.8%
	無回答	23	0	1	12	10
		100.0%	0.0%	4.3%	52.2%	43.5%
	北海道	72	0	19	52	1
		100.0%	0.0%	26.4%	72.2%	1.4%
	東北	137	2	36	98	1
		100.0%	1.5%	26.3%	71.5%	0.7%
	関東	981	38	347	582	14
		100.0%	3.9%	35.4%	59.3%	1.4%
	中部	110	6	34	69	1
		100.0%	5.5%	30.9%	62.7%	0.9%
	近畿	272	20	89	162	1
		100.0%	7.4%	32.7%	59.6%	0.4%
	中国	63	3	19	39	2
		100.0%	4.8%	30.2%	61.9%	3.2%
	四国	46	2	10	34	0
		100.0%	4.3%	21.7%	73.9%	0.0%
	九州・沖縄	159	10	44	100	5
		100.0%	6.3%	27.7%	62.9%	3.1%
	無回答	19	0	8	6	5
		100.0%	0.0%	42.1%	31.6%	26.3%

商店街の外国人観光客の来訪動向

		合 計	よ く い る	た ま に い る	い な い	無 回 答
総数		1,859	194	536	1,110	19
		100.0%	10.4%	28.8%	59.7%	1.0%
組織形態	商店街振興組合	558	95	206	252	5
		100.0%	17.0%	36.9%	45.2%	0.9%
	事業協同組合	140	10	58	70	2
		100.0%	7.1%	41.4%	50.0%	1.4%
	任意団体	1,106	85	260	753	8
		100.0%	7.7%	23.5%	68.1%	0.7%
	無回答	55	4	12	35	4
		100.0%	7.3%	21.8%	63.6%	7.3%
商店街 タイプ	近隣型商店街	988	51	229	704	4
		100.0%	5.2%	23.2%	71.3%	0.4%
	地域型商店街	623	67	217	334	5
		100.0%	10.8%	34.8%	53.6%	0.8%
	広域型商店街	143	32	66	44	1
		100.0%	22.4%	46.2%	30.8%	0.7%
	超広域型商店街	43	32	8	2	1
		100.0%	74.4%	18.6%	4.7%	2.3%
	無回答	62	12	16	26	8
		100.0%	19.4%	25.8%	41.9%	12.9%
立地環境	繁華街	460	98	183	178	1
		100.0%	21.3%	39.8%	38.7%	0.2%
	住宅街	631	12	114	499	6
		100.0%	1.9%	18.1%	79.1%	1.0%
	駅前・駅ビル	362	43	107	209	3
		100.0%	11.9%	29.6%	57.7%	0.8%
	ロードサイド	168	4	42	120	2
		100.0%	2.4%	25.0%	71.4%	1.2%
	オフィス街	47	6	25	15	1
		100.0%	12.8%	53.2%	31.9%	2.1%
	観光地	54	25	26	3	0
		100.0%	46.3%	48.1%	5.6%	0.0%
	その他	114	4	31	77	2
		100.0%	3.5%	27.2%	67.5%	1.8%
	無回答	23	2	8	9	4
		100.0%	8.7%	34.8%	39.1%	17.4%
地域	北海道	72	4	22	46	0
		100.0%	5.6%	30.6%	63.9%	0.0%
	東北	137	5	37	95	0
		100.0%	3.6%	27.0%	69.3%	0.0%
	関東	981	89	256	624	12
		100.0%	9.1%	26.1%	63.6%	1.2%
	中部	110	14	35	59	2
		100.0%	12.7%	31.8%	53.6%	1.8%
	近畿	272	39	95	137	1
		100.0%	14.3%	34.9%	50.4%	0.4%
	中国	63	13	17	33	0
		100.0%	20.6%	27.0%	52.4%	0.0%
	四国	46	8	13	24	1
		100.0%	17.4%	28.3%	52.2%	2.2%
	九州・沖縄	159	21	57	80	1
		100.0%	13.2%	35.8%	50.3%	0.6%
	無回答	19	1	4	12	2
		100.0%	5.3%	21.1%	63.2%	10.5%

外国人観光客の歩行者割合

		合計	1割未満	1 ～ 2割程度	3 ～ 4割程度	5割以上	無回答
総数		730	520	144	41	10	15
		100.0%	71.2%	19.7%	5.6%	1.4%	2.1%
組織形態	商店街振興組合	301	207	63	23	4	4
		100.0%	68.8%	20.9%	7.6%	1.3%	1.3%
	事業協同組合	68	53	13	0	0	2
		100.0%	77.9%	19.1%	0.0%	0.0%	2.9%
	任意団体	345	247	66	17	6	9
		100.0%	71.6%	19.1%	4.9%	1.7%	2.6%
	無回答	16	13	2	1	0	0
		100.0%	81.3%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%
商店街タイプ	近隣型商店街	280	208	54	8	3	7
		100.0%	74.3%	19.3%	2.9%	1.1%	2.5%
	地域型商店街	284	208	48	18	4	6
		100.0%	73.2%	16.9%	6.3%	1.4%	2.1%
	広域型商店街	98	79	14	3	1	1
		100.0%	80.6%	14.3%	3.1%	1.0%	1.0%
	超広域型商店街	40	7	21	9	2	1
		100.0%	17.5%	52.5%	22.5%	5.0%	2.5%
	無回答	28	18	7	3	0	0
		100.0%	64.3%	25.0%	10.7%	0.0%	0.0%
立地環境	繁華街	281	190	61	23	3	4
		100.0%	67.6%	21.7%	8.2%	1.1%	1.4%
	住宅街	126	99	20	3	0	4
		100.0%	78.6%	15.9%	2.4%	0.0%	3.2%
	駅前・駅ビル	150	106	31	7	2	4
		100.0%	70.7%	20.7%	4.7%	1.3%	2.7%
	ロードサイド	46	37	9	0	0	0
		100.0%	80.4%	19.6%	0.0%	0.0%	0.0%
	オフィス街	31	25	4	1	0	1
		100.0%	80.6%	12.9%	3.2%	0.0%	3.2%
	観光地	51	22	17	5	5	2
		100.0%	43.1%	33.3%	9.8%	9.8%	3.9%
地域	北海道	35	32	2	1	0	0
		100.0%	91.4%	5.7%	2.9%	0.0%	0.0%
	無回答	10	9	0	1	0	0
		100.0%	90.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%
	東北	26	17	6	3	0	0
		100.0%	65.4%	23.1%	11.5%	0.0%	0.0%
	関東	42	39	2	0	0	1
		100.0%	92.9%	4.8%	0.0%	0.0%	2.4%
	中部	345	235	80	18	4	8
		100.0%	68.1%	23.2%	5.2%	1.2%	2.3%
	近畿	49	35	9	4	1	0
		100.0%	71.4%	18.4%	8.2%	2.0%	0.0%
	中国	134	99	17	11	4	3
		100.0%	73.9%	12.7%	8.2%	3.0%	2.2%
	四国	30	18	10	2	0	0
		100.0%	60.0%	33.3%	6.7%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	21	17	3	0	0	1
		100.0%	81.0%	14.3%	0.0%	0.0%	4.8%
	無回答	78	56	17	2	1	2
		100.0%	71.8%	21.8%	2.6%	1.3%	2.6%
	無回答	5	4	0	1	0	0
		100.0%	80.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%

外国人観光客の国籍・地域

		合計	中国	台湾	韓国	アジア (中国、台湾、韓国を除く)	北米	南米	ヨーロッパ	オーストラリア	その他	無回答
N=730 (回答者数)		730	558	322	371	259	113	26	105	18	35	13
N=730に対する割合		100.0%	76.4%	44.1%	50.8%	35.5%	15.5%	3.6%	14.4%	2.5%	4.8%	1.8%
組織形態	商店街振興組合	n=784	238	149	166	95	58	7	42	11	15	3
		割合	30.4%	19.0%	21.2%	12.1%	7.4%	0.9%	5.4%	1.4%	1.9%	0.4%
	事業協同組合	n=165	50	31	34	23	7	2	7	3	6	2
		割合	30.3%	18.8%	20.6%	13.9%	4.2%	1.2%	4.2%	1.8%	3.6%	1.2%
	任意団体	n=842	261	138	166	136	46	16	55	4	13	7
		割合	31.0%	16.4%	19.7%	16.2%	5.5%	1.9%	6.5%	0.5%	1.5%	0.8%
商店街 タイプ	無回答	n=29	9	4	5	5	2	1	1	0	1	1
		割合	31.0%	13.8%	17.2%	17.2%	6.9%	3.4%	3.4%	0.0%	3.4%	3.4%
	近隣型商店街	n=649	202	90	138	104	44	13	34	7	9	8
		割合	31.1%	13.9%	21.3%	16.0%	6.8%	2.0%	5.2%	1.1%	1.4%	1.2%
	地域型商店街	n=729	220	138	143	98	44	9	44	8	21	4
		割合	30.2%	18.9%	19.6%	13.4%	6.0%	1.2%	6.0%	1.1%	2.9%	0.5%
	広域型商店街	n=267	78	54	53	37	17	3	20	2	2	1
		割合	29.2%	20.2%	19.9%	13.9%	6.4%	1.1%	7.5%	0.7%	0.7%	0.4%
	超広域型商店街	n=106	34	23	24	11	6	0	4	1	3	0
		割合	32.1%	21.7%	22.6%	10.4%	5.7%	0.0%	3.8%	0.9%	2.8%	0.0%
立地環境	無回答	n=69	24	17	13	9	2	1	3	0	0	0
		割合	34.8%	24.6%	18.8%	13.0%	2.9%	1.4%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	繁華街	n=743	234	144	154	92	49	7	43	5	11	4
		割合	31.5%	19.4%	20.7%	12.4%	6.6%	0.9%	5.8%	0.7%	1.5%	0.5%
	住宅街	n=288	89	37	52	49	24	4	16	5	8	4
		割合	30.9%	12.8%	18.1%	17.0%	8.3%	1.4%	5.6%	1.7%	2.8%	1.4%
	駅前・駅ビル	n=379	119	60	84	63	19	7	15	5	6	1
		割合	31.4%	15.8%	22.2%	16.6%	5.0%	1.8%	4.0%	1.3%	1.6%	0.3%
	ロードサイド	n=103	32	14	25	17	4	1	7	0	3	0
		割合	31.1%	13.6%	24.3%	16.5%	3.9%	1.0%	6.8%	0.0%	2.9%	0.0%
	オフィス街	n=77	22	9	11	15	5	1	10	2	2	0
		割合	28.6%	11.7%	14.3%	19.5%	6.5%	1.3%	13.0%	2.6%	2.6%	0.0%
	観光地	n=131	32	40	26	7	7	3	10	0	3	3
		割合	24.4%	30.5%	19.8%	5.3%	5.3%	2.3%	7.6%	0.0%	2.3%	2.3%
地域	その他	n=81	25	16	18	12	4	2	3	0	0	1
		割合	30.9%	19.8%	22.2%	14.8%	4.9%	2.5%	3.7%	0.0%	0.0%	1.2%
	無回答	n=18	5	2	1	4	1	1	1	1	2	0
		割合	27.8%	11.1%	5.6%	22.2%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%	0.0%
	北海道	n=68	20	20	14	7	2	0	0	2	3	0
		割合	29.4%	29.4%	20.6%	10.3%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	4.4%	0.0%
	東北	n=99	25	22	12	16	9	0	6	3	6	0
		割合	25.3%	22.2%	12.1%	16.2%	9.1%	0.0%	6.1%	3.0%	6.1%	0.0%
	関東	n=834	262	111	171	149	54	13	45	6	16	7
		割合	31.4%	13.3%	20.5%	17.9%	6.5%	1.6%	5.4%	0.7%	1.9%	0.8%
	中部	n=128	36	27	23	12	10	6	11	1	2	0
		割合	28.1%	21.1%	18.0%	9.4%	7.8%	4.7%	8.6%	0.8%	1.6%	0.0%
	近畿	n=348	112	76	82	36	11	4	17	3	3	4
		割合	32.2%	21.8%	23.6%	10.3%	3.2%	1.1%	4.9%	0.9%	0.9%	1.1%
	中国	n=76	19	12	11	10	11	1	10	0	2	0
		割合	25.0%	15.8%	14.5%	13.2%	14.5%	1.3%	13.2%	0.0%	2.6%	0.0%
	四国	n=57	15	16	7	7	5	0	6	0	0	1
		割合	26.3%	28.1%	12.3%	12.3%	8.8%	0.0%	10.5%	0.0%	0.0%	1.8%
	九州・沖縄	n=202	66	37	50	20	11	2	10	3	2	1
		割合	32.7%	18.3%	24.8%	9.9%	5.4%	1.0%	5.0%	1.5%	1.0%	0.5%
	無回答	n=8	3	1	1	2	0	0	0	0	1	0
		割合	37.5%	12.5%	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%

商店街側が考える外国人観光客が商店街を訪れる主な理由

		合計	わ訪問 つ前に いるた め	交通利 便性が 良いた め	な所商 ど(文街 が化内 ある遺また た産は ため景周 勝地に 、観光 温泉名	設商 店街 内た また は周 辺に 宿泊 施	た舗商 め(飲街 食内 、物 販外 人に 人 が 気 あ る 店	どや外 各人 種体 実観光 施客 験向 し(陶 て芸 、着 付 け な べ ん と	そ 他	無 回 答
N=730(回答者数)		730	119	336	265	339	172	17	98	18
N=730に対する割合		100.0%	16.3%	46.0%	36.3%	46.4%	23.6%	2.3%	13.4%	2.5%
組織形態	商店街振興組合	n=588	65	140	121	143	74	8	32	5
		割合	11.1%	23.8%	20.6%	24.3%	12.6%	1.4%	5.4%	0.9%
	事業協同組合	n=122	10	34	26	20	16	2	10	4
		割合	8.2%	27.9%	21.3%	16.4%	13.1%	1.6%	8.2%	3.3%
	任意団体	n=628	43	157	115	170	78	7	51	7
		割合	6.8%	25.0%	18.3%	27.1%	12.4%	1.1%	8.1%	1.1%
商店街 タイプ	無回答	n=267	1	5	3	6	4	0	5	2
		割合	3.8%	19.2%	11.5%	23.1%	15.4%	0.0%	19.2%	7.7%
	近隣型商店街	n=456	27	109	84	126	46	2	52	10
		割合	5.9%	23.9%	18.4%	27.6%	10.1%	0.4%	11.4%	2.2%
	地域型商店街	n=531	44	122	116	133	62	10	37	7
		割合	8.3%	23.0%	21.8%	25.0%	11.7%	1.9%	7.0%	1.3%
立地環境	広域型商店街	n=220	24	61	45	45	31	4	9	1
		割合	10.9%	27.7%	20.5%	20.5%	14.1%	1.8%	4.1%	0.5%
	超広域型商店街	n=103	17	29	13	19	25	0	0	0
		割合	16.5%	28.2%	12.6%	18.4%	24.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	n=54	7	15	7	16	8	1	0	0
		割合	13.0%	27.8%	13.0%	29.6%	14.8%	1.9%	0.0%	0.0%
地域	繁華街	n=593	67	158	108	143	88	4	22	3
		割合	11.3%	26.6%	18.2%	24.1%	14.8%	0.7%	3.7%	0.5%
	住宅街	n=194	14	34	35	51	26	1	25	8
		割合	7.2%	17.5%	18.0%	26.3%	13.4%	0.5%	12.9%	4.1%
	駅前・駅ビル	n=268	14	91	36	74	26	2	23	2
		割合	5.2%	34.0%	13.4%	27.6%	9.7%	0.7%	8.6%	0.7%
	ロードサイド	n=74	6	19	18	12	10	0	8	1
		割合	8.1%	25.7%	24.3%	16.2%	13.5%	0.0%	10.8%	1.4%
	オフィス街	n=51	1	15	10	16	5	0	4	0
		割合	2.0%	29.4%	19.6%	31.4%	9.8%	0.0%	7.8%	0.0%
	観光地	n=102	12	7	40	22	5	8	6	2
		割合	11.8%	6.9%	39.2%	21.6%	4.9%	7.8%	5.9%	2.0%
	その他	n=65	5	11	16	15	10	1	5	2
		割合	7.7%	16.9%	24.6%	23.1%	15.4%	1.5%	7.7%	3.1%
	無回答	n=17	0	1	2	6	2	1	5	0
		割合	0.0%	5.9%	11.8%	35.3%	11.8%	5.9%	29.4%	0.0%
	北海道	n=45	2	10	10	13	7	1	2	0
		割合	4.4%	22.2%	22.2%	28.9%	15.6%	2.2%	4.4%	0.0%
	東北	n=75	8	16	15	19	7	2	8	0
		割合	10.7%	21.3%	20.0%	25.3%	9.3%	2.7%	10.7%	0.0%
	関東	n=633	62	165	103	149	88	8	47	11
		割合	9.8%	26.1%	16.3%	23.5%	13.9%	1.3%	7.4%	1.7%
	中部	n=94	7	20	24	22	12	3	5	1
		割合	7.4%	21.3%	25.5%	23.4%	12.8%	3.2%	5.3%	1.1%
	近畿	n=246	15	66	44	73	28	1	15	4
		割合	6.1%	26.8%	17.9%	29.7%	11.4%	0.4%	6.1%	1.6%
	中国	n=59	5	13	18	13	5	0	5	0
		割合	8.5%	22.0%	30.5%	22.0%	8.5%	0.0%	8.5%	0.0%
	四国	n=48	3	10	12	11	5	0	6	1
		割合	6.3%	20.8%	25.0%	22.9%	10.4%	0.0%	12.5%	2.1%
	九州・沖縄	n=157	17	36	39	37	16	2	9	1
		割合	10.8%	22.9%	24.8%	23.6%	10.2%	1.3%	5.7%	0.6%
	無回答	n=7	0	0	0	2	4	0	1	0
		割合	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	57.1%	0.0%	14.3%	0.0%

外国人観光客の主な買い物商品

	合計	菓子類	その他食料品・飲料・酒・たばこ	カメラ・ビデオカメラ・時計	電気製品	化粧品・香水	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	和服（着物）・民芸品	服（和服以外）・かばん・靴・小物	マンガ・アニメ等関連商品	書籍・絵葉書・CD・DVD	宝石・貴金属・アクセサリ	その他	無回答
N=730（回答者数）	730	231	388	30	33	83	163	63	101	23	15	31	168	51
N=730に対する割合	100.0%	31.6%	53.2%	4.1%	4.5%	11.4%	22.3%	8.6%	13.8%	3.2%	2.1%	4.2%	23.0%	7.0%
組織形態	商店街振興組合	n=614 割合 16.6%	102 25.1%	15 2.4%	14 2.3%	48 7.8%	93 15.1%	31 5.0%	52 8.5%	9 1.5%	6 1.0%	15 2.4%	58 9.4%	17 2.8%
	事業協同組合	n=117 割合 17.9%	21 29.1%	34 2.6%	3 2.6%	7 6.0%	6 5.1%	5 4.3%	10 8.5%	3 2.6%	1 0.9%	4 3.4%	13 11.1%	7 6.0%
	任意団体	n=622 割合 17.0%	106 31.0%	193 1.8%	11 2.3%	14 4.2%	26 10.3%	64 4.2%	26 5.8%	10 1.6%	8 1.3%	12 1.9%	92 14.8%	24 3.9%
	無回答	n=27 割合 7.4%	2 25.9%	7 3.7%	1 7.4%	2 7.4%	0 0.0%	1 3.7%	3 11.1%	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	5 18.5%	3 11.1%
	近隣型商店街	n=472 割合 20.3%	96 36.7%	173 1.5%	7 1.7%	8 3.2%	15 8.3%	39 3.4%	16 2.5%	7 1.5%	9 1.9%	6 1.3%	56 11.9%	28 5.9%
	地域型商店街	n=555 割合 17.1%	95 27.2%	151 1.6%	9 1.8%	10 4.7%	26 12.4%	69 6.5%	36 9.5%	53 1.1%	6 0.7%	4 2.2%	68 12.3%	16 2.9%
	広域型商店街	n=214 割合 12.1%	26 22.4%	48 2.3%	5 5.1%	11 12.6%	27 15.9%	34 3.3%	7 9.8%	21 2.3%	5 0.0%	0 2.3%	23 10.7%	2 0.9%
	超広域型商店街	n=101 割合 10.9%	11 7.9%	8 7.9%	8 4.0%	4 14.9%	15 19.8%	20 3.0%	13 12.9%	4 4.0%	2 2.0%	8 7.9%	5 5.0%	0 0.0%
	無回答	n=38 割合 7.9%	3 21.1%	8 2.6%	1 0.0%	0 0.0%	0 2.6%	1 2.6%	2 5.3%	1 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	16 42.1%	5 13.2%
	繁華街	n=563 割合 12.8%	72 22.7%	128 3.0%	17 3.0%	17 9.6%	54 14.0%	79 5.0%	28 9.4%	53 2.1%	12 0.9%	5 3.2%	18 11.5%	15 2.7%
	住宅街	n=202 割合 19.3%	39 39.6%	80 0.5%	1 1.5%	3 1.0%	2 9.9%	20 5.0%	10 5.0%	1 0.5%	2 1.0%	2 1.0%	21 10.4%	11 5.4%
立地環境	駅前・駅ビル	n=289 割合 17.0%	49 29.8%	86 1.7%	5 2.8%	8 5.5%	16 13.1%	38 2.4%	7 8.0%	23 2.4%	7 0.7%	2 1.4%	35 12.1%	9 3.1%
	ロードサイド	n=88 割合 21.6%	19 26.1%	23 5.7%	5 5.7%	5 6.8%	6 10.2%	9 2.3%	2 6.8%	6 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 11.4%	3 3.4%
	オフィス街	n=54 割合 16.7%	9 35.2%	19 0.0%	0 0.0%	0 3.7%	2 11.1%	6 0.0%	0 3.7%	2 1.9%	1 1.9%	3 5.6%	8 14.8%	3 5.6%
	観光地	n=104 割合 26.9%	28 25.0%	26 1.0%	1 0.0%	0 0.0%	0 5.8%	6 12.5%	13 5.8%	6 0.0%	4 3.8%	1 1.0%	14 13.5%	5 4.8%
	その他	n=66 割合 22.7%	15 34.8%	23 1.5%	1 0.0%	0 3.0%	2 6.1%	4 3.0%	2 0.0%	0 3.0%	2 1.5%	1 3.0%	12 18.2%	2 3.0%
	無回答	n=14 割合 0.0%	0 21.4%	3 0.0%	0 0.0%	0 7.1%	0 7.1%	1 7.1%	1 7.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 7.1%	3 21.4%	3 21.4%
	北海道	n=53 割合 18.9%	10 20.8%	11 1.9%	1 5.7%	3 7.5%	4 13.2%	7 5.7%	3 9.4%	5 3.8%	2 0.0%	0 1.9%	4 7.5%	2 3.8%
	東北	n=72 割合 16.7%	12 27.8%	20 2.8%	2 0.0%	0 2.8%	2 8.3%	6 11.1%	7 9.7%	1 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	11 15.3%	3 4.2%
	関東	n=639 割合 17.2%	110 31.5%	201 2.5%	16 3.0%	19 4.9%	31 11.3%	72 3.6%	23 5.8%	37 1.7%	11 1.4%	9 1.9%	75 11.7%	23 3.6%
	中部	n=98 割合 14.3%	14 26.5%	26 3.1%	3 4.1%	4 7.1%	7 9.2%	9 7.1%	7 8.2%	1 1.0%	0 0.0%	2 2.0%	14 14.3%	3 3.1%
地域	近畿	n=244 割合 17.6%	43 25.0%	61 0.4%	1 1.6%	4 6.6%	16 12.7%	31 4.1%	10 7.8%	19 2.0%	5 1.6%	4 2.5%	32 13.1%	12 4.9%
	中国	n=62 割合 17.7%	11 16.1%	10 4.8%	3 3.2%	2 11.3%	7 8.1%	5 9.7%	6 11.3%	7 0.0%	0 1.6%	1 3.2%	7 11.3%	1 1.6%
	四国	n=50 割合 12.0%	6 26.0%	13 0.0%	0 0.0%	0 10.0%	5 14.0%	7 2.0%	1 16.0%	8 4.0%	2 0.0%	0 8.0%	3 6.0%	1 2.0%
	九州・沖縄	n=156 割合 16.0%	25 28.8%	45 2.6%	4 0.6%	1 7.1%	11 16.7%	26 3.2%	5 6.4%	10 0.6%	1 0.6%	3 1.9%	19 12.2%	5 3.2%
	無回答	n=6 割合 0.0%	0 16.7%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 16.7%	1 50.0%	1 16.7%

商店街側が考える外国人観光客が不便に感じていること

		合計	通信環境が悪い	マップ・パンフレットが分かりにくい	サイン・案内板が分かりにくい	クレジットカード等が利用できない	免税に対応していない	外貨両替機が整備されていない	トイレが少ない	休憩スペースが少ない	商店街又は周辺に宿泊施設がない	コミュニケーションがとれない	その他	特にない	無回答	
N=730 (回答者数)		730	112	119	226	103	185	104	152	114	46	267	39	76	45	
N=730に対する割合		100.0%	15.3%	16.3%	31.0%	14.1%	25.3%	14.2%	20.8%	15.6%	6.3%	36.6%	5.3%	10.4%	6.2%	
組織形態	商店街振興組合	n=694	58	56	106	35	76	50	66	54	23	121	16	24	9	
		割合	8.4%	8.1%	15.3%	5.0%	11.0%	7.2%	9.5%	7.8%	3.3%	17.4%	2.3%	3.5%	1.3%	
	事業協同組合	n=142	8	10	24	4	18	7	15	11	1	25	6	10	3	
		割合	5.6%	7.0%	16.9%	2.8%	12.7%	4.9%	10.6%	7.7%	0.7%	17.6%	4.2%	7.0%	2.1%	
	任意団体	n=723	45	52	93	59	85	45	70	49	21	117	16	40	31	
		割合	6.2%	7.2%	12.9%	8.2%	11.8%	6.2%	9.7%	6.8%	2.9%	16.2%	2.2%	5.5%	4.3%	
	無回答	n=29	1	1	3	5	6	2	1	0	1	4	1	2	2	
		割合	3.4%	3.4%	10.3%	17.2%	20.7%	6.9%	3.4%	0.0%	3.4%	13.8%	3.4%	6.9%	6.9%	
	商店街タイプ	近隣型商店街	n=579	34	46	75	46	64	25	56	31	22	106	17	36	21
			割合	5.9%	7.9%	13.0%	7.9%	11.1%	4.3%	9.7%	5.4%	3.8%	18.3%	2.9%	6.2%	3.6%
		地域型商店街	n=644	45	43	95	42	91	48	69	43	18	97	13	26	14
			割合	7.0%	6.7%	14.8%	6.5%	14.1%	7.5%	10.7%	6.7%	2.8%	15.1%	2.0%	4.0%	2.2%
広域型商店街		n=226	24	21	38	9	18	21	12	19	5	43	5	7	4	
		割合	10.6%	9.3%	16.8%	4.0%	8.0%	9.3%	5.3%	8.4%	2.2%	19.0%	2.2%	3.1%	1.8%	
	超広域型商店街	n=82	5	5	14	2	4	5	11	16	0	11	3	4	2	
		割合	6.1%	6.1%	17.1%	2.4%	4.9%	6.1%	13.4%	19.5%	0.0%	13.4%	3.7%	4.9%	2.4%	
	無回答	n=57	4	4	4	4	8	5	4	5	1	10	1	3	4	
		割合	7.0%	7.0%	7.0%	7.0%	14.0%	8.8%	7.0%	8.8%	1.8%	17.5%	1.8%	5.3%	7.0%	
	立地環境	繁華街	n=617	53	50	100	26	67	35	63	59	8	100	13	28	15
			割合	8.6%	8.1%	16.2%	4.2%	10.9%	5.7%	10.2%	9.6%	1.3%	16.2%	2.1%	4.5%	2.4%
住宅街		n=249	13	13	25	28	25	18	25	11	13	36	12	19	11	
		割合	5.2%	5.2%	10.0%	11.2%	10.0%	7.2%	10.0%	4.4%	5.2%	14.5%	4.8%	7.6%	4.4%	
駅前・駅ビル		n=343	25	28	48	16	44	22	30	20	13	66	9	14	8	
		割合	7.3%	8.2%	14.0%	4.7%	12.8%	6.4%	8.7%	5.8%	3.8%	19.2%	2.6%	4.1%	2.3%	
	ロードサイド	n=98	2	8	17	9	11	8	10	5	4	15	3	2	4	
		割合	2.0%	8.2%	17.3%	9.2%	11.2%	8.2%	10.2%	5.1%	4.1%	15.3%	3.1%	2.0%	4.1%	
	オフィス街	n=73	7	5	14	4	8	5	4	6	1	14	0	3	2	
		割合	9.6%	6.8%	19.2%	5.5%	11.0%	6.8%	5.5%	8.2%	1.4%	19.2%	0.0%	4.1%	2.7%	
	観光地	n=114	7	7	16	8	16	7	14	10	3	17	1	6	2	
		割合	6.1%	6.1%	14.0%	7.0%	14.0%	6.1%	12.3%	8.8%	2.6%	14.9%	0.9%	5.3%	1.8%	
	その他	n=72	4	6	5	7	11	6	5	2	4	15	1	4	2	
		割合	5.6%	8.3%	6.9%	9.7%	15.3%	8.3%	6.9%	2.8%	5.6%	20.8%	1.4%	5.6%	2.8%	
	無回答	n=22	1	2	1	5	3	3	1	1	0	4	0	0	1	
		割合	4.5%	9.1%	4.5%	22.7%	13.6%	13.6%	4.5%	4.5%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	4.5%	
	地域	北海道	n=66	3	6	13	1	13	9	3	6	1	11	0	0	0
			割合	4.5%	9.1%	19.7%	1.5%	19.7%	13.6%	4.5%	9.1%	1.5%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
東北		n=94	6	5	15	4	13	6	6	8	1	22	4	2	2	
		割合	6.4%	5.3%	16.0%	4.3%	13.8%	6.4%	6.4%	8.5%	1.1%	23.4%	4.3%	2.1%	2.1%	
関東		n=730	39	59	104	60	67	45	82	47	31	115	15	42	24	
		割合	5.3%	8.1%	14.2%	8.2%	9.2%	6.2%	11.2%	6.4%	4.2%	15.8%	2.1%	5.8%	3.3%	
中部		n=107	5	10	13	5	15	9	12	8	3	12	4	8	3	
		割合	4.7%	9.3%	12.1%	4.7%	14.0%	8.4%	11.2%	7.5%	2.8%	11.2%	3.7%	7.5%	2.8%	
近畿		n=298	30	23	45	15	39	19	25	17	5	53	9	10	8	
		割合	10.1%	7.7%	15.1%	5.0%	13.1%	6.4%	8.4%	5.7%	1.7%	17.8%	3.0%	3.4%	2.7%	
中国		n=60	5	3	7	3	7	7	5	5	0	9	2	5	2	
		割合	8.3%	5.0%	11.7%	5.0%	11.7%	11.7%	8.3%	8.3%	0.0%	15.0%	3.3%	8.3%	3.3%	
四国		n=46	6	1	6	2	4	2	4	5	2	9	1	3	1	
		割合	13.0%	2.2%	13.0%	4.3%	8.7%	4.3%	8.7%	10.9%	4.3%	19.6%	2.2%	6.5%	2.2%	
九州・沖縄		n=177	18	11	22	13	24	5	14	18	3	35	4	6	4	
		割合	10.2%	6.2%	12.4%	7.3%	13.6%	2.8%	7.9%	10.2%	1.7%	19.8%	2.3%	3.4%	2.3%	
無回答		n=10	0	1	1	0	3	2	1	0	0	1	0	0	1	
		割合	0.0%	10.0%	10.0%	0.0%	30.0%	20.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%	0.0%	10.0%	

外国人観光客数の変化（３年前との比較）

		合計	増加している	変わらない	減少している	無回答
総数		730	382	282	47	19
		100.0%	52.3%	38.6%	6.4%	2.6%
商店街の形態	商店街振興組合	301	182	92	21	6
		100.0%	60.5%	30.6%	7.0%	2.0%
	事業協同組合	68	30	32	4	2
		100.0%	44.1%	47.1%	5.9%	2.9%
	任意団体	345	165	149	21	10
		100.0%	47.8%	43.2%	6.1%	2.9%
	無回答	16	5	9	1	1
		100.0%	31.3%	56.3%	6.3%	6.3%
商店街タイプ	近隣型商店街	280	129	121	22	8
		100.0%	46.1%	43.2%	7.9%	2.9%
	地域型商店街	284	150	108	17	9
		100.0%	52.8%	38.0%	6.0%	3.2%
	広域型商店街	98	56	36	5	1
		100.0%	57.1%	36.7%	5.1%	1.0%
	超広域型商店街	40	30	8	2	0
		100.0%	75.0%	20.0%	5.0%	0.0%
	無回答	28	17	9	1	1
		100.0%	60.7%	32.1%	3.6%	3.6%
立地環境	繁華街	281	164	95	17	5
		100.0%	58.4%	33.8%	6.0%	1.8%
	住宅街	126	46	58	15	7
		100.0%	36.5%	46.0%	11.9%	5.6%
	駅前・駅ビル	150	83	58	7	2
		100.0%	55.3%	38.7%	4.7%	1.3%
	ロードサイド	46	21	21	3	1
		100.0%	45.7%	45.7%	6.5%	2.2%
	オフィス街	31	14	16	0	1
		100.0%	45.2%	51.6%	0.0%	3.2%
	観光地	51	38	10	1	2
		100.0%	74.5%	19.6%	2.0%	3.9%
	その他	35	13	17	4	1
		100.0%	37.1%	48.6%	11.4%	2.9%
	無回答	10	3	7	0	0
		100.0%	30.0%	70.0%	0.0%	0.0%
地域	北海道	26	12	10	3	1
		100.0%	46.2%	38.5%	11.5%	3.8%
	東北	42	19	19	3	1
		100.0%	45.2%	45.2%	7.1%	2.4%
	関東	345	167	151	18	9
		100.0%	48.4%	43.8%	5.2%	2.6%
	中部	49	32	12	4	1
		100.0%	65.3%	24.5%	8.2%	2.0%
	近畿	134	76	52	4	2
		100.0%	56.7%	38.8%	3.0%	1.5%
	中国	30	19	6	5	0
		100.0%	63.3%	20.0%	16.7%	0.0%
	四国	21	14	3	2	2
		100.0%	66.7%	14.3%	9.5%	9.5%
	九州・沖縄	78	41	27	7	3
		100.0%	52.6%	34.6%	9.0%	3.8%
	無回答	5	2	2	1	0
		100.0%	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%

外国人観光客の消費額の変化（３年前との比較）

		合計	増加 している	変 わ ら ない	減 少 し て い る	無 回 答
総数		730	212	381	104	33
		100.0%	29.0%	52.2%	14.2%	4.5%
商店街の 形態	商店街振興組合	301	115	139	36	11
		100.0%	38.2%	46.2%	12.0%	3.7%
	事業協同組合	68	12	42	11	3
		100.0%	17.6%	61.8%	16.2%	4.4%
	任意団体	345	84	189	54	18
		100.0%	24.3%	54.8%	15.7%	5.2%
	無回答	16	1	11	3	1
		100.0%	6.3%	68.8%	18.8%	6.3%
商店街 タイプ	近隣型商店街	280	51	168	48	13
		100.0%	18.2%	60.0%	17.1%	4.6%
	地域型商店街	284	93	140	37	14
		100.0%	32.7%	49.3%	13.0%	4.9%
	広域型商店街	98	33	50	12	3
		100.0%	33.7%	51.0%	12.2%	3.1%
	超広域型商店街	40	24	10	6	0
		100.0%	60.0%	25.0%	15.0%	0.0%
	無回答	28	11	13	1	3
		100.0%	39.3%	46.4%	3.6%	10.7%
立地環境	繁華街	281	98	146	28	9
		100.0%	34.9%	52.0%	10.0%	3.2%
	住宅街	126	19	70	27	10
		100.0%	15.1%	55.6%	21.4%	7.9%
	駅前・駅ビル	150	45	81	17	7
		100.0%	30.0%	54.0%	11.3%	4.7%
	ロードサイド	46	12	23	9	2
		100.0%	26.1%	50.0%	19.6%	4.3%
	オフィス街	31	10	18	2	1
		100.0%	32.3%	58.1%	6.5%	3.2%
	観光地	51	21	19	9	2
		100.0%	41.2%	37.3%	17.6%	3.9%
地域	北海道	35	6	19	8	2
		100.0%	17.1%	54.3%	22.9%	5.7%
	無回答	10	1	5	4	0
		100.0%	10.0%	50.0%	40.0%	0.0%
	東北	26	8	12	5	1
		100.0%	30.8%	46.2%	19.2%	3.8%
	関東	42	7	27	6	2
		100.0%	16.7%	64.3%	14.3%	4.8%
	中部	345	94	185	52	14
		100.0%	27.2%	53.6%	15.1%	4.1%
	近畿	49	21	17	9	2
		100.0%	42.9%	34.7%	18.4%	4.1%
	中国	134	37	74	17	6
		100.0%	27.6%	55.2%	12.7%	4.5%
	四国	30	11	14	4	1
		100.0%	36.7%	46.7%	13.3%	3.3%
	九州・沖縄	21	9	9	1	2
		100.0%	42.9%	42.9%	4.8%	9.5%
	無回答	78	24	41	8	5
		100.0%	30.8%	52.6%	10.3%	6.4%
	無回答	5	1	2	2	0
		100.0%	20.0%	40.0%	40.0%	0.0%

外国人観光客の消費の重要度（３年前との比較）

		合計	重要度が 増している	変わらない	重要度は減 っている	無回答
総数		730	147	452	102	29
		100.0%	20.1%	61.9%	14.0%	4.0%
商店街の 形態	商店街振興組合	301	78	179	34	10
		100.0%	25.9%	59.5%	11.3%	3.3%
	事業協同組合	68	11	44	10	3
		100.0%	16.2%	64.7%	14.7%	4.4%
	任意団体	345	57	219	54	15
		100.0%	16.5%	63.5%	15.7%	4.3%
商店街 タイプ	無回答	16	1	10	4	1
		100.0%	6.3%	62.5%	25.0%	6.3%
	近隣型商店街	280	29	195	43	13
		100.0%	10.4%	69.6%	15.4%	4.6%
	地域型商店街	284	59	170	42	13
		100.0%	20.8%	59.9%	14.8%	4.6%
	広域型商店街	98	27	59	10	2
		100.0%	27.6%	60.2%	10.2%	2.0%
	超広域型商店街	40	25	9	6	0
		100.0%	62.5%	22.5%	15.0%	0.0%
立地環境	無回答	28	7	19	1	1
		100.0%	25.0%	67.9%	3.6%	3.6%
	繁華街	281	73	170	31	7
		100.0%	26.0%	60.5%	11.0%	2.5%
	住宅街	126	11	78	28	9
		100.0%	8.7%	61.9%	22.2%	7.1%
	駅前・駅ビル	150	33	97	16	4
		100.0%	22.0%	64.7%	10.7%	2.7%
	ロードサイド	46	3	33	8	2
		100.0%	6.5%	71.7%	17.4%	4.3%
	オフィス街	31	6	19	4	2
		100.0%	19.4%	61.3%	12.9%	6.5%
	観光地	51	19	26	4	2
		100.0%	37.3%	51.0%	7.8%	3.9%
地域	その他	35	2	23	7	3
		100.0%	5.7%	65.7%	20.0%	8.6%
	無回答	10	0	6	4	0
		100.0%	0.0%	60.0%	40.0%	0.0%
	北海道	26	9	11	5	1
		100.0%	34.6%	42.3%	19.2%	3.8%
	東北	42	9	27	5	1
		100.0%	21.4%	64.3%	11.9%	2.4%
	関東	345	58	226	49	12
		100.0%	16.8%	65.5%	14.2%	3.5%
	中部	49	16	25	6	2
		100.0%	32.7%	51.0%	12.2%	4.1%
	近畿	134	26	87	15	6
		100.0%	19.4%	64.9%	11.2%	4.5%
	中国	30	7	16	6	1
		100.0%	23.3%	53.3%	20.0%	3.3%
	四国	21	4	14	1	2
		100.0%	19.0%	66.7%	4.8%	9.5%
	九州・沖縄	78	17	45	12	4
		100.0%	21.8%	57.7%	15.4%	5.1%
	無回答	5	1	1	3	0
		100.0%	20.0%	20.0%	60.0%	0.0%

外国人観光客の動向把握調査の実態

		合計	定期的に実施している	必要に応じて実施している	行政等の調査を活用している	実施していない	無回答
総数		730	6	42	51	621	10
		100.0%	0.8%	5.8%	7.0%	85.1%	1.4%
商店街の形態	商店街振興組合	301	3	28	36	231	3
		100.0%	1.0%	9.3%	12.0%	76.7%	1.0%
	事業協同組合	68	1	0	1	65	1
		100.0%	1.5%	0.0%	1.5%	95.6%	1.5%
	任意団体	345	2	14	13	311	5
		100.0%	0.6%	4.1%	3.8%	90.1%	1.4%
商店街タイプ	無回答	16	0	0	1	14	1
		100.0%	0.0%	0.0%	6.3%	87.5%	6.3%
	近隣型商店街	280	1	4	13	257	5
		100.0%	0.4%	1.4%	4.6%	91.8%	1.8%
	地域型商店街	284	4	12	27	236	5
		100.0%	1.4%	4.2%	9.5%	83.1%	1.8%
立地環境	広域型商店街	98	0	14	7	77	0
		100.0%	0.0%	14.3%	7.1%	78.6%	0.0%
	超広域型商店街	40	1	10	4	25	0
		100.0%	2.5%	25.0%	10.0%	62.5%	0.0%
	無回答	28	0	2	0	26	0
		100.0%	0.0%	7.1%	0.0%	92.9%	0.0%
立地環境	繁華街	281	0	26	28	225	2
		100.0%	0.0%	9.3%	10.0%	80.1%	0.7%
	住宅街	126	0	3	2	117	4
		100.0%	0.0%	2.4%	1.6%	92.9%	3.2%
	駅前・駅ビル	150	5	8	11	125	1
		100.0%	3.3%	5.3%	7.3%	83.3%	0.7%
地域	ロードサイド	46	0	2	5	39	0
		100.0%	0.0%	4.3%	10.9%	84.8%	0.0%
	オフィス街	31	0	0	0	30	1
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	96.8%	3.2%
	観光地	51	1	1	5	42	2
		100.0%	2.0%	2.0%	9.8%	82.4%	3.9%
地域	その他	35	0	2	0	33	0
		100.0%	0.0%	5.7%	0.0%	94.3%	0.0%
	無回答	10	0	0	0	10	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
地域	北海道	26	0	2	3	21	0
		100.0%	0.0%	7.7%	11.5%	80.8%	0.0%
	東北	42	0	4	4	33	1
		100.0%	0.0%	9.5%	9.5%	78.6%	2.4%
	関東	345	2	13	20	305	5
		100.0%	0.6%	3.8%	5.8%	88.4%	1.4%
地域	中部	49	0	2	4	43	0
		100.0%	0.0%	4.1%	8.2%	87.8%	0.0%
	近畿	134	3	10	4	116	1
		100.0%	2.2%	7.5%	3.0%	86.6%	0.7%
	中国	30	1	0	2	27	0
		100.0%	3.3%	0.0%	6.7%	90.0%	0.0%
地域	四国	21	0	3	4	12	2
		100.0%	0.0%	14.3%	19.0%	57.1%	9.5%
	九州・沖縄	78	0	8	10	59	1
		100.0%	0.0%	10.3%	12.8%	75.6%	1.3%
	無回答	5	0	0	0	5	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%

外国人観光客受入のための取組（インバウンド事業）実施状況

		合計	取組を行っている	検討を している が、 実施を していない	取組 する 予定は ない 上、 今後 も	無 回 答
総数		1,859	141	346	1,290	82
		100.0%	7.6%	18.6%	69.4%	4.4%
商店街の 形態	商店街振興組合	558	87	152	295	24
		100.0%	15.6%	27.2%	52.9%	4.3%
	事業協同組合	140	11	31	90	8
		100.0%	7.9%	22.1%	64.3%	5.7%
	任意団体	1,106	40	158	871	37
		100.0%	3.6%	14.3%	78.8%	3.3%
	無回答	55	3	5	34	13
商店街 タイプ		100.0%	5.5%	9.1%	61.8%	23.6%
	近隣型商店街	988	17	129	798	44
		100.0%	1.7%	13.1%	80.8%	4.5%
	地域型商店街	623	57	163	383	20
		100.0%	9.1%	26.2%	61.5%	3.2%
	広域型商店街	143	39	37	64	3
		100.0%	27.3%	25.9%	44.8%	2.1%
立地環境	超広域型商店街	43	22	12	6	3
		100.0%	51.2%	27.9%	14.0%	7.0%
	無回答	62	6	5	39	12
		100.0%	9.7%	8.1%	62.9%	19.4%
	繁華街	460	69	131	244	16
		100.0%	15.0%	28.5%	53.0%	3.5%
	住宅街	631	12	70	518	31
地域		100.0%	1.9%	11.1%	82.1%	4.9%
	駅前・駅ビル	362	27	73	251	11
		100.0%	7.5%	20.2%	69.3%	3.0%
	ロードサイド	168	8	26	128	6
		100.0%	4.8%	15.5%	76.2%	3.6%
	オフィス街	47	0	8	36	3
		100.0%	0.0%	17.0%	76.6%	6.4%
立地環境	観光地	54	18	19	15	2
		100.0%	33.3%	35.2%	27.8%	3.7%
	その他	114	7	15	85	7
		100.0%	6.1%	13.2%	74.6%	6.1%
	無回答	23	0	4	13	6
		100.0%	0.0%	17.4%	56.5%	26.1%
	北海道	72	8	22	41	1
地域		100.0%	11.1%	30.6%	56.9%	1.4%
	東北	137	6	28	97	6
		100.0%	4.4%	20.4%	70.8%	4.4%
	関東	981	47	171	716	47
		100.0%	4.8%	17.4%	73.0%	4.8%
	中部	110	11	22	75	2
		100.0%	10.0%	20.0%	68.2%	1.8%
立地環境	近畿	272	26	51	184	11
		100.0%	9.6%	18.8%	67.6%	4.0%
	中国	63	14	12	37	0
		100.0%	22.2%	19.0%	58.7%	0.0%
	四国	46	7	10	25	4
		100.0%	15.2%	21.7%	54.3%	8.7%
	九州・沖縄	159	22	29	102	6
地域		100.0%	13.8%	18.2%	64.2%	3.8%
	無回答	19	0	1	13	5
		100.0%	0.0%	5.3%	68.4%	26.3%

インバウンド事業の内容

	合計	W i i F i の 設置	ホ ー ム ペ ー ジ の 多 言 語 化	マ ッ プ ・ パ ン フ レ ット 等 の 多 言 語 化	サ イ ン ・ 案 内 板 の 多 言 語 化	頼 ガ イ ド ブ ック 等 へ の 掲 載 依	成 ブ ロ モ ー シ ョ ン ビ デ オ の 作	情 報 発 信 ツ ー ル （ ア プ リ な ど ） の 整 備	開 外 国 人 向 け 食 事 メ ニ ュ ー の 提 供	末 の 導 入 ク レ ジ ット カ ー ド 等 決 済 端	免 税 端 末 の 設 置	免 税 手 続 カ ウ ン タ ー の 設 置
N=141（回答者数）	141	88	38	82	28	30	4	12	20	34	5	25
N=141 に対する割合	100.0%	62.4%	27.0%	58.2%	19.9%	21.3%	2.8%	8.5%	14.2%	24.1%	3.5%	17.7%
組織形態	商店街振興組合	n=301 割合 18.3%	55 8.0%	24 8.0%	56 18.6%	18 6.0%	16 5.3%	4 1.3%	12 4.0%	14 4.7%	4 7.3%	22 1.3%
	事業協同組合	n=25 割合 24.0%	6 4.0%	1 4.0%	5 20.0%	0 0.0%	2 8.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.0%	3 12.0%	0 0.0%
	任意団体	n=127 割合 19.7%	25 9.4%	12 9.4%	20 15.7%	10 7.9%	11 8.7%	0 0.0%	0 0.0%	4 3.1%	9 7.1%	1 0.8%
	無回答	n=7 割合 28.6%	2 14.3%	1 14.3%	1 14.3%	0 0.0%	1 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
商店街 タイプ	近隣型商店街	n=41 割合 14.6%	6 12.2%	5 12.2%	9 22.0%	2 4.9%	4 9.8%	0 0.0%	1 2.4%	2 4.9%	1 2.4%	0 0.0%
	地域型商店街	n=154 割合 24.0%	37 7.8%	12 7.8%	28 18.2%	9 5.8%	7 4.5%	2 1.3%	4 2.6%	5 3.2%	9 5.8%	0 0.0%
	広域型商店街	n=145 割合 18.6%	27 5.5%	8 5.5%	22 15.2%	8 5.5%	13 9.0%	1 0.7%	1 0.7%	8 5.5%	14 9.7%	2 1.4%
	超広域型商店街	n=102 割合 12.7%	13 10.8%	11 10.8%	19 18.6%	8 7.8%	5 4.9%	1 1.0%	6 5.9%	5 4.9%	8 7.8%	3 2.9%
	無回答	n=18 割合 27.8%	5 11.1%	2 11.1%	4 22.2%	1 5.6%	1 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 11.1%	0 0.0%
立地環境	繁華街	n=240 割合 18.8%	45 7.5%	18 7.5%	45 18.8%	11 4.6%	14 5.8%	2 0.8%	6 2.5%	11 4.6%	18 7.5%	4 1.7%
	住宅街	n=33 割合 12.1%	4 15.2%	5 15.2%	5 15.2%	2 6.1%	4 12.1%	1 3.0%	2 6.1%	1 3.0%	2 6.1%	0 0.0%
	駅前・駅ビル	n=91 割合 22.0%	20 8.8%	8 8.8%	15 16.5%	9 9.9%	5 5.5%	1 1.1%	3 3.3%	2 2.2%	6 6.6%	0 0.0%
	ロードサイド	n=22 割合 13.6%	3 9.1%	2 9.1%	3 13.6%	2 9.1%	2 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 9.1%	1 4.5%	1 4.5%
	オフィス街	- 割合 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	観光地	n=53 割合 20.8%	11 5.7%	3 5.7%	10 18.9%	3 5.7%	2 3.8%	0 0.0%	1 1.9%	3 5.7%	4 7.5%	0 0.0%
	その他	n=21 割合 23.8%	5 9.5%	2 9.5%	4 19.0%	1 4.8%	3 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.8%	3 14.3%	0 0.0%
	無回答	- 割合 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
地域	北海道	n=29 割合 24.1%	7 6.9%	2 6.9%	5 17.2%	2 6.9%	3 10.3%	0 0.0%	1 3.4%	0 0.0%	1 3.4%	0 0.0%
	東北	n=20 割合 20.0%	4 10.0%	2 10.0%	3 15.0%	1 5.0%	1 5.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.0%	2 10.0%	1 5.0%
	関東	n=129 割合 17.8%	23 11.6%	15 11.6%	27 20.9%	7 5.4%	8 6.2%	0 0.0%	5 3.9%	7 5.4%	4 3.1%	0 0.0%
	中部	n=45 割合 17.8%	8 4.4%	2 4.4%	8 17.8%	3 6.7%	2 4.4%	1 2.2%	2 4.4%	2 4.4%	4 8.9%	0 0.0%
	近畿	n=94 割合 18.1%	17 13.8%	13 13.8%	14 14.9%	6 6.4%	6 6.4%	2 2.1%	1 1.1%	3 3.2%	7 7.4%	1 1.1%
	中国	n=48 割合 22.9%	11 2.1%	1 2.1%	10 20.8%	4 8.3%	3 6.3%	1 2.1%	1 2.1%	3 6.3%	8 16.7%	0 0.0%
	四国	n=33 割合 18.2%	6 3.0%	1 3.0%	5 15.2%	1 3.0%	3 9.1%	0 0.0%	0 0.0%	2 6.1%	3 9.1%	0 0.0%
	九州・沖縄	n=62 割合 19.4%	12 3.2%	2 3.2%	10 16.1%	4 6.5%	4 6.5%	0 0.0%	2 3.2%	2 3.2%	5 8.1%	3 4.8%
	無回答	- 割合 -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

		外貨両替機の設置	地域産品販売所の整備	外国語対応可能な観光案内所の整備	通訳案内士の配置	外国語対応可能なボランティアの配置	翻訳機の導入	ゲストハウスの整備	外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	組合員（会）研修等の実施	その他	無回答
N=141（回答者数）		5	2	7	5	6	5	3	11	32	17	1
N=141 に対する割合		3.5%	1.4%	5.0%	3.5%	4.3%	3.5%	2.1%	7.8%	22.7%	12.1%	0.7%
組織形態	商店街振興組合	3	1	4	4	4	3	3	5	17	10	0
		1.0%	0.3%	1.3%	1.3%	1.3%	1.0%	1.0%	1.7%	5.6%	3.3%	0.0%
	事業協同組合	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.0%	0.0%	0.0%	4.0%	4.0%	4.0%	0.0%
	任意団体	2	1	3	1	0	2	0	5	14	5	1
		1.6%	0.8%	2.4%	0.8%	0.0%	1.6%	0.0%	3.9%	11.0%	3.9%	0.8%
	無回答	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%
	近隣型商店街	0	0	0	0	0	1	1	1	3	3	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.4%	2.4%	2.4%	7.3%	7.3%	2.4%
商店街タイプ	地域型商店街	1	1	2	2	3	1	0	7	12	6	0
		0.6%	0.6%	1.3%	1.3%	1.9%	0.6%	0.0%	4.5%	7.8%	3.9%	0.0%
	広域型商店街	2	0	1	1	3	3	1	2	7	6	0
		1.4%	0.0%	0.7%	0.7%	2.1%	2.1%	0.7%	1.4%	4.8%	4.1%	0.0%
	超広域型商店街	2	1	4	2	0	0	1	0	9	1	0
		2.0%	1.0%	3.9%	2.0%	0.0%	0.0%	1.0%	0.0%	8.8%	1.0%	0.0%
	無回答	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	5.6%	5.6%	0.0%
	繁華街	3	1	4	3	4	3	1	3	16	8	0
		1.3%	0.4%	1.7%	1.3%	1.7%	1.3%	0.4%	1.3%	6.7%	3.3%	0.0%
立地環境	住宅街	0	0	0	0	0	1	0	1	4	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%	3.0%	12.1%	3.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	1	1	2	1	1	0	1	2	8	3	0
		1.1%	1.1%	2.2%	1.1%	1.1%	0.0%	1.1%	2.2%	8.8%	3.3%	0.0%
	ロードサイド	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	4.5%	0.0%	4.5%	4.5%	4.5%	0.0%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地	1	0	1	0	1	0	1	3	3	3	1
		1.9%	0.0%	1.9%	0.0%	1.9%	0.0%	1.9%	5.7%	5.7%	5.7%	1.9%
地域	その他	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	4.8%	0.0%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北海道	0	0	1	1	1	0	0	1	1	2	0
		0.0%	0.0%	3.4%	3.4%	3.4%	0.0%	0.0%	3.4%	3.4%	6.9%	0.0%
	東北	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.0%	10.0%	0.0%
	関東	3	0	2	2	0	2	0	6	7	6	0
		2.3%	0.0%	1.6%	1.6%	0.0%	1.6%	0.0%	4.7%	5.4%	4.7%	0.0%
地域	中部	0	0	0	0	0	0	1	1	3	3	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.2%	2.2%	6.7%	6.7%	0.0%
	近畿	2	1	3	1	0	0	0	1	13	1	0
		2.1%	1.1%	3.2%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	13.8%	1.1%	0.0%
	中国	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	6.3%	0.0%	0.0%
	四国	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	15.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.0%	0.0%
	九州・沖縄	0	1	1	1	0	3	2	1	3	2	1
		0.0%	1.6%	1.6%	1.6%	0.0%	4.8%	3.2%	1.6%	4.8%	3.2%	1.6%
地域	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

インバウンド事業が予算に占める割合

		合 計	1 割 未 満	1 〜 2 割 程 度	3 〜 4 割 程 度	5 割 以 上	無 回 答
総数		141	100	32	3	5	1
		100.0%	70.9%	22.7%	2.1%	3.5%	0.7%
商店街の 形態	商店街振興組合	87	62	20	3	2	0
		100.0%	71.3%	23.0%	3.4%	2.3%	0.0%
	事業協同組合	11	8	2	0	1	0
		100.0%	72.7%	18.2%	0.0%	9.1%	0.0%
	任意団体	40	27	10	0	2	1
		100.0%	67.5%	25.0%	0.0%	5.0%	2.5%
	無回答	3	3	0	0	0	0
		100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
商店街 タイプ	近隣型商店街	17	13	2	1	0	1
		100.0%	76.5%	11.8%	5.9%	0.0%	5.9%
	地域型商店街	57	41	14	1	1	0
		100.0%	71.9%	24.6%	1.8%	1.8%	0.0%
	広域型商店街	39	33	3	0	3	0
		100.0%	84.6%	7.7%	0.0%	7.7%	0.0%
	超広域型商店街	22	10	10	1	1	0
		100.0%	45.5%	45.5%	4.5%	4.5%	0.0%
	無回答	6	3	3	0	0	0
		100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
立地環境	繁華街	69	49	17	1	2	0
		100.0%	71.0%	24.6%	1.4%	2.9%	0.0%
	住宅街	12	9	3	0	0	0
		100.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	27	19	4	2	2	0
		100.0%	70.4%	14.8%	7.4%	7.4%	0.0%
	ロードサイド	8	5	2	0	1	0
		100.0%	62.5%	25.0%	0.0%	12.5%	0.0%
	オフィス街	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—
	観光地	18	14	3	0	0	1
		100.0%	77.8%	16.7%	0.0%	0.0%	5.6%
	その他	7	4	3	0	0	0
		100.0%	57.1%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—
地域	北海道	8	5	2	0	1	0
		100.0%	62.5%	25.0%	0.0%	12.5%	0.0%
	東北	6	4	2	0	0	0
		100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東	47	34	12	0	1	0
		100.0%	72.3%	25.5%	0.0%	2.1%	0.0%
	中部	11	8	2	0	1	0
		100.0%	72.7%	18.2%	0.0%	9.1%	0.0%
	近畿	26	18	4	3	1	0
		100.0%	69.2%	15.4%	11.5%	3.8%	0.0%
	中国	14	10	3	0	1	0
		100.0%	71.4%	21.4%	0.0%	7.1%	0.0%
	四国	7	7	0	0	0	0
		100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	22	14	7	0	0	1
		100.0%	63.6%	31.8%	0.0%	0.0%	4.5%
	無回答	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な取組内容 1 位

		合計	W i ・ F i の設置	化 ホームページの多言語	等 マップ・パンフレット の多言語化	語 サイン・案内板の多言 語化	載 ガイドブック等への掲 依頼	の プロモーションビデオ 作成	情 報 発 信 ツ ー ル (ア プ リ など) の 整 備	ニ ュ ー の 開 発 ・ 提 供 外 国 人 向 け 食 事 メ	ク レ ジ ャ ッ ト カ ー ド 等 決 済 端 末 の 導 入	免 税 端 末 の 設 置	免 税 手 続 カ ウ ン タ ー の 設 置
総数		141	27	8	29	1	4	0	0	0	1	2	10
		100.0%	19.1%	5.7%	20.6%	0.7%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	1.4%	7.1%
商店街の形態	商店街振興組合	87	16	6	18	1	1				1	2	9
		100.0%	18.4%	6.9%	20.7%	1.1%	1.1%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	2.3%	10.3%
	事業協同組合	11	2	1	2	0	0				0	0	1
		100.0%	18.2%	9.1%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
	任意団体	40	8	1	9	0	3				0	0	0
		100.0%	20.0%	2.5%	22.5%	0.0%	7.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
商店街タイプ	無回答	3	1	0	0	0	0				0	0	0
		100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近隣型商店街	17	2	0	5	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	11.8%	0.0%	29.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	地域型商店街	57	15	5	9	1	2	0	0	0	1	0	0
		100.0%	26.3%	8.8%	15.8%	1.8%	3.5%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%
立地環境	広域型商店街	39	6	1	3	0	2	0	0	0	0	0	9
		100.0%	15.4%	2.6%	7.7%	0.0%	5.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	23.1%
	超広域型商店街	22	3	2	10	0	0	0	0	0	0	2	1
		100.0%	13.6%	9.1%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	4.5%
	無回答	6	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	16.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
繁華街	繁華街	69	12	1	13	0	1	0	0	0	1	2	9
		100.0%	17.4%	1.4%	18.8%	0.0%	1.4%	0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	2.9%	13.0%
住宅街	住宅街	12	0	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	25.0%	16.7%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
駅前・駅ビル	駅前・駅ビル	27	9	2	6	0	1	0	0	0	0	0	0
		100.0%	33.3%	7.4%	22.2%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
ロードサイド	ロードサイド	8	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
		100.0%	37.5%	12.5%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
オフィス街	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
観光地	観光地	18	2	1	4	0	1	0	0	0	0	0	1
		100.0%	11.1%	5.6%	22.2%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
その他	その他	7	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	14.3%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
地域	北海道	8	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
東北	東北	6	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	33.3%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%
関東	関東	47	5	3	13	0	1	0	0	0	0	0	0
		100.0%	10.6%	6.4%	27.7%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
中部	中部	11	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
		100.0%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	18.2%
近畿	近畿	26	7	3	6	0	1	0	0	0	0	0	1
		100.0%	26.9%	11.5%	23.1%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%
中国	中国	14	5	1	3	0	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	35.7%	7.1%	21.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%
四国	四国	7	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4
		100.0%	28.6%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%
九州・沖縄	九州・沖縄	22	2	0	3	1	2	0	0	0	0	2	0
		100.0%	9.1%	0.0%	13.6%	4.5%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%
無回答	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

		外貨両替機の設置	地域産品販売所の整備	案内所 外国語対応可能な観光	通訳案内士の配置	外国語対応可能なボランティアの配置	翻訳機の導入	ゲストハウスの整備	外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	組合員（会員）向けの語学研修等の実施	その他	無回答
総数		0	0	1	0	0	0	1	5	4	5	43
		0.0%	0.0%	0.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.7%	3.5%	2.8%	3.5%	30.5%
商店街の形態	商店街振興組合			0				1	3	1	2	26
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	3.4%	1.1%	2.3%	29.9%
	事業協同組合			0				0	1	0	0	4
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	36.4%
	任意団体			1				0	1	3	3	11
		0.0%	0.0%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	7.5%	7.5%	27.5%
商店街タイプ	無回答			0				0	0	0	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%
	近隣型商店街	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	6
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	5.9%	11.8%	35.3%
	地域型商店街	0	0	1	0	0	0	0	3	1	2	17
		0.0%	0.0%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	1.8%	3.5%	29.8%
	広域型商店街	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	15
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.6%	2.6%	2.6%	38.5%
立地環境	超広域型商店街	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	13.6%
	無回答	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%
	繁華街	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	26
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.9%	1.4%	1.4%	37.7%
	住宅街	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	25.0%
	駅前・駅ビル	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	7
		0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	25.9%
	ロードサイド	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	12.5%
地域	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	4
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	16.7%	0.0%	5.6%	22.2%
	その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	28.6%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北海道	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	25.0%
	東北	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
	関東	0	0	0	0	0	0	0	2	2	3	18
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.3%	4.3%	6.4%	38.3%
	中部	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	9.1%	27.3%
	近畿	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	5
		0.0%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.8%	3.8%	19.2%
	中国	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	21.4%
	四国	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	10
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	4.5%	0.0%	0.0%	45.5%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な取組内容2位

		合計	W i i F i の設置	化 ホームページの多言語	等 マップ・パンフレット の多言語化	語 サイン・案内板の多言 化	載 ガイドブック等への掲 依頼	の プロモーションビデオ 作成	情 報 発 信 ツ ー ル (ア プ リ など) の 整 備	ニ ュ ー の 開 発 ・ 提 供 外 国 人 向 け 食 事 メ	ク レ ジ ャ ッ ト カ ー ド 等 決 済 端 末 の 導 入	免 税 端 末 の 設 置	設 置 免 税 手 続 カ ウ ン タ ー の
総数		98	8	7	10	3	3	1	6	6	8	0	1
		100.0%	8.2%	7.1%	10.2%	3.1%	3.1%	1.0%	6.1%	6.1%	8.2%	0.0%	1.0%
商店街の 形態	商店街振興組合	61	7	5	7	3	0	1	6	4	5		1
		100.0%	11.5%	8.2%	11.5%	4.9%	0.0%	1.6%	9.8%	6.6%	8.2%	0.0%	1.6%
	事業協同組合	7	0	0	0	0	1	0	0	0	2		0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%
	任意団体	29	1	2	3	0	2	0	0	2	1		0
		100.0%	3.4%	6.9%	10.3%	0.0%	6.9%	0.0%	0.0%	6.9%	3.4%	0.0%	0.0%
商店街 タイプ	無回答	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近隣型商店街	11	0	1	1	0	1	0	0	1	0		0
		100.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	地域型商店街	40	1	1	4	1	0	1	2	1	2		1
		100.0%	2.5%	2.5%	10.0%	2.5%	0.0%	2.5%	5.0%	2.5%	5.0%	0.0%	2.5%
	広域型商店街	24	5	1	2	0	1	0	0	2	4		0
		100.0%	20.8%	4.2%	8.3%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%	8.3%	16.7%	0.0%	0.0%
立地環境	超広域型商店街	19	1	4	3	2	0	0	4	2	1		0
		100.0%	5.3%	21.1%	15.8%	10.5%	0.0%	0.0%	21.1%	10.5%	5.3%	0.0%	0.0%
	無回答	4	1	0	0	0	1	0	0	0	1		0
		100.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
	繁華街	43	5	5	4	2	2	0	4	3	3		1
		100.0%	11.6%	11.6%	9.3%	4.7%	4.7%	0.0%	9.3%	7.0%	7.0%	0.0%	2.3%
	住宅街	9	1	0	1	0	1	1	1	0	0		0
		100.0%	11.1%	0.0%	11.1%	0.0%	11.1%	11.1%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	20	0	2	4	1	0	0	0	1	2		0
		100.0%	0.0%	10.0%	20.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	10.0%	0.0%	0.0%
地域	ロードサイド	7	0	0	1	0	0	0	0	0	1		0
		100.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
	観光地	14	1	0	0	0	0	0	1	1	1		0
		100.0%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	7.1%	7.1%	0.0%	0.0%
	その他	5	1	0	0	0	0	0	0	1	1		0
		100.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
地域	北海道	6	2	0	0	0	0	0	1	0	0		0
		100.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	東北	4	2	1	0	0	0	0	0	0	1		0
		100.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
	関東	29	2	2	2	1	2	0	1	3	0		0
		100.0%	6.9%	6.9%	6.9%	3.4%	6.9%	0.0%	3.4%	10.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	中部	8	0	0	2	0	0	0	2	0	2		1
		100.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	12.5%
	近畿	21	0	4	3	1	0	1	0	2	1		0
		100.0%	0.0%	19.0%	14.3%	4.8%	0.0%	4.8%	0.0%	9.5%	4.8%	0.0%	0.0%
	中国	11	1	0	0	0	0	0	0	1	3		0
		100.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	27.3%	0.0%	0.0%
	四国	7	1	0	1	0	0	0	0	0	0		0
		100.0%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	12	0	0	2	1	1	0	2	0	1		0
		100.0%	0.0%	0.0%	16.7%	8.3%	8.3%	0.0%	16.7%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		-

		外貨両替機の設置	地域産品販売所の整備	案内所 外国語対応可能な観光	通訳案内士の配置	外国語対応可能なボランティアの配置	翻訳機の導入	ゲストハウスの整備	外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	組合員（会員）向けの語学研修等の実施	その他	無回答
総数		0	1	0	2	4	0	0	2	3	2	31
		0.0%	1.0%	0.0%	2.0%	4.1%	0.0%	0.0%	2.0%	3.1%	2.0%	31.6%
商店街の形態	商店街振興組合		0		1	3			0	1	1	16
		0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	4.9%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	1.6%	26.2%
	事業協同組合		0		0	1			0	0	0	3
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%
	任意団体		1		1	0			2	2	1	11
		0.0%	3.4%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	6.9%	6.9%	3.4%	37.9%
商店街タイプ	無回答		0		0	0			0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	近隣型商店街		0	0	0	0	0	0	0	0	0	7
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	63.6%
	地域型商店街		0	1	0	1	0	0	2	2	0	19
		0.0%	2.5%	0.0%	2.5%	2.5%	0.0%	0.0%	5.0%	5.0%	0.0%	47.5%
	広域型商店街		0	0	0	0	3	0	0	1	1	4
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	4.2%	16.7%
	超広域型商店街		0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%
立地環境	無回答		0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%
	繁華街		0	0	0	0	3	0	0	1	1	9
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.3%	2.3%	20.9%
	住宅街		0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	44.4%
	駅前・駅ビル		0	1	0	1	0	0	1	2	0	5
		0.0%	5.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%	10.0%	0.0%	25.0%
	ロードサイド		0	0	0	1	0	0	0	0	0	4
		0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	57.1%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地		0	0	0	1	0	0	0	0	1	8
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	57.1%
地域	その他		0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北海道		0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%
	東北		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東		0	0	0	1	0	0	2	1	1	11
		0.0%	0.0%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%	6.9%	3.4%	3.4%	37.9%
	中部		0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%
	近畿		0	1	0	1	0	0	0	1	0	6
		0.0%	4.8%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	28.6%
	中国		0	0	0	0	0	0	0	1	0	5
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	45.5%
四国		0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	28.6%
	九州・沖縄		0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	41.7%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な事業効果 1 位

		総 数	と 外 も 国 に 人 増 観 加 光 客 客 数 数 ・ 売 上	増 外 加 国 人 人 観 観 光 光 客 客 数 数 の の み み	売 上 の み 増 加	無 回 答
総数		98	49	30	6	13
		100.0%	50.0%	30.6%	6.1%	13.3%
商店街の 形態	商店街振興組合	61	33	15	4	9
		100.0%	54.1%	24.6%	6.6%	14.8%
	事業協同組合	7	3	3	1	0
		100.0%	42.9%	42.9%	14.3%	0.0%
	任意団体	29	13	11	1	4
		100.0%	44.8%	37.9%	3.4%	13.8%
	無回答	1	0	1	0	0
		100.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
商店街 タイプ	近隣型商店街	11	2	2	1	6
		100.0%	18.2%	18.2%	9.1%	54.5%
	地域型商店街	40	17	18	0	5
		100.0%	42.5%	45.0%	0.0%	12.5%
	広域型商店街	24	13	6	3	2
		100.0%	54.2%	25.0%	12.5%	8.3%
	超広域型商店街	19	14	3	2	0
		100.0%	73.7%	15.8%	10.5%	0.0%
	無回答	4	3	1	0	0
		100.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%
立地環境	繁華街	43	24	11	5	3
		100.0%	55.8%	25.6%	11.6%	7.0%
	住宅街	9	3	3	0	3
		100.0%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%
	駅前・駅ビル	20	10	8	0	2
		100.0%	50.0%	40.0%	0.0%	10.0%
	ロードサイド	7	4	3	0	0
		100.0%	57.1%	42.9%	0.0%	0.0%
	オフィス街	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
	観光地	14	7	3	1	3
		100.0%	50.0%	21.4%	7.1%	21.4%
	その他	5	1	2	0	2
		100.0%	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%
	無回答	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
地域	北海道	6	3	1	1	1
		100.0%	50.0%	16.7%	16.7%	16.7%
	東北	4	1	1	1	1
		100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
	関東	29	13	11	1	4
		100.0%	44.8%	37.9%	3.4%	13.8%
	中部	8	7	1	0	0
		100.0%	87.5%	12.5%	0.0%	0.0%
	近畿	21	11	7	2	1
		100.0%	52.4%	33.3%	9.5%	4.8%
	中国	11	5	3	1	2
		100.0%	45.5%	27.3%	9.1%	18.2%
	四国	7	5	1	0	1
		100.0%	71.4%	14.3%	0.0%	14.3%
	九州・沖縄	12	4	5	0	3
		100.0%	33.3%	41.7%	0.0%	25.0%
	無回答	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な事業効果 2 位

		合 計	と 外 も 国 に 人 増 観 加 光 客 客 数 数 ・ 売 上	増 外 加 国 人 人 観 観 光 光 客 客 数 数 の の み み	売 上 の み 増 加	無 回 答
総数		67	34	21	5	7
		100.0%	50.7%	31.3%	7.5%	10.4%
商店街の 形態	商店街振興組合	45	24	14	2	5
		100.0%	53.3%	31.1%	4.4%	11.1%
	事業協同組合	4	2	1	1	0
		100.0%	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%
	任意団体	18	8	6	2	2
		100.0%	44.4%	33.3%	11.1%	11.1%
	無回答	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
商店街 タイプ	近隣型商店街	4	1	1	1	1
		100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
	地域型商店街	21	9	8	0	4
		61.8%	26.5%	23.5%	0.0%	11.8%
	広域型商店街	20	10	6	3	1
		400.0%	200.0%	120.0%	60.0%	20.0%
	超広域型商店街	18	10	6	1	1
		120.0%	66.7%	40.0%	6.7%	6.7%
	無回答	4	4	0	0	0
		133.3%	133.3%	0.0%	0.0%	0.0%
立地環境	繁華街	34	15	12	3	4
		100.0%	44.1%	35.3%	8.8%	11.8%
	住宅街	5	3	2	0	0
		100.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	15	7	4	1	3
		100.0%	46.7%	26.7%	6.7%	20.0%
	ロードサイド	3	2	1	0	0
		100.0%	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%
	オフィス街	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
	観光地	6	5	1	0	0
		100.0%	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%
	その他	4	2	1	1	0
		100.0%	50.0%	25.0%	25.0%	0.0%
	無回答	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—
地域	北海道	5	3	2	0	0
		100.0%	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%
	東北	4	1	1	1	1
		100.0%	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%
	関東	18	11	4	1	2
		100.0%	61.1%	22.2%	5.6%	11.1%
	中部	7	4	2	0	1
		100.0%	57.1%	28.6%	0.0%	14.3%
	近畿	15	7	5	1	2
		100.0%	46.7%	33.3%	6.7%	13.3%
	中国	6	2	3	1	0
		100.0%	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%
	四国	5	3	1	1	0
		100.0%	60.0%	20.0%	20.0%	0.0%
	九州・沖縄	7	3	3	0	1
		100.0%	42.9%	42.9%	0.0%	14.3%
	無回答	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な連携先 1 位

		合計	なし	行政機関	商工会議所・商工会	N P O まちづくり会社・	観光協会	近隣の商店街	ゼミなど 教育機関（大学講師、	旅行会社	その他	無回答
総数		98	19	37	12	6	5	11	1	2	4	1
		100.0%	19.4%	37.8%	12.2%	6.1%	5.1%	11.2%	1.0%	2.0%	4.1%	1.0%
商店街の形態	商店街振興組合	61	8	29	5	5	2	7	1	1	2	1
		100.0%	13.1%	47.5%	8.2%	8.2%	3.3%	11.5%	1.6%	1.6%	3.3%	1.6%
	事業協同組合	7	3	1	2	0	0	0	0	0	1	0
		100.0%	42.9%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%
	任意団体	29	8	7	4	1	3	4	0	1	1	0
		100.0%	27.6%	24.1%	13.8%	3.4%	10.3%	13.8%	0.0%	3.4%	3.4%	0.0%
商店街タイプ	無回答	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近隣型商店街	11	1	4	3	0	0	2	0	0	0	1
		100.0%	9.1%	36.4%	27.3%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%
	地域型商店街	40	7	15	4	5	2	4	0	1	2	0
		100.0%	17.5%	37.5%	10.0%	12.5%	5.0%	10.0%	0.0%	2.5%	5.0%	0.0%
	広域型商店街	24	8	10	2	0	0	3	0	1	0	0
		100.0%	33.3%	41.7%	8.3%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	4.2%	0.0%	0.0%
	超広域型商店街	19	3	7	2	1	2	2	0	0	2	0
		100.0%	15.8%	36.8%	10.5%	5.3%	10.5%	10.5%	0.0%	0.0%	10.5%	0.0%
立地環境	無回答	4	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0
		100.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	繁華街	43	6	19	5	3	2	7	0	0	1	0
		100.0%	14.0%	44.2%	11.6%	7.0%	4.7%	16.3%	0.0%	0.0%	2.3%	0.0%
	住宅街	9	3	3	1	0	0	2	0	0	0	0
		100.0%	33.3%	33.3%	11.1%	0.0%	0.0%	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	20	4	8	2	3	0	1	0	0	2	0
		100.0%	20.0%	40.0%	10.0%	15.0%	0.0%	5.0%	0.0%	0.0%	10.0%	0.0%
	ロードサイド	7	3	0	1	0	0	1	0	1	1	0
		100.0%	42.9%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%
	オフィス街	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	観光地	14	2	6	3	0	3	0	0	0	0	0
		100.0%	14.3%	42.9%	21.4%	0.0%	21.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
地域	その他	5	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1
		100.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%
	無回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	北海道	6	0	3	1	1	0	0	0	0	0	1
		100.0%	0.0%	50.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%
	東北	4	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東	29	7	6	5	3	3	4	0	1	0	0
		100.0%	24.1%	20.7%	17.2%	10.3%	10.3%	13.8%	0.0%	3.4%	0.0%	0.0%
	中部	8	2	5	0	0	1	0	0	0	0	0
		100.0%	25.0%	62.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近畿	21	6	5	1	0	0	6	0	0	3	0
		100.0%	28.6%	23.8%	4.8%	0.0%	0.0%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%
地域	中国	11	0	2	4	1	1	1	0	1	1	0
		100.0%	0.0%	18.2%	36.4%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%
	四国	7	1	5	1	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	14.3%	71.4%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	12	2	8	0	1	0	0	1	0	0	0
		100.0%	16.7%	66.7%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な連携先 2 位

		合計	なし	行政機関	商工会議所・商工会	N P O まちづくり会社・	観光協会	近隣の商店街	ゼミなど 教育機関（大学講師、	旅行会社	その他	無回答
総数		67	14	24	8	5	1	4	1	1	5	4
		100.0%	20.9%	35.8%	11.9%	7.5%	1.5%	6.0%	1.5%	1.5%	7.5%	6.0%
商店街の形態	商店街振興組合	45	8	20	3	4	1	3	0	0	4	2
		100.0%	17.8%	44.4%	6.7%	8.9%	2.2%	6.7%	0.0%	0.0%	8.9%	4.4%
	事業協同組合	4	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	50.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	任意団体	18	4	4	3	1	0	1	1	1	1	2
		100.0%	22.2%	22.2%	16.7%	5.6%	0.0%	5.6%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%
商店街タイプ	無回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	近隣型商店街	4	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	25.0%	25.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	地域型商店街	21	4	8	2	2	0	1	0	1	1	2
		100.0%	19.0%	38.1%	9.5%	9.5%	0.0%	4.8%	0.0%	4.8%	4.8%	9.5%
	広域型商店街	20	4	7	2	2	0	1	1	0	3	0
		100.0%	20.0%	35.0%	10.0%	10.0%	0.0%	5.0%	5.0%	0.0%	15.0%	0.0%
	超広域型商店街	18	6	7	1	0	1	1	0	0	1	1
		100.0%	33.3%	38.9%	5.6%	0.0%	5.6%	5.6%	0.0%	0.0%	5.6%	5.6%
立地環境	無回答	4	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	0.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	繁華街	34	7	16	4	2	1	2	0	0	1	1
		100.0%	20.6%	47.1%	11.8%	5.9%	2.9%	5.9%	0.0%	0.0%	2.9%	2.9%
	住宅街	5	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0
		100.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	15	5	4	0	1	0	1	1	0	2	1
		100.0%	33.3%	26.7%	0.0%	6.7%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%	13.3%	6.7%
	ロードサイド	3	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0
		100.0%	0.0%	33.3%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
	オフィス街	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	観光地	6	1	1	3	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	16.7%	16.7%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%
地域	その他	4	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1
		100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%
	無回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	北海道	5	0	3	1	0	1	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	60.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	東北	4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東	18	1	3	4	2	0	3	1	1	1	2
		100.0%	5.6%	16.7%	22.2%	11.1%	0.0%	16.7%	5.6%	5.6%	5.6%	11.1%
	中部	7	1	4	1	1	0	0	0	0	0	0
		100.0%	14.3%	57.1%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近畿	15	9	3	0	0	0	1	0	0	2	0
		100.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	13.3%	0.0%
	中国	6	0	1	2	1	0	0	0	0	2	0
		100.0%	0.0%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%
	四国	5	0	3	0	1	0	0	0	0	0	1
		100.0%	0.0%	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%
	九州・沖縄	7	1	5	0	0	0	0	0	0	0	1
		100.0%	14.3%	71.4%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%
	無回答	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な支援内容 1 位

	合計	支援を受けていない	補助金による財政支援	職員派遣等による人的支援	相談体制の確立・意見交換	インバウンド関連情報の提供	講習会・研修の実施	新商品の開発	販路開拓	イベントの実施	その他	無回答
N=98 (回答者数)	98	28	39	4	8	15	15	0	0	14	5	4
N=98 に対する割合	100.0%	28.6%	39.8%	4.1%	8.2%	15.3%	15.3%	0.0%	0.0%	14.3%	5.1%	4.1%
組織形態	商店街振興組合	n=86	14	27	1	6	12	9		9	4	4
		割合	16.3%	31.4%	1.2%	7.0%	14.0%	10.5%	0.0%	10.5%	4.7%	4.7%
	事業協同組合	n=7	3	2	0	0	0	1		1	0	0
		割合	42.9%	28.6%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
	任意団体	n=38	11	9	3	2	3	5		4	1	0
		割合	28.9%	23.7%	7.9%	5.3%	7.9%	13.2%	0.0%	10.5%	2.6%	0.0%
商店街タイプ	無回答	n=1	0	1	0	0	0	0		0	0	0
		割合	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近隣型商店街	n=20	0	6	3	3	2	2	0	2	1	1
		割合	0.0%	30.0%	15.0%	15.0%	10.0%	10.0%	0.0%	10.0%	5.0%	5.0%
	地域型商店街	n=46	12	15	1	1	4	3	0	8	1	1
		割合	26.1%	32.6%	2.2%	2.2%	8.7%	6.5%	0.0%	17.4%	2.2%	2.2%
	広域型商店街	n=35	9	11	0	3	5	4	0	2	0	1
		割合	25.7%	31.4%	0.0%	8.6%	14.3%	11.4%	0.0%	5.7%	0.0%	2.9%
	超広域型商店街	n=27	6	6	0	1	4	5	0	2	3	0
		割合	22.2%	22.2%	0.0%	3.7%	14.8%	18.5%	0.0%	7.4%	11.1%	0.0%
	無回答	n=4	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1
		割合	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
立地環境	繁華街	n=64	12	18	0	4	10	10	0	7	2	1
		割合	18.8%	28.1%	0.0%	6.3%	15.6%	15.6%	0.0%	10.9%	3.1%	1.6%
	住宅街	n=14	3	4	1	1	2	1	0	1	1	0
		割合	21.4%	28.6%	7.1%	7.1%	14.3%	7.1%	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%
	駅前・駅ビル	n=24	7	7	2	2	1	1	0	2	1	1
		割合	29.2%	29.2%	8.3%	8.3%	4.2%	4.2%	0.0%	8.3%	4.2%	4.2%
	ロードサイド	n=8	3	3	0	0	1	0	0	1	0	0
		割合	37.5%	37.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地	n=17	3	6	1	1	1	2	0	2	1	0
		割合	17.6%	35.3%	5.9%	5.9%	5.9%	11.8%	0.0%	11.8%	5.9%	0.0%
	その他	n=5	0	1	0	0	0	1	0	1	0	2
		割合	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	40.0%
地域	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北海道	n=7	0	3	0	0	1	1	0	1	0	1
		割合	0.0%	42.9%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	14.3%
	東北	n=7	2	2	0	0	1	1	0	1	0	0
		割合	28.6%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	0.0%	0.0%
	関東	n=39	11	7	2	3	5	4	0	4	3	0
		割合	28.2%	17.9%	5.1%	7.7%	12.8%	10.3%	0.0%	10.3%	7.7%	0.0%
	中部	n=8	2	5	0	0	0	0	0	1	0	0
		割合	25.0%	62.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
	近畿	n=28	8	6	2	3	2	2	0	4	1	0
		割合	28.6%	21.4%	7.1%	10.7%	7.1%	7.1%	0.0%	14.3%	3.6%	0.0%
	中国	n=13	1	3	0	0	2	3	0	1	1	2
		割合	7.7%	23.1%	0.0%	0.0%	15.4%	23.1%	0.0%	7.7%	7.7%	15.4%
	四国	n=11	1	5	0	2	2	1	0	0	0	0
		割合	9.1%	45.5%	0.0%	18.2%	18.2%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	n=19	3	8	0	0	2	3	0	2	0	1
		割合	15.8%	42.1%	0.0%	0.0%	10.5%	15.8%	0.0%	10.5%	0.0%	5.3%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

外国人観光客数増加・売上増加に効果的な取組 効果的な支援内容 2 位

	合計	支援を受けていない	補助金による財政支援	職員派遣等による人的支援	相談体制の確立・意見交換	インバウンド関連情報の提供	講習会・研修の実施	新商品の開発	販路開拓	イベントの実施	その他	無回答
N=67 (回答者数)	67	19	25	5	7	7	8	1	1	5	1	4
N=67 に対する割合	100.0%	28.4%	37.3%	7.5%	10.4%	10.4%	11.9%	1.5%	1.5%	7.5%	1.5%	6.0%
組織形態	商店街振興組合	n=60	12	20	5	7	5	1	1	1	1	2
		割合	20.0%	33.3%	8.3%	11.7%	8.3%	1.7%	1.7%	1.7%	1.7%	3.3%
	事業協同組合	n=4	2	0	0	0	1	0	0	1	0	0
		割合	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
	任意団体	n=19	5	5	0	0	2	0	0	3	0	2
		割合	26.3%	26.3%	0.0%	0.0%	10.5%	0.0%	0.0%	15.8%	0.0%	10.5%
商店街タイプ	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	近隣型商店街	n=5	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1
		割合	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%
	地域型商店街	n=25	6	10	2	1	1	0	0	3	0	1
		割合	24.0%	40.0%	8.0%	4.0%	4.0%	0.0%	0.0%	12.0%	0.0%	4.0%
	広域型商店街	n=25	6	5	3	5	2	3	1	0	0	0
		割合	24.0%	20.0%	12.0%	20.0%	8.0%	12.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	超広域型商店街	n=24	6	8	0	1	3	2	0	1	1	1
		割合	25.0%	33.3%	0.0%	4.2%	12.5%	8.3%	0.0%	4.2%	4.2%	4.2%
	無回答	n=4	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1
		割合	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
立地環境	繁華街	n=49	10	15	4	5	5	1	1	2	1	0
		割合	20.4%	30.6%	8.2%	10.2%	10.2%	2.0%	2.0%	4.1%	2.0%	0.0%
	住宅街	n=6	1	2	0	1	1	0	0	1	0	0
		割合	16.7%	33.3%	0.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
	駅前・駅ビル	n=15	6	4	0	0	1	0	0	0	0	3
		割合	40.0%	26.7%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%
	ロードサイド	n=3	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0
		割合	0.0%	66.7%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地	n=60	2	1	1	0	0	1	0	1	0	0
		割合	33.3%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%
	その他	n=4	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1
		割合	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%
地域	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	北海道	n=5	0	4	0	0	0	0	0	1	0	0
		割合	0.0%	80.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	東北	n=4	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0
		割合	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東	n=20	3	6	0	1	2	3	1	0	2	1
		割合	15.0%	30.0%	0.0%	5.0%	10.0%	15.0%	5.0%	0.0%	10.0%	5.0%
	中部	n=11	2	4	2	1	1	1	0	0	0	0
		割合	18.2%	36.4%	18.2%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近畿	n=17	9	2	0	1	2	1	0	0	0	2
		割合	52.9%	11.8%	0.0%	5.9%	11.8%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	11.8%
	中国	n=7	1	1	0	1	1	2	0	0	1	0
		割合	14.3%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	28.6%	0.0%	0.0%	14.3%	0.0%
	四国	n=8	1	1	3	3	0	0	0	0	0	0
		割合	12.5%	12.5%	37.5%	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	n=11	1	5	0	0	1	1	0	1	1	1
		割合	9.1%	45.5%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%	0.0%	9.1%	9.1%	9.1%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		割合	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

効果が薄いと思われる取組

		合計	W i ・ F i の 設 置	ホ ー ム ペ ー ジ の 多 言 語 化	マ ッ プ ・ パ ン フ レ ッ ト 等 の 多 言 語 化	サ イ ン ・ 案 内 板 の 多 言 語 化	頼 ガ イ ド ブ ッ ク 等 へ の 掲 載 依	成 ブ ロ モ ー シ ヨ ン ビ デ オ の 作	情 報 発 信 ツ ー ル (ア プ リ な ど の 整 備	開 外 国 人 向 け 食 事 メ ニ ュ ー の 提 供	ク レ ジ ッ ト カ ー ド 等 決 済 端 末 の 導 入	免 税 端 末 の 設 置	免 税 手 続 カ ウ ン タ ー の 設 置
総数		141	2	3	1	1	3	2	2	3	0	3	3
		100.0%	1.4%	2.1%	0.7%	0.7%	2.1%	1.4%	1.4%	2.1%	0.0%	2.1%	2.1%
商店街の 形態	商店街振興組合	87	2	3	0	0	2	1	2	2		2	2
		100.0%	2.3%	3.4%	0.0%	0.0%	2.3%	1.1%	2.3%	2.3%	0.0%	2.3%	2.3%
	事業協同組合	11	0	0	0	0	0	0	0	1		0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	任意団体	40	0	0	1	1	1	1	0	0		1	1
		100.0%	0.0%	0.0%	2.5%	2.5%	2.5%	2.5%	0.0%	0.0%	0.0%	2.5%	2.5%
商店街 タイプ	無回答	3	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	近隣型商店街	17	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	地域型商店街	57	1	2	1	0	0	0	1	1	0	2	1
		100.0%	1.8%	3.5%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	1.8%	0.0%	3.5%	1.8%
	広域型商店街	39	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1
		100.0%	2.6%	2.6%	0.0%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	2.6%	0.0%	0.0%	2.6%
	超広域型商店街	22	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%
立地環境	繁華街	69	1	1	0	0	3	0	0	2	0	0	3
		100.0%	1.4%	1.4%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	4.3%
	住宅街	12	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
	駅前・駅ビル	27	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
		100.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	3.7%	0.0%
	ロードサイド	8	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0
		100.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	オフィス街	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	観光地	18	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
		100.0%	5.6%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%
	その他	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
地域	北海道	8	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	東北	6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	関東	47	0	0	0	0	0	1	2	0	0	2	1
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	4.3%	0.0%	0.0%	4.3%	2.1%
	中部	11	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
		100.0%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%
	近畿	26	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0
		100.0%	0.0%	3.8%	3.8%	0.0%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	中国	14	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.1%	0.0%	7.1%	0.0%	0.0%	0.0%
	四国	7	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		100.0%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	22	0	0	0	1	0	0	0	2	0	0	1
		100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	4.5%
	無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

		外貨両替機の設置	地域産品販売所の整備	外国語対応可能な観光案内所の整備	通訳案内士の配置	外国語対応可能なボランティアの配置	翻訳機の導入	ゲストハウスの整備	外国人向けの観光ツアー・イベントの実施	組合員（会員）向けの語学研修等の実施	その他	無回答
総数		1 0.7%	3 2.1%	0 0.0%	1 0.7%	1 0.7%	2 1.4%	6 4.3%	2 1.4%	3 2.1%	0 0.0%	99 70.2%
商店街の形態	商店街振興組合	0 0.0%	3 3.4%	0 0.0%	1 1.1%	1 1.1%	1 1.1%	4 4.6%	1 1.1%	1 1.1%	0 0.0%	59 67.8%
	事業協同組合	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 90.9%
	任意団体	1 2.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.5%	2 5.0%	1 2.5%	2 5.0%	0 0.0%	27 67.5%
	無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 100.0%
	近隣型商店街	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.9%	1 5.9%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	13 76.5%
	地域型商店街	0 0.0%	1 1.8%	0 0.0%	1 1.8%	0 0.0%	1 1.8%	1 1.8%	1 1.8%	1 1.8%	0 0.0%	42 73.7%
商店街タイプ	広域型商店街	0 0.0%	1 2.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 2.6%	1 2.6%	1 2.6%	0 0.0%	28 71.8%
	超広域型商店街	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	0 18.2%	4 0.0%	0 0.0%	1 4.5%	0 0.0%	12 54.5%
	無回答	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 66.7%
	繁華街	0 0.0%	2 2.9%	0 0.0%	1 1.4%	0 0.0%	0 0.0%	3 4.3%	1 1.4%	1 1.4%	0 0.0%	51 73.9%
	住宅街	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 58.3%
	駅前・駅ビル	0 0.0%	1 3.7%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.7%	2 7.4%	0 0.0%	1 3.7%	1 3.7%	0 0.0%	18 66.7%
立地環境	ロードサイド	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 12.5%	1 0.0%	0 0.0%	3 37.5%
	オフィス街	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	観光地	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 5.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	14 77.8%
	その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 14.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 85.7%
	無回答	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -
	北海道	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	5 62.5%
地域	東北	0 0.0%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 50.0%
	関東	1 2.1%	2 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	1 2.1%	0 0.0%	3 6.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	34 72.3%
	中部	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 9.1%	1 0.0%	0 0.0%	6 54.5%
	近畿	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 3.8%	0 0.0%	2 7.7%	1 3.8%	1 7.7%	2 7.7%	0 0.0%	16 61.5%
	中国	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	12 85.7%
	四国	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	6 85.7%
九州・沖縄	九州・沖縄	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 4.5%	1 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 77.3%
	無回答	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -	- -

インバウンド事業を実施していない主な理由

	合計	がインバウンド事業のための予算	見込める客数の増加や売上の増加があるため	インバウンド事業による外国観光客の増加が人	すのばインバウンド事業から着手	ど(文化遺産、景勝地、温泉など)がいないため	商店街内または周辺に観光名所	習慣・文化の違いによるトラブル	増加が予想されるため	雑化(問題、業務の煩雑化など)が増えるため	組合員(会員)の負担(コミュニケーションの問題、組合員(会員)の合意形成が得られないため	従来の顧客が減少する恐れがあるため	近隣の商店街で成功した事例がないため	商店街に外国人観光客が来ないため	その他	無回答
N=346 (回答者数)	346	143	119	136	63	32	81	50	3	20	93	29	25			
N=346 に対する割合	100.0%	41.3%	34.4%	39.3%	18.2%	9.2%	23.4%	14.5%	0.9%	5.8%	26.9%	8.4%	7.2%			
組織形態	商店街振興組合	n=343	67	63	59	28	9	35	23	0	5	27	15	12		
	割合	19.5%	18.4%	17.2%	8.2%	2.6%	10.2%	6.7%	0.0%	1.5%	7.9%	4.4%	3.5%			
	事業協同組合	n=70	8	11	11	4	6	8	2	1	3	13	2	1		
	割合	11.4%	15.7%	15.7%	5.7%	8.6%	11.4%	2.9%	1.4%	4.3%	18.6%	2.9%	1.4%			
	任意団体	n=369	66	45	62	29	16	37	25	2	12	51	12	12		
	割合	17.9%	12.2%	16.8%	7.9%	4.3%	10.0%	6.8%	0.5%	3.3%	13.8%	3.3%	3.3%			
商店街タイプ	無回答	n=12	2	0	4	2	1	1	0	0	2	0	0			
	割合	16.7%	0.0%	33.3%	16.7%	8.3%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%			
	近隣型商店街	n=291	54	29	45	28	19	28	18	1	10	35	11	13		
	割合	18.6%	10.0%	15.5%	9.6%	6.5%	9.6%	6.2%	0.3%	3.4%	12.0%	3.8%	4.5%			
	地域型商店街	n=389	70	68	73	28	9	42	24	1	8	47	11	8		
	割合	18.0%	17.5%	18.8%	7.2%	2.3%	10.8%	6.2%	0.3%	2.1%	12.1%	2.8%	2.1%			
立地環境	広域型商店街	n=83	12	15	14	5	4	10	5	1	1	10	4	2		
	割合	14.5%	18.1%	16.9%	6.0%	4.8%	12.0%	6.0%	1.2%	1.2%	12.0%	4.8%	2.4%			
	超広域型商店街	n=19	5	4	4	1	0	1	1	0	0	0	1	2		
	割合	26.3%	21.1%	21.1%	5.3%	0.0%	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	10.5%			
	無回答	n=12	2	3	0	1	0	0	2	0	1	1	2	0		
	割合	16.7%	25.0%	0.0%	8.3%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	8.3%	8.3%	16.7%	0.0%			
地域	繁華街	n=302	61	56	49	17	11	37	18	2	6	23	14	8		
	割合	20.2%	18.5%	16.2%	5.6%	3.6%	12.3%	6.0%	0.7%	2.0%	7.6%	4.6%	2.6%			
	住宅街	n=166	22	25	32	15	5	12	13	0	6	25	4	7		
	割合	13.3%	15.1%	19.3%	9.0%	3.0%	7.2%	7.8%	0.0%	3.6%	15.1%	2.4%	4.2%			
	駅前・駅ビル	n=162	28	18	30	20	3	17	9	1	5	20	3	8		
	割合	17.3%	11.1%	18.5%	12.3%	1.9%	10.5%	5.6%	0.6%	3.1%	12.3%	1.9%	4.9%			
	ロードサイド	n=59	6	4	11	6	2	8	6	0	0	13	2	1		
	割合	10.2%	6.8%	18.6%	10.2%	3.4%	13.6%	10.2%	0.0%	0.0%	22.0%	3.4%	1.7%			
	オフィス街	n=20	6	1	4	1	1	2	1	0	0	2	1	1		
	割合	30.0%	5.0%	20.0%	5.0%	5.0%	10.0%	5.0%	0.0%	0.0%	10.0%	5.0%	5.0%			
	観光地	n=40	11	6	6	1	4	3	1	0	1	3	4	0		
	割合	27.5%	15.0%	15.0%	2.5%	10.0%	7.5%	2.5%	0.0%	2.5%	7.5%	10.0%	0.0%			
その他	n=34	7	7	3	2	5	1	2	0	2	4	1	0			
割合	20.6%	20.6%	8.8%	5.9%	14.7%	2.9%	5.9%	0.0%	5.9%	11.8%	2.9%	0.0%				
無回答	n=11	2	2	1	1	1	1	0	0	0	3	0	0			
割合	18.2%	18.2%	9.1%	9.1%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	27.3%	0.0%	0.0%				
地域	北海道	n=56	11	8	9	4	1	6	6	0	1	7	1	2		
	割合	19.6%	14.3%	16.1%	7.1%	1.8%	10.7%	10.7%	0.0%	1.8%	12.5%	1.8%	3.6%			
	東北	n=67	16	13	9	4	0	6	1	0	1	14	3	0		
	割合	23.9%	19.4%	13.4%	6.0%	0.0%	9.0%	1.5%	0.0%	1.5%	20.9%	4.5%	0.0%			
	関東	n=384	59	48	69	38	21	41	24	2	7	46	14	15		
	割合	15.4%	12.5%	18.0%	9.9%	5.5%	10.7%	6.3%	0.5%	1.8%	12.0%	3.6%	3.9%			
	中部	n=52	11	10	8	5	1	3	4	0	2	7	1	0		
	割合	21.2%	19.2%	15.4%	9.6%	1.9%	5.8%	7.7%	0.0%	3.8%	13.5%	1.9%	0.0%			
	近畿	n=109	16	20	18	8	5	8	6	0	5	12	6	5		
	割合	14.7%	18.3%	16.5%	7.3%	4.6%	7.3%	5.5%	0.0%	4.6%	11.0%	5.5%	4.6%			
	中国	n=25	4	4	5	1	0	2	1	0	2	2	2	2		
	割合	16.0%	16.0%	20.0%	4.0%	0.0%	8.0%	4.0%	0.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%			
	四国	n=26	6	5	4	2	0	4	2	0	0	2	1	0		
	割合	23.1%	19.2%	15.4%	7.7%	0.0%	15.4%	7.7%	0.0%	0.0%	7.7%	3.8%	0.0%			
	九州・沖縄	n=74	20	11	14	1	4	10	6	1	2	3	1	1		
	割合	27.0%	14.9%	18.9%	1.4%	5.4%	13.5%	8.1%	1.4%	2.7%	4.1%	1.4%	1.4%			
	無回答	n=1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0		
	割合	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%			

今後取り組んでみたいインバウンド事業

		合 計	W i ・ F i の 設 置	化 ホーム ページ の多言 語	マ ップ・ パンフ レット	サ イン・ 案内板 の多言 語	載 依 頼	ガ イドブ ック等 への掲	ブ ロモ－ シ ョン ビデオ の作 成	情 報 発 信 ツールの 整備 （ア プ リなど）	外 国 人 向 け 食 事 メ ニ ューの 開 発 ・ 提 供	ク レジット カード等 決 済 手 段の導 入	免 税 端 末 の 設 置	免 税 手 続 カ ウンター の 設 置
N=346（回答者数）		346	146	73	132	111	59	11	11	45	34	24	2	21
N=346 に対する割合		100.0%	42.2%	21.1%	38.2%	32.1%	17.1%	3.2%	3.2%	13.0%	9.8%	6.9%	0.6%	6.1%
組織形態	商店街振興組合	n=372	67	27	55	48	25	4	4	24	11	10	1	15
	事業協同組合	割合	18.0%	7.3%	14.8%	12.9%	6.7%	1.1%	1.1%	6.5%	3.0%	2.7%	0.3%	4.0%
		n=71	15	7	13	8	1	2	2	2	1	3	0	2
	任意団体	割合	21.1%	9.9%	18.3%	11.3%	1.4%	2.8%	2.8%	2.8%	1.4%	4.2%	0.0%	2.8%
		n=387	62	37	62	54	31	5	19	19	21	11	1	4
	無回答	割合	16.0%	9.6%	16.0%	14.0%	8.0%	1.3%	4.9%	4.9%	5.4%	2.8%	0.3%	1.0%
n=11		2	2	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	
商店街 タイプ	近隣型商店街	割合	18.2%	18.2%	18.2%	9.1%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%
		n=301	46	24	47	43	26	3	13	14	11	0	8	
	地域型商店街	割合	15.3%	8.0%	15.6%	14.3%	8.6%	1.0%	4.3%	4.7%	3.7%	0.0%	2.7%	
		n=416	74	35	65	51	27	7	24	17	11	2	9	
	広域型商店街	割合	17.8%	8.4%	15.6%	12.3%	6.5%	1.7%	5.8%	4.1%	2.6%	0.5%	2.2%	
		n=89	18	9	16	12	4	1	6	2	1	0	4	
	超広域型商店街	割合	20.2%	10.1%	18.0%	13.5%	4.5%	1.1%	6.7%	2.2%	1.1%	0.0%	4.5%	
		n=22	5	4	4	3	1	0	1	0	0	0	0	
	無回答	割合	22.7%	18.2%	18.2%	13.6%	4.5%	0.0%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
		n=13	3	1	0	2	1	0	1	1	1	0	0	
立地環境	繁華街	割合	23.1%	7.7%	0.0%	15.4%	7.7%	0.0%	7.7%	7.7%	7.7%	7.7%	0.0%	0.0%
		n=317	59	27	47	48	15	5	20	9	7	0	15	
	住宅街	割合	18.6%	8.5%	14.8%	15.1%	4.7%	1.6%	6.3%	2.8%	2.2%	0.0%	4.7%	
		n=167	17	16	20	22	16	1	8	6	6	1	2	
	駅前・駅ビル	割合	10.2%	9.6%	12.0%	13.2%	9.6%	0.6%	4.8%	3.6%	3.6%	0.6%	1.2%	
		n=180	39	15	33	20	10	1	11	10	6	0	2	
	ロードサイド	割合	21.7%	8.3%	18.3%	11.1%	5.6%	0.6%	6.1%	5.6%	3.3%	0.0%	1.1%	
		n=63	6	8	14	7	8	1	4	4	0	1	0	
	オフィス街	割合	9.5%	12.7%	22.2%	11.1%	12.7%	1.6%	6.3%	6.3%	0.0%	1.6%	0.0%	
		n=21	6	2	5	3	1	1	0	1	0	0	0	
地域	観光地	割合	28.6%	9.5%	23.8%	14.3%	4.8%	4.8%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	
		n=48	10	3	4	7	2	2	2	1	4	0	1	
	その他	割合	20.8%	6.3%	8.3%	14.6%	4.2%	4.2%	4.2%	2.1%	8.3%	0.0%	2.1%	
		n=34	7	2	8	2	5	0	0	2	1	0	1	
	無回答	割合	20.6%	5.9%	23.5%	5.9%	14.7%	0.0%	0.0%	5.9%	2.9%	0.0%	2.9%	
		n=11	2	0	1	2	2	0	0	1	0	0	0	
	北海道	割合	18.2%	0.0%	9.1%	18.2%	18.2%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	
			n=53	5	4	9	8	6	0	4	1	0	0	2
		東北	割合	9.4%	7.5%	17.0%	15.1%	11.3%	0.0%	7.5%	1.9%	0.0%	0.0%	3.8%
			n=74	14	9	11	10	6	1	3	2	2	0	4
関東		割合	18.9%	12.2%	14.9%	13.5%	8.1%	1.4%	4.1%	2.7%	2.7%	0.0%	5.4%	
		n=408	70	39	71	48	25	5	16	21	14	1	7	
中部		割合	17.2%	9.6%	17.4%	11.8%	6.1%	1.2%	3.9%	5.1%	3.4%	0.2%	1.7%	
		n=55	9	6	7	11	3	2	4	1	1	1	3	
近畿		割合	16.4%	10.9%	12.7%	20.0%	5.5%	3.6%	7.3%	1.8%	1.8%	1.8%	5.5%	
		n=121	25	5	20	17	8	2	8	4	3	0	1	
中国	割合	20.7%	4.1%	16.5%	14.0%	6.6%	1.7%	6.6%	3.3%	2.5%	0.0%	0.8%		
		n=28	6	1	2	6	3	0	1	1	1	0	0	
	四国	割合	21.4%	3.6%	7.1%	21.4%	10.7%	0.0%	3.6%	3.6%	3.6%	0.0%	0.0%	
		n=25	4	1	0	3	3	1	3	1	0	0	0	
	九州・沖縄	割合	16.0%	4.0%	0.0%	12.0%	12.0%	4.0%	12.0%	4.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
		n=74	12	7	11	8	5	0	6	3	3	0	4	
	無回答	割合	16.2%	9.5%	14.9%	10.8%	6.8%	0.0%	8.1%	4.1%	4.1%	0.0%	5.4%	
		n=3	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
			割合	33.3%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	

		外貨両替機の設置	地域産品販売所の整備	外国語対応可能な観光案内所の整備	通訳案内士の配置	外国語対応可能なボランティアの配置	翻訳機の導入	ゲストハウスの整備	外国人向けの観光施設 アイ・イベントの実施	組合員（会員）向けの語学研修等の実施	その他	無回答
N=346（回答者数）		2	25	22	9	14	12	5	20	31	11	32
N=346 に対する割合		0.6%	7.2%	6.4%	2.6%	4.0%	3.5%	1.4%	5.8%	9.0%	3.2%	9.2%
組織形態	商店街振興組合	0	17	13	2	6	7	4	9	10	5	12
		0.0%	4.6%	3.5%	0.5%	1.6%	1.9%	1.1%	2.4%	2.7%	1.3%	3.2%
	事業協同組合	0	3	3	2	1	0	0	2	3	0	3
		0.0%	4.2%	4.2%	2.8%	1.4%	0.0%	0.0%	2.8%	4.2%	0.0%	4.2%
	任意団体	2	5	6	5	7	5	1	9	18	6	16
		0.5%	1.3%	1.6%	1.3%	1.8%	1.3%	0.3%	2.3%	4.7%	1.6%	4.1%
	無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
0.0%		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	
商店街タイプ	近隣型商店街	1	6	5	3	4	4	4	5	12	6	16
		0.3%	2.0%	1.7%	1.0%	1.3%	1.3%	1.3%	1.7%	4.0%	2.0%	5.3%
	地域型商店街	0	17	13	5	10	7	1	13	14	1	13
		0.0%	4.1%	3.1%	1.2%	2.4%	1.7%	0.2%	3.1%	3.4%	0.2%	3.1%
	広域型商店街	1	2	4	1	0	1	0	0	4	2	1
		1.1%	2.2%	4.5%	1.1%	0.0%	1.1%	0.0%	0.0%	4.5%	2.2%	1.1%
	超広域型商店街	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.5%	0.0%	4.5%	9.1%
無回答	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	7.7%	7.7%	7.7%	0.0%	
立地環境	繁華街	1	12	9	2	5	6	2	3	11	3	11
		0.3%	3.8%	2.8%	0.6%	1.6%	1.9%	0.6%	0.9%	3.5%	0.9%	3.5%
	住宅街	0	6	6	2	6	4	2	6	8	3	9
		0.0%	3.6%	3.6%	1.2%	3.6%	2.4%	1.2%	3.6%	4.8%	1.8%	5.4%
	駅前・駅ビル	0	3	4	3	3	0	1	6	5	0	8
		0.0%	1.7%	2.2%	1.7%	1.7%	0.0%	0.6%	3.3%	2.8%	0.0%	4.4%
	ロードサイド	0	2	1	0	0	0	0	1	3	1	2
		0.0%	3.2%	1.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.6%	4.8%	1.6%	3.2%
	オフィス街	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.8%
	観光地	1	1	1	2	0	0	0	2	3	2	0
		2.1%	2.1%	2.1%	4.2%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%	6.3%	4.2%	0.0%
その他	0	0	1	0	0	1	0	0	1	2	1	
	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	5.9%	2.9%	
無回答	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	
	0.0%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	0.0%	0.0%	0.0%	
地域	北海道	0	1	3	0	1	1	1	2	2	1	2
		0.0%	1.9%	5.7%	0.0%	1.9%	1.9%	1.9%	3.8%	3.8%	1.9%	3.8%
	東北	0	2	2	1	2	1	0	2	0	2	0
		0.0%	2.7%	2.7%	1.4%	2.7%	1.4%	0.0%	2.7%	0.0%	2.7%	0.0%
	関東	0	8	9	6	7	8	1	7	19	6	20
		0.0%	2.0%	2.2%	1.5%	1.7%	2.0%	0.2%	1.7%	4.7%	1.5%	4.9%
	中部	0	3	1	0	0	0	0	1	1	1	0
		0.0%	5.5%	1.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	1.8%	1.8%	1.8%	0.0%
	近畿	0	5	3	1	2	1	1	6	2	0	7
		0.0%	4.1%	2.5%	0.8%	1.7%	0.8%	0.8%	5.0%	1.7%	0.0%	5.8%
	中国	0	1	1	0	0	0	0	0	3	0	2
		0.0%	3.6%	3.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.7%	0.0%	7.1%
	四国	0	2	2	0	1	0	2	0	2	0	0
		0.0%	8.0%	8.0%	0.0%	4.0%	0.0%	8.0%	0.0%	8.0%	0.0%	0.0%
	九州・沖縄	2	3	1	1	1	1	0	2	2	1	1
		2.7%	4.1%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%	0.0%	2.7%	2.7%	1.4%	1.4%
	無回答	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
		0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%

	合 計	がイン パウンド 事業のた めの予算 がないた め	見込める 顧客の増 加や売上 の増加が あるため	インパウ ンド事業 による外 国からの 増加が著 しいため	すばしい インパウ ンド事業 から着手 している	ど文化街 内または 周辺に観 光名所が あるため	習慣・文 化の違い によるト ラブルの 増加が予 想される ため	組合員（ 会員）の 負担（コ ミュニテ ーション の問題、 事務の煩 雑化など ）が増え るため	組合員（ 会員）の 合意形成 が得られ ないため	従来の顧 客が減少 する恐れ があるた め	近隣の商 店街で成 功した事 例がない ため	と商店街 に外国人 観光客が 来るこ とが見込 めないた め	そ の 他	無 回 答
N=1,290（回答者数）	1,290	199	159	104	443	38	145	165	24	78	676	82	299	
N=1,290 に対する割合	100.0%	15.4%	12.3%	8.1%	34.3%	2.9%	11.2%	12.8%	1.9%	6.0%	52.4%	6.4%	23.2%	
組織形態	商店街振興組合	n=590	44	51	27	115	9	33	46	9	22	150	12	72
		割合	7.5%	8.6%	4.6%	19.5%	1.5%	5.6%	7.8%	1.5%	3.7%	25.4%	2.0%	12.2%
	事業協同組合	n=172	16	24	11	19	2	14	12	2	4	45	8	15
		割合	9.3%	14.0%	6.4%	11.0%	1.2%	8.1%	7.0%	1.2%	2.3%	26.2%	4.7%	8.7%
	任意団体	n=1,587	135	81	63	293	27	95	103	13	51	461	59	206
		割合	8.5%	5.1%	4.0%	18.5%	1.7%	6.0%	6.5%	0.8%	3.2%	29.0%	3.7%	13.0%
	無回答	n=63	4	3	3	16	0	3	4	0	1	20	3	6
商店街 タイプ		割合	6.3%	4.8%	4.8%	25.4%	0.0%	4.8%	6.3%	0.0%	1.6%	31.7%	4.8%	9.5%
	近隣型商店街	n=1,503	121	70	63	306	23	87	100	11	50	446	46	180
		割合	8.1%	4.7%	4.2%	20.4%	1.5%	5.8%	6.7%	0.7%	3.3%	29.7%	3.1%	12.0%
	地域型商店街	n=697	58	68	25	109	10	42	42	10	22	189	26	96
		割合	8.3%	9.8%	3.6%	15.6%	1.4%	6.0%	6.0%	1.4%	3.2%	27.1%	3.7%	13.8%
	広域型商店街	n=138	13	17	11	17	4	14	11	1	3	30	6	11
		割合	9.4%	12.3%	8.0%	12.3%	2.9%	10.1%	8.0%	0.7%	2.2%	21.7%	4.3%	8.0%
	超広域型商店街	n=121	2	1	2	1	0	1	1	0	1	1	2	0
		割合	16.7%	8.3%	16.7%	8.3%	0.0%	8.3%	8.3%	0.0%	8.3%	8.3%	16.7%	0.0%
	無回答	n=62	5	3	3	10	1	1	11	2	2	10	2	12
		割合	8.1%	4.8%	4.8%	16.1%	1.6%	1.6%	17.7%	3.2%	3.2%	16.1%	3.2%	19.4%
	無回答	n=62	5	3	3	10	1	1	11	2	2	10	2	12
立地環境	繁華街	n=464	37	47	28	72	10	27	45	6	14	115	9	54
		割合	8.0%	10.1%	6.0%	15.5%	2.2%	5.8%	9.7%	1.3%	3.0%	24.8%	1.9%	11.6%
	住宅街	n=941	75	45	31	188	13	44	49	9	33	291	34	129
		割合	8.0%	4.8%	3.3%	20.0%	1.4%	4.7%	5.2%	1.0%	3.5%	30.9%	3.6%	13.7%
	駅前・駅ビル	n=508	44	45	19	97	9	44	35	5	18	131	12	49
		割合	8.7%	8.9%	3.7%	19.1%	1.8%	8.7%	6.9%	1.0%	3.5%	25.8%	2.4%	9.6%
	ロードサイド	n=231	15	10	12	47	2	13	15	1	4	75	4	33
		割合	6.5%	4.3%	5.2%	20.3%	0.9%	5.6%	6.5%	0.4%	1.7%	32.5%	1.7%	14.3%
	オフィス街	n=73	15	4	6	14	0	4	6	0	3	11	3	7
		割合	20.5%	5.5%	8.2%	19.2%	0.0%	5.5%	8.2%	0.0%	4.1%	15.1%	4.1%	9.6%
	観光地</													

2. 調査票

※ 本調査では、調査票のうち、問 10 までの項目を利用しています。

商店街インバウンド・空き店舗実態調査 調査票

ご記入に当たってのお願い

1. この商店街インバウンド・空き店舗実態調査は、経済産業省中小企業庁委託事業として行うものです。調査結果につきましては、中小企業庁のホームページで公表・掲載する予定です。
2. ご回答いただきました調査票は、統計目的で使用します。個別の商店街名や回答内容、あるいはご回答いただいた方のお名前を公表することは一切ございません。また、個人情報、紛失、漏洩等がなきよう厳重に管理させていただきます。
3. 調査票は、平成 28 年 10 月 1 日現在の実態に基づいてご記入のうえ、平成 28 年 12 月 23 日（金曜日）までにご投函願います。ご回答いただきました調査票は、今後の商店街の活性化対策に役立てるための大切な資料とさせていただきますので、ご協力のほどよろしくお願いいたします。
4. なお、後日ご記入内容の確認のため、当社または中小企業庁商業課よりお問い合わせさせていただくことがあります。
5. 本調査は「インバウンド実態調査」と「空き店舗実態調査」の2部構成となっております。インバウンド実態調査では、インバウンド事業を積極的に実施している商店街の事例集を作成することを企画しています。つきましては、モデル事例の候補となった際は、アンケート調査や現地取材に別途ご協力いただきますようお願いいたします。

〔問い合わせ先〕 ランドブレイン株式会社（担当：伊藤、浅井、青木）

〒102-0093 東京都千代田区平河町 1-2-10 平河町第一生命ビル 7 階

TEL 03-3263-3811 / FAX 03-3263-2350 / e-mail : s-itoh@landbrains.co.jp

〔調査企画〕 経済産業省 中小企業庁 経営支援部 商業課（担当：眞壁、竹本、長友、白土）

インターネットでのご回答

この商店街インバウンド・空き店舗実態調査は、インターネットで回答することも可能です。

調査票とインターネットの両方で回答があった場合は、調査票での回答を優先させていただきます。

下記 URL にアクセスいただき、各設問にお答えください。

なお、各 URL は 1 商店街につき個別の URL を設定しております。

URL :

【お願い】 一部最新の商店街情報がないため、以前のご担当者様に本調査票が届いてしまった場合は、大変お手数ですが、現在のご担当者様にお渡しいただくか、現在のご担当者様のご住所・ご連絡先を次のページにご記入の上、ご返送をお願いいたします。

■商店街の概要について

商店街の名称			
商店街事務所の所在地	〒 —		
記入者	(氏名)	役職	1. 理事長・代表者 2. 役員 3. 事務局長 4. その他()
電話番号			
FAX			
電子メール	@		
商店街の形態	1. 商店街振興組合 2. 事業協同組合 3. 任意団体		

問1 貴商店街のタイプについてお答えください。(○は1つだけ)

1. 近隣型商店街	〔最寄品中心の商店街で、地元主婦が日用品を徒歩・自転車などにより買い物を行う商店街〕
2. 地域型商店街	〔最寄品及び買回り品が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、徒歩・自転車・バス等で来街する商店街〕
3. 広域型商店街	〔百貨店・量販店等を含む大型店があり、最寄品店より買回り品が多い商店街〕
4. 超広域型商店街	〔百貨店・量販店等を含む大型店があり、有名専門店・高級専門店を中心に構成され、遠距離からも来街する商店街〕

問2 貴商店街の立地環境についてお答えください。(○は1つだけ)

1. 繁華街 2. 住宅街 3. 駅前・駅ビル 4. ロードサイド※ 5. オフィス街
6. 観光地 7. その他()

※「ロードサイド」・・・交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指します。

選択に迷った場合は、以下を参考にしてください。

「1.繁華街」と「3.駅前・駅ビル」の双方に該当する場合は、「1.繁華街」に○印を付けてください。

「3.駅前・駅ビル」と「5.オフィス街」の双方に該当する場合は、「5.オフィス街」に○印を付けてください。

問3 貴商店街の主な来客者層についてお答えください。

上位3つまでを選び、その選択肢を回答欄に記入してください。

1. 学生・若者	2. 家族連れ	3. 主婦
4. 会社員	5. 高齢者	6. 観光客(国内)
7. 観光客(外国)	8. その他()	



回答欄	
上位1	_____
上位2	_____
上位3	_____

問4 貴商店街における最近の景況感についてお答えください。(○は1つだけ)

1. 繁栄している	2. 良くも悪くもない	3. 衰退している
-----------	-------------	-----------

➡回答後は次のページの問5へお進みください

■外国人観光客の受入状況に関して

問5 貴商店街における外国人観光客の現状についてお聞きます。

(1) 貴商店街において、外国人観光客はどのくらいいらっしゃいますか。(○は1つだけ)

- | | | |
|---------|-----------|--------|
| 1. よくいる | 2. たまにいます | 3. いない |
|---------|-----------|--------|

➡上記(1)で「1. よくいる」、「2. たまにいます」と回答した方はここから(10)までご回答ください。

「3. いない」と回答した方は3ページの間6にお進みください。

(2) 貴商店街での平日1日における、歩行者のうち外国人観光客(歩行者)の占める、おおよその割合をお答えください。(○は1つだけ)

- | | | | |
|---------|-----------|-----------|---------|
| 1. 1割未満 | 2. 1～2割程度 | 3. 3～4割程度 | 4. 5割以上 |
|---------|-----------|-----------|---------|

(3) 貴商店街における主な外国人観光客の国籍・地域についてお答えください。(○は3つまで)

- | | | | |
|-----------|-------|----------|---------------------|
| 1. 中国 | 2. 台湾 | 3. 韓国 | 4. アジア(中国、台湾、韓国を除く) |
| 5. 北米 | 6. 南米 | 7. ヨーロッパ | 8. オーストラリア |
| 9. その他() | | | |

(4) 外国人観光客が貴商店街を訪れる主な理由は何だと思いますか。(○は3つまで)

- | |
|--|
| 1. 訪問前に商店街の情報が伝わっているため |
| 2. 交通利便性が良いため |
| 3. 商店街内または周辺に観光名所(文化遺産、景勝地、温泉など)があるため |
| 4. 商店街内または周辺に宿泊施設があるため |
| 5. 商店街内に外国人に人気の店舗(飲食、物販など)があるため |
| 6. 外国人観光客向けのイベントや各種体験(陶芸、着付けなど)を実施しているため |
| 7. その他() |

(5) 外国人観光客が貴商店街で買い物をしている主な物品は何ですか。(○は3つまで)

- | | |
|------------------|---------------------|
| 1. 菓子類 | 2. その他食料品・飲料・酒・たばこ |
| 3. カメラ・ビデオカメラ・時計 | 4. 電気製品 |
| 5. 化粧品・香水 | 6. 医薬品・健康グッズ・トイレタリー |
| 7. 和服(着物)・民芸品 | 8. 服(和服以外)・かばん・靴・小物 |
| 9. マンガ・アニメ等関連商品 | 10. 書籍・絵葉書・CD・DVD |
| 11. 宝石・貴金属・アクセサリ | 12. その他() |

(6) 貴商店街を来街した外国人観光客が不便に感じていることは何だと思われますか。(○は3つまで)

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1. 通信環境が悪い | 2. マップ・パンフレットが分かりにくい |
| 3. サイン・案内板が分かりにくい | 4. クレジットカード等が利用できない |
| 5. 免税に対応していない | 6. 外貨両替機が整備されていない |
| 7. トイレが少ない | 8. 休憩スペースが少ない |
| 9. 商店街又は周辺に宿泊施設がない | 10. コミュニケーションがとれない |
| 11. その他 () | 12. 特にない |

(7) 3年前の同時期と比較して、貴商店街における外国人観光客数はどのように変化しましたか。

(○は1つだけ)

- | | | |
|-----------|----------|-----------|
| 1. 増加している | 2. 変わらない | 3. 減少している |
|-----------|----------|-----------|

(8) 3年前の同時期と比較して、貴商店街における外国人観光客の消費額はどのように変化しましたか。

(○は1つだけ)

- | | | |
|-----------|----------|-----------|
| 1. 増加している | 2. 変わらない | 3. 減少している |
|-----------|----------|-----------|

(9) 3年前の同時期と比較して、貴商店街にとって外国人観光客の消費の重要度はどのように変化しましたか。

(○は1つだけ)

- | | | |
|--------------|----------|--------------|
| 1. 重要度が増している | 2. 変わらない | 3. 重要度は減っている |
|--------------|----------|--------------|

(10) 貴商店街において、外国人観光客の動向を把握するためのアンケートや外国人観光客の歩行者通行量調査を実施していますか。(○は1つだけ)

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. 定期的の実施している | 2. 必要に応じて実施している |
| 3. 行政等の調査を活用している | 4. 実施していない |

⇒問6はすべての方がご回答ください。

問6 貴商店街での外国人観光客に対する受入態勢や取組内容についてお聞きます。

貴商店街において、外国人観光客受入のための取組(以下、「インバウンド事業」という。具体的な内容については、次のページの問7(1)の表をご参照ください。)を行っていますか。(○は1つだけ)

- | | |
|----------------------------|---------------------------|
| 1. 取組を行っている | ⇒ 次のページの問7(1)～(5)へお進みください |
| 2. 取組を行っていないが、実施を検討していきたい | ⇒ 5 ページの問8へお進みください |
| 3. 取組を行っていない上、今後も実施する予定はない | ⇒ 6 ページの問9へお進みください |

⇒問 6 で「1. 取組を行っている」と回答した方がご回答ください。

問 7 インバウンド事業の取組についてお聞きます。

(1) 貴商店街ではどのような**インバウンド事業**を行っていますか。(〇はいくつでも)

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. W i - F i の設置 | 2. ホームページの多言語化 |
| 3. マップ・パンフレット等の多言語化 | 4. サイン・案内板の多言語化 |
| 5. ガイドブック等への掲載依頼 | 6. プロモーションビデオの作成 |
| 7. 情報発信ツール（アプリなど）の整備 | 8. 外国人向け食事メニューの開発・提供 |
| 9. クレジットカード等決済端末の導入 | 10. 免税端末の設置 |
| 11. 免税手続カウンターの設置 | 12. 外貨両替機の設置 |
| 13. 地域産品販売所の整備 | 14. 外国語対応可能な観光案内所の整備 |
| 15. 通訳案内士の配置 | 16. 外国語対応可能なボランティアの配置 |
| 17. 翻訳機の導入 | 18. ゲストハウスの整備 |
| 19. 外国人向けの観光ツアー・イベントの実施 | 20. 組合員（会員）向けの語学研修等の実施 |
| 21. その他（ ） | |

(2) 貴商店街の年間予算額のうち、(1)で回答した取組内容の占める、おおよその割合をお答えください。
(〇は1つだけ)

- | | | | |
|---------|-----------|-----------|---------|
| 1. 1割未満 | 2. 1～2割程度 | 3. 3～4割程度 | 4. 5割以上 |
|---------|-----------|-----------|---------|

(3) (1)の取組のうち、外国人観光客数・売上の増加につながった効果的な取組がありましたら、上位2つまでの【取組内容】、【事業効果】、【代表的な連携先】、【連携先からの支援内容】についてお答えください。

	回答欄 1 位	回答欄 2 位
取組内容 (上記(1)の選択肢を記入)	番号	番号
事業効果 (〇を1つだけ)	1. 外国人観光客数・売上ともに増加 2. 外国人観光客数のみ増加 3. 売上のみ増加	1. 外国人観光客数・売上ともに増加 2. 外国人観光客数のみ増加 3. 売上のみ増加
代表的な連携先 (〇は1つだけ) ※連携先がない場合は、「1. なし」に〇印	1. なし 2. 行政機関 3. 商工会議所・商工会 4. まちづくり会社・NPO 5. 観光協会 6. 近隣の商店街 7. 教育機関 (大学講師、ゼミなど) 8. 旅行会社 9. その他（ ）	1. なし 2. 行政機関 3. 商工会議所・商工会 4. まちづくり会社・NPO 5. 観光協会 6. 近隣の商店街 7. 教育機関 (大学講師、ゼミなど) 8. 旅行会社 9. その他（ ）
連携先からの支援内容 (〇はいくつでも) ※支援内容がない場合は、「1. なし」に〇印	1. なし 2. 補助金による財政支援 3. 職員派遣等による人的支援 4. 相談体制の確立・意見交換 5. インバウンド関連情報の提供 6. 講習会・研修の実施 7. 新商品の開発 8. 販路開拓 9. イベントの実施 10. その他 ()	1. なし 2. 補助金による財政支援 3. 職員派遣等による人的支援 4. 相談体制の確立・意見交換 5. インバウンド関連情報の提供 6. 講習会・研修の実施 7. 新商品の開発 8. 販路開拓 9. イベントの実施 10. その他 ()

(4) (1)の取組のうち、外国人観光客数や売上の増加に効果が薄いと思われる取組がありましたら、お答えください。

効果が薄い取組 ※前ページ (1) 選択肢の番号を記入	
--------------------------------	--

(5)インバウンド事業実施にあたり参考にした商店街がありましたらお答えください。(参考)

(市区町村)
(商店街名)

➡回答後は次のページの間 10 へお進みください

➡問 6 で「2. 取組を行っていないが、実施を検討していきたい」と回答した方がご回答ください。

問 8 (1)貴商店街で、現在、取組を実施していない主な理由をお答えください。(〇は3つまで)

1. インバウンド事業のための予算がないため
2. インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため
3. どのインバウンド事業から着手すれば良いか分からないため
4. 商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）がないため
5. 習慣・文化の違いによるトラブルの増加が予想されるため
6. 組合員（会員）の負担（コミュニケーションの問題、事務の煩雑化など）が増えるため
7. 組合員（会員）の合意形成が得られないため
8. 従来の顧客が減少する恐れがあるため
9. 近隣の商店街で成功した事例がないため
10. 商店街に外国人観光客が来ていないため
11. その他（ ）

(2) 貴商店街で、今後、取り組んでみたいインバウンド事業をお答えください。(〇は3つまで)

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| 1. W i - F i の設置 | 2. ホームページの多言語化 |
| 3. マップ・パンフレット等の多言語化 | 4. サイン・案内板の多言語化 |
| 5. ガイドブック等への掲載依頼 | 6. プロモーションビデオの作成 |
| 7. 情報発信ツール（アプリなど）の整備 | 8. 外国人向け食事メニューの開発・提供 |
| 9. クレジットカード等決済端末の導入 | 10. 免税端末の設置 |
| 11. 免税手続カウンターの設置 | 12. 外貨両替機の設置 |
| 13. 地域産品販売所の整備 | 14. 外国語対応可能な観光案内所の整備 |
| 15. 通訳案内士の配置 | 16. 外国語対応可能なボランティアの配置 |
| 17. 翻訳機の導入 | 18. ゲストハウスの整備 |
| 19. 外国人向けの観光ツアー・イベントの実施 | 20. 組合員（会員）向けの語学研修等の実施 |
| 21. その他（ ） | |

➡回答後は次のページの間 10 へお進みください

➡問 6 で「3. 取組を行っていない上、今後も実施する予定はない」と回答した方がご回答ください。

問9 貴商店街で、今後も取組を実施しない主な理由をお答えください。(〇は3つまで)

1. インバウンド事業のための予算がないため
2. インバウンド事業による外国人観光客数の増加や売上の増加が見込めるか不安であるため
3. どのインバウンド事業から着手すれば良いかわからないため
4. 商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）がないため
5. 習慣・文化の違いによるトラブルの増加が予想されるため
6. 組合員（会員）の負担（コミュニケーションの問題、事務の煩雑化など）が増えるため
7. 組合員（会員）の合意形成が得られないため
8. 従来の顧客が減少する恐れがあるため
9. 近隣の商店街で成功した事例がないため
10. 商店街に外国人観光客が来ることが見込めないため
11. その他（)

➡次の問 10 へお進みください

問 10 外国人観光客の受入に関してご意見・ご提案があれば記入してください。(自由記入)

--

→インバウンド実態調査は以上となります。次ページ以降の空き店舗実態調査へお進みください

■商店街における空き店舗の状況に関して

問 11 貴商店街において、**5 年前と比べて空き店舗※の数**はどのように変化していますか。(○は 1 つだけ)

1. 増加した 2. 減少した 3. 変わらない 4. 分からない

※「空き店舗」とは、従前は店舗であったものが、店舗として利用可能な状態でありながら利用の予定がない(所有者の利用の意志がない場合も含む)建物とします。

問 12 貴商店街における空き店舗の状況についてお聞きます。

(1) 貴商店街内に店舗はいくつありますか。そのうち、空き店舗はいくつありますか。

下表の各欄に店舗数を記入してください。

	商店街内の全店舗 (営業中、休業中、空き店舗等すべて含む)	うち、空き店舗
ア. 住居兼店舗※(居住者あり)	店	店
イ. 住居兼店舗※(居住者なし)	店	店
ウ. ア・イ以外の店舗	店	店
エ. ア～ウの合計	店	店(★)

※「住居兼店舗」とは、居住部分と店舗部分から構成される一棟の建物とします。(例:1 階が店舗、2 階が住居)

➡ ここから問 18 までは、現在 1 つでも空き店舗がある商店街の方がご回答ください。 空き店舗がない商店街の方は問 19 にお進みください。

(2) 空き店舗について、**立地場所**(ア. 商店街の主要道路沿いなどの目立つ場所 イ. 裏路地などの奥まった目立たない場所 ウ. その他)別にあてはまる空き店舗数をお答えください。

ア～ウに記入する数の合計は、問 12 (1)の★印欄に記入した数と同じになるようにしてください。

ア. 目立つ場所	イ. 目立たない場所	ウ. その他
店	店	店

(3) 空き店舗になってからの**経過年数**(ア. 1 年未満 イ. 1 年以上～3 年未満 ウ. 3 年以上～5 年未満 エ. 5 年以上 オ. 不明)別にあてはまる空き店舗数をお答えください。

ア～オに記入する数の合計は、問 12 (1) の★印欄に記入した数と同じになるようにしてください。

ア. 1 年未満	イ. 1 年以上～3 年未満	ウ. 3 年以上～5 年未満	エ. 5 年以上	オ. 不明
店	店	店	店	店

(4) 空き店舗のうち、その**所有者を把握している**ものはどれくらいありますか。

ア～ウに記入する数の合計は、問 12 (1) の★印欄に記入した数と同じになるようにしてください。

ア. 所有者を把握している (連絡も取れる)	イ. 所有者を把握している (連絡は取れない)	ウ. 所有者を把握していない
店	店	店

(5) 空き店舗について、所有者の**賃貸・売却の意向**(ア. 賃貸・売却意向あり イ. 賃貸・売却意向なし ウ. 意向不明)別にあてはまる空き店舗数をお答えください。

ア～ウに記入する数の合計は、問 12 (1) の★印欄に記入した数と同じになるようにしてください。

ア. 賃貸・売却意向あり	イ. 賃貸・売却意向なし	ウ. 意向不明
店	店	店

1. 衣料品・身の回り品（衣料・靴・時計・眼鏡・装飾品店など）
2. 文化品・耐久消費財店（本・文具・運動具・玩具・楽器・家具・電化製品・自転車店など）
3. 生鮮食品・日配食品店（肉・魚・野菜・豆腐・牛乳販売店など）
4. 加工食品・菓子店（加工食品・酒調味料・米・茶・乾物・菓子店など）
5. パン・弁当・惣菜・生菓子店等製造小売業
6. 家庭用品・日用品店（台所用品・雑貨・食器・燃料店など）
7. コンビニエンスストア
8. ドラッグストア
9. 買回り品総合店（百貨店・総合スーパーなど）
10. 最寄り品総合店（食品スーパーなど）
11. ディスカウント店
12. 飲食店（レストラン・喫茶店など）
13. 居酒屋・バー
14. サービス店（美容・理容・クリーニング・旅行代理店・ホテル・レンタル店など）
15. 遊技場（パチンコ・ゲームセンターなど）
16. 金融機関
17. 公共施設（コミュニティスペースなど）
18. オフィス
19. その他（ ）

1. 経営不振のため廃業・撤退
2. 商店主の高齢化・後継者の不在
3. 他に安定した収入が得られるため
4. 大型店の進出、撤退の影響を受けたため
5. よりよい立地・店舗条件を求めて移転
6. 道路や駅の整備等による影響を受けたため
7. 周辺の工場・大学・公共施設等の移転の影響を受けたため
8. その他（ ）

1. 立地環境がよくないため（駅や繁華街から離れている、周囲に駐車場がない等）
2. 商店街のにぎわいが少ないため
3. 空き店舗に関する情報が十分に発信できていないため
4. 入居業種を制限しているため
5. 家賃等の条件の折り合いがつかないため
6. 築年数が古く、耐震工事などの補修・改修を行っておらず貸しにくい
7. 土地・建物の権利関係の問題で貸しにくい
8. 居住者がいるため
9. 賃貸（売却）しなくても所有者の生活に差し支えない
10. 将来使用する予定があるため
11. 所有者に貸す意思がない
12. その他（ ）

1. 商店街としての魅力の低下	2. 買い物客に必要な業種の不足	3. 地域行事の担い手不足
4. 治安の悪化	5. 景観の悪化	6. 衛生上の心配
7. 防災上の心配	8. 周辺の不動産価格の下落	9. その他（ ）
10. 特に悪影響はない		

上位 3 つまでを選び、その選択肢を回答欄に記入してください。

- 

上位1

上位2

上位3

はありますか。上位 3 つまでを選び、その選択肢を回答欄に記入してください。

- 

上位1

上位2

上位3

→ ここから先の質問は、現在空き店舗がない商店街の方も含めて
すべての方がご回答ください。

問 19 (1) 過去 3 年間に貴商店街内の空き店舗が解体・撤去されたことはありますか。(○は 1 つだけ)

- | | | |
|----------|------------------|--------------|
| 1. ある | } ⇒問 20 へお進みください | ⇒(2)へお進みください |
| 2. ない | | |
| 3. 分からない | | |

→ (2) (1)で「1. ある」と回答した方にお聞きます。

空き店舗が解体・撤去された土地のその後の利用状況はどうなっていますか。下表の1～7のうち、あてはまるものに○を記入してください。(○はいくつでも) また、解体・撤去後の利用状況は、貴商店街にどのような影響を与えましたか。右側の「影響」欄のあてはまるものに○を記入してください。

解体・撤去後の利用状況		商店街に与えた影響		
		好影響	影響はない	悪影響
1. 新しい店舗				
2. オフィス				
3. 商店街の共同利用施設				
4. 住宅				
5. 駐車場				
6. 空き地のまま				
7. その他 ()				

問 20 貴商店街において、今後の空き店舗の数はどのように予測されますか。(○は 1 つだけ)

- | | | | |
|---------|---------|----------|----------|
| 1. 増加する | 2. 減少する | 3. 変わらない | 4. 分からない |
|---------|---------|----------|----------|

問 21 貴商店街として、実際に行っている空き店舗対策はありますか。(○はいくつでも)
また、その効果について、右側の「効果」欄のあてはまるところに○を記入してください。行政の補助金等
を活用している場合は「補助金の有無」欄にも○を記入してください。特に何もしていない場合は 12 の
欄に○を記入してください。

空 き 店 舗 対 策	行っ て い る 対 策	効 果				補 助 金 の 有 無
		大 変 有 効	ま あ ま あ 有 効	あ ま り 効 果 な し	全 く 効 果 な し	
1. コミュニティ施設（交流サロン・休憩所・子育て支援等）として利用						
2. チャレンジショップ等の創業者支援の場として利用						
3. NPO・産学官連携等の活動場所として提供						
4. 駐車場・駐輪場として利用						
5. 所有者へ積極的に活用するよう要請						
6. 空き店舗情報の発信、出店希望者に対する誘致活動						
7. 所有者と出店希望者とのマッチング						
8. 空き店舗の改修費用に係る補助						
9. 空き店舗に入居する事業者への家賃補助						
10. 廃業意向のある店舗の把握、廃業後の有効活用に向けた協議						
11. その他 ()						
12. 特に何もしていない						

問 22 空き店舗所有者の協力状況についてお聞きします。

(1) 貴商店街やまちづくり会社等から空き店舗所有者に対して、店舗改修やリノベーション、再開発事業等の空き店舗の有効利用策を提案したことはありますか。(○は 1 つだけ)

1. ある ⇒(2)へお進みください	2. ない ⇒次ページの間 23 へお進みください
--------------------	---------------------------

→ (2) (1)で「1. ある」と回答した方にお聞きします。提案に対して、空き店舗所有者から同意を得られたことはありますか。(○は 1 つだけ)

1. ある ⇒(3)へお進みください	} ⇒ 次ページの間 23 へお進みください
2. ない	
3. 交渉中	

→ (3) (2)で「1. ある」と回答した方にお聞きします。同意を得られた、または協力的に話を進めているのは空き店舗所有者全体のうち何パーセントくらいですか。

%

問 23 空き店舗解消のために**効果的だと思う取組**についてお聞きます。

(1) **商店街やまちづくり会社が主導する取組**として効果的だと思うものはありますか。(○は 3 つまで)

1. 所有者へ積極的に活用するよう要請
2. 有効利用策を所有者へ提案
3. 空き店舗情報の発信、出店希望者等に対する誘致活動
4. 所有者と出店希望者とのマッチング、交渉への同席
5. 商店街自らがコミュニティスペースや展示スペース等として利用
6. 廃業意向のある店舗の把握、廃業後の有効活用に向けて協議
7. その他 ()

(2) **行政が主導する取組**として効果的だと思うものはありますか。(○は 3 つまで)

1. 空き店舗バンク等による情報の積極的な発信
2. 新規出店希望者等の誘致
3. 公共施設の誘致・立地
4. 新規出店者に対する家賃補助
5. 店舗改修またはリノベーション費用に対する補助金
6. 長期的な視野に立った商店街活性化のためのプラン作成に関する助言
7. 専門家等のアドバイザー派遣
8. 空き店舗対策に関する勉強会の開催
9. 空き店舗が解消された場合に、税負担を減らす措置
10. 空き店舗が解消されない場合に、税負担を増やす措置
11. その他 ()

問 24 空き店舗解消に向けてのお考えをお聞きます。

(1) もし仮に、居住者がいない住居兼店舗の空き店舗が固定資産税の特例措置※の対象から除外され、**所有者の税負担が増えることになった場合、貴商店街の空き店舗解消に効果的だと思いますか。**(○は 1 つだけ)

※特例措置:併用住宅について、居住部分が 2 分の 1 以上であれば敷地面積全体のうち、4 分の 1 以上 2 分の 1 未満であれば敷地面積の半分のうち、200 ㎡までの土地の**固定資産税が 1/6、都市計画税が 1/3 に軽減される等の措置**

- | | |
|--------------|-------------------|
| 1. 効果的だと思う | ⇒(2)へお進みください |
| 2. 効果的だと思わない | |
| 3. 分からない | ⇒次ページの(3)へお進みください |

→(2) (1)で「1. 効果的だと思う」「2. 効果的だと思わない」と回答された方にお聞きます。
それぞれ、そのように思う理由をお答えください。(自由記入)

→回答後は(3)へお進みください

- (3) もし仮に、空き店舗が(1)の固定資産税の特例措置の対象から外された結果、解体・撤去されることになったとしたら、貴商店街にとって、その跡地はどのようなのが望ましいですか。上位 3 つを選び、その選択肢を回答欄に記入してください。

1. 新しい店舗
2. オフィス
3. 商店街の共同利用施設
4. 住宅
5. 駐車場
6. 空き地のまま
7. その他 ()



回答欄

上位 1 _____

上位 2 _____

上位 3 _____

- (4) (1)の固定資産税の特例措置の適用除外のほかに、空き店舗の所有者に増税など不利益を生じさせることは、空き店舗の解消に効果的だと思いますか。(○は 1 つだけ)

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 1. 思う ⇒(5)へお進みください | } ⇒ 問 25 へお進みください |
| 2. 思わない | |
| 3. 分からない | |

- (5) (4)で「1. 思う」と回答した方にお聞きます。

効果的だと思う具体的な策があれば、お答えください。(自由記入)

- 問 25 空き店舗の問題・対策に関して、課題に感じていることや国への要望など、ご意見があれば記入してください。
(自由記入)

- 問 26 空き店舗の所在地情報についてお答えください。

※この設問は別紙にご回答ください。

質問は以上で終了です。ご協力誠にありがとうございました。

同封の返信用封筒にて 12 月 23 日(金)までにご投函ください。

商店街インバウンド実態調査報告書

平成２９年３月

発行 経済産業省 中小企業庁 経営支援部 商業課

〒１００－８９１２

東京都千代田区霞が関１－３－１

TEL ０３－３５０１－１９２９

実施 ランドブレイン株式会社

〒１０２－００９３

東京都千代田区平河町１－２－１０ 平河町第一生命ビル７階

TEL ０３－３２６３－３８１１
