

大阪府商店街感染症対策等支援事業 商店街アンケート調査結果概要

1.調査目的

大阪府では、日常生活を支える商店街と訪れる府民の皆さまの不安を払拭し、安心して買い物をしていただけるよう、モデルとなる商店街で「感染症対策」や「需要喚起」を実施。この事業効果を測定することを目的とし実施商店街組織に対してアンケート調査を実施。

2.調査概要

調査対象	商店街感染症対策等支援事業 実施 158 商店街
調査実施主体	本事業事務局(大阪府商店街振興組合連合会・株式会社産経アドス共同企業体)
調査方法	郵送による発送・回収およびFAXによる回収
調査時点	令和2年10月30日現在
発送・回収数	発送数:158 回収数:158

3.調査結果のポイント

新型コロナウイルス感染症の影響

- ・ コロナ禍での商店街への影響については、「イベントの中止(82.9%)」が最も多く、「来街者の減少(75.9%)」、「売上げの低下(75.9%)」、「店舗の休業や閉店(70.3%)」の順。
- ・ 感染症の発生当時の対策の状況については、「迅速かつ効果的に対応できた」が最も多いが、「何をすればよいかわからなかった」と回答した商店街や店舗も存在(商店街組織:32.5%、各店舗 27.3%)。

感染症対策の取組み

- ・ 府の感染症対策の取組みへの商店街の評価は「啓発ポスター等による啓発(92.2%)」が最も高く、次いで「消毒液の設置(91.1%)」、「追跡システムの導入及び宣言ステッカーの掲示(83.6%)」、「特設 HP 等での発信(80.5%)」、「リモート化(キャッシュレス、LINE など)のチャレンジ(63.2%)」の順でいずれも高い。
- ・ 府の感染症対策の取組みへの来街者の認知、来街者の買い物時の安心感は、「消毒液の設置(来街者の認知 72.6%)」、「(買い物時の安心感 64.5%)」が最も高い。次いで、「啓発ポスター等による啓発(62.5%(同上)、48.7%(同上))」、「追跡システムの導入及び宣言ステッカーの掲示(52.9%(同上)、49.0%(同上))」、「リモート化(キャッシュレス、LINE など)のチャレンジ(36.6%(同上)、34.5%(同上))」、「特設 HP 等で発信(34.0%(同上)、38.3%(同上))」となっている。
- ・ 本事業実施後の商店街来街者数の増減は、「あまり変化していない」商店街が最も多い(63.5%)が、増加した商店街も一定数存在(26.3%)。減少した商店街は 10.3%。来街者に安心してもらえるようになったかについては、「安心してもらえた(84.9%)」との回答が多い。

需要喚起の取組み

- ・ 府の需要喚起の取組みへの商店街の評価は、「感染症対策を踏まえたイベントマニュアル(88.3%)」が最も高く、「商店街サポーター派遣によるイベント等の需要喚起の準備(84.3%(同上))」、「特設 HP 等での需要喚起の情報発信(82.0%(同上))」となっている。
- ・ 身近にあるよき商店を知り、積極的に利用する「バイローカル」の活動は、あなたの商店街に馴染むかについては、「そう思う(62.1%)」との回答が多く、そういった生活者を増やしたいと考えるかについても、「そう思う(94.8%)」との回答が多い。
- ・ 来年度、イベント等の需要喚起の取組みについて、「実施したい」(94.2%)との回答が多い。
- ・ 来年度以降で、需要喚起のためのイベント等を本格的に再開するにあたっての課題は、「感染症対策(77.2%)」、次いで、「イベントの企画内容(54.4%)」「開催資金(51.9%)」の順に回答が多い。