

## 第3章 調査結果

### I. 商店街調査結果



## I. 商店街調査結果

### 第1部 商店街の概要について

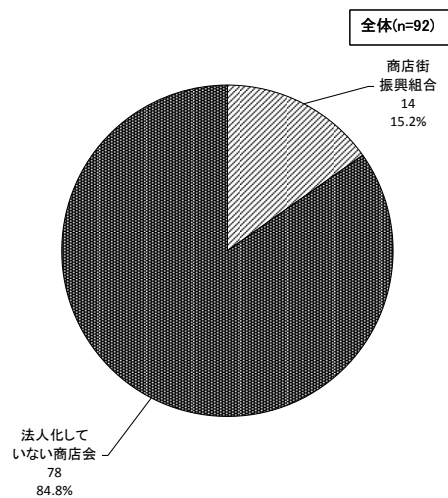
#### ●属性に関する設問

問1. 現在の組織形態をご回答ください。法人化している場合は法人化の時期を、現在法人化していない場合は、今後の方針と、その理由もご回答ください。

#### 【組織形態】

組織形態について、法人化している商店会が15.2%、法人化していない商店会が84.8%であった。

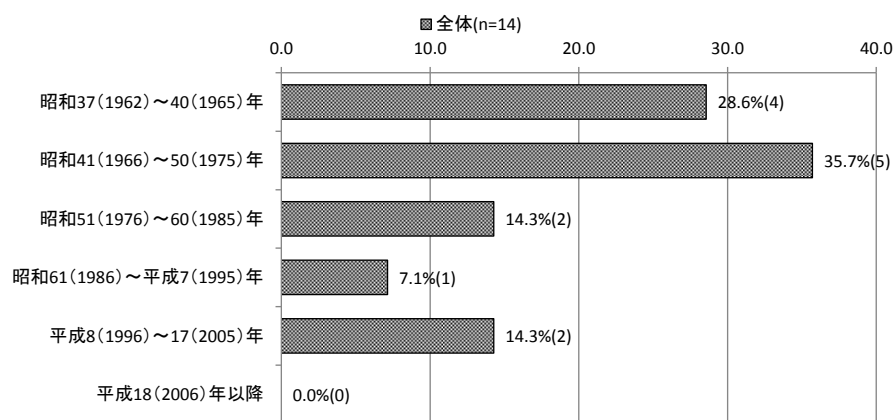
図 3-1-1 商店会の組織形態



#### 【法人化の時期】

法人化の時期について、「昭和41（1966）～50（1975）年」が35.7%と、最も多い。

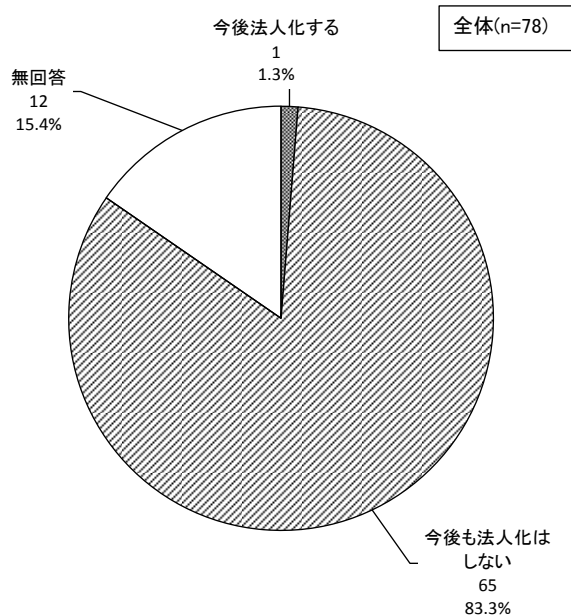
図 3-1-2 商店会の法人化の時期



## 【今後の方針】

法人化していない78 商店会の今後の方針として、法人化する予定があるのは、1 商店会であり、法人化しないと回答があったのは、65 商店会であった。(12 商店会無回答)

図 3-1-3 法人化への今後の方針



### 法人化しない理由

- ・ 会員の高齢化。活動的で無い。
- ・ 法人化するまでの人材がない。
- ・ 協同販促のための事業を立ち上げる予定がないから。
- ・ 会員、役員不足で条件を充たす事ができない。
- ・ 加盟店が少ないため。
- ・ 商店会を解散する為。

問2. 貴商店会の立地環境及び商店街の属性として当てはまるものを、それぞれご回答ください。

A. 立地環境 (○は1つ) B. 商店街の属性 (○はいくつでも)

A. 立地環境について、「一般商業地」が42.4%と最も多く、次いで「繁華街」が25.0%、「一般住宅地」が19.6%と続いている。  
 B. 商店街の属性について、「住宅街」が40.2%と最も多く、次いで「駅前」が38.0%と続いている。

図 3-1-4 立地環境

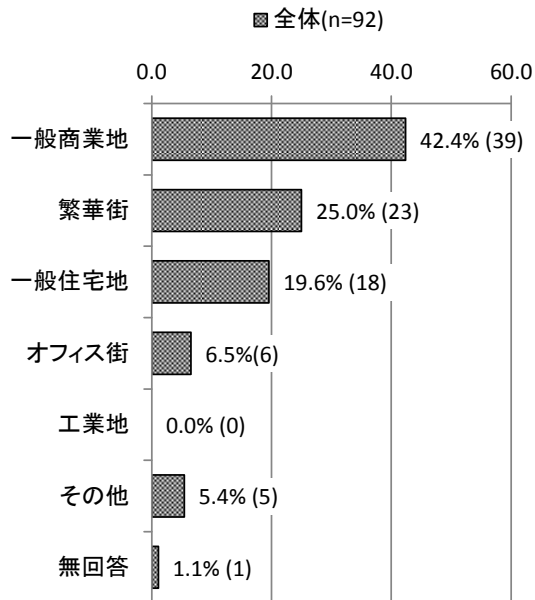
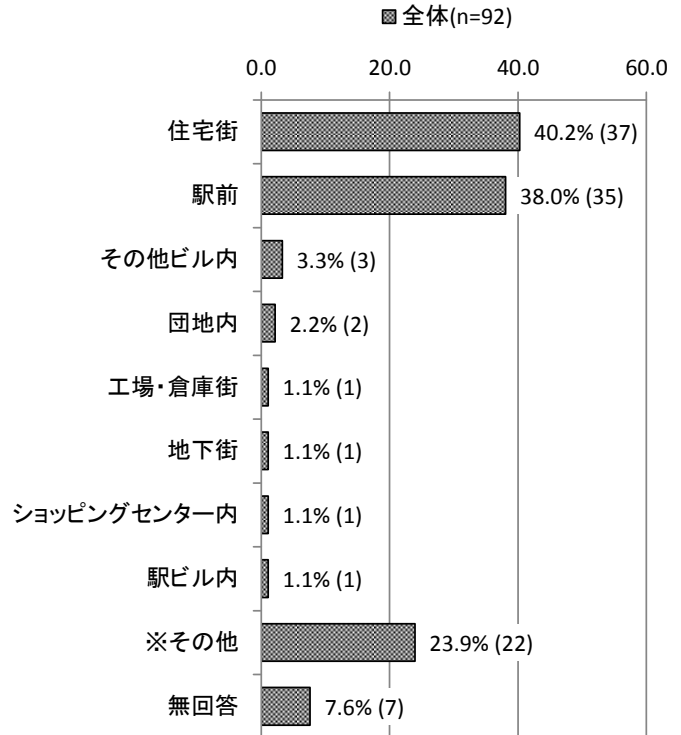


図 3-1-5 商店街の属性



※「その他」の内訳 (22)

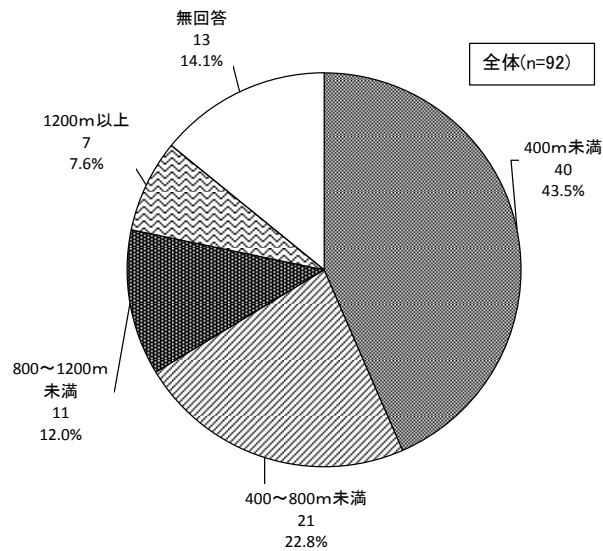
道路沿い 12 / 飲食店街 4 / 繁華街 1 / 学生街 1 / 無回答 4

問3. 貴商店会の総延長距離をご回答ください。

【総延長距離】

総延長距離について、「400m未満」が43.5%と最も多く、次いで「400～800m未満」が22.8%、「800～1200m未満」が12.0%と続いている。

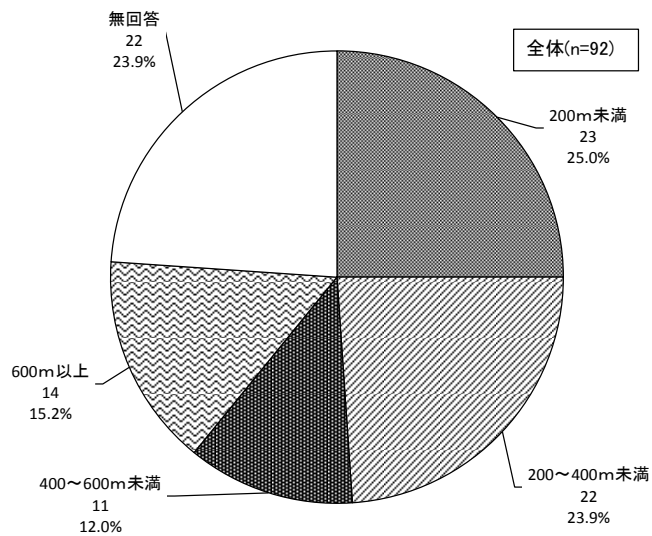
図 3-1-6 総延長距離



【メインストリート】

メインストリートの長さについて、「200m未満」が25.0%と多く、次いで「200～400m未満」が23.9%、「600m以上」が15.2%と続いている。

図 3-1-7 メインストリートの長さ



問4. 貴商店会の会員数（組合員数）及び未加入者数をご回答ください。

正組合員数は、「60人以上」が37.0%で、次いで「15人以上30人未満」が26.1%、「30人以上45人未満」が15.2%と続いている。

図3-1-8 会員数（正組合員数）

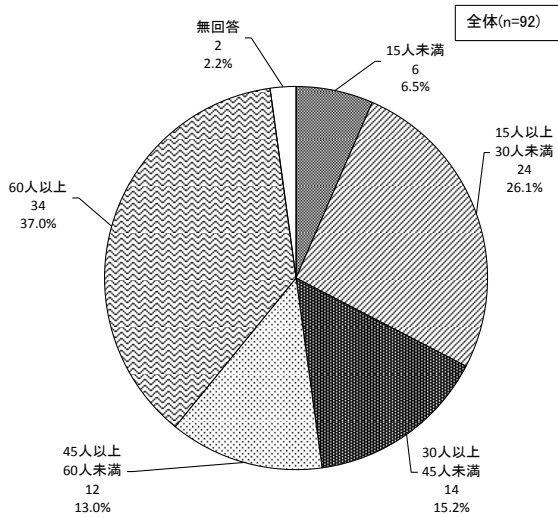
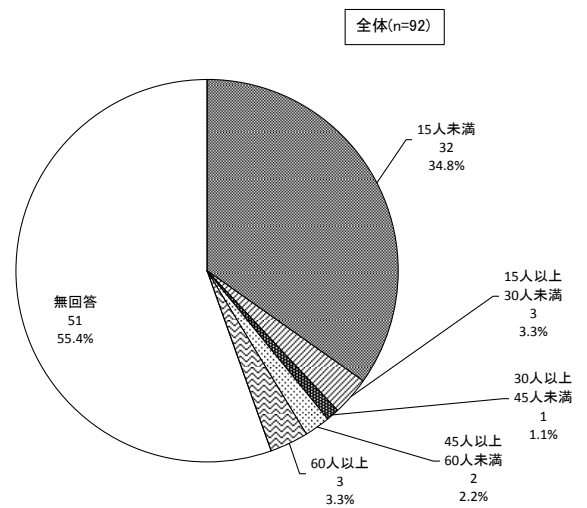
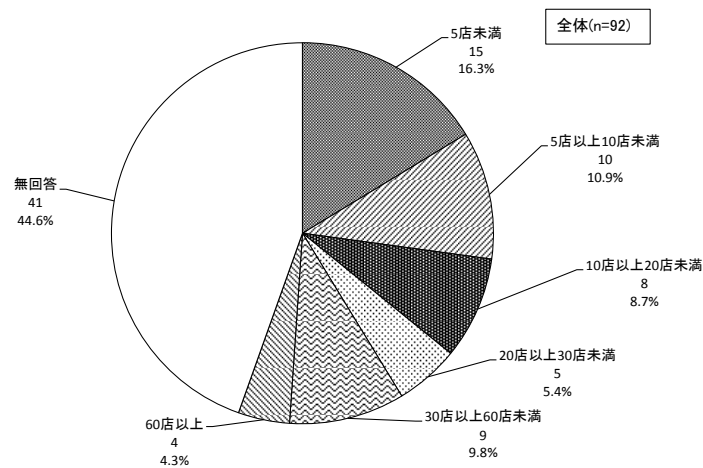


図3-1-9 会員数（準組合員数）



未加入者（店舗）数は、「5店未満」が16.3%と多くなっている。

図3-1-10 未加入者（店舗）数



問5. 貴商店会の役員数をご回答ください。

役員数については、「理事長または会長」が平均 1.1 人、「副理事長または副会長」が平均 2.5 人、「理事または役員」が平均 9.2 人となっている。

図 3-1-11 役員数 (平均人数)

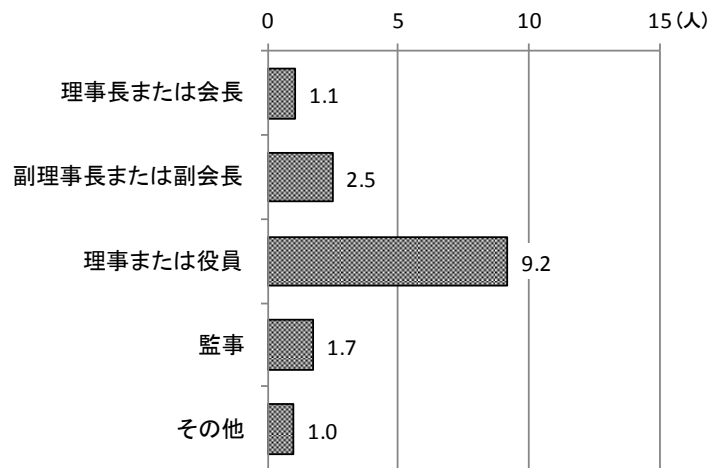
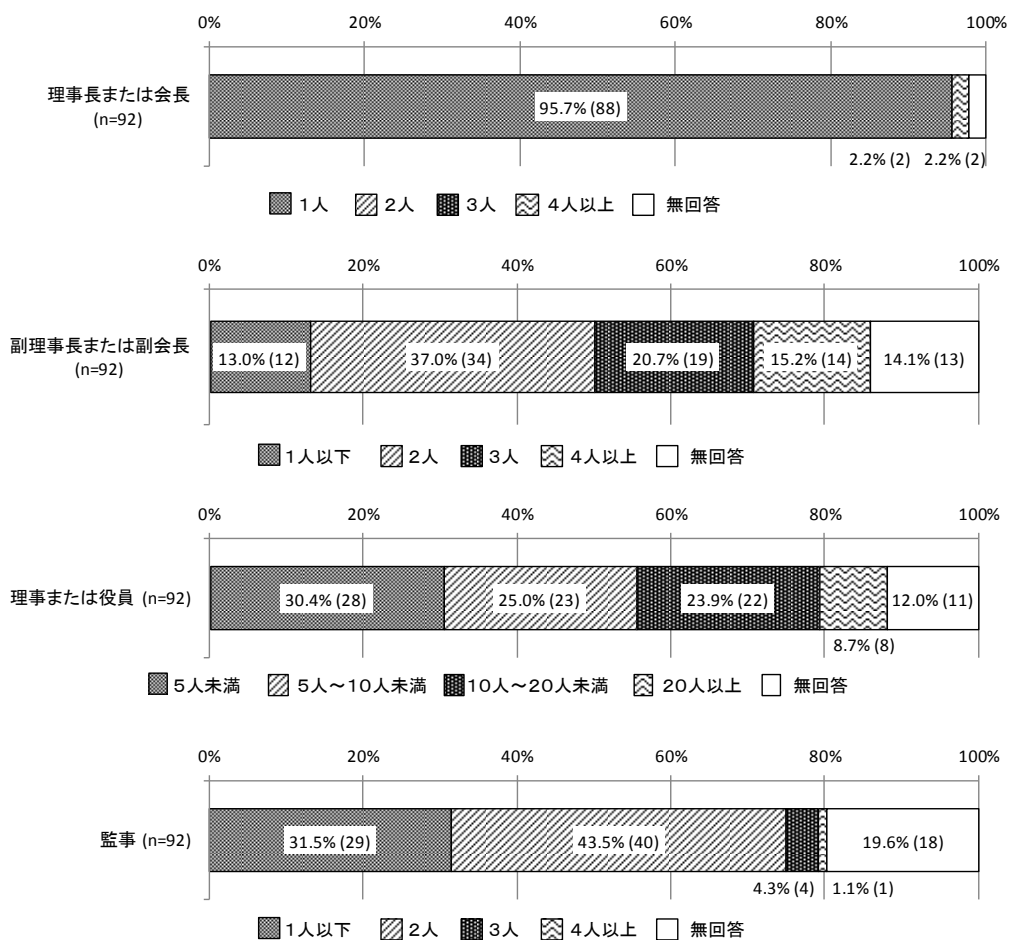


図 3-1-12 役員数 (分布)

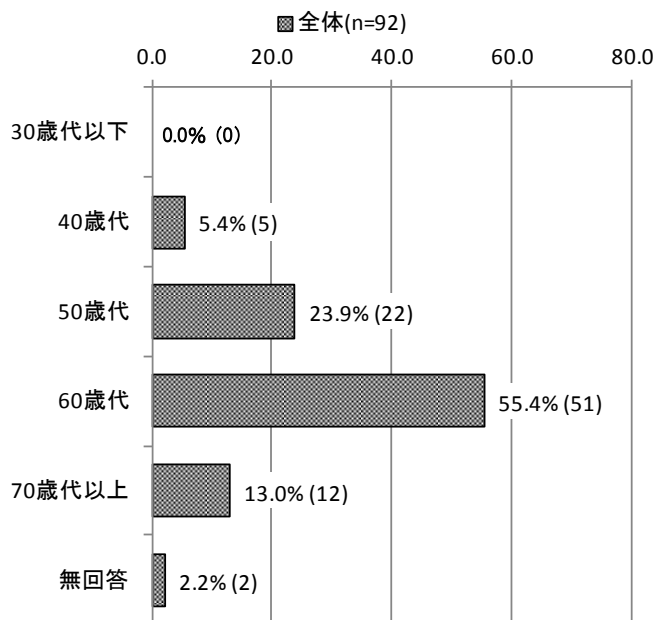




問6. 貴商店会における現在の役員の平均年齢をご回答ください。

役員の平均年齢について、「60歳代」が55.4%と最も多く、次いで「50歳代」が23.9%、「70歳代以上」が13.0%と続いている。

図 3-1-13 役員の平均年齢



第2部 商店街の現状や課題について

●貴商店会の特性、強み・弱み、課題について

問1. 貴商店街の顧客の特性をご回答ください。

「多い」と「やや多い」の合計は「会社員」が43.5%で最も多く、次いで、「高齢者」が42.3%となっている。

一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「観光客」が56.5%と半数を超えている。

図 3-1-14 顧客の特性

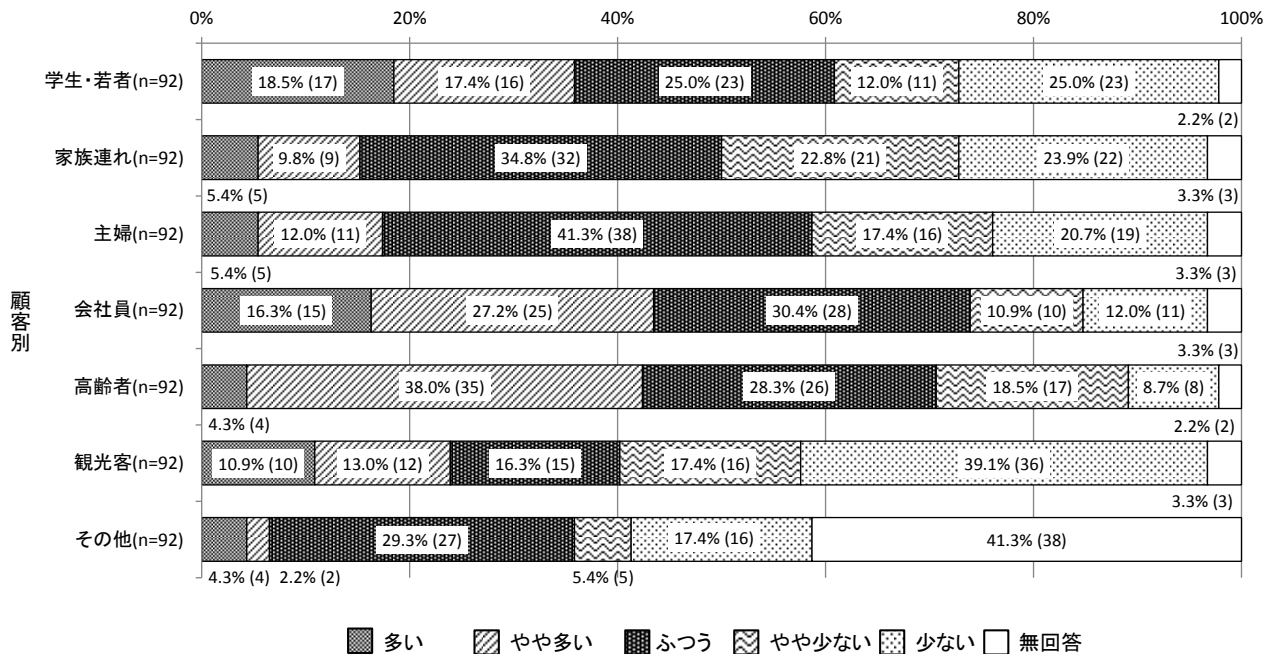
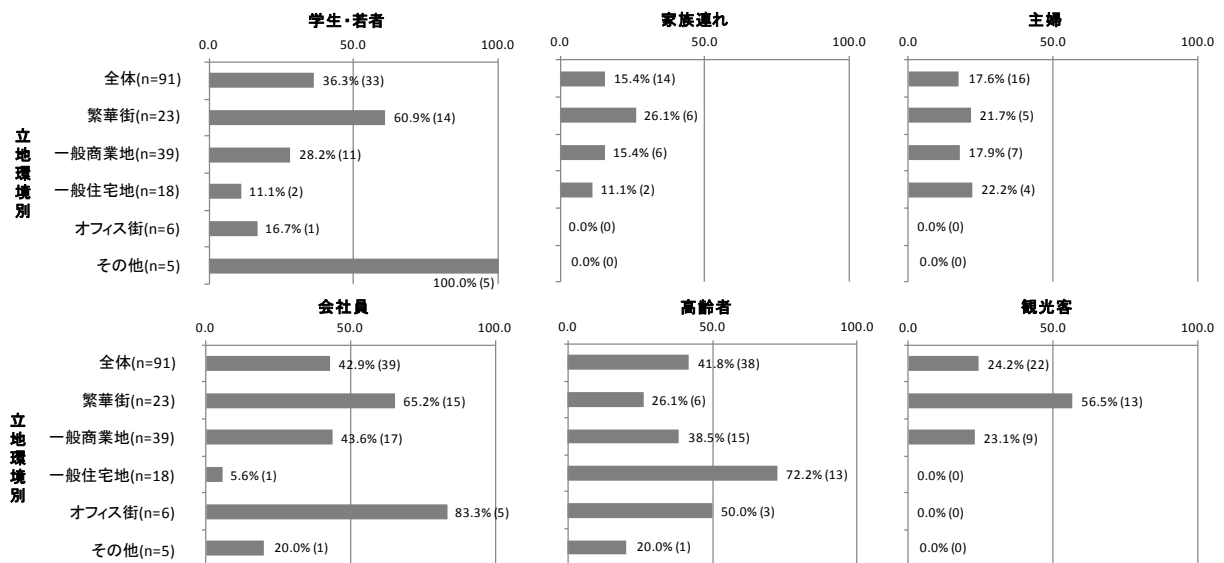


図 3-1-15 立地環境別・各顧客の割合（「多い」「やや多い」の合計）

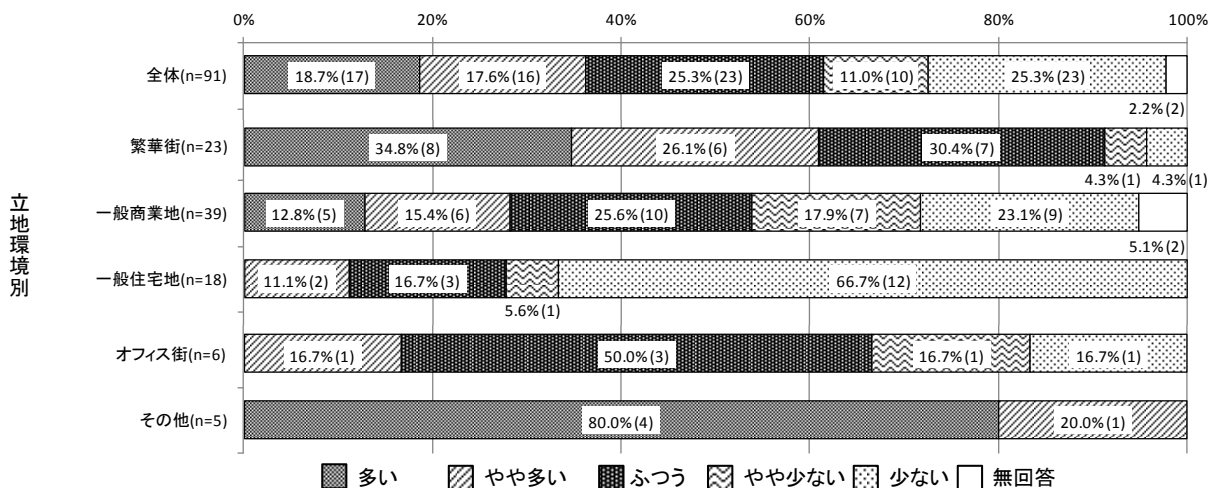


顧客の特性（内訳）

①学生・若者

「多い」と「やや多い」の合計は「繁華街」が最も多く、60.9%と6割を超えている。次いで、「一般商業地」が28.2%となっている。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「一般住宅地」が72.3%と7割を超えている。

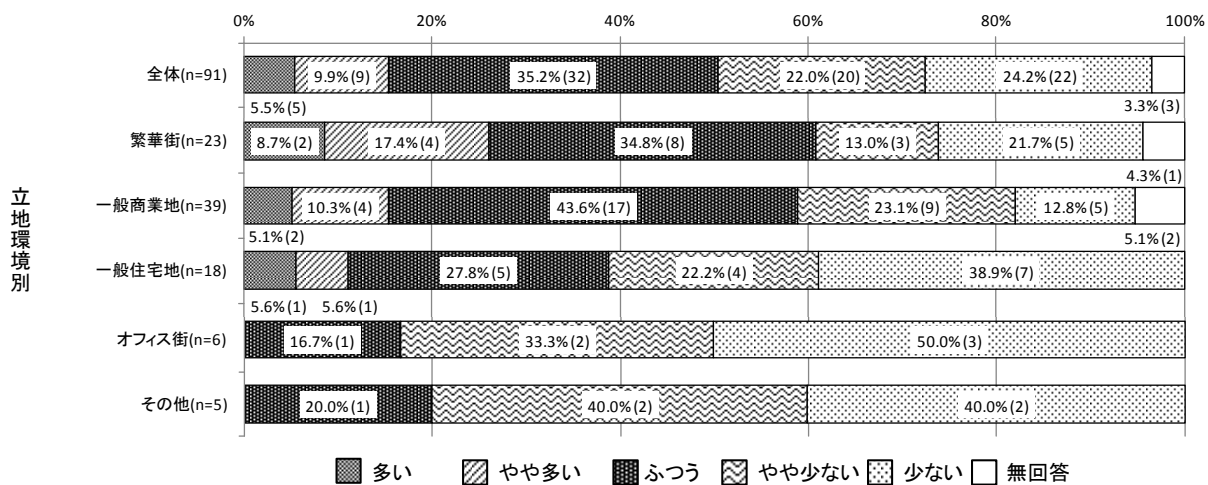
図 3-1-16 顧客の特性①:学生・若者



②家族連れ

「多い」と「やや多い」の合計は「繁華街」が26.1%で最も多く、次いで、「一般商業地」が15.4%となっている。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「オフィス街」が83.3%、次いで「一般住宅地」が61.1%となっている。

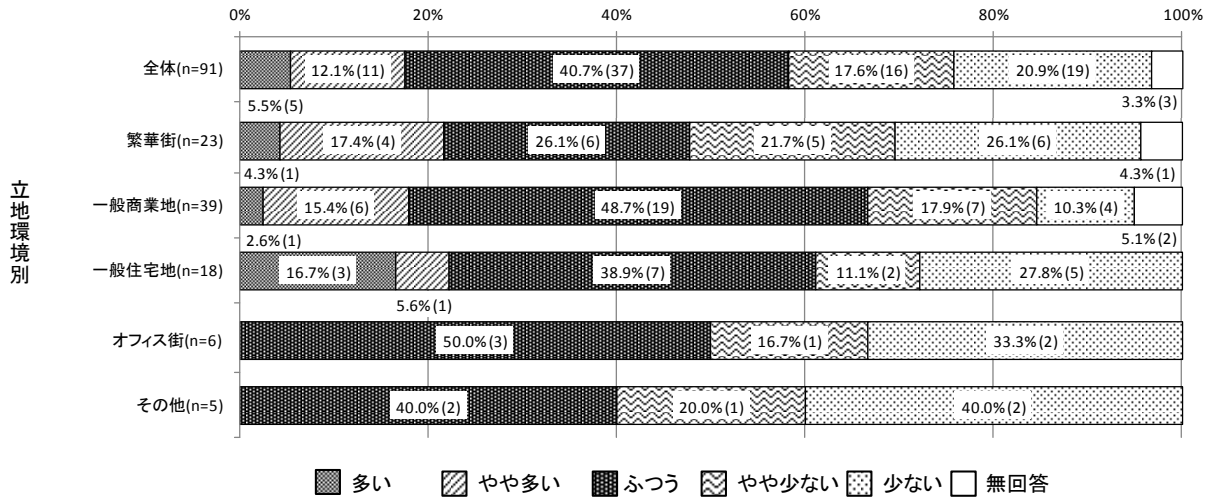
図 3-1-17 顧客の特性②:家族連れ



③主婦

「多い」と「やや多い」の合計は「一般住宅地」が22.3%で、次いで、「繁華街」が21.7%となっている。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「オフィス街」が50.0%となっている。

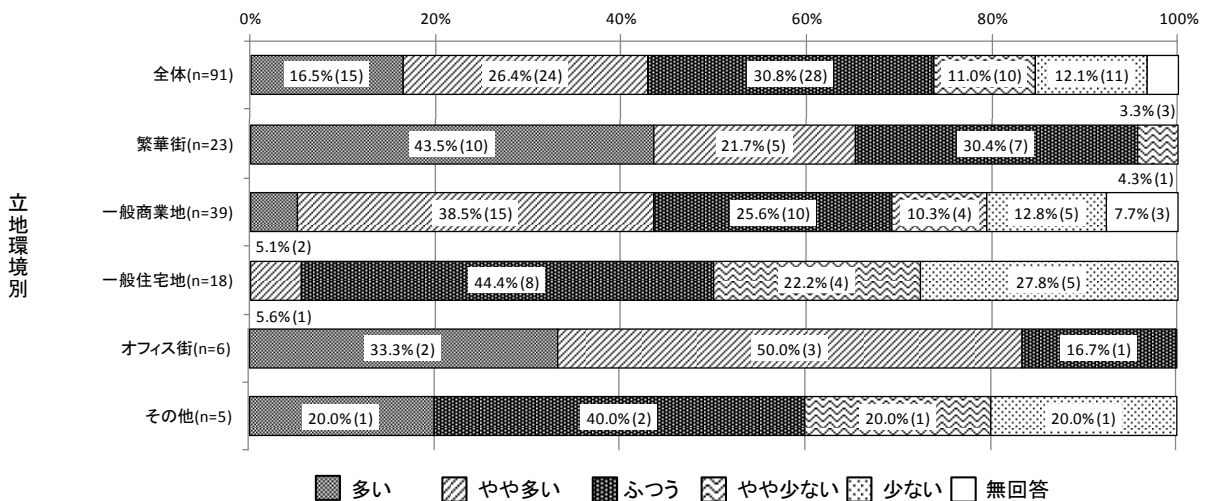
図 3-1-18 顧客の特性③:主婦



④会社員

「多い」と「やや多い」の合計は「オフィス街」が83.3%で、次いで、「繁華街」が65.2%となっている。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「一般住宅地」が50.0%となっている。

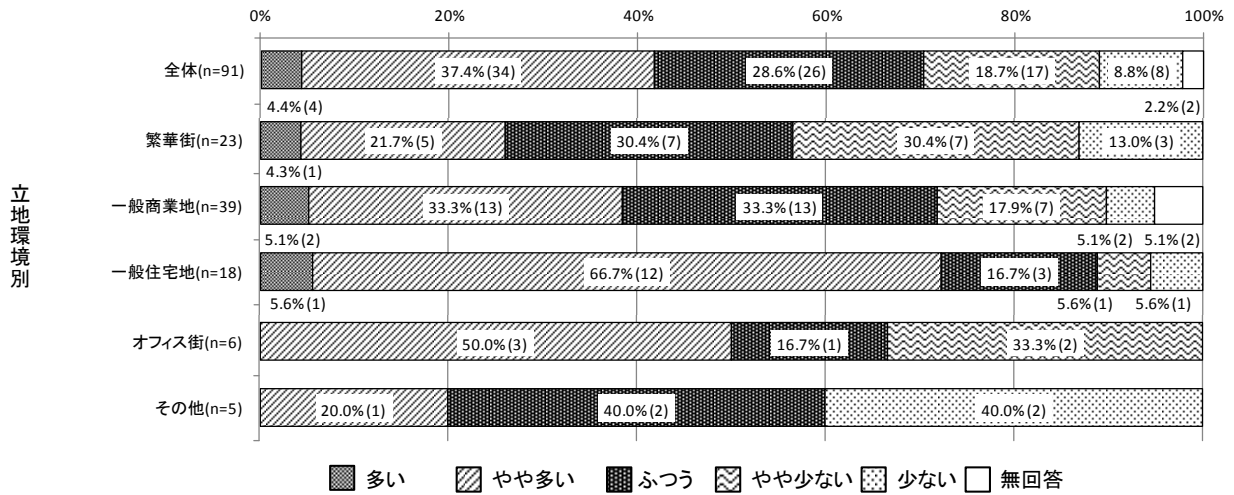
図 3-1-19 顧客の特性④:会社員



⑤高齢者

「多い」と「やや多い」の合計は「一般住宅地」が72.3%と最も多い。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「繁華街」が43.4%で、次いで、「オフィス街」が33.3%となっている。

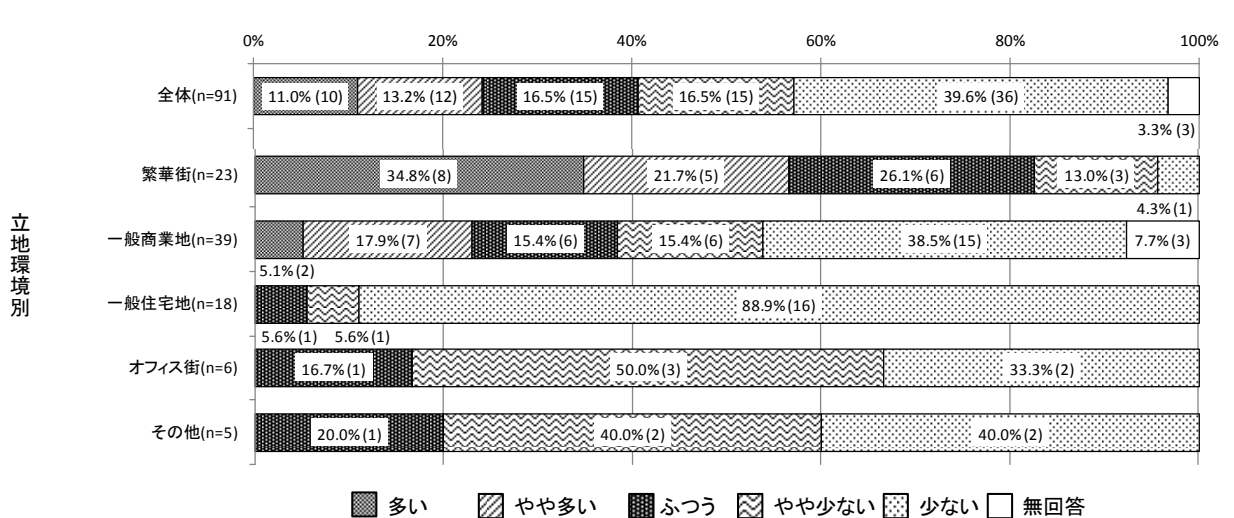
図 3-1-20 顧客の特性⑤: 高齢者



⑥観光客

「多い」と「やや多い」の合計は「繁華街」が56.5%と最も多い。一方、「少ない」と「やや少ない」の合計は、「一般住宅地」が94.5%で、次いで、「オフィス街」が83.3%となっている。

図 3-1-21 顧客の特性⑥: 観光客



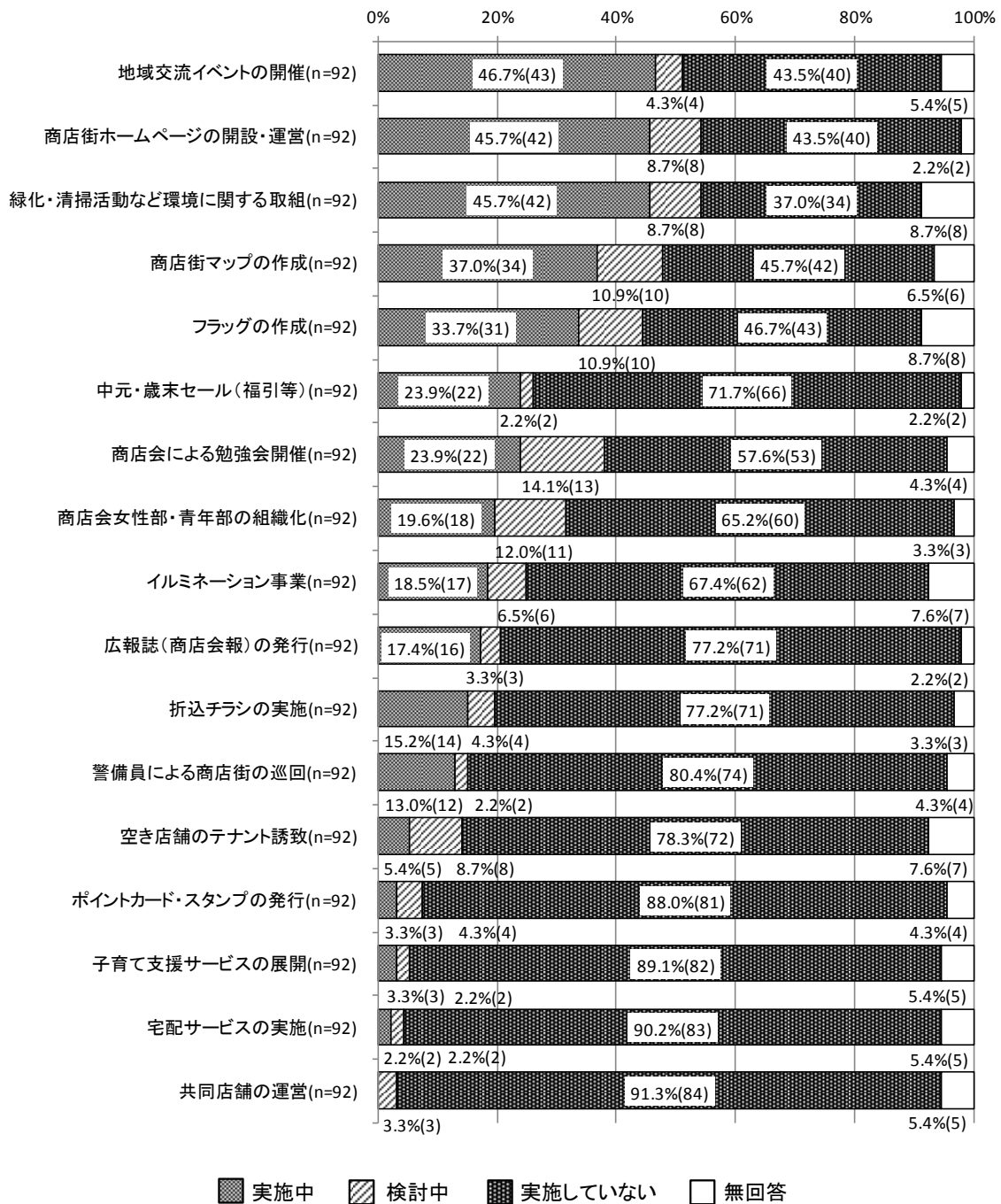
問2. 貴商店会で実施中もしくは、検討中のソフト・ハード事業がありましたら、ご回答ください。  
【ソフト面】

「実施中」は、「地域交流イベントの開催」が46.7%で、次いで、「商店街ホームページの開設・運営」と「緑化・清掃活動など環境に関する取組」が45.7%となっている。

「検討中」は、「商店会による勉強会開催」が14.1%で、次いで、「商店会女性部・青年部の組織化」が12.0%、「商店街マップの作成」と「フラッグの作成」が10.9%と続いている。

「実施していない」は、「共同店舗の運営」が91.3%で、次いで、「宅配サービスの実施」が90.2%、「子育て支援サービスの展開」が89.1%と続いている。

図 3-1-22 ソフト面



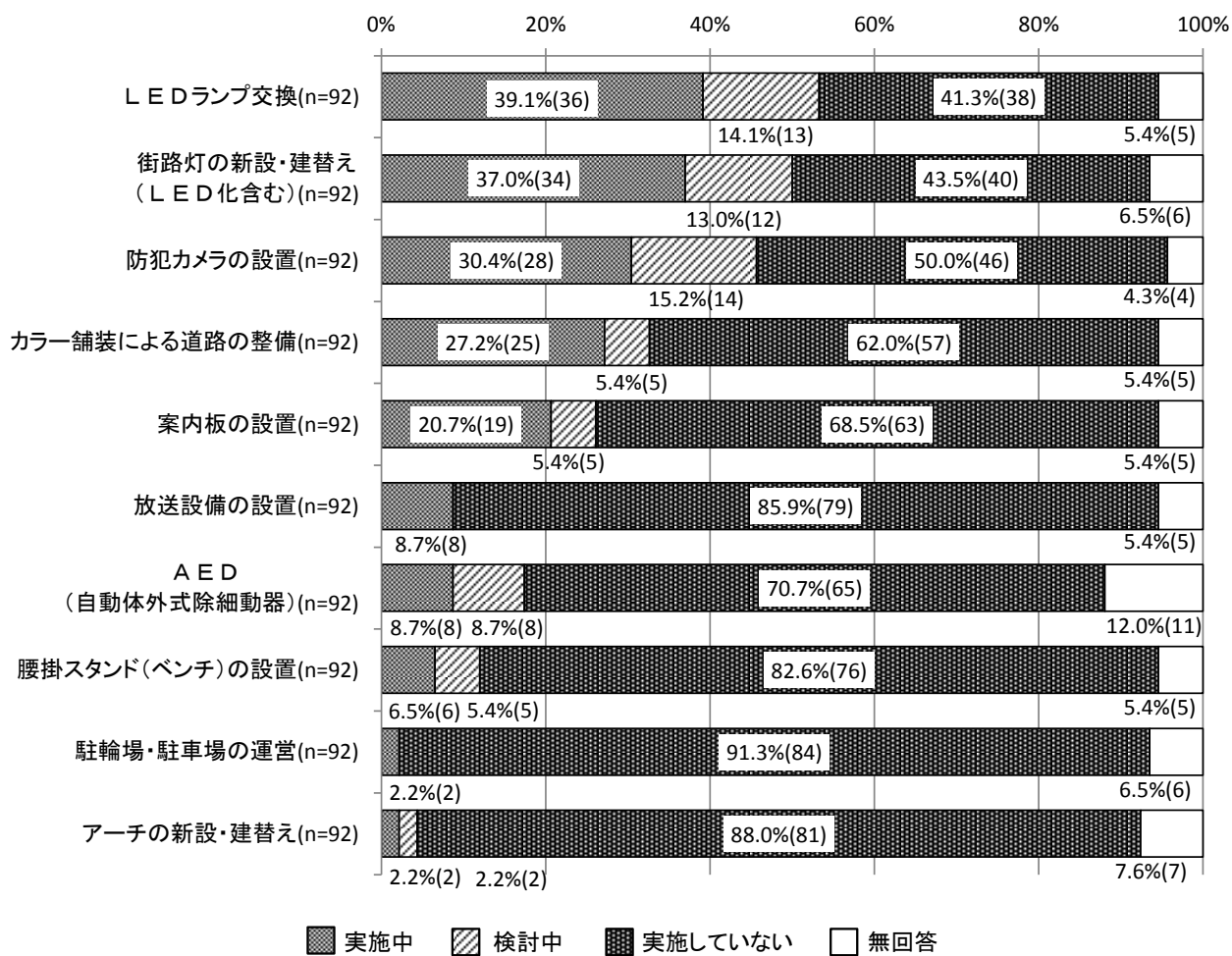
【ハード面】

「実施中」は、「LEDランプ交換」が39.1%で、次いで、「街路灯の新設・建替え（LED化含む）」が37.0%、「防犯カメラの設置」が30.4%となっている。

「検討中」は、「防犯カメラの設置」が15.2%で、次いで、「LEDランプ交換」が14.1%と続いている。

「実施していない」は「駐輪場・駐車場の運営」が91.3%で、次いで、「アーチの新設・建替え」が88.0%と続いている。

図 3-1-23 ハード面



問3. 貴商店会における、強みや弱みについてご回答ください。また、そのように答えた理由につきましても可能であれば併せてご記入ください。

強み（「非常に強みである」「強みである」）と感じていることは、「駅からの距離」が56.6%で、次いで、「地域との密着度」が55.5%となっている。

弱み（「非常に弱みである」「弱みである」）と感じていることは、「商店会内の若手の存在」であり、53.3%と最も多い。

図 3-1-24 商店会における強みや弱み（その1）

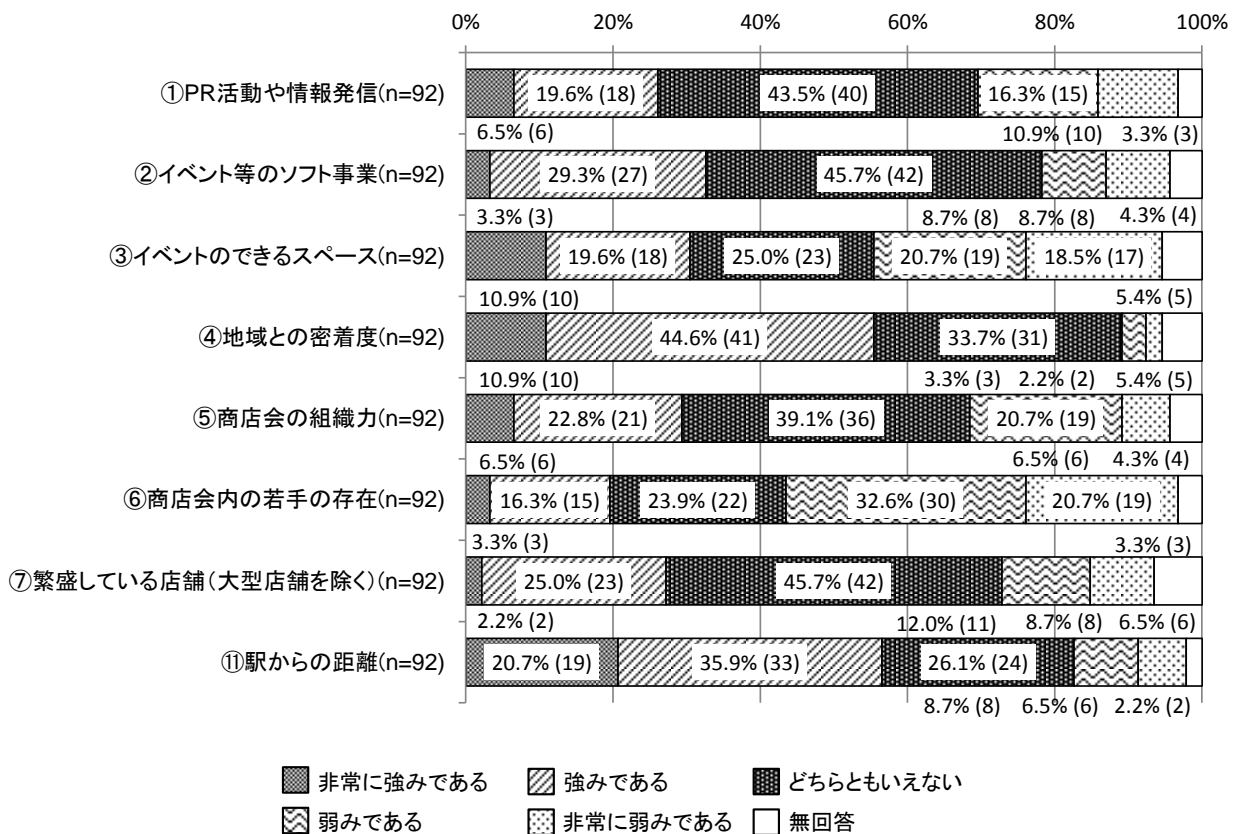
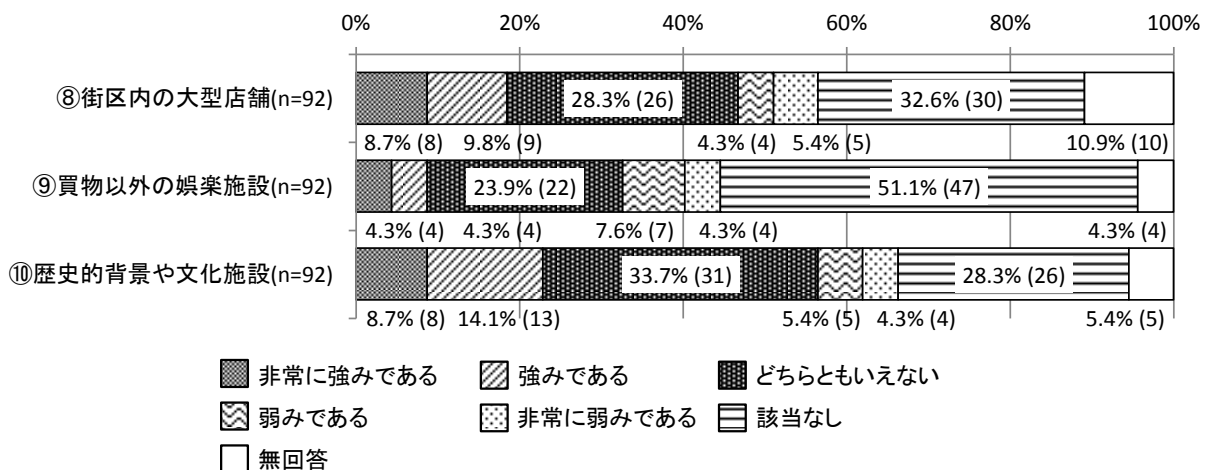


図 3-1-25 商店会における強みや弱み（その2）





## 【「非常に強みである」「強みである」の理由】

### ① P R活動や情報発信

- ・ホームページ開設により顧客を呼び込み、更には商店会イベント等にも足を運んで頂ける。
- ・商店街には百貨店・家電量販店・学校・ホテル等が有り、また副都心への通勤路でもある為、大変賑やかな町であり、内容にもよるがP R活動や情報発信は、やり易い。
- ・商店会マップを作成し、配布している。

### ② イベント等のソフト事業

- ・早稲田大学、学習院女子大学等が会員なので、イベントへの学生さんの協力が可能だから。
- ・毎年行われる「七夕祭り」、8月の「盆踊りと夜店の夕べ」「ビアガーデン」、12月の「もちつき大会」等、多数の来客があります。
- ・周辺のビルや商店会と比較し、音楽ライブ等のイベントを開催することが多く、明るいイメージを与えることが出来ている。

### ③ イベントのできるスペース

- ・一方通行の道路が多く、通行止めにしやすいので、そこをイベントスペースにする。
- ・警察・消防・交通局の協力により、公道を通行止めにしてイベントを開催できる。
- ・区域内に児童遊園がある。企業も協力的な所では、休日にはビル前の使用も考慮してもらえる。

### ④ 地域との密着度

- ・お客様のほとんどが、地元で暮らす方か、近くに勤める方である。
- ・年1度の商店街のおまつりも地元のボランティア（100名以上）によって成立している。
- ・事務所が統括の中核となり、円滑なコミュニケーションをとることができるようになっている。

### ⑤ 商店街の組織力

- ・会員が少ないので意見がまとまりやすい。
- ・毎月1回理事会を開催し組織力を強めている。
- ・協力してみんなでやっています。

### ⑥ 商店会内の若手の存在

- ・最近増えた。
- ・若手なりの意見を積極的に出してくれるので、大変参考になる。
- ・行動が早い。
- ・参加率が高い。

### ⑦ 繁盛している店舗（大型店舗を除く）

- ・各専門店が増えた。
- ・繁盛している店があることにより、周辺店舗がにぎわっている。

### ⑧ 街区内の大型店舗

- ・大型店（百貨店、映画館）の集客の流れで、小型店も潤っている。

### ⑨ 買物以外の娯楽施設

- ・神宮外苑
- ・映画館があることにより、特に飲食店が潤う。

⑩ 歴史的背景や文化施設

- ・歴史と文化の街と言われている。
- ・せせらぎ公園、中央公園があり、神田川、妙正寺川の桜や、染め物の地場産業がある。
- ・近隣に早稲田大学がある。(大隈講堂、演劇博物館 etc.) 他にも、堀部安兵衛や夏目漱石の碑などがある。

⑪ 駅からの距離

- ・東京の真中に位置する。
- ・JR、メトロ、バス、都電などが近い。
- ・JR新宿駅西口徒歩0分～5分圏内にある商店街であり、多くの来街者でにぎわっている。

【「非常に弱みである」「弱みである」の理由】

① PR活動や情報発信

- ・運営管理者がいない。
- ・近年の会員数の減少により、商店会活動を行い難くなりました。
- ・昼の人口が少なく、夜も少ない。
- ・SNSが不足している。
- ・地域で再開発事業が始まり、商店会を維持するだけで手いっぱいです。

② イベント等のソフト事業

- ・会員の高齢化と減少により、協力して一つのイベント等を行う事が困難です。
- ・飲食業が多く、物販店が少ない。高齢化、人手不足で出来ない。

③ イベントのできるスペース

- ・自由に使用できるスペースがない。
- ・道路の幅がせまい。
- ・公園や広場が無く通行止めも出来ない。
- ・繁華街であり、イベントを行う場所に苦慮している。

④ 地域との密着度

- ・オフィスビルの中であるため、地域との交流等はあまり出来ない。

⑤ 商店街の組織力

- ・店主の高齢化・後継者不足の為、閉店の店が多く、商店会役員になってくれる会員がいない。
- ・若手が少ない。
- ・テナント店は組織活動には参加しない。各店人手不足で自店のみで手いっぱい。レクリエーションなど親睦を深める事から努力している。
- ・役員会への出席率が悪く新会員の獲得も不十分である。
- ・加盟店が少なく、道路拡幅により店舗が減少しつつある。

⑥ 商店会内の若手の存在

- ・個人営業の後継者がいない。企業化したオーナー店舗は、地元活動に参加しない。
- ・若人どうし横のつながりが無い。
- ・同じ人間が長期間やっている。
- ・商店会活動になかなか参加してくれない。

⑦ 繁盛している店舗（大型店舗を除く）

- ・商店街に来る人が少ない為、商店街でなく、飲食街である。
- ・コンビニすら出店していない。
- ・周辺地域から集客できたり、シンボルとなるような店舗が少ない。

⑧ 街区内の大型店舗

- ・大型店に客が流れる。個人店にはますます来なくなる。

⑨ 買物以外の娯楽施設

- ・回答なし

⑩ 歴史的背景や文化施設

- ・回答なし

⑪ 駅からの距離

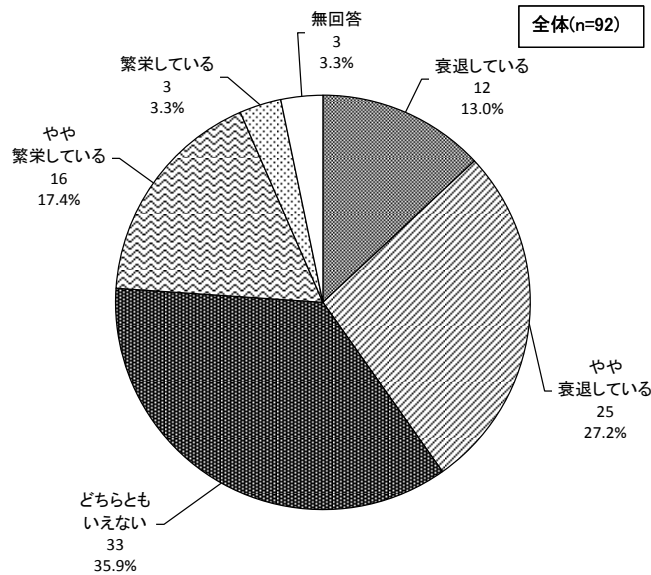
- ・中間地点で坂もある。
- ・JRの最寄り、バスで10分くらい、地下鉄でも徒歩8分くらい。
- ・駅からの距離がある。

●景況感について

問4. ここ1年の世の中の景況感について、どのように感じているか、ご回答ください。

ここ1年の世の中の景況感について、「どちらともいえない」が35.9%で、次いで「やや衰退している」が27.2%、「やや繁栄している」が17.4%と続いている。

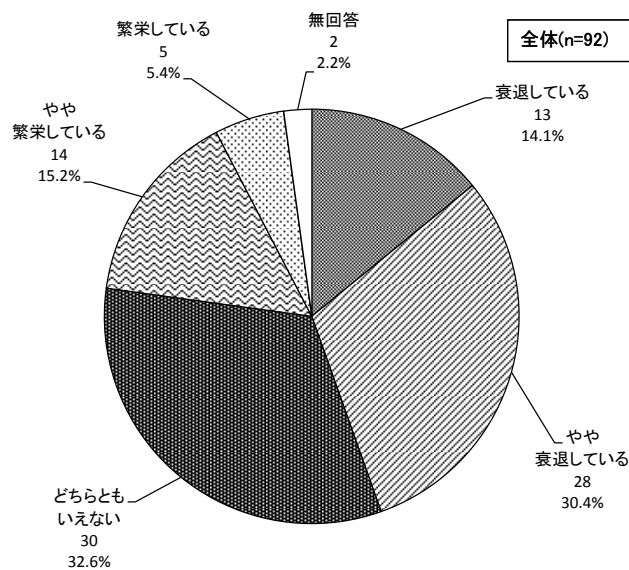
図 3-1-26 ここ1年の世の中の景況感



問5. ここ1年の貴商店街の景況感について、どのように感じているか、ご回答ください。

ここ1年の商店街の景況感について、「どちらともいえない」が32.6%で、次いで「やや衰退している」が30.4%、「やや繁栄している」が15.2%と続いている。

図 3-1-27 ここ1年の商店街の景況感



問6. 貴商店街の今後3年程度の商況（商圈・店舗数・来街者数）についてどのようにお考えか、ご記入ください。

自由意見

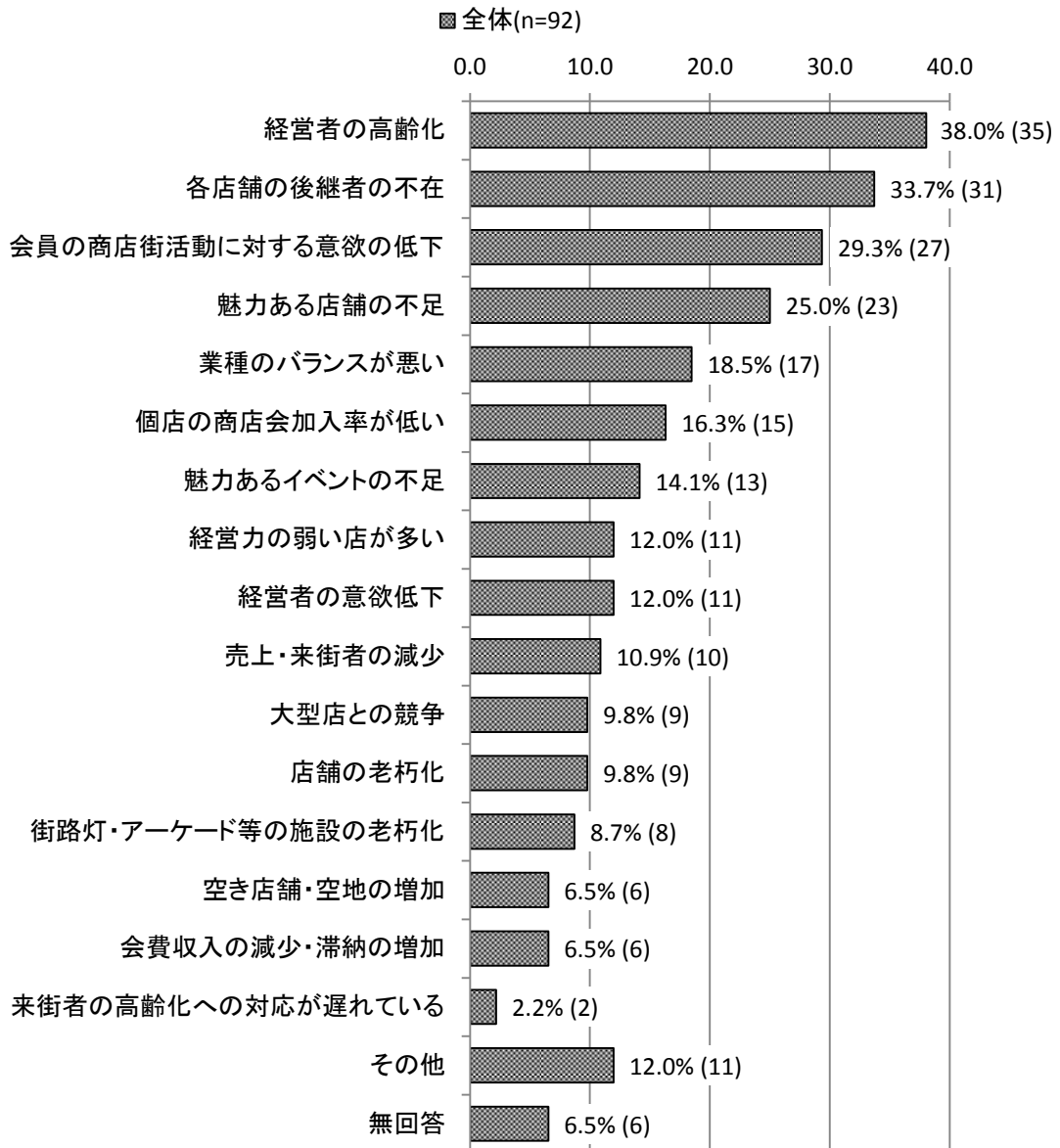
- ・現状維持が精いっぱいである。
- ・オリンピックのために外国人観光客の来街者が増えると思われる。
- ・ますます衰退してくると思う。
- ・高齢化が進み、後継者が不足しているため、個人経営の小売店舗が減っていき、コンビニに代表されるチェーン店に代わっていくので、商店街としての運営は難しくなる。
- ・店舗は拡充する。
- ・店舗数は変わらないが、来街者は増えると思う。

●貴商店会が抱えている主な問題点について

問7. 貴商店会が抱えている問題点について、特に問題と感じているものを3つまで○をつけてください。

商店会が抱えている問題点について、「経営者の高齢化」が38.0%で、次いで「各店舗の後継者の不在」が33.7%、「会員の商店街活動に対する意欲の低下」が29.3%と続いている。

図 3-1-28 商店会が抱えている問題点



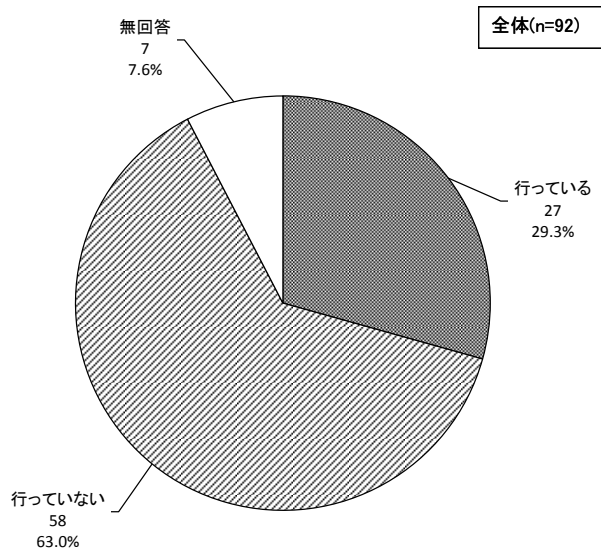
その他（自由意見）

- ・外国人経営者の増加
- ・外国人観光客へのおもてなし対策
- ・道路の老朽化
- ・個店が少ない、増える要素もない
- ・治安
- ・地元出身者が少ない

問8. 貴商店会において、「商店会活動を担う人」たちの育成を行っていますか。

「商店会活動を担う人」たちの育成について、「行っていない」が63.0%で、「行っている」は29.3%となっている。

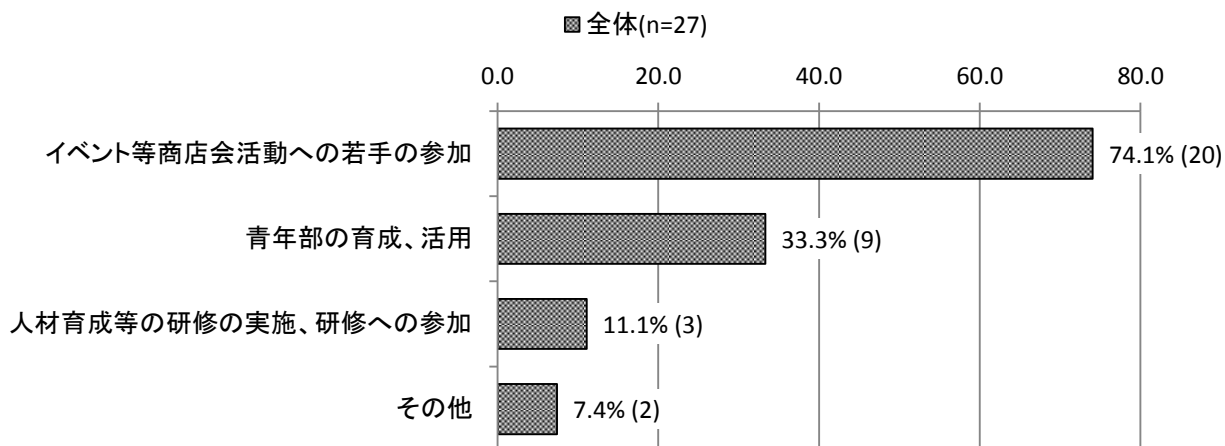
図 3-1-29 「商店会活動を担う人」たちの育成



問8-1. 問8で「1. 行っている」とご回答した方にお尋ねいたします。具体的にどのようなことを行っていますか。(〇はいくつでも)

「商店会活動を担う人」たちの育成(具体的に行っていること)について、「イベント等商店会活動への若手の参加」が74.1%と最も多く、次いで「青年部の育成、活用」が33.3%、「人材育成等の研修の実施、研修への参加」が11.1%となっている。

図 3-1-30 「商店会活動を担う人」たちの育成(具体的に行っていること)



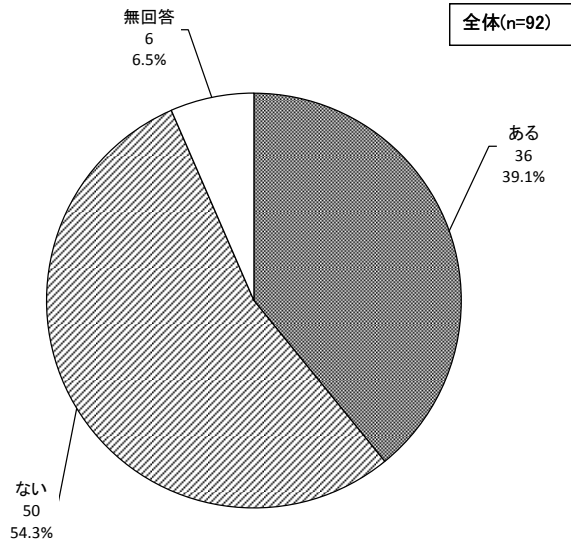
● 貴商店街の空き店舗状況・対策について

問9. 現在、貴商店街に空き店舗がありますか。ある場合は店舗数もご回答ください。

【空き店舗の有無】

空き店舗の有無について、「ある」が36 商店会（39.1%）あり、「ない」が50 商店会（54.3%）となっている。

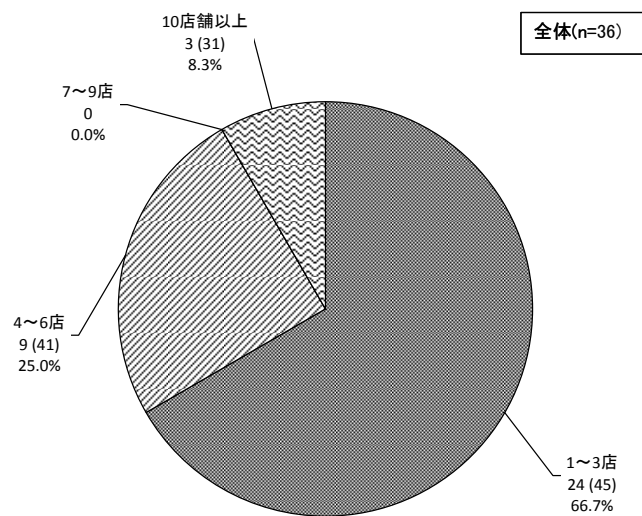
図 3-1-31 空き店舗の有無



【空き店舗数】

空き店舗数について、「1～3 店」が24 商店会で、次いで「4～6 店」が9 商店会、「10 店舗以上」は3 商店会となっており、空き店舗の総数は117であった。

図 3-1-32 空き店舗数



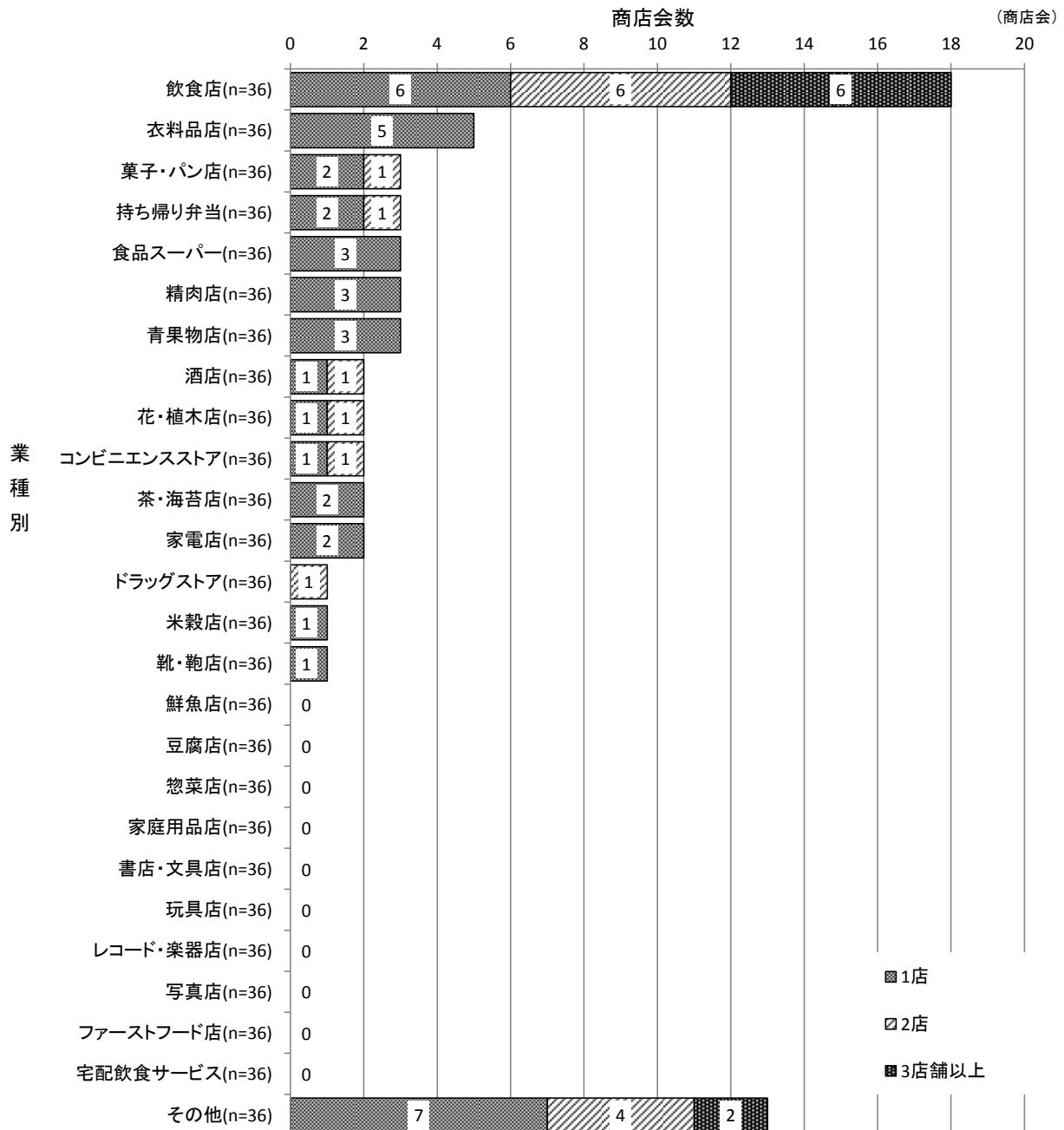
※ ( )内の数字は店舗数の計



問 10. 問 9 で現在空き店舗が「1. ある」と回答した方にお尋ねいたします。現在の空き店舗の以前の業種は何ですか。

空き店舗の以前の業種として、飲食店が最も多く、1つの商店会に「3店舗以上ある」との回答は6商店会、「2店舗ある」との回答が6商店会、「1店舗ある」との回答が6商店会であった。次いで、衣料品店が「1店舗ある」との回答が5商店会と続いている。

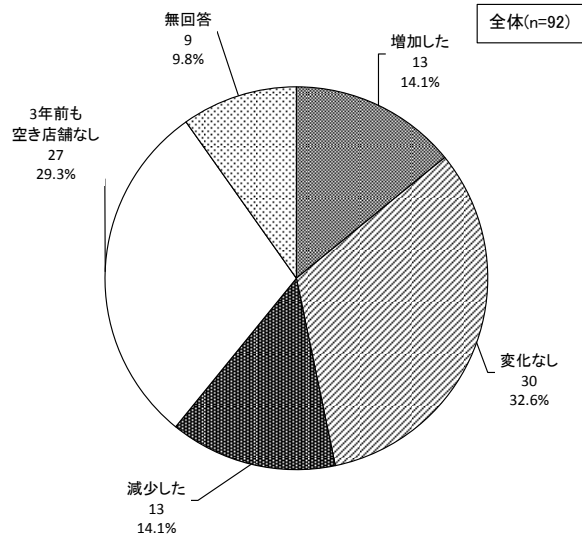
図 3-1-33 空き店舗の以前の業種



問 11. 空き店舗の数は、3年前と比較するとどうになりましたか。

3年前と比較した空き店舗の数について、「変化なし」が32.6%で、次いで「3年前も空き店舗なし」が29.3%、「増加した」と「減少した」が同数で14.1%となっている。

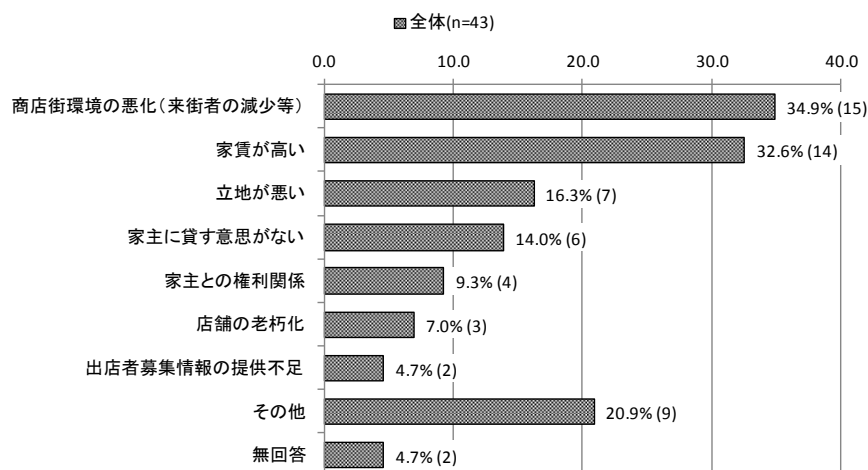
図 3-1-34 3年前と比較した空き店舗の数



問 11-1. 問 11 で空き店舗が「1. 増加した」又は「2. 変化なし」とご回答された方にお尋ねいたします。空き店舗が埋まらない理由は何ですか。（〇はいくつでも）

空き店舗が埋まらない理由について、「商店街環境の悪化（来街者の減少等）」が34.9%で、次いで「家賃が高い」が32.6%、「立地が悪い」が16.3%と続いている。

図 3-1-35 空き店舗が埋まらない理由



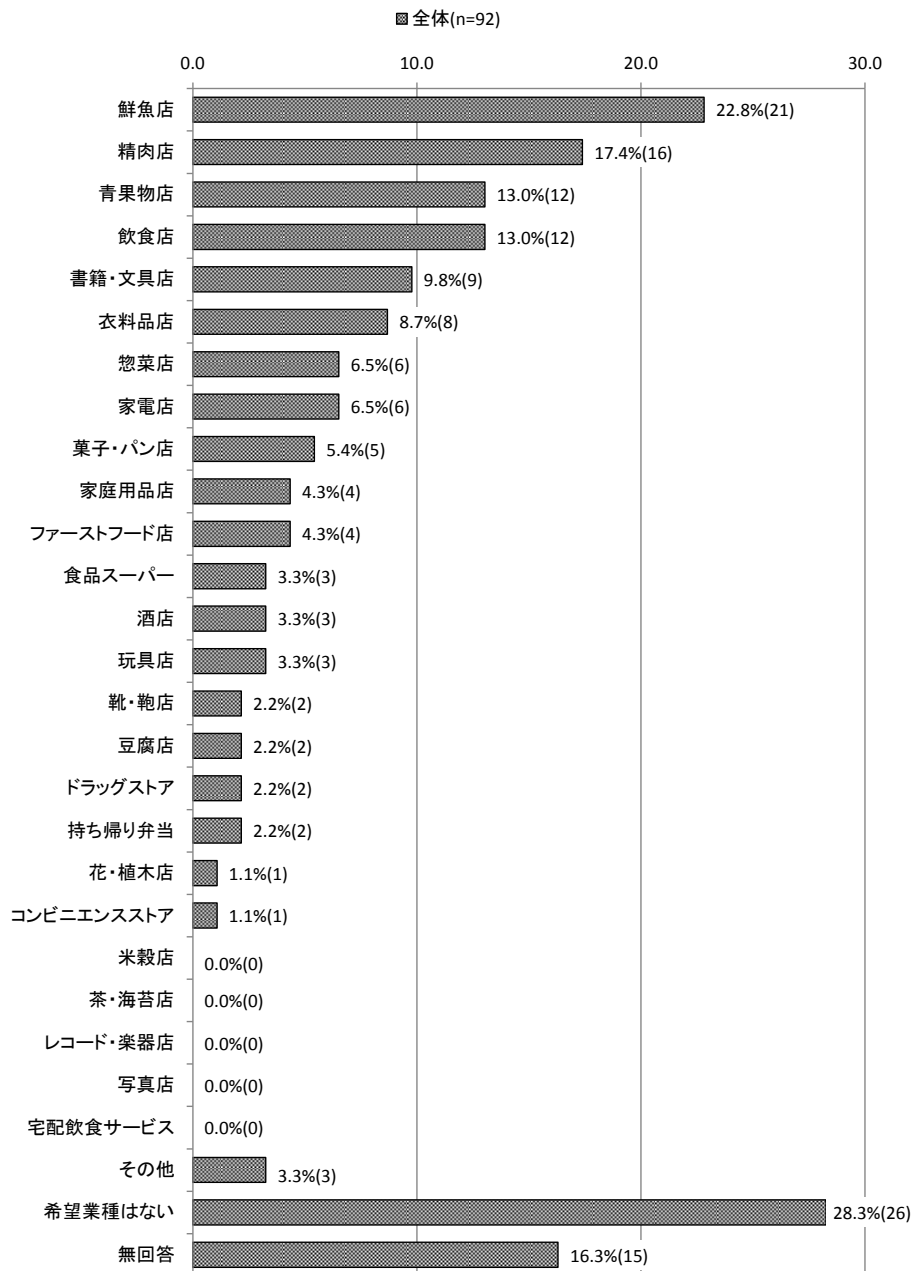
その他（自由意見）

- ・先月空いたばかりなのでまだ次が入店していない
- ・後継者がいない
- ・大通りへの進出を希望する企業が多いため
- ・出店者の経営努力に左右される厳しい立地のため
- ・土地の売却を予定しているため

問 12. 貴商店会で、現在誘致を希望する業種は何ですか。（〇は3つまで）

誘致を希望する業種について、「鮮魚店」が 22.8%で最も高く、次いで「精肉店」が 17.4%、「青果物店」と「飲食店」が同数で 13.0%と続いている。

図 3-1-36 誘致を希望する業種



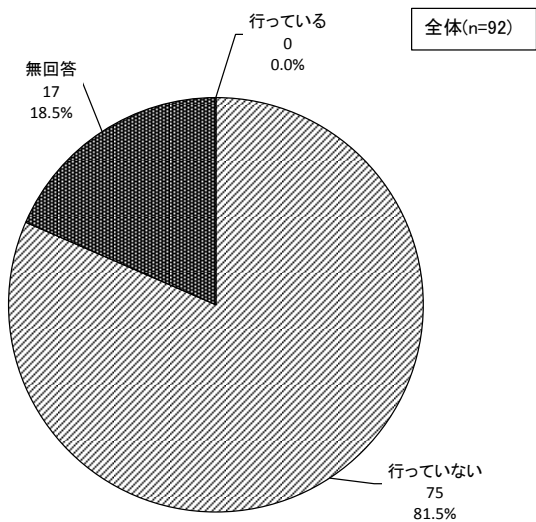
問 13. 区では空き店舗対策の施策検討を行う為に、空き店舗の現状把握・空き店舗を所有しているオーナーへのアンケート調査を予定しています。貴商店会にて、把握している空き店舗の所在地・所有者の連絡先が分かれば差支えない範囲でご回答ください。

空き店舗情報として、所有者の連絡先まで把握できたのは、6件であった。

問 14. 貴商店会として、空き店舗の活用事業を行っていますか。

空き店舗の活用事業を「行っている」と答えた商店会はなかった。

図 3-1-37 空き店舗の活用事業

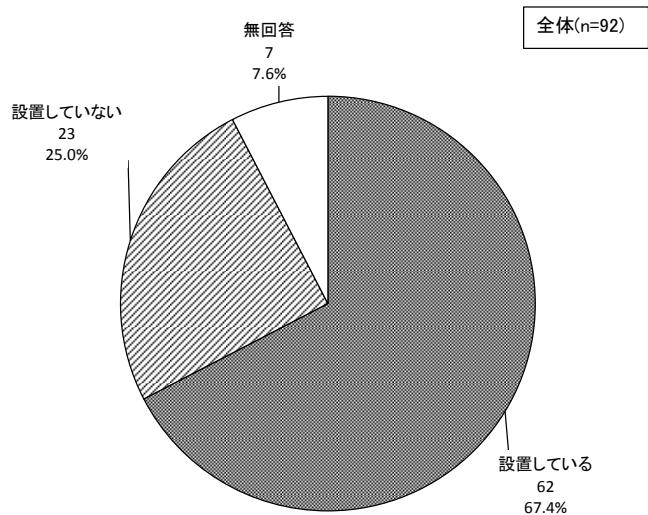


● 貴商店会の設備等の設置状況について

問 15. 貴商店会の街路灯の設置状況をお答えください。

街路灯の設置状況について、「設置している」が 62 商店会 (67.4%) であり、「設置していない」は 23 商店会 (25.0%) となっている。

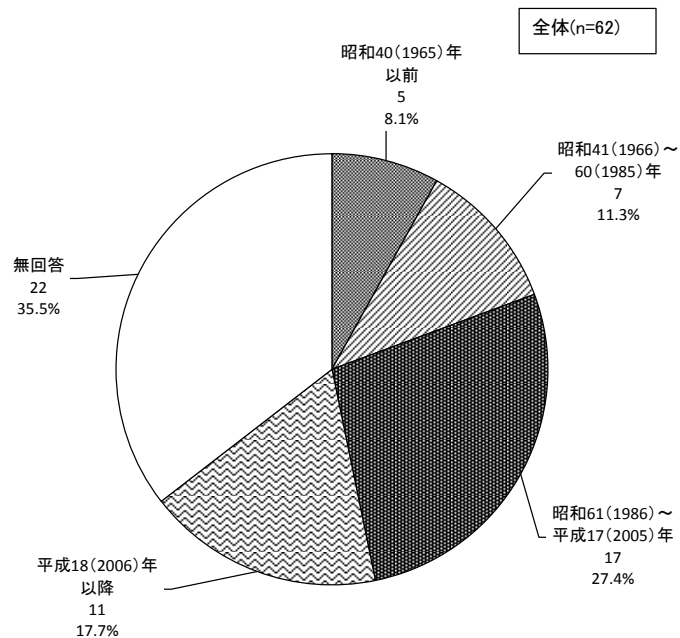
図 3-1-38 街路灯の設置状況



問 15-1. 貴商店会の街路灯の設置年度・LED化対応の状況についてお答えください。

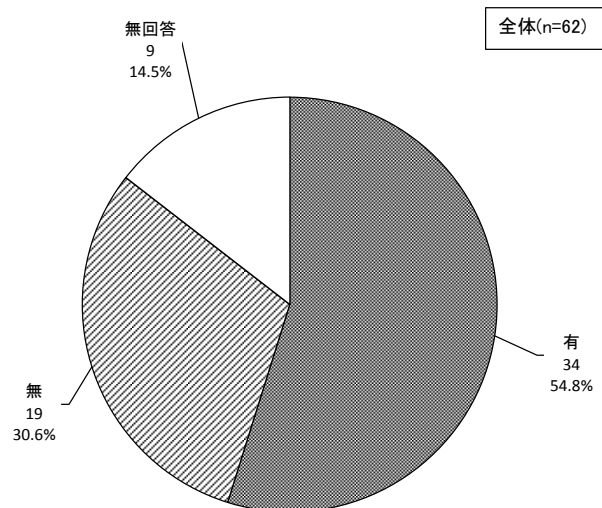
街路灯の設置年度について、「昭和 61 (1986) ～平成 17 (2005) 年」が 27.4%で、「平成 18 (2006) 年以降」が 17.7%と続いている。  
なお、設置年度が最も古い街路灯としては、昭和 20 (1945) 年設置のものがあつた。

図 3-1-39 街路灯の設置年度



LED化の対応状況について、「有」が 54.8%で、「無」は 30.6%となっている。

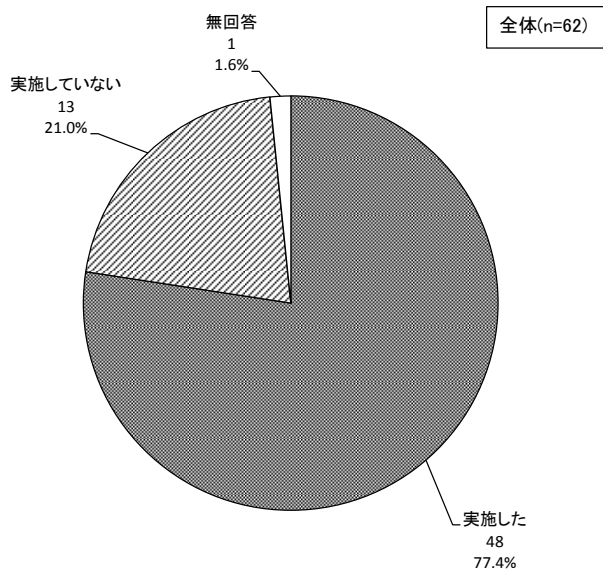
図 3-1-40 LED化の対応状況



問 15-2. 貴商店会では直近の 10 年間で街路灯の補修を実施しましたか。

直近の 10 年間における街路灯の補修について、「実施した」が 77.4%で、「実施していない」は 21.0%となっている。

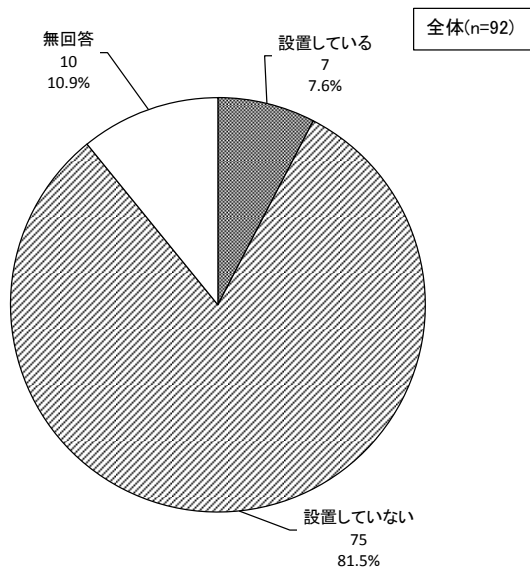
図 3-1-41 直近の 10 年間における街路灯の補修



問 16. 貴商店会のアーチの設置状況についてお答えください。

アーチの設置状況について、「設置している」と回答したのは、7 商店会であった。

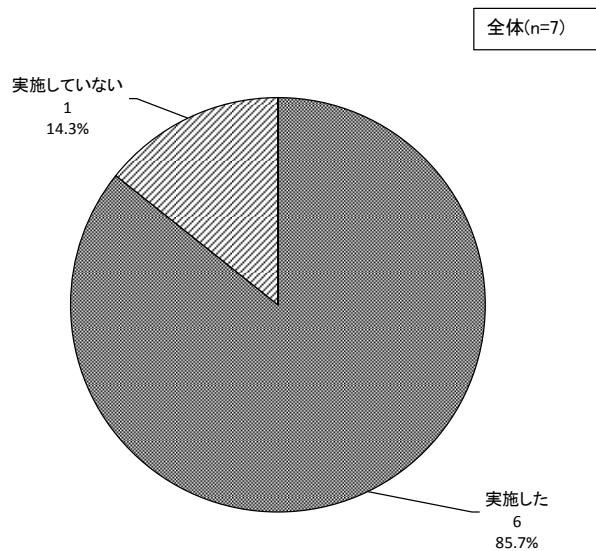
図 3-1-42 アーチの設置状況



問 16-1. 貴商店会では、直近の 10 年間でアーチの補修を実施しましたか。

「実施した」が 6 商店会、「実施していない」が 1 商店会であった。

図 3-1-43 直近の 10 年間に於けるアーチの補修



●貴商店会におけるIT活用について

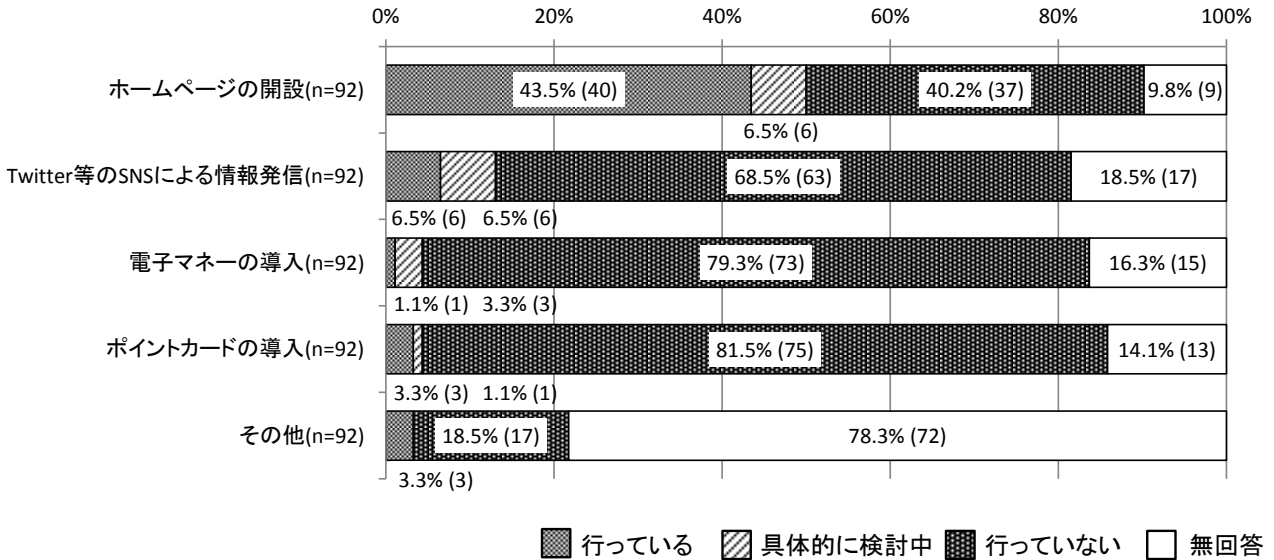
問 17. 貴商店会で来街者獲得に向けて行っているIT活用をご回答ください。

来街者獲得に向けて行っているIT活用について、「行っている」は、「ホームページの開設」が43.5%と最も多く、次いで、Twitter等のSNSによる情報発信が6.5%と続いている。

「ポイントカードの導入」や「電子マネーの導入」はそれぞれ4商店会で「行っている」「具体的に検討中」との回答であった。

また、その他の自由意見として、「新宿ルーペ」、「Free Wi-Fi」があげられた。

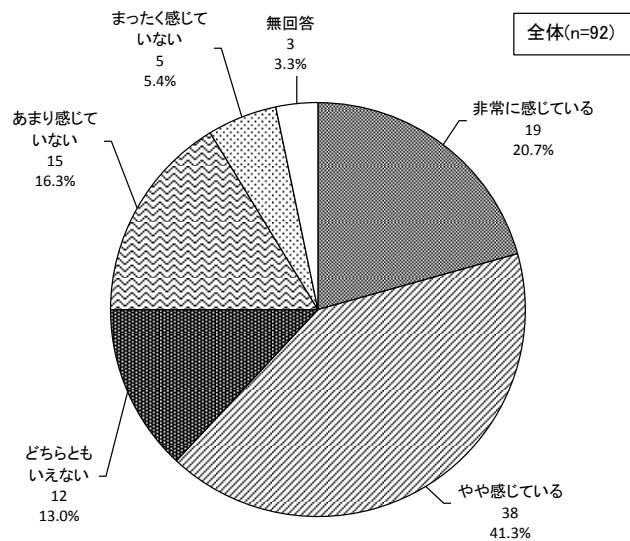
図 3-1-44 来街者獲得に向けて行っているIT活用



問 18. 貴商店会において（今後更なる）来街者獲得に向けたIT活用の必要性をどのように感じられていますか。

来街者獲得に向けたIT活用の必要性について、「やや感じている」が41.3%で、次いで「非常に感じている」が20.7%であり、あわせて6割以上の商店会で必要性を感じている。

図 3-1-45 来街者獲得に向けたIT活用の必要性



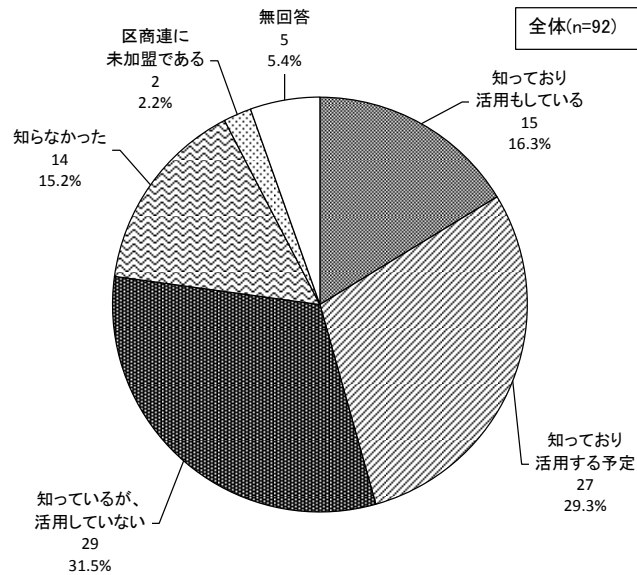


● 「新宿ルーペ」の活用状況について

問 19. 平成 27 年 4 月 1 日から始まった、新宿区商店会連合会のホームページ「新宿ルーペ」をご存知ですか。

「新宿ルーペ」の認知について、「知っているが、活用していない」が 31.5%で、次いで「知っており活用する予定」が 29.3%、「知っており活用もしている」が 16.3%と続いている。

図 3-1-46 「新宿ルーペ」の認知



問 19-1. 問 19 で「3. 知っているが、活用していない」とご回答の方にお尋ねします。活用していない理由をご記入ください。

活用していない理由（自由意見）

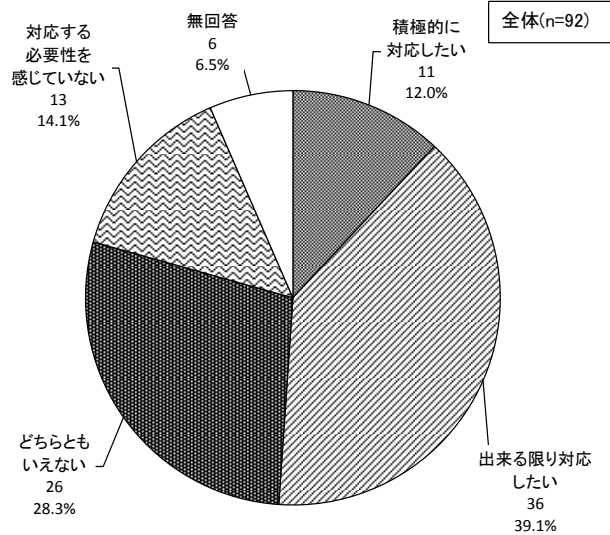
- ・ 商店会独自のHPを活用しているため。
- ・ 使用する環境（運用管理、PCの使用状況環境）等が整っていないため。
- ・ 「新宿ルーペ」に関する知識が不足しているため。

●外国人観光客の増加について

問 20. 新宿区では、外国人観光客が増加していますが、貴商店会において外国人観光客の増加をどのように考えていますか。

外国人観光客の増加について、「積極的に対応したい(12.0%)」「出来る限り対応したい(39.1%)」と、あわせて半数以上の商店会で「対応したい」意向を持っている。

図 3-1-47 外国人観光客の増加について



問 20-1. 問 20 の理由を差支えない範囲でご回答ください。

理由 (自由意見)

- ・オリンピックなど国際的なイベントに向けて、メニューの多様化、外国人観光客の誘致を行う必要があるため。
- ・留学生や在住の外国人が多くいるため。
- ・顧客が増加することは望ましいから。
- ・外国人観光客や常連客で区別せずに顧客として対応するため。
- ・商店会の立地環境や言語などを考慮すると受け入れが難しいため。

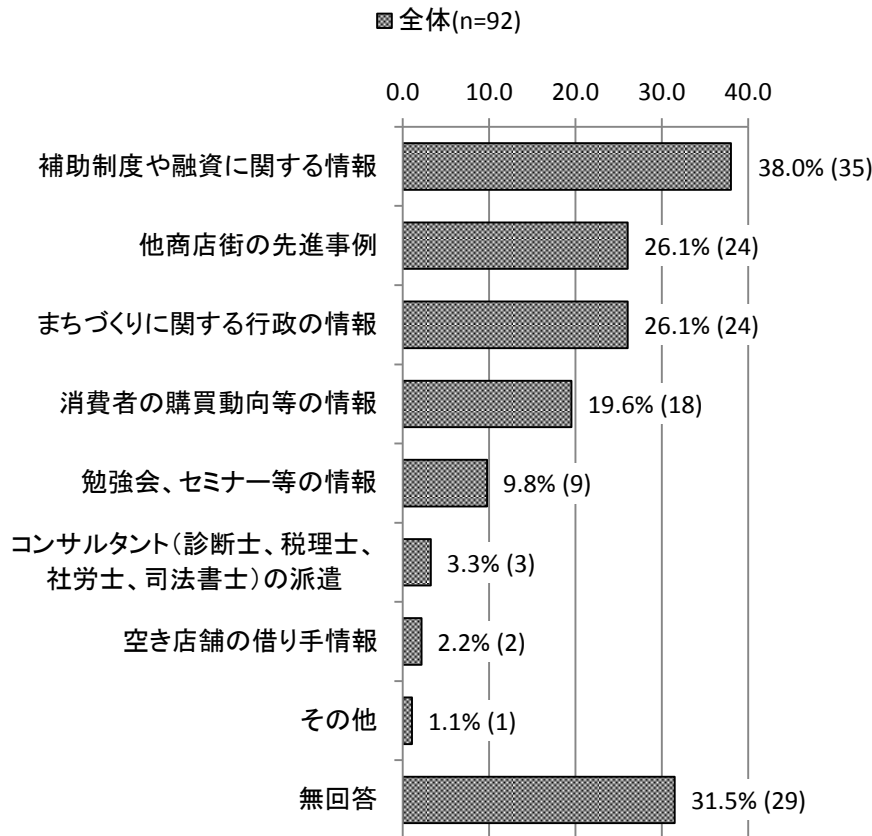
●新宿区から提供して欲しい情報や施策について

問 21. 貴商店会において区から提供して欲しい情報や施策などがありましたらご回答ください。

(〇はいくつでも)

区から提供して欲しい情報や施策について、「補助制度や融資に関する情報」が38.0%で、次いで「他商店街の先進事例」と「まちづくりに関する行政の情報」が同数で26.1%と続いている。

図 3-1-48 区から提供して欲しい情報や施策



問 22. 今後の商店街振興における新宿区へご意見・ご要望がありましたら自由にご記入ください。

自由意見

- ・こまやかな対応を望んでいます。たとえば、パソコンの教習が平日だけだと仕事があって参加できない等。
- ・周辺の自転車対応が必要です。
- ・街路灯の電気代補助を増加して頂きたい。
- ・今、商店会に入らないお店が増えています。是非専門家による啓蒙をお願いします。
- ・外国語に対応出来る何かを考えて欲しい。
- ・役員数の減少で対策の打ちようがない。
- ・20年以上前から舗装化したいのだが、補助制度の地元1/3負担の元手が無く、なにもできない。
- ・一般論として、大型店と地元商店(商店会)が対立する中で、規制を緩くしたことによって商店会が弱くなったのは、行政としてどうなのか。