

平成18年度
商店街実態調査報告書

平成19年3月

はじめに

商店街実態調査は、全国の商店街の実態をアンケート調査により把握し、今後の商店街振興施策の基礎資料とすることを目的に実施されているものです。昭和45年に開始されて以来5年毎に実施されていましたが、商店街及び商店街を取り巻く環境が短期間で急速に変化しているところから、前回の平成15年度から3年毎に調査することとなりました。今回の調査が通算9回目の実施になります。

今回の商店街実態調査は、平成18年11月1日現在の商店街の状況についてアンケート調査を実施し、その結果を取りまとめたものです。

前回の平成15年度の実態調査の内容・結果を踏まえ、商店街振興施策の立案・実施に反映することができるよう適切な設問を設定するとともに、空き店舗に関する実態動向や来街者数の推移に関する指標についても調査しました。また、調査対象商店街については当会の保有する全国の商店街振興組合・協同組合・任意団体等の名簿からサンプリングを行い、より精度の高い商店街の実態の把握に努めています。

今回の商店街実態調査の実施にあたり、ご協力をいただきました全国の商店街関係者の皆様、本調査研究に格別のご尽力を賜りました各委員の皆様に対しまして改めて御礼申し上げます。

平成19年3月

全国商店街振興組合連合会

平成 18 年度商店街実態調査事業

委員名簿

委員長 石原 武政 関西学院大学 商学部 教授
委員 渡辺 達朗 専修大学 商学部 教授
委員 川村 明正 中小企業診断士
委員 向山 雅夫 流通科学大学 商学部 教授

目 次

調査の概要	7
I. アンケート回答商店街の概要	9
（1）商店街の組織形態別のアンケート回収率	9
（2）専従事務局員数	10
（3）商店街の店舗数、会員数、空き店舗数等について	10
1）商店街の店舗数	10
2）チェーン店舗とテナント店舗について	13
3）商店街の会員数(組合員数)	15
4）商店街の空き店舗数、空き店舗率について	16
（4）商店街の業種別店舗数について	19
（5）商店主の居住状況について	20
II. 商店街の立地環境及び商業環境	22
（1）立地	22
1）商店街の所在地	22
2）商店街の立地環境	22
3）商店街のタイプ	24
（2）商業環境	25
1）商店街の来街者層	25
2）商店街の来街者数の変化について	27
3）商店街の来街者ニーズ調査と通行量調査について	28
III. 商店街の景況と近年の変化	29
（1）商店街の最近の状況	29
（2）大規模小売店舗の影響	34
1）大規模小売店舗の出店	34
①過去3年間の大規模小売店舗の出店状況について	34
②出店した大規模小売店舗のタイプ	35
③大規模小売店舗の出店による来街者数の変化	35
2）大規模小売店舗の退店	36
①過去3年間の大規模小売店舗の退店状況について	36
②退店した大規模小売店舗のタイプ	37
③大規模小売店舗の退店による来街者数の変化	38

IV. 商店街の問題と取組み	39
(1) 商店街における大きな問題	39
(2) 個店の改善・活性化策	41
(3) 空き店舗の状況と対策	43
1) 退店（廃業）した店舗数	43
2) 退店（廃業）した理由	44
3) 空き店舗が埋まらない要因	45
4) 空き店舗の賃貸意思について	45
5) 今後の空き店舗の見込み	46
6) 空き店舗を発生させないために必要なこと	47
7) 店舗の入れ替わりに関する商店街組織の取組み	48
8) 空き店舗問題に取り組む際に必要なこと	48
(4) 商店街の組織と活動	49
1) 組合員同士の連携・協力状況	49
① 組合員同士のコミュニケーション	49
② 組合員同士の連携・協力が良好でない要因	49
2) 商店街のリーダーシップ	50
① 商店街のリーダーシップの発揮	50
② 次世代のリーダーの存在	50
3) 商店街の地域活動と内容	51
① 商店街の地域活動	51
② 商店街の地域活動の取組み	52
(5) 各種事業の現在の取組みと今後の取組み	53
1) 商店街活性化ビジョン・計画策定とそれに基づく実際の取組みについて	53
2) ソフト事業等の取組み	54
3) ハード事業等の取組み	55
【資料編】	
集計結果	57
アンケート調査票	164

図表一覧

図表1	商店街の組織形態数・アンケート発送及び回収について	9
図表2	商店街の組織形態・アンケート発送及び回収(率)	9
図表3	専従事務局員数	10
図表4	専従事務局員数(組織形態)	10
図表5	全店舗数	11
図表6	全店舗数(組織形態、商店街タイプ)	11
図表7	営業店舗における会費を納めている店舗数の割合	12
図表8	営業店舗における会費を納めていない店舗数の割合	12
図表9	全店舗数におけるチェーン店舗数の割合	13
図表10	商店街におけるチェーン店舗の会費納入率	14
図表11	過去3年間の変化(チェーン店舗)	14
図表12	過去3年間の変化(テナント店舗)	14
図表13	人口規模とチェーン店舗率	15
図表14	商店街全体の会員数	15
図表15	空き店舗数	16
図表16	空き店舗数(平成15年度調査と18年度調査の比較)	16
図表17	空き店舗率と空き店舗の過年度比較	17
図表18	全店舗と空き店舗率について	17
図表19	空き店舗率	18
図表20	過去3年間の変化(空き店舗)	19
図表21	業種別店舗数の構成比	19
図表22	業種別店舗数・合計値と構成比	19
図表23	最近3年間の店舗数の変化	20
図表24	商店主が居住している店舗の割合	20
図表25	居住している店舗の割合(人口規模、商店街タイプ)	21
図表26	商店街の所在地	22
図表27	商店街立地環境	23
図表28	商店街立地環境(人口規模、商店街タイプ)	23
図表29	商店街タイプ	24
図表30	商店街タイプ(人口規模)	24
図表31	来街者層	25
図表32	最も多い来街者の中心層	25
図表33	商店街の中心来街者層(商店街タイプ)	26
図表34	最も多い来街者層(商店街タイプ)	26
図表35	3年間の来街者の変化	27
図表36	来街者の増加要因	27
図表37	来街者の減少要因	28
図表38	来街者ニーズ把握調査と通行量調査の実施	28
図表39	商店街の最近の景況	29
図表40	商店街の最近の景況(過年度比較)	29
図表41	商店街の最近の景況(人口規模、商店街タイプ)	30
図表42	商店街の景況と活性化ビジョン策定の取組み状況	31
図表43	商店街の景況と地域活動の取組み①(防災・防犯)②(祭り・イベント) ③(まちづくり推進)	31 32

図表44	商店街の景況とソフト事業等の取組み ①(携帯電話を活用した情報発信)②(電子マネー(Edy等)の取扱い)……………	32
図表45	商店街の景況とハード事業等の取組み①(商店街の核的店舗の設営)…………… ②(商店街の一斉改装)③(商店街のバリアフリー)④(花壇・植樹)……………	32 33
図表46	過去3年間大規模小売店舗出店数……………	34
図表47	出店した大規模小売店舗の立地場所……………	34
図表48	出店した大規模小売店舗のタイプ……………	35
図表49	大規模小売店舗出店による来街者数変化……………	35
図表50	出店した大規模小売店舗の来街者数変化 1店～3店目……………	36
図表51	過去3年間大規模小売店舗退店数……………	36
図表52	退店した大規模小売店舗の立地場所……………	37
図表53	退店した大規模小売店舗のタイプ……………	37
図表54	大規模小売店舗退店による来街者数変化……………	38
図表55	商店街における大きな問題……………	39
図表56	商店街における大きな問題(過年度比較)……………	40
図表57	商店街における大きな問題(商店街タイプ・人口規模)……………	40
図表58	個店の改善策・活性化策……………	41
図表59	個店の改善策・活性化策①(店舗改装、店内レイアウトの変更)…………… ②(業種転換・業態変更)③(商品構成の見直し変更)④(営業時間の変更)⑤(営業日の拡大) ……	41 42
図表60	過去3年間に退店(廃業)した店舗数……………	43
図表61	過去3年間に退店した店舗数(商店街タイプ)……………	43
図表62	全店舗と退店率について……………	44
図表63	退店(廃業)した主な理由……………	44
図表64	空き店舗が埋まらない要因……………	45
図表65	賃貸等の意思がない空き店舗の比率……………	45
図表66	賃貸等の意思がない空き店舗の比率(商店街タイプ)……………	46
図表67	今後の空き店舗予測……………	46
図表68	今後の空き店舗予測(商店街タイプ、商店街の最近の景況)……………	47
図表69	空き店舗を発生させないために必要なこと……………	47
図表70	店舗の入れ替えに関する取組み……………	48
図表71	空き店舗問題に取り組む際に必要な事項……………	48
図表72	組合員同士の連帯・協力状況……………	49
図表73	組合員同士の連帯・協力がうまくいかない要因……………	49
図表74	リーダーシップの発揮状況……………	50
図表75	次世代リーダーの存在……………	50
図表76	次世代リーダーの存在(組織形態、商店街タイプ)……………	50
図表77	各種団体と連携した地域活動の有無……………	51
図表78	連携して活動を行っている地域活動団体……………	51
図表79	地域活動の取組み……………	52
図表80	商店街活性化ビジョン・計画の策定……………	53
図表81	商店街活性化ビジョンに基づく取組み……………	53
図表82	商店街活性化ビジョン策定の取組み状況(組織形態、商店街タイプ)……………	53
図表83	ソフト事業等の取組み……………	54
図表84	ハード事業等の取組み……………	55

(調査の概要)

(1) 目的

近年商店街を取り巻く環境は景気が回復しているといわれる状況においてもなお厳しいものになっている。大型店の出退店、中心市街地の人口減少等が進むなか、各地の商店街は将来を見据え様々な取組みを行っている。今回の事業はこうした商店街の現状を調査することにより、これよりどのような施策・取組みが必要であるかということ把握するためのものである。

今回の調査は前回に引き続き、平成 16 年版全国商店街名鑑（全国商店街振興組合連合会作成）の名簿に基づいて、サンプルとして 8,000 の商店街を抽出¹して行った。

アンケート調査票の設問については平成 15 年度の調査票を一部変更しているが、過去のデータとの時系列比較を行うことから基本項目については前回に倣い作成を行っている。

また、現状をより一層把握するために昨今商店街で問題になっている空き店舗に関する設問を増設している。なお、今回から新たにインターネットによる回答ができるよう電子調査票を作成し、2,644 の有効回答のうち、225（全体の 8.5%）の回答を得ている。

調査地域	全国を対象とする
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・回収及びインターネットによる回収
調査時点	平成 18 年 11 月 1 日（水）現在
調査実施期間	アンケートの発送 平成 18 年 11 月 30 日（木） アンケートの締め切り 平成 18 年 12 月 22 日（金） 督促ハガキの発送 平成 18 年 12 月 28 日（木） （平成 19 年 1 月 30 日（火）までの到着分を有効とした。）
調査票発送数	8,000
調査票の回収 ³	調査票回収件数 2,779（34.7%） うち、有効回答数 2,644（33.1%）

¹ 各都道府県の商店街数を全国の商店街数（13,322）で除し、それぞれの割当比率を算出し、8,000 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（13,322）＝各都道府県割当比率

② 各都道府県割当比率×サンプル数（8,000）＝各都道府県別割当数

² この調査でいう「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これらが何らかの組織（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及びその種類を問わない。）を形成しているものをいう。

³ 回答はあったものの無回答部分が多いもの、明らかに入力内容に誤りがあると思われる調査票については無効回答として取り扱うこととした。

商店街実態調査サンプル抽出

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	593	357	滋賀	84	50
青森	86	52	京都	287	173
岩手	218	130	奈良	106	63
宮城	286	171	大阪	932	560
秋田	89	54	兵庫	522	331
山形	100	60	和歌山	118	71
福島	225	136	鳥取	29	17
茨城	304	182	島根	68	41
栃木	164	99	岡山	155	93
群馬	259	155	広島	134	81
埼玉	946	569	山口	109	65
千葉	865	519	徳島	108	65
東京	2,150	1,293	香川	62	37
神奈川	967	580	愛媛	85	52
新潟	166	100	高知	39	23
長野	331	198	福岡	376	226
山梨	169	102	佐賀	60	36
静岡	223	133	長崎	138	83
愛知	291	175	熊本	149	89
岐阜	149	89	大分	88	53
三重	159	96	宮崎	126	75
富山	161	96	鹿児島	280	169
石川	118	71	沖縄	129	77
福井	89	53	計	13,322	8,000

I. アンケート回答商店街の概要

(1) 商店街の組織形態別のアンケート回収率

わが国における商店街は商店街振興組合法に基づく商店街振興組合（以下「振興組合」という。）、中小企業等協同組合法に基づく事業協同組合（以下「協同組合」という。）と非法人である「任意団体」で構成されている。

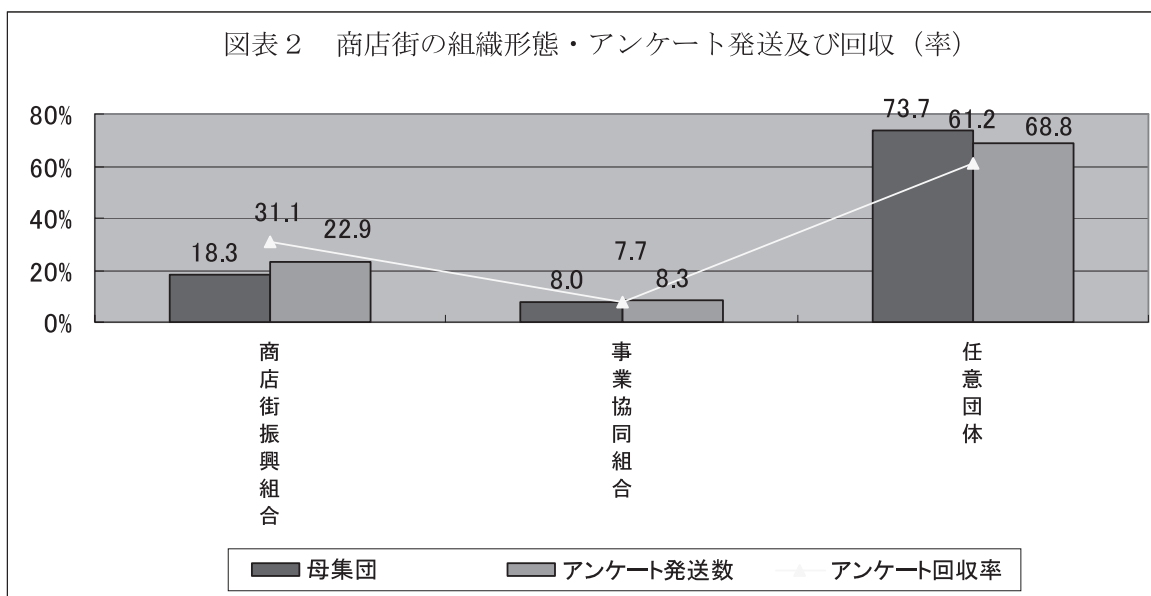
今回の調査において基本データとした商店街の母集団は「振興組合」2,434、「協同組合」1,073、「任意団体」9,815の合計13,322データである。（図表1）

うち基本データから8,000件を抽出してアンケート調査票を送付・回収した商店街は「振興組合」では送付1,828（22.9%）に対し回収821（31.1%）、「協同組合」では送付666（8.3%）に対し205（7.7%）、「任意団体」では送付5,506（68.8%）に対し回収1,618（61.2%）となっており、「振興組合」については他の組織と比較すると回収率がアンケート送付数の割合より高くなっている。（図表2）

図表1 商店街の組織形態数・アンケート送付及び回収について

	商店街振興組合	事業協同組合	任意団体	合計
母集団(※)	2,434	1,073	9,815	13,322
	18.3	8.0	73.7	100.0
アンケート送付数	1,828	666	5,506	8,000
	22.9	8.3	68.8	100.0
アンケート回収数	821	205	1,618	2,644
	31.1	7.7	61.2	100.0

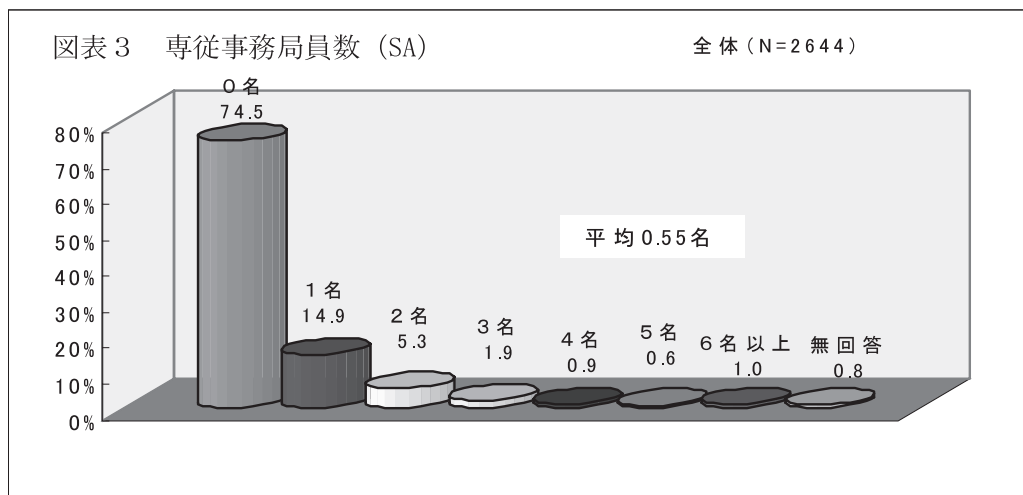
(※)事業協同組合、任意団体数は平成16年版全国商店街名鑑の作成時の数字



(2) 専従事務局員数

専従事務局員数（パート、アルバイトを含む）については、いない「0名」とする商店街が74.5%を占めており、平均でみても僅か0.55名で1名にも満たない。

商店街組織形態別にみると、「振興組合」と「協同組合」の半数近くには1名以上の事務局員がいるが「任意団体」では全体の11.5%にとどまり、ほとんどの組織に事務局員がいないことがわかる。（図表3、図表4）



図表4 専従事務局員数(組織形態)

組織形態	件数	0名	1名	2名	3名	4名	5名	6名以上	平均	実数合計
総数	2644	1971	394	140	49	25	16	27	0.55	1439
	100.0	74.5	14.9	5.3	1.9	0.9	0.6	1.0		100.0
商店街振興組合	821	421	250	85	33	12	6	12	0.97	791
	100.0	51.3	30.5	10.4	4.0	1.5	0.7	1.5		55.0
事業協同組合	205	118	47	25	3	3	3	4	0.89	180
	100.0	57.6	22.9	12.2	1.5	1.5	1.5	2.0		12.5
任意団体、その他	1618	1432	97	30	13	10	7	11	0.29	468
	100.0	88.5	6.0	1.9	0.8	0.6	0.4	0.7		32.5

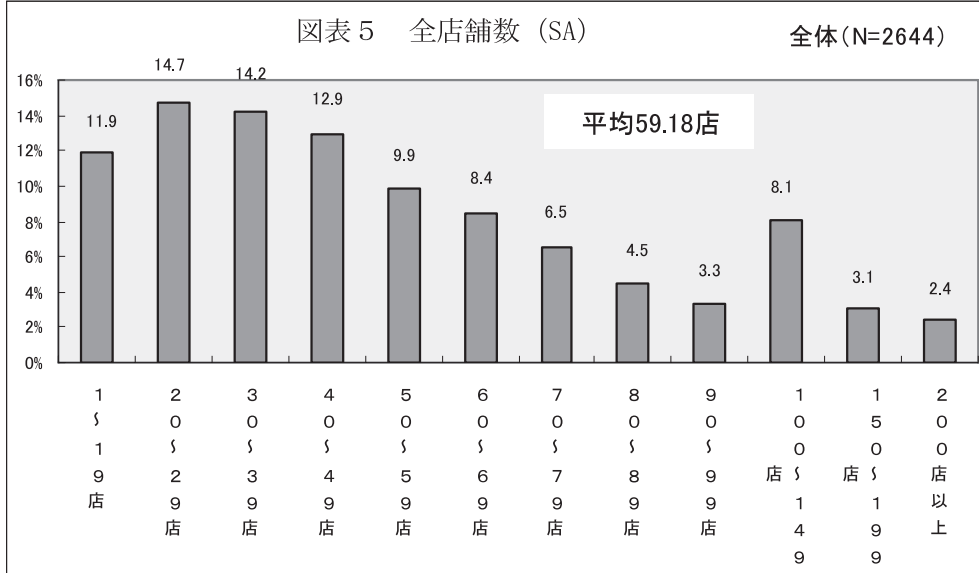
(3) 商店街の店舗数、会員数、空き店舗数等について

1) 商店街の店舗数

商店街を構成する店舗数については、平均で59.18店（空き店舗を含む）になっている。20店～29店（14.7%）の回答が最も多く、次いで30～39店（14.2%）、40～49店（12.9%）の順になっている。（図表5）

商店街組織形態別にみると、「振興組合」（78.66店）の店舗数が多く、「協同組合」（65.54店）、「任意団体」（48.50店）となった。（図表6）

商店街のタイプ⁴別にみると、「近隣型商店街」が53.65店、「地域型商店街」が62.75店、「広域型商店街」が76.25店、「超広域型商店街」が最も多く、84.36店となっている。



図表6 全店舗数（組織形態、商店街タイプ）

	合計	1店	2店	3店	4店	5店	6店	7店	8店	9店	10店	11店	12店以上	無回答	平均	実数合計
総数	2644	314	388	375	342	263	223	172	119	88	215	81	63	1	59.18	156415
【商店街の組織形態】																
商店街振興組合	821	16	50	95	101	97	98	74	61	46	103	45	35	-	78.66	64576
事業協同組合	205	24	32	26	30	18	14	11	5	6	21	6	11	1	65.54	13370
任意団体、その他	1618	274	306	254	211	148	111	87	53	36	91	30	17	-	48.50	78469
【商店街タイプ】																
近隣型商店街	1431	207	232	225	174	139	115	81	50	49	101	36	21	1	53.65	76718
地域型商店街	928	91	125	124	131	98	78	65	47	31	80	29	29	-	62.75	58234
広域型商店街	184	9	16	14	24	15	21	21	17	6	25	9	7	-	76.25	14030
超広域型商店街	66	3	6	5	12	7	7	2	4	2	6	7	5	-	84.36	5568

⁴ ※商店街タイプについて

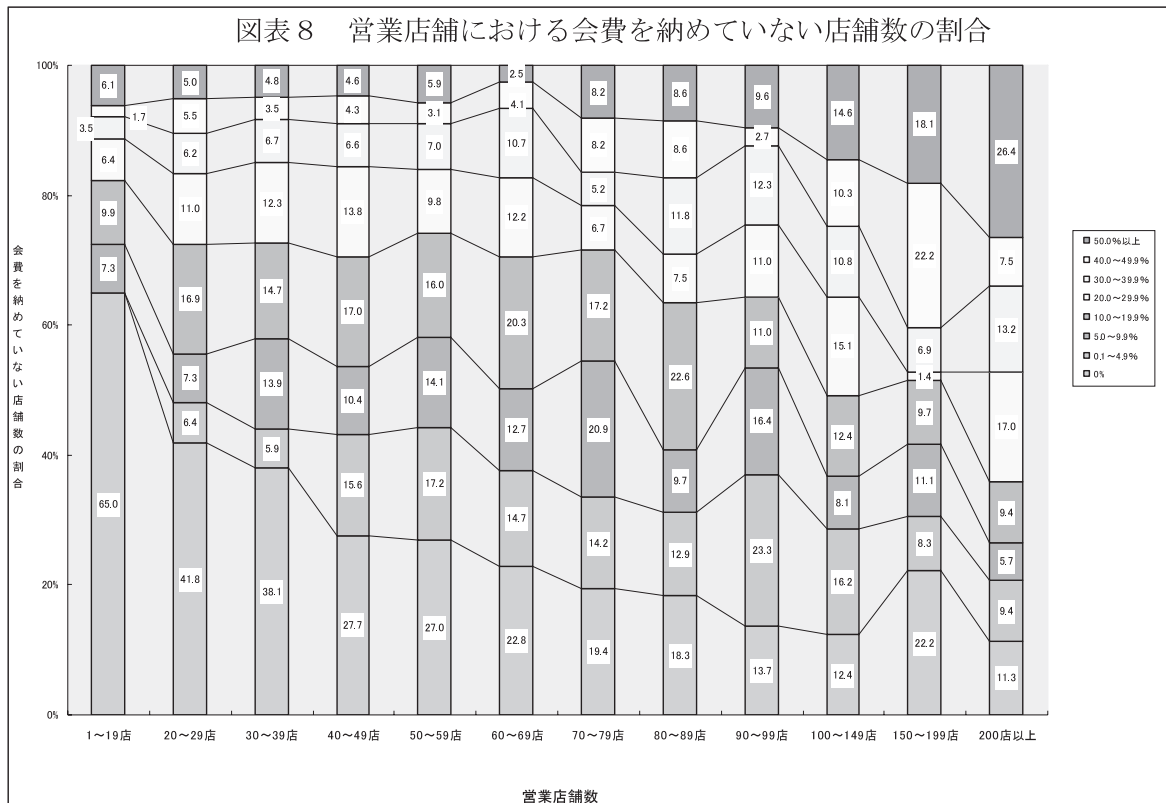
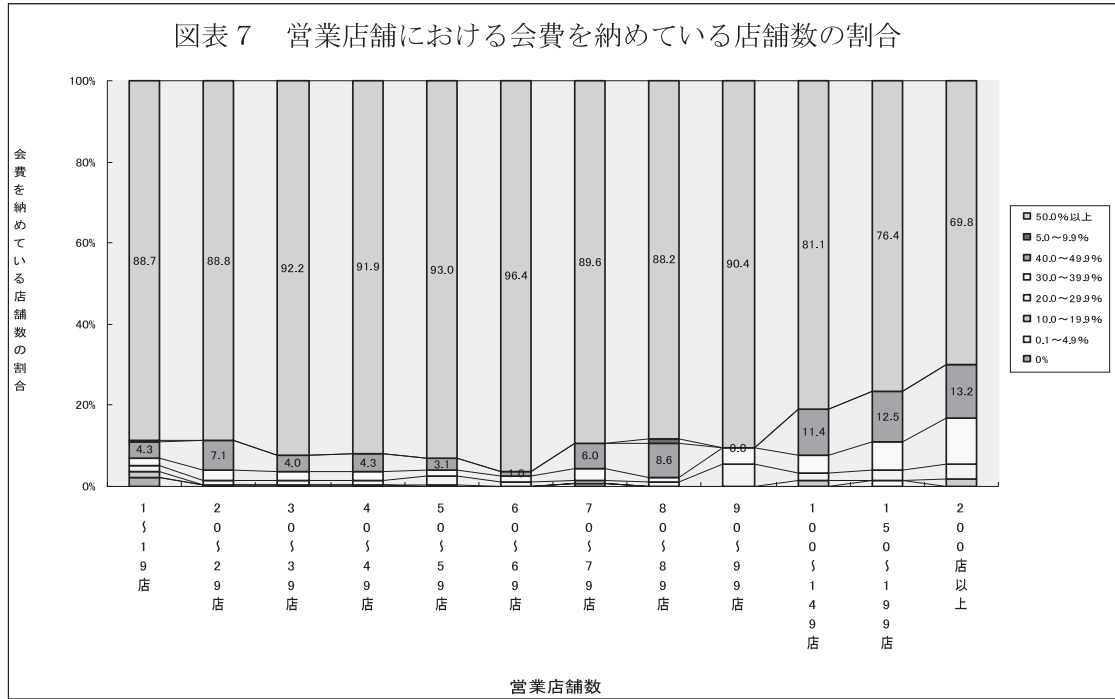
近隣型商店街	最寄品※中心で地元主婦が日用品などを徒歩または自転車などにより日常性の買い物をする商店街
地域型商店街	最寄品店及び買回り品店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
広域型商店街	百貨店、量販店などを含む大型店があり、最寄品※店より買回り品店が多い商店街
超広域型商店街	百貨店、量販店などを含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離からの来街者が買い物をする商店街

※最寄品：消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。

※買回り品：消費者が2つ以上の店を回って比較して購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

営業している店舗のうち会費を納めている店舗数の割合を算出したところ、営業店舗数が「1～19店」～「100～149店」の層については50.0%以上の店舗が会費を納入していると回答した商店街が8割から9割を占めているのに対し、それより規模の大きい「150店～199店」「200店以上」になると、それぞれ76.4%、69.8%と数値が若干低くなることから、会費の納付率が下がっていることがわかる。なお、全体の平均は81.5%である。(図表7)

また同様に営業している店舗のうち会費を納めていない店舗数がどれだけあるか割合を算出したところ、概ね店舗数の規模が大きくなるにつれて「会費を納めていない店舗はない」0%と回答した商店街の割合が少なくなっていくことがわかる。(図表8)

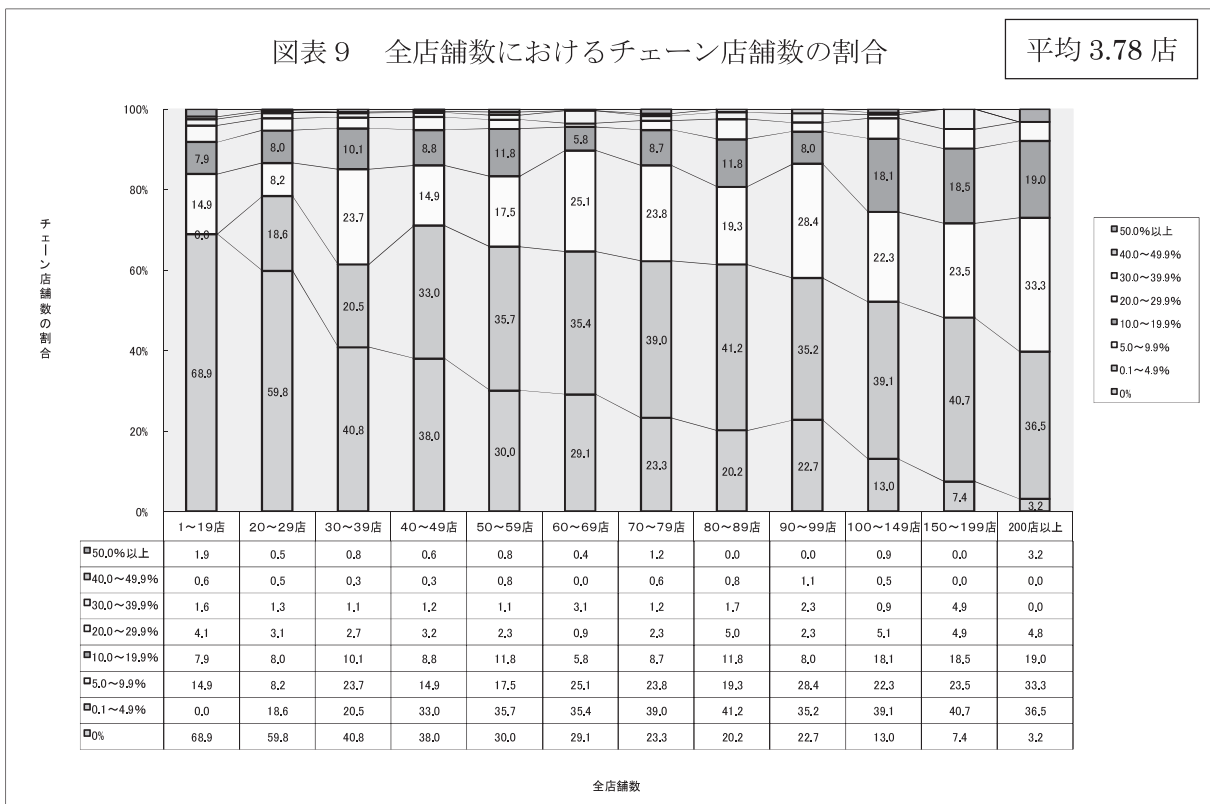


2) チェーン店舗⁵とテナント店舗について

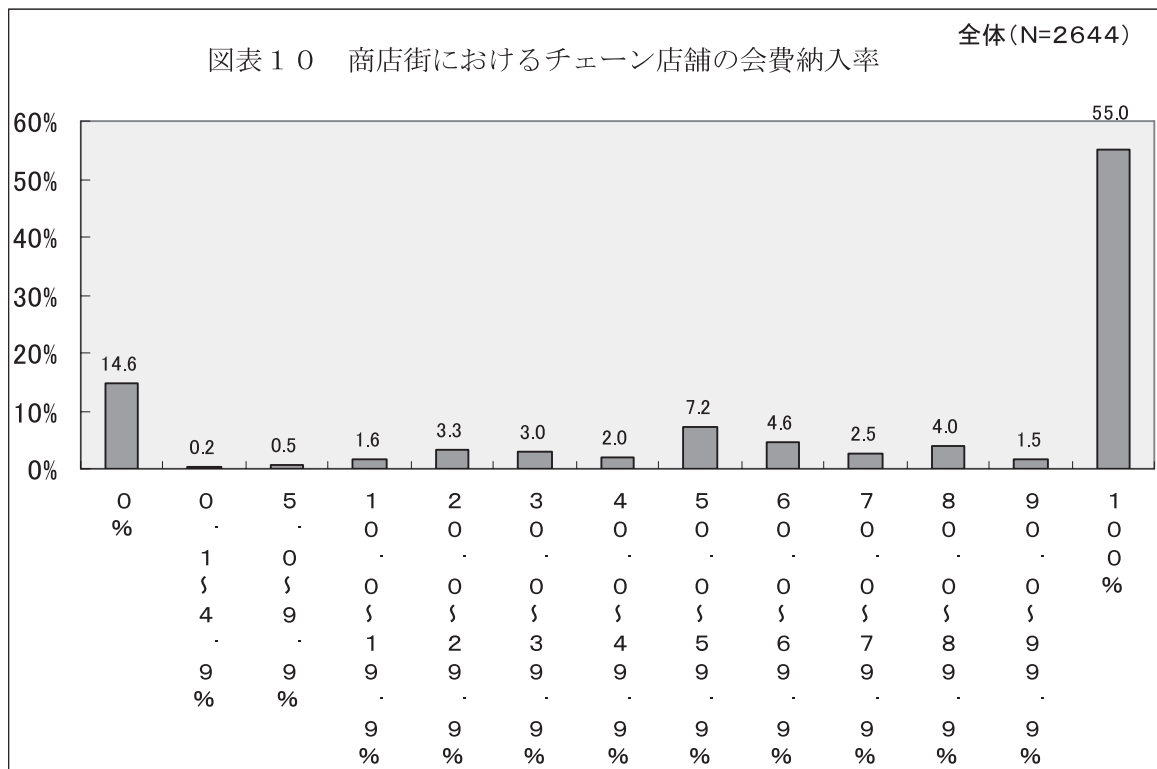
商店街にどのくらいチェーン店舗があるかきいたところ、平均 3.78 店であった。

さらに、個々の商店街の全店舗のうちチェーン店舗がどれくらいの割合であるか算出を行い、それが全店舗数の数とどのような関係があるかどうか分析した。「チェーン店舗がない」0%と回答した商店街が全店舗数「1~19 店」で一番高く 68.9%を占めている。それ以降店舗数が増えるに連れてチェーン店舗のある割合が高くなっていき、「30~39 店」以上の店舗数を持つ商店街には半数以上にチェーン店舗があるという結果となっている。(図表 9)

またチェーン店舗のうち会費を納めているチェーン店舗数の割合を商店街個別に集計したところ、「(100%の) チェーン店舗が会費を納めている」割合が 55.0%と過半数を超えているが、一方「全く納めていない (0%)」割合も 14.6%になっている。(図表 10)



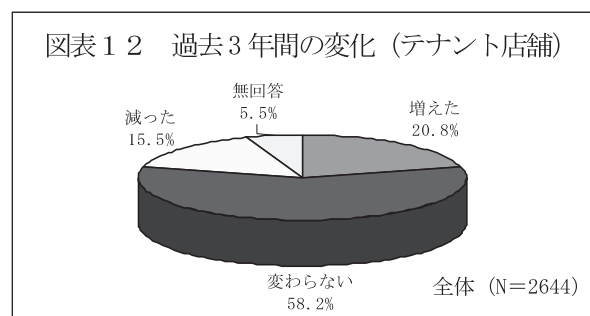
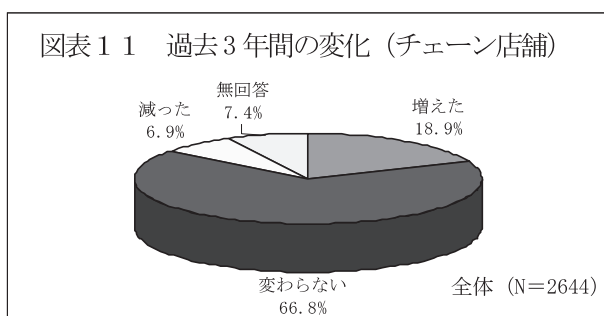
⁵ チェーン店舗は同一経営体グループより設置された店舗を指す。スーパー、コンビニエンスストアのほか、ファーストフード店、ドラッグストア等が該当。



過去3年間のチェーン店舗数の変化については「増えた」と回答した商店街が18.9%、「減った」が6.9%、「変わらない」が66.8%になっている。個々の商店街の全店舗におけるチェーン店舗数の割合と人口規模の関係について分析を行ったところ「0%」（チェーン店舗がない）と回答した商店街は「政令指定都市・特別区」24.0%から、概ね人口規模が小さくなるにつれて割合が高くなる傾向にある。（図表13）

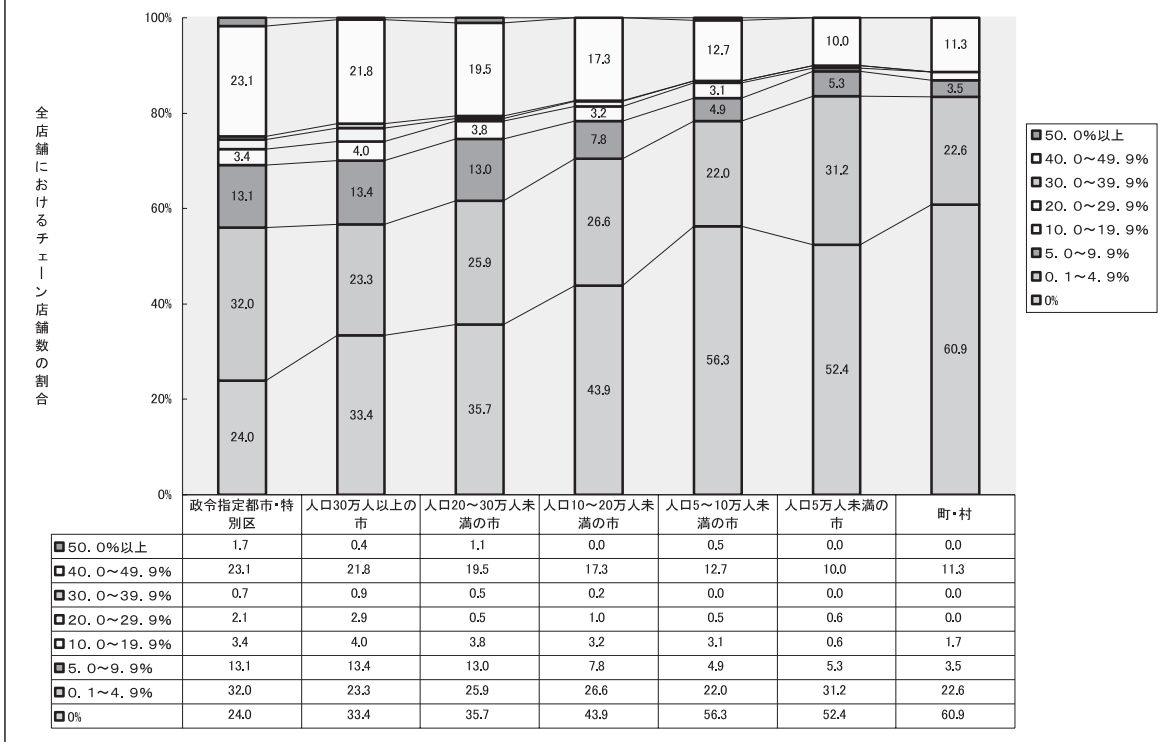
テナントの店舗⁶については3年間の変化についてのみ聞いている。

テナントの店舗が「増えた」と回答した商店街が20.8%、「減った」が15.5%、「変わらない」が58.2%になっている。（図表11、図表12）



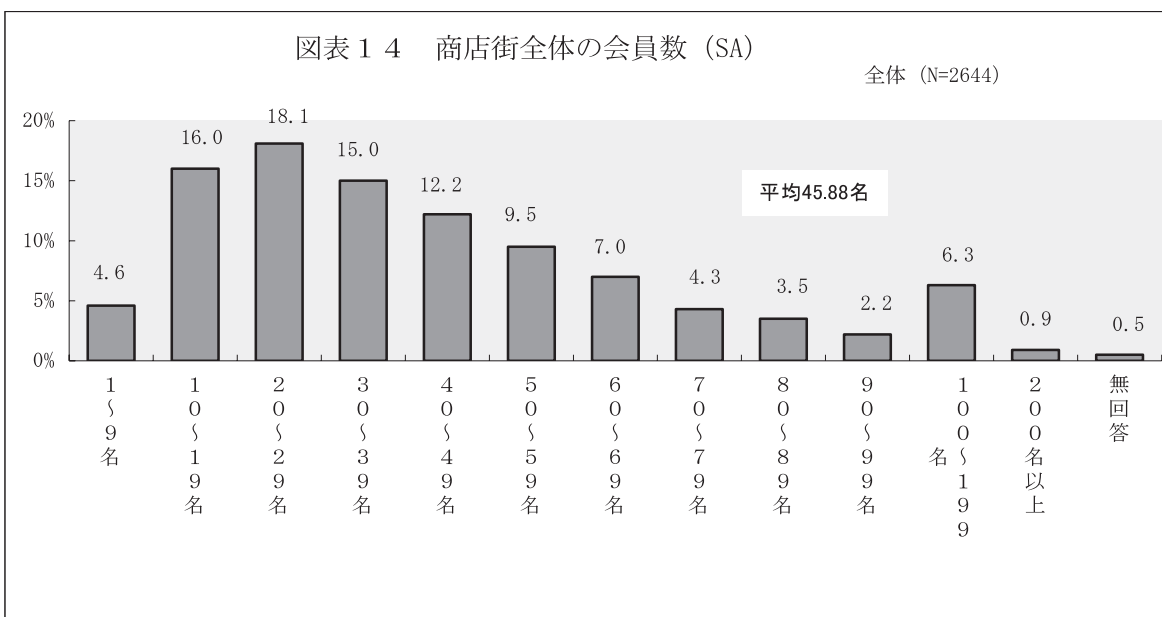
⁶ ここでいう「テナントの店舗」とは、建物の一部又は全部を賃借して出店している店を指す。

図表 1 3 人口規模とチェーン店舗率



3) 商店街の会員数 (組合員数)

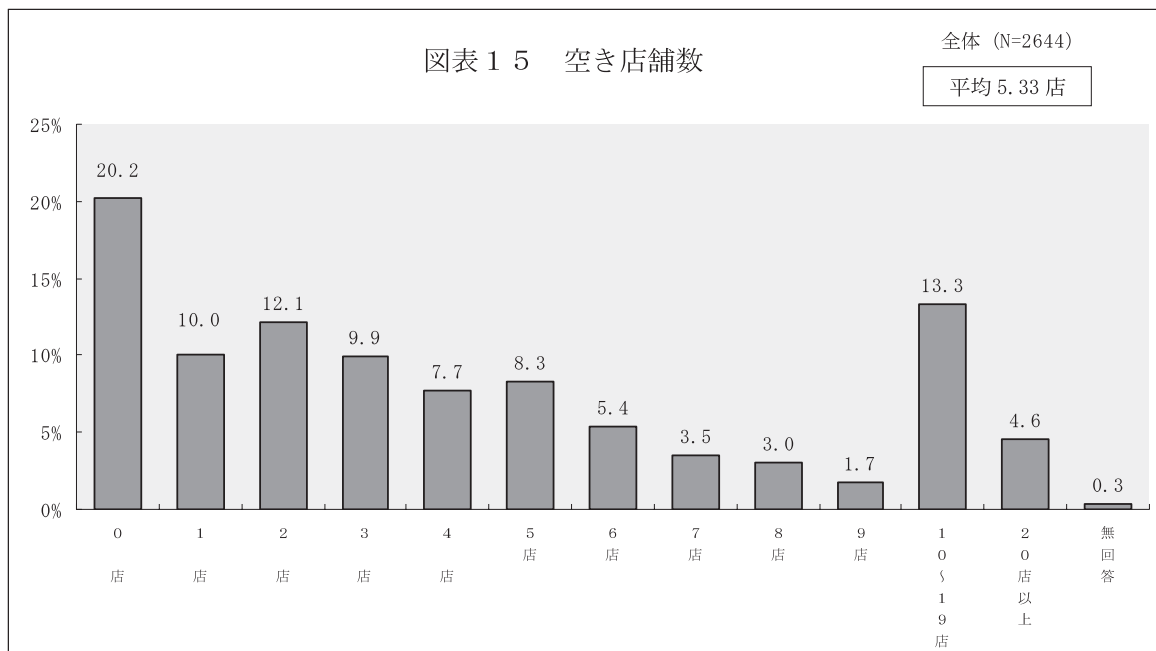
商店街の構成員のうち会員 (組合員) になっている人数を聞いたところ、1 商店街あたりの平均会員数 (組合員数) は 45.88 名であった。最も多いのは「20~29 名」で 18.1%、次いで「10~19 名」が 16.0%、「30~39 名」で 15.0%となっている。(図表 1 4)



4) 商店街の空き店舗数、空き店舗率について

①空き店舗数

ここ数年特に問題とされている商店街の空き店舗数について聞いた。
 一商店街における空き店舗数は平均 5.33 店である。アンケートを回答した商店街が前回と異なることから単純に比較することはできないが、「0 店」（空き店舗がない）と回答した商店街が前回の 23.9%から 20.2%に減っており、「10 店～19 店」の層が 5.5%増えている。その結果平均空き店舗数は 3.90 店から、1.43 店増加し、空き店舗問題は未だ歯止めのかからない状況が続いていることを示している。（図表 1 5、図表 1 6）



図表 1 6 空き店舗数（平成 15 年度調査と平成 18 年度調査の比較）

	件数	0 店	1 店	2 店	3 店	4 店	5 店	6 店	7 店	8 店	9 店	10 店以上	20 店以上	無回答	平均	実数合計							
平成15年度	3455	827	382	431	406	261	735	269	69	75	3.90	13185	100.0	23.9	11.1	12.5	11.8	7.6	21.3	7.8	2.0	2.2	100.0
平成18年度	2644	535	264	320	261	203	581	352	121	7	5.33	14042	100.0	20.2	10.0	12.1	9.9	7.7	22.0	13.3	4.6	0.3	100.0

②空き店舗率

全店舗数と空き店舗数から次の通り「空き店舗率」を算出した。

$$\text{空き店舗率 (\%)} = \frac{\text{商店街の空き店舗数の総合計}}{\text{商店街の全店舗数の総合計}}$$

平成 18 年度調査における空き店舗率は 8.98%となった。アンケートを回答した商店街が前回と異なることから単純に比較することはできないが、平成 15 年度調査の 7.31%から 1.67%の増となり、また商店街実態調査において、空き店舗率を求めることになってから最

も高い数値になった。(図表 1 7)

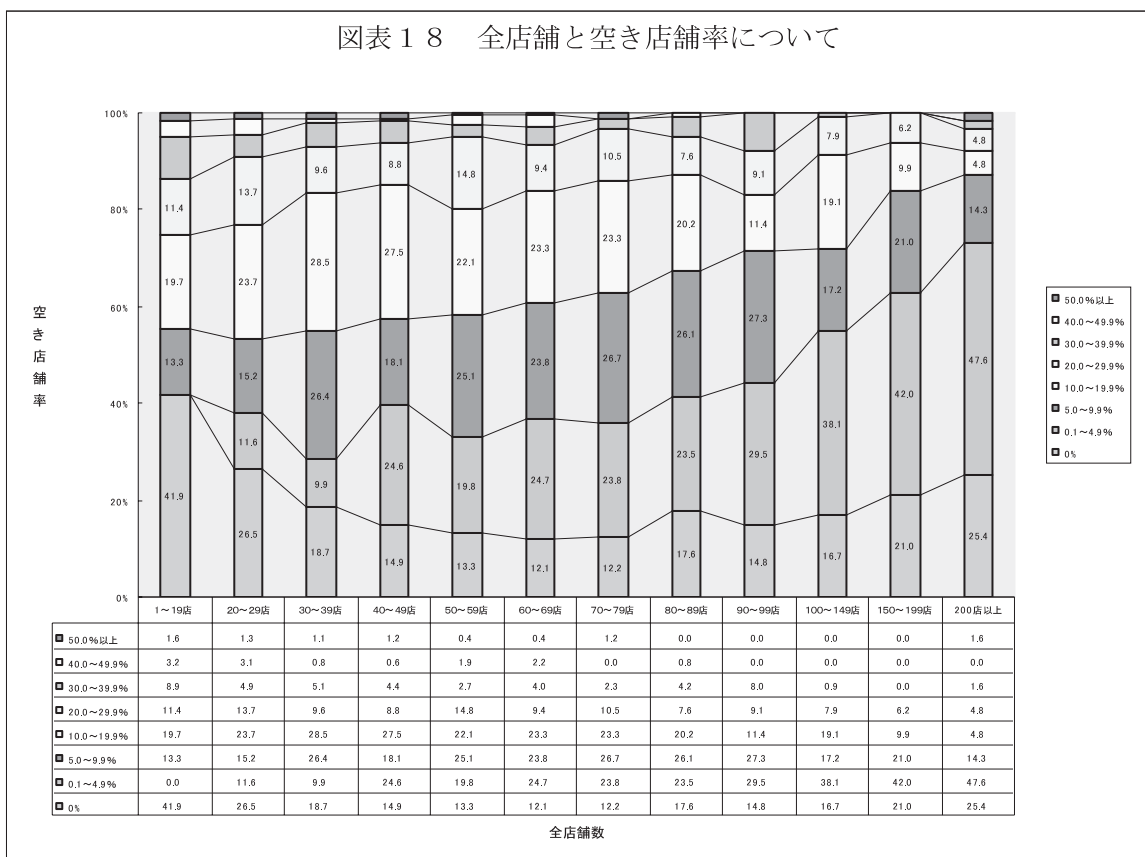
図表 1 7 空き店舗率と空き店舗の過年度比較

調査年度	空き店舗率	空き店舗の5年(または3年)前との比較(%)			
		増えている	変化なし	減っている	無回答
平成7年度	6.87%	46.0%	38.6%	8.4%	7.0%
平成12年度	8.53%	43.7%	38.8%	8.1%	9.4%
平成15年度	7.31%	36.8%	44.6%	11.2%	7.4%
平成18年度	8.98%	37.1%	46.5%	11.3%	5.1%

平成 7 年度調査においては、空き店舗率を計算する際に必要となる全店舗数をたずねていないため、商店街の組合員数(会員数)「準組合員数」「非組合員(非会員)」の合計を全店舗数として計算している。

商店街における全店舗数と空き店舗数の比率の比較によると「1~19 店」「20~29 店」においては「0%」(空き店舗がない)の層が最も高い。それ以降をみると、「30~39 店」「40~49 店」では「10.0~19.9%」、「50~59 店」「70~79 店」「80~89 店」では「5.0~9.9%」、「60~69 店」「90~99 店」「100~149 店」「150~199 店」「200 店以上」になると「0.1~4.9%」の層で最も高くなっている。(図表 1 8)

図表 1 8 全店舗と空き店舗率について

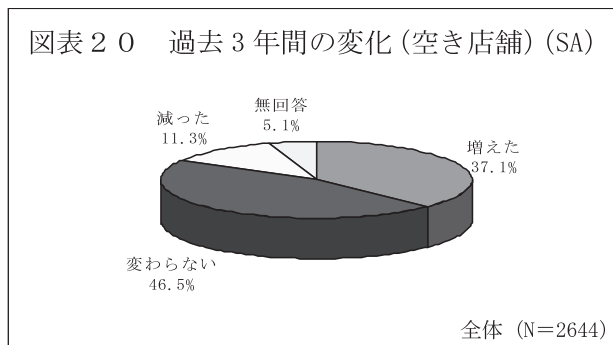


空き店舗率を人口規模からみると、「人口5～10万人未満の都市」13.43%が「人口5万人未満の都市」13.23%を若干上回っているが、基本的には、人口規模が小さくなるにつれて空き店舗率があがっていく傾向にある。「商店街タイプ」では「近隣型商店街」9.79%から「超広域型商店街」5.01%へ商圈の広い商店街ほど空き店舗率が小さくなっていく。「立地環境」では、「住宅団地」12.06%が最も高く、次いで「一般住宅街」10.27%、「一般商店街」10.21%の空き店舗率が高くなっている。(図表19)

図表19 空き店舗率

	合計	0%	1%	1%	2%	3%	4%	5%	7%	8%	無回答	平均(%)
			5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%		
			0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%		
総計	2644	546	1111	570	251	108	41	12	2	2	1	8.98
	100.0	20.7	42.0	21.6	9.5	4.1	1.6	0.5	0.1	0.1	0.0	
【人口規模】												
政令指定都市、特別区	922	241	422	151	68	24	10	5	1	-	-	6.59
	100.0	26.1	45.8	16.4	7.4	2.6	1.1	0.5	0.1	0.0	0.0	
人口30万以上の都市	455	91	218	94	33	12	3	1	1	2	-	8.16
	100.0	20.0	47.9	20.7	7.3	2.6	0.7	0.2	0.2	0.4	0.0	
人口20～30万人未満の都市	185	36	88	37	16	7	1	-	-	-	-	8.77
	100.0	19.5	47.6	20.0	8.6	3.8	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
人口10～20万人未満の都市	410	68	169	99	44	18	9	3	-	-	-	10.88
	100.0	16.6	41.2	24.1	10.7	4.4	2.2	0.7	0.0	0.0	0.0	
人口5～10万人未満の都市	387	65	115	105	56	29	15	1	-	-	1	13.43
	100.0	16.8	29.7	27.1	14.5	7.5	3.9	0.3	0.0	0.0	0.3	
人口5万人未満の都市	170	21	56	62	18	10	2	1	-	-	-	13.23
	100.0	12.4	32.9	36.5	10.6	5.9	1.2	0.6	0.0	0.0	0.0	
町・村	115	24	43	22	16	8	1	1	-	-	-	12.17
	100.0	20.9	37.4	19.1	14.0	7.0	0.8	0.8	0.0	0.0	0.0	
【商店街タイプ】												
近隣型商店街	1431	275	599	311	144	67	23	8	2	1	1	9.79
	100.0	19.2	41.9	21.7	10.1	4.7	1.6	0.6	0.1	0.1	0.1	
地域型商店街	928	179	375	227	94	32	16	4	-	1	-	8.96
	100.0	19.3	40.4	24.5	10.1	3.4	1.7	0.4	0.0	0.1	0.0	
広域型商店街	184	60	85	25	8	5	1	-	-	-	-	6.04
	100.0	32.6	46.2	13.6	4.3	2.7	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
超広域型商店街	66	23	36	5	1	-	1	-	-	-	-	5.01
	100.0	34.8	54.5	7.6	1.5	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	
無回答	35	9	16	2	4	4	-	-	-	-	-	10.08
	100.0	25.7	45.7	5.7	11.4	11.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
【商業立地環境】												
繁華街	317	77	149	52	25	10	3	1	-	-	-	7.55
	100.0	24.3	47.0	16.4	7.9	3.2	0.9	0.3	0.0	0.0	0.0	
一般商店街	1149	164	491	290	127	47	21	6	1	1	1	10.21
	100.0	14.3	42.7	25.2	11.1	4.1	1.8	0.5	0.1	0.1	0.1	
一般住宅街	428	121	135	102	39	18	9	2	1	1	-	10.27
	100.0	28.3	31.5	23.8	9.1	4.2	2.1	0.5	0.2	0.2	0.0	
住宅団地	89	20	23	19	18	7	1	1	-	-	-	12.06
	100.0	22.5	25.8	21.3	20.2	7.9	1.1	1.1	0.0	0.0	0.0	
駅前	487	106	231	87	35	20	6	2	-	-	-	7.63
	100.0	21.8	47.4	17.9	7.2	4.1	1.2	0.4	0.0	0.0	0.0	
駅ビル	14	7	4	1	1	-	1	-	-	-	-	2.23
	100.0	50.0	28.6	7.1	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	
地下街	8	6	2	-	-	-	-	-	-	-	-	0.42
	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
ロードサイド	44	13	24	6	1	-	-	-	-	-	-	5.50
	100.0	29.5	54.5	13.6	2.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
オフィス街	38	11	19	8	-	-	-	-	-	-	-	4.76
	100.0	28.9	50.0	21.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他	64	18	30	5	5	6	-	-	-	-	-	9.42
	100.0	28.1	46.9	7.8	7.8	9.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
無回答	6	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	3.70
	100.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

過去 3 年間の空き店舗数の変化については「増えた」と回答した商店街が 37.1%、「減った」が 11.3%、「変わらない」が 46.5%になっている。(図表 2 0)

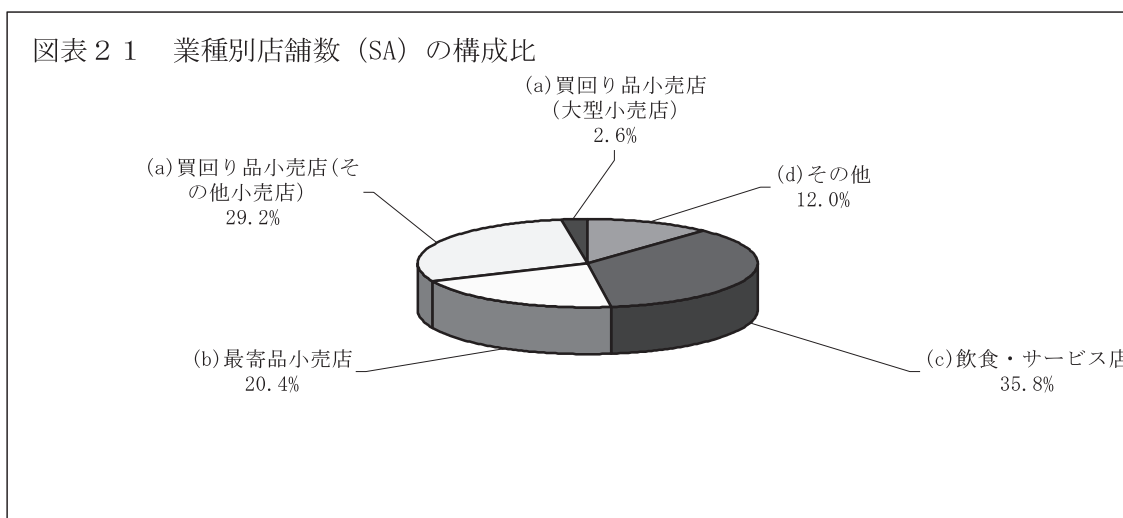


(4) 商店街の業種別店舗数について

商店街の業種別店舗数の割合については「飲食・サービス店」が 35.8%と「買回り品小売店(その他小売店)」の 29.2%を上回る結果となった。(図表 2 1、図表 2 2)

最近 3 年間の店舗数の変化をみると「飲食・サービス店」が「減った」18.5%に対し、「増えた」21.9%で唯一増加している。(図表 2 3)

「買回り品小売店(その他小売店)」は全体の 28.0%、「最寄品小売店」は 24.2%の商店街が「減った」と回答している。

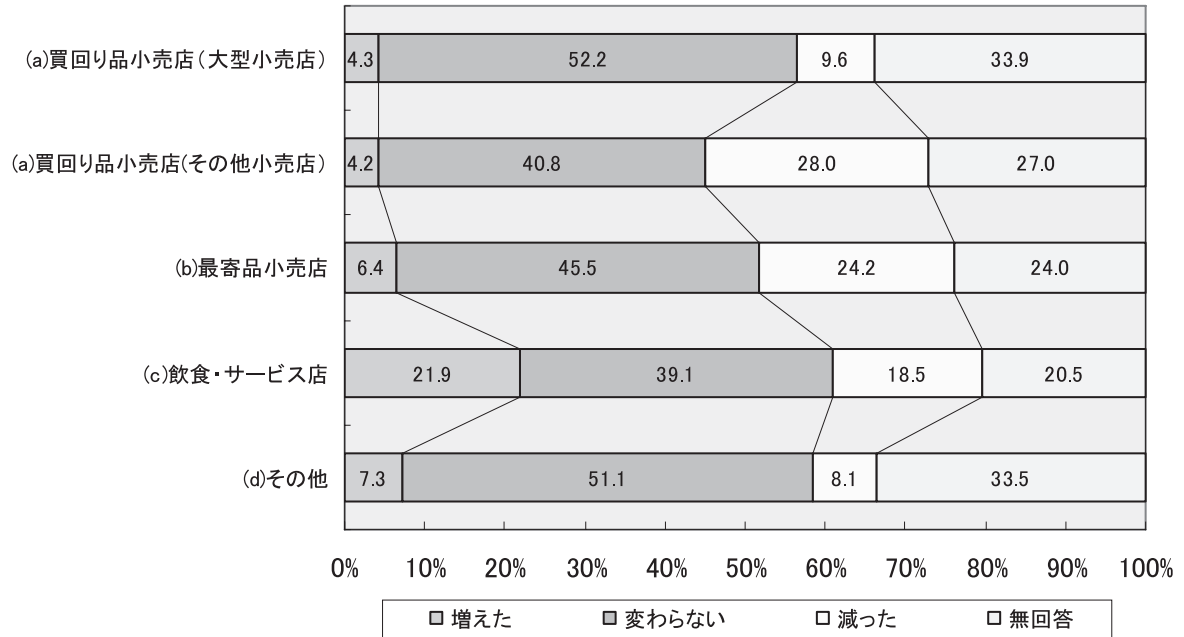


図表 2 2 業種別店舗数・合計値と構成比

	例 示	実数 構成比(%)
(a) 買回り品小売店(大型) 店舗数	比較して購入する商品を販売する大型小売店(百貨店、総合スーパーマーケット、大型ディスカウント店等)	2746 2.6
(a) その他買回り品小売店 店舗数	その他の買回り小売店(衣料品店、身の回り品店など、いくつかの店舗を訪れて比較して購入する商品を販売する小売店)	31210 29.2
(b) 最寄品小売店 店舗数	最寄の店舗で購入する商品を販売する小売店(生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア等)	21783 20.4
(c) 飲食・サービス店 店舗数	飲食店、サービス店、遊技場	38290 35.8
(d) その他 店舗数	金融機関・公共施設、事務所等	12810 12.0
総 数		106839 100.0

図表 2 3 最近 3 年間の店舗数の変化

全体 (N=2644)



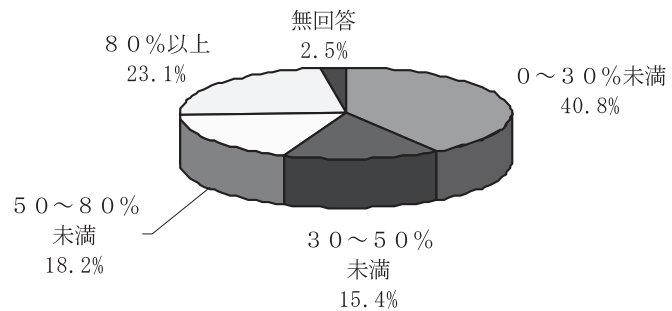
(5) 商店主の居住状況について

商店街における商店主の居住状況については「0～30%未満」が最も多く40.8%になっている。以降「80%以上」が23.1%、「50～80%以上」が18.2%、「30～50%未満」が15.4%になっている。(図表24)

人口規模別にみると、規模が小さくなるほど居住割合が大きくなっている。また商店街タイプではより地域に密着した「近隣型商店街」「地域型商店街」の居住割合が比較的高くなっている。(図表25)

図表 2 4 商店主が居住している店舗の割合

全体 (N=2644)



図表 2 5 居住している店舗の割合（人口規模、商店街タイプ）

	合 計	0 ～ 3 0 % 未 満	3 0 ～ 5 0 % 未 満	5 0 ～ 8 0 % 未 満	8 0 % 以 上	無 回 答
総 数	2644 100.0	1080 40.8	407 15.4	480 18.2	612 23.1	65 2.5

【人口規模】

政令指定都市・特別区	922 100.0	421 45.7	129 14.0	177 19.2	167 18.1	28 3.0
人口30万人以上の市	455 100.0	246 54.1	68 14.9	52 11.4	78 17.1	11 2.4
人口20～30万人未満の市	185 100.0	100 54.1	26 14.1	31 16.8	25 13.5	3 1.6
人口10～20万人未満の市	410 100.0	135 32.9	84 20.5	77 18.8	106 25.9	8 2.0
人口5～10万人未満の市	387 100.0	114 29.5	66 17.1	90 23.3	109 28.2	8 2.1
人口5万人未満の市	170 100.0	41 24.1	23 13.5	32 18.8	73 42.9	1 0.6
町・村	115 100.0	23 20.0	11 9.6	21 18.3	54 46.9	6 5.2

【商店街タイプ】

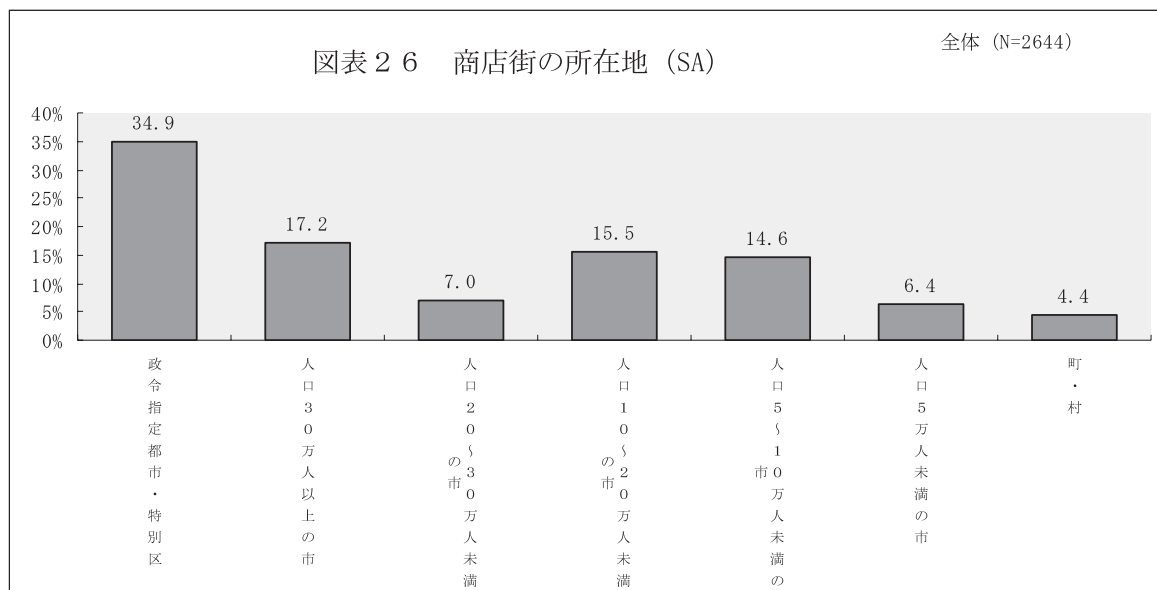
近隣型商店街	1431 100.0	489 34.2	215 15.0	282 19.7	409 28.6	36 2.5
地域型商店街	928 100.0	399 43.0	153 16.5	172 18.5	183 19.7	21 2.3
広域型商店街	184 100.0	122 66.3	31 16.8	15 8.2	13 7.1	3 1.6
超広域型商店街	66 100.0	56 84.8	3 4.5	2 3.0	2 3.0	3 4.5
無 回 答	35 100.0	14 40.0	5 14.3	9 25.7	5 14.3	2 5.7

II. 商店街の立地環境及び商業環境

(1) 立地

1) 商店街の所在地⁷

今回の調査で回答のあった商店街の所在地についてまとめた。(図表 2 6)
 全体の半数が「人口 30 万人以上の市」「政令指定都市・特別区」で占められている。



2) 商店街の立地環境

商店街の商業立地環境については、「一般商店街」が 43.5%、次いで「駅前」18.4%、「一般住宅街」16.2%、「繁華街」12.0%になっている。(図表 2 7)

「住宅団地」「駅ビル」「地下街」「ロードサイド」⁸「オフィス街」については、それぞれが全体の 4.0%以下になっており合計でも 10.0%に満たない。

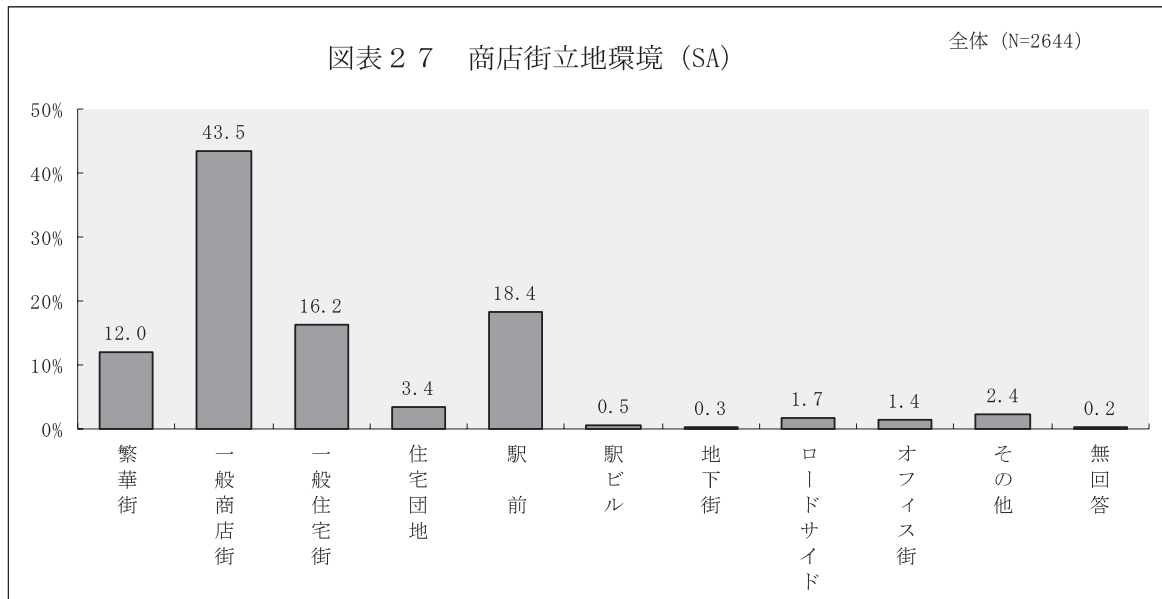
人口規模別にみると、全ての規模において「一般商店街」が最も高い。

特に「人口 5~10 万人未満の市」、「人口 5 万人未満の市」はそれぞれ 52.5%、62.4%と「一般商店街」が高い数字を示している。

商店街タイプ別にみると、「近隣型商店街」と「地域型商店街」については「一般商店街」と回答した商店街が多かったが、「広域型商店街」と「超広域型商店街」については群を抜いて「繁華街」とする回答が多かった。(図表 2 8)

⁷ 商店街事務所又は代表者の住所。

⁸ 「ロードサイド」は主に郊外のバイパス沿いのことを指す。



図表 2 8 商店街立地環境 (人口規模、商店街タイプ)

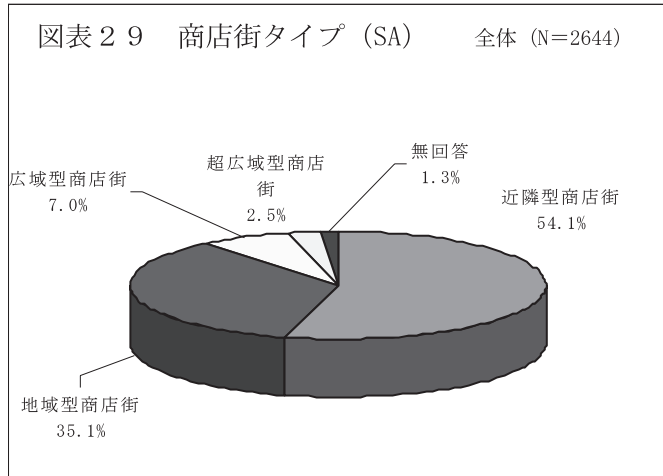
	合 計	繁華街	一般商店街	一般住宅街	住宅団地	駅前	駅ビル	地下街	ロードサイド	オフィス街	その他	無回答
総 数	2644	317	1149	428	89	487	14	8	44	38	64	6
	100.0	12.0	43.5	16.2	3.4	18.4	0.5	0.3	1.7	1.4	2.4	0.2
【人口規模】												
政令指定都市・特別区	922	112	380	162	34	169	6	8	9	25	15	2
	100.0	12.1	41.2	17.6	3.7	18.3	0.7	0.9	1.0	2.7	1.6	0.2
人口30万人以上の市	455	88	159	84	18	83	1	-	4	5	11	2
	100.0	19.3	34.9	18.5	4.0	18.2	0.2	-	0.9	1.1	2.4	0.4
人口20～30万人未満の市	185	31	67	28	8	41	4	-	2	1	3	-
	100.0	16.8	36.2	15.1	4.3	22.2	2.2	-	1.1	0.5	1.6	-
人口10～20万人未満の市	410	38	184	62	18	76	2	-	12	5	11	2
	100.0	9.3	44.9	15.1	4.4	18.5	0.5	-	2.9	1.2	2.7	0.5
人口5～10万人未満の市	387	28	203	54	8	70	1	-	9	2	12	-
	100.0	7.2	52.5	14.0	2.1	18.1	0.3	-	2.3	0.5	3.1	-
人口5万人未満の市	170	16	106	19	-	22	-	-	3	-	4	-
	100.0	9.4	62.4	11.2	-	12.9	-	-	1.8	-	2.4	-
町・村	115	4	50	19	3	26	-	-	5	-	8	-
	100.0	3.5	43.5	16.5	2.6	22.6	-	-	4.3	-	7.0	-
無 回 答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
【商店街タイプ】												
近隣型商店街	1431	61	664	326	66	252	1	1	10	14	34	2
	100.0	4.3	46.4	22.8	4.6	17.6	0.1	0.1	0.7	1.0	2.4	0.1
地域型商店街	928	122	441	83	21	191	8	3	27	15	16	1
	100.0	13.1	47.5	8.9	2.3	20.6	0.9	0.3	2.9	1.6	1.7	0.1
広域型商店街	184	85	32	11	2	35	2	1	6	7	2	1
	100.0	46.2	17.4	6.0	1.1	19.0	1.1	0.5	3.3	3.8	1.1	0.5
超広域型商店街	66	45	5	-	-	5	2	3	-	2	4	-
	100.0	68.2	7.6	-	-	7.6	3.0	4.5	-	3.0	6.1	-
無 回 答	35	4	7	8	4	4	1	-	1	-	8	2
	100.0	11.4	20.0	22.9	-	11.4	2.9	-	2.9	-	22.9	5.7

3) 商店街のタイプ

今回の調査では、全体の54.1%が「近隣型商店街」であった。次いで、「地域型商店街」35.1%、「広域型商店街」7.0%、「超広域型商店街」2.5%となっている。生活圏内で地域に密着した「近隣型商店街」、その範囲をやや広めた「地域型商店街」の割合が全体の89.2%を占めている。(図表29)

人口規模別にみると、商圏が狭く地域に密着した「近隣型商店街」においては「政令指定都市・特別区」「町・村」の割合がやや高くなっているが、総じて人口規模においてはそれほど差異がみられないのに対し、その商圏がやや広い「地域型商店街」は「人口5万人未満の市」から「人口20～30万人未満の市」で4割を超えており、他の人口規模より割合が多くなっている。また「広域型商店街」については「人口30万人以上の市」「人口20万人～30万人未満の市」がそれぞれ12.5%、12.4%でその他の人口規模より割合が多くなっている。「超広域型商店街」ではそもそもサンプル数が66と少ないが、「政令指定都市・特別区」「人口30万人以上の市」に集まっている。

このことから生活圏に密着した狭い商圏の「近隣型商店街」の割合は人口規模別に差異性が見られないのに対し、「地域型商店街」「広域型商店街」「超広域型商店街」と商圏が広くなるにつれて、その割合の中心の人口規模が段階的に大きくなる傾向にある。(図表30)



図表30 商店街タイプ (人口規模)

人口規模	合計	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	2644	1431	928	184	66	35
	100.0	54.1	35.1	7.0	2.5	1.3
政令指定都市・特別区	922	573	237	49	43	20
	100.0	62.1	25.7	5.3	4.7	2.2
人口30万人以上の市	455	221	157	57	18	2
	100.0	48.6	34.5	12.5	4.0	0.4
人口20～30万人未満の市	185	82	77	23	3	-
	100.0	44.3	41.6	12.4	1.6	-
人口10～20万人未満の市	410	191	179	35	2	3
	100.0	46.6	43.7	8.5	0.5	0.7
人口5～10万人未満の市	387	212	159	9	-	7
	100.0	54.8	41.1	2.3	-	1.8
人口5万人未満の市	170	79	83	6	-	2
	100.0	46.5	48.8	3.5	-	1.2
町・村	115	73	36	5	-	1
	100.0	63.5	31.3	4.3	-	0.9
無回答	-	-	-	-	-	-

(2) 商業環境

1) 商店街の来街者層

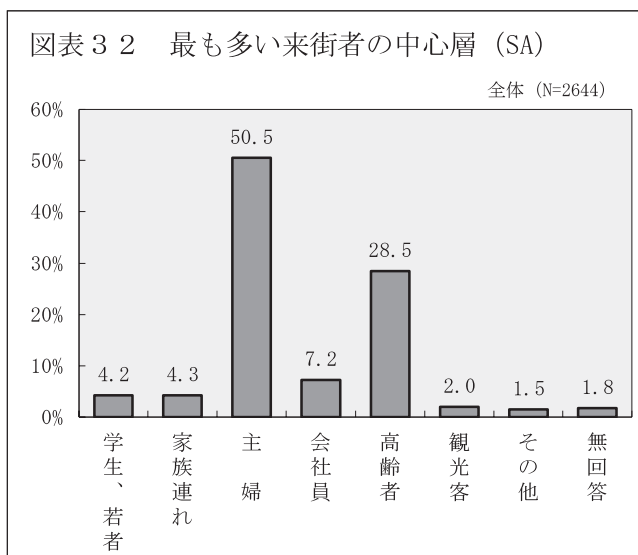
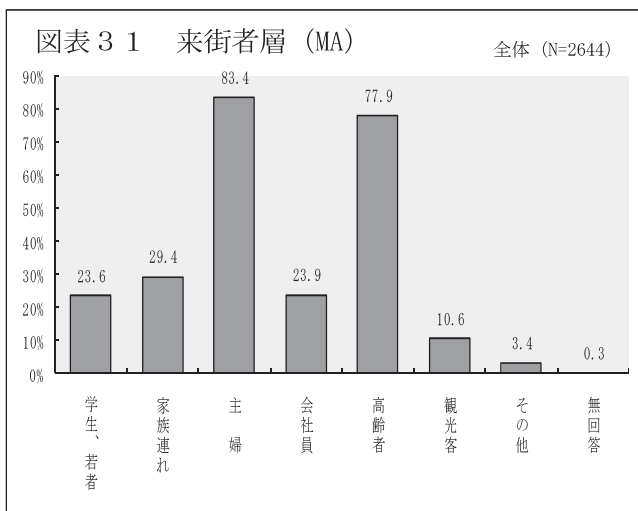
商店街を訪れる来街者層について聞いた（複数回答）。多くの商店街で「主婦」83.4%、「高齢者」77.9%の層をあげている。「家族連れ」29.4%、「学生、若者」23.6%、会社員23.9%がそれに続いている。（図表3 1）

商店街のタイプ別にみると、中心来街者層になっている「主婦」や「高齢者」については「近隣型商店街」「地域型商店街」の割合が特に高くなっている。（図表3 3）

また、「学生、若者」「家族連れ」「会社員」「観光客」については「近隣型商店街」「地域型商店街」と比較してより範囲の広い「広域型商店街」「超広域型商店街」を訪れる傾向が高くなっている。

次に商店街を訪れる来街者層で最も多い層を聞いたところ、「主婦」が50.5%で最も高かった。次いで「高齢者」が28.5%、「会社員」が7.2%、「家族連れ」が4.3%、「学生、若者」が4.2%、観光客が2.0%という結果になった。（図表3 2）

商店街のタイプ別にみると、「主婦」は「近隣型商店街」「地域型商店街」「広域型商店街」で4割以上の割合を占めている。「高齢者」は利便性のある近所で生活必需品を購入するためか「近隣型商店街」において32.6%と最も高い数値になっている。「学生、若者」「会社員」「観光客」は「超広域型商店街」で最も高い割合を示している。それぞれのライフスタイルによって商店街を訪れる目的が変わることを表わしていると推測される。（図表3 4）



図表 3 3 商店街の中心来街者層（商店街タイプ）

	合 計	学 生、 若 者	家 族 連 れ	主 婦	会 社 員	高 齢 者	観 光 客	そ の 他	無 回 答
総 数	2644 100.0	625 23.6	777 29.4	2204 83.4	631 23.9	2059 77.9	281 10.6	91 3.4	7 0.3

【商店街タイプ】

近隣型商店街	1431 100.0	219 15.3	293 20.5	1235 86.3	226 15.8	1154 80.6	70 4.9	40 2.8	2 0.1
地域型商店街	928 100.0	259 27.9	336 36.2	778 83.8	274 29.5	736 79.3	126 13.6	32 3.4	3 0.3
広域型商店街	184 100.0	92 50.0	100 54.3	140 76.1	79 42.9	124 67.4	41 22.3	7 3.8	-
超広域型商店街	66 100.0	43 65.2	36 54.5	40 60.6	38 57.6	29 43.9	36 54.5	6 9.1	-
無 回 答	35 100.0	12 34.3	12 34.3	11 31.4	14 40.0	16 45.7	8 22.9	6 17.1	2 5.7

図表 3 4 最も多い来街者層（商店街タイプ）

	合 計	学 生、 若 者	家 族 連 れ	主 婦	会 社 員	高 齢 者	観 光 客	そ の 他	無 回 答
総 数	2644 100.0	111 4.2	114 4.3	1335 50.5	190 7.2	753 28.5	54 2.0	39 1.5	48 1.8

【商店街タイプ】

近隣型商店街	1431 100.0	26 1.8	41 2.9	791 55.3	55 3.8	467 32.6	11 0.8	18 1.3	22 1.5
地域型商店街	928 100.0	40 4.3	54 5.8	454 48.9	90 9.7	238 25.6	26 2.8	11 1.2	15 1.6
広域型商店街	184 100.0	24 13.0	14 7.6	74 40.2	24 13.0	35 19.0	4 2.2	3 1.6	6 3.3
超広域型商店街	66 100.0	19 28.8	4 6.1	10 15.2	14 21.2	5 7.6	9 13.6	3 4.5	2 3.0
無 回 答	35 100.0	2 5.7	1 2.9	6 17.1	7 20.0	8 22.9	4 11.4	4 11.4	3 8.6

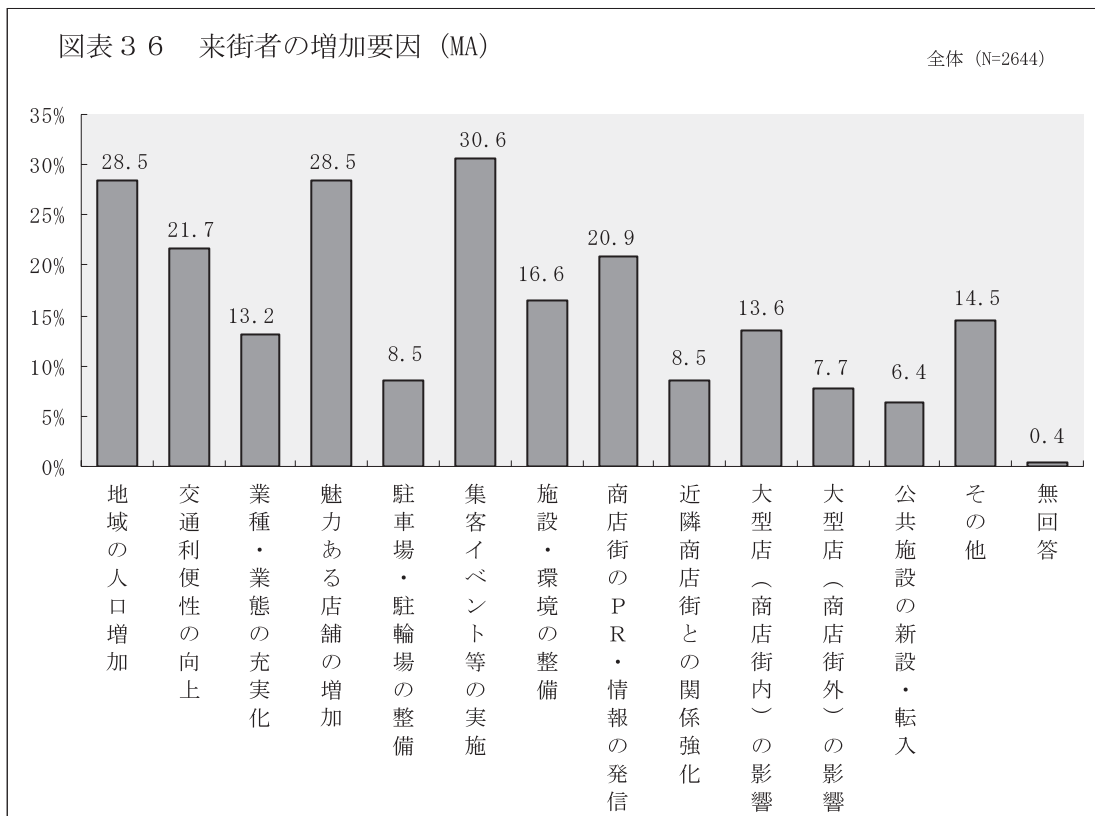
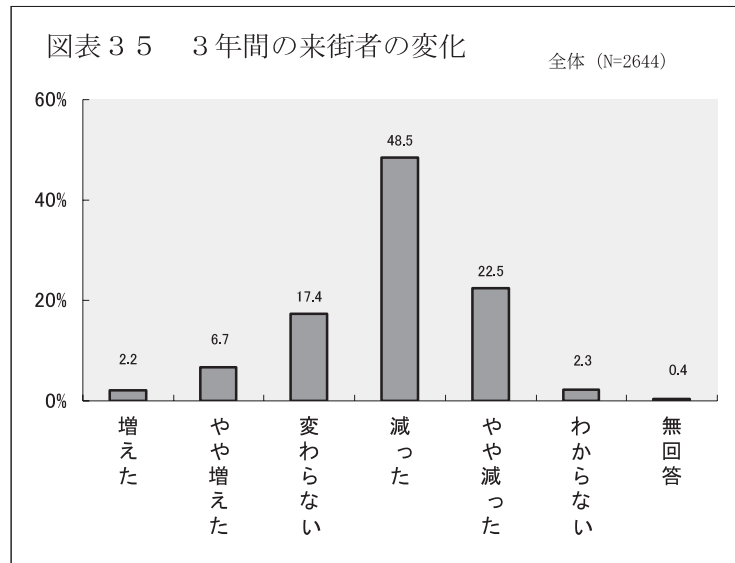
2) 商店街の来街者数の変化について

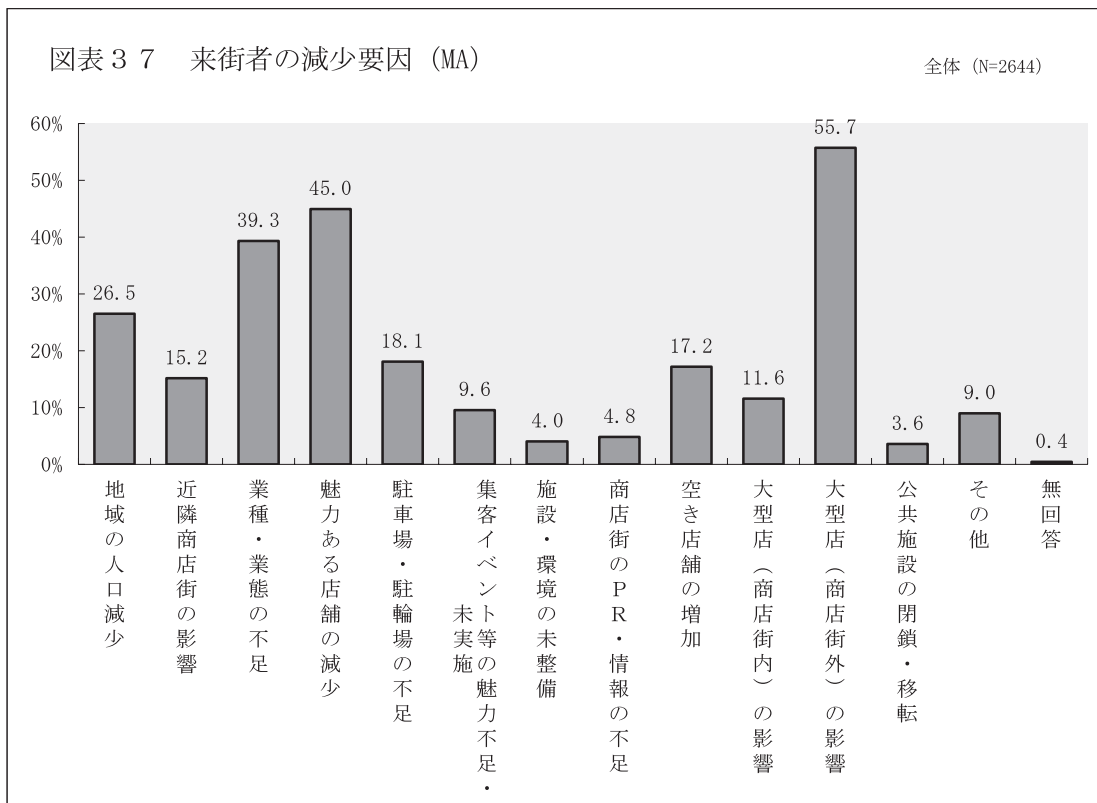
ここ3年間における来街者数の変化を聞いたところ、「減った」「やや減った」とする回答の合計が全体の71.0%に達する結果となった。「増えた」「やや増えた」とする回答は2.2%、6.7%とわずかにすぎない。(図表35)

「増えた」「やや増えた」と回答した商店街に増加要因をたずねたところ(複数回答)、「集客イベント等の実施」30.6%が最も多く、次いで「地域の人口増加」「魅力ある店舗の増加」ともに28.5%、「交通利便性の向上」21.7%があげられている。(図表36)

また、「大型店(商店街内)の影響」「大型店(商店街外)の影響」という選択肢も13.6%と7.7%と若干ではあるが、来街者数の増加要因の一因になっている。

「減った」「やや減った」とする要因については「大型店(商店街外)の影響」が55.7%と過半数を超える割合になっている。その他、「魅力ある店舗の減少」45.0%「業種・業態の不足」39.3%「地域の人口減少」26.5%が続き、それらの二次的要因とも想定されるが「空き店舗の増加」17.2%もあげられている。(図表37)





3) 商店街の来街者ニーズ調査と通行量調査について

商店街において来街者に対するニーズ調査と通行量調査について実施しているかどうかを聞いた。「定期的の実施している」と回答した商店街は各々2.2%、9.8%であった。「必要に応じて実施」している商店街、18.2%、14.1%をそれぞれあわせると、各調査を実施している商店街は全体の2割程度にあたる。また、全く実施していないとする商店街はそれぞれ71.7%、67.5%になっている。(図表38)

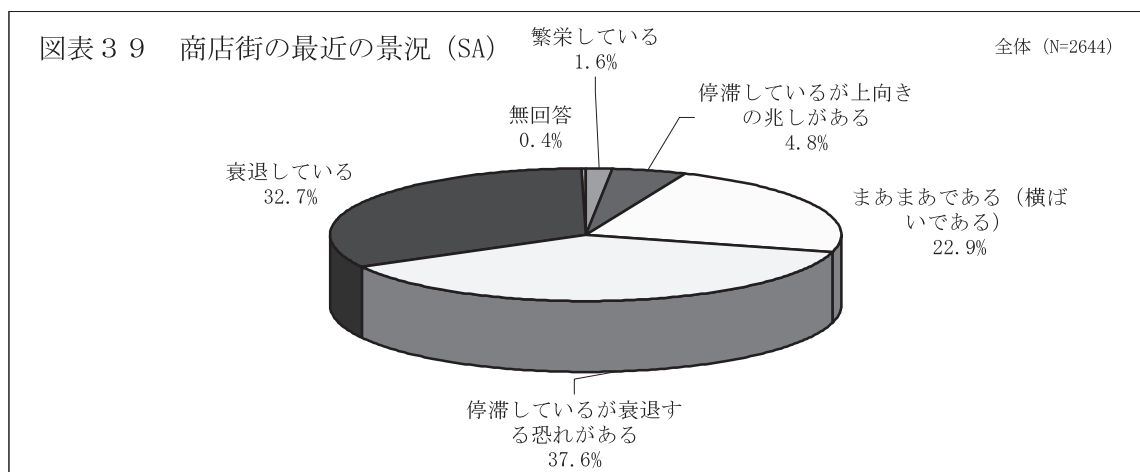
図表 3 8 来街者のニーズ把握調査と通行量調査の実施

	件数	定期的 に実施	必要 に応じて 実施	実施 計画中	実施 してい ない	そ の 他	無 回 答
ニーズ把握調査	2644	57	480	76	1895	42	94
	100.0	2.2	18.2	2.9	71.7	1.6	3.6
通行量調査	2644	260	373	32	1786	98	95
	100.0	9.8	14.1	1.2	67.5	3.7	3.6

Ⅲ. 商店街の景況と近年の変化

(1) 商店街の最近の景況

商店街の景況をみると、「繁栄している」1.6%、「まあまあである（横ばいである）」22.9%、「停滞しているが上向きの兆しがある」4.8%、「停滞しているが衰退する恐れがある」37.6%、「衰退している」32.7%となっている。（図表39）



平成15年度の調査においては3つのカテゴリー「繁栄している」「停滞している」「衰退している」の設問であったが、今回は「停滞している」の項目を「停滞しているが上向きの兆しがある」「まあまあである（横ばいである）」「停滞しているが衰退する恐れがある」の3つに細分化して現況を聞くこととした。（図表40）

前回「繁栄している」と回答した商店街が2.3%あったのに対し、今回の調査では1.6%と商店街を取り巻く景況は依然厳しい状況であることがわかる。ただし「停滞しているが上向きの兆しがある」という回答も4.8%あることから、一部の商店街においてはこれから改善する兆しもあることが窺える。

「衰退している」とする回答は前回の43.2%から32.7%に減数しているものの、減った要素については、「停滞しているが衰退する恐れがある」の分類等にも含まれることも考えられるため状況が好転しつつあるとは一概には言えない。また「衰退している」と「停滞しているが衰退する恐れがある」で合計70.3%にのぼることから、まだまだ商店街を取り巻く景況の回復には至っていないと考えられる。

図表40 商店街の最近の景況（過年度比較）

	繁栄している	停滞している	衰退している	無回答
平成7年度	2.7%	43.6%	51.1%	2.6%
平成12年度	2.2%	52.8%	38.6%	6.3%
平成15年度	2.3%	53.4%	43.2%	1.2%

	繁栄している	停滞しているが上向きの兆しがある	まあまあである（横ばいである）	停滞しているが衰退する恐れがある	衰退している	無回答
平成18年度	1.6%	4.8%	22.9%	37.6%	32.7%	0.4%

人口規模別にみると「政令指定都市・特別区」において「繁栄している」「停滞しているが上向きの兆しがある」「まあまあである（横ばいである）」の回答割合が最も高くなっており、反対に「停滞しているが衰退する恐れがある」「衰退している」については他の人口規模より低い割合になっている。特に「繁栄している」はサンプル数が 41 と少ないが全体平均で 1.6%のところ 3.5%という回答があり、「政令指定都市・特別区」の商店街は景況感が他の人口規模の小さい地域の商店街より多少好況であることがわかる。（図表 4 1）

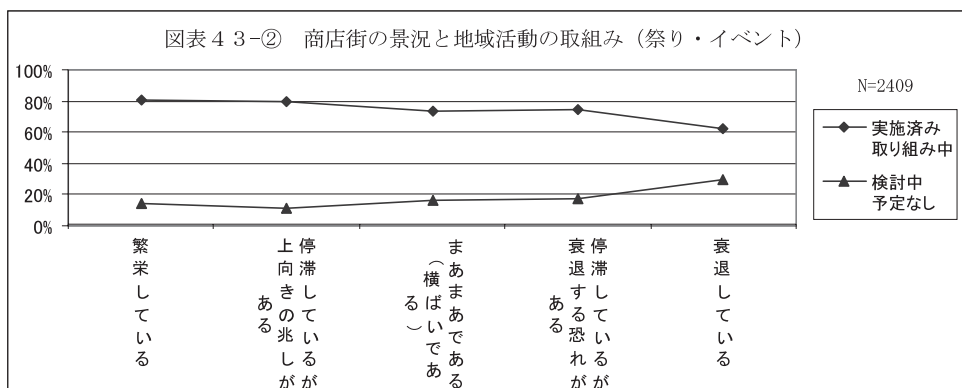
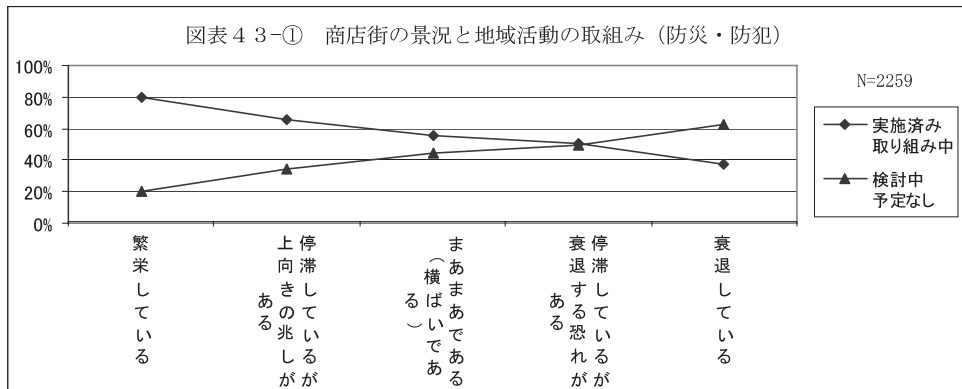
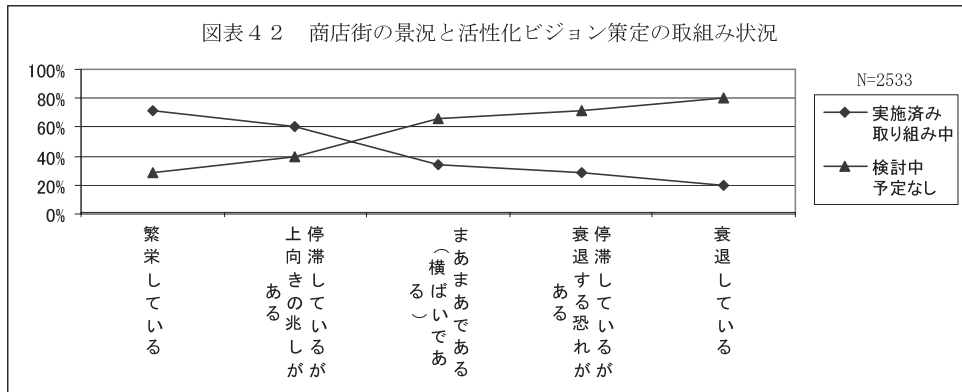
商店街タイプでみると、商圏が広い「商店街タイプ」であるほど景況がよくなる傾向があり、逆に商圏の狭い商店街は景況が悪くなる傾向がみられる。特に「近隣型商店街」では、「繁栄している」という商店街はわずか 0.3%であり、他の商店街よりも極端に割合が少なく、「超広域型商店街」では、「繁栄している」という回答が 13.6%になっている。

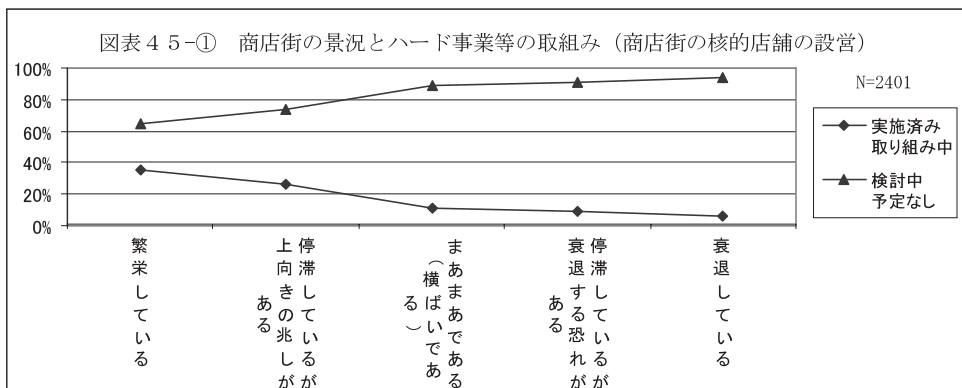
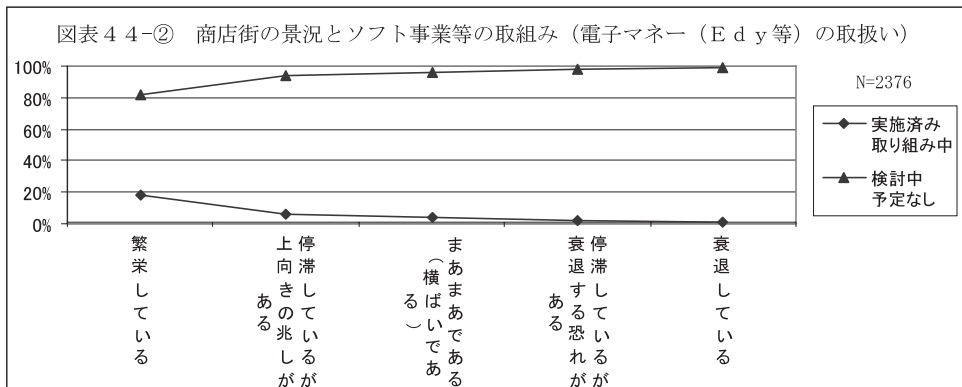
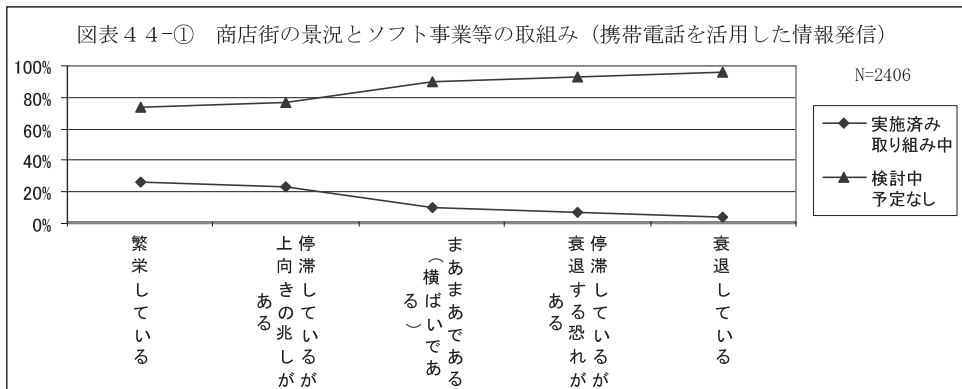
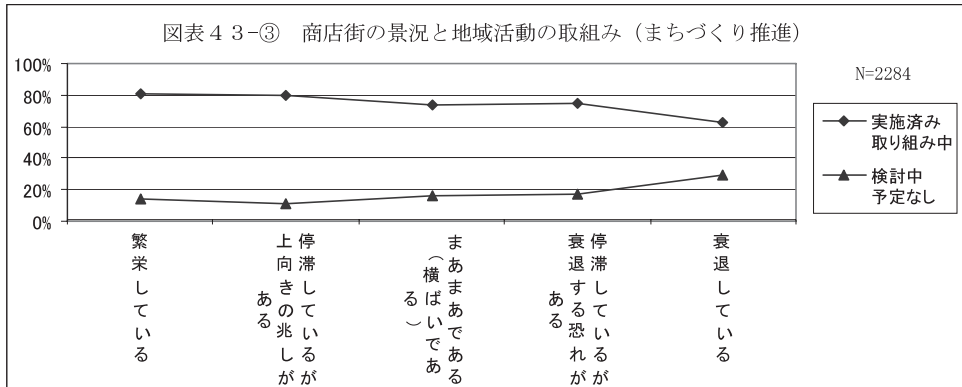
図表 4 1 商店街の最近の景況（人口規模、商店街タイプ）

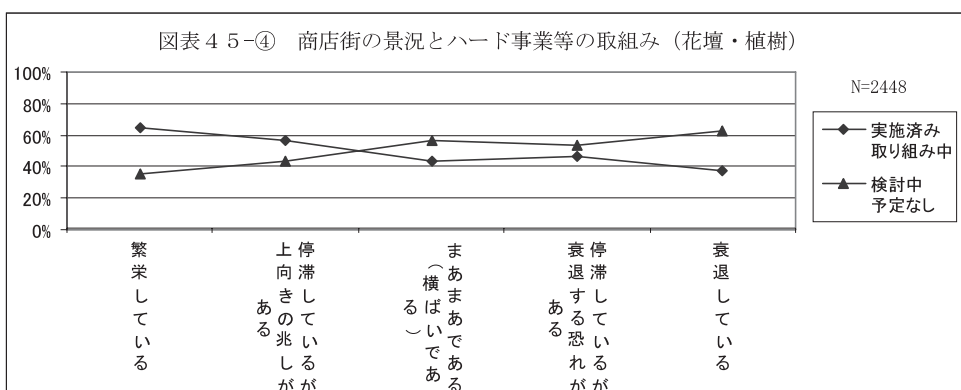
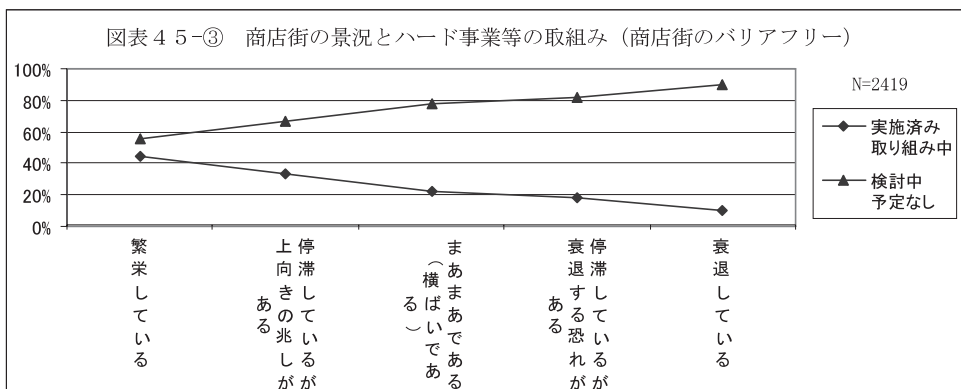
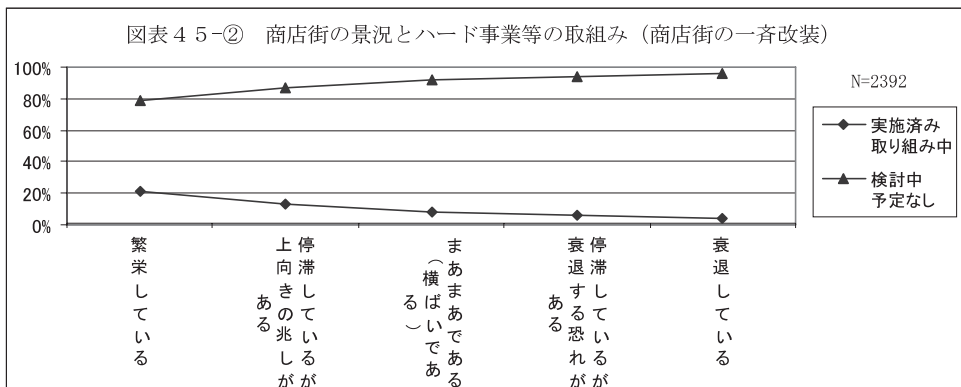
【人口規模】							
	合 計	繁 栄 し て い る	向 滞 し て い る 兆 し が あ る 上	（ま あ ま あ で あ る ） （横 ば い で あ る ）	退 滞 す る 恐 れ が あ る 衰	衰 退 し て い る	無 回 答
総 数	2644 100.0	41 1.6	126 4.8	607 23.0	995 37.6	864 32.7	11 0.4
政令指定都市・特別区	922 100.0	32 3.5	55 6.0	277 30.0	315 34.2	239 25.9	4 0.4
人口30万人以上の市	455 100.0	3 0.7	27 5.9	123 27.0	182 40.0	119 26.2	1 0.2
人口20～30万人未満の市	185 100.0	2 1.1	8 4.3	48 25.9	68 36.8	57 30.8	2 1.1
人口10～20万人未満の市	410 100.0	3 0.7	19 4.6	84 20.5	167 40.7	135 32.9	2 0.5
人口5～10万人未満の市	387 100.0	1 0.3	9 2.3	56 14.5	145 37.5	175 45.2	1 0.3
人口5万人未満の市	170 100.0	-	4 2.4	8 4.7	77 45.3	81 47.6	-
町・村	115 100.0	-	4 3.5	11 9.5	41 35.7	58 50.4	1 0.9
無 回 答	-	-	-	-	-	-	-
【商店街タイプ】							
近隣型商店街	1431 100.0	4 0.3	36 2.5	268 18.7	551 38.5	564 39.4	8 0.6
地域型商店街	928 100.0	18 1.9	62 6.7	233 25.1	359 38.7	253 27.3	3 0.3
広域型商店街	184 100.0	10 5.4	18 9.8	76 41.3	47 25.5	33 17.9	-
超広域型商店街	66 100.0	9 13.6	9 13.6	24 36.4	22 33.3	2 3.0	-
無 回 答	35 100.0	-	1 2.9	6 17.1	16 45.7	12 34.3	-

景況感と今回の調査であわせて聞いた商店街の取組み（52頁以降に記述）から、「活性化ビジョン策定の取組み」（図表4-2）、「地域活動」の中から「防災・防犯」（図表4-3-①）、「祭り・イベント」（図表4-3-②）、「まちづくり推進」（図表4-3-③）、「ソフト事業等の取組み」の中から「携帯電話を活用した情報発信」（図表4-4-①）、「電子マネー（Edy等）の取扱い」（図表4-4-②）を、「ハード事業等の取組み」の中から「商店街の核的店舗の設営」（図表4-5-①）、「商店街の一斉改装」（図表4-5-②）、「商店街のバリアフリー」（図表4-5-③）、「花壇、植樹」（図表4-5-④）を抜き出して関連性を比較してみると、概ね「繁栄している」「停滞しているが上向きの兆しがある」と回答した商店街では「実施済み」もしくは「取組み中」であるとする割合が高くなっており、反対に「停滞しているが衰退する恐れがある」「衰退している」と回答した商店街では「検討中」「予定なし」の割合が高くなっている。このようなことから全ての取組みについてはではないが、景況がよいとする商店街では取組みを実施しているものが多く積極的に活動している様子が窺えるが、景況が悪いとする商店街ではこうした取組みがあまり行われないう傾向にあることがわかる。（図表4-2～4-5）

図表4-2～4-5 商店街の景況と各種取組みについて







(2) 大規模小売店舗の影響

商店街へ影響を及ぼすであろう大規模小売店舗について聞いた。ここでは、大規模小売店舗（売場面積 500 m²以上）の出店、および退店の状況と来街者数の変化をみることにする。

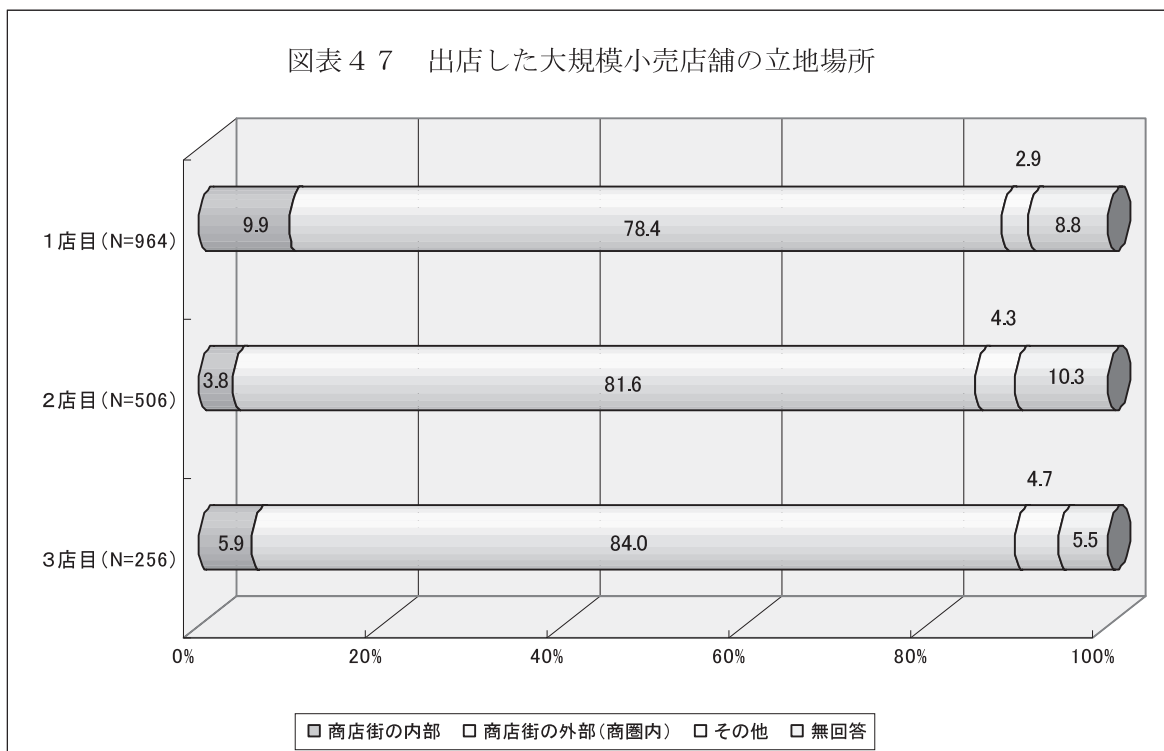
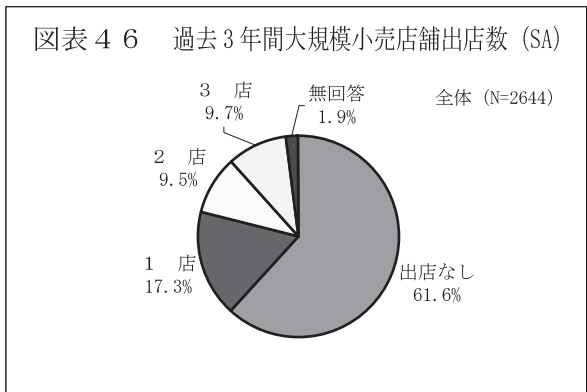
1) 大規模小売店舗の出店

① 過去3年間の大規模小売店舗の出店状況について

過去3年間の大規模小売店舗の出店数と1店目～3店目までのそれぞれの立地場所について聞いた。

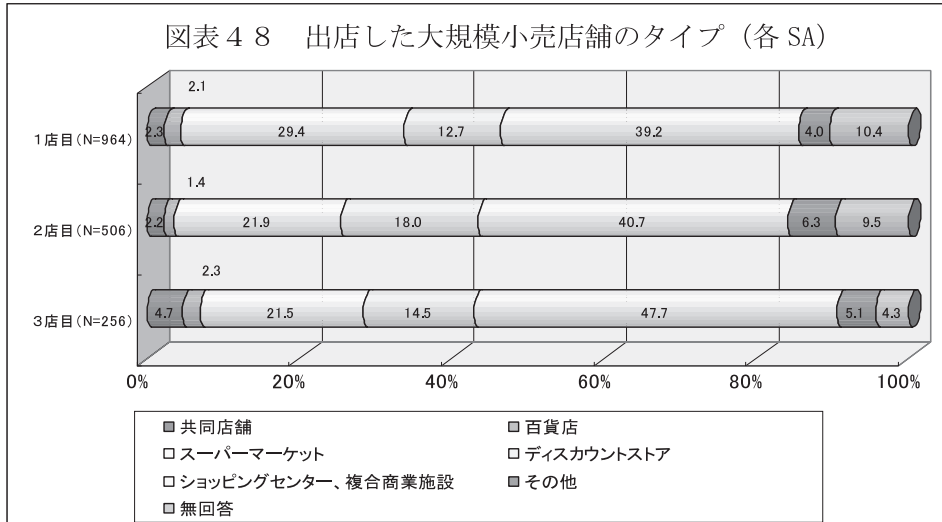
「出店なし」が 61.6%、「1店」出店があった 17.3%、「2店」出店があった 9.5%、「3店」出店があったが 9.7%であった。（図表 4 6）

出店した立地場所については、いずれも「商店街の外部（商圏内）」とする回答が最も多くなっている。（図表 4 7）



②出店した大規模小売店舗のタイプ

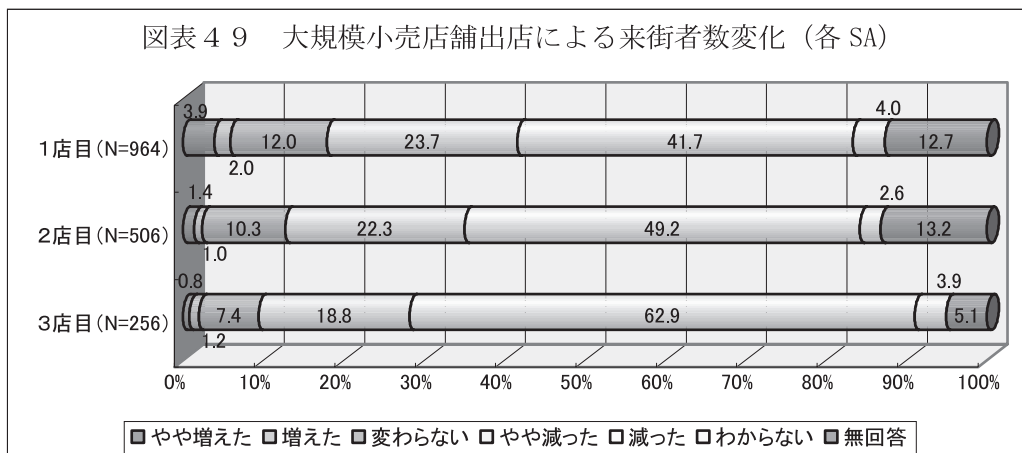
出店があったと回答した商店街に対し、大規模小売店舗のタイプを聞いたところ、1 店目は「ショッピングセンター・複合商業施設」39.2%「スーパーマーケット」29.4%、「ディスカウントストア」12.7%の順であった。また、2 店目と 3 店目についても数値は若干異なるものの同様に「ショッピングセンター・複合商業施設」「スーパーマーケット」「ディスカウントストア」の順番となっている。(図表 4 8)



③大規模小売店舗の出店による来街者数の変化

大規模小売店舗が出店したことにより、来街者数に変化があったかどうかを聞いた。1 店目については「やや減った」「減った」と回答した商店街がそれぞれ 23.7%、41.7%となっており、逆に「やや増えた」「増えた」は 3.9%、2.0%と商店街の集客においては大規模小売店舗の出店が負荷要素になっているようである。2 店目、3 店目についても同様の傾向が見られるが、特に 3 店目においては「減った」のみで 62.9%にのぼり、大規模小売店舗が出店することにより来街者が減る傾向にあることがわかる。(図表 4 9)。

商店街のタイプ別にみると、1 店目の出店についてサンプル数は少ないが商圈が広がるほど来街者数が「増えた」「やや増えた」とする回答傾向が多くなる。反対に、商圈が狭くなるほど「減った」「やや減った」とする商店街は「近隣型商店街」では 68.2%、「地域型商店街」では 66.2%と高い数字を示している。(図表 5 0)



図表 5 0 出店した大規模小売店舗の来街者数変化 1店～3店目

	合計	増加 (計)	増えた	やや増えた	変わらない	減少 (計)	やや減った	減った	わからない	無回答
総数	964 100.0	57 5.9	19 2.0	38 3.9	116 12.0	630 65.4	228 23.7	402 41.7	39 4.0	122 12.7
【商店街タイプ】 出店1店目										
近隣型商店街	500 100.0	20 4.0	3 0.6	17 3.4	58 11.6	341 68.2	112 22.4	229 45.8	14 2.8	67 13.4
地域型商店街	361 100.0	22 6.1	10 2.8	12 3.3	40 11.1	239 66.2	98 27.1	141 39.1	17 4.7	43 11.9
広域型商店街	73 100.0	9 12.3	4 5.5	5 6.8	12 16.4	38 52.1	13 17.8	25 34.2	6 8.2	8 11.0
超広域型商店街	23 100.0	6 26.1	2 8.7	4 17.4	5 21.7	7 30.4	4 17.4	3 13.0	1 4.3	4 17.4
無回答	7 100.0	-	-	-	1 14.3	5 71.4	1 14.3	4 57.1	1 14.3	-
総数	506 100.0	12 2.4	5 1.0	7 1.4	52 10.3	362 71.5	113 22.3	249 49.2	13 2.6	67 13.2
【商店街タイプ】 出店2店目										
近隣型商店街	246 100.0	3 1.2	-	3 1.2	21 8.5	188 76.4	52 21.1	136 55.3	3 1.2	31 12.6
地域型商店街	203 100.0	8 3.9	4 2.0	4 2.0	23 11.3	138 68.0	47 23.2	91 44.8	7 3.4	27 13.3
広域型商店街	43 100.0	-	-	-	6 14.0	29 67.4	10 23.3	19 44.2	2 4.7	6 14.0
超広域型商店街	10 100.0	1 10.0	1 10.0	-	1 10.0	5 50.0	3 30.0	2 20.0	-	3 30.0
無回答	4 100.0	-	-	-	1 25.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	1 25.0	-
総数	256 100.0	5 2.0	3 1.2	2 0.8	19 7.4	209 81.6	48 18.8	161 62.9	10 3.9	13 5.1
【商店街タイプ】 出店3店目										
近隣型商店街	114 100.0	1 0.9	-	1 0.9	6 5.3	97 85.1	18 15.8	79 69.3	3 2.6	7 6.1
地域型商店街	102 100.0	2 2.0	1 1.0	1 1.0	7 6.9	87 85.3	22 21.6	65 63.7	4 3.9	2 2.0
広域型商店街	31 100.0	1 3.2	1 3.2	-	5 16.1	20 64.5	5 16.1	15 48.4	2 6.5	3 9.7
超広域型商店街	6 100.0	1 16.7	1 16.7	-	-	4 66.7	3 50.0	1 16.7	-	1 16.7
無回答	3 100.0	-	-	-	1 33.3	1 33.3	-	1 33.3	1 33.3	-

2) 大規模小売店の退店

①過去3年間の大規模小売店舗の退店状況について

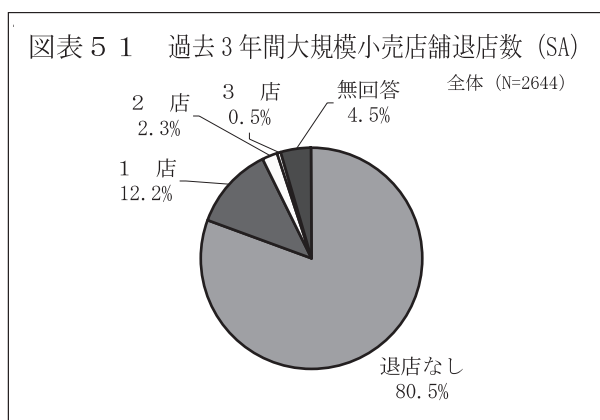
過去3年間の大規模小売店舗の退店と退店があったと回答した商店街について1店目～3店目までのそれぞれの立地場所を聞いた。

「退店なし」が80.5%と高く、続いて「1店」が12.2%、「2店」が2.3%、「3店」が0.5%となった。(図表5 1)

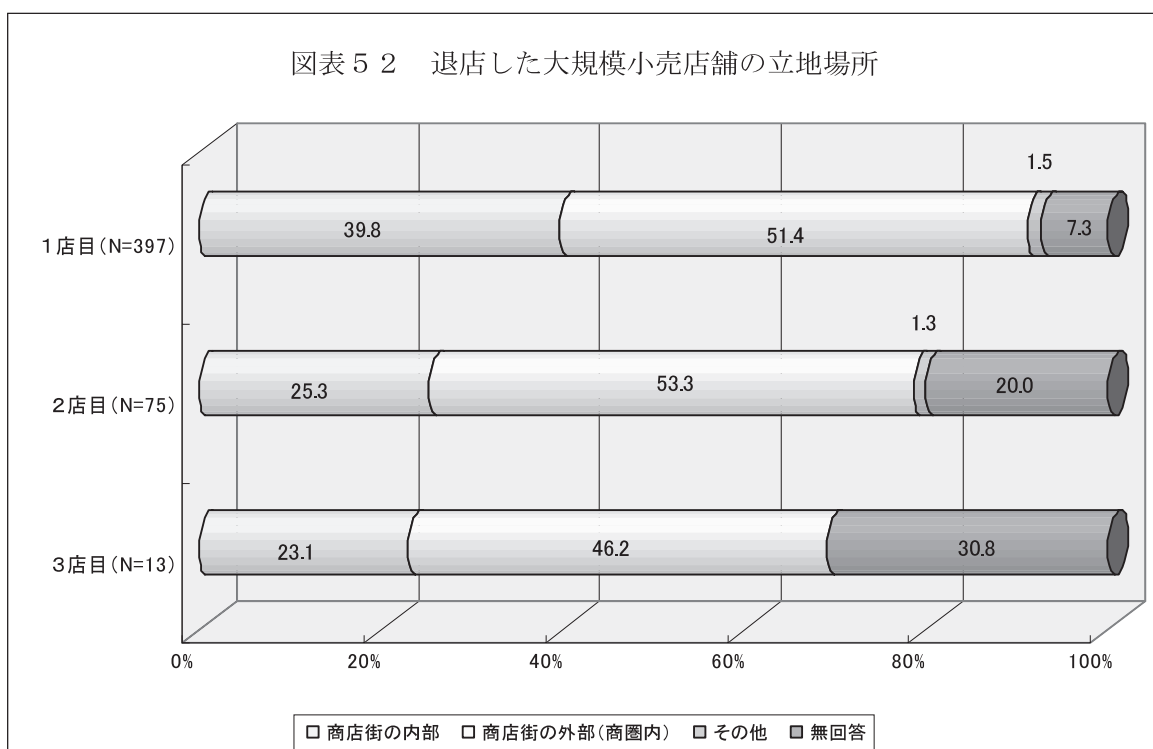
回答には複数商店街が回答した同一の店舗が含まれていることも考えられるが、出店数と比較すると退店数は全体の4分の1程度である。(出退店の1店目～3店舗目の合計：出店合計1,726店舗、退店合計485店舗)

立地場所は1店目から3店目までいずれも「商店街の外部(商圏内)」とする回答が最も多くなっている。次いで「商店街の内部」という回答が続いている。(図表5 2)

図表 5 1 過去3年間大規模小売店舗退店数 (SA)



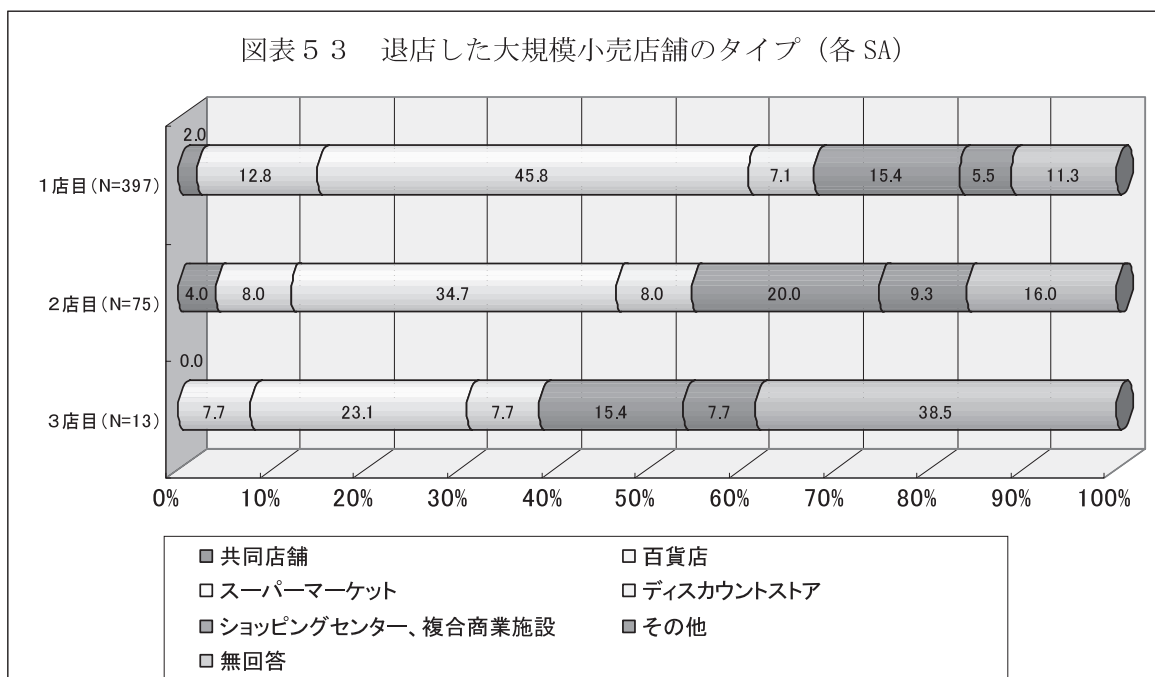
図表 5 2 退店した大規模小売店舗の立地場所



②退店した大規模小売店舗のタイプ

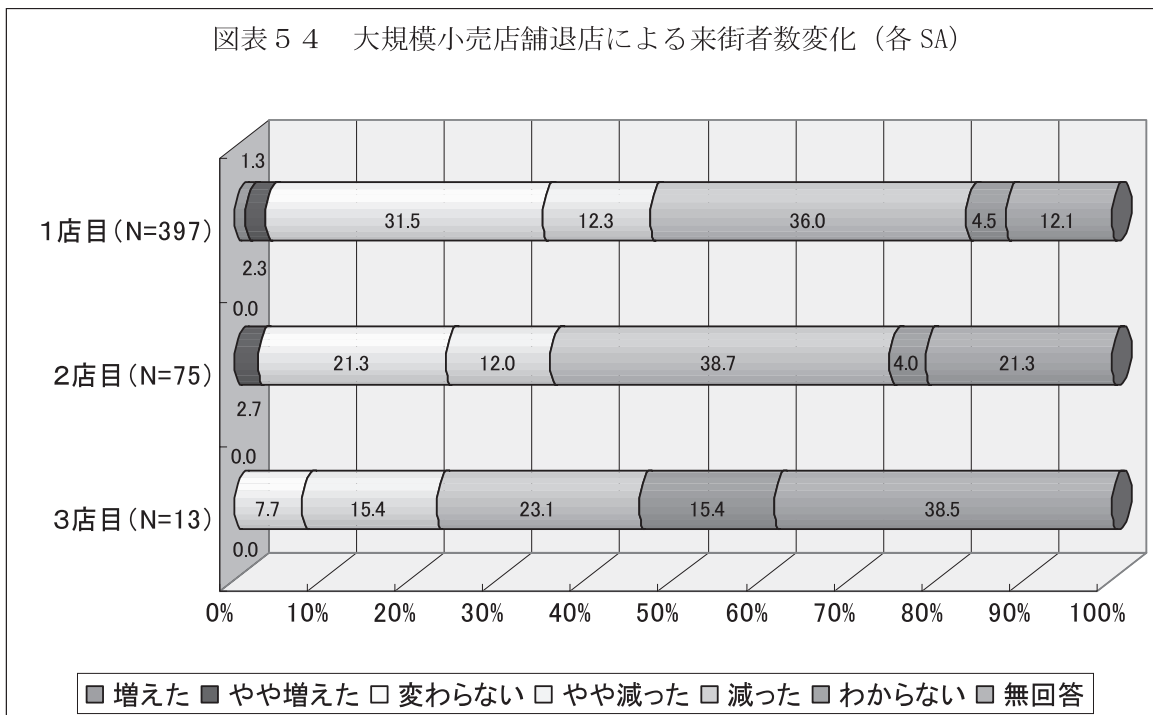
退店があったと回答した商店街について、大規模小売店舗のタイプを聞いたところ、1店目は「スーパーマーケット」45.8%「ショッピングセンター・複合商業施設」15.4%「百貨店」12.8%の順であった。また、2店目と3店目についてもほぼ同様に「スーパーマーケット」「ショッピングセンター・複合商業施設」「百貨店」の順番となっている。(図表 5 3)

図表 5 3 退店した大規模小売店舗のタイプ (各 SA)



③大規模小売店舗の退店による来街者数の変化

大規模小売店舗が退店したことにより、来街者数に変化があったかどうかを聞いた。1 店目については「やや減った」「減った」と回答した商店街がそれぞれ 12.3%、36.0%となっており、逆に「やや増えた」「増えた」は 2.3%、1.3%と商店街の集客においては大規模小売店舗の退店もプラス効果にはほとんどなっていない。2 店目、3 店目についても同様の傾向が見られる。(図表 5 4)

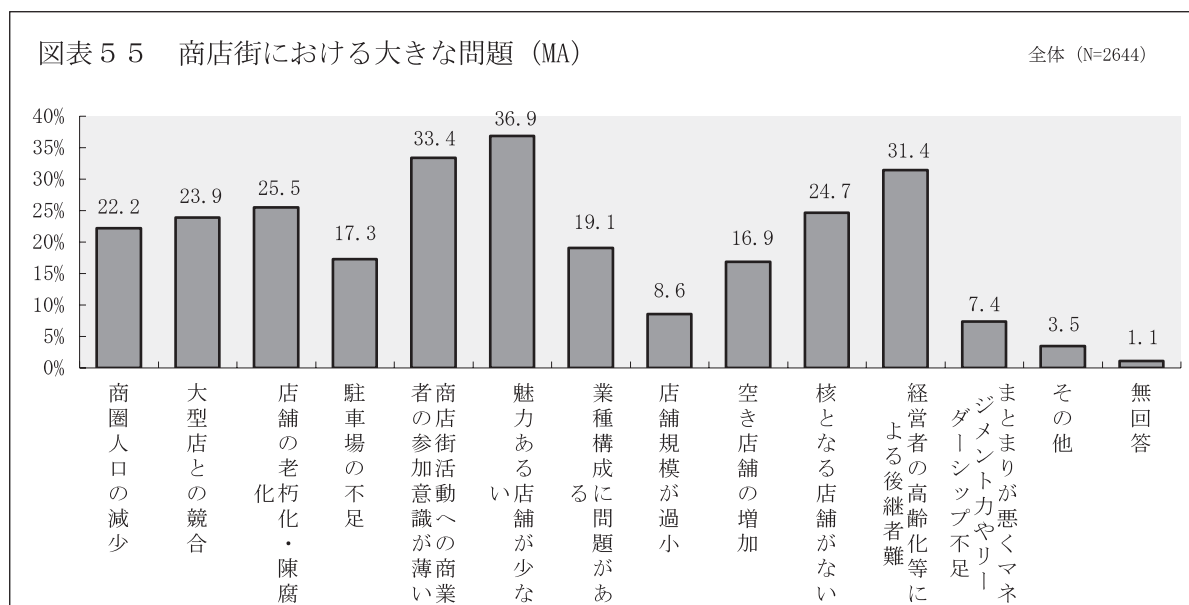


IV. 商店街の問題と取組み

(1) 商店街における大きな問題

現在商店街で問題になっている事項を上位3つまで聞いたところ⁹、「魅力ある店舗が少ない」がトップで36.9%、次いで「商店街活動への事業者の参加意識が薄い」が33.4%、前回1番であった「経営者の高齢化等による後継者難」が31.4%となっている。「魅力ある店舗が少ない」という回答については前回も2番目にあげられているが、平成12年度の調査においても最も大きな問題とされている。(図表55、56)

問題視されている「空き店舗の増加」については16.9%で他の項目と比べると言われている程は多く回答されていない。「その他」については「郊外に大型店が出店した」「道路が狭くて危ない」「放置自転車・バイクが多い」「アーケードが老朽化している」「風俗店の出店が増えている」などがあげられている。



商店街タイプ別にみると「広域型商店街」で「大型店との競合」27.7%が、「超広域型商店街」で、「駐車場不足」28.8%が他の商店街タイプより割合が一番高くなっていることから、それぞれの商店街が抱える問題の特徴が表れている。また「近隣型商店街」「地域型商店街」とも最も回答が多かったのは「魅力ある店舗が少ない」であった。(図表57)

また、人口規模別にみると「政令指定都市・特別区」は「商店街活動への事業者の参加意識が薄い」、「人口5万人未満の市」「町・村」については「商圏人口の減少」を最も多く回答しているが、それ以外の規模においては「魅力ある店舗が少ない」という事項が一番の問題であるとしている。

「経営者の高齢化等による後継者難」を回答した商店街に、対策を講じているか聞いたところ、後継者候補がいる場合は「育成研修などを受講する」「青年部の組織活動を活発に行うようにする」「有望な若手を役員に登用する」などの回答があげられている。

⁹ 平成15年度調査までは、該当するものをいくつでも回答する形式であったが、今回の調査では問題になっている主体をできるだけ明確化するため回答を3つまでに限定して調査を行った。

図表 5 6 商店街における大きな問題（過年度比較）

	最も多かった回答	二番目に多かった回答	三番目に多かった回答	設定回答数
平成7年度	大規模店に客足が取られている。 (75.7%)	後継者難 (63.9%)	大規模店出店ラッシュに押され気味 (60.6%)	回答は複数選択
平成12年度	魅力ある店舗が少ない (72.8%)	大規模店に客足が取られている。 (72.3%)	商店街活動への商業者の参加意識が薄い (65.0%)	回答は複数選択
平成15年度	経営者の高齢化等による後継者難 (67.1%)	魅力ある店舗が少ない (66.3%)	商店街活動への商業者の参加意識が薄い (55.7%)	回答は複数選択
平成18年度	魅力ある店舗が少ない (36.9%)	商店街活動への商業者の参加意識が薄い (33.4%)	経営者の高齢化等による後継者難 (31.4%)	回答は主なものを3つまで選択

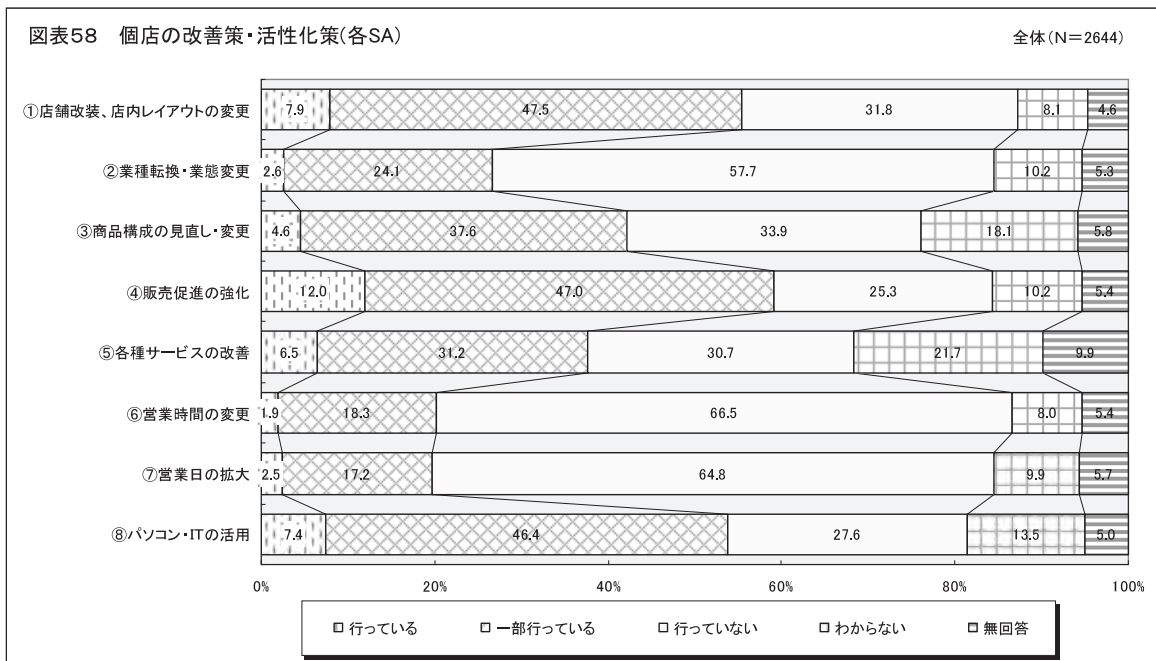
図表 5 7 商店街における大きな問題（商店街タイプ・人口規模）

	合計	商圏人口の減少	大型店との競合	化店舗の老朽化・陳腐	駐車場の不足	商店街参加活動への薄意	魅力ある店舗が少ない	業種構成の問題がある	店舗規模が過小	空き店舗の増加	核となる店舗がない	経営者の高齢化等による後継者難	デジタルシフト力不足	その他	無回答
総数	2644 100.0	586 22.2	631 23.9	673 25.5	457 17.3	883 33.4	975 36.9	504 19.1	227 8.6	448 16.9	654 24.7	831 31.4	196 7.4	93 3.5	28 1.1
【商店街タイプ】															
近隣型商店街	1431 100.0	333 23.3	329 23.0	405 28.3	216 15.1	463 32.4	556 38.9	269 18.8	152 10.6	254 17.7	362 25.3	480 33.5	98 6.8	34 2.4	12 0.8
地域型商店街	928 100.0	203 21.9	234 25.2	199 21.4	183 19.7	318 34.3	320 34.5	187 20.2	53 5.7	162 17.5	252 27.2	287 30.9	71 7.7	36 3.9	11 1.2
広域型商店街	184 100.0	35 19.0	51 27.7	39 21.2	37 20.1	75 40.8	75 40.8	30 16.3	8 4.3	25 13.6	28 15.2	39 21.2	19 10.3	12 6.5	1 0.5
超広域型商店街	66 100.0	8 12.1	15 22.7	15 22.7	19 28.8	19 28.8	13 19.7	12 18.2	5 7.6	2 3.0	7 10.6	11 16.7	3 4.5	7 10.6	3 4.5
無回答	35 100.0	7 20.0	2 5.7	15 42.9	2 5.7	8 22.9	11 31.4	6 17.1	9 25.7	5 14.3	5 14.3	14 40.0	5 14.3	4 11.4	1 2.9
総数	2644 100.0	586 22.2	631 23.9	673 25.5	457 17.3	883 33.4	975 36.9	504 19.1	227 8.6	448 16.9	654 24.7	831 31.4	196 7.4	93 3.5	28 1.1
【人口規模】															
政令指定都市・特別区	922 100.0	134 14.5	177 19.2	240 26.0	152 16.5	363 39.4	322 34.9	201 21.8	94 10.2	137 14.9	207 22.5	300 32.5	79 8.6	34 3.7	16 1.7
人口30万人以上の市	455 100.0	87 19.1	116 25.5	123 27.0	86 18.9	149 32.7	179 39.3	84 18.5	38 8.4	62 13.6	103 22.6	130 28.6	43 9.5	15 3.3	8 1.8
人口20～30万人未満の市	185 100.0	44 23.8	43 23.2	41 22.2	32 17.3	56 30.3	71 38.4	39 21.1	17 9.2	33 17.8	51 27.6	62 33.5	13 7.0	8 4.3	1 0.5
人口10～20万人未満の市	410 100.0	90 22.0	96 23.4	111 27.1	89 21.7	141 34.4	155 37.8	68 16.6	27 6.6	84 20.5	111 27.1	114 27.8	22 5.4	13 3.2	2 0.5
人口5～10万人未満の市	387 100.0	100 25.8	101 26.1	87 22.5	67 17.3	119 30.7	155 40.1	69 17.8	30 7.8	80 20.7	101 26.1	133 34.4	17 4.4	12 3.1	1 0.3
人口5万人未満の市	170 100.0	82 48.2	53 31.2	41 24.1	21 12.4	36 21.2	52 30.6	31 18.2	12 7.1	30 17.6	54 31.8	49 28.8	16 9.4	6 3.5	-
町・村	115 100.0	49 42.6	45 39.8	30 26.5	10 8.8	19 16.5	41 35.6	12 10.6	9 8.0	22 19.5	27 23.9	43 37.3	6 5.3	5 4.4	-
無回答	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

(2) 個店の改善・活性化策

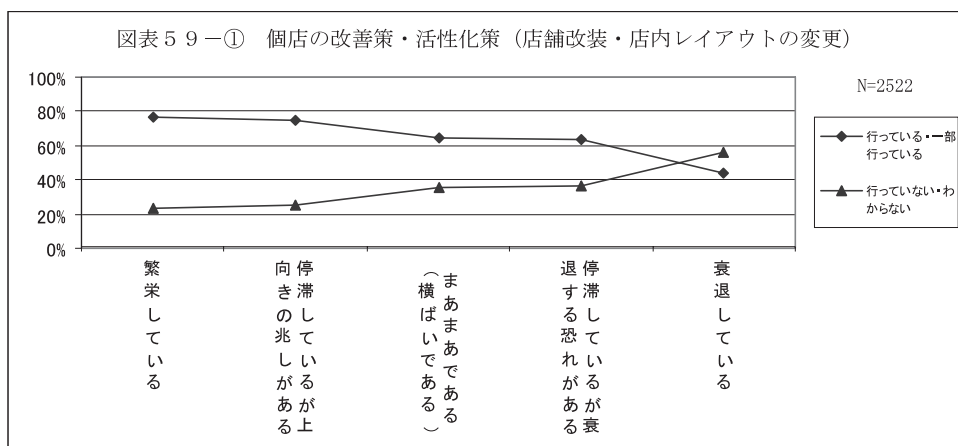
商店街の個店の改善・活性化策について聞いた。

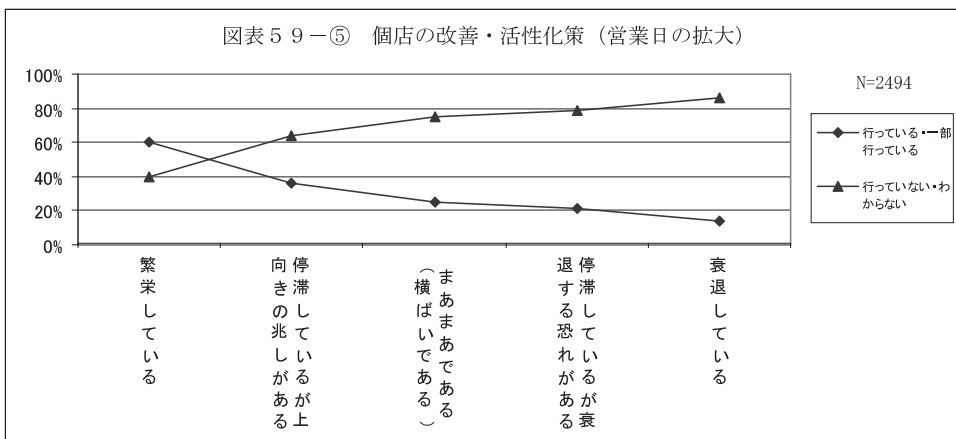
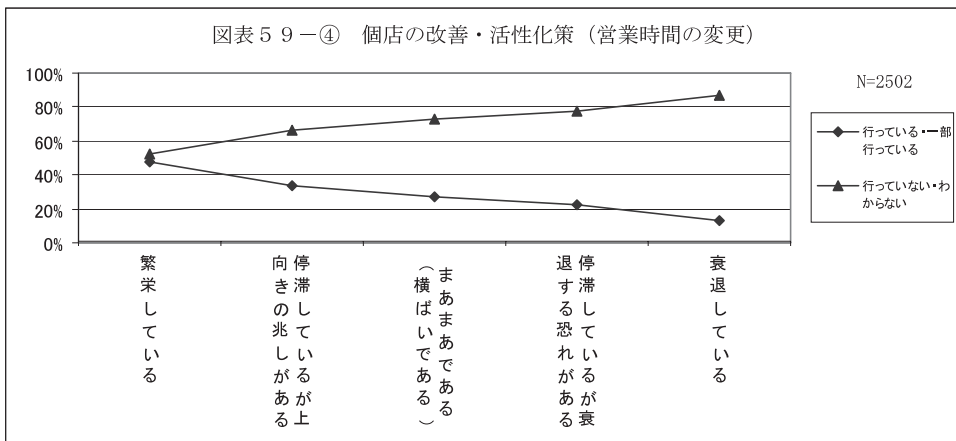
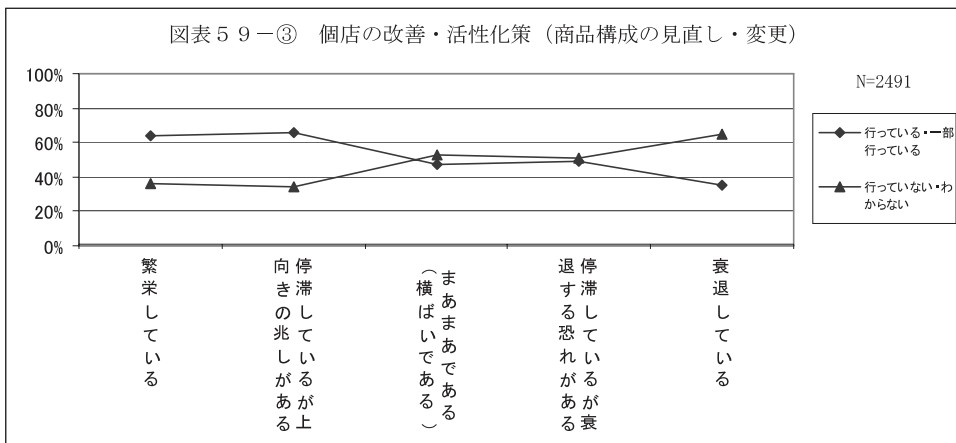
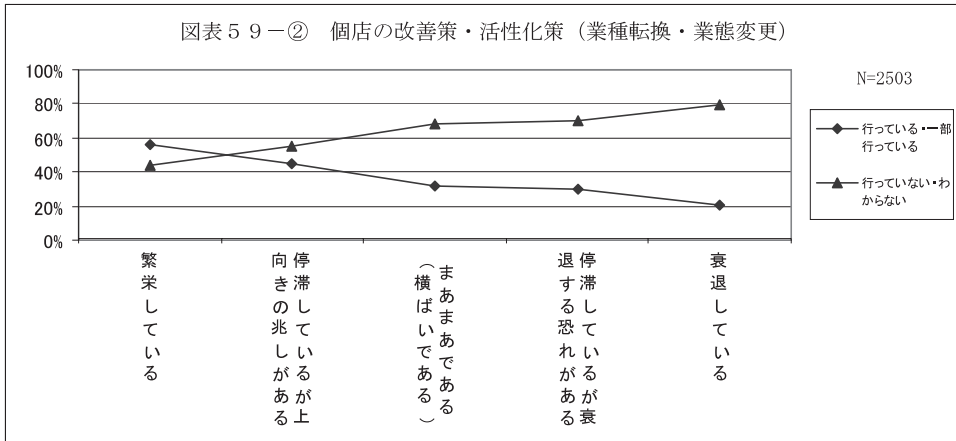
活性化に係る取組みを「一部行っている」と「行っている」についてみたところ、「販売促進の強化」が合計で 59.0 % で最も高く、次いで「店舗改装、店内レイアウトの変更」（合計 55.4%）、「パソコン・IT の活用」（合計 53.8%）が過半数を超えており方策に取り組む商店街が多いことがわかる。一方、「業種転換・業態変更」「営業時間の変更」「営業日の拡大」については取組みを行っていないところが多いことがわかる。（図表 5 8）



また、景況感からみたところ、総じて「繁栄している」と回答した商店街では、個店の改善策・活性化策を「行っている・一部行っている」傾向の強いことがグラフ上から読み取れる。（図表 5 9 ①～⑤）

図表 5 9 個店の改善策・活性化策



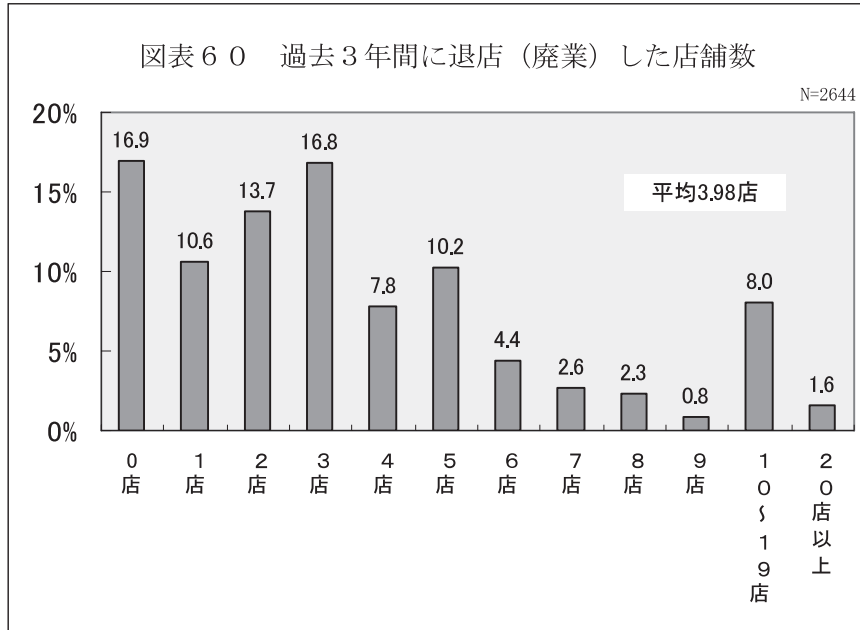


(3) 空き店舗の状況と対策

1) 退店（廃業）した店舗数

過去3年間の間に退店（廃業）した店舗が商店街にどれだけあるかを聞いた。退店数0店が16.9%、次いで3店16.8%、2店13.7%という結果となった。また平均は3.98店であった。（図表60）

商店街タイプでみた場合、「0店」については「近隣型商店街」15.8%から「超広域型商店街」36.4%へ商圈が広まるにつれて「退店がなかった」割合が増えていく。（図表61）

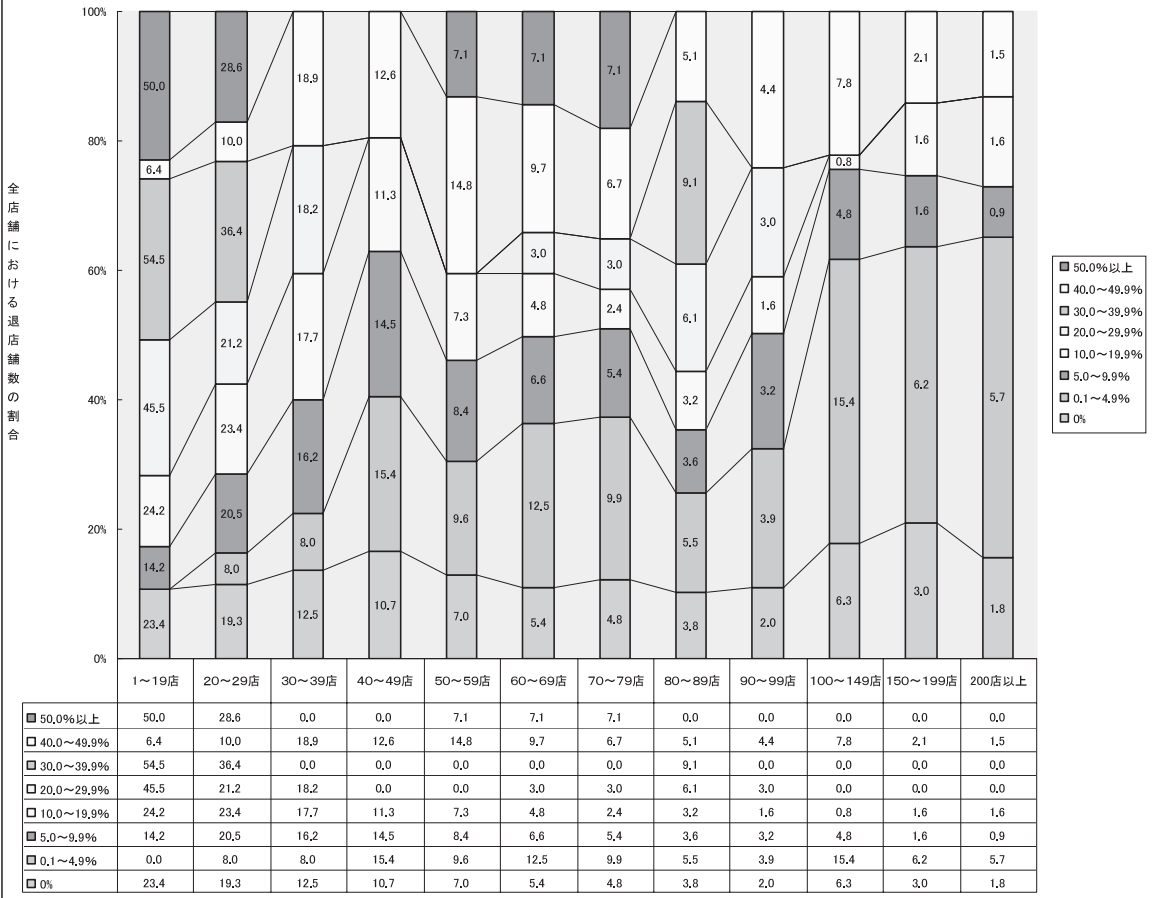


図表61 過去3年間に退店した店舗数（商店街タイプ）

	合計	0店	1店	2店	3店	4店	5~9店	10~19店	20店以上	無回答	平均	実数合計
総数	2644	448	280	363	445	205	540	212	41	110	3.98	10090
	100.0	16.9	10.6	13.7	16.8	7.8	20.4	8.0	1.6	4.2		100.0
商店街タイプ												
近隣型商店街	1431	226	156	201	256	122	291	102	12	65	3.75	5121
	100.0	15.8	10.9	14.0	17.9	8.5	20.3	7.1	0.8	4.5		50.8
地域型商店街	928	144	110	131	143	68	202	78	17	35	4.11	3670
	100.0	15.5	11.9	14.1	15.4	7.3	21.8	8.4	1.8	3.8		36.4
広域型商店街	184	45	7	21	32	8	32	25	5	9	4.63	810
	100.0	24.5	3.8	11.4	17.4	4.3	17.4	13.6	2.7	4.9		8.0
超広域型商店街	66	24	6	9	6	4	8	4	5	-	5.11	337
	100.0	36.4	9.1	13.6	9.1	6.1	12.1	6.1	7.6	-		3.3
無回答	35	9	1	1	8	3	7	3	2	1	4.47	152
	100.0	25.7	2.9	2.9	22.9	8.6	20.0	8.6	5.7	2.9		1.5

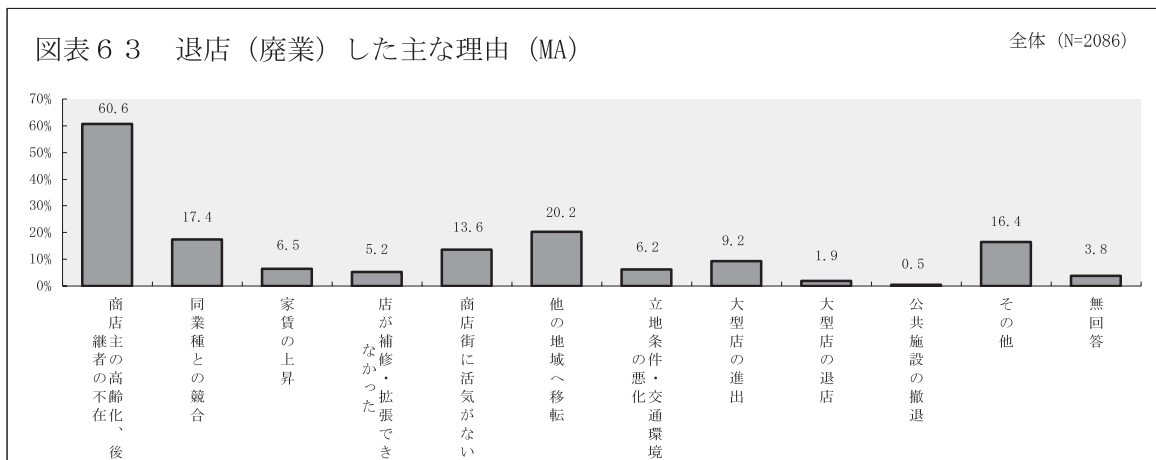
また、それぞれの商店街の全店舗と退店した店舗の割合について調べたところ、概ね「1~19店」から「50~59店」の範囲において特に退店の割合が高めになっているが、退店率「0%」とする回答も「1~19店」から「40~49店」を有する商店街で合計65.9%を占めている。また退店率「0.1~4.9%」については「40~49店」15.4%、「100~149店」15.4%、「60~69店」12.5%と分散しているが、退店率「5.0~9.9%」から、それ以上のものについては概ね「50~59店」までの範囲で過半数を超えており、比較的店舗数の少ない商店街において退店率が高くなっていることを表している。（図表62）

図表 6 2 全店舗と退店率について



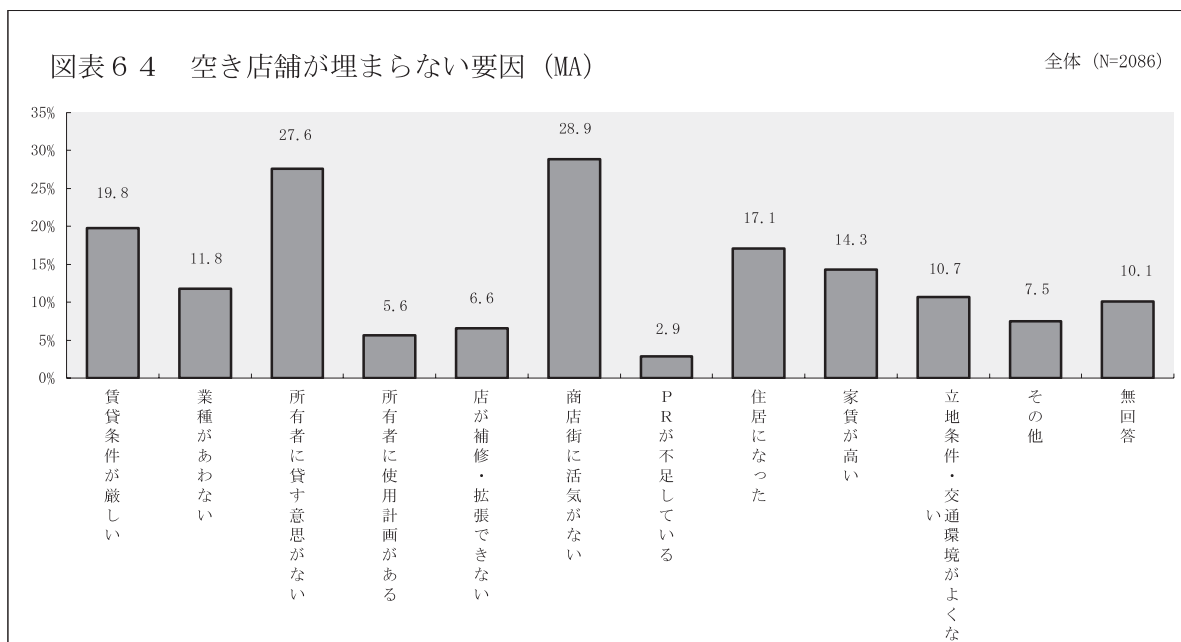
2) 退店（廃業）した理由

過去3年間の間に退店（廃業）があったと回答した商店街に、その主な理由を2つまで聞いてみたところ圧倒的に「店主の高齢化、後継者の不在」60.6%とするものが多かった。次いで「他の地域へ移転」20.2%、「同業種との競合」17.4%が続いている。（図表63）



3) 空き店舗が埋まらない要因

店舗が退店（廃業）後に空き店舗になった場合、その要因は何であるか聞いたところ、「商店街に活気がない」28.9%と商店街自体の内包的要因を最も多く回答しており、次いで「所有者に貸す意思がない」27.6%、「賃貸条件が厳しい」19.8%の順になっている。（図表6-4）

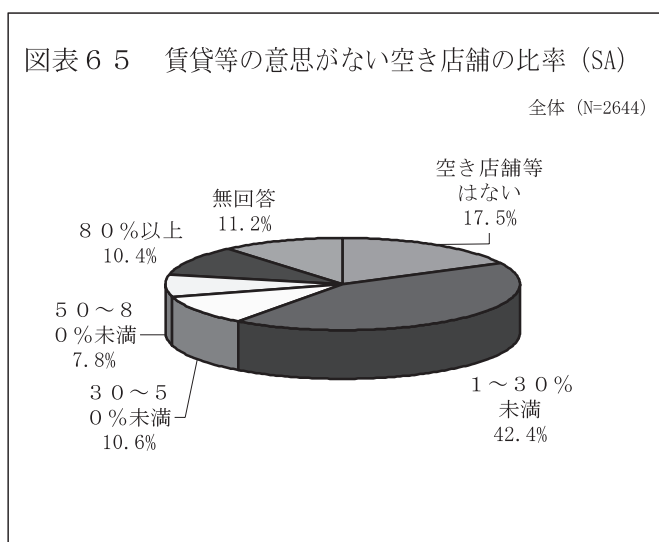


4) 空き店舗の賃貸意思について

商店街にある空き店舗のうち家主に賃貸等の意思のない空き店舗が概ねどのくらいのパーセンテージであるかどうかを聞いた。「1~30%未満」が42.4%で最も高い。賃貸の意思がある物件でもそのまま空き店舗になっている状況が見受けられる。次いで「30~50%」が10.6%、「80%以上」が10.4%と続いている。

(図表6-5)

また、商店街タイプでみると賃貸意思のない空き店舗の比率が「80%以上」と回答した商店街は「近隣型商店街」13.0%が最も多く、「1~30%未満」は「広域型商店街」50.0%、また「空き店舗等はない」と回答した商店街は「超広域型商店街」45.5%が最も多い。(図表6-6)

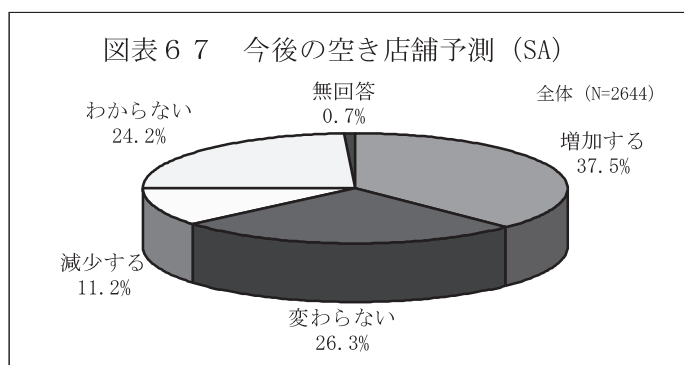


図表 6 6 賃貸等の意思がない空き店舗比率（商店街タイプ）

	合 計	空 き 店 舗 等 は な い	1 〜 3 0 % 未 満	3 0 〜 5 0 % 未 満	5 0 〜 8 0 % 未 満	8 0 % 以 上	無 回 答
総 数	2644 100.0	463 17.5	1122 42.4	281 10.6	205 7.8	276 10.4	297 11.2
【商店街タイプ】							
近隣型商店街	1431 100.0	216 15.1	573 40.0	162 11.3	129 9.0	186 13.0	165 11.5
地域型商店街	928 100.0	159 17.1	416 44.8	104 11.2	68 7.3	76 8.2	105 11.3
広域型商店街	184 100.0	55 29.9	92 50.0	11 6.0	6 3.3	3 1.6	17 9.2
超広域型商店街	66 100.0	30 45.5	27 40.9	1 1.5	1 1.5	1 1.5	6 9.1
無 回 答	35 100.0	3 8.6	14 40.0	3 8.6	1 2.9	10 28.6	4 11.4

5) 今後の空き店舗の見込み

今後の空き店舗がどのようにな
っていくか（増減）を聞いたとこ
ろ、「増加する」と回答した商店街
の割合が 37.5%と最も高い。次い
で、「変わらない」26.3%、「わか
らない」24.2%、で「減少する」
は 11.2%と最も低く、これからも
空き店舗が増えるだろうとみる向
きが多い。（図表 6 7）



商店街のタイプ別にみると、空

き店舗数が「増加する」と回答した割合は、「近隣型商店街」が 40.9%と最も高く、商店街の
商圈が広がるにつれてその割合は低くなっていく。また「減少する」についてはその全く反
対で商圈の広い商店街のほうが減少する割合が高いとみている。

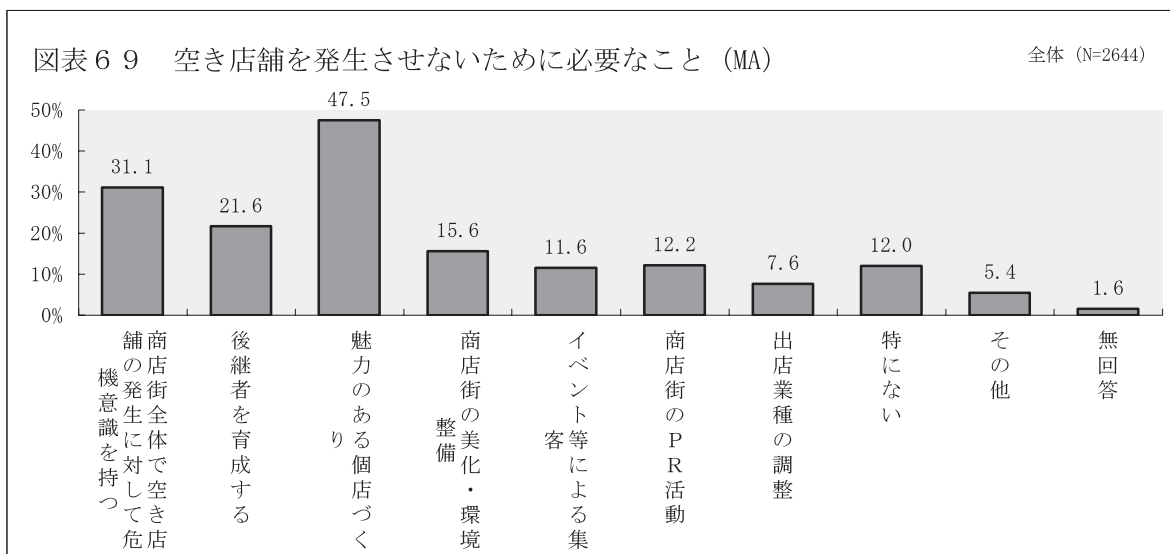
景況別では「増加する」と回答しているのは景況が「衰退している」58.4%「停滞してい
るが衰退する恐れがある」38.7%と回答している商店街に多く、「減少する」と回答してい
るのは「停滞しているが上向きの兆しがある」34.9%「繁栄している」22.0%と景況のよい
商店街に高い割合がみられる。（図表 6 8）

図表 6 8 今後の空き店舗予測（商店街タイプ、商店街の最近の景況）

	合 計	増 加 す る	い ま わ ら な い	減 少 す る	い わ か ら な い	無 回 答
総 数	2644 100.0	992 37.5	696 26.3	297 11.2	641 24.2	18 0.7
【商店街タイプ】						
近隣型商店街	1431 100.0	585 40.9	335 23.4	154 10.8	352 24.6	5 0.3
地域型商店街	928 100.0	340 36.6	251 27.0	102 11.0	228 24.6	7 0.8
広域型商店街	184 100.0	45 24.5	73 39.7	25 13.6	36 19.6	5 2.7
超広域型商店街	66 100.0	7 10.6	31 47.0	12 18.2	16 24.2	-
無 回 答	35 100.0	15 42.9	6 17.1	4 11.4	9 25.7	1 2.9
【商店街の最近の景況】						
繁栄している	41 100.0	-	19 46.3	9 22.0	12 29.3	1 2.4
停滞しているが上向きの兆しがある	126 100.0	12 9.5	45 35.7	44 34.9	24 19.0	1 0.8
まあまあである（横ばいである）	607 100.0	87 14.3	262 43.2	70 11.5	179 29.5	9 1.5
停滞しているが衰退する恐れがある	995 100.0	385 38.7	266 26.7	100 10.1	240 24.1	4 0.4
衰退している	864 100.0	505 58.4	102 11.8	74 8.6	180 20.8	3 0.3
無 回 答	11 100.0	3 27.3	2 18.2	-	6 54.5	-

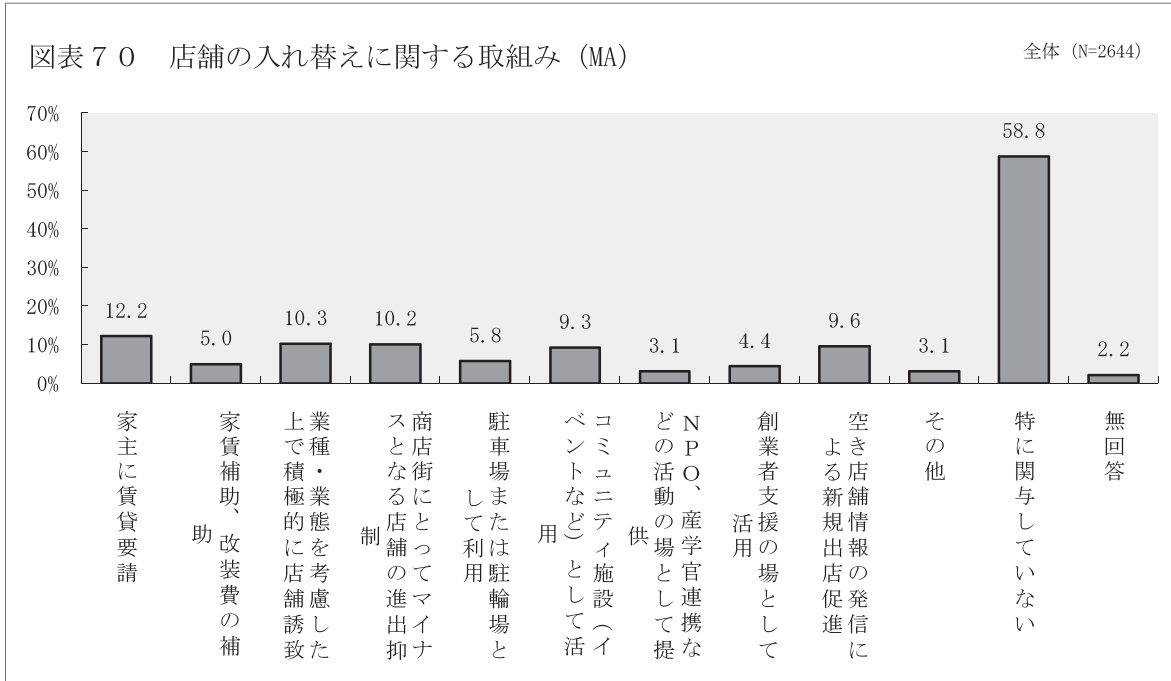
6) 空き店舗を発生させないために必要なこと

空き店舗が発生しないようにするために必要なことはどんなことと考えているか聞いたところ（選択は2つまで）、「魅力のある個店づくり」47.5%、「商店街全体で空き店舗の発生に対して危機意識を持つ」31.1%、「後継者を育成する」21.6%が上位を占めている。「その他」については、「商店街に核となる店舗を誘致する」「大型店の出店を規制する」「商店街の魅力を高める」などがあげられている。（図表 6 9）



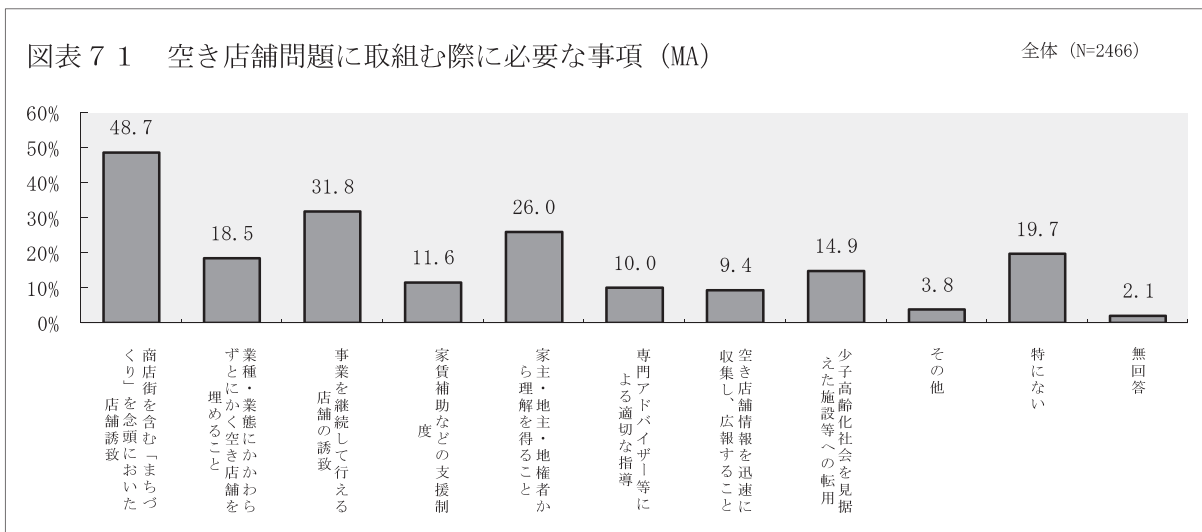
7) 店舗の入れ替わりに関する商店街組織の取組み

商店街組織として店舗の入れ替わりに関してどのような取組みを行っているか聞いてみたところ「特に関与していない」58.8%が最も多かったが、取組みとしては「家主に賃貸補助」12.2%、「業種・業態を考慮した上で積極的に店舗誘致」10.3%、「商店街にとってマイナスとなる店舗の進出抑制」10.2%があげられている。(図表70)



8) 空き店舗問題に取り組む際に必要なこと

商店街組織として空き店舗問題に取り組む際に必要と考えていることを聞いてみたところ、『商店街を含む「まちづくり」を念頭においた店舗誘致』48.7%が最も高かった。次いで「事業を継続して行える店舗の誘致」31.8%、「家主・地主・地権者から理解を得ること」26.0%があげられている。(図表71)

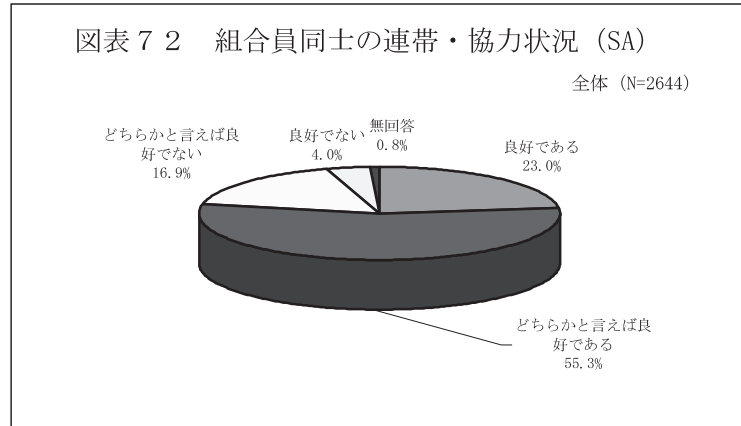


(4) 商店街の組織と活動

1) 組合員同士の連帯・協力状況

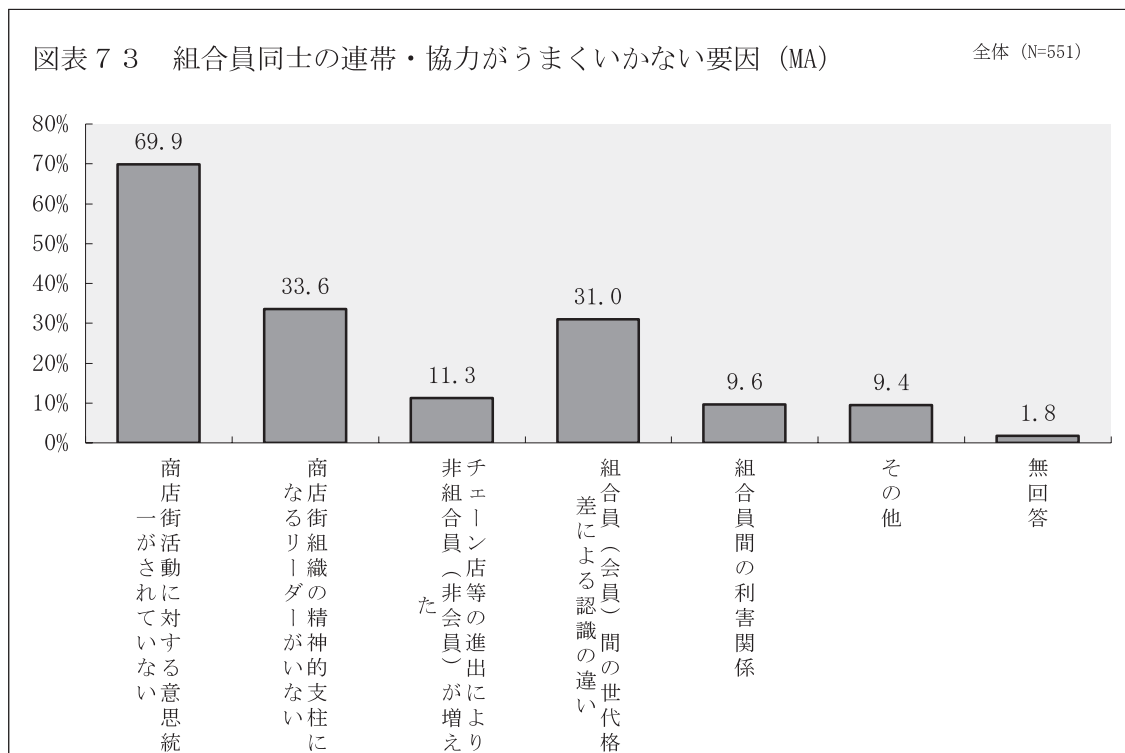
① 組合員同士のコミュニケーション

商店街における組合員同士の連帯・協力状況を聞いたところ「どちらかと言えば良好である」55.3%、「良好である」23.0%と全体の8割近くが良好であると感じているとの回答をしている。商店街におけるコミュニケーションは円滑に行われている傾向が高いとみられる。「良好でない」と回答した商店街はわずか4.0%であった。(図表7.2)



② 組合員同士の連帯・協力が良好でない要因

組合員同士の連帯が「良好でない」「どちらかと言えば良好でない」と回答した商店街にその要因について聞いたところ、「商店街活動に対する意思統一がされていない」69.9%が最も多かった。次いで、「商店街組織の精神的支柱になるリーダーがいない」33.6%、「組合員(会員)間の世代格差による認識の違い」31.0%の順番になっている。(図表7.3)

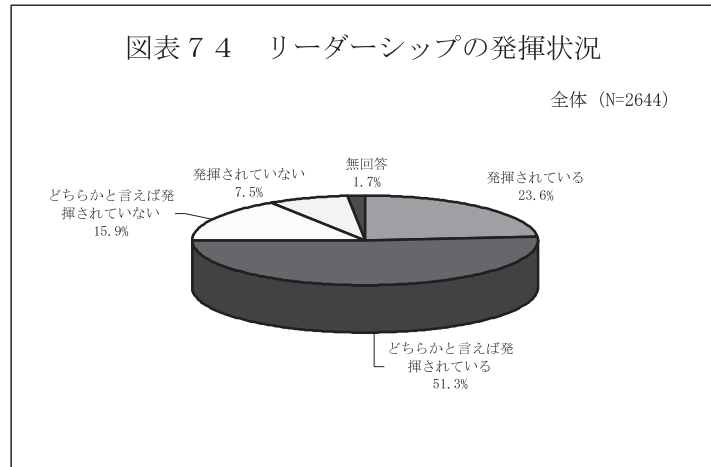


2) 商店街のリーダーシップ

①商店街のリーダーシップの発揮

商店街において、リーダーのリーダーシップが発揮されているかどうかを聞いたところ、「発揮されている」23.6%、「どちらかと言えば発揮されている」51.3%と全体で7割程度の商店街が発揮されていると感じているという結果となった。「どちらかと言えば発揮されていない」が15.9%であり、「発揮されていない」7.5%とごく小さい割合であった。

(図表7 4)

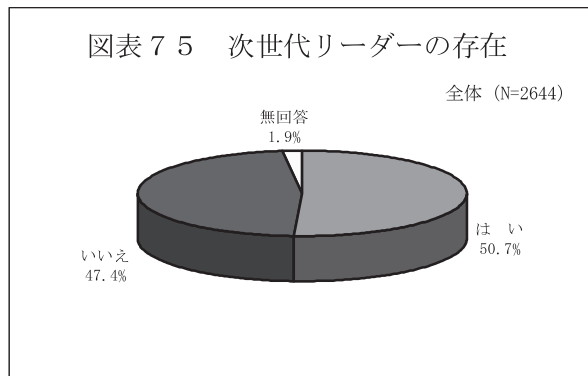


②次世代のリーダーの存在

商店街の組織に次世代のリーダーがいるかどうかを聞いたところ、「はい(いる)」が50.7%、「いいえ(いない)」が47.4%であった。(図表7 5)

商店街の組織形態別にみると、次世代のリーダーのいる割合が「任意団体」45.0%、「協同組合」55.1%、「振興組合」60.8%の順に高くなっている。

また、商店街のタイプ別にみると、商圈が広がるにつれて次世代のリーダーがいると答えた割合が高くなっていく傾向がある。(図表7 6)



図表 7 6 次世代リーダーの存在 (組織形態、商店街タイプ)

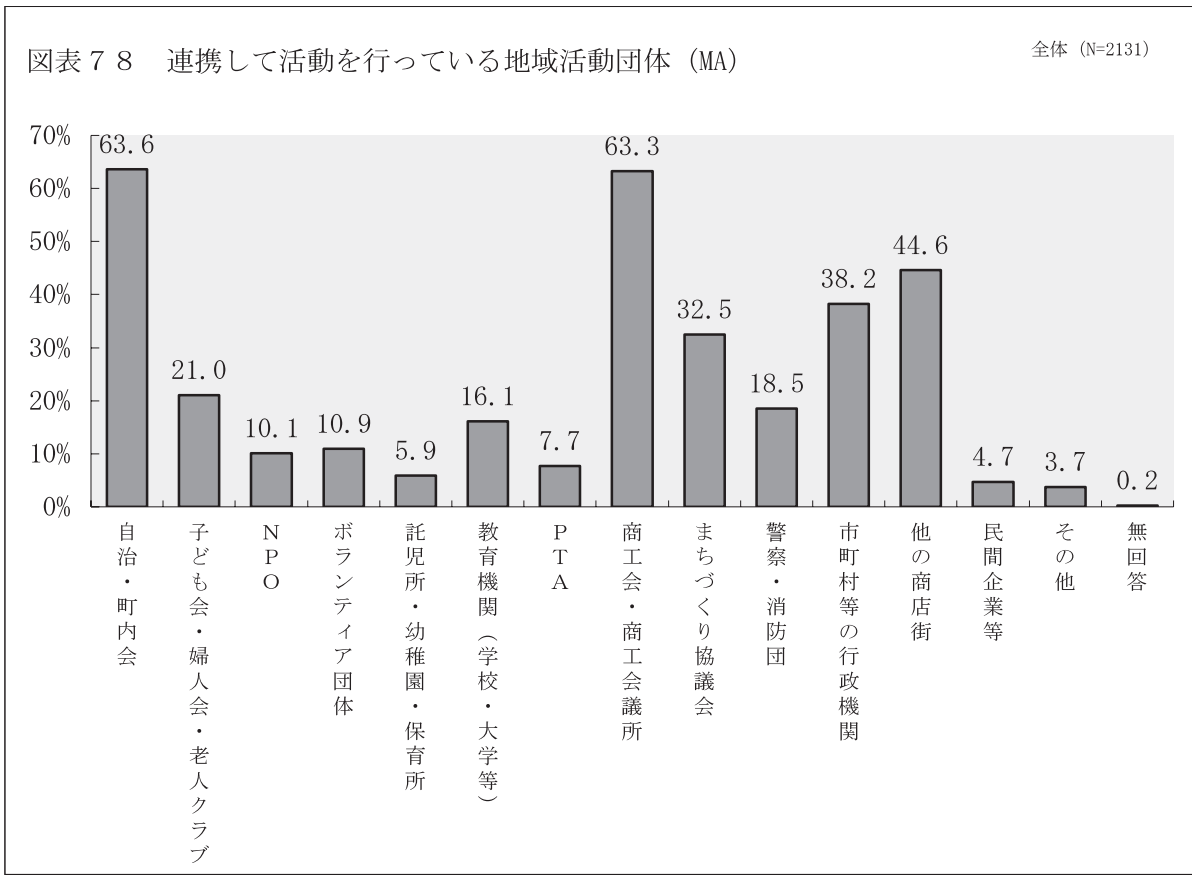
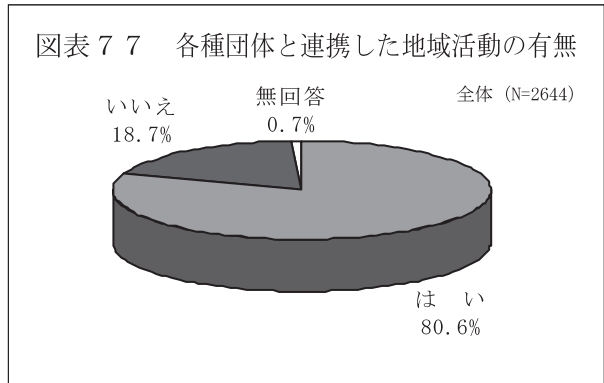
	合 計	は い	い い え	無 回 答
総 数	2644 100.0	1340 50.7	1253 47.4	51 1.9
【商店街の組織形態】				
商店街振興組合	821 100.0	499 60.8	308 37.5	14 1.7
事業協同組合	205 100.0	113 55.1	91 44.4	1 0.5
任意団体、その他	1618 100.0	728 45.0	854 52.8	36 2.2
無 回 答	-	-	-	-
【商店街タイプ】				
近隣型商店街	1431 100.0	645 45.1	760 53.1	26 1.8
地域型商店街	928 100.0	526 56.7	385 41.5	17 1.8
広域型商店街	184 100.0	116 63.0	65 35.3	3 1.6
超広域型商店街	66 100.0	41 62.1	23 34.8	2 3.0
無 回 答	35 100.0	12 34.3	20 57.1	3 8.6

3) 商店街の地域活動と内容

①商店街の地域活動

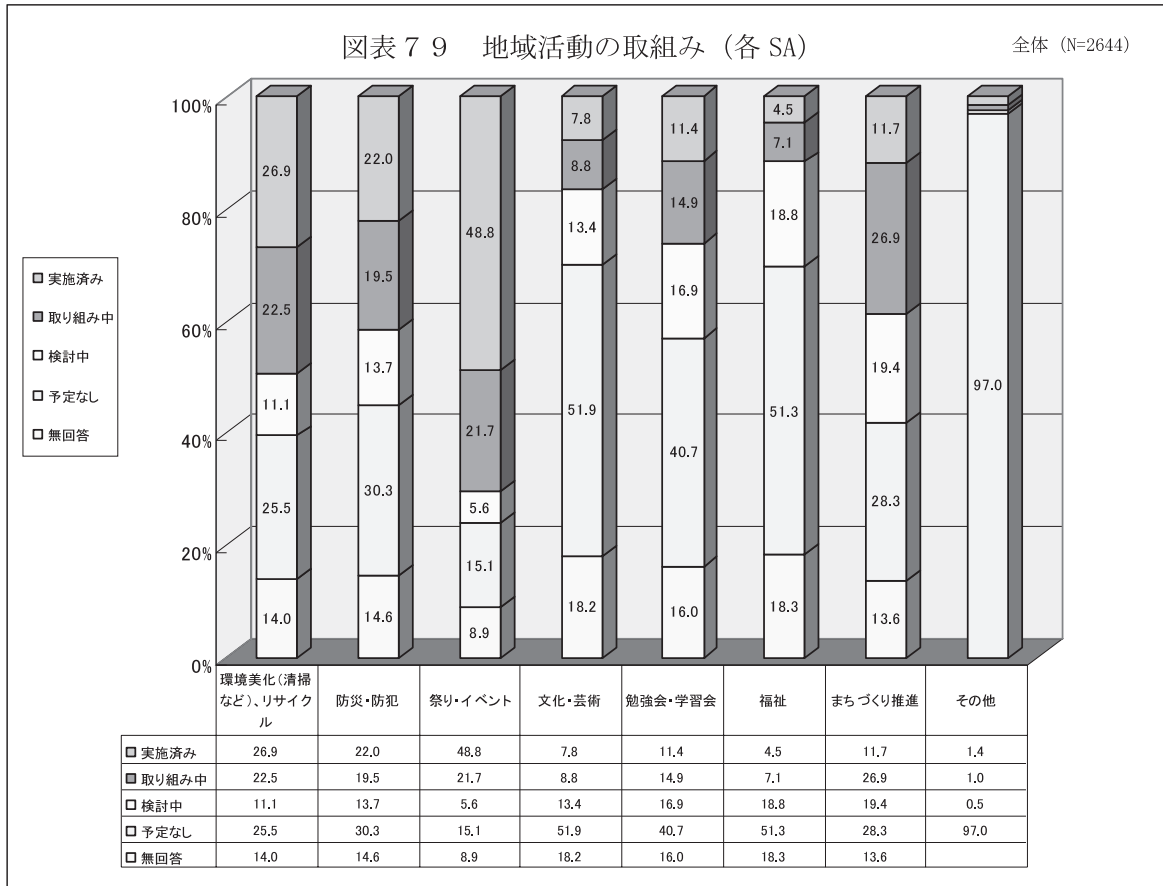
商店街において各種団体と連携して地域活動を行っているかどうか聞いたところ 80.6%において行っているとの回答であった。(図表 7 7)

また、活動を行っていると回答した商店街に対し、どのような団体と活動を行っているかどうか聞いたところ、「自治・町内会」が 63.6%と最も高く、次いで「商工会・商工会議所」63.3%、「他の商店街」44.6%、「市町村等の行政機関」38.2%、「まちづくり協議会」32.5%となっている。(図表 7 8)



②商店街の地域活動の取組み

地域活動の取組みにおいて特に考えられる各取組みについて、ひとつずつ状況を聞いてみたところ「実施済み」の取組みについては「祭り・イベントが」48.8%が最も高く、「環境美化（清掃など）、リサイクル」26.9%、「防災・防犯」22.0%がそれに続いている。来街者を増やす目的が多いためか「祭り・イベント」への取組みが多いが、「検討中」まで含めると「まちづくり推進」についても何らかの取組み・検討を行っている商店街が多い。（図表79）



(5) 各種事業の現在の取組みと今後の取組み

1) 商店街活性化ビジョン・計画策定とそれに基づく実際の取組みについて

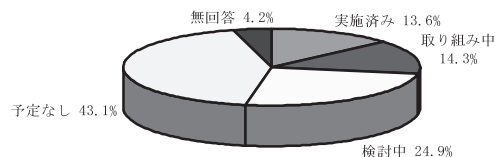
商店街が活性化ビジョンを策定し、実際に取組んでいるかを聞いた。

「実施済みである」とした商店街は13.6%、「取組み中」14.3%、「検討中」24.9%、「予定なし」43.1%と回答した商店街が最も多かった。(図表80)

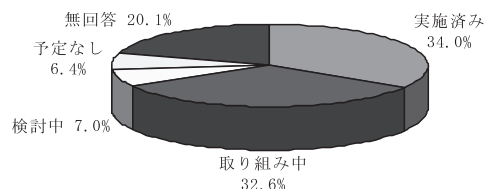
続いて「実施済み」であると回答した359の商店街にビジョン・計画に基づく取組みを行っているかと聞いたところ「実施済み」と回答した商店街は34.0%、また、「取組み中」との回答は32.6%であった。(図表81)

また、組織形態別にみると「協同組合」「振興組合」の順に取組む傾向がやや強いことが見受けられる。商店街タイプにおいては商圏の広い商店街のほうが、取組む傾向の強いことがわかる。(図表82)

図表80 商店街活性化ビジョン・計画の策定 全体(N=2644)



図表81 商店街活性化ビジョンに基づく取組み 全体(N=359)

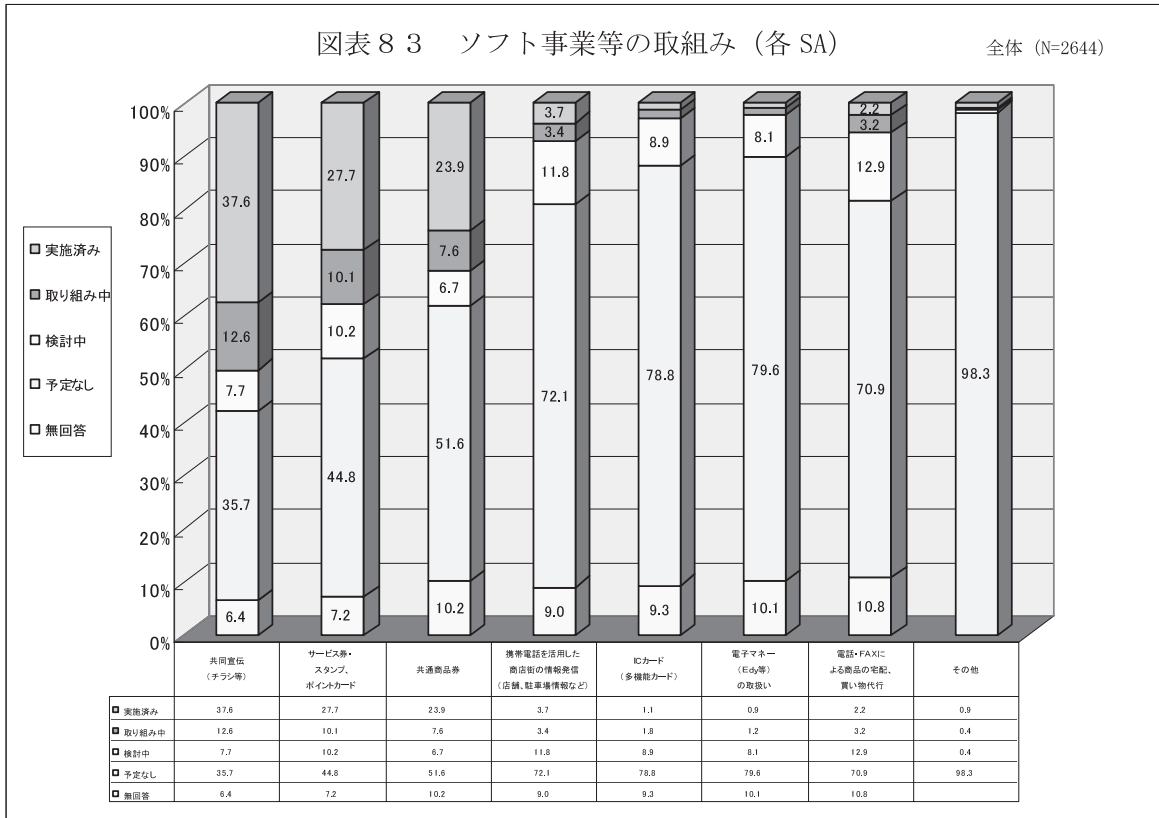


図表82 商店街活性化ビジョン策定の取組み状況(組織形態、商店街タイプ)

	合計	実施済み	取組み中	検討中	予定なし	無回答
総数	2644	359	377	658	1139	111
	100.0	13.6	14.3	24.9	43.1	4.2
【商店街の組織形態】						
商店街振興組合	821	172	171	231	215	32
	100.0	21.0	20.8	28.1	26.2	3.9
事業協同組合	205	40	27	49	82	7
	100.0	19.5	13.2	23.9	40.0	3.4
任意団体、その他	1618	147	179	378	842	72
	100.0	9.1	11.1	23.4	52.0	4.4
無回答	-	-	-	-	-	-
【商店街タイプ】						
近隣型商店街	1431	162	154	311	735	69
	100.0	11.3	10.8	21.7	51.4	4.8
地域型商店街	928	146	162	276	315	29
	100.0	15.7	17.5	29.7	33.9	3.1
広域型商店街	184	35	40	50	51	8
	100.0	19.0	21.7	27.2	27.7	4.3
超広域型商店街	66	15	19	14	15	3
	100.0	22.7	28.8	21.2	22.7	4.5
無回答	35	1	2	7	23	2
	100.0	2.9	5.7	20.0	65.7	5.7

2) ソフト事業等の取組み

ソフト事業の取組み等についてそれぞれ聞いてみたところ、取組みが「実施済み」であると回答があったのは「共同宣伝（チラシ等）」37.6%、「サービス券、スタンプ、ポイントカード」27.7%、「共通商品券」23.9%が順番に割合が高かった。それ以外の取組みについてはどれも10.0%以下であり、取組みがされているという回答は少なかった。「携帯電話を活用した商店街の情報発信（店舗情報・駐車場情報など）」「電話・FAXによる商品の宅配、買い物代行」については「検討中」の割合が10.0%強あり、これから取組みを行う可能性があると思われる。（図表83）



3) ハード事業等の取組み

ハード事業の取組み等についてそれぞれ聞いてみたところ、取組みが「実施済み」であると回答があったのは「花壇・植樹」30.7%、「カラー舗装」37.4%、「街路灯」71.1%の順番で割合が高くなっている。また「アーケード」20.8%、「休憩所・ベンチ・トイレ」19.6%、「駐車場」19.4%の整備が済んでいる商店街も多くみうけられる。「検討中」で「駐輪場」10.7%、「バリアフリー」12.8%、「エコステーション・リサイクルスポット」10.9%、「防犯設備（防犯カメラの設置等）」13.0%が他の取組みと比較するとやや多くあげられておりこれから実施される可能性があることが示されている。（図表84）

図表84 ハード事業等の取組み（各SA）

全体（N=2644）

