

第2章 調査の結果

I 商店街の概要について

1 組織形態（問1）

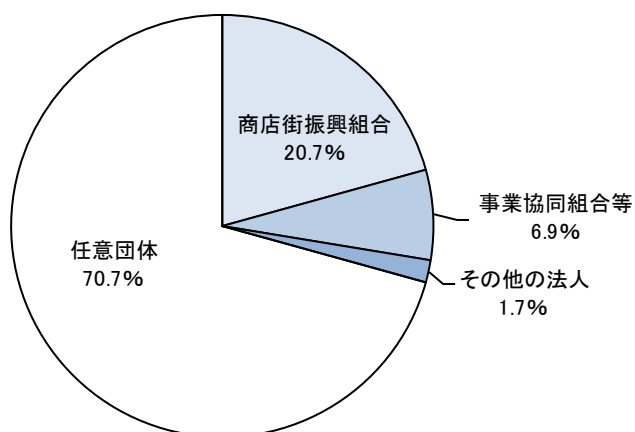
わが国における商店街の組織形態は、商店街振興組合法に基づく「商店街振興組合¹」、中小企業の団体の組織に関する法律に基づく中小企業団体である「事業協同組合等²」、これらの団体以外の法人である「その他の法人」、非法人である「任意団体」に分類できる。

今回調査（令和3年度調査、以下同じ）における集計対象数は58件であり、その内訳は、「商店街振興組合」が12件（構成比20.7%）、「事業協同組合等」が4件（同6.9%）、「その他の法人」が1件（同1.7%）、「任意団体」が41件（同70.7%）となっている。

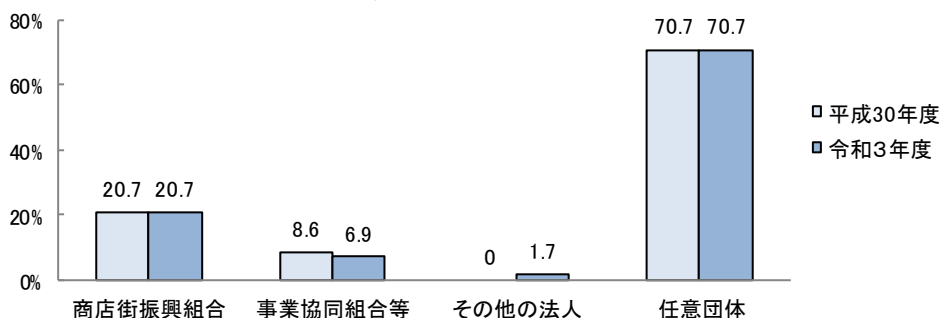
国全体の構成比（商店街振興組合（20.0%）、事業協同組合等（8.8%）、その他の法人（1.0%）、任意団体（70.2%））と比較すると、ほとんど変わらない。

前回調査（平成30年度調査、以下同じ）（商店街振興組合（20.7%）、事業協同組合等（8.6%）、任意団体（70.7%））と比較しても、ほとんど変わらない。

図表1-1 組織形態



図表1-2 組織形態



¹ 本調査では、商店街振興組合連合会も対象としており商店街振興組合の区分に含めている。

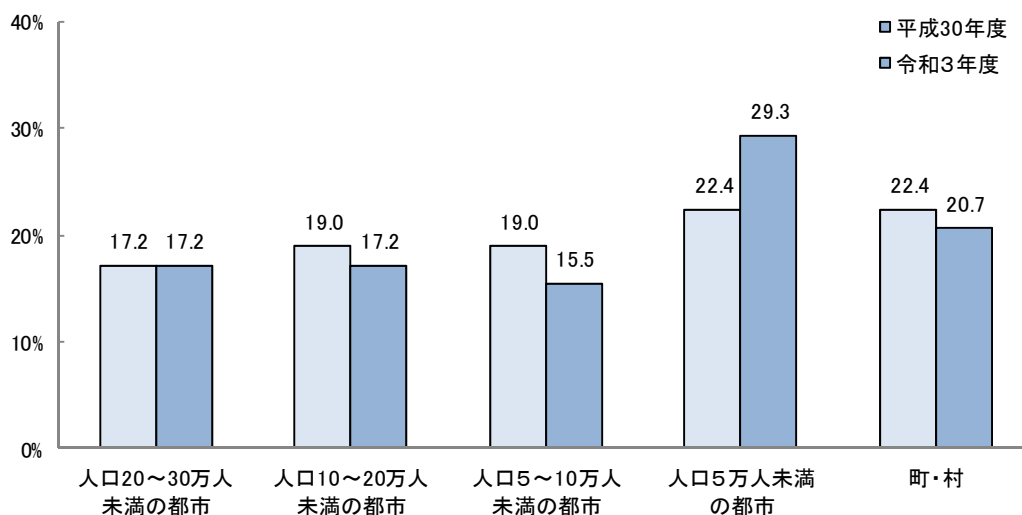
² 中小企業の団体の組織に関する法律（昭和32年法律第185号）第3条に規定する事業協同組合等の中小企業団体を指す。具体的には、協同組合、協同小組合、信用協同組合、信用組合、企業組合、協業組合、商工組合、商業組合、工業組合が該当する。

2 立地環境及び商業環境

(1) 所在地の人口規模

商店街の所在地¹は、「人口5万人未満の都市（29.3%）」、「町・村（20.7%）」の順に多くなっている。

図表2 所在地の人口規模

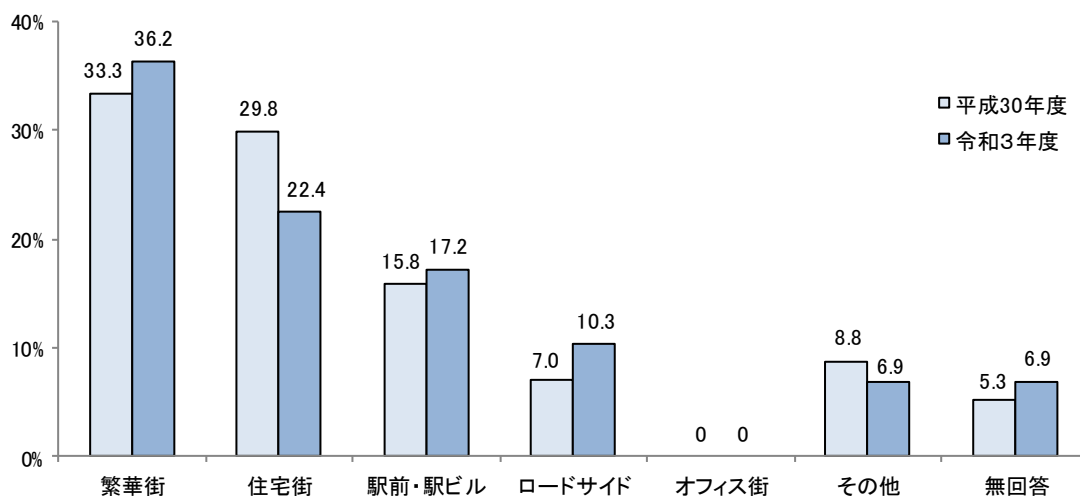


(2) 立地環境（問7）

商店街の立地環境は、「繁華街（36.2%）」、「住宅街（22.4%）」、「駅前・駅ビル（17.2%）」、「ロードサイド²（10.3%）」の順に多くなっている。

国全体の構成比と比較すると、「繁華街（国全体23.1%）」が13.1ポイント高くなっており、「住宅街（同31.1%）」が8.7ポイント低くなっている。

図表3 立地環境



¹ 所在地とは、商店街事務所又は代表者の住所を指す。

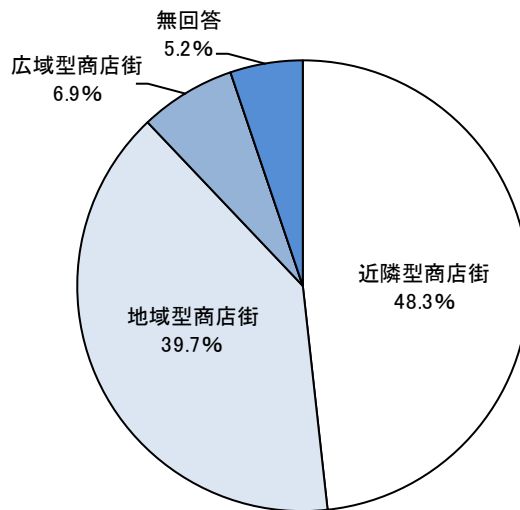
² ロードサイドとは、交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指す。

3 商店街タイプ（問8）

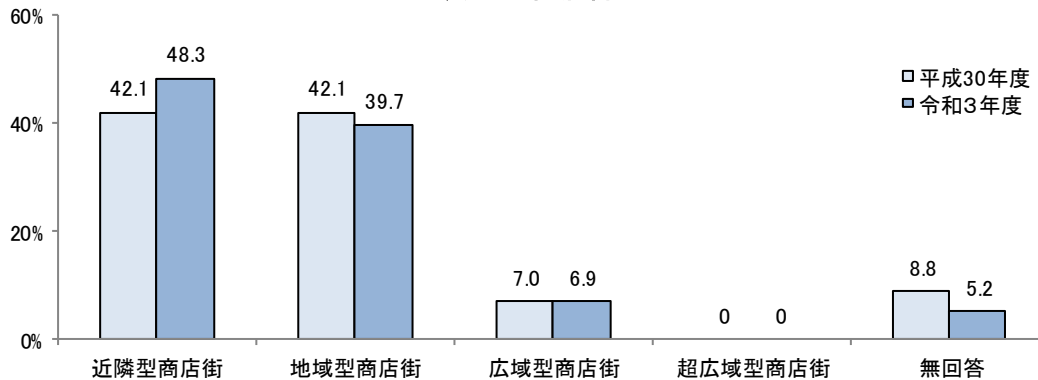
商店街タイプ¹ は、「近隣型商店街（48.3%）」、「地域型商店街（39.7%）」、「広域型商店街（6.9%）」の順に多くなっており、「超広域型商店街」はない。

国全体の構成比と比較すると、「近隣型商店街（国全体54.3%）」が6.0ポイント低くなっており、「地域型商店街（同32.8%）」が6.9ポイント高くなっている。

図表4-1 商店街タイプ



図表4-2 商店街タイプ



¹ 商店街タイプについて

近隣型商店街	最寄品 ² 中心の商店街で、地元住民が徒歩又は自転車などで移動して日用品の買物を行う商店街
地域型商店街	最寄品及び買回り品 ³ が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、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、量販店等を含む大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街
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、遠距離から来街する商店街

² 最寄品とは、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を指す。加工食品、家庭雑貨など。

³ 買回り品とは、消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品を指す。ファッション関連、家具、家電など。

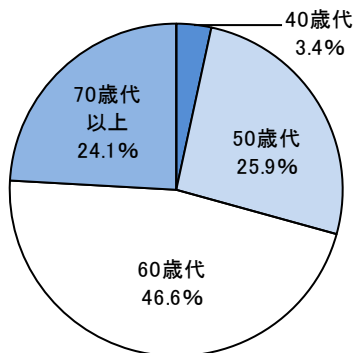
4 役員構成等

(1) 理事長・会長の年齢（問2(1)(A)）

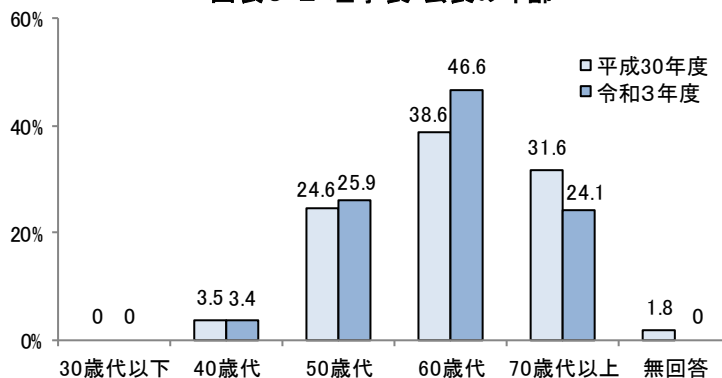
理事長・会長の年齢についてみると、「60歳代（46.6%）」、「50歳代（25.9%）」、「70歳代以上（24.1%）」の順に多くなっている。40歳代以下は3.4%となっている。

国全体の構成比と比較すると、「70歳代以上（国全体37.5%）」が13.4ポイント低く、「60歳代（同33.5%）」が13.1ポイント高くなっている。

図表5-1 理事長・会長の年齢



図表5-2 理事長・会長の年齢

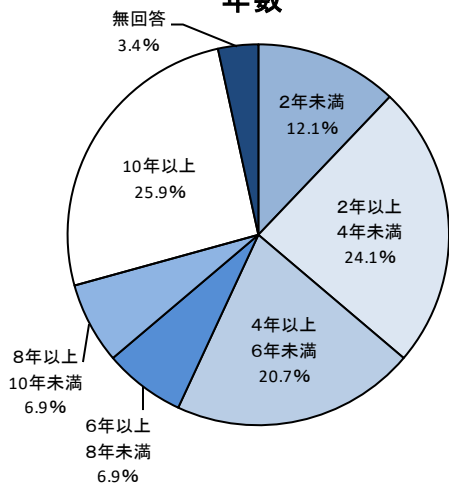


(2) 理事長・会長の在職年数（問2(1)(B)）

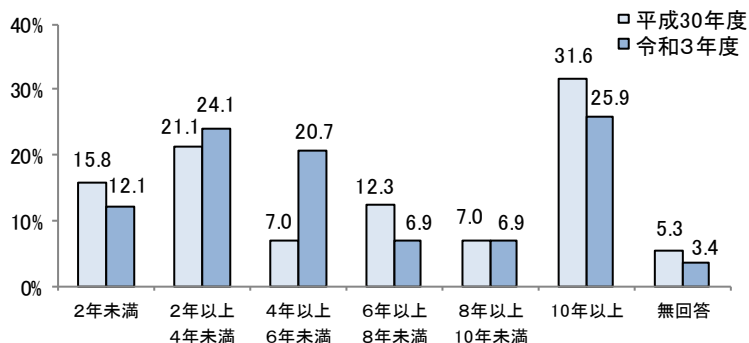
理事長・会長の在職年数についてみると、「10年以上」が25.9%と最も多くなっている。

国全体の構成比と比較すると、「10年以上（国全体35.6%）」が9.7ポイント低く、「2年以上4年未満（同14.4%）」が9.7ポイント高くなっている。

図表6-1 理事長・会長の在職年数



図表6-2 理事長・会長の在職年数

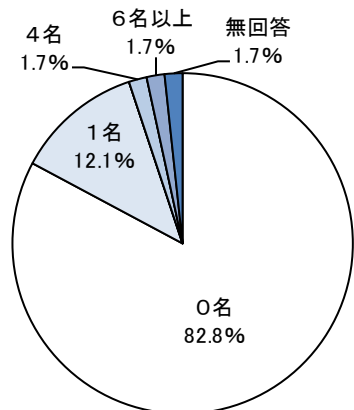


5 専従事務局員数（問3）

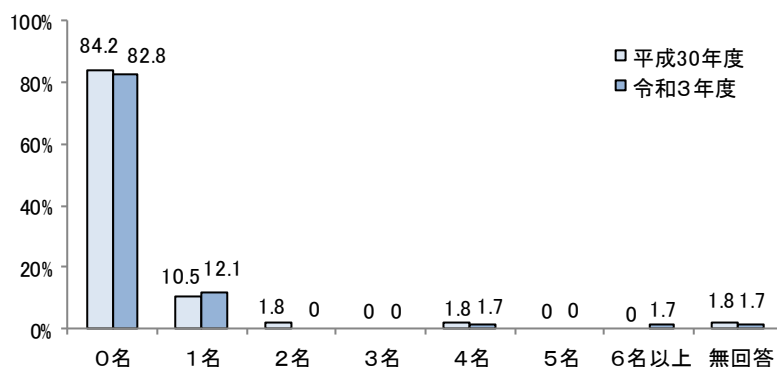
専従事務局員数（パート、アルバイトを含む）についてみると、「いない（0名）」と回答した商店街が82.8%と多くを占めており、次いで「1名」が12.1%、「4名」及び「6名以上」が1.7%となっている。

国全体の構成比と比較すると、「0名（国全体74.1%）」が8.7ポイント高くなっている。

図表7-1 専従事務局員数



図表7-2 専従事務局員数



6 店舗数と会員数

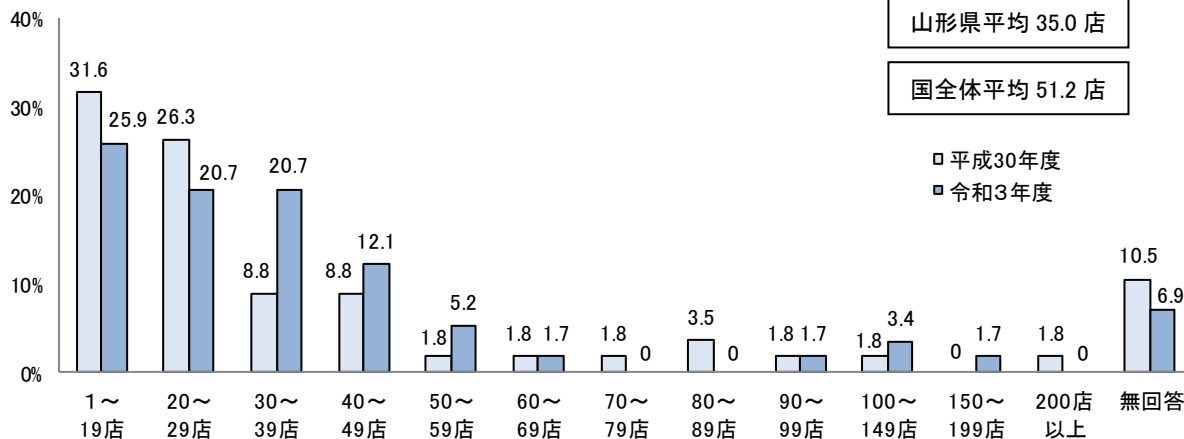
(1) 店舗（問4(1)）

① 全店舗数

商店街を構成する全店舗数（空き店舗を含む）は、「1～19店（25.9%）」、「20～29店（20.7%）」、「30～39店（20.7%）」の順に多くなっている。

今回調査の全店舗数平均は35.0店で、前回調査の全店舗数平均（34.3店）と比べると0.7店増加している。

図表8 全店舗数

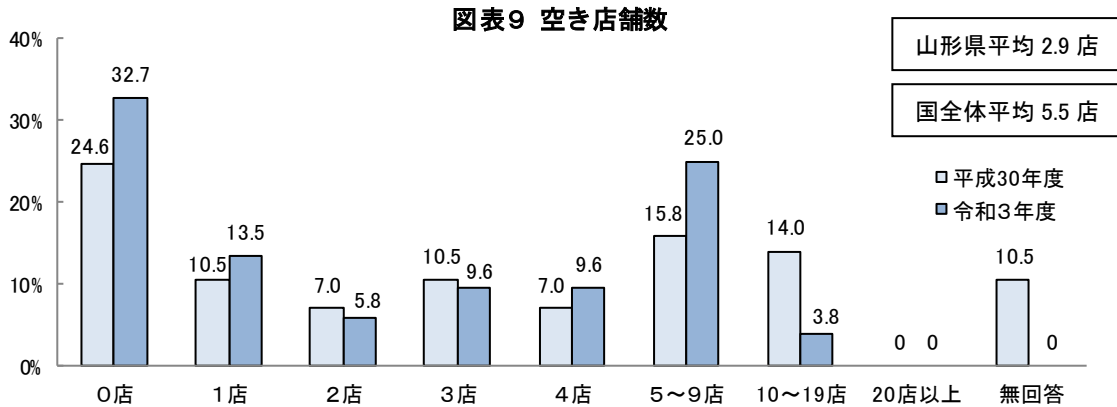


② 空き店舗数

商店街における空き店舗¹数は、平均で2.9店となっており前回調査(4.1店)と比較して1.2店減少している。国全体の平均(5.5店)との比較では2.6店少なくなっている。

空き店舗数別の商店街数の分布をみると、「0店(空き店舗がない)(32.7%)」が最も多く、次いで「5～9店(25.0%)」、「1店(13.5%)」の順になっている。

前回調査と比較すると、「0店(空き店舗がない)(前回調査24.6%)」が8.1ポイント、「5～9店(同15.8%)」で9.2ポイント高くなっている。

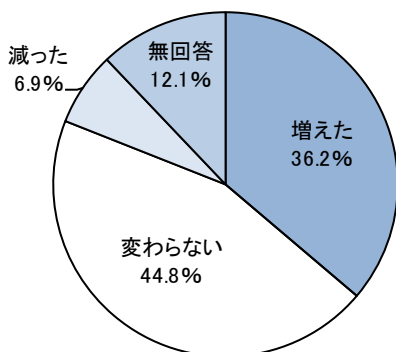


<最近3年間の空き店舗数の変化> (問12C)

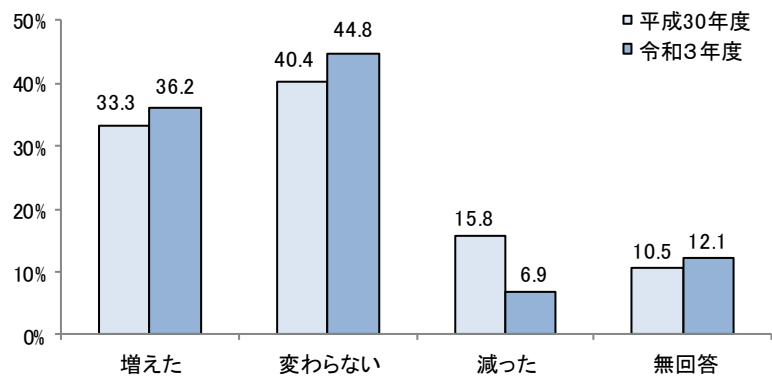
最近3年間の空き店舗数の変化をみると、「増えた(36.2%)」が「減った(6.9%)」を29.3ポイント上回り、「変わらない」は44.8%となっている。

前回調査と比較すると、「増えた(前回調査33.3%)」は2.9ポイント高く、「減った(同15.8%)」は8.9ポイント低くなっている。一方、「変わらない(同40.4%)」は4.4ポイント高くなっている。

**図表10-1 空き店舗数
(3年前との比較)**



図表10-2 空き店舗数(3年前との比較)



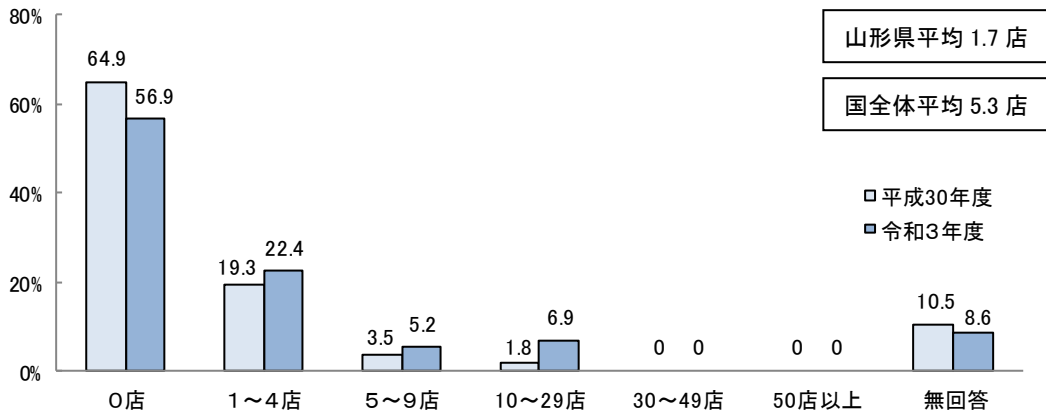
¹ 空き店舗とは、従前は店舗であったものが、現状空きスペース(空き地、空きビル、空き倉庫等)になっているものとする。有効回答件数のうち、本設問について回答内容に疑義があり正確な値が確認できなかった回答や他の設問との整合性がとれない回答については、本設問への回答のみ無効回答としている。

③ チェーン店舗数

商店街におけるチェーン店舗¹数は、「0店（56.9%）」、「1～4店（22.4%）」、「10～29店（6.9%）」、「5～9店（5.2%）」の順に多くなっている。

1商店街あたりのチェーン店舗数は1.7店となっており、国全体の平均（5.3店）と比較して3.6店少なく、前回調査（0.9店）と比較すると0.8店多くなっている。

図表11 チェーン店舗数

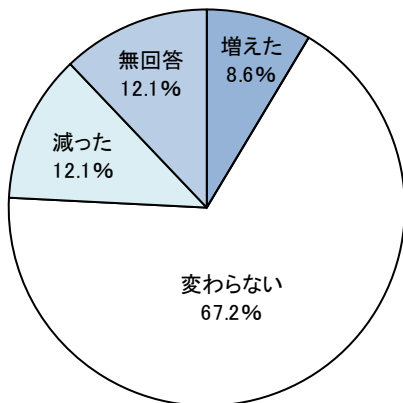


<最近3年間のチェーン店舗数の変化>（問12A）

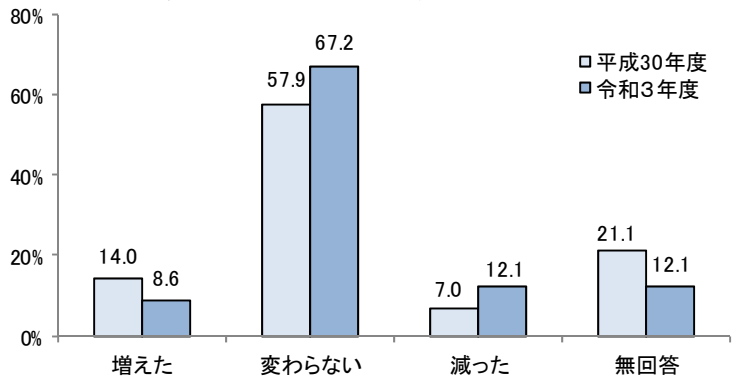
最近3年間のチェーン店舗数の変化は、「減った（12.1%）」が「増えた（8.6%）」を3.5ポイント上回っており、「変わらない」は67.2%となっている。

前回調査と比較すると、「増えた（前回調査14.0%）」は5.4ポイント低く、「減った（同7.0%）」は5.1ポイント高くなっている。

図表12-1 チェーン店舗数
（3年前との比較）



図表12-2 チェーン店舗数(3年前との比較)



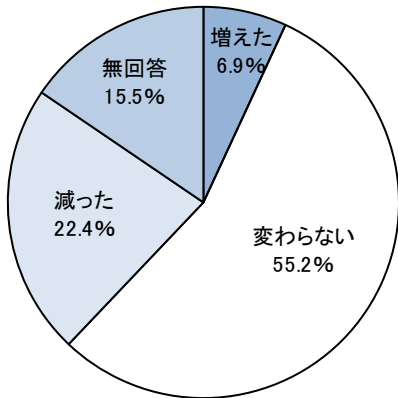
¹ チェーン店舗とは、ブランドや営業等が多数の店舗で統一的に管理された店舗のこと。スーパー、コンビニエンスストアのほか、ファーストフード店、ドラッグストア等が該当する。

＜最近3年間のテナント店舗数の変化＞（問12B）

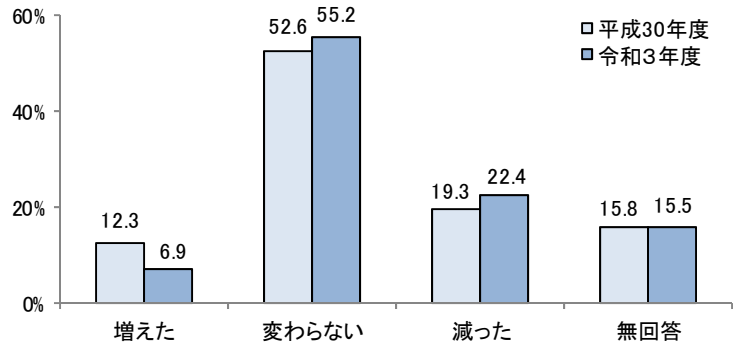
最近3年間のテナント店舗¹数の変化は、「減った（22.4%）」が「増えた（6.9%）」を15.5ポイント上回っており、「変わらない」は55.2%となっている。

前回調査と比較すると、「増えた（前回調査12.3%）」で5.4ポイント低く、「減った（同19.3%）」で3.1ポイント高くなっている。

図表13-1 テナント店舗数
（3年前との比較）



図表13-2 テナント店舗数（3年前との比較）



¹ テナント店舗とは、建物の一部又は全部を賃貸して出店している店舗を指す。

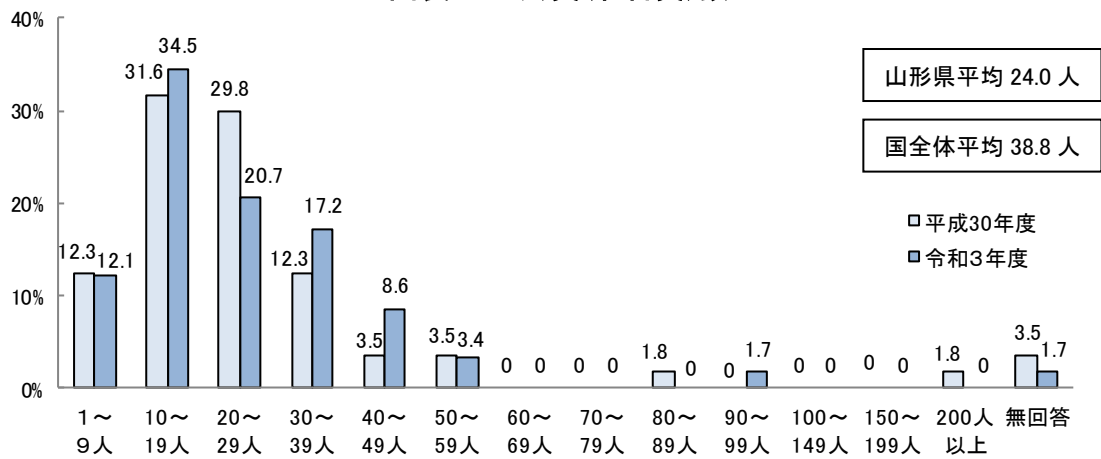
(2) 会員（組合員）（問4(2)）

① 会員（組合員）数

商店街を構成する会員（組合員）数は、「10～19人（34.5%）」、「20～29人（20.7%）」、「30～39人（17.2%）」の順に多くなっている。

会員（組合員）数平均は24.0人で前回調査の会員（組合員）数平均（30.2人）と比べると6.2人少なくなっている。また、国全体の平均（38.8人）と比較して14.8人少なくなっている。

図表14 会員（組合員）数

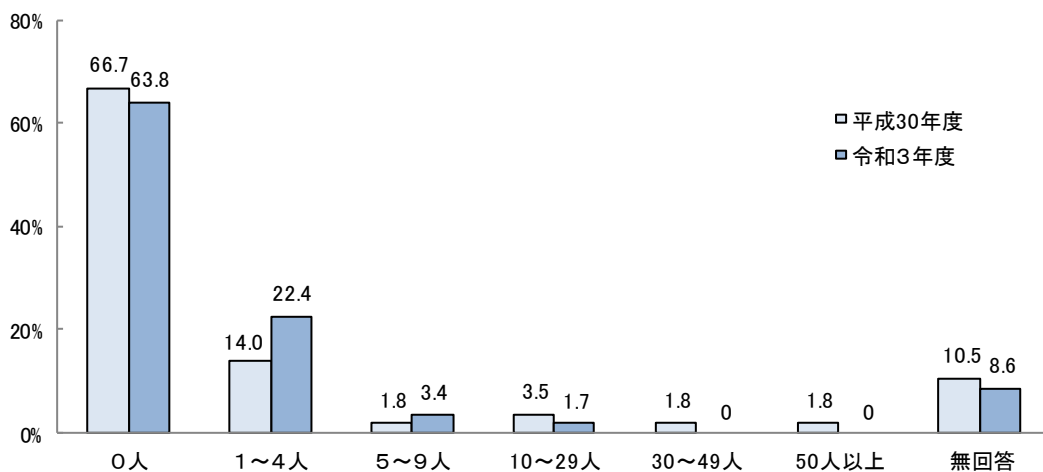


② チェーン店舗会員（組合員）数

チェーン店舗を営む会員（組合員）数は、「0人（63.8%）」、「1～4人（22.4%）」、「5～9人（3.4%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「0人（前回調査66.7%）」で2.9ポイント低く、「1～4人（同14.0%）」で8.4ポイント高くなっている

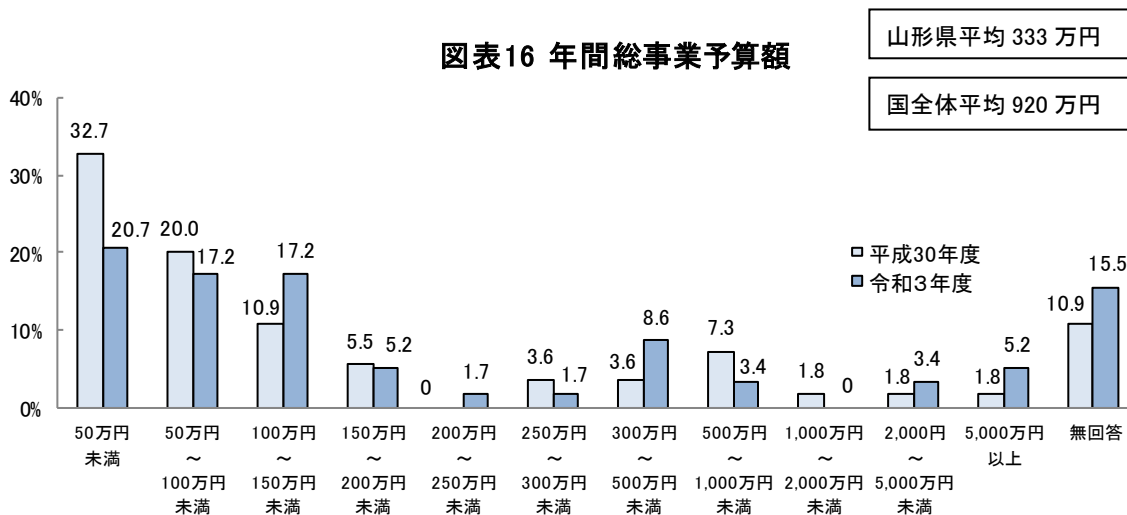
図表15 チェーン店舗会員（組合員）数



7 予算規模（問5(1)）

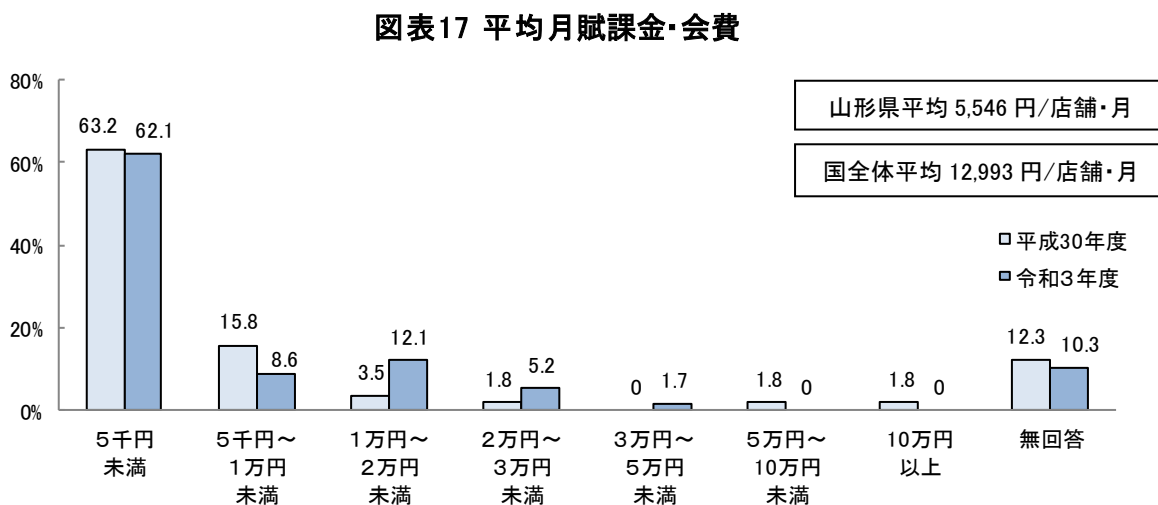
(1) 年間総事業予算額

商店街における令和3年度の年間総事業予算額は平均で333万円となっており、国全体の平均（920万円）と比較して587万円、前回調査（383万円）と比較すると50万円少なくなっている。金額の分布をみると「50万円未満（20.7%）」、「50万円～100万円未満（17.2%）」、「100万円～150万円未満（17.2%）」の順に多くなっている。



(2) 平均月賦課金・会費

一か月あたりの賦課金・会費についてみると、平均で5,546円/店舗・月となっており、国全体の平均（12,993円/店舗・月）と比較して7,447円/店舗・月、前回調査（7,268円/店舗・月）と比較すると1,722円/店舗・月少なくなっている。金額の分布をみると、「5千円未満（62.1%）」、「1万円～2万円未満（12.1%）」、「5千円～1万円未満（8.6%）」の順に多くなっている。

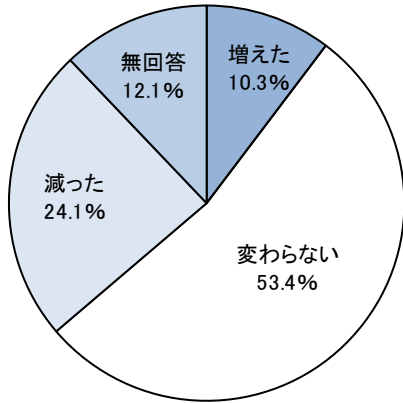


(3) 最近3年間の予算額等の変化

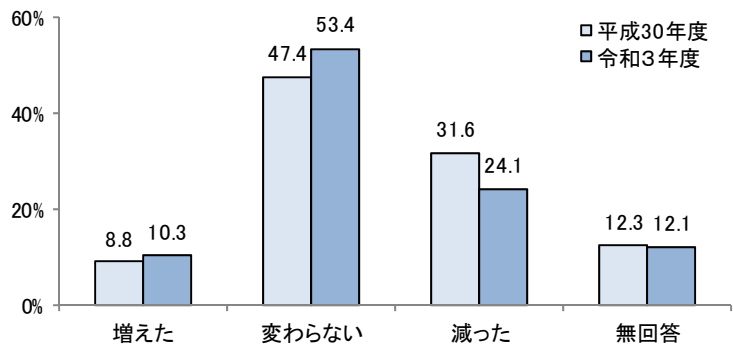
① 年間総事業予算額（3年前との比較）

年間総事業予算額は3年前と比較すると、「変わらない(53.4%)」、「減った(24.1%)」、「増えた(10.3%)」の順に多くなっている。

図表18-1 年間総事業予算額
(3年前との比較)



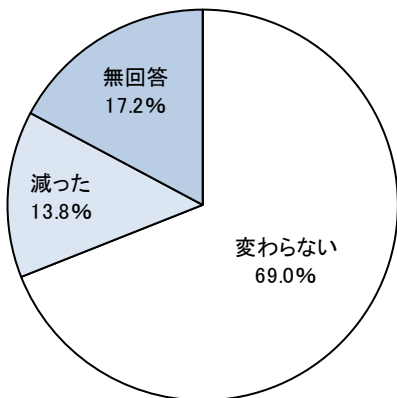
図表18-2 年間総事業予算額(3年前との比較)



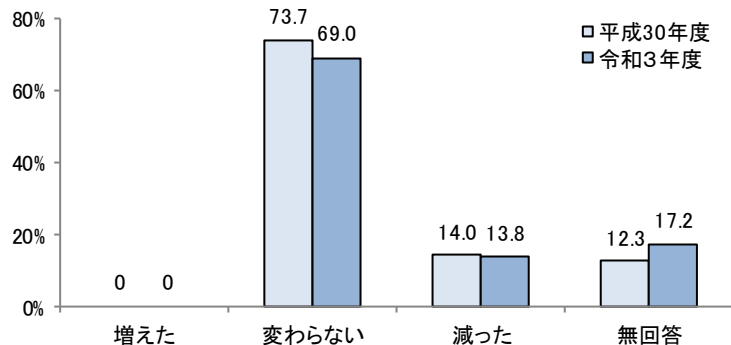
② 平均月賦課金・会費（3年前との比較）

平均月賦課金・会費は3年前と比較すると、「変わらない(69.0%)」、「減った(13.8%)」の順に多くなっており、「増えた」と回答した商店街はなかった。

図表19-1 平均月賦課金・会費
(3年前との比較)



図表19-2 平均月賦課金・会費(3年前との比較)



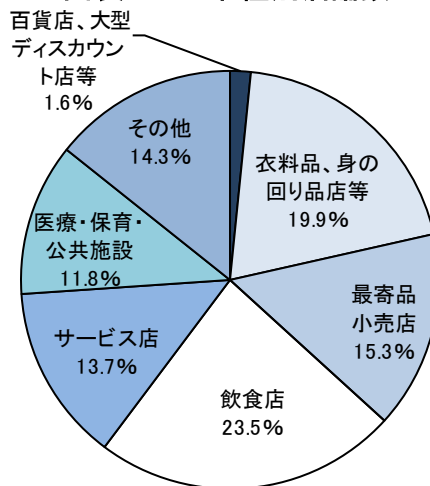
8 業種別店舗（問6）

(1) 業種別店舗数

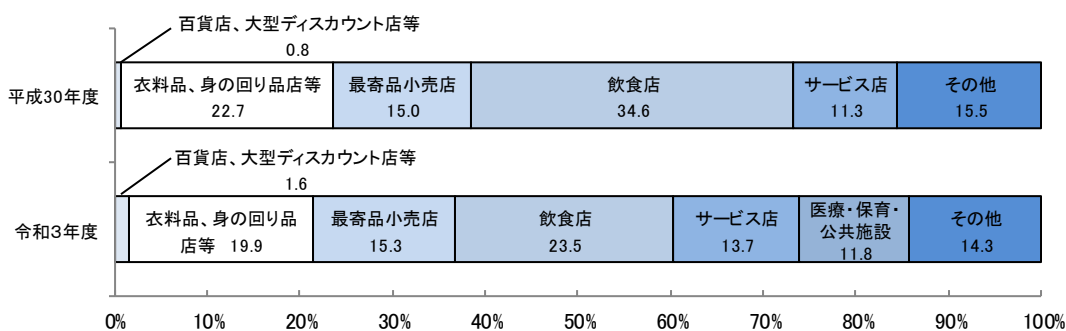
商店街における業種別の店舗数についてみると、「飲食店（23.5%）」の割合が最も多く、次いで「衣料品、身の回り品店等（19.9%）」、「最寄品小売店（15.3%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「飲食店（前回調査34.6%）」で11.1ポイント低くなっている。

図表20-1 業種別店舗数



図表20-2 業種別店舗数

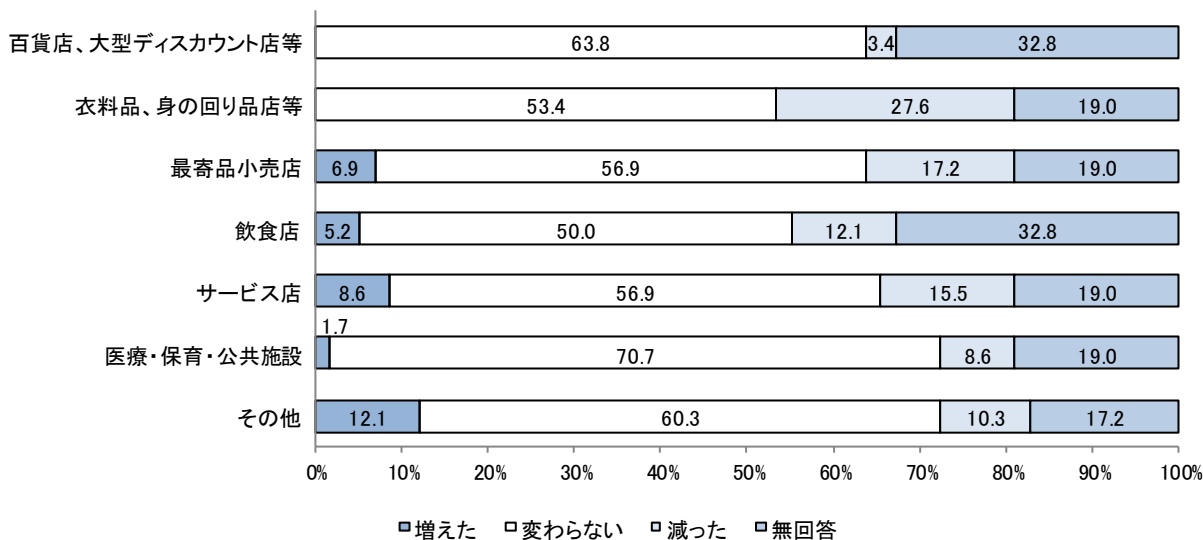


(2) 最近3年間の業種別店舗数の変化

最近3年間の業種別店舗数の変化について、「増えた」と回答のあった業種は、「その他」を除くと、「サービス店（8.6%）」、「最寄品小売店（6.9%）」、「飲食店（5.2%）」、「医療・保育・公共施設（1.7%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「増えた」と回答した業種はほとんど変わらない。

図表21 最近3年間の業種別店舗数の変化



II 商店街を取り巻く環境について

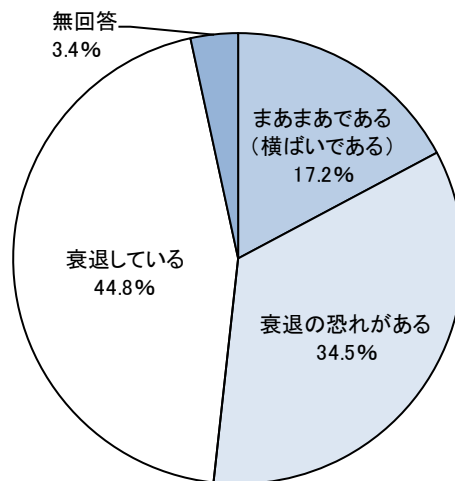
1 最近の景況（問9(1)）

商店街の最近の景況は、「繁栄している」及び「繁栄の兆しがある」と回答した商店街はなかった。一方、「衰退している」が44.8%、「衰退の恐れがある」が34.5%となっている。「まあまあである（横ばいである）」と回答した商店街は17.2%であった。

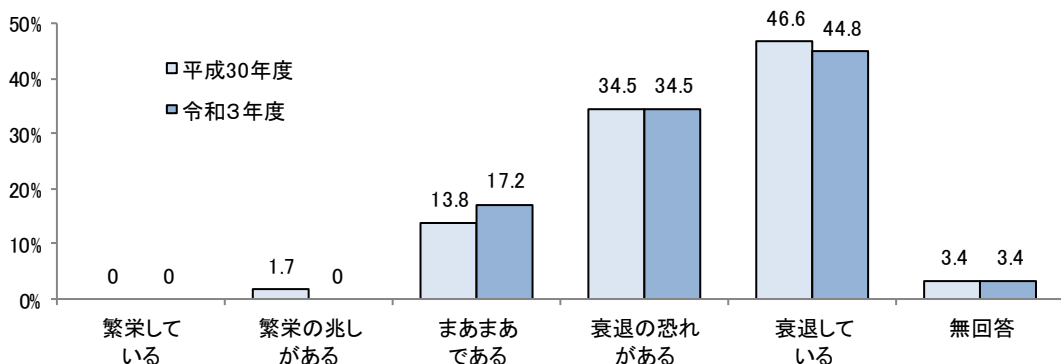
国全体の構成比と比較すると、「繁栄している（国全体1.3%）」が1.3ポイント、「繁栄の兆しがある（同3.0%）」が3.0ポイント、「まあまあである（同24.3%）」が7.1ポイント低くなっており、「衰退の恐れがある（同30.7%）」が3.8ポイント、「衰退している（同36.5%）」8.3ポイント高くなっている。

前回調査と比較すると、「繁栄している（前回調査0%）」及び「衰退の恐れがある（同34.5%）」は同率、「繁栄の兆しがある（同1.7%）」が1.7ポイント、「衰退している（同46.6%）」は1.8ポイント低くなっている一方、「まあまあである（横ばいである）（同13.8%）」は3.4ポイント高くなっている。

図表22-1 商店街の最近の景況



図表22-2 商店街の最近の景況



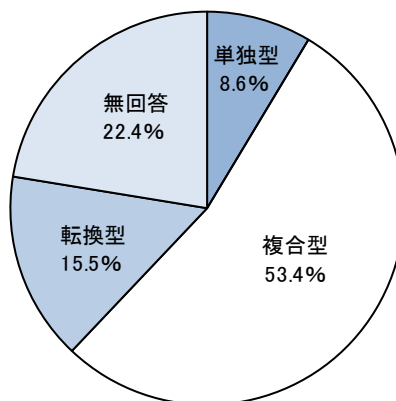
2 将来の展望

(1) 商店街としての機能¹（問9(2)）

① 現状

商店街としての機能に関する現状については、「単独型」が8.6%、「複合型」が53.4%、「転換型」が15.5%となっている。

図表23 商店街としての機能(現状)

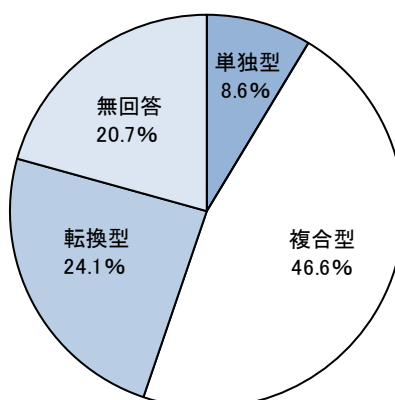


② 将来の展望

商店街としての機能に関する将来の展望については、「単独型」が8.6%、「複合型」が46.6%、「転換型」が24.1%となっている。

現状と比較すると、「単独型」は同率、「複合型」は6.8ポイント低く、「転換型」は8.6ポイント高くなっている。複合型から転換型への移行を展望する商店街があるとみられる。

図表24 商店街としての機能(将来の展望)



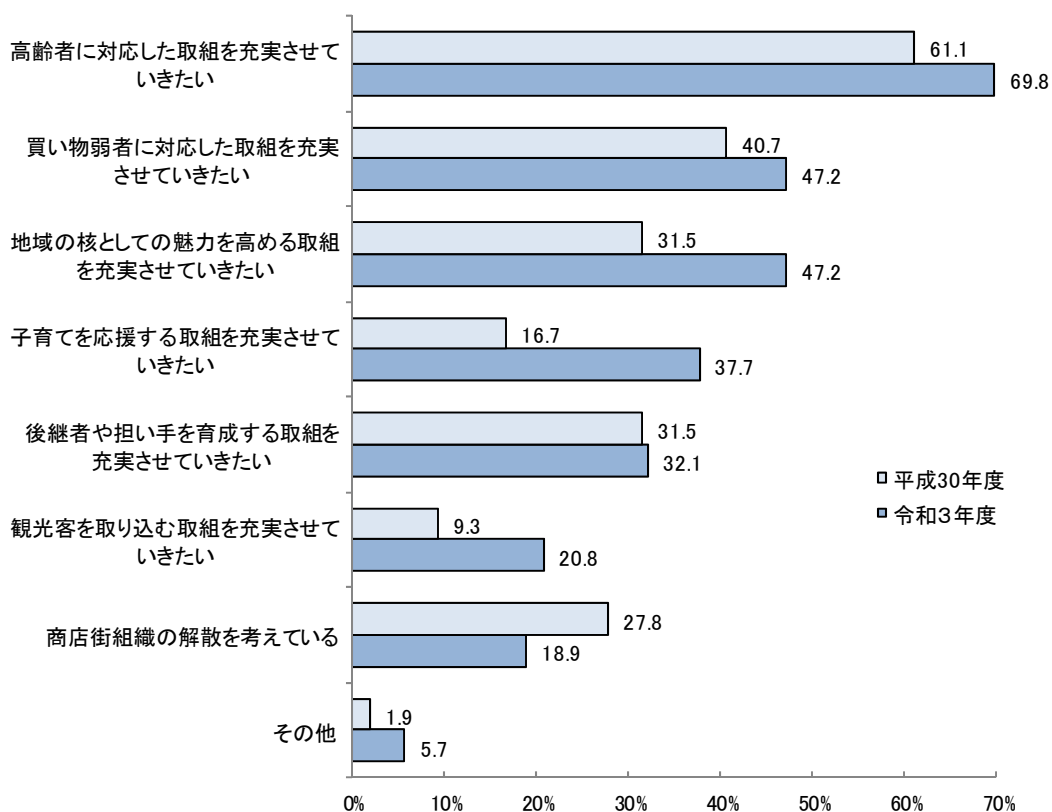
¹ ・ (商業機能) 単独型とは需要の集密度が高い地域(利用客が多い駅前や観光地周辺など)において、商業機能によって多くの来街者が期待できる商店街。
・ (地域コミュニティ支援機能との) 複合型とは需要の集密度は高くない地域において、商業機能と地域コミュニティ支援機能を複合的に備えることによって、地域住民を始めとする来街者のニーズに応える商店街。
・ 転換型とは需要の集密度が低い地域において、来街を待つのではなく、地域住民のもとへ商品を届ける業態へと転換することによって、商業機能の維持に取り組む商店街である。

(2) 商店街の将来の展望（問9(3)）

今後の取組等に関する商店街の将来の展望については、「高齢者に対応した取組を充実させていきたい（69.8%）」、「買い物弱者（配送・交通手段の減少等により日常の買物が困難な方々）に対応した取組を充実させていきたい（47.2%）」、「地域の核としての魅力を高める取組を充実させていきたい（47.2%）」、「子育てを応援する取組を充実させていきたい（37.7%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「子育てを応援する取組を充実させていきたい（前回調査16.7%）」が21.0ポイント、「地域の核としての魅力を高める取組を充実させていきたい（同31.5%）」が15.7ポイント、「観光客を取り込む取組を充実させていきたい（同9.3%）」が11.5ポイント高くなっている。一方で「商店街組織の解散を考えている（同27.8%）」は8.9ポイント低くなっている。

図表25 商店街の将来の展望【複数回答(いくつでも)】



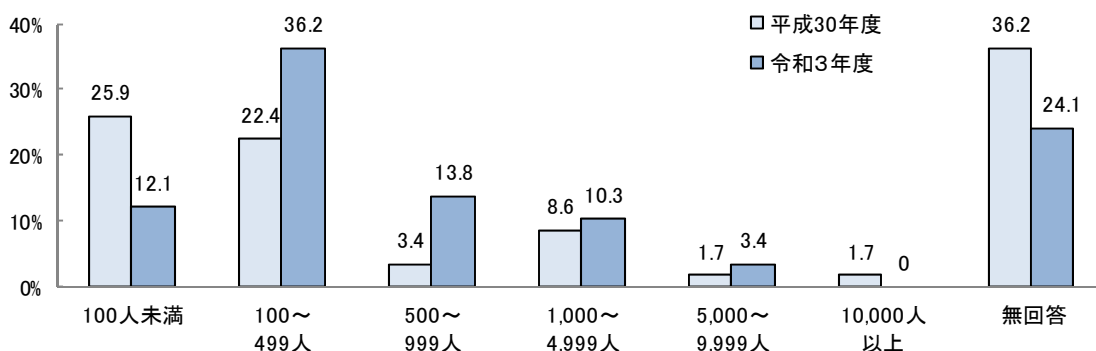
3 来街者

(1) 1日平均の来街者数（問10(1)）

商店街を訪れる1日平均の来街者数（商店街内の主要な場所における平日1日と休日1日の平均値）は、「100～499人（36.2%）」、「500～999人（13.8%）」、「100人未満（12.1%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「100人未満（前回調査25.9%）」が13.8ポイント低くなっている。一方「100～499人（同22.4%）」で13.8ポイント、「500～999人（同3.4%）」で10.4ポイント高くなっている

図表26 1日平均の来街者数



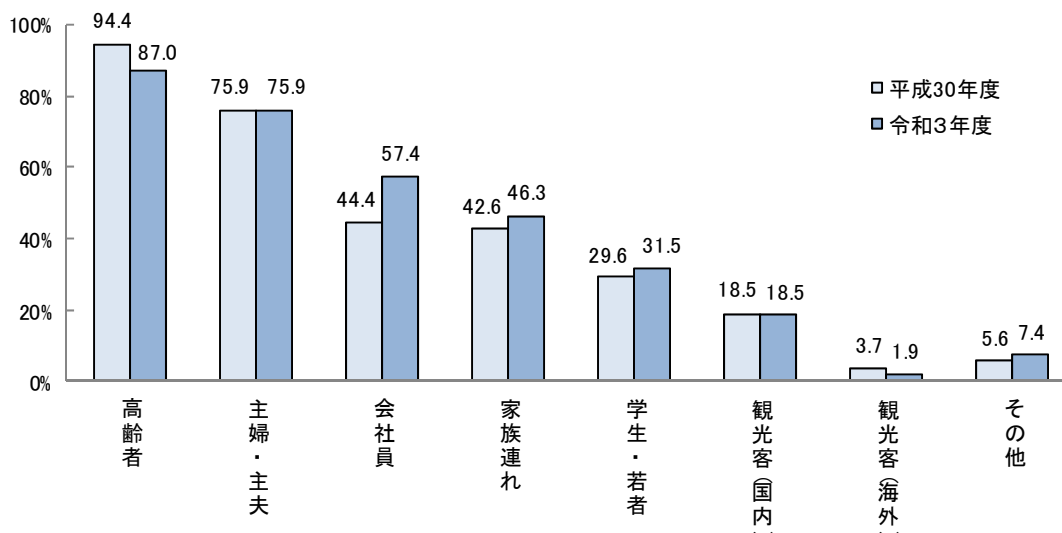
(2) 来街者層（問10(2)）

商店街を訪れる来街者層は、「高齢者（87.0%）」、「主婦・主夫（75.9%）」、「会社員（57.4%）」、「家族連れ（46.3%）」の順に多くなっている。

国全体と比較すると、「高齢者（国全体85.1%）」、「主婦・主夫（同76.3%）」はほとんど変わらないが、「会社員（同45.4%）」で12.0ポイント高く、「家族連れ（同51.8%）」で5.5ポイント低くなっている。

前回調査と比較すると、「会社員」で13.0ポイント高くなっている。

図表27 来街者層【複数回答（いくつでも）】



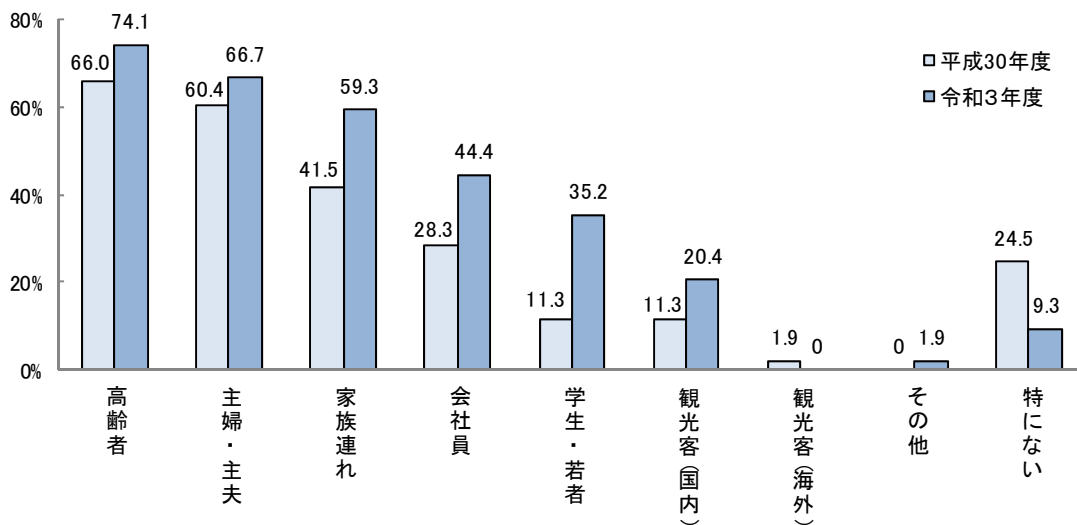
(3) ターゲットとしている層とその獲得のための取組状況

① ターゲットにしている層（問10(4)）

商店街がターゲットとしている層についてみると、「高齢者（74.1%）」、「主婦・主夫（66.7%）」、「家族連れ（59.3%）」、「会社員（44.4%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「学生・若者」で23.9ポイント、「家族連れ」で17.8ポイント、「会社員」で16.1ポイント高くなっている。

図表28 商店街がターゲットにしている層【複数回答(いくつでも)】

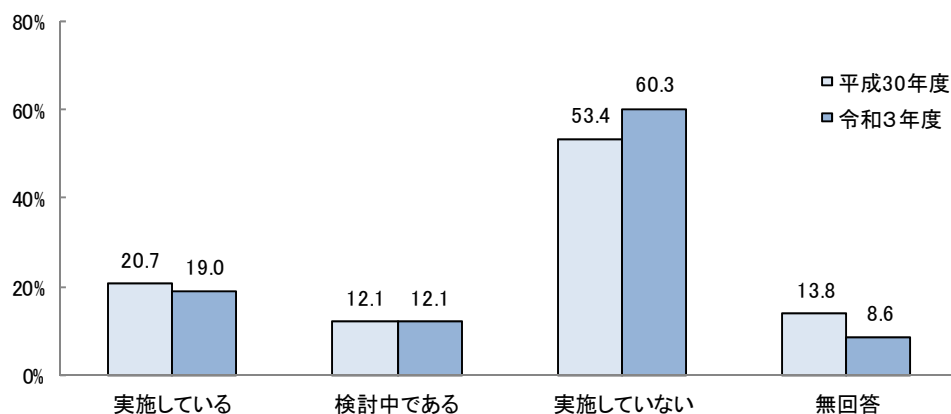


② ターゲット層を獲得するための取組の実施状況（問10(5)）

ターゲット層を獲得するための取組について、「実施している」と回答した商店街は19.0%、「実施していない」と回答した商店街は60.3%となっている。

前回調査と比較すると、「実施している（前回調査20.7%）」が1.7ポイント低く、「実施していない（同53.4%）」が6.9ポイント高くなっている。

図表29 ターゲット層を獲得するための取組の実施状況



4 来街者数の変化

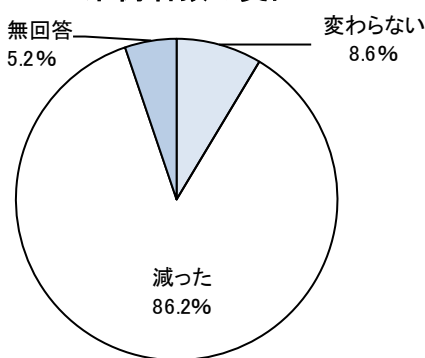
(1) 最近3年間の来街者数

① 最近3年間の来街者数の変化（問11(1)）

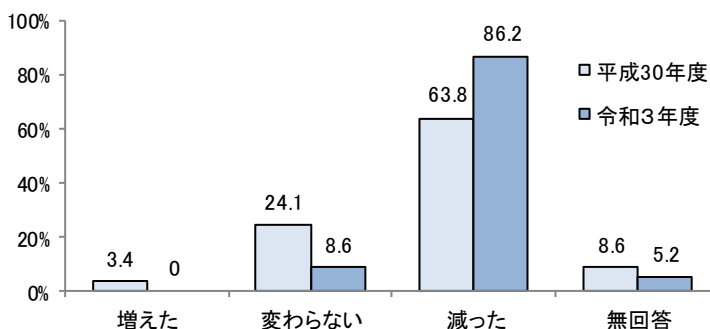
最近3年間の来街者数の変化は、「減った」と回答した商店街は86.2%で、「増えた」と回答した商店街はなかった。また、「変わらない」と回答した商店街は8.6%となっている。

前回調査と比較すると、「増えた（前回調査3.4%）」は3.4ポイント、「変わらない（同24.1%）」は15.5ポイント低くなっており、「減った（同63.8%）」は22.4ポイント高くなっている。

図表30-1 最近3年間の来街者数の変化



図表30-2 最近3年間の来街者数の変化



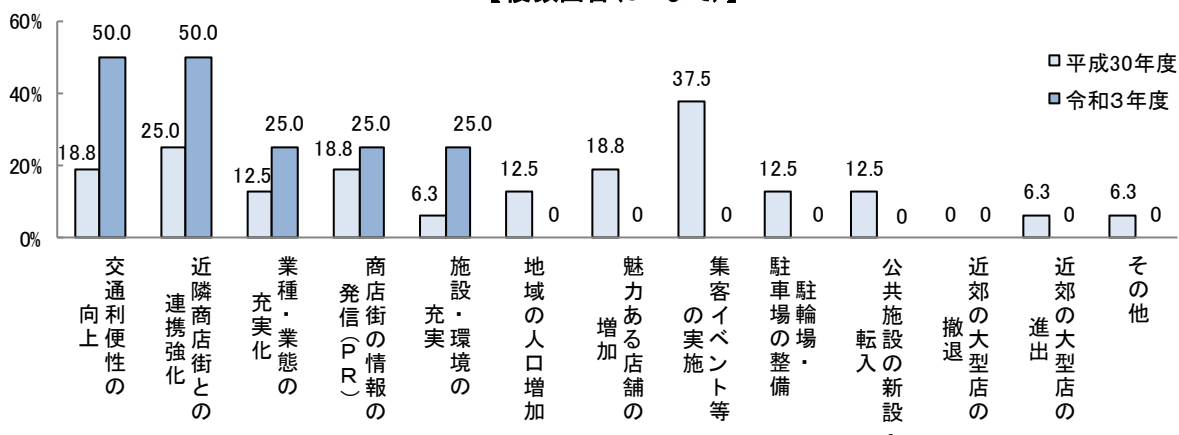
② 来街者が「増えた」又は「変わらない」要因（問11(1-1)）

来場者が「増えた」又は「変わらない」要因としては、「交通利便性の向上（50.0%）」、「近隣商店街との連携強化（50.0%）」、次いで「業種・業態の充実化（25.0%）」、「商店街の情報の発信（PR）（25.0%）」、「施設・環境の充実（25.0%）」となっている。

国全体では、「地域の人口増加（国全体33.7%）」、「集客イベント等の実施（同25.7%）」、「魅力ある店舗の増加（同24.8%）」の順に多くなっている。

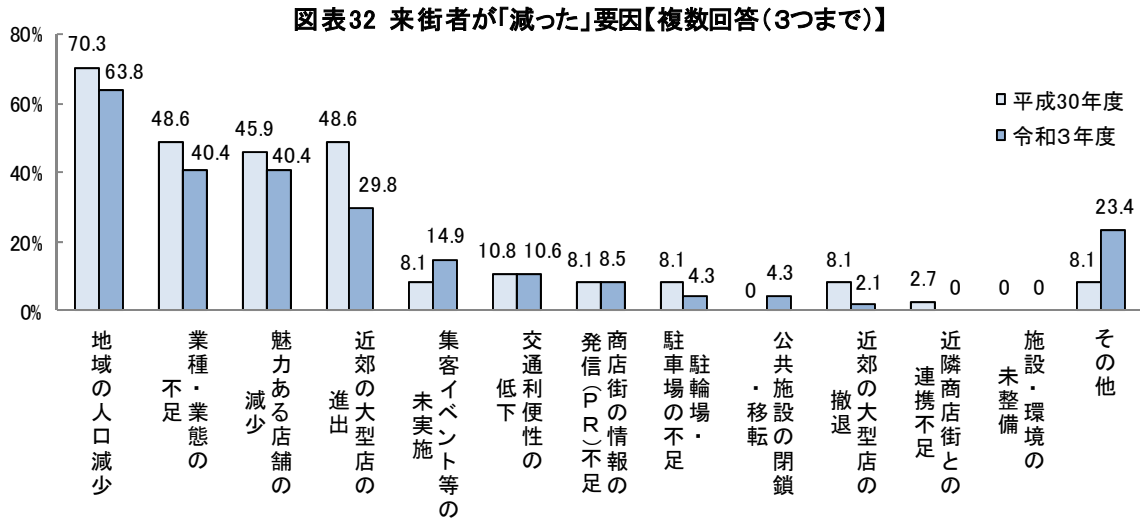
前回調査と比較すると、今回回答がなかった「集客イベント等の実施（前回調査37.5%）」は、前回調査では一番割合が多く、「魅力ある店舗の増加（同18.8%）」も上位5つに入る回答数があった。

図表31 来客者が「増えた」又は「変わらない」要因【複数回答(3つまで)】



③ 来街者が「減った」要因（問11(1-2)）

来場者が「減った」要因としては、「地域の人口減少（63.8%）」が最も多く、次いで「業種・業態の不足（40.4%）」、「魅力ある店舗の減少（40.4%）」となっている。国全体及び前回調査とも上位4つは同要因となっている。



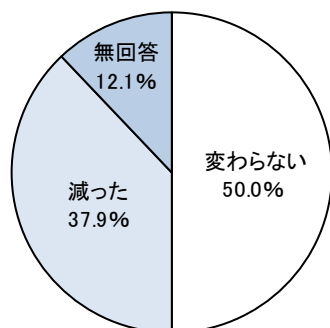
(2) 最近3年間の外国人観光客の変化（問11(2)）

① 外国人観光客数

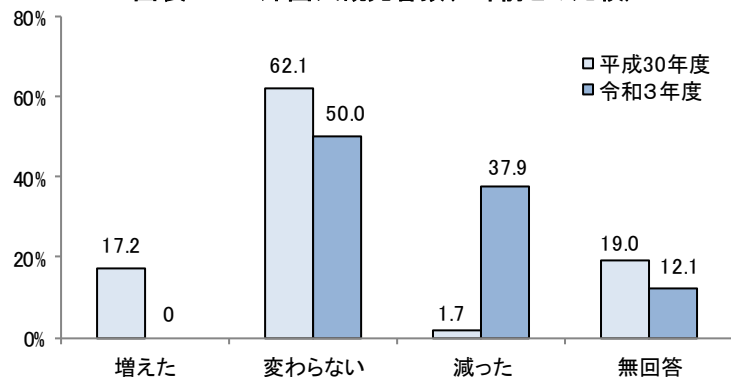
外国人観光客数は3年前と比較すると、「変わらない（50.0%）」、「減った（37.9%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「増えた（前回調査17.2%）」が17.2ポイント、「変わらない（同62.1%）」が12.1ポイント低く、「減った（同1.7%）」が36.2ポイント高くなっている。

図表33-1 外国人観光客数（3年前との比較）



図表33-2 外国人観光客数(3年前との比較)

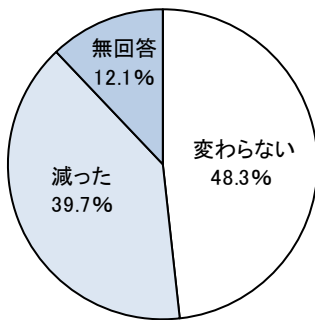


② 一般の客数に対する外国人観光客数

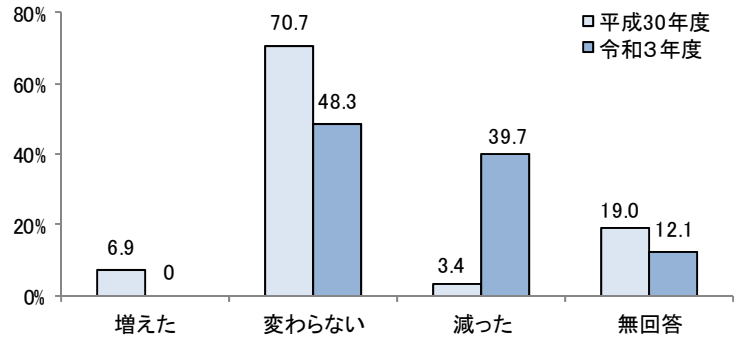
一般の客数に対する外国人観光客数は3年前と比較すると、「変わらない(48.3%)」、「減った(39.7%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「増えた(前回調査6.9%)」が6.9ポイント、「変わらない(同70.7%)」が22.4ポイント低く、「減った(同3.4%)」が36.3ポイント高くなっている。

図表34-1 一般の客数に対する外国人観光客数(3年前との比較)



図表34-2 一般の客数に対する外国人観光客数(3年前との比較)

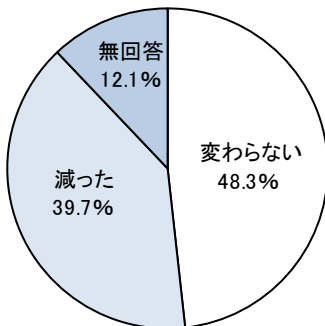


③ 外国人観光客の消費額

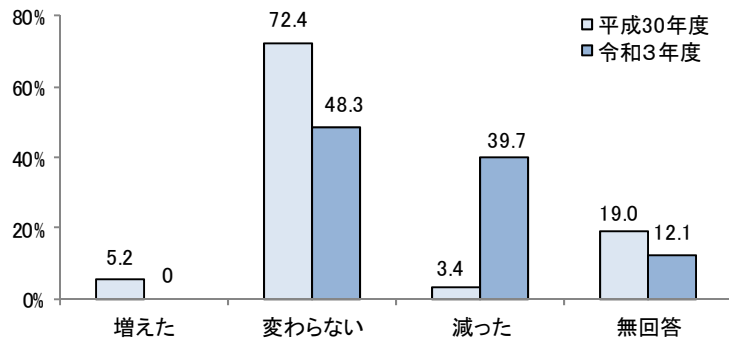
外国人観光客の消費額は3年前と比較すると、「変わらない(48.3%)」、「減った(39.7%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「増えた(前回調査5.2%)」が5.2ポイント、「変わらない(同72.4%)」が24.1ポイント低く、「減った(同3.4%)」は36.3ポイント高くなっている。

図表35-1 外国人観光客の消費額(3年前との比較)



図表35-2 外国人観光客の消費額(3年前との比較)



(3) 来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況

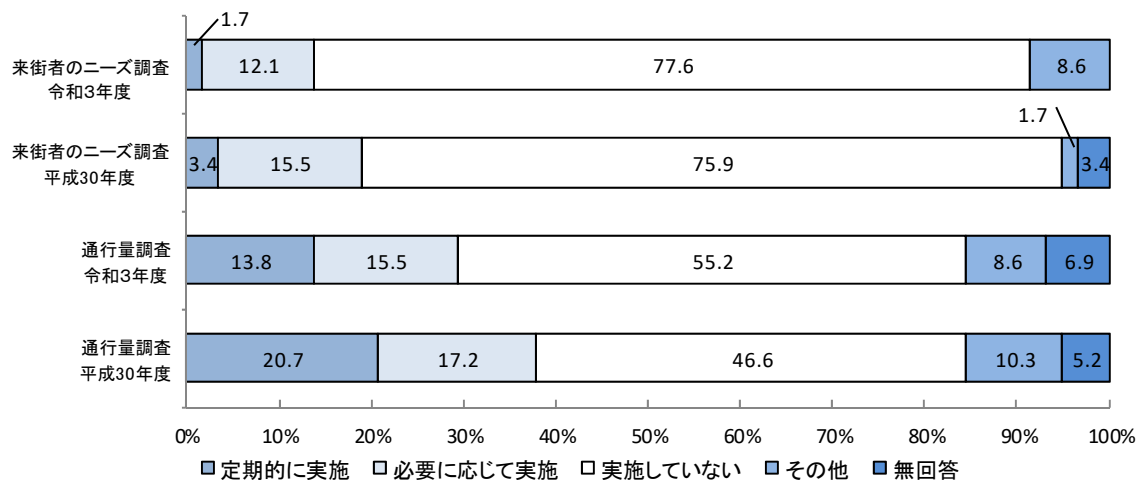
① 実施状況（問11(3)(4)）

商店街への来街者のニーズ調査を「定期的実施」しているのは1.7%、「必要に応じて実施」しているのは12.1%、「実施していない」は77.6%となっている。

通行量調査については、「定期的実施」しているのは13.8%、「必要に応じて実施」しているのは15.5%、「実施していない」は55.2%となっている。

前回調査と比較すると、両調査とも「実施していない」の割合が高くなり、「定期的実施」、「必要に応じて実施」の割合が低くなっている。

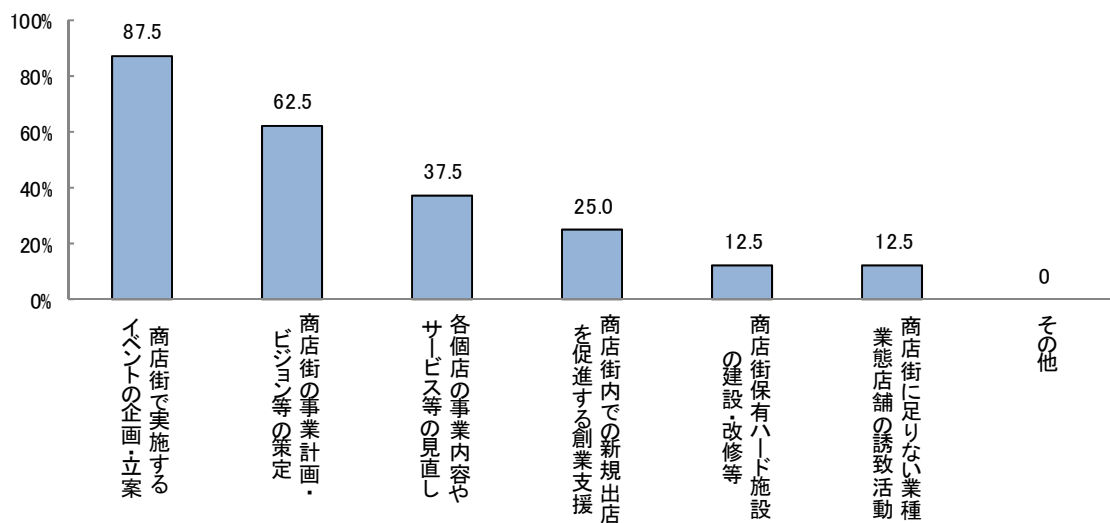
図表36 来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況



② 来街者のニーズ調査結果の活用状況（問11(3-1)）

来街者のニーズ調査結果の活用については、「商店街で実施するイベントの企画・立案（87.5%）」、「商店街の事業計画・ビジョン等の策定（62.5%）」、「各個店の事業内容やサービス等の見直し（37.5%）」の順に多くなっている。

図表37 来街者のニーズ調査結果の活用【複数回答(いくつでも)】



5 大規模小売店舗の出退店の状況

(1) 大規模小売店舗の出店

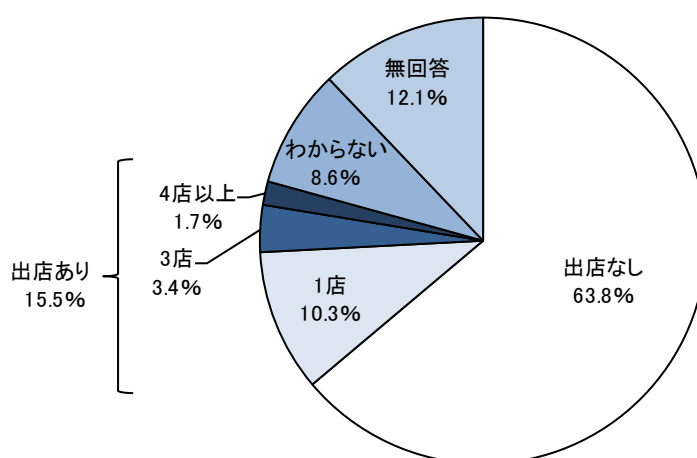
① 大規模小売店舗の出店数（問13(1) A）

直近3年間の大規模小売店舗¹の商店街の付近への出店状況についてみると、「出店あり」が15.5%、「出店なし」が63.8%となっている。

「出店あり」の回答について店舗数の内訳でみると、「1店(10.3%)」、「3店(3.4%)」、「4店以上(1.7%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「出店なし(前回調査51.7%)」が12.1ポイント高く、「出店あり(同27.6%)」が12.1ポイント低くなっている。

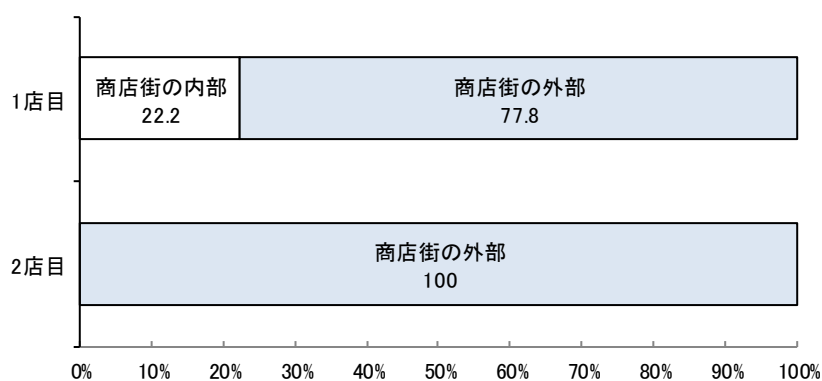
図表38 大規模小売店舗の出店数



② 出店した大規模小売店舗の立地場所（問13(1-2) (A)）

出店した大規模小売店舗の立地場所については、1店目、2店目ともに「商店街の外部」が「商店街の内部」を上回っている。

図表39 出店した大規模小売店舗の立地場所



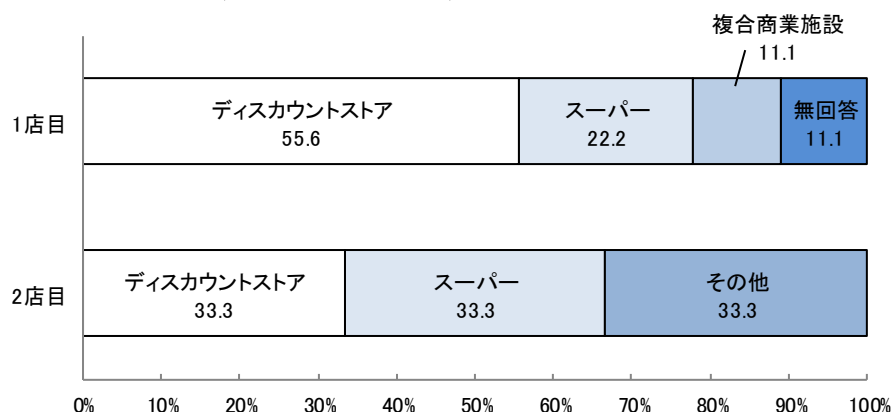
¹ 本報告書でいう大規模小売店舗とは、売場面積500㎡以上のものをいう。

③ 出店した大規模小売店舗のタイプ（問13(1-2)(B)）

出店した大規模小売店舗のタイプは、1店目は「ディスカウントストア（55.6%）」、「スーパー（22.2%）」、「複合商業施設（11.1%）」の順に多くなっている。2店目は「ディスカウントストア」、「スーパー」がともに33.3%となっている。

前回調査と比較すると、1店目では「ディスカウントストア（前回調査12.5%）」が43.1ポイント高く、「スーパー（同50.0%）」で27.8ポイント、「複合商業施設（同31.3%）」で20.2ポイント低くなっている。

図表40 出店した大規模小売店舗のタイプ

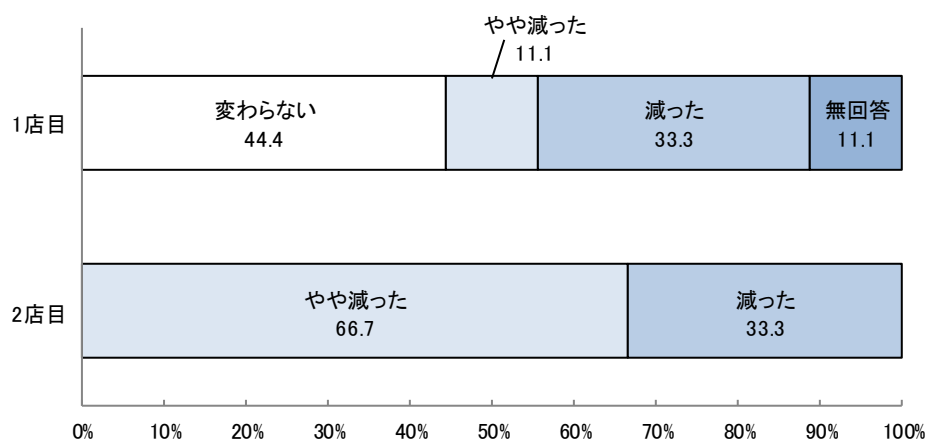


④ 大規模小売店舗の出店による来街者数の変化（問13(1-2)(C)）

大規模小売店舗の出店による来街者数の変化については、1店目では「変わらない（44.4%）」が最も多く、2店目では「やや減った（66.7%）」の割合が最も多くなっている。

前回調査と比較すると、1店目では「減った（前回調査43.8%、10.5ポイント減）」、「やや減った（同31.3%、20.2ポイント減）」で、合わせて30.7ポイント低く、「変わらない（同12.5%）」で31.9ポイント高くなっている。

図表41 大規模小売店舗の出店による来街者数の変化



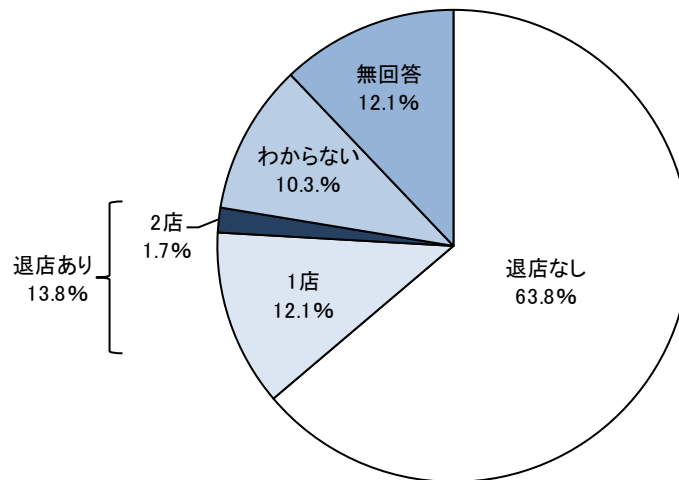
(2) 大規模小売店舗の退店

① 大規模小売店舗の退店数（問13(1)B）

直近3年間の大規模小売店舗の商店街の付近からの退店状況についてみると、「退店あり」が13.8%、「退店なし」が63.8%となっている。「退店あり」の回答について店舗数の内訳でみると、「1店（12.1%）」、「2店（1.7%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「退店なし（前回調査56.9%）」が6.9ポイント高くなり、「退店あり（同15.5%）」が1.7ポイント低くなっている。

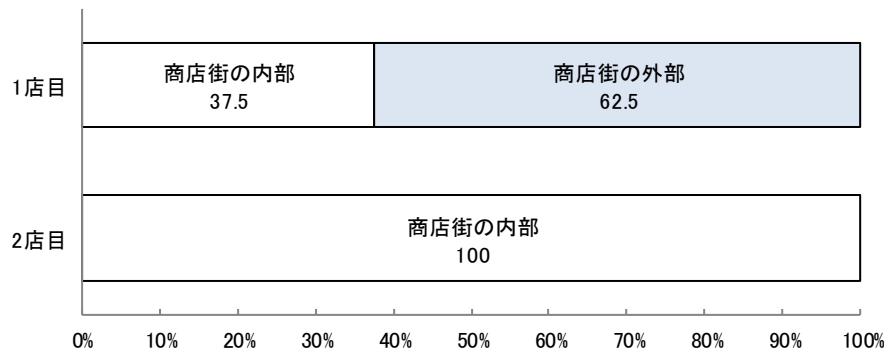
図表42 大規模小売店舗の退店数



② 退店した大規模小売店舗が立地していた場所（問13(1-3)(A)）

退店した大規模小売店舗が立地していた場所については、1店目では「商店街の外部（62.5%）」が「商店街の内部（37.5%）」を上回っており、2店目では「商店街の内部（100%）」のみとなっている。

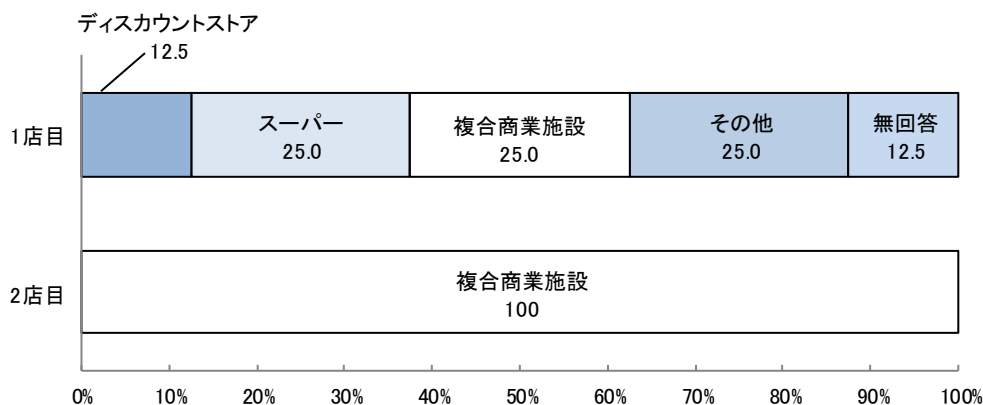
図表43 退店した大規模小売店舗が立地していた場所



③ 退店した大規模小売店舗のタイプ（問13(1-3) (B)）

退店した大規模小売店舗のタイプは、1店目では「スーパー」、「複合商業施設」が25.0%で同率となっており、2店目では「複合商業施設（100%）」のみとなっている。

図表44 退店した大規模小売店舗のタイプ

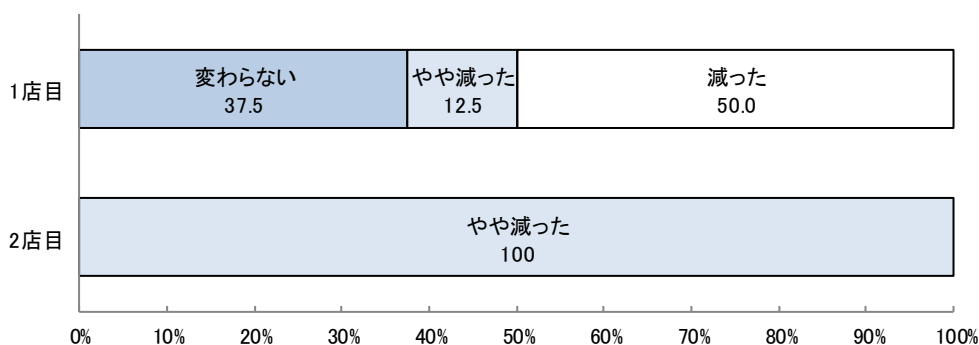


④ 大規模小売店舗の退店による来街者数の変化（問13(1-3) (C)）

大規模小売店舗の退店による来街者数の変化については、1店目では「減った（50.0%）」が最も多く、2店目は「やや減った（100.0%）」のみとなっている。

前回調査と比較すると、1店目では「減った（前回調査44.4%、5.6ポイント増）」、「やや減った（同11.1%、1.4ポイント増）」合わせて7.0ポイント、「変わらない（同33.3%）」で4.2ポイント高くなっている。

図表45 大規模小売店舗の退店による来街者数の変化



Ⅲ 商店街の問題と取組

1 商店街の問題について

(1) 役割（問14(1)）

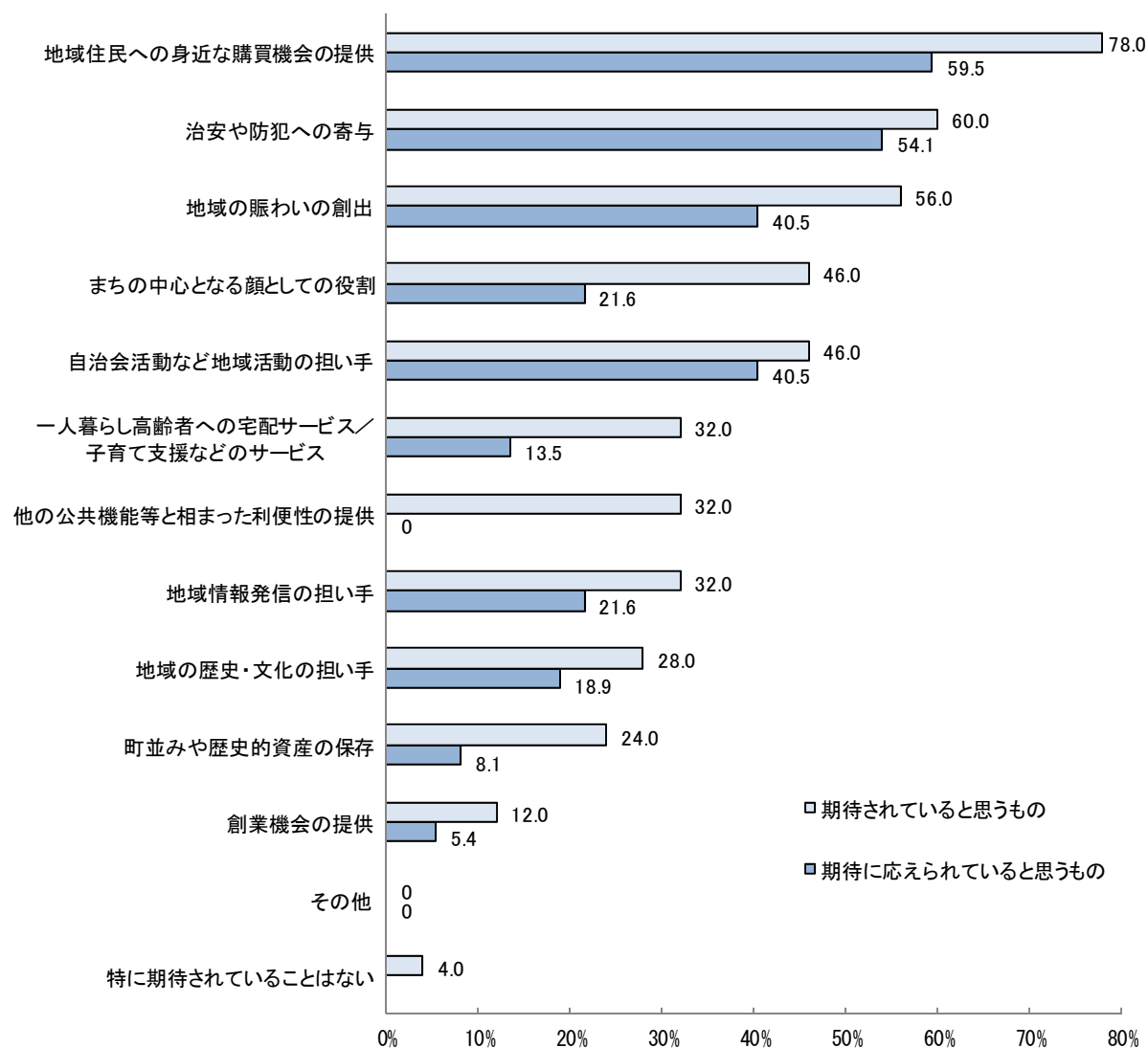
商店街の役割についてみると、『期待されていると思うもの』は「地域住民への身近な購買機会の提供（78.0%）」が最も多く、次いで「治安や防犯への寄与（60.0%）」、「地域の賑わいの創出（56.0%）」の順に多くなっている。

また、『期待に込められていると思うもの』は「地域住民への身近な購買機会の提供（59.5%）」、「治安や防犯への寄与（54.1%）」、「地域の賑わいの創出（40.5%）」、「自治会活動など地域活動の担い手（40.5%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、どちらも上位順位はほとんど変わらない。

『期待されていると思うもの』と『期待に込められていると思うもの』の差をみると、最も差が大きいのは「他の公共機能等と相まった利便性の提供（32.0ポイント差）」であり、次いで「まちの中心となる顔としての役割（24.4ポイント差）」の順に差が大きくなっている。

図表46 商店街の役割【複数回答(いくつでも)】



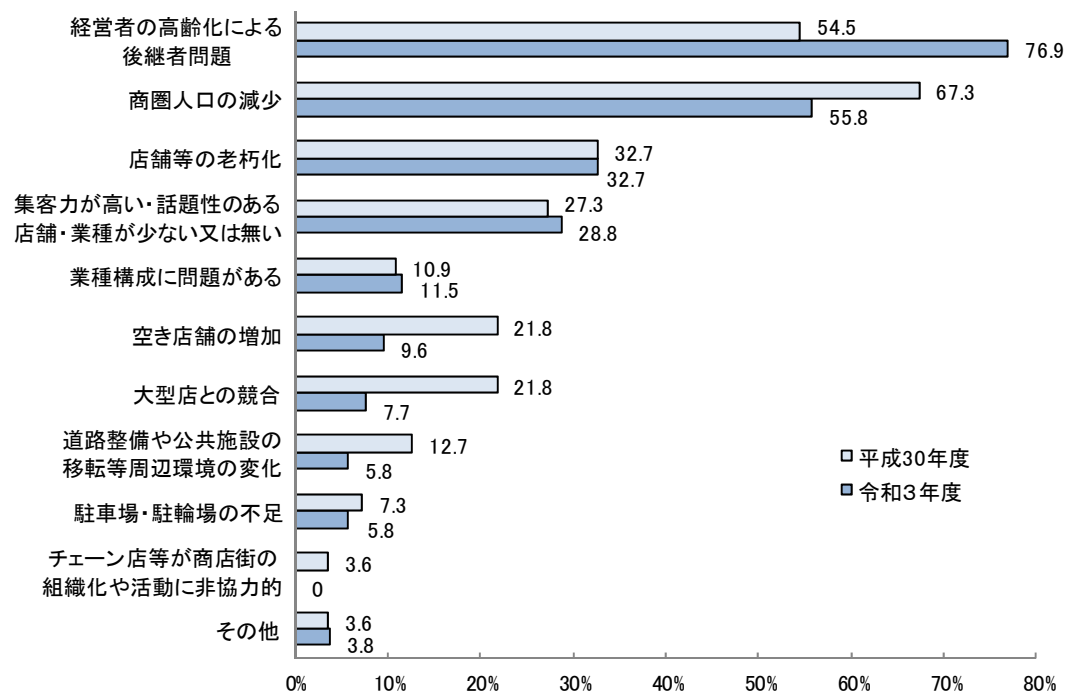
(2) 商店街における問題

① 商店街における問題について（問14(2) A）

商店街における問題についてみると、「経営者の高齢化による後継者問題（76.9%）」が最も多く、次いで「商圈人口の減少（55.8%）」、「店舗等の老朽化（32.7%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「経営者の高齢化による後継者問題（前回調査54.5%）」は22.4ポイント高く、「商圈人口の減少（前回調査67.3%）」は11.5ポイント低くなり順位が逆転している。

図表47 商店街における問題【複数回答(3つまで)】

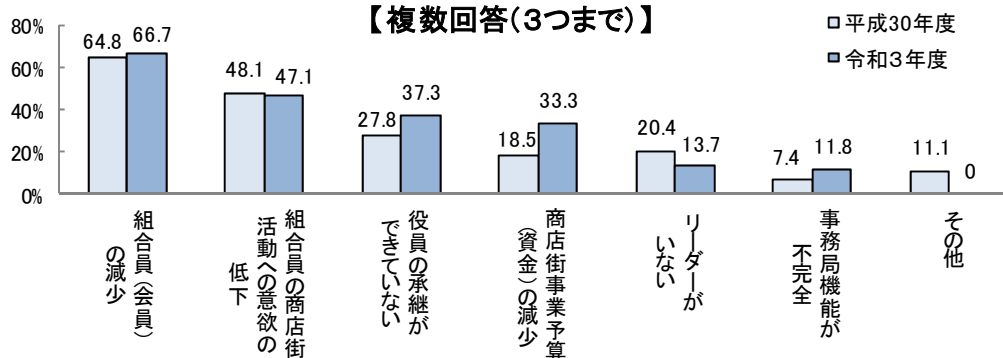


② 商店街組織内部に係る問題について（問14(2) B）

商店街組織内部に係る問題についてみると、「組合員（会員）の減少（66.7%）」、「組合員の商店街活動への意欲の低下（47.1%）」、「従業員の承継ができていない（37.3%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「商店街事業予算（資金）の減少（前回調査18.5%）」で14.8ポイント高くなっている。

図表48 商店街組織内部に係る問題【複数回答(3つまで)】

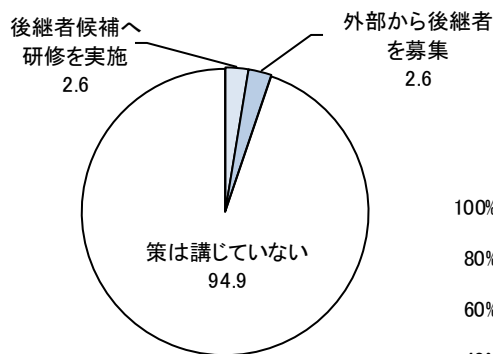


(3) 後継者問題の対策（問14(3)）

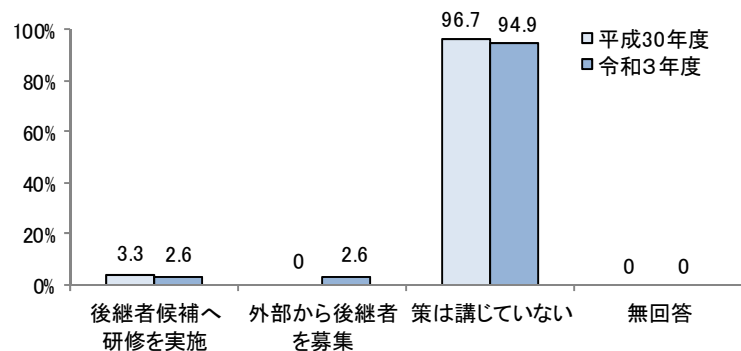
後継者問題の対策についてみると、「策は講じていない（94.9%）」が大半を占めており、「後継者候補へ研修を実施（2.6%）」、「外部から後継者を募集（2.6%）」は少数となっている。

前回調査と比較すると、「策は講じていない（前回調査96.7%）」で1.8ポイント低くなり、「外部から後継者を募集（同0.0%）」は2.6ポイント高くなっている。

図表49-1 後継者問題の対策



図表49-2 後継者問題の対策

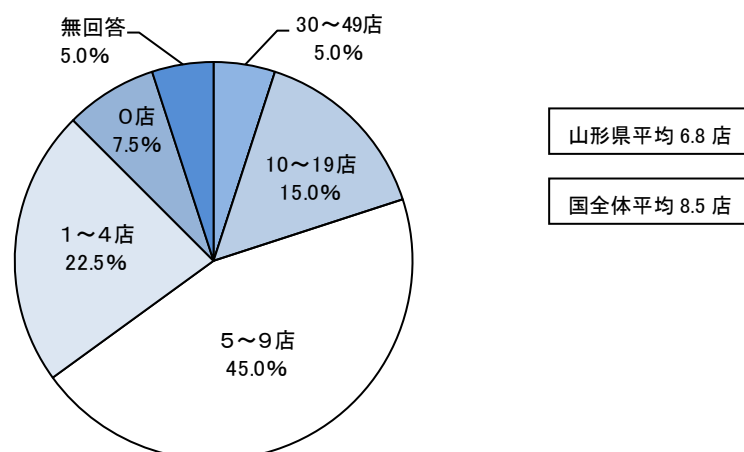


(4) 後継者不在で問題となっている店舗数（問14(4)）

後継者不在で問題となっている店舗数は、「5～9店（45.0%）」が最も多く、次いで「1～4店（22.5%）」、「10～19店（15.0%）」の順に多くなっている。

1商店街あたりの後継者不在で問題となっている店舗数は6.8店となっており、国全体の平均（8.5店）と比較して1.7店少なくなっている。

図表50 後継者不在で問題となっている店舗数

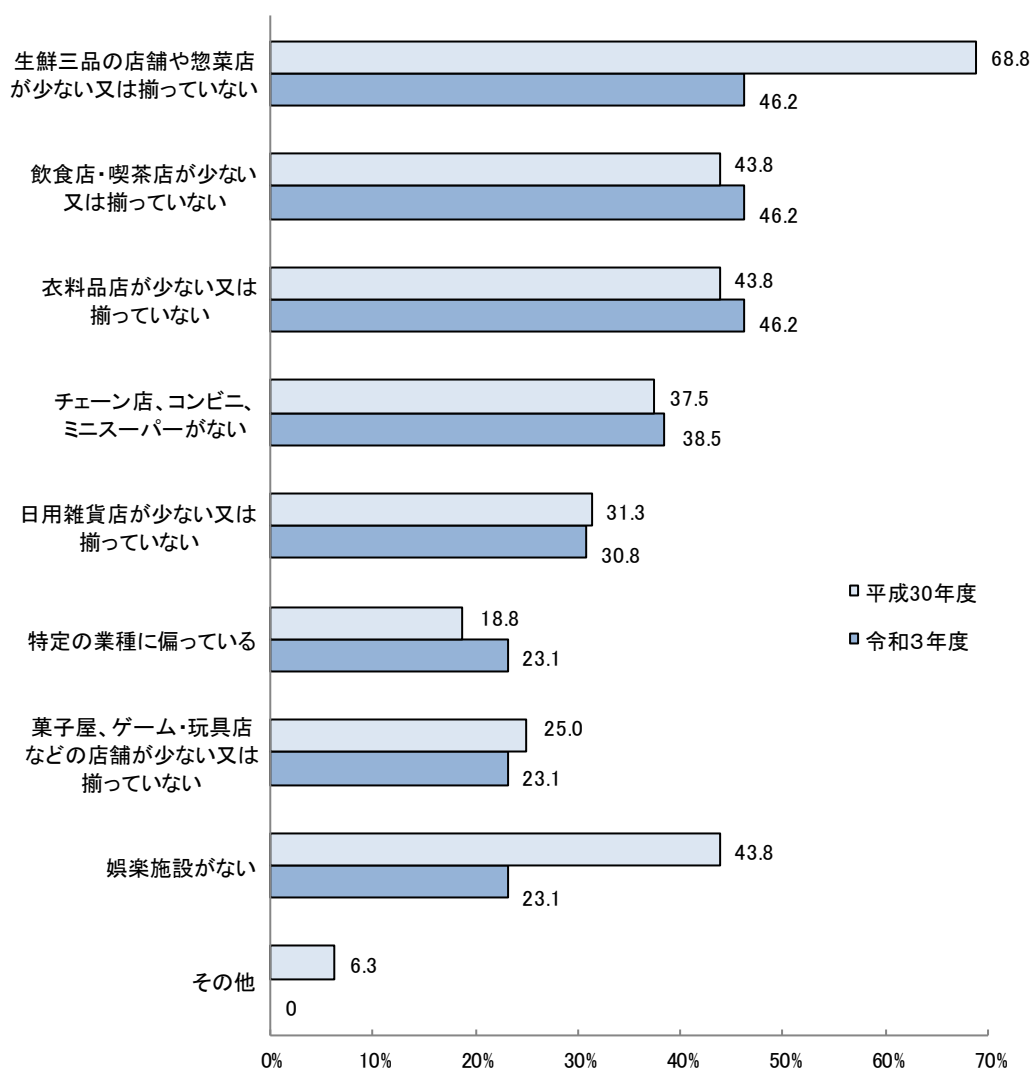


(5) 業種構成における問題（問14(5)）

業種構成における問題¹についてみると、「生鮮三品の店舗や惣菜店が少ない又は揃っていない（46.2%）」、「飲食店・喫茶店が少ない又は揃っていない（46.2%）」、「衣料品店が少ない又は揃っていない（46.2%）」が最も多くなっている。

前回調査と比較すると、前回上位であった「娯楽施設がない（前回調査43.8%）」が20.7ポイント低くなっている。

図表51 業種構成における問題【複数回答(いくつでも)】



¹ 「(2) 商店街における問題」について、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」、「業種構成に問題がある」と回答した商店街を対象に集計した。

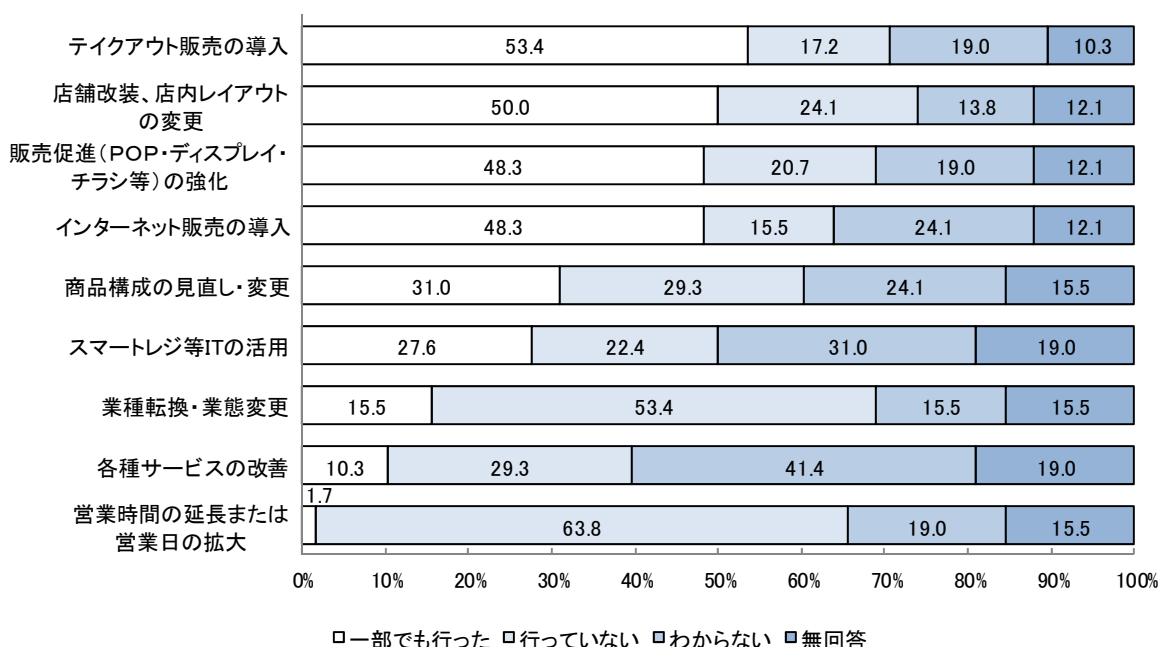
(6) 個店の改善・活性化策（問14(6)）

商店街の個店の改善・活性化策についてみると、「一部でも行った」と回答のあった取組は、「テイクアウト販売の導入（53.4%）」が最も多く、次いで「店舗改装、店内レイアウトの変更（50.0%）」、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化（48.3%）」、「インターネット販売の導入（48.3%）」の順に多くなっている。

また、「行っていない」と回答のあった取組は、「営業時間の延長または営業日の拡大（63.8%）」、「業種転換・業態変更（53.4%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「店舗改装、店内レイアウトの変更（前回調査46.6%）」、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化（同34.5%）」、「業種転換・業態変更（同10.3%）」で「一部でも行った」の割合が増加している。

図表52 個店の改善・活性化策



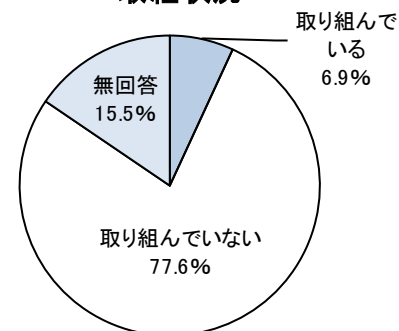
(7) テナントミックス¹（問14(7)）

① テナントミックスの取組状況

テナントミックスの取組状況については、「取り組んでいない（77.6%）」が、「取り組んでいる（6.9%）」を70.7ポイント上回っている。

国全体の構成比と比較すると、「取り組んでいる（国全体5.3%）」が1.6ポイント高くなっている。

図表53 テナントミックスの取組状況

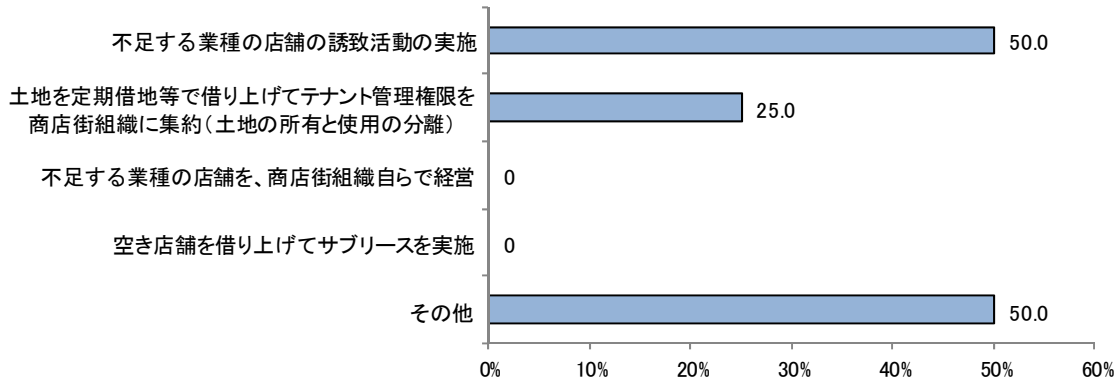


¹ テナントミックスとは、商店街に不足する業種・業態の店舗の誘致活動・出店支援等を行い、来街者の利便性を向上させるために最適なテナント（業種・業態）の組み合わせを実現することを指す。

② テナントミックスの実現に向けた取組（問14(7-1)）

テナントミックスの実現に向けた取組の内容としては、「不足する業種の店舗の誘致活動の実施（50.0%）」、「土地を定期借地等で借り上げてテナント管理権限を商店街組織に集約（25.0%）」の順に多くなっている。

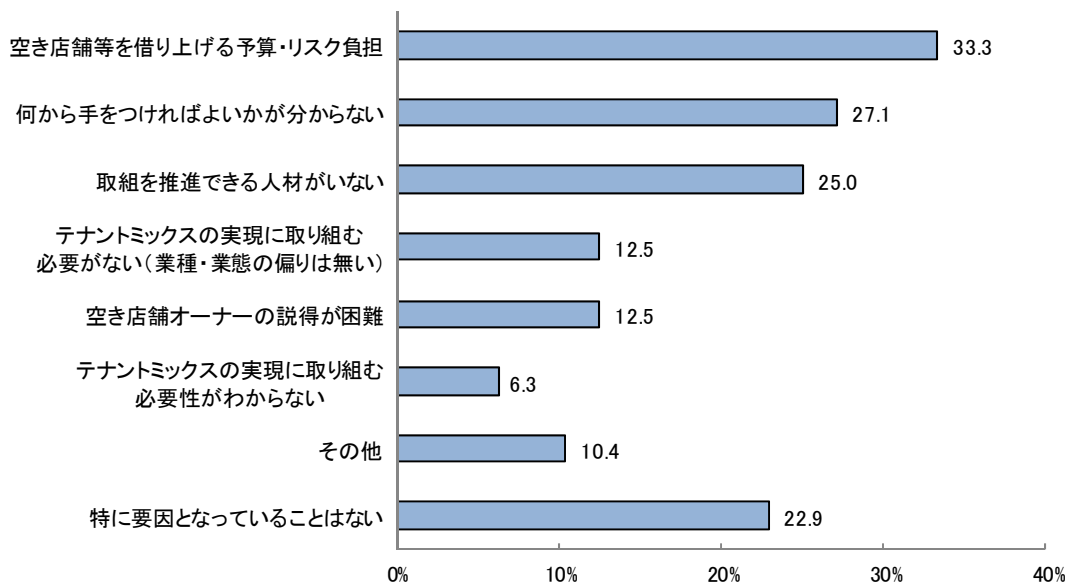
図表54 テナントミックス実現に向けた取組
【複数回答(いくつでも)】



(8) テナントミックスが進まない要因（問14(8)）

テナントミックスが進まない要因は、「空き店舗等を借り上げる予算・リスク負担（33.3%）」、「何から手をつければよいか分からない（27.1%）」、「取組を推進できる人材がない（25.0%）」の順に多くなっている。

図表55 テナントミックスが進まない要因【複数回答(いくつでも)】

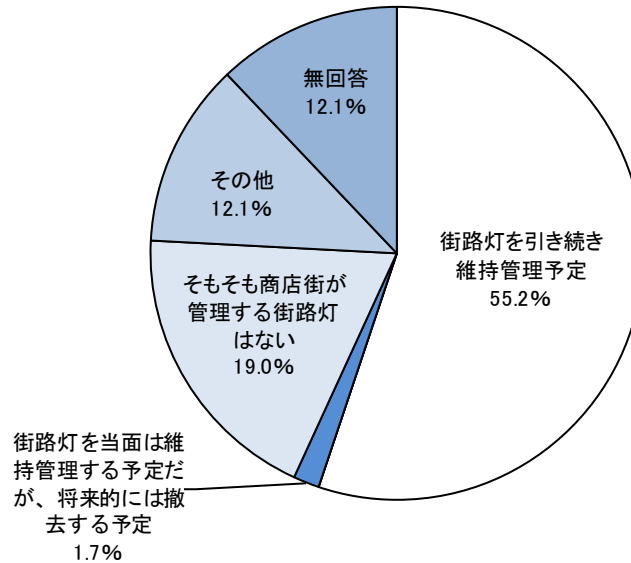


(9) 街路灯の維持管理（問14(9)）

① 街路灯の維持管理状況

街路灯の維持管理状況については、「街路灯を引き続き維持管理予定（55.2%）」、「街路灯を当面は維持管理する予定だが、将来的には撤去する予定（1.7%）」の順に多くなっている。

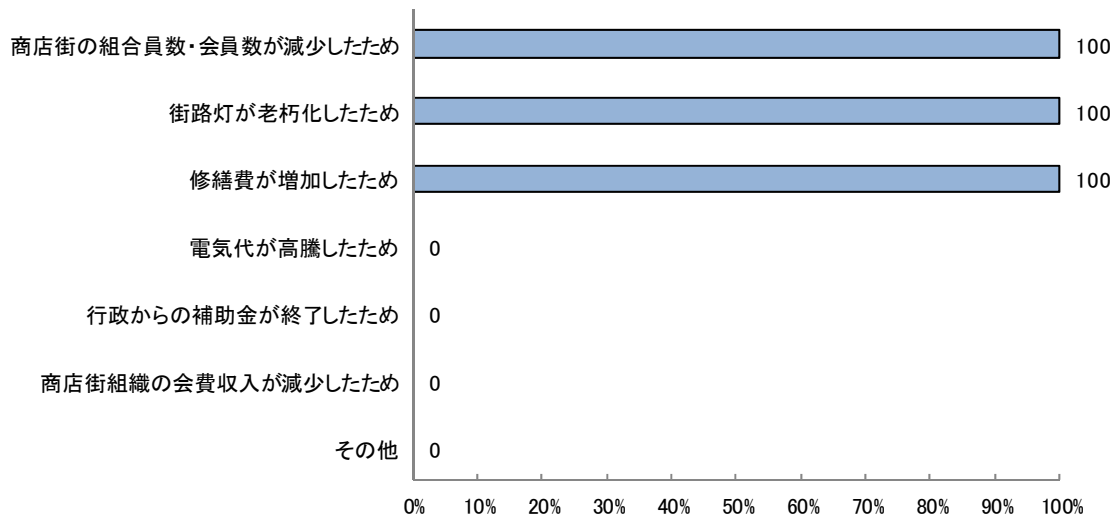
図表56 街路灯の維持管理状況



② 街路灯の維持管理ができない要因

街路灯の維持管理ができない要因は、「商店街の組合員数・会員数が減少したため」、「街路灯が老朽化したため」、「修繕費が増加したため」となっている。

図表57 街路灯の維持管理ができない要因【複数回答(いくつでも)】



IV 商店街における空き店舗に関する問題について

1 空き店舗に関する問題

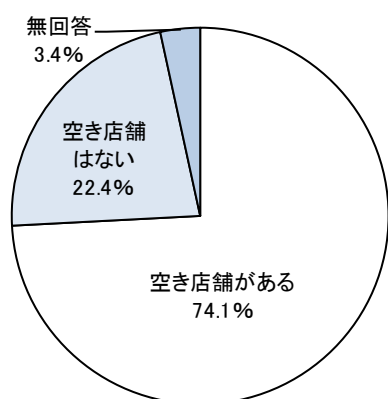
(1) 空き店舗について

① 空き店舗の有無（問15(1)）

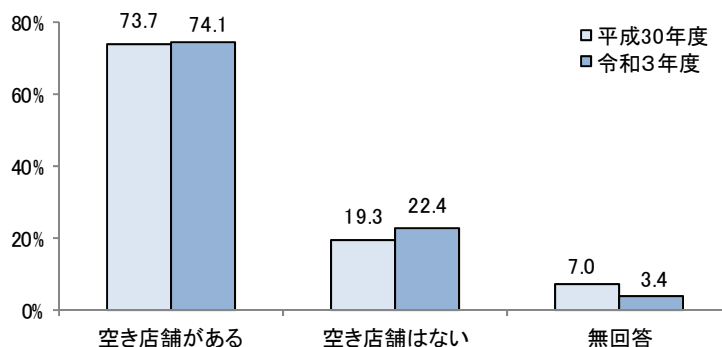
「空き店舗がある」と回答した商店街は74.1%、「空き店舗はない」と回答した商店街は22.4%となっている。

前回調査と比較すると、「空き店舗がある（前回調査73.7%）」と回答した商店街が0.4ポイント高くなっている。

図表58-1 空き店舗の有無



図表58-2 空き店舗の有無

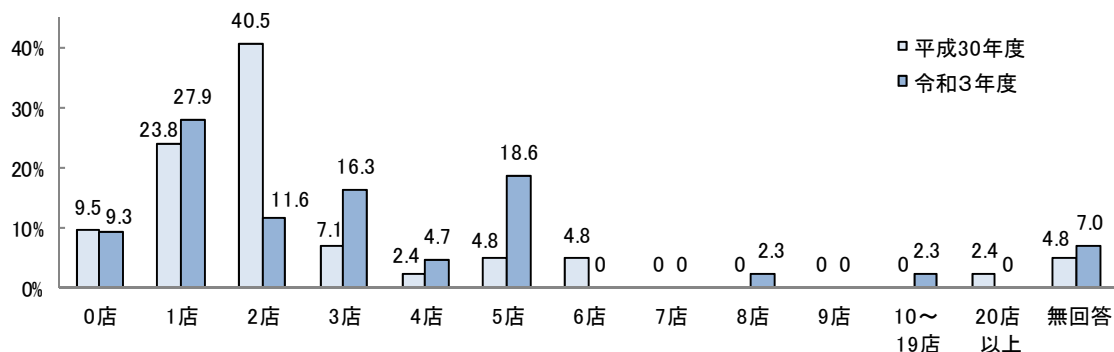


② 最近3年間に退店（廃業）した店舗（問15(1-1)）

最近3年間に退店（廃業）した店舗数は、「1店（27.9%）」、「5店（18.6%）」、「3店（16.3%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「1～3店（前回調査71.4%）」で7割を超えていた前回調査に対し、今回調査では55.8%で15.6ポイント低くなり、「4店以上（同14.4%）」は、今回調査で27.9%となり13.5ポイント高くなっている。

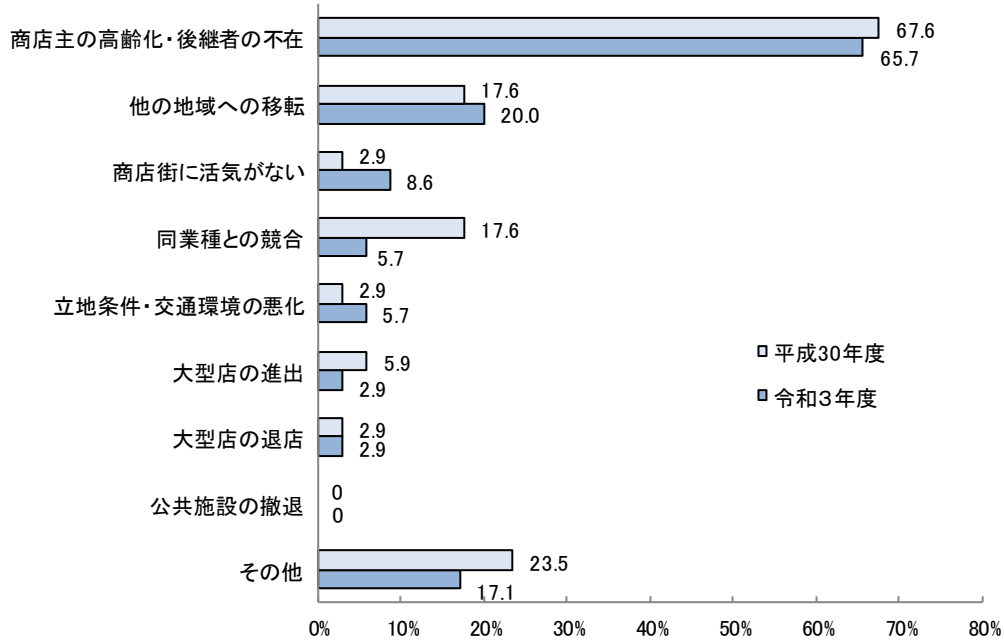
図表59 最近3年間に退店（廃業）した店舗



③ 退店（廃業）した理由（問15(1-2)）

退店（廃業）した理由については、「商店主の高齢化・後継者の不在（65.7%）」、「他の地域への移転（20.0%）」、「商店街に活気がない（8.6%）」の順に多くなっている。

図表60 退店（廃業）した理由【複数回答(2つまで)】



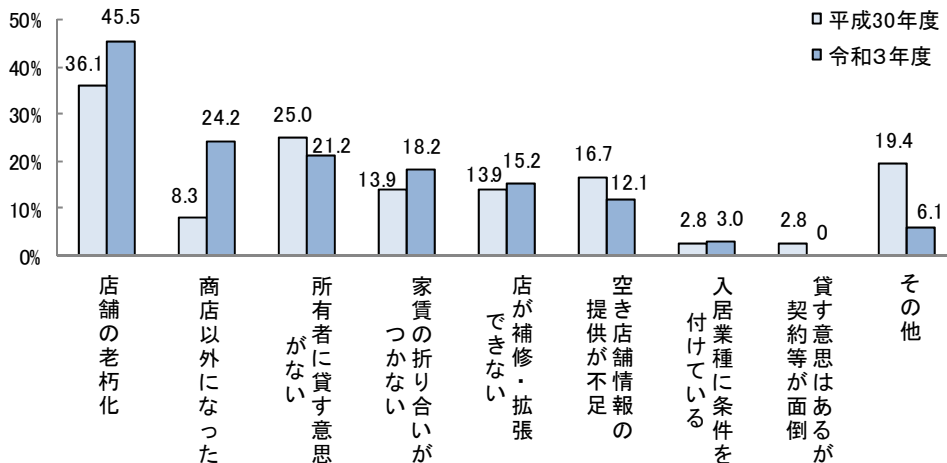
(2) 空き店舗が埋まらない理由

① 地主や家主等貸し手側の都合によるもの（問15(2) A）

空き店舗が埋まらない理由のうち『地主や家主等貸し手側の都合によるもの』としては、「店舗の老朽化（45.5%）」、「商店以外になった（24.2%）」、「所有者に貸す意思がない（21.2%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「商店以外になった（前回調査8.3%）」が15.9ポイント高くなっている。

図表61 地主や家主等貸し手側の都合による理由【複数回答(2つまで)】

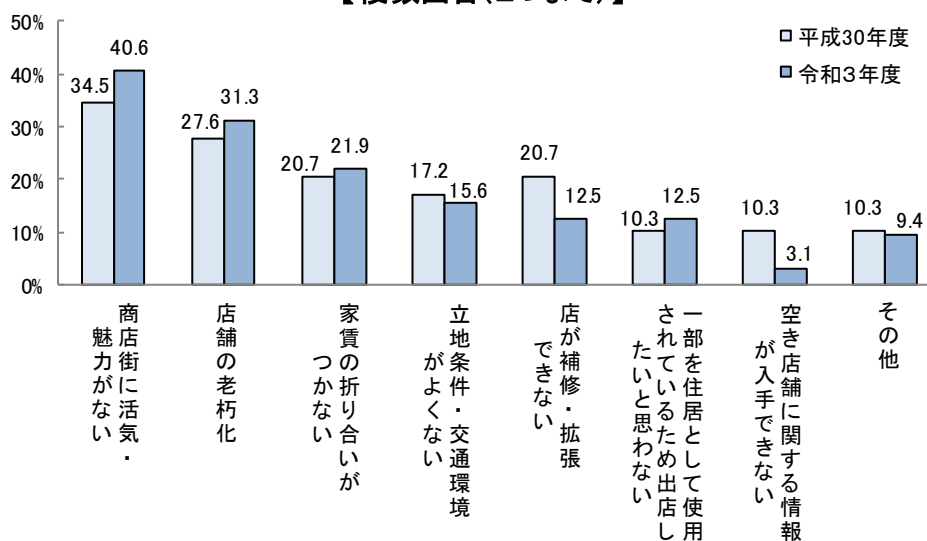


② テナント等借り手側の都合によるもの（問15(2)B）

空き店舗が埋まらない理由のうち『テナント等借り手側の都合によるもの』としては、「商店街に活気・魅力がない（40.6%）」、「店舗の老朽化（31.3%）」、「家賃の折り合いがつかない（21.9%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「商店街に活気・魅力がない（前回調査34.5%）」で6.1ポイント、「店舗の老朽化（同27.6%）」で3.7ポイント高くなっている。

図表62 テナント等借り手側の都合による理由
【複数回答(2つまで)】



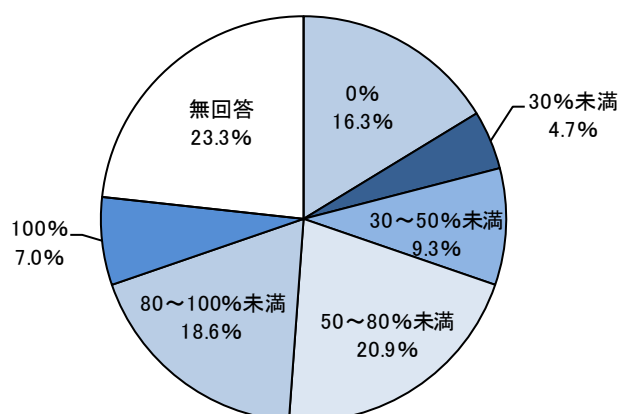
(3) 空き店舗地権者の状況

① 空き店舗地権者の把握状況（問15(3)A）

空き店舗地権者の把握状況を見ると、「50～80%未満（20.9%）」が最も多く、次いで「80～100%未満（18.6%）」、「全く把握していない（0%）（16.3%）」となっている。

前回調査と比較すると、「80%以上（前回調査64.1%→今回調査25.6%）」が38.5ポイント低くなっている。

図表63 空き店舗地権者の把握状況

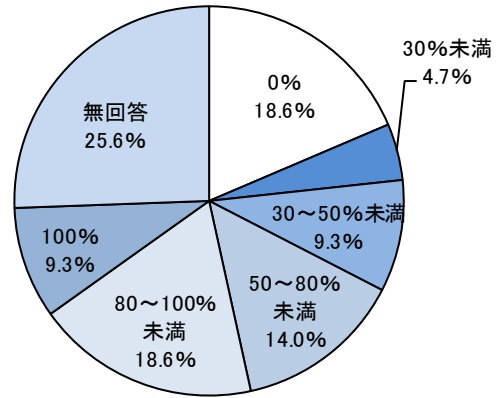


② 空き店舗地権者の所在の把握状況（問15(3)B)

空き店舗地権者の所在の把握状況を見ると、「全く把握していない（0%）（18.6%）」、「80～100%未満（18.6%）」、「50～80%未満（14.0%）」、「30～50%未満（9.3%）」、「100%（9.3%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「80%以上（前回調査64.1%→今回調査27.9%）」が36.2ポイント低くなっている。

図表64 空き店舗地権者の所在の把握状況

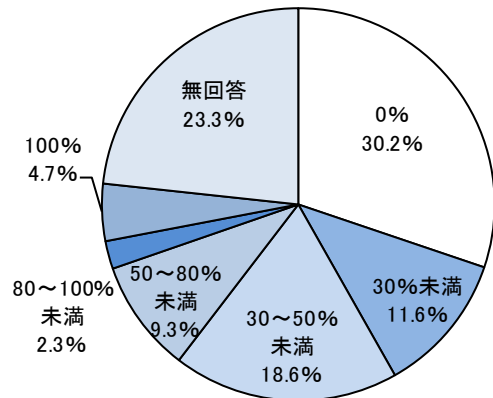


③ 賃貸等の意思がない空き店舗（問15(3)C)

地権者に賃貸等の意思がない空き店舗の比率については、「全く把握していない（0%）（30.2%）」、「30～50%未満（18.6%）」、「30%未満（11.6%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「80%以上（前回調査23.1%→今回調査7.0%）」が16.1ポイント低くなっている。

図表65 賃貸等の意思がない空き店舗の比率

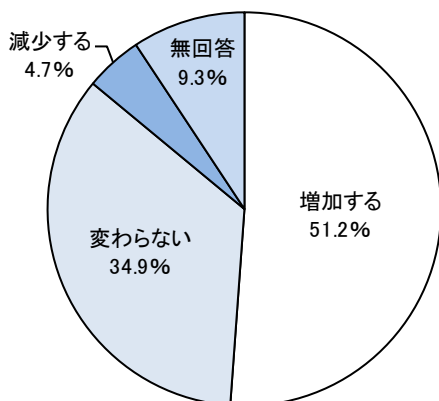


(4) 今後の空き店舗の見込み（問15(4)）

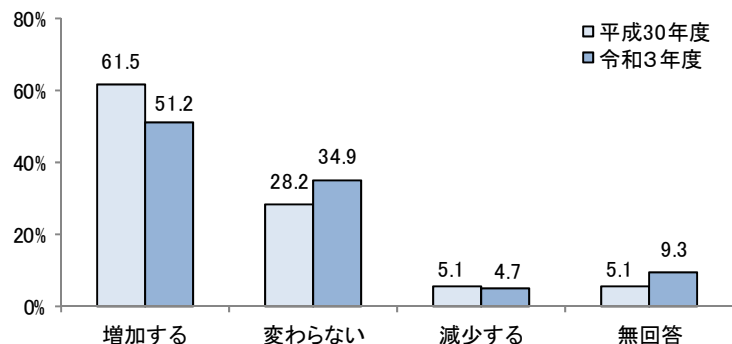
今後の空き店舗の見込みについては、「増加する（51.2%）」が「減少する（4.7%）」を46.5ポイント上回っている。「変わらない」は34.9%であった。

前回調査と比較すると、「増加する（前回調査61.5%）」が10.3ポイント低くなっている。

図表66-1 今後の空き店舗の見込み



図表66-2 今後の空き店舗の見込み



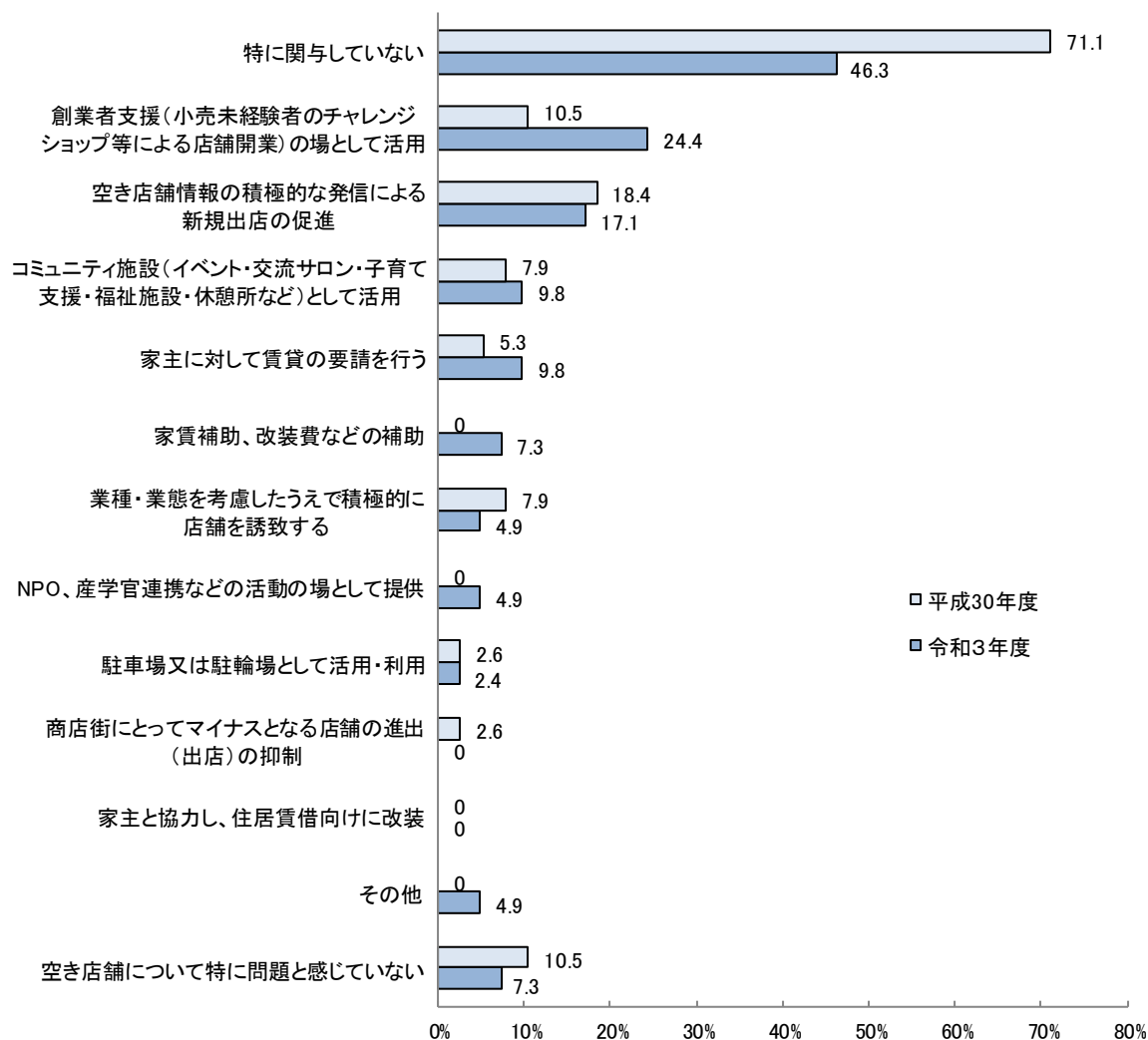
(5) 空き店舗の発生に対する取組（問15(5)）

空き店舗の発生に対する取組については、「特に関与していない（46.3%）」が最も多かった。

空き店舗の発生に対する取組を行っている商店街の中では、「創業者支援(小売未経験者のチャレンジショップ等による店舗開業)の場として活用（24.4%）」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進（17.1%）」、「コミュニティ施設（イベント・交流サロン・子育て支援・福祉施設・休憩所など）として活用（9.8%）」、「家主に対して賃貸の要請を行う（9.8%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「創業者支援(小売未経験者のチャレンジショップ等による店舗開業)の場として活用（前回調査10.5%）」で13.9ポイント高くなっており、「特に関与していない（同71.1%）」が24.8ポイント低くなっている。

図表67 空き店舗の発生に対する取組【複数回答(3つまで)】

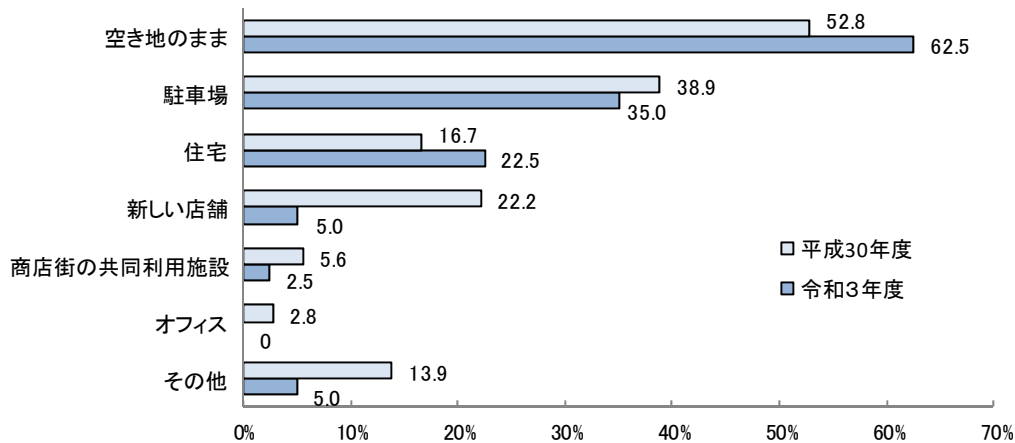


(6) 空き店舗の解体・撤去後の利用状況（問15(6)）

空き店舗が解体・撤去された土地のその後の利用状況をみると、「空き地のまま（62.5%）」が最も多く、次いで「駐車場（35.0%）」、「住宅（22.5%）」の順に多くなっており、店舗等の商業施設としての利用が低い状態である。

前回調査と比較すると、「空き地のまま（前回調査52.8%）」が9.7ポイント高くなっており、「新しい店舗（前回調査22.2%）」が17.2ポイント低くなっている。

図表68 空き店舗の解体・撤去後の利用状況
【複数回答(いくつでも)】

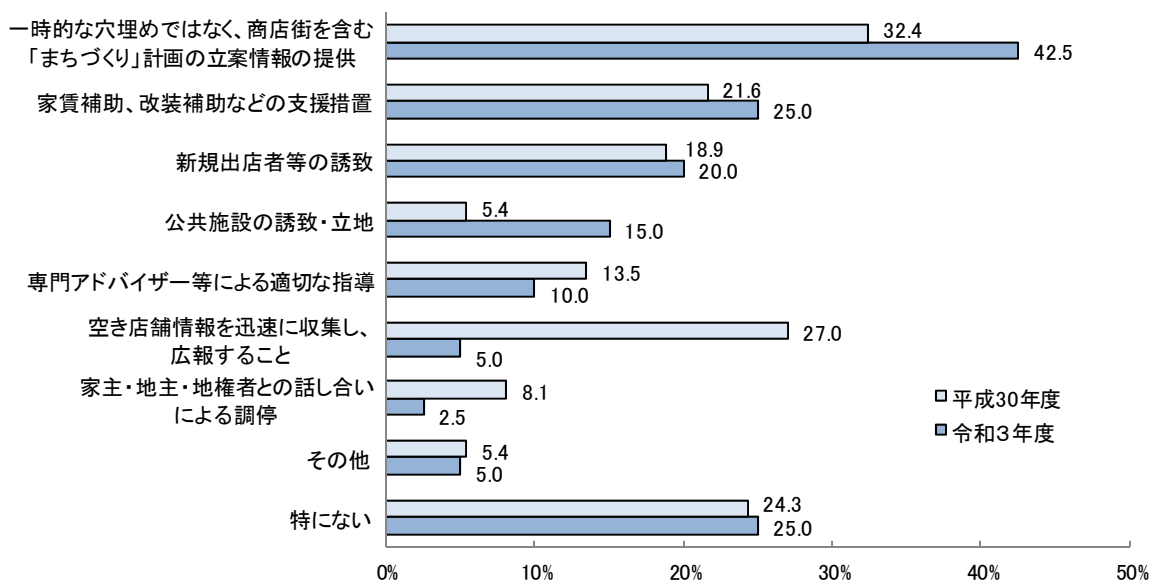


(7) 空き店舗問題に取り組む際に必要な行政等の支援（問15(7)）

空き店舗問題に取り組む際に必要な行政等の支援については、「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供（42.5%）」、「家賃補助、改装補助などの支援措置（25.0%）」、「新規出店者等の誘致（20.0%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供（前回調査32.4%）」が10.1ポイント高く、「空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること（前回調査27.0%）」が22.0ポイント低くなっている。

図表69 空き店舗問題に必要な行政支援【複数回答(2つまで)】



V 商店街における組織やその活動について

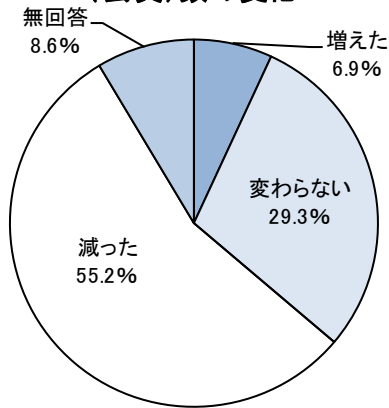
1 組織と活動について

(1) 最近3年間の組合員（会員）数の変化（問16(1)）

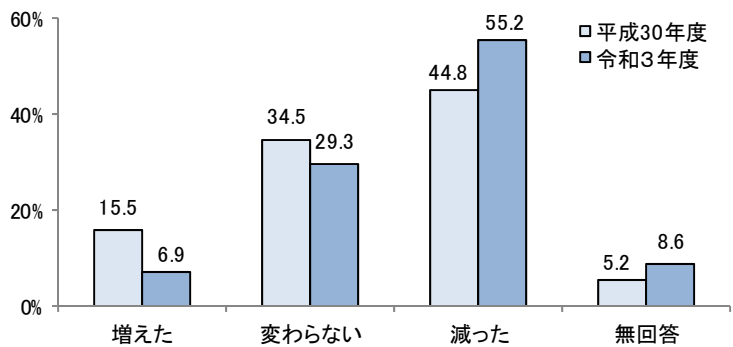
最近3年間の組合員（会員）数については、「減った（55.2%）」が「増えた（6.9%）」を48.3ポイント上回っている。一方、「変わらない」は29.3%となっている。

前回調査と比較すると、「増えた（前回調査15.5%）」が8.6ポイント低く、「減った（同44.8%）」が10.4ポイント高くなっている。

図表70-1 最近3年間の組合員（会員）数の変化



図表70-2 最近3年間の組合員（会員）数の変化



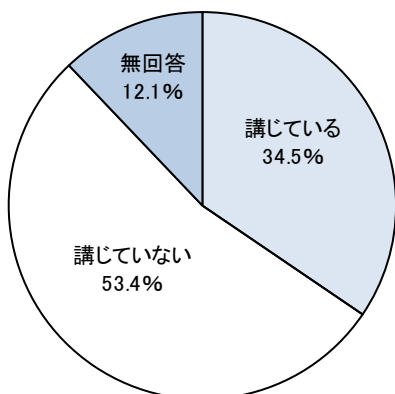
(2) 加入を促進するための対策・活動内容（問16(2)）

① 対策の有無

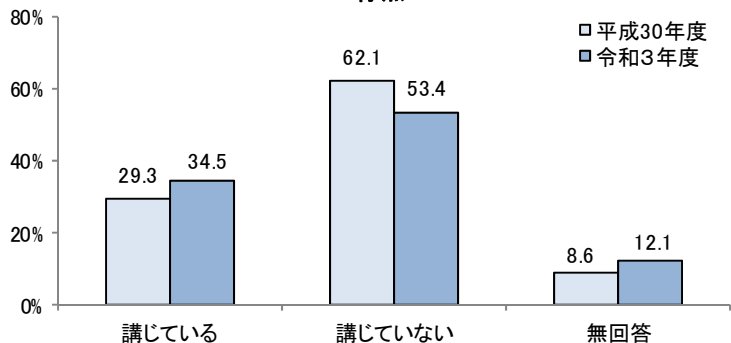
商店街への加入を促進するための対策については、「講じていない（53.4%）」が、「講じている（34.5%）」を18.9ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、「講じている（前回調査29.3%）」が5.2ポイント高く、「講じていない（同62.1%）」が8.7ポイント低くなっている。

図表71-1 商店街への加入を促進するための対策の有無



図表71-2 商店街への加入を促進するための対策の有無

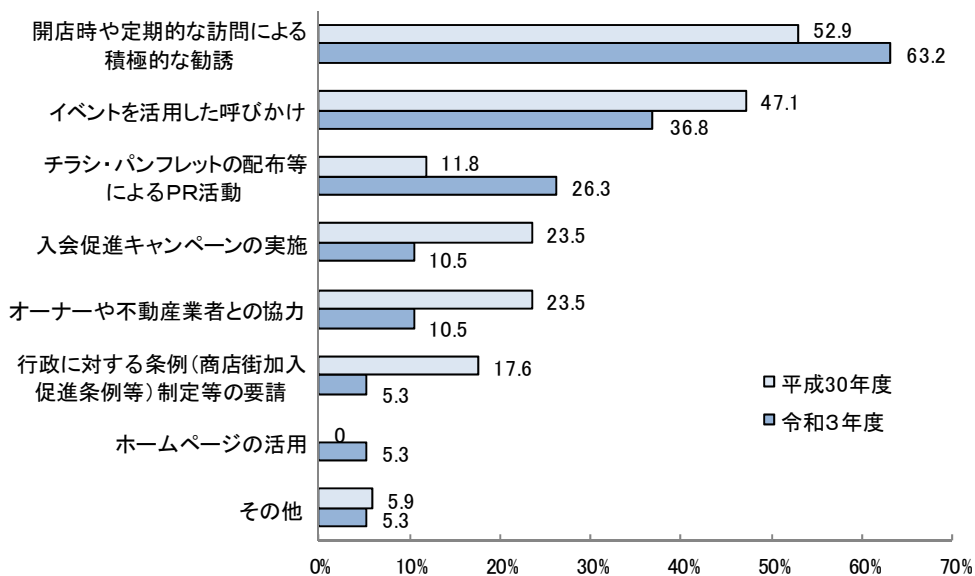


② 対策の内容

商店街への加入促進対策を「講じている」と回答した商店街におけるその具体的な活動内容は、「開店時や定期的な訪問による積極的な勧誘（63.2%）」が最も多く、次いで「イベントを活用した呼びかけ（36.8%）」、「チラシ・パンフレットの配布等によるPR活動（26.3%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「チラシ・パンフレットの配布等によるPR活動（前回調査11.8%）」で14.5ポイント高くなり、「イベントを活用した呼びかけ（同47.1%）」で10.3ポイント低くなっている。

図表72 商店街への加入を促進するための活動内容
【複数回答(いくつでも)】



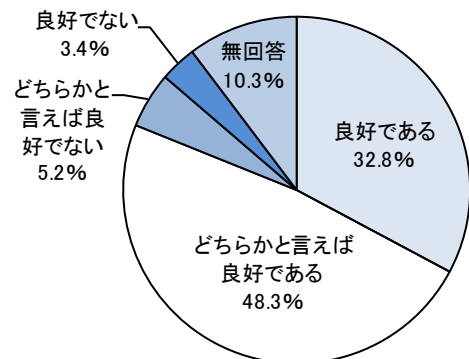
(3) 組合員（会員）同士の連携・協力状況（問16(3)）

① 連携・協力状況

組合員（会員）同士の連携・協力状況については、「どちらかといえば良好である（48.3%）」と「良好である（32.8%）」をあわせると81.1%の商店街が『良好』となっている。一方、「どちらかといえば良好でない（5.2%）」と「良好でない（3.4%）」をあわせた8.6%の商店街は『良好でない』となっている。『良好である（81.1%）』が『良好でない（8.6%）』を72.5ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、『良好である（前回調査79.3%）』が1.8ポイント高くなり、『良好でない（同15.5%）』が6.9ポイント低くなっている。

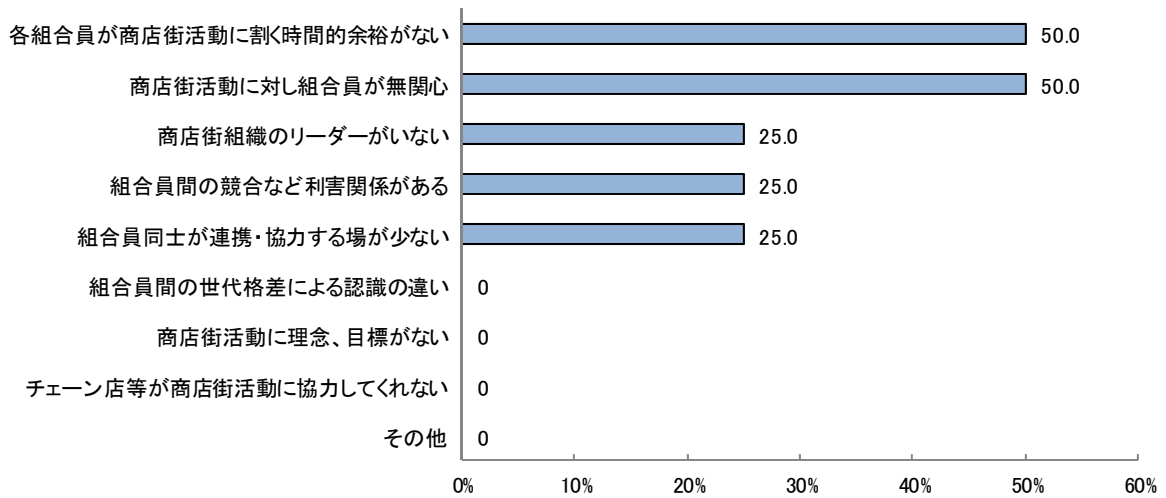
図表73 組合員(会員)同士の連携・協力状況



② 連携・協力が良好でない要因

『良好でない』と回答した商店街における組合員（会員）同士の連携・協力がうまくいかない要因については、「各組合員が商店街活動に割く時間的余裕がない（50.0%）」、「商店街活動に対し組合員が無関心（50.0%）」、「商店街組織のリーダーがない（25.0%）」、「組合員間の競合など利害関係がある（25.0%）」、「組合員同士が連携・協力する場が少ない（25.0%）」の順に多くなっている。

図表74 組合員(会員)同士の連携・協力が良好でない要因
【複数回答(2つまで)】

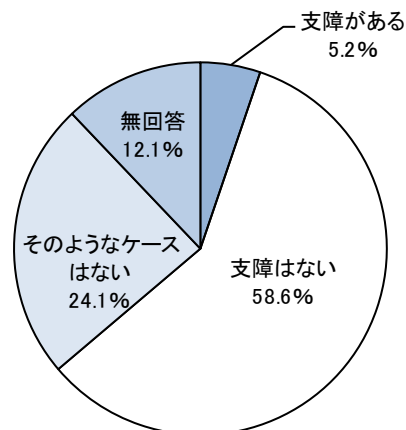


(4) 地主や家主とテナントが異なる者の場合における商店街活動への支障の有無

(問16(4))

地主や家主（管理人）とテナント（借り手）が異なる者の場合における商店街活動への支障の有無については、「支障はない（58.6%）」が「支障がある（5.2%）」を53.4ポイント上回っている。一方、「そのようなケースはない」という回答は24.1%であった。前回調査と比較すると、「支障がある（前回調査3.4%）」で1.8ポイント、「支障はない（同53.4%）」で5.2ポイント高くなっている。

図表75 家主とテナントが異なる者の場合における商店街活動への支障の有無



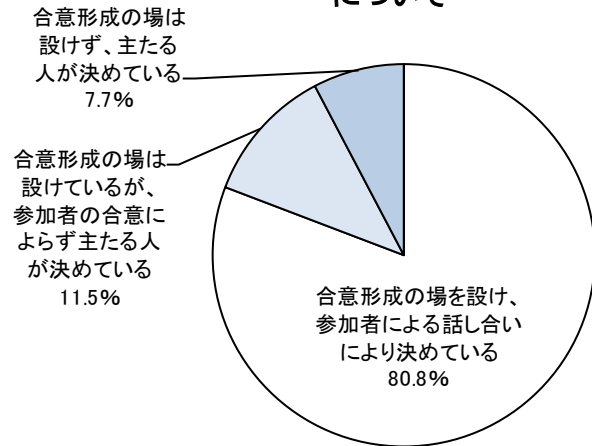
(5) 運営や活動内容を決める際のプロセス

① 合意形成の場・プロセスについて (問16(5)A)

商店街の運営や活動内容を決める際に合意形成の場・プロセスを設けているかについては、「合意形成の場を設け、参加者による話し合いにより決めている (80.8%)」、「合意形成の場は設けているが、参加者の合意によらず主たる人が決めている (11.5%)」、「合意形成の場は設けず、主たる人が決めている (7.7%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「合意形成の場を設け、参加者による話し合いにより決めている (前回調査63.8%)」が17.0ポイント高くなっている。

図表76 合意形成の場・プロセスについて



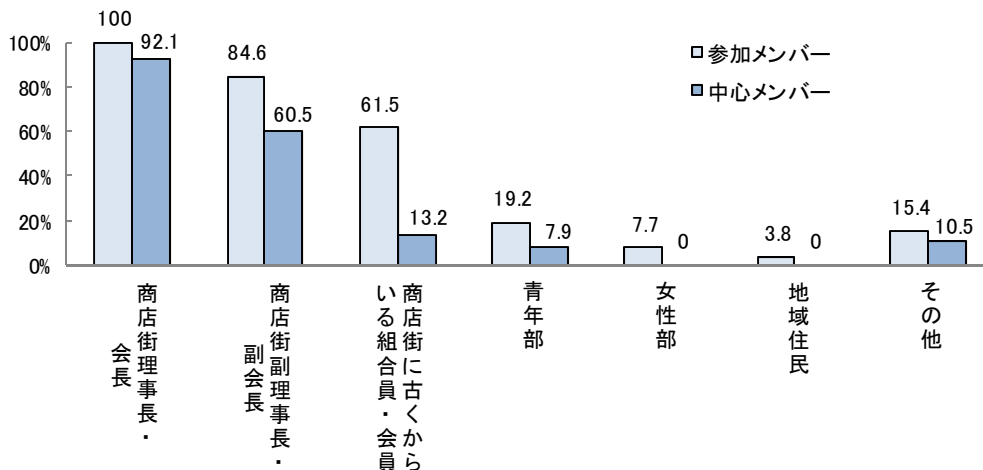
② 運営や活動内容を決めるメンバー (問16(5)B)

合意形成の場・プロセスの参加メンバーについては、「商店街理事長・会長 (100%)」、「商店街副理事長・副会長 (84.6%)」、「商店街に古くからいる組合員・会員 (61.5%)」の順に多くなっている。

また、参加メンバー内での中心メンバーについては、「商店街理事長・会長 (92.1%)」、「商店街副理事長・副会長 (60.5%)」、「商店街に古くからいる組合員・会員 (13.2%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「商店街に古くからいる組合員・会員 (前回調査82.4% (参加)、28.9% (中心))」の割合が低くなっている。

図表77 運営や活動内容を決めるメンバー
【複数回答(参加メンバー:いくつでも)、(中心メンバー:2つまで)】

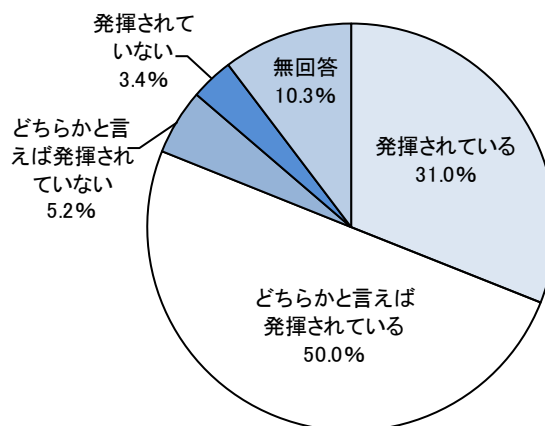


③ リーダーシップの有無（問16(5)C）

商店街で何かを決める時にリーダーシップが発揮されているかについては、「どちらかと言えば発揮されている（50.0%）」が最も多く、「発揮されている（31.0%）」とあわせて81.0%が『発揮されている』。一方、「どちらかと言えば発揮されていない（5.2%）」と「発揮されていない（3.4%）」をあわせた8.6%は『発揮されていない』。『発揮されている（81.0%）』が『発揮されていない（8.6%）』を72.4ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、『発揮されている（前回調査77.6%）』が3.4ポイント高くなっている。

図表78 リーダーシップの有無

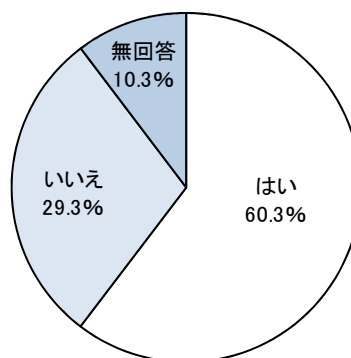


④ 次世代リーダーの有無（問16(5)D）

商店街における次世代のリーダー（もしくはその候補となる人）の有無については、「はい（いる）（60.3%）」が、「いいえ（いない）（29.3%）」を31.0ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、「はい（いる）（前回調査58.6%）」が1.7ポイント高くなっている。

図表79 次世代リーダーの有無



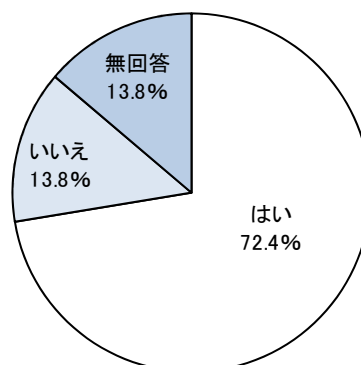
(6) 地域連携の状況と地域活動団体

① 地域連携の状況（問16(6)）

各種団体等と連携して地域活動を行っているかについては、「はい（行っている）（72.4%）」が「いいえ（行っていない）（13.8%）」を58.6ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、「いいえ（行っていない）（前回調査20.7%）」が6.9ポイント低くなっている。

図表80 地域連携の状況

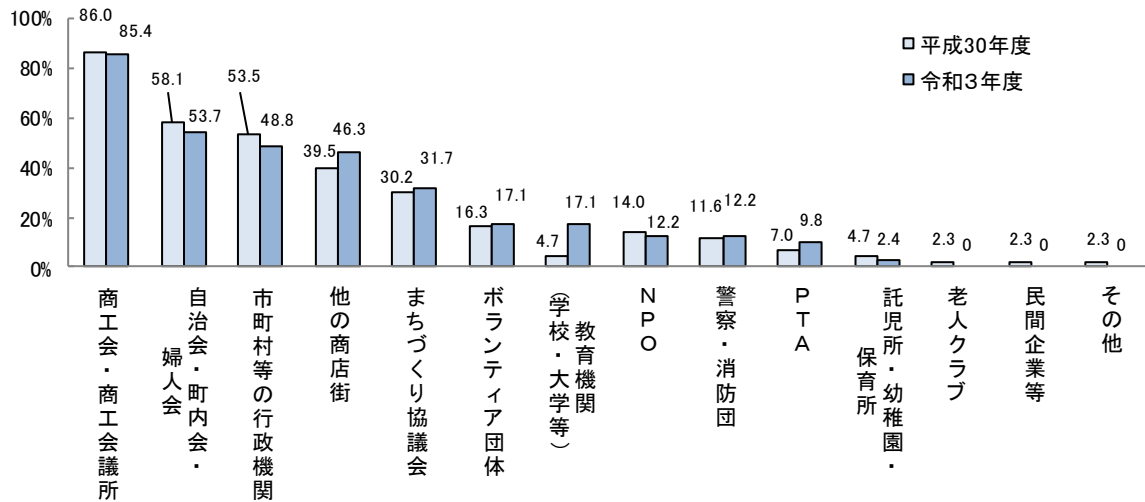


② 地域活動団体（問16(6-1)）

各種団体等と連携して地域活動を行っている商店街において、その連携先をみると、「商工会・商工会議所（85.4%）」、「自治会・町内会・婦人会（53.7%）」、「市町村等の行政機関（48.8%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「教育機関（学校・大学等）（前回調査4.7%）」で12.4ポイント高くなっている。

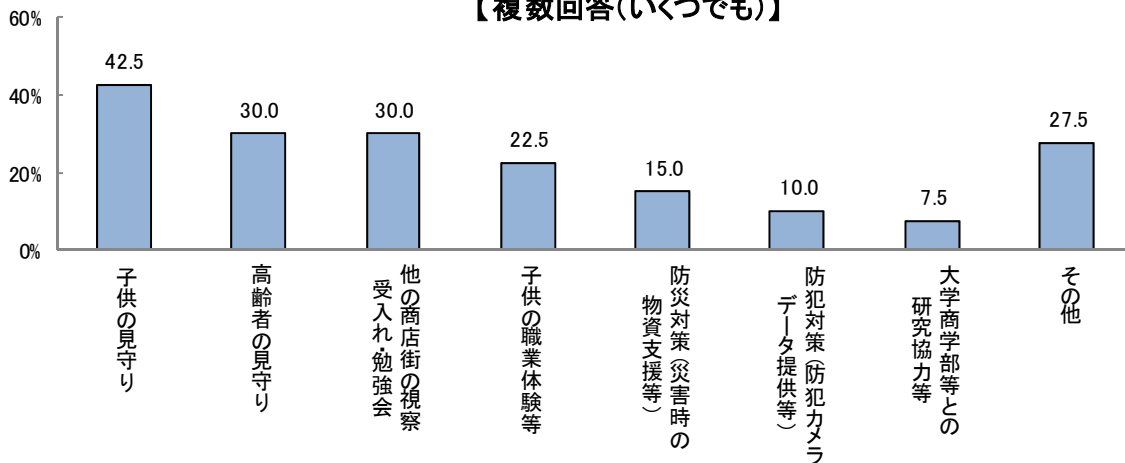
図表81 商店街と連携して地域活動を行っている各種団体
【複数回答(いくつでも)】



③ 地域活動の内容（問16(6-2)）

各種団体等と連携して地域活動を行っている商店街において、その活動をみると、「子供の見守り（42.5%）」、「高齢者の見守り（30.0%）」、「他の商店街の視察受入れ・勉強会（30.0%）」の順に多くなっている。

図表82 地域活動内容
【複数回答(いくつでも)】



2 各種事業の取組状況

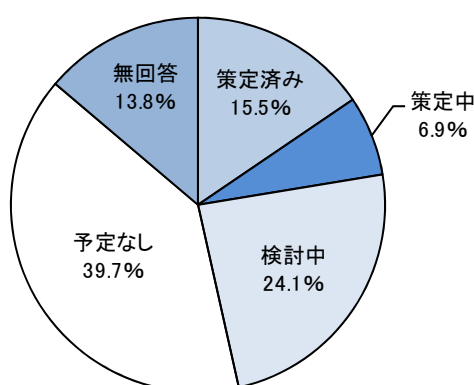
(1) 商店街活性化ビジョンの策定・取組状況について

① 商店街活性化事業計画・ビジョン等の策定状況（問17(1)）

商店街の活性化に向けた事業計画・ビジョン等（商店街活性化ビジョン）の策定状況については、「予定なし（39.7%）」が、「策定済み（15.5%）」と「策定中（6.9%）」を合わせた『策定している（22.4%）』を17.3ポイント上回っている。一方、「検討中」は24.1%となっている。

前回調査と比較すると、『策定している（前回調査25.8%）』が3.4ポイント低くなっている。

図表83 商店街活性化ビジョンの策定状況

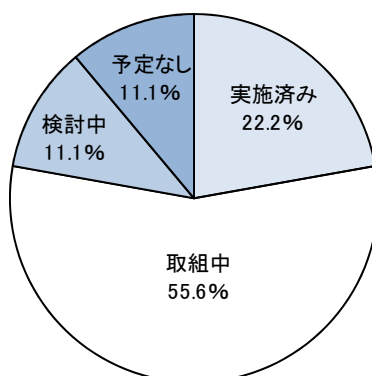


② 商店街活性化ビジョン策定済み商店街における取組状況（問17(1-1)）

商店街活性化ビジョンについて「策定済み」の商店街において、同ビジョンに基づいて実際に取り組んでいるかについては、「取組中（55.6%）」が最も多く、次いで「実施済み（22.2%）」、「検討中（11.1%）」、「予定なし（11.1%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「実施済み（前回調査20.0%）」と「取組中（前回調査70.0%）」をあわせた『実施している（前回調査90.0%）』が今回調査では77.8%で12.2ポイント低くなっている。

図表84 商店街活性化ビジョン策定済み
商店街における取組状況



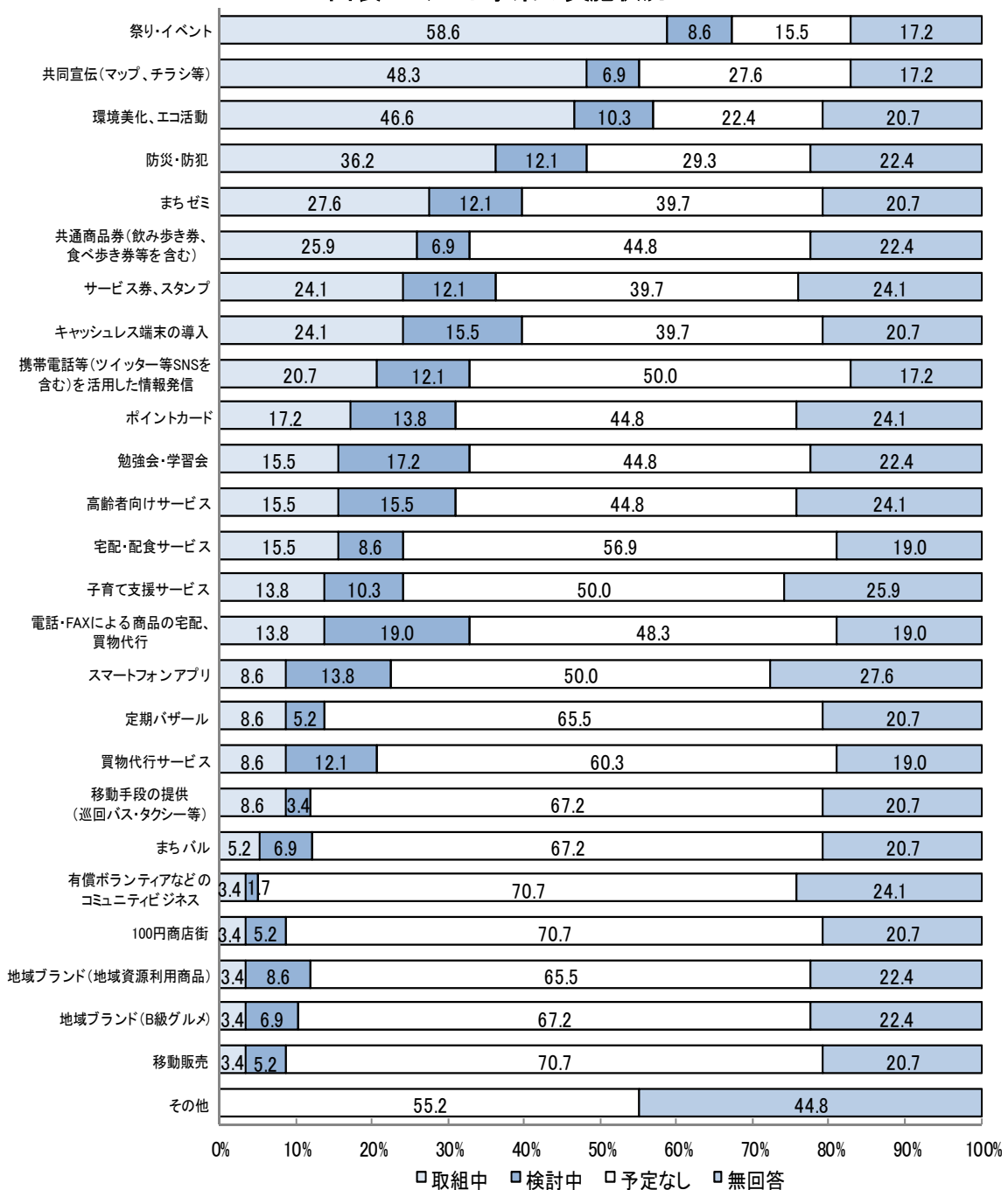
(2) 商店街の活性化のための事業について

① ソフト事業の実施状況（問17(2)A）

商店街のソフト事業等の取組状況については、「取組中」の事業は、「祭り・イベント（58.6%）」が最も多く、次いで「共同宣伝（マップ・チラシ等）（48.3%）」、「環境美化・エコ活動（46.6%）」、「防災・防犯（36.2%）」の順に多くなっている。

「検討中」の事業は、「電話・FAXによる商品の宅配、買物代行（19.0%）」、「勉強会・学習会（17.2%）」、「キャッシュレス端末の導入（15.5%）」、「高齢者向けサービス（15.5%）」の順に多くなっている。

図表85 ソフト事業の実施状況



* 過去実施していたが現在は実施していない活動・事業については、「予定なし」を選択している。

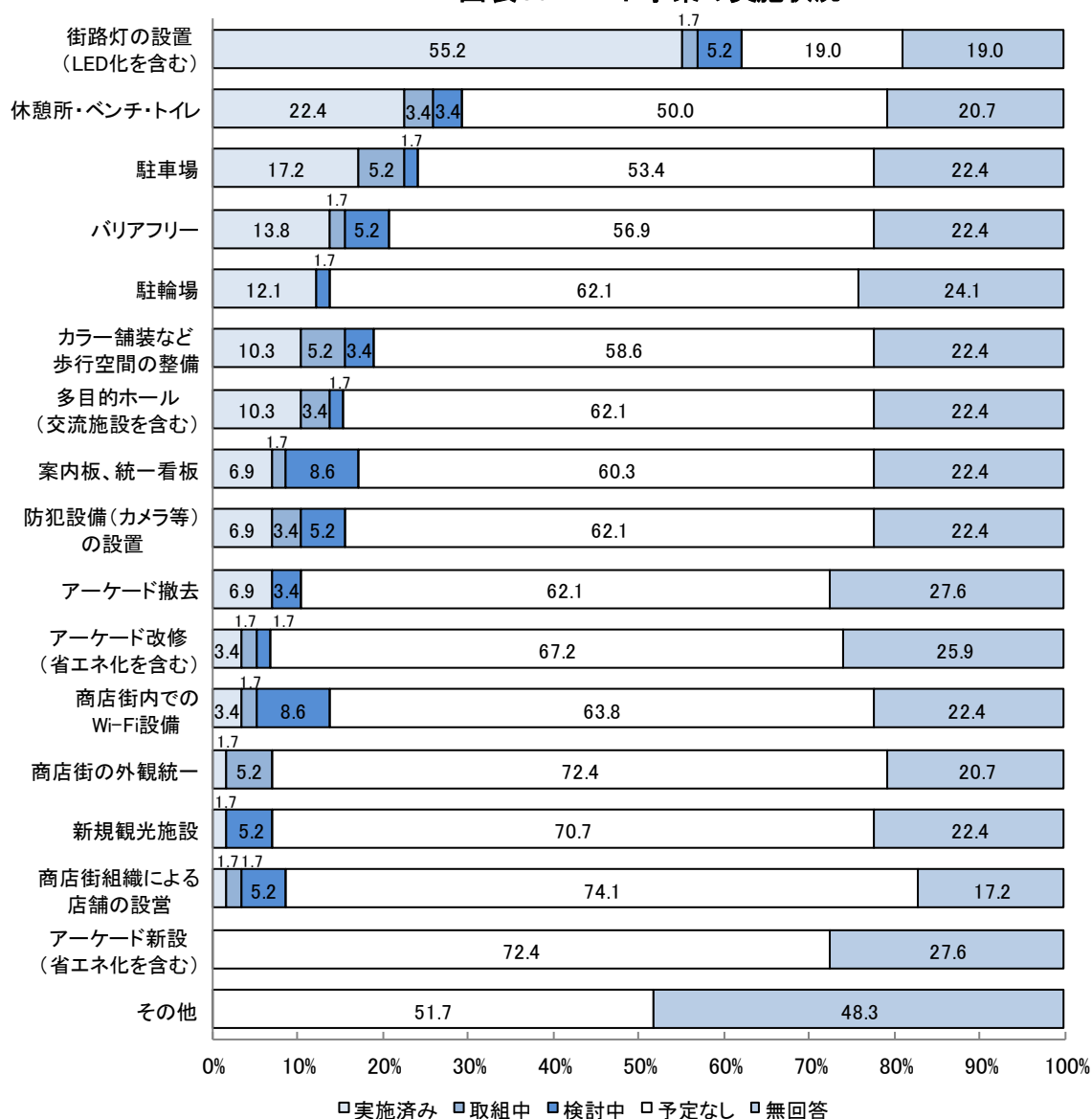
② ハード事業の実施状況（問17(2)B）

商店街のハード事業等の取組状況については、「実施済み」の事業は、「街路灯の設置（LED化を含む）（55.2%）」が最も多く、次いで「休憩所・ベンチ・トイレ（22.4%）」、「駐車場（17.2%）」、「バリアフリー（13.8%）」の順に多くなっている。

「取組中」の事業は、「駐車場（5.2%）」、「カラー舗装など歩行空間の整備（5.2%）」、「商店街の外観統一（5.2%）」が最も多くなっている。

「検討中」の事業は、「案内板、統一看板（8.6%）」、「商店街内でのWi-Fi整備（8.6%）」が最も多くなっている。

図表86 ハード事業の実施状況



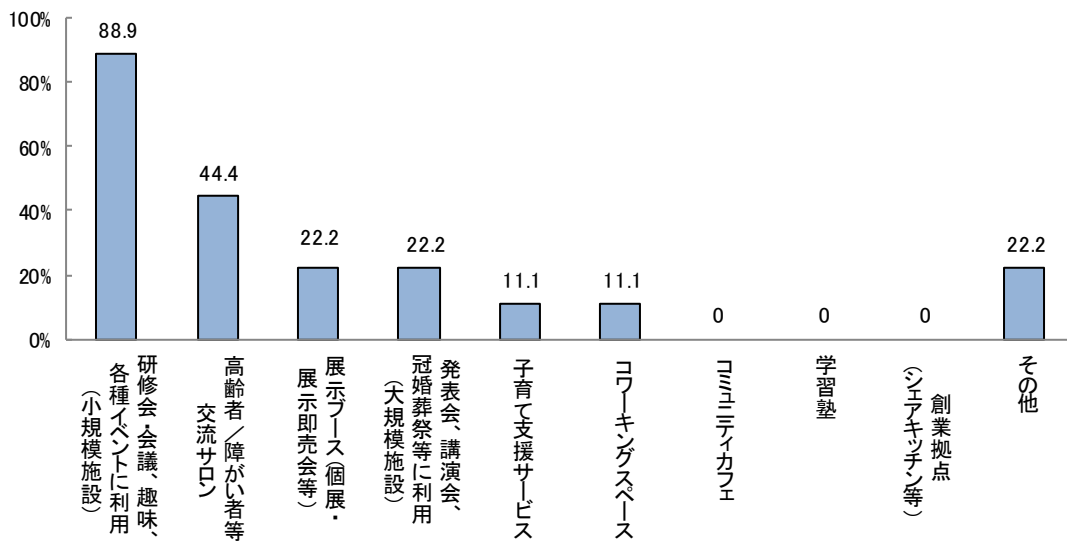
* 「実施済み」：設置・工事完了したもの、「取組中」：設計・工事中のもの、「検討中」：基本構想のもの。

③ ハード事業「多目的ホール」の設置目的（問17(2) B-1)

ハード事業のうち「多目的ホール（交流施設を含む）」の設置目的については、「研修会・会議、趣味、各種イベントに利用（小規模施設）（88.9%）」、「高齢者/障がい者等交流サロン（44.4%）」、「展示ブース（個展・展示即売会等）（22.2%）」、「発表会、講演会、冠婚葬祭等に利用（大規模施設）（22.2%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「高齢者/障害者等交流サロン（前回調査36.4%）」で8.0ポイント高くなっている。

図表87 ハード事業「多目的ホール(交流施設を含む)」の設置目的【複数回答(いくつでも)】

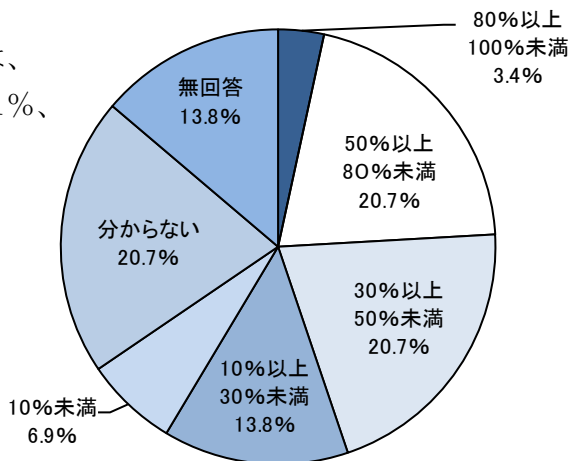


3 キャッシュレス決済の推進について

(1) キャッシュレス決済の取組状況（問18(1)）

キャッシュレス決済の取組状況については、50%以上の店舗で導入している商店街が24.1%、50%未満の商店街が41.4%となっている。

図表88 キャッシュレス決済の取組状況



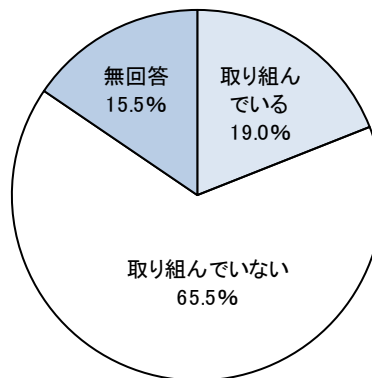
(2) キャッシュレス決済の推進

① 取組の有無（問18(2)）

商店街でのキャッシュレス決済推進の取組状況は、「取り組んでいない（65.5%）」が「取り組んでいる（19.0%）」より46.5ポイント高くなっている。

国全体の構成比と比べると、「取り組んでいる（国全体22.3%）」が3.3ポイント低くなっている。

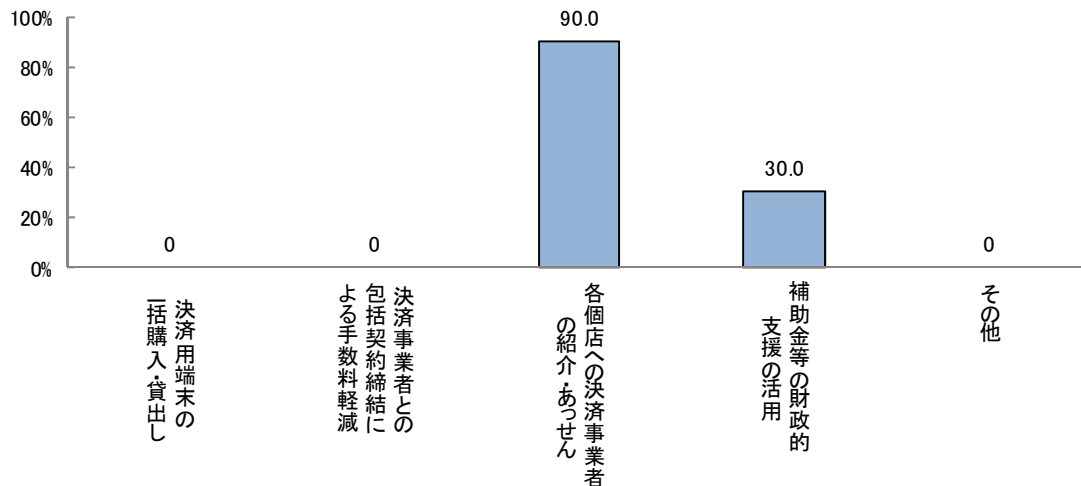
図表89 キャッシュレス決済推進の取組状況



② 導入のための取組（問18(2-1)）

キャッシュレス決済の導入のための取組では、「各個店への決済事業者の紹介・あっせん（90.0%）」、「補助金等の財政的支援の活用（30.0%）」の順に多くなっている。

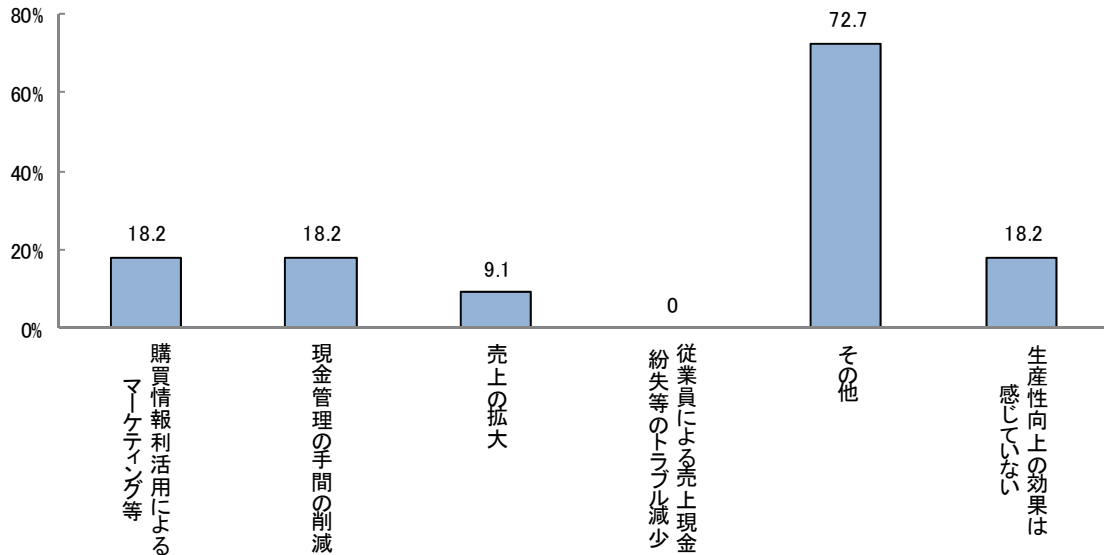
図表90 キャッシュレス決済の導入のための取組【複数回答(いくつでも)】



③ 生産性向上への寄与（問18(2-2)）

キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与では、「購買情報利活用によるマーケティング等(18.2%)」、「現金管理の手間の削減(18.2%)」、「売上の拡大(9.1%)」の順に多くなっている。

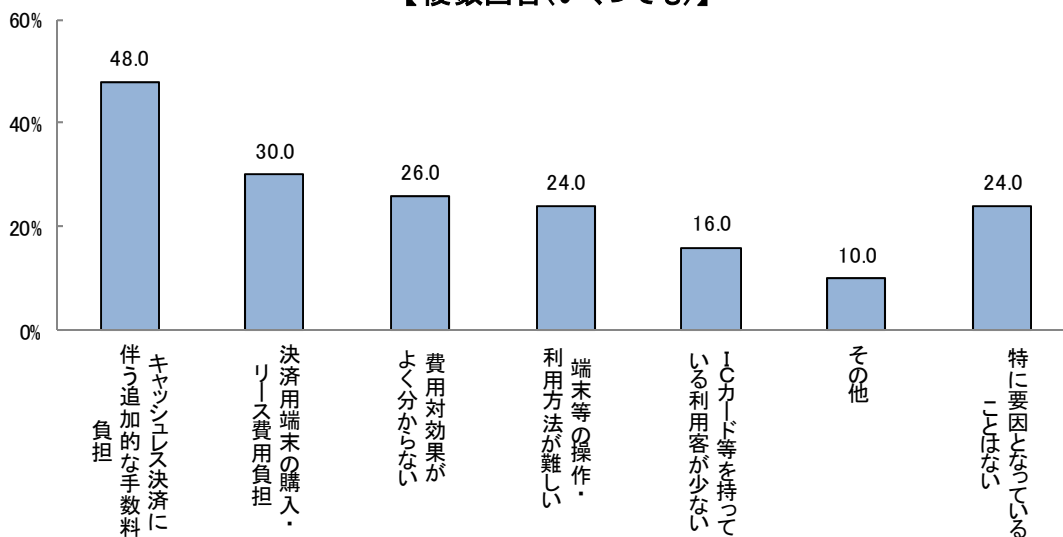
図表91 キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与
【複数回答(いくつでも)】



(3) キャッシュレス決済の導入が進まない要因（問18(3)）

キャッシュレス決済の導入が進まない要因は、「キャッシュレス決済に伴う追加的な手数料負担(48.0%)」が最も多く、次いで「決済用端末の購入・リース費用負担(30.0%)」、「費用対効果がよく分からない(26.0%)」の順に多くなっている。

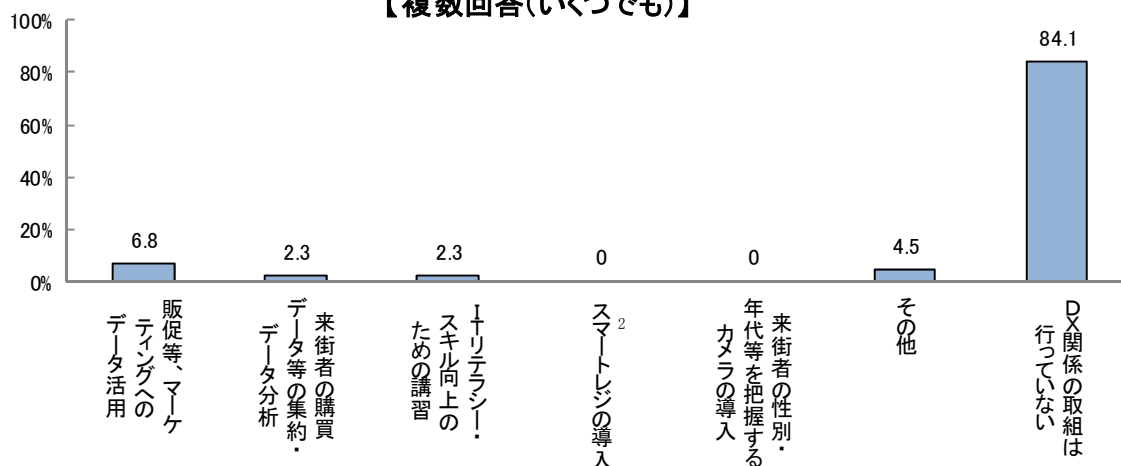
図表92 キャッシュレス決済の導入が進まない要因
【複数回答(いくつでも)】



(4) デジタルトランスフォーメーション (DX) ¹実現のための取組 (問18(4))

キャッシュレス決済以外のデジタルトランスフォーメーション実現への取組状況については、「行っていない」が84.1%となっている。「取組あり」について取組内容をみると、「販促等、マーケティングへのデータ活用 (6.8%)」が最も多くなっている。

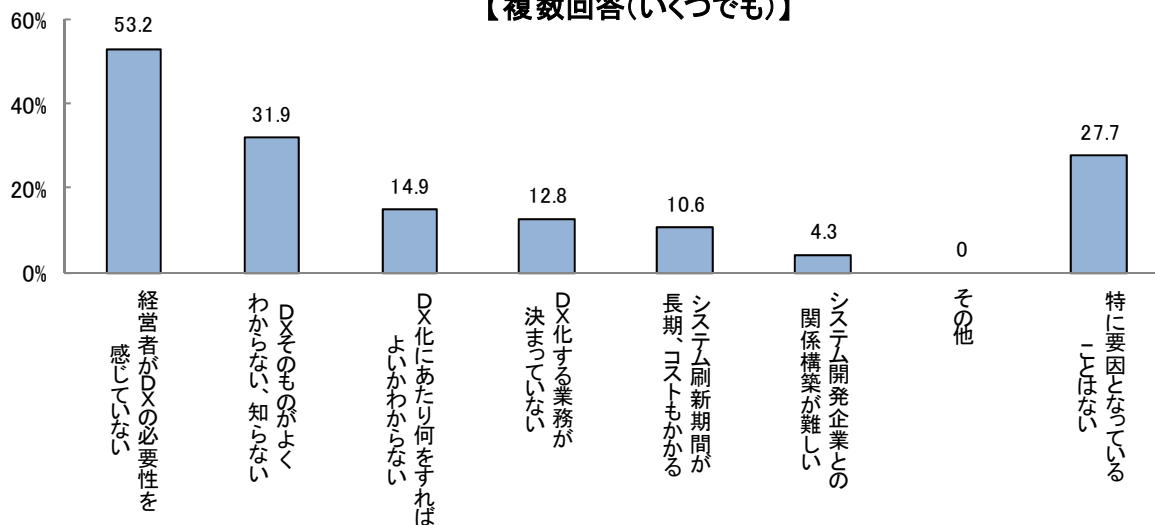
図表93 キャッシュレス決済以外のDX実現への取組
【複数回答(いくつでも)】



(5) デジタルトランスフォーメーションの導入が進まない要因 (問18(5))

デジタルトランスフォーメーションの導入が進まない要因では、「経営者がDXの必要性を感じていない (53.2%)」が最も多く、次いで「DXそのものがよくわからない (31.9%)」、「DX化にあたり何をすればよいかわからない (14.9%)」の順に多くなっている。

図表94 DXの導入が進まない要因
【複数回答(いくつでも)】



¹ DXとは、「データとデジタル技術を活用して、製品やサービス、ビジネスモデル、組織、プロセス、組織の文化・風土などを変革し、競争上の優位性を確保すること。」を指す。

² スマートレジとは、スマートフォンやタブレットなどの端末に専用のアプリをインストールしPOSレジとして活用可能なレジを指す。

VI 商店街に関する施策、支援機関等について

1 自治体の支援状況・支援内容

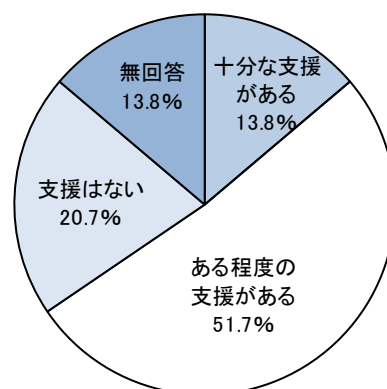
(1) 自治体の支援状況

① 支援の有無（問19(1)）

商店街に対する自治体の支援状況については、「十分な支援がある（13.8%）」、「ある程度の支援がある（51.7%）」を合わせて『支援がある（65.5%）』となっており、「支援はない（20.7%）」を44.8ポイント上回っている。

前回調査と比較すると、『支援がある（前回調査53.5%）』が12.0ポイント高くなり、「支援はない（前回調査37.9%）」が17.2ポイント低くなっている。

図表98 自治体の支援状況

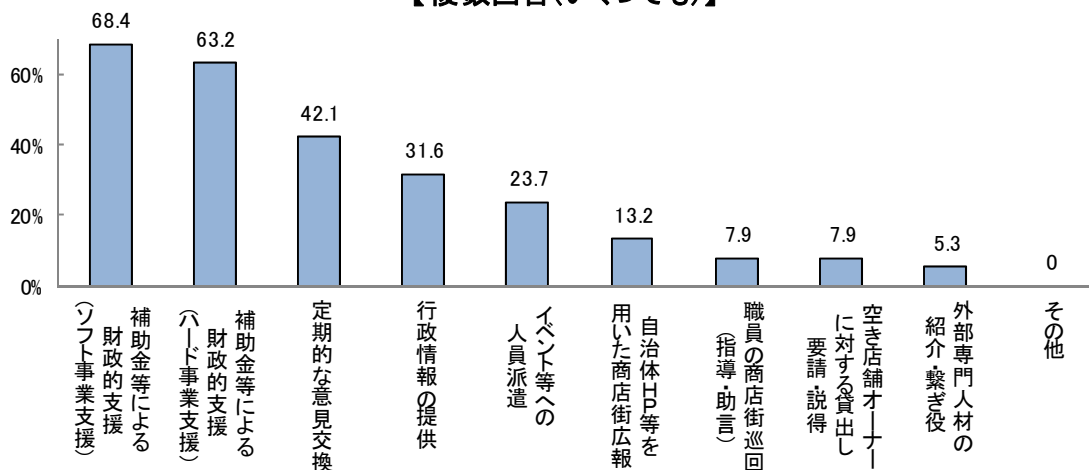


② 支援内容（問19(1-1)）

『支援がある』と回答した商店街における自治体からの支援内容については、「補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）（68.4%）」が最も多く、次いで「補助金等による財政的支援（ハード事業支援）（63.2%）」、「定期的な意見交換（42.1%）」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、「定期的な意見交換（前回調査31.0%）」で11.1ポイント高く、「行政情報の提供（前回調査44.8%）」で13.2ポイント低くなっている。

図表99 自治体の支援内容
【複数回答(いくつでも)】



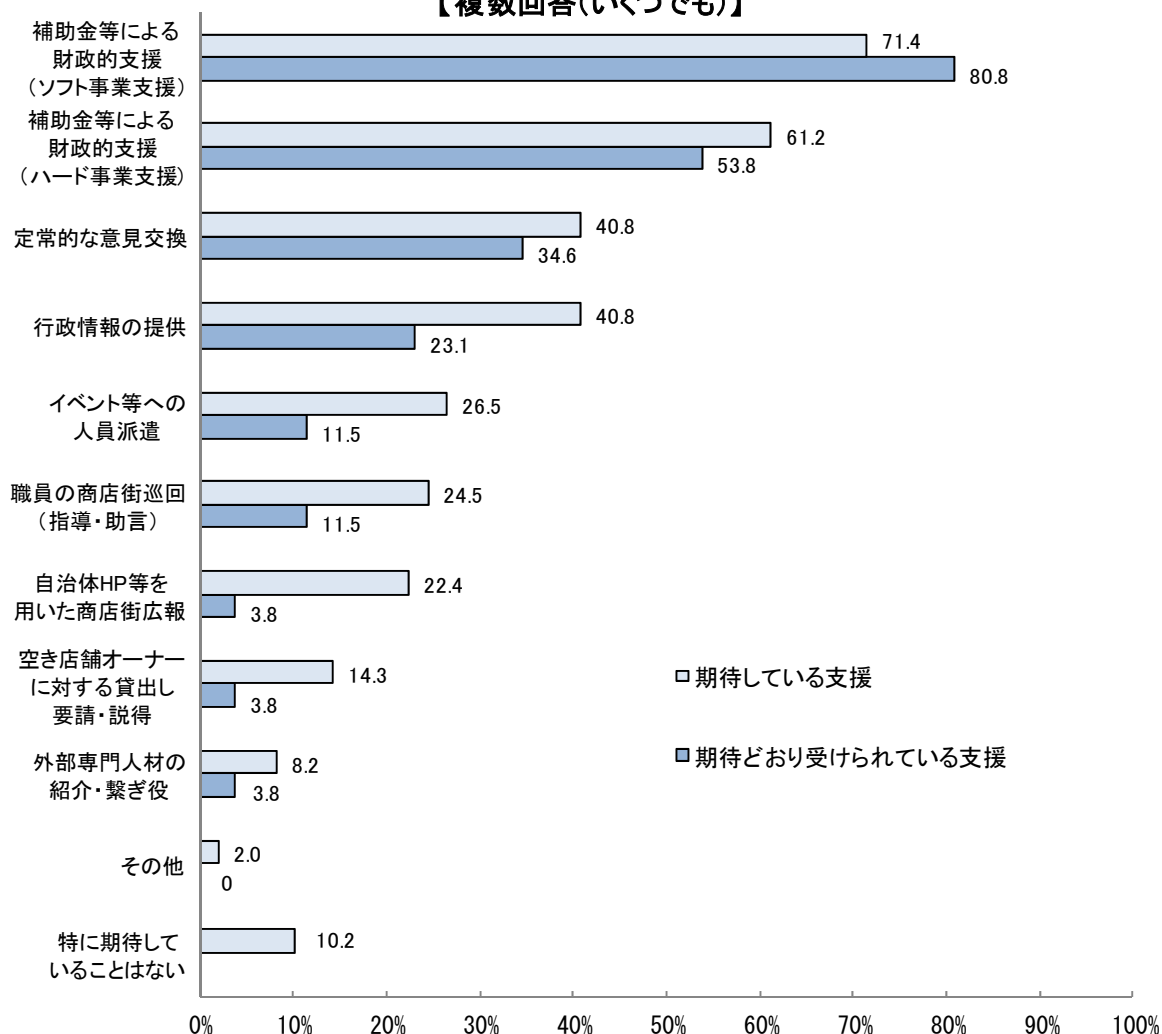
(2) 自治体に期待する支援、期待どおり受けられている支援（問19(2)）

商店街が自治体に対して期待する支援については、「補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）（71.4%）」が最も多く、次いで「補助金等による財政的支援（ハード事業支援）（61.2%）」、「定常的な意見交換（40.8%）」、「行政情報の提供（40.8%）」の順に多くなっている。

また自治体から期待どおり受けられている支援については、「補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）（80.8%）」が最も多く、次いで「補助金等による財政的支援（ハード事業支援）（53.8%）」、「定常的な意見交換（34.6%）」、「行政情報の提供（23.1%）」の順に多くなっており、期待する支援内容と概ね同様の傾向となっている。

また、「期待する支援」と「期待どおり受けられている支援」の差をみると、「行政情報の提供（17.7ポイント差）」、「イベント等への人員派遣（15.0ポイント差）」、「職員の商店街巡回（13.0ポイント差）」、「自治体HP等を用いた商店街広報（18.6ポイント差）」、「空き店舗オーナーに対する貸出し要請・説得（10.5ポイント差）」においてはその差が10ポイント以上となっている。

図表100 自治体に対して期待する支援内容
【複数回答(いくつでも)】



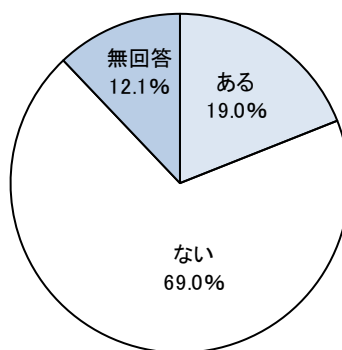
2 まちづくり会社との連携・協力状況

(1) まちづくり会社について

① まちづくり会社の有無（問20(1)）

商店街の所在地域におけるまちづくり会社の有無については、「ない（69.0%）」が「ある（19.0%）」を50.0ポイント上回っている。

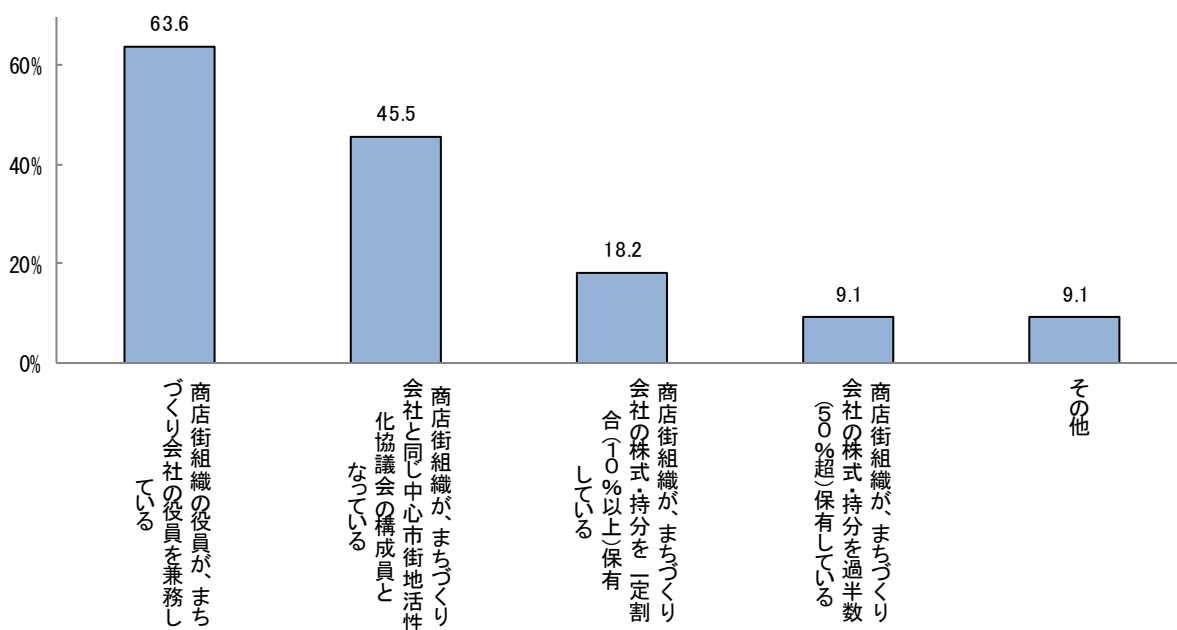
図表101 まちづくり会社の有無



② まちづくり会社との連携・協力の形態（問20(1-1)）

まちづくり会社が『ある』と回答のあった商店街における、まちづくり会社との連携・協力の形態については、「商店街組織の役員が、まちづくり会社の役員を兼務している（63.6%）」が最も多く、次いで「商店街組織が、まちづくり会社と同じ中心市街地活性化協議会の構成員となっている（45.5%）」、「商店街組織が、まちづくり会社の株式・持分を一定割合（10%以上）保有している（18.2%）」の順に多くなっている。

図表102 まちづくり会社との連携・協力の形態【複数回答(いくつでも)】



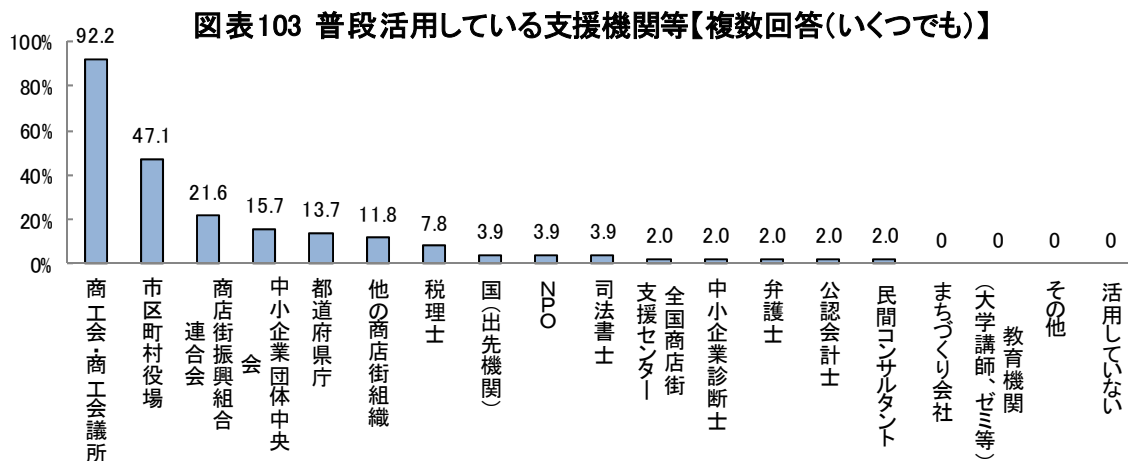
3 商店街にとっての相談窓口

(1) 普段活用している支援機関等

① 支援機関等（問21(1)）

商店街が、普段、活用している支援機関等については、「商工会・商工会議所(92.2%)」、「市区町村役場(47.1%)」、「商店街振興組合連合会(21.6%)」、「中小企業団体中央会(15.7%)」、「都道府県庁(13.7%)」の順に多くなっている。

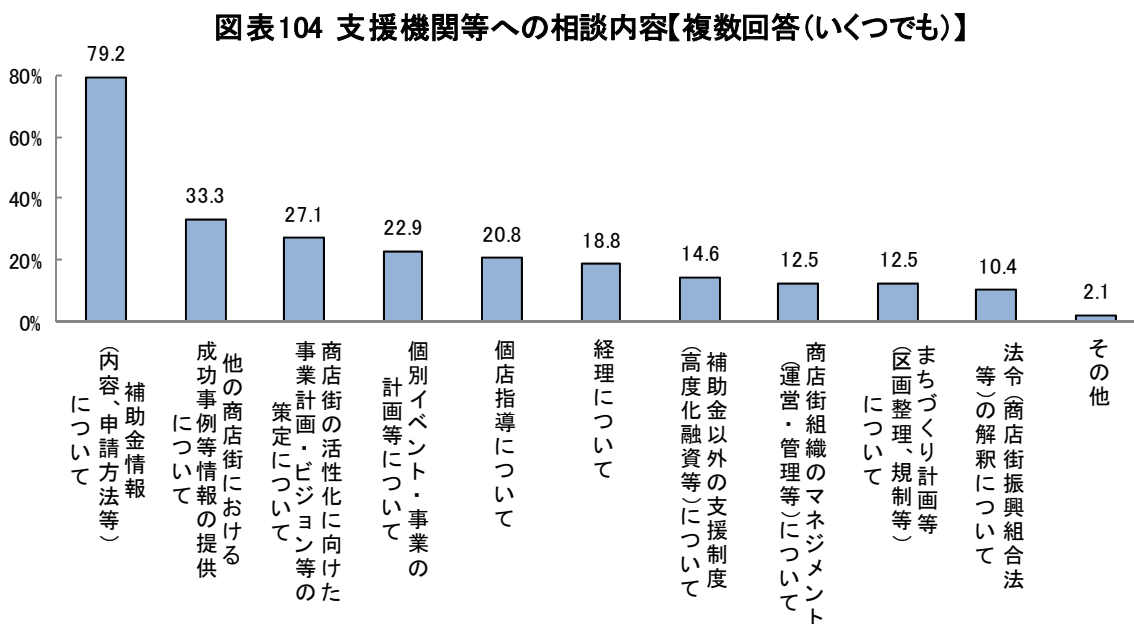
前回調査と比較すると、ほとんど変わらない。



② 相談内容（問21(1-1)）

普段活用している支援機関等について回答のあった商店街において、支援機関等への相談内容をみると、「補助金情報(内容、申請方法等)について(79.2%)」が最も多く、次いで「他の商店街における成功事例等情報の提供について(33.3%)」、「商店街の活性化に向けた事業計画・ビジョン等の策定について(27.1%)」、「個別イベント・事業の計画等について(22.9%)」の順に多くなっている。

前回調査と比較すると、ほとんど変わらない。



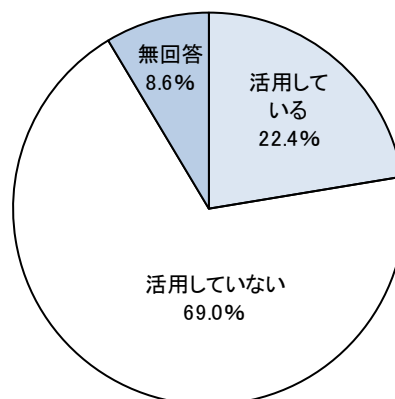
4 外部人材との連携・協力状況

(1) 外部人材の活用状況（問22(1)）

① 外部人材の活用の有無

商店街における外部人材（商店街の区域外・地域外から招へいた専門家等）の活用状況については、「活用していない(69.0%)」が「活用している(22.4%)」を46.6ポイント上回っている。

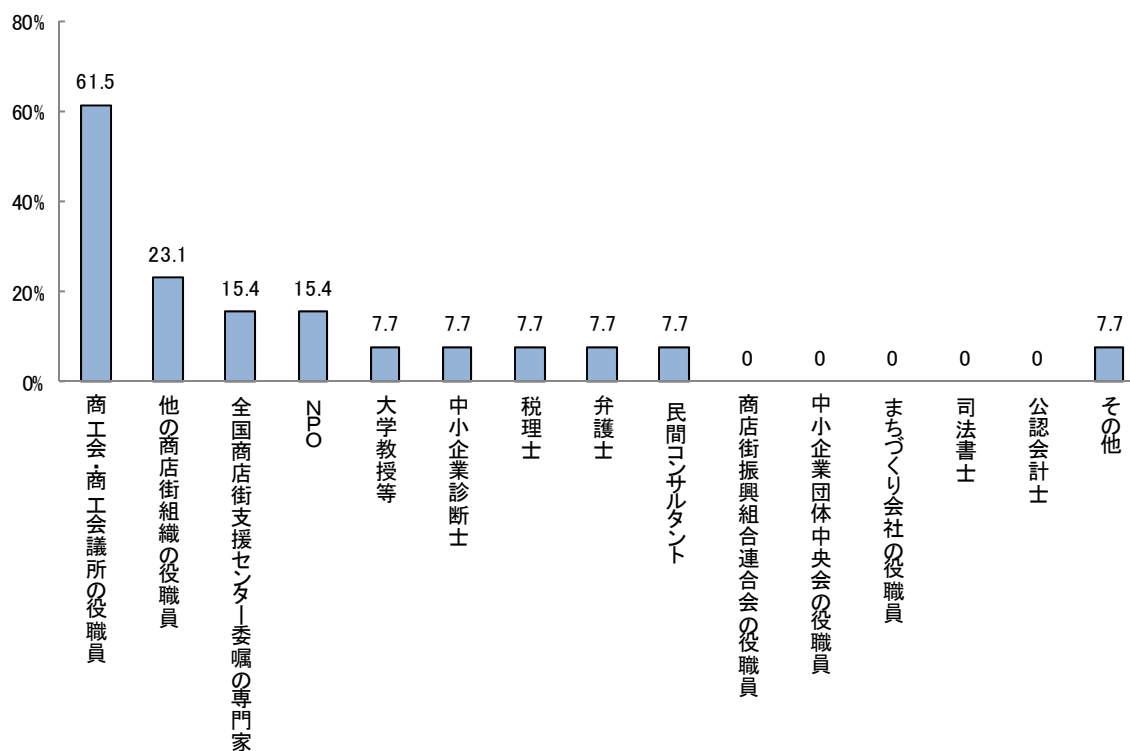
図表105 外部人材の活用状況



② 活用している外部人材の種類（問22(1-1)）

外部人材を『活用している』と回答のあった商店街における、外部人材の種類については、「商工会・商工会議所の役職員(61.5%)」が最も多く、次いで「他の商店街組織の役職員(23.1%)」、「全国商店街支援センター委嘱の専門家(15.4%)」、「NPO(15.4%)」の順に多くなっている。

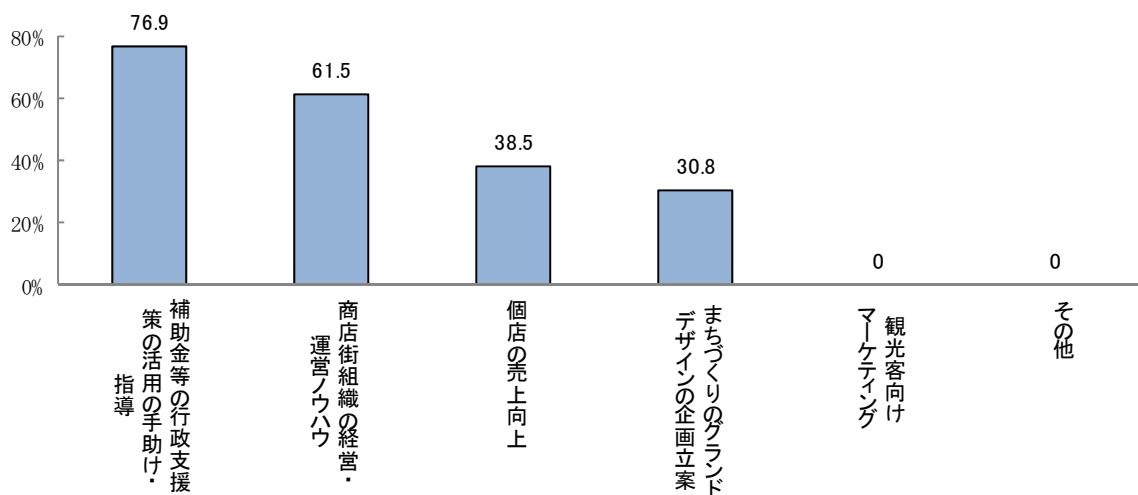
図表106 活用している外部人材の種類【複数回答(いくつでも)】



③ 外部人材に期待する専門的知識（問22(1-2)）

外部人材を『活用している』と回答のあった商店街における、外部人材に期待する専門的知識については、「補助金等の行政支援策の活用の手助け・指導（76.9%）」が最も多く、次いで「商店街組織の経営・運営ノウハウ（61.5%）」、「個店の売上向上（38.5%）」の順に多くなっている。

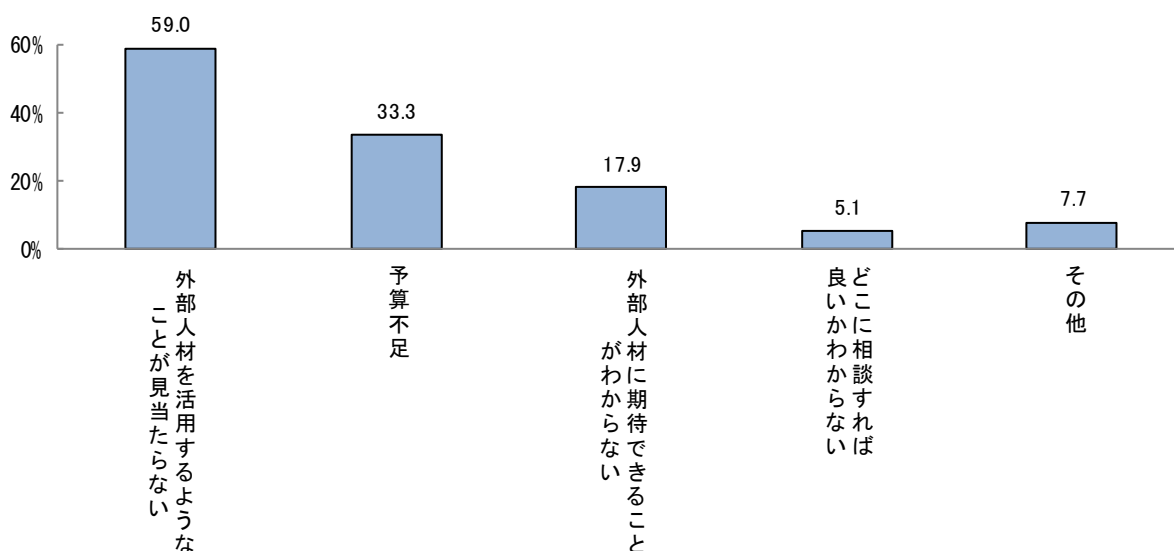
図表107 外部人材に期待する専門的知識【複数回答(3つまで)】



④ 外部人材を活用していない理由（問22(1-3)）

外部人材を『活用していない』と回答のあった商店街における、外部人材を活用していない理由については、「外部人材を活用するようなことが見当たらない（59.0%）」が最も多く、次いで「予算不足（33.3%）」、「外部人材に期待できることがわからない（17.9%）」、「どこに相談すれば良いかわからない（5.1%）」の順に多くなっている。

図表108 外部人材を活用していない理由【複数回答(3つまで)】



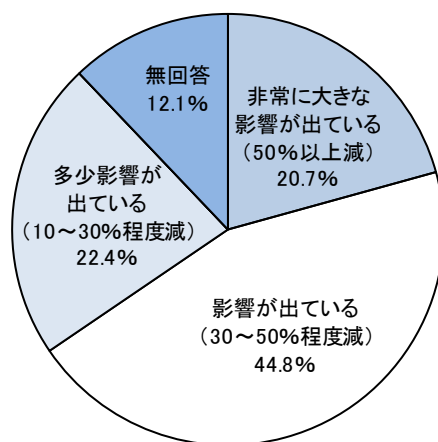
Ⅶ 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響について

1 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響

(1) 商店街全体の売上高への影響（問23(1)）

商店街全体の売上高への影響については、「非常に大きな影響が出ている（20.7%）」、「影響が出ている（44.8%）」、「多少影響が出ている（22.4%）」と全体の9割近くで『影響が出ている』となっている。

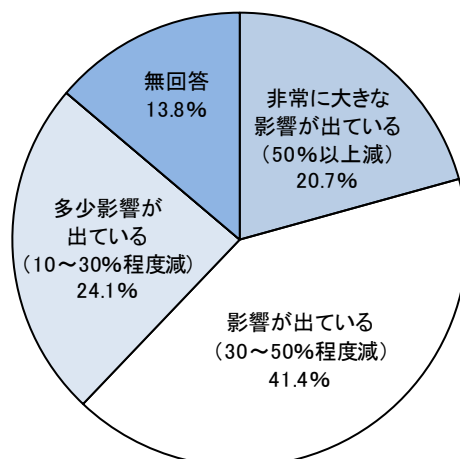
図表109 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響（商店街全体の売上高への影響）



(2) 商店街全体の来街者数への影響（問23(2)）

商店街全体の来街者数への影響についても同様の傾向で、「非常に大きな影響が出ている（20.7%）」、「影響が出ている（41.4%）」、「多少影響が出ている（24.1%）」と全体の9割近くで『影響が出ている』となっている。

図表110 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響（商店街全体の来街者数への影響）

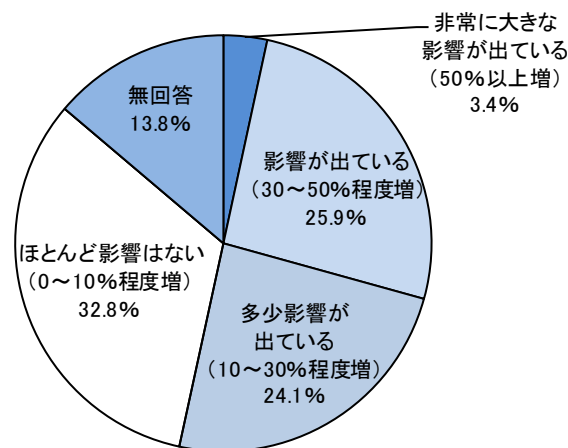


(3) 商店街全体の空き店舗への影響

① 空き店舗への影響（問23(3)）

商店街全体の空き店舗への影響については、「非常に大きな影響が出ている（3.4%）」、「影響が出ている（25.9%）」、「多少影響が出ている（24.1%）」と『影響が出ている』は全体の5割程度で、売上高や来街者数への影響に比べると、その影響は限定的となっている。

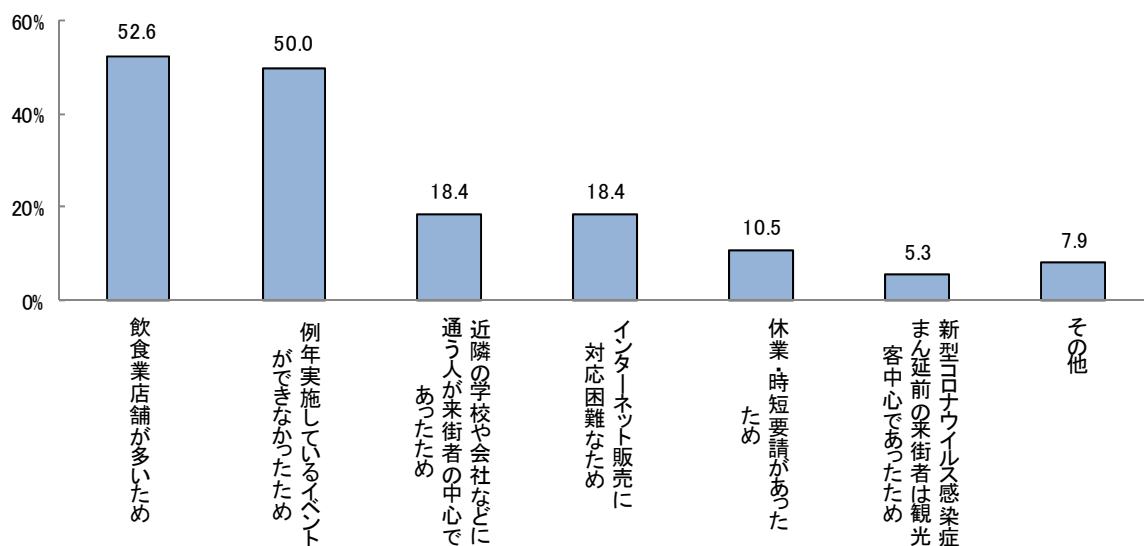
図表111 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響（商店街全体の空き店舗への影響）



② 影響が生じた理由（問23(3-1)）

商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかにおいて新型コロナウイルス感染症のまん延による影響が生じた商店街について、影響が生じた理由をみると、「飲食業店舗が多いため（52.6%）」、「例年実施しているイベントができなかったため（50.0%）」の順に多くなっている。

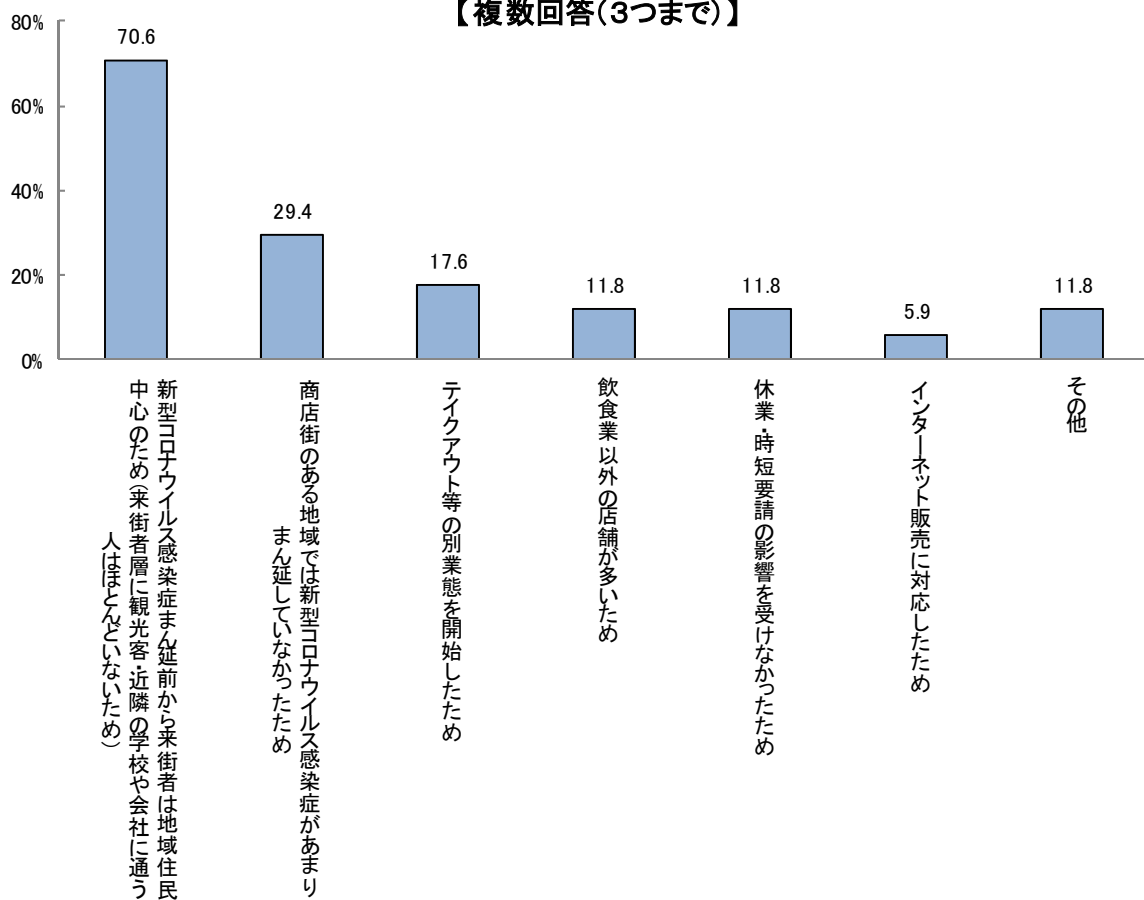
図表112 新型コロナウイルス感染症の影響が生じた理由【複数回答(3つまで)】



③ 影響が生じなかった理由（問23(3)-2)

商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかにおいて「ほとんど影響はない」又は「むしろ新型コロナウイルス感染症まん延前よりも良くなっている」と回答した商店街について、影響が生じなかった理由をみると、「新型コロナウイルス感染症まん延前から来街者は地域住民中心のため（70.6%）」の割合が最も多く、次いで「商店街のある地域では新型コロナウイルス感染症があまりまん延していなかったため（29.4%）」、「テイクアウト等の別業態を開始したため（17.6%）」の順に多くなっている。

図表113 新型コロナウイルス感染症の影響が生じなかった理由
【複数回答(3つまで)】



(4) 新たに取り組んだ取組（問23(4)）

新型コロナウイルス感染症のまん延による影響を踏まえ商店街で新たに取り組んだ取組については、「テイクアウト販売に対応した（43.2%）」が最も多く、次いで「地域住民に対して商店街が安心安全に買物ができる場所であることを周知した（38.6%）」、「キャッシュレス決済の積極的な導入（18.2%）」、「インターネット販売に対応した（11.4%）」の順に多くなっている。

図表114 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響を踏まえ
商店街で新たに取り組んだ取組【複数回答(いくつでも)】

