

## 第2章 調査の結果



### I 商店街の概要について

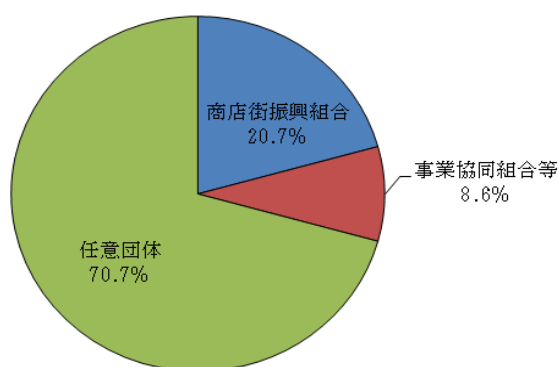
#### 1 組織形態（問1）

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<sup>1</sup>」、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<sup>2</sup>」、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5件（同8.6%）、「任意団体」が41件（同70.7%）となっている。

国全体の構成比と比較すると、ほとんど変わらない。

図表1 組織形態別内訳



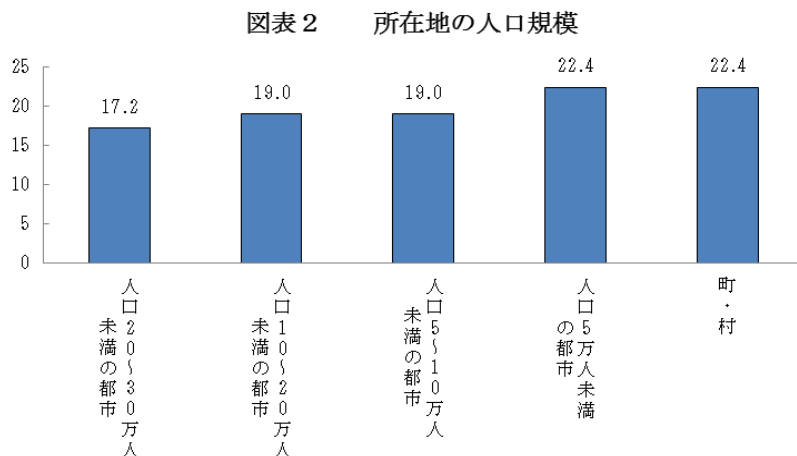
<sup>1</sup> 本調査では、商店街振興組合連合会も対象としており商店街振興組合の区分に含めている。

<sup>2</sup> 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 商店街の立地環境及び商業環境

### (1) 所在地の人口規模

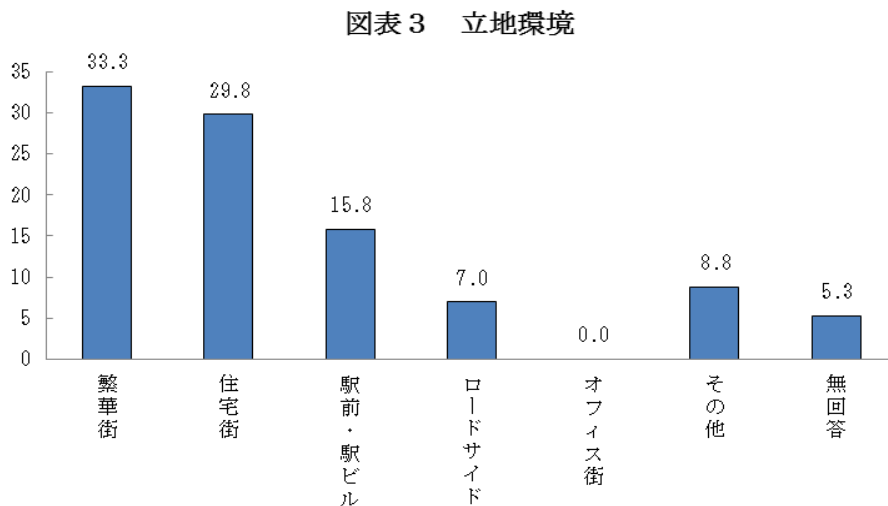
商店街の所在地<sup>1</sup> は、「人口5万人未満の都市（22.4%）」、「町・村（22.4%）」が多くなっている。



### (2) 立地環境（問7）

商店街の立地環境は、「繁華街（33.3%）」、「住宅街（29.8%）」、「駅前・駅ビル（15.8%）」、「ロードサイド<sup>2</sup>（7.0%）」の順に多くなっており、「オフィス街」に商店街がない。

国全体の構成比と比較すると、「繁華街」が9.5ポイント高くなっている。



<sup>1</sup> 「所在地」とは、商店街事務所又は代表者の住所を指す。

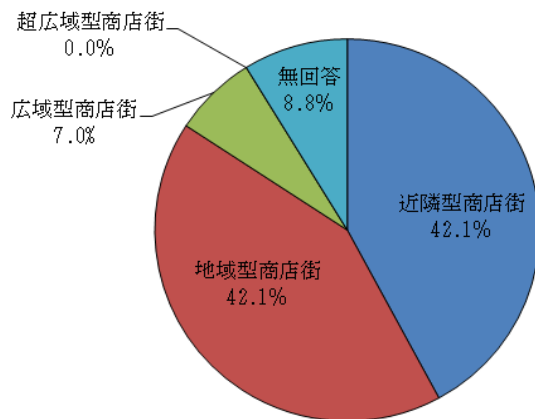
<sup>2</sup> 「ロードサイド」とは、交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指す。

### 3 商店街タイプ（問8）

商店街タイプ<sup>1</sup> は、「近隣商店街（42.1%）」、「地域型商店街（42.1%）」、「広域型商店街（7.0%）」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」が9.0ポイント低くなっており、「地域型商店街」が6.4ポイント高くなっている。

図表4 商店街タイプ



<sup>1</sup> 商店街タイプについて

①近隣商店街	最寄品 <sup>2</sup> 中心の商店街で地元住民が日用品を徒歩又は自転車等により買い物を行う商店街
②地域型商店街	最寄品及び買回り品 <sup>3</sup> 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
③広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街
④超広域型商店街	百貨店、量販店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

<sup>2</sup> 「最寄品」とは、加工食品や家庭雑貨など、消費者が頻繁にかつ手軽にほとんど比較しないで購入する物品を指す。

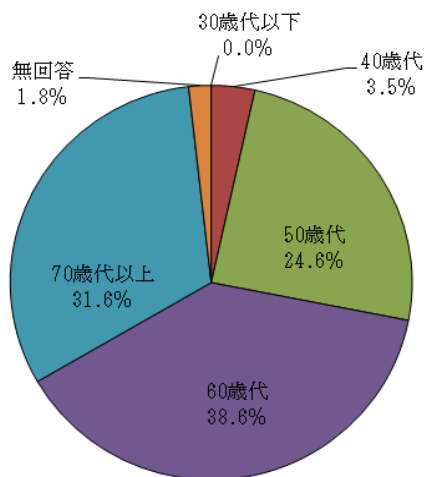
<sup>3</sup> 「買回り品」とは、ファッション関連、家具、家電など、消費者が2つ以上の店を回って比較した上で購入する商品を指す。

#### 4 役員構成等（問2）

##### （1）理事長・会長の年齢（問2（1）A）

商店街の理事長・会長の年齢は、「60歳代（38.6%）」、「70歳代以上（31.6%）」、「50歳代（24.6%）」の順に多くなっている。国全体の構成比と比較すると、「70歳代以上」が5.0ポイント低くなっており、「50歳代」が6.8ポイント高くなっている。

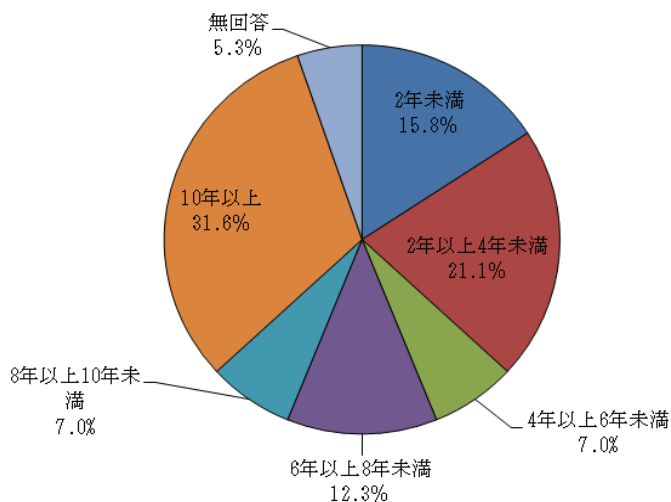
図表5 理事長・会長の年齢



##### （2）理事長・会長の在職年数（問2（1）B）

商店街の理事長・会長の在職年数は、「10年以上」が31.6%と最も多くなっている。国全体の構成比と比較すると、「4年以上6年未満」が6.5ポイント低くなっており、「2年以上4年未満」が5.6ポイント高くなっている。

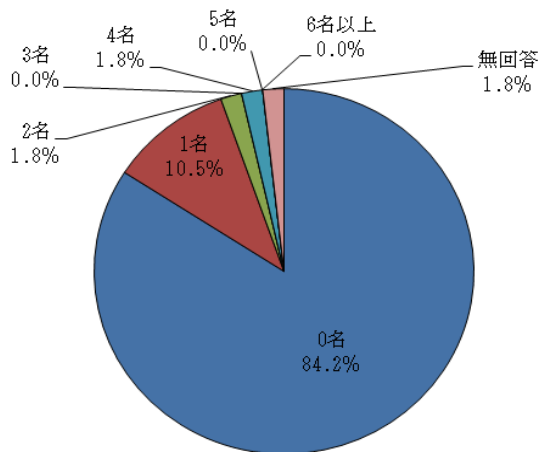
図表6 理事長・会長の在職年数



## 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。）は、「いない（0名）」と回答した商店街が84.2%と多くを占めており、次いで「1名」が10.5%となっている。

図表7 専従事務局員数



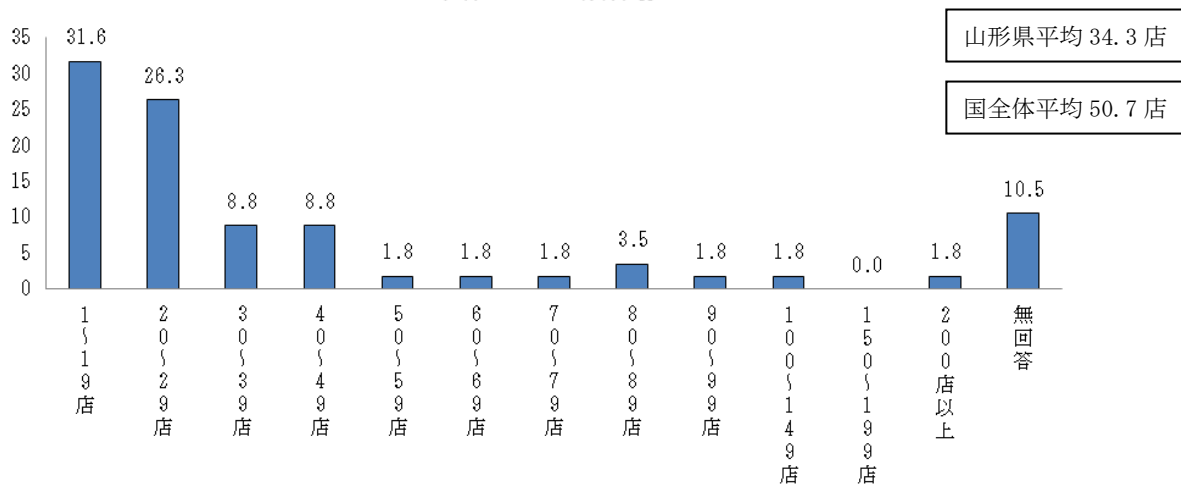
## 6 商店街の店舗数と会員数

### (1) 店舗

#### ①全店舗数（問4（1）①）

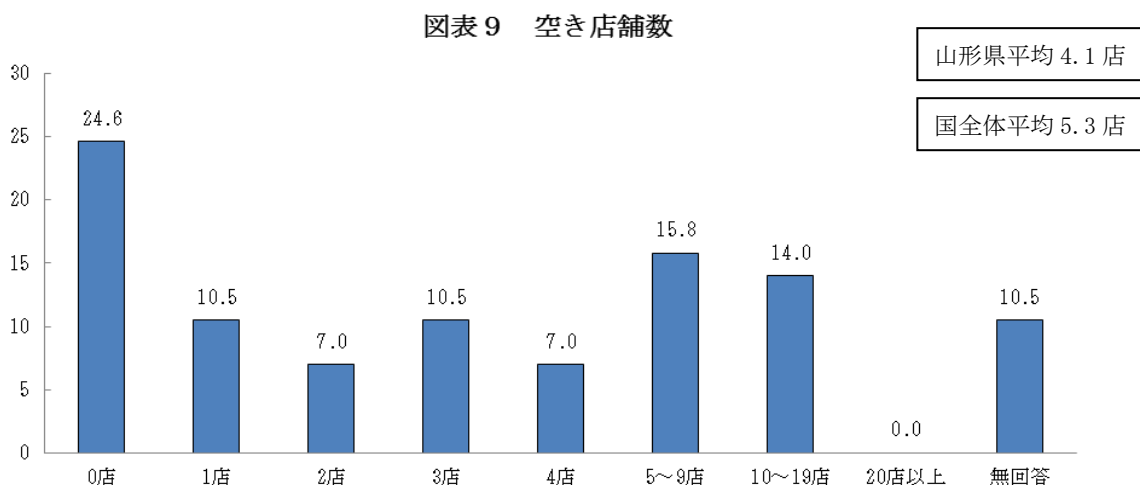
商店街を構成する全店舗数（空き店舗を含む。）は、「1～19店（31.6%）」、「20～29店（26.3%）」の順に多くなっており、次いで「30～39店（8.8%）」「40～49店（8.8%）」となっている。

図表8 全店舗数



## ②空き店舗数（問４（１）②）

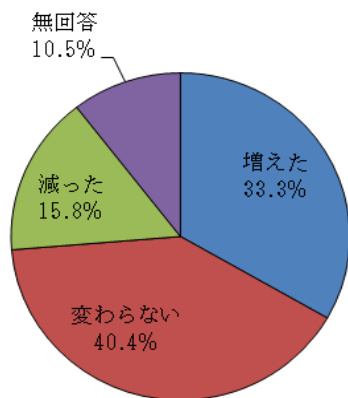
商店街における空き店舗<sup>1</sup>数は、平均で4.1店となっており国全体の平均と比較して1.2店少なくなっている。また、空き店舗数別の商店街数の分布をみると、「0店（空き店舗がない）（24.6%）」、「5～9店（15.8%）」、「10～19店（14.0%）」の順に多くなっている。



## ③最近3年間の空き店舗数の変化（問12（C））

最近3年間の空き店舗数の変化をみると、「増えた（33.3%）」が「減った（15.8%）」を17.5ポイント上回り、「変わらない」は40.4%だった。

**図表 10 最近3年間の空き店舗数の変化**



<sup>1</sup> 「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）になっているものを指す。

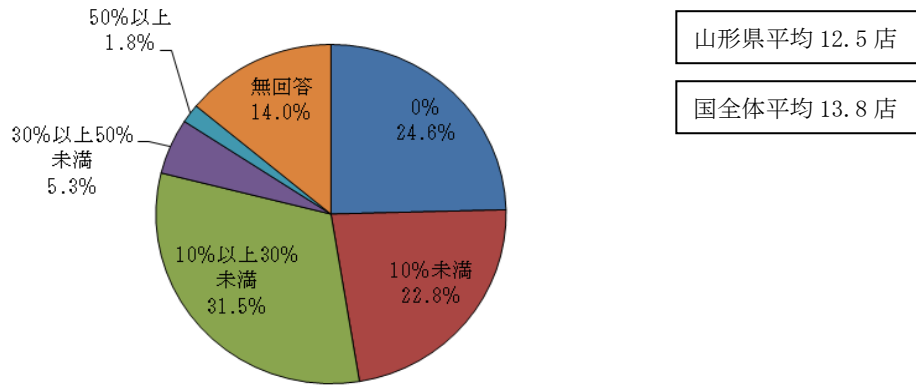


④空き店舗率ごとの商店街数の分布（問４（１）②）

平均空き店舗率<sup>1</sup>は、12.5%となっており国全体の平均と比較して1.3ポイント低くなっている。また、空き店舗率ごとの商店街数の分布をみると、「10%以上30%未満（31.5%）」、「0%（24.6%）」、「10%未満（22.8%）」の順に多くなっている。

なお、平成27年度の本調査における山形県に係る空き店舗率は公表されていない。

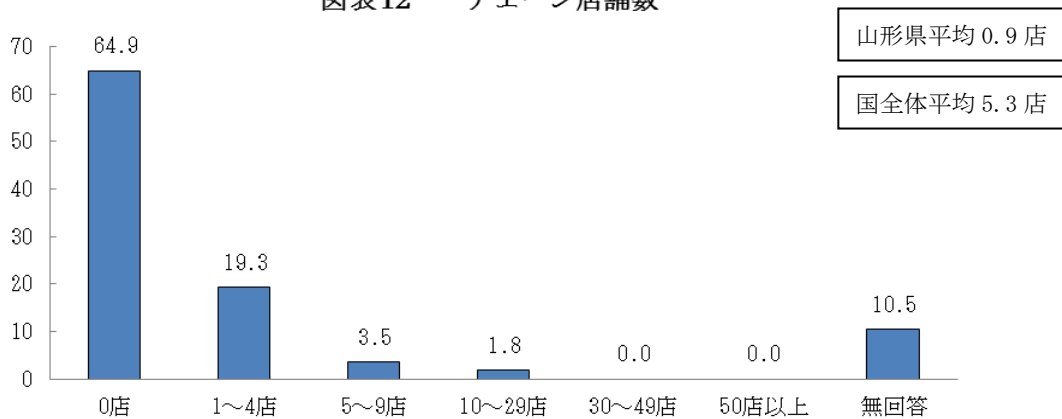
図表11 空き店舗率ごとの商店街数の分布



⑤チェーン店舗数（問４（１）③）

商店街におけるチェーン店舗<sup>2</sup>数は、「0店（64.9%）」、「1～4店（19.3%）」、「5～9店（3.5%）」の順に多くなっている。また、1商店街あたりのチェーン店舗数は0.9店となっており、国全体の平均と比較して4.4ポイント低くなっている。

図表12 チェーン店舗数



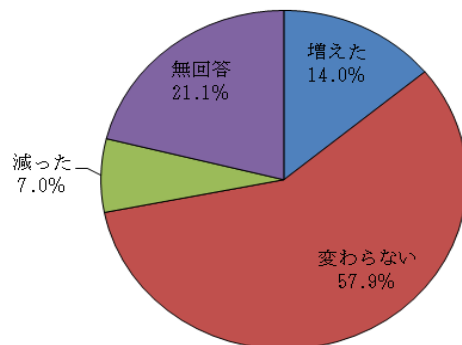
<sup>1</sup> 平均空き店舗率 (%) = 1 商店街あたりの空き店舗率 (商店街の空き店舗数 / 商店街の全店舗数) の平均値

<sup>2</sup> 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。

### ⑥最近3年間のチェーン店舗数の変化（問12（A））

最近3年間のチェーン店舗数の変化は、「増えた（14.0%）」が「減った（7.0%）」を7.0ポイント上回っており、「変わらない」は57.9%となっている。

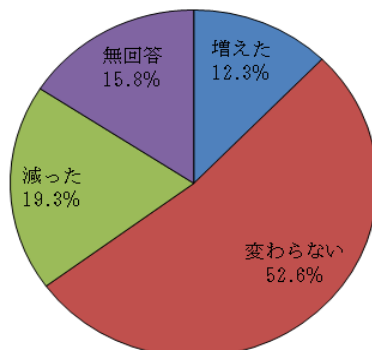
図表13 最近3年間のチェーン店舗数の変化



### ⑦最近3年間のテナント店舗数の変化（問12（B））

最近3年間のテナント店舗<sup>1</sup>数の変化は、「減った（19.3%）」が「増えた（12.3%）」を7.0ポイント上回っており、「変わらない」は52.6%となっている。

図表14 最近3年間のテナントの店舗数の変化



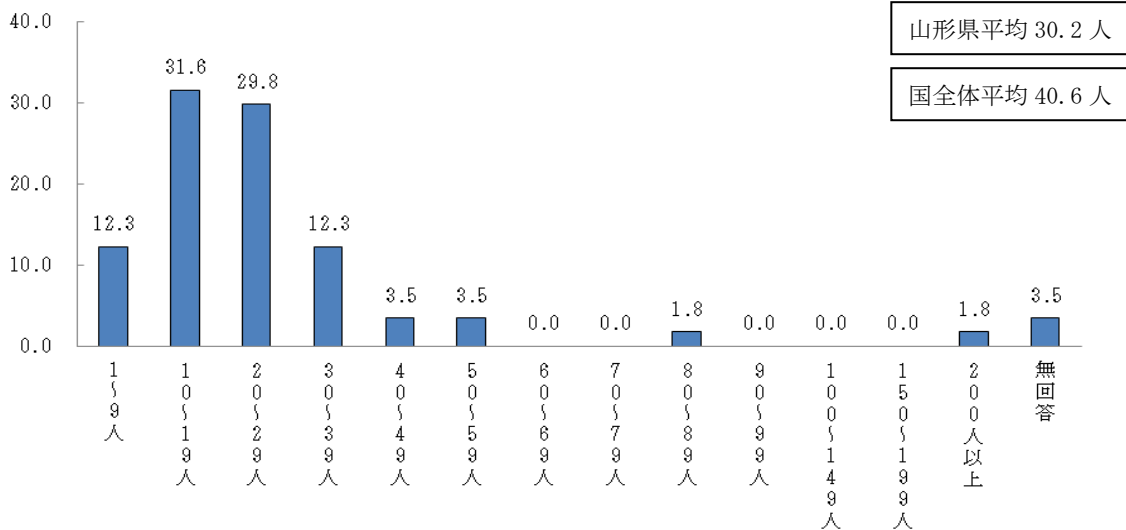
<sup>1</sup> テナント店舗とは、建物の一部又は全部を賃貸して出店している店舗を指す。

(2) 会員（組合員）数

①商店街組織の会員（組合員）数（問4（2）①）

商店街を構成する会員（組合員）数は、「10～19人（31.6%）」、「20～29人（29.8%）」、「30～39人（12.3%）」「0～9人（12.3%）」の順に多くなっている。また、会員（組合員）数平均は30.2人となっており、国全体の平均と比較して10.4人少なくなっている。

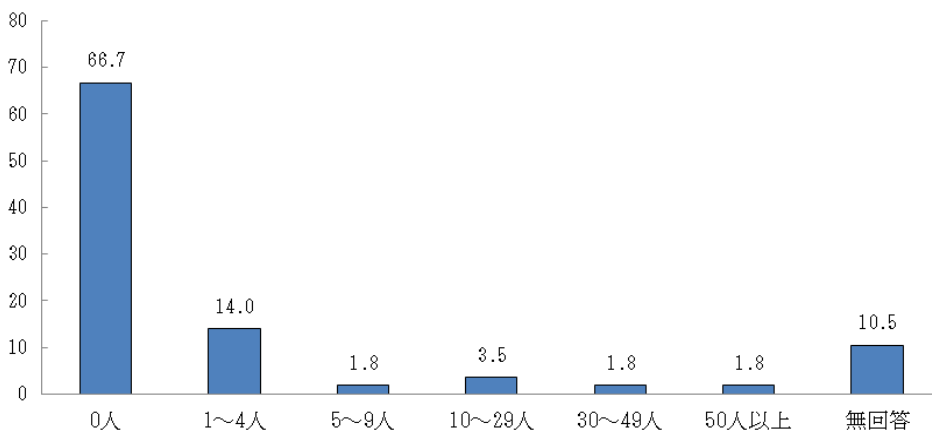
図表15 商店街組織の会員（組合員）数



②チェーン店舗会員（組合員）数（問4（2）②）

チェーン店舗を営む会員（組合員）数は、「0人（66.7%）」、「1～4人（14.0%）」、「10～29人（3.5%）」の順に多くなっている。

図表16 チェーン店舗会員（組合員）数



### ③チェーン店舗における組合等加入率（問4（1）③）

チェーン店舗のうち、商店街の会員（組合員）になっている店舗の割合（組合等加入率<sup>1</sup>）は85.4%となっており、国全体の平均と比較して21.5ポイント高くなっている。

図表17 チェーン店舗における組合等加入率

	全店舗数	チェーン店舗数	チェーン店舗	
			会員（組合員）数	組合等加入率
山形県	1,385	41	35	85.4%
国全体	148,536	15,014	9,600	63.9%

### ④商店街組織への会費の未納入状況（問4（2）③）

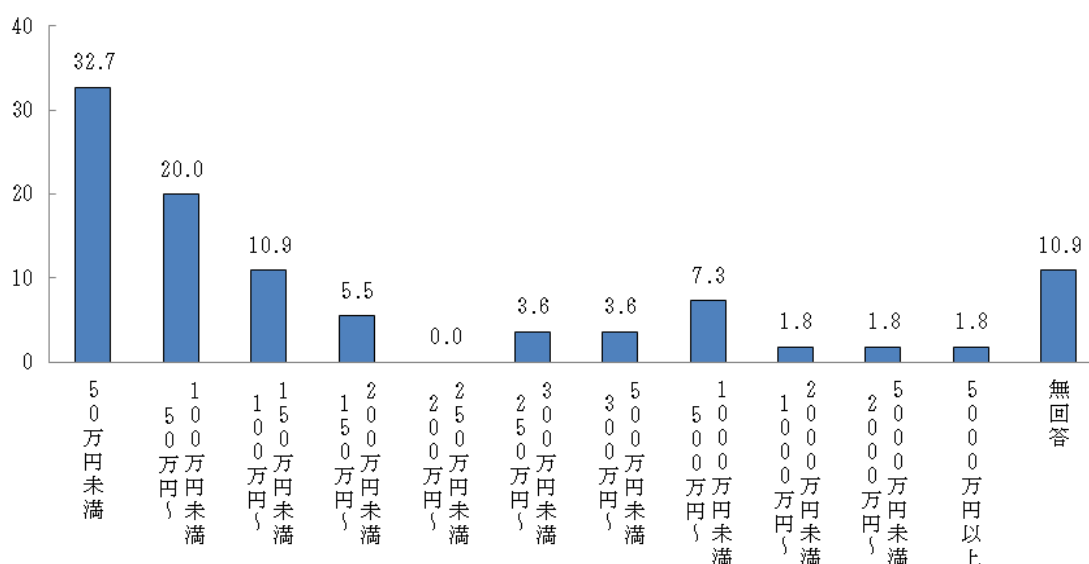
商店街組織の会員（組合員）のうち会費未納入先の割合（会費未納入率）は2.6%となっている。

## 7 商店街の予算規模

### （1）年間総事業予算額（問5（1）①1）

商店街における平成30年度の年間事業予算額は、平均で383万円となっており、国全体の平均と比較して593万円少なくなっている。金額の分布をみると、「50万円未満（32.7%）」、「50万円～100万円未満（20.0%）」、「100万円～150万円未満（10.9%）」の順に多くなっている。

図表18 年間総事業予算額

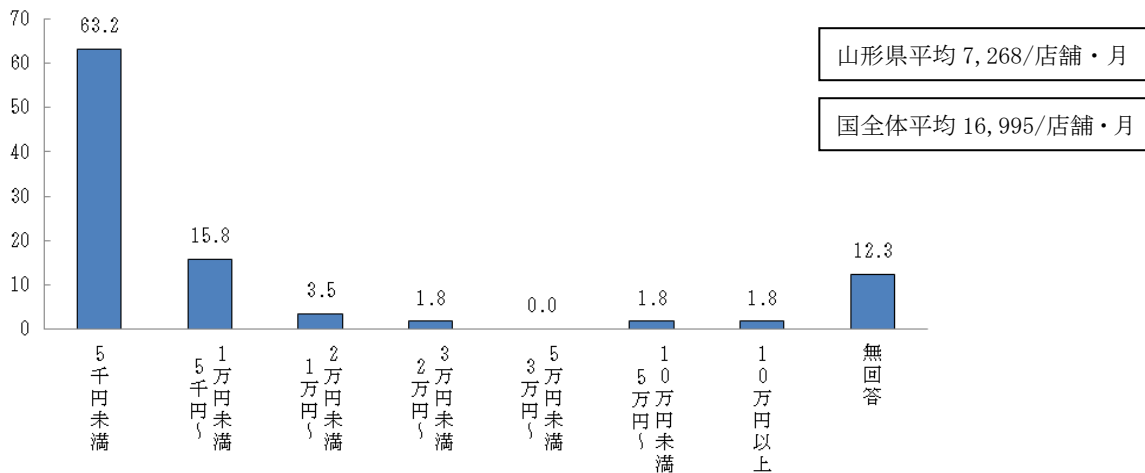


<sup>1</sup> 組合等加入率（%）＝チェーン店舗の会員（組合員）数（合計）／チェーン店舗数（合計）

(2) 平均月賦課金・会費 (問5 (1) ②1)

一か月あたりの賦課金・会費についてみると、平均で 7,268 円/店舗・月となっており、国全体の平均と比較して 9,727 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 (63.2%)」、「5 千円～1 万円未満 (15.8%)」、「1 万円～2 万円未満 (3.5%)」の順に多くなっている。

図表19 平均月賦課金・会費

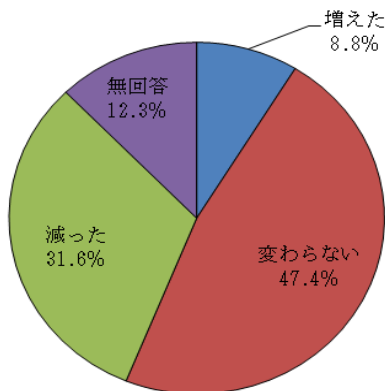


(3) 最近3年間の予算額等の変化

①年間総事業予算額 (3年前との比較) (問5 (1) ①2)

年間総事業予算額について、3年前と比較すると、「変わらない (47.4%)」、「減った (31.6%)」、「増えた (8.8%)」の順に多くなっている。

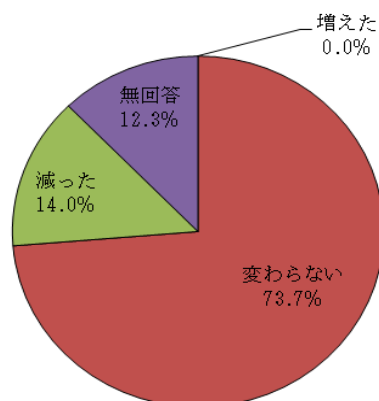
図表20 年間総事業予算額 (3年前との比較)



## ②平均月賦課金・会費（3年前との比較）（問5（1）②2）

平均月賦課金・会費について、3年前と比較すると、「変わらない（73.7%）」、「減った（14.0%）」の順に多くなっており、「増えた」と回答した者はいなかった。

図表21 平均月賦課金・会費（3年前との比較）

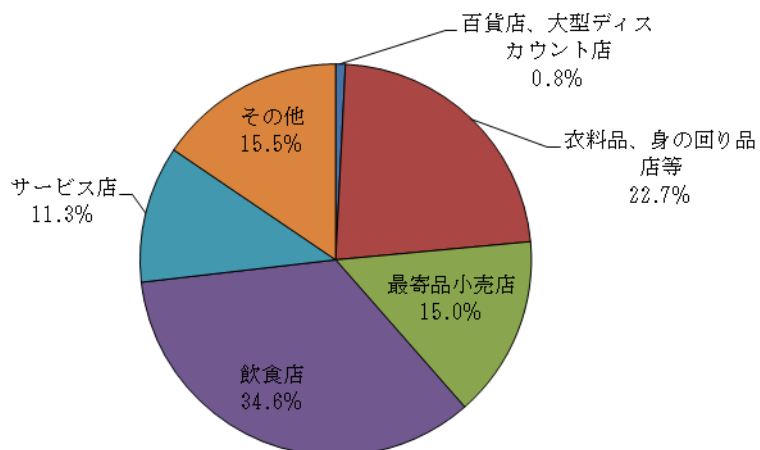


## 8 商店街の業種別店舗

### （1）業種別店舗数（問6①）

商店街における業種別の店舗数についてみると、「飲食店（34.6%）」が最も多く、次いで「衣料品、身の回り品店等（22.7%）」、「最寄品小売店（15.0%）」の順に多くなっている。国全体と比較しても、業種別の順位は同様である。

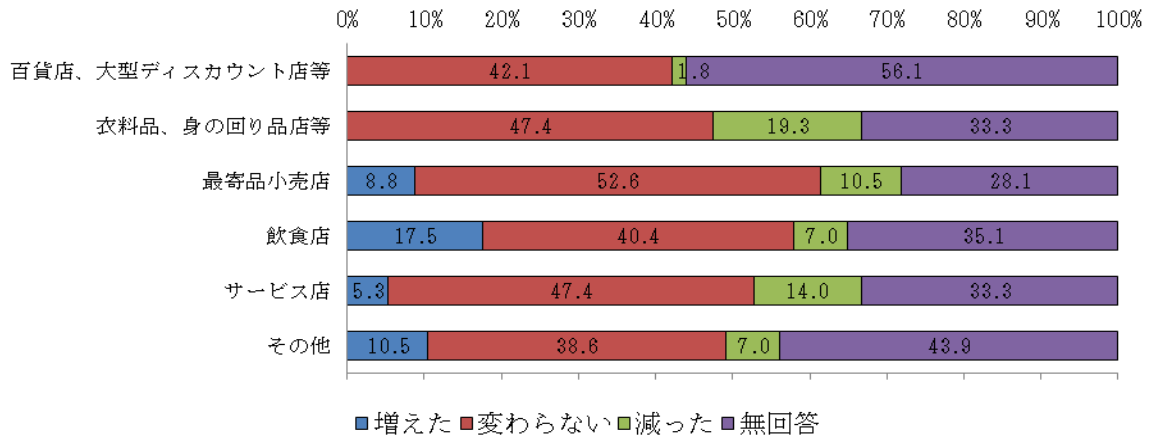
図表22 業種別店舗数



(2) 最近3年間の業種別店舗数の変化 (問6②)

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、「飲食店 (17.5%)」、「最寄品小売店 (8.8%)」、「サービス店 (5.3%)」の順に多くなっている。

図表23 最近3年間の業種別店舗数の変化



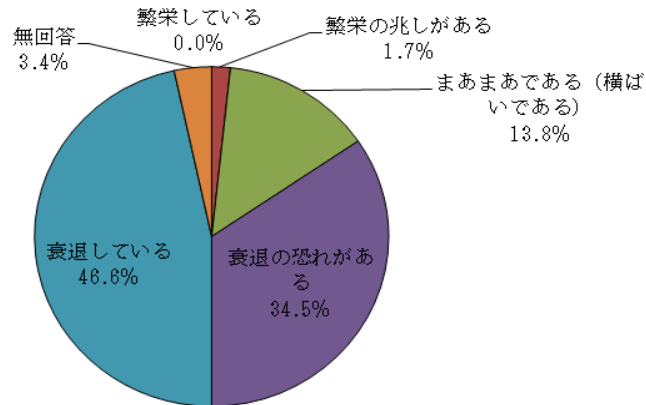
## Ⅱ 商店街を取り巻く環境について

### 1 商店街の最近の景況（問9（1））

商店街の最近の景況は、「繁栄している」が0.0%、「繁栄の兆しがある」が1.7%となっている。一方、「衰退している」が46.6%、「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）」と回答したのは13.8%であった。

なお、平成27年度の本調査における山形県に係る商店街の最近の景況は公表されていない。

図表24 商店街の最近の景況

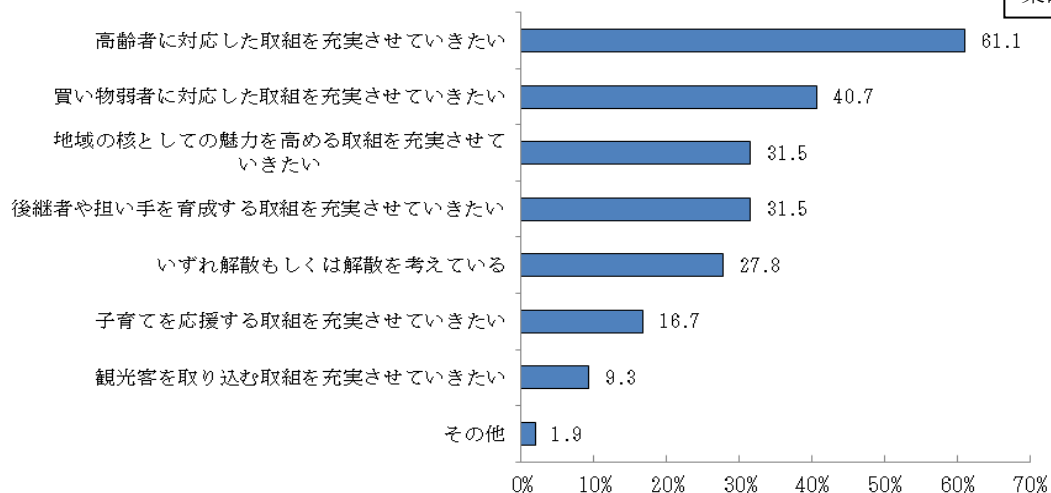


### 2 商店街の将来の展望（問9（2））

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（61.1%）」、「買い物弱者に対応した取組を充実させていきたい（40.7%）」、「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（31.5%）」「後継者や担い手を育成する取組を充実させていきたい（31.5%）」の順に多くなっている。

図表25 商店街の将来の展望【複数回答（いくつでも）】

集計件数 54 件



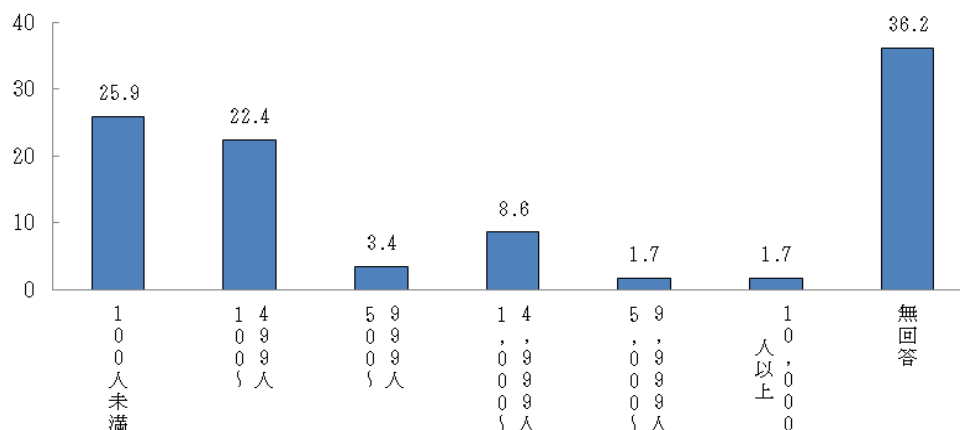


### 3 商店街の来街者

#### (1) 1日平均の来街者数 (問10(1))

商店街を訪れる1日平均の来街者数は、「100人未満 (25.9%)」、「100～499人 (22.4%)」、「1,000～4,999人 (8.6%)」の順に多くなっている。

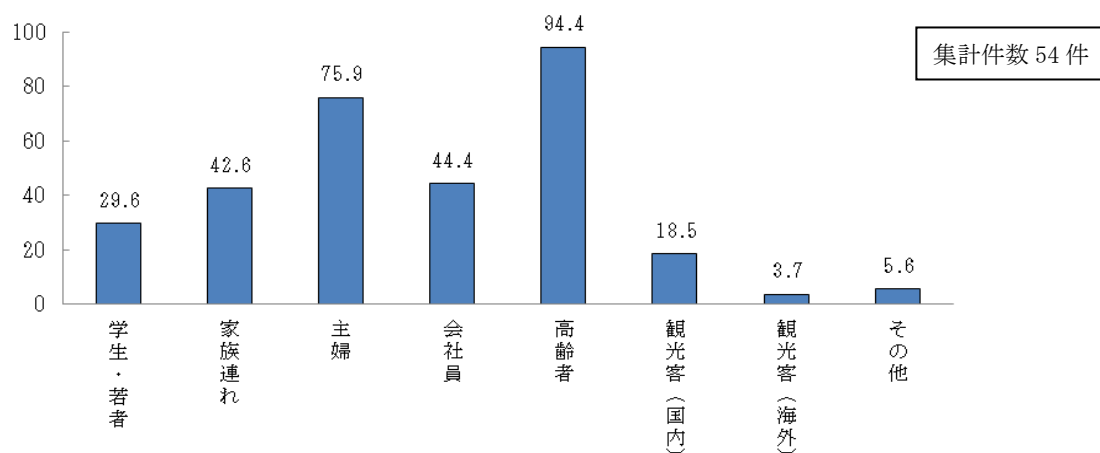
図表26 1日平均の来街者数



#### (2) 来街者層 (問10(2))

商店街を訪れる来街者層は、「高齢者 (94.4%)」、「主婦 (75.9%)」、「会社員 (44.4%)」の順に多くなっている。この点、国全体では「高齢者 (84.6%)」、「主婦 (80.2%)」、「家族連れ (44.7%)」の順に多くなっている。

図表27 来街者層 【複数回答 (いくつでも)】

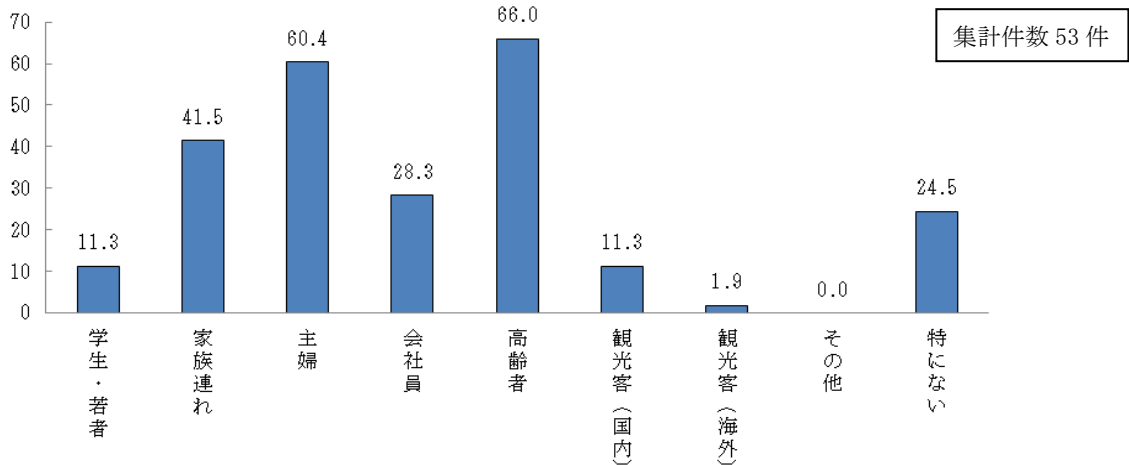


### (3) 商店街がターゲットとしている層とその獲得のための取組状況

#### ①商店街のターゲット層（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（66.0%）」、「主婦（60.4%）」、「家族連れ（41.5%）」の順に多くなっている。この点、国全体では「主婦（64.7%）」、「高齢者（61.9%）」、「家族連れ（44.6%）」の順に多くなっている。

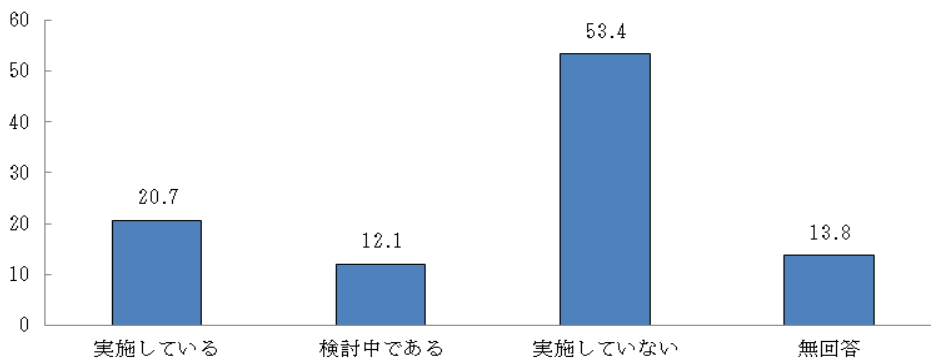
図表28 商店街のターゲット層【複数回答（いくつでも）】



#### ②ターゲット層を獲得するための取組みの実施状況（問10（5））

ターゲット層を獲得するための取組みについて、「実施している」と回答した商店街は20.7%であった。この点、国全体では「実施している」が21.0%、「実施していない」が51.0%であった。

図表29 ターゲット層を獲得するための取組みの実施状況



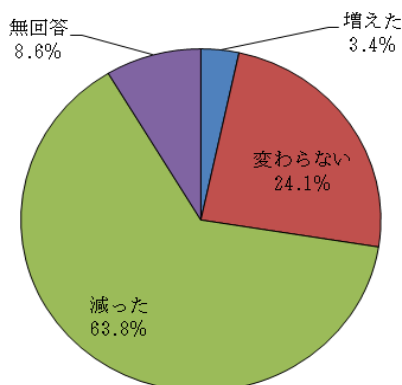
## 4 来街者数の変化

### (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（63.8%）」が「増えた（3.4%）」を60.4ポイント上回っている。また、「変わらない」と回答した商店街は24.1%であった。

なお、平成27年度の本調査における山形県に係る最近3年間の来街者数の変化は公表されていない。

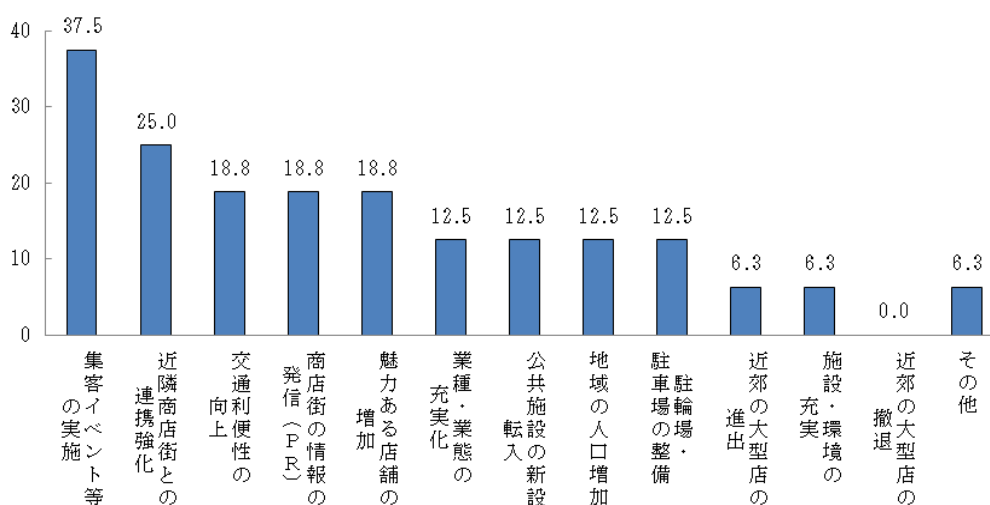
図表30 最近3年間の来街者数の変化



### (2) 来街者が「増えた」または「変わらない」要因（問11（2））

来場者が「増えた」または「変わらない」要因としては、「集客イベント等の実施（37.5%）」、「近隣商店街との連携強化（25.0%）」、「交通利便性の向上（18.8%）」の順に多くなっており、次いで「商店街の情報の発信（PR）（18.8%）」、「魅力ある店舗の増加（18.8%）」となっている。

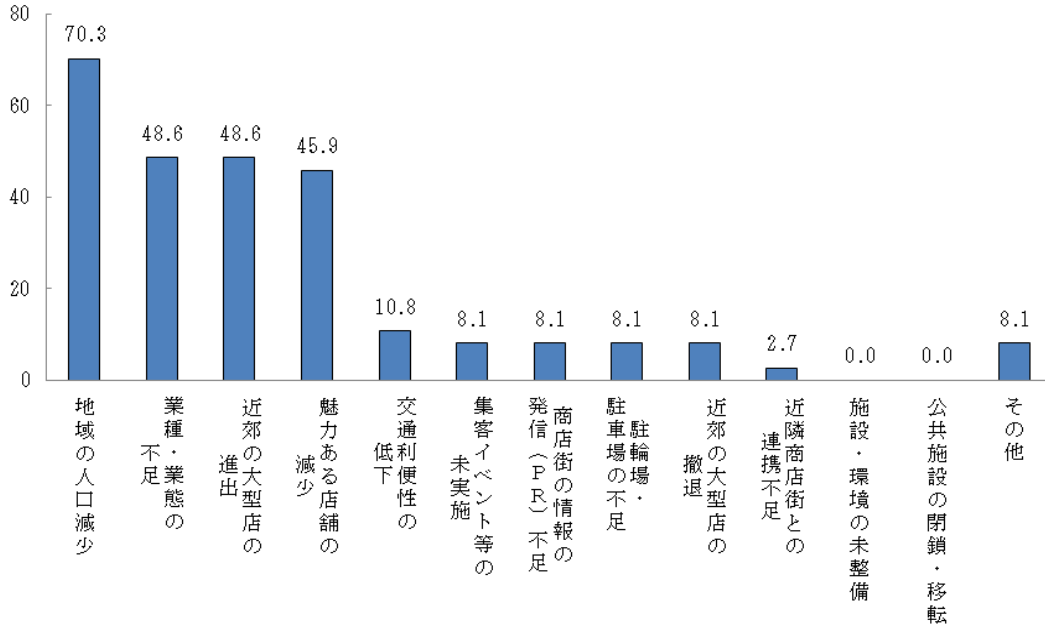
図表31 来客者が「増えた」または「変わらない」要因  
【複数回答（3つまで）】



(3) 来街者が「減った」要因 (問11(3))

来場者が「減った」要因としては、「地域の人口減少 (70.3%)」が最も多く、次いで「業種・業態の不足 (48.6%)」、「近郊の大型店の進出 (48.6%)」となっている。

図表32 来街者が「減った」要因【複数回答(3つまで)】

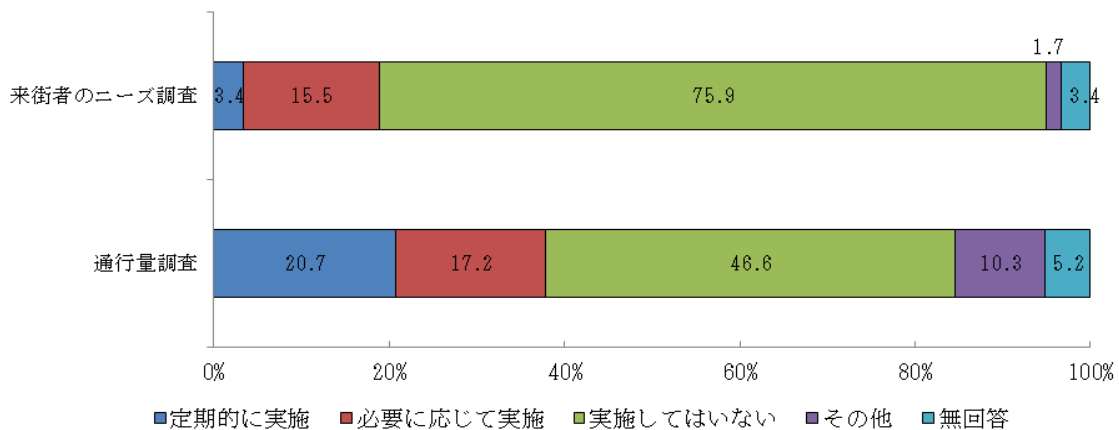


(4) 来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況 (問11(4)、(5))

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3.4%、「必要に応じて実施」しているのは15.5%、「実施していない」は75.9%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20.7%、「必要に応じて実施」しているのは17.2%、「実施していない」は46.6%となっている。

図表33 来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況



## 5 大規模小売店舗の出退店の状況

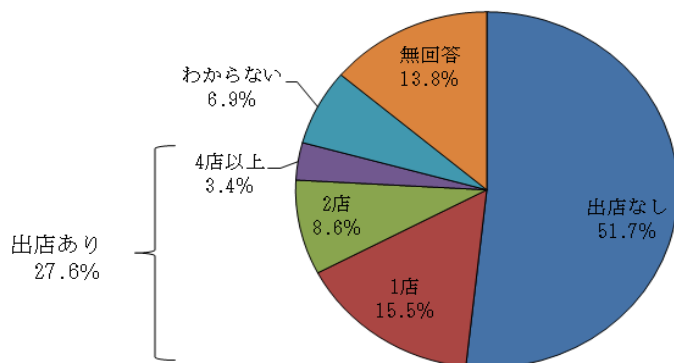
### (1) 大規模小売店舗の出店

#### 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(売場面積500㎡以上)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27.6%、「出店なし」が51.7%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(15.5%)」、「2店(8.6%)」、「4店以上(3.4%)」の順に多くなっている。

図表34 大規模小売店舗の出店数



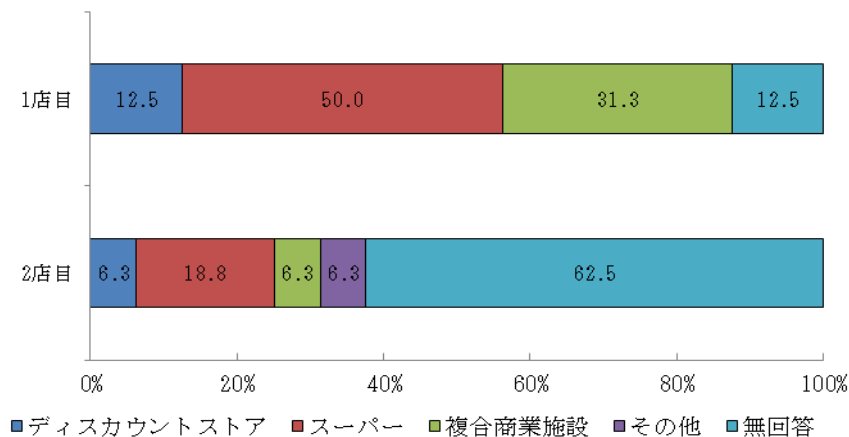
#### ②出店した大規模小売店舗の立地場所（問13（2）A）

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（1店目のみの商店街は無回答）ともにすべて「商店街の外部」となっている。

#### ③出店した大規模小売店舗のタイプ（問13（2）B）

また、出店した大規模小売店舗のタイプは、1店目は「スーパー(50.0%)」、「複合商業施設(31.3%)」、「ディスカウントストア(12.5%)」の順に多くなっている。2店目（1店目のみの商店街は無回答）は「スーパー(18.8%)」が最も多く、次いで「複合商業施設」と「ディスカウントストア」がともに6.3%となっている。

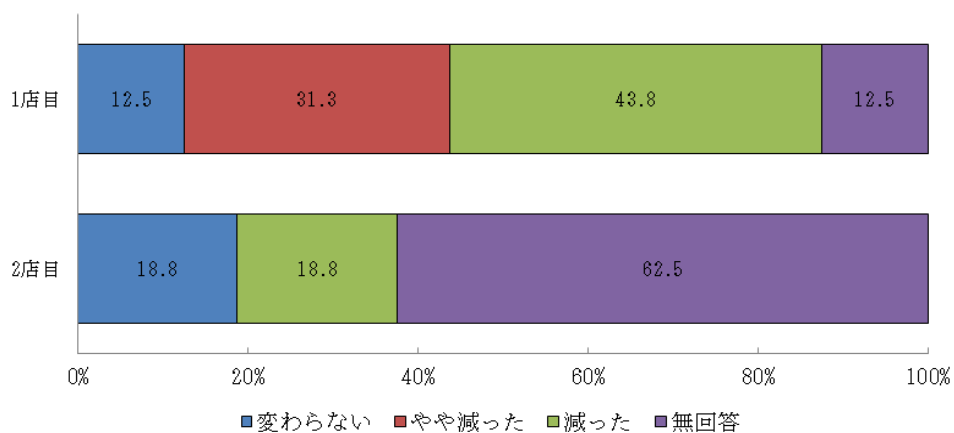
図表35 出店した大規模小売店舗のタイプ



#### ④大規模小売店舗の出店による来街者数の変化（問 13（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「減った（43.8%）」が最も多く、2店目では「変わらない」と「減った」がともに18.8%となっている。

図表36 大規模小売店舗の出店による来街者数の変化



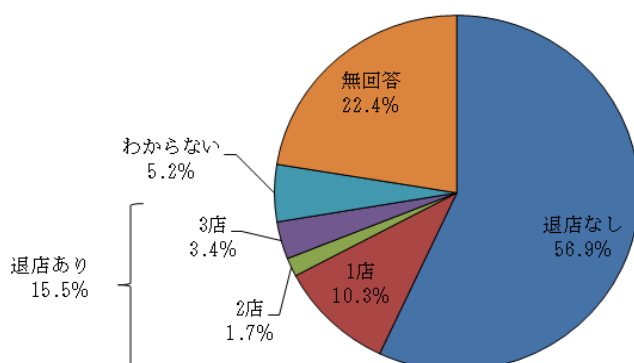
#### （2）大規模小売店舗の退店

##### 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（売場面積500㎡以上）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15.5%、「退店なし」が56.9%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（10.3%）」、「3店（3.4%）」、「2店（1.7%）」の順に多くなっている。

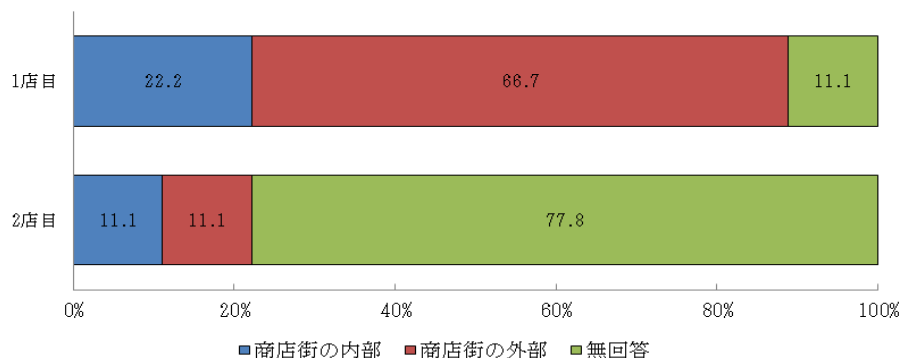
図表37 大規模小売店舗の退店数



## ②退店した大規模小売店舗が立地していた場所（問 13（3）A）

退店した大規模小売店舗が立地していた場所は、1店目では「商店街の外部（66.7%）」が「商店街の内部（22.2%）」を上回っており、2店目では「商店街の内部（11.1%）」と「商店街の外部（11.1%）」が同率となっている。

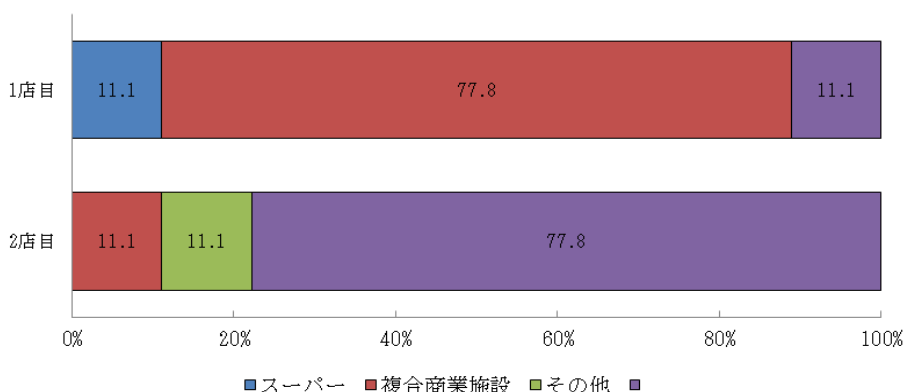
図表38 退店した大規模小売店舗が立地していた場所



## ③退店した大規模小売店舗のタイプ（問 13（3）B）

退店した大規模小売店舗のタイプは、1店目では「複合商業施設（77.8%）」が最も多く、2店目では「複合商業施設（11.1%）」と「その他（11.1%）」が同率となっている。

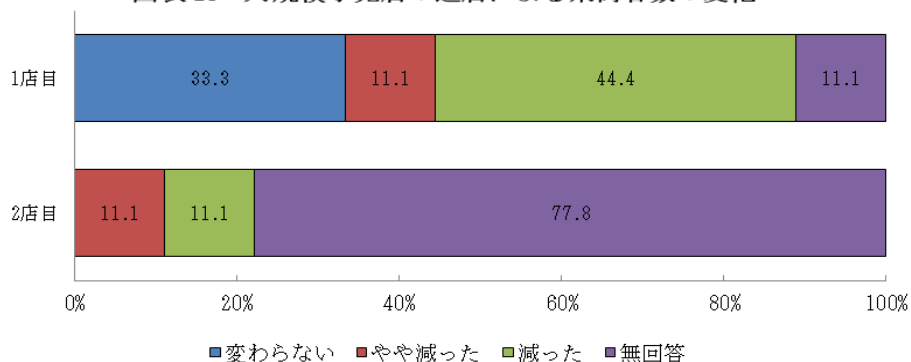
図表39 退店した大規模小売店舗のタイプ



## ④大規模小売店舗の退店による来街者数の変化（問 13（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（44.4%）」が最も多く、2店目では「やや減った（11.1%）」と「減った（11.1%）」が同率となっている。

図表40 大規模小売店の退店による来街者数の変化



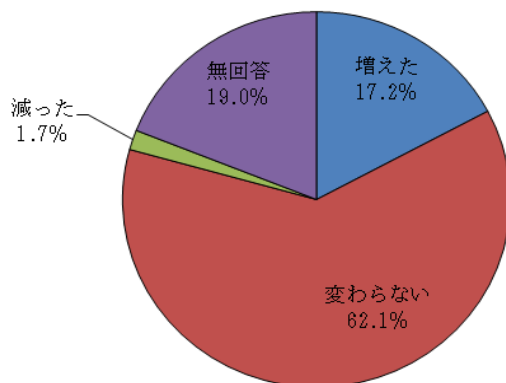
### Ⅲ 外国人観光客の受入状況について

#### 1 外国人観光客の変化

##### (1) 外国人観光客数（問14（1）A）

外国人観光客数は、3年前と比較して「変わらない（62.1%）」、「増えた（17.2%）」、「減った（1.7%）」の順に多くなっている。

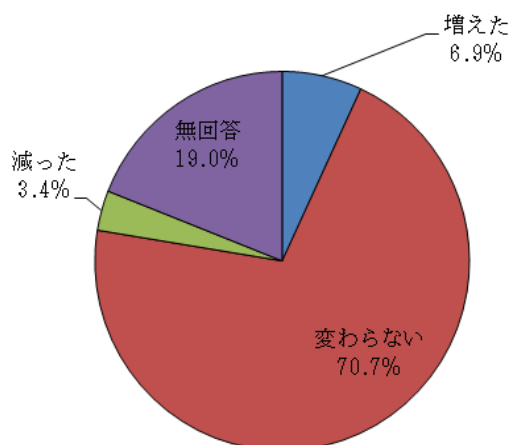
図表41 外国人観光客数（3年前との比較）



##### (2) 一般の客数に対する外国人観光客数（問14（1）B）

一般の客数に対する外国人観光客数は、3年前と比較して「変わらない（70.7%）」、「増えた（6.9%）」、「減った（3.4%）」の順に多くなっている。

図表42 一般の客数に対する外国人観光客数（3年前との比較）

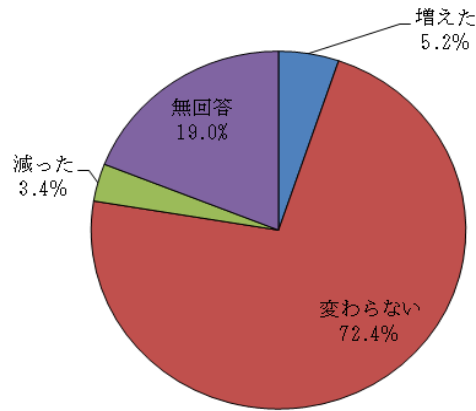




### (3) 外国人観光客の消費額（問 14（1）C）

外国人観光客の消費額は、3年前と比較して「変わらない（72.4%）」、「増えた（5.2%）」、「減った（3.4%）」の順に多くなっている。

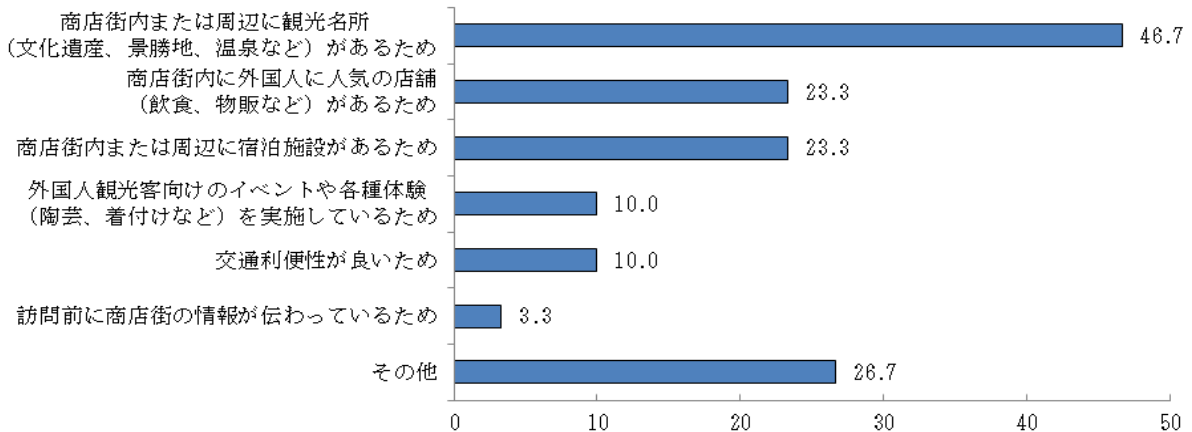
図表43 外国人観光客の消費額（3年前との比較）



## 2 外国人観光客が商店街を訪れる主な理由（問 14（2））

商店街が思う外国人観光客が商店街を訪れる主な理由としては、「商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）があるため」が46.7%と最も割合が高く、次いで「商店街内に外国人に人気の店舗（飲食、物販など）があるため」、「商店街内または周辺に宿泊施設があるため」がともに23.3%となっている。

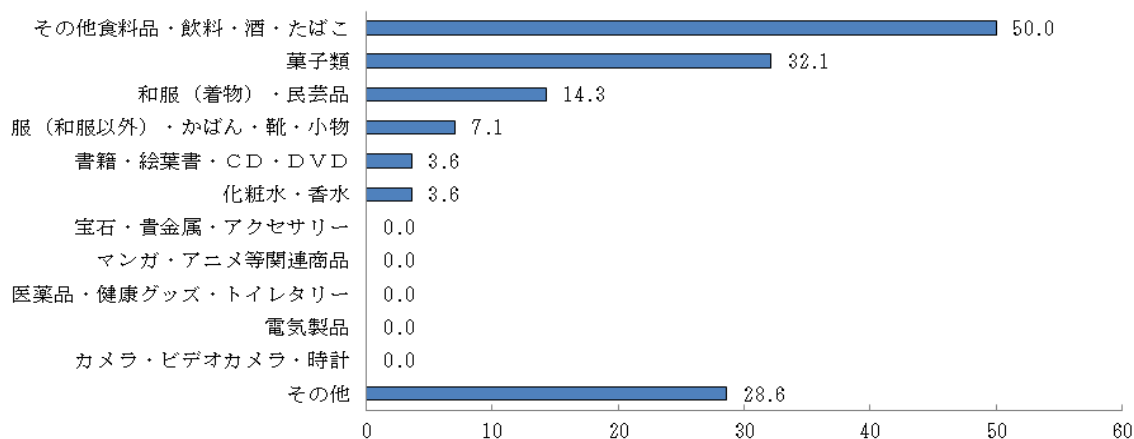
図表44 外国人観光客が商店街を訪れる主な理由  
【複数回答（3つまで）】



### 3 外国人観光客が商店街で買い物をする主な物品（問 14（3））

外国人観光客が商店街で買い物をする主な物品は、「その他」を除くと「その他食料品・飲料・酒・たばこ」が50.0%と最も多く、次いで「菓子類」が32.1%、「和服(着物)・民芸品」が14.3%となっている。

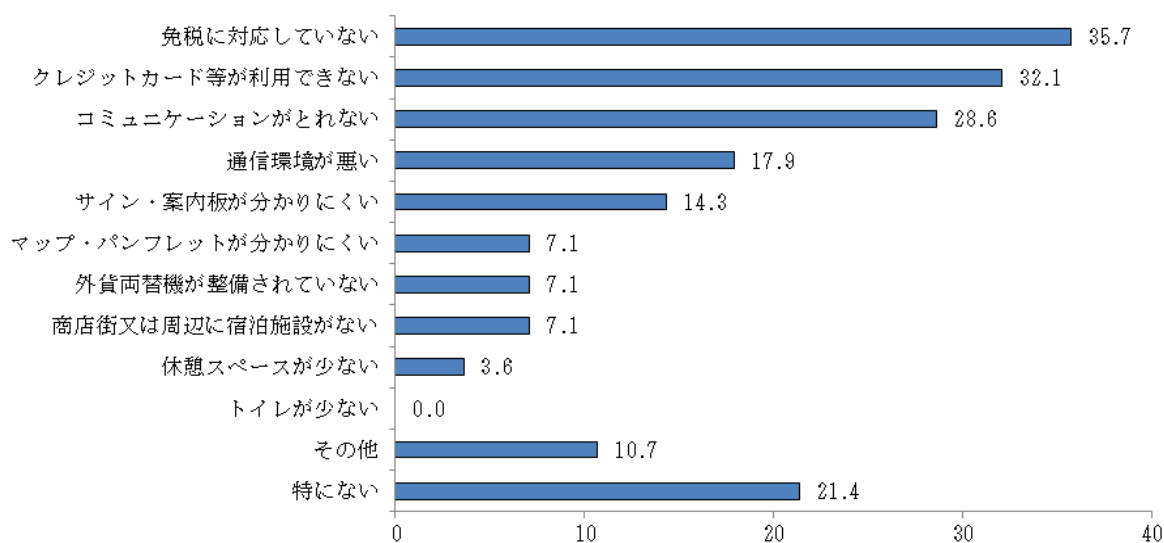
図表45 外国人観光客が商店街で買い物をする主な商品  
【複数回答（3つまで）】



### 4 商店街を来街した外国人観光客が不便に感じていること（問 14（4））

商店街が思う来街した外国人観光客が不便に感じていることは、「免税に対応していない」が35.7%と最も多く、次いで「クレジットカード等が利用できない」が32.1%、「コミュニケーションがとれない」が28.6%となっている。

図表46 商店街を来街した外国人観光客が不便に感じていること  
【複数回答（3つまで）】

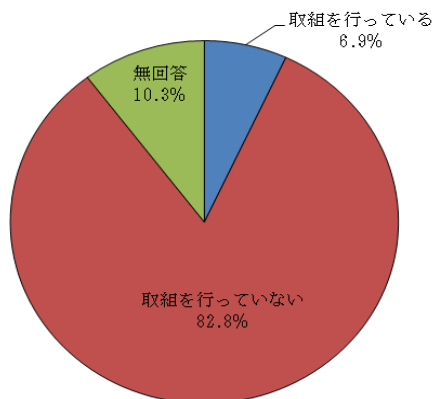


## 5 外国人観光客の受け入れに関する取組状況

### (1) 外国人観光客を受け入れるための取組の有無（問14（5））

商店街における外国人観光客を受け入れるための取組の有無をみると、「取組を行っていない」が82.8%、「取組を行っている」が6.9%となっている。

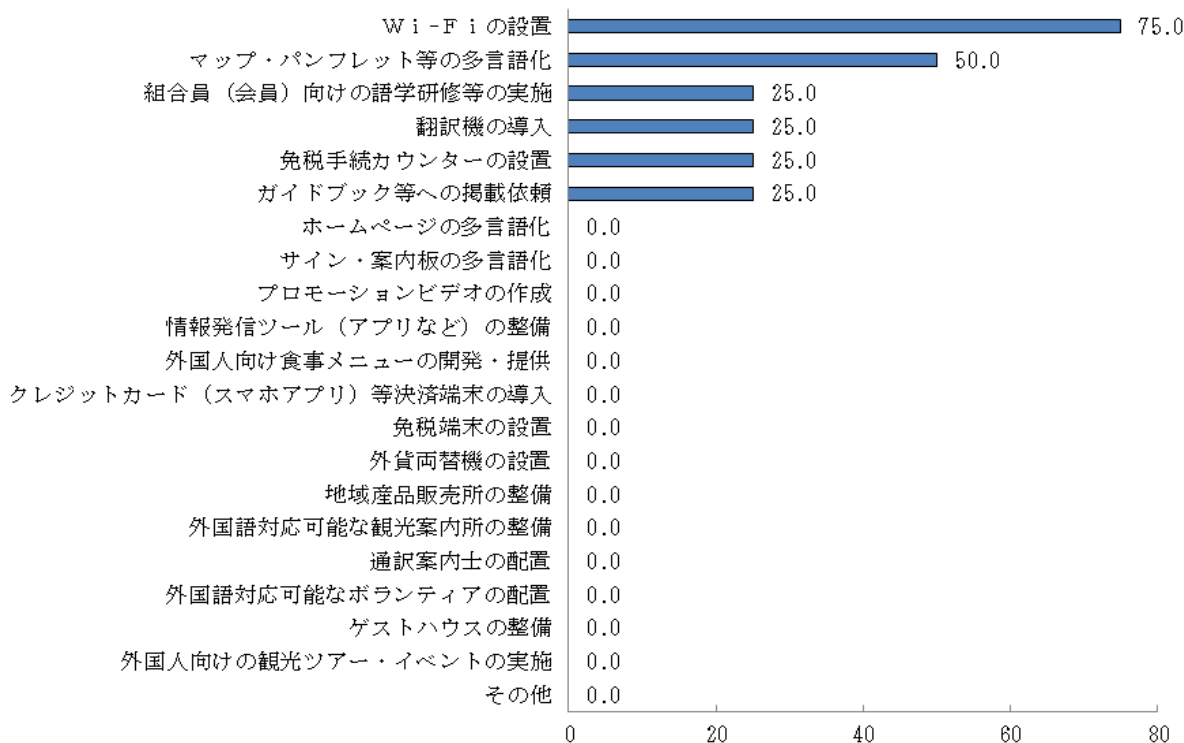
図表47 外国人観光客を受け入れるための取組の有無



### (2) 外国人観光客を受け入れるために実施している取組（問14（6）A）

外国人観光客を受け入れるための取組を「行っている」と回答した商店街について、実施している取組の内容をみると、「Wi-Fi の設置」が75.0%と最も割合が高く、次いで「マップ・パンフレット等の多言語化」が50.0%となっている。

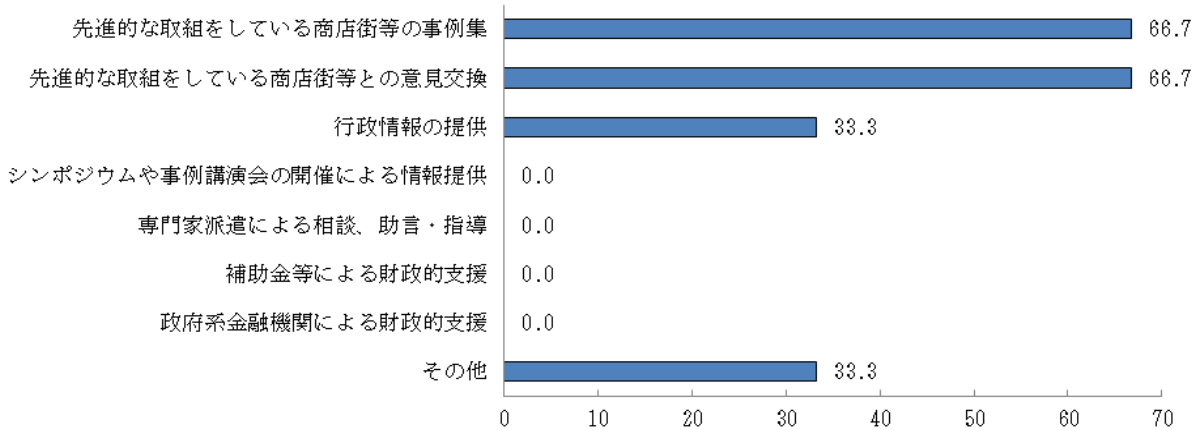
図表48 外国人観光客を受け入れるために実施している取組  
【複数回答：いくつでも】



(3) 外国人観光客の受け入れに関する取組を推進するために必要な支援（問14（6）B）

商店街における外国人観光客の受け入れに関する取組を推進するために必要な支援としては、「先進的な取組をしている商店街等の事例集」、「先進的な取組をしている商店街等との意見交換」がともに66.7%と最も多く、次いで「行政情報の提供」が33.3%となっている。

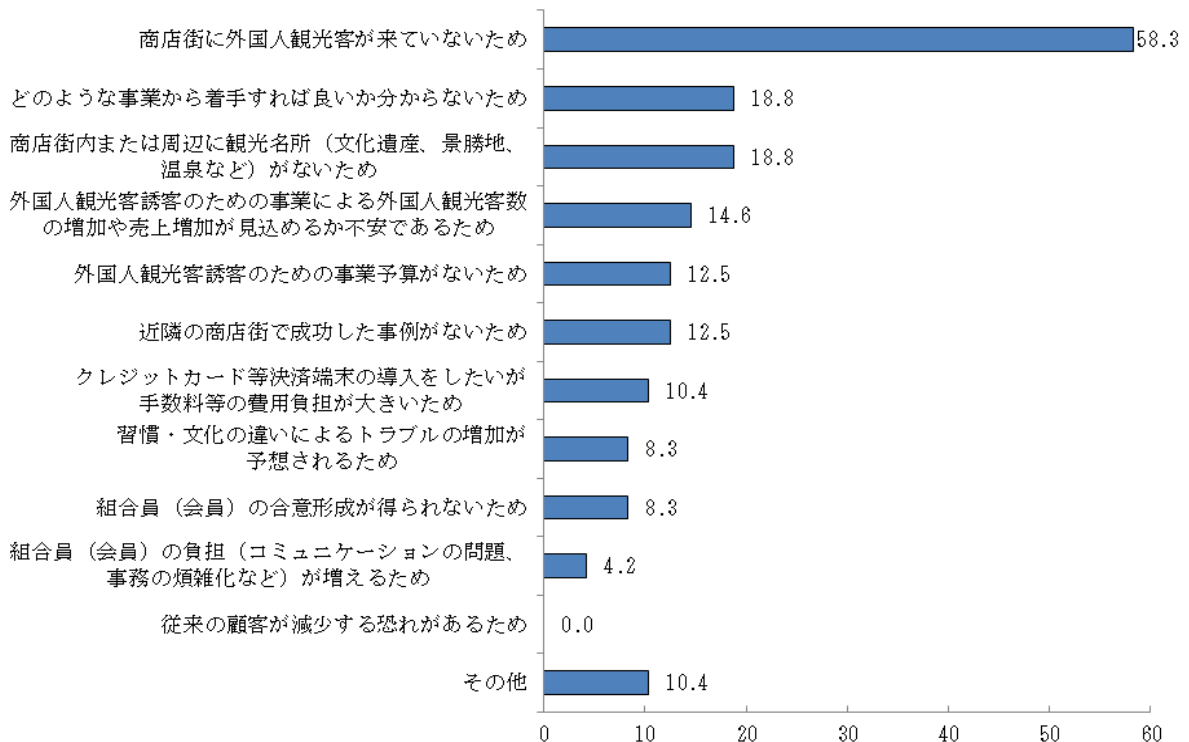
図表49 外国人観光客を受け入れる取組を推進するために必要な支援  
【複数回答：いくつでも】



(4) 外国人観光客を受け入れる取組を行っていない主な理由（問14（7））

外国人観光客を受け入れる取組を行っていない商店街の主な理由を見ると、「商店街に外国人観光客が来ていないため」が58.3%と最も多く、次いで「どのような事業から着手すればよいか分からないため」、「商店街内または周辺に観光名所（文化遺産、景勝地、温泉など）がないため」がともに18.8%となっている。

図表50 外国人観光客を受け入れる取組を行っていない主な理由  
【複数回答（3つまで）】



## IV 商店街の問題と取組みについて

### 1 商店街の問題

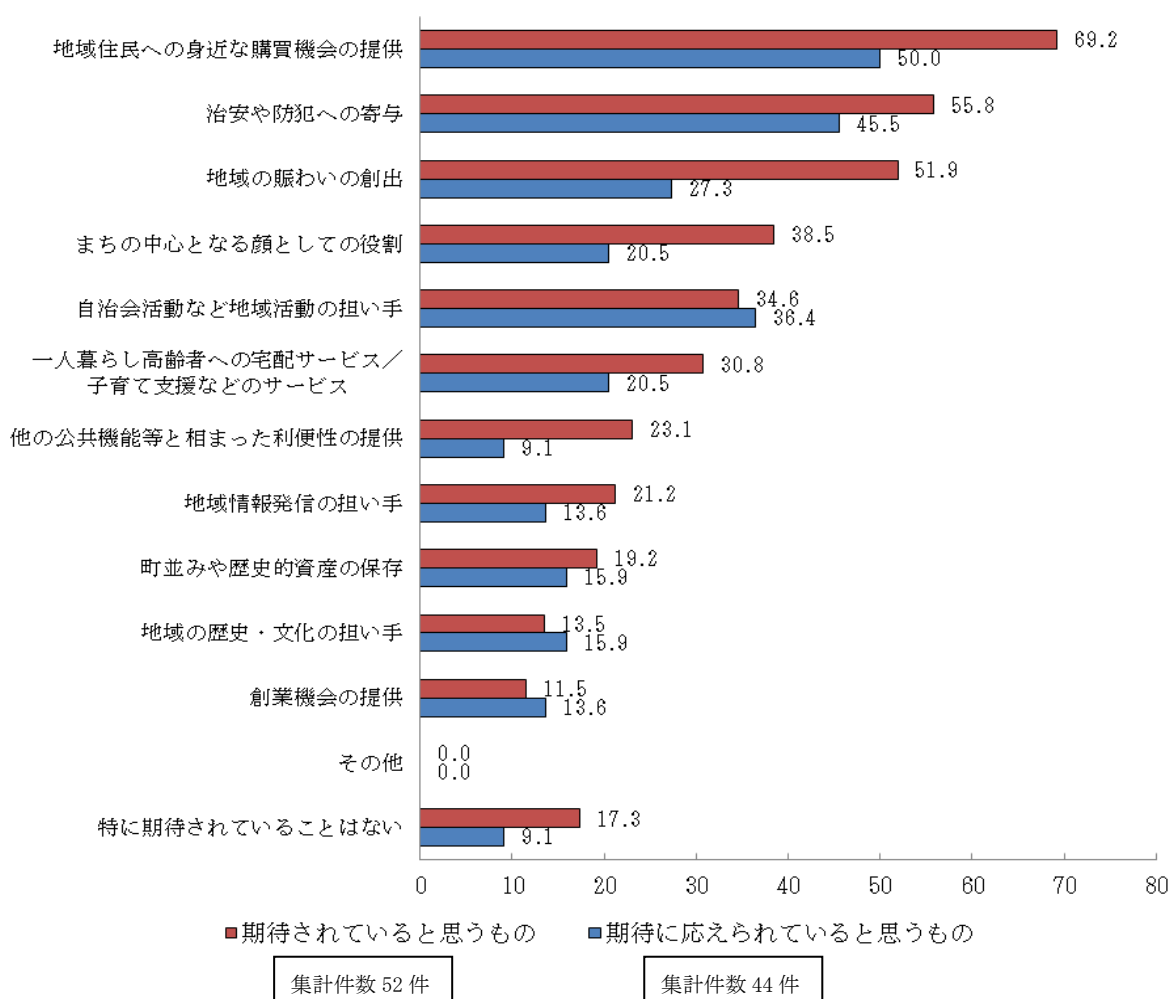
#### (1) 商店街の役割 (問 15 (1) (ア) (イ))

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 (69.2%)」が最も多く、次いで「治安や防犯への寄与 (55.8%)」、「地域の賑わいの創出 (51.9%)」の順に多くなっている。

また、『期待に込え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 (50.0%)」が最も多く、次いで「治安や防犯への寄与 (45.5%)」、「自治会活動など地域活動の担い手 (36.4%)」の順に多くなっている。

『期待されていると思うもの』と『期待に込え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「地域の賑わいの創出 (24.6 ポイント差)」であり、次いで「地域住民への身近な購買機会の提供 (19.2 ポイント差)」、「まちの中心となる顔としての役割 (18.0 ポイント差)」の順に差が大きくなっている。

図表51 商店街の役割



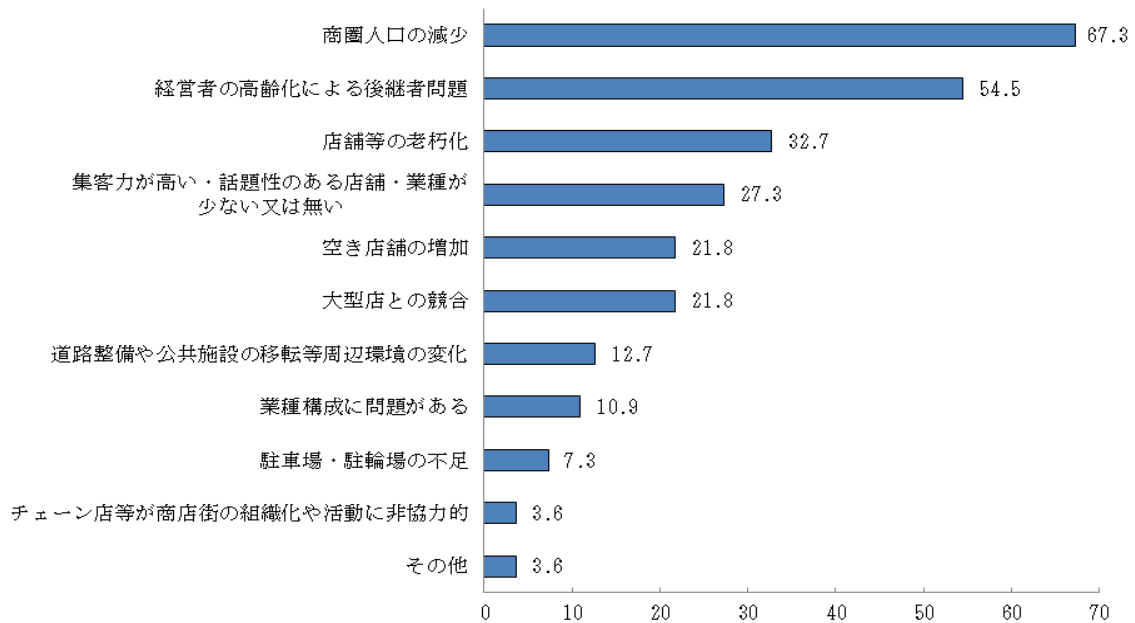
## (2) 商店街における問題

### ①商店街における問題（問 15（2）A）

商店街における問題についてみると、「商圈人口の減少（67.3%）」が最も多く、次いで「経営者の高齢化による後継者問題（54.5%）」、「店舗等の老朽化（32.7%）」の順に多くなっている。

なお、平成 27 年度の本調査における山形県に係る商店街における問題は公表されていない。

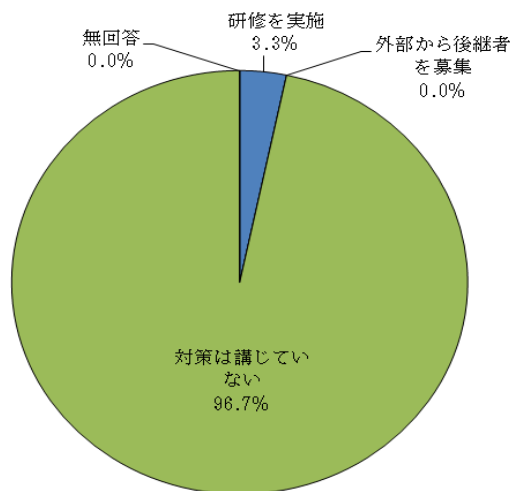
図表52 商店街における問題【複数回答（3つまで）】



### ②後継者問題の対策（問 15（3））

後継者問題の対策についてみると、「対策は講じていない（96.7%）」が大半を占めており、「研修を実施（3.3%）」は少数となっている。

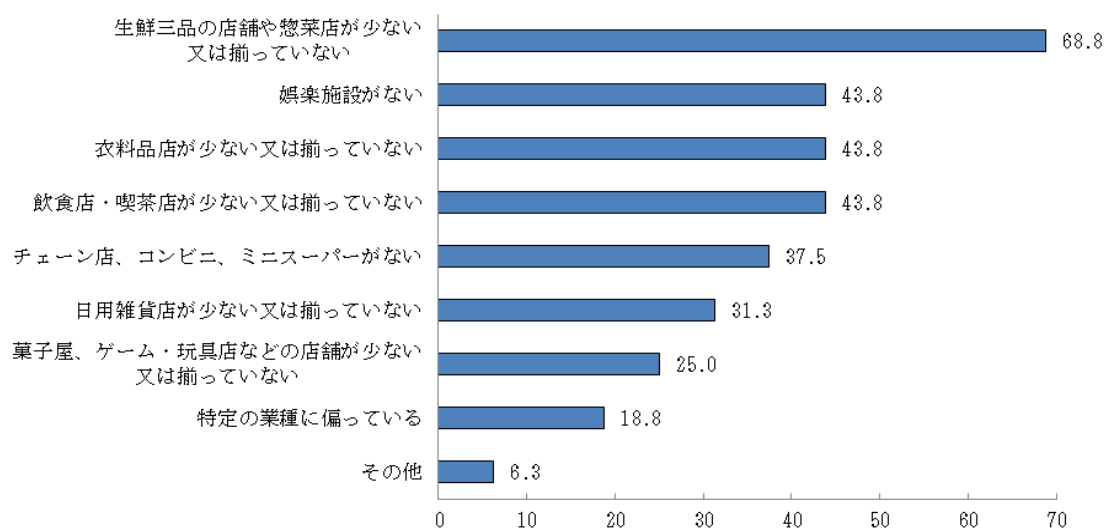
図表53 後継者問題の対策



### ③業種構成における問題の内容（問15（4））

業種構成における問題<sup>1</sup>についてみると、「生鮮製品の店舗や惣菜店が少ない又は揃っていない（68.8%）」が最も多く、次いで「娯楽施設がない（43.8%）」、「衣料品店が少ない又は揃っていない（43.8%）」、「飲食店・喫茶店が少ない又は揃っていない（43.8%）」が多くなっている。

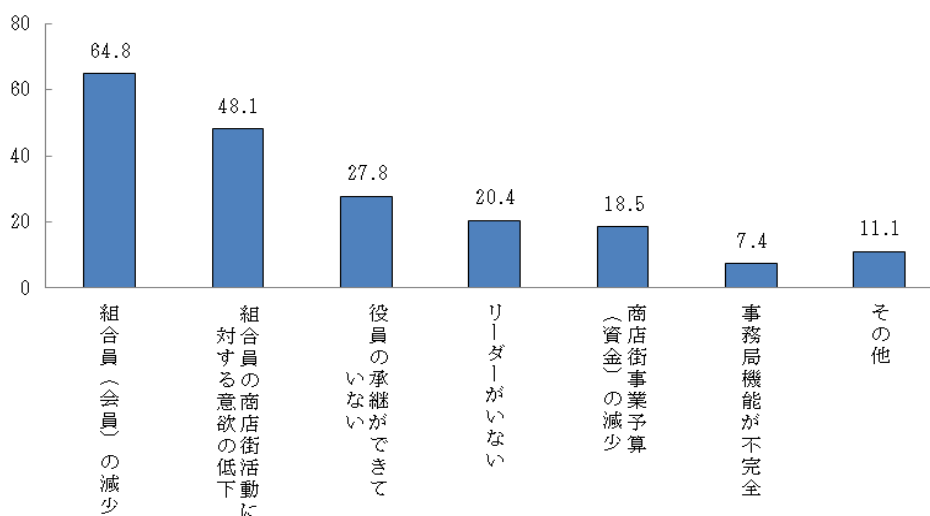
図表54 業種構成における問題の内容【複数回答（いくつでも）】



### (3) 商店街内部に係る問題（問15（2）B）

商店街内部に係る問題についてみると、「組合員(会員)の減少（64.8%）」、「組合員の商店街活動に対する意欲の低下（48.1%）」、「役員の承継ができていない（27.8%）」の順に多くなっている。

図表55 商店街組織内部に係る問題【複数回答（3つまで）】



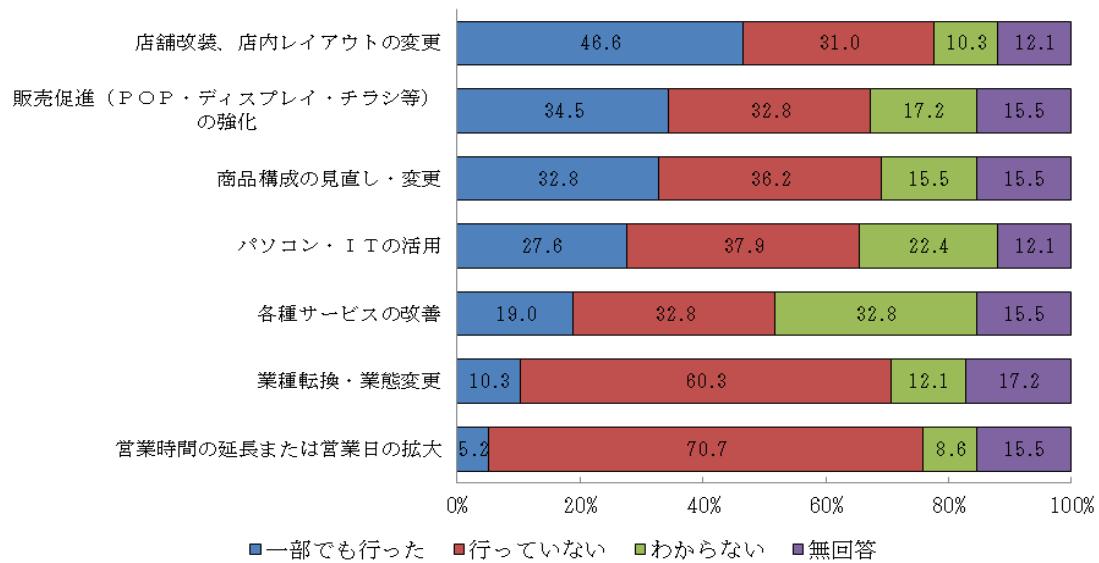
<sup>1</sup> 「商店街における問題」について、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又ははない」、「業種構成に問題がある」と回答した商店街を対象に集計した。

(4) 商店街の個店の改善・活性化策 (問 15 (5))

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、「店内改装、店内レイアウトの変更 (46.6%)」が最も多く、次いで「販売促進 (POP・ディスプレイ・チラシ等) の強化 (34.5%)」、「商品構成の見直し・変更 (32.8%)」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 (70.7%)」が最も多く、次いで「業種転換・業態変更 (60.3%)」、「パソコン・IT の活用 (37.9%)」の順に多くなっている。

図表56 商店街の個店の改善・活性化策





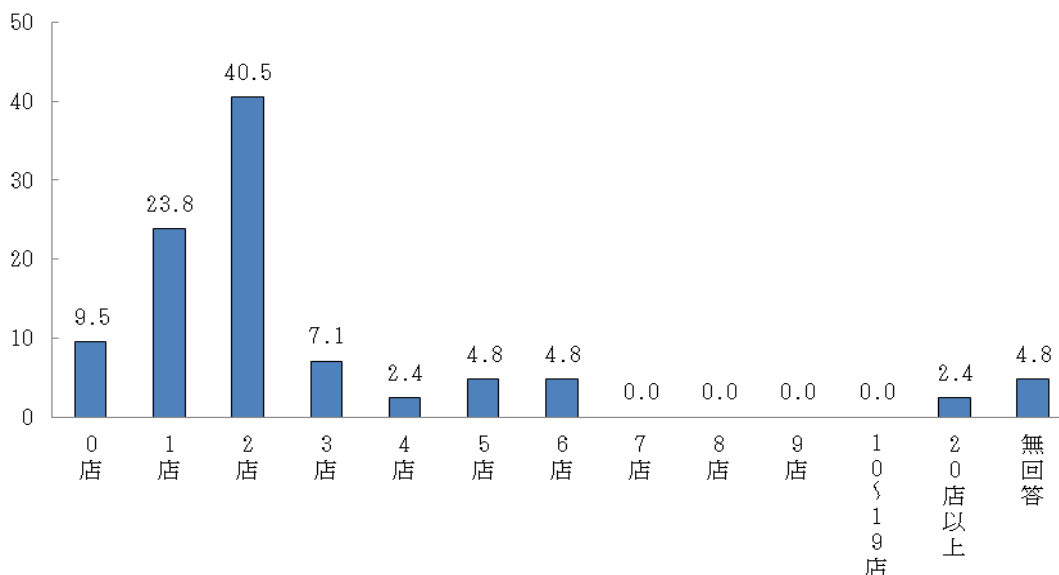
## V 商店街における空き店舗に関する問題について

### 1 最近3年間に退店（廃業）した店舗（問16（2））

最近3年間に退店（廃業）した店舗数は、「2店（40.5%）」、「1店（23.8%）」、「3店（7.1%）」の順に多くなっている。

一方、退店（廃業）した店舗数が「0店」の商店街は全体の9.5%であった。

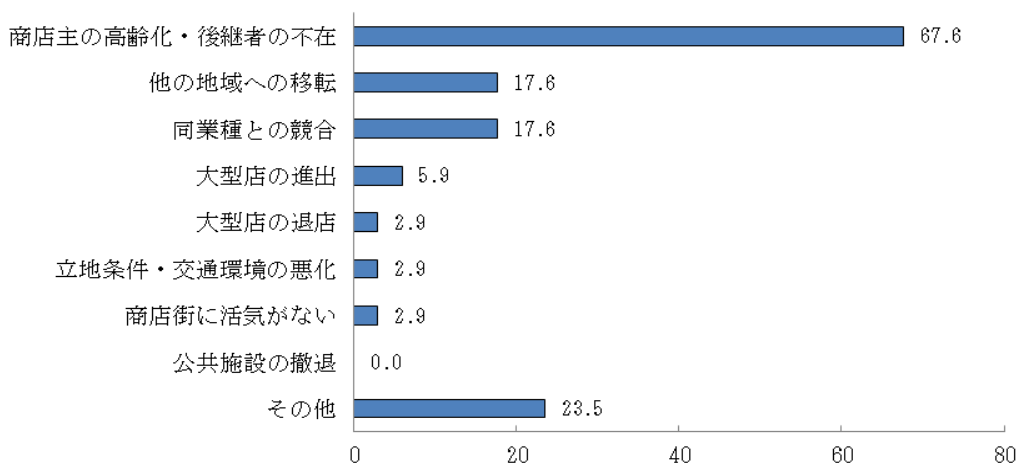
図表57 最近3年間に退店（廃業）した店舗



### 2 退店（廃業）した理由（問16（3））

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（67.6%）」が最も多く、次いで「他の地域への移転（17.6%）」「同業種との競合（17.6%）」となっている。

図表58 退店（廃業）した理由【複数回答（2つまで）】

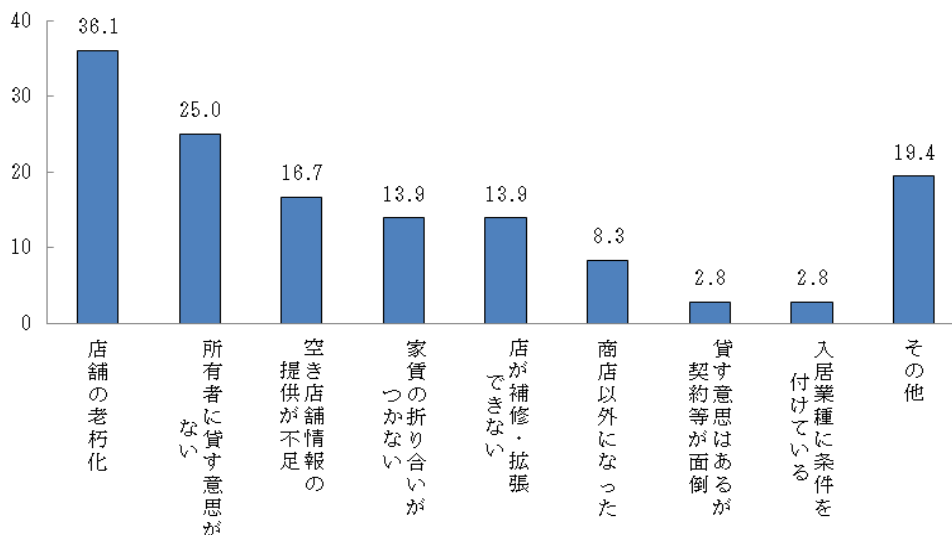


### 3 空き店舗が埋まらない理由

#### (1) 地主や家主等貸し手側の都合によるもの (問 16 (4) 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 (36.1%)」、「所有者に貸す意思がない (25.0%)」、「空き店舗情報の提供が不足 (16.7%)」、「家賃の折り合いがつかない (13.9%)」、「店が補修・拡張できない (13.9%)」、「商店以外になった (8.3%)」、「貸す意思はあるが契約等が面倒 (2.8%)」、「入居業種に条件を付けている (2.8%)」、「その他 (19.4%)」の順に多くなっている。

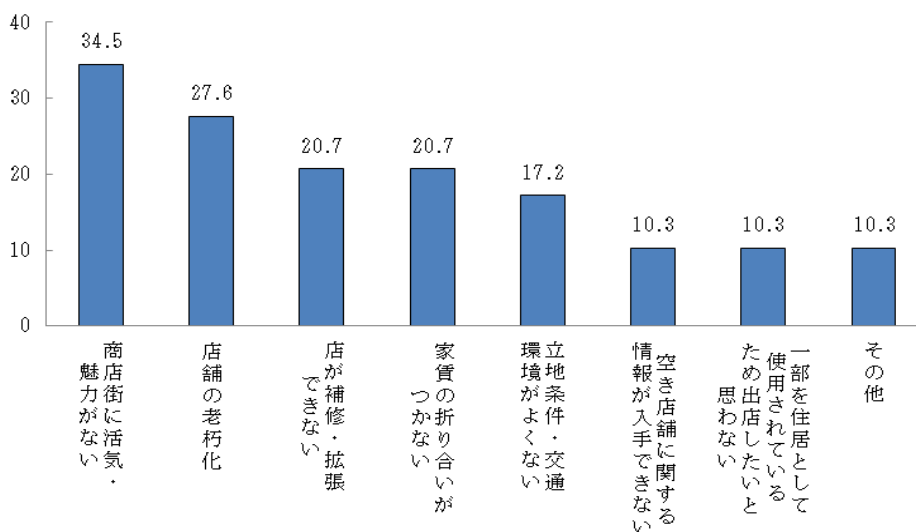
図表59 地主や家主等貸し手側の都合による理由  
【複数回答 (2つまで)】



#### (2) テナント等借り手側の都合によるもの (問 16 (4) 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 (34.5%)」、「店舗の老朽化 (27.6%)」、「店が補修・拡張できない (20.7%)」、「家賃の折り合いがつかない (20.7%)」、「立地条件・交通環境がよくない (17.2%)」、「空き店舗に関する情報が入手できない (10.3%)」、「一部を住居として使用されているため出店したいと思わない (10.3%)」、「その他 (10.3%)」の順に多くなっている。

図表60 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)】

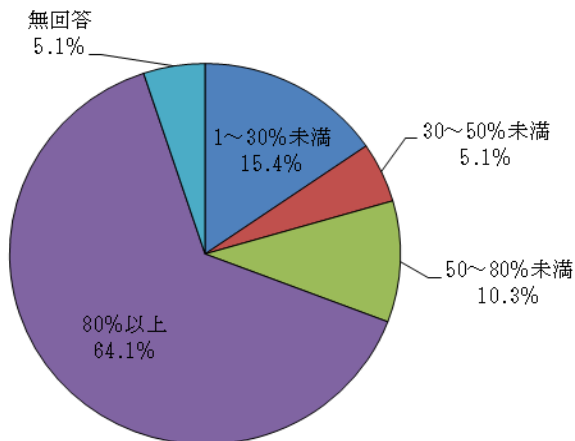


#### 4 空き店舗地権者の把握状況

##### (1) 空き店舗地権者の把握状況 (問 16 (5) A)

空き店舗地権者の把握状況を見ると、「80%以上 (64.1%)」が最も多く、次いで「1~30%未満 (15.4%)」、「50~80%未満 (10.3%)」の順に多くなっている。

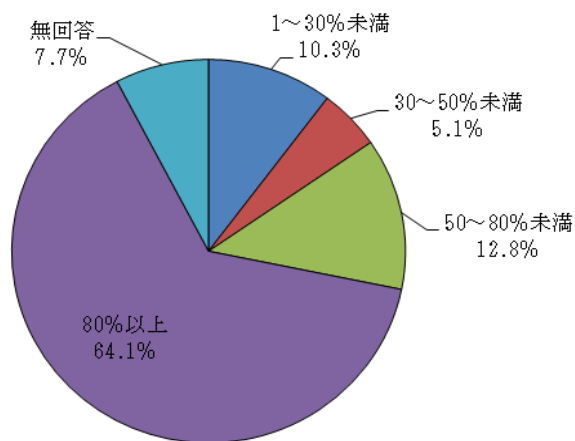
図表61 空き店舗地権者の把握状況



##### (2) 空き店舗地権者の所在の把握状況 (問 16 (5) B)

空き店舗地権者の所在の把握状況を見ると、「80%以上 (64.1%)」が最も多く、次いで「50~80%未満 (12.8%)」、「1~30%未満 (10.3%)」の順に多くなっている。

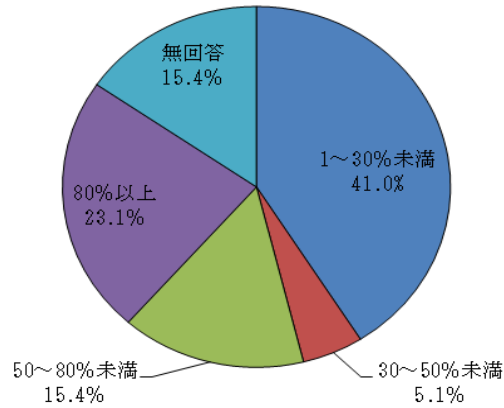
図表62 空き店舗地権者の所在の把握状況



## 5 賃貸等の意思がない空き店舗（問 16（5）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、「1～30%未満（41.0%）」、「80%以上（23.1%）」、「50～80%未満（15.4%）」の順に高くなっている。

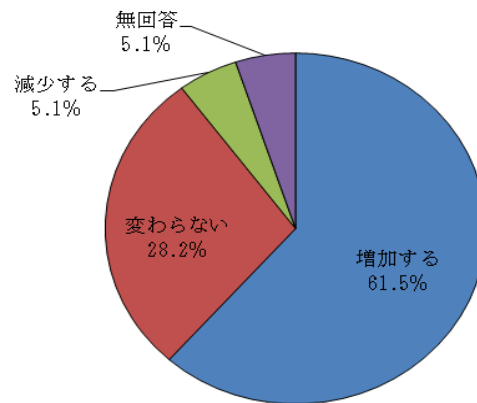
図表63 賃貸等の意思がない空き店舗の比率



## 6 今後の空き店舗の見込み（問 16（6））

今後の空き店舗の見込みについては、「増加する（61.5%）」が「減少する（5.1%）」を56.4ポイント上回っている。「変わらない」は28.2%であった。

図表64 今後の空き店舗の見込み



## 7 空き店舗の発生に対する取組

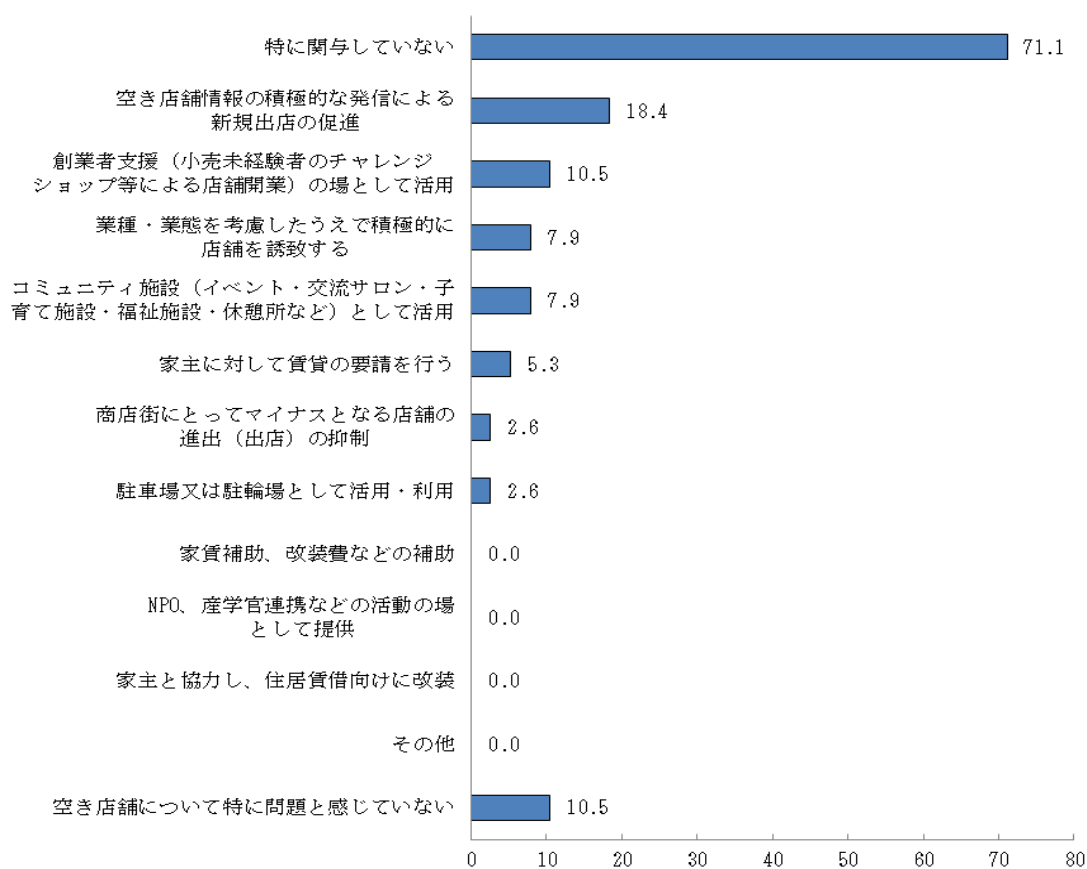
### (1) 空き店舗の発生に対する取組（問 16（7））

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（71.1%）」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、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進（18.4%）」、「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（10.5%）」、「業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する（7.9%）」、「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（7.9%）」の順に多くなっている。

なお、平成 27 年度の本調査における山形県に係る空き店舗の発生に対する取組は公表されていない。

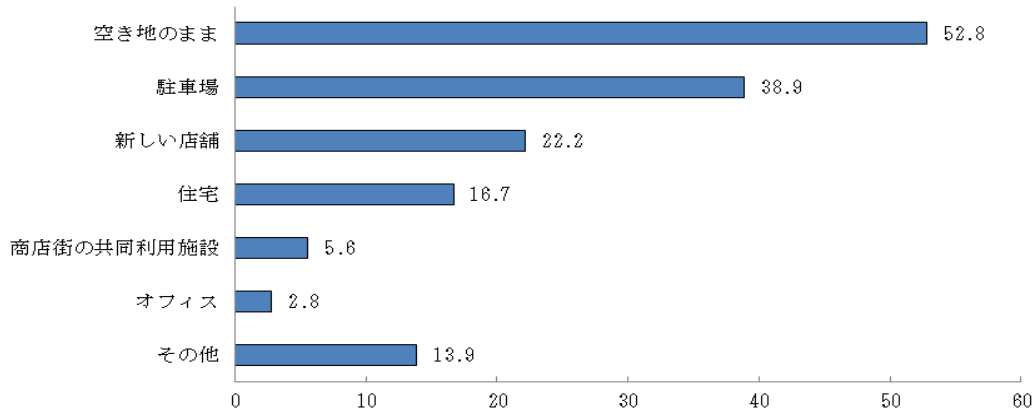
図表65 空き店舗の発生に対する取組【複数回答（3つまで）】



(2) 空き店舗の解体・撤去後の利用状況 (問 16 (8))

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 (52.8%)」が最も多く、次いで「駐車場 (38.9%)」、「新しい店舗 (22.2%)」の順に多くなっている。

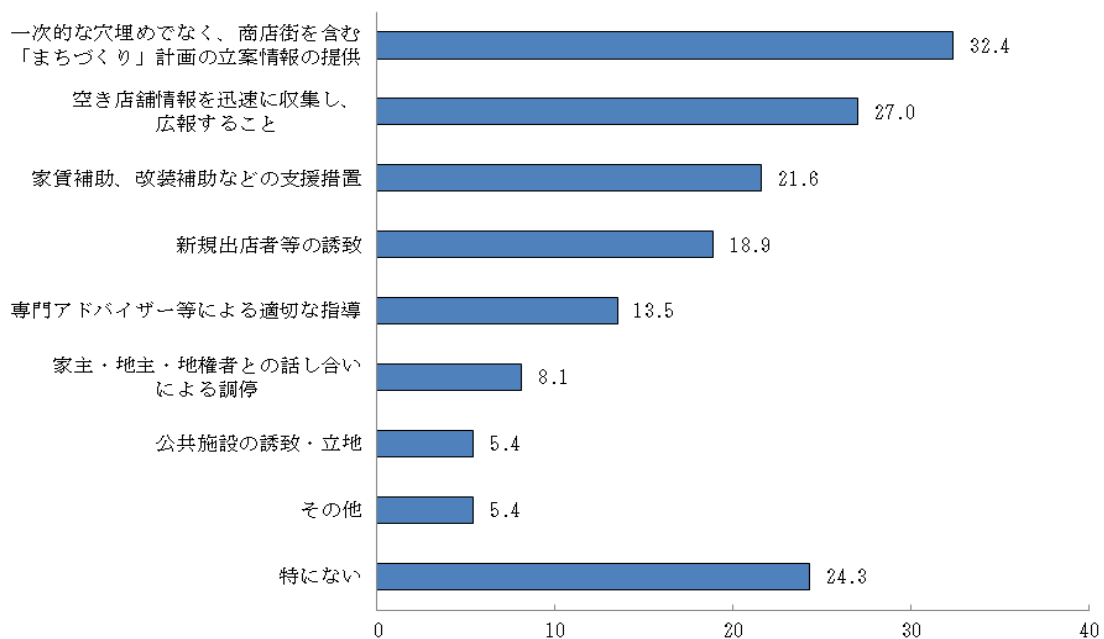
図表66 空き店舗の解体・撤去後の利用状況  
【複数回答 (いくつでも)】



8 空き店舗問題に取り組む際に必要な行政等の支援  
(問 16 (9))

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 (32.4%)」、「空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること (27.0%)」、「家賃援助、改装補助などの支援措置 (21.6%)」の順に多くなっている。

図表67 空き店舗問題に必要な行政支援【複数回答 (2つまで)】

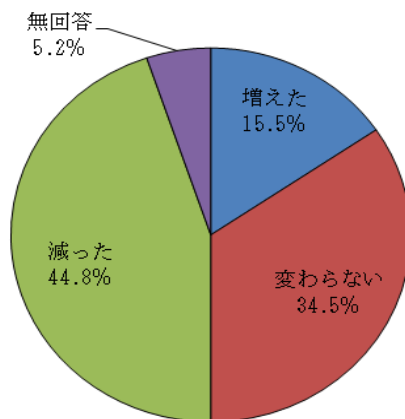


## VI 商店街における組織やその活動について

### 1 最近3年間の組合員（会員）数の変化（問17（1））

最近3年間の組合員（会員）数については、「減った（44.8%）」が「増えた（15.5%）」を29.3ポイント上回っている。一方、「変わらない」は34.5%であった。

図表68 最近3年間の組合員（会員）数の変化

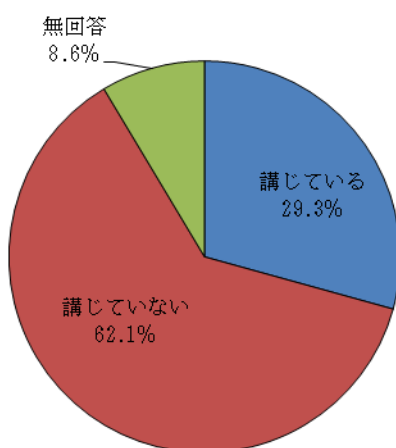


### 2 商店街への加入を促進するための対策・活動内容

#### (1) 商店街への加入を促進するための対策の有無（問17（2））

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（62.1%）」が、「講じている（29.3%）」を32.8ポイント上回っている。

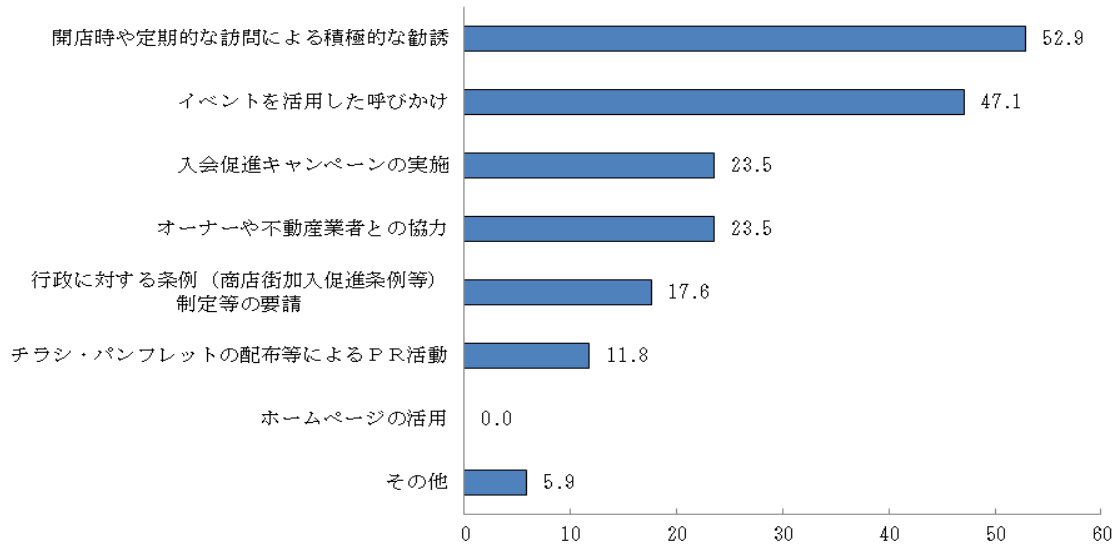
図表69 商店街への加入を促進するための対策の有無



(2) 商店街への加入を促進するための活動内容 (問 17 (3))

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いて、その具体的な活動内容については、「開店時や定期的な訪問による積極的な勧誘 (52.9%)」、「イベントを活用した呼びかけ (47.1%)」の順に多くなっており、次いで「入会促進キャンペーンの実施 (23.5%)」「オーナーや不動産業者との協力 (23.5%)」となっている。

図表70 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)】

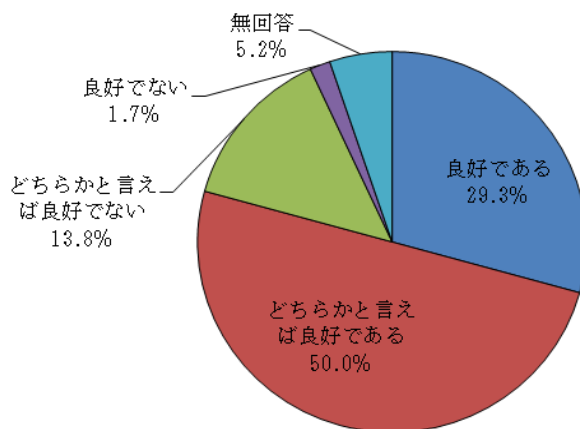


3 組合員 (会員) 同士の連携・協力状況

(1) 組合員 (会員) 同士の連携・協力状況 (問 17 (4))

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 (50.0%)」が最も多く、「良好である (29.3%)」とあわせると 79.3%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 (13.8%)」と「良好でない (1.7%)」をあわせた 15.5%の商店街は『良好でない』となっている。『良好である』が『良好でない』を 63.8ポイント上回っている。

図表71 組合員 (会員) 同士の連携・協力状況

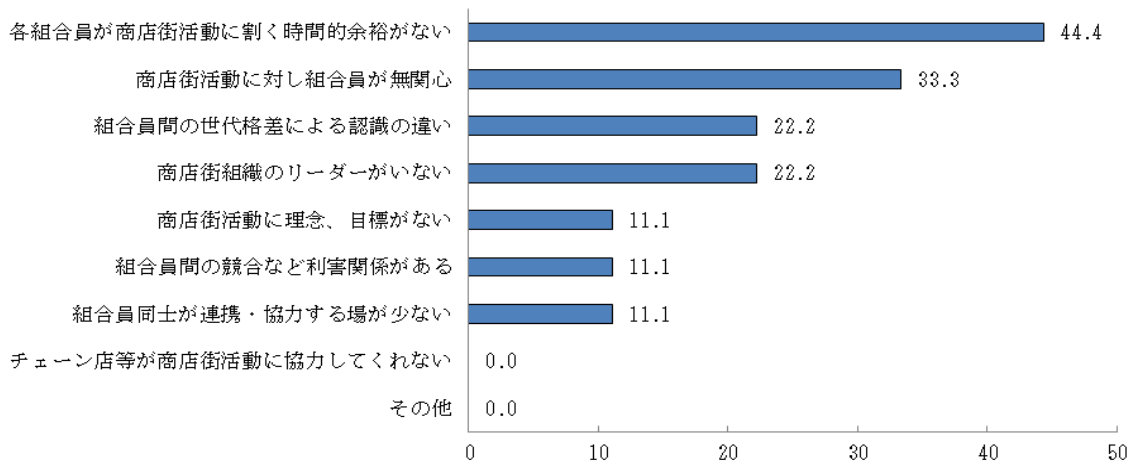




## (2) 組合員（会員）同士の連携・協力が良好でない要因（問 17（5））

『良好でない』と回答のあった商店街において、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（44.4%）」、「商店街活動に対し組合員が無関心（33.3%）」、「組合員間の世代格差による認識の違い（22.2%）」、「商店街組織のリーダーがいない（22.2%）」の順に多くなっている。

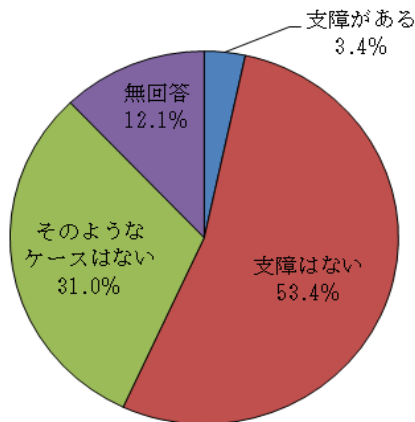
図表72 組合員（会員）同士の連携・協力が良好でない要因  
【複数回答（2つまで）】



## 4 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 17（6））

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（53.4%）」が「支障がある（3.4%）」を50.0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31.0%であった。

図表73 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

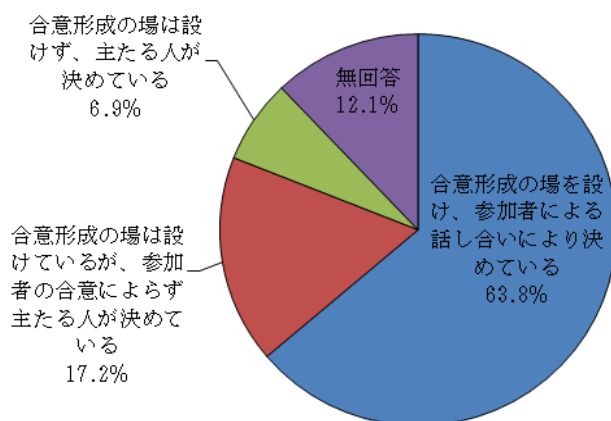


## 5 商店街の運営や活動内容を決める際のプロセス

### (1) 合意形成の場・プロセス (問17(7)A)

商店街の運営や活動の内容を決める際などにおいて、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 (63.8%)」、「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 (17.2%)」、「合意形成の場は設けず、主たる人が決めている (6.9%)」の順に多くなっている。

図表74 合意形成の場・プロセス

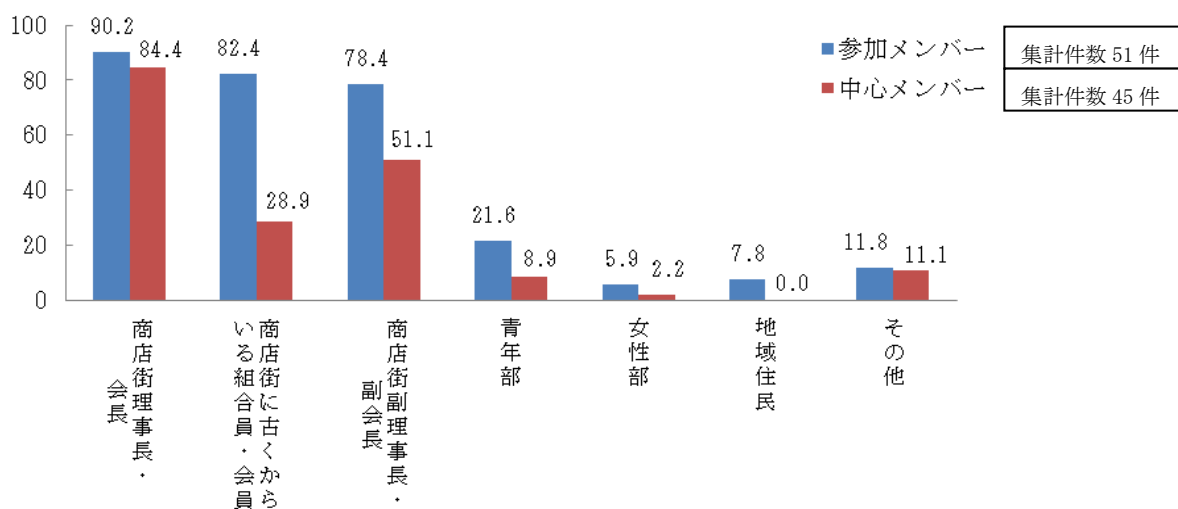


### (2) 商店街の運営や活動内容を決めるメンバー (問17(7)B)

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 (90.2%)」、「商店街に古くからいる組合員・会員 (82.4%)」、「商店街副理事長・副会長 (78.4%)」の順に多くなっている。

また、合意形成の場・プロセスの中での中心メンバーについては、「商店街理事長・会長 (84.4%)」、「商店街副理事長・副会長 (51.1%)」、「商店街に古くからいる組合員・会員 (28.9%)」の順に多くなっている。

図表75 商店街の運営や活動内容を決めるメンバー

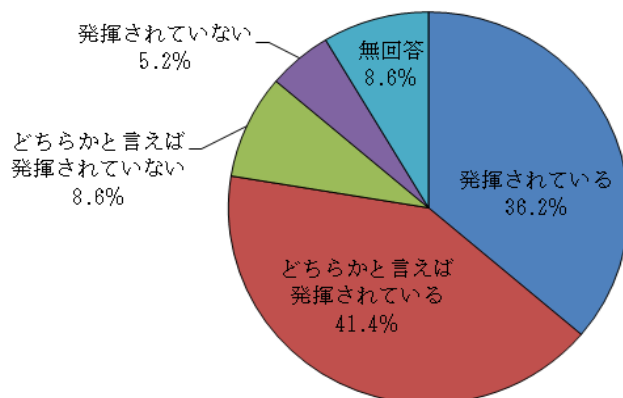


## 6 商店街内部におけるリーダーシップ

### (1) 商店街の意思決定時のリーダーシップの有無 (問17(7)C)

商店街で何かを決める際にリーダーシップが発揮されているかについては、「どちらかといえば発揮されている (41.4%)」が最も多く、「発揮されている (36.2%)」とあわせると 77.6% が『発揮されている』。一方、「どちらかといえば発揮されていない (8.6%)」と「発揮されていない (5.2%)」をあわせた 13.8%は『発揮されていない』。『発揮されている (77.6%)』が『発揮されていない (13.8%)』を 63.8 ポイント上回っている。

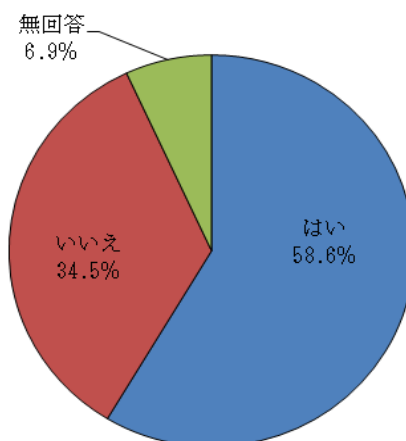
図表76 商店街の意思決定時のリーダーシップの有無



### (2) 次世代リーダーの有無 (問17(7)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) (58.6%)」が、「いいえ (いない) (34.5%)」を 24.1 ポイント上回っている。

図表77 次世代リーダーの有無

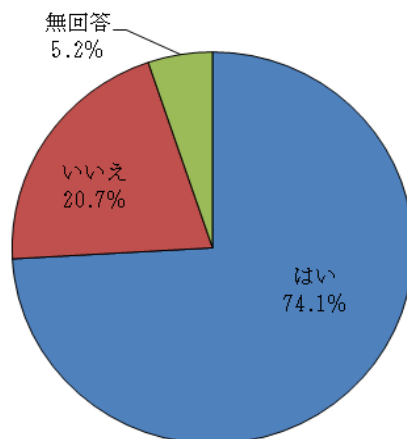


## 7 商店街の地域連携の状況と地域活動団体

### (1) 商店街の地域連携の状況 (問 17 (8))

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) (74.1%)」が「いいえ (行っていない) (20.7%)」を 53.4 ポイント上回っている。

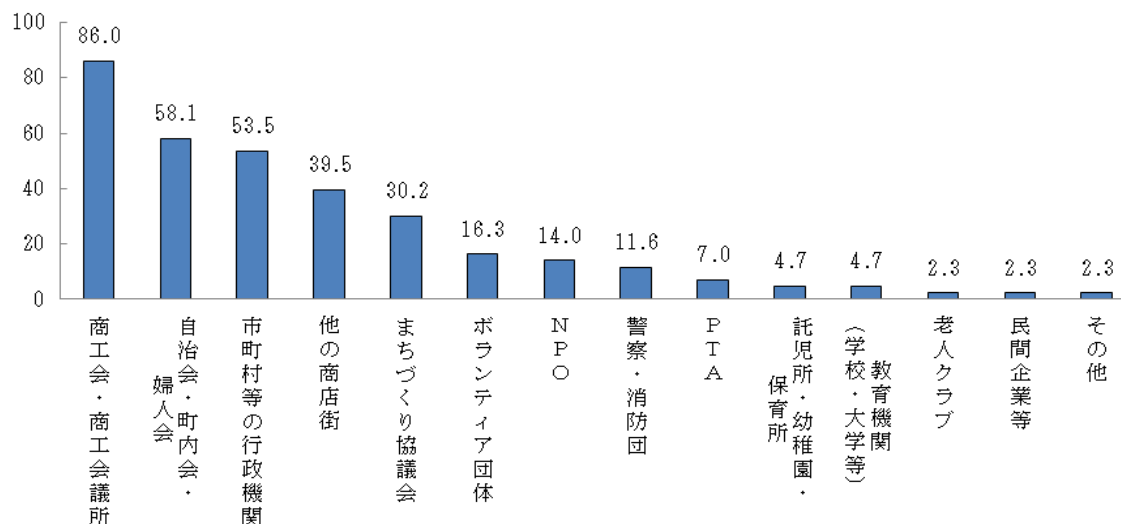
図表78 商店街の地域連携の状況



### (2) 商店街と連携して地域活動を行っている各種団体 (問 17 (9))

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 (86.0%)」、「自治会・町内会・婦人会 (58.1%)」、「市町村等の行政機関 (53.5%)」の順に多くなっている。

図表79 商店街と連携して地域活動を行っている各種団体



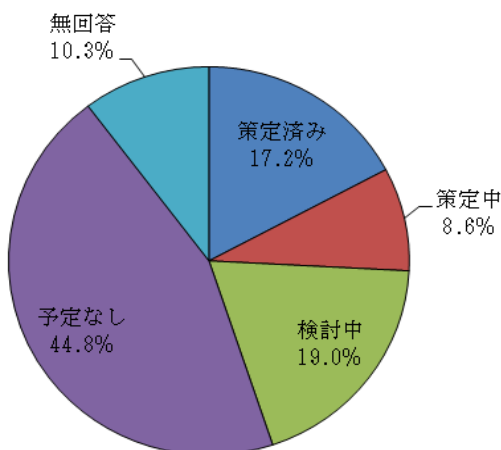
## 8 商店街の各種事業の取組状況

### (1) 商店街活性化ビジョンの策定・取組状況

#### ① 商店街活性化ビジョンの策定状況 (問 18 (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（44.8%）」が、「策定済み（17.2%）」と「策定中（8.6%）」を合わせた『策定している（25.8%）』を19.0ポイント上回っている。一方、「検討中」は19.0%となっている。

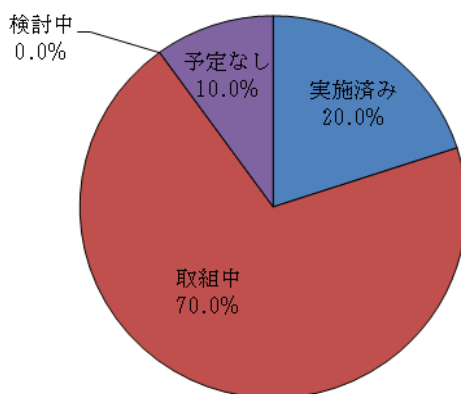
図表80 商店街活性化ビジョンの策定状況



#### ② 商店街活性化ビジョン策定済み商店街における実際の取組状況 (問 18 (2))

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（70.0%）」が最も多く、次いで「実施済み（20.0%）」、「予定なし（10.0%）」の順に多くなっている。

図表81 商店街活性化ビジョン策定済み商店街における実際の取組状況



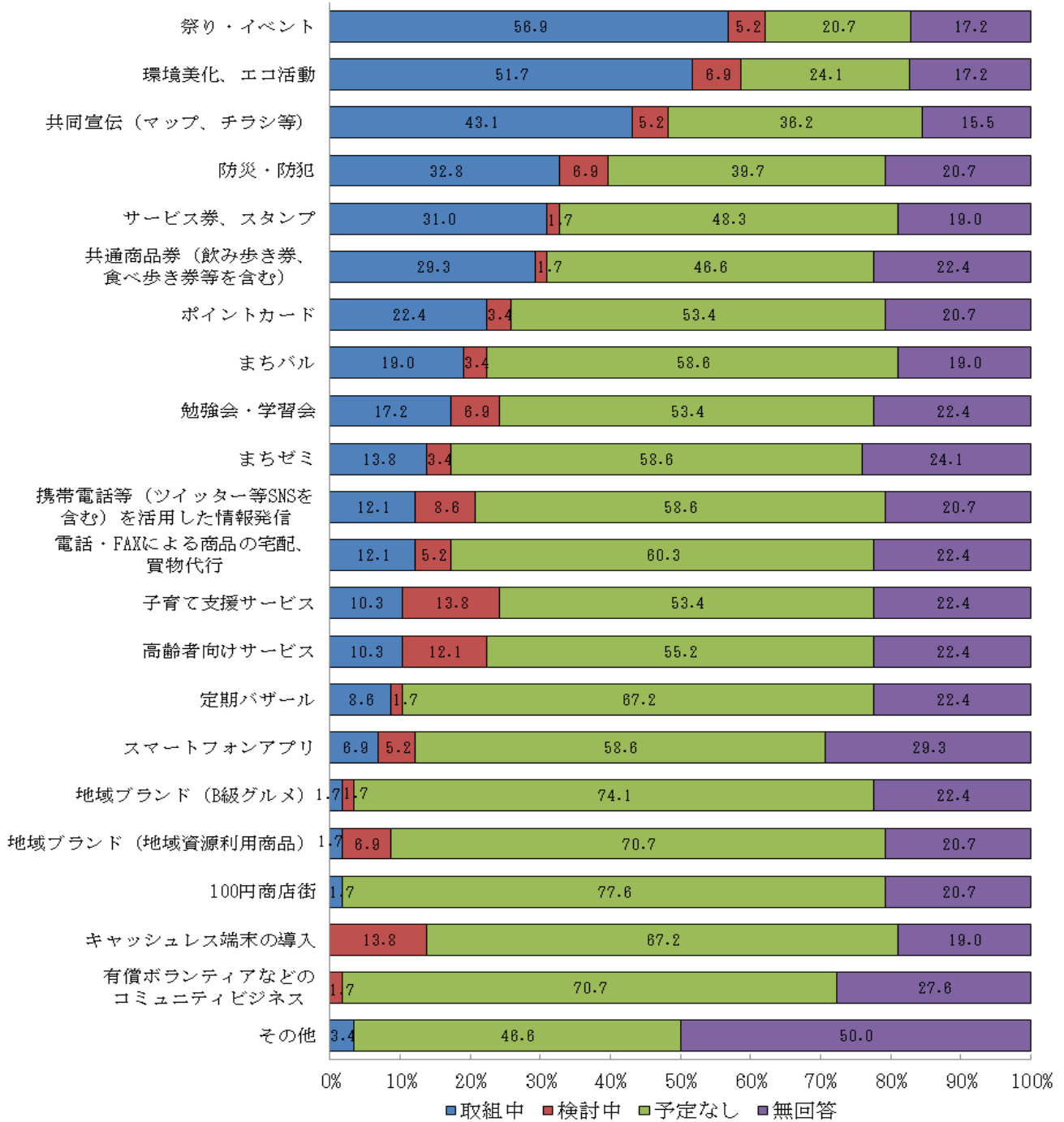
集計件数 10 件

(2) ソフト事業の取組 (問 18 (3) A)

商店街の地域活動・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 (56.9%)」が最も多く、次いで「環境美化・エコ活動 (51.7%)」、「共同宣伝 (マップ・チラシ等) (43.1%)」、「防災・防犯 (32.8%)」の順に多くなっている。

「検討中」の事業は、「子育て支援サービス (13.8%)」、「キャッシュレス端末の導入 (13.8%)」、次いで「高齢者向けサービス (12.1%)」の順に多くなっている。

図表82 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。

### (3) ハード事業の取組み

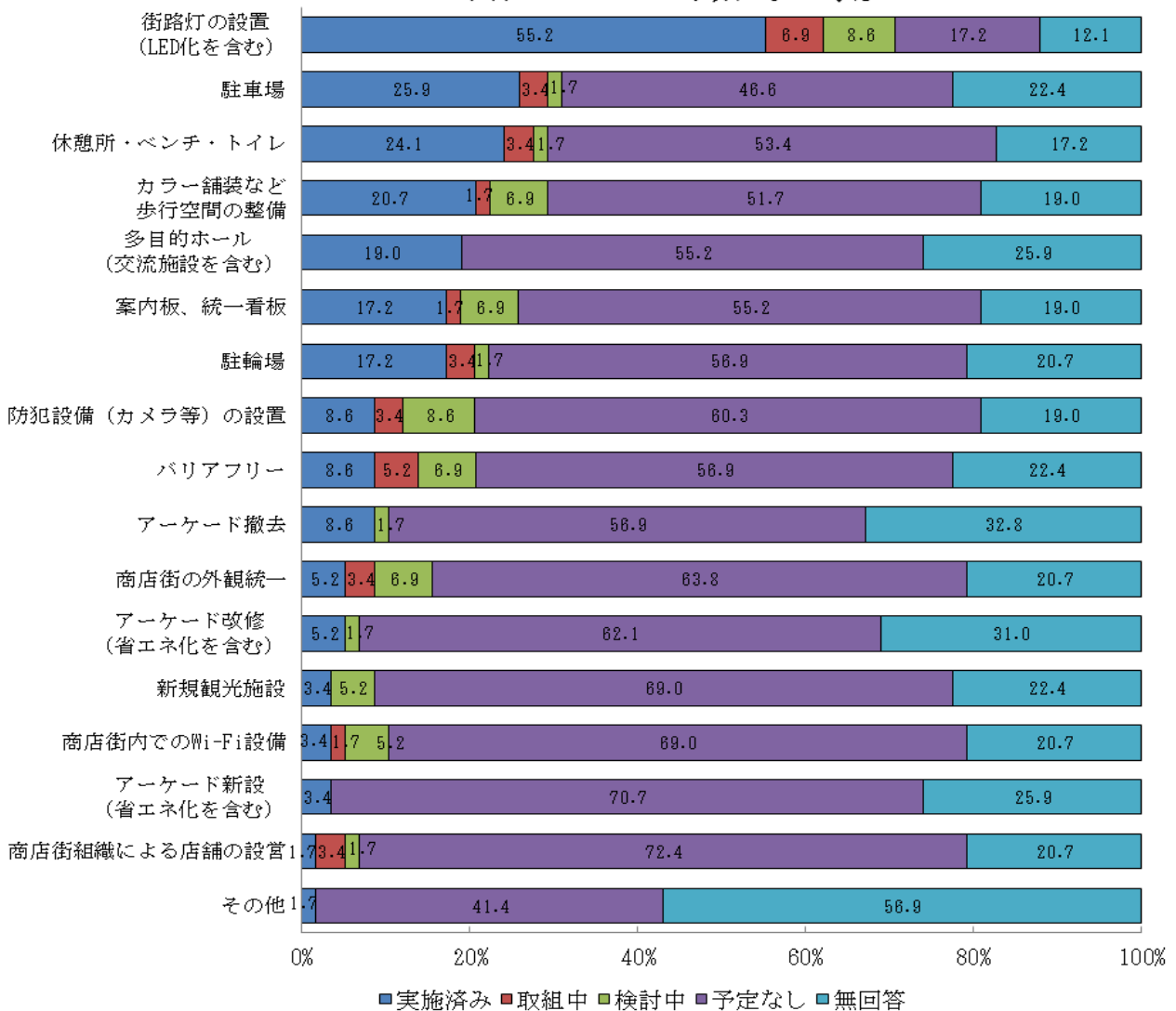
#### ①ハード事業の実施状況（問18（3）B）

商店街のハード事業等について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「駐車場（25.9%）」、「休憩所・ベンチ・トイレ（24.1%）」の順に多くなっている。

「取組中」の事業は、「街路灯の設置（LED化を含む）（6.9%）」、「バリアフリー（5.2%）」の順に多くなっている。

「検討中」の事業は、「街路灯の設置（LED化を含む）（8.6%）」、「防犯設備（カメラ等）の設置（8.6%）」、「カラー舗装などの歩行空間の整備（6.9%）」「案内板、統一看板（6.9%）」「バリアフリー（6.9%）」「商店街の外観統一（6.9%）」の順に多くなっている。

図表83 ハード事業の実施状況

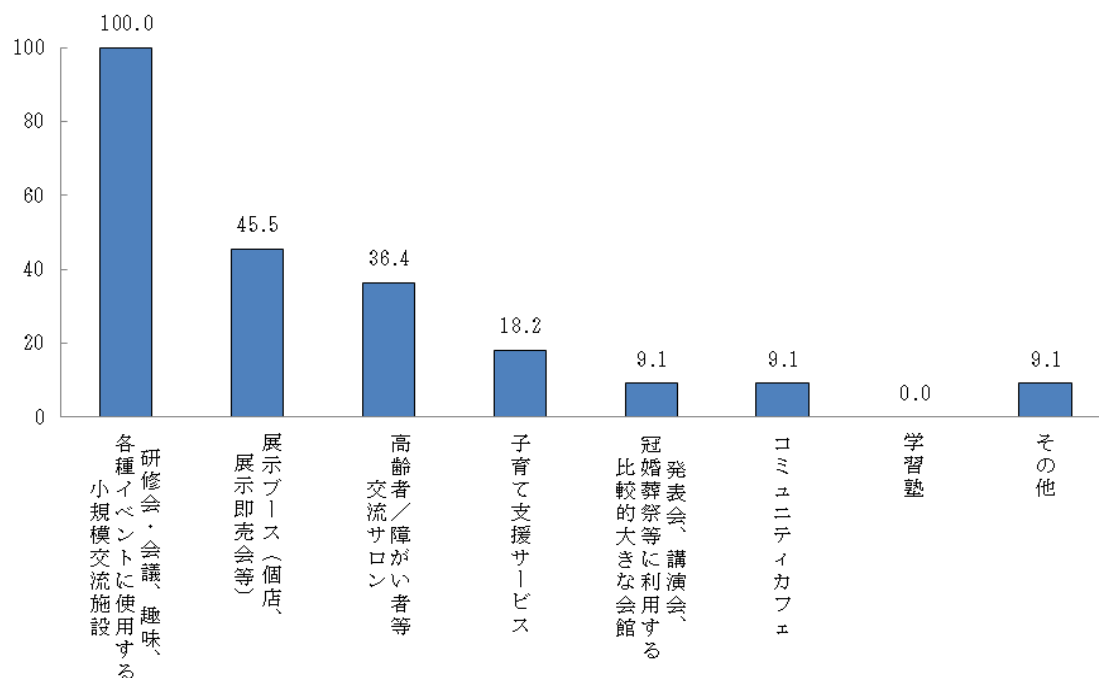


\* 「実施済み」：設置・工事完了したもの、「取組中」：設計・工事中のもの、「検討中」：基本構想のもの。

②ハード事業「多目的ホール（交流施設を含む）」の設置目的（問18（3）C）

ハード事業のうち「多目的ホール（交流施設を含む）」については、「研修会・会議、趣味、各種イベントに使用する小規模交流施設（100.0%）」、「展示ブース（個展・展示即売会等）（45.5%）」、「高齢者/障害者等交流サロン（36.4%）」の順に多くなっている。

図表84 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）】





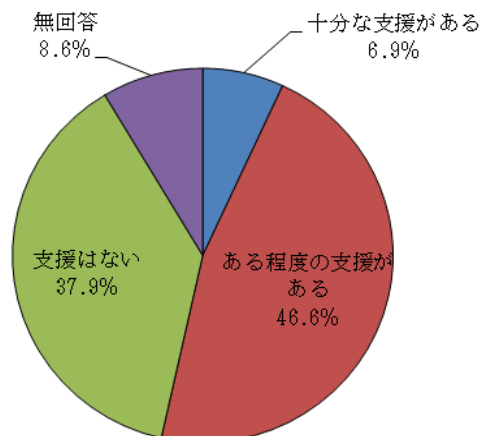
## VII 商店街に関する施策、支援機関等について

### 1 商店街に対する自治体の支援状況・支援内容

#### (1) 商店街に対する自治体の支援状況（問 20（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（6.9%）」、「ある程度の支援がある（46.6%）」を合わせて『支援がある（53.5%）』となっており、「支援はない（37.9%）」を15.6ポイント上回っている。

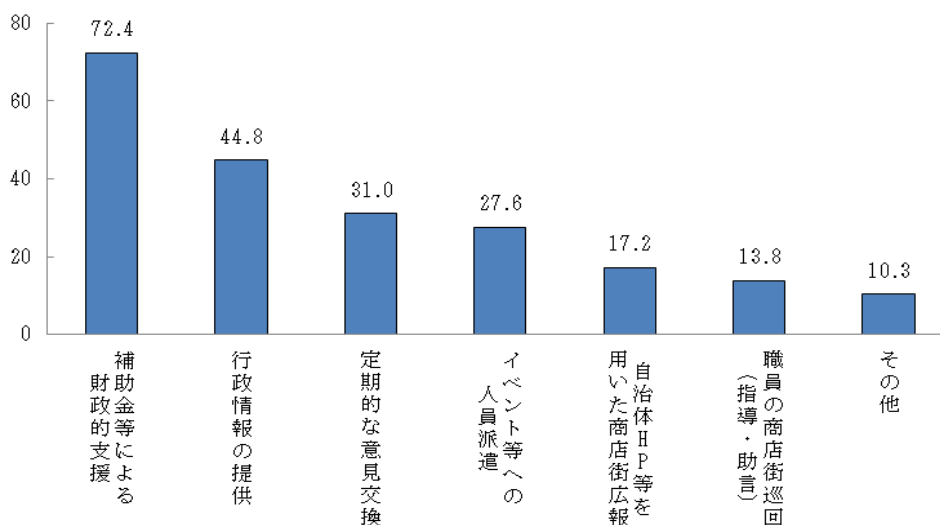
図表85 商店街に対する自治体の支援状況



#### (2) 商店街に対する自治体からの支援内容（問 20（2））

『支援がある』と回答した商店街において、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（72.4%）」が最も多く、次いで「行政情報の提供（44.8%）」、「定期的な意見交換（31.0%）」の順に多くなっている。

図表86 商店街に対する自治体からの支援内容  
【複数回答（いくつでも）】

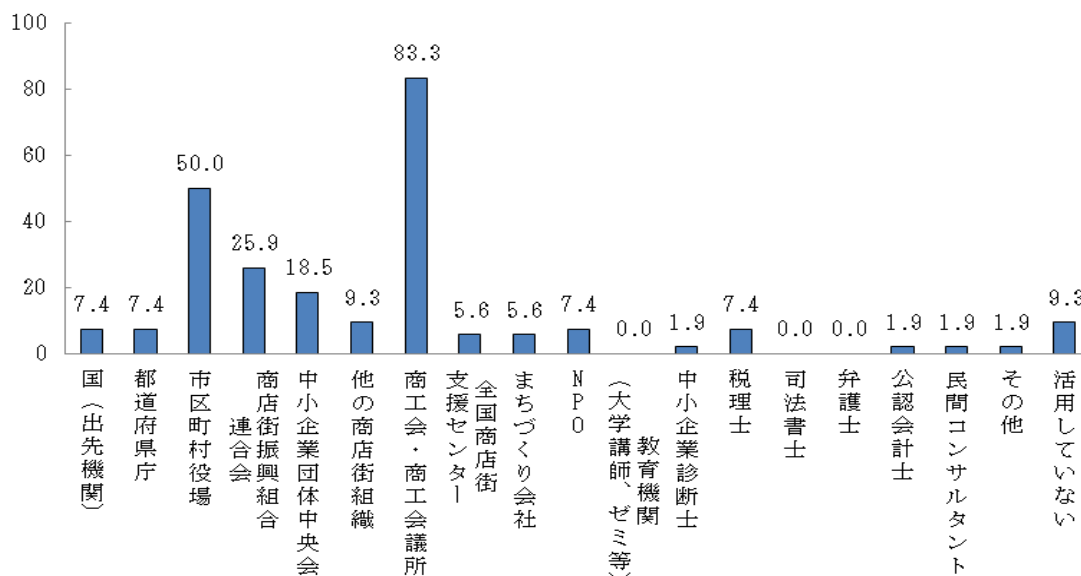


## 2 商店街にとっての相談窓口

### (1) 普段活用している支援機関等 (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 (83.3%)」、「市区町村役場 (50.0%)」、「商店街振興組合連合会 (25.9%)」、「中小企業団体中央会 (18.5%)」の順に多くなっている。

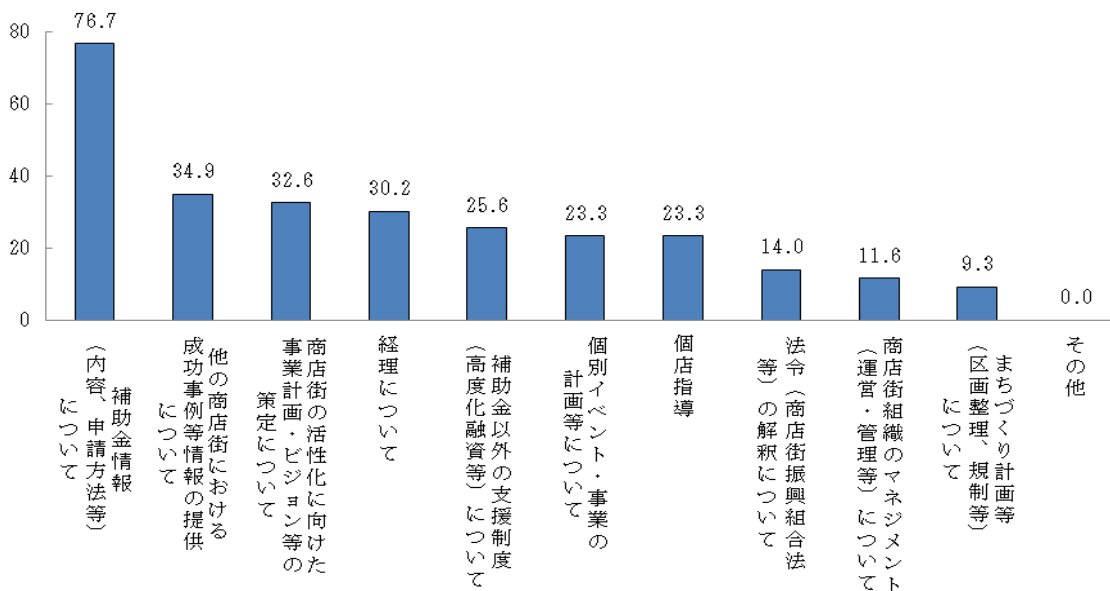
図表87 普段活用している支援機関等【複数回答 (いくつでも)】



### (2) 支援機関等への相談内容 (問 21 (2))

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 (76.7%)」の割合が最も高く、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 (34.9%)」、「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 (32.6%)」、「経理について (30.2%)」の順に多くなっている。

図表88 支援機関等への相談内容【複数回答 (いくつでも)】

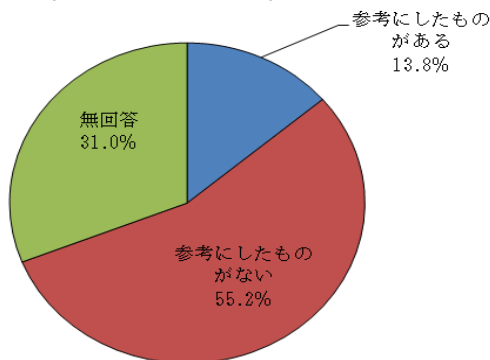


### 3 平成 28 年度商店街自立支援事業で採択となった事業で参考にしたもの

#### (1) 平成 28 年度商店街自立支援事業の採択事業を参考とした事業の有無 (問 22)

商店街の事業（今後行う予定を含む）で、平成 28 年度商店街自立支援事業で採択となった事業を参考にしたものがあるかについては、「参考にしたものがある」が 13.8%となっている。

図表 89 平成28年度商店街自立支援事業の採択事業を参考とした事業の有無

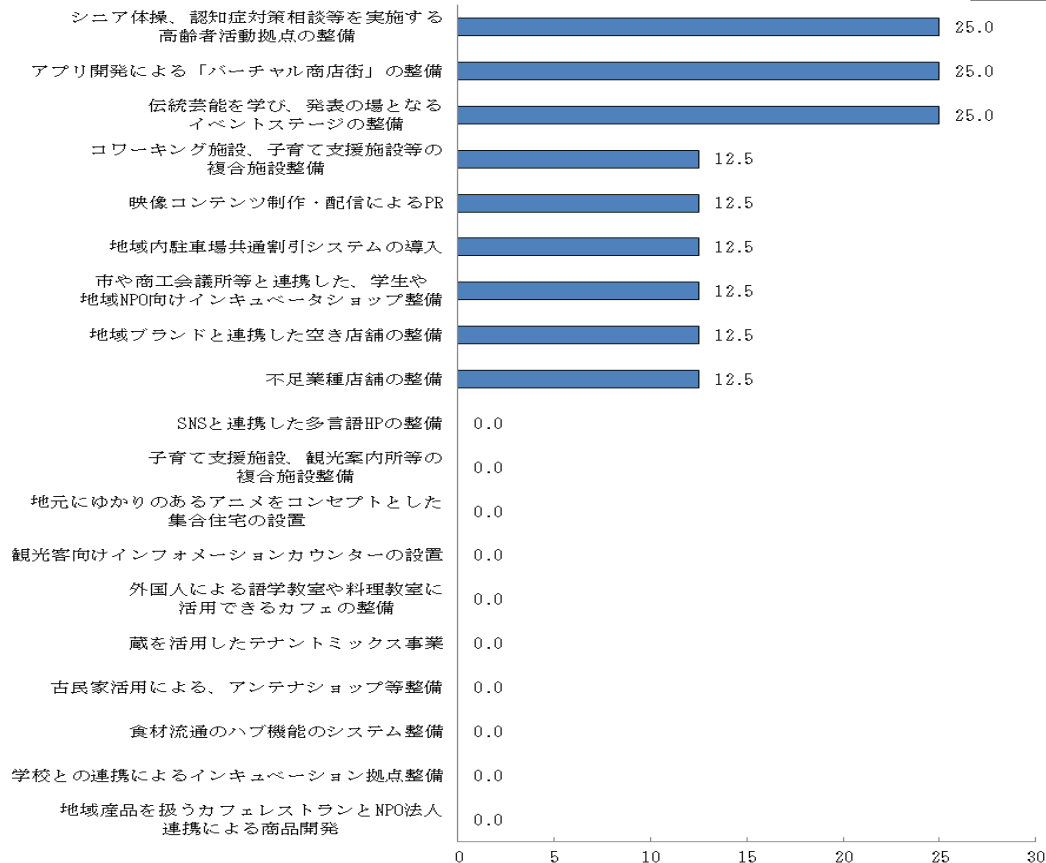


#### (2) 平成 28 年度商店街自立支援事業の採択事業を参考とした事業 (問 22)

「参考にしたものがある」と回答があった商店街において、参考とした事業の内容をみると、「シニア体操、認知症対策相談等を実施する高齢者活動拠点の整備 (25.0%)」「アプリ開発による『バーチャル商店街』の整備 (25.0%)」「伝統芸能を学び、発表の場となるイベントステージの整備 (25.0%)」が最も多くなっている。

図表 90 平成28年度商店街自立支援事業の採択事業を参考とした事業【複数回答 (いくつでも)】

集計件数 8 件



## VIII 消費税軽減税率制度について

### 1 消費税軽減税率制度の認知等（問 19（1））

商店街において、消費税が平成 31 年 10 月に引き上げられると同時に消費税軽減税率制度が導入されることについて、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「知っている」は 89.7%、「知らない」が 5.2%となっている。

### 2 消費税軽減税率の対象となる持ち帰り飲食料品の取扱い（問 19（3））

商店街内に消費税軽減税率の対象となる持ち帰り飲食商品の取り扱いがある個店の状況を見ると、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「扱っている」が 62.1%、「扱っていない」が 15.5%、「対象となるかわからない」が 15.5%となっている。

### 3 消費税軽減税率の周知活動（問 19（2））

「消費税軽減税率の対象となる店舗がある」と回答した商店街の周知活動を見ると、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「している」が 33.3%、「していない」が 66.7%となっている。

### 4 複数税率への対応状況（レジ又は受発注システム）（問 19（4）A）

商店街内の個店において、複数税率に対応した【レジ】の対応状況を見ると、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において、「準備できていない（検討中含む）」が 44.4%、「一部の店舗で準備できている」が 38.9%となっている。

また、複数税率に対応した【受発注システム】の対応状況を見ると、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「準備できていない（検討中含む）」が 30.6%、「当該システムを利用していない（予定なし）」が 25.0%、「一部の店舗で準備できている」が 16.7%となっている。

### 5 複数税率対応レジ又は受発注システム導入の支援利用状況

#### （1）複数税率対応レジ又は受発注システム導入支援（補助金）の認知（問 19（4）B）

消費税軽減税率の対象となる持ち帰り飲食料品の取り扱いがある商店街において、複数税率対応レジ又は受発注システムを導入する際の支援（補助金）についてみると、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「知っている」が 61.1%、「知らない」が 36.1%となっている。

#### （2）導入支援（補助金）の利用状況（問 19（4）C）

消費税軽減税率の対象となる持ち帰り飲食料品の取り扱いがある商店街において、「すべての店舗もしくは一部の店舗で複数税率への対応の準備ができている」と回答したところでの「導入支援（補助金）」の利用状況を見ると、【レジ】については平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「一部の店舗で利用した」が 33.3%、「利用予定（検討中）」が 26.7%であった。

【受発注システム】については、平成 30 年 10 月 1 日調査時点において「一部の店舗で利用した」が 42.9%、「利用予定（検討中）」が 42.9%となっている。