令和３年度　中小企業庁委託調査事業

商店街実態調査報告書

令和４年３月

は　じ　め　に

昨今、人口減少や国内市場の縮小により、住民向けサービスを担う行政・公的機関の事務所や民間の事業所が縮小・減少する中、地域のコミュニティ機能の維持は、大きな課題となっています。地方圏を中心として、人口減少に伴う需要の縮小に加え、郊外の大型店との競合、電子商取引（バーチャル）の普及等、商店街をとりまく環境は厳しさを増しています。

商店街実態調査は、こうした状況を踏まえ、商店街の最近の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える課題など商店街の実態をアンケート調査により明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的として実施しています。当調査は、昭和 45 年に開始され、今回の調査が 14 回目の実施となります。

本報告書は、令和 3 年 10 月 1 日現在の商店街の状況について実施したアンケート調査の分析結果をとりまとめたものです。

今回の調査結果が商店街関係者など各方面で幅広く活用され、商店街活性化の参考になれば幸いです。

今回調査の実施にあたり、ご協力を賜りました全国の商店街関係者のみなさまに対しまして改めて厚く御礼申し上げますとともに、商店街名簿作成に際し、ご協力いただいた都道府県及び都道府県商店街振興組合連合会のみなさまにも深く感謝申し上げます。

令和 4 年 3 月

株式会社ＣＣＮグループ

目　　次

第１章 調査の概要 1
１．調査の目的 1
２．調査方法 1
３．調査項目 4
４．本報告書を読む際の注意事項 4
５．本報告書以外に作成したデータ 4

第２章 調査の結果 5
Ⅰ.商店街の概要について 5
１．組織形態 5
２．商店街の立地環境および商業環境 6
３．商店街タイプ 8
４．役員構成等 9
５．専従事務局員数 10
６．商店街の店舗数と会員数 11
７．商店街の予算規模 21
８．商店街の業種別店舗 27
Ⅱ．商店街を取り巻く環境について 30
１．商店街の最近の景況 30
２．商店街の将来の展望 32
３．商店街の来街者 36
４．来街者数の変化 39
５．大規模小売店舗の出退店の状況 47
Ⅲ．商店街の問題と取組 51
１．商店街の問題について 51
Ⅳ．商店街における空き店舗に関する問題について 61
１．最近３年間に退店（廃業）した店舗 61
２．退店（廃業）した理由 62
３．空き店舗が埋まらない理由 63
４．空き店舗地権者の把握状況 65
５．賃貸等の意思がない空き店舗 67
６．今度の空き店舗の見込み 68
７．空き店舗の発生に対する取組 69
８．空き店舗問題に取り組む際に必要な行政等の支援 72

Ⅴ．　商店街における組織やその活動について 73
１．最近３年間の組合員（会員）数の変化 73
２．商店街への加入を促進するための対策・活動内容 74
３．組合員（会員）同士の連携・協力状況 76
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 77
５．商店街の運営や活動内容を決める際のプロセス 78
６．商店街内部におけるリーダーシップ 80
７．商店街の地域連携の状況と地域活動団体 82
８．商店街の各種事業の取組状況 83
Ⅵ.　商店街に関する施策、支援機関等について 96
１．商店街に対する自治体の支援状況・支援内容 96
２．まちづくり会社との連携・協力状況 98
３．商店街にとっての相談窓口 99
４．外部人材との連携・協力状況 101
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 103
１．新型コロナウイルス感染症のまん延による影響 103
２．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 106

第３章　資料編 107
１．調査票 107

《図表一覧》

図表 1　商店街の組織形態別のアンケート発送数・集計対象数 5
図表 2　人口規模 6
図表 3　立地環境 7
図表 4　商店街タイプ 8
図表 5　商店街タイプ（人口規模） 8
図表 6　理事長・会長の年齢と在職年数 9
図表 7　商店街の組合員の年齢構成 9
図表 8　専従事務局員数 10
図表 9　専従事務局員数（組織形態） 10
図表 10　全店舗数 11
図表 11　全店舗数平均（経年変化） 11
図表 12　空き店舗数別の商店街数の分布（経年変化） 12
図表 13　空き店舗数 12
図表 14　最近３年間の空き店舗数の変化 13
図表 15　最近３年間の空き店舗数の変化（経年変化） 13
図表 16　最近３年間の空き店舗数の変化（商店街タイプ・立地環境） 13
図表 17　空き店舗率（経年変化） 14
図表 18　空き店舗率ごとの商店街数の分布 14
図表 19　空き店舗率（商店街タイプ・立地環境） 15
図表 20　チェーン店舗数 16
図表 21　チェーン店舗率 16
図表 22　最近３年間のチェーン店舗数の変化 17
図表 23　最近３年間のテナント店舗数の変化 17
図表 24　会員（組合員）数 18
図表 25　会員（組合員）数（経年変化） 18
図表 26　チェーン店舗会員（組合員）数 19
図表 27　チェーン店舗における組合等加入率 19
図表 28　商店街組織への会費の未納入状況 20
図表 29　年間総事業予算額 21
図表 30　平均月賦課金・会費 22
図表 31　年間総事業予算額、平均月賦課金・会費の３年前との比較 23
図表 32　年間予算における収入割合 24
図表 33　年間予算における収入割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境） 24
図表 34　年間予算における支出割合 25
図表 35　年間予算における支出割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境） 25
図表 36　予算規模別にみる年間予算における収入・支出割合 26
図表 37　業種別店舗数 27
図表 38　業種別店舗数（人口規模・商店街タイプ・立地環境） 27

図表 39　最近３年間の業種別店舗数の変化 28
図表 40　業種別店舗数の増減（組織形態・商店街タイプ） 29
図表 41　商店街の最近の景況 30
図表 42　商店街の最近の景況（経年変化） 30
図表 43　商店街の最近の景況（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街の現状） ... 31
図表 44　商店街としての機能（現状） 32
図表 45　商店街としての機能（将来の展望） 33
図表 46　商店街としての機能（将来の展望）（現状とのクロス） 34
図表 47　商店街の将来の展望（商店街タイプ） 35
図表 48　１日平均の来街者数 36
図表 49　来街者層（商店街タイプ・立地環境） 37
図表 50　商店街がターゲットにしている層【複数回答（いくつでも）】 38
図表 51　ターゲット層を獲得するための取組の実施状況 38
図表 52　最近３年間の来街者層の変化 39
図表 53　最近３年間の来街者数の変化（前回調査との比較） 39
図表 54　来街者数の増減（人口規模・商店街タイプ・立地環境） 40
図表 55　来街者が「増えた」または「変わらない」要因【複数回答（３つまで）】 41
図表 56　来街者が「増えた」または「変わらない」要因の経年変化（上位５つ） 41
図表 57　来街者が「減った」要因【複数回答（３つまで）】 42
図表 58　来街者が「減った」要因の経年変化（上位５つ） 42
図表 59　外国人観光客数（3 年前との比較） 43
図表 60　外国人観光客数（組織形態・商店街タイプ・立地環境） 43
図表 61　一般の客数に対する外国人観光客数（3 年前との比較） 44
図表 62　一般の客数に対する外国人観光客数（人口規模・商店街タイプ・立地環境） 44
図表 63　外国人観光客の消費額（3 年前との比較） 45
図表 64　外国人観光客の消費額（人口規模・商店街タイプ・立地環境） 45
図表 65　来街者のニーズと通行量調査の実施状況 46
図表 66　来街者のニーズ調査 46
図表 67　通行量調査 46
図表 68　大規模小売店舗の出店数 47
図表 69　大規模小売店舗の立地場所 47
図表 70　出店した大規模小売店舗のタイプ 48
図表 71　大規模小売店舗の出店による来街者数の変化 48
図表 72　大規模小売店舗の退店数 49
図表 73　退店した大規模小売店舗が立地していた場所 49
図表 74　退店した大規模小売店舗のタイプ 50
図表 75　大規模小売店舗の退店による来街者数の変化 50
図表 76　商店街の役割 51
図表 77　商店街の役割 差が大きい上位３つ（組織形態・商店街タイプ） 52
図表 78　商店街における問題【複数回答（３つまで）】 53

図表 79　後継者問題への対策と業種構成における問題について..... 53
図表 80　商店街における問題の経年変化（上位３つ）..... 54
図表 81　商店街における問題（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 54
図表 82　後継者問題の対策（組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 55
図表 83　業種構成における問題（組織形態・商店街タイプ・立地環境）（上位３つ）..... 56
図表 84　商店街組織内部に係る問題【複数回答（３つまで）】..... 57
図表 85　商店街組織内部に係る問題（組織形態・商店街タイプ・立地環境）（上位３つ）..... 57
図表 86　商店街の個店の改善・活性化策..... 58
図表 87　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係..... 59
図表 88　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係..... 59
図表 89　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の実施有無と景況との関係..... 60
図表 90　最近３年間に退店（廃業）した店舗（組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 61
図表 91　退店（廃業）した理由【複数回答（２つまで）】..... 62
図表 92　退店（廃業）した理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 62
図表 93　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）】..... 63
図表 94　地主や家主等貸し手側の都合による理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境） 63
図表 95　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）】..... 64
図表 96　テナント等借り手側の都合による理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）.... 64
図表 97　空き店舗地権者の把握状況..... 65
図表 98　空き店舗地権者の所在の把握状況..... 65
図表 99　空き店舗地権者の把握状況（商店街タイプ）..... 66
図表 100　空き店舗地権者の所在の把握状況（商店街タイプ）..... 66
図表 101　賃貸等の意思がない空き店舗の比率..... 67
図表 102　賃貸等の意思がない空き店舗の比率（商店街タイプ）..... 67
図表 103　今後の空き店舗の見込み..... 68
図表 104　今後の空き店舗の見込み（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 68
図表 105　空き店舗の発生に対する取組【複数回答（３つまで）】..... 69
図表 106　空き店舗の発生に対する取組（経年変化）【複数回答（３つまで）】..... 70
図表 107　空き店舗の解体・撤去後の利用状況【複数回答（いくつでも）】..... 70
図表 108　空き店舗の解体・撤去後の利用状況（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）.... 71
図表 109　空き店舗問題に必要な行政支援【複数回答（２つまで）】..... 72
図表 110　空き店舗問題に必要な行政支援（上位３つ）（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）.... 72
図表 111　最近３年間の組合員（会員）数の変化..... 73
図表 112　最近３年間の組合員（会員）数の変化（組織形態・商店街タイプ・立地環境）..... 73
図表 113　商店街への加入を促進するための対策の有無..... 74
図表 114　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）】..... 74
図表 115　商店街への加入促進活動内容　上位３つ（組織形態・商店街タイプ・立地環境）.... 75
図表 116　組合員（会員）同士の連携・協力状況..... 76
図表 117　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）】..... 76
図表 118　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..... 77

図表 119　合意形成の場・プロセスについて 78
図表 120　合意形成の場・プロセスの設け（組織形態） 78
図表 121　商店街の運営や活動内容を決めるメンバー 79
図表 122　商店街のリーダーシップの有無 80
図表 123　商店街のリーダーシップの有無（組織形態） 80
図表 124　次世代リーダーの有無 81
図表 125　次世代リーダーの有無（経年変化） 81
図表 126　商店街の地域連携の状況 82
図表 127　商店街の地域活動団体 82
図表 128　商店街活性化ビジョンの策定状況 83
図表 129 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 83
図表 130　ソフト事業の実施状況 84
図表 131　商店街のソフト事業の実施状況と商店街の景況との関係 85
図表 132　ハード事業の実施状況 86
図表 133　ハード事業「多目的ホール」の設置目的【複数回答（いくつでも）】 87
図表 134　商店街のハード事業の実施状況と商店街の景況との関係 88
図表 135　テナントミックスの取組状況 89
図表 136　テナントミックスの実現に向けた取組【複数回答（○はいくつでも）】 89
図表 137　テナントミックスが進まない要因（組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街機能） 90
図表 138　街路灯の維持管理状況 91
図表 139　街路灯の維持管理ができない要因 91
図表 140　キャッシュレス決済の取組状況 92
図表 141　キャッシュレス決済の導入のための取組 92
図表 142　キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与 92
図表 143　キャッシュレス決済の導入が進まない理由（組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街機能） 93
図表 144　キャッシュレス決済以外の DX 実現への取組の有無 94
図表 145　キャッシュレス決済以外の DX 実現への取組（商店街タイプ） 94
図表 146　生産性向上のための DX 導入が進まない要因（商店街タイプ） 95
図表 147　商店街に対する自治体の支援状況 96
図表 148　商店街に対する自治体の支援内容【複数回答（いくつでも）】 96
図表 149　自治体に対して期待する支援内容【複数回答（いくつでも）】 97
図表 150　商店街の所在地域におけるまちづくり会社の有無 98
図表 151　商店街における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）】 98
図表 152　普段活用している支援機関等【複数回答（いくつでも）】 99
図表 153　支援機関等への相談内容【複数回答（いくつでも）】 100
図表 154　商店街における外部人材の活用状況 101
図表 155　商店街で活用している外部人材の種類【複数回答（いくつでも）】 101
図表 156　商店街で活用している外部人材に期待する専門的知識【複数回答（いくつでも）】 ... 102
図表 157　商店街において外部人材を活用していない理由【複数回答（いくつでも）】 102
図表 158　新型コロナウイルス感染症のまん延による影響 103

図表 159　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（いくつでも）】..... 104
図表 160　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（いくつでも）】... 105
図表 161　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... 106

第１章　調査の概要

第１章 調査の概要

１．調査の目的

我が国は現在、人口減少が進み、国内市場は縮小している。住民向けサービスを担う行政・公的機関の事務所や民間の事業所が縮小・減少する中、地域のコミュニティ機能の維持は、大きな課題となっている。地方圏を中心として、人口減少に伴う需要の縮小に加え、郊外の大型店との競合、電子商取引（バーチャル）の普及等により、商店街をとりまく環境は厳しさを増している。

本事業は、こうした商店街の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える問題など商店街の実態を明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的とする。

２．調査方法

今回の調査は、都道府県及び都道府県商店街振興組合連合会が所有する商店街名簿のうち、連絡先が不明等の事情で調査票が発送できない商店街を除いた計 12,210 商店街[1]に調査票を送付した。

アンケート調査票の設問については、平成 30 年度の調査票を基に過去のデータとの時系列比較を行うことができるよう基本項目については前回調査に倣い作成するとともに、今回調査では、「新型コロナウイルス感染症のまん延による影響」等の設問を増設した。

また、前回同様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、5,105 件の有効回答のうち 1,557 件（30.5%）の回答を得ている。

調　査　地　域	全国
調　査　対　象	商店街[2]（商店街振興組合、事業協同組合等、その他の法人、任意団体）
調　査　方　法	郵送による発送・回収およびインターネットによる回収
調　査　時　点	令和 3 年 10 月 1 日（金）現在
調査実施期間	アンケートの発送　令和 3 年 11 月 1 日（月） アンケートの締め切り　令和 3 年 12 月 17 日（金） 督促ハガキの発送　　令和 3 年 12 月 10 日（金） （郵送回収については令和 4 年 1 月 14 日（金）までの到着分、オンライン回収については令和 4 年 1 月 17 日（月）までの到着分を有効とした）
調査票発送数	12,210[3]
調査票の回答[4]	調査票回答件数　5,148 件（回答率 42.2%） うち有効回答件数[5]　5,105 件（有効回答率 41.8%）

[1] 商店街振興組合連合会等の連合会組織も送付先に含まれている。

[2] 本調査でいう「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○○商店街振興組合、○○商店会等で法人格の有無およびその種類を問わない。）を形成しているものをいう。

[3] 各都道府県が把握している商店街数（参考値として調査）の合計は 13,408 件。

[4] 回答はあったものの無回答部分が多いものや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。

[5] 既に解散した商店街（499 件）は、有効回答件数には含まれているが、集計対象からは除外した。また、有効回答件数のなかでも、回答が明らかに概数で調査結果に大きな影響を与える回答や他の設問との整合性がとれない回答については、その設問のみ無回答扱いとした。

調査票発送数[6] [7]

都道府県	調査票 発送数[8]	（参考値） 商店街数	都道府県	調査票 発送数	（参考値） 商店街数
北海道	613	613	滋賀県	109	109
青森県	115	115	京都府	278	298
岩手県	126	126	大阪府	580	956
宮城県	180	188	兵庫県	655	663
秋田県	25	83	奈良県	94	94
山形県	145	150	和歌山県	85	94
福島県	293	298	鳥取県	28	28
茨城県	156	156	島根県	68	74
栃木県	168	176	岡山県	78	79
群馬県	193	198	広島県	42	232
埼玉県	738	814	山口県	71	73
千葉県	666	631	徳島県	42	52
東京都	2,546	2,447	香川県	72	73
神奈川県	639	927	愛媛県	102	116
新潟県	246	246	高知県	34	101
富山県	158	151	福岡県	410	428
石川県	70	70	佐賀県	38	50
福井県	107	110	長崎県	119	119
山梨県	79	79	熊本県	170	171
長野県	297	304	大分県	92	92
岐阜県	86	161	宮崎県	96	97
静岡県	328	327	鹿児島県	192	237
愛知県	549	555	沖縄県	120	135
三重県	112	112	合計	12,210	13,408

[6] 連絡先が不明等の事情で調査票が発送できなかった商店街は含まれていない。また、商店街振興組合連合会等の連合会組織も対象に含まれている。
[7] 調査票発送数と（参考値）商店街数では調査時点が異なるため、調査票発送数が上回る場合がある。
[8] 各都道府県が把握している商店街数（連合会・連盟を除く）を参考値として記載したもの。

（参考値の出典）
・北海道：「Ｒ３商店街状況把握緊急調査（R3.7.14 実施）」及び「Ｒ２商店街名簿の更新（R2.7.30 実施）」（北海道経済部地域経済局中小企業課）
・青森県：「令和３年度青森県商店街実態調査名簿（更新）（令和３年４月現在）」（青森県商工労働部商工政策課）
・岩手県：「令和３年度岩手県商店街実態調査名簿（令和３年９月１日現在）」（岩手県商工労働観光部経営支援課）
・宮城県：「令和２年度宮城県商店街実態調査（令和２年１０月現在）」（宮城県経済商工観光部商工金融課）
・秋田県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（秋田県産業労働部商業貿易課）
・山形県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（山形県産業労働部商業・県産品振興課）
・福島県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（福島県商工労働部商業まちづくり課）
・茨城県：「令和３年度地域商業振興に係る商店街団体の意向調査（令和３年７月）」（茨城県産業戦略部中小企業課）
・栃木県：「令和３(2021)年度商店街概況調査結果（令和３年８月）」（栃木県産業労働観光部経営支援課）
・群馬県：「県内市町村への照会結果（令和３年８月現在）」（群馬県経営支援課）
・埼玉県：「令和３年度県内市町村別商店街組織調査（令和３年４月現在）」（埼玉県産業労働部商業・サービス産業支援課）
・千葉県：「千葉県商店街一覧　令和２年 10 月現在」（千葉県商工労働部経営支援課）
・東京都：「令和元年度東京都商店街実態調査報告書（令和２年３月現在）」（東京都産業労働局商工部地域産業振興課）
・神奈川県：「県内市町村に対する商店街等調査（令和４年 10 月現在）」（神奈川県産業労働局中小企業部商業流通課）
・新潟県：「令和２年度新潟県商店街実態調査（令和２年 10 月現在）」（新潟県産業労働部地域産業振興課）
・富山県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（富山県商工労働部地域産業支援課）
・石川県：「県内商店街振興組合からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（石川県商工労働部経営支援課）
・福井県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（福井県産業労働部産業政策課）
・山梨県：「県内市町村及び商工団体からの聞き取り結果（令和２年１月現在）」（山梨県産業労働部産業政策課）
・長野県：「県内商工会議所・商工会等からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（長野県産業労働部産業政策課）
・岐阜県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（岐阜県商工労働部商業・金融課）
・静岡県：「令和３年度商業実態調査（令和３年７月現在）」及び「関係団体からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（静岡県経済産業部地域産業課）
・愛知県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年３月現在）」（愛知県中小企業部商業流通課）
・三重県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（三重県雇用経済部中小企業・サービス産業振興課）
・滋賀県：「令和元年度滋賀県商店街実態調査名簿」（令和３年７月現在）（滋賀県商工観光労働部中小企業支援課）
・京都府：「商店街訪問記録（令和３年７月現在）」（京都府商工労働観光部中小企業総合支援課）
・大阪府：「府内市町村への照会結果（令和３年５月現在）」（大阪府商工労働部中小企業支援室商業・サービス産業課）
・兵庫県：「兵庫県商店街・小売市場団体名簿（平成 30 年度版）（平成 30 年７月現在）」（兵庫県産業労働部産業振興局経営商業課）
・奈良県：「県内市町村への照会結果（令和３年８月現在）」（奈良県産業振興総合センター　創業・経営支援部商業・サービス産業課）
・和歌山県：「県内市町村への聞き取り結果（令和３年７月現在）」（和歌山県商工観光労働部商工労働政策局商工振興課）
・鳥取県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（鳥取県商工労働部企業支援課）
・島根県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（島根県商工労働部中小企業課）
・岡山県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（岡山県産業労働部経営支援課）
・広島県：「令和２年度商店街実態調査（令和３年１月現在）」及び「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年 10 月現在）」（広島県商工労働局経営革新課）
・山口県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（山口県商工労働部商政課）
・徳島県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年９月現在）」（徳島県商工労働観光部企業支援課）
・香川県：「県内市町からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（香川県商工労働部経営支援課）
・愛媛県：「令和３年度愛媛県商店街実態調査（令和３年４月現在）」（愛媛県経済労働部経営支援課）
・高知県：「令和３年度地域商業実態調査（令和３年７月現在）」及び「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（高知県商工労働部経営支援課）
・福岡県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月時点）」（福岡県商工部中小企業振興課）
・佐賀県：「県内商工団体からの聞き取り結果（令和３年８月現在）」（佐賀県産業労働部産業政策課）
・長崎県：「平成 30 年商店街基礎調査（平成 30 年６月現在）」（長崎県産業労働部経営支援課）
・熊本県：「令和元年度熊本県商店街実態調査」（熊本県商工労働部商工雇用創生局商工振興金融課）
・大分県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（大分県商工観光労働部商業・サービス業振興課）
・宮崎県：「県内市町村からの聞き取り結果（令和３年７月現在）」（宮崎県商工観光労働部商工政策課）
・鹿児島県：「令和３年度鹿児島県商店街実態調査（令和３年６月３０日現在）」（鹿児島県商工労働水産部商工政策課）
・沖縄県：「令和元年度沖縄県商店街実態調査（令和２年３月現在）」（沖縄県商工労働部中小企業支援課）

３．調査項目

問１　組織形態（解散を含む）
問２　役員構成等
問３　専従事務局員数
問４　全体の店舗数・空き店舗数・チェーン店舗数、会員（組合員）数など
問５　商店街の予算規模
問６　商店街の業種別店舗数と最近３年間の店舗数の変化
問７　商業立地環境
問８　商店街のタイプ
問９　商店街の最近の景況と将来の展望
問 10　商店街の来街者層
問 11　最近３年間の来街者数の変化、来街者のニーズ調査・通行量調査
問 12　最近３年間の変化（チェーン店舗・テナント店舗・空き店舗）
問 13　大規模小売店舗の出退店とその影響
問 14　商店街の問題
問 15　空き店舗問題
問 16　商店街の組織と活動
問 17　商店街の各種事業の取組状況
問 18　キャッシュレス決済の取組状況
問 19　自治体からの支援状況・支援内容
問 20　まちづくり会社との連携・協力状況
問 21　各支援機関等の活用状況
問 22　外部人材との連携・協力状況
問 23　新型コロナウイルス感染症のまん延による影響

４．本報告書を読む際の注意事項

- 表中の比率（%）は、小数点第２位を四捨五入して算出している。したがって、率の合計値が 100%にならない場合もある。
- 複数回答については、回答者数を母数とし、比率を算出している。したがって、率の合計値が 100%にならない場合もある。
- 本文中の「ｎ」は、設問に対する有効回答件数を意味する。

５．本報告書以外に作成したデータ

- 本調査の実施にあたっては、各調査項目の集計結果をまとめた「資料編」データ、都道府県別に集計した「都道府県別」データ、商店街の実態に関する「公開用データベース[9]」を作成した。
  それぞれのデータについては、中小企業庁ホームページにおいて公表を予定している。

[9] 各商店街が自身と同程度の規模・タイプの商店街の取組状況を参考にすることを目的として、各商店街の回答データを匿名化した形でデータベース様の形式にまとめたもの。公表に同意のあった者の回答データを掲載しているが、同一都道府県内に組織形態が同一の商店街が２件以下の場合など、回答内容から個別の商店街名が特定される可能性が高い場合は、上記同意の有無にかかわらず、当該商店街の回答データは掲載していない。

第２章　調査の結果

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[10]」、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[11]」、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。

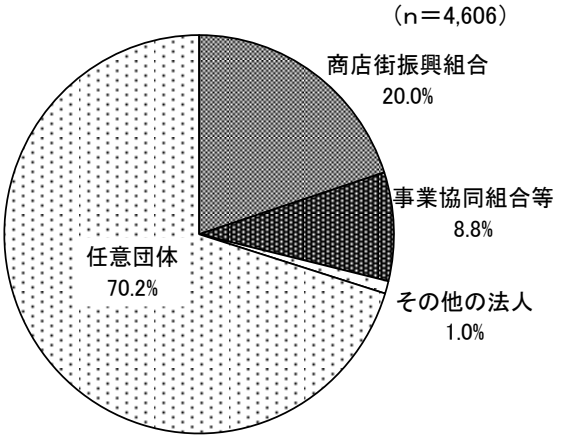
今回調査（令和３年度調査、以下同じ）におけるアンケート発送数は計 12,210 件であり、その内訳は「商店街振興組合」が 2,290 件、「事業協同組合等」が 829 件、「その他の法人」が 85 件、「任意団体」が 8,888 件となっている。

そのうち、有効回答数は計 5,105 件であり、既に解散したとの回答（499 件）を除く集計対象数は計 4,606 件となっている。その内訳は「商店街振興組合」が 920 件（構成比 20.0%）、「事業協同組合等」が 406 件（同 8.8%）、「その他の法人」が 47 件（同 1.0%）、「任意団体」が 3,233 件（同 70.2%）となっている。

図表 1　商店街の組織形態別のアンケート発送数・集計対象数[12] [13]

上段：度数 下段：構成比	商店街振興組合	事業協同組合等	その他の法人	任意団体	不明	合計
アンケート発送数	2,290	829	85	8,888	118	12,210
	(18.8%)	(6.8%)	(0.7%)	(72.8%)	(1.0%)	(100.0%)
集計対象数	920	406	47	3,233		4,606
	(20.0%)	(8.8%)	(1.0%)	(70.2%)		(100.0%)

＜集計対象数の組織形態別内訳＞



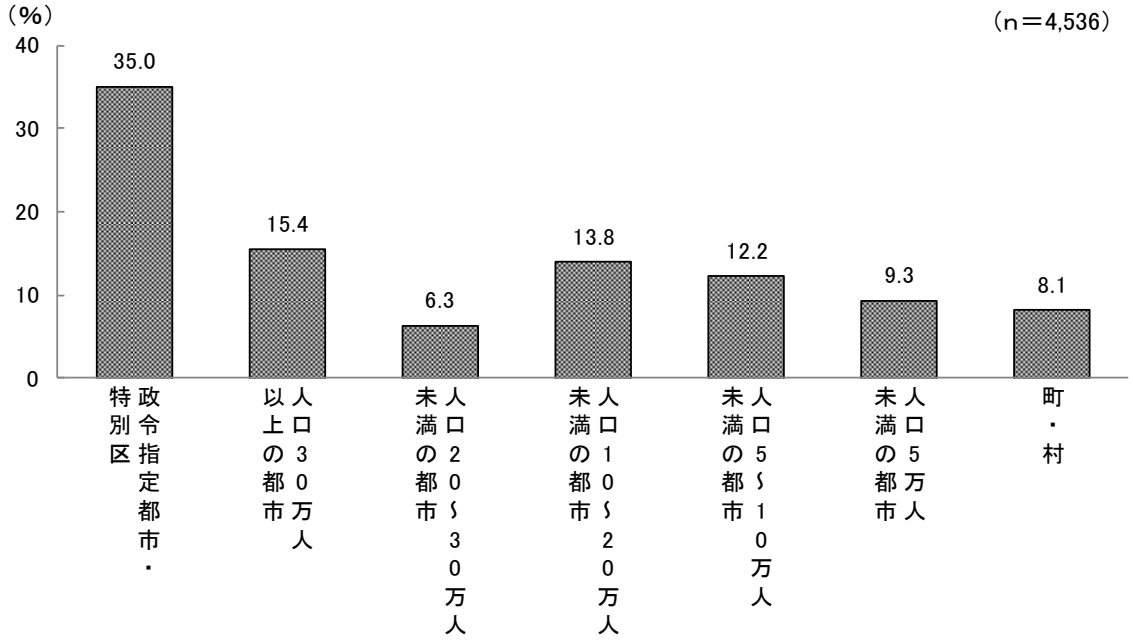
[10] 本調査では、商店街振興組合連合会も対象としており商店街振興組合の区分に含めている。
[11] 中小企業の団体の組織に関する法律（昭和 32 年法律第 185 号）第 3 条に規定する事業協同組合等の中小企業団体を指す。具体的には、協同組合、協同小組合、信用協同組合、信用組合、企業組合、協業組合、商工組合、商業組合、工業組合が該当する。
[12] 集計対象数には、連合会組織（商店街組織の連合体。商店街振興組合連合会などが該当）が 70 件（商店街振興組合 14 件、事業協同組合等 6 件、その他の法人 1 件、任意団体 49 件）含まれているが、商店街の単組ベースの実態を整理した「Ⅰ.商店街の概要について」から「Ⅴ. 商店街における組織やその活動について」における各設問においては、これらの連合会組織 70 件を除いて集計している。
[13] 都道府県及び都道府県商店街振興組合連合会が所有する商店街名簿のうち、組織形態が不明だった商店街については不明として記載した。

２．商店街の立地環境および商業環境

（１）所在地

商店街の所在地[14]は、「政令指定都市・特別区（35.0%）」、「人口 30 万人以上の都市（15.4%）」、「人口 10～20 万人未満の都市（13.8%）」の順に多くなっている。

図表 2　人口規模



[14] 所在地とは、商店街事務所または代表者の住所。

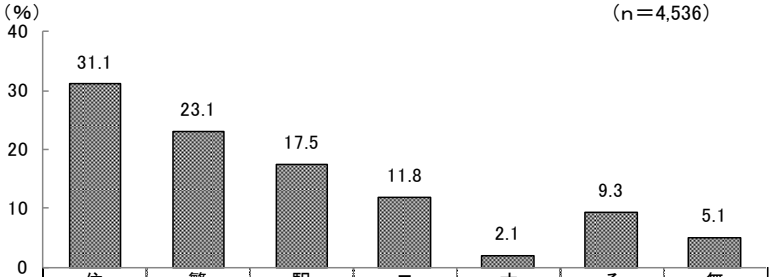
（２）立地環境（問７）

商店街の立地環境は、「住宅街（31.1%）」、「繁華街（23.1%）」、「駅前・駅ビル（17.5%）」、「ロードサイド[15]（11.8%）」、「オフィス街(2.1%)」の順に多くなっている。

人口規模別でみると、「人口 5 万人未満」では「繁華街」の割合が最も多く、それ以外の区分では「住宅街」が多くなっている。

商店街タイプ[16]別でみると、「近隣型商店街」では「住宅街」の割合が最も多く、それ以外の区分では「繁華街」が多くなっている。

図表 3　立地環境



上段:実数 下段:割合		n %	住宅街	繁華街	駅前・駅ビル	ロードサイド	オフィス街	その他	無回答
全 体		4,536	1411	1047	793	536	96	420	233
		100.0	31.1	23.1	17.5	11.8	2.1	9.3	5.1
人口規模	政令指定都市・特別区	1586	564	354	292	156	51	95	74
		100.0	35.6	22.3	18.4	9.8	3.2	6.0	4.7
	人口30万人以上の都市	698	228	187	125	50	13	61	34
		100.0	32.7	26.8	17.9	7.2	1.9	8.7	4.9
	人口20～30万人未満の都市	284	86	58	54	34	11	27	14
		100.0	30.3	20.4	19.0	12.0	3.9	9.5	4.9
	人口10～20万人未満の都市	628	189	131	132	83	6	53	34
		100.0	30.1	20.9	21.0	13.2	1.0	8.4	5.4
	人口5 ～10万人未満の都市	552	161	117	84	80	6	72	32
		100.0	29.2	21.2	15.2	14.5	1.1	13.0	5.8
	人口5 万人未満の都市	420	85	125	57	74	6	55	18
		100.0	20.2	29.8	13.6	17.6	1.4	13.1	4.3
	町・村	368	98	75	49	59	3	57	27
		100.0	26.6	20.4	13.3	16.0	0.8	15.5	7.3
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	1015	464	436	248	35	228	39
		100.0	41.2	18.8	17.7	10.1	1.4	9.2	1.6
	地域型商店街	1,490	342	405	278	249	47	142	27
		100.0	23.0	27.2	18.7	16.7	3.2	9.5	1.8
	広域型商店街	226	23	102	54	25	5	13	4
		100.0	10.2	45.1	23.9	11.1	2.2	5.8	1.8
	超広域型商店街	80	2	52	6	4	4	11	1
		100.0	2.5	65.0	7.5	5.0	5.0	13.8	1.3
	無回答	275	29	24	19	10	5	26	162
		100.0	10.5	8.7	6.9	3.6	1.8	9.5	58.9

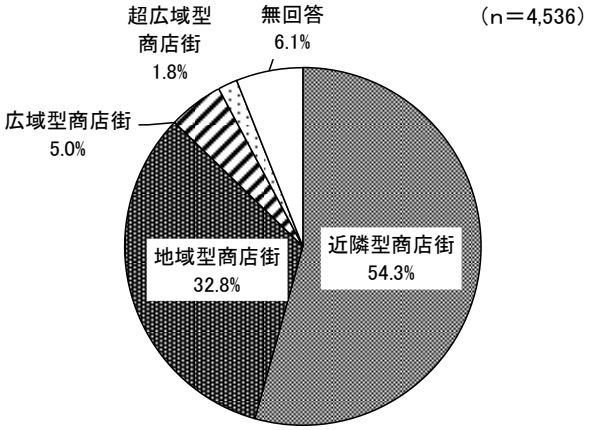
[15] ロードサイドとは交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指す。
[16] 商店街タイプについては、次頁を参照。

３．商店街タイプ（問８）

商店街タイプ[17]は、「近隣型商店街（54.3%）」、「地域型商店街（32.8%）」、「広域型商店街（5.0%）」、「超広域型商店街（1.8%）」の順に多くなっている。

人口規模別でみると、「近隣型商店街」が全ての区分で最も多くなっており、「政令指定都市・特別区」では 58.4%となっている。

図表 4　商店街タイプ



図表 5　商店街タイプ（人口規模）

上段:実数 下段:割合		n %	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
全 体		4,536	2465	1490	226	80	275
		100.0	54.3	32.8	5.0	1.8	6.1
人口規模	政令指定都市・特別区	1586	927	420	86	62	91
		100.0	58.4	26.5	5.4	3.9	5.7
	人口30万人以上の都市	698	357	228	67	8	38
		100.0	51.1	32.7	9.6	1.1	5.4
	人口20～30万人未満の都市	284	144	102	14	4	20
		100.0	50.7	35.9	4.9	1.4	7.0
	人口10～20万人未満の都市	628	341	220	28	2	37
		100.0	54.3	35.0	4.5	0.3	5.9
	人口5 ～10万人未満の都市	552	296	208	13	1	34
		100.0	53.6	37.7	2.4	0.2	6.2
	人口5 万人未満の都市	420	207	172	8	1	32
		100.0	49.3	41.0	1.9	0.2	7.6
	町・村	368	193	140	10	2	23
		100.0	52.4	38.0	2.7	0.5	6.3

[17] 商店街タイプについて

①近隣型商店街	最寄品※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
②地域型商店街	最寄品及び買回り品※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
④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

※　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、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べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

４．役員構成等（問２（１）、問２（２））

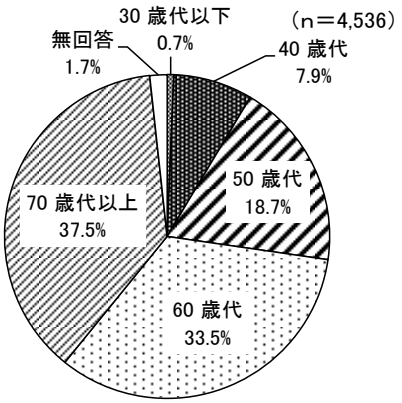
理事長･会長の年齢についてみると､｢70 歳代以上(37.5%)｣､｢60 歳代(33.5%)｣､｢50 歳代(18.7%)｣の順に多くなっている。40 歳代以下は 8.6%となっている。

理事長・会長の在職年数についてみると、「10 年以上」が 35.6%と最も多くなっている。

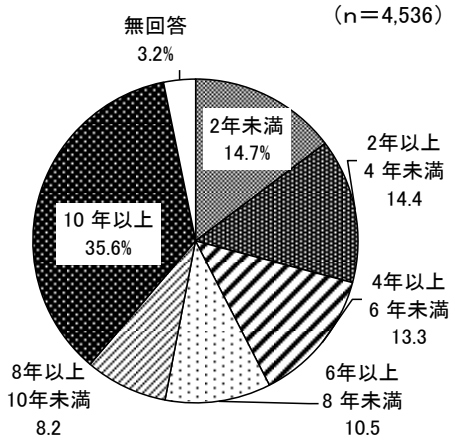
商店街の組合員の年齢構成については、「60～70 代」が 52.6%と最も多くなっている。

図表 6　理事長・会長の年齢と在職年数

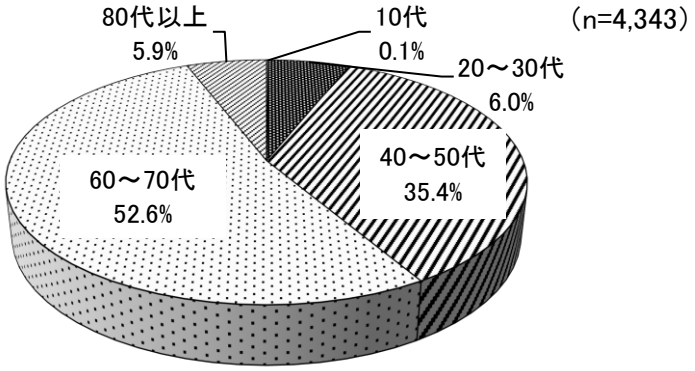
<理事長・会長の年齢>



<理事長・会長の在職年数>



図表 7　商店街の組合員の年齢構成

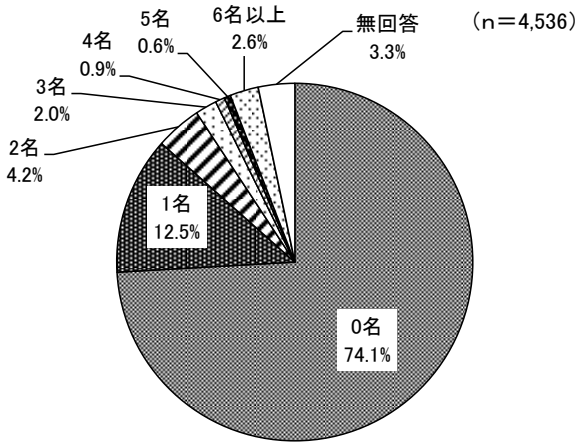


５．専従事務局員数（問３）

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 74.1%と多くを占めており、次いで「１名」が 12.5%、「２名」が 4.2%などとなっている。

１名以上の専従事務局員がいる商店街を、組織形態別でみると、「商店街振興組合」は 51.1%、「事業協同組合等」は 46.8%、「その他の法人」は 47.8%、「任意団体」は 11.1%となっている。

図表 8　専従事務局員数



図表 9　専従事務局員数（組織形態）

上段:実数 下段:割合		n %	0名	1名以上	1名	2名	3名	4名	5名	6名以上	無回答	平均（人）
全 体		4,536	3361	1025	565	189	89	39	26	117	150	1.42
		100.0	74.1	22.6	12.5	4.2	2.0	0.9	0.6	2.6	3.3	－
組織形態	商店街振興組合	906	424	463	271	107	49	12	6	18	19	1.53
		100.0	46.8	51.1	29.9	11.8	5.4	1.3	0.7	2.0	2.1	－
	事業協同組合等	400	208	187	107	38	17	5	7	13	5	1.13
		100.0	52.0	46.8	26.8	9.5	4.3	1.3	1.8	3.3	1.3	－
	その他の法人	46	20	22	6	3	2	3	2	6	4	3.02
		100.0	43.5	47.8	13.0	6.5	4.3	6.5	4.3	13.0	8.7	
	任意団体	3,184	2709	353	181	41	21	19	11	80	122	1.40
		100.0	85.1	11.1	5.7	1.3	0.7	0.6	0.3	2.5	3.8	－

６．商店街の店舗数と会員数

（１）店舗（問４（１））

①全店舗数

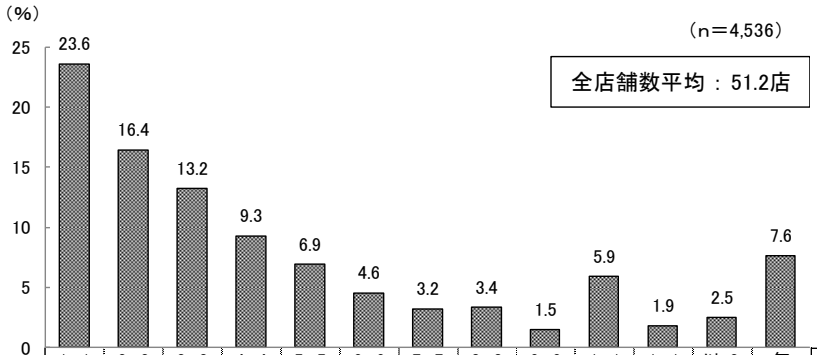
商店街を構成する全店舗数（空き店舗を含む）[18]は、「1～19 店（23.6%）」、「20～29 店（16.4%）」、「30～39 店（13.2%）」、の順に多くなっている。

今回調査の全店舗数平均は 51.2 店で前回調査（平成 30 年度調査、以下同じ）の全店舗数平均（50.7 店）と比べると 0.5 店増加している。

全店舗数平均を、組織形態別でみると、「商店街振興組合」は 80.2 店、「事業協同組合等」は 52.2 店、「その他の法人」は 64.9 店、「任意団体」は 42.5 店となっている。

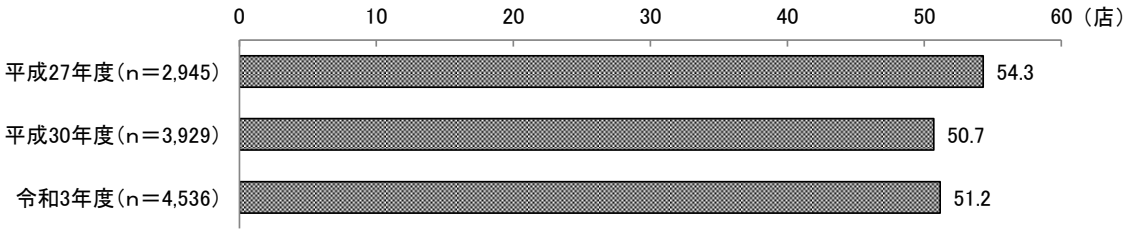
商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街（144.7 店）」、「広域型商店街（87.8 店）」、「地域型商店街（57.0 店）」、「近隣型商店街（41.3 店）」の順に多くなっている。

図表 10　全店舗数



上段:実数 下段:割合		n %	1～19店	20～29店	30～39店	40～49店	50～59店	60～69店	70～79店	80～89店	90～99店	100～149店	150～199店	200以上店	無回答	平均	実数合計
全 体		4,536	1069	745	600	421	314	207	146	152	68	269	84	114	347	51.2	214,325
		100.0	23.6	16.4	13.2	9.3	6.9	4.6	3.2	3.4	1.5	5.9	1.9	2.5	7.6	－	100.0
組織形態	商店街振興組合	906	45	96	105	104	98	67	44	55	24	111	46	48	63	80.2	67,646
		100.0	5.0	10.6	11.6	11.5	10.8	7.4	4.9	6.1	2.6	12.3	5.1	5.3	7.0	－	31.6
	事業協同組合等	400	71	60	57	50	27	18	12	16	7	29	5	12	36	52.2	19,000
		100.0	17.8	15.0	14.3	12.5	6.8	4.5	3.0	4.0	1.8	7.3	1.3	3.0	9.0	－	8.9
	その他の団体	46	10	5	3	1	5	3	0	2	4	4	2	2	5	64.9	2,661
		100.0	21.7	10.9	6.5	2.2	10.9	6.5	0.0	4.3	8.7	8.7	4.3	4.3	10.9	－	1.2
	任意団体	3,184	943	584	435	266	184	119	90	79	33	125	31	52	243	42.5	125,018
		100.0	29.6	18.3	13.7	8.4	5.8	3.7	2.8	2.5	1.0	3.9	1.0	1.6	7.6	－	58.3
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	683	462	333	225	170	100	73	71	32	116	30	30	140	41.3	96,089
		100.0	27.7	18.7	13.5	9.1	6.9	4.1	3.0	2.9	1.3	4.7	1.2	1.2	5.7	－	44.8
	地域型商店街	1,490	296	224	215	152	107	79	62	62	25	111	33	45	79	57.0	80,435
		100.0	19.9	15.0	14.4	10.2	7.2	5.3	4.2	4.2	1.7	7.4	2.2	3.0	5.3	－	37.5
	広域型商店街	226	25	27	23	18	27	18	9	10	5	25	11	17	11	87.8	18,878
		100.0	11.1	11.9	10.2	8.0	11.9	8.0	4.0	4.4	2.2	11.1	4.9	7.5	4.9	－	8.8
	超広域型商店街	80	12	8	4	8	5	2	1	4	5	2	7	12	10	144.7	10,130
		100.0	15.0	10.0	5.0	10.0	6.3	2.5	1.3	5.0	6.3	2.5	8.8	15.0	12.5	－	4.7
	無回答	275	53	24	25	18	5	8	1	5	1	15	3	10	107	52.3	8,793
		100.0	19.3	8.7	9.1	6.5	1.8	2.9	0.4	1.8	0.4	5.5	1.1	3.6	38.9	－	4.1

図表 11　全店舗数平均（経年変化）



[18] 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た。

②空き店舗数

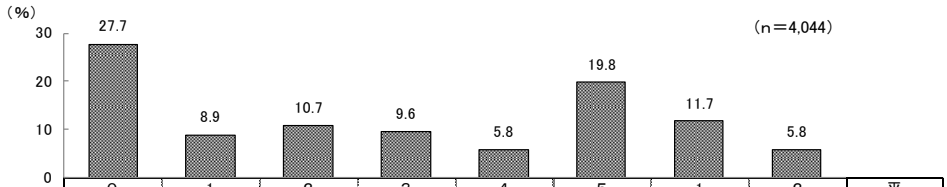
商店街における空き店舗[19]数は、平均で 5.49 店となっており前回調査（5.33 店）と比較して 0.16 店増加している。

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)」が最も多く、前回調査の 24.5%から今回調査では 27.7%に 3.2 ポイント増加し、次いで割合の多い「(空き店舗が）５～９店」は同 20.0%から同 19.8%に 0.2 ポイント減少した。一方、「(空き店舗が）２０店以上」は、同 5.1%から同 5.8%に 0.7 ポイント増加した。

図表 12　空き店舗数別の商店街数の分布（経年変化）

	件数	０店	１店	２店	３店	４店	５～９店	１０～１９店	２０店以上	平均
平成27年度	2,685	604	262	302	287	194	566	323	147	5.35
	100.0	22.5	9.8	11.2	10.7	7.2	21.1	12.0	5.5	－
平成30年度	3,481	852	342	394	337	220	697	460	179	5.33
	100.0	24.5	9.8	11.3	9.7	6.3	20.0	13.2	5.1	－
令和3年度	4,044	1122	358	434	389	233	802	472	234	5.49
	100.0	27.7	8.9	10.7	9.6	5.8	19.8	11.7	5.8	－

図表 13　空き店舗数



上段：実数 下段：割合		n %	０店	１店	２店	３店	４店	５～９店	１０～１９店	２０店以上	平均
全 体		4,044	1122	358	434	389	233	802	472	234	5.49
		100.0	27.7	8.9	10.7	9.6	5.8	19.8	11.7	5.8	－
商店街タイプ	近隣型商店街	2,247	659	219	235	225	120	434	247	108	4.90
		100.0	29.3	9.7	10.5	10.0	5.3	19.3	11.0	4.8	－
	地域型商店街	1,366	351	101	152	123	85	292	176	86	5.85
		100.0	25.7	7.4	11.1	9.0	6.2	21.4	12.9	6.3	－
	広域型商店街	207	45	19	24	18	17	43	27	14	6.37
		100.0	21.7	9.2	11.6	8.7	8.2	20.8	13.0	6.8	－
	超広域型商店街	68	22	7	6	5	5	7	6	10	12.35
		100.0	32.4	10.3	8.8	7.4	7.4	10.3	8.8	14.7	－
	無回答	156	45	12	17	18	6	26	16	16	6.72
		100.0	28.8	7.7	10.9	11.5	3.8	16.7	10.3	10.3	－
立地環境	繁華街	971	191	78	110	99	51	231	133	78	7.17
		100.0	19.7	8.0	11.3	10.2	5.3	23.8	13.7	8.0	－
	住宅街	1,278	430	117	137	120	71	210	139	54	4.36
		100.0	33.6	9.2	10.7	9.4	5.6	16.4	10.9	4.2	－
	駅前・駅ビル	744	181	74	75	76	42	161	91	44	5.74
		100.0	24.3	9.9	10.1	10.2	5.6	21.6	12.2	5.9	－
	ロードサイド	474	142	43	61	35	34	89	46	24	4.86
		100.0	30.0	9.1	12.9	7.4	7.2	18.8	9.7	5.1	－
	オフィス街	85	22	8	16	7	5	14	12	1	4.27
		100.0	25.9	9.4	18.8	8.2	5.9	16.5	14.1	1.2	－
	その他	361	115	24	22	39	25	84	34	18	5.07
		100.0	31.9	6.6	6.1	10.8	6.9	23.3	9.4	5.0	－
	無回答	131	41	14	13	13	5	13	17	15	6.78
		100.0	31.3	10.7	9.9	9.9	3.8	9.9	13.0	11.5	－

[19] 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た。

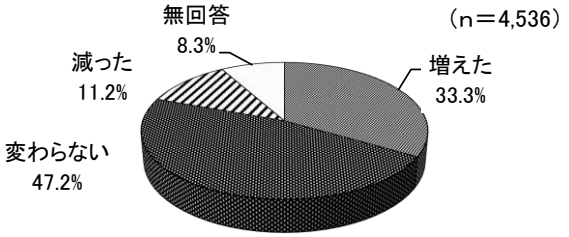
＜最近３年間の空き店舗数の変化＞（問 12Ｃ）

最近３年間の空き店舗数の変化をみると、「増えた（33.3%）」が「減った（11.2%）」を 22.1 ポイント上回り、「変わらない」は 47.2%であった。

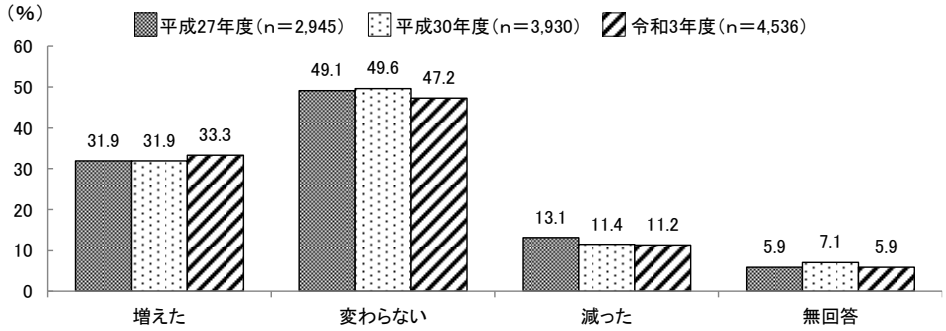
前回調査と比較すると、「増えた（前回調査 31.9%→今回調査 33.3%）」は 1.4 ポイント増加、「減った（同 11.4%→同 11.2%）」は 0.2 ポイント減少した。一方、「変わらない（同 49.6%→同 47.2%）」は 2.4 ポイント減少した。

空き店舗数が「増えた」という回答が最も多かったのは、商店街タイプ別でみると「広域型商店街（46.5%）」、立地環境別でみると「繁華街（39.3%）」となっている。

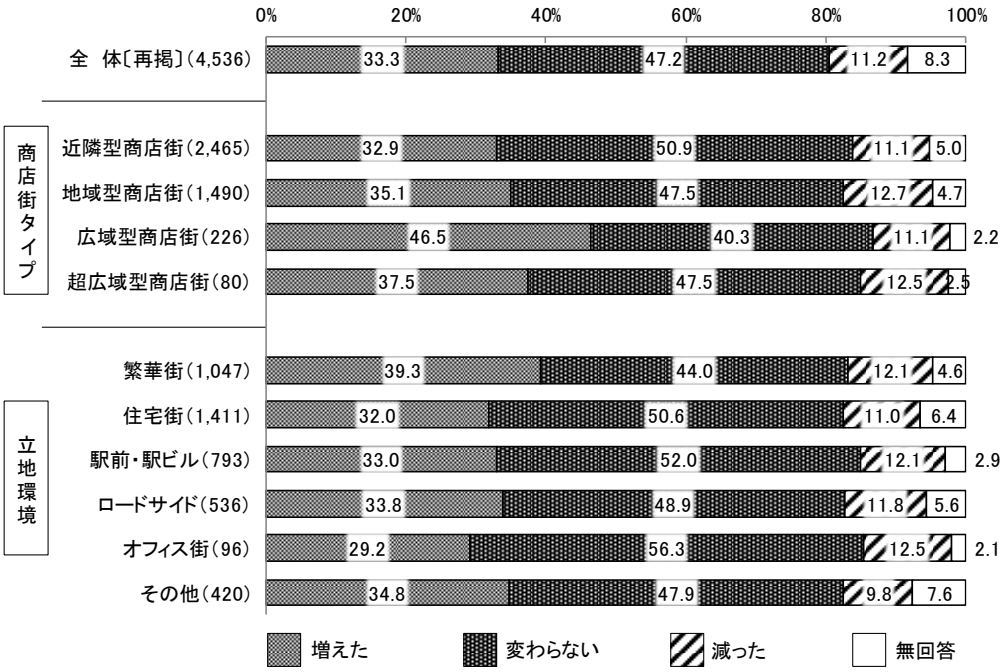
図表 14　最近３年間の空き店舗数の変化



図表 15　最近３年間の空き店舗数の変化（経年変化）



図表 16　最近３年間の空き店舗数の変化（商店街タイプ・立地環境）

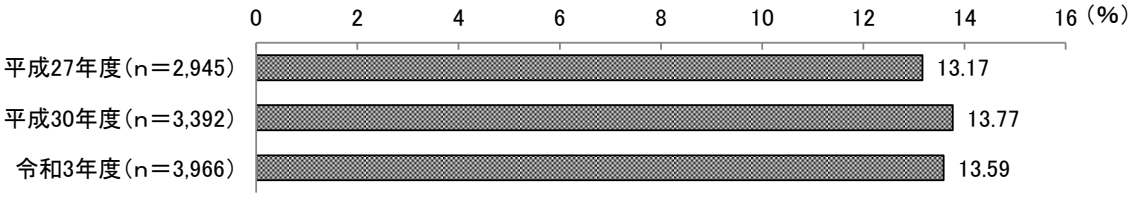


＜空き店舗率＞

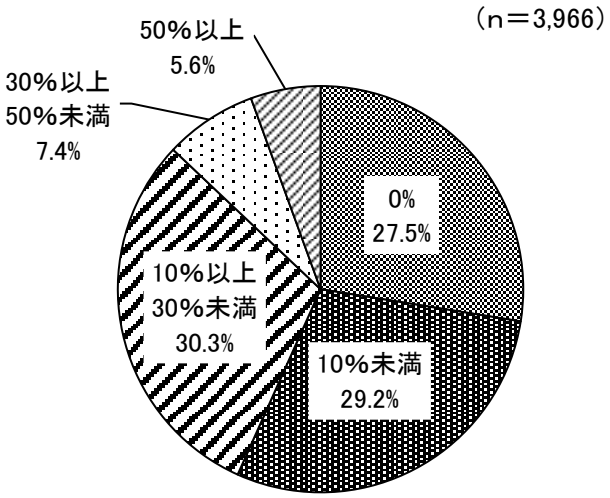
平均空き店舗率[20]を過年度調査と比較すると、前々回調査（13.17%）から前回調査（13.77%）は 0.60 ポイント増加していたが、前回調査（13.77%）から今回調査（13.59%）は 0.18 ポイント減少となっている。

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（30.3%）」、「10%未満（29.2%）」、「0%（27.5%）」の順に多くなっている。また、空き店舗率が 10%以上の商店街は全体の 43.3%となり、前回調査（41.3%）より 2.0 ポイント増加している。

図表 17　空き店舗率（経年変化）



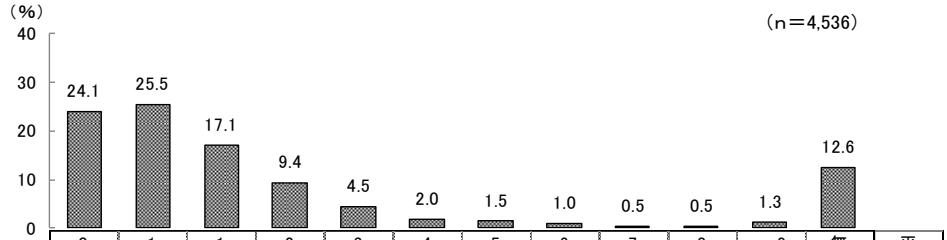
図表 18　空き店舗率ごとの商店街数の分布



[20] 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。ここで無回答とは商店街の全店舗数もしくは空き店舗数のいずれか（もしくは両方）が無回答だった商店街を示す。また、他の設問との整合がとれないもの、及び、空き店舗数が全店舗数より多い（空き店舗率が 100%超となる）ものは無効とした。

空き店舗率の分布について、商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」を除くすべての区分で「1～10%」が最も多くなっている。立地環境別でみると、「繁華街」、「駅前・駅ビル」、「オフィス街」の区分では「1～10%」が最も多くなっており、「住宅街」、「ロードサイド」の区分では「0%」が最も多くなっている。

図表 19　空き店舗率（商店街タイプ・立地環境）



上段：実数 下段：割合		n %	0% (24.1)	1～10% (25.5)	11～20% (17.1)	21～30% (9.4)	31～40% (4.5)	41～50% (2.0)	51～60% (1.5)	61～70% (1.0)	71～80% (0.5)	81～90% (0.5)	91～100% (1.3)	無回答 (12.6)	平均
合　計		4,536	1092	1157	775	428	203	90	70	47	22	23	59	570	13.59
		100.0	24.1	25.5	17.1	9.4	4.5	2.0	1.5	1.0	0.5	0.5	1.3	12.6	－
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	641	596	400	245	122	54	48	30	13	12	39	265	14.25
		100.0	26.0	24.2	16.2	9.9	4.9	2.2	1.9	1.2	0.5	0.5	1.6	10.8	－
	地域型商店街	1,490	344	404	289	155	60	33	19	15	8	7	14	142	13.16
		100.0	23.1	27.1	19.4	10.4	4.0	2.2	1.3	1.0	0.5	0.5	0.9	9.5	－
	広域型商店街	226	45	90	48	11	10	0	1	0	0	0	1	20	9.06
		100.0	19.9	39.8	21.2	4.9	4.4	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0	0.4	8.8	－
	超広域型商店街	80	18	26	13	4	1	0	0	0	0	0	1	17	8.47
		100.0	22.5	32.5	16.3	5.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	21.3	－
	無回答	275	44	41	25	13	10	3	2	2	1	4	4	126	16.06
		100.0	16.0	14.9	9.1	4.7	3.6	1.1	0.7	0.7	0.4	1.5	1.5	45.8	－
立地環境	繁華街	1,047	185	319	202	131	53	17	10	17	5	5	10	93	14.12
		100.0	17.7	30.5	19.3	12.5	5.1	1.6	1.0	1.6	0.5	0.5	1.0	8.9	－
	住宅街	1,411	418	294	229	141	66	25	26	17	9	9	19	158	13.75
		100.0	29.6	20.8	16.2	10.0	4.7	1.8	1.8	1.2	0.6	0.6	1.3	11.2	－
	駅前・駅ビル	793	178	278	159	44	25	12	11	3	4	2	14	63	11.87
		100.0	22.4	35.1	20.1	5.5	3.2	1.5	1.4	0.4	0.5	0.3	1.8	7.9	－
	ロードサイド	536	140	133	85	56	21	8	7	7	1	3	4	71	12.39
		100.0	26.1	24.8	15.9	10.4	3.9	1.5	1.3	1.3	0.2	0.6	0.7	13.2	－
	オフィス街	96	22	28	18	7	4	2	3	0	0	0	0	12	11.02
		100.0	22.9	29.2	18.8	7.3	4.2	2.1	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	－
	その他	420	111	68	59	42	29	21	10	1	2	3	9	65	16.96
		100.0	26.4	16.2	14.0	10.0	6.9	5.0	2.4	0.2	0.5	0.7	2.1	15.5	－
	無回答	233	38	37	23	7	5	5	3	2	1	1	3	108	14.45
		100.0	16.3	15.9	9.9	3.0	2.1	2.1	1.3	0.9	0.4	0.4	1.3	46.4	－

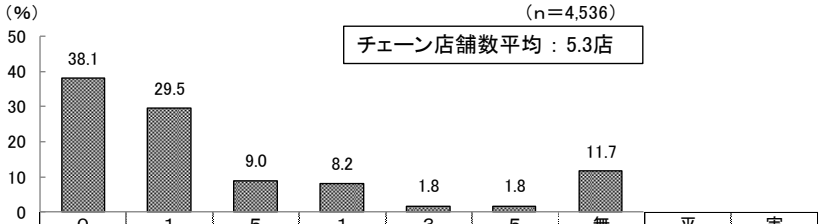
③チェーン店舗数（問４（１））

商店街におけるチェーン店舗[21]数は、「0 店（38.1%）」、「1～4 店（29.5%）」、「5～9 店（9.0%）」、「10～29 店（8.2%）」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 5.3 店となっている。

全店舗数に占めるチェーン店舗数の割合（チェーン店舗率[22]）は 10.6%となっており、前回調査（10.1%）と比べると 0.5 ポイント増加した。チェーン店舗率が最も高いのは、組織形態別でみると「その他の法人（17.2%）」、商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街（26.9%）」となっている。

図表 20　チェーン店舗数



上段:実数 下段:割合		n %	0店	1～4店	5～9店	10～29店	30～49店	50店以上	無回答	平均	実数合計
全体		4,536	1,728	1,337	407	373	81	81	529	5.3	21,236
		100.0	38.1	29.5	9.0	8.2	1.8	1.8	11.7	－	100.0
組織形態	商店街振興組合	906	254	267	102	133	27	37	86	10.0	8,234
		100.0	28.0	29.5	11.3	14.7	3.0	4.1	9.5	－	38.8
	事業協同組合等	400	160	109	44	36	8	5	38	4.7	1,706
		100.0	40.0	27.3	11.0	9.0	2.0	1.3	9.5	－	8.0
	その他の法人	46	18	9	2	4	2	3	8	13.2	502
		100.0	39.1	19.6	4.3	8.7	4.3	6.5	17.4	－	2.4
	任意団体	3,184	1,296	952	259	200	44	36	397	3.9	10,794
		100.0	40.7	29.9	8.1	6.3	1.4	1.1	12.5	－	50.8
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	1,028	775	223	159	25	21	234	3.6	7,922
		100.0	41.7	31.4	9.0	6.5	1.0	0.9	9.5	－	37.3
	地域型商店街	1,490	566	444	130	135	40	31	144	5.7	7,635
		100.0	38.0	29.8	8.7	9.1	2.7	2.1	9.7	－	36.0
	広域型商店街	226	42	61	33	50	7	14	19	12.3	2,549
		100.0	18.6	27.0	14.6	22.1	3.1	6.2	8.4	－	12.0
	超広域型商店街	80	21	14	9	10	3	9	14	31.9	2,105
		100.0	26.3	17.5	11.3	12.5	3.8	11.3	17.5	－	9.9
	無回答	275	71	43	12	19	6	6	118	6.5	1,025
		100.0	25.8	15.6	4.4	6.9	2.2	2.2	42.9	－	4.8

図表 21　チェーン店舗率[23]

（単位:店）

（n=3,373）		全店舗数	チェーン店舗	
			チェーン店舗数	チェーン店舗率
		（A）	（B）	（B／A）
合計		172,296	18,236	10.6%
組織形態	商店街振興組合	56,387	7,586	13.5%
	事業協同組合等	15,998	1,462	9.1%
	その他の法人	2,004	345	17.2%
	任意団体	97,907	8,843	9.0%
商店街タイプ	近隣型商店街	80,272	6,787	8.5%
	地域型商店街	64,809	6,984	10.8%
	広域型商店街	13,606	1,921	14.1%
	超広域型商店街	7,009	1,884	26.9%
	無回答	6,600	660	10.0%
【参考】平成30年度調査		148,536	15,014	10.1%

21 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。

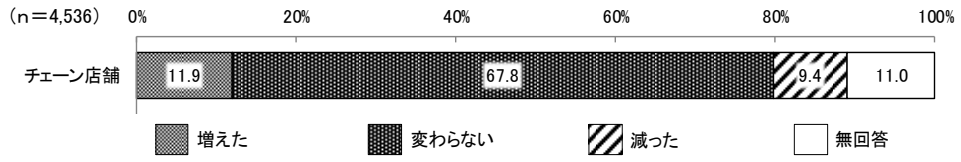
22 チェーン店舗率＝チェーン店舗数（合計）／全店舗数（合計）

23 全店舗数とチェーン店舗数、チェーン店舗の会員（組合員）数の設問全てを回答し、その中で、チェーン店舗数が全店舗数より多い（チェーン店舗率が 100%を超える）ものを除いた 3,373 商店街を集計対象とした。

＜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、「増えた（11.9%）」が「減った（9.4%）」を 2.5 ポイント上回った。「変わらない」は、67.8%となっている。

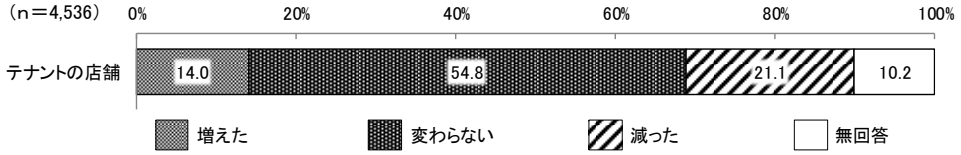
図表 22　最近３年間のチェーン店舗数の変化



＜テナント店舗数の変化＞（問 12Ｂ）

最近３年間のテナント店舗[24]数の変化は、「減った（21.1%）」が「増えた（14.0%）」を 7.1 ポイント上回った。「変わらない」は、54.8%となっている。

図表 23　最近３年間のテナント店舗数の変化



[24] 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））

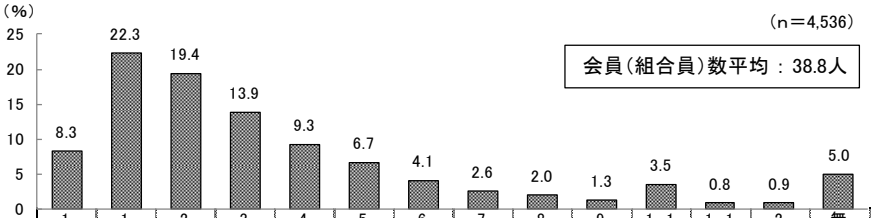
①商店街組織の会員（組合員）数

商店街を構成する会員（組合員）数は、「10～19 人（22.3%）」、「20～29 人（19.4%）」、「30～39 人（13.9%）」の順に多くなっている。

今回調査の会員（組合員）数平均は 38.8 人で前回調査の会員（組合員）数平均(40.6 人)と比べると、1.8 人減少している。会員（組合員）数平均を商店街の組織形態別でみると、「商店街振興組合」は 57.7 人、「事業協同組合等」は 36.9 人、「その他の法人」は 116.5 人、「任意団体」は 32.5 人となっている。

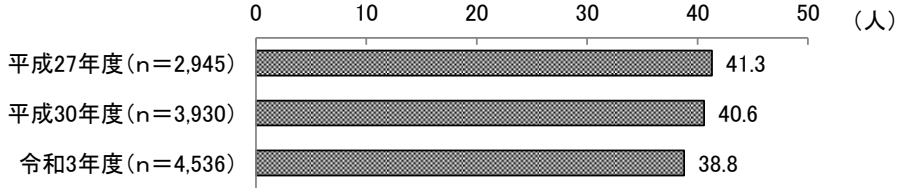
商店街タイプ別でみると、「広域型商店街（72.8 人）」、「超広域型商店街（69.0 人）」、「地域型商店街(42.1 人)」、「近隣型商店街(32.7 人)」の順に多くなっている。

図表 24　会員（組合員）数



上段：実数 下段：割合		n %	1～9人	10～19人	20～29人	30～39人	40～49人	50～59人	60～69人	70～79人	80～89人	90～99人	100～149人	150～199人	200人以上	無回答	平均
全 体		4,536	377	1011	879	629	422	303	186	117	90	57	160	38	40	227	38.8
		100.0	8.3	22.3	19.4	13.9	9.3	6.7	4.1	2.6	2.0	1.3	3.5	0.8	0.9	5.0	－
組織形態	商店街振興組合	906	11	76	150	133	119	98	70	40	39	20	73	20	18	39	57.7
		100.0	1.2	8.4	16.6	14.7	13.1	10.8	7.7	4.4	4.3	2.2	8.1	2.2	2.0	4.3	－
	事業協同組合等	400	40	76	89	52	44	26	16	7	13	4	17	2	2	12	36.9
		100.0	10.0	19.0	22.3	13.0	11.0	6.5	4.0	1.8	3.3	1.0	4.3	0.5	0.5	3.0	－
	その他の法人	46	6	8	2	5	2	1	1	1	0	2	5	1	5	7	116.5
		100.0	13.0	17.4	4.3	10.9	4.3	2.2	2.2	2.2	0.0	4.3	10.9	2.2	10.9	15.2	－
	任意団体	3,184	320	851	638	439	257	178	99	69	38	31	65	15	15	169	32.5
		100.0	10.1	26.7	20.0	13.8	8.1	5.6	3.1	2.2	1.2	1.0	2.0	0.5	0.5	5.3	－
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	228	645	522	347	217	143	84	60	41	25	53	11	11	78	32.7
		100.0	9.2	26.2	21.2	14.1	8.8	5.8	3.4	2.4	1.7	1.0	2.2	0.4	0.4	3.2	－
	地域型商店街	1,490	117	288	276	220	157	113	75	43	34	27	68	17	14	41	42.1
		100.0	7.9	19.3	18.5	14.8	10.5	7.6	5.0	2.9	2.3	1.8	4.6	1.1	0.9	2.8	－
	広域型商店街	226	8	31	31	29	25	27	16	6	8	1	20	5	9	10	72.8
		100.0	3.5	13.7	13.7	12.8	11.1	11.9	7.1	2.7	3.5	0.4	8.8	2.2	4.0	4.4	－
	超広域型商店街	80	2	15	8	7	7	9	3	3	3	3	7	3	5	5	69.0
		100.0	2.5	18.8	10.0	8.8	8.8	11.3	3.8	3.8	3.8	3.8	8.8	3.8	6.3	6.3	－
	無回答	275	22	32	42	26	16	11	8	5	4	1	12	2	1	93	38.4
		100.0	8.0	11.6	15.3	9.5	5.8	4.0	2.9	1.8	1.5	0.4	4.4	0.7	0.4	33.8	－
立地環境	繁華街	1047	60	192	213	156	106	84	56	26	22	23	47	17	14	31	43.3
		100.0	5.7	18.3	20.3	14.9	10.1	8.0	5.3	2.5	2.1	2.2	4.5	1.6	1.3	3.0	－
	住宅街	1411	160	393	305	185	113	77	50	30	14	11	21	5	8	39	31.9
		100.0	11.3	27.9	21.6	13.1	8.0	5.5	3.5	2.1	1.0	0.8	1.5	0.4	0.6	2.8	－
	駅前・駅ビル	793	36	123	139	122	87	74	44	32	28	13	44	12	12	27	49.1
		100.0	4.5	15.5	17.5	15.4	11.0	9.3	5.5	4.0	3.5	1.6	5.5	1.5	1.5	3.4	－
	ロードサイド	536	50	130	104	77	54	31	18	14	12	3	16	2	3	22	36.7
		100.0	9.3	24.3	19.4	14.4	10.1	5.8	3.4	2.6	2.2	0.6	3.0	0.4	0.6	4.1	－
	オフィス街	96	4	27	13	16	11	8	2	4	2	0	4	0	2	3	40.1
		100.0	4.2	28.1	13.5	16.7	11.5	8.3	2.1	4.2	2.1	0.0	4.2	0.0	2.1	3.1	－
	その他	420	55	113	77	57	38	17	12	5	7	4	17	0	1	17	32.7
		100.0	13.1	26.9	18.3	13.6	9.0	4.0	2.9	1.2	1.7	1.0	4.0	0.0	0.2	4.0	－
	無回答	233	12	33	28	16	13	12	4	6	5	3	11	2	0	88	40.5
		100.0	5.2	14.2	12.0	6.9	5.6	5.2	1.7	2.6	2.1	1.3	4.7	0.9	0.0	37.8	－

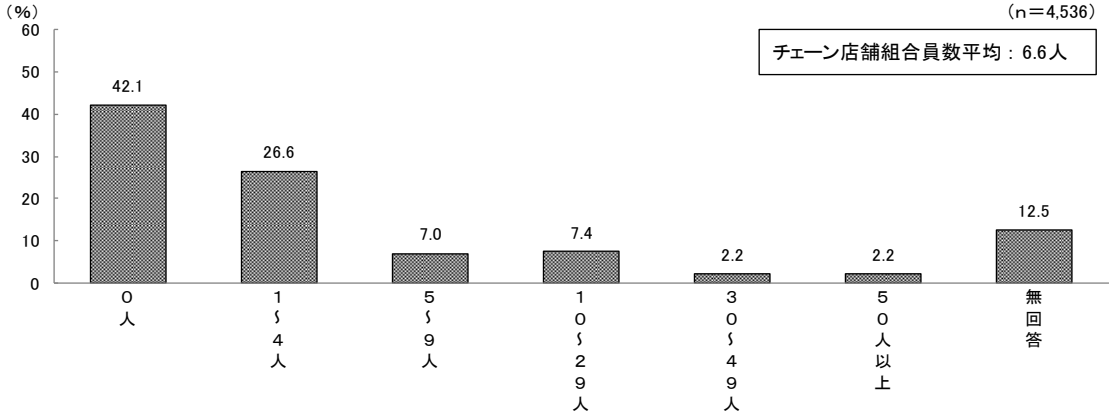
図表 25　会員（組合員）数（経年変化）



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（42.1%）」、「１～４人（26.6%）」、「10～29 人（7.4%）」の順に多くなっている。

図表 26　チェーン店舗会員（組合員）数



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）は 58.7%となっており、前回調査（63.9%）よりも 5.2 ポイント減少している。組合等加入率は、組織形態別でみると「その他の法人（81.4%）」、「商店街振興組合（57.4%）」、「任意団体（60.7%）」の順に多くなっている。

商店街タイプでみると、「広域型商店街（64.5%）」、「地域型商店街（62.0%）」、「近隣型商店街（59.3%）」の順に多くなっている。

図表 27　チェーン店舗における組合等加入率[25]

（単位：店）

（n=3,373）		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
		（B）	（C）	（C／B）
合計		18,236	10,705	58.7%
組織形態	商店街振興組合	7,586	4,357	57.4%
	事業協同組合等	1,462	697	47.7%
	その他の法人	345	281	81.4%
	任意団体	8,843	5,370	60.7%
商店街タイプ	近隣型商店街	6,787	4,025	59.3%
	地域型商店街	6,984	4,330	62.0%
	広域型商店街	1,921	1,239	64.5%
	超広域型商店街	1,884	749	39.8%
	無回答	660	362	54.8%
【参考】平成30年度調査		15,014	9,600	63.9%

[25] .全店舗数とチェーン店舗数、チェーン店舗の会員（組合員）数の設問全てを回答し、その中で、チェーン店舗数が全店舗数より多い（チェーン店舗率が 100%を超える）ものを除いた 3,373 商店街を集計対象とした。
チェーン店舗率＝チェーン店舗数（合計）／全店舗数（合計）
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）

③商店街組織への会費の未納入状況

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 2.5%となっている。組織形態別でみると「商店街振興組合（3.0%）」の割合が最も多く、次いで、「任意団体（2.4%）」、「事業協同組合等（1.8%）」、「その他の法人（0.9%）」の順に多くなっており、商店街タイプ別でみると「超広域型商店街(4.6%)」の割合が最も多く、次いで「広域型商店街（2.8%）」、「地域型商店街（2.4%）」「近隣型商店街（2.3%）」、の順に多くなっている。

図表 28　商店街組織への会費の未納入状況[26]

（単位：店）

（n=4,025）		会員（組合員）数（A）	会費未納入先数（B）	会費未納入率（B／A）
合計		156,528	3,838	2.5%
組織形態	商店街振興組合	46,785	1,400	3.0%
	事業協同組合等	13,664	245	1.8%
	その他の法人	4,535	41	0.9%
	任意団体	91,544	2,152	2.4%
商店街タイプ	近隣型商店街	72,783	1,655	2.3%
	地域型商店街	57,386	1,399	2.4%
	広域型商店街	15,223	420	2.8%
	超広域型商店街	4,879	223	4.6%
	無回答	6,257	141	2.3%
【参考】平成30年度調査		148,536	15,014	10.1%

[26] 全店舗数、チェーン店舗数、会員（組合員）数、チェーン店舗の会員（組合員）数、会費未納入先数の設問すべてを回答し、その中で、チェーン店舗数が全店舗数より多い（チェーン店舗率が 100%超）ものを除いた 3,860 商店街を集計対象とした。
会費未納入率＝会費未納先数（合計）／会員（組合員）数（合計）

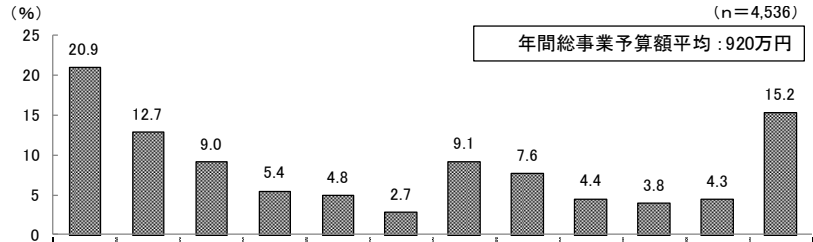
７．商店街の予算規模

（１）年間総事業予算額（問５（１））[27]

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 920 万円となっている。金額の分布をみると、「50 万円未満（20.9%）」の割合が最も多く、次いで「50 万円～100 万円未満（12.7%）」、「300 万円～500 万円未満（9.1%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「商店街振興組合」、「事業協同組合等」は「500 万円～1,000 万円未満」が最も多い（商店街振興組合 17.3%、事業協同組合等 14.0%）が、「任意団体」では「50 万円未満（27.8%）」が最も多くなっている。商店街タイプ別でみると「近隣型商店街」では「50 万円未満（24.6%）」が最も多く、「超広域型商店街」では「2,000 万円～5,000 万円未満（20.0%）」が最も多くなっている。

図表 29　年間総事業予算額



上段：実数 下段：割合		n %	50万円未満	100万円～500万円未満	500万円～1,000万円未満	1,000万円～1,500万円未満	1,500万円～2,000万円未満	2,000万円～2,500万円未満	2,500万円～3,000万円未満	3,000万円～5,000万円未満	5,000万円～10,000万円未満	10,000万円～20,000万円未満	20,000万円～50,000万円未満	50,000万円以上	無回答	平均
全体		4,536	947	577	409	246	219	124	412	344	201	173	195	689	920
		100.0	20.9	12.7	9.0	5.4	4.8	2.7	9.1	7.6	4.4	3.8	4.3	15.2	–
組織形態	商店街振興組合	906	29	45	50	49	43	32	138	157	105	94	53	111	1,295
		100.0	3.2	5.0	5.5	5.4	4.7	3.5	15.2	17.3	11.6	10.4	5.8	12.3	–
	事業協同組合等	400	26	23	22	19	24	13	47	56	43	29	49	49	2,770
		100.0	6.5	5.8	5.5	4.8	6.0	3.3	11.8	14.0	10.8	7.3	12.3	12.3	–
	その他の法人	46	6	2	1	1	0	1	3	3	5	6	6	12	4,536
		100.0	13.0	4.3	2.2	2.2	0.0	2.2	6.5	6.5	10.9	13.0	13.0	26.1	–
	任意団体	3,184	886	507	336	177	152	78	224	128	48	44	87	517	517
		100.0	27.8	15.9	10.6	5.6	4.8	2.4	7.0	4.0	1.5	1.4	2.7	16.2	–
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	606	364	244	146	122	73	224	157	70	45	68	346	483
		100.0	24.6	14.8	9.9	5.9	4.9	3.0	9.1	6.4	2.8	1.8	2.8	14.0	–
	地域型商店街	1,490	282	177	123	79	86	43	153	140	90	86	81	150	1,139
		100.0	18.9	11.9	8.3	5.3	5.8	2.9	10.3	9.4	6.0	5.8	5.4	10.1	–
	広域型商店街	226	14	18	20	10	3	4	18	36	25	23	30	25	2,979
		100.0	6.2	8.0	8.8	4.4	1.3	1.8	8.0	15.9	11.1	10.2	13.3	11.1	–
	超広域型商店街	80	10	4	5	3	2	1	7	4	12	16	7	9	1,671
		100.0	12.5	5.0	6.3	3.8	2.5	1.3	8.8	5.0	15.0	20.0	8.8	11.3	–
	無回答	275	35	14	17	8	6	3	10	7	4	3	9	159	2,411
		100.0	12.7	5.1	6.2	2.9	2.2	1.1	3.6	2.5	1.5	1.1	3.3	57.8	–
立地環境	繁華街	1047	162	122	86	57	53	32	117	99	71	72	53	123	1,206
		100.0	15.5	11.7	8.2	5.4	5.1	3.1	11.2	9.5	6.8	6.9	5.1	11.7	–
	住宅街	1411	384	210	146	68	73	34	112	77	35	27	47	198	623
		100.0	27.2	14.9	10.3	4.8	5.2	2.4	7.9	5.5	2.5	1.9	3.3	14.0	–
	駅前・駅ビル	793	124	88	64	55	43	17	89	96	48	35	43	91	1,058
		100.0	15.6	11.1	8.1	6.9	5.4	2.1	11.2	12.1	6.1	4.4	5.4	11.5	–
	ロードサイド	536	125	84	47	24	24	22	36	36	22	18	33	65	1,213
		100.0	23.3	15.7	8.8	4.5	4.5	4.1	6.7	6.7	4.1	3.4	6.2	12.1	–
	オフィス街	96	16	8	10	6	6	4	9	6	8	6	1	16	517
		100.0	16.7	8.3	10.4	6.3	6.3	4.2	9.4	6.3	8.3	6.3	1.0	16.7	–
	その他	420	117	55	37	31	15	9	38	23	14	14	13	54	636
		100.0	27.9	13.1	8.8	7.4	3.6	2.1	9.0	5.5	3.3	3.3	3.1	12.9	–
	無回答	233	19	10	19	5	5	6	11	7	3	1	5	142	922
		100.0	8.2	4.3	8.2	2.1	2.1	2.6	4.7	3.0	1.3	0.4	2.1	60.9	–

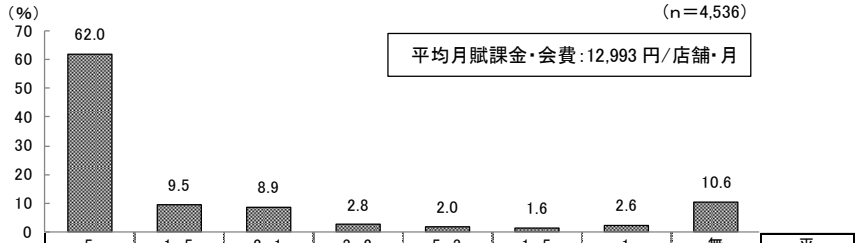
[27] 本設問で年間総事業予算額が 10 億円以上の回答について疑義照会をしたところ誤りで訂正した商店街が多数あったため、当該回答のうち確認が取れなかった回答については無回答扱いとした。

（２）平均月賦課金・会費（問５（１））[28]

一か月当たりの賦課金・会費についてみると、平均で 12,993 円/店舗・月となっている。金額の分布をみると「５千円未満（62.0%）」、「５千円～１万円未満（9.5%）」、「１万円～２万円未満（8.9%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、全ての区分で「５千円未満」が最も多くなっている。商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」、「地域型商店街」は「５千円未満」、「５千円～１万円未満」の順に多くなっているが、「広域型商店街」、「超広域型商店街」では「５千円未満」、「１万円～２万円未満」の順に多くなっている。

図表 30　平均月賦課金・会費



上段：実数 下段：割合		n %	5千円未満	1万5千円～未満	2万1円～未満	3万2円～未満	5万3円～未満	10万5円～未満	10万円以上	無回答	平均
全体		4,536	2,814	433	402	127	89	72	117	482	12,993
		100.0	62.0	9.5	8.9	2.8	2.0	1.6	2.6	10.6	－
組織形態	商店街振興組合	906	398	149	133	44	31	17	45	89	22,622
		100.0	43.9	16.4	14.7	4.9	3.4	1.9	5.0	9.8	－
	事業協同組合等	400	170	59	44	21	12	10	43	41	38,044
		100.0	42.5	14.8	11.0	5.3	3.0	2.5	10.8	10.3	－
	その他の法人	46	21	3	3	4	2	2	1	10	12,961
		100.0	45.7	6.5	6.5	8.7	4.3	4.3	2.2	21.7	－
	任意団体	3,184	2225	222	222	58	44	43	28	342	7,170
		100.0	69.9	7.0	7.0	1.8	1.4	1.4	0.9	10.7	－
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	1735	212	182	49	32	29	42	184	9,369
		100.0	70.4	8.6	7.4	2.0	1.3	1.2	1.7	7.5	－
	地域型商店街	1,490	867	181	154	51	38	29	56	114	16,040
		100.0	58.2	12.1	10.3	3.4	2.6	1.9	3.8	7.7	－
	広域型商店街	226	101	21	32	19	11	8	14	20	32,396
		100.0	44.7	9.3	14.2	8.4	4.9	3.5	6.2	8.8	－
	超広域型商店街	80	19	14	19	6	6	3	4	9	25,774
		100.0	23.8	17.5	23.8	7.5	7.5	3.8	5.0	11.3	－
	無回答	275	92	5	15	2	2	3	1	155	6,530
		100.0	33.5	1.8	5.5	0.7	0.7	1.1	0.4	56.4	－
立地環境	繁華街	1047	551	133	129	43	32	19	39	101	16,782
		100.0	52.6	12.7	12.3	4.1	3.1	1.8	3.7	9.6	－
	住宅街	1411	1012	110	116	20	16	18	22	97	9,296
		100.0	71.7	7.8	8.2	1.4	1.1	1.3	1.6	6.9	－
	駅前・駅ビル	793	486	84	68	34	20	17	24	60	13,978
		100.0	61.3	10.6	8.6	4.3	2.5	2.1	3.0	7.6	－
	ロードサイド	536	369	39	45	13	7	10	18	35	17,512
		100.0	68.8	7.3	8.4	2.4	1.3	1.9	3.4	6.5	－
	オフィス街	96	54	11	9	4	2	4	4	8	18,947
		100.0	56.3	11.5	9.4	4.2	2.1	4.2	4.2	8.3	－
	その他	420	270	50	28	9	11	2	8	42	7,609
		100.0	64.3	11.9	6.7	2.1	2.6	0.5	1.9	10.0	－
	無回答	233	72	6	7	4	1	2	2	139	10,925
		100.0	30.9	2.6	3.0	1.7	0.4	0.9	0.9	59.7	－

[28] 本設問で平均月賦課金・会費が 100 万円以上の回答について疑義照会をしたところ誤りで訂正した商店街が多数あったため、当該回答のうち確認が取れなかった回答については無回答扱いとした。

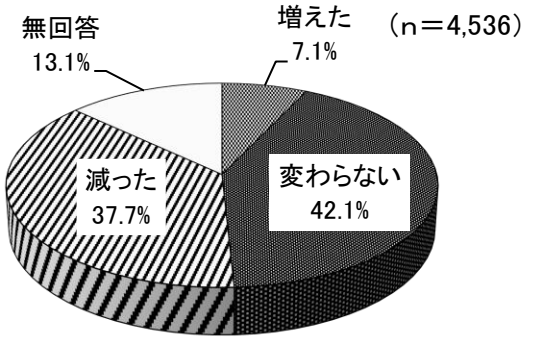
（３）最近３年間の予算額等の変化（問５（１））

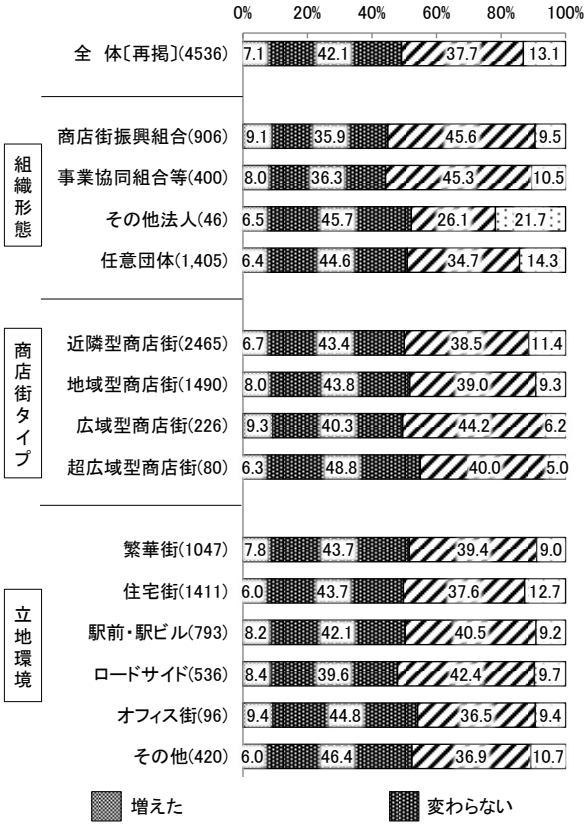
年間総事業予算額は３年前と比較すると、「変わらない（42.1%）」、「減った（37.7%）」、「増えた（7.1%）」の順に多くなっている。

平均月賦課金・会費は３年前と比較すると、「変わらない（64.7%）」、「減った（20.7%）」、「増えた（1.7%）」の順に多くなっている。

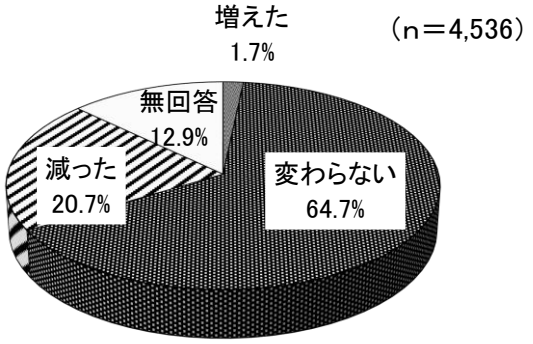
図表 31　年間総事業予算額、平均月賦課金・会費の３年前との比較

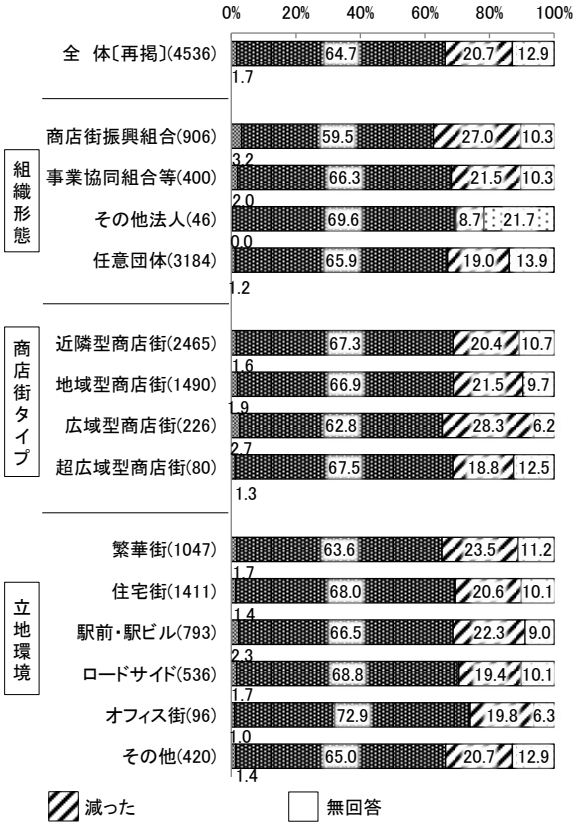
＜年間総事業予算額（３年前との比較）＞





＜平均月賦課金・会費（３年前との比較）＞



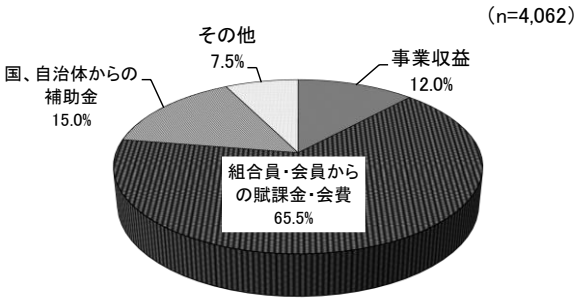


（４）年間予算における収入割合（問５（２））

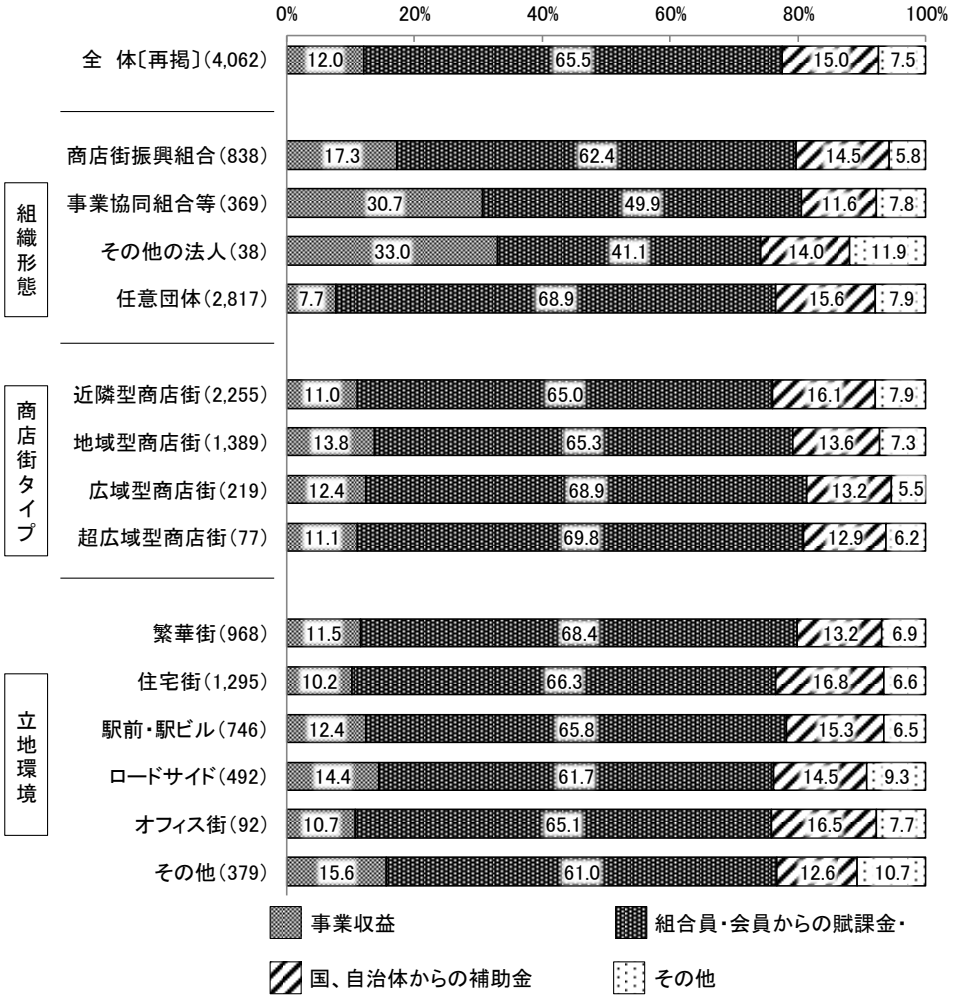
年間予算における収入の割合をみると、「組合員・会員からの賦課金・会費（65.5%）」、「国、自治体からの補助金（15.0%）」、「事業収益（12.0%）」の順に多くなっている。「事業収益」の内容としては、イベント事業、ポイント・スタンプ事業、駐車場・駐輪場事業等がある。

組織形態別でみると、全ての組織形態で「組合員・会員からの賦課金・会費」の割合が最も多いが、「商店街振興組合」、「事業協同組合等」、「その他の法人」では「事業収益」の割合が一定程度ある（商店街振興組合 17.3%、事業協同組合等 30.7%、その他の法人 33.0%）のに対し、「任意団体」は 7.7%にとどまっている。

図表 32　年間予算における収入割合



図表 33　年間予算における収入割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境）

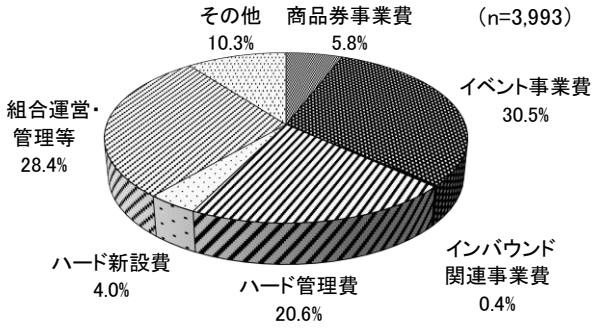


（５）年間予算における支出割合（問５（３））

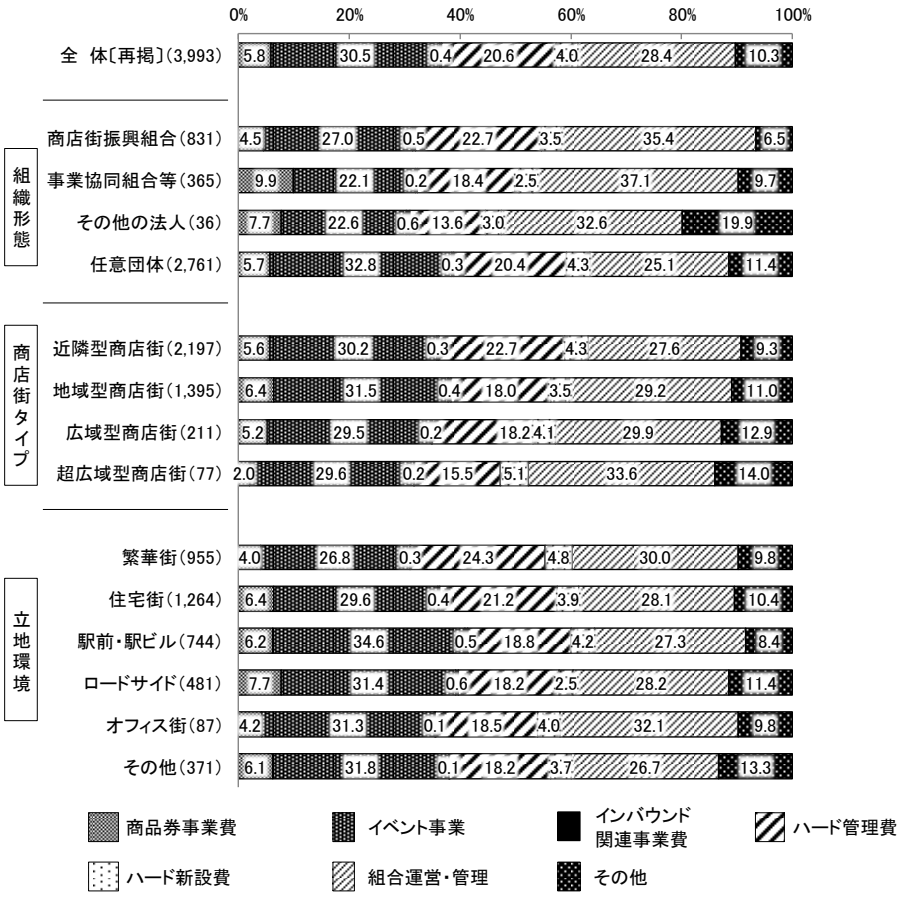
年間予算における支出の割合をみると、「イベント事業費（30.5%）」、「組合運営・管理等（28.4%）」、「ハード管理費（20.6%）」、「商品券事業費（5.8%）」、「ハード新設費（4.0%）」の順に多くなっている。「その他」の内容としては、借入返済、減価償却費、基金・積立金、団体負担金、会議費等がある。組織形態別でみると、「商店街振興組合」、「事業協同組合等」、「その他の法人」では「組合運営・管理等」が最も多いが、「任意団体」では「イベント事業費」が最も多くなっている。

商店街タイプ別でみると、いずれも「イベント事業費」と「組合運営・管理費」の占める割合が多くなっている。

図表 34　年間予算における支出割合



図表 35　年間予算における支出割合（組織形態・商店街タイプ・立地環境）

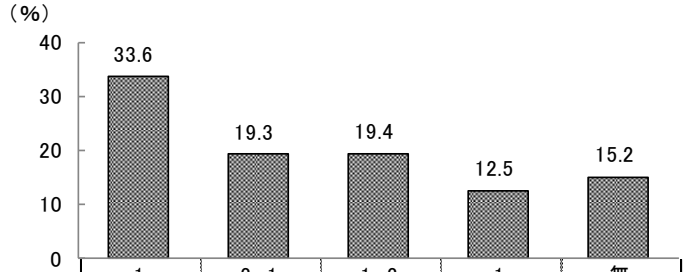


＜予算規模別にみる年間予算における収入・支出割合＞

収入の割合について予算規模別でみると、規模が大きくなるにしたがって、「事業収益」の割合が多くなり、その分「組合員・会員からの賦課金・会費」の割合が少なくなっている。

支出の割合についてみると、予算規模が大きくなるにしたがって「ハード管理費」、「イベント事業費」の割合が少なくなる傾向にあり、「商品券事業費」は、予算規模が大きくなるにつれ割合が多くなっている。

図表 36　予算規模別にみる年間予算における収入・支出割合



上段:実数 下段:割合			n %	100万円未満	100万円～250万円未満	250万円～1000万円未満	1000万円以上	無回答
予算	n(予算)		4536	1524	874	880	569	689
	割合		100.0	33.6	19.3	19.4	12.5	15.2
収入の割合	n(収入)		4062	1431	849	857	545	380
	割合	事業収益	12.0	5.7	10.7	17.1	23.8	10.1
		組合員・会員からの賦課金・会費	65.5	73.9	64.9	56.4	54.0	72.6
		国、自治体からの補助金	15.0	12.9	17.7	18.2	13.5	11.9
		その他	7.5	7.4	6.8	8.3	8.7	5.3
支出の割合	n(支出)		3993	1410	826.0	847.0	543.0	367.0
	割合	商品券事業費	5.8	3.7	5.2	6.9	10.3	6.5
		イベント事業費	30.5	30.3	35.4	31.6	26.5	23.9
		インバウンド関連事業費	0.4	0.2	0.6	0.3	0.3	0.9
		ハード管理費	20.6	23.3	19.4	18.6	17.0	23.1
		ハード新設費	4.0	4.1	3.9	3.7	2.9	5.6
		組合運営・管理等	28.4	27.9	25.8	29.1	31.6	29.7
		その他	10.3	10.6	9.6	9.8	11.4	10.4

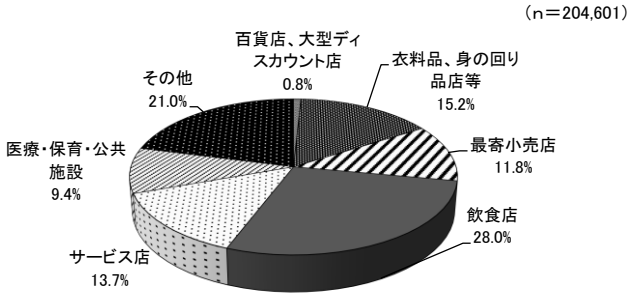
８．商店街の業種別店舗

（１）商店街の業種別店舗数（問６）

全国の商店街における業種別の店舗数についてみると、「飲食店（28.0%）」の割合が最も多く、次いで「衣料品、身の回り品店等（15.2%）」、「サービス店（13.7%）」、の順に多くなっている。人口規模別でみると、規模が小さくなるにしたがい「最寄品小売店」の割合が多くなる傾向にあり、「飲食店」の割合が少なくなる傾向にある。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「最寄品小売店」と「医療・保育・公共施設」の割合が少なくなり、「衣料品、身の回り店等」の割合が多くなっている。

図表 37　業種別店舗数[29]



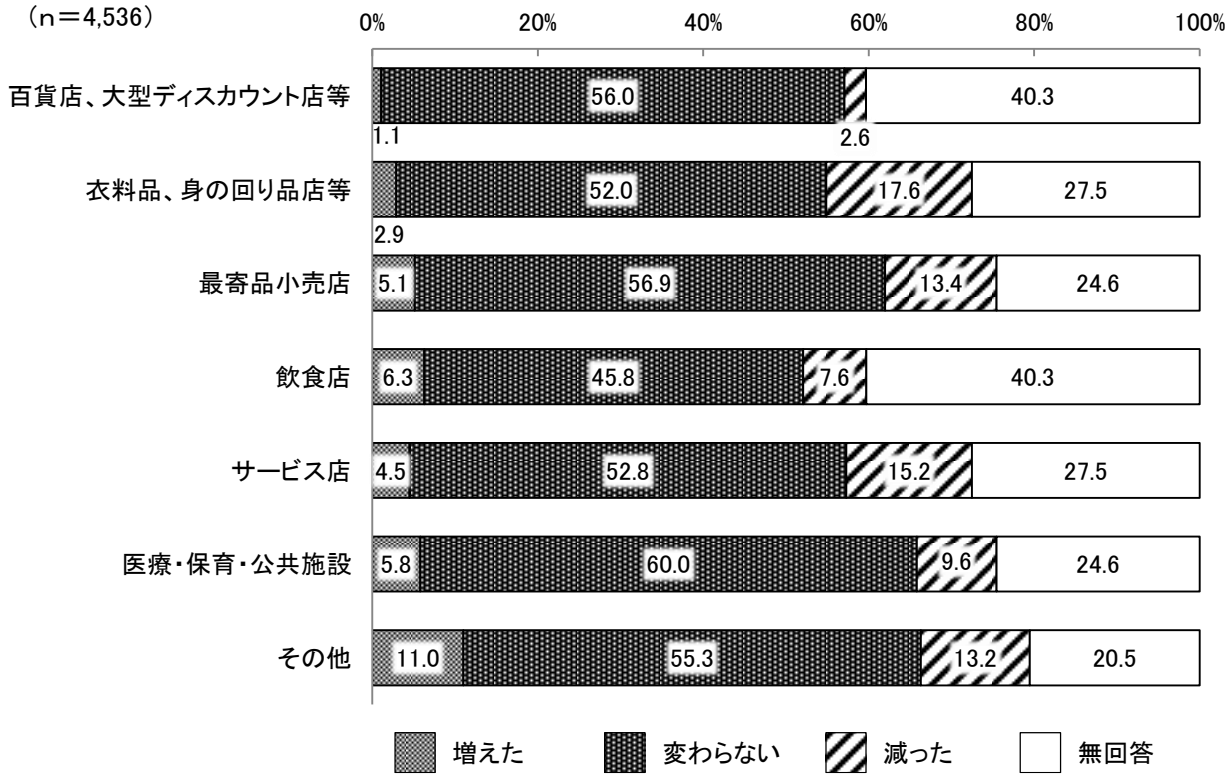
図表 38　業種別店舗数（人口規模・商店街タイプ・立地環境）

[29] ここでの（）の数字は調査で得られた全店舗数

（２）業種別店舗数の変化（問６）

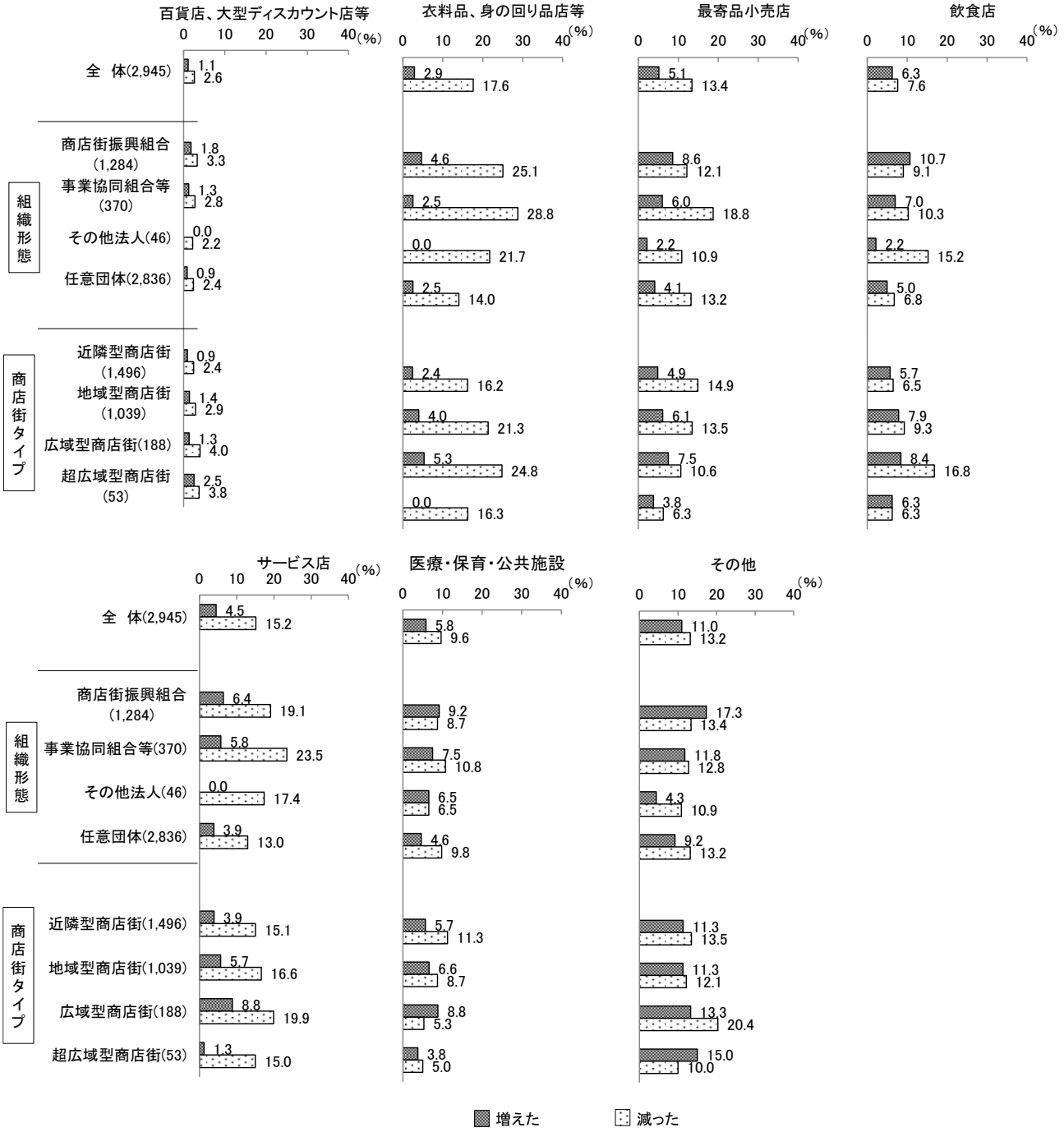
最近３年間の業種別店舗数の変化について、「増えた」と回答のあった業種は、「その他」を除くと、「飲食店（6.3%）」、「医療・保育・公共施設（5.8%）」、「最寄品小売店（5.1%）」、「サービス店（4.5%）」の順に多くなっている。

図表 39　最近３年間の業種別店舗数の変化



商店街タイプ別でみると、「医療・保育・公共施設」「その他」を除くすべての業種において、「減った」が「増えた」を上回っている。

図表 40　業種別店舗数の増減（組織形態・商店街タイプ）



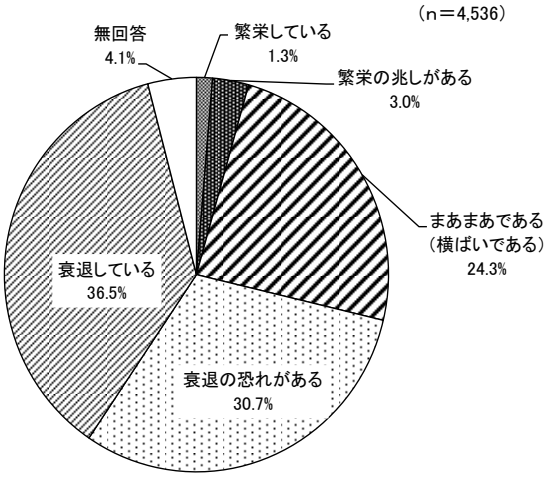
Ⅱ．　商店街を取り巻く環境について

１．商店街の最近の景況（問９（１））

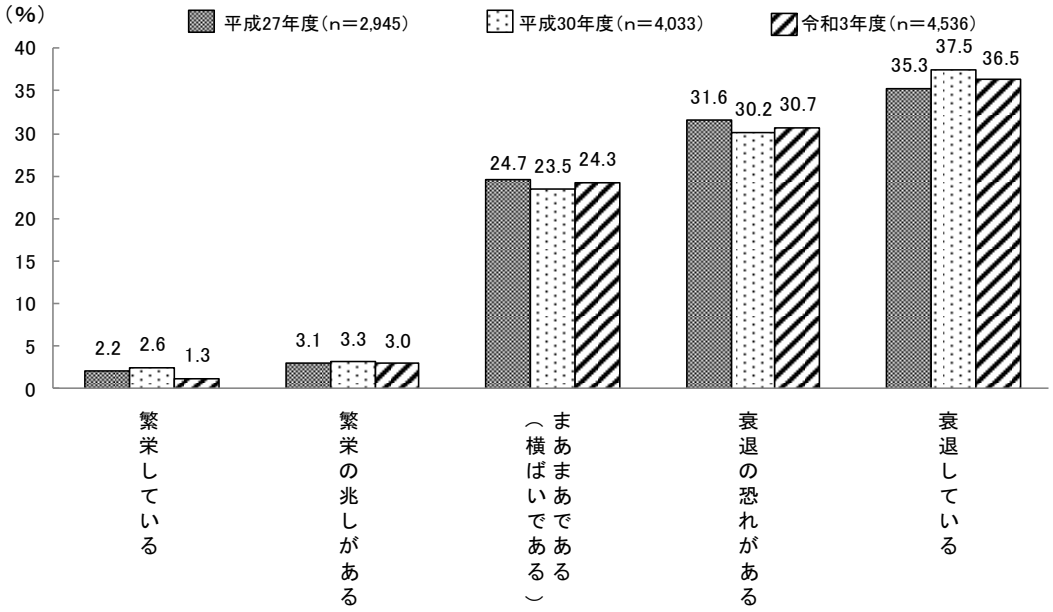
商店街の最近の景況は、「繁栄している」が 1.3%、「繁栄の兆しがある」が 3.0%となっている。一方、「衰退している」が 36.5%、「衰退の恐れがある」が 30.7%となっている。「まあまあである(横ばいである)」と回答したのは 24.3%であった。

前回調査と比較すると、「繁栄している」が 1.3 ポイント減少、「繁栄の兆しがある」が 0.3 ポイント減少、「衰退している」は 1.0 ポイント減少している一方、「まあまあである（横ばいである)」は 0.8 ポイント増加、「衰退の恐れがある」は 0.5 ポイント増加している。

図表 41　商店街の最近の景況



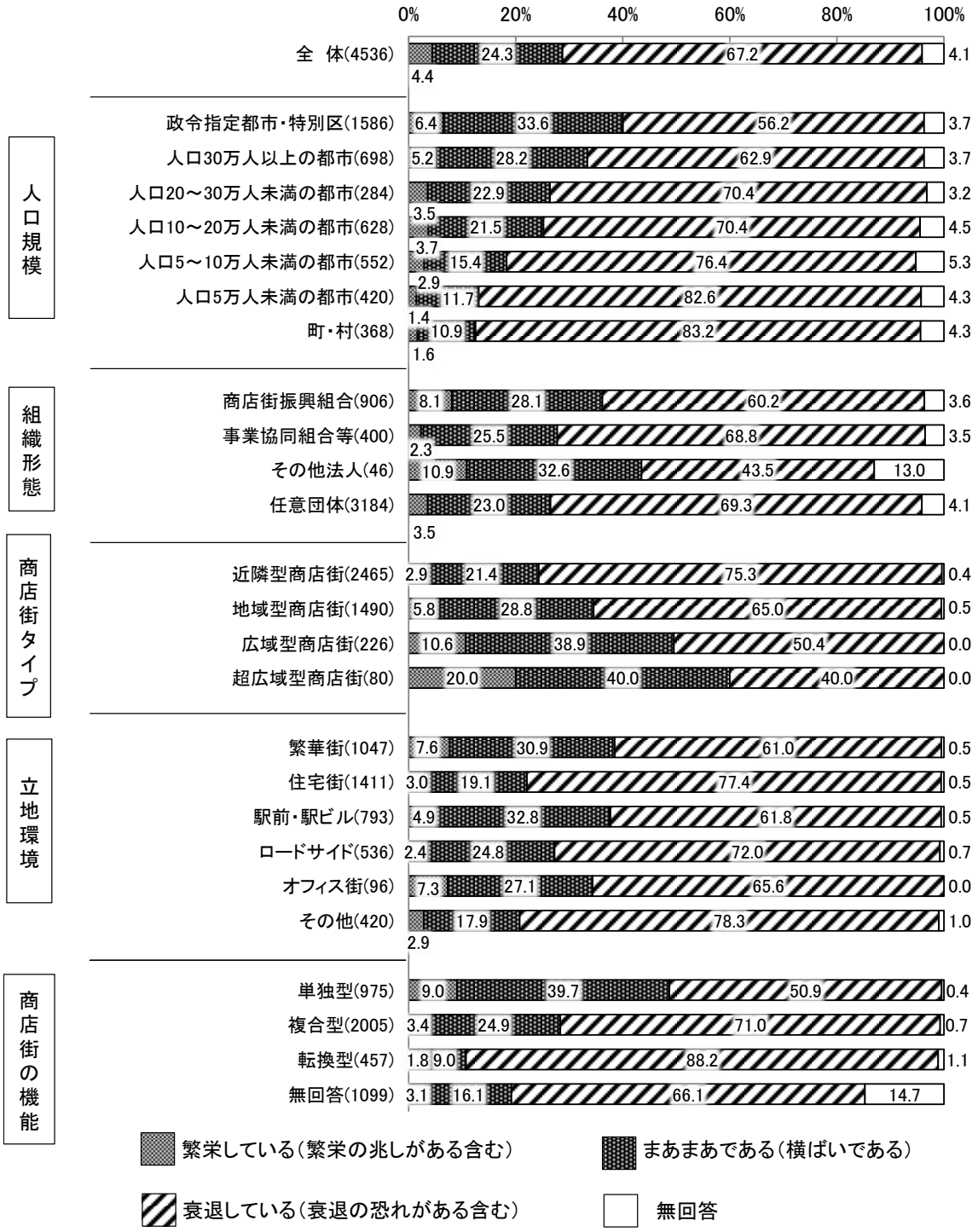
図表 42　商店街の最近の景況（経年変化）



『繁栄している（「繁栄している」および「繁栄の兆しがある」）』と回答した商店街の割合が最も多かったのは、人口規模別でみると「政令指定都市・特別区（6.4%）」、組織形態別でみると「その他の法人（10.9%）」、商店街タイプ別でみると「超広域型商店街（20.0%）」、立地環境別でみると「繁華街（7.6%）」となっている。

『衰退している（「衰退している」および「衰退の恐れがある」）』と回答した商店街の割合が最も多かったのは、人口規模別でみると「町・村（83.2%）」、組織形態別でみると「任意団体（69.3%）」、商店街タイプ別でみると「近隣型商店街（75.3%）」、立地環境別（「その他」を除く）でみると「住宅街（77.4%）」となっている。

図表 43　商店街の最近の景況（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街の現状）

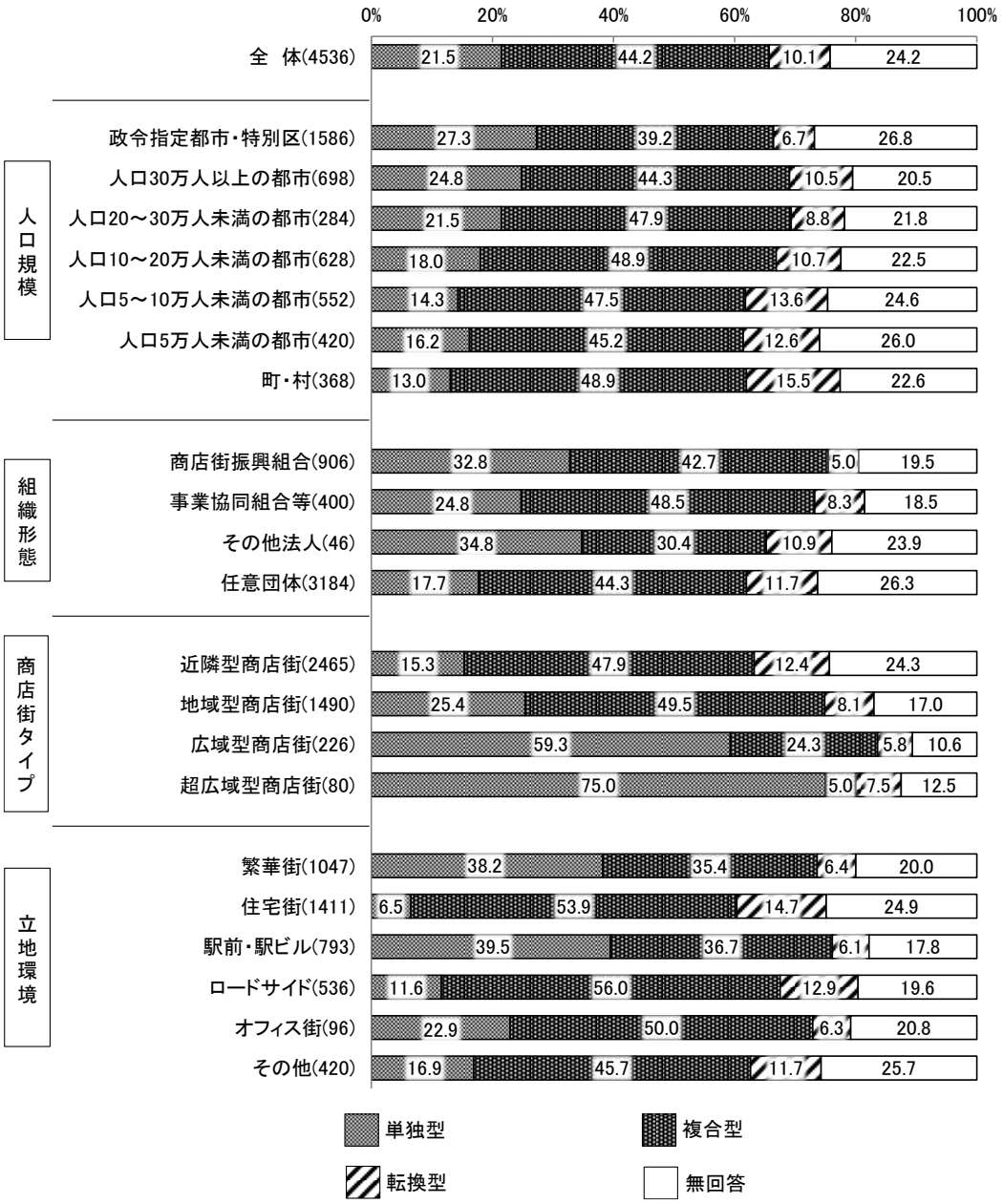


２．商店街の将来の展望

（１）商店街としての機能[30]（問９（２））

商店街としての機能に関する現状と将来展望に関する回答をみると、現状については「単独型」が 21.5%、「複合型」が 44.2%となっている。「単独型」「複合型」の割合について、人口規模別でみると「政令指定都市・特別区」において「単独型」が 27.3%と最も多く、人口規模が大きくなるほど「単独型」の割合が増え「複合型」の割合が減る傾向がみられる。組織形態別でみると「その他の法人（34.8%）」、商店街タイプ別でみると「超広域型商店街（75.0%）」、立地環境別でみると「駅前・駅ビル（39.5%）」において「単独型」が最も多くなっている。

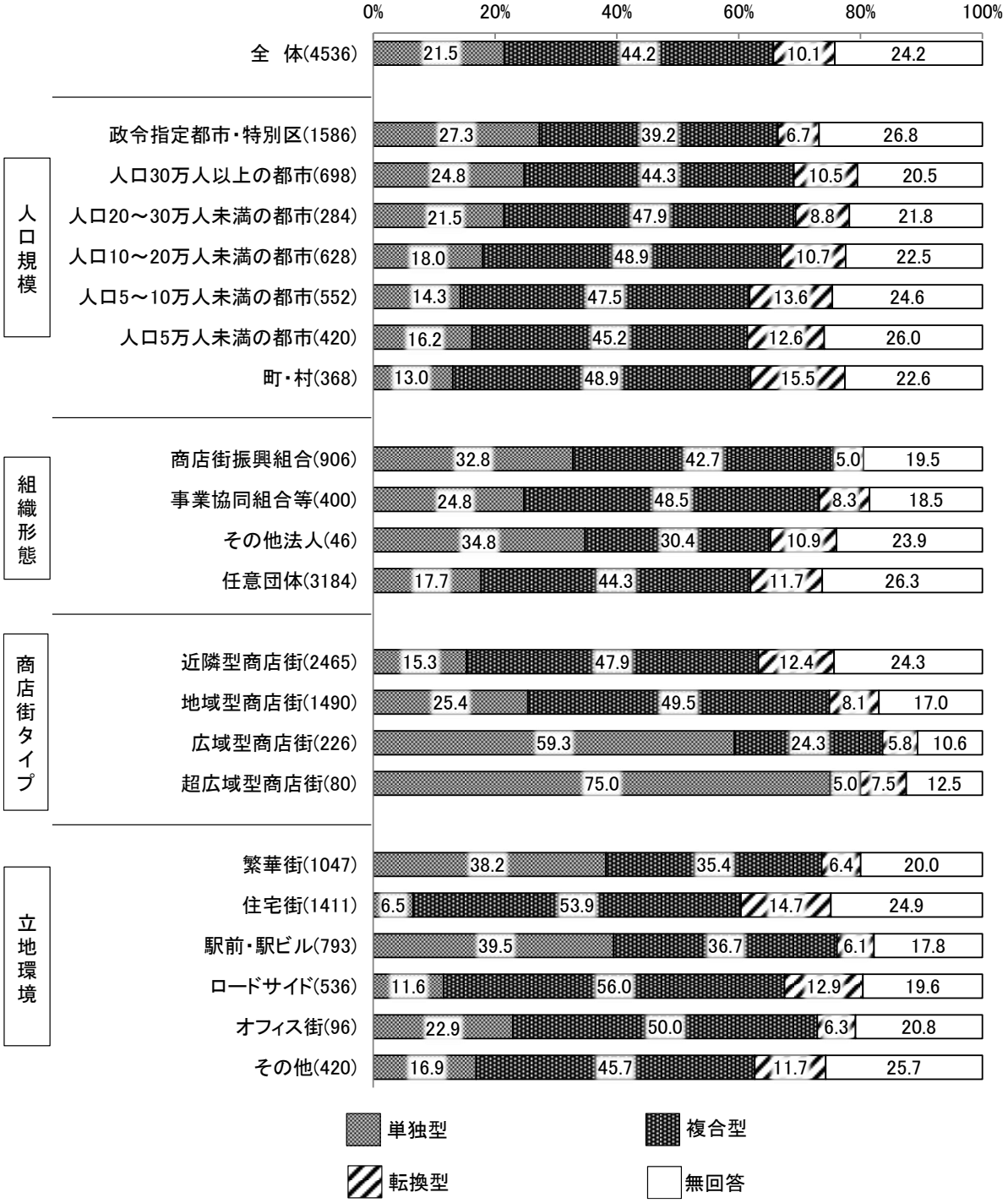
図表 44　商店街としての機能（現状）



[30] (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。

次に、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 16.2%、「複合型」が 36.9 %となっている。「単独型」「複合型」の割合について、人口規模別でみると「人口 30 万人以上の都市」において「単独型」が 20.6%と最も多く、人口規模が大きくなるほど「単独型」の割合が増え「複合型」の割合が減る傾向がみられる。組織形態別でみると「商店街振興組合（24.9%）」、商店街タイプ別でみると「超広域型商店街（65.0%）」、立地環境別でみると「繁華街（29.2%）」において「単独型」が最も多くなっている。

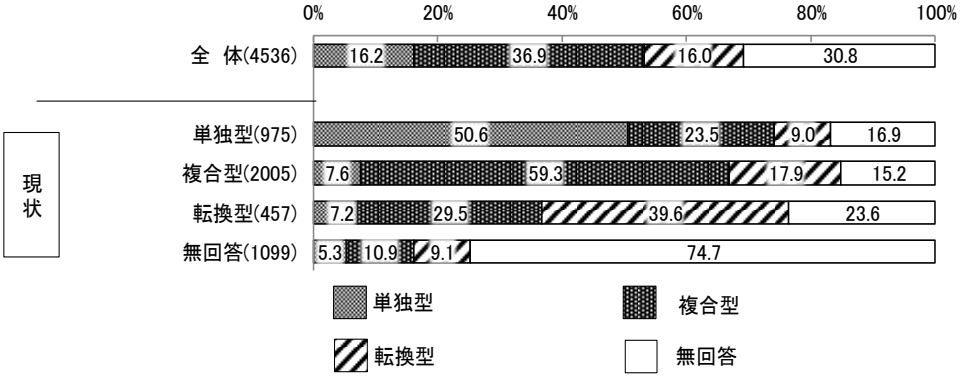
図表 45　商店街としての機能（将来の展望）



商店街としての機能の将来の展望について、現状の機能別に比較すると、現状が「単独型」の商店街においては、将来の展望が「単独型」のままの商店街は 50.6%、「単独型」から「複合型」への移行を展望する商店街は 23.5%となっている一方で、現状が「複合型」の商店街においては、将来の展望が「複合型」のままの商店街は 59.3%、「複合型」から「単独型」への移行を展望する商店街は 7.6%となっている。

「単独型」から「複合型」への移行を展望する商店街（23.5%）は、「複合型」から「単独型」への移行を展望する商店街（7.6%）を 15.9 ポイント上回っている。

図表 46　商店街としての機能（将来の展望）（現状とのクロス）



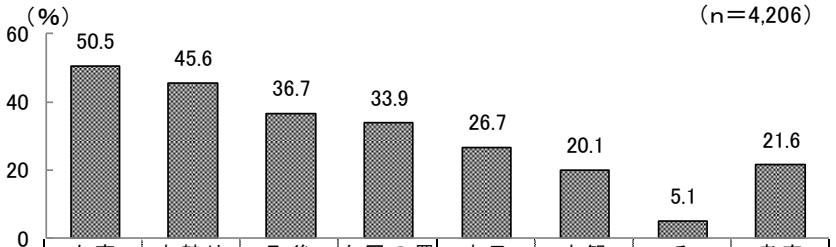
（２）商店街としての機能（問９（３））

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(50.5%)」、「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(45.6%)」、「後継者や担い手を育成する取組を充実させていきたい(36.7%)」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「高齢者に対応した取組を充実させていきたい」や「買い物弱者に対応した取組を充実させていきたい」の割合が多くなり、一方で「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「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」や「観光客を取り込む取組を充実させていきたい」の割合が多くなっている。「商店街組織の解散を考えている」という展望は、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがいその割合は多くなっている。

商店街の機能（現状）別にみると、「単独型」の商店街では、「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」や「観光客を取り込む取組を充実させていきたい」の割合が多く、「複合型」の商店街では、「高齢者に対応した取組を充実させていきたい」や「買い物弱者に対応した取組を充実させていきたい」の割合が多くなっている。

図表 47　商店街の将来の展望（商店街タイプ）



上段:実数 下段:割合		n %	高齢者に対応した取組を充実させていきたい	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	後継者や担い手を育成する取組を充実させていきたい	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	子育てを応援する取組を充実させていきたい	観光客を取り込む取組を充実させていきたい	その他	商店街組織の解散を考えている
全 体		4,206	2,126	1,920	1,543	1,426	1,124	846	216	909
		100.0	50.5	45.6	36.7	33.9	26.7	20.1	5.1	21.6
商店街タイプ	近隣型商店街	2,359	1,269	901	809	854	626	345	139	607
		100.0	53.8	38.2	34.3	36.2	26.5	14.6	5.9	25.7
	地域型商店街	1,449	714	773	576	498	414	351	58	238
		100.0	49.3	53.3	39.8	34.4	28.6	24.2	4.0	16.4
	広域型商店街	219	89	164	97	46	53	78	7	26
		100.0	40.6	74.9	44.3	21.0	24.2	35.6	3.2	11.9
	超広域型商店街	76	20	58	25	13	12	53	2	2
		100.0	26.3	76.3	32.9	17.1	15.8	69.7	2.6	2.6
	無回答	103	34	24	36	15	19	19	10	36
		100.0	33.0	23.3	35.0	14.6	18.4	18.4	9.7	35.0
商店街の機能（現状）	単独型	953	405	614	383	218	258	340	40	108
		100.0	42.5	64.4	40.2	22.9	27.1	35.7	4.2	11.3
	複合型	1970	1111	917	756	772	618	328	88	381
		100.0	56.4	46.5	38.4	39.2	31.4	16.6	4.5	19.3
	転換型	450	239	117	151	203	90	59	21	156
		100.0	53.1	26.0	33.6	45.1	20.0	13.1	4.7	34.7
	無回答	833	371	272	253	233	158	119	67	264
		100.0	44.5	32.7	30.4	28.0	19.0	14.3	8.0	31.7

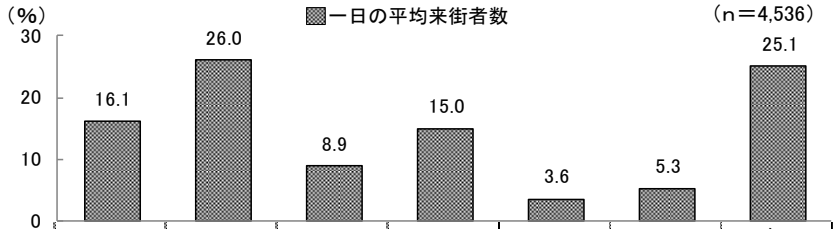
３．商店街の来街者

（１）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(26.0%)」、「100 人未満(16.1%)」、「1,000～4,999 人(15.0%)」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」と「地域型商店街」は「100～499 人」が最も多い（近隣型商店街 29.5%、地域型商店街 27.7%）が、「広域型商店街」では「1,000～4,999 人（22.6%）」、「超広域型商店街」では「10,000 人以上（40.0%）」が最も多くなっている。

図表 48　１日平均の来街者数

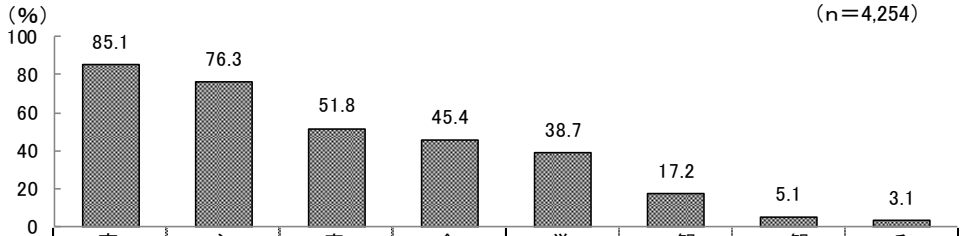


		上段：実数 下段：割合	n %	100人未満	100～499人	500～999人	1,000～4,999人	5,000～9,999人	10,000人以上	無回答
商店街の来街者	全体		4,536	732	1,181	402	681	162	241	1,137
			100.0	16.1	26.0	8.9	15.0	3.6	5.3	25.1
	人口規模	政令指定都市・特別区	1586	154	309	137	296	84	166	440
			100.0	9.7	19.5	8.6	18.7	5.3	10.5	27.7
		人口30万人以上の都市	698	98	155	60	132	37	42	174
			100.0	14.0	22.2	8.6	18.9	5.3	6.0	24.9
		人口20～30万人未満の都市	284	49	61	27	50	13	13	71
			100.0	17.3	21.5	9.5	17.6	4.6	4.6	25.0
		人口10～20万人未満の都市	628	99	189	61	89	17	10	163
			100.0	15.8	30.1	9.7	14.2	2.7	1.6	26.0
		人口5～10万人未満の都市	552	111	200	44	53	9	6	129
			100.0	20.1	36.2	8.0	9.6	1.6	1.1	23.4
		人口5万人未満の都市	420	116	140	39	37	2	3	83
			100.0	27.6	33.3	9.3	8.8	0.5	0.7	19.8
		町・村	368	105	127	34	24	0	1	77
			100.0	28.5	34.5	9.2	6.5	0.0	0.3	20.9
	商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	492	727	230	332	59	59	566
			100.0	20.0	29.5	9.3	13.5	2.4	2.4	23.0
		地域型商店街	1,490	203	412	142	280	70	96	287
			100.0	13.6	27.7	9.5	18.8	4.7	6.4	19.3
		広域型商店街	226	7	23	16	51	25	50	54
			100.0	3.1	10.2	7.1	22.6	11.1	22.1	23.9
		超広域型商店街	80	5	6	7	11	7	32	12
			100.0	6.3	7.5	8.8	13.8	8.8	40.0	15.0
		無回答	275	25	13	7	7	1	4	218
			100.0	9.1	4.7	2.5	2.5	0.4	1.5	79.3
	立地環境	繁華街	1047	122	273	94	170	61	109	218
			100.0	11.7	26.1	9.0	16.2	5.8	10.4	20.8
		住宅街	1411	303	445	121	161	21	20	340
			100.0	21.5	31.5	8.6	11.4	1.5	1.4	24.1
		駅前・駅ビル	793	77	175	80	176	57	85	143
			100.0	9.7	22.1	10.1	22.2	7.2	10.7	18.0
		ロードサイド	536	111	153	51	81	8	8	124
			100.0	20.7	28.5	9.5	15.1	1.5	1.5	23.1
		オフィス街	96	8	14	9	31	5	4	25
			100.0	8.3	14.6	9.4	32.3	5.2	4.2	26.0
		その他	420	91	106	44	50	9	11	109
			100.0	21.7	25.2	10.5	11.9	2.1	2.6	26.0
		無回答	233	20	15	3	12	1	4	178
			100.0	8.6	6.4	1.3	5.2	0.4	1.7	76.4

（２）来街者層（問 10（２）（３））

商店街を訪れる来街者層は、「高齢者(85.1%)」、「主婦・主夫(76.3%)」、「家族連れ(51.8%)」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「高齢者」や「主婦・主夫」の割合が多くなり、一方で「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「観光客（国内・海外）」や「学生・若者」、「家族連れ」、「会社員」の割合が多くなる傾向となっている。

図表 49　来街者層（商店街タイプ・立地環境）



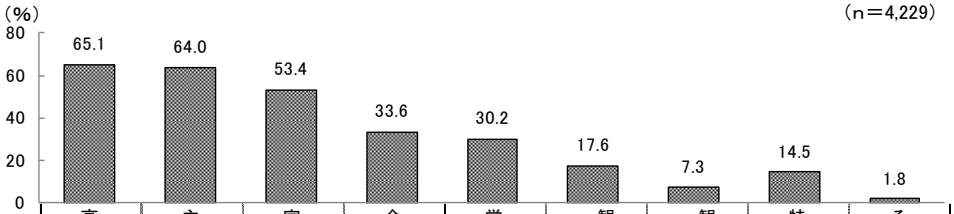
上段:実数 下段:割合		n %	高齢者	主婦・主夫	家族連れ	会社員	学生・若者	観光客（国内）	観光客（海外）	その他
全 体		4,254	3,620	3,245	2,205	1,932	1,647	732	215	134
		100.0	85.1	76.3	51.8	45.4	38.7	17.2	5.1	3.1
商店街タイプ	近隣型商店街	2,400	2,108	1,869	1,133	958	783	266	56	70
		100.0	87.8	77.9	47.2	39.9	32.6	11.1	2.3	2.9
	地域型商店街	1,458	1,237	1,128	821	728	647	324	85	45
		100.0	84.8	77.4	56.3	49.9	44.4	22.2	5.8	3.1
	広域型商店街	218	167	158	158	148	138	68	37	7
		100.0	76.6	72.5	72.5	67.9	63.3	31.2	17.0	3.2
	超広域型商店街	77	41	41	51	50	46	51	30	7
		100.0	53.2	53.2	66.2	64.9	59.7	66.2	39.0	9.1
	無回答	101	67	49	42	48	33	23	7	5
		100.0	66.3	48.5	41.6	47.5	32.7	22.8	6.9	5.0
立地環境	繁華街	1021	838	739	602	551	503	320	122	26
		100.0	82.1	72.4	59.0	54.0	49.3	31.3	11.9	2.5
	住宅街	1362	1210	1085	669	432	378	104	14	37
		100.0	88.8	79.7	49.1	31.7	27.8	7.6	1.0	2.7
	駅前・駅ビル	773	651	589	408	450	391	98	25	21
		100.0	84.2	76.2	52.8	58.2	50.6	12.7	3.2	2.7
	ロードサイド	521	459	442	272	244	194	73	13	13
		100.0	88.1	84.8	52.2	46.8	37.2	14.0	2.5	2.5
	オフィス街	94	69	53	35	83	33	26	14	5
		100.0	73.4	56.4	37.2	88.3	35.1	27.7	14.9	5.3
	その他	397	318	270	176	134	118	99	26	25
		100.0	80.1	68.0	44.3	33.8	29.7	24.9	6.5	6.3
	無回答	86	75	67	43	38	30	12	1	7
		100.0	87.2	77.9	50.0	44.2	34.9	14.0	1.2	8.1

（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（問 10（４）（５））

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（65.1%）」、「主婦・主夫（64.0%）」、「家族連れ（53.4%）」の順に多くなっている。

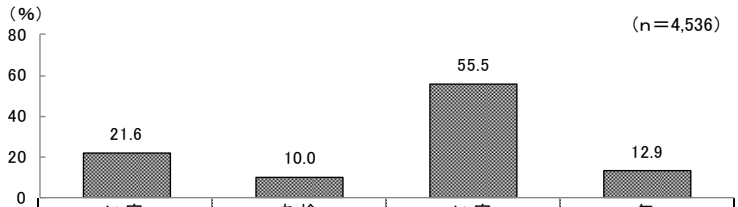
ターゲット層を獲得するための取組について、「実施している」と回答した商店街は 21.6%であり、その具体的な取組（自由記述）としては、主婦・主夫向けには売出しやセール、各種イベント、SNS 等を利用した情報発信、ポイントカード・スタンプ事業等が、高齢者向けには送迎サービスや商品配達サービス等が実施されている。

図表 50　商店街がターゲットにしている層【複数回答（いくつでも）】



上段:実数 下段:割合		n %	高齢者	主婦・主夫	家族連れ	会社員	学生・若者	観光客（国内）	観光客（海外）	特にない	その他
全 体		4,229	2,755	2,705	2,258	1,419	1,277	744	310	613	75
		100.0	65.1	64.0	53.4	33.6	30.2	17.6	7.3	14.5	1.8
商店街タイプ	近隣型商店街	2,384	1,611	1,541	1,200	702	601	293	91	384	31
		100.0	67.6	64.6	50.3	29.4	25.2	12.3	3.8	16.1	1.3
	地域型商店街	1,450	945	942	827	529	507	310	127	183	28
		100.0	65.2	65.0	57.0	36.5	35.0	21.4	8.8	12.6	1.9
	広域型商店街	220	131	142	155	119	109	69	46	16	4
		100.0	59.5	64.5	70.5	54.1	49.5	31.4	20.9	7.3	1.8
	超広域型商店街	77	31	40	44	36	34	52	38	4	7
		100.0	40.3	51.9	57.1	46.8	44.2	67.5	49.4	5.2	9.1
	無回答	98	37	40	32	33	26	20	8	26	5
		100.0	37.8	40.8	32.7	33.7	26.5	20.4	8.2	26.5	5.1

図表 51　ターゲット層を獲得するための取組の実施状況



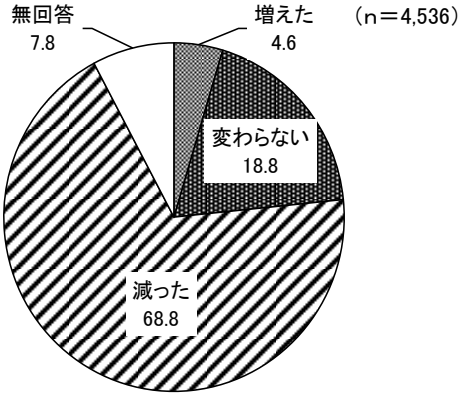
上段:実数 下段:割合		n %	実施している	検討中である	実施していない	無回答
全 体		4,536	978	452	2,519	587
		100.0	21.6	10.0	55.5	12.9
商店街タイプ	近隣型商店街	2,465	430	238	1,556	241
		100.0	17.4	9.7	63.1	9.8
	地域型商店街	1,490	423	166	764	137
		100.0	28.4	11.1	51.3	9.2
	広域型商店街	226	80	28	99	19
		100.0	35.4	12.4	43.8	8.4
	超広域型商店街	80	33	13	26	8
		100.0	41.3	16.3	32.5	10.0
	無回答	275	12	7	74	182
		100.0	4.4	2.5	26.9	66.2

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（68.8%）」が「増えた（4.6%）」を 64.2 ポイント上回っており、前回調査と比較すると、「増えた」は 7.2 ポイント減少し、「減った」は 13.7 ポイント増加している。なお、「変わらない」は 25.8%と前回調査から 7.0 ポイント減少した。

図表 52　最近３年間の来街者層の変化



図表 53　最近３年間の来街者数の変化（前回調査との比較）

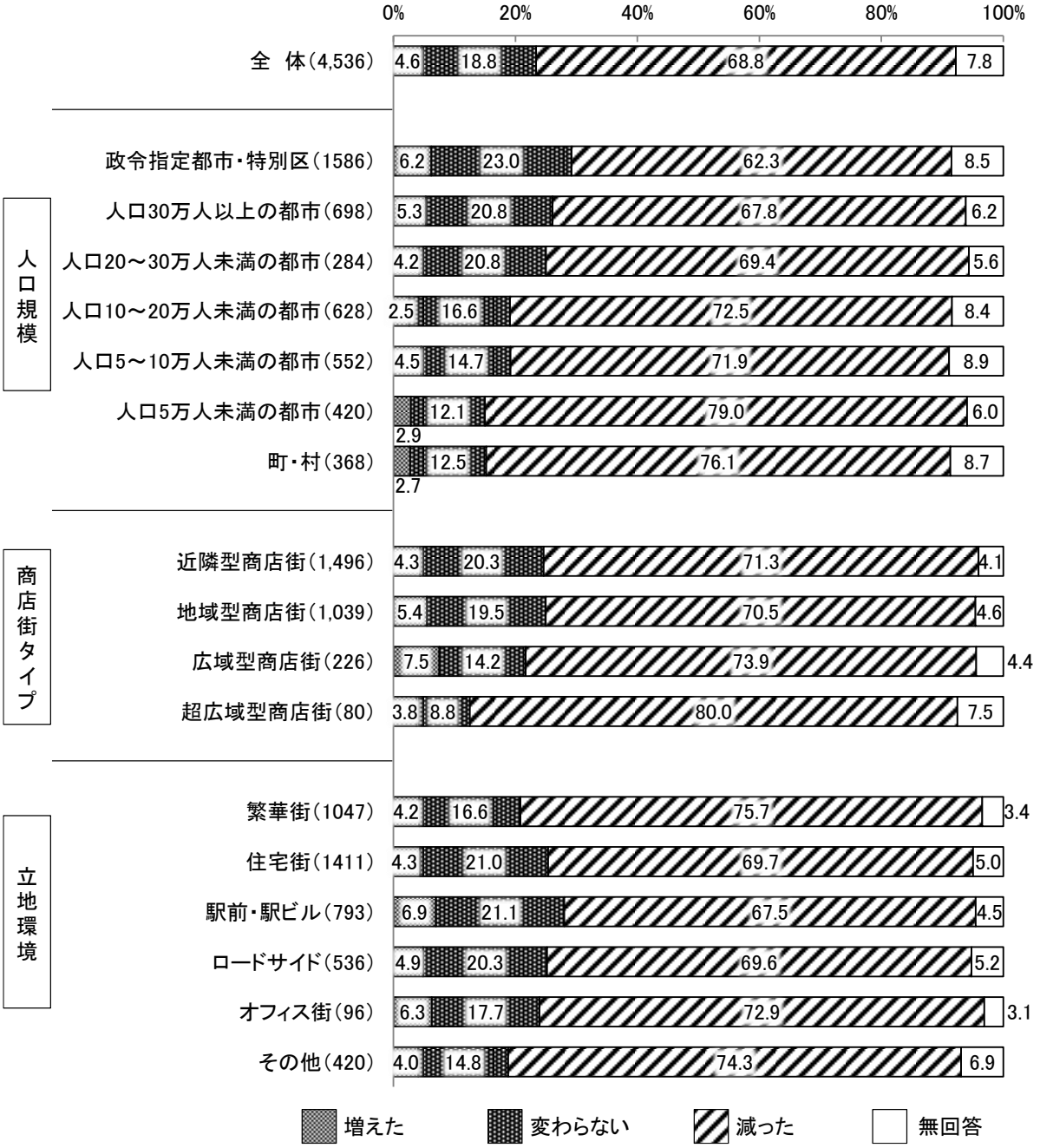
（単位：%）

	増えた	変わらない	減った	無回答
平成30年度(n=4,033)	11.8	25.8	55.1	7.3
令和3年度(n=4,536)	4.6	18.8	68.8	7.8
平成30年度比	▲ 7.2	▲ 7.0	13.7	0.5

来街者数の変化について人口規模別でみると、規模が大きくなるにしたがい、「増えた」の割合が多くなる傾向があり、「政令指定都市・特別区」では「増えた」は6.2%となっている。

立地環境別でみると、「その他」を除くと、「増えた」の割合が比較的多いのは「駅前・駅ビル（6.9%）」「オフィス街（6.3%）」であり、「減った」の割合が比較的多いのは「繁華街（75.7%）」や「オフィス街（72.9%）」となっている。

図表 54　来街者数の増減（人口規模・商店街タイプ・立地環境）

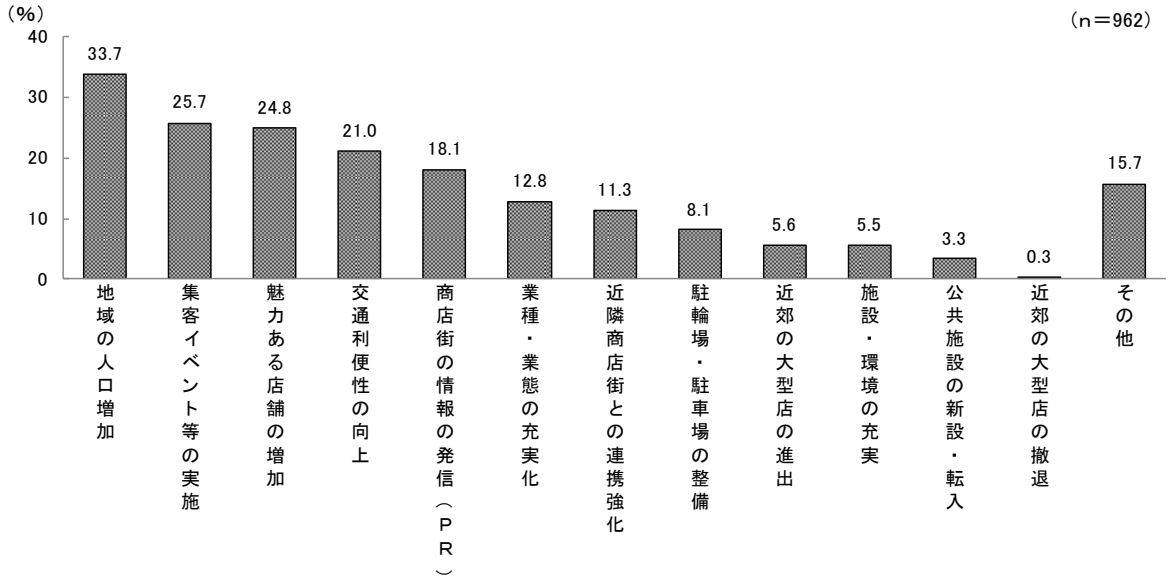


（２）来街者が「増えた」または「変わらない」要因（問 11（１－１））

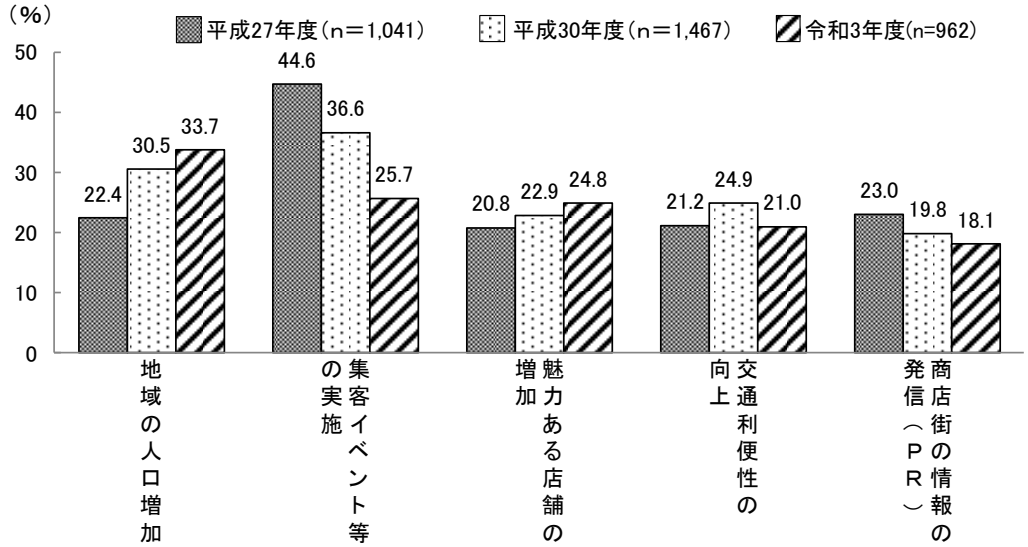
来街者が「増えた」または「変わらない」要因としては、「地域の人口増加（33.7%）」、「集客イベント等の実施（25.7%）」、「魅力ある店舗の増加（24.8%）」、「交通利便性の向上（21.0%）」の順に多くなっている。

上位５つについて前回調査と比較すると、「地域の人口増加（前回調査 30.5%→今回調査 33.7%、3.2 ポイント増）」や「魅力ある店舗の増加（同 22.9%→同 24.8%、1.9 ポイント増）」では増加したが、「集客イベント等の実施（同 36.6%→同 25.7%、10.9 ポイント減）」や「交通利便性の向上（同 24.9%→同 21.0%、3.9 ポイント減）」、「商店街の情報の発信（PR）（同 19.8%→同 18.1%、1.7 ポイント減）」では減少した。

図表 55　来街者が「増えた」または「変わらない」要因【複数回答（３つまで）】



図表 56　来街者が「増えた」または「変わらない」要因の経年変化（上位５つ）

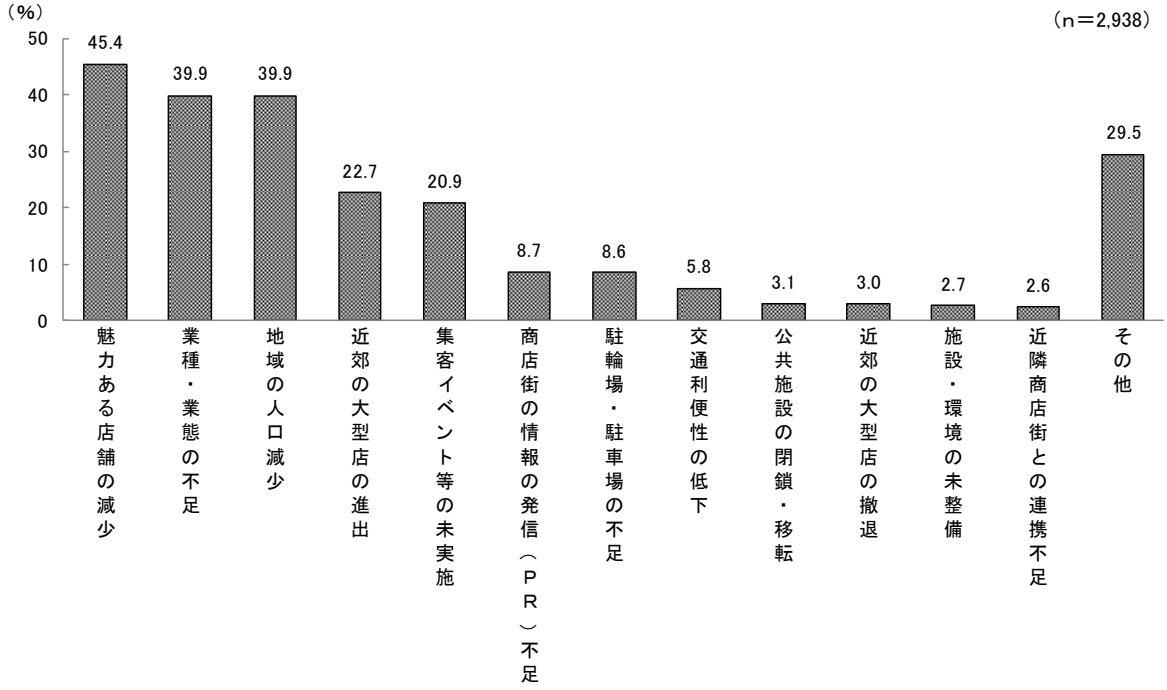


（３）来街者が「減った」要因（問 11（１－２））

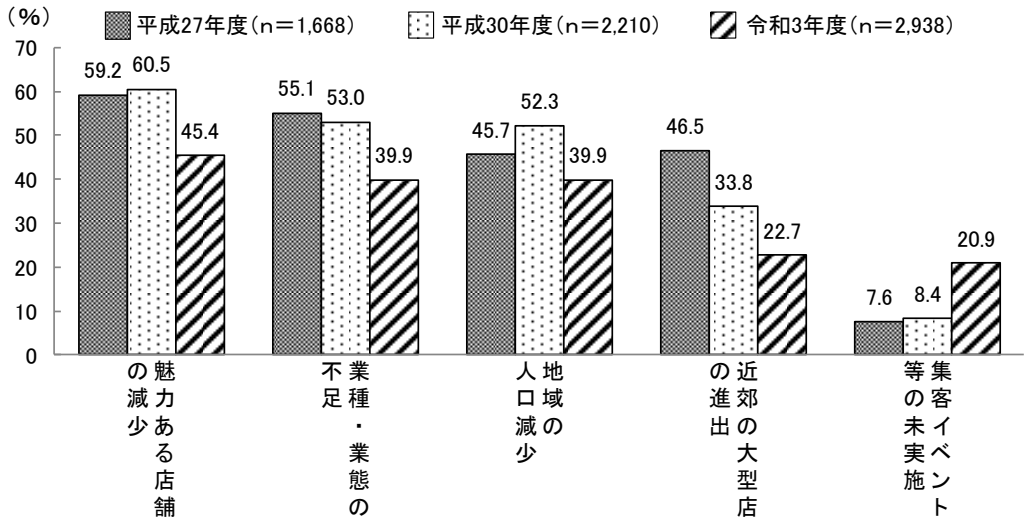
来街者数が「減った」要因としては、「魅力ある店舗の減少（45.4%）」、「業種・業態の不足（39.9%）」、「地域の人口減少（39.9%）」、「近郊の大型店の進出（22.7%）」の順に多くなっている。

上位５つについて前回調査と比較すると、「魅力ある店舗の減少（同 60.5%→同 45.4%、15.1 ポイント減）」「業種・業態の不足（同 53.0%→同 39.9%、13.1 ポイント減）」「地域の人口減少（同 52.3%→同 39.9%、12.4 ポイント減）」「近郊の大型店の進出（同 33.8%→同 22.7%、11.1 ポイント減）」ではそれぞれ減少し、「集客イベント等の未実施（前回調査 8.4%→今回調査 20.9%、12.5 ポイント増）」では増加した。

図表 57　来街者が「減った」要因【複数回答（３つまで）】



図表 58　来街者が「減った」要因の経年変化（上位５つ）



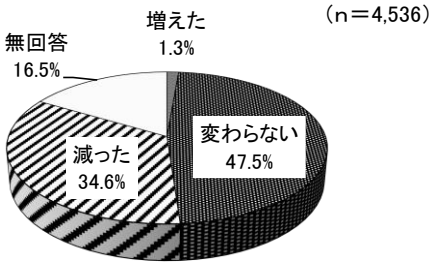
（４）外国人観光客の変化（問 11（２））

①外国人観光客数

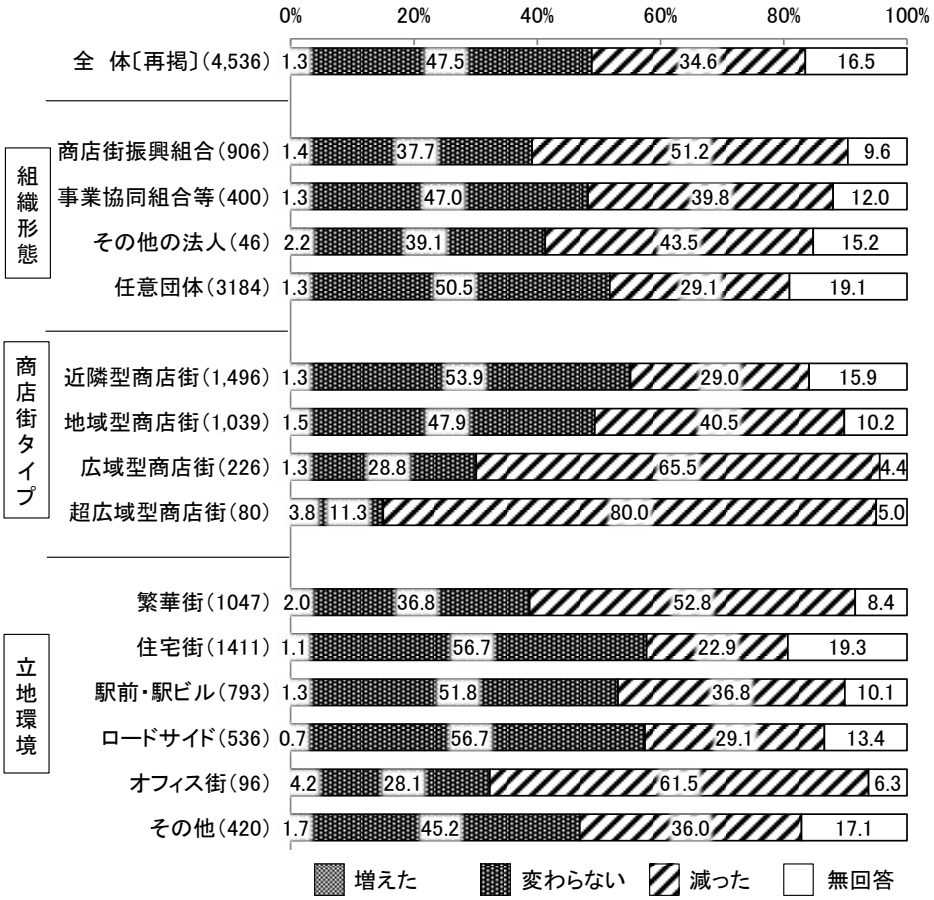
外国人観光客数は３年前と比較すると、「変わらない（47.5%）」、「減った（34.6%）」、「増えた（1.3%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「減った」が「商店街振興組合（51.2%）」、「その他の法人（43.5%）」、「事業協同組合等（39.8%）」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがって「減った」の割合が多くなっている。立地環境別でみると、「減った」が「オフィス街（61.5%）」、「繁華街（52.8%）」、「駅前・駅ビル（36.8%）」の順に多くなっている。

図表 59　外国人観光客数（3 年前との比較）



図表 60　外国人観光客数（組織形態・商店街タイプ・立地環境）

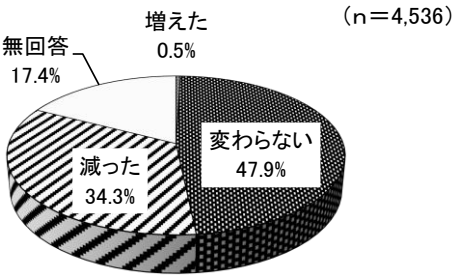


②一般の客数に対する外国人観光客数

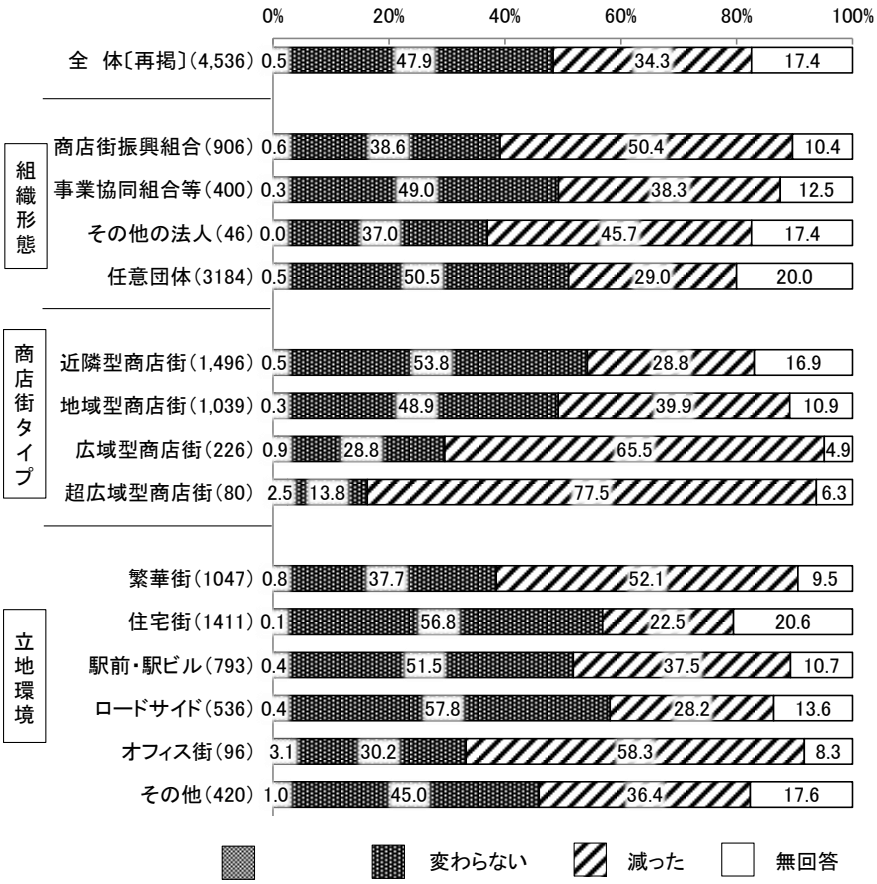
一般の客数に対する外国人観光客数は３年前と比較すると、「変わらない（47.9%）」、「減った（34.3%）」、「増えた（0.5%）」の順に多くなっている。組織形態別でみると、「減った」が「商店街振興組合（50.4%）」、「その他の法人（45.7%）」、「事業協同組合等（38.3%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがって「減った」の割合が多くなっている。立地環境別でみると、「減った」が「オフィス街（58.3%）」、「繁華街（52.1%）」、「駅前・駅ビル（37.5%）」の順に多くなっている。

図表 61　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 62　一般の客数に対する外国人観光客数（人口規模・商店街タイプ・立地環境）

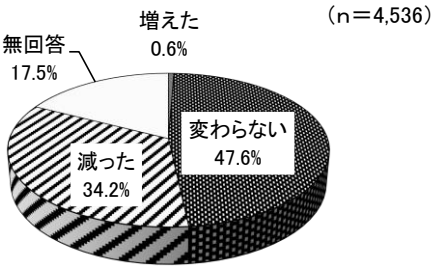


③外国人観光客の消費額

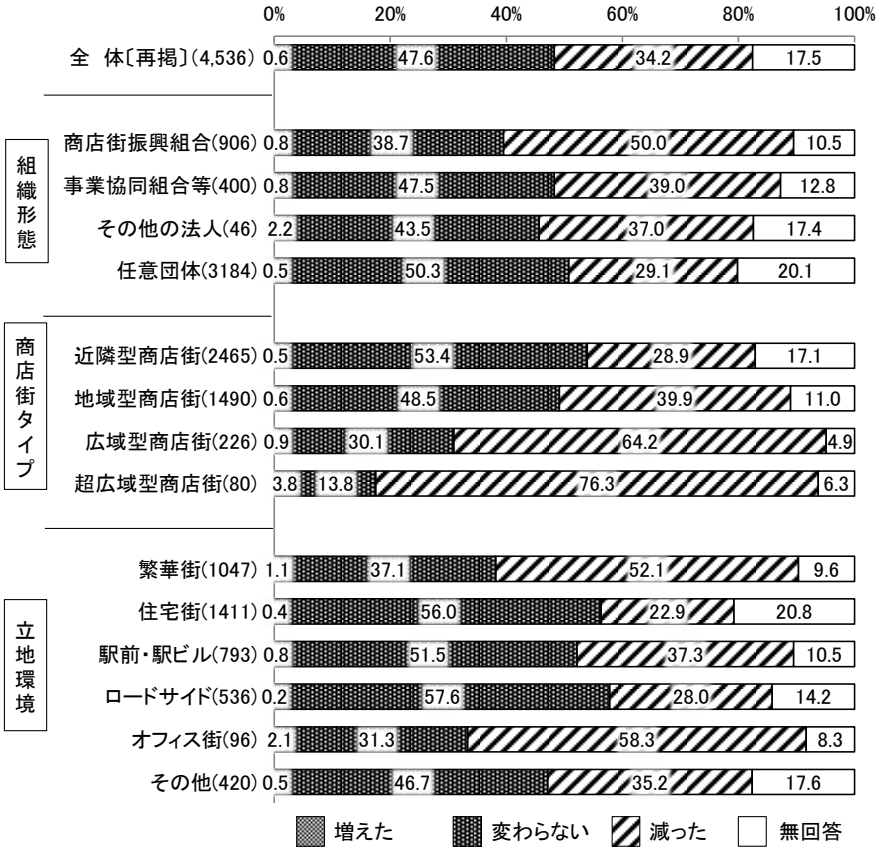
外国人観光客の消費額は３年前と比較すると、「変わらない（47.6%）」、「減った（34.2%）」、「増えた（0.6%）」、の順に多くなっている。

組織形態別でみると、消費額が「減った」が「商店街振興組合（50.0%）」、「事業協同組合等（39.0%）」、「その他の法人（37.0%）」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがって「減った」の割合が多くなっている。立地環境別でみると、「減った」が「オフィス街（58.3%）」、「繁華街（52.1%）」、「駅前・駅ビル（37.3%）」の順に多くなっている。

図表 63　外国人観光客の消費額（3 年前との比較）



図表 64　外国人観光客の消費額（人口規模・商店街タイプ・立地環境）

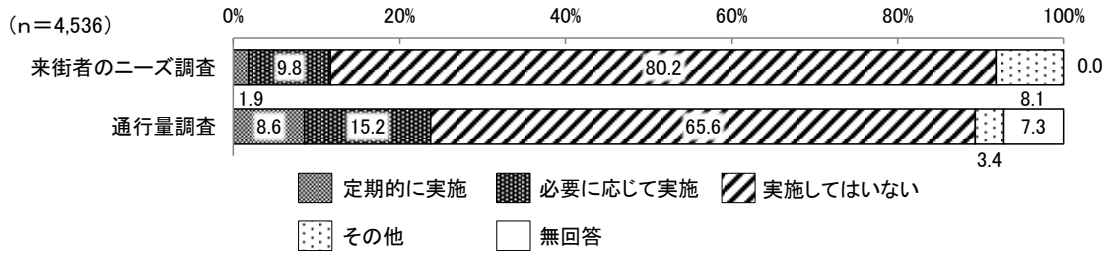


（５）来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況（問 11（３））

商店街への来街者のニーズ調査を「定期的に実施」しているのは 1.9%、「必要に応じて実施」しているのは 9.8%、「実施してはいない」は 80.2%となっている。

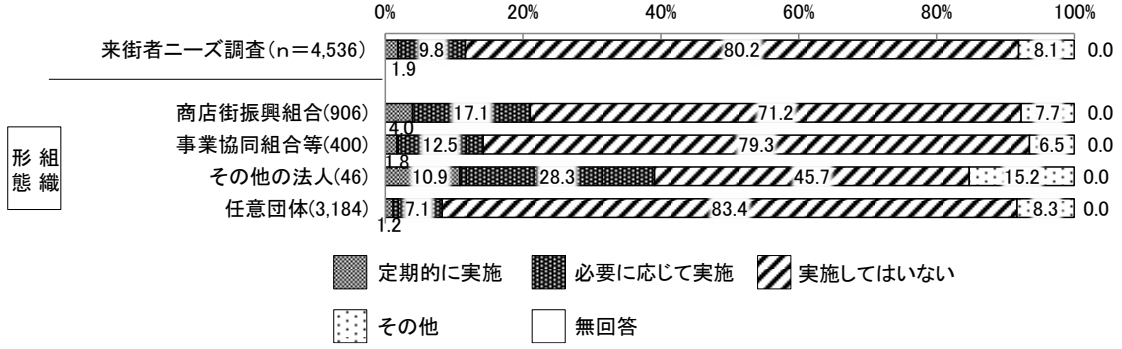
通行量調査については「定期的に実施」しているのは 8.6%、「必要に応じて実施」しているのは 15.2%、「実施してはいない」は 65.6%となっている。

図表 65　来街者のニーズと通行量調査の実施状況



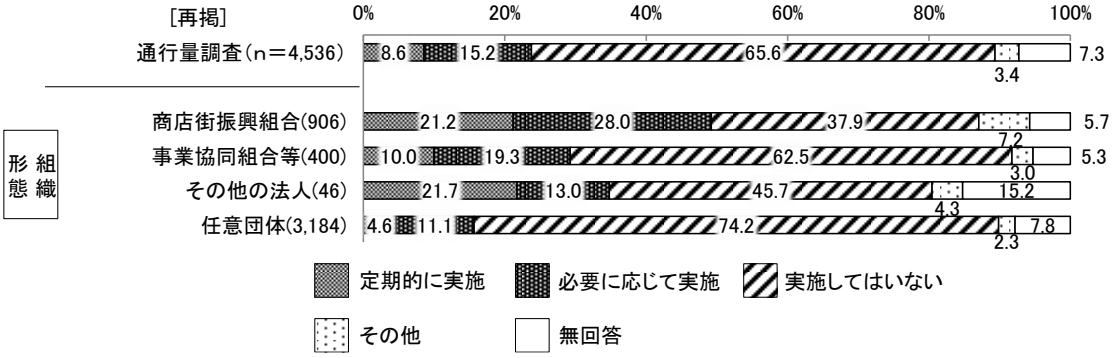
来街者のニーズ調査について『実施(定期的＋必要に応じて)』している商店街を組織形態別でみると、「その他の法人」が 39.2%、「商店街振興組合」が 21.1%と多く、「任意団体」は 8.3%と少なくなっている。

図表 66　来街者のニーズ調査



来街者の通行量調査については、『実施(定期的＋必要に応じて)』している商店街を組織形態別でみると、最も多いのは「商店街振興組合（49.2%）」、最も少ないのは「任意団体（15.7%）」となっている。

図表 67　通行量調査



５．大規模小売店舗の出退店の状況

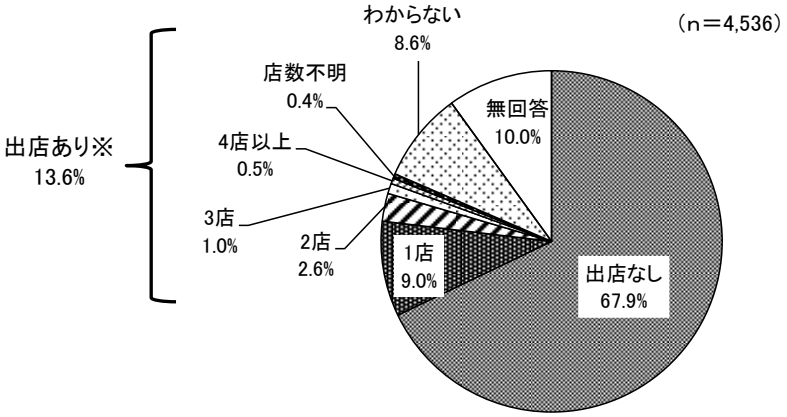
（１）大規模小売店舗の出店（問 13（１））

①大規模小売店舗の出店数

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 13.6%、「出店なし」が 67.9%となっている。

「出店あり」との回答について店舗数の内訳でみると、「１店（9.0%）」、「２店（2.6%）」、「３店（1.0%）」、「４店以上（0.5%）」の順に多くなっている。

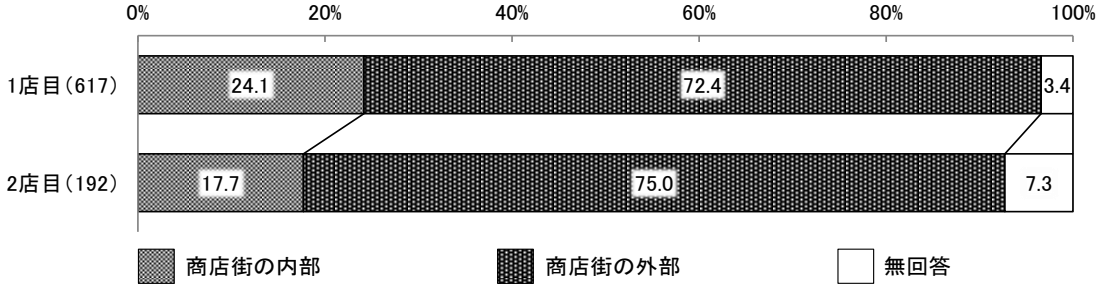
図表 68　大規模小売店舗の出店数



②出店した大規模小売店舗の立地場所

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店のみの商店街は無回答）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 69　大規模小売店舗の立地場所

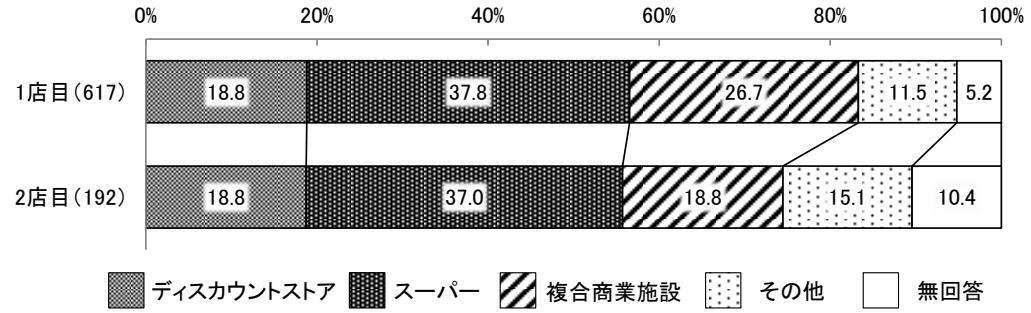


※図表 68「出店あり」については、小数点の関係で合計の値が異なっている。

③出店した大規模小売店舗のタイプ

出店した大規模小売店舗のタイプは、１店目は「スーパー（37.8%）」、「複合商業施設（26.7%）」、「ディスカウントストア（18.8%）」の順に多くなっている。２店目（１店のみの商店街は無回答）は「スーパー（37.0%）」、「ディスカウントストア（18.8%）」、「複合商業施設（18.8%）」の順に多くなっている。

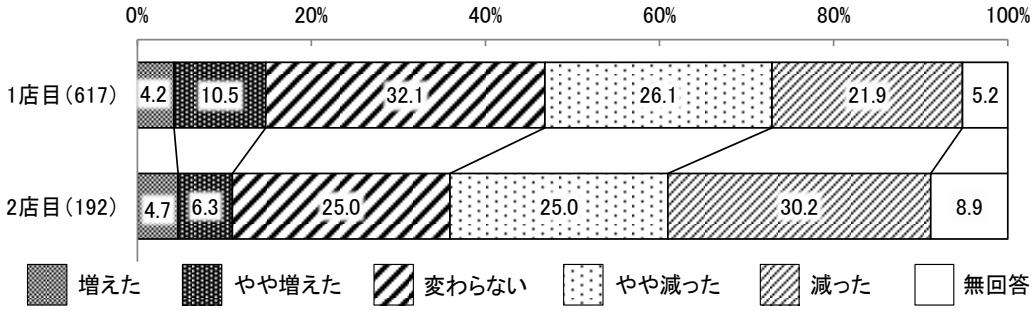
図表 70　出店した大規模小売店舗のタイプ



④大規模小売店舗の出店による来街者数の変化

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（32.1%）」の割合が最も多く、２店目（１店のみの商店街は無回答）では「減った（30.2%）」の割合が最も多くなっている。

図表 71　大規模小売店舗の出店による来街者数の変化



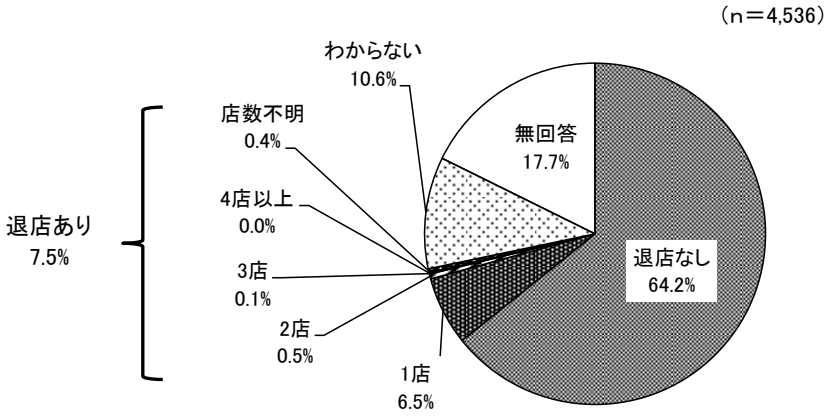
（２）大規模小売店舗の退店（問 13（１））

①大規模小売店舗の退店数

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 7.5%、「退店なし」が 64.2%となっている。

「退店あり」との回答について店舗数の内訳でみると、店数不明を除き、「１店（6.5%）」、「２店（0.5%）」、「３店（0.1%）」の順に多くなっている。

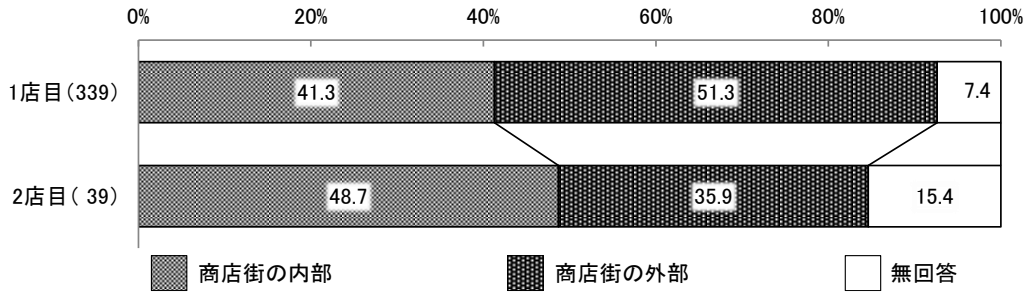
図表 72　大規模小売店舗の退店数



②退店した大規模小売店舗が立地していた場所

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」が「商店街の内部」を上回っている一方で２店目では「商店街の内部」が「商店街の外部」を上回っている。

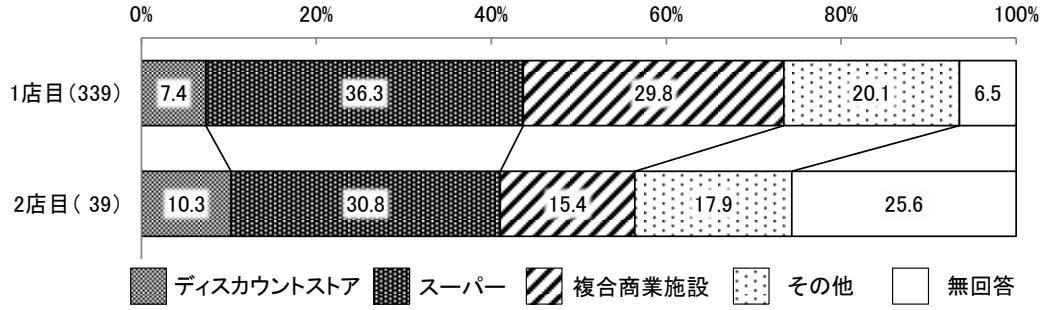
図表 73　退店した大規模小売店舗が立地していた場所



③退店した大規模小売店舗のタイプ

退店した大規模小売店舗のタイプは、１店目、２店目（１店のみの商店街は無回答）ともに「スーパー」、「複合商業施設」、「ディスカウントストア」の順に多くなっている。また、１店目は２店目に比較して「スーパー」の割合が多い。

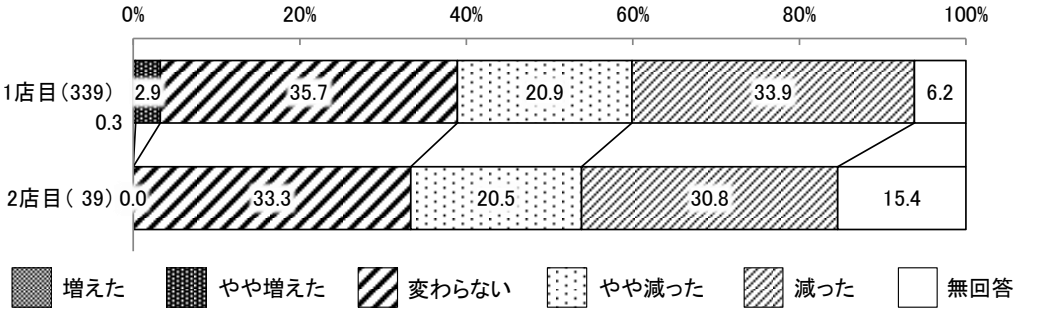
図表 74　退店した大規模小売店舗のタイプ



④大規模小売店舗の退店による来街者数の変化

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、２店目ともに「変わらない」、「減った」、「やや減った」の順に多くなっている。

図表 75　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

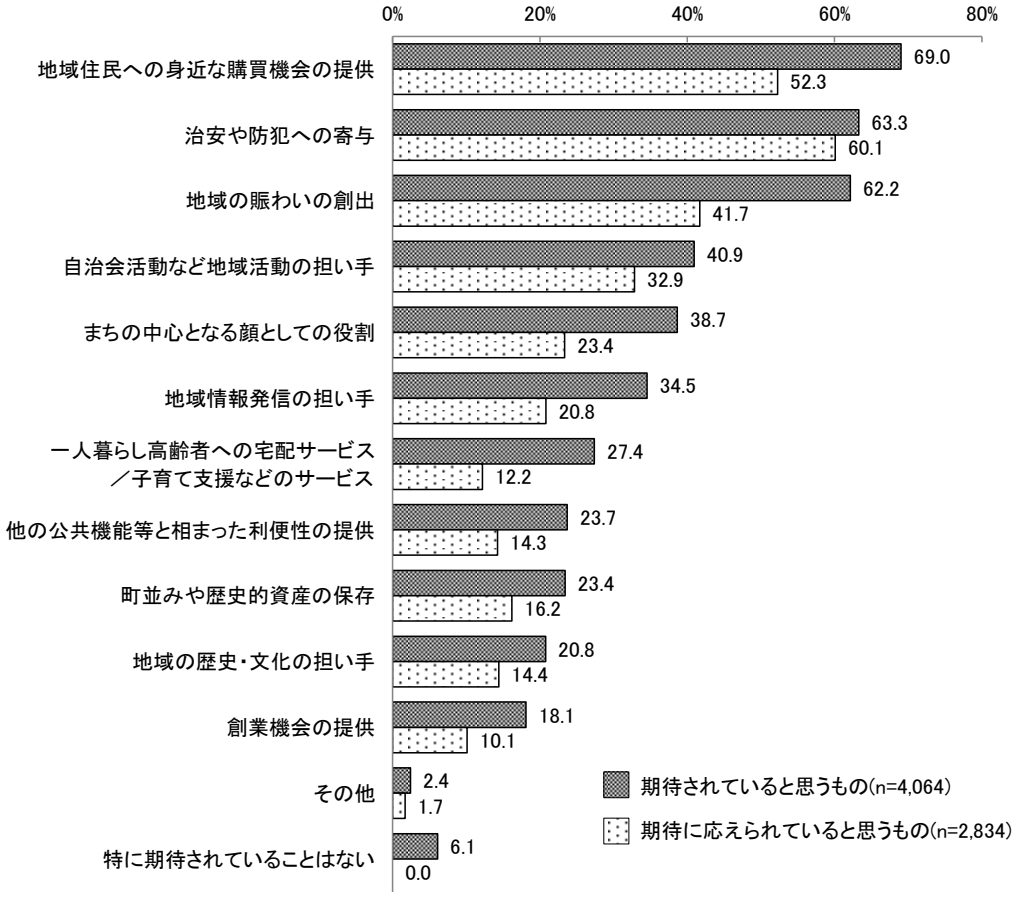
（１）商店街の役割（問 14（１））

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（69.0%）」が最も多く、次いで「治安や防犯への寄与（63.3%）」、「地域の賑わいの創出（62.2%）」の順に多くなっている。

また、『期待に応えられていると思うもの』は「治安や防犯への寄与（60.1%）」が最も多く、次いで「地域住民への身近な購買機会の提供（52.3%）」、「地域の賑わいの創出（41.7%）」の順に多くなっている。

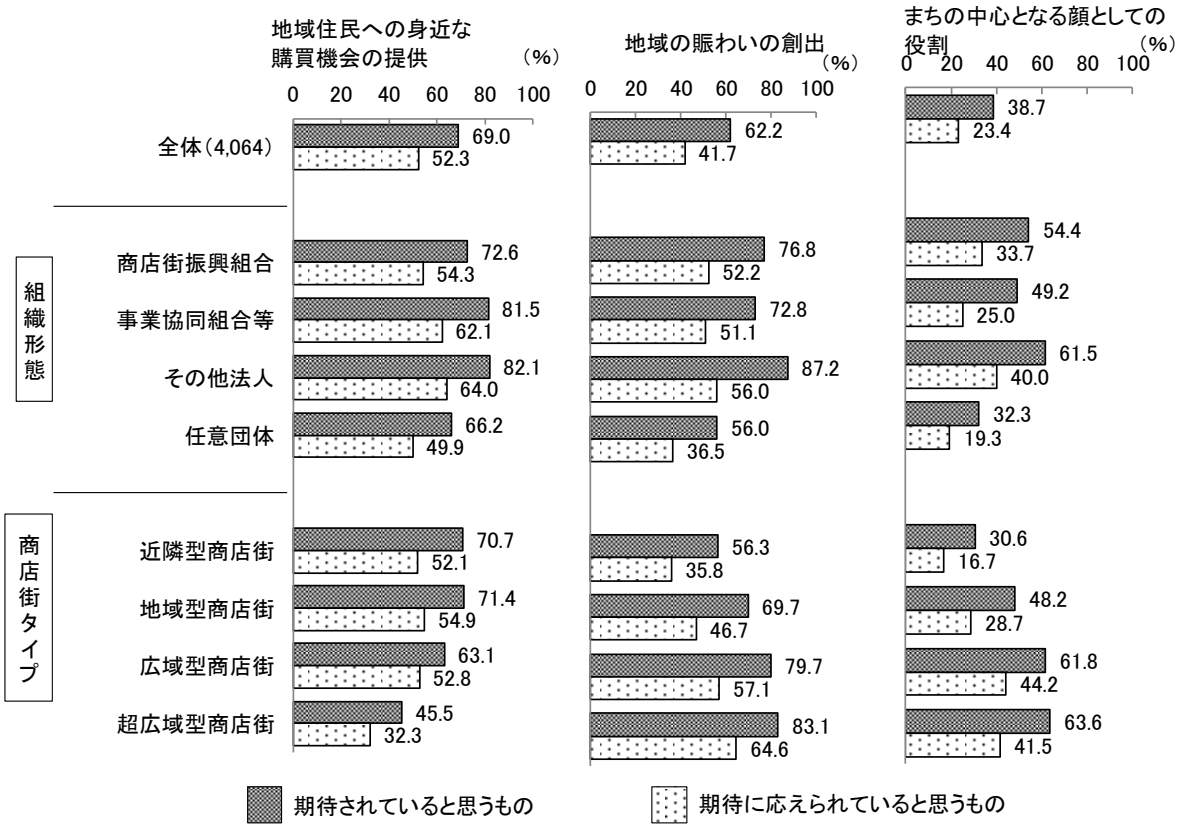
『期待されていると思うもの』と『期待に応えられていると思うもの』の差をみると、最も差が大きいのは「地域の賑わいの創出（20.5 ポイント差）」であり、次いで「地域住民への身近な購買機会の提供（16.7 ポイント差）」、「まちの中心となる顔としての役割（15.3 ポイント差）」の順に差が大きくなっている。

図表 76　商店街の役割



『期待されていると思うもの』と『期待に応えられていると思うもの』の差が大きい上位３つについて、組織形態別でみると、「地域住民への身近な購買機会の提供」では「事業協同組合等（19.4ポイント差）」、「商店街振興組合（18.3ポイント差）」で差が大きく、「地域の賑わいの創出」では「その他の法人（31.2 ポイント差）」、「まちの中心となる顔としての役割」では「事業協同組合等（24.2ポイント差）」で差が大きくなっている。商店街タイプ別でみると、「地域住民への身近な購買機会の提供」では「近隣型商店街（18.6ポイント差）」で差が大きく、「地域の賑わいの創出」では「地域型商店街（23.0ポイント差）」、「まちの中心となる顔としての役割」では「超広域型商店街（22.1ポイント差）」となっている。

図表 77　商店街の役割 差が大きい上位３つ（組織形態・商店街タイプ）



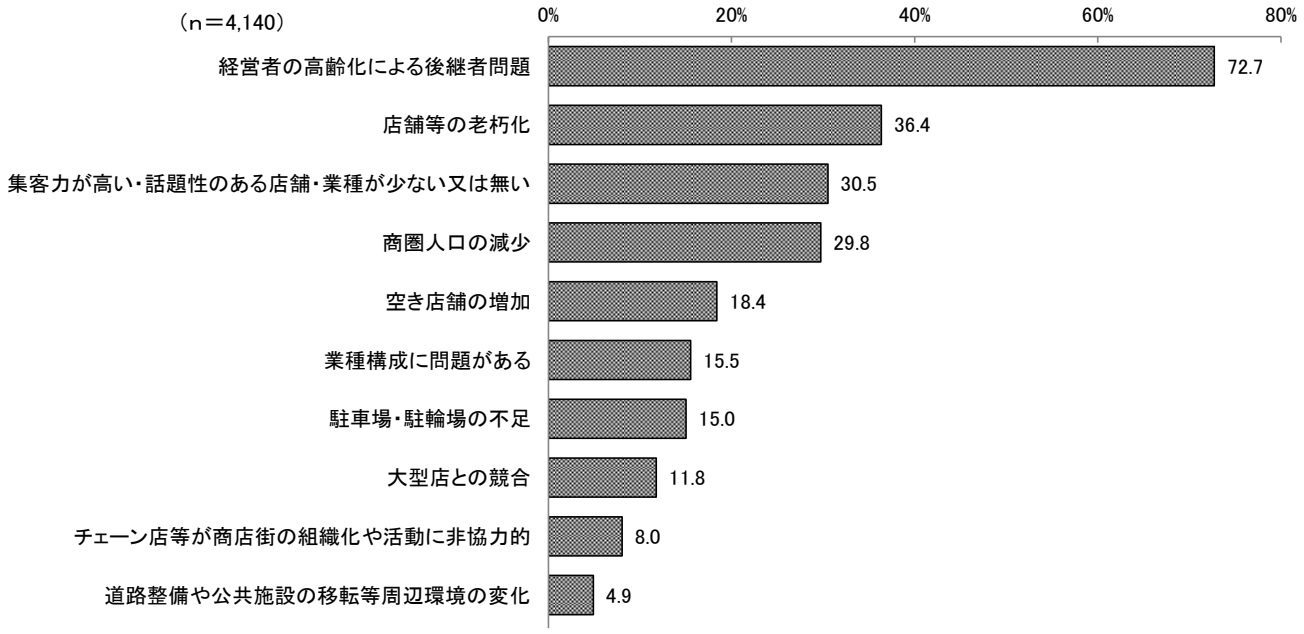
（２）商店街における問題について（問 14（２）Ａ）

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（72.7%）」が最も多く、次いで「店舗等の老朽化（36.4%）」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い（30.5%）」の順に多くなっている。

後継者問題の対策についてみると「対策は講じていない（96.0%）」が大半を占めており、「研修を実施（2.2%）」「外部から後継者を募集（1.8%）」は少数となっている。

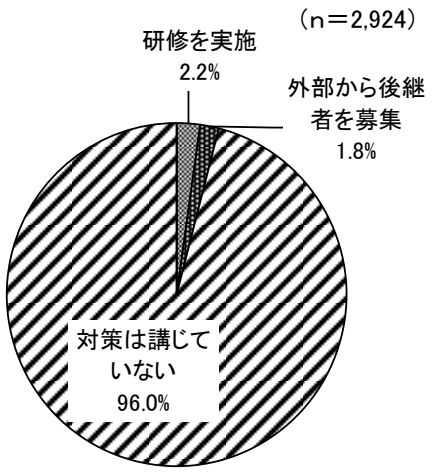
業種構成における問題についてみると「生鮮三品の店舗や総菜店が少ない又は揃っていない（64.5%）」が最も多く、次いで「日用雑貨店が少ない又は揃っていない（36.5%）」、「飲食店・喫茶店が少ない又は揃っていない（32.7%）」の順に多くなっている。

図表 78　商店街における問題【複数回答（３つまで）】

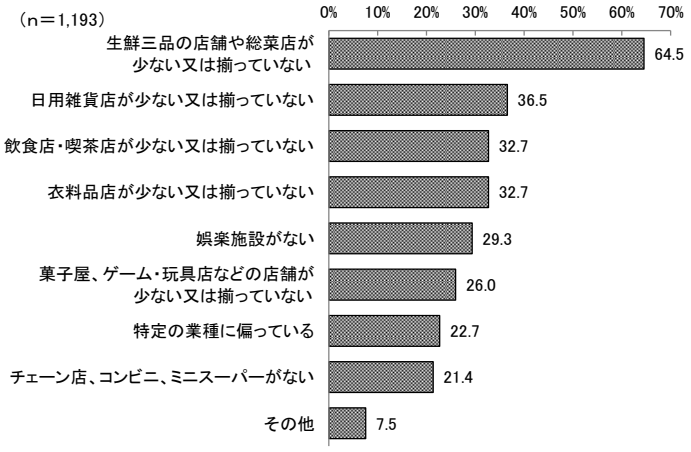


図表 79　後継者問題への対策と業種構成における問題について

＜後継者問題の対策＞



＜業種構成における問題の内容[31]＞



31 「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」と回答のあった者を対象に集計

①商店街における問題

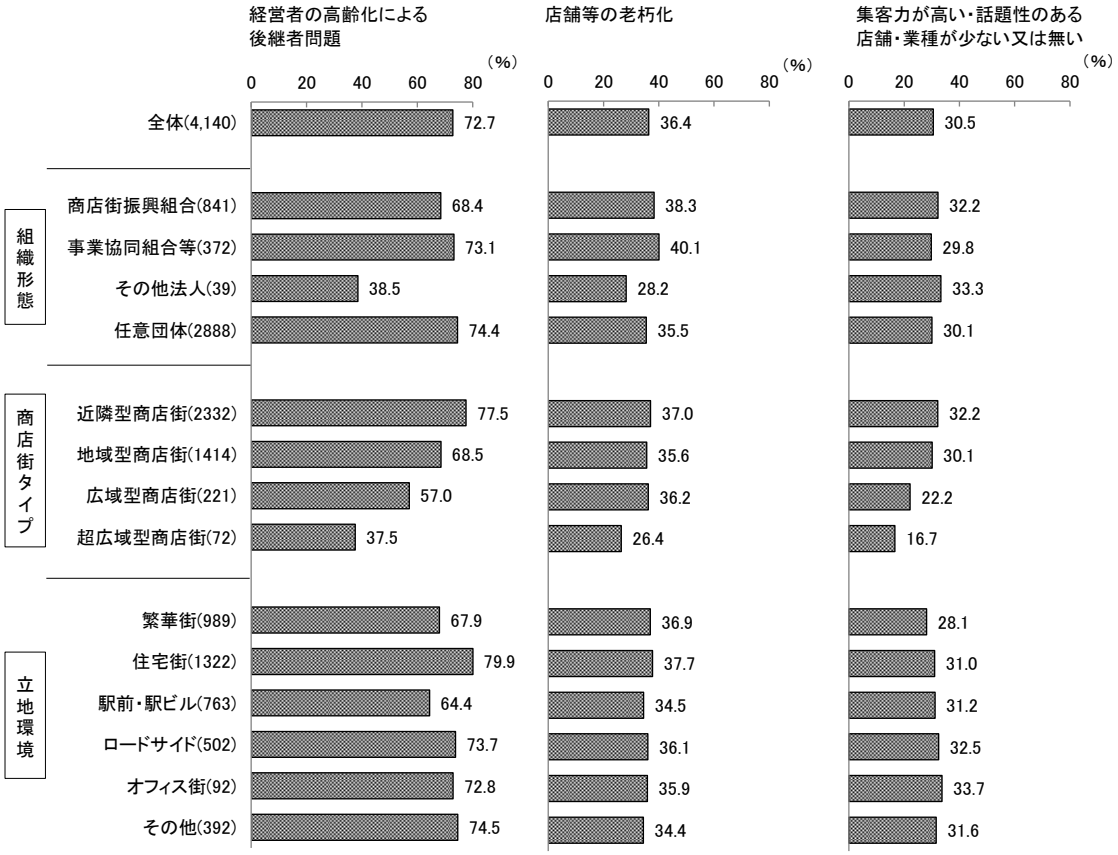
商店街における問題の経年変化についてみると、「経営者の高齢化による後継者問題」が平成 21 年度以降連続で１位となっている。また１位から３位までの順については前回調査である平成 30 年度と同じ構成になっている。

商店街タイプ別でみると、「経営者の高齢化による後継者問題」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」では「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい割合が多くなっている。「店舗等の老朽化」についてはいずれの商店街タイプにおいても一定の割合がある。

図表 80　商店街における問題の経年変化（上位３つ）

	1位	2位	3位
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% 〕	経営者の高齢化による 後継者難 〔 31.4% 〕
平成21年度	経営者の高齢化による 後継者難 〔 51.3% 〕	魅力ある店舗が少ない 〔 42.7% 〕	核となる店舗がない 〔 27.2% 〕
平成24年度	経営者の高齢化による 後継者問題 〔 63.0% 〕	集客力が高い・話題性のある 店舗/業種が少ない又は無い 〔 37.8% 〕	店舗等の老朽化 〔 32.8% 〕
平成27年度	経営者の高齢化による 後継者問題 〔 64.6% 〕	集客力が高い・話題性のある 店舗・業種が少ない又は無い 〔 40.7% 〕	店舗等の老朽化 〔 31.6% 〕
平成30年度	経営者の高齢化による 後継者問題 〔 64.5% 〕	店舗等の老朽化 〔 38.6% 〕	集客力が高い・話題性のある 店舗・業種が少ない又は無い 〔 36.9% 〕
令和3年度	経営者の高齢化による 後継者問題 〔 72.7% 〕	店舗等の老朽化 〔 36.4% 〕	集客力が高い・話題性のある 店舗・業種が少ない又は無い 〔 30.3% 〕

図表 81　商店街における問題（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）

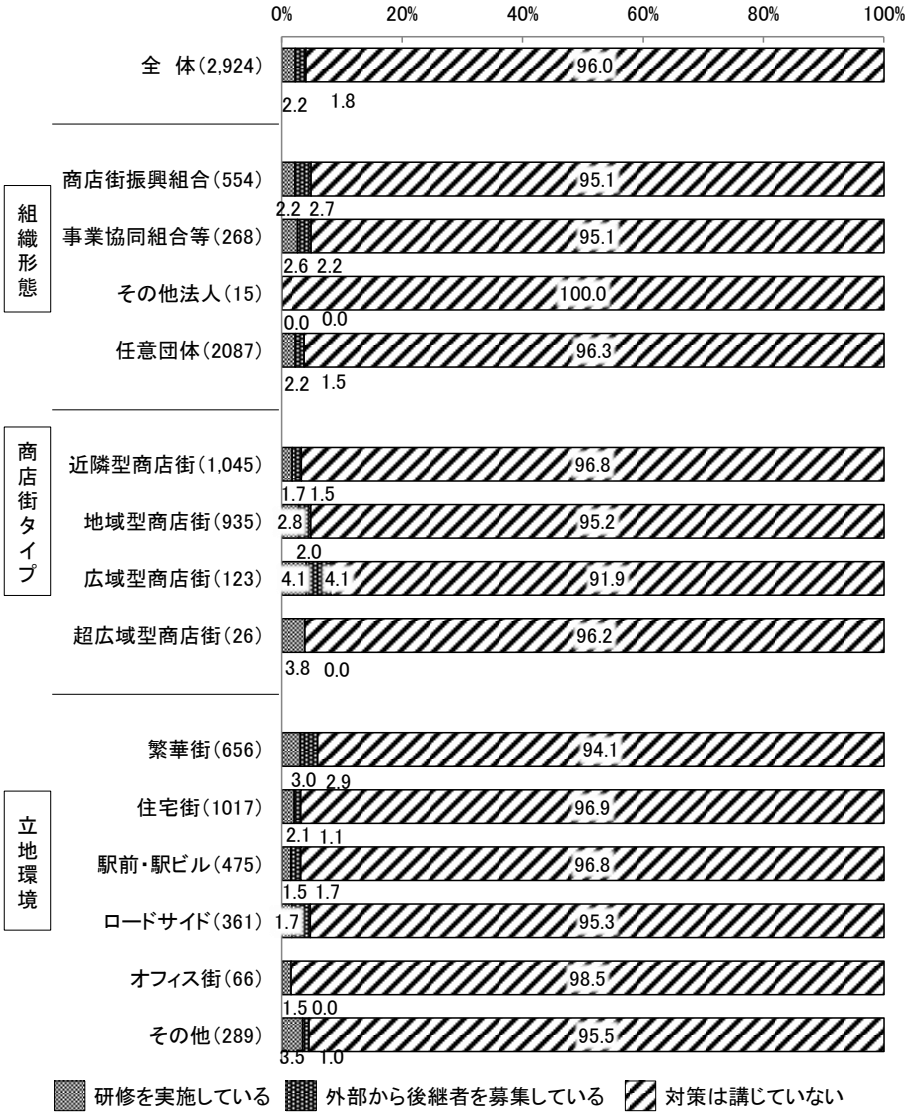


②後継者問題の対策

後継者問題への対策の状況について、組織形態別でみるといずれの組織形態においても「研修を実施している」が 5%未満になっている。

商店街タイプ別でみると「広域型商店街」において「研修を実施している（4.1%）」と「外部から後継者を募集している（4.1%）」を合わせて 8.2%と他の商店街タイプに比べ多くなっている。

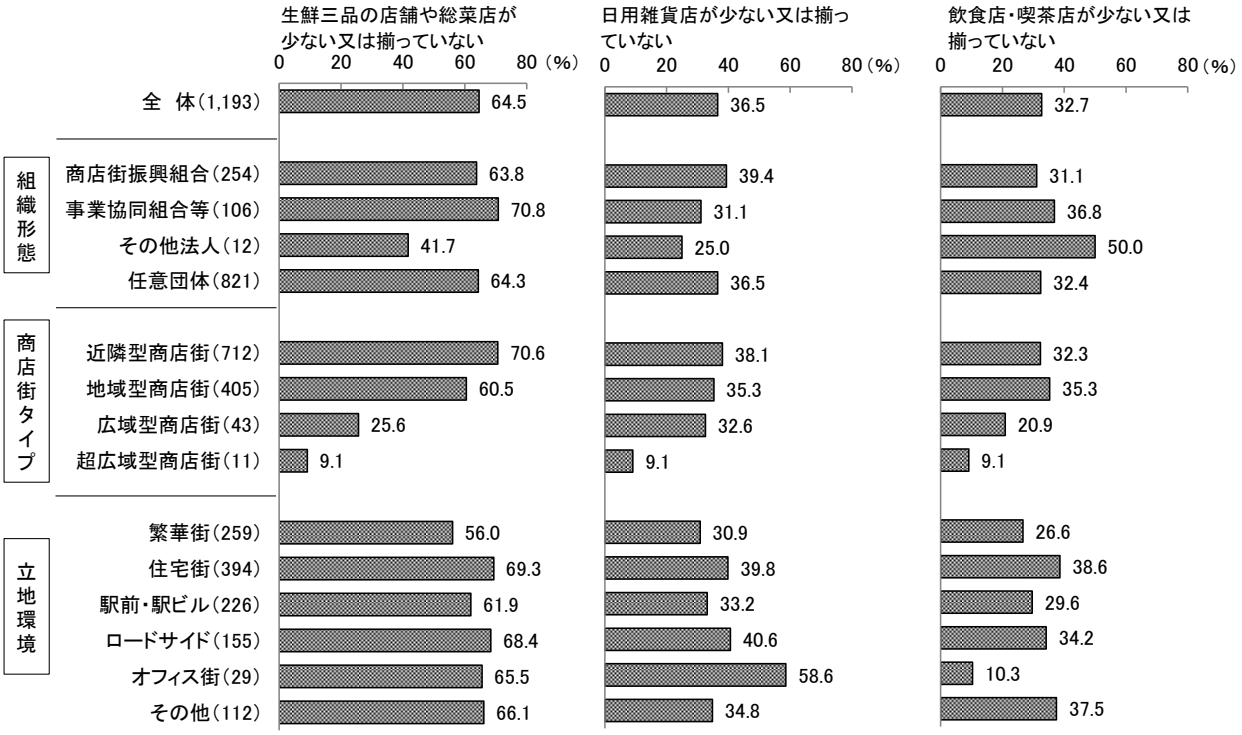
図表 82　後継者問題の対策（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



③業種構成における問題

業種構成における問題を抱える商店街について、商店街タイプ別でみると、上位３つにあげられた「生鮮三品の店舗や総菜店が少ない又は揃っていない」、「日用雑貨店が少ない又は揃っていない」、「飲食店・喫茶店が少ない又は揃っていない」のいずれも「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい多くなる傾向がみられる。

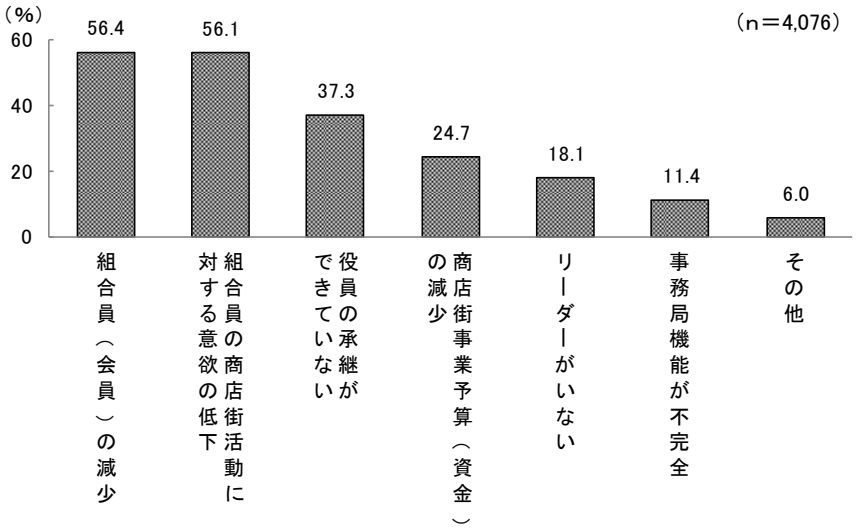
図表 83　業種構成における問題（組織形態・商店街タイプ・立地環境）（上位３つ）



（３）商店街組織内部に係る問題について（問 14（２）Ｂ）

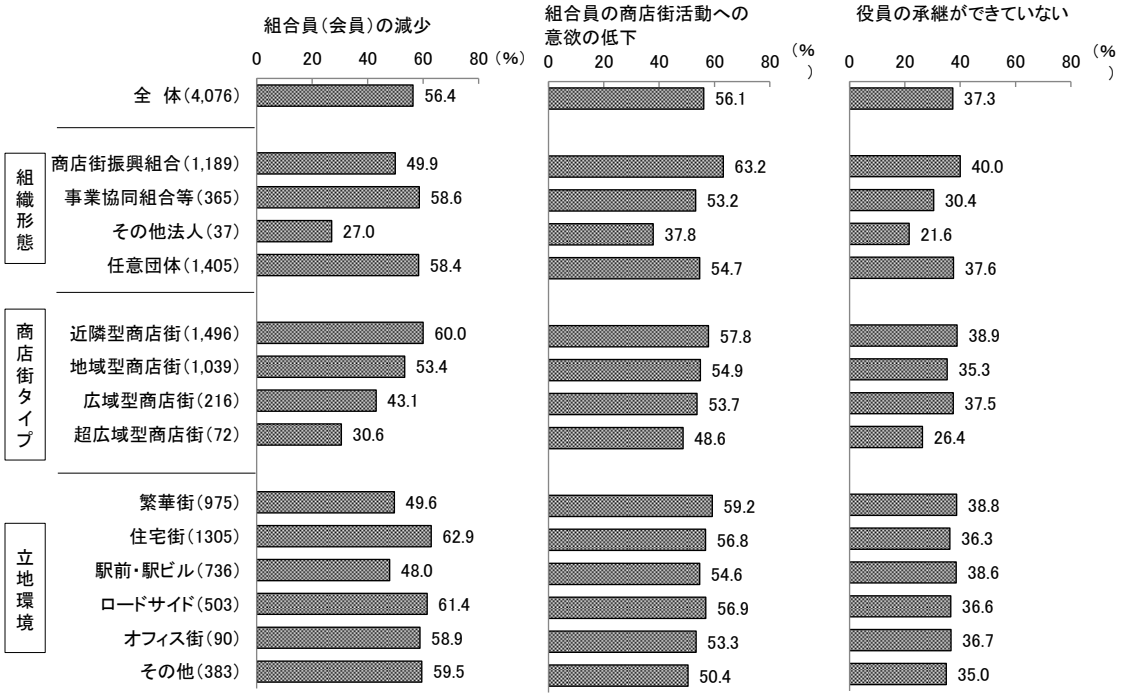
商店街組織内部に係る問題についてみると、「組合員（会員）の減少（56.4%）」、「組合員の商店街活動に対する意欲の低下（56.1%）」、「役員の承継ができていない（37.3%）」の順に多くなっている。

図表 84　商店街組織内部に係る問題【複数回答（３つまで）】



商店街組織内部に係る問題について、組織形態別でみると「組合員（会員）の減少」は「事業協同組合等（58.6%）」、「任意団体（58.4%）」の順で多いのに対し、「組合員の商店街活動への意欲の低下」は「商店街振興組合（63.2%）」が最も多くなっている。商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「組合員(会員)の減少」と「組合員の商店街活動に対する意欲の低下」の割合が多くなっている。

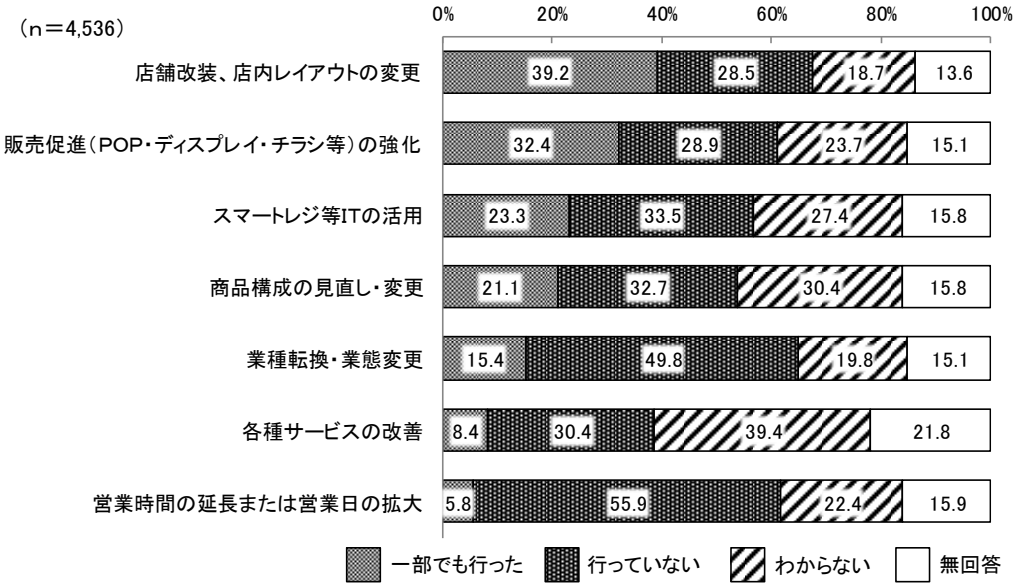
図表 85　商店街組織内部に係る問題（組織形態・商店街タイプ・立地環境）（上位３つ）



（４）商店街の個店の改善・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、「店舗改装、店内レイアウトの変更（39.2%）」、「販売促進(POP・ディスプレイ・チラシ等)の強化（32.4%）」、「スマートレジ等 IT の活用（23.3%）」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（55.9%）」、「業種転換・業態変更（49.8%）」、「スマートレジ等 IT の活用（33.5%）」の順に多くなっている。

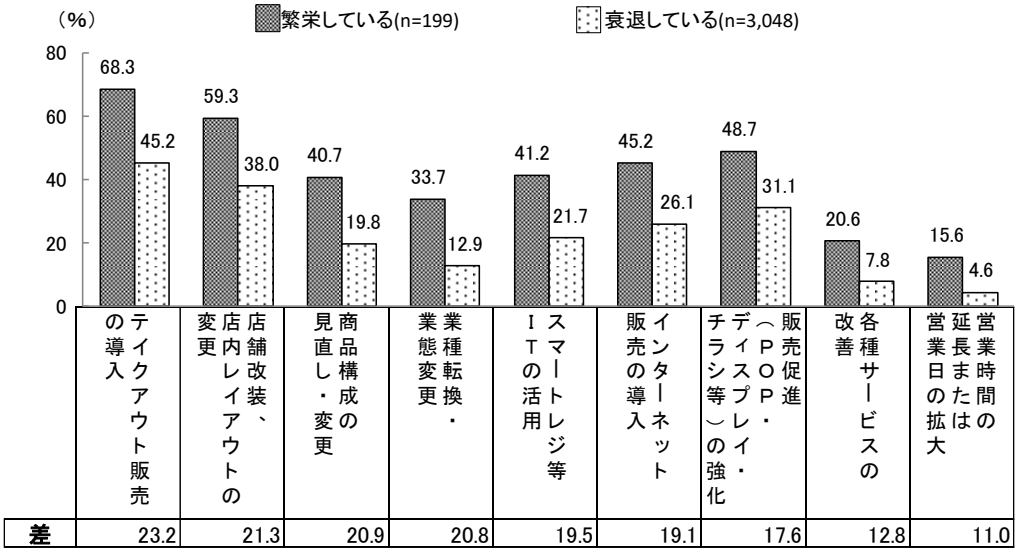
図表 86　商店街の個店の改善・活性化策



「個店の改善策・活性化策を一部でも行った」と回答した商店街において、実施した取組と景況との関係をみると、例えば「テイクアウト販売の導入」の取組割合は、衰退している商店街では 45.2%に留まっているのに対し、繁栄している商店街では 68.3%の商店街で取り組まれている（差：23.2 ポイント）。他に差が大きいものとしては「店舗改装、店内レイアウトの変更（差：21.3 ポイント）」、「商品構成の見直し・変更（差：20.9 ポイント）」などが上位にあげられる。

図表 87　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係

＜改善・活性化策を一部でも行った商店街の対策別の割合＞

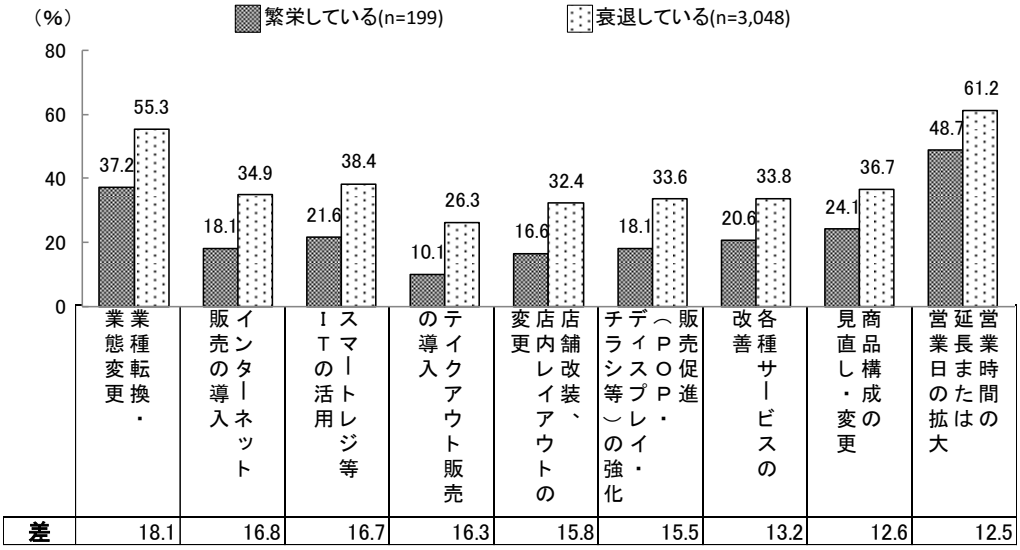


	テイクアウト販売の導入	店舗改装、店内レイアウトの変更	商品構成の見直し・変更	業種転換・業態変更	スマートレジ等ＩＴの活用	インターネット販売の導入	販売促進（ＰＯＰ・ディスプレイ・チラシ等）の強化	各種サービスの改善	営業時間の延長または営業日の拡大
差	23.2	21.3	20.9	20.8	19.5	19.1	17.6	12.8	11.0

一方で、「個店の改善策・活性化策を行っていない」と回答した商店街において、行っていない取組と景況の関係をみると、例えば「業種転換・業態変更」を行っていない割合は、繁栄している商店街では 37.2%に留まっているのに対し、衰退している商店街では 55.3%の商店街で行われていない（差：18.1 ポイント）。他に差が大きいものとしては、「インターネット販売の導入（差：16.8 ポイント）」「スマートレジ等ＩＴの活用（差：16.7 ポイント）」などが上位にあげられる。

図表 88　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係

＜改善・活性化策を行っていない商店街の対策別の割合＞



	業種転換・業態変更	インターネット販売の導入	スマートレジ等ＩＴの活用	テイクアウト販売の導入	店舗改装、店内レイアウトの変更	販売促進（ＰＯＰ・ディスプレイ・チラシ等）の強化	各種サービスの改善	商品構成の見直し・変更	営業時間の延長または営業日の拡大
差	18.1	16.8	16.7	16.3	15.8	15.5	13.2	12.6	12.5

図表 89　商店街の個店の改善・活性化策と商店街の実施有無と景況との関係

			全体	店舗改装、店内レイアウトの変更	業種転換・業態変更	商品構成の見直し・変更	販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化	各種サービスの改善	営業時間の延長または営業日の拡大	スマートレジ等ITの活用	インターネット販売の導入	テイクアウト販売の導入
改善・活性化策を一部でも行った	全体		4,536	1,778	697	957	1,469	383	265	1,057	1,210	2,182
			100.0	39.2	15.4	21.1	32.4	8.4	5.8	23.3	26.7	48.1
	繁栄又は繁栄の兆しがある	繁栄している	61	28	19	21	23	8	8	19	20	35
			100.0	45.9	31.1	34.4	37.7	13.1	13.1	31.1	32.8	57.4
		繁栄の兆しがある	138	90	48	60	74	33	23	63	70	101
			100.0	65.2	34.8	43.5	53.6	23.9	16.7	45.7	50.7	73.2
		小計	199	118	67	81	97	41	31	82	90	136
			100.0	59.3	33.7	40.7	48.7	20.6	15.6	41.2	45.2	68.3
	まあまあである（横ばいである）		1,104	496	236	268	418	100	95	311	321	658
			100.0	44.9	21.4	24.3	37.9	9.1	8.6	28.2	29.1	59.6
	衰退又は衰退の恐れがある	衰退の恐れがある	1,394	587	215	310	497	129	85	344	420	726
			100.0	42.1	15.4	22.2	35.7	9.3	6.1	24.7	30.1	52.1
		衰退している	1,654	571	178	293	451	110	54	318	375	651
			100.0	34.5	10.8	17.7	27.3	6.7	3.3	19.2	22.7	39.4
		小計	3,048	1,158	393	603	948	239	139	662	795	1,377
			100.0	38.0	12.9	19.8	31.1	7.8	4.6	21.7	26.1	45.2
	無回答		185	6	1	5	6	3	0	2	4	11
			100.0	3.2	0.5	2.7	3.2	1.6	0.0	1.1	2.2	5.9
改善・活性化策を行っていない	全体		4,536	1,293	2,257	1,484	1,309	1,377	2,534	1,519	1,388	993
			100.0	28.5	49.8	32.7	28.9	30.4	55.9	33.5	30.6	21.9
	繁栄又は繁栄の兆しがある	繁栄している	61	11	20	11	7	9	22	10	7	6
			100.0	18.0	32.8	18.0	11.5	14.8	36.1	16.4	11.5	9.8
		繁栄の兆しがある	138	22	54	37	29	32	75	33	29	14
			100.0	15.9	39.1	26.8	21.0	23.2	54.3	23.9	21.0	10.1
		小計	199	33	74	48	36	41	97	43	36	20
			100.0	16.6	37.2	24.1	18.1	20.6	48.7	21.6	18.1	10.1
	まあまあである（横ばいである）		1,104	259	481	306	238	296	552	292	275	162
			100.0	23.5	43.6	27.7	21.6	26.8	50.0	26.4	24.9	14.7
	衰退又は衰退の恐れがある	衰退の恐れがある	1,394	400	735	478	416	446	833	484	433	296
			100.0	28.7	52.7	34.3	29.8	32.0	59.8	34.7	31.1	21.2
		衰退している	1,654	588	951	641	608	583	1,033	685	631	506
			100.0	35.6	57.5	38.8	36.8	35.2	62.5	41.4	38.1	30.6
		小計	3,048	988	1,686	1,119	1,024	1,029	1,866	1,169	1,064	802
			100.0	32.4	55.3	36.7	33.6	33.8	61.2	38.4	34.9	26.3
	無回答		185	13	16	11	11	11	19	15	13	9
			100.0	7.0	8.6	5.9	5.9	5.9	10.3	8.1	7.0	4.9

Ⅳ．　商店街における空き店舗に関する問題について

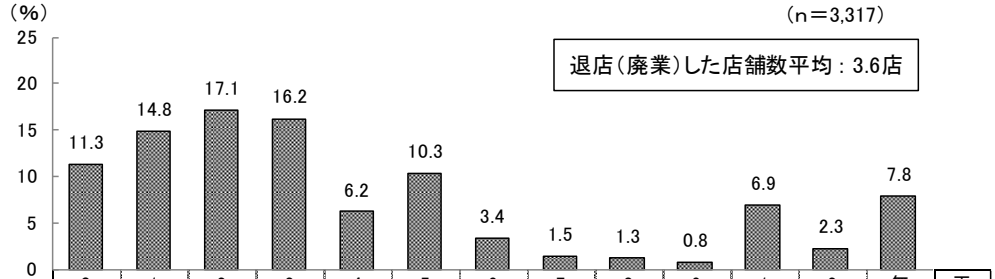
１．最近３年間に退店（廃業）した店舗（問 15（１））

最近３年間に退店(廃業)した店舗数は、「２店（17.1%)」、「３店（16.2%)」、「１店（14.8%)」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 11.3%であった。退店(廃業)した店舗数が「０店」の商店街を組織形態別でみると、「その他の法人(16.1%)」が最も多い。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街（13.2%)」が最も多く、次いで、「地域型商店街（10.6%)」となっている。立地環境別でみると、「ロードサイド（15.8%)」が最も多くなっている。

図表 90　最近３年間に退店（廃業）した店舗（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



上段:実数 下段:割合		n %	0店	1店	2店	3店	4店	5店	6店	7店	8店	9店	10～19店	20店以上	無回答	平均
全 体		3,317	375	492	568	539	206	342	113	49	42	27	228	76	260	4.4
		100.0	11.3	14.8	17.1	16.2	6.2	10.3	3.4	1.5	1.3	0.8	6.9	2.3	7.8	－
組織形態	商店街振興組合	750	58	93	112	125	52	80	42	19	20	12	70	28	39	5.3
		100.0	7.7	12.4	14.9	16.7	6.9	10.7	5.6	2.5	2.7	1.6	9.3	3.7	5.2	－
	事業協同組合等	300	29	45	51	45	17	24	14	5	5	5	24	6	30	4.1
		100.0	9.7	15.0	17.0	15.0	5.7	8.0	4.7	1.7	1.7	1.7	8.0	2.0	10.0	－
	その他の法人	31	5	6	3	3	0	3	1	0	0	1	4	2	3	5.0
		100.0	16.1	19.4	9.7	9.7	0.0	9.7	3.2	0.0	0.0	3.2	12.9	6.5	9.7	
	任意団体	2,236	283	348	402	366	137	235	56	25	17	9	130	40	188	4.1
		100.0	12.7	15.6	18.0	16.4	6.1	10.5	2.5	1.1	0.8	0.4	5.8	1.8	8.4	－
商店街タイプ	近隣型商店街	1,806	238	295	306	317	119	199	58	31	16	8	92	18	109	3.3
		100.0	13.2	16.3	16.9	17.6	6.6	11.0	3.2	1.7	0.9	0.4	5.1	1.0	6.0	－
	地域型商店街	1,143	121	156	223	173	67	109	42	14	18	11	99	33	77	5.2
		100.0	10.6	13.6	19.5	15.1	5.9	9.5	3.7	1.2	1.6	1.0	8.7	2.9	6.7	－
	広域型商店街	180	1	22	28	31	8	19	10	3	5	6	25	11	11	7.8
		100.0	0.6	12.2	15.6	17.2	4.4	10.6	5.6	1.7	2.8	3.3	13.9	6.1	6.1	－
	超広域型商店街	63	2	5	5	7	7	9	0	0	1	2	7	11	7	12.1
		100.0	3.2	7.9	7.9	11.1	11.1	14.3	0.0	0.0	1.6	3.2	11.1	17.5	11.1	－
	無回答	125	13	14	6	11	5	6	3	1	2	0	5	3	56	3.9
		100.0	10.4	11.2	4.8	8.8	4.0	4.8	2.4	0.8	1.6	0.0	4.0	2.4	44.8	－
立地環境	繁華街	866	85	116	147	146	46	76	34	19	15	13	72	36	61	6.1
		100.0	9.8	13.4	17.0	16.9	5.3	8.8	3.9	2.2	1.7	1.5	8.3	4.2	7.0	－
	住宅街	1005	116	173	184	171	67	118	30	5	6	3	44	8	80	3.1
		100.0	11.5	17.2	18.3	17.0	6.7	11.7	3.0	0.5	0.6	0.3	4.4	0.8	8.0	－
	駅前・駅ビル	601	53	86	97	98	38	69	21	15	12	7	56	22	27	5.2
		100.0	8.8	14.3	16.1	16.3	6.3	11.5	3.5	2.5	2.0	1.2	9.3	3.7	4.5	－
	ロードサイド	387	61	54	64	66	21	39	14	5	7	2	20	4	30	3.3
		100.0	15.8	14.0	16.5	17.1	5.4	10.1	3.6	1.3	1.8	0.5	5.2	1.0	7.8	－
	オフィス街	74	9	16	12	7	7	7	3	1	0	0	4	3	5	3.8
		100.0	12.2	21.6	16.2	9.5	9.5	9.5	4.1	1.4	0.0	0.0	5.4	4.1	6.8	－
	その他	296	41	36	58	43	24	31	8	2	1	2	24	1	25	3.3
		100.0	13.9	12.2	19.6	14.5	8.1	10.5	2.7	0.7	0.3	0.7	8.1	0.3	8.4	－
	無回答	88	10	11	6	8	3	2	3	2	1	0	8	2	32	4.3
		100.0	11.4	12.5	6.8	9.1	3.4	2.3	3.4	2.3	1.1	0.0	9.1	2.3	36.4	－

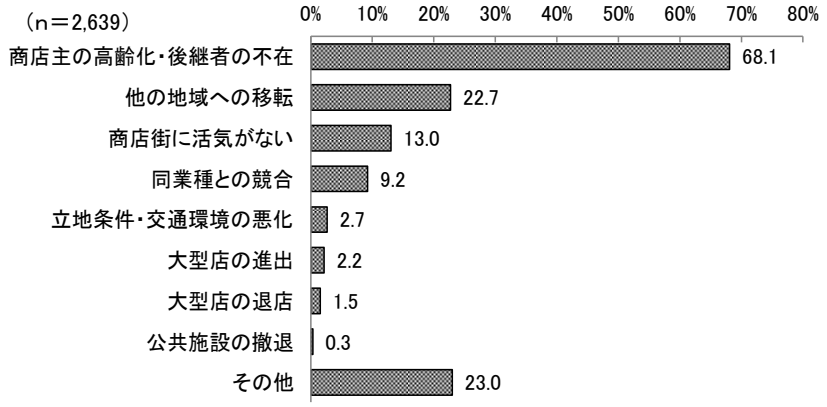
２．退店（廃業）した理由（問 15（１－２））

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（68.1%)」、「他の地域への移転（22.7%)」、「商店街に活気がない（13.0%)」の順に多くなっている。

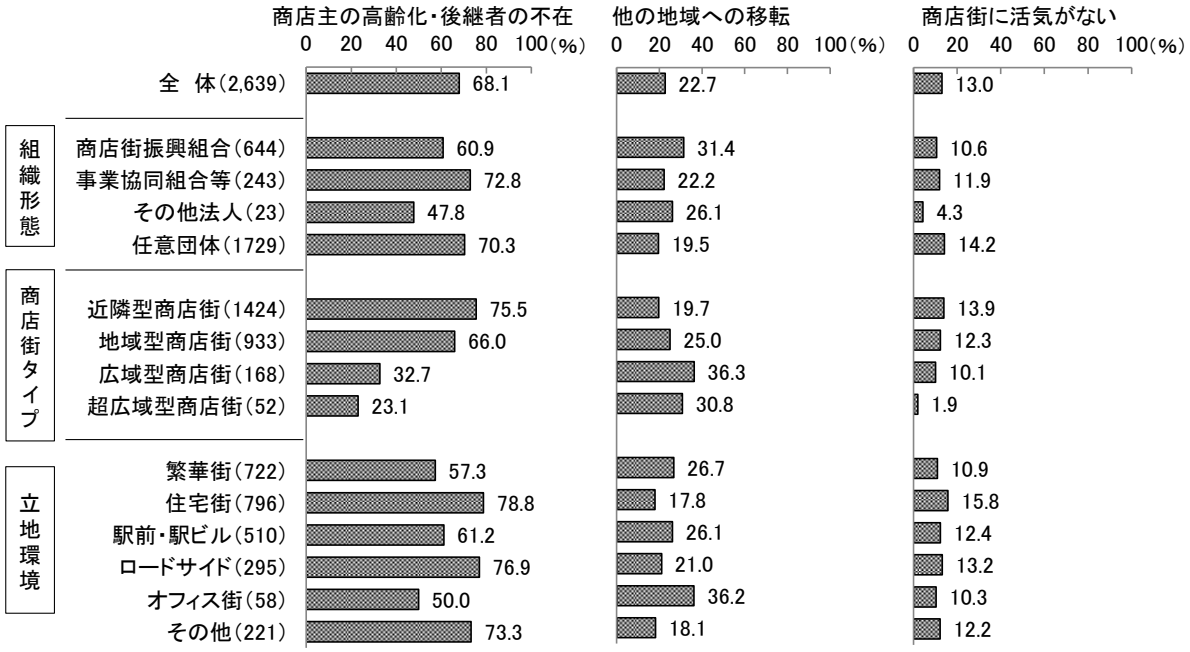
「商店主の高齢化・後継者の不在」で最も多いのは、組織形態別でみると「事業協同組合等(72.8%)」、商店街タイプ別でみると「近隣型商店街（75.5%)」、立地環境別でみると「住宅街(78.8%)」、「ロードサイド　(76.9%)」となっている。

「他の地域への移転」で最も多いのは、組織形態別でみると「商店街振興組合（31.4%)」、商店街タイプ別でみると「広域型商店街（36.3%)」、立地環境別でみると「オフィス街（36.2%)」となっている。

図表 91　退店（廃業）した理由【複数回答（２つまで）】



図表 92　退店（廃業）した理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）

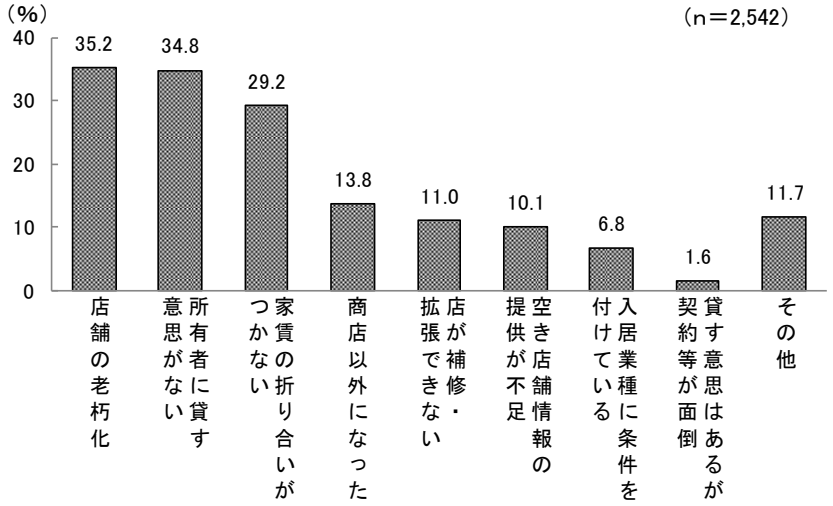


３．空き店舗が埋まらない理由

（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（35.2%）」、「所有者に貸す意思がない（34.8%）」、「家賃の折り合いがつかない（29.2%）」の順に多くなっている。

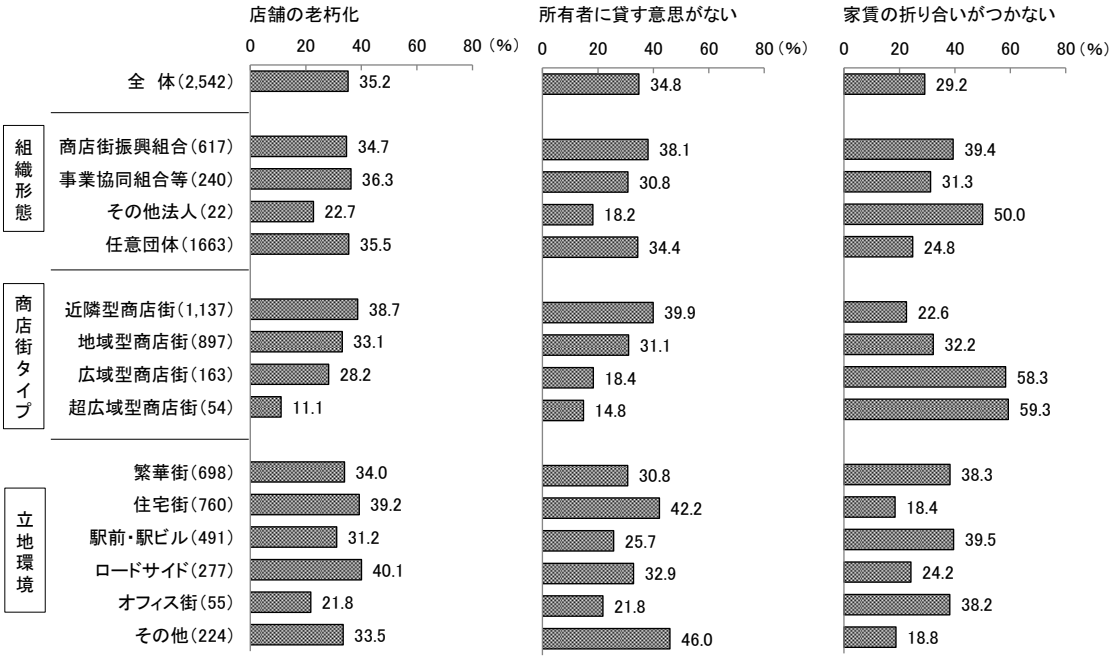
図表 93　地主や家主等貸し手側の都合による理由【複数回答（２つまで）】



商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「所有者に貸す意思がない」、「店舗の老朽化」それぞれ割合が多くなっている。「家賃の折り合いがつかない」については、「近隣型商店街（22.6%）」と「地域型商店街（32.2%）」に比べて、「広域型商店街（58.3%）」と「超広域型商店街（59.3%）」の割合が多くなっている。

立地環境別でみると、「家賃の折り合いがつかない」については、「駅前・駅ビル（39.5%）」、「繁華街（38.3%）」、「オフィス街（38.2%）」が他の立地環境と比較して割合が多くなっている。

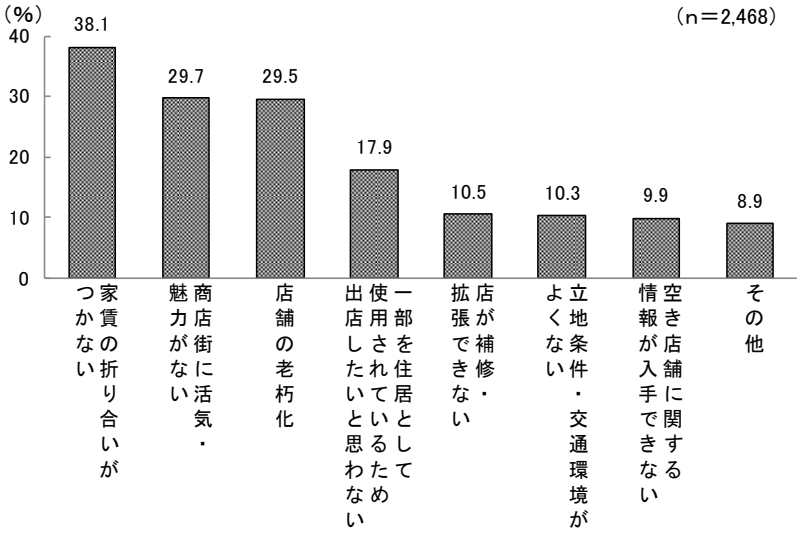
図表 94　地主や家主等貸し手側の都合による理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



（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、「家賃の折り合いがつかない（38.1%）」、「商店街に活気・魅力がない（29.7%）」、「店舗の老朽化（29.5%）の順に多くなっている。

図表 95　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）】

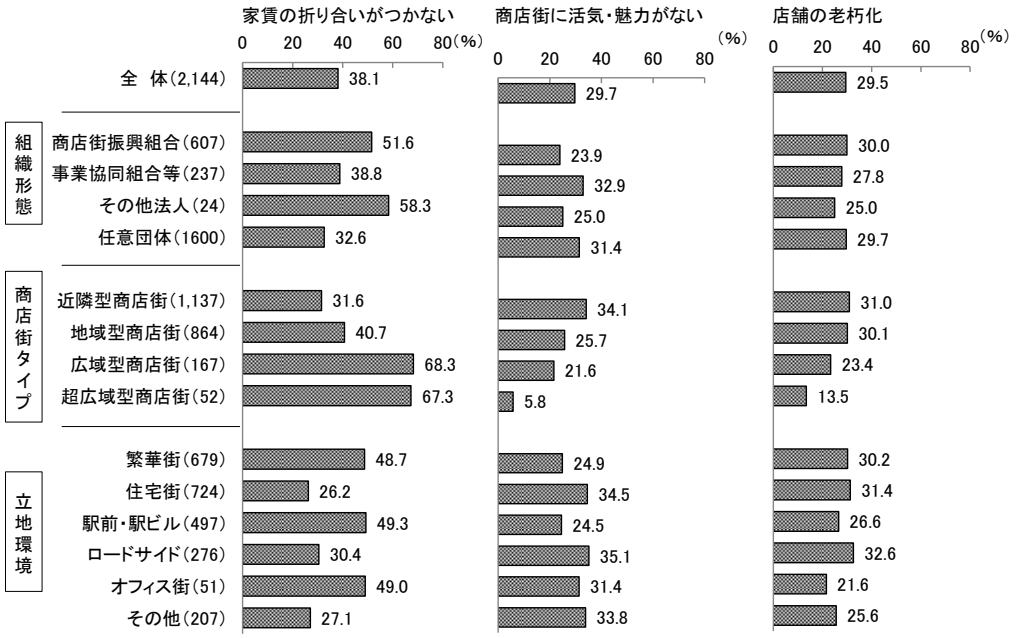


上位３つの空き店舗が埋まらない『テナント等借り手側の都合による理由』について組織形態別でみると、「その他の法人」は「家賃の折り合いがつかない（58.3%）」が最も多い。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「広域型商店街」になるにしたがい、「家賃の折り合いがつかない」の割合が多くなっている。一方、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「商店街に活気・魅力がない」、「店舗の老朽化」の割合が多くなっている。

立地環境別でみると、「家賃の折り合いがつかない」については、「駅前・駅ビル（49.3%）」、「オフィス街（49.0%）」、「繁華街（48.7%）」、他の立地環境と比較して割合が多くなっている。

図表 96　テナント等借り手側の都合による理由（上位３つ）（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



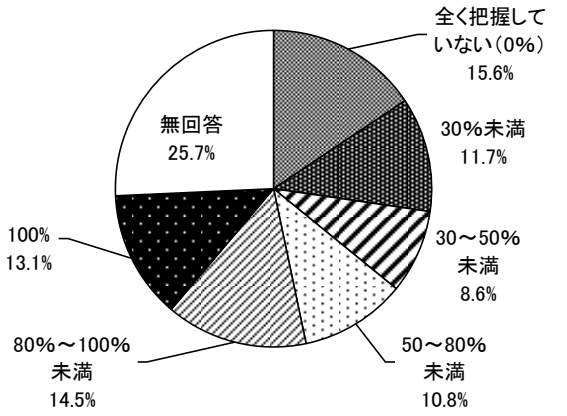
４．空き店舗地権者の把握状況　（問 15（３）Ａ・Ｂ）

空き店舗地権者の把握状況をみると、「まったく把握していない(0%) (15.6%)」が最も多く、次いで「80～100%未満(14.5%)」、「100% (13.1%)」となっている。

空き店舗地権者の所在の把握状況をみると、「まったく把握していない(0%) (15.8%)」が最も多く、次いで「80～100%未満(14.1%)」、「30%未満(13.5%)」となっている。

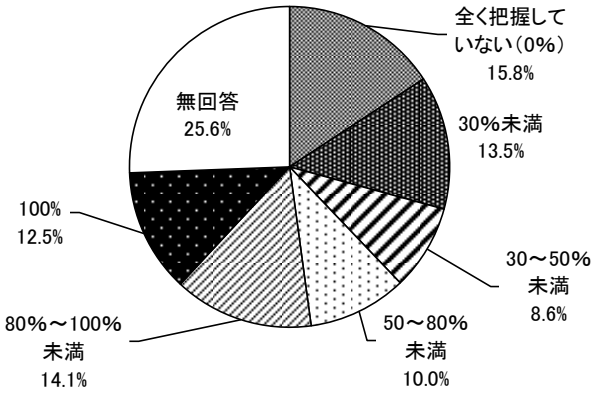
図表 97　空き店舗地権者の把握状況

（n＝3,317）



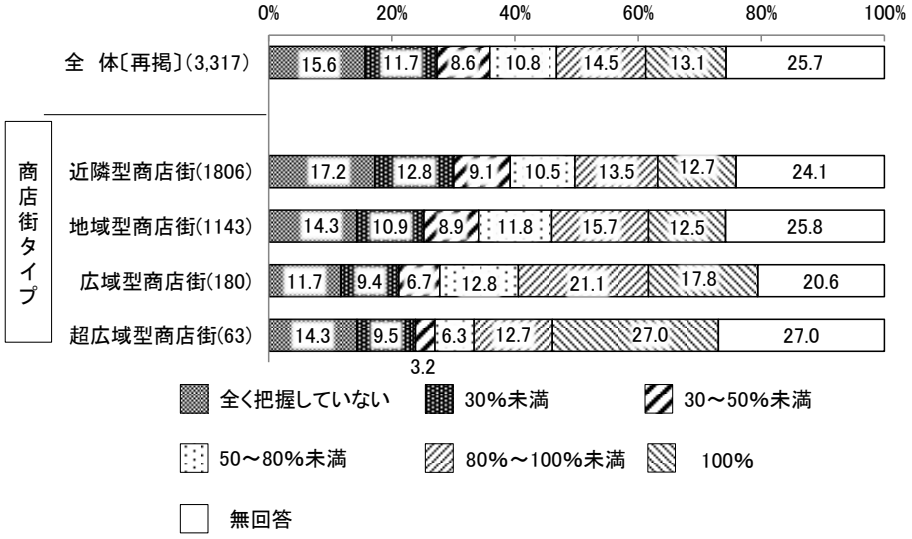
図表 98　空き店舗地権者の所在の把握状況

（n＝3,317）

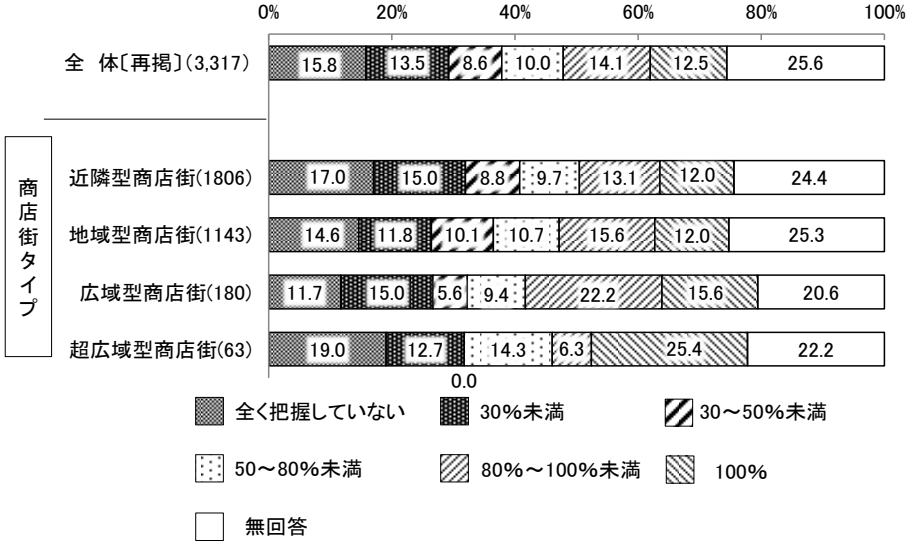


「空き店舗地権者の把握状況」、「空き店舗地権者の所在の把握状況」を商店街タイプ別でみると、ともに「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、80%以上把握している割合が多くなる傾向がみられる。

図表 99　空き店舗地権者の把握状況（商店街タイプ）



図表 100　空き店舗地権者の所在の把握状況（商店街タイプ）



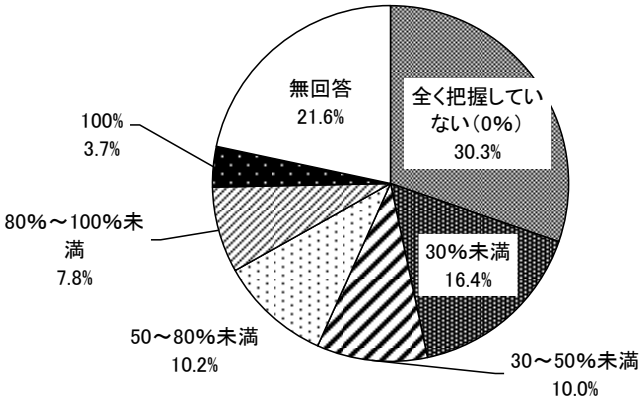
５．賃貸等の意思がない空き店舗（問 15（３）Ｃ）

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（30.3%)」、「30%未満（16.4%)」、「50～80%未満（10.2%)」、「30～50%未満（10.0%)」の順に多くなっている。

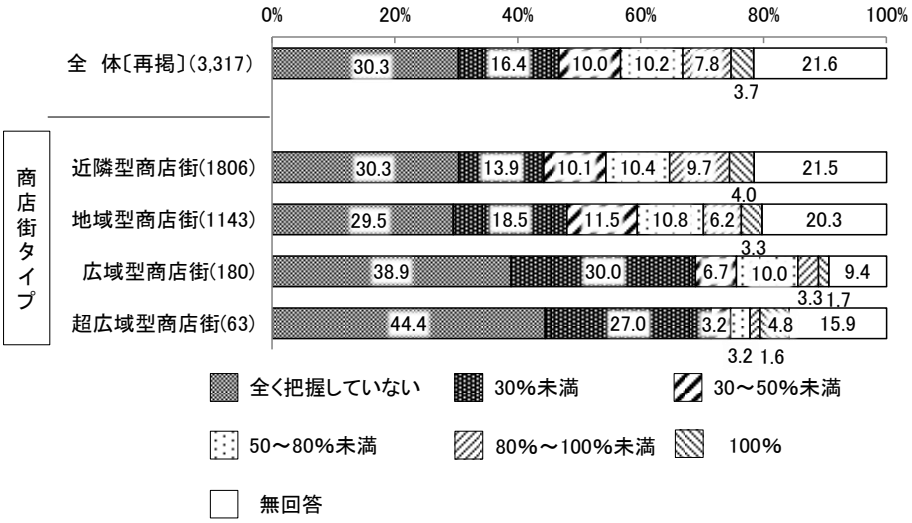
商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「全く把握していない」の割合が多くなっている。

図表 101　賃貸等の意思がない空き店舗の比率

（n＝3,317）



図表 102　賃貸等の意思がない空き店舗の比率（商店街タイプ）

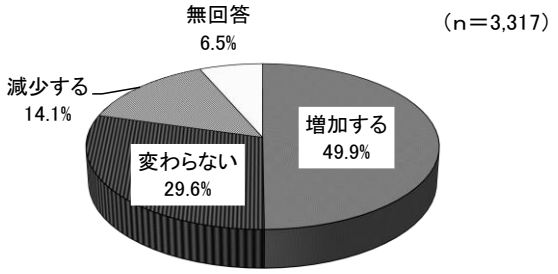


６．今度の空き店舗の見込み（問 15（４））

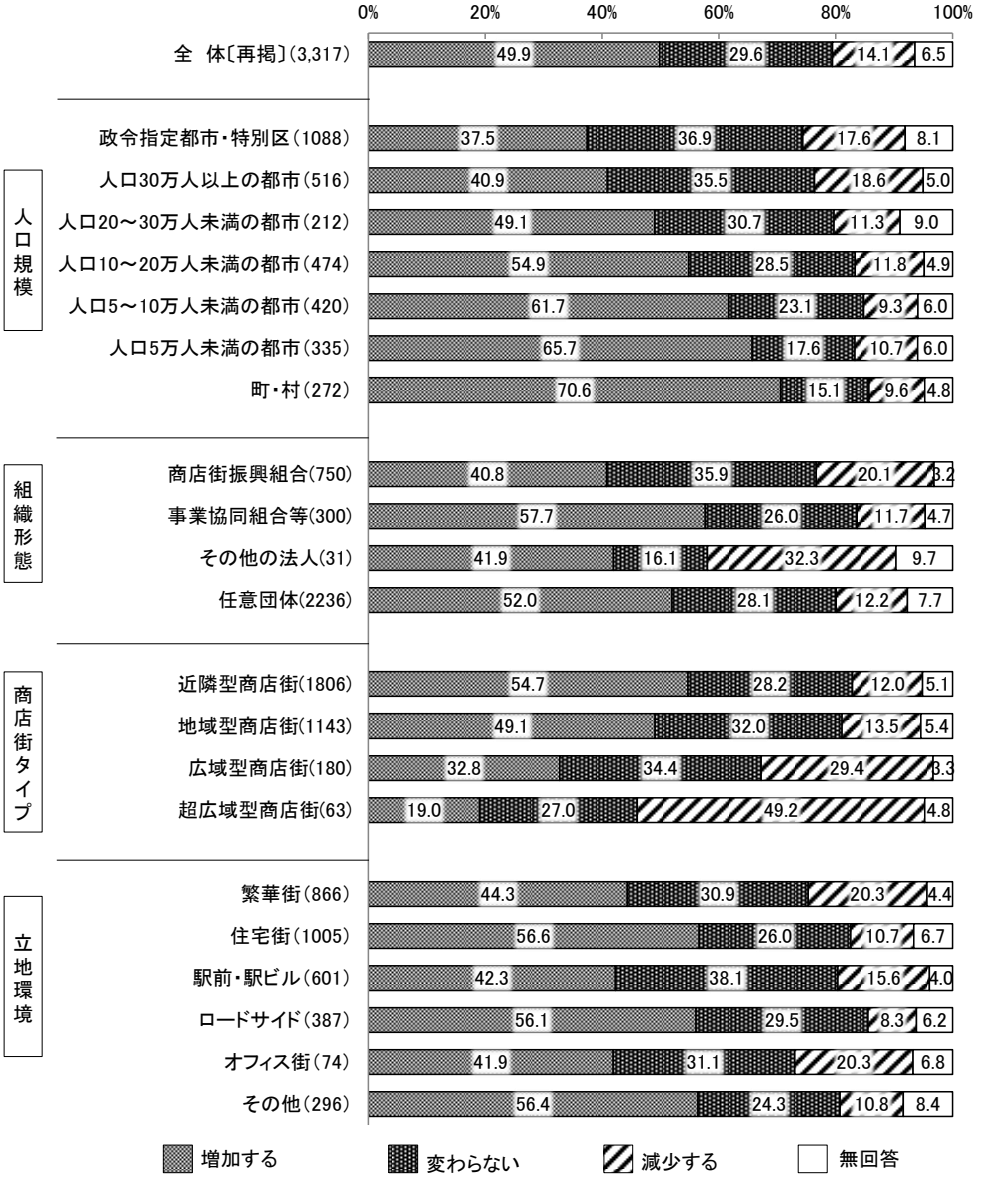
今後の空き店舗の見込みについては、「増加する（49.9%）」が「減少する（14.1%）」を 35.8 ポイント上回っている。「変わらない」は 29.6%であった。

人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにしたがい、「増加する」の割合が多くなっている。商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「増加する」の割合が多くなっている。

図表 103　今後の空き店舗の見込み



図表 104　今後の空き店舗の見込み（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）



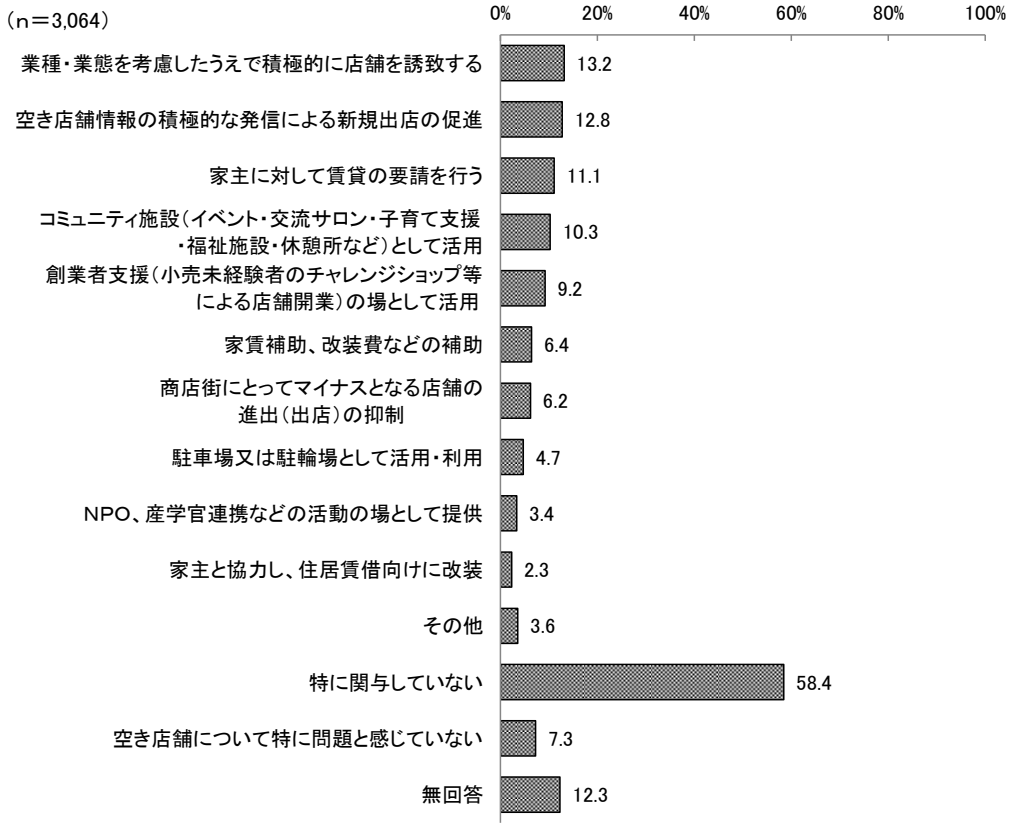
７．空き店舗の発生に対する取組（問 15（５））

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（58.4%）」が最も多く、前回調査(57.0%)と比較して 1.4 ポイント増加した。

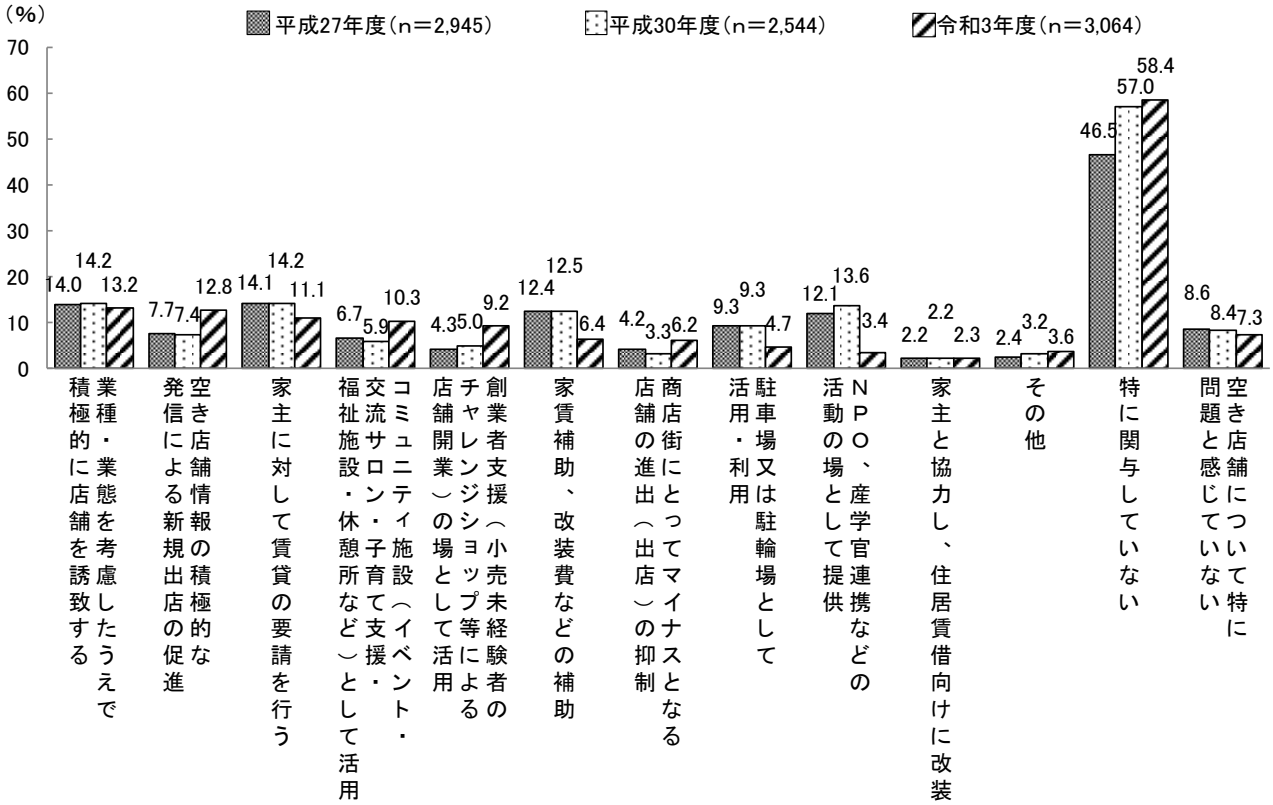
空き店舗の発生に対する取組を行っている商店街の中では、「業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する(13.2%)」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進(12.8%)」、「家主に対して賃貸の要請を行う(11.1%)」の順に多くなっている。

前回調査との比較では、「家主と協力し、住居賃借向けに改装（前回調査 2.2%→今回調査 2.3%、0.1 ポイント増)」、「NPO、産学官連携などの活動の場として提供（同 3.3%→同 3.4%、0.1 ポイント増)」などの取組が増加した一方、その他の取組では全て減少している。

図表 105　空き店舗の発生に対する取組【複数回答（３つまで）】



図表 106　空き店舗の発生に対する取組（経年変化）【複数回答（３つまで）】

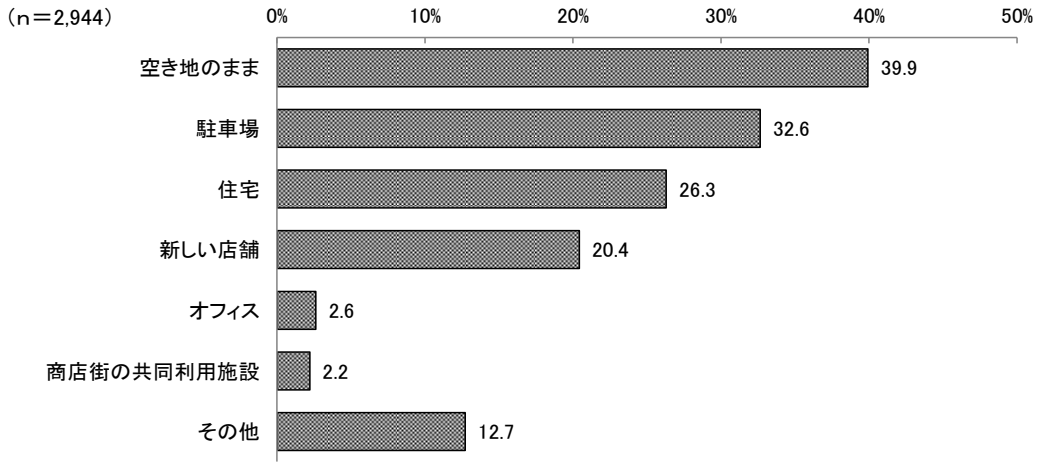


空き店舗が解体・撤去された土地のその後の利用状況をみると、「空き地のまま(39.9%)」が最も多く、次いで「駐車場（32.6%)」、「住宅（26.3%)」の順に多くなっており、店舗等の商業施設としての利用が低い状態である。

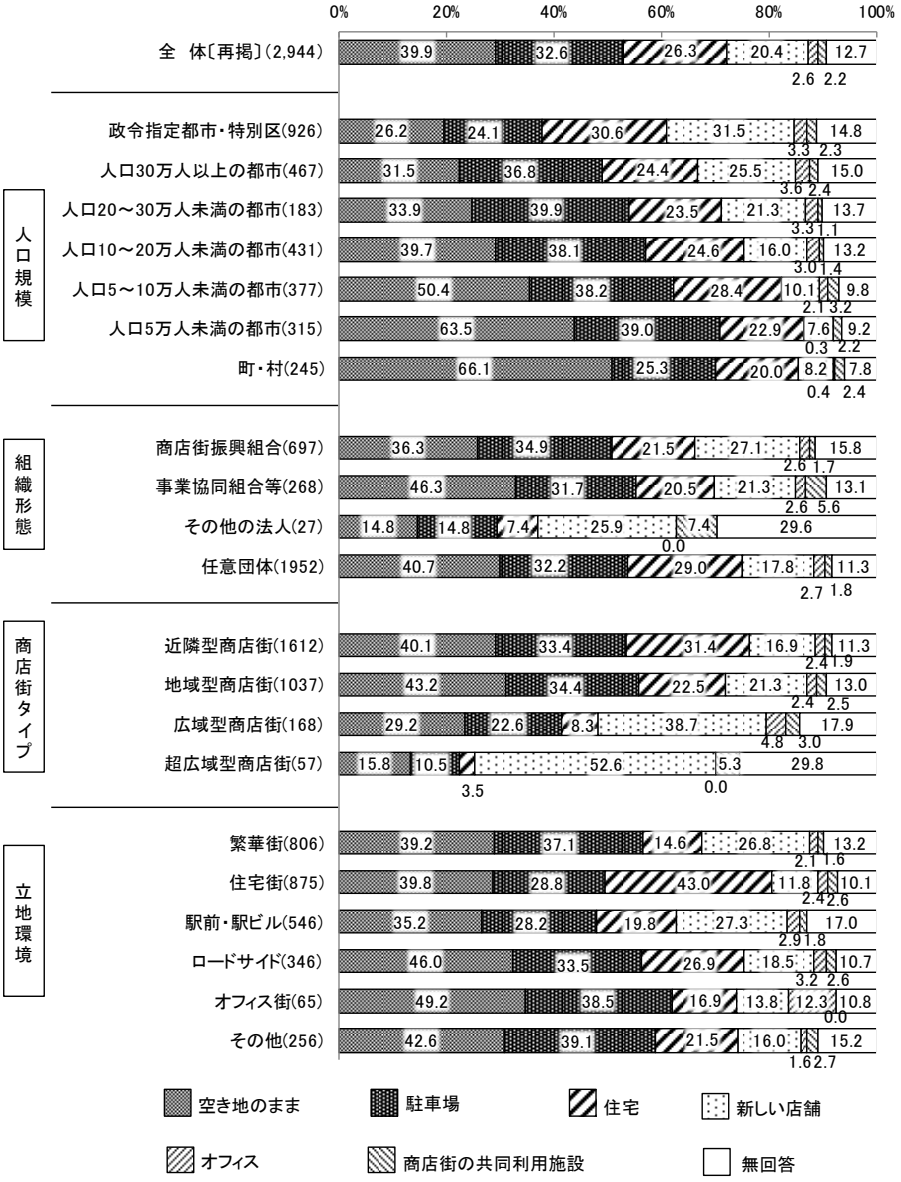
人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにつれて「空き地のまま」が多くなっており、「町・村」、「人口 5 万人未満の都市」、「人口 5～10 万人未満の都市」では 50%を超えている。

商店街タイプ別でみると、「住宅」については、「近隣型商店街（31.4%)」「地域型商店街（22.5%)」が他の商店街タイプと比較して割合が多くなっている。

図表 107　空き店舗の解体・撤去後の利用状況【複数回答（いくつでも）】



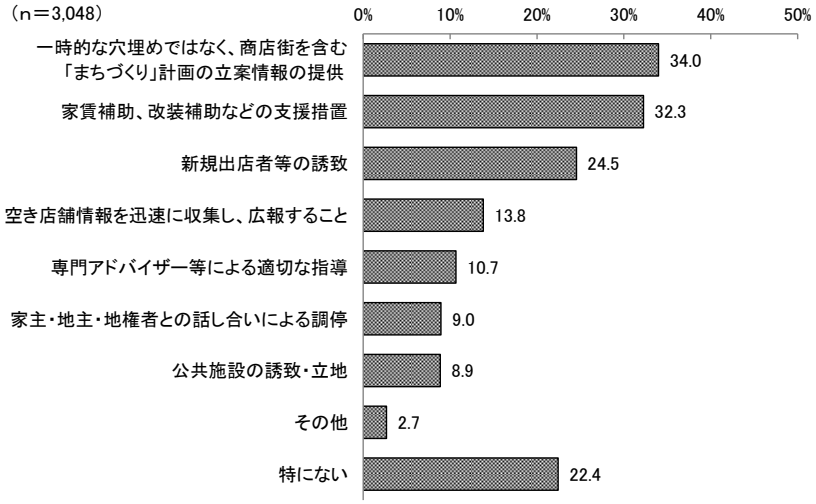
図表 108　空き店舗の解体・撤去後の利用状況（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）



８．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（34.0%)」、「家賃補助、改装補助などの支援措置(32.3%)」、「新規出店者等の誘致（24.5%)」の順に多くなっている。

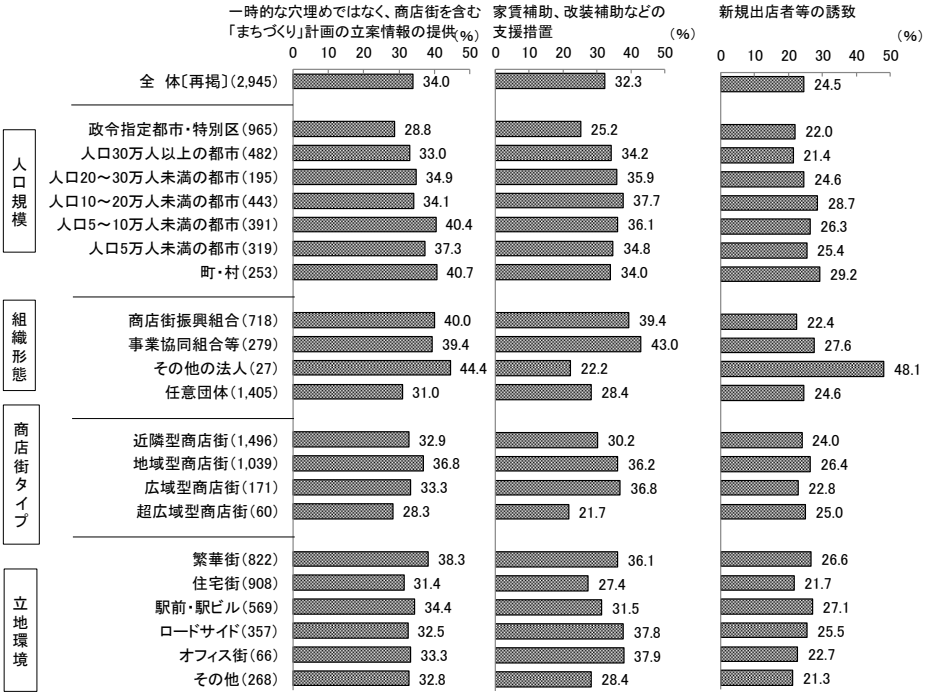
図表 109　空き店舗問題に必要な行政支援【複数回答（２つまで）】



空き店舗問題に取り組む際に必要な行政等の支援の上位３つについて、人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにしたがい、「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」「新規出店者等の誘致」の割合が多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「家賃補助、改装補助などの支援措置」については、「超広域型商店街（21.7%)」は他の商店街タイプに比較して割合が少なくなっている。立地環境別でみると、「家賃補助、改装補助などの支援措置」については、「オフィス街（37.9%)」と「ロードサイド（37.8%)」、「繁華街（36.1%)」が他の立地環境と比較して割合が多くなっている。

図表 110　空き店舗問題に必要な行政支援（上位３つ）（人口規模・組織形態・商店街タイプ・立地環境）

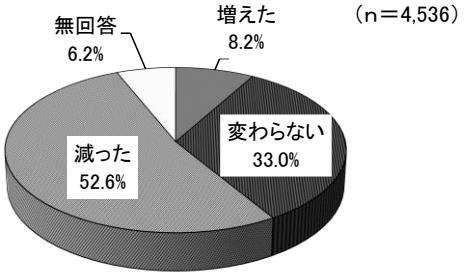


Ⅴ．　商店街における組織やその活動について

１．最近３年間の組合員（会員）数の変化（問 16（１））

最近３年間の組合員(会員)数については、「減った（52.6%)」が「増えた（8.2%)」を 44.4 ポイント上回っている。一方、「変わらない」は 33.0%であった

図表 111　最近３年間の組合員（会員）数の変化

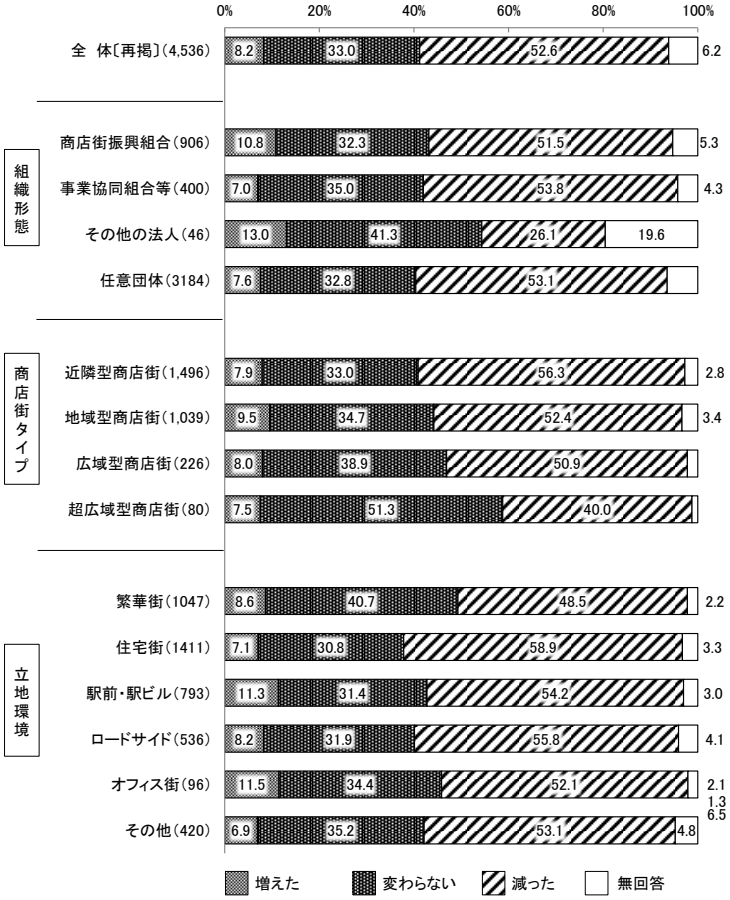


組合員（会員）が「増えた」と回答した商店街を組織形態別でみると、「その他の法人(13.0%)」が最も多く、「商店街振興組合（10.8%)」、「任意団体(7.6%)」、「事業協同組合等（7.0%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「地域型商店街（9.5%)」、「広域型商店街（8.0%)」、「近隣型商店街(7.9%)」、「超広域型商店街（7.5%)」の順に多くなっている。

立地環境別でみると、「オフィス街(11.5%)」、「駅前・駅ビル(11.3%)」、「繁華街(8.6%)」の順に多くなっている。

図表 112　最近３年間の組合員（会員）数の変化（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



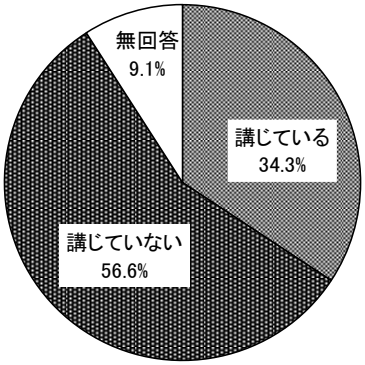
２．商店街への加入を促進するための対策・活動内容（問 16（２））

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（56.6%）」が「講じている（34.3%）」を 22.3 ポイント上回っている。

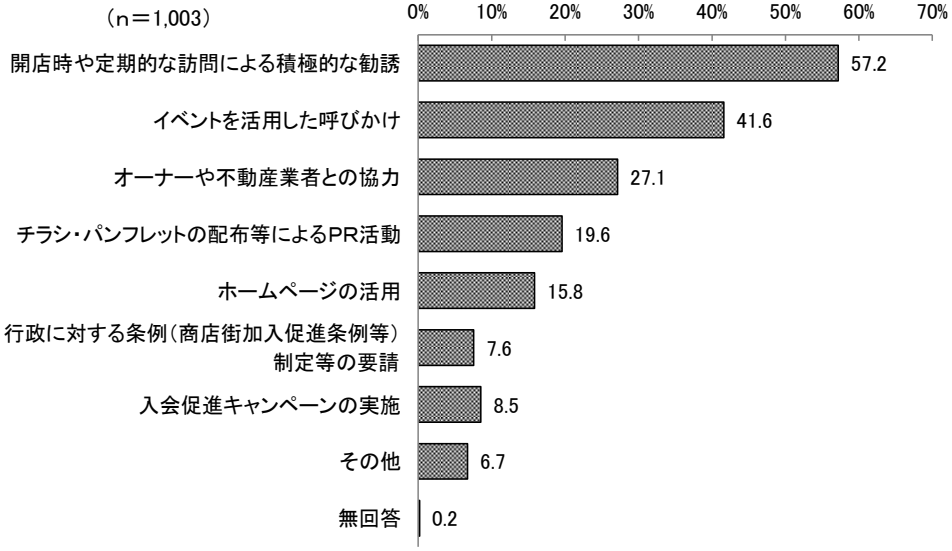
商店街への加入促進対策を「講じている」と回答した商店街において、その具体的な活動内容については、「開店時や定期的な訪問による積極的な勧誘（57.2%）」、「イベントを活用した呼びかけ（41.6%）」、「オーナーや不動産業者との協力（27.1%）」の順に多くなっている。

図表 113　商店街への加入を促進するための対策の有無

（n＝4,536）



図表 114　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)】

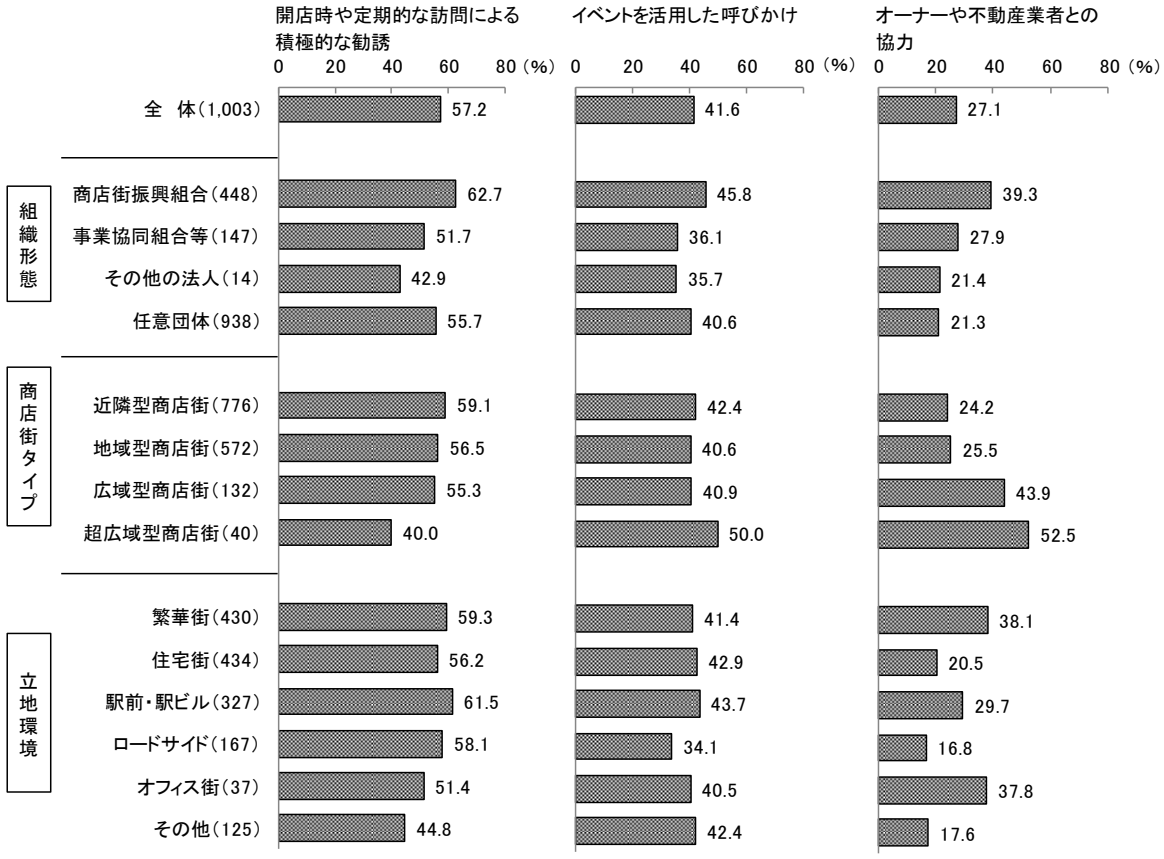


商店街への加入促進活動内容の上位３つについて、組織形態別でみると、「開店時や定期的な訪問による積極的な勧誘」については、「商店街振興組合（62.7%）」、「任意団体（55.7%）」の割合が多くなっている。また、「イベントを活用した呼びかけ」については、「商店街振興組合（45.8%）」、「任意団体（40.6%）」の割合が多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「オーナーや不動産業者との協力」については、「近隣型商店街（24.2%）」から「超広域型商店街（52.5%）」になるにしたがい、その割合が多くなっている。

立地環境別でみると、「オーナーや不動産業者との協力」については、「繁華街（38.1%）」と「オフィス街（37.8%）」が他の立地環境と比較して割合が多くなっている。

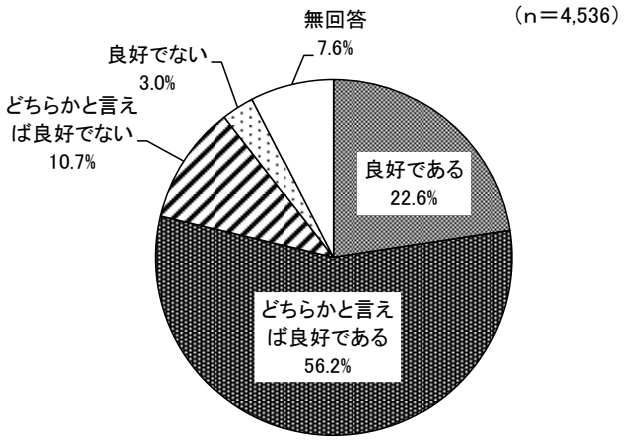
図表 115　商店街への加入促進活動内容　上位３つ（組織形態・商店街タイプ・立地環境）



３．組合員（会員）同士の連携・協力状況（問 16（３））

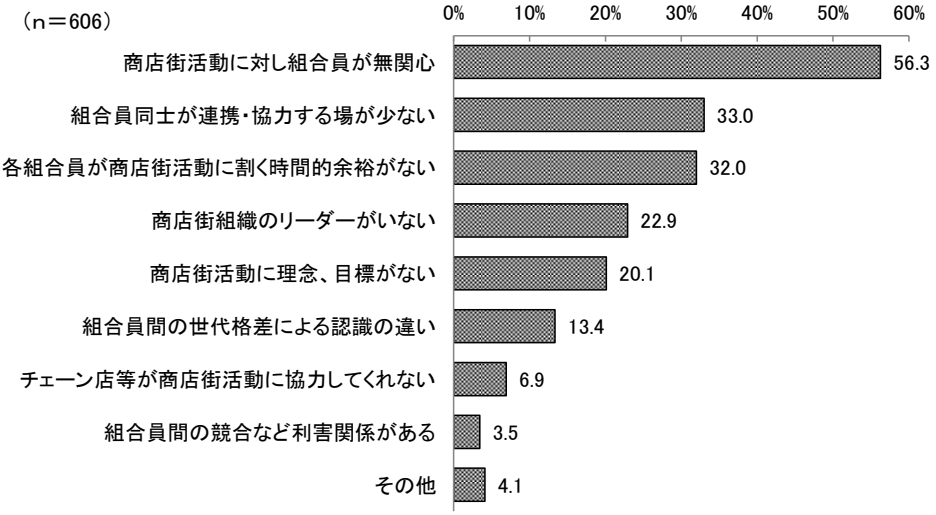
組合員（会員）同士の連携・協力状況については、「どちらかといえば良好である（56.2%）」が最も多く、「良好である（22.6%）」とあわせると 78.8%の商店街が『良好』となっている。一方、「どちらかと言えば良好でない（10.7%）」と「良好でない（3.0%）」をあわせた 13.7%の商店街は『良好でない』となっている。『良好である（78.8%）』が『良好でない（13.7%）』を 65.1 ポイント上回っている。

図表 116　組合員（会員）同士の連携・協力状況



『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、「商店街活動に対し組合員が無関心（56.3%）」、「組合員同士が連携・協力する場が少ない(33.0%)」「各組合員が商店街活動に割く時間的余裕がない(32.0%)」の順に多くなっている。

図表 117　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）】

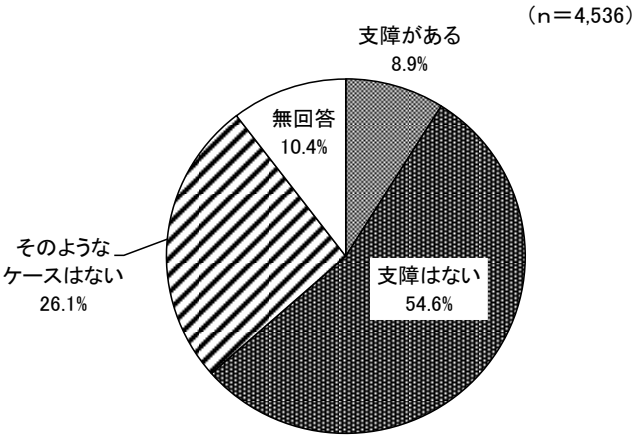


４．家主とテナントが異なる者の場合における商店街活動への支障の有無（問 16（４））

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（54.6%）」が「支障がある（8.9%）」を 47.5 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 26.1%であった。

「支障がある」と回答した商店街において、支障がある具体的な内容（自由記述）については、「商店街の活動に対する考え方に温度差がある」、「なかなか商店会に入会してもらえない」、「連絡事項などコミュニケーションがとれない」などがみられる。

図表 118　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



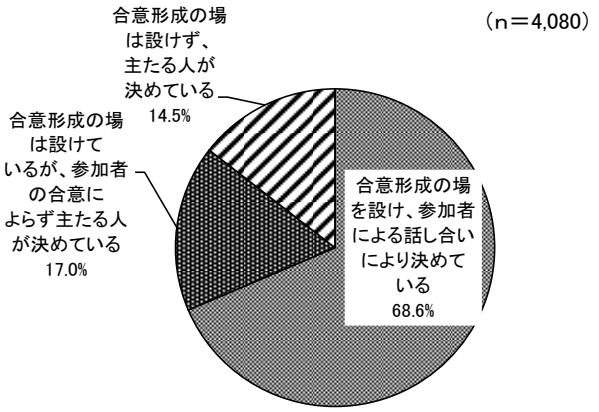
５．商店街の運営や活動内容を決める際のプロセス

（１）合意形成の場・プロセスについて（問 16（５））

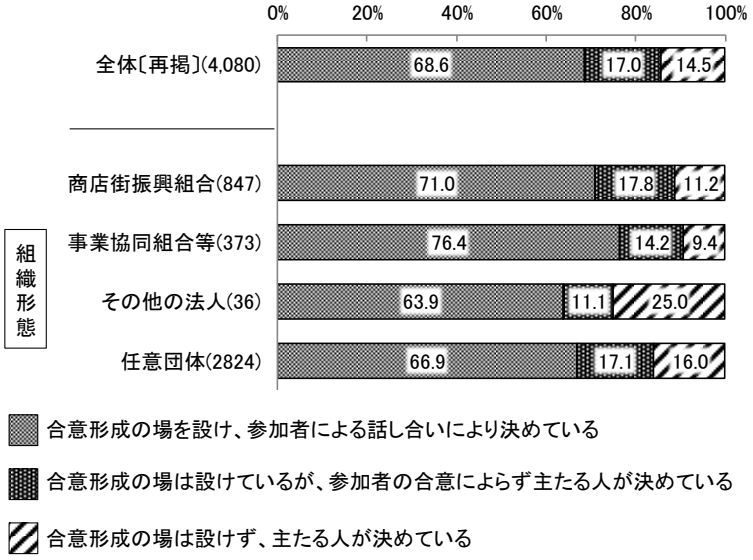
商店街の運営や活動の内容を決める際などにおいて、合意形成の場・プロセスを設けているかについては、「合意形成の場を設け、参加者による話し合いにより決めている（68.6%)」、「合意形成の場は設けているが、参加者の合意によらず主たる人が決めている（17.0%)」、「合意形成の場は設けず、主たる人が決めている(14.5%)」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「商店街振興組合」と「事業協同組合等」、「任意団体」では、「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」と「合意形成の場は設けているが、参加者の合意によらす主たる人が決めている」を合わせた『合意形成の場を設けている』がそれぞれ80%を超えている。

図表 119　合意形成の場・プロセスについて



図表 120　合意形成の場・プロセスの設け（組織形態）



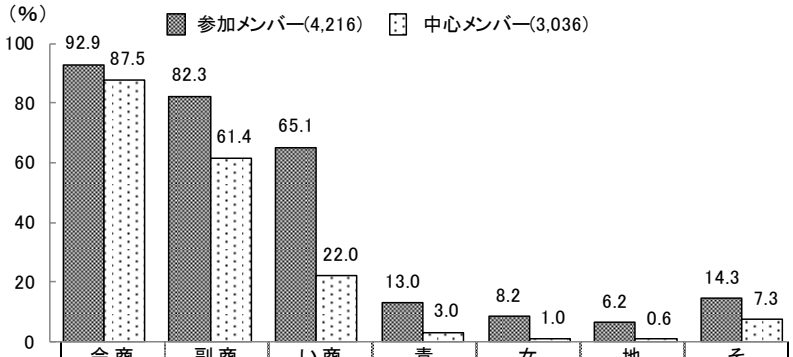
（２）商店街の運営や活動内容を決めるメンバー（問 16（５）Ｂ）

合意形成の場・プロセスの参加メンバーと、その中での中心メンバーについては、いずれも「商店街理事長・会長(参加:92.9%、中心:87.5%)」、「商店街副理事長・副会長（参加:82.3%、中心:61.4%)」、「商店街に古くからいる組合員・会員(参加:65.1%、中心:22.0%)」の順に多くなっている。

参加メンバーについて組織形態別でみると、「商店街振興組合」は、他の組織形態と比較して「青年部」が、「その他の法人」では「女性部」の割合が多くなっている。

中心メンバーについて組織形態別でみると、「その他の法人」は、他の組織形態と比較して「商店街理事長・会長」と「商店街副理事長・副会長」の割合が少なく、「任意団体」では「商店街に古くからいる組合員・会員」の割合が多くなっている。

図表 121　商店街の運営や活動内容を決めるメンバー



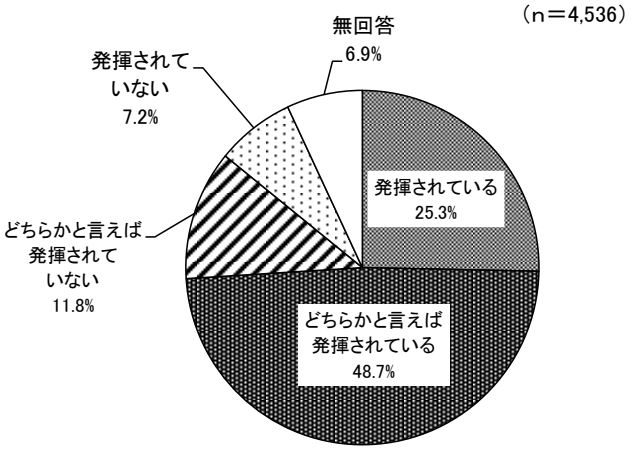
			上段:実数 下段:割合	n %	商店街理事長・会長	商店街副理事長・副会長	商店街に古くからいる組合員・会員	青年部	女性部	地域住民	その他
参加メンバー	全体			4,216	3,918	3,468	2,743	549	346	262	603
				100.0	92.9	82.3	65.1	13.0	8.2	6.2	14.3
	組織形態	商店街振興組合		862	823	786	478	220	128	49	189
				100.0	95.5	91.2	55.5	25.5	14.8	5.7	21.9
		事業協同組合等		380	359	330	251	53	27	12	74
				100.0	94.5	86.8	66.1	13.9	7.1	3.2	19.5
		その他の法人		34.0	29.0	20.0	15.0	6.0	7.0	3.0	10.0
				100.0	85.3	58.8	44.1	17.6	20.6	8.8	29.4
		任意団体		2,940	2,707	2,332	1,999	270	184	198	330
				100.0	92.1	79.3	68.0	9.2	6.3	6.7	11.2
中心メンバー	全体			3,036	2,658	1,864	669	92	29	19	223
				100.0	87.5	61.4	22.0	3.0	1.0	0.6	7.3
	組織形態	商店街振興組合		662	590	438	102	33	11	2	70
				100.0	89.1	66.2	15.4	5.0	1.7	0.3	10.6
		事業協同組合等		293	265	181	55	10	1	1	28
				100.0	90.4	61.8	18.8	3.4	0.3	0.3	9.6
		その他の法人		23.0	17.0	9.0	4.0	1.0	0.0	0.0	5.0
				100.0	73.9	39.1	17.4	4.3	0.0	0.0	21.7
		任意団体		2,058	1,786	1,236	508	48	17	16	120
				100.0	86.8	60.1	24.7	2.3	0.8	0.8	5.8

６．商店街内部におけるリーダーシップ

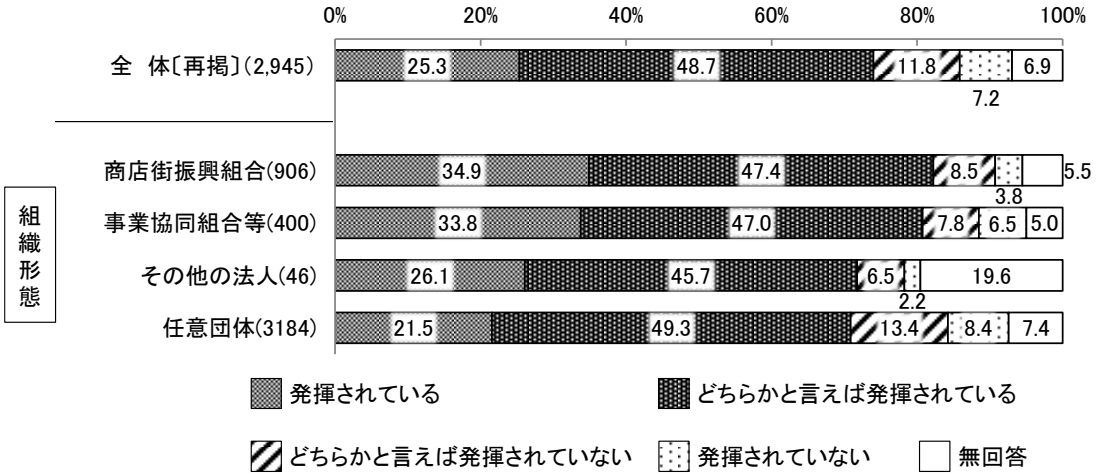
（１）商店街の意思決定時のリーダーシップの有無（問 16（５）Ｃ）

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（48.7%）」が最も多く、「発揮されている（25.3%）」とあわせると 74.0%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（11.8%）」と「発揮されていない（7.2%）」をあわせた 19.0%は『発揮されていない』。『発揮されている（74.0%）』が『発揮されていない（19.0%）』を 55.0 ポイント上回っている。組織形態別でみると、「発揮されている」については、「商店街振興組合（34.9%）」と「事業協同組合等（33.8%）」が他の組織形態と比較して割合が高くなっている。

図表 122　商店街のリーダーシップの有無



図表 123　商店街のリーダーシップの有無（組織形態）



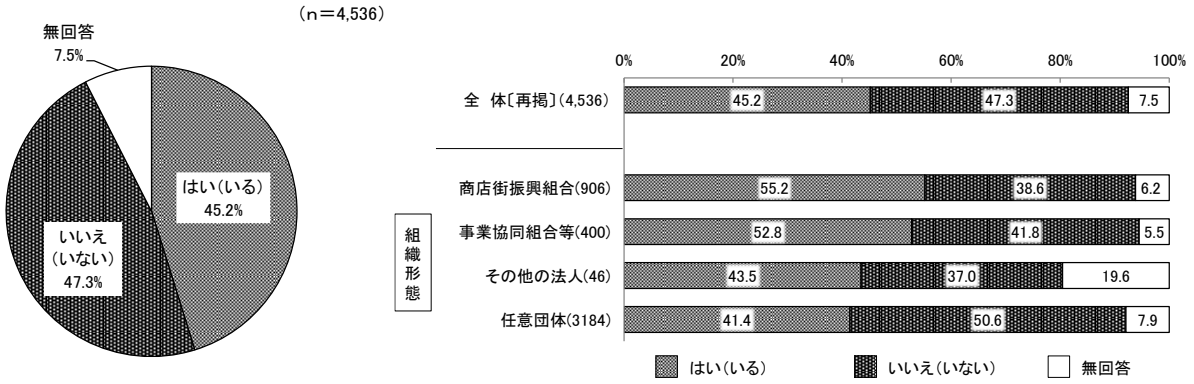
（２）次世代リーダーの有無（問 16（５）Ｄ）

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、「いいえ(いない) (47.3%)」が、「はい(いる) (45.2%)」 を 1.9 ポイント上回っている。

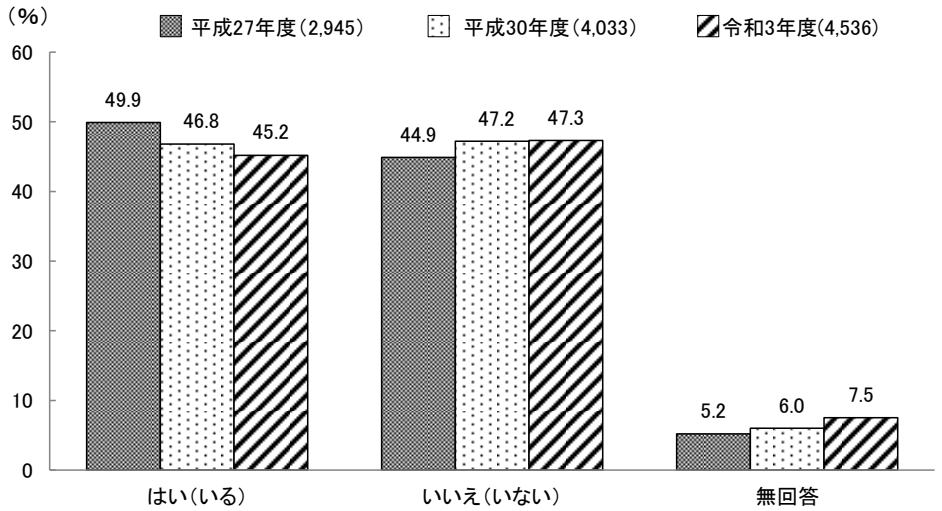
組織形態別でみると、「はい(いる)」と回答したのは「商店街振興組合（55.2%)」が最も多くなっている。

前回調査と比較すると、「はい(いる)（前回調査 46.8%→今回調査 45.2%)」は 1.6 ポイント減少し、「いいえ(いない)（同 47.2%→同 47.3%)」は 0.1 ポイント増加した。

図表 124　次世代リーダーの有無



図表 125　次世代リーダーの有無（経年変化）

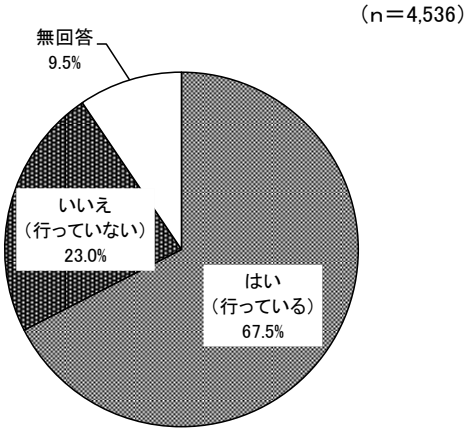


７．商店街の地域連携の状況と地域活動団体（問 16（６））

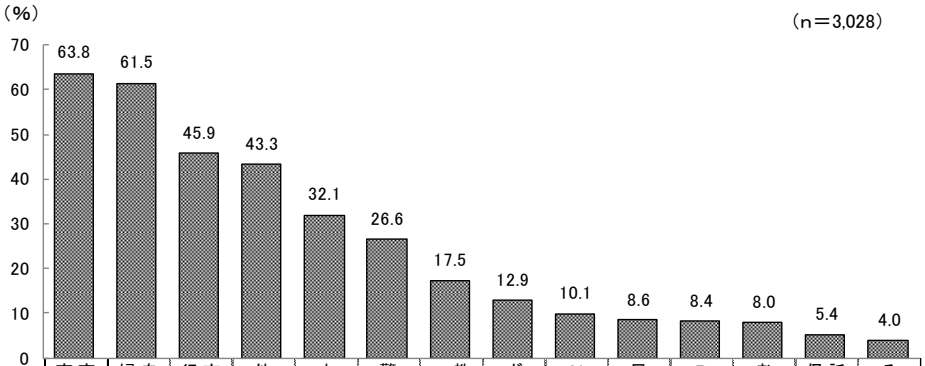
各種団体等と連携して地域活動を行っているかについては、「はい（行っている）(67.5%)」が「いいえ（行っていない）(23.0%)」を 44.5 ポイント上回った。

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（63.8%)」、「自治会・町内会・婦人会（61.5%)」、「市町村等の行政機関（45.9%)」の順に多くなっている。

図表 126　商店街の地域連携の状況



図表 127　商店街の地域活動団体



上段:実数 下段:割合		n %	商工会・商工会議所	自治会・町内会・婦人会	市町村等の行政機関	他の商店街	まちづくり協議会	警察・消防団	教育機関（学校・大学等）	ボランティア団体	NPO	民間企業等	PTA	老人クラブ	託児所・幼稚園・保育所	その他
全 体		3,028	1,931	1,863	1,390	1,312	973	806	531	392	306	261	254	242	163	121
		100.0	63.8	61.5	45.9	43.3	32.1	26.6	17.5	12.9	10.1	8.6	8.4	8.0	5.4	4.0
組織形態	商店街振興組合	735	296	439	437	423	296	296	213	129	119	92	64	46	61	34
		100.0	40.3	59.7	59.5	57.6	40.3	40.3	29.0	17.6	16.2	12.5	8.7	6.3	8.3	4.6
	事業協同組合等	292	93	150	158	114	93	91	48	37	34	23	13	18	20	10
		100.0	31.8	51.4	54.1	39.0	31.8	31.2	16.4	12.7	11.6	7.9	4.5	6.2	6.8	3.4
	その他の法人	30.0	14.0	14.0	15.0	7.0	14.0	8.0	7.0	6.0	8.0	5.0	2.0	2.0	2.0	2.0
		100.0	46.7	46.7	50.0	23.3	46.7	26.7	23.3	20.0	26.7	16.7	6.7	6.7	6.7	6.7
	任意団体	1,971	570	1260	780	768	570	411	263	220	145	141	175	176	80	75
		100.0	28.9	63.9	39.6	39.0	28.9	20.9	13.3	11.2	7.4	7.2	8.9	8.9	4.1	3.8

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（問 17（１）

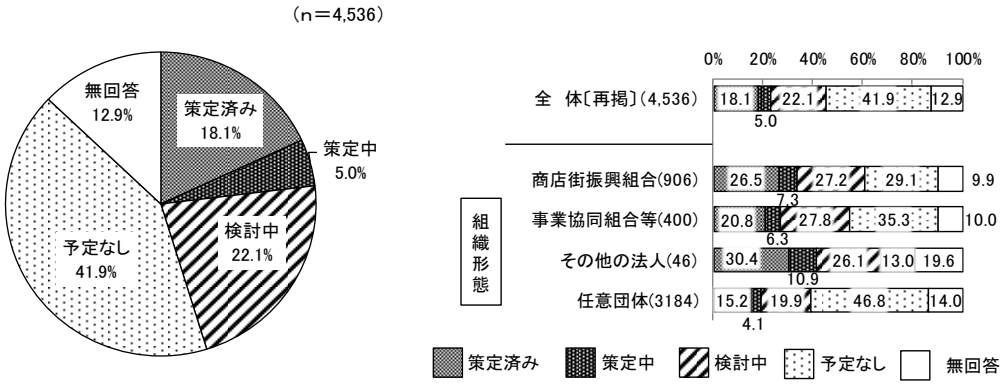
商店街の活性化に向けた事業計画・ビジョン等（商店街活性化ビジョン）の策定状況については、「予定なし（41.9%）」が、「策定済み（18.1%）」と「策定中（5.0%）」を合わせた『策定している（23.1%）』を 18.8 ポイント上回っている。一方、「検討中」は 22.1%となっている。

組織形態別でみると、「策定済み」については、「その他の法人（30.4%）」が最も多くなっている。

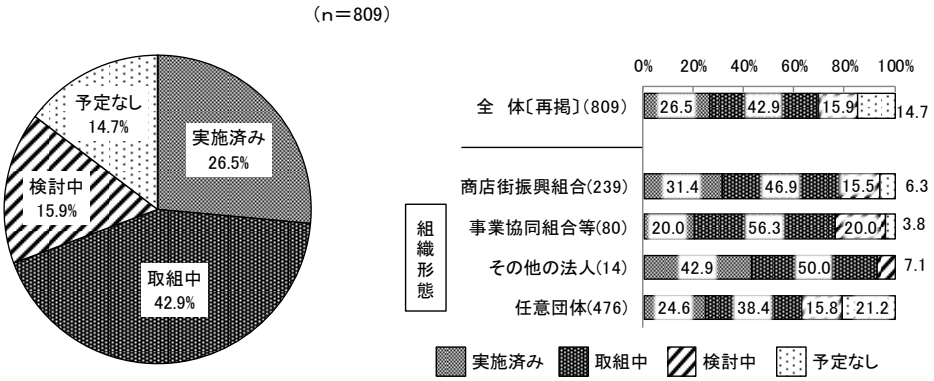
商店街活性化ビジョンについて「策定済み」の商店街において、同ビジョンに基づいて実際に取り組んでいるかについては、「取組中（42.9%）」が最も多く、次いで「実施済み（26.5%）」、「検討中（15.9%）」、「予定なし（14.7%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「任意団体」は「実施済み（24.6%）」の割合が他の組織形態に比べて多くなっている。

図表 128　商店街活性化ビジョンの策定状況



図表 129 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



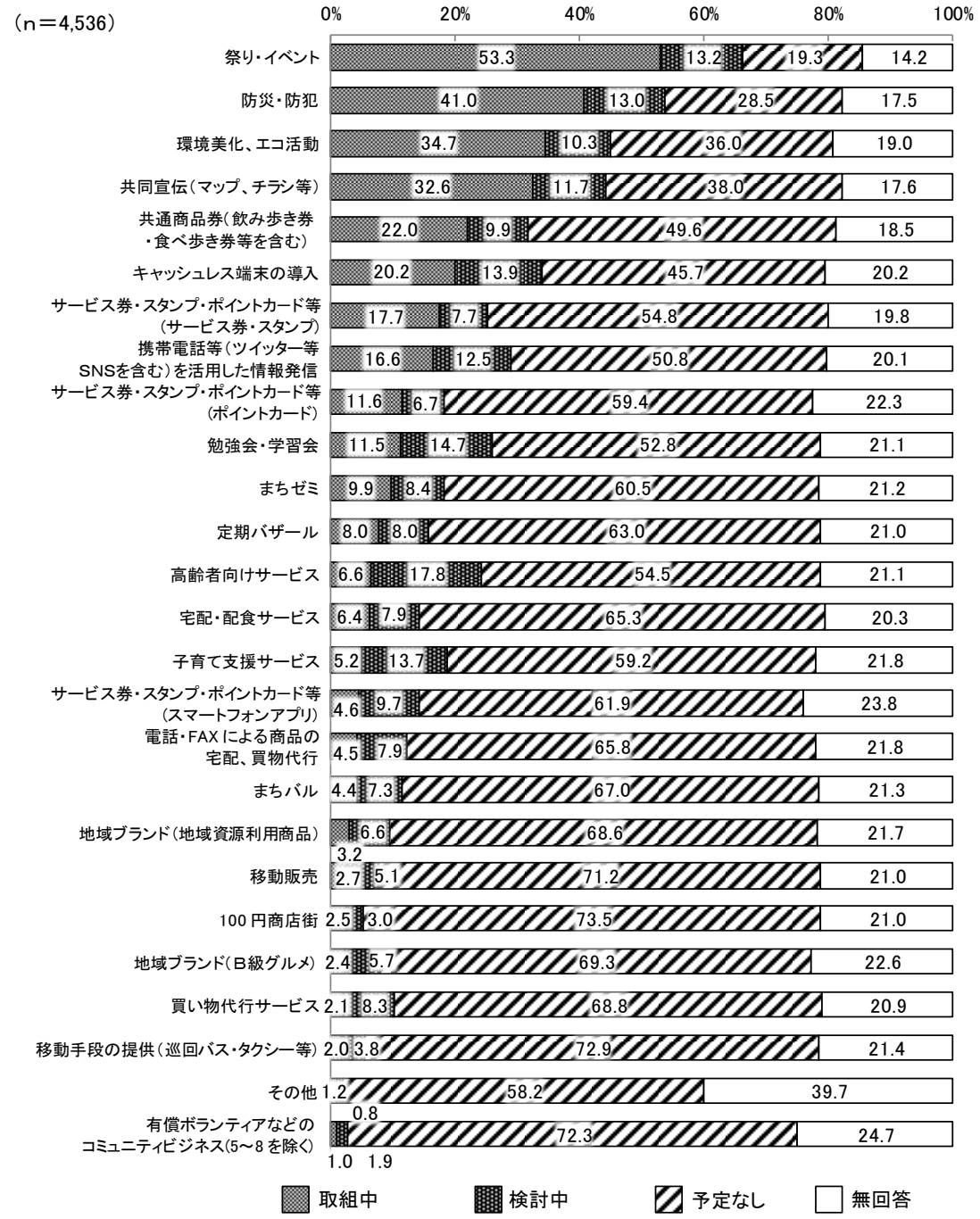
（２）ソフト事業の取組（問 17（２）Ａ）

①ソフト事業の実施状況

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(53.3%)」が最も多く、次いで「防災・防犯(41.0%)」、「環境美化、エコ活動(34.7%)」、「共同宣伝(マップ、チラシ等)(32.6%)」の順に多くなっている。

「検討中」の事業は、「高齢者向けサービス(17.8%)」、「勉強会・学習会(14.7%)」、「キャッシュレス端末の導入（13.9%)」、「子育て支援サービス(13.7%)」、「祭り・イベント(13.2%)」、「防災・防犯（13.0%)」「携帯電話等（ツイッター等ＳＮＳを含む）を活用した情報発信(12.5%)」、の順に多くなっている。

図表 130　ソフト事業の実施状況

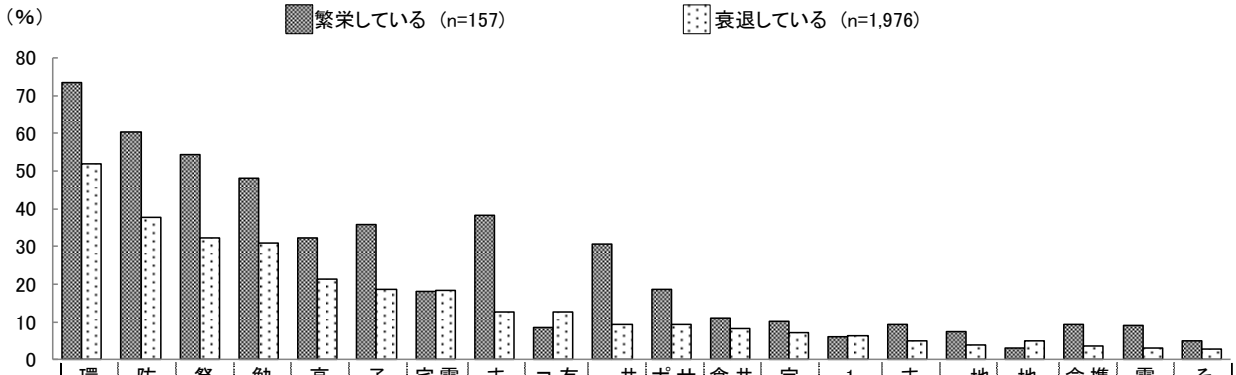


②商店街のソフト事業の実施状況と商店街の景況との関係

「繁栄している」と回答した商店街が実施しているソフト事業は、「環境美化・エコ活動（73.4%）」、「防災・防犯（60.3%）」、「祭り・イベント（54.3%）」、「勉強会・学習会（48.2%）」の順に多くなっている。

「繁栄している」商店街と「衰退している」商店街の間でソフト事業の実施状況の差をみると、最も差が大きいのは「まちゼミ（25.4 ポイント）」であり、次いで「防災・防犯（22.7 ポイント）」、「祭り・イベント（22.1 ポイント）」「環境美化・エコ活動（21.5 ポイント）」の順に差が大きくなっている。

図表 131　商店街のソフト事業の実施状況と商店街の景況との関係



繁栄:% 衰退:% 差異:ポイント	環境美化、エコ活動	防災・防犯	祭り・イベント	勉強会・学習会	高齢者向けサービス	子育て支援サービス	電話・FAXによる商品の宅配、買物代行	まちゼミ	有償ボランティアなどのコミュニティビジネス	共同宣伝（マップ、チラシ等）	サービス券・スタンプ・ポイントカード	共通商品券（飲み歩き券・食べ歩き券等を含む）	定期バザール	100円商店街	まちバル	地域ブランド（地域資源利用商品）	地域ブランド（B級グルメ）	携帯電話等（ツイッター等SNSを含む）を活用した情報発信	電子マネー（Edy、Suica等）の取扱い	その他
繁栄している	73.4	60.3	54.3	48.2	32.2	35.7	18.1	38.2	8.5	30.7	18.6	11.1	10.1	6.0	9.5	7.5	3.0	9.5	9.0	5.0
衰退している	51.9	37.6	32.2	30.8	21.3	18.7	18.5	12.8	12.6	9.4	9.4	8.4	7.1	6.4	5.1	4.0	5.1	3.8	3.1	2.9
差異	21.5	22.7	22.1	17.4	10.9	17.0	▲ 0.4	25.4	▲ 4.1	21.3	9.2	2.7	3.0	▲ 0.4	4.4	3.5	▲ 2.1	5.7	5.9	2.1

（３）ハード事業の取組（問 17（２）Ｂ）

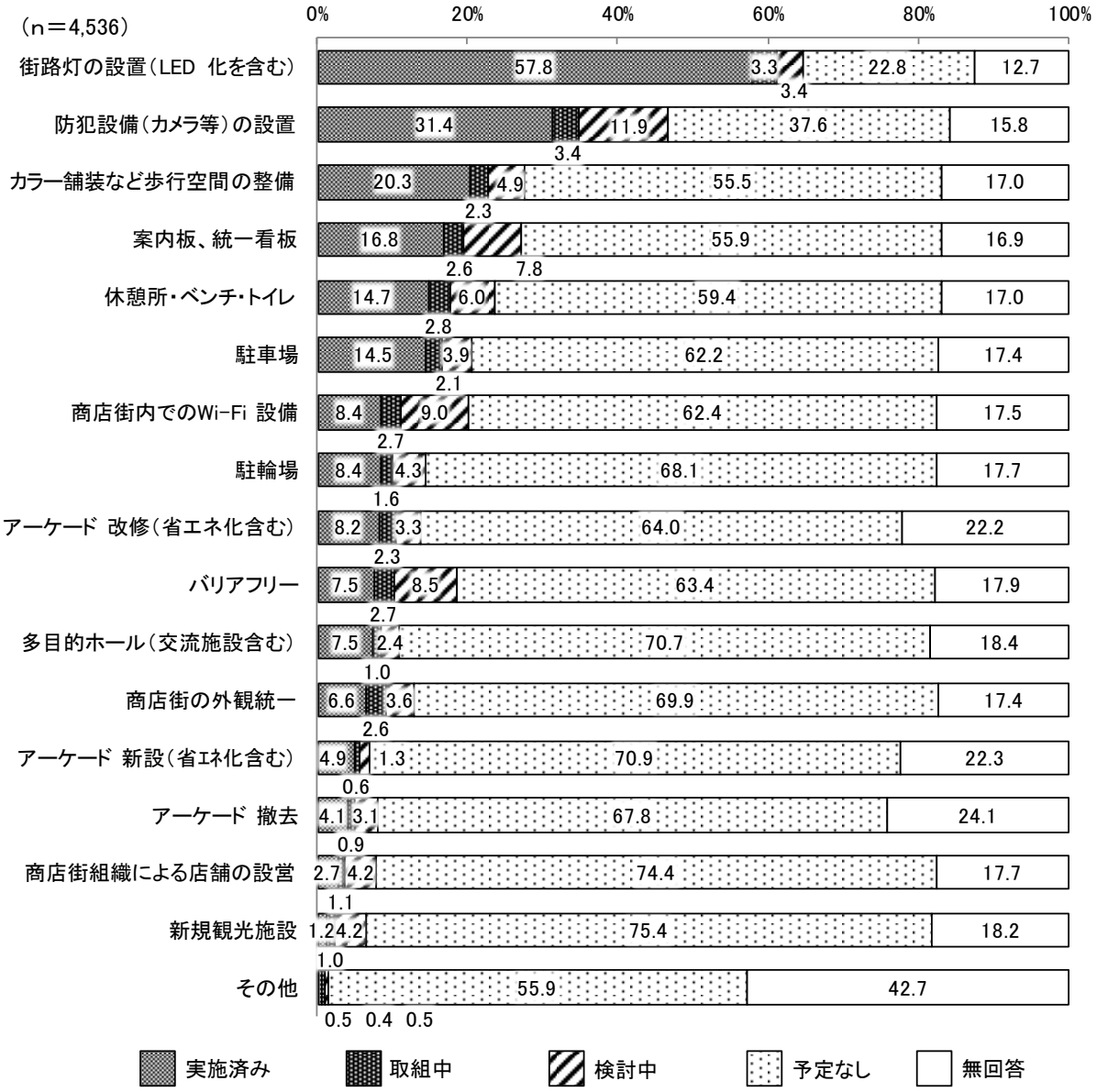
①ハード事業の実施状況

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）(57.8%)」が最も多く、次いで「防犯設備（カメラ等）の設置(31.4%)」、「カラー舗装など歩行空間の整備(20.3%)」、「案内板、統一看板(16.8%)」の順に多くなっている。

「取組中」の事業は、「防犯設備（カメラ等）の設置(3.4%)」、「街路灯の設置（LED 化を含む）(3.3%)」、「休憩所・ベンチ・トイレ（2.8%）」の順に多くなっている。

「検討中」の事業は、「防犯設備（カメラ等）の設置(11.9%)」、「商店街内での Wi-Fi 設備（9.0%）」、「バリアフリー（8.5%）」「案内板、統一看板（7.8%）」の順に多くなっている。

図表 132　ハード事業の実施状況



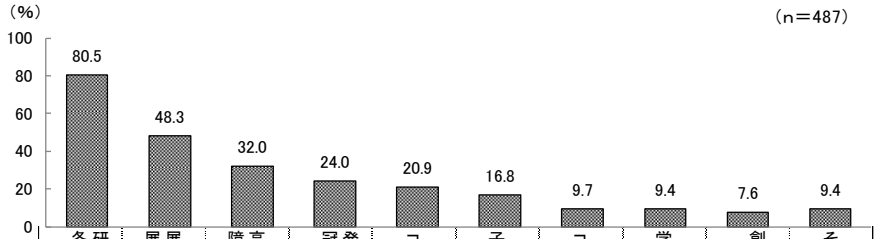
②ハード事業「多目的ホール」の設置目的

ハード事業のうち「多目的ホール」の設置目的については、「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（80.5%）」、「展示ブース（個展・展示即売会等）（48.3%）」、「高齢者／障害者等交流サロン（32.0%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」や「地域型商店街」では、「高齢者／障害者等交流サロン」や「コミュニティカフェ」の割合が他の商店街タイプと比較して多くなっている。「超広域型商店街」では、「創業拠点（シェアキッチン等）（14.3%）」の割合が他の商店街タイプと比較して多くなっている。

立地環境別でみると、「住宅街」で「高齢者／障害者等交流サロン（42.7%）」が、「ロードサイド」で「コミュニティカフェ（32.0%）」が、「オフィス街」で「コワーキングスペース（16.7%）」が他の立地環境と比較して割合が多くなっている。

図表 133　ハード事業「多目的ホール」の設置目的【複数回答（いくつでも）】



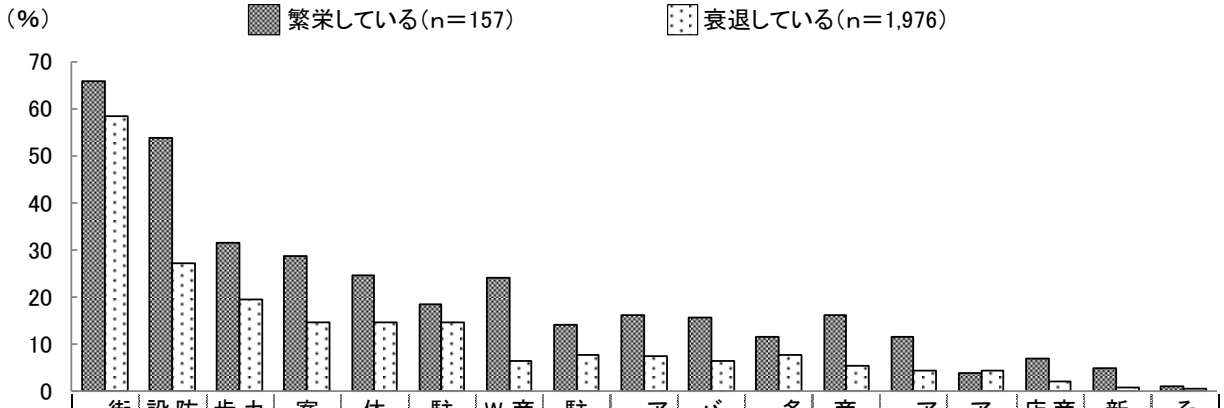
上段:実数 下段:割合		n %	研修会・会議、趣味、各種イベント等に利用（小規模施設）	展示ブース（個展・展示即売会等）	高齢者／障害者等交流サロン	発表会、講演会、冠婚葬祭等に利用（大規模施設）	コミュニティカフェ	子育て支援サービス	コワーキングスペース	学習塾	創業拠点（シェアキッチン等）	その他
全 体		487	392	235	156	117	102	82	47	46	37	46
		100.0	80.5	48.3	32.0	24.0	20.9	16.8	9.7	9.4	7.6	9.4
組織形態	商店街振興組合	201	164	95	58	46	35	38	19	20	18	21
		100.0	81.6	47.3	28.9	22.9	17.4	18.9	9.5	10.0	9.0	10.4
	事業協同組合	75	63	35	26	15	14	14	7	5	3	7
		100.0	84.0	46.7	34.7	20.0	18.7	18.7	9.3	6.7	4.0	9.3
	その他の法人	8.0	6.0	6.0	1.0	3.0	1.0	2.0	2.0	1.0	0.0	2.0
		100.0	75.0	75.0	12.5	37.5	12.5	25.0	25.0	12.5	0.0	25.0
	任意団体	203	159	99	71	53	52	28	19	20	16	16
		100.0	78.3	48.8	35.0	26.1	25.6	13.8	9.4	9.9	7.9	7.9
商店街タイプ	近隣型商店街	221	176	106	82	46	52	31	17	22	14	18
		100.0	79.6	48.0	37.1	20.8	23.5	14.0	7.7	10.0	6.3	8.1
	地域型商店街	226	187	108	69	56	44	44	24	22	19	22
		100.0	82.7	47.8	30.5	24.8	19.5	19.5	10.6	9.7	8.4	9.7
	広域型商店街	22	16	14	3	10	2	4	4	1	2	2
		100.0	72.7	63.6	13.6	45.5	9.1	18.2	18.2	4.5	9.1	9.1
	超広域型商店街	14	10	5	1	5	3	2	2	0	2	3
		100.0	71.4	35.7	7.1	35.7	21.4	14.3	14.3	0.0	14.3	21.4
	無回答	4	3	2	1	0	1	1	0	1	0	1
		100.0	75.0	50.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0
立地環境	繁華街	148	123	74	47	37	27	30	13	11	12	14
		100.0	83.1	50.0	31.8	25.0	18.2	20.3	8.8	7.4	8.1	9.5
	住宅街	117	92	60	50	26	25	15	11	15	7	4
		100.0	78.6	51.3	42.7	22.2	21.4	12.8	9.4	12.8	6.0	3.4
	駅前・駅ビル	106	86	44	26	30	25	19	11	10	10	17
		100.0	81.1	41.5	24.5	28.3	23.6	17.9	10.4	9.4	9.4	16.0
	ロードサイド	53	40	29	14	12	14	13	5	4	4	5
		100.0	75.5	54.7	26.4	22.6	26.4	24.5	9.4	7.5	7.5	9.4
	オフィス街	6	4	4	0	1	1	0	1	0	1	1
		100.0	66.7	66.7	0.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0	16.7	16.7
	その他	49	40	20	15	9	7	3	5	3	2	5
		100.0	81.6	40.8	30.6	18.4	14.3	6.1	10.2	6.1	4.1	10.2
	無回答	8	7	4	4	2	3	2	1	3	1	0
		100.0	87.5	50.0	50.0	25.0	37.5	25.0	12.5	37.5	12.5	0.0

③商店街のハード事業の実施状況と商店街の景況との関係

「繁栄している」と回答した商店街が実施しているハード事業は、「街路灯の設置（LED 化を含む）（65.8%）」、「防犯設備（カメラ等）の設置（53.8%）」、「カラー舗装など歩行空間の整備（31.7%）」、「案内板・統一看板（28.6%）」の順に多くなっている。

「繁栄している」商店街と「衰退している」商店街の間でハード事業の実施状況の差をみると、最も差が大きいのは「防犯設備（カメラ等）の設置（26.7 ポイント）」であり、次いで「商店街内 での Wi-Fi 設備（17.6 ポイント）」、「案内板、統一看板（14.0 ポイント）」、「カラー舗装など歩行空間の整備（12.2 ポイント）」の順に差が大きくなっている。

図表 134　商店街のハード事業の実施状況と商店街の景況との関係



繁栄:% 衰退:% 差異:ポイント	街路灯の設置（LED化を含む）	防犯設備（カメラ等）の設置	カラー舗装など歩行空間の整備	案内板、統一看板	休憩所・ベンチ・トイレ	駐車場	商店街内でのWi-Fi設備	駐輪場	アーケード（改修（省エネ化含む））	バリアフリー	多目的ホール（交流施設含む）	商店街の外観統一	アーケード（新設（省エネ化含む））	アーケード（撤去）	商店街組織による店舗の設営	新規観光施設	その他
繁栄している	65.8	53.8	31.7	28.6	24.6	18.6	24.1	14.1	16.1	15.6	11.6	16.1	11.6	4.0	7.0	5.0	1.0
衰退している	58.5	27.1	19.5	14.6	14.6	14.8	6.5	7.8	7.5	6.6	7.7	5.4	4.3	4.3	2.1	0.9	0.5
差異	7.3	26.7	12.2	14.0	10.0	3.8	17.6	6.3	8.6	9.0	3.9	10.7	7.3	▲ 0.3	4.9	4.1	0.5

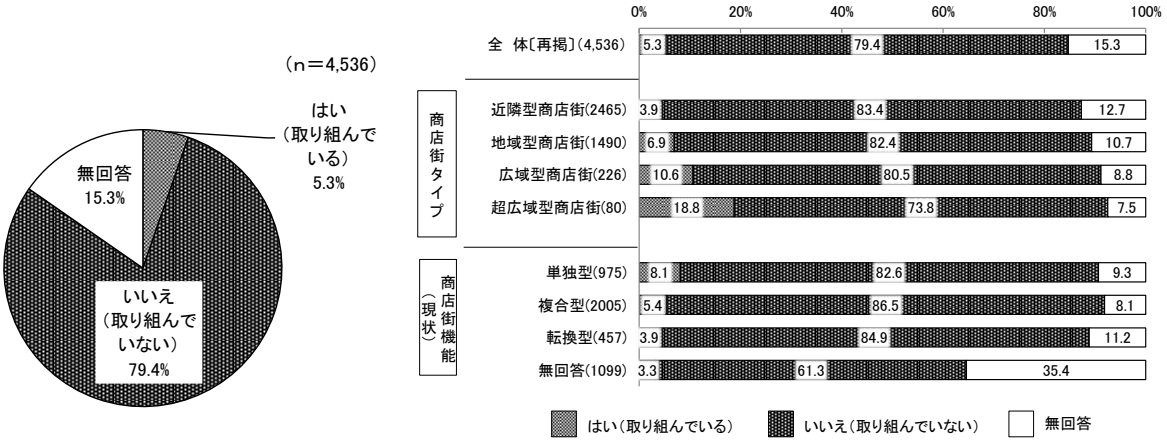
（4）テナントミックス（問 14（7））

テナントミックスの取組状況については、「いいえ（取り組んでいない）（79.4%）」が、「はい（取り組んでいる）（5.3%）」を 74.1 ポイント上回っている。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「はい（取り組んでいる）」の割合が多くなっている。

商店街としての機能（現状）別でみると、「単独型(8.1%)」、「複合型(5.4%)」、「転換型(3.9%)」の順に取り組んでいる割合は多くなっている。

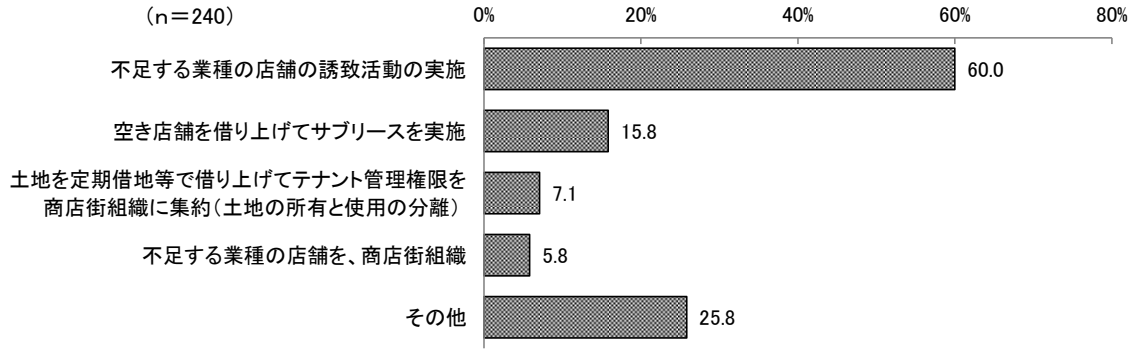
図表 135　テナントミックスの取組状況



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（60.0%）」、「空き店舗を借り上げてサブリースを実施(15.8%)」、「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（土地の所有と使用の分離(7.1%)」の順に多くなっている。

「その他」の具体的な内容（自由記述）としては「市の補助事業による家賃半額補助（一年間）」、「再開発にむけた勉強会等の実施」などがあった。

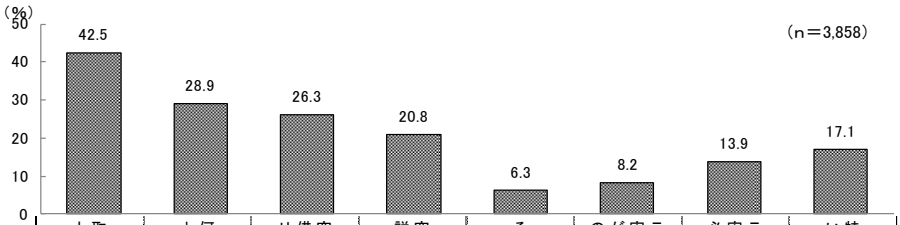
図表 136　テナントミックスの実現に向けた取組【複数回答（○はいくつでも）】



テナントミックスが進まない要因は「取組を推進できる人材がいない(42.5%)」、「何から手をつければよいかが分からない(28.9%)」、「空き店舗等を借り上げる予算・リスク負担(26.3%)」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」や「地域型商店街」では、「空き店舗等を借り上げる予算・リスク負担」の割合が他の商店街タイプと比較して多くなっている。「超広域型商店街」では、「テナントミックスの実現に取り組む必要がない（業種・業態の偏りは無い）」の割合が他の商店街タイプと比較して多くなっている。

立地環境別でみると、「オフィス街」では「テナントミックスの実現に取り組む必要性がわからない」が 25.3%と他の立地環境に比べ多くなっている。

図表 137　テナントミックスが進まない要因（組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街機能）



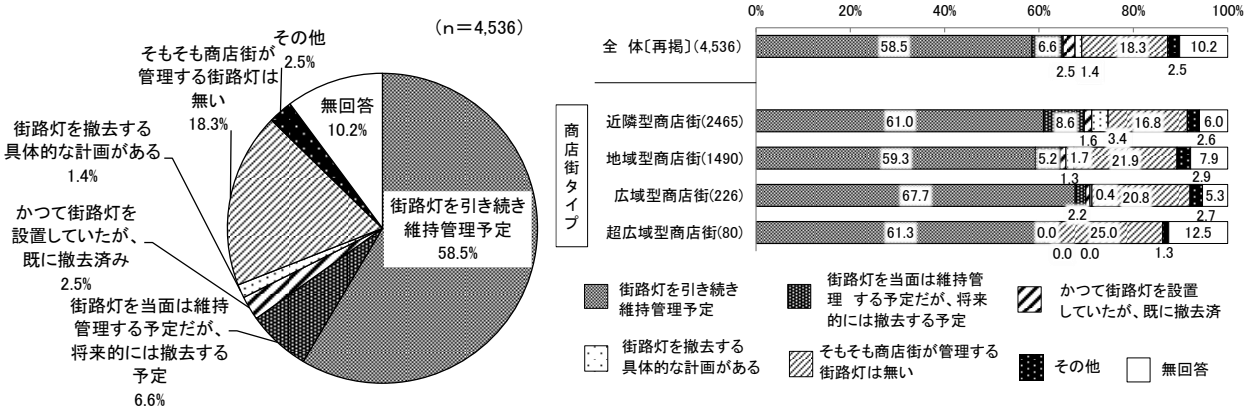
上段:実数 下段:割合		n %	取組を推進できる人材がいない	何からつければよいかが分からない	空き店舗等を借り上げる予算・リスク負担	空き店舗オーナーの説得が困難	その他	テナントミックスの実現に取り組む必要がない（業種・業態の偏りは無い）	テナントミックスの実現に取り組む必要性がわからない	特に要因となっていることはない
全 体		3,858	1640	1116	1013	802	243	316	536	659
		100.0	42.5	28.9	26.3	20.8	6.3	8.2	13.9	17.1
組織形態	商店街振興組合	806	354	248	295	251	49	62	93	103
		100.0	43.9	30.8	36.6	31.1	6.1	7.7	11.5	12.8
	事業協同組合等	347	146	89	99	73	18	32	38	55
		100.0	42.1	25.6	28.5	21.0	5.2	9.2	11.0	15.9
	その他の法人	36	10	7	11	6	3	2	1	10
		100.0	27.8	19.4	30.6	16.7	8.3	5.6	2.8	27.8
	任意団体	2669	1130	772	608	472	173	220	404	491
		100.0	42.3	28.9	22.8	17.7	6.5	8.2	15.1	18.4
商店街タイプ	近隣型商店街	2173	972	656	571	455	128	157	307	353
		100.0	44.7	30.2	26.3	20.9	5.9	7.2	14.1	16.2
	地域型商店街	1336	567	392	382	281	79	115	183	219
		100.0	42.4	29.3	28.6	21.0	5.9	8.6	13.7	16.4
	広域型商店街	205	74	38	41	36	17	24	32	48
		100.0	36.1	18.5	20.0	17.6	8.3	11.7	15.6	23.4
	超広域型商店街	69	8	8	9	11	12	13	3	21
		100.0	11.6	11.6	13.0	15.9	17.4	18.8	4.3	30.4
	無回答	75	19	22	10	19	7	7	11	18
		100.0	25.3	29.3	13.3	25.3	9.3	9.3	14.7	24.0
立地環境	繁華街	943	381	261	281	237	52	79	121	155
		100.0	40.4	27.7	29.8	25.1	5.5	8.4	12.8	16.4
	住宅街	1214	544	363	304	238	64	110	171	198
		100.0	44.8	29.9	25.0	19.6	5.3	9.1	14.1	16.3
	駅前・駅ビル	697	293	196	180	148	52	56	101	112
		100.0	42.0	28.1	25.8	21.2	7.5	8.0	14.5	16.1
	ロードサイド	482	237	155	124	77	27	30	61	84
		100.0	49.2	32.2	25.7	16.0	5.6	6.2	12.7	17.4
	オフィス街	91	41	30	25	19	7	7	23	14
		100.0	45.1	33.0	27.5	20.9	7.7	7.7	25.3	15.4
	その他	363	124	94	90	71	35	30	48	79
		100.0	34.2	25.9	24.8	19.6	9.6	8.3	13.2	21.8
	無回答	68	20	17	9	12	6	4	11	17
		100.0	29.4	25.0	13.2	17.6	8.8	5.9	16.2	25.0
商店街機能（現状）	単独型	885	333	228	211	177	82	90	124	171
		100.0	37.6	25.8	23.8	20.0	9.3	10.2	14.0	19.3
	複合型	1832	819	547	511	380	104	125	255	303
		100.0	44.7	29.9	27.9	20.7	5.7	6.8	13.9	16.5
	転換型	405	181	126	108	81	20	35	56	65
		100.0	44.7	31.1	26.7	20.0	4.9	8.6	13.8	16.0
	無回答	736	307	215	183	164	37	66	101	120
		100.0	41.7	29.2	24.9	22.3	5.0	9.0	13.7	16.3

（５）街路灯の維持管理（問 14（９））

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（58.5%）」、「街路灯を当面は維持する予定だが将来的には撤去する予定（6.6%）」、「かつて街路灯を設置していたが既に撤去済み（2.5%）」の順に多くなっている。

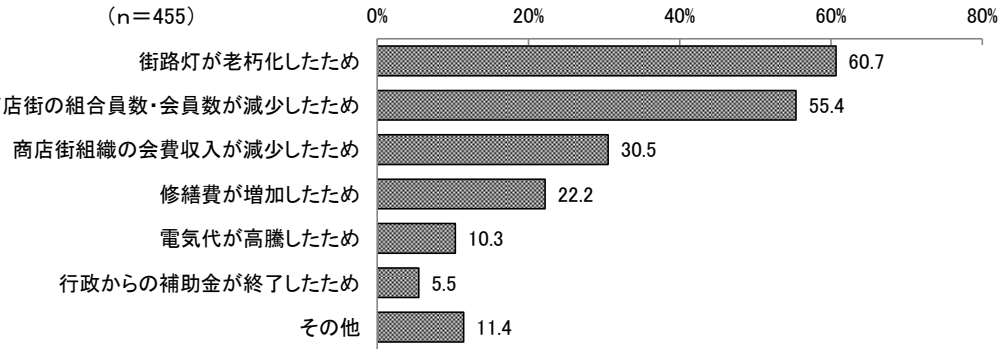
商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい、「街路灯を当面は維持管理する予定だが、将来的には撤去する予定」、「街路灯を撤去する具体的な計画がある」の割合が多くなっている。

図表 138　街路灯の維持管理状況



街路灯の維持管理ができない要因は、「街路灯が老朽化したため（60.7%）」、「商店街の組合員数・会員数が減少したため（55.4%）」、「商店街組織の会費収入が減少したため（30.5%）」の順に多くなっている。

図表 139　街路灯の維持管理ができない要因

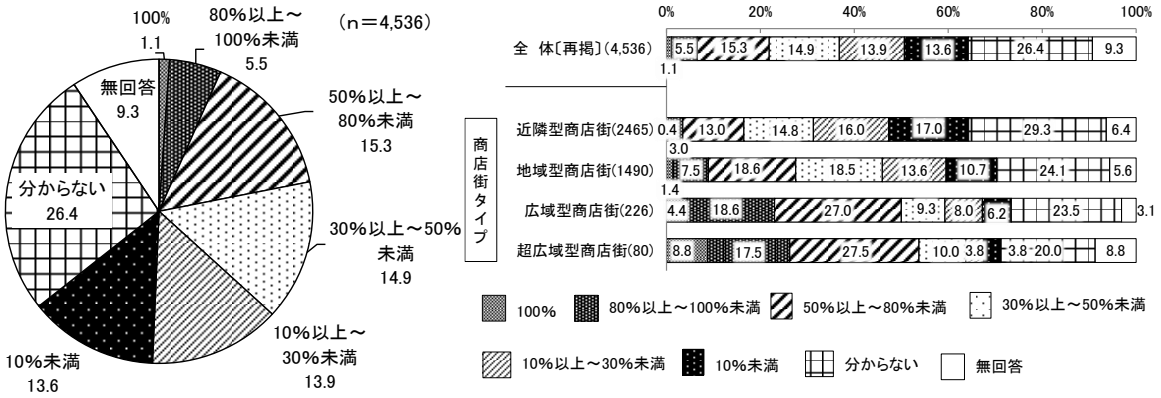


（６）キャッシュレス決済の取組（問 18（１））

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 21.9%、10%～50%未満の店舗で導入している商店街が 28.8%となっている。

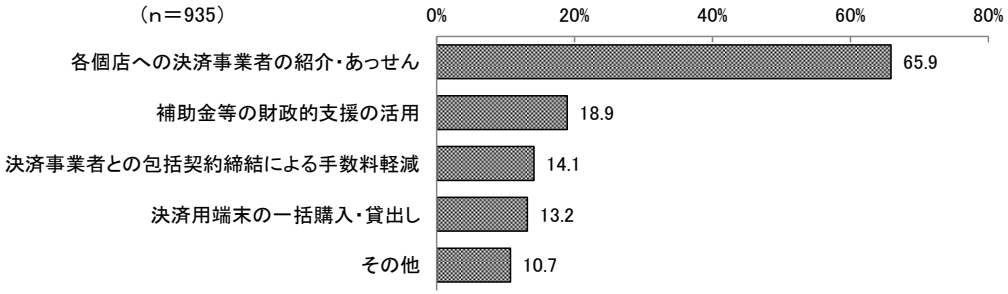
商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、50%以上の店舗で導入している商店街の割合が多くなっている。

図表 140　キャッシュレス決済の取組状況



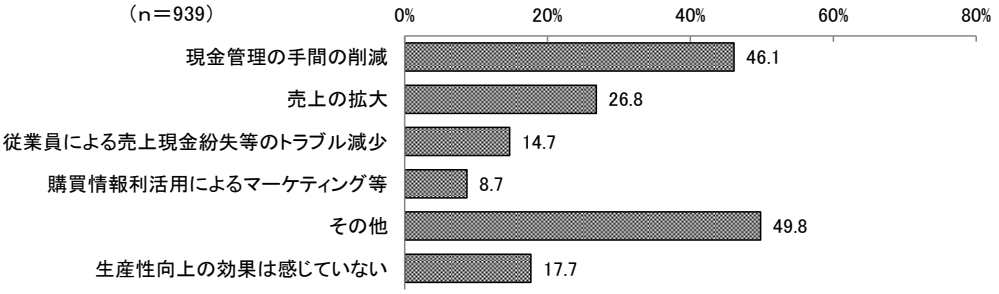
キャッシュレス決済の導入のための取組では、「各個店への決済事業者の紹介・あっせん（65.9%）」、「補助金等の財政的支援の活用（18.9%）」、「決済事業者との包括契約締結による手数料軽減（14.1%）」の順に多くなっている。

図表 141　キャッシュレス決済の導入のための取組



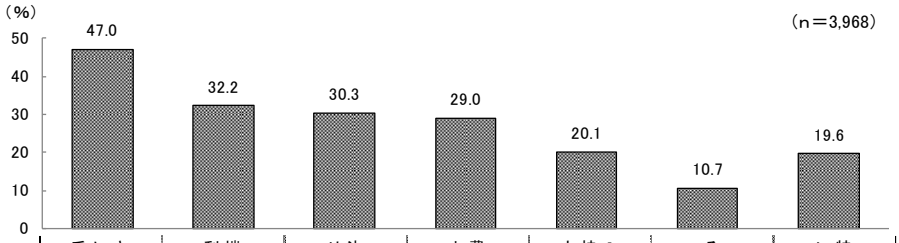
キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与では「現金管理の手間の削減（46.1%）」、「売り上げの拡大（26.8%）」、「従業員による売上金紛失等のトラブル減少（14.7%）」の順に多くなっている。「その他」の具体的な回答（自由記述）としては「手数料無料やポイントが貰えることにより利用者が増えた」、「レジの迅速化」などがあった。

図表 142　キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与



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（47.0%）」、「端末等の操作・利用方法が難しい（32.2%）」、「決済用端末の購入・リース費用負担（30.3%）」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい「費用対効果がよく分からない」、「IC カード等を持っている利用客が少ない」の割合が多くなっている。

図表 143　キャッシュレス決済の導入が進まない理由（組織形態・商店街タイプ・立地環境・商店街機能）

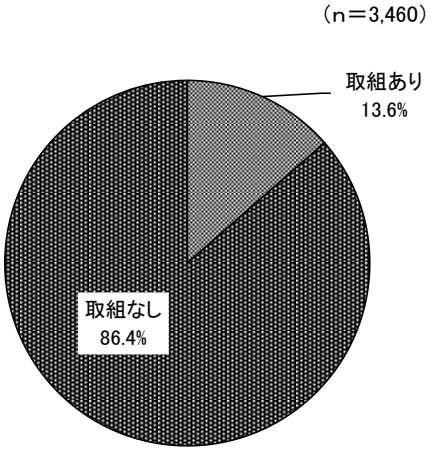


上段:実数 下段:割合		n %	キャッシュレス決済に伴う追加的な手数料負担	端末等の操作・利用方法が難しい	決済用端末の購入・リース費用負担	費用対効果がよく分からない	ICカード等を持っている利用客が少ない	その他	特に要因となっていることはない
全 体		3,968	1863	1278	1203	1151	799	423	777
		100.0	47.0	32.2	30.3	29.0	20.1	10.7	19.6
組織形態	商店街振興組合	820	441	272	266	244	152	94	136
		100.0	53.8	33.2	32.4	29.8	18.5	11.5	16.6
	事業協同組合等	360	194	123	126	102	91	33	59
		100.0	53.9	34.2	35.0	28.3	25.3	9.2	16.4
	その他の法人	34.0	18.0	16.0	11.0	8.0	9.0	4.0	6.0
		100.0	52.9	47.1	32.4	23.5	26.5	11.8	17.6
	任意団体	2754	1210	867	800	797	547	292	576
		100.0	43.9	31.5	29.0	28.9	19.9	10.6	20.9
商店街タイプ	近隣型商店街	2264	1041	758	715	680	512	238	419
		100.0	46.0	33.5	31.6	30.0	22.6	10.5	18.5
	地域型商店街	1346	658	437	393	387	248	136	260
		100.0	48.9	32.5	29.2	28.8	18.4	10.1	19.3
	広域型商店街	205	105	37	65	53	24	29	53
		100.0	51.2	18.0	31.7	25.9	11.7	14.1	25.9
	超広域型商店街	64	29	13	13	12	3	11	18
		100.0	45.3	20.3	20.3	18.8	4.7	17.2	28.1
	無回答	89	30	33	17	19	12	9	27
		100.0	33.7	37.1	19.1	21.3	13.5	10.1	30.3
立地環境	繁華街	295	462	298	295	276	167	100	193
		30.8	48.2	31.1	30.8	28.8	17.4	10.4	20.1
	住宅街	380	585	418	380	393	293	122	234
		30.0	46.2	33.0	30.0	31.0	23.1	9.6	18.5
	駅前・駅ビル	224	355	227	224	205	124	73	145
		31.0	49.2	31.4	31.0	28.4	17.2	10.1	20.1
	ロードサイド	166	238	156	166	137	106	54	87
		34.0	48.8	32.0	34.0	28.1	21.7	11.1	17.8
	オフィス街	22	34	30	22	23	12	10	24
		25.0	38.6	34.1	25.0	26.1	13.6	11.4	27.3
	その他	90	155	121	90	94	85	58	76
		24.2	41.7	32.5	24.2	25.3	22.8	15.6	20.4
	無回答	26	34	28	26	23	12	6	18
		35.6	46.6	38.4	35.6	31.5	16.4	8.2	24.7
商店街機能（現状）	単独型	269	433	250	269	236	109	103	186
		30.8	49.5	28.6	30.8	27.0	12.5	11.8	21.3
	複合型	583	946	657	583	576	385	198	317
		31.0	50.3	35.0	31.0	30.7	20.5	10.5	16.9
	転換型	130	178	137	130	126	128	36	84
		30.6	41.9	32.2	30.6	29.6	30.1	8.5	19.8
	無回答	221	306	234	221	213	177	86	190
		28.0	38.7	29.6	28.0	27.0	22.4	10.9	24.1

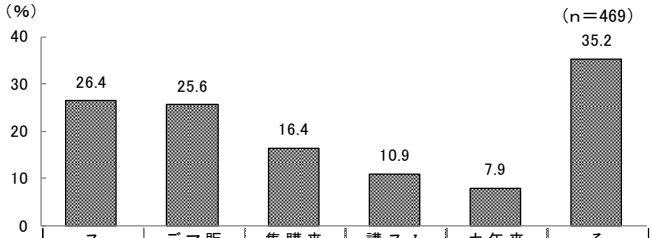
（７）デジタルトランスフォーメーション実現のための取組（問 18（４））

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（DX）実現への取組状況については、「取組なし（ＤＸ関係の取組は行っていない）（86.4%）」が「取組あり（13.6%）」を 72.8 ポイント上回った。「取組あり」について取組内容をみると、「スマートレジの導入（26.4%）」、「販促等、マーケティングへのデータ活用（25.6%）」、「来街者の購買データ等の集約・データ分析（16.4%）」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい「来街者の購買データ等の集約・データ分析」の割合が多くなっている。

図表 144　キャッシュレス決済以外の DX 実現への取組の有無



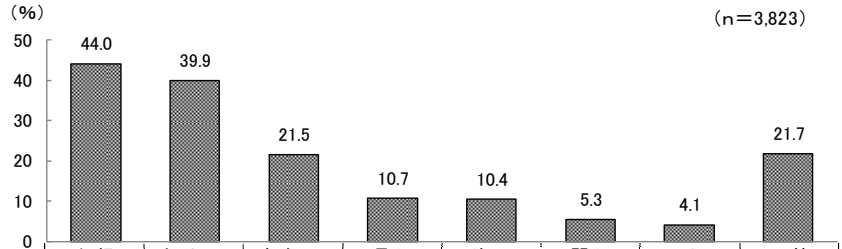
図表 145　キャッシュレス決済以外の DX 実現への取組（商店街タイプ）



上段:実数 下段:割合		n %	スマートレジの導入	販促等、マーケティングへのデータ活用	来街者の購買データ等の集約・データ分析	ITリテラシー・スキル向上のための講習	来街者の性別・年代等を把握するカメラの導入	その他
全 体		469	124	120	77	51	37	165
		100.0	26.4	25.6	16.4	10.9	7.9	35.2
商店街タイプ	近隣型商店街	218	57	49	29	18	15	89
		100.0	26.1	22.5	13.3	8.3	6.9	40.8
	地域型商店街	192	54	57	37	28	16	50
		100.0	28.1	29.7	19.3	14.6	8.3	26.0
	広域型商店街	31	7	8	7	4	6	10
		100.0	22.6	25.8	22.6	12.9	19.4	32.3
	超広域型商店街	20	3	5	4	1	0	11
		100.0	15.0	25.0	20.0	5.0	0.0	55.0
	無回答	8	3	1	0	0	0	5
		100.0	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	62.5

DX 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（44.0%）」、「DX そのものがよくわからない、知らない（39.9%）」、「DX 化にあたり何をすればよいかわからない（21.5%）」の順に多くなっている。商店街タイプ別でみると、「超広域型商店街」から「近隣型商店街」になるにしたがい「DX そのものがよくわからない、知らない」の割合が多くなっている。

図表 146　生産性向上のための DX 導入が進まない要因（商店街タイプ）



上段:実数 下段:割合		n %	経営者がDXの必要性を感じていない	DXそのものがよくわからない、知らない	DX化にあたり何をすればよいかわからない	システム刷新期間が長期、コストもかかる	DX化する業務が決まっていない	システム開発企業との関係構築が難しい	その他	特に要因となっていることはない
全 体		3,823	1682	1525	823	409	399	203	158	829
		100.0	44.0	39.9	21.5	10.7	10.4	5.3	4.1	21.7
商店街タイプ	近隣型商店街	2156	1005	898	449	215	211	107	88	451
		100.0	46.6	41.7	20.8	10.0	9.8	5.0	4.1	20.9
	地域型商店街	1315	547	515	316	147	160	77	52	280
		100.0	41.6	39.2	24.0	11.2	12.2	5.9	4.0	21.3
	広域型商店街	203	89	65	39	30	17	10	10	49
		100.0	43.8	32.0	19.2	14.8	8.4	4.9	4.9	24.1
	超広域型商店街	67	16	16	7	9	8	6	5	21
		100.0	23.9	23.9	10.4	13.4	11.9	9.0	7.5	31.3
	無回答	82	25	31	12	8	3	3	3	28
		100.0	30.5	37.8	14.6	9.8	3.7	3.7	3.7	34.1

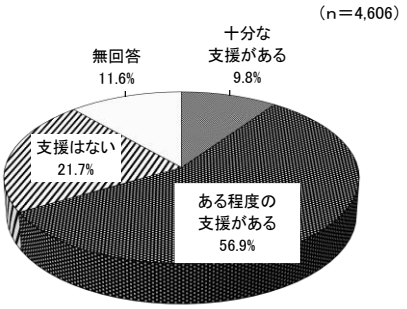
Ⅵ.　商店街に関する施策、支援機関等について

１．商店街に対する自治体の支援状況・支援内容（問 19（１）（２））

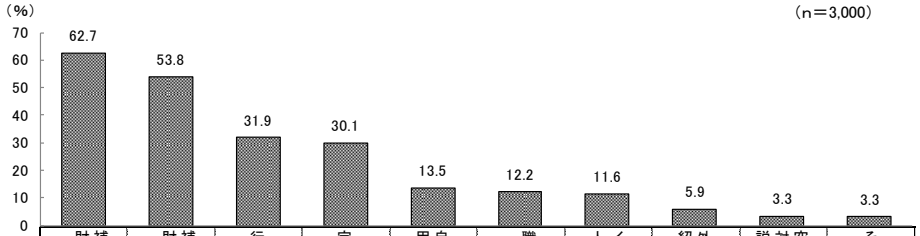
商店街に対する自治体の支援状況については、「十分な支援がある（9.8%）」、「ある程度の支援がある（56.9%）」を合わせて『支援がある（66.7%）』となっており、「支援はない（21.7%）」を 45.0 ポイント上回っている。

『支援がある』と回答のあった商店街における、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）（62.7%）」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%）」、「行政情報の提供（31.9%）」、「定期的な意見交換（30.1%）」の順に多くなっている。

図表 147　商店街に対する自治体の支援状況



図表 148　商店街に対する自治体の支援内容【複数回答（いくつでも）】

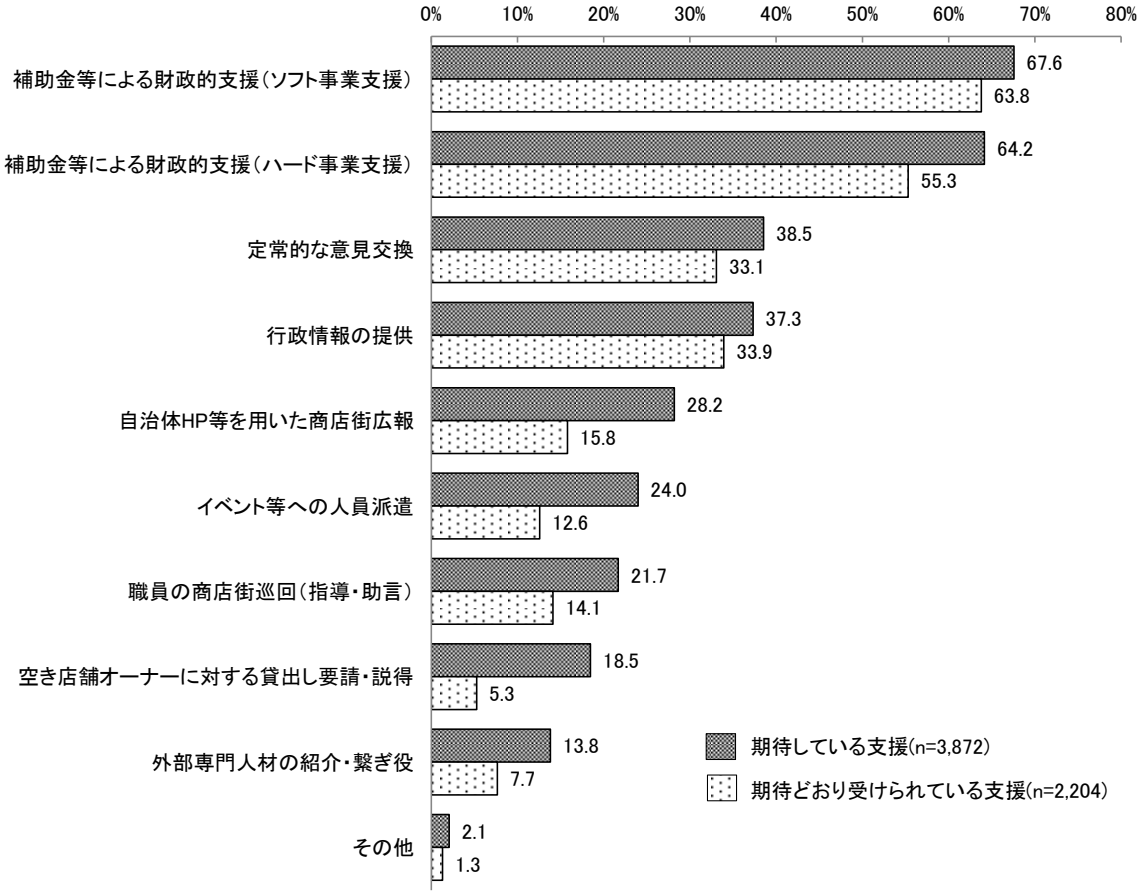


上段:実数 下段:割合		n %	補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）	補助金等による財政的支援（ハード事業支援）	行政情報の提供	定期的な意見交換	自治体HP等を用いた商店街広報	職員の商店街巡回（指導・助言）	イベント等への人員派遣	外部専門人材の紹介・繋ぎ役	空き店舗オーナーに対する貸出し要請・説得	その他
全 体		3,000	1880	1614	956	902	406	365	348	177	100	98
		100.0	62.7	53.8	31.9	30.1	13.5	12.2	11.6	5.9	3.3	3.3
人口規模	政令指定都市・特別区	1075	678	633	378	321	189	139	100	80	10	34
		100.0	63.1	58.9	35.2	29.9	17.6	12.9	9.3	7.4	0.9	3.2
	人口30万人以上の都市	487	308	296	194	144	61	56	34	30	13	11
		100.0	63.2	60.8	39.8	29.6	12.5	11.5	7.0	6.2	2.7	2.3
	人口20～30万人未満の都市	198	124	104	59	55	27	25	27	11	7	1
		100.0	62.6	52.5	29.8	27.8	13.6	12.6	13.6	5.6	3.5	0.5
	人口10～20万人未満の都市	420	267	237	124	131	47	57	56	17	24	11
		100.0	63.6	56.4	29.5	31.2	11.2	13.6	13.3	4.0	5.7	2.6
	人口5 ～10万人未満の都市	331	215	138	74	101	38	36	44	14	19	12
		100.0	65.0	41.7	22.4	30.5	11.5	10.9	13.3	4.2	5.7	3.6
	人口5 万人未満の都市	239	132	98	65	75	17	22	43	11	18	13
		100.0	55.2	41.0	27.2	31.4	7.1	9.2	18.0	4.6	7.5	5.4
	町・村	211	125	94	44	58	23	23	36	12	8	15
		100.0	59.2	44.5	20.9	27.5	10.9	10.9	17.1	5.7	3.8	7.1
組織形態	商店街振興組合	720	505	435	280	253	121	111	97	61	31	15
		100.0	70.1	60.4	38.9	35.1	16.8	15.4	13.5	8.5	4.3	2.1
	事業協同組合等	276	188	135	73	87	25	32	43	22	5	12
		100.0	68.1	48.9	26.4	31.5	9.1	11.6	15.6	8.0	1.8	4.3
	その他の団体	28	15	12	12	15	4	1	7	0	1	2
		100.0	53.6	42.9	42.9	53.6	14.3	3.6	25.0	0.0	3.6	7.1
	任意団体	1976	1172	1032	591	547	256	221	201	94	63	69
		100.0	59.3	52.2	29.9	27.7	13.0	11.2	10.2	4.8	3.2	3.5

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）（67.6%）」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）（64.2%）」、「定期的な意見交換（38.5%）」、「行政情報の提供）（37.3%）」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）（63.8%）」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）（55.3%）」、「行政情報の提供）（33.9%）」、「定期的な意見交換（33.1%）」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、「自治体ＨＰ等を用いた商店街広報」や「イベント等への人員派遣」「空き店舗オーナーに対する貸出し要請・説得」においてはその差が 10 ポイント以上となっている。

図表 149　自治体に対して期待する支援内容【複数回答（いくつでも）】

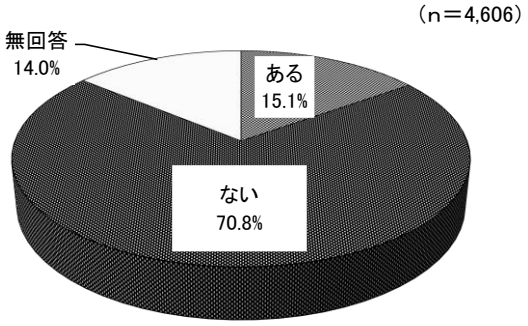


２．まちづくり会社との連携・協力状況（問 20（１））

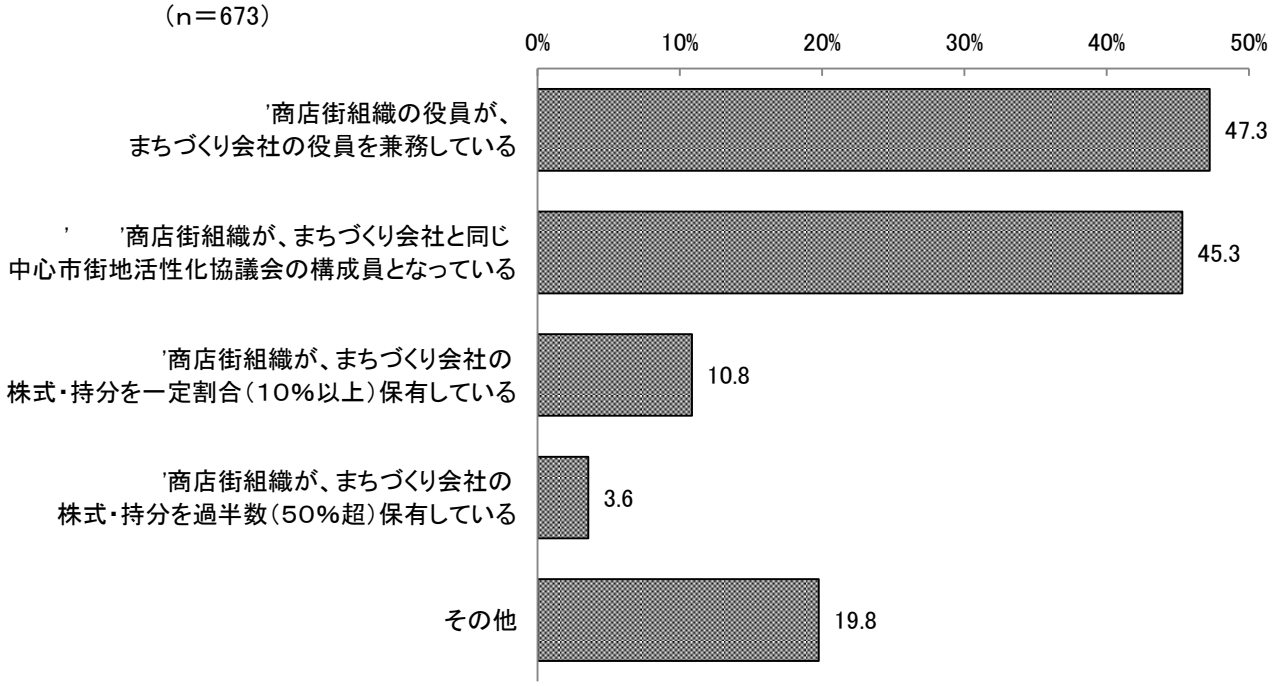
商店街の所在地域におけるまちづくり会社の有無については、「ない（70.8%）」が「ある（15.1%）」を 55.7 ポイント上回っている。

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（47.3%）」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（45.3%）」、「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（10.8%）」の順に多くなっている。

図表 150　商店街の所在地域におけるまちづくり会社の有無



図表 151　商店街における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

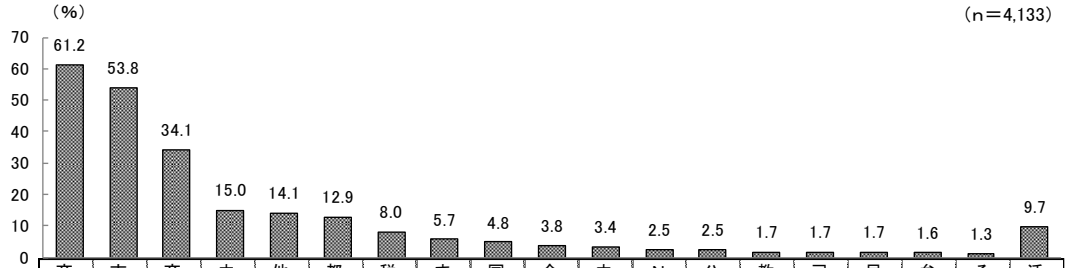
（１）普段活用している支援機関等（問 21（１））

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（61.2%）」、「市区町村役場（53.8%）」、「商店街振興組合連合会（34.1%）」、「中小企業団体中央会（15.0%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「商店街振興組合」は、「商店街振興組合連合会（65.9%）」の割合が他の組織形態と比較して多くなっている。

人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにしたがい、「市区町村役場」の割合が少なくなり、「商工会・商工会議所」の割合が多くなる傾向がみられる。

図表 152　普段活用している支援機関等【複数回答（いくつでも）】



上段:実数 下段:割合		n %	商工会・商工会議所	市区町村役場	商店街振興組合連合会	中小企業団体中央会	他の商店街組織	都道府県庁	税理士	まちづくり会社	国（出先機関）	全国商店街支援センター	中小企業診断士	ＮＰＯ	公認会計士	教育機関（大学講師、ゼミ等）	司法書士	民間コンサルタント	弁護士	その他	活用していない
全 体		4133	2530	2224	1411	622	584	532	332	236	199	158	139	105	105	71	70	69	67	53	399
		100.0	61.2	53.8	34.1	15.0	14.1	12.9	8.0	5.7	4.8	3.8	3.4	2.5	2.5	1.7	1.7	1.7	1.6	1.3	9.7
人口規模	政令指定都市・特別区	1428	457	770	719	170	268	242	153	60	89	66	90	39	46	33	33	35	34	25	185
		100.0	32.0	53.9	50.4	11.9	18.8	16.9	10.7	4.2	6.2	4.6	6.3	2.7	3.2	2.3	2.3	2.5	2.4	1.8	13.0
	人口30万人以上の都市	627	400	397	258	122	112	98	52	50	33	29	21	14	19	18	12	11	10	10	53
		100.0	63.8	63.3	41.1	19.5	17.9	15.6	8.3	8.0	5.3	4.6	3.3	2.2	3.0	2.9	1.9	1.8	1.6	1.6	8.5
	人口20～30万人未満の都市	256	178	136	75	45	32	31	12	12	9	9	2	6	9	3	1	5	4	3	22
		100.0	69.5	53.1	29.3	17.6	12.5	12.1	4.7	4.7	3.5	3.5	0.8	2.3	3.5	1.2	0.4	2.0	1.6	1.2	8.6
	人口10～20万人未満の都市	570	444	314	169	94	64	63	38	53	24	18	6	14	9	8	10	6	9	5	47
		100.0	77.9	55.1	29.6	16.5	11.2	11.1	6.7	9.3	4.2	3.2	1.1	2.5	1.6	1.4	1.8	1.1	1.6	0.9	8.2
	人口5 ～10万人未満の都市	488	400	224	95	69	52	40	37	29	14	16	7	14	14	5	6	4	5	1	39
		100.0	82.0	45.9	19.5	14.1	10.7	8.2	7.6	5.9	2.9	3.3	1.4	2.9	2.9	1.0	1.2	0.8	1.0	0.2	8.0
	人口5 万人未満の都市	382	309	175	65	77	35	31	22	16	14	11	5	8	7	3	6	4	4	5	36
		100.0	80.9	45.8	17.0	20.2	9.2	8.1	5.8	4.2	3.7	2.9	1.3	2.1	1.8	0.8	1.6	1.0	1.0	1.3	9.4
	町・村	331	299	171	16	31	18	22	12	9	10	7	5	8	1	0	2	2	1	4	17
		100.0	90.3	51.7	4.8	9.4	5.4	6.6	3.6	2.7	3.0	2.1	1.5	2.4	0.3	0.0	0.6	0.6	0.3	1.2	5.1
組織形態	商店街振興組合	847	521	552	558	319	194	196	193	103	96	85	61	40	53	31	42	22	37	14	28
		100.0	61.5	65.2	65.9	37.7	22.9	23.1	22.8	12.2	11.3	10.0	7.2	4.7	6.3	3.7	5.0	2.6	4.4	1.7	3.3
	事業協同組合等	379	270	195	84	217	43	63	81	17	18	24	15	12	36	5	13	9	17	7	8
		100.0	71.2	51.5	22.2	57.3	11.3	16.6	21.4	4.5	4.7	6.3	4.0	3.2	9.5	1.3	3.4	2.4	4.5	1.8	2.1
	その他の団体	37	26	24	10	8	5	6	5	1	5	2	1	2	2	1	1	2	1	0	1
		100.0	70.3	64.9	27.0	21.6	13.5	16.2	13.5	2.7	13.5	5.4	2.7	5.4	5.4	2.7	2.7	5.4	2.7	0.0	2.7
	任意団体	2870	1713	1453	759	78	342	267	53	115	80	47	62	51	14	34	14	36	12	32	362
		100.0	59.7	50.6	26.4	2.7	11.9	9.3	1.8	4.0	2.8	1.6	2.2	1.8	0.5	1.2	0.5	1.3	0.4	1.1	12.6

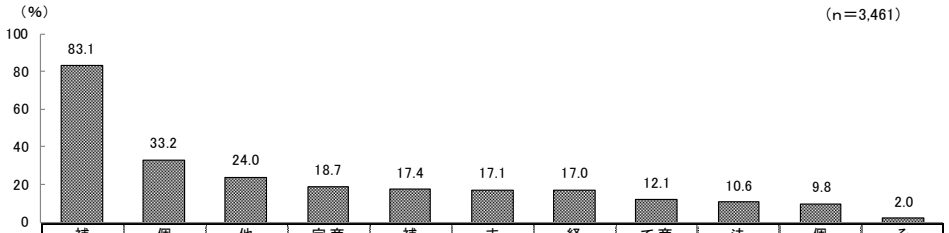
（２）相談内容（問 21（１－１））

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（83.1%）」の割合が最も多く、次いで「個別イベント・事業の計画等について（33.2%）」、「他の商店街における成功事例等情報の提供について（24.0%）」、「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（18.7%）」の順に多くなっている。

組織形態別でみると、「商店街振興組合」は、「他の商店街における成功事例等情報の提供について（28.7%）」や「まちづくり計画等（区画整理、規制等）について（23.3%）」の割合が他の組織形態と比較して多くなっている。

人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにしたがい、「補助金情報（内容、申請方法等）について」の割合が少なくなり、「経理について」の割合が多くなっている。

図表 153　支援機関等への相談内容【複数回答（いくつでも）】



上段:実数 下段:割合		n %	補助金情報（内容、申請方法等）について	個別イベント・事業の計画等について	他の商店街における成功事例等情報の提供について	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	補助金以外の支援制度（高度化融資等）について	まちづくり計画等（区画整理、規制等）について	経理について	商店街組織のマネジメント（運営・管理等）について	法令（商店街振興組合法等）の解釈について	個店指導について	その他
全 体		3,461	2875	1149	830	646	603	592	589	418	366	338	70
		100.0	83.1	33.2	24.0	18.7	17.4	17.1	17.0	12.1	10.6	9.8	2.0
人口規模	政令指定都市・特別区	1130	1000	341	280	204	199	217	147	125	152	57	23
		100.0	88.5	30.2	24.8	18.1	17.6	19.2	13.0	11.1	13.5	5.0	2.0
	人口30万人以上の都市	542	467	169	134	118	91	112	70	62	62	32	6
		100.0	86.2	31.2	24.7	21.8	16.8	20.7	12.9	11.4	11.4	5.9	1.1
	人口20～30万人未満の都市	215	178	65	53	41	34	32	23	27	20	15	7
		100.0	82.8	30.2	24.7	19.1	15.8	14.9	10.7	12.6	9.3	7.0	3.3
	人口10～20万人未満の都市	481	398	177	113	71	87	90	79	47	52	48	10
		100.0	82.7	36.8	23.5	14.8	18.1	18.7	16.4	9.8	10.8	10.0	2.1
	人口5 ～10万人未満の都市	422	342	141	87	77	70	63	72	45	31	58	8
		100.0	81.0	33.4	20.6	18.2	16.6	14.9	17.1	10.7	7.3	13.7	1.9
	人口5 万人未満の都市	320	228	114	89	62	56	37	71	49	26	46	10
		100.0	71.3	35.6	27.8	19.4	17.5	11.6	22.2	15.3	8.1	14.4	3.1
	町・村	301	219	119	57	56	54	34	112	51	17	77	6
		100.0	72.8	39.5	18.9	18.6	17.9	11.3	37.2	16.9	5.6	25.6	2.0
組織形態	商店街振興組合	763	674	259	219	188	159	178	218	150	221	53	8
		100.0	88.3	33.9	28.7	24.6	20.8	23.3	28.6	19.7	29.0	6.9	1.0
	事業協同組合等	355	280	108	71	60	70	57	156	66	76	37	5
		100.0	78.9	30.4	20.0	16.9	19.7	16.1	43.9	18.6	21.4	10.4	1.4
	その他の団体	35	28	11	9	9	9	6	7	6	3	4	0
		100.0	80.0	31.4	25.7	25.7	25.7	17.1	20.0	17.1	8.6	11.4	0.0
	任意団体	2308	1893	771	531	389	365	351	208	196	66	244	57
		100.0	82.0	33.4	23.0	16.9	15.8	15.2	9.0	8.5	2.9	10.6	2.5

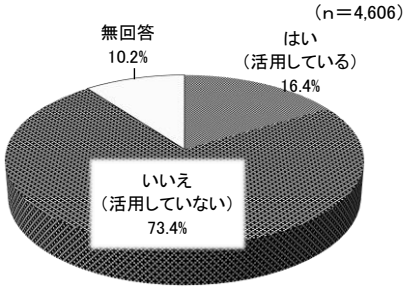
４．外部人材との連携・協力状況（問 22（１））

商店街における外部人材の活用状況については、「活用していない（73.4%）」が「活用している（16.4%）」を 57.0 ポイント上回っている。

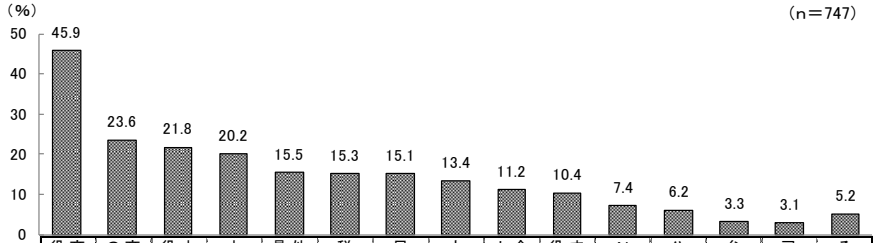
外部人材を『活用している』と回答のあった商店街における、外部人材の種類については、「商工会・商工会議所の役職員（45.9%）」が最も多く、次いで「商店街振興組合連合会の役職員（23.6%）」、「中小企業団体中央会の役職員（21.8%）」、「中小企業診断士（20.2%）」の順に多くなっている。

人口規模別でみると、人口規模が小さくなるにしたがい、「商工会・商工会議所の役職員」の割合が多くなっている傾向がみられる。

図表 154　商店街における外部人材の活用状況



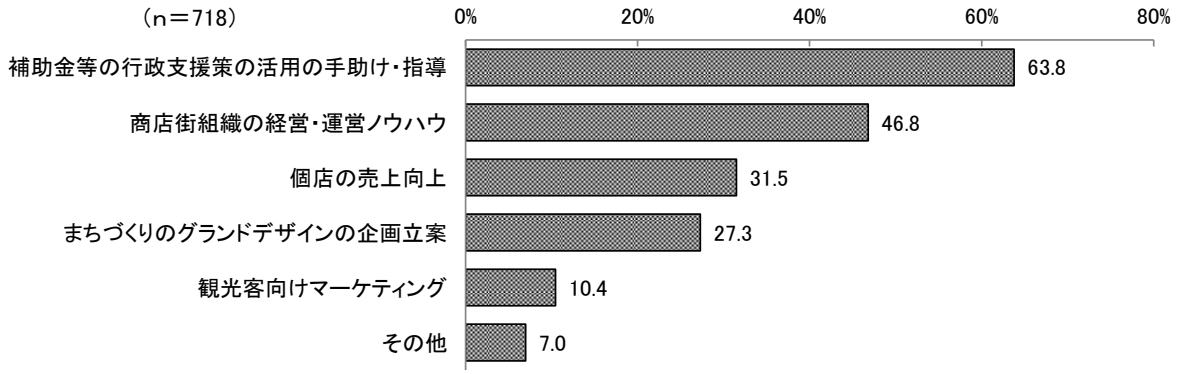
図表 155　商店街で活用している外部人材の種類【複数回答（いくつでも）】



上段:実数 下段:割合		n %	商工会・商工会議所の役職員	商店街振興組合連合会の役職員	中小企業団体中央会の役職員	中小企業診断士	他の商店街組織の役職員	税理士	民間コンサルタント	大学教授等	全国商店街支援センター委嘱の専門家	まちづくり会社の役職員	NPO	公認会計士	弁護士	司法書士	その他
全 体		747	343	176	163	151	116	114	113	100	84	78	55	46	25	23	39
		100.0	45.9	23.6	21.8	20.2	15.5	15.3	15.1	13.4	11.2	10.4	7.4	6.2	3.3	3.1	5.2
人口規模	政令指定都市・特別区	285	79	93	38	81	51	53	50	46	28	31	24	24	13	8	21
		100.0	27.7	32.6	13.3	28.4	17.9	18.6	17.5	16.1	9.8	10.9	8.4	8.4	4.6	2.8	7.4
	人口30万人以上の都市	106	53	33	30	19	28	16	12	20	13	13	6	7	3	3	6
		100.0	50.0	31.1	28.3	17.9	26.4	15.1	11.3	18.9	12.3	12.3	5.7	6.6	2.8	2.8	5.7
	人口20～30万人未満の都市	42	16	8	9	3	6	3	4	5	8	3	2	5	2	1	4
		100.0	38.1	19.0	21.4	7.1	14.3	7.1	9.5	11.9	19.0	7.1	4.8	11.9	4.8	2.4	9.5
	人口10～20万人未満の都市	107	62	16	26	15	11	19	16	9	11	9	9	3	5	5	3
		100.0	57.9	15.0	24.3	14.0	10.3	17.8	15.0	8.4	10.3	8.4	8.4	2.8	4.7	4.7	2.8
	人口5 ～10万人未満の都市	72	46	14	22	8	7	9	5	6	7	8	5	3	0	1	2
		100.0	63.9	19.4	30.6	11.1	9.7	12.5	6.9	8.3	9.7	11.1	6.9	4.2	0.0	1.4	2.8
	人口5 万人未満の都市	60	38	7	26	8	7	9	15	6	9	7	3	3	2	2	1
		100.0	63.3	11.7	43.3	13.3	11.7	15.0	25.0	10.0	15.0	11.7	5.0	5.0	3.3	3.3	1.7
	町・村	55	39	2	7	11	4	2	9	5	6	5	4	1	0	3	2
		100.0	70.9	3.6	12.7	20.0	7.3	3.6	16.4	9.1	10.9	9.1	7.3	1.8	0.0	5.5	3.6
組織形態	商店街振興組合	287	114	109	91	62	48	72	41	48	41	27	18	26	14	12	15
		100.0	39.7	38.0	31.7	21.6	16.7	25.1	14.3	16.7	14.3	9.4	6.3	9.1	4.9	4.2	5.2
	事業協同組合等	118	54	9	50	23	10	30	22	6	15	7	8	17	8	5	4
		100.0	45.8	7.6	42.4	19.5	8.5	25.4	18.6	5.1	12.7	5.9	6.8	14.4	6.8	4.2	3.4
	その他の団体	14	8	2	3	3	2	3	5	5	1	2	2	1	0	2	1
		100.0	57.1	14.3	21.4	21.4	14.3	21.4	35.7	35.7	7.1	14.3	14.3	7.1	0.0	14.3	7.1
	任意団体	328	167	56	19	63	56	9	45	41	27	42	27	2	3	4	19
		100.0	50.9	17.1	5.8	19.2	17.1	2.7	13.7	12.5	8.2	12.8	8.2	0.6	0.9	1.2	5.8

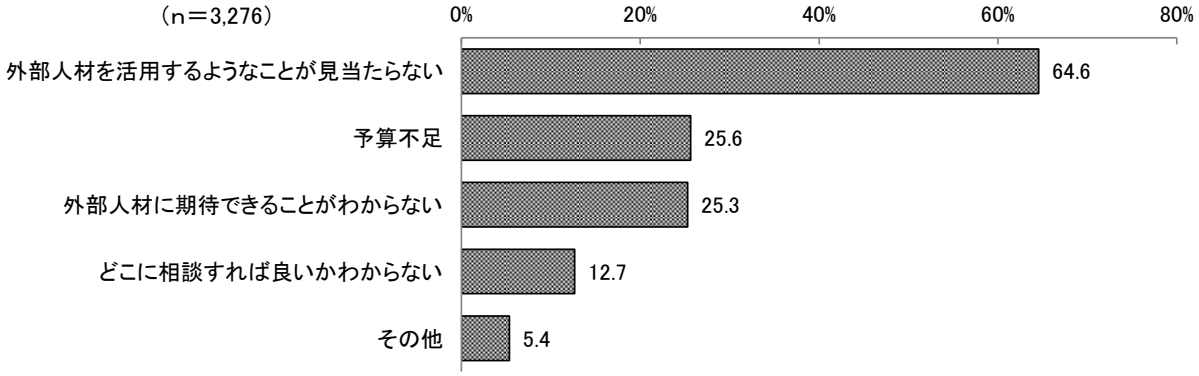
外部人材を『活用している』と回答のあった商店街における、外部人材に期待する専門的知識については、「補助金等の行政支援策の活用の手助け・指導（63.8%）」が最も多く、次いで「商店街組織の経営・運営ノウハウ（46.8%）」、「個店の売上向上（31.5%）」の順に多くなっている。

図表 156　商店街で活用している外部人材に期待する専門的知識【複数回答（いくつでも）】



また、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（64.6%）」が最も多く、次いで「予算不足（25.6%）」、「外部人材に期待できることがわからない（25.3%）」、「どこに相談すれば良いかわからない（12.7%）」の順に多くなっている。

図表 157　商店街において外部人材を活用していない理由【複数回答（いくつでも）】



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（問 23）

商店街における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は、商店街全体の売上高への影響、来街者数への影響、空き店舗への影響の 3 点について調査を行った。

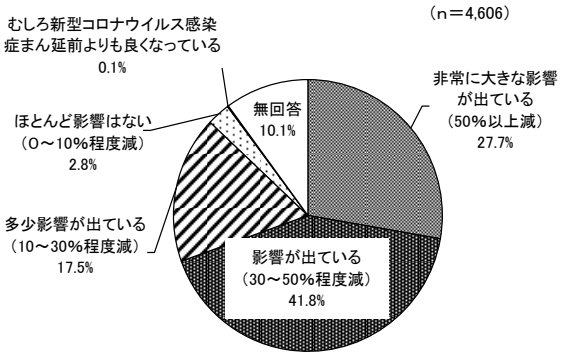
商店街全体の売上高への影響については、「非常に大きな影響が出ている（50%以上減）（27.7%）」、「影響が出ている（30～50%程度減）（41.8%）」、「多少影響が出ている（10～30%程度減）（17.5%）」と全体の 9 割近くで『影響が出ている』となっている。

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、全体の 8 割で『影響が出ている』となっている。

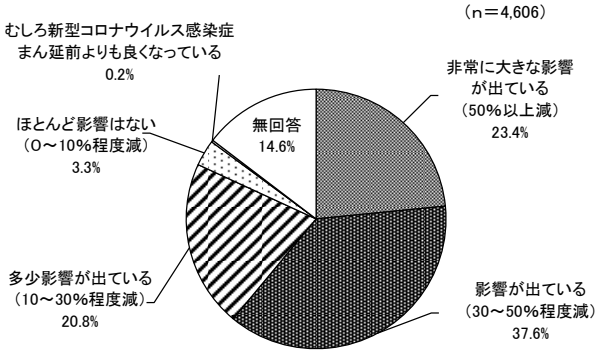
一方で、商店街全体の空き店舗への影響については、『影響が出ている』は全体の 5 割程度と、売上高や来街者数への影響に比べると、その影響は限定的となっている。

図表 158　新型コロナウイルス感染症のまん延による影響

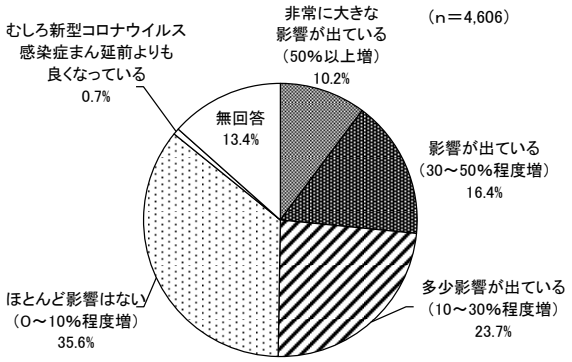
＜商店街全体の売上高への影響＞



＜商店街全体の来街者数への影響＞



＜商店街全体の空き店舗への影響＞

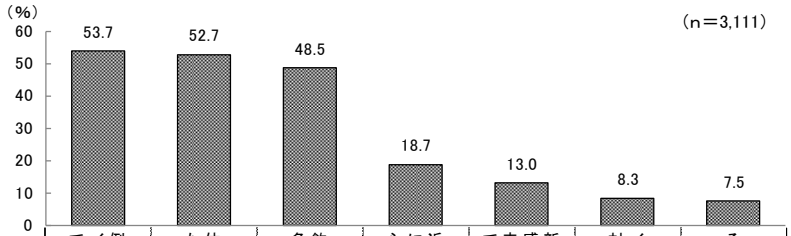


商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかに対して新型コロナウイルス感染症のまん延による影響が生じた商店街について、影響が生じた理由をみると、「例年実施しているイベントができなかったため（53.7%）」の割合が最も多く、次いで「休業・時短要請があったため（52.7%）」、「飲食業店舗が多いため（48.5%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、近隣型商店街や地域型商店街では「例年実施しているイベントができなかったため」の割合が広域型商店街や超広域型商店街と比較して多くなっている。

商店街機能（現状）別でみると、単独型では複合型に比べ「飲食業店舗が多いため」や「来街者は観光客中心であったため」の割合が多くなっている。

図表 159　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（いくつでも）】



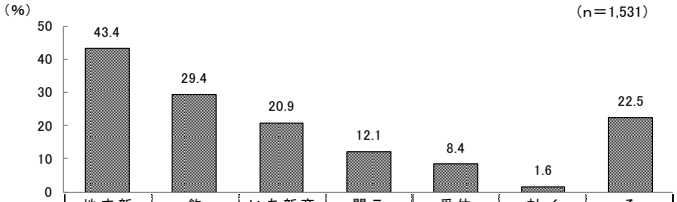
上段:実数 下段:割合		n %	例年実施しているイベントができなかったため	休業・時短要請があったため	飲食業店舗が多いため	近隣の学校や会社などに通う人が来街者の中心であったため	新型コロナウイルス感染症まん延前の来街者は観光客中心であったため	インターネット販売に対応困難なため	その他
全 体		3,111	1672	1640	1509	583	405	259	232
		100.0	53.7	52.7	48.5	18.7	13.0	8.3	7.5
組織形態	商店街振興組合	664	399	362	341	129	111	56	56
		100.0	60.1	54.5	51.4	19.4	16.7	8.4	8.4
	事業協同組合等	287	189	144	118	49	41	22	24
		100.0	65.9	50.2	41.1	17.1	14.3	7.7	8.4
	その他の法人	31.0	20.0	21.0	8.0	6.0	8.0	3.0	0.0
		100.0	64.5	67.7	25.8	19.4	25.8	9.7	0.0
	任意団体	2129	1064	1113	1042	399	245	178	152
		100.0	50.0	52.3	48.9	18.7	11.5	8.4	7.1
商店街タイプ	近隣型商店街	1679	912	882	803	321	167	148	117
		100.0	54.3	52.5	47.8	19.1	9.9	8.8	7.0
	地域型商店街	1080	600	546	508	192	151	97	91
		100.0	55.6	50.6	47.0	17.8	14.0	9.0	8.4
	広域型商店街	176	90	113	99	44	35	7	11
		100.0	51.1	64.2	56.3	25.0	19.9	4.0	6.3
	超広域型商店街	64	24	36	31	9	37	4	8
		100.0	37.5	56.3	48.4	14.1	57.8	6.3	12.5
	無回答	69	20	36	45	11	12	0	3
		100.0	29.0	52.2	65.2	15.9	17.4	0.0	4.3
立地環境	繁華街	795	417	430	452	141	173	59	49
		100.0	52.5	54.1	56.9	17.7	21.8	7.4	6.2
	住宅街	904	489	489	344	160	62	82	72
		100.0	54.1	54.1	38.1	17.7	6.9	9.1	8.0
	駅前・駅ビル	591	322	334	369	131	45	36	26
		100.0	54.5	56.5	62.4	22.2	7.6	6.1	4.4
	ロードサイド	361	203	183	145	58	27	38	35
		100.0	56.2	50.7	40.2	16.1	7.5	10.5	9.7
	オフィス街	79	35	37	46	32	16	7	6
		100.0	44.3	46.8	58.2	40.5	20.3	8.9	7.6
	その他	281	149	115	106	47	73	30	38
		100.0	53.0	40.9	37.7	16.7	26.0	10.7	13.5
	無回答	57	31	25	24	8	6	4	4
		100.0	54.4	43.9	42.1	14.0	10.5	7.0	7.0
商店街機能（現状）	単独型	752	386	417	454	139	178	51	34
		100.0	51.3	55.5	60.4	18.5	23.7	6.8	4.5
	複合型	1420	815	764	646	282	119	126	123
		100.0	57.4	53.8	45.5	19.9	8.4	8.9	8.7
	転換型	344	176	158	131	60	38	32	30
		100.0	51.2	45.9	38.1	17.4	11.0	9.3	8.7
	無回答	552	269	274	255	96	67	47	43
		100.0	48.7	49.6	46.2	17.4	12.1	8.5	7.8

一方、商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかに対して「ほとんど影響はない」「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（43.4%）」の割合が最も多く、次いで「飲食業以外の店舗が多いため（29.4%）」、「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（20.9%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、近隣型商店街や地域型商店街では「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」の割合が広域型商店街や超広域型商店街と比較して多くなっている。

商店街機能（現状）別でみると、複合型では単独型に比べ「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」や「飲食業以外の店舗が多いため」の割合が多くなっている。

図表 160　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（いくつでも）】



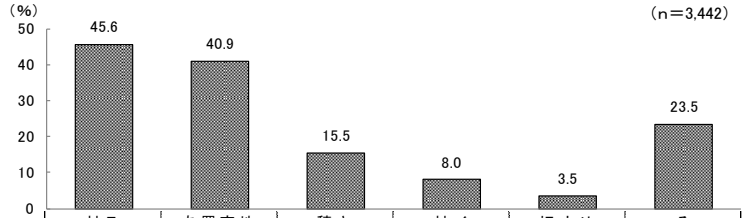
上段:実数 下段:割合		n %	新型コロナウイルス感染症まん延前から来街者は地域住民中心のため	飲食業以外の店舗が多いため	商店街のある地域では新型コロナウイルス感染症があまりまん延していなかったため	テイクアウト等の別業態を開始したため	休業・時短要請の影響を受けなかったため	インターネット販売に対応したため	その他
全 体		1,531	665	450	320	186	129	25	345
		100.0	43.4	29.4	20.9	12.1	8.4	1.6	22.5
組織形態	商店街振興組合	293	115	67	62	55	24	5	78
		100.0	39.2	22.9	21.2	18.8	8.2	1.7	26.6
	事業協同組合等	147	72	45	42	14	9	3	27
		100.0	49.0	30.6	28.6	9.5	6.1	2.0	18.4
	その他の法人	16.0	5.0	2.0	3.0	0.0	1.0	1.0	7.0
		100.0	31.3	12.5	18.8	0.0	6.3	6.3	43.8
	任意団体	1075	473	336	213	117	95	16	233
		100.0	44.0	31.3	19.8	10.9	8.8	1.5	21.7
商店街タイプ	近隣型商店街	888	423	253	181	110	77	10	166
		100.0	47.6	28.5	20.4	12.4	8.7	1.1	18.7
	地域型商店街	533	210	171	118	67	46	9	137
		100.0	39.4	32.1	22.1	12.6	8.6	1.7	25.7
	広域型商店街	55	17	9	8	3	3	1	26
		100.0	30.9	16.4	14.5	5.5	5.5	1.8	47.3
	超広域型商店街	18	0	5	4	3	1	5	7
		100.0	0.0	27.8	22.2	16.7	5.6	27.8	38.9
	無回答	22	8	8	4	1	2	0	8
		100.0	36.4	36.4	18.2	4.5	9.1	0.0	36.4
立地環境	繁華街	291	93	87	65	37	30	5	74
		100.0	32.0	29.9	22.3	12.7	10.3	1.7	25.4
	住宅街	546	291	170	116	53	53	6	92
		100.0	53.3	31.1	21.2	9.7	9.7	1.1	16.8
	駅前・駅ビル	280	126	64	52	51	14	3	71
		100.0	45.0	22.9	18.6	18.2	5.0	1.1	25.4
	ロードサイド	207	82	76	45	21	14	4	48
		100.0	39.6	36.7	21.7	10.1	6.8	1.9	23.2
	オフィス街	30	8	13	5	5	3	0	8
		100.0	26.7	43.3	16.7	16.7	10.0	0.0	26.7
	その他	137	47	30	28	14	10	6	46
		100.0	34.3	21.9	20.4	10.2	7.3	4.4	33.6
	無回答	25	11	6	4	3	5	1	5
		100.0	44.0	24.0	16.0	12.0	20.0	4.0	20.0
商店街機能（現状）	単独型	313	97	73	52	47	22	10	112
		100.0	31.0	23.3	16.6	15.0	7.0	3.2	35.8
	複合型	788	380	235	162	85	55	10	172
		100.0	48.2	29.8	20.6	10.8	7.0	1.3	21.8
	転換型	166	65	49	46	14	23	1	25
		100.0	39.2	29.5	27.7	8.4	13.9	0.6	15.1
	無回答	249	116	89	55	38	29	4	35
		100.0	46.6	35.7	22.1	15.3	11.6	1.6	14.1

２．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

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（45.6%）」の割合が最も多く、次いで「地域住民に対して商店街が安心安全に買物できる場所であることを周知した（40.9%）」、「キャッシュレス決済の積極的な導入（15.5%）」、「インターネット販売に対応した（8.0%）」の順に多くなっている。

商店街タイプ別でみると、広域型商店街や超広域商店街では「キャッシュレス決済の積極的な導入」、「インターネット販売に対応した」の割合が近隣型商店街や地域型商店街と比較して多くなっている。

図表 161　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）】



上段:実数 下段:割合		n %	テイクアウト販売に対応した	地域住民に対して商店街が安心安全に買物できる場所であることを周知した	キャッシュレス決済の積極的な導入	インターネット販売に対応した	リアルイベントをオンラインイベントに切り替えて開催した	その他
全 体		3,442	1570	1408	533	275	122	810
		100.0	45.6	40.9	15.5	8.0	3.5	23.5
組織形態	商店街振興組合	743	354	373	119	74	53	145
		100.0	47.6	50.2	16.0	10.0	7.1	19.5
	事業協同組合等	316	140	157	52	23	10	61
		100.0	44.3	49.7	16.5	7.3	3.2	19.3
	その他の法人	34.0	22.0	14.0	11.0	7.0	1.0	5.0
		100.0	64.7	41.2	32.4	20.6	2.9	14.7
	任意団体	2349	1054	864	351	171	58	599
		100.0	44.9	36.8	14.9	7.3	2.5	25.5
商店街タイプ	近隣型商店街	1874	811	753	274	111	42	480
		100.0	43.3	40.2	14.6	5.9	2.2	25.6
	地域型商店街	1215	573	526	198	111	60	247
		100.0	47.2	43.3	16.3	9.1	4.9	20.3
	広域型商店街	180	104	71	33	32	7	35
		100.0	57.8	39.4	18.3	17.8	3.9	19.4
	超広域型商店街	64	26	26	13	13	6	15
		100.0	40.6	40.6	20.3	20.3	9.4	23.4
	無回答	65	33	12	7	6	1	24
		100.0	50.8	18.5	10.8	9.2	1.5	36.9
立地環境	繁華街	848	418	358	128	88	38	174
		100.0	49.3	42.2	15.1	10.4	4.5	20.5
	住宅街	1033	399	444	143	61	18	258
		100.0	38.6	43.0	13.8	5.9	1.7	25.0
	駅前・駅ビル	644	344	253	113	53	28	132
		100.0	53.4	39.3	17.5	8.2	4.3	20.5
	ロードサイド	427	187	189	70	32	18	98
		100.0	43.8	44.3	16.4	7.5	4.2	23.0
	オフィス街	79	45	24	17	10	4	17
		100.0	57.0	30.4	21.5	12.7	5.1	21.5
	その他	312	124	101	52	25	8	105
		100.0	39.7	32.4	16.7	8.0	2.6	33.7
	無回答	55	30	19	2	4	2	17
		100.0	54.5	34.5	3.6	7.3	3.6	30.9
商店街機能（現状）	単独型	818	425	310	149	92	39	172
		100.0	52.0	37.9	18.2	11.2	4.8	21.0
	複合型	1618	756	682	252	114	59	367
		100.0	46.7	42.2	15.6	7.0	3.6	22.7
	転換型	364	133	146	48	25	6	101
		100.0	36.5	40.1	13.2	6.9	1.6	27.7
	無回答	598	233	250	76	42	12	161
		100.0	39.0	41.8	12.7	7.0	2.0	26.9

第 3 章　資料編

１．調査票

【お願い】
一部最新の商店街情報がないため、変更前のご担当者に本調査票が届いてしまった場合は、大変お手数でございますが、新しいご担当者様にお渡しいただくか、新しいご担当者様のご住所・ご連絡先を宛名部分（左記）の空きスペースにご記入の上、返送をお願いいたします。

［個人情報の取り扱いについて］
ご提供いただきました個人情報は、当調査のためだけに利用し、他の目的には使用いたしません。また、個人情報は、紛失・漏洩等がないよう厳重に管理いたします。

秘　商店街実態調査票

【令和3年10月】

ご記入にあたってのお願い

1. この商店街実態調査は、経済産業省中小企業庁委託事業として行うものです。調査結果につきましては、個別の商店街名や回答いただいた方のお名前が特定されない形で、中小企業庁のホームページで公表・掲載する予定です。
2. 回答いただきました内容につきましては、商店街に係る政策立案の基礎資料として使用します。個別の商店街名や回答いただいた方のお名前を公表することは一切ございません。
3. 本調査票は、令和３年10月１日現在の実態に基づいて記入のうえ、**令和3年12月17日（金）**までにご返送ください。ご返送いただきました調査票は、今後の商店街の活性化対策に役立てるための大切な資料とさせていただきますので、ご協力のほど、よろしくお願いいたします。
4. なお、記入内容の確認のため、後日、当社よりご連絡することがありますので、よろしくお願いいたします。

【インターネットによるご回答のご案内】

このアンケートは、インターネットによるご回答が可能です。
以下のアンケートサイトにアクセスし、画面の指示に従って、下記の『ユーザーID』と『パスワード』を入力後、各設問にご回答くださるようお願い申し上げます。

■URL　:https://shoutengai-chousa.go.jp/index.php/817568?lang=ja

■ユーザーID（半角数字）:

■パスワード（半角英数字）:

※インターネットでご回答いただいた場合は、アンケート票の郵送は不要です。

［問い合わせ先］　株式会社　CCN グループ　社会環境調査部（担当：安岡、鈴木（保））
〒 101-0045 東京都千代田区神田鍛冶町 3-7-4
TEL　03-6262-9536 / FAX　03-6262-9712
e-mail: shoutengai@ccn-g.co.jp

［調　査　企　画］　経済産業省　中小企業庁　経営支援部　商業課（担当：山岡、松木、田村）
〒100-8912　東京都千代田区霞が関１丁目３番１号
TEL　03-3501-1929 / FAX　03-3501-7809

Ⅰ．回答者情報

(1)**回答者情報**（商店街の名称、所在地に変更等があれば修正してください）

▼必ずご記入ください。

商店街の名称			
商店街事務所の所在地			
商店街の設立時期	明治・大正・昭和・平成・令和 ＿＿＿年 （もしくは 西暦 ＿＿＿年）		
電話番号			
記入責任者	（氏名）	**役職**	1. 理事長・代表者　2. 役員　3. 事務局長 4. その他（　　）
「Ⅱ．調査内容」記入内容の公開について<注1>	□同意する　□同意しない		
「Ⅰ．回答者情報」記入内容の都道府県及び市町村への情報提供について<注2>	□同意する　□同意しない		

<注1>

※全国の商店街の皆さまが、ご自身と同程度の規模・タイプの商店街の取組状況を参考としていただくことを目的として、「Ⅱ．調査内容」への記入内容について、個別に公表することに同意いただける方は「同意する」欄にチェックしてください。

※なお、同意いただいた場合においても、「Ⅰ．回答者情報」に記入いただいた個別の商店街名やご回答いただいた方のお名前を公表することは一切ございません。

※また、同一都道府県内に組織形態が同一の商店街が2件以下の場合など、回答内容から個別の商店街名が特定される可能性が高い場合には、上記同意の有無にかかわらず、当該商店街の回答内容は公表しません。

<注2>

※貴商店街の回答内容について「Ⅰ．回答者情報」への記入内容を含めて都道府県及び市町村に情報提供することについて、同意いただける方は「同意する」欄にチェックしてください。なお、あくまで商店街に係る政策立案の基礎資料として使用いたします。

※「同意しない」欄をチェックした場合、貴商店街の回答内容は「Ⅰ．回答者情報」への記入内容を除いて都道府県及び市町村に情報提供します。

※なお、同意いただいた場合においても、「Ⅰ．回答者情報」にご記入いただいた個別の商店街名やご回答いただいた方のお名前を公表することは一切ございません。

(2)**既に休眠または解散している場合のみ記入ください。**

1）**休眠または解散の別**

1.休眠　　2.解散

2）**休眠または解散した時期**

明治・大正・昭和・平成・令和 ＿＿＿年 （もしくは 西暦 ＿＿＿年）

3）**休眠または解散した理由**

※既に休眠または解散している場合は、以下の質問にご回答いただく必要はありません。ご協力ありがとうございました。

Ⅱ. 調査内容

■ 商店街の概要について

問0 貴商店街が所在する都道府県はどれですか（○は1つだけ）

01 北海道	09 栃木県	17 石川県	25 滋賀県	33 岡山県	41 佐賀県
02 青森県	10 群馬県	18 福井県	26 京都府	34 広島県	42 長崎県
03 岩手県	11 埼玉県	19 山梨県	27 大阪府	35 山口県	43 熊本県
04 宮城県	12 千葉県	20 長野県	28 兵庫県	36 徳島県	44 大分県
05 秋田県	13 東京都	21 岐阜県	29 奈良県	37 香川県	45 宮崎県
06 山形県	14 神奈川県	22 静岡県	30 和歌山県	38 愛媛県	46 鹿児島県
07 福島県	15 新潟県	23 愛知県	31 鳥取県	39 高知県	47 沖縄県
08 茨城県	16 富山県	24 三重県	32 島根県	40 福岡県	

問1 貴商店街の組織形態はどれですか（○は1つだけ）

1. 商店街振興組合 … 商店街振興組合法に基づき行政庁の認可を受けた商店街振興組合
2. 事業協同組合等 … 中小企業協同組合法に基づき行政庁の認可を受けた事業協同組合等
3. その他の法人 … 株式会社、一般社団法人、公益社団法人、NPO 法人等
4. 任意団体 … 法人格を持たない団体

問2 貴商店街における役員等構成についてお答えください。

（1）貴商店街における現在の理事長・会長の年齢及び在職年数についてお答えください。（○はそれぞれ1つだけ）

(A)年齢	1. 30 歳代以下	2. 40 歳代	3. 50 歳代	4. 60 歳代	5. 70 歳代以上
(B)在職年数	1. 2 年未満	2. 2 年以上 4 年未満	3. 4 年以上 6 年未満		
	4. 6 年以上 8 年未満	5. 8 年以上 10 年未満	6. 10 年以上		

（2）貴商店街における現在の組合員の年齢構成割合についてお答えください。（おおよその割合で結構です）

1. 10代	＿＿＿＿＿％
2. 20～30代	＿＿＿＿＿％
3. 40～50代	＿＿＿＿＿％
4. 60～70代	＿＿＿＿＿％
5. 80代以上	＿＿＿＿＿％
合計（1.～5.の合計は100%になります）	100 ％

問3 貴商店街における専従事務局職員（パート、アルバイトを含む）は何名ですか。人数をお答えください。（いない場合は「0」と記入してください）

＿＿＿＿＿＿名

問4 **貴商店街の店舗数、空き店舗数*1、会員数(組合員数)等についてお答えください。**

(1)貴商店街全体の店舗数(商店街組合員以外の店舗も含む)について

貴商店街の全体の店舗数は何店舗ですか。	_____店
うち、貴商店街の空き店舗数は何店舗ですか。	_____店
うち、貴商店街のチェーン店舗数*2 は何店舗ですか。	_____店

(2)貴商店街の組織について

貴商店街組織の会員(組合員)は何人ですか。	_____人
うち、チェーン店舗を営む組合員は何人ですか。	_____人
貴商店街組織の会員(組合員)のうち、会費未納入の会員は何人ですか。	_____人

＊1 「空き店舗」‥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します。
＊2 「チェーン店舗」‥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とします。
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します。

問5 **貴商店街の予算規模についてお答えください(令和3年度もしくは直近の年度についてご記入ください)。**

(1)令和3年度の年間総事業予算額と1店舗当たりの平均月賦課金・会費をお答えください。

(おおよその額で結構です)

		3年前(平成30年度)との比較
令和3年度の総事業予算額	_____万円	1.増えた　2.変わらない　3.減った
平均月賦課金・会費	_____円／店舗	1.増えた　2.変わらない　3.減った

(2)貴商店街の年間予算における収入の割合についてお答えください。(おおよその割合で結構です)

1. 事業収益 →(収益のある主な事業内容:　　)	_____%
2. 組合員・会員からの賦課金・会費	_____%
3. 国、自治体からの補助金	_____%
4. その他 (具体的に:　　)	_____%
合計(1.～4.の合計は100%になります)	100 %

(3)貴商店街の年間予算における支出の割合についてお答えください。(おおよその割合で結構です)

1. 商品券事業費(商品券、プレミアム商品券、ポイントカード等)	_____%
2. イベント事業費	_____%
3. 免税手続一括カウンター設置・運営費	_____%
4. ハード管理費(電気代、アーケード等設備維持費等)	_____%
5. ハード新設費(街路灯、アーケード建設等)	_____%
6. 組合運営・管理等	_____%
7. その他(具体的に　　)	_____%
合計(1.～7.の合計は100%になります)	100 %

問6　貴商店街全体（非会員・非組合員を含む）の業種構成と店舗数についてお答えください。

業種別店舗	例示	①現在の店舗数	②最近3年間の店舗数の変化（○は1つだけ）
(A)買回り品小売店＊1	百貨店、大型ディスカウント店等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
	衣料品、身の回り品店等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
(B)最寄品小売店＊2	生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア、スーパーマーケット等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
(C)飲食店	飲食店、居酒屋	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
(D)サービス店	クリーニング店、パチンコ店、美容院等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
(E)医療・保育・公共施設	医療・介護施設、保育園、図書館等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った
(F)その他	金融機関、郵便局等	店	1.増えた　2.変わらない　3.減った

＊1 「買回り品」・・消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電などを指します。
＊2 「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を指します。

■ 商店街を取り巻く環境について（商店街の景況と近年の変化）

問7　貴商店街がある商業立地環境についてお答えください（○は1つだけ）。

1. 繁華街　2. 住宅街　3. 駅前・駅ビル　4. ロードサイド＊3　5. オフィス街
6. その他（　　）

＊3 「ロードサイド」・・交通量の多い幹線道路・バイパス沿いのことを指します。

（注）選択に迷った場合は、以下を参考にしてください。
「1.繁華街」と「3.駅前・駅ビル」の双方に該当する場合は、「1.繁華街」に○印を付けてください。
「3.駅前・駅ビル」と「5.オフィス街」の双方に該当する場合は、「5.オフィス街」に○印を付けてください。

問8　貴商店街のタイプは、下記のどれにあたりますか（○は1つだけ）。

1. 近隣型商店街	最寄品中心の商店街で、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
2. 地域型商店街	最寄品及び買回り品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、量販店等を含む大型店があり、最寄品より買回り品店が多い商店街
4. 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

問9　貴商店街の最近の状況についてお答えください。

（1）貴商店街の現状の景況についてお答えください（○は1つだけ）。

1. 繁栄している　2. 繁栄の兆しがある　3. まあまあである（横ばいである）
4. 衰退の恐れがある　5. 衰退している

（2） 貴商店街の現状と将来展望に最も合うものはどれですか((ア)と(イ)のそれぞれ1つだけ該当する□にチェックしてください)。

		(ア)現状	(イ)将来展望
1.(商業機能)単独型	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。	□	□
2.（地域コミュニティ支援機能との)複合型	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。	□	□
3. 転換型	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。	□	□

（3） 貴商店街の将来の展望についてお答えください(○はいくつでも)。

1. 高齢者に対応した取組を充実させていきたい
2. 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
3. 子育てを応援する取組を充実させていきたい
4. 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
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
6. 観光客を取り込む取組を充実させていきたい
7. 商店街組織の解散を考えている
8. その他(　　)

問10 貴商店街の来街者についてお答えください。

（1） 貴商店街の来街者数は、1日平均でどの程度ありますか(おおよその数字を記入)。

1日平均＿＿＿＿＿人(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)

（2） 貴商店街の来街者は、どのような層ですか(○はいくつでも)。

1. 学生・若者　2. 家族連れ　3. 主婦・主夫　4. 会社員　5. 高齢者
6. 観光客(国内)　7. 観光客(海外)　8. その他(　　)

（3） (2)で選択した層の構成割合についてお答えください。

1. 学生･若者	＿＿＿＿％
2. 家族連れ	＿＿＿＿％
3. 主婦･主夫	＿＿＿＿％
4. 会社員	＿＿＿＿％
5. 高齢者	＿＿＿＿％
6. 観光客(国内)	＿＿＿＿％
7. 観光客(海外)	＿＿＿＿％
8. その他	＿＿＿＿％
合計(1.～8.の合計は100%になります)	100 ％

(4)貴商店街として、どのような来街者の層をターゲットとしていますか(○はいくつでも)。

1. 学生・若者　2. 家族連れ　3. 主婦・主夫　4. 会社員　5. 高齢者
6. 観光客(国内)　7. 観光客(海外)　8. 特にない　9. その他(　　)

(5) (4)で選択した層を獲得するために、何か取組を実施していますか(○は1つだけ)。

1. 実施している　2. 検討中である　3. 実施していない
→ (＊取組の具体的な内容：　　)

問11 貴商店街の来街者数についてお答えください。

（1） 3年前（平成30年度）と比べて貴商店街の来街者数は、どのように変化しましたか（○は1つだけ）。

1. 増えた 2. 変わらない	⇒（1－1）へお進みください
3. 減った	⇒（1－2）へお進みください

（問11（1）で「1.増えた」、「2.変わらない」と回答された方にお聞きします。）

（1－1）来街者を維持できた、あるいは増えた要因は何だと思いますか（○は3つまで）。

1. 地域の人口増加	2. 交通利便性の向上	3. 業種・業態の充実化
4. 魅力ある店舗の増加	5. 集客イベント等の実施	6. 商店街の情報の発信（PR）
7. 近隣商店街との連携強化	8. 駐輪場・駐車場の整備	9. 施設・環境の充実
10. 公共施設の新設・転入	11. 近郊の大型店の撤退	12. 近郊の大型店の進出
13. その他（　　）		

→回答後は問11（2）へお進みください

（問11（1）で「3.減った」と回答された方にお聞きします。）

（1－2）来街者が減った要因は何だと思いますか（○は3つまで）。

1. 地域の人口減少	2. 交通利便性の低下	3. 業種・業態の不足
4. 魅力ある店舗の減少	5. 集客イベント等の未実施	6. 商店街の情報の発信(PR)不足
7. 近隣商店街との連携不足	8. 駐輪場・駐車場の不足	9. 施設・環境の未整備
10. 公共施設の閉鎖・移転	11. 近郊の大型店の撤退	12. 近郊の大型店の進出
13. その他（　　）		

（2） 3年前（平成30年度）と比べて、外国人観光客により貴商店街はどのような変化がありましたか（○はそれぞれ1つだけ）。

A 外国人観光客数は増えましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った
B 外国人観光客数は一般の客数より増えましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った
C 外国人観光客の消費額は増えましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った

（3） 貴商店街で来街者のニーズを把握する調査を実施されていますか（○は1つだけ）。

1. 定期的に実施	2. 必要に応じて実施	⇒（3－1）へお進みください
3. 実施していない	4. その他（　　）	

（問11（3）で「1.定期的に実施」、「2.必要に応じて実施」と回答された方にお聞きします。）

（3－1） 来街者ニーズの調査結果をどのようなことに活用していますか（○はいくつでも）。

1. 商店街の事業計画・ビジョン等の策定	2. 商店街で実施するイベントの企画・立案
3. 商店街保有ハード施設の建設・改修等	4. 各個店の事業内容やサービス等の見直し
5. 商店街に足りない業種・業態店舗の誘致活動	6. 商店街内での新規出店を促進する創業支援
7. その他（　　）	

（4） 貴商店街では通行量調査を実施されていますか（○は1つだけ）。

1. 定期的に実施	2. 必要に応じて実施
3. 実施していない	4. その他（　　）

問12　3年前(平成30年度)と比べて貴商店街の店舗数はどのように変化しましたか(○はそれぞれ1つだけ)。

A　貴商店街の中にチェーン店舗は増えましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った
B　貴商店街の中にテナントの店舗*1は増えましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った
C　貴商店街の中の空き店舗は変化しましたか。	1.増えた	2.変わらない	3.減った

＊1　「テナントの店舗」‥建物の一部又は全部を賃貸して出店している店舗を指します。

問13　大型店舗の影響について、次の問にお答えください。

(1)　過去3年以内で貴商店街の付近に影響のある大型小売店舗(売場面積500㎡以上)の出店並びに退店についてお答えください(また、出店・退店ありの場合は具体的な店舗数もご記入ください)(○はそれぞれ1つだけ)。

A　大型小売店舗の出店	1.出店あり　⇒(店舗数　＿＿＿店)	2.出店なし	3.わからない
B　大型小売店舗の退店	1.退店あり　⇒(店舗数　＿＿＿店)	2.退店なし	3.わからない

・Aで「1.出店あり」の方は(1－2)をお答えください。
・Bで「1.退店あり」の方は(1－3)をお答えください。
・Aで「1.出店あり」、Bで「1.退店あり」をそれぞれお答えの方は(1－2)(1－3)の両方をお答えください。
・それ以外の方は問14へお進みください。

(問13(1)Aで、「1.出店あり」とお答えの方にのみお聞きします)

(1－2)次の質問にお答えください(出店が1店の場合は①のみ、2店の場合は①②全てに記入してください。○はそれぞれ1つだけ)。

	①1店目	②2店目
(A)　出店した大型店の場所はどれに該当しますか。	1　商店街の内部 2　商店街の外部	1　商店街の内部 2　商店街の外部
(B)　出店した大型店のタイプはどれに該当しますか。	1　ディスカウントストア 2　スーパー 3　複合商業施設 4　その他(　　)	1　ディスカウントストア 2　スーパー 3　複合商業施設 4　その他(　　)
(C)　大型店の出店後では、商店街全体の来街者数はどのように変化しましたか。	1　増えた 2　やや増えた 3　変わらない 4　やや減った 5　減った	1　増えた 2　やや増えた 3　変わらない 4　やや減った 5　減った

(問13(1)Bで、「1.退店あり」とお答えの方にのみお聞きします)

(1－3)次の質問にお答えください。(退店が1店の場合は①のみ、2店の場合は①②全てに記入してください。○はそれぞれ1つだけ)。

	①1店目	②2店目
(A)　退店した大型店の場所はどれに該当しますか。	1　商店街の内部 2　商店街の外部	1　商店街の内部 2　商店街の外部
(B)　退店した大型店のタイプはどれに該当しますか。	1　ディスカウントストア 2　スーパー 3　複合商業施設 4　その他(　　)	1　ディスカウントストア 2　スーパー 3　複合商業施設 4　その他(　　)
(C)　大型店の退店後では、商店街全体の来街者数はどのように変化しましたか。	1　増えた 2　やや増えた 3　変わらない 4　やや減った 5　減った	1　増えた 2　やや増えた 3　変わらない 4　やや減った 5　減った

■ 商店街の問題と取組

問14 貴商店街の問題についてお答えください。

（1） 貴商店街においては（ア）どのような役割が期待されていると思いますか。また、（イ）実際に期待に応えられていると思うものはありますか。次の中から該当するものをお選びください（それぞれ該当する□にチェックをお願いします）。

	（ア）期待されていると思うもの（いくつでも）	（イ）（ア）の中で期待に応えられていると思うもの（いくつでも）
① 地域住民への身近な購買機会の提供	□	□
② 地域情報発信の担い手	□	□
③ 創業機会の提供	□	□
④ 治安や防犯への寄与	□	□
⑤ 地域の賑わいの創出	□	□
⑥ 町並みや歴史的資産の保存	□	□
⑦ 他の公共機能等と相まった利便性の提供	□	□
⑧ まちの中心となる顔としての役割	□	□
⑨ 一人暮らし高齢者への宅配サービス／子育て支援などのサービス	□	□
⑩ 自治会活動など地域活動の担い手	□	□
⑪ 地域の歴史・文化の担い手	□	□
⑫ その他（具体的に：　　）	□	□
⑬ 特に期待されていることはない	□	

（2） 貴商店街において問題となっているものについてお答えください。

A. 以下の項目の中で、貴商店街で大きな問題となっているものはどれですか（○は3つまで）。

1. 商圏人口の減少
2. 大型店との競合
3. 店舗等の老朽化
4. 駐車場・駐輪場の不足
5. 経営者の高齢化による後継者問題
6. 道路整備や公共施設の移転等周辺環境の変化
7. 空き店舗の増加
8. 集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い
9. 業種構成に問題がある
10. チェーン店等が商店街の組織化や活動に非協力的
11. その他（具体的に　　）

B. 商店街の組織内部に係る以下の項目の中で、貴商店街で大きな問題となっているものはどれですか（○は3つまで）。

1. 商店街事業予算（資金）の減少
2. 組合員（会員）の減少
3. 事務局機能が不完全
4. 組合員の商店街活動への意欲の低下
5. リーダーがいない
6. 役員の承継ができていない
7. その他（具体的に　　）

（3） （問14（2）Aで「5.経営者の高齢化による後継者問題」を選択された方にお聞きします。）

後継者問題について、どのような対策を講じていますか（○は1つだけ）。

1. 後継者候補へ研修を実施
2. 外部から後継者を募集
3. 策は講じていない

（4） （問14（2）Aで「5.経営者の高齢化による後継者問題」を選択された方にお聞きします。）

貴商店街において、後継者が不在となっており問題となっている店舗は、おおよそ何店舗ありますか。

店

（5） （問14（2）Aで「8.集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」又は「9.業種構成に問題がある」を選択された方にお聞きします。）

業種構成の問題はどのようなことですか、又は今後どのような業種の店舗を増やすことができれば、現在よりも活性化すると思いますか。次の中から該当すると思われることをお選びください（○はいくつでも）。

1. 特定の業種に偏っている
2. 生鮮三品の店舗や総菜店が少ない又は揃っていない
3. 飲食店・喫茶店が少ない又は揃っていない
4. 菓子屋、ゲーム・玩具店などの店舗が少ない又は揃っていない
5. 日用雑貨店が少ない又は揃っていない
6. 衣料品店が少ない又は揃っていない
7. チェーン店、コンビニ、ミニスーパーがない
8. 娯楽施設がない
9. その他（具体的に　　）

（6） 商店街の個店の改善・活性化策についてお答えください。下記の①～⑨の項目について貴商店街の個店の取組状況をお答えください（○はそれぞれ1つだけ）。

① 店舗改装、店内レイアウトの変更	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
② 業種転換・業態変更	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
③ 商品構成の見直し・変更	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
④ 販売促進(POP・ディスプレイ・チラシ等)の強化	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
⑤ 各種サービスの改善 （具体的に：　　）	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
⑥ 営業時間の延長または営業日の拡大	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
⑦ スマートレジ等ITの活用	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
⑧ インターネット販売の導入	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない
⑨ テイクアウト販売の導入	1.一部でも行った	2.行っていない	3.わからない

（7） 貴商店街は、テナントミックス＊1の実現に向けた取組を行っていますか。

1. はい ⇒（7－1）へお進みください　　2. いいえ ⇒（8）へお進みください

＊1 「テナントミックス」・・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します。

（問14(7)で「1.はい」と回答された方にお聞きします。）

（7－1）貴商店街は、テナントミックスの実現のため、どのようなことに取り組んでいますか（○はいくつでも）。

1. 空き店舗を借り上げてサブリースを実施
2. 不足する業種の店舗の誘致活動の実施
3. 不足する業種の店舗を、商店街組織自らで経営
4. 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（土地の所有と使用の分離）
5. その他（　　）

（8） テナントミックスが進まない要因は何ですか（○はいくつでも）。

1. 空き店舗等を借り上げる予算・リスク負担
2. 空き店舗オーナーの説得が困難
3. 何から手をつければよいかが分からない
4. 取組を推進できる人材がいない
5. その他（　　）
6. テナントミックスの実現に取り組む必要が無い（業種・業態の偏りは無い）
7. テナントミックスの実現に取り組む必要性がわからない
8. 特に要因となっていることはない

（9） 貴商店街における街路灯の維持管理状況をお答えください（○は1つだけ）。

1. 街路灯を引き続き維持管理予定
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
3. 街路灯を撤去する具体的な計画がある
4. かつて街路灯を設置していたが、既に撤去済み
5. そもそも商店街が管理する街路灯は無い
6. その他（　　）

（問14(9)で街路灯を撤去予定又は撤去済み（2.～4.のいずれか）と回答された方にお聞きします。）

（9－1）街路灯の維持管理ができない要因は何ですか（○はいくつでも）。

1. 電気代が高騰したため
2. 行政からの補助金が終了したため
3. 商店街組織の会費収入が減少したため
4. 商店街の組合員数・会員数が減少したため
5. 街路灯が老朽化したため
6. 修繕費が増加したため
7. その他（　　）

■ 商店街における空き店舗に関する問題について

問15 空き店舗問題についてお答えください。

（1） 貴商店街には空き店舗がありますか（○は1つだけ）。

1. 空き店舗がある	⇒（1－1）へお進みください
2. 空き店舗はない	⇒問16へお進みください

（問15（1）で、「1. 空き店舗がある」とお答えの方にのみお聞きします）

（1－1） 貴商店街において過去3年間（平成 30 年 10 月～令和 3 年 10 月）に新たに退店（廃業）した店舗は、おおよそ何店舗ありますか。

店

→退店がない場合は『0店』とご記入の上、（4）へお進みください。

（問15（1－1）で退店した店舗が1店以上あると回答された方にお聞きします。）

（1－2）退店（廃業）した主な理由は、次のうちどれに該当しますか（○は2つまで）。

1. 商店主の高齢化・後継者の不在	2. 同業種との競合	3. 商店街に活気がない
4. 他の地域への移転	5. 立地条件・交通環境の悪化	6. 大型店の進出
7. 大型店の退店	8. 公共施設の撤退	9. その他（　　）

（2） 空き店舗が埋まらない理由についてお答えください。

A. 地主や家主等貸し手側の都合によるものは何だと思いますか（○は2つまで）。

1. 家賃の折り合いがつかない	2. 店が補修・拡張できない	3. 店舗の老朽化
4. 所有者に貸す意思がない	5. 貸す意思はあるが契約等が面倒	6. 商店以外になった
7. 空き店舗情報の提供が不足	8. 入居業種に条件を付けている	9. その他（　　）

B. テナント等借り手側の都合によるものは何だと思いますか（○は2つまで）。

1. 家賃の折り合いがつかない	2. 店が補修・拡張できない	3. 店舗の老朽化
4. 立地条件・交通環境がよくない	5. 商店街に活気・魅力がない	6. 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
7. 空き店舗に関する情報が入手できない	8. その他（　　）	

（3） 空き店舗の地権者の状況についてお答えください。

A. 貴商店街の全空き店舗のうち、地権者をどの程度把握していますか（○は1つだけ）。

1. 全く把握していない（0%）	2. 30%未満	3. 30～50%未満
4. 50～80%未満	5. 80%～100%未満	6. 100%

B. 貴商店街で把握している空き店舗地権者の居住地をどの程度把握していますか（○は1つだけ）。

1. 全く把握していない（0%）	2. 30%未満	3. 30～50%未満
4. 50～80%未満	5. 80%～100%未満	6. 100%

C. 貴商店街の全空き店舗のうち、地権者に賃貸等の意思がないものはどの程度あると思われますか（○は1つだけ）。

1. 全く把握していない（0%）	2. 30%未満	3. 30～50%未満
4. 50～80%未満	5. 80%～100%未満	6. 100%

（4）今後、貴商店街における空き店舗はどのようになると思われますか（○は1つだけ）。

1. 増加する	2. 変わらない	3. 減少する

（5）空き店舗の発生に対して、貴商店街ではどのような取組を行っていますか。又は行ってみたいですか（○は3つまで）。

1. 家主に対して賃貸の要請を行う
2. 家賃補助、改装費などの補助
3. 業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する
4. 商店街にとってマイナスとなる店舗の進出（出店）の抑制
5. 駐車場又は駐輪場として活用・利用
6. 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. NPO、産学官連携などの活動の場として提供
8. 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
9. 空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進
10. 家主と協力し、住居賃借向けに改装
11. その他（　　）
12. 特に関与していない
13. 空き店舗について特に問題と感じていない

（6）貴商店街において、空き店舗が解体・撤去された土地のその後の利用状況はどうなっていますか（○はいくつでも）。

1. 新しい店舗	2. オフィス	3. 商店街の共同利用施設
4. 住宅	5. 駐車場	6. 空き地のまま
7. その他（　　）		

（7）空き店舗問題に取り組む際に必要だと思われる行政等の支援はどんなことだと思いますか（○は2つまで）。

1. 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
2. 空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること
3. 新規出店者等の誘致
4. 家賃補助、改装補助などの支援措置
5. 公共施設の誘致・立地
6. 家主・地主・地権者との話し合いによる調停
7. 専門アドバイザー等による適切な指導
8. その他（　　）
9. 特にない

■ 商店街における組織やその活動について

問16 貴商店街の組織と活動についてお答えください。

（1） 貴商店街における組合員（会員）数は3年前（平成30年度）と比べてどのように変化しましたか（○は1つだけ）。

1. 増えた	2. 変わらない	3. 減った

（2） 貴商店街では、商店街への加入を促進するための対策を講じていますか（○は1つだけ）。

1. 講じている ⇒（2－1）へお進みください	2. 講じていない ⇒（3）へお進みください

（問16(2)で、「1. 講じている」を選択された方にお聞きします。）

（2－1）加入促進のための対策について、具体的な活動内容はどのようなものですか（○はいくつでも）。

1. 開店時や定期的な訪問による積極的な勧誘	2. イベントを活用した呼びかけ
3. チラシ・パンフレットの配布等によるPR活動	4. オーナーや不動産業者との協力
5. ホームページの活用	6. 行政に対する条例（商店街加入促進条例等）制定等の要請
7. 入会促進キャンペーンの実施	8. その他（　　）

（3） 貴商店街の組合員（会員）同士の連携・協力状況はどのように感じますか（○は1つだけ）。

1. 良好である	2. どちらかと言えば良好である	⇒（4）へお進みください
3. どちらかと言えば良好でない	4. 良好でない	⇒（3－1）へお進みください

（問16(3)で、「3.どちらかと言えば良好でない」、「4.良好でない」を選択された方にお聞きします。）

（3－1）連携・協力が良好でない要因は何だとお考えですか（○は2つまで）。

1. 組合員同士が連携・協力する場が少ない	2. 商店街組織のリーダーがいない
3. チェーン店等が商店街活動に協力してくれない	4. 組合員間の世代格差による認識の違い
5. 組合員間の競合など利害関係がある	6. 各組合員が商店街活動に割く時間的余裕がない
7. 商店街活動に理念、目標がない	8. 商店街活動に対し組合員が無関心
9. その他（　　）	

（4） 最近は、地主や家主（管理人）とテナント（借り手）が、それぞれ別々の者になっているケースがありますが、その場合に商店街の組織化や活動等に支障がありますか。

1. 支障がある	2. 支障はない	3. そのようなケースはない

（＊支障がある具体的な内容：　　）

（5） 商店街の運営や活動の内容を決める際の合意形成プロセスについてお聞きします。

A. 貴商店街では、商店街の運営や活動の内容を決める際などおいて、合意形成の場・プロセスを設けて行っていますか（○は1つだけ）。

1. 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
2. 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
3. 合意形成の場は設けず、主たる人が決めている

B. 貴商店街では、商店街の運営や活動の内容を決める際、どのような人たちで決めていますか。
(ア)参加しているメンバー、また、(イ)その中で中心となっているメンバーについて教えてください。
(それぞれ該当する□にチェックをお願いします)

	(ア)参加メンバー (＊いくつでも)	(イ)中心メンバー (＊2つまで)
① 商店街理事長・会長	□	□
② 商店街副理事長・副会長	□	□
③ 商店街に古くからいる組合員・会員	□	□
④ 青年部	□	□
⑤ 女性部	□	□
⑥ 地域住民	□	□
⑦ その他(　　)	□	□

C. 貴商店街では、商店街の運営や活動の内容を決める際にリーダーシップは発揮されていますか(○は1つだけ)。

1. 発揮されている	2. どちらかと言えば発揮されている
3. どちらかと言えば発揮されていない	4. 発揮されていない

D. 貴商店街には、次世代のリーダー(もしくはその候補となる人)はいますか(○は1つだけ)。

1. はい	2. いいえ

(6) 貴商店街では、各種団体等(次の設問(9)に例示)と連携して地域活動を行っていますか。

1. はい ⇒(6－1)へお進みください　　2. いいえ ⇒問17へお進みください

(前問(6)で「1.はい」を選択された方にお聞きします。)

(6－1)連携して活動を行っている地域活動団体等は以下のどれに該当しますか(○はいくつでも)。

1. 自治会・町内会・婦人会	2. 老人クラブ	3. NPO
4. ボランティア団体	5. 託児所・幼稚園・保育所	6. 教育機関(学校・大学等)
7. PTA	8. 商工会・商工会議所	9. まちづくり協議会
10. 警察・消防団	11. 市町村等の行政機関	12. 他の商店街
13. 民間企業等	14. その他(　　)	

(前問(6)で「1.はい」を選択された方にお聞きします。)

(6－2)(6－1)で回答した地域活動団体等と、具体的にどのような地域活動を行っていますか(○はいくつでも)。

1. 子供の見守り	2. 高齢者の見守り
3. 防犯対策(防犯カメラデータ提供等)	4. 防災対策(災害時の物資支援等)
5. 大学商学部等との研究協力等	6. 子供の職業体験等
7. 他の商店街の視察受入れ・勉強会	
8. その他(　　)	

問17 貴商店街の各種事業の取組(今後を含む)について、お答えください(○はそれぞれ1つだけ)。

(1) 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お答えください(○は1つだけ)。

1. 策定済み ⇒(1－1)へお進みください
2. 策定中
3. 検討中
4. 予定なし

⇒(2) へお進みください

(問17(1)で「1.策定済み」と回答された方にお聞きします。)

(1－1)策定された事業計画・ビジョン等に基づき実際に取り組んでいますか(○は1つだけ)。

1. 実施済み	2. 取組中	3. 検討中	4. 予定なし

(2) 貴商店街の活性化のための事業について以下にお聞きします。

A. 地域活動・ソフト事業等の取組についてお答えください。

※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「3.予定なし」を選択してください。

1.地域活動	1 環境美化、エコ活動		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	2 防災・防犯		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	3 祭り・イベント		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	4 勉強会・学習会		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	5 高齢者向けサービス		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	6 子育て支援サービス		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	7 電話・FAX による商品の宅配、買物代行		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	8 まちゼミ		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	9 有償ボランティアなどのコミュニティビジネス(5～8 を除く。) 具体的に(　　)		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
2.共同売出し等の販売促進活動	10 共同宣伝(マップ、チラシ等)		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	11 サービス券・スタンプ・ポイントカード等	サービス券・スタンプ	1.取組中	2.検討中	3.予定なし
		ポイントカード	1.取組中	2.検討中	3.予定なし
		スマートフォンアプリ	1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	12 共通商品券 (飲み歩き券・食べ歩き券等を含む)		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	13 定期バザール		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	14 100 円商店街		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	15 まちバル		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	16 地域ブランド	(地域資源利用商品)	1.取組中	3.検討中	3.予定なし
		(B級グルメ)	1.取組中	3.検討中	3.予定なし
3.情報関連	17 携帯電話等(ツイッター等SNSを含む)を活用した情報発信		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	18 キャッシュレス端末の導入		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
4.買い物弱者への支援	19 買い物代行サービス		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	20 宅配・配食サービス		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	21 移動販売		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
	22 移動手段の提供(巡回バス・タクシー等)		1.取組中	2.検討中	3.予定なし
5.その他	23 具体的に(　　)		1.取組中	2.検討中	3.予定なし

B. ハード事業等の取組についてお答えください。

※「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」:基本構想中のものとします。

1.街路設備等	1 街路灯の設置(LED 化を含む)		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	2 アーケード	新設(省エネ化含む)	1.実施済み	2.取組中	4.検討中	1.予定なし
		改修(省エネ化含む)	1.実施済み	2.取組中	4.検討中	1.予定なし
		撤去	1.実施済み	2.取組中	4.検討中	1.予定なし
	3 カラー舗装など歩行空間の整備		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
2.店舗施設	4 商店街組織による店舗の設営		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	5 商店街の外観統一		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
3.来街者用施設	6 休憩所・ベンチ・トイレ		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	7 駐輪場		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	8 駐車場		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	9 案内板、統一看板		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	10 商店街内での Wi-Fi 設備		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	11 新規観光施設		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
4.高齢者/環境・防犯対応設備	12 バリアフリー		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
	13 防犯設備(カメラ等)の設置		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
5.コミュニティ施設	14 多目的ホール(交流施設含む)		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし
6.その他	15 具体的に(　　)		1.実施済み	2.取組中	3.検討中	4.予定なし

(Bで 5.コミュニティ施設「14 多目的ホール(交流施設含む)」について「実施済み」「取組中」「検討中」と回答された方にお聞きします。)

B−1. それはどのようなことを目的とした施設ですか(○はいくつでも)。

1. 発表会、講演会、冠婚葬祭等に利用(大規模施設)
2. 研修会・会議、趣味、各種イベント等に利用(小規模施設)
3. 展示ブース(個展・展示即売会等)
4. 子育て支援サービス
5. 学習塾
6. 高齢者/障害者等交流サロン
7. コミュニティカフェ
8. 創業拠点(シェアキッチン等)
9. コワーキングスペース
10. その他(具体的に　　)

問18 貴商店街におけるキャッシュレス決済の推進等の取組についてお答えください。

(1) 貴商店街における各個店のキャッシュレス決済の導入割合はどの程度ですか(○は1つだけ)。

1. 100%
2. 80%以上～100%未満
3. 50%以上～80%未満
4. 30%以上～50%未満
5. 10%以上～30%未満
6. 10%未満
7. 分からない

(2) 貴商店街は、キャッシュレス決済の推進に取り組んでいますか。

1. はい ⇒(2−1)へお進みください
2. いいえ ⇒(3)へお進みください

(問18(2)で「1.はい」と回答された方にお聞きします。)

(2−1)各個店へのキャッシュレス決済の導入を推進するために、貴商店街として、どのような取組を行っていますか(○はいくつでも)。

1. 決済用端末の一括購入・貸出し
2. 決済事業者との包括契約締結による手数料軽減
3. 各個店への決済事業者の紹介・あっせん
4. 補助金等の財政的支援の活用
5. その他(　　)

(問18(2)で「1.はい」と回答された方にお聞きします。)

(2−2)キャッシュレス決済の導入によって生産性向上への寄与はありましたか(○はいくつでも)。

1. 現金管理の手間の削減
2. 従業員による売上現金紛失等のトラブル減少
3. 売上の拡大
4. 購買情報利活用によるマーケティング等
5. その他(　　)
6. 生産性向上の効果は感じていない

（3） 各個店にキャッシュレス決済の導入が進まない要因は何ですか（○はいくつでも）。

1. 決済用端末の購入・リース費用負担	2. キャッシュレス決済に伴う追加的な手数料負担
3. 費用対効果がよく分からない	4. 端末等の操作・利用方法が難しい
5. ICカード等を持っている利用客が少ない	6. その他（　　）
7. 特に要因となっていることはない	

（4） キャッシュレス決済の導入の推進のほかに、生産性向上のための商店街におけるデジタルトランスフォーメーション（DX）*1を実現するために、貴商店街として取り組んでいることはありますか（○はいくつでも）

1. スマートレジ*2の導入	2. 来街者の性別・年代等を把握するカメラの導入
3. 来街者の購買データ等の集約・データ分析	4. 販促等、マーケティングへのデータ活用
5. IT リテラシー・スキル向上のための講習	6. その他（　　）
7. DX 関係の取組は行っていない	

＊1 「DX」・・・・・・・・・「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。」を指します。

＊2 「スマートレジ」・・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します。

（5） 商店街における生産性向上のためのデジタルトランスフォーメーション（DX）の導入が進まない要因は何ですか（○はいくつでも）。

1. 経営者が DX の必要性を感じていない	2. DX 化する業務が決まっていない
3. システム刷新期間が長期、コストもかかる	4. システム開発企業との関係構築が難しい
5. DX化にあたり何をすればよいかわからない	6. DXそのものがよくわからない、知らない
7. その他（　　）	
8. 特に要因となっていることはない	

■ 自治体、まちづくり会社、外部人材との連携・協力状況について

問19 貴商店街に対する自治体の支援の状況について教えてください。

（1） 貴商店街に対して自治体からの支援（以下に例示）はありますか（○は1つだけ）。

1. 十分な支援がある	2. ある程度の支援がある	3. 支援はない

（問19（1）で「1.十分な支援がある」「2.ある程度の支援がある」と回答された方にお聞きします。）

（1－1）貴商店街は自治体からどのような支援を受けていますか（○はいくつでも）。

1. 定期的な意見交換	2. 職員の商店街巡回（指導・助言）
3. 補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）	4. 補助金等による財政的支援（ハード事業支援）
5. イベント等への人員派遣	6. 行政情報の提供
7. 自治体HP等を用いた商店街広報	8. 空き店舗オーナーに対する貸出し要請・説得
9. 外部専門人材の紹介・繋ぎ役	10. その他（　　）

（2） 自治体に対して（ア）どのような支援を期待していますか。また、（イ）おおよそ期待どおり支援を受けられていると思うものはありますか。次の中から該当するものをお選びください（それぞれ該当する□にチェックをお願いします）。

	（ア）支援を期待しているもの（いくつでも）	（イ）（ア）の中でおおよそ期待どおり支援を受けられていると思うもの（いくつでも）
① 定常的な意見交換	□	□
② 職員の商店街巡回（指導・助言）	□	□
③ 補助金等による財政的支援（ソフト事業支援）	□	□
④ 補助金等による財政的支援（ハード事業支援）	□	□
⑤ イベント等への人員派遣	□	□
⑥ 行政情報の提供	□	□
⑦ 自治体 HP 等を用いた商店街広報	□	□
⑧ 空き店舗オーナーに対する貸出し要請・説得	□	□
⑨ 外部専門人材の紹介・繋ぎ役	□	□
⑩ その他（具体的に：　　）	□	□
⑪ 特に期待していることはない	□	

問20 貴商店街におけるまちづくり会社との連携・協力の状況についてお答えください。

（1） 貴商店街が所在する地域に、まちづくり会社（地域活性化等を目的とする民間企業）はありますか。

1. ある ⇒（1－1）へお進みください　　2. ない ⇒問21へお進みください

（問20（1）で「1. ある」と回答された方にお聞きします。）

（1－1）貴商店街は、当該まちづくり会社と、どのような形で連携・協力していますか（○はいくつでも）。

1. 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
2. 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
3. 商店街組織が、まちづくり会社の株式・持分を過半数（50％超）保有している
4. 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
5. その他（　　）

問21 貴商店街にとっての相談窓口についてお答えください。

（1） 貴商店街は、普段、どのような支援機関等を活用していますか（○はいくつでも）。

1. 国（出先機関）
2. 都道府県庁
3. 市区町村役場
4. 商店街振興組合連合会
5. 中小企業団体中央会
6. 他の商店街組織
7. 商工会・商工会議所
8. 全国商店街支援センター
9. まちづくり会社
10. NPO
11. 教育機関（大学講師、ゼミ等）
12. 中小企業診断士
13. 税理士
14. 司法書士
15. 弁護士
16. 公認会計士
17. 民間コンサルタント
18. その他（　　）
19. 活用していない

（問21（1）で 1 から 18 を回答された方にお聞きします。）

（1－1）貴商店街は、支援機関等にどのような相談をし、又は助言・指導を受けていますか（○はいくつでも）。

1. 補助金情報（内容、申請方法等）について
2. 補助金以外の支援制度（高度化融資等）について
3. まちづくり計画等（区画整理、規制等）について
4. 法令（商店街振興組合法等）の解釈について
5. 他の商店街における成功事例等情報の提供について
6. 商店街組織のマネジメント（運営・管理等）について
7. 経理について
8. 個別イベント・事業の計画等について
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
10. 個店指導について
11. その他（　　）

問22 外部人材との連携・協力状況について

（1） 貴商店街は、外部人材（商店街の区域外・地域外から招へいした専門家等）を活用していますか。

1. はい ⇒（1－1）へお進みください　　2. いいえ ⇒（1－3）へお進みください

（問22（1）で「1. はい」と回答された方にお聞きします。）

（1－1）どのような専門家を活用していますか（○はいくつでも）。

1. 商店街振興組合連合会の役職員	2. 中小企業団体中央会の役職員	3. 他の商店街組織の役職員
4. 商工会・商工会議所の役職員	5. 全国商店街支援センター委嘱の専門家	6. まちづくり会社の役職員
7. NPO	8. 大学教授等	9. 中小企業診断士
10. 税理士	11. 司法書士	12. 弁護士
13. 公認会計士	14. 民間コンサルタント	
15. その他（　　）		

（問22（1）で「1.はい」と回答された方にお聞きします。）

（1－2）外部人材にどのような専門的知識を期待していますか（○は3つまで）。

1. 商店街組織の経営・運営ノウハウ	2. 個店の売上向上
3. 観光客向けマーケティング	4. 補助金等の行政支援策の活用の手助け・指導
5. まちづくりのグランドデザインの企画立案	
6. その他（　　）	

（問22（1）で「2.いいえ」と回答された方にお聞きします。）

（1－3）外部人材を活用していない理由は何ですか（○は3つまで）。

1. 予算不足	2. どこに相談すれば良いかわからない
3. 外部人材に期待できることがわからない	4. 外部人材を活用するようなことが見当たらない
5. その他（　　）	

問23 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） 貴商店街では、新型コロナウイルス感染症のまん延により、令和元年（2019年）10月1日時点と比べて、商店街全体の売上高は、どの程度の影響が生じていますか（○は最も当てはまるものに一つだけ）。

1. 非常に大きな影響が出ている（50％以上減）	2. 影響が出ている（30～50％程度減）
3. 多少影響が出ている（10～30％程度減）	
4. ほとんど影響はない（0～10％程度減）	5. 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

（2） 貴商店街では、新型コロナウイルス感染症のまん延により、令和元年（2019年）10月1日時点と比べて、商店街全体の来街者数は、どの程度の影響が生じていますか（○は最も当てはまるものに一つだけ）。

1. 非常に大きな影響が出ている（50％以上減）	2. 影響が出ている（30～50％程度減）
3. 多少影響が出ている（10～30％程度減）	
4. ほとんど影響はない（0～10％程度減）	5. 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

「影響が出ている（1.～3.のいずれか）」と回答された方は次頁の（3－1）も併せてお答えください

「4.ほとんど影響はない」または「5. むしろコロナ前よりも良くなっている」と回答された方は次頁の（3－2）も併せてお答えください

（3） 貴商店街では、新型コロナウイルス感染症のまん延により、令和元年（2019年）10月1日時点と比べて、商店街全体の空き店舗は、どの程度の影響が生じていますか（○は最も当てはまるものに一つだけ）。

1. 非常に大きな影響が出ている（50％以上増）　2. 影響が出ている（30～50％程度増）
3. 多少影響が出ている（10～30％程度増）
4. ほとんど影響はない（0～10％程度増）　5. 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

（問23（1）～（3）のいずれかにおいて「影響が出ている（1.～3.のいずれか）」と回答された方にお聞きします。）

（3－1）新型コロナウイルス感染症の影響が生じた理由として当てはまるものは何ですか（○は3つまで）

1. 新型コロナウイルス感染症まん延前の来街者は観光客中心であったため
2. 近隣の学校や会社などに通う人が来街者の中心であったため
3. 飲食業店舗が多いため
4. 休業・時短要請があったため
5. 例年実施しているイベントができなかったため
6. インターネット販売に対応困難なため
7. その他（　　）

（問23（1）～（3）のいずれかにおいて「4.ほとんど影響はない」または「5. むしろコロナ前よりも良くなっている」と回答された方にお聞きします。）

（3－2）新型コロナウイルス感染症の影響が生じなかった理由として当てはまるものは何ですか（○は3つまで）

1. 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（来街者層に観光客・近隣の学校や会社に通う人はほとんどいないため）
2. テイクアウト等の別業態を開始したため
3. 休業・時短要請の影響を受けなかったため
4. インターネット販売に対応したため
5. 飲食業以外の店舗が多いため
6. 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
7. その他（　　）

（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て、新しい生活様式に対応するために、貴商店街において新たに取り組んだことはありますか（○はいくつでも）

1. テイクアウト販売に対応した
2. インターネット販売に対応した
3. リアルイベントをオンラインイベントに切り替えて開催した
4. 地域住民に対して商店街が安心安全に買物できる場所であることを周知した
5. キャッシュレス決済の積極的な導入
6. その他（　　）

問24 商店街に対する国や地方自治体からの支援について、ご意見等がありましたらお聞かせください。

質問は以上で終了です。ご協力ありがとうございました。

令和３年度　商店街実態調査報告書

令和４年３月

■発　行　中小企業庁経営支援部商業課
東京都千代田区霞が関１丁目３番１号
ＴＥＬ　０３（３５０１）１９２９

■実　施　株式会社　ＣＣＮグループ
東京都千代田区神田鍛冶町３丁目７番３号
ＴＥＬ　０３（６２６２）９７１６