

Ⅲ. 商店街の問題について

問 1 3 商店街の問題について

(1) 商店街で大きな問題となっているもの

- ・商店街で大きな問題となっているものとしては、振興組合では「核となる店舗がない」「経営者の高齢化による後継者難」「商店街活動の停滞」がそれぞれ 50.0%となった。任意団体では「経営者の高齢化による後継者難」が 53.8%で最も多く、次いで、「商圏人口の減少」38.5%となった。(図表 2 1)

[図表 2 1 商店街で大きな問題となっているもの]

複数回答 (H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 1 3)

	振興組合	任意団体	全体
商圏人口の減少	25.0%	38.5%	35.3%
大型店との競合	0.0%	15.4%	11.8%
店舗等の老朽化	0.0%	0.0%	0.0%
駐車場の不足	0.0%	15.4%	11.8%
チェーン店等が商店街の組織化や活動に非協力的	0.0%	15.4%	11.8%
魅力ある店舗がない	25.0%	7.7%	11.8%
商店会加入率の低下	0.0%	23.1%	17.6%
空き店舗の増加	25.0%	7.7%	11.8%
核となる店舗がない	50.0%	23.1%	29.4%
経営者の高齢化による後継者難	50.0%	53.8%	52.9%
商店街活動の停滞	50.0%	23.1%	29.4%
その他	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	0.0%	7.7%	5.9%

問 1 4

商店街を魅力的にしていくためには、どのようなことに力を入れるべきか

- ・商店街を魅力的にしていくためには、どのようなことに力を入れるべきかについては、「個店の魅力アップの推進」が振興組合 75.0%、任意団体 38.5%と最も多かった。次いで、振興組合では「賑わい創出（集客）事業の推進」「人材の育成」「商店会の会員増加による組織基盤の強化」がそれぞれ 50.0%となり、任意団体では「商店会会員の増加による組織基盤の強化」38.5%、「賑わい創出（集客）事業の推進」「地域社会への貢献」がそれぞれ 30.8%となった。（図表 2 2）

[図表 2 2 商店街を魅力的にしていくためには]

複数回答（H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 1 3）

	振興組合	任意団体	全体
商店街活性化に向けた計画の作成	25.0%	23.1%	23.5%
再開発事業の推進	25.0%	7.7%	11.8%
空き店舗対策	0.0%	15.4%	11.8%
賑わい創出（集客）事業の推進	50.0%	30.8%	35.3%
個店の魅力アップの推進	75.0%	38.5%	47.1%
組織活動の強化	0.0%	15.4%	11.8%
人材の育成	50.0%	0.0%	11.8%
商店会の会員の増加による組織基盤の強化	50.0%	38.5%	41.2%
商店街施設の整備 （駐車場・街路灯・アーケード・カラー舗装等）	25.0%	7.7%	11.8%
地域社会への貢献 （高齢者対策、リサイクル、環境美化等）	0.0%	30.8%	23.5%
その他	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	0.0%	7.7%	5.9%

問 1 5

商店街を活性化していくために、具体的にどのようなサービスが必要か

- ・商店街を活性化していくために、具体的にどのようなサービスが必要かについては、振興組合では「花壇や緑地などによる環境の美化」50.0%を一番にあげた。任意団体では「まち歩きマップなどでお店を照会」38.5%、「花壇や緑地などによる環境の美化」「こだわりの逸品など、お店ごとに個性的な商品やサービスを提供」30.8%となった。(図表 2 3)

[図表 2 3 商店街を活性化していくための必要なサービス]

複数回答 (H23 年度：振興組合N=4 任意団体N=13)

	振興組合	任意団体	全体
イベント(お祭り、催事)の活発化	0.0%	46.2%	35.3%
共同販売促進事業(売出し)の活発化	25.0%	7.7%	11.8%
まち歩きマップなどでお店を紹介	25.0%	38.5%	35.3%
無料買い物バスの運行	0.0%	0.0%	0.0%
宅配、御用聞きなどのサービス	0.0%	15.4%	11.8%
商店街駐車場の整備	25.0%	7.7%	11.8%
商店街の営業時間の延長や統一	0.0%	0.0%	0.0%
地域の伝統・文化の保全・育成	25.0%	0.0%	5.9%
花壇や緑地などによる環境の美化	50.0%	30.8%	35.3%
スタンプ、ポイントカード、共通商品券の提供	25.0%	7.7%	11.8%
こだわりの逸品など、お店ごとに個性的な商品やサービスを提供	25.0%	30.8%	29.4%
乳幼児の預かり、相談などの子育て支援サービス	0.0%	0.0%	0.0%
高齢者の交流、相談などの支援サービス	0.0%	7.7%	5.9%
その他	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	0.0%	7.7%	5.9%

問 1 6

商店街における空き店舗問題について

(1) 3年前と比較した退店（廃業）した店舗数

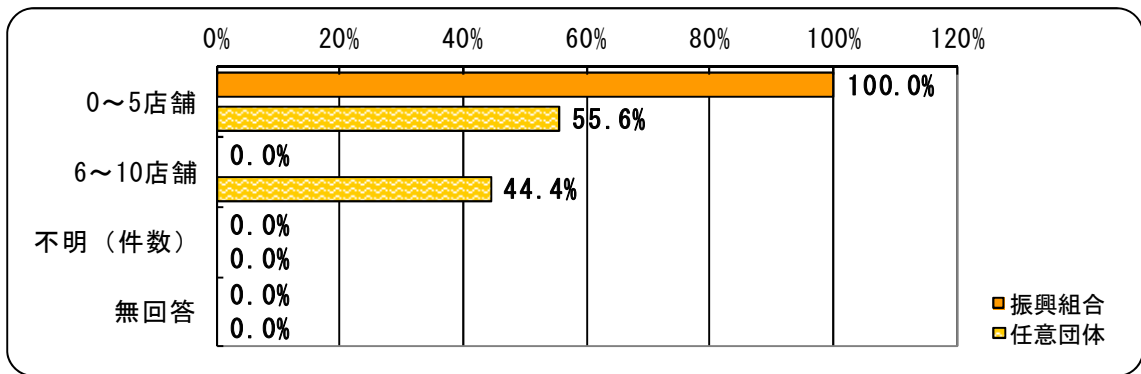
- ・ 3年前と比較した退店（廃業）した店舗数については、振興組合で10店、任意団体では43店となっている（図表24）

[図表24 3年前と比較した退店（廃業）した店舗数] (H23年度)

	振興組合	任意団体
退店(廃業) 店舗数	10店	43店

- ・ 退店（廃業）した店舗数の内訳については、最も多いのが「0～5店舗」で、割合で見ると、振興組合で100%、任意団体では55.6%となっている。（図表25）

[図表25 退店（廃業）した店舗数の内訳] (H23年度：振興組合N=3 任意団体N=9)

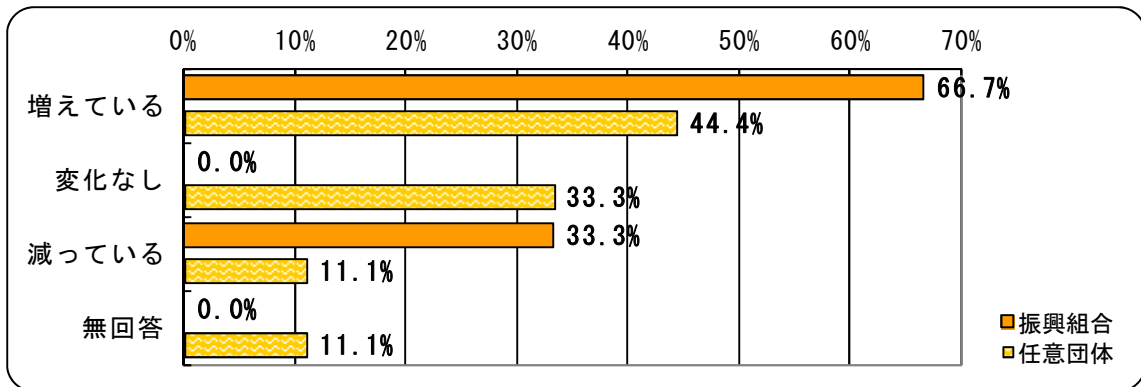


(2) 3年前と比較した空き店舗の変化

- ・ 3年前と比較した空き店舗の変化については、振興組合では「増えている」66.7%、「減っている」33.3%、任意団体においては「増えている」44.4%、「変化なし」33.3%、「減っている」11.1%となった。（図表26）

[図表26 (退店ありと回答した中で) 3年前と比較した空き店舗の変化]

(H23年度：振興組合N=3 任意団体N=9)



(3) 退店（廃業）した主な理由

- ・退店（廃業）した主な理由については、振興組合では「店主の高齢化」「同業種との競合」「他の地域への移転」「大型店の進出」「大型店の退店」「立地条件・交通環境の悪化」がそれぞれ 33.3%、任意団体では「店主の高齢化」55.6%、次いで「同業種との競合」「他の地域への移転」33.3%、「商店街に活気がない」「大型店の進出」11.1%となった。（図表 2 7）

[図表 2 7 退店（廃業）した主な理由] 複数回答 (H23 年度 : 振興組合 N = 3 任意団体 N = 9)

	振興組合	任意団体	全体
店主の高齢化	33.3%	55.6%	50.0%
同業種との競合	33.3%	33.3%	33.3%
商店街に活気がない	0.0%	11.1%	8.3%
他の地域への移転	33.3%	33.3%	33.3%
大型店の進出	33.3%	11.1%	16.7%
大型店の退店	33.3%	0.0%	8.3%
立地条件・交通環境の悪化	33.3%	0.0%	8.3%
公共施設の撤退	0.0%	0.0%	0.0%
その他	0.0%	22.2%	16.7%
無回答	0.0%	0.0%	0.0%

(4) 空き店舗が埋まらない理由

- ・空き店舗が埋まらない理由として、振興組合では「家賃が高い」「業種が合わない」「商店街に活気がない」「駐車場がない」「店舗所有者に貸す意思がない」「商店以外になった」がそれぞれ 33.3%、任意団体では「商店街に活気がない」44.4%、「家賃が高い」「立地条件・交通環境がよくない」「商店以外になった」22.2%であった。（図表 2 8）

[図表 2 8 空き店舗が埋まらない理由] 複数回答 (H23 年度 : 振興組合 N = 3 任意団体 N = 9)

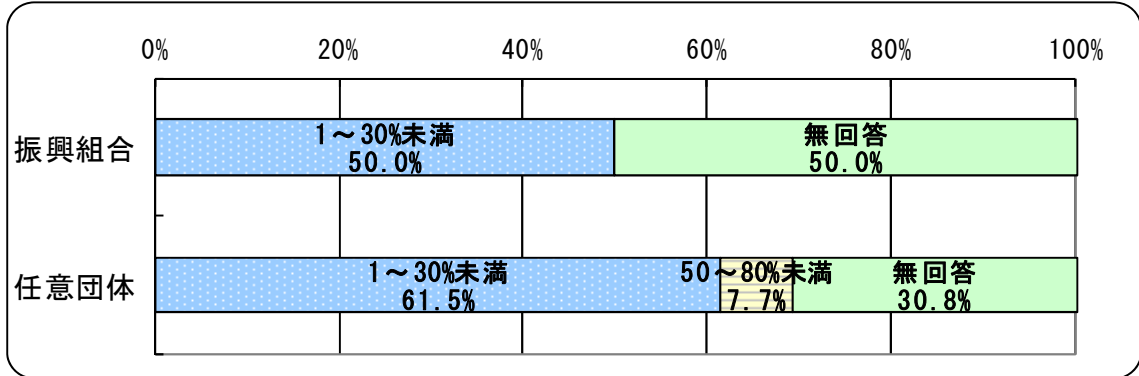
	振興組合	任意団体	全体
家賃が高い	33.3%	22.2%	25.0%
業種が合わない	33.3%	0.0%	8.3%
商店街に活気がない	33.3%	44.4%	41.7%
立地条件・交通環境がよくない	0.0%	22.2%	16.7%
駐車場がない	33.3%	11.1%	16.7%
店が補修・拡張できない	0.0%	11.1%	8.3%
店舗所有者に貸す意思がない	33.3%	0.0%	8.3%
商店以外になった	33.3%	22.2%	25.0%
その他	0.0%	11.1%	8.3%
無回答	0.0%	11.1%	8.3%

(5) 空き店舗所有者に賃貸の意思がないものの割合

- ・ 空き店舗の賃貸意思がないものの割合は、振興組合「1～30%未満」50.0%、任意団体「1～30%未満」61.5%、「50～80%未満」7.7%となった。(図表29)

[図表29 空き店舗所有者に賃貸意思がない割合]

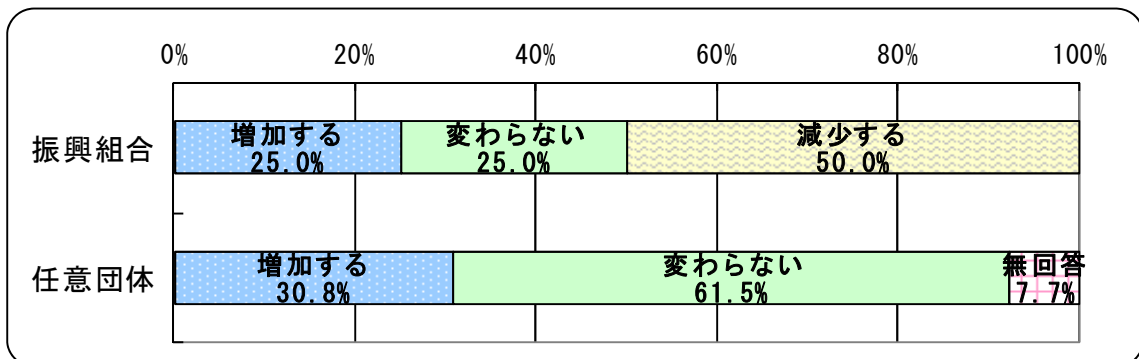
(H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



(6) 今後、商店街における空き店舗はどのようになるか

- ・ 今後の商店街における空き店舗について、振興組合では「増加する」「変わらない」が25.0%、「減少する」50.0%であり、任意団体では「増加する」30.8%、「変わらない」61.5%となった。(図表30)

[図表30 今後の空き店舗について] (H23年度：振興組合N=4 任意団体N=13)



(7) 空き店舗の発生についての取り組み

- ・ 空き店舗の発生についての取り組みについては、「特に関与していない」が振興組合で 50.0%、任意団体では 84.6%と高い割合になった。(図表 3 1)

[図表 3 1 空き店舗への取り組み] 複数回答 (H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 1 3)

	振興組合	任意団体	全体
家主に対して賃貸の要請	25.0%	0.0%	5.9%
家賃補助、改装費などの補助	25.0%	0.0%	5.9%
業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する	0.0%	7.7%	5.9%
駐車場として活用・利用	0.0%	0.0%	0.0%
コミュニティ施設(イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など)として活用	25.0%	0.0%	5.9%
NPO、産学官連携などの活動の場として提供	0.0%	0.0%	0.0%
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	0.0%	7.7%	5.9%
空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進	0.0%	7.7%	5.9%
特に関与していない	50.0%	84.6%	76.5%
その他	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	25.0%	7.7%	11.8%

(8) 空き店舗問題に取り組む際、どのような行政支援が必要か

- ・ 空き店舗問題に対して必要な行政支援について、「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案及び推進」が振興組合で 75.0%、任意団体で 46.2%と最も高い割合になっている。(図表 3 2)

[図表 3 2 空き店舗問題にどのような行政支援が必要か]

複数回答 (H23 年度：振興組合 N = 4 任意団体 N = 1 3)

	振興組合	任意団体	全体
一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案及び推進	75.0%	46.2%	52.9%
空き店舗情報を迅速に収集し、発信・提供する	0.0%	30.8%	23.5%
新規出店者等の誘致	25.0%	0.0%	5.9%
家賃補助、改装費補助などの支援措置	50.0%	15.4%	23.5%
公共施設の誘致・立地	25.0%	0.0%	5.9%
家主・地主・地権者との話し合いによる調停	0.0%	7.7%	5.9%
専門アドバイザー等による適切な指導	0.0%	23.1%	17.6%
特にない	0.0%	23.1%	17.6%
その他	0.0%	0.0%	0.0%
無回答	25.0%	7.7%	11.8%