

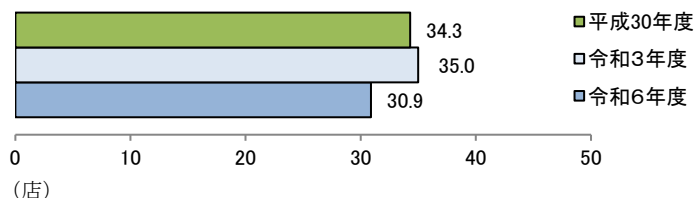
第 2 章 調査の結果

1 商店街の概要について

1-1 商店街の全体の店舗数

商店街の平均店舗数は30.9店。前回調査（令和3年度調査、以下同じ）の平均店舗数（35.0店）と比べると4.1店減少した。

図表1 1商店街あたりの平均店舗数

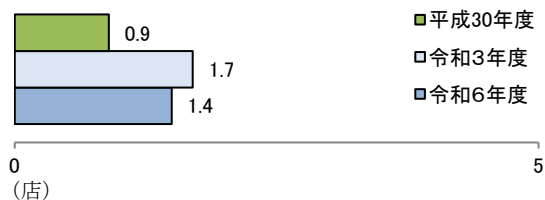


1-2 商店街におけるチェーン店舗数

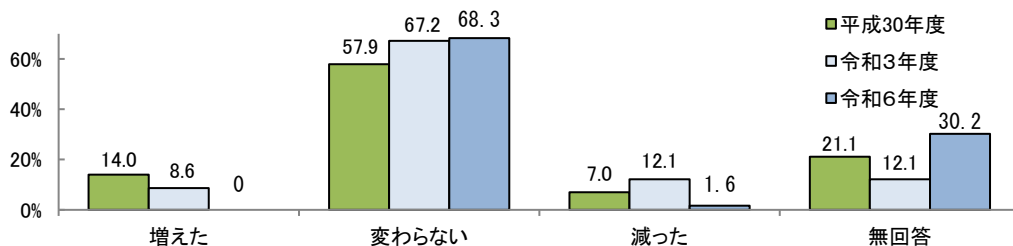
商店街内に立地するチェーン店舗※数の平均店舗数は1.4店。前回調査の平均店舗数（1.7店）と比べると0.3店減少した。

最近1年間（前回調査までは最近3年間）のチェーン店舗数の変化についてみると、「増えた」と回答した商店街はなく、「減った」と回答した商店街が1.6ポイントとなった。

図表2 1商店街あたりの平均チェーン店舗数



図表3 商店街におけるチェーン店舗数の変化



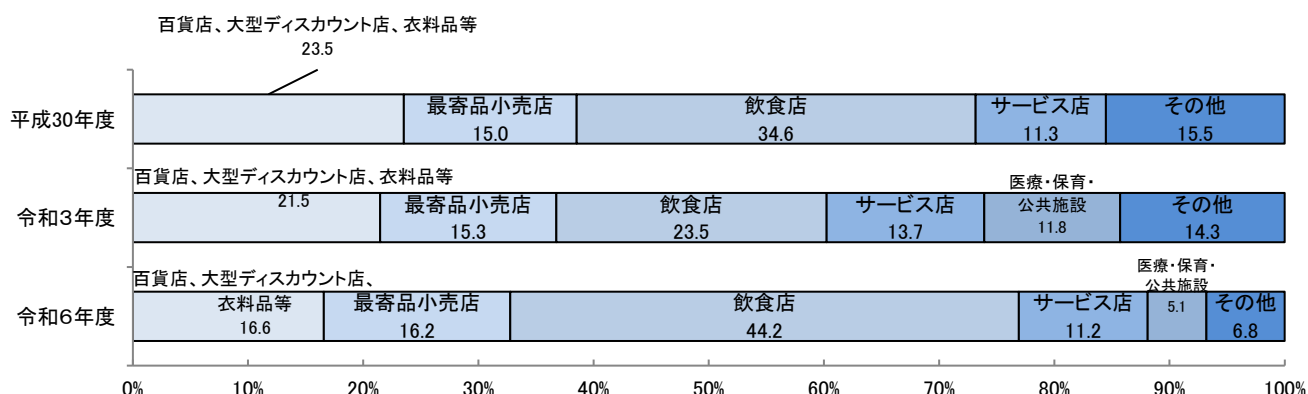
※ 「チェーン店舗」とは、ブランドや営業等が多数の店舗で統一的に管理された店舗のこと。スーパー、コンビニエンスストアのほか、ファーストフード店、ドラッグストア等が該当する。

1－3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）

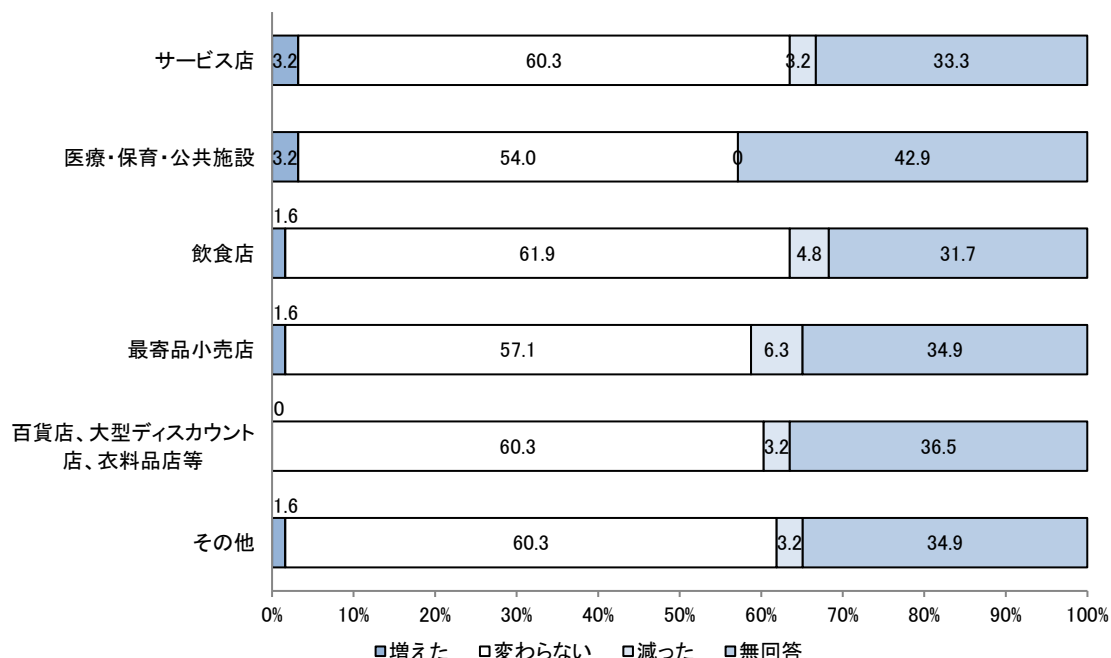
商店街の業種別店舗数の割合は、「飲食店（44.2%）」、「百貨店、大型ディスカウント店、衣料品等（16.6%）」、「最寄品※小売店（16.2%）」の順に多くなっている。

最近1年間（前回調査までは最近3年間）の業種別店舗数の変化をみると、「増えた」と回答した店舗では、「サービス店（3.2%）」、「医療・保育・公共施設（3.2%）」、「飲食店（1.6%）」「最寄品小売店（1.6%）」の順に多くなっている。一方、「減った」と回答した店舗は、「最寄品小売店（6.3%）」、「飲食店（4.8%）」の順に多くなっている。

図表4 商店街における業種別店舗数の割合



図表5 最近1年間の商店街における業種別店舗数の変化



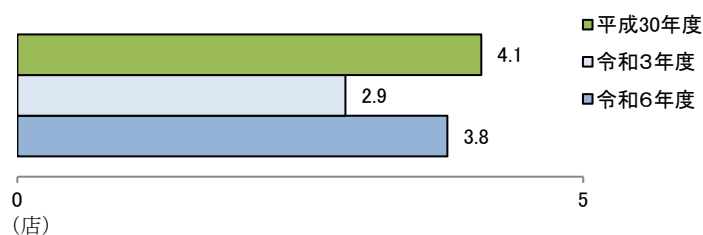
※ 「最寄品」とは、消費者が、日常的に頻繁に購入する製品のこと。例えば、食料品、洗剤、雑誌など。

1－4 商店街の空き店舗の状況

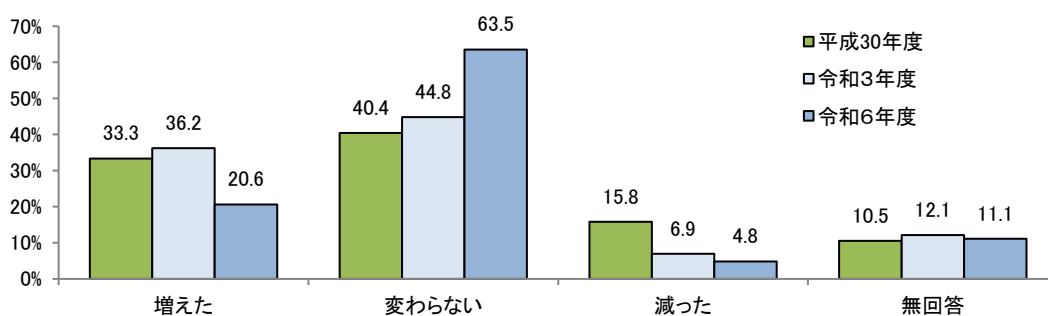
商店街の空き店舗※数の平均店舗数は3.8店。前回調査の平均店舗数（2.9店）と比べると0.9店増加した。

最近1年間（前回調査までは最近3年間）の1商店街あたりの空き店舗数の変化をみると、「増えた（20.6%）」と回答した商店街が、「減った（4.8%）」と回答した商店街を15.8ポイント上回っている。

図表6 1商店街あたりの平均空き店舗数



図表7 最近1年間の1商店街あたりの空き店舗数の変化



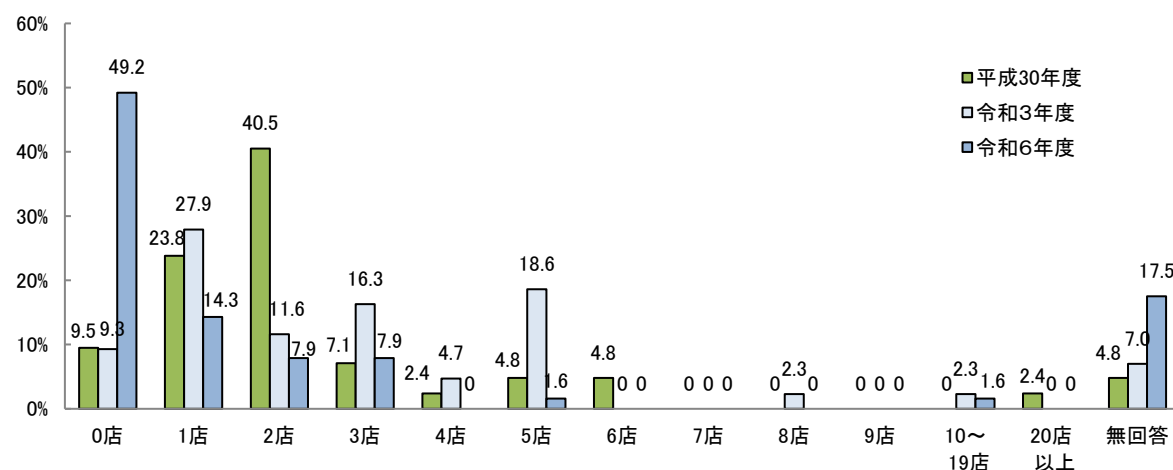
※ 「空き店舗」とは、従前は店舗であったものが、現状空きスペース(空き地、空きビル、空き倉庫等)になっているもの。

1－5 店主の退店（廃業）の状況

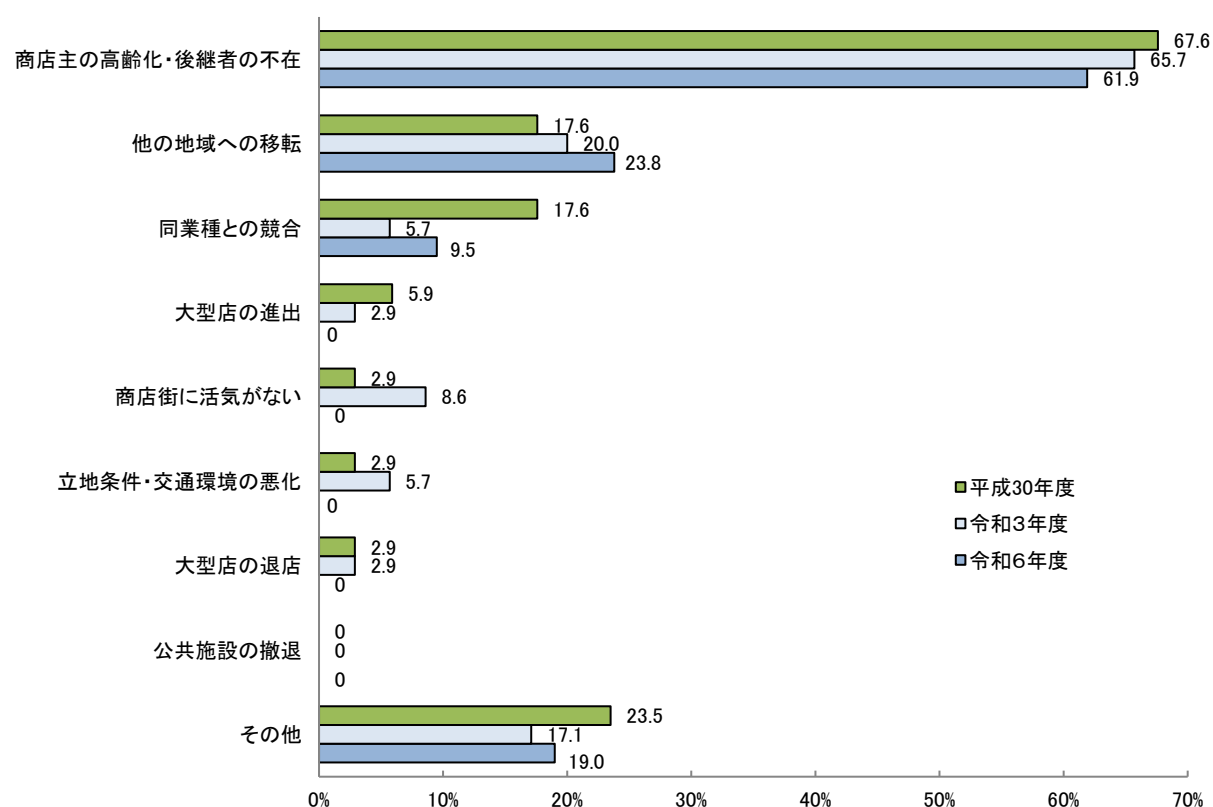
最近1年間（前回調査までは最近3年間）に退店（廃業）した店舗数は、「0店」と回答した商店街が49.2%と最も多くなった。一方で、1店以上の退店（廃業）数は、「1店（14.3%）」、「2店（7.9%）」、「3店（7.9%）」となっており、1店から3店までで30.1%を占めている。

退店（廃業）した理由は、「店主の高齢化・後継者の不在」が61.9%を占め、続いて「他の地域への移転」が23.8%、「同業種との競合」が9.5%となっている。

図表8 最近1年間に退店（廃業）した店舗数



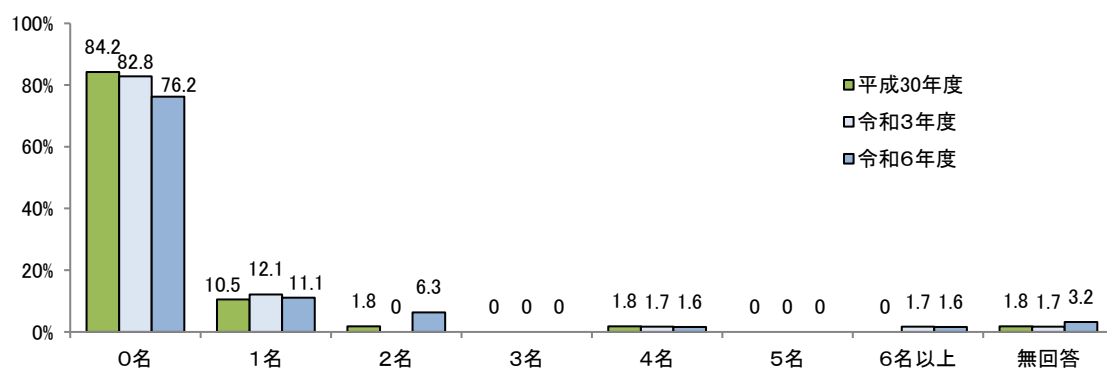
図表9 退店（廃業）した理由【複数回答（2つまで）】



1-6 商店街組織の専従事務局員の有無

商店街活動の担い手である商店街組織の76.2%は、専従事務局員（パート、アルバイトを含む。）が「0名」の状態。

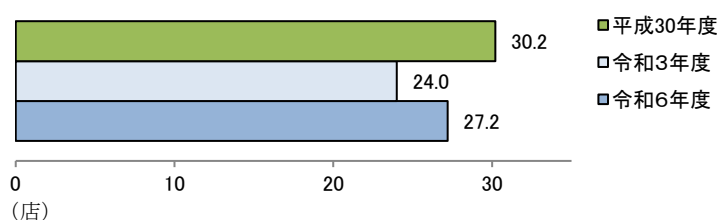
図表10 1商店街あたりの専従事務局員数



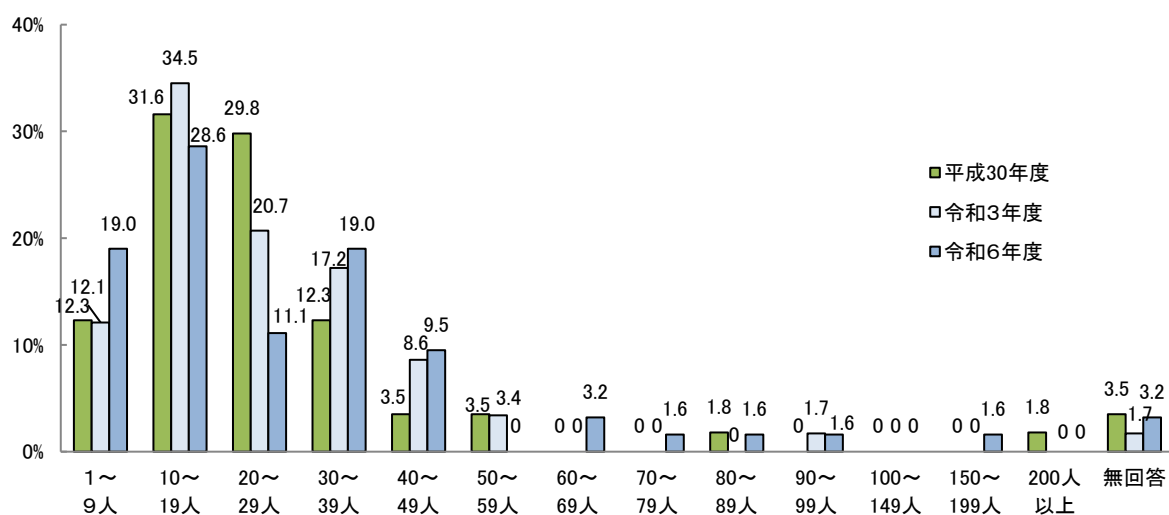
1-7 商店街組織の会員（組合員）数

商店街組織を形成する会員（組合員）数の平均は27.2人。前回調査の平均会員（組合員）数（24.0人）と比べると3.2人増加した。

図表11 1商店街あたりの平均会員（組合員）数



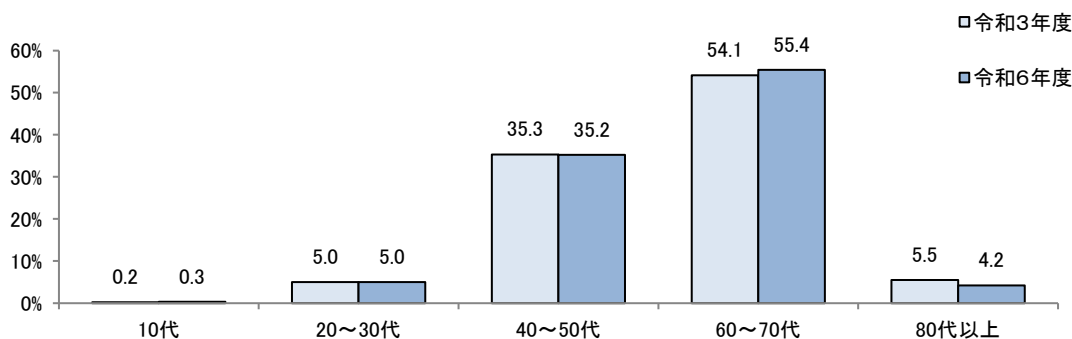
図表12 商店街組織を形成する会員（組合員）数



1－8 商店街の会員の年齢構成

商店街の会員の年齢構成は60～70代が最も多く55.4%で、前回調査（54.1%）と同水準になっている。

図表13 商店街の会員の年齢構成

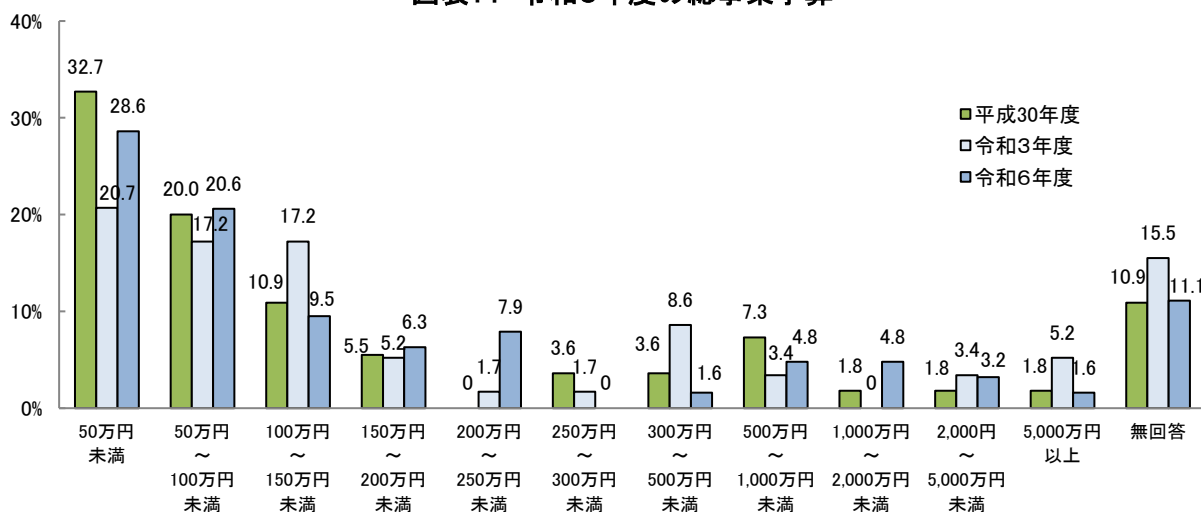


1－9 商店街の予算規模

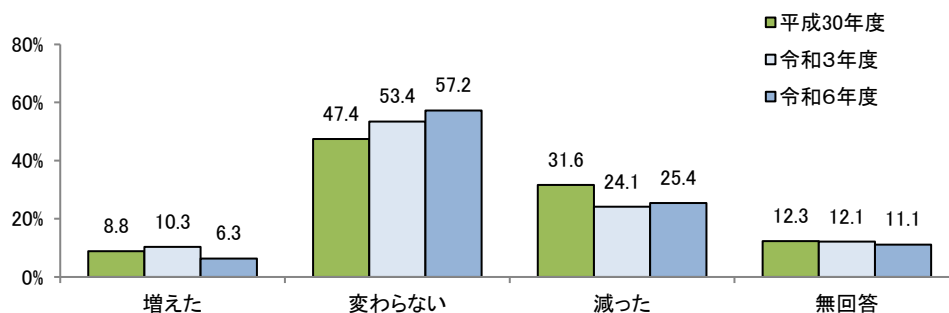
商店街の予算規模については、「50万円未満」が28.6%、「50万円～100万円未満」が20.6%、「100万円～150万円未満」が9.5%の順に多くなっている。

1年前（前回調査までは3年前）との比較では、「増えた」が6.3%、「減った」が25.4%となっている。

図表14 令和6年度の総事業予算



図表15 1年前との総事業予算額の変化



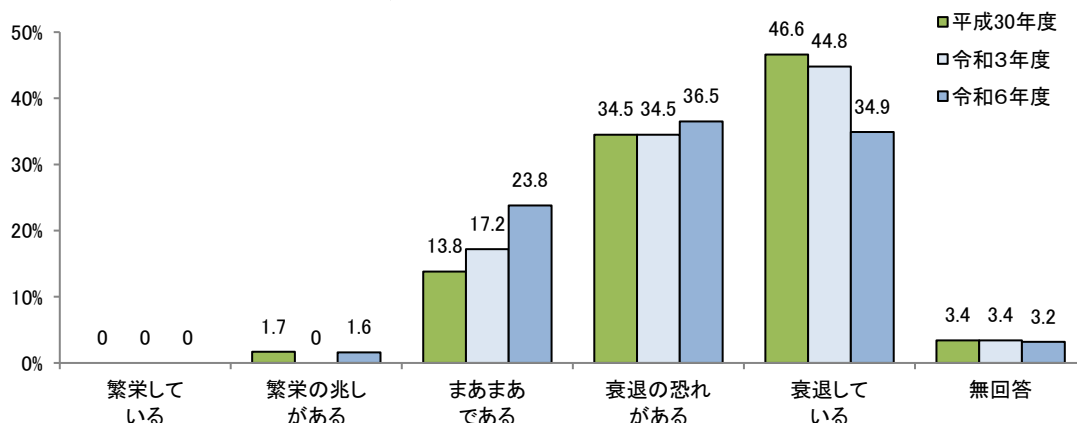
2 商店街の景況と近年の変化について

2-1 商店街の現状の景況

商店街の現状の景況は、「衰退の恐れがある」が36.5%、「衰退している」が34.9%、「まあまあである（横ばいである）」が23.8%となっている。

「衰退している」と回答した商店街が、前回調査と比べると9.9ポイント減少となった。一方、前回調査同様「繁栄している」と回答した商店街は無かったものの、「繁栄の兆しがある」と回答した商店街が前回調査より1.6ポイント増加した。

図表16 商店街の現状の景況



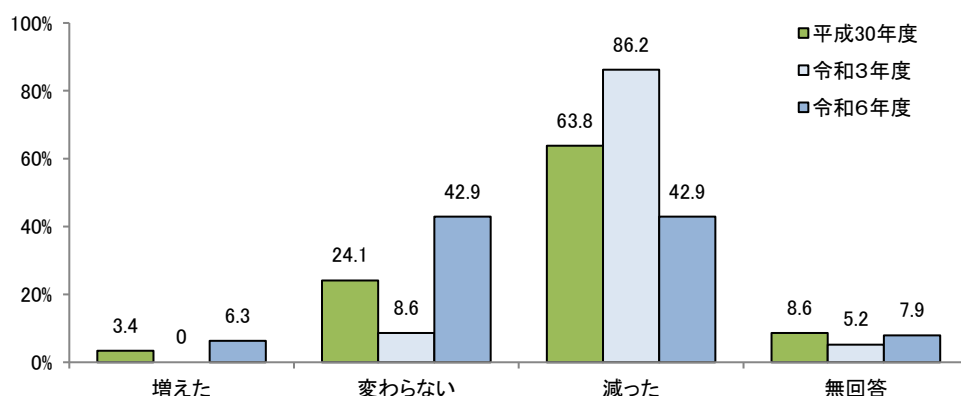
2-2 最近の商店街への来街者の動向

最近1年間（前回調査までは最近3年間）の商店街への来街者数の変化については、「減った」と回答した商店街は42.9%で、前回調査（86.2%）と比べると43.3ポイント減少した。「増えた」と回答した商店街は、前回調査は0%だったが、今回は6.3ポイント増加した。

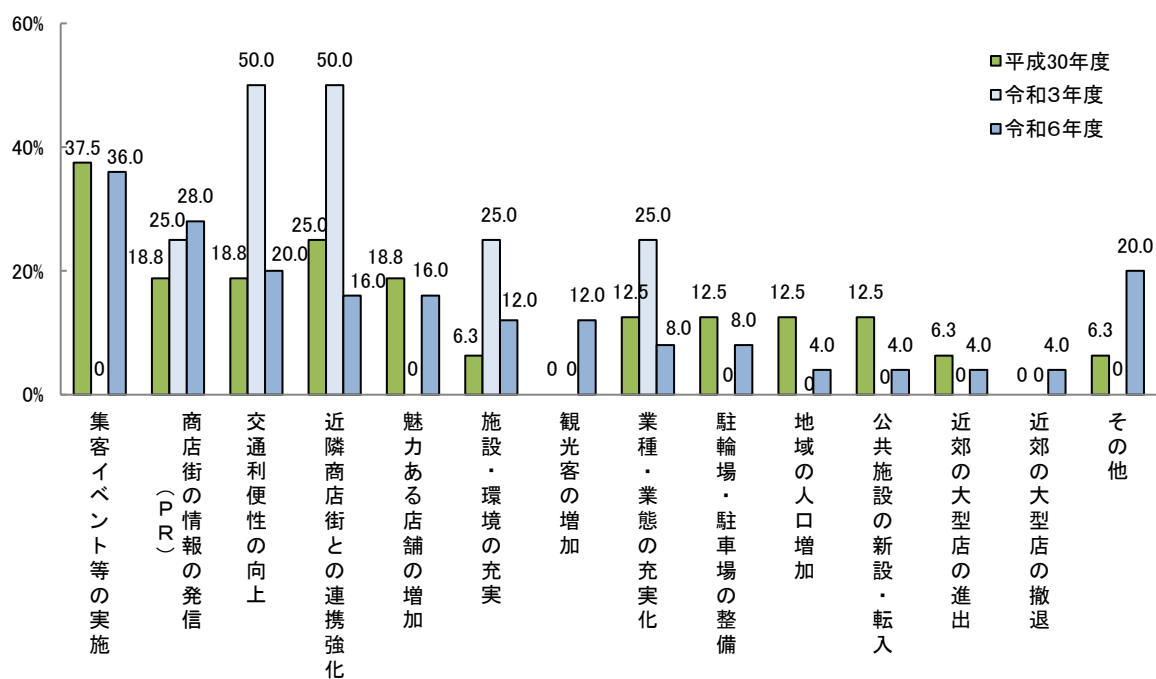
来街者が「増えた」又は「変わらない」要因について前回調査と比べると、「集客イベント等の実施」が36.0ポイント、「商店街の情報の発信」が3.0%増加した。

一方、「減った」要因について前回調査と比べると、「地域の人口減少」が14.0ポイント、「業種・業態の不足」、「魅力ある店舗の減少」が4.0ポイント増加した。

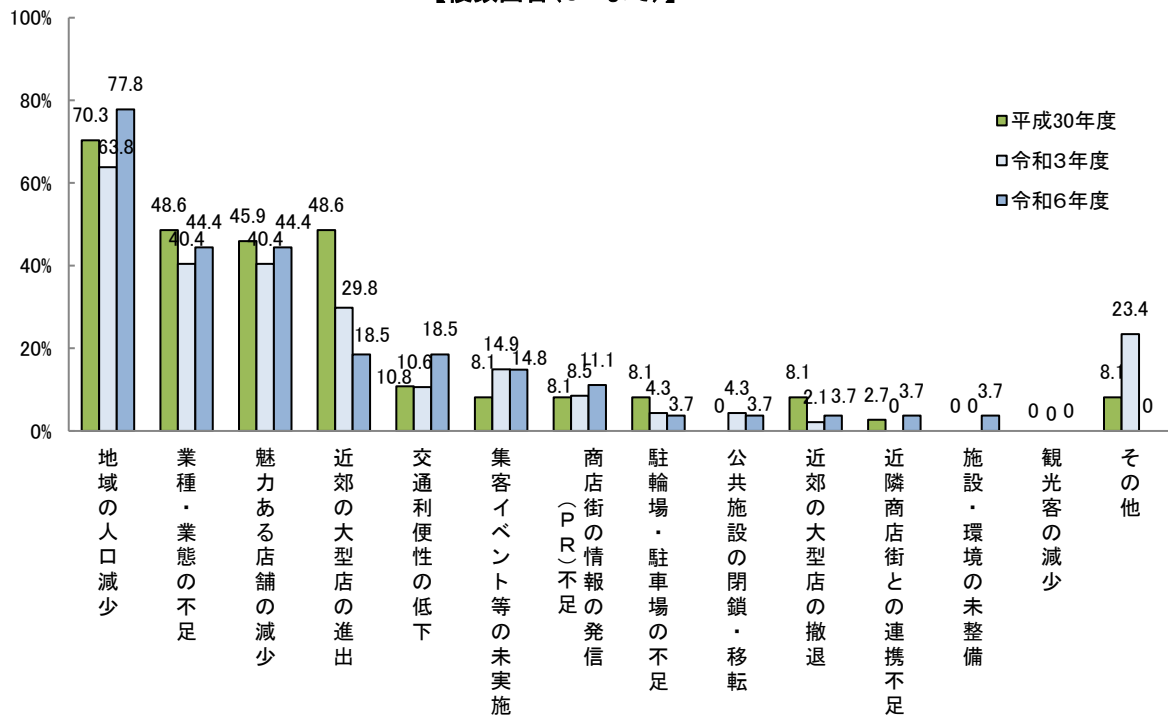
図表17 最近1年間の商店街への来街者数の変化



図表18 最近1年間の商店街への来客者数の増加要因
【複数回答(3つまで)】



図表19 最近1年間の商店街への来街者数の減少要因
【複数回答(3つまで)】



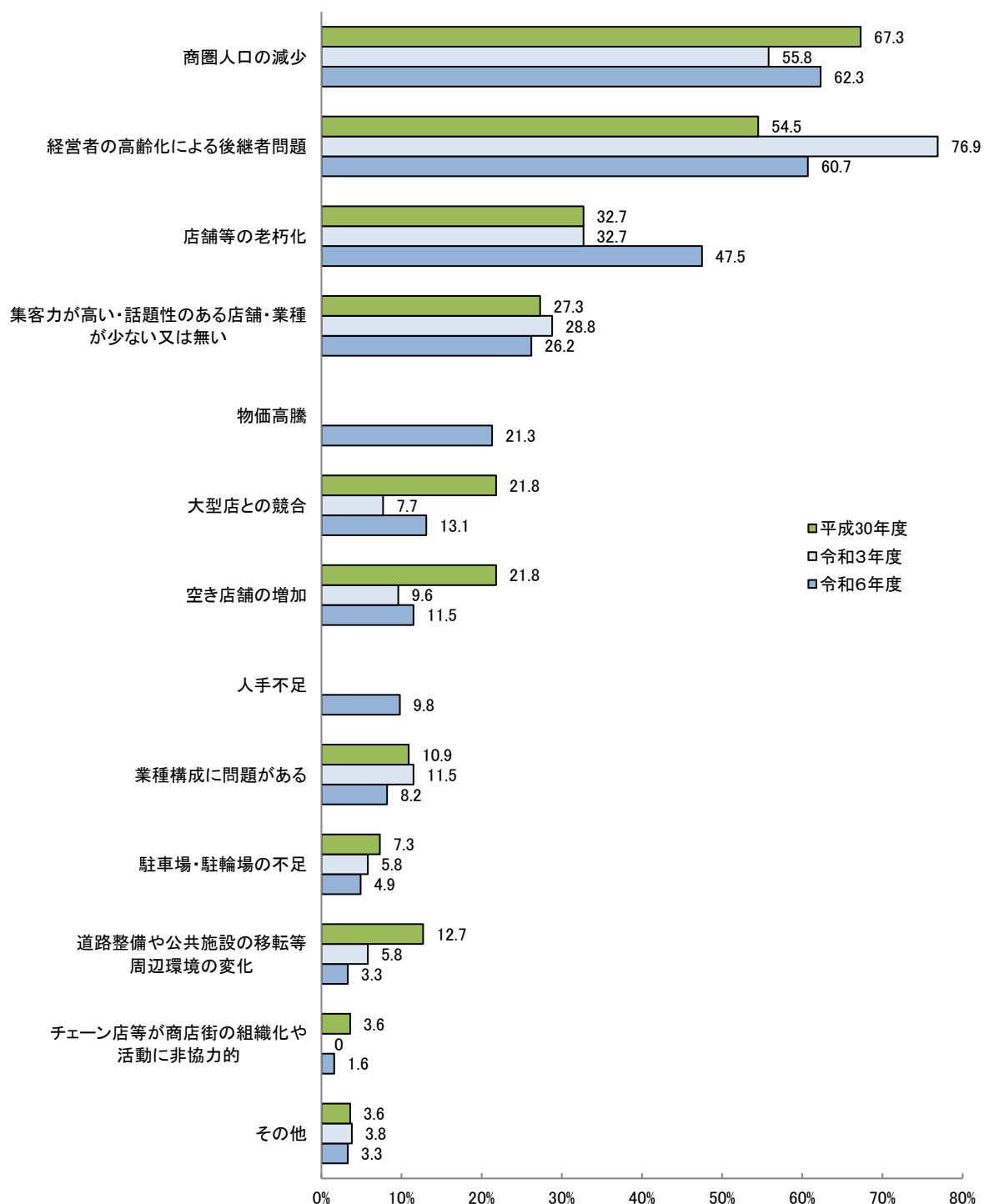
3 商店街の問題と取組状況について

3-1 商店街の抱える問題

現況の商店街が抱える問題は、「商圈人口の減少（62.3%）」、「経営者の高齢化による後継者問題（60.7%）」、「店舗等の老朽化（47.5%）」、が上位を占めた。

前回調査と比べると、「商圈人口の減少」は6.5ポイント高くなり「経営者の高齢化による後継者問題」は16.2ポイント低く、順位が逆転した。

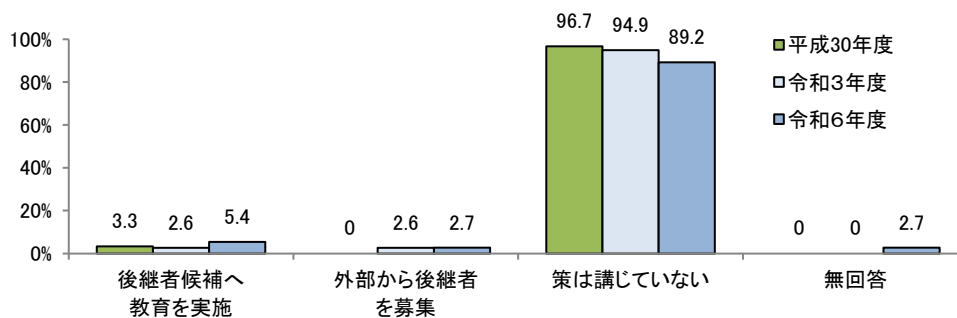
図表20 商店街の抱える問題【複数回答(3つまで)】



3－2 経営者の後継者問題に対する商店街の取組状況

商店街が抱える問題のうち、商店街の後継者対策への取組については、「対策は講じていない（89.2%）（前回調査比：▲5.7ポイント）」、「後継者候補へ教育を実施（5.4%）（前回調査比：＋2.8ポイント）」、「外部から後継者を募集（2.7%）（前回調査比：＋0.1ポイント）」となり、取組状況は極めて低くなっている。

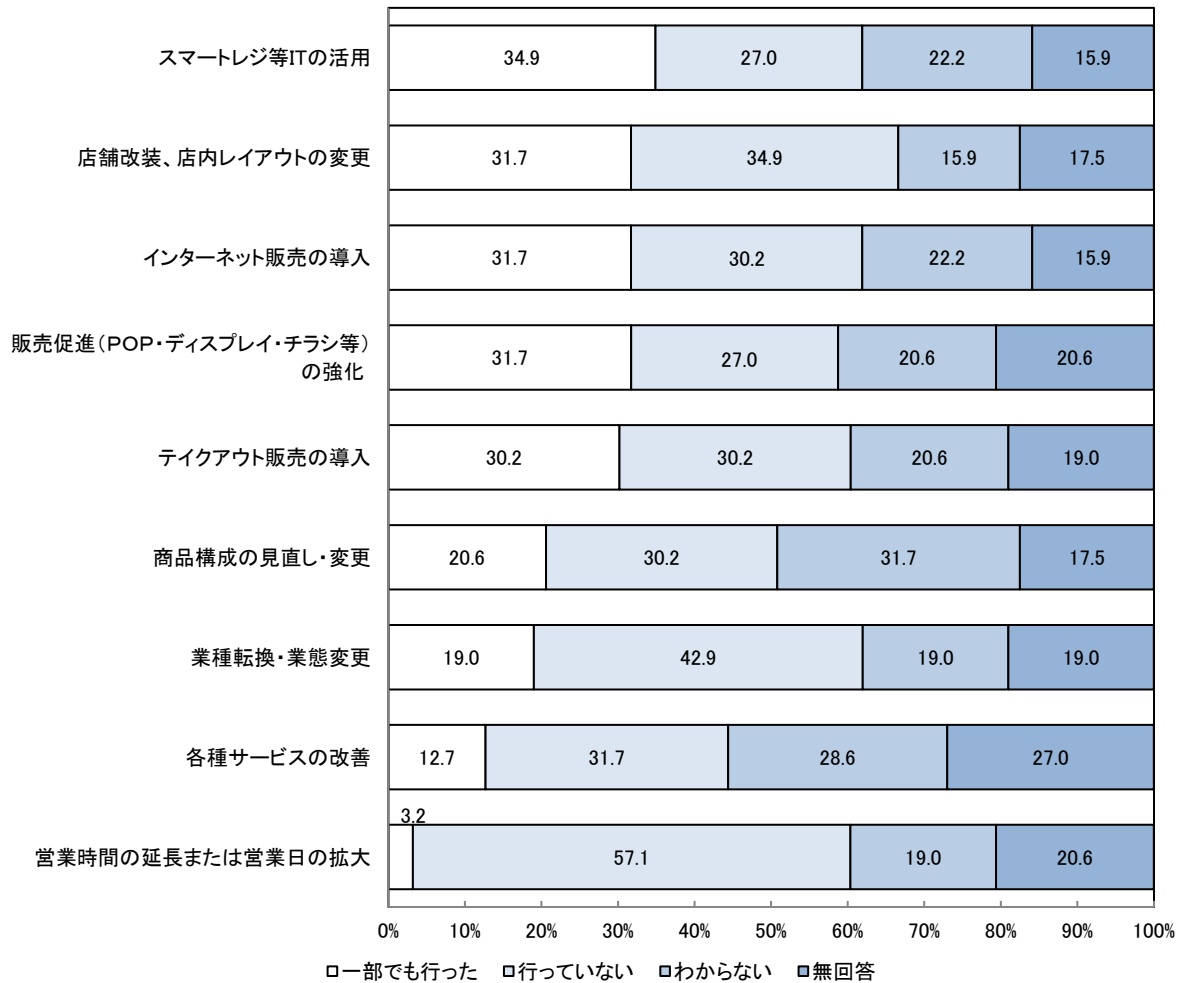
図表21 商店街における後継者対策



3-3 個店の魅力向上のための取組状況

魅力ある店舗を形成するための個店の改善策・活性化策について、「一部でも行った」と回答のあった取組は、「スマートレジ等ITの活用」が34.9%、「店内改装、店内レイアウトの変更」、「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」が31.7%で並んでいる。

図表22 商店街における個店の改善策・活性化策について

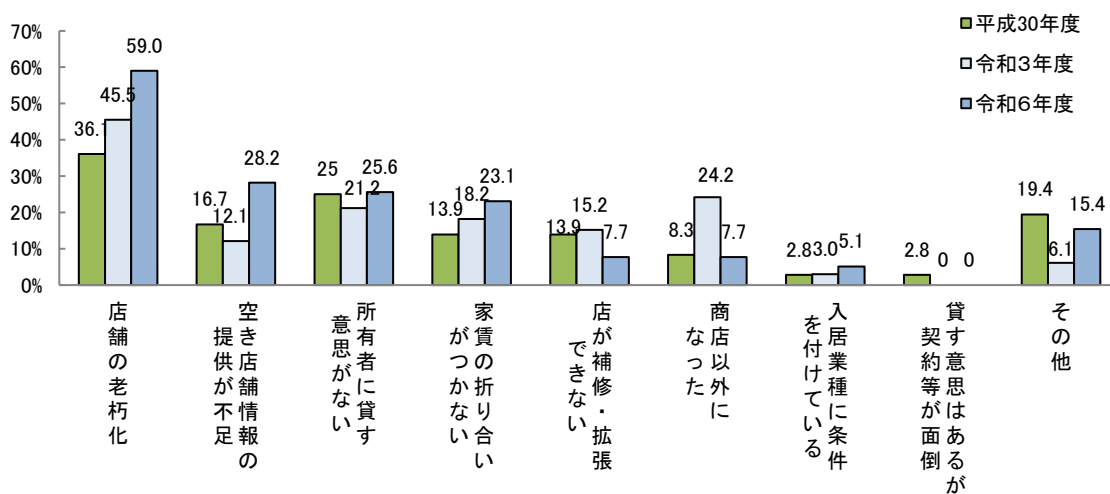


3-4 空き店舗が埋まらない理由

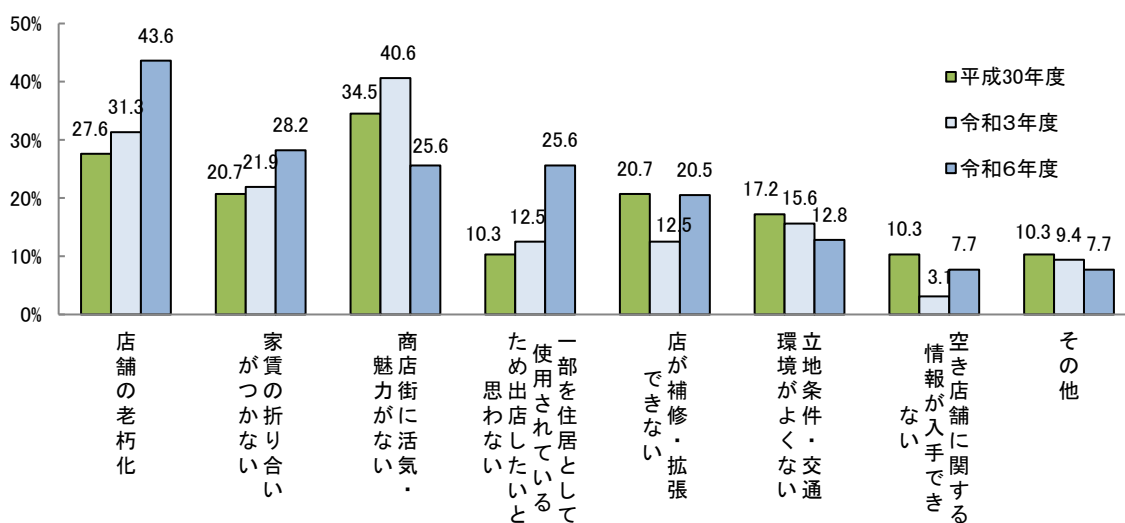
空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕については、「店舗の老朽化（59.0%）」、「空き店舗情報の提供が不足（28.2%）」、「所有者に貸す意思がない（25.6%）」の順に多くなっている。

空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕については、「店舗の老朽化（43.6%）」、「家賃の折り合いがつかない（28.2%）」「商店街に活気・魅力がない（25.6%）」、「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（25.6%）」の順に多くなっている。

図表23 空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕【複数回答(2つまで)】



図表24 空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕【複数回答(2つまで)】

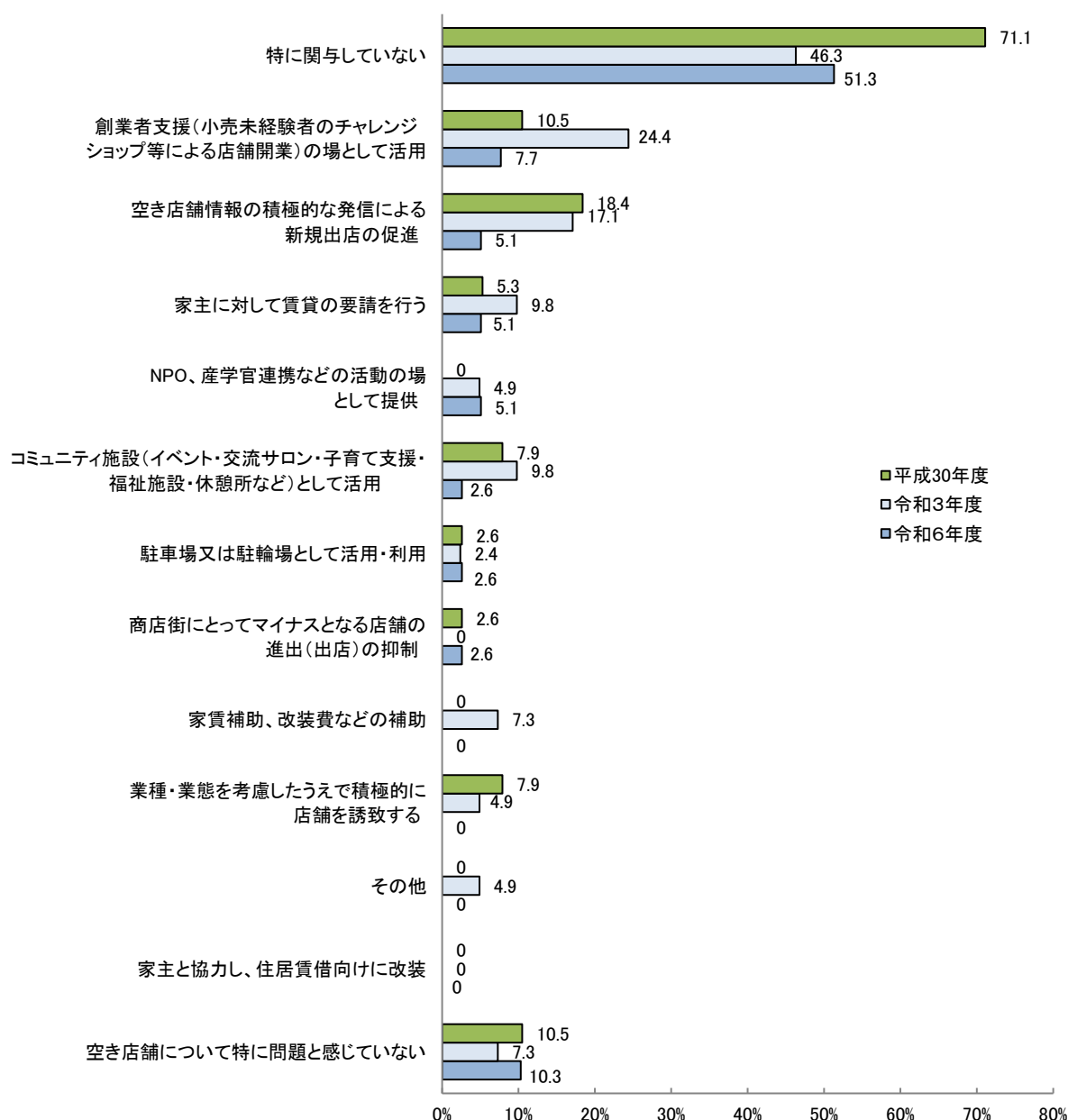


3-5 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況

空き店舗の発生に対する商店街の取組は、51.3%の商店街が「特に関与していない」との回答であり、前回調査と比べると5.0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では、「創業者支援(小売未経験者のチャレンジショップ等による店舗開業)の場として活用(7.7%)(前回調査比:▲16.7ポイント)」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進(5.1%)(前回調査比:▲12.0%)」、「家主に対して賃貸の要請を行う(5.1%)(前回調査比:▲4.7ポイント)」、「NPO、産学官連携などの活動の場として提供(5.1%)(前回調査比: +0.2ポイント)」などの取組を行っているが、前回調査時よりも取り組んでいる割合は減少傾向にある。

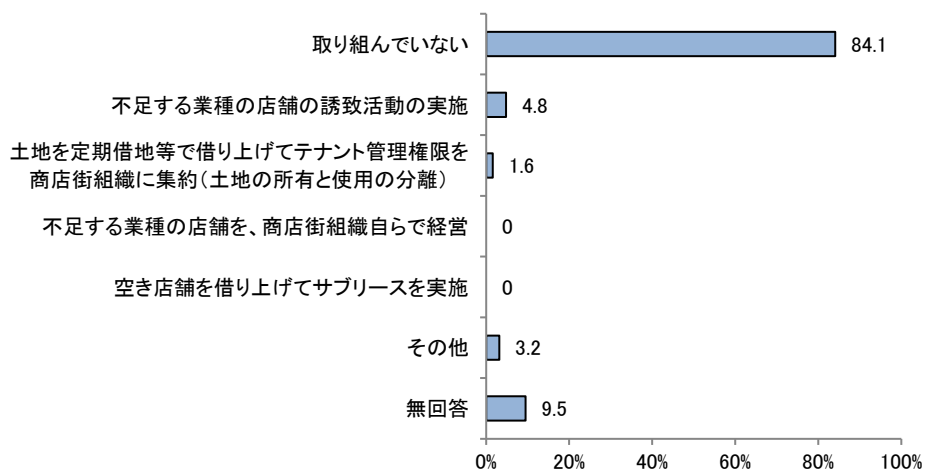
図表25 商店街における空き店舗の発生に対する取組
【複数回答(3つまで)】



3-6 テナントミックスの取組

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（4.8%）」、「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）（1.6%）」となっている。一方で、「取り組んでいない」は84.1%となっている。

図表26 テナントミックス実現に向けた取組
【複数回答(いくつでも)】



4 商店街における組織やその活動について

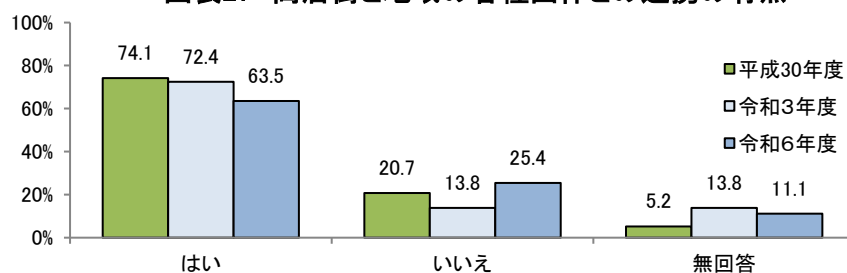
4－1 商店街の地域（各種団体等）との連携状況

商店街の後継者不足、新たな担い手の不足などを補完し、地域住民のニーズに対応した取組や地域の伝統文化の継承、安心・安全などの取組を行うためには、地域の各団体等の連携の促進がますます重要な課題となっている。

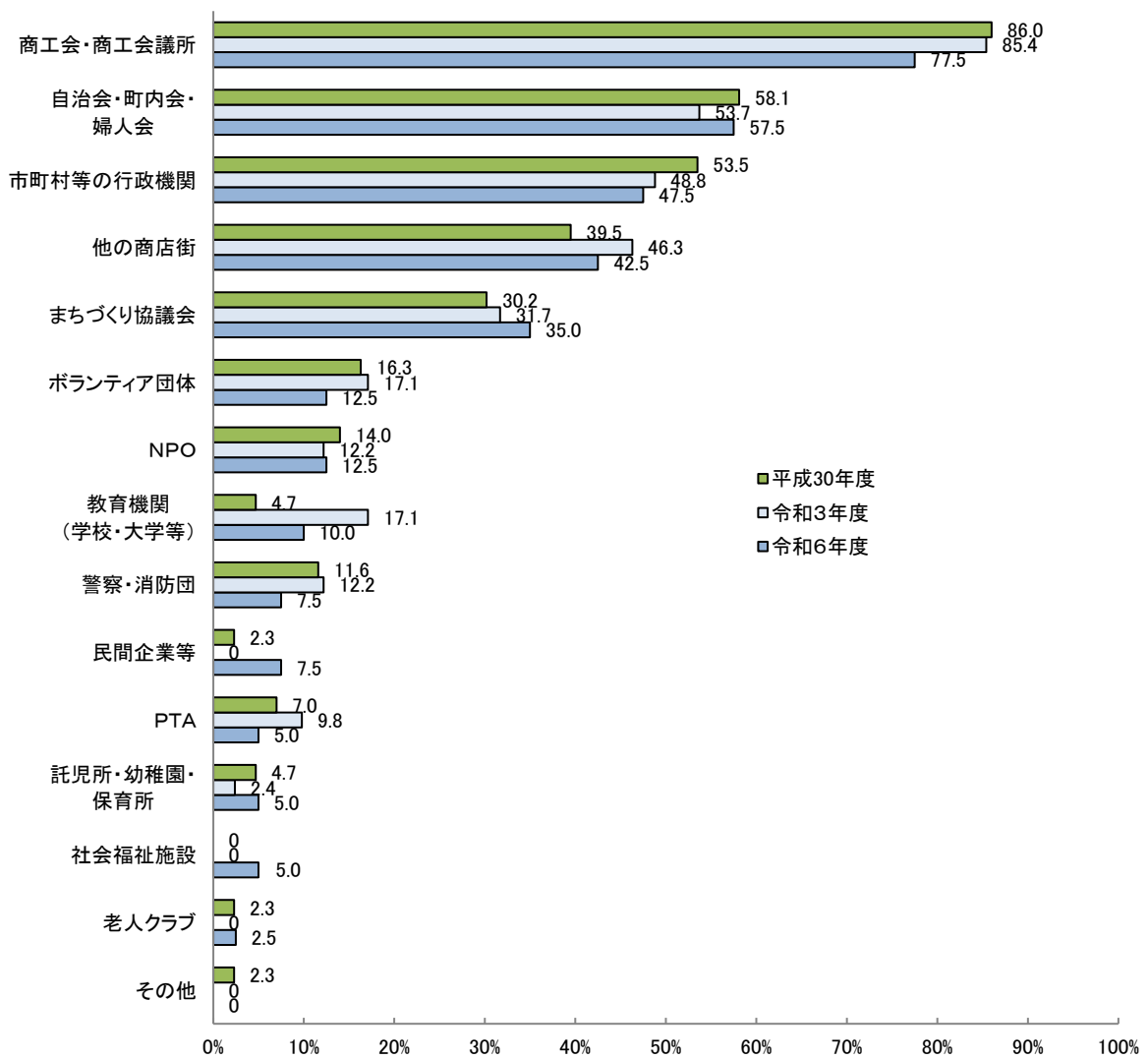
商店街の地域の各種団体との地域連携の状況は、全体の63.5%の商店街が地域の各種団体との連携を行っている。

具体的な連携先は、「商工会・商工会議所（77.5%）」、「自治会・町内会・婦人会（57.5%）」、「市町村等の行政機関（47.5%）」の順に多くなっている。

図表27 商店街と地域の各種団体との連携の有無



図表28 商店街と連携している地域の各種団体【複数回答(いくつでも)】

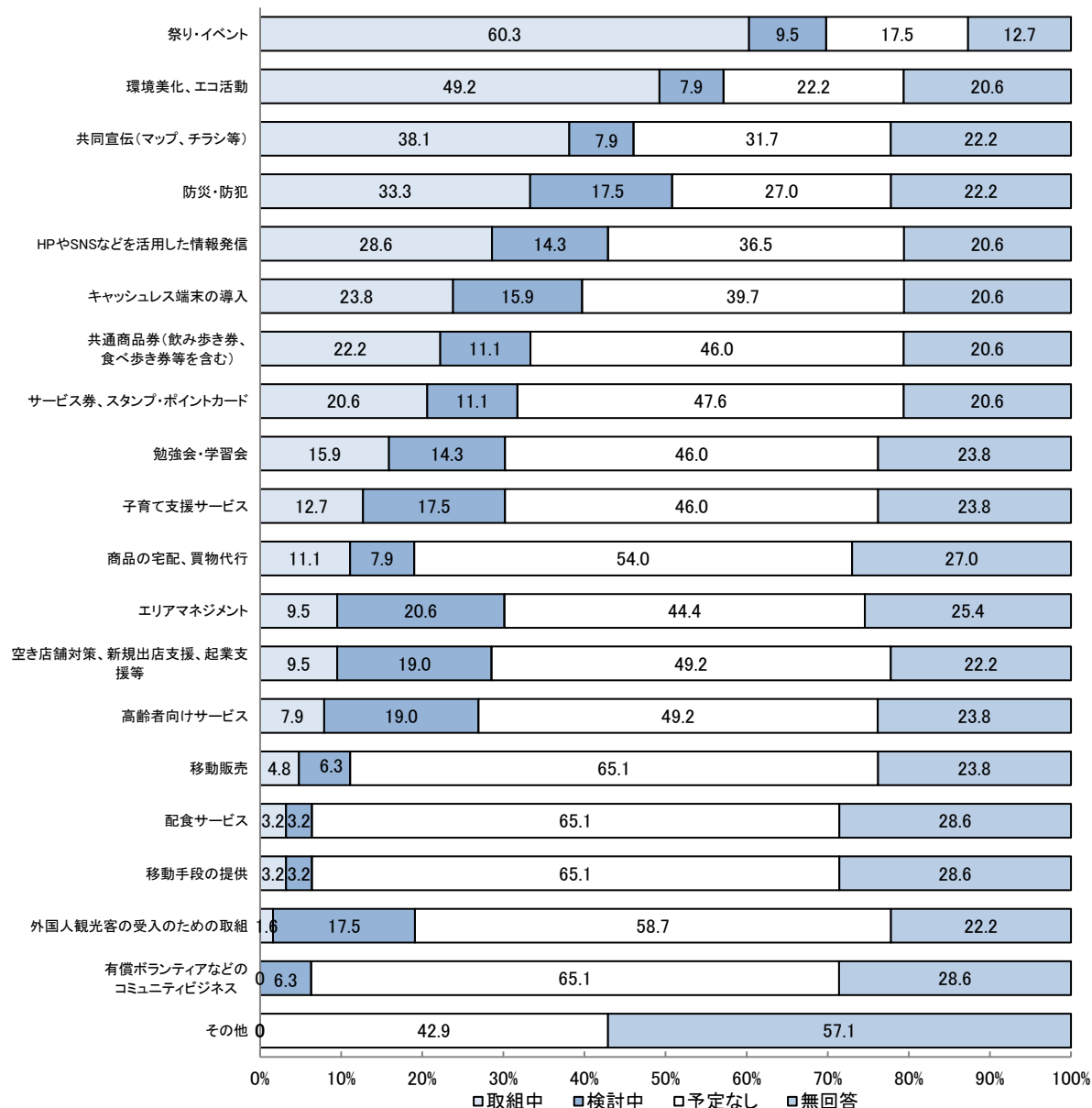


4-2 商店街が実施しているソフト事業

商店街が取組中のソフト事業は、「祭り・イベント(60.3%)」、「環境美化・エコ活動(49.2%)」、「共同宣伝(マップ・チラシ等)(38.1%)」、「防災・防犯(33.3%)」が上位を占めている。

また、検討中のソフト事業は、「エリアマネジメント(20.6%)」「空き店舗対策、新規出店支援、起業支援等(19.0%)」「高齢者向けサービス(19.0%)」が主なものとなっている。

図表29 商店街が実施しているソフト事業

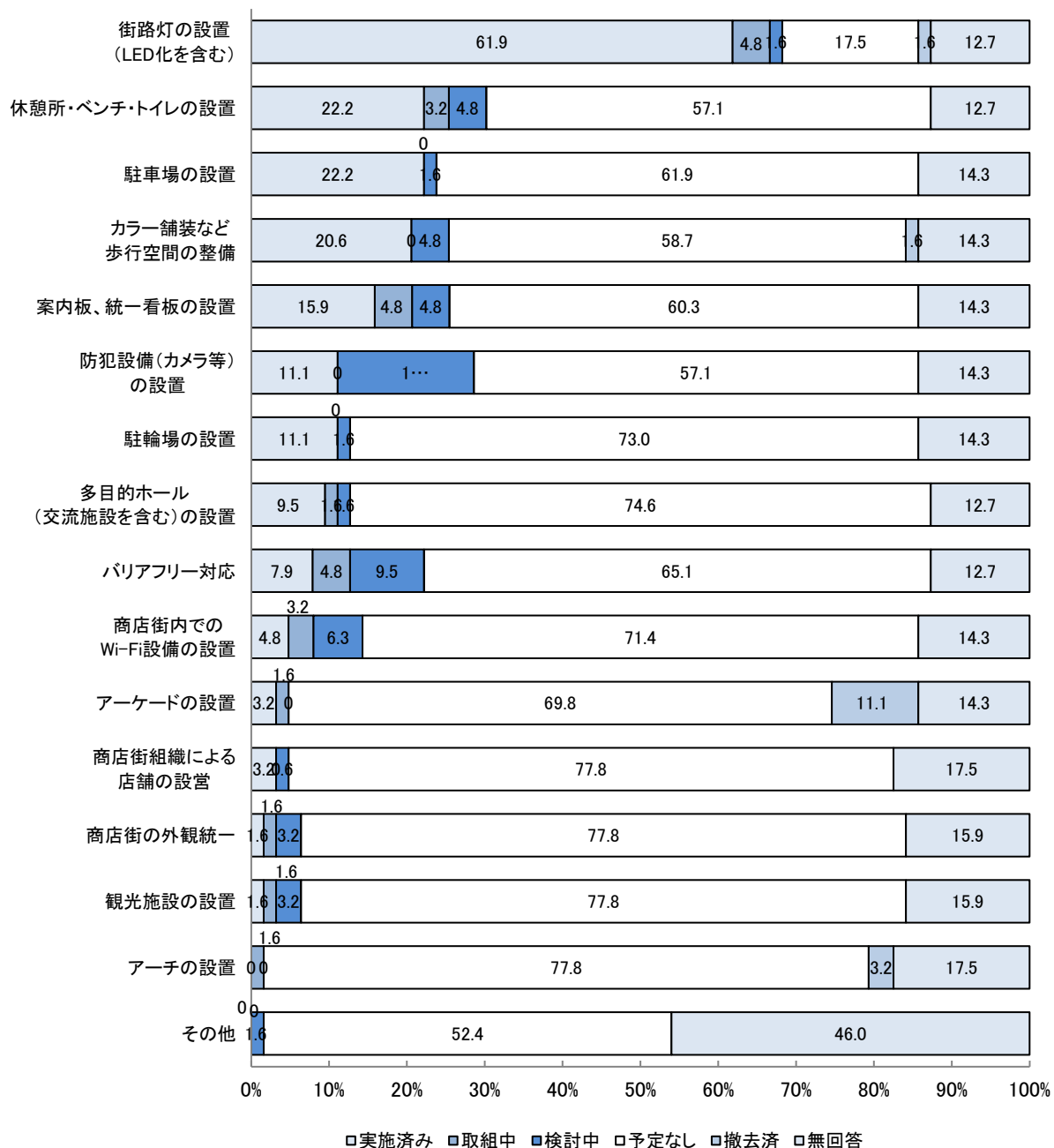


4-3 商店街が実施しているハード事業

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）（61.9%）」、「休憩所・ベンチ・トイレの設置（22.2%）」、「駐車場の設置（22.2%）」が上位を占めている。

また、検討中のハード事業は、「防犯設備（カメラ等）の設置（17.5%）」、「バリアフリー対応（9.5%）」が主なものとなっている。

図表30 商店街が実施しているハード事業



4-4 キャッシュレス決済の取組

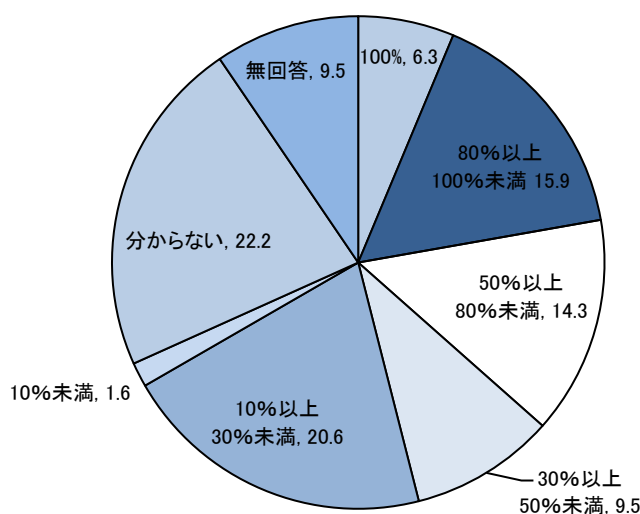
キャッシュレス決済の取組状況については、50%以上の店舗で導入している商店街が36.5%、10%～50%未満の店舗で導入している商店街が30.1%となっている。

キャッシュレス決済の導入のための取組は、「各個店への決済事業者の紹介・あっせん(21.6%)」、「決済事業者との包括契約締結による手数料軽減(5.9%)」となっている。

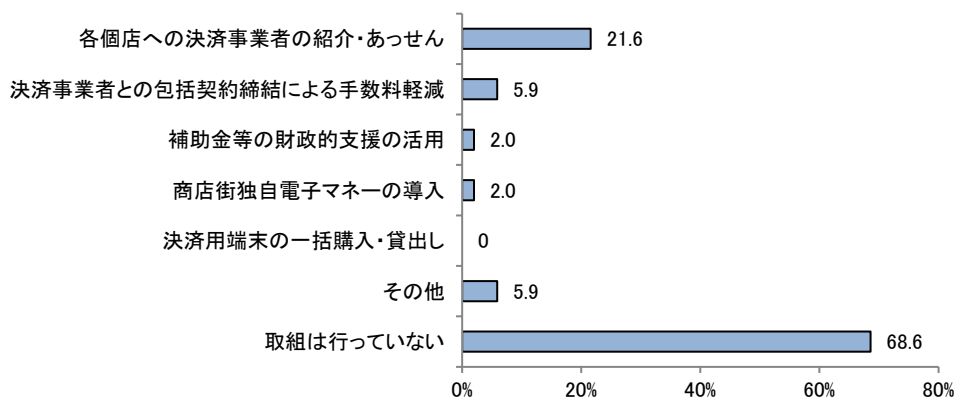
キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与は、「売上の拡大(27.0%)」、「現金管理の手間の削減(24.3%)」となっている。

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(53.2%)」、「端末等の操作・利用方法が難しい(27.7%)」となっている。

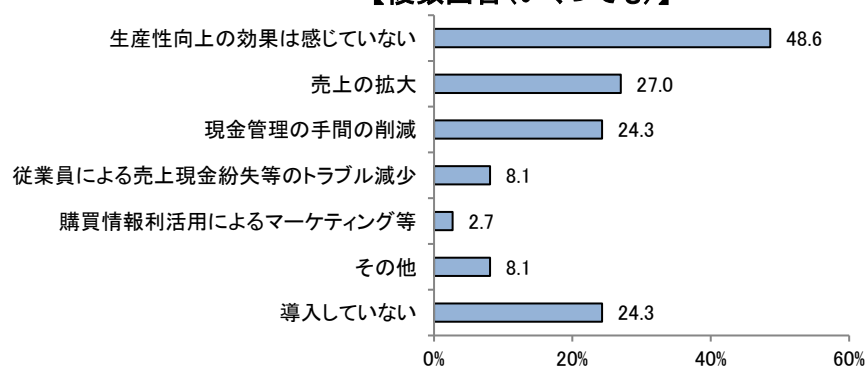
図表31 キャッシュレス決済の取組状況



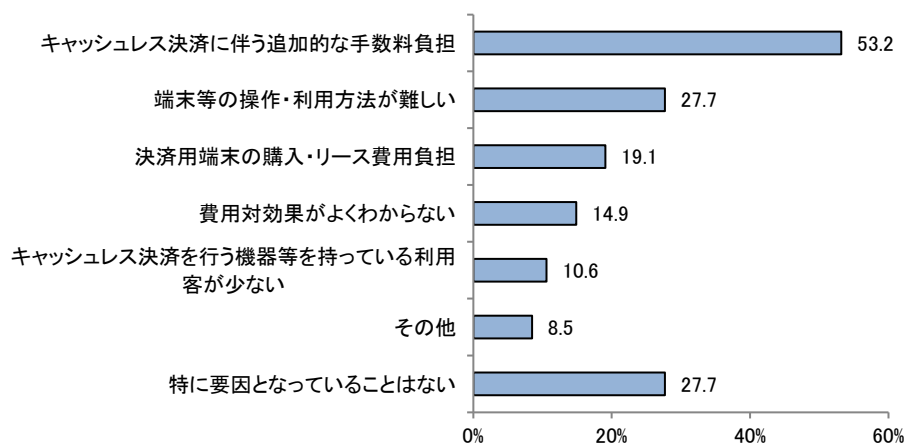
図表32 キャッシュレス決済の導入推進のための取組
【複数回答(いくつでも)】



図表33 キャッシュレス決済の導入による生産性への寄与
【複数回答(いくつでも)】



図表34 キャッシュレス決済の導入が進まない要因
【複数回答(いくつでも)】



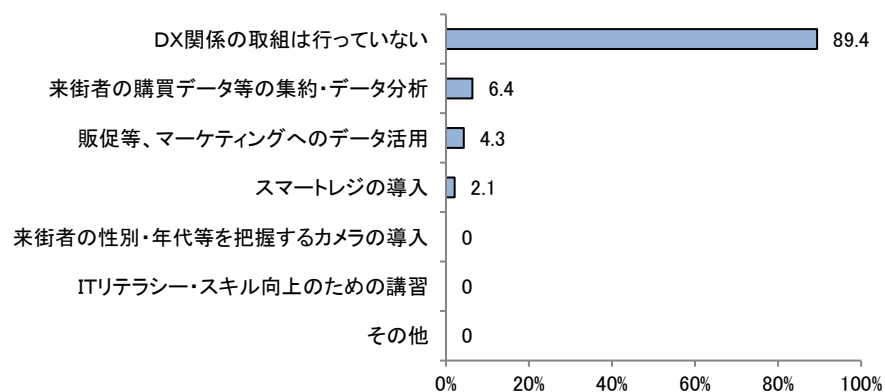
4-5 デジタルトランスフォーメーション実現のための取組

キャッシュレス決済以外のDX（デジタルトランスフォーメーション）実現への取組状況については、「DX関係の取組は行っていない」が89.4%となっている。

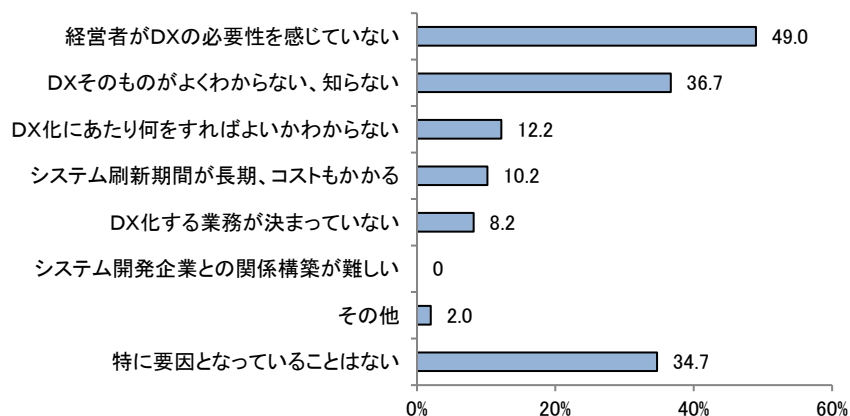
取組内容をみると、「来街者の購買データ等の集約・データ分析（6.4%）」、「販促等、マーケティングへのデータ活用（4.3%）」、となっている。

DX導入が進まない要因については、「経営者がDXの必要性を感じていない（49.0%）」、「DXそのものがよくわからない、知らない（36.7%）」、「DX化にあたり何をすればよいかわからない（12.2%）」の順に多くなっている。

図表35 キャッシュレス決済以外のDXの取組
【複数回答(いくつでも)】



図表36 DXの導入が進まない理由
【複数回答(いくつでも)】



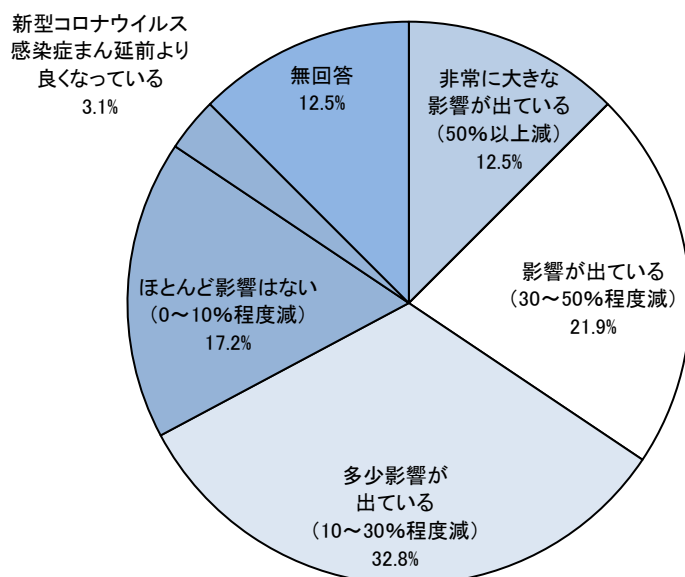
5 その他

5-1 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響

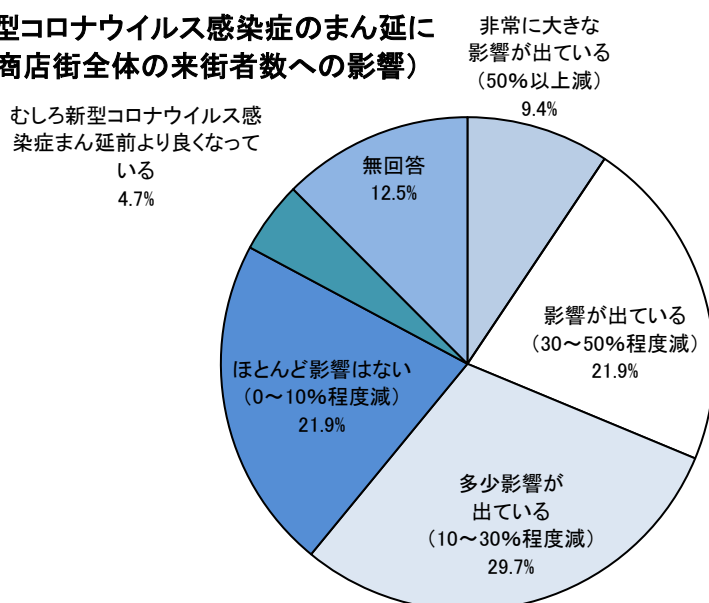
新型コロナウイルス感染症のまん延による影響について、商店街全体の売上高への影響については、「非常に大きな影響が出ている（50%以上減）（12.5%）」、「影響が出ている（30～50%程度減）（21.9%）」、「多少影響が出ている（10～30%程度減）（32.8%）」と全体の7割近くは『影響が出ている』となっている。

商店街全体の来街者への影響についても同様の傾向で、全体の6割は『影響が出ている』となっている。

図表37 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)



図表38 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響(商店街全体の来街者数への影響)



商店街全体の空き店舗への影響については、全体の4割超は『影響が出ている』となっている。

図表39 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響(商店街全体の空き店舗への影響)

