

平成 26 年度
商店街実態調査報告書の概要

平成27年3月
栃木県産業労働観光部

目 次

I 調査概要	1
1. 調査概要	1
2. 調査商店街の区分	1
II 調査結果概要	2
1. 商店街の店舗構成	2
2. 商店街の現況と変化	3
3. 商店街の現況と問題点	7
4. 空き店舗の状況とその活用	10
5. 大型店や他の商店街との関係	14
6. 商店街が実施する各種事業	17
7. 支援等	22

I 調査概要

1. 調査概要

① 調査目的	本調査は、商店街の実態を把握することで、今後の商業振興のための基礎資料とすることを目的とする。
② 調査期日	平成 26 年 7 月 1 日現在
③ 調査対象	栃木県内の商店街（区域が重複している連合組織等を除く。） 197ヶ所 ※ 本調査でいう「商店街」とは、小売業、サービス業等を営む者の店舗等が中心となって街区を形成し、これらが何らかの組織（例えば、〇〇商店街振興組合、〇〇商店街事業協同組合、〇〇商店会などの組織があるもので、法人格の有無及びその種類を問わない。）を形成しているものをいう。
④ 調査方法	商工会・商工会議所の面談方式によるアンケート調査
⑤ 調査項目	(1) 商店街の概要 (2) 商店街の現況と変化 (3) 商店街の現況と問題点 (4) 空き店舗の状況とその活用 (5) 大型店や他の商店街との関係 (6) 商店街が実施する各種事業 (7) 支援等
⑥ 回収状況	回収数 184 サンプル（有効回収率 93.4%）

2. 調査商店街の区分

184 サンプルの商店街は、次のとおりである。

組織形態		法人	商店街振興組合	13ヶ所（7.1%）
			商店街事業協同組合	2ヶ所（1.1%）
			任意団体	169ヶ所（91.8%）
集計区分	地域		県北	61ヶ所（33.2%）
			県央	79ヶ所（42.9%）
			県南	44ヶ所（23.9%）
	立地環境		中心市街地	95ヶ所（51.6%）
			住宅地	27ヶ所（14.7%）
			駅前	28ヶ所（15.2%）
			郊外	15ヶ所（8.2%）
			観光地	16ヶ所（8.7%）
			その他	3ヶ所（1.6%）
	商業集積タイプ		近隣型商店街	97ヶ所（52.7%）
			地域型商店街	66ヶ所（35.9%）
			広域型商店街	21ヶ所（11.4%）

Ⅱ 調査結果概要

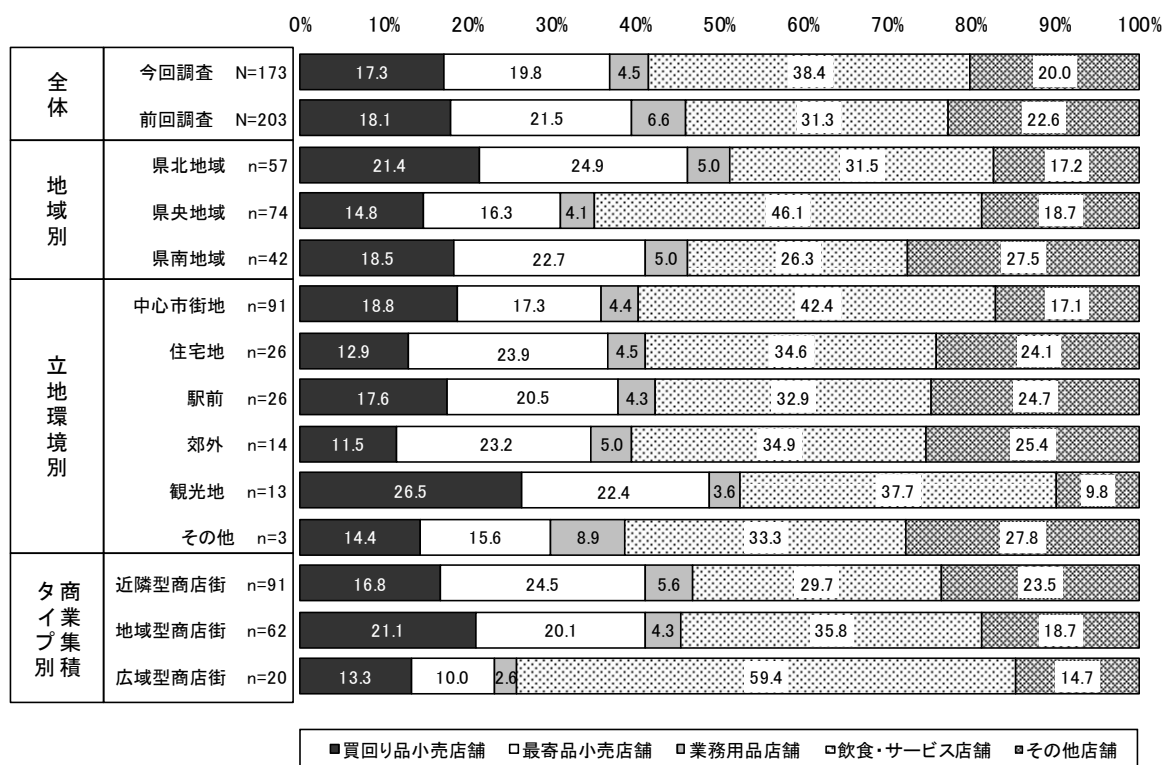
1. 商店街の店舗構成

- 商店街区域内の総店舗数（有効回答商店街 173 ヶ所の合計）は 6,019 店で、1 商店街あたりの平均店舗数は 34.8 店である。このうち商店街組織加入店舗割合は 60.9%である。（図表-1）
- 業種別店舗構成（総店舗数に占める割合）は、「飲食・サービス店舗」（38.4%）の割合が最も高く、次いで「その他店舗」（20.0%）、「最寄品小売店舗」（19.8%）である。地域別で見ると、県央地域で「飲食・サービス店舗」（46.1%）の割合が特に高い。（図表-2）

図表- 1 1商店街あたりの平均店舗数

有効回答商店街数	173
店舗合計（店）	6,019
うち商店街組織加入店舗数（店）	3,666
商店街組織加入店舗数割合（%）	60.9
1商店街あたり平均店舗（店）	34.8
うち商店街組織加入平均店舗数（店）	21.2

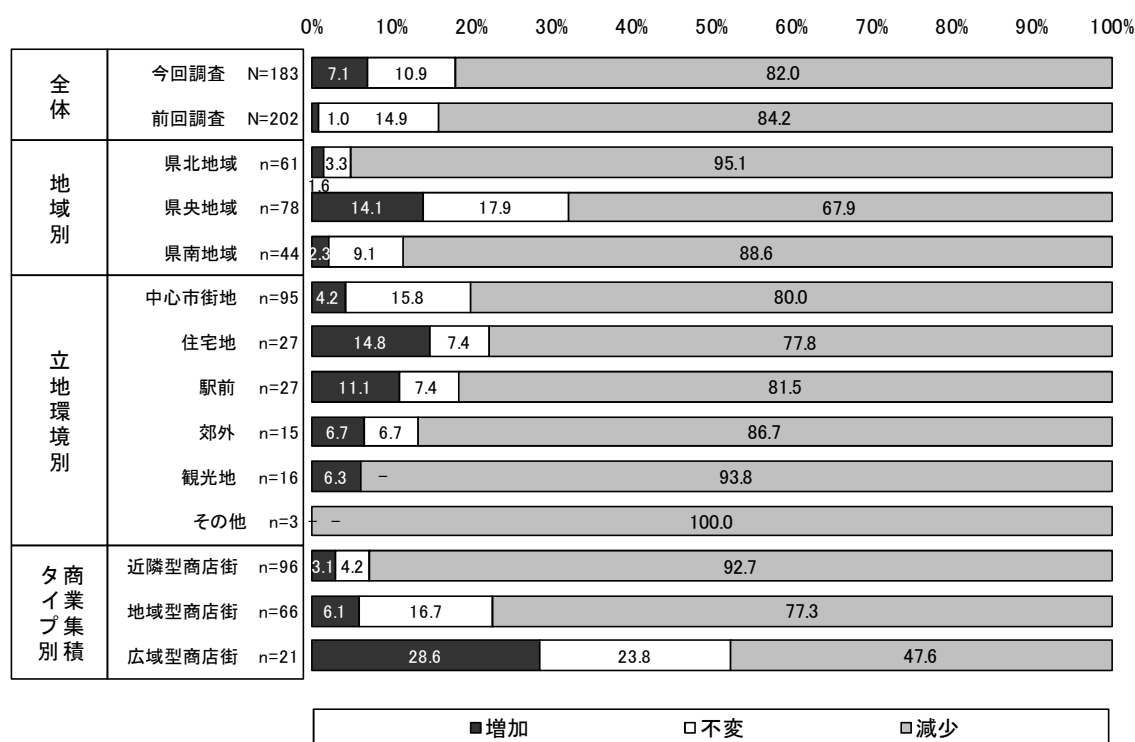
図表- 2 業種別店舗構成



2. 商店街の現況と変化

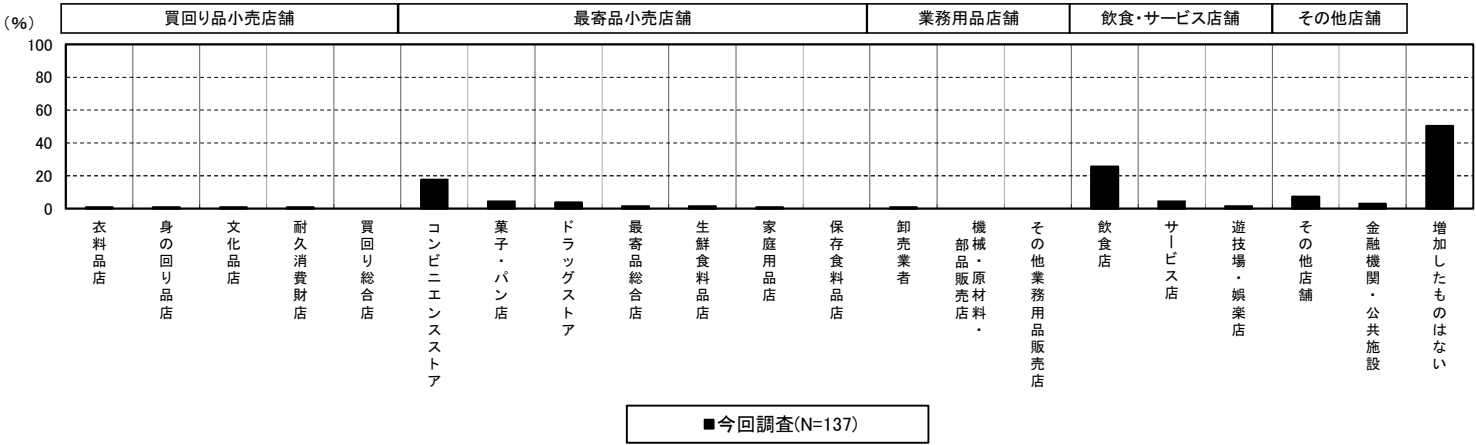
- 5年前と比べた商店街区域内の総店舗数は、「減少」が約8割を占める。(図表-3)
- 5年前と比べて増加した店舗の種類は、「飲食店」(25.5%)の割合が最も高く、次いで「コンビニエンスストア」(17.5%)であり、逆に減少した店舗の種類は、「飲食店」(31.3%)の割合が最も高く、次いで「生鮮食料品店」(23.9%)、「衣料品店」(23.3%)である。(図表-4、図表-5)
- 商店街来街者の主な客層は、「高齢者(おおよそ65才以上)」(74.5%)、「主婦」(72.3%)の割合が高く、これに「仕事を持つ女性」「仕事を持つ男性」「家族連れ」が続いている。(図表-6)
- 5年前から現在までの商店街の来街客数は、「減少傾向」が約8割を占めているが、その割合は前回より減少している。一方、「増加傾向」の商店街は7.1%だが、前回に比べ3.6ポイント増加している。地域別では「県北地域」「県南地域」、立地環境別では「観光地」、商業集積タイプ別では「近隣型商店街」で、「減少傾向」が強い。(図表-7)
- 来街者の交通手段は、「徒歩・自転車」(79.2%)、「自家用車」(78.7%)の割合が高い。(図表-8)

図表-3 5年前と比べた総店舗数の変化



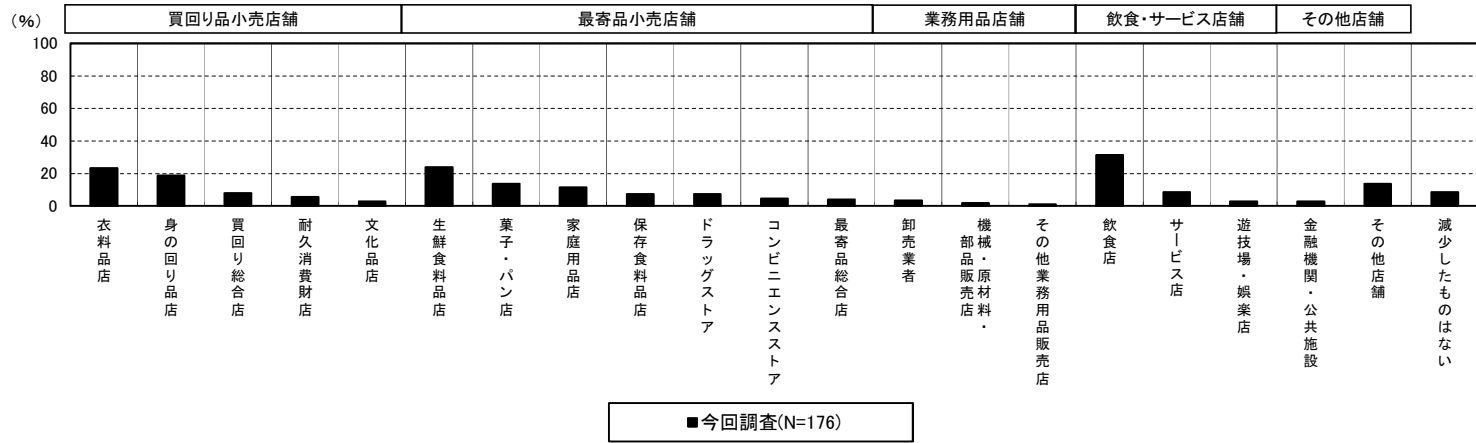
図表- 4 増加した店舗の種類（複数回答）

〔全体〕



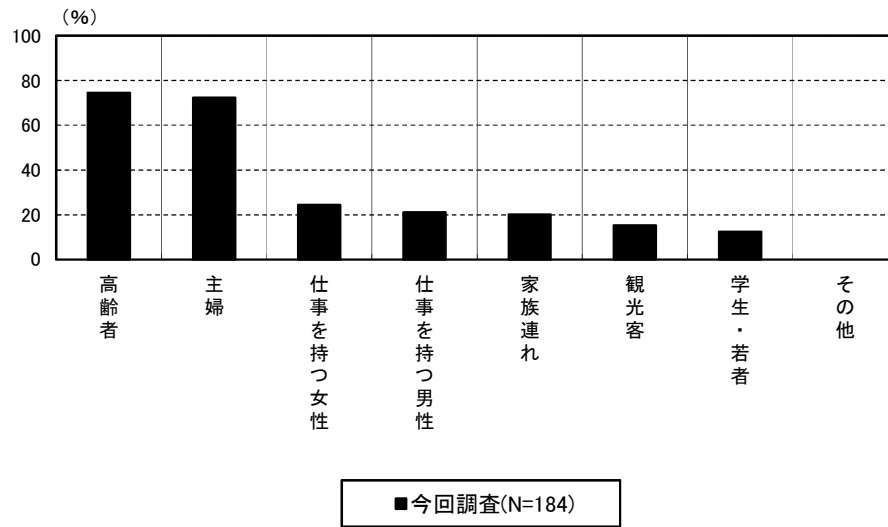
図表- 5 減少した店舗の種類（複数回答）

〔全体〕

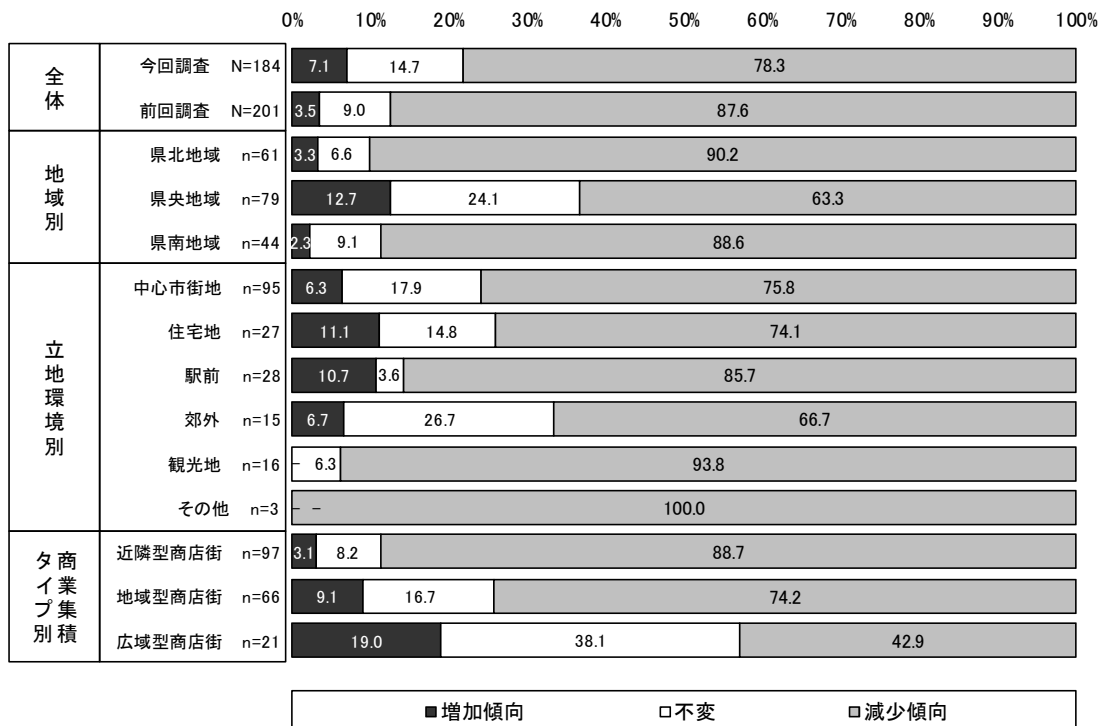


図表- 6 来街者の客層（複数回答）

〔全体〕

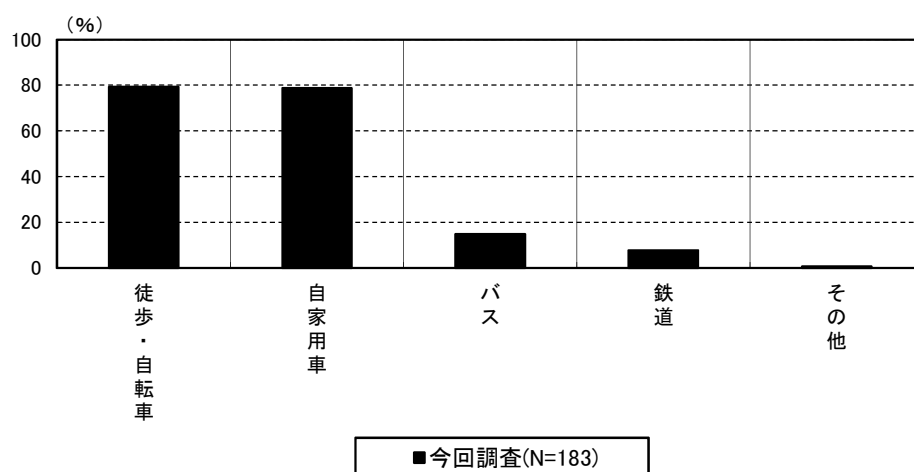


図表- 7 来街客数の変化



図表- 8 来街者の交通手段（複数回答）

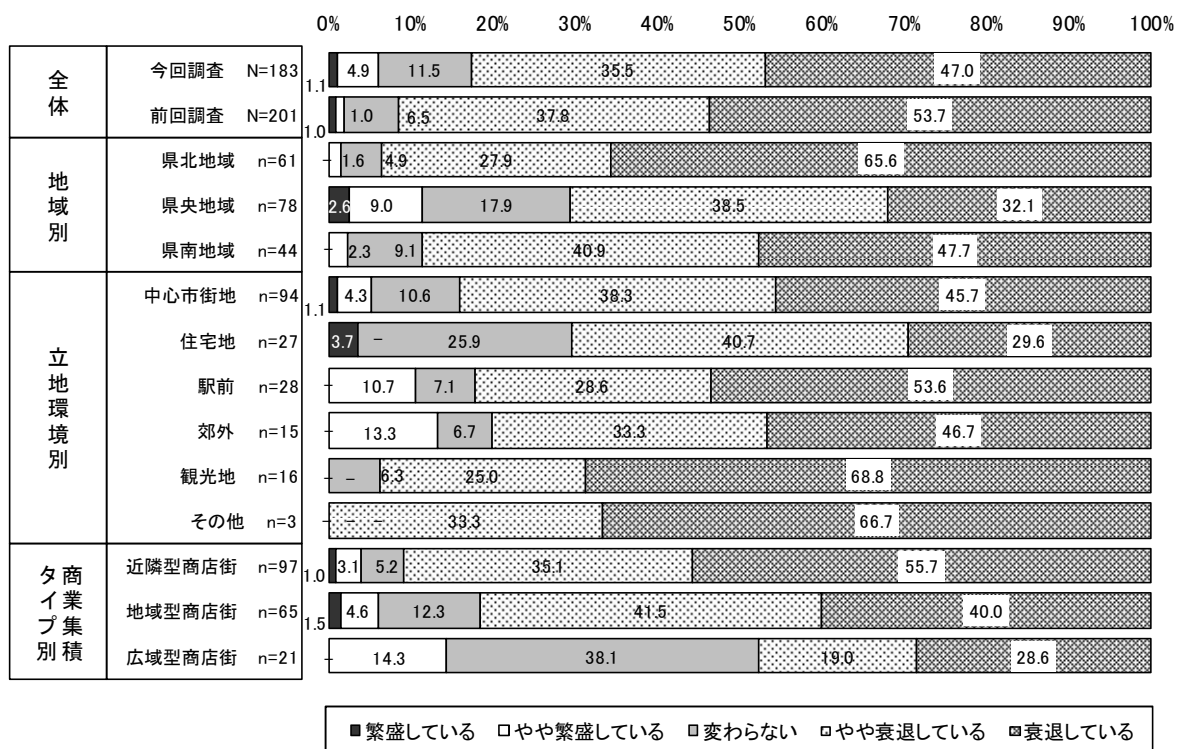
〔全体〕



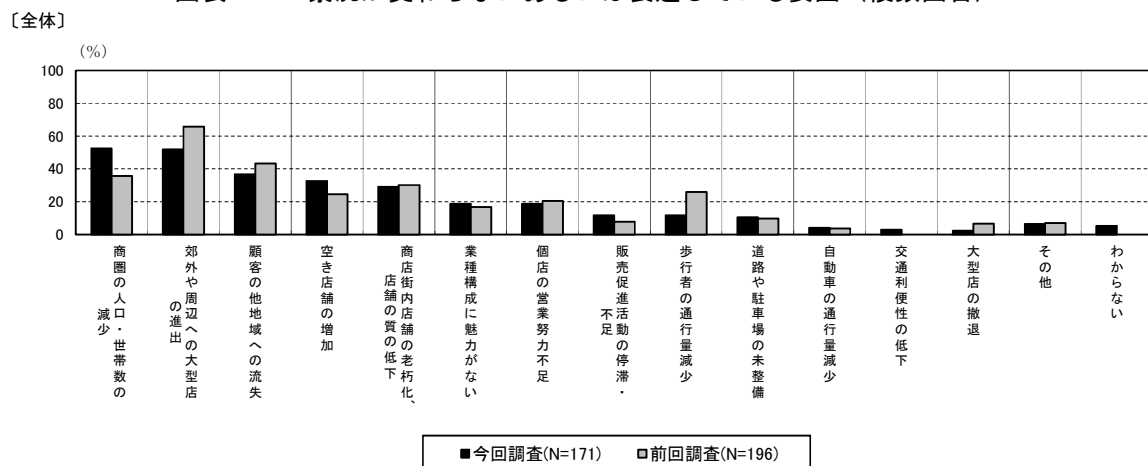
3. 商店街の現況と問題点

- 5年前と比べた商店街全体の景況は、「やや衰退している」「衰退している」で8割を占めるが、前回より、その割合は減少している。一方、「繁盛している」「やや繁盛している」の割合の合計は6.0%で、前回より4.0ポイント増加している。(図表-9)
- 景況が変わらない、あるいは衰退している要因は、「商圈の人口・世帯数の減少」(52.6%)の割合が最も高く、次いで「郊外や周辺への大型店の進出」(52.0%)である。(図表-10)

図表- 9 5年前と比べた商店街全体の景況

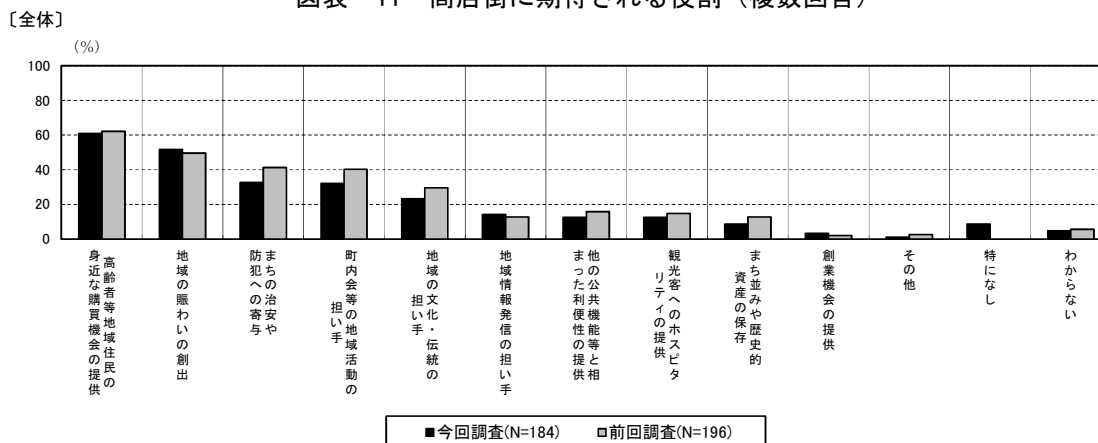


図表- 10 景況が変わらないあるいは衰退している要因 (複数回答)



- 商店街に期待される役割は、「高齢者等地域住民の身近な購買機会の提供」(60.9%)の割合が最も高く、次いで「地域の賑わいの創出」(51.6%)、「まちの治安や防犯への寄与」(32.6%)である。(図表-11)
- 商店街の強みは、「特になし」(49.1%)の割合が約半数を占め、「業種構成」(14.5%)、「駐車場がある」(13.3%)が続いている。(図表-12)
- 商店街が直面している課題は、「後継者不足」(61.2%)の割合が最も高く、これに「店舗老朽化」(33.3%)、「商圈人口の減少」(28.4%)が続いている。(図表-13)

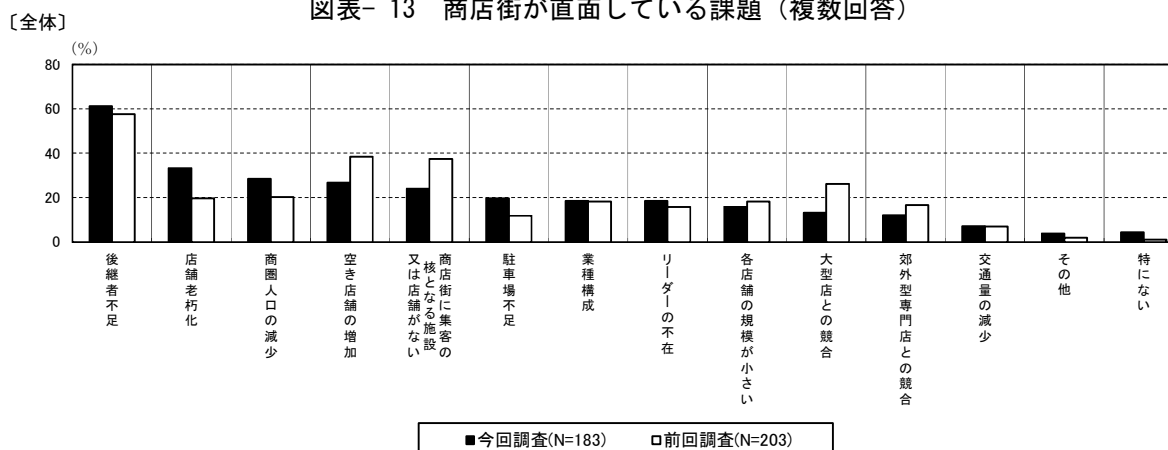
図表- 11 商店街に期待される役割（複数回答）



図表- 12 商店街の強み（複数回答）

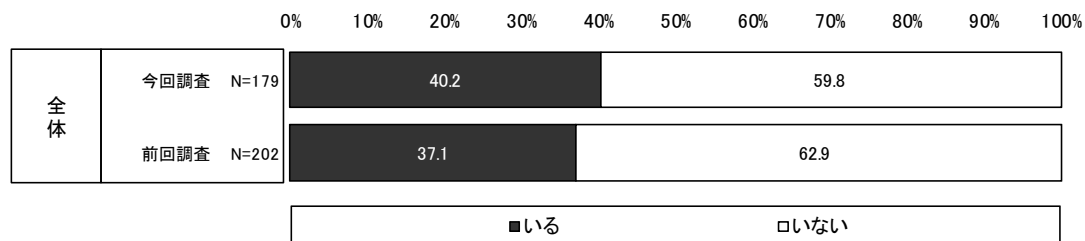


図表- 13 商店街が直面している課題（複数回答）

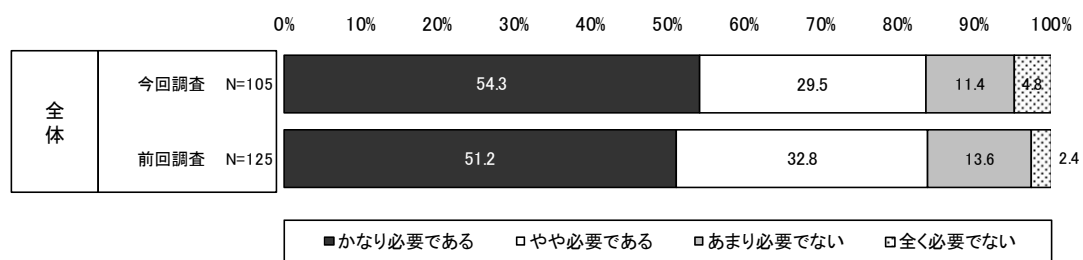


- 商店街組織に次世代のリーダーが「いる」商店街は40.2%であり、前回調査と比較すると、3.1ポイント増加している。(図表-14)
- 次世代のリーダーが「いない」商店街のうち、リーダーの養成を必要としている商店街は、「かなり必要である」(54.3%)と「やや必要である」(29.5%)の合計で83.8%となっている。(図表-15)
- 商店街の10年後の見通しについては、「繁盛している」(5.1%)、「やや繁盛している」(10.7%)、「変わらない」(15.3%)、「やや衰退している」(24.9%)、「衰退している」(44.1%)となっている。商業集積タイプ別にみると、広域型商店街で「繁盛している」(14.3%)、「やや繁盛している」(33.3%)の割合が高くなっている。(図表-16)

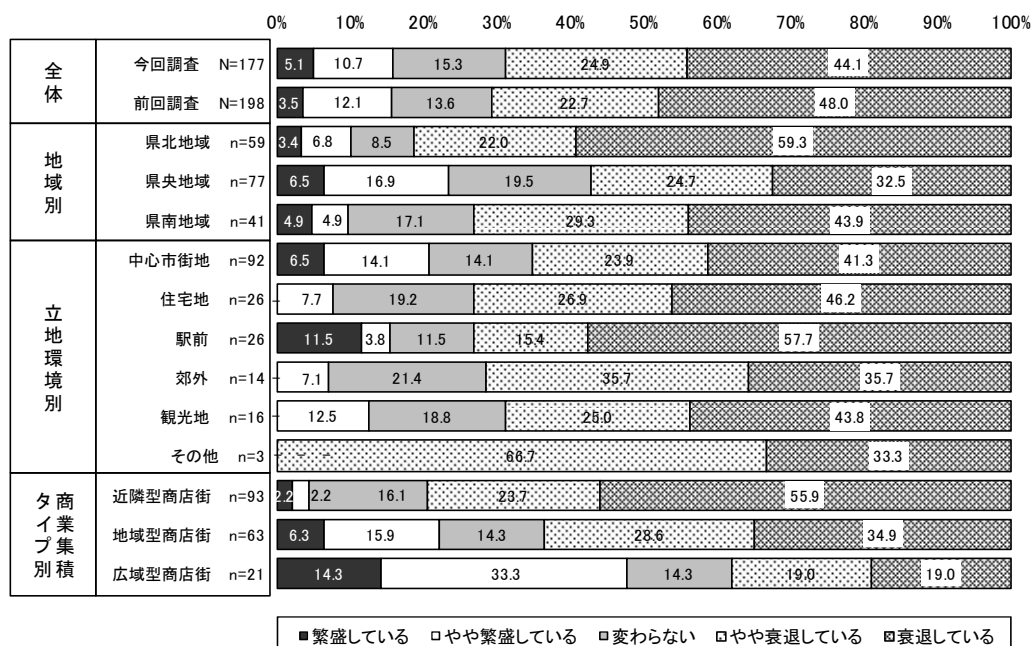
図表- 14 次世代リーダーの有無



図表- 15 リーダーの養成の必要性



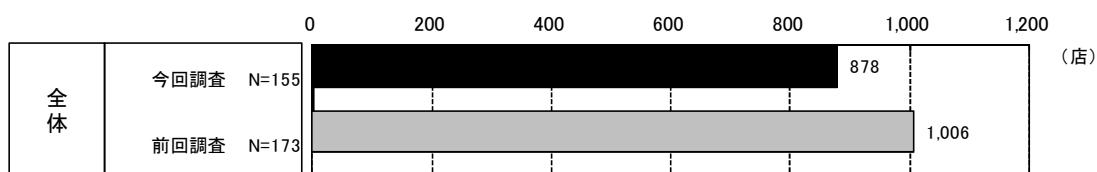
図表- 16 商店街の10年後



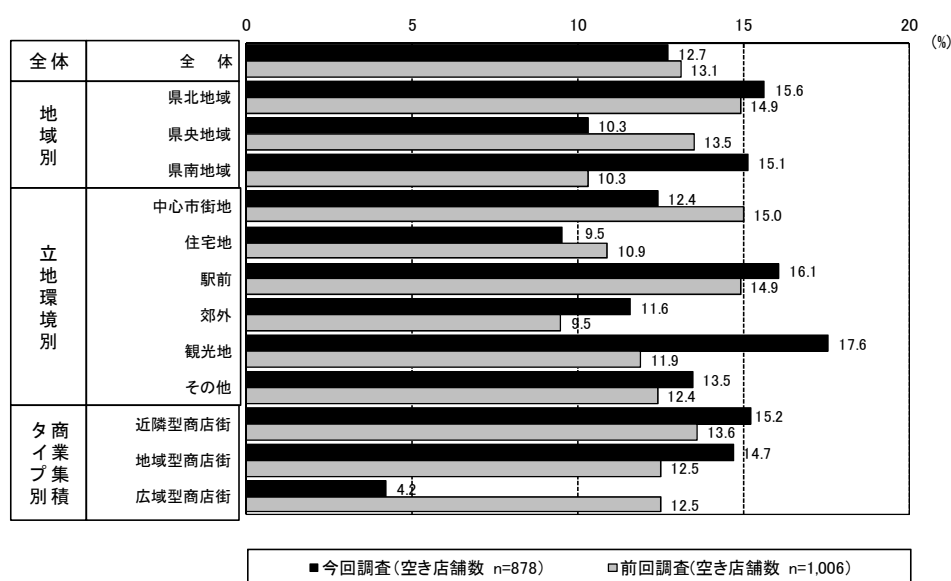
4. 空き店舗の状況とその活用

- 商店街の空き店舗数は、空き店舗がある 155 商店街の合計で 878 店、1 商店街当たり平均 5.7 店である。(図表-17)
- 商店街の空き店舗率は 12.7% で、前回より 0.4 ポイント減少している。地域別にみると、県央地域 (10.3%) では他の地域よりも空き店舗率が低く、前回より 3.2 ポイント減少している。立地環境別にみると、観光地 (17.6%) は、他の立地環境より空き店舗率が高い。商業集積タイプ別にみると、広域型商店街 (4.2%) の空き店舗率は最も低い。(図表-18)
- 空き店舗がある商店街の空き店舗数は、「3～5 店」(41.3%) の割合が最も高い。(図表-19)

図表- 17 空き店舗数（回答があった商店街の合計）



図表- 18 空き店舗率（回答のあった商店街の合計）



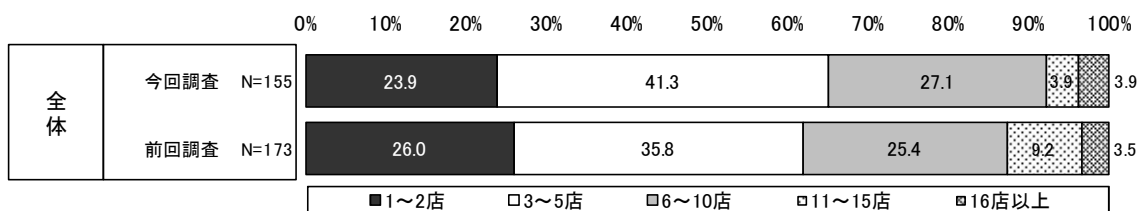
※ 空き店舗率

商店街の店舗数と空き店舗数から、次のとおり「空き店舗率」を算出した。

空き店舗率 (%) = 空き店舗の合計数 / (店舗の合計数 + 空き店舗の合計数)

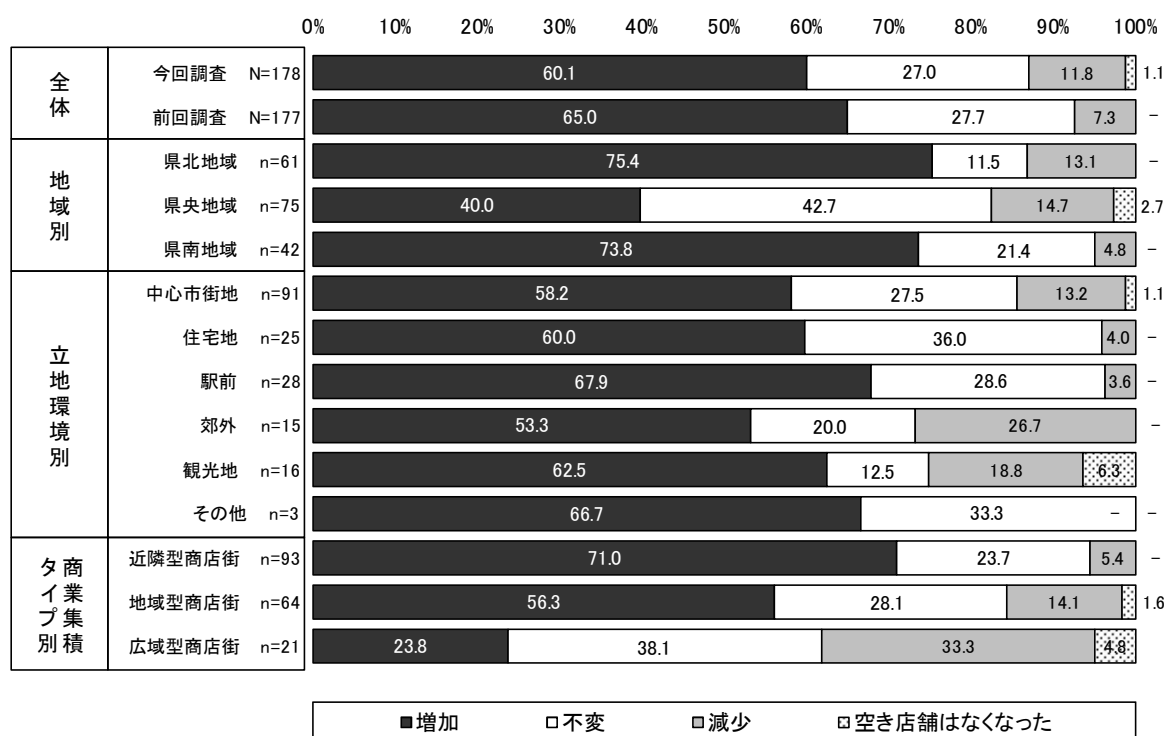
(店舗の合計数 = 6,019 店 2 頁参照)

図表- 19 空き店舗がある商店街の空き店舗数

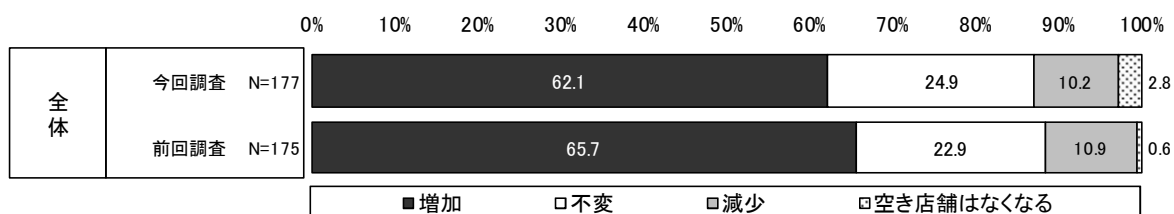


- 5年前と比べた商店街区域内の空き店舗数は、「増加」が60.1%で、前回より4.9ポイント減少している。一方「減少」は11.8%で、前回より4.5ポイント増加している。また「空き店舗はなくなった」商店街が2ヶ所（1.1%）あった。地域別にみると、県北地域（75.4%）、県南地域（73.8%）で「増加」の割合が高い。商業集積タイプ別に見ると、広域型商店街（23.8%）では「増加」の割合が低い。（図表-20）
- 今後の空き店舗数の見通しは、「増加」が6割強を占めているが、5ヶ所（2.8%）の商店街が「空き店舗はなくなる」と回答している。（図表-21）

図表- 20 5年前と比べた空き店舗数の変化

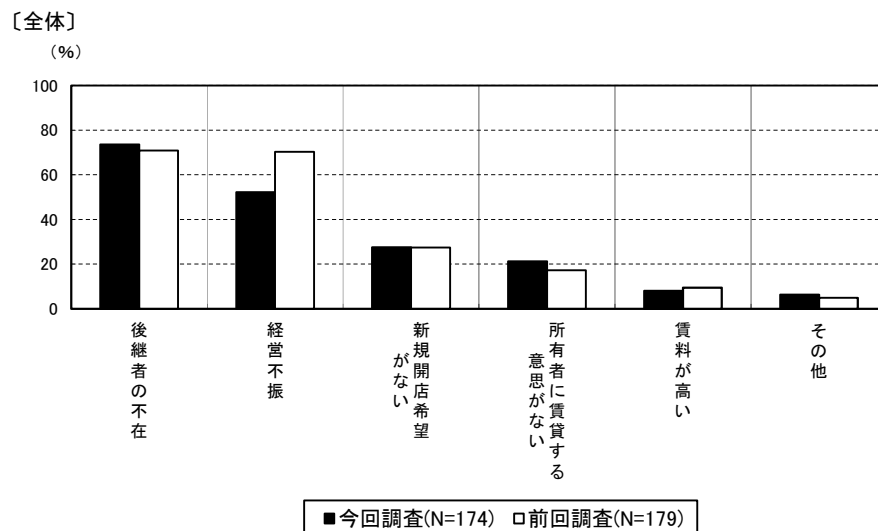


図表- 21 今後の空き店舗数の変化

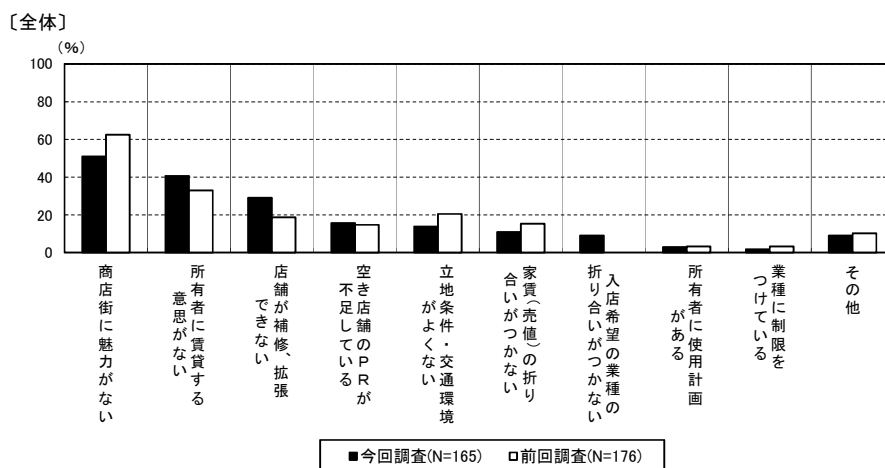


- 空き店舗の発生原因は、「後継者の不在」(73.6%)の割合が最も高く、次いで「経営不振」(52.3%)である。(図表-22)
- 空き店舗の状態が続いている理由は、「商店街に魅力がない」(50.9%)の割合が最も高い。(図表-23)
- 所有者に賃貸の意思がない空き店舗の割合は、「50%以上 80%未満」が23.5%、「80%以上」が22.9%となっている。よって商店街の空き店舗のうち、所有者に賃貸の意思がないものが半分以上となっている商店街が、全体の4割強を占めている。(図表-24)

図表- 22 空き店舗の発生原因（複数回答）

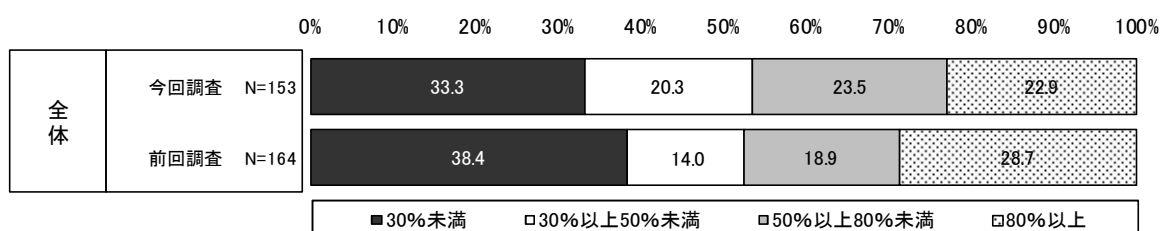


図表- 23 空き店舗の状態が続いている理由（複数回答）



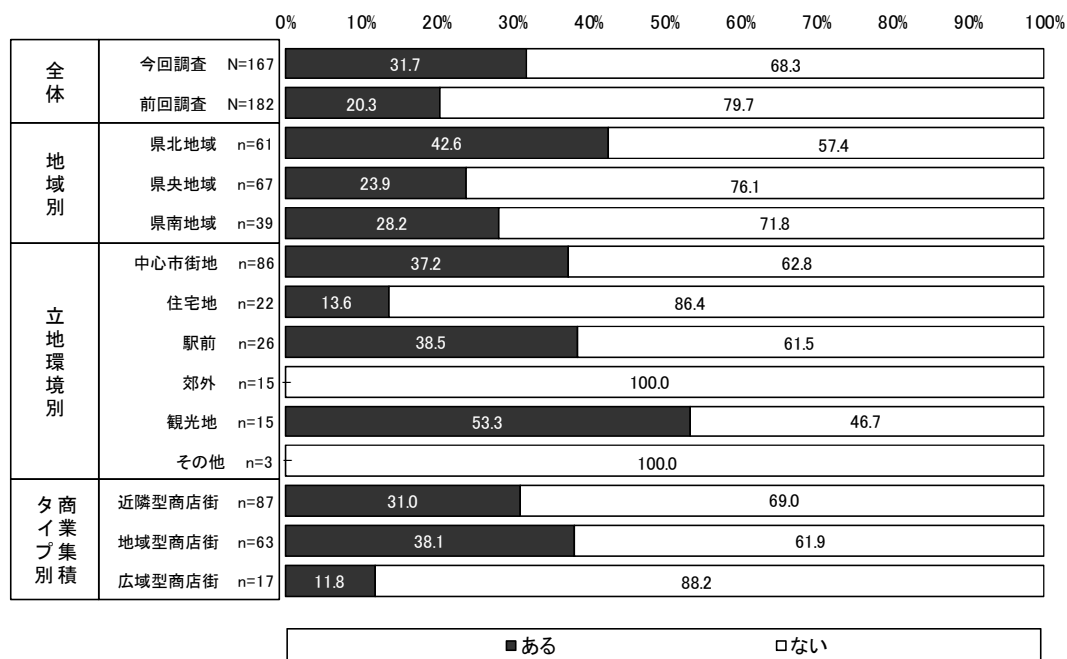
※「入店希望の業種の折り合いがつかない」は、前回調査に調査項目なし。

図表- 24 所有者に賃貸の意思がない空き店舗の割合



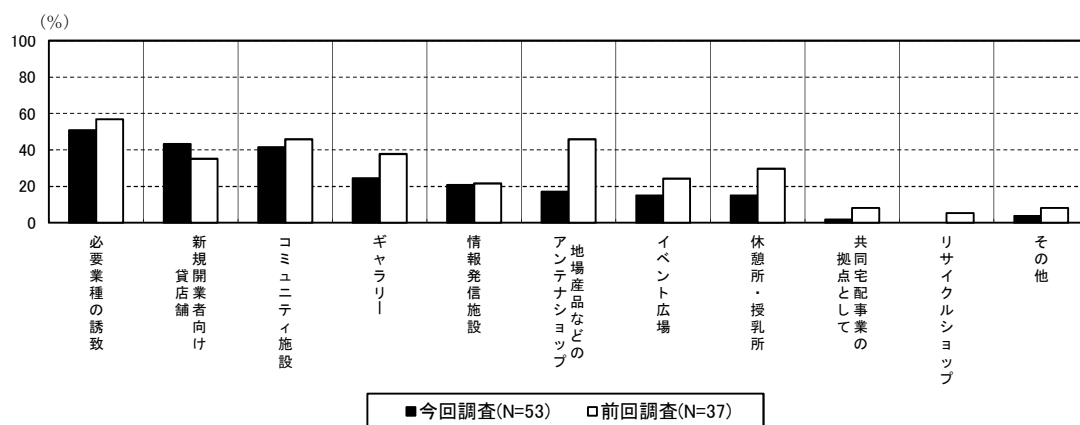
- 商店街で空き店舗を活用する意向は、「ある」が31.7%で、前回より11.4ポイント増加している。立地環境別では「郊外」で全く活用意向が無い一方で、「観光地」では活用意向がある商店街が、5割を超えている。(図表-25)
- その活用方法は、「必要業種の誘致」(50.9%)の割合が最も高く、次いで「新規開業向け貸店舗」(43.4%)、「コミュニティ施設(保育サービス、高齢者交流施設等)」(41.5%)である。(図表-26)

図表- 25 空き店舗の活用意向



図表- 26 空き店舗の活用方法（複数回答）

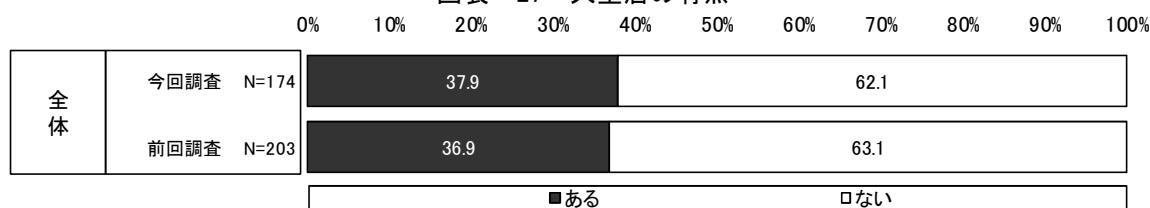
〔全体〕



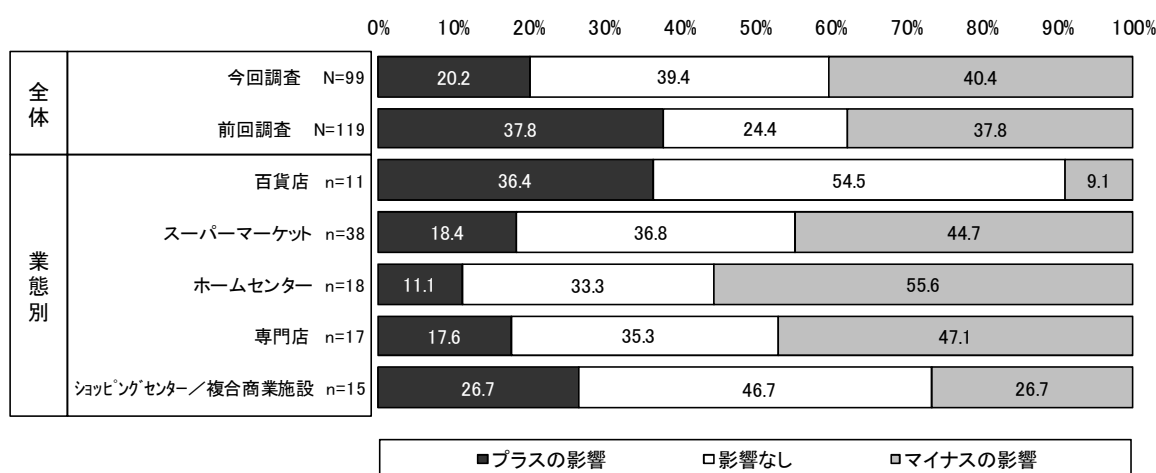
5. 大型店や他の商店街との関係

- 商店街区域内に大型店（売場面積500㎡以上）が「ある」商店街は、37.9%である。（図表-27）
- 商店街区域内の大型店から受ける影響は、「プラスの影響」が20.2%で、前回より17.6ポイント減少しており、「影響なし」が39.4%で、前回より15ポイント増加している。業態別で見ると、百貨店は他の業態に比べて、「プラスの影響」（36.4%）の割合が高く、「マイナスの影響」（9.1%）の割合が低い。（図表-28）
- 5年前と比較した商店街区域内にある大型店との競合度は、前回同様「変化なし」（69.6%）の割合が最も高い。（図表-29）

図表- 27 大型店の有無

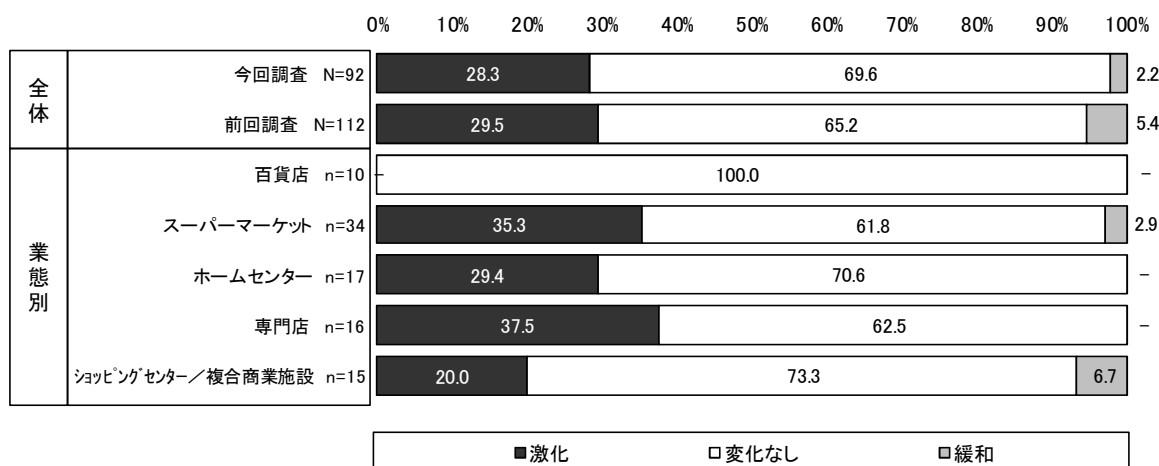


図表- 28 大型店の影響



※ 「N」は回答数を記載している。

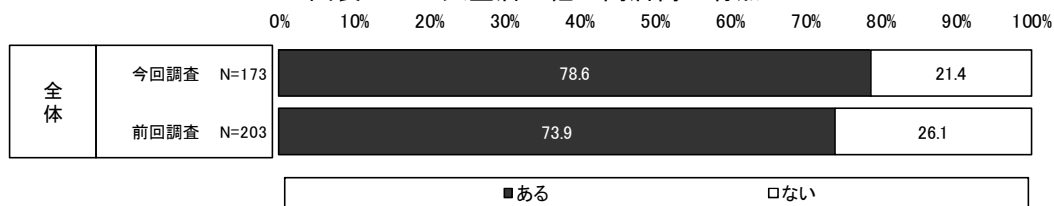
図表- 29 大型店との競合度（5年前と比較した変化）



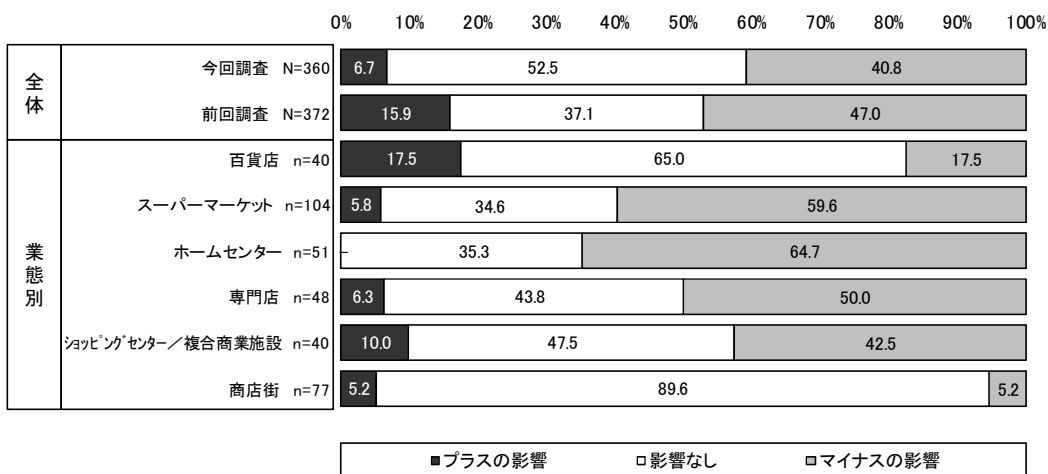
※ 「N」は回答数を記載している。

- 商店街周辺（1.5km以内）に大型店（売場面積500㎡以上）又は他の商店街が「ある」商店街は、78.6％である。（図表-30）
- 商店街周辺にある大型店・他の商店街から受ける影響は、「影響なし」（52.5％）の割合が最も高く、前回に比べ 15.4 ポイント増加している。業態別で見ると、スーパーマーケット、ホームセンター、専門店は、いずれも「マイナスの影響」が半数以上を占めている。（図表-31）
- 5 年前と比較した商店街周辺にある大型店・他の商店街との競合度は、「変化なし」（74.0％）の割合が最も高く、「激化」（24.0％）は前回に比べ 8.1 ポイント減少している。（図表-32）

図表- 30 大型店・他の商店街の有無

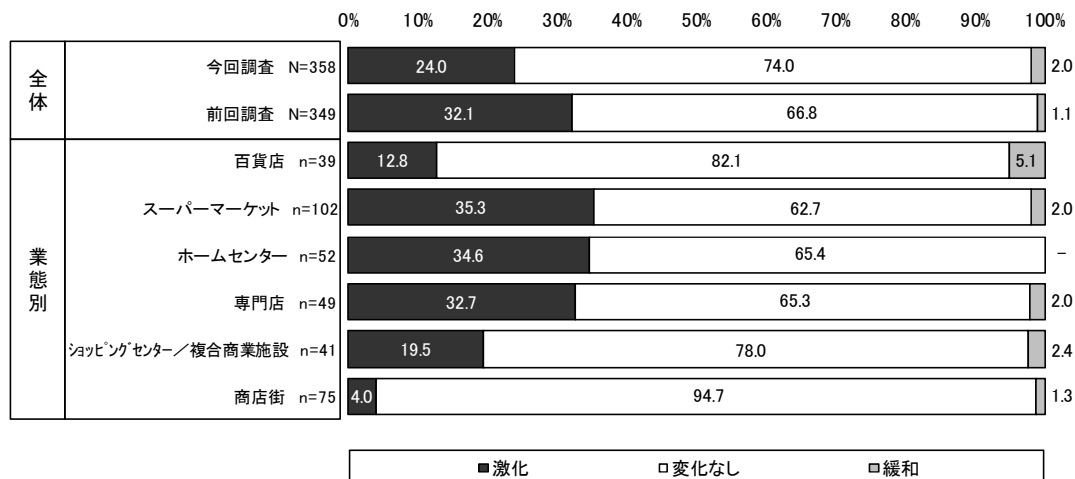


図表- 31 大型店・他の商店街の影響



※ 「N」は回答数を記載している。

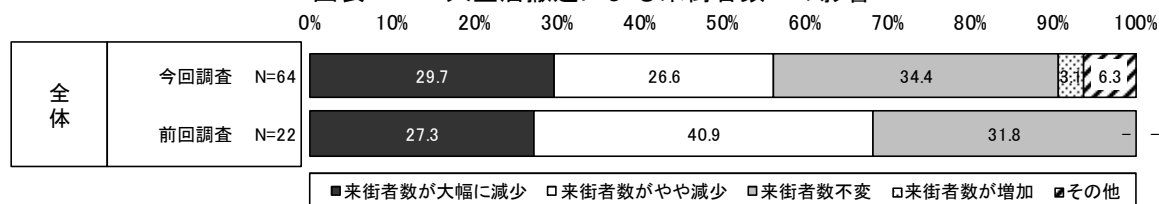
図表- 32 大型店・他の商店街との競合度（5 年前と比較した変化）



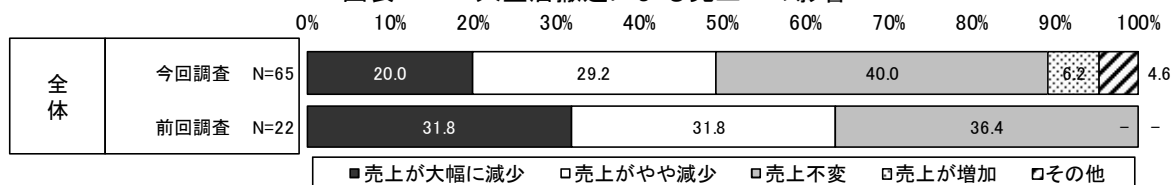
※ 「N」は回答数を記載している。

- 5年以内に商店街区域内や周辺から大型店が撤退している場合の商店街の来街者数及び売上への影響は、「来街者数の減少」(56.3%)、「売上の減少」(49.2%)の割合が、どちらも前回より減少している。(図表-33、図表-34)
- 来街者増加のための大型店の必要性をみると、「必要」は全体で33.3%であるが、立地環境別では、「中心市街地」(43.3%)と「郊外」(46.7%)、商業集積タイプ別では、「広域型商店街」(60.0%)で、他と比べて必要とする割合が高い。(図表-35)

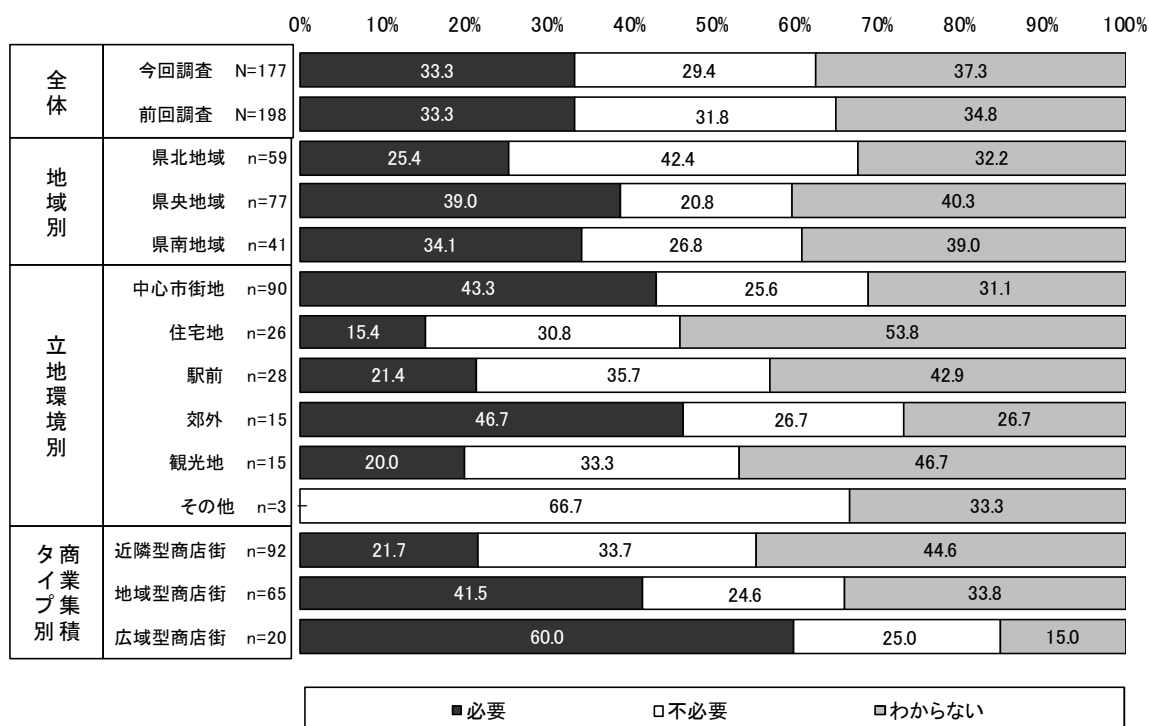
図表- 33 大型店撤退による来街者数への影響



図表- 34 大型店撤退による売上への影響



図表- 35 来街者増加のための大型店の必要性



6. 商店街が実施する各種事業

【共同経済事業】

- 現在までに実施した「共同経済事業」は、「イベント」(63.1%)の割合が最も高く、以下、「視察見学」「共同売り出し」「共同装飾」「講習会・研究会」「チラシによる共同宣伝」の順となっている。(図表-36A)
- 今後実施したい「共同経済事業」は、「イベント」(58.7%)の割合が最も高く、以下、「視察見学」「共同売り出し」「講習会・研究会」「共同装飾」の順となっている。(図表-36B)

【環境整備事業】

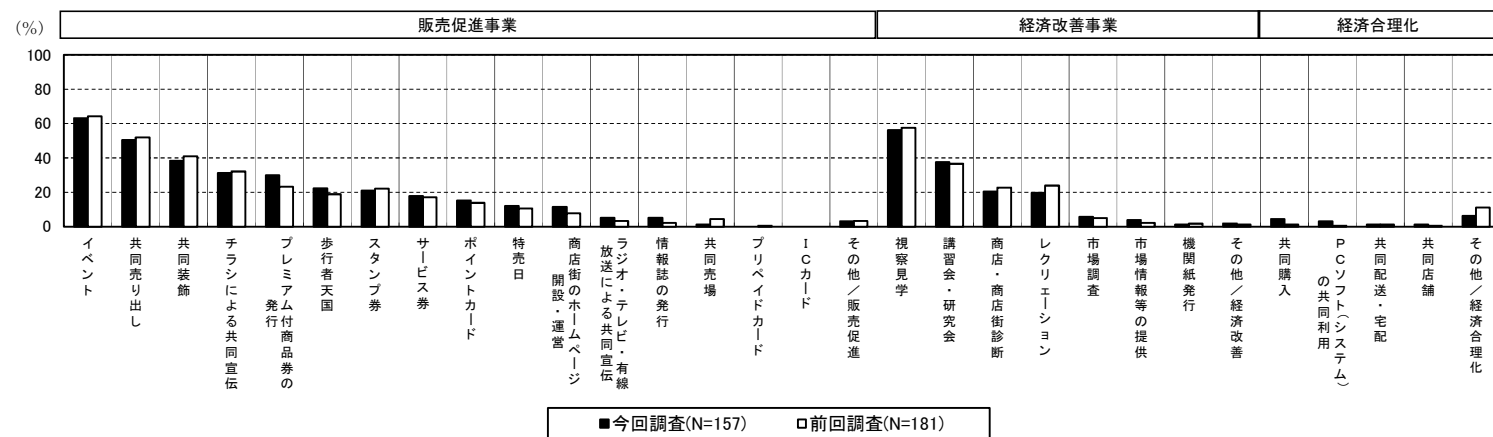
- 現在までに実施した「環境整備事業」は、「街路灯の設置」(77.0%)の割合が最も高く、以下、「街路灯のLED化」「花壇」「歩道整備」の順となっている。(図表-37A)
- 今後実施したい「環境整備事業」は、「街路灯のLED化」(48.0%)、「防犯設備(防犯カメラ等)」(39.4%)の割合が高く、「休憩所・休憩ベンチ」「駐車場」が続いている。(図表-37B)

【その他の事業】

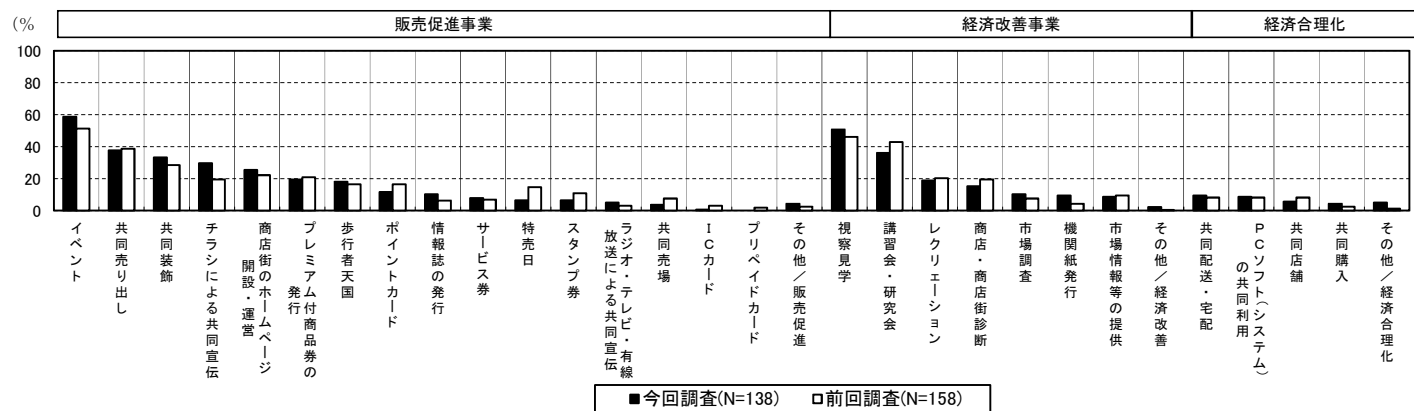
- 現在までに実施した「その他の事業」は、「商店街の魅力アップのための研修会等の開催」(55.2%)の割合が最も高く、以下、「地域の安全・安心のための事業」「地域ブランド事業」「高齢者向けの事業」「エコ事業」の順となっている。(図表-38A)
- 今後実施したい「その他の事業」は、「商店街の魅力アップのための研修会等の開催」(49.2%)の割合が最も高く、以下、「地域の安全・安心のための事業」「高齢者向けの事業」「地域ブランド事業」「エコ事業」の順となっている。(図表-38B)

図表- 36 共同経済事業の実施状況（複数回答）

〔A. 現在までに実施したもの〕



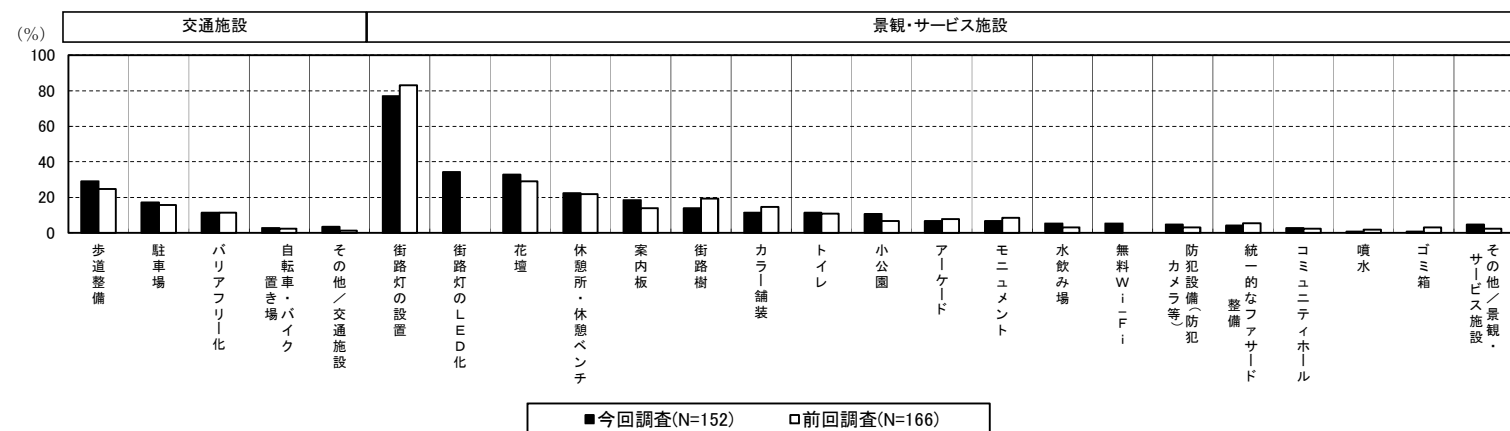
〔B. 今後、実施したいもの（継続実施を含む。）〕



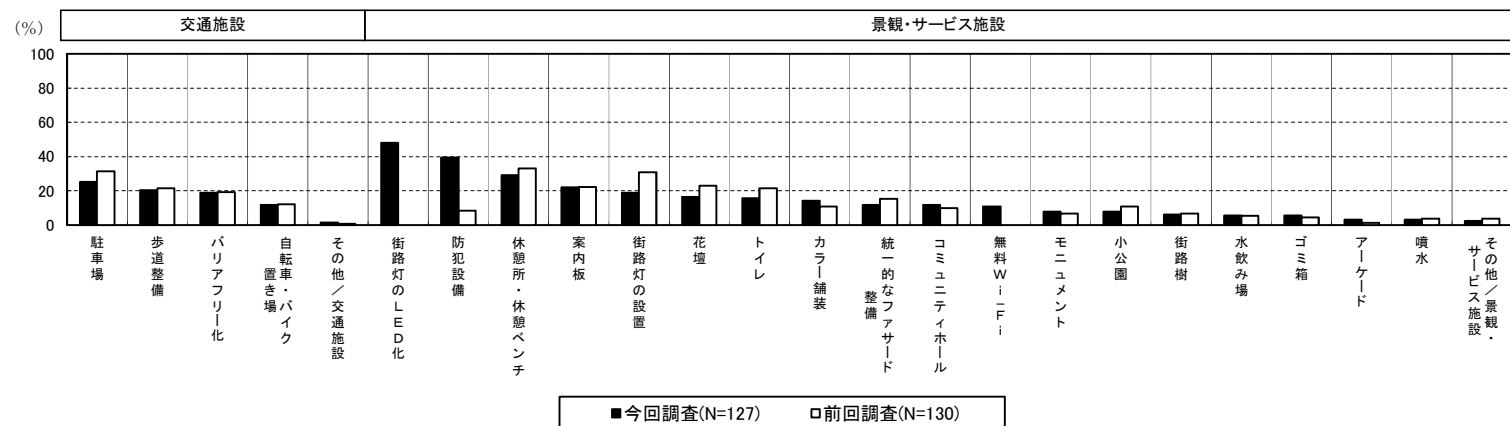
※ 「PCソフト（システム）の共同利用」は、前回調査では「コンピューターの共同利用」で調査している。

図表- 37 環境整備事業の実施状況（複数回答）

〔A. 現在までに設置したもの〕



〔B. 今後、設置したいもの〕

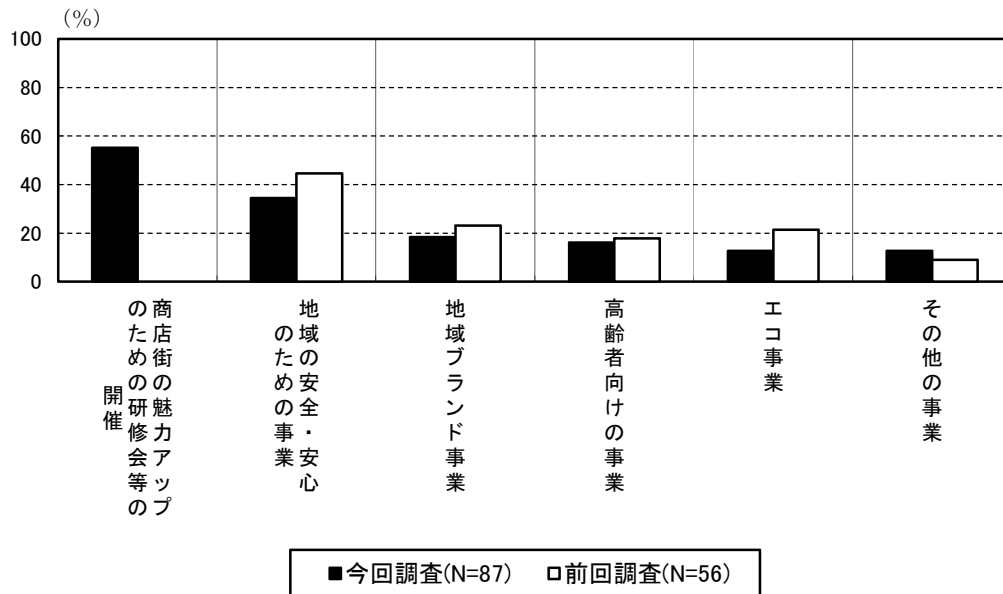


※ 「街路灯の設置」は、前回調査では「街路灯」で調査している。

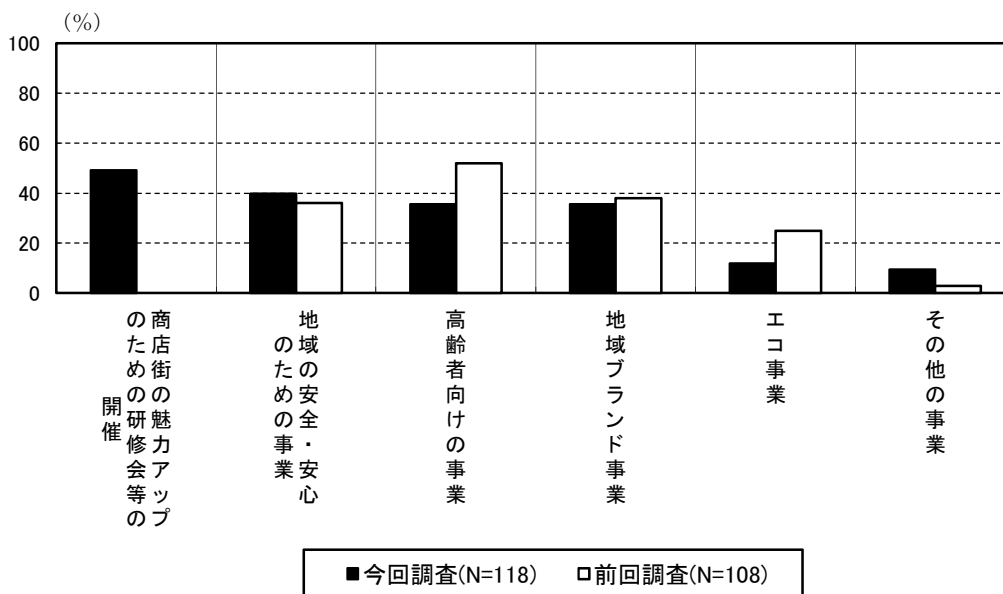
※ 「街路灯のLED化」、「無料Wi-Fi」は、前回調査に調査項目なし。

図表- 38 その他の事業の実施状況（複数回答）

〔A. 現在までに実施したもの〕



〔B. 今後、実施したいもの（継続実施を含む。）〕

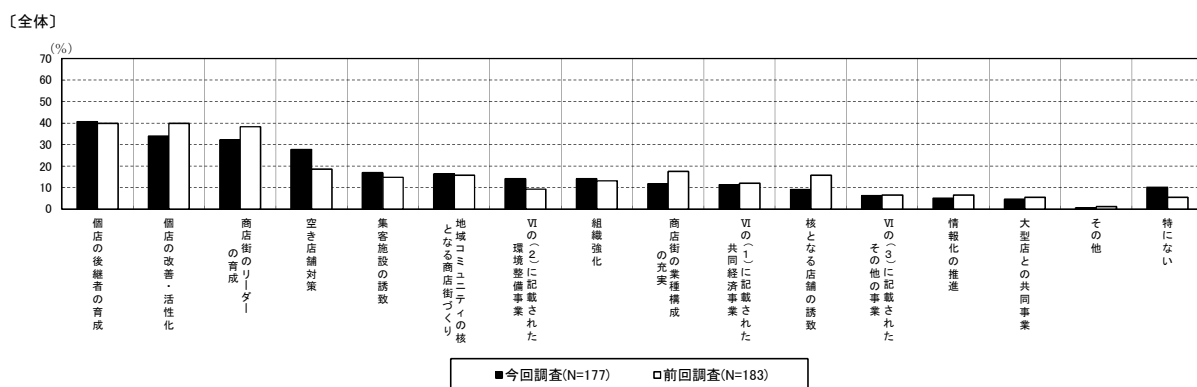


※「商店街の魅力アップのための研修会等の開催」は、前回調査に調査項目なし。

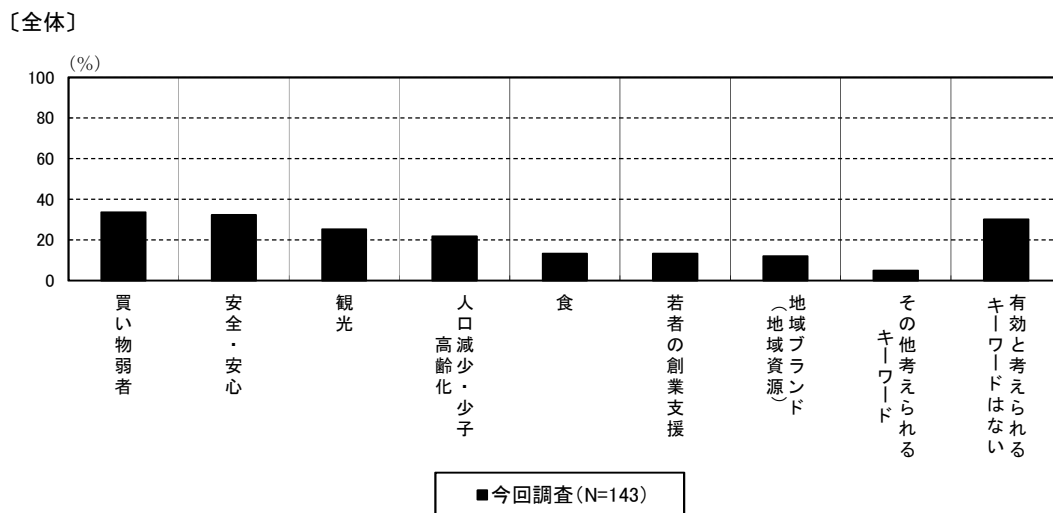
※ 前回調査にあった項目で今回調査にないものについては、記載省略。

- 商店街活性化のために今後重視すべき取組は、「個店の後継者の育成」(40.7%)の割合が最も高く、次いで、「個店の改善・活性化」(33.9%)、「商店街のリーダーの育成」(32.2%)となっている。(図表-39)
- 商店街が事業を取り組んでいく上で重要だと考えられるものについては、「買い物弱者」(33.6%)、「安全・安心」(32.2%)の割合が高く、これらに「観光」(25.2%)、「人口減少・少子高齢化」(21.7%)が続いている。(図表-40)

図表- 39 商店街活性化のために重視すべき取組（複数回答）



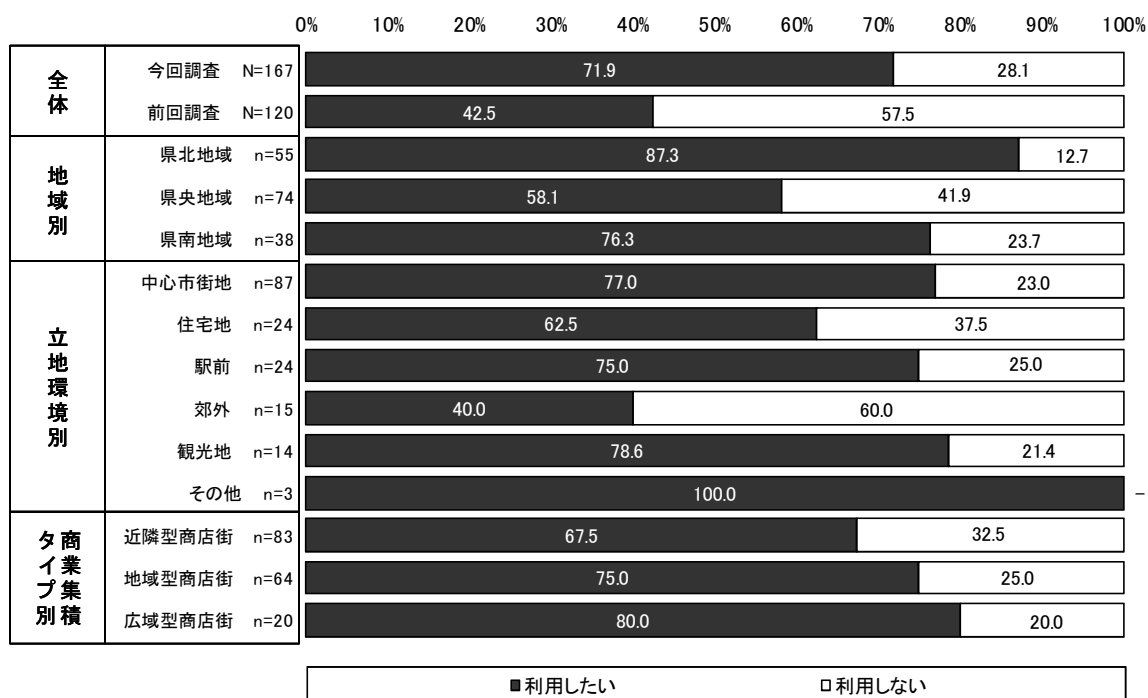
図表- 40 商店街が事業を取り組んでいく上で重要なもの（複数回答）



7. 支援等

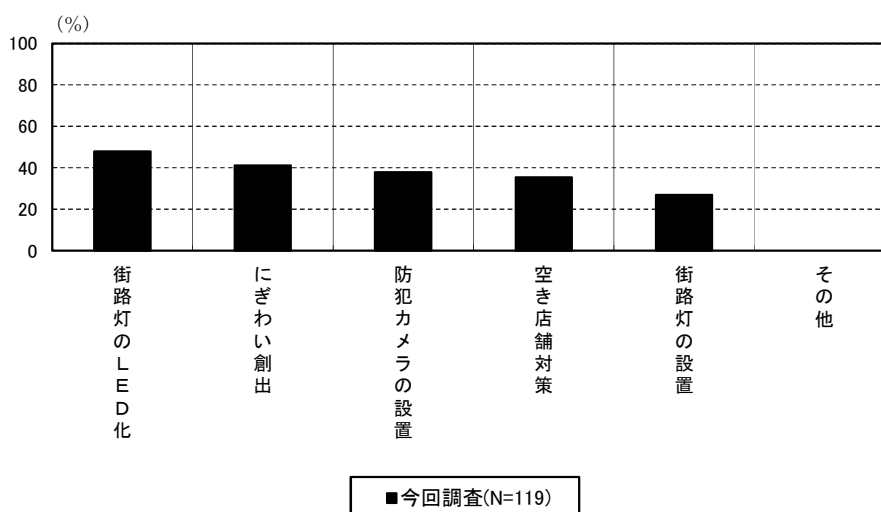
- 補助制度の利用意向は、「利用したい」が71.9%となっており、前回調査と比べて29.4ポイント増加している。地域別で見ると、県北地域で利用意向が強くなっている。(図表-41)
- 利用したい補助制度は、「街路灯のLED化」(47.9%)の割合が最も高く、これに「にぎわい(イベント等)創出」(41.2%)、「防犯カメラの設置(付け替え含む)」(37.8%)が続いている。(図表-42)

図表- 41 補助制度の利用意向



図表- 42 利用したい補助制度（複数回答）

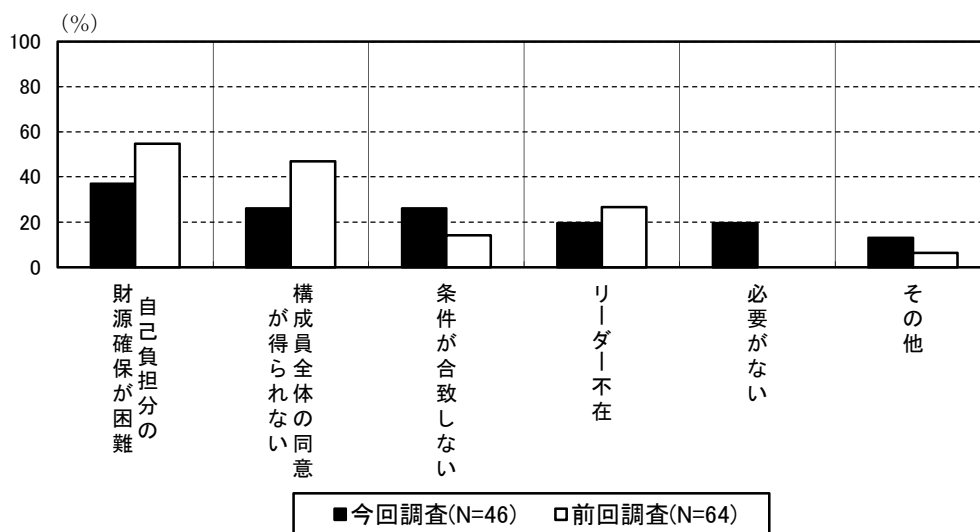
〔全体〕



- 補助制度を利用しない理由として、「自己負担分の財源確保が困難」(37.0%)の割合が最も高く、次いで「構成員全体の同意が得られない」「条件が合致しない」(各 26.1%)となっている。(図表-43)
- 行政に対して最も期待する商店街振興事業は、「商店街が行う事業への補助」(44.3%)の割合が最も高く、これに「空き店舗対策」(17.4%)、「情報提供」(12.8%)が続いている。(図表-44)

図表- 43 補助制度を利用しない理由（複数回答）

〔全体〕



※「必要がない」は、前回調査に調査項目なし。

図表- 44 行政に期待する商店街振興事業

〔全体〕

