

令和 2 年度
新潟県商店街実態調査報告書

令和 3 年 3 月

新潟県産業労働部商業・地場産業振興課

は じ め に

商店街は、地域の生活を支え、コミュニティの中心として公共的な役割も担うなど、地域社会になくてはならないものであり、県内の各地域で、商店街の活性化に向け、個店の魅力向上やイベント等を通じたにぎわいの創出など様々な取組が進められています。

しかしながら、近年、ネット通販市場の拡大や商店街近郊の居住人口の減少等に加え、店主の高齢化や後継者不足などの様々な要因により、商店街を取り巻く環境は一層厳しさを増しております。

このような状況の中、県では「新潟県にぎわいのあるまちづくりの推進に関する条例」により、大規模集客施設の適正立地を進めるとともに、市町村と連携しながら、商店街の活性化や若手リーダーの育成等への支援を行ってきました。

また、商店街の活性化は、地域の現状や課題、ニーズ等を的確に把握したうえで、関係者が連携を図りながら取り組むことが有効であるとの考えのもと、地域の実態を把握する基礎資料として本調査を実施し、今般、報告書としてとりまとめました。

この調査報告書が、商店街の活性化に取り組まれている県内の市町村や商店街、関係団体等の皆様に広く活用され、地域経済の振興や魅力あるまちづくりを進めるうえでの一助となれば幸いと考えております。

終わりに、本調査を実施するにあたり、御多忙にもかかわらず御協力をいただきました、商店街の皆様や、商工会・商工会議所等の関係機関の方々に、厚くお礼を申し上げます。

令和3年3月

新潟県産業労働部

商業・地場産業振興課長

斎藤 悌

目 次

調査の概要	1
・商店街の現状について	
1 商店街の最近3年間の店舗数の変化	2
2 商店街のタイプ	2
3 商店街の中心顧客層と重視する来街者層	3
(1) 商店街の中心顧客層	3
(2) 今後、最も重視していきたい来街者層	3
4 商店街の閉店時刻	4
5 商店街の駐車場の状況	5
6 商店街の景況	6
(1) 商店街の最近の景況	6
(2) 商店街の今後の景況予測	6
(3) 商店街の最近3年間の売上高の変化	7
7 商店街の来街者数	8
(1) 商店街の最近3年間の来街者数の変化	8
(2) 来街者数が増加した理由	8
(3) 来街者数が減少した理由	8
8 商店街がより利用されるために必要と考えること	10
・商店街の問題と取組について	
1 商店街が抱えている問題点	11
2 店舗の後継者育成対策	12
3 商店街に対する住民ニーズの把握状況	12
4 商店街に期待されている役割	13
5 商店街の将来ビジョンの策定の有無	14
6 「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の策定の有無	14
7 商店街の地域活動	15
8 商店街が活性化するために重視していくべき取組	16
9 商店街が活性化するために必要と考える個店の改善・活性化策	17
10 商店街のソフト事業	18
11 商店街のハード事業	20
・商店街の空き店舗対策について	
1 商店街の空き店舗の状況	22
(1) 商店街の空き店舗の有無	22
(2) 商店街の空き店舗率	22
(3) 商店街の空き店舗数の最近3年間の変化	22
2 「空き店舗あり」と回答した商店街について、空き店舗が生じた理由	23
3 店舗誘致に関する商店街の取組	24

(1) 商店街による店舗誘致の取組の有無	24
(2) 商店街による店舗誘致の取組の内容	24
(3) 商店街による店舗誘致の取組の成果	25
4 商店街で店舗を誘致する時に困難なこと	26
5 賃貸等の意思がない空き店舗の比率	27
6 過去 1 年間の新規出店の有無	27
7 店舗誘致以外の空き店舗解消の取組	28
8 空き店舗対策として行政に望む支援策	30
. 行政等の支援について	
1 行政、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会等に対して望む事業	31
2 補助事業の利用の有無と今後の利用予定	32
3 補助事業の利用を予定していない理由	32
(巻末資料)	
1 集計表	33
2 調査票見本	41

調 査 の 概 要

1．調査の目的

県内商店街の実態を調査することにより、今後の施策展開の基礎資料とするとともに、調査結果を公表し、関係団体等の活性化に向けた取組の参考に供する。

2．調査の対象と方法

(1) 調査対象先

県内の法人・任意商店街 256団体

(2) 調査の方法

調査票送付方式（商工会議所・商工会経由）

3．調査の時期

(1) 調査の基準日

令和2年10月1日

(2) 調査の期間

令和2年10月1日～令和2年10月30日

4．回収状況

- A 発送数……………256団体
 B 有効回答……………203団体
 有効回収率……………79.3% (203 / 256)

5．回答商店街の内訳

	R2年度調査	(参考) H29年度調査
商店街振興組合	61	70
事業協同組合	35	29
任意団体	107	123
合 計	203	222

・商店街の現状について

1 商店街の最近3年間の店舗数の変化

最近3年間の店舗数の変化については、全体で「減った」(32.0%)と回答した商店街が最も多かった。その内の業種別では、「買回り品小売店(大型店以外)」(30.7%)が最も多く、「飲食・サービス店」(27.7%)、「最寄品小売店」(22.8%)と続いている。一方、全体で「増えた」(6.9%)と回答した商店街の内、最も多かった業種は「飲食・サービス店」(13.9%)であった。(表1)

なお、商店街の平均店舗数は1商店街当たり27.9店舗であった。

「表1 商店街の最近3年間の店舗数の変化」(N=203)

	増えた	変わらない	減った	不明
全体	6.9%	22.2%	32.0%	38.9%
買回り品小売店(総合スーパー等の大型店)	1.0%	47.3%	5.9%	45.8%
買回り品小売店(大型店以外)	3.0%	38.1%	30.7%	28.2%
最寄品小売店	4.0%	51.5%	22.8%	21.8%
飲食・サービス店	13.9%	38.6%	27.7%	19.8%
その他	5.4%	57.4%	10.9%	26.2%

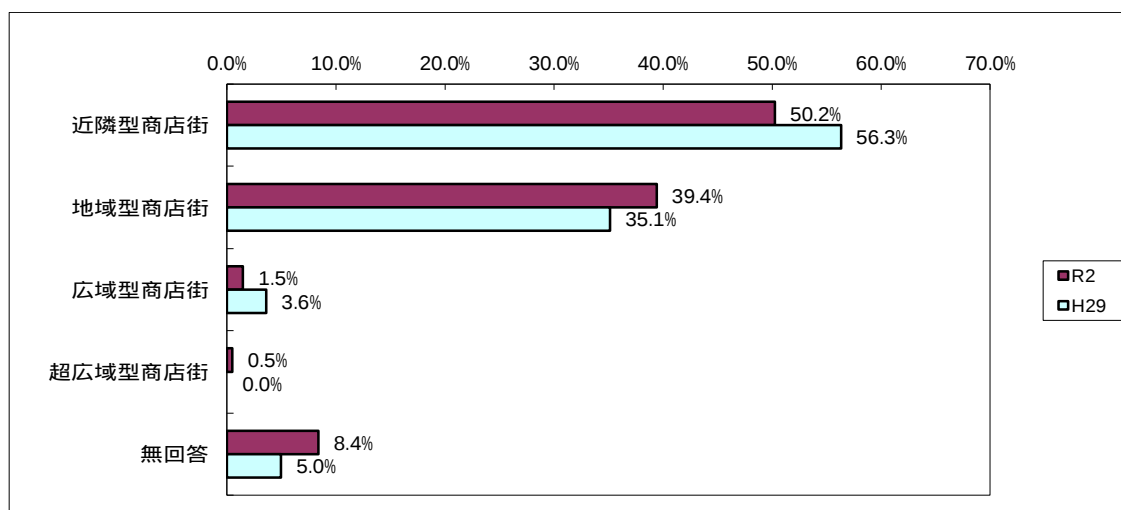
買回り品…「高級衣料」「靴・カバン」「家電製品」など、商品の品質・価格等を比較して買物をする品目
最寄品…「日用雑貨」「食料品」など日常的に頻繁に買物をする品目

2 商店街のタイプ

商店街のタイプについては、「近隣型商店街」(50.2%)が最も多く、「地域型商店街」(39.4%)、「広域型商店街」(1.5%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「地域型商店街」が4.3ポイント増加し、「近隣型商店街」が6.1ポイント減少した。(図1)

「図1 商店街のタイプ:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



近隣型商店街 …… 最寄品中心で、地元主婦等が日用品などを徒歩または自転車などにより日常性の買物をする商店街

地域型商店街 …… 最寄品および買回り品が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から、来街する商店街

広域型商店街 …… 百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄品店より買回り品店が多い商店街

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、遠距離からの来街者が買物をする商店街

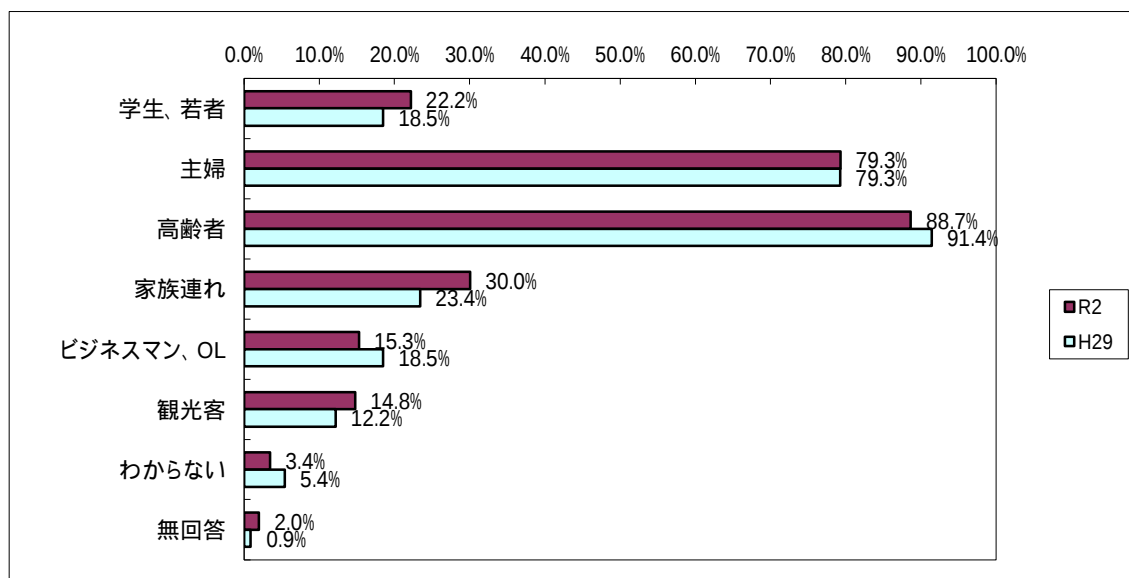
3 商店街の中心顧客層と重視する来街者層

(1) 商店街の中心顧客層

商店街の中心顧客層については、「高齢者」(88.7%)が最も多く、「主婦」(79.3%)、「家族連れ」(30.0%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「家族連れ」が6.6ポイント増加し、「ビジネスマン、OL」(15.3%)が3.2ポイント減少した。(図2)

「図2 商店街の中心顧客層：時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

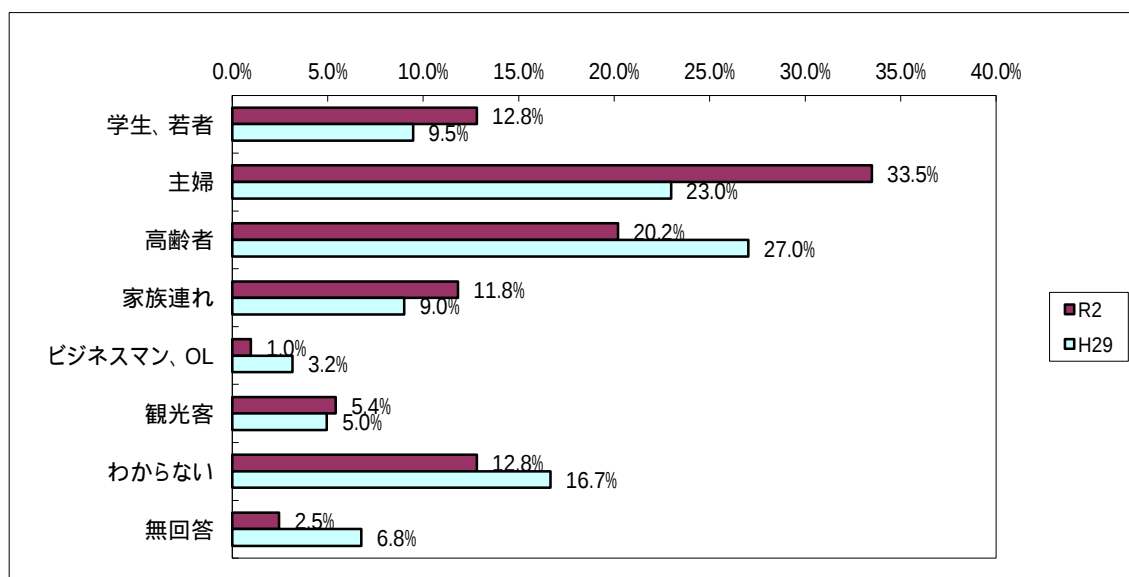


(2) 今後、最も重視していきたい来街者層

今後、最も重視していきたい来街者層については、「主婦」(33.5%)が最も多く、「高齢者」(20.2%)、「学生、若者」(12.8%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「主婦」が10.5ポイント増加し、「高齢者」が6.8ポイント減少した。(図3)

「図3 今後、最も重視していきたい来街者層：時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

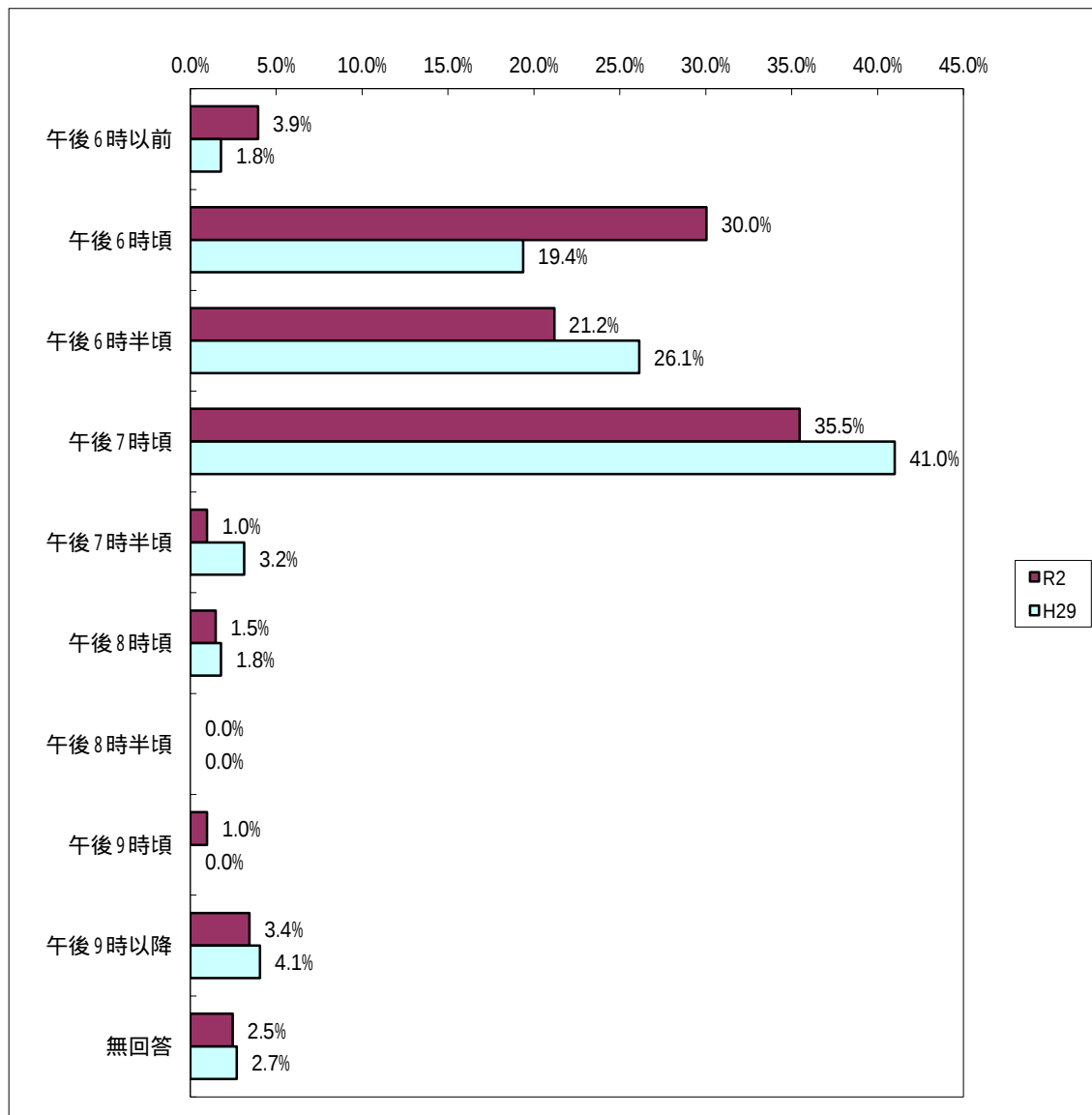


4 商店街の閉店時刻

商店街の閉店時刻については、「午後7時頃」(35.5%)が最も多く、「午後6時頃」(30.0%)、「午後6時半頃」(21.2%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「午後6時頃」が10.6ポイント増加し、「午後7時頃」が5.5ポイント減少した。(図4)

「図4 商店街の閉店時刻:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

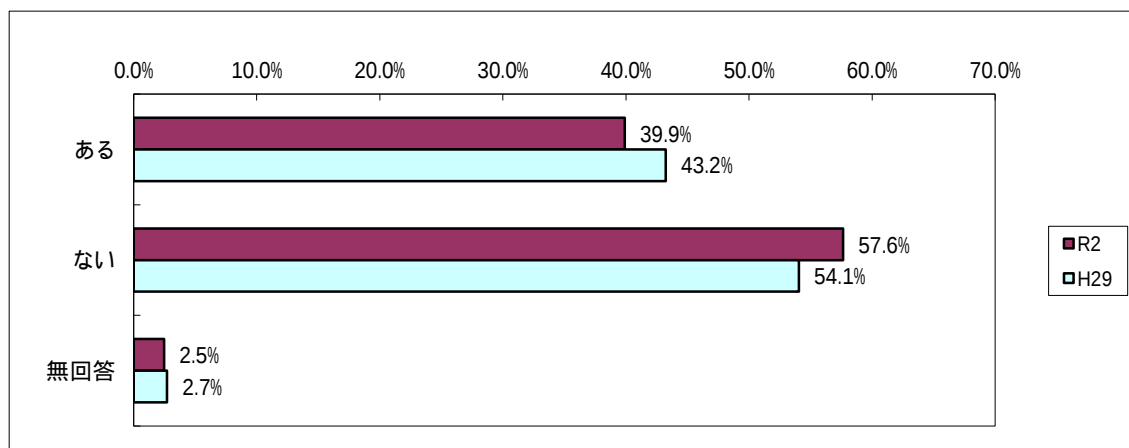


5 商店街の駐車場の状況

商店街の駐車場の状況については、「ある」と回答した商店街が39.9%、「ない」と回答した商店街が57.6%であった。

平成29年度調査と比較すると、「ない」が3.5ポイント増加し、「ある」が3.3ポイント減少した。(図5)

「図5 商店街の駐車場の状況:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



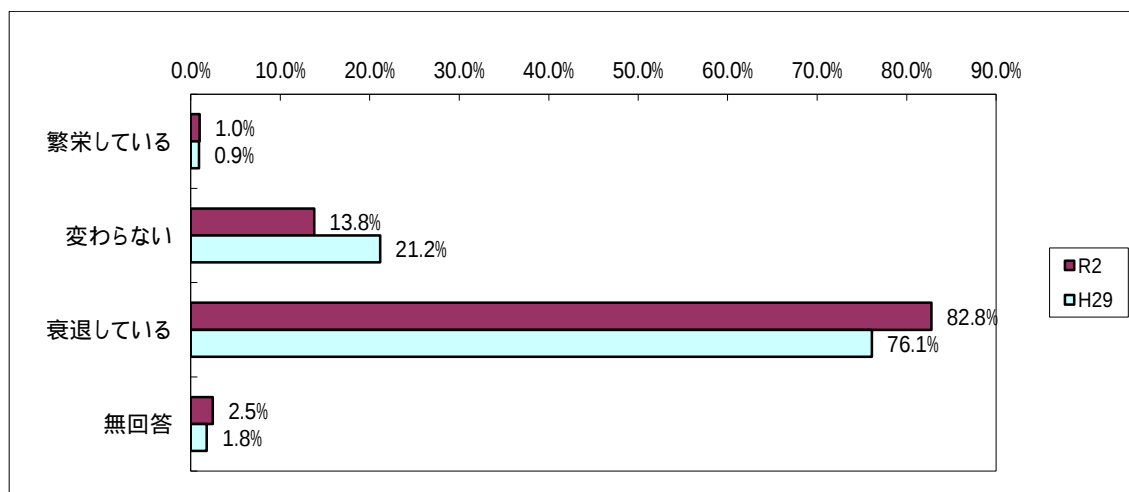
6 商店街の景況

(1) 商店街の最近の景況

商店街の最近の景況については、「衰退している」(82.8%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「衰退している」が6.7%ポイント増加し、「変わらない」(13.8%)が7.4ポイント減少した。(図6)

「図6 商店街の最近の景況：時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

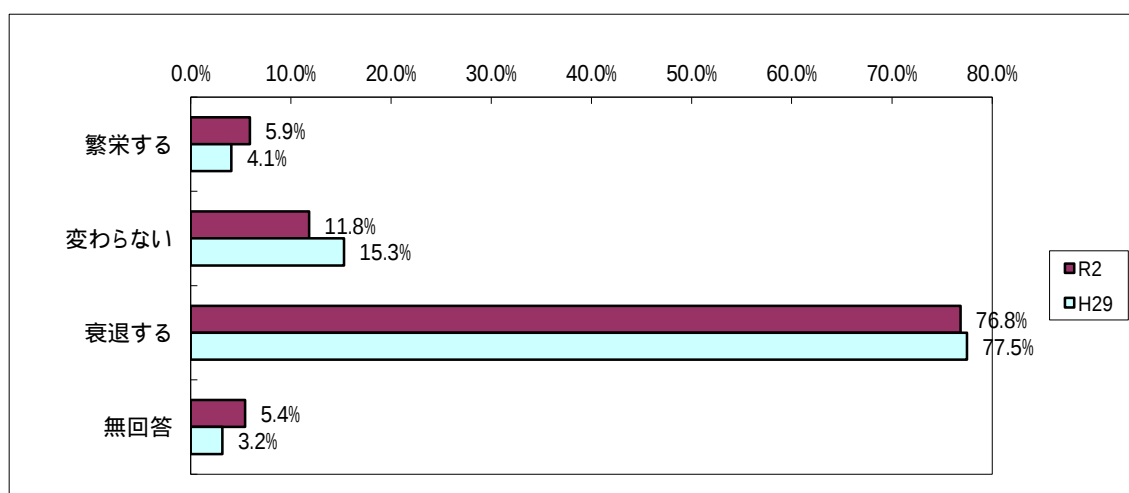


(2) 商店街の今後の景況予測

商店街の今後の景況予測については、「衰退する」(76.8%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「繁栄する」(5.9%)が1.8ポイント増加し、「変わらない」(11.8%)が3.5ポイント減少した。(図7)

「図7 商店街の今後の景況予測：時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



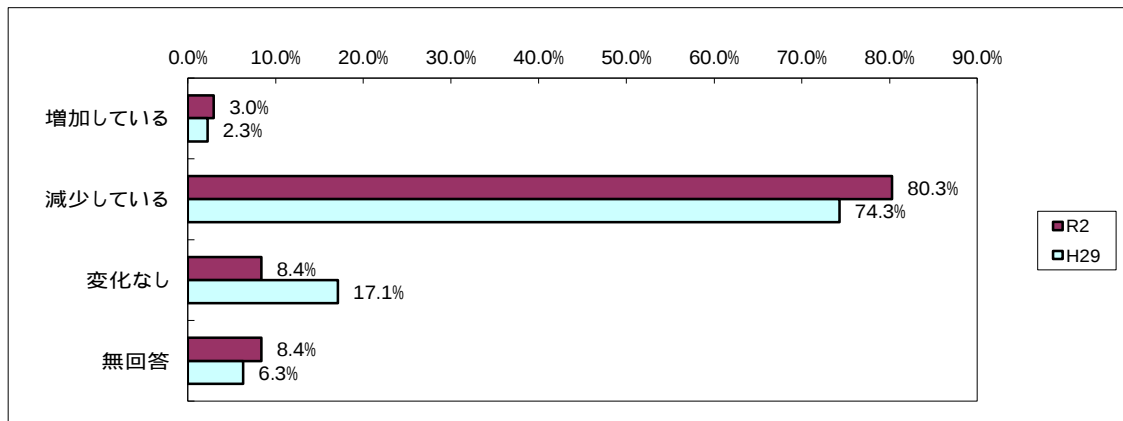
(3) 商店街の最近3年間の売上高の変化

商店街の最近3年間の売上高の変化については、「減少している」(80.3%)が最も多くなっている。(図8)

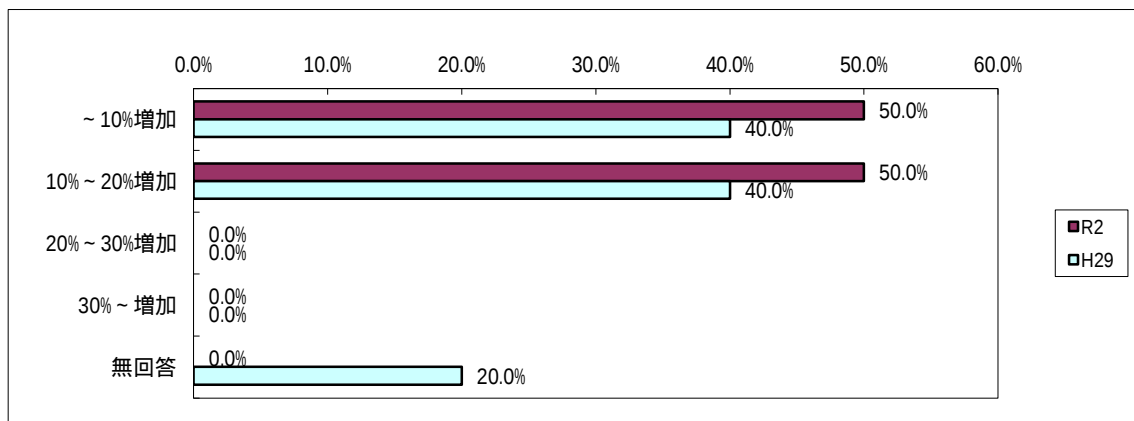
「増加している」(3.0%)と回答した商店街の売上高の増加率については、「～10%増加」(50.0%)、「10%～20%増加」(50.0%)となっている。(図9)

一方、「減少している」と回答した商店街の売上高の減少率については、「10%～20%減少」(27.6%)が最も多く、「20%～30%減少」(27.0%)、「30%～減少」(19.6%)、「～10%減少」(17.8%)と続いている。(図10)

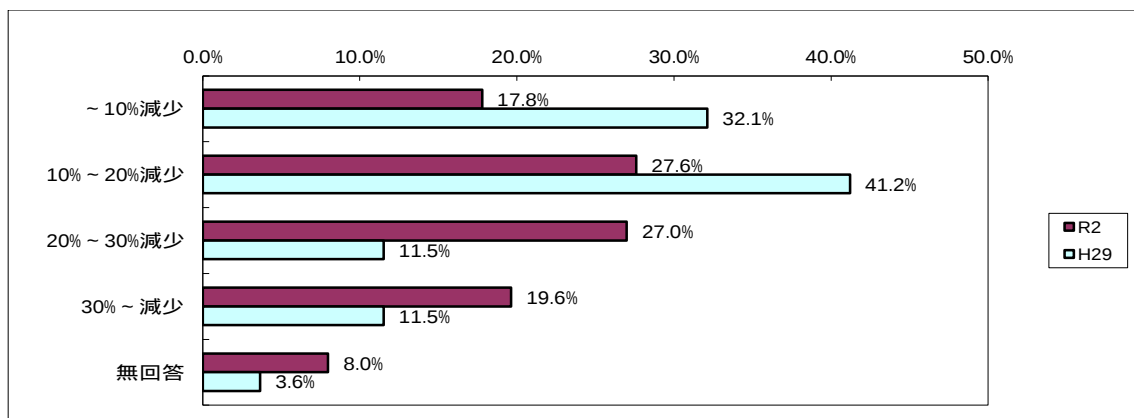
「図8 商店街の最近3年間の売上高の変化:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



「図9 商店街の最近3年間の売上高の増加率:時系列比較」(R2年度:N=6、H29年度:N=5)



「図10 商店街の最近3年間の売上高の減少率:時系列比較」(R2年度:N=163、H29年度:N=165)



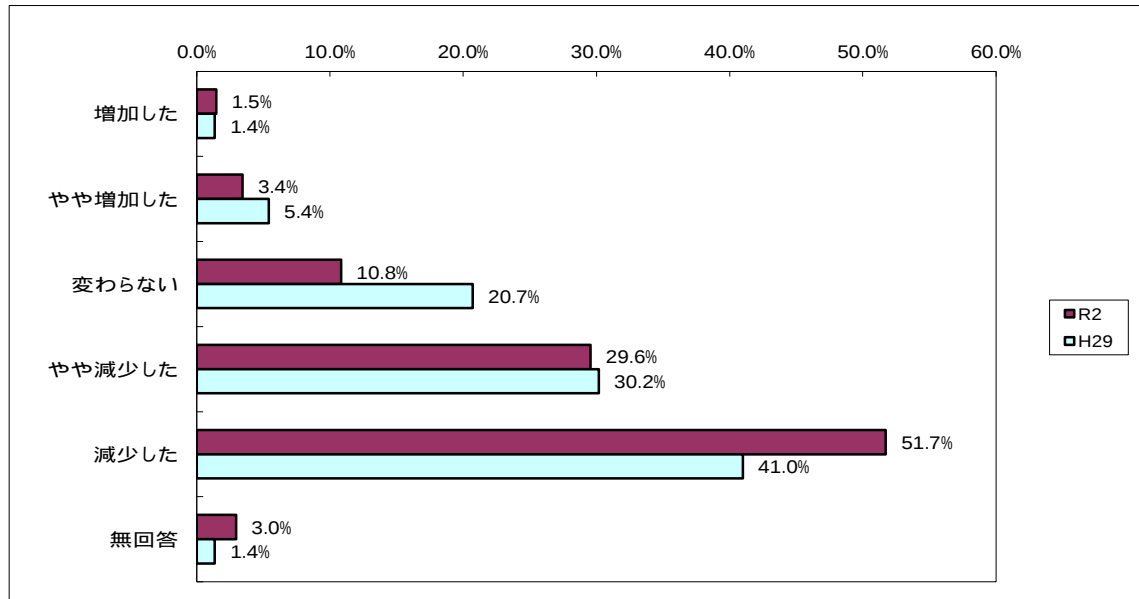
7 商店街の来街者数

(1) 商店街の最近3年間の来街者数の変化

商店街の最近3年間の来街者数の変化については、「減少した」(51.7%)が最も多く、「やや減少した」(29.6%)、「変わらない」(10.8%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「減少した」が10.7ポイント増加し、「変わらない」が9.9ポイント減少した。(図11)

「図11 商店街の最近3年間の来街者数の変化:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



(2) 来街者数が増加した理由

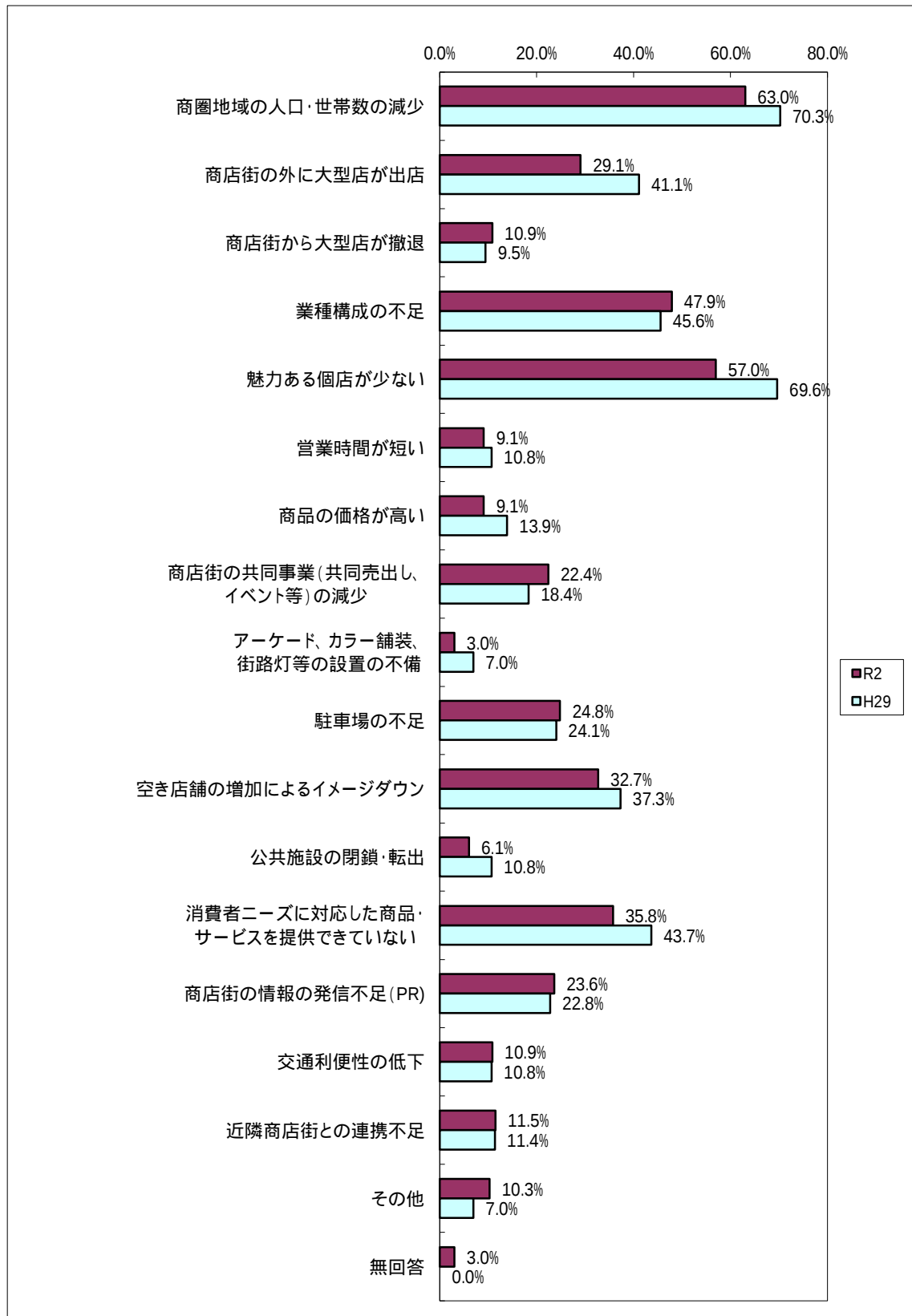
来街者数が「増加した」、「やや増加した」と回答した商店街について、その理由をみると、「魅力ある個店の増加」(40.0%)が最も多く、「空き店舗の解消によるイメージアップ」(30.0%)、「アーケード、カラー舗装、街路灯等の設置の充実」(20.0%)、「公共施設の新設・転入」(20.0%)と続いている。

(3) 来街者数が減少した理由

来街者数が「減少した」、「やや減少した」と回答した商店街について、その理由をみると、「商圈地域の人口・世帯数の減少」(63.0%)が最も多く、「魅力ある個店が少ない」(57.0%)、「業種構成の不足」(47.9%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「商店街の共同事業(共同売出し、イベント等)の減少」(22.4%)が4.0ポイント増加し、「魅力ある個店が少ない」が12.6ポイント減少した。(図12)

「図12 来街者数が減少した理由：時系列比較（複数回答）」（R2年度：N=165、H29年度：N=158）



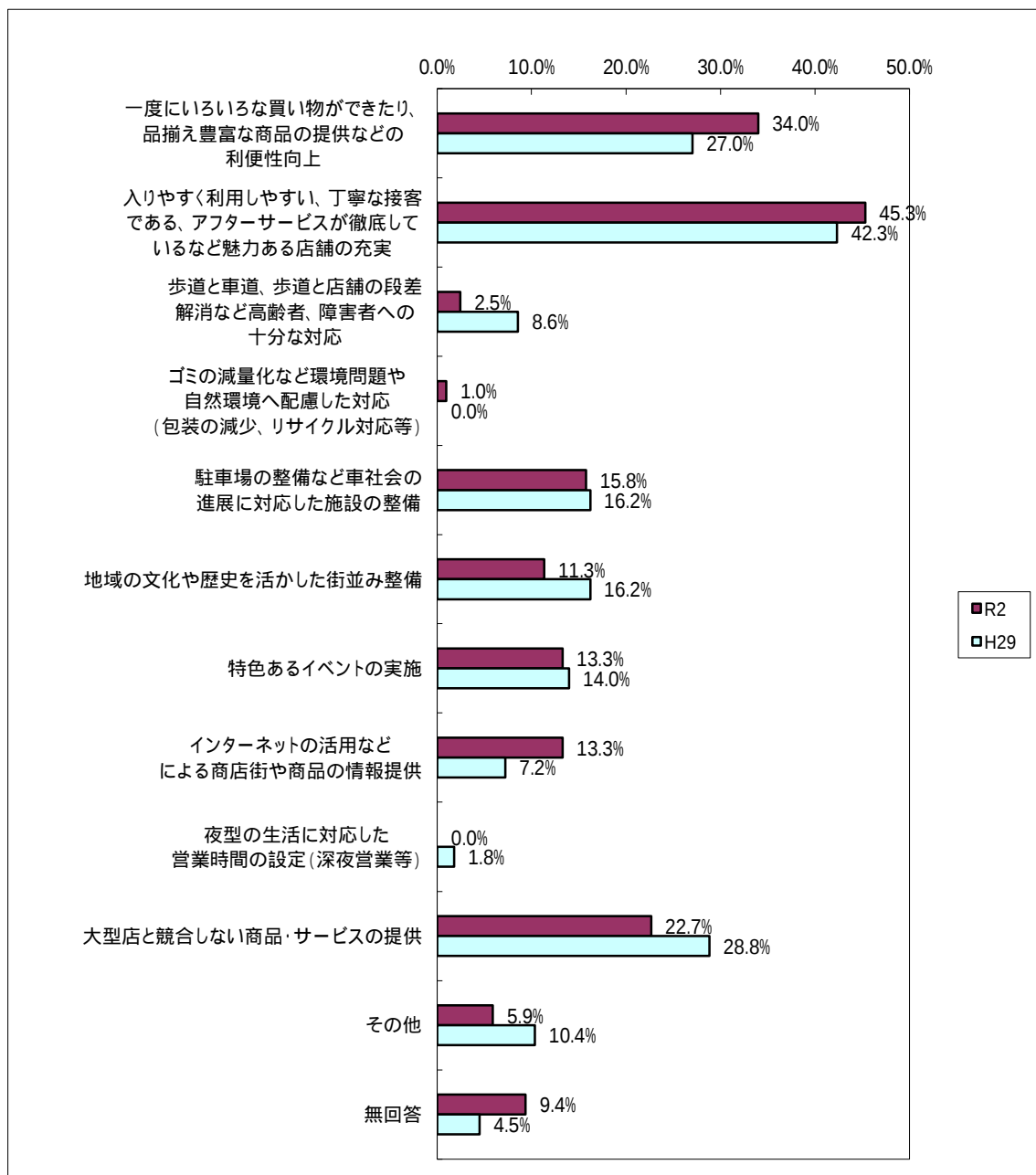
8 商店街がより利用されるために必要と考えること

商店街がより利用されるために必要と考えることについては、「入りやすく利用しやすい、丁寧な接客である、アフターサービスが徹底しているなど魅力ある店舗の充実」(45.3%)が最も多く、「一度にいろいろな買い物ができたり、品揃え豊富な商品の提供などの利便性向上」(34.0%)、「大型店と競合しない商品・サービスの提供」(22.7%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「一度にいろいろな買い物ができたり、品揃え豊富な商品の提供などの利便性向上」が7.0ポイント増加し、「歩道と車道、歩道と店舗の段差解消など高齢者、障害者への十分な対応」(2.5%)、「大型店と競合しない商品・サービスの提供」がともに6.1ポイント減少した。(図13)

「図13 商店街がより利用されるために必要と考えること：時系列比較(複数回答)」

(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



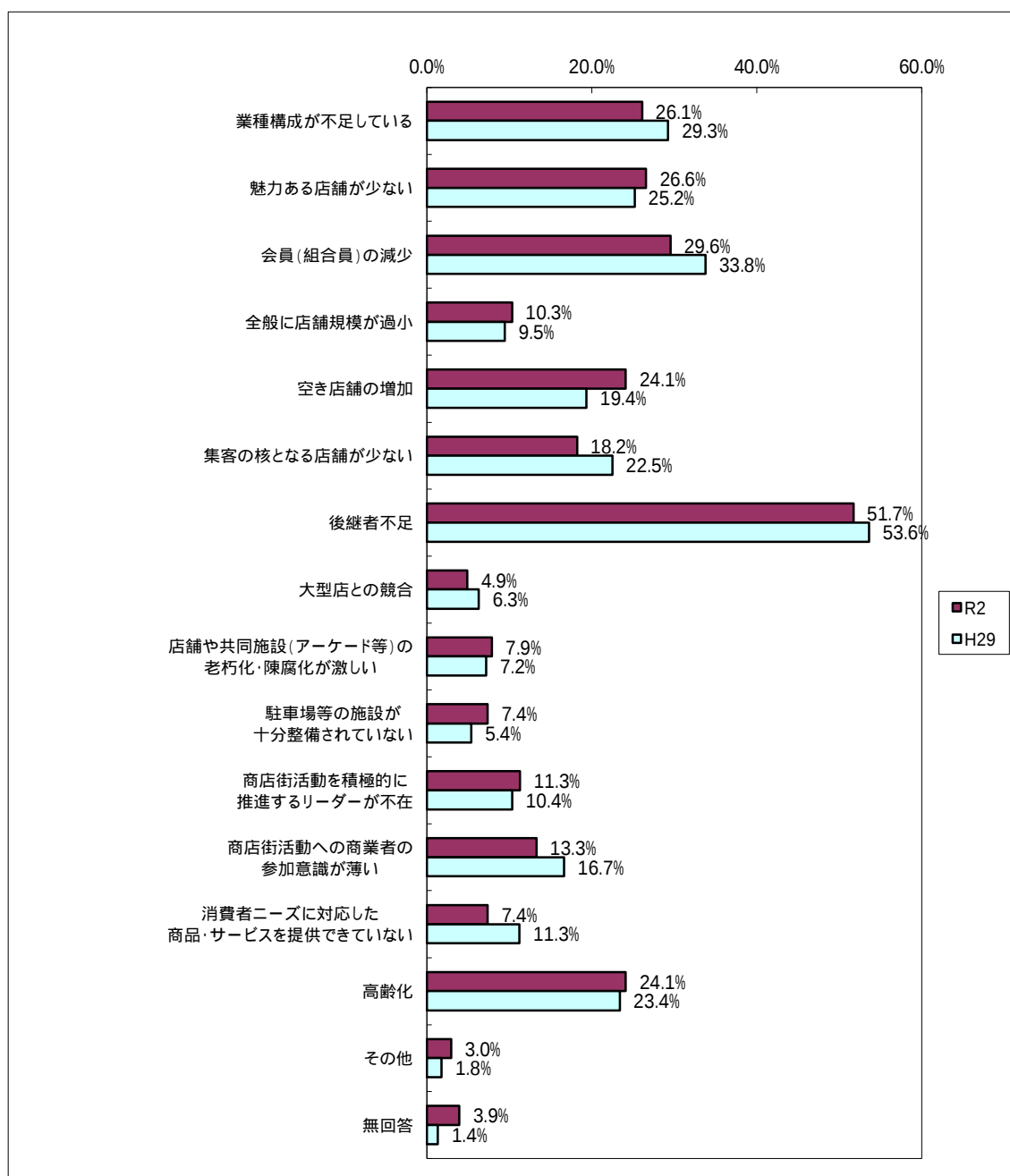
．商店街の問題と取組について

1 商店街が抱えている問題点

商店街が抱えている問題点については、「後継者不足」(51.7%)が最も多く、「会員(組合員)の減少」(29.6%)、「魅力ある個店が少ない」(26.6%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「空き店舗の増加」(24.1%)が4.7ポイント増加し、「集客の核となる店舗が少ない」(18.2%)が4.3ポイント減少した。(図14)

「図14 商店街が抱えている問題点:時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

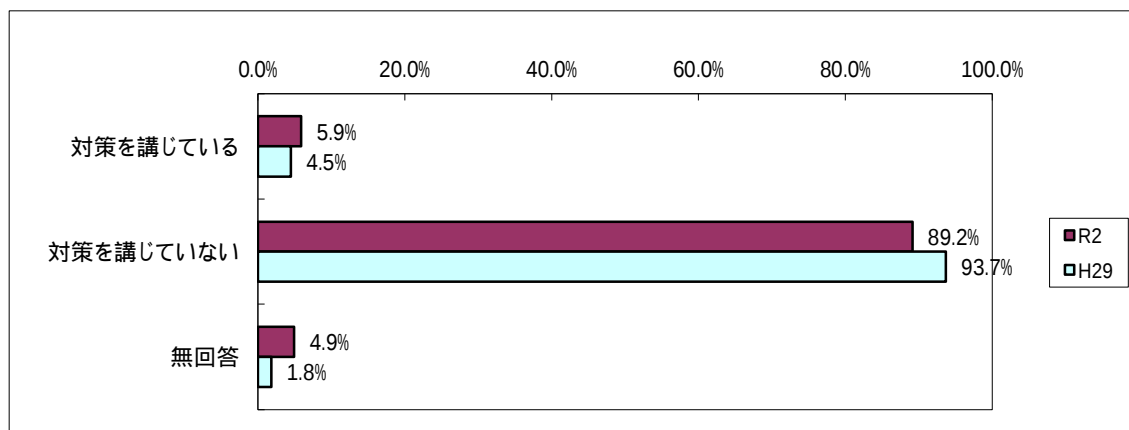


2 店舗の後継者育成対策

店舗の後継者育成対策については、「対策を講じている」と回答した商店街が5.9%、「対策を講じていない」と回答した商店街が89.2%であった。

平成29年度調査と比較すると、「対策を講じている」が1.4ポイント増加し、「対策を講じていない」が4.5ポイント減少した。(図15)

「図15 店舗の後継者育成対策:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

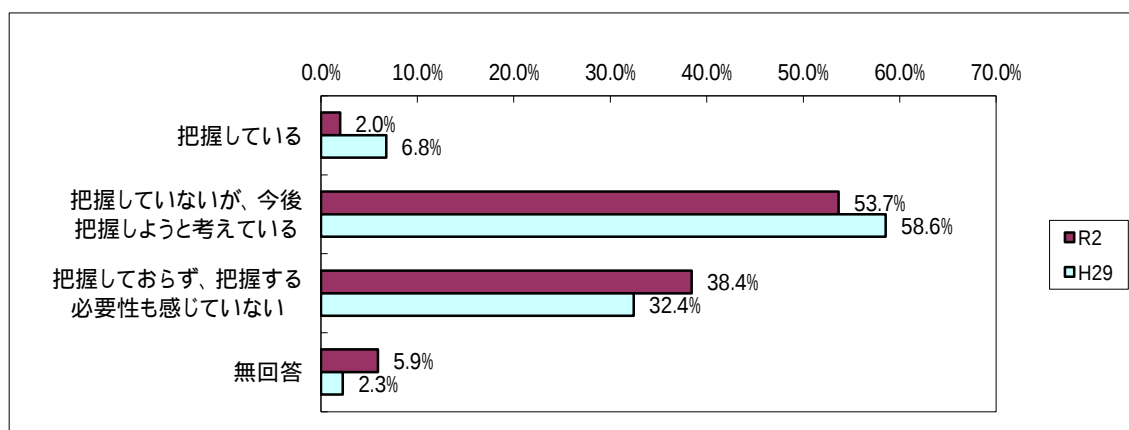


3 商店街に対する住民ニーズの把握状況

商店街に対する住民ニーズの把握状況については、「把握していないが、今後把握しようと考えている」(53.7%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「把握しておらず、把握する必要性も感じていない」(38.4%)が6.0ポイント増加し、「把握していないが、今後把握しようと考えている」が4.9ポイント減少した。(図16)

「図16 商店街に対する住民ニーズの把握状況:時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

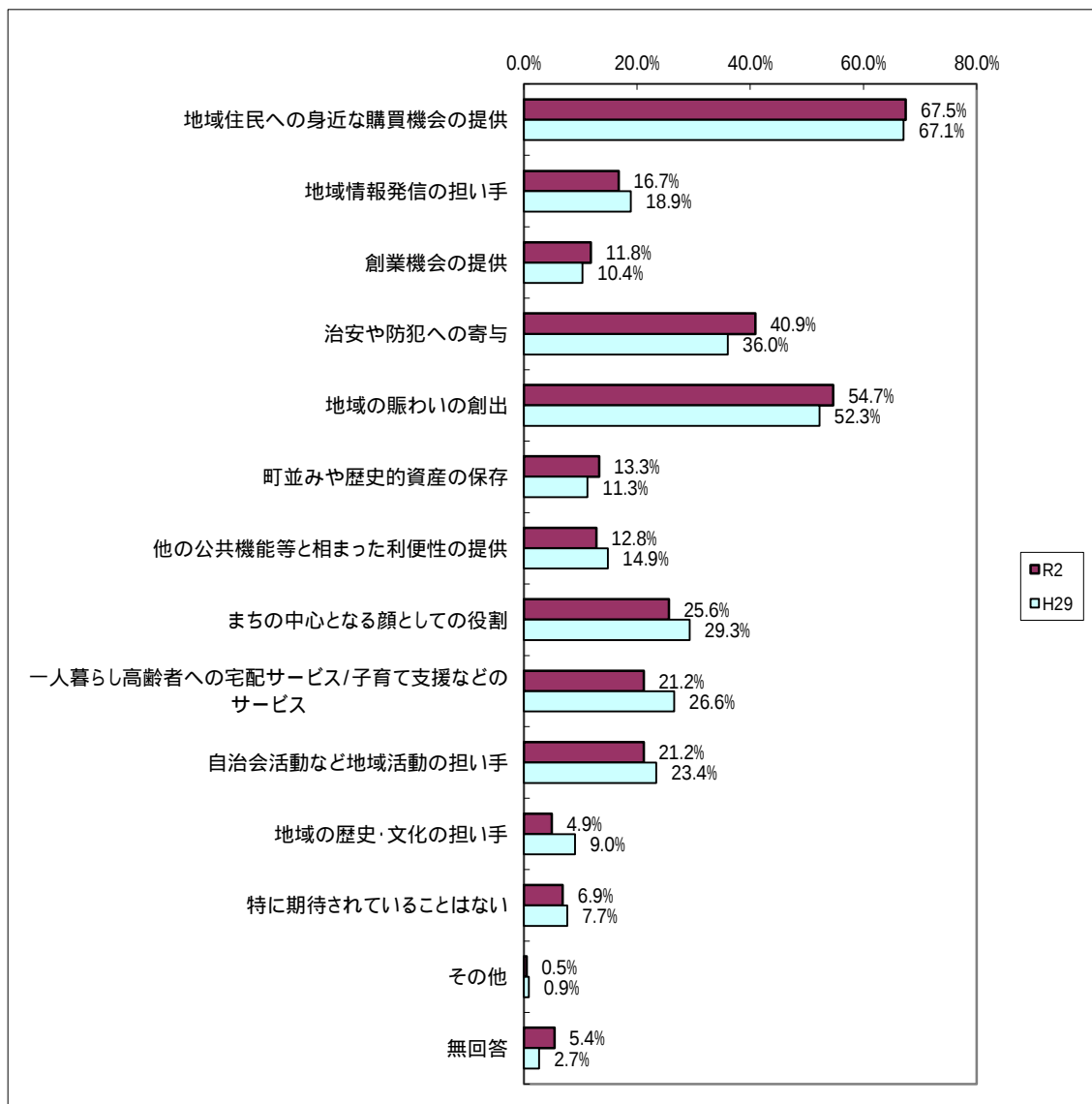


4 商店街に期待されている役割

商店街に期待されている役割については、「地域住民への身近な購買機会の提供」(67.5%)が最も多く、「地域の賑わいの創出」(54.7%)「治安や防犯への寄与」(40.9%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「治安や防犯への寄与」が4.9ポイント増加し、「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」(21.2%)が5.4ポイント減少した。(図17)

「図17 「商店街に期待されている役割(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

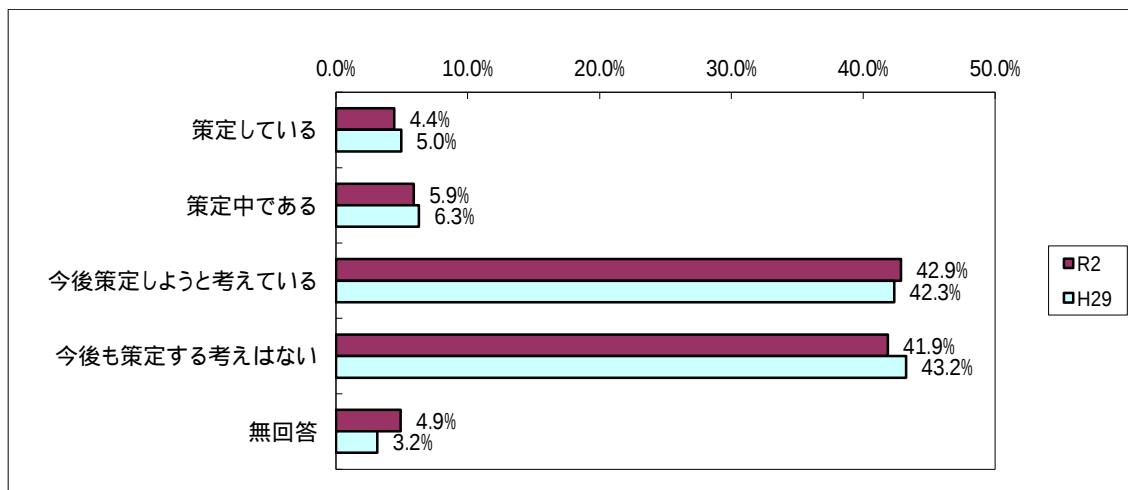


5 商店街の将来ビジョンの策定の有無

商店街の将来ビジョンの策定の有無については、「今後策定しようと考えている」(42.9%)が最も多く、「今後も策定する考えはない」(41.9%)、「策定中である」(5.9%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「今後策定しようと考えている」が0.6ポイント増加し、「今後も策定する考えはない」が1.3ポイント減少した。(図18)

「図18 商店街の将来ビジョンの策定の有無：時系列比較」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

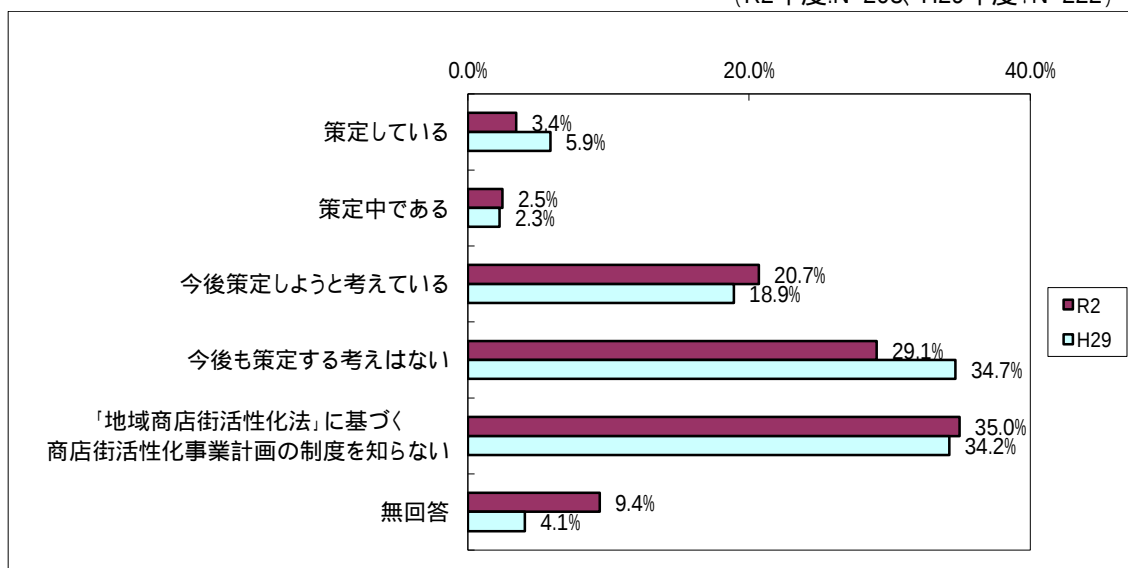


6 「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の策定の有無

「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の策定の有無については、「「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の制度を知らない」(35.0%)が最も多く、「今後も策定する考えはない」(29.1%)、「今後策定しようと考えている」(20.7%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「今後策定しようと考えている」が1.8ポイント増加し、「今後も策定する考えはない」が5.6ポイント減少した。(図19)

「図19 「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の策定の有無：時系列比較」
(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

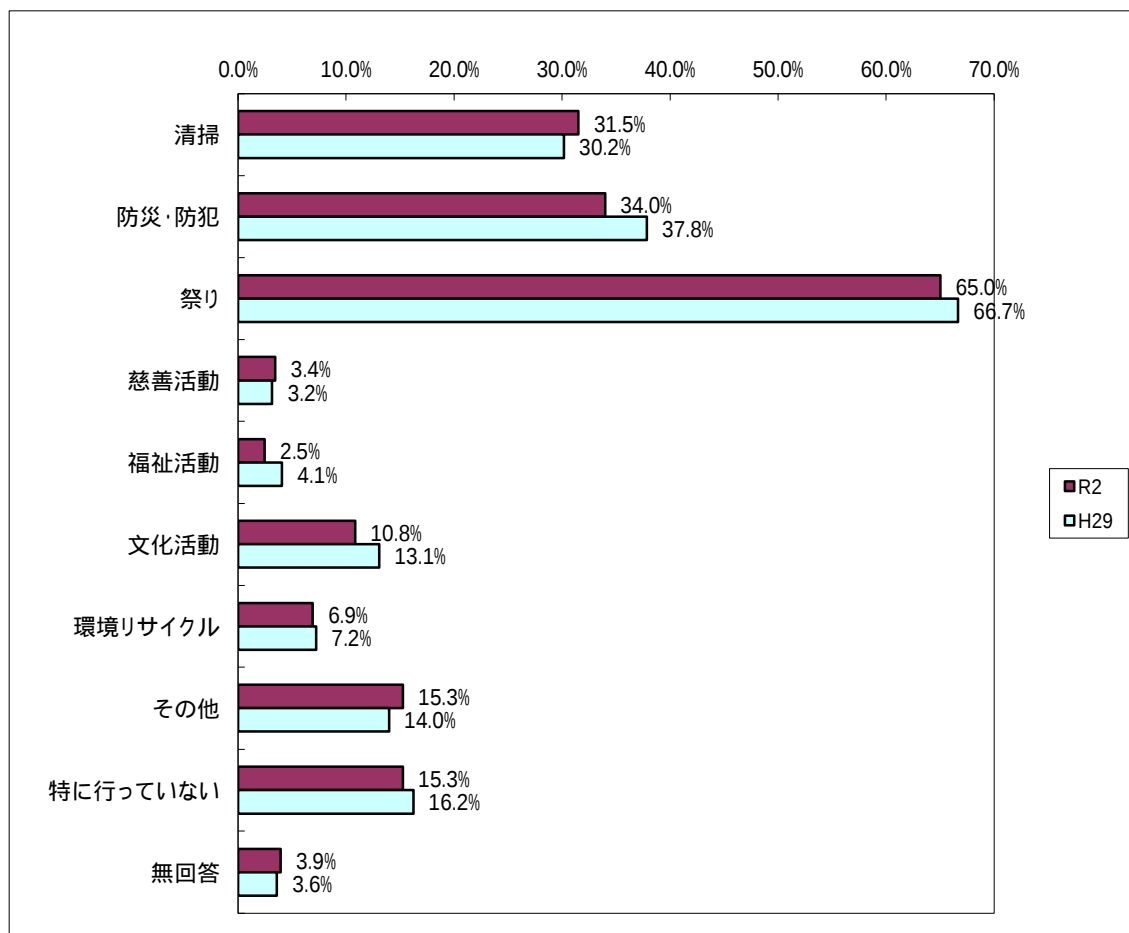


7 商店街の地域活動

商店街の地域活動については、「祭り」(65.0%)が最も多く、「防災・防犯」(34.0%)、「清掃」(31.5%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「清掃」が1.3ポイント増加し、「防災・防犯」が3.8ポイント減少した。(図20)

「図20 商店街の地域活動：時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



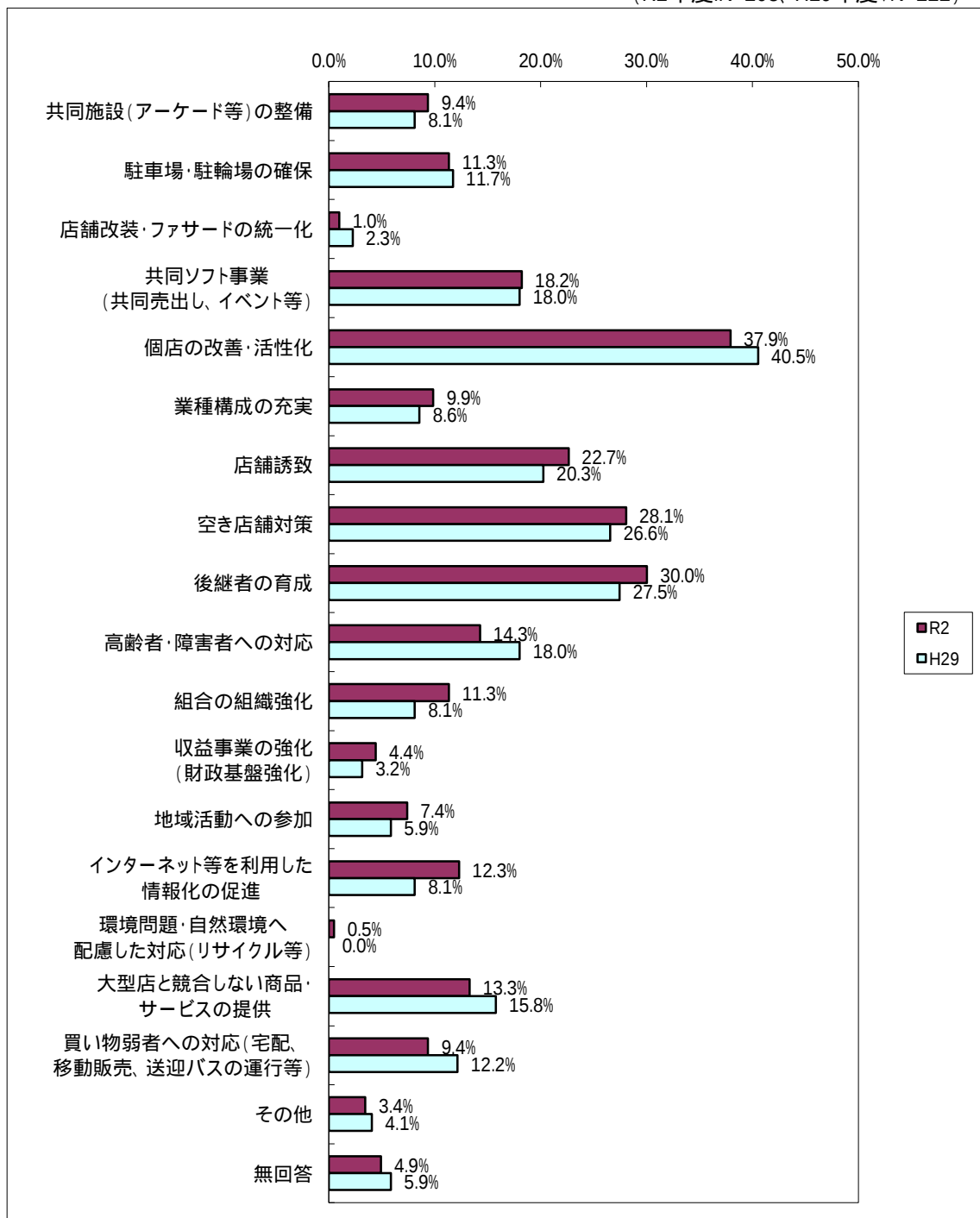
8 商店街が活性化するために重視していくべき取組

商店街が活性化するために重視していくべき取組としては、「個店の改善・活性化」(37.9%)が最も多く、「後継者の育成」(30.0%)、「空き店舗対策」(28.1%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「インターネット等を利用した情報化の促進」(12.3%)が4.2ポイント増加し、「高齢者・障害者への対応」(14.3%)が3.7ポイント減少した。(図21)

「図21 商店街が活性化するために重視していくべき取組：時系列比較(複数回答)」

(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

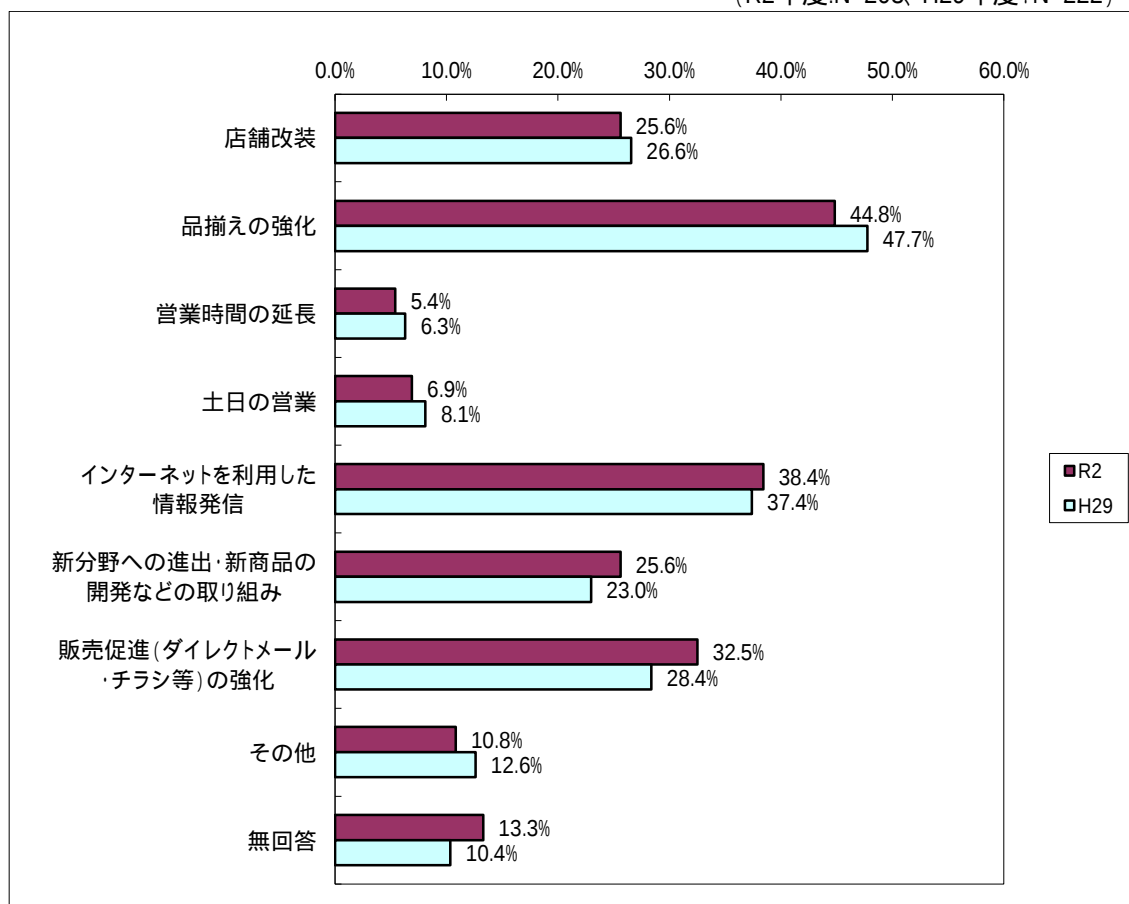


9 商店街が活性化するために必要と考える個店の改善・活性化策

商店街が活性化するために必要と考える個店の改善・活性化策については、「品揃えの強化」(44.8%)が最も多く、「インターネットを利用した情報発信」(38.4%)「販売促進(ダイレクトメール・チラシ等)の強化」(32.5%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「販売促進(ダイレクトメール・チラシ等)の強化」が4.1ポイント増加し、「品揃えの強化」が2.9ポイント減少した。(図22)

「図22 商店街が活性化するために必要と考える個店の改善・活性化策:時系列比較(複数回答)」
(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

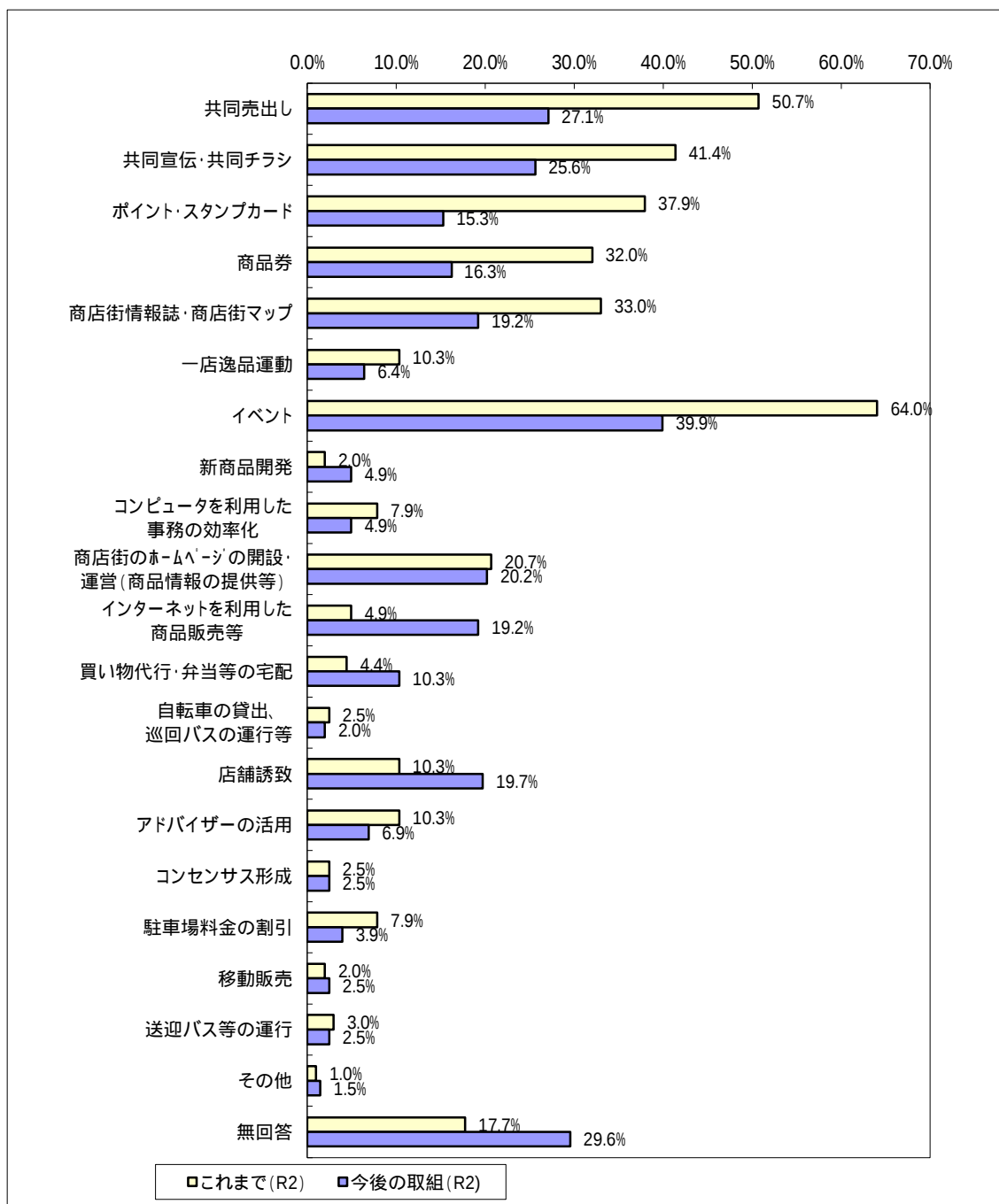


10 商店街のソフト事業

商店街のソフト事業については、これまでの取組では、「イベント」(64.0%)が最も多く、「共同売出し」(50.7%)、「共同宣伝・共同チラシ」(41.4%)と続いている。

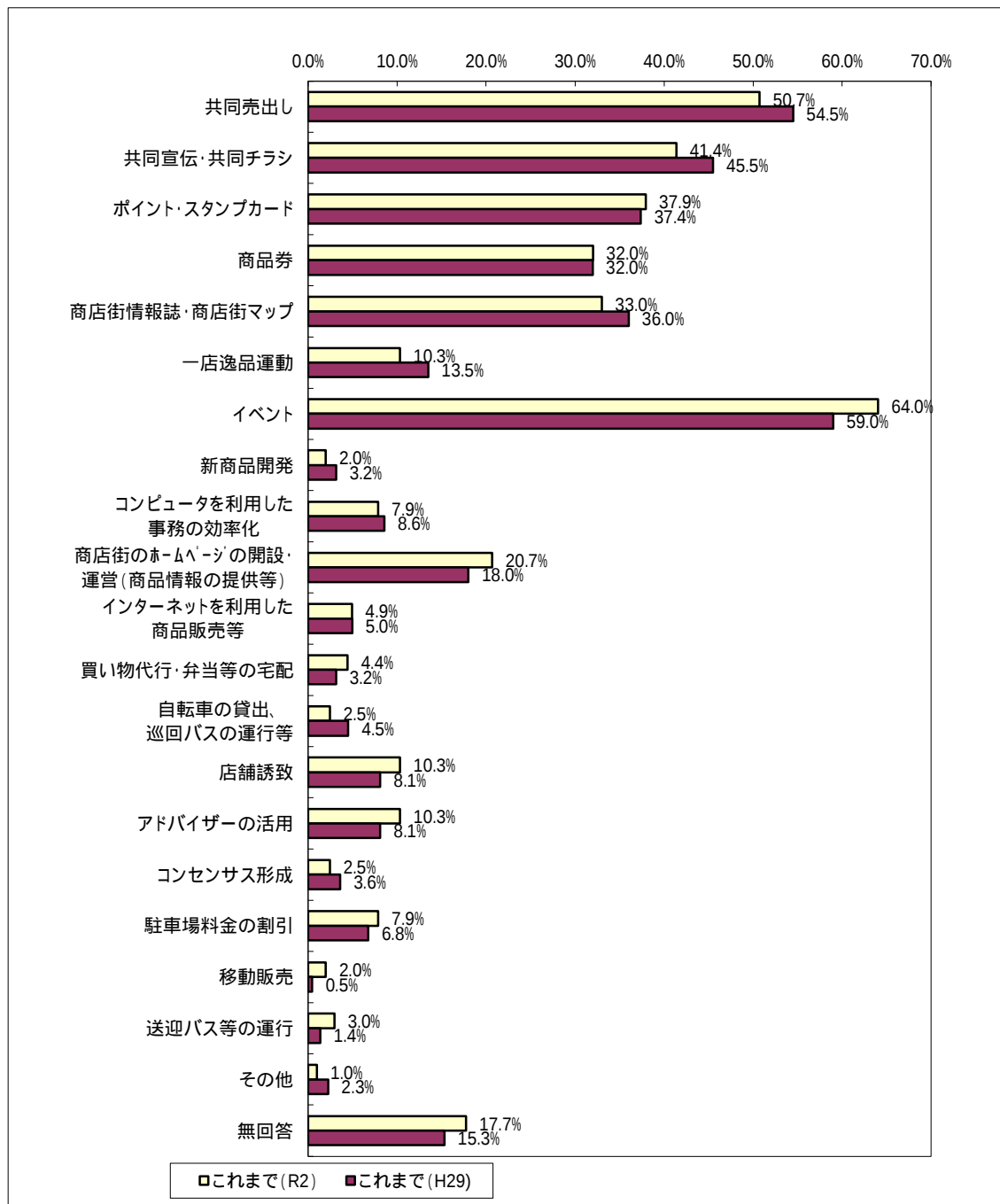
今後の取組では、「イベント」(39.9%)が最も多く、「共同売出し」(27.1%)、「共同宣伝・共同チラシ」(25.6%)と続いている。(図23)

「図23 商店街のソフト事業:これまでの取組と今後の取組の比較(複数回答)」(R2年度:N=203)



これまでの取組について平成29年度調査と比較すると、「イベント」が5.0ポイント増加し、「共同宣伝・共同チラシ」が4.1ポイント減少した。(図24)

「図24 商店街のソフト事業：時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)

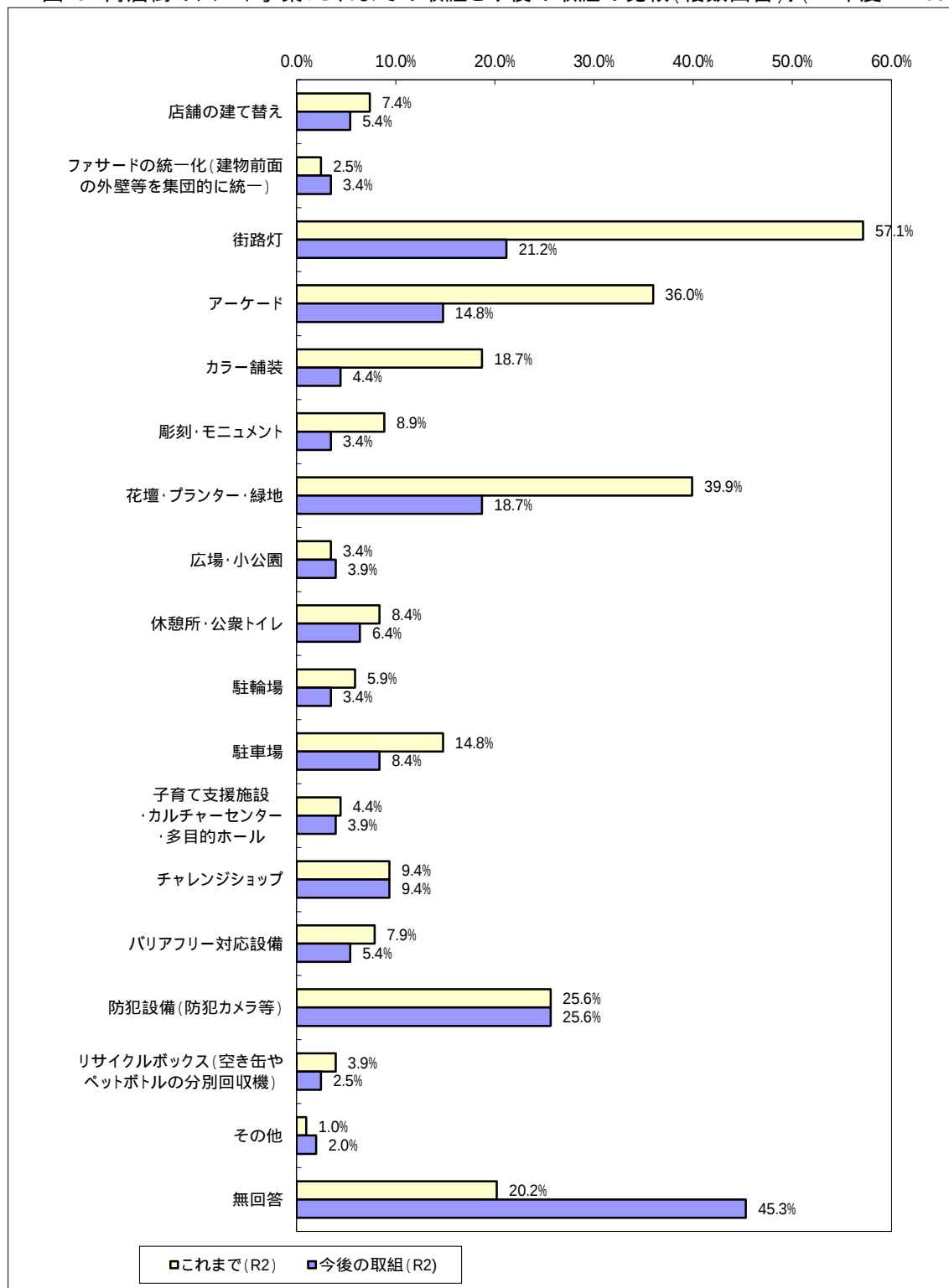


11 商店街のハード事業

商店街のハード事業については、これまでの取組では、「街路灯」(57.1%)が最も多く、「花壇・プランター・緑地」(39.9%)、「アーケード」(36.0%)と続いている。

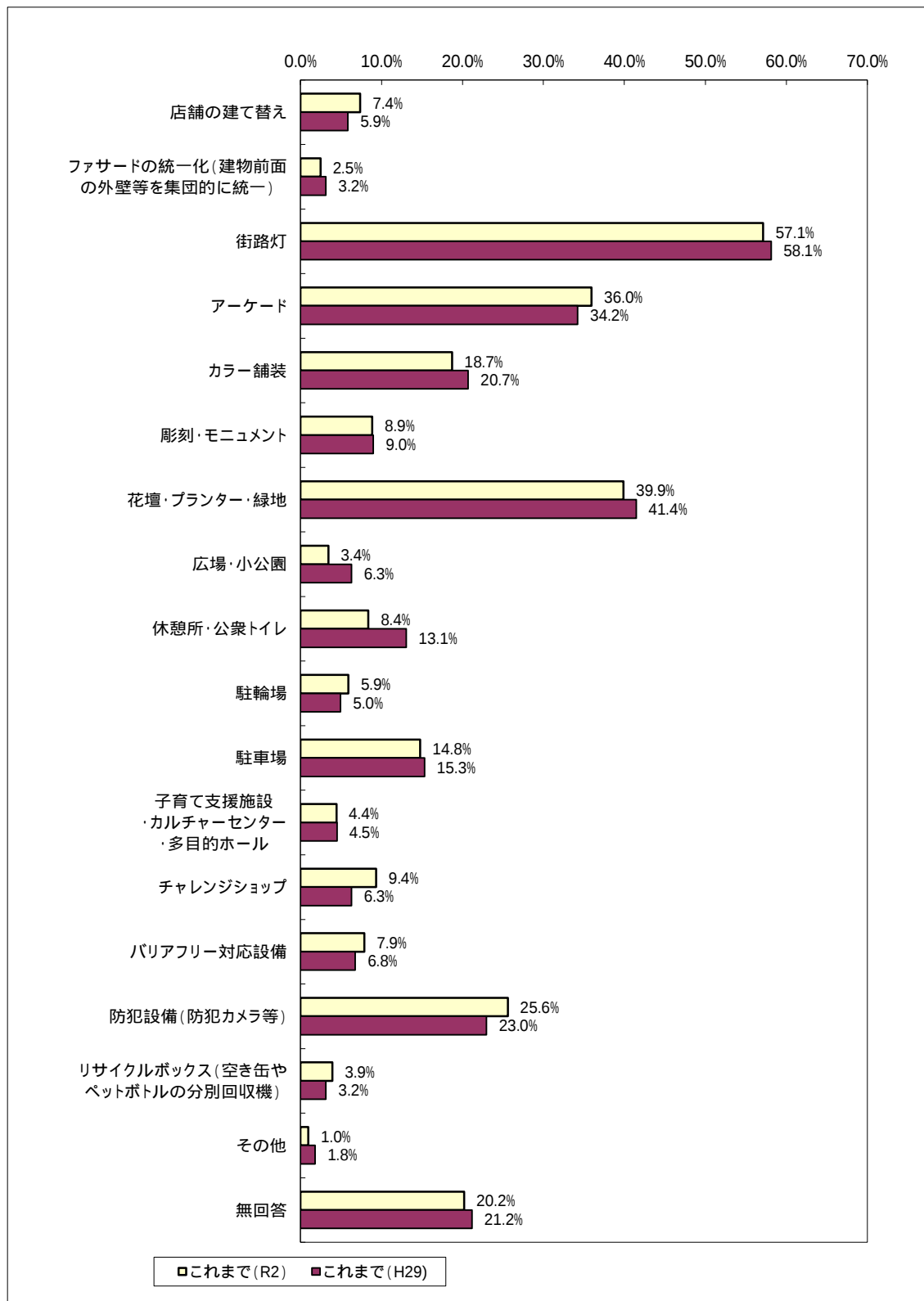
今後の取組では、「防犯設備(防犯カメラ等)」(25.6%)が最も多く、「街路灯」(21.2%)、「花壇・プランター・緑地」(18.7%)と続いている。(図25)

「図25 商店街のハード事業:これまでの取組と今後の取組の比較(複数回答)」(R2年度:N=203)



これまでの取組について平成29年度調査と比較すると、「チャレンジショップ」(9.3%)が3.1ポイント増加し、「休憩所・公衆トイレ」(8.4%)が4.7ポイント減少した。(図26)

「図26 商店街のハード事業：時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



・商店街の空き店舗対策について

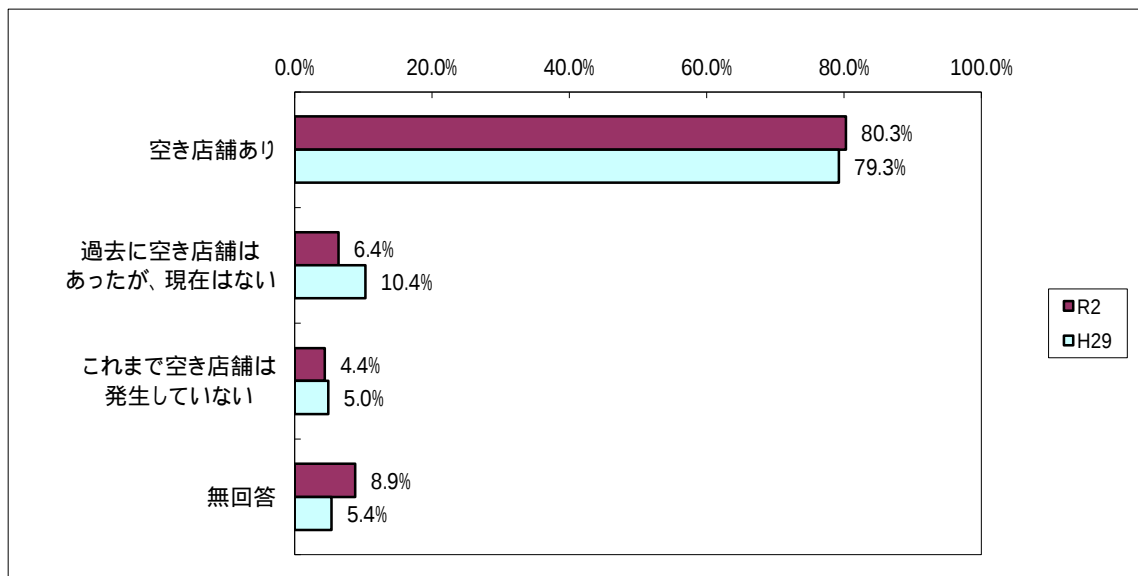
1 商店街の空き店舗の状況

(1) 商店街の空き店舗の有無

商店街の空き店舗の有無については、「空き店舗あり」(80.3%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「空き店舗あり」が1.0ポイント増加し、「過去に空き店舗はあったが、現在はない」(6.4%)が4.0ポイント減少した。(図27)

「図27 商店街の空き店舗の有無：時系列比較」(R2年度：N=203、H29年度：N=222)



「空き店舗」…… 従前店舗であったものが、現在空きスペースになっているもの（空き地は除く）

(2) 商店街の空き店舗率

調査に回答のあった商店街の空き店舗率は16.8%となり、平成29年度調査より3.0ポイント増加した。(表2)

「表2 商店街の空き店舗率」

	R2	H29
空き店舗率	16.8%	13.8%

空き店舗率は全商店街の合計空き店舗数を合計店舗数で除して算出した。

(参考)「商店街ごとの空き店舗率」を単純平均した場合の空き店舗率は17.8%(H29は14.9%)となった。

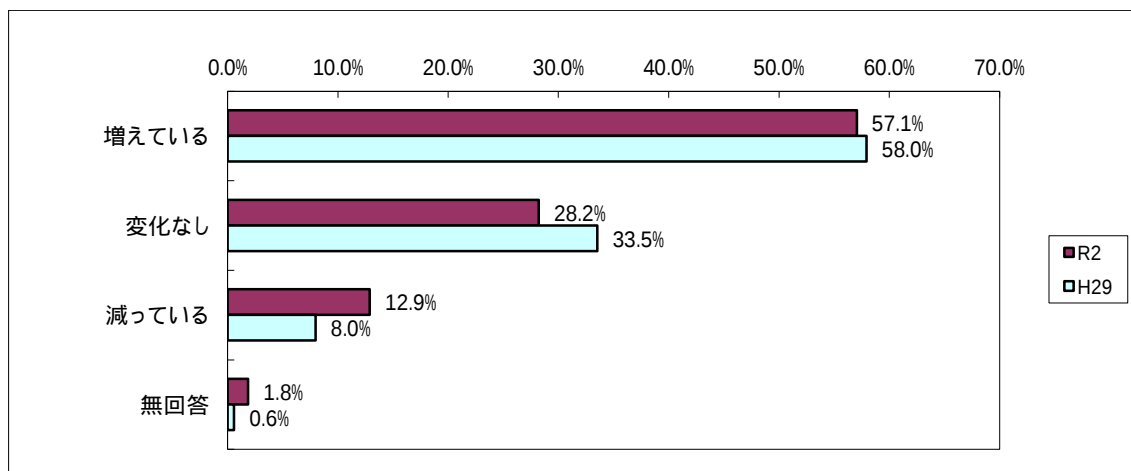
(3) 商店街の空き店舗数の最近3年間の変化

商店街の空き店舗数の最近3年間の変化については、「増えている」(57.1%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「減っている」(12.9%)が4.9ポイント増加し、「変化なし」(28.2%)が5.3ポイント減少した。(図28)

「図28 商店街の空き店舗数の最近3年間の変化:時系列比較」

(R2年度:N=163、H29年度:N=176)

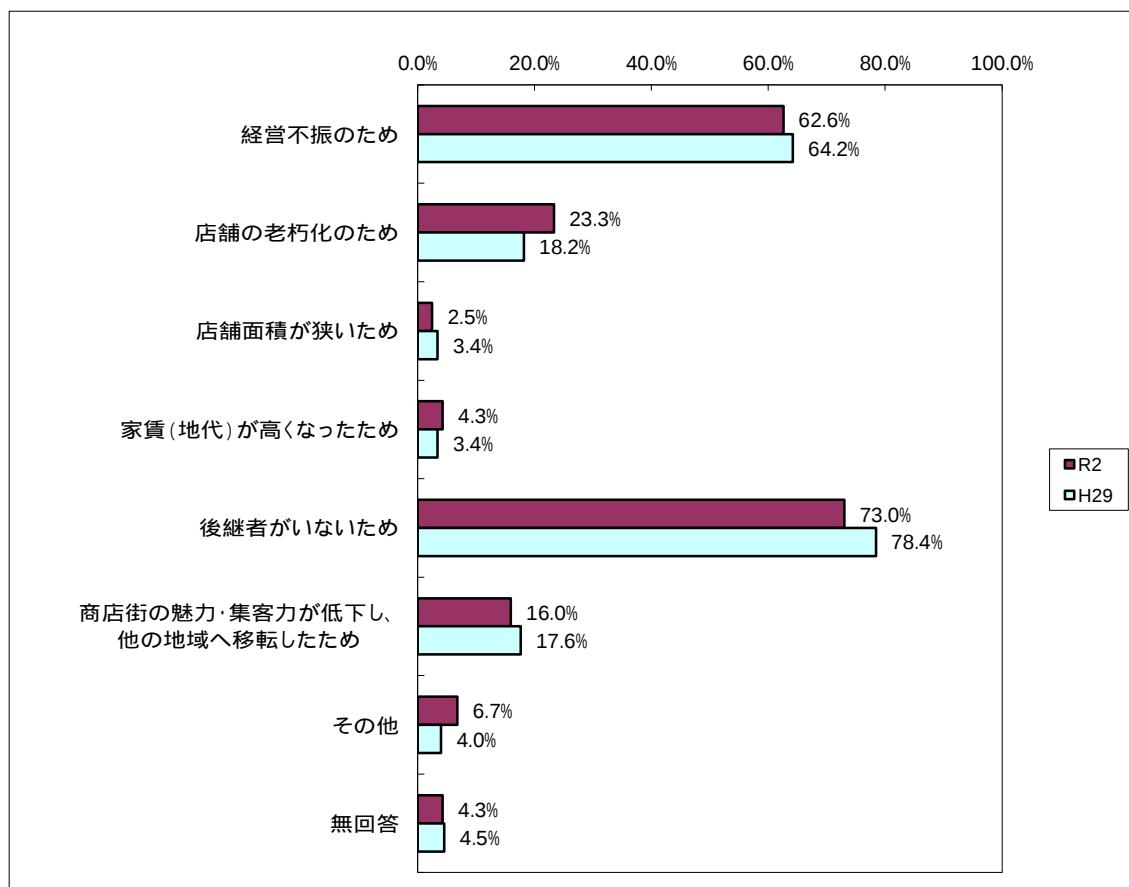


2 「空き店舗あり」と回答した商店街について、空き店舗が生じた理由

空き店舗が生じた理由については、「後継者がいないため」(73.0%)が最も多く、「経営不振のため」(62.6%)、「店舗の老朽化のため」(23.3%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「店舗の老朽化のため」が5.1ポイント増加し、「後継者がいないため」が5.4ポイント減少した。(図29)

「図29 空き店舗が生じた理由:時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=163、H29年度:N=176)



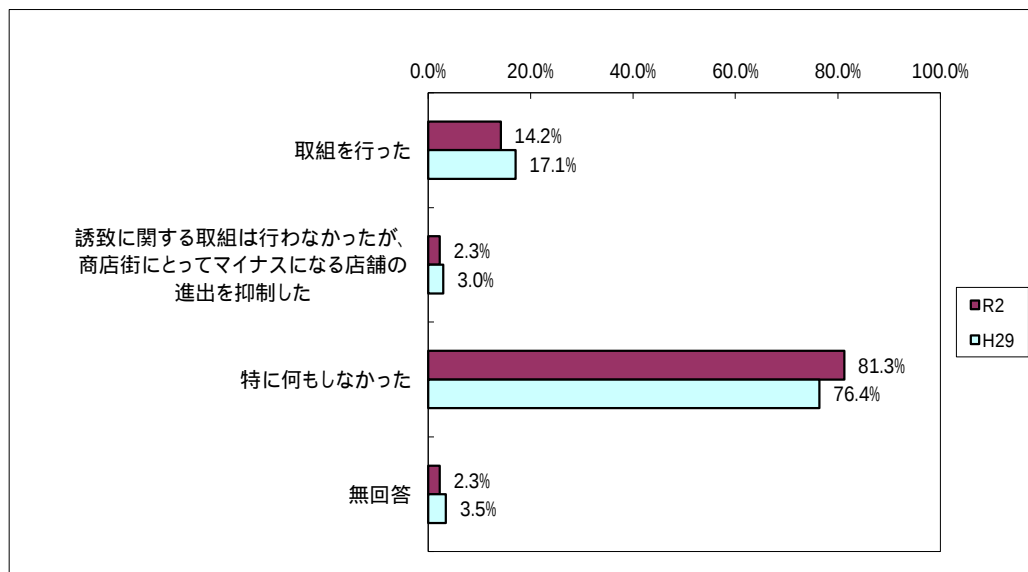
3 店舗誘致に関する商店街の取組

(1) 商店街による店舗誘致の取組の有無

商店街による店舗誘致の取組の有無については、「特に何もしなかった」(81.3%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「特に何もしなかった」が4.9ポイント増加し、「取組を行った」(14.2%)が2.9ポイント減少した。(図30)

「図30 商店街による店舗誘致の取組の有無：時系列比較」(R2年度：N=176、H29年度：N=199)

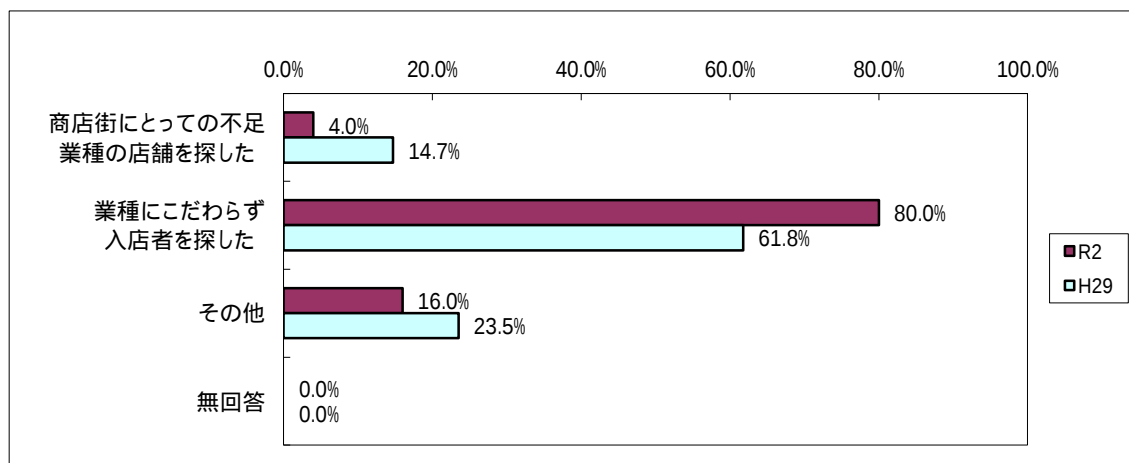


(2) 商店街による店舗誘致の取組の内容

店舗誘致を行った商店街の取組内容については、「業種にこだわらず入店者を探した」(80.0%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「業種にこだわらず入店者を探した」が18.2ポイント増加し、「商店街にとっての不足業種の店舗を探した」(4.0%)が10.7ポイント減少した。(図31)

「図31 商店街の店舗誘致の取組の内容：時系列比較」(R2年度：N=25、H29年度：N=34)

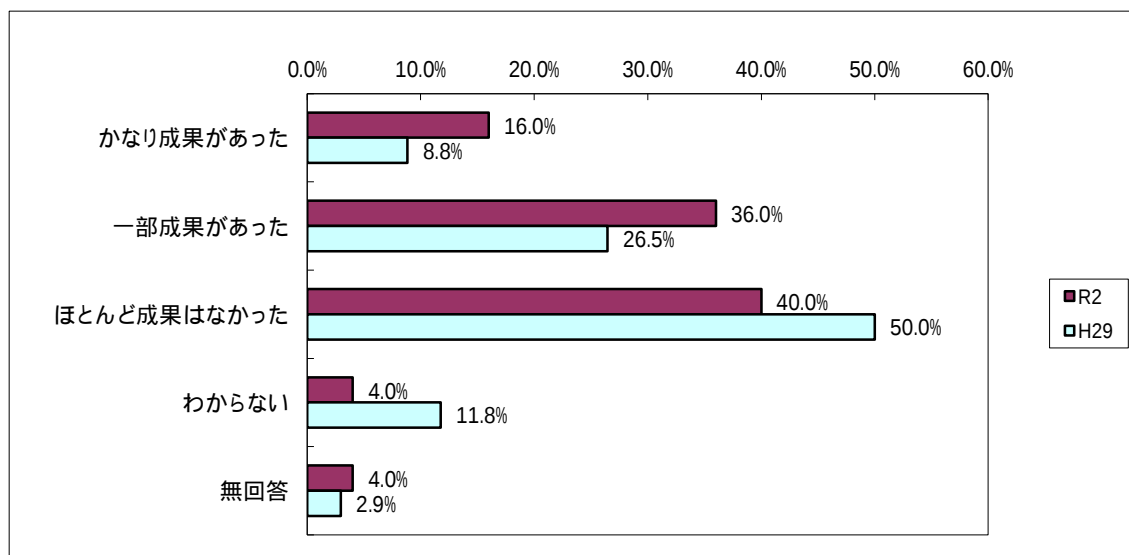


(3) 商店街による店舗誘致の取組の成果

商店街による店舗誘致の取組の成果については、「ほとんど成果はなかった」(40.0%)が最も多くなっている。

平成29年度調査と比較すると、「一部成果があった」(36.0%)が9.5ポイント増加し、「ほとんど成果はなかった」が10.0ポイント減少した。(図32)

「図32 商店街による店舗誘致の取組の成果:時系列比較」(R2年度:N=25、H29年度:N=34)



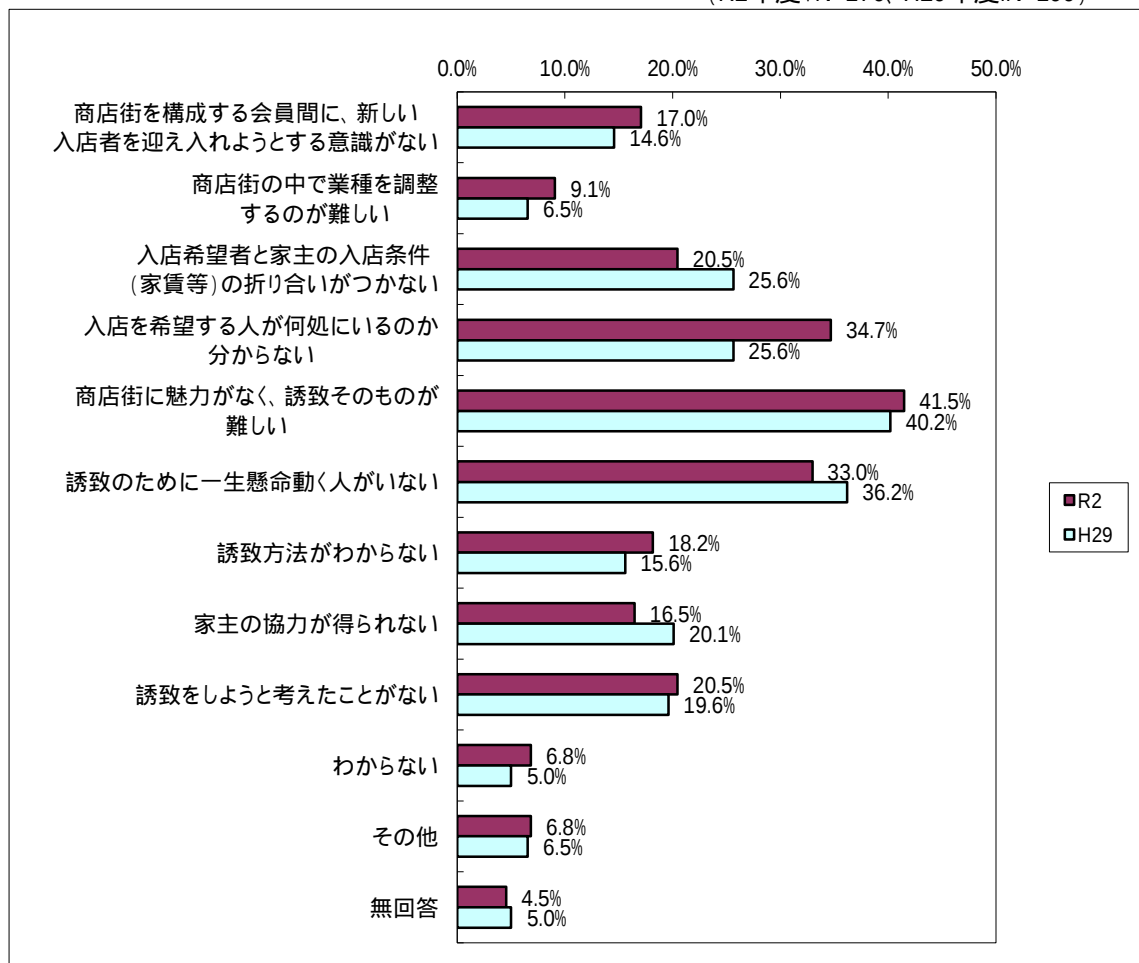
4 商店街で店舗を誘致する時に困難なこと

商店街で店舗を誘致する時に困難なことについては、「商店街に魅力がなく、誘致そのものが難しい」(41.5%)が最も多く、「入店を希望する人が何処にいるのか分からない」(34.7%)、「誘致のために一生懸命動く人がいない」(33.0%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「入店を希望する人が何処にいるのか分からない」が9.1ポイント増加し、「入店希望者と家主の入店条件(家賃等)の折り合いがつかない」が5.1ポイント減少した。(図33)

「図33 商店街で店舗を誘致する時に困難なこと：時系列比較(複数回答)」

(R2年度:N=176、H29年度:N=199)

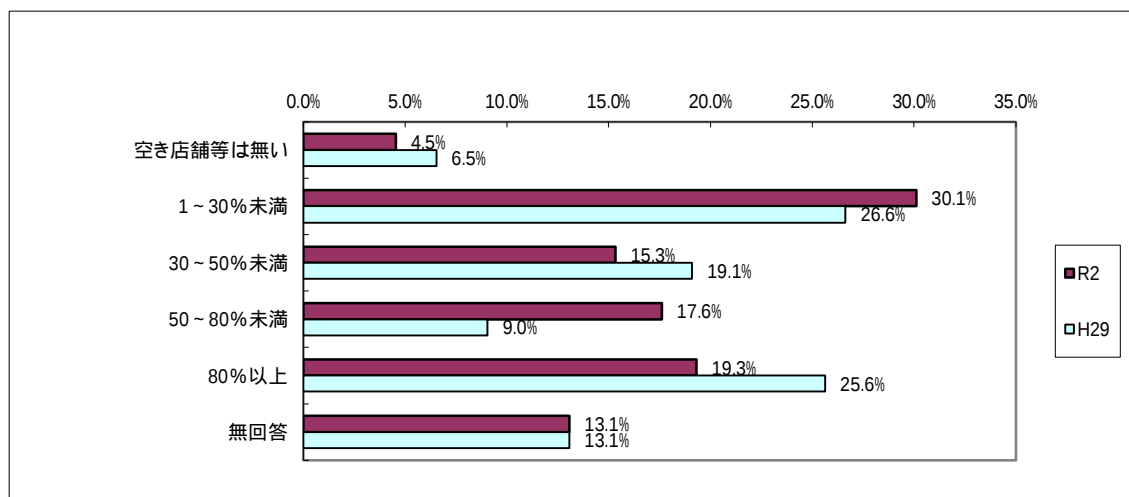


5 賃貸等の意思がない空き店舗の比率

賃貸等の意思がない空き店舗の比率については、「1～30%未満」(30.1%)が最も多く、「80%以上」(19.3%)、「50～80%未満」(17.6%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「50～80%未満」が8.6ポイント増加し、「80%以上」が6.3ポイント減少した。(図34)

「図34 賃貸等の意思がない空き店舗の比率」(R2年度:N=176、H29年度:N=199)

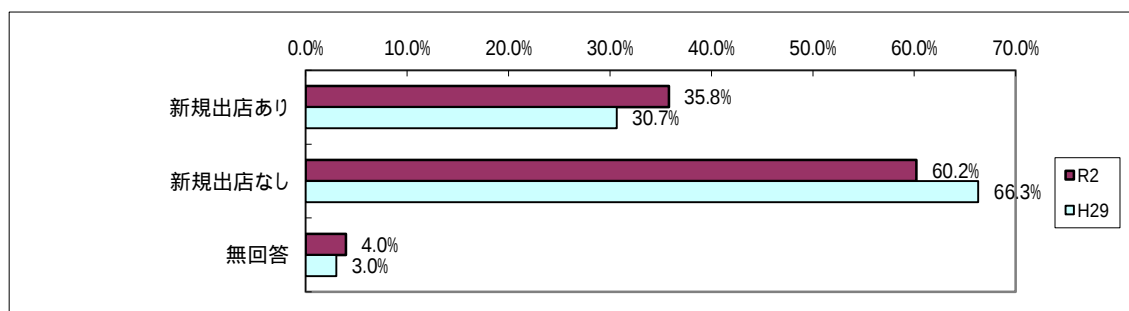


6 過去1年間の新規出店の有無

過去1年間の新規出店の有無については、「新規出店あり」と回答した商店街が35.8%、「新規出店なし」と回答した商店街が60.2%であった。

平成29年度調査と比較すると、「新規出店あり」が5.1ポイント増加し、「新規出店なし」が6.1ポイント減少した。(図35)

「図35 過去1年間の新規出店の有無」(R2年度:N=176、H29年度:N=199)



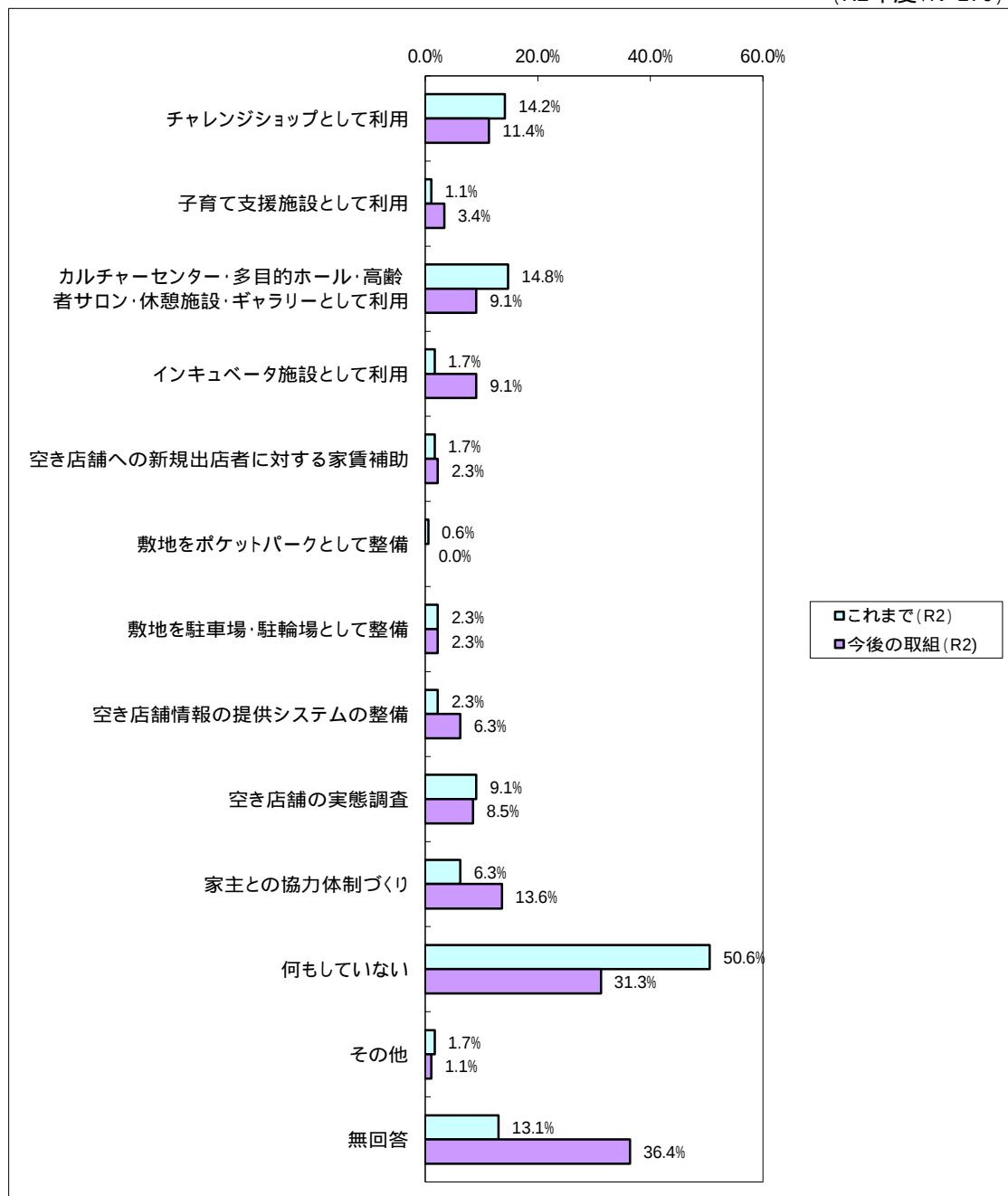
7 店舗誘致以外の空き店舗解消の取組

店舗誘致以外の空き店舗解消の取組については、これまでの取組では、「何もしていない」(50.6%)が最も多く、「カルチャーセンター・多目的ホール・高齢者サロン・休憩施設・ギャラリーとして利用」(14.8%)、「チャレンジショップとして利用」(14.2%)と続いている。

今後の取組では、「何もしていない」(31.3%)が最も多く、「家主との協力体制づくり」(13.6%)、「チャレンジショップとして利用」(11.4%)と続いている。(図36)

「図36 店舗誘致以外の空き店舗解消の取組:これまでの取組と今後の取組(複数回答)」

(R2年度:N=176)

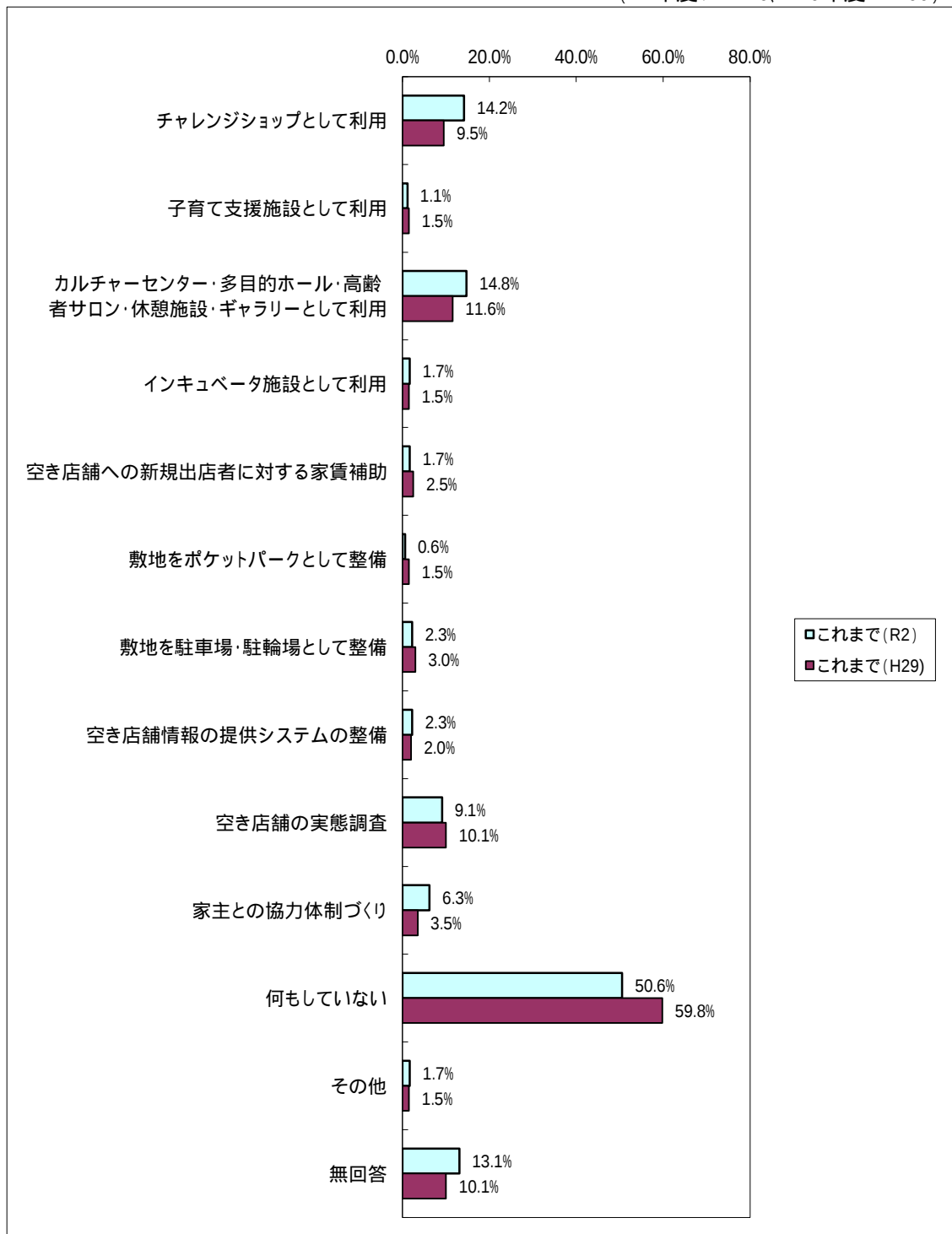


チャレンジショップ …… 商店街等に出店して新しい事業に挑戦しようとする新規開業者の店舗
 インキュベータ施設 …… 商業者に限らず新たに事業を起こそうとする者を支援するための貸事務所や貸作業所
 ポケットパーク …… 市街地の一角などに設けられる小公園

これまでの取組について平成29年度調査と比較すると、「チャレンジショップとして利用」が4.7ポイント増加し、「何もしていない」が9.2ポイント減少した。(図37)

「図37 店舗誘致以外の空き店舗解消の取組:これまでの取組の時系列比較(複数回答)」

(R2年度:N=176、H29年度:N=199)



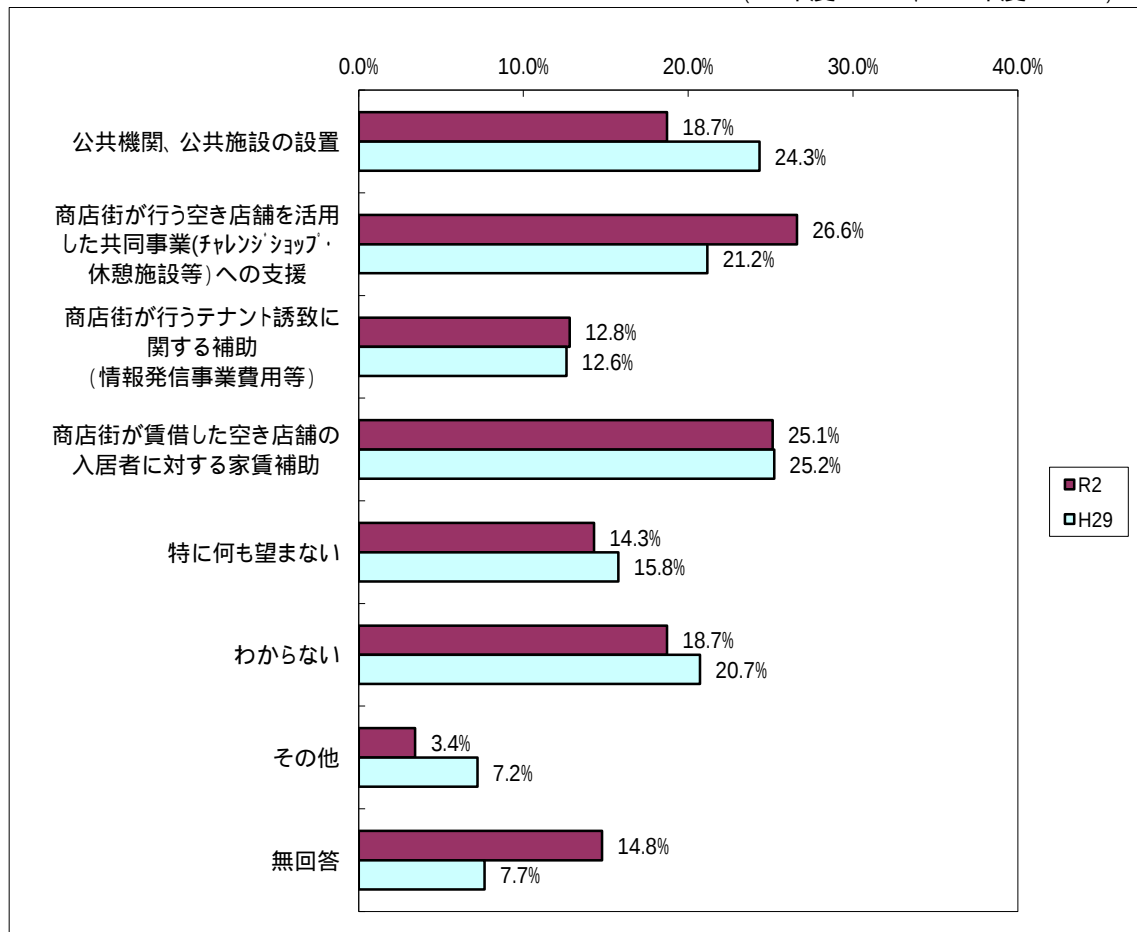
8 空き店舗対策として行政に望む支援策

空き店舗対策として行政に望む支援策については、「商店街が行う空き店舗を活用した共同事業（チャレンジショップ・休憩施設等）への支援」（26.6%）が最も多く、「商店街が賃借した空き店舗の入居者に対する家賃補助」（25.1%）、「公共機関、公共施設の設置」（18.7%）と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「商店街が行う空き店舗を活用した共同事業（チャレンジショップ・休憩施設等）への支援」が5.4ポイント増加し、「公共機関、公共施設の設置」が5.6ポイント減少した。（図38）

「図38 空き店舗対策として行政に望む支援策：時系列比較（複数回答）」

（R2年度：N=203、H29年度：N=222）



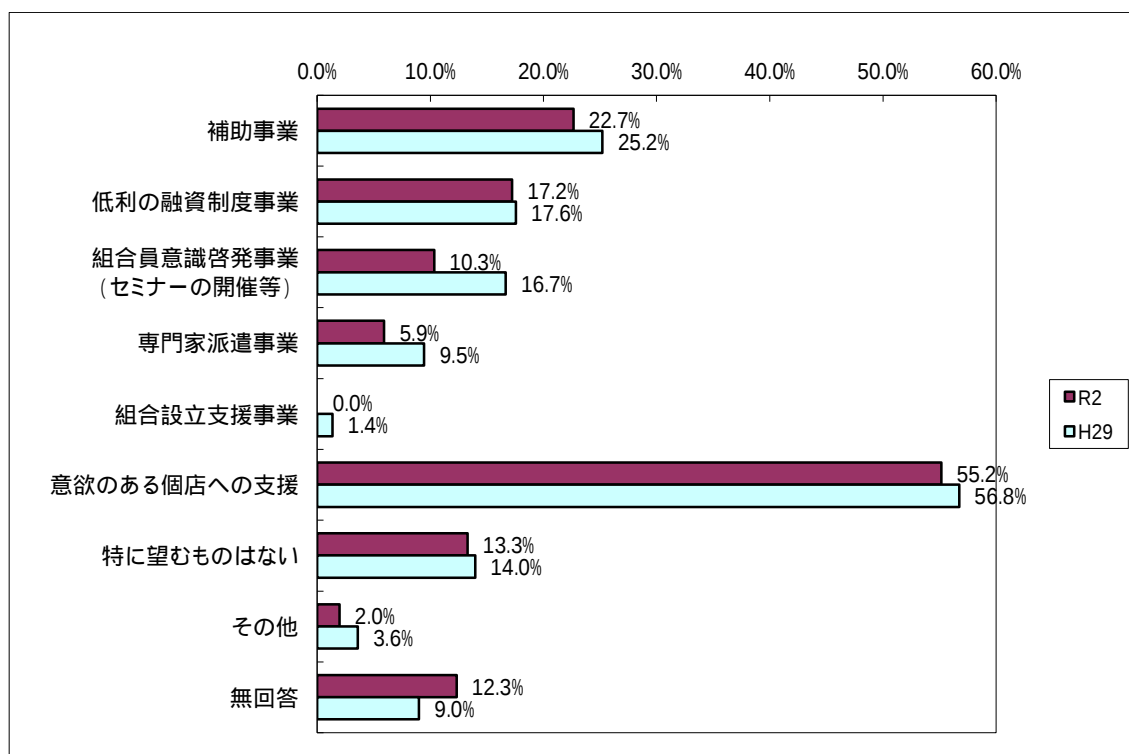
．行政等の支援について

1 行政、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会等に対して望む事業

行政、商工会、商工会議所、中小企業団体中央会等に対して望む事業については、「意欲のある個店への支援」(55.2%)が最も多く、「補助事業」(22.7%)、「低利の融資制度事業」(17.2%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「組合員意識啓発事業(セミナーの開催等)」(10.3%)が6.4ポイント減少した。(図39)

「図39 行政等に対して望む事業：時系列比較(複数回答)」(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



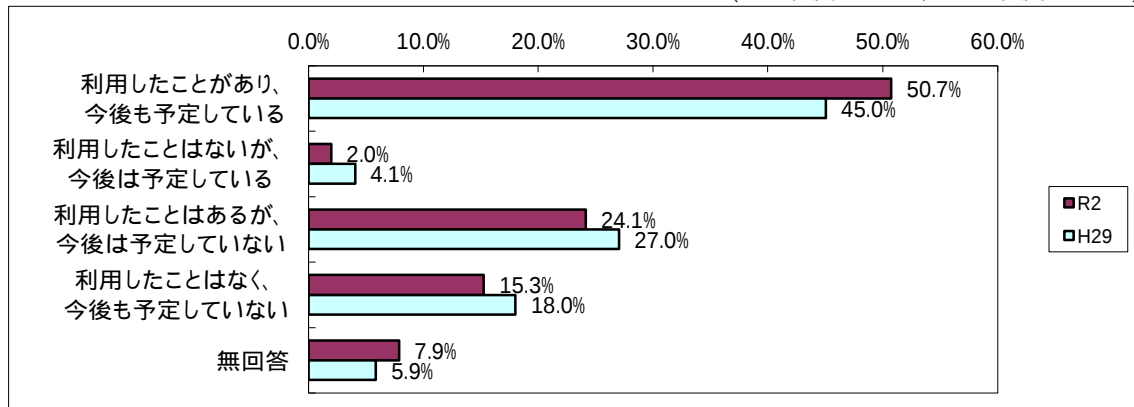
2 補助事業の利用の有無と今後の利用予定

補助事業の利用の有無と今後の利用予定については、「利用したことがあり、今後も予定している」(50.7%)が最も多く、「利用したことはあるが、今後は予定していない」(24.1%)、「利用したことはなく、今後も予定していない」(15.3%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「利用したことがあり、今後も予定している」が5.7ポイント増加し、「利用したことはあるが、今後は予定していない」が2.9ポイント減少した。(図40)

「図40 補助事業の利用の有無と今後の利用予定：時系列比較」

(R2年度:N=203、H29年度:N=222)



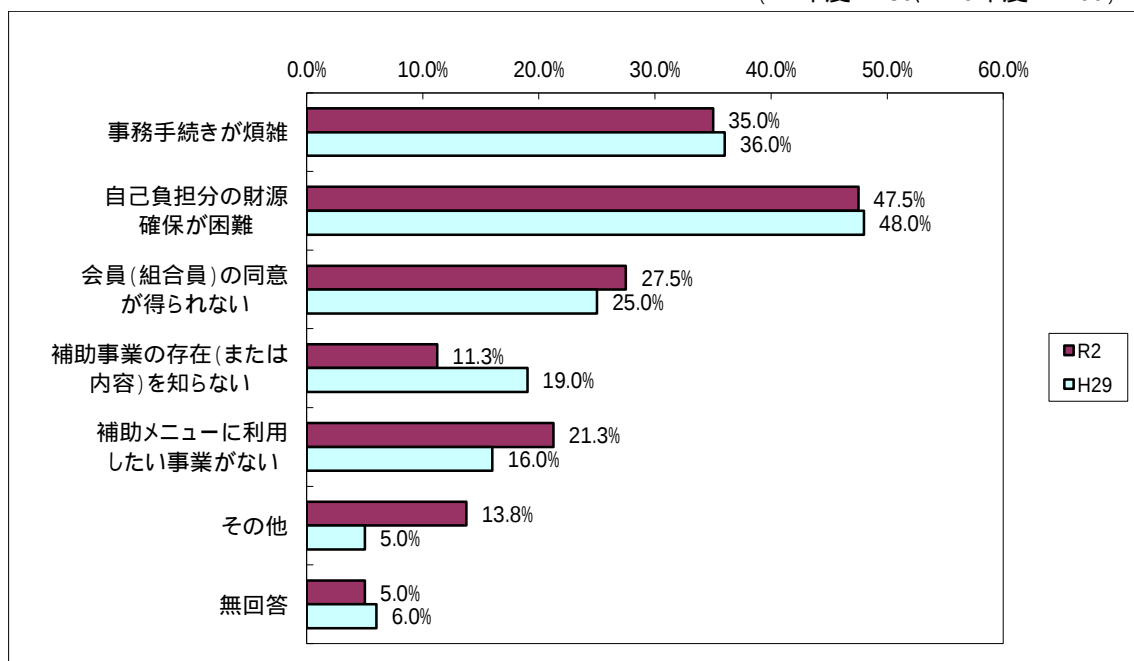
3 補助事業の利用を予定していない理由

補助事業の利用を予定していない理由については、「自己負担分の財源確保が困難」(47.5%)が最も多く、「事務手続きが煩雑」(35.0%)、「会員(組合員)の同意が得られない」(27.5%)と続いている。

平成29年度調査と比較すると、「補助メニューに利用したい事業がない」(21.3%)が5.3ポイント増加し、「補助事業の存在(または内容)を知らない」(11.3%)が7.7ポイント減少した。(図41)

「図41 補助事業の利用を予定していない理由：時系列比較(複数回答)」

(R2年度:N=80、H29年度:N=100)



(巻末資料)

集 計 表

1 商店街の組織と現状について

問1 商店街組織

	n= 203		222
	R2	H29	
商店街振興組合	61	70	
事業協同組合	35	29	
任意団体	107	123	

R2	H29
30.0%	34.5%
17.2%	14.3%
52.7%	60.6%

問2 店舗数の変化

	n= 203			
	増えた	変わらない	減った	無回答
大型買回り小売店	2	96	12	93
買回り小売店	6	77	62	57
最寄品小売店	8	104	46	44
飲食・サービス店	28	78	56	40
その他	11	116	22	53
合計	14	45	65	79

増えた	変わらない	減った	無回答
1.0%	47.3%	5.9%	45.8%
3.0%	38.1%	30.7%	28.2%
4.0%	51.5%	22.8%	21.8%
13.9%	38.6%	27.7%	19.8%
5.4%	57.4%	10.9%	26.2%
6.9%	22.2%	32.0%	38.9%

問3 商店街のタイプ

	n= 203		222
	R2	H29	
近隣型商店街	102	125	
地域型商店街	80	78	
広域型商店街	3	8	
超広域型商店街	1	0	
無回答	17	11	

R2	H29
50.2%	56.3%
39.4%	35.1%
1.5%	3.6%
0.5%	0.0%
8.4%	5.0%

問4 中心顧客層(全て)

	n= 203		222
	R2	H29	
学生、若者	45	41	
主婦	161	176	
高齢者	180	203	
家族連れ	61	52	
ビジネスマン、OL	31	41	
観光客	30	27	
わからない	7	12	
無回答	4	2	

R2	H29
22.2%	18.5%
79.3%	79.3%
88.7%	91.4%
30.0%	23.4%
15.3%	18.5%
14.8%	12.2%
3.4%	5.4%
2.0%	0.9%

問5 最も重視する顧客層

	n= 203		222
	R2	H29	
学生、若者	26	21	
主婦	68	51	
高齢者	41	60	
家族連れ	24	20	
ビジネスマン、OL	2	7	
観光客	11	11	
わからない	26	37	
無回答	5	15	

R2	H29
12.8%	9.5%
33.5%	23.0%
20.2%	27.0%
11.8%	9.0%
1.0%	3.2%
5.4%	5.0%
12.8%	16.7%
2.5%	6.8%

問6 閉店時間

	n= 203		222
	R2	H29	
午後6時以前	8	4	
午後6時頃	61	43	
午後6時半頃	43	58	
午後7時頃	72	91	
午後7時半頃	2	7	
午後8時頃	3	4	
午後8時半頃	0	0	
午後9時頃	2	0	
午後9時以降	7	9	
無回答	5	6	

R2	H29
3.9%	1.8%
30.0%	19.4%
21.2%	26.1%
35.5%	41.0%
1.0%	3.2%
1.5%	1.8%
0.0%	0.0%
1.0%	0.0%
3.4%	4.1%
2.5%	2.7%

問7 駐車場の有無

	n= 203		222
	R2	H29	
ある	81	96	
ない	117	120	
無回答	5	6	

R2	H29
39.9%	43.2%
57.6%	54.1%
2.5%	2.7%

2 商店街の現状について

問8 最近の景況

	n= 203		222
	R2	H29	
繁栄している	2	2	
変わらない	28	47	
衰退している	168	169	
無回答	5	4	

R2	H29
1.0%	0.9%
13.8%	21.2%
82.8%	76.1%
2.5%	1.8%

問9 今後の景況予測

	n= 203		222
	R2	H29	
繁栄する	12	9	
変わらない	24	34	
衰退する	156	172	
無回答	11	7	

R2	H29
5.9%	4.1%
11.8%	15.3%
76.8%	77.5%
5.4%	3.2%

問10 売上高

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
増加している	6	5	3.0%	2.3%
減少している	163	165	80.3%	74.3%
変化なし	17	38	8.4%	17.1%
無回答	17	14	8.4%	6.3%

増加率	～10%	3	2	50.0%	40.0%
	10%～20%	3	2	50.0%	40.0%
	20%～30%	0	0	0.0%	0.0%
	30%～	0	0	0.0%	0.0%
	無回答	0	1	0.0%	20.0%
減少率	～10%	29	53	17.8%	32.1%
	10%～20%	45	68	27.6%	41.2%
	20%～30%	44	19	27.0%	11.5%
	30%～	32	19	19.6%	11.5%
	無回答	13	6	8.0%	3.6%

問11 来街者数

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
増加した	3	3	1.5%	1.4%
やや増加した	7	12	3.4%	5.4%
変わらない	22	46	10.8%	20.7%
やや減少した	60	67	29.6%	30.2%
減少した	105	91	51.7%	41.0%
無回答	6	3	3.0%	1.4%

問12 来街者増加理由(全て)

n= 10 15

	R2	H29	R2	H29
商圏地域の人口・世帯数の増加	1	2	10.0%	13.3%
商店街の外の大型店が撤退	0	0	0.0%	0.0%
商店街の中に大型店が出店	1	1	10.0%	6.7%
業種構成が充実	0	0	0.0%	0.0%
魅力ある個店の増加	4	5	40.0%	33.3%
営業時間の延長	0	0	0.0%	0.0%
商品の価格の値下げ	0	0	0.0%	0.0%
商店街の共同事業(共同売出し、イベント等)の増加	0	5	0.0%	33.3%
アーケード、カラー舗装、街路灯等の設置の充実	2	3	20.0%	20.0%
駐車場の増加	0	2	0.0%	13.3%
空き店舗の解消によるイメージアップ	3	2	30.0%	13.3%
公共施設の新設・転入	2	5	20.0%	33.3%
消費者ニーズに対応した商品・サービスの提供	0	1	0.0%	6.7%
商店街の情報の発信(PR)	1	0	10.0%	0.0%
交通利便性の増加	1	1	10.0%	6.7%
近隣商店街との連携強化	0	0	0.0%	0.0%
その他	6	6	60.0%	40.0%
無回答	0	0	0.0%	0.0%

問13 来街者減少理由(全て)

n= 165 158

	R2	H29	R2	H29
商圏地域の人口・世帯数の減少	104	111	63.0%	70.3%
商店街の外に大型店が出店	48	65	29.1%	41.1%
商店街から大型店が撤退	18	15	10.9%	9.5%
業種構成の不足	79	72	47.9%	45.6%
魅力ある個店が少ない	94	110	57.0%	69.6%
営業時間が短い	15	17	9.1%	10.8%
商品の価格が高い	15	22	9.1%	13.9%
商店街の共同事業(共同売出し、イベント等)の減少	37	29	22.4%	18.4%
アーケード、カラー舗装、街路灯等の設置の不備	5	11	3.0%	7.0%
駐車場の不足	41	38	24.8%	24.1%
空き店舗の増加によるイメージダウン	54	59	32.7%	37.3%
公共施設の閉鎖・転出	10	17	6.1%	10.8%
消費者ニーズに対応した商品・サービスを提供できていない	59	69	35.8%	43.7%
商店街の情報の発信不足(PR)	39	36	23.6%	22.8%
交通利便性の低下	18	17	10.9%	10.8%
近隣商店街との連携不足	19	18	11.5%	11.4%
その他	17	11	10.3%	7.0%
無回答	5	0	3.0%	0.0%

問14 商店街が利用されるのに必要と考えること(2つ)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
一度にいろいろな買い物ができたり、品揃え豊富な商品の提供などの利便性向上	69	60	34.0%	27.0%
入りやすく利用しやすい、丁寧な接客である、アフターサービスが徹底しているなど魅力ある店舗の充実	92	94	45.3%	42.3%
歩道と車道、歩道と店舗の段差解消など高齢者、障害者への十分な対応	5	19	2.5%	8.6%
ゴミの減量化など環境問題や自然環境へ配慮した対応(包装の減少、リサイクル対応等)	2	0	1.0%	0.0%
駐車場の整備など車社会の進展に対応した施設の整備	32	36	15.8%	16.2%
地域の文化や歴史を活かした街並み整備	23	36	11.3%	16.2%
特色あるイベントの実施	27	31	13.3%	14.0%
インターネットの活用などによる商店街や商品の情報提供	27	16	13.3%	7.2%
夜型の生活に対応した営業時間の設定(深夜営業等)	0	4	0.0%	1.8%
大型店と競合しない商品・サービスの提供	46	64	22.7%	28.8%
その他	12	23	5.9%	10.4%
無回答	19	10	9.4%	4.5%

3 商店街の問題と取り組みについて

問15 商店街の問題点(3つ)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
業種構成が不足している	53	65	26.1%	29.3%
魅力ある店舗が少ない	54	56	26.6%	25.2%
会員(組合員)の減少	60	75	29.6%	33.8%
全般に店舗規模が過小	21	21	10.3%	9.5%
空き店舗の増加	49	43	24.1%	19.4%
集客の核となる店舗が少ない	37	50	18.2%	22.5%
後継者不足	105	119	51.7%	53.6%
大型店との競合	10	14	4.9%	6.3%
店舗や共同施設(アーケード等)の老朽化・陳腐化が激しい	16	16	7.9%	7.2%
駐車場等の施設が十分整備されていない	15	12	7.4%	5.4%
商店街活動を積極的に推進するリーダーが不在	23	23	11.3%	10.4%
商店街活動への事業者の参加意識が薄い	27	37	13.3%	16.7%
消費者ニーズに対応した商品・サービスを提供できていない	15	25	7.4%	11.3%
高齢化	49	52	24.1%	23.4%
その他	6	4	3.0%	1.8%
無回答	8	3	3.9%	1.4%

問16 店舗の後継者育成対策

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
対策を講じている	12	10	5.9%	4.5%
対策を講じていない	181	208	89.2%	93.7%
無回答	10	4	4.9%	1.8%

問17 商店街に対する住民・来街者のニーズ把握

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
把握している	4	15	2.0%	6.8%
把握していないが、今後把握しようと考えている	109	130	53.7%	58.6%
把握しておらず、把握する必要性も感じていない	78	72	38.4%	32.4%
無回答	12	5	5.9%	2.3%

問18 商店街の役割(全て)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
地域住民への身近な購買機会の提供	137	149	67.5%	67.1%
地域情報発信の担い手	34	42	16.7%	18.9%
創業機会の提供	24	23	11.8%	10.4%
治安や防犯への寄与	83	80	40.9%	36.0%
地域の賑わいの創出	111	116	54.7%	52.3%
町並みや歴史的資産の保存	27	25	13.3%	11.3%
他の公共機能等と相まった利便性の提供	26	33	12.8%	14.9%
まちの中心となる顔としての役割	52	65	25.6%	29.3%
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	43	59	21.2%	26.6%
自治会活動など地域活動の担い手	43	52	21.2%	23.4%
地域の歴史・文化の担い手	10	20	4.9%	9.0%
特に期待されていることはない	14	17	6.9%	7.7%
その他	1	2	0.5%	0.9%
無回答	11	6	5.4%	2.7%

問19 商店街のあり方、街づくりの将来ビジョン

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
策定している	9	11	4.4%	5.0%
策定中である	12	14	5.9%	6.3%
今後策定しようと考えている	87	94	42.9%	42.3%
今後も策定する考えはない	85	96	41.9%	43.2%
無回答	10	7	4.9%	3.2%

問20 「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
策定している	7	13	3.4%	5.9%
策定中である	5	5	2.5%	2.3%
今後策定しようと考えている	42	42	20.7%	18.9%
今後も策定する考えはない	59	77	29.1%	34.7%
「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の制度を知らない	71	76	35.0%	34.2%
無回答	19	9	9.4%	4.1%

問21 商店街の地域活動(全て)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
清掃	64	67	31.5%	30.2%
防災・防犯	69	84	34.0%	37.8%
祭り	132	148	65.0%	66.7%
慈善活動	7	7	3.4%	3.2%
福祉活動	5	9	2.5%	4.1%
文化活動	22	29	10.8%	13.1%
環境リサイクル	14	16	6.9%	7.2%
その他	31	31	15.3%	14.0%
特に行っていない	31	36	15.3%	16.2%
無回答	8	8	3.9%	3.6%

問22 商店街活性化に向けて重視するべき取組(3つ)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
共同施設(アーケード等)の整備	19	18	9.4%	8.1%
駐車場・駐輪場の確保	23	26	11.3%	11.7%
店舗改装・ファサードの統一化	2	5	1.0%	2.3%
共同ソフト事業(共同売出し、イベント等)	37	40	18.2%	18.0%
個店の改善・活性化	77	90	37.9%	40.5%
業種構成の充実	20	19	9.9%	8.6%
店舗誘致	46	45	22.7%	20.3%
空き店舗対策	57	59	28.1%	26.6%
後継者の育成	61	61	30.0%	27.5%
高齢者・障害者への対応	29	40	14.3%	18.0%
組合の組織強化	23	18	11.3%	8.1%
収益事業の強化(財政基盤強化)	9	7	4.4%	3.2%
地域活動への参加	15	13	7.4%	5.9%
インターネット等を利用した情報化の促進	25	18	12.3%	8.1%
環境問題・自然環境へ配慮した対応(リサイクル等)	1	0	0.5%	0.0%
大型店と競合しない商品・サービスの開発	27	35	13.3%	15.8%
買い物弱者への対応(宅配、移動販売、送迎バスの運行等)	19	27	9.4%	12.2%
その他	7	9	3.4%	4.1%
無回答	10	13	4.9%	5.9%

問23 商店街活性化に向けて個店に必要な取組(全て)

n= 203 222

	R2	H29	R2	H29
店舗改装	52	59	25.6%	26.6%
品揃えの強化	91	106	44.8%	47.7%
営業時間の延長	11	14	5.4%	6.3%
土日の営業	14	18	6.9%	8.1%
インターネットを利用した情報発信	78	83	38.4%	37.4%
新分野への進出・新商品の開発などの取り組み	52	51	25.6%	23.0%
販売促進(ダイレクトメール・チラシ等)の強化	66	63	32.5%	28.4%
その他	22	28	10.8%	12.6%
無回答	27	23	13.3%	10.4%

問24 各種事業の取り組み(全て)

n= 203

222

[ソフト事業]	R2		H29		R2		H29	
	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組
共同売出し	103	55	121	62	50.7%	27.1%	54.5%	27.9%
共同宣伝・共同チラシ	84	52	101	67	41.4%	25.6%	45.5%	30.2%
ポイント・スタンプカード	77	31	83	41	37.9%	15.3%	37.4%	18.5%
商品券	65	33	71	30	32.0%	16.3%	32.0%	13.5%
商店街情報誌・商店街マップ	67	39	80	49	33.0%	19.2%	36.0%	22.1%
一店逸品運動	21	13	30	23	10.3%	6.4%	13.5%	10.4%
イベント	130	81	131	82	64.0%	39.9%	59.0%	36.9%
新商品開発	4	10	7	17	2.0%	4.9%	3.2%	7.7%
コンピュータを利用した事務の効率化	16	10	19	17	7.9%	4.9%	8.6%	7.7%
商店街のホームページの開設・運営(商品情報の提供等)	42	41	40	46	20.7%	20.2%	18.0%	20.7%
インターネットを利用した商品販売等	10	39	11	37	4.9%	19.2%	5.0%	16.7%
買い物代行・弁当等の宅配	9	21	7	27	4.4%	10.3%	3.2%	12.2%
自転車の貸出・巡回バスの運行等	5	4	10	9	2.5%	2.0%	4.5%	4.1%
店舗誘致	21	40	18	54	10.3%	19.7%	8.1%	24.3%
アドバイザーの活用	21	14	18	26	10.3%	6.9%	8.1%	11.7%
コンセンサス形成	5	5	8	12	2.5%	2.5%	3.6%	5.4%
駐車場料金の割引	16	8	15	13	7.9%	3.9%	6.8%	5.9%
移動販売	4	5	1	10	2.0%	2.5%	0.5%	4.5%
送迎バス等の運行	6	5	3	7	3.0%	2.5%	1.4%	3.2%
その他	2	3	5	3	1.0%	1.5%	2.3%	1.4%
無回答	36	60	34	62	17.7%	29.6%	15.3%	27.9%

n= 203

222

[ハード事業]	R2		H29		R2		H29	
	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組
店舗の建て替え	15	11	13	13	7.4%	5.4%	5.9%	5.9%
ファサードの統一化(建物前面の外壁等を集团的に統一化すること)	5	7	7	6	2.5%	3.4%	3.2%	2.7%
街路灯	116	43	129	37	57.1%	21.2%	58.1%	16.7%
アーケード	73	30	76	27	36.0%	14.8%	34.2%	12.2%
カラー舗装	38	9	46	9	18.7%	4.4%	20.7%	4.1%
彫刻・モニュメント	18	7	20	4	8.9%	3.4%	9.0%	1.8%
花壇・プランター・緑地	81	38	92	48	39.9%	18.7%	41.4%	21.6%
広場・小公園	7	8	14	16	3.4%	3.9%	6.3%	7.2%
休憩所・公衆トイレ	17	13	29	28	8.4%	6.4%	13.1%	12.6%
駐輪場	12	7	11	10	5.9%	3.4%	5.0%	4.5%
駐車場	30	17	34	36	14.8%	8.4%	15.3%	16.2%
子育て支援施設・カルチャーセンター・多目的ホール	9	8	10	20	4.4%	3.9%	4.5%	9.0%
チャレンジショップ	19	19	14	25	9.4%	9.4%	6.3%	11.3%
バリアフリー対応設備	16	11	15	20	7.9%	5.4%	6.8%	9.0%
防犯設備(防犯カメラ等)	52	52	51	51	25.6%	25.6%	23.0%	23.0%
リサイクルボックス(空き缶やペットボトル等のリサイクル対象品の分別回収機)	8	5	7	9	3.9%	2.5%	3.2%	4.1%
その他	2	4	4	4	1.0%	2.0%	1.8%	1.8%
無回答	41	92	47	97	20.2%	45.3%	21.2%	43.7%

4 空き店舗対策について

問25 空き店舗の有無

n= 203

222

	R2	H29	R2	H29
空き店舗あり	163	176	80.3%	79.3%
過去に空き店舗はあったが、現在はない	13	23	6.4%	10.4%
これまで空き店舗は発生していない	9	11	4.4%	5.0%
無回答	18	12	8.9%	5.4%
平均空き店舗率	16.73%	13.83%		

問26 空き店舗数の変化

n= 163

176

	R2	H29	H29	H29
増えている	93	102	57.1%	58.0%
変化なし	46	59	28.2%	33.5%
減っている	21	14	12.9%	8.0%
無回答	3	1	1.8%	0.6%

問27 空き店舗が生じた理由(全て)

	n=	163	176		
		R2	H29	R2	H29
経営不振のため		102	113	62.6%	64.2%
店舗の老朽化のため		38	32	23.3%	18.2%
店舗面積が狭いため		4	6	2.5%	3.4%
家賃(地代)が高くなったため		7	6	4.3%	3.4%
後継者がいないため		119	138	73.0%	78.4%
商店街の魅力・集客力が低下し、他の地域へ移転したため		26	31	16.0%	17.6%
その他		11	7	6.7%	4.0%
無回答		7	8	4.3%	4.5%

問28 商店街としての空き店舗への店舗誘致活動

	n=	176	199		
		R2	H29	R2	H29
取り組みを行った		25	34	14.2%	17.1%
誘致に関する取り組みは行わなかったが、商店街にとってマイナスになる店舗の進出を抑制した		4	6	2.3%	3.0%
特に何もしなかった		143	152	81.3%	76.4%
無回答		4	7	2.3%	3.5%

問29 空き店舗への店舗誘致活動の内容

	n=	25	34		
		R2	H29	R2	H29
商店街にとっての不足業種の店舗を探した		1	5	4.0%	14.7%
業種にこだわらず入店者を探した		20	21	80.0%	61.8%
その他		4	8	16.0%	23.5%
無回答		0	0	0.0%	0.0%

問30 空き店舗への店舗誘致活動の成果

	n=	25	34		
		R2	H29	R2	H29
かなり成果があった		4	3	16.0%	8.8%
一部成果があった		9	9	36.0%	26.5%
ほとんど成果はなかった		10	17	40.0%	50.0%
わからない		1	4	4.0%	11.8%
無回答		1	1	4.0%	2.9%

問31 店舗誘致において困難と思われること(全て)

	n=	176	199		
		R2	H29	R2	H29
商店街を構成する会員間に、新しい入店者を迎え入れようとする意識がない		30	29	17.0%	14.6%
商店街の中で業種を調整するのが難しい		16	13	9.1%	6.5%
入店希望者と家主の入店条件(家賃等)の折り合いがつかない		36	51	20.5%	25.6%
入店を希望する人が何処にいるのか分からない		61	51	34.7%	25.6%
商店街に魅力がなく、誘致そのものが難しい		73	80	41.5%	40.2%
誘致のために一生懸命動く人がいない		58	72	33.0%	36.2%
誘致方法がわからない		32	31	18.2%	15.6%
家主の協力が得られない		29	40	16.5%	20.1%
誘致をしようと思ったことがない		36	39	20.5%	19.6%
わからない		12	10	6.8%	5.0%
その他		12	13	6.8%	6.5%
無回答		8	10	4.5%	5.0%

問32 賃貸等の意思がない空き店舗の比率

	n=	176	199		
		R2	H29	R2	H29
空き店舗等はない		8	13	4.5%	6.5%
1～30%未満		53	53	30.1%	26.6%
30～50%未満		27	38	15.3%	19.1%
50～80%未満		31	18	17.6%	9.0%
80%以上		34	51	19.3%	25.6%
無回答		23	26	13.1%	13.1%

問33 商店街への新規出店

	n=	176	199		
		R2	H29	R2	H29
新規出店あり		63	61	35.8%	30.7%
新規出店なし		106	132	60.2%	66.3%
無回答		7	6	4.0%	3.0%

問34 店舗誘致以外の空き店舗解消の取り組み(全て)

n= 176

199

	R2		H29		R2		H29	
	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組	これまで	今後の取組
チャレンジショップとして利用	25	20	19	25	14.2%	11.4%	9.5%	12.6%
子育て支援施設として利用	2	6	3	8	1.1%	3.4%	1.5%	4.0%
カルチャーセンター・多目的ホール・高齢者サロン・休憩施設・ギャラリーとして利用	26	16	23	37	14.8%	9.1%	11.6%	18.6%
インキュベータ施設として利用	3	16	3	12	1.7%	9.1%	1.5%	6.0%
空き店舗への新規出店者に対する家賃補助	3	4	5	9	1.7%	2.3%	2.5%	4.5%
敷地をポケットパークとして整備	1	0	3	8	0.6%	0.0%	1.5%	4.0%
敷地を駐車場・駐輪場として整備	4	4	6	9	2.3%	2.3%	3.0%	4.5%
空き店舗情報の提供システムの整備	4	11	4	13	2.3%	6.3%	2.0%	6.5%
空き店舗の実態調査	16	15	20	21	9.1%	8.5%	10.1%	10.6%
家主との協力体制づくり	11	24	7	26	6.3%	13.6%	3.5%	13.1%
何もしていない	89	55	119	66	50.6%	31.3%	59.8%	33.2%
その他	3	2	3	3	1.7%	1.1%	1.5%	1.5%
無回答	23	64	20	54	13.1%	36.4%	10.1%	27.1%

問35 空き店舗対策として行政に望む支援策(2つ)

n= 203

222

	R2	H29	R2	H29
公共機関、公共施設の設置	38	54	18.7%	24.3%
商店街が行う空き店舗を活用した共同事業(チャレンジショップ・休憩施設等)への支援	54	47	26.6%	21.2%
商店街が行うテナント誘致に関する補助(情報発信事業費用等)	26	28	12.8%	12.6%
商店街が賃借した空き店舗の入居者に対する家賃補助	51	56	25.1%	25.2%
特に何も望まない	29	35	14.3%	15.8%
わからない	38	46	18.7%	20.7%
その他	7	16	3.4%	7.2%
無回答	30	17	14.8%	7.7%

5 行政等の支援について

問36 行政、商工会、商工会議所、中央会等に対して望む事業(3つ)

n= 203

222

	R2	H29	R2	H29
補助事業	46	56	22.7%	25.2%
低利の融資制度事業	35	39	17.2%	17.6%
組合員意識啓発事業(セミナーの開催等)	21	37	10.3%	16.7%
専門家派遣事業	12	21	5.9%	9.5%
組合設立支援事業	0	3	0.0%	1.4%
意欲ある個店への支援	112	126	55.2%	56.8%
特に望むものはない	27	31	13.3%	14.0%
その他	4	8	2.0%	3.6%
無回答	25	20	12.3%	9.0%

問37 補助事業(国・県・市町村)の利用

n= 203

222

	R2	H29	R2	H29
利用したことがあり、今後も予定している	103	100	50.7%	45.0%
利用したことはないが、今後は予定している	4	9	2.0%	4.1%
利用したことはあるが、今後は予定していない	49	60	24.1%	27.0%
利用したことはなく、今後も予定していない	31	40	15.3%	18.0%
無回答	16	13	7.9%	5.9%

問38 補助事業を利用しない理由(全て)

n= 80

100

	R2	H29	R2	H29
事務手続きが煩雑	28	36	35.0%	36.0%
自己負担分の財源確保が困難	38	48	47.5%	48.0%
会員(組合員)の同意が得られない	22	25	27.5%	25.0%
補助事業の存在(または内容)を知らない	9	19	11.3%	19.0%
補助メニューに利用したい事業がない	17	16	21.3%	16.0%
その他	11	5	13.8%	5.0%
無回答	4	6	5.0%	6.0%

(巻末資料)

調 査 票 見 本

令和2年度 新潟県商店街実態調査票

この調査は、新潟県が、県内商店街の実態を把握し、今後の商店街の活性化対策の基礎資料とするものです。

令和2年10月1日現在の実態について御記入ください。なお、御回答いただいた内容について、個別に公表することは一切ありません。

調査票は、10月30日（金）までに商工会議所又は商工会へ御提出くださるようお願いいたします。

御不明な点がありましたら、下記あてにお問い合わせください。

新潟県 産業労働部 商業・地場産業振興課 商業振興係 石川 万里

〒950-8570 新潟市中央区新光町4-1

TEL：025-280-5237（直通）

FAX：025-280-5278

E-mail：ngt050020@pref.niigata.lg.jp

商店街 名 称	(ふりがな)		組合員数	名
住 所	〒		専従事務局員	有・無
商店街のホームページ 有・無		ホームページ アドレス	http://	
代表者	役 職			
	氏 名			
記入者 (担当者)	役 職			
	氏 名			
	連 絡 先	電話番号		
		FAX番号		
E-mail				

1 商店街の組織と現状について

問1 貴商店街の組織形態で該当するもの1つに○を付けてください。

1. 商店街振興組合

2. 事業協同組合

3. 任意団体

問2 貴商店街（非会員を含む）を構成する営業中の店舗について、それぞれ業種別に店舗数をご記入下さい。また、最近3年間の店舗数の変化について、該当するもの1つに○を付けてください。

業種別 店舗	店舗の種類例	店舗数			最近3年間の店舗数の 変化		
		うち会員店 舗数	うち住居も 兼ねている 店舗数		増え た	変 わ ら な い	減 っ た
買回り 品小売 店	比較して購入する商品を販売する 大型小売店（百貨店・総合スー パーマーケット、大型ディスカウ ント店等）	店	店	店	1	2	3
	その他の買回り小売店	店	店	店	1	2	3
最寄品 小売店	日常的に頻繁に購入する商品を販 売する小売店（生鮮食品・日配食 品店、コンビニエンスストア等）	店	店	店	1	2	3
飲食・ サービ ス店	飲食店、サービス店、遊技場	店	店	店	1	2	3
その他	事業所、金融機関、公共施設等	店	店	店	1	2	3
全体		店	店	店	1	2	3

「買回り品」…「高級衣料」「靴・カバン」「家電製品」など、商品の品質・価格等を比較して
買物をする品目

「最寄品」…「日用雑貨」「食料品」など日常的に頻繁に買物をする品目

問3 貴商店街のタイプについて、該当するもの1つに○を付けてください。

1. 近隣型商店街	最寄品中心で、地元主婦等が日用品などを徒歩または自転車などにより 日常性の買物をする商店街
2. 地域型商店街	最寄品および買回り品が混在し、近隣商店街よりもやや広い範囲から、 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、最寄品店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、遠距離からの来街者が買物をする商店街

問4 貴商店街の中心顧客層について、該当するもの全てに○を付けてください。

1. 学生、若者	2. 主婦	3. 高齢者	4. 家族連れ
5. ビジネスマン、OL	6. 観光客	7. わからない	

問5 貴商店街で、現在の来街者層で今後最も重視していきたいと考えている層について、該当するもの1つに○を付けてください。

1. 学生、若者	2. 主婦	3. 高齢者	4. 家族連れ
5. ビジネスマン、OL	6. 観光客	7. わからない	

問6 貴商店街の閉店時刻で概ね該当するもの1つに○を付けてください。

1. 午後6時以前	2. 午後6時頃	3. 午後6時半頃
4. 午後7時頃	5. 午後7時半頃	6. 午後8時頃
7. 午後8時半頃	8. 午後9時頃	9. 午後9時以降

問7 貴商店街で利用できる駐車場の有無について、該当するものに○を付けてください。また、駐車場がある場合はその収容台数をご記入下さい。

駐車場の有無	1. ある (↓下へ)		2. ない
駐車台数	台	有料駐車場	台
		無料駐車場	台

有料駐車場の台数には、買物金額により割引・無料の駐車券を発行している場合も含まれます。

2 商店街の現状について

問8 貴商店街の最近の景況について、該当するもの1つに○を付けてください。

1. 繁栄している	2. 変わらない	3. 衰退している
-----------	----------	-----------

問9 今後、貴商店街はどのようになると思いますか。該当するもの1つに○を付けてください。

1. 繁栄する	2. 変わらない	3. 衰退する
理由をご記入ください		

問 10 貴商店街の売上高について伺います。3年前と比較した売上高の変化及び売上高の推移（増加率・減少率）について、該当するもの1つに○を付けてください。

(1) 売上高の変化	(2) 売上高の推移				
1. 増加している (→ 右へ)	増加率	ア ~ 1 0 %	イ 1 0 % ~ 2 0 %	ウ 2 0 % ~ 3 0 %	エ 3 0 % ~
2. 減少している (→ 右へ)	減少率	オ ~ 1 0 %	カ 1 0 % ~ 2 0 %	キ 2 0 % ~ 3 0 %	ク 3 0 % ~
3. 変化なし					

問 1 1 商店街の来街者数は3年前と比較してどうなりましたか。該当するもの1つに○を付けてください。

1. 増加した } (→問 1 2 へ)
 2. やや増加した }
 3. 変わらない (→問 1 4 へ)
 4. やや減少した } (→問 1 3 へ)
 5. 減少した }

問 1 2 前項の設問で「増加した」もしくは「やや増加した」に○を付けた商店街に伺います。来街者が増加した理由について、該当するもの全てに○を付けてください。(→回答後、問 1 4 へ)

1. 商圏地域の人口・世帯数の増加
2. 商店街の外にある大型店が撤退
3. 商店街の中に大型店が出店
4. 業種構成が充実
5. 魅力ある個店の増加
6. 営業時間の延長
7. 商品の価格の値下げ
8. 商店街の共同事業（共同売出し、イベント等）の増加
9. アーケード、カラー舗装、街路灯等の設置の充実
10. 駐車場の増加
11. 空き店舗の解消によるイメージアップ
12. 公共施設の新設・転入
13. 消費者ニーズに対応した商品・サービスの提供
14. 商店街の情報の発信（PR）
15. 交通利便性の増加
16. 近隣商店街との連携強化
17. その他（ ）

「大型店」…売場面積が1,000m²を超える小売店舗。以下の設問においても同様。

問13 問11で「減少した」もしくは「やや減少した」に○を付けた商店街に伺います。来街者が減少した理由について、該当するもの全てに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------------|-----------------------|
| 1. 商圏地域の人口・世帯数の減少 | |
| 2. 商店街の外に大型店が出店 | |
| 3. 商店街から大型店が撤退 | |
| 4. 業種構成の不足 | 5. 魅力ある個店が少ない |
| 6. 営業時間が短い | 7. 商品の価格が高い |
| 8. 商店街の共同事業（共同売出し、イベント等）の減少 | |
| 9. アーケード、カラー舗装、街路灯等の設置の不備 | |
| 10. 駐車場の不足 | 11. 空き店舗の増加によるイメージダウン |
| 12. 公共施設の閉鎖・転出 | |
| 13. 消費者ニーズに対応した商品・サービスを提供できていない | |
| 14. 商店街の情報の発信不足（PR） | 15. 交通利便性の低下 |
| 16. 近隣商店街との連携不足 | |
| 17. その他（ | ） |

問14 全ての商店街に伺います。

貴商店街で「こうなればもっと商店街は利用されるのでは」と考えることはなんですか。該当するもの2つ以内に○を付けてください。

- | |
|--|
| 1. 一度にいろいろな買い物ができたり、品揃え豊富な商品の提供などの利便性向上 |
| 2. 入りやすく利用しやすい、丁寧な接客である、アフターサービスが徹底しているなど魅力ある店舗の充実 |
| 3. 歩道と車道、歩道と店舗の段差解消など高齢者、障害者への十分な対応 |
| 4. ゴミの減量化など環境問題や自然環境へ配慮した対応（包装の減少、リサイクル対応等） |
| 5. 駐車場の整備など車社会の進展に対応した施設の整備 |
| 6. 地域の文化や歴史を活かした街並み整備 |
| 7. 特色あるイベントの実施 |
| 8. インターネットの活用などによる商店街や商品の情報提供 |
| 9. 夜型の生活に対応した営業時間の設定（深夜営業等） |
| 10. 大型店と競合しない商品・サービスの開発 |
| 11. その他（ |
| ） |

3 商店街の問題と取り組みについて

問15 貴商店街が抱えている問題点は何ですか。主なものを3つ以内に○を付けてください。

- | | |
|---------------------------------|------------------|
| 1. 業種構成が不足している | 2. 魅力ある店舗が少ない |
| 3. 会員（組合員）の減少 | 4. 全般に店舗規模が過小 |
| 5. 空き店舗の増加 | 6. 集客の核となる店舗が少ない |
| 7. 後継者不足 | 8. 大型店との競合 |
| 9. 店舗や共同施設（アーケード等）の老朽化・陳腐化が激しい | |
| 10. 駐車場等の施設が十分整備されていない | |
| 11. 商店街活動を積極的に推進するリーダーが不在 | |
| 12. 商店街活動への商業者の参加意識が薄い | |
| 13. 消費者ニーズに対応した商品・サービスを提供できていない | |
| 14. 高齢化 | |
| 15. その他（ ） | |

問16 貴商店街では、店舗の後継者を育成するための対策を講じていますか。該当するものに○を付け、対策を講じている場合は、内容を具体的に記載してください。

- | | |
|------------------------------|--------------|
| 1. 対策を講じている
(↓ 内容を具体的に) | 2. 対策を講じていない |
|------------------------------|--------------|

問17 貴商店街では、周辺住民あるいは来街者が、商店街に対して何を期待しているかアンケートやインタビュー等で把握していますか。該当するものを1つに○を付けてください。

- | |
|---|
| 1. 把握している
(活用方法（把握したデータの活用方法をご記入ください）) |
|---|

- | |
|---------------------------|
| 2. 把握していないが、今後把握しようと考えている |
| 3. 把握しておらず、把握する必要性も感じていない |

問１８ 貴商店街では、どのような役割が期待されていると思いますか。該当するもの全てに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------------|-------------------|
| 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．特に期待されていることはない | |
| １３．その他（ | ） |

問１９ 貴商店街では商店街のあり方、街づくりの将来ビジョンを策定していますか。該当するもの１つに○を付けてください。

- | | |
|-----------------|----------------|
| １．策定している | ２．策定中である |
| ３．今後策定しようと考えている | ４．今後も策定する考えはない |

問２０ 貴商店街では平成２１年に施行された「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画を策定していますか。該当するもの１つに○を付けてください。

- | | |
|-------------------------------------|----------------|
| １．策定している | ２．策定中である |
| ３．今後策定しようと考えている | ４．今後も策定する考えはない |
| ５．「地域商店街活性化法」に基づく商店街活性化事業計画の制度を知らない | |

問2 1 貴商店街では、どのような地域活動を行っていますか。該当するもの全てに○を付け、その内容について記載してください。また、地域活動団体と連携して活動を行っている場合は、その団体を下記から選んで、その番号を記載してください。

地域活動の種類	内容	連携団体
1. 清掃		
2. 防災・防犯		
3. 祭り		
4. 慈善活動		
5. 福祉活動		
6. 文化活動		
7. 環境リサイクル		
8. その他		
9. 特に行っていない		



< 連携団体 >

- | | |
|--------------|----------------|
| 1. 自治会・町内会 | 2. 消費者団体 |
| 3. 老人クラブ | 4. 婦人会 |
| 5. まちづくり協議会 | 6. 消防団 |
| 7. ライオンズクラブ等 | 8. 託児所・幼稚園・保育所 |
| 9. 小・中学校 | 10. 高校・専門学校・大学 |
| 11. P T A | 12. ボランティア団体 |
| 13. N P O | 14. 市町村 |
| 15. 他の商店街 | 16. 農協・漁協 |
| 17. その他の組織 (|) |

問2-2 貴商店街が活性化するために、貴商店街として今後取組を重視するべきと考えていることは
 ありますか。主なものを3つ以内に○を付けてください。

- | | |
|-----------------------------------|-------------------------|
| 1. 共同施設（アーケード等）の整備 | 2. 駐車場・駐輪場の確保 |
| 3. 店舗改装・ファサードの統一化 | 4. 共同ソフト事業（共同売出し、イベント等） |
| 5. 個店の改善・活性化 | 6. 業種構成の充実 |
| 7. 店舗誘致 | 8. 空き店舗対策 |
| 9. 後継者の育成 | 10. 高齢者・障害者への対応 |
| 11. 組合の組織強化 | 12. 収益事業の強化（財政基盤強化） |
| 13. 地域活動への参加 | 14. インターネット等を利用した情報化の促進 |
| 15. 環境問題・自然環境へ配慮した対応（リサイクル等） | |
| 16. 大型店と競合しない商品・サービスの開発 | |
| 17. 買い物弱者問題への対応（宅配、移動販売、送迎バスの運行等） | |
| 18. その他（ | ） |

問2-3 貴商店街が活性化するために必要と考えている個店の改善・活性化策について、該当するもの全てに○を付けてください。

- | | |
|---------------------------|-----------|
| 1. 店舗改装 | 2. 品揃えの強化 |
| 3. 営業時間の延長 | 4. 土日の営業 |
| 5. インターネットを利用した情報発信 | |
| 6. 新分野への進出・新商品の開発などの取り組み | |
| 7. 販売促進（ダイレクトメール・チラシ等）の強化 | |
| 8. その他（ | ） |

問2-4 貴商店街の各種事業で、これまで取り組んできたことは何ですか。また、今後5年以内に取り組んでいきたいことは何ですか。該当するもの全てに○を付けてください。

		(1) これまでの取組	(2) 今後の取組
ソフト事業の取り組み			
共同売り出し等の販売促進活動	共同売出し	1	1
	共同宣伝・共同チラシ	2	2
	ポイント・スタンプカード	3	3
	商品券	4	4
	商店街情報誌・商店街マップ	5	5
	一店逸品運動	6	6
	イベント	7	7
	新商品開発	8	8
情報化	コンピュータを利用した事務の効率化	9	9
	商店街のホームページの開設・運営(商品情報の提供等)	10	10
	インターネットを利用した商品販売等	11	11
その他	買い物代行・弁当等の宅配	12	12
	自転車の貸出、巡回バスの運行等	13	13
	店舗誘致	14	14
	アドバイザーの活用	15	15
	コンセンサス形成	16	16
	駐車場料金の割引	17	17
	移動販売	18	18
	送迎バス等の運行	19	19
	具体的に ()	20	20

		(1) これまでの取組	(2) 今後の取組
ハード事業の取り組み			
店舗施設	店舗の建て替え	1	1
	ファサードの統一化(建物前面の外壁等を集団的に統一化すること)	2	2
街路施設	街路灯	3	3
	アーケード	4	4
	カラー舗装	5	5
	彫刻・モニュメント	6	6
	花壇・プランター・緑地	7	7
	広場・小公園	8	8
来街者用施設	休憩所・公衆トイレ	9	9
	駐輪場	10	10
	駐車場	11	11
コミュニティ施設	子育て支援施設・カルチャーセンター・多目的ホール	12	12
チャレンジショップ	チャレンジショップ	13	13
高齢者・障害者対応設備	バリアフリー対応設備	14	14
その他	防犯設備(防犯カメラ等)	15	15
	リサイクルボックス(空き缶やペットボトル等のリサイクル対象品の分別回収機)	16	16
	具体的に ()	17	17

4 空き店舗対策について

問25 貴商店街の中の空き店舗()の有無について、該当するものに1つに○を付けてください。
また、空き店舗がある場合はその店舗数を御記入下さい。

1. 空き店舗あり(→右へ)	空き店舗数.....店 うち廃業後も引き続き居住している数.....店	(→問26へ)
2. 過去に空き店舗はあったが、現在は無い		(→問27へ)
3. これまで空き店舗は発生していない		(→問32へ)

「空き店舗」とは、従前店舗であったものが、現在空きスペースになっているもの(廃業後住居として使用しているものを含む)を指します。(空き店舗を取り壊して空き地となっているものは除きます。)

問26 前項の設定で、「空き店舗あり」と回答した商店街に伺います。3年前と比べて、貴商店街の中の空き店舗数は、どのように変化しましたか。該当するもの1つに○を付けてください。

1. 増えている	2. 変化なし	3. 減っている
----------	---------	----------

問27 空き店舗が生じた理由として、どのような理由が考えられますか。該当するもの全てに○を付けてください。

1. 経営不振のため	2. 店舗の老朽化のため
3. 店舗面積が狭いため	4. 家賃(地代)が高くなったため
5. 後継者がいないため	
6. 商店街の魅力・集客力が低下し、他の地域へ移転したため	
7. その他()	

問28 貴商店街で空き店舗が生じた時、商店街として店舗の誘致に関する取り組みを行いましたか。該当するものに○を付けてください。

1. 取り組みを行った (→問29、問30へ)
2. 誘致に関する取り組みは行わなかったが、商店街にとってマイナスになる店舗の進出を抑制した (→問31へ)
3. 特に何もしなかった (→問31へ)

問29 前項の設定で、「取り組みを行った」と回答した商店街に伺います。取り組んだ内容について、該当するもの1つに○を付けてください。

1. 商店街にとっての不足業種の店舗を探した
2. 業種にこだわらず入店者を探した
3. その他()

問30 問29で○を付けた取り組みは成果がありましたか。該当するもの1つに○を付けてください。

1. かなり成果があった
2. 一部成果があった(成果があったもの:)
3. ほとんど成果はなかった
4. わからない

問31 商店街で店舗を誘致する時に、困難と思われることは何ですか。該当するもの全てに○を付けてください。

1. 商店街を構成する会員間に、新しい入店者を迎え入れようとする意識がない
2. 商店街の中で業種を調整するのが難しい
3. 入店希望者と家主の入店条件(家賃等)の折り合いがつかない
4. 入店を希望する人が何処にいるのか分からない
5. 商店街に魅力がなく、誘致そのものが難しい
6. 誘致のために一生懸命動く人がいない
7. 誘致方法がわからない
8. 家主の協力が得られない
9. 誘致をしようと思ったことがない
10. わからない
11. その他()

問32 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。該当するもの1つに○を付けてください。

- | | | |
|-------------|------------|-------------|
| 1. 空き店舗等はない | 2. 1～30%未満 | 3. 30～50%未満 |
| 4. 50～80%未満 | 5. 80%以上 | |

問33 貴商店街への過去1年間の新規出店有無について、該当するものに○を付けてください。また、新規出店がある場合はその店舗数をご記入下さい。

- | | |
|----------------|----------------------------------|
| 1. 新規出店あり(→右へ) | 新規出店数.....店
うち空き店舗への出店数.....店 |
| 2. 新規出店なし | |

問34 店舗誘致以外で、空き店舗の解消に向けて貴商店街でこれまで取り組んできたことは何ですか。また、今後取り組んでいきたいことは何ですか。該当するもの全てに○を付けてください。

	(1) これまでの取組	(2) 今後の取組
チャレンジショップとして利用	1	1
子育て支援施設として利用	2	2
カルチャーセンター・多目的ホール・高齢者サロン・ 休憩施設・ギャラリーとして利用	3	3
インキュベータ施設として利用	4	4
空き店舗への新規出店者に対する家賃補助	5	5
敷地をポケットパークとして整備	6	6
敷地を駐車場・駐輪場として整備	7	7
空き店舗情報の提供システムの整備	8	8
空き店舗の実態調査	9	9
家主との協力体制づくり	10	10
何もしていない	11	11
その他()	12	12

インキュベータ施設・・・商業者に限らず新たに事業を起こそうとする者を支援するための
貸事務所や貸作業所

問35 空き店舗対策として行政に望む支援策は何ですか。主なもの2つ以内に○を付けてください。

1. 公共機関、公共施設の設置 2. 商店街が行う空き店舗を活用した共同事業（チャレンジショップ・休憩施設等）への支援 3. 商店街が行うテナント誘致に関する補助（情報発信事業費用等） 4. 商店街が賃借した空き店舗の入居者に対する家賃補助 5. 特に何も望まない 6. わからない 7. その他()

5 行政等の支援について

問36 貴商店街が活性化を図る際に、行政や商工会、商工会議所、中小企業団体中央会等の支援機関に対して望む事業は何ですか。重要性の高いもの3つ以内に○を付けてください。

1. 補助事業 （具体的に：		）
2. 低利の融資制度事業	3. 組合員意識啓発事業（セミナーの開催等）	
4. 専門家派遣事業	5. 組合設立支援事業	
6. 意欲のある個店への支援	7. 特に望むものはない	
8. その他（		）

問37 補助事業について伺います。

貴商店街で、補助事業（国・県・市町村）を利用したことはありますか。該当するもの1つに○を付けてください。

1. 利用したことがあり、今後も予定している	} （→問39へ）
2. 利用したことはないが、今後は予定している	
3. 利用したことはあるが、今後は予定していない	} （→問38へ）
4. 利用したことはなく、今後も予定していない	

問38 前項の設定で、「利用したことはあるが、今後は予定していない」もしくは「利用したことはなく、今後も予定していない」に○を付けた商店街に伺います。補助事業を利用しない理由は何ですか。該当するもの全てに○を付けてください。

1. 事務手続きが煩雑	
2. 自己負担分の財源確保が困難	
3. 会員（組合員）の同意が得られない	
4. 補助事業の存在（または内容）を知らない	
5. 補助メニューに利用したい事業がない	
6. その他（	）

問39 補助事業に対して望むこと（補助メニュー、補助内容等）は何ですか。御意見をお聞かせ下さい。

--

最後に…

商店街の活性化や今後の商店街あり方等について、御意見・御要望がありましたら御記入ください。

御協力ありがとうございました