

平成18年度商店街実態調査の結果概要

I. 調査結果のポイント

○商店街の景況は、引き続き厳しい状況

- ①「停滞しているが衰退する恐れがある」または「衰退している」商店街は70.3%
- ②地域型、近隣型など商圏が狭い商店街タイプほど厳しい状況の割合が高い

○個店の改善と商業者の参加意識の向上、人材育成が今後の課題

- ①商店街の大きな問題点は、「魅力のある店舗が少ない」36.9%、次いで「商店街活動への商業者の参加意識が薄い」33.4%、「経営者の高齢化等による後継者難」31.4%
- ②「大型店との競合」よりも「個店の改善」や「参加意識の向上」、「後継者不足」が主要な問題となっている

II. 主な調査の概要

1. 商店街の全店舗数の平均と商店街の会員（組合員）数の平均

商店街の全店舗数の平均は59.2店、商店街の会員（組合員）数の平均は45.9名

(図表1) 商店街の全店舗数の平均と商店街会員（組合員）数の平均

調査年度	商店街の全店舗数の平均	商店街の会員（組合員）数の平均
平成15年度	53.3店	43.7名
平成18年度	59.2店	45.9名

2. 商店街の空き店舗率

商店街の空き店舗率は8.98%（平均空き店舗数は5.3店）

(図表2) 商店街の空き店舗率（過年度変化）

調査年度	空き店舗率	前回調査	空き店舗の定義
平成7年度	6.87%	—	(定義は特に定めていない)
平成12年度	8.53%	1.66%	空き地は含まない
平成15年度	7.31%	△1.22%	従前店舗であったものが、現状空きスペースとなっているもの
平成18年度	8.98%	1.67%	従前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、住居含む。）となっているもの

(注) 空き店舗率は、空き店舗の定義が年度によって若干変わっているため、一概には比較できない。

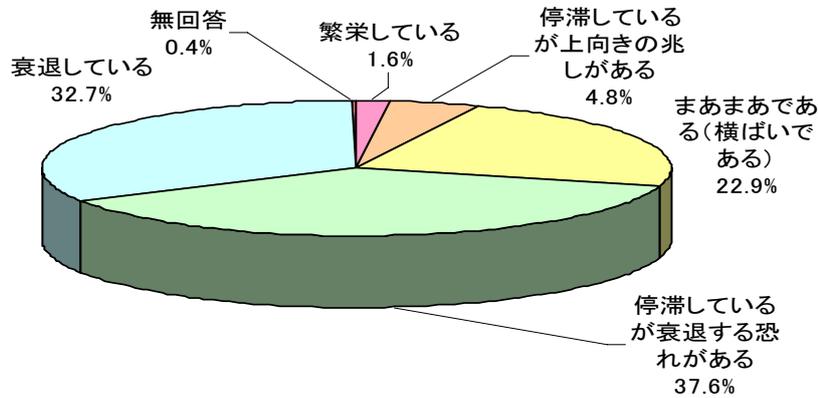
(図表3) 商店街タイプ別の空き店舗率

近隣型商店街	9.79%	広域型商店街	6.04%
地域型商店街	8.96%	超広域型商店街	5.01%

3. 商店街の最近の景況

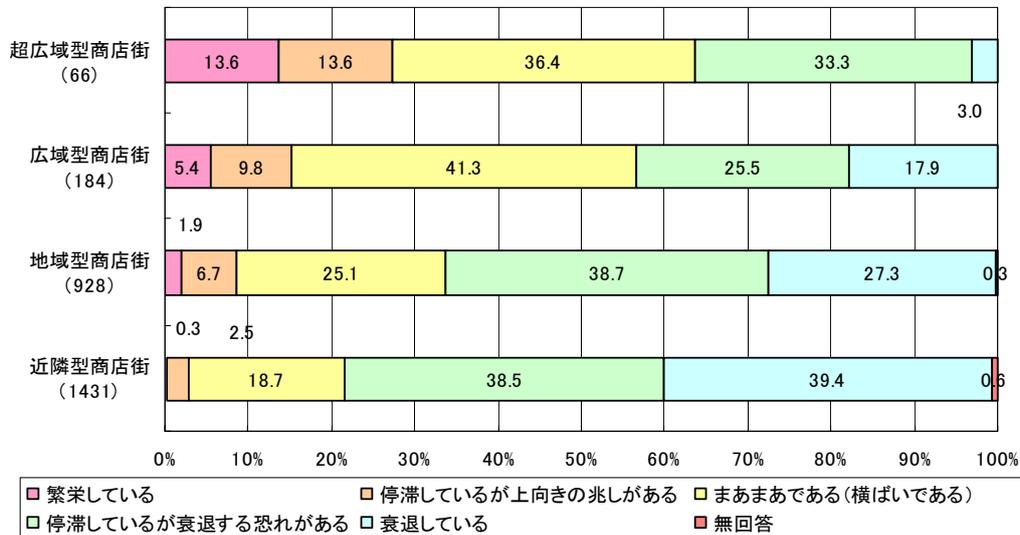
「衰退している」「停滞しているが衰退する恐れがある」と答えた商店街は70.3%であり、依然厳しい状況。一方、「繁栄している」「停滞しているが上向きの兆しがある」と答えた商店街は6.4%。

(図表4) 商店街の最近の景況



商店街タイプ別で見ると、商圈が狭い商店街タイプほど景況が悪い

(図表5) 商店街の最近の景況と商店街タイプ



(図表6) 最近の景況(過年度変化)

調査年度	繁栄している	停滞している	衰退している
平成7年度	2.7%	43.6%	51.1%
平成12年度	2.2%	52.8%	38.6%
平成15年度	2.3%	53.4%	43.2%

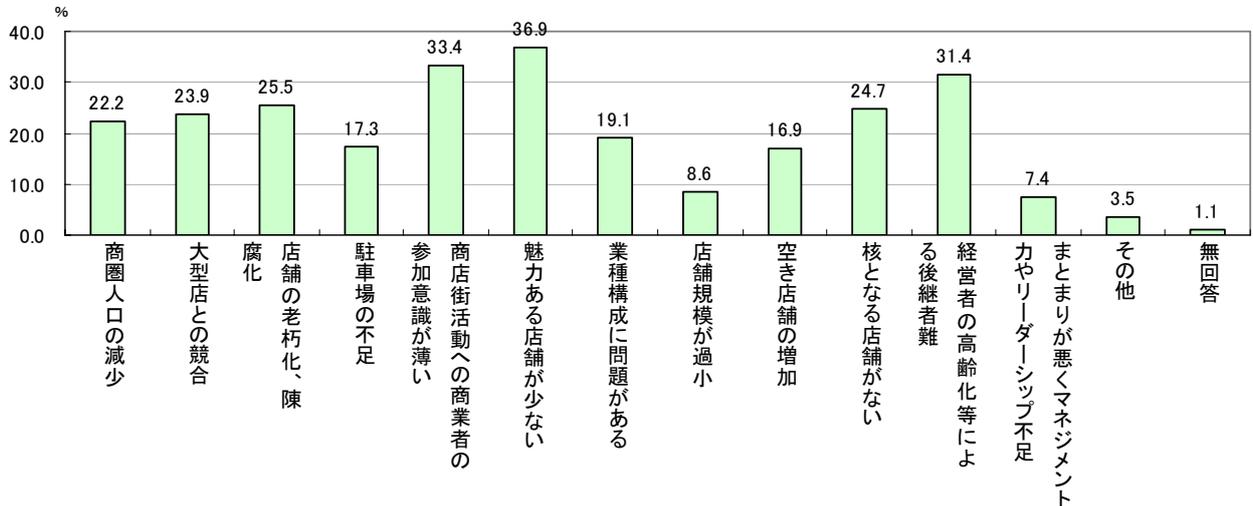
調査年度	繁栄している	停滞しているが上向きの兆しがある	まあまあである(横ばいである)	停滞しているが衰退する恐れがある	衰退している
平成18年度	1.6%	4.8%	22.9%	37.6%	32.7%

(注) 平成18年度から選択肢を3つから5つに変更している。

4. 商店街が抱える問題

商店街が抱える問題点は、「魅力ある店舗が少ない」36.9%、「商店街活動への事業者の参加意識が薄い」33.4%、「経営者の高齢化等による後継者難」31.4%

(図表7) 商店街が抱える問題



平成12年度の調査までは、「大型店との競合」が大きな問題点であったが、今回は、前回に引き続き「個店の改善」や「参加意識の向上」、「後継者不足」が商店街が抱える主要問題に

(図表8) 商店街が抱える問題（過去の回答との比較）

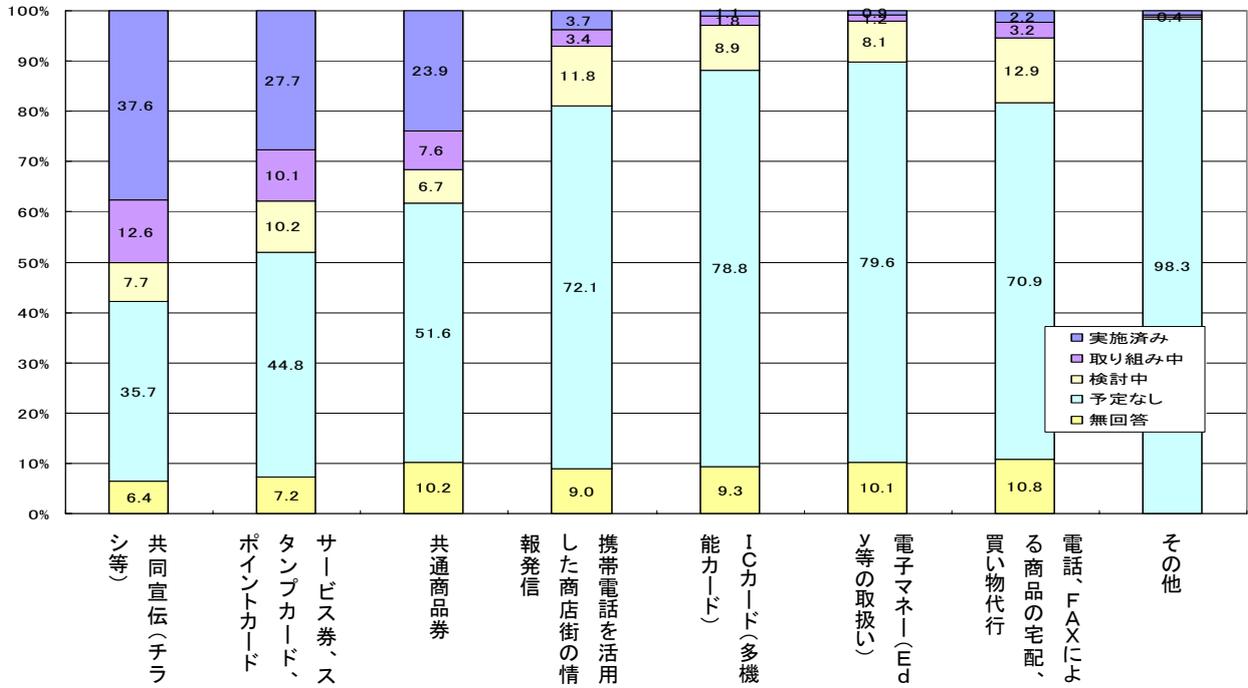
	最も多かった回答	二番目に多かった回答	三番目に多かった回答	設定回答数
平成7年度	大規模店舗に客足が取られている。 (75.7%)	後継者難 (63.9%)	大規模店出店ラッシュに押され気味 (60.6%)	回答は複数選択
平成12年度	魅力ある店舗が少ない (72.8%)	大規模店舗に客足が取られている。 (72.3%)	商店街活動への事業者の参加意識が薄い (65.0%)	回答は複数選択
平成15年度	経営者の高齢化等による後継者難 (67.1%)	魅力ある店舗が少ない (66.3%)	商店街活動への事業者の参加意識が薄い (55.7%)	回答は複数選択
平成18年度 (注)	魅力ある店舗が少ない (36.9%)	商店街活動への事業者の参加意識が薄い (33.4%)	経営者の高齢化等による後継者難 (31.4%)	回答は主なものを3つまで選択

(注) 平成18年度から回答数を3つまでに制限したため、3つ以上の多肢選択が可能であった前回までの調査と比べ回答率が低くなっている。

5. 商店街が取り組んでいる事業

商店街が実施しているソフト事業は、「チラシの配布などの共同宣伝」37.6%、「スタンプカードやポイントカード」27.7%、「共通商品券」23.9%等

(図表9) 商店街が行っているソフト事業



商店街が実施しているハード事業は、「街路灯」71.1%、「カラー舗装」37.4%、「花壇、植樹」30.7%等

(図表10) 商店街が行っているハード事業

