

空き店舗所有者の意識等に関する調査・研究
報告書（概要版）

平成20年3月

中小企業庁商業課

目次

1. 事業の目的、事業内容、調査実施方法等	P2
2. 空き店舗等所有者へのヒアリング調査結果	P3
2-1. 概要	P3
2-2. 空き店舗となっている期間	P4
2-3. 空き店舗活用方法について	P5
2-4. 店舗として賃貸する意思	P6
2-5. 空き店舗の自社利用の意向について	P8
2-6. 自宅専用として利用	P8
2-7. 売却の意向	P9
2-8. 更地にする意向	P10
2-9. 空き店舗所有者の定期借地権に関する認知度と関心度	P10
3. 高齢者の購買行動調査結果	P12
3-1. 概要	P12
3-2. 高齢者の購買行動調査結果について	P12
3-3. 高齢者の購買行動調査結果の分析	P14
4. 今回調査結果を踏まえた上での、課題の抽出及び解決方向性の提示	P15

1. 事業の目的、事業内容、調査実施方法等

1-1. 事業の目的

中心市街地活性化のバロメーターである商店街において、空き店舗の増加・常態化が全国的な課題として顕在化している。商店街に空き店舗が目立つようになってくると、商店街全体の魅力を大きく損ない、商店街自体の集客力の低下、引いては中心市街地の衰退にもつながる。

少子高齢化社会の到来、モータリゼーションの進展等、空き店舗の増加をもたらす構造的な要因が存在することは確かであるが、空き店舗を放置することは、当該店舗の有効活用が図られないことによる損失だけではなく、街全体の活力を損なうことにより、地域経済により大きな損失を与えることになりかねない。

このため、本調査研究においては、商店街の空き店舗等の所有者等に対して、空き店舗のままとする理由や考え方をインタビュー方式で調査することにより明らかにすることを目的とする。

また、街の中心部に空き店舗が増加する一方で、郊外に大型ショッピングセンター等が急増しており、こうした動きに対して、「高齢者が買い物に困る」旨の声が聞かれるため、商店街における高齢者の購買行動についても併せて調査を実施。

1-2. 事業の内容

全国9ブロックの地域から、それぞれ①30万人以上、②5万人以上30万人未満、③5万人未満の人口規模の都市の商店街を選定。全33商店街の空き店舗所有者114名に対して、空き店舗のままにする理由や将来の活用等についてインタビューを実施し、所有者の意識の根底にある不動産に対する思いや、土地の所有と利用の分離における制度の認識具合等を調査・分析した。

また、商店街の衰退等により、高齢者の買物等においてどのような不便等があるのか、商店街において高齢者934名にアンケート調査を実施した。

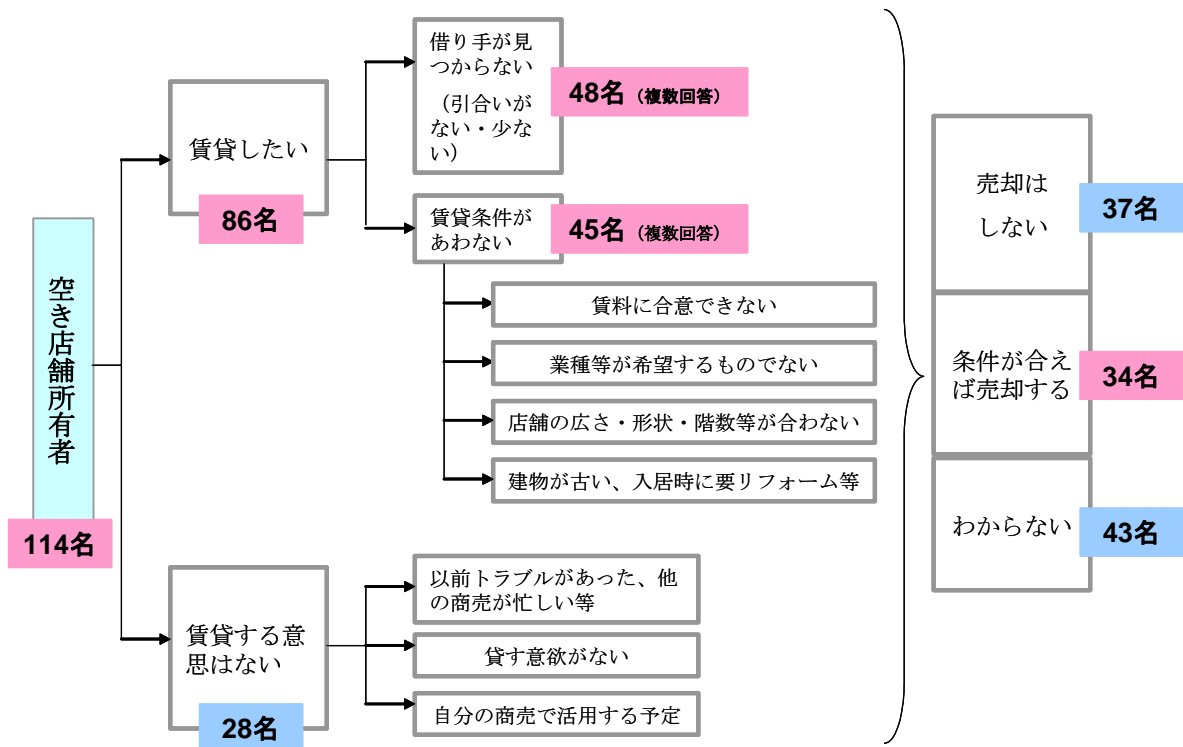
1-3. 実施期間

平成 19 年 12 月 27 日～平成 20 年 3 月 31 日

2. 空き店舗等所有者へのヒアリング調査結果

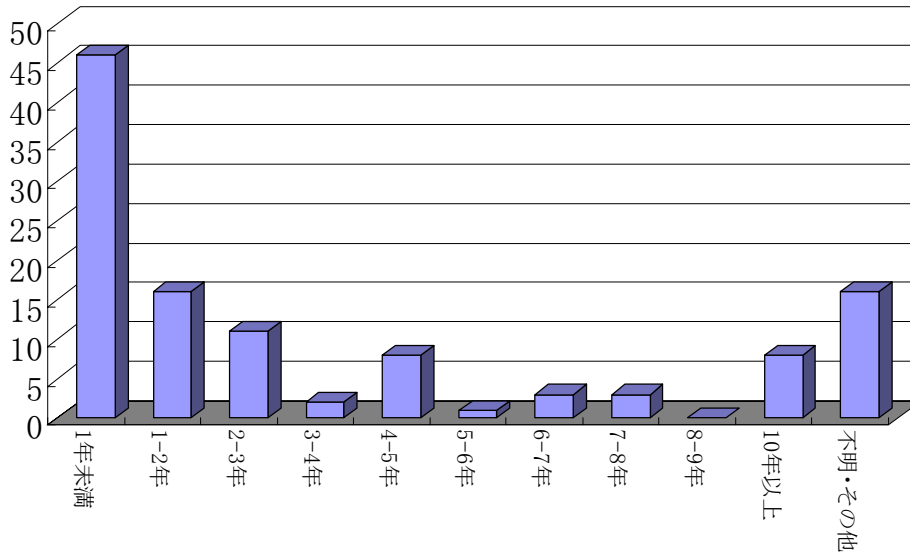
2-1.概要

- ・空き店舗となっている期間は1年未満程度が約半数を占めるが、10年以上も7%ある。
- ・空き店舗を所有している殆どの人が経済的にそれほど困っていない。
- ・4分の3の人が店舗として賃貸する意思があるが、賃貸条件が合わない、借り手がないなどにより貸せていない。
- ・賃貸条件が合わない理由として、賃料の合意ができない、貸したい業種と適合しない、が多い。
- ・借り手がないと答えた人の40%は不動産業者にテナント探しを依頼していない状況。
- ・3分の1の人が空き店舗を手放す意思はなく、理由として「代々の土地への思い」「場所へのこだわり」が多い。
- ・定期借地権制度等の不動産の高度利用に関する制度については、約4割が「知らない」との回答。また、定期借地権制度を活用した再開発等については、約半数の人が「関心ある」と答えているものの、「現在の場所での開発は不可能では」「借り手がないのではないか」などのコメントがあった。



2-2. 空き店舗となっている期間

[空き店舗となっている期間別人数]



[空き店舗期間と事業状況]

主事業	他の事業	空き店舗期間											人数	
		1年未満	2年	3年	4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年以上	不明等		
廃業	なし	1	2		2			1				1	1	8
	不動産業(店舗賃貸等)	4	5	1	1							1	1	13
縮小	なし	1	1	1								1	1	5
	不動産業(店舗賃貸等)	1												1
継続 (現状維持)	なし	4			1	1						2	1	9
	不動産業(店舗賃貸等)	13	5	5		2						1	1	27
	不動産業(専業)	3		1			1		2				2	9
	不動産業(店舗賃貸、駐車場等)	17	2	1		2			1		2	8	33	
	その他	3	2	1				2				1	9	
	計	46	16	12	2	7	1	3	3	0	8	16	114	

※廃業とは、自営店舗を閉店し事業活動を行わなくなった状態である。縮小とは複数店舗で事業を行っていた者が撤退・移転・店舗統合等により空き店舗が発生した状態である。現状維持とは店舗の閉店・撤退等がない状況である。

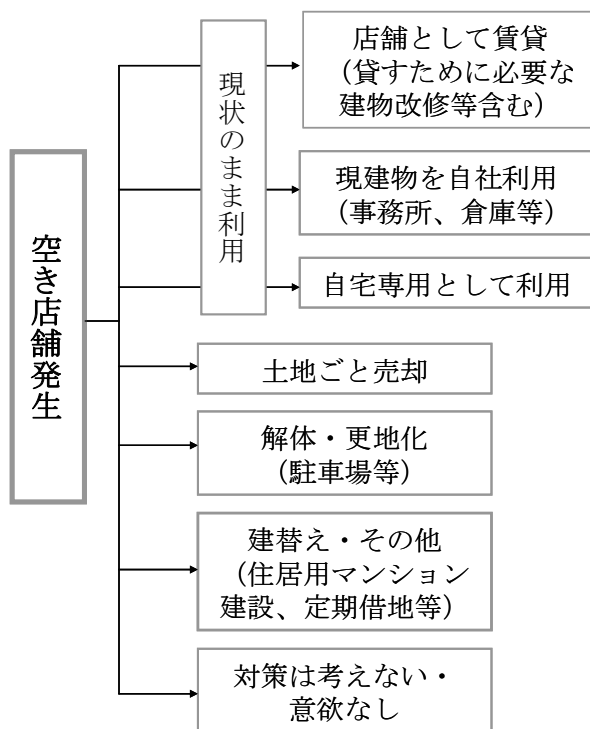
※不動産業(専業)とは、宅地建物取引業者である。

※不動産業(店舗賃貸、駐車場等)とは、自社不動産(店舗、駐車場等)の賃貸等を主事業として行う場合である。

[空き店舗期間と経済的な状況]

空き店舗所有者の経済的な状況	空き店舗期間											人数	
	1年未満	2年	3年	4年	5年	6年	7年	8年	9年	10年以上	不明等		
1. 経済的に全く困っていない	7		2		1		1	1				2	14
2. 将来に不安はあるがそれほど困っていない	37	16	7	2	7	1	2	2		8	14		96
3. とても困っている	2		2										4
計	46	16	11	2	8	1	3	3	0	8	16		114

2-3. 空き店舗活用方法について



2-4. 店舗として賃貸する意思

[店舗として賃貸する意思]

空き店舗を賃貸する意思	意向が実現できていない理由	人数	全体に対する比率
賃貸する意思あり	a) 賃貸条件があわない	45	39.5%
	b) 借り手がない	48	42.1%
	c) その他	17	14.9%
賃貸する意思あり 小計		86	75.4%
賃貸する意思なし	a) 貸す意欲がない	8	7.0%
	b) 貸すために問題があり貸すことを諦めている	4	3.5%
	c) 売却の意向であるから	2	1.8%
	d) 自分の商売で活用するため	5	4.4%
	e) 個別的な事情による	14	12.3%
賃貸する意思なし 小計		28	24.6%

※上記は複数回答があり、各項目の合計は小計と一致しない。

[賃貸する意思なしと答えた理由]

理由の分類	コメント例
a) 貸す意欲がない (8人)	<ul style="list-style-type: none"> 不動産は難しい問題が起きるから、自分としては売る気も貸す気もない。 貸す意思はない。特に理由はない。 不動産の活用については息子に任せている。 岡山に住む娘夫婦が相続人。自分としては貸すつもりは全くない。 他人に貸す気持ちがまったくない。(今後のことは息子にまかせてある)
b) 貸すために問題があり貸すことを諦めている (4人)	<ul style="list-style-type: none"> 共有部分の柱が傾いていて貸せない。隣の建物と柱が共有であり改修できない。 建物が老朽化し貸すためにはかなりの修繕費用がかかる。 構造上、自宅と店舗の分離が難しい。
c) 売却の意向であるから (2人)	<ul style="list-style-type: none"> 売却の意向であるため賃貸は考えていない。(銀行の担保に入っており担保抹消等の関係で売却したい) 売却したい。銀行の担保に入っているので早く売って借金を返済したい。
d) 自分の商売で活用するため (5人)	<ul style="list-style-type: none"> 自分の希望する店を経営したいため。 倉庫や社員向けの研修室として使用している。 自分(息子)の希望する店を経営したいため 自分の商売で新しいサービスを企画しており、そのために使う予定。 1Fを倉庫、2Fを住居として利用している為。倉庫も住居も必要である。
e) 個別的な事情による (14人)	<ul style="list-style-type: none"> 事情があって以前の所有者にそのまま住居として貸している。 父の急死等があって忙しかった。考える余裕がなかった。 コンビニの商売が忙しく、面倒くさいのでほったらかしている。 母が元気の間は貸さない。 以前賃貸しようとしてもめた。もめごとが嫌い。今後も貸すことはない。 以前飲食店に貸していたが夜逃げされた上、設備等を置いていかれ裁判で何年もかかって自分の店舗を取り戻した。商売人が信用できない。(人間不信)

[賃貸する意思はあるが貸せていない理由]

a)賃貸条件が合わない(45件):「賃料、駐車場、店舗の広さ等」

貸したくても貸せない理由	理由区分	人数	全体に対する比率
a)賃貸条件があわない	a-1:賃料が合意できず	15	13.2%
	a-2:業種等として遠慮したい	15	13.2%
	a-3:駐車場が確保できない・搬入の制限(アーケード等)	7	6.1%
	a-4:店舗の広さ・形状・階数等	11	9.6%
	a-5:建物が古い・入居時にリフォーム等が必要等	8	7.0%
	a-6:住居店舗共用部分があるため	3	2.6%
	a-7:アーケード費用・組合費用・その他等	1	0.9%
小計		45	39.5%

※複数回答であるため、各項目の合計と小計は一致しない。

b) 借り手がいない(48件):「出店希望者からの引き合いが少ない」

借り手がいないとは、出店希望者からの具体的な引き合いがない、もしくは引き合いが少ないという状況である。これをテナント探しの仲介会社(不動産会社等)への依頼の有無、実際の引き合いの有無で分類し集計した。テナント探しを仲介会社(不動産屋等)に依頼している者の方が、依頼していない者よりも「引き合いが有り」の比率が高い。

[借り手がいない～不動産屋等への依頼状況との比較]

貸す意思があるのに貸せない「理由b) 借り手がいない」場合の不動産屋への依頼状況	空き店舗になつてからの具体的な引き合い	人数	引合い有りの比率
不動産屋に依頼している	有り	26	78.8%
	なし	7	
	不明	7	
不動産屋に依頼している 計		33	
依頼していない・不明	有り	6	40.0%
	なし	4	
	不明	5	
不動産屋に依頼していない・不明 計		15	

[仲介会社へ依頼しない理由、依頼する理由(コメント例)]

借り手探しの依頼状況	コメント例
不動産屋等に依頼している	<ul style="list-style-type: none"> ・家賃の滞納など問題が起こった時の交渉をお願いしたいので ・不動産運用に関しての知識がない、契約がわずらわしい ・当社は不動産屋、当然契約はとりたい ・自分で借主を探せないので不動産屋にお願いしている
不動産屋等に依頼していない	<ul style="list-style-type: none"> ・不動産屋は与信をやらない、無責任である。仲介手数料がほしただけ。信用していない。 ・不動産屋には依頼していない。変な人に貸したくないことと、不動産屋を仲介すると手数料をとられる（借り手に敬遠される）から。 ・不動産屋を通すと面倒なこともある（敷金、礼金とっていない）

2-5. 空き店舗の自社利用の意向について

[空き店舗の自社利用の意向]

空き店舗の自社利用の意向	空き店舗物件数	比率	利用形態別内訳	空き店舗物件数
自社利用の意向である	12	10.5%	a) 新規サービス・新商品等による店舗利用（自社店舗）	4
			b) 倉庫・物置として利用	3
			c) 事務所、研修室等として利用	2
			d) その他	3
自社利用は考えていない・未回答	102	89.5%		
総計	114	100.0%		

2-6. 自宅専用として利用

空き店舗を自宅専用として利用する意向の者は4名とも店舗を賃貸する意思はない。

[空き店舗の自宅としての利用(専用)の意向]

空き店舗の自宅専用利用の意向	空き店舗物件数	比率
自宅として専用利用する意向である	4	3.5%
自宅として利用する意向はない・その他	110	96.5%
計	114	100.0%

2-7. 売却の意向

[空き店舗を売却する意向]

空き店舗の売却の意思	該当者数	比率
条件があえば手離しても良い	34	29.8%
手離すつもりはない	37	32.5%
わからない・どちらともいえない	43	37.7%
計	114	100.0%

[空き店舗を売却しない理由]

空き店舗を売却しない理由	該当者数	コメント例
a) 社会的信用・現状経済的な価値がある（自社利用含む）	13	<ul style="list-style-type: none"> ・テナント収入が入るので手離そうとは思わない。 ・賃料収入が入るので。 ・賃料収入で建設費が回収できた（この先はもうけの部分）。 ・土地は何かあった場合に生かすことができる（現金化、融資担保等） ・家賃収入が入るのは楽。 ・テナントさえ埋まっていれば固く貸し店舗は確実な商売だ。 ・対銀行用として価値がある
b) 代々の土地への思い・この場所へのこだわり・子供に相続	17	<ul style="list-style-type: none"> ・土地は父が残してくれたもの。土地には父と母の思い出がある。根なし草の人生はいやである。 ・親の代から引き継いでいるものなので、手放したくない ・先代が戦前土地（借地）を持たずに建物を建て退去させられた経験がある。
c) 住居としての利用価値がある	4	
d) 立地、建物等の制約等・その他	4	
計	38	

2-8. 更地にする意向

[更地にする意向]

更地化の意向	該当人数	比率	コメント例
a) 更地にしたい	11	9.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・更地にすることはいつかはやることだとは思う。(建物の老朽化、後継者がいない、雪おろしが大変なので) ・現在テナント貸しているが、借り手がいなくなれば更地にすることも含めて検討する。 ・テナントの問題はあるが、更地にする気はある。駐車場にしたほうが収益率がアップするし、維持管理も楽である。 ・駐車場として借りてくれるなら更地にすることも検討する。
b) 更地にはしない	90	78.9%	<ul style="list-style-type: none"> ・建物が共同権があるので更地にはできない。 ・近隣の4軒のビルはつながっており、単独では解体できない。 ・3F部分が共同店舗になっており更地にできない。 ・更地にするも解体費用(1000万位)が高いのでできない。 ・解体費がかかる(500万～600万円)。 ・20年前新築したばかり。 ・店の2階に親が住んでいる。 ・更地にしても駐車場にするには狭すぎる。 ・自宅があるので更地にしようと思ったことはない
c) わからない・その他	13	11.4%	
計	114	100.0%	

2-9. 空き店舗所有者の定期借地権に関する認知度と関心度

[空き店舗所有者の定期借地権に関する認知度]

定期借地権に関する認知度等	利用・提案例	人数	比率
a) 知らない・関心ない	—	42	36.8%
b) ある程度は知っている・関心ある	—	43	37.7%
c) 事例を知っている・利用したことがある	<ul style="list-style-type: none"> ・組合の駐車場を20年の定期借地で契約している ・駅前の10人の地権者と定期借地でホテルを建てた ・信託銀行から店舗用地に対しコンビニを入れた定期借地ビルにする提案を受けたことがある 	5	4.4%
d) 未回答・その他	—	24	21.1%
計		114	100.0%

商店街全体の再開発に、定期借地等を利用した計画があった場合の関心度について「内容次第で話は聞いてもよい」、「関心ある」の合計で約半数が興味を示した。しかし、興味を示した者からは、商店街で現実にそのような再開発が可能なのか等実現性については疑問に感じるとのコメントが多かった。

[定期借地を使った商店街の再開発の話があった場合の関心度]

定期借地を使った商店街の再開発の話があった場合の関心度	コメント例	人数	比率
a) 関心ない	—	35	30.7%
b) 内容次第・話は聞いてもいい	<ul style="list-style-type: none"> ・現実にこの場所で定期借地を使った再開発が可能か疑問である ・定期借地の考え方はよいが借り手がいないのではないか ・運営会社が10年単位で安定して続けられるビジネスがあるか疑問 	46	40.4%
c) 関心ある		9	7.9%
d) 未回答・その他	—	24	21.1%
計		114	100.0%

3. 高齢者の購買行動調査結果

3-1.概要

- ・ 商店街に来訪している高齢者等934名に対し、その購買行動を調査。
- ・ 商店街への来訪手段の約半数は徒歩。次いで車、自転車の順に多い。徒歩、車、自転車で商店街来訪者の約8割を占める。バス、電車などの公共交通機関による来訪者は2割に満たない。
- ・ 徒歩による商店街までの所要時間は10分以内が約6割、20分以内が約9割。高齢者の徒歩速度を時速3kmとすると徒歩10分は距離約500m、20分は約1km。この結果、今回調査した商店街の高齢者からみた商圈規模は、商店街から約1km圏程度と考えられる。
- ・ 商店街での買い物で困ることがあると回答したのは全体の約3割。その内容としては「商品の品揃え」（生鮮品などの生活必需品が揃わない等）、「商店街へのアクセス不便」が多かった。
- ・ 商店街がなくなったら「困る」は約7割、「困らない」は約2割。困る理由としては、「住まいに近い便利な買い物の場所を失うのは困る」、「なじみの店がなくなると困る」など、距離的に近いこと、なじみの店を失いたくない等。

[高齢者の購買行動調査実施対象者の属性情報]

性別	男性 196名 (20.9%) 女性 730名 (78.2%) 未回答・不明 8	家族構成	単身 182名 (19.5%) 夫婦 495名 (53.0%) 孫・子供等と同居その他 257名 (27.5%)
年代	60代未満 158名 (16.9%) 60代 302名 (32.3%) 70代 317名 (33.9%) 80代 101名 (10.8%) 90代 8名 (0.9%) 未回答・不明 48名	この地域に住む年数	10年未満 107名 (11.5%) 10年-20年未満 39名 (4.2%) 20-30年未満 117名 (12.5%) 30-40年未満 162名 (17.3%) 40-50年未満 165名 (17.7%) 50-60年未満 157名 (16.8%) 60-70年未満 92名 (9.8%) 70-80年未満 60名 (6.4%) 80-90年未満 23名 (2.5%) 未回答・不明 12

3-2. 高齢者の購買行動調査結果について

[普段お買い物はどこでしていますか？]

回答	回答者数	比率
a)商店街	591	63.3%
b)郊外型大型店	325	34.8%
c)百貨店・専門店	311	33.3%
d)その他	121	13.0%

※この設問は複数選択式であり回答数合計と調査実施人数は一致しない。

[お買い物はどうやって行きますか？]

回答	回答者数	比率
a)歩き	437	46.8%
b)自転車	283	30.3%
c)バス	105	11.2%
d)電車	38	4.1%
e)その他(車、バイク、タクシー等)	283	30.3%

[商店街がなくなったら、困ることはありますか？]

回答	回答者数	比率	コメント例
a)ある	641	68.6%	<ul style="list-style-type: none"> ・何よりも寂しい、街の賑わいがなくなる ・近くに無いと困る。近いところで買い物がしたい ・イベントなどがなくなってしまうのは寂しい ・食料品(野菜、肉、魚)は商店街で買っているのでなくなると困る ・商店街に時計、電池交換、洋服を買っている店がありそこがなくなるのは困る ・遠くに行く足が無い、買い物ができない
b)ない	159	17.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・困るほど利用していない ・買物内容によって買物の場所を選ぶ(なくなっても他の場所へ行く) ・通行には便利だがなくなっても生活には困らない ・気の毒だが、なくなっても困らない ・郵便局、銀行があればよい
c)商店街には行かない	34	3.6%	
d)どちらともいえない・わからない	100	10.7%	

[今後商店街に対して、期待することは何でしょうか？]

回答	回答者数	比率	コメント例
a)地域住民のコミュニティ	147	15.7%	<ul style="list-style-type: none"> ・フリーマーケットや音楽演奏等 ・市の窓口を空き店舗を活用して商店街の中に開設してはどうか ・気軽に人が集まる場所が欲しい、気軽に使える喫茶店が欲しい ・路面店が多くごちゃごちゃしすぎている。おちつく喫茶店がほしい ・習い事を展示するスペースがあったらどうか？ ・空き店舗の地域コミュニティスペースとして活用してはどうか（高齢者が利用できるような絵画教室とか） ・パッチワーク教室や手芸教室を増やして欲しい ・体操教室があると良い ・プールやジム設備などができるといいと思う ・気軽にトイレが使える様な公共な場所が欲しい
b) 買い物の場所として	206	22.1%	<ul style="list-style-type: none"> ・自分自身、なるべく地元で買うようにしたい ・地元の産品（野菜だけでなく他の食料品も）の直売 ・観光者向けの店だけではなく、日用品の店も増えてほしい ・専門的なお店をふやしてほしい（塩専門店とか） ・お店の近くに駐車できる場所がほしい ・営業用に使えるものが売っていない。そろえて欲しい ・年寄り向き商品を増やして欲しい ・飲食店や食料品店を増やして欲しい、魚屋さんを充実してほしい ・高齢者が入りやすいバリアフリーのお店 ・衣料品、子供服の専門店が欲しい（個性的な店） ・特色を出してほしい（近隣高齢者向けの宅配サービスなど） ・営業時間を延長して欲しい
c)イベント等の開催	116	12.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・産直のイベントが楽しみ、もっと機会を増やしてほしい ・ミニコンサートを開くなど人を呼び込む手段を考えた方がよい ・商店街のイベントを後で聞くことが多い。声掛けをしてほしい ・子供たちもこれのようなイベントをふやしてほしい ・イベントの時間が昼間でなのは不便。
d)その他	465	49.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・ゴミ箱の整備 ・飲み屋の駐車場（飲酒運転禁止なのだから）を昼の店舗に貸してほしい ・大きい花屋さんがなくなって淋しい。（花は見ているだけで楽しい） ・子供を預けるところができて欲しい。 ・自転車が多すぎて危険 ・ベンチをおいてみんなが休める場所を作ってほしい ・商店街内の道に商品を出して歩きづらい

3-3. 高齢者の購買行動調査結果の分析

[商店街近隣に住む高齢者の購買行動等(平均像)]

項目	内容
来訪手段	商店街への代表的な来訪手段は「徒歩」、次に「車」、「自転車」の順に多い。
商店街の商圈	高齢者からみた商店街の商圈は、商店街より約1kmの範囲
買い物で困ること	「商店街の買い物で困ることがある」は全体の約3割。その内容として「商品の品揃え」に関することが多い。
商店街がなくなったら	「困る」が約7割、「困らない」は約2割

4. 今回調査結果を踏まえた上での、課題の抽出及び解決方向性の提示

[問題点と対応の方向性]

