

平成 21 年度 中小企業庁委託事業

平成 21 年度 商店街実態調査報告書

概要版



平成 22 年 3 月

はじめに

政府の経済対策の効果もあって、個人消費は持ち直しの動きが続いていますが、景気は自律性に乏しく、厳しい状況が続いています。

そこに加えて近年の商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の進出またはインターネット販売などによる購買機会の多様化や、中心市街地の人口減少などの構造的な要因により、より厳しい状況が続いています。

商店街実態調査は、こうした状況を踏まえ、商店街の最近の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える課題など商店街の実態をアンケート調査により明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的として実施しています。当調査は、昭和45年に開始され、今回の調査が10回目の実施になります。

本報告書（概要版）は、商店街実態調査報告書の内容を一部抜粋して、そのポイントを簡単に紹介することを目的として作成しました。商店街を取り巻く環境や繁盛している商店街が取り組んでいる事業や個店の活性化策など、商店街関係者の活動の参考になれば幸いです。

C

Contents 目次

I. 商店街実態調査について

1. 目 的	1
2. 調査概要	1
3. 調査項目	1

II. 調査結果のポイント

1. 商店街の概要について

1-1 商店街の全体の店舗数	2
1-2 商店街におけるチェーン店舗数	3
1-3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）	4
1-4 商店街の空き店舗の状況	5
1-5 商店主の退店（廃業）の状況	7
1-6 商店街組織の専従事務局員の有無	8
1-7 商店街組織を形成する会員（組合員）数	9
1-8 商店街組織に対して会費を納入していない店舗の割合	10

2. 商店街の景況と来街者の動向について

2-1 商店街の最近の景況	11
2-2 最近の商店街への来街者の動向	12

3. 商店街の問題と取り組み状況について

3-1 商店街の抱える問題	13
3-2 経営者の後継者難に対する商店街の取り組み状況	14
3-3 個店の魅力向上のための取り組み状況	15
3-4 空き店舗の発生に対する商店街の取り組み状況	16
3-5 商店街の地域（各種団体等）との連携状況	17

4. 現在、商店街が取り組んでいる具体的な各種事業について

4-1 商店街が実施しているソフト事業	18
4-2 商店街が実施しているハード事業	19
4-3 「繁栄している」と回答した商店街と「衰退している」と回答した商店街が実施しているソフト／ハード事業との比較	20

I

商店街実態調査について

1. 目的

近年の商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の進出等による購買機会の多様化や中心市街地の人口減少などにより厳しい状況が続いています。

本調査は、こうした商店街の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える課題など商店街の実態を明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることが目的です。

2. 調査概要

調 査 地 域	全国	
調 査 対 象	商店街※（商店街振興組合、事業協同組合、任意団体）	
調 査 方 法	郵送による発送・回収およびインターネットによる回収	
調 査 時 点	平成 21 年 11 月 1 日（日）現在	
調 査 票 発 送 数	8,000	
調 査 票 の 回 答	調査票回答件数	3,693（回答率 46.2%）
	うち有効回答件数	3,607（有効回答率 45.1%）

※ 本調査という「商店街」とは、①小売業、サービス業等を営む者の店舗等が主体となって街区を形成し、②これらが何らかの組織（例えば〇〇商店街振興組合、〇〇商店会等で法人格の有無およびその種類を問わない。）を形成しているものをいう。

3. 調査項目

① 商店街の概要

●組織形態 ●店舗数 ●空き店舗数 ●会員数 ●居住している店舗数 ●専従事務局員数
●業種構成 等

② 商店街の立地環境および商業環境

●事務所所在地 ●立地環境 ●中心来街者数 ●来街者数の変化 ●各種調査の実施状況 等

③ 商店街の景況と近年の変化

●景況 ●大規模小売店舗の影響 等

④ 商店街の問題と取り組み

●商店街における問題点 ●個店の改善・活性化策 ●組織の活動 ●商店街リーダー
●各種商店街事業の取り組み 等

II

調査結果のポイント

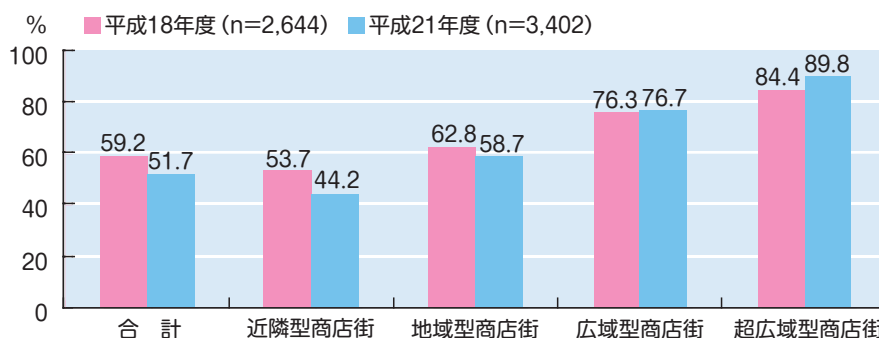
1. 商店街の概要について

1-1 商店街の全体の店舗数

商店街の平均店舗数は51.7店です。前回調査（平成18年度調査、以下同じ）の平均店舗数（59.2店）と比べると7.5店減少しました。また、直近のピークである昭和60年度の平均店舗数85.7店と比べると34店（▲39.7%）減少しました。

商店街タイプ^(*)別には、「近隣型商店街」が44.2店（前回調査比：▲9.5店）、「地域型商店街」が58.7店（同比：▲4.1店）、「広域型商店街」が76.7店（同比：+0.4店）、「超広域型商店街」が89.8店（同比：+5.4店）となりました。前回調査と比べると、全体の平均店舗が減少する中で、「超広域型商店街」と「広域型商店街」が増加となりました。

図表1 1 商店街あたりの平均店舗数



(注) 「n」は有効回答件数。「無回答」は非掲載。

* 商店街タイプについて

① 近 隣 型 商 店 街	最寄品 [※] 中心の商店街で地元主婦が日用品を徒歩又は自転車などにより買物を行う商店街
② 地 域 型 商 店 街	最寄品及び買回り品 [※] が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
③ 広 域 型 商 店 街	百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街
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、遠距離から来街する商店街

※ 最寄品：消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品、家庭雑貨など。

※ 買回り品：消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。

Ⅱ 調査結果のポイント

1-2 商店街におけるチェーン店舗数

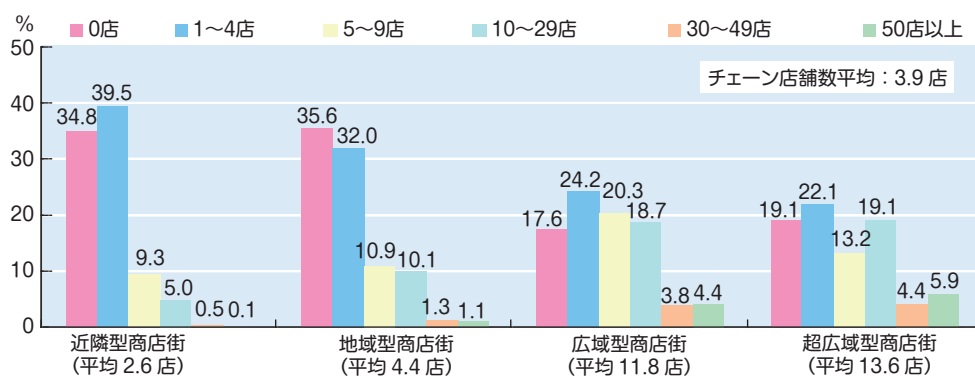
商店街内に立地するチェーン店舗^(*)数の平均店舗数は3.9店です。前回調査の平均店舗数(3.8店)と比べると0.1店増加しました。

商店街タイプ別には、「近隣型商店街」が2.6店(前回調査比:▲0.2店)、「地域型商店街」が4.4店(同比: +0.5店)、「広域型商店街」が11.8店(同比: +3.2店)、「超広域型商店街」が13.6店(同比: +2.7店)となりました。前回調査と比べると、「近隣型商店街」を除いて増加となりました。

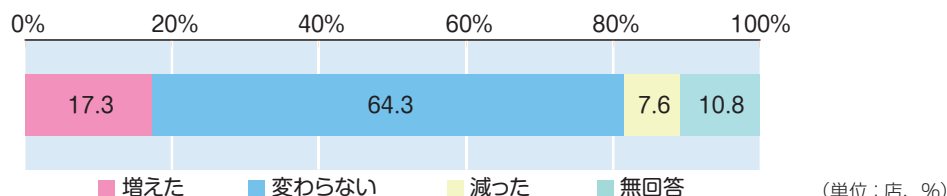
最近3年間のチェーン店舗数の変化についてみると、「増えた(17.3%)」と回答した商店街が「減った(7.6%)」と回答した商店街を9.7ポイント上回りました。

この結果、1商店街に占めるチェーン店舗の割合(チェーン店舗率=チェーン店舗数合計(11,057店)÷商店街の全店舗数(150,860店))は7.3%となり、前回調査(6.4%)と比べると0.9ポイント増加しました。

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



図表4 チェーン店舗率の推移

	全店舗数	チェーン店舗数	チェーン店舗率
	(A)	(B)	(B/A)
平成18年度調査 (n = 2,633)	156,415	9,960	6.4
平成21年度調査 (n = 2,872)	150,860	11,057	7.3

*「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、ドラッグストア店等が該当する。

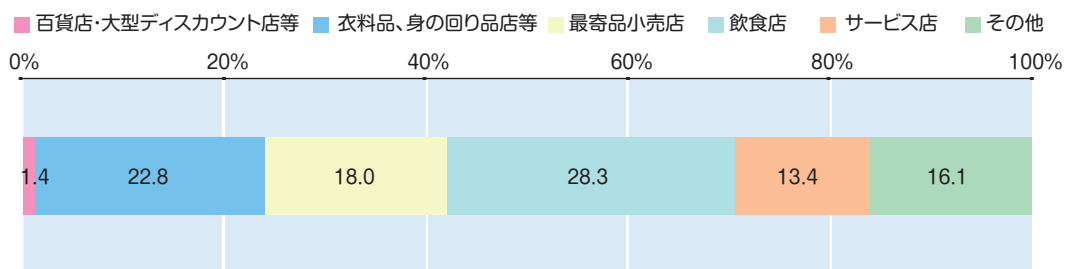
1-3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）

商店街の業種別店舗数の割合は、「飲食店(28.3%)」、「衣料品・身の回り品店等(22.8%)」、「最寄品小売店(18.0%)」の順となっています。

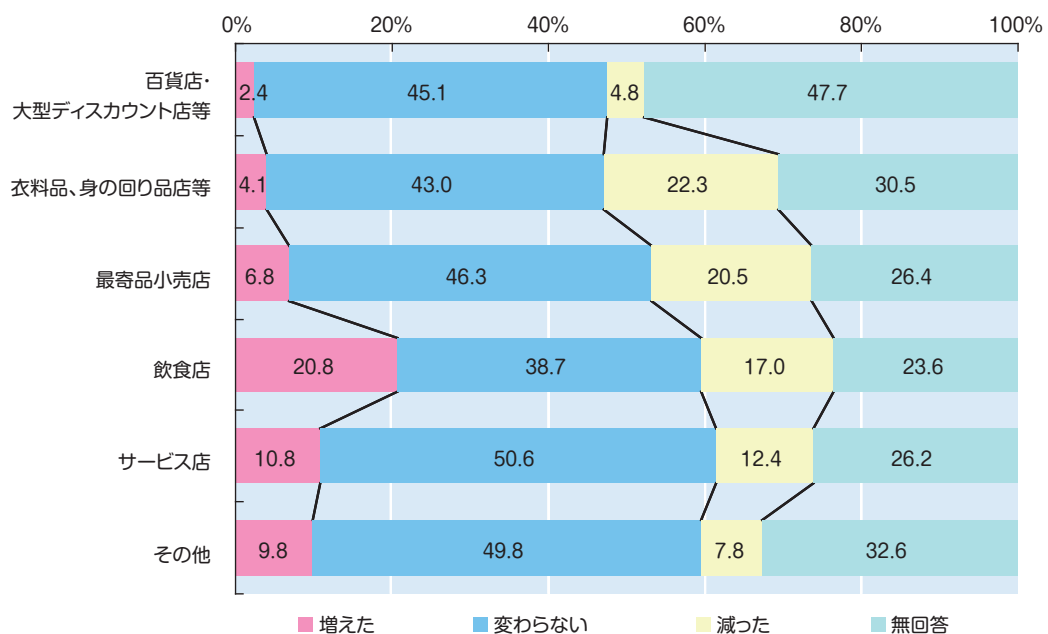
最近3年間の業種別店舗数の変化をみると、「増えた」と回答した店舗は、「飲食店(20.8%)」、「サービス店(10.8%)」、「最寄品小売店(6.8%)」の順となっています。一方、「減った」と回答した店舗は、「衣料品・身の回り品店等(22.3%)」、「最寄品小売店(20.5%)」、「飲食店(17.0%)」の順となっています。

また、業種別店舗で「増えた」から「減った」を差し引きすると、「飲食店」のみが3.8ポイント増加しました。

図表5 商店街における業種別店舗数の割合



図表6 最近3年間の商店街における業種別店舗数の変化



Ⅱ 調査結果のポイント

1-4 商店街の空き店舗の状況

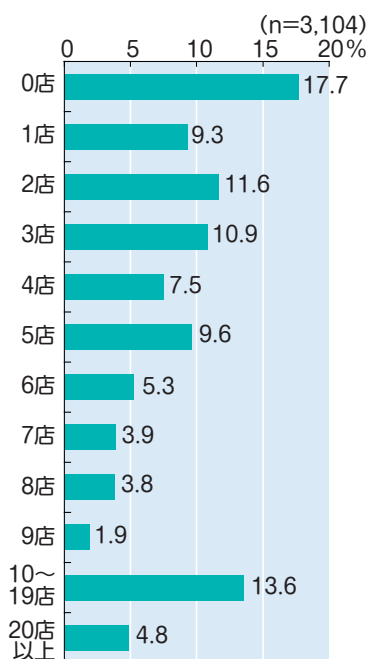
商店街の空き店舗(*)数の平均店舗数は5.6店です。

空き店舗率(*)は10.82%となり、平成15年度(前々回調査時)以降から空き店舗率は増加し、今回の調査では、前回調査から1.84ポイント増加し、本調査を開始した平成7年度以降初めて10%を超えました。

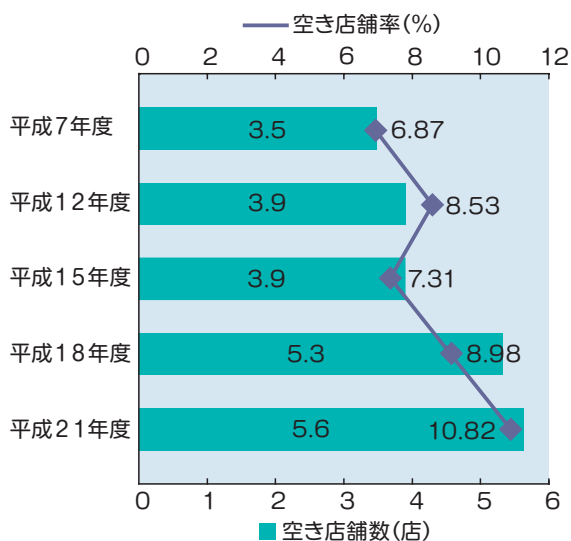
最近3年間の1商店街あたりの空き店舗数の変化をみると、「増えた(39.2%)」と回答した商店街が、「減った(10.6%)」と回答した商店街を28.6ポイント大きく上回っています。

空き店舗数が「増えた」と回答した割合を地域別にみると、最も多い「四国(61.4%)」と最も少ない「関東(33.8%)」では27.6ポイントの格差がみられます。

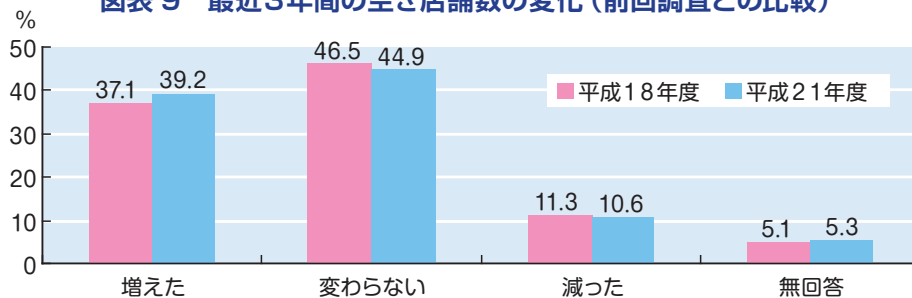
図表7 1商店街あたりの空き店舗数



図表8 1商店街あたりの空き店舗数及び空き店舗率の推移



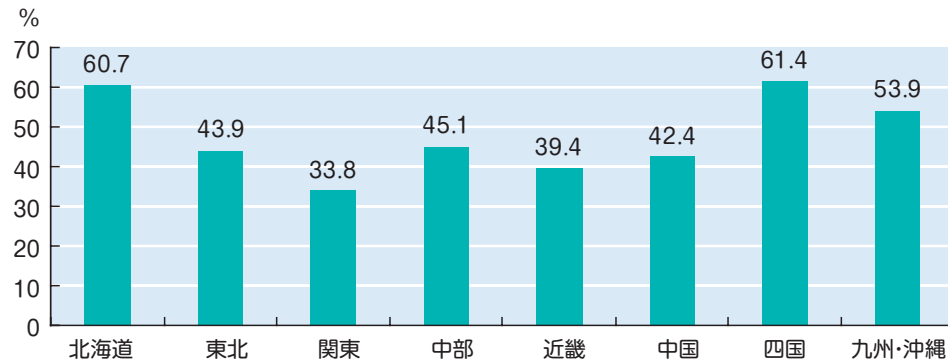
図表9 最近3年間の空き店舗数の変化(前回調査との比較)



* 「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)になっているものとした。

* 「空き店舗率」(%) = 商店街の空き店舗数の合計 / 商店街の全店舗数の合計

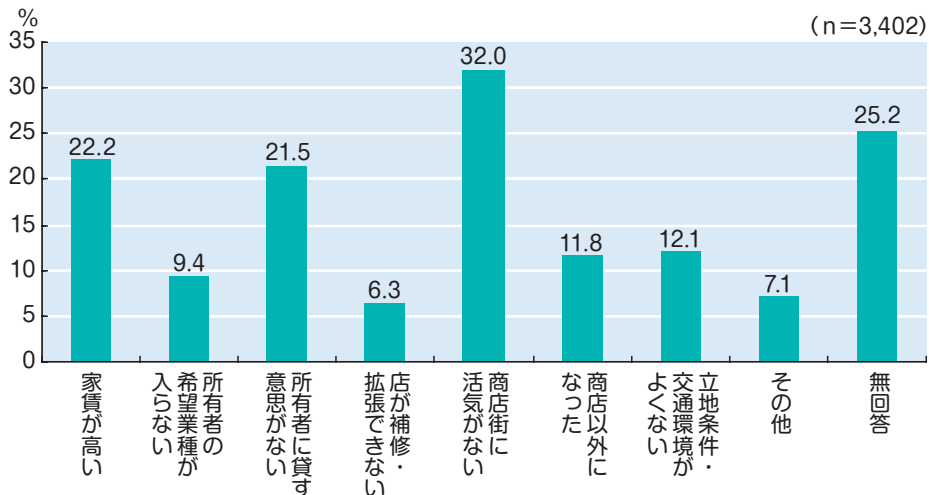
図表 10 最近3年間で空き店舗数が「増えた」と回答した商店街の割合（地域別）



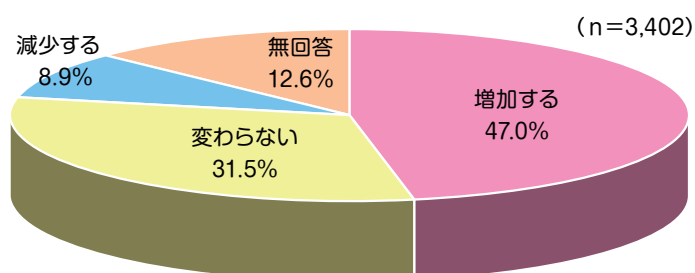
空き店舗が減らない理由については、「商店街に活気がない (32.0%)」、「家賃が高い (22.2%)」、「所有者に貸す意思がない (21.5%)」の順となっています。

なお、空き店舗の今後の見通しは、「増加する」と回答した商店街が全体の 47.0%を占めています。

図表 11 空き店舗が減らない理由



図表 12 今後の空き店舗の見通し



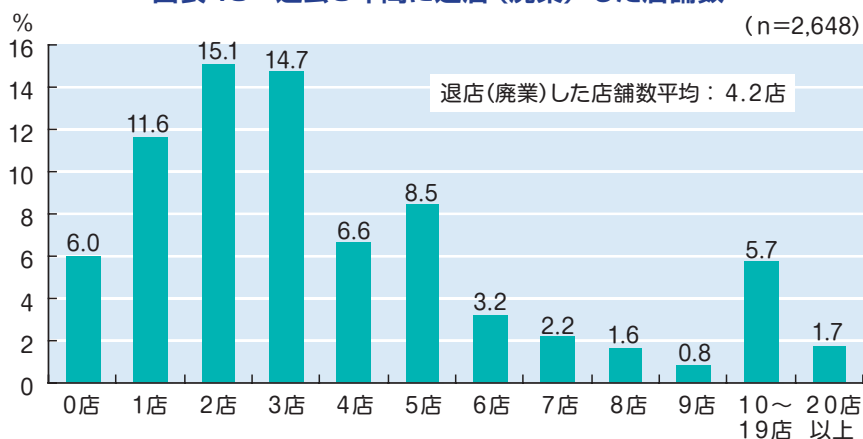
Ⅱ 調査結果のポイント

1-5 商店主の退店（廃業）の状況

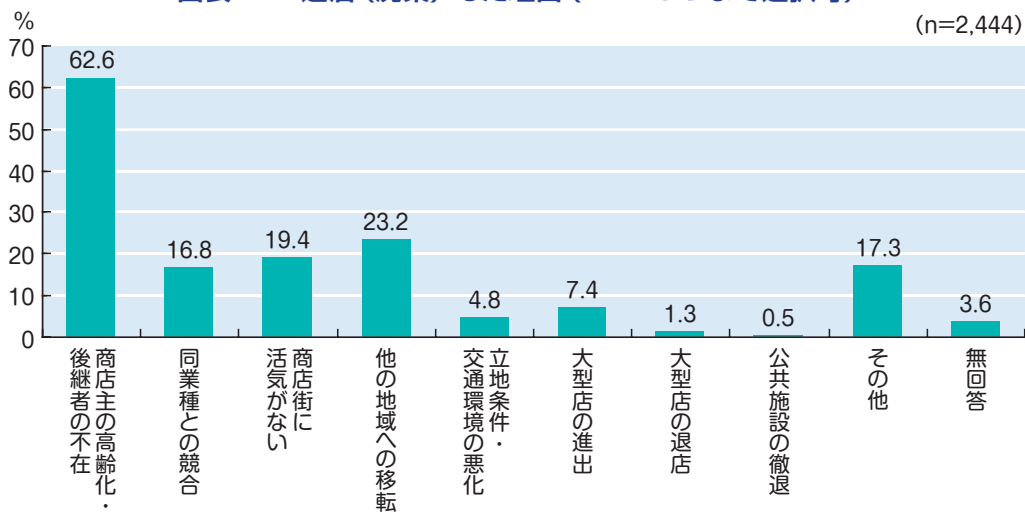
最近3年間に退店（廃業）した店舗数は、「0店」と回答した商店街が6.0%あるものの、1店以上の退店（廃業）数は、「2店（15.1店）」、「3店（14.7%）」、「1店（11.6%）」の順となっており、1店から3店までで全体の41.4%を占めています。

退店（廃業）した理由は、「商店主の高齢化・後継者の不在」が62.6%と半数以上を占め、「他の地域への移転」が23.2%「商店街に活気がない」が19.4%となっています。

図表 13 過去3年間に退店（廃業）した店舗数



図表 14 退店（廃業）した理由（MA：3つまで選択可）

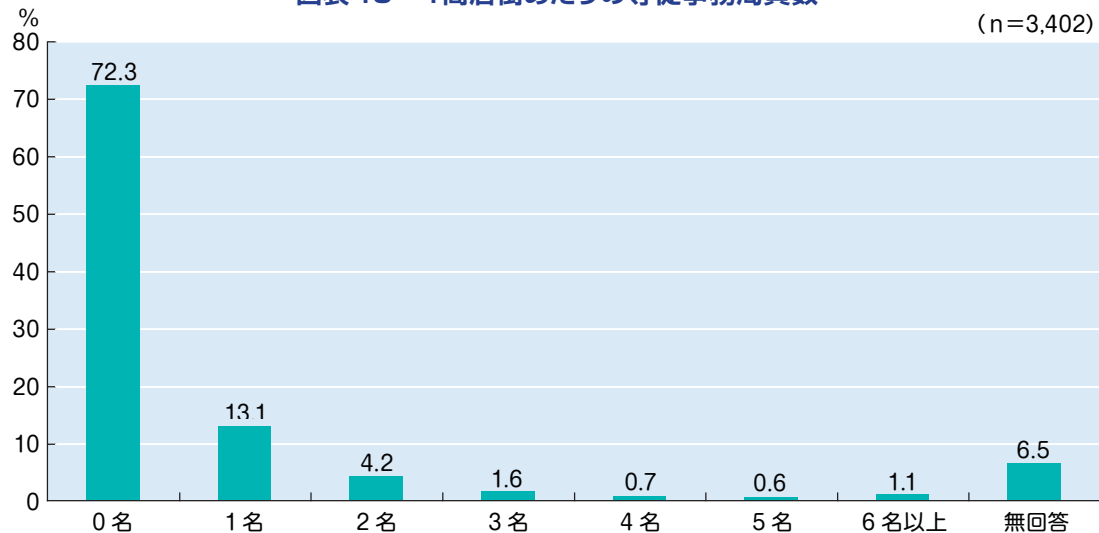


1-6 商店街組織の専従事務局員の有無

商店街活動の担い手である商店街組織の72.3%は、専従事務局員（パート、アルバイトを含む）が「0名」の状態です。

1名以上の専従事務局員を置いている商店街を組織形態別にみると、「商店街振興組合」は40.8%、「事業協同組合」は45.9%、「任意団体」は8.3%となっています。「任意団体」にはほとんど専従事務局員はいないという状態です。

図表 15 1商店街あたりの専従事務局員数



図表 16 商店街組織形態別の専従事務局員数

上段：度数 下段：%		合計	0名	1名以上	1名	2名	3名	4名	5名	6名以上	無回答	平均 (人)
合 計		3,402	2,461	721	444	143	53	25	19	37	220	0.51
		100.0	72.3	21.2	13.1	4.2	1.6	0.7	0.6	1.1	6.5	
組 織 形 態	商店街 振興組合	1,015	566	414	253	94	33	10	10	14	35	0.88
		100.0	55.8	40.8	24.9	9.3	3.3	1.0	1.0	1.4	3.4	
	事業協同 組合	290	149	133	79	24	12	7	3	8	8	1.02
		100.0	51.4	45.9	27.2	8.3	4.1	2.4	1.0	2.8	2.8	
	任意団体	2,097	1,746	174	112	25	8	8	6	15	177	0.25
		100.0	83.3	8.3	5.3	1.2	0.4	0.4	0.3	0.7	8.4	

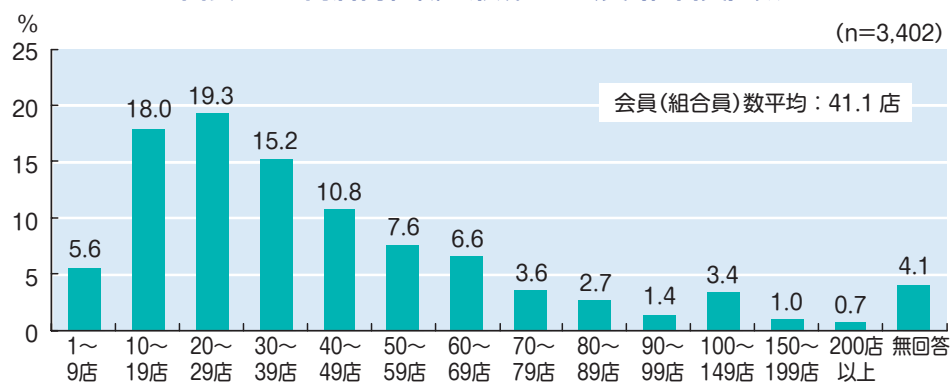
Ⅱ 調査結果のポイント

1-7 商店街組織を形成する会員（組合員）数

商店街組織を形成する会員（組合員）数の平均は、41.1 店です。前回調査の平均会員（組合員）数（45.9 店）と比べると 4.8 店減少しました。

商店街組織形態別には、「商店街振興組合」が 51.5 店（前回調査比：▲ 10.5 店）、「事業協同組合」が 47.0 店（同比：+ 3.1 店）、「任意団体」が 35.1 店（同比：▲ 2.8 店）となっています。

図表 17 商店街組織を形成する会員（組合員）数



図表 18 会員（組合員）数

上段：度数 下段：%		合計	1～9店	10～19店	20～29店	30～39店	40～49店	50～59店	60～69店	70～79店	80～89店	90～99店	100～149店	150～199店	200店以上	無回答	平均(店)
合 計		3,402	192	614	656	517	367	258	226	123	91	48	115	33	23	139	41.1
		100.0	5.6	18.0	19.3	15.2	10.8	7.6	6.6	3.6	2.7	1.4	3.4	1.0	0.7	4.1	
組 織 形 態	商店街 振興組合	1,015	27	95	167	161	133	94	97	57	42	19	55	23	11	34	51.5
		100.0	2.7	9.4	16.5	15.9	13.1	9.3	9.6	5.6	4.1	1.9	5.4	2.3	1.1	3.3	
	事業協同 組合	290	18	37	62	42	34	24	17	13	8	1	15	3	3	13	47.0
		100.0	6.2	12.8	21.4	14.5	11.7	8.3	5.9	4.5	2.8	0.3	5.2	1.0	1.0	4.5	
	任意団体	2,097	147	482	427	314	200	140	112	53	41	28	45	7	9	92	35.1
		100.0	7.0	23.0	20.4	15.0	9.5	6.7	5.3	2.5	2.0	1.3	2.1	0.3	0.4	4.4	

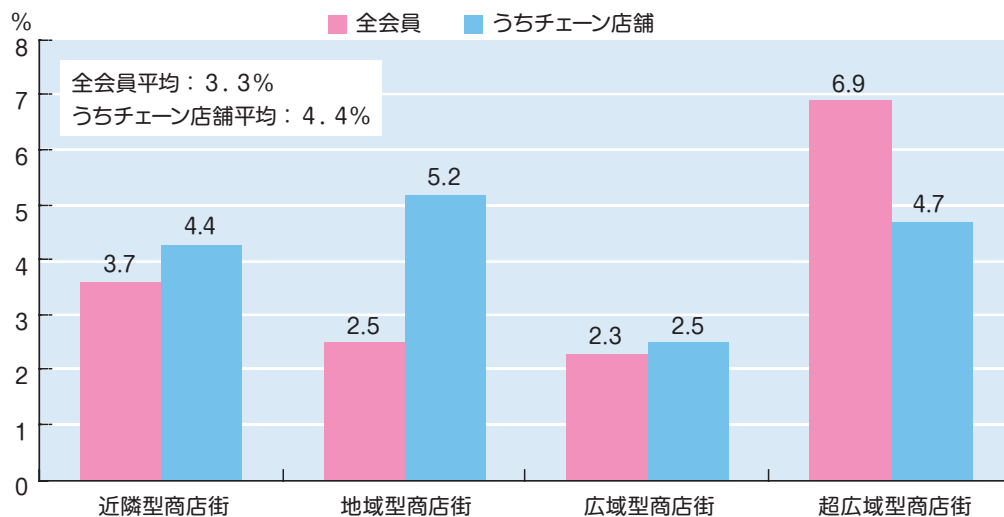
1-8 商店街組織に対して会費を納入していない店舗の割合

商店街組織への会費の未納入率は3.3%と殆どの会員(組合員)は会費を納入しています。

会費の未納入率を商店街タイプ別にみると、「近隣型商店街」が3.7%、「地域型商店街」が2.5%、「広域型商店街」が2.3%、「超広域型商店街」が6.9%となっています。

また、商店街に立地するチェーン店舗の会費の未納入率は4.4%となっています。

図表 19 商店街タイプ別、会員(組合員)、チェーン店舗別の会費を未納割合



Ⅱ 調査結果のポイント

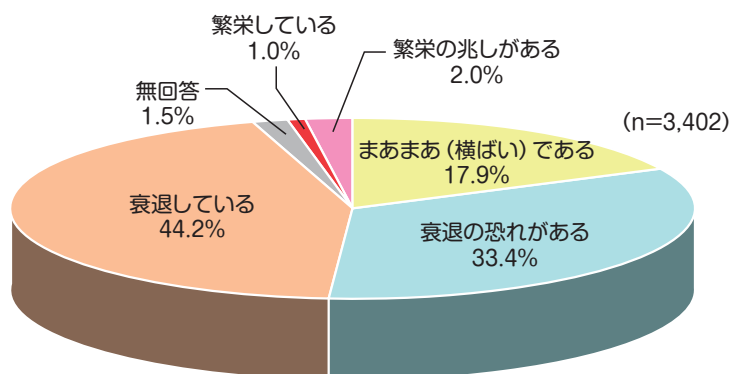
2. 商店街の景況と来街者の動向について

2-1 商店街の最近の景況

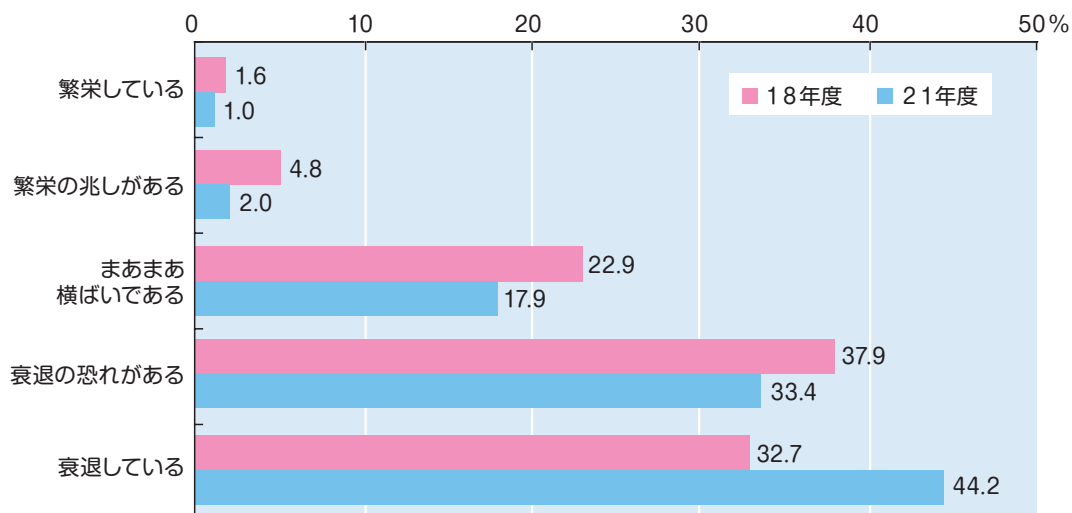
商店街の最近の景況は、「繁栄している」が1.0%、「繁栄の兆しがある」が2.0%となりました。一方、「衰退している」が44.2%、「衰退の恐れがある」が33.4%、「まあまあ（横ばい）である」が17.9%となりました。

前回調査と比べると、前回調査では「衰退の恐れがある（37.9%）」と回答した商店街が最も多かったが、今回調査では「衰退している（44.2%）」が最も多い回答となりました。

図表 20 商店街の最近の景況



図表 21 商店街の景況（平成 18 年度調査との比較）



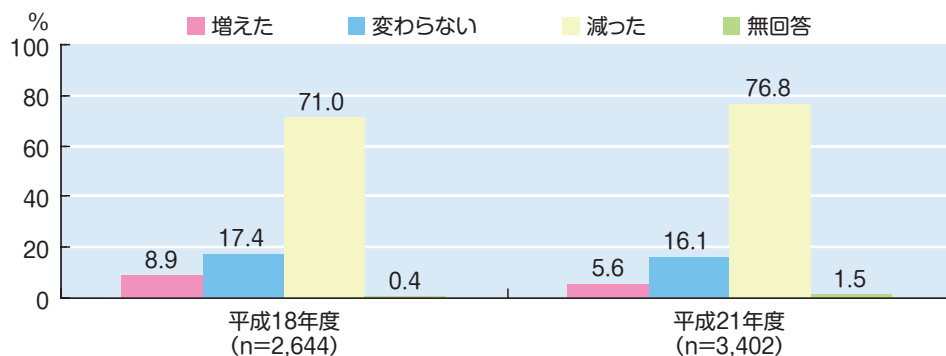
2-2 最近の商店街への来街者の動向

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76.8%で、前回調査（「減った」：71.0%）と比べると5.8ポイント増加しました。一方、「増えた」と回答した商店街は5.6%で、前回調査（「増えた」：8.9%）と比べると、3.3ポイント減少しました。

来街者が「減った」とする要因について上位5位までをみると、「魅力ある店舗の減少（55.1%）」、「近郊の大型店の進出（54.6%）」、「業種・業態の不足（48.5%）」、「地域の人口減少（33.3%）」、「駐輪場・駐車場の不足（16.5%）」となっています。

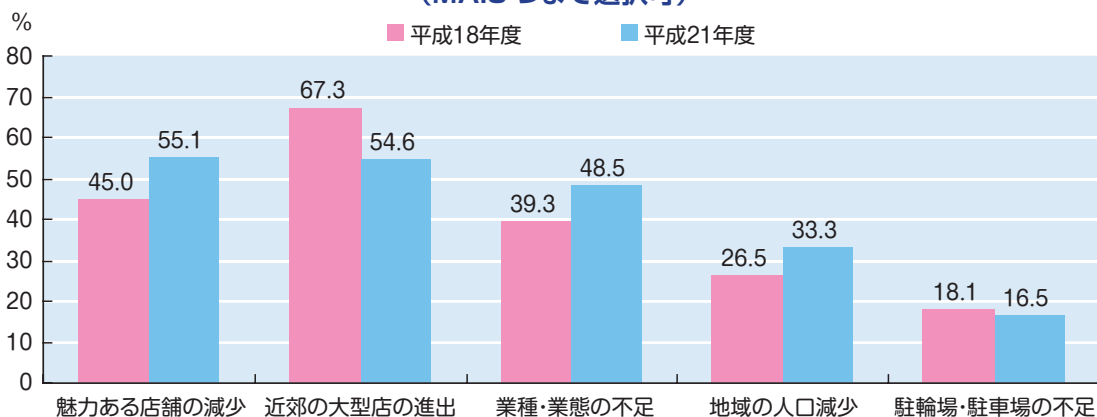
上記の「減った」要因について前回調査と比べると、「魅力ある店舗の減少」が10.1ポイント増加し、「近郊の大型店の進出」が12.7ポイント減少したことにより、初めて「魅力ある店舗の減少」が最も大きな減少要因となりました。

図表 22 最近3年間の商店街への来街者数の変化 (SA)



図表 23 最近3年間の商店街への来街者数の減少要因【上位5位】

(MA:3 つまで選択可)



Ⅱ 調査結果のポイント

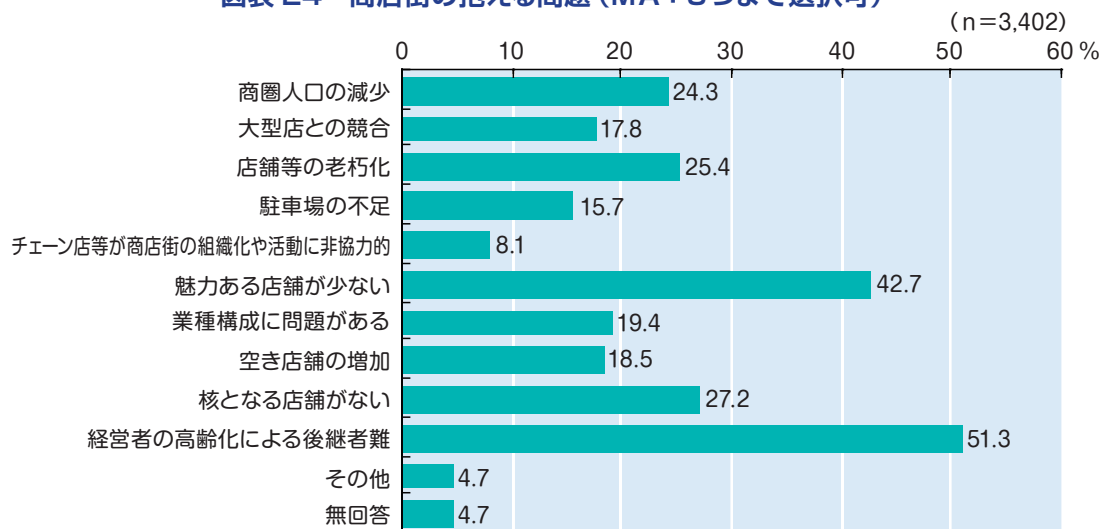
3. 商店街の問題と取り組み状況について

3-1 商店街の抱える問題

現況の商店街が抱える大きな問題は、「経営者の高齢化による後継者難（51.3%）」、「魅力ある店舗が少ない（42.7%）」、「核となる店舗がない（27.2%）」が上位を占めました。

商店街が抱える大きな問題についての傾向は、平成12年度以前は、「大型小売店舗による影響」など外部的な要因によるものが大きな割合を占めていましたが、平成15年度以降は、「後継者難」、「魅力ある店舗が少ない」など内部的な要因によるものが、大きな割合を占めています。

図表 24 商店街の抱える問題（MA：3つまで選択可）



図表 25 商店街の抱える問題の推移

	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	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
平成21年度	経営者の高齢化による 後継者難 [51.3%]	魅力ある店舗が少ない [42.7%]	核となる店舗がない [27.2%]	回答は主なものを 3つまで選択

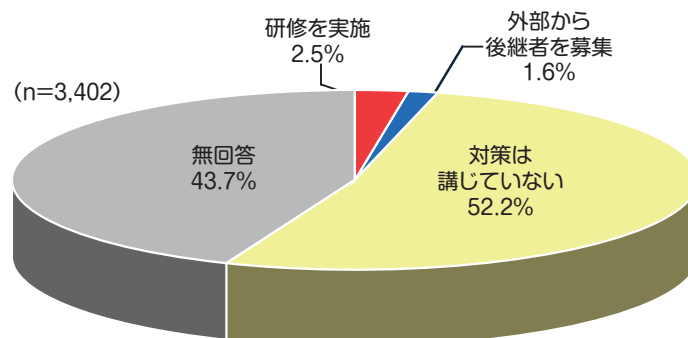
(注) 平成18年度以降は、回答数を3つまでに制限したため、3つ以上の選択が可能であった平成15年度以前の調査と比べ回答率が低くなっている。

3-2 経営者の後継者難に対する商店街の取り組み状況

商店街が抱える問題のうち、最も大きな問題である商店街の後継者対策への取り組みについては、「対策は講じていない」と回答した商店街が 52.2%となり、取り組み状況は極めて低いものとなっています。一方、後継者対策に取り組んでいる商店街においては、「研修を実施している」が 2.5%、「外部から後継者を募集している」が 1.6%の順となっています。

「研修を実施している」と回答した商店街は、組織形態別には「振興組合（3.7%）」、商店街タイプ別には「超広域型商店街（4.4%）」が最多となっています。また、「外部から後継者を募集」と回答した商店街は、組織形態別には「協同組合（3.4%）」、商店街タイプ別には「地域型商店街（2.3%）」がそれぞれ最も多くなっています。

図表 26 商店街における後継者対策



図表 27 商店街における後継者対策（組織形態別・商店街タイプ別）

上段：度数 下段：%		合計	研修を実施	外部から 後継者を募集	対策は 講じていない	無回答
合 計		3,402	84	54	1,776	1,488
		100.0	2.5	1.6	52.2	43.7
組 織 形 態	商店街振興組合	1,015	38	30	512	435
		100.0	3.7	3.0	50.4	42.9
	事業協同組合	290	5	10	161	114
		100.0	1.7	3.4	55.5	39.3
任 意 団 体	任意団体	2,097	41	14	1,103	939
		100.0	2.0	0.7	52.6	44.8
	近隣型商店街	1,953	37	24	1,129	763
		100.0	1.9	1.2	57.8	39.1
地 域 型 商 店 街	地域型商店街	1,052	36	24	515	477
		100.0	3.4	2.3	49.0	45.3
	広域型商店街	182	6	4	59	113
		100.0	3.3	2.2	32.4	62.1
超 広 域 型 商 店 街	超広域型商店街	68	3	1	20	44
		100.0	4.4	1.5	29.4	64.7
	無回答	147	2	1	53	91
		100.0	1.4	0.7	36.1	61.9

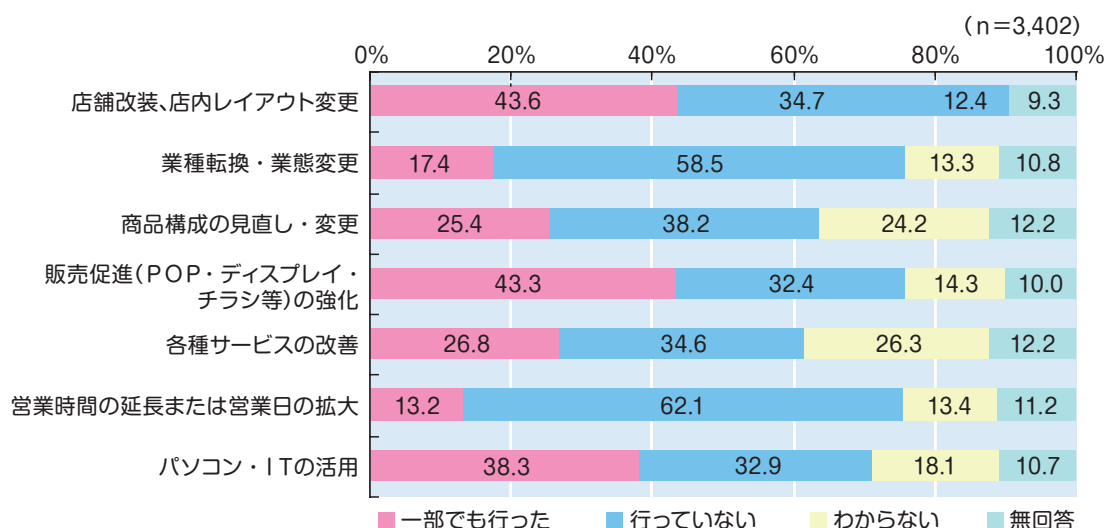
Ⅱ 調査結果のポイント

3-3 個店の魅力向上のための取り組み状況

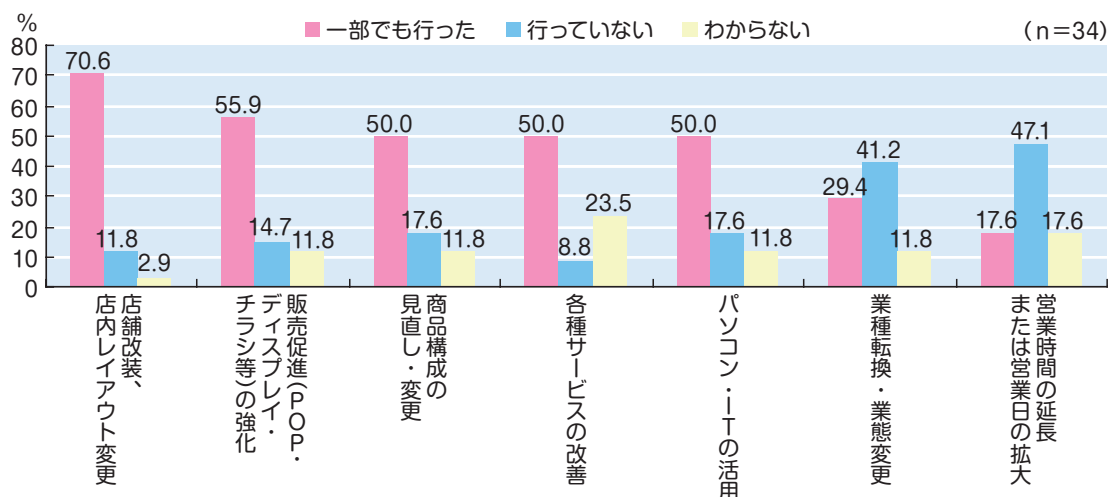
商店街が抱える問題のうち、魅力ある店舗の減少は大きな問題のひとつです。魅力ある店舗を形成するための個店の改善策・活性化策について、「一部でも行った」と回答した個店の取り組みは、「店舗改装・店内レイアウト変更」が43.6%、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化」が43.3%、「パソコン・ITの活用」が38.3%の順となっています。

また、「繁栄している」と回答した商店街の個店での取り組みをみると、「店舗改装・店内レイアウトの変更」、「販売促進（同）の強化」などの回答が上位を占めています。

図表 28 商店街における個店の改善策・活性化策について



図表 29 繁栄している商店街の個店が実施した改善策・活性化策について

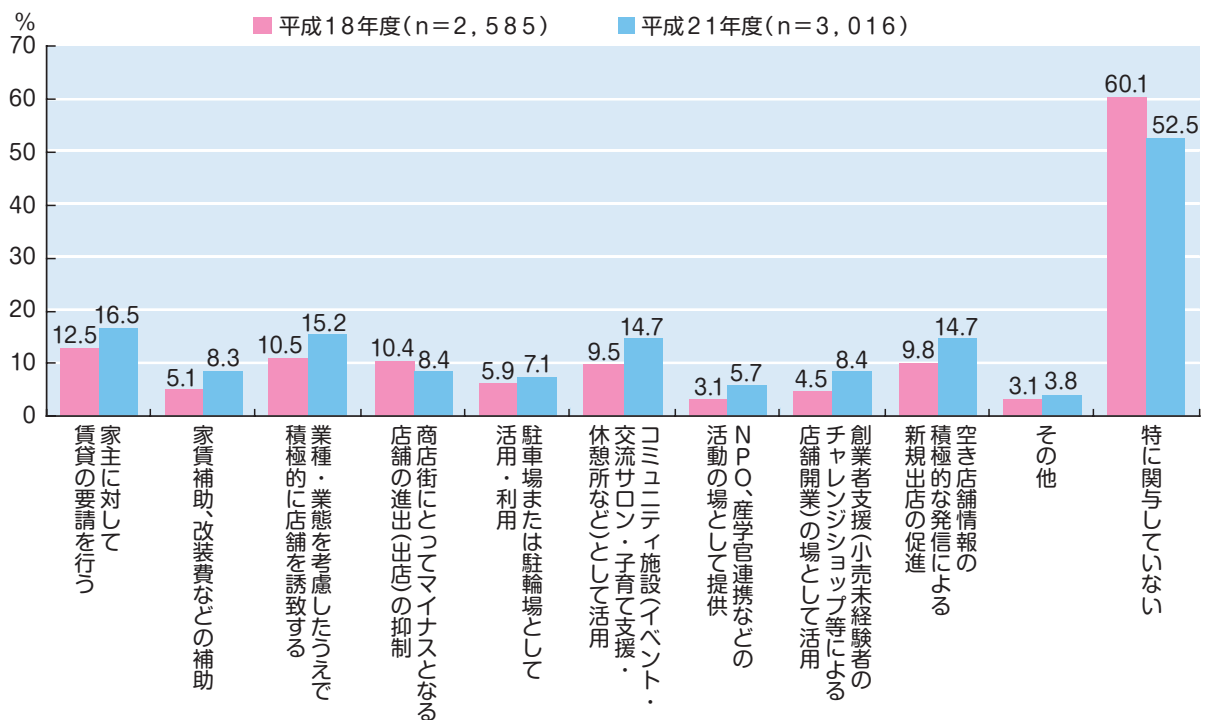


3-4 空き店舗の発生に対する商店街の取り組み状況

空き店舗の発生に対する商店街の取り組みは、52.5%の商店街が「特に関与していない」との回答ですが、前回調査（60.1%）と比べると7.6ポイント減少しました。

空き店舗の発生に対する取り組みを行っている商店街では、「コミュニティ施設（イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など）として活用（前回調査 9.5%→今回調査 14.7%、5.2ポイント増加）」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進（同 9.8%→14.7%、4.9ポイント増加）」、「業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する（同 10.5%→15.2%、4.7ポイント増加）」などの取り組みが増加しています。

図表 30 商店街における空き店舗の発生に対する取り組み
(MA：3つまで選択可)



(注)無回答を除くベース。

Ⅱ 調査結果のポイント

3-5 商店街の地域（各種団体等）との連携状況

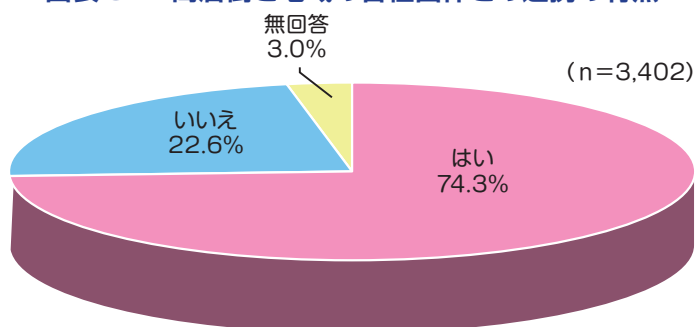
商店街の後継者不足、新たな担い手の不足などを補完し、地域住民のニーズに対応した取り組みや地域の伝統文化の継承、安心・安全などの取り組みを行うためには、地域の各団体等の連携の促進がますます重要な課題となっています。

商店街の地域の各種団体との地域連携の状況についてみると、全体の74.3%の商店街が地域の各種団体との連携を行っていると回答しています。

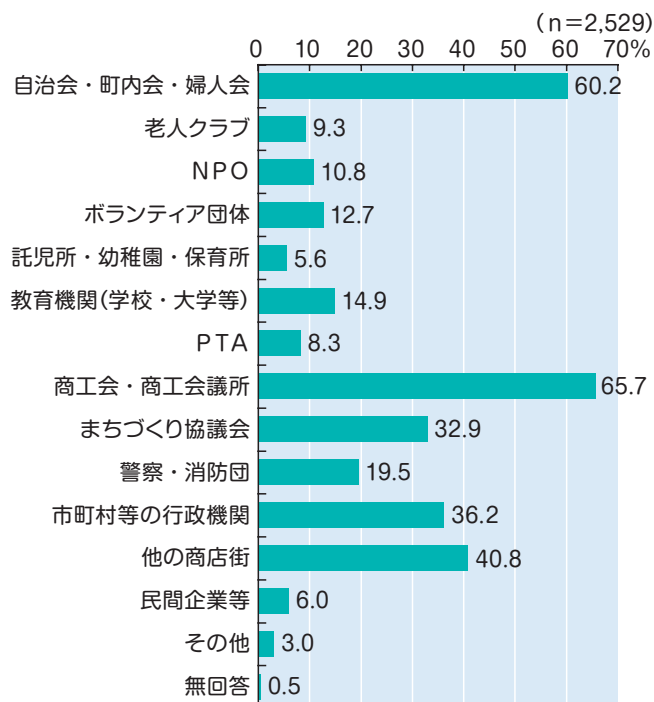
具体的な連携先は、「商工会・商工会議所（65.7%）」と「自治会・町内会・婦人会（60.2%）」、「他の商店街（40.8%）」の順となっています。

一方、商店街活動の新たなパートナーとして期待される「NPO（10.8%）」、「ボランティア団体（12.7%）」はまだ低い連携状況となっています。

図表 31 商店街と地域の各種団体との連携の有無



図表 32 商店街と連携している地域の各種団体（MA：いくつでも選択可）



4. 現在、商店街が取り組んでいる具体的な各種事業について

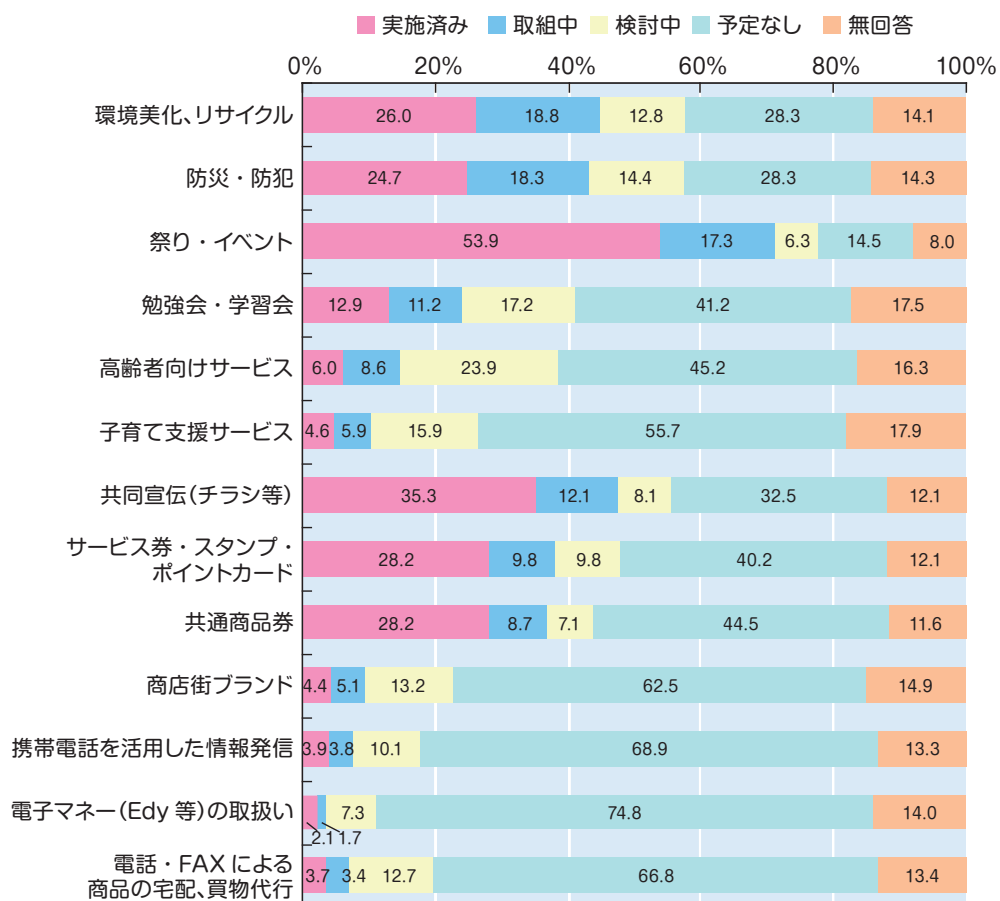
4-1 商店街が実施しているソフト事業

商店街が実施しているソフト事業は、「祭り・イベント (53.9%)」、「共同宣伝 (チラシ等) (35.3%)」、「サービス券・スタンプ・ポイントカード (28.2%)」、「共通商品券 (28.2%)」と販売促進に関連するものが上位を占めています。

今回の調査では、商店街が社会的な課題や地域住民のサービス向上に対応するためのソフト事業として、「高齢者向けサービス」、「子育て支援サービス」の取り組み状況を聞いたところ、「実施済み」と回答した商店街は、「高齢者向けサービス」が 6.0%、「子育て支援サービス」が 4.6%で、「環境美化・リサイクル (26.0%)」、「防犯・防災 (24.7%)」などと比べると低い水準に留まっています。

しかしながら、「取組中」または「検討中」との回答は、「高齢者向けサービス」が 32.5%、「子育て支援サービス」が 21.8%となっており、今後の進展が期待されます。

図表 33 商店街が実施しているソフト事業



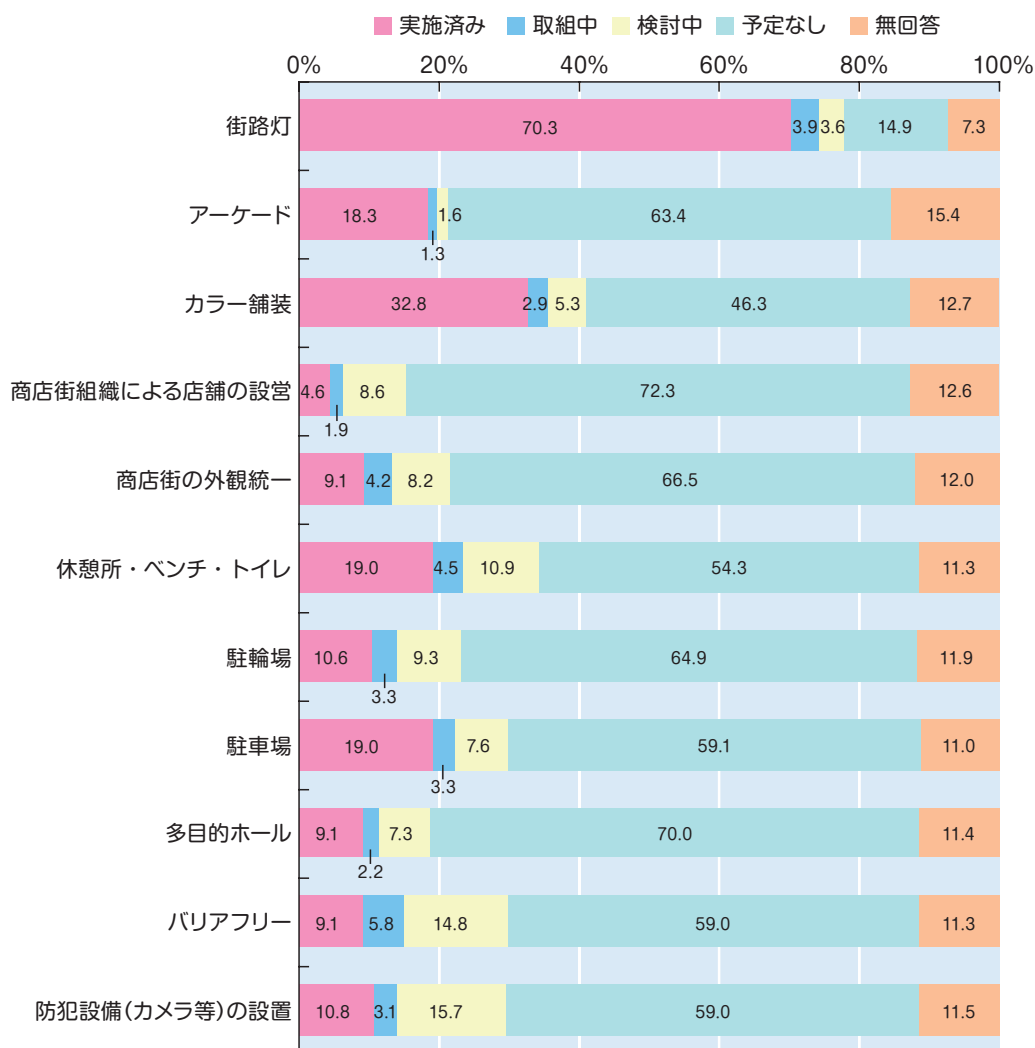
Ⅱ 調査結果のポイント

4-2 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(70.3%)」、「カラー舗装(32.8%)」、「休憩所・ベンチ・トイレ(19.0%)」、「駐車場(19.0%)」が上位を占めています。

一方、「取組中」または「検討中」との回答は、「バリアフリー(20.8%)」、「防犯設備(カメラ等)の設置(18.8%)」など地域住民の安心・安全な生活を支えるインフラ整備が上位となっており、今後の進展が期待されます。

図表 34 商店街が実施しているハード事業

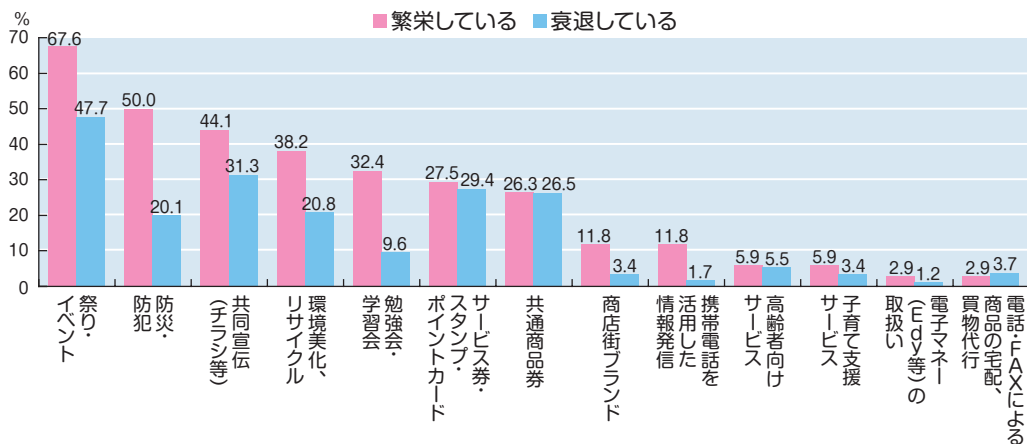


4-3 「繁栄している」と回答した商店街と「衰退している」と回答した商店街が実施しているソフト/ハード事業との比較

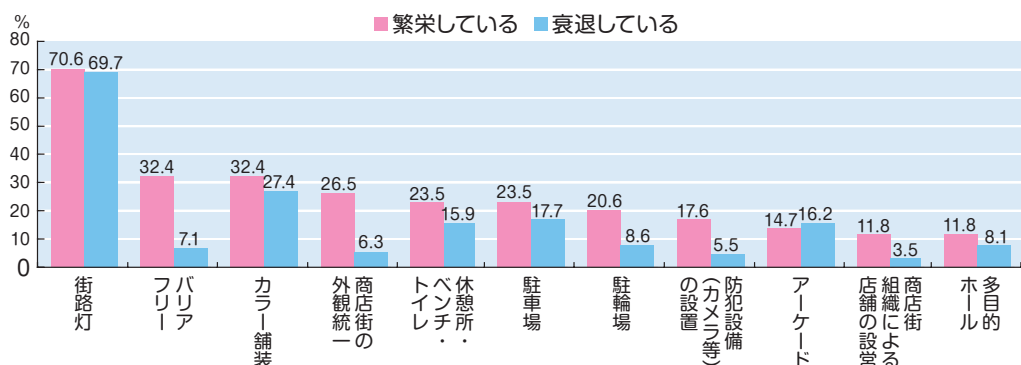
「繁栄している」と回答した商店街が実施しているソフト事業は、「祭り・イベント(67.6%)」、「防災・防犯(50.0%)」、「共同宣伝(チラシ等)(44.1%)」が上位を占めています。「繁栄している」商店街と「衰退している」商店街が実施しているソフト事業で最も差異(「繁栄している」―「衰退している」)のあった事業は、「防災・防犯(29.9ポイント)」、「勉強会・学習会(22.8ポイント)」、「祭り・イベント(19.9ポイント)」の順となっています。

「繁栄している」と回答した商店街が実施しているハード事業は、「街路灯(70.6%)」、「バリアフリー(32.4%)」、「カラー舗装(32.4%)」が上位を占めています。「繁栄している」商店街と「衰退している」商店街が実施しているハード事業で最も差異(「繁栄している」―「衰退している」)のあった事業は、「バリアフリー(25.3ポイント)」、「商店街の外観統一(20.2ポイント)」、「防犯設備(カメラ等)の設置(12.1ポイント)」の順となっています。また、「アーケード」は、「衰退している(16.2%)」が「繁栄している(14.7%)」を今回の調査事業のなかでは唯一上回っています。

図表 35 繁栄している商店街が実施しているソフト事業



図表 36 繁栄している商店街が実施しているハード事業



この冊子の作成は、中小企業庁の委託を受けた
(株) ちばぎん総合研究所が行っております。