

令和3年度 中小企業庁委託事業

令和3年度 商店街実態調査報告書

※ 概要版 ※



令和4年3月

* はじめに *

昨今、人口減少や国内市場の縮小により、住民向けサービスを担う行政・公的機関の事務所や民間の事業所が縮小・減少する中、地域のコミュニティ機能の維持は、大きな課題となっています。地方圏を中心として、人口減少に伴う需要の縮小に加え、郊外の大型店との競合、電子商取引（バーチャル）の普及等、商店街をとりまく環境は厳しさを増しています。

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14回目の実施となります。

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、繁栄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。

目 次

I. 商店街実態調査について	1
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	2
1. 商店街の概要について	2
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 商店街組織の会員（組合員）数と会費未納入店舗の割合	9
2. 商店街の景況と来街者の動向について	10
2-1 商店街の最近の景況	10
2-2 最近の商店街への来街者の動向	11
3. 商店街の問題と取組状況について	12
3-1 商店街の抱える問題	12
3-2 経営者の後継者難に対する商店街の取組状況	13
3-3 商店街の予算規模	14
3-4 個店の魅力向上のための取組状況	15
3-5 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況	16
3-6 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	18
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 テナントミックスの取組	20
4-4 キャッシュレス決済の取組	21
4-5 デジタルトランスフォーメーション実現のための取組	22
5. 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響について	23
5-1 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響	23

1. 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厳しく、少子化による人口減少や後継者不足による空き店舗の増加、消費スタイルの多様化や郊外立地型大型店との競争など、様々な課題を抱えており、その状況は地域によって異なり、また時間の経過とともに変化している。

本事業は、こうした商店街の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える問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を目的とする。

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、事業協同組合等、その他の法人、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	令和3年10月1日（月）現在
調査票発送数	12,210※
調査票の回答	調査票回答件数 5,148（回答率42.2%） うち有効回答件数 5,105（有効回答率41.8%）

※ 本調査でいう「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。

※ 各都道府県が把握している商店街数（参考値として調査）の合計は13,408件。

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）商店街の問題と取組

- 商店街における問題点 ●個店の改善策・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組
- テナントミックスの取組 ●キャッシュレス決済の取組
- 新型コロナウイルス感染症まん延による影響 等

II. 調査結果のポイント

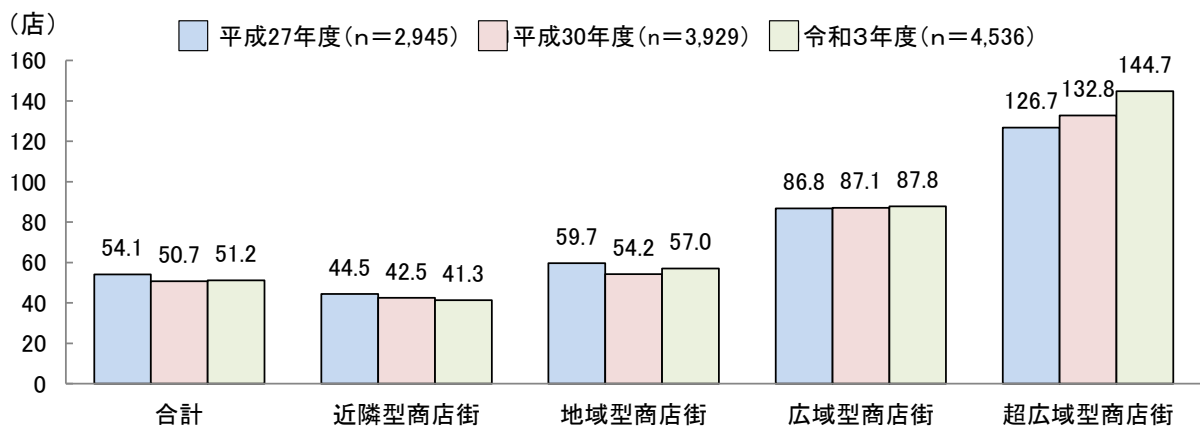
1. 商店街の概要について

1-1 商店街の全体の店舗数

商店街の平均店舗数は51.2店です。前回調査（平成30年度調査、以下同じ）の平均店舗数（50.7店）と比べると0.5店増加しました。

商店街タイプ（*）別には、「近隣型商店街」が41.3店（前回調査比：▲1.2店）、「地域型商店街」が57.0店（同比：+2.8店）、「広域型商店街」が87.8店（同比：+0.7店）、「超広域型商店街」が144.7店（同比：+11.9店）となりました。

図表 1-1 商店街あたりの平均店舗数



* 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。

1-2 商店街におけるチェーン店舗数

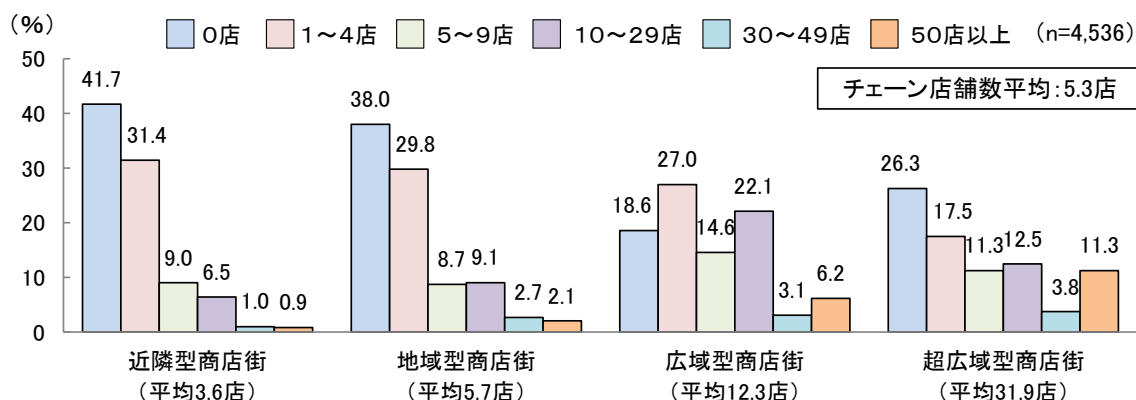
商店街内に立地するチェーン店舗(*)数の平均店舗数は5.3店です。前回調査の平均店舗数(5.3店)と同じ結果となりました。

商店街タイプ別には、「近隣型商店街」が3.6店(前回調査比:+0.3店)、「地域型商店街」が5.7店(同比:▲0.2店)、「広域型商店街」が12.3店(同比:▲3.1店)、「超広域型商店街」が31.9店(同比:+7.5店)となりました。前回調査と比べると、「近隣型商店街」と「超広域型商店街」が増加の一方で「地域型商店街」と「広域型商店街」が減少となりました。

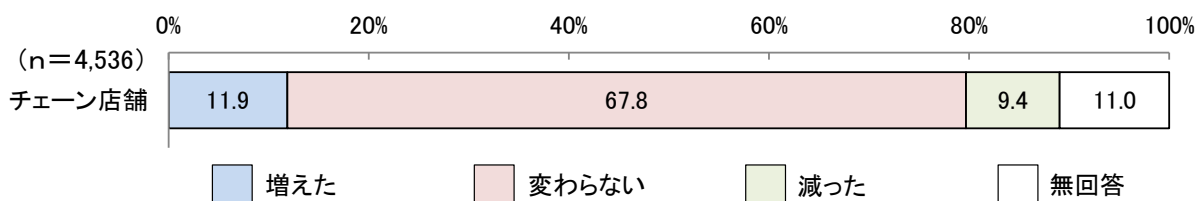
最近3年間のチェーン店舗数の変化についてみると、「増えた(11.9%)」と回答した商店街が「減った(9.4%)」と回答した商店街を2.5ポイント上回りました。

なお、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(18,236店)÷商店街の全店舗数(172,296店))は10.6%となり、前回調査(10.1%)と比べると0.5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

(単位: 店、%)

	全店舗数 A	チェーン店舗数 B	チェーン店舗率 B/A
平成27年度 (n=2,548)	137,251	10,014	7.3
平成30年度 (n=3,929)	148,536	15,014	10.1
令和3年度 (n=3,373)	172,296	18,236	10.6

*「チェーン店舗」とは、ブランドや営業等が多数の店舗で统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。

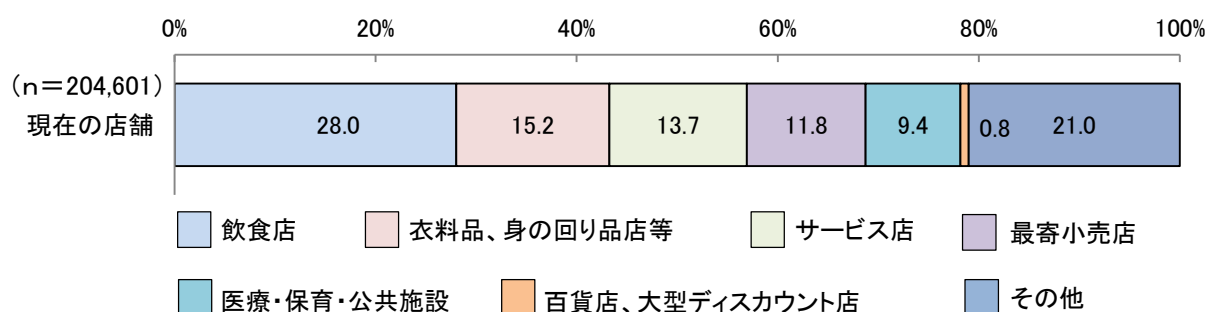
1-3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）

商店街の業種別店舗数の割合は、「飲食店（28.0%）」、「衣料品・身の回り品店等（15.2%）」、「サービス店（13.7%）」の順に多くなっています。

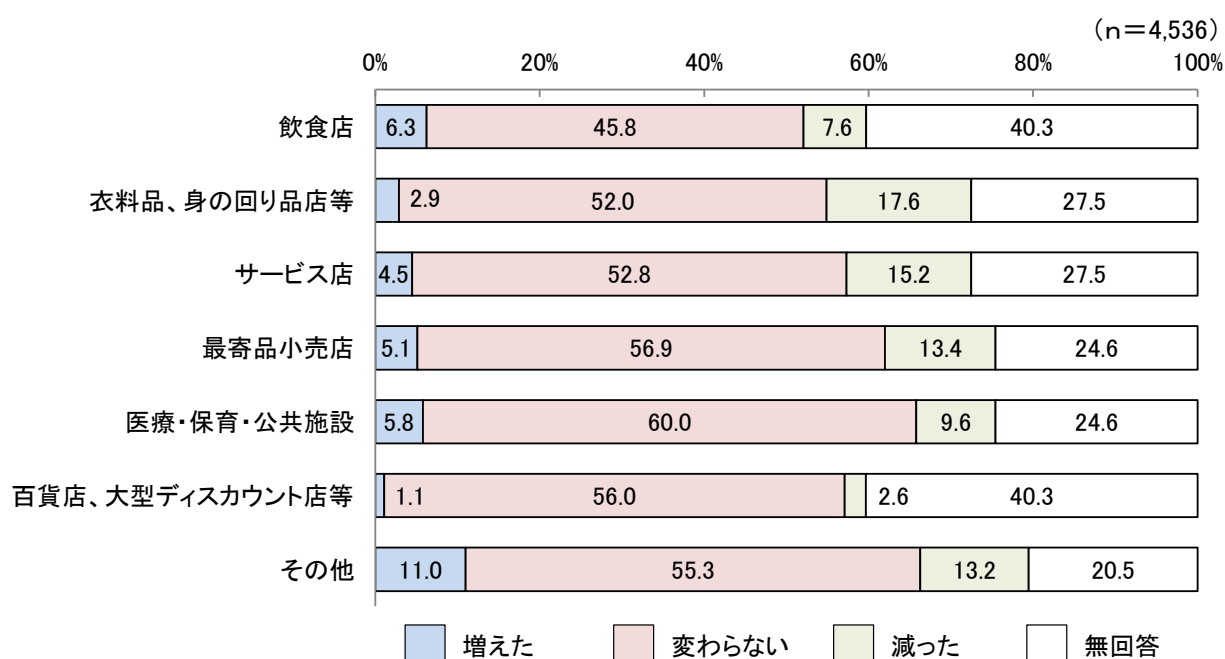
最近3年間の業種別店舗数の変化をみると、「増えた」と回答した店舗では、「飲食店（6.3%）」、「医療・保育・公共施設（5.8%）」、「最寄品小売店（5.1%）」の順に多くなっています。一方、「減った」と回答した店舗は、「衣料品・身の回り品店等（17.6%）」、「サービス店（15.2%）」、「最寄品小売店（13.4%）」の順に多くなっています。

また、業種別店舗で「増えた」から「減った」を差し引きすると、全ての業種が減少しました。

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



1-4 商店街の空き店舗の状況

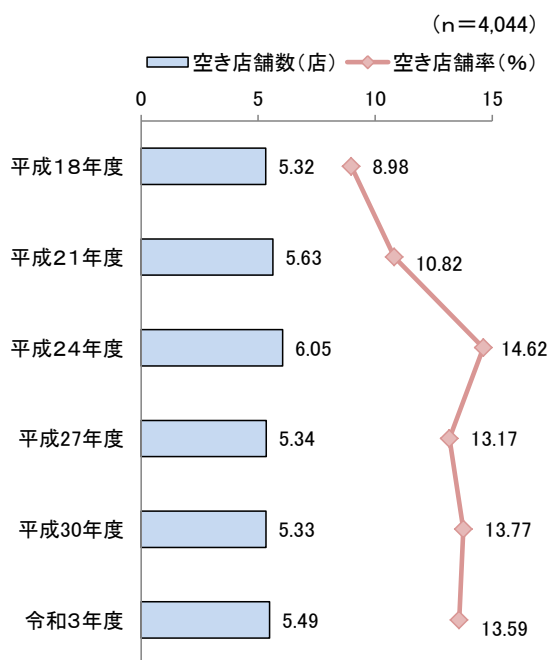
商店街の空き店舗（*）数の平均店舗数は5.49店です。

空き店舗率（*）は13.59%となり、前回調査より0.18ポイント減少しました。

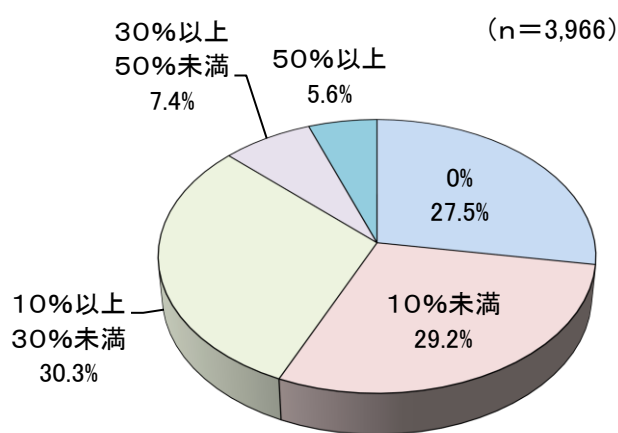
空き店舗率ごとの商店街数の分布をみると、空き店舗率が10%以上の商店街は全体の43.3%となり、前回調査（41.3%）より2.0ポイント増加しました。

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」（33.3%）と回答した商店街が、「減った」（11.2%）と回答した商店街を22.1ポイント上回っています。

図表 7 1商店街あたりの空き店舗の平均店舗数及び平均空き店舗率の推移

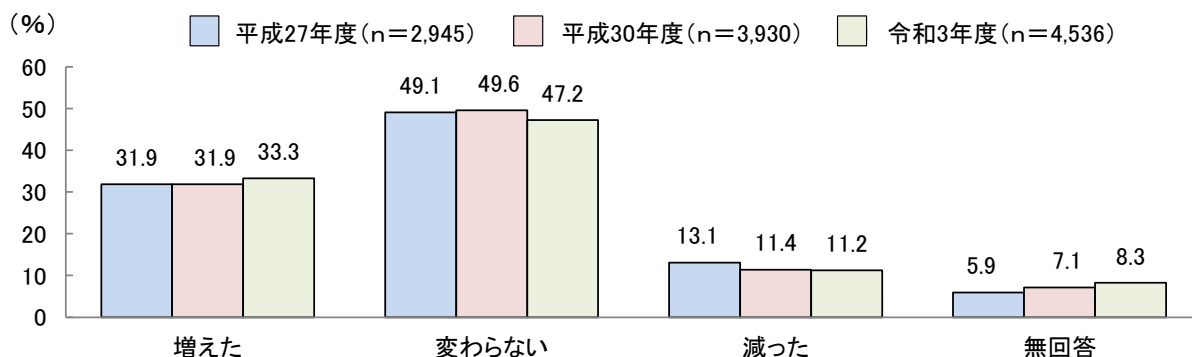


図表 8 空き店舗率ごとの商店街数の分布



* 無回答を除くベース

図表 9 最近3年間の1商店街あたりの空き店舗数の変化(前回・前々回調査との比較)



* 「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。

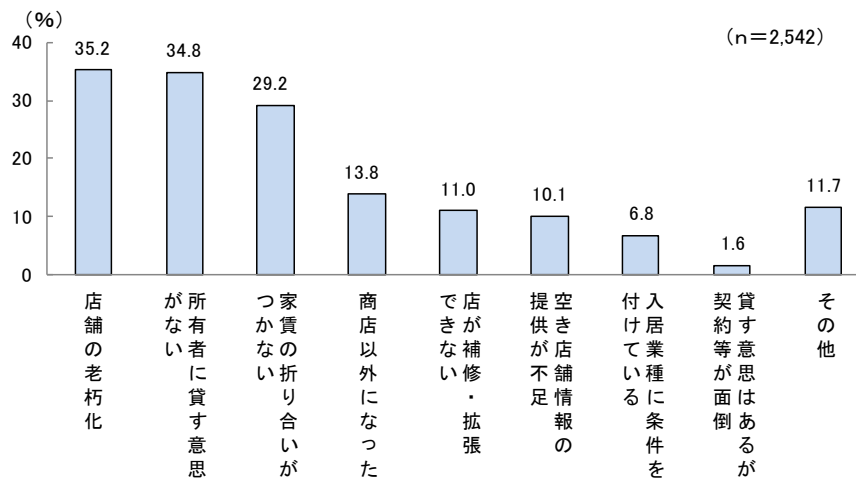
* 「空き店舗率」(%) = 商店街の空き店舗数の合計 / 商店街の全店舗数の合計

空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕については、「店舗の老朽化（35.2%）」、「所有者に貸す意思がない（34.8%）」、「家賃の折り合いがつかない（29.2%）」の順に多くなっています。

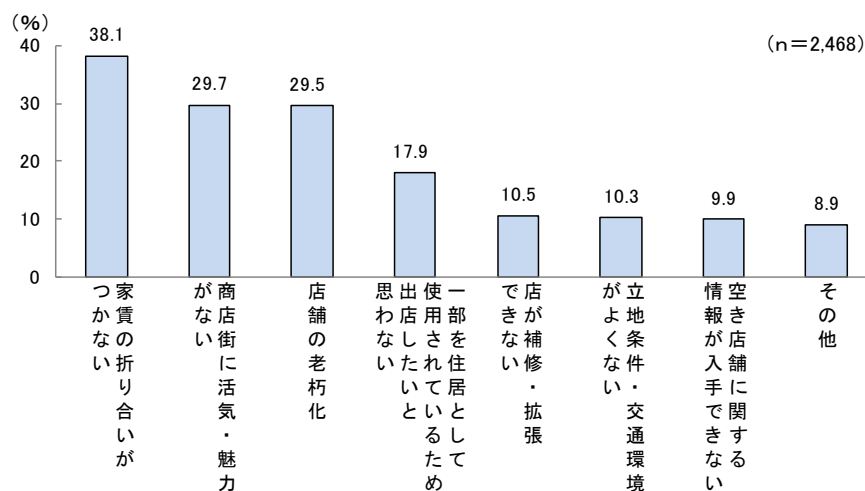
空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕については、「家賃の折り合いがつかない（38.1%）」、「商店街に活気・魅力がない（29.7%）」、「店舗の老朽化（29.5%）」の順に多くなっています。

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49.9%を占めています。

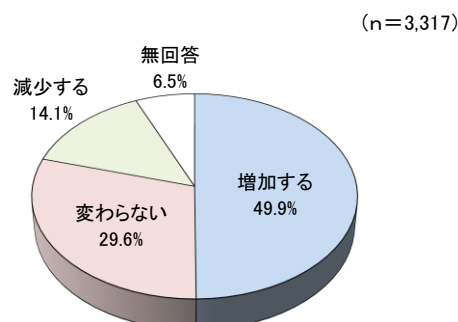
図表 10 空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕(複数回答:2つまで)



図表 11 空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕(複数回答:2つまで)



図表 12 今後の空き店舗の見通し

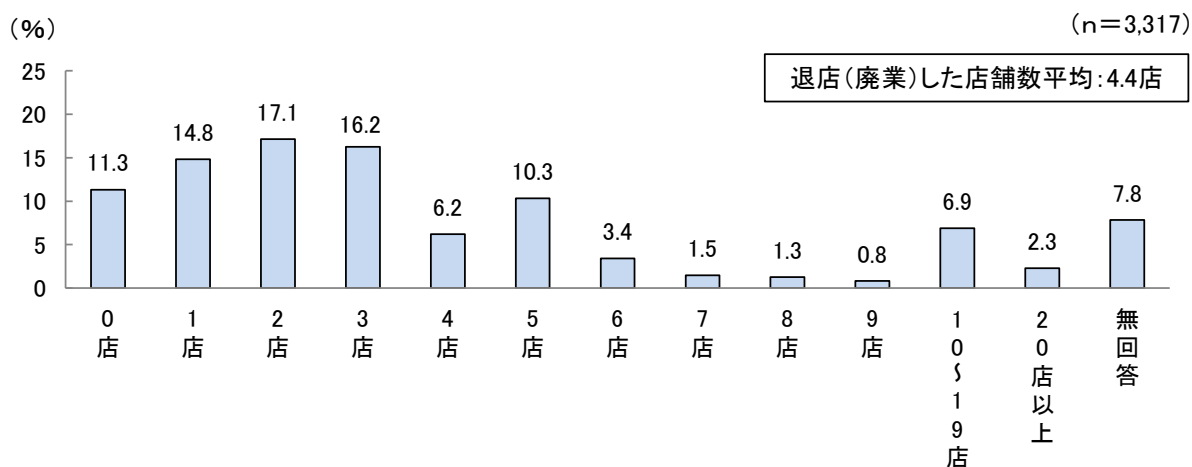


1-5 商店主の退店（廃業）の状況

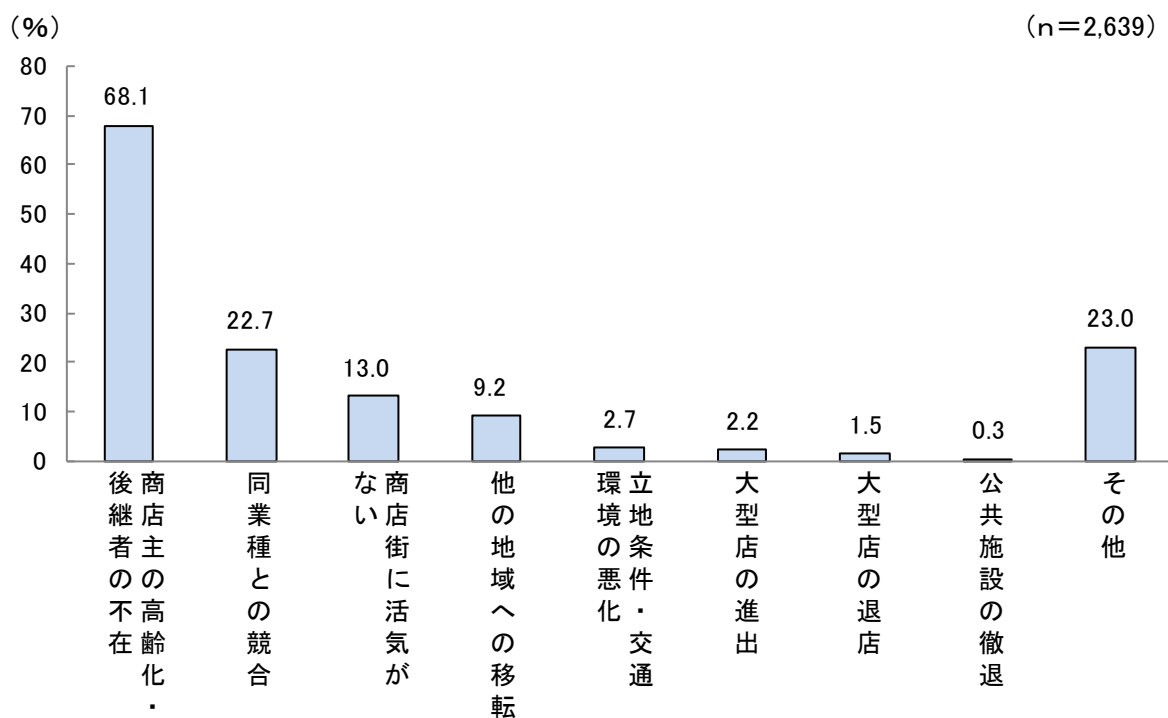
最近3年間に退店（廃業）した店舗数は、「0店」と回答した商店街が11.3%あるものの、1店以上の退店（廃業）数は、「2店（17.1%）」、「3店（16.2%）」、「1店（14.8%）」の順に多くなっており、1店から3店までで全体の48.2%を占めています。

退店（廃業）した理由は、「商店主の高齢化・後継者の不在」が68.1%を占め、続いて「同業種との競合」が22.7%、「商店街に活気がない」が13.0%、「他の地域への移転」が9.2%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（複数回答：2つまで）

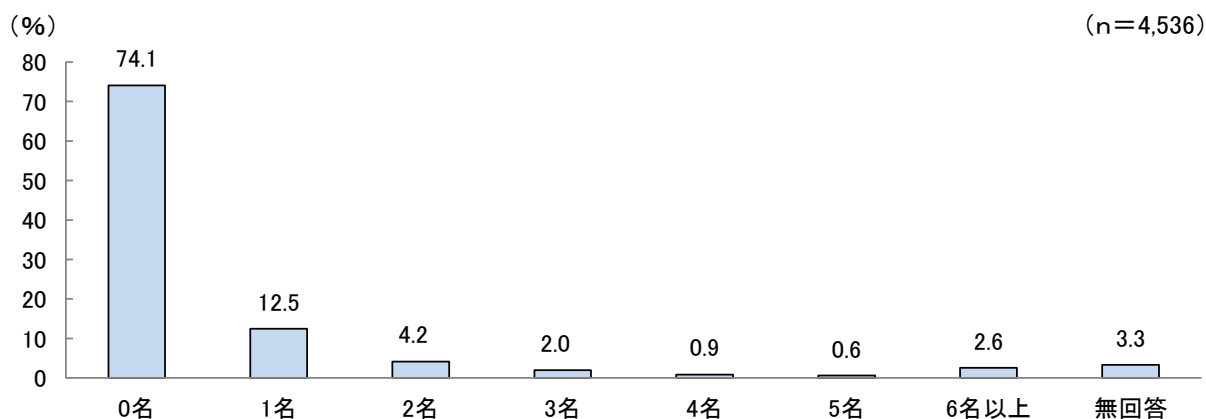


1-6 商店街組織の専従事務局員の有無

商店街活動の担い手である商店街組織の74.1%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51.1%、「事業協同組合等」は46.8%、「その他の法人」は47.8%、「任意団体」は11.1%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:実数 下段:割合	n %	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)
全体		4,536 100.0	3361 74.1	1025 22.6	565 12.5	189 4.2	89 2.0	39 0.9	26 0.6	117 2.6	150 3.3	1.42 -
組織形態	商店街振興組合	906 100.0	424 46.8	463 51.1	271 29.9	107 11.8	49 5.4	12 1.3	6 0.7	18 2.0	19 2.1	1.53 -
	事業協同組合等	400 100.0	208 52.0	187 46.8	107 26.8	38 9.5	17 4.3	5 1.3	7 1.8	13 3.3	5 1.3	1.13 -
	その他の法人	46 100.0	20 43.5	22 47.8	6 13.0	3 6.5	2 4.3	3 6.5	2 4.3	6 13.0	4 8.7	3.02 -
	任意団体	3,184 100.0	2709 85.1	353 11.1	181 5.7	41 1.3	21 0.7	19 0.6	11 0.3	80 2.5	122 3.8	1.40 -

1-7 商店街組織の会員(組合員)数と会費未納入店舗の割合

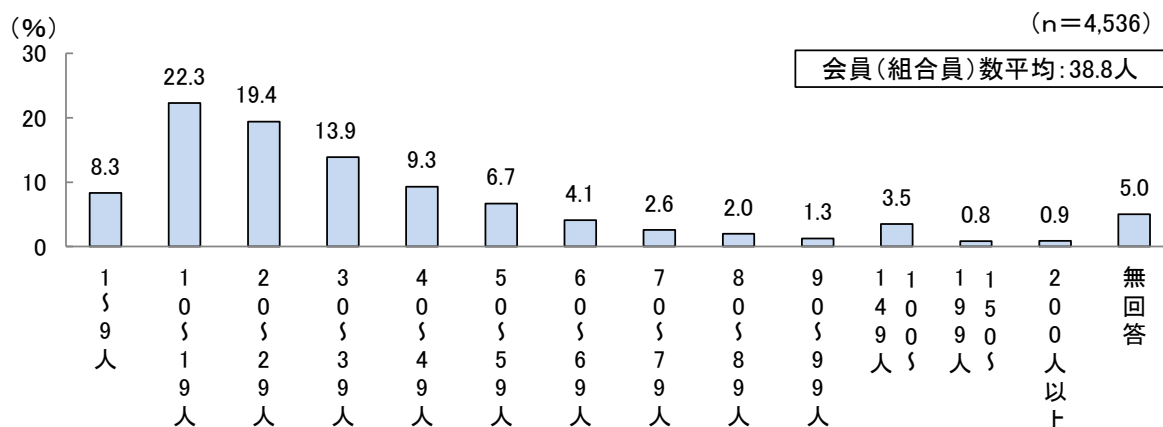
商店街組織を形成する会員(組合員)数の平均は、38.8人です。前回調査の平均会員(組合員)数(40.6人)と比べると1.8人減少しました。

商店街組織形態別には、「商店街振興組合」が57.7人(前回調査比:▲0.2人)、「事業協同組合等」が36.9人(同比:▲0.9人)、「その他の法人」が116.5人(同比:+46.0人)、「任意団体」が32.5人(同比:▲2.7人)となっています。

商店街組織への会費の未納入率は2.5%と、ほとんどの会員(組合員)は会費を納めています。

会費の未納入率を商店街組織形態別にみると、「商店街振興組合」が3.0%、「事業協同組合等」が1.8%、「その他の法人」が0.9%、「任意団体」が2.4%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 商店街組織形態別の会員(組合員)数

組織形態	上段:実数 下段:割合	n %	1	10	20	30	40	50	60	70	80	90	100	110	120	2	無	平均
			9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	9人	以上
全体	4,536 100.0	377 8.3	1,011 22.3	879 19.4	629 13.9	422 9.3	303 6.7	186 4.1	117 2.6	90 2.0	90 2.0	57 1.3	160 3.5	38 0.8	40 0.9	227 5.0	-	38.8
商店街振興組合	906 100.0	11 1.2	76 8.4	150 16.6	133 14.7	119 13.1	98 10.8	70 7.7	40 4.4	39 4.3	20 2.2	40 4.3	39 4.3	20 2.2	18 2.0	39 4.3	-	57.7
事業協同組合等	400 100.0	40 10.0	76 19.0	89 22.3	52 13.0	44 11.0	26 6.5	16 4.0	7 1.8	13 3.3	4 1.0	17 4.3	2 0.5	2 0.5	2 0.5	12 3.0	-	36.9
その他の法人	46 100.0	6 13.0	8 17.4	2 4.3	5 10.9	2 4.3	1 2.2	1 2.2	1 2.2	0 0.0	2 4.3	5 10.9	1 2.2	5 10.9	7 15.2	-	116.5	
任意団体	3,184 100.0	320 10.1	851 26.7	638 20.0	439 13.8	257 8.1	178 5.6	99 3.1	69 2.2	38 1.2	31 1.0	65 2.0	15 0.5	15 0.5	169 5.3	-	32.5	

図表 19 商店街組織形態別、会費の未納割合

(n=4,025)	会員(組合員)数	会費未納入先数	会費未納入率
	(A)	(B)	(B/A)
合計	156,528	3,838	2.5%
商店街振興組合	46,785	1,400	3.0%
事業協同組合等	13,664	245	1.8%
その他の法人	4,535	41	0.9%
任意団体	91,544	2,152	2.4%

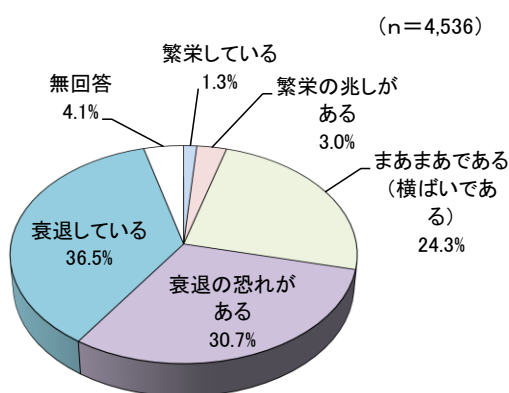
2. 商店街の景況と来街者の動向について

2-1 商店街の最近の景況

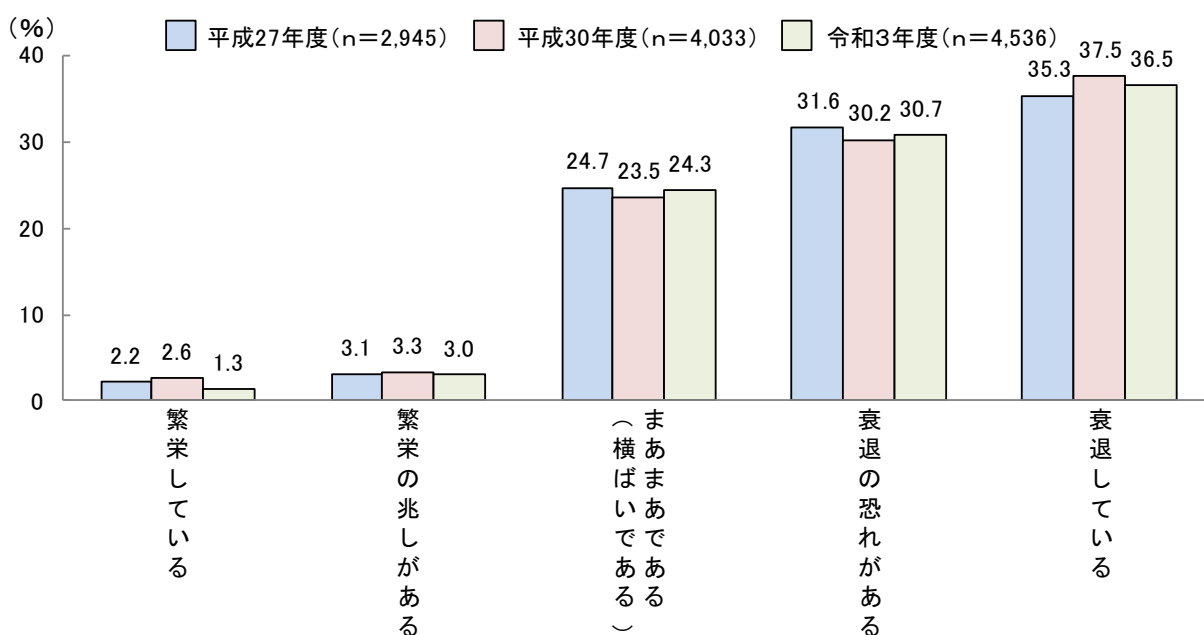
商店街の最近の景況は、「繁栄している」が1.3%、「繁栄の兆しがある」が3.0%となりました。一方、「衰退している」が36.5%、「衰退の恐れがある」が30.7%、「まあまあである（横ばいである）」が24.3%となりました。

前回調査と同様「衰退している」と回答した商店街が最も多いものの、前回調査と比べると1.0ポイント減少となりました。一方、「繁栄している」は前回調査より1.3ポイント減少、「繁栄の兆しがある」は前回調査より0.3ポイント減少となりました。

図表 20 商店街の最近の景況



図表 21 商店街の最近の景況(前回・前々回調査との比較)



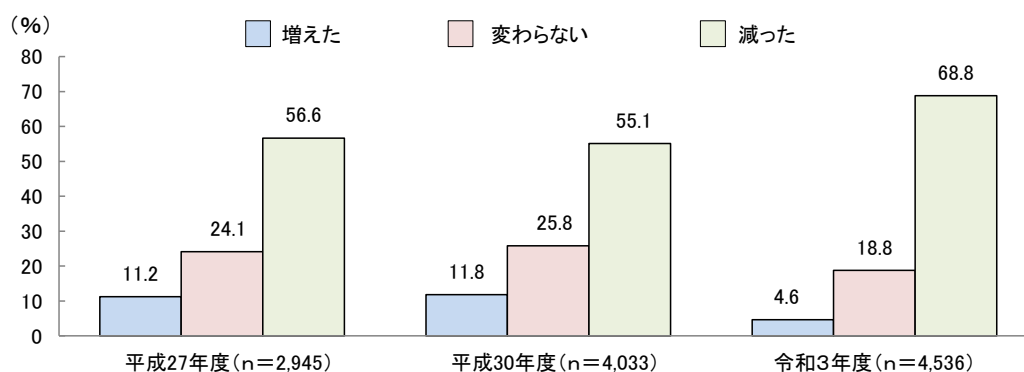
2-2 最近の商店街への来街者の動向

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68.8%で、前回調査（「減った」55.1%）と比べると13.7ポイント増加しました。一方、「増えた」と回答した商店街は4.6%で、前回調査（「増えた」11.8%）と比べると、7.2ポイント減少しました。

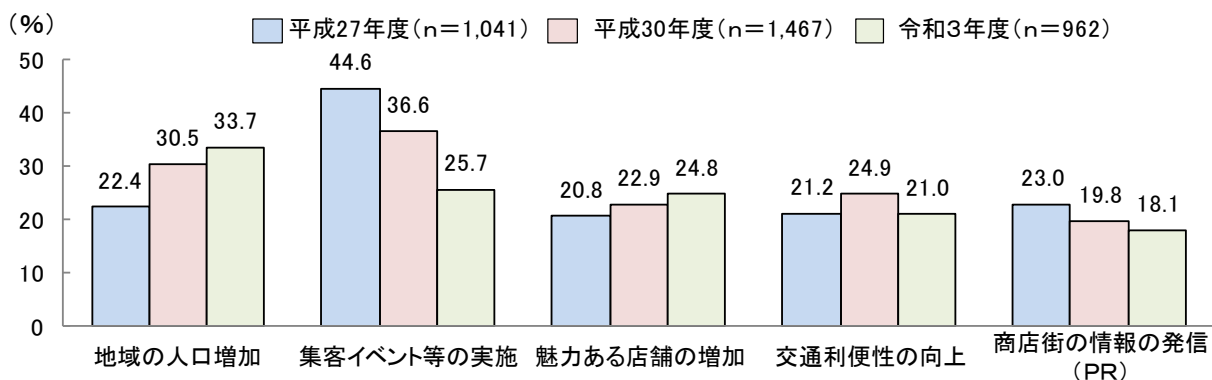
来街者が「増えた」要因の上位5つについて前回調査と比べると、「地域の人口増加」が3.2ポイント、「魅力ある店舗の増加」が1.9ポイント増加しています。

一方、「減った」要因について同様に前回調査と比べると、「集客イベント等の未実施」が12.5ポイント増加となり、その他の要因は全体的に減少しています。

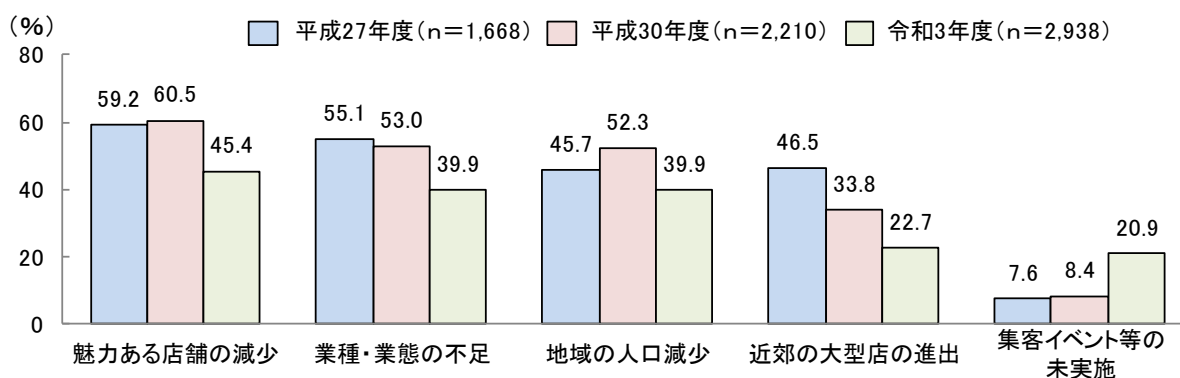
図表 22 最近3年間の商店街への来街者数の変化



図表 23 最近3年間の商店街への来街者数の増加要因[上位5つ] (複数回答:3つまで)



図表 24 最近3年間の商店街への来街者数の減少要因[上位5つ] (複数回答:3つまで)



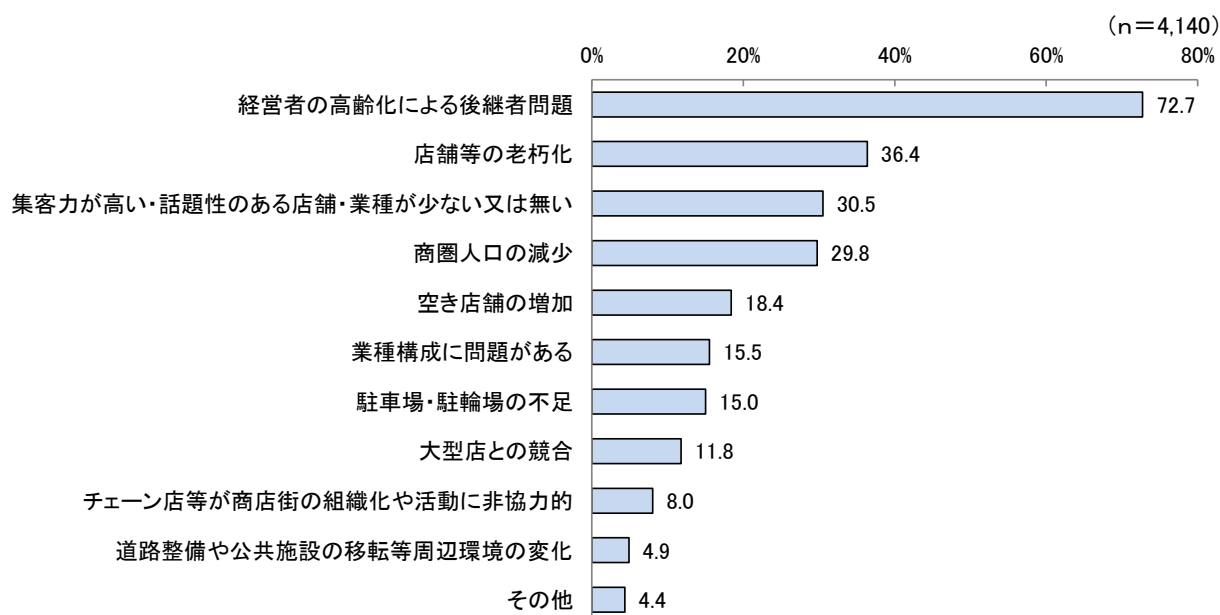
3. 商店街の問題と取組状況について

3-1 商店街の抱える問題

現況の商店街が抱える問題は、「経営者の高齢化による後継者問題（72.7%）」、「店舗等の老朽化（36.4%）」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い（30.5%）」、「商圈人口の減少（29.8%）」が上位を占めました。

上位3つまでの回答について、過年度調査の経過と比較すると「経営者の高齢化による後継者問題」や「店舗の老朽化」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」といった、個店に対する問題は共通しており、「経営者の高齢化による後継者問題」は年々増加しています。

図表 25 商店街の抱える問題（複数回答：3つまで）



図表 26 商店街の抱える問題の推移

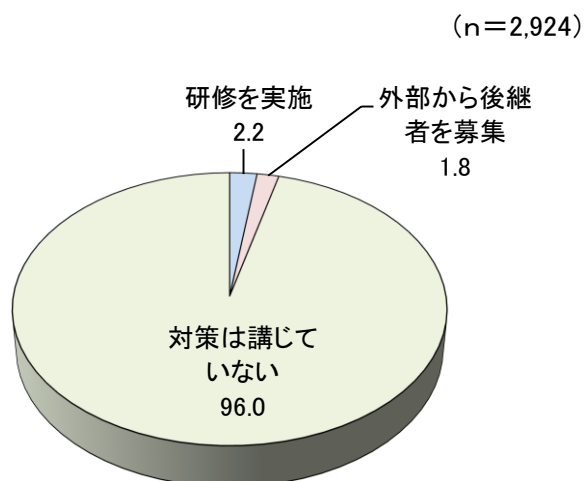
	1位	2位	3位
平成21年度	経営者の高齢化による後継者難 〔 51.3% 〕	魅力ある店舗が少ない 〔 42.7% 〕	核となる店舗がない 〔 27.2% 〕
平成24年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔 63.0% 〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔 37.8% 〕	店舗等の老朽化 〔 32.8% 〕
平成27年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔 64.6% 〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔 40.7% 〕	店舗等の老朽化 〔 31.6% 〕
平成30年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔 64.5% 〕	店舗等の老朽化 〔 38.6% 〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔 36.9% 〕
令和3年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔 72.7% 〕	店舗等の老朽化 〔 36.4% 〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔 30.3% 〕

(注) 回答形式: 主なものを3つまで選択

3-2 経営者の後継者難に対する商店街の取組状況

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組については、「対策は講じていない（96.0%）（前回調査比：+4.8%）」、「研修を実施している（2.2%）（同比：▲1.0%）」、「外部から後継者を募集している（1.8%）（同比：▲0.4%）」となり、取組状況は極めて低くなっています。

図表 27 商店街における後継者対策

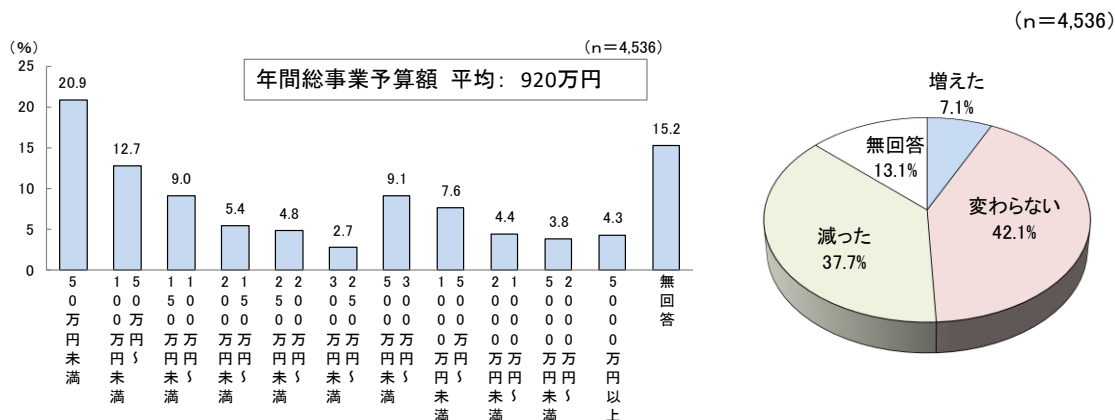


3-3 商店街の予算規模

商店街の予算規模については、「50万円未満」が20.9%、「50万円～100万円未満」が12.7%、「300万円～5000万円未満」が9.1%の順に多くなっています。

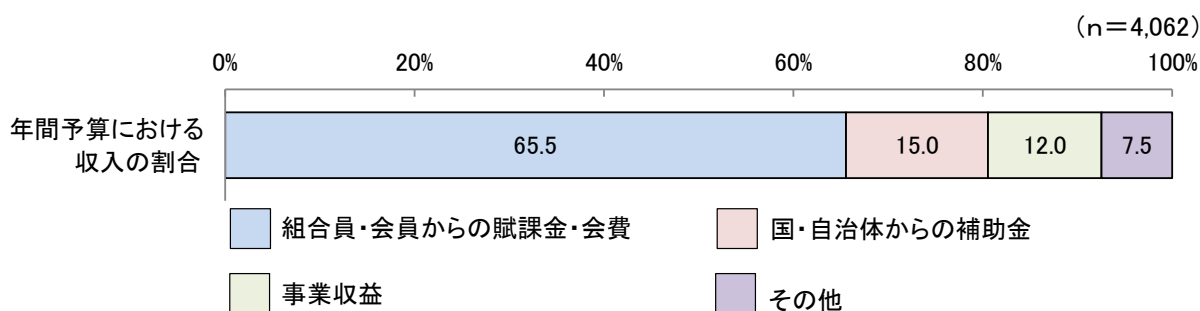
3年前との比較では「増えた」が7.1%、「減った」が37.7%となっています。

図表 29 令和3年度の総事業予算／3年前との比較

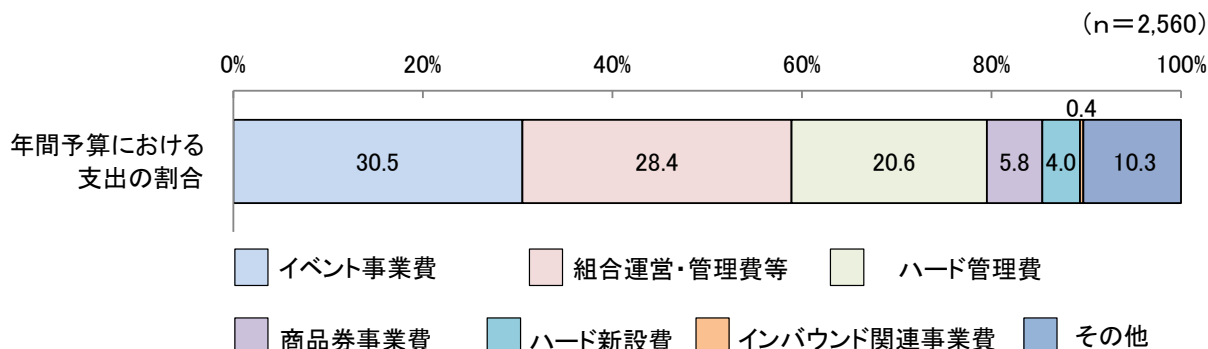


年間予算における収入の割合は、「組合員・会員からの賦課金・会費」が65.5%と最も多く、「国・自治体からの補助金」が15.0%、「事業収益」が12.0%となっています。支出の割合は、「イベント事業費」が30.5%、「組合運営・管理等」が28.4%、「ハード管理費」が20.6%の順に多くなっています。

図表 30 年間予算における収入の割合



図表 31 年間予算における支出の割合

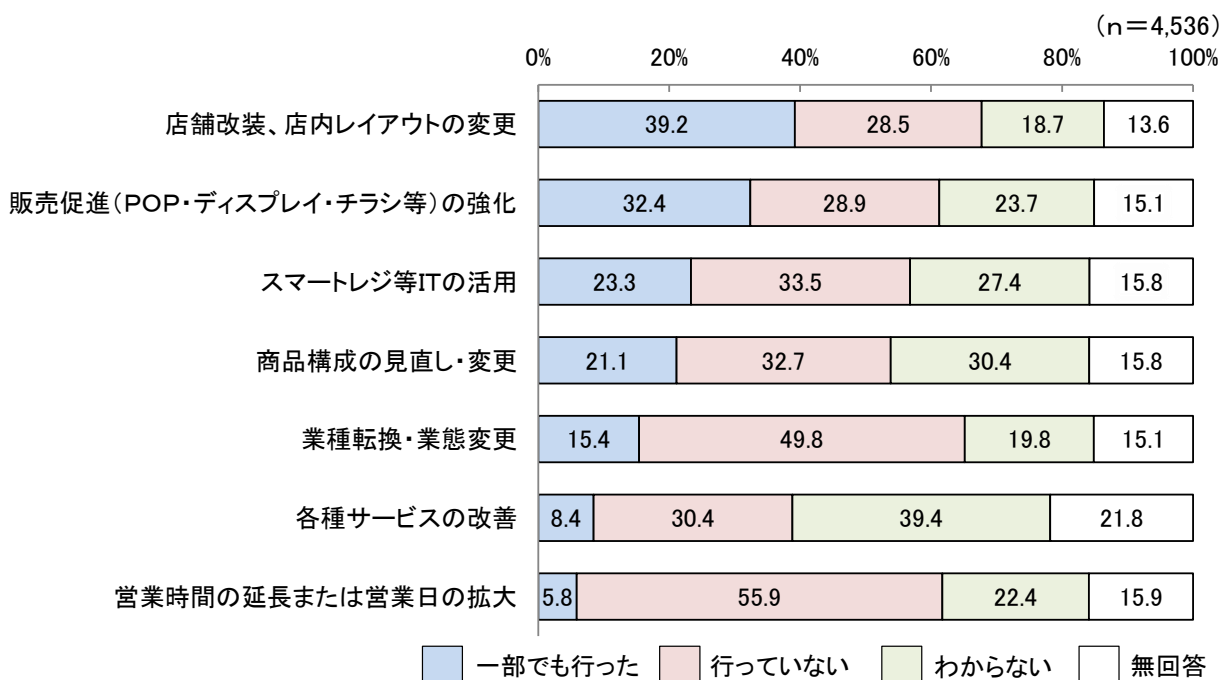


3-4 個店の魅力向上のための取組状況

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」と回答のあった取組は、「店舗改装・店内レイアウトの変更」が39.2%、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化」が32.4%、「スマートレジ等ITの活用」が23.3%の順に多くなっています。

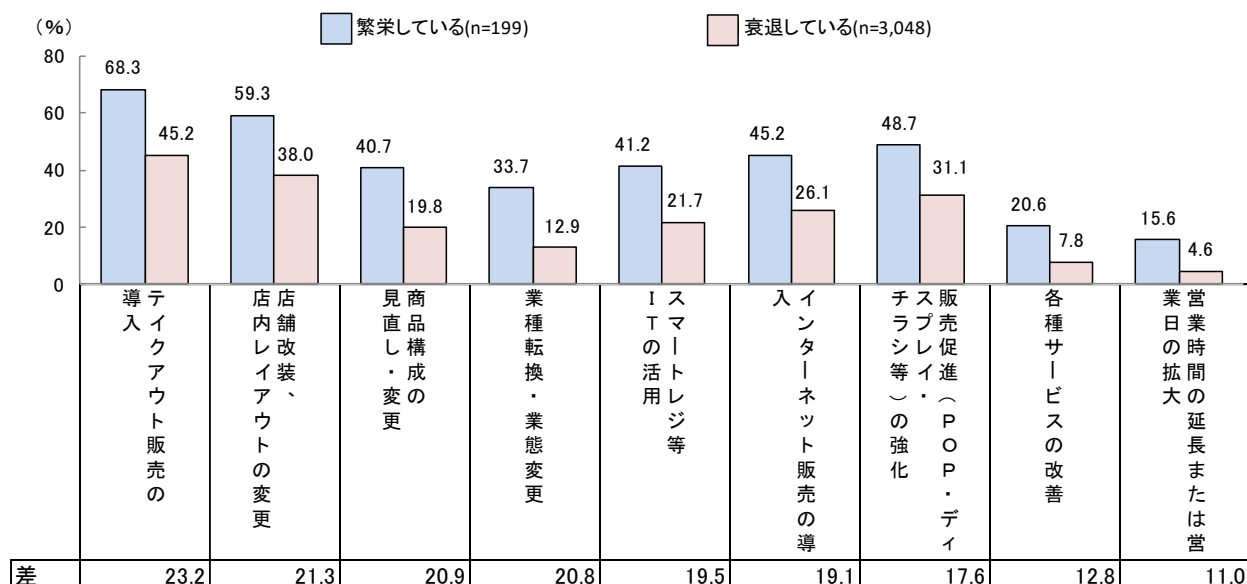
また、「個店の改善策・活性化策を一部でも行った」と回答した商店街において、実施した取組と景況との関係を見ると、例えば「テイクアウト販売の導入」の取組割合は、衰退している商店街では45.2%に留まっているのに対し、繁栄している商店街では68.3%の割合で取組が実施されています。他に差が大きいものとしては「店舗改装、店内レイアウトの変更」（差：21.3ポイント）、「商品構成の見直し・変更」（差：20.9ポイント）などが上位に挙げられます。

図表 32 商店街における個店の改善策・活性化策について



図表 33 商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係

〈改善・活性化策を一部でも行った商店街の対策別の割合〉

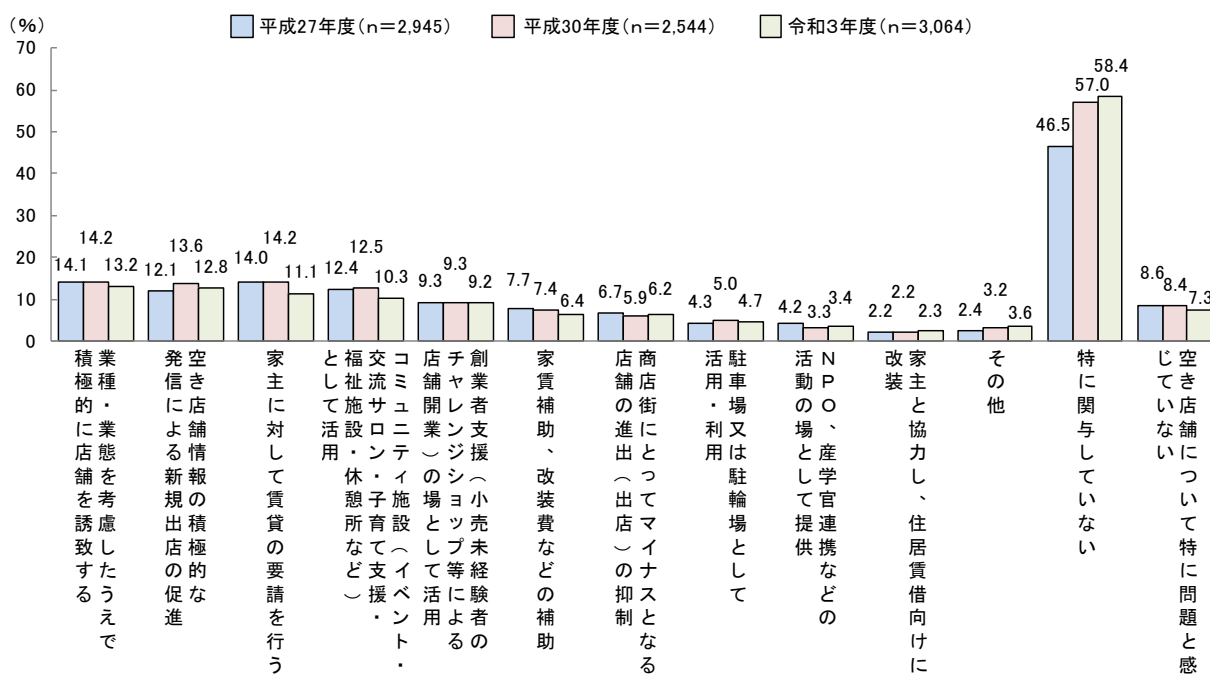


3-5 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況

空き店舗の発生に対する商店街の取組は、58.4%の商店街が「特に関与していない」との回答であり、前回調査（57.0%）と比べると1.4ポイント増加しました。

空き店舗の発生に対する取組を行っている商店街では、「商店街にとってマイナスとなる店舗の進出（出店）の抑制（6.2%）（前回調査比：+0.3ポイント増加）」、「NPO、産学官連携などの活動の場として提供（3.4%）（同比：+0.1ポイント増加）」、「家主と協力し、住居賃借向けに改装（2.3%）（同比：+0.1ポイント増加）」などの取組が増加しています。

図表 34 商店街における空き店舗の発生に対する取組（複数回答：3つまで）



3-6 商店街の地域（各種団体等）との連携状況

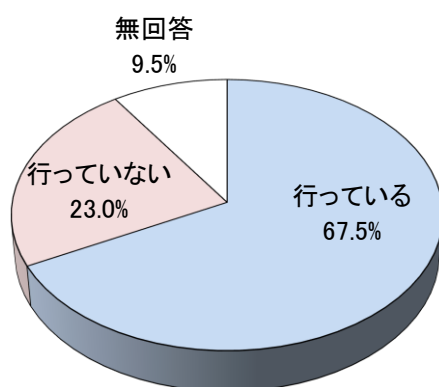
商店街の後継者不足、新たな担い手の不足などを補完し、地域住民のニーズに対応した取組や地域の伝統文化の継承、安心・安全などの取組を行うためには、地域の各団体等の連携の促進がますます重要な課題となっています。

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67.5%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（63.8%）」、「自治会・町内会・婦人会（61.5%）」、「市町村等の行政機関（45.9%）」の順に多くなっています。

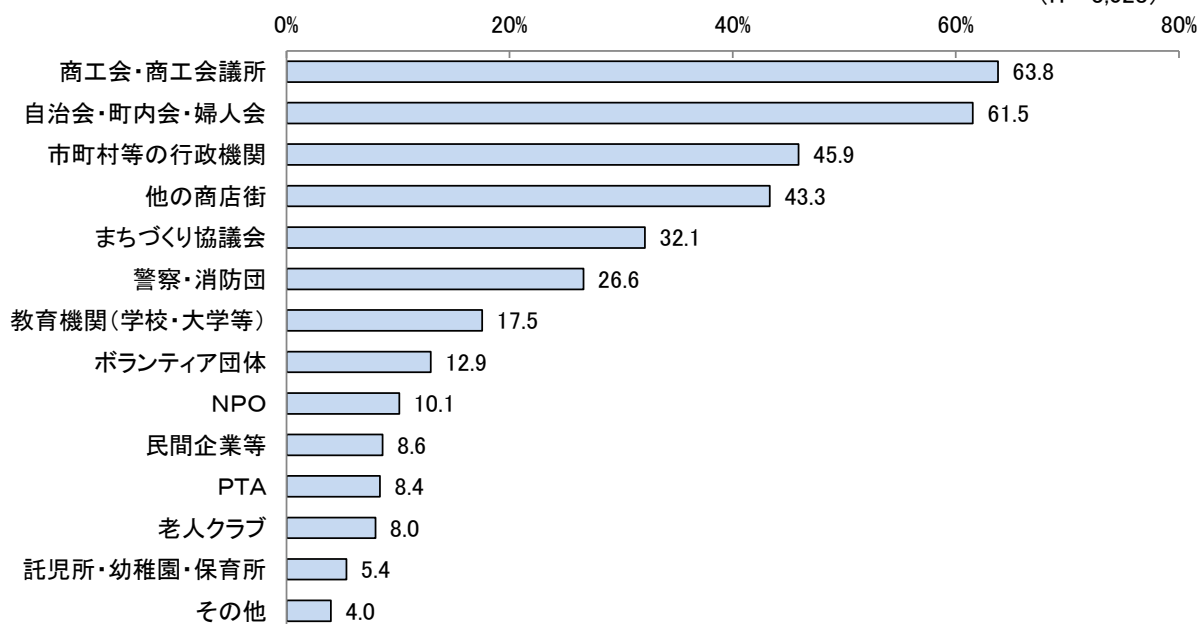
図表 35 商店街と地域の各種団体との連携の有無

(n=4,536)



図表 36 商店街と連携している地域の各種団体（複数回答：いくつでも）

(n=3,028)



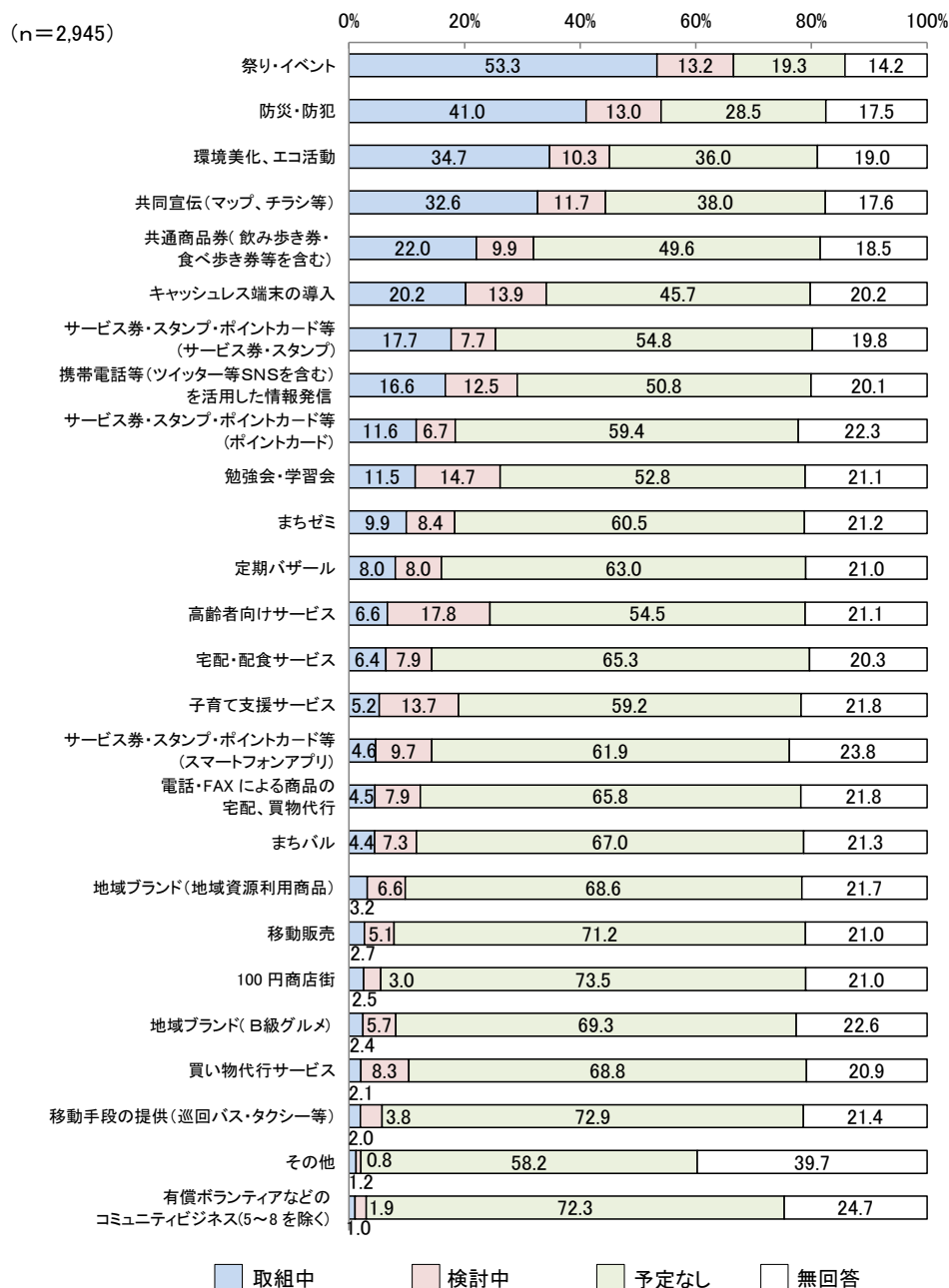
4. 現在、商店街が取り組んでいる具体的な各種事業について

4-1 商店街が実施しているソフト事業

商店街が取組中のソフト事業は、「祭り・イベント（53.3%）」、「防災・防犯（41.0%）」、「環境美化・エコ活動（34.7%）」、「共同宣伝（マップ、チラシ等）（32.6%）」が上位を占めています。

また、検討中のソフト事業は、「高齢者向けサービス（17.8%）」、「勉強会・学習会（14.7%）」、「キャッシュレス端末の導入（13.9%）」、「子育て支援サービス（13.7%）」、「携帯電話等（ツイッター等SNSを含む）を活用した情報発信（12.5%）」が主なものとなっています。

図表 37 商店街が実施しているソフト事業

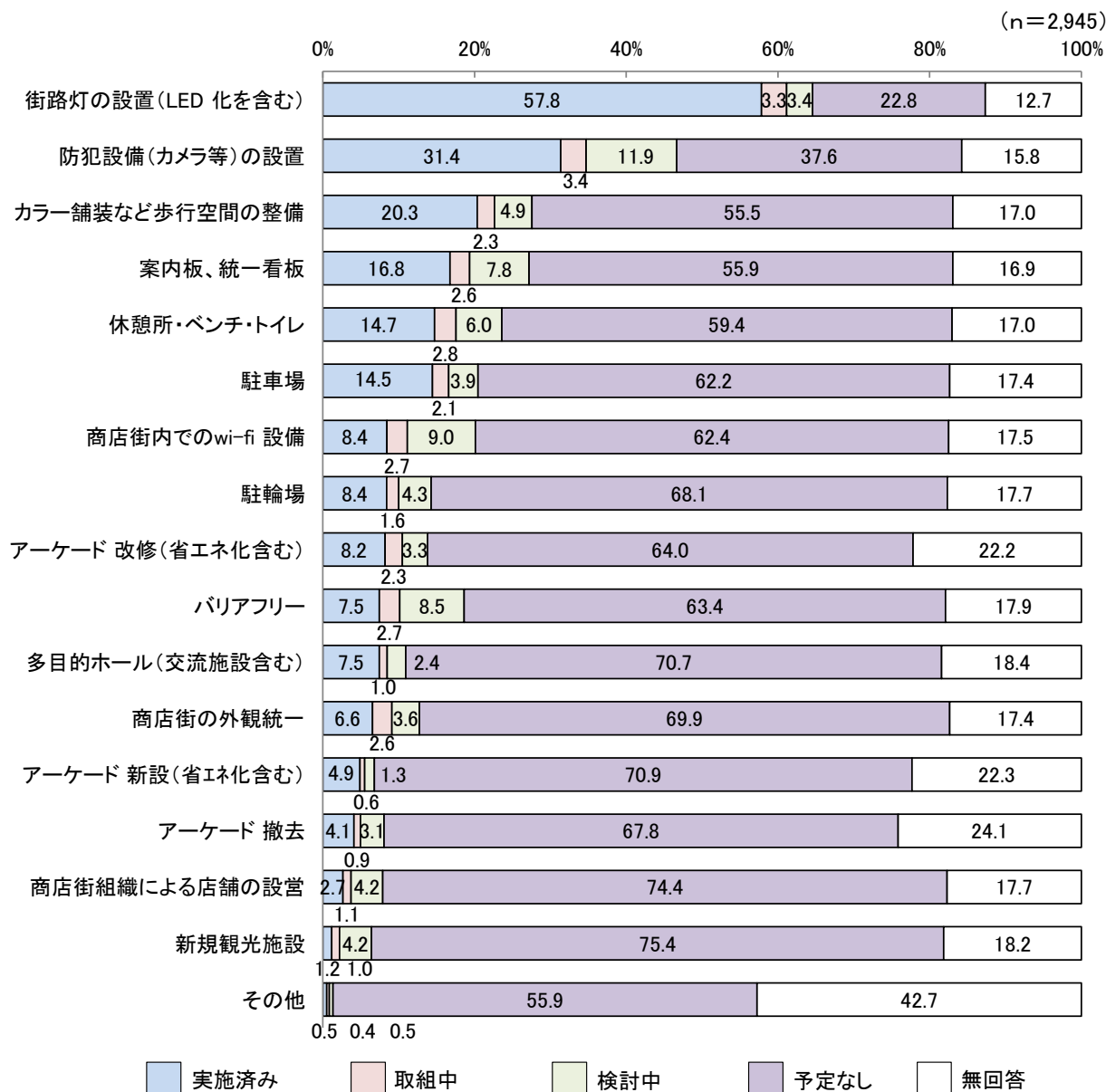


4-2 商店街が実施しているハード事業

商店街が実施しているハード事業は、「街路灯の設置（LED化を含む）（57.8%）」、「防犯設備（カメラ等）の設置（31.4%）」、「カラー舗装など歩行空間の整備（20.3%）」が上位を占めています。

また、検討中のハード事業は、「防犯設備（カメラ等）の設置（11.9%）」、「商店街内でのwi-fi設備（9.0%）」、「バリアフリー（8.5%）」、「案内板、統一看板（7.8%）」が主なものとなっています。

図表 38 商店街が実施しているハード事業

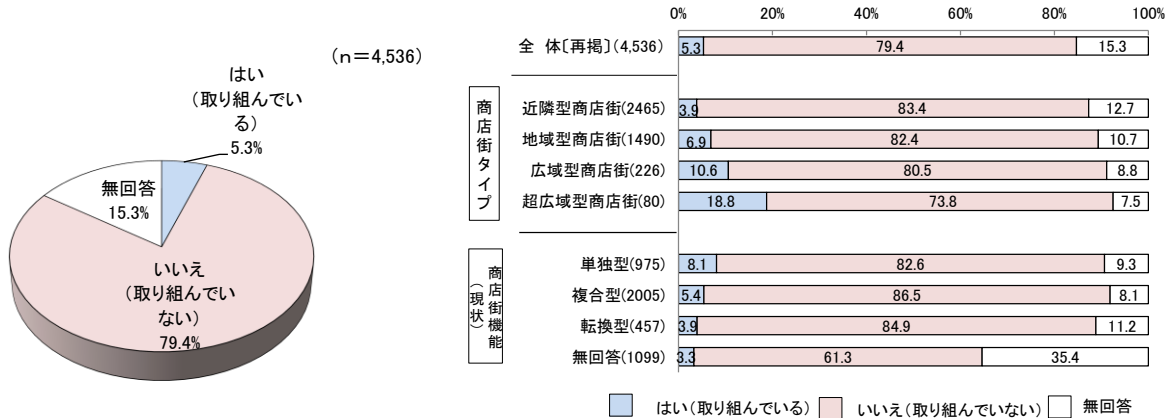


4-3 テナントミックスの取組

テナントミックスの取組状況については、「いいえ（取り組んでいない）（79.4%）」が、「はい（取り組んでいる）（5.3%）」を74.1ポイント上回っています。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、「はい（取り組んでいる）」の割合が多くなっています。また、商店街の現状（*）別でみると、「単独型（8.1%）」、「複合型（5.4%）」、「転換型（3.9%）」の順に取り組んでいる割合は多くなっています。

図表 22 テナントミックスの取組状況／クロス集計(商店街タイプ・現状)

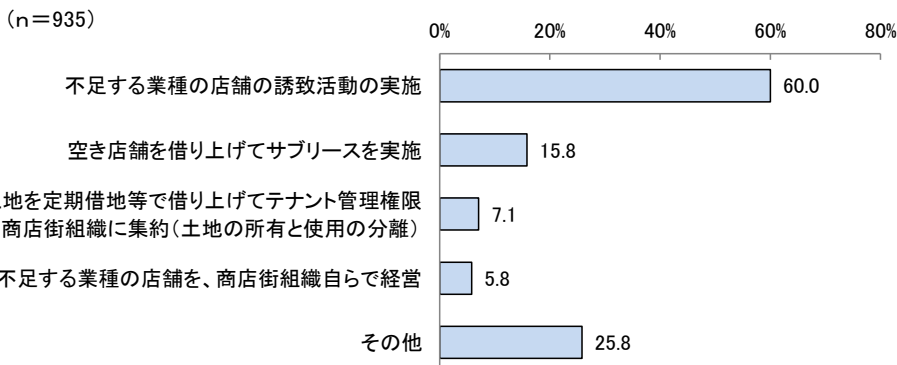


*「商店街機能（現状）」とは、以下の分類から調査の際に各回答者が選択

(商業機能)単独型	需要の集密度が高い地域(利用客が多い駅前や観光地周辺など)において、商業機能によって、多くの来街者が期待できる商店街。
(地域コミュニティ支援機能との)複合型	需要の集密度は高くない地域において、商業機能と地域コミュニティ支援機能を複合的に備えることによって、地域住民を始めとする来街者のニーズに応える商店街。
転換型	需要の集密度が低い地域において、来街を待つのではなく、地域住民のもとへ商品を届ける業態へと転換することによって、商業機能の維持に取り組む商店街。

テナントミックスの実現に向けた取組の内容としては「不足する業種の店舗の誘致活動の実施（60.0%）」、「空き店舗を借り上げてサブリースを実施（15.8%）」、「土地を定期借地等で借り上げてテナント管理権限を商店街組織に集約（土地の所有と使用の分離（7.1%）」の順に多くなっています。

図表 23 テナントミックスの実現に向けた取組(複数回答:いつでも)

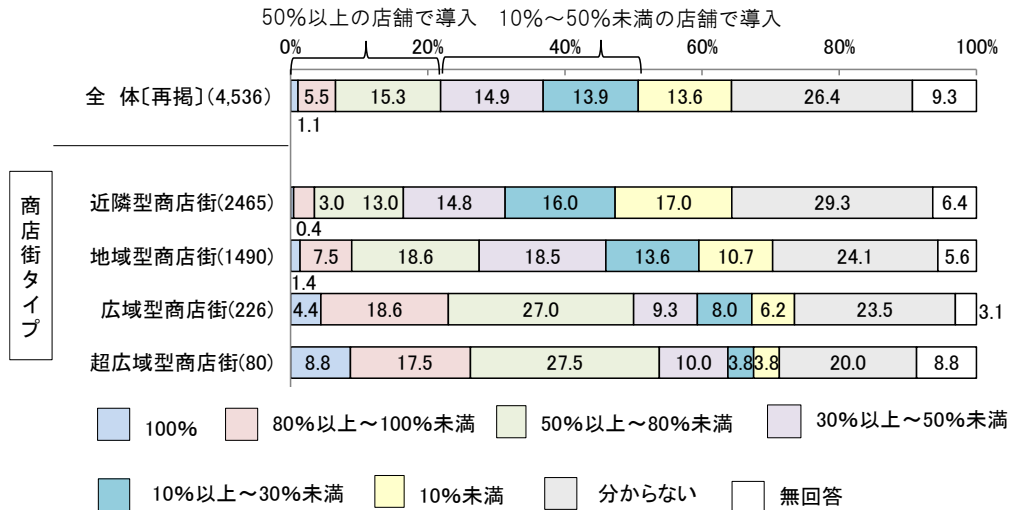


4-4 キャッシュレス決済の取組

キャッシュレス決済の取組状況については、50%以上の店舗で導入している商店街が21.9%、10%~50%未満の店舗で導入している商店街が28.8%となっています。

商店街タイプ別でみると、「近隣型商店街」から「超広域型商店街」になるにしたがい、50%以上の店舗で導入している割合が多くなっています。

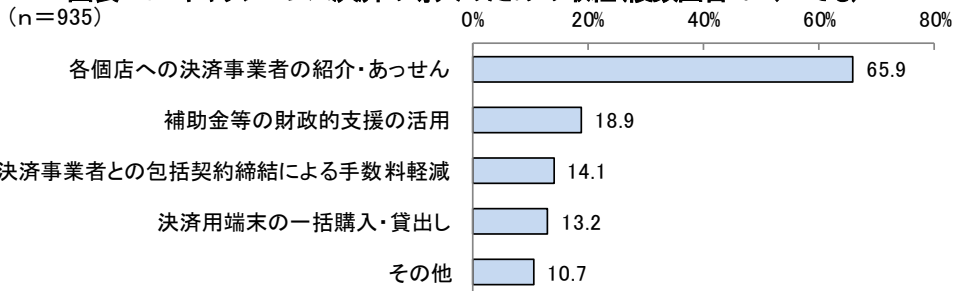
図表 24 キャッシュレス決済の取組状況(商店街タイプ別)



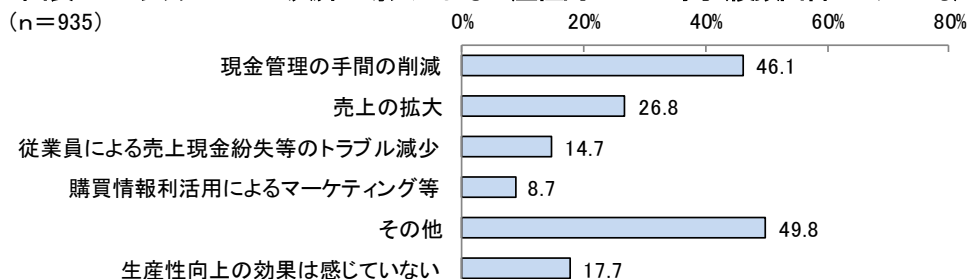
キャッシュレス決済の導入のための取組では、「各個店への決済事業者の紹介・あっせん(65.9%)」、「補助金等の財政的支援の活用(18.9%)」、「決済事業者との包括契約締結による手数料軽減(14.1%)」の順に多くなっています。

キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与では「現金管理の手間の削減(46.1%)」、「売上げの拡大(26.8%)」、「従業員による売上現金紛失等のトラブル減少(14.7%)」の順に多くなっています。

図表 25 キャッシュレス決済の導入のための取組(複数回答:いくつでも)



図表 26 キャッシュレス決済の導入による生産性向上への寄与(複数回答:いくつでも)

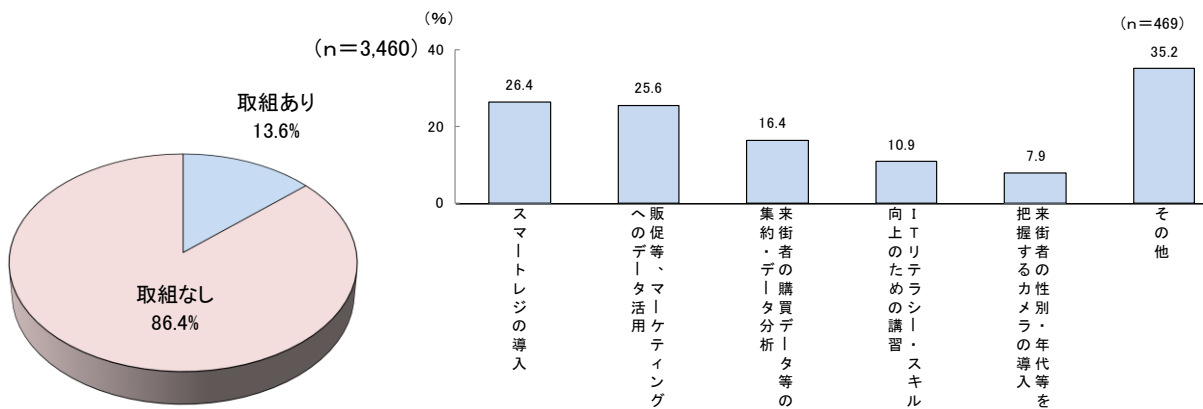


4-5 デジタルトランスフォーメーション実現のための取組

キャッシュレス決済以外のDX（デジタルトランスフォーメーション）実現への取組状況については、「取組なし（DX関係の取組は行っていない）（86.4%）」が「取組あり（13.6%）」を72.8ポイント上回っています。

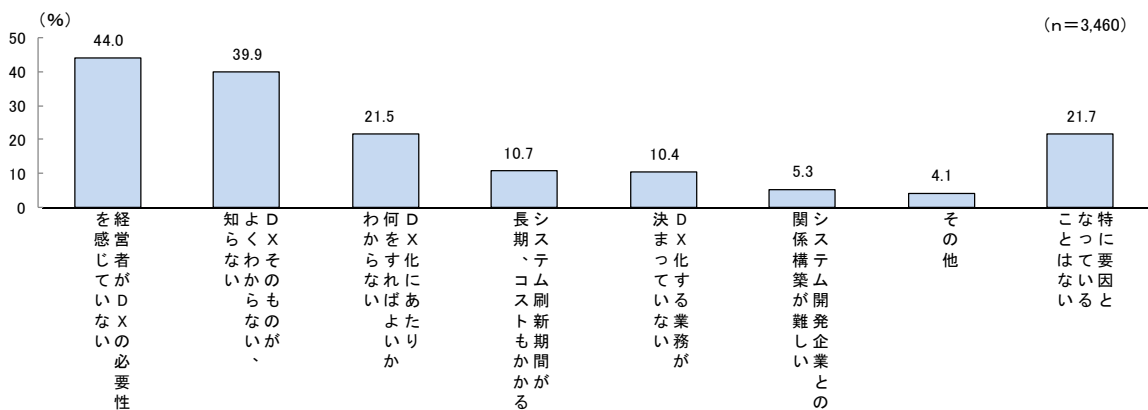
「取組あり」について取組内容を見ると、「スマートレジの導入（26.4%）」、「販促等、マーケティングへのデータ活用（25.6%）」、「来街者の購買データ等の集約・データ分析（16.4%）」の順に多くなっています。

図表 27 キャッシュレス決済以外のDX実現への取組状況／取組内容



DX導入が進まない要因については、「経営者がDXの必要性を感じていない（44.0%）」、「DXそのものがよくわからない、知らない（39.9%）」、「DX化にあたり何をすればよいかわからない（21.5%）」の順に多くなっています。

図表 28 生産性向上のためのDX導入が進まない要因(複数回答:いくつでも)



5. 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響について

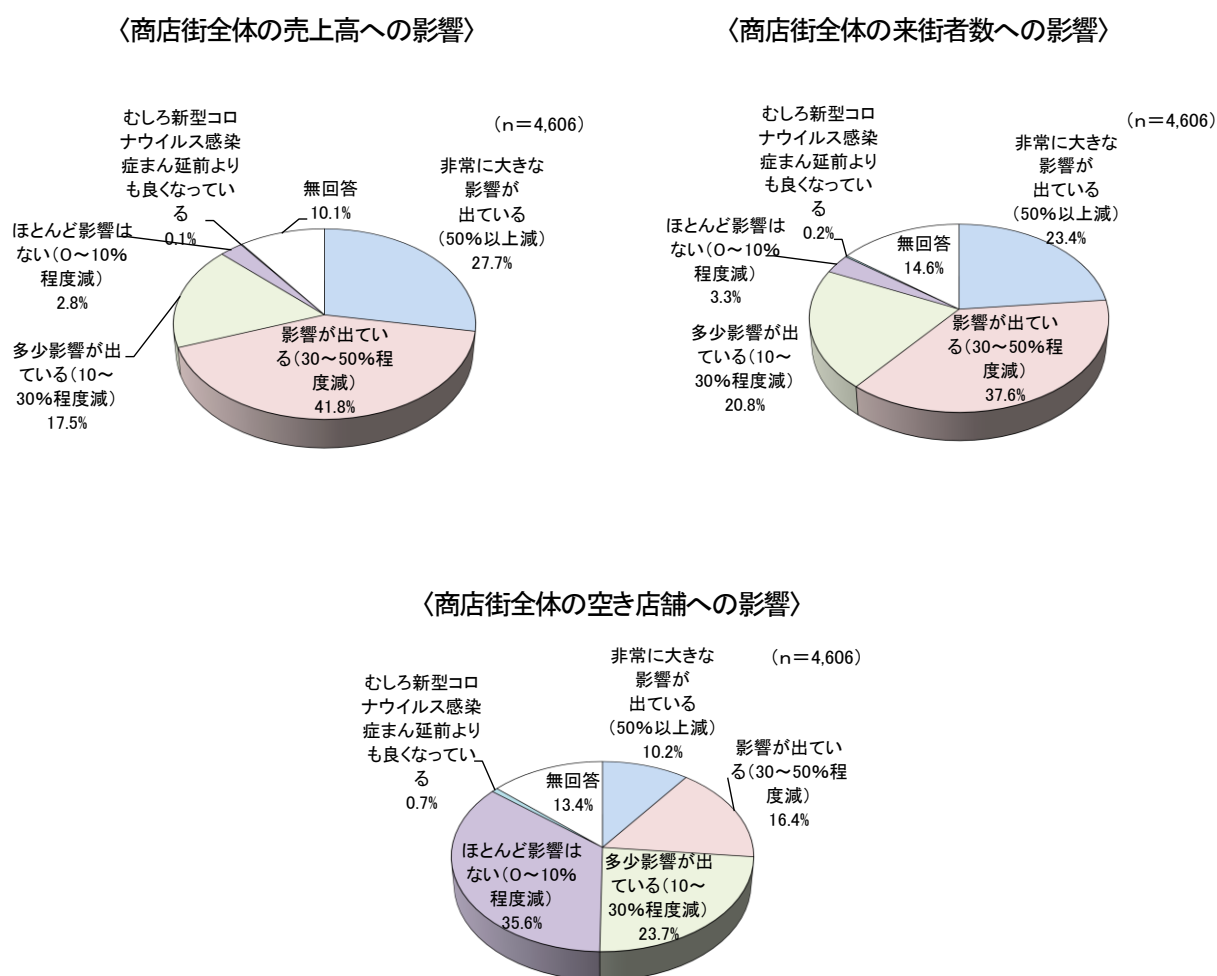
5-1 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響

新型コロナウイルス感染症のまん延による影響について、商店街全体の売上高への影響については、「非常に大きな影響が出ている（50%以上減）（27.7%）」、「影響が出ている（30～50%程度減）（41.8%）」、「多少影響が出ている（10～30%程度減）（17.5%）」と全体の9割近くは『影響が出ている』となっています。

商店街全体の来街者数への影響についても同様の傾向で、全体の8割は『影響が出ている』となっています。

一方で、商店街全体の空き店舗への影響については、『影響が出ている』は全体の5割程度と、売上高や来街者数への影響に比べると影響は限定的となっています。

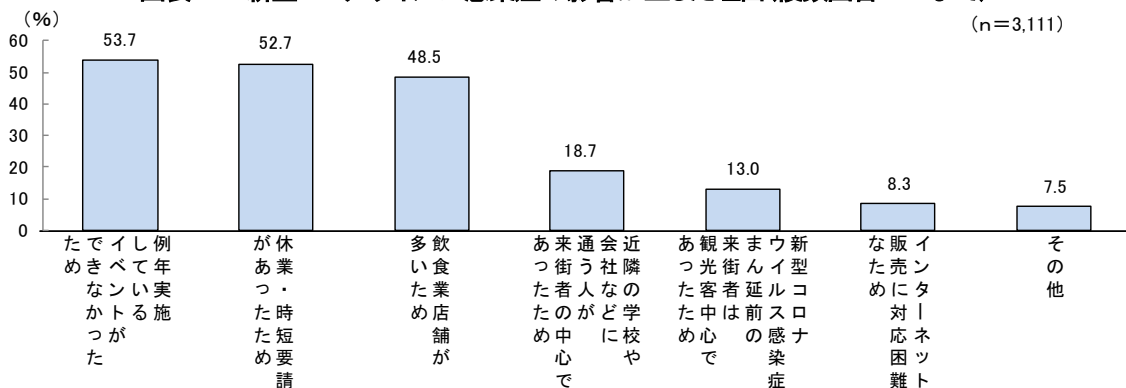
図表 29 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響



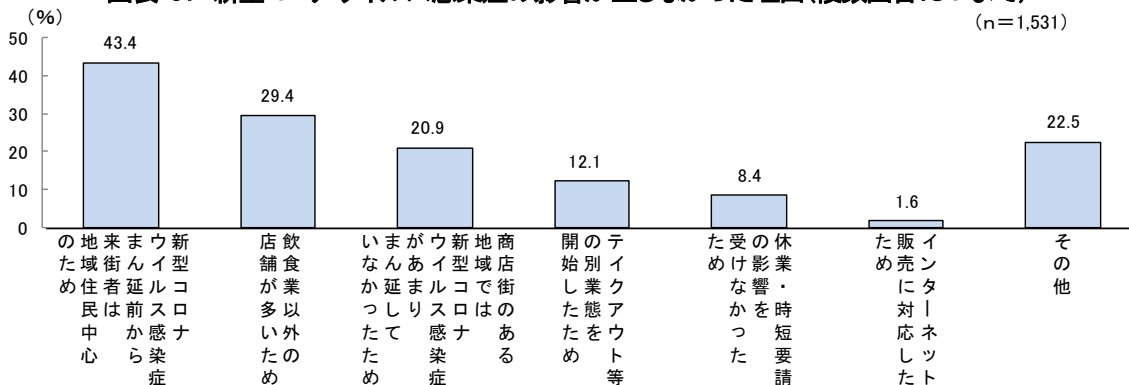
商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかに対して新型コロナウイルス感染症のまん延による影響が生じた商店街について、影響が生じた理由をみると、「例年実施しているイベントができなかったため（53.7%）」、「休業・時短要請があったため（52.7%）」、「飲食業店舗が多いため（48.5%）」の順に多くなっています。

一方、商店街全体の売上高、来街者数、空き店舗のいずれかに対して「ほとんど影響はない」「むしろ新型コロナウイルス感染症まん延前よりも良くなっている」と回答した商店街について、影響が生じなかった理由をみると、「新型コロナウイルス感染症まん延前から来街者は地域住民中心のため（43.4%）」、「飲食業以外の店舗が多いため（29.4%）」、「商店街のある地域では新型コロナウイルス感染症があまりまん延していなかったため（20.9%）」の順に多くなっています。

図表 30 新型コロナウイルス感染症の影響が生じた理由(複数回答:3つまで)

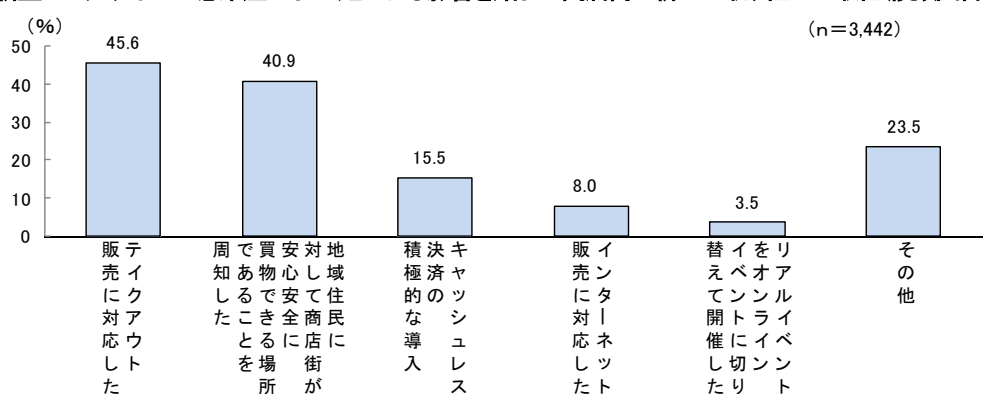


図表 31 新型コロナウイルス感染症の影響が生じなかった理由(複数回答:3つまで)



新型コロナウイルス感染症のまん延による影響を踏まえ商店街で新たに取り組んだ取組については、「テイクアウト販売に対応した（45.6%）」、「地域住民に対して商店街が安心安全に買物できる場所であることを周知した（40.9%）」、「キャッシュレス決済の積極的な導入（15.5%）」、「インターネット販売に対応した（8.0%）」の順に多くなっています。

図表 32 新型コロナウイルス感染症のまん延による影響を踏まえ商店街で新たに取り組んだ取組(複数回答:いくつでも)



この冊子の作成は、中小企業庁の委託を受けた
(株)CCNグループが行っております。