

平成 29 年度宮城県商店街実態調査結果

1 調査の目的

空き店舗の状況や商店街が直面している問題など、商店街の実態を把握し、今後の商店街活性化施策の基礎資料とする。

2 調査の概要

- 【調査対象】 宮城県中小企業団体中央会，商工会議所及び商工会が把握している商店街組織
※本調査における「商店街」とは、「小売業等の店舗が主体となって街区を形成し、何らかの組織（法人格の有無，その種類を問わない）を形成しているもの」をいう。
- 【調査方法】 宮城県中小企業団体中央会，商工会議所及び商工会を通じて調査対象に調査票を配布・回収
- 【調査基準日】 平成29年10月1日
- 【調査項目】 店舗数と業種構成，商店街の景況と課題，後継者問題，空き店舗の状況と活用，商店街の活性化に向けた取り組みと課題 等
- 【調査数】 調査票配布数：211，うち回答数：190（回答率 90.0%）

（本書の見方と注意点）

- ・この調査はアンケート方式により実施しているため，回答のない商店街は集計に反映されていない。よって，営業店舗等の数については，県内の実際の店舗数等とは一致しない。
- ・表中の比率（%）は，小数点第2位を四捨五入して算出している。したがって，率の合計値が100%にならない場合もある。
- ・複数回答については，回答者数を母数とし，比率を算出している。したがって，率の合計値が100%にならない場合もある。

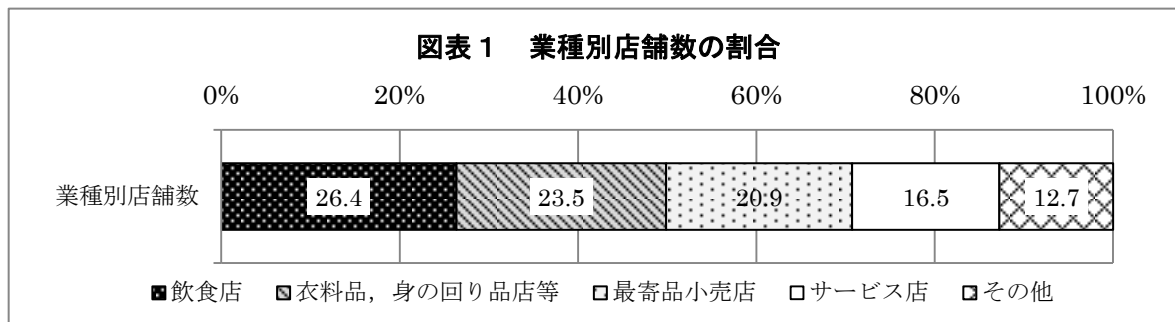
3 調査結果の概要

- 1 商店街あたりの平均営業店舗数は 35.7 店で，前回調査の 39.5 店から 3.8 店減少した。
- 商店街の最近の景況は，「衰退している」又は「やや衰退している」と回答した商店街が全体の約 8 割を占めている。
- 1 商店街あたりの平均空き店舗数は 4.2 店で，前回調査の 5.1 店から 0.9 店減少した。また，空き店舗率は 10.6% となり，前回調査の 11.4% から 0.8 ポイント減少した。
- 商店街が直面している問題は，「後継者不足」が最も多く 65.8% で，次いで「商圏人口の減少」（40.5%），「集客力のある店舗・業種が少ない又は無い」（33.7%）となっている。
- 後継者がいない店舗は，営業店舗数の 3 割を超えている。
- 買い物弱者を対象とした取り組みについて，約 8 割の商店街がニーズがあると感じているが，そのうち約 85% は，「人的余裕がない」等の理由により取り組みを実施していない。
- 商店街の活性化に向けて検討中又は実施予定の取り組みは，ハード事業では「防犯設備（カメラ等）の整備」（14.2%），ソフト事業では「高齢者向けサービス」（11.6%）が最も多くなっている。
- ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題は，「資金不足」と「人手不足」がそれぞれ 55.8% で最も多い。

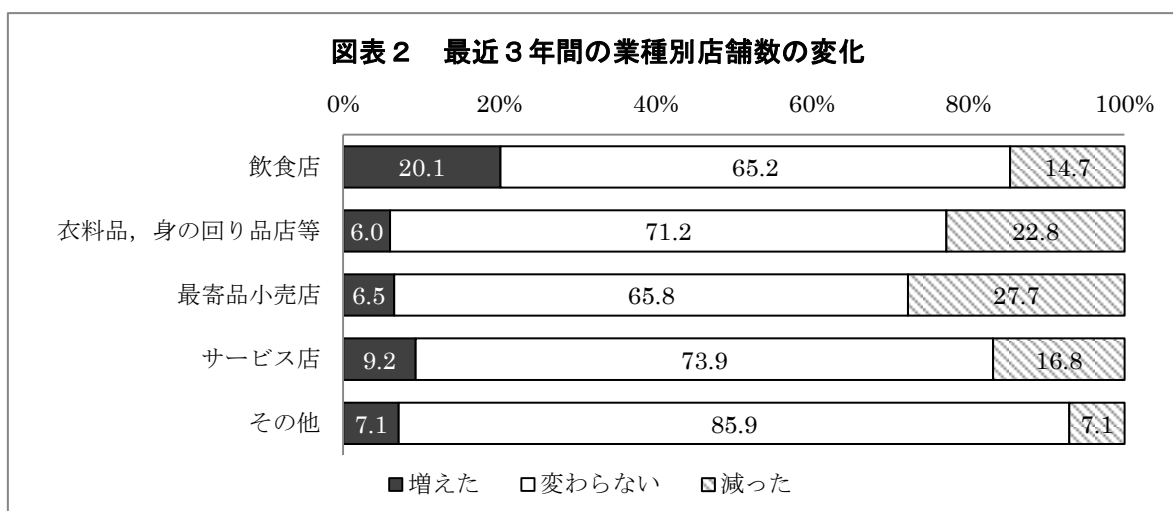
4 調査結果

(1) 店舗数と業種構成

- ・ 1 商店街あたりの平均営業店舗数は 35.7 店で、前回調査の 39.5 店から 3.8 店減少した。
- ・ 業種別店舗数の割合は、「飲食店」(26.4%)、「衣料品、身の回り品店等」(23.5%)、「最寄品小売店」(20.9%)の順に多くなっている。(図表 1)



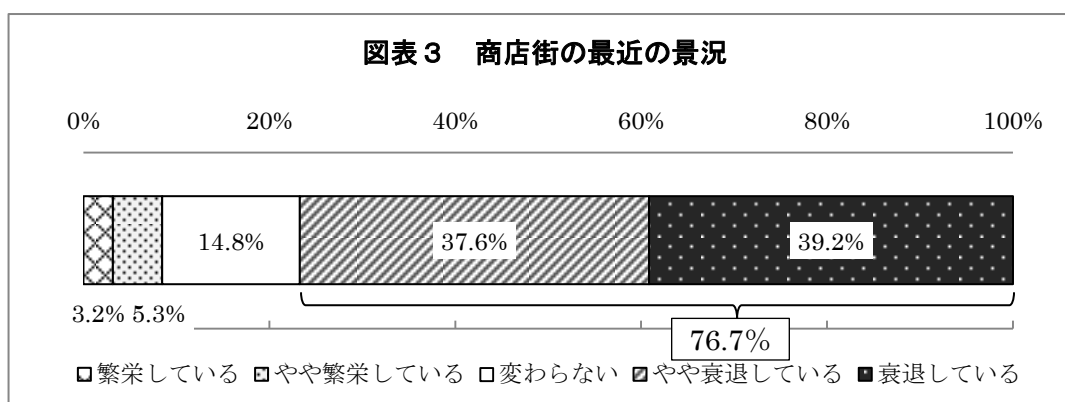
- ・ 最近 3 年間の業種別店舗数の変化を見ると、「増えた」と回答した数が多かった業種は、「飲食店」(20.1%)と「サービス店」(9.2%)である。一方、「減った」と回答した数が多かった業種は、「最寄品小売店」(27.7%)と「衣料品、身の回り品店等」(22.8%)である。
- ・ 業種別店舗で「増えた」から「減った」を差し引きすると、「飲食店」のみが 5.4 ポイント増加した。(図表 2)



(2) 商店街の現況と課題

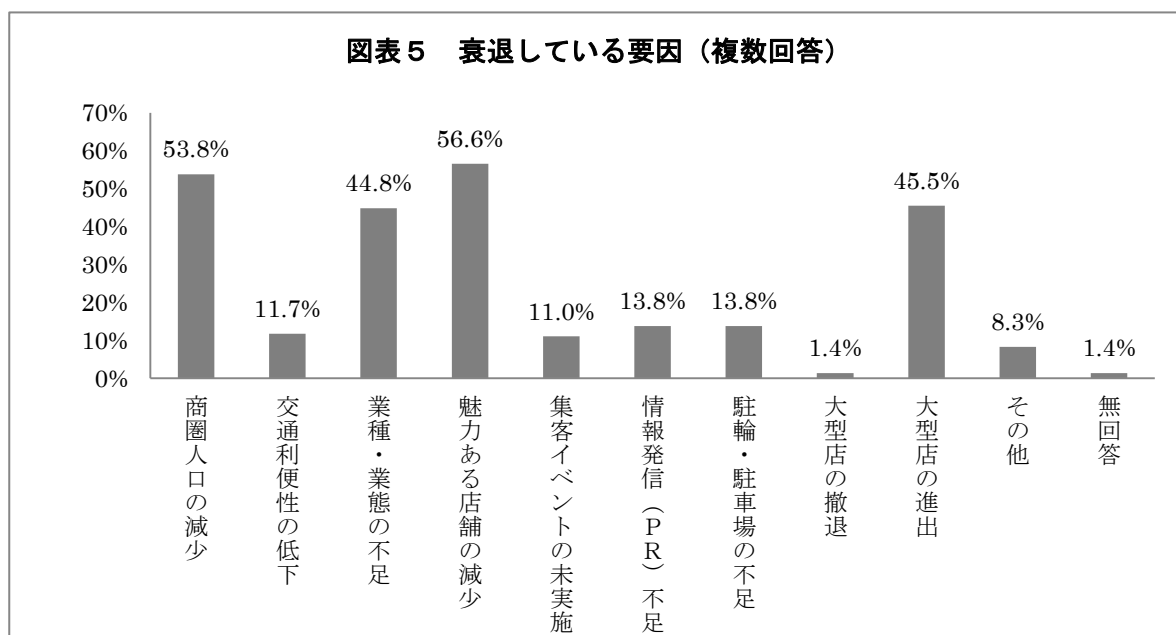
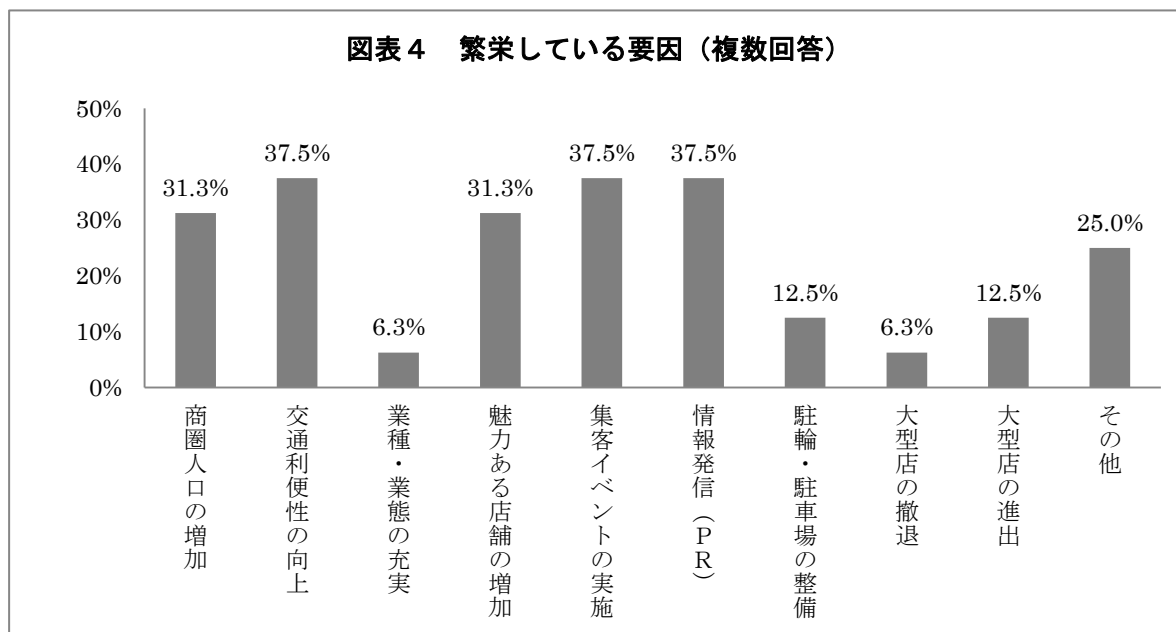
① 商店街の景況

- ・ 商店街の最近の景況は、「繁栄している」が 3.2%、「やや繁栄している」が 5.3%となった。一方、「衰退している」が 39.2%、「やや衰退している」が 37.6%となり、2つ合わせて全体の約 8 割を占めている。(図表 3)



- ・「繁栄している」又は「やや繁栄している」商店街における繁栄の要因は、「交通利便性の向上」(37.5%)、「集客イベントの実施」(37.5%)、「情報発信(P R)」(37.5%)が上位を占めている。(図表4)

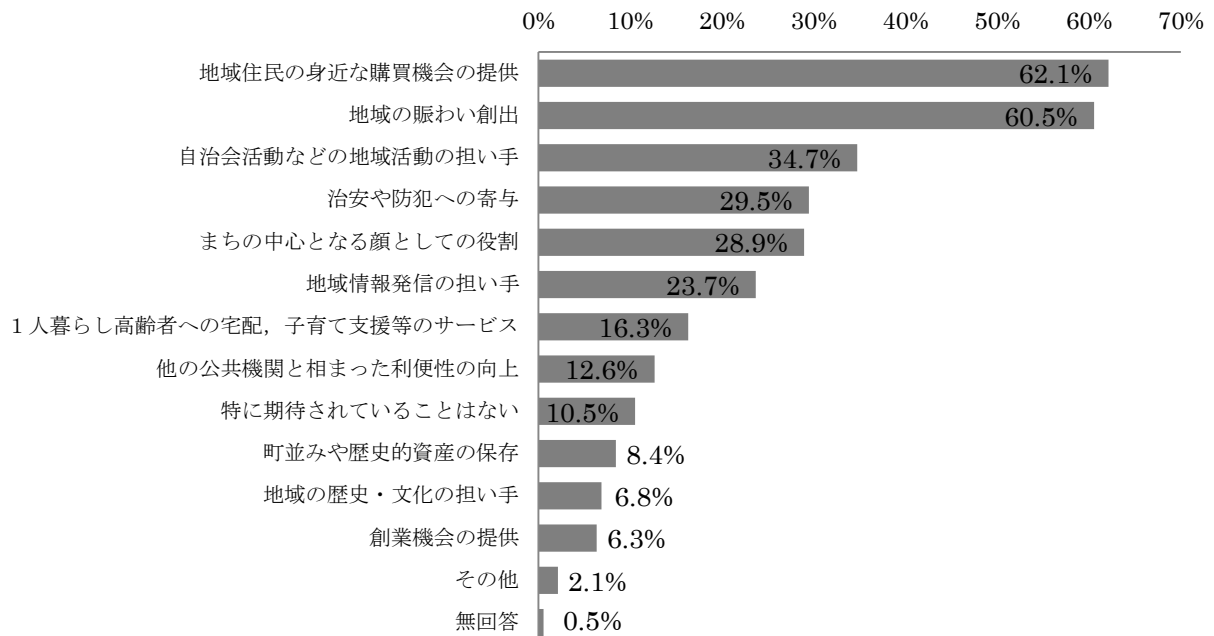
一方、「衰退している」又は「やや衰退している」商店街における衰退の要因は、「魅力ある店舗の減少」(56.6%)、「商圈人口の減少」(53.8%)、「大型店の進出」(45.5%)が上位を占めている。(図表5)



② 商店街の役割

- ・商店街が期待されていると思う役割は、「地域住民の身近な購買機会の提供」が62.1%と最も多く、次いで「地域の賑わい創出」が60.5%、「自治会活動などの地域活動の担い手」が34.7%となっている。(図表6)

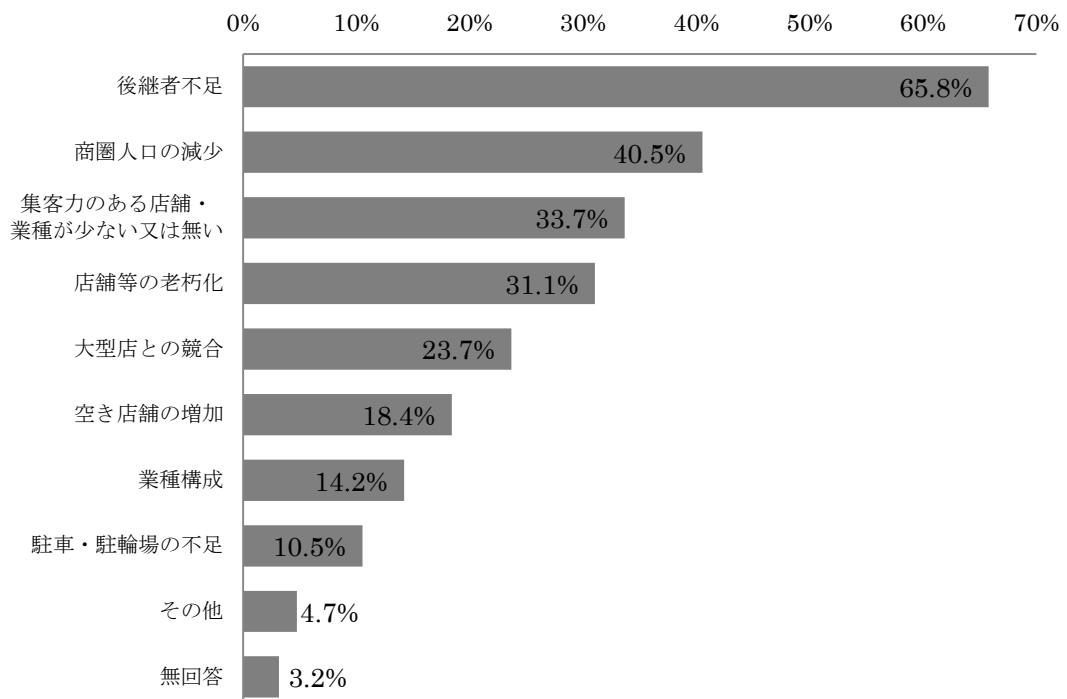
図表6 商店街に期待されていると思う役割（複数回答）



③ 商店街が直面している問題

- ・商店街が直面している問題は、「後継者不足」が65.8%と最も多く、次いで「商圈人口の減少」が40.5%、「集客力のある店舗・業種が少ない又は無い」が33.7%となっている。（図表7）

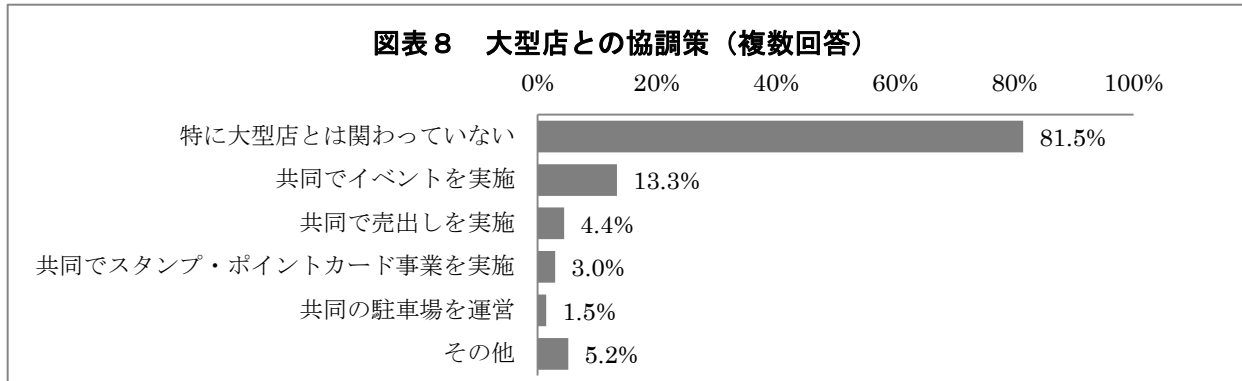
図表7 商店街が直面している問題（複数回答）



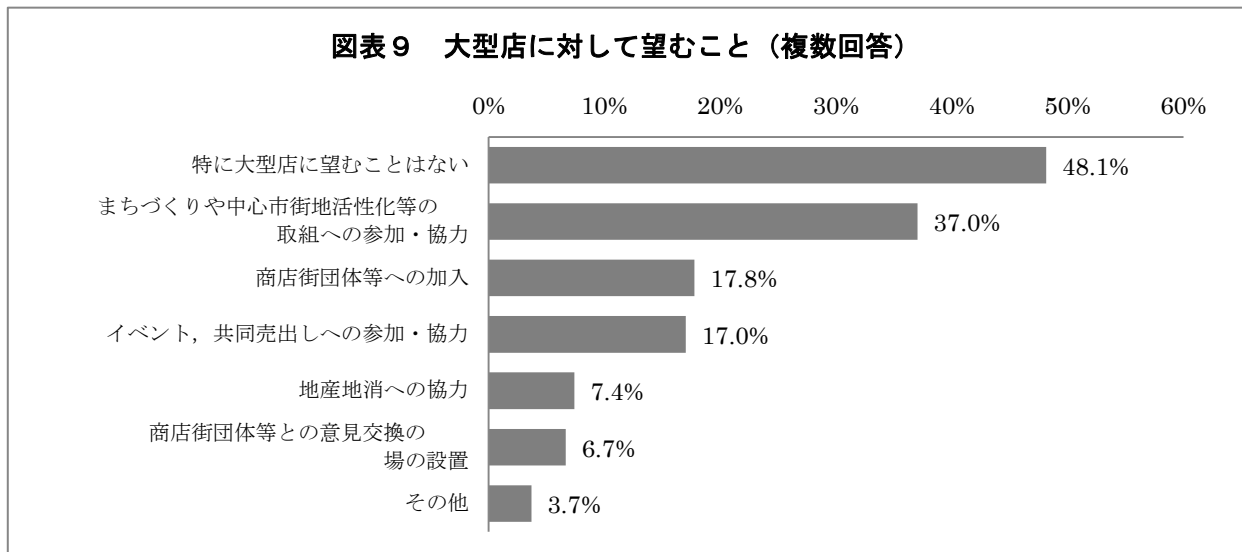
(3) 大型店との関係について

- ・商店街の周辺（概ね 1.5km 以内）に立地している大型店（売場面積 1,000 m²超）との協調策については、「特に大型店とは関わっていない」商店街が 81.5%だった。
- ・何らかの協調策を実施しているところについては、「共同でイベントを実施」が 13.3%と最も多くなっている。

(図表 8)

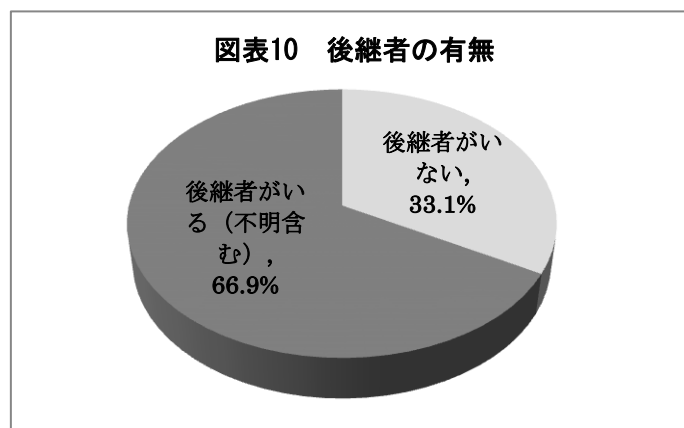


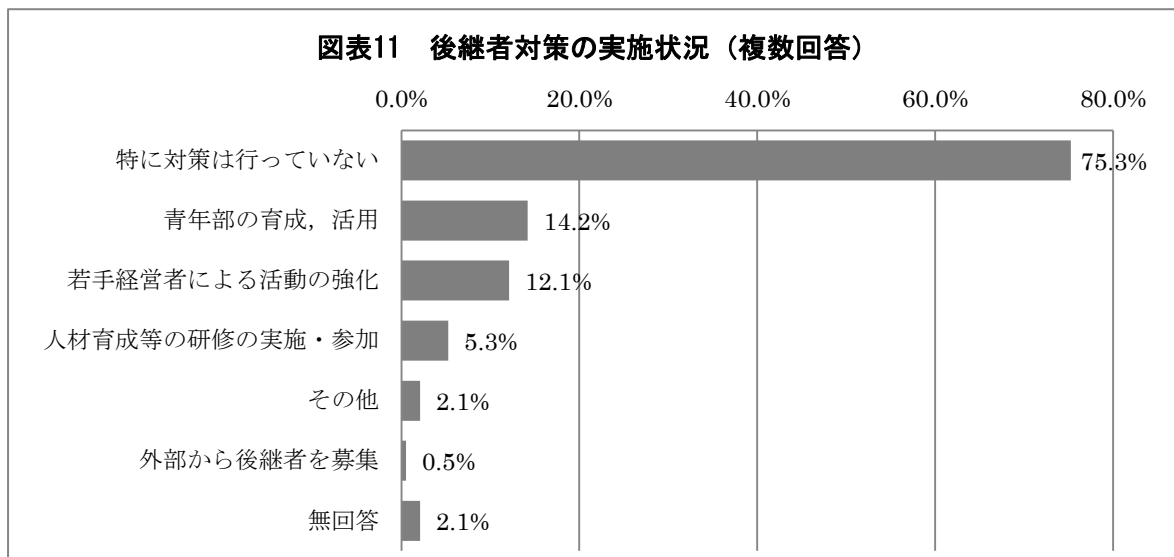
- ・商店街が大型店に望むことについては、「特に大型店に望むことはない」が 48.1%と最も多く、次いで「まちづくりや中心市街地活性化等の取組への参加・協力」が 37.0%、「商店街団体等への加入」が 17.8%となっている。(図表 9)



(4) 後継者問題について

- ・営業店舗のうち、後継者がいない店舗の割合は 33.1%だった。(図表 10)
- ・商店街が行っている後継者対策については、「特に対策を行っていない」が 75.3%に上り、何らかの対策を実施している商店街は 2 割未満に留まっている。(図表 11)

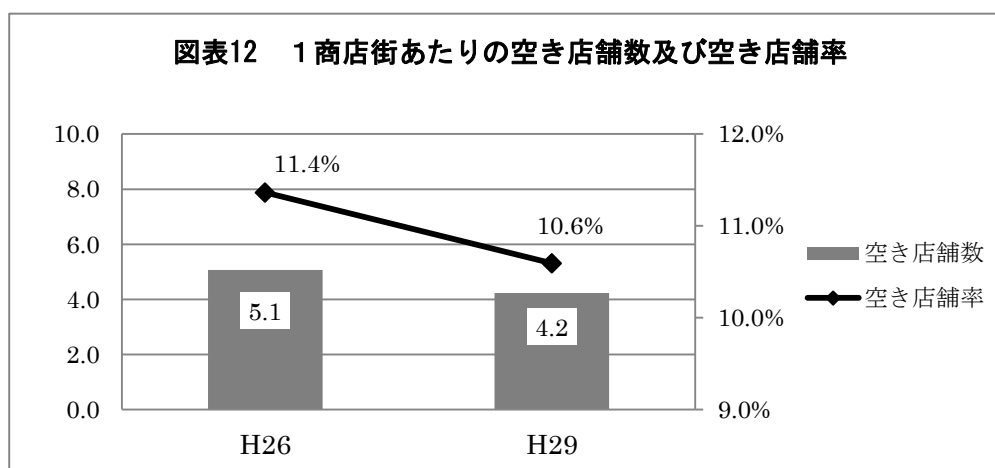




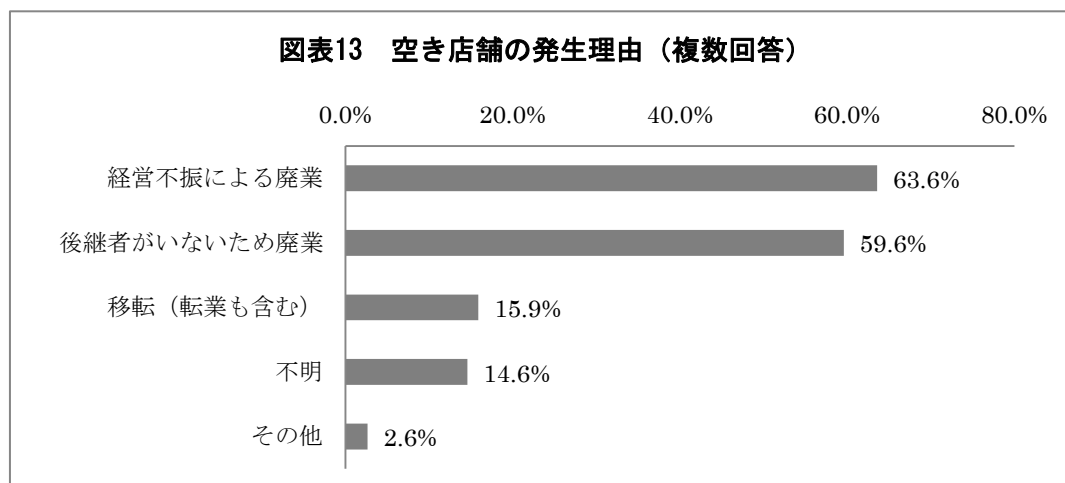
（5）空き店舗の状況と対策について

① 空き店舗の状況

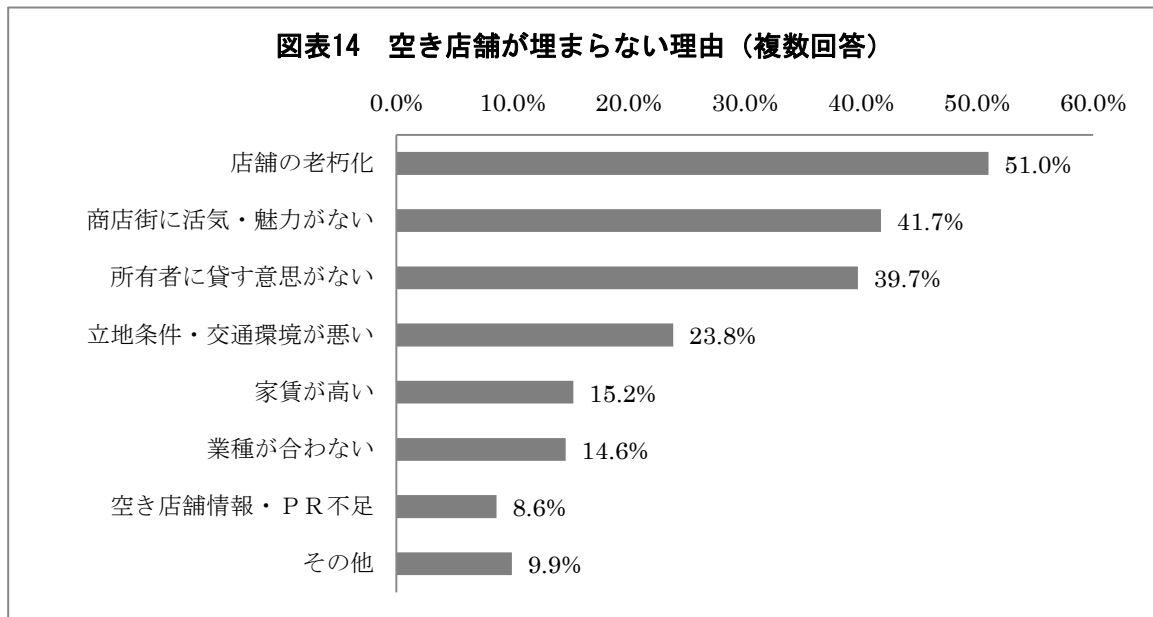
- ・ 1 商店街あたりの平均空き店舗数は 4.2 店で、前回調査の 5.1 店から 0.9 店減少した。また、空き店舗率は 10.6% となり、前回調査の 11.4% から 0.8 ポイント減少した。（図表 12）



- ・ 空き店舗の発生要因は、「経営不振による廃業」が 63.6% と最も多く、次いで「後継者がいないため廃業」が 59.6% となっている。（図表 13）

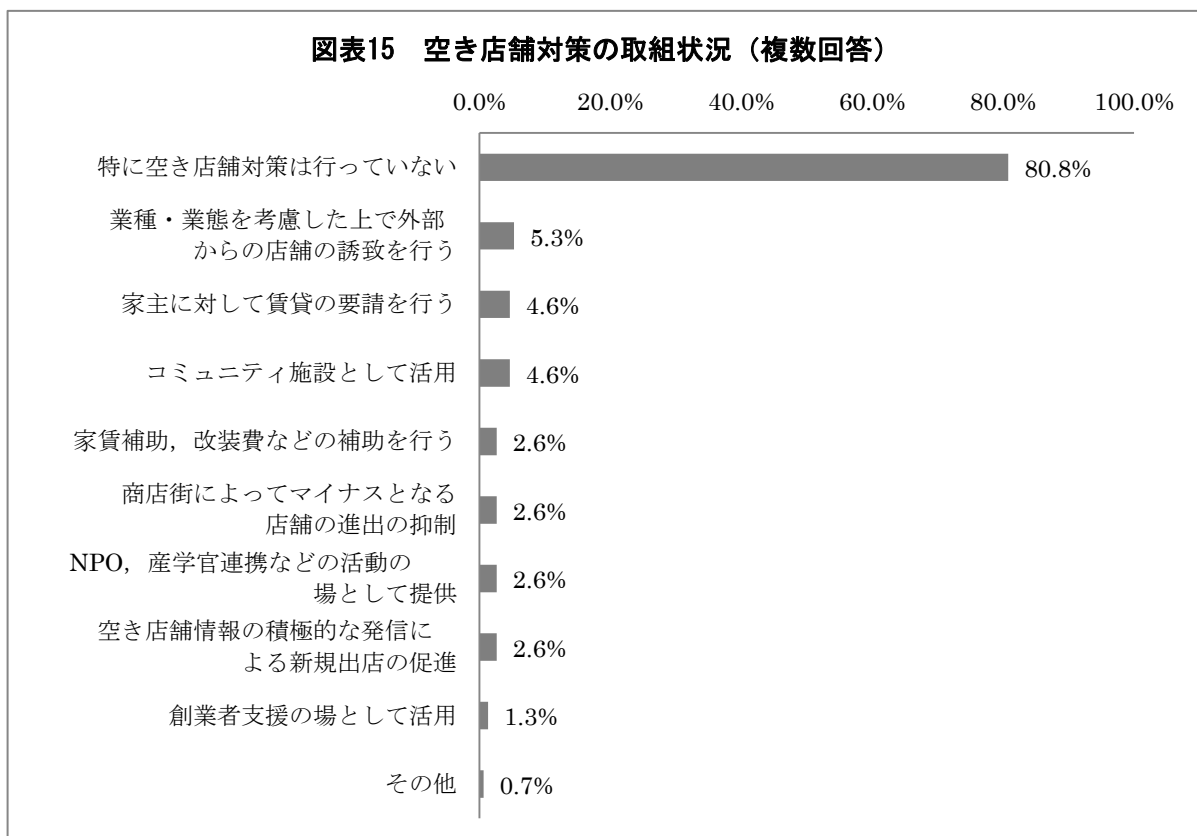


- ・空き店舗が埋まらない要因は、「店舗の老朽化」が51.0%で最も多く、次いで「商店街に活気・魅力がない」が41.7%、「所有者に貸す意思がない」が39.7%となっている。(図表14)

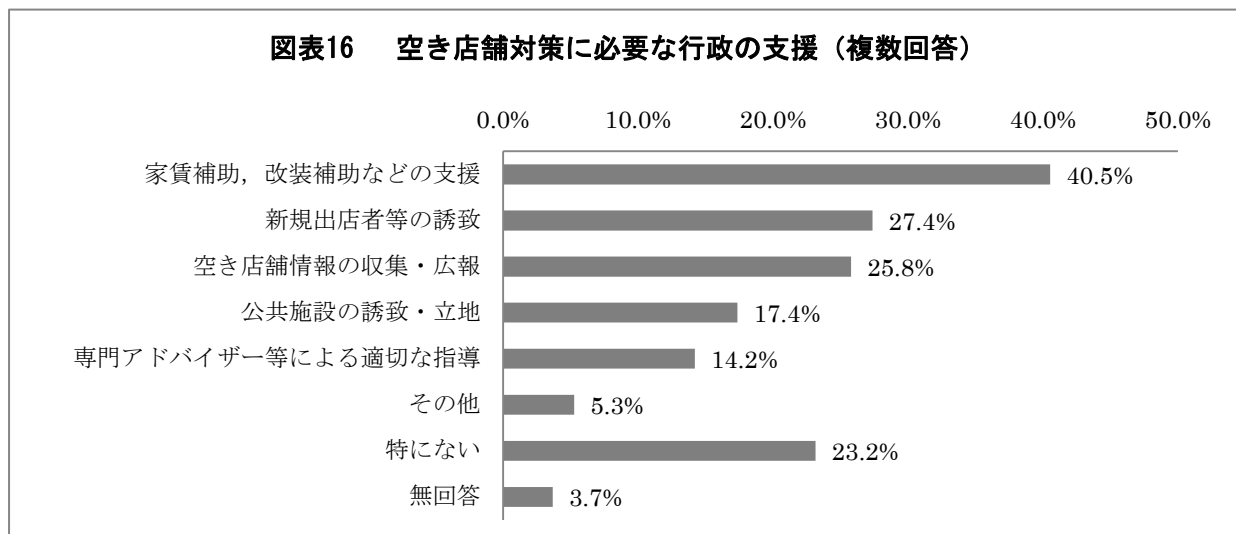


② 空き店舗対策

- ・空き店舗対策の実施状況については、80.8%の商店街は特に対策を行っていない。
- ・対策を実施している場合の内容は、「業種・業態を考慮した上で外部からの店舗の誘致を行う」(5.3%)、「家主に対して賃貸の要請を行う」(4.6%)、「コミュニティ施設として活用」(4.6%)などとなっている。(図表15)

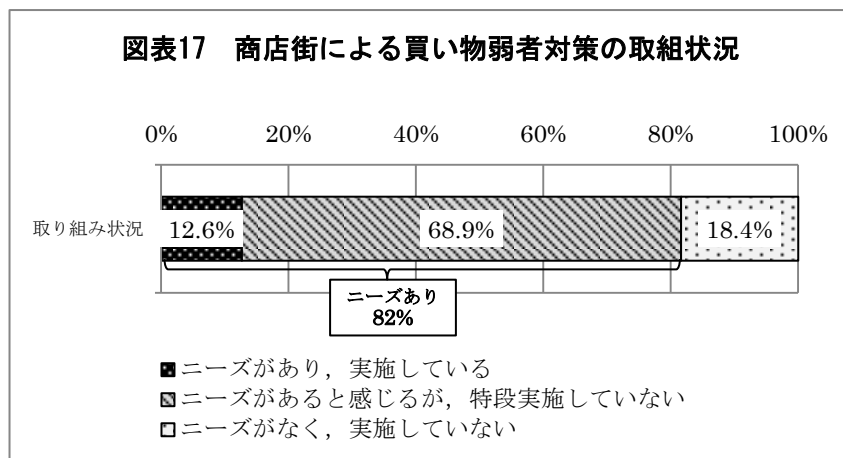


- ・空き店舗対策に必要と思われる行政の支援については、「家賃補助、改装補助などの支援」が40.5%で最も多く、次いで「新規出店者等の誘致」が27.4%、「空き店舗情報の収集・広報」が25.8%となっている。(図表16)



(6) 買い物弱者対策について

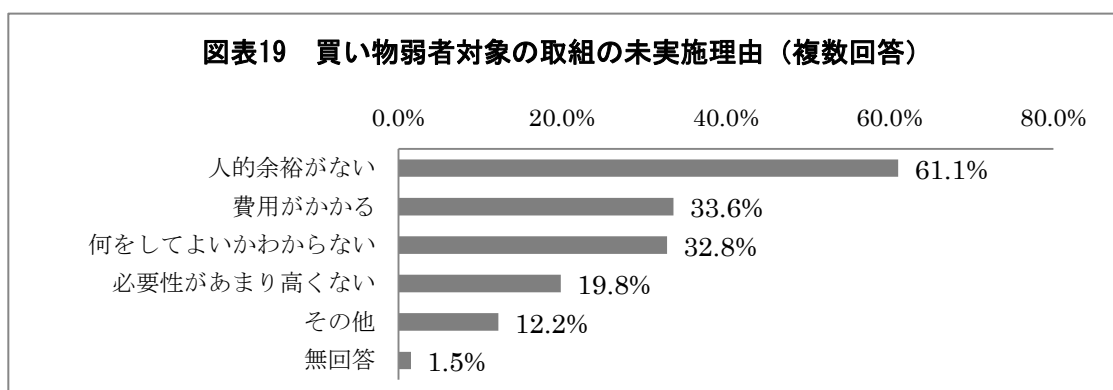
- ・買い物弱者を対象とした商店街の取り組みについては、「ニーズがあり、実施している」が12.6%、「ニーズはあると感じるが、特段実施していない」が68.9%となり、買い物弱者対策のニーズがある商店街が全体の約8割に上っている。(図表17)
- ・実施している取り組みの内容は、「宅配サービス」が66.7%と最も多くなっている。(図表18)



図表18 具体的な取り組み内容

宅配サービス	66.7%
移動販売	12.5%
買い物代行	12.5%
買い物バス等の運行	4.2%
その他	20.8%

- ・「ニーズはあると感じるが、特段実施していない」商店街の、未実施の理由については、「人的余裕がない」が61.1%で最も多く、次いで「費用がかかる」が33.6%、「何をしてもよいかわからない」が32.8%となっている。(図表19)

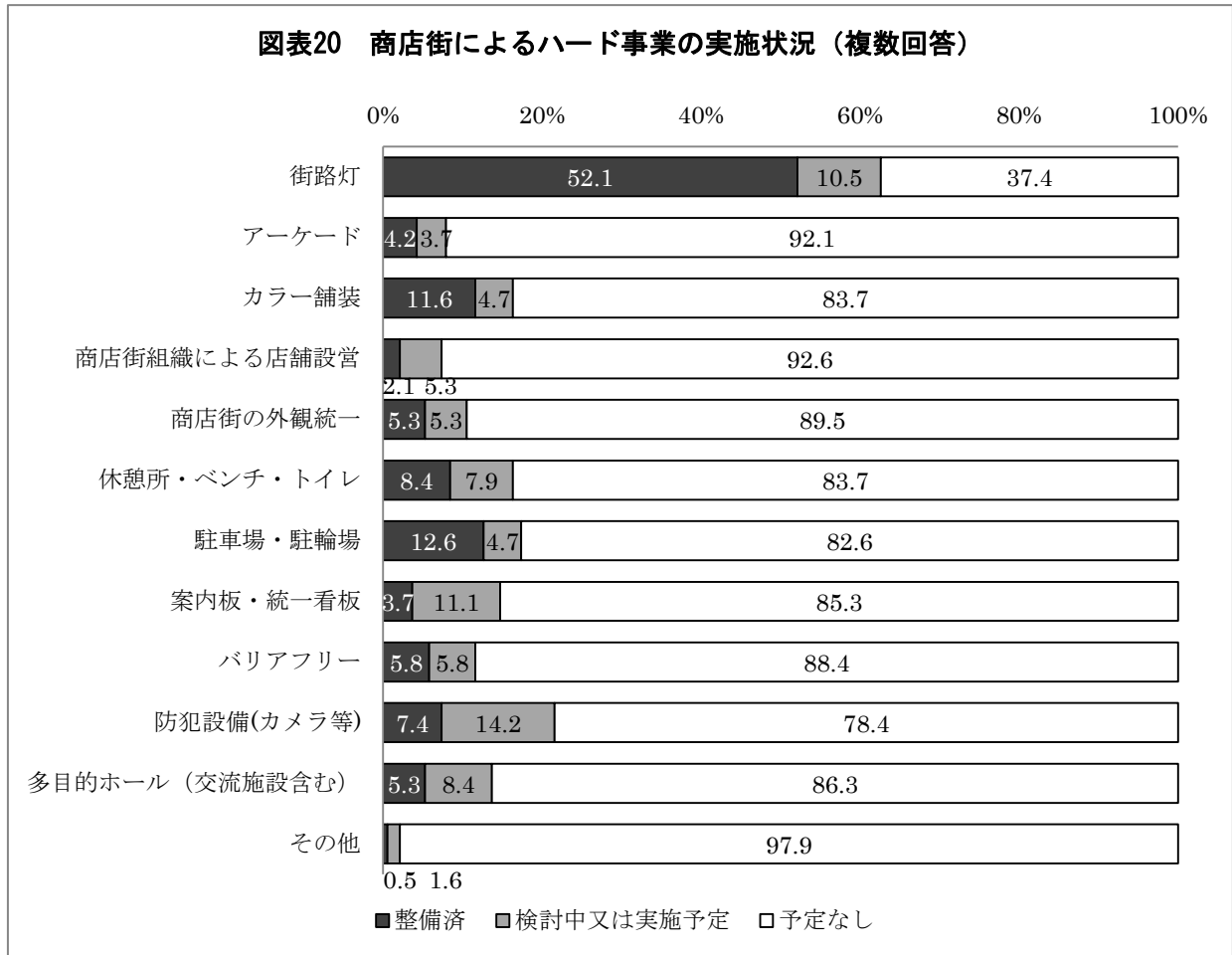


(7) 商店街の活性化に向けた取り組みと課題について

① ハード事業の取り組み状況

- ・商店街が実施しているハード事業は、「街路灯の整備」が52.1%と最も多く、次いで「駐車場・駐輪場の整備」が12.6%、「カラー舗装の整備」が11.6%となっている。
- ・検討中又は実施予定のハード事業は、「防犯設備（カメラ等）の整備」が14.2%と最も多く、次いで「案内板・統一看板の整備」が11.1%、「街路灯の整備」が10.5%となっている。

(図表 20)

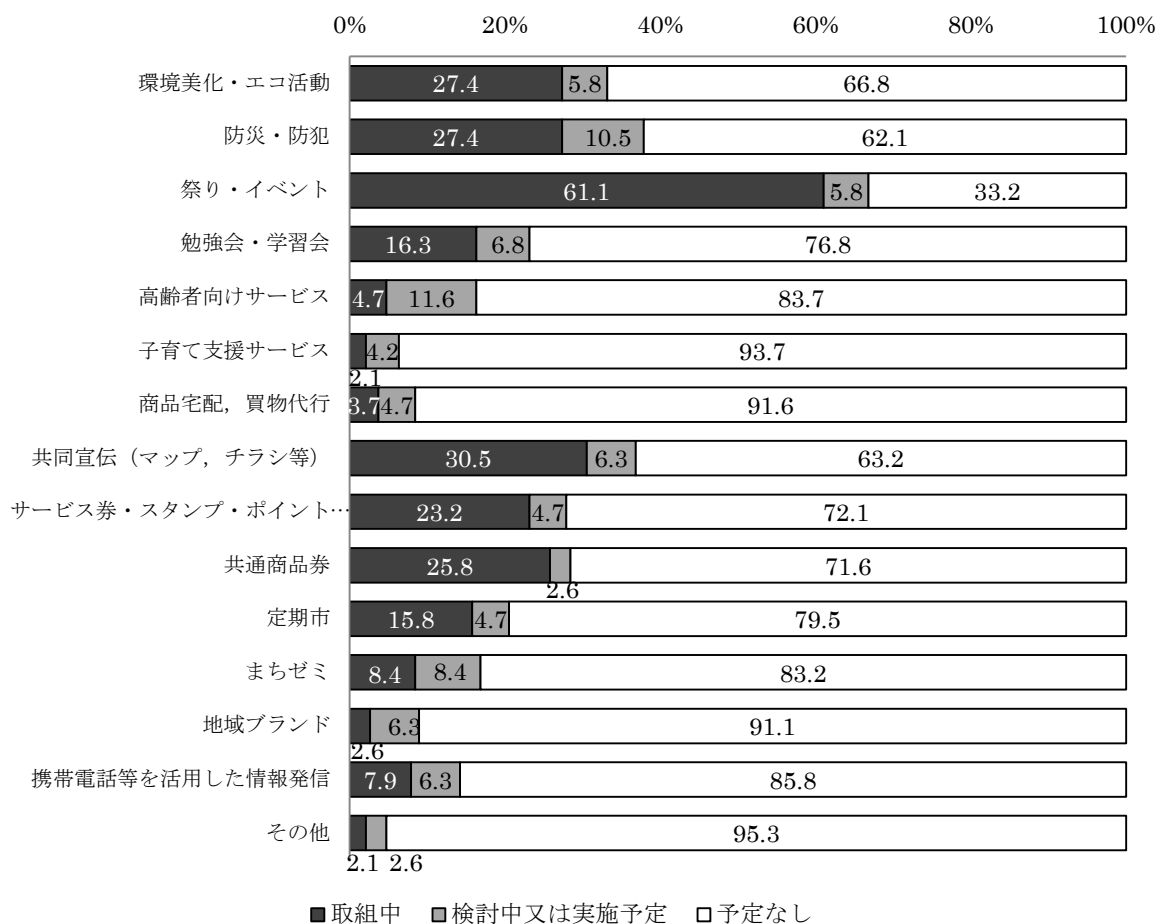


② ソフト事業の取り組み状況

- ・商店街が実施しているソフト事業は、「祭り・イベント」が61.1%と最も多く、次いで「共同宣伝（マップ、チラシ等）」が30.5%、「環境美化・エコ活動」「防災・防犯」がそれぞれ27.4%となっている。
- ・検討中又は実施予定のソフト事業は、「高齢者向けサービス」が11.6%と最も多く、次いで「防災・防犯」が10.5%、「まちゼミ」が8.4%となっている。

(図表 21)

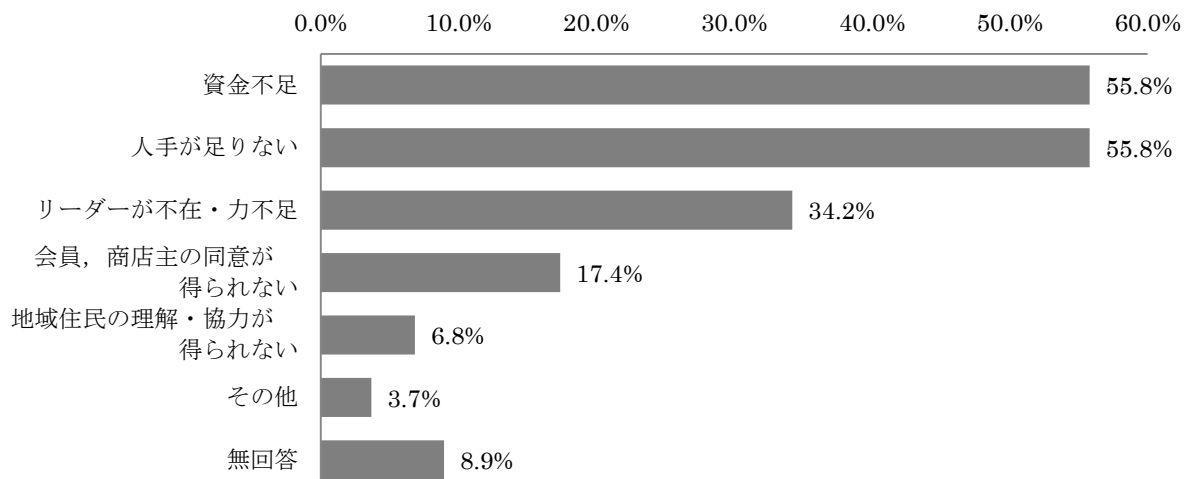
図表21 商店街によるソフト事業の実施状況（複数回答）



③ ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題

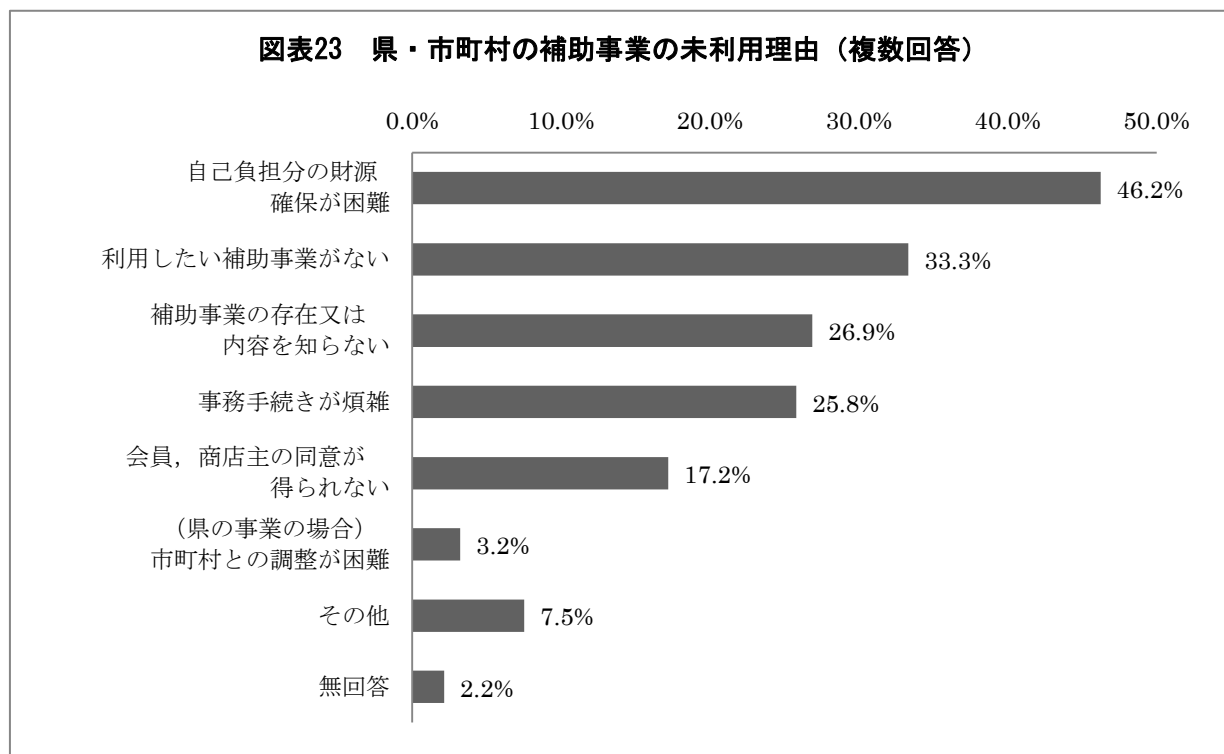
- ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題は、「資金不足」と「人出が足りない」がそれぞれ 55.8%、「リーダーが不在・力不足」が 34.2%となっている。（図表 22）

図表22 ソフト・ハード事業を実施する上での課題（複数回答）



(8) 行政の支援について

- ・過去5年間に、県・市町村の補助事業を利用したことがある商店街は、回答があった188のうち約半数の95商店街だった。
- ・利用したことがない商店街について、その理由としては、「自己負担分の財源確保が困難」が46.2%と最も多く、次いで「利用したい補助事業がない」が33.3%、「補助事業の存在又は内容を知らない」が26.9%となっている。(図表23)



【本件お問い合わせ先】

宮城県 経済商工観光部 商工金融課 商業振興班

電話：022-211-2746 / FAX：022-211-2749

メール：syokokins@pref.miyagi.lg.jp