

平成29年度 福島県商店街実態調査結果の概要

平成29年11月27日
福島県商業まちづくり課

商店街実態調査の実施概要

- 福島県内の全商店街を対象として、商店街の実態に関する調査を実施
- 309の商店街に送付し、回収数は227（回収率は73.5%）

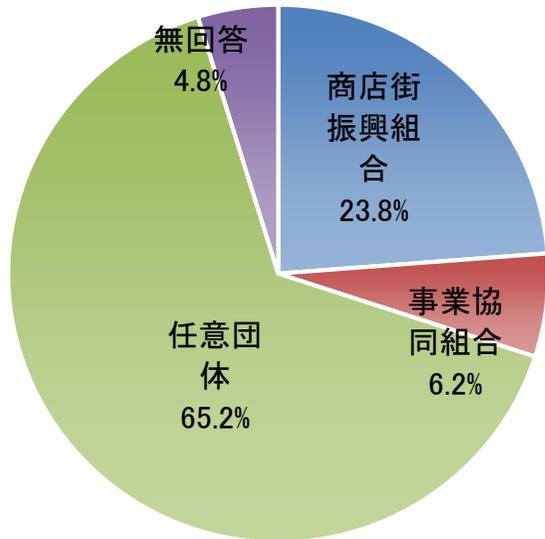
《実施概要》

- 平成29年6月に実施
- 県内309の全商店街に調査表を郵送することによるアンケート調査
- 有効回収数は227（回収率は73.5%）
- 調査項目
 - 商店街の概要（店舗数、組合員（会員）数等）
 - 取り巻く環境（最近の状況、来街者層等）
 - 店舗の状況（出・退店数等）
 - 抱える課題（問題となっていること、後継者・新たな担い手等）
 - 活動状況（活性化のための取組等）

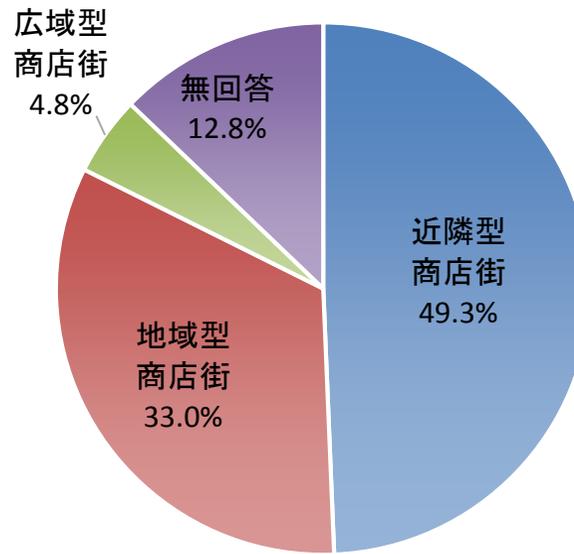
1 商店街の概要

- 組織形態は、法人化していない任意団体が約65%を占めており、法人化している商店街は30%となっている。
- タイプは近隣型が約49%、地域型が33%、広域型が約5%
- 立地場所は、中心市街地が約54%と半分以上を占める。

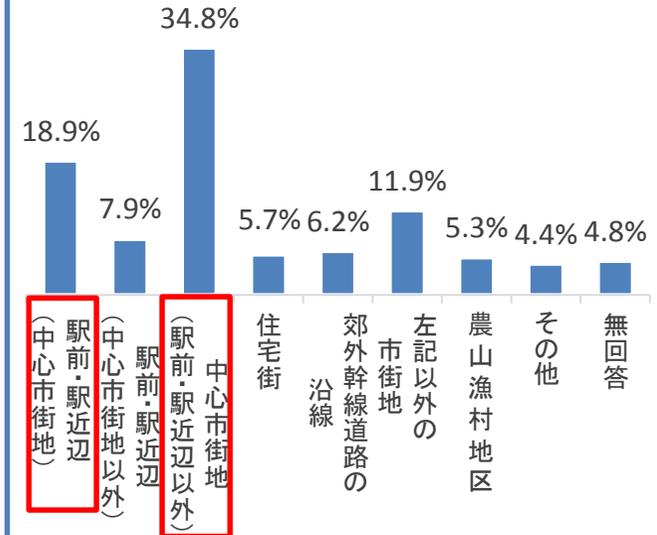
商店街の組織形態



商店街のタイプ



商店街の立地場所

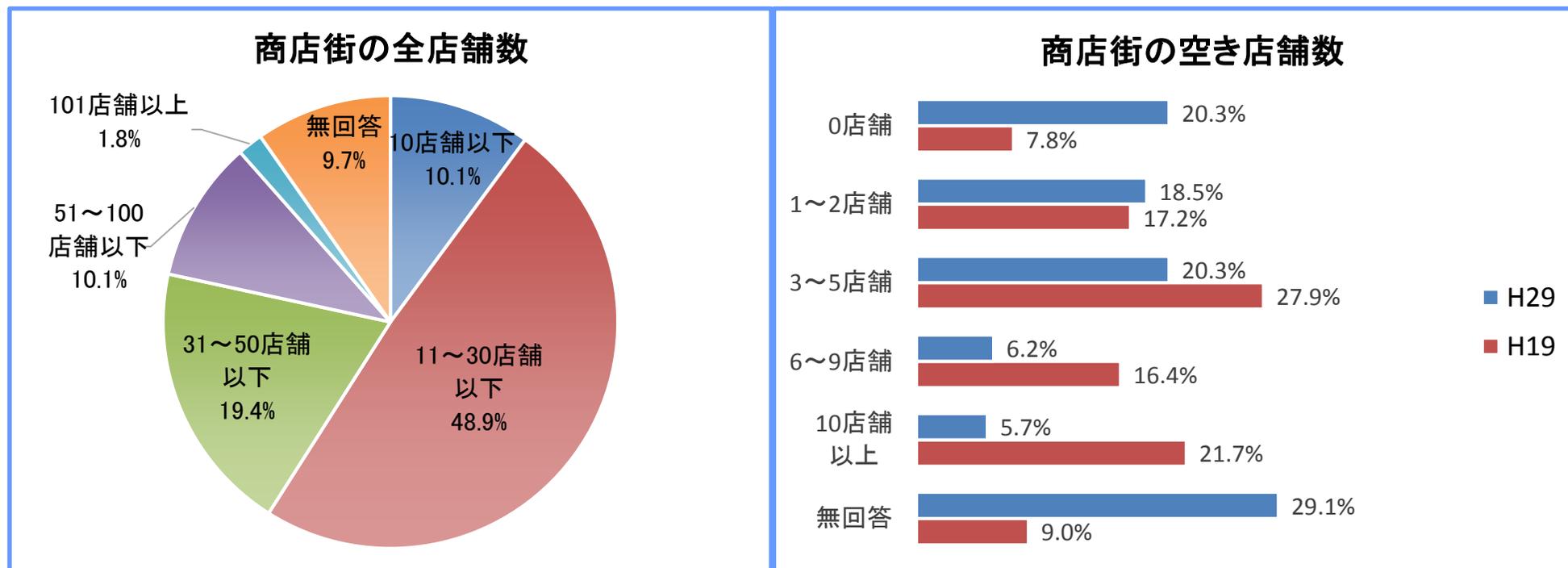


《商店街のタイプ》

- ・近隣型商店街…最寄品中心で地元の方が食料品や日用品の買い物で来街する。
- ・地域型商店街…最寄品及び買回品店が混在し、近隣型商店街より広い範囲から来街する。
- ・広域型商店街…百貨店、量販店等の大型店等があり、最寄品よりも買回品が多く、地域型商店街より広い範囲から来街する。

2 商店街の店舗数について

- 店舗数の平均は、31.3店舗（全国調査（※1）54.3店舗）で全国より規模が小さい。
- 空き店舗数の平均は、3.7店舗（全国調査5.35店舗）で、H19年度前回調査（※2）の7.4店舗から減少している。



（福島県）店舗数の平均 31.3店舗

（全国）店舗数の平均 54.3店舗

（福島県）空き店舗数の平均 3.7店舗

（全国）空き店舗数の平均 5.35店舗

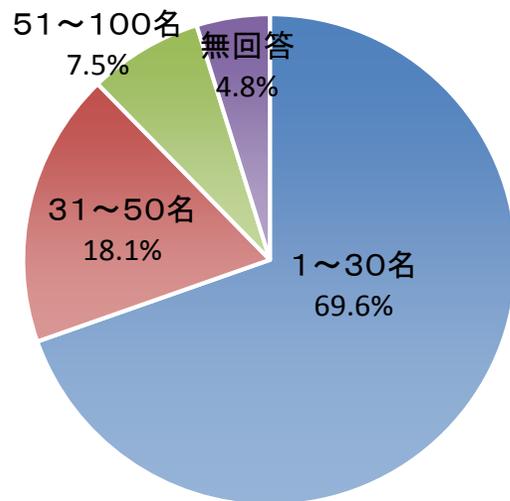
※1 出典：平成27年度 全国の「商店街実態調査」（中小企業庁）

※2 出典：平成19年度 「商業実態調査」（福島県）

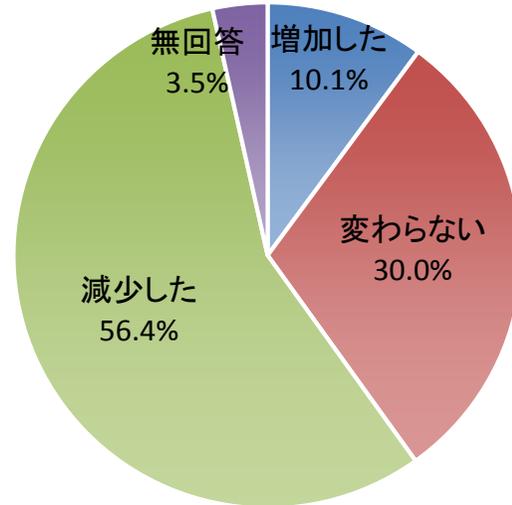
3 商店街の組合員（会員）数について

- 商店街の組合員（会員）数は、30名以下が多く、平均は25.6名となっており、全国より少ない。
- 最近3年間の組合員数の変化については、約56%の商店街で減少している。
- 役員については、前回調査では50代が最も多かったが、今回の調査では60代が最も高くなっており、高齢化が進んでいる。

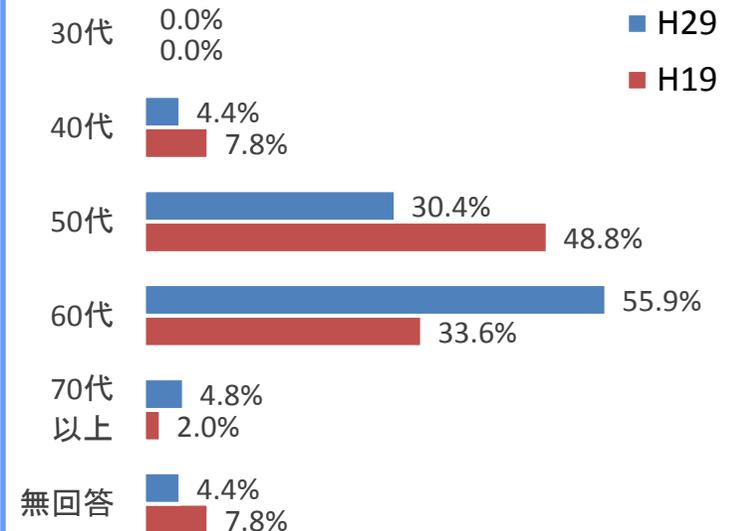
商店街の組合員(会員)数



最近3年間の組合員(会員)数の変化



役員(役員)の平均年齢

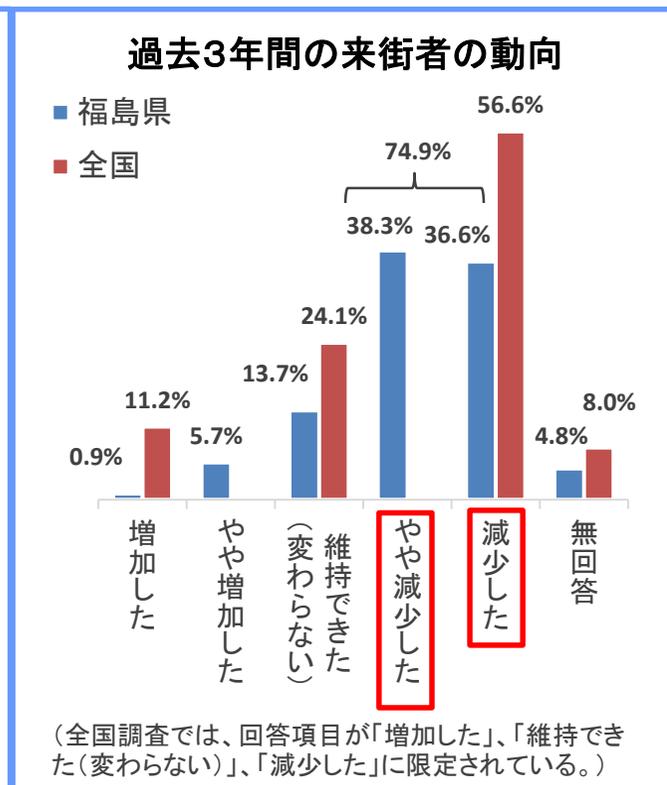
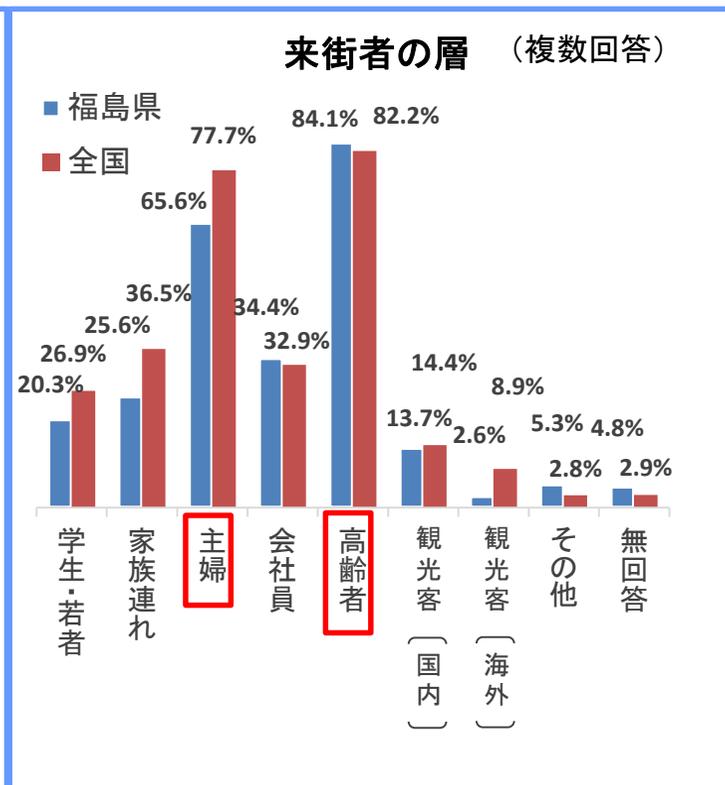
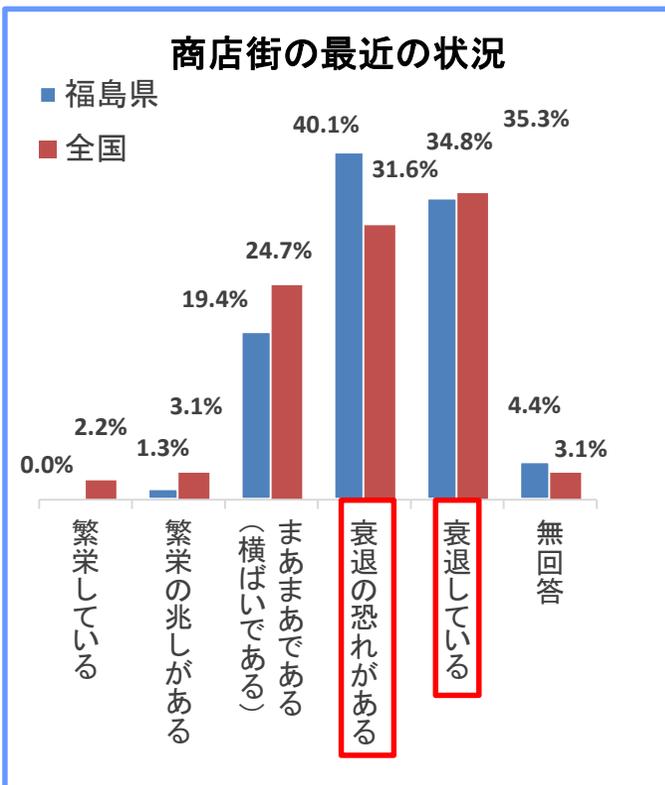


(福島県) 平均組合員(会員)数 25.6名

(全国) 組合員(会員)数 41.3名

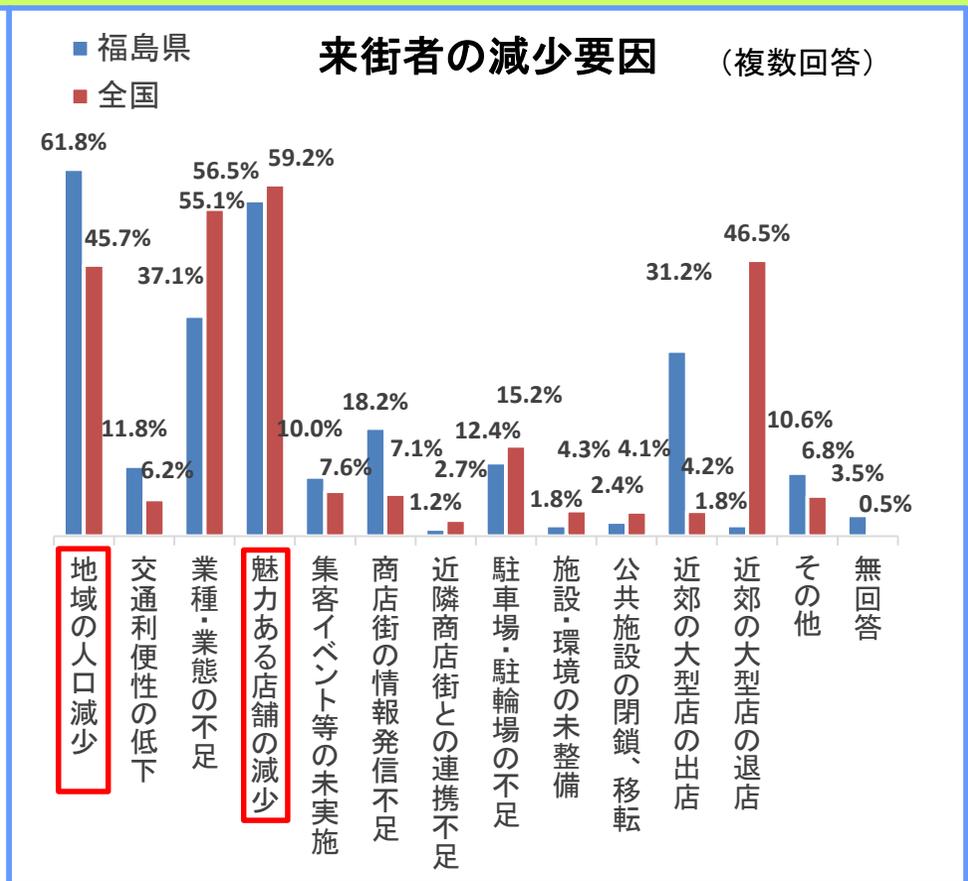
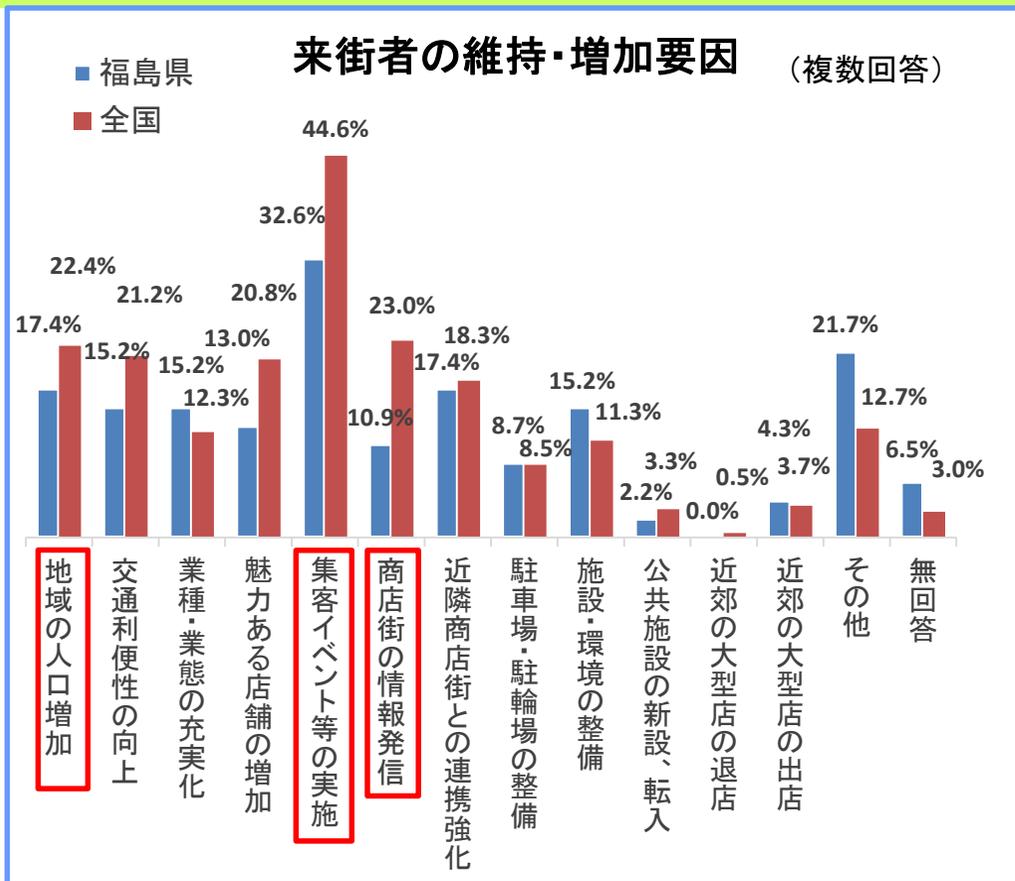
4 商店街の最近の状況、来街者の層、来街者の動向

- 商店街の最近の状況は、衰退傾向が約75%となっており、全国と同水準であるものの、「衰退の恐れがある」と回答した商店街の割合が高く、今後の衰退が進む可能性が高い。
- 来街者の層は、全国と同様「高齢者」や「主婦」の割合が高く、本県はより高齢者の割合が高い。
- 過去3年間の来街者の動向は、減少傾向が約75%となっており、全国より減少傾向が大きい。



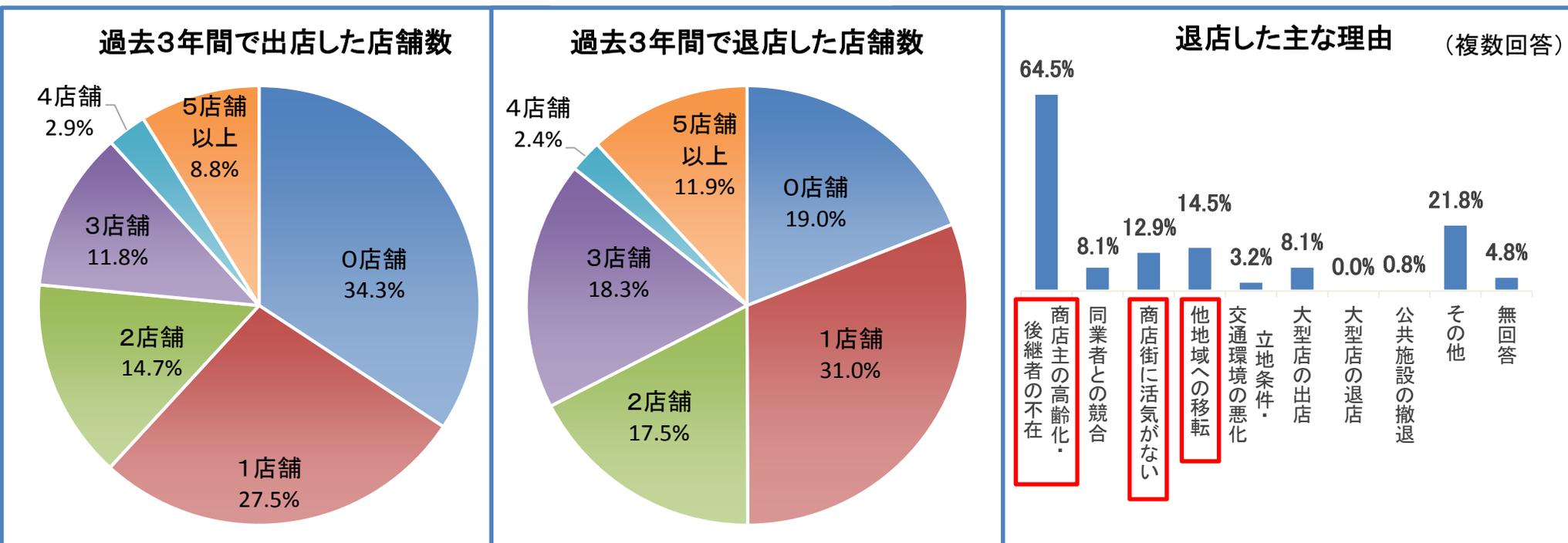
5 来街者が維持・増加した要因、減少した要因

- 来街者が維持・増加した要因は、「集客イベント等の実施」が最も高く、次いで「地域の人口増加」と全国調査とほぼ同様の傾向であるが、本県は「商店街の情報発信」の割合が低くなっている。
- 来街者が減少した要因は、本県は「地域の人口減少」、「魅力ある店舗の減少」の順、全国は「魅力ある店舗の減少」、「業種・業態の不足」の順となっており、本県は「地域の人口減少」の影響が大きくなっている。



6 出店した店舗数、退店した店舗数・理由

- 過去3年間で出・退店した店舗数の平均は、1商店街当たり出店が1.9店舗、退店が2.2店舗となっている。
- 退店した主な理由は、「商店主の高齢化・後継者の不在」が最も高く、次いで「他地域への移転」、「商店街に活気がない」の順となっている。



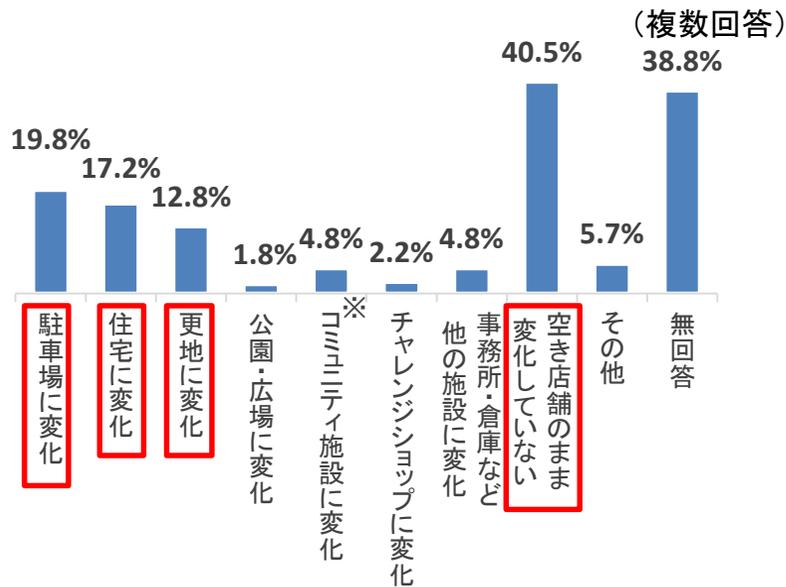
出店店舗数の平均 1.9店舗

退店店舗数の平均 2.2店舗

7 店舗の用途変化、空き店舗の発生に対する取組

- 最近3年間の店舗（空き店舗を含む）の用途変化は、「空き店舗のまま変化していない」が最も高く、用途が変化しているものは、「駐車場」、「住宅」、「更地」の順となっている。
- 空き店舗の発生に対する取組は、約58%の商店街が、「特に関与していない」。また、7%の商店街が、「空き店舗について特に問題と感じていない」となっている。
- 取り組んでいる事業は、「家主に対して賃貸の要請」、「家賃補助、改装費などの補助」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」などとなっている。

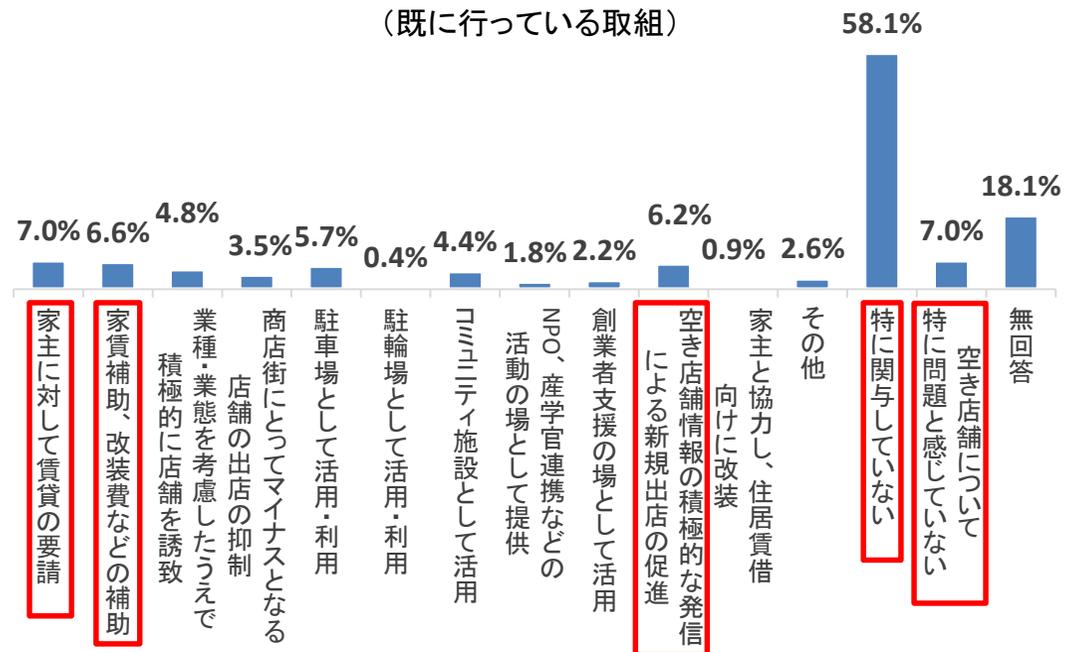
過去3年間に於ける店舗の用途変化



(※コミュニティ施設: 保育サービス施設、市民ギャラリー、高齢者等交流施設、商店街情報提供施設等)

空き店舗の発生に対する取組

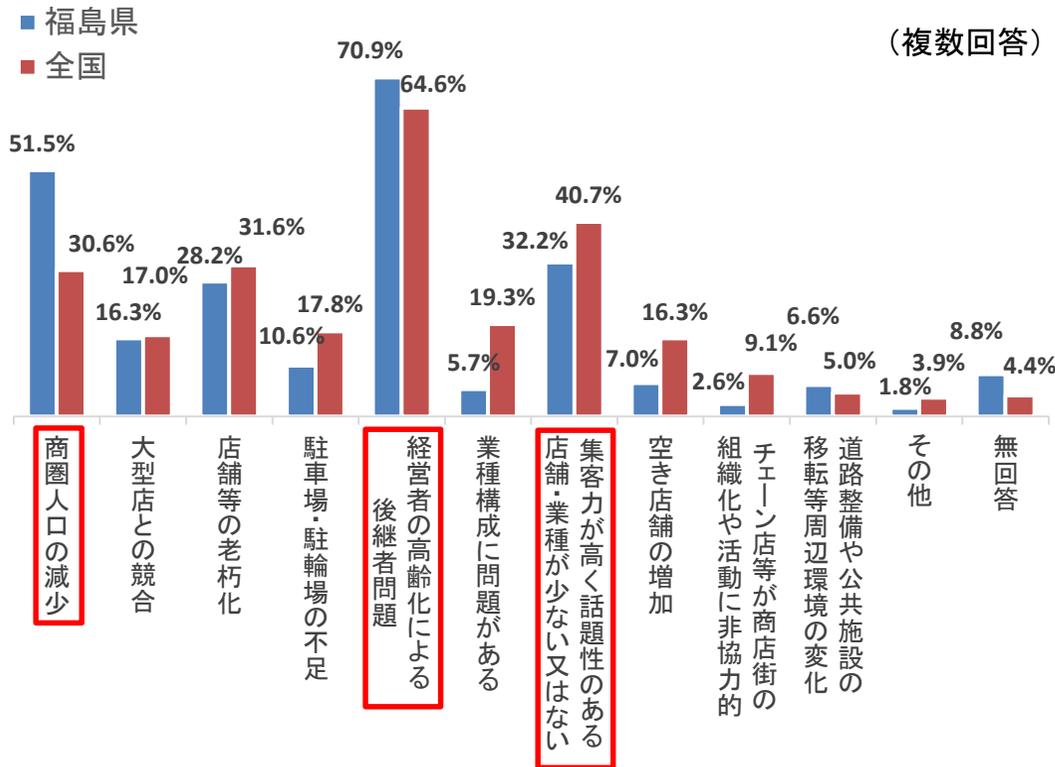
(複数回答)



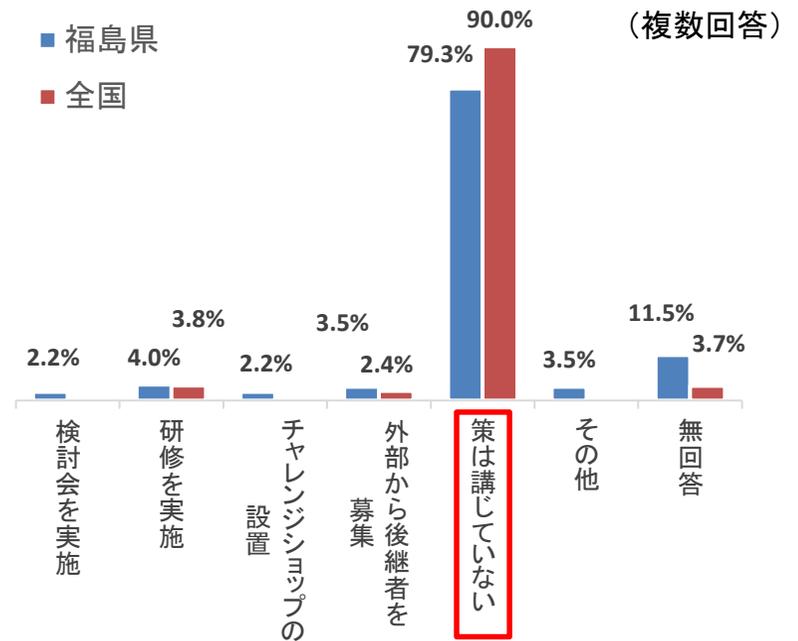
8 商店街の抱える課題

- 商店街で問題となっていることは、「経営者の高齢化による後継者問題」が最も高く、「商圈人口の減少」、「集客力が強く話題性のある店舗・業種が少ない又はない」の順で、全国とほぼ同様の傾向であるが、本県は「商圈人口の減少」の割合が全国より高い。
- 後継者・新たな担い手問題への対策は、約79%の商店街で「策は講じていない」となっており、全国とほぼ同様の傾向である。

商店街で問題となっていること



後継者・新たな担い手問題への対策

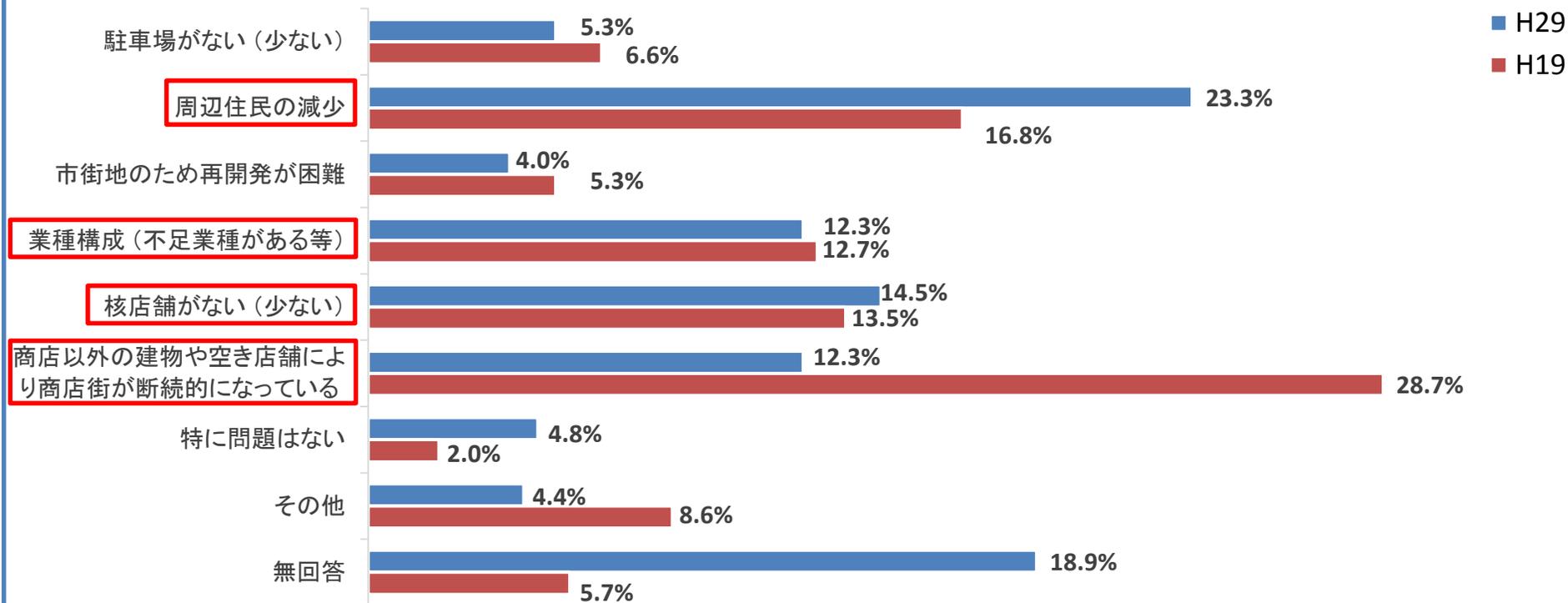


(全国調査では、回答項目が「研修を実施」、「外部から後継者を募集」、「策は講じていない」に限定されている。)

9 商店街の活性化に取り組む場合の問題

- 商店街活性化に取り組む場合の問題としては、「周辺住民の減少」が最も高く、「核店舗がない（少ない）」、「業種構成（不足業種がある等）」、「商店以外の建物や空き店舗により商店街が断続的になっている」の順となっている。
- 前回調査と比較し、人口減少の影響が現れている。

商店街活性化に取り組む場合の問題

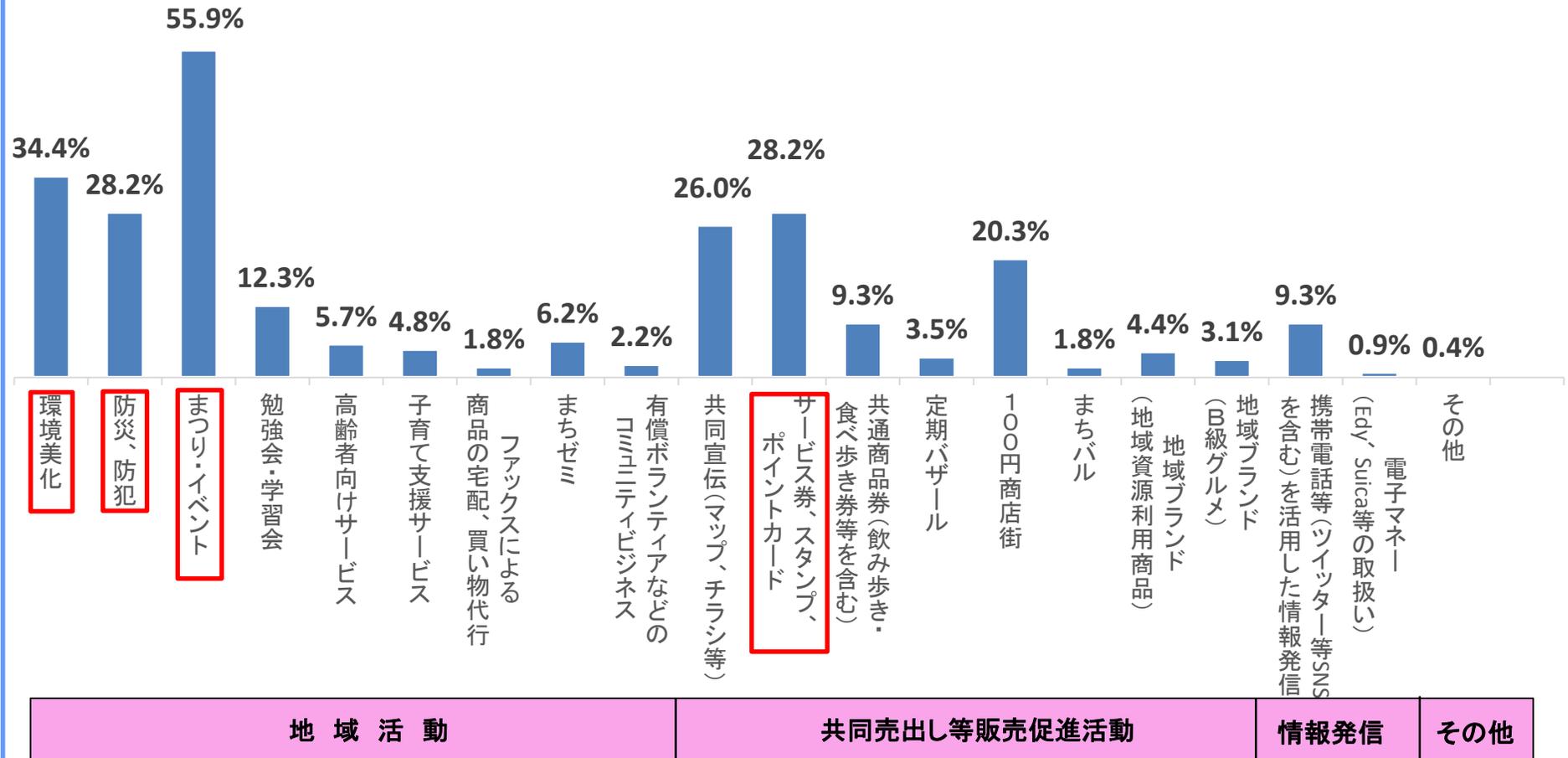


10 商店街活性化のための事業への取組（地域活動・ソフト事業）

- 商店街が取組中の地域活動・ソフト事業は、「まつり・イベント」、「環境美化」、「防災、防犯」などの地域活動や、「サービス券、スタンプ、ポイントカード」などの販売促進活動が多い。

商店街が取組中の地域活動・ソフト事業

（複数回答）

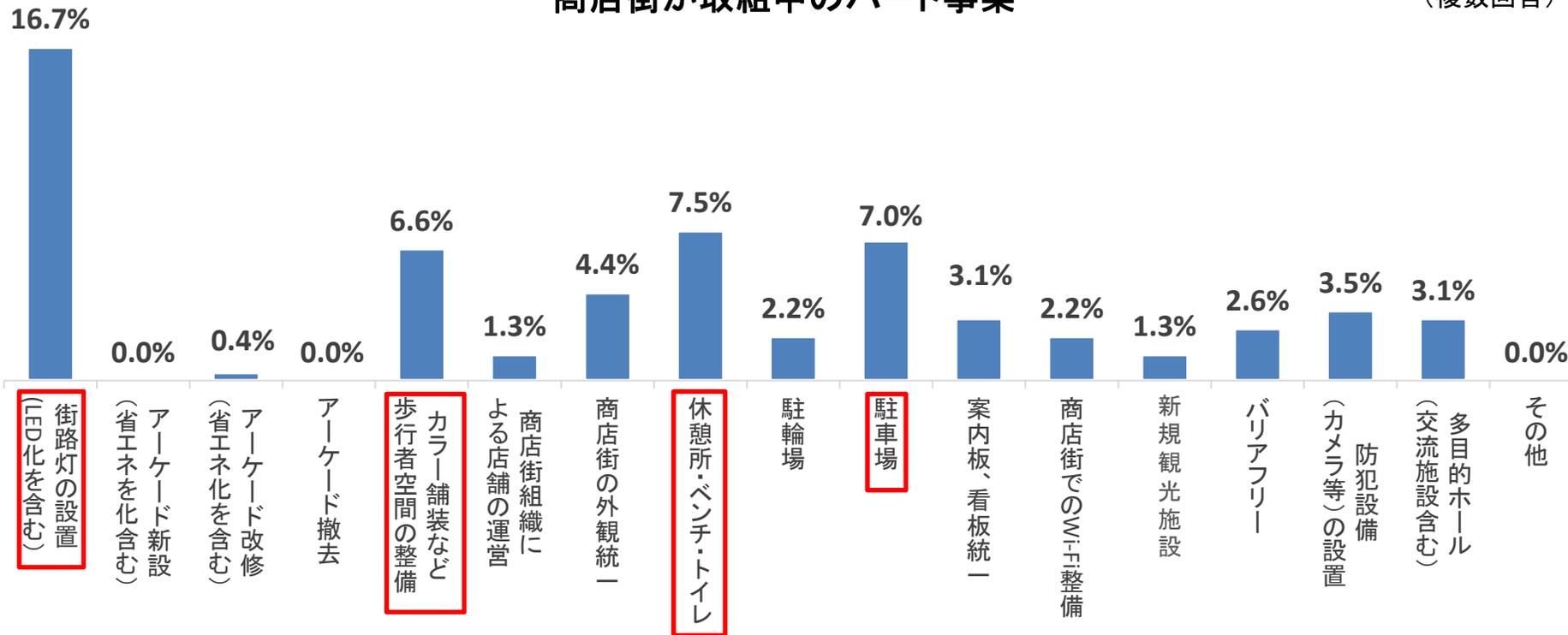


1 1 商店街活性化のための事業への取組（ハード事業）

○ 商店街が取組中のハード事業は、「街路灯の設置（LED化含む）」、「カラー舗装など歩行者空間の整備」などの街路設備等の整備、「休憩所・ベンチ・トイレ」、「駐車場」などの来街者用施設の整備が多い。

商店街が取組中のハード事業

(複数回答)



街路設備等	店舗施設	来街者用施設	高齢者/環境・防犯対応設備	コミュニティ設備	その他
-------	------	--------	---------------	----------	-----

1 2 商店街を活性化させるために行政に望む支援

- 行政に望む支援は、「イベント等への助成」が最も高く、「賑わい創出に取り組む個店への支援」、「公営アパート等市街地に住む人を増やす環境づくり」の順となっている。
- 前回調査と比べ、これら3つを求める回答の割合が増えており、「道路、駐車場等の都市機能の整備」、「大型店の出店調整」を求める回答の割合が減少している。

