

# 令和4年度 福島県商店街実態調査結果の概要

令和5年3月  
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
- 286の商店街に送付し、回収数は114件  
(有効配布数279団体、有効回収率40.9%)

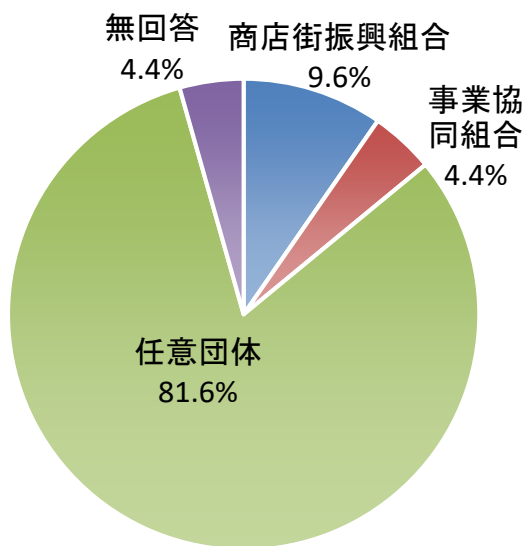
## 《実施概要》

- 令和4年12月に実施
- 県内286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114(有効回収率は40.9%)
- 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、空き店舗状況等)
  - ・ 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)
  - ・ キャッシュレス決済の推進(導入状況等)
  - ・ 新型コロナウイルス感染症の影響(来街者及び売上への影響等)

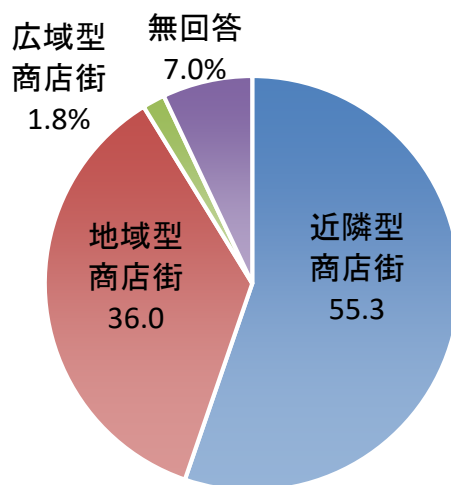
# 1 商店街の概要

- 組織形態は、法人化していない任意団体が約82%を占めており、法人化している商店街は14%となっている。
- タイプは近隣型が約55%、地域型が36%、広域型が約2%
- 立地場所は、中心市街地が約62%と半分以上を占める。

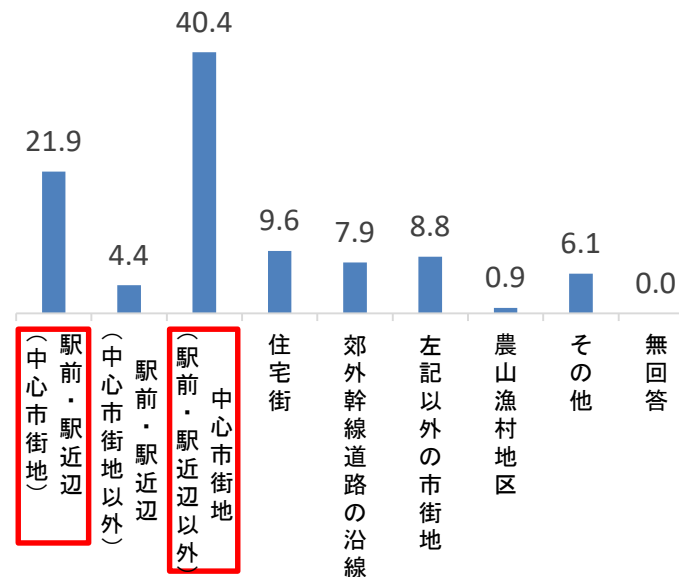
商店街の組織形態



商店街のタイプ



商店街の立地場所

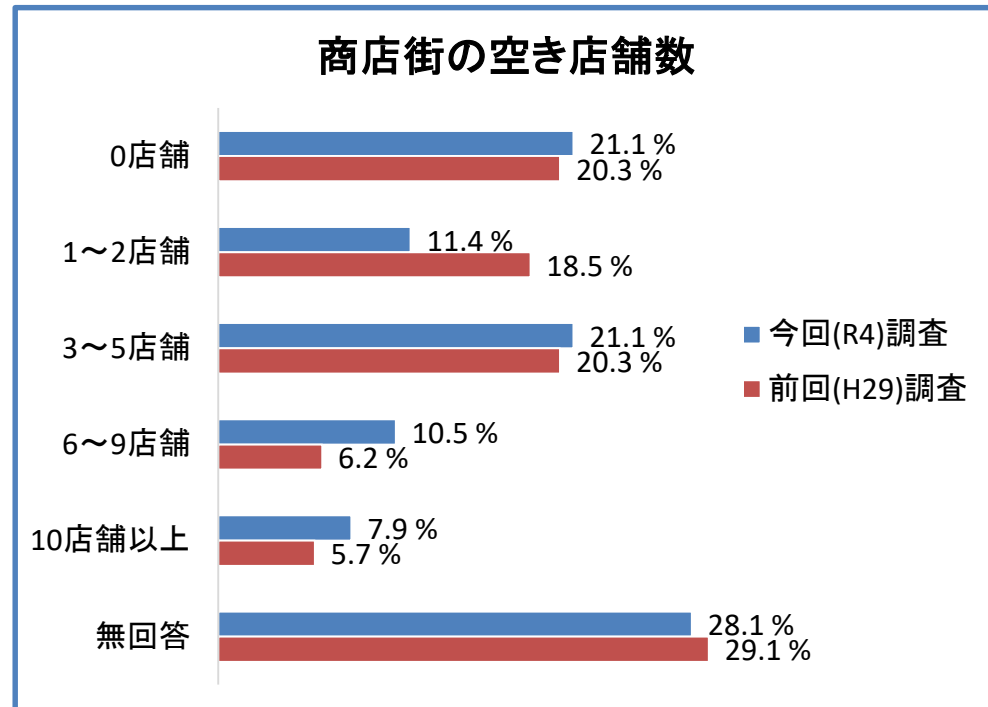
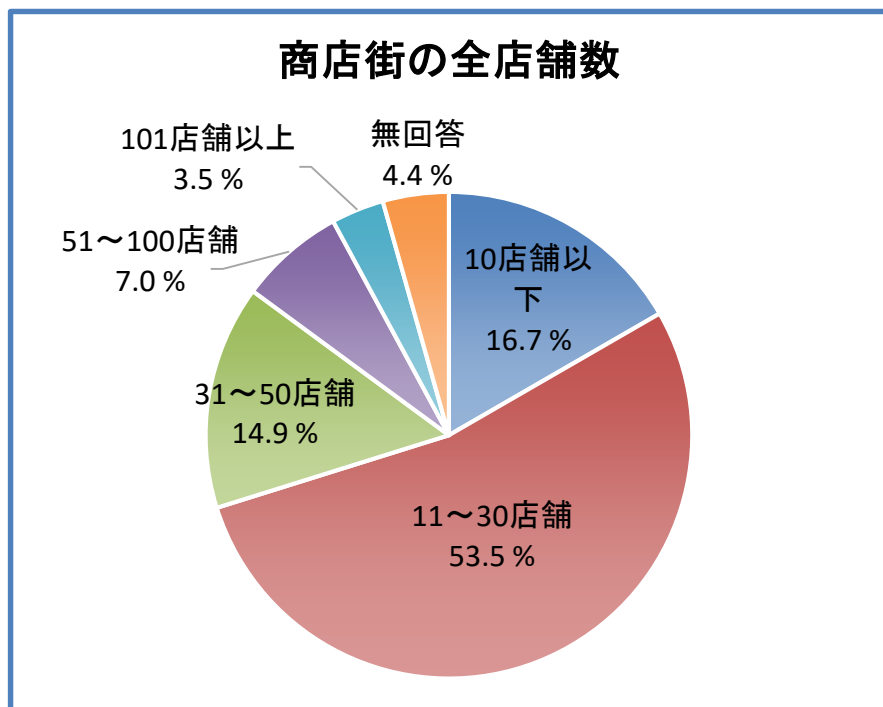


## 《商店街のタイプ》

- ・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、28.7店舗 (全国調査 ※1) 51.2店舗) で全国より規模が小さい。
- 空き店舗数の平均は、4.4店舗 (全国調査5.49店舗) で、H29年度前回調査 ※2) の3.7店舗から増加している。



(福島県)店舗数の平均	28.7店舗
(全国)店舗数の平均	51.2店舗

(福島県)空き店舗数の平均	4.4店舗
(全国)空き店舗数の平均	5.49店舗

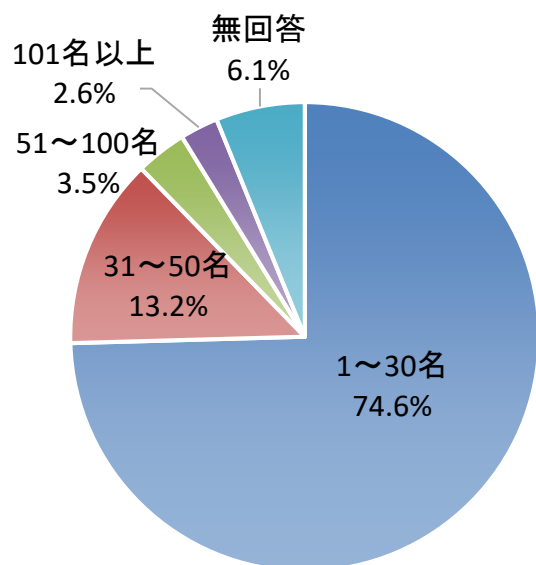
※1 出典：令和3年度 全国の「商店街実態調査」(中小企業庁)

※2 出典：平成29年度 「商店街等実態調査」(福島県)

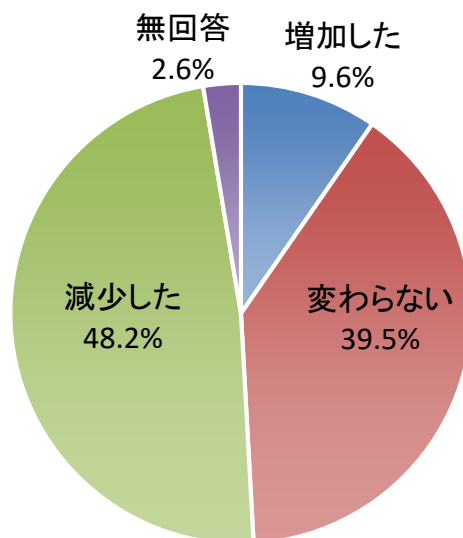
### 3 商店街の組合員（会員）数について

- 商店街の組合員（会員）数は、30名以下が約75%を占め、平均は24.3名となっており、全国平均より少ない。
- 組合員数の変化については、約48%の商店街で減少している。
- 役員年齢については、前回調査より50代、60代が減少し、70代が増加しており、高齢化が進んでいる。

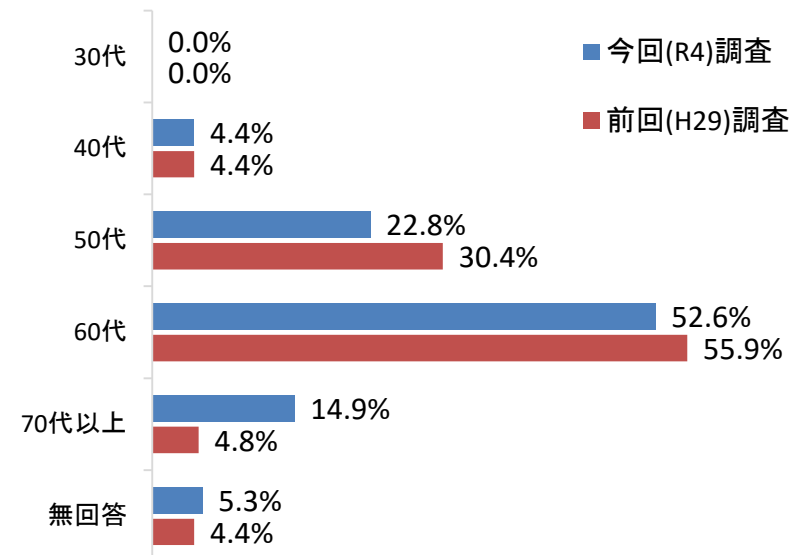
商店街の組合員(会員)数



組合員数の変化



役員 の平均年齢



(福島県) 平均組合員(会員)数

24.3名

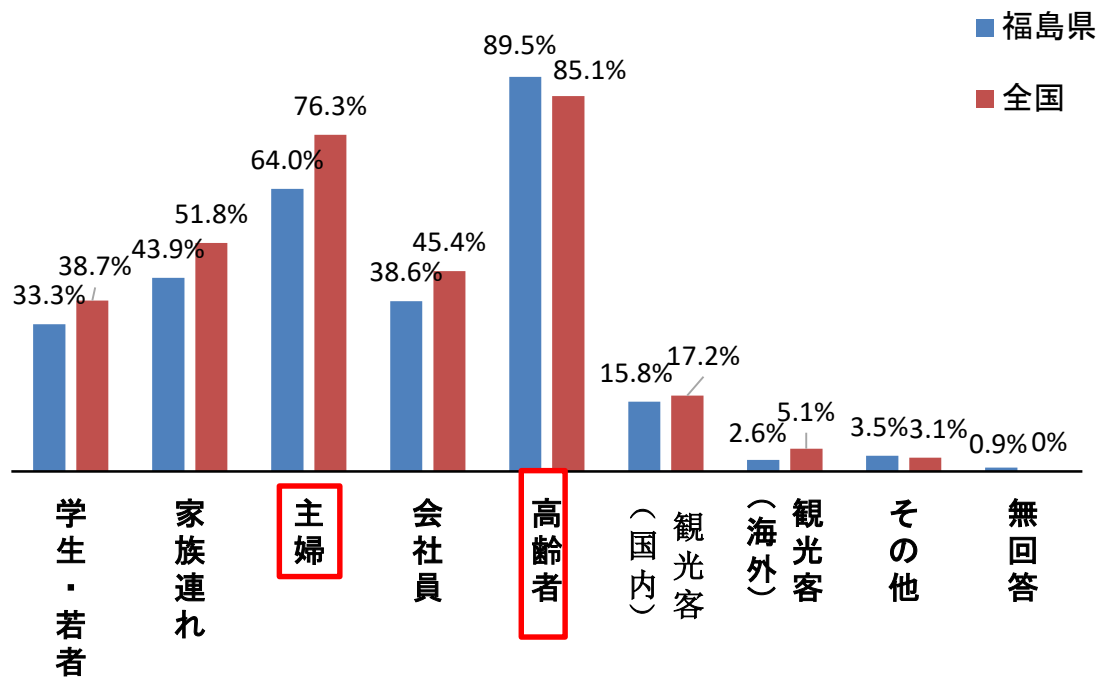
(全国) 組合員(会員)数

38.8名

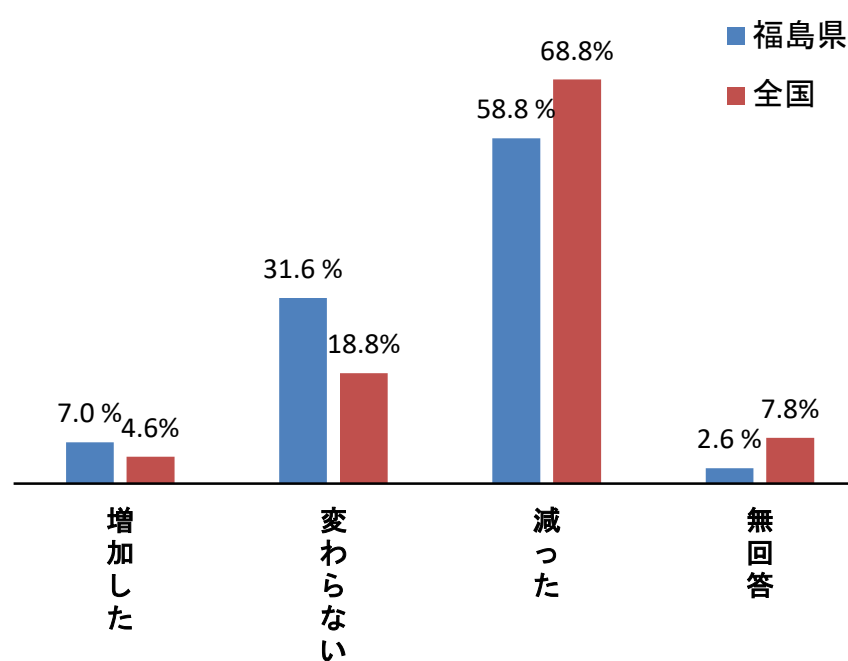
# 4 商店街の最近の状況、来街者の層、来街者の動向

- 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。
- 来街者の動向は、減少傾向が約59%となっている。全国より減少傾向が少ないが、全国調査が前回調査（平成30年度）を比較対象としているのに対し、本調査は昨年度との比較としているため新型コロナウイルスの感染拡大を考慮する必要がある。

来街者の層

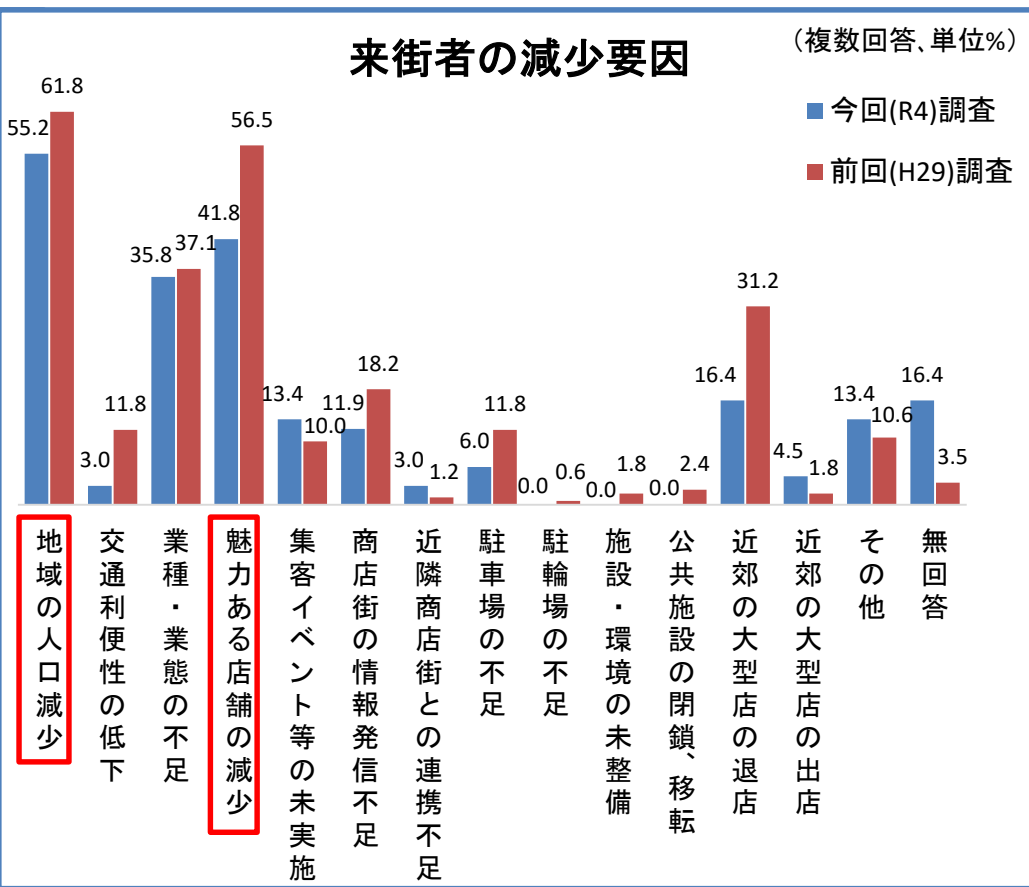
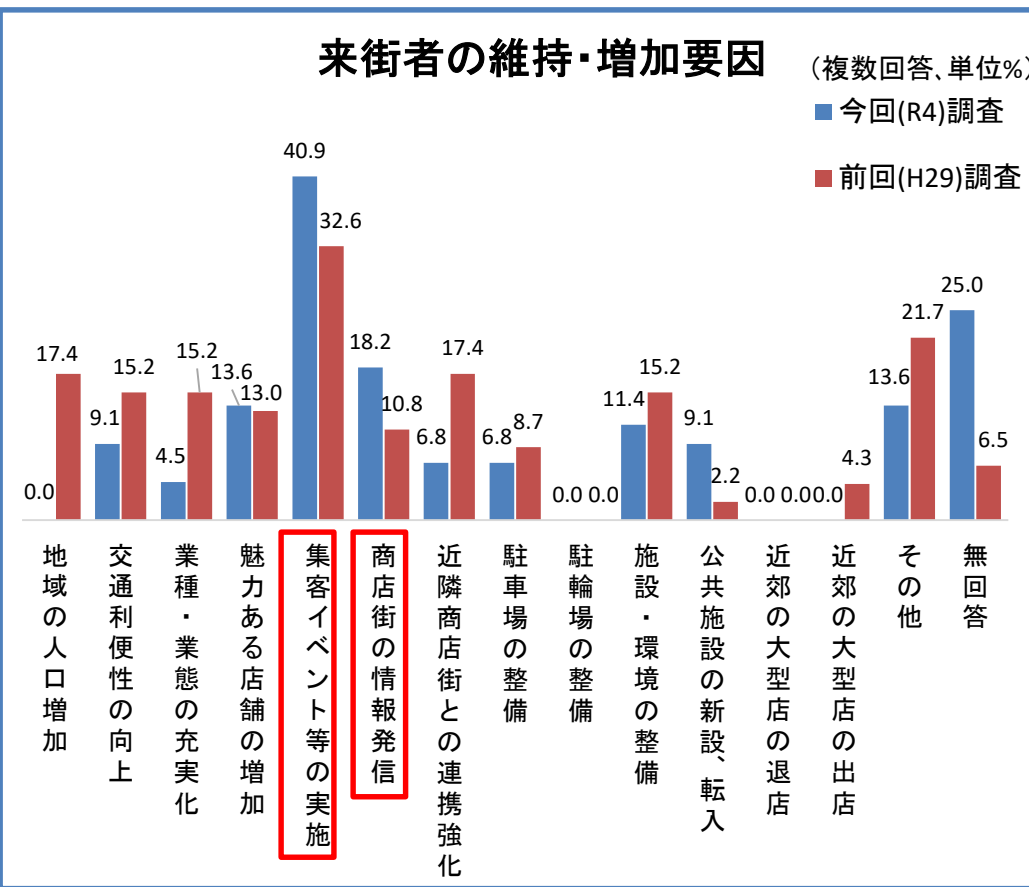


来街者数の動向



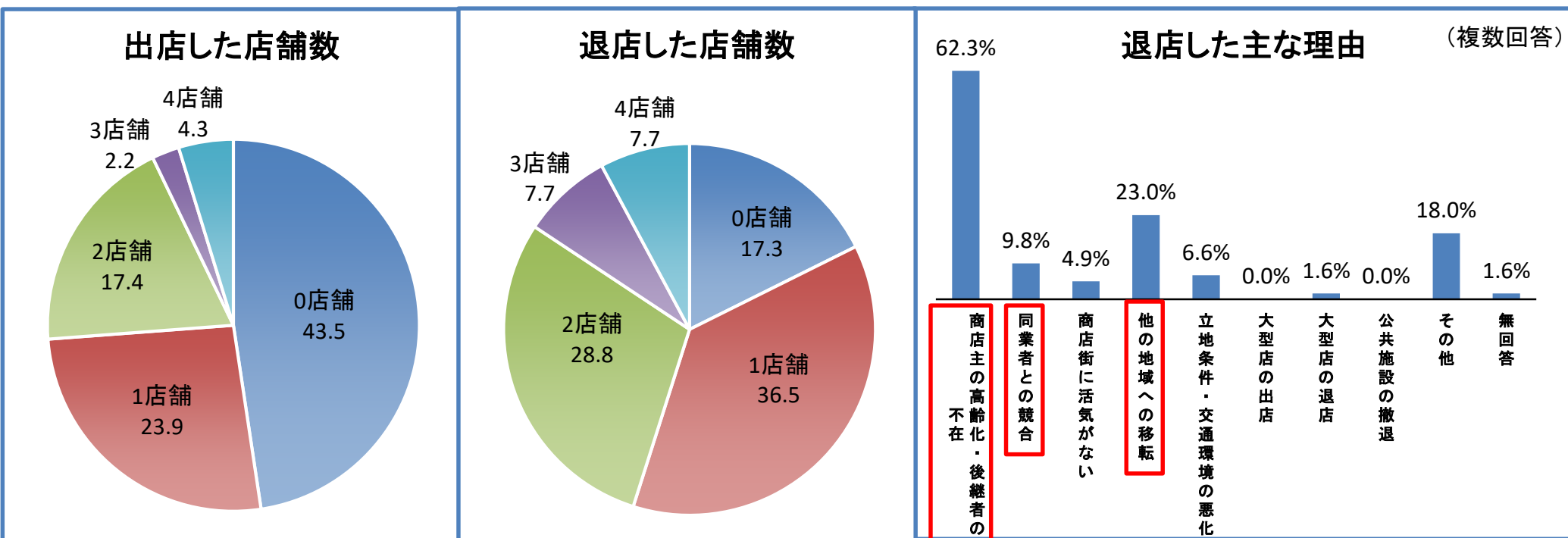
# 5 来街者が維持・増加した要因、減少した要因

- 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「商店街の情報発信」と「魅力ある店舗の増加」が前回調査と上回っているが、その他の要因は大きく下回っている。
- 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」の順で前回調査と同様の傾向にある。



## 6 出店した店舗数、退店した店舗数・理由

- 出・退店した店舗数の平均は、1商店街当たり出店が1.0店舗、退店が1.7店舗となっている。
- 退店した主な理由は、「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」、「同業者との競合」の順となっている。



出店店舗数の平均 1.0店舗

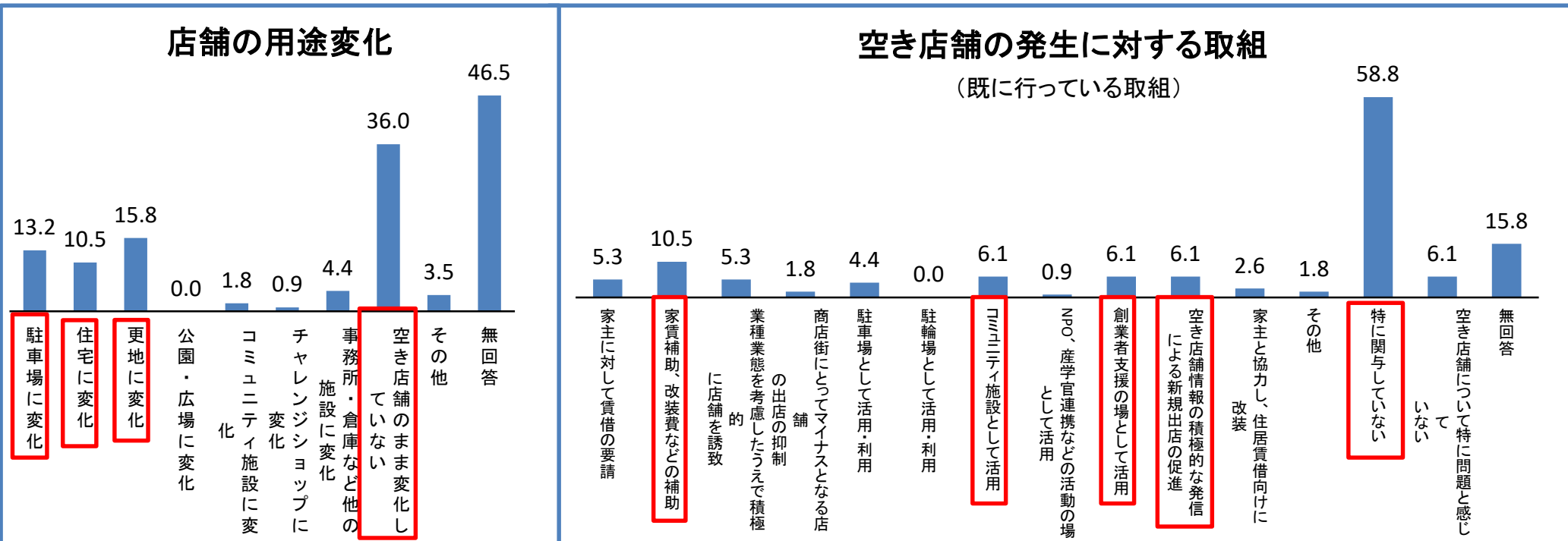
退店店舗数の平均 1.7店舗



# 7 店舗の用途変化、空き店舗の発生に対する取組

- 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、「更地」、「駐車場」、「住宅」の順となっている。
- 空き店舗の発生に対する取組は、約59%の商店街が、「特に関与していない」。また、約6%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、「家賃補助、改装費などの補助」、「コミュニティ施設として活用」、「創業者支援の場として活用」、「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。

(複数回答、単位%)

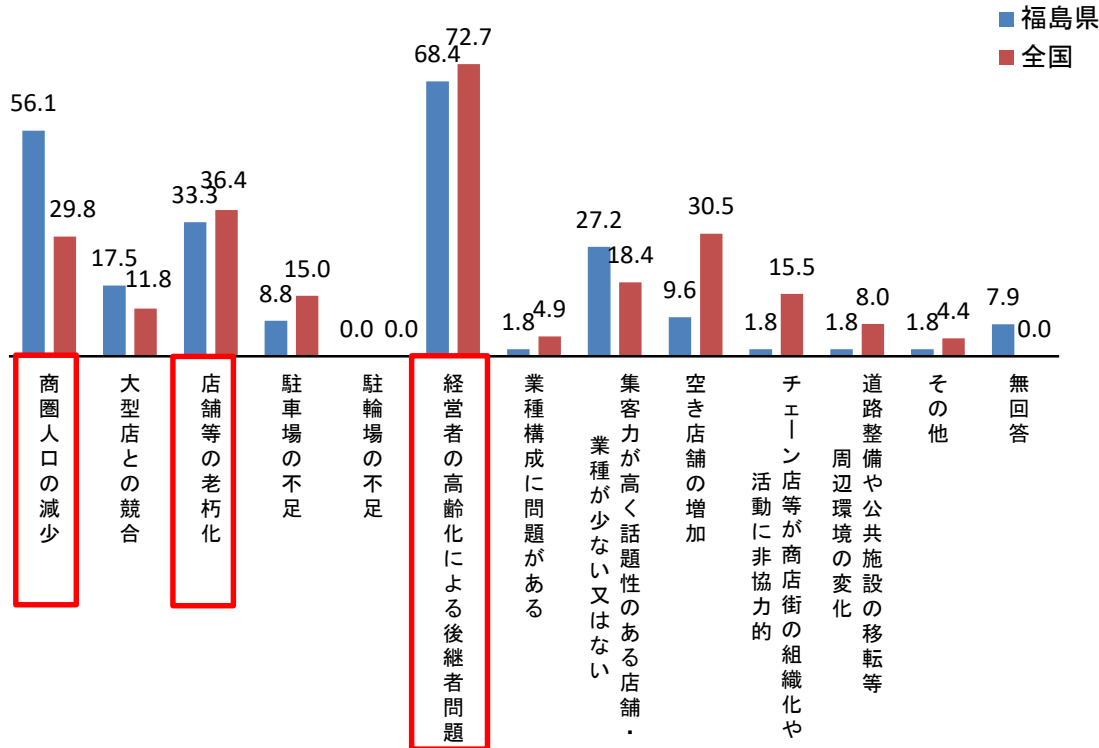


# 8 商店街の抱える課題

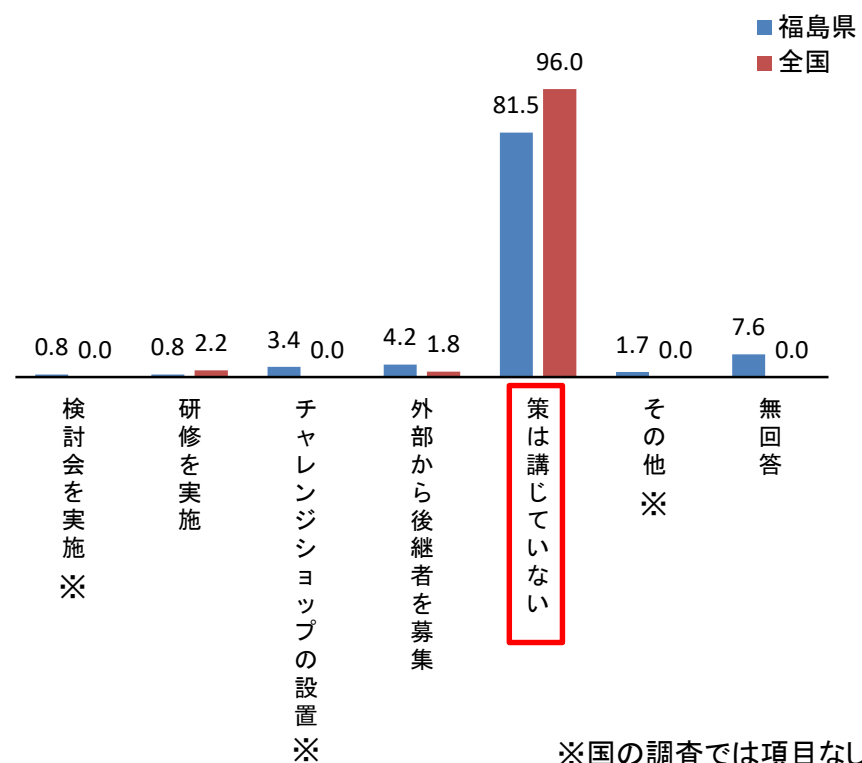
- 商店街で問題となっていることは、「経営者の高齢化による後継者問題」が最も高く、「商圈人口の減少」、「店舗等の老朽化」の順で、全国とほぼ同様の傾向であるが、本県は「商圈人口の減少」の割合が全国より高い。
- 後継者・新たな担い手問題への対策は、約82%の商店街で「策は講じていない」となっており、全国とほぼ同様の傾向である。

(複数回答、単位%)

### 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



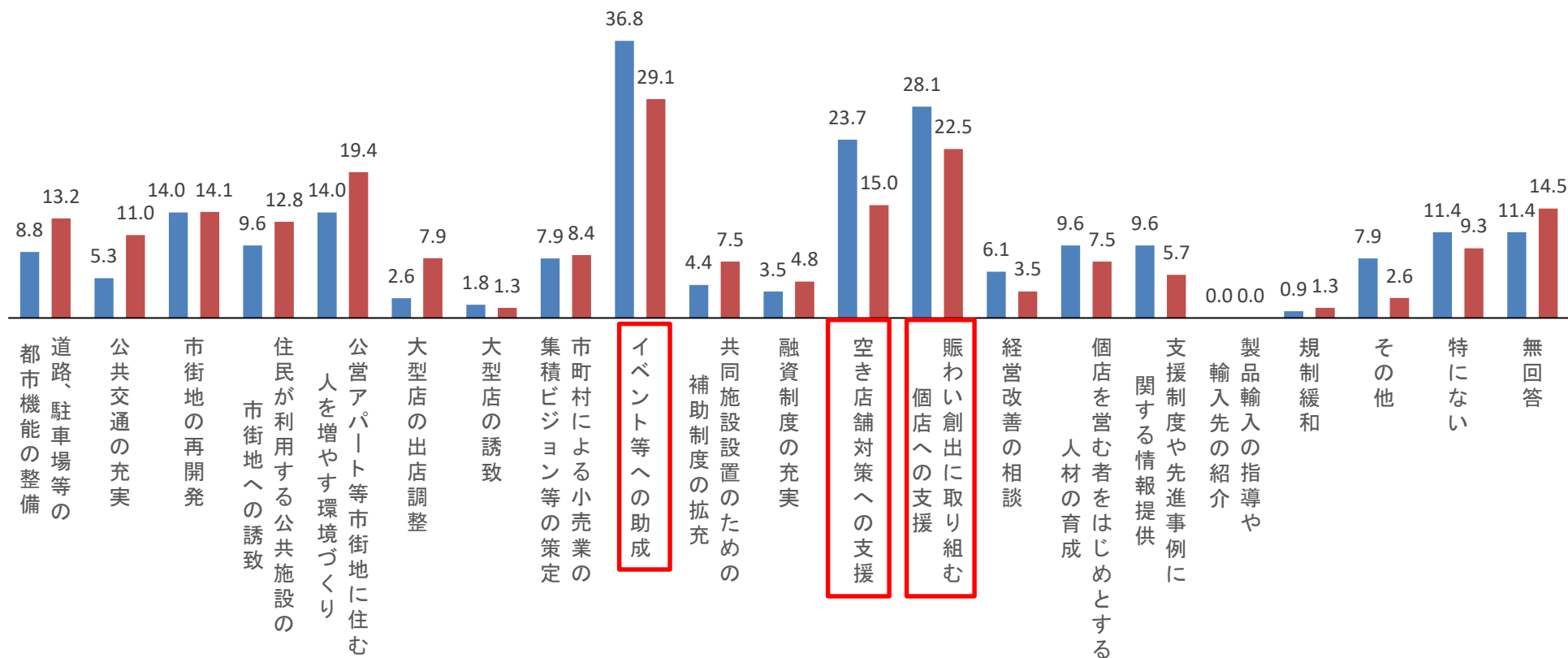
※国の調査では項目なし

## 9 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」、「空き店舗対策への支援」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」、「公共交通の充実」、「大型店の出店調整」を求める回答の割合が大きく減少している。

商店街を活性化するために行政に望む支援

(複数回答、単位%)



# 10 買い物困難者に配慮した取組

- 買い物困難者に配慮した取組としては、「宅配サービス」が最も高く、「インターネット販売」、「シャトルバス・送迎バス」の順となっている。
- 前回調査と比較し「宅配サービス」、「インターネット販売」の回答の割合が高くなっているが、新型コロナウイルス感染症の影響により需要が高まったことやインターネットそのものの普及などが要因と思われる。

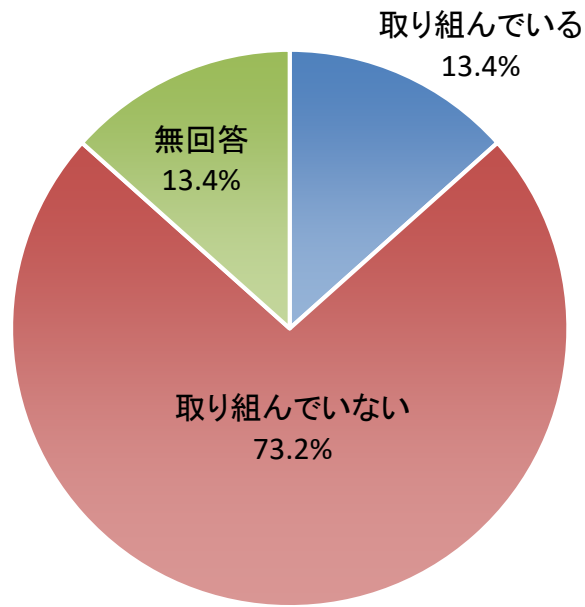
買い物困難者に配慮した取組の実施状況



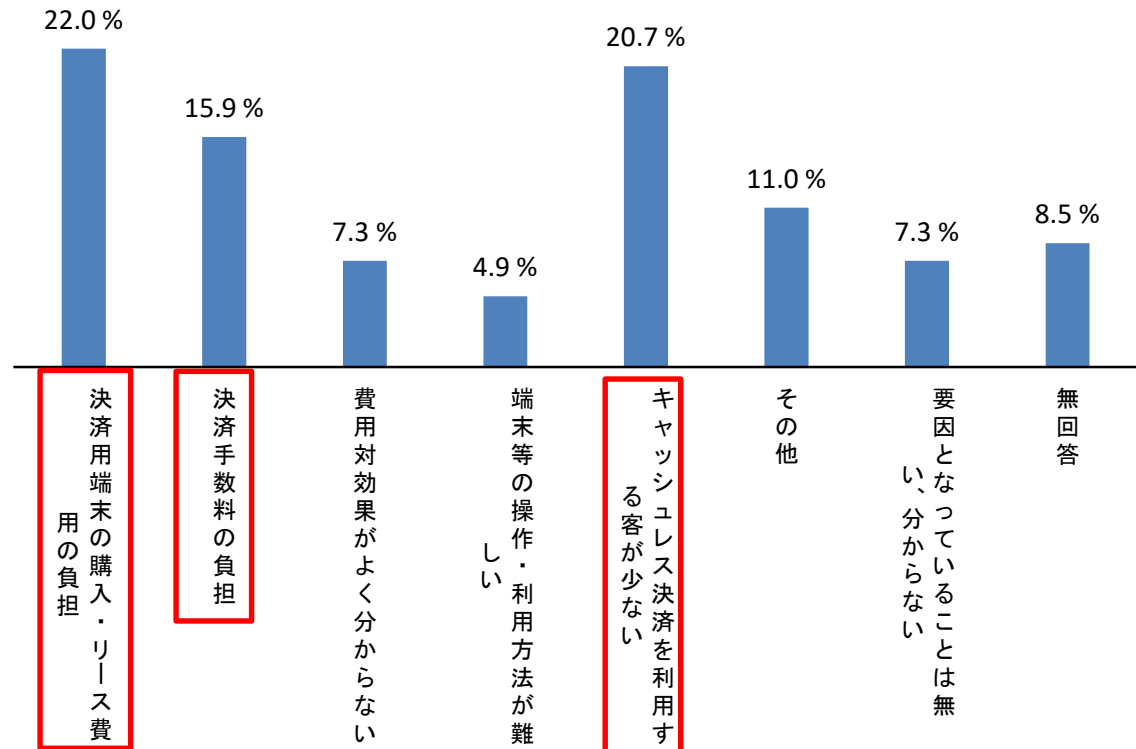
# 1 1 キャッシュレス決済の推進

- キャッシュレス決済の推進への取組は、約73%が「取り組んでいない」と回答している。
- 導入が進まない要因としては、「決済用端末の購入・リース費用の負担」が最も高く、次いで「キャッシュレス決済を利用する客が少ない」、「決済手数料の負担」の順となっている。

### キャッシュレス決済推進への取組状況



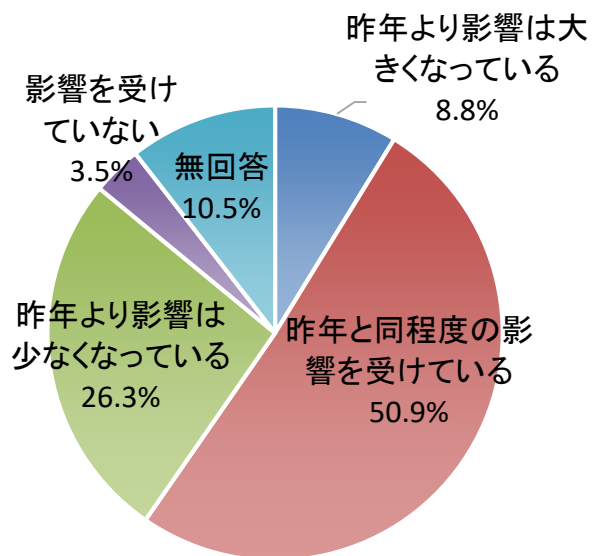
### キャッシュレス決済の導入が進まない要因



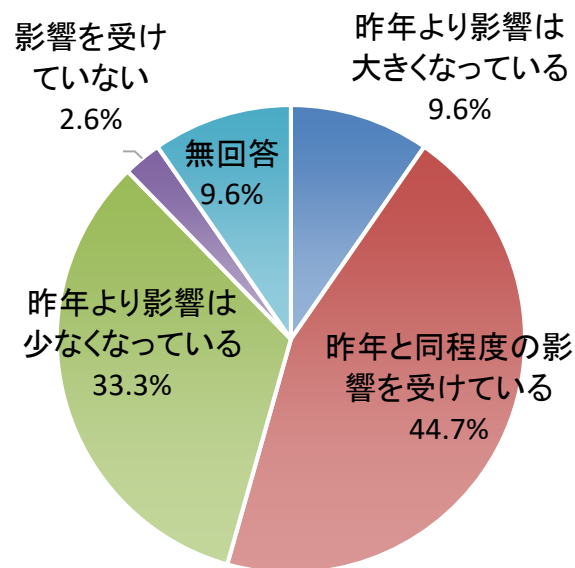
## 1 2 新型コロナウイルス感染症の影響と対策

- 新型コロナウイルス感染症の影響は、売上高・来街者数ともに50%以上の商店街で昨年と同等以上の影響を受けている。
- ウィズコロナ時代に対応した取組としては、「安全な買い物について周知」、「テイクアウト又はインターネット販売」、「キャッシュレス決済を導入」の順となっているが、全国よりも全体的に低い回答割合となっている。

### 売上高への影響



### 来街者数への影響



### ウィズコロナ時代に対応した取組

