

平成 2 9 年度
福島県商店街実態調査報告書

平成 2 9 年 1 1 月
福島県商工労働部

目 次

I	調査の実施概要	1
II	調査結果	2
1.	商店街の概要について	2
2.	商店街を取り巻く環境について	9
3.	商店街の店舗の状況について	23
4.	商店街の抱える課題について	31
5.	商店街の活動状況について	38

《別冊》

- 平成29年度福島県商店街実態調査票

I 調査の実施概要

1. 調査の目的

県内の商店街の実態を把握し、今後の商業施策などの参考とすることを目的とする。

2. 調査の概要

(1) 調査実施時期

平成29年6月

(2) 調査対象

福島県内の全商店街（スタンプ会等の組織を含む） 309団体

(3) 調査方法

調査表の郵送によるアンケート調査

(4) 調査項目

ア 商店街の概要（組織形態、店舗数・空き店舗数、業種構成、組合員数等）

イ 商店街を取り巻く環境（立地場所、最近の状況、来街者層、来街者の動向、大型店の影響等）

ウ 商店街の店舗の状況（出店数・退店数、空き店舗がなくなる要因、空き店舗の発生に対する取組等）

エ 商店街の抱える課題（商店街で問題となっていること、後継者・新たな担い手、「強み」・「弱み」の把握等）

オ 商店街の活動状況（各種団体等と連携した地域活動、来街者のニーズ調査等の実施状況、活性化のための事業への取組等）

(5) 回収状況

有効回収数227（有効回収率 73.5%）

図表1 調査表回収状況

	県北地区	県中地区	県南地区	会津地区	相双地区	いわき地区	合計
配布数	83	69	41	52	23	47	315
廃業数	2	4	0	0	0	0	6
有効配布数	81	65	41	52	23	47	309
有効回収数	58	42	33	42	16	36	227
回収率(%)	71.6%	64.6%	80.5%	80.8%	69.6%	76.6%	73.5%
構成比(%)	25.6%	18.5%	14.5%	18.5%	7.0%	15.9%	100.0%

(6) 報告書利用上の注意点

ア 図表は割合（パーセント表示）を中心に表示し、実数の一部を割愛した。なお、パーセント表示については、小数点第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならない図表もある。

イ 設問によっては、平成19年度に本県が実施した商業実態調査、平成27年度に中小企業庁が実施した全国の商店街実態調査との比較を行っている。

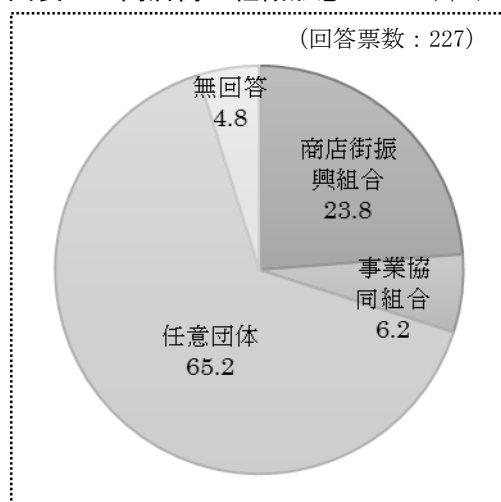
Ⅱ 調査結果

1. 商店街の概要について

(1) 商店街の組織形態（調査票 問1）

商店街の組織形態は、「任意団体」が 65.2%と最も高く、「商店街振興組合」が 23.8%、「事業協同組合」が 6.2%となっている。

図表2 商店街の組織形態 単位%



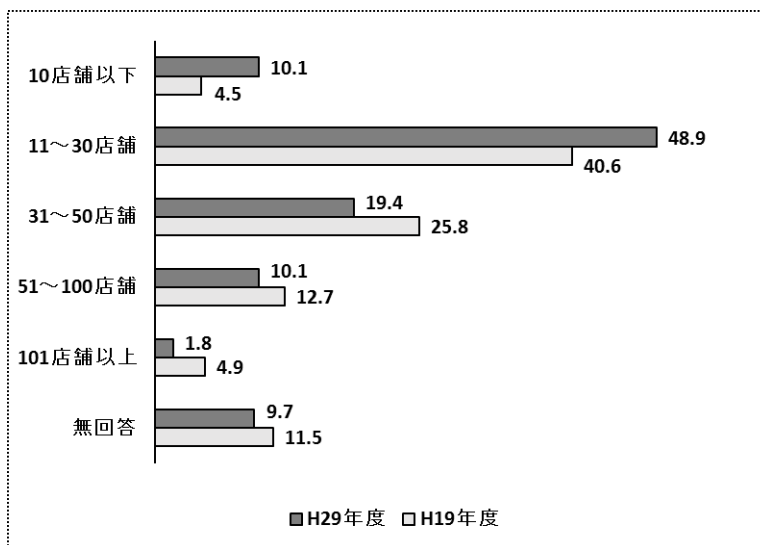
(2) 商店街の店舗数と業種構成

ア 商店街の店舗数（調査票 問2(1)）

商店街の店舗数は、「11～30 店舗」の商店街が 48.9%と最も高く、次いで「31～50 店舗」が 19.4%、「10 店舗以下」が 10.1%で、30 店舗以下の商店街が 59.0%となっており、平均では 31.3 店舗となっている。

本県が平成19年度に行った商業実態調査（以下、「前回調査」という。）では、「11～30 店舗」が 40.6%、次いで「31～50 店舗」が 25.8%、「51～100 店舗」が 12.7%の順となっており、30 店舗以下の商店街が 45.1%となっている。前回調査よりも 30 店舗以下の商店街が 10%以上増えており、商店街の小規模化が進んでいるといえる。

図表 3-1 商店街の全店舗数 単位%



図表 3-2 商店街の全店舗数（地区別、所在地別） 単位%

		10店舗以下	11～30店舗	31～50店舗	51～100店舗	101店舗以上	無回答	店舗数の平均	回答票数
全体		10.1	48.9	19.4	10.1	1.8	9.7	31.3店舗	227
地区別	県北地区	6.9	48.3	22.4	13.8	1.7	6.9	32.9店舗	58
	県中地区	14.3	52.4	9.5	7.1	0.0	16.7	23.6店舗	42
	県南地区	24.2	48.5	12.1	9.1	3.0	3.0	25.8店舗	33
	会津地区	7.1	45.2	23.8	9.5	2.4	11.9	32.9店舗	42
	相双地区	0.0	43.8	37.5	12.5	0.0	6.3	34.4店舗	16
	いわき地区	5.6	52.8	19.4	8.3	2.8	11.1	37.3店舗	36
所在地別	市部	8.8	47.6	21.2	11.2	1.2	10.0	32.0店舗	170
	郡部	14.0	52.6	14.0	7.0	3.5	8.8	29.3店舗	57

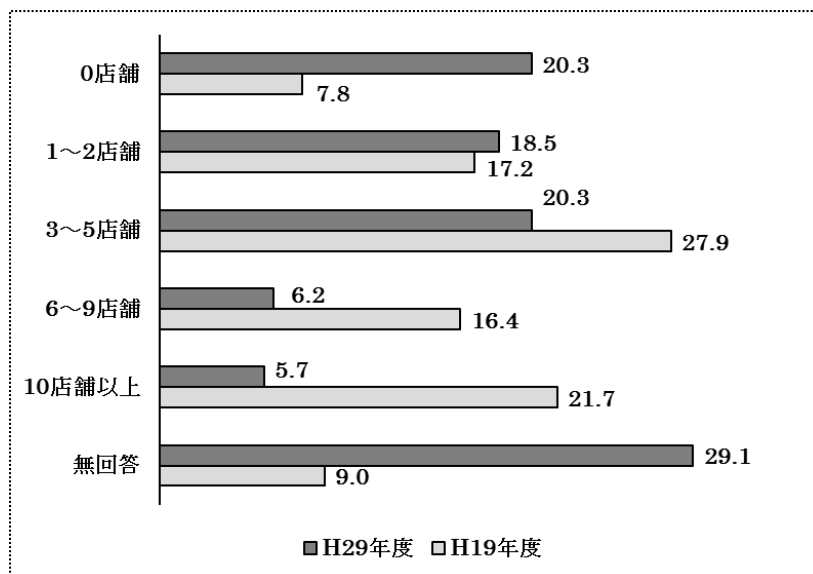
※ 中小企業庁が平成27年度に実施した全国の商店街実態調査（以下、「全国調査」という。）では、全国調査の平均は54.3店舗で、本県は全国より商店街の規模が小さいといえる。

イ 商店街の空き店舗数（調査票 問2(1)）

商店街の空き店舗数は、「0店」及び「3店～5店」が20.3%と最も高い割合となっており、平均すると3.7店舗となっている。

前回調査では、「3～5店舗」が27.9%と最も高く、次いで「10店舗以上」が21.7%となっており、平均が7.4店舗であったことから、空き店舗数が減少し、平均店舗数も半減している。

図表 4-1 商店街の空き店舗数 単位%



図表 4-2 商店街の空き店舗数（地区別、所在地別） 単位%

		0店舗	1~2店舗	3~5店舗	6~9店舗	10店舗以上	無回答	空き店舗数の平均	回答票数
全体		20.3	18.5	20.3	6.2	5.7	29.1	3.7店舗	227
地区別	県北地区	19.0	20.7	27.6	6.9	6.9	19.0	3.9店舗	58
	県中地区	19.0	14.3	19.0	2.4	9.5	35.7	3.3店舗	42
	県南地区	33.3	30.3	6.1	0.0	6.1	24.2	1.9店舗	33
	会津地区	14.3	11.9	26.2	11.9	2.4	33.3	3.8店舗	42
	相双地区	6.3	37.5	31.3	6.3	0.0	18.8	3.1店舗	16
	いわき地区	25.0	8.3	11.1	8.3	5.6	41.7	6.6店舗	36
所在地別	市部	21.2	17.1	21.2	7.1	5.3	28.2	3.8店舗	170
	郡部	17.5	22.8	17.5	3.5	7.0	31.6	3.5店舗	57

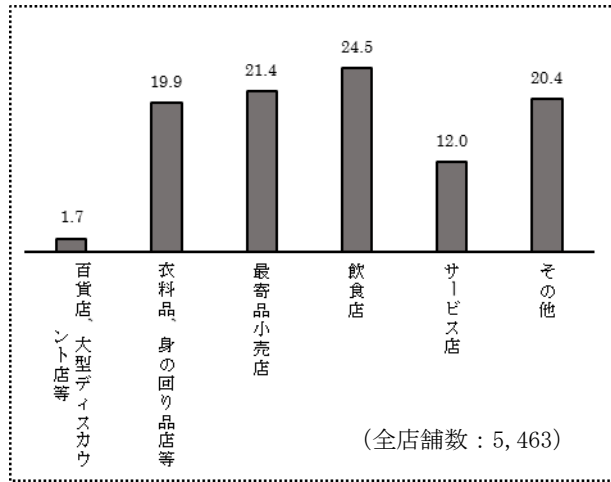
※ 「全国調査」との比較では、本県の空き店舗数の平均は全国平均の 5.35 店舗より低くなっており、本県の商店街の規模は全国平均より小さいといえる。なお、商店街の店舗数の平均に対する空き店舗数の平均の割合は、本県が 11.8%、全国が 9.9% となっており、ほぼ同じ水準といえる。

ウ 商店街の業種構成と店舗数の変化（調査票 問 2(2)）

商店街の業種は、「飲食店」が 24.5% と最も高く、次いで「最寄品小売店」が 21.4% となっている。

また、業種ごとの最近 3 年間の店舗数の変化については、「飲食店」が増加したとの回答が多く、「衣料品、身の回り品店等」や「最寄品小売店」が減少したとの回答が多くなっている。

図表5-1 商店街の業種構成 単位%



業種別店舗	例示
買回品小売店	百貨店、大型ディスカウント店等
	衣料品、身の回り品店等
最寄品小売店	生鮮食品・日配食品店、コンビニエンスストア、スーパーマーケット等
飲食店	飲食店、居酒屋
サービス店	クリーニング店、パチンコ店、美容院等
その他	金融機関、郵便局、公共施設、事務所、医療施設等

※「買回品」…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。

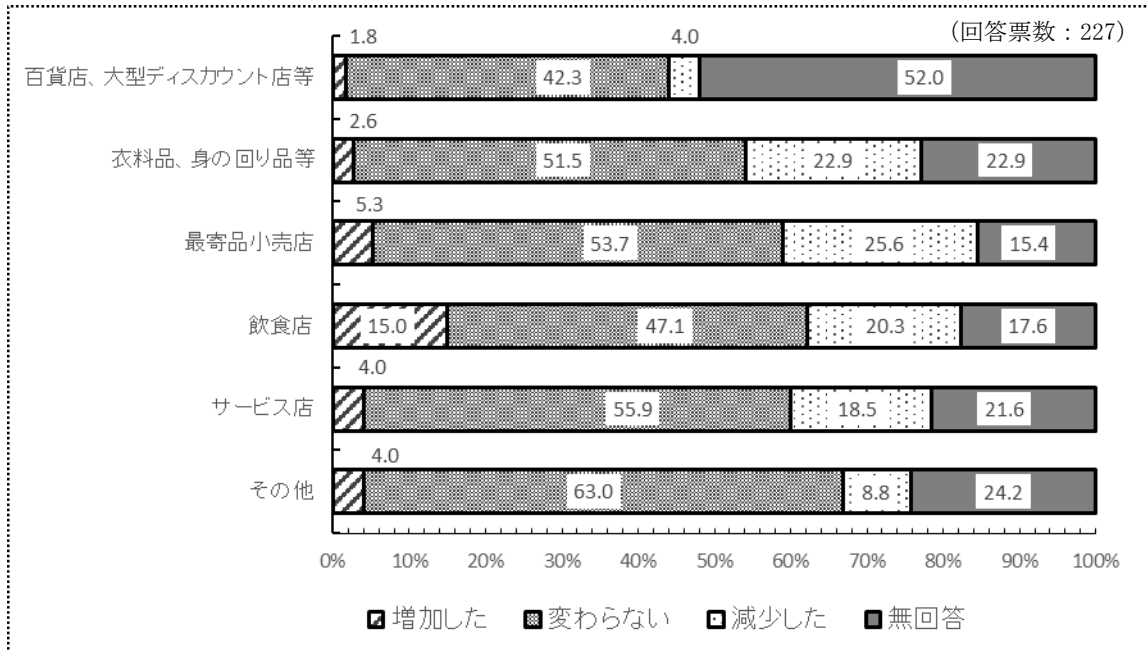
※「最寄品」…消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。

図表5-2 商店街の業種構成 (地区別、所在地別、立地場所別) 単位%

		百貨店、大型ディスカウント店等	衣料品、身の回り品店等	最寄品小売店	飲食店	サービス店	その他	合計店舗数	
全体		1.7	19.9	21.4	24.5	12.0	20.4	5463	
地区別	県北地区	1.4	15.0	22.1	26.7	10.9	24.0	1553	
	県中地区	2.7	27.6	20.8	17.5	12.8	18.7	813	
	県南地区	0.6	20.4	26.9	19.9	15.1	17.0	617	
	会津地区	0.8	19.4	25.9	24.6	10.5	18.9	1059	
	相双地区	11.0	26.6	11.0	21.1	15.6	14.6	308	
	いわき地区	0.4	19.7	16.6	30.1	11.5	21.7	1113	
	所在地別	市部	1.9	20.7	17.6	27.2	10.7	21.9	4265
	郡部	1.0	17.2	35.1	15.0	16.4	15.3	1198	
立地場所別	駅前・駅近辺(中心市街地)	3.2	19.8	17.1	31.0	11.8	17.2	1387	
	駅前・駅近辺(中心市街地以外)	0.3	16.0	19.7	12.5	10.0	41.6	351	
	中心市街地(駅前・駅近辺以外)	1.8	25.3	15.9	28.2	9.5	19.3	2037	
	住宅街	2.4	12.2	24.9	18.0	18.0	24.5	245	
	郊外幹線道路の沿線	1.6	6.4	28.6	19.9	20.9	22.5	311	
	上記以外の市街地	0.2	16.5	29.4	16.9	15.6	21.4	449	
	農山漁村地区	0.5	10.6	38.4	20.4	15.3	14.8	216	
	その他	0.0	23.0	31.6	19.7	14.8	11.1	244	
		無回答	0.0	17.9	44.4	7.6	5.8	24.2	223

図表6 業種別の最近3年間の店舗数の変化

単位%



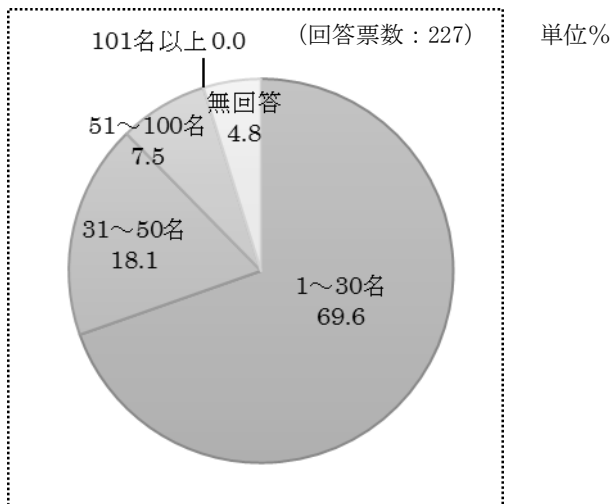
(3) 商店街の組合員（会員）

ア 商店街の組合員（会員）数とその変化（調査票 問3(1)、(3)）

組合員（会員）数は、「1～30名」が69.6%で最も高く、「31～50名」が18.1%、「51～100名」が7.5%となっている。平均組合員（会員）数は25.6名となっている。

また、最近3年間で組合員（会員）数の変化については、56.4%の商店街で減少している。

図表7-1 商店街の組合員（会員）数



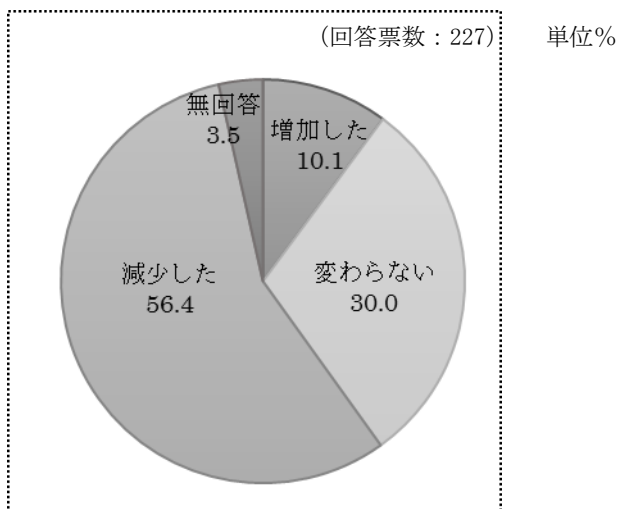
図表 7-2 商店街の組合員（会員）数（地区別、所在地別）

単位%

		1～30名	31～50名	51～100名	101名以上	無回答	平均組合員 （会員）数	回答票数
全体		69.6	18.1	7.5	0.0	4.8	25.6名	227
地区別	県北地区	74.1	22.4	3.4	0.0	0.0	23.7名	58
	県中地区	71.4	14.3	9.5	0.0	4.8	26.8名	42
	県南地区	81.8	9.1	6.1	0.0	3.0	21.2名	33
	会津地区	57.1	21.4	9.5	0.0	11.9	28.4名	42
	相双地区	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	24.1名	16
	いわき地区	61.1	16.7	13.9	0.0	8.3	29.8名	36
所在地別	市部	67.6	18.8	8.8	0.0	4.7	26.3名	170
	郡部	75.4	15.8	3.5	0.0	5.3	23.7名	57

※ 全国調査の平均は 41.3 名で、商店街の規模が全国より小さいことに連動して、組合員（会員）も全国平均より少ない。

図表 8-1 最近 3 年間の組合員（会員）数の変化



図表 8-2 最近 3 年間の組合員（会員）数の変化（地区別、所在地別）

単位%

		増加した	変わらない	減少した	無回答	回答票数
全体		10.1	30.0	56.4	3.5	227
地区別	県北地区	8.6	27.6	62.1	1.7	58
	県中地区	7.1	40.5	50.0	2.4	42
	県南地区	3.0	27.3	63.6	6.1	33
	会津地区	14.3	26.2	54.8	4.8	42
	相双地区	18.8	31.3	50.0	0.0	16
	いわき地区	13.9	27.8	52.8	5.6	36
所在地別	市部	11.8	30.6	54.1	3.5	170
	郡部	5.3	28.1	63.2	3.5	57

イ 商店街の専従事務職員数及び役員の平均年齢（調査票 問3(2)、(4)）

専従事務職員数は、「0名（いない）」と回答した商店街が62.1%であり、「1名以上」と回答があった商店街は11.5%であった。

また、商店街役員の平均年齢は60代が55.9%と最も高く、次いで50代が30.4%となっている。

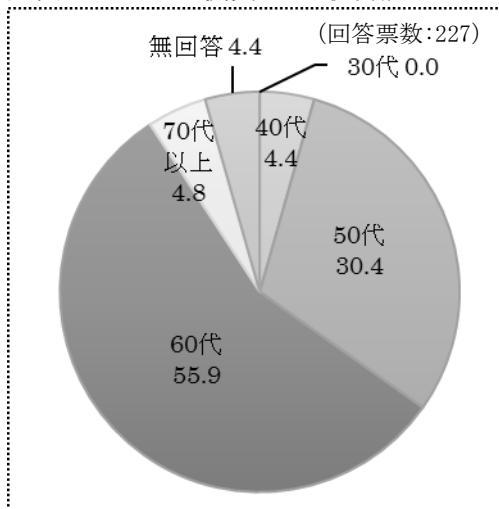
役員の平均年齢については、前回調査では「50代」が48.8%で最も高く、次いで「60代」が33.6%であったが、今回は「60代」が最も高くなっており、役員の高齢化が進んでいる。

図表9 商店街の専従事務職員数（組織別）

単位%

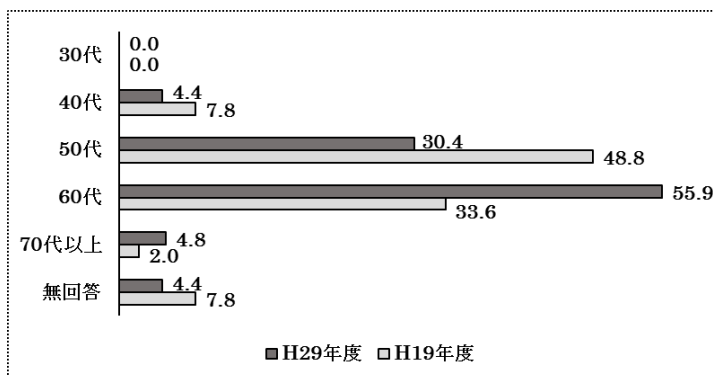
	0名	1名以上							無回答	平均事務員数	回答票数
			1名	2名	3名	4名	5名	6名以上			
全体	62.1	11.5	7.9	0.9	2.6	0.0	0.0	0.0	26.4	0.3名	227
商店街振興組合	51.9	18.5	11.1	1.9	5.6	0.0	0.0	0.0	29.6	0.5名	54
事業協同組合	42.9	42.9	28.6	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3	0.9名	14
任意団体	68.2	6.1	5.4	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	25.7	0.1名	148
無回答	54.5	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	36.4	0.5名	11

図表10-1 役員の平均年齢 単位%



図表10-2 役員の平均年齢

単位%



2. 商店街を取り巻く環境について

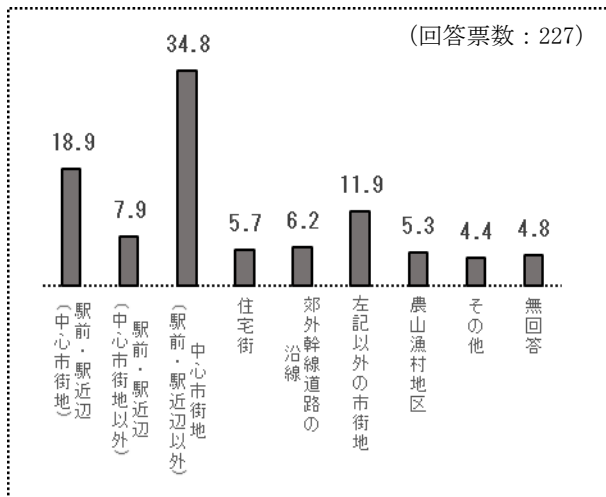
(1) 商店街の立地場所及び商店街のタイプ (調査票 問4、問5)

商店街の立地場所は、「中心市街地 (駅前・駅近辺以外)」が 34.8%で最も高く、次いで「駅前・駅近辺 (中心市街地)」が 18.9%となっている。

商店街のタイプは、「近隣型商店街」が 49.3%で最も高く、次いで「地域型商店街」が 33.0%となっている。

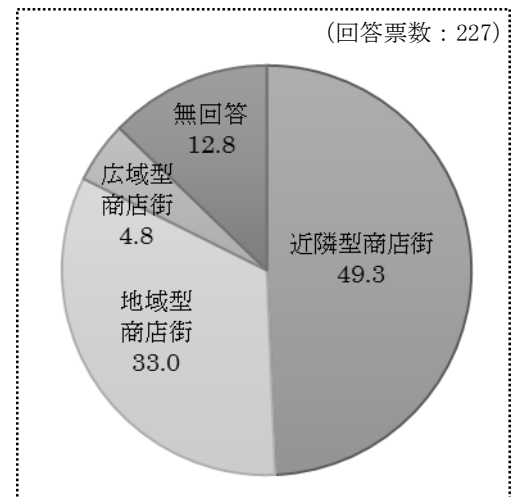
図表 1 1 商店街の立地場所

単位%



図表 1 2 商店街のタイプ

単位%



○ 商店街のタイプ

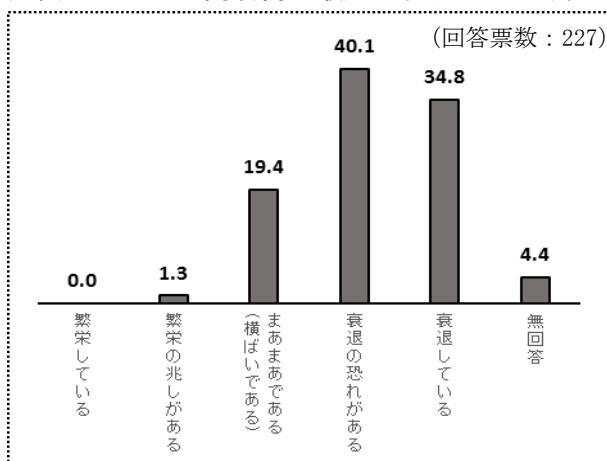
- ・ 近隣型商店街…最寄品中心で地元の方が食料品や日用品の買い物で来街する。
- ・ 地域型商店街…最寄品及び買回品店が混在し、近隣型商店街より広い範囲から来街する。
- ・ 広域型商店街…百貨店、量販店等の大型店等があり、最寄品よりも買回品が多く、地域型商店街より広い範囲から来街する。

(2) 商店街の最近の状況 (調査票 問6)

商店街の最近の状況は、「衰退の恐れがある」が 40.1%で最も高く、次いで、「衰退している」が 34.8%となっている。

図表 1 3 - 1 商店街の最近の状況

単位%



図表 1 3 - 2 商店街の最近の状況（地区別、所在地別）

単位%

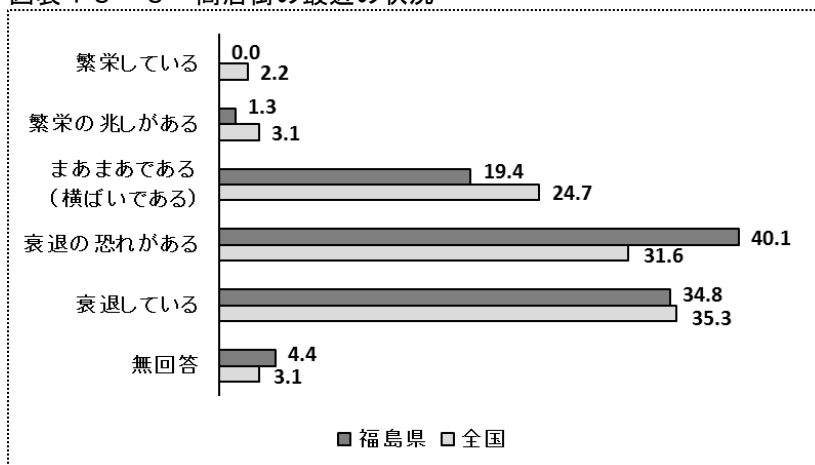
		繁栄している	繁栄の兆しがある	まあまあである (横ばいである)	衰退の恐れがある	衰退している	無回答	回答票数
全体		0.0	1.3	19.4	40.1	34.8	4.4	227
地区別	県北地区	0.0	0.0	24.1	29.3	44.8	1.7	58
	県中地区	0.0	0.0	33.3	35.7	26.2	4.8	42
	県南地区	0.0	0.0	12.1	51.5	33.3	3.0	33
	会津地区	0.0	4.8	11.9	47.6	33.3	2.4	42
	相双地区	0.0	0.0	12.5	50.0	31.3	6.3	16
	いわき地区	0.0	2.8	13.9	38.9	33.3	11.1	36
所在地別	市部	0.0	1.8	22.9	39.4	30.6	5.3	170
	郡部	0.0	0.0	8.8	42.1	47.4	1.8	57

《全国調査との比較》

全国調査では、「衰退している」が 35.3%で最も高く、次いで「衰退の恐れがある」が 31.6%となっており、本県では「衰退している」とする商店街は 34.8%で全国と同水準であるものの、「衰退の恐れがある」とする商店街が 40.1%で全国よりも高く、今後の衰退が進む可能性が高い。

図表 1 3 - 3 商店街の最近の状況

単位%



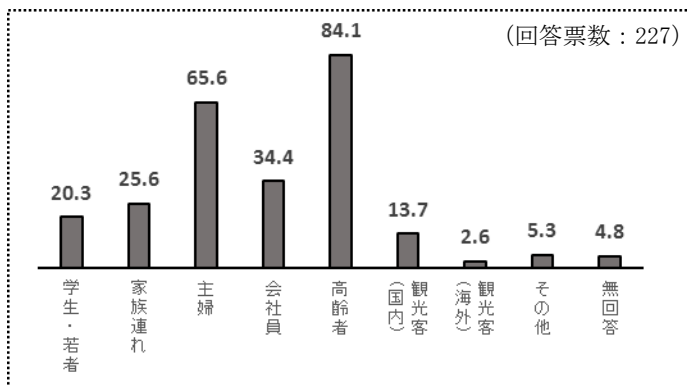
(3) 商店街の来街者層（調査票 問7）

商店街を訪れる来街者層は、「高齢者」84.1%、「主婦」65.6%、「会社員」34.4%、「家族連れ」25.6%の順に高くなっている。

商店街への来街者のうち、最も多い来街者層は、「高齢者」が 51.5%、「主婦」22.9%となっている。

また、商店街がターゲットとしている来街者層では、「高齢者」70.9%、「主婦」63.9%、「家族連れ」42.7%の順となっている。

図表 1 4 - 1 来街者の層 単位% (複数回答)



図表 1 4 - 2 来業者の層 (立地場所別) 単位% (複数回答)

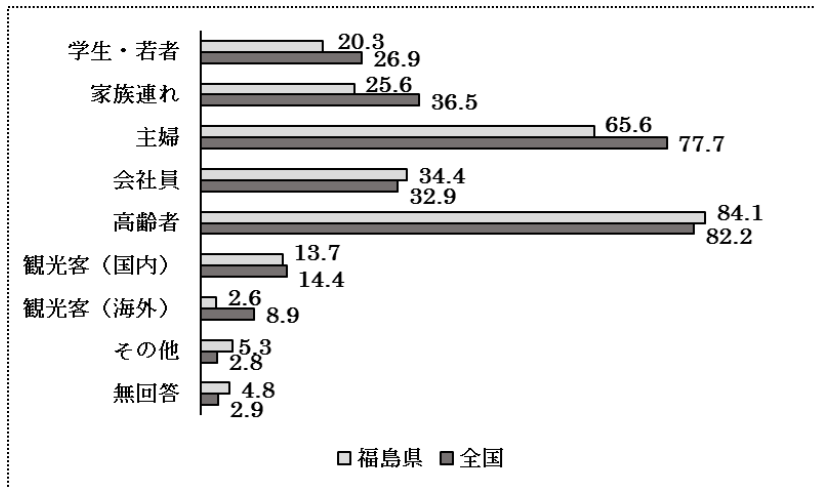
		学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客(国内)	観光客(海外)	その他	無回答	回答票数
全体		20.3	25.6	65.6	34.4	84.1	13.7	2.6	5.3	4.8	227
立地場所別	駅前・駅近辺(中心市街地)	37.2	44.2	83.7	30.2	95.3	18.6	2.3	2.3	2.3	43
	駅前・駅近辺(中心市街地以外)	16.7	27.8	72.2	38.9	77.8	5.6	5.6	0.0	11.1	18
	中心市街地(駅前・駅近辺以外)	17.7	19.0	67.1	46.8	87.3	16.5	2.5	5.1	2.5	79
	住宅街	15.4	38.5	69.2	46.2	92.3	7.7	7.7	7.7	0.0	13
	郊外幹線道路の沿線	21.4	35.7	57.1	35.7	85.7	7.1	0.0	7.1	0.0	14
	上記以外の市街地	7.4	22.2	48.1	18.5	85.2	11.1	3.7	3.7	3.7	27
	農山漁村地区	33.3	8.3	66.7	25.0	83.3	0.0	0.0	8.3	0.0	12
	その他	20.0	10.0	60.0	20.0	50.0	40.0	0.0	0.0	0.0	10
	無回答	0.0	9.1	27.3	0.0	45.5	0.0	0.0	0.0	45.5	11

《全国調査との比較》

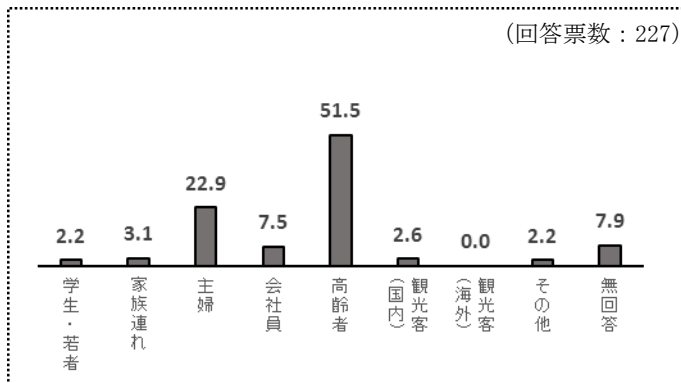
全国調査では、「高齢者」と回答した商店街が 82.2%であり、次いで「主婦」が 77.7%、「家族連れ」が 36.5%、「会社員」が 32.9%となっている。

本県は、高齢者を来街者層とする商店街は全国と同水準であるものの、主婦や家族連れを来街者とする商店街は 10%以上低くなっている。

図表 1 4 - 3 来街者の層 単位% (複数回答)



図表 1 5 - 1 最も多い来街者層 単位% (回答票数: 227)

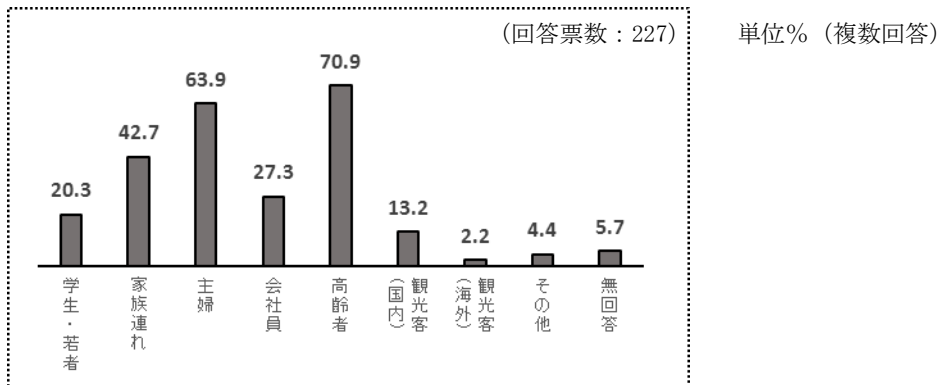


図表 15-2 最も多い来街者層（立地場所別）

単位%

	学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客 (国内)	観光客 (海外)	その他	無回答	回答票数
全体	2.2	3.1	22.9	7.5	51.5	2.6	0.0	2.2	7.9	227
立地場所別	駅前・駅近辺 (中心市街地)	4.7	2.3	23.3	9.3	53.5	0.0	0.0	7.0	43
	駅前・駅近辺 (中心市街地以外)	5.6	0.0	22.2	11.1	55.6	0.0	0.0	5.6	18
	中心市街地 (駅前・駅近辺以外)	2.5	3.8	17.7	12.7	49.4	3.8	0.0	7.6	79
	住宅街	0.0	15.4	38.5	0.0	38.5	0.0	0.0	7.7	13
	郊外幹線道路の沿線	0.0	0.0	35.7	7.1	42.9	0.0	0.0	7.1	14
	上記以外の市街地	0.0	0.0	29.6	0.0	55.6	3.7	0.0	11.1	27
	農山漁村地区	0.0	0.0	16.7	0.0	75.0	0.0	0.0	8.3	12
	その他	0.0	0.0	30.0	0.0	40.0	20.0	0.0	10.0	10
	無回答	0.0	9.1	9.1	0.0	54.5	0.0	0.0	27.3	11

図表 16-1 商店街がターゲットとしている来街者層



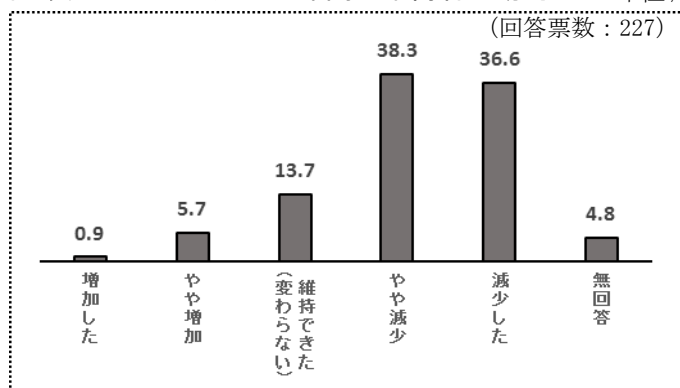
図表 16-2 商店街がターゲットとしている来街者層（立地場所別） 単位% (複数回答)

	学生・若者	家族連れ	主婦	会社員	高齢者	観光客 (国内)	観光客 (海外)	その他	無回答	回答票数
全体	20.3	42.7	63.9	27.3	70.9	13.2	2.2	4.4	5.7	227
立地場所別	駅前・駅近辺 (中心市街地)	25.6	51.2	72.1	23.3	72.1	9.3	0.0	4.7	43
	駅前・駅近辺 (中心市街地以外)	22.2	44.4	77.8	38.9	77.8	11.1	5.6	0.0	18
	中心市街地 (駅前・駅近辺以外)	22.8	43.0	62.0	35.4	74.7	13.9	1.3	7.6	79
	住宅街	0.0	46.2	61.5	15.4	61.5	23.1	0.0	7.7	13
	郊外幹線道路の沿線	14.3	35.7	64.3	21.4	64.3	14.3	0.0	14.3	14
	上記以外の市街地	22.2	40.7	63.0	22.2	70.4	11.1	7.4	0.0	27
	農山漁村地区	16.7	16.7	66.7	16.7	75.0	0.0	0.0	8.3	12
	その他	10.0	30.0	40.0	20.0	50.0	50.0	10.0	10.0	10
	無回答	18.2	54.5	45.5	18.2	63.6	0.0	0.0	27.3	11

(4) 商店街の来街者の動向（調査票 問8(1)）

過去3年間の来街者数の動向は、「やや減少」が38.3%で最も高く、次いで「減少した」が36.6%で、減少傾向が74.9%を占めている。一方、「維持できた（変わらない）」が13.7%、「やや増加」が5.7%、「増加した」が0.9%となっており、減少傾向が維持・増加を大きく上回っている。

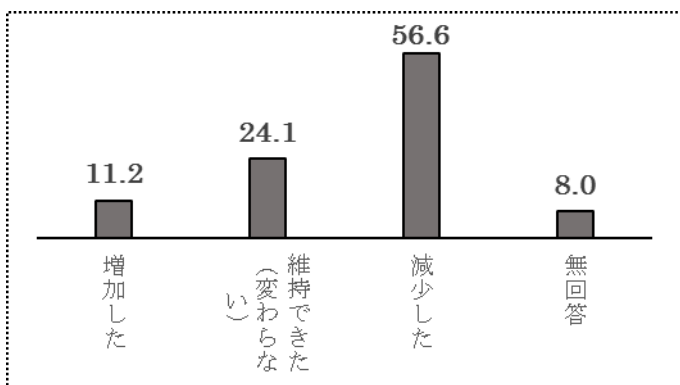
図表17-1 過去3年間の来街者の動向 単位%



《全国調査との比較》

全国調査では、減少傾向が56.6%であり、本県では「減少した」と「やや減少」で74.9%となっており、減少傾向が大きくなっている。

図表17-2 《全国調査》過去3年間の来街者の動向 単位%

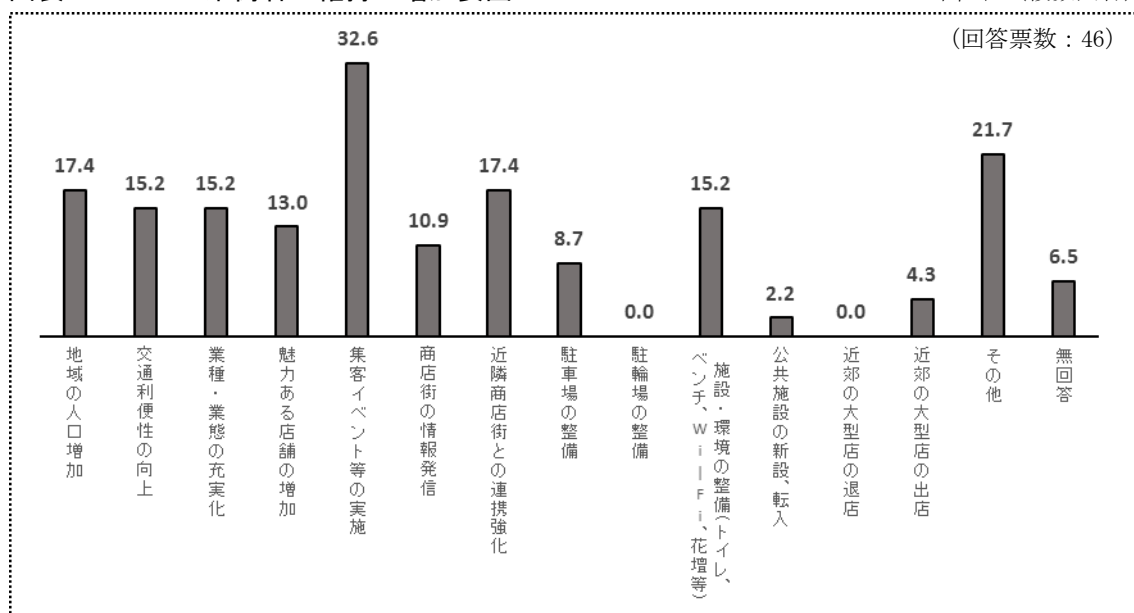


(5) 来街者が維持・増加した要因（調査票 問8(2)）

来街者が「維持できた（変わらない）」、「やや増加」、「増加した」と回答した商店街にその要因について尋ねたところ、「集客イベント等の実施」が32.6%と最も高く、このほか「地域の人口増加」が17.4%、「近隣商店街との連携強化」が17.4%、「交通利便性の向上」が15.2%、「業種・業態の充実化」が15.2%、「施設・環境の整備（トイレ、ベンチ、Wi-Fi、花壇等）」が15.2%となっている。

図表18-1 来街者の維持・増加要因

単位%（複数回答）

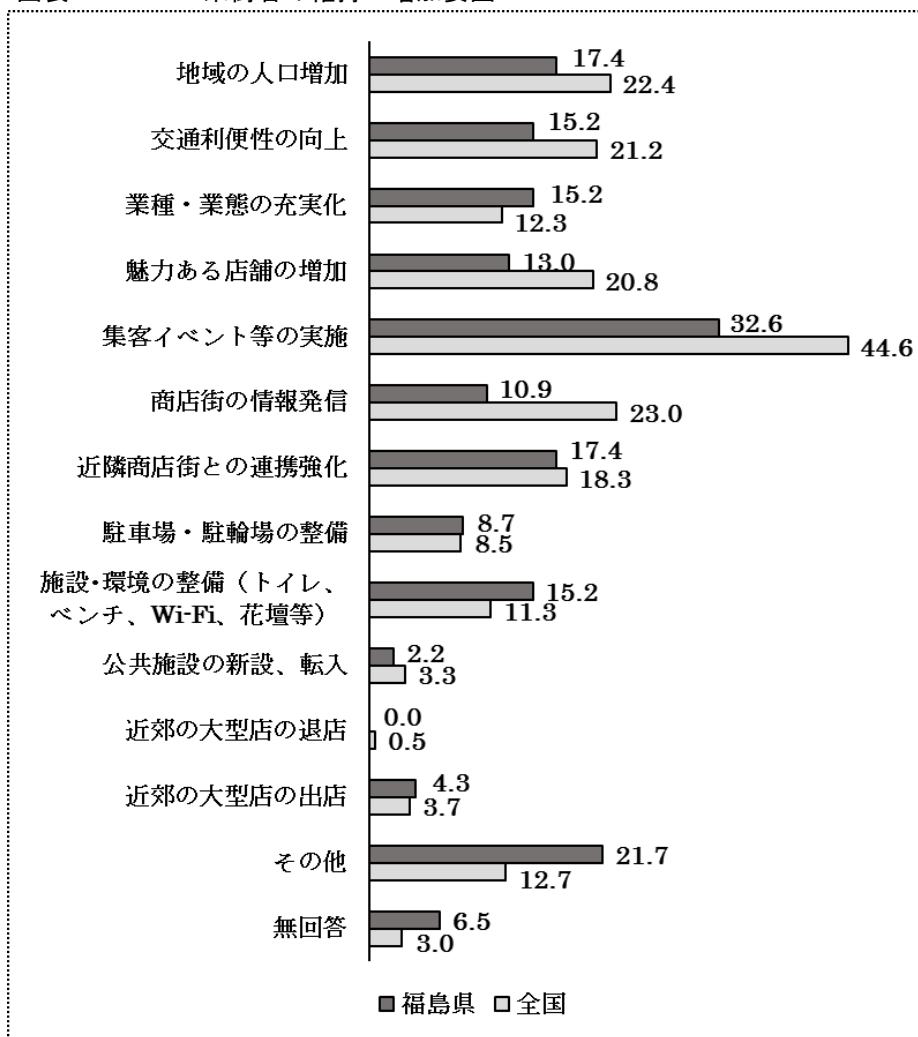


《全国調査との比較》

全国調査では、「集客イベント等の実施」が44.6%で最も高く、次いで「商店街の情報発信」が23.0%、「地域の人口増加」が22.4%となっており、本県とほぼ同じ傾向となっているが、本県で8番目となっている「商店街の情報発信」は、全国では2番目となっており、本県の商店街も来街者の維持・増加に向けて積極的な情報発信に取り組む必要があると思われる。

単位%（複数回答）

図表18-2 来街者の維持・増加要因

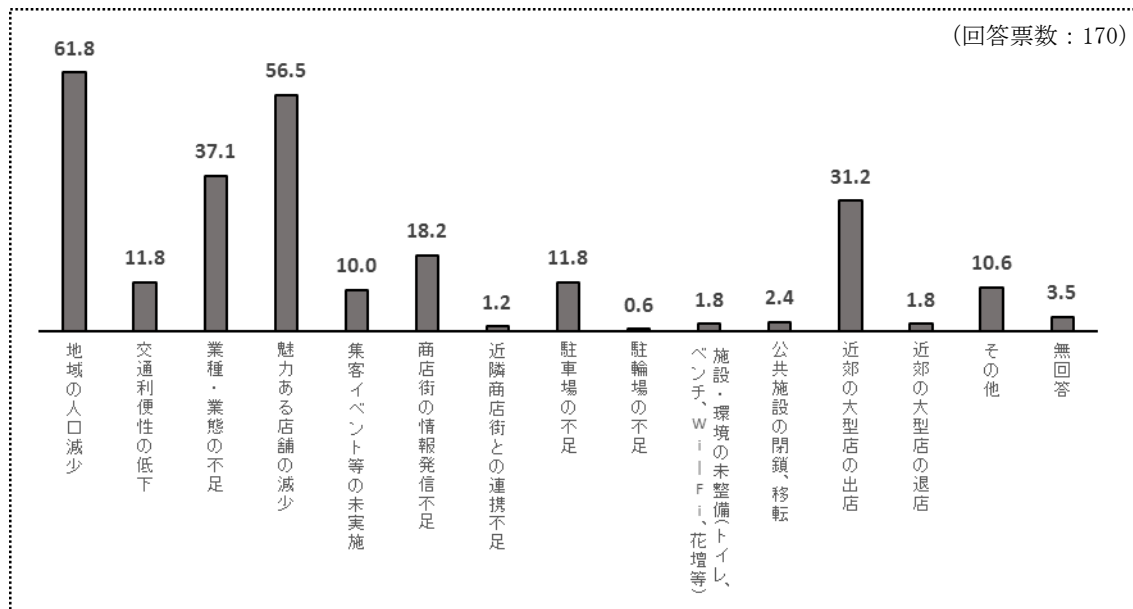


(6) 来街者が減少した要因（調査票 問8(3)）

来街者が「減少した」、「やや減少」と回答した商店街にその要因について尋ねたところ、「地域の人口減少」が61.8%と最も高く、次いで、「魅力ある店舗の減少」が56.5%、「業種・業態の不足」が37.1%となっている。

図表19-1 来街者の減少要因

単位%（複数回答）

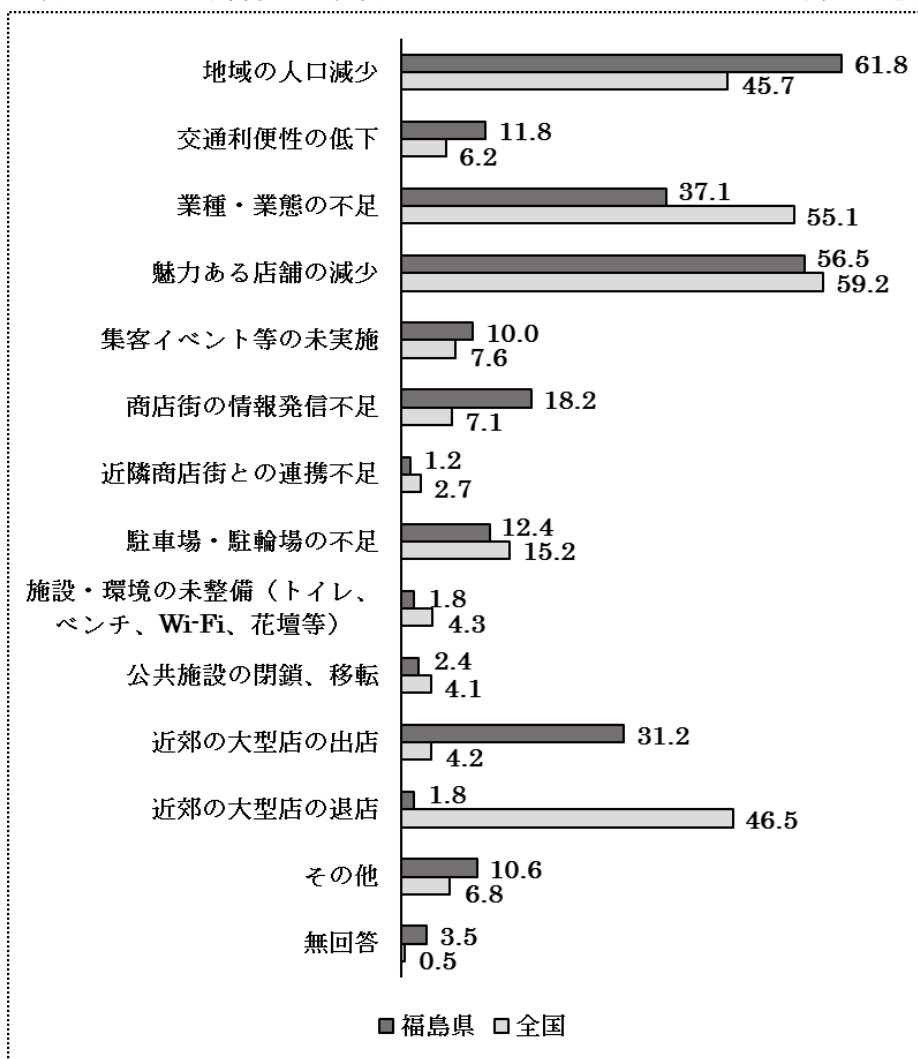


《全国調査との比較》

全国調査では、「魅力ある店舗の減少」が59.2%で最も高く、次いで「業種・業態の不足」が55.1%、「近郊の大型店の退店」が46.5%、「地域の人口減少」が45.7%となっており、4番目の「地域の人口減少」が、本県では最も多いことから、本県では人口減少の影響が大きく現れているとすることができる。

図表19-2 来街者の減少要因

単位%（複数回答）



(7) 大型店の影響（調査票 問9(1)）

ア 大型小売店舗の出店及び退店

過去3年間の大型小売店舗（売場面積1,000㎡超）の出店は、「出店なし」が70.9%であった。出店のあった商店街の中では「1店」が70.6%、「2店」が11.8%、「3店」が11.8%、「4店以上」が2.9%となっている。

また、過去3年間の大型小売店舗の退店については、「退店なし」が67.8%であり、退店数を回答した商店街における退店店舗数は全て「1店舗」であった。

出・退店した大型小売店舗の場所については、両者とも商店街の「内部」より「外部」が多くなっている。

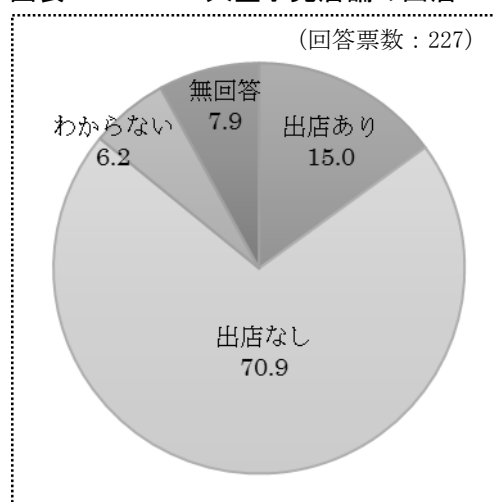
イ 出店・退店した大型小売店舗のタイプ（調査票 問9(2)、(3)）

出店した店舗のタイプは「ドラッグストア」が48.9%と最も高く、次いで「スーパー」が17.0%、「ディスカウントストア」及び「ホームセンター」が8.5%となっている。

大型小売店舗の出店による来街者の変化については、「減った」が38.3%、「やや減った」が25.5%となっている。

また、退店した店舗のタイプは、「スーパー」が57.1%、「ホームセンター」が14.3%となっており、退店による来街者の変化については、「変わらない」が42.9%、「やや減った」及び「減った」が14.3%となっている。

図表20-1 大型小売店舗の出店 単位%

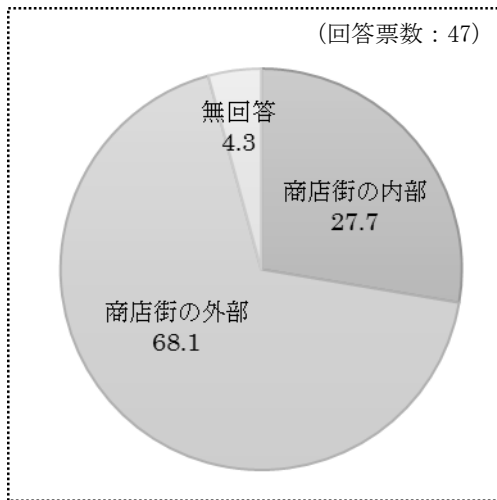


図表20-2 大型小売店舗の出店数 単位%

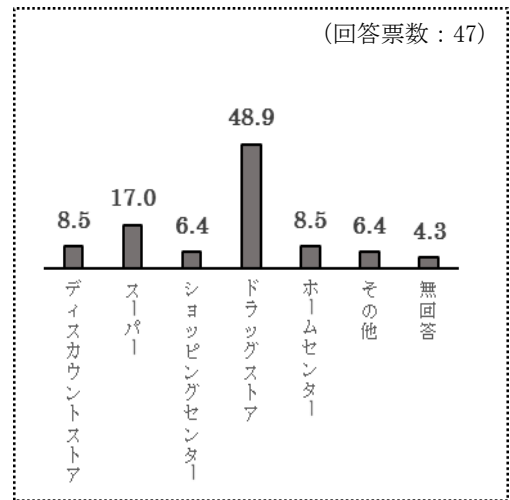
1店舗	2店舗	3店舗	4店舗以上	不明	単位%
70.6	11.8	11.8	2.9	2.9	

(回答票数：34)

図表 20-3 大型小売店舗の出店場所 単位%



図表 20-4 業種構成 (出店) 単位%

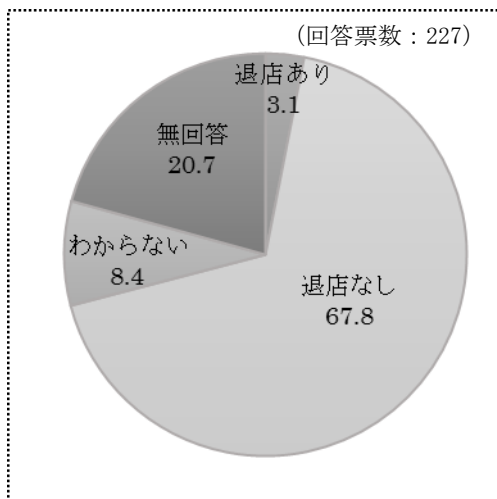


図表 20-5 大型小売店舗の出店による来街者の変化 単位%

	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	無回答
全体	2.1	4.3	23.4	25.5	38.3	6.4

(回答票数：47)

図表 21-1 大型小売店舗の退店 単位%

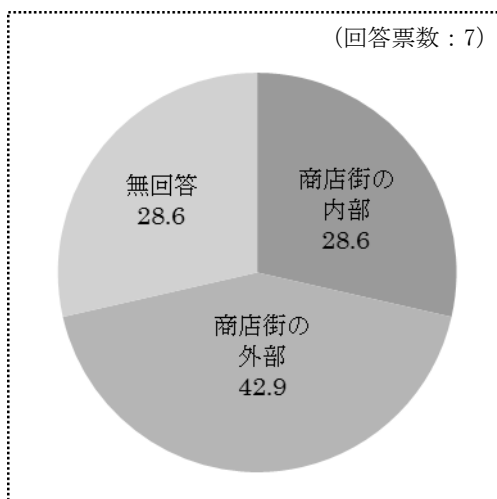


図表 21-2 大型小売店舗の退店数 単位%

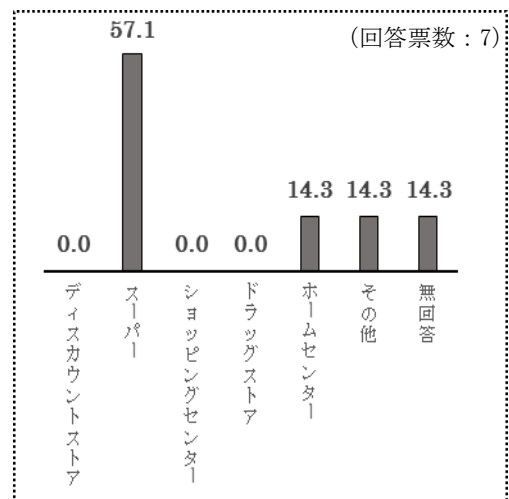
1店舗	2店舗	3店舗	4店舗以上	不明
85.7	0.0	0.0	0.0	14.3

(回答票数：7)

図表 21-3 大型小売店舗の退店場所 単位%



図表 21-4 業種構成 (退店) 単位%



図表 2 1 - 5 大型小売店舗の退店による来街者の変化

単位%

	増えた	やや増えた	変わらない	やや減った	減った	無回答
全体	0.0	0.0	42.9	14.3	14.3	28.6

(回答票数：7)

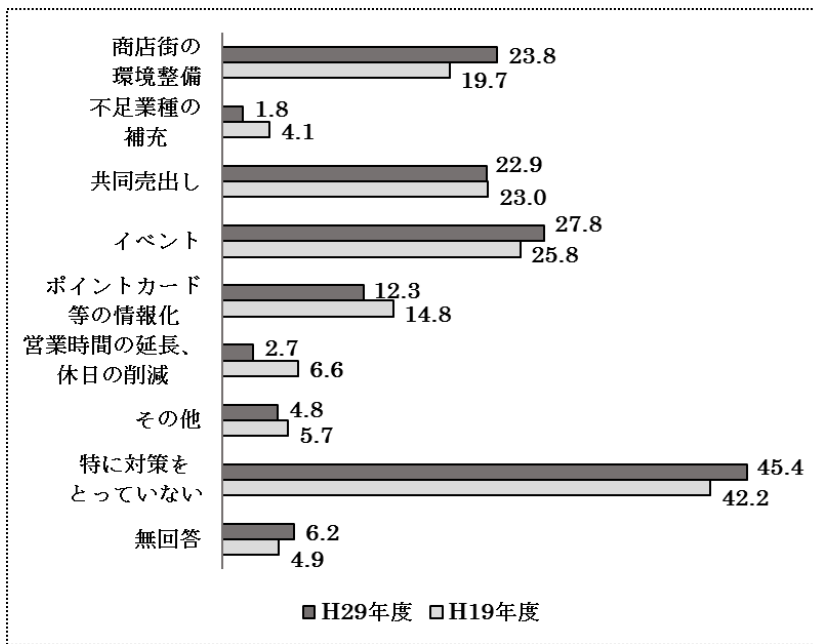
(8) 大型店に対する対策 (調査票 問 10)

大型店に対する対策は、「特に対策を取っていない」が 45.4%と最も高く、次いで「イベント」が 27.8%、「商店街の環境整備」が 23.8%、「共同売出し」が 22.9%となっている。

前回調査でも「対策をとっていない」が 42.2%と最も高く、次いで「イベント」が 25.8%となっており、前回調査とほぼ同様の傾向となっている。

図表 2 2 - 1 大型店に対する対策

単位% (複数回答)



図表 2 2 - 2 大型店に対する対策 (立地場所別、所在地別)

単位% (複数回答)

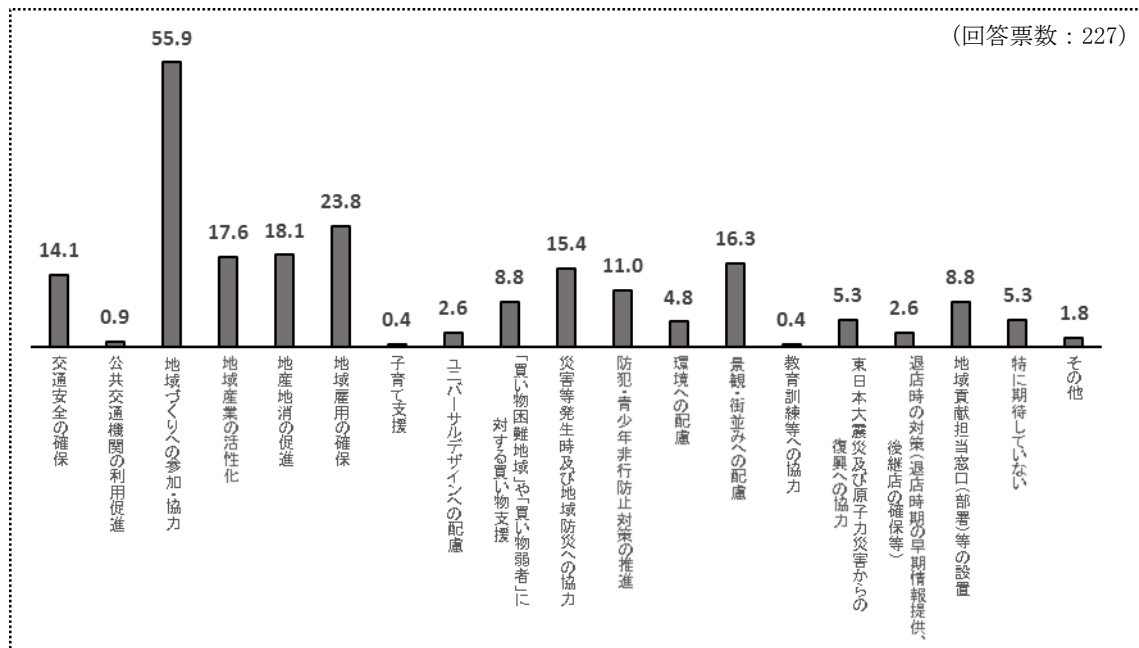
		商店街の環境整備	不足業種の補充	共同売出し	イベント	ポイントカード等の情報化	営業時間の延長	休日の削減	その他	特に対策をとっていない	無回答	回答票数
全体		23.8	1.8	22.9	27.8	12.3	1.8	0.9	4.8	45.4	6.2	227
立地場所別	駅前・駅近辺 (中心市街地)	32.6	2.3	16.3	25.6	7.0	0.0	0.0	2.3	46.5	4.7	43
	駅前・駅近辺 (中心市街地以外)	38.9	0.0	22.2	27.8	0.0	0.0	0.0	0.0	44.4	11.1	18
	中心市街地 (駅前・駅近辺以外)	29.1	2.5	27.8	39.2	15.2	5.1	0.0	1.3	41.8	0.0	79
	住宅街	23.1	7.7	23.1	23.1	15.4	0.0	0.0	15.4	38.5	7.7	13
	郊外幹線道路の沿線	7.1	0.0	21.4	14.3	28.6	0.0	0.0	28.6	42.9	14.3	14
	上記以外の市街地	11.1	0.0	18.5	29.6	11.1	0.0	3.7	7.4	48.1	7.4	27
	農山漁村地区	8.3	0.0	25.0	16.7	16.7	0.0	0.0	8.3	58.3	8.3	12
	その他	20.0	0.0	30.0	10.0	20.0	0.0	10.0	0.0	50.0	10.0	10
	無回答	0.0	0.0	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	54.5	27.3	11
	所在地別	市部	26.5	2.4	19.4	27.6	6.5	1.8	0.0	5.3	48.8	6.5
郡部		15.8	0.0	33.3	28.1	29.8	1.8	3.5	3.5	35.1	5.3	57

(9) 大型店に期待する地域貢献（調査票 問11）

大型店が近隣地域に出店する際に期待する地域貢献活動やまちづくりへの参画では、「地域づくりへの参加・協力」が55.9%で最も高く、次いで「地域雇用の確保」が23.8%、「地産地消の促進」が18.1%となっている。

図表23 大型店に期待する地域貢献

単位%（複数回答）

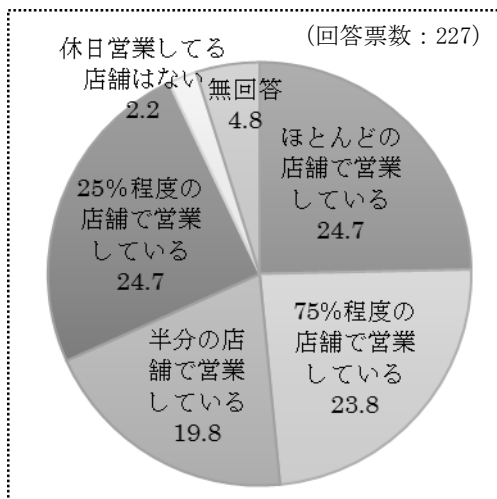


3. 商店街の店舗の状況について

(1) 休日に営業している店舗の割合（調査票 問12）

休日（土、日、祝祭日）に営業している店舗の割合は、「ほとんどの店舗で営業している」が 24.7%、「75%程度の店舗で営業している」が 23.8%、「半分の店舗で営業している」が 19.8%となっており、半分以上の店舗が営業している商店街の割合は、68.3%で全体の約 2/3 を占めている。

図表 24-1 休日の営業状況について 単位%



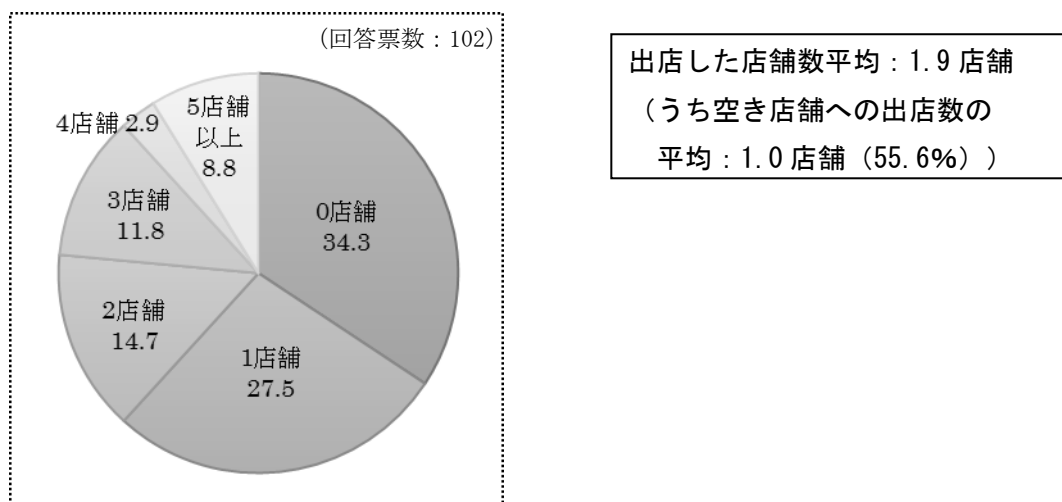
図表 24-2 休日に営業している店舗の割合（立地場所別、タイプ別） 単位%

		ほとんどの店舗で営業している	75%程度の店舗で営業している	半分の店舗で営業している	25%程度の店舗で営業している	休日営業してない店舗はない	無回答	回答票数
全体		24.7	23.8	19.8	24.7	2.2	4.8	227
立地場所別	駅前・駅近辺(中心市街地)	23.3	23.3	25.6	23.3	2.3	2.3	43
	駅前・駅近辺(中心市街地以外)	27.8	22.2	22.2	22.2	0.0	5.6	18
	中心市街地(駅前・駅近辺以外)	26.6	22.8	19.0	26.6	2.5	2.5	79
	住宅街	15.4	38.5	15.4	23.1	0.0	7.7	13
	郊外幹線道路の沿線	14.3	28.6	14.3	35.7	0.0	7.1	14
	上記以外の市街地	18.5	22.2	33.3	18.5	3.7	3.7	27
	農山漁村地区	41.7	16.7	0.0	41.7	0.0	0.0	12
	その他	50.0	20.0	0.0	20.0	0.0	10.0	10
	無回答	9.1	27.3	18.2	9.1	9.1	27.3	11
タイプ別	近隣型	23.2	22.3	20.5	26.8	3.6	3.6	112
	地域型	29.3	21.3	18.7	28.0	1.3	1.3	75
	広域型	18.2	54.5	18.2	9.1	0.0	0.0	11
	無回答	20.7	24.1	20.7	13.8	0.0	20.7	29

(2) 過去3年間で出店した店舗数（調査票 問13(1)）

過去3年間で出店した店舗数は、1商店街あたり「0店舗（出店なし）」が34.3%と最も高く、次いで「1店舗」が27.5%となっている。出店した店舗数の平均は1.9店舗となっており、出店した店舗のうち55.6%の1.0店舗が、空き店舗への出店となっている。

図表25-1 過去3年間で出店した店舗数 単位%



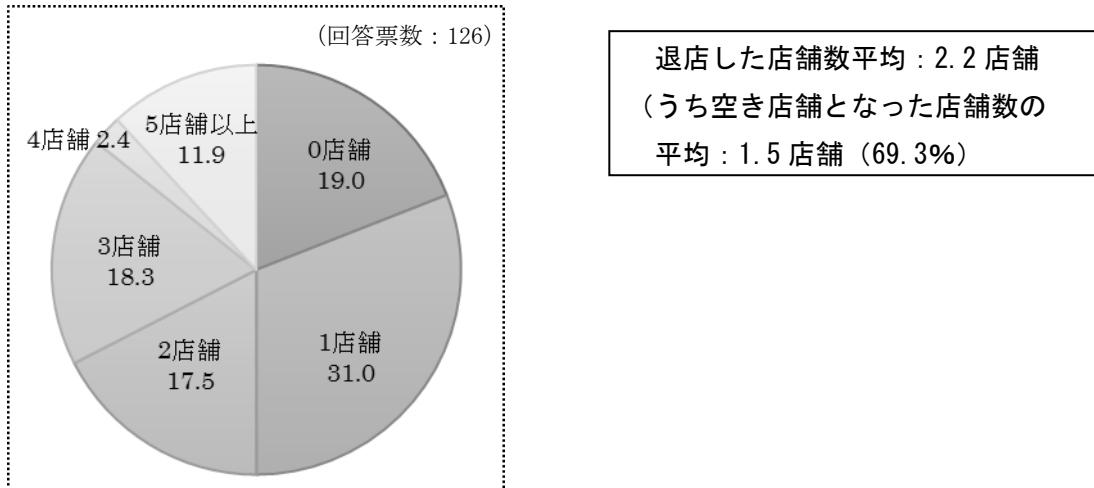
図表25-2 過去3年間で出店した店舗数（地区別、所在地別） 単位%

		0店舗	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗	5店舗以上	出店した店舗の総計	左の平均	空き店舗へ出店した店舗の総計	左の平均	回答票数
全体		34.3	27.5	14.7	11.8	2.9	8.8	189店舗	1.9店舗	105店舗	1.0店舗	102
地区別	県北地区	36.0	24.0	24.0	12.0	0.0	4.0	33店舗	1.3店舗	27店舗	1.1店舗	25
	県中地区	31.8	50.0	4.5	4.5	0.0	9.1	34店舗	1.5店舗	19店舗	0.9店舗	22
	県南地区	50.0	8.3	0.0	16.7	8.3	16.7	34店舗	2.8店舗	16店舗	1.3店舗	12
	会津地区	21.1	31.6	31.6	10.5	5.3	0.0	28店舗	1.5店舗	18店舗	0.9店舗	19
	相双地区	30.0	30.0	20.0	10.0	0.0	10.0	15店舗	1.5店舗	10店舗	1.0店舗	10
	いわき地区	42.9	7.1	0.0	21.4	7.1	21.4	45店舗	3.2店舗	15店舗	1.1店舗	14
所在地別	市部	25.6	29.3	18.3	13.4	3.7	9.8	175店舗	2.1店舗	96店舗	1.2店舗	82
	郡部	70.0	20.0	0.0	5.0	0.0	5.0	14店舗	0.7店舗	9店舗	0.5店舗	20

(3) 過去3年間で退店した店舗数（調査票 問13(2)）

過去3年間で退店した店舗数は、1商店街あたり「1店舗」が31.0%と最も高くなっており、次いで「0店舗（出店なし）」が19.0%となっている。退店した店舗数の平均は2.2店舗となっており、退店した店舗のうち69.3%の1.5店舗が空き店舗となっている。

図表 26-1 過去3年間で退店した店舗数 単位%



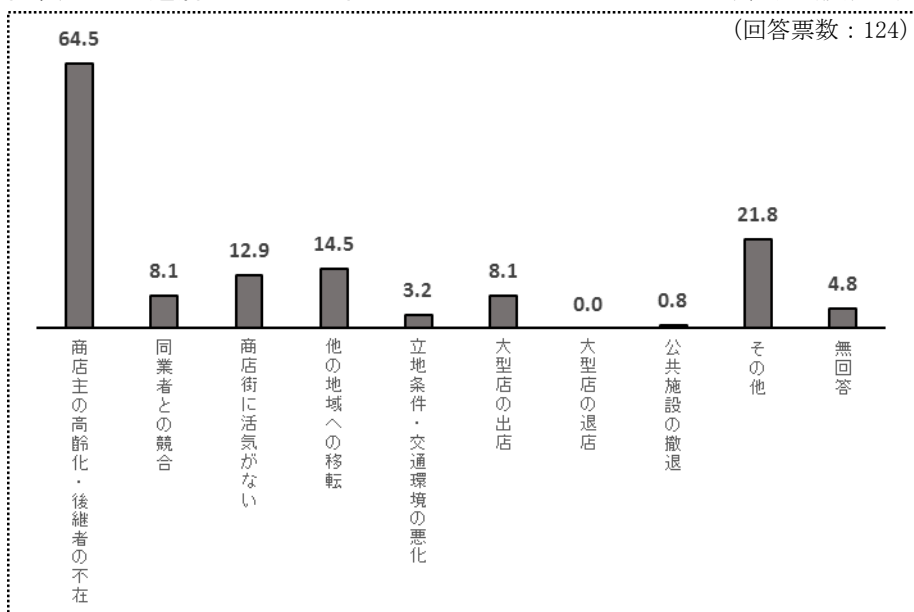
図表 26-2 過去3年間で退店した店舗数 (地区別、所在地別) 単位%

		0店舗	1店舗	2店舗	3店舗	4店舗	5店舗以上	退店した店舗の総計	左の平均	空き店舗となった店舗の総計	左の平均	回答票数
全体		19.0	31.0	17.5	18.3	2.4	11.9	280店舗	2.2店舗	194店舗	1.5店舗	126
地区別	県北地区	15.6	28.1	18.8	31.3	3.1	3.1	62店舗	1.9店舗	50店舗	1.6店舗	32
	県中地区	28.0	36.0	12.0	12.0	0.0	12.0	50店舗	2.0店舗	39店舗	1.6店舗	25
	県南地区	16.7	61.1	0.0	5.6	5.6	11.1	30店舗	1.7店舗	19店舗	1.1店舗	18
	会津地区	9.5	33.3	28.6	14.3	4.8	9.5	43店舗	2.0店舗	33店舗	1.6店舗	21
	相双地区	30.0	20.0	20.0	30.0	0.0	0.0	15店舗	1.5店舗	13店舗	1.3店舗	10
	いわき地区	20.0	5.0	25.0	15.0	0.0	35.0	80店舗	4.0店舗	40店舗	2.0店舗	20
所在地別	市部	17.9	27.4	18.9	20.0	3.2	12.6	221店舗	2.3店舗	145店舗	1.5店舗	95
	郡部	22.6	41.9	12.9	12.9	0.0	9.7	59店舗	1.9店舗	49店舗	1.6店舗	31

(4) 退店した主な理由 (調査票 問 13(3))

退店した主な理由は、「店主の高齢化・後継者の不在」が 64.5%と最も高く、次いで、「他の地域への移転」が 14.5%、「商店街に活気がない」が 12.9%となっている。

図表 27 退店した主な理由 単位% (複数回答)

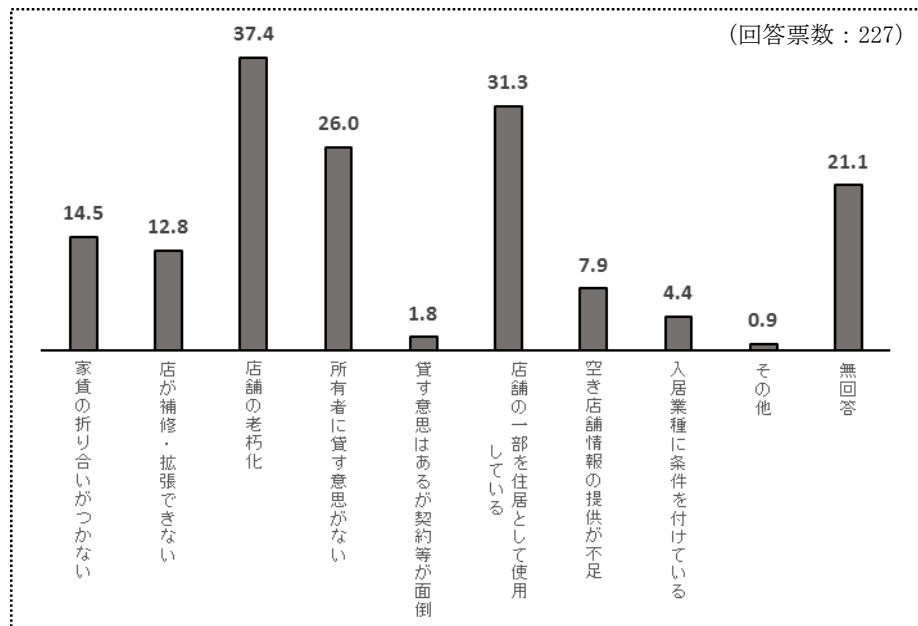


(5) 空き店舗がなくなる要因（調査票 問 14）

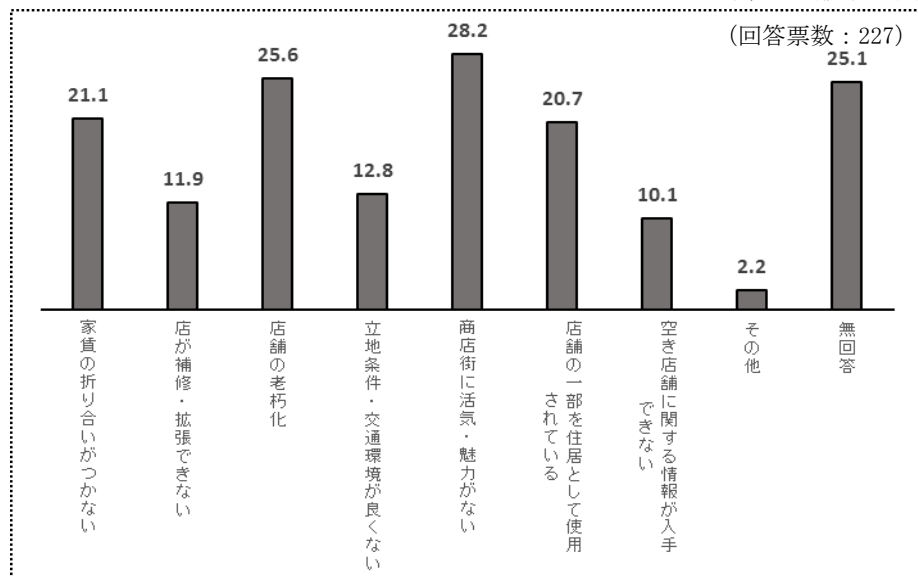
空き店舗がなくなる要因について、地主や家主など貸し手側の都合によるものは、「店舗の老朽化」が 37.4%と最も高く、次いで「店舗の一部を住居として使用している」が 31.3%、「所有者に貸す意思がない」が 26.0%となっている。

また、テナントなど借り手側の都合によるものは、「商店街に活気・魅力がない」が 28.2%と最も高く、次いで「店舗の老朽化」が 25.6%、「家賃の折り合いがつかない」が 21.1%、「店舗の一部が住居として使用されている」が 20.7%となっている。

図表 2 8 空き店舗がなくなる要因（貸し手側） 単位%（複数回答）



図表 2 9 空き店舗がなくなる要因（借り手側） 単位%（複数回答）

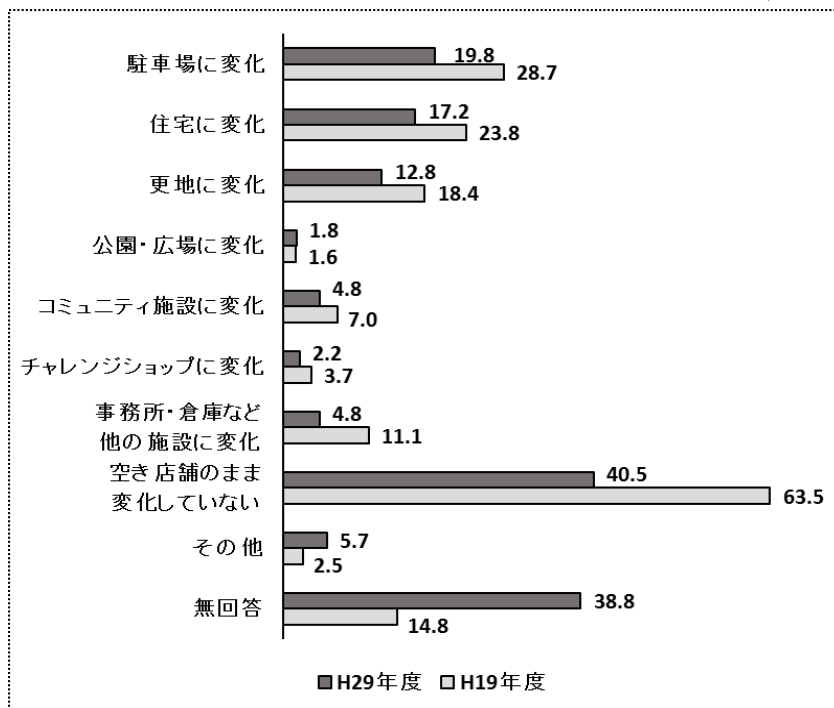


(6) 過去3年間における店舗（空き店舗を含む）の用途の変化（調査票 問15）

過去3年間における店舗（空き店舗を含む）の用途の変化は、「空き店舗のまま変化していない」が40.5%で最も高く、次いで「駐車場に変化」が19.8%、「住宅に変化」が17.2%、「更地に変化」が12.8%となっている。

無回答が多いことから単純に比較はできないものの、前回調査でも、「空き店舗のまま変化していない」が63.5%と最も高く、次いで「駐車場に変化」が28.7%となっており、前回調査とほぼ同様の傾向となっている。

図表30-1 過去3年間における店舗の用途変化 単位%（複数回答）



※ コミュニティ施設の例：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

図表30-2 過去3年間における店舗の用途変化（地区別、所在地別） 単位%（複数回答）

		駐車場に変化	住宅に変化	更地に変化	公園・広場に変化	コミュニティ施設に変化	チャレンジショップに変化	事務所・倉庫など他の施設に変化	空き店舗のまま変化していない	その他	無回答	回答票数
全体		19.8	17.2	12.8	1.8	4.8	2.2	4.8	40.5	5.7	38.8	227
地区別	県北地区	13.8	17.2	13.8	0.0	6.9	1.7	3.4	36.2	10.3	41.4	58
	県中地区	23.8	14.3	9.5	0.0	2.4	0.0	2.4	33.3	4.8	42.9	42
	県南地区	18.2	18.2	9.1	3.0	0.0	0.0	0.0	36.4	3.0	45.5	33
	会津地区	14.3	9.5	7.1	0.0	4.8	0.0	2.4	50.0	2.4	35.7	42
	相双地区	25.0	31.3	18.8	0.0	6.3	6.3	0.0	56.3	6.3	18.8	16
	いわき地区	30.6	22.2	22.2	8.3	8.3	8.3	19.4	41.7	5.6	36.1	36
所在地別	市部	23.5	17.6	13.5	2.4	5.9	2.9	6.5	41.2	5.3	35.9	170
	郡部	8.8	15.8	10.5	0.0	1.8	0.0	0.0	38.6	7.0	47.4	57

(7) 空き店舗の発生に対する取組（調査票 問16）

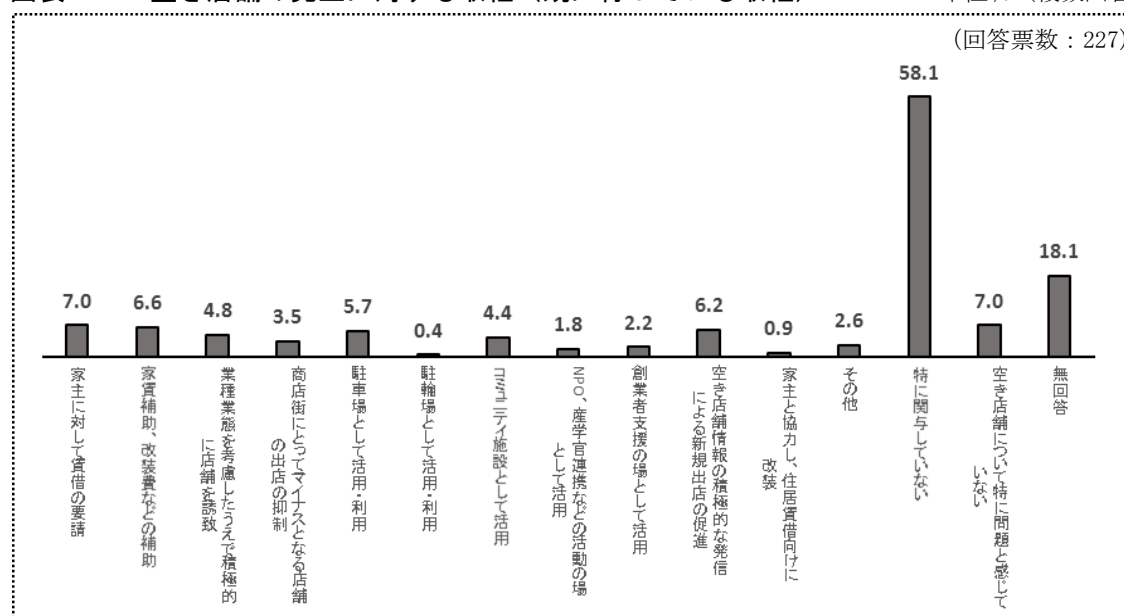
空き店舗の発生に対して既に行っている取組については、58.1%の商店街が「特に関与していない」と回答している。また、7.0%の商店街が「空き店舗について特に問題と感じていない」と回答している。

取り組んでいる事業は、「家主に対して賃借の要請」が7.0%、「家賃補助、改装費などの補助」が6.6%、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」が6.2%などとなっている。

また、空き店舗の発生に対する今後実施したい取組は、40.5%の商店街が「特に関与していない」と回答しており、実施したい取組としては、「コミュニティ施設として活用」が15.9%、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」が15.4%、「創業者支援の場として利用」が13.7%となっている。

図表3-1 空き店舗の発生に対する取組（既に行っている取組）

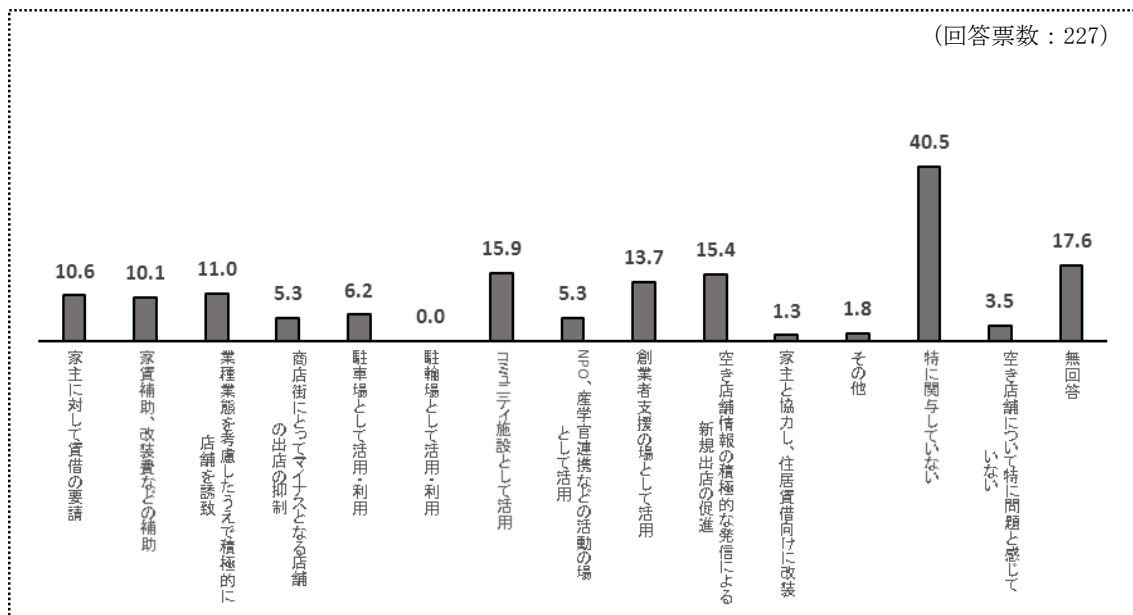
単位%（複数回答）



図表3-2 空き店舗の発生に対する取組（今後実施したい取組）

単位%（複数回答）

（回答票数：227）



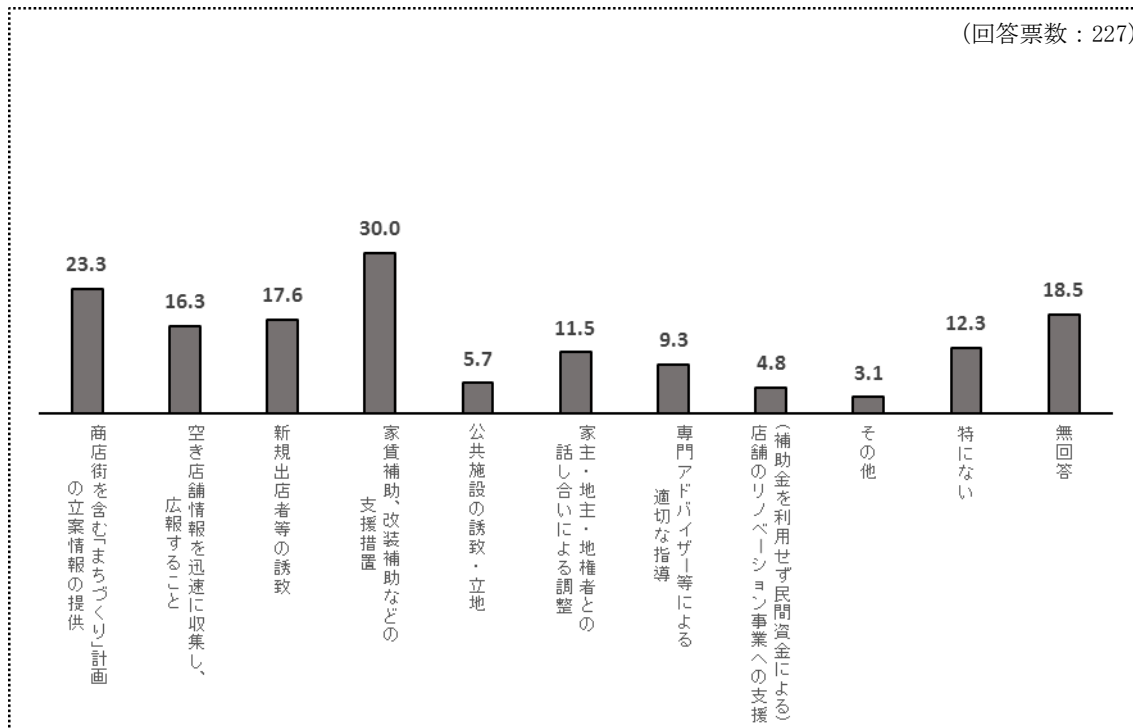
(8) 空き店舗問題に取り組む際に必要と思われる行政等の支援（調査票 問17）

空き店舗問題に取り組む際に必要と思われる行政等の支援は、「家賃補助、改装補助などの支援措置」が30.0%と最も高く、次いで「商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供」が23.3%、「新規出店者等の誘致」が17.6%、「空き店舗情報を迅速に収集し、広報すること」が16.3%となっている。

図表3-3-1 空き店舗の問題に対して必要な行政支援

単位%（複数回答）

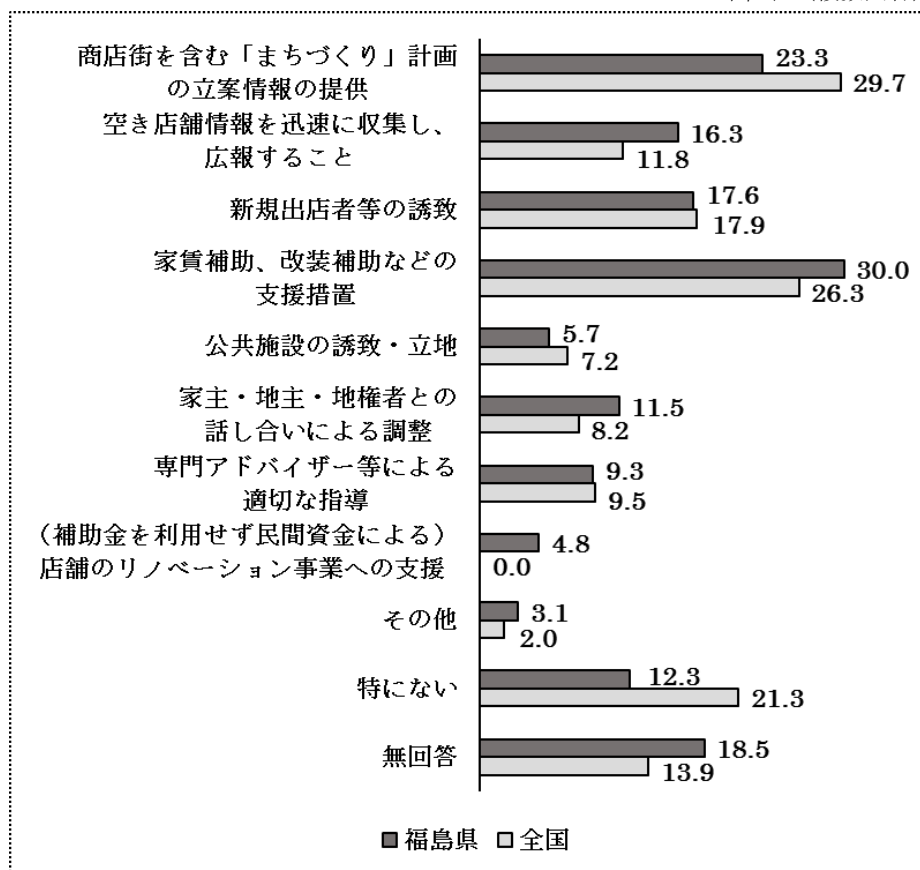
（回答票数：227）



《全国調査との比較》

全国調査でもほぼ同様の傾向であるが、全国では「商店街を含む「まちづくり」計画の立案情報の提供」が最も高く、「家賃補助、改装補助などの支援措置」は2番目となっている。

図表 3 3 - 2 空き店舗の問題に対して必要な行政支援 単位% (複数回答)



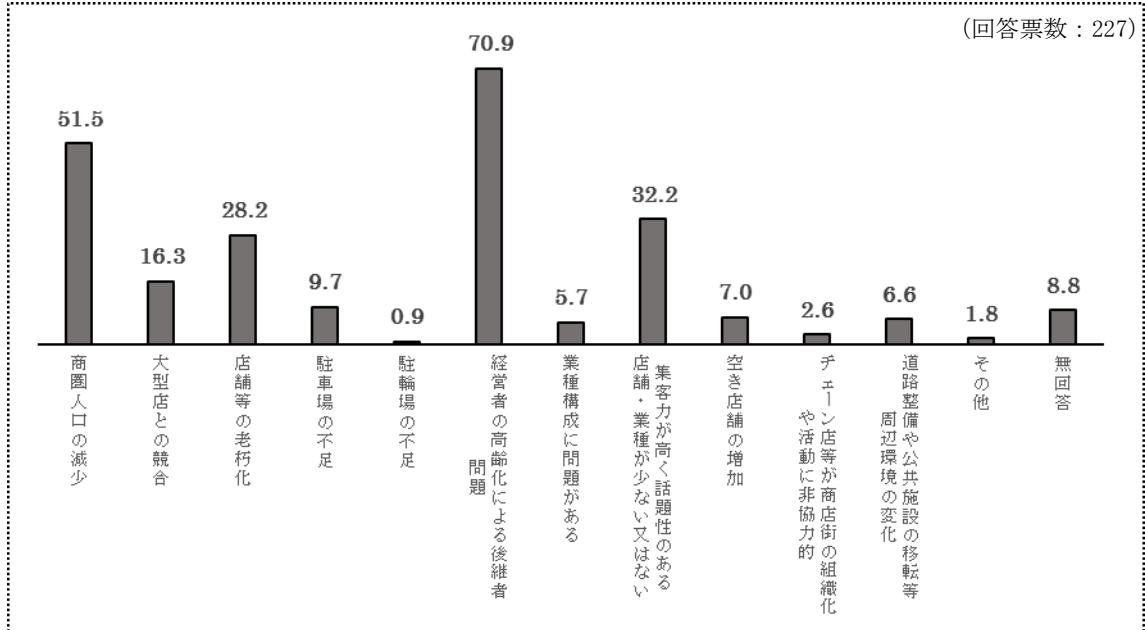
4. 商店街の抱える課題について

(1) 商店街で問題となっていること（調査票 問 18(1)）

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 70.9%と最も高く、次いで「商圈人口の減少」が 51.5%、「集客力が高く話題性のある店舗・業種が少ない又ははない」が 32.2%となっている。

図表 3 4 - 1 商店街で問題となっていること

単位%（複数回答）



図表 3 4 - 2 商店街で問題となっていること（地区別、所在地別）

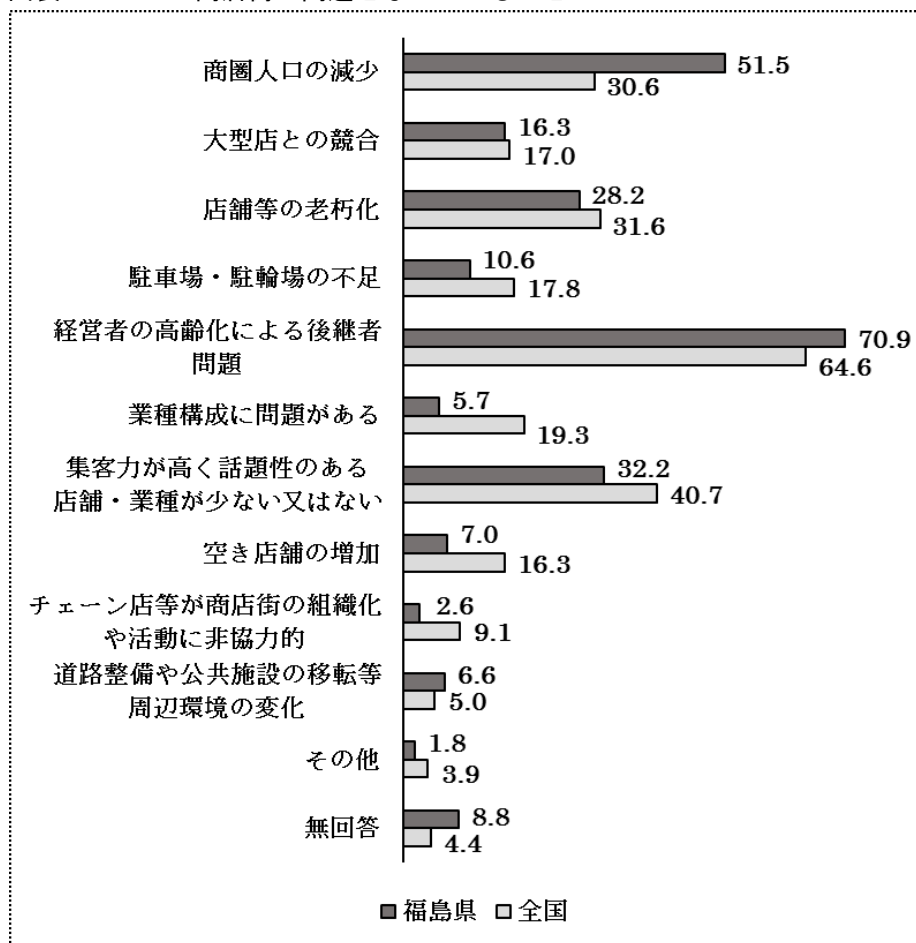
単位%（複数回答）

		商圈人口の減少	大型店との競合	店舗等の老朽化	駐車場の不足	駐輪場の不足	経営者の高齢化による後継者問題	業種構成に問題がある	集客力が高く話題性のある店舗・業種が少ない又ははない	空き店舗の増加	チェーン店等が商店街の組織化や経済活動非協力的	道路整備や公共施設等の移動等周辺環境の変化	その他	無回答	回答票数
全体		51.5	16.3	28.2	9.7	0.9	70.9	5.7	32.2	7.0	2.6	6.6	1.8	8.8	227
地区別	県北地区	53.4	19.0	20.7	6.9	3.4	69.0	5.2	36.2	10.3	1.7	13.8	0.0	5.2	58
	県中地区	47.6	7.1	42.9	16.7	0.0	69.0	0.0	35.7	4.8	7.1	4.8	4.8	7.1	42
	県南地区	66.7	33.3	24.2	15.2	0.0	75.8	0.0	21.2	3.0	3.0	3.0	0.0	6.1	33
	会津地区	61.9	9.5	28.6	2.4	0.0	76.2	2.4	33.3	7.1	0.0	7.1	0.0	9.5	42
	相双地区	50.0	25.0	6.3	18.8	0.0	68.8	25.0	18.8	12.5	0.0	0.0	6.3	12.5	16
	いわき地区	27.8	11.1	36.1	5.6	0.0	66.7	13.9	36.1	5.6	2.8	2.8	2.8	16.7	36
	所在地別	市部	43.5	13.5	30.0	10.0	1.2	68.2	7.6	34.1	7.1	2.9	8.2	1.2	10.0
	郡部	75.4	24.6	22.8	8.8	0.0	78.9	0.0	26.3	7.0	1.8	1.8	3.5	5.3	57

《全国調査との比較》

全国調査では、「経営者の高齢化による後継者問題」が64.6%と最も高く、「集客力が高く話題性のある店舗・業種が少ない又はない」が40.7%、「店舗等の老朽化」が31.6%、「商圈人口の減少」が30.6%となっている。全国調査で4番目となっている「商圈人口の減少」が本県では2番目と高くなっており、本県は全国より商圈人口減少が進んでいると考えることができる。

図表34-3 商店街で問題となっていること 単位%（複数回答）

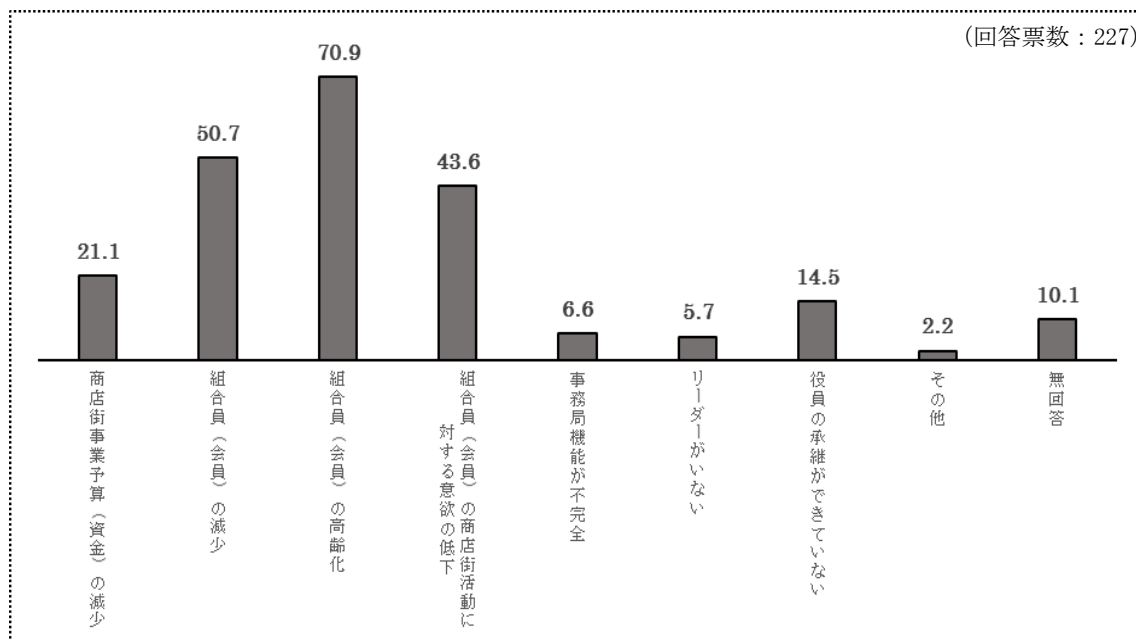


(2) 商店街の組織内部に係る問題 (調査票 問 18(2))

商店街の内部組織に係る問題は、「組合員(会員)の高齢化」が70.9%と最も高く、次いで、「組合員(会員)の減少」が50.7%、「組合員(会員)の商店活動に対する意欲の低下」が43.6%となっている。

図表 3 5 商店街の内部組織に係る問題

単位% (複数回答)



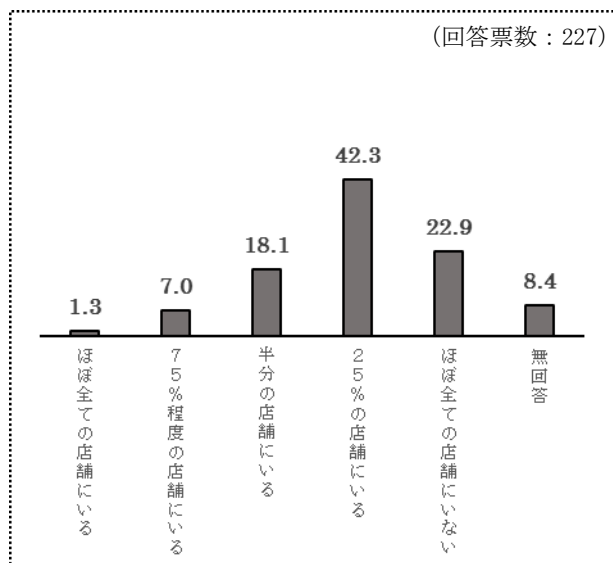
(3) 後継者・新たな担い手 (調査票 問 19(1))

後継者・新たな担い手は、「25%の店舗で後継者・新たな担い手がいる」が42.3%と最も高く、次いで「ほぼ全ての店舗で後継者・新たな担い手がない」が22.9%となっており、後継者・新たな担い手が少ない状況が伺える。

図表 3 6 - 1 後継者・新たな担い手がいる店舗の割合

(回答票数: 227)

単位%



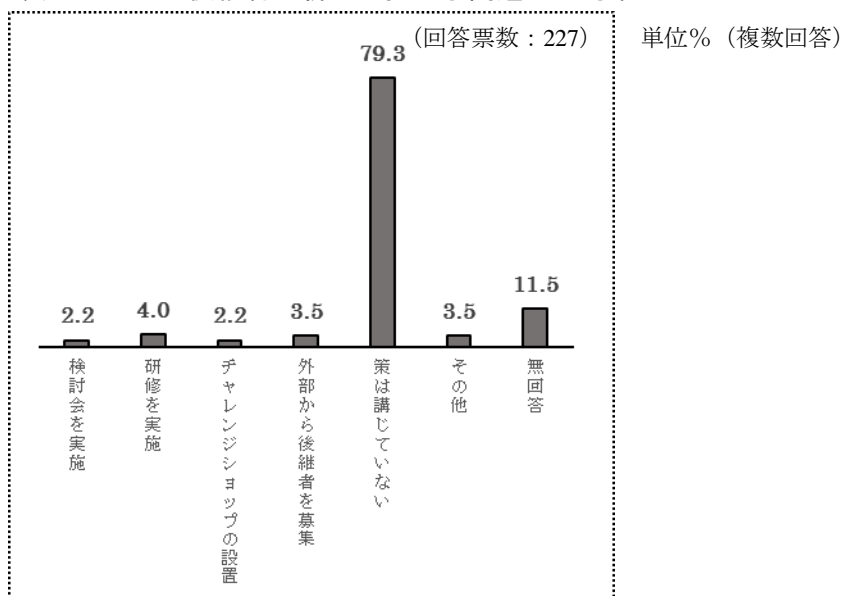
図表36-2 後継者・新たな担い手がいる店舗の割合（地区別、所在地別） 単位%

		ほぼ全ての店舗 にいる	75%程度の店舗 にいる	半分の店舗 にいる	25%の店舗 にいる	ほぼ全ての店舗 にいない	無回答	回答票数
全体		1.3	7.0	18.1	42.3	22.9	8.4	227
地区別	県北地区	1.7	6.9	17.2	46.6	24.1	3.4	58
	県中地区	4.8	4.8	19.0	38.1	21.4	11.9	42
	県南地区	0.0	9.1	15.2	51.5	21.2	3.0	33
	会津地区	0.0	9.5	9.5	40.5	28.6	11.9	42
	相双地区	0.0	0.0	31.3	37.5	25.0	6.3	16
	いわき地区	0.0	8.3	25.0	36.1	16.7	13.9	36
	所在地別	市部	1.8	7.1	20.0	41.8	19.4	10.0
	郡部	0.0	7.0	12.3	43.9	33.3	3.5	57

(4) 後継者・新たな担い手の問題への対策（調査票 問19(2)）

後継者・新たな担い手の問題への対策は、79.3%が「策は講じていない」と回答している。

図表37-1 後継者・新たな担い手問題への対策

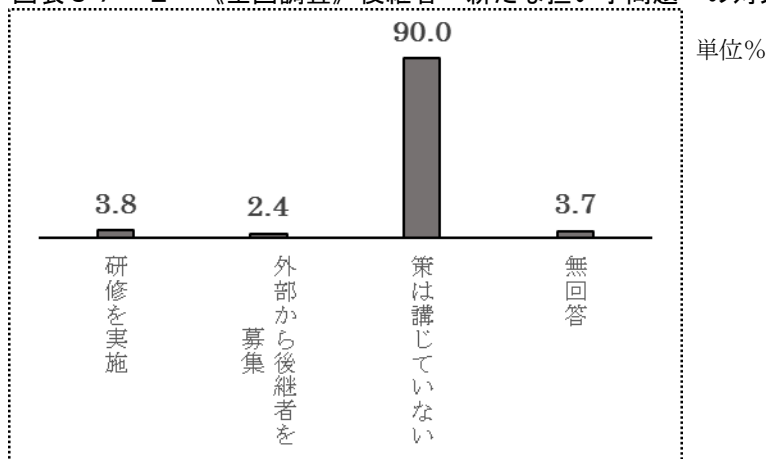


《全国調査との比較》

全国調査は、本県の調査より選択肢が少なく単純な比較はできないものの、全国調査においても「策は講じていない」が90.0%となっており、全国、本県ともに後継者対策を行っていない団体の割合が極めて高くなっている。

そのなかでも、研修や外部からの後継者募集に取り組んでいる商店街もあり、後継者等の確保に向けて、若手後継者の育成など意欲ある事業者に対する支援が必要と思われる。

図表37-2 《全国調査》後継者・新たな担い手問題への対策



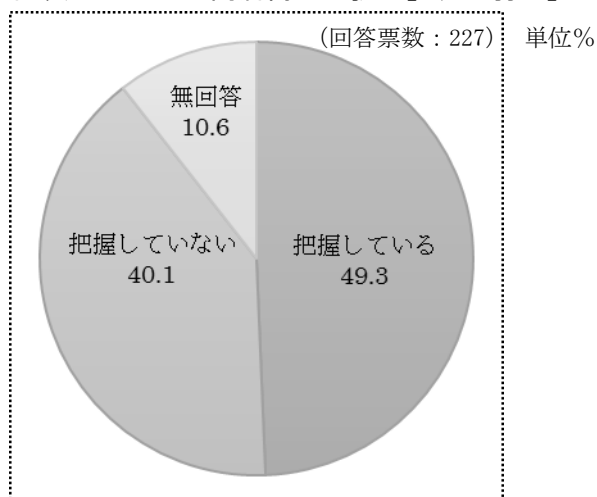
(5) 商店街の「強み」、「弱み」の把握 (調査票 問20、問21)

商店街の「強み」、「弱み」の把握については、「把握している」が49.3%となっている。

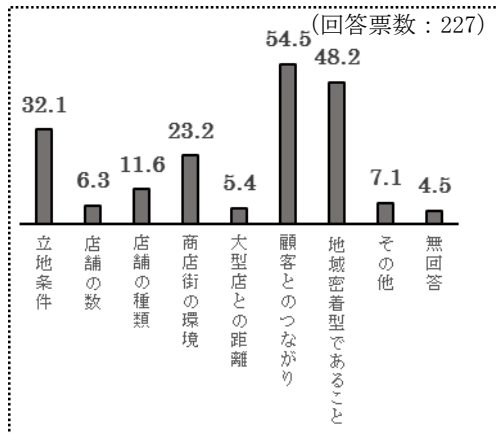
「強み」に関しては「顧客とのつながり」が54.5%と最も高く、次いで「地域密着型であること」が48.2%となっている。

「弱み」に関しては「店舗の種類」が57.1%と最も高く、次いで「店舗の数」が45.5%となっている。

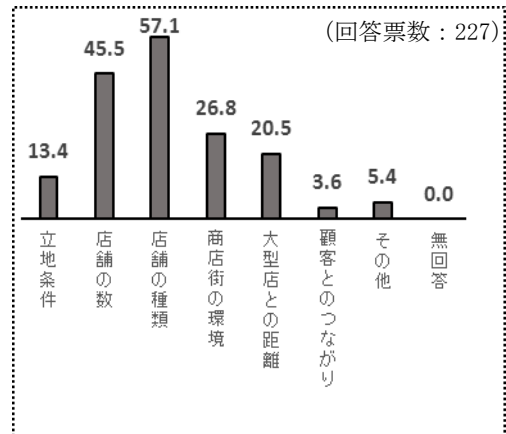
図表38-1 商店街の「強み」、「弱み」の把握



図表 38-2 商店街の強み 単位% (複数回答)



図表 38-3 商店街の弱み 単位% (複数回答)



図表 38-4 商店街の強み (組織別、組合員数別)

単位% (複数回答)

		立地条件	店舗の数	店舗の種類	商店街の環境	大型店との距離	顧客とのつながり	地域密着型であること	その他	無回答	回答票数
全体		32.1	6.3	11.6	23.2	5.4	54.5	48.2	7.1	4.5	112
組織別	商店街振興組合	46.9	15.6	21.9	46.9	6.3	46.9	40.6	3.1	0.0	32
	事業振興組合	0.0	0.0	28.6	0.0	14.3	57.1	0.0	0.0	0.0	7
	任意団体	27.9	1.5	4.4	14.7	2.9	58.8	52.9	10.3	7.4	68
	無回答	40.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	5
組合員数別	1~30名	29.3	5.3	13.3	21.3	2.7	54.7	50.7	8.0	5.3	75
	31~50名	42.9	0.0	14.3	23.8	9.5	71.4	42.9	4.8	0.0	21
	51~100名	35.7	21.4	0.0	35.7	14.3	28.6	35.7	7.1	7.1	14
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	100.0	0.0	0.0	2

図表 38-5 商店街の弱み (組織別、組合員数別)

単位% (複数回答)

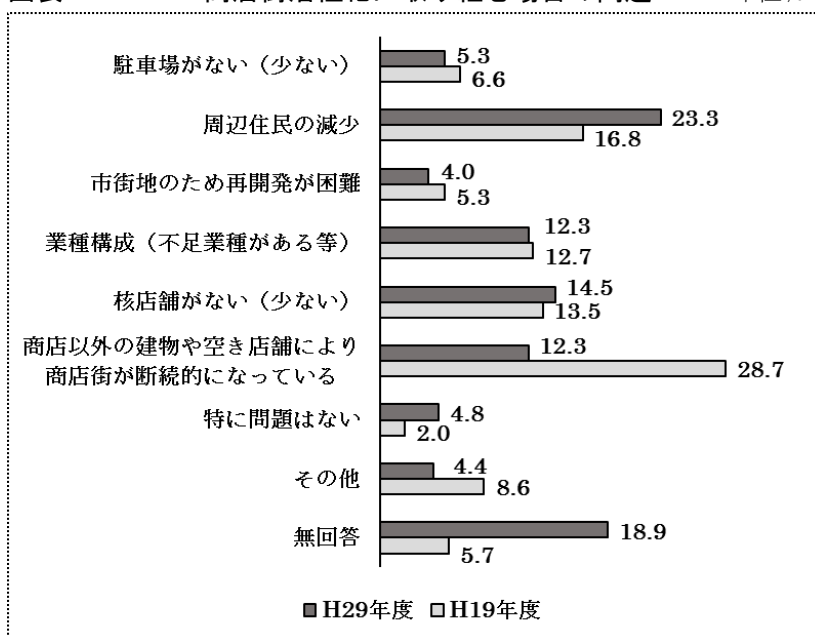
		立地条件	店舗の数	店舗の種類	商店街の環境	大型店との距離	顧客とのつながり	その他	無回答	回答票数
全体		13.4	45.5	57.1	26.8	20.5	3.6	6.3	5.4	112
組織別	商店街振興組合	46.9	15.6	21.9	46.9	46.9	6.3	46.9	0.0	32
	事業振興組合	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0	14.3	57.1	0.0	7
	任意団体	27.9	1.5	4.4	14.7	14.7	2.9	58.8	7.4	68
	無回答	40.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	40.0	0.0	5
組合員数別	1~30名	12.0	57.3	57.3	28.0	24.0	4.0	13.3	1.3	75
	31~50名	14.3	23.8	52.4	28.6	14.3	4.8	4.8	114.3	21
	51~100名	21.4	21.4	78.6	14.3	14.3	0.0	7.1	7.1	14
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	2

(6) 商店街の活性化に取り組む場合の問題（調査票 問 22）

商店街の活性化に取り組む場合の問題は、「周辺住民の減少」が 23.3%と最も高く、次いで、「核店舗がない（少ない）」が 14.5%、「業種不足（不足業種がある等）」及び「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」が 12.3%となっている。

今回調査では無回答が 18.9%と多く単純に比較はできないものの、前回調査では、「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」が 28.7%と最も高く、次いで、「周辺住民の減少」が 16.8%であったが、今回は「周辺住民の減少」が 23.3%と最も高くなっており、商店街周辺の人口減少の影響が現れているといえる。

図表 39-1 商店街活性化に取り組む場合の問題 単位%



図表 39-2 商店街活性化に取り組む場合の問題（組織別、組合員数別） 単位%

		駐車場がない（少ない）	周辺住民の減少	市街地のため再開発が困難	業種構成（不足業種がある等）	核店舗がない（少ない）	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	特に問題はない	その他	無回答	回答票数
全体		5.3	23.3	4.0	12.3	14.5	12.3	4.8	4.4	18.9	227
組織別	商店街振興組合	13.0	16.7	7.4	9.3	14.8	13.0	3.7	5.6	16.7	54
	事業協同組合	0.0	28.6	0.0	14.3	42.9	7.1	0.0	7.1	0.0	14
	任意団体	2.7	26.4	2.7	14.2	12.8	12.8	4.7	4.1	19.6	148
	無回答	9.1	9.1	9.1	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	45.5	11
組合員数別	1～30名	4.4	24.1	3.2	11.4	15.8	11.4	4.4	5.1	20.3	158
	31～50名	2.4	29.3	9.8	12.2	17.1	14.6	2.4	2.4	9.8	41
	51～100名	23.5	11.8	0.0	23.5	0.0	11.8	11.8	0.0	17.6	17
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	9.1	0.0	9.1	9.1	18.2	9.1	9.1	36.4	11

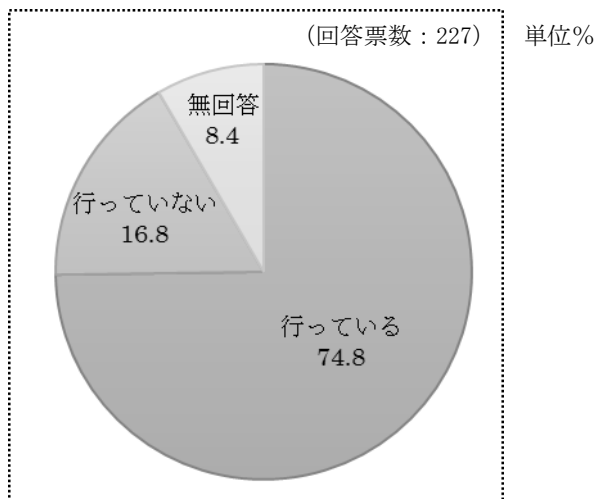
5. 商店街の活動状況について

(1) 各種団体等と連携した地域活動（調査票 問 23、問 24）

各種団体等と連携した地域活動は、74.8%の商店街が取り組んでおり、高い割合で連携活動を行っている。

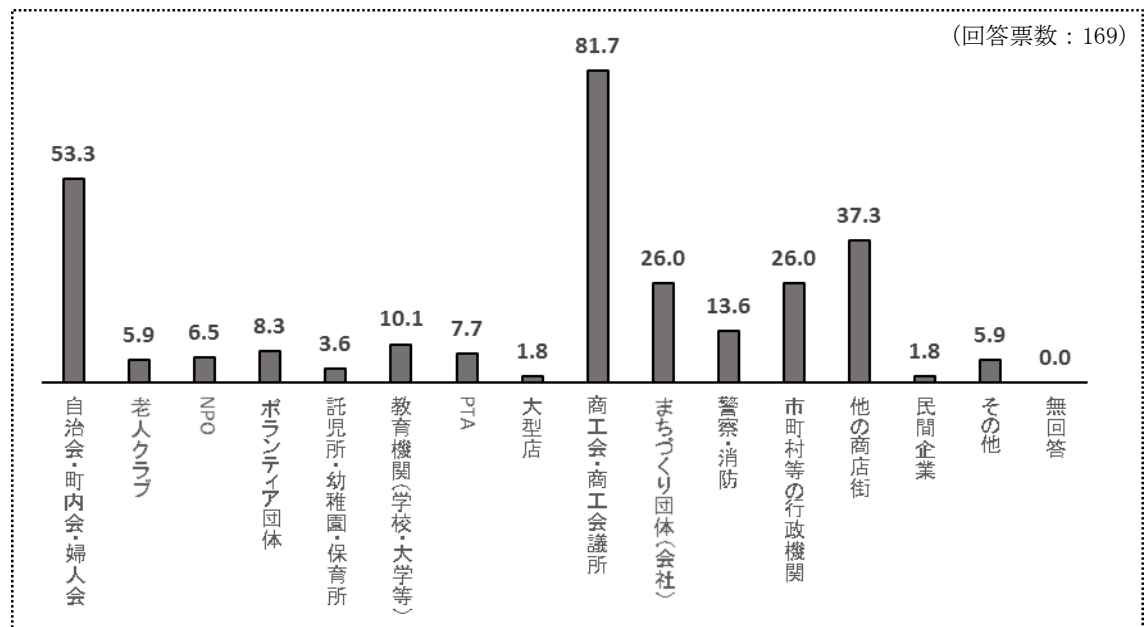
また、連携している地域活動団体は、「商工会・商工会議所」が81.7%と最も高く、次いで「自治会・町内会・婦人会」が53.3%、「他の商店街」が37.3%となっている。

図表 4 0 各種団体等との連携した地域活動



図表 4 1 商店街と連携して活動を行っている地域活動団体

単位%（複数回答）

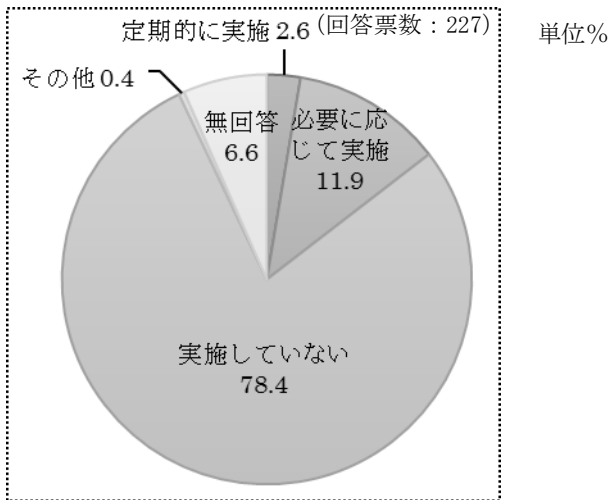


(2) 商店街において実施している調査（調査票 問 25）

商店街における来街者のニーズ調査は、14.5%の商店街で「定期的実施」又は「必要に応じて実施」している。

また、通行量調査は、27.3%の商店街で「定期的実施」又は「必要に応じて実施」している。

図表 4 2 - 1 来街者のニーズ調査実施状況



図表 4 2 - 2 来街者のニーズ調査実施状況（組織別、組合員数別）

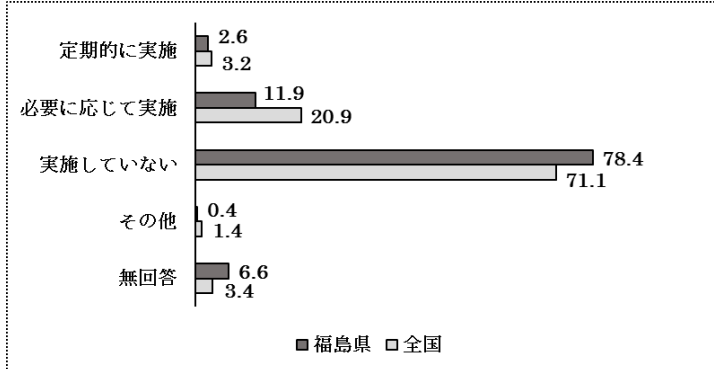
		定期的実施	必要に応じて実施	実施していない	その他	無回答	回答票数
全体		2.6	11.9	78.4	0.4	6.6	227
組織別	商店街振興組合	0.0	24.1	74.1	0.0	1.9	54
	事業協同組合	0.0	21.4	78.6	0.0	0.0	14
	任意団体	4.1	7.4	80.4	0.7	7.4	148
	無回答	0.0	0.0	72.7	0.0	27.3	11
	1～30名	3.2	11.4	79.1	0.6	5.7	158
組合員数別	31～50名	0.0	14.6	80.5	0.0	4.9	41
	51～100名	5.9	11.8	76.5	0.0	5.9	17
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	9.1	63.6	0.0	27.3	11

単位%

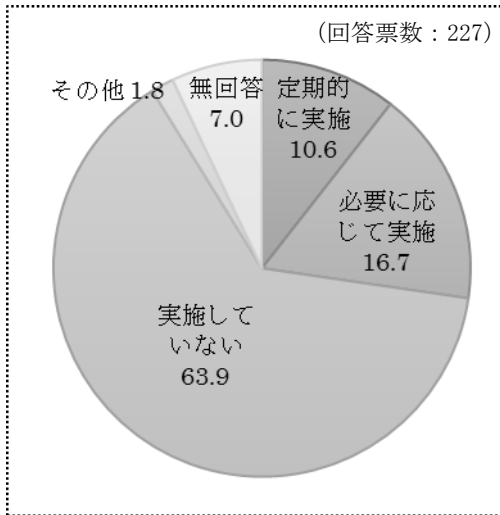
《全国調査との比較》

全国調査では、24.1%の商店街が来街者のニーズ調査を「定期的実施」又は「必要に応じて実施」しており、本県では実施している商店街の割合がやや低くなっている。

図表 4 2 - 3 来街者のニーズ調査実施状況



図表 4 3 - 1 通行量調査実施状況 単位%



図表 4 3 - 2 通行量調査実施状況（組織別、組合員数別）

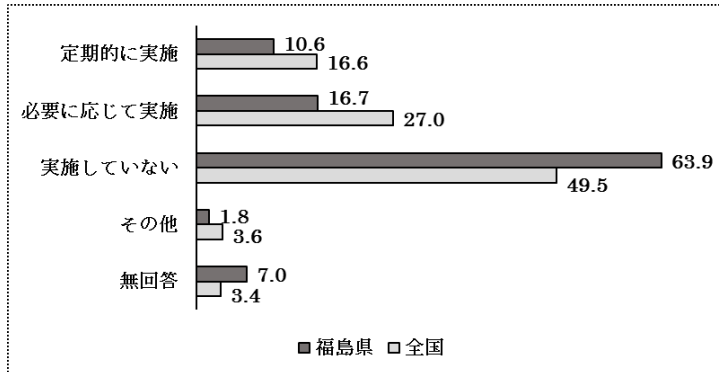
単位%

		定期的に実施	必要に応じて実施	実施していない	その他	無回答	回答票数
全体		10.6	16.7	63.9	1.8	7.0	227
組織別	商店街振興組合	16.7	20.4	59.3	1.9	1.9	54
	事業協同組合	14.3	7.1	78.6	0.0	0.0	14
	任意団体	8.8	16.2	64.9	2.0	8.1	148
	無回答	0.0	18.2	54.5	0.0	27.3	11
組合員数別	1～30名	8.2	15.2	69.0	1.9	5.7	158
	31～50名	14.6	17.1	61.0	2.4	4.9	41
	51～100名	29.4	35.3	29.4	0.0	5.9	17
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	9.1	54.5	0.0	36.4	11

《全国調査との比較》

全国調査では、43.6%の商店街が通行量調査を「定期的に実施」又は「必要に応じて実施」しているとしており、本県より実施の割合が高くなっている。

図表 4 3 - 3 通行量調査実施状況 単位%

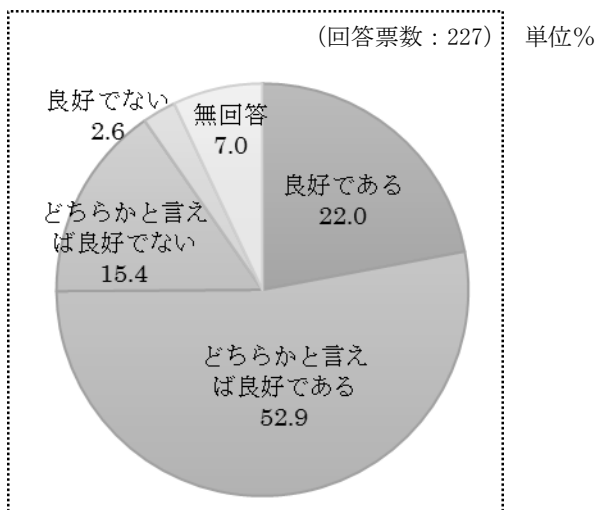


(3) 組合員（会員）間の連携・協力状況（調査票 問 26(1)、(2)）

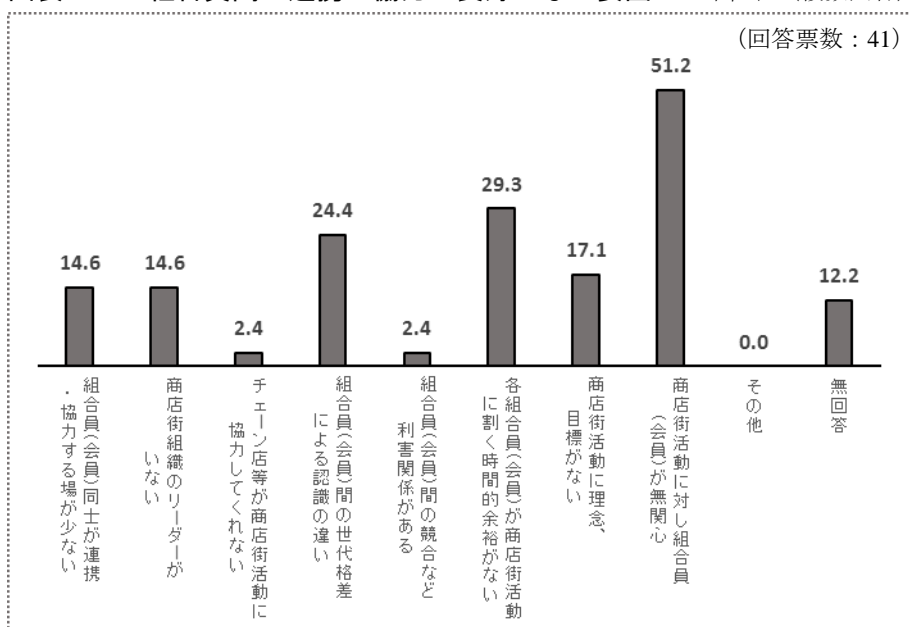
商店街の組合員（会員）間の連携・協力状況は、74.9%の商店街で「良好である」又は「どちらかと言えば良好である」と回答している。

また、「良好でない」又は「どちらかと言えば良好でない」と回答した商店街では、理由として「商店街活動に対し組合員（会員）が無関心」が 51.2%で最も高く、次いで「各組合員（会員）が商店街活動に割く時間的余裕がない」が 29.3%、「組合員（会員）間の世代格差による認識の違い」が 24.4%となっている。

図表 4 4 組合員間の連携協力状況について



図表 4 5 組合員間の連携・協力が良好でない要因 単位%（複数回答）



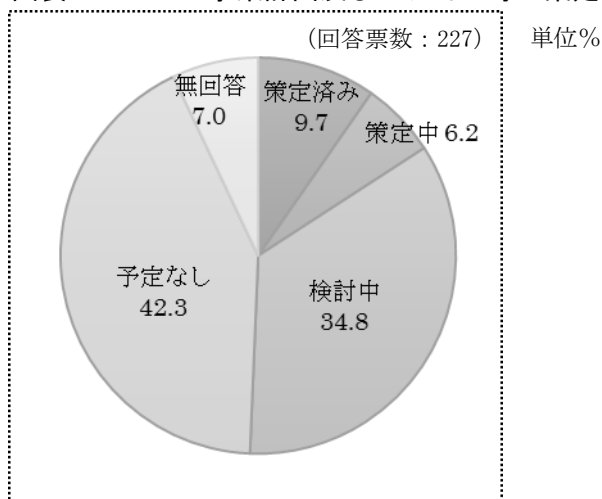
(4) 商店街の活性化に向けた事業計画・ビジョン等の策定状況

(調査票 問 26(3)、(4))

商店街の活性化に向けた事業計画やビジョン等の策定状況は、「策定済み」が 9.7%、「策定中」が 6.2%、「検討中」が 34.8%であり、これらを合わせると 50.7%となり、半数の商店街が事業計画の策定に関わっている。

また、策定済みの商店街のうち、実際に策定した事業を「実施済み」は 31.8%、「取組中」は 59.1%となっている。

図表 4 6 - 1 事業計画及びビジョン等の策定状況



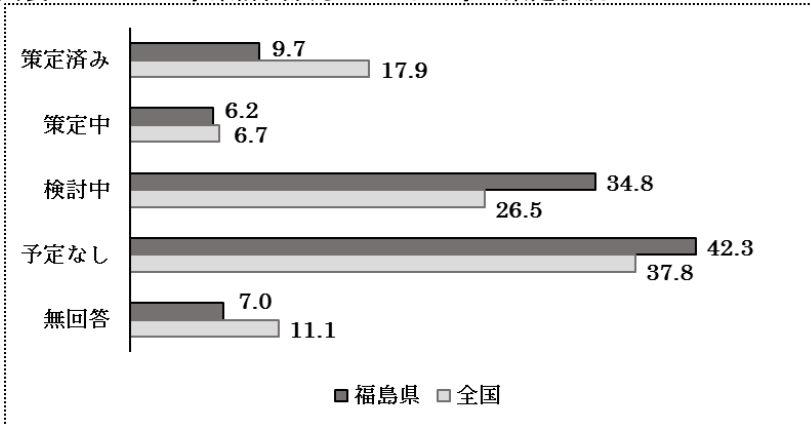
図表 4 6 - 2 事業計画及びビジョン等の策定状況 (組織別、組合員数別) 単位%

		策定済み	策定中	検討中	予定なし	無回答	回答票数
全体		9.7	6.2	34.8	42.3	7.0	227
組織別	商店街振興組合	9.3	3.7	46.3	37.0	3.7	54
	事業協同組合	7.1	14.3	28.6	50.0	0.0	14
	任意団体	9.5	6.8	32.4	44.6	6.8	148
	無回答	18.2	0.0	18.2	27.3	36.4	11
組合員数別	1~30名	9.5	7.6	32.3	44.9	5.7	158
	31~50名	4.9	2.4	48.8	36.6	7.3	41
	51~100名	29.4	5.9	29.4	29.4	5.9	17
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	0.0	27.3	45.5	27.3	11

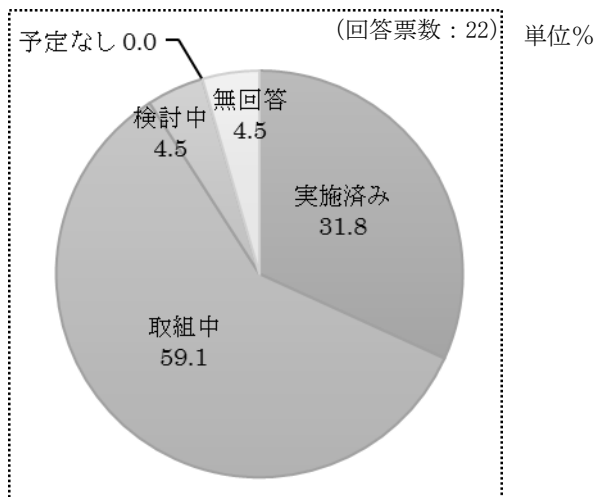
《全国調査との比較》

全国調査では、「策定済み」、「策定中」、「検討中」の団体の合計は51.1%であり、本県の50.7%とほぼ同じとなっているが、「策定済み」の割合が本県よりも高くなっている。

図表 4 6 - 3 事業計画及びビジョン等の策定状況 単位%



図表 4 7 - 1 策定された事業計画及びビジョン等の実施状況



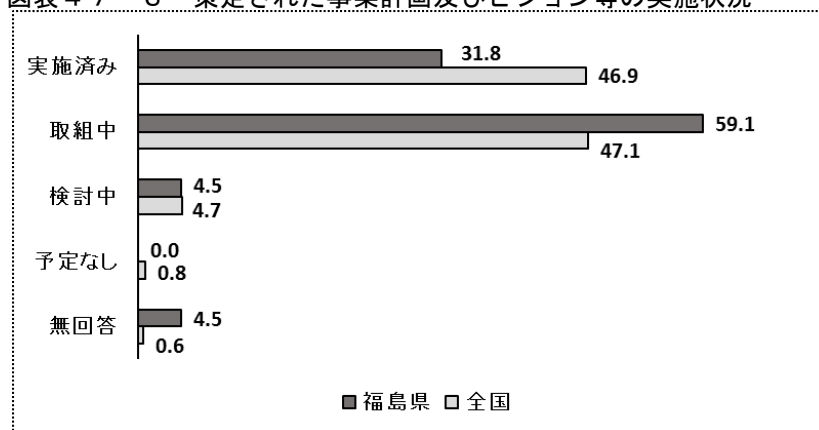
図表 4 7 - 2 策定された事業計画及びビジョン等の実施状況（組織別、組合員数別） 単位%

		実施済み	取組中	検討中	予定なし	無回答	回答票数
全体		31.8	59.1	4.5	0.0	4.5	22
組織別	商店街振興組合	20.0	60.0	20.0	0.0	0.0	5
	事業協同組合	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	1
	任意団体	35.7	57.1	0.0	0.0	7.1	14
	無回答	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	2
組合員数別	1～30名	33.3	53.3	6.7	0.0	6.7	15
	31～50名	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	2
	51～100名	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	5
	101名以上	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0
	無回答	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0

《全国調査との比較》

全国調査では、策定された事業計画及びビジョン等を実施済みとしている団体は 46.9%と本県より 10%以上高く、取組中の団体は 47.1%と本県より 10%以上低くなっていることから、全国と比べて本県は取組の進捗がやや遅れているといえる。

図表 4 7 - 3 策定された事業計画及びビジョン等の実施状況 単位%



(5) 商店街の活性化のための事業への取組（地域活動・ソフト事業）

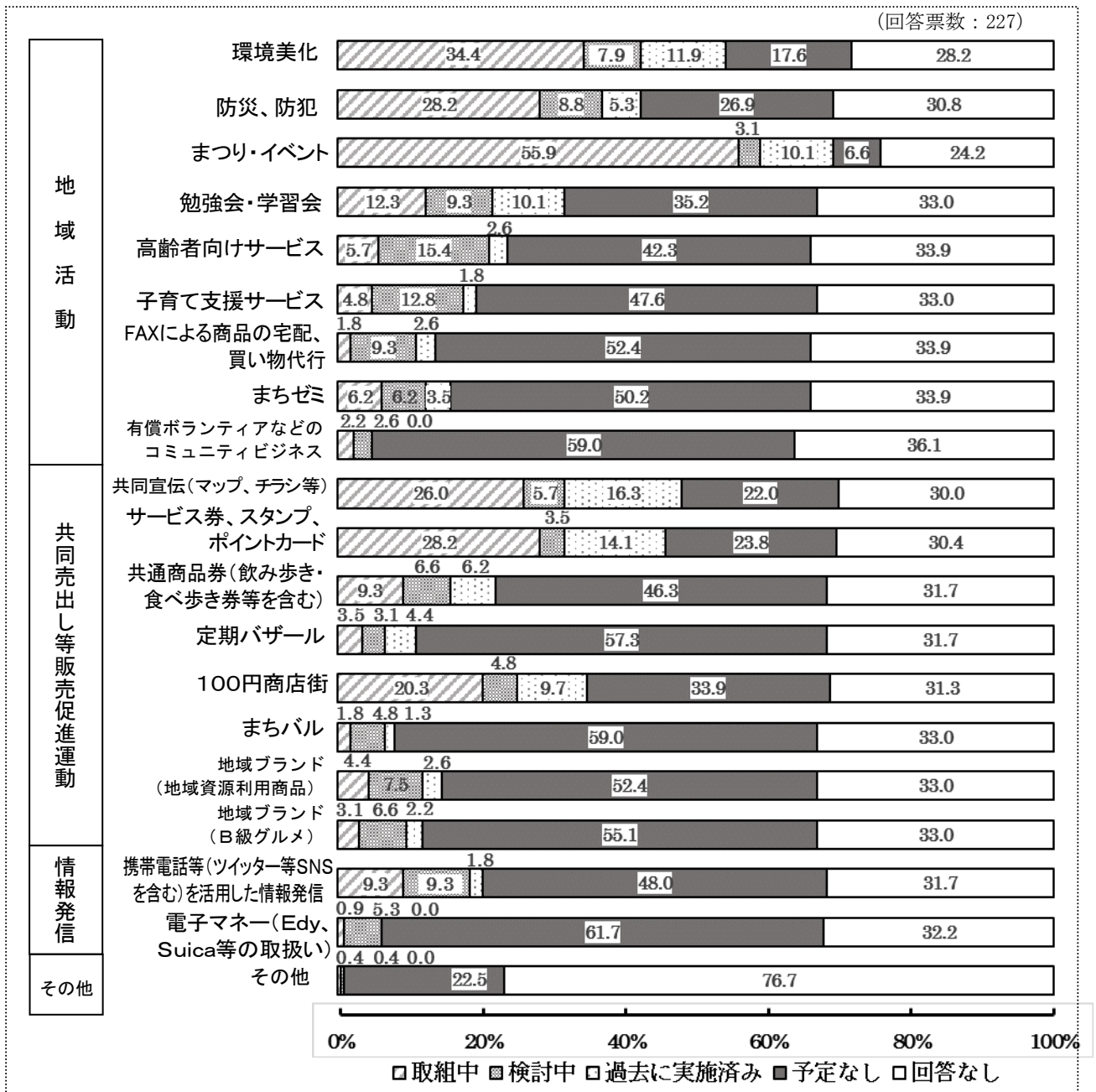
(調査票 問 26(5))

商店街の活性化のための事業で地域活動・ソフト事業における取組中のものは、「まつり・イベント」が55.9%で最も高くなっており、次いで、「環境美化」が34.4%、「防災・防犯」が28.2%、「サービス券、スタンプ、ポイントカード」が28.2%となっている。

また、検討中のものは、「高齢者向けサービス」が15.4%、「子育て支援サービス」が12.8%、「勉強会・講習会」が9.3%、「FAXによる商品の宅配、買い物代行」が9.3%、「携帯電話等（ツイッター等 SNS を含む）を活用した情報発信」が9.3%となっている。

図表 4 8 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）

単位%



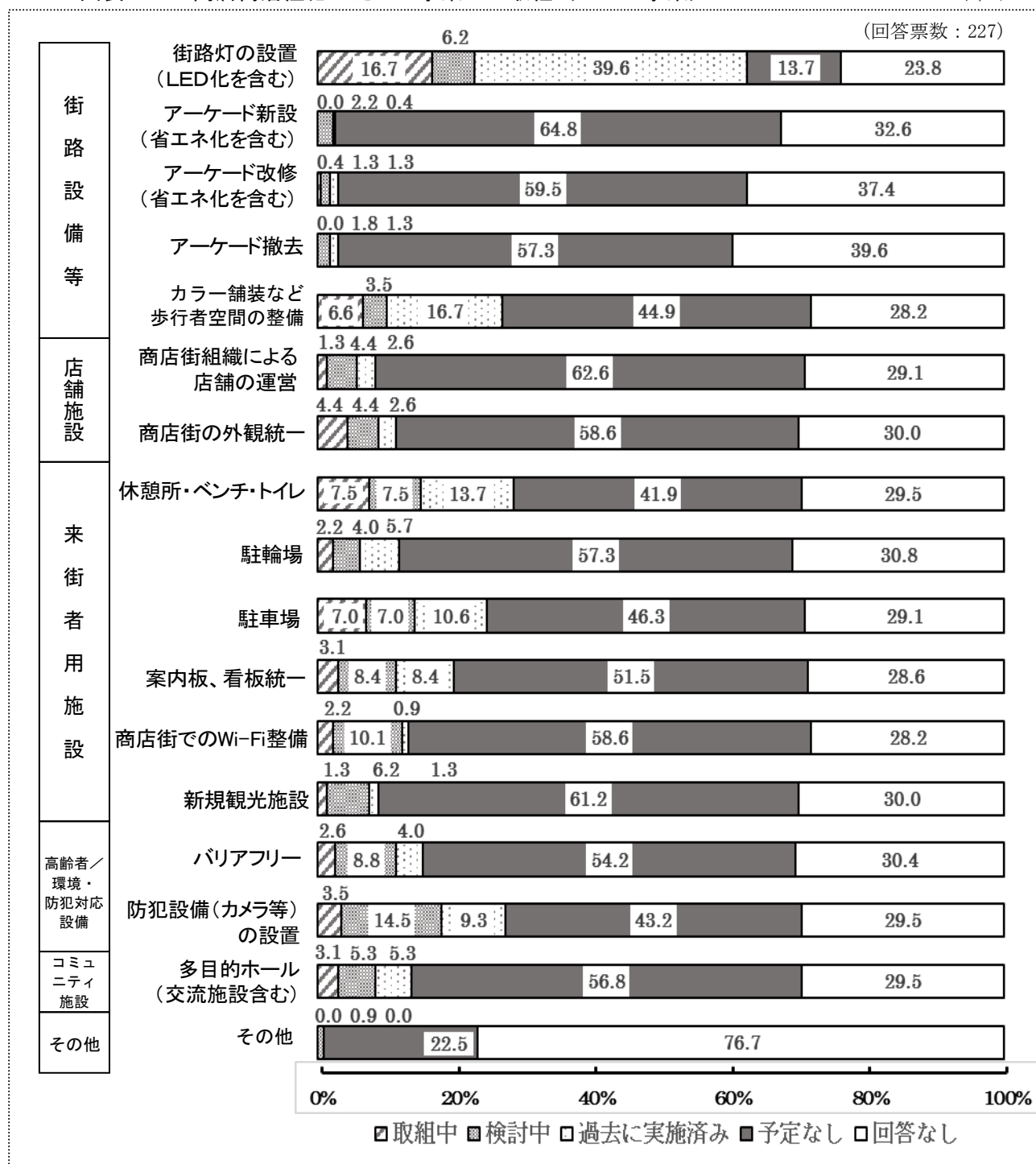
(6) 商店街の活性化のための事業への取組（ハード事業）（調査票 問 26(5)）

ハード事業における取組中のものは、「街路灯の設置（LED化含む）」が16.7%、「休憩所・ベンチ・トイレ」が7.5%、「カラー舗装など歩行者空間の整備」が6.6%となっている。

また、検討中のものは、「防犯設備（カメラ等）の設置」が14.5%、「商店街でのWi-Fi整備」が10.1%、「バリアフリー」が8.8%となっている。

図表49 商店街活性化のための事業への取組（ハード事業）

単位%

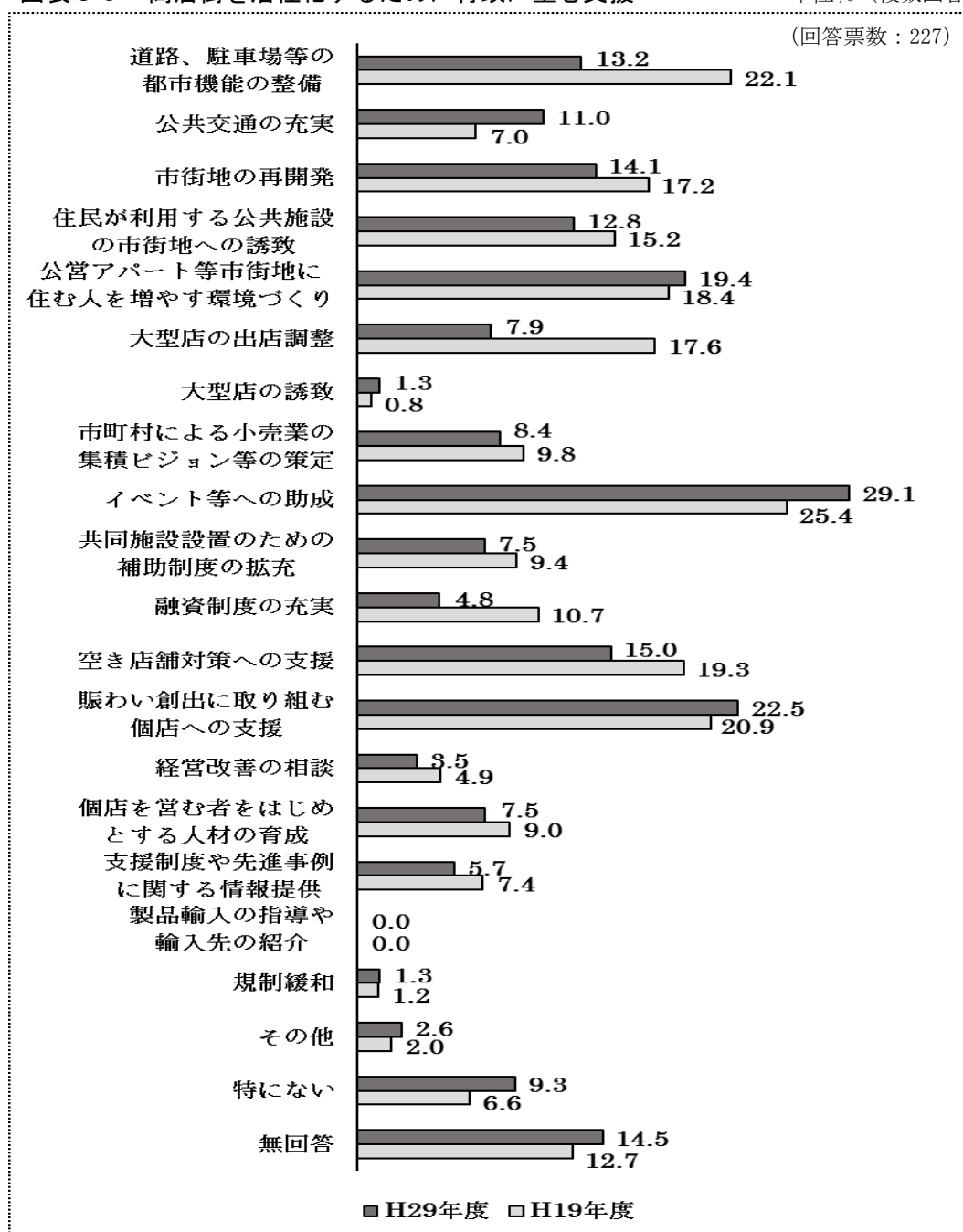


(7) 商店街を活性化するために行政に望む支援（調査票 問 27）

商店街を活性化するために行政に望む支援は、「イベント等への助成」が 29.1%と最も高く、次いで「賑わい創出に取り組む個店への支援」が 22.5%、「公営アパート等市街地に住む人を増やす環境づくり」が 19.4%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。

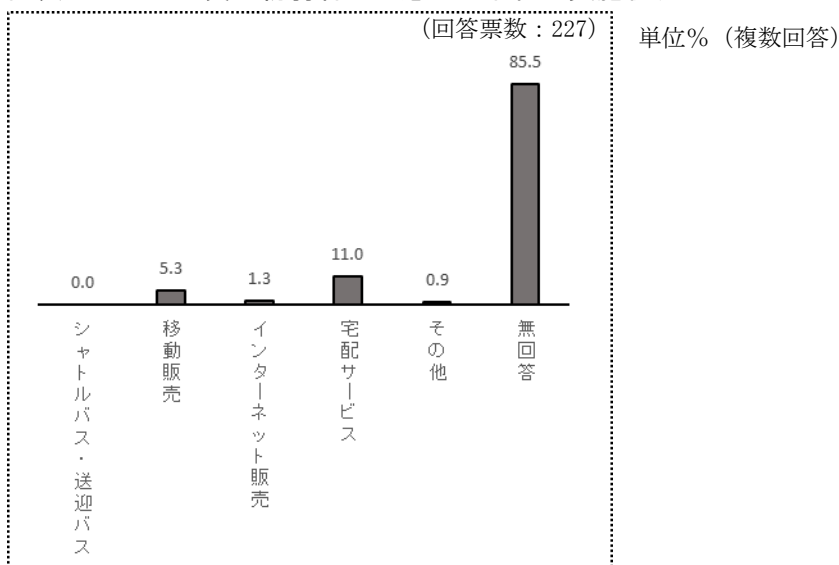
図表50 商店街を活性化するために行政に望む支援 単位%（複数回答）



(8) 買い物弱者（自動車の運転ができない高齢者等）に配慮した取組の実施状況
（調査票 問28）

買い物弱者（自動車の運転ができない高齢者等）に配慮した取組の実施状況は、「宅配サービス」が11.0%で最も高く、次いで「移動販売」が5.3%、「インターネット販売」が1.3%となっている。

図表5 1-1 買い物弱者に配慮した取組の実施状況



図表5 1-2 買い物弱者に配慮した取組の実施状況（地区別、所在地別） 単位%（複数回答）

		シャトルバス・送迎バス	移動販売	インターネット販売	宅配サービス	その他	無回答	回答票数
全体		0.0	5.3	1.3	11.0	0.9	85.5	227
地区別	県北地区	0.0	5.2	0.0	10.3	1.7	86.2	58
	県中地区	0.0	2.4	4.8	14.3	0.0	83.3	42
	県南地区	0.0	9.1	0.0	12.1	0.0	81.8	33
	会津地区	0.0	7.1	2.4	11.9	2.4	83.3	42
	相双地区	0.0	6.3	0.0	12.5	0.0	87.5	16
	いわき地区	0.0	2.8	0.0	5.6	0.0	91.7	36
	所在地別	市部	0.0	4.7	1.8	10.6	0.6	86.5
郡部		0.0	7.0	0.0	12.3	1.8	82.5	57

(9) リノベーションまちづくり (※) (調査票 問 29)

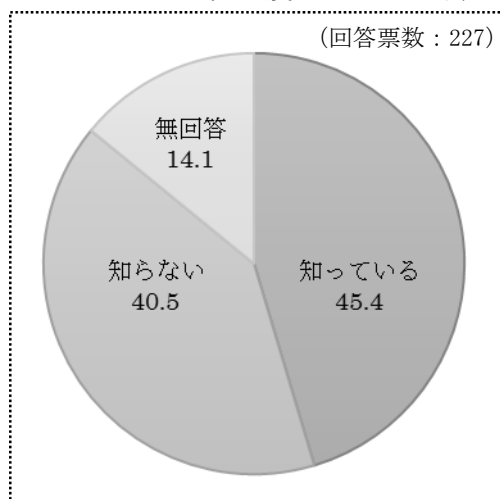
リノベーションまちづくりについては、「知っている」が 45.4%、「知らない」が 40.5%となっている。リノベーションまちづくりへの関心については、「興味がある」が 36.1%、「興味がない」が 13.7%、「分からない」が 37.9%となっている。

また、リノベーションまちづくりに取り組んだ「事例あり」の商店街は 4.0%で、「検討中」の商店街は 2.6%となっている。

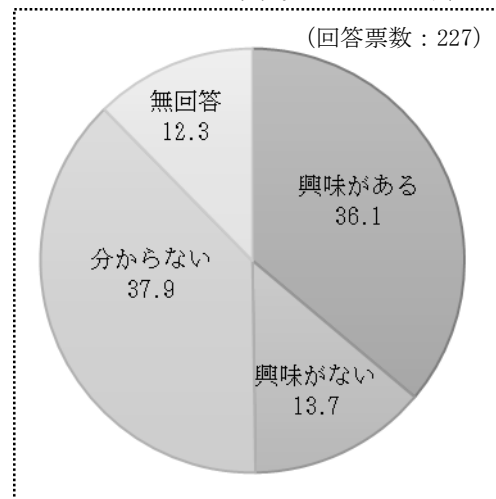
※ リノベーションまちづくりとは・・

建築物の用途や機能を変更し、性能を向上させることにより、空き屋・空き店舗などの遊休不動産を補助金を利用せず民間資金により再生し、産業振興、雇用創出、コミュニティ再生、エリア価値の向上などを図る新しい取組で、全国に広がっています。

図表 5 2 リノベーションまちづくり
の認知度 単位%



図表 5 3 リノベーションまちづくり
への興味 単位%



図表 5 4 リノベーションまちづくり
への取組事例 単位%

