

商店街の現状と課題

1. 小売業の現状

平成9年以降店舗数は一貫して減少傾向。全体の約80%を占める従業員数が9名以下の小規模な店舗において店舗数が減少している。

調査年	平成9	11	14	16	19	24	H9とH24の比較
店舗数	74,204	72,069	65,689	61,375	57,153	53,843	72.6%
増減率(%)	△3.5	△6.6	△8.9	△6.6	△6.9	△5.8	
従業員数(人)	409,138	452,564	446,797	431,408	436,194	425,337	104.0%
増減率(%)	0.6	7.2	△1.3	△3.5	1.1	△2.5	
年間商品販売額(億円)	86,051	84,736	80,599	79,376	82,915	69,672	81.0%
増減率(%)	3.3	△4.5	△4.9	△1.5	4.5	△16.0	

従業員規模	事業所数			
	平成19年	平成24年	(構成比)	(増減率)
総数	57,153	53,843	100.0%	△5.8%
2人以下	22,905	19,581	36.4	△14.5
3~4人	12,694	12,003	22.3	△5.4
5~9人	10,710	10,847	20.1	△1.3
10~19人	6,728	7,085	13.2	5.3
20~29人	2,116	2,115	3.9	0.0
30~49人	1,052	1,082	2.0	2.9
50~99人	670	781	1.5	16.6
100人以上	278	349	0.6	25.5

(注) 平成19年以前の数値は「愛知県商業統計調査結果」による。

平成24年は「平成24年経済センサス - 活動調査」による。

2. 商店街数の動向

商店街振興組合数は過去10年間で61組合が減少。また、愛知県商店街振興組合連合会会員数は51会員が減少。

商店街振興組合数・愛知県商店街振興組合連合会会員数の推移

年度	平成17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	H17とH26の比較	
											増減数	増減率
商店街振興組合数	270	261	257	248	239	233	230	225	219	209	△61	△22.6%
愛知県商店街振興組合連合会会員数	201	194	191	176	171	168	168	165	158	150	△51	△25.4%

(注) 愛商連会員数には、商店街振興組合のほか事業協同組合及び発展会等の任意団体を含む。

3. 商店街実態調査結果

注1 県商店街実態調査の調査時点は、平成25年10月1日現在

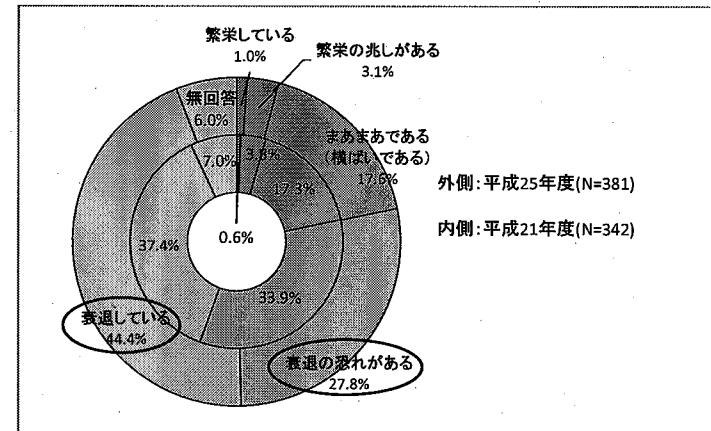
注2 国(中小企業庁)商店街実態調査の調査時点は、平成24年11月1日現在

注3 図表番号は、引用元の報告書記載の番号

◆商店街の景況

(1) 商店街の景況は、「衰退している」、「衰退の恐れがある」と回答した商店街は72.2%。平成21年度の調査と比較すると、71.3%から0.9ポイント増加。

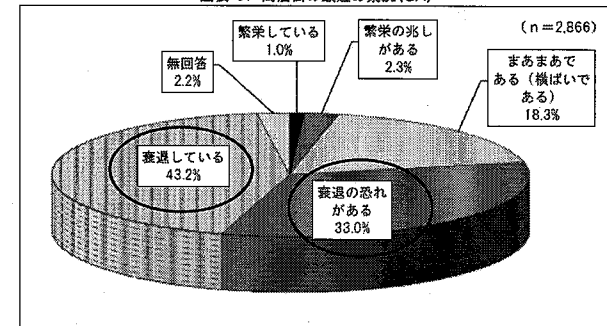
【図1】商店街の景況(平成21年度調査との比較)



【参考】中小企業庁実施平成24年度商店街実態調査報告書抜粋

「衰退している」、「衰退の恐れがある」と回答した商店街は76.2%。

図表51 商店街の最近の景況(SA)



◆来訪者の増減

(2) 5年前と比較し、商店街への来訪者が「増加した」と回答した商店街は11.3%、「減少した」と回答した商店街は60.1%。増加した主な要因は「集客イベントの実施」37.2%、減少した主な要因は、「魅力ある店舗の減少」59.8%。

図3 来訪者の増減(5年前比較)(平成21年度調査との比較)

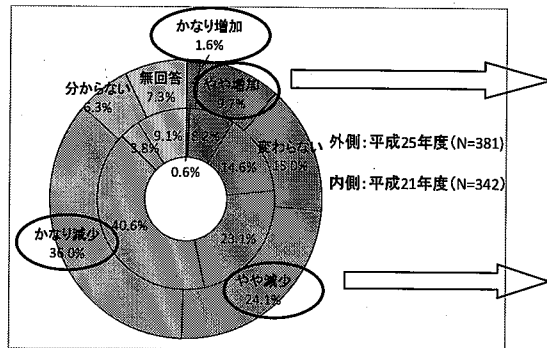
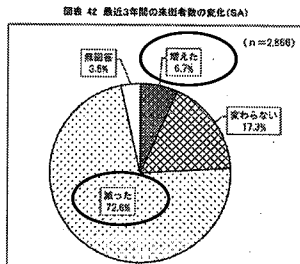


表1 5年前と比べた来訪者増減の要因(上位3つ)

増加した要因(N=43)	
集客イベントの実施	37.2%
地域人口の増加	34.9%
魅力ある店舗の増加	27.9%
減少した要因(N=229)	
魅力ある店舗の減少	59.8%
業種・業態の不足	56.8%
大規模小売店舗(商店街外)の出店の影響	23.1%

【参考】中小企業庁実施平成24年度商店街実態調査報告書抜粋

最近3年間の来街者数の変化については、「増えた」が6.7%、「減った」が72.6%。



◆来街者のニーズ調査と通行量調査の実施状況

(3) 中小企業庁が実施した全国調査の結果は以下のとおり。

【参考】中小企業庁実施平成24年度商店街実態調査報告書抜粋

商店街への来街者のニーズ調査を「実施はしていない」は77.7%。来街者の通行量調査については、「実施はしていない」は72.9%。

	合計	実施済に調査	必要に応じて実施	実施していない	その他	無回答
ニーズ調査	2,966	86	482	2,227	58	65
通行量調査	1,000	29	16.5	77.7	2	2.8
通行量調査	2,908	226	344	2,083	118	60
通行量調査	100.0	8.6	12.0	72.9	4.2	2.1

◆商店街が抱える問題

(4) 商店街が抱える問題で、「後継者のない個店が多く高齢化がすすんでいる」と回答した商店街は62.7%。平成21年度の調査と比較すると、61.1%から1.6ポイント増加。

表2 商店街が抱える問題(上位3つ)

	平成25年度(N=381)	平成21年度(N=342)
後継者のない個店が多く高齢化がすすんでいる	62.7%	61.1%
店舗の老朽化、陳腐化	41.7%	39.8%
魅力ある店舗が少ない	38.1%	37.4%

【参考】中小企業庁実施平成24年度商店街実態調査報告書抜粋
「経営者の高齢化による後継問題」が63.0%でトップ。

図表 67 商店街における問題(上位3位・過年度調査との比較)

	最も多かった回答	二番目に多かった回答	三番目に多かった回答	設定回答数
平成15年度	経営者の高齢化等による後継者難 [67.1%]	魅力ある店舗が少ない [66.3%]	商店街活動への事業者の参加意識が低い [55.7%]	回答は複数選択
平成18年度	魅力ある店舗が少ない [36.9%]	商店街活動への事業者の参加意識が低い [33.4%]	経営者の高齢化等による後継者難 [31.4%]	回答は主なもの3つまで選択
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%]	続となる店舗がない [27.2%]	回答は主なもの3つまで選択
平成24年度	経営者の高齢化による後継問題 [63.0%]	集客力が低い・誘客性のある店舗/業種が少ない又は無い [37.8%]	店舗等の老朽化 [32.8%]	回答は主なもの3つまで選択

(注) 平成18年度以降は、回答数を3つまでに制限したため、3つ以上の選択が可能であった平成15年度以前の調査と比べ回答率が低くなっている。

◆商店街組織の現状

(5) 専従職員を「有」と回答した商店街はわずか6.8%。

【表-1.6】専従職員の有無(地域別、組織形態別、商店街タイプ別、平成21年度調査との比較)

項目	回答者数		有		無		無回答		
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	
回答者数	381	100.0	26	6.8	263	69.0	92	24.1	
地域	名古屋	125	100.0	12	9.6	82	65.6	31	24.8
	尾張	112	100.0	6	5.4	77	68.8	29	25.9
	三河	144	100.0	8	5.6	104	72.2	32	22.2
形態組織	商店街振興組合	138	100.0	13	9.6	99	72.8	24	17.6
	専業協同組合	35	100.0	11	31.4	22	62.9	2	5.7
	農産会等の任意団体	210	100.0	2	1.0	142	67.6	66	31.4
タ商イ店ブ街	近隣型商店街	198	100.0	6	3.0	142	71.7	50	25.3
	地域型商店街	97	100.0	13	13.4	69	71.1	15	15.5
	広域型商店街	21	100.0	4	19.0	15	71.4	2	9.5
	超広域型商店街	6	100.0	1	16.7	4	66.7	1	16.7
平成21年度	無回答	59	100.0	2	3.4	33	55.9	24	40.7
	商店街振興組合	149	100.0	13	8.7	114	76.5	22	14.8
専業協同組合	68	100.0	12	17.6	45	66.2	11	16.2	

- (6) 代表者の年齢は、「60才代」が39.4%と最も高く、60才以上の高齢層が占める割合は66.2%。「40才代」は5.8%にとどまり、特に「30才代」は1.0%と著しく低い。

【表-1.7】代表者の年齢(地域別、組織形態別、商店街タイプ別、平成21年度調査との比較)

項目	回答者数		30才代		40才代		50才代		60才代		70才以上		無回答	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
回答者数	381	100.0	4	1.0	22	5.8	60	15.7	150	39.4	102	26.8	43	11.3
地域														
名古屋	125	100.0	0	0.0	4	3.2	21	16.8	39	31.2	49	39.2	12	9.6
尾張	112	100.0	1	0.9	8	7.1	12	10.7	52	46.4	23	20.5	16	14.3
三河	144	100.0	3	2.1	10	6.9	27	18.8	59	41.0	30	20.8	15	10.4
組織形態														
商店街振興組合	138	100.0	0	0.0	6	4.4	24	17.4	60	44.1	41	30.1	5	3.7
事業協同組合	35	100.0	0	0.0	4	11.4	5	14.3	12	34.3	12	34.3	2	5.7
商業会等の任意団体	210	100.0	4	1.9	12	5.7	31	14.8	78	37.1	40	19.0	36	17.1
近隣型商店街	198	100.0	1	0.5	10	5.1	30	15.2	84	42.4	55	27.8	18	9.1
地域型商店街	97	100.0	3	3.1	8	8.2	18	18.6	39	40.2	22	22.7	7	7.2
広域型商店街	21	100.0	0	0.0	2	9.5	6	28.6	6	28.6	4	19.0	3	14.3
超広域型商店街	6	100.0	0	0.0	0	0.0	2	33.3	1	16.7	3	50.0	0	0.0
無回答	58	100.0	0	0.0	2	3.4	4	6.8	20	33.9	18	30.5	15	25.4
平成21年度	342	100.0	2	0.6	20	5.8	88	25.7	118	34.5	70	20.5	44	12.9

66.2%

◆空き店舗数の変化

- (7) 空き店舗比率は15.2%で、尾張地区では20.9%と高い数値。

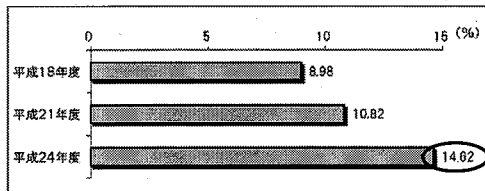
【表-2.7】空き店舗比率※(地域別、組織形態別、商店街タイプ別、平成21年度調査との比較)

項目	回答者数	全店舗数(全組合員数)		空き店舗数		空き店舗比率
		件数	件数	件数	%	
回答者数	225	7827	1192		15.2	
地域						
名古屋	85	3439	400		11.6	
尾張	61	1688	353		20.9	
三河	79	2700	439		16.3	
組織形態						
商店街振興組合	101	4225	569		13.5	
事業協同組合	21	682	122		17.9	
商業会等の任意団体	103	2920	501		17.2	
近隣型商店街	122	3722	611		16.4	
地域型商店街	68	2699	456		16.9	
広域型商店街	13	561	68		12.1	
超広域型商店街	4	238	19		8.0	
無回答	18	607	38		6.3	
平成21年度	250	13073	1694		13.0	

※空き店舗比率=空き店舗数/全店舗数(全組合員数)

【参考】中小企業庁実施平成24年度商店街実態調査報告書抜粋
全国の空き店舗率は、14.62%。

図表 21 空き店舗率(過年度調査との比較)

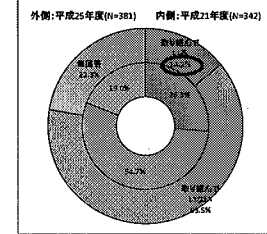
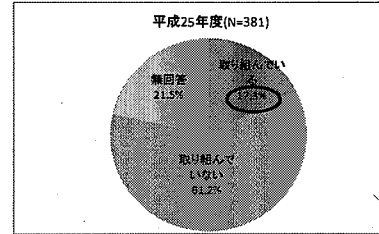


◆地域コミュニティの担い手としての取組状況

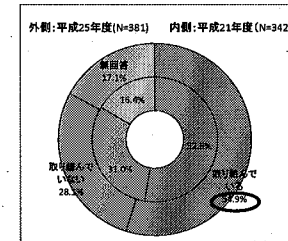
- (8) 買い物支援サービスに「取り組んでいる」と回答した商店街は17.3%。子育て支援対策について「取り組んでいる」と回答した商店街は14.2%。安心・安全な街づくりへの取組について「取り組んでいる」と回答した商店街は54.9%。

【図-4.13】子育て支援対策への取組状況(平成21年度調査との比較)

【図-4.9】買い物支援サービスへの取組状況



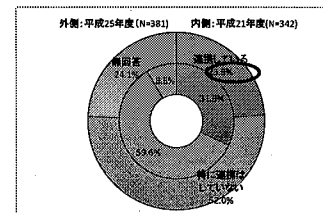
【図-4.12】安心・安全な街づくりへの取組状況(平成21年度調査との比較)



◆地域住民等との連携状況

- (9) 地域住民等と「連携している」と回答した商店街は23.9%。連携の取組内容は、「イベントの協働」が46.2%でトップ。

【図-4.10】地域住民等との連携状況(平成21年度調査との比較)



【表-4.11】地域住民等と連携している場合の取組内容

項目	回答者数		イベントの協働		職業体験		連携団体への場所の貸出		勉強会の開催		イルミネーションのデザイン		清掃活動		街路灯管理	
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%
回答者数	91	100.0	42	46.2	8	8.8	6	6.6	4	4.4	4	4.4	3	3.3	2	2.2
項目	交通安全		災害対策		商店街の案内マップの作成		地域推進事業		その他		無回答					
	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%	件数	%				
回答者数	2	2.2	2	2.2	2	2.2	2	2.2	14	15.4	25	27.5				

※本設問の回答に一部複数回答があったため、回答者数と回答数合計は一致しない。