

平成25年度熊本県商店街実態調査の概要

平成26年11月
商工振興金融課

●商店街実態調査について

1 調査目的

商店街振興施策を進めるうえで必要な基礎的情報として、県内商店街の実態及び経年変化を把握する目的で実施。

2 調査対象

15店舗以上の商店主等で構成される商店街振興組合、繁栄会等の団体、又組織体制はないが近接する15店舗以上で形成されている街区。

3 調査方法

市町村及び商工団体等の協力のもと、平成25年12月～平成26年3月にアンケート調査を実施。

4 回収率

87.4%（調査対象の206商店街のうち、180商店街から回答があった）

5 その他

前は平成22年度に実施（店舗数等の基礎調査は毎年度実施）。

●店舗数・基礎指標とその推移

○空き店舗率は11.4%で、平成22年度以降上昇傾向にある【表1-3】。

○出店率は3.1%。平成19年度の4.3%をピークに減少に転じ、平成21年度以降は3%台で推移している【表1-3】。

○閉店率は3.4%。平成20年度の5.3%をピークに減少に転じ、平成23年度以降は横ばいの状況で推移している【表1-3】。

＜＜商店街の店舗数等＞＞ 【表1-1】

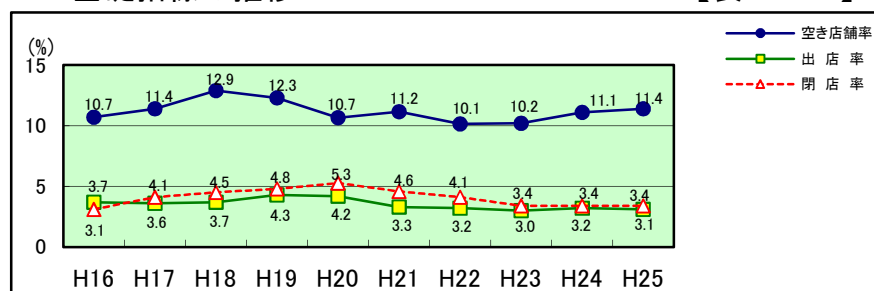
商店街の店舗数等	H25		[参考] H24	
	回答合計	商店街平均	回答合計	商店街平均
	店舗数 (H25.3.31時点)	7,900	42.2	8,018
空き店舗数 (H25.3.31時点)	1,017	5.1	998	5.5
総店舗数 (店舗数+空き店舗数)	8,917	42.2	9,016	43.6
1年間の出店数 (H24.4.1～H25.3.31)	245	1.4	259	1.5
1年間の閉店数 (H24.4.1～H25.3.31)	269	1.5	275	1.5

＜＜基礎指標＞＞ 【表1-2】

	率	計算式
空き店舗率	11.4%	$\frac{\text{空き店舗数}}{\text{総店舗数}}$
出店率	3.1%	$\frac{\text{出店数}}{\text{店舗数}}$
閉店率	3.4%	$\frac{\text{閉店数}}{\text{店舗数}-\text{出店数}+\text{閉店数}}$

＜＜基礎指標の推移＞＞

【表1-3】



1 商店街の現況

○来街者の多くは「主婦（夫）」と「高齢者」であり、全体に占める割合はそれぞれ平日が65.0%、休日が66.8%であった【表2-1】。

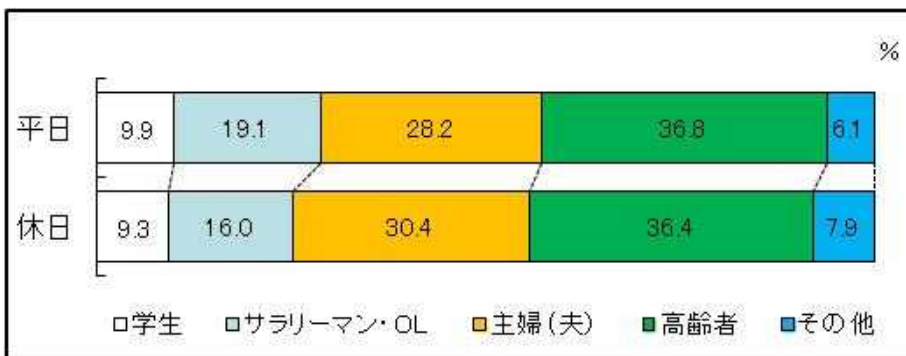
来街者数は県全体で見ると、62.1%の商店街で減少しているが、増加したと回答した商店街も10.3%あった【表2-2】。

○来街者が増えた理由としては、「商店街の情報発信の強化」（57.9%）が最も多く、続いて「魅力ある店舗の増加」（52.6%）、「集客イベント等の実施」（31.6%）であり【表2-3】、来街者が減った理由としては、「大型店の影響（商店街外）」（54.2%）が最も多く、「魅力ある店舗の減少」（53.1%）、「業種・業態の不足」（43.8%）と続く【表2-4】。

○商店街が抱えている内部的な問題としては、「経営者の高齢化」（62.0%）が最も多く、「後継者不足」（47.9%）、「個店のノウハウ不足」（31.7%）と続く【表2-5】。

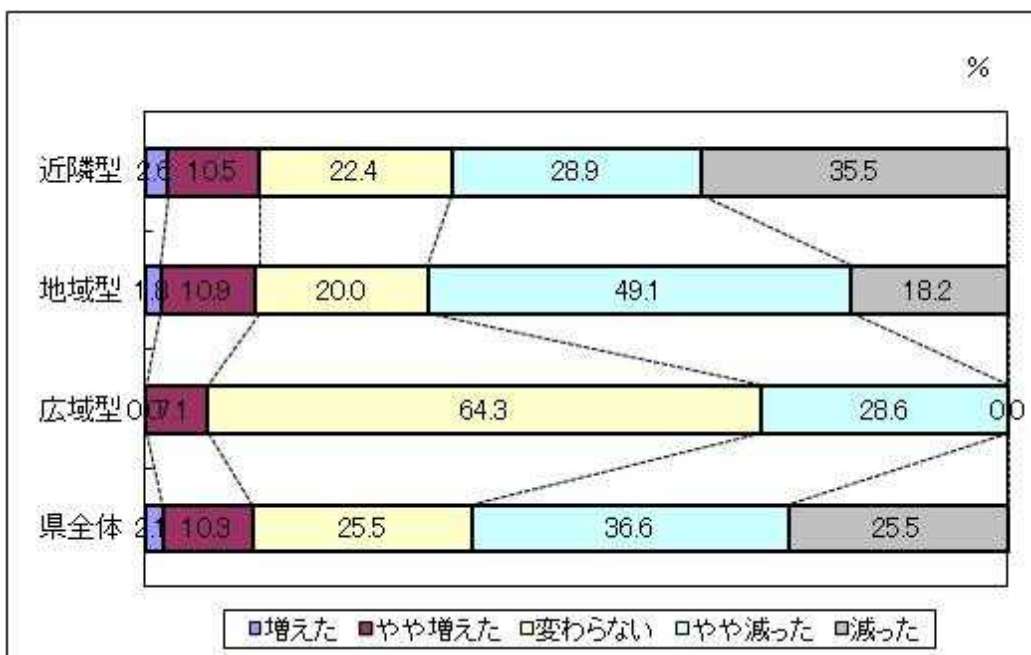
<<平日と休日の商店街の客層>>

【表2-1】



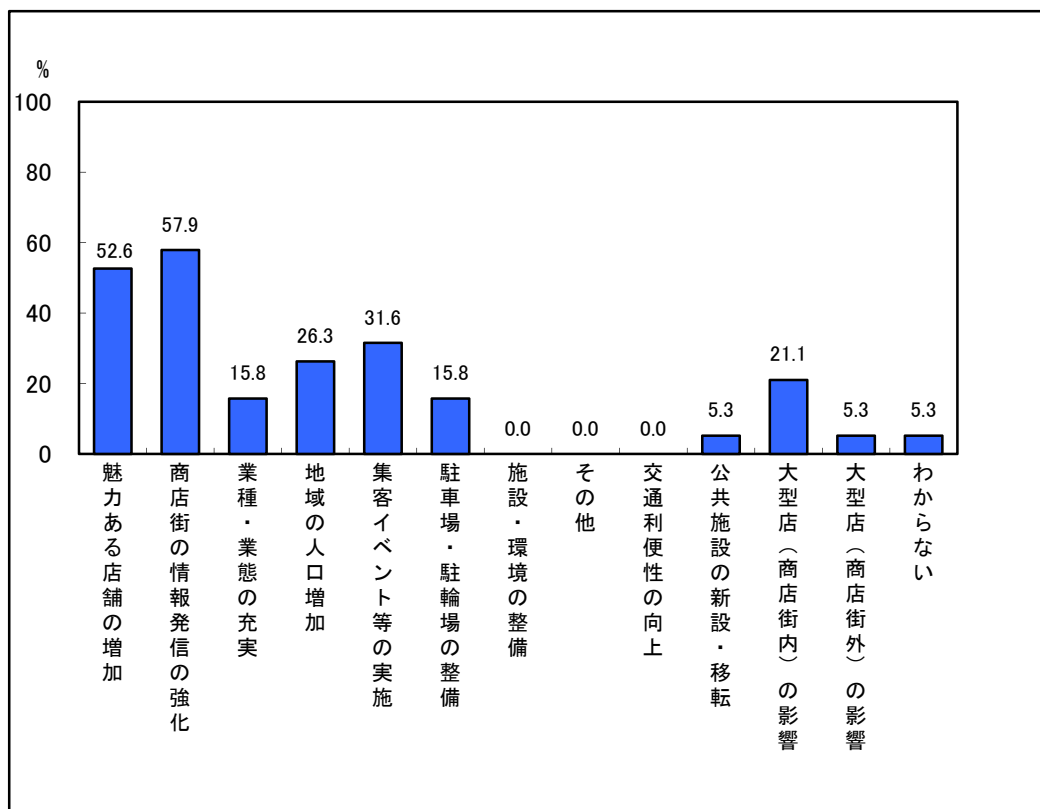
<<最近3年間の来街者の増減>>

【表2-2】



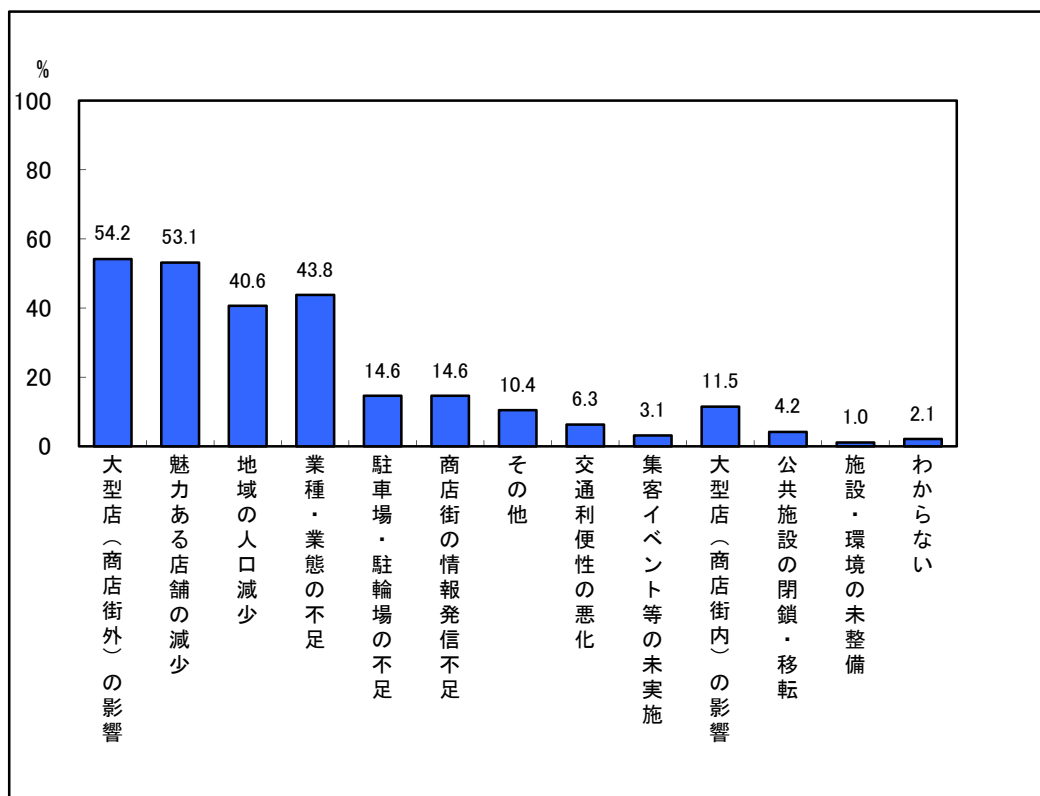
<<来街者が増えた理由>>

【表 2-3】



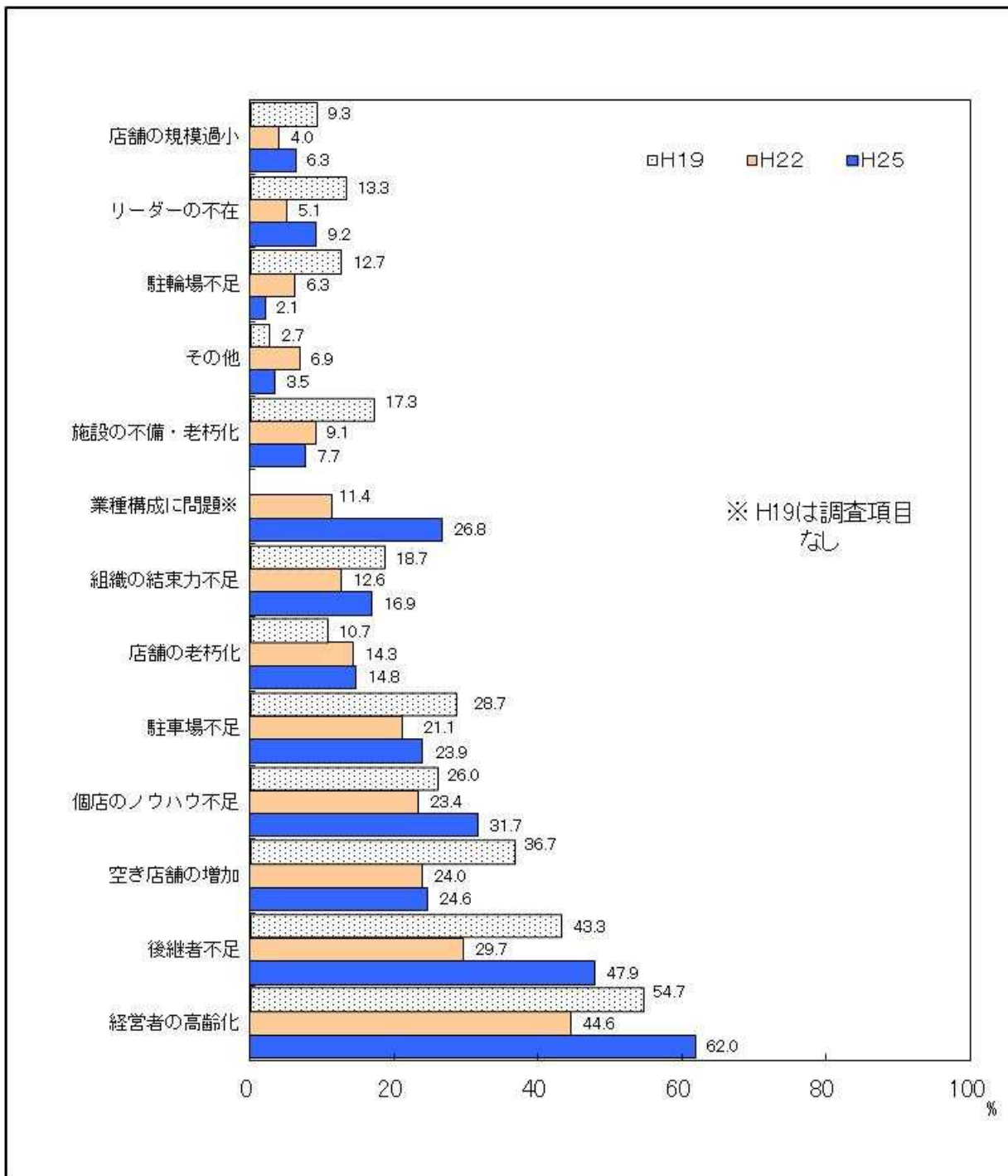
<<来街者が減った理由>>

【表 2-4】



<<商店街が抱える内部的な問題>>

【表 2-5】



2 商店街活性化事業への取組状況

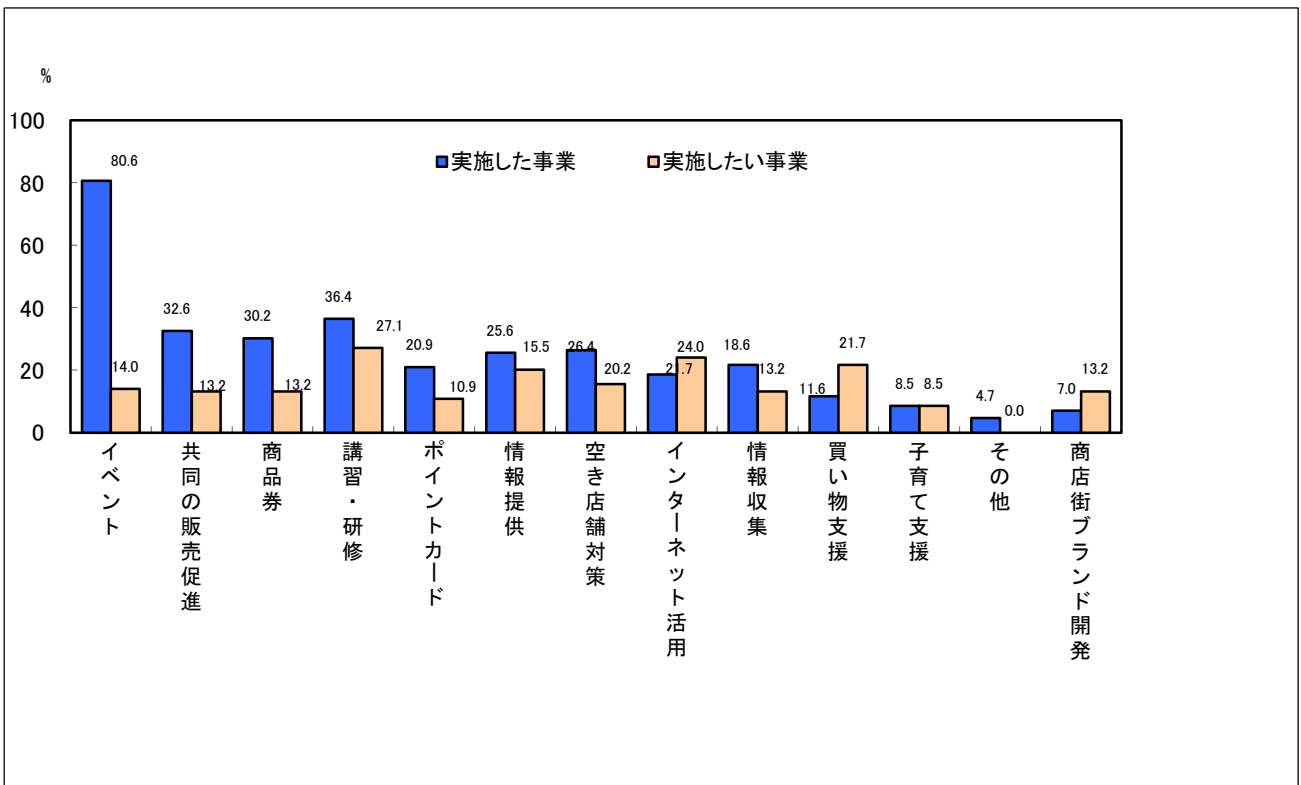
○80%を超える商店街が「イベント事業」を実施しており、その他の事業は実施状況にばらつきがある。今後実施したい事業としては、「講習・研修」（27.1%）、「インターネット活用」（24.0%）が多い。また、これまであまり行われていなかった「買い物支援」や「商店街ブランド開発」といった事業に取り組みたいとする商店街もある【表3-1】。

○ソフト事業を行う上での問題点は、「資金不足」（58.9%）が最も多く、「組合員、商店主のやる気不足」（46.8%）、「組合員、商店主間の意見不一致」（33.3%）が続く【表3-2】。

○ハード事業を行う上での問題点は、「資金不足」（82.7%）が最も多く、「用地・スペース確保困難」（33.8%）と続く【表3-3】。

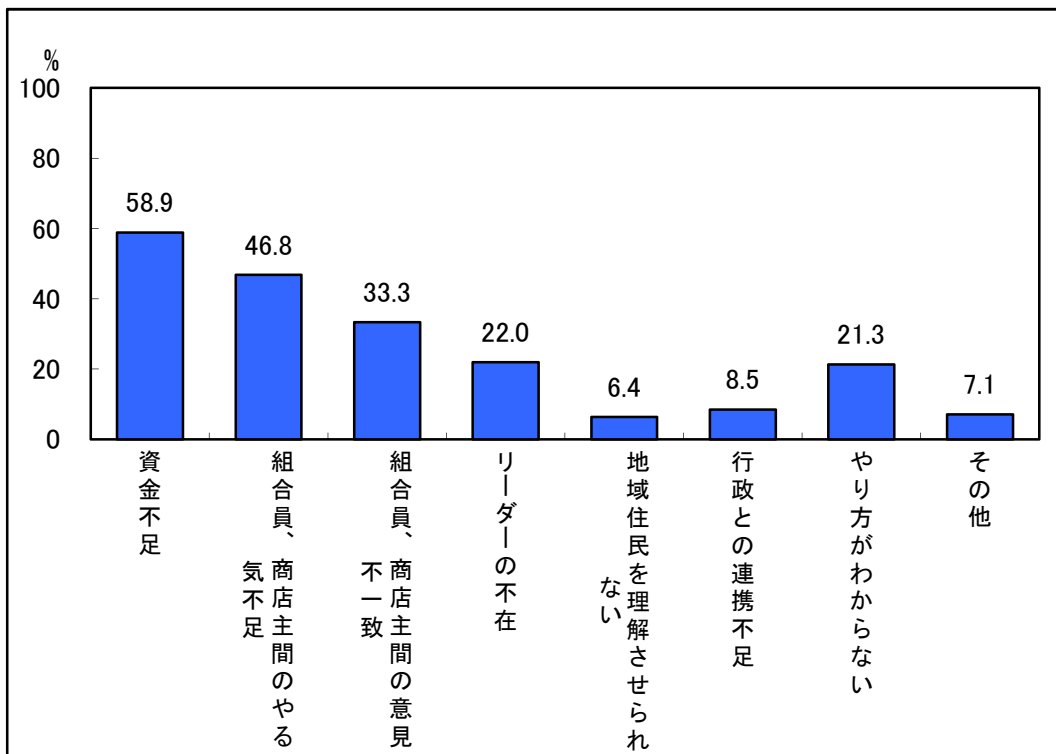
<<実施した事業と実施したい事業>>

【表3-1】



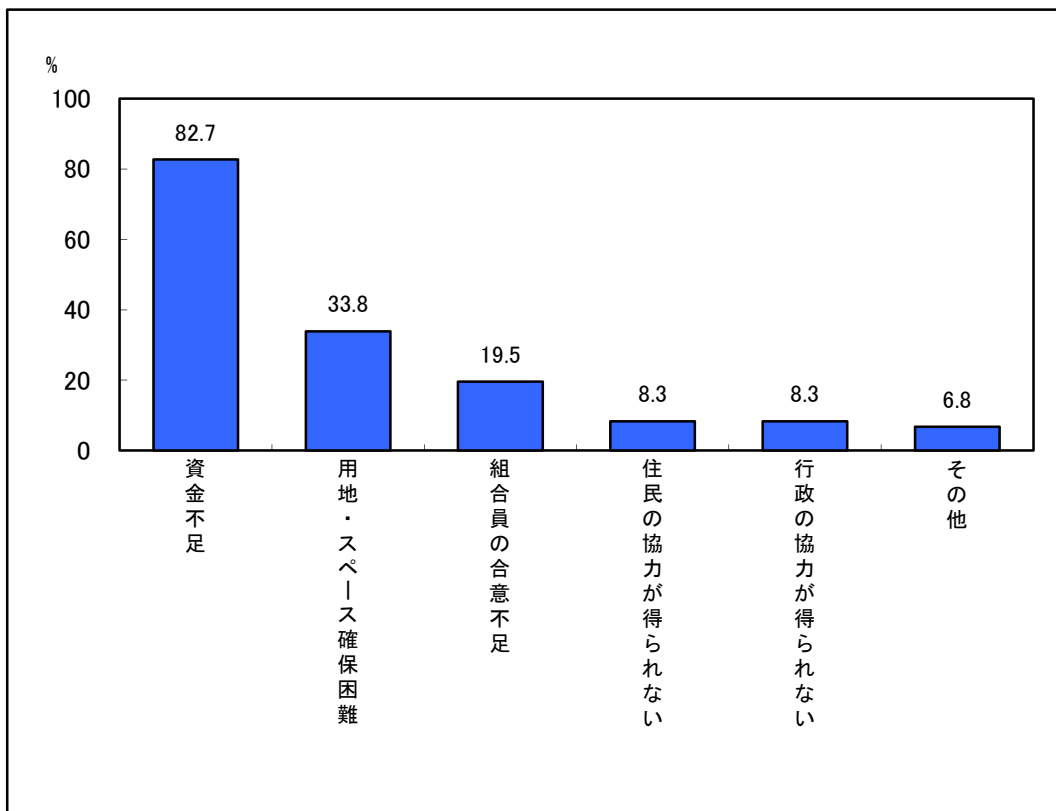
<<ソフト事業実施上の問題点>>

【表 3 - 2】



<<ハード事業実施上の問題点>>

【表 3 - 3】

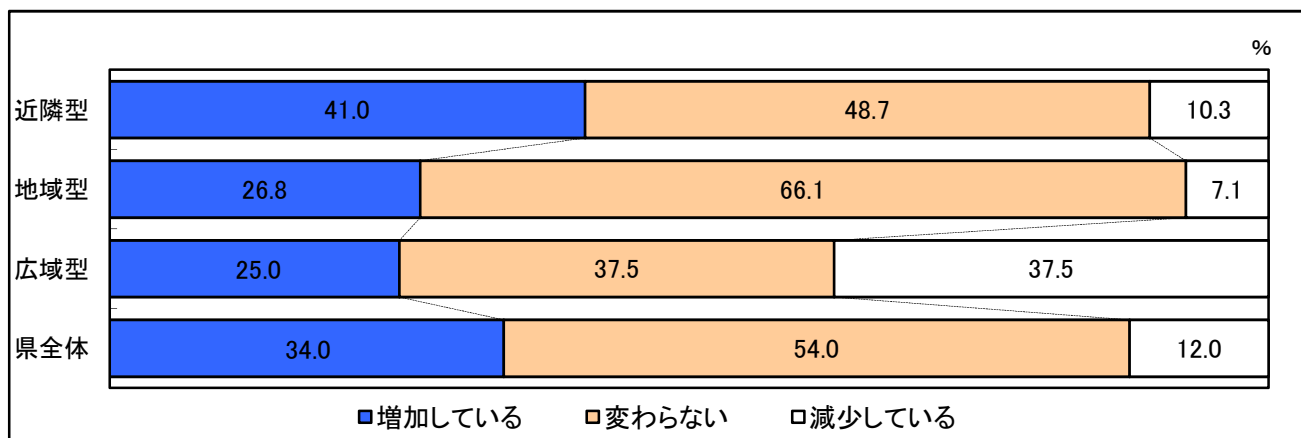


3 空き店舗の現状

- 県全体では、空き店舗が「減少している」と回答した商店街は12.0%であり、逆に「増加している」と回答した商店街は34.0%であった【表4-1】。
- 空き店舗に出店が進まない理由として最も多かったのが、「希望者がいない・少ない」（46.2%）であり、「商店街の魅力がない」（30.3%）、「物件の条件が合わない」（28.0%）が続いている【表4-2】。
- 空き店舗が減少した理由は、「地域の人口が増加し、商業地としての魅力が高まった」（27.8%）や「活性化事業に積極的に取り組んだ結果、商店街の魅力が高まった」（22.2%）との回答が多かった【表4-3】。
- 空き店舗解消へ向けた取組については、「特に何も行っていない」と回答した商店街が68.3%であった。また、空き店舗解消に向けて商店街が必要だと考えている取組は、「空き店舗情報周知や出店者募集等のPR」（39.2%）、「補助制度や融資制度の紹介」（36.3%）、「出店希望者に対する相談窓口の開設」（26.5%）との回答が多い【表4-4】。

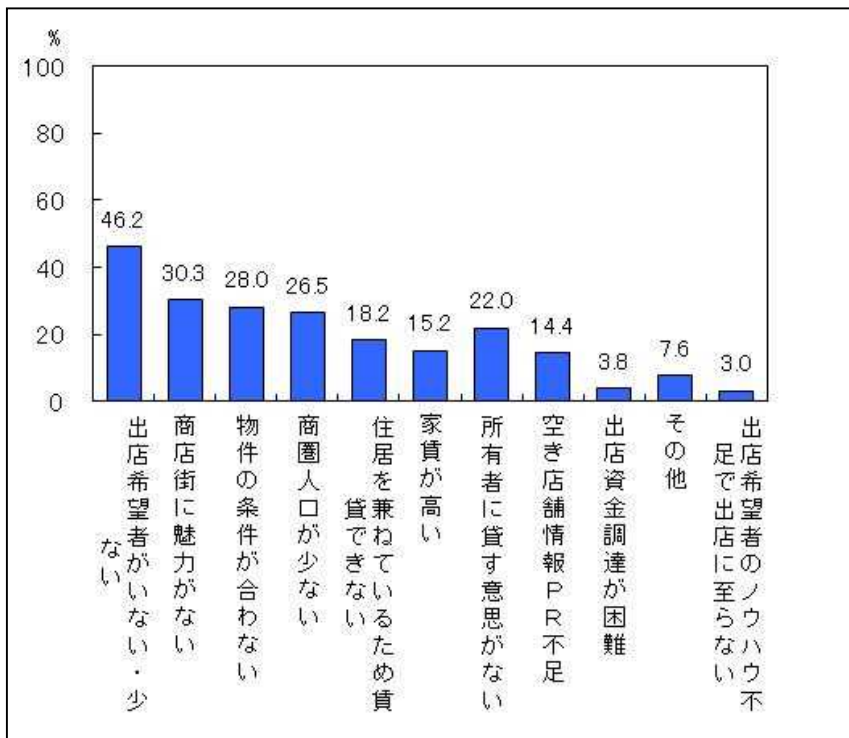
<<最近3年間の空き店舗の増減>>

【表4-1】



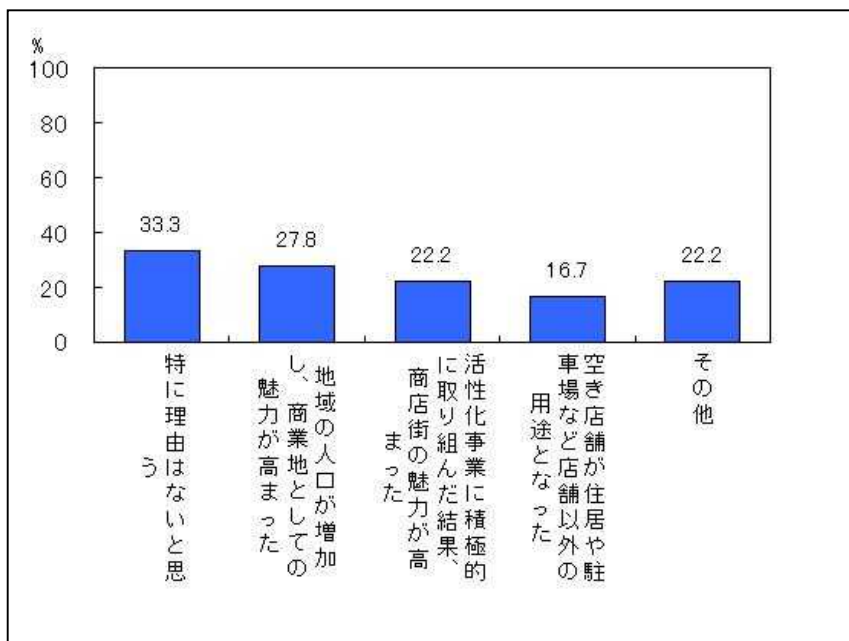
<<空き店舗に出店が進まない理由>>

【表 4-2】



<<空き店舗が減少した理由>>

【表 4-3】



<<空き店舗解消に向け実施している取組と必要と思う取組>>

【表4-4】

