

令和6年度 熊本県商店街実態調査報告書

令和6年11月

熊本県

商工労働部 商工雇用創生局

商工振興金融課

目次

調査の概要	-----	3
基礎指標		
- 1 店舗数、空き店舗率等	-----	4
- 2 空き店舗率の推移と空き店舗が埋まらない理由	-----	5
- 3 店舗の出退店状況	-----	6
商店街の概要と現状		
- 1 商店街のタイプと立地状況	-----	7
- 2 来街者の属性	-----	8
商店街の問題と取組み		
- 1 商店街の問題・課題	-----	9
- 2 現在取り組んでいる事業と将来取り組みたい事業	-----	10
- 3 行政による支援の利用実績	-----	11
将来の展望等		
- 1 将来の展望	-----	12
- 2 行政に期待すること	-----	13
その他（意見等）	-----	14

調査の概要

1 調査目的

県内の商店街の現状及び課題等を把握・分析し、今後の効果的な商業振興施策の基礎資料とする。

2 調査対象

県内の163商店街（商店街振興組合、その他の法人及び任意の商店街組織）

3 調査期間

令和6年（2024年）6月25日～7月31日

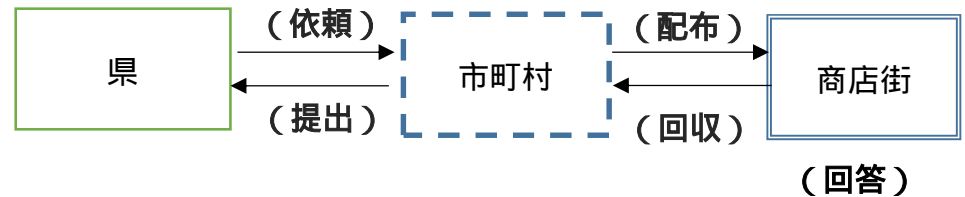
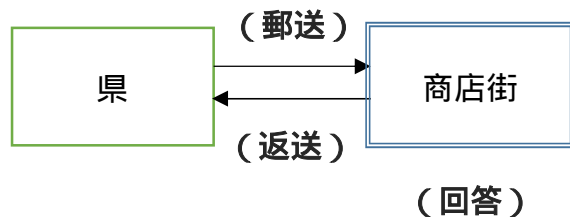
4 調査基準日

店舗数に関する項目のみ令和6年（2024年）3月31日時点とし、それ以外は回答日時点

5 調査の実施方法

(1) 熊本市内の商店街【84団体】

(2) 熊本市以外の商店街【79団体】



6 回答率

86.1% (136商店街 / 158商店街)

休眠中の5商店街を除く。

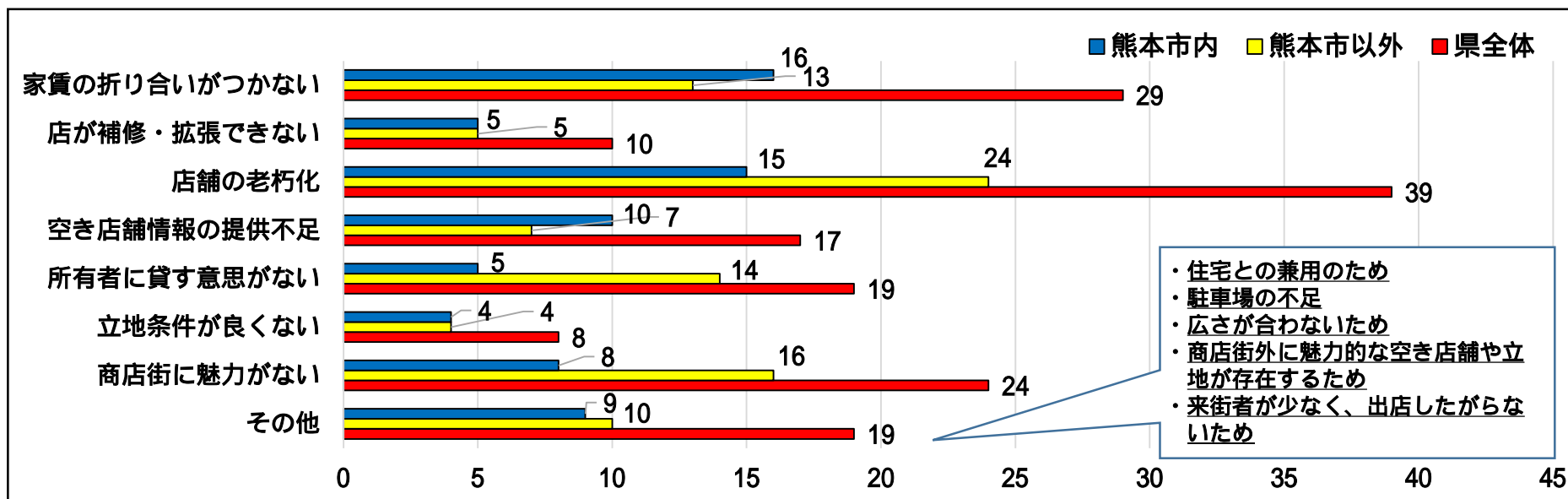
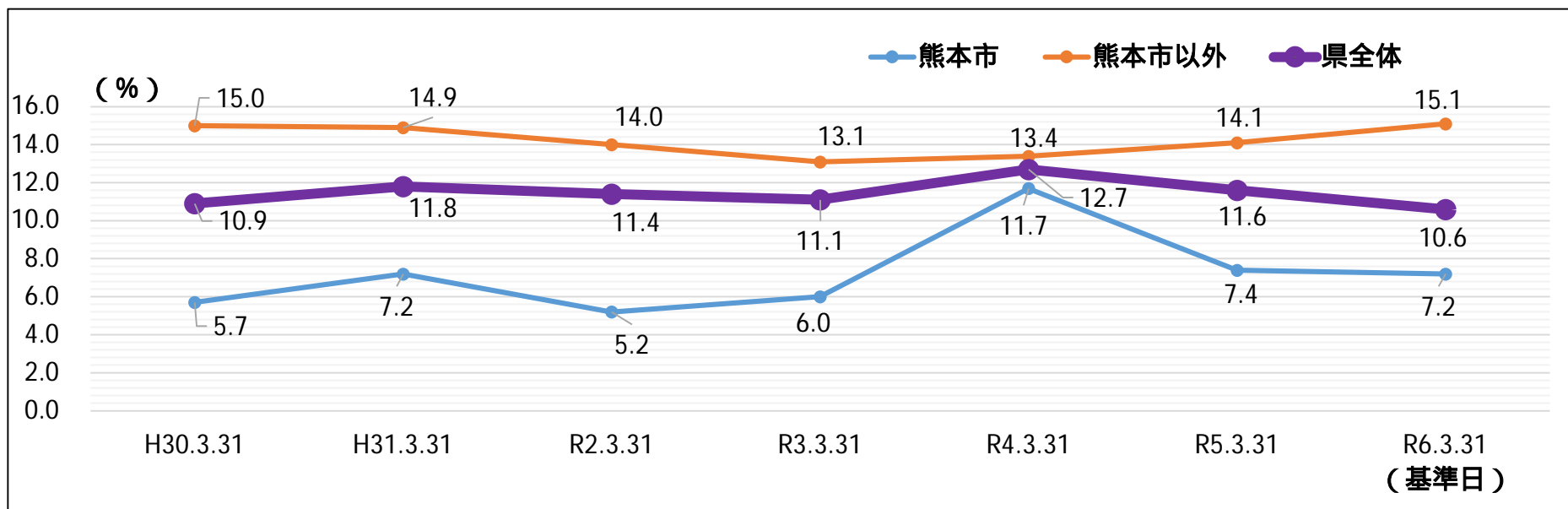
基礎指標

- 1 基礎指標(店舗数、空き店舗率等)の比較

集計対象：15店舗以上で構成される商店街

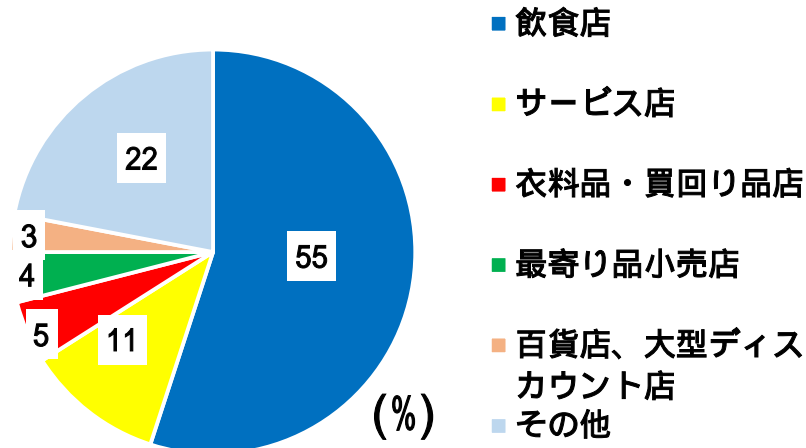
		令和6年度 (122商店街、基準日R6.3.31)	
		回答合計	平均
総店舗数 (A)		5,664	46.4
	営業店舗数 (B)	5,064	41.5
	空き店舗数 (C)	600	4.9
基準日前1年間の出店数 (D)		177	1.5
基準日前1年間の閉店数 (E)		199	1.6
空き店舗率 (C/A)		10.6%	
出店率 (D/A)		3.1%	
閉店率 (E/(A-D))		3.5%	

- 2 空き店舗率の推移と空き店舗が埋まらない理由



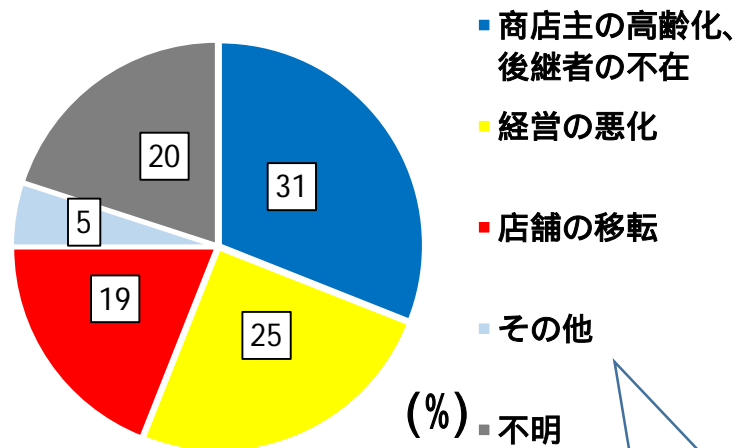
- 3 店舗の出退店状況 (令和5年度中)

〔開店した店舗の種類〕



- ・不動産
- ・卸売業者
- ・スポーツジム
- ・簡易宿泊施設
- ・保育園
- ・サテライトオフィス
- ・野球教室
- ・金属加工業
- ・ネイルサロン
- ・陶芸品店

〔店舗が閉店した理由〕



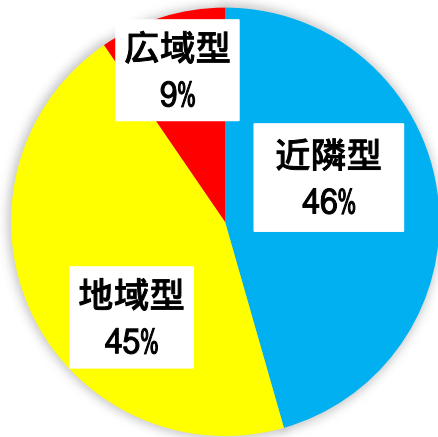
- ・卸売業に注力するため
- ・貸主の都合による退去
- ・契約期間満了のため
- ・人手不足のため
- ・業種変更のため

- ・開店した店舗の業種は「飲食関係」が最も多い。
- ・店舗が閉店した理由は、上位3つ「1. 店主の高齢化、後継者の不在」「2. 経営の悪化」「3. 店舗の移転」が全体の4分の3を占めている。

商店街の概要と現状

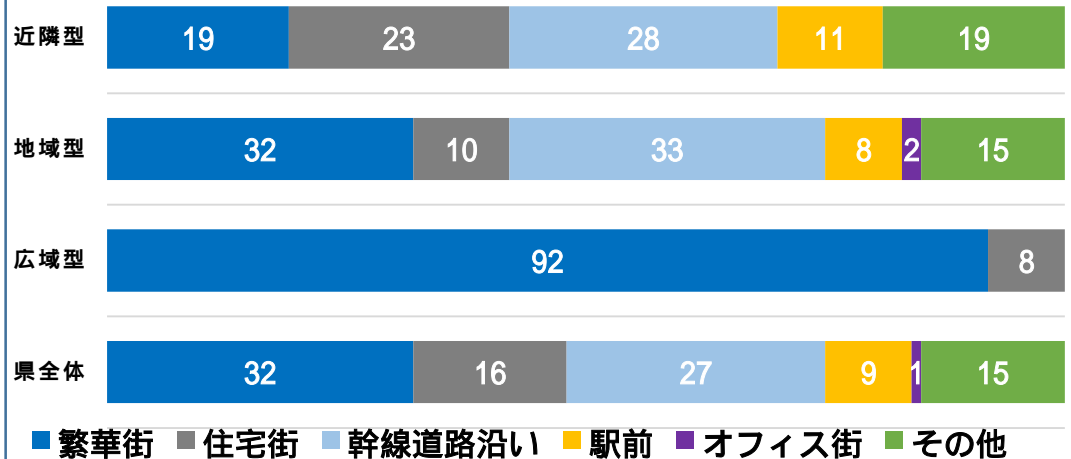
- 1 商店街のタイプと立地状況

〔商店街のタイプ〕



〔商店街の立地状況〕

(%)



近隣型・・・最寄り品(1)店中心で地元住民が徒歩又は自転車などにより日用品の買い物を行う商店街

地域型・・・最寄り品店と買回り品(2)店が混在し、近隣型商店街よりもやや広い範囲から徒歩、自転車、自動車、バス等で来街する商店街

広域型・・・百貨店、量販店等を含む大型店があり、最寄り品店より買回り品店が多い商店街

(1)最寄り品・・・消費者が頻繁に手軽にほとんど比較せず購入する物品(食料品、日用品等)

(2)買回り品・・・消費者が2つ以上の店を回って比較して購入する商品(服、家具、家電等)

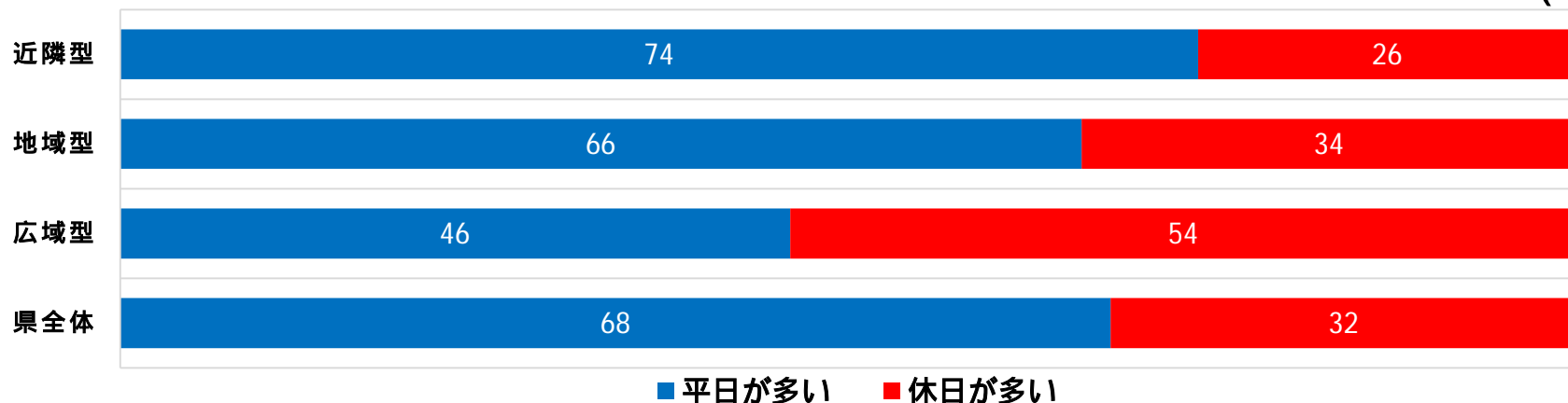
- ・観光地付近(熊本城城内、八千代座等)
- ・役場通り沿い
- ・昔の繁華街
- ・市道沿い
- ・温泉街

・県内の商店街は「近隣型」と「地域型」で全体の9割を占める。
 ・「広域型」の9割は「繁華街」に立地している。

- 2 来街者の属性

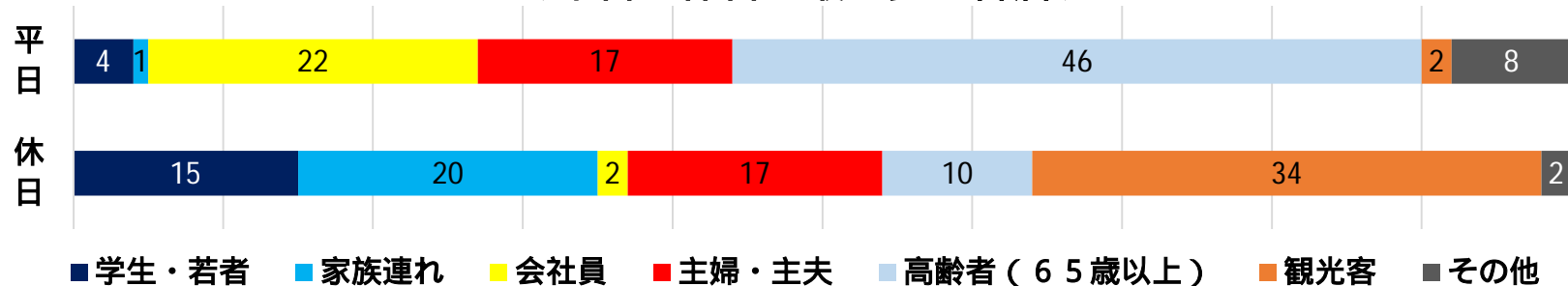
〔平日と休日どちらが客が多いか〕

(%)



〔平日と休日の最も多い客層〕

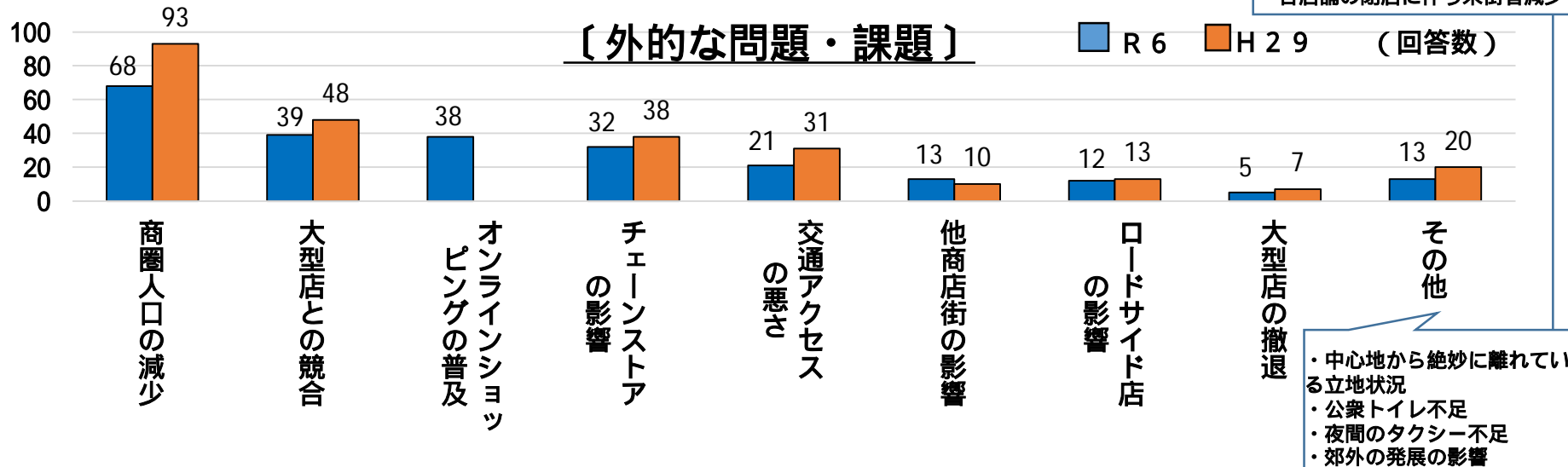
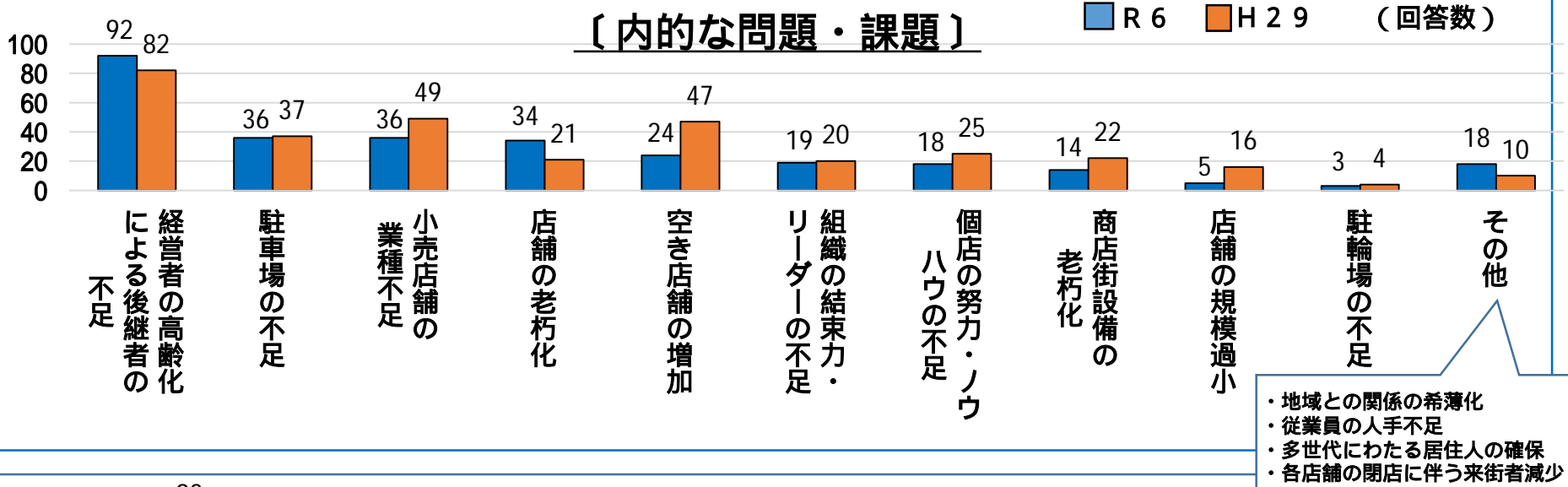
(%)



- ・ 県全体では、「平日」の方が来街者が多い。
- ・ 最も多い客層として、平日は「高齢者」、休日は「観光客」と回答している商店街が多い。

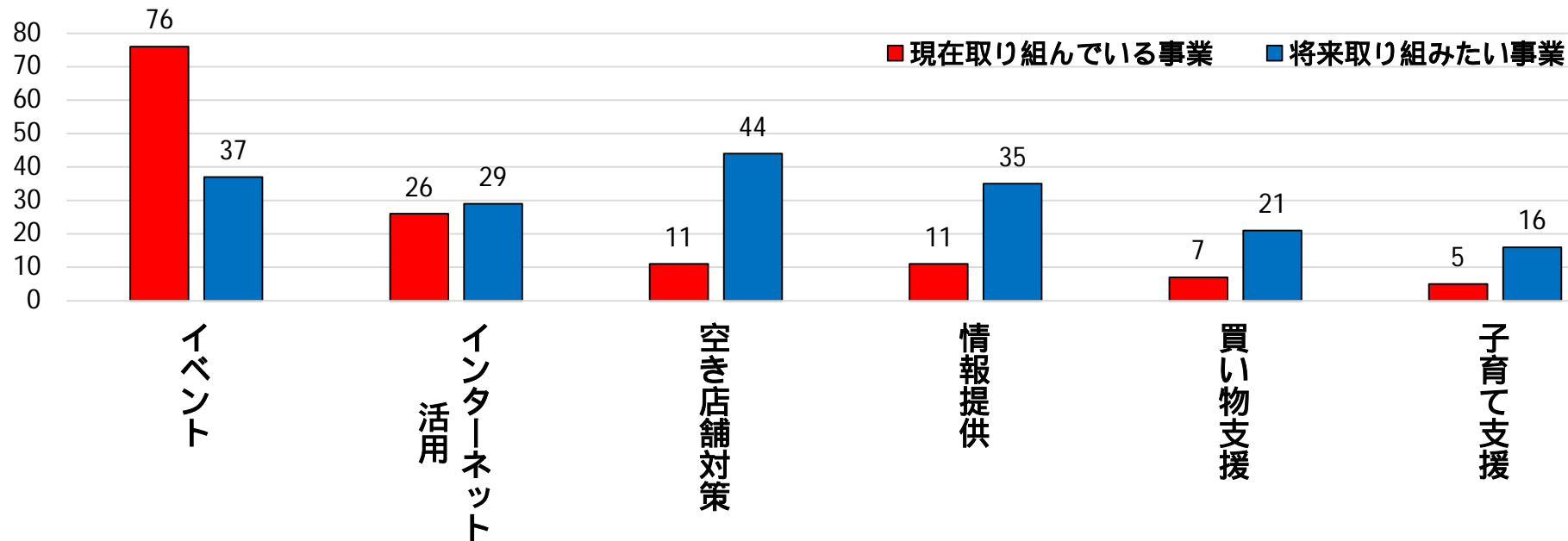
商店街の問題と取組み

- 1 商店街が抱える問題・課題



オンラインショッピングの普及はH29年では選択肢に含めていない。

- 2 現在取り組んでいる事業と将来取り組みたい事業



〔事業例〕

イベント：大売出し、祭り、朝市、夜市等

インターネット活用：ホームページの開設、
メールマガジンの配信等

空き店舗対策：コミュニティ施設としての利用、
家賃補助、広報、開業支援等

情報提供：広報誌・共同チラシの発行等

買い物支援：配達、御用聞き、手荷物預かり等

子育て支援：子供の一時預かり、授乳スペース提供等

- ・現在は約半数の商店街が「イベント」を実施している。
- ・将来的に「空き店舗対策」、「情報提供」、「インターネット活用」等に取り組むたいと考えている商店街が多い。

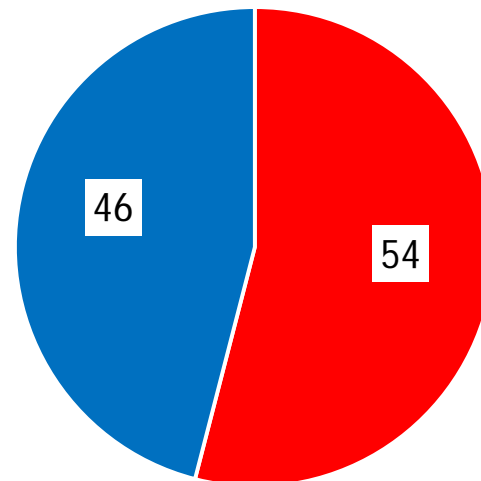
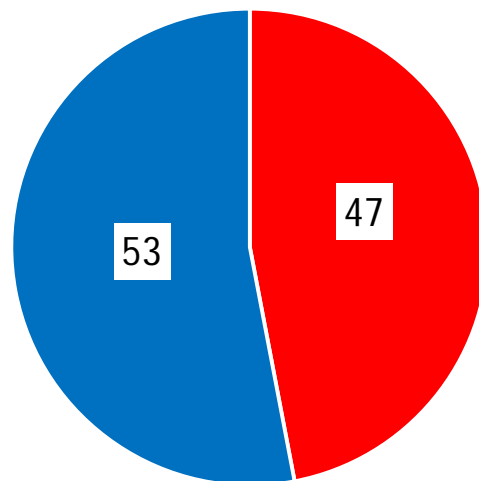
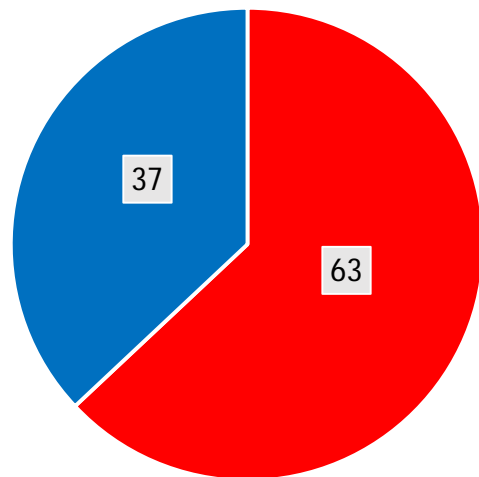
- 3 行政による支援の利用実績

熊本市内

熊本市外

全体

(%)

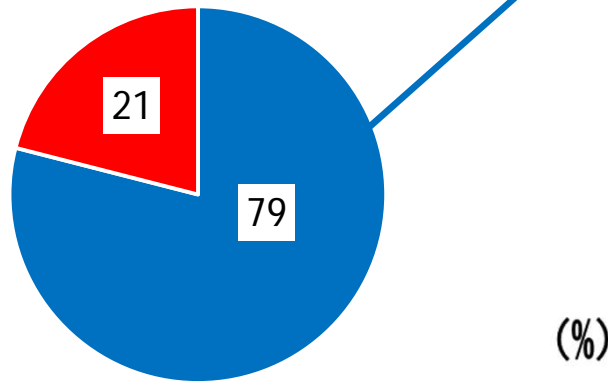


■ ある ■ ない

- ・熊本市内では過半数の商店街が行政による支援を利用した実績があるが、熊本市外では過半数の商店街が利用したことがない。
- ・利用した行政による支援の内容としては、「イベント」や「プレミアム商品券の発行」が大半であった。また、自治体の補助金を活用して、街路灯や防犯カメラの設置等のハード面の整備を行う商店街もあった。

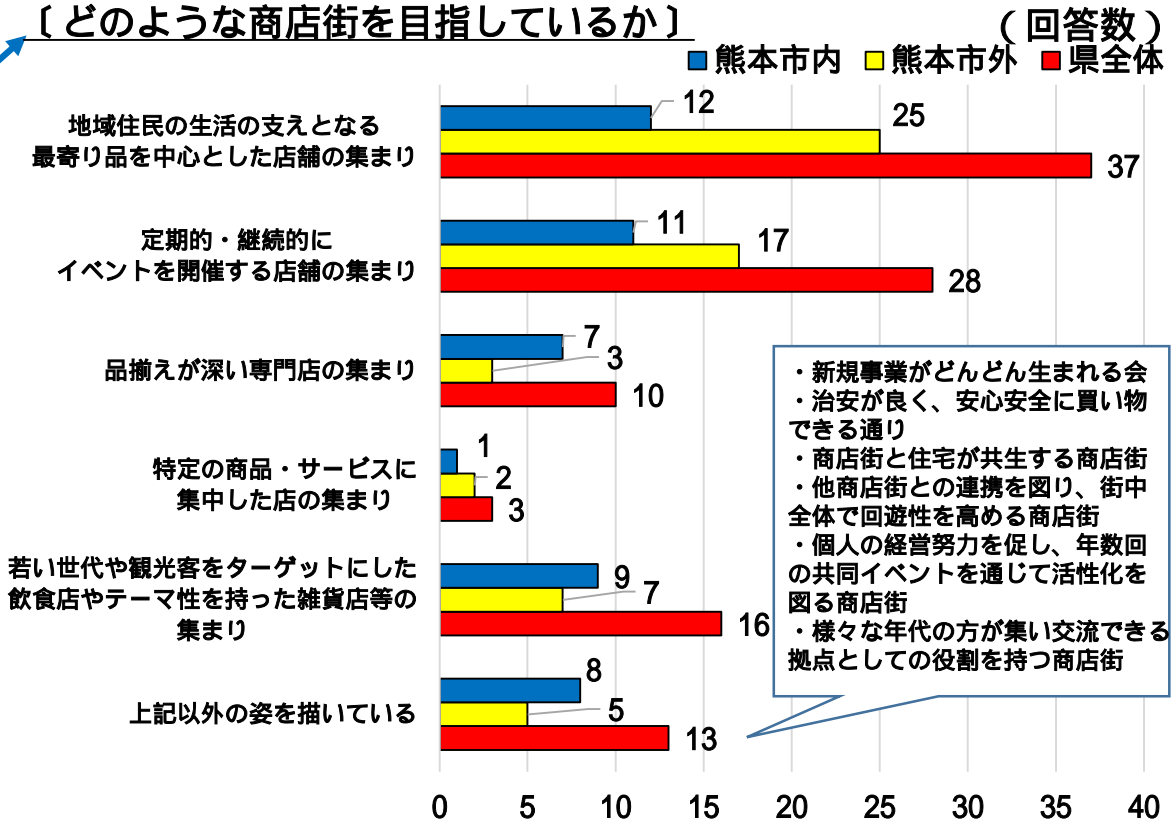
将来の展望等

- 1 将来の展望



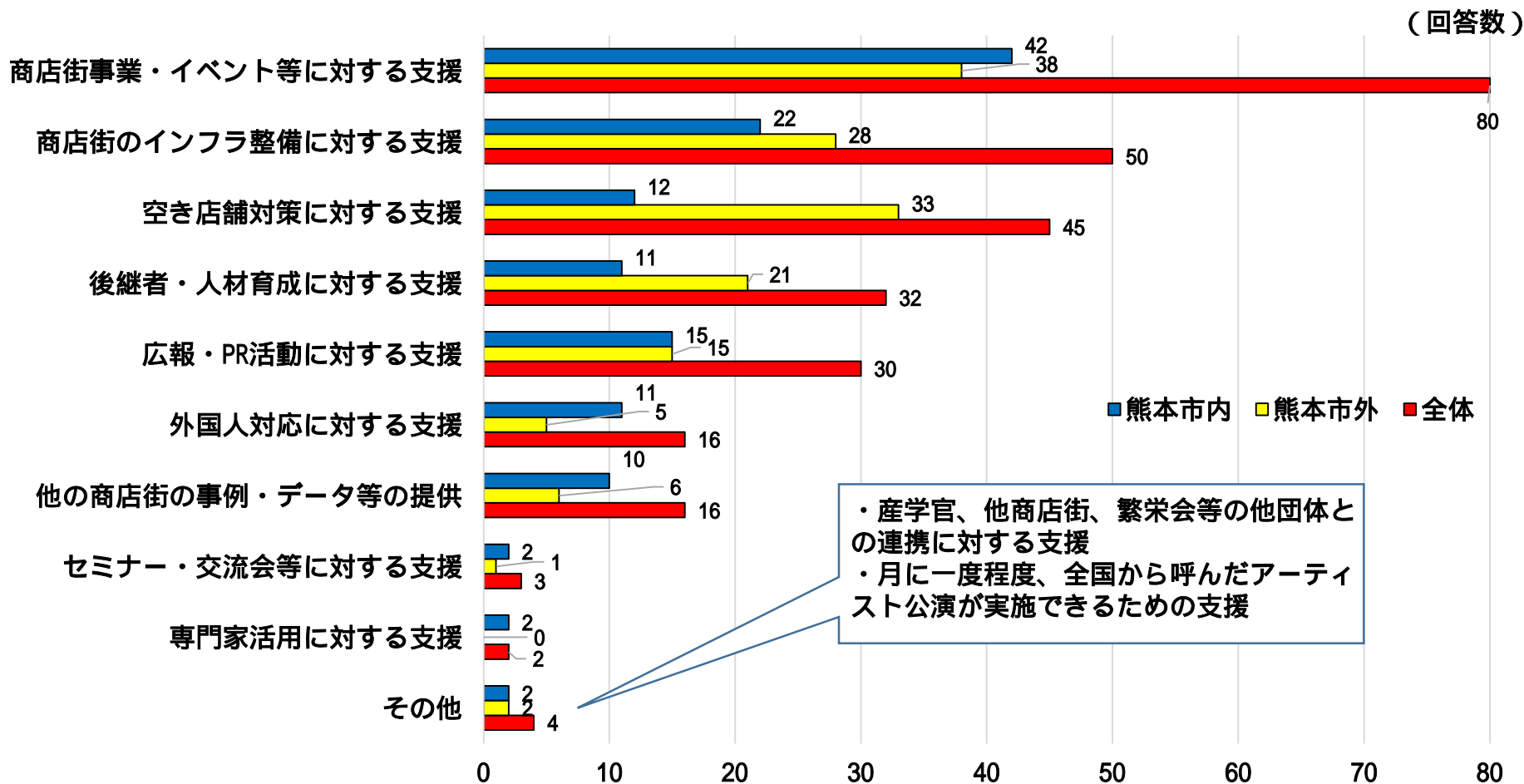
- 商店街全体を維持・発展(活性化)させたい
- 各個店の取組みに任せ、商店街全体を発展(活性化)させようと思わない

〔どのような商店街を目指しているか〕



- ・ 約 8 割の商店街が「商店街全体を発展させたい」という意欲を持っている。
- ・ 県全体では、「地域住民の生活の支えとなる店舗の集まり」を目指す商店街が多い。

- 2 行政に期待すること



・県全体では「商店街事業・イベント等に対する支援」を行政に期待する商店街が最も多い。

・熊本市内と比較して、熊本市外では「空き店舗対策」や「後継者、人材育成」に対する支援を求める商店街が多い。

その他（意見等）

- ・今年度に入り、台湾や外国人の方の旅行者が増えてきた。
- ・一過性のイベントではなく街の魅力を多くの人に発信して来街につながるような取組を今後行っていきたい。
- ・歩道が広がったり、集える広場等があればもっと活気が出ると思う。
- ・会員事業者と住民、会員同士、商店街同士等、人間関係のコミュニティ自体が希薄になっていることが課題。
- ・イベントでの来客があるが、個々のお店の売りに繋がっていないことが課題。