

令和元年度
神戸市「商店街・小売市場」概況調査結果

令和2年3月
(令和3年3月追加)

神戸市

目次

I 調査の概要

1. 実施要領 1
 - (1) 調査目的
 - (2) 主な調査内容
 - (3) 調査対象
 - (4) 調査方法と調査期間
 - (5) 調査時点
2. 回答数 1
3. 団体数の推移 2

II 人口の概要

1. 商店街・小売市場周辺の人口の推移および市全体との比較
 - (1) 人口の変化率（平成 26（2014）年調査時点との比較） 3
 - (2) 令和元（2019）年 6 月と平成 26（2014）年 6 月の年齢構成 4

III 分析結果

1. 商店街・市場を取り巻く状況の変化
 - (1) 商店街・小売市場のタイプ 5
 - (2) 営業店舗数と空き店舗数 6
 - (3) ここ 3 年間の営業店舗数、チェーン店舗数、空き店舗数、来街者数の推移 6
 - (4) 団体が抱える問題と変化したと感じるニーズ 8
 - (5) 後継者問題 10
2. 団体組織の状況
 - (1) 組織形態 11
 - (2) 役員の年齢構成、代表者の就任年数 11
 - (3) 専従事務局員の有無 12
 - (4) 専門部会 12
 - (5) 広報・事業担当者の有無 12
 - (6) オーナー会の有無 13
 - (7) 会費 13
 - (8) 年間予算 15
 - (9) 中長期的なビジョンや将来計画の有無 16
 - (10) 新たな取り組み 17
3. 空き店舗の状況
 - (1) 空き店舗の状況 19
 - (2) 空き店舗対策 20

4. 共同施設の状況	
(1) 共同施設の設置状況	22
(2) 維持管理費	22
(3) 廃棄・廃止にかかる費用	23
5. 活性化の取り組み	
(1) 各団体の取り組み	24
6. 団体活動の満足度と今後の展望	
(1) 団体活動の満足度	26
(2) 今後の組合運営	26
(3) 今後の店舗集積に必要なこと	29
IV まとめ	30
V アンケート結果	33
(令和2年度追加項目)	49
VI 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について	
1. 実施要領	
(1) 調査目的	
(2) 主な調査内容	
(3) 調査対象	
(4) 調査方法と調査期間	
(5) 調査時点	
2. 回答数	
3. 分析結果	
(1) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響	
(2) タイプ別／来街者数の変化	
(3) タイプ別／営業店舗数の変化	
(4) タイプ別／組合員数の変化	
4. アンケート結果	

I 調査の概要

1. 実施要領

(1) 調査目的

商店街・小売市場の最新の状況やニーズ、抱える問題などを把握し、各課題に応じた支援施策につなげることを目的とする。

(2) 主な調査内容

- 営業店舗数、来街者数等の変化
- 商店街・小売市場が抱える問題
- 商店街・小売市場の組織の状況
- 空き店舗の状況と対策
- 共同施設の設置・維持管理等の状況
- 商店街・小売市場の活性化に向けた取り組み
- 商店街・小売市場の活動の満足度と今後の展望

(3) 調査対象

市内全ての商店街および小売市場等団体（※1）

（※1）商業集積地として存在していても、組織として解散している場合は対象外
一方、数店しか営業していなくても、組織として存続している場合は対象

(4) 調査方法と調査期間

平成31年4月22日 対象団体へアンケート用紙を送付
令和元年5月～10月 アンケート回収および集計

(5) 調査時点

令和元年5月1日現在

2. 回答数

218 団体（商店街 186 団体、小売市場 32 団体）

（送付 239 団体：商店街 207 団体、小売市場 32 団体）（※2）

（※2）回収できなかった 21 団体については、営業している店舗の有無にかかわらず、
団体としての組織が解散もしくは休止状態であることを確認

なお、回答があった 218 団体の内、2 団体は組織形態について、「解散した」と回答したが、他のアンケート項目に対する回答があったため、調査対象とした

3. 団体数の推移

	商店街				小売市場				計			
	H5	H20	H26	R1	H5	H20	H26	R1	H5	H20	H26	R1
東灘区	9	10	9	9	18	6	4	4	27	16	13	13
灘区	34	22	21	18	14	6	4	4	48	28	25	22
中央区	85	74	74	67	9	8	4	5	94	82	78	72
兵庫区	34	30	20	18	15	10	8	5	49	40	28	23
北区	15	13	8	9	5	2	1	1	20	15	9	10
長田区	32	23	26	22	14	7	6	5	46	30	32	27
須磨区	22	22	21	21	12	7	6	4	34	29	27	25
垂水区	21	23	19	19	14	8	4	4	35	31	23	23
西区	7	6	4	3	3	1	1	0	10	7	5	3
計	259	223	202	186	104	55	38	32	363	278	240	218

※過去2回の概況調査および阪神淡路大震災前の数を比較対象としている。

II 人口の概要

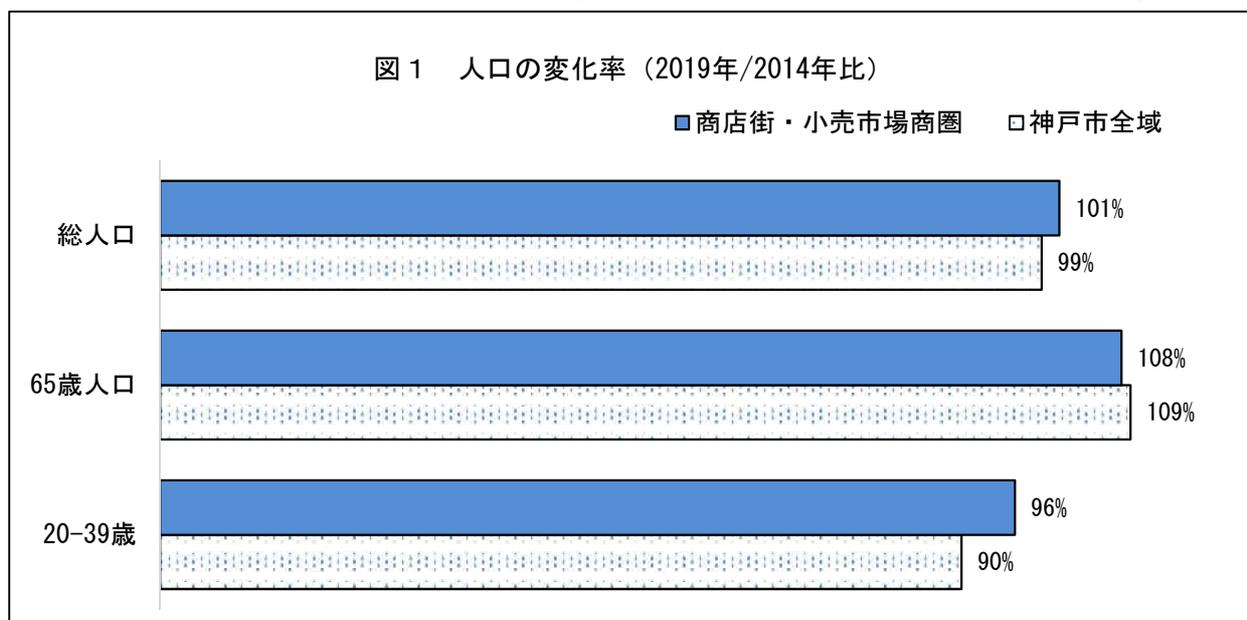
1. 商店街・小売市場周辺の人口の推移および市全体との比較

(1) 人口の変化率（平成 26（2014）年調査時点との比較）

前回調査時点からの人口増減の傾向について、商店街・小売市場の周辺を市全体と比較すると、以下のとおりとなった。

- ①総人口は、全市的に減少しているが、商店街・小売市場周辺では微増となっている。
- ②高齢者人口は、全市的に増加しているが、増加率は市全体に比べて、商店街・小売市場周辺の方がわずかに低い。
- ③20-39 歳の若年人口は、全市的に減少しているが、減少率は市全体に比べて、商店街・小売市場周辺の方が低い。

この結果、商店街・小売市場周辺では人口が増加しており、高齢化が進んではいるものの、市全体と比較すると、その傾向は緩やかであることがわかった。



※人口は、住民基本台帳（町丁目別、年齢別人口）に基づく

令和元（2019）年 6 月、平成 26（2014）年 6 月

※商圏人口は、半径 500 メートルを目安に抽出

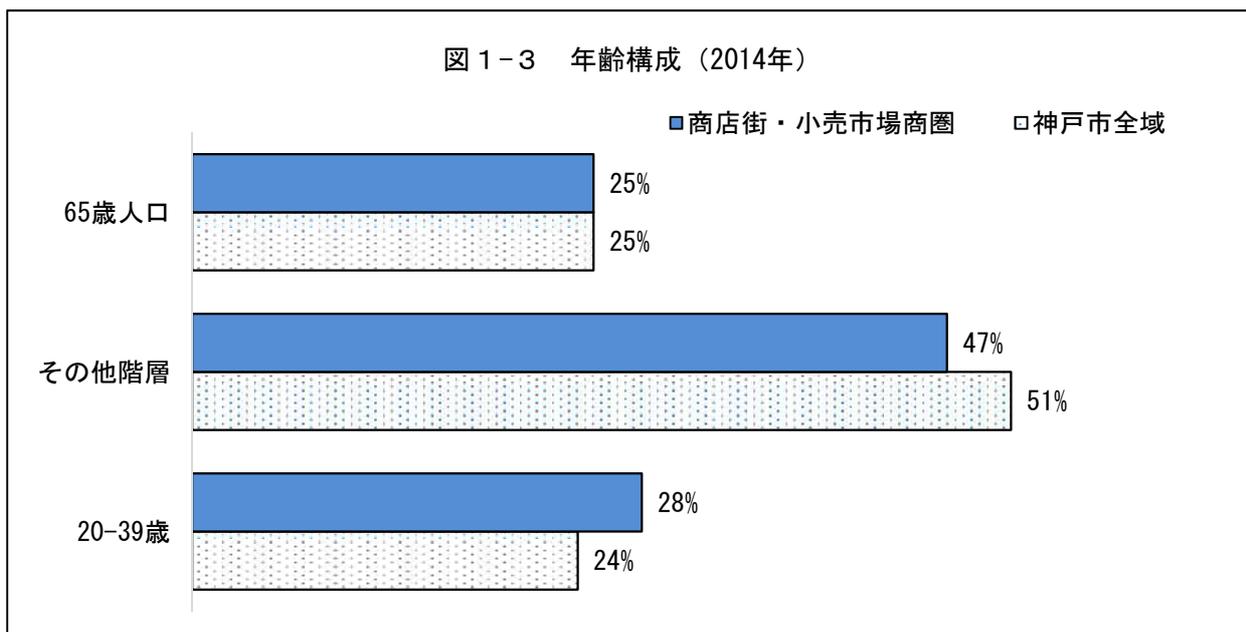
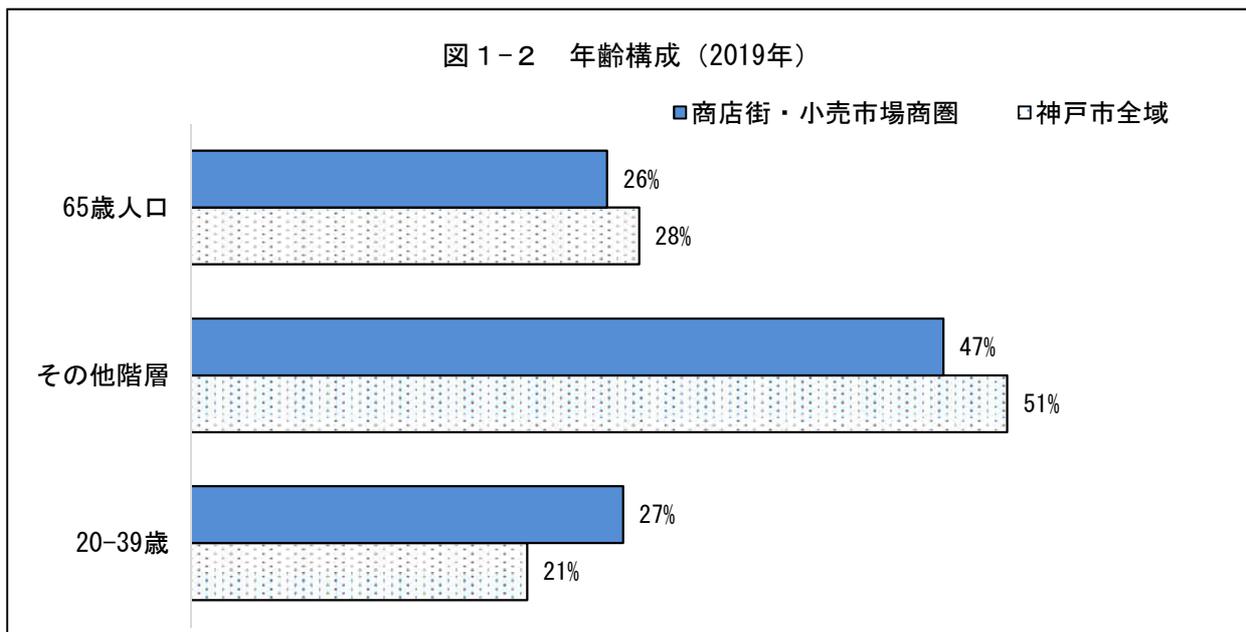
※「65 歳人口」は、高齢者人口（65 歳以上）を指す

(2) 令和元（2019）年6月と平成26（2014）年6月の年齢構成

今回の調査で、市全体では65歳以上が20-39歳を上回っているが、商店街・小売市場周辺では20-39歳がわずかながら上回っており、やや若年層が多いことがわかる。

また、前回の調査時点との変化を見ると、市全体では65歳以上が3ポイントの増、20-39歳が3ポイントの減となっている一方、商店街・市場周辺では65歳以上は1ポイントの増、20-39歳は1ポイントの減に留まっている。

この結果からも、商店街・小売市場周辺では、市全体よりも緩やかな高齢化傾向を示していることがわかった。



Ⅲ 分析結果

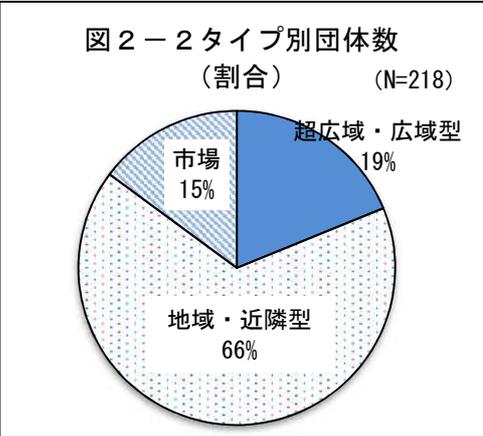
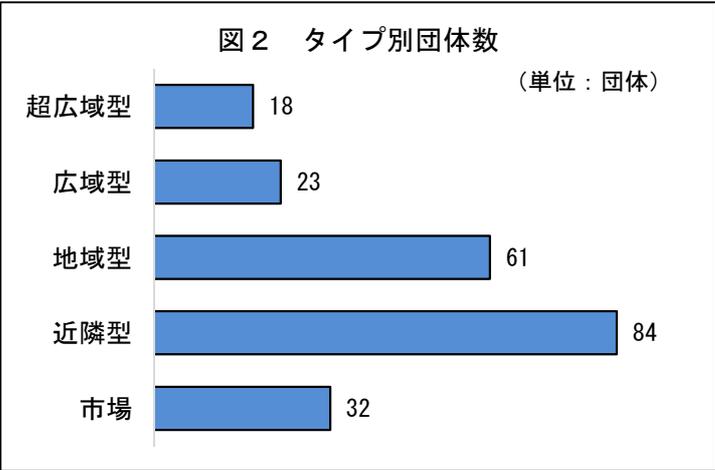
1. 商店街・市場を取り巻く状況の変化

(1) 商店街・小売市場のタイプ（問1）

今回、商店街は前回（平成26年）同様、4つのタイプに分類した。各項目での比較は、新たに「市場」を加えた上で、「超広域・広域型」「地域・近隣型」「市場」の3類型で行った。

超広域型	：百貨店、量販店等を含む大型店があり、有名な専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離からの来客を見込んでいる団体
広域型	：百貨店、量販店等を含む大型店があり、地域型よりやや広い団体
地域型	：近隣型よりもやや広い商圈であることから、徒歩、自転車、バス等公共交通機関での来客を見込んでいる団体
近隣型	：徒歩または自転車などでの来客を見込んでいる団体
市場	：主に生鮮品を中心とした10店舗以上の小売商が集積した団体

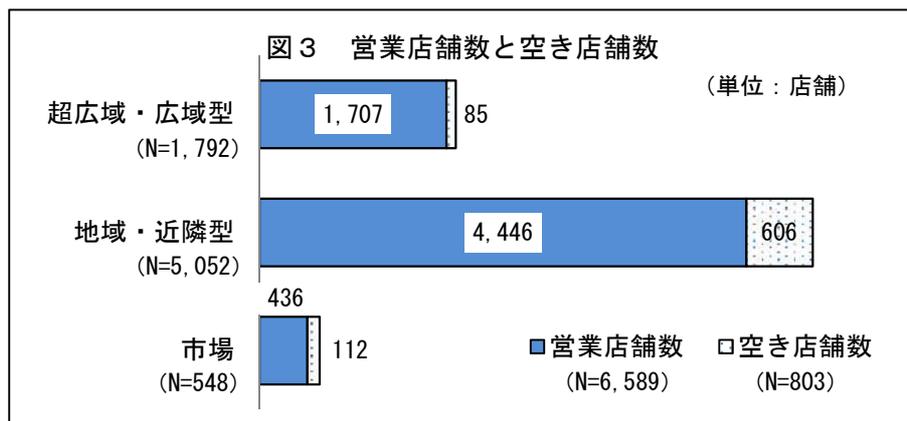
市内に商店街・小売市場は218団体あり、タイプ別では、超広域型18団体（8%）、広域型23団体（11%）、地域型61団体（28%）、近隣型84団体（38%）、市場32団体（15%）で、比較的小規模な地域・近隣型、市場で全体の81%を占めている。



(2) 営業店舗数と空き店舗数 (問2)

商店街・小売市場 218 団体内に、組合員である店舗は 7,392 あり、その内、営業店舗は 6,589、空き店舗は 803 あることがわかった。

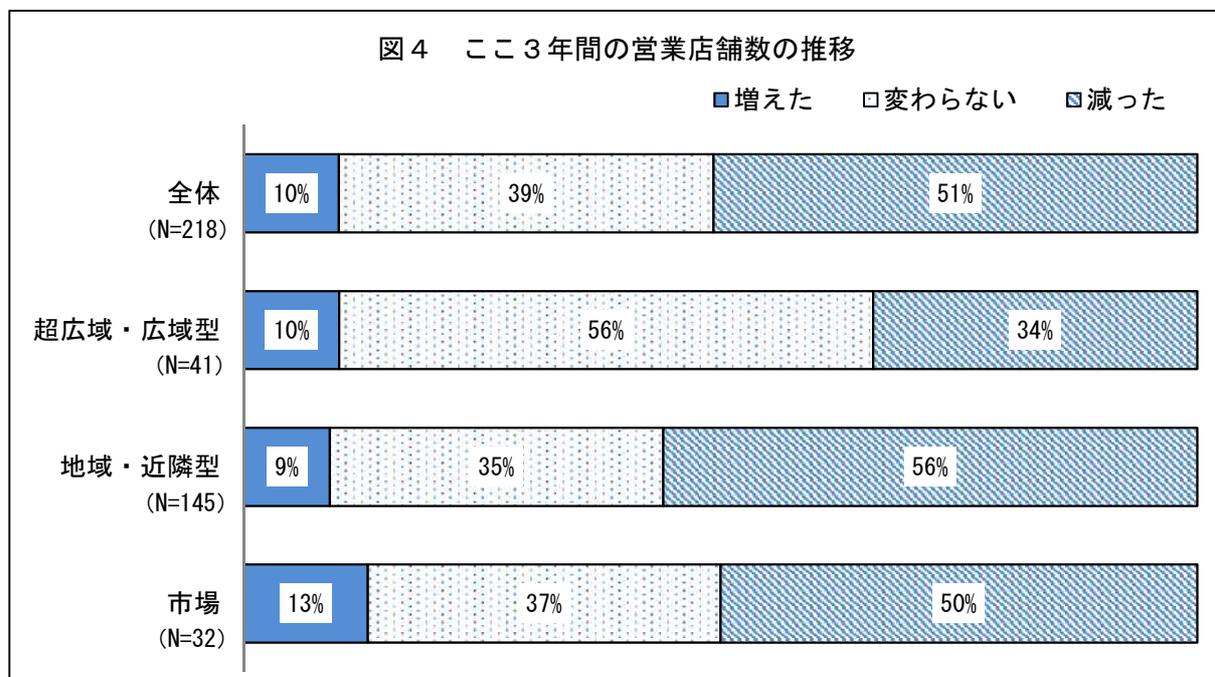
類型別では、市場の空き店舗割合が 20% と高くなっている。



(3) ここ3年間の営業店舗数、チェーン店舗数、空き店舗数、来街者数の推移 (問2・問3)

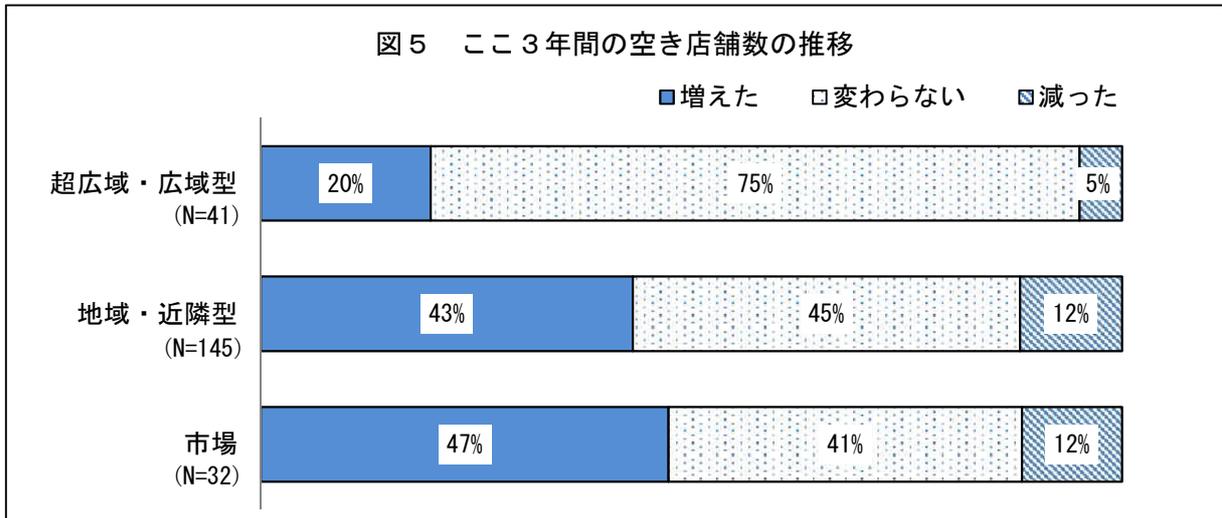
① 営業店舗数

ここ3年間の営業店舗数の推移については、全体では「増えた」と回答した団体が 10%、「変わらない」が 39%、「減った」が 51%であった。タイプ別でみると、超広域・広域型では半数以上の団体が「変わらない」と回答したが、地域・近隣型や市場では「減った」との回答が半数以上を占めた。地域によるばらつきはあるものの、超広域・広域型では現状を維持している一方で、周辺の地域・近隣型や市場では営業店舗数が減少傾向にあることがわかった。



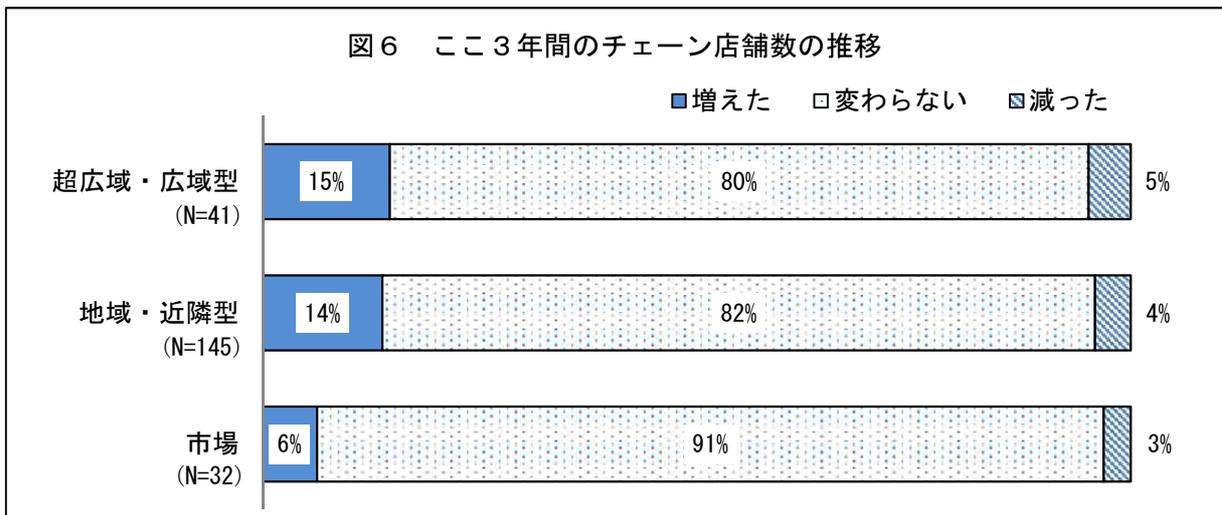
②空き店舗数

ここ3年間の空き店舗数の推移については、超広域・広域型では4分の3の団体が「変わらない」と回答した。一方で、地域・近隣型では「変わらない」が「増えた」よりわずかに多かったものの、市場では「増えた」との回答が最も多かった。超広域・広域型では現状に大きな変化はないが、地域・近隣型や市場では空き店舗が増えていることがわかった。



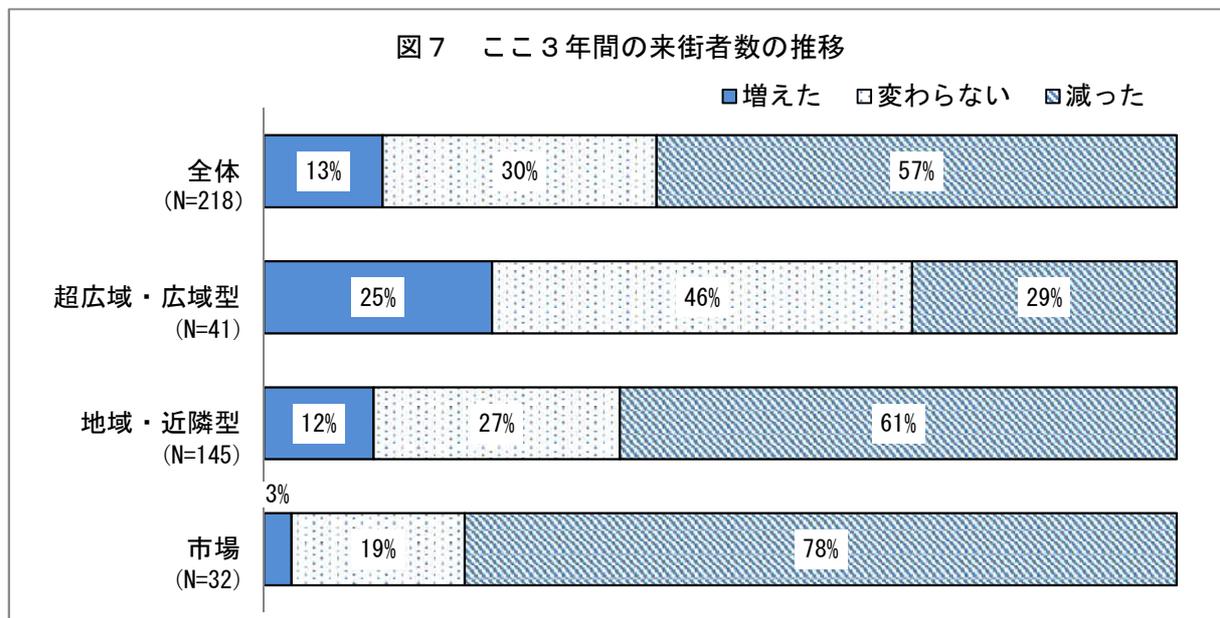
③チェーン店舗数

ここ3年間のチェーン店舗数の推移については、超広域・広域型では15%の団体が、地域・近隣型でも14%の団体が「増えた」と感じているが、全てのタイプで8割以上は「変わらない」という回答であり、大きな変化はないことがわかった。



④来街者数

ここ3年間の来街者数の推移については、全体では半数以上の団体が「減った」と回答した。タイプ別では、地域・近隣型や市場では来街者数の減少が著しい一方、超広域・広域型では「減った」と同程度の「増えた」との回答もあり、タイプによって大きな差があることがわかった。



(4) 団体が抱える問題と変化したと感じるニーズ (問4・問4-2)

①超広域・広域型

団体が抱える問題については、「③他地域・他都市への顧客流出」が32%と最も高く、他のタイプではそれぞれ6%と低かったことと比較して、特徴的な結果となった。次いで、「②大型店・スーパー・インターネット販売への顧客流出」「⑦後継者」、「④顧客ニーズの変化」「⑥駐車場・駐輪場の不足」の順であったが、全体的に課題がばらける傾向となった。

また、変化したと感じる顧客ニーズについては、「④ネット通販など在宅における買い物志向の変化」が突出しており、他地域・他都市やインターネットへの顧客流出が大きな課題であることがわかった。

②地域・近隣型

団体が抱える問題については、「②大型店・スーパー・インターネット販売への顧客流出」、「⑦後継者」、「①商圈人口の減少」が30%以上、次いで、「⑤店舗などの老朽化」、「⑨集客力が高い、話題性のある店舗や業種の不足」、「⑪空き店舗の増加」が20%以上と高かった。

また、変化したと感じる顧客ニーズについては、「①高齢化による嗜好の変化」に次いで、「④ネット通販など在宅における買い物志向の変化」が高く、大型店やスーパー、インターネット等への顧客流出を課題と考えている団体が多いことがわかった。

③市場

団体が抱える問題については、「②大型店・スーパー・インターネット販売への顧客流出」は56%、「⑤店舗などの老朽化」は38%の団体が問題と回答しており、ともに回答が多かった地域・近隣型と比較しても高い割合であった。

また、変化したと感じる顧客ニーズについては、「③共働き世帯の増による買い物時間帯の変化」が、他のタイプと比較して突出して高く、ライフスタイルの変化によって買い物時間帯が変わり、顧客が流出していると考えている団体が多いことがわかった。

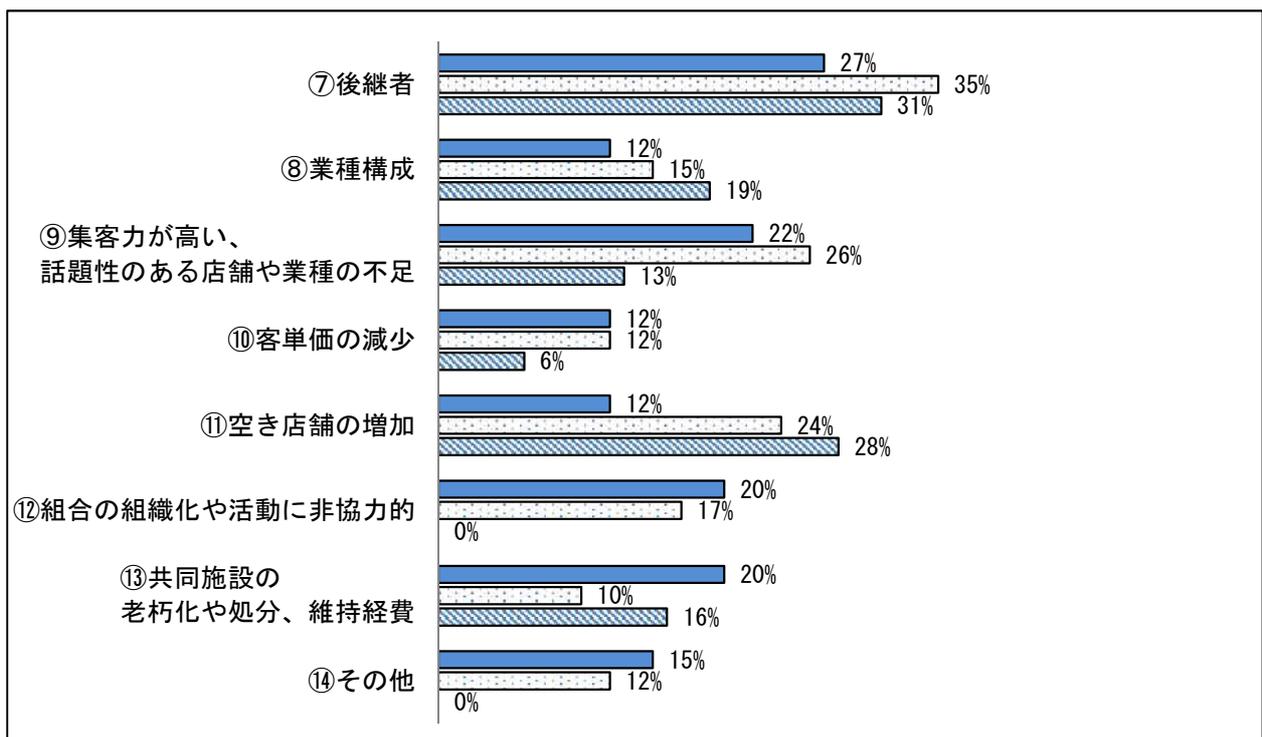
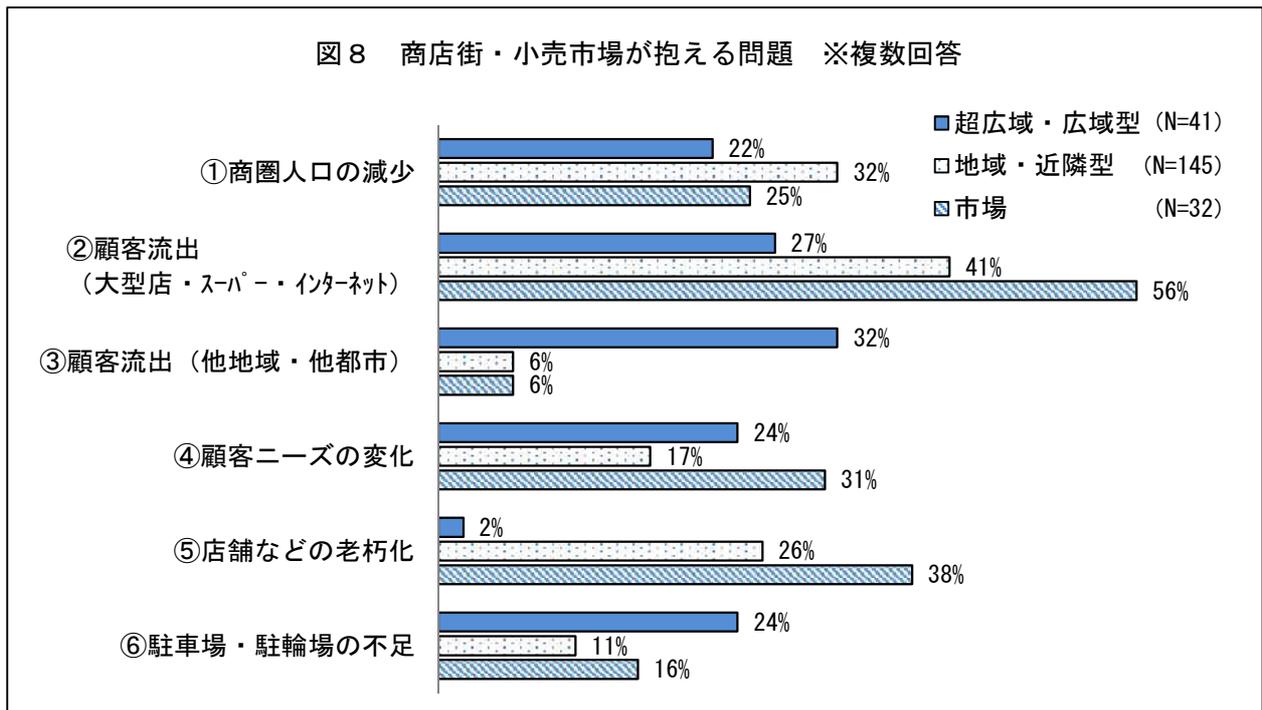
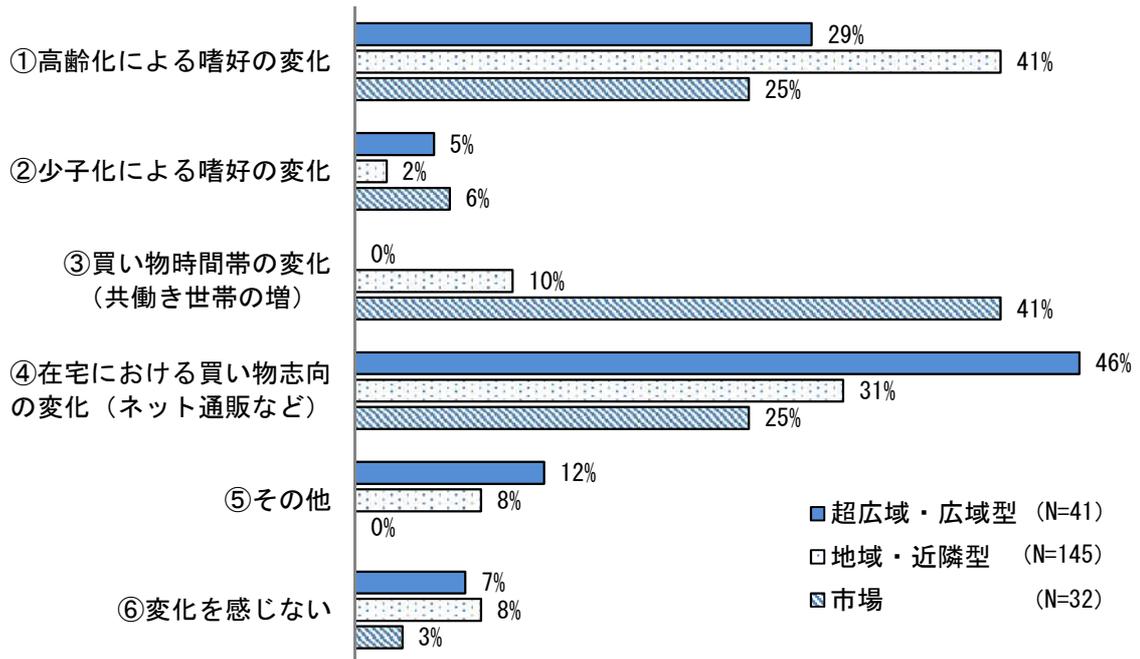


図9 変化したと感じる顧客ニーズ



(5) 後継者問題 (問4-3・問4-4)

後継者問題については、「後継者がいない」、「後継者に継ぐ意思がない」、「経営者が後継者に継がせるつもりがない」の順に回答が多く、さらに、後継者以外の「別の第三者が見当たらない」という回答が多かったことから、事業承継が大きな問題であることがわかった。

図10 後継者問題

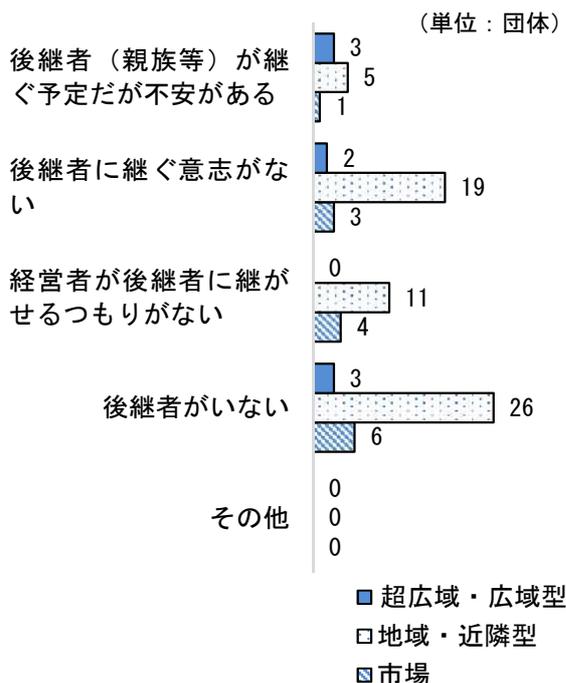
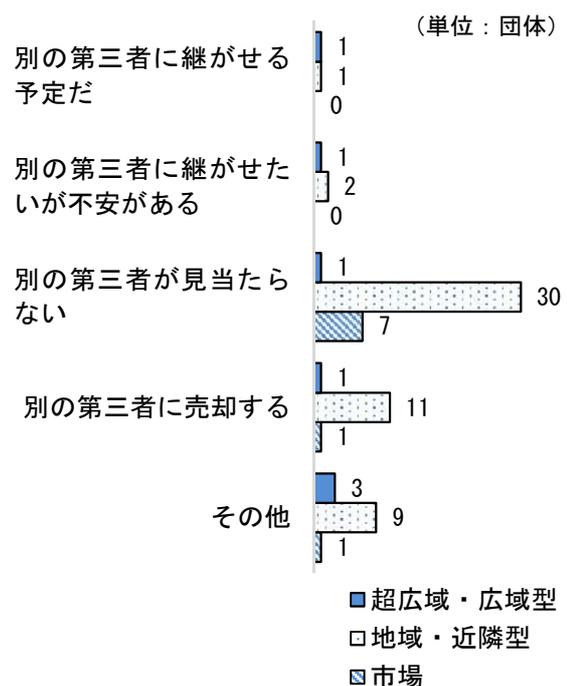


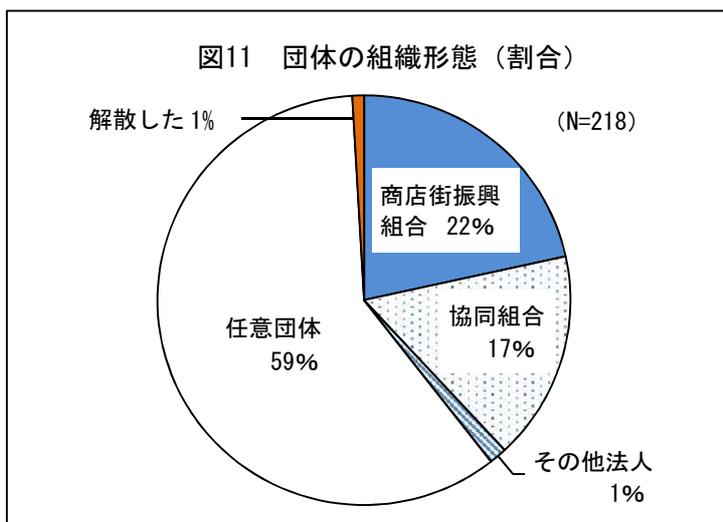
図10-2 後継者問題
(「後継者が継ぐ」以外の場合)



2. 団体組織の状況

(1) 組織形態 (問5)

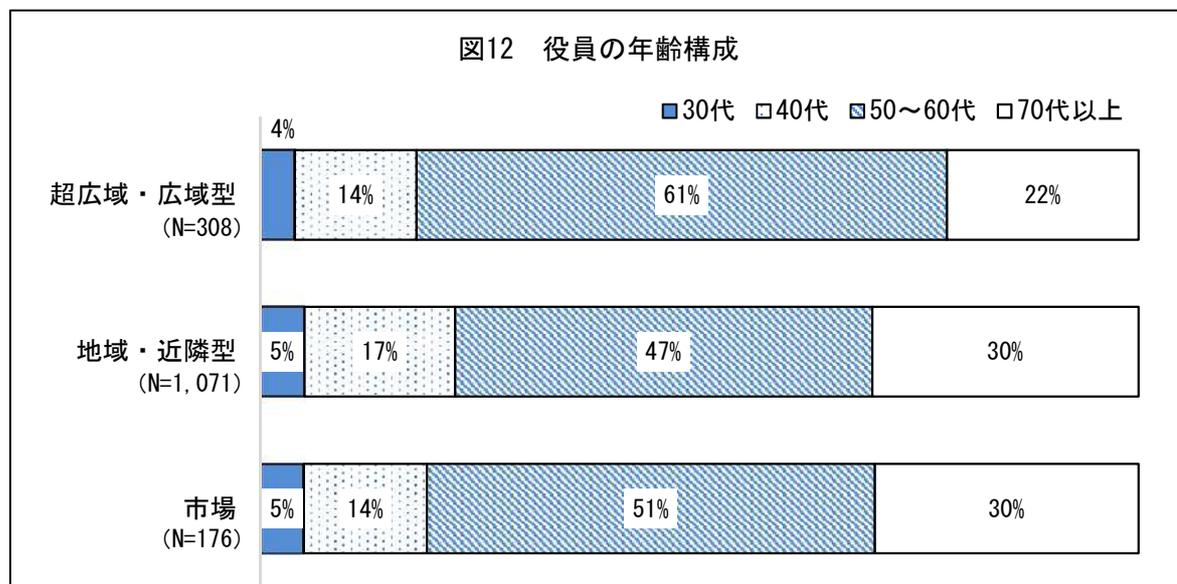
団体の組織形態については、最も多いのは任意団体で 59% (130 団体)、次いで、商店街振興組合 22% (47 団体)、協同組合 17% (36 団体) という構成であった。

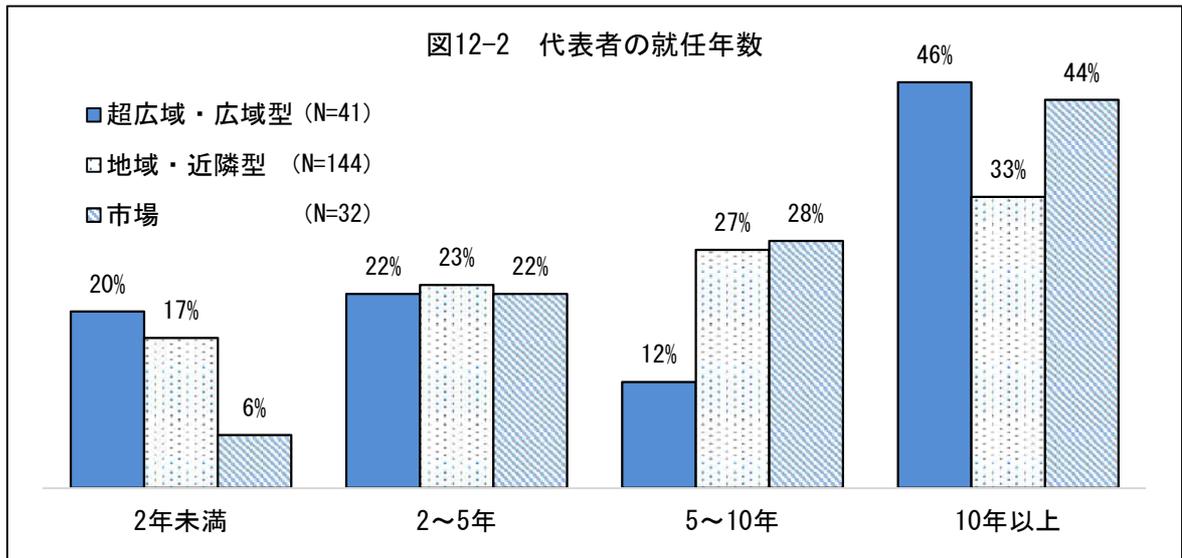


(2) 役員の年齢構成、代表者の就任年数 (問6～問7)

役員の年齢構成については、全てのタイプで 50～60 代が中心となっている。70 代以上は超広域・広域型で 2 割、地域・近隣型、市場で 3 割ある一方で、近隣・地域型では 30～40 代が 2 割を超え、一部の団体ではあるが、若手の役員も団体の活動に参画していることがわかった。

また、代表者の就任年数については、全てのタイプで 10 年以上が最も多く、団体の担い手不足や世代交代が課題となっていることがわかった。





(3) 専従事務局員の有無 (問8)

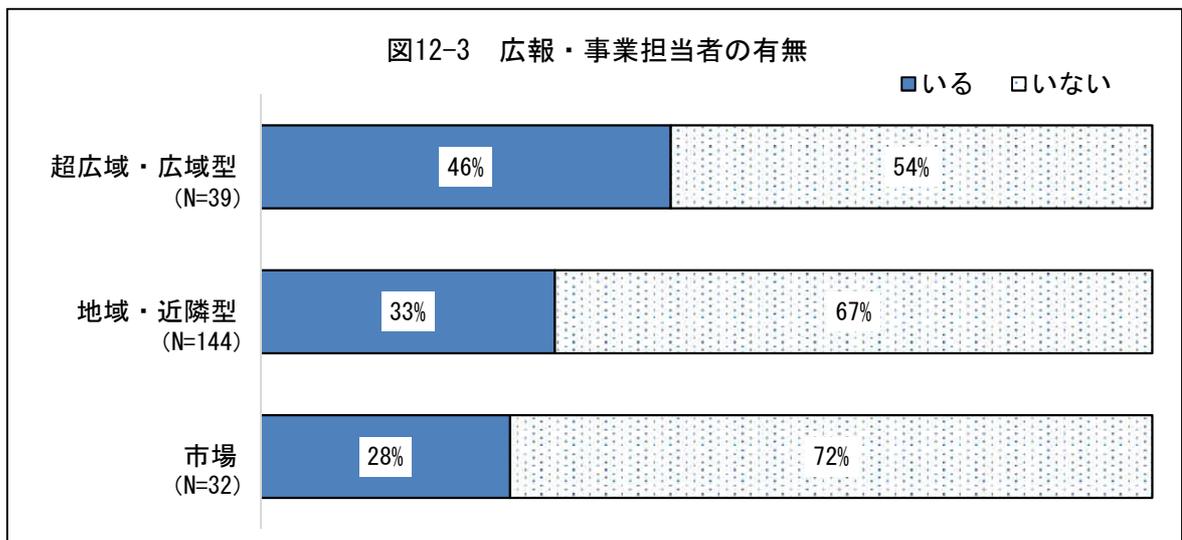
専従事務局員 (パート・アルバイトを含む) については、73 団体が「雇用している」と回答したが、それ以外の 145 団体では雇用がなく、組合役員等で事務を分担しているものと考えられる。

(4) 専門部会 (問9)

専門部会については、51 団体が「設置している」と回答し、その内訳は青年部 14、婦人部 7、広報部 11、企画事業部 9、その他 10 (総務・施設担当、営繕部、財務など) であった。

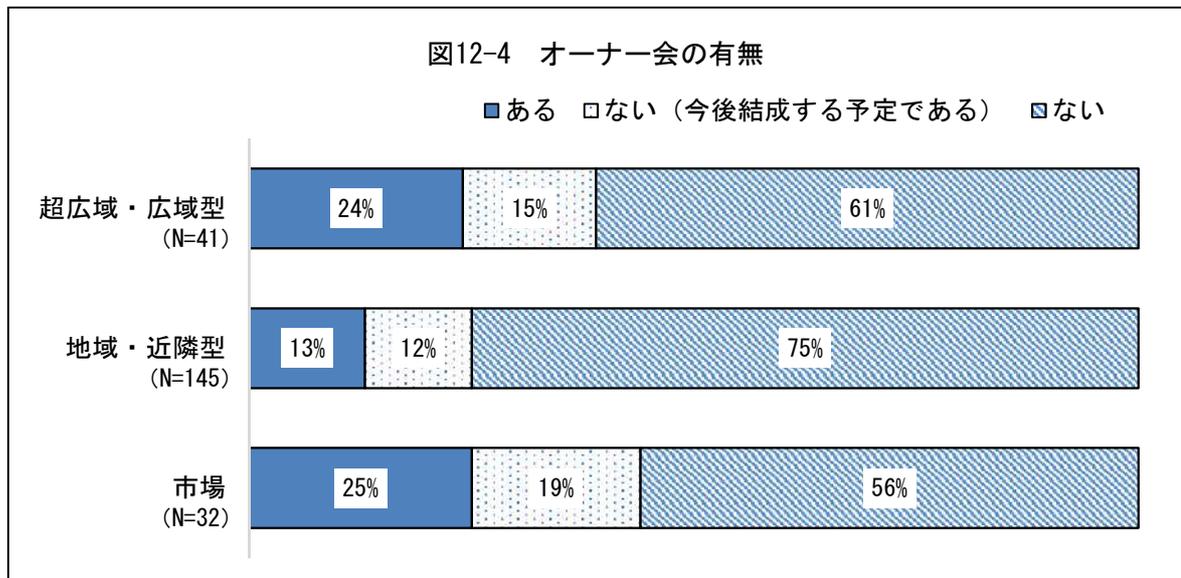
(5) 広報・事業担当者の有無 (問10)

広報・事業担当者については、超広域・広域型では半数近くの団体が「いる」と回答したが、地域・近隣型や市場では3割程度であった。



(6) オーナー会の有無 (問 11)

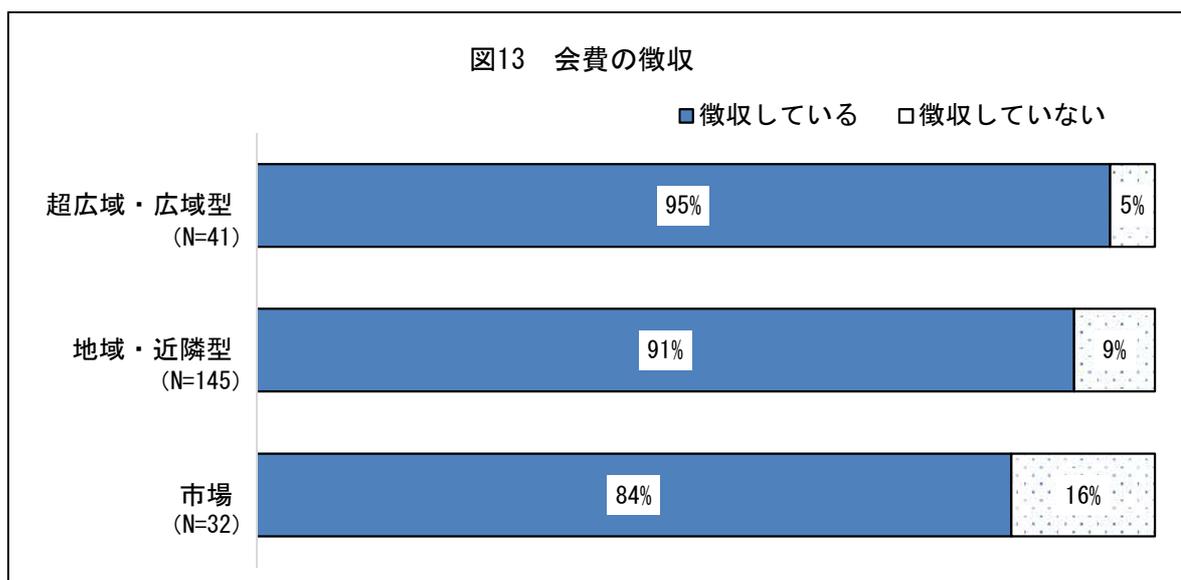
団体組織とは別組織の、テナント誘致や業種構成等を検討するためのオーナー会の有無については、「ある」と回答した団体は全てのタイプで4分の1以下であった。ただ、「現在はないが、今後結成する予定である」と回答した団体も一定数あった。なお、市場では25%の団体が「ある」と回答したが、これは、区画の権利を持って営業している店主が多いことが理由と考えられる。



(7) 会費 (問 12~問 14)

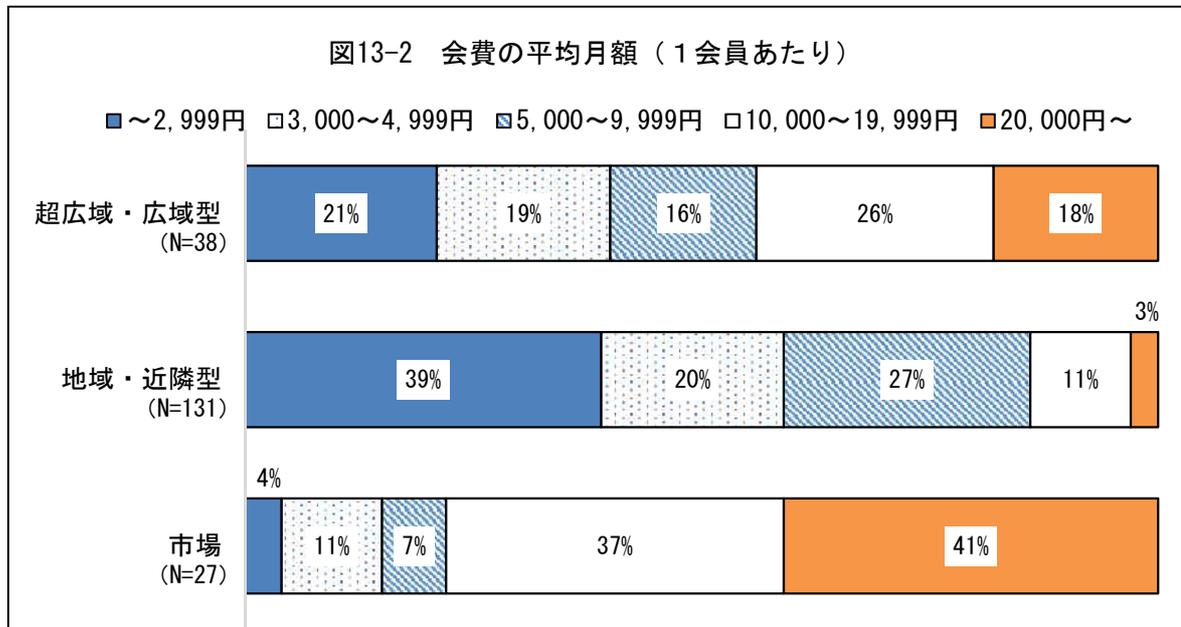
①会費の徴収

会費の徴収については、超広域・広域型、地域・近隣型で9割、市場でも8割を超える団体が「行っている」と回答しており、ほとんどの団体が活動に必要な費用を会費として徴収していることがわかった。



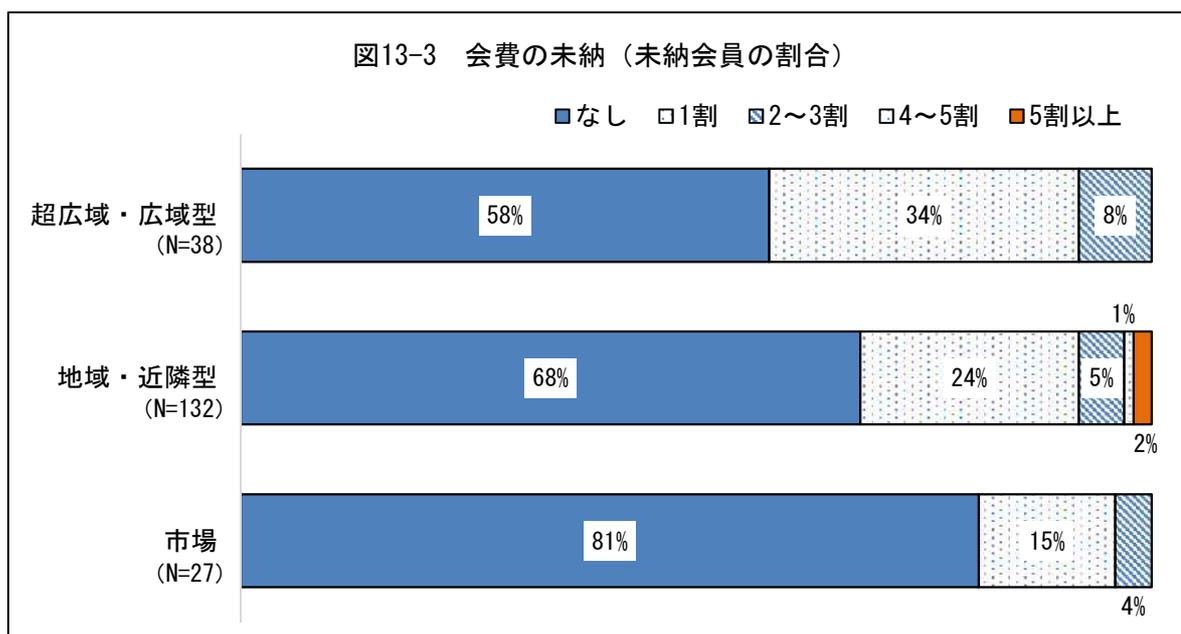
②平均月額

会費の平均月額については、超広域・広域型ではばらつきが見られたが、地域・近隣型では3,000円未満の割合が約4割を占めるなど、全体的には低めであることがわかった。一方で、市場では10,000円以上で全体の8割近くを占めており、会費は高めであることがわかった。



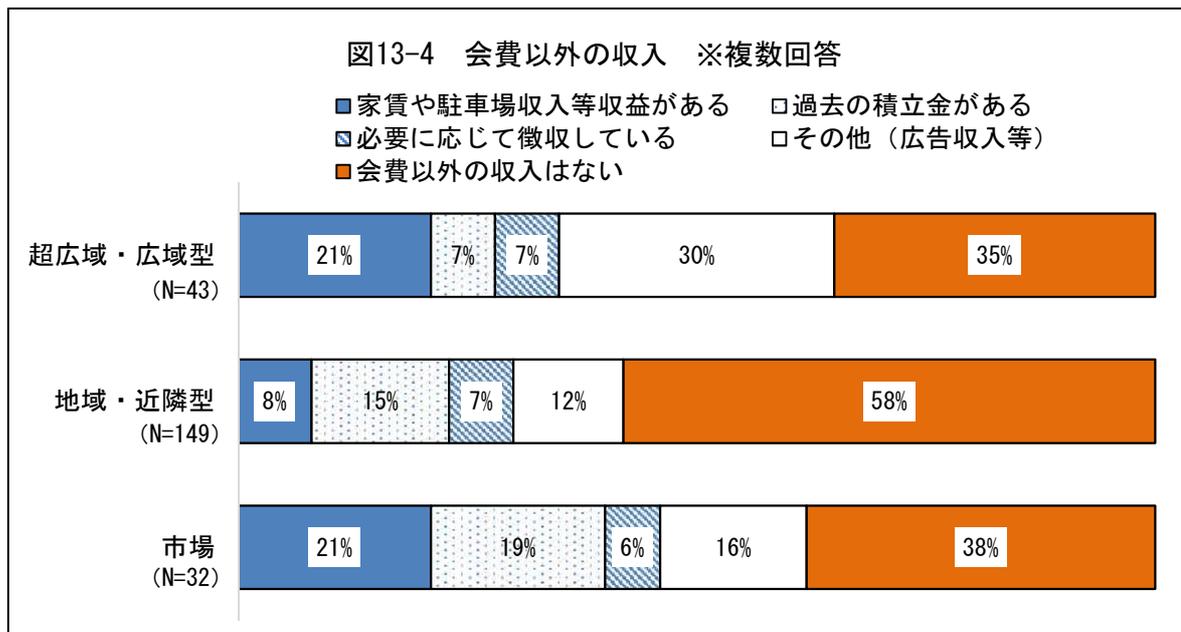
③会費の未納

未納会員(会費を納めていない会員)については、全てのタイプで一定数いることがわかった。超広域・広域型、地域・近隣型では、3割を超える団体で会費の未納会員がおり、特に地域・近隣型では、未納会員が半数を超える団体もあった。一方、市場では未納会員がいる団体は約2割で、他のタイプより低かった。



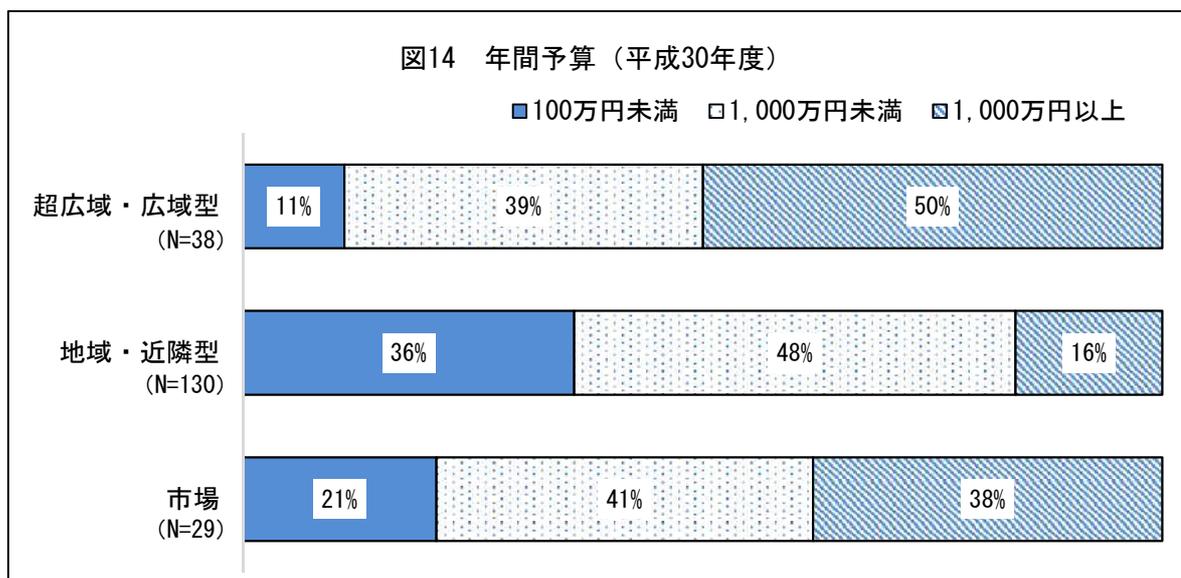
④会費以外の収入

会費以外の収入については、全てのタイプで「会費以外の収入はない」と回答した団体が最も多く、特に、地域・近隣型では5割を超えていた。一方で、超広域・広域型では3割の団体が「広告収入等その他（の収入がある）」、約2割の団体が「家賃や駐車場収入等収益がある」と回答しており、固定的な収入がある団体が多いことがわかった。また、市場では不動産収入や過去の積立金がある団体が多いことがわかった。

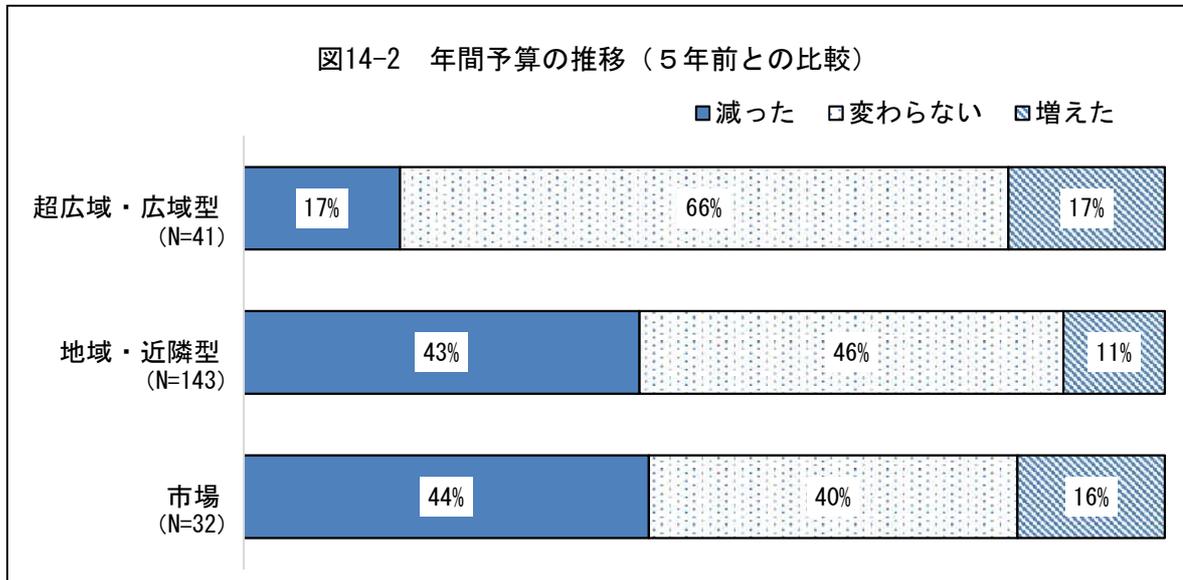


(8) 年間予算（問 13）

年間予算については、超広域・広域型の5割、市場でも約4割の団体が1,000万円以上の予算で事業を行っていることがわかった。一方、地域・近隣型では100万円～1,000万円未満と回答した団体が約5割と最も多かった。

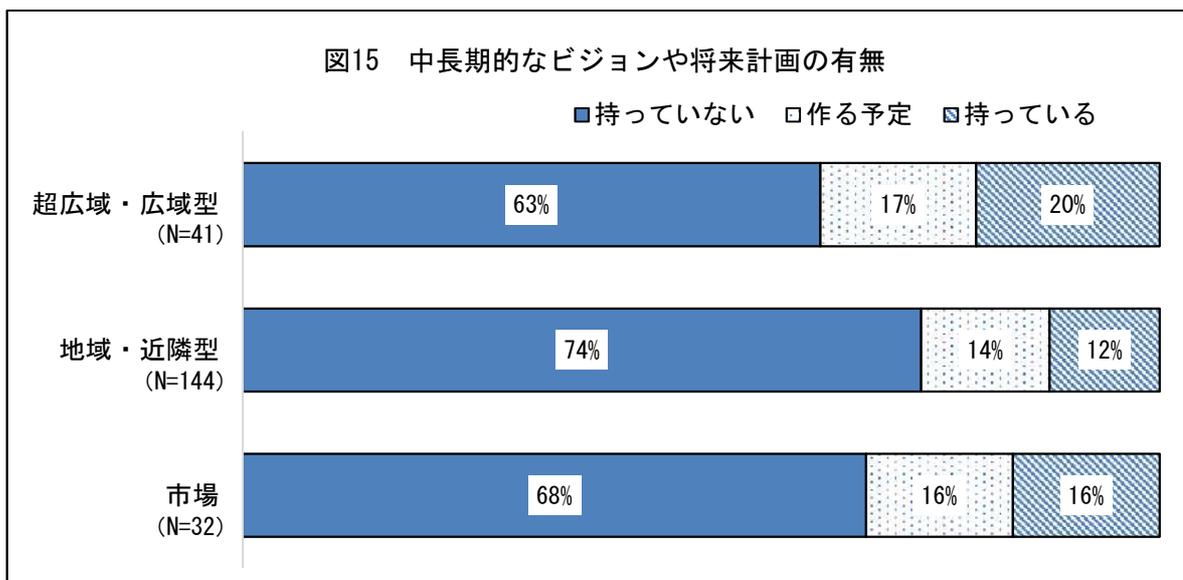


また、5年前と比較した年間予算の推移については、超広域・広域型では6割を超える団体が「変わらない」と回答したが、地域・近隣型、市場では4割を超える団体が「減った」と回答しており、予算が縮小傾向にある団体がやや多いことがわかった。



(9) 中長期的なビジョンや将来計画の有無（問14）

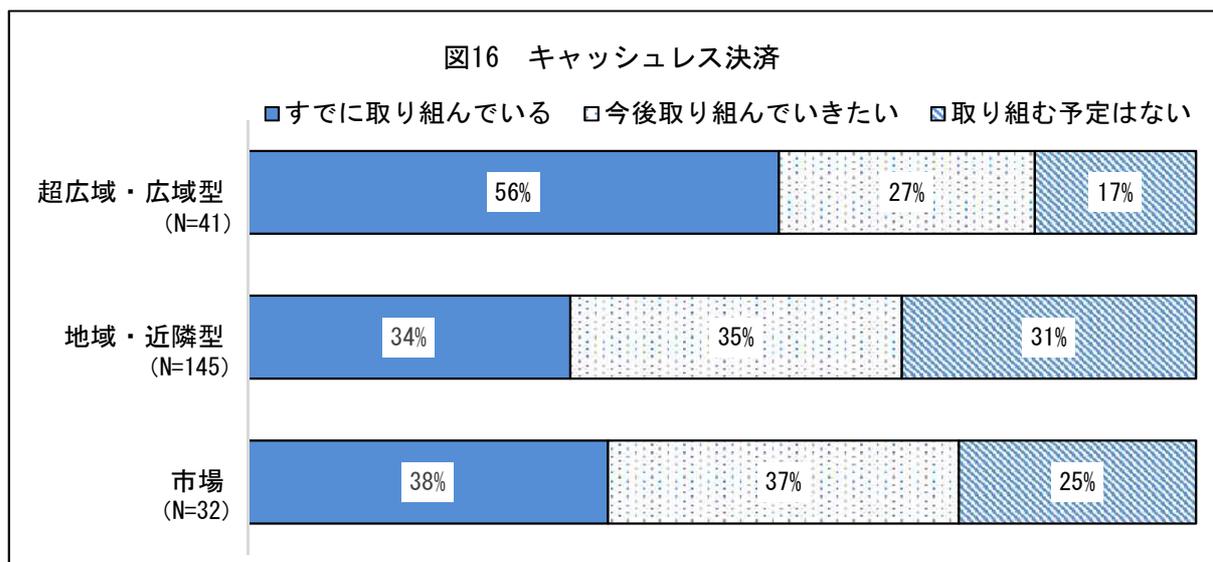
中長期的なビジョンや将来計画については、「持っている」と回答した団体は、タイプ別で割合が最も高かった超広域・広域型でも2割に留まった。全てのタイプで、「作る予定」を含めて、現在「持っていない」団体が8割以上にのぼり、活性化のために計画的に事業を実施している団体が少ないことがわかった。



(10) 新たな取り組み（キャッシュレス決済・インバウンド）（問 15～問 16）

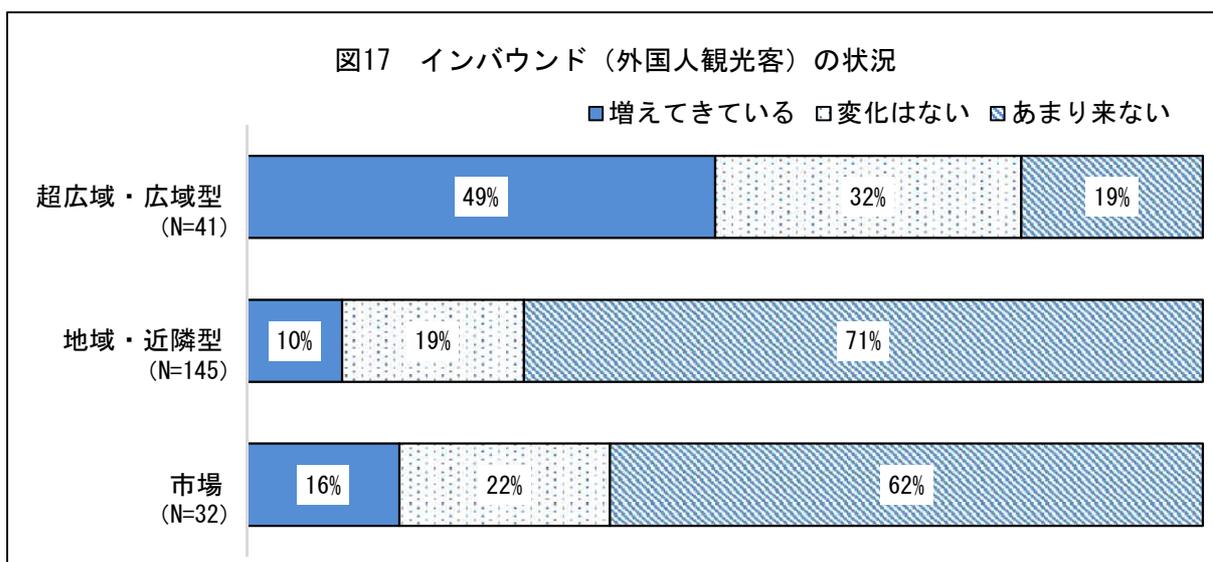
①キャッシュレス決済

キャッシュレス決済については、超広域・広域型では5割以上、地域・近隣型、市場では3割以上の団体が「すでに取り組んでいる」と回答したが、具体的な取り組みとしては、団体に加入している個店が個別に決済事業者と導入を進めている事例がほとんどであった。また、全てのタイプで「今後取り組んでいきたい」が「取り組む予定はない」よりも多く、個店の対応が進む中で、キャッシュレス決済の必要性を感じている団体が多いことがわかった。

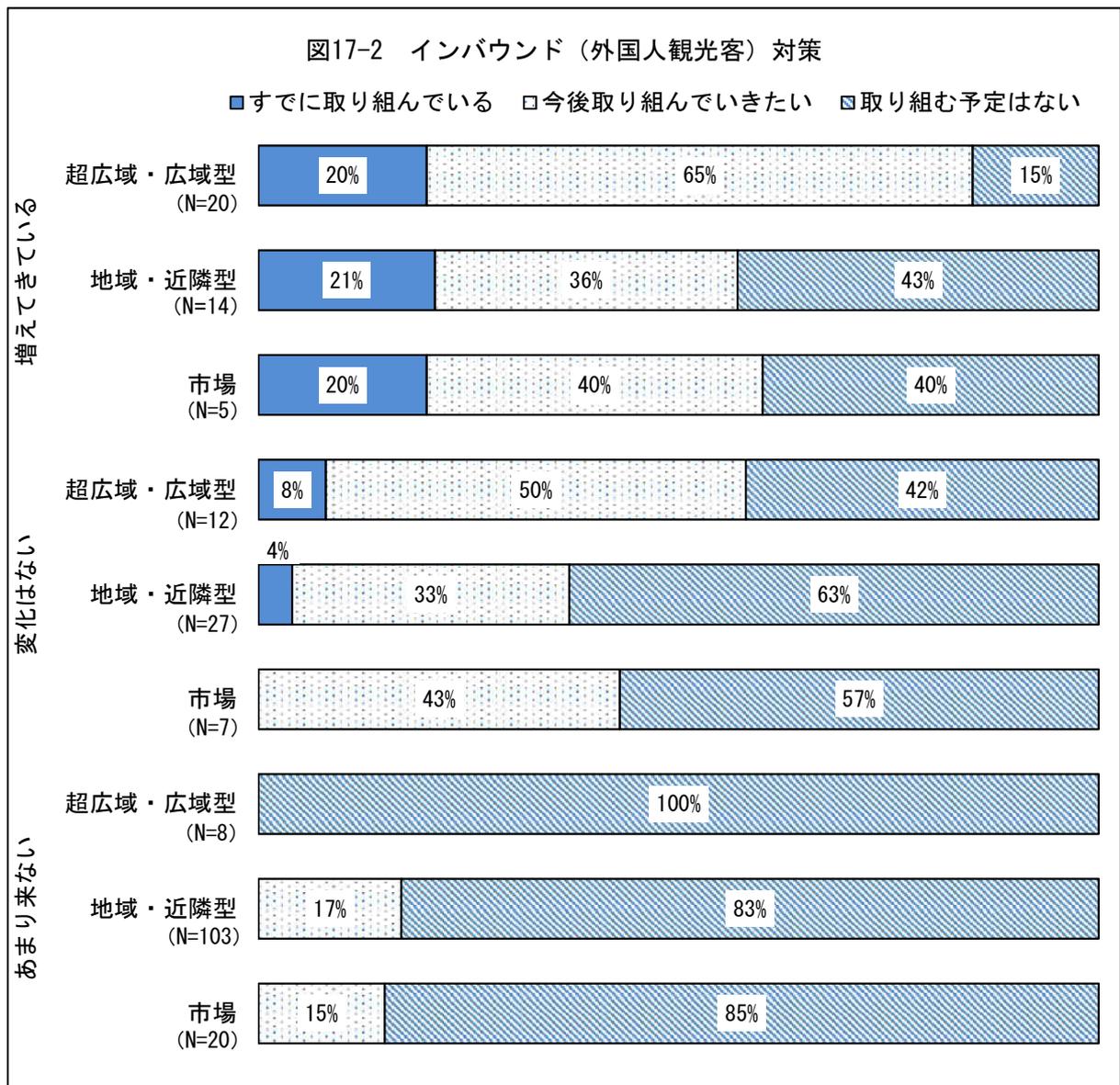


②インバウンド（外国人観光客）

インバウンドの状況については、「増えてきている」と回答した団体は、超広域・広域型で約5割あったが、地域・近隣型や市場では1割程度しかなかった。一方、「あまり来ない」と回答した団体は、地域・近隣型で約7割、市場で約6割となっており、インバウンドの来街は一部のエリアに留まっていることがわかった。



インバウンド対策については、全てのタイプで、「増えてきている」と回答した団体の内2割が「すでに取り組んでいる」と回答した。「増えてきている」「変化はない」と回答した団体の内、「今後取り組んでいきたい」と回答した団体は、超広域・広域型、市場、地域・近隣型の順で高い傾向が見られた。一方、「あまり来ない」と回答した団体の内、「今後取り組んでいきたい」と回答した団体は、超広域・広域型ではなかったものの、地域・近隣型、市場では2割弱あった。インバウンドの現状と取り組みの姿勢が、タイプごとに異なることがわかった。



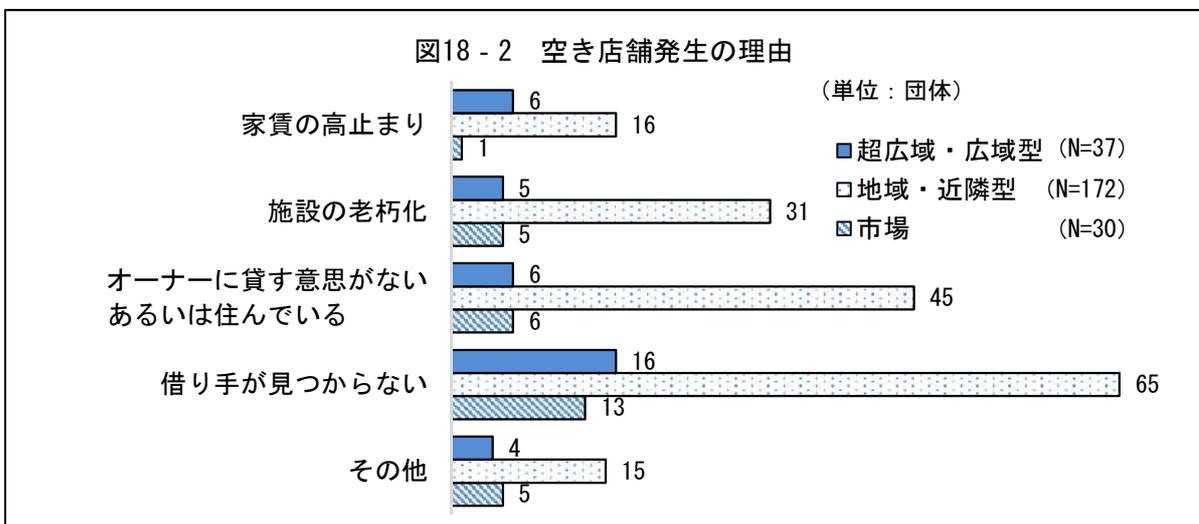
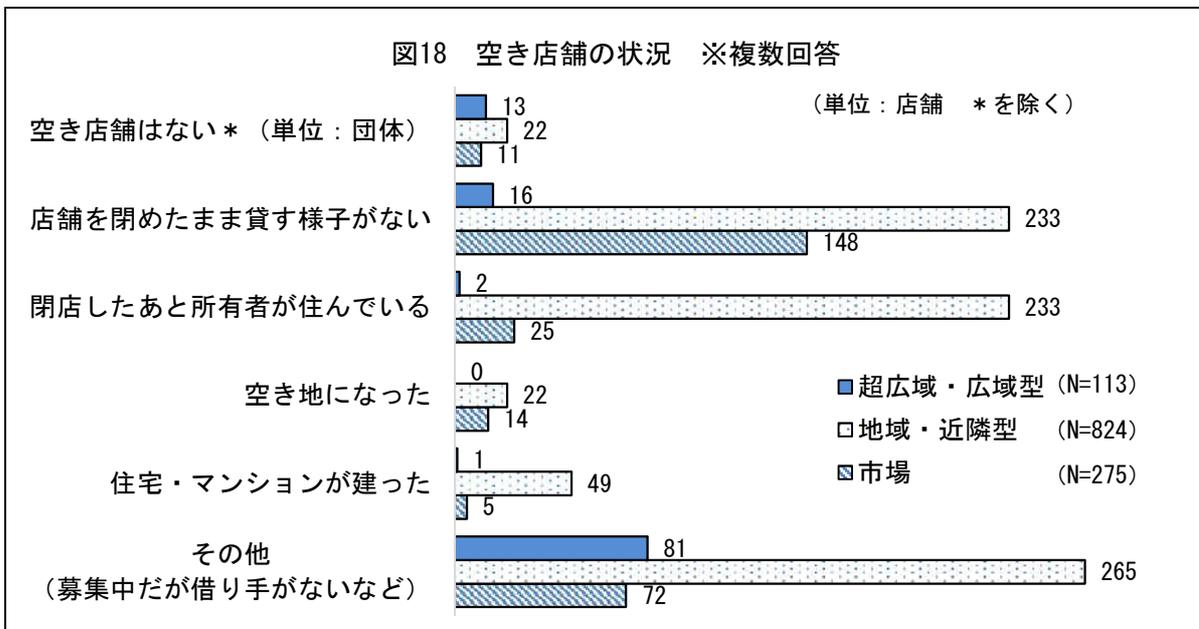
3. 空き店舗の状況

(1) 空き店舗の状況 (問 17)

「空き店舗はない」と回答した団体は、超広域・広域型では13団体(32%)、地域・近隣型では22団体(15%)、市場では11団体(34%)であった。

空き店舗の状況については、超広域・広域型では「その他」が最も多く、空き店舗発生理由を見ると、「借り手が見つからない」ことが主たる要因であることがわかった。一方で、地域・近隣型でも、「借り手が見つからない」との回答が最も多いものの、「店舗を閉めたまま貸す様子がない」「閉店したあと所有者が住んでいる」など家主の事情による空き店舗も多く、課題であることがわかった。また、市場では、「店舗を閉めたまま貸す様子がない」との回答が最も多かった。

なお、地域・近隣型や市場では、「空き地になった」や「住宅・マンションが建った」との回答もあり、データからも商業機能が縮小している団体が増えていることがわかった。



(2) 空き店舗対策（問 18～問 19）

空き店舗対策については、現在取り組んでいるものとして、「③業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する」「①家主に対する賃貸の要請」といった回答が多かったが、218 団体の内、半数以上の団体は「⑫特に取り組んでいない」との回答であった。

一方で、今後取り組んでいきたいものとして、③①の他にも、「⑨空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」「④マイナスとなる店舗進出の抑制」や、「⑥コミュニティ施設（イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など）として活用」との回答も多く、現状よりも取り組んでいきたいとする団体が多かった。

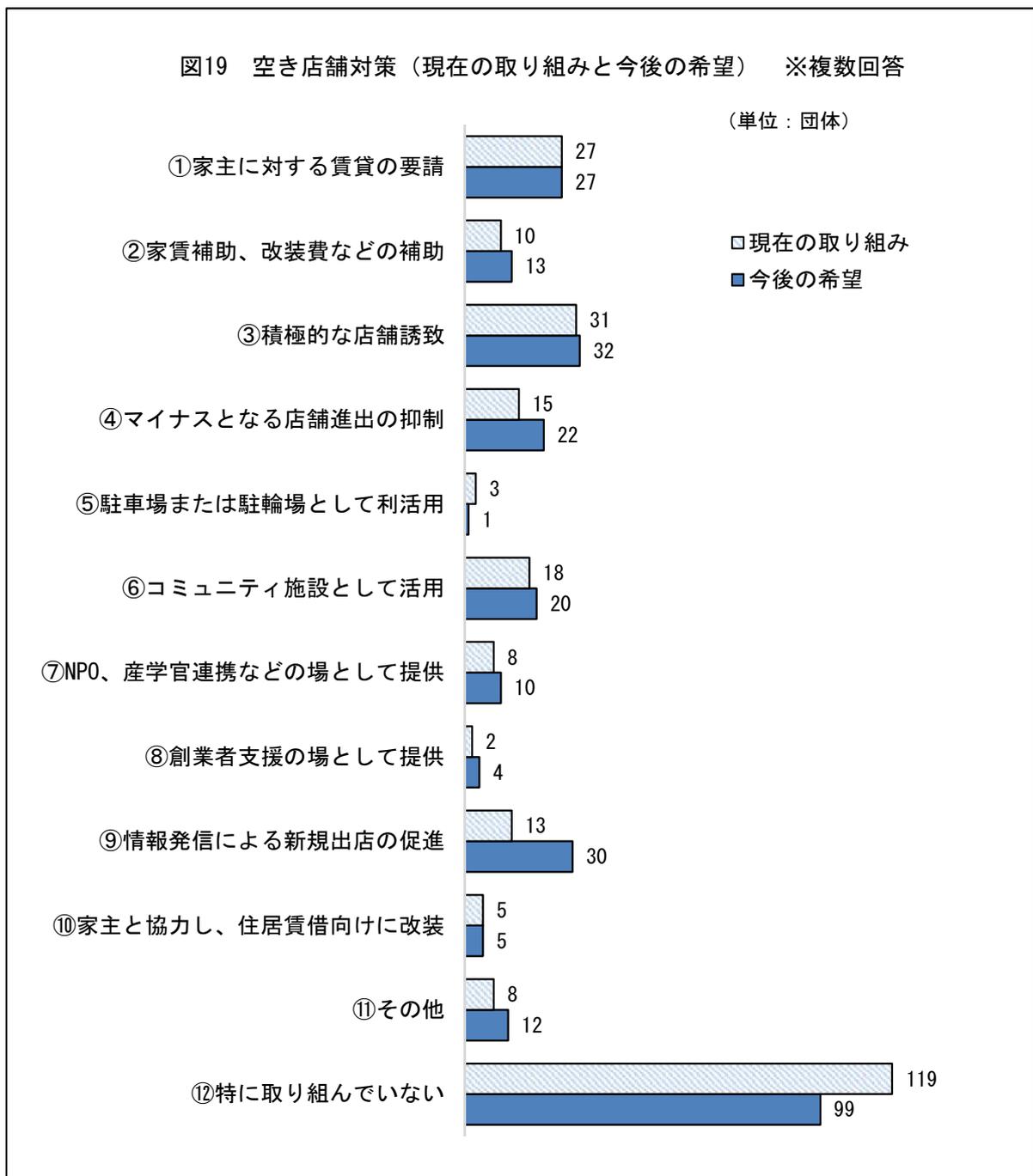


図19-2 現在実施している対策

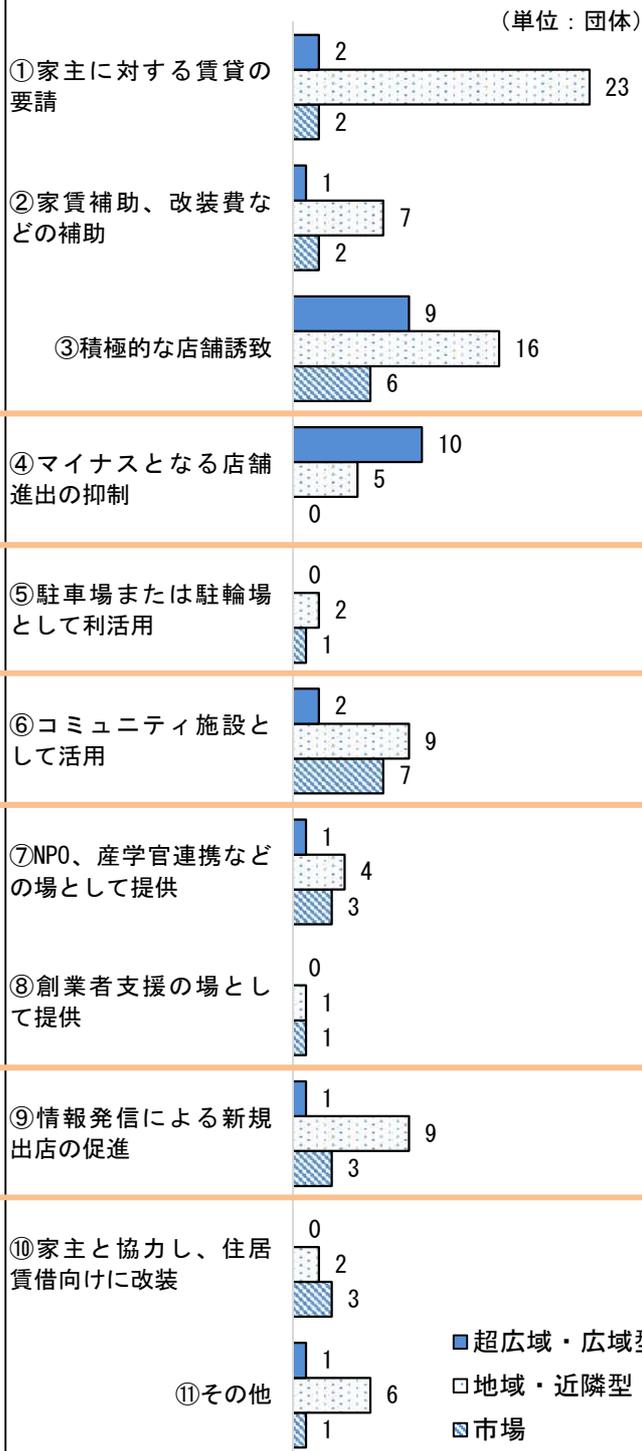
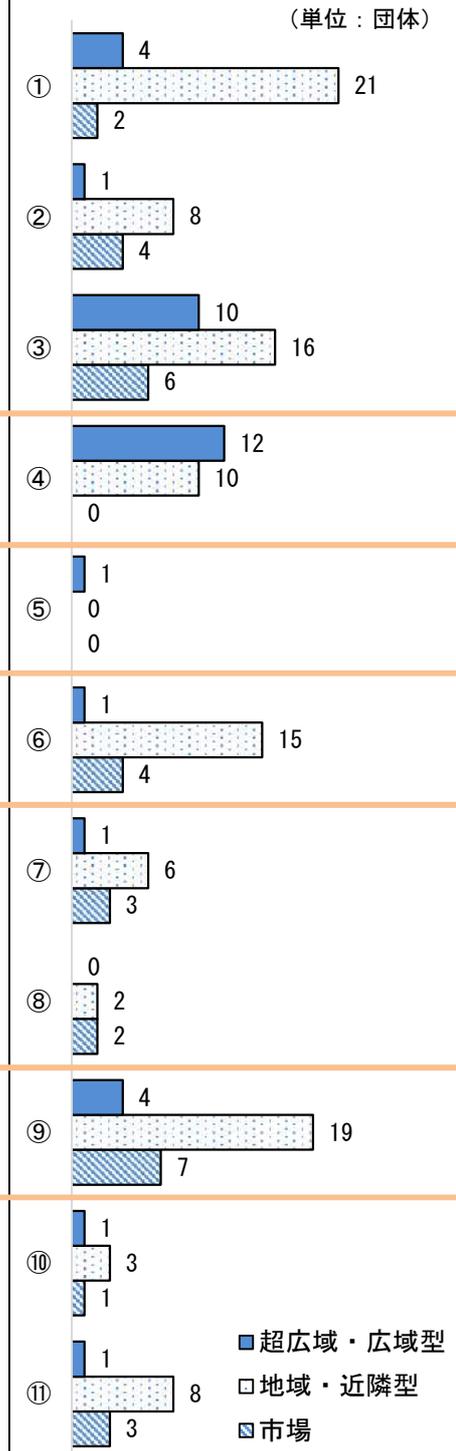


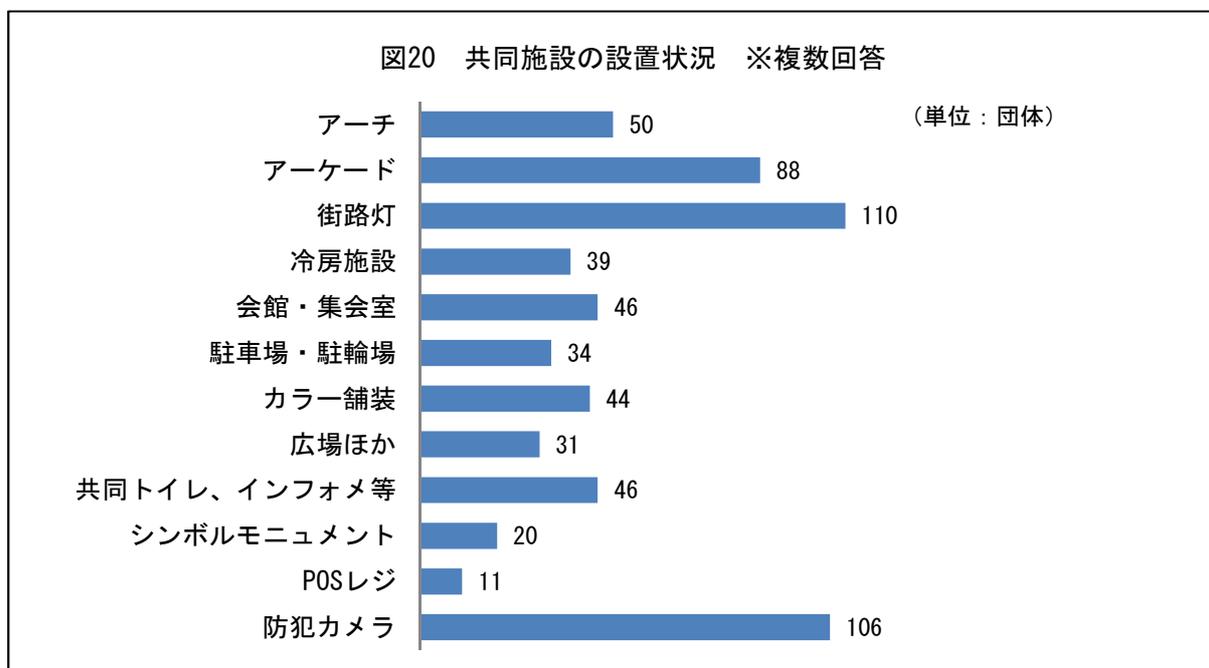
図19-3 今後行いたい対策



4. 共同施設の状況

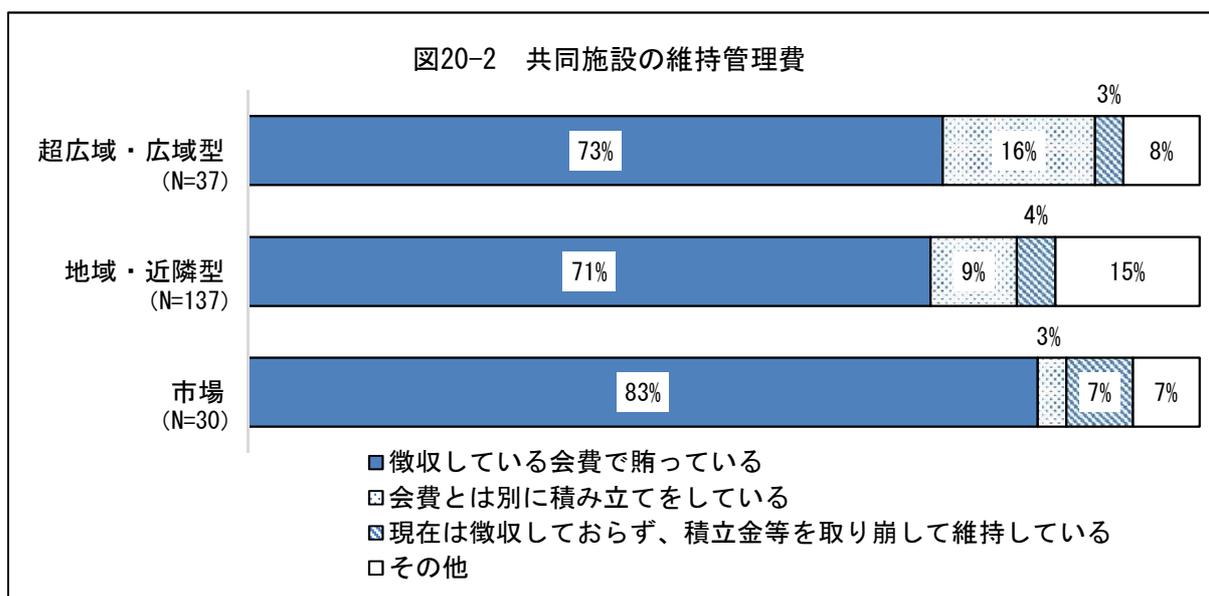
(1) 共同施設の設置状況 (問 20)

共同施設の設置状況については、街路灯、防犯カメラ、アーケードの順で多く、商店街・小売市場が市民や来街者の安全・安心に寄与していることがわかった。



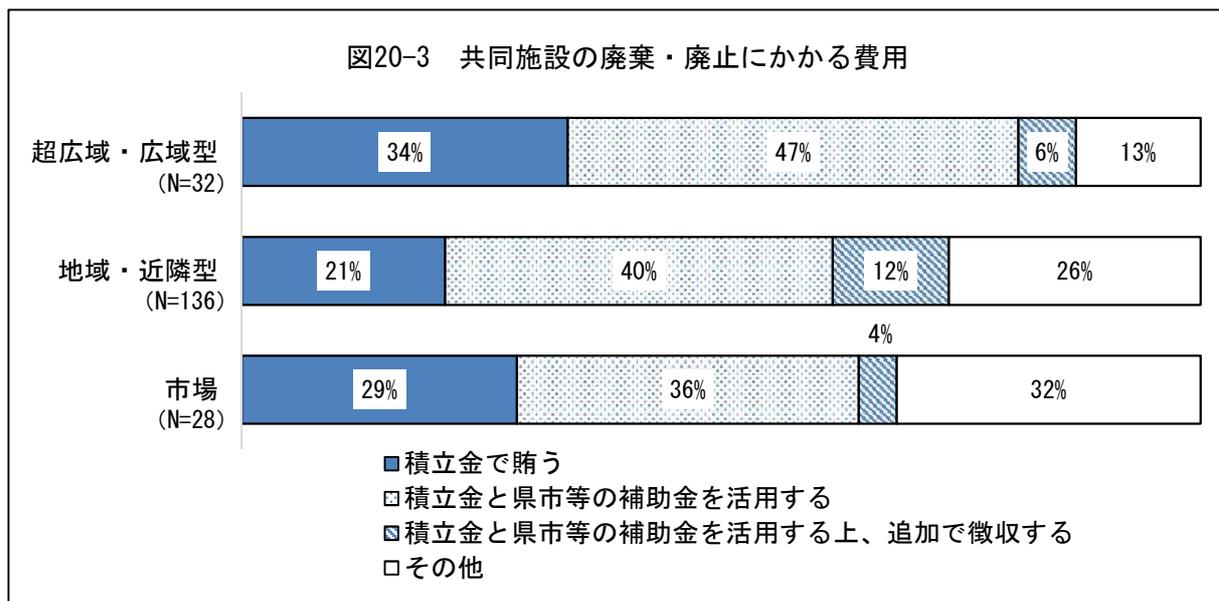
(2) 維持管理費 (問 20-2)

共同施設の維持管理費については、全てのタイプで7割以上の団体が「徴収している会費で賄っている」ことがわかった。「会費とは別に積み立てをしている」団体も加えると8割を超えている。市場では、「会費で賄っている」団体の割合が他よりも高い一方で、「現在は徴収しておらず、積立金を取り崩して維持している」団体が、他のタイプと比較してやや高いことがわかった。



(3) 廃棄・廃止にかかる費用（問 20-3）

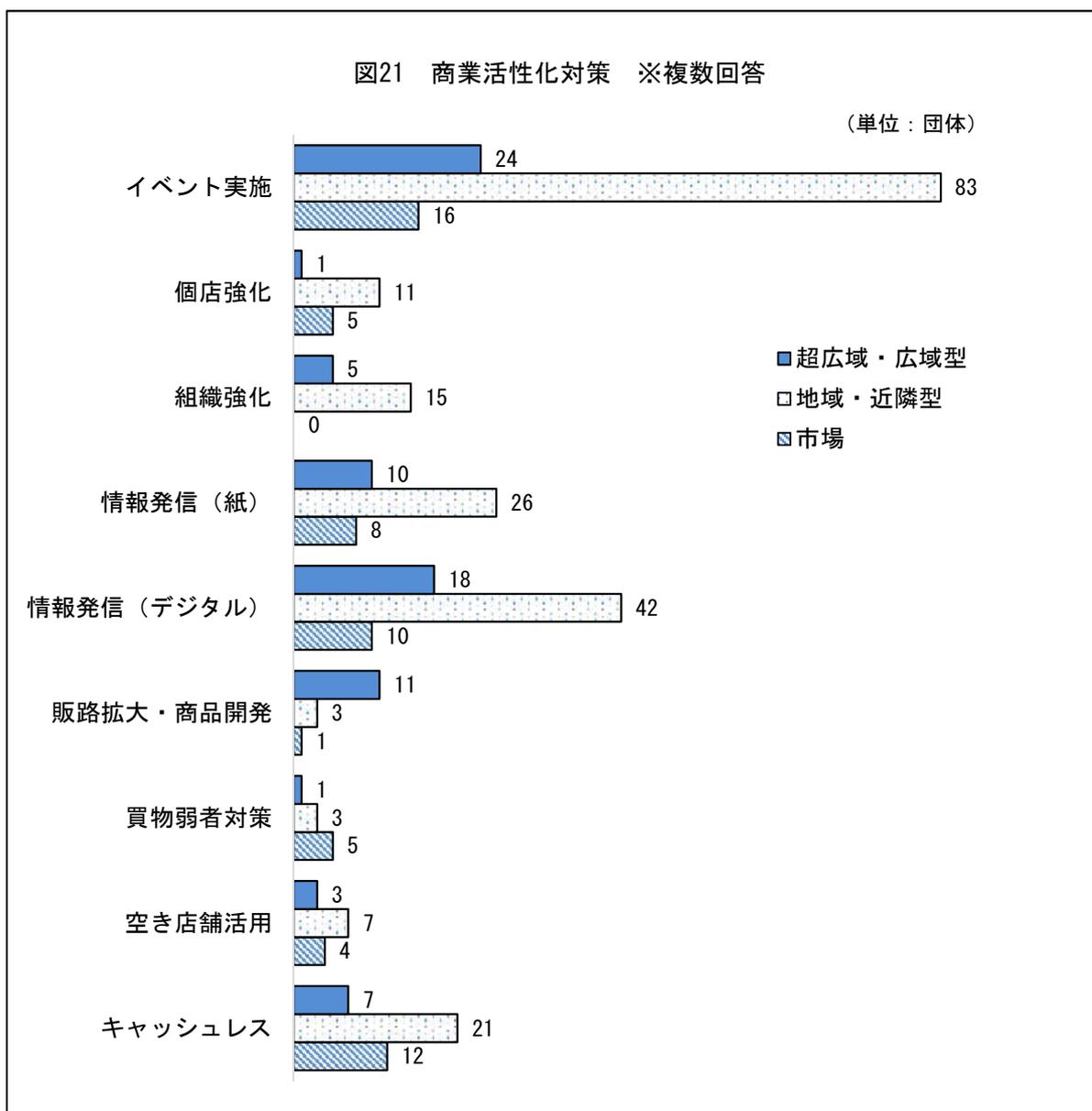
共同施設の廃棄・廃止にかかる費用については、「積立金で賄う」「積立金と県市等の補助金を活用する」と回答した団体が、超広域・広域型では8割、地域・近隣型、市場では6割を超えている。一方で、積立金と補助金では不足するため、「追加で徴収する」と回答した団体は、最も多い地域・近隣型でも1割強に留まった。また、「その他」と回答した団体が、超広域・広域型では1割強だったが、地域・近隣型、市場では3割前後あり、内容も「未定」や「廃止を考えていない」といった回答がほとんどであったことから、共同施設の廃棄・廃止は今後の課題になってくるものと考えられる。



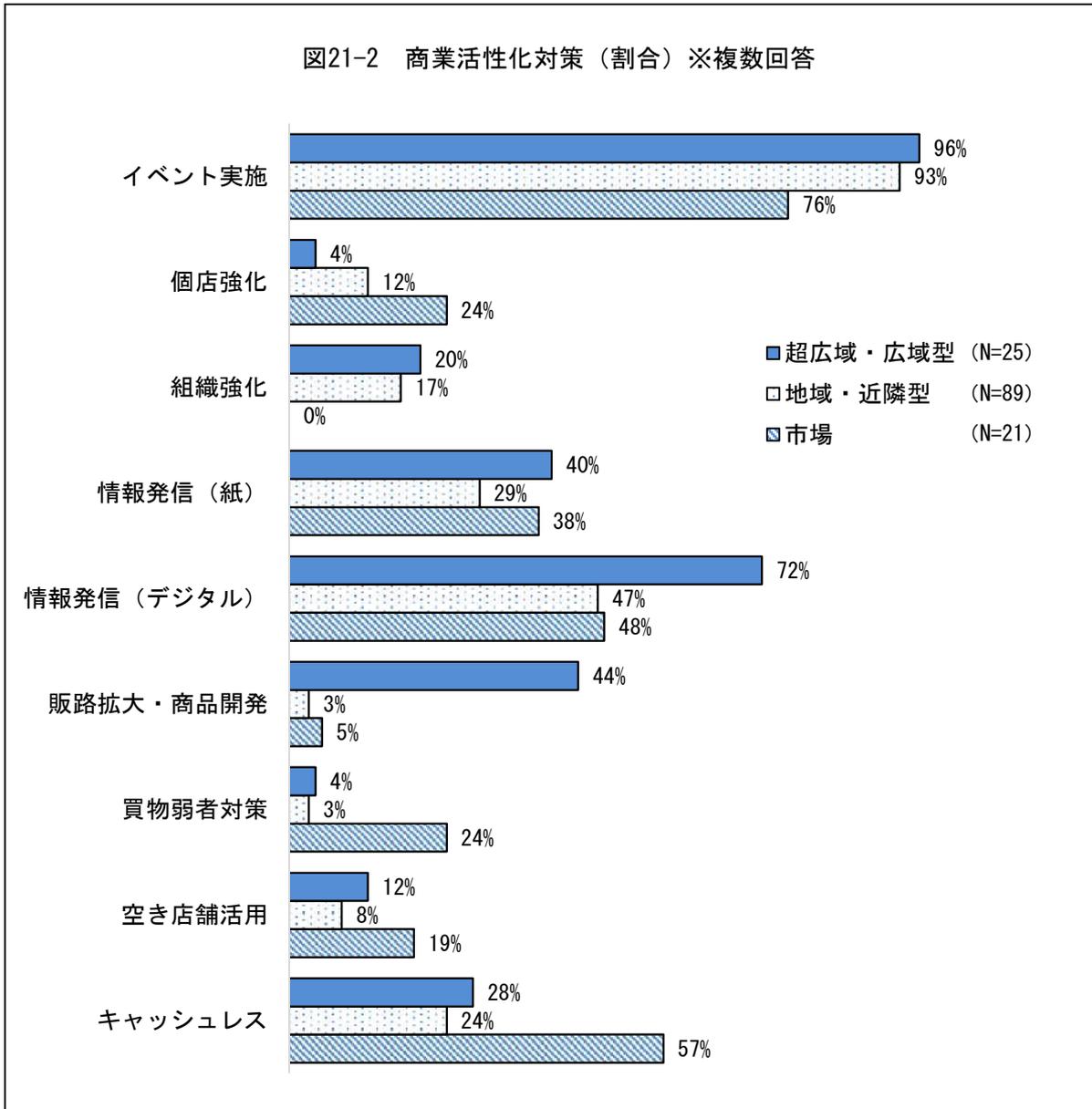
5. 活性化の取り組み

(1) 各団体の取り組み（問 21）

各団体の活性化の取り組みについては、全てのタイプで「イベントの実施」が最も多く、次いで、超広域・広域型、地域・近隣型では「デジタル媒体での情報発信」、「紙媒体での情報発信」の順であった。市場では、「キャッシュレス」が「デジタル媒体での情報発信」、「紙媒体での情報発信」よりも多かった。



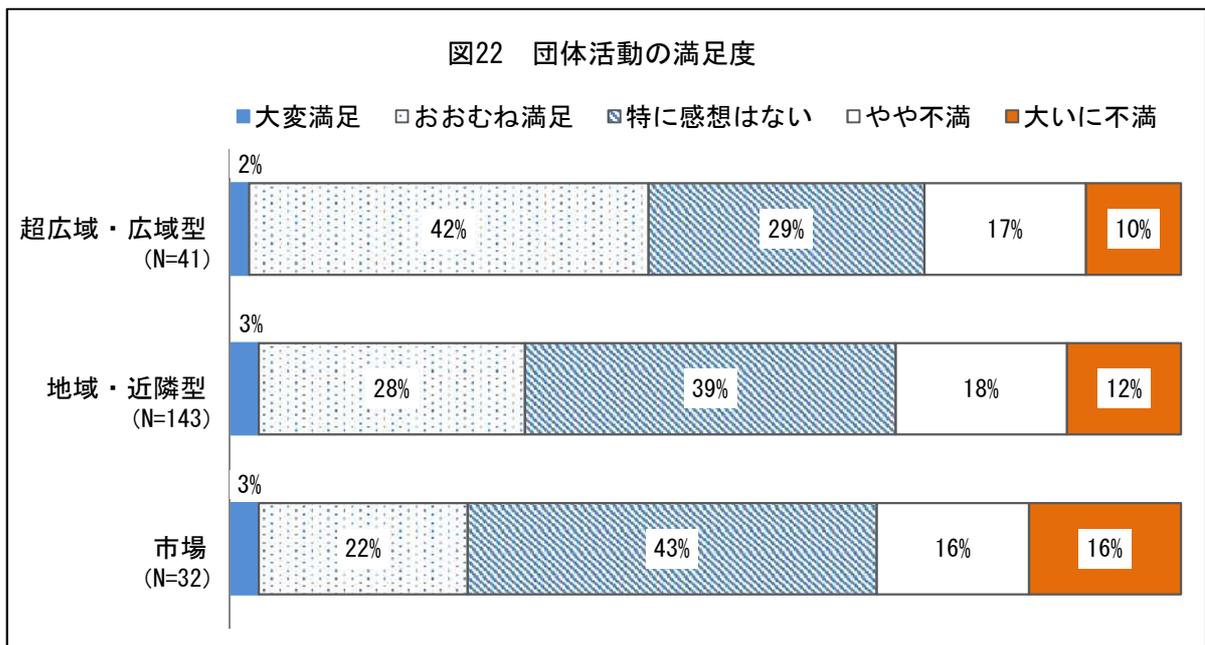
タイプごとの割合をみると、超広域・広域型では、回答のあった団体の内、半数近い団体が「販路拡大・商品開発」に取り組んでいるが、地域・近隣型や市場ではほとんど取り組まれていないことがわかった。一方で、市場では、他のタイプよりも「キャッシュレス」や「買物弱者対策」、「個店強化」といった特色ある事業に取り組んでいる団体の割合が高いこともわかった。



6. 団体活動の満足度と今後の展望

(1) 団体活動の満足度（問 23）

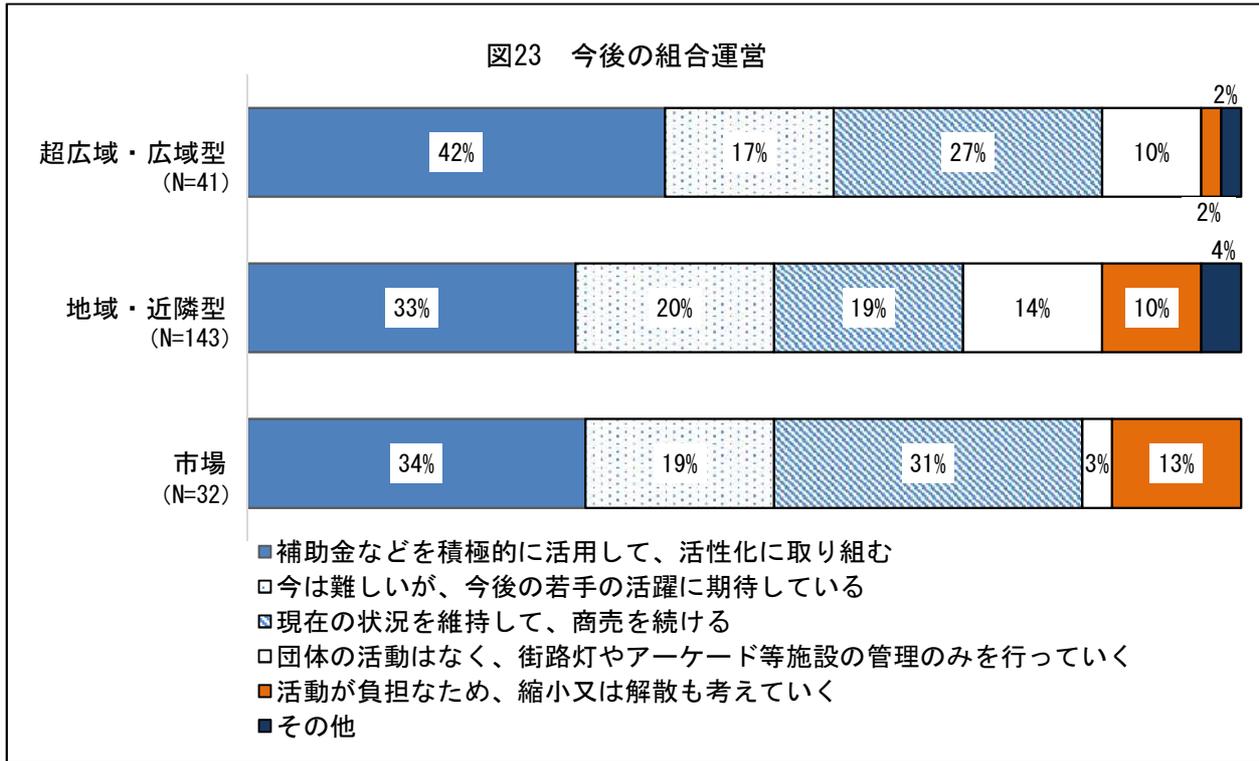
団体活動の満足度については、超広域・広域型では「大変満足・おおむね満足」が44%と最も多く、「やや不満・大いに不満」の27%を大きく上回った。また、地域・近隣型では「特に感想がない」(39%)が最も多く、「大変満足・おおむね満足」(31%)と「やや不満・大いに不満」(30%)はほぼ同じだった。さらに、市場でも「特に感想がない」(43%)が最も多かったが、「やや不満・大いに不満」(32%)が「大変満足・おおむね満足」(25%)を上回り、満足度が最も低い結果となった。



(2) 今後の組合運営（問 23-2）

① 今後の組合運営

今後の組合運営については、全てのタイプで「補助金などを積極的に活用して、活性化に取り組む」と回答した割合が最も多かった。「今は難しいが、今後の若手の活躍に期待している」「現在の状況を維持して、商売を続ける」を含めた割合は、超広域・広域型と市場では85%前後あったものの、地域・近隣型では70%程度にとどまった。地域・近隣型では「団体の活動はなく、街路灯やアーケード等施設の管理のみを行っていく」と「活動が負担なため、縮小又は解散も考えていく」を合わせた割合が他のタイプよりも高く、活動が縮小傾向にある団体の割合が高いことがわかった。なお、「活動が負担なため、縮小又は解散も考えていく」だけで見ると、市場の割合が最も高かった。



② 団体活動の満足度と今後の組合運営

団体活動の満足度と今後の組合運営について分析すると、満足度の高い団体では「補助金などを積極的に活用して、活性化に取り組む」と半数以上が回答している一方で、不満が高い団体でも「補助金などを積極的に活用して、活性化に取り組む」や「今は難しいが、今後の若手の活躍に期待している」と回答した割合が高く、引き続き組合活動に取り組んでいこうとしていることがわかった。

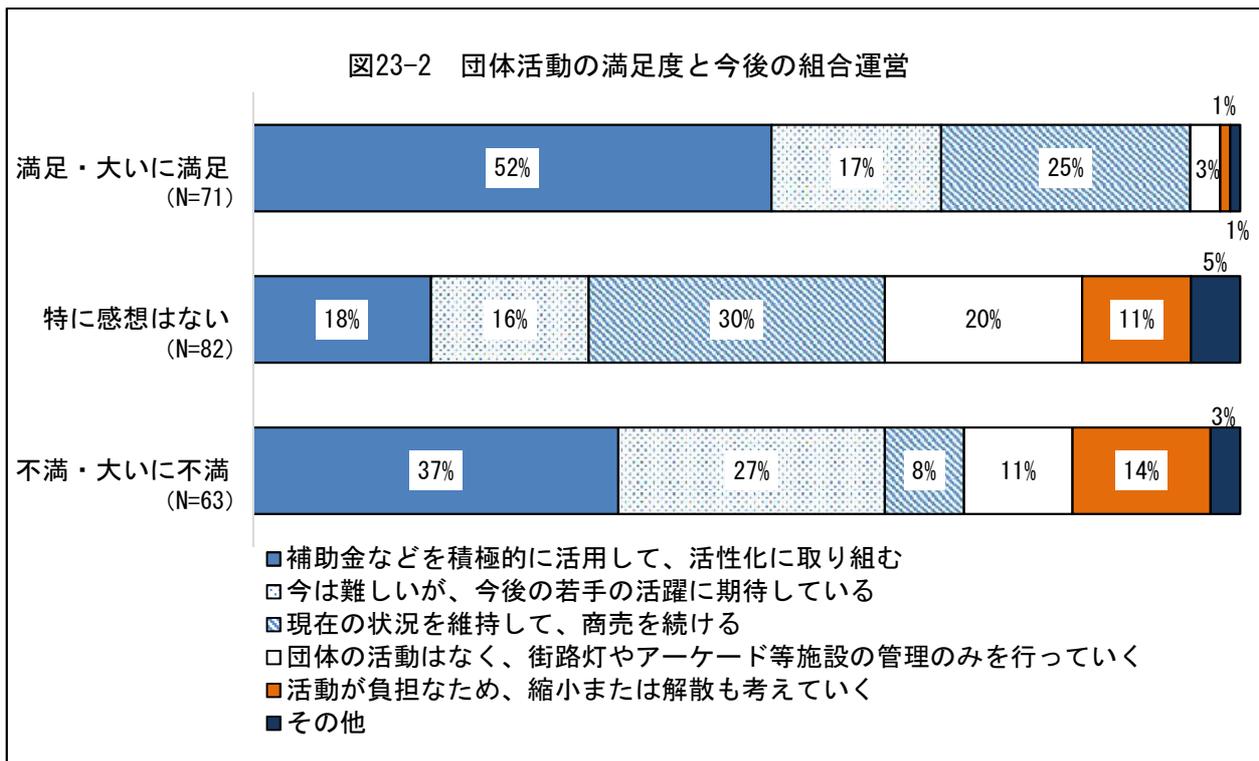
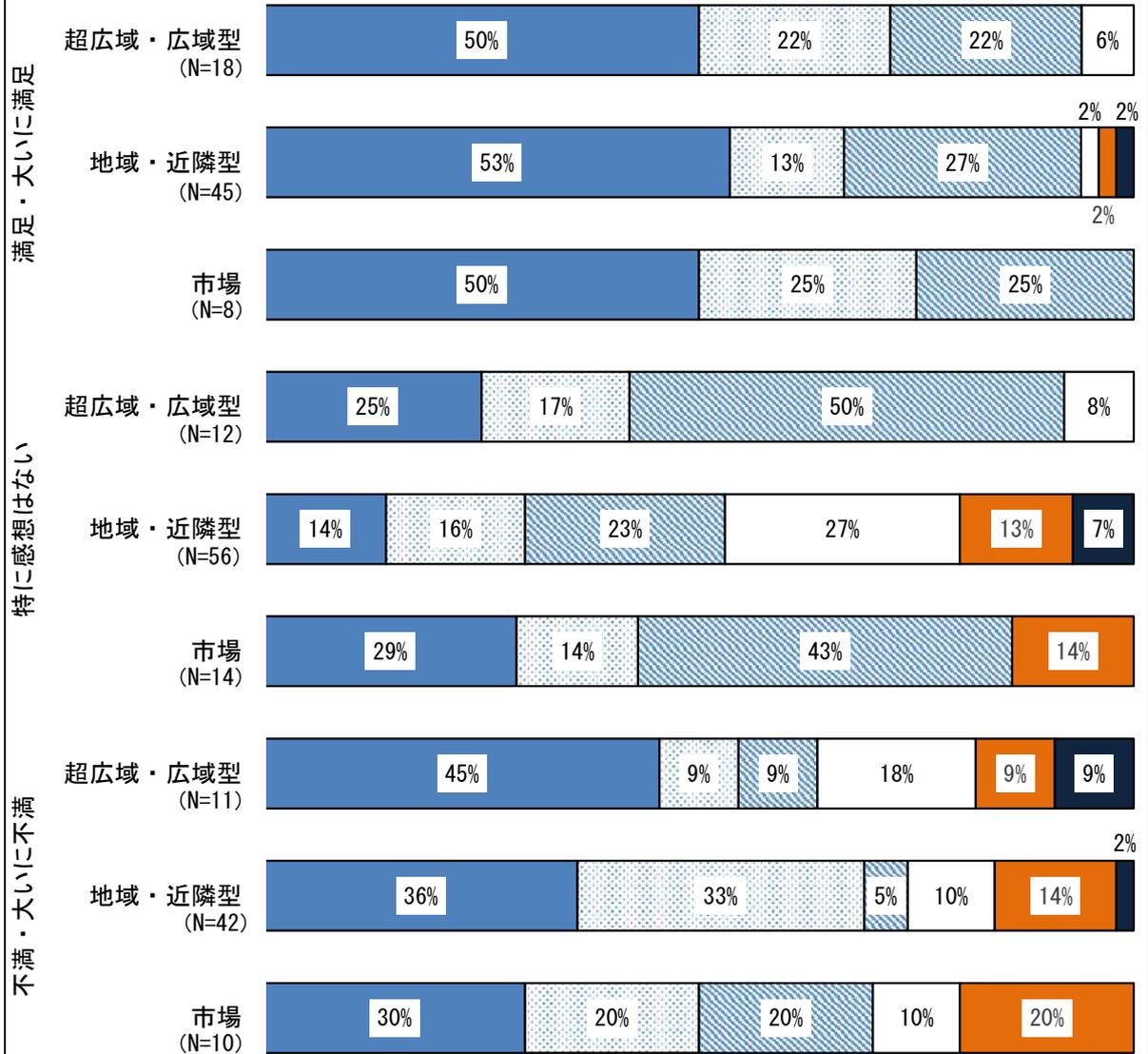


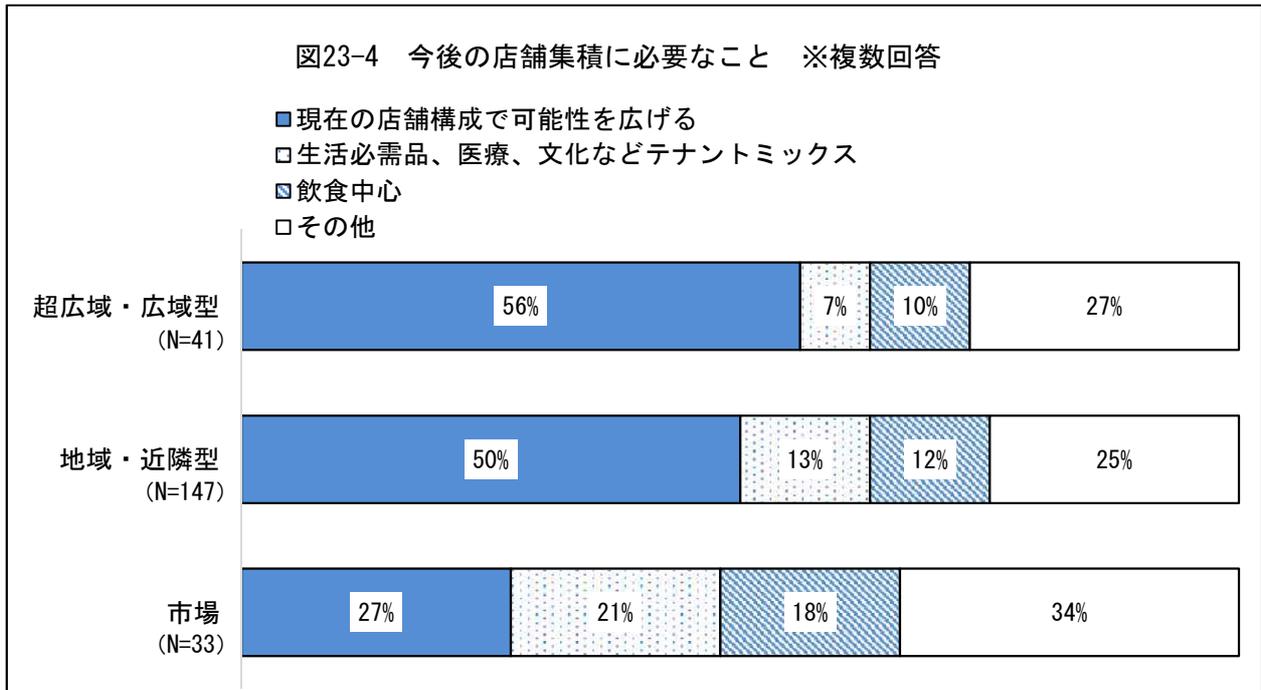
図23-3 団体活動の満足度と今後の組合運営（タイプ別）



- 補助金などを積極的に活用して、活性化に取り組む
- 今は難しいが、今後の若手の活躍に期待している
- ▨ 現在の状況を維持して、商売を続ける
- 団体の活動はなく、街路灯やアーケード等施設の管理のみを行っていく
- 活動が負担なため、縮小又は解散も考えていく
- その他

(3) 今後の店舗集積に必要なこと (問 23-3)

今後の店舗集積に必要なことについては、超広域・広域型、地域・近隣型ともに、半数以上が「現在の店舗構成で可能性を広げる」と回答したが、市場では、「生鮮三品や生活必需品に加え、医療、文化などのテナントミックスで街の中心を形成していく」、「飲食店やフードコートが主流となって来街者を増やしていく」といった回答も多く、ばらつきが出た。なお、市場を筆頭に、どのタイプでも「その他」の割合が高く、店舗構成に迷う現状が明らかになった。



IV まとめ

今回の調査では、前回調査時点（平成26年）と比較して、商店街で16団体、小売市場で6団体、計22団体が減少していた。データの比較については、前回同様、一般的な商圈規模の分類（超広域型、広域型、地域型、近隣型）別で集計するとともに、今回は小売市場を抜き出して分析することで、団体を取り巻く環境や課題をより具体的に把握することに努めた。

1. 商店街・市場を取り巻く状況の変化

営業店舗数の推移については、全体では「減った」と回答した団体が半数以上を占め、タイプ別では地域・近隣型と市場で割合が高かった。空き店舗数の推移を見ても、「増えた」と回答した割合は、地域・近隣型と市場で高く、特に両タイプで営業店舗の減少傾向が顕著であることがわかった。

また、来街者数の推移についても、市場では「減った」と回答した割合が特に高く、集客が大きな課題であることがわかった。

2. 商店街・市場が抱える問題

団体が抱える問題については、全体的に見ると、「大型店やスーパー、インターネット販売などへの顧客流出」や「後継者問題」と回答した割合が高かったが、タイプ別でみると、超広域・広域型では、他のタイプでは低かった「他地域・他都市への顧客流出」が、「大型店・スーパー・インターネット販売への顧客流出」よりも高かった。また、市場では「店舗などの老朽化」や「顧客ニーズの変化」と回答した割合が他のタイプに比して高かった。

変化したと感じる顧客ニーズについては、超広域・広域型では「ネット通販など在宅における買い物志向の変化」、地域・近隣型では「高齢化による嗜好の変化」、市場では「共働き世帯の増加による買物時間帯の変化」と回答した割合がそれぞれ最も高く、タイプによる違いが顕著に表れた。

新たな取り組みとして、キャッシュレス決済については、個店での対応がほとんどではあるが、「すでに取り組んでいる」「今後取り組んでいきたい」と回答した割合が高かった。また、インバウンド（外国人観光客）対策については、エリアによって違いがあるが、超広域・広域型を中心に、「すでに取り組んでいる」「今後取り組んでいきたい」と回答した団体も多く、キャッシュレス対策と合わせて、国の施策や民間企業の動きをみながら、新たな顧客の獲得に取り組む団体も増えている。

3. 空き店舗の状況

空き店舗発生の理由については、「借り手が見つからない」「オーナーに貸す意思がない、あるいは住んでいる」という回答が多かった。対策としては、「業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する」ほか、「家主に対する賃貸の要請」などに取り組んでいる団体もあるが、「特に取り組んでいない」との回答が最も多く、空き店舗問

題については、家主の意向や業種の構成などにより、団体として取り組めることには限界があると考えられる。

商環境が大きく変わる中、例えば物販では、店舗販売に合わせてインターネット販売により複合的な収益を見込めるような店舗展開も必要で、今後、商店街・小売市場の魅力向上や情報発信だけでなく、空き店舗誘致のための支援も検討していく必要がある。

4. 共同施設の状況

共同施設については、防犯カメラの設置が進んでいる一方、営業店舗数が減少する中で、アーケードやアーチ、街路灯の管理が難しくなる団体が増えてきている。補助金を活用しながら補修などの維持管理を続ける一方で、財源の確保が難しくなる前に撤去も含めた共同施設のあり方について話し合いを始める動きもあり、引き続き、補助金の活用状況等を通じて共同施設の管理状況の把握に努めていく必要がある。

5. 活性化の取り組み

活性化の取り組みについては、「賑わいイベント」に取り組む団体が最も多く、次に「デジタル媒体での情報発信」や「紙媒体での情報発信」を実施している団体が多かった。しかし、来街者との相関関係では、来街者が増えている団体も減っている団体も大きな差はなく、必ずしも継続的な来街者の増につながる有効な活性化策を実施できていないことがわかった。団体の規模によって財源や人材が異なるため、実施できる活性化の取り組みにも違いはあると思われるが、一過性に終わらないイベントの実施やターゲットを絞った新しい媒体による魅力発信の手法など、企画からの支援に取り組んでいくことや、中長期ビジョンの策定や若手育成といった組織力の強化など支援の幅を広げていくことも検討していく必要がある。

6. 今後の展望

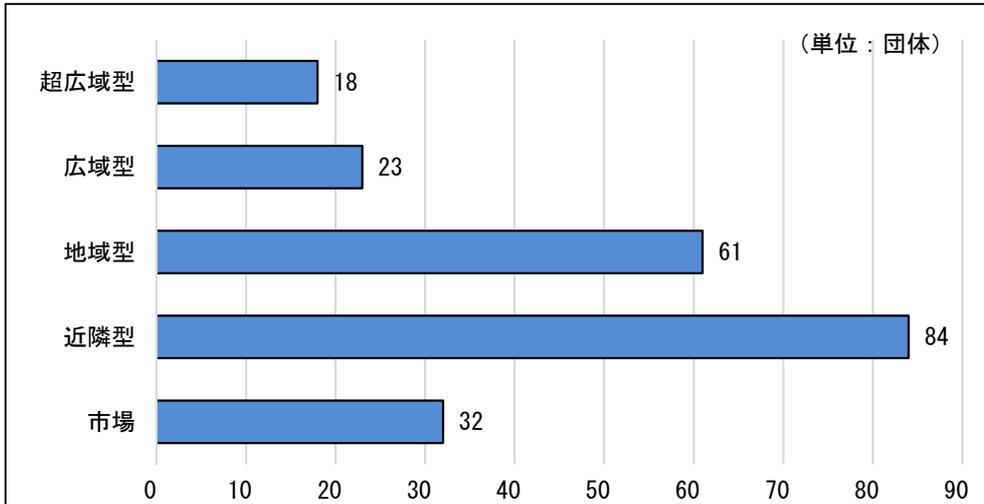
今回は、団体活動の満足度と今後の組合運営についても調査を行った。組合活動と来街者との相関関係をみると、団体活動に対する満足度が高く、活性化を行っている団体は来街者も増えているが、来街者が減ったと感じている団体では、団体活動に対して特に「感想はない」とする回答が最も多かった。また、今後の組合運営と団体活動の満足度の相関関係をみても、「特に感想はない」と答えた団体では「現状維持」という回答が最も多く、「来街者が減りながらも、現状維持で団体活動を行っていく」と考えている団体が一定の割合であることがわかった。一方で、団体活動に不満はありつつも、「補助金などを積極的に活用して活性化に取り組む」または「今は難しいが、今後の若手の活躍に期待している」と回答している団体もあり、補助事業の継続や組織力強化、若手育成にも力を入れていくことが必要である。

近年の商店街を取り巻く環境は、大型商業施設の進出やインターネット販売などによる購買機会の多様化や、超少子高齢化の進展による人口減少などの構造的な要因に

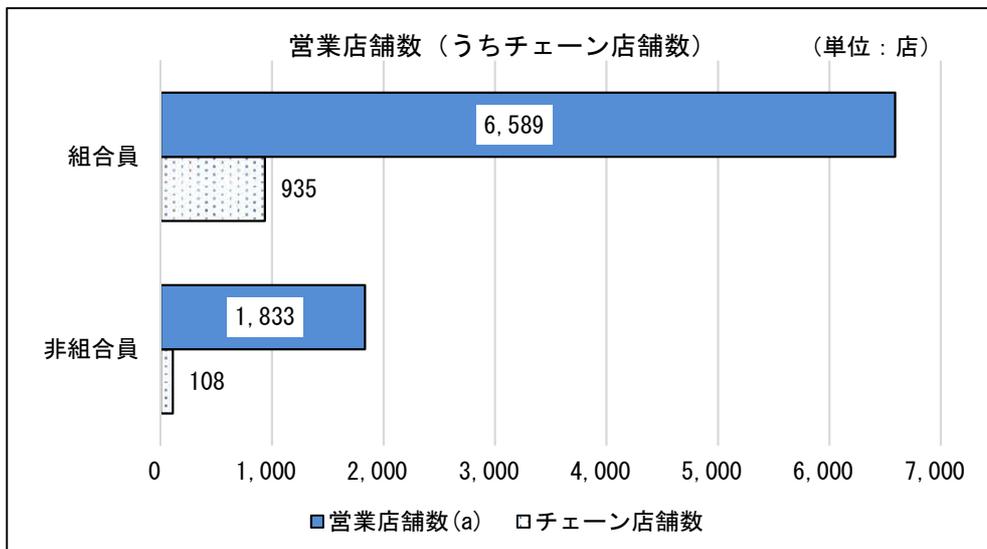
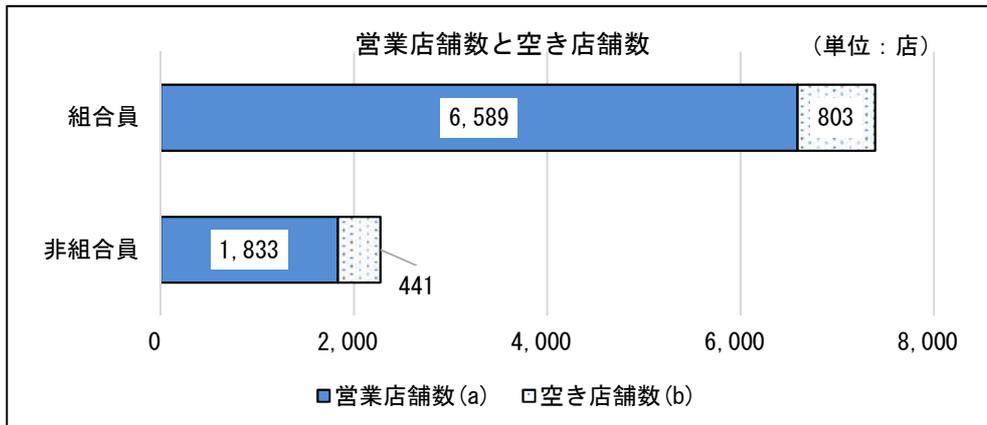
より消費量が減少するなど、より厳しい状況が続いている。しかし、商店街・小売市場は単なる購買の場ではなく、地域コミュニティの核としての機能を持つ中で、地域に不可欠な存在として、持続可能な組織をめざした団体の取り組みに対し、どういった支援が有効かを引き続き検討していく必要がある。

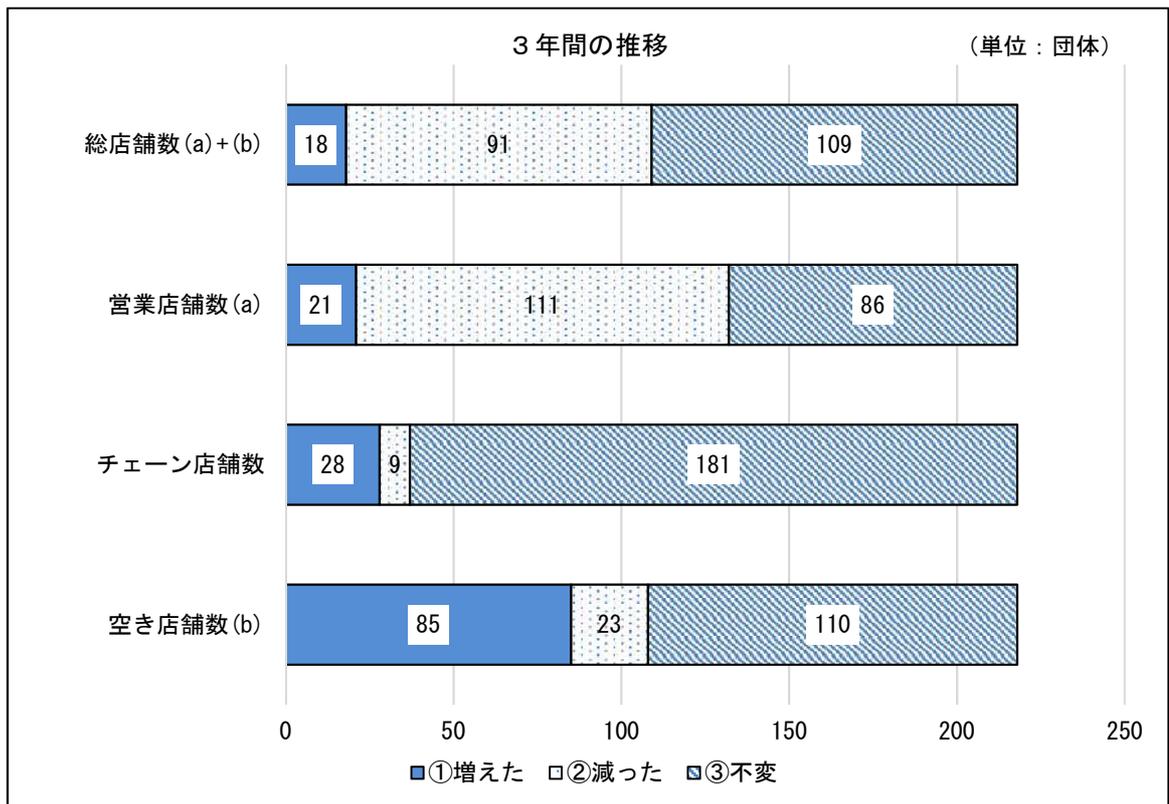
V アンケート結果

(問1) 貴商店街・小売市場のタイプは下記のどれにあたりますか。

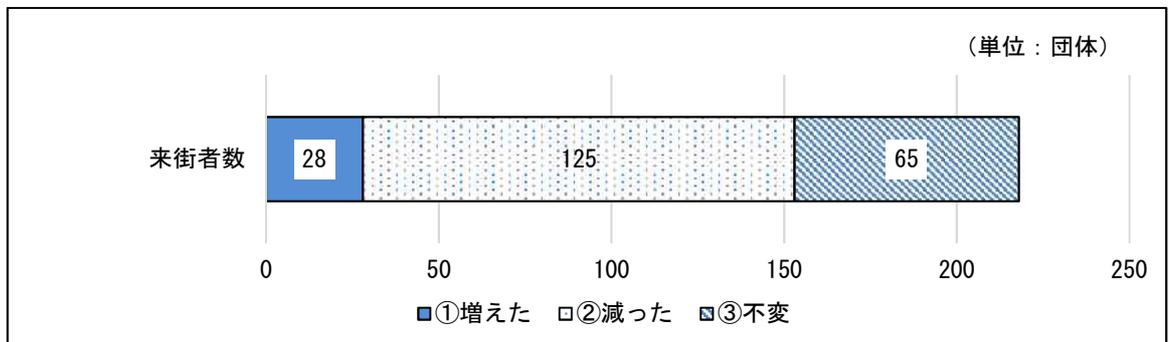


(問2) 貴商店街・小売市場の現在の状況をお聞かせください。また、ここ3年間でどのように変化しましたか。

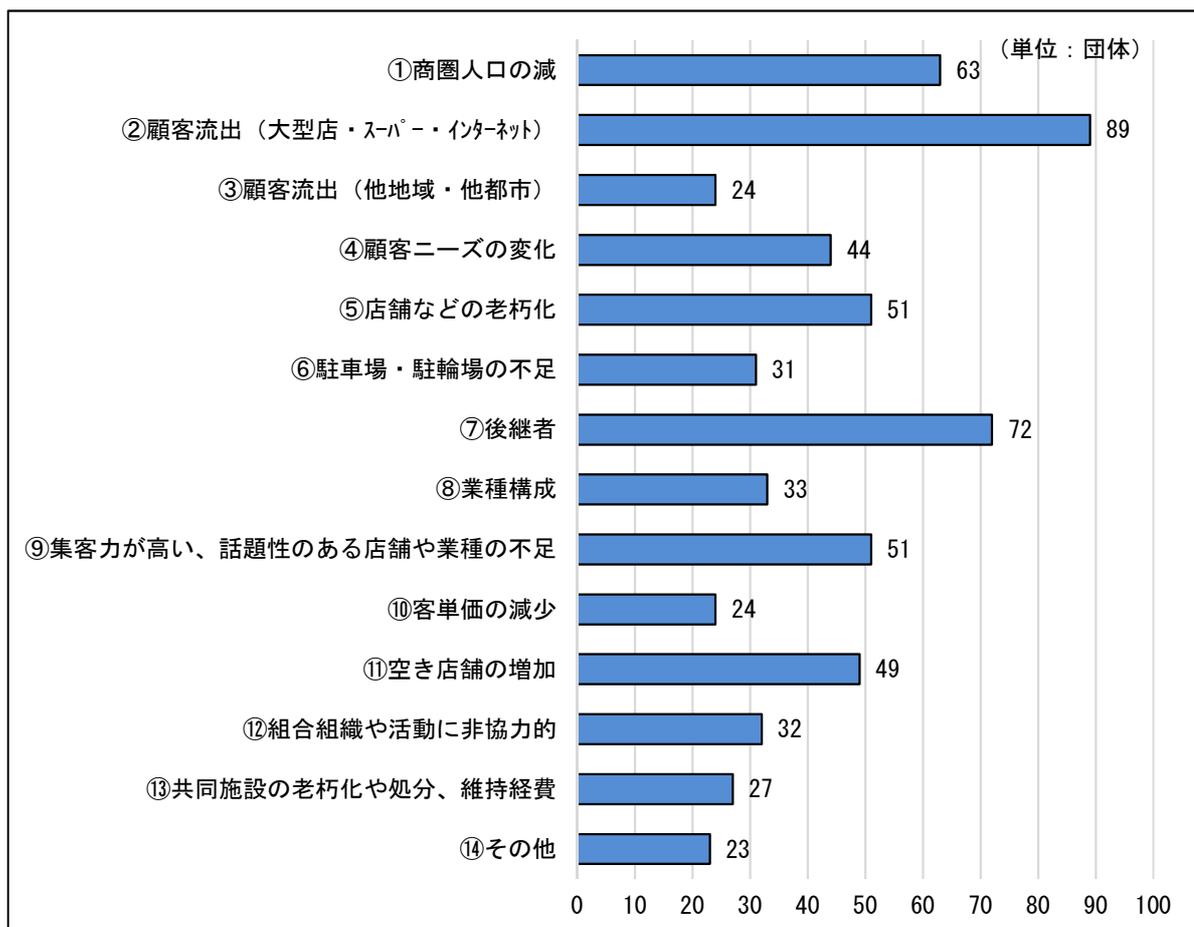




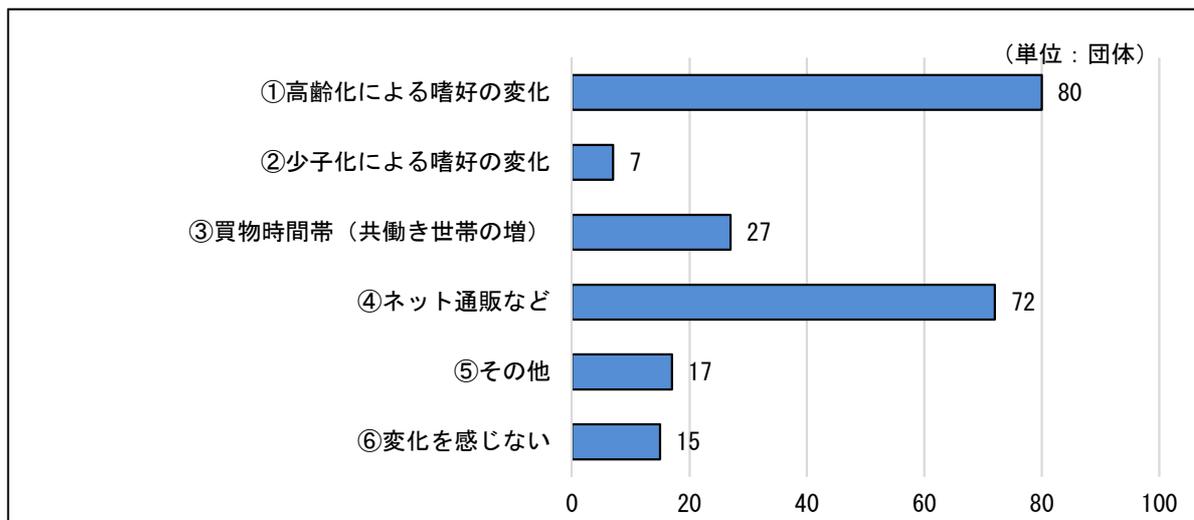
(問3) 貴商店街・小売市場の来街者数は、ここ3年間でどのように変化しましたか。



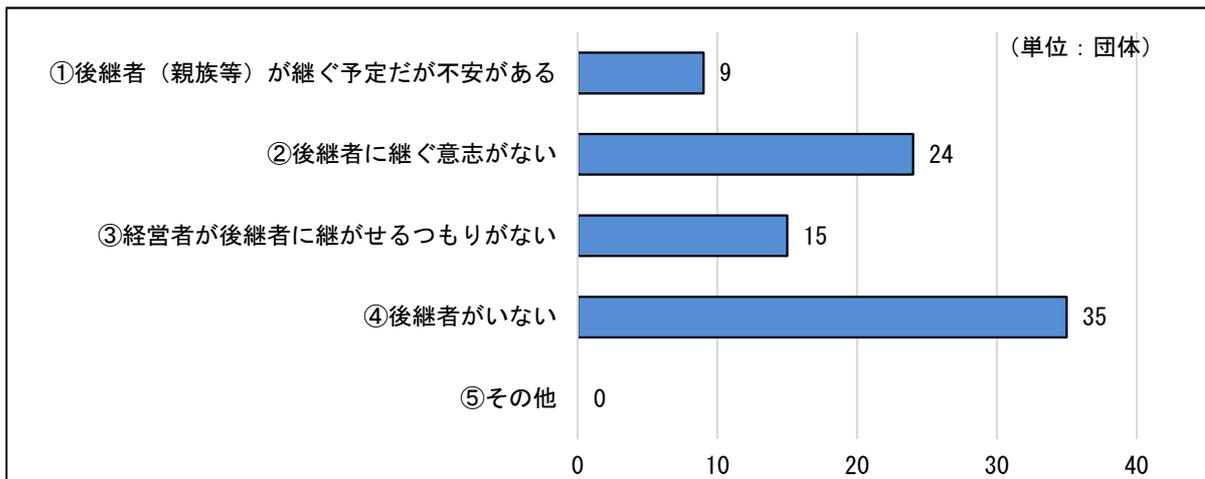
(問4) 貴商店街・小売市場で問題となっていることを3つまでお答えください。



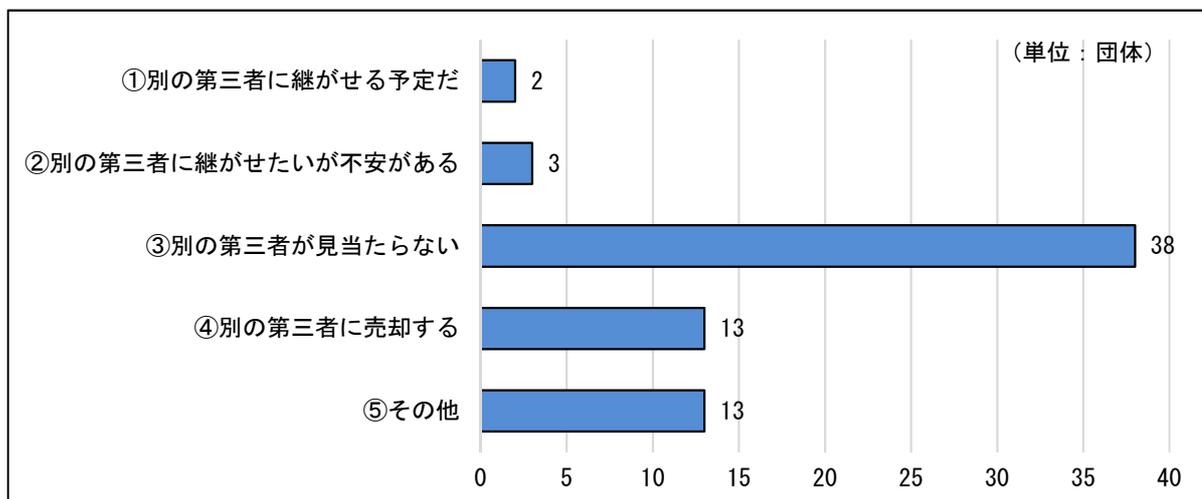
(問4-2) 変化したと感じる顧客ニーズをお答えください。



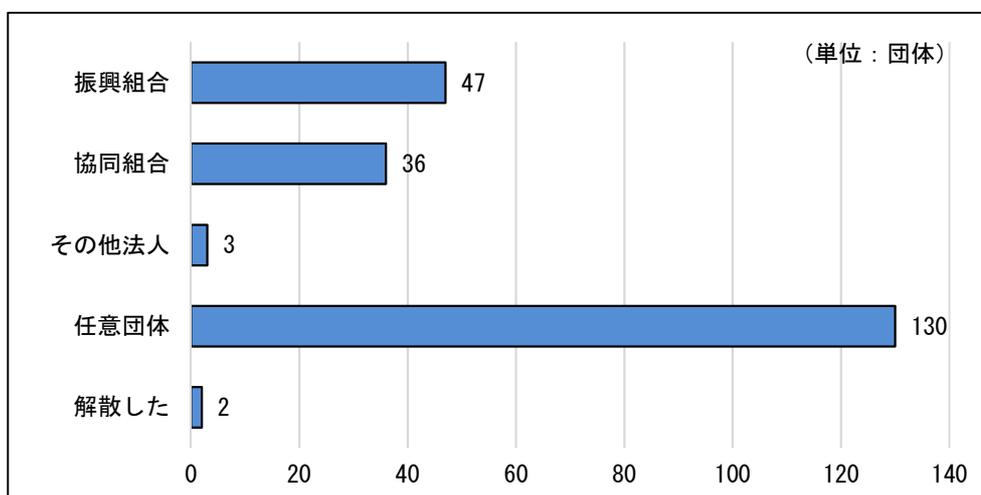
(問4-3) 上記で「⑦後継者問題」とお答えの方にお聞きします。



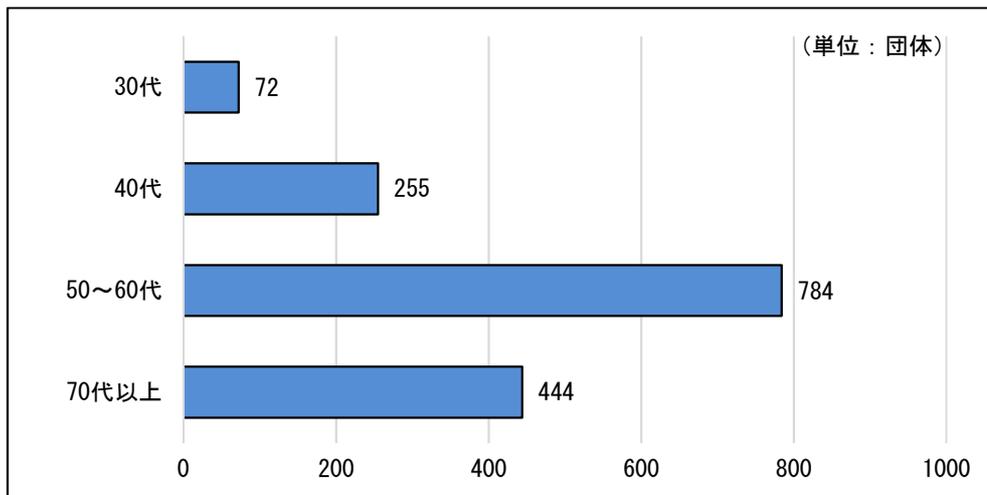
(問4-4) 上記で②～④とお答えの方にお聞きします。



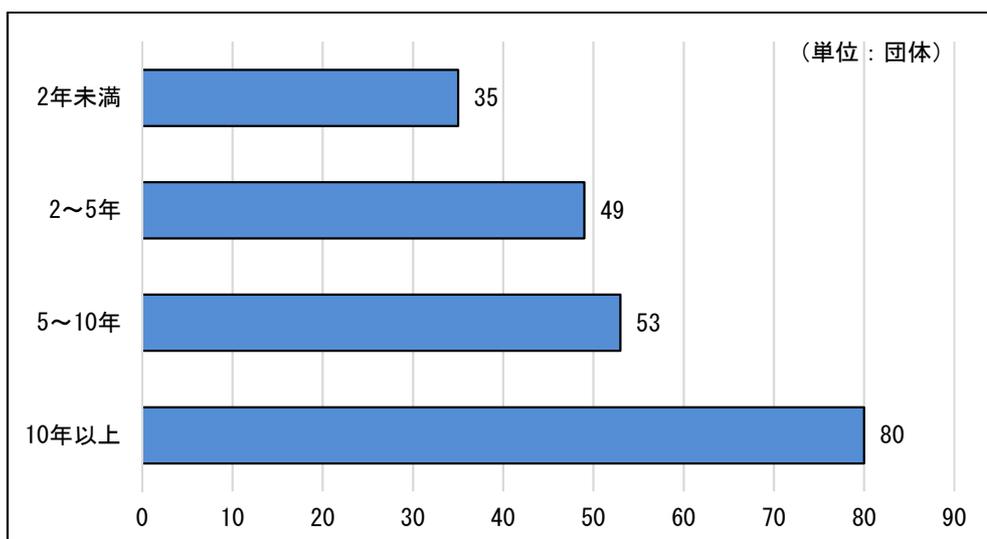
(問5) 貴団体の組織形態はどれですか。



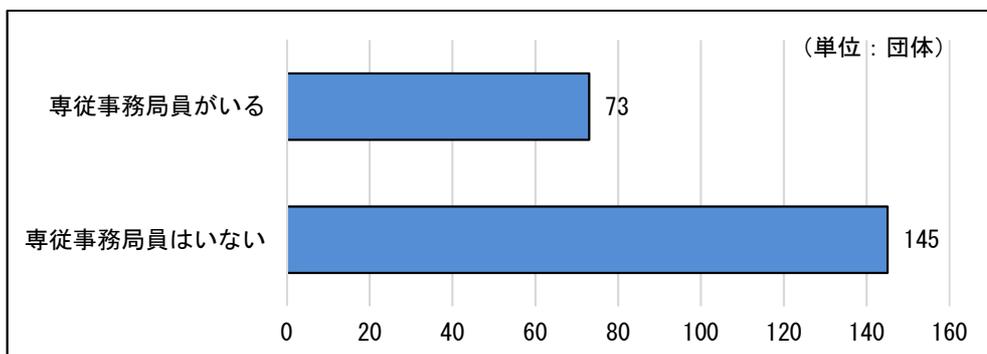
(問6) 貴団体の役員の、年齢構成をお答えください。



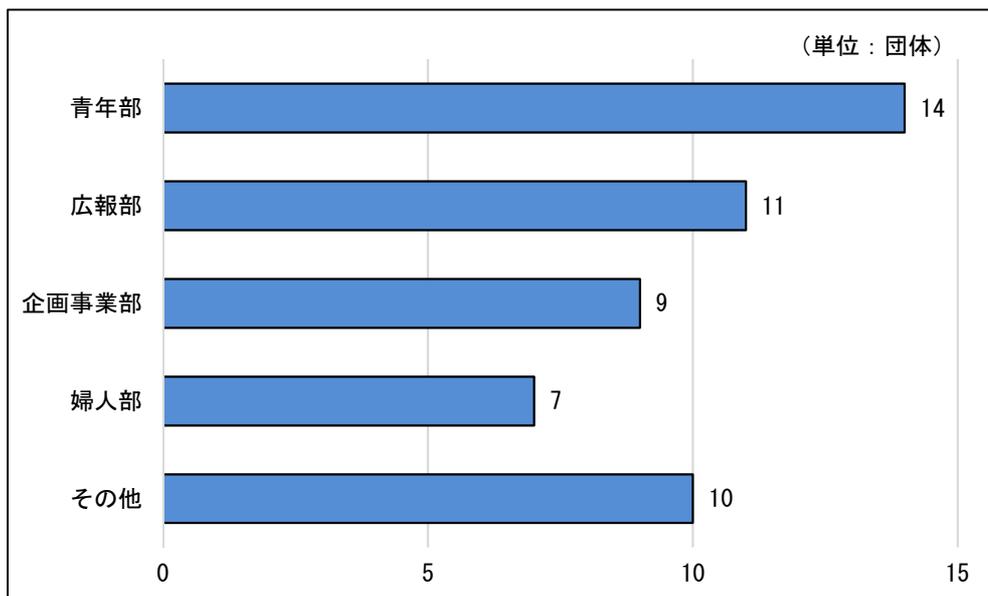
(問7) 貴団体の代表者の、現時点での就任年数はどのくらいですか。



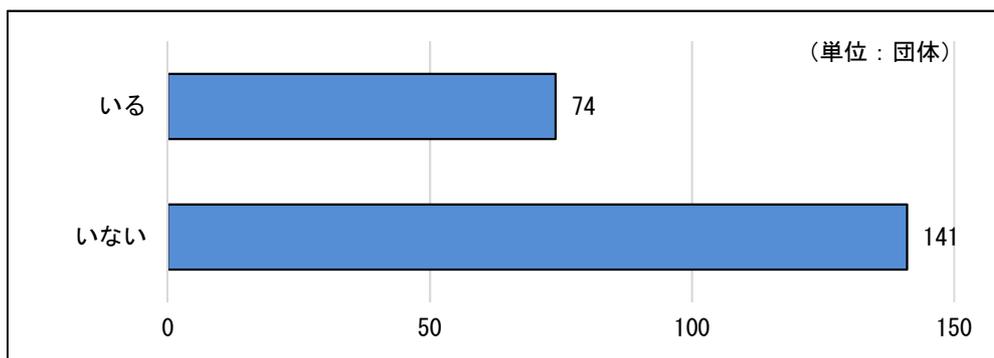
(問8) 専従事務局員（パート・アルバイトを含む）は何名ですか。



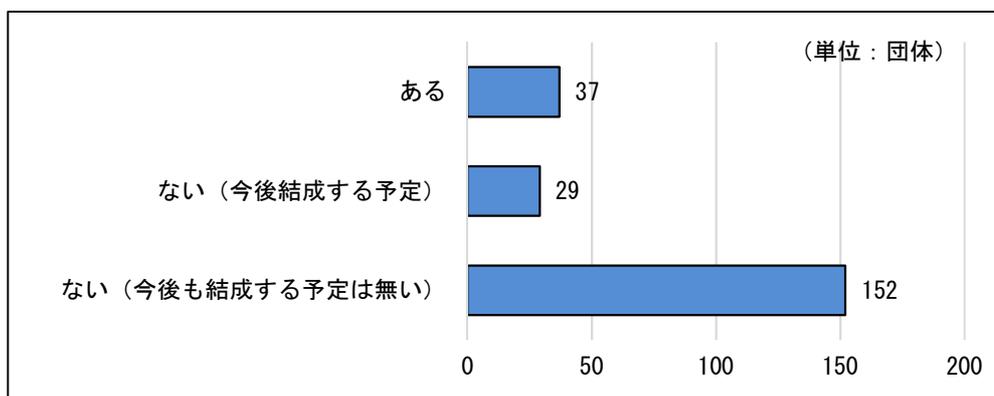
(問9) 貴商店街・小売市場に、専門部会(青年部、婦人部、広報部など)はありますか。
活動内容はどのようなものですか。



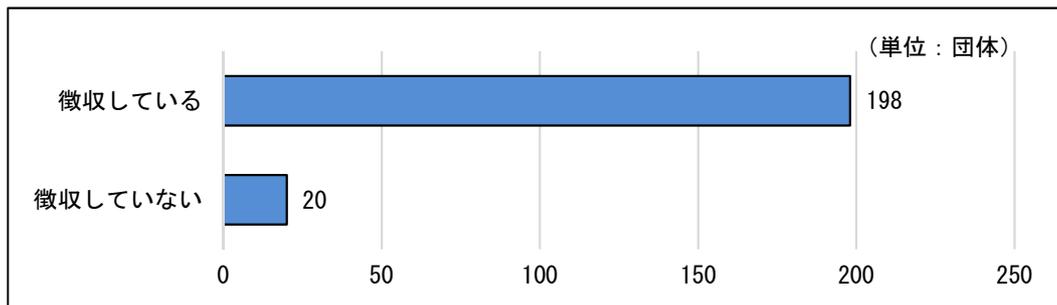
(問10) 広報・事業の連絡担当者はいますか。



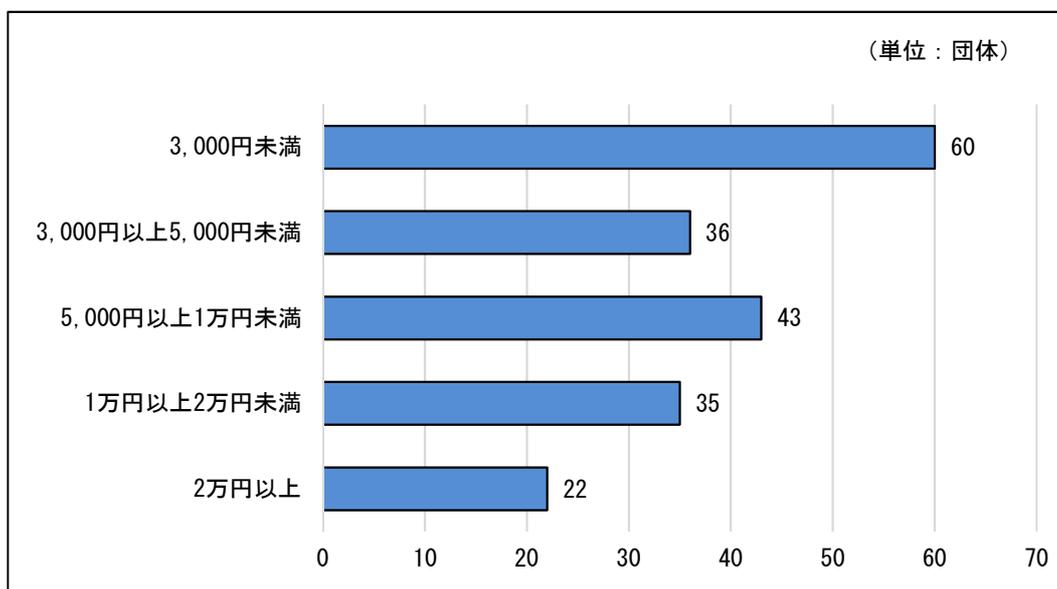
(問11) 貴商店街・小売市場に、商店街・小売市場組織とは別にオーナー会(土地・建物の所有者が集い話し合う会)はありますか。



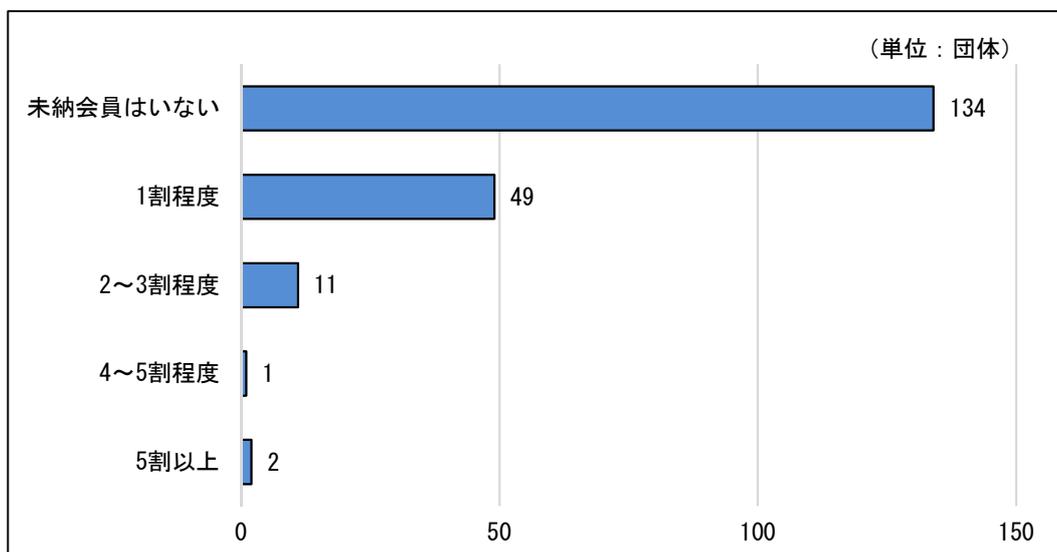
(問 12) 貴団体では、会員（組合員）から会費を徴収していますか。



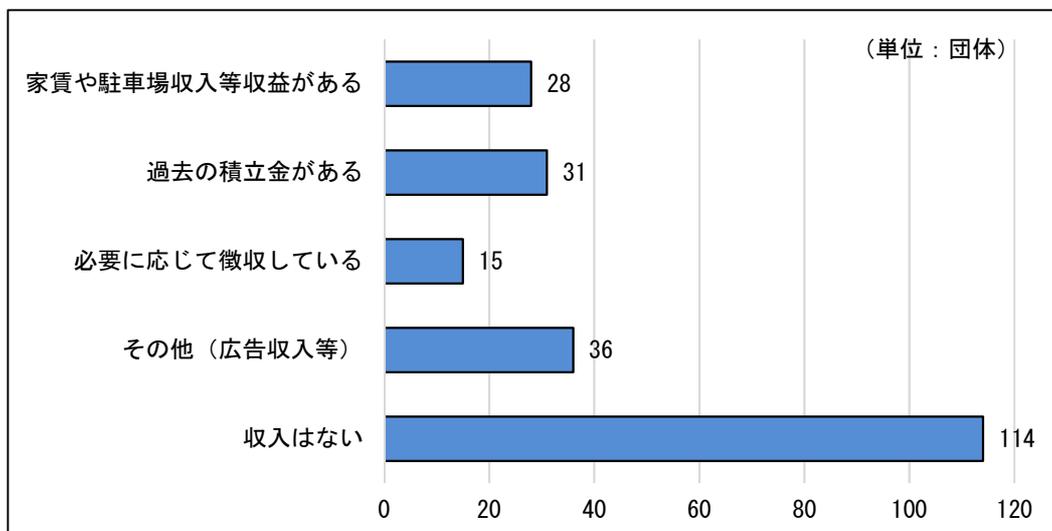
(問 12-2) 会費の平均月額（1会員あたり）は、どのくらいですか。



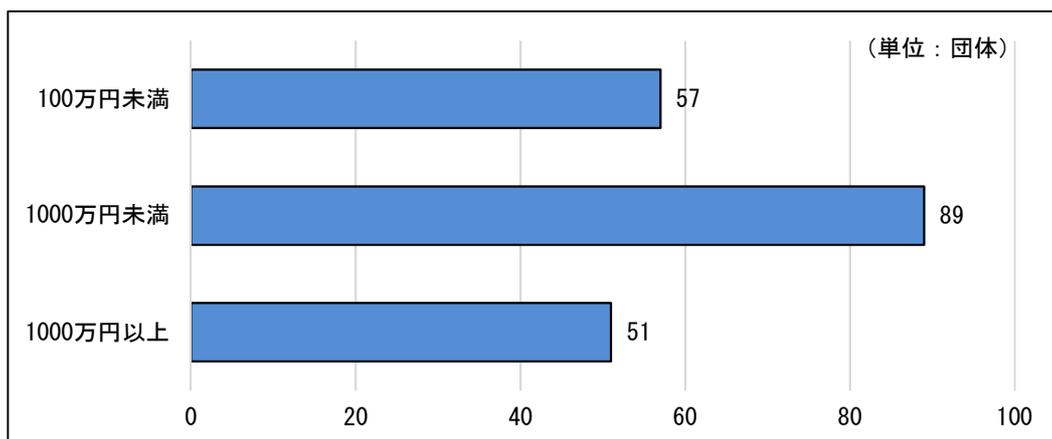
(問 12-3) 会員（組合員）のうち、会費未納入の会員は何割程度ですか。



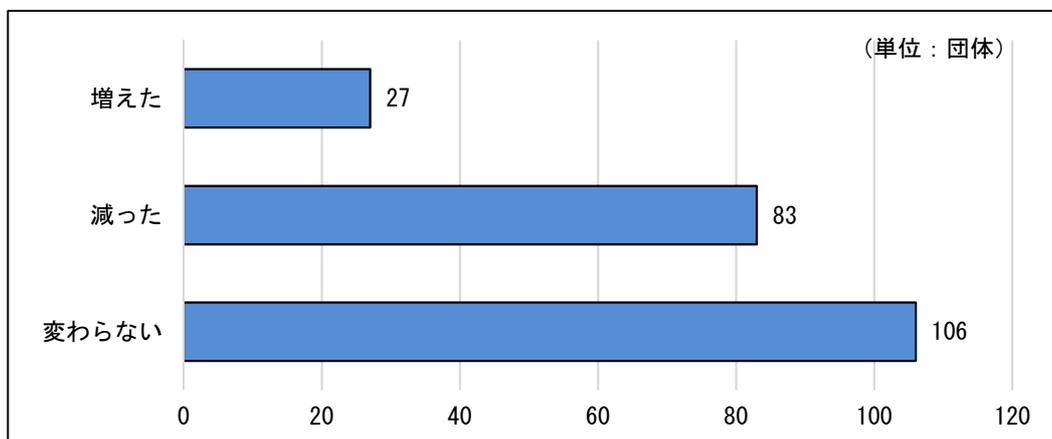
(問 12-4) 会費以外の収入がありますか。



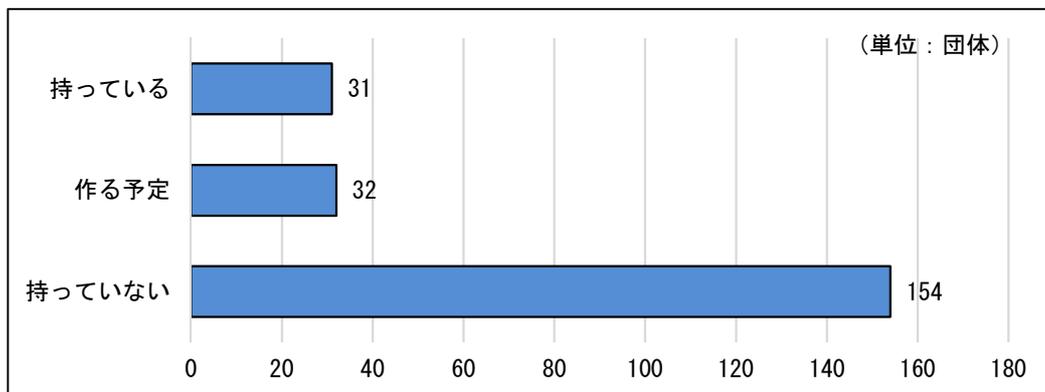
(問 13) 貴団体の年間予算はどのようになっていますか。



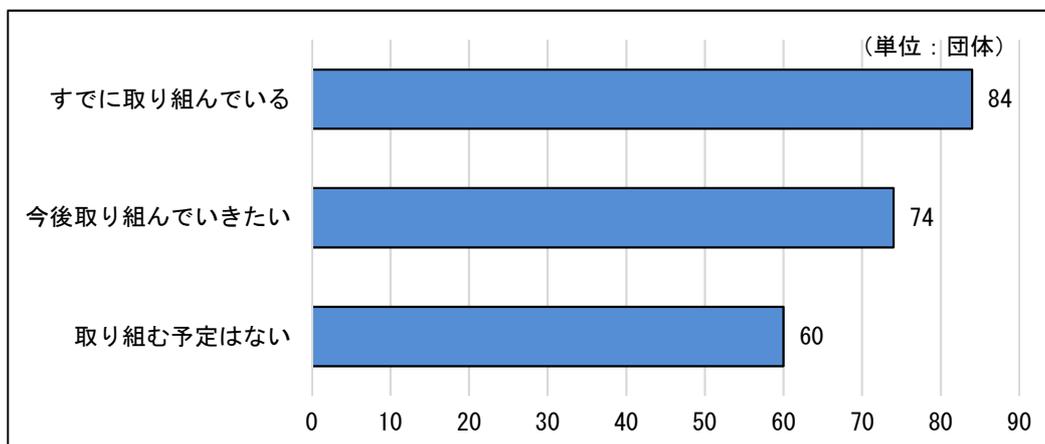
(問 13-2) それは5年前に比べてどうですか。



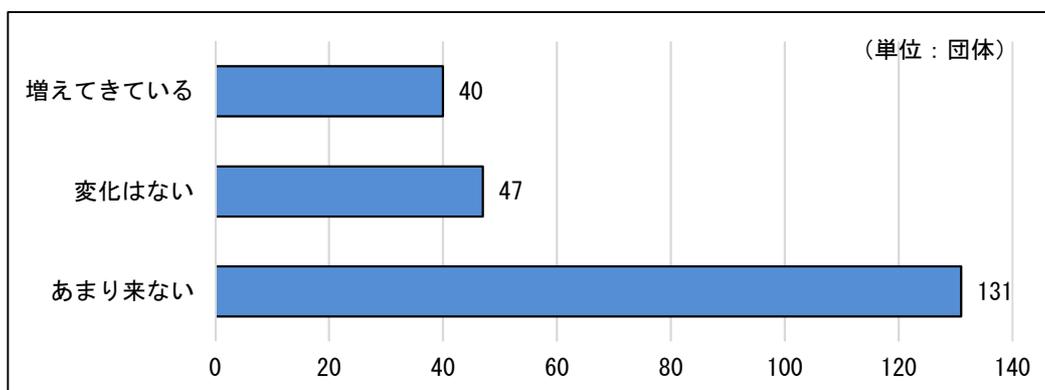
(問 14) 貴団体では、諸活動を行うにあたって、中長期的な商店街・小売市場等のビジョンや将来計画を持っていますか。



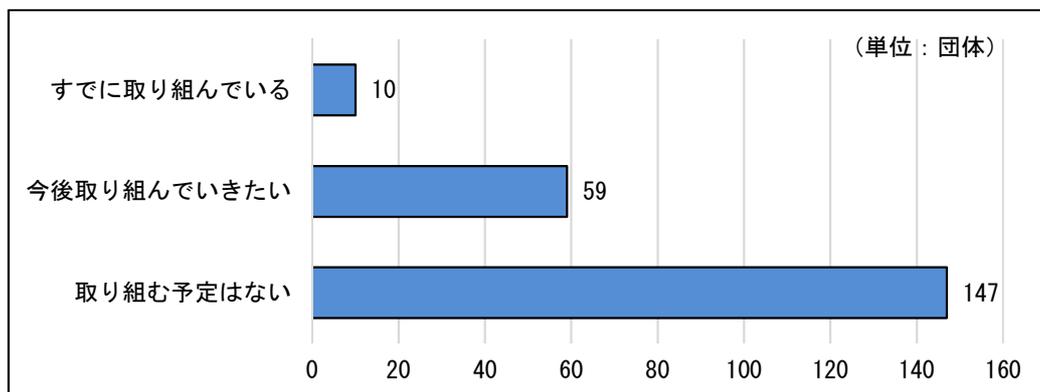
(問 15) キャッシュレス決済について、貴団体の状況はどうか。



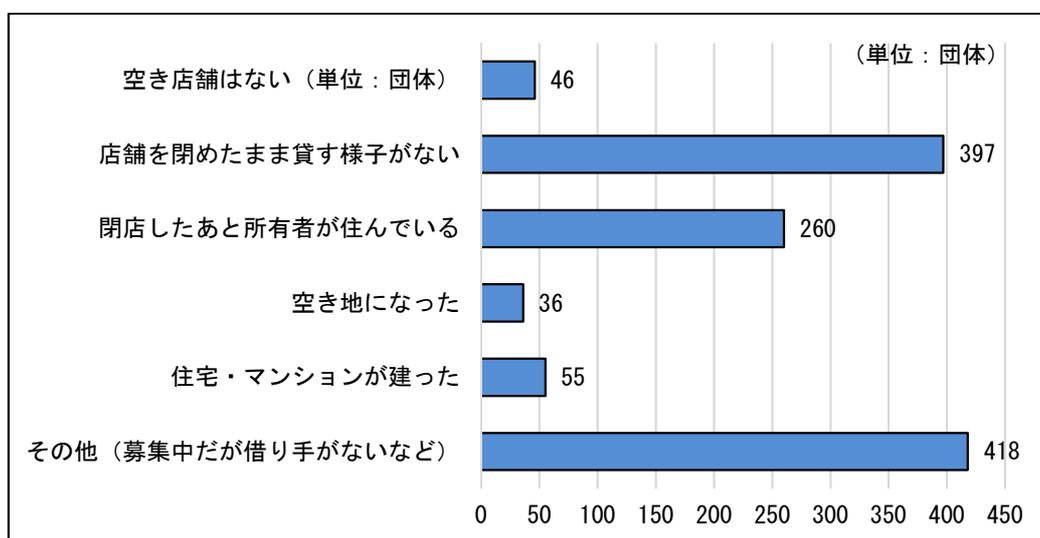
(問 16) インバウンド（外国人観光客）について、貴団体の状況はどうか。



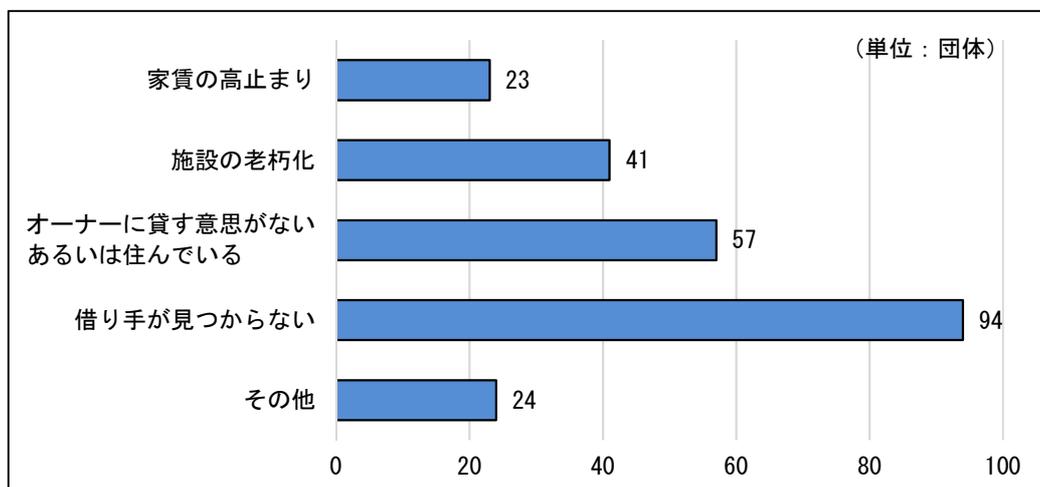
(問 16-2) インバウンド（外国人観光客）について、今後どのようにお考えですか。



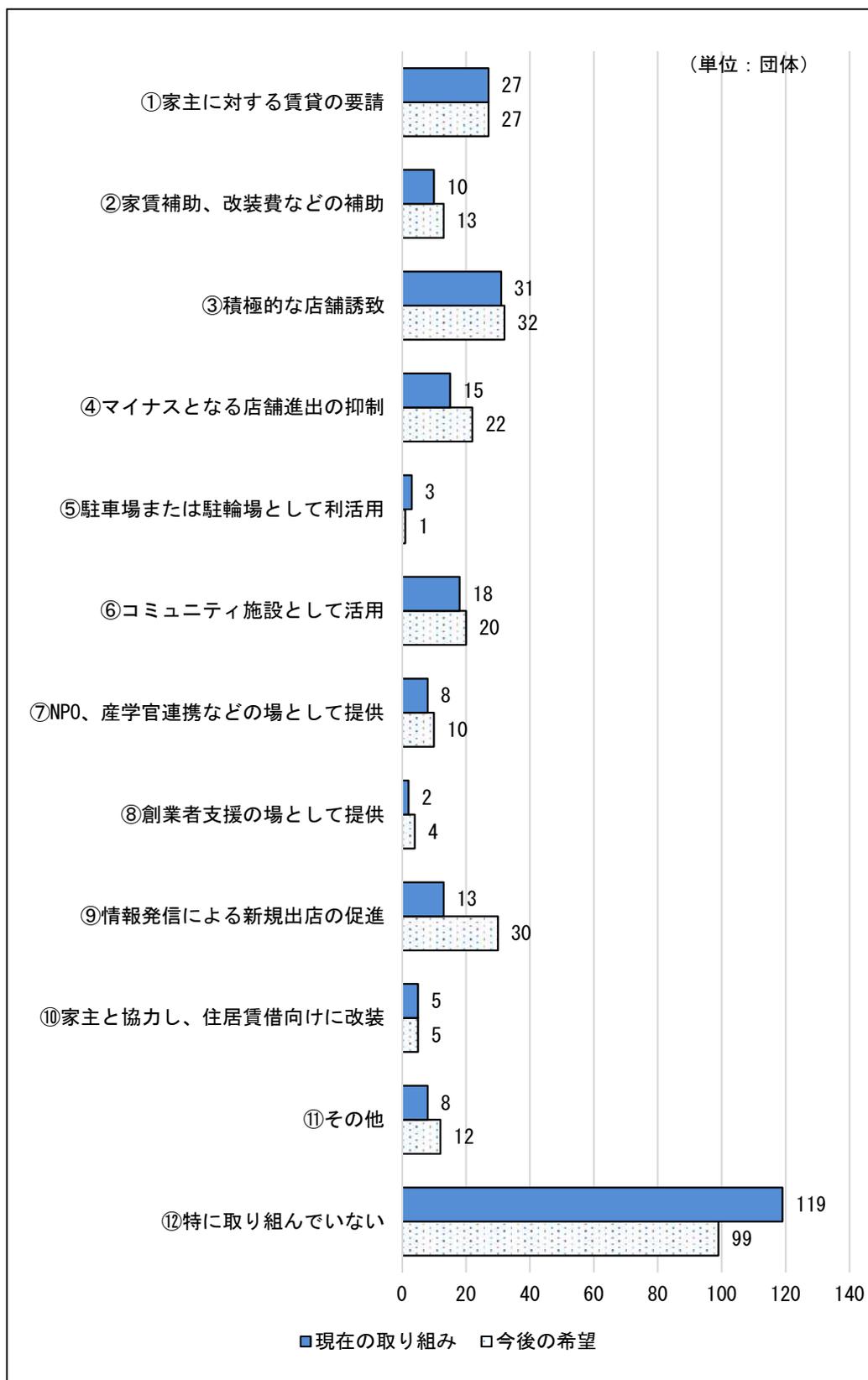
(問 17) 空き店舗について、貴団体の状況はどうですか。



(問 17-2) 空き店舗がある場合、どのような理由で発生するとお考えですか。

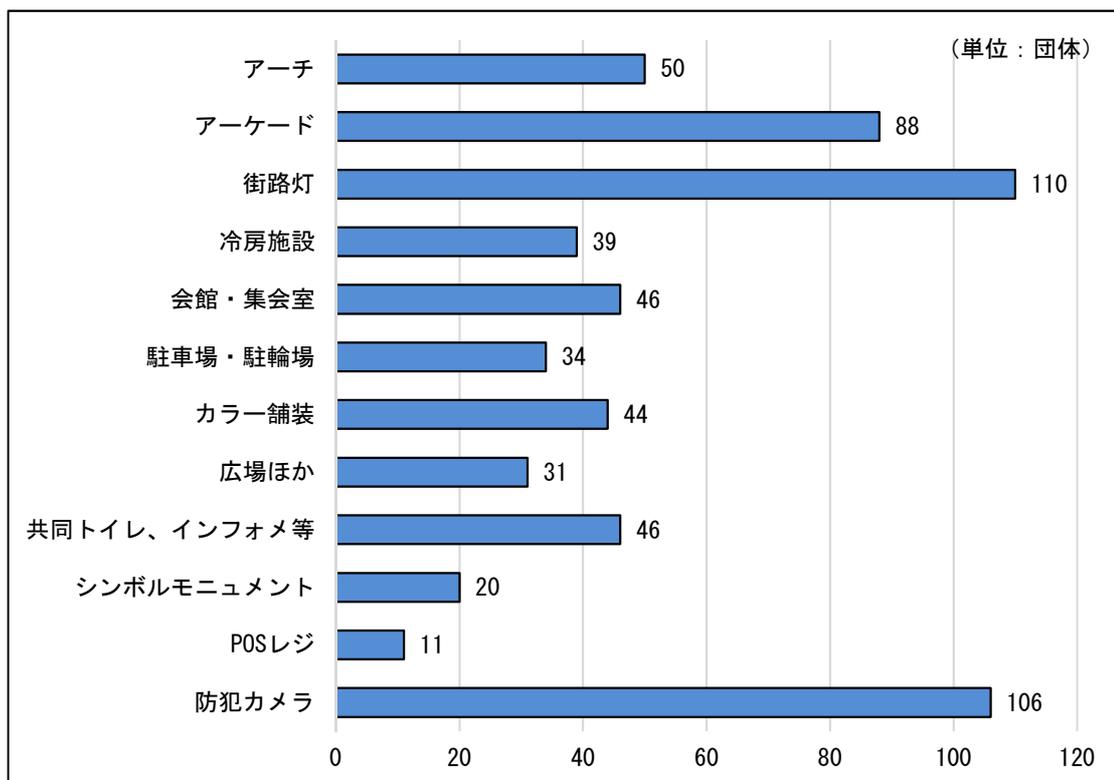


(問 18・問 19) 空き店舗の発生に対して、現在貴団体ではどのような取り組みを行っていますか。また、今後貴団体ではどのような取り組みを行ないたいですか。

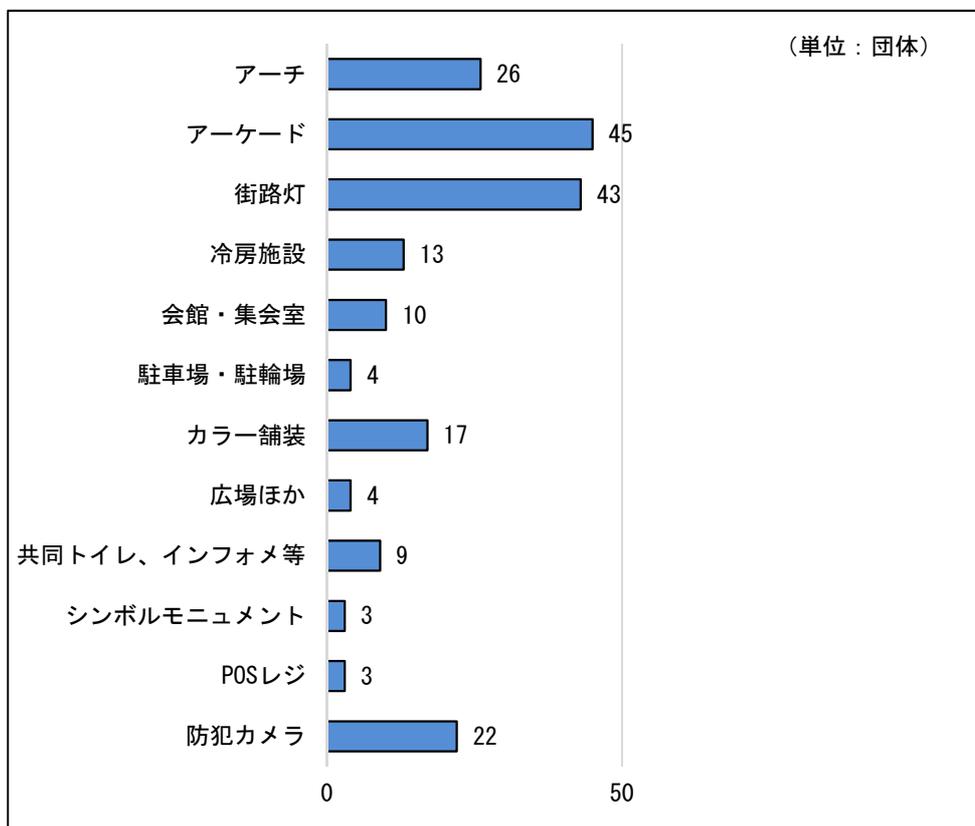


(問 20) 貴団体における共同施設の設置・改修・廃棄・廃止についてお伺いします。

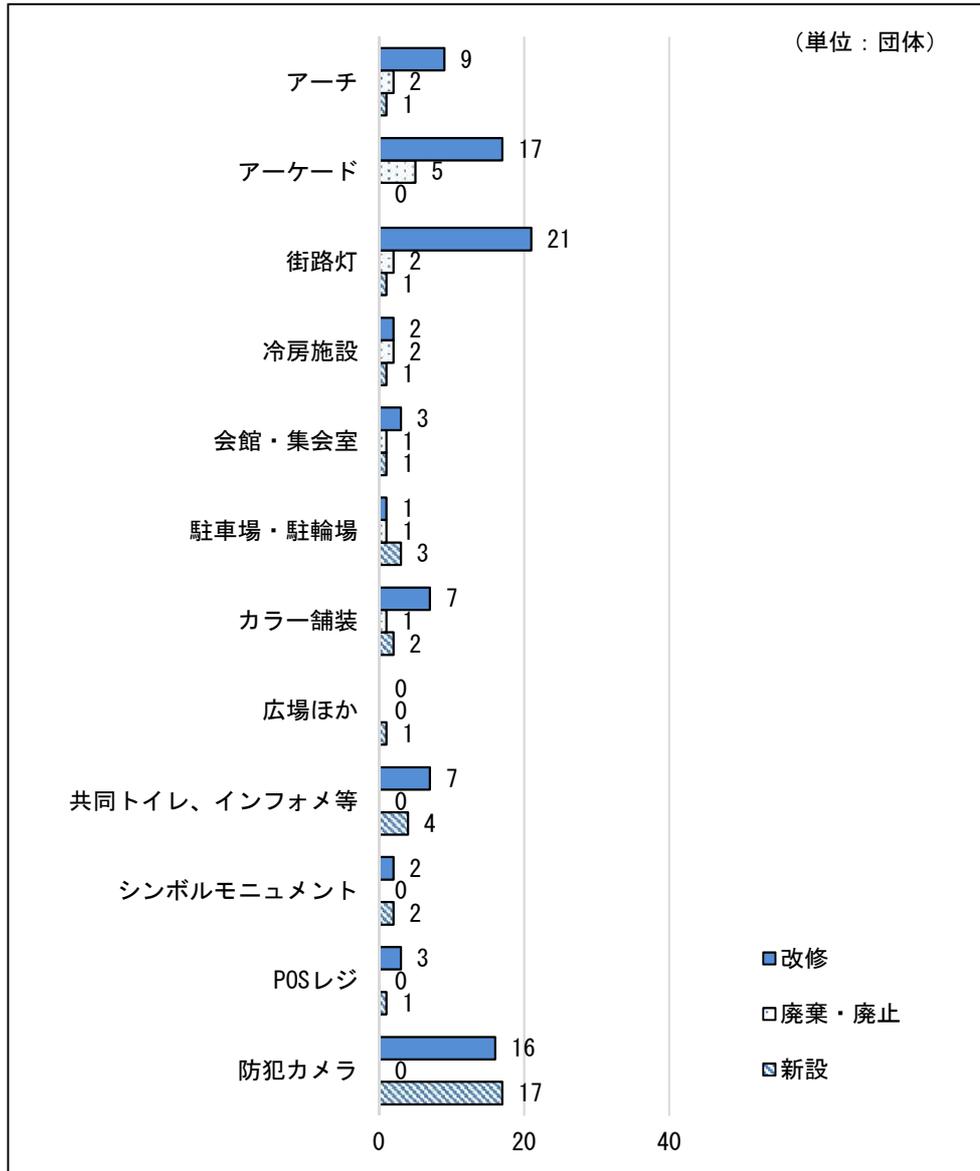
(ア) 設置済み



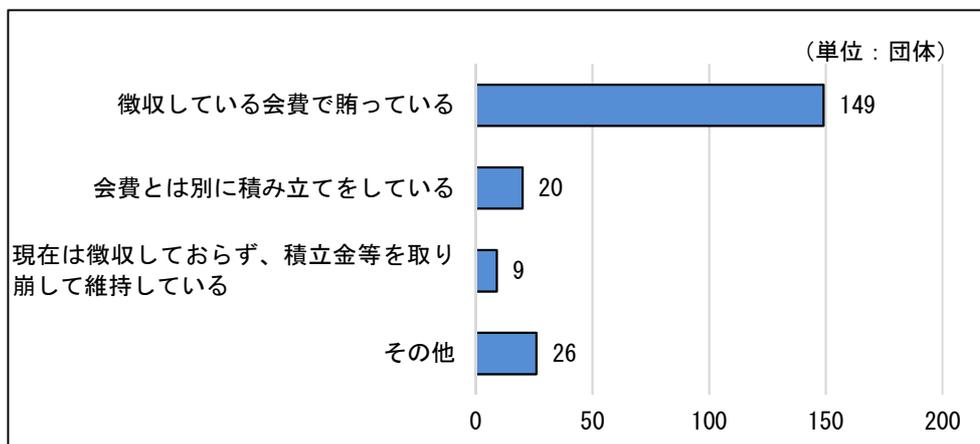
(イ) 改修済み



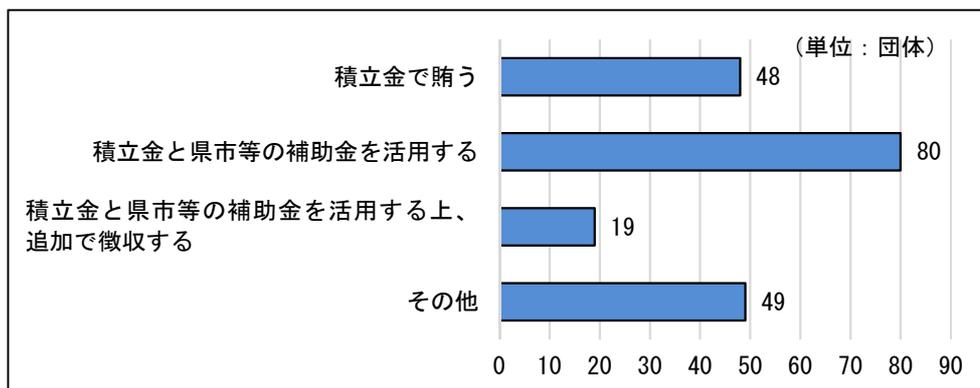
(ウ) 予定



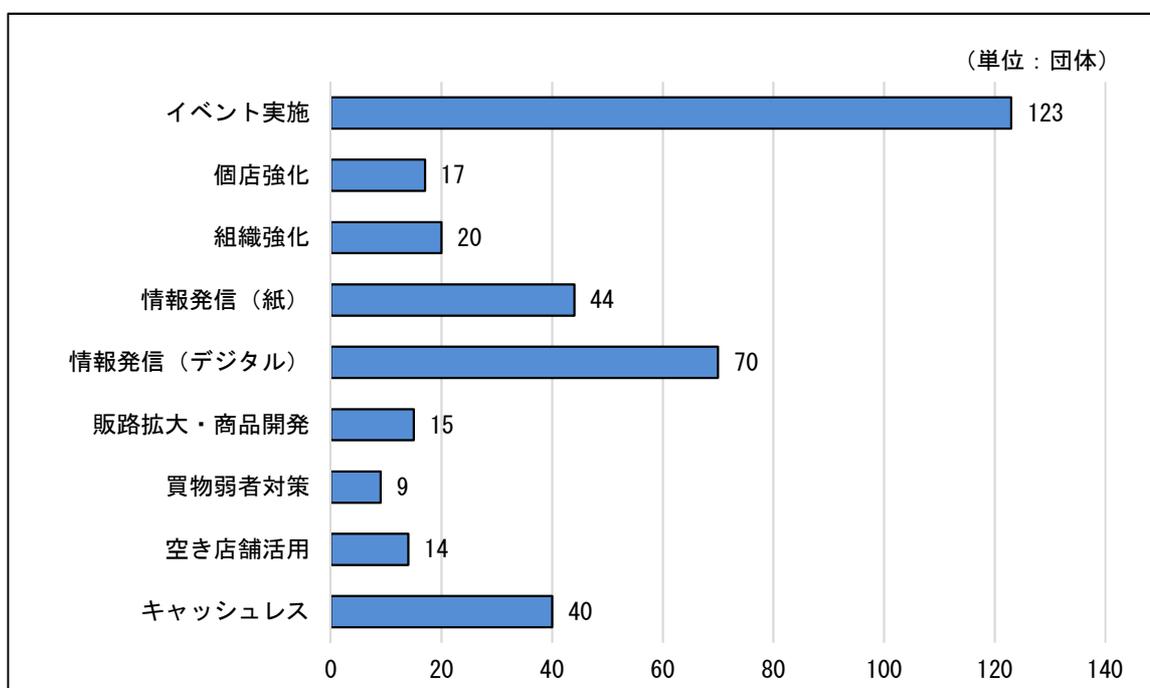
(問 20-2) 貴団体の施設の維持管理費はどのようになっていますか。



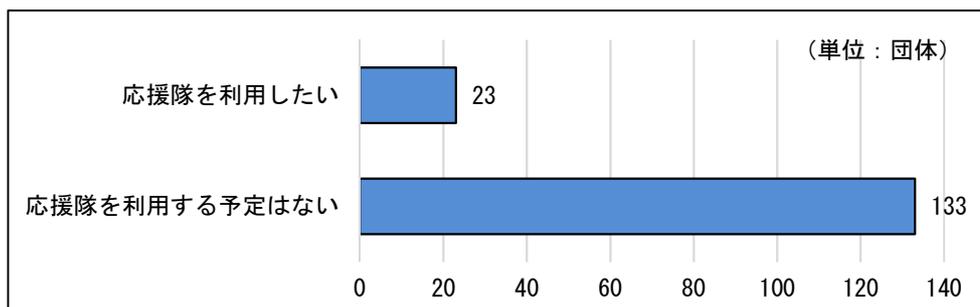
(問 20-3) 廃棄・廃止にかかる費用はどのようになっていますか。



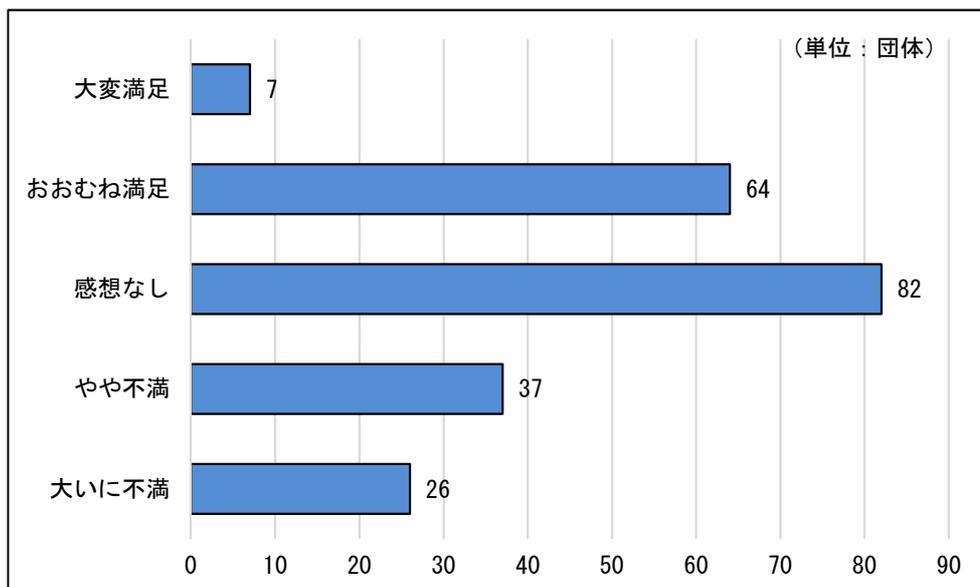
(問 21) 貴団体の商業活性化対策について下記表にてご回答ください。



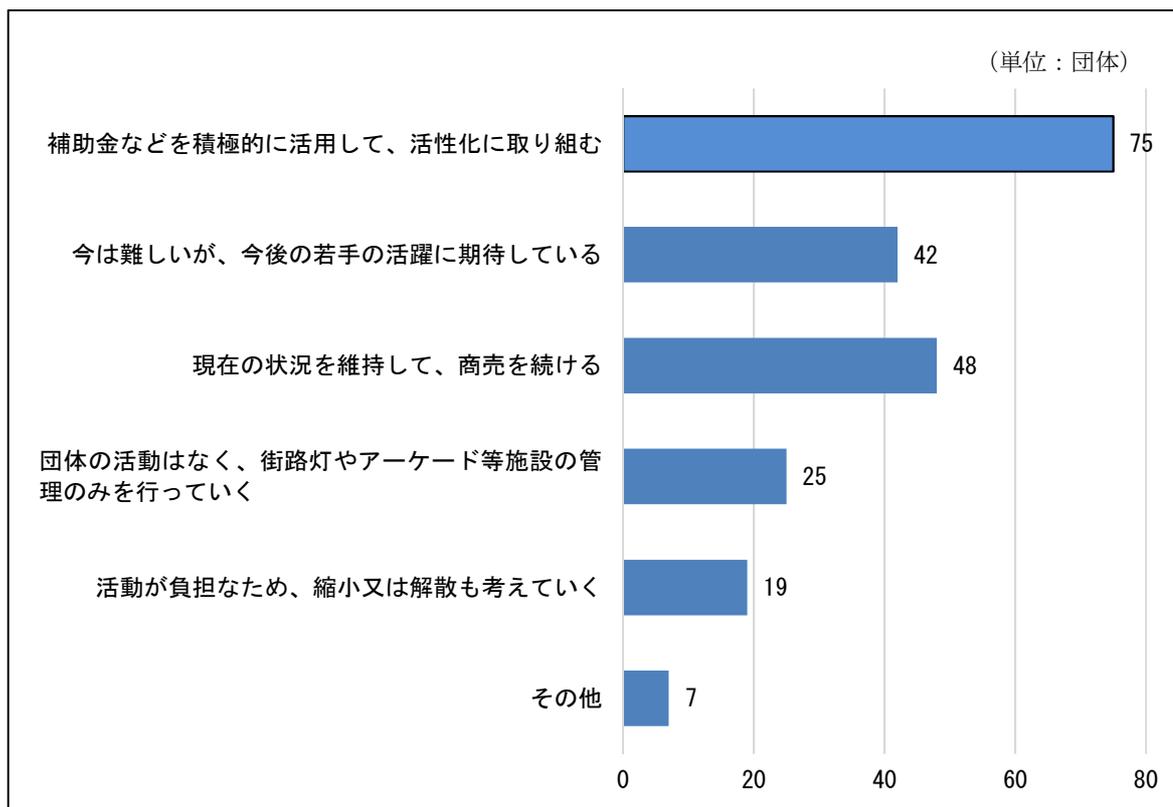
(問 22) 応援隊を利用したことがない団体にお聞きします。今後、応援隊の利用を希望されますか。



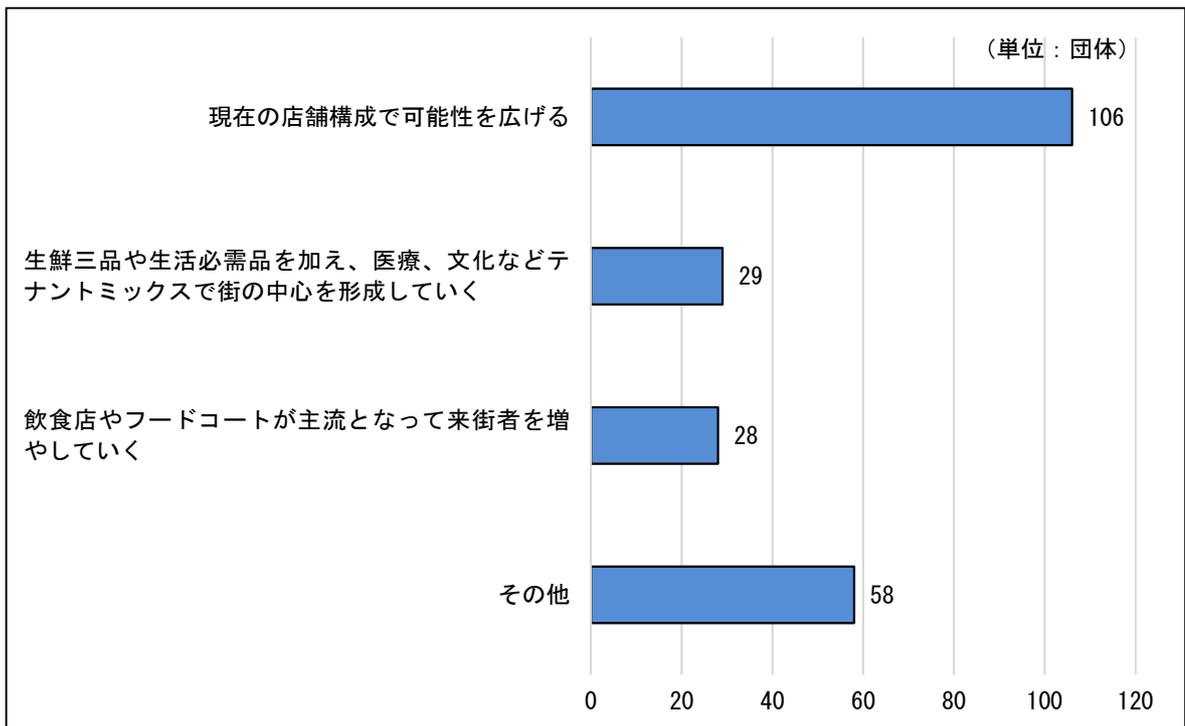
(問 23) 現在の団体活動についてどのように感じていますか。



(問 23-2) 今後の組合運営の方向性であてはまるものがあれば○で囲んでください。



(問 23-3) これからの貴団体を取りまく店舗集積に必要なことは何と思われますか。



(令和2年度追加項目)

VI 新型コロナウイルス感染症拡大の影響について

令和元年に商店街・小売市場概況調査を実施したが、その後、新型コロナウイルス感染症が発生、拡大したため、その影響について追加アンケートを実施してとりまとめた。

1. 実施要領

(1) 調査目的

新型コロナウイルス感染症の拡大による商店街・小売市場への影響

(2) 主な調査内容

新型コロナウイルス感染症拡大前後の来街者数等の変化

(3) 調査対象

市内全ての商店街及び小売市場等団体

(4) 調査方法と調査期間

令和2年9月1日 対象団体へアンケート用紙を送付

10月 アンケート回収および集計（返信のなかった団体については個別に電話し、回答を聞き取った。）

(5) 調査時点

令和2年9月1日現在

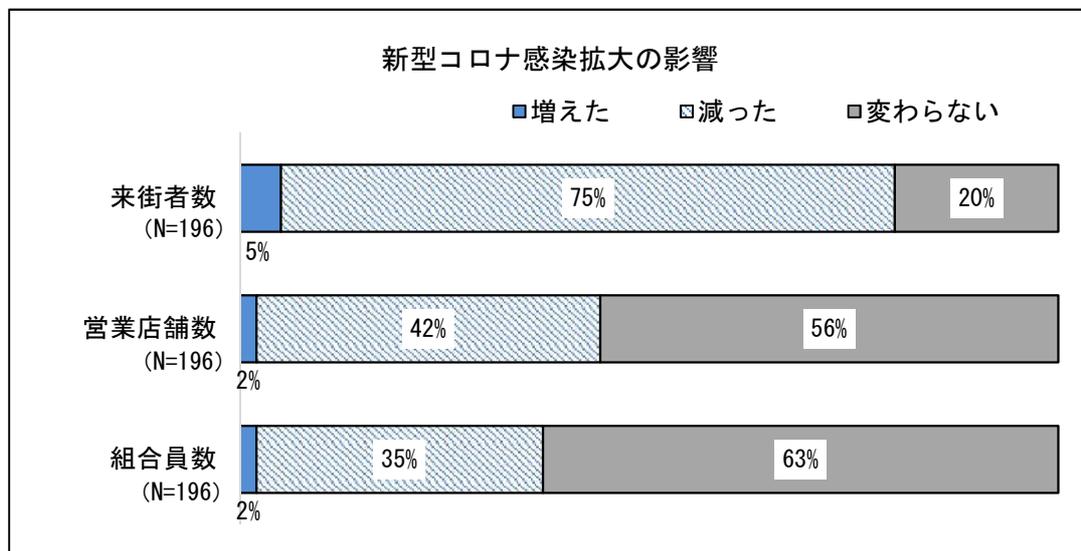
2. 回答数

196 団体（商店街 165 団体、小売市場 31 団体）

3. 分析結果

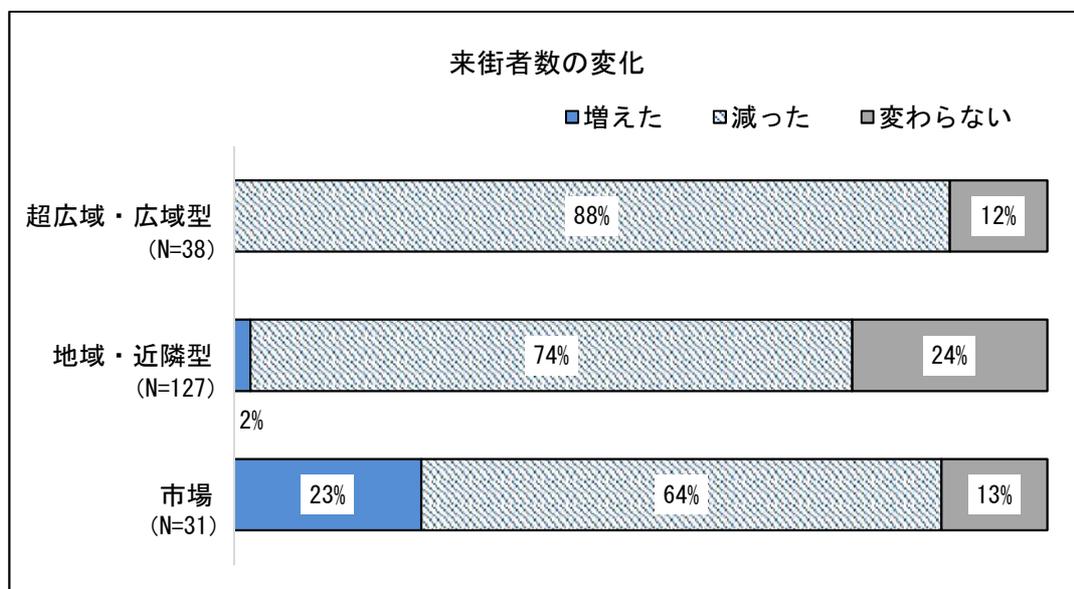
(1) 新型コロナウイルス感染症拡大の影響

来街者数については、「減少した」と回答した団体が75%と最も多かった。営業店舗数、組合員数については、共に「変わらない」と回答した団体が最も多かったが、「減った」と回答した団体も3割～4割あり、影響が大きいことがわかった。



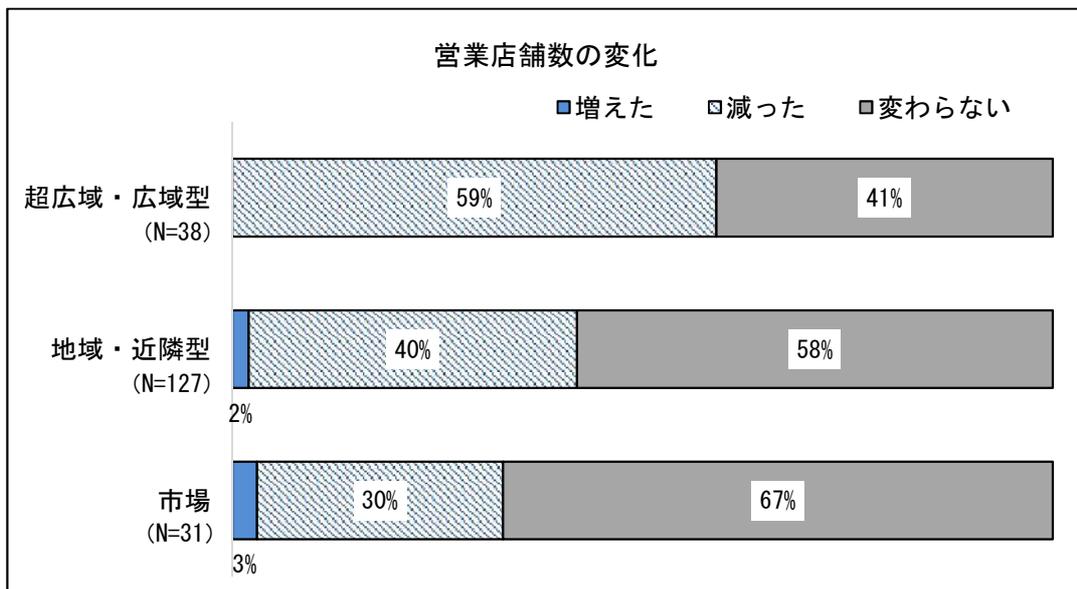
(2) タイプ別／来街者数の変化

来街者数については、全ての類型で「減った」と回答した団体が多かったが、特に超広域・広域型で最も影響が大きかった。



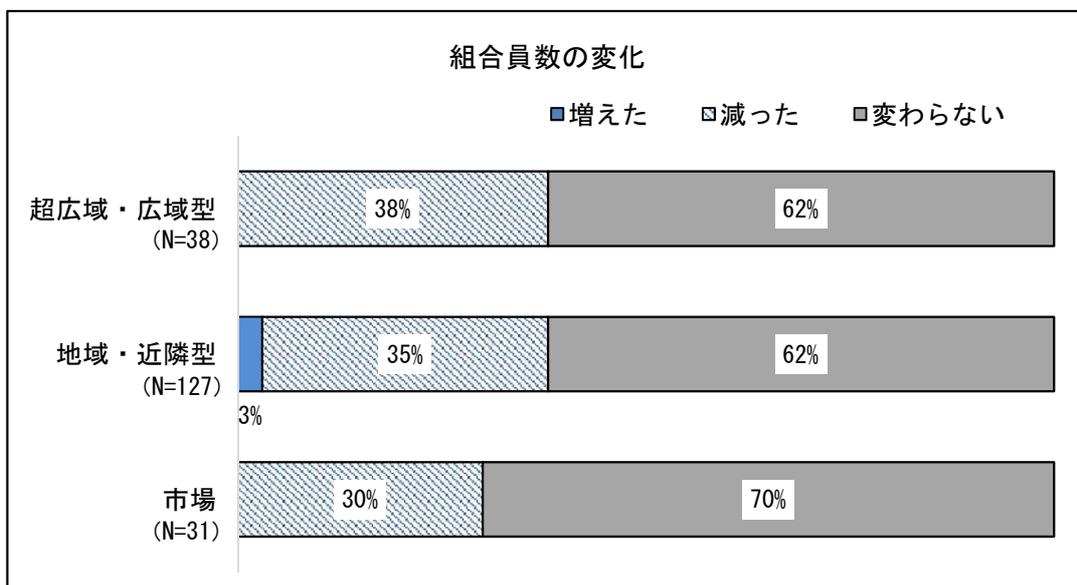
(3) タイプ別／営業店舗数の変化

営業店舗数については、超広域・広域型では「減った」と回答した団体が最も多かったが、地域・近隣型、市場では「変わらない」との回答が最も多かった。



(4) タイプ別／組合員数の変化

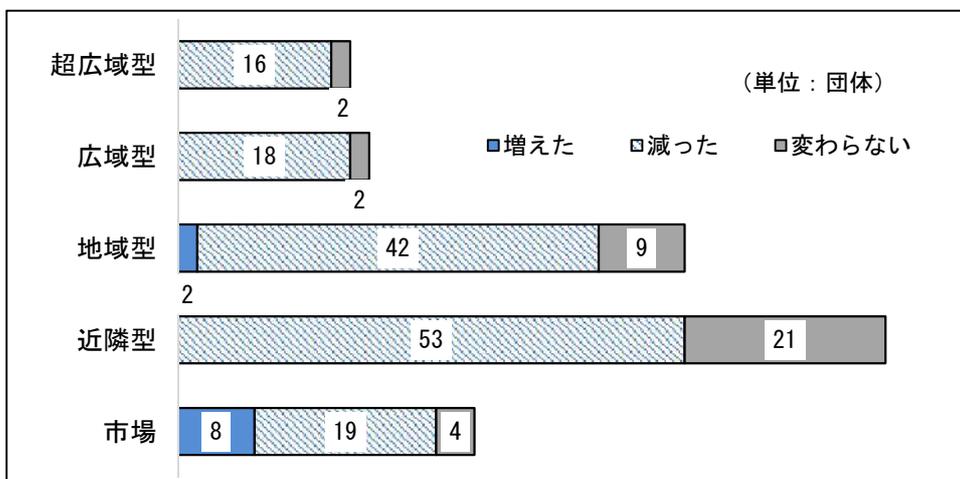
全ての団体で「変わらない」と回答した団体が最も多かった。



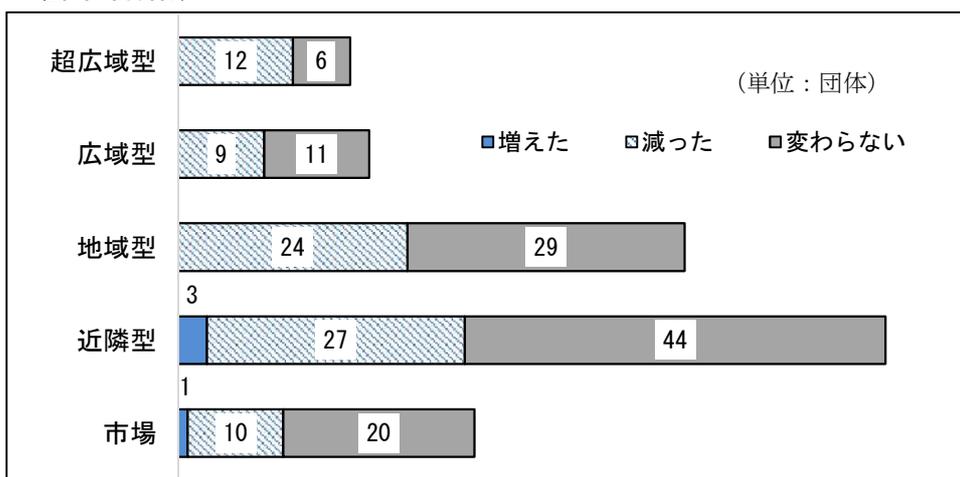
4. アンケート結果

(問) 新型コロナウイルス感染症が拡大してからどう変化しましたか。

1. 来街者数



2. 営業店舗数



3. 組合員数

