

平成30年度 商店街実態調査報告書

概要版



平成31年3月

* はじめに *

近年の商店街を取り巻く環境は厳しく、少子化による人口減少や後継者不足による空き店舗の増加、消費スタイルの多様化や郊外立地型大型店との競争など、様々な課題を抱えており、その状況は地域によって異なり、また時間の経過とともに変化しています。

商店街実態調査は、こうした状況を踏まえ、商店街の最近の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える課題など商店街の実態をアンケート調査により明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的として実施しています。当調査は、昭和45年に開始され、今回の調査が13回目の実施となります。

本報告書（概要版）は、商店街実態調査報告書の内容を一部抜粋して、そのポイントを簡単に紹介することを目的として作成しました。

商店街を取り巻く環境、繁栄している商店街が取り組んでいる事業や個店の活性化策など、商店街関係者の活動の参考になれば幸いです。

目 次

I. 商店街実態調査について	1
1. 目的	1
2. 調査概要	1
3. 調査項目	1
II. 調査結果のポイント	2
1. 商店街の概要について	2
1-1 商店街の全体の店舗数	2
1-2 商店街におけるチェーン店舗数	3
1-3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）	4
1-4 商店街の空き店舗の状況	5
1-5 店主の退店（廃業）の状況	7
1-6 商店街組織の専従事務局員の有無	8
1-7 商店街組織の会員（組合員）数と会費未納入店舗の割合	9
2. 商店街の景況と来街者の動向について	10
2-1 商店街の最近の景況	10
2-2 最近の商店街への来街者の動向	11
2-3 外国人観光客の動向	12
3. 商店街の問題と取組状況について	13
3-1 商店街の抱える問題	13
3-2 経営者の後継者問題に対する商店街の取組状況	14
3-3 商店街の予算規模	15
3-4 個店の魅力向上のための取組状況	16
3-5 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況	17
3-6 商店街の地域（各種団体等）との連携状況	19
4. 現在、商店街が取り組んでいる具体的な各種事業について... ..	20
4-1 商店街が実施しているソフト事業	20
4-2 商店街が実施しているハード事業	21
4-3 外国人観光客の受け入れに関する取組状況	22

I. 商店街実態調査について

1. 目的

近年の商店街を取り巻く環境は厳しく、少子化による人口減少や後継者不足による空き店舗の増加、消費スタイルの多様化や郊外立地型大型店との競争など、様々な課題を抱えており、その状況は地域によって異なり、また時間の経過とともに変化しています。

本調査は、こうした商店街の景況や空き店舗の状況、商店街が抱える問題など商店街の実態を明らかにし、今後の商店街活性化施策の基礎資料とすることを目的としています。

2. 調査概要

調査地域	全国
調査対象	商店街※ (商店街振興組合、事業協同組合等、その他の法人、任意団体)
調査方法	郵送による発送・回収およびインターネットによる回収
調査時点	平成30年10月1日現在
調査票発送数	12,096※
調査票の回答	調査票回答件数 4,240 (回答率 35.1%) うち有効回答件数 4,234 (有効回答率 35.0%)

※ 本調査でいう「商店街」とは①小売業、サービス業等を営む者の店舗等が主体となって街区を形成し、②これらが何らかの組織（例えば〇〇商店街振興組合、〇〇商店会等で法人格の有無およびその種類を問わない。）を形成しているものをいいます。

※ 各都道府県が把握している商店街数（参考値として調査）を合計したところ 14,035 件でした。

3. 調査項目

(1) 商店街の概要

- 組織形態
- 店舗数
- 空き店舗数
- 会員数
- 居住している店舗数
- 専従事務局員数
- 業種構成 等

(2) 商店街の立地環境および商業環境

- 事務所所在地
- 立地環境
- 中心来街者層
- 来街者数の変化
- 各種調査の実施状況
- 外国人観光客の動向 等

(3) 商店街の景況と近年の変化

- 景況
- 大規模小売店舗の影響 等

(4) 商店街の問題と取り組み

- 商店街における問題点
- 個店の改善策・活性化策
- 組織の活動
- 商店街リーダー
- 各種商店街事業の取り組み
- 外国人観光客の受入れ状況 等

Ⅱ. 調査結果のポイント

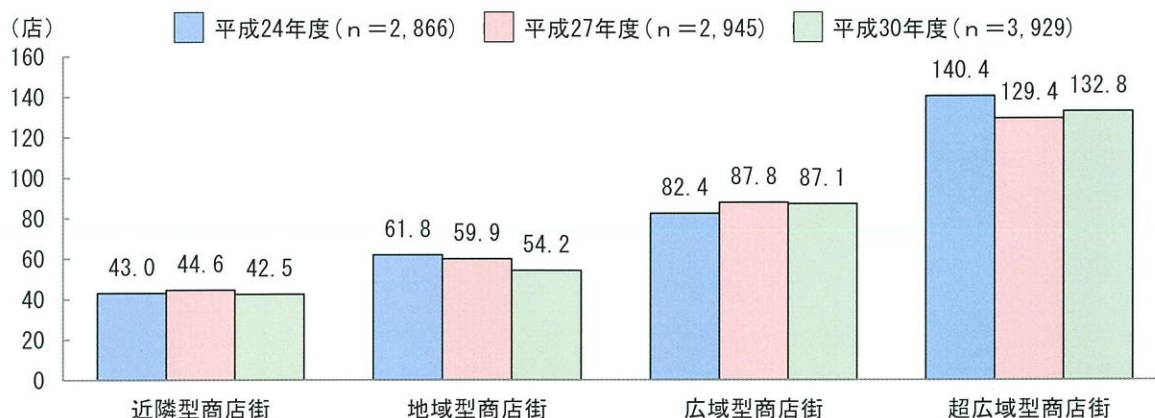
1. 商店街の概要について

1-1 商店街の全体の店舗数

商店街の平均店舗数は50.7店です。前回調査（平成27年度調査、以下同じ）の平均店舗数（54.3店）と比べると3.6店減少しました。

商店街タイプ(*)別には、「近隣型商店街」が42.5店（前回調査比：▲2.1店）、「地域型商店街」が54.2店（同比：▲5.7店）、「広域型商店街」が87.1店（同比：▲0.7店）、「超広域型商店街」が132.8店（同比：+3.4店）となりました。

図表 1 1商店街あたりの平均店舗数



* 商店街タイプについて

①近隣型商店街	最寄品※中心の商店街で地元住民が日用品を徒歩又は自転車などにより買物を行う商店街
②地域型商店街	最寄品及び買回り品※が混在する商店街で、近隣型商店街よりもやや広い範囲であることから、徒歩、自転車、バス等で来街する商店街
③広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店があり、最寄品より買回り品が多い商店街
④超広域型商店街	百貨店、量販店を含む大型店があり、有名専門店、高級専門店を中心に構成され、遠距離から来街する商店街

※ 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、家庭雑貨など。

※ 買回り品：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。

1-2 商店街におけるチェーン店舗数

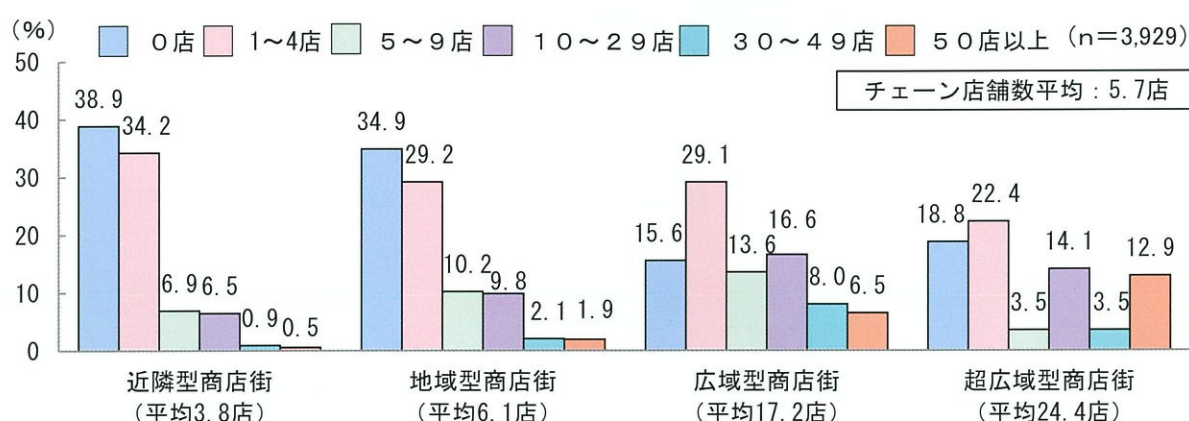
商店街内に立地するチェーン店舗(*)数の平均店舗数は5.7店です。前回調査の平均店舗数(4.1店)と比べると1.6店増加しました。

商店街タイプ別には、「近隣型商店街」が3.8店(前回調査比: +1.2店)、「地域型商店街」が6.1店(同比: +1.9店)、「広域型商店街」が17.2店(同比: +5.6店)、「超広域型商店街」が24.4店(同比: +7.2店)となり、前回調査と比べると、すべての商店街タイプで増加となりました。

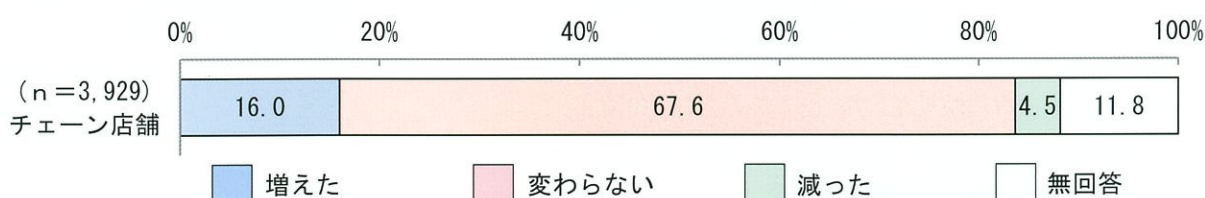
最近3年間のチェーン店舗数の変化についてみると、「増えた(16.0%)」と回答した商店街が「減った(4.5%)」と回答した商店街を11.5ポイント上回りました。

なお、1商店街に占めるチェーン店舗の割合(チェーン店舗率=チェーン店舗数合計(15,014店)/商店街の全店舗数(148,536店)は10.1%となり、前回調査(7.3%)と比べると2.8ポイント増加しました。

図表 2 1商店街あたりの平均チェーン店舗数



図表 3 最近3年間の商店街におけるチェーン店舗数の変化



図表 4 チェーン店舗率の推移

(単位: 店、%)

	全店舗数 A	チェーン店舗数 B	チェーン店舗率 B/A
平成24年度 (n=2,521)	135,727	10,618	7.8
平成27年度 (n=2,548)	137,251	10,014	7.3
平成30年度 (n=3,929)	148,536	15,014	10.1

*「チェーン店舗」とは、ブランドや営業等が多数の店舗で統一的に管理された店舗のこと。

スーパー、コンビニエンスストアのほか、ファーストフード店、ドラッグストア店等が該当する。

1-3 商店街の業種別店舗数の割合（業種構成）

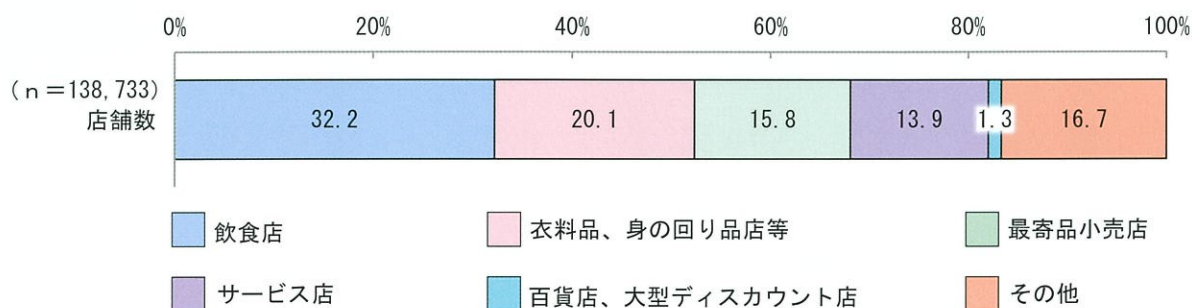
商店街の業種別店舗数の割合は、「飲食店（32.2%）」、「衣料品・身の回り品店等（20.1%）」、「最寄品小売店（15.8%）」の順に多くなっています。

最近3年間の業種別店舗数の変化をみると、「増えた」業種は、「飲食店（20.8%）」、「サービス店（8.4%）」、「最寄品小売店（6.4%）」の順に多くなっています。

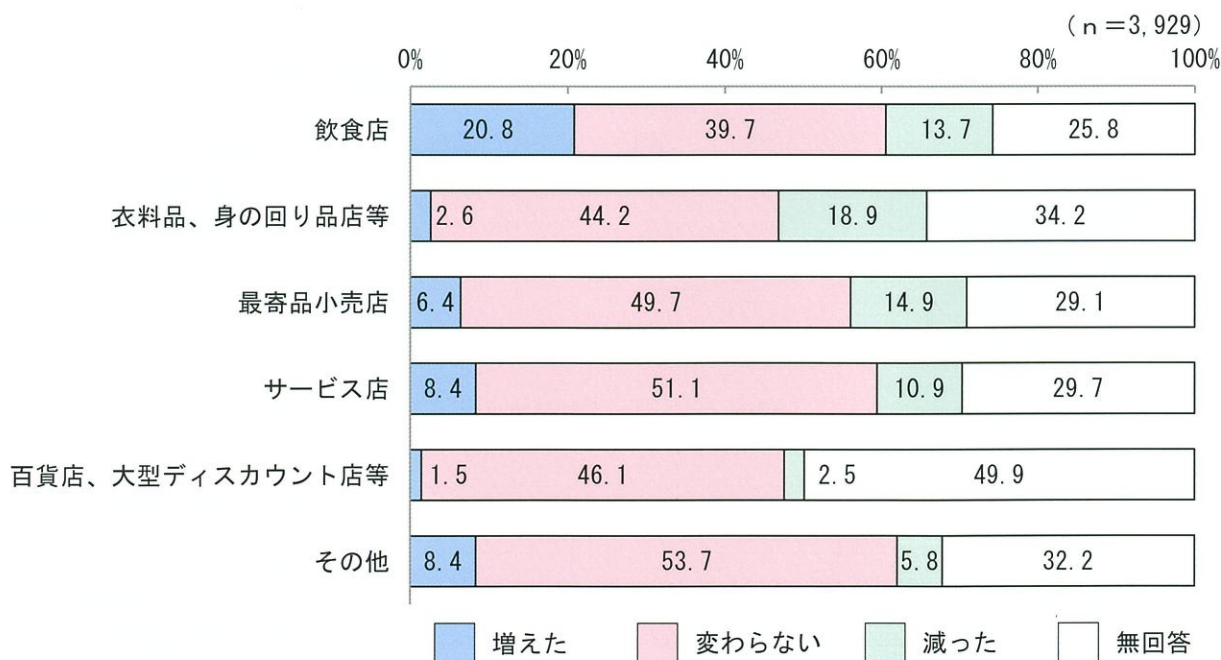
一方、「減った」業種は、「衣料品・身の回り品店等（18.9%）」、「最寄品小売店（14.9%）」、「飲食店（13.7%）」の順に多くなっています。

また、業種別店舗で「増えた」から「減った」を差し引きすると、「飲食店」のみが7.1ポイント増加しました。

図表 5 商店街における業種別店舗数の割合



図表 6 最近3年間の商店街における業種別店舗数の変化



1-4 商店街の空き店舗の状況

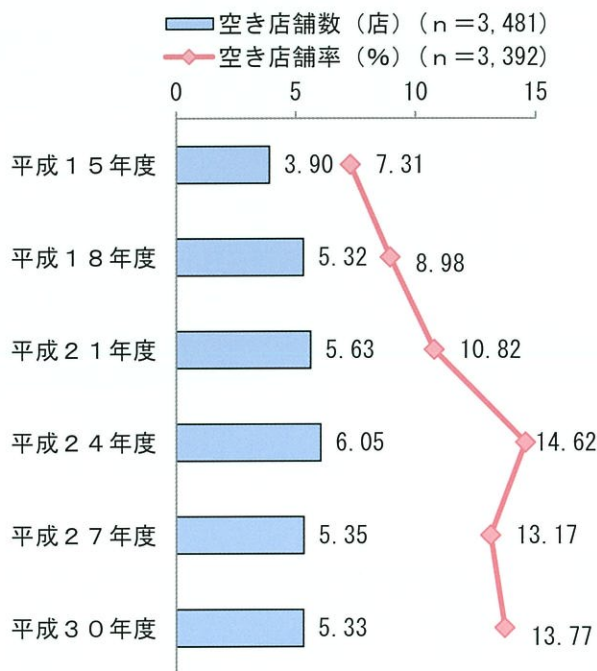
1 商店街あたりの空き店舗（*）の平均店舗数は 5.33 店（前回調査比：▲0.02 店）となりました。

平均空き店舗率（*）は 13.77% となり、前回調査より 0.6 ポイント増加し、前回調査時（平成 27 年度）に引き続き 10% を超えました。

空き店舗率ごとの商店街数の分布をみると、空き店舗率が 10% を超える商店街は全体の 41.3% となり、前回調査（42.5%）より 1.2 ポイント減少しました。

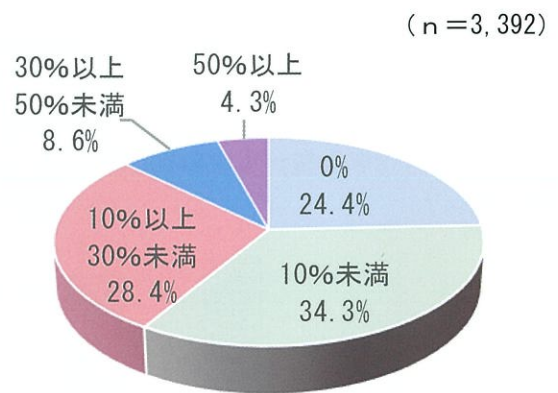
最近 3 年間の 1 商店街あたりの空き店舗数の変化をみると、「増えた」（31.9%）と回答した商店街が、「減った」（11.4%）と回答した商店街を 20.5 ポイント上回っています。

図表 7 1 商店街あたりの空き店舗の平均店舗数及び平均空き店舗率の推移

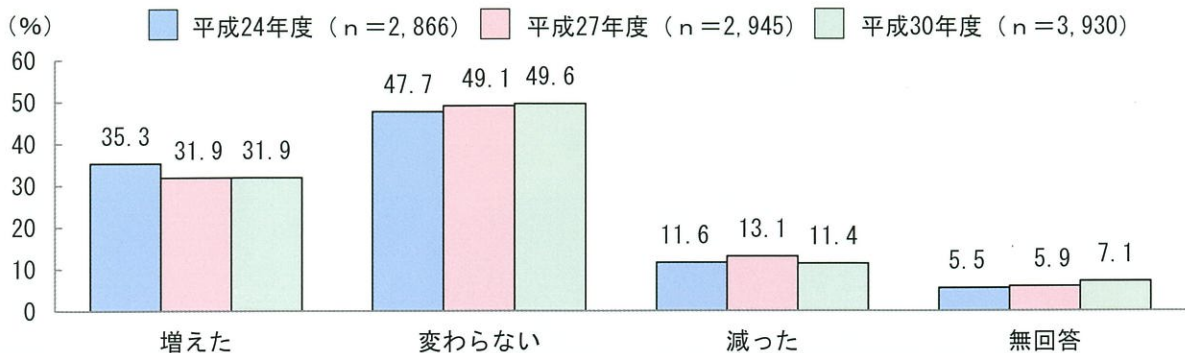


* 無回答を除くベース

図表 8 空き店舗率ごとの商店街数の分布



図表 9 最近 3 年間の 1 商店街あたりの空き店舗数の変化（前回・前々回調査との比較）



* 「空き店舗」とは、従前は店舗であったものが、現状空きスペース（空き地、空きビル、空き倉庫等）になっているもの

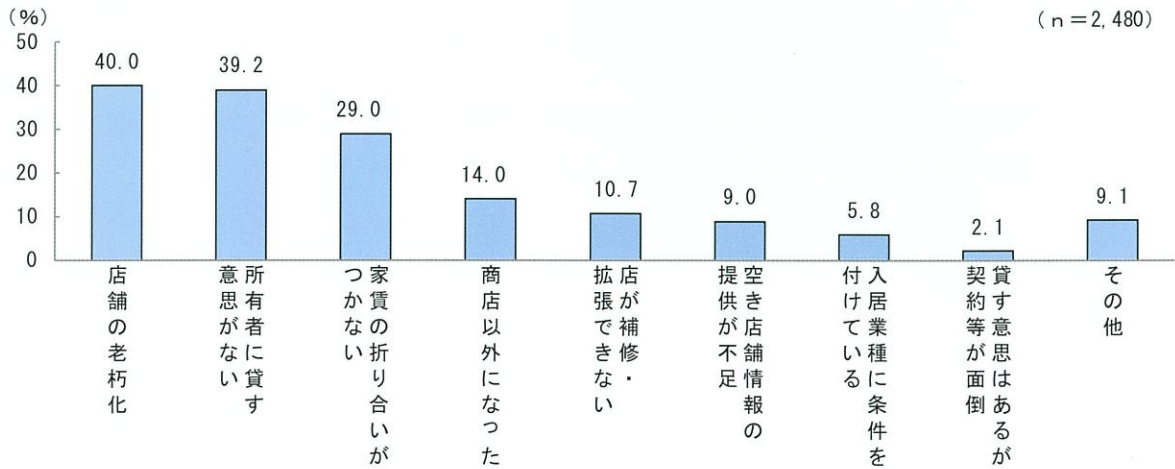
* 「平均空き店舗率」(%) = 全商店街の空き店舗数の合計 / 全商店街の全店舗数の合計

空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕については、「店舗の老朽化（40.0%）」、「所有者に貸す意思がない（39.2%）」、「家賃の折り合いがつかない（29.0%）」の順に多くなっています。

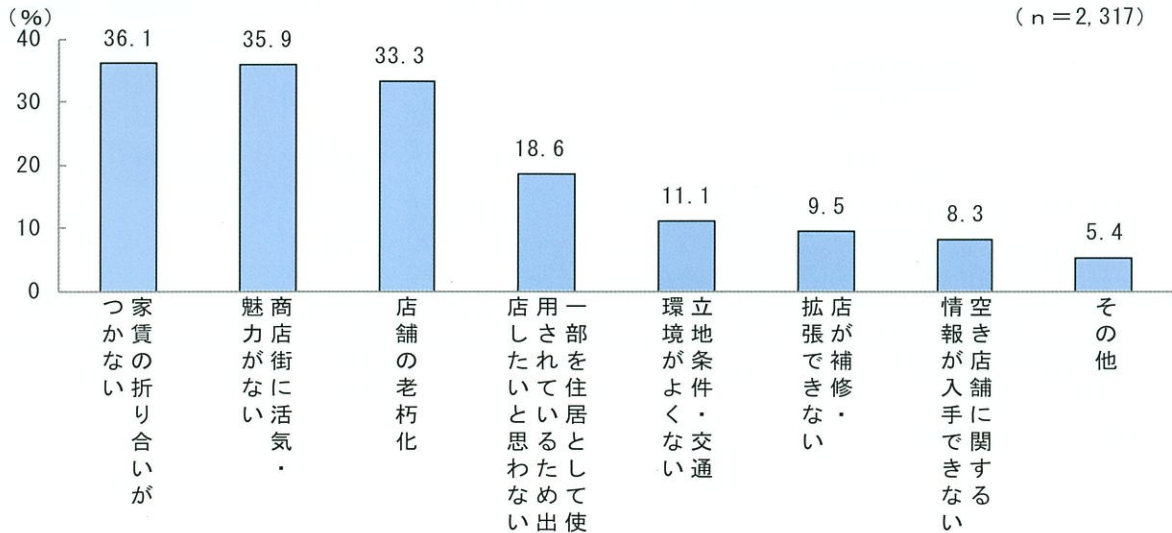
空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕については、「家賃の折り合いがつかない（36.1%）」、「商店街に活気・魅力がない（35.9%）」、「店舗の老朽化（33.3%）」の順に多くなっています。

なお、空き店舗の今後の見通しは、「増加する」と回答した商店街が全体の53.7%を占めています。

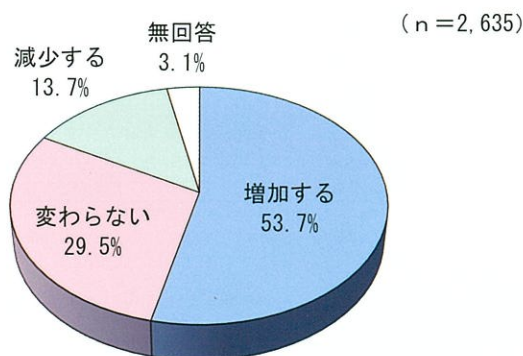
図表 10 空き店舗が埋まらない理由〔A. 地主や家主等貸し手側の都合によるもの〕(複数回答:2つまで)



図表 11 空き店舗が埋まらない理由〔B. テナント等借り手側の都合によるもの〕(複数回答:2つまで)



図表 12 今後の空き店舗の見通し

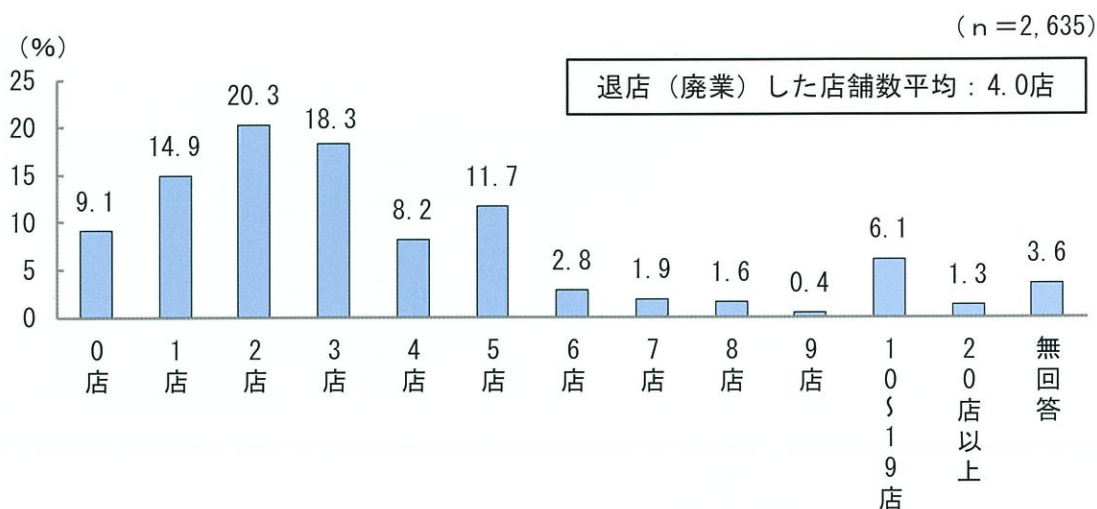


1-5 商店主の退店（廃業）の状況

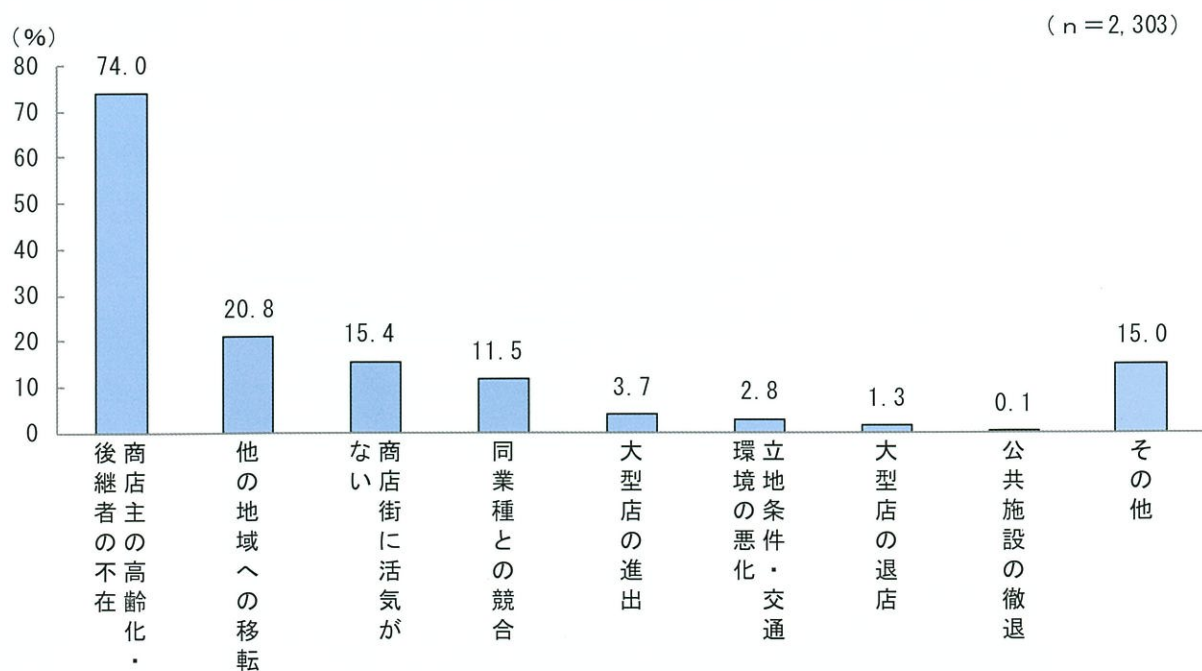
最近3年間に退店（廃業）した店舗数は、「0店」と回答した商店街が9.1%あるものの、1店以上の退店（廃業）数は、「2店（20.3%）」、「3店（18.3%）」、「1店（14.9%）」の順に多くなっており、1店から3店までで全体の53.5%を占めています。

退店（廃業）した理由は、「商店主の高齢化・後継者の不在」が74.0%を占め、続いて「他の地域への移転」が20.8%、「商店街に活気がない」が15.4%、「同業種との競合」が11.5%となっています。

図表 13 過去3年間に退店（廃業）した店舗数



図表 14 退店（廃業）した理由（複数回答：2つまで）

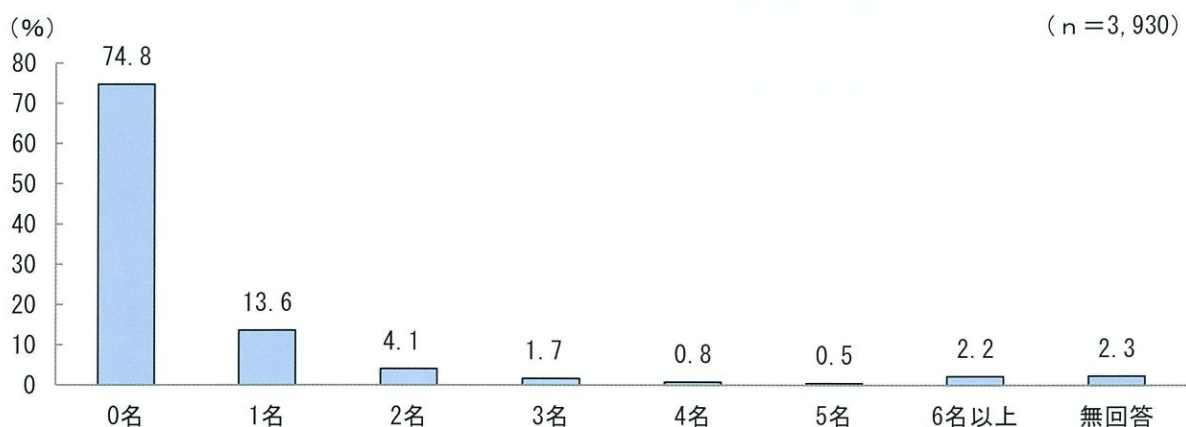


1-6 商店街組織の専従事務局員の有無

商店街活動の担い手である商店街組織の74.8%は、専従事務局員（パート、アルバイトを含む）が「0名」の状態です。

1名以上の専従事務局員を置いている商店街を組織形態別にみると、「商店街振興組合」は53.7%、「事業協同組合等」は49.1%、「その他の法人」は54.5%、「任意団体」は9.7%となっています。「任意団体」にはほとんど専従事務局員はいないという状態です。

図表 15 1商店街あたりの専従事務局員数



図表 16 商店街組織形態別の専従事務局員数(*)

組織形態	上段：実数 下段：割合	n %	専従事務局員数							無回答	平均 (人)	
			0名	1名以上	1名	2名	3名	4名	5名			6名以上
全体		3,930 100.0	2,938 74.8	891 22.7	536 13.6	160 4.1	67 1.7	32 0.8	19 0.5	77 2.0	101 2.6	0.7
組織形態	商店街振興組合	848 100.0	388 45.8	455 53.7	286 33.7	102 12.0	35 4.1	15 1.8	6 0.7	11 1.3	5 0.6	1.0
	事業協同組合等	334 100.0	166 49.7	164 49.1	100 29.9	29 8.7	10 3.0	6 1.8	5 1.5	14 4.2	4 1.2	1.3
	その他の法人	11 100.0	5 45.5	6 54.5	4 36.4	2 18.2	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0.7
	任意団体	2,737 100.0	2,379 86.9	266 9.7	146 5.3	27 1.0	22 0.8	11 0.4	8 0.3	52 1.9	92 3.4	0.6

*100人以上となる回答は異常値として無回答扱いとした。

1-7 商店街組織の会員（組合員）数と会費未納入店舗の割合

商店街組織を形成する会員（組合員）数の平均は、40.6人です。前回調査の平均会員（組合員）数（41.3人）と比べると0.7人減少しました。

商店街組織形態別には、「商店街振興組合」が57.9人（前回調査比：+5.6人）、「事業協同組合等」が37.8人（同比：▲2.7人）、「その他の法人」が70.5人（前回調査時分類なし）、「任意団体」が35.2人（同比：+3.4人）となっています。

商店街組織への会費の未納入率は2.0%と、ほとんどの会員（組合員）は会費を納めています。

会費の未納入率を商店街組織形態別にみると、「商店街振興組合」が1.8%、「事業協同組合等」が1.2%、「その他の法人」が0.2%、「任意団体」が2.3%となっています。

図表 17 商店街組織を形成する会員（組合員）数



図表 18 商店街組織形態別の会員（組合員）数

組織形態	n	会員数															平均（人）
		1人	2人	3人	4人	5人	6人	7人	8人	9人	10人	11人	12人	以上	無回答		
全体	3,930	283	822	775	583	367	260	199	102	85	45	139	36	33	201	40.6	
組織形態	商店街振興組合	848	8	70	131	141	111	94	69	36	43	18	66	23	15	23	57.9
	事業協同組合等	334	33	61	67	52	42	17	17	8	4	3	14	3	3	10	37.8
	その他の法人	11	1	1	2	0	2	0	4	0	0	0	0	0	1	0	70.5
	任意団体	2,737	241	690	575	390	212	149	109	58	38	24	59	10	14	168	35.2

図表 19 商店街組織形態別、会員（組合員）の未納割合

(単位：店、%)

(n=2,642)		会員（組合員）数	会費未納入先数	会費未納入率
全体		99,928	2,006	2.0
組織形態	商店街振興組合	34,442	626	1.8
	事業協同組合等	8,263	98	1.2
	その他の法人	454	1	0.2
	任意団体	56,769	1,281	2.3

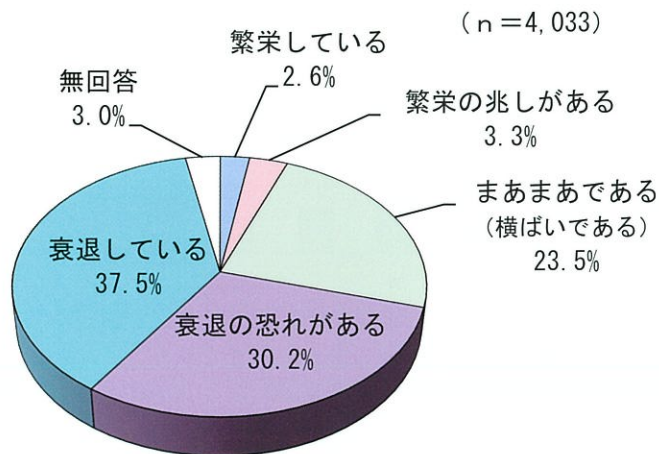
2. 商店街の景況と来街者の動向について

2-1 商店街の最近の景況

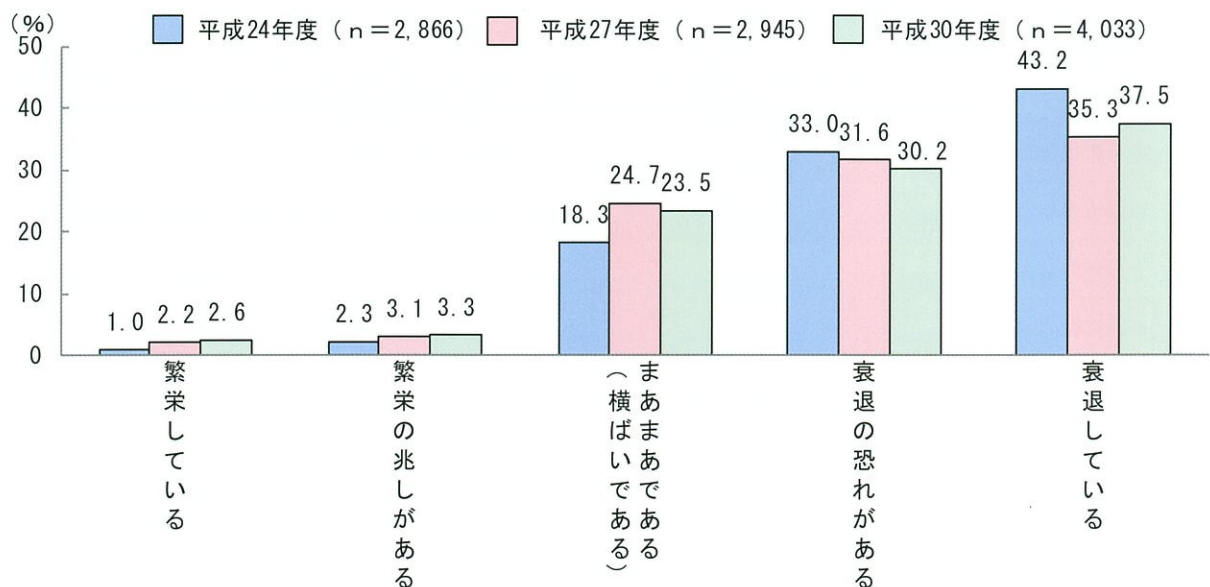
商店街の最近の景況は、「繁栄している」が2.6%、「繁栄の兆しがある」が3.3%となりました。一方、「衰退している」が37.5%、「衰退の恐れがある」が30.2%、「まあまあである（横ばいである）」が23.5%となりました。

前回調査と同様「衰退している」と回答した商店街が最も多く、前回調査より2.2ポイント増加となりました。一方、「繁栄している」は前回調査より0.4ポイント増加、「繁栄の兆しがある」は前回調査より0.2ポイント増加となりました。

図表 20 商店街の最近の景況



図表 21 商店街の最近の景況 (前回・前々回調査との比較)



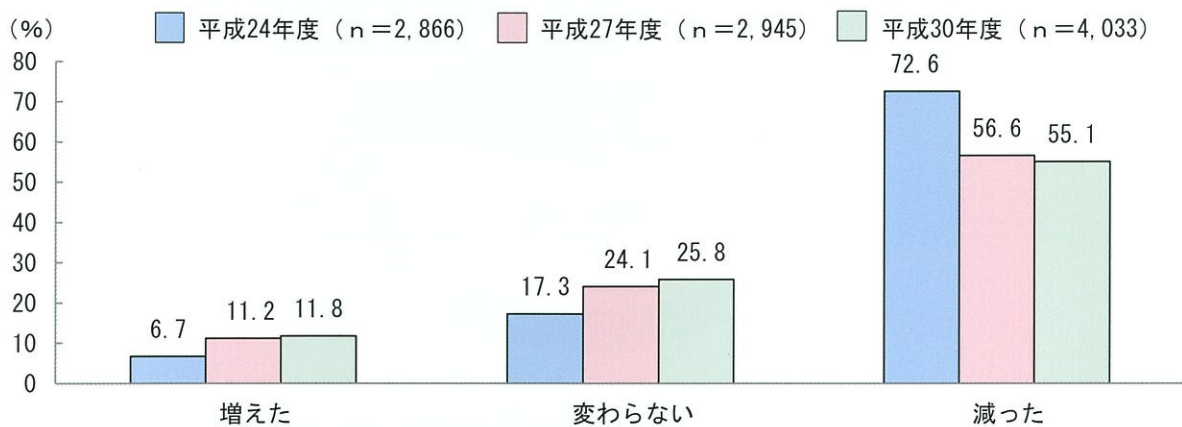
2-2 最近の商店街への来街者の動向

最近3年間の商店街への来街者数の変化については、「減った」と回答した商店街は55.1%で、前回調査（「減った」56.6%）と比べると1.5ポイント減少しました。一方、「増えた」と回答した商店街は11.8%で、前回調査（「増えた」11.2%）と比べると、0.6ポイント増加しました。

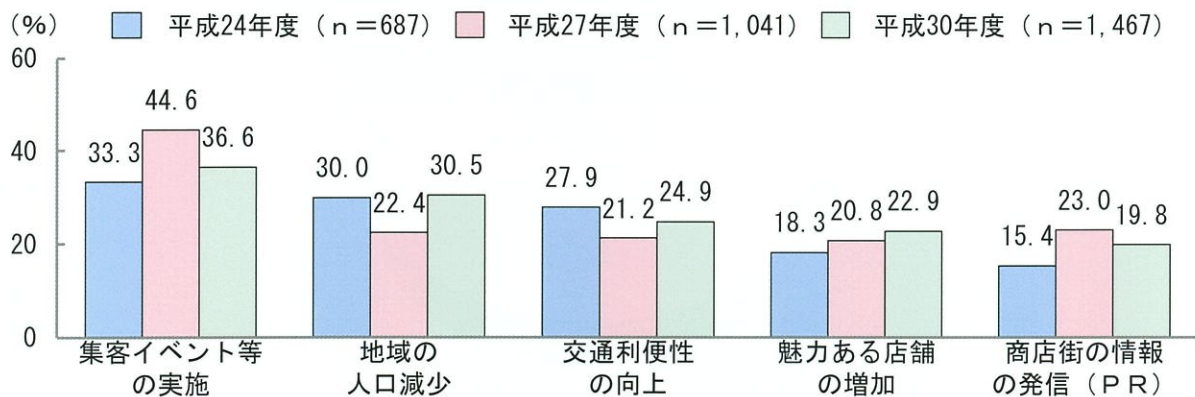
来街者が「増えた」要因の上位5つについて前回調査と比べると、「地域の人口増加」が8.1ポイント、「交通利便性の向上」が3.7ポイント、「魅力ある店舗の増加」が2.1ポイント増加しています。

一方、「減った」要因について同様に前回調査と比べると、「近郊の大型店の進出」が12.7ポイント減少した一方、前回調査の最大要因であった「魅力ある店舗の減少」は1.3ポイント増加となりました。

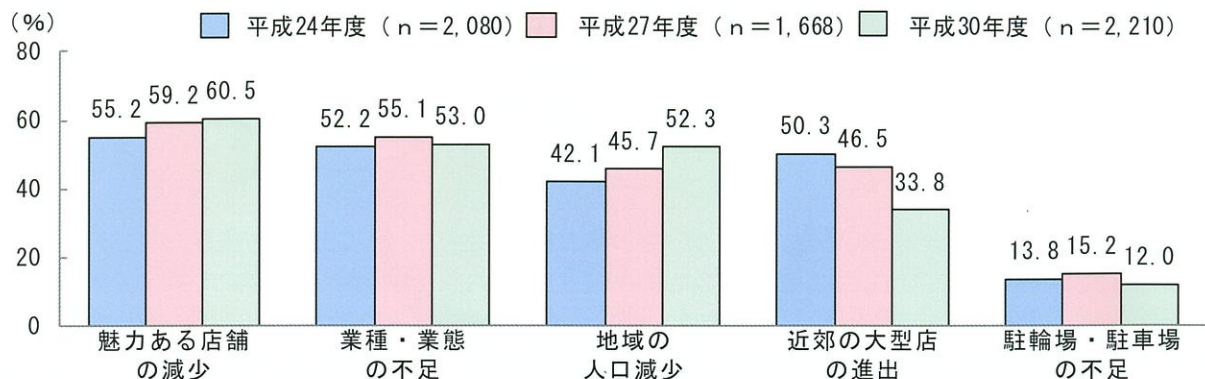
図表 22 最近3年間の商店街への来街者数の変化



図表 23 最近3年間の商店街への来街者数の増加要因[上位5つ](複数回答:3つまで)



図表 24 最近3年間の商店街への来街者数の減少要因[上位5つ](複数回答:3つまで)



2-3 外国人観光客の動向

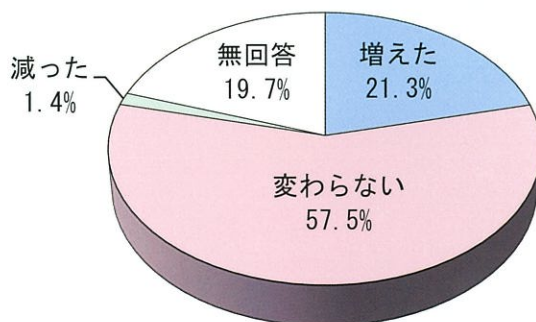
外国人観光客数を3年前と比較すると、「変わらない(57.5%)」、「増えた(21.3%)」、「減った(1.4%)」の順に多くなっています。

また、一般の客数に対する外国人観光客数を同様に比較すると、「変わらない(66.6%)」、「増えた(10.1%)」、「減った(1.8%)」の順に多くなっています。

さらに、外国人観光客の消費額は3年前と比較すると、「変わらない(66.5%)」、「増えた(9.5%)」、「減った(2.4%)」の順に多くなっています。

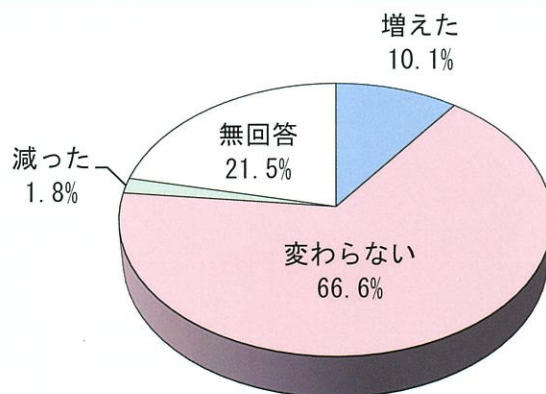
図表 25 外国人観光客数(3年前との比較)

(n=4,033)



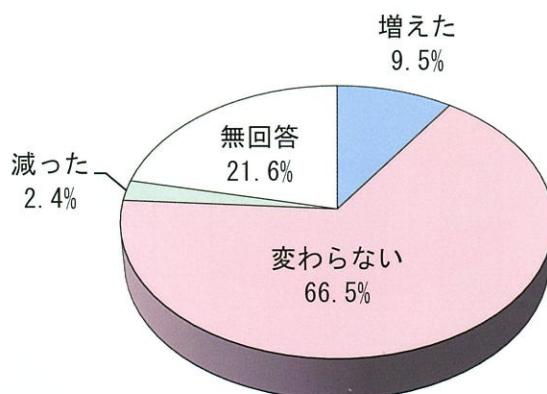
図表 26 一般の客数に対する外国人観光客数(3年前との比較)

(n=4,033)



図表 27 外国人観光客の消費額(3年前との比較)

(n=4,033)



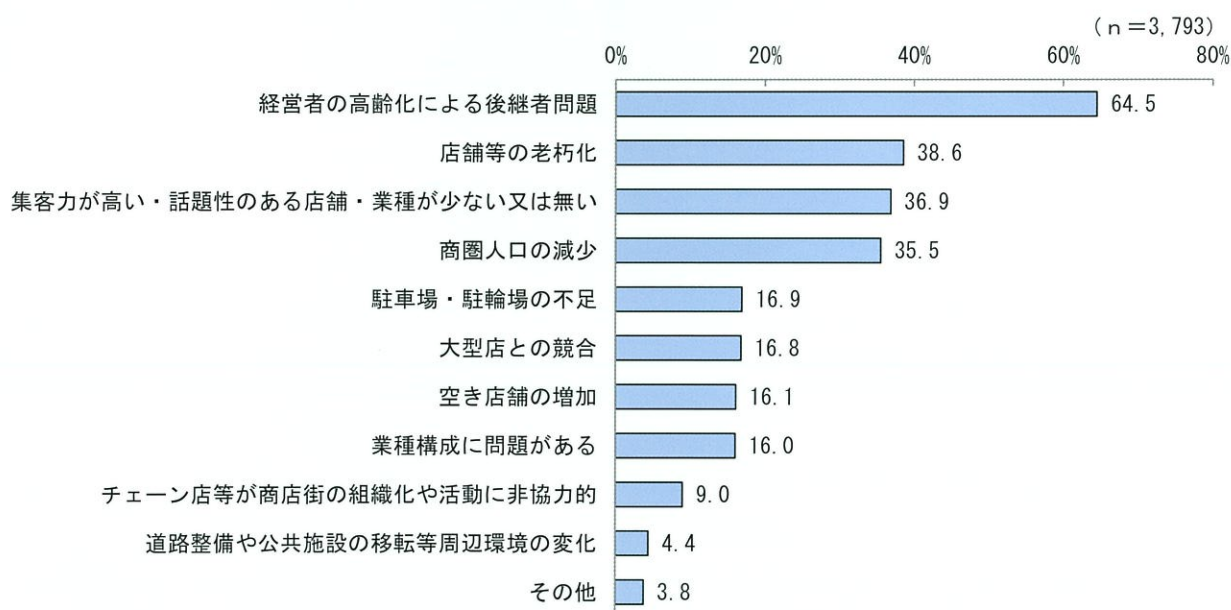
3. 商店街の問題と取組状況について

3-1 商店街の抱える問題

現況の商店街が抱える問題は、「経営者の高齢化による後継者問題（64.5%）」、「店舗等の老朽化（38.6%）」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い（36.9%）」、「商圈人口の減少（35.5%）」が上位を占めました。

上位3つまでの回答について、過年度調査の経過と比較すると直近の3年間では「経営者の高齢化による後継者問題」、「店舗等の老朽化」、「集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い」が挙がっており、「経営者の高齢化による後継者問題」が引き続き1位となっているほか、「店舗等の老朽化」が3位から2位に上がっています。

図表 28 商店街の抱える問題（複数回答：3つまで）



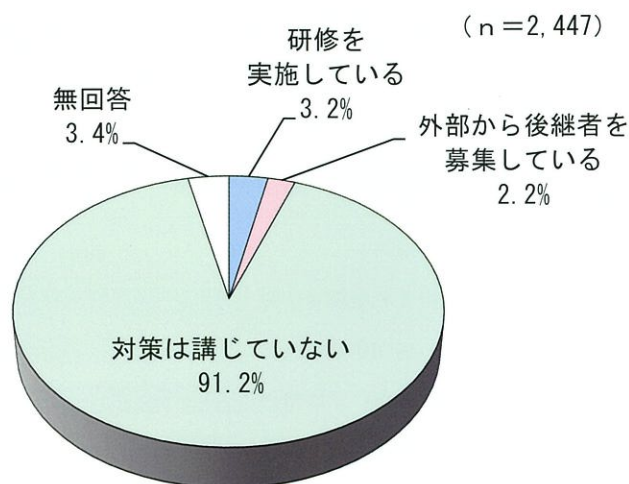
図表 29 商店街の抱える問題の推移

	1位	2位	3位	回答形式
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薄い 〔33.4%〕	経営者の高齢化による後継者難 〔31.4%〕	主なものを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%〕	核となる店舗がない 〔27.2%〕	主なものを3つまで選択
平成24年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔63.0%〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔37.8%〕	店舗等の老朽化 〔32.8%〕	主なものを3つまで選択
平成27年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔64.6%〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔40.7%〕	店舗等の老朽化 〔31.6%〕	主なものを3つまで選択
平成30年度	経営者の高齢化による後継者問題 〔64.5%〕	店舗等の老朽化 〔38.6%〕	集客力が高い・話題性のある店舗・業種が少ない又は無い 〔36.9%〕	主なものを3つまで選択

3-2 経営者の後継者問題に対する商店街の取組状況

商店街が抱える問題のうち、最も大きな問題である商店街の後継者問題への対策については、「対策は講じていない（91.2%）（前回調査比：+1.2%）」、「研修を実施している（3.2%）（同比：▲0.6%）」、「外部から後継者を募集している（2.2%）（同比：▲0.2%）」となり、取組状況は極めて低くなっています。

図表 30 商店街における後継者対策



3-3 商店街の予算規模

商店街の予算規模については、「50万円未満」が18.5%、「50万円～100万円未満」が11.9%、「100万円～150万円未満」が9.2%の順に多くなっています。

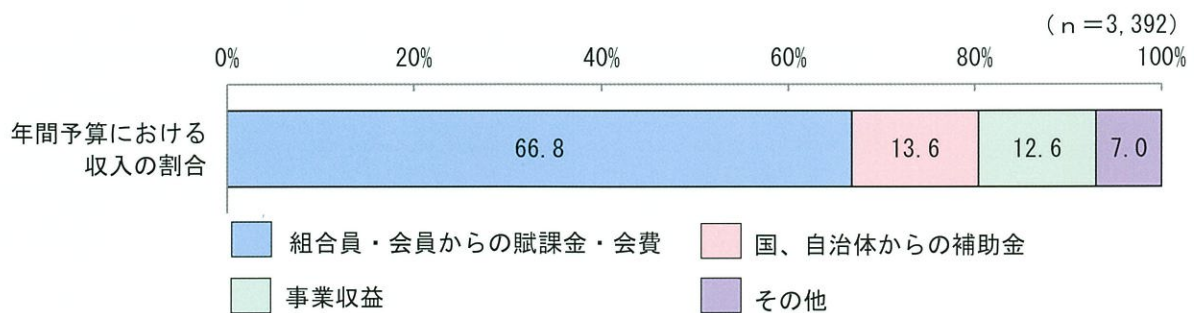
3年前との比較では「増えた」が8.7%、「減った」が29.1%となっています。

図表 31 平成30年度の総事業予算／3年前との比較

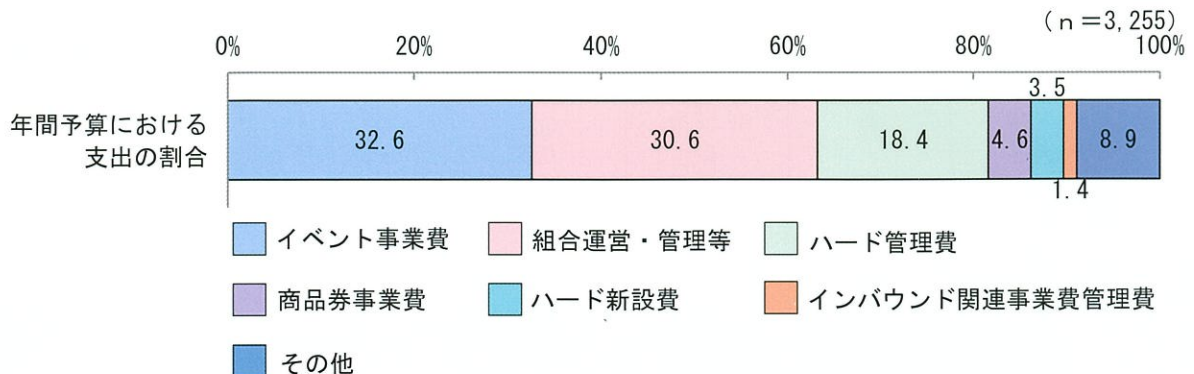


年間予算における収入の割合は、「組合員・会員からの賦課金・会費」が66.8%と最も多く、「国、自治体からの補助金」が13.6%、「事業収益」が12.6%となっています。支出の割合は、「イベント事業費」が32.6%、「組合運営・管理等」が30.6%、「ハード管理費」が18.4%の順に多くなっています。

図表 32 年間予算における収入の割合



図表 33 年間予算における支出の割合

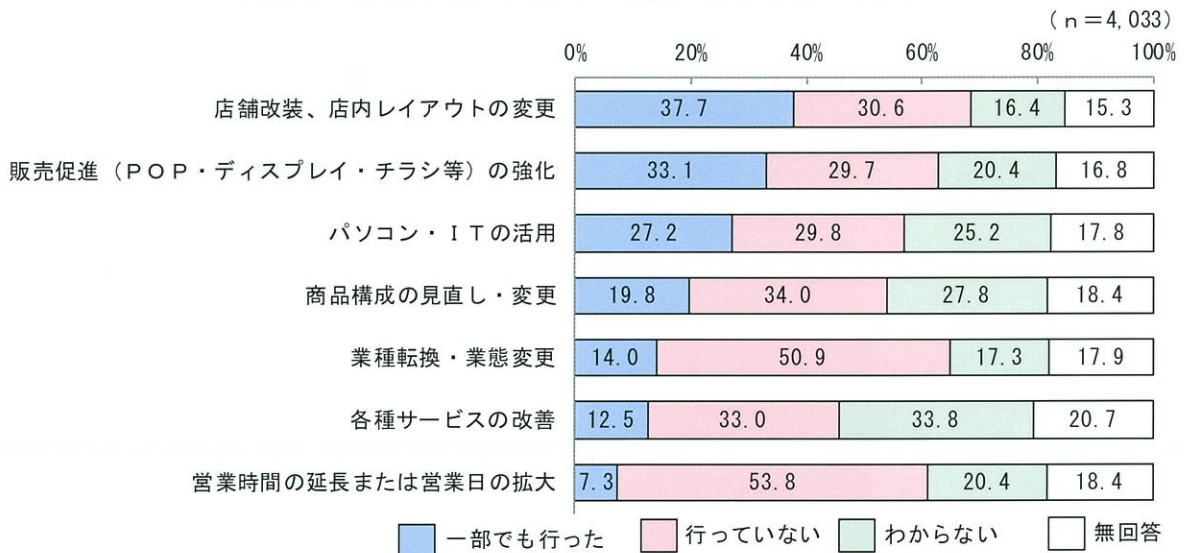


3-4 個店の魅力向上のための取組状況

商店街が抱える問題のうち、魅力ある店舗の減少は大きな問題のひとつです。魅力ある店舗を形成するための個店の改善策・活性化策について、「一部でも行った」と回答のあった取組は、「店舗改装・店内レイアウトの変更」が37.7%、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化」が33.1%、「パソコン・ITの活用」が27.2%の順に多くなっています。

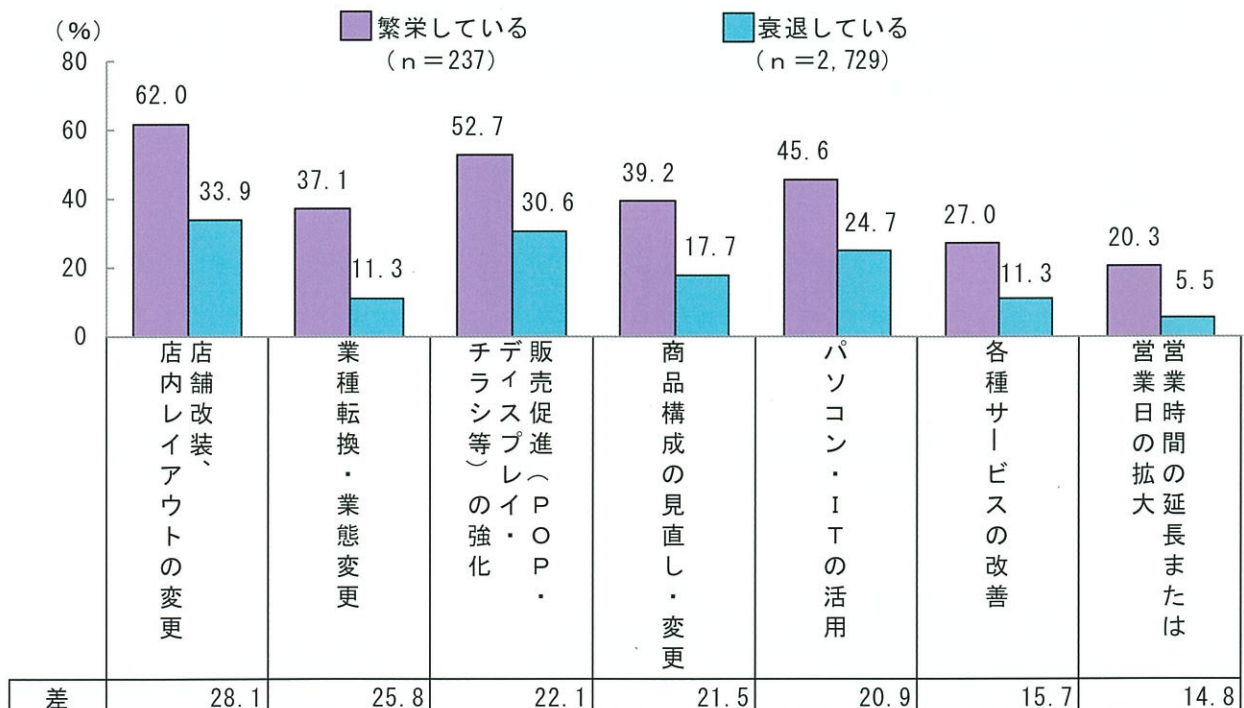
また、「個店の改善策・活性化策を一部でも行った」と回答した商店街において、実施した取組と景況との関係を見ると、例えば「店舗改装・店内レイアウトの変更」の取組割合は、衰退している商店街では33.9%に留まっているのに対し、繁栄している商店街では62.0%の商店街で取り組まれています。他に差が大きいものとしては「業種転換・業態変更（差：25.8ポイント）」、「販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ等）の強化（差：22.1ポイント）」などが上位にあげられます。

図表 34 商店街における個店の改善・活性化策について



図表 35 商店街の個店の改善・活性化策と商店街の景況との関係

<改善・活性化策を一部でも行った商店街の対策別の割合>

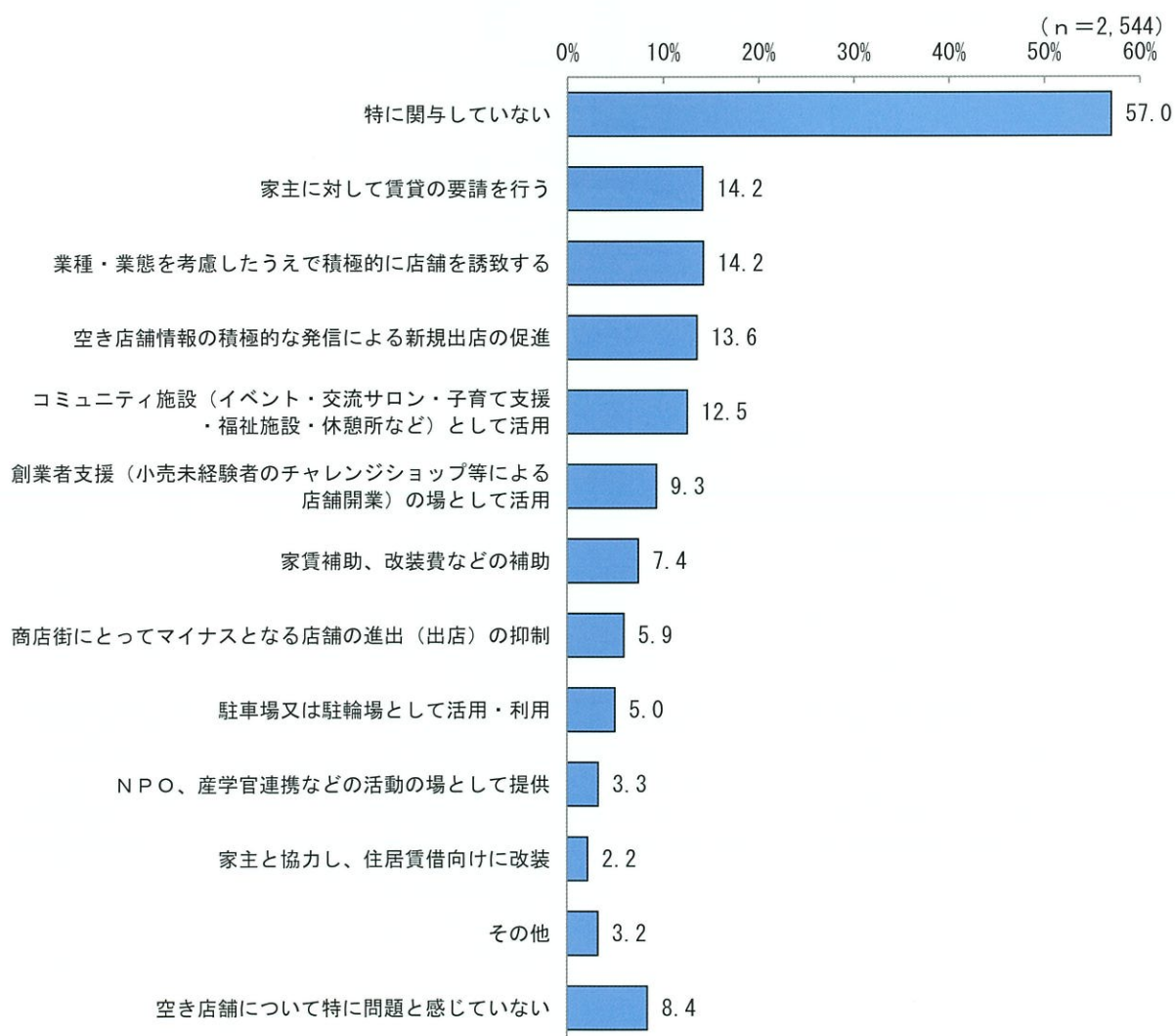


3-5 空き店舗の発生に対する商店街の取組状況

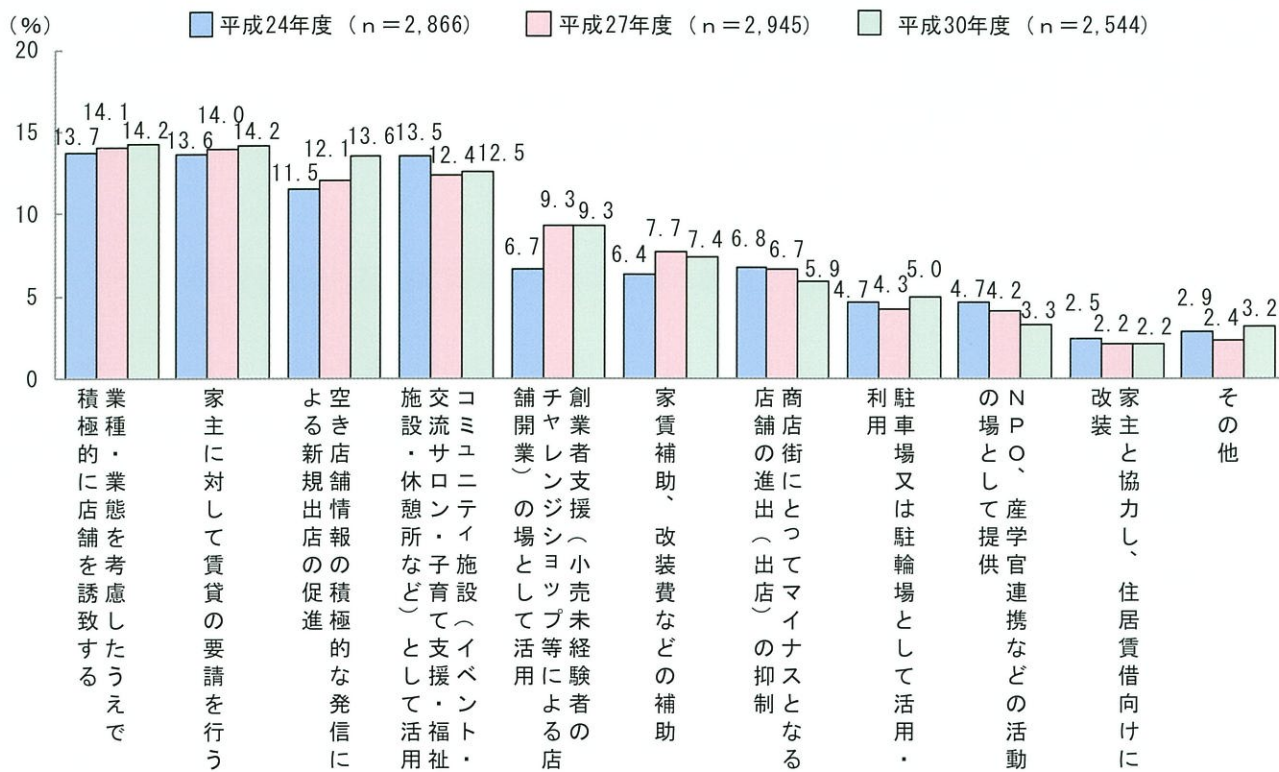
空き店舗の発生に対する商店街の取組状況は、57.0%の商店街が「特に関与していない」との回答であり、前回調査（46.5%）と比べると10.5ポイント増加しました。

空き店舗の発生に対する取組を行っている商店街では、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進(13.6%)（前回調査比：+1.5%）」、「駐車場又は駐輪場として活用・利用(5.0%（同比：+0.7%）」、「家主に対して賃貸の要請を行う(14.2%)（同比：+0.2%）」などの取組が増加しています。

図表 36 商店街における空き店舗の発生に対する取組（複数回答：3つまで）



図表 37 商店街における空き店舗の発生に対する取組【「特に関与していない」・「空き店舗について特に問題と感じていない」を除く】(複数回答:3つまで)



3-6 商店街の地域（各種団体等）との連携状況

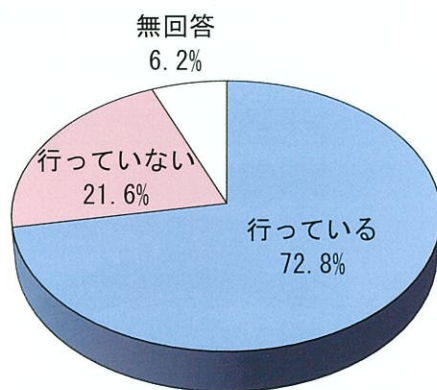
商店街の後継者不足、新たな担い手の不足などを補完し、地域住民のニーズに対応した取組や地域の伝統文化の継承、安心・安全などの取組を行うためには、地域の各団体等との連携促進が重要な課題です。

商店街の地域（各種団体等）との連携状況をみると、全体の72.8%の商店街が地域の各種団体との連携を行っているという回答しています。

具体的な連携先は、「商工会・商工会議所（65.5%）」と「自治会・町内会・婦人会（63.1%）」、「市町村等の行政機関（45.5%）」の順に多くなっています。

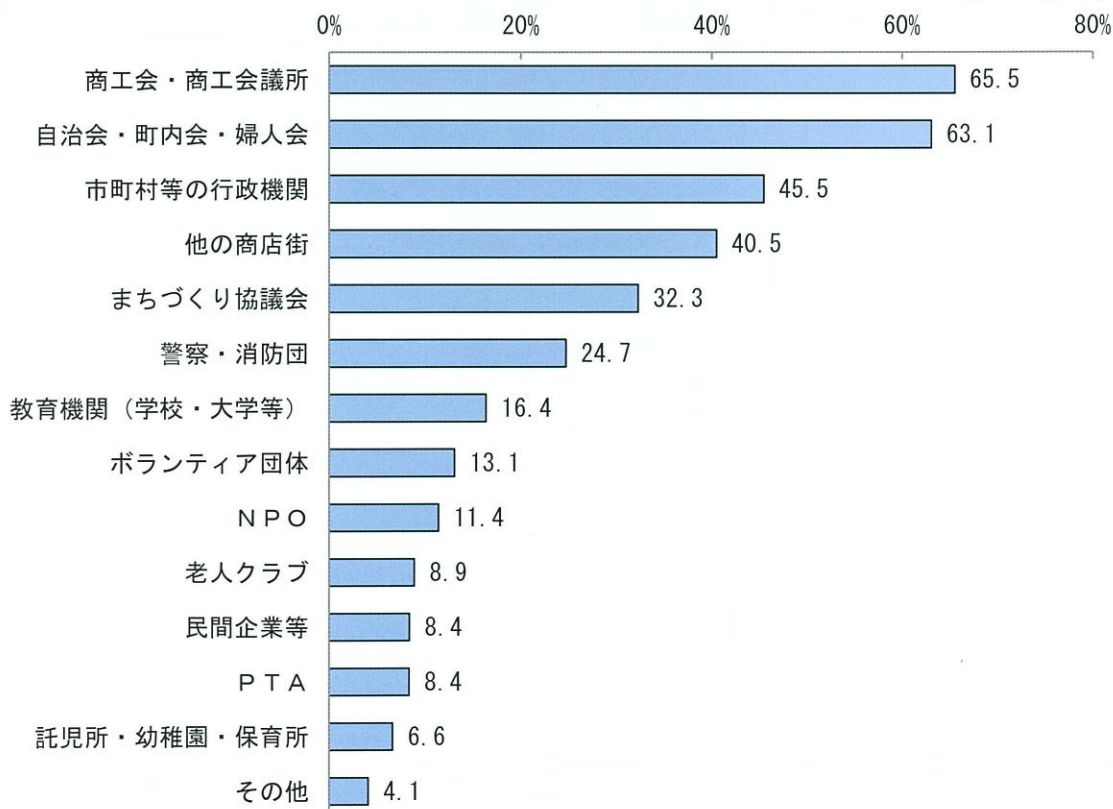
図表 38 商店街と地域の各種団体との連携の状況

(n=4,033)



図表 39 商店街と連携している地域の各種団体（複数回答：いくつでも）

(n=2,905)



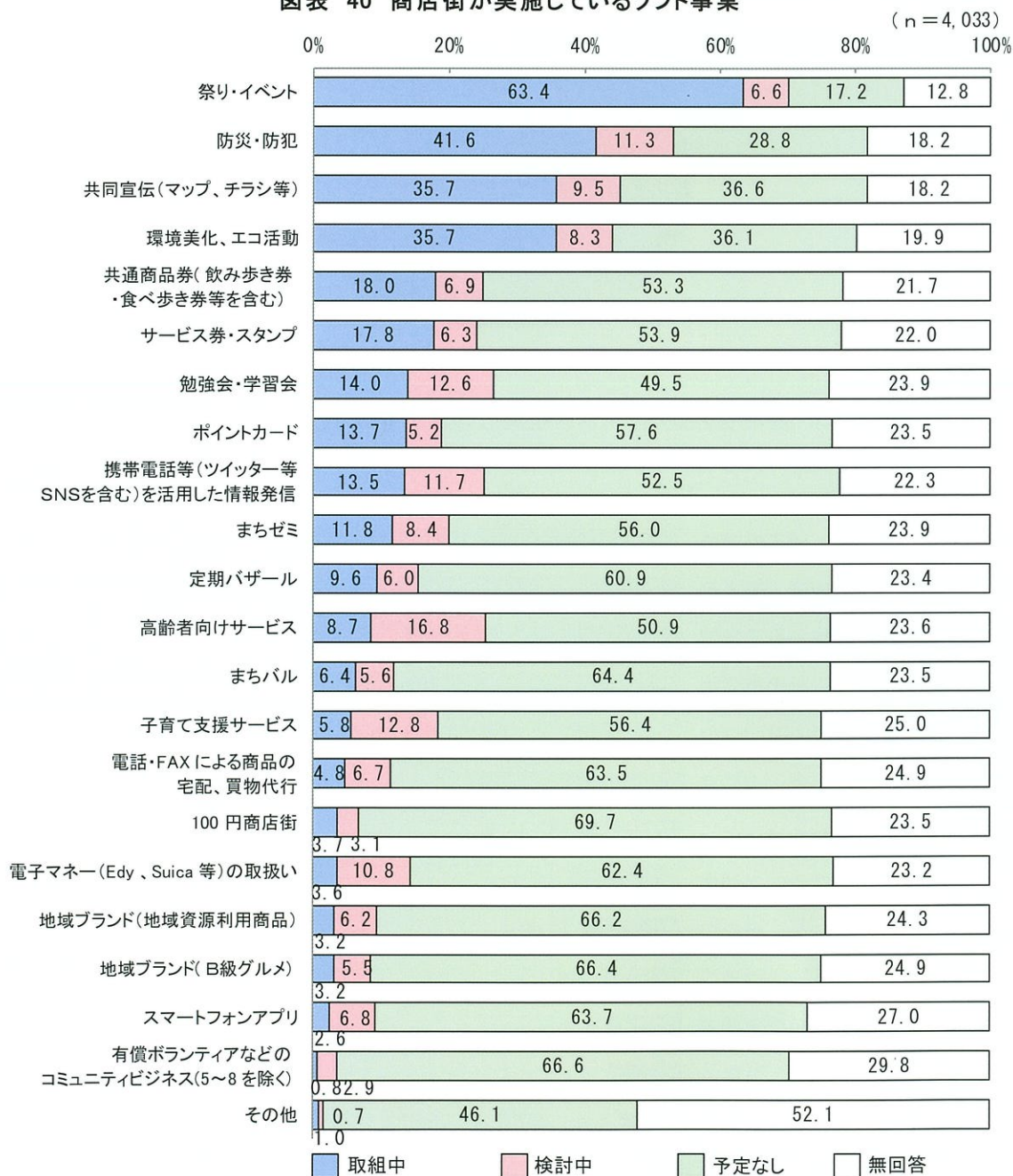
4. 現在、商店街が取り組んでいる具体的な各種事業について

4-1 商店街が実施しているソフト事業

商店街が取組中のソフト事業は、「祭り・イベント（63.4%）」、「防災・防犯（41.6%）」、「共同宣伝（マップ、チラシ等）（35.7%）」、「環境美化・エコ活動（35.7%）」が上位を占めています。

また、検討中のソフト事業は、「高齢者向けサービス（16.8%）」、「子育て支援サービス（12.8%）」、「勉強会・学習会（12.6%）」、「携帯電話等（ツイッター等SNSを含む）を活用した情報発信（11.7%）」、「携帯電話等（ツイッター等SNSを含む）を活用した情報発信（11.7%）」が主なものとなっています。

図表 40 商店街が実施しているソフト事業



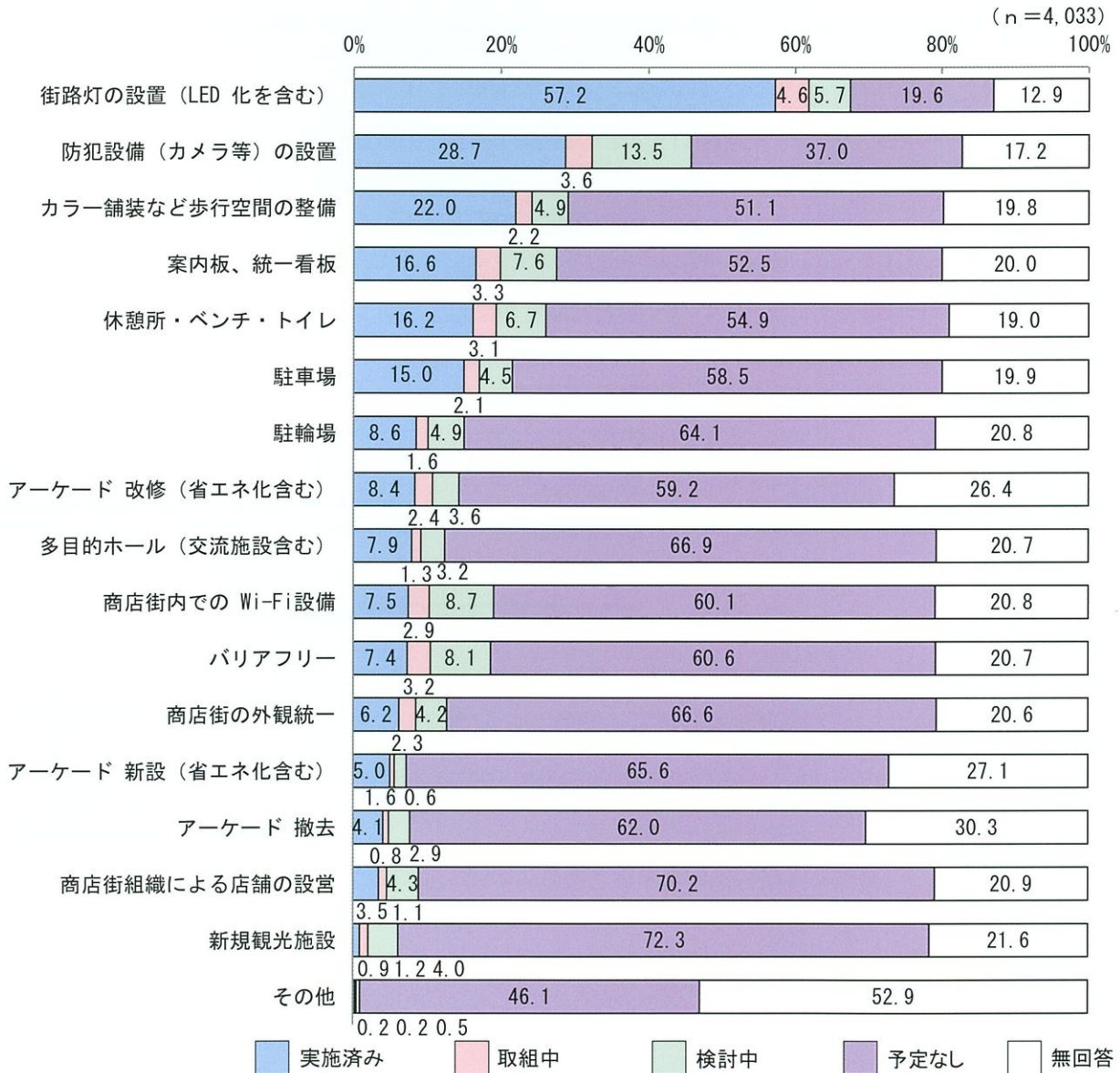
*過去実施していたが現在は実施していない活動・事業については「予定なし」を選択。

4-2 商店街が実施しているハード事業

商店街が実施しているハード事業は、「街路灯の設置（LED化を含む）（57.2%）」、「防犯設備（カメラ等）の設置（28.7%）」、「カラー舗装など歩行空間の整備（22.0%）」が上位を占めています。

また、検討中のハード事業は、「防犯設備（カメラ等）の設置（13.5%）」、「商店街内でのWi-Fi設備（8.7%）」、「バリアフリー（8.1%）」、「案内板、統一看板（7.6%）」が主なものとなっています。

図表 41 商店街が実施しているハード事業



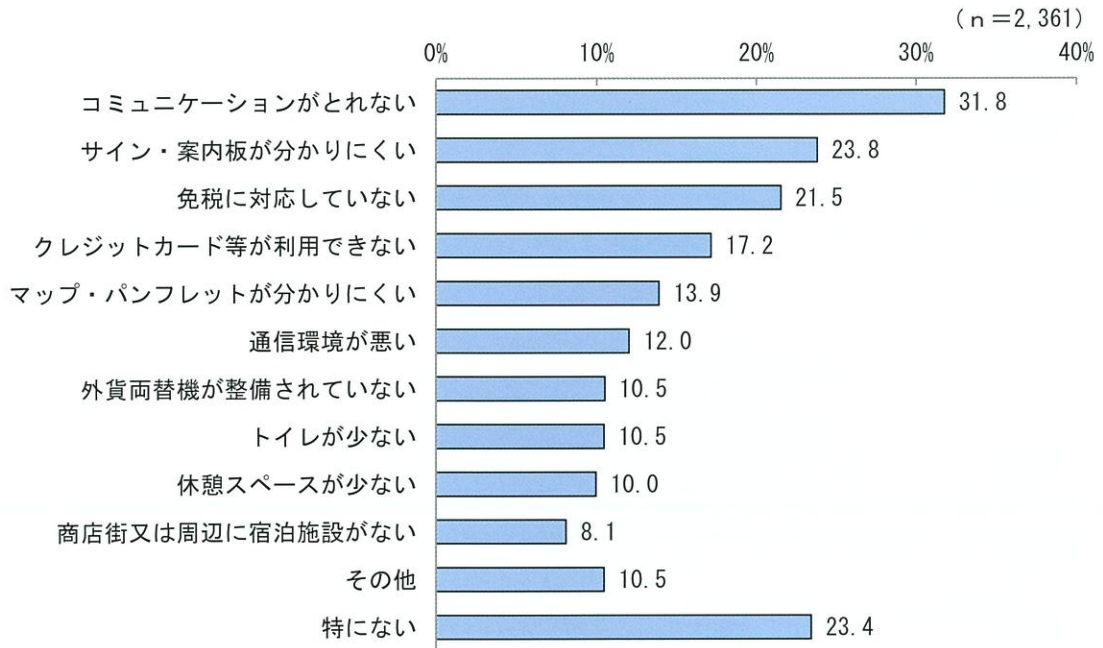
*「実施済み」:設置・工事完了したもの、「取組中」:設計・工事中的のもの、「検討中」:基本構想中のもの。

4-3 外国人観光客の受け入れに関する取組状況

商店街に来街した外国人観光客が不便に感じていることは、「コミュニケーションがとれない（31.8%）」、「サイン・案内板が分かりにくい（23.8%）」、「免税に対応していない（21.5%）」の順に多くなっています。

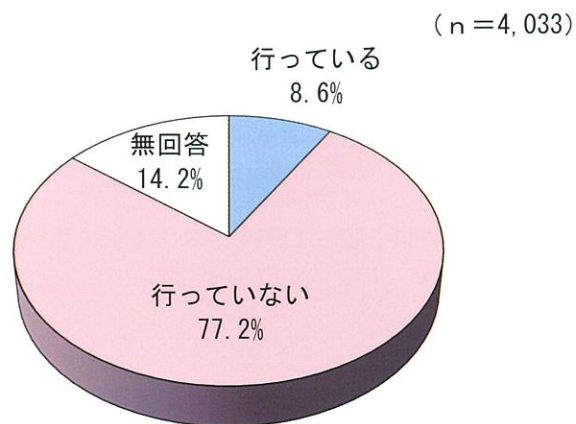
外国人観光客を受け入れるための取組をみると、「取組を行っていない」が77.6%、「取組を行っている」が8.7%となっています。

図表 42 商店街に来街した外国人観光客が不便に感じていること(複数回答:3つまで)



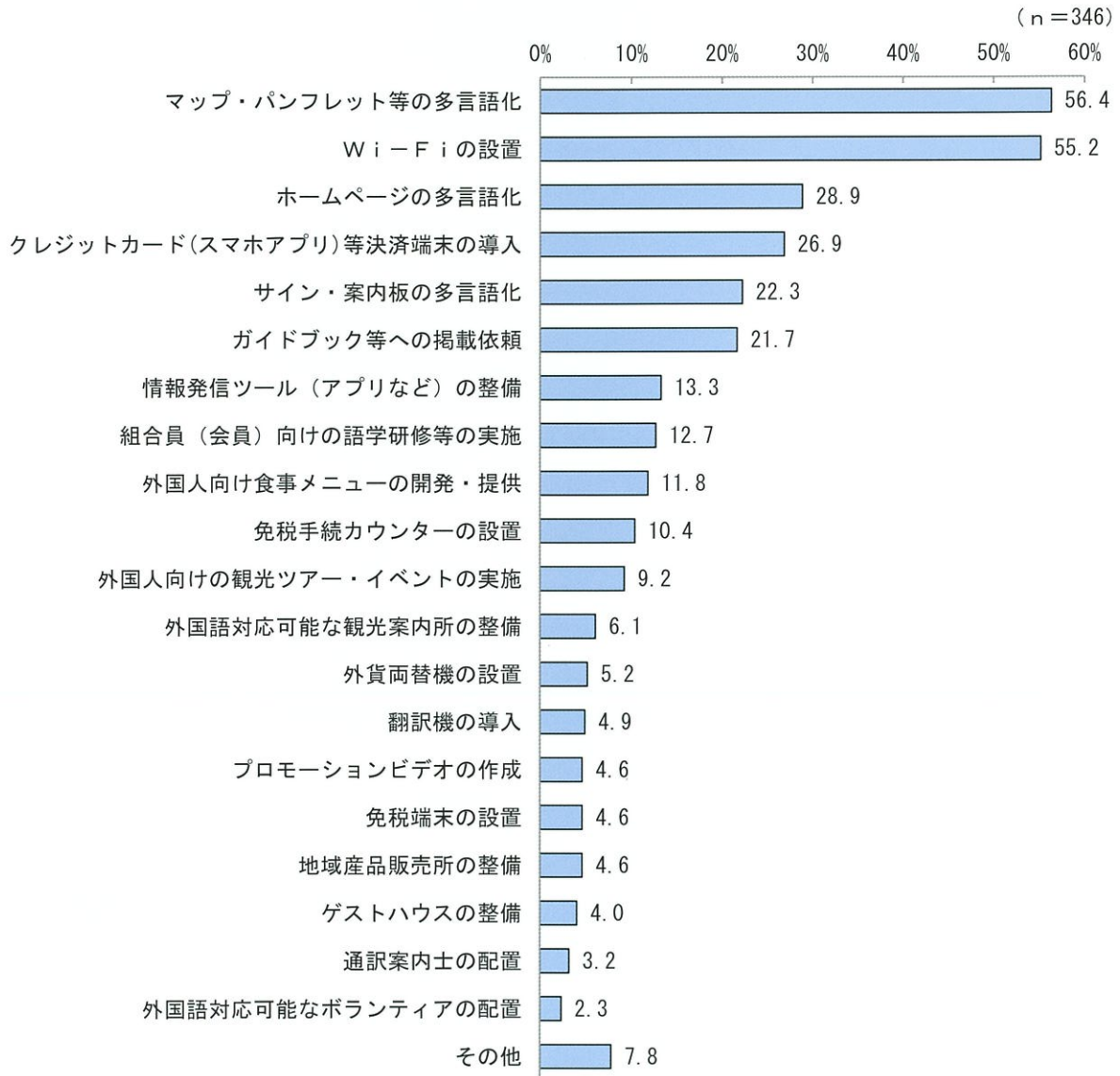
※外国人観光客が不便に感じていることが「特にない」と回答(553件)した商店街のうち、外国人観光客を受け入れるための取組をみると、93.1%(515件)は取組を行っていないという回答でした。この結果から、「特にない」と回答した商店街の多くは、対応が万全であるから「特にない」と回答しているのではなく、もともと外国人観光客の受け入れる取組を行っていないことにより、外国人観光客が不便に感じていることが把握できていないため「特にない」と回答していることが推測されます。

図表 43 外国人観光客を受け入れるための取組の有無



商店街が外国人観光客を受け入れるために実施している取組をみると、「マップ・パンフレット等の多言語化（56.4%）」、「Wi-Fiの設置（55.2%）」、「ホームページの多言語化（28.9%）」の順に多くなっています。

図表 44 外国人観光客を受け入れるために実施している取組（複数回答：いくつでも）



この冊子作成は、中小企業庁の委託を受けた
ランドブレイン株式会社が行っております。

