

# 令和2年度宮城県商店街実態調査結果

## 1 調査の目的

空き店舗の状況や商店街が直面している問題など、商店街の実態を把握し、今後の商店街活性化施策の基礎資料とする。

## 2 調査の概要

- 【調査対象】 宮城県中小企業団体中央会，商工会議所及び商工会が把握している商店街組織  
※本調査における「商店街」とは，「小売業等の店舗が主体となって街区を形成し，何らかの組織（法人格の有無，その種類を問わない）を形成しているもの」をいう。
- 【調査方法】 宮城県中小企業団体中央会，商工会議所及び商工会を通じて調査対象に調査票を配布・回収
- 【調査基準日】 令和2年10月1日
- 【調査項目】 店舗数と業種構成，商店街の景況と課題，後継者問題，空き店舗の状況と活用，商店街の活性化に向けた取り組みと課題 等
- 【調査数】 調査票配布数：188，うち回答数：160（回答率85.1%）

### （本書の見方と注意点）

- ・この調査はアンケート方式により実施しているため，回答のない商店街は集計に反映されていない。よって，営業店舗等の数については，県内の実際の店舗数等とは一致しない。
- ・表中の比率（%）は，小数点第2位を四捨五入して算出している。したがって，率の合計値が100%にならない場合もある。
- ・複数回答については，回答者数を母数とし，比率を算出している。したがって，率の合計値が100%にならない場合もある。

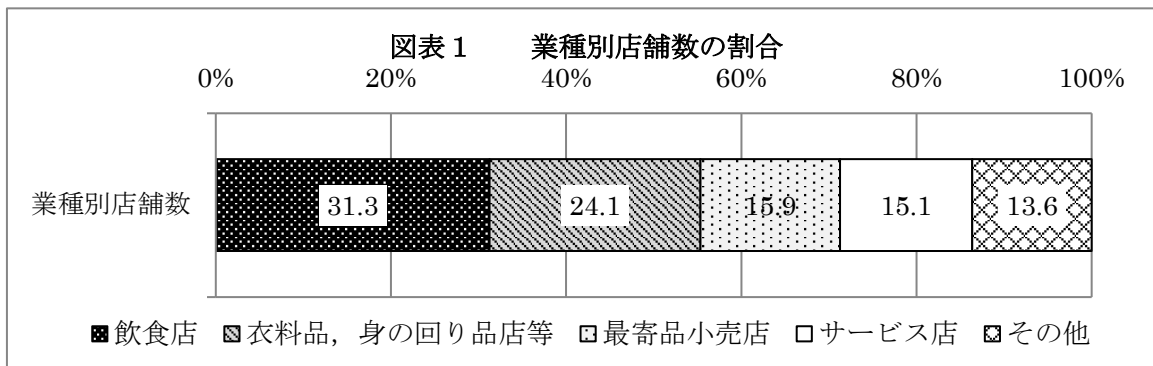
## 3 調査結果の概要

- 1商店街あたりの平均営業店舗数は39.4店で，前回調査の35.7店から3.7店増加した。
- 商店街の最近の景況は，「衰退している」又は「やや衰退している」と回答した商店街が全体の約9割を占めている。
- 1商店街あたりの平均空き店舗数は3.8店で，前回調査の4.2店から0.4店減少した。また，空き店舗率は8.4%となり，前回調査の10.6%から2.2ポイント減少した。
- 商店街が直面している問題は，「後継者不足」が最も多く66.9%で，次いで「商圏人口の減少」（41.9%），「集客力のある店舗・業種が少ない又は無い」（36.9%）となっている。
- 後継者がいない店舗は，営業店舗数の2割を超えている。
- 買い物弱者を対象とした取り組みについて，約8割の商店街がニーズがあると感じているが，そのうち約78%は，「人的余裕がない」等の理由により取り組みを実施していない。
- 商店街の活性化に向けて検討中又は実施予定の取り組みは，ハード事業では「防犯設備（カメラ等）の整備」（10.6%），ソフト事業では「祭り・イベント」（10.6%）が最も多くなっている。
- ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題は，「資金不足」が最も多く58.1%で，次いで「人手不足」（55.6%），「リーダーが不在・力不足」（30.6%）となっている。
- 新型コロナウイルス感染症流行による影響については，「イベント等の延期・中止」が79.4%と最も多く，次いで「来街者の減少」（77.5%），「営業自粛等による売上の減少」（73.8%）となっている。

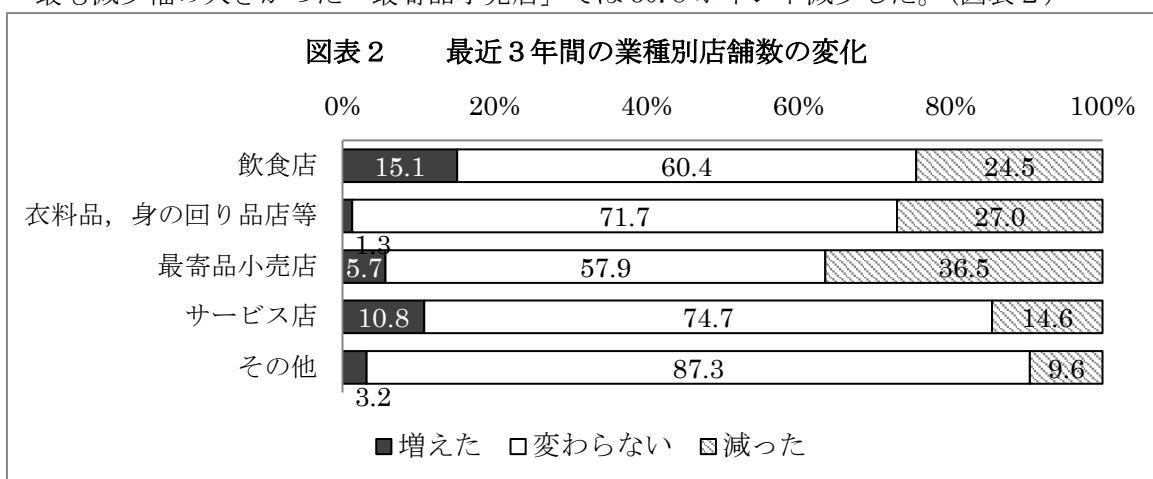
## 4 調査結果

### (1) 店舗数と業種構成

- ・ 1 商店街あたりの平均営業店舗数は 39.4 店で、前回調査の 35.7 店から 3.7 店増加した。
- ・ 業種別店舗数の割合は、「飲食店」(31.3%)、「衣料品、身の回り品店等」(24.1%)、「最寄品小売店」(15.9%)の順に多くなっている。(図表 1)



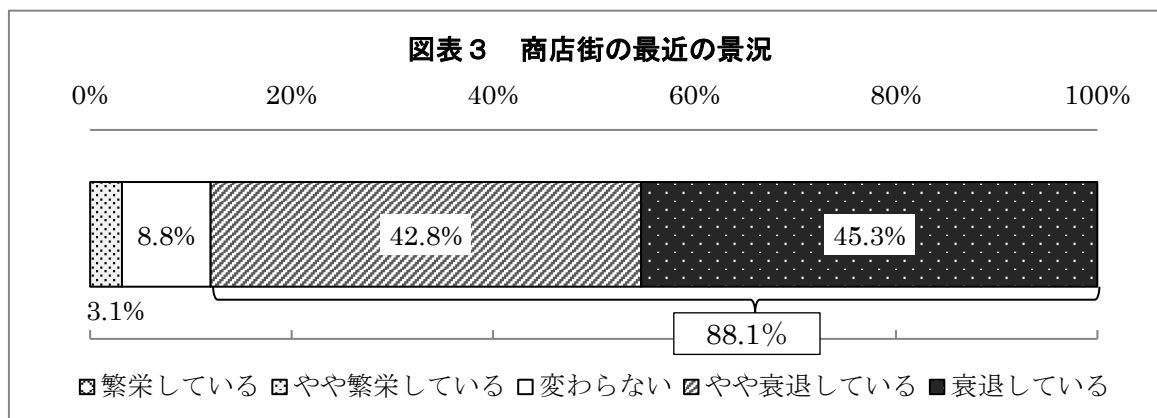
- ・ 最近 3 年間の業種別店舗数の変化を見ると、「増えた」と回答した数が多かった業種は、「飲食店」(15.1%)と「サービス店」(10.8%)である。一方、「減った」と回答した数が多かった業種は、「最寄品小売店」(36.5%)と「衣料品、身の回り品店等」(27.0%)である。
- ・ 業種別店舗で「増えた」から「減った」を差し引きすると、すべての業種でマイナスとなり、最も減少幅の大きかった「最寄品小売店」では 30.8 ポイント減少した。(図表 2)



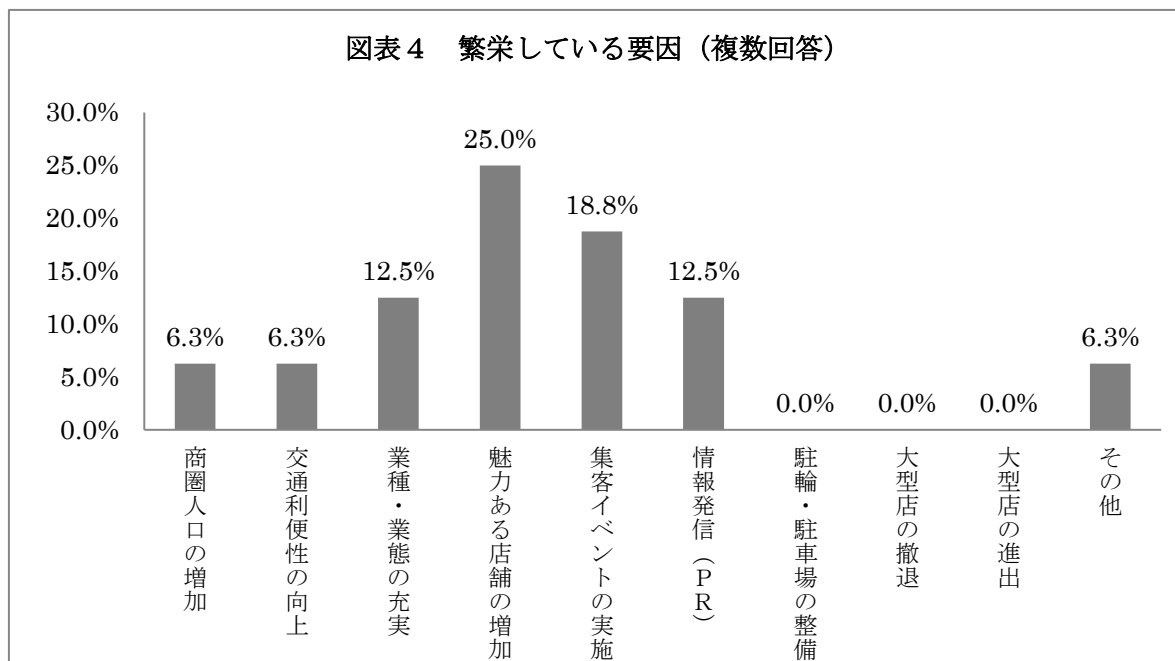
### (2) 商店街の現況と課題

#### ① 商店街の景況

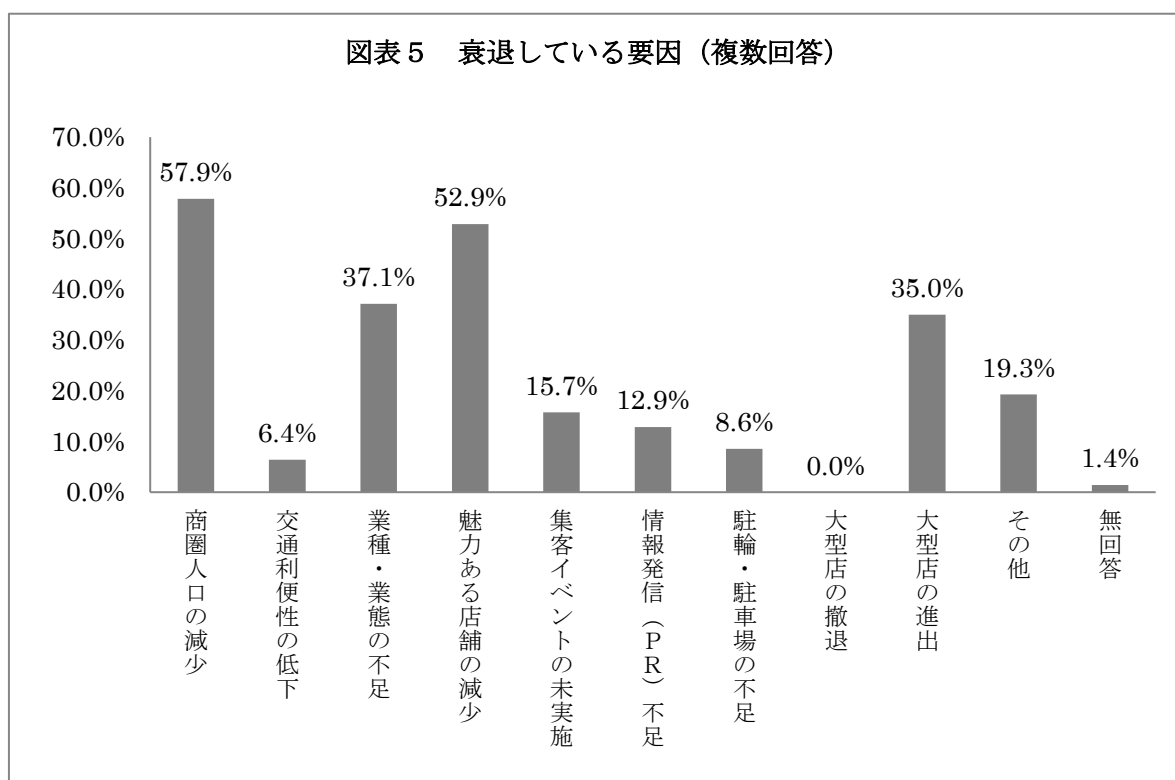
- ・ 商店街の最近の景況は、「繁栄している」が 0%、「やや繁栄している」が 3.1%となった。一方、「衰退している」が 45.3%、「やや衰退している」が 42.8%となり、2つ合わせて 88.1%と全体の約 9 割を占めている。(図表 3)



- ・「繁栄している」又は「やや繁栄している」商店街における繁栄の要因は、「魅力ある店舗の増加」(25.0%)、「集客イベントの実施」(18.8%)、「情報発信(P R)」,「業種・業態の充実」(それぞれ12.5%)が上位を占めている。(図表4)

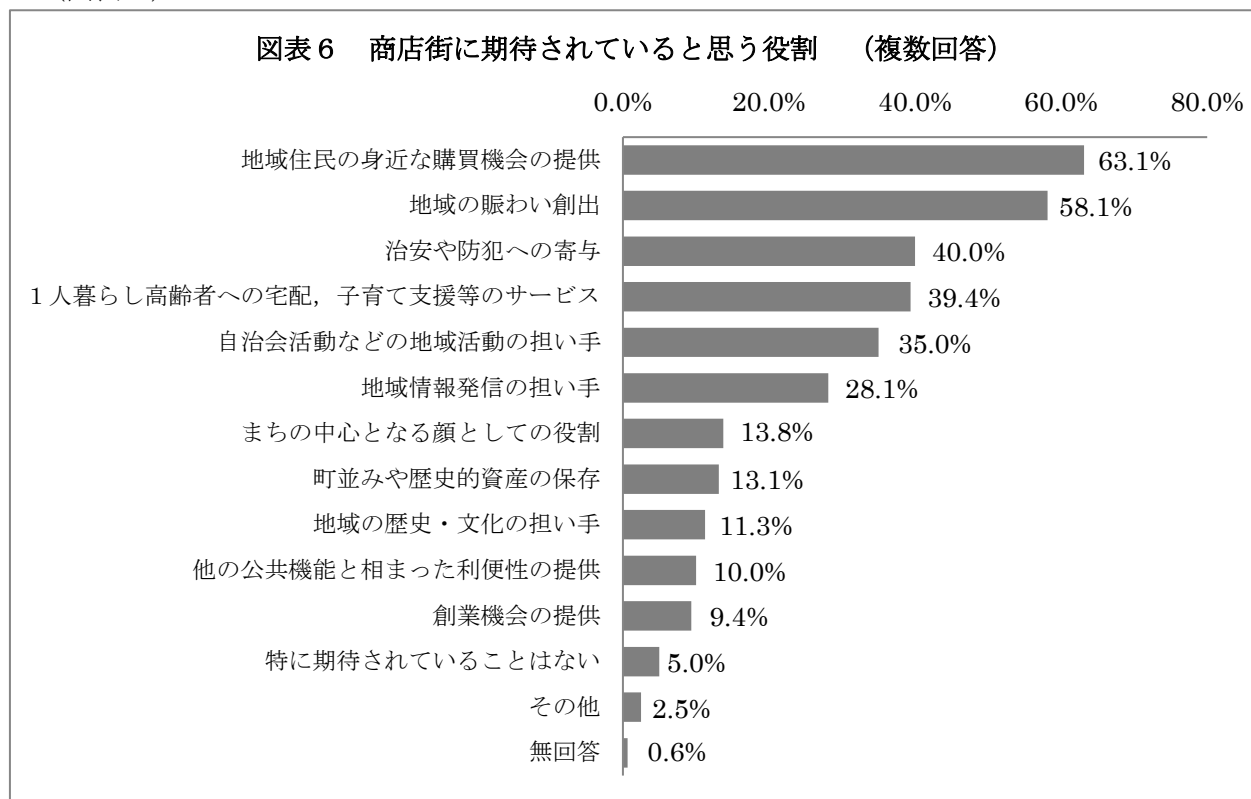


- ・一方、「衰退している」又は「やや衰退している」商店街における衰退の要因は、「商圈人口の減少」(57.9%)、「魅力ある店舗の減少」(52.9%)、「業種・業態の不足」(37.1%)が上位を占めている。(図表5)



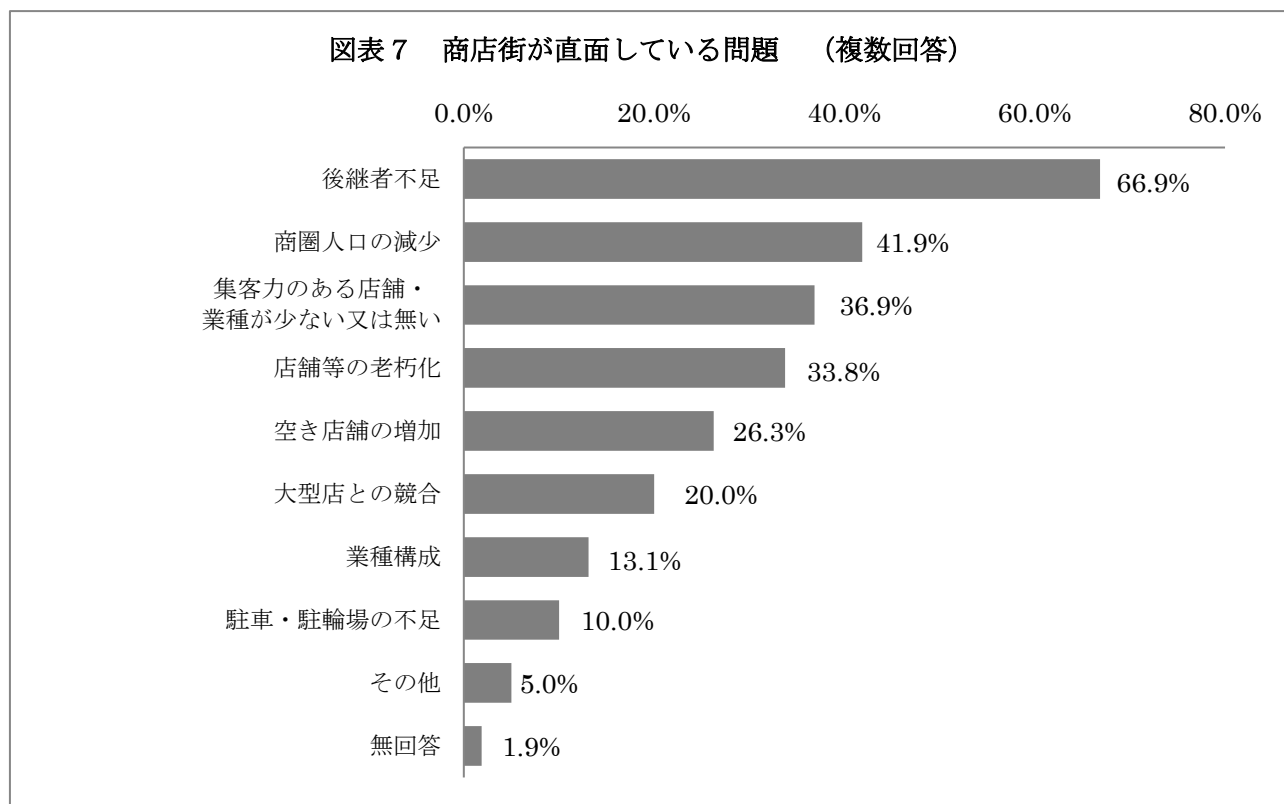
## ② 商店街の役割

- ・商店街が期待されていると思う役割は、「地域住民の身近な購買機会の提供」が63.1%と最も多く、次いで「地域の賑わい創出」が58.1%、「治安や防犯への寄与」が40.0%となっている。（図表6）



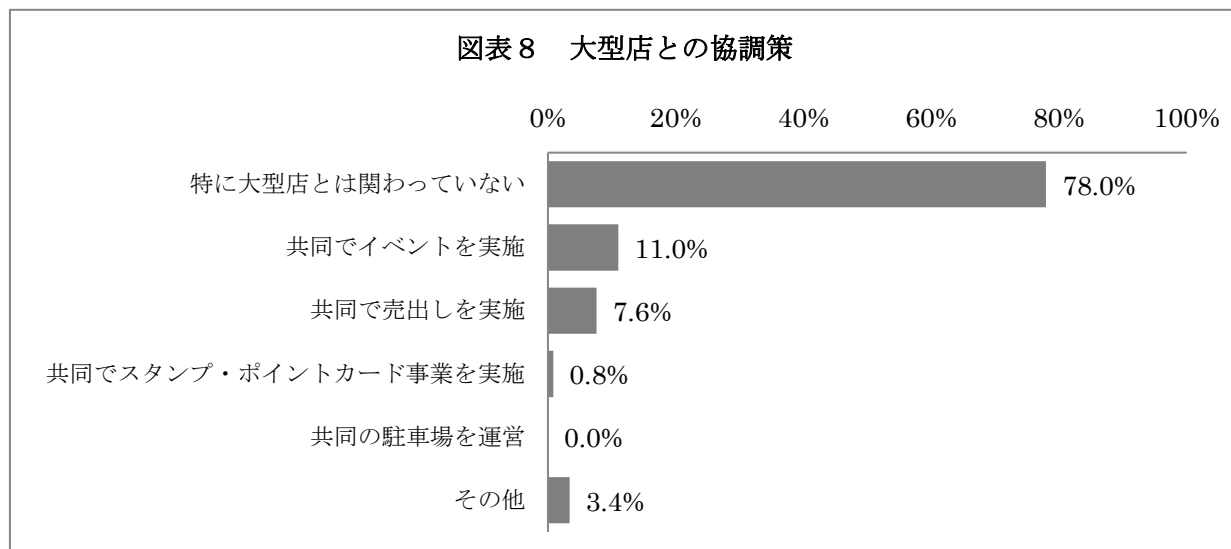
## ③ 商店街が直面している問題

- ・商店街が直面している問題は、「後継者不足」が66.9%と最も多く、次いで「商圈人口の減少」が41.9%、「集客力のある店舗・業種が少ない又は無い」が36.9%となっている。（図表7）

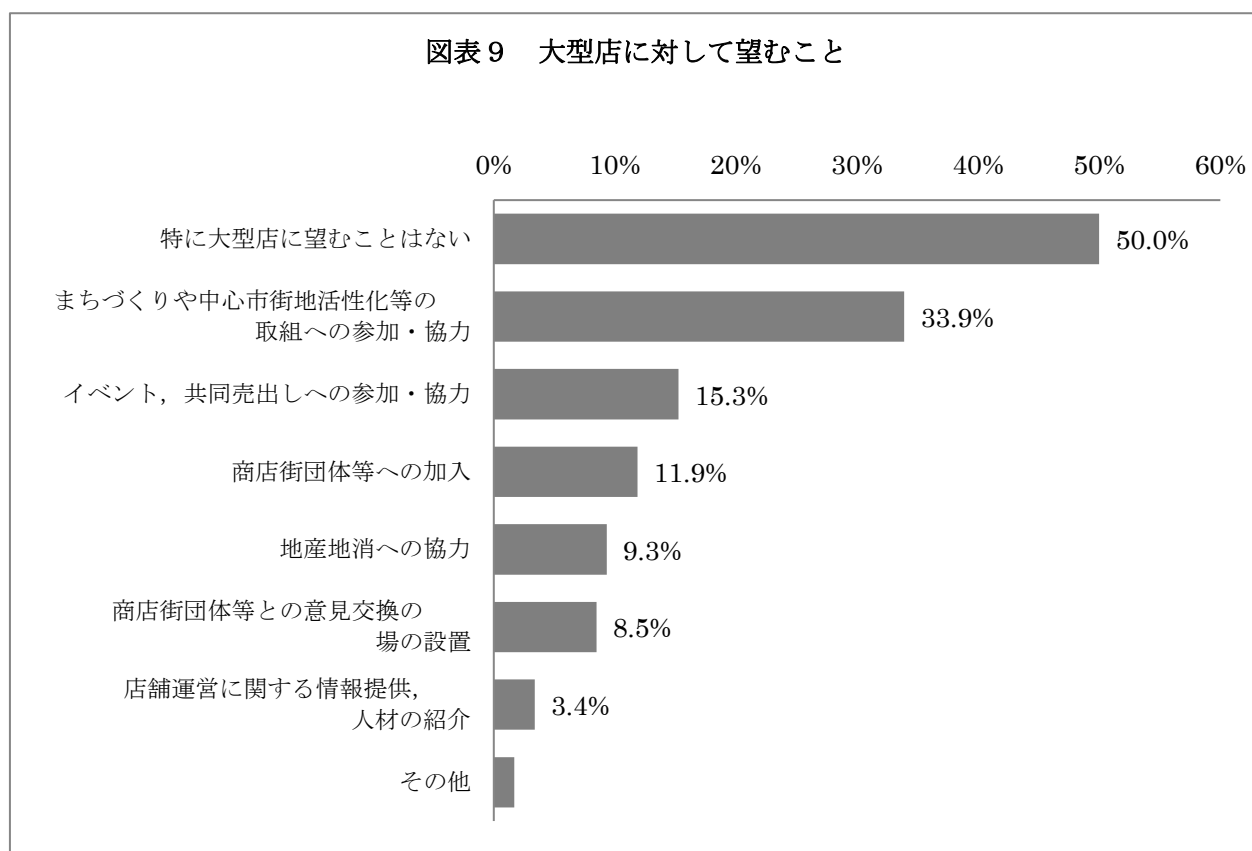


### (3) 大型店との関係について

- ・商店街の周辺（概ね 1.5km 以内）に立地している大型店（売場面積 1,000 m<sup>2</sup>超）との協調策については、「特に大型店とは関わっていない」商店街が 78.0%だった。
- ・何らかの協調策を実施しているところについては、「共同でイベントを実施」が 11.0%と最も多くなっている。（図表 8）

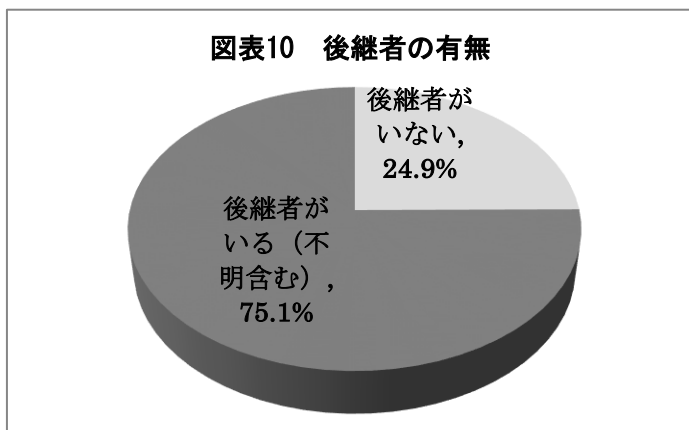


- ・商店街が大型店に望むことについては、「特に大型店に望むことはない」が 50.0%と最も多く、次いで「まちづくりや中心市街地活性化等の取組への参加・協力」が 33.9%、「イベント、共同売出しへの参加・協力」が 15.3%となっている。（図表 9）

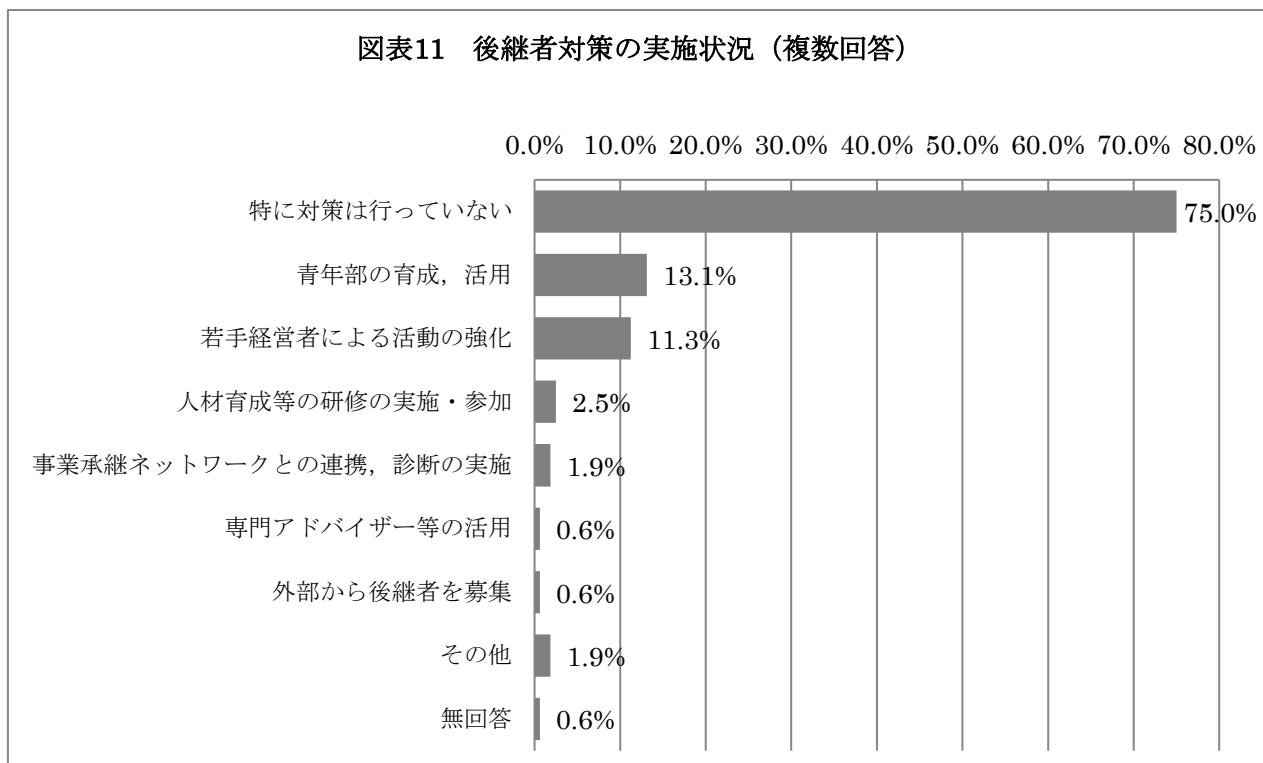


#### (4) 後継者問題について

- ・営業店舗のうち、後継者がいない店舗の割合は24.9%だった。(図表10)



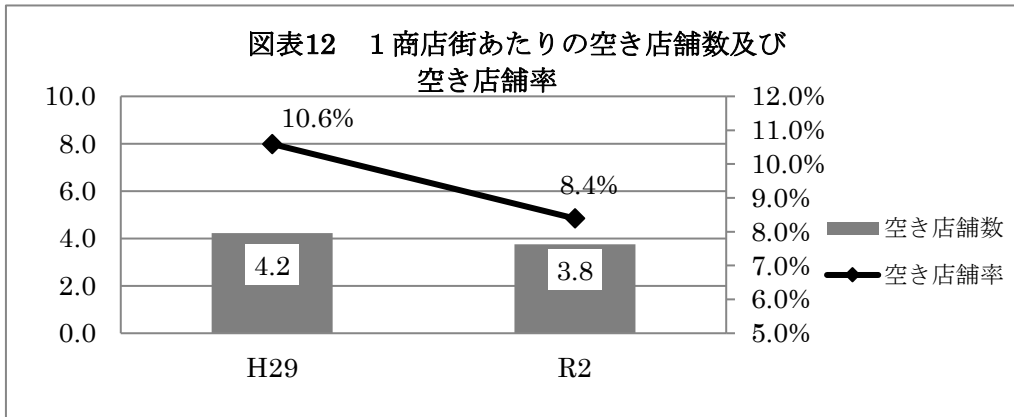
- ・商店街が行っている後継者対策については、「特に対策を行っていない」が75.0%に上り、何らかの対策を実施している商店街は3割未満に留まっている。(図表11)



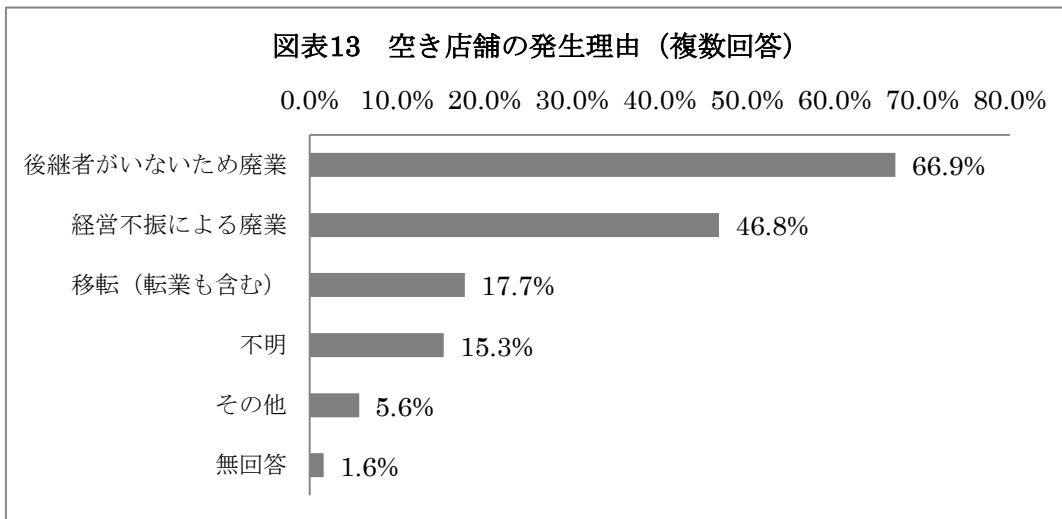
(5) 空き店舗の状況と対策について

① 空き店舗の状況

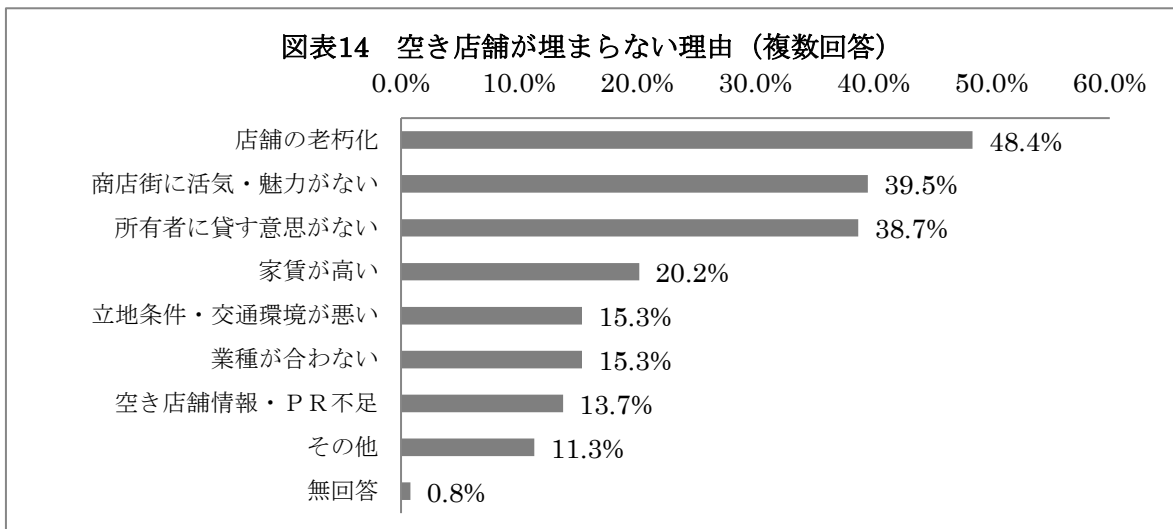
- ・ 1 商店街あたりの平均空き店舗数は 3.8 店で、前回調査の 4.2 店から 0.4 店減少した。また、空き店舗率は 8.4% となり、前回調査の 10.6% から 2.2 ポイント減少した。(図表 12)



- ・ 空き店舗の発生要因は、「後継者がいないため廃業」が 66.9% と最も多く、次いで「経営不振による廃業」が 46.8% となっている。(図表 13)

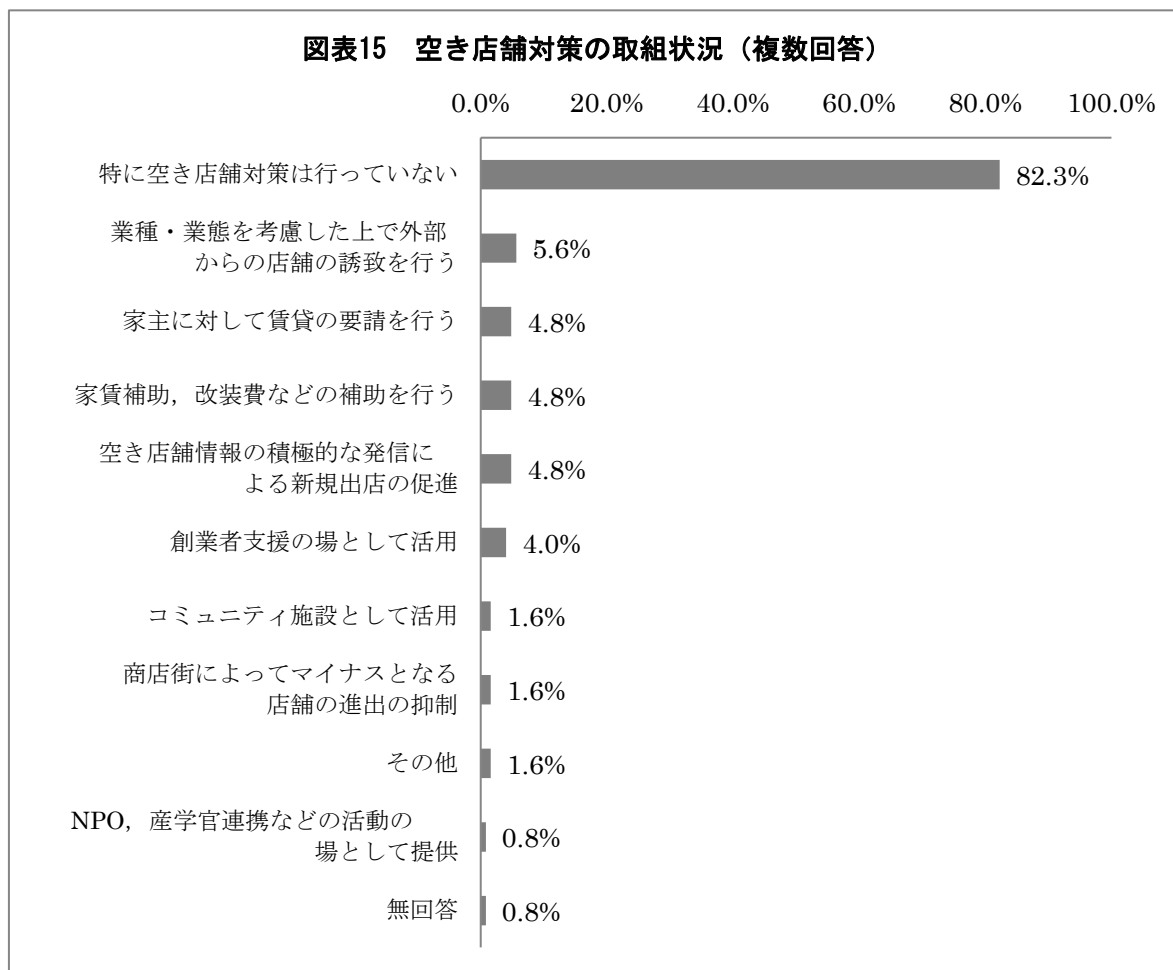


- ・ 空き店舗が埋まらない要因は、「店舗の老朽化」が 48.4% で最も多く、次いで「商店街に活気・魅力がない」が 39.8%、「所有者に貸す意思がない」が 39.5% となっている。(図表 14)

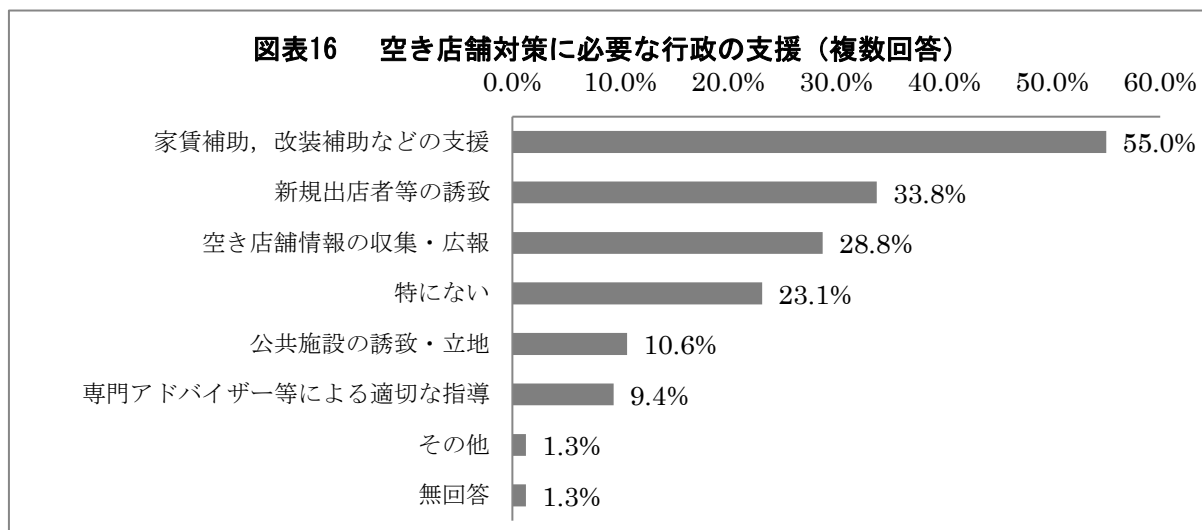


## ② 空き店舗対策

- ・空き店舗対策の実施状況については、82.3%の商店街は特に対策を行っていない。
- ・対策を実施している場合の内容は、「業種・業態を考慮した上で外部からの店舗の誘致を行う」(5.6%)、「家主に対して賃貸の要請を行う」、「コミュニティ施設として活用」、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の促進」(それぞれ4.8%)などとなっている。(図表15)



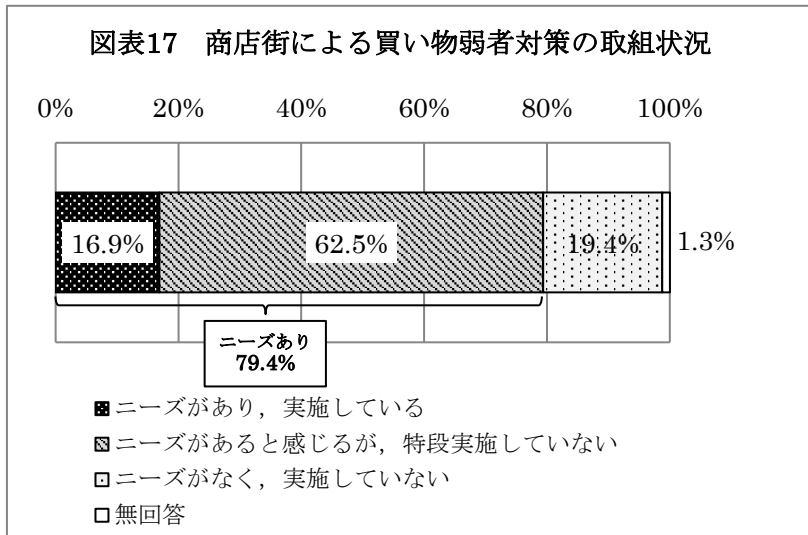
- ・空き店舗対策に必要な行政の支援については、「家賃補助, 改装補助などの支援」が55.0%で最も多く、次いで「新規出店者等の誘致」が33.8%、「空き店舗情報の収集・広報」が28.8%となっている。(図表16)





## (6) 買い物弱者対策について

- ・買い物弱者を対象とした商店街の取り組みについては、「ニーズがあり、実施している」が16.9%、「ニーズはあると感じるが、特段実施していない」が62.5%となり、買い物弱者対策のニーズがある商店街が全体の約8割に上っている。(図表17)

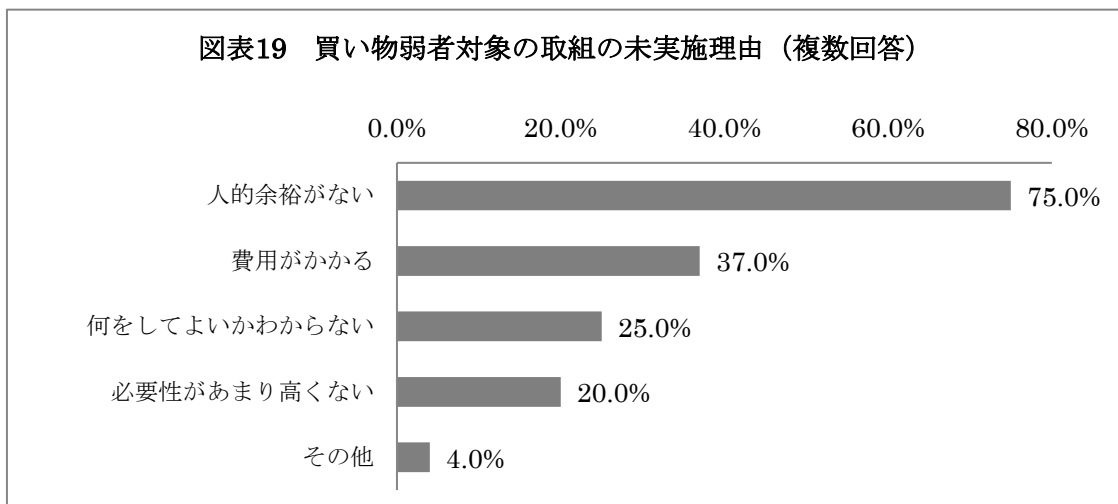


- ・実施している取り組みの内容は、「宅配サービス」が55.6%と最も多くなっている。(図表18)

**図表18 具体的な取り組み内容**

宅配サービス	55.6%
移動販売	22.2%
買い物代行	18.5%
買い物バス等の運行	3.7%
その他	14.8%
配食サービス	7.4%
店舗開設	0.0%

- ・「ニーズはあると感じるが、特段実施していない」商店街の、未実施の理由については、「人的余裕がない」が75.0%で最も多く、次いで「費用がかかる」が37.0%、「何をしてもよいかわからない」が25.0%となっている。(図表19)

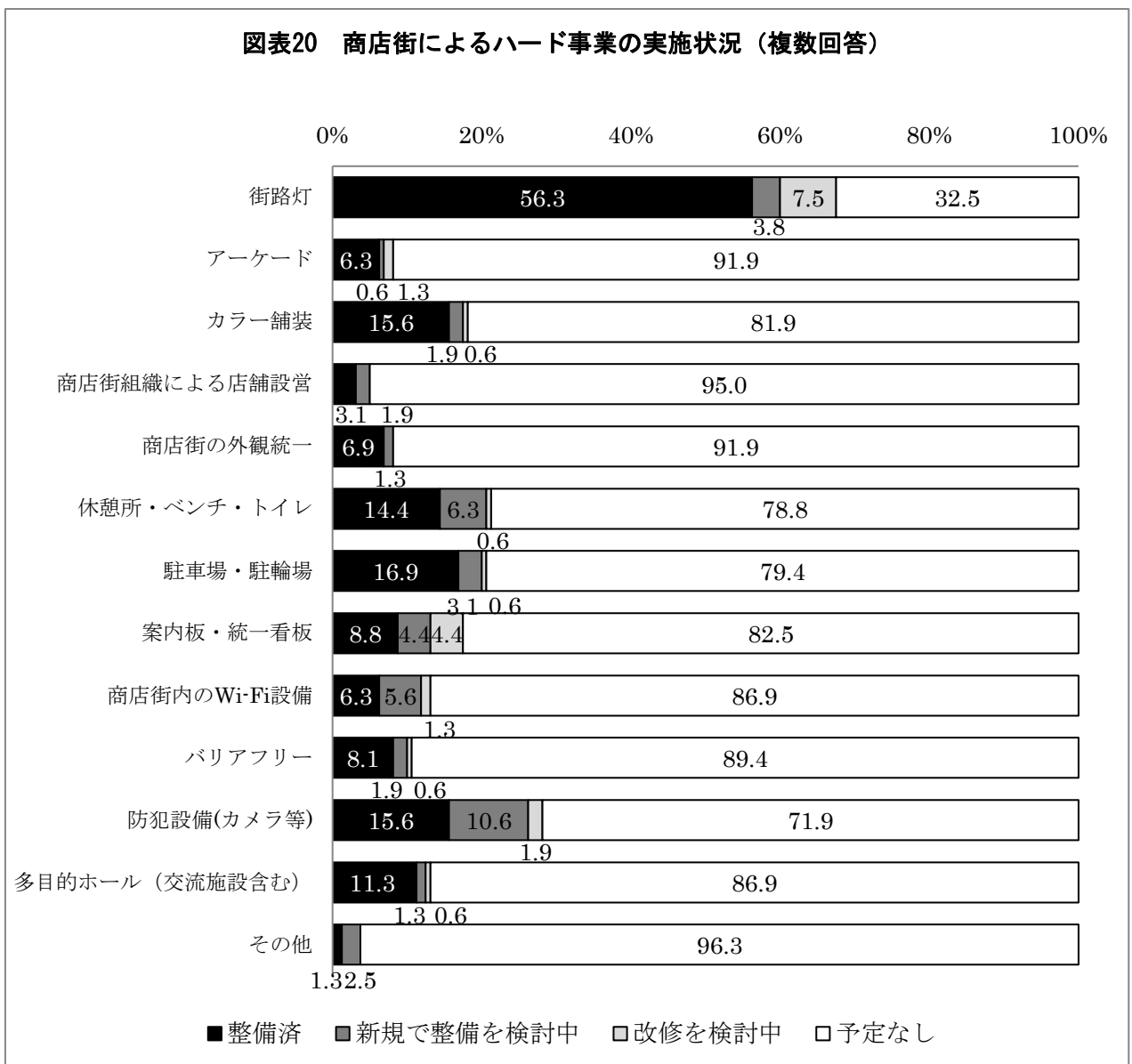


## (7) 商店街の活性化に向けた取り組みと課題について

### ① ハード事業の取り組み状況

- ・商店街が実施しているハード事業は、「街路灯の整備」が56.3%と最も多く、次いで「駐車場・駐輪場の整備」が16.9%、「カラー舗装の整備」と「防犯設備（カメラ等）の整備」がそれぞれ15.6%となっている。
- ・新規で実施を検討中のハード事業は、「防犯設備（カメラ等）の整備」が10.6%と最も多く、次いで「休憩所・ベンチ・トイレの整備」が6.3%、「商店街内のWi-Fi設備の整備」が5.6%となっている。
- ・設備の改修を検討中のハード事業は、「街路灯の整備」が7.5%と最も多く、次いで「案内板・統一看板の整備」が4.4%、「防犯設備（カメラ等）の整備」が1.9%となっている。

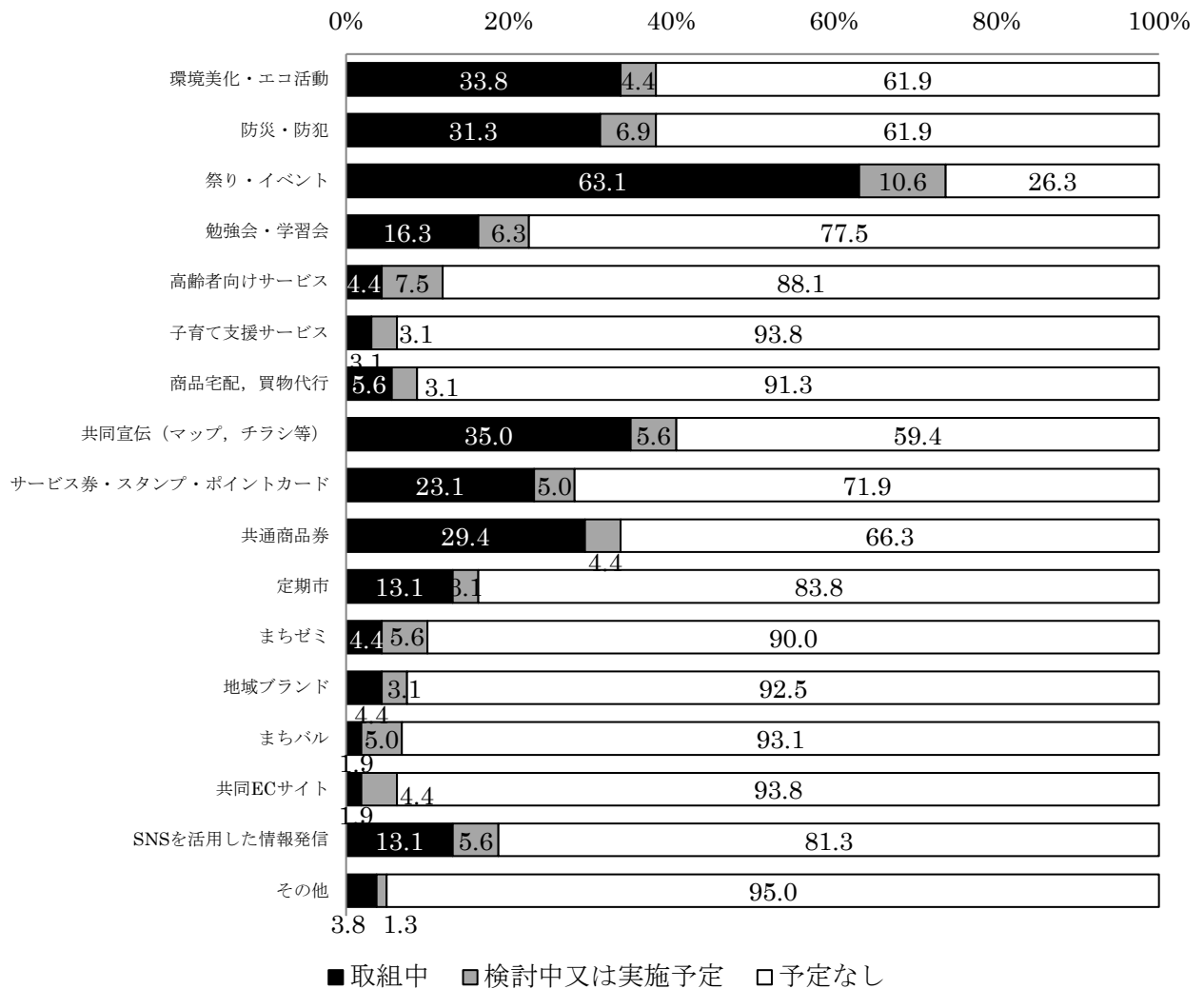
(図表 20)



### ② ソフト事業の取り組み状況

- ・商店街が実施しているソフト事業は、「祭り・イベント」が63.1%と最も多く、次いで「共同宣伝（マップ、チラシ等）」が35.0%、「環境美化・エコ活動」が33.8%となっている。
- ・検討中又は実施予定のソフト事業は、「祭り・イベント」が10.6%と最も多く、次いで「高齢者向けサービス」が7.5%、「防災・防犯」が6.9%となっている。（図表 21）

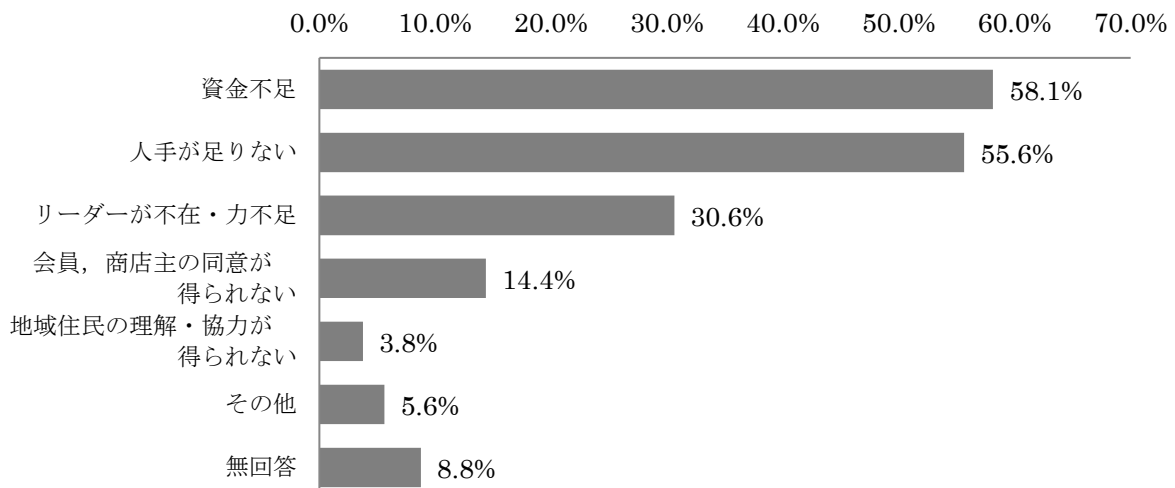
図表21 商店街によるソフト事業の実施状況（複数回答）



③ ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題

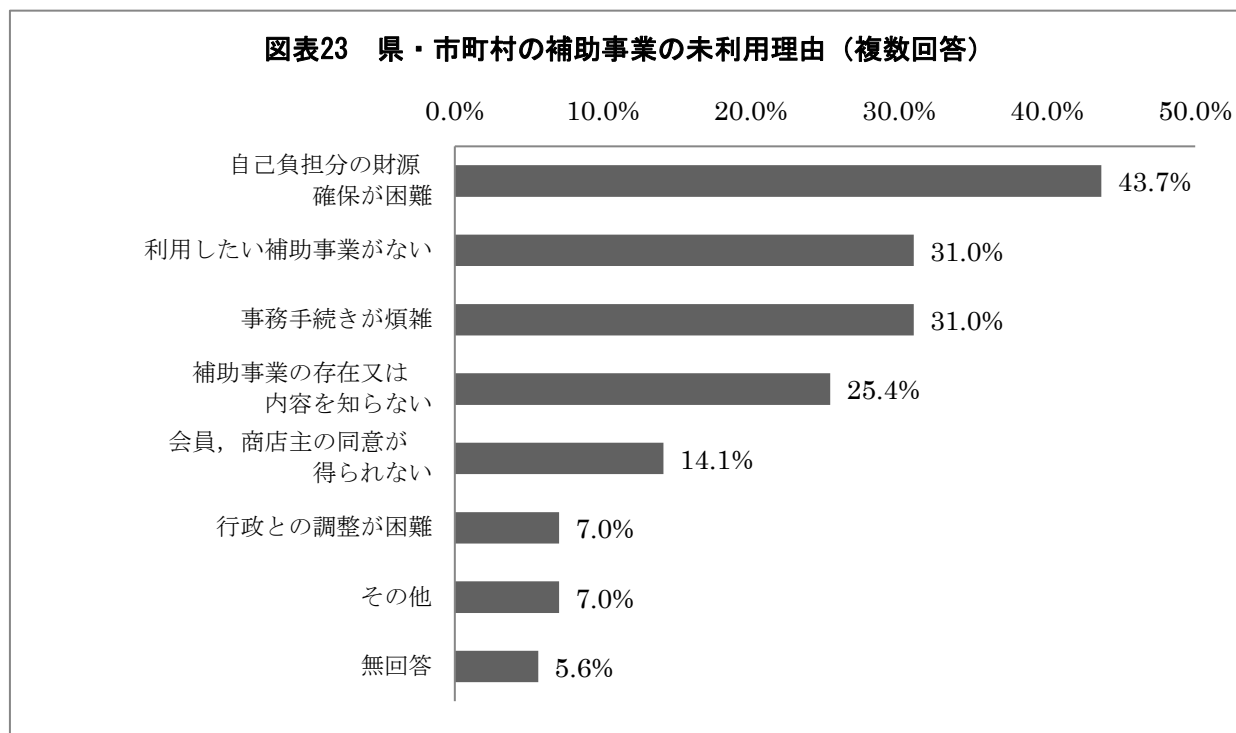
・ハード・ソフト事業の実施に当たっての課題は、「資金不足」が58.1%と最も多く、次いで「人手が足りない」が55.6%、「リーダーが不在・力不足」が30.6%となっている。(図表22)

図表22 ハード・ソフト事業を実施する上での課題（複数回答）

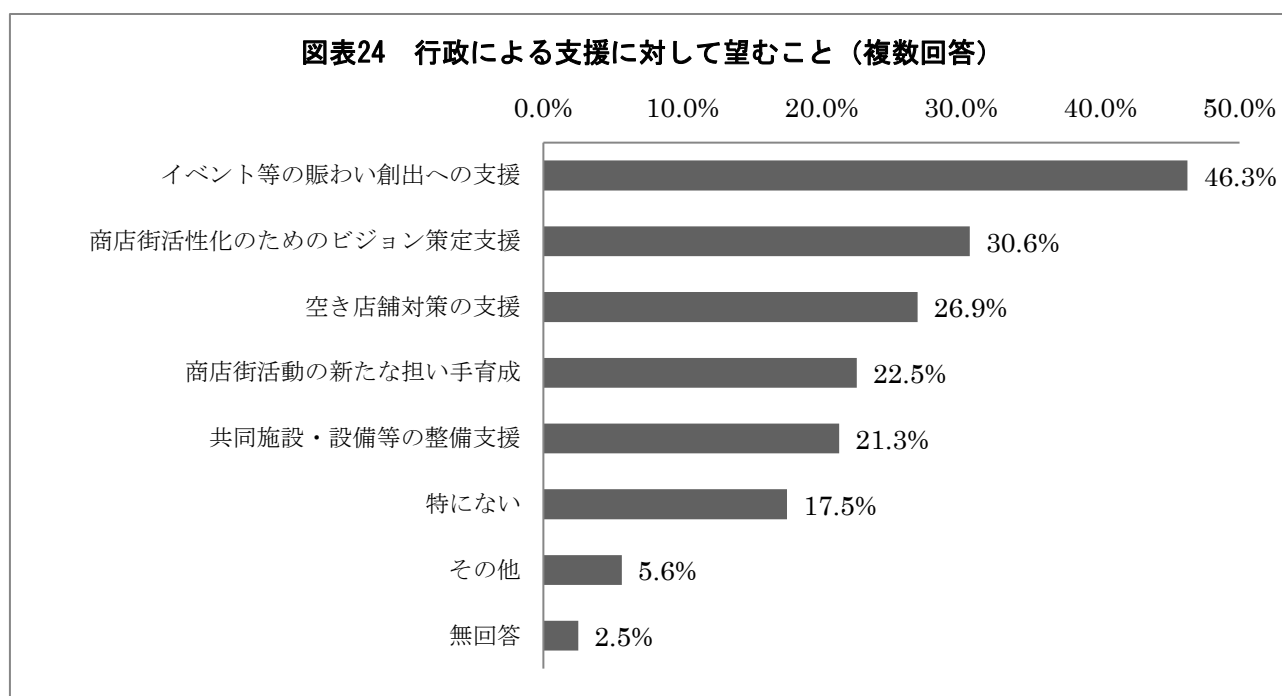


### (8) 行政の支援について

- ・過去5年間に、県・市町村の補助事業を利用したことがある商店街は、回答があった157のうち約半数の86商店街だった。
- ・利用したことがない商店街について、その理由としては、「自己負担分の財源確保が困難」が43.7%と最も多く、次いで「利用したい補助事業がない」と「事務手続きが煩雑」がそれぞれ31.0%となっている。(図表23)

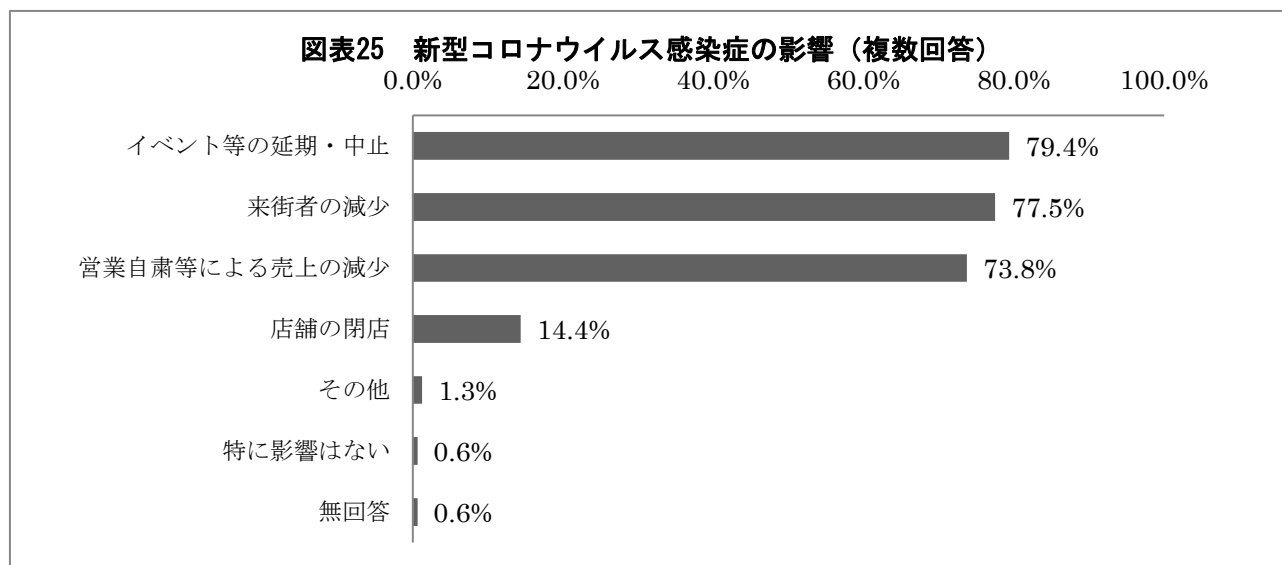


- ・行政による支援に対して望むことは、「イベント等の賑わい創出への支援」が46.3%と最も多く、次いで「商店街活性化のためのビジョン策定支援」が30.6%、「空き店舗対策の支援」が26.9%となっている。(図表24)

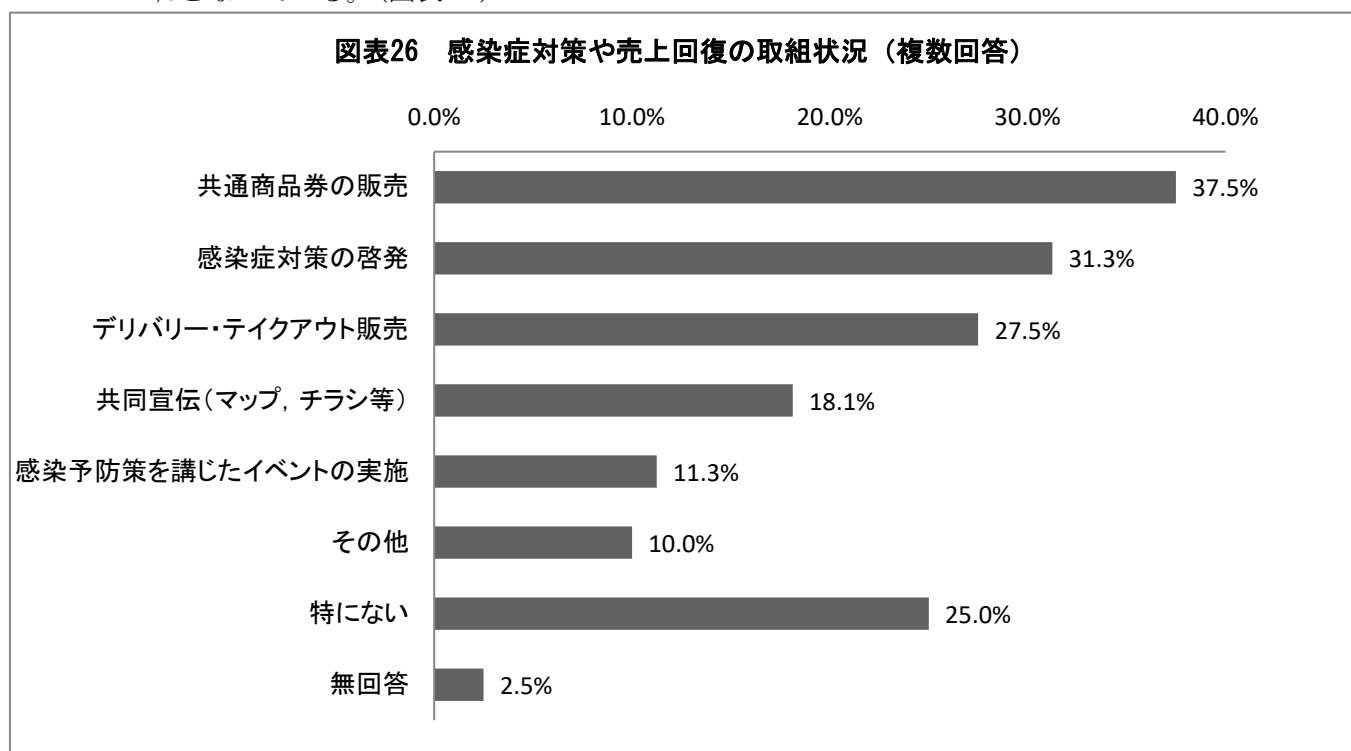


### (9) 新型コロナウイルス感染症の影響について

- ・新型コロナウイルス感染症流行による影響については、「イベント等の延期・中止」が79.4%と最も多く、次いで「来街者の減少」が77.5%、「営業自粛等による売上の減少」が73.8%となっている。(図表 25)



- ・商店街が感染症対策や売上回復のために実施している取組は、「共通商品券の販売」が37.5%と最も多く、次いで「感染症対策の啓発」が31.3%、「デリバリー・テイクアウト販売」が27.5%となっている。(図表 26)



**【本件お問い合わせ先】**

宮城県 経済商工観光部 商工金融課 商業振興班

電話：022-211-2746 / FAX：022-211-2749

メール：syokokins@pref.miyagi.lg.jp