

平成 26 年度
長野県商店街実態調査報告書

平成 27 年（2015 年）3 月

長野県産業労働部

目 次

I 調査実施概要

| | |
|-------------------|---|
| 1 調査の概要 | 1 |
| 2 本書の利用にあたって | |
| (1) 主な用語の説明 | 3 |
| (2) その他 | 3 |

II 調査結果

| | |
|-------------------------------------|----|
| 1 商店街の概況 | |
| (1) 商店街の概要 | 4 |
| (2) 店舗数の変動 | 8 |
| 2 商店街の景況 | |
| (1) 景況感 | 9 |
| (2) 景況感の推移 | 9 |
| (3) 景況の要因 | 10 |
| (4) 大型店の進出 | 11 |
| (5) 大型店の撤退 | 11 |
| 3 空き店舗の状況 | |
| (1) 空き店舗数の増減 | 13 |
| (2) 空き店舗率の推移 | 13 |
| (3) 地域別空き店舗率 | 13 |
| (4) 空き店舗活用の意向 | 14 |
| (5) 空き店舗となった原因 | 14 |
| (6) 空き店舗への出店促進のための取り組み | 14 |
| (7) 貸したい（売りたい）が借り手がいない店舗について | 15 |
| (8) 空き店舗として利用するつもりがない理由 | 16 |
| 4 後継者の状況 | |
| (1) 店主の平均年齢 | 17 |
| (2) 後継者不在店舗率 | 17 |
| (3) 後継者不在店舗状況別内訳 | 17 |
| (4) 後継者不在店舗の事業承継対策 | 18 |
| (5) 長野県事業引継ぎ支援センターの認知度について | 18 |
| (6) 次世代の商店街を担うリーダーの存在 | 19 |
| (7) 次世代リーダーの育成の必要性 | 19 |
| (8) 次世代リーダー育成のための事業の有無 | 19 |
| 5 商店街の共同活動事業 | |
| (1) 活動状況 | 20 |
| (2) 不活発である理由 | 20 |
| (3) 現在実施している事業及び過去1年以内に実施した事業 | 20 |
| (4) 特に効果のあった事業 | 21 |

| | |
|-----------------------------|----|
| (5) 直面している課題..... | 21 |
| (6) 魅力的な商店街となるために必要なもの..... | 22 |
| (7) 今後の商店街活動..... | 22 |

Ⅲ 調査票

I 調査実施概要

1 調査の概要

(1) 調査目的

県内の商店街が直面している課題及び問題点等を把握するため実施

(2) 調査対象

① 調査対象

長野県内に所在する、10店舗以上の会員により組織され、かつ共同事業を実施している全ての商店街（任意団体を含む。）

② 対象商店街数

241商店街

(3) 調査方法

地元商工団体の協力を得て調査票を各商店街に配布・回収

(4) 調査基準日

平成 26 年 7 月 1 日（調査期間：平成 26 年 6 月から平成 26 年 7 月末まで）

(5) 調査機関

長野県産業労働部、地方事務所商工観光（建築）課

(6) 調査協力機関

長野県商工会連合会

一般社団法人長野県商工会議所連合会

商工会及び商工会議所

※本調査の対象となる商店街所在する市町村及び商店街数は下表による。

| | 商店街数 | | 商店街数 | | 商店街数 |
|------|------|------|------|-------|------|
| 長野市 | 51 | 東御市 | 1 | 木曽町 | 4 |
| 松本市 | 25 | 安曇野市 | 7 | 大桑村 | 1 |
| 上田市 | 19 | 小海町 | 2 | 坂城町 | 1 |
| 岡谷市 | 6 | 軽井沢町 | 2 | 小布施町 | 3 |
| 飯田市 | 10 | 御代田町 | 1 | 山ノ内町 | 1 |
| 諏訪市 | 8 | 立科町 | 1 | 木島平村 | 1 |
| 須坂市 | 4 | 下諏訪町 | 3 | 野沢温泉村 | 2 |
| 小諸市 | 9 | 富士見町 | 1 | 信濃町 | 3 |
| 伊那市 | 7 | 辰野町 | 2 | 飯綱町 | 2 |
| 駒ヶ根市 | 5 | 箕輪町 | 3 | 小川村 | 1 |
| 中野市 | 6 | 宮田村 | 1 | 栄村 | 1 |
| 大町市 | 8 | 松川町 | 1 | 全 体 | 241 |
| 飯山市 | 6 | 阿南町 | 1 | | |
| 茅野市 | 4 | 阿智村 | 1 | | |
| 塩尻市 | 4 | 天龍村 | 2 | | |
| 佐久市 | 13 | 泰阜村 | 1 | | |
| 千曲市 | 4 | 上松町 | 2 | | |

| 地域 | 市町村名 | 商店街数 | 構成比(%) |
|-----|---|------|--------|
| 東 信 | 上田市／小諸市／佐久市／東御市／小海町 軽井沢町／御代田町／立科町 (8市町) | 48 | 19.9 |
| 南 信 | 岡谷市／飯田市／諏訪市／伊那市／駒ヶ根市／ 茅野市／下諏訪町／富士見町／辰野町／箕輪町／ 宮田村／松川町／阿南町／阿智村／天龍村／泰阜村 (16市町村) | 56 | 23.2 |
| 中 信 | 松本市／大町市／塩尻市／安曇野市／上松町／ 木曽町／大桑村 (7市町村) | 51 | 21.2 |
| 北 信 | 長野市／須坂市／中野市／飯山市／千曲市／坂城町／ 小布施町／山ノ内町／木島平村／野沢温泉村／信濃町／飯綱町／ 小川村／栄村 (14市町村) | 86 | 35.7 |
| 合 計 | (45市町村) | 241 | 100.0 |

2 本書の利用にあたって

(1) 主な用語の説明

① 商店街の組織

| 分 類 | 説 明 |
|---------------|---|
| 商 店 街 振 興 組 合 | 商店街振興組合法に基づき、商店街が形成されている地域において、小売商業又はサービス業を営む事業者等が協同で事業を行うとともに、地域の環境の整備改善を図るために設立した組合 |
| 事 業 協 同 組 合 | 中小企業等協同組合法に基づき、中小規模の事業者が相互扶助の精神により協同で事業を行い、経営の近代化・合理化と経済的地位の向上を図るために設立した組合 |
| 任 意 団 体 | 上記以外の商店街団体 |

② 商店街の性格

| 分 類 | 説 明 |
|-------------|--|
| 買 回 品 中 心 | 諸行事や季節の変化に応じて購入する商品（衣料品、家具、電化製品など）を扱う商店が 70%以上の商店街 |
| 準 買 回 品 中 心 | 諸行事や季節の変化に応じて購入する商品を扱う商店が 50%以上 70%未満の商店街 |
| 最 寄 品 中 心 | 日常生活で消費する度合いの高い商品（生鮮食料品、日常雑貨、医薬品など）を扱う商店が中心の商店街 |
| 飲食・サービス中心 | 飲食店やサービス業の店舗が中心の商店街 |

③ 商店街の立地場所

| 分 類 | 説 明 |
|--------------|----------------------------------|
| 中 心 商 業 地 域 | 市町村の中心地を形成する商店街で商圈は比較的広範囲 |
| 周 辺 商 業 地 域 | 中心商業地域の周辺に発達した商店街 |
| 郊外（ロードサイド）地域 | 車社会の進展を背景に郊外ロードサイドに発達した比較的新しい商店街 |
| 駅 前 地 域 | 駅という集客の核となる施設があることで発達した商店街 |
| 住 宅（団地）地域 | 住宅団地の建設に伴い形成された商店街 |
| 農 村 地 域 | 農村にある地域密着型の商店街 |

(2) その他

- ・ 設問ごとの集計対象数を「n」で表示している。
- ・ 回答比率は小数点以下第2位を四捨五入しているため、各構成比率の合計が 100%にならない場合がある。
- ・ 本文や図表中の選択肢の表記は、語句を短縮又は簡略化している場合がある。

Ⅱ 調査結果

1 商店街の概況

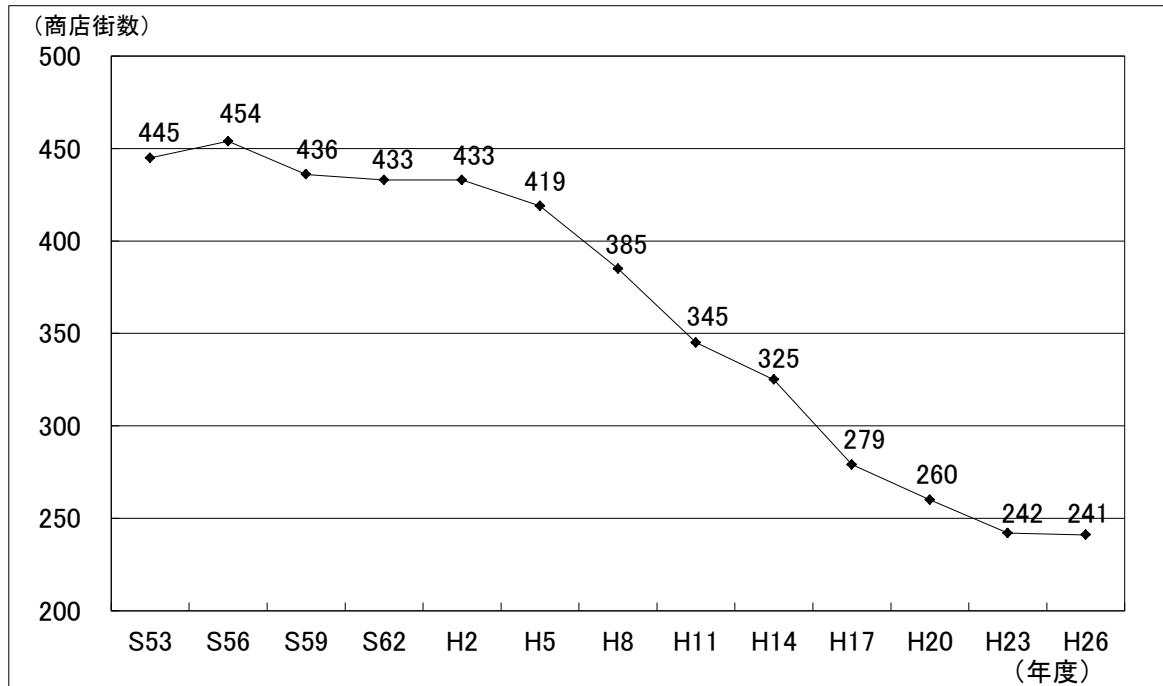
(1) 商店街の概要

① 商店街数・組織形態・立地場所

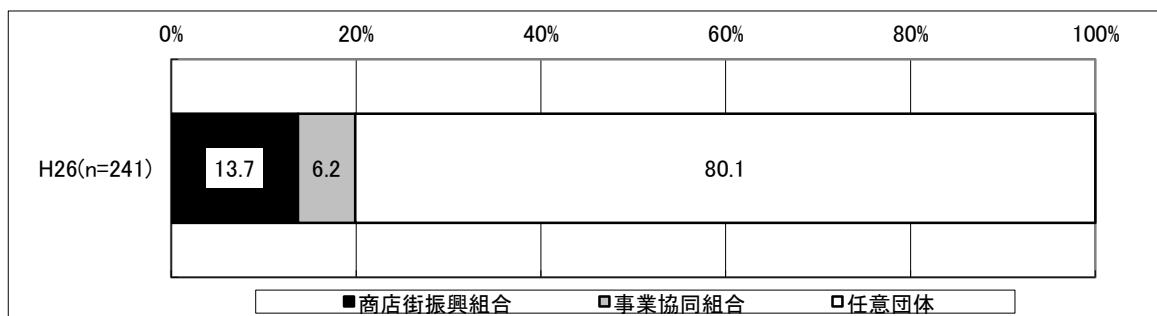
商店街数は、昭和 56 年をピークに減少傾向にあり、前回調査に比べ、1 商店街減の 241 商店街となった。

組織形態は、「任意団体」(80.1%) が最も多く、立地場所は、中心商業地域 (39.0%) が最も多い。

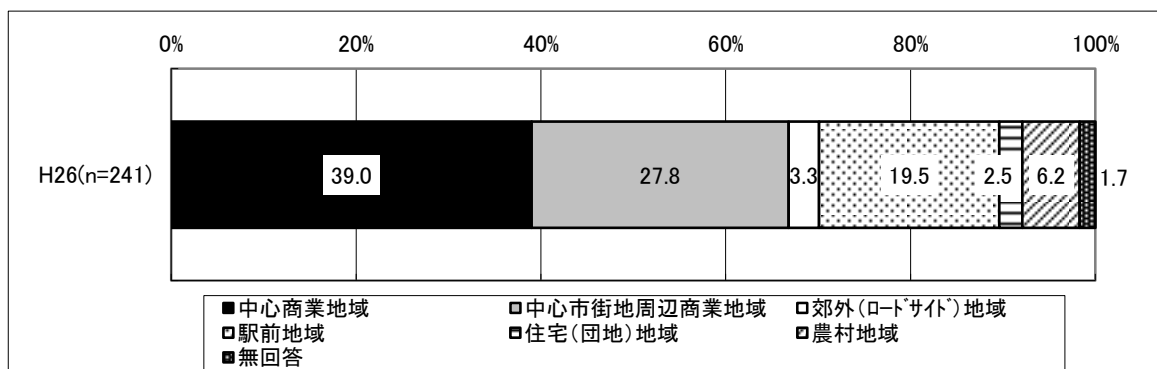
【商店街数の推移】



【組織形態】



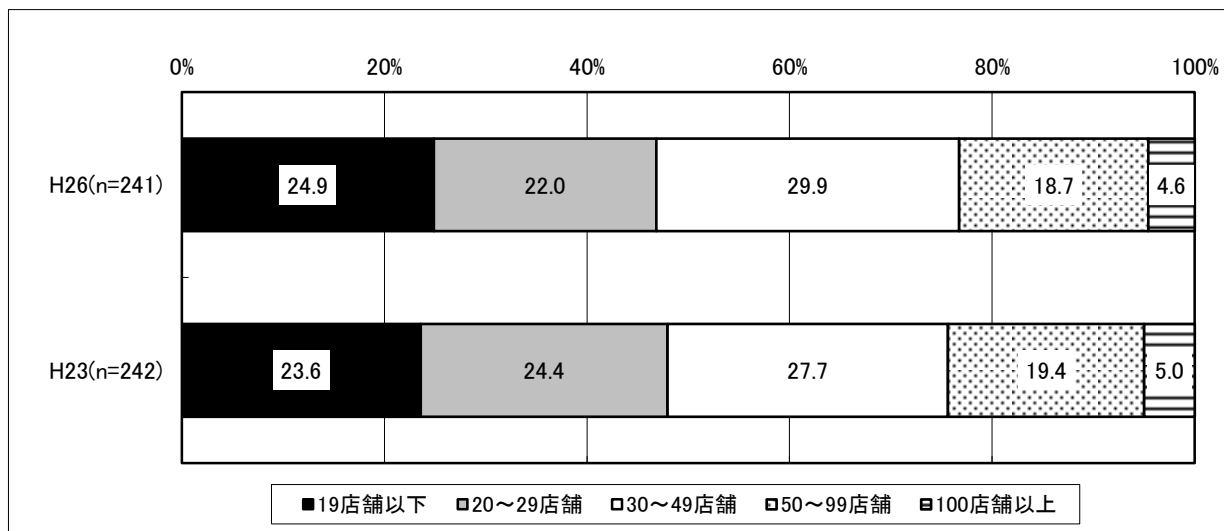
【立地場所】



② 商店街の規模（店舗数）

前回調査同様、「30～49 店舗」（29.9％）の規模の商店街の割合が最も多い。

「19 店舗以下」（24.9％）の割合は前回調査に比べ1.3 ポイント増加し、「20～29 店舗」（22.0％）を抜き 2 番目に高い割合となった。



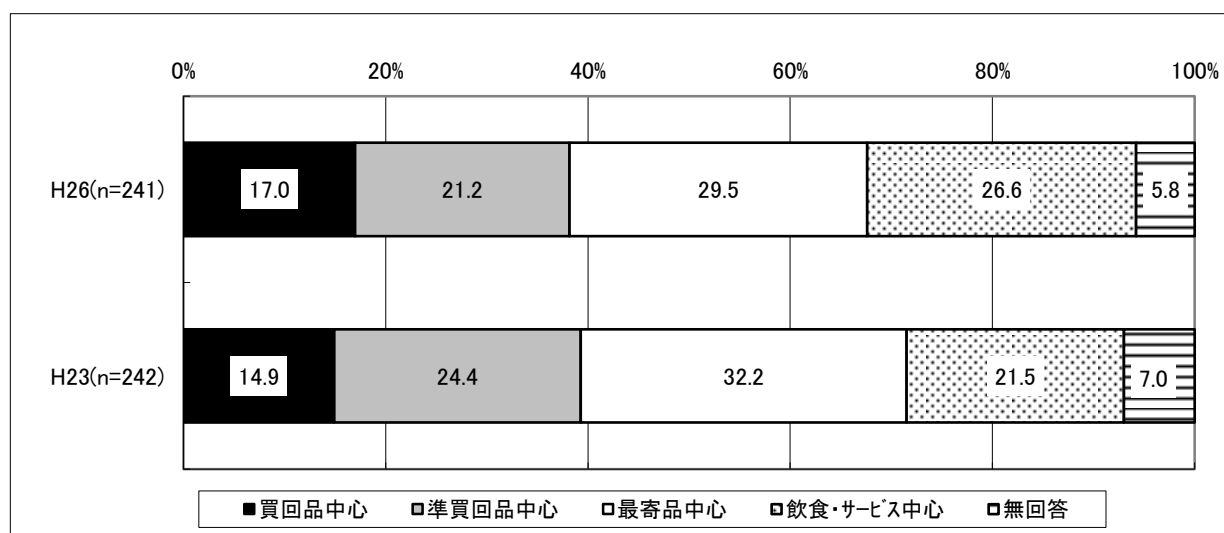
（参考）前回調査時（H23）との比較

| 項目 | H26 | H23 | 増減 |
|----------------|-------|--------|------|
| 商店街数 | 241 | 242 | ▲ 1 |
| 店舗数（空き店舗を除く） | 9,641 | 10,384 | ▲743 |
| 1 商店街当たりの平均店舗数 | 40.0 | 42.9 | ▲2.9 |

③ 商店街の性格

前回調査同様、「最寄品中心」（29.5％）の割合が最も多い。

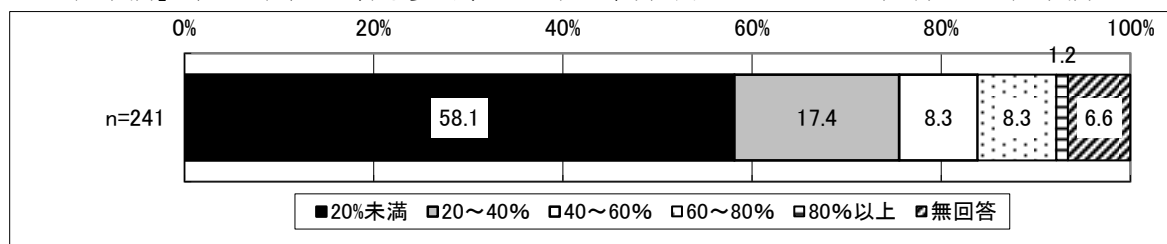
「飲食・サービス中心」（26.6％）の割合は前回調査に比べ5.1 ポイント増加し、「準買回品中心」（21.2％）を抜き、2 番目に多い割合となった。



④ 店舗の構成

【テナントの割合】

「20%未満」(58.1%) が最も多く、75.5%の商店街でテナントの割合が 40%未満である。



【チェーン店舗数・割合】

ここでのいうチェーン店とは、ブランドや営業等が多数の店舗で統一的管理された店舗を指す。チェーン店舗数について回答のあった 146 商店街を集計対象とした。

県内商店街のチェーン店舗率は 7.0%であり、全国 (7.8%) よりも 0.8 ポイント下回っている。

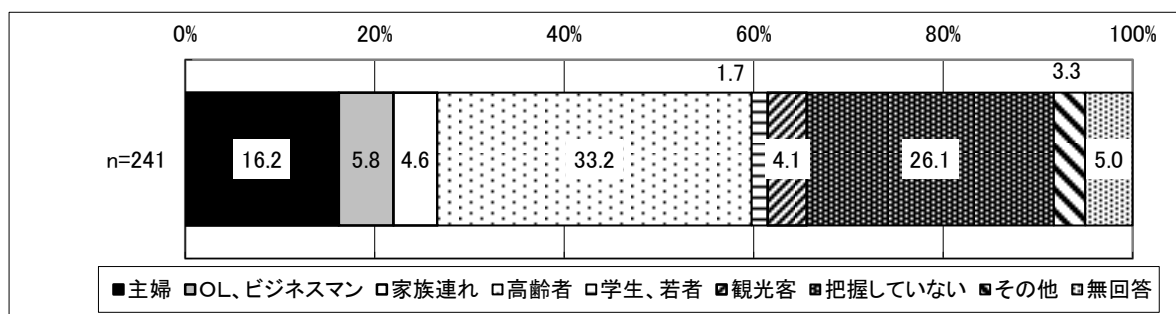
| | チェーン店舗率 |
|--------------|---------|
| 長野県 (n=146) | 7.0% |
| 全国 (n=2,521) | 7.8% |

(全国数値：中小企業庁「平成 24 年度商店街実態調査報告書」)

⑤ 顧客

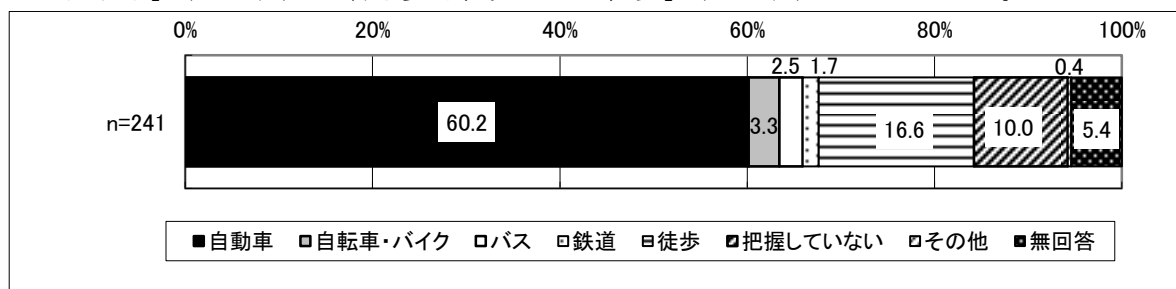
【最も多い顧客層】

「高齢者」(33.2%) が最も多く、次いで、「把握していない」(26.1%)、「主婦」(16.2%) となっている。



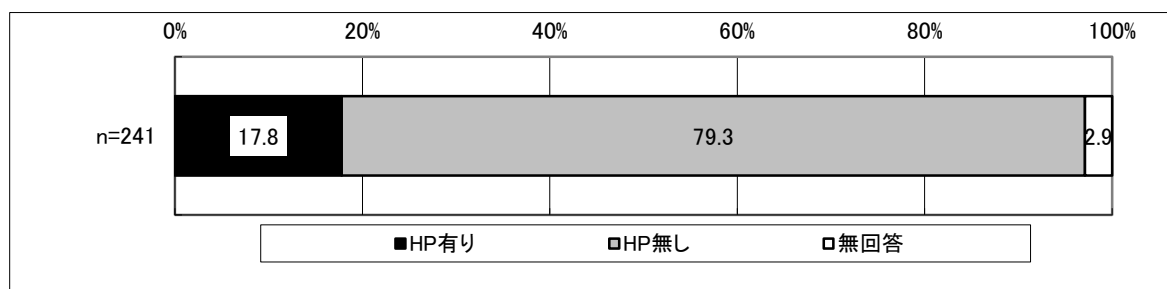
【交通手段】

「自動車」(60.2%) が最も多く、次いで「徒歩」(16.6%) となっている。



⑥ ホームページ（HP）の有無

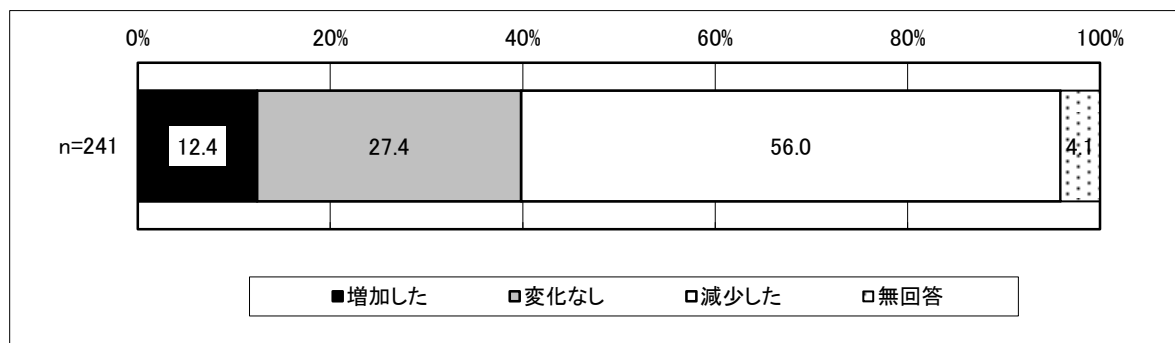
「HP 無し」が 79.3% とほぼ 8 割を占めている。



(2) 店舗数の変動

① 店舗数の増減

店舗数について、3年前と比較して「減少した」と回答した商店街の割合が 56.0%と半数以上に上るが、一方で「増加した」と回答した商店街の割合も 12.4%となっている。



② 開業率、廃業率

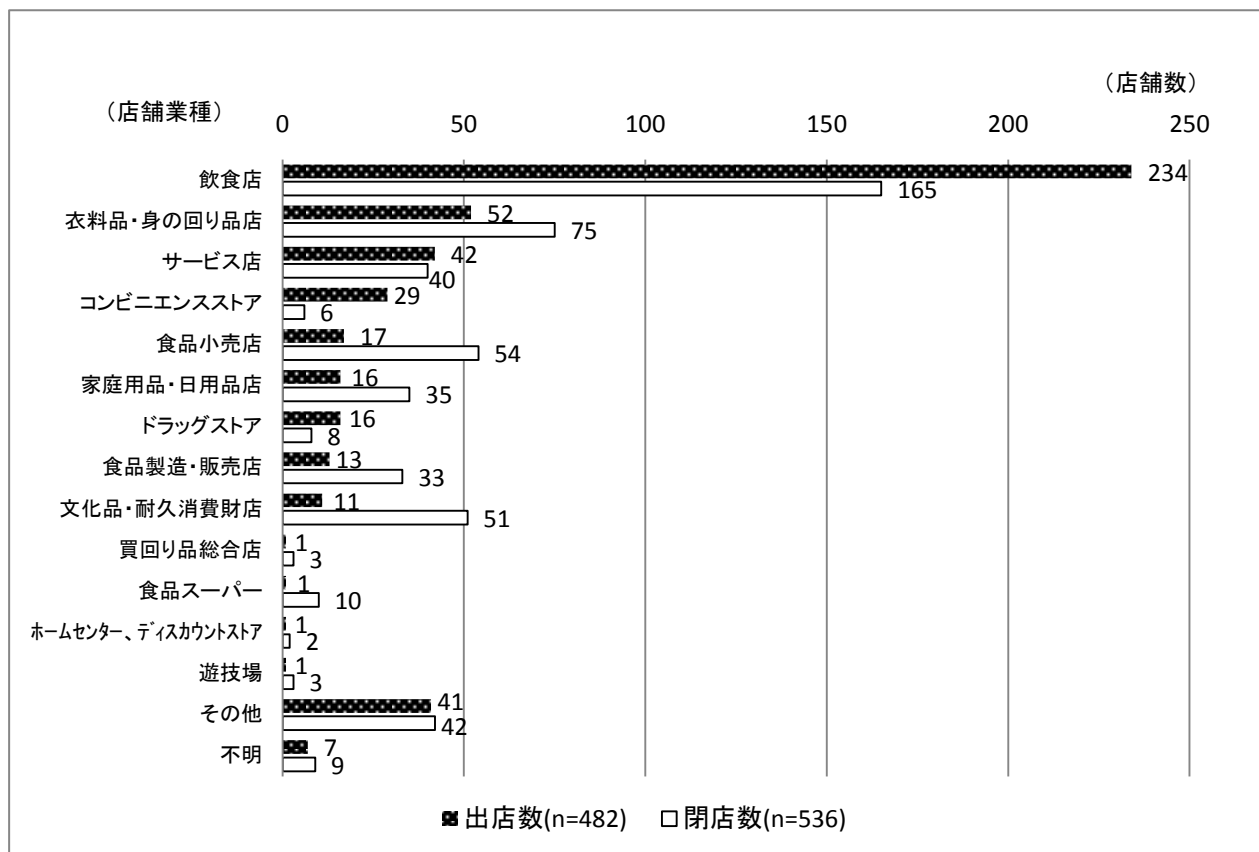
出店数及び閉店数ともに回答が得られた 209 商店街の過去 3 年間の出店（閉店）数について集計した。

| | |
|-----|---------------|
| 開業率 | 6.0% (482 店舗) |
| 廃業率 | 6.6% (536 店舗) |

(注) 開業（廃業）率＝過去 3 年間の出店（閉店）数 ÷ (209 商店街の店舗総数 (8,022) － 出店数 + 閉店数)

【開店、閉店店舗数業種内訳】

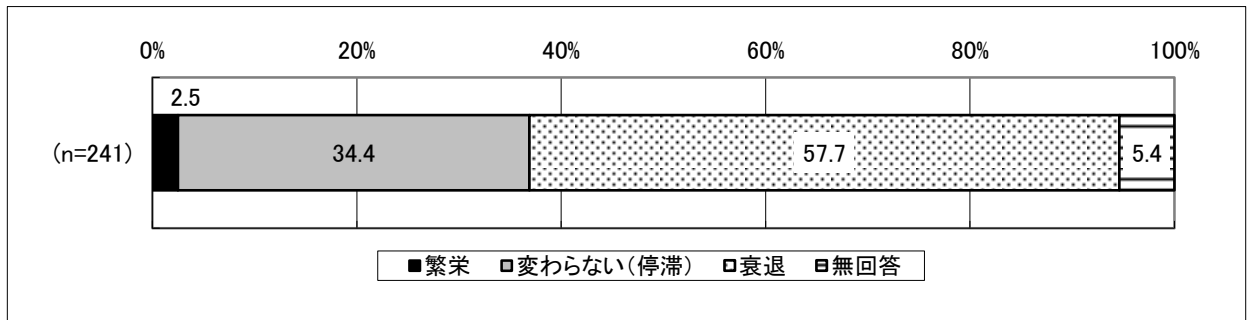
出店数が閉店数を上回った業種は、飲食店 (+69)、サービス店 (+2)、コンビニエンスストア (+23)、ドラッグストア (+8) の 4 業種のみであった。



2 商店街の景況

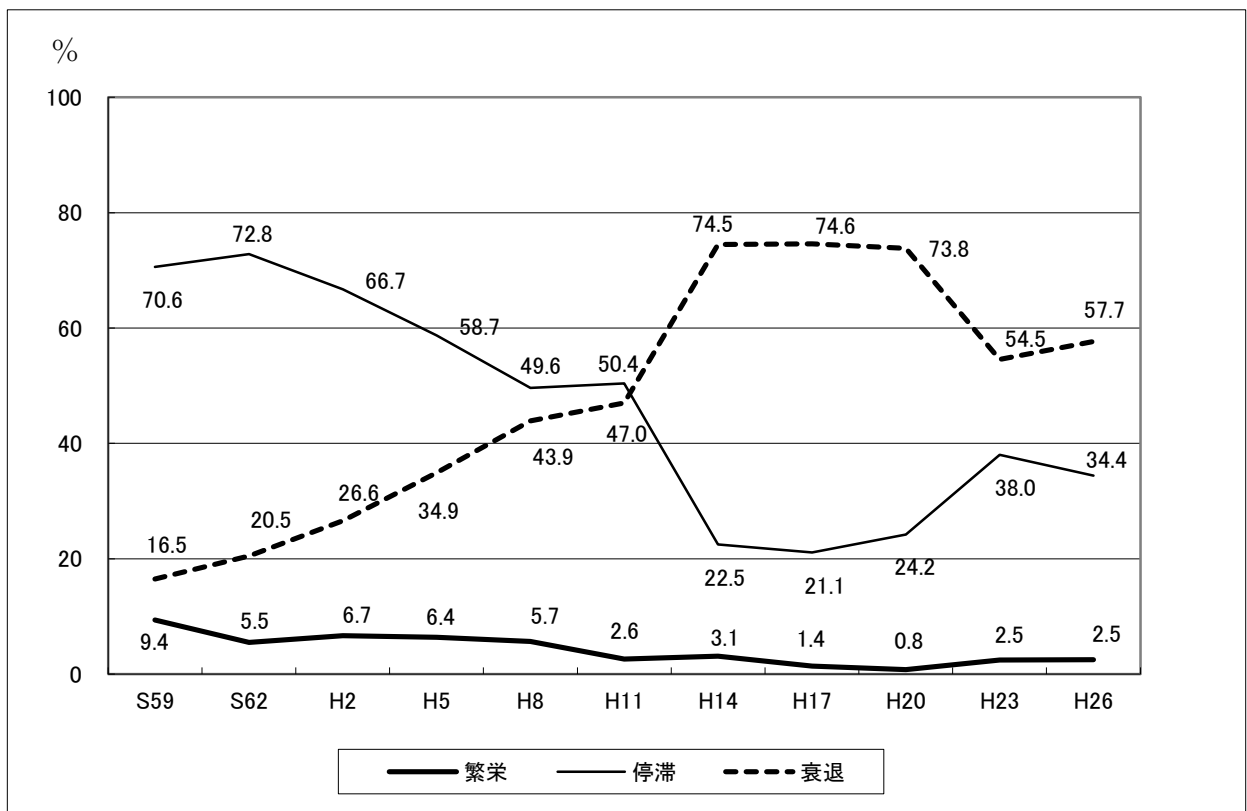
(1) 景況感

「衰退」(57.7%)、「変わらない(停滞)」(34.4%)、繁栄(2.5%)の順となっている。



(2) 景況感の推移

「繁栄」(2.5%)と回答した商店街の割合は前回調査から横ばいであるが、「変わらない(停滞)」(34.4%)と回答した商店街が3.6ポイント減少し、「衰退」(57.7%)と回答した商店街が3.2ポイント増加している。

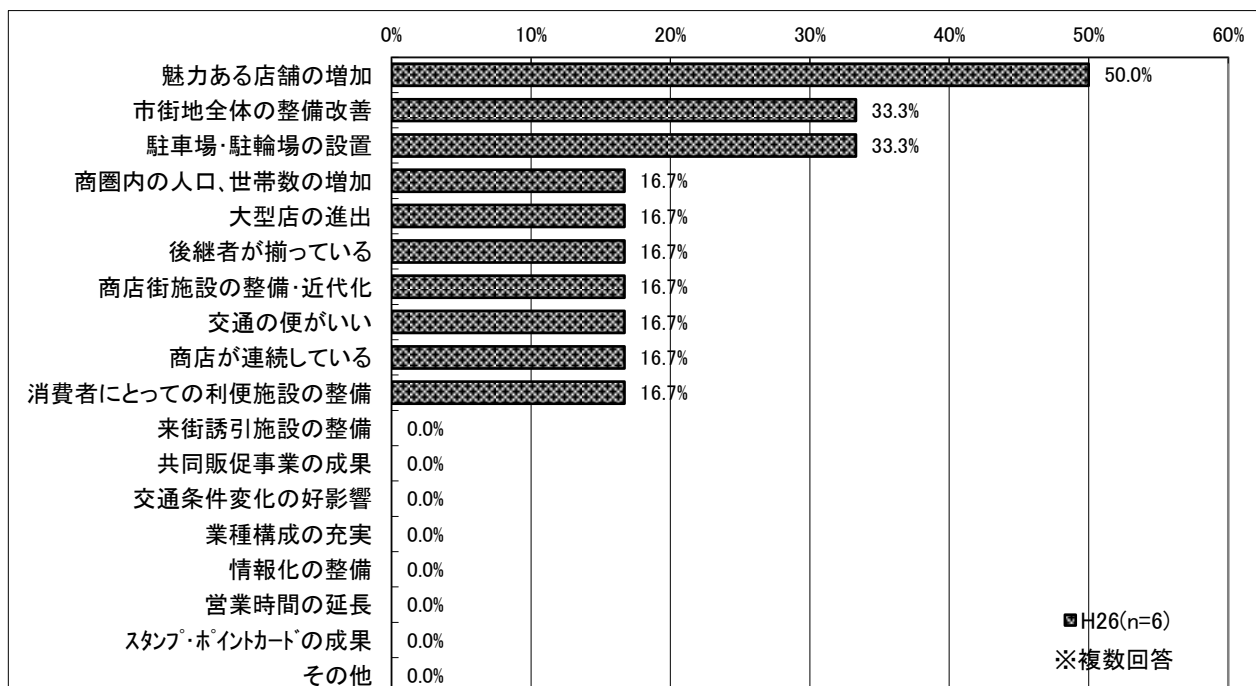


(注) 上図では、景況感を「無回答」とした商店街の割合を表していないため、年ごとの構成比率の合計が100%にならない場合がある。

(3) 景況の要因

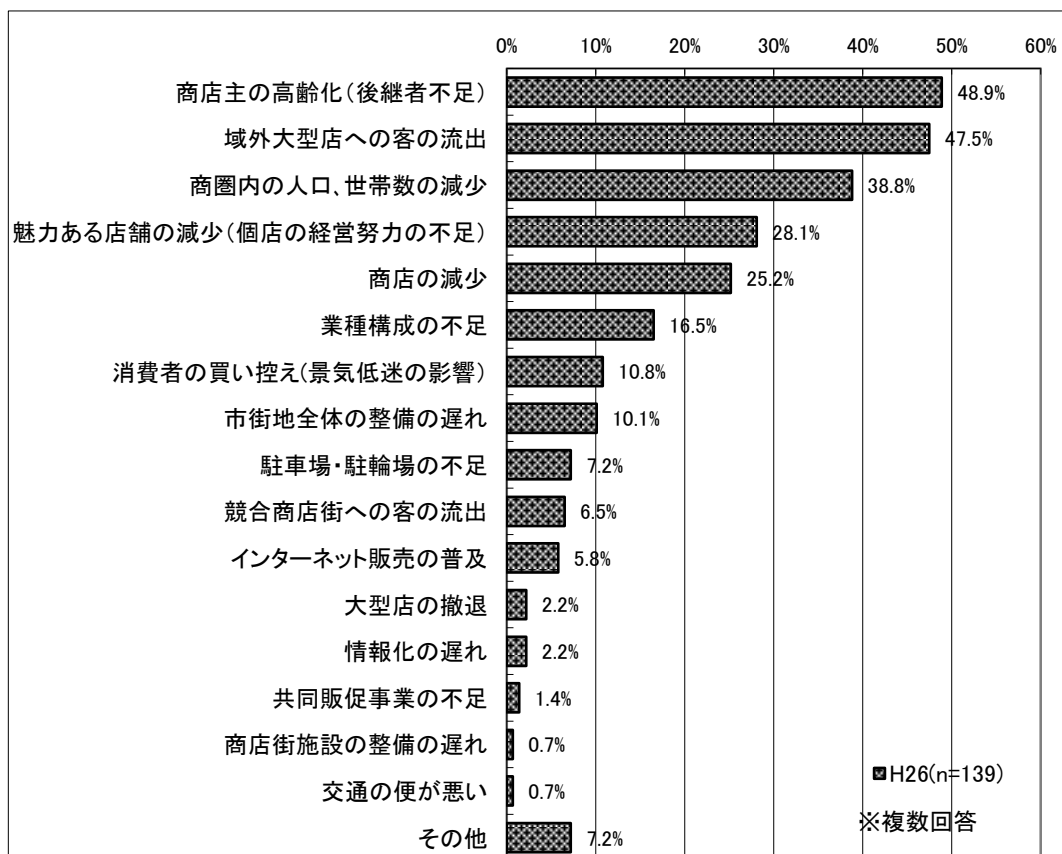
【繁栄している要因】

景況を「繁栄」と回答した6商店街では、その主な要因を、「魅力ある店舗の増加」(50.0%)、「市街地全体の整備改善」(33.3%)、「駐車場・駐輪場の設置」(33.3%)としている。



【衰退している要因】

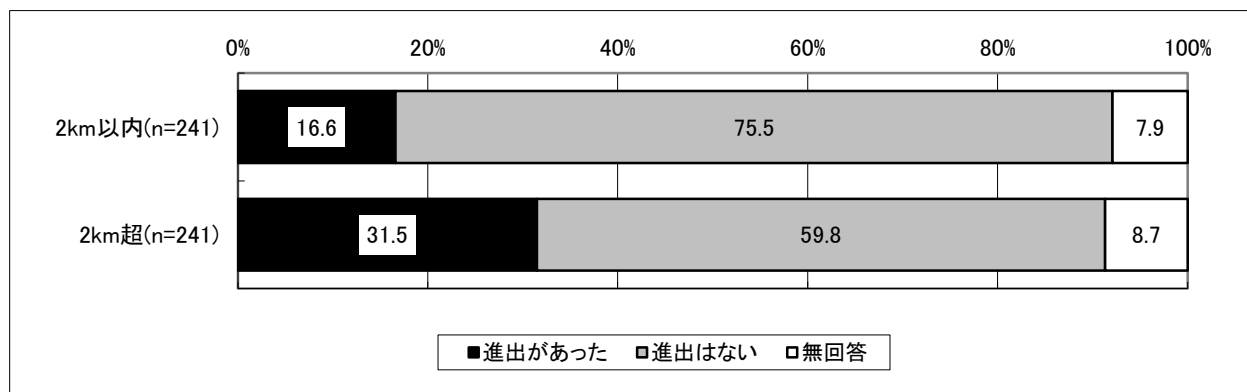
景況を「衰退」と回答した139商店街では、その主な要因を、「店主の高齢化（後継者の不足）」(48.9%)、「域外大型店への客の流失」(47.5%)、「商圏内の人口、世帯数の減少」(38.8%)としている。



(4) 大型店の進出

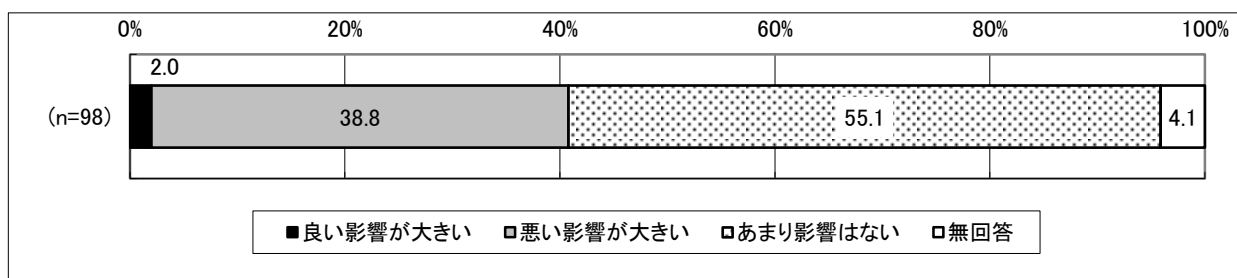
① 大型店進出の有無

最近3年間で、影響を受けている大型店（店舗面積1,000㎡超）の「進出があった」と回答した商店街は、2km以内で40商店街（16.6%）、2km超で76商店街（31.5%）となっている。



② 大型店進出の影響

最近3年間で影響を受けている大型店の進出があった98商店街における進出後の影響について、「あまり影響はない」（55.1%）との回答が最も多く、「悪い影響が大きい」（38.8%）を上回っている。

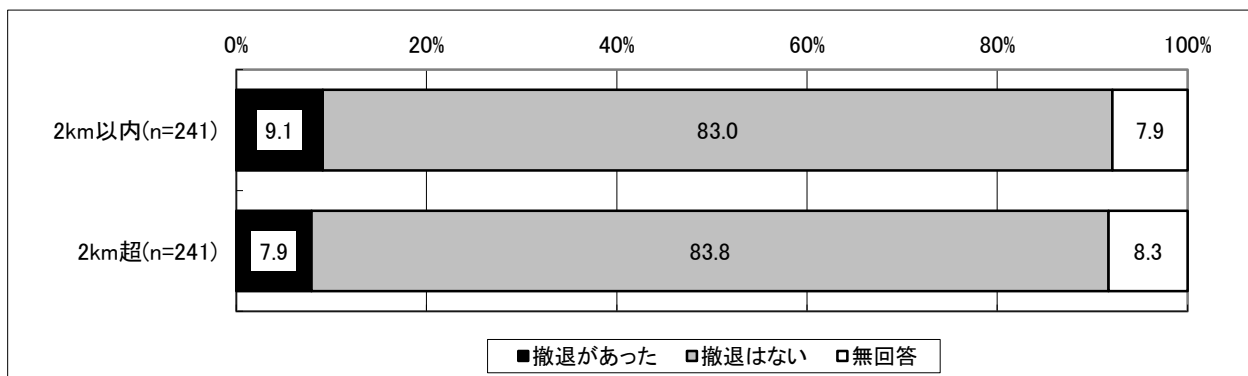


(注) 18商店街において半径2km以内及び半径2km超の両方で進出があったため、影響を受けていた大型店の進出があった商店街の実数は、98商店街となる。

(5) 大型店の撤退

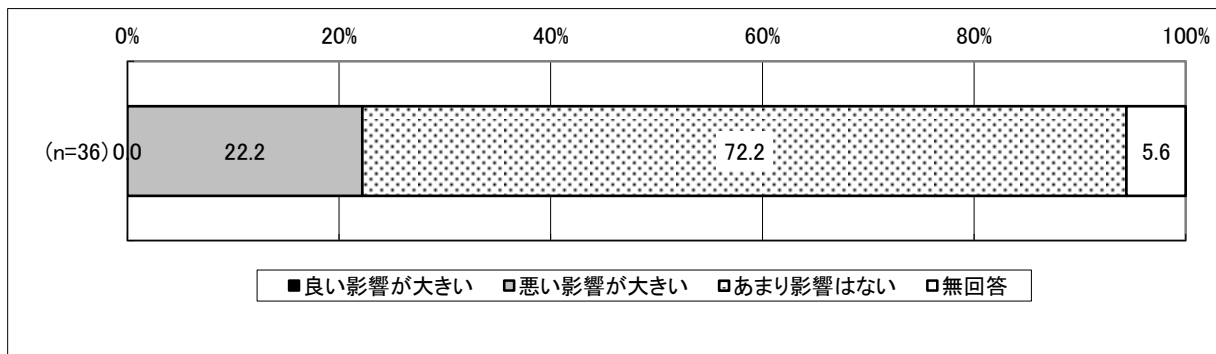
① 大型店撤退の有無

最近3年間で、影響を受けている大型店（店舗面積1,000㎡超）の「撤退があった」と回答した商店街は、2km以内で22商店街（9.1%）、2km超で19商店街（7.9%）となっている。



② 大型店撤退の影響

最近３年間で影響を受けている大型店の撤退があった 36 商店街における進出後の影響については、「あまり影響はない」（72.2%）との回答が最も多く、「悪い影響が大きい」（22.2%）を上回っている。

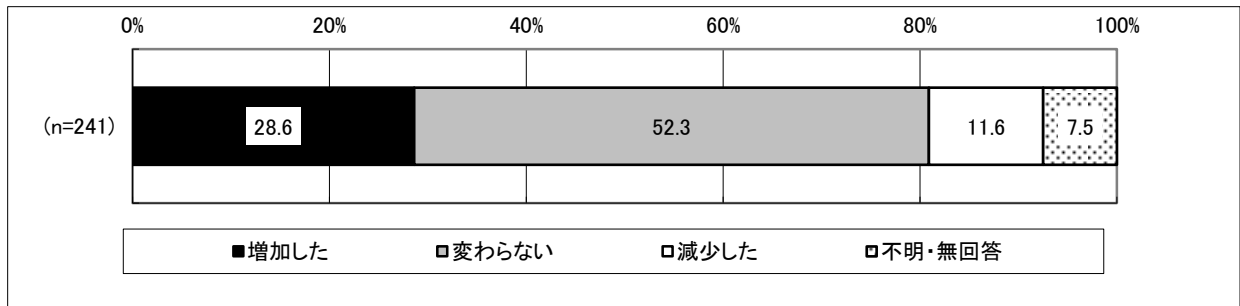


3 空き店舗の状況

ここでいう「空き店舗」とは、以前は店舗として利用されていたが、現在は店舗として利用されていない建物で、内外装を施す程度で、商店として利用できるものを指す。
ただし、現状で別の用途に利用されていたり、建物を取り壊されたもの（建替えを含む）を除く。

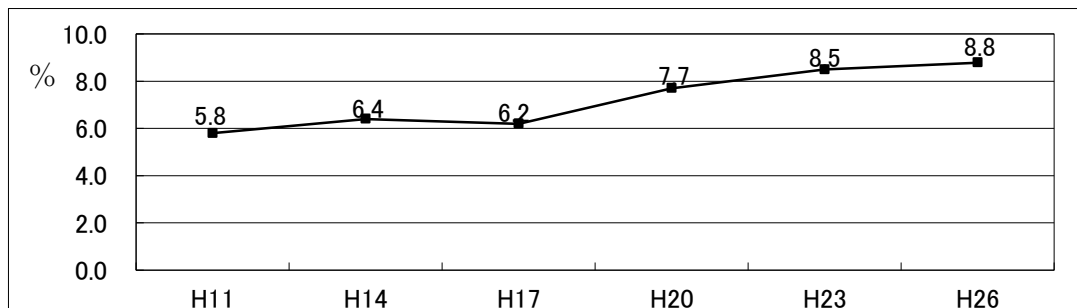
（１）空き店舗数の増減

空き店舗数について、3年前と比較して「変わらない」（52.3%）と回答した商店街の割合が最も多く、次いで、「増加した」（28.6%）、「減少した」（11.6%）となっている。



（２）空き店舗率の推移

調査対象 241 商店街における空き店舗率は、8.8%であり、前回に比べ 0.3 ポイント増加している。また、空き店舗数を 0 と回答した商店街は、53 商店街（22%）であった。



※空き店舗率＝商店街の空き店舗数÷（商店街の店舗総数＋商店街の空き店舗数）×100

$$= 929 \div (9,641 + 929) \times 100 \approx 8.8\%$$

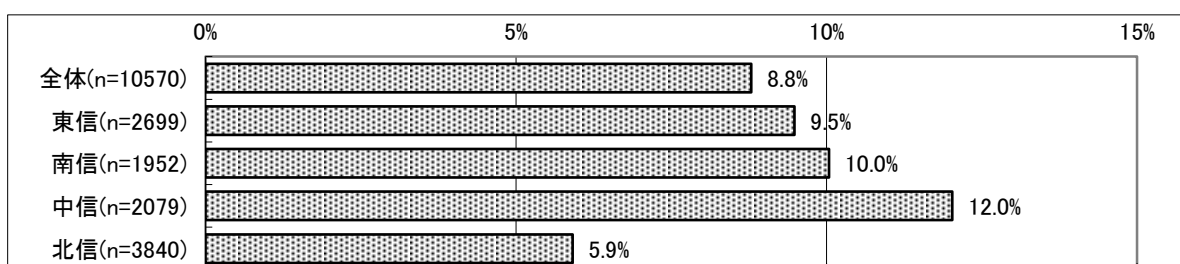
（参考）全国数値との比較

| | |
|-----|-------|
| 長野県 | 8.8% |
| 全 国 | 14.6% |

（全国数値：中小企業庁「平成 24 年度商店街実態調査報告書」）

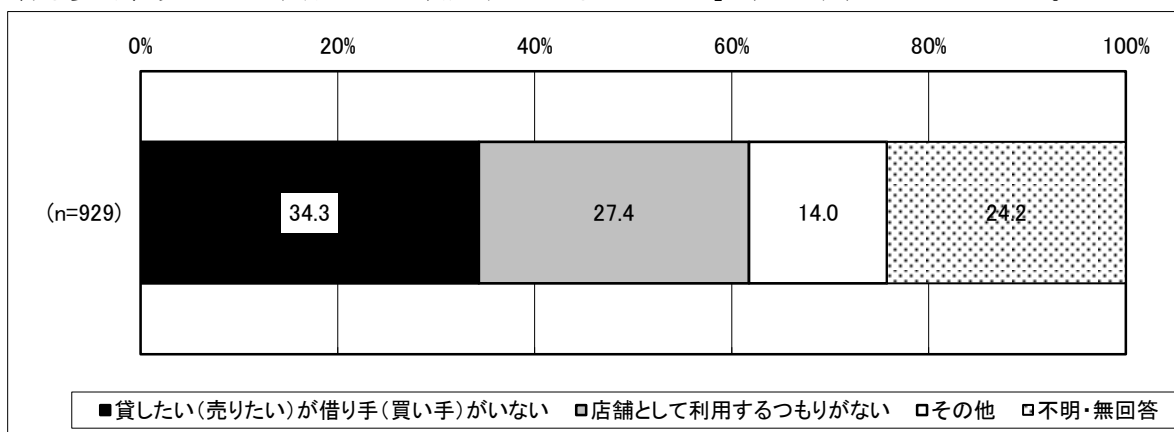
（３）地域別空き店舗率

「中信」が 12.0%と最も高く、最も低い「北信」（5.9%）と比べると、6.1 ポイントの差がある。



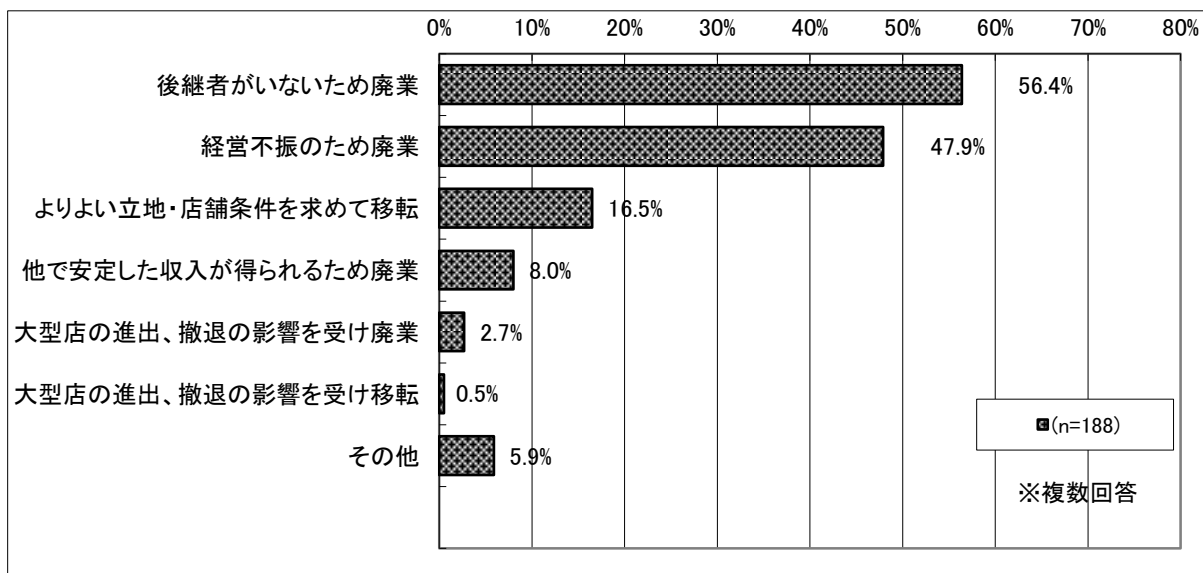
(4) 空き店舗活用の意向

空き店舗 929 の状態は、「貸したい（売りたい）が借り手（買い手）がない」（34.3%）が最も多く、次いで「店舗として利用するつもりがない」（27.4%）となっている。



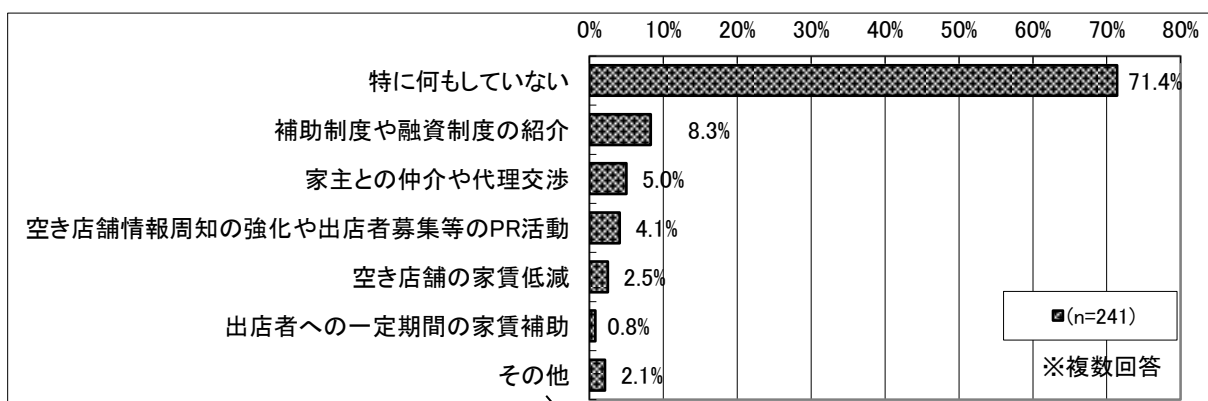
(5) 空き店舗となった原因

空き店舗が1店舗以上ある188商店街において、空き店舗となった原因は「後継者がいないため廃業」（56.4%）が最も多く、次いで、「経営不振のため廃業」（47.9%）が多くなっている。



(6) 空き店舗への出店促進のための取り組み

「特に何もしていない」（71.4%）が最も多くなっている。



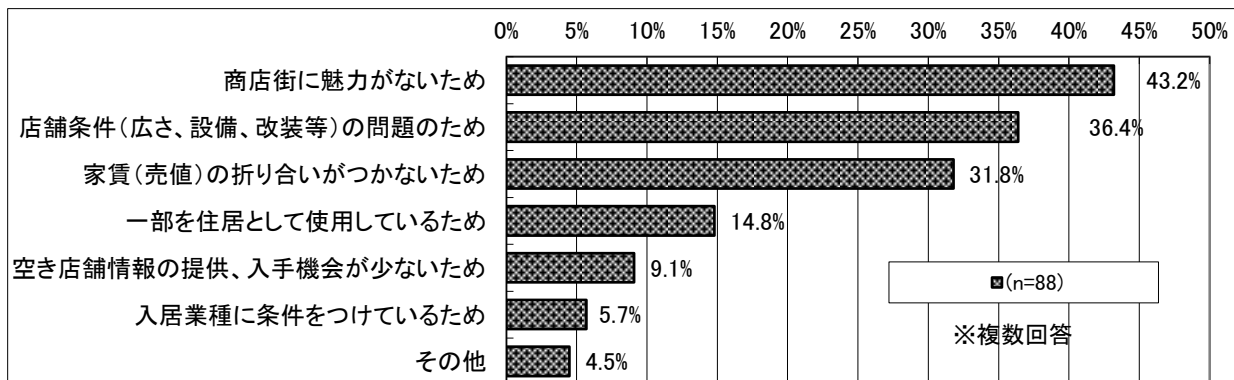
回答内容(抜粋)
会費の低減

(7) 貸したい（売りたい）が借り手がない店舗について

「貸したい（売りたい）が借り手（買い手）がない」店舗が1店舗以上ある88商店街について集計した。

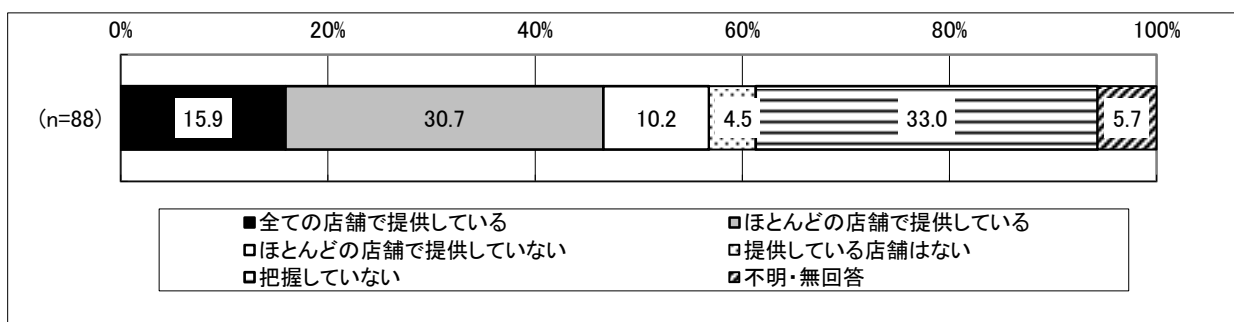
① 空き店舗の状態が続いている原因

「商店街に魅力がないため」（43.2%）が最も多く、次いで「店舗条件（広さ、設備、改装等）の問題のため」（36.4%）、「家賃（売値）の折り合いがつかないため」（31.8%）となっている。



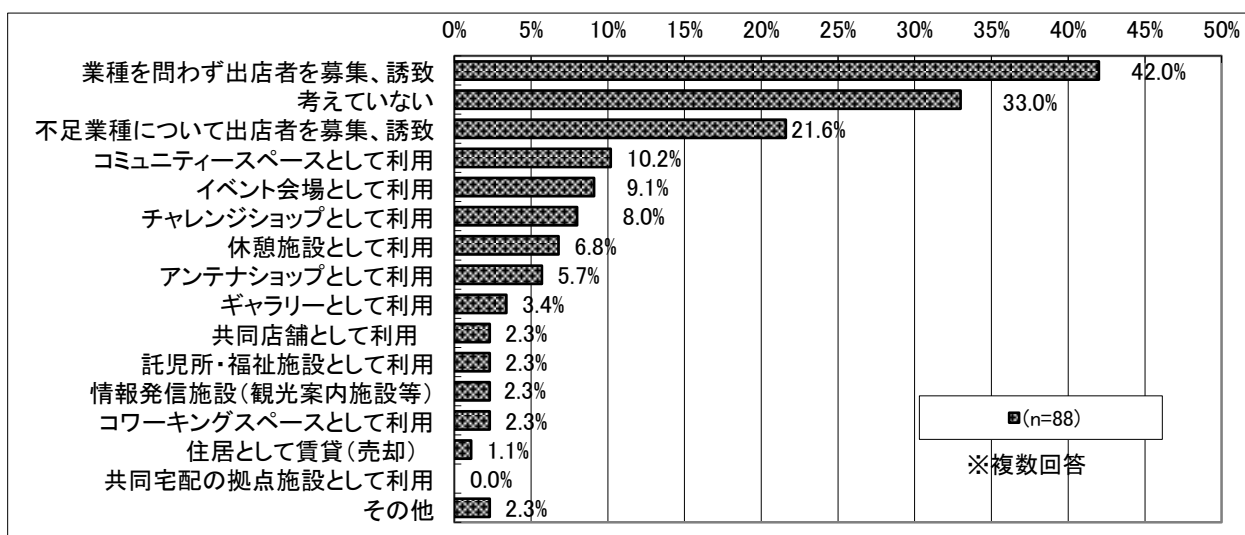
② 空き店舗情報の提供

不動産会社等への空き店舗情報の提供状況について、「把握していない」（33.0%）が最も多く、次いで「ほとんどの店舗で提供している」（30.7%）、「全ての店舗で提供している」（15.9%）となっている。



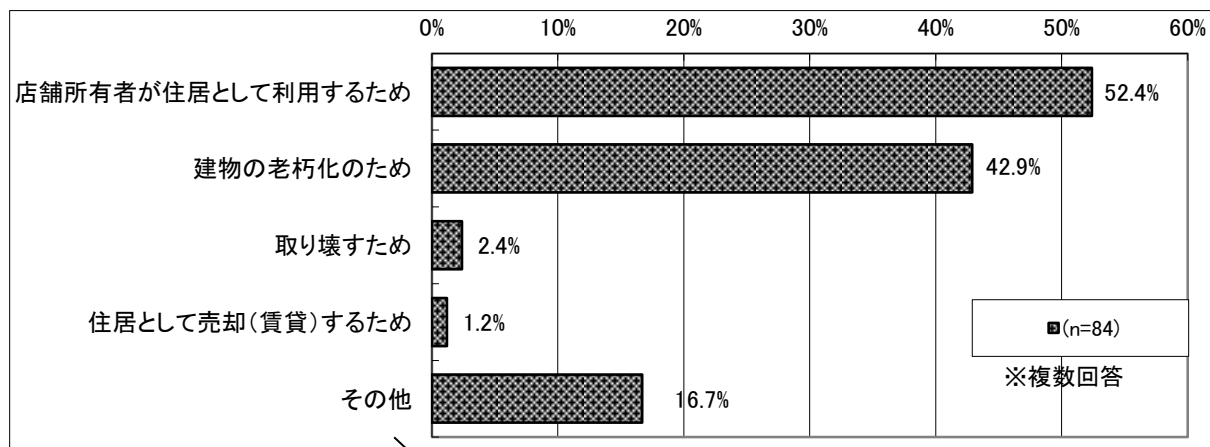
③ 空き店舗の活用意向

「業種を問わず出店者を募集、誘致」（42.0%）が最も多く、次いで「考えていない」（33.0%）、「不足業種について出店者を募集、誘致」（21.6%）となっている。



(8) 空き店舗として利用するつもりがない理由

店舗として利用するつもりのない店舗が1店舗以上ある84商店街において、空き店舗として利用するつもりがない理由として「店舗所有者が住居として利用するため」(52.4%)が最も多く、次いで「建物の老朽化のため」(42.9%)が多なっている。



回答内容(抜粋)

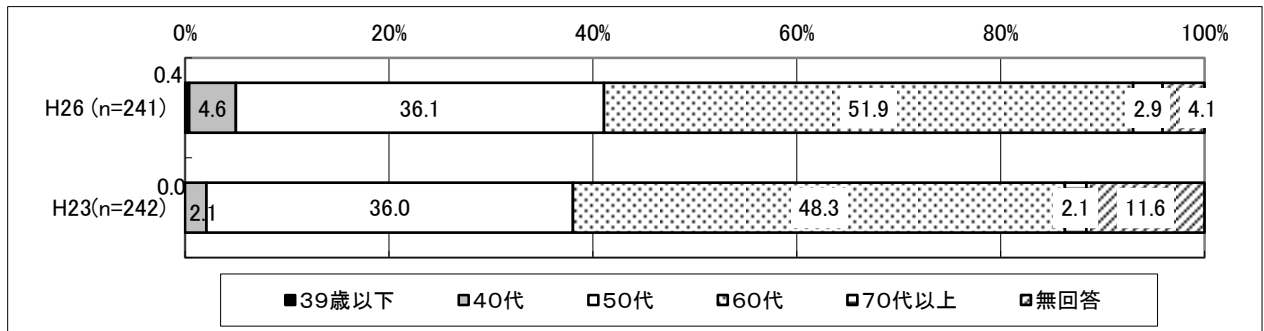
- ・所有者の高齢化により貸す気がない
- ・店舗の所有者が不明

4 後継者の状況

後継者の状況は、商店街組織の会員の店舗について調査した。

(1) 店主の平均年齢

「60代」(51.9%) が前回よりも 3.6 ポイント増加し、最も多い割合となっている。
40 代以下の割合は 5 % と、前回よりも 2.9 ポイント増加している。

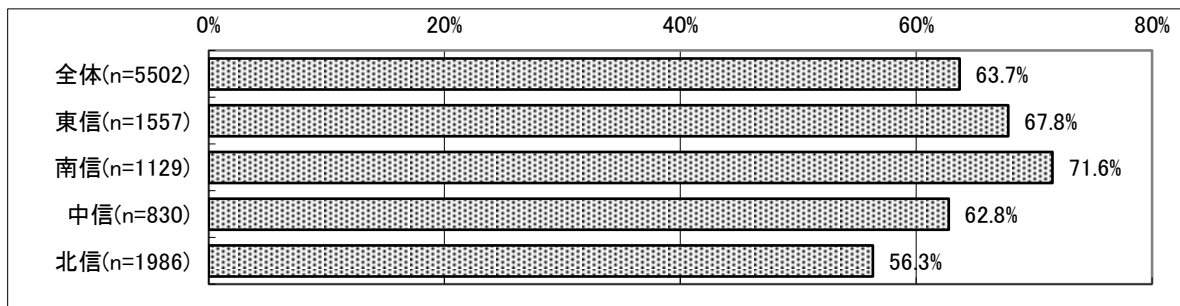


(2) 後継者不在店舗率

集計対象とした 186 商店街における、後継者不在店舗率は、63.7%と前回の 62.6%よりも 1.1 ポイント増加している。

| | H26 | H23 |
|----------|-------|-------|
| 後継者不在店舗率 | 63.7% | 62.6% |

地域別でみると、「南信」(71.6%)、「東信」(67.8%) が他の地域と比較し高くなっている。

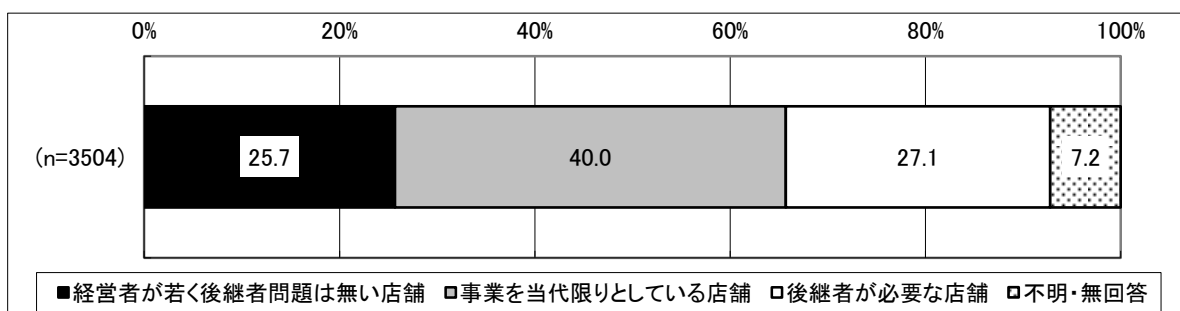


※集計対象：調査票〔2〕Q1で、「①後継者のいる店舗」「②後継者のいない店舗」ともに回答があった
186 商店街

後継者不在店舗率＝後継者不在会員店舗数÷186 商店街の会員店舗数＝3,504÷5,502×100 ≒63.7%

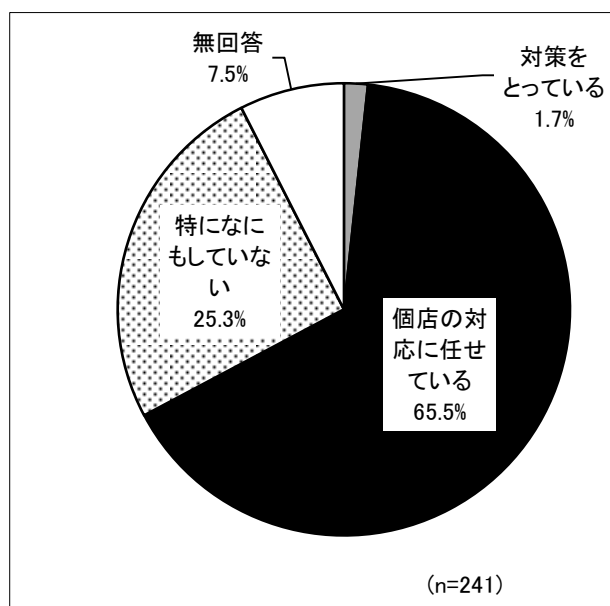
(3) 後継者不在店舗状況別内訳

後継者不在店舗の状況については、「事業を当代限りとしている店舗」(40.0%) が最も多く、
次いで「後継者が必要な店舗」(27.1%)、「経営者が若く後継者問題は無い店舗」(25.7%) と
なっている。

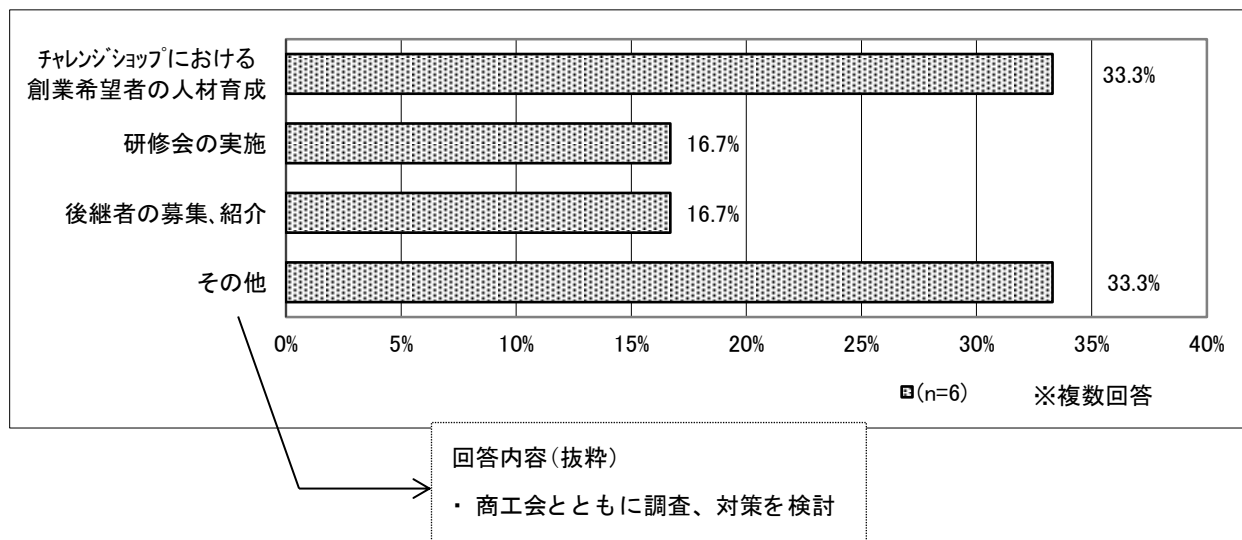


(4) 後継者不在店舗の事業承継対策

「個店の対応に任せている」(65.5%) が最も多く、次いで「特に何もしていない」(25.3%)、「対策をとっている」(1.7%) となっている。

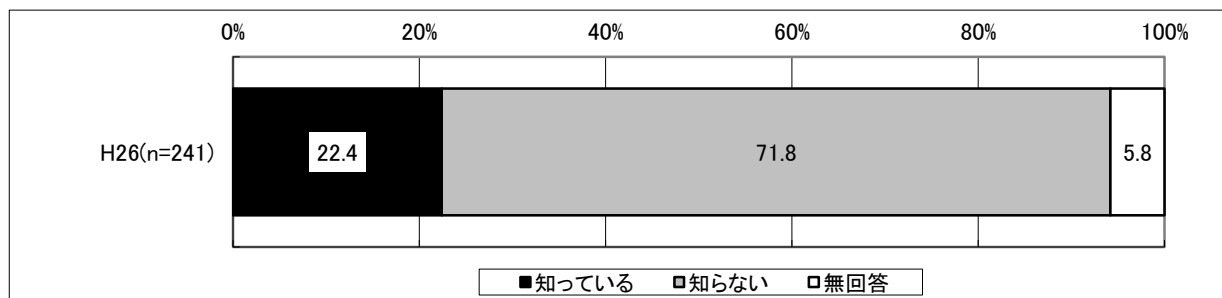


「対策をとっている」と回答した4商店街における具体的な対策としては、「チャレンジショップにおける創業希望者の人材育成」(33.3%) が最も高くなっている。



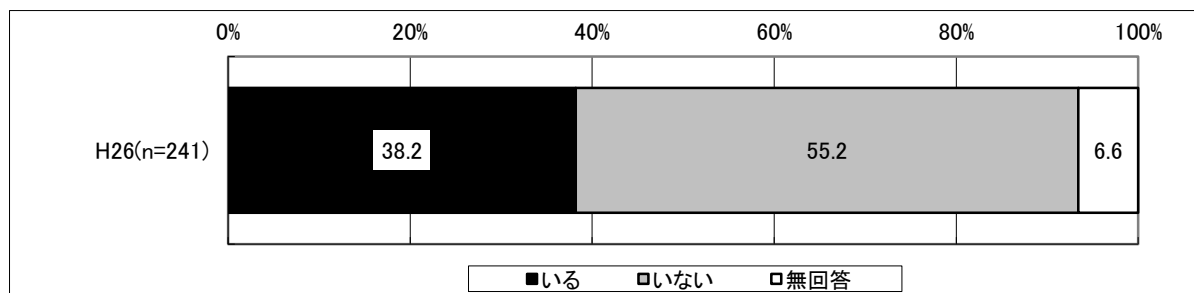
(5) 長野県事業引継ぎ支援センターの認知度について

平成 26 年 2 月に長野市に開設された長野県事業引継ぎ支援センター（公的相談機関）の認知度は、22.4%であった。



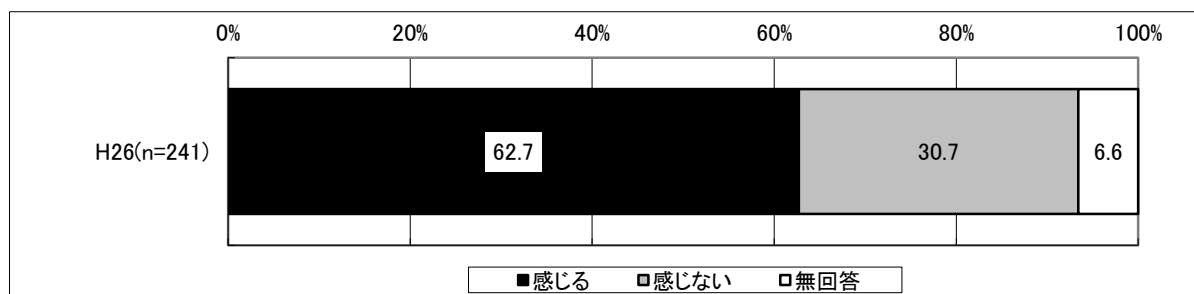
(6) 次世代の商店街を担うリーダーの存在

「いない」と回答した商店街が 55.2%を占めている。



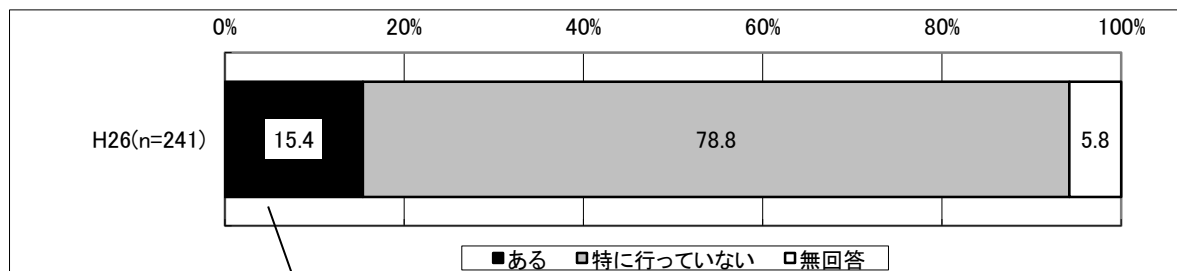
(7) 次世代リーダーの育成の必要性

「感じる」と回答した商店街が 62.7%を占めている。



(8) 次世代リーダー育成のための事業の有無

「特に行っていない」と回答した商店街が 78.8%を占めている。



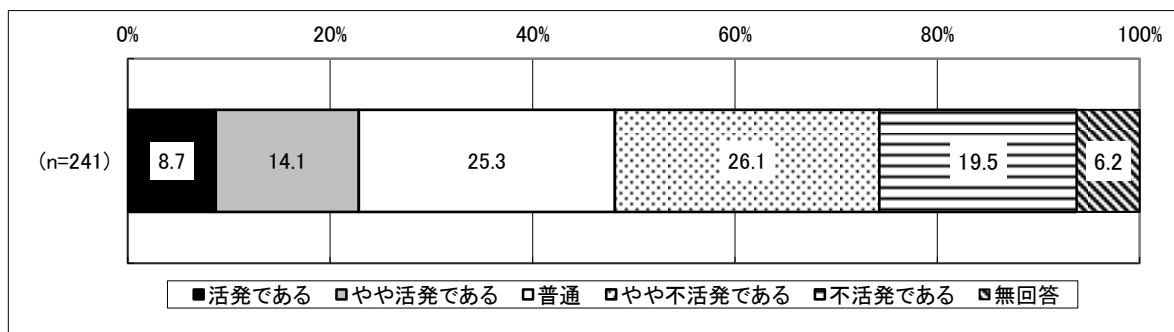
実施している事業等(抜粋)

- ・ 若手も集めたミーティング等の実施
- ・ 若手を役員に選任
- ・ 共同イベントの企画、運営
- ・ 講演会、研修会等の開催

5 商店街の共同活動事業

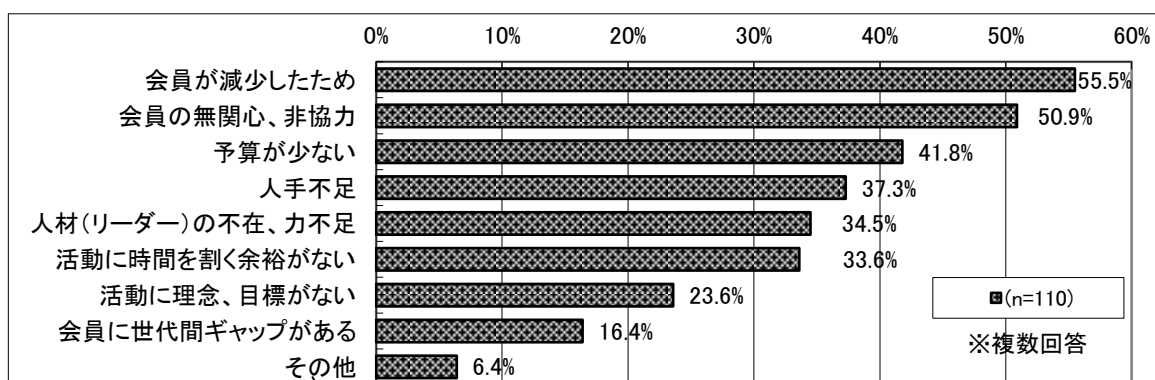
(1) 活動状況

「活発である」「やや活発である」と回答した商店街が 22.8%なのに対し、「不活発である」「やや不活発である」と回答した商店街が 45.6%となっている。



(2) 不活発である理由

「やや不活発である」「不活発である」と回答した 110 商店街において、その理由は「会員が減少したため」(55.5%)、「会員の無関心、非協力」(50.9%)、「予算が少ない」(41.8%)に多くなっている。

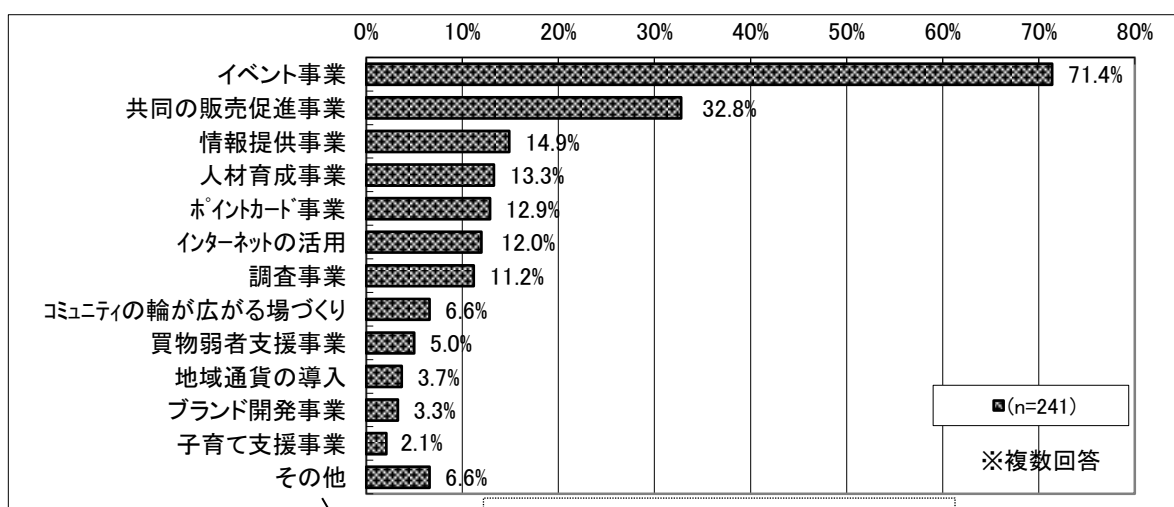


回答内容(抜粋)

・会員に高齢者が多いため

(3) 現在実施している事業及び過去 1 年以内に実施した事業

「イベント事業」(71.4%) が最も多く、「共同の販売促進事業」(32.8%) となっている。



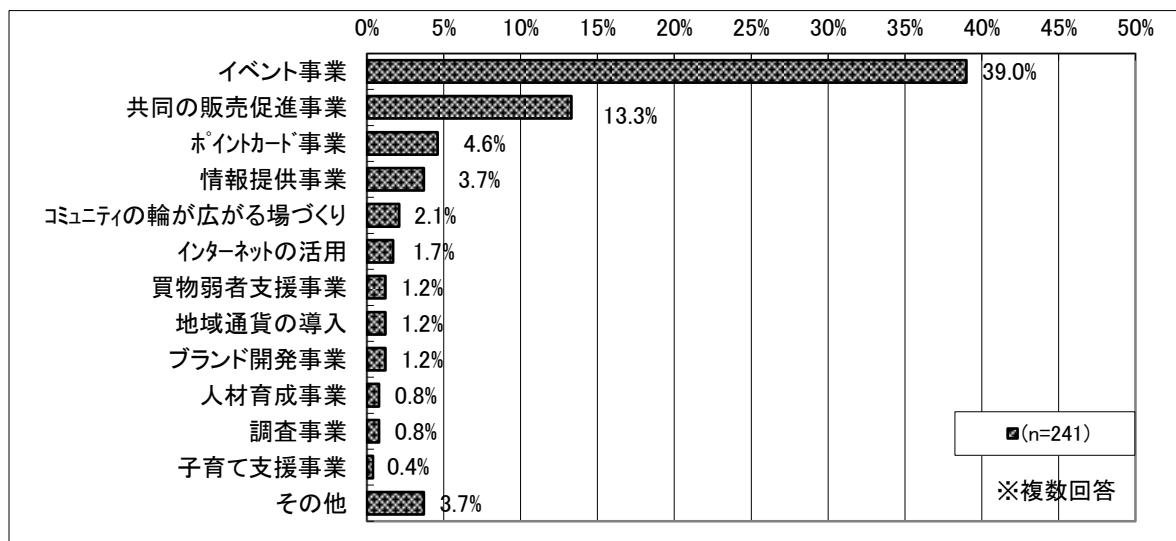
回答内容(抜粋)

・プレミアム付き共通商品券の発行

・エコ事業、美化活動

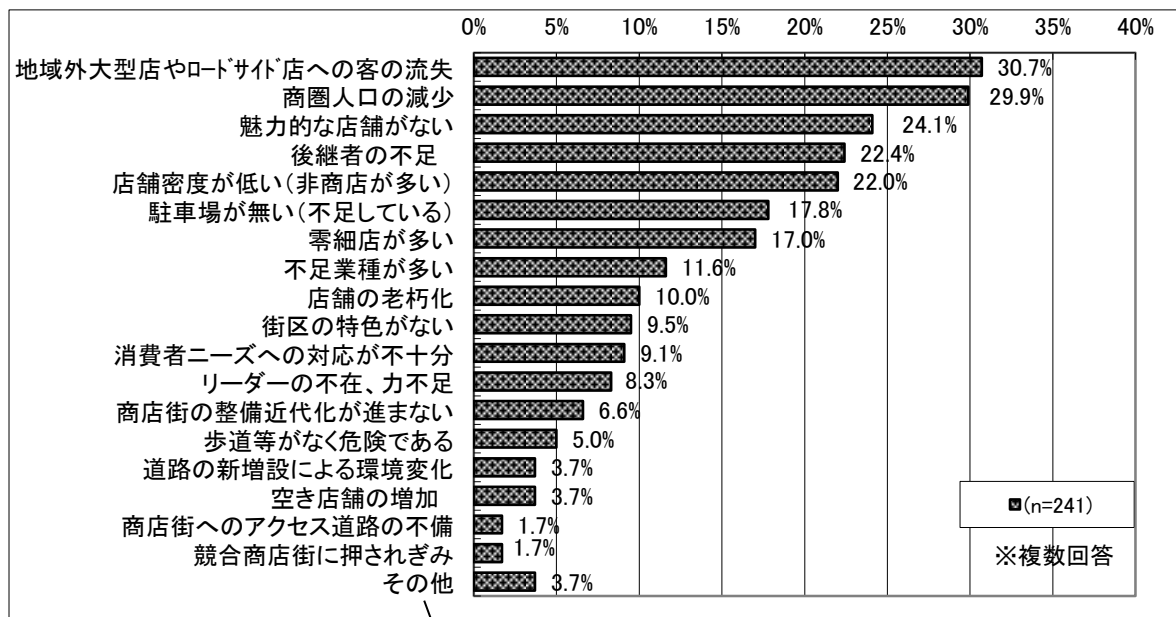
(4) 特に効果のあった事業

特に個店の売上アップ、商店街の継続的なにぎわいの創出に効果があった事業については、「イベント事業」(39.0%)が最も多く、次いで「共同の販売促進事業」(13.3%)となっている。



(5) 直面している課題

「地域外大型店やロードサイド店への客の流失」(30.7%)が最も多く、次いで「商圈人口の減少」(29.9%)、「魅力的な店舗がない」(24.1%)となっている。

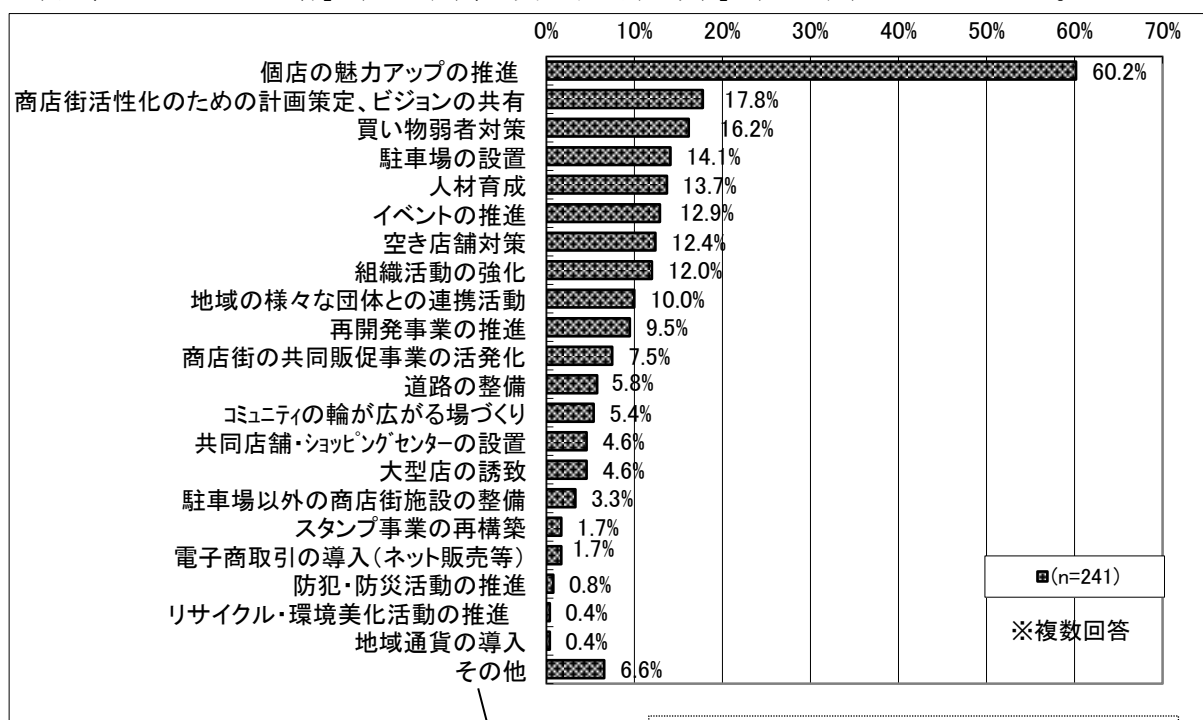


回答内容(抜粋)

- ・ 情報化対応の遅れ
- ・ 銀行、公共施設等の流出や不足

（６）魅力的な商店街となるために必要なもの

「個店の魅力アップの推進」(60.2%) が最も多く、次いで「商店街活性化のための計画策定、ビジョンの共有」(17.8%)、「買い物弱者対策」(16.2%) となっている。



回答内容(抜粋)

- ・ 物販店(生鮮三品販売)の出店
- ・ 個性的な店舗の誘致
- ・ 周辺の商店街の活性化
- ・ 会員店舗数の増加
- ・ 後継者
- ・ 居住人口の増加

（７）今後の商店街活動

「現状維持」(48.1%) が最も多く、次いで「新規事業の展開や事業拡張に積極的に取り組む」(27.0%)、「今後商店街としての活動は行わず、やる気のある個店ごとに行う」(14.5%) となっている。

