

令和 6 年度  
長野県商店街実態調査報告書

令和 7 年（2025 年）3 月

長野県産業労働部



I	調査実施概要	1
1	調査の概要	1
2	本書の利用にあたって	3
	(1) 主な用語の説明	3
	(2) その他	3
II	調査結果 1 (商店街アンケート調査)	4
1	商店街の概況	4
	(1) 商店街の概要	4
	(2) 店舗数の変動	8
2	商店街の景況	9
	(1) 景況感	9
	(2) 景況感の推移	9
	(3) 景況の要因	9
	(4) 大型店の進出	10
	(5) 大型店の撤退	11
3	空き店舗の状況	12
	(1) 空き店舗数の増減	12
	(2) 空き店舗率の推移	12
	(3) 地域別空き店舗率	13
	(4) 空き店舗活用の意向	13
	(5) 空き店舗への出店促進のための取組	13
	(6) 空き店舗を減少させるために必要だと思う取組	14
4	後継者の状況	15
	(1) 店主の平均年齢	15
	(2) 後継者不在店舗率	15
	(3) 後継者不在店舗状況別内訳	15
	(4) 後継者不在店舗の事業承継対策	16
	(5) 次世代の商店街を担うリーダーの存在	16
	(6) 次世代リーダーの育成の必要性	16
	(7) 次世代リーダー育成のための事業の有無	17
5	商店街の共同活動事業	18
	(1) 活動状況	18
	(2) 不活発である理由	18
	(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	19
	(4) 特に効果のあった事業	19
	(5) 直面している課題	20
	(6) 魅力的な商店街となるために必要なもの	21
	(7) 今後の商店街活動	21
6	商店街の共用設備、共用施設について	22
	(1) 商店街が有し、維持・管理を行っている共用設備・共用施設の有無	22
	(2) 保有する共用設備・共用施設の内容	22
	(3) 保有する共用設備・共用施設の所有者	22

7	商店街のデジタル化に関する取組について	23
(1)	デジタル化の取組状況	23
(2)	実施している取組	23
(3)	実施していない理由	23
(4)	実施するために必要な支援	24
(5)	デジタル通貨の導入状況	24
(6)	導入しているデジタル通貨の種類	24
(7)	デジタル通貨の導入効果	25
(8)	デジタル通貨を導入していない理由	25
(9)	デジタル通貨導入に必要な支援	25
Ⅲ	調査結果2（市町村アンケート調査）	26
1	中心市街地（中心商店街）の状況	26
(1)	中心市街地（中心商店街）の状況	26
(2)	繁栄している要因	26
(3)	衰退により発生している現象	26
2	今後の中心市街地（中心商店街）活性化のために必要な取組	27
3	今後の中心市街地（中心部）活性化において商店街が担うべき役割	28
4	市町村で実施している支援	28

## 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) 調査の種類及び調査対象

調査の種類	調 査 対 象
① 商店街アンケート調査	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167商店街（任意団体を含む。）
② 市町村アンケート調査	県内77市町村の商業振興担当課

#### (3) 調査方法

- ① 調査票を各商店街に郵送配布・郵送回収又はながの電子申請サービスにて回答
- ② 電子メールにて各市町村に照会

#### (4) 調査基準日

令和6年（2024年）7月1日（調査期間：令和6年6月から令和6年12月まで）

#### (5) 調査機関

長野県産業労働部

#### (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

#### (7) 商店街アンケートの調査票回収率

調査票発送数（A）	283
回収数（B）	228
回収数のうち、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商店街	167
回収率（B/A）	80.6%

※本調査の対象となる商店街が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	37	飯山市	5	木曽町	4
松本市	17	茅野市	5	野沢温泉村	1
上田市	14	塩尻市	1	信濃町	2
岡谷市	6	佐久市	17	飯綱町	2
飯田市	9	千曲市	3	栄村	1
諏訪市	6	東御市	1		
須坂市	3	安曇野市	3		
小諸市	7	軽井沢町	1		
伊那市	2	立科町	1		
駒ヶ根市	4	下諏訪町	3		
中野市	5	泰阜村	1		
大町市	5	上松町	1		
				全 体	167

#### <地域別内訳>

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／ 軽井沢町／立科町 (6 市町)	41	24.6
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／泰阜村 (8 市町村)	36	21.6
中 信	松本市／大町市／塩尻市／安曇野市／ 上松町／木曽町 (6 市町)	31	18.6
北 信	長野市／須坂市／中野市／飯山市／千曲市／ 野沢温泉村／信濃町／飯綱町／栄村 (9 市町村)	59	35.3
合 計	(29 市町村)	167	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

#### ③ 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

### (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（商店街アンケート調査）

1 商店街の概況

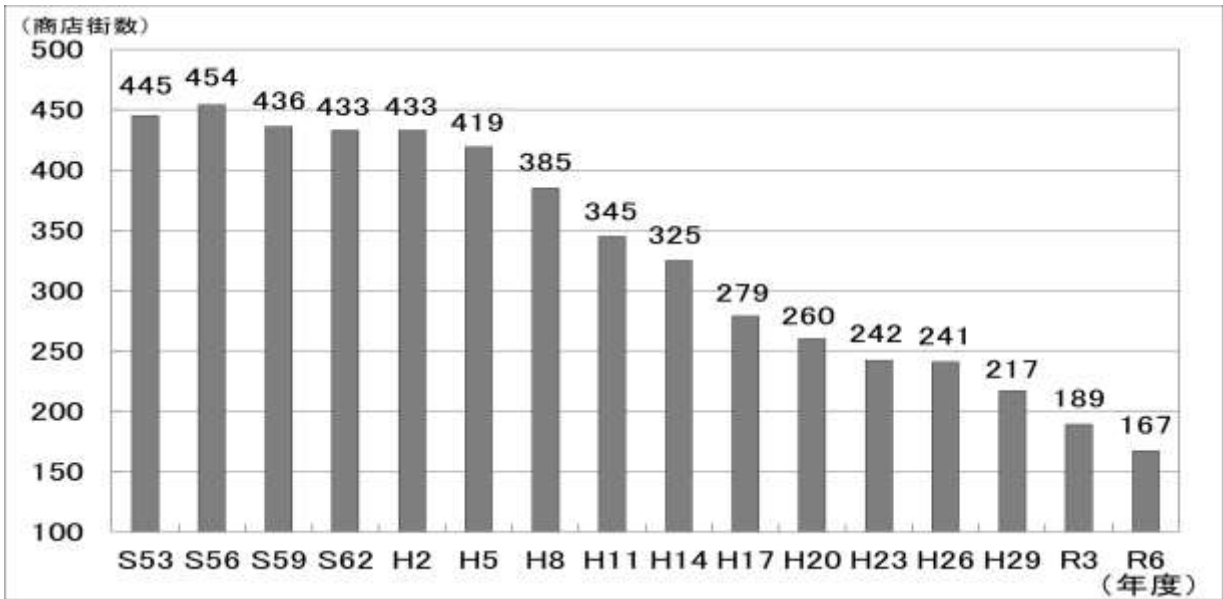
（1）商店街の概要

① 商店街数・組織形態・立地場所

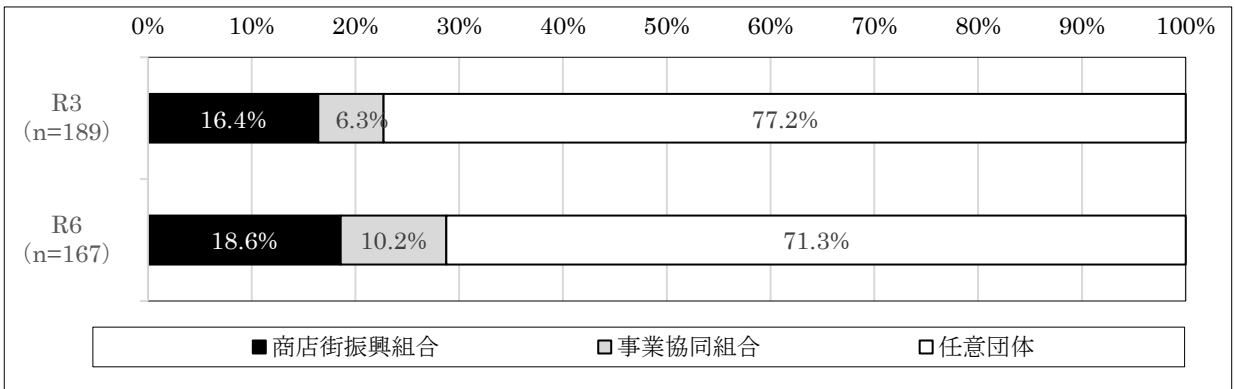
商店街数は、昭和 56 年をピークに減少傾向にあり、前回調査に比べ、22 商店街減の 167 商店街となった。

組織形態は、「任意団体」（71.3%）が最も多く、立地場所は、中心商業地域（38.9%）が最も多い。

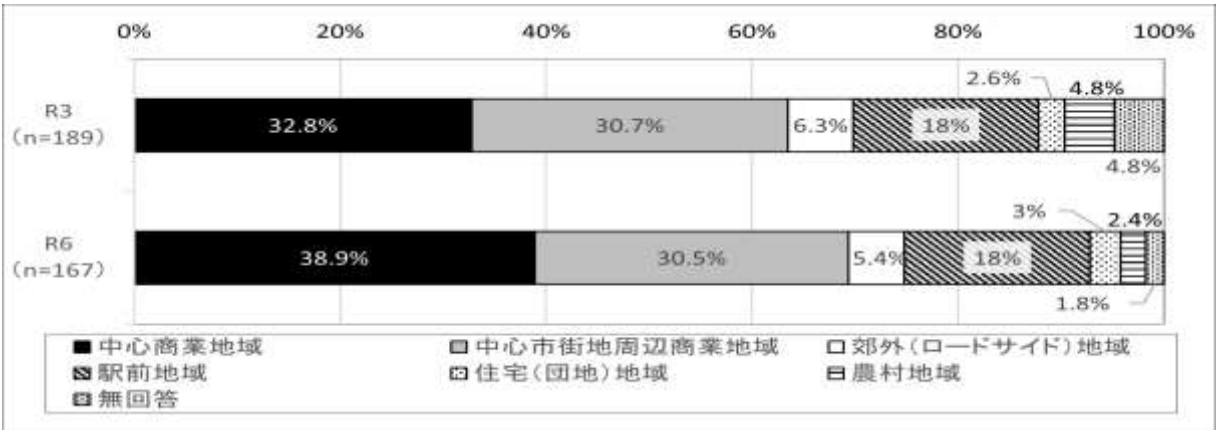
【商店街数の推移】



【組織形態】

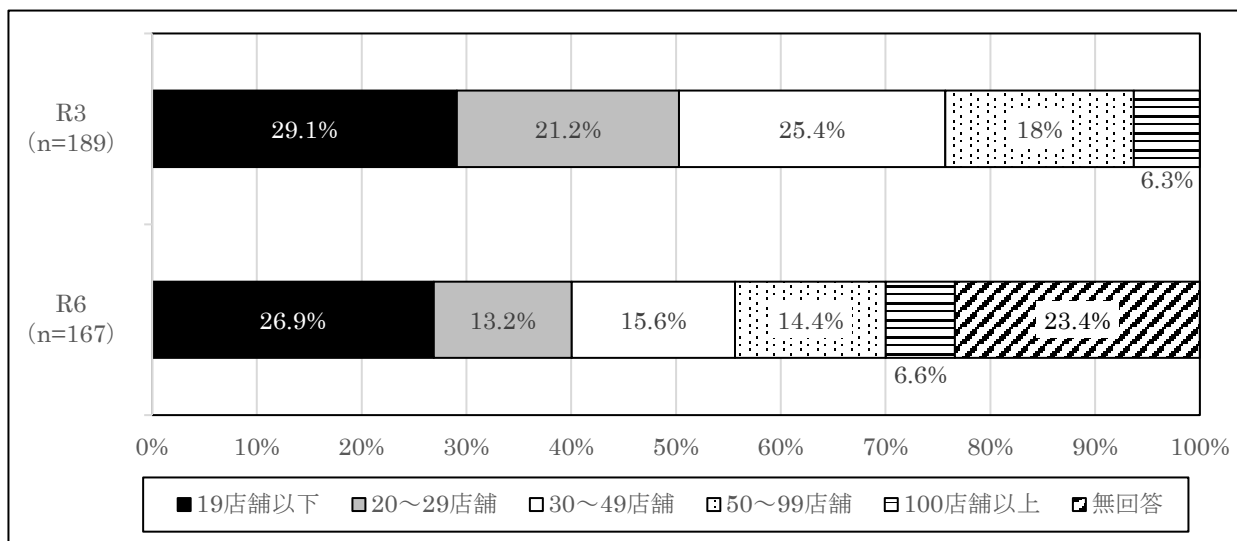


【立地場所】



## ② 商店街の規模（店舗数）

「19 店舗以下」（26.9％）の規模の商店街の割合が前回調査と同様に最も多くなった。



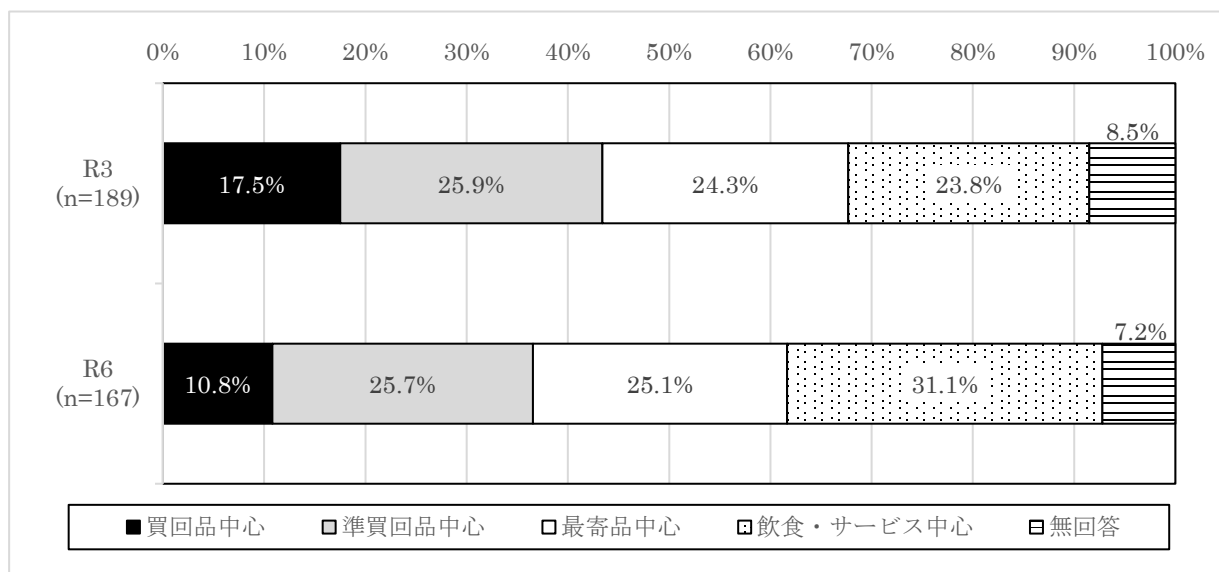
（参考）前回調査時（R3）との比較

	R6	R3	増減
商店街数	167	189	▲ 22
店舗数(空き店舗を除く)	5,116	7,367	▲ 2,251
1商店街辺りの平均店舗数	※40.3	39.0	+1.3

※無回答の 40 商店街を除く 127 で除した数値

## ③ 商店街の性格

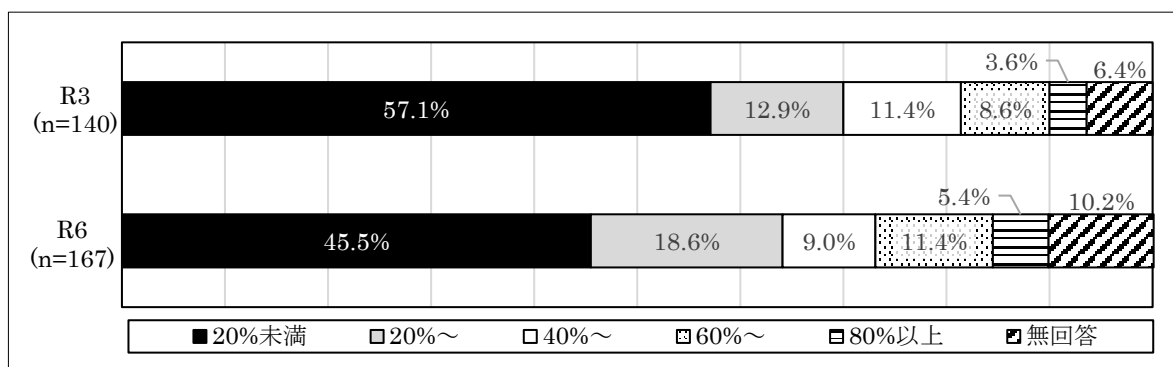
「準買回品」（25.7％）の割合が前回調査に比べ 0.2 ポイントとほぼ変動がなかったのに対し、「飲食・サービス」（31.1％）の割合が 7.3 ポイントと大きく増加し、最も多くなった。



#### ④ 店舗の構成

【テナントの割合】※テナント・・・建物の一部または全部を賃借して出店している店舗

「20%未満」(45.5%) が最も多く、64.1%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に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 109 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 5.9%であり、全国（10.6%）よりも 4.7 ポイント下回っている。

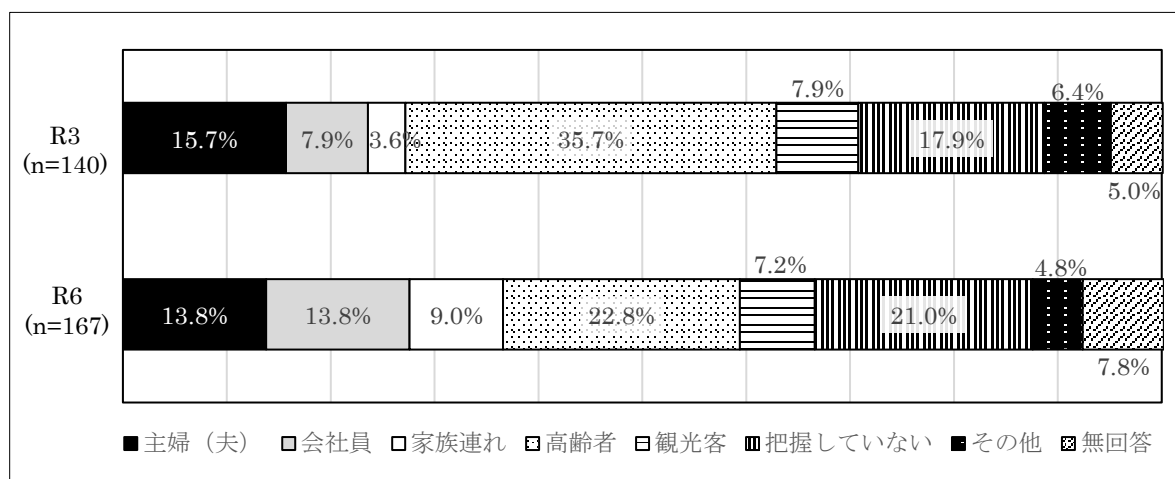
	チェーン店舗率
長野県 (n=109)	5.9%
全国 (n=4,536)	10.6%

(全国数値：中小企業庁「令和3年度商店街実態調査報告書」)

#### ⑤ 顧客

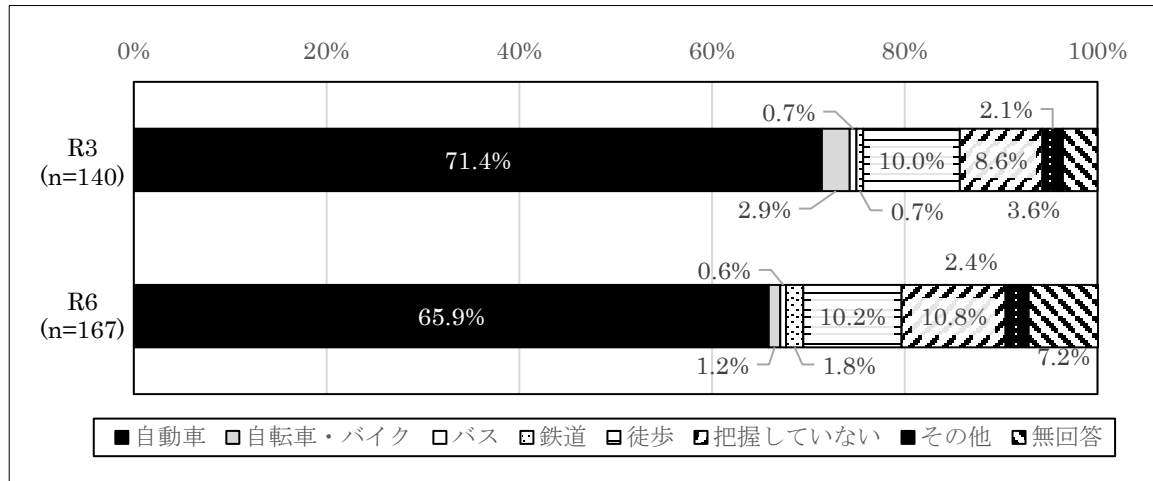
【最も多い顧客層】

「高齢者」(22.8%) が最も多く、次いで、「把握していない」(21.0%)、「主婦(夫)」「会社員」(13.8%) となっている。



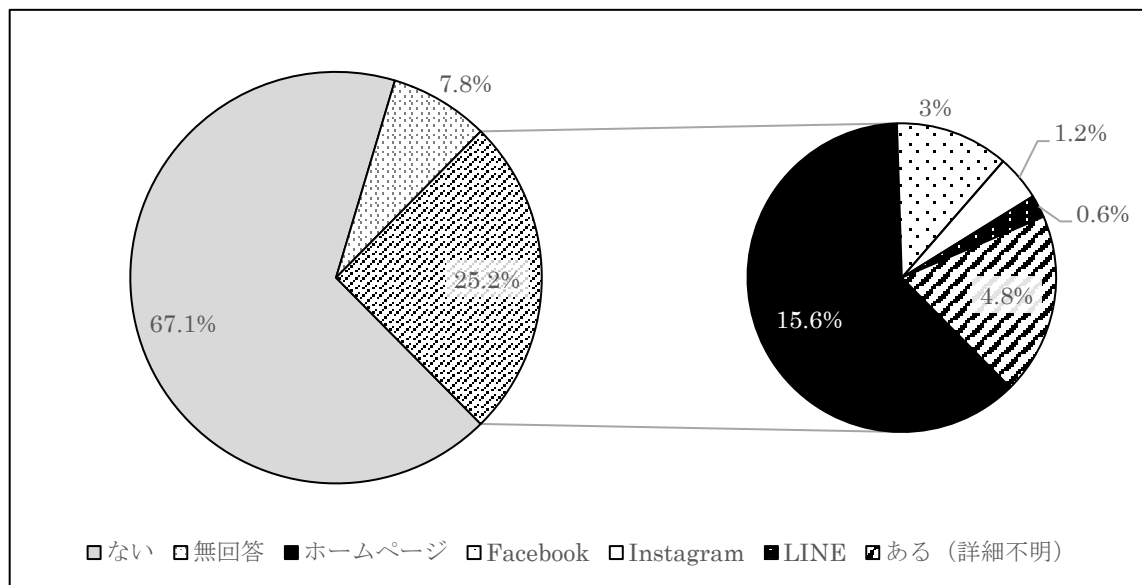
## 【交通手段】

「自動車」(65.9%) が最も多く、次いで「徒歩」(10.2%) となっている。



## ⑥ 公式ホームページ（facebook 等 SNS 含む）の有無

「ない」が67.1%と前回調査に比べ7ポイント減少している。「ある」と回答した42商店街のうち、「ホームページ」(15.6%)が最も多くなっている。

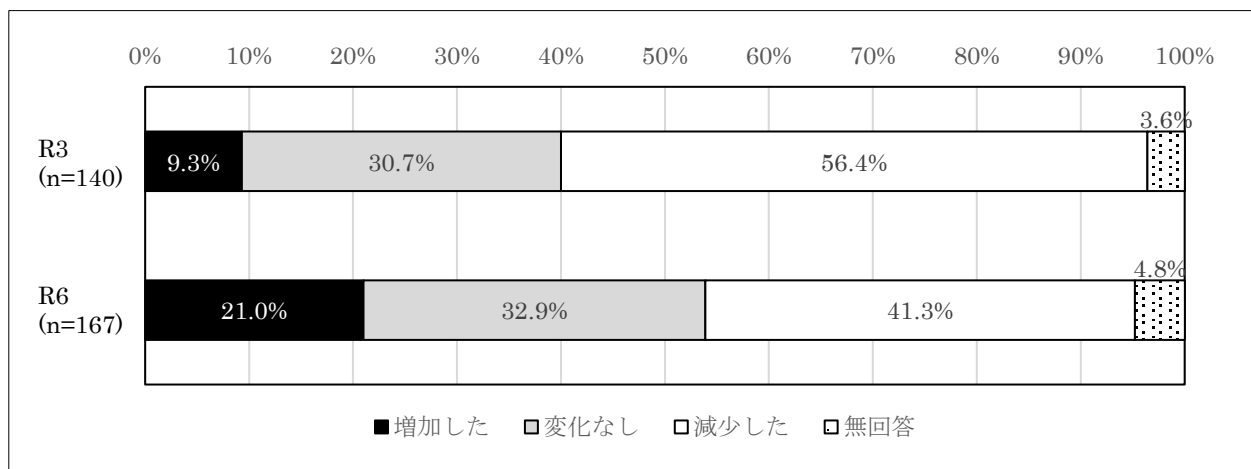


年度	ある	ない	無回答
R3	24.9%	74.1%	1.1%
R6	25.1%	67.1%	7.8%

## (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41.3%と前回調査より15.1ポイント減少し、「増加した」と回答した商店街は21.0%と11.7ポイントの増加となった。



### ② 開業率、廃業率

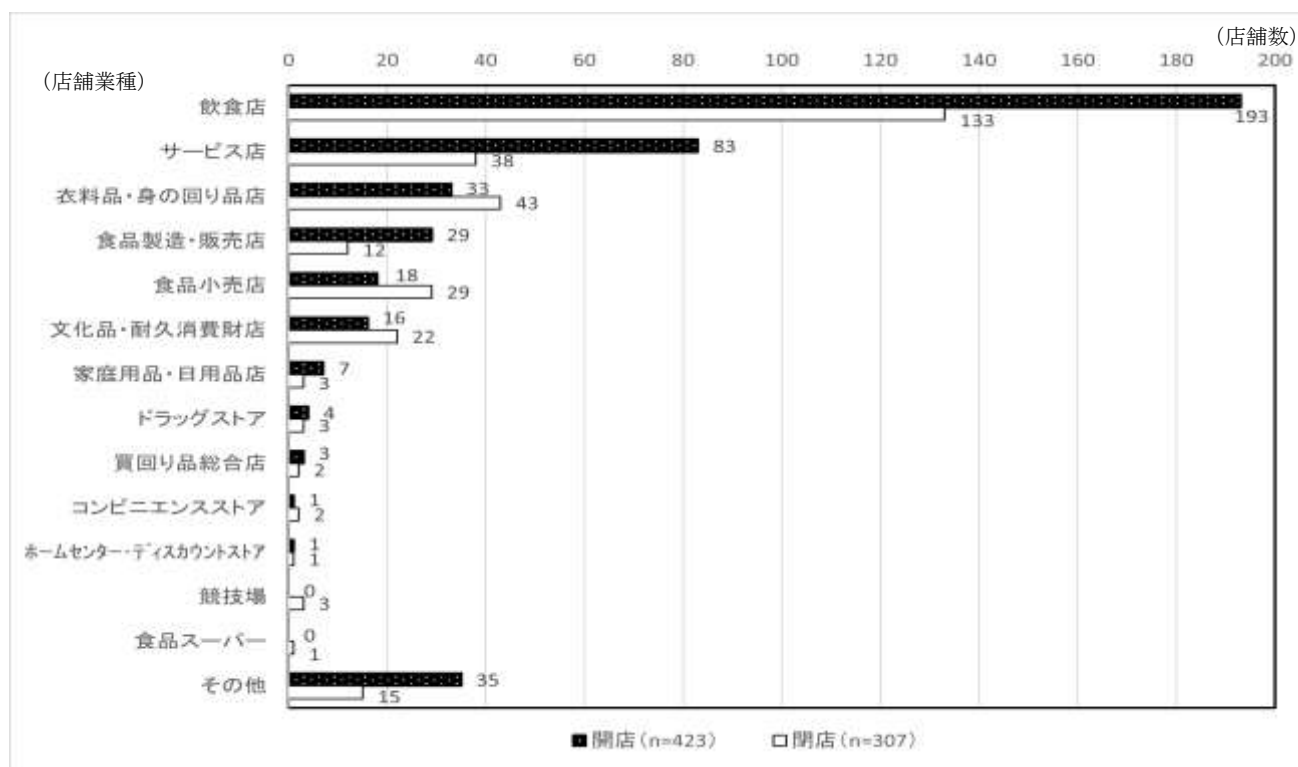
出店数及び閉店数ともに回答が得られた167商店街の過去3年間の出店（閉店）数について集計した。

開業率	8.5% (423 店舗)
廃業率	6.1% (307 店舗)

(注) 開業（廃業）率＝過去3年間の出店（閉店）数÷（167商店街の店舗総数(5,116)－出店数＋閉店数)

#### 【開店、閉店店舗数業種内訳】

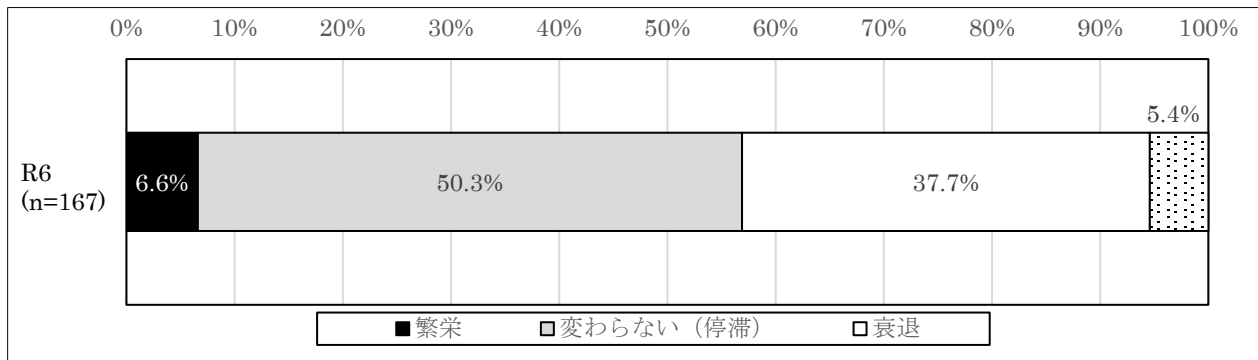
出店数が閉店数を上回った業種は、飲食店（+60）、サービス店（+45）、食品製造・販売店（+17）、家庭用品・日用品店（+4）、ドラッグストア（+1）、買回り品総合店（+1）、その他（+20）の7業種となった。



## 2 商店街の景況

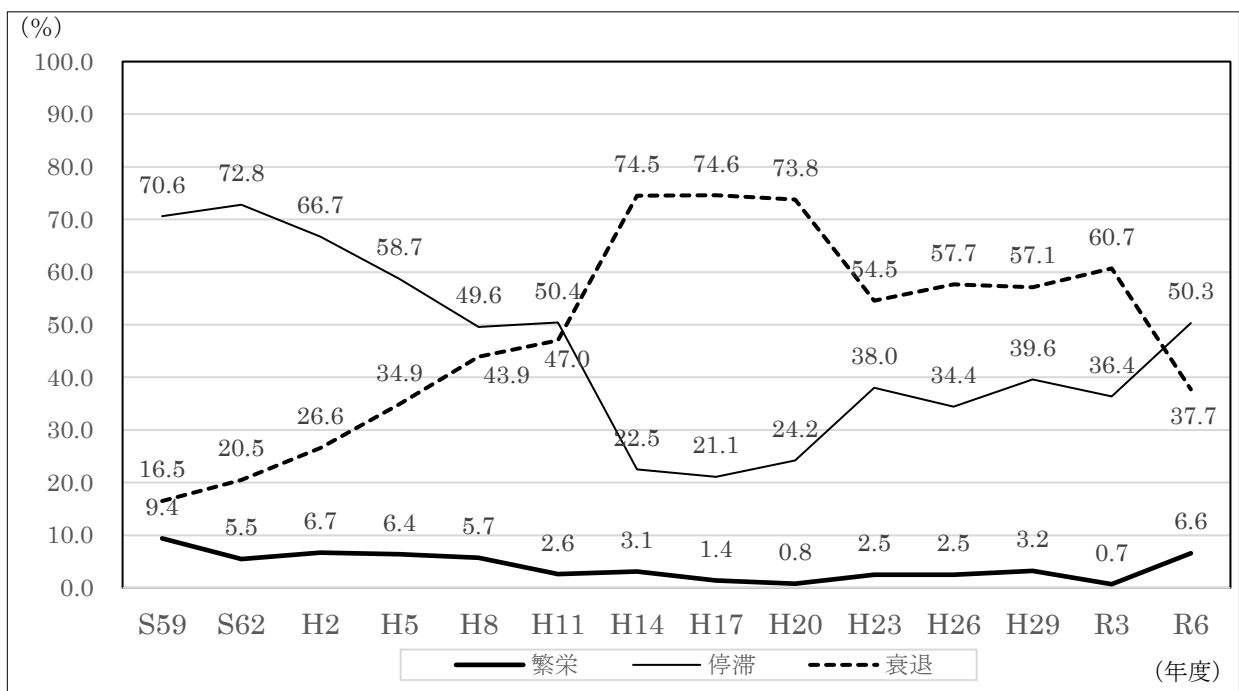
### (1) 景況感

前回調査と比べ「変わらない（停滞）」（50.3%）が 13.9 ポイント増加し、最も多くなった。



### (2) 景況感の推移

「繁栄」（6.6%）と回答した商店街の割合は前回調査から 5.9 ポイント上昇した。「変わらない（停滞）」（50.3%）と回答した商店街の割合は 13.9 ポイント上昇し、「衰退」（37.7%）と回答した商店街の割合は 23.0 ポイント下降している。



（注）設間に対して無回答の商店街の比率はグラフに示していないため、各年度の「繁栄」「停滞」「衰退」の比率の合計は 100%にならない

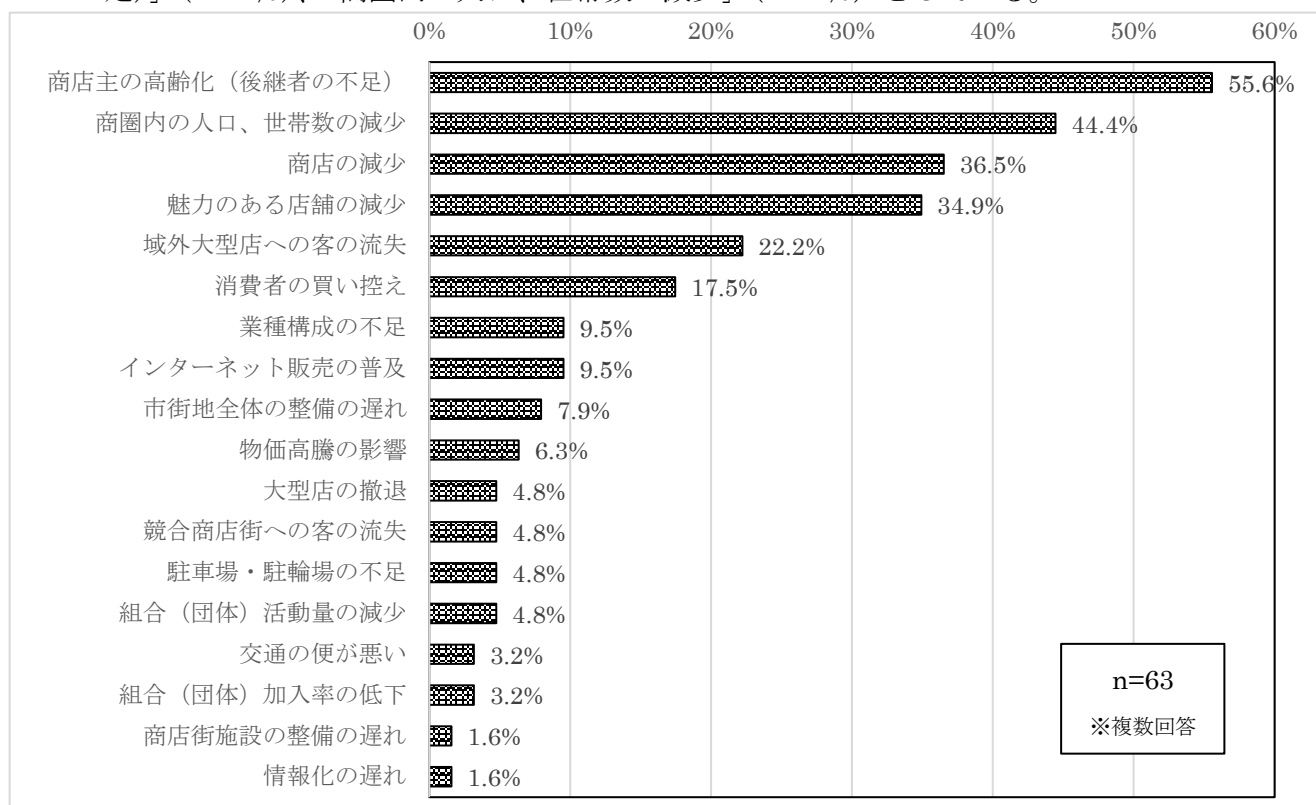
### (3) 景況の要因

#### 【繁栄している要因】

景況を「繁栄」と回答した 11 商店街では、その主な要因を、「市街地全体の整備改善」、「魅力ある店舗の増加」、「交通の便がいい」としている。また、「商圈内の人口、世帯数の増加」、「大型店の進出」、「共同販促事業の成果」等も要因としてあげられている。

### 【衰退している要因】

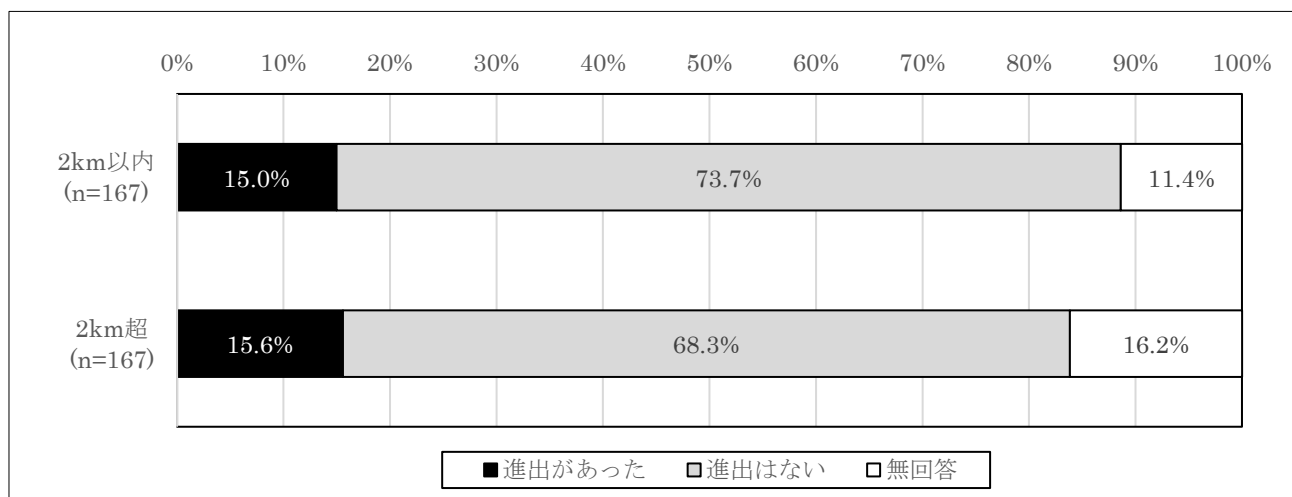
景況を「衰退」と回答した 63 商店街では、その主な要因を、「店主の高齢化（後継者の不足）」（55.6%）、「商圏内の人口、世帯数の減少」（44.4%）としている。



### （４）大型店の進出

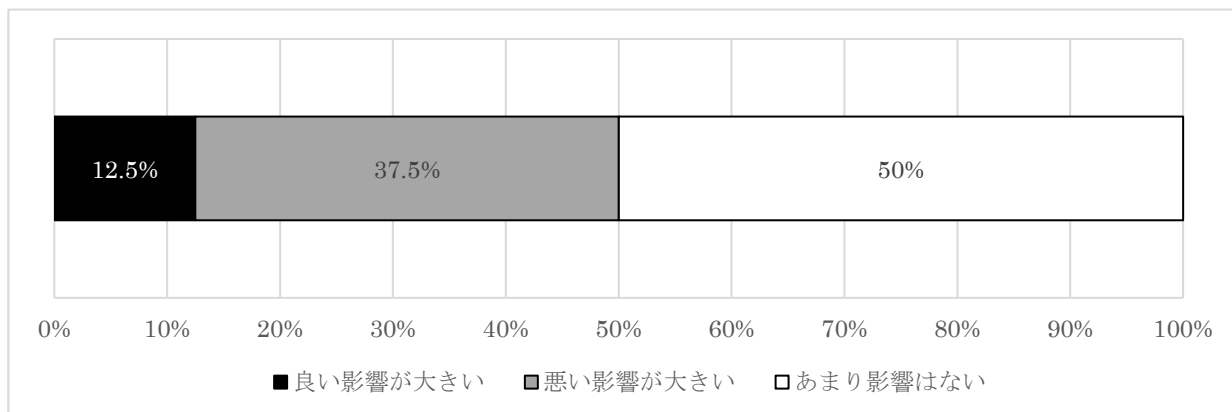
#### ① 大型店進出の有無

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 25 商店街（15.0%）、2km 超で 26 商店街（15.6%）となっている。



## ② 大型店進出の影響

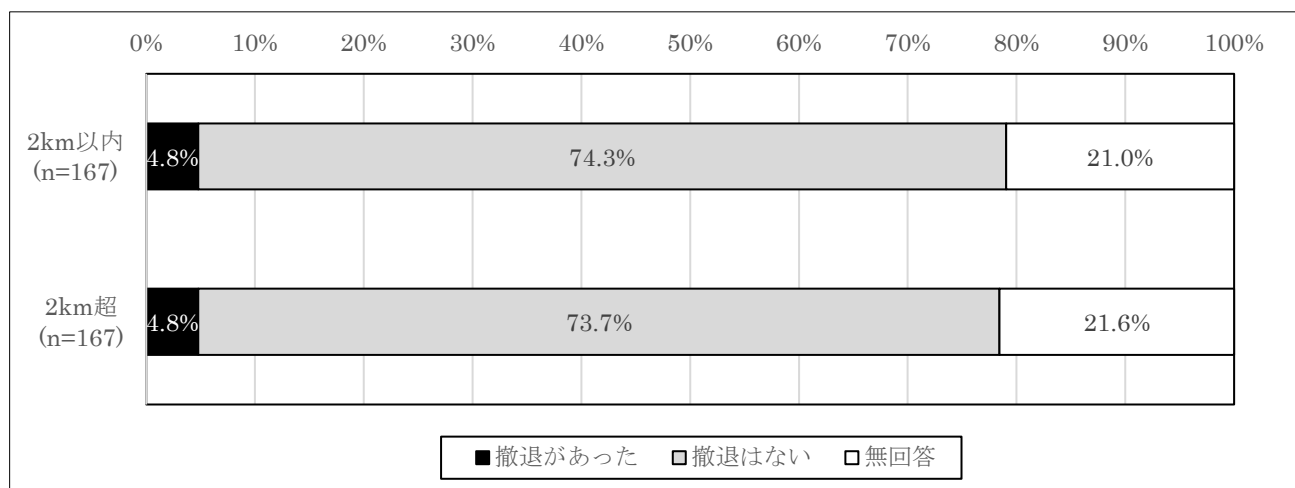
最近3年間で影響を受けている大型店の進出があった40商店街における進出後の影響について、「あまり影響はない」(50.0%)が最も多く、次いで「悪い影響が大きい」(37.5%)、「良い影響が大きい」(12.5%)となっている。



## (5) 大型店の撤退

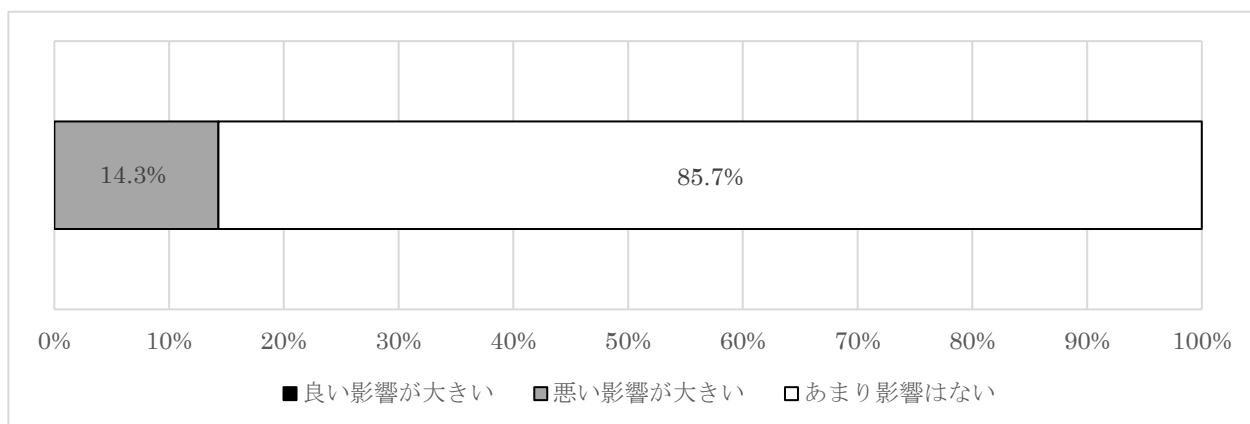
### ① 大型店撤退の有無

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8商店街(4.8%)、2km超で8商店街(4.8%)となっている。



### ③ 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14商店街における撤退後の影響については、「あまり影響はない」(85.7%)との回答が最も多く、次いで「悪い影響が大きい」(14.3%)となった。

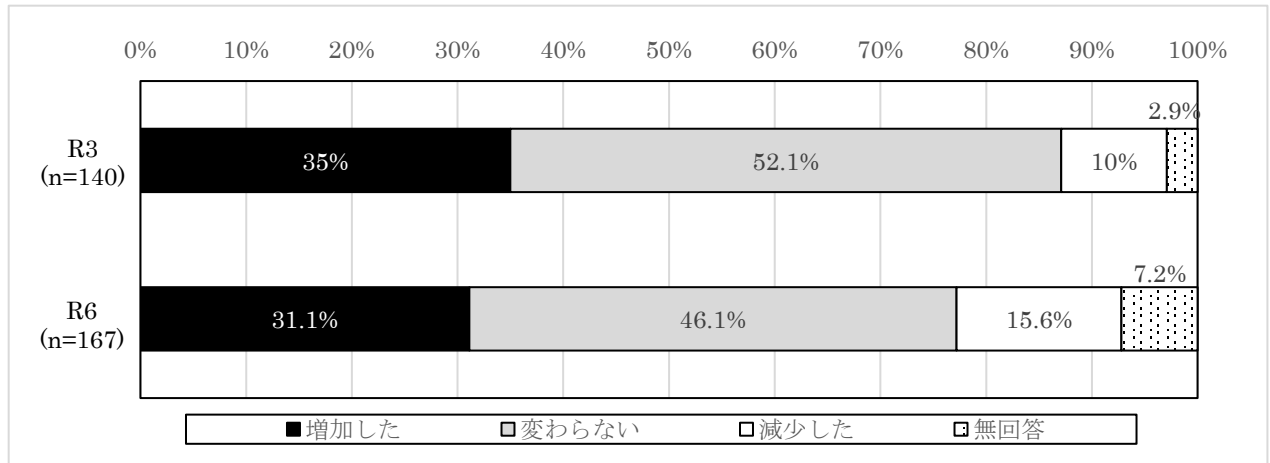


### 3 空き店舗の状況

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りしたもの（建替えを含む）を除く。

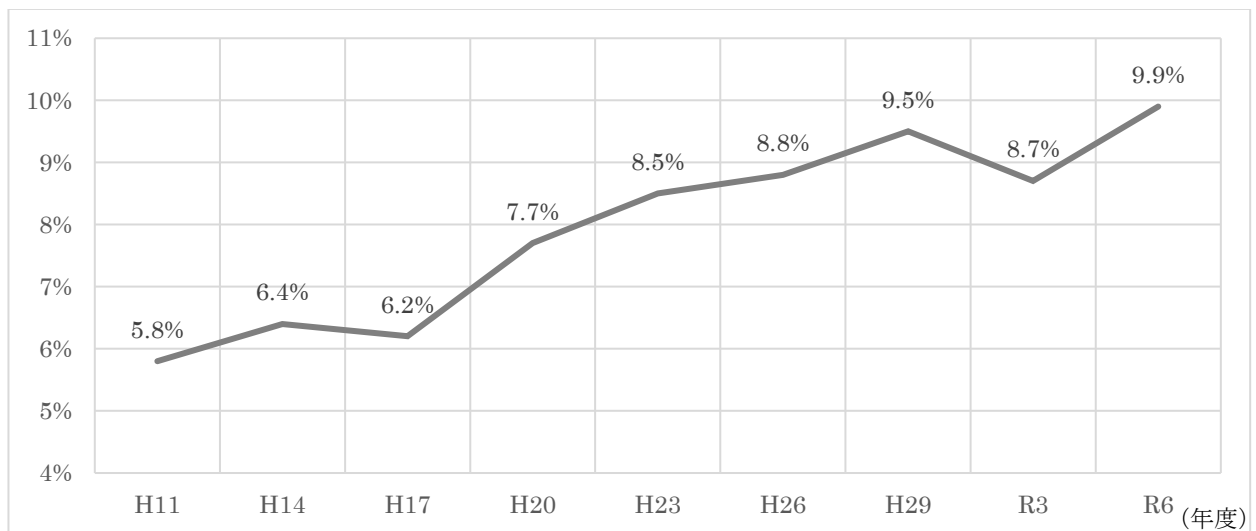
#### （１）空き店舗数の増減

空き店舗数について、3年前と比較して「変わらない」（46.1%）と回答した商店街の割合が最も多く、次いで、「増加した」（31.1%）、「減少した」（15.6%）となっている。



#### （２）空き店舗率の推移

167 商店街における空き店舗率は 9.9%であり、前回に比べ 1.2 ポイント増加している。



※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  

$$= 561 \div (5,116 + 561) \times 100 \approx 9.9\%$$

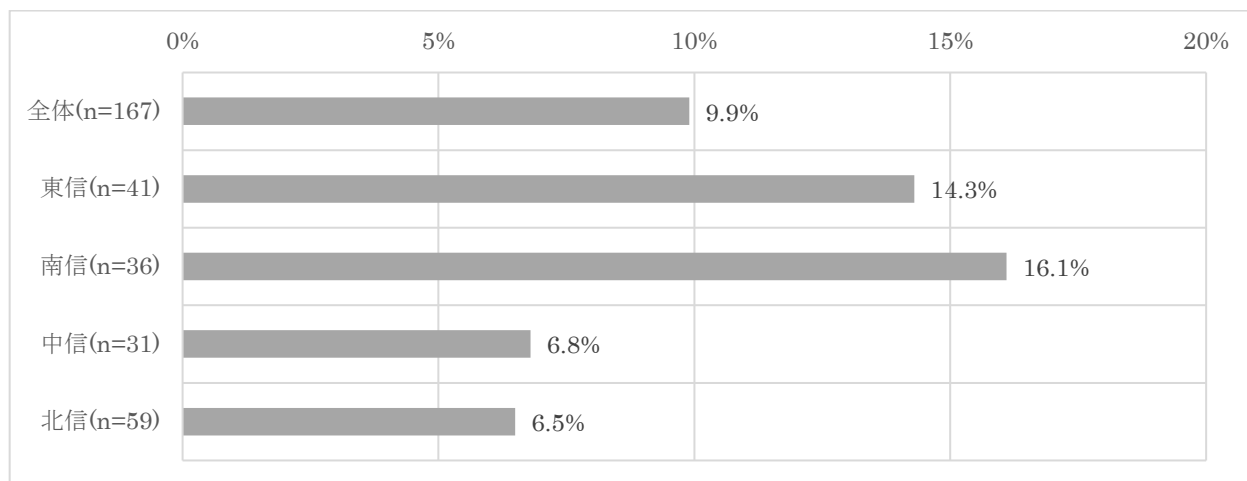
（参考）全国数値との比較

長野県	9.9%
全 国	13.6%

（全国数値：中小企業庁「令和3年度商店街実態調査報告書」）

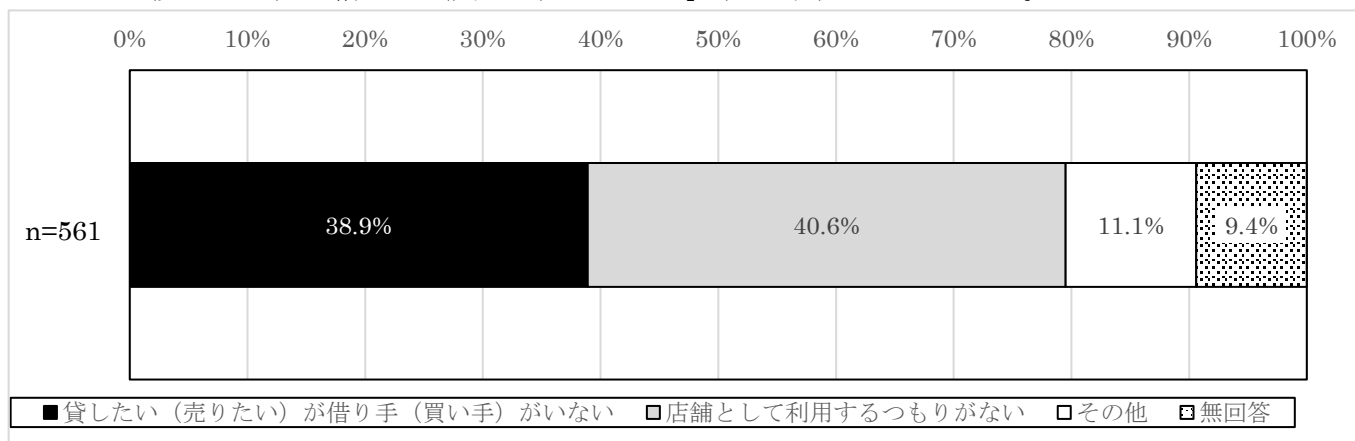
### (3) 地域別空き店舗率

「南信」が16.1%と最も高く、最も低い「北信」(6.5%)と比べると、9.6ポイントの差がある。



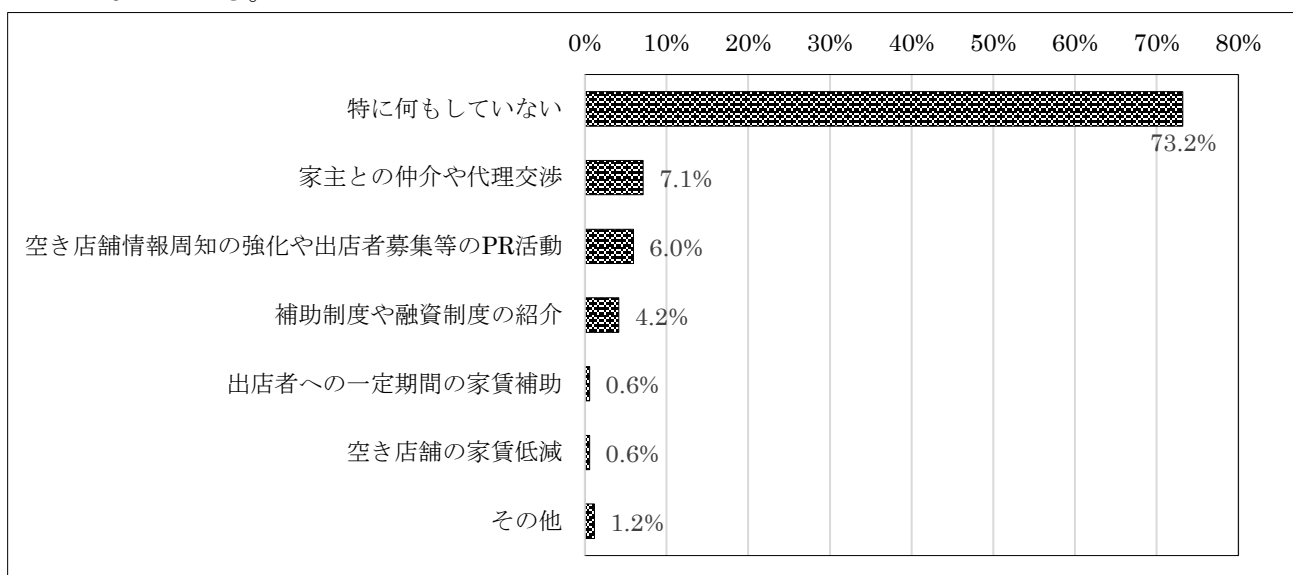
### (4) 空き店舗活用の意向

空き店舗 561 の状態は、「店舗として利用するつもりがない」(40.6%) が最も多く、次いで「貸したい(売りたい)が借り手(買い手)がいない」(38.9%) となっている。



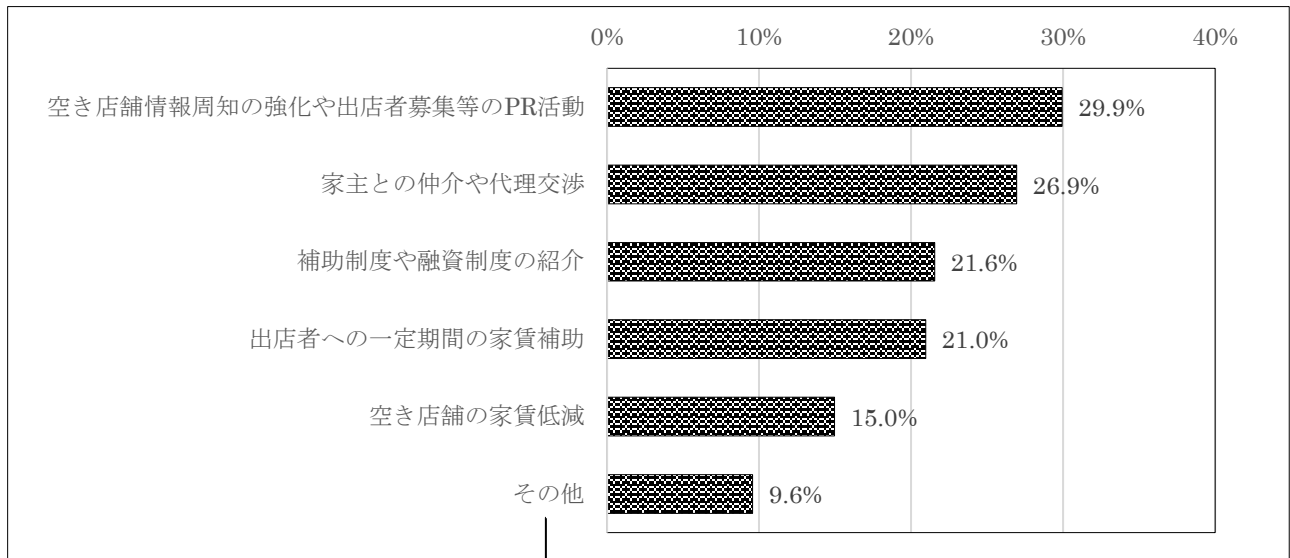
### (5) 空き店舗への出店促進のための取組

「特になにもしていない」(73.2%) が最も多く、次いで「家主との仲介や代理交渉」(7.1%) となっている。



## （６）空き店舗を減少させるために必要だと思う取組

「空き店舗情報周知の強化や出店者募集等のPR活動」（29.9％）が最も多く、次いで「家主との仲介や代理交渉」（26.9％）となっている。



### その他回答内容(抜粋)

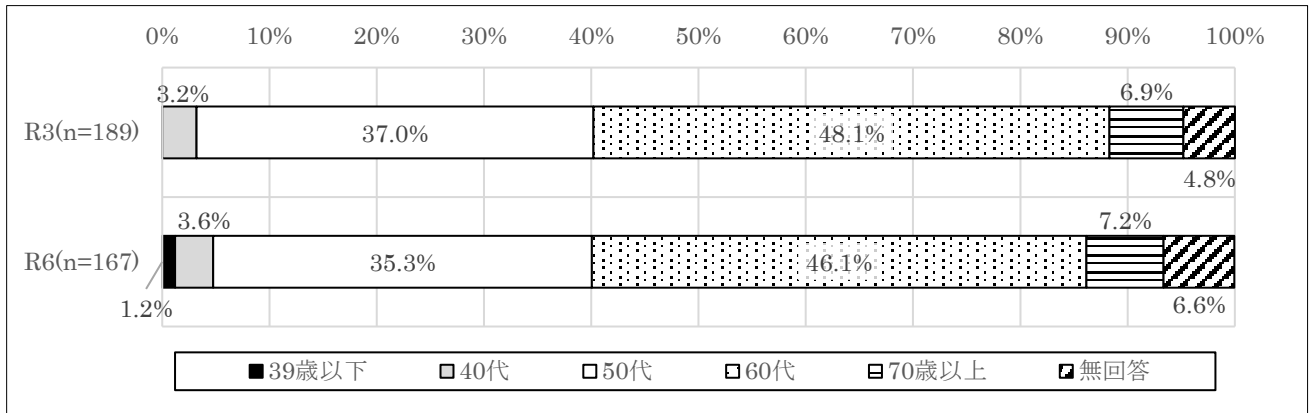
- ・周辺の居住者人口の増加
- ・地域全体の活性化
- ・大家、テナントの条件に応じた対応
- ・商工団体が主体となって取組中
- ・街の魅力を発信する

## 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」(46.1%) が前回よりも 2.0 ポイント減少したものの、最も多い割合となっている。  
40 代以下の割合は 4.8%と、前回調査よりも 1.6 ポイント増加している。

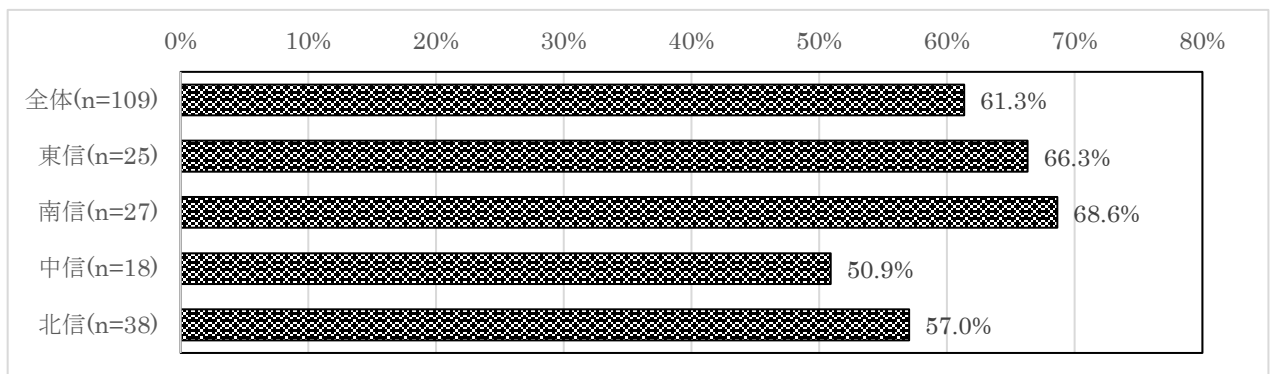


### (2) 後継者不在店舗率

集計対象とした 108 商店街における、後継者不在店舗率は、61.3%と前回の 61.9%よりも 0.6 ポイント減少した。

	R6	R3
後継者不在店舗率	61.3%	61.9%

地域別でみると、「南信」(68.6%) が他の地域と比較し高くなっている。

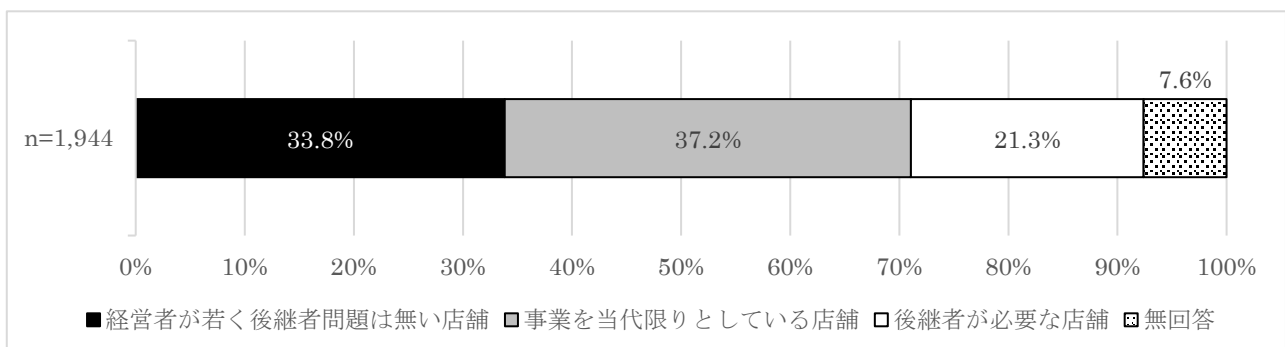


※集計対象：調査票〔2〕Q1で、「①後継者のいる店舗」「②後継者のいない店舗」とともに回答があった 109 商店街

※後継者不在店舗率＝後継者不在会員店舗数÷108 商店街の会員店舗数＝1,944÷3,169×100≒61.3%

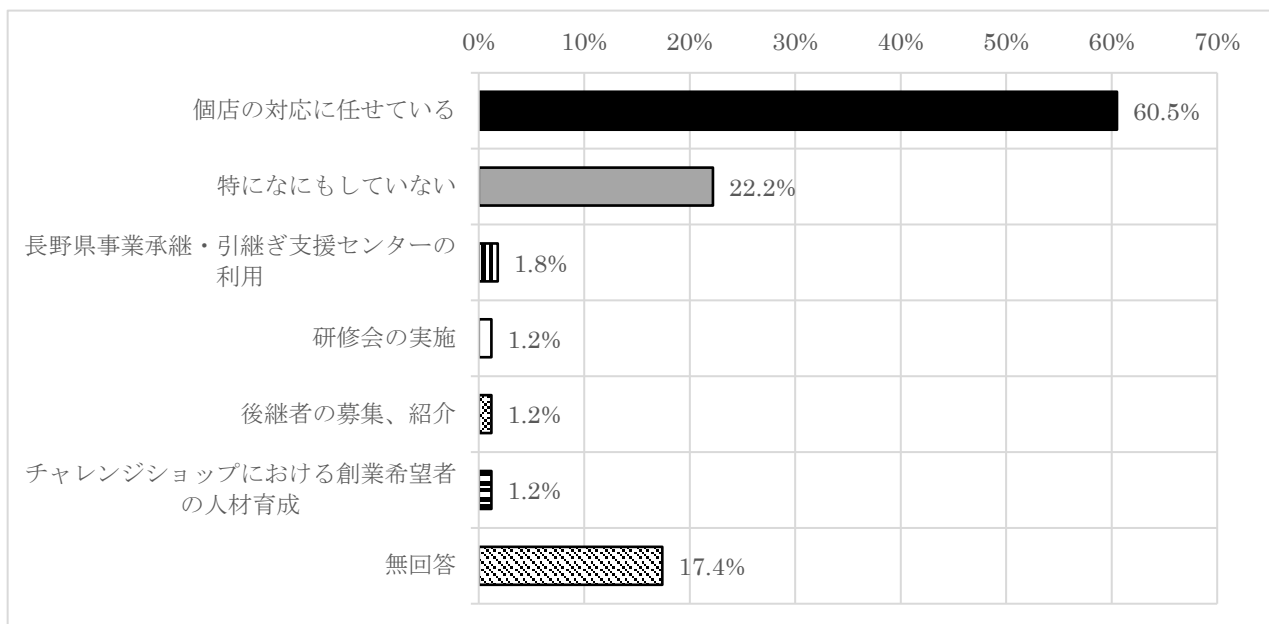
### (3) 後継者不在店舗状況別内訳

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」(37.2%) が最も多く、次いで「経営者が若く後継者問題は無い店舗」(33.8%) となっている。



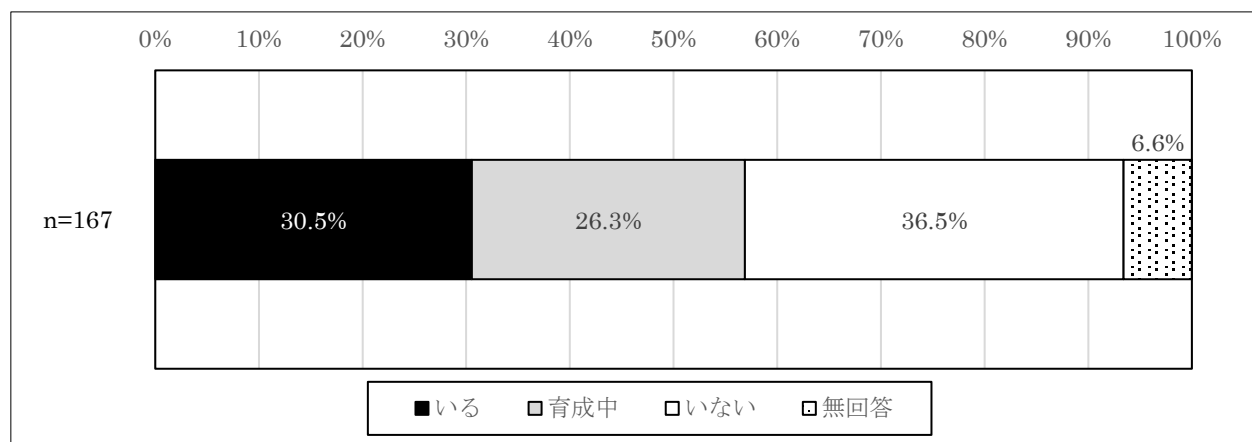
#### （４）後継者不在店舗の事業承継対策

「個店の対応に任せている」（60.5%）が最も多く、次いで「特になにもしていない」（22.2%）となっている。



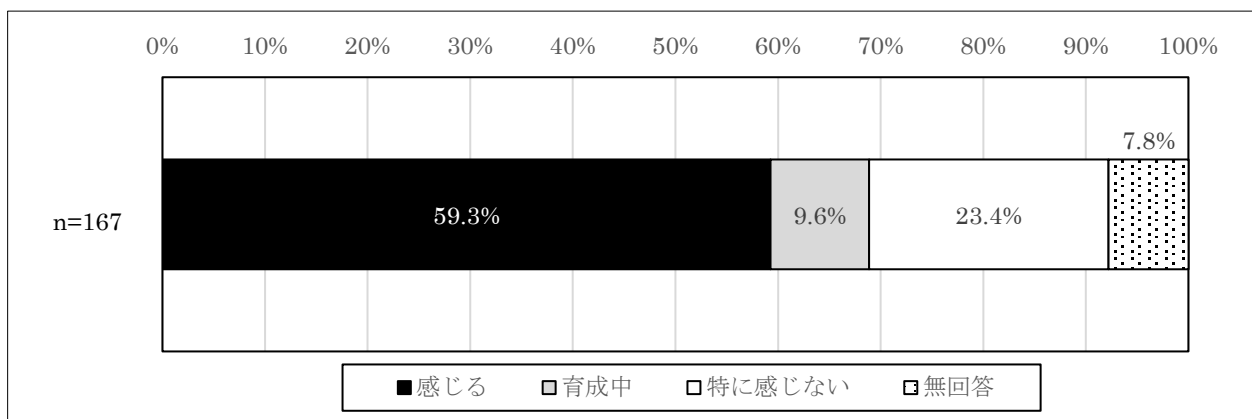
#### （５）次世代の商店街を担うリーダーの存在

「いる」、「育成中」と回答した商店街が 56.8%を占めている。



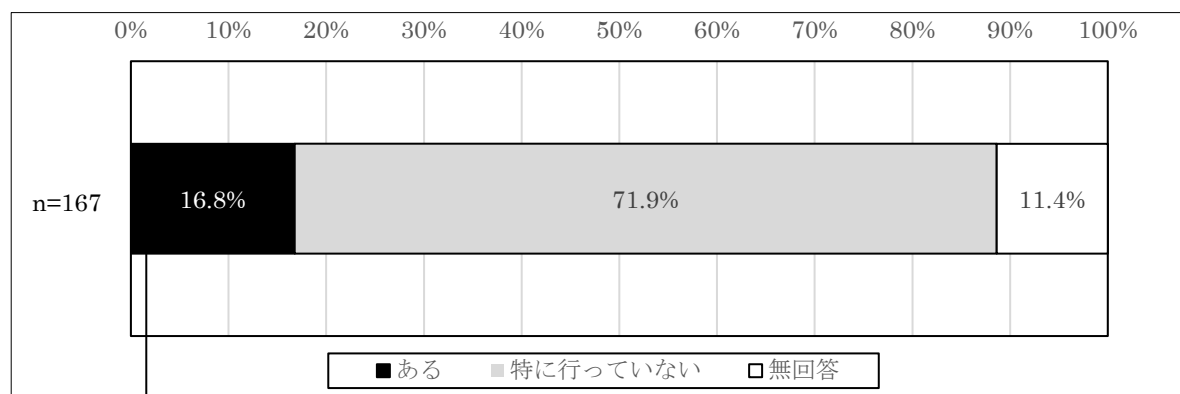
#### （６）次世代リーダーの育成の必要性

「感じる」と回答した商店街が 59.3%を占めている。



## (7) 次世代リーダー育成のための事業の有無

リーダーの必要性を感じつつも、「特に行っていない」と回答した商店街が 71.9%を占めている。



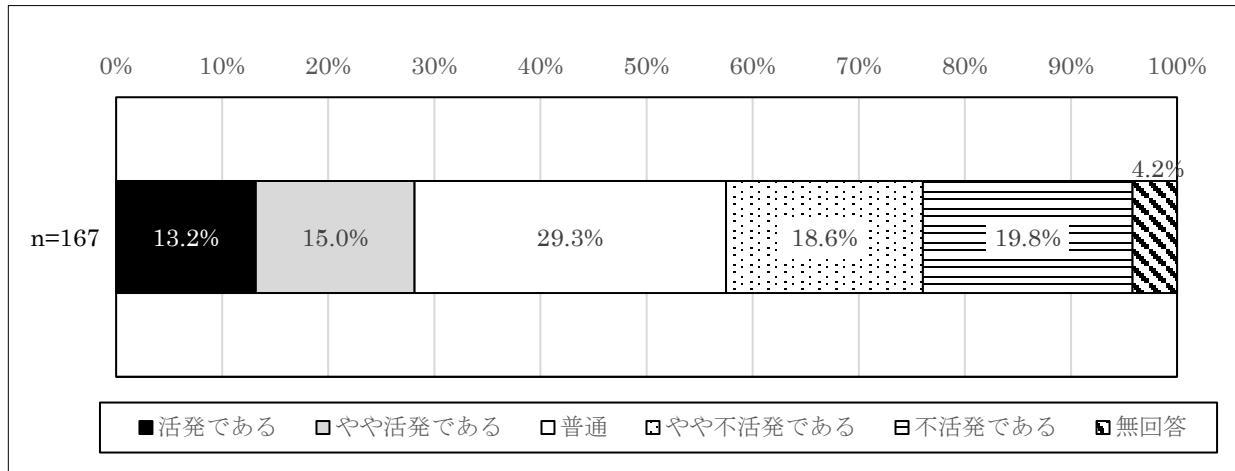
### 回答内容(抜粋)

- ・組織の再編・あり方の模索
- ・お祭りや伝統行事の承継
- ・イベント等への参加勧誘、役の依頼
- ・商店街事業への参画
- ・役職を任せている
- ・ミーティング(月1回の会議の開催等)

## 5 商店街の共同活動事業

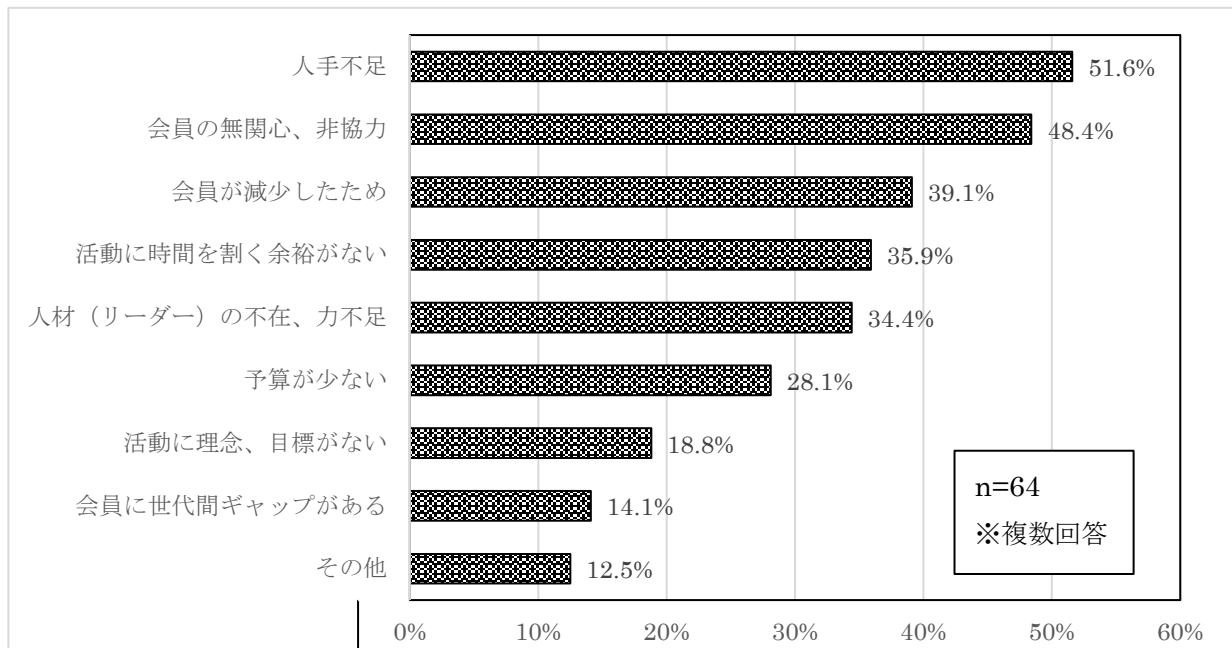
### (1) 活動状況

「活発である」「やや活発である」と回答した商店街が 28.2%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 38.4%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 64 商店街において、その理由は「人手不足」(51.6%) が最も多く前回調査と比べて 16.6 ポイント増加した。次いで「会員の無関心、非協力」(48.4%)、「会員が減少したため」(39.1%) の順に多くなっている。

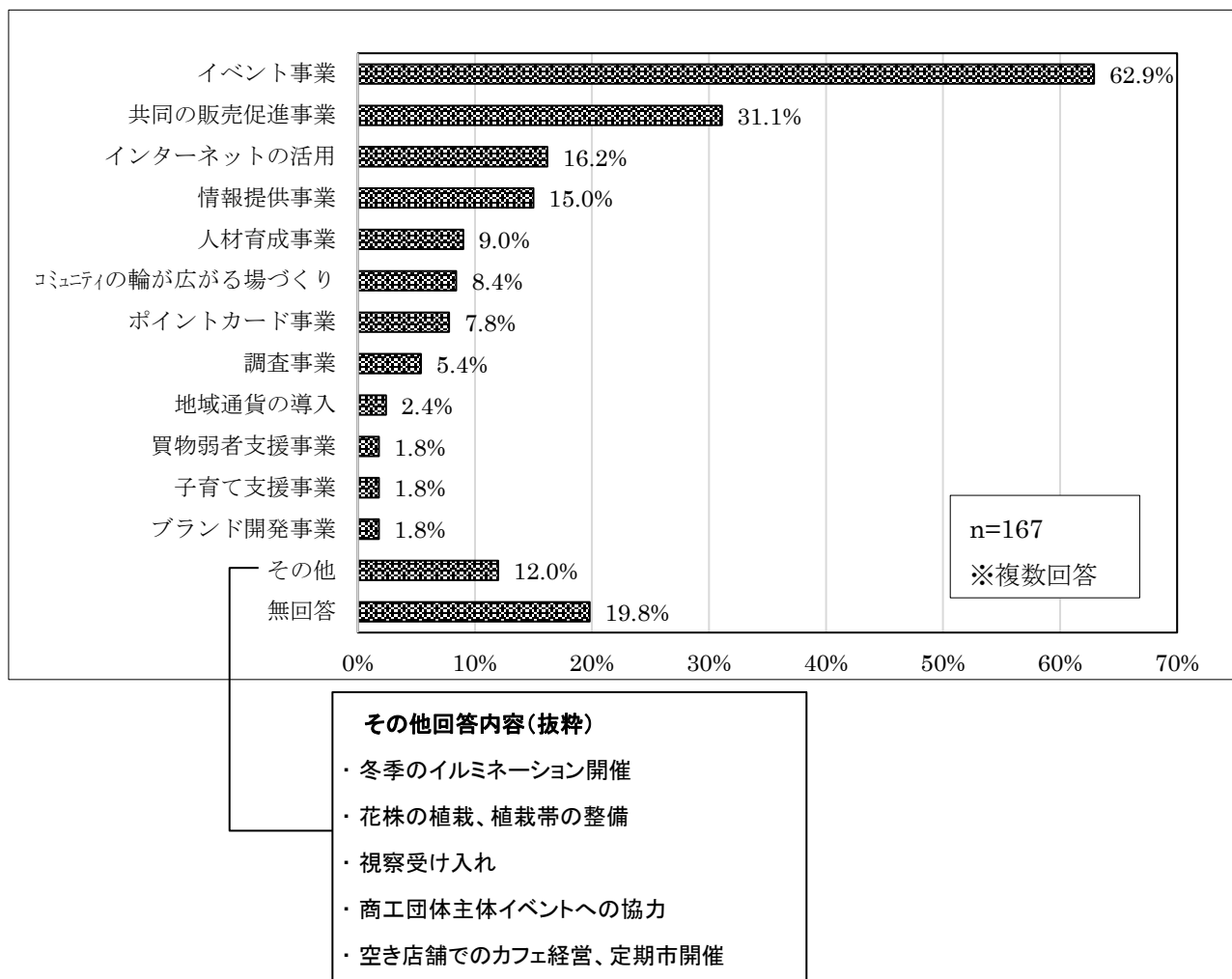


#### その他回答内容(抜粋)

- ・ 会員の高齢化
- ・ イベントを行っても、村の過疎・高齢化のため人が集まらない
- ・ 足並みが揃わない
- ・ 場所が無い
- ・ 街路灯の維持管理のみを行っている

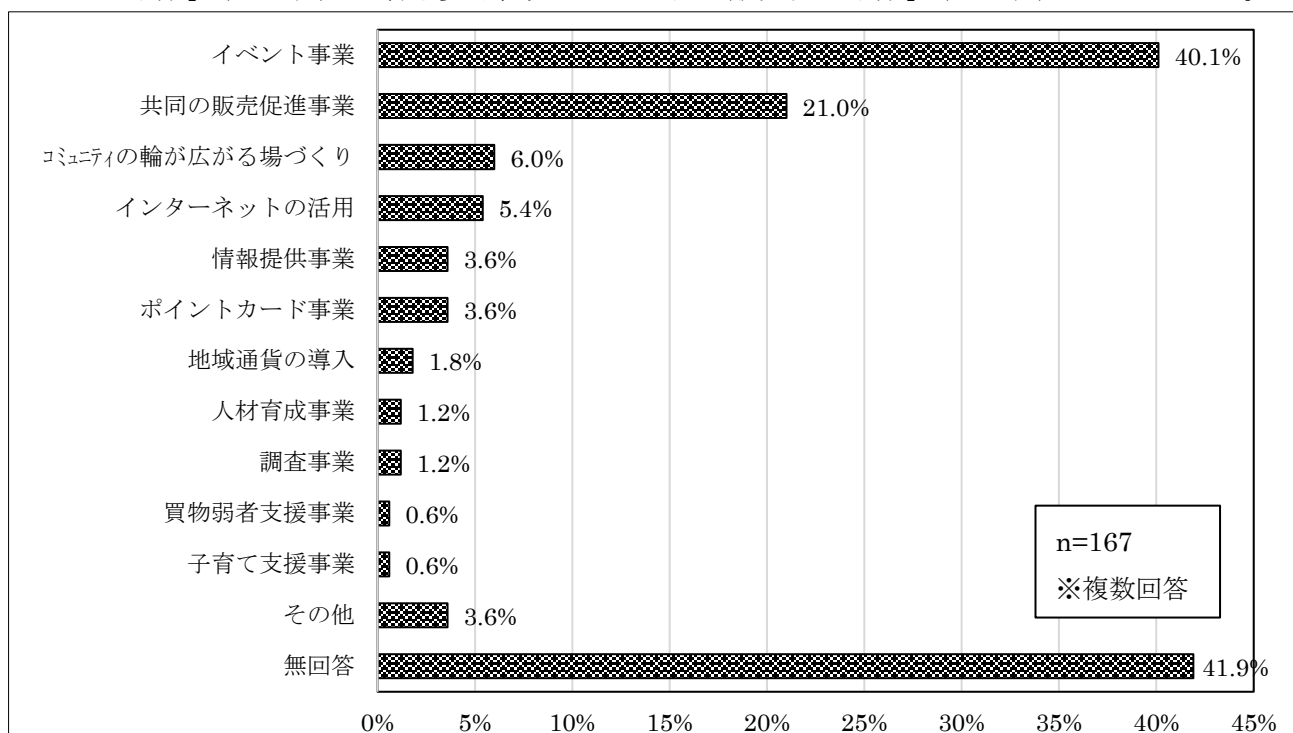
### (3) 現在実施している事業及び過去1年以内に実施した事業

「イベント事業」(62.9%)が最も多く、次いで「共同の販売促進事業」(31.1%)となっている。



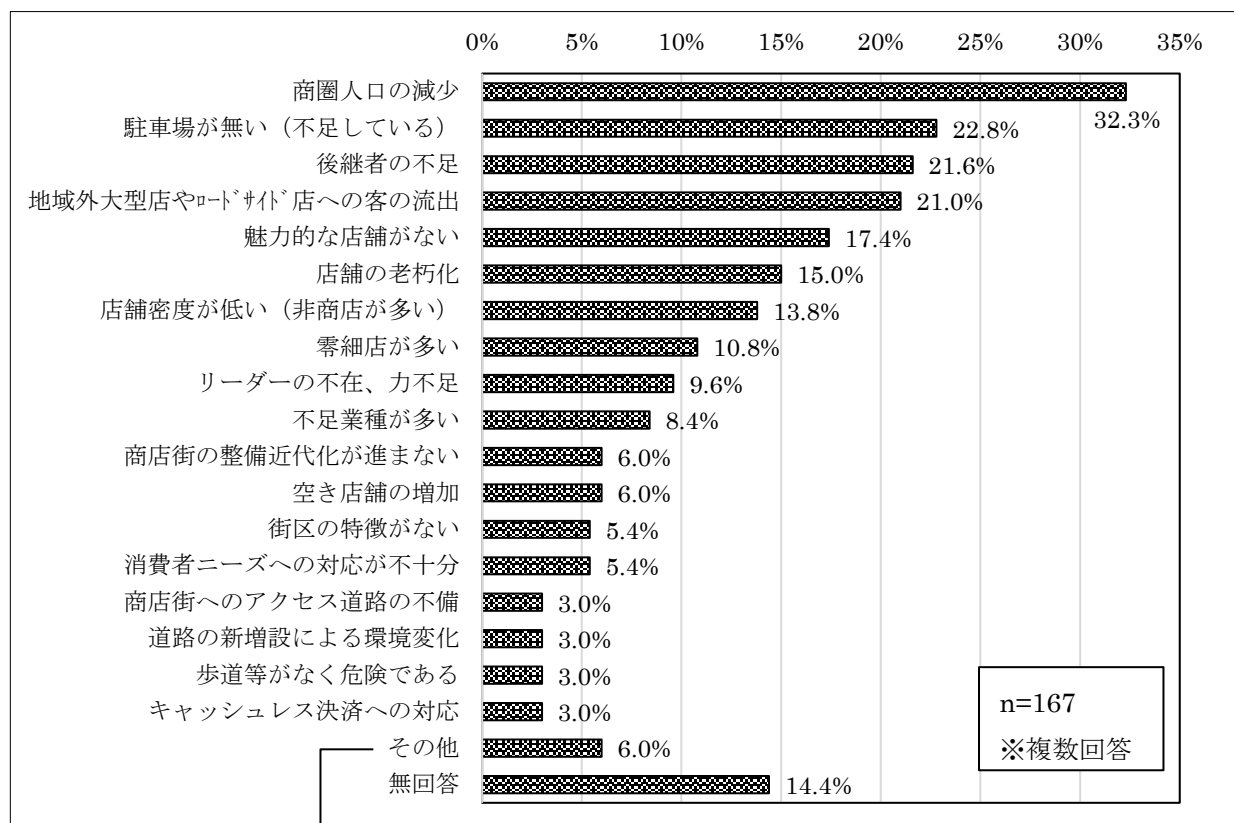
### (4) 特に効果のあった事業

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」(40.1%)が最も多く、次いで「共同の販売促進事業」(21.0%)となっている。



## (5) 直面している課題

「商圏人口の減少」(32.3%) が最も多く、次いで「駐車場が無い(不足している)」(22.8%)、「後継者の不足」(21.6%)、「地域外大型店やロードサイド店への客の流出」(21.0%) となっている。

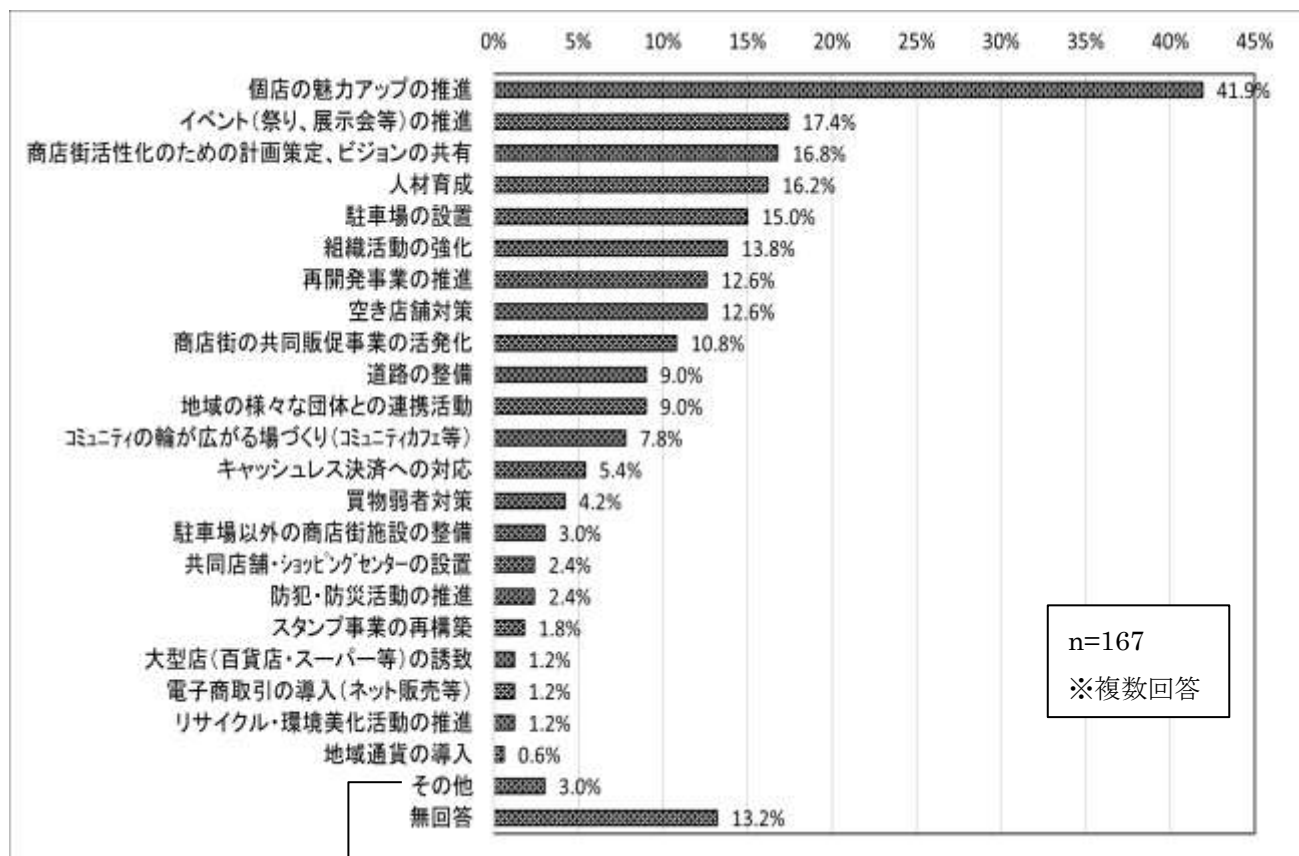


### その他回答内容(抜粋)

- ・新規店舗の中には活動への理解が得られず、未加入がある
- ・会員の協力が少ない
- ・組織体制の改善が図れていない
- ・閑散期に休みの店が多い
- ・暑さ対策のためのアーケードや雁木の必要性を感じる
- ・商店会としての目標や目的が定まらない

## （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」(41.9%) が最も多く、次いで「イベント（祭り、展示会等）の推進」(17.4%)、「商店街活性化のための計画策定、ビジョンの共有」(16.8%) となっている。

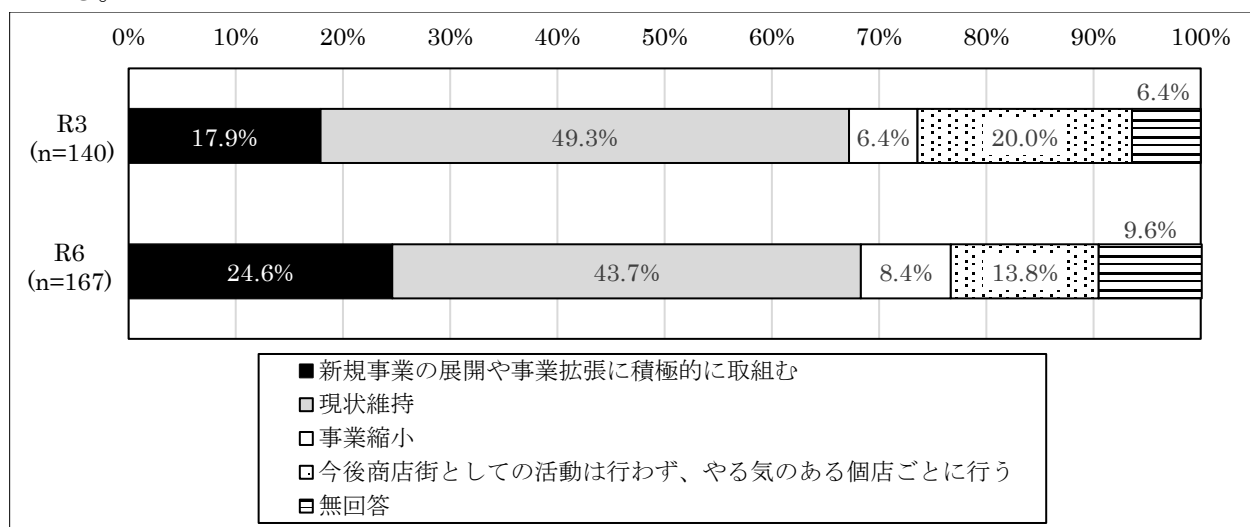


### その他回答内容(抜粋)

- ・「商店」の増加
- ・各個店の企業努力
- ・周辺への居住者の増加

## （７）今後の商店街活動

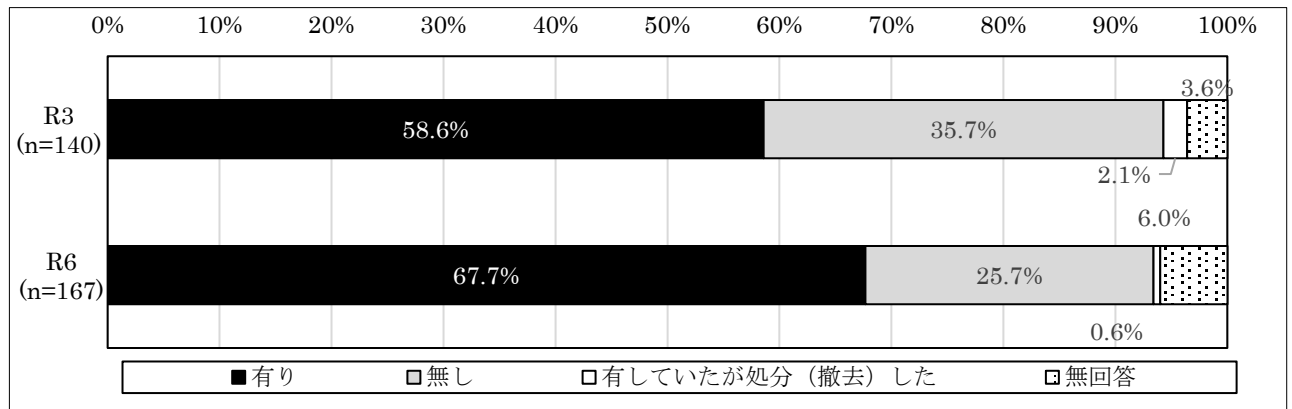
「現状維持」(43.7%) が最も多く、次いで「新規事業の展開や事業拡張に積極的に取り組む」(24.6%)、「今後商店街としての活動は行わず、やる気のある個店ごとに行う」(13.8%) となっている。



## 6 商店街の共用設備・共用施設について

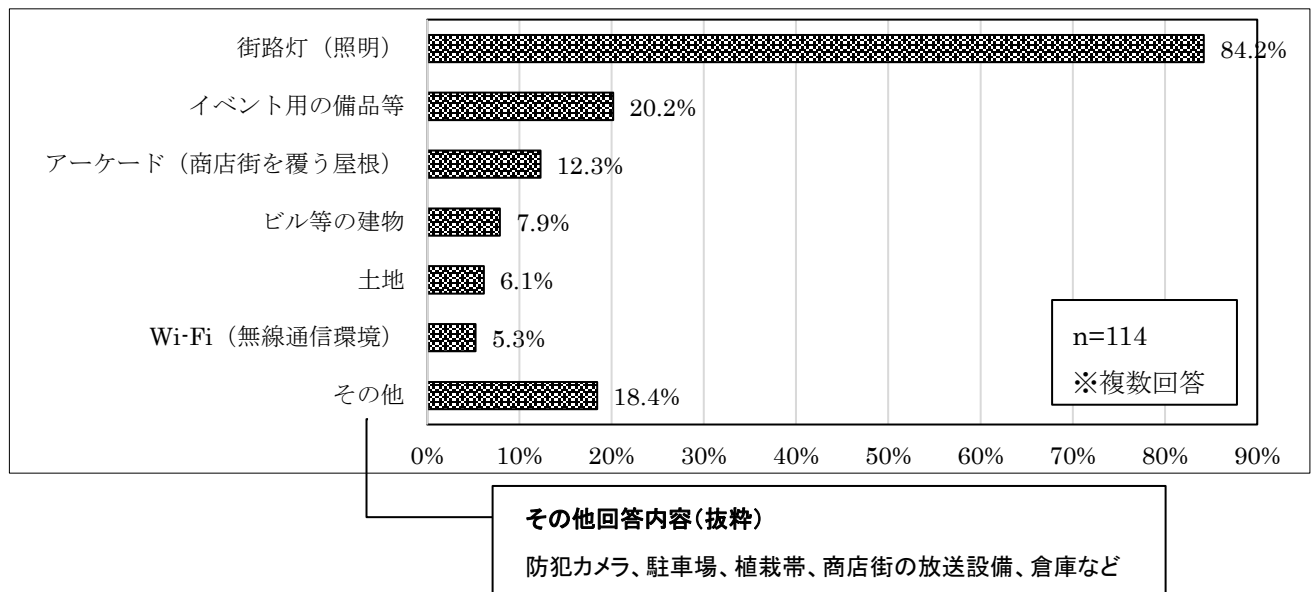
### (1) 商店街が有し、維持・管理を行っている共用設備・共用施設の有無

共用設備・共用施設を有する商店街が 67.7%と半数を超えている。「有していたが処分（撤去）した」と回答した 1 商店街では、その主な要因を「老朽化のため、利用しなくなったため」としている。



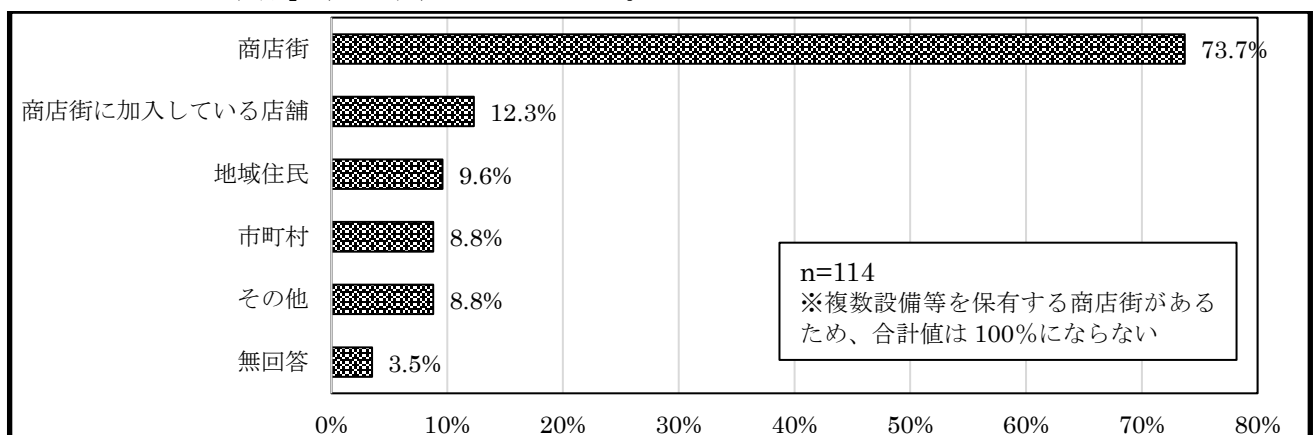
### (2) 保有する共用設備・共用施設の内容

(1) で「有」と回答した 114 の商店街で保有する共用設備・共用施設は「街路灯（照明）」（84.2%）が最も多く、次いで「イベント用の備品等」（20.2%）となっている。



### (3) 保有する共用設備・共用施設の所有者

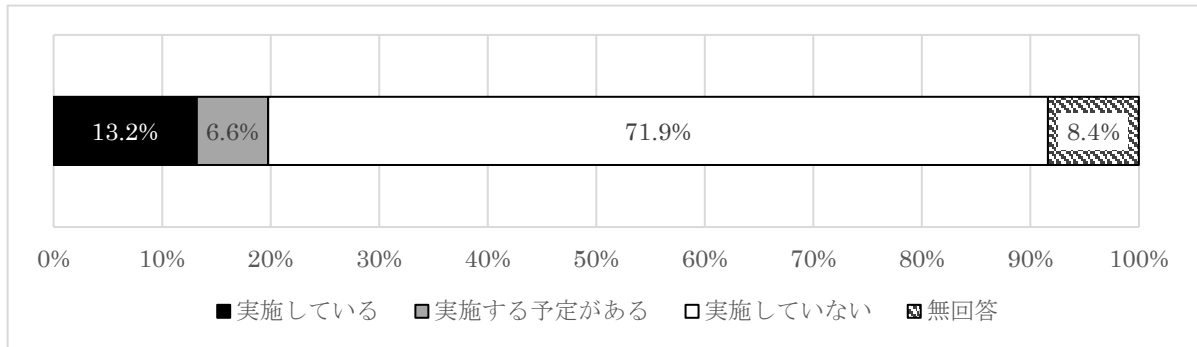
保有する共用設備・共用施設の所有者は「商店街」（73.7%）が最も多く、次いで「商店街に加入している店舗」（12.3%）となっている。



## 7 商店街のデジタル化に関する取組について

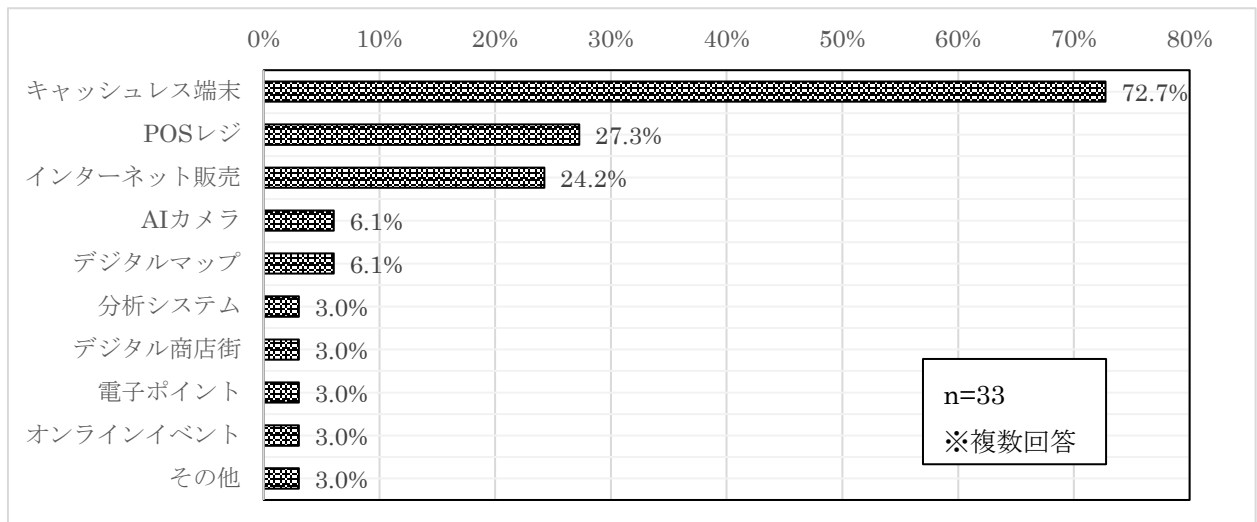
### (1) デジタル化の取組状況

「実施していない」(71.9%)が最も多く、「実施している」「実施する予定がある」と回答した商店街は19.8%だった。



### (2) 実施している取組

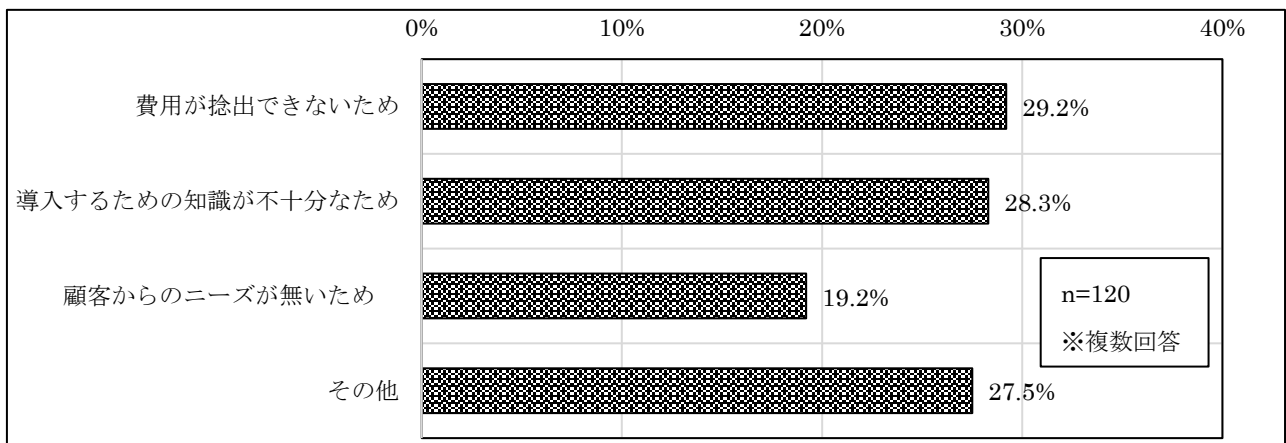
「実施している」「実施する予定がある」と回答した33商店街の取組内容において、「キャッシュレス端末」(72.7%)が最も多く、次いで「POSレジ」(27.3%)、「インターネット販売」(24.2%)となっている。



### (3) 実施していない理由

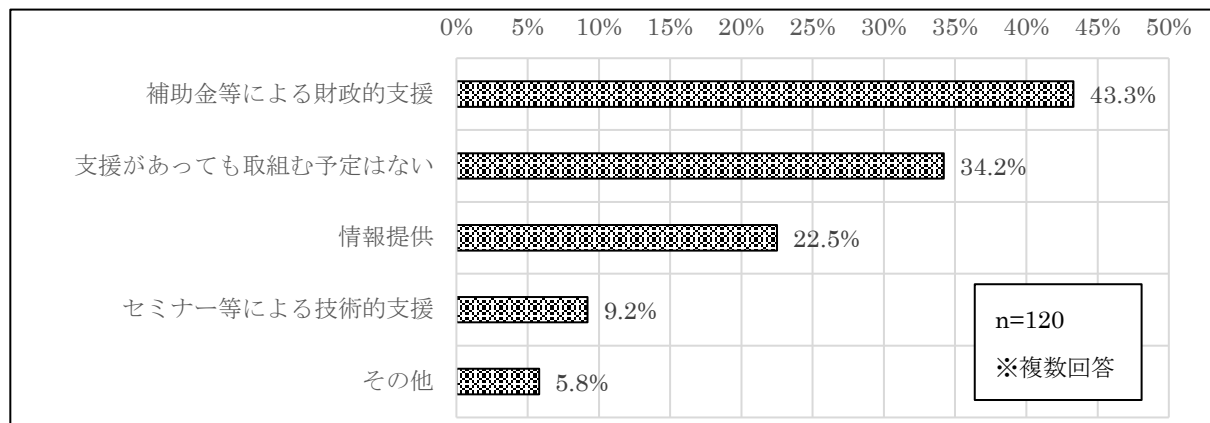
「実施していない」と回答した120商店街において、その理由は「費用が捻出できないため」(29.2%)が最も多く、次いで「導入するための知識が不十分なため」(28.3%)となった。

「その他」の内容としては、「個々の店舗に任せている」との回答が最も多かった。



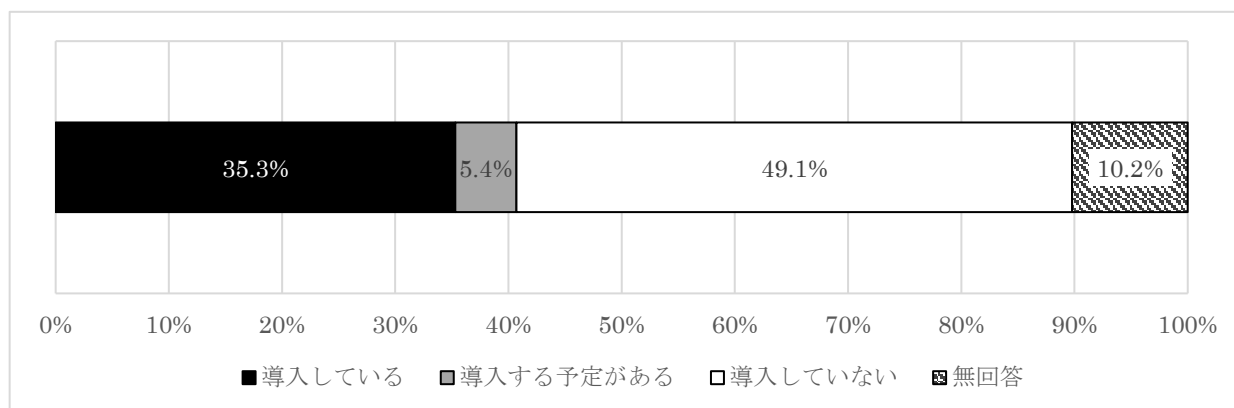
#### (4) 実施するために必要な支援

「実施していない」と回答した 120 商店街において、必要とされる支援は「補助金等による財政的支援」(43.3%) が最も多く、次いで「支援があっても取組む予定はない」(34.2%)、「情報提供」(22.5%) となった。



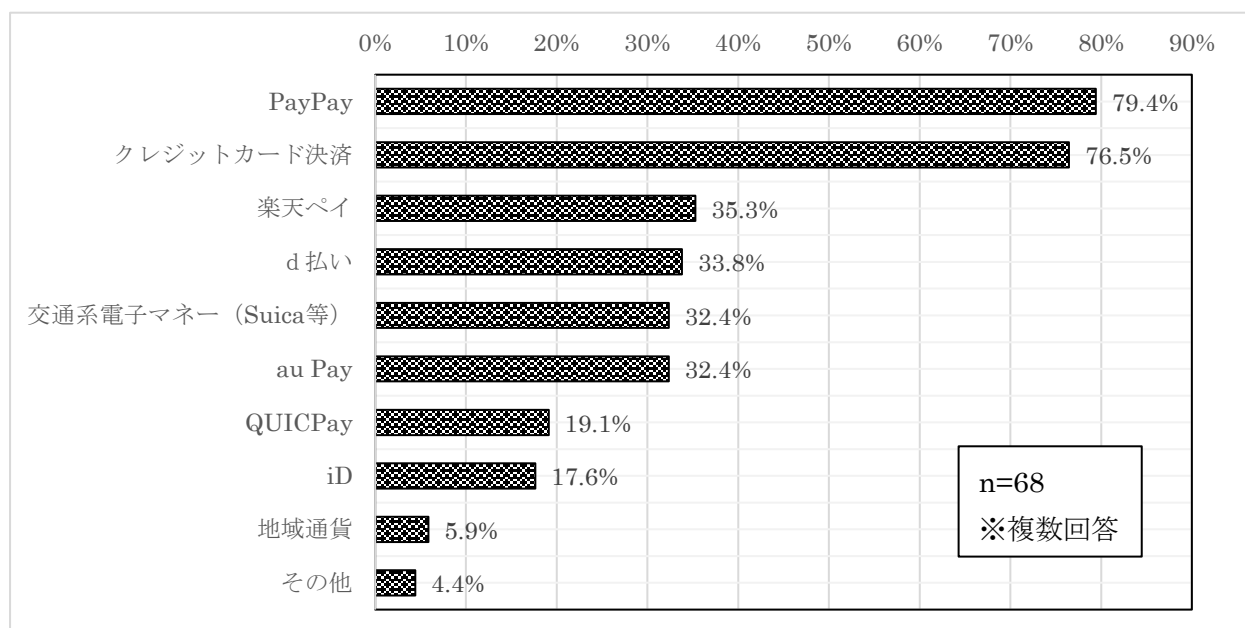
#### (5) デジタル通貨の導入状況

「導入していない」(49.1%) が最も多く、「導入している」「導入する予定がある」と回答した商店街は 40.7% だった。



#### (6) 導入しているデジタル通貨の種類

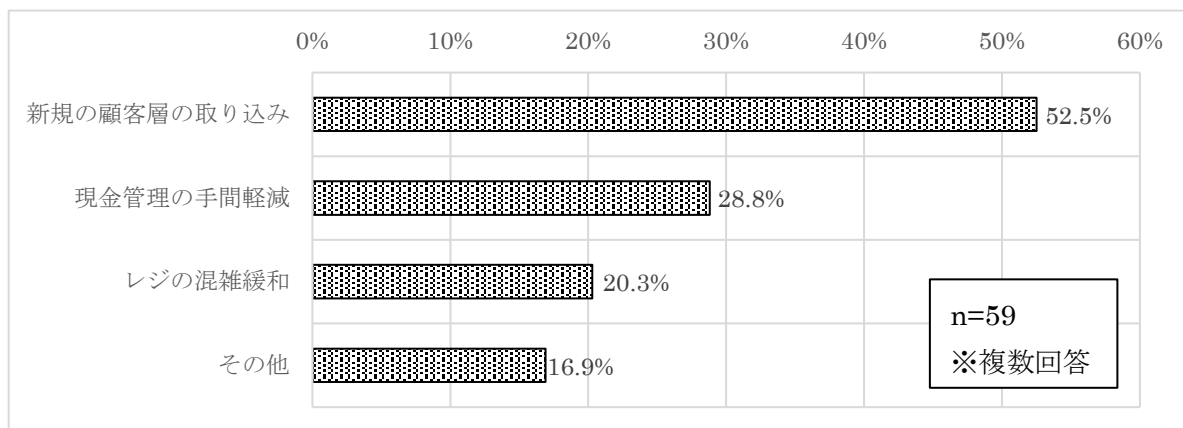
「導入している」「導入する予定がある」と回答した 68 商店街のデジタル通貨の種類において、「PayPay」(79.4%) が最も多く、次いで「クレジットカード決済」(76.5%) となっている。



## (7) デジタル通貨の導入効果

「導入している」と回答した 59 商店街において、導入したことで感じるメリットは「新規顧客層の取り込み」(52.5%) が最も多く、次いで「現金管理の手間軽減」(28.8%) となっている。

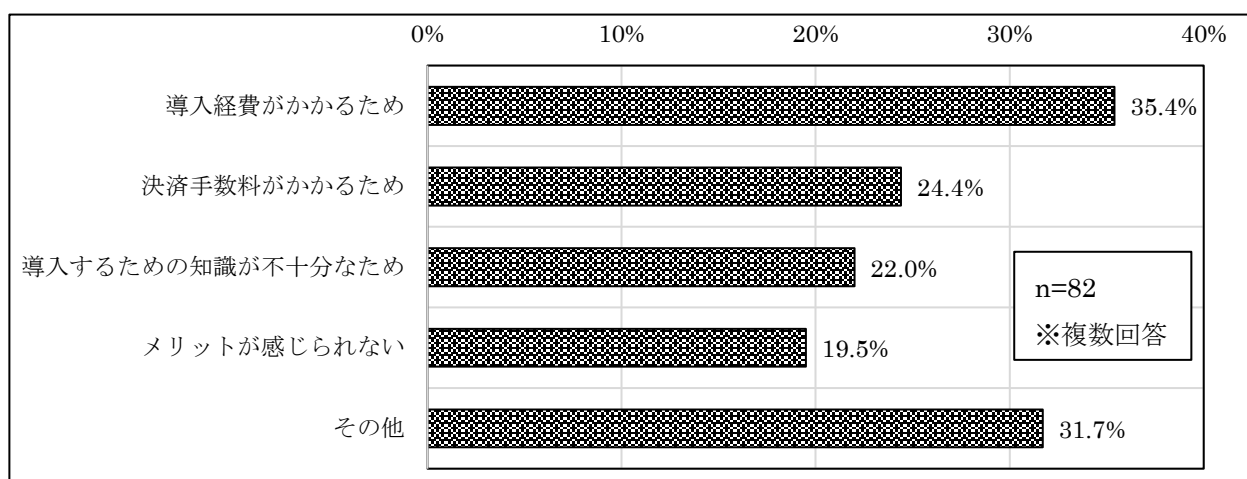
「その他」の内容としては、「顧客の利便性アップ」、「客単価が上がった」等の回答が挙げた。



## (8) デジタル通貨を導入していない理由

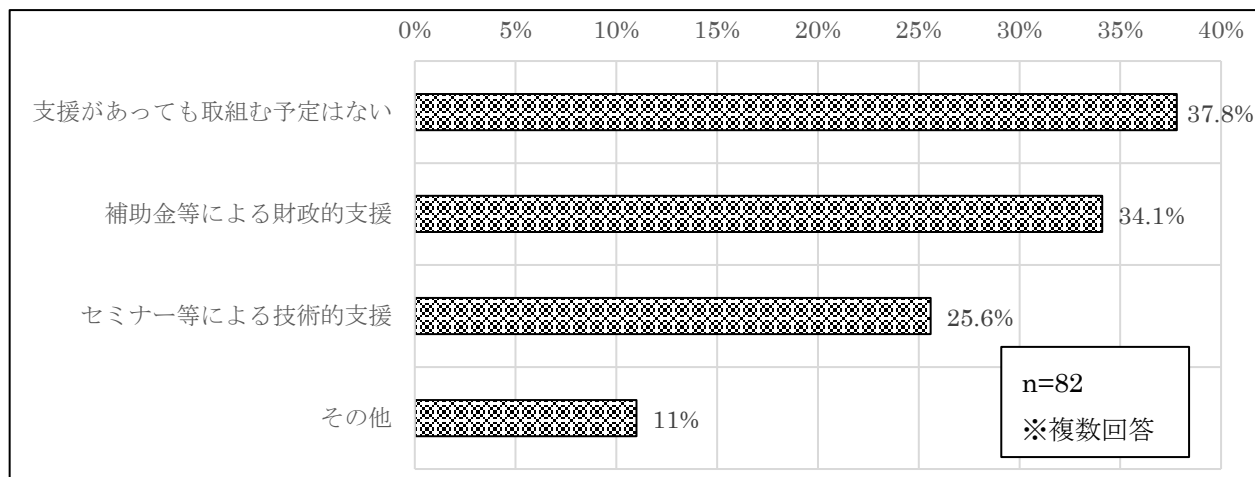
「導入していない」と回答した 82 商店街において、その理由は「導入費用がかかるため」(35.4%) が最も多く、次いで「決済手数料がかかるため」(24.4%) となった。

「その他」の内容としては、「個々の店舗に任せている」との回答が最も多かった。



## (9) デジタル通貨導入に必要な支援

「導入していない」と回答した 82 商店街において、導入に必要な支援は「支援があっても取組む予定はない」(37.8%) が最も多く、次いで「補助金等による財政的支援」(34.1%) となった。

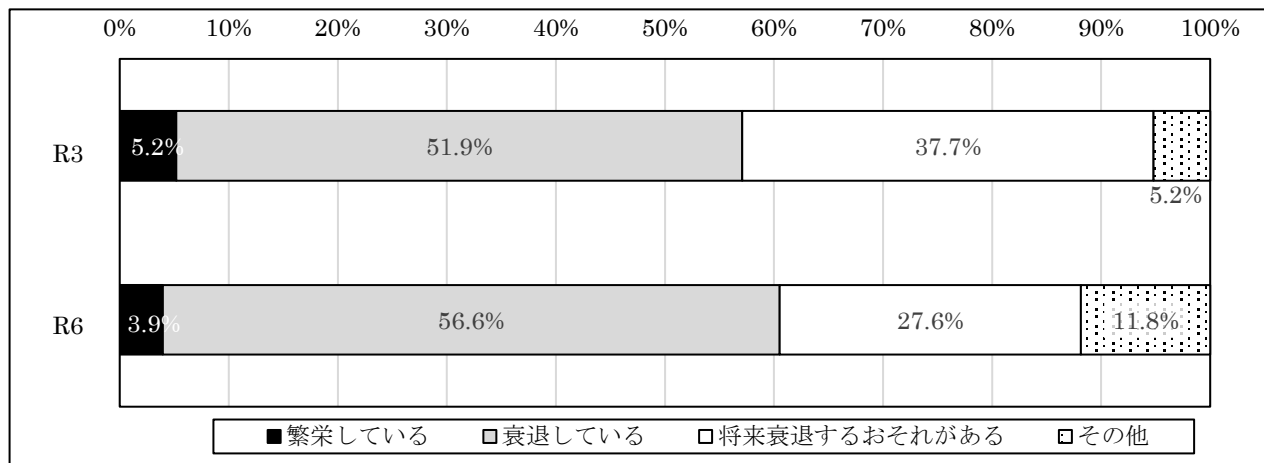


### Ⅲ 調査結果 2（市町村アンケート調査）

#### 1 中心市街地（中心商店街）の状況

##### （1）中心市街地（中心商店街）の状況

各市町村における中心市街地（中心商店街）の状況については前回調査と大きく変化はなく、「衰退している」（56.6%）との回答が最も多く、次いで「将来衰退するおそれがある」（27.6%）となっている。その他の意見として、「現状維持で踏みとどまっている」、「中心市街地及び商店街はない」等が挙げられている。



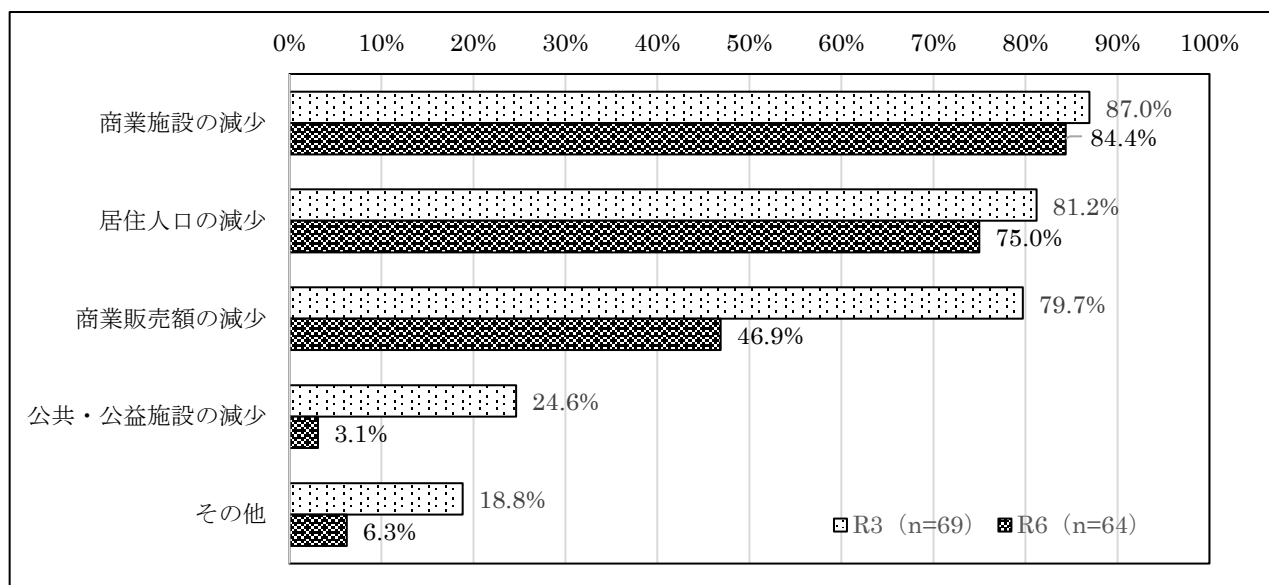
##### （2）繁栄している要因

中心市街地（中心商店街）が「繁栄している」と回答した3市町村は繁栄の要因について、「商業施設の増加」（66.7%）、「商店街の努力」（33.3%）と回答している。

##### （3）衰退により発生している現象

中心市街地（中心商店街）が「衰退している」、「将来衰退する恐れがある」と回答した64市町村では発生している（又は発生するおそれがある）具体的な現象については、「商業施設の減少」（84.4%）が最も多く、次いで「居住人口の減少」（75.0%）となっている。

その他として、「経営者の高齢化と後継者不足」、「商店街の魅力の衰退」が挙げられている。

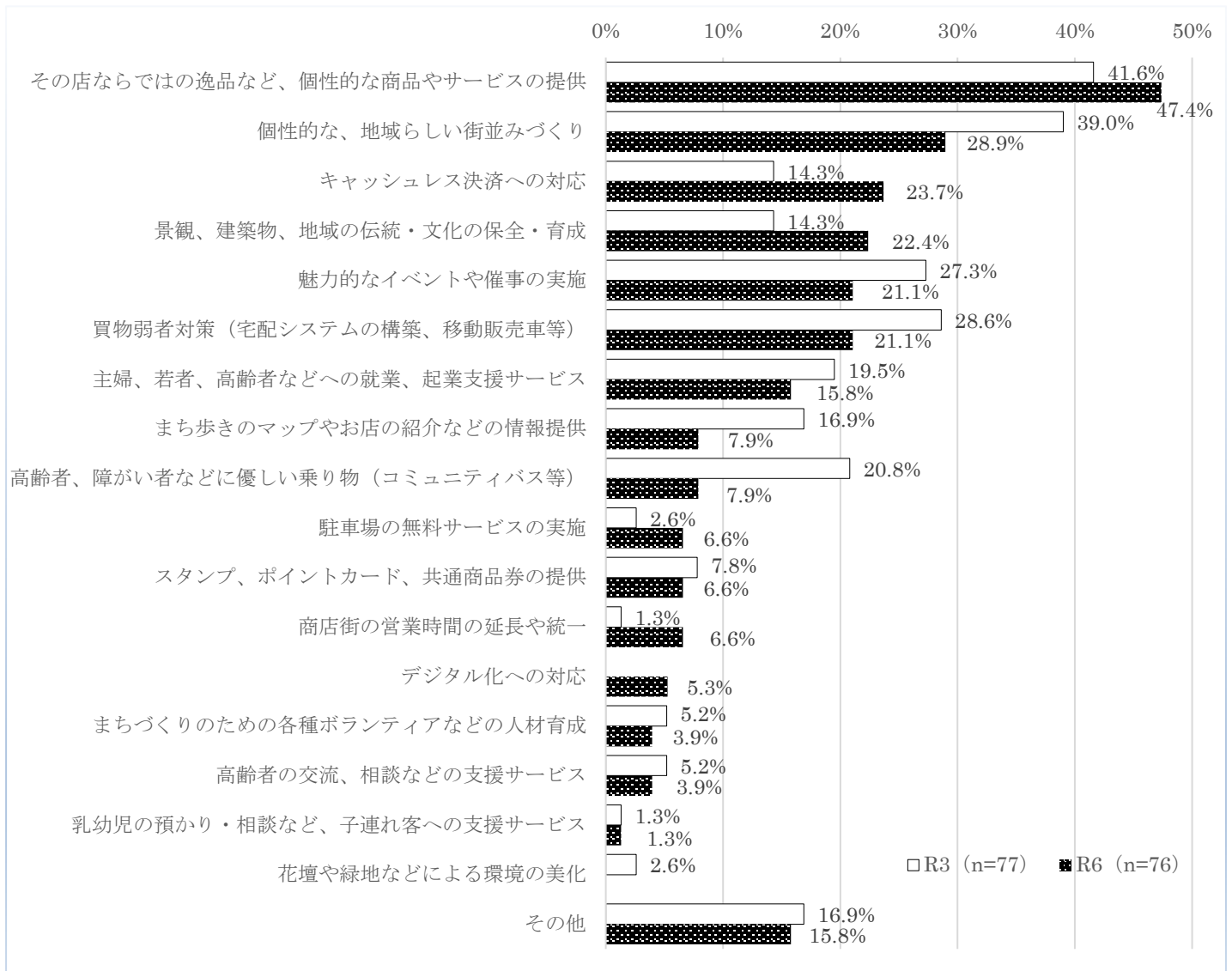


## 2 今後の中心市街地（中心商店街）活性化のために必要な取組

中心市街地（中心商店街）の活性化において商店街が担うべき役割については、「その店ならではの逸品など、個性的な商品やサービスの提供」（47.4%）が最も多く、次いで「個性的な、地域らしい街並みづくり」（28.9%）、「キャッシュレス決済への対応」（23.7%）となった。

その他として、「無料駐車場の増加」、「若者世代が利用するような施設・店舗の立地」、「地域が主体となった“エリアマネジメント”の推進」、「インバウンドへの対応」等が上がっている。

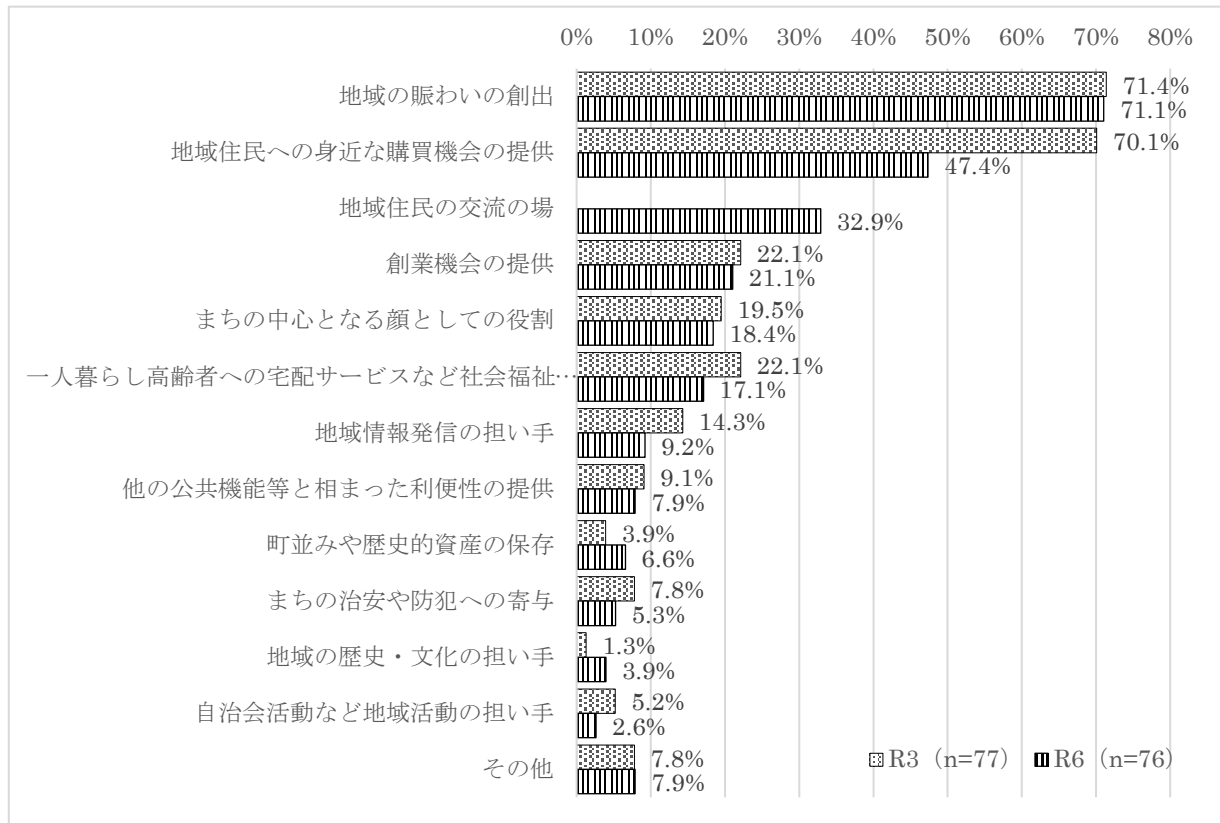
前回調査時（R3）と比較すると、「キャッシュレス決済への対応」は9.4ポイント増加した一方、「個性的な、地域らしい街並みづくり」は10.1ポイント減少している。



### 3 今後の中心市街地（中心部）活性化において商店街が担うべき役割

中心市街地（中心商店街）の活性化において商店街が担うべき役割については、「地域の賑わいの創出」（71.1%）が最も多く、次いで「地域住民への身近な購買機会の提供」（47.4%）、「地域住民の交流の場」（32.9%）の順となっている。

その他として、「民間主導によるまちづくり体制への取り組み」、「ウォーカブルで歩きたくなる街並みづくり」、「やりたいことが出来る場所」が上がっている。



### 4 市町村で実施している支援

商店街の支援策として市町村で実施している補助金については、「空き店舗への出店」（40.8%）が最も多く、次いで「イベント」（31.6%）となっている。

その他として、「プレミアム付商品券発行事業」、「環境施設整備」、「街路灯維持への補助金」、「マップ作成」、「個店診断」、「起業補助金」、「商工会への補助」等が挙げられている。

