
商店街振興に関する自治体実態調査

2021年

日本観光推進総合研究所



調査目的

- ・ 各自治体における商店街振興に関する取り組み状況の実態把握を行うための調査です。
- ・ 本調査結果を今後の地域振興プロモーション活動などにお役立ていただくことも、あわせて目的としています。

調査期間

- ・ 令和3年5月11日～令和3年7月9日

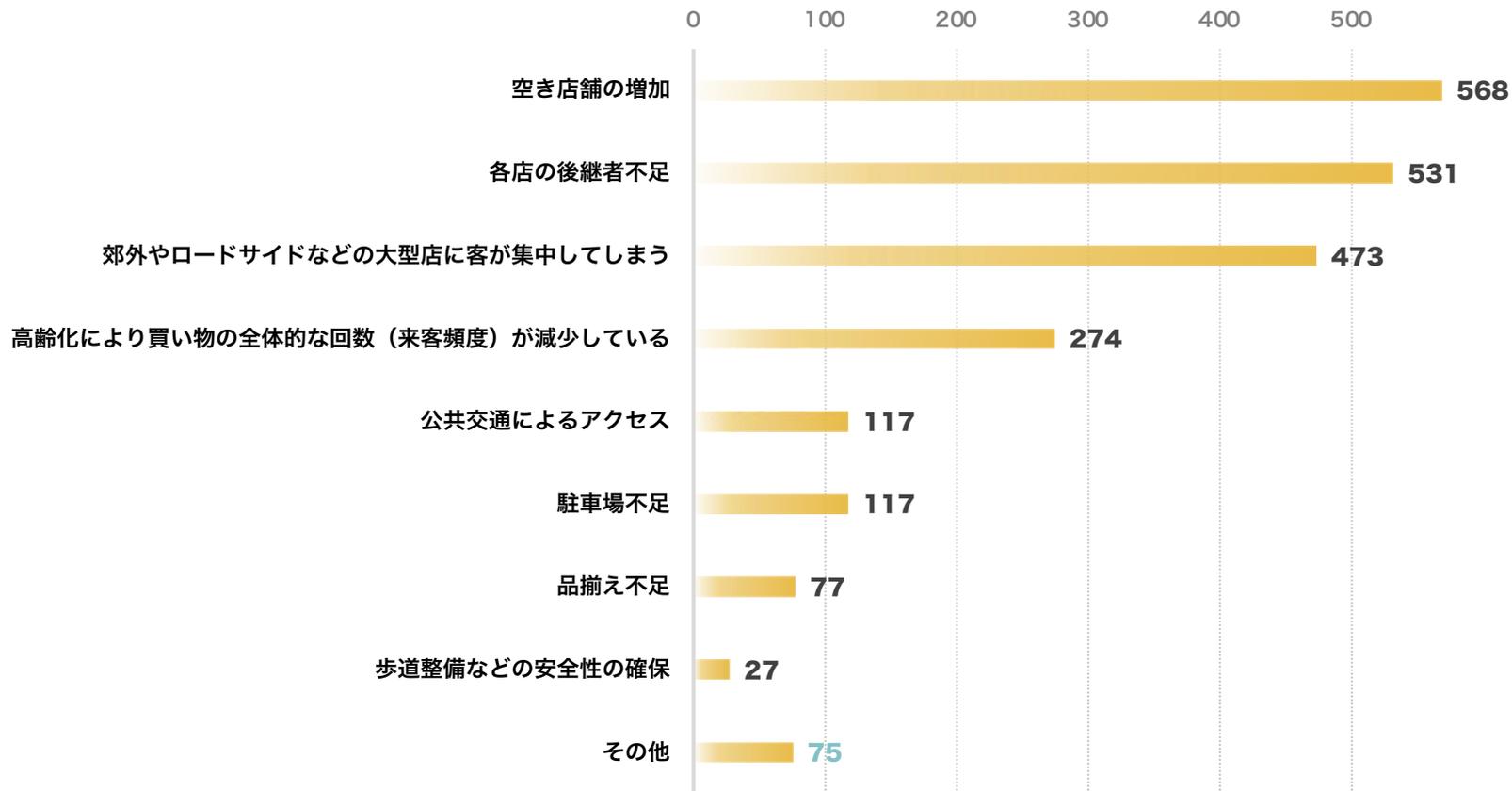
調査対象

- ・ 全国1,741自治体

回収状況

- ・ 回収数：942票
- ・ 回収率：53.1%

01. 地元商店街の課題



魅力の低下
店舗の老朽化
アーケードの維持
担い手不足
ニーズを捉えた変化ができていないこと

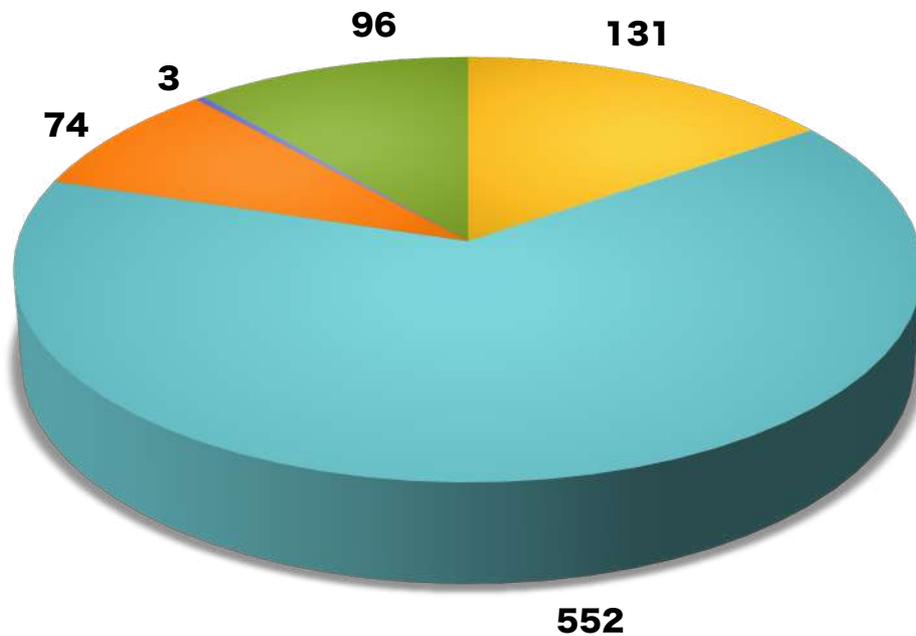
活気がない
住宅併用店舗の活用
観光客の誘致
にぎわい創出の人材不足

人口減少

ECの普及による来店数の減少
商店の住宅化
回遊性の向上
商店街会員の加入減少
取り組みに対する事業者間の意欲の差

居住地域の拡大
空き地の増加
デジタル化の遅れ

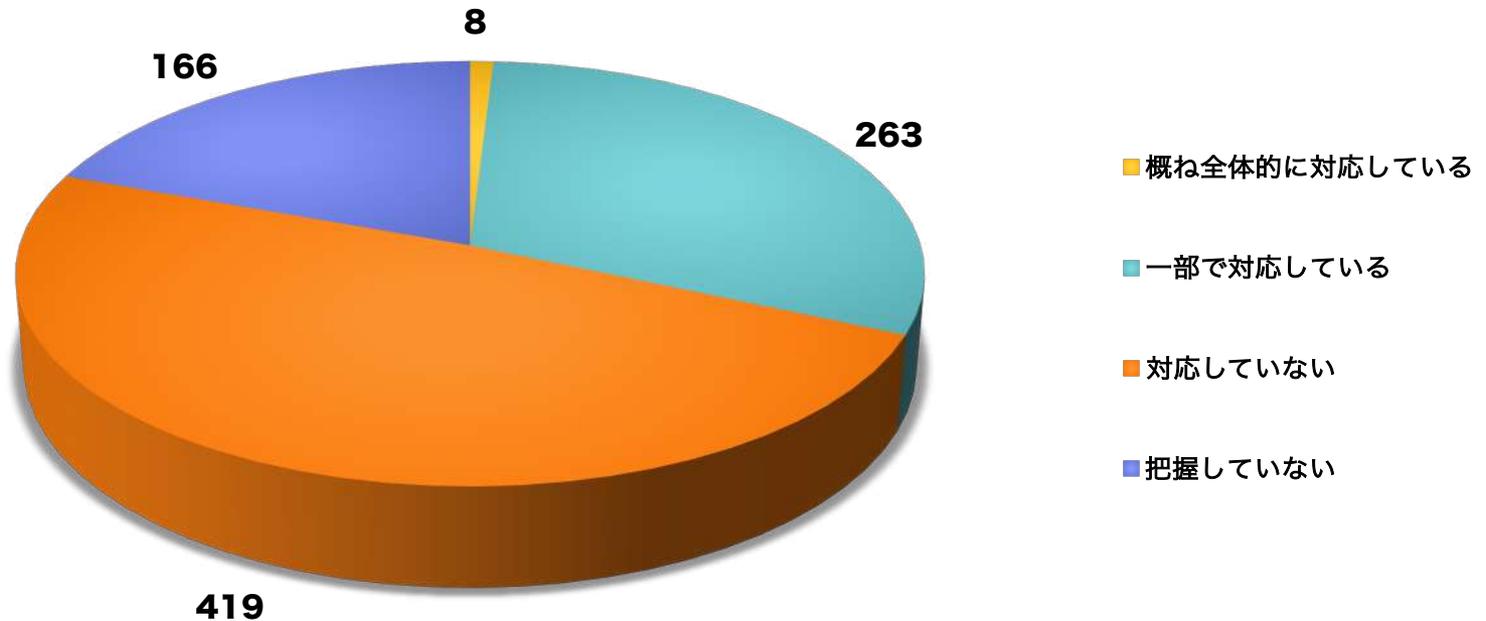
02. コロナ禍による商店街の影響



- 観光と連携しており悪影響
- 外出自粛などにより悪影響
- あまり変わらない
- むしろ近隣での買い物需要が増えて好影響
- 把握していない

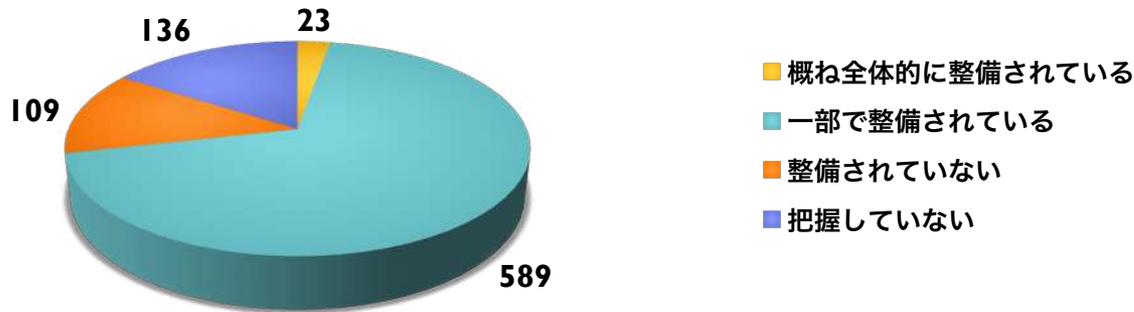
N=856

03. 商店街における多言語案内の対応状況 (パンフレットやサインなど)



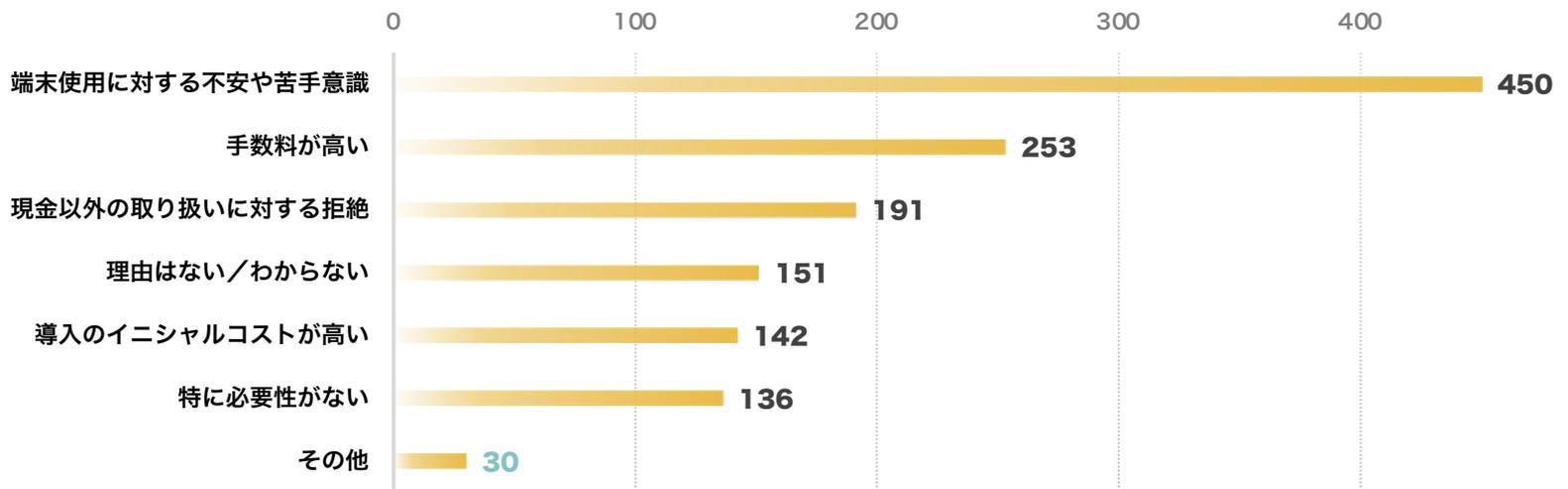
N=856

04. 商店街におけるキャッシュレス対応の整備状況



N=857

整備されていない理由



入金までの資金繰り

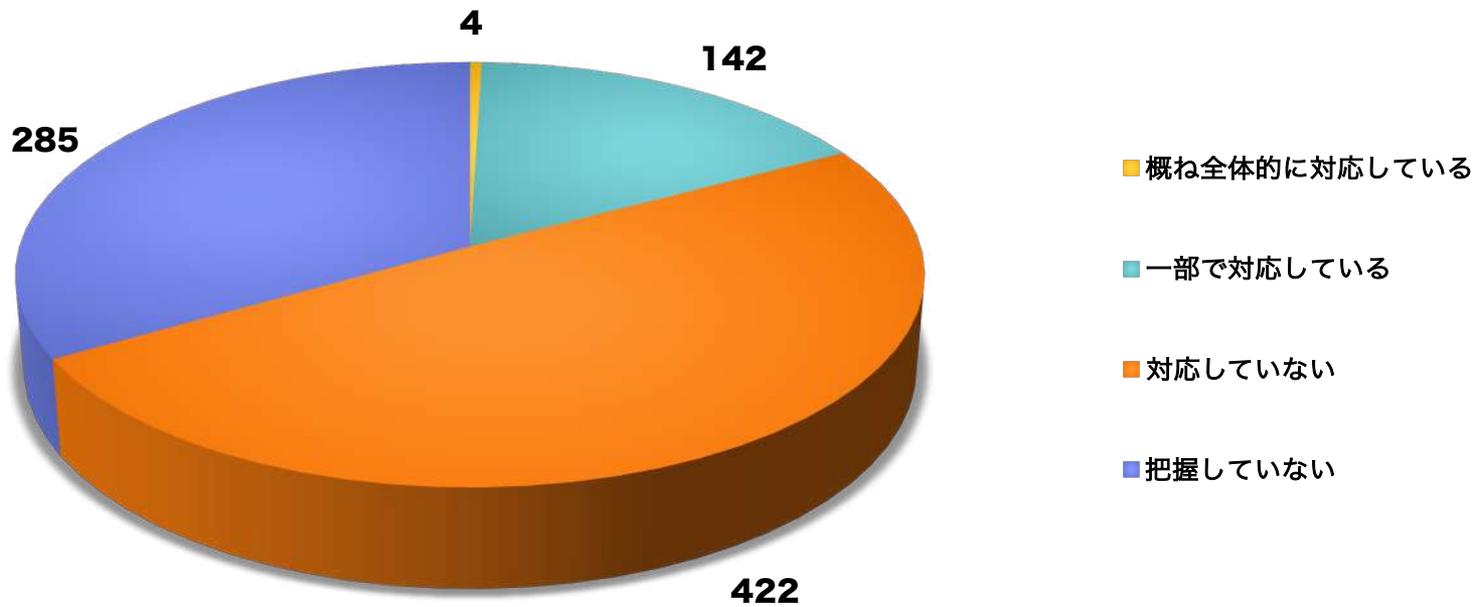
商店街の店主および客層の高齢化

現金利用者が多い

ランニングコストの不安

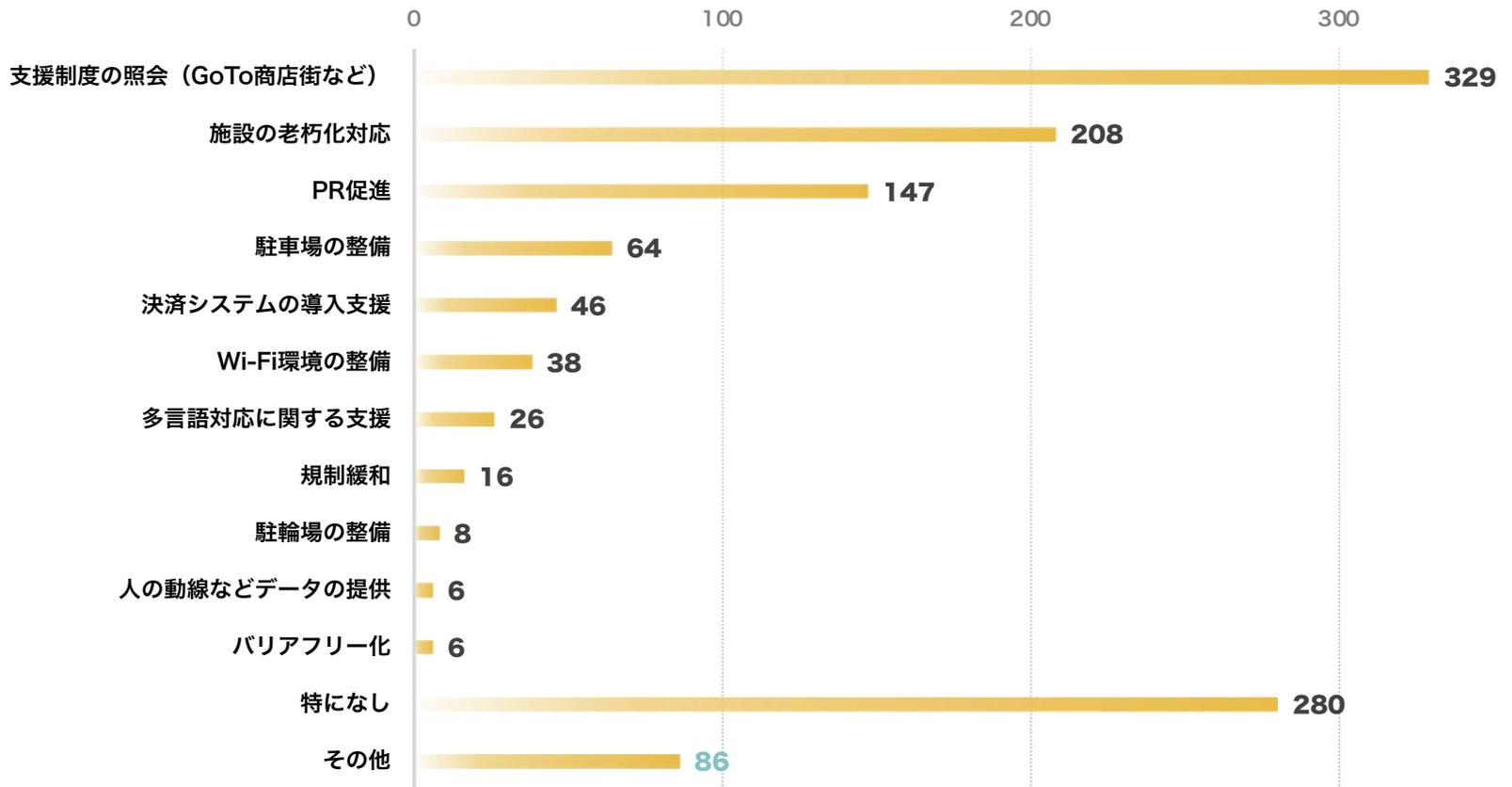
取引安全性の不安

05. 商店街におけるIoT (Internet of Things) の対応状況



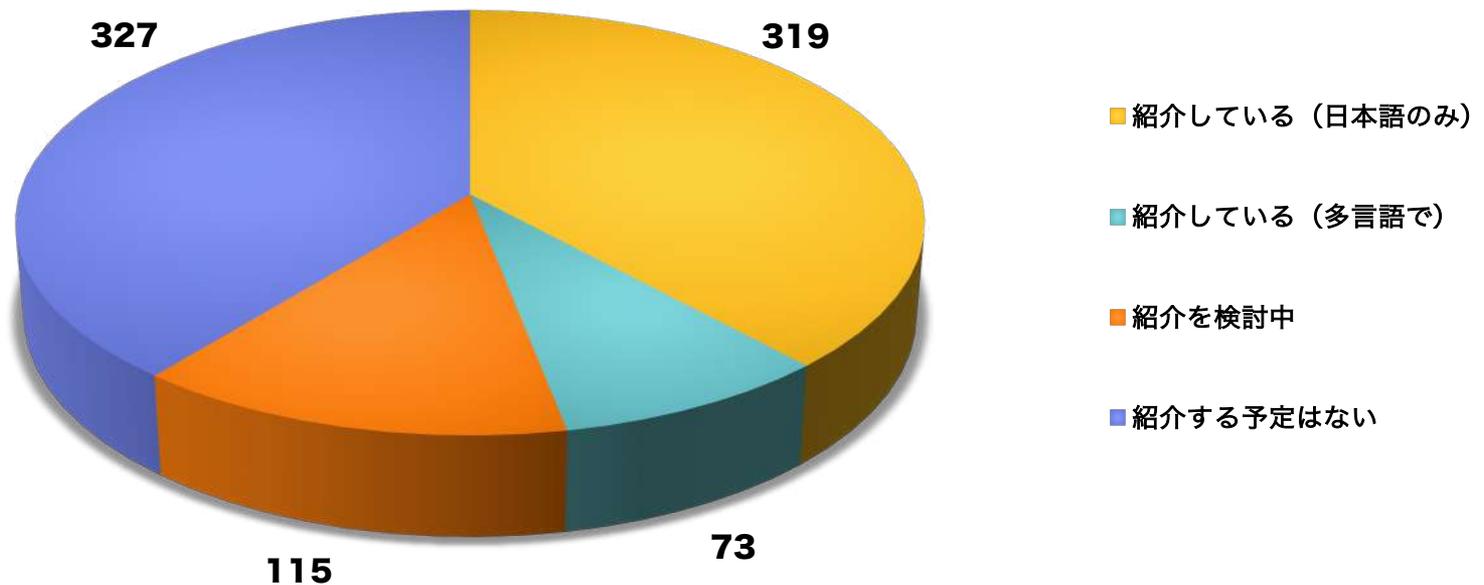
N=853

06. 商店街から自治体への要望や問い合わせ



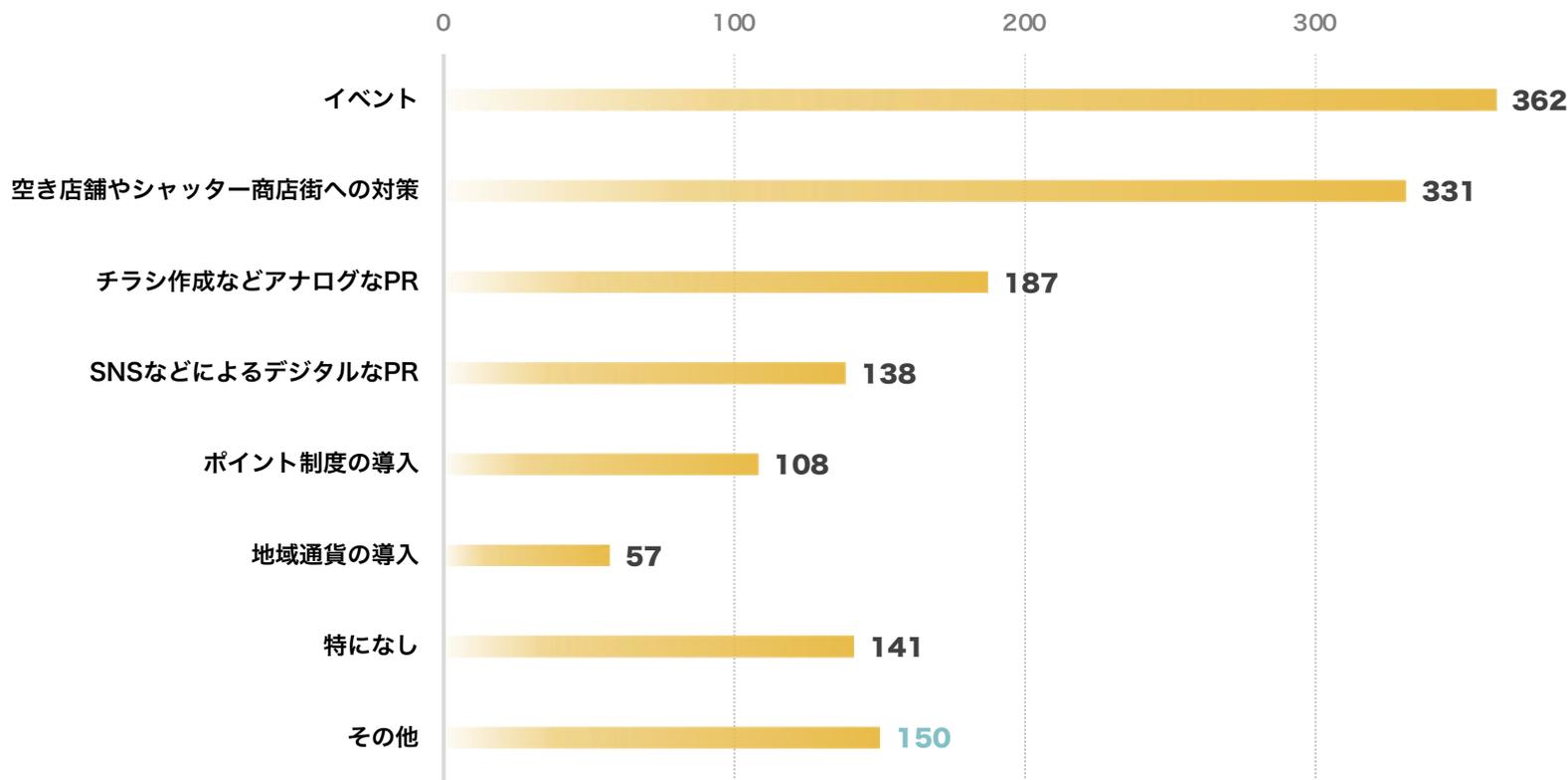
金銭的支援 イベント支援 クーポンやプレミアム付き商品券の発行
空き店舗対策 後継者対策 消費喚起 集客および商店街の活性化
トイレ・駐車場・街路灯など施設の整備 防犯カメラの整備など安全性
商店街組織の運営 大型店舗の建設規制 コロナ対策
商店街として課題が多く、どこから手をつけていいかわからない

07. 自治体・観光協会・商工会などのWebサイトにおける 集客や活性化を目的にした商店街の紹介状況



N=834

08. 商店街利用促進のための施策



- | | | | | |
|-----------------------------|------------|------------------|-----------------|-----------|
| 補助金交付 | 商品券の発行 | プレミアム付き商品券の発行 | ポイントカードの導入 | スタンプ制度の導入 |
| クーポンの発行 | クーポンアプリの導入 | 共同売り出し | キャッシュレス導入キャンペーン | |
| 情報発信 | 商店街デジタルマップ | 情報案内所の設置 | 大型公共施設の整備や誘致 | |
| ワークショップ | 講習会や研修会の開催 | インターン受け入れ | ナイトエコノミー創出 | |
| チャレンジショップ出店支援事業 | | 中小企業診断士による無料商業相談 | 休眠不動産の見学相談会 | |
| 商店街利用促進策を全国から公募 (GoTo商店街事業) | | 活性化計画策定 | コロナ対策支援 | |

09. 空き店舗やシャッター商店街への具体的な対策

支援補助

- ・空き店舗を活用する事業者への一部または全部の補助（諸条件付き）
 - ➔ 補助内容・・・家賃、改装費・改修費、設備費、移転費、広告宣伝費など
 - ➔ 補助対象・・・新規創業者、新規出店者、創業の浅い事業者、商工会会員など
- ・イベントや商店街の活性化を図るために実施する事業への補助
- ・商店街が管理する街路灯や各施設や共同施設などに対する補助
- ・新規創業支援、起業促進支援、事業継承支援、後継者確保への取り組み
- ・経営など専門的な相談対応、電話相談窓口の開設

※ 267件の回答あり

事業

- ・イベントの実施、販わい創出
- ・商品券の発行、スタンプやポイント制度の導入、地域通貨の導入
- ・ワークショップ、空き店舗見学ツアー、事業者誘致
- ・ビジネスプランコンテスト、チャレンジショップ（起業体験促進）
- ・リノベーション、シャッターアート、ウォールアート
- ・地元の製品を使った商品開発、市内の高校と連携し学生主体の店舗を出店
- ・コミュニティの場や情報発信の場として空き店舗を活用

情報発信

- ・空き店舗のデータベース公開、空き店舗と出店希望者とのマッチングサポート
- ・商店街のHP作成、空き店舗マップ作成
- ・広報媒体などを利用した店舗の募集、制度活用や取り組みのPR

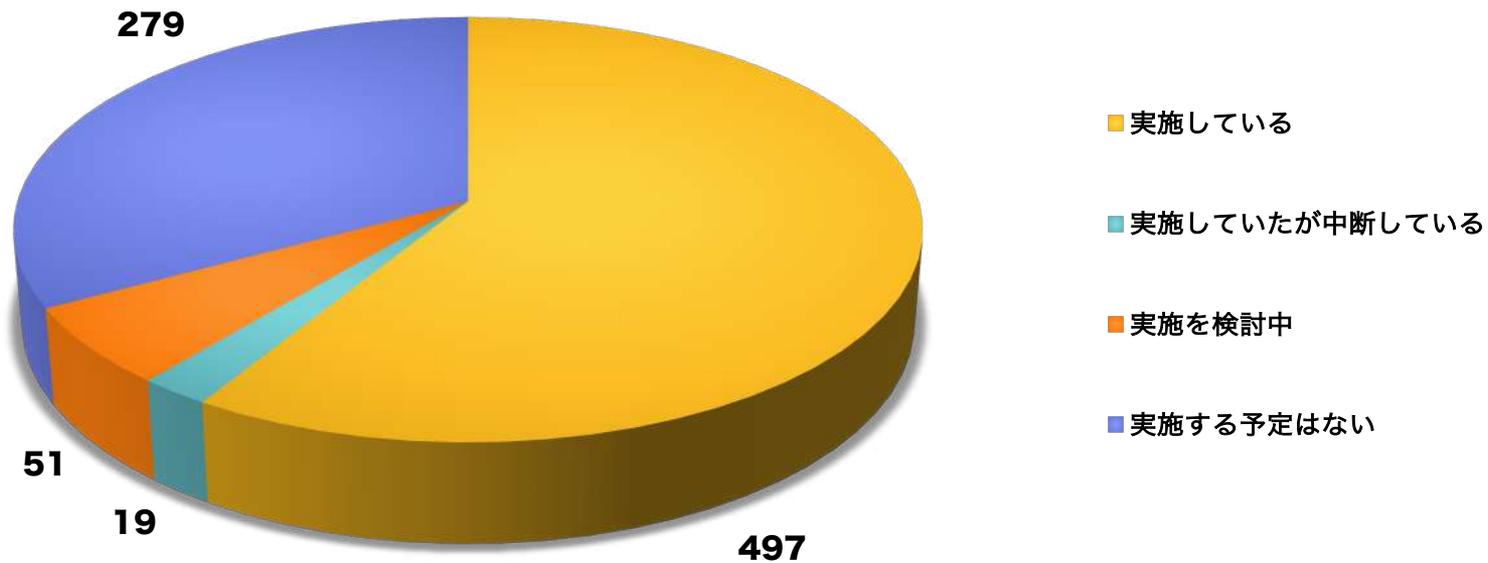
人材

- ・専門家派遣、人材の育成・募集・確保、タウンマネージャーの設置
- ・地域おこし協力隊による活動

調査

- ・空き店舗の状況把握、間借り可能な店舗の掘り起こし
- ・ニーズや課題の抽出

10. 商店街に対する独自の助成事業の実施状況



N=846

11. 其他のご意見

例年、商工会に対しプレミアム商品券の還元率分の補助交付を行っているが、事業に対しマンネリ化感が否めない。

- 個人商店の高齢化による市内消費の将来的な落ち込みが懸念される。

商店街というものが存在せず、通りを中心として商店会となっている。

店主の高齢化により、時代にあったビジネスモデルへの対応（キャッシュレス化や商品の差別化、ECサイト併用など）が困難となり、全体的な活力が失われている。

商店街は店主の高齢化や跡継ぎ不足が深刻化しており、母屋と店舗が一体となった空き家が点在している。そういった空き家の利活用が大きな課題。

商店街の事業主の多くが高齢であり、キャッシュレス決済などへの対応が難しくなっていたり、後継者がいないなどの理由で休廃業するところが増えてきている。

空き店舗の活用が進まないのには、家賃が高いことにあること、外部からの新しい提案に拒否感があり、若い世代の新しい取り組みを応援する体制が地域にない。

地域全体でエリアのリノベーションを行いたいところだが、地域再生の意識の醸成が困難である。

他の自治体の商店街振興に関する取り組みや課題について情報を求めている。

過去は組合などもあり事業活動が多数行われていたが、現在は解散している組合が多く組合があまり残っていない。

コロナウイルスの影響も各商店個別に受けているため、商店街としての影響は把握できていない。

現状をいかに維持するかが今の課題です。

現在商店街組織が無い場合、インバウンドやキャッシュレス等の取り組みも個別の商店が各自必要に応じ行っている。

近隣市町村も含め、地域の経済を支える人口が減っているため自治体単独ではなく広域的な考え方が必要。

ポイント制度を続けてきたが、収支悪化予測から終了した。

コロナ禍の影響下にある事業者自身が、前向きに事業継続に取り組めるような各種補助策にプラスした支援策を打ち出す必要がある。

商店街としてのコミュニティも弱まり、地域としての新たな取り組み意欲も見られない状況となっている。

空き店舗の活用も、店舗と住居部が一体化している店舗が多く、店舗部のみを貸し出すということも困難になっている。

街の中央部以外での買い物ができなくなってきたことから、買い物弱者増加の懸念がある。

