

令和4年度

東京都商店街実態調査
報告書



東京都産業労働局

ま え が き

東京の卸売業・小売業の概況を令和3年「経済センサス－活動調査」で見ると、事業所数では137,112事業所（全国比11.4%）、年間売上額では198.6兆円（全国比41.2%）、従業員数では195.3万人（全国比17.0%）となっています。

商店街は、都民の日々の暮らしに必要な商品やサービスを提供する商業活動の拠点であるとともに、地域住民の生活や地域コミュニティの核として重要な役割を果たしています。

一方、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う生活環境の変化、デジタル化やエネルギー価格の高騰への対応など、地域が抱える課題は多岐にわたり、かつ複雑化しており、商店街を取り巻く状況についても、消費者の購買に関する価値観の変化や、キャッシュレス決済の普及など、大きく変化しています。

「東京都商店街実態調査」は、行政機関や関係団体が商店街を振興していくうえでの基礎資料とするため、平成元年度から3年ごとに都内の全商店街を対象に実施しているものです。

令和4年度「東京都商店街実態調査」においても、多くの商店街で後継者の不足、感染症拡大に伴う来街者の減少といった課題が顕在化していることが明らかになりました。一方で、こうした厳しい状況の中にあっても、消費者の利便性向上に向けたデジタル化への取組や安心安全な商店街の実現に向け、防犯対策を進める商店街が増えていることなども分かりました。

今後とも商店街が、商品やサービスの面で工夫を凝らして個店の魅力を高め、商店の集まりとして賑わいを創出していくとともに、地域ニーズに応えた取組を実施し、地域に必要とされる存在であり続けることが重要です。

本報告書が、関係機関の皆様に活用され、商店街活性化の一助となれば幸いです。

令和5年3月

東京都産業労働局商工部地域産業振興課

【目次】

第1章 調査実施概要	1
1 調査実施概要	1
(1) 調査目的	1
(2) 調査対象	1
(3) 調査時期	1
(4) 調査項目	1
(5) 調査方法	1
(6) 回収結果	2
(7) 調査担当課	2
(8) 調査実施機関	2
(9) 用語定義・産業分類	3
2 調査結果のポイント	5
第2章 調査結果	8
1 商店街の概要	8
(1) 商店街の概要	8
①都内商店街数の推移	8
②商店街の概況	8
(2) 組織状況	13
①組織形態等	13
②会員等の状況	15
③役員の状況	18
④青年部・女性部の状況	22
⑤総会・予算等の状況	26
⑥商店街事務所・専従職員の状況	30
(3) 他団体への加入・連携状況	33
①区市商店街（振興組合）連合会への加入状況	33
②東京都商店街（振興組合）連合会への加入状況	35
③他団体との連携状況	37
(4) 個店の加入状況・業種構成	40
①個店の加入状況	40
②商店街加入店舗の状況・業種構成	45
③チェーン店の状況	48
(5) 商店街を取り巻く環境	51
①現在の景況	51
②環境の変化	53
③来街者の状況	64
④商圈範囲と大型店の影響	67
⑤核となる店舗等の状況	72
⑥商店街が抱えている問題点	76
2 商店街の取組	78
(1) ソフト事業の実施	78
①ソフト事業の実施状況	78

②イベント事業の実施状況	83
③デジタル化の推進状況	88
(2) 後継者不足対策	90
(3) 空き店舗対策	91
①空き店舗の状況	91
②空き店舗がない理由等	94
③空き店舗の活用	95
(4) 個店・商店街活性化のための取組	96
①個店を対象とした取組	96
②商店街活性化のための取組	97
3 施設・設備の状況	99
(1) 街路灯の状況	99
①街路灯等の保有状況	99
②3年以内に街路灯の水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定	100
③3年以内に街路灯のLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定	100
④3年以内に街路灯を新設する予定	100
(2) アーチの状況	101
①アーチ等の保有状況	101
②3年以内にアーチの水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定	102
③3年以内にアーチのLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定	102
④3年以内にアーチを新設する予定	102
(3) アーケードの状況	103
(4) その他の共同施設の状況	104
(5) 共同施設の年間維持費	106
4 新型コロナウイルス感染症の影響	107
(1) 新型コロナウイルス感染症の影響	107
(2) 新型コロナウイルス感染症への対策	109
5 補助事業等の活用状況	112
(1) 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業	112
①利用状況	112
②利用目的・達成状況	114
③利用した成果等	116
(2) 東京都政策課題対応型商店街事業の利用状況	119
(3) 行政機関等の支援事業の利用状況	121
巻末資料 令和4年度 東京都商店街実態調査 調査票	123

第1章 調査実施概要

1 調査実施概要

(1) 調査目的

東京都内の商店街の景況や活動状況、直面している課題などの現状を的確に把握し、今後の商店街振興施策の基礎資料とすることを目的とする。なお、本調査は平成元年度から、3年ごとに実施している（前回調査：令和元年度）。

(2) 調査対象

東京都内の全商店街（2,374 商店街 令和4年10月現在）

(3) 調査時期

令和4年10月～令和5年1月

(4) 調査項目

アンケート調査票の設問項目は以下の通り。

- 1 商店街の状況
 - 1) 商店街の基本情報
 - 2) 商店街の組織の状況
 - 3) 商店街の他団体への加入・連携状況
 - 4) 商店街の個店加入状況・業種構成
 - 5) 商店街の概況
- 2 商店街の取組
 - 1) 後継者不足対策
 - 2) 商圈と大型店の状況
 - 3) 空き店舗対策
 - 4) ソフト事業の実施状況
 - 5) 商店街活性化のための取組
- 3 新型コロナウイルス感染症の影響
- 4 商店街の施設・設備の状況
- 5 商店街の補助事業等の活用状況

(5) 調査方法

郵送配布・郵送回収

(6) 回収結果

アンケート調査票の回収結果は以下の通り。

【区部】

行政コード	市区町村名	商店街数	有効発送数	回収数	回収率
101	千代田区	45	40	21	52.5%
102	中央区	50	49	32	65.3%
103	港区	58	57	37	64.9%
104	新宿区	102	95	62	65.3%
105	文京区	56	49	33	67.3%
106	台東区	109	100	56	56.0%
107	墨田区	40	38	26	68.4%
108	江東区	52	49	31	63.3%
109	品川区	99	87	50	57.5%
110	目黒区	66	56	35	62.5%
111	大田区	140	126	59	46.8%
112	世田谷区	128	120	69	57.5%
113	渋谷区	74	72	33	45.8%
114	中野区	65	63	40	63.5%
115	杉並区	125	122	82	67.2%
116	豊島区	87	84	50	59.5%
117	北区	74	71	38	53.5%
118	荒川区	43	39	23	59.0%
119	板橋区	85	82	56	68.3%
120	練馬区	95	95	50	52.6%
121	足立区	76	73	35	47.9%
122	葛飾区	86	84	42	50.0%
123	江戸川区	76	75	49	65.3%

【市部】

行政コード	市区町村名	商店街数	有効発送数	回収数	回収率
201	八王子市	50	44	29	65.9%
202	立川市	33	33	23	69.7%
203	武蔵野市	47	47	47	100.0%
204	三鷹市	28	26	19	73.1%
205	青梅市	14	13	7	53.8%
206	府中市	48	46	32	69.6%
207	昭島市	12	10	7	70.0%
208	調布市	28	28	15	53.6%
209	町田市	40	40	31	77.5%
210	小金井市	18	16	8	50.0%
211	小平市	34	28	17	60.7%
212	日野市	20	16	9	56.3%
213	東村山市	18	16	11	68.8%
214	国分寺市	13	11	7	63.6%
215	国立市	24	23	13	56.5%
218	福生市	11	10	5	50.0%
219	狛江市	15	11	6	54.5%
220	東大和市	9	6	4	66.7%
221	清瀬市	10	10	9	90.0%
222	東久留米市	13	9	6	66.7%
223	武蔵村山市	6	5	3	60.0%
224	多摩市	18	15	5	33.3%
225	稲城市	8	5	3	60.0%
227	羽村市	4	3	3	100.0%
228	あきる野市	10	8	7	87.5%
229	西東京市	19	18	11	61.1%

【郡部・島部・その他】

行政コード	市区町村名	商店街数	有効発送数	回収数	回収率
303	瑞穂町	2	1	-	0.0%
305	日の出町	-	-	-	-
307	檜原村	-	-	-	-
308	奥多摩町	1	1	1	100.0%
361	大島町	3	2	-	0.0%
362	利島村	-	-	-	-
363	新島村	2	2	2	100.0%
364	神津島村	-	-	-	-
381	三宅村	-	-	-	-
382	御蔵島村	-	-	-	-
401	八丈町	1	-	-	-
402	青ヶ島村	-	-	-	-
421	小笠原村	-	-	-	-
-	その他	-	-	-	-

【東京都全体】

	商店街数	有効発送数	回収数	回収率
合計	2,374	2,229	1,349	60.5%

※「有効発送数」は商店街数 2,374 件から「解散」、「活動休止」及び病気療養中や回答できる組織体制がない等の明確な理由で「回答辞退」となった商店街を除外した件数。

※本報告書では無回答を除外して集計している。このため、集計結果のN数（サンプル数）は設問によって異なる。

※複数の自治体に所在する商店街があるため、区市町村の商店街数を合計しても「東京都全体」に記載している商店街数と一致しない。

- 商店街数 : 2,374 件
- 有効発送数 : 2,229 件
- 回収数 : 1,349 件
- 回収率 : 60.5%

(7) 調査担当課

東京都産業労働局商工部地域産業振興課

(8) 調査実施機関

株式会社ヘルタス・コンサルティング

(9) 用語定義・産業分類

【用語定義】

①地域別

23 区は「区部」、市町村は「市町村部」とそれぞれ表記した。

②組織形態：ただし項目によっては内訳を表示

事業協同組合、商店街振興組合、その他法人、任意団体

③会員数と規模別区分：会員数を規模別の指標として採用した。

正会員数 + 準会員数 →「会員数」

規模別区分：30 人未満、30 人以上 60 人未満、60 人以上

④立地環境の区分

繁華街、一般商業地、一般住宅地、工業地、オフィス街、その他の 6 区分とした。

⑤商店街の属性

駅前、住宅街、団地内、工場・倉庫街、駅ビル内、その他ビル内、地下街、ショッピングセンター内、その他の 9 区分とした。

⑥業種の区分

業種の区分については、前回調査との大枠として日本標準産業分類（平成 19 年 11 月改訂）に従い、次頁に示すものとした。ただし、設問によってはより詳細な分類を必要とする場合があり、それらについては必ずしも当該分類に従っていない。

⑦商圈の区分

各商店街の想定する商圈については、半径 1km 未満、半径 1km 以上 3km 未満、半径 3km 以上 5km 未満、半径 5km 以上 10km 未満、半径 10km 以上の 5 段階に区分した。

⑧その他

本報告書内における数値は、小数点第 2 位を四捨五入したものである。なお、図表中の構成比表記について、小数点第 2 位を四捨五入しているため、構成比合計が 100%にならない場合がある。

【産業分類】

業種		説明
小売業	① 各種商品小売業	衣、食、住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する店舗。いずれが主たる販売商品であるかが判別できないものであって、百貨店、デパートメントストアなどと呼ばれるものにその例が多い。
	② 織物・衣服・身の回り品小売業	呉服、服地、衣服、靴、帽子、洋品雑貨、小間物などの商品を小売する店舗。洋服の仕立てを行う洋服店も含まれる。
	③ 飲食料品小売業	飲食料品を小売する店舗（スーパー、八百屋、酒屋、コンビニエンスストア等）。 ※ファストフード店、仕出屋、ケータリングサービスなどの飲食サービスを提供する店舗は含まれないことに留意。また、ドラッグストアも含まれないことに留意。
	④ 機械器具小売業	自動車、自転車、電気機械器具など（それぞれの中古品を含む）及びその部品、附属品を小売する店舗。小売と修理を兼ねている店舗も含まれる。整備、修理専門の事業所は含まれない。
	⑤ その他の小売業	家具、じゅう器、医療品、化粧品、農耕用品、燃料、書籍、文房具、時計、楽器、たばこ、中古品等の商品を小売する店舗。ドラッグストアも含まれる。
	⑥ 無店舗小売業	カタログや新聞・雑誌・テレビやインターネット等で広告を行い、通信手段によって商品を販売する店舗（店頭での販売を行っていない店舗）。
飲食サービス業	⑦ 飲食店	飲食料品（アルコール飲料含む）をその場所で飲食させる店舗。また、カラオケ、ダンス、ショーなどにより遊興飲食させる店舗。その場所での飲食と併せて持ち帰りや配達サービスを行っている店舗も含まれる。
	⑧ 持ち帰り・配達飲食サービス業	飲食料品を提供する店舗のうち、その場所で飲食することを主たる目的とした設備を有さない店舗（宅配ピザ、仕出し料理、ケータリングサービスなど）。
生活関連サービス業	⑨ 洗濯・理容・美容・浴場業	洗濯業、洗張・染物業、理容業、美容業、浴場業などの主として個人に対して身の回りの清潔を保持するためのサービス又は心身のリラックス並びにリフレッシュを促進するためのサービスを提供する店舗。
	⑩ その他の生活関連サービス	主として個人を対象としてサービスを提供する他に分類されない店舗（旅行業、家事サービス業、衣服裁縫修理業、火葬・墓地管理業、冠婚葬祭業、観相業、ペット美容室、チケット類売買業など）
	⑪ 娯楽業	映画、演劇その他の興行及び娯楽を提供する店舗並びにこれに付随するサービスを提供する店舗。
	⑫ その他	上記に該当しない一般消費者への販売・サービス提供を行う店舗（病院、福祉・介護サービス業、銀行、ホテル・旅館、学習塾、不動産業、自動車整備業など）
	⑬ 非商店	製造業、事務所、一般家屋 など

2 調査結果のポイント

【商店街の概要】

（１）商店街の概要

- 調査対象とした東京都内の商店街数（令和４年１０月現在）は調査を重ねるごとに減少しており、前回調査（令和元年）から今回までに７３件減少し、２,３７４件となっている。

（２）組織状況

①組織形態等

- 組織形態については、「法人（事業協同組合、商店街振興組合など）」が２５.４％、「任意団体」が７４.６％となっている。

②会員等の状況

- 会員数（正会員数＋準会員数）の規模別分布については、「３０人未満」の割合は３９.１％、「３０人以上６０人未満」は３４.０％、「６０人以上」は２６.８％となっている。

③役員の状況

- 役員の平均年齢は前回調査（令和元年）と同様、６０歳代が４５.７％と最も多くなっているが、構成比は低下している。一方で５０歳代が２８.４％に増加している。

（３）他団体への加入・連携状況

- 他団体との連携については「連携している」が６４.１％となっている。
- 連携の相手先は「自治会・町内会」が７８.３％と最も高く、次いで「商工会・商工会議所」が３３.９％、「区市町村等の行政機関」が３３.３％となっている。
- 連携の内容は「イベント」が８２.２％と最も多くなっており、次いで「防災・防犯」が５２.９％となっている。

（４）個店の加入状況・業種構成

①商店街加入店舗の状況・業種構成

- 商店街の平均加入店舗数は５２.９店舗となっている。また、組織形態別にみると「商店街振興組合」が平均８６.５店舗と最も多く、次いで事業協同組合が平均８５.１店舗となっている。
- 加入店舗の業種別割合をみると、「飲食店」が３６.３％で最も多くなっている。また、前回調査（令和元年）で最も高かった「小売業」は３.５ポイント減少し３３.８％となっている。
- 業種別平均店舗数をみると「飲食店」が１３.１店舗で最も多い。店舗数の多い「飲食店」「飲食料品小売業」「洗濯・理容・美容・浴場業」「その他小売業」はいずれも前回調査（令和元年）から店舗数が減少している。

②チェーン店の状況

- チェーン店の数は「１０店以上」が２７.４％で最も多く、前回調査（令和元年）から７.１ポイント増加している。一方、前回調査（令和元年）で最も多かった「１店」は６.７ポイント減少している。

(5) 商店街を取り巻く環境

①現在の景況

- 現在の景況については「衰退している」が 36.6%と最も多くなっている。「やや衰退している」と合わせると 65.8%となっており、前回調査（令和元年）から 5.4 ポイント増加している。

②環境の変化

- 環境の変化について、約 3 年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と現在の比較については、売上、来街者数、店舗数の「減少」の割合が高い。

③来街者の状況

- 来街者の年齢層については「60 歳以上」が最も多く、過去の調査と傾向に大きな変化はない。

④核となる店舗等の状況

- 核となる店舗については 60.9%が「ある」と回答している。
- 核となる店舗は「スーパーマーケット」が 24.8%と最も高く、次いで「コンビニエンスストア」が 19.8%となっている。

⑤商店街が抱えている問題点

- 商店街が抱える問題点としては「後継者が不足している」が最も多く 69.7%となっている。過去の調査から継続して増加している状況となっている。

【商店街の取組】

(1) ソフト事業の実施状況

①ソフト事業の実施状況

- 商店街が実施している事業については、「イベント事業（期間を定めて行う事業）」の割合が 72.3%と最も高く、次いで「商店街共通商品券」が 37.4%、「防犯・防災活動（施設整備を除く）」が 35.4%となっている。
- 実施を検討している事業についても「イベント事業（期間を定めて行う事業）」が 34.7%と最も高くなっている。次いで「共同宣伝」が 29.7%、「音楽・芸術・文化活動」が 28.3%と高くなっている。

②イベント事業の実施状況

- イベント事業の実施回数は「1 回」が最も多く 41.2%となっており、「3 回」「4 回」「5 回以上」の合計は前回調査（令和元年）から 11.4 ポイント減少して 25.4%となっている。
- 最も集客力のあったイベント事業については「売り出し（セール等）」が 46.0%で最も多くなっている一方、「お祭り」は前回調査（令和元年）の 52.0%から減少して 9.5%となっている。
- 最も集客力のあったイベント事業を共同開催した団体は「他の商店街」が最も多く 46.0%となっている。
- 最も集客力のあったイベント事業の効果については「継続的な集客や売上上昇につながった」の割合が 53.0%となっている。

③デジタル化の推進状況

- デジタル化の推進のために現在取り組んでいる事業については「ホームページ制作・運用」が最も多く 55.5%となっている。次いで「キャッシュレス決済の導入」が 33.1%、「SNS の活用」が 30.8%となっている。

- デジタル化推進のために今後取り組む予定の事業については「会員間の連絡手段のデジタル化」が最も多く 27.2%となっている。次いで「ホームページの制作・運用」が 26.8%となっている。

(2) 後継者不足対策

- 後継者不足の対策については「実施している」との回答は 8.6%となっている。

(3) 空き店舗対策

- 空き店舗については 57.3%が「ある」と回答しており、過去の調査からほぼ変化がみられない。
- 空き店舗が埋まらない理由については「家主・大家の事情」が 37.3%で最も高くなっている。

(4) 個店・商店街活性化のための取組

- 個店を対象とした経営力・売上向上を目的とした取組の実施については「実施している」が 10.2%となっており、過去の調査から継続して減少傾向にある。
- 「商店街活性化のために必要だと考えること」としては「会員の協力」が最も多く 62.6%となっている。

【施設・設備の状況】

(1) 街路灯の状況

- 街路灯の保有状況については、「保有している」が 83.6%となっている。
- 「街路灯を保有している」商店街のうち、街路灯の LED ランプを保有している商店街は 90.9%となっている。

(2) アーチの状況

- アーチの保有状況については、「保有している」が 21.7%となっている。
- 「アーチを保有している」商店街のうち、アーチの LED ランプを保有している商店街は 76.5%となっている。

(3) その他の共同施設の状況

- その他の共同施設について、既に設置している共同施設は「防犯カメラ」が 64.2%と最も多くなっている。次いで、「統一フラッグ」が 38.7%、「カラー舗装」が 37.4%となっている。
- その他の共同施設について、今後設置を予定している共同施設は「防犯カメラ」が 37.1%と最も多くなっている。次いで、「商店街案内板」が 30.0%、「統一フラッグ」が 28.5%となっている。

【新型コロナウイルス感染症の影響】

- 新型コロナウイルス感染症の影響については 93.9%が「影響があった」と回答している。
- 新型コロナウイルス感染症の影響の内容については「来街者の減少」が 86.7%と最も多く挙げられている。
- 今後実施する予定の感染症対策としては、「キャッシュレス決済導入の推進」が 44.3%と最も多くなっている。

【補助事業等の活用状況】

(1) 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業

- 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業については「利用したことがある」が 47.4%となっている。

(2) 東京都政策課題対応型商店街事業の利用状況

- 東京都政策課題対応型商店街事業については「利用したことがある」が 51.1%となっている。

第2章 調査結果

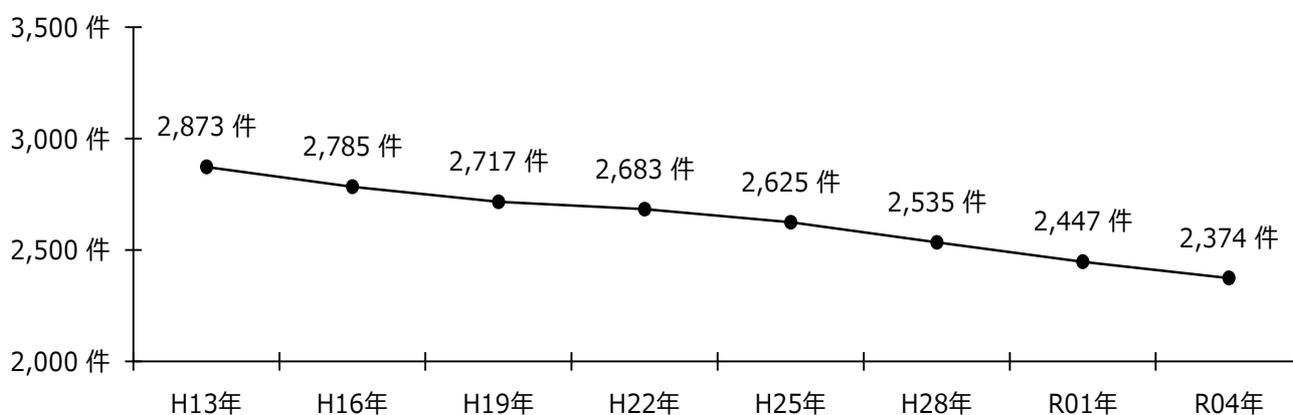
1 商店街の概要

(1) 商店街の概要

① 都内商店街数の推移

調査対象とした東京都内の商店街数（令和4年10月現在）は調査を重ねるごとに減少しており、前回調査（令和元年）から今回までに73件減少し、2,374件となっている。

【商店街数の推移】

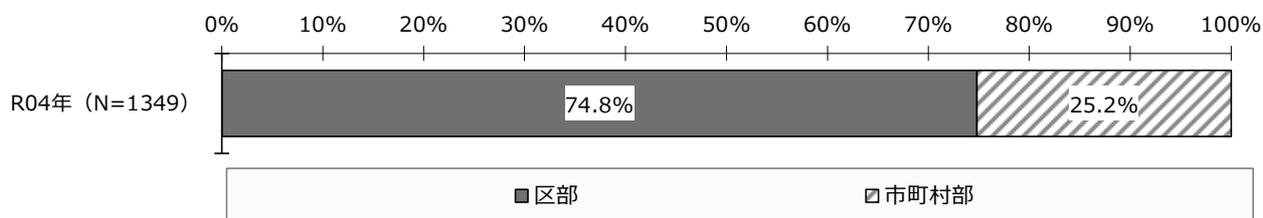


② 商店街の概況

■ 所在地

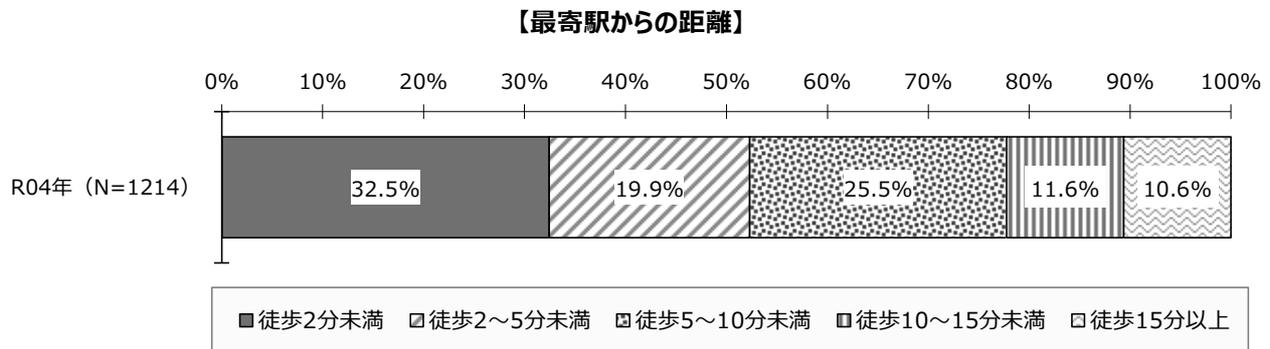
商店街の所在地をみると、区部が74.8%、市町村部が25.2%であった。

【商店街の所在地】



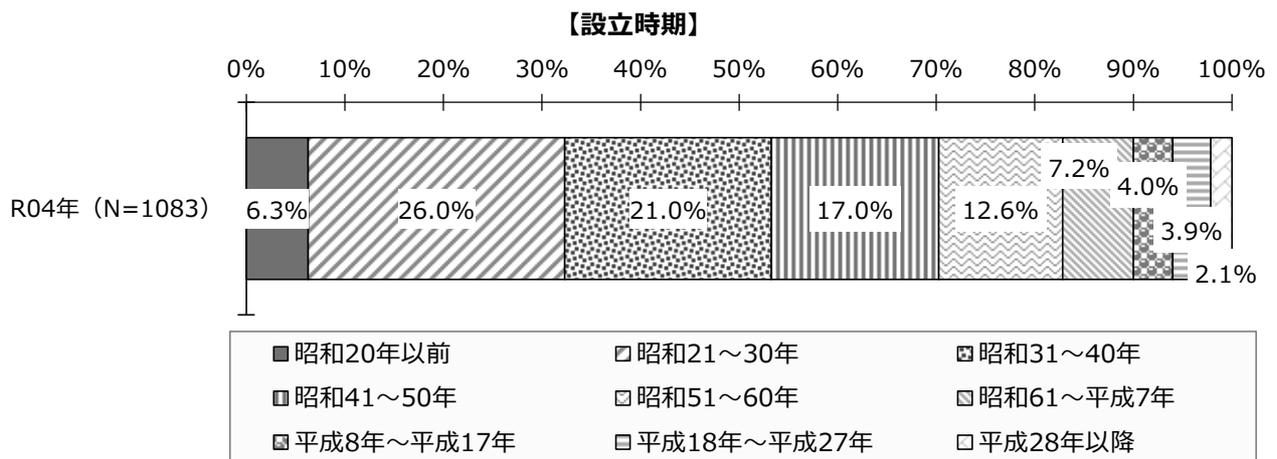
■ 最寄駅からの距離

最寄駅からの距離（徒歩時間）をみると、「徒歩2分未満」の割合が最も高く32.5%であった。



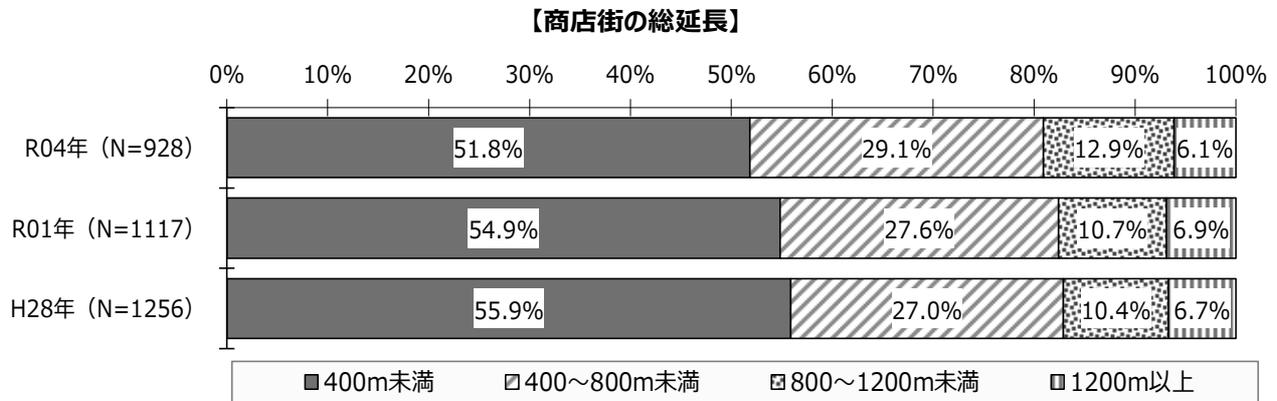
■ 設立時期

設立時期は「昭和21年（1946年）～30年（1955年）」の割合が最も高く26.0%であった。次いで「昭和31年（1956年）～40年（1965年）」の割合が21.0%と高い。以降、年を追うごとに割合が低くなっている。



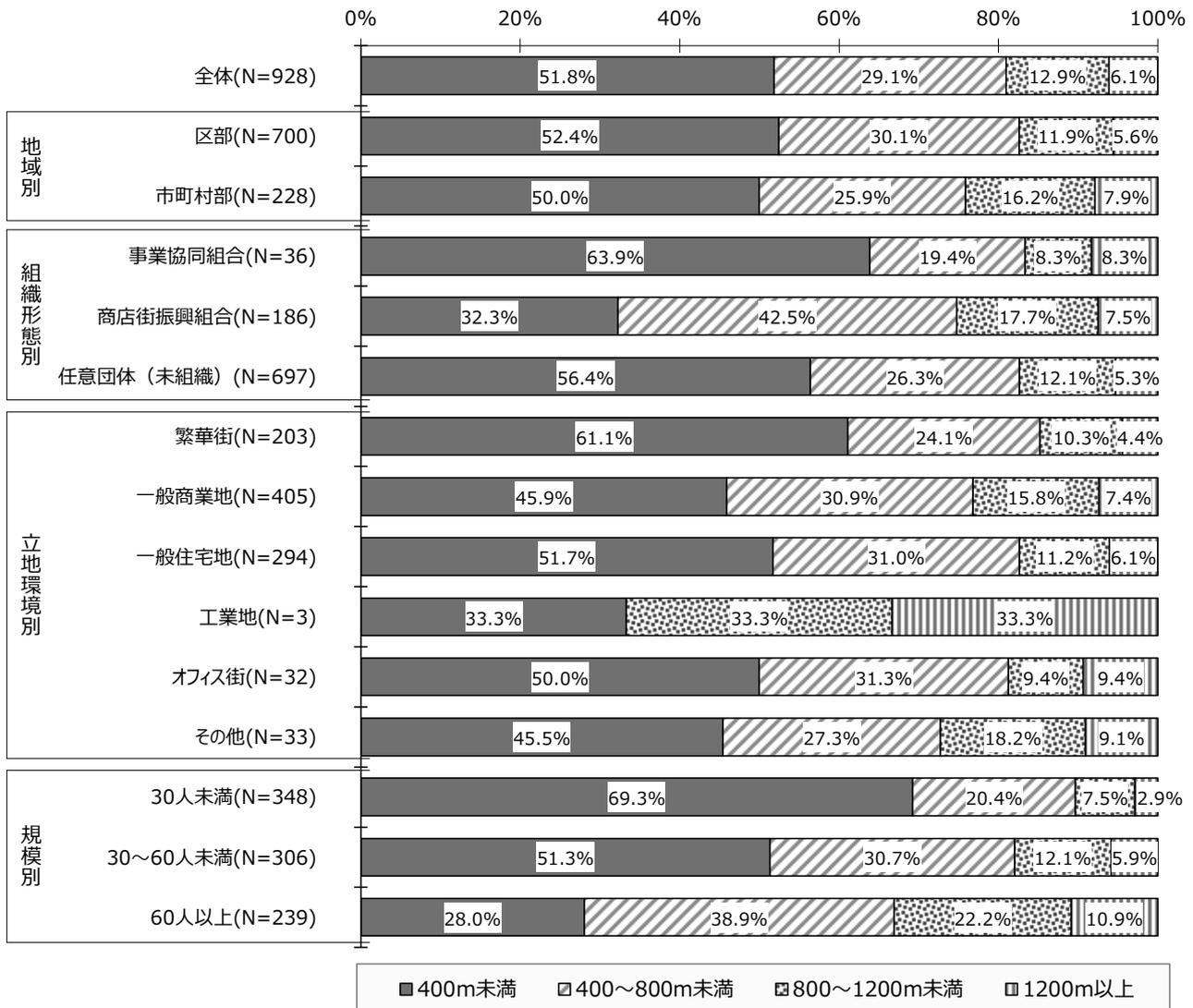
■ 商店街の総延長

商店街の総延長を区別にみると、「400m 未満」の割合が 51.8%と最も高く過半数を超えているものの、構成比は低下傾向にある。



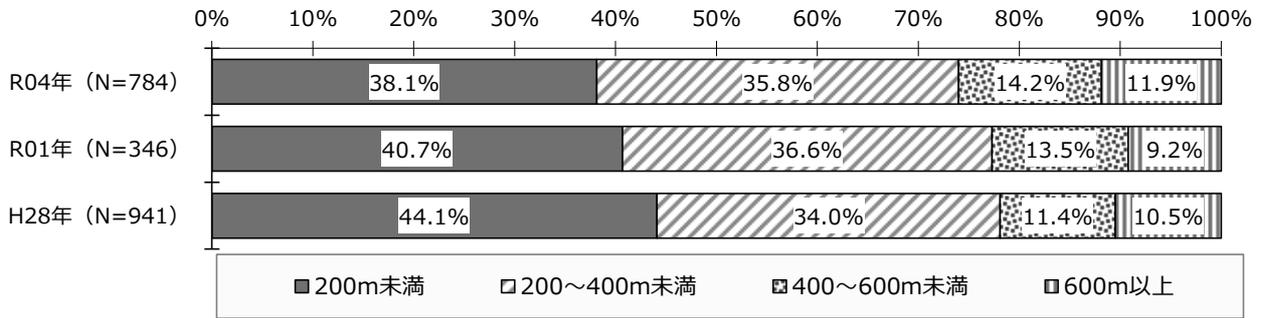
※商店街の平均総延長は 488.4m

【商店街の総延長（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



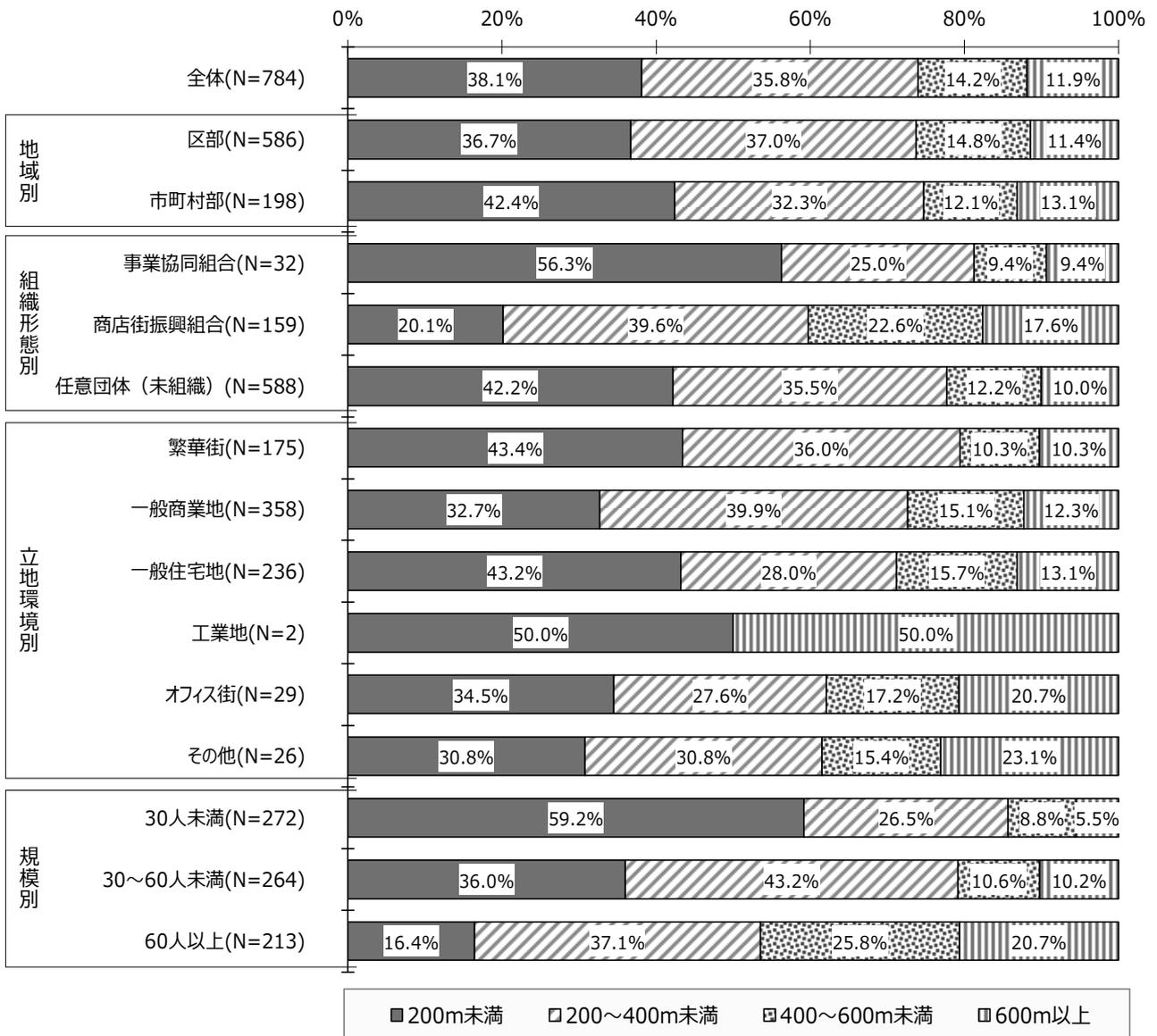
メインストリートの長さを区分別にみると、「200m 未満」の割合が 38.1%と最も高いものの構成比は前回調査（令和元年）から 2.6 ポイント低下しており、「200～400m 未満」と差が小さくなっている。

【メインストリートの長さ】



※メインストリートの平均の長さは 300.6m

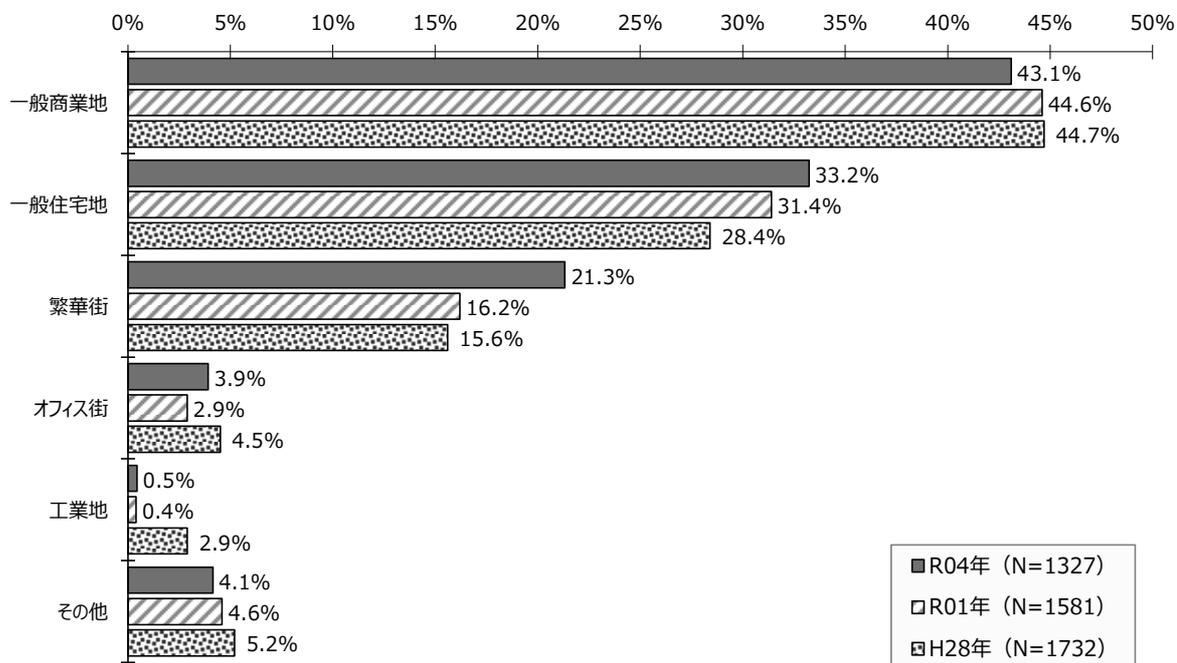
【メインストリートの長さ（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ 立地環境等

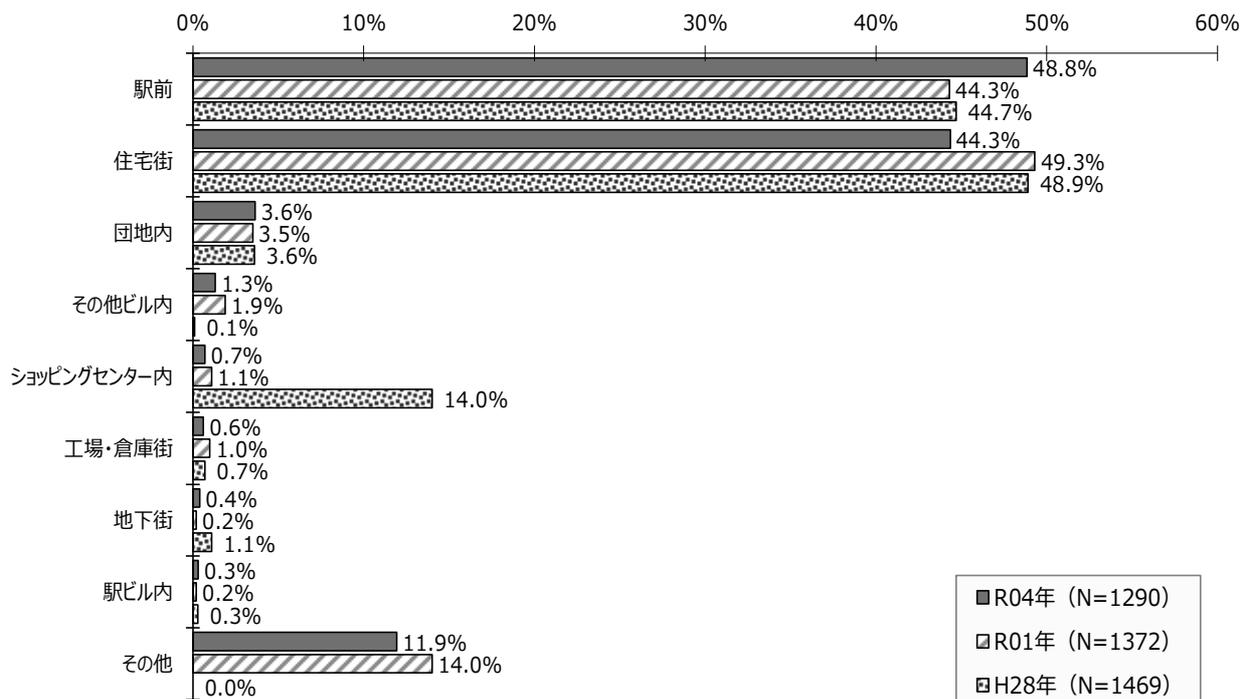
立地環境別にみると「一般商業地」の割合が最も高く 43.1%となっている。「繁華街」の割合は前回から 5.1 ポイント増加し、21.3%となっている。

【立地環境（複数回答）】



周辺環境別（商店街属性別）にみると「駅前」の構成比が 48.8%に増加しており、過去の調査では最も多かった「住宅地」を上回っている。

【周辺環境（複数回答）】



(2) 組織状況

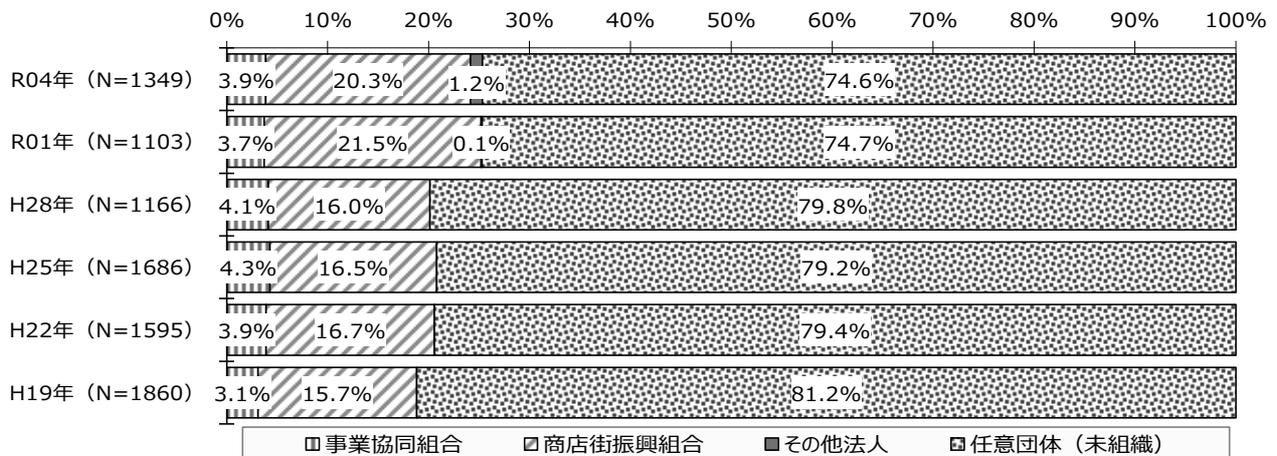
① 組織形態等

■ 組織形態

一般に商店街は、中小企業等共同組合法（昭和 24 年法律第 181 号）に基づく「事業協同組合」または商店街振興組合法（昭和 37 年法律第 141 号）に基づく「商店街振興組合」という法人組織か、または「任意団体（未組織）」の形態で存在している。

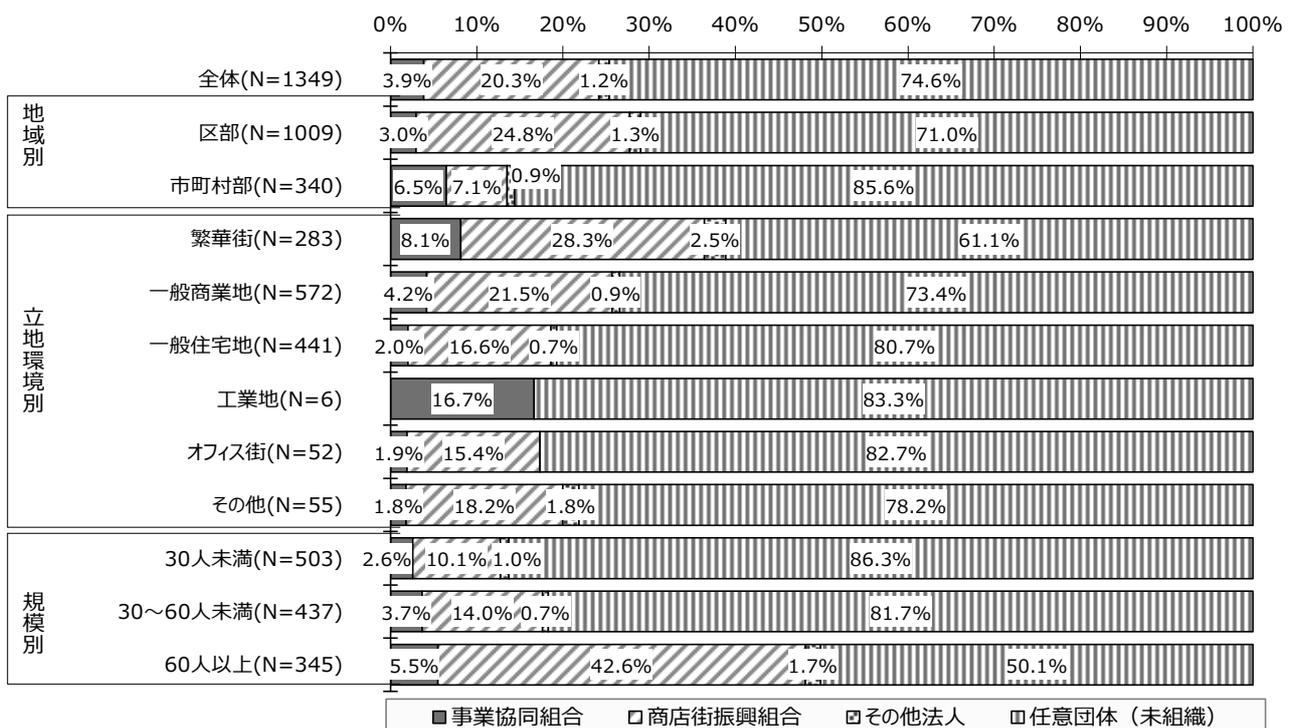
今回の調査では、「法人（事業協同組合、商店街振興組合など）」が 25.4%、「任意団体」が 74.6%となっている。

【組織形態】



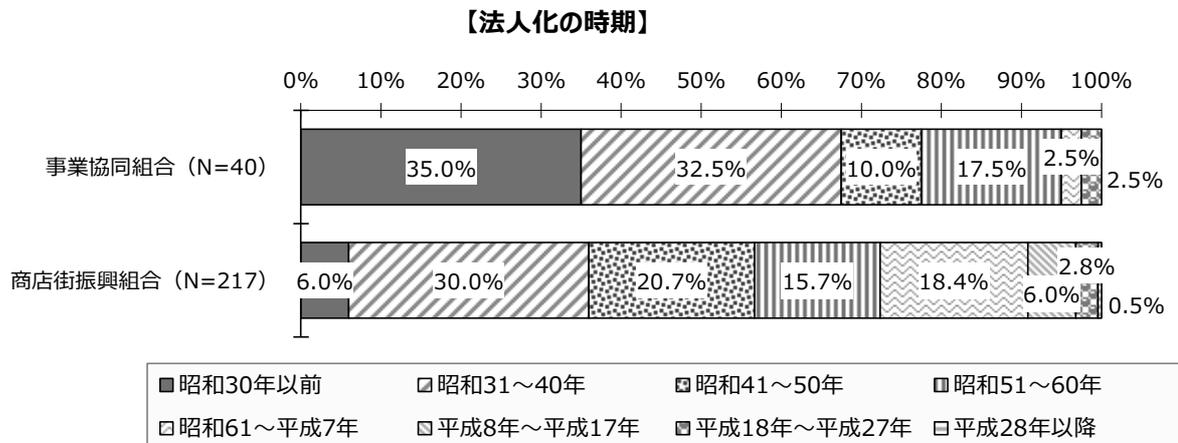
※「その他法人」については H28 年以前の調査では選択肢を設けていない

【組織形態（地域別、立地環境別、規模別）】



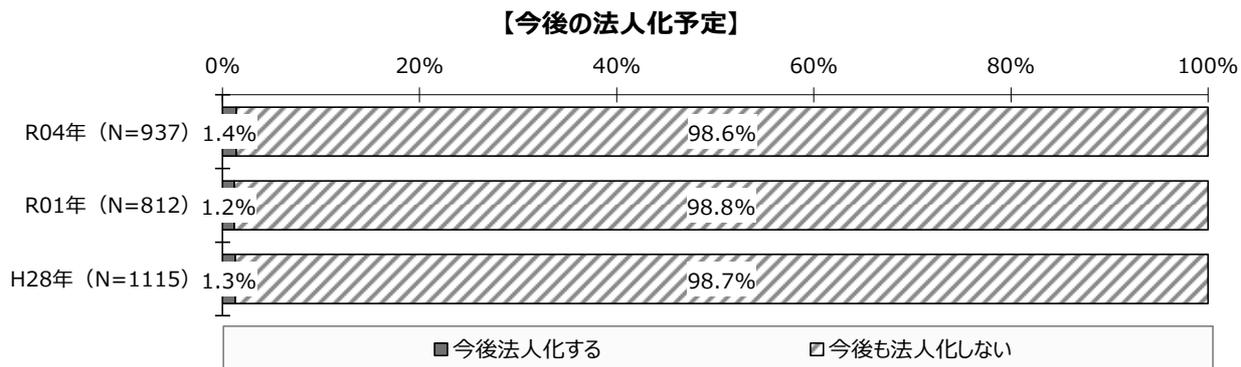
■ 法人化の時期

法人化の時期についてみると、事業協同組合は「昭和 30 年（1955 年）以前」、商店街振興組合は、「昭和 31 年（1956 年）～40 年（1965 年）」の割合が高くなっている。



■ 法人化の予定

法人化していない組織に対して、今後の法人化の意向を尋ねたところ、「今後法人化する」の割合は 1.4%となっている。前回までの調査から大きな変化はない。



【今後法人化する・しない理由】

【今後法人化する理由】

- ・再カラー舗装化を計画している為
- ・組織が大きくなれば法人化する予定
- ・都市再生整備計画の策定をめざして活動しているため

【今後法人化しない理由】

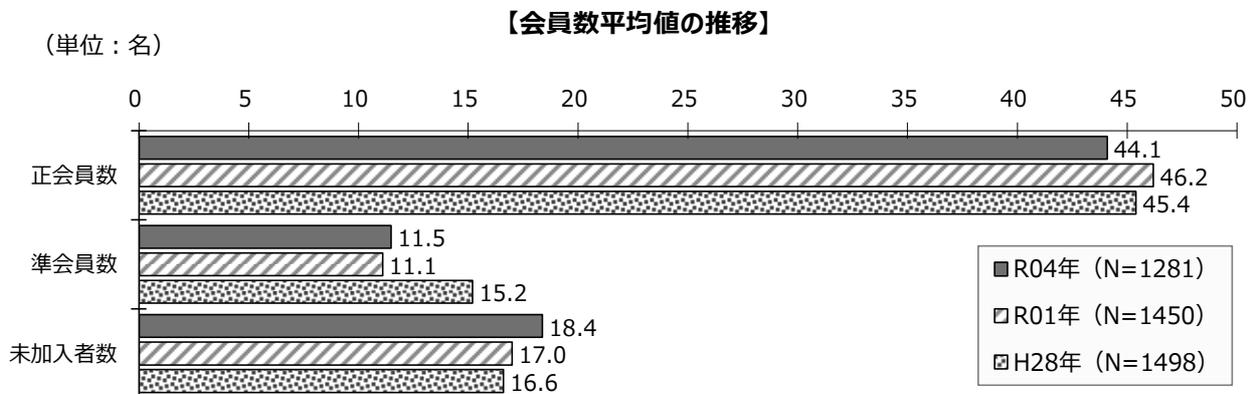
- ・会員数が少ない
- ・規模が小さい
- ・人材不足

など

② 会員等の状況

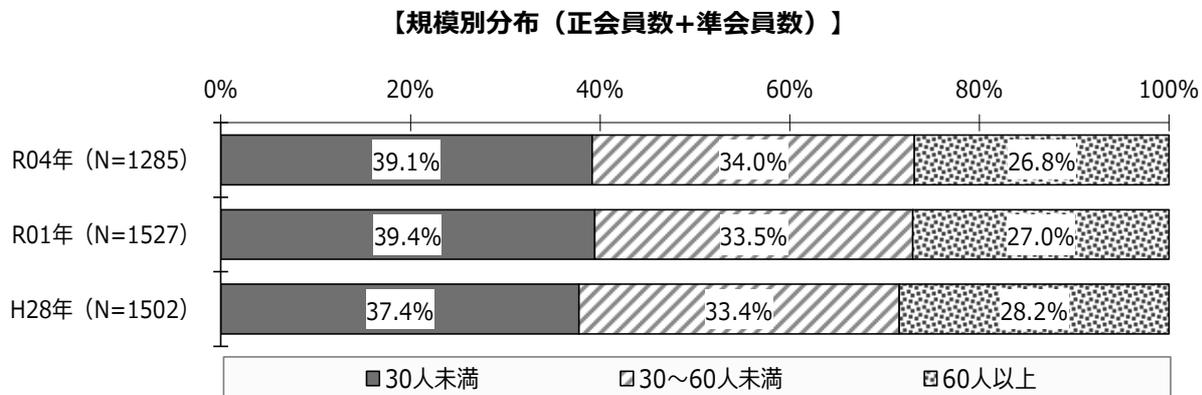
■ 会員数等の状況

会員数等の平均値は、それぞれ、正会員数は44.1名、準会員数は11.5名、未加入者数は18.4名であった。



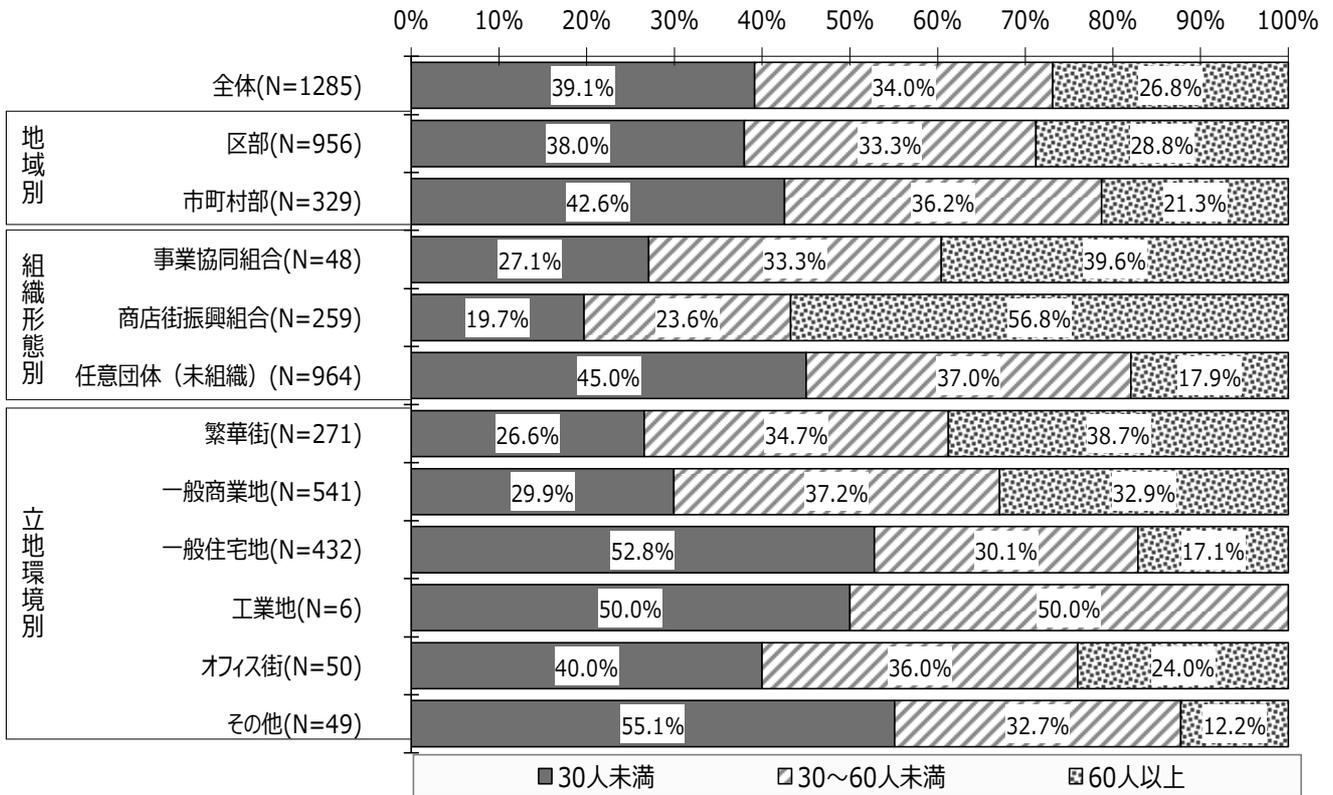
■ 会員数の規模別分布・男女比

会員数（正会員数+準会員数）の分布についてみると、「30人未満」の割合は39.1%、「30人以上60人未満」は34.0%、「60人以上」は26.8%となっている。



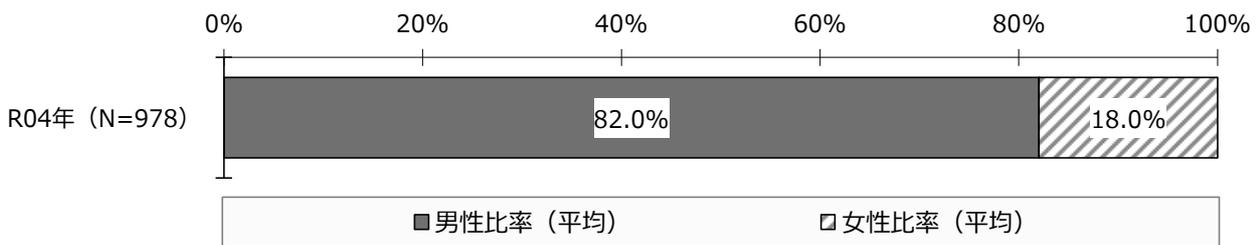
地域別にみると「区部」、組織形態別にみると「商店街振興組合」の「60人以上」の割合が高くなっている。

【商店街会員数の規模別分布（地域別、組織形態別、立地環境別）】

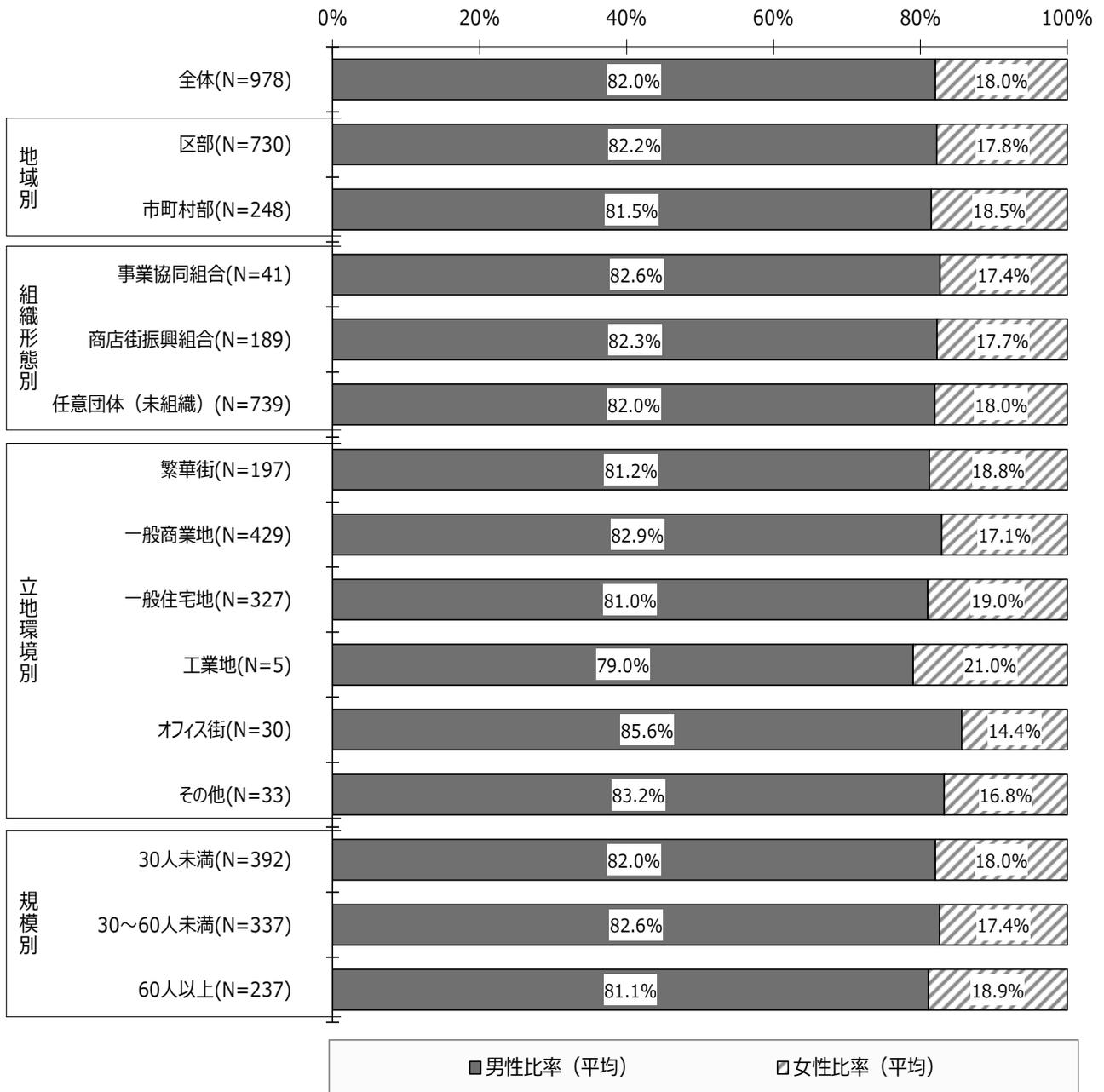


会員等の男女比をみると、男性が82.0%、女性が18.0%となっている。

【会員等の男女比】



【会員等の男女比（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



③ 役員 の 状 況

■ 理 事 長 等 の 状 況

理事長・会長の平均人数は 1.0 人、平均任期は 2.2 年となっている。

【理事長等の平均人数及び平均任期】

		理事長・会長	副理事長・副会長	理事・役員	監事
人数 (人)	R04年 (N=1319)	1.0	2.0	5.9	1.5
	R01年 (N=1463)	1.1	2.2	6.2	1.6
	H28年 (N=1508)	1.1	2.2	6.4	1.6
任期 (年)	R04年 (N=994)	2.2	2.2	2.2	2.3
	R01年 (N=1227)	2.4	2.3	2.2	2.3
	H28年 (N=1275)	2.4	2.3	2.3	2.3

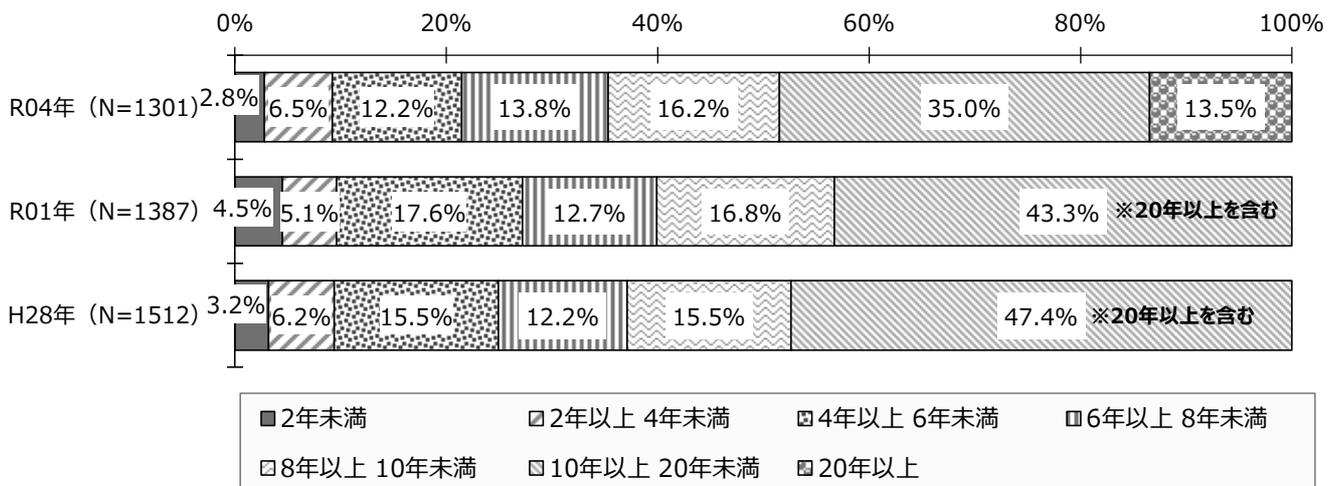
【理事長等の平均人数（組織形態別）】

	理事長・会長 (人)	副理事長・副会長 (人)	理事・役員 (人)	監事 (人)
事業協同組合(N=51)	1.0	1.7	7.5	1.8
商店街振興組合(N=272)	1.0	2.3	9.1	1.7
任意団体（未組織）(N=983)	1.0	1.9	4.7	1.4

■ 役 員 の 平 均 在 職 年 数

役員の平均在職年数は「10年以上 20年未満」が最も高く 35.0%となっている。「10年以上 20年未満」と「20年以上」を合計すると 48.5%となり、前回調査（令和元年）（43.3%）よりも高くなっている。

【役員の平均在職年数】

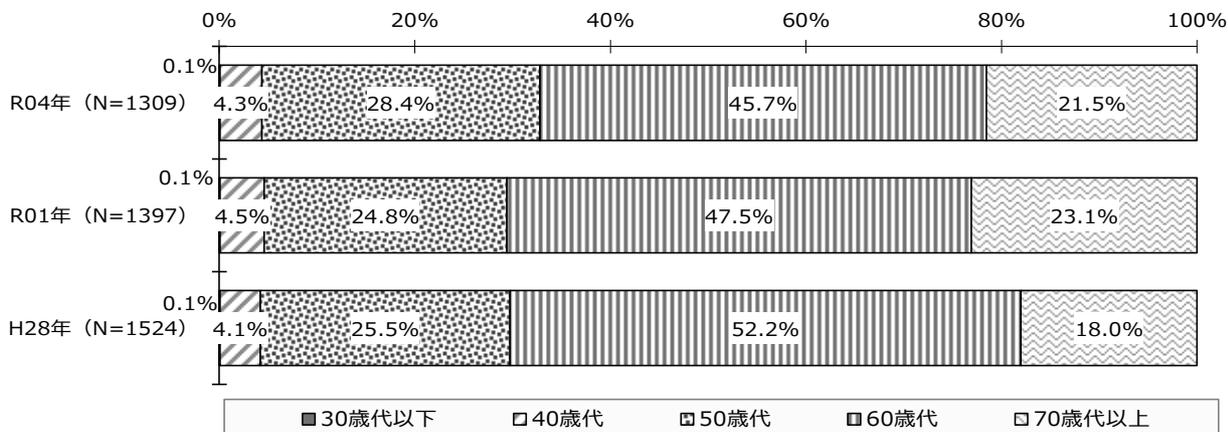


※R01年及びH28年の調査において「20年以上」は「10年以上」に含まれている

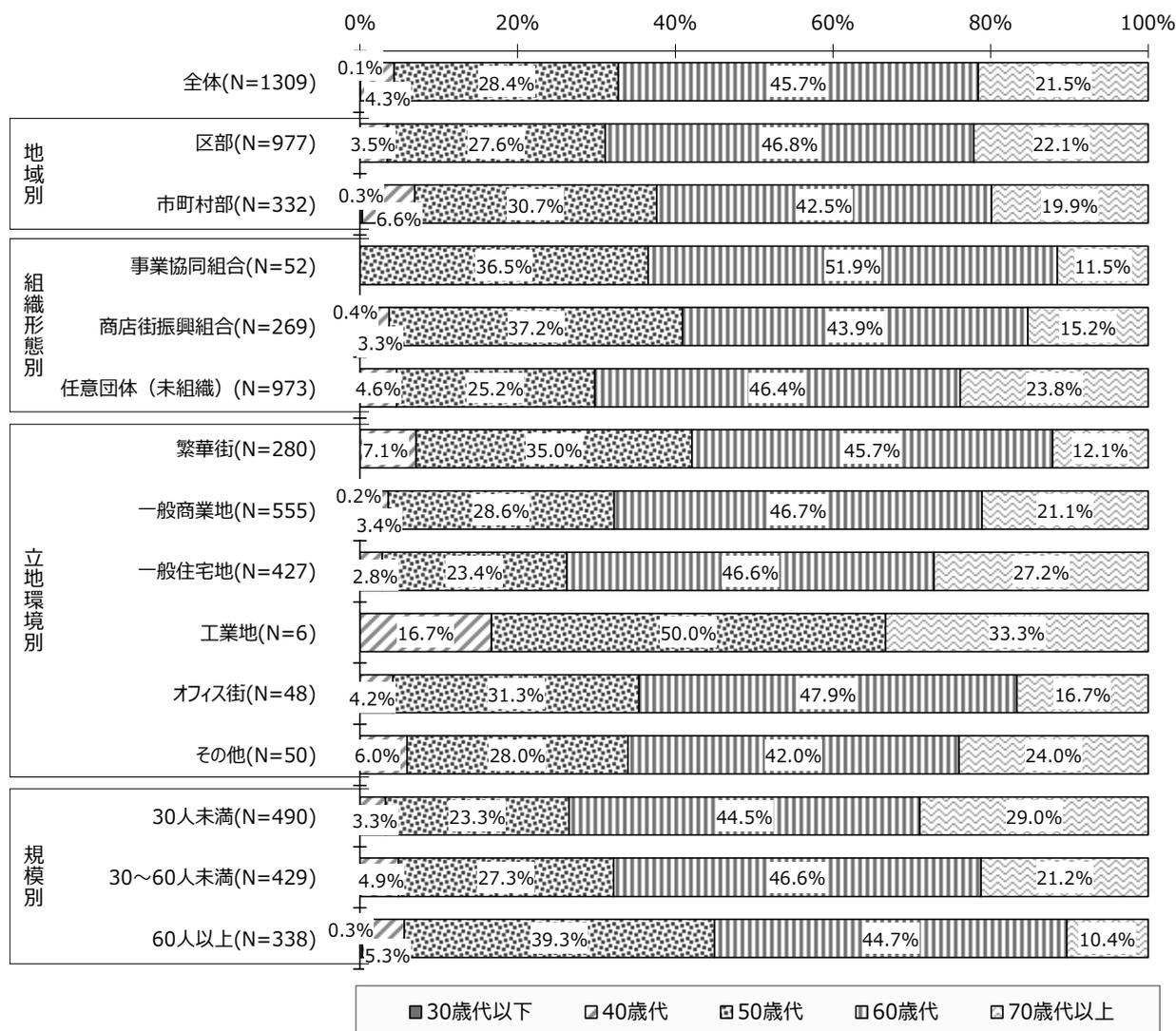
■ 従業員の平均年齢

従業員の平均年齢は前回調査（令和元年）と同様、60歳代が45.7%と最も多くなっているが、構成比は低下している。一方で50歳代が28.4%に増加している。

【従業員の平均年齢】



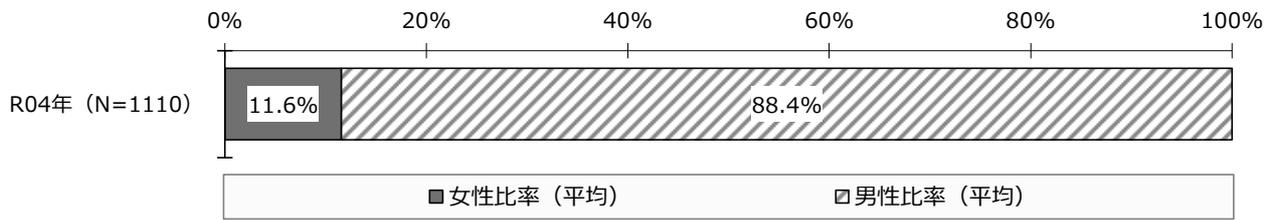
【従業員の平均年齢（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



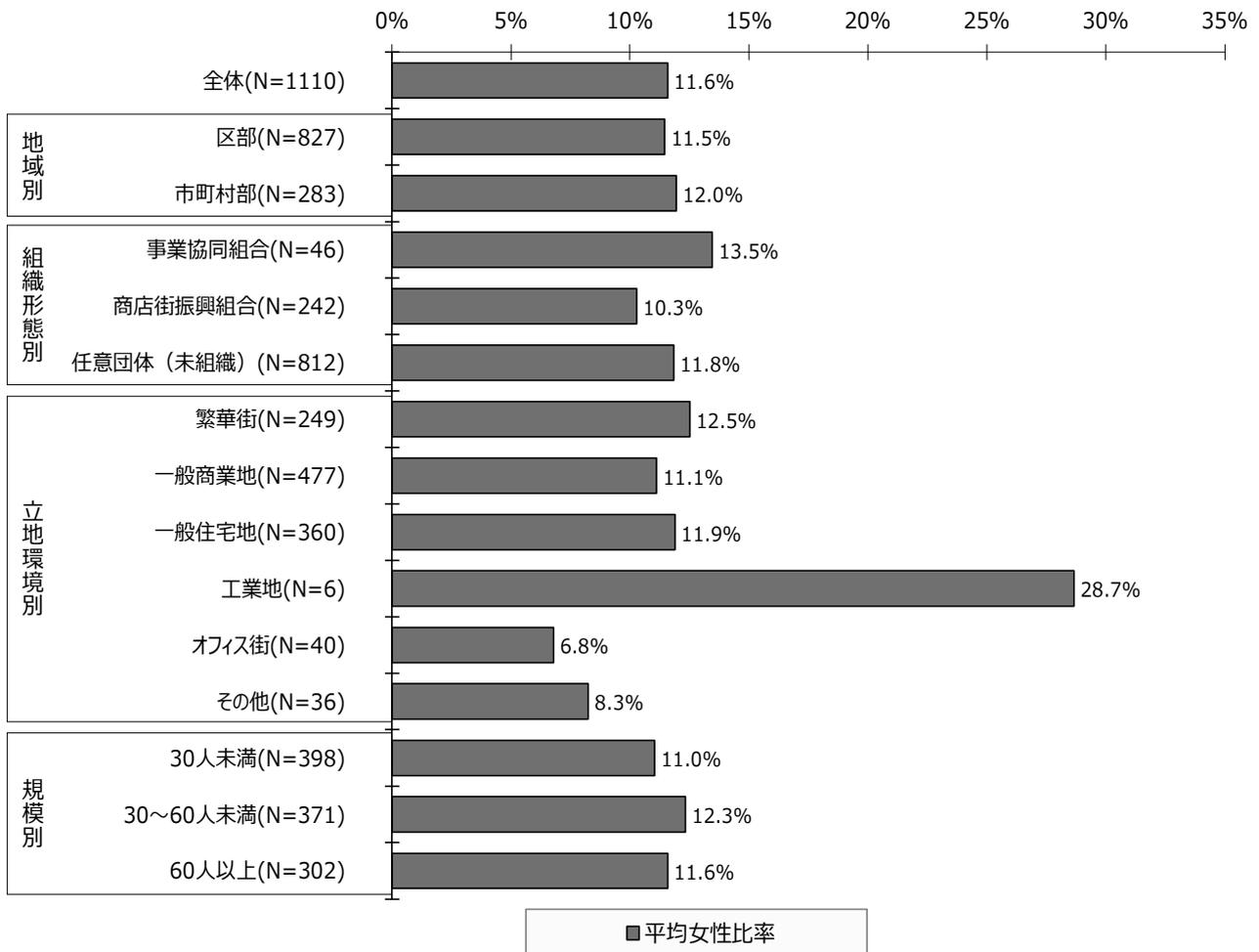
■ 役員の男女比等

役員の男女比をみると、88.4%が男性となっており、会員（82.0%）以上に男性比率が高くなっている。

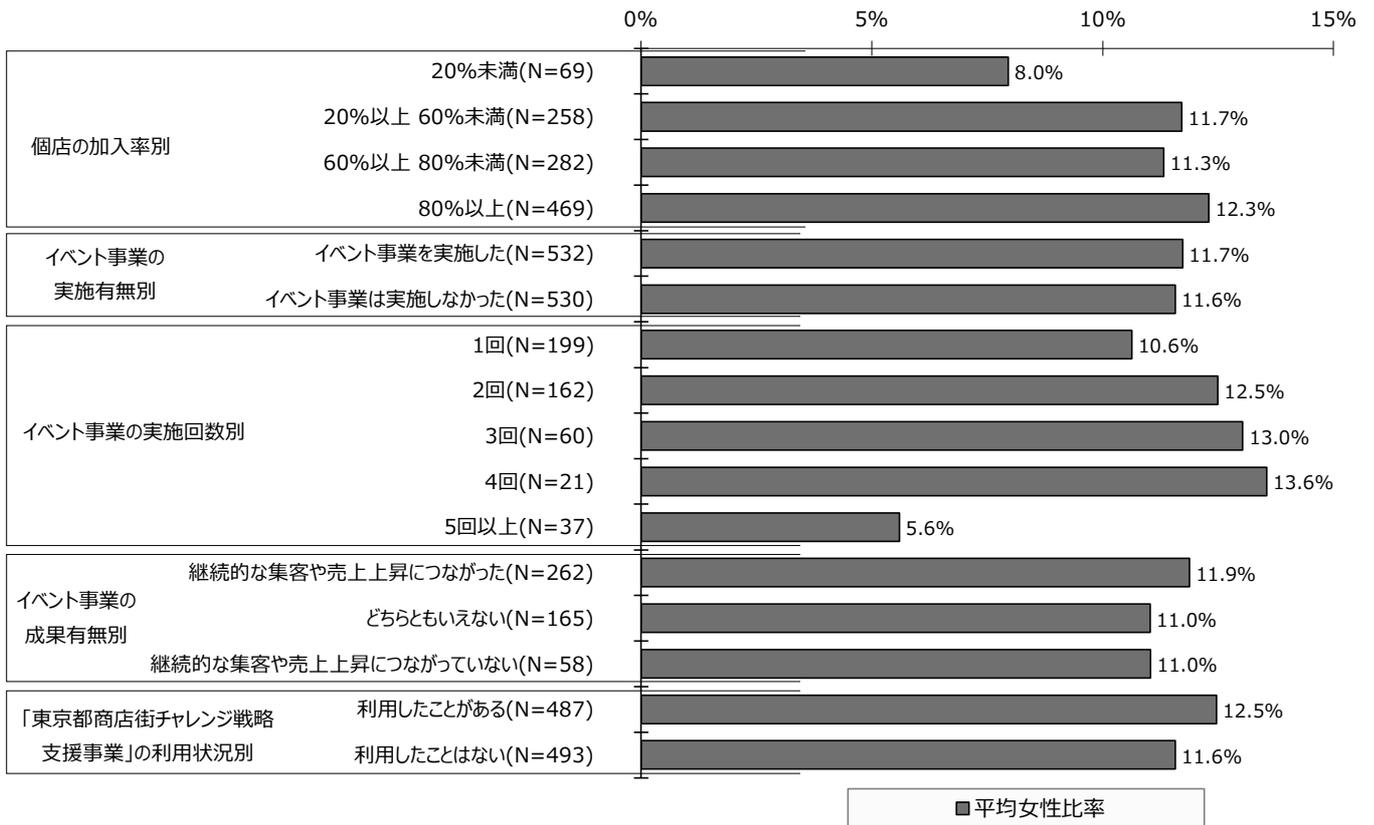
【役員の男女比】



【役員の平均女性比率（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



【従業員の平均女性比率（個店の加入率別等）】

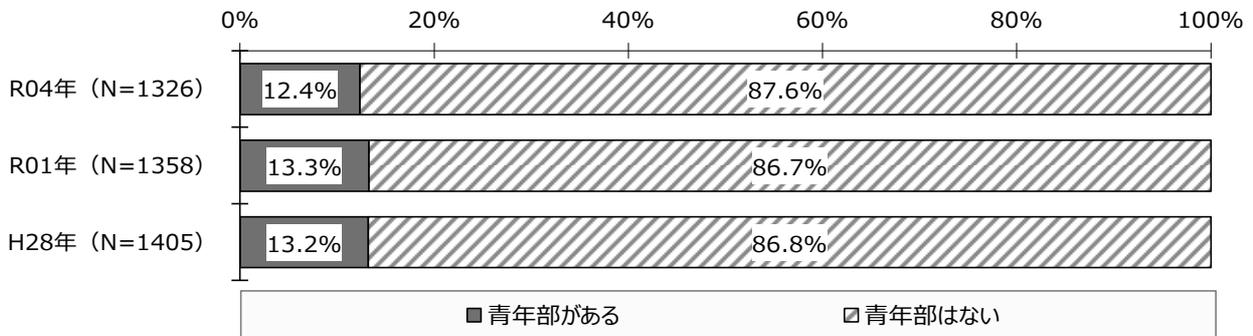


④ 青年部・女性部の状況

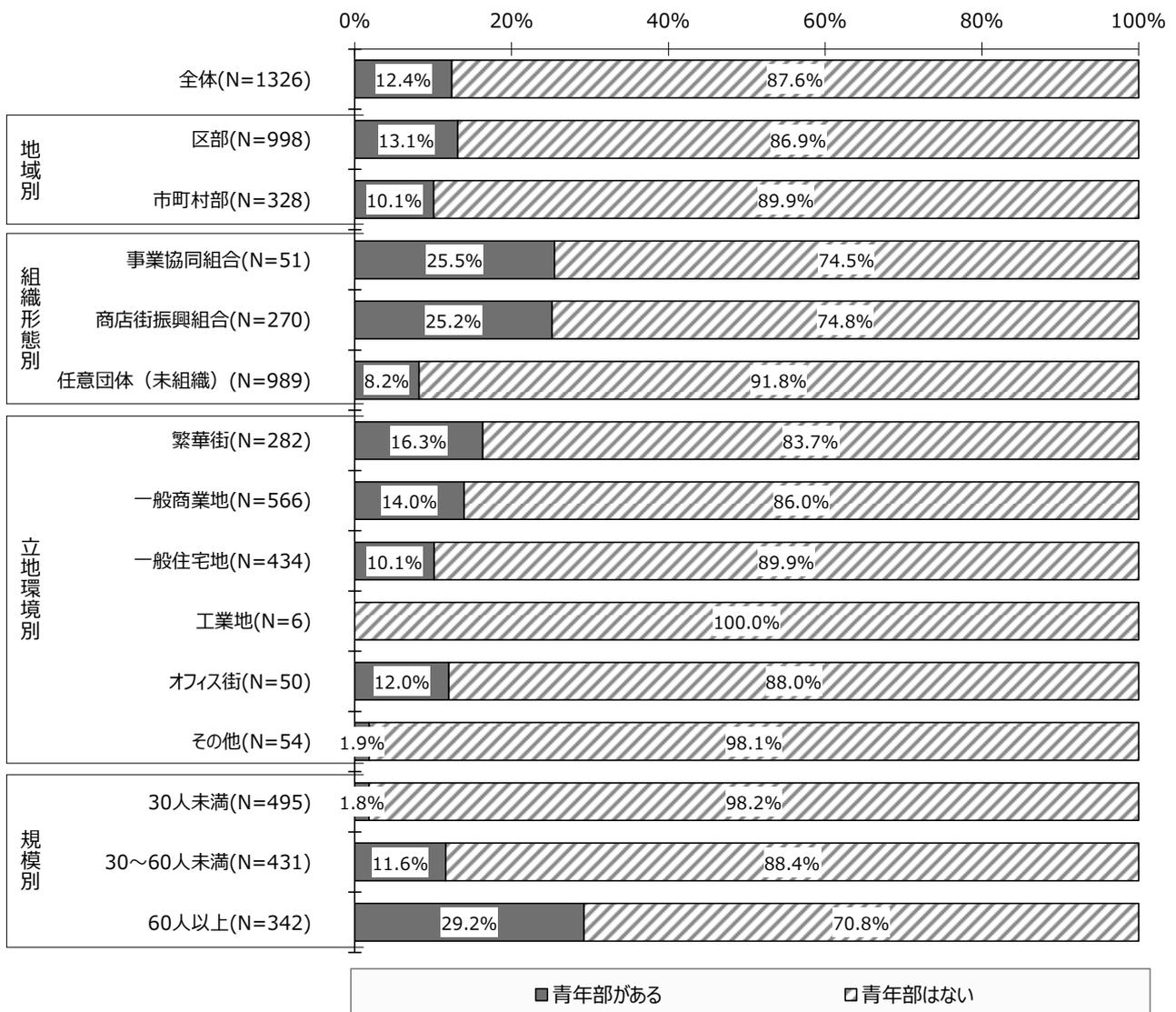
■ 青年部の状況

青年部のある割合は 12.4%となっており、前回調査（令和元年）から 0.9 ポイント低下している。

【青年部の有無】

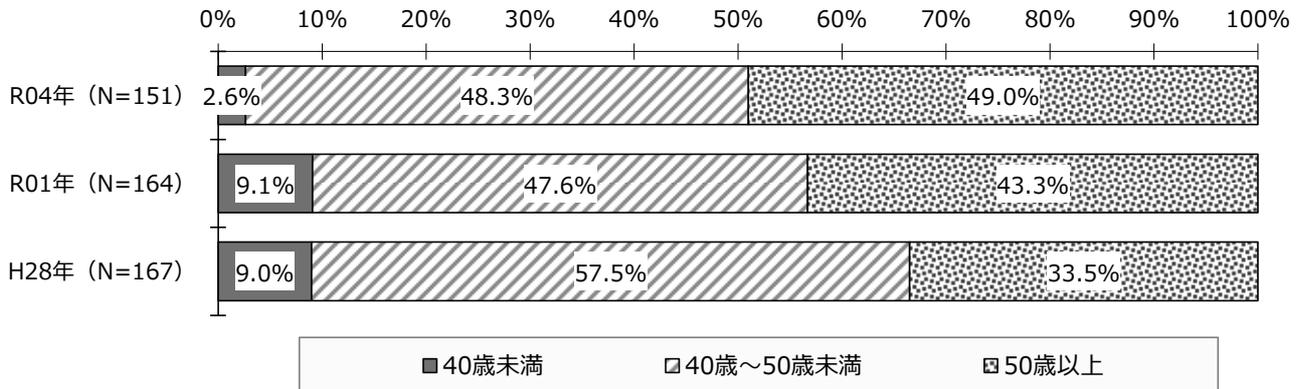


【青年部の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



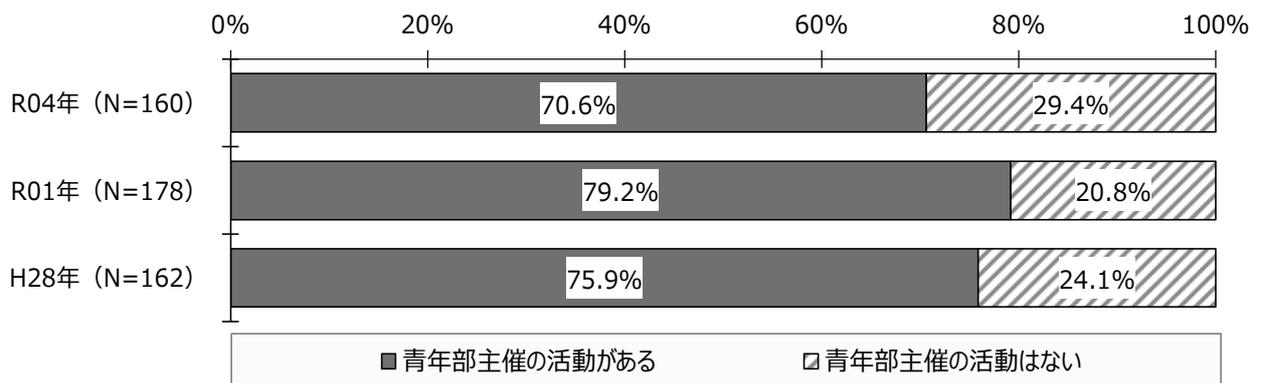
青年部構成員の平均年齢の年代別分布は「50歳以上」が49.0%と最も高く、次いで「40歳～50歳未満」が48.3%と高くなっている。

【青年部構成員の年代別分布】



青年部の活動については「ある」が70.6%となり、前回調査(令和元年)と比較すると8.6ポイント低下している。

【青年部主催の活動有無】



【青年部主催の主な活動内容】

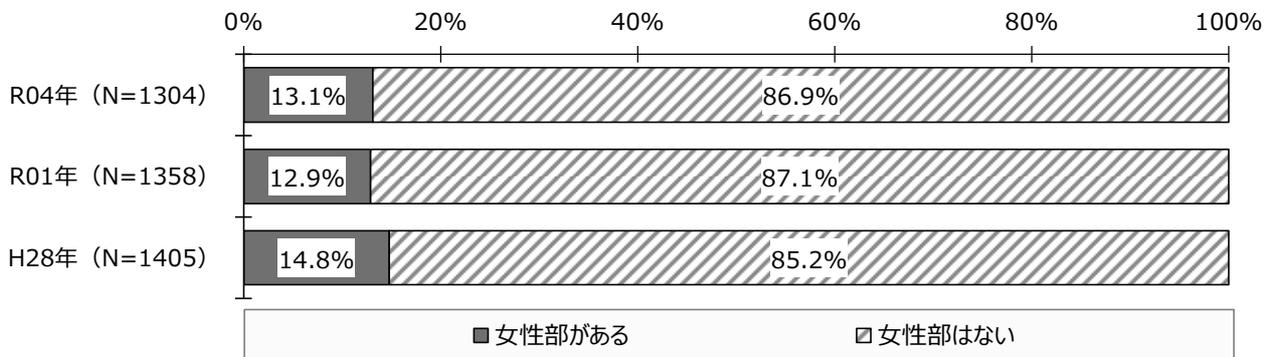
- ・イベントの企画・準備
- ・街路灯の管理・視察研修
- ・懇親会・夜警
- ・祭り・町内清掃・各種イベント手伝い・年末夜警
- ・商店街連合会との交流・イベントの協力
- ・部員同士のリクリエーション・他商店街青年部との交流
- ・年2回のイベント企画実行（ハロウィン）・バス研修旅行企画実行
- ・ボウリング大会
- ・夏まつり
- ・商店会、町会活動補佐

など

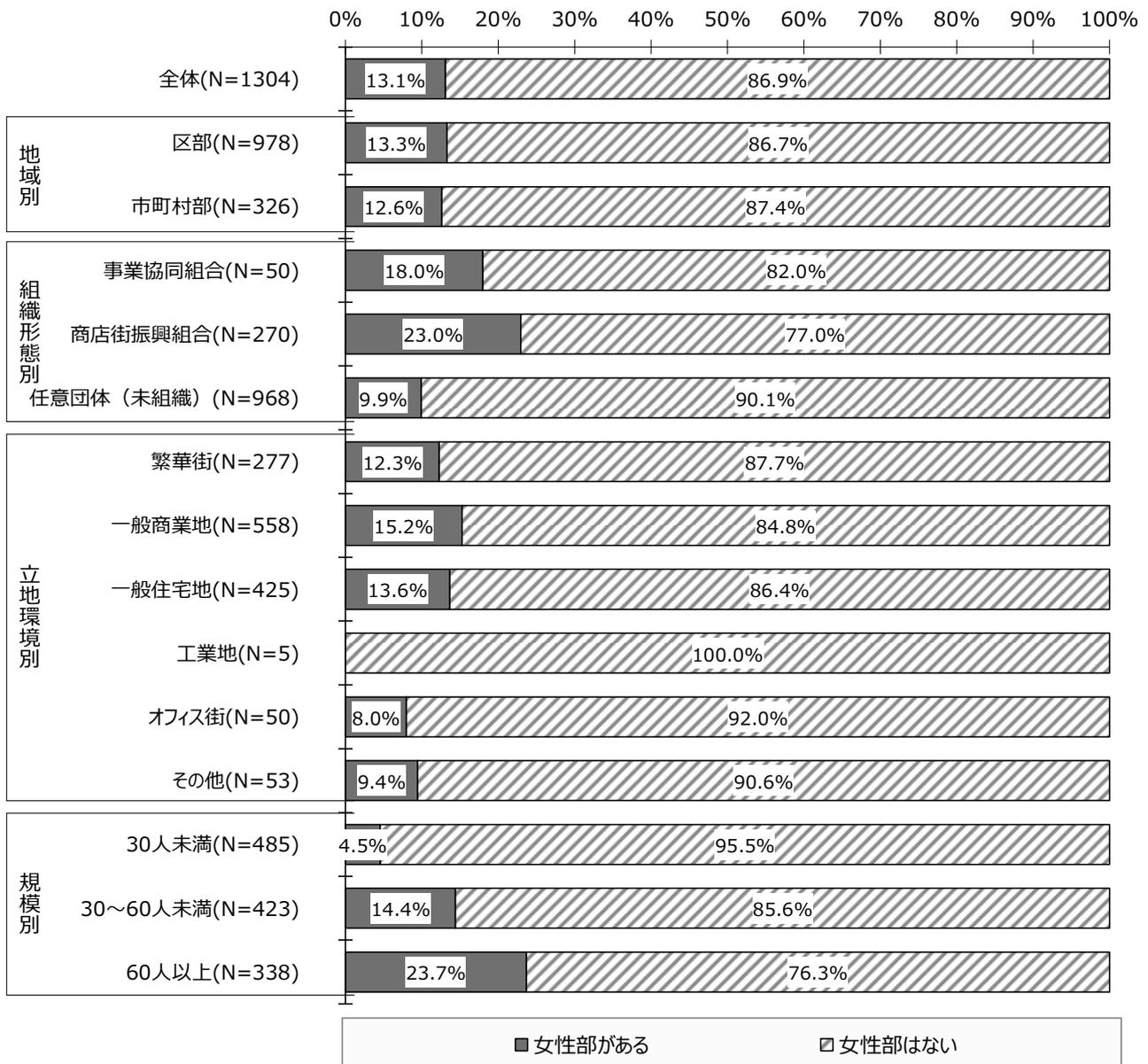
■ 女性部の状況

女性部については13.1%が「ある」と回答しており、前回調査（令和元年）からほぼ横ばいとなった。

【女性部の有無】

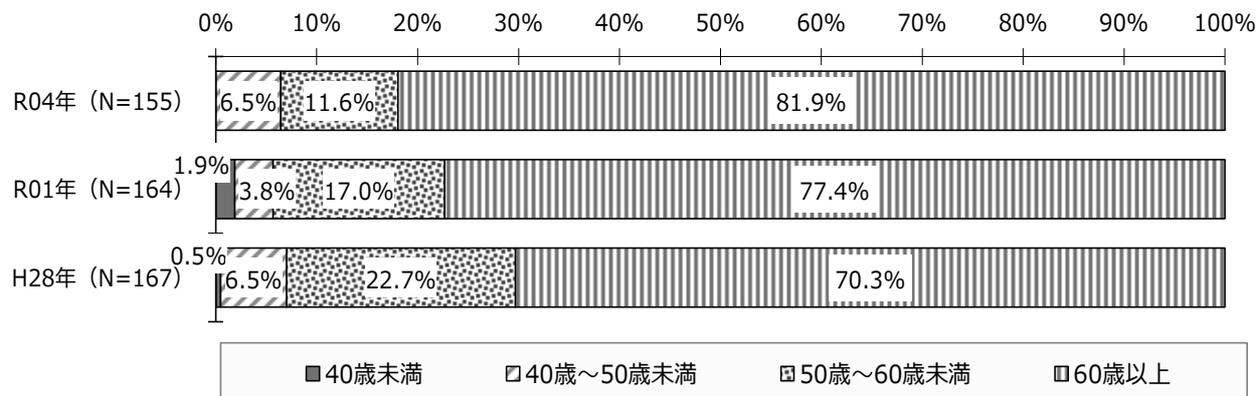


【女性部の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



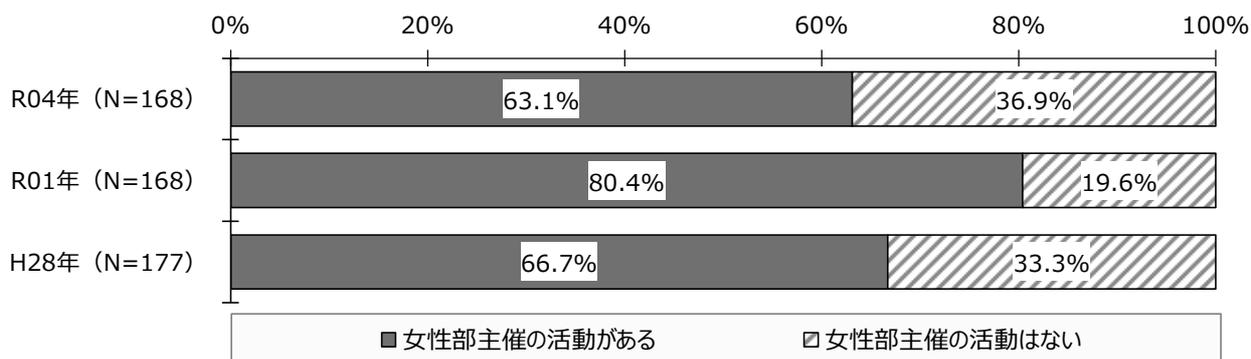
女性部構成員の年代は「60歳以上」が81.9%と最も多く、「60歳以上」の構成比は年々高まっている。

【女性部構成員の年代別分布】



女性部主催の活動については、63.1%が「ある」と回答している。

【女性部主催の活動有無】



【女性部主催の主な活動内容】

- ・祭り・町内清掃・各種イベント手伝い
- ・商店街活動への参加と協力
- ・定例会の開催
- ・新入部員の勧誘
- ・各種研修会及び勉強会への参加
- ・他商店街との交流
- ・商店街行事への参加、協力・自主防災会活動
- ・商店街清掃
- ・夏まつり、盆おどり
- ・親睦会

など

⑤ 総会・予算等の状況

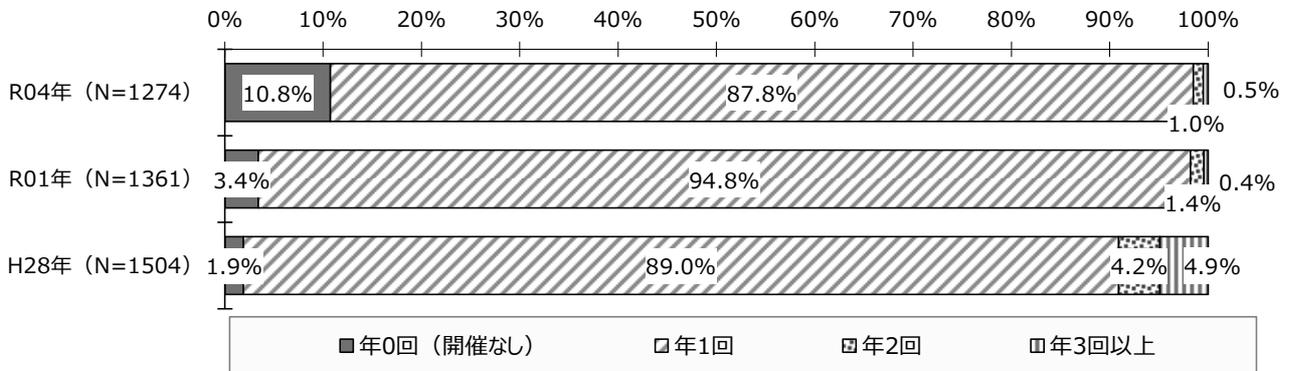
■ 総会等の開催回数

総会の年間実施回数については「年1回」が最も多く 87.8%を占めているが、「年0回（開催なし）」が増加し、10.8%となっている。役員会の年間実施回数についても同様の傾向で、「年5回未満」の回答が最も高いうえ、前回調査（令和元年）から 9.4 ポイント増加し 52.2%となっている。専門部会の年間実施回数についても「年5回未満」の回答が最も多く 76.3%となっている。

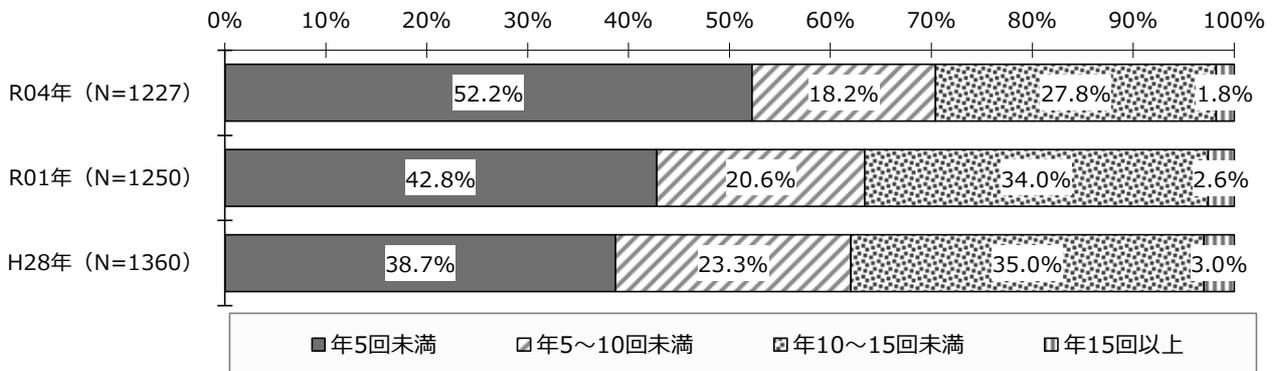
【総会等の開催回数（平均）】

	総会(N=1274)	役員会(N=1227)	その他の会議(N=733)
平均（回）	0.9	5.7	3.7

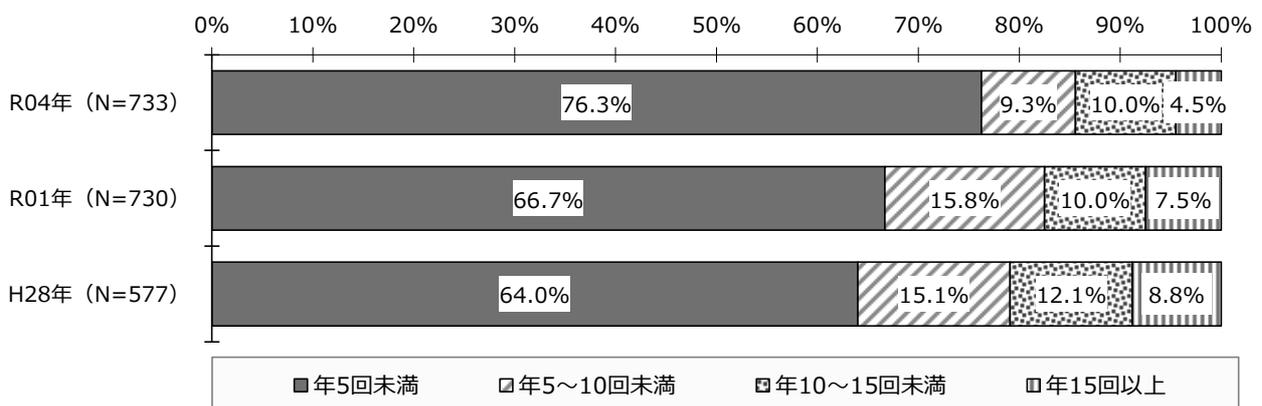
【総会の年間実施回数】



【役員会の年間実施回数】

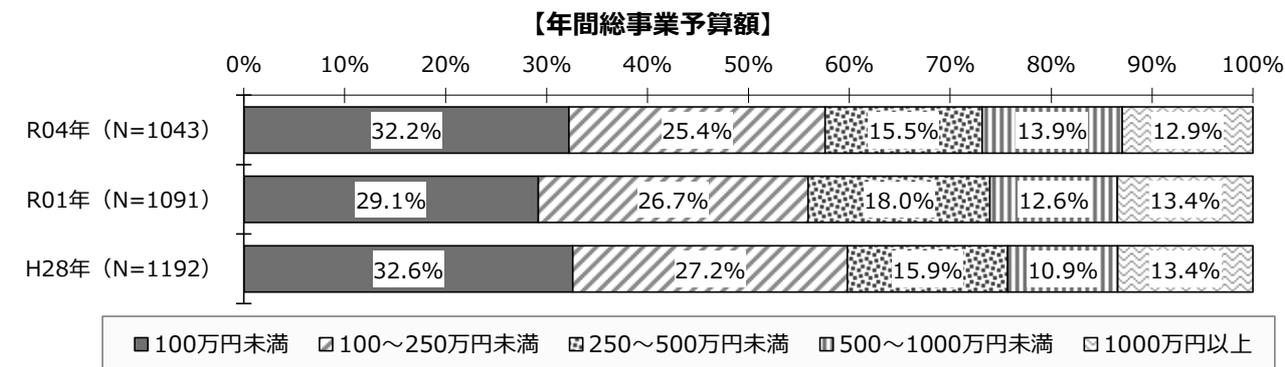


【専門部会の年間実施回数】

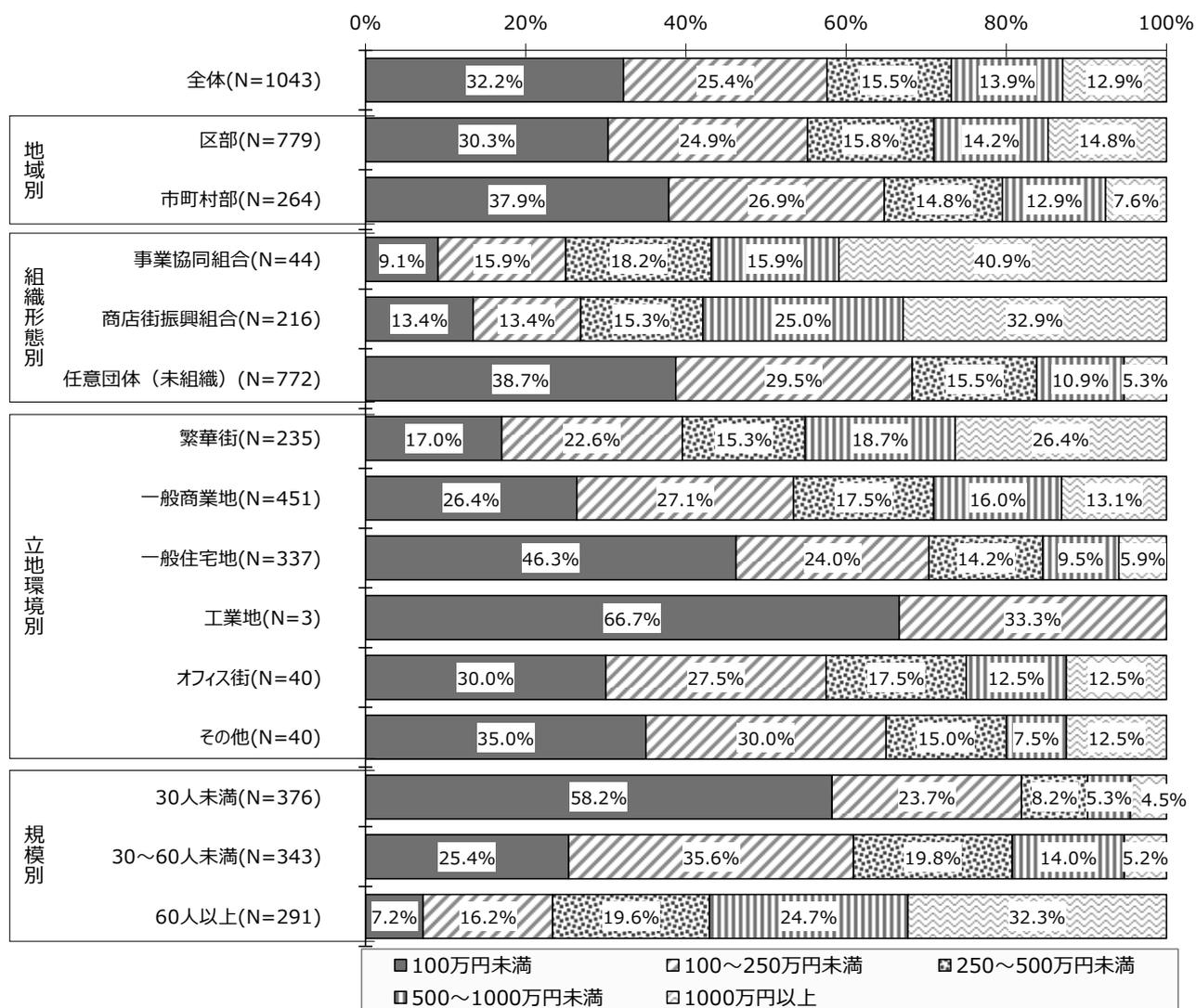


■ 年間総事業予算額の状況

年間総事業予算額については「100万円未満」が最も多く32.2%となっている。



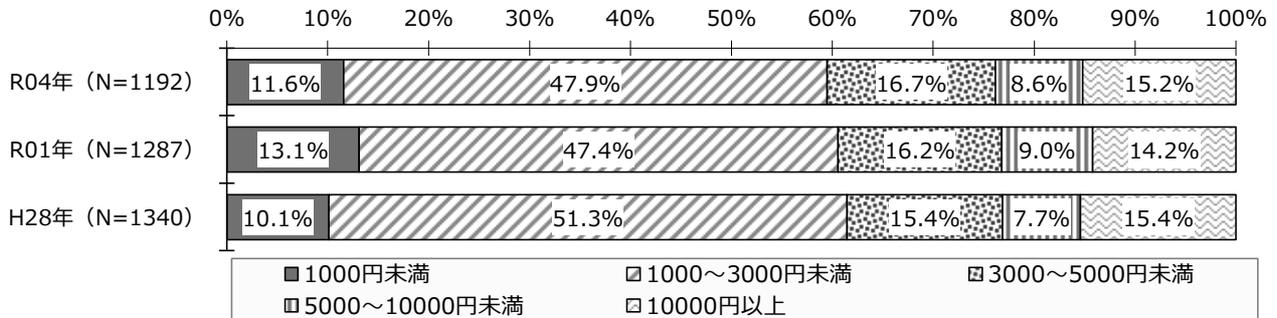
【年間総事業予算額（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



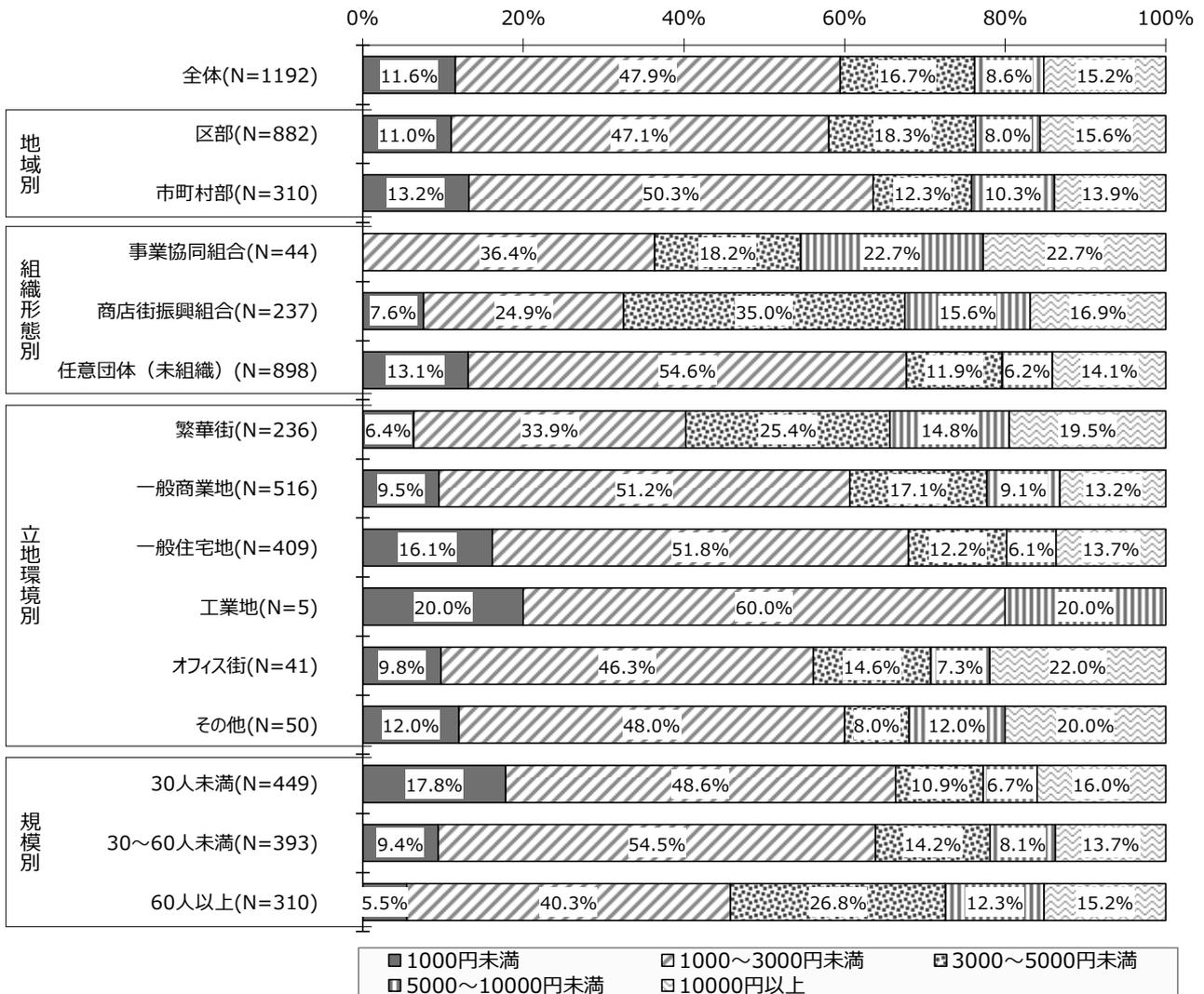
■ 月会費の状況

1店舗あたりの平均月会費については「1000～3000円未満」が47.9%と最も高く、前回調査（令和元年）と同様の結果となっている。会費の徴収方法も「均等割」が58.8%となっており、前回、前々回の調査からほぼ変化は見られない。

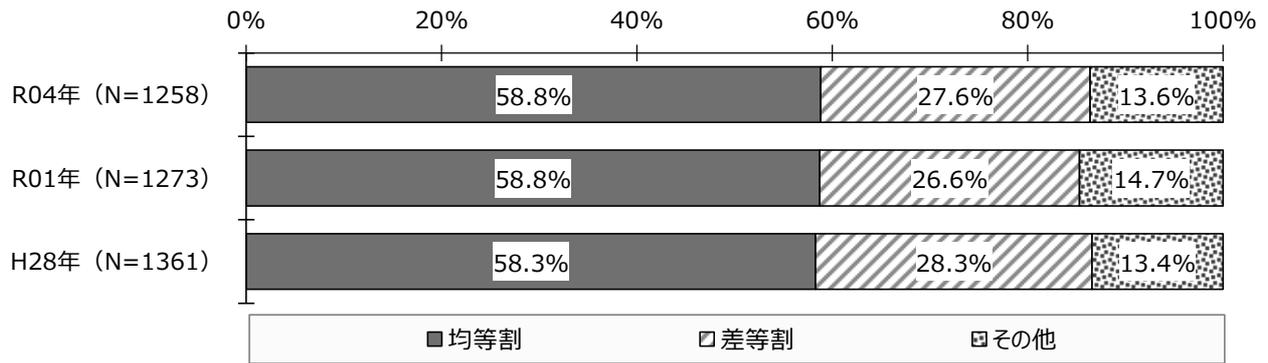
【1店舗あたりの平均月会費】



【1店舗あたりの平均月会費（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

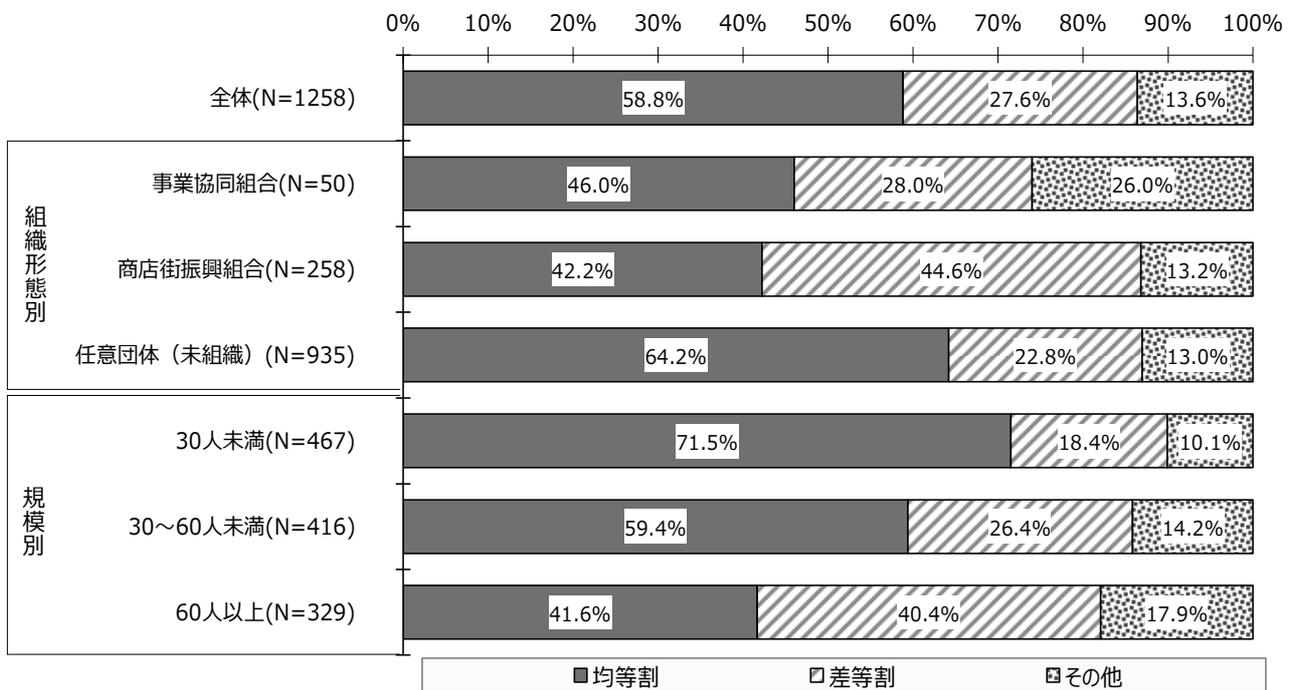


【会費の徴収方法】



※差等割：組合の在籍年数や個店の規模・売上などに応じて会費に差を設ける方法

【会費の徴収方法（組織形態別、規模別）】



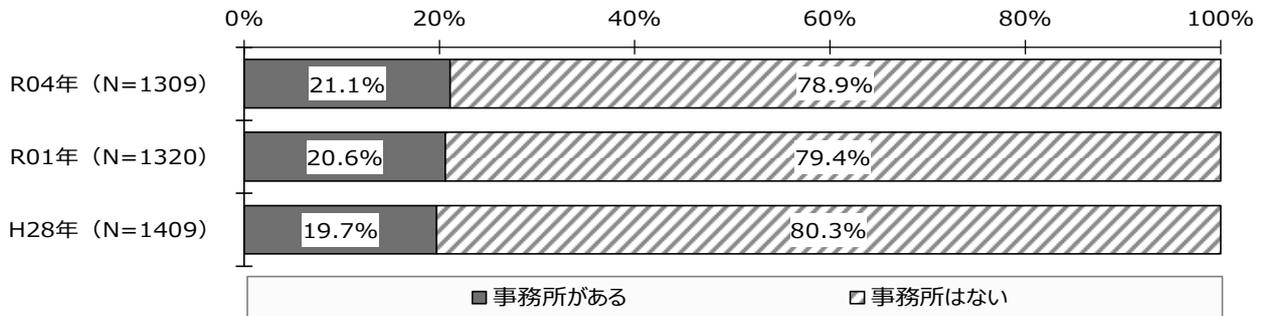
※差等割：組合の在籍年数や個店の規模・売上などに応じて会費に差を設ける方法

⑥ 商店街事務所・専従職員の状況

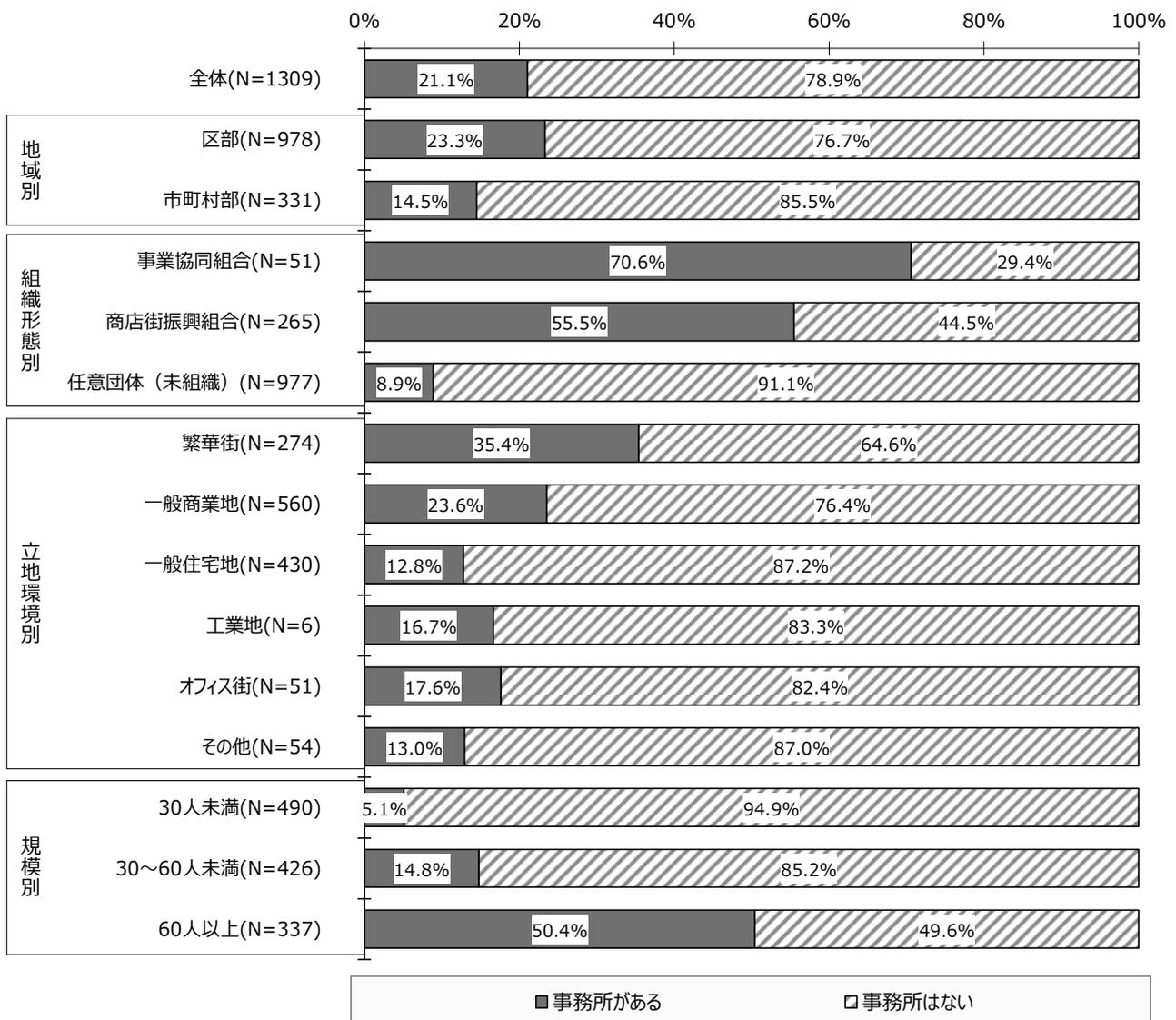
■ 商店街事務所の状況

商店街事務所の有無は「ある」の割合が 21.1%、「ない」の割合が 78.9%であった。商店街事務所の面積については「20～40 m²未満」の割合が最も高く、39.0%となっている。

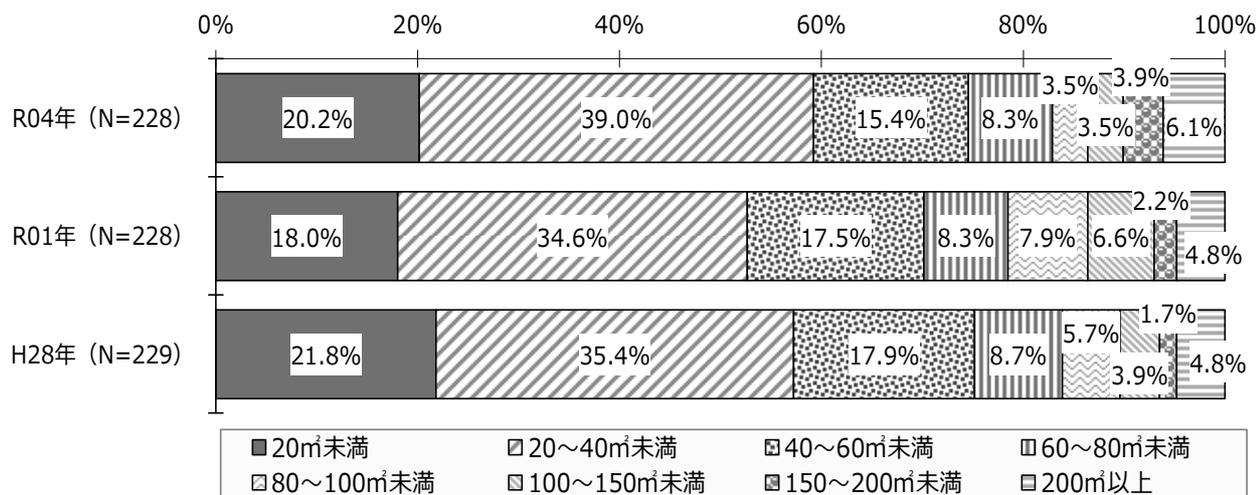
【商店街事務所の有無】



【商店街事務所の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



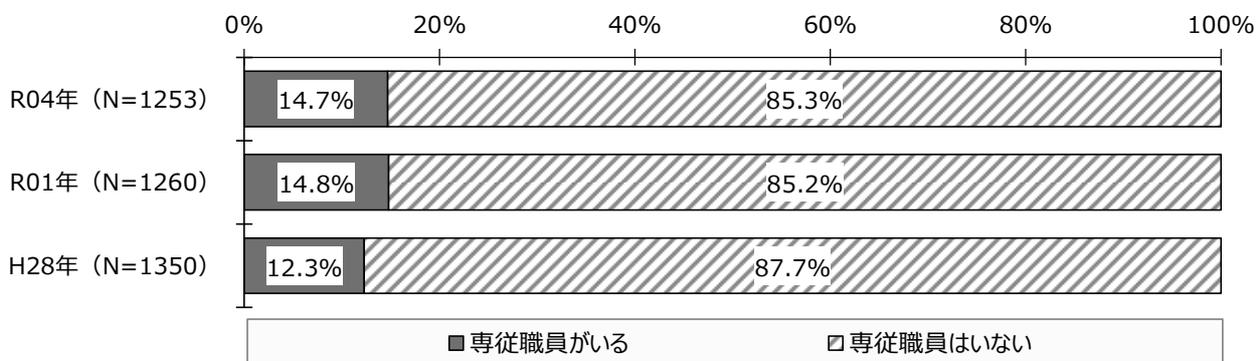
【商店街事務所の面積】



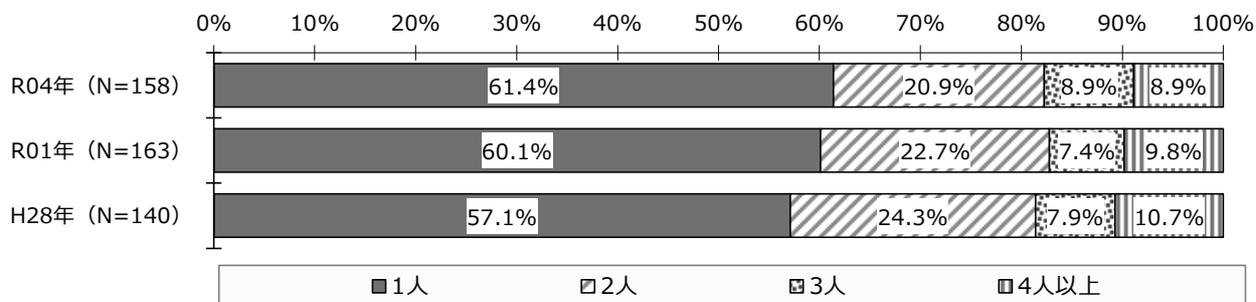
■ 専従従業員の状況

商店街事務所の専従従業員の有無は「いる」の割合が14.7%、「いない」が85.3%であった。専従従業員の人数は「1人」が61.4%を占めている。

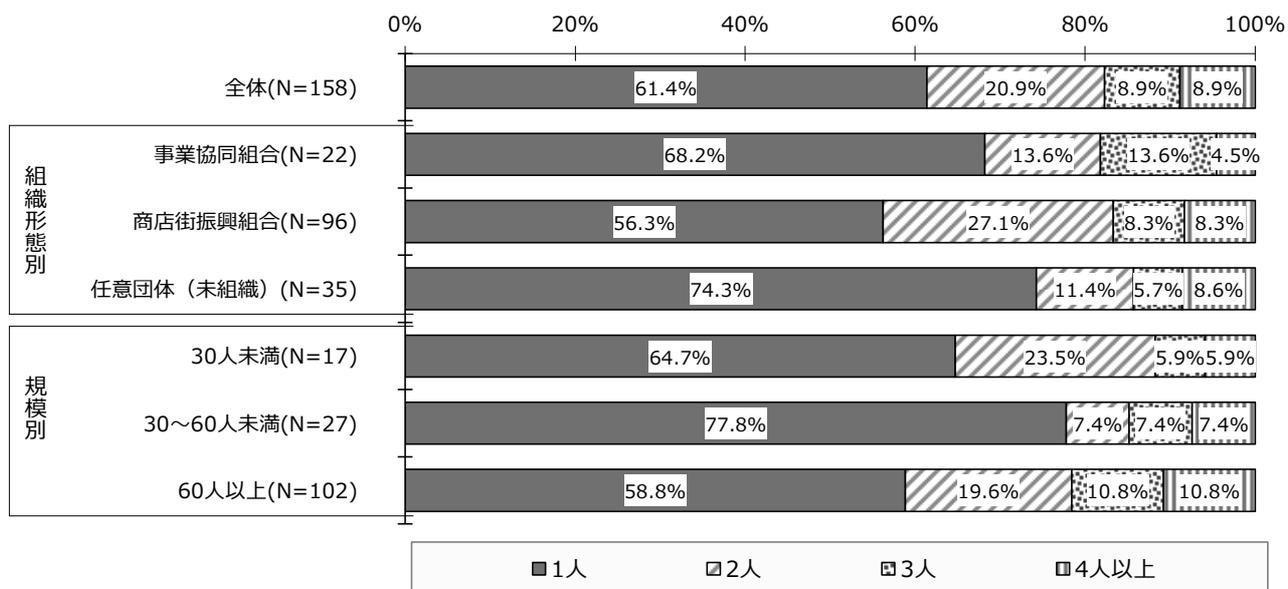
【専従従業員の有無】



【専従従業員の人数】



【専従従業員の人数（組織形態別、規模別）】



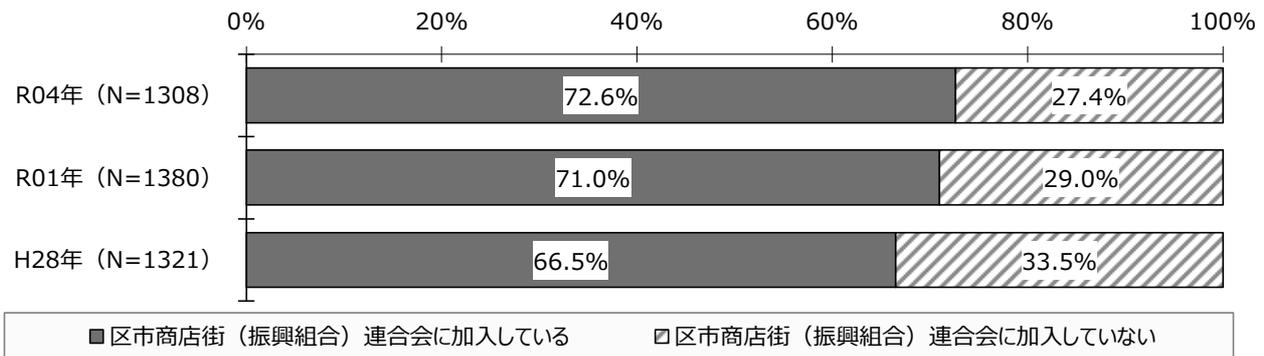
(3) 他団体への加入・連携状況

① 区市商店街（振興組合）連合会への加入状況

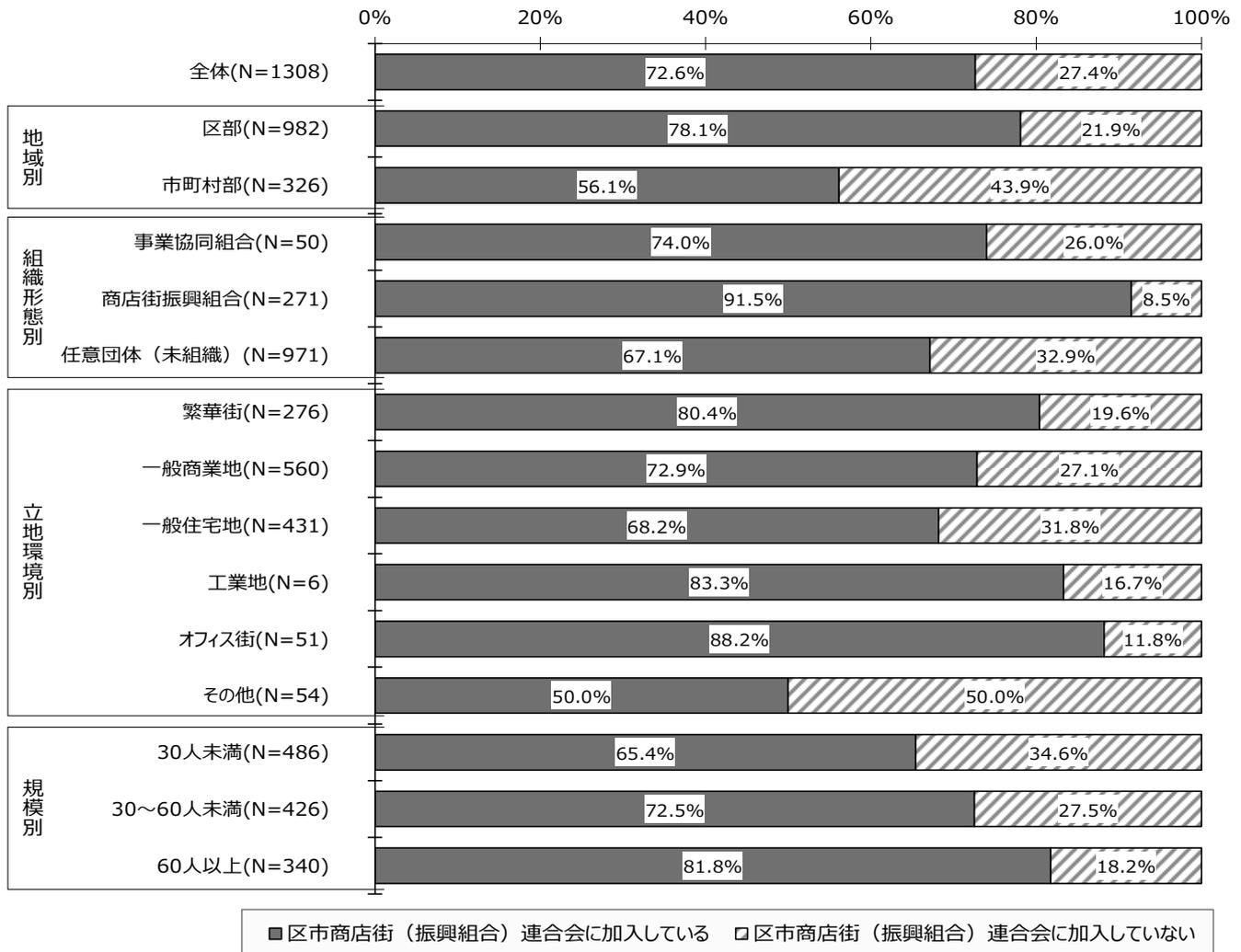
■ 加入有無

区市商店街（振興組合）連合会への加入状況は「加入している」の割合が 72.6%、「加入していない」が 27.4%であり、「加入している」の割合が増加している。

【区市商店街（振興組合）連合会への加入有無】



【区市商店街（振興組合）連合会への加入有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ 加入メリット

区市商店街連合会への加入メリットとしては「情報の入手・情報交換」や「イベントへの参加」、「共通商品券の取り扱い」、「補助金」、「他団体との交流」が挙げられている。

【区市商店街（振興組合）連合会への加入メリット】

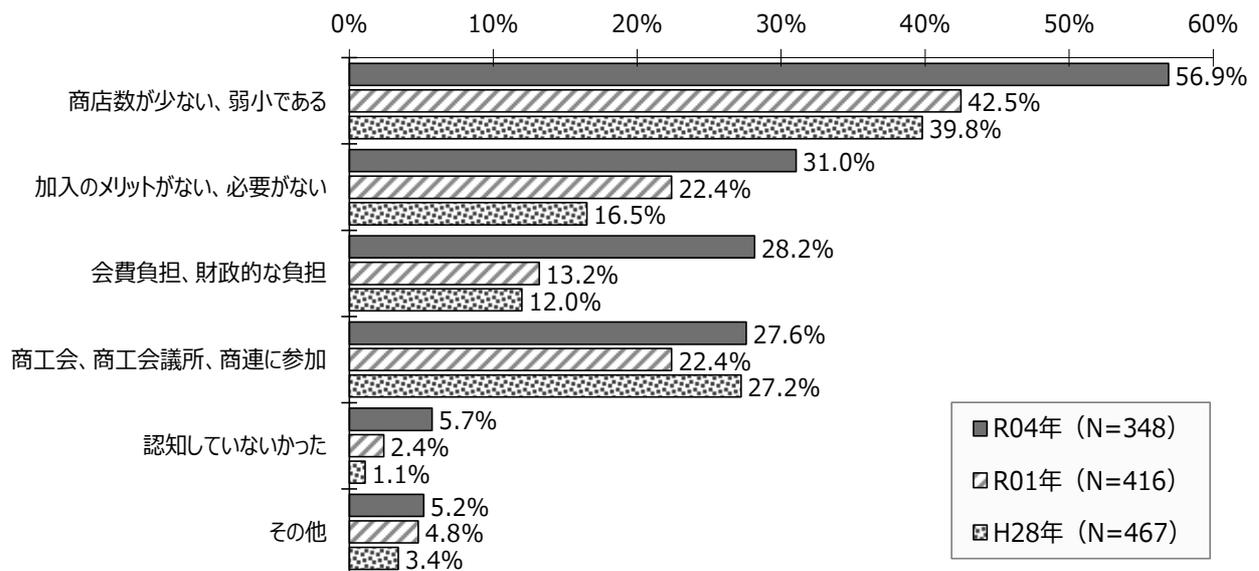
- ・各種情報が手に入る／情報交換
- ・イベント・キャンペーンに参加できる／イベントの共催／イベントによる集客
- ・区内共通商品券取り扱いができる
- ・電気代等の補助金がある／補助金による事業の実施
- ・他商店会との交流

など

■ 加入していない理由

区市商店街（振興組合）連合会へ加入していない理由は「商店数が少ない、弱小である」の割合が 56.9%で最も高く、前回調査(令和元年)と比較して 14.4 ポイント増加している。

【区市商店街（振興組合）連合会へ加入していない理由（複数回答）】

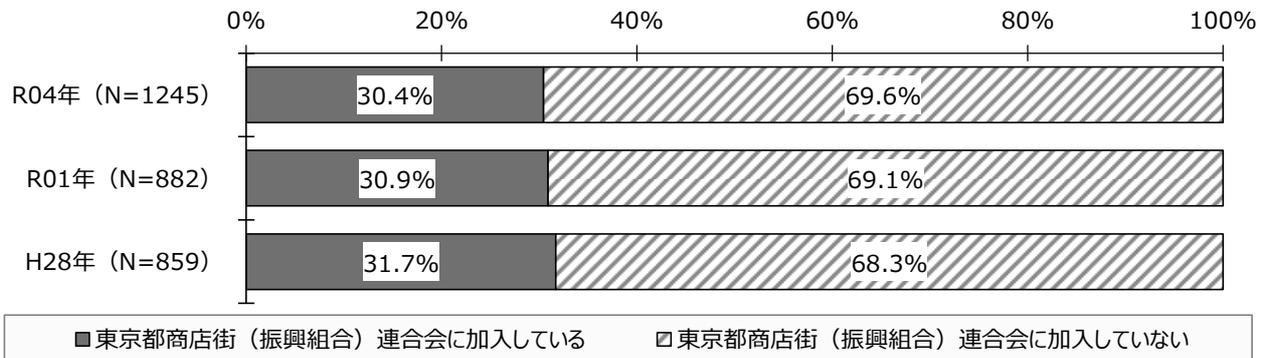


②東京都商店街（振興組合）連合会への加入状況

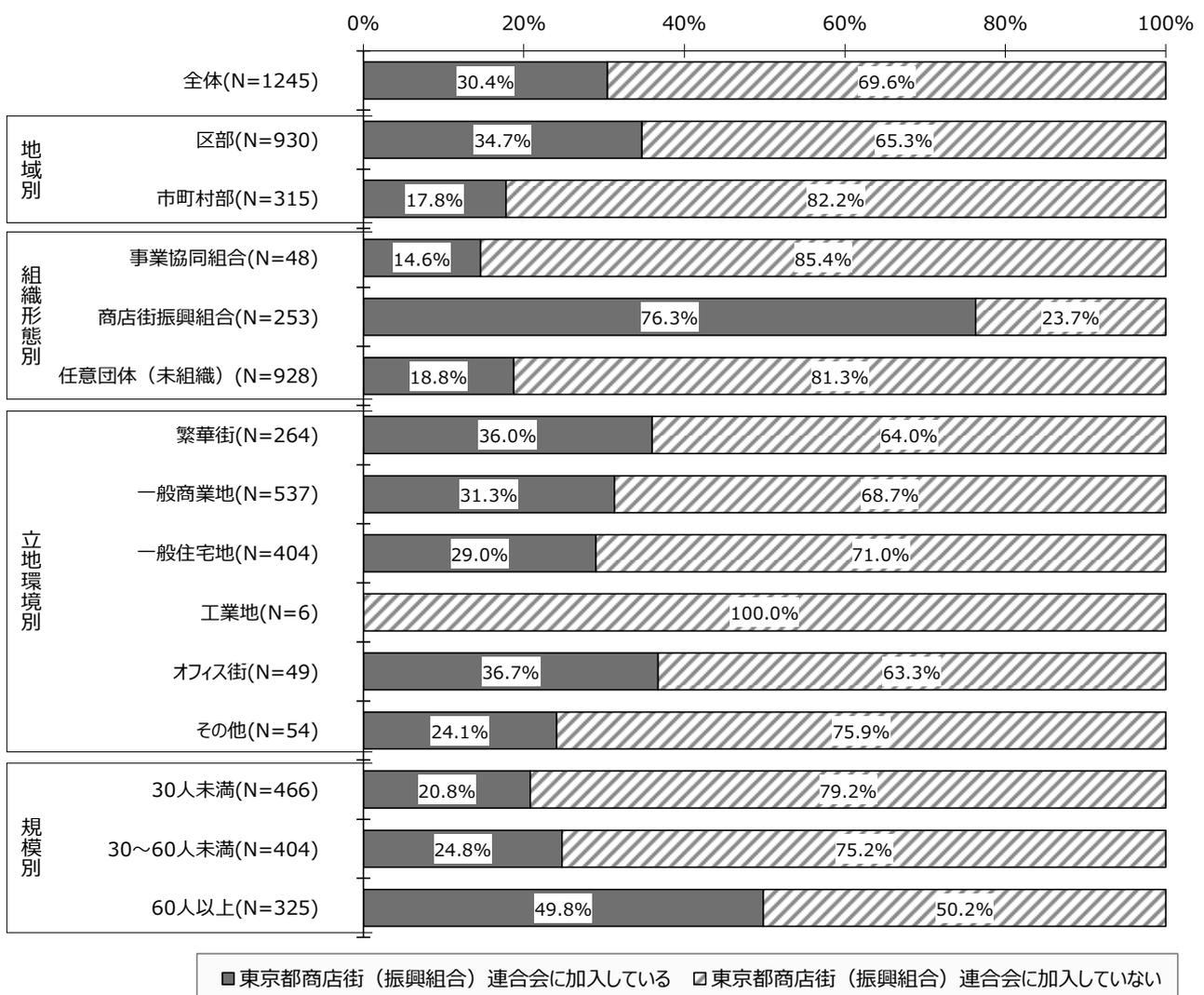
■ 加入有無

東京都商店街（振興組合）連合会への加入状況は「加入している」の割合が 30.4%、「加入していない」が 69.6%であった。

【東京都商店街（振興組合）連合会への加入有無】



【東京都商店街（振興組合）連合会への加入有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ 加入メリット

東京都商店街（振興組合）連合会への加入メリットとしては補助金や各種情報収集、運営サポートが受けられることなどが挙げられている。

【東京都商店街（振興組合）連合会への加入メリット】

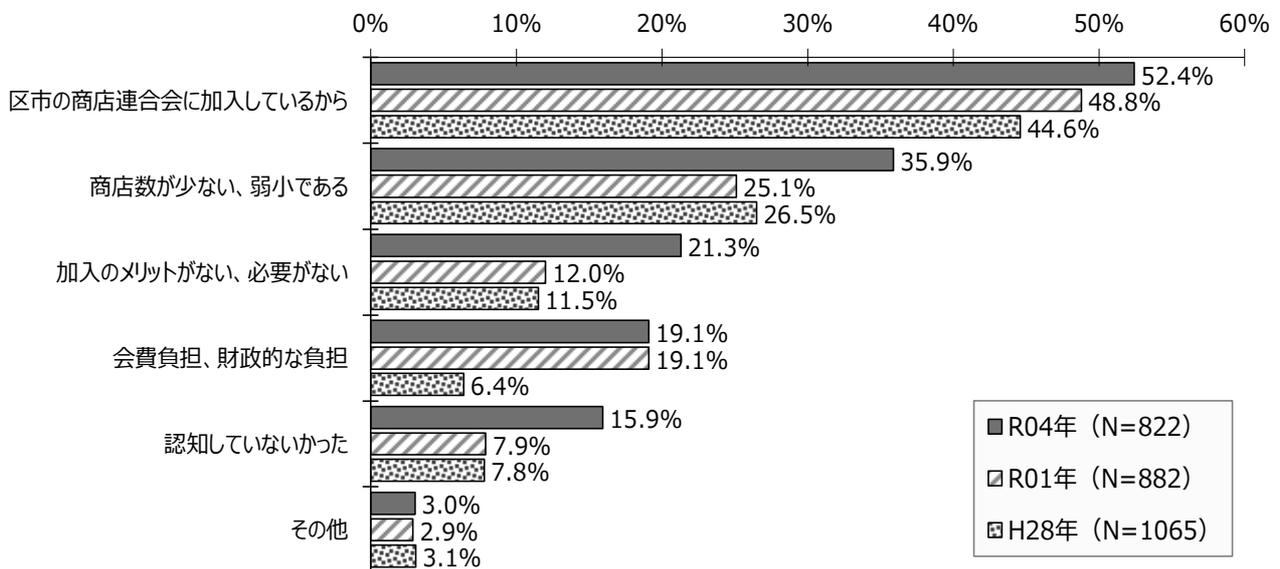
- ・運営にかかわる正しい情報の入手が可能
- ・各種補助金やセミナー等の紹介が受けられる
- ・広い情報収集
- ・商店街ニュース
- ・総会運営サポート（総会資料作成サポート、届け出支援）
- ・商業フラッグ作成時のデザインサポート
- ・定款・規約の変更の相談/法務局への届出書の作成等
- ・イベントの時に補助金ができる

など

■ 加入していない理由

東京都商店街（振興組合）連合会へ加入していない理由は「区市の商店連合会に加入しているから」の割合が52.4%と最も高い。次いで「商店数が少ない、弱小である」が35.9%と高い。

【東京都商店街（振興組合）連合会へ加入していない理由】（複数回答）

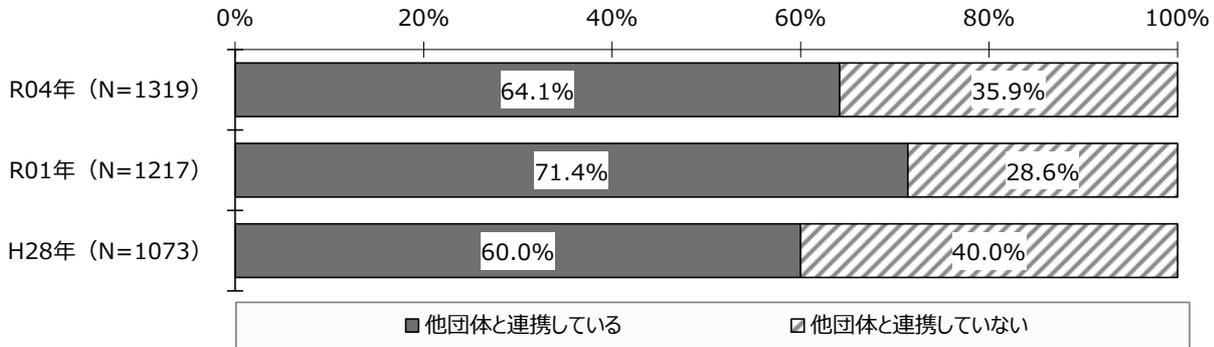


③ 他団体との連携状況

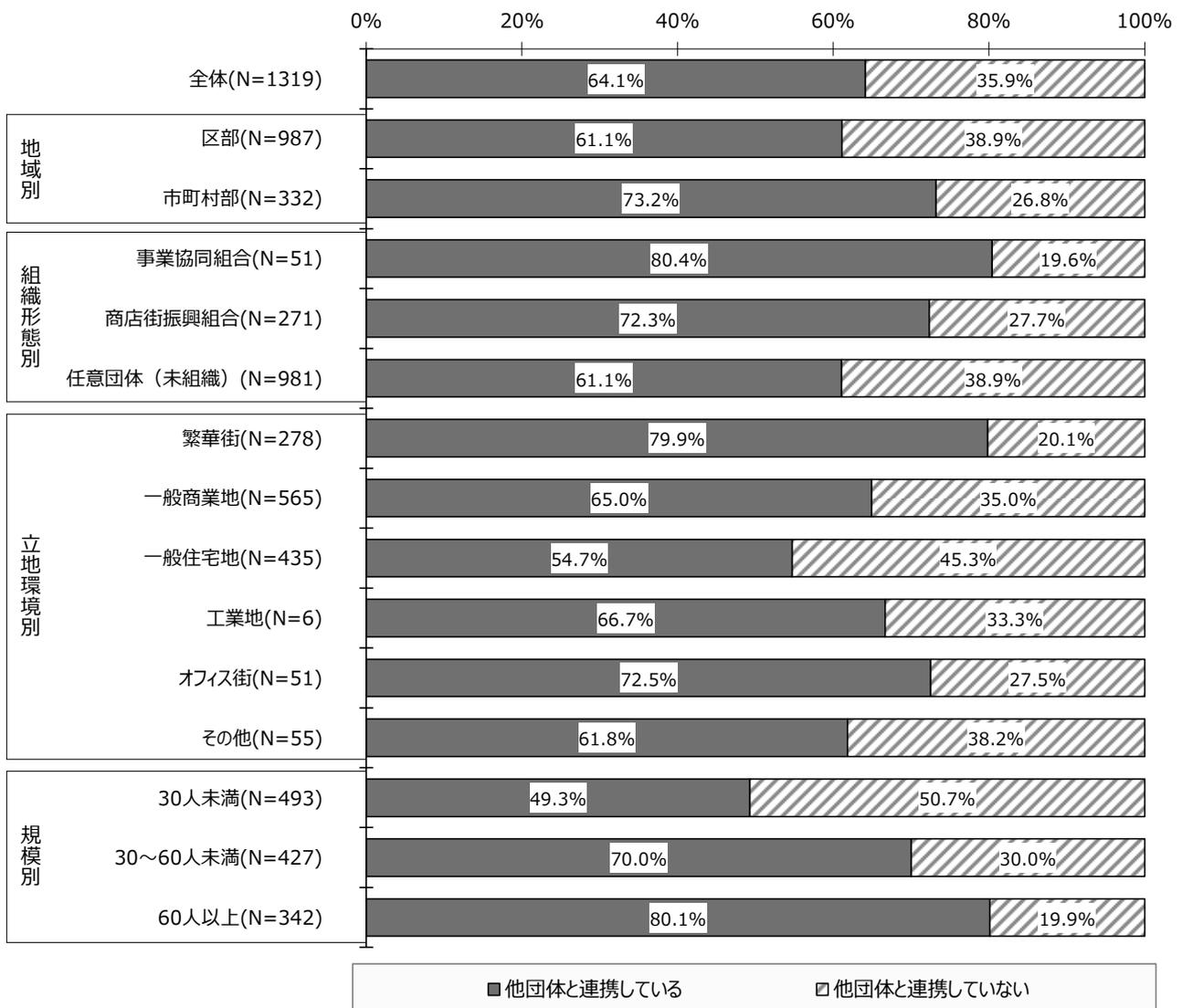
■ 他団体との連携状況

他団体との連携については「連携している」が64.1%となっている。

【他団体との連携有無】

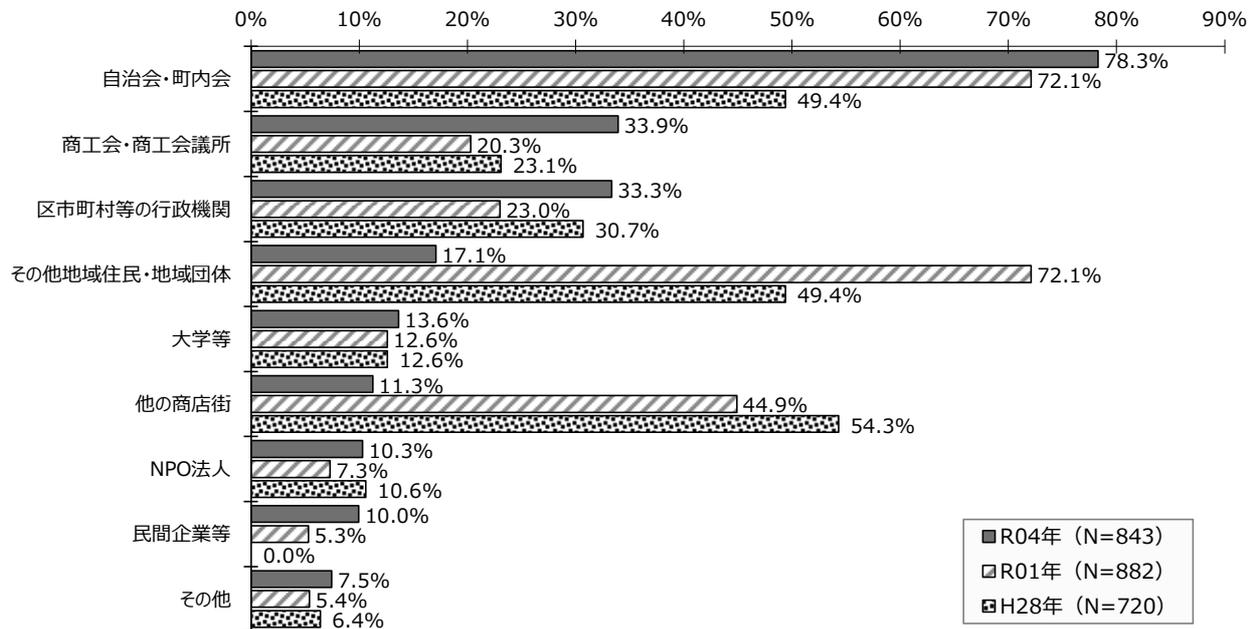


【他団体との連携有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



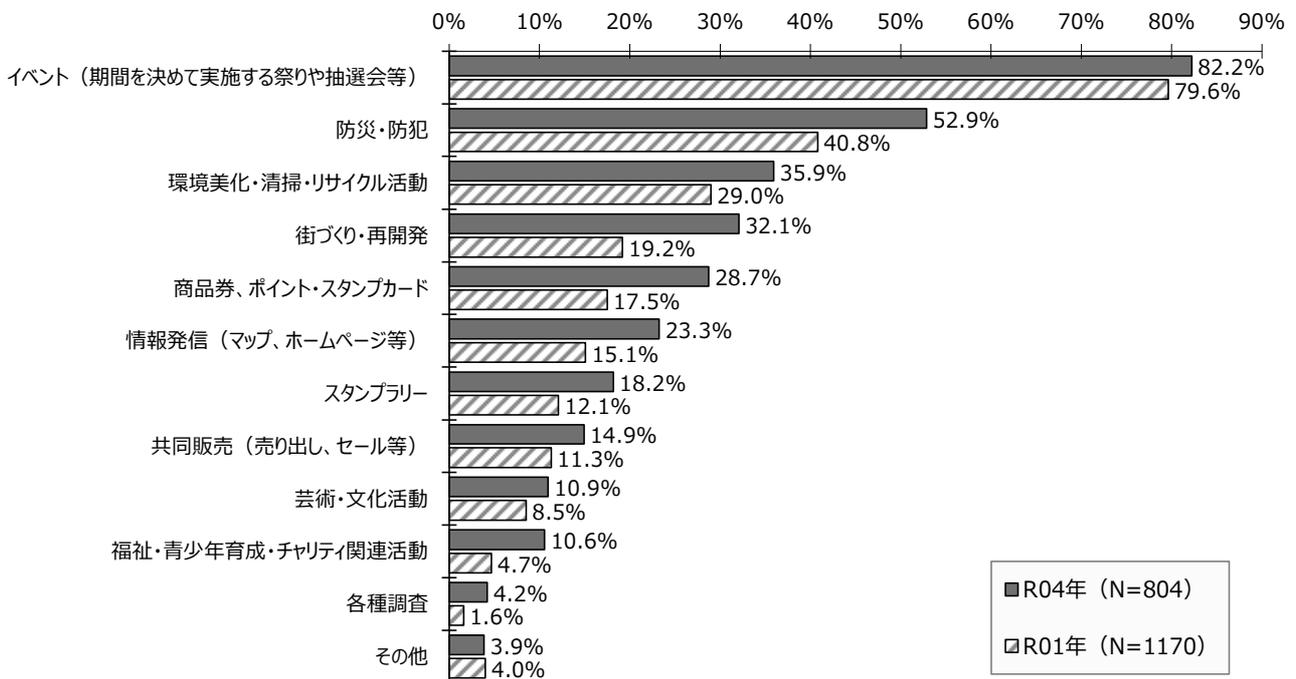
連携の相手先は「自治会・町内会」が 78.3%と最も高く、次いで「商工会・商工会議所」が 33.9%、「区市町村等の行政機関」が 33.3%となっている。

【連携の相手先（複数回答）】



連携の内容は「イベント」が 82.2%と最も多くなっており、次いで「防災・防犯」が 52.9%となっている。

【連携して取り組んでいる内容（複数回答）】



【その他の内容】

- ・イベントへの協力
- ・意見交換や情報共有の場づくり
- ・交通安全
- ・子育て支援
- ・貸し傘
- ・町会の会議室を借用
- ・統一フラッグの掲出
- ・防災活動

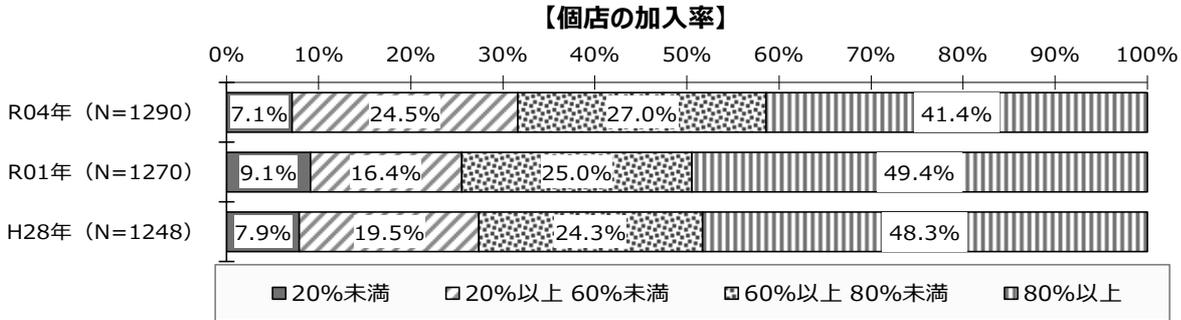
など

(4) 個店の加入状況・業種構成

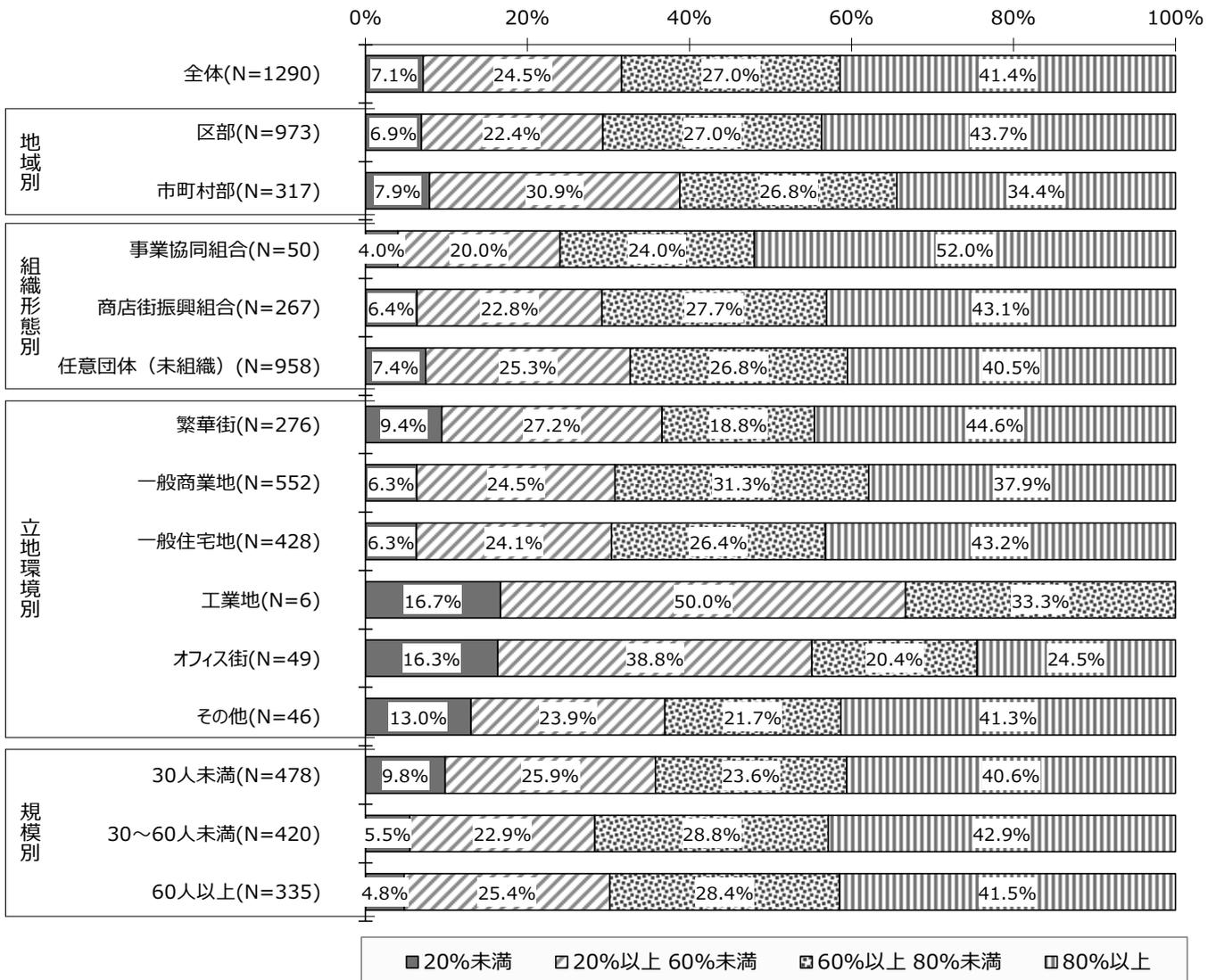
① 個店の加入状況

■ 個店の加入状況

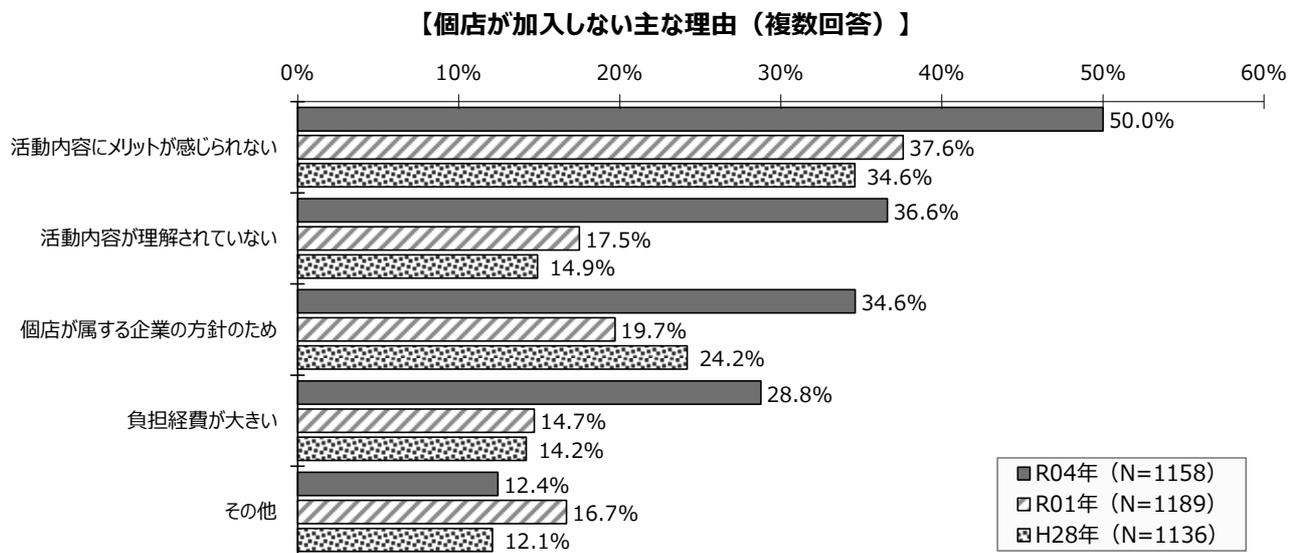
個店の商店街組織への加入率は「80%以上」の割合が41.4%で最も高い。しかしその割合は前回調査(令和元年)から8.0ポイント減少している。



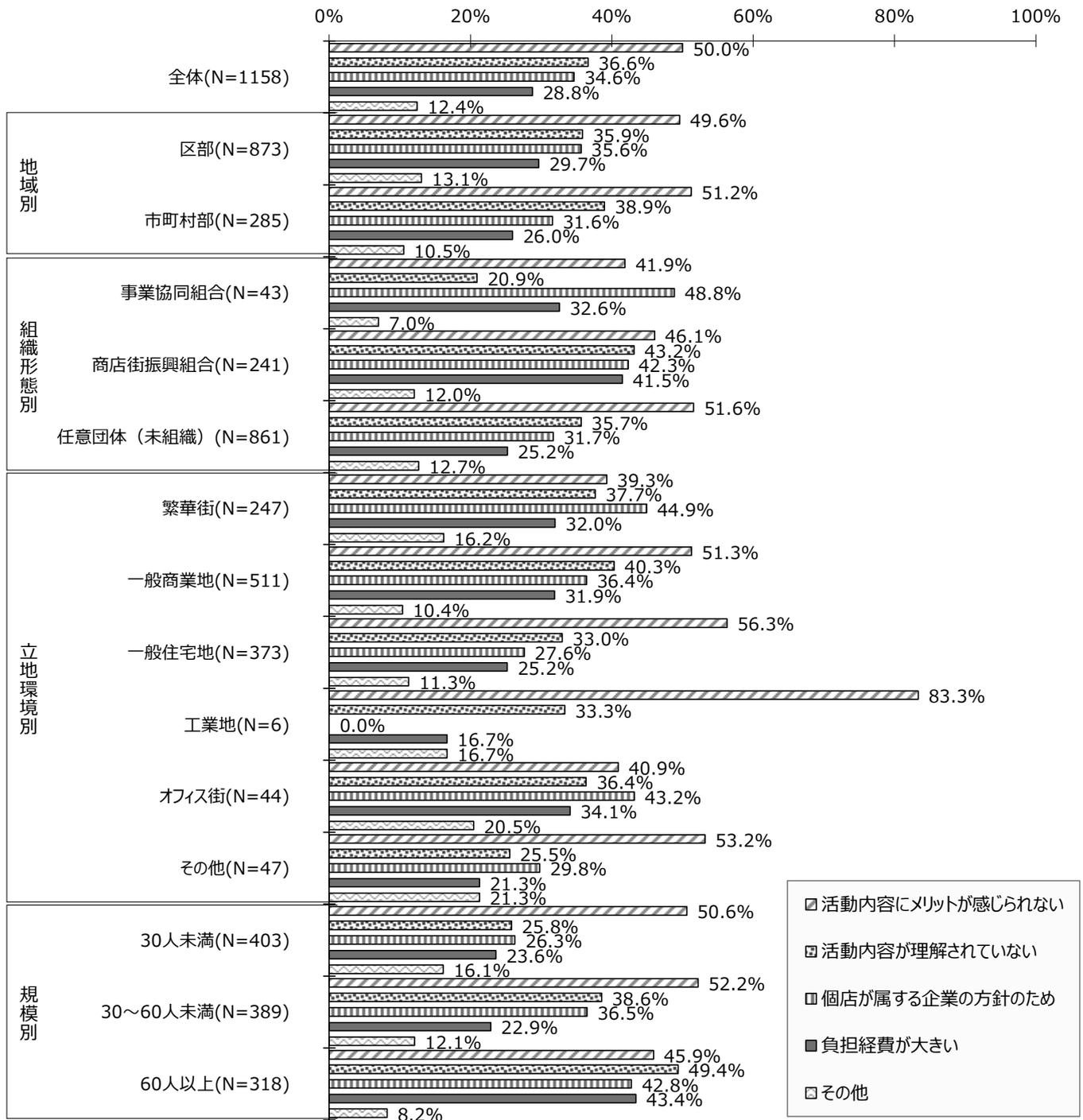
【個店の加入率（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



個店が加入しない理由としては「活動内容にメリットが感じられない」が最も多く挙げられており 50.0%となっている。「その他」を除くすべての選択肢が前回調査(令和元年)よりも多く選択されている。



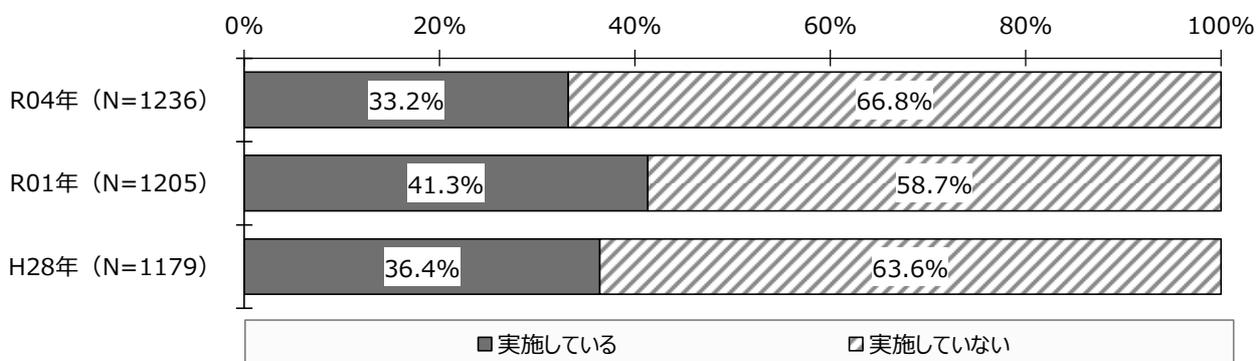
【個店が加入しない主な理由（複数回答）（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



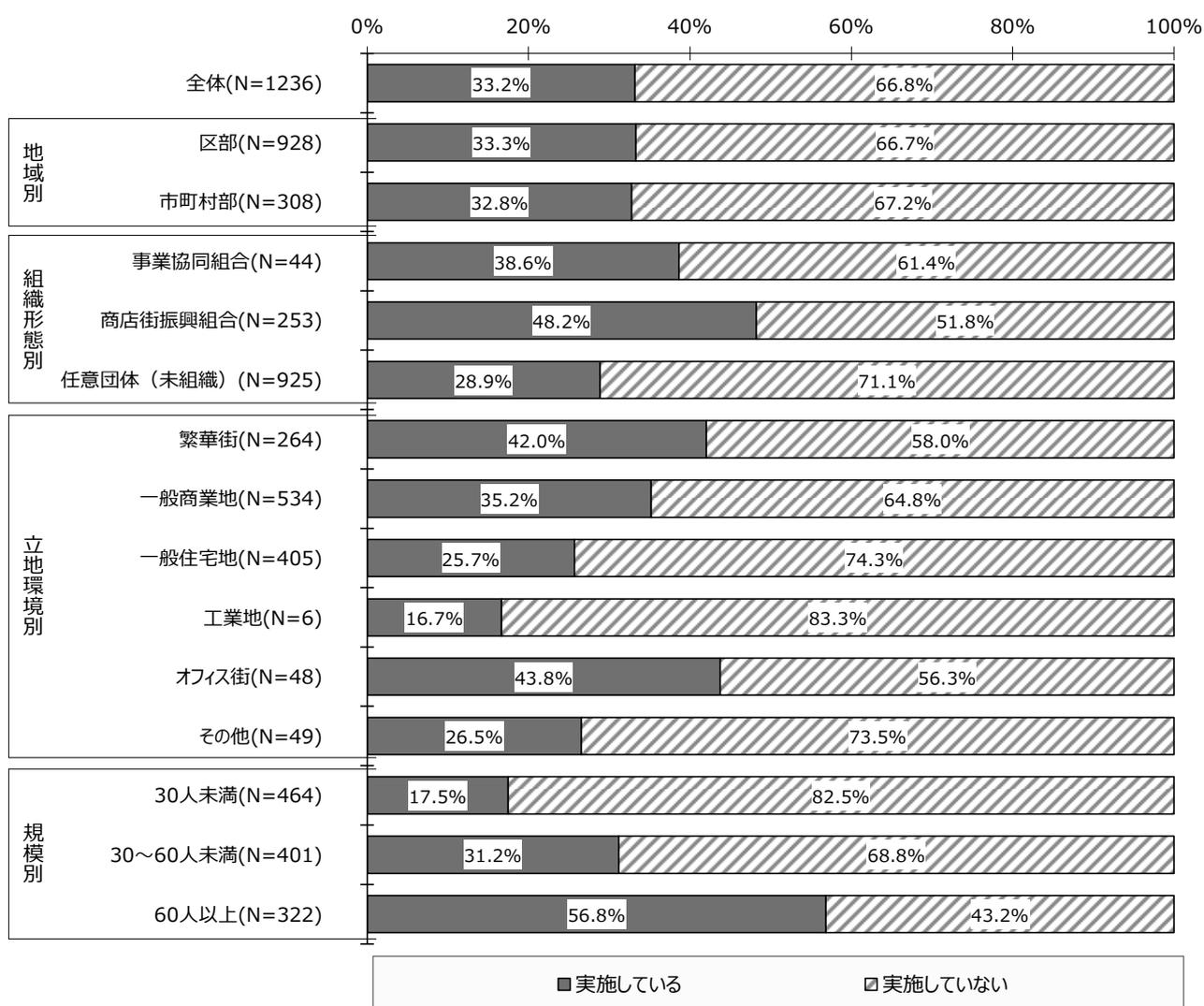
■ 個店の加入促進のための対策

個店の加入促進のための対策は、「実施している」は 33.2%、「実施していない」は 66.8%であった。前回調査（令和元年）と比べると「実施している」は 8.1 ポイント減少している。

【個店の加入を促進するための対策の実施有無】



【個店の加入を促進するための対策の実施有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



【個店の加入を促進するための対策の実施内容】

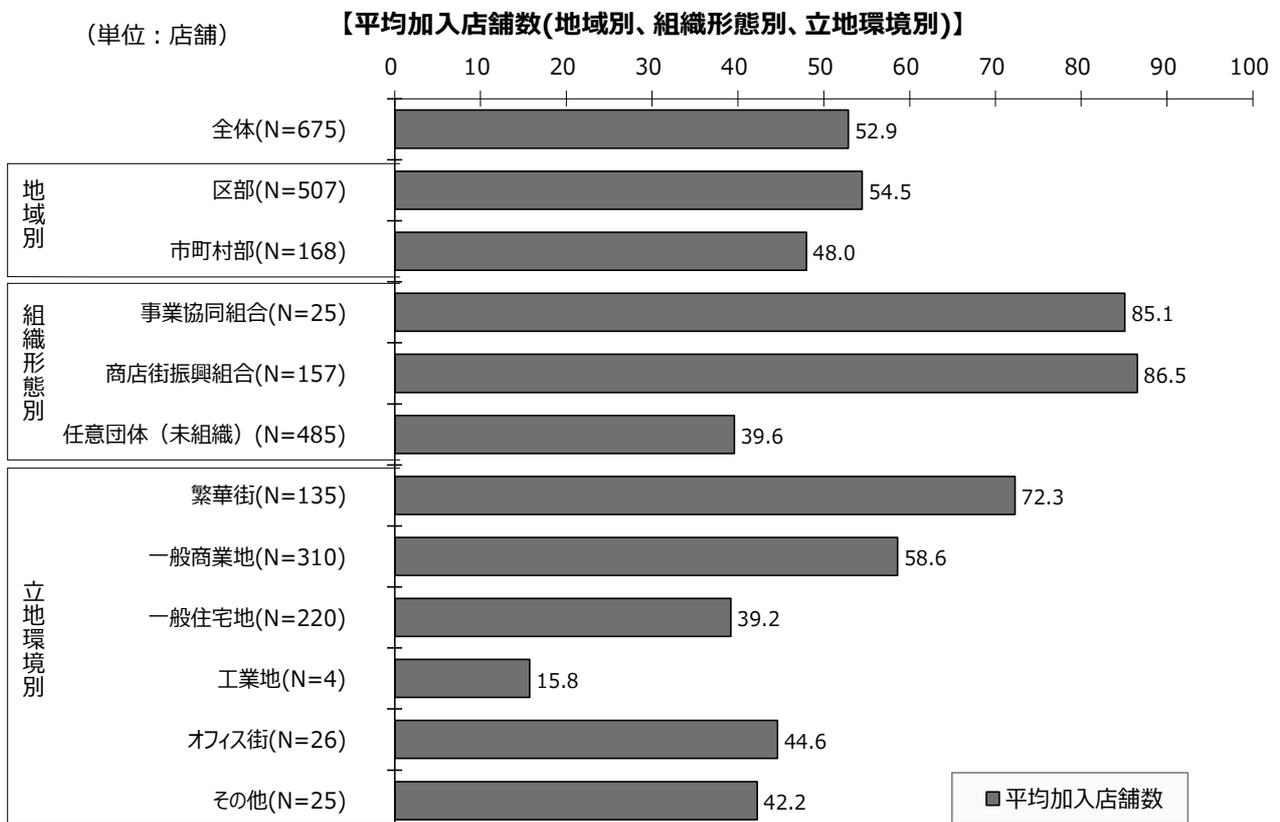
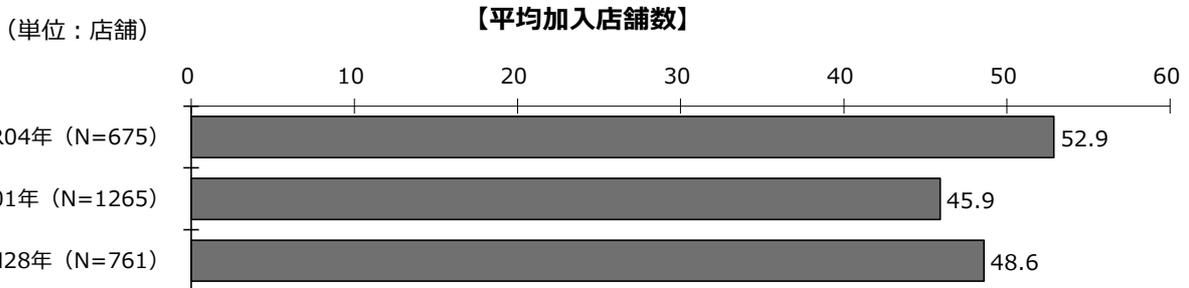
- ・HP、広報誌等へ加入募集のお知らせの掲載
- ・新規オープン店舗へ加入のお願い
- ・個店新規出店に際しアプローチする
- ・OPEN の時に勧誘する、メリットを広報する
- ・加入促進チラシの作成及び配布・声かけ活動
- ・チラシ等の配布・宣伝
- ・勧誘活動・イベントのメリットを伝える
- ・業種別商店街マップの作成
- ・SNS による情報発信の代行などメリットを説明する
- ・商店会への加入促進文書の配布
- ・LINE 等を活用した情報発信
- ・PR 活動、個別訪問
- ・会長・役員等が訪問
- ・市役所作成による「大型ポスター」掲示
- ・イベントへの参加を認めて、加入へ導いている

など

② 商店街加入店舗の状況・業種構成

■ 商店街の加入店舗数の状況

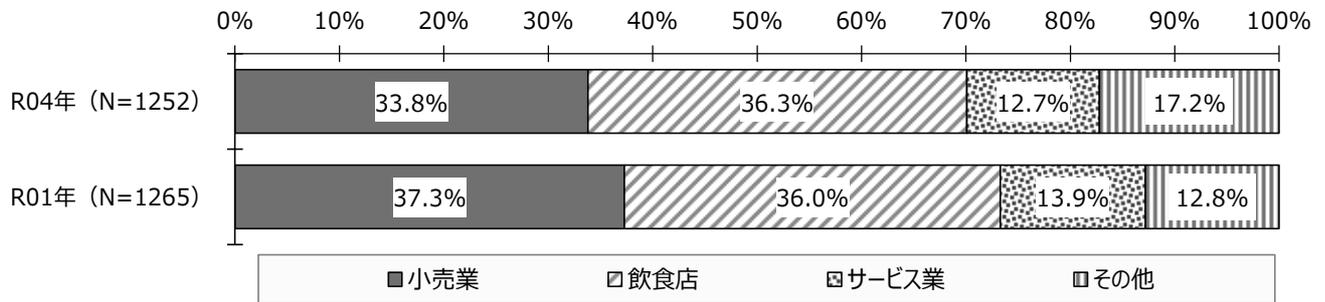
商店街の平均加入店舗数は52.9店舗となっている。また、組織形態別にみると「商店街振興組合」が平均86.5店舗と最も多く、次いで事業協同組合が平均85.1店舗となっている。



■ 商店街の加入店舗の業種構成

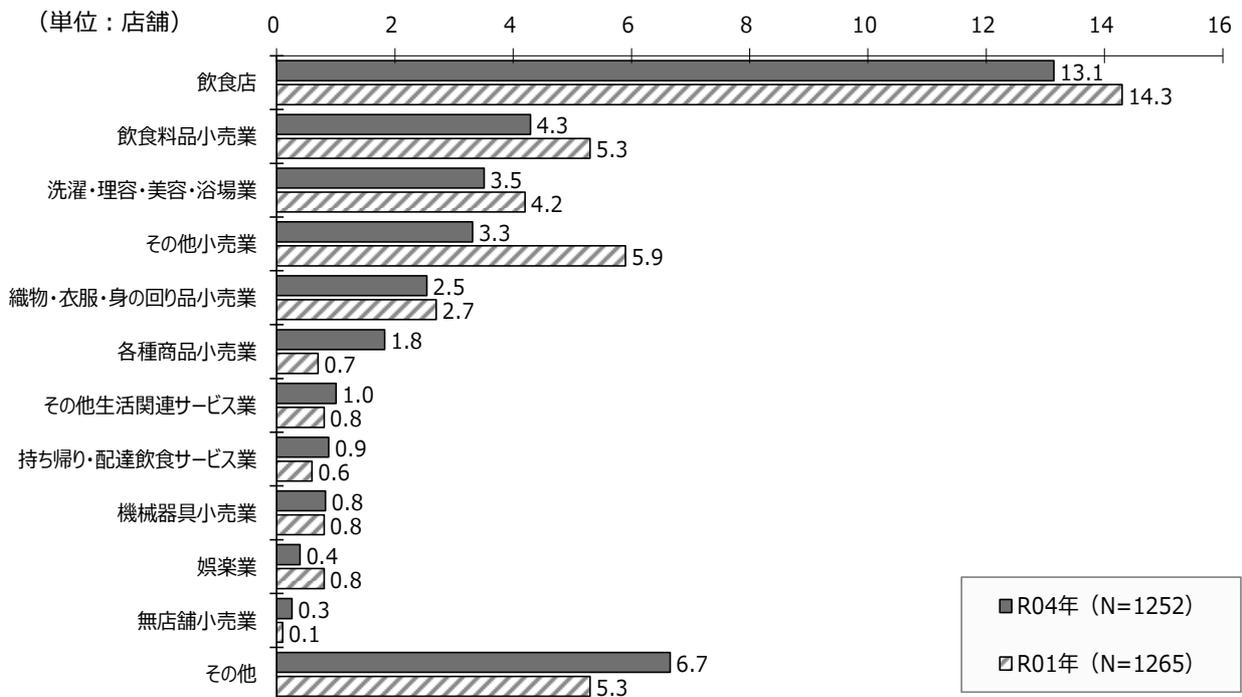
加入店舗の業種別割合をみると、「飲食店」が 36.3%で最も多くなっている。また、前回調査（令和元年）で最も高かった「小売業」は 3.5 ポイント減少し 33.8%となっている。

【加入店舗の業種別割合】



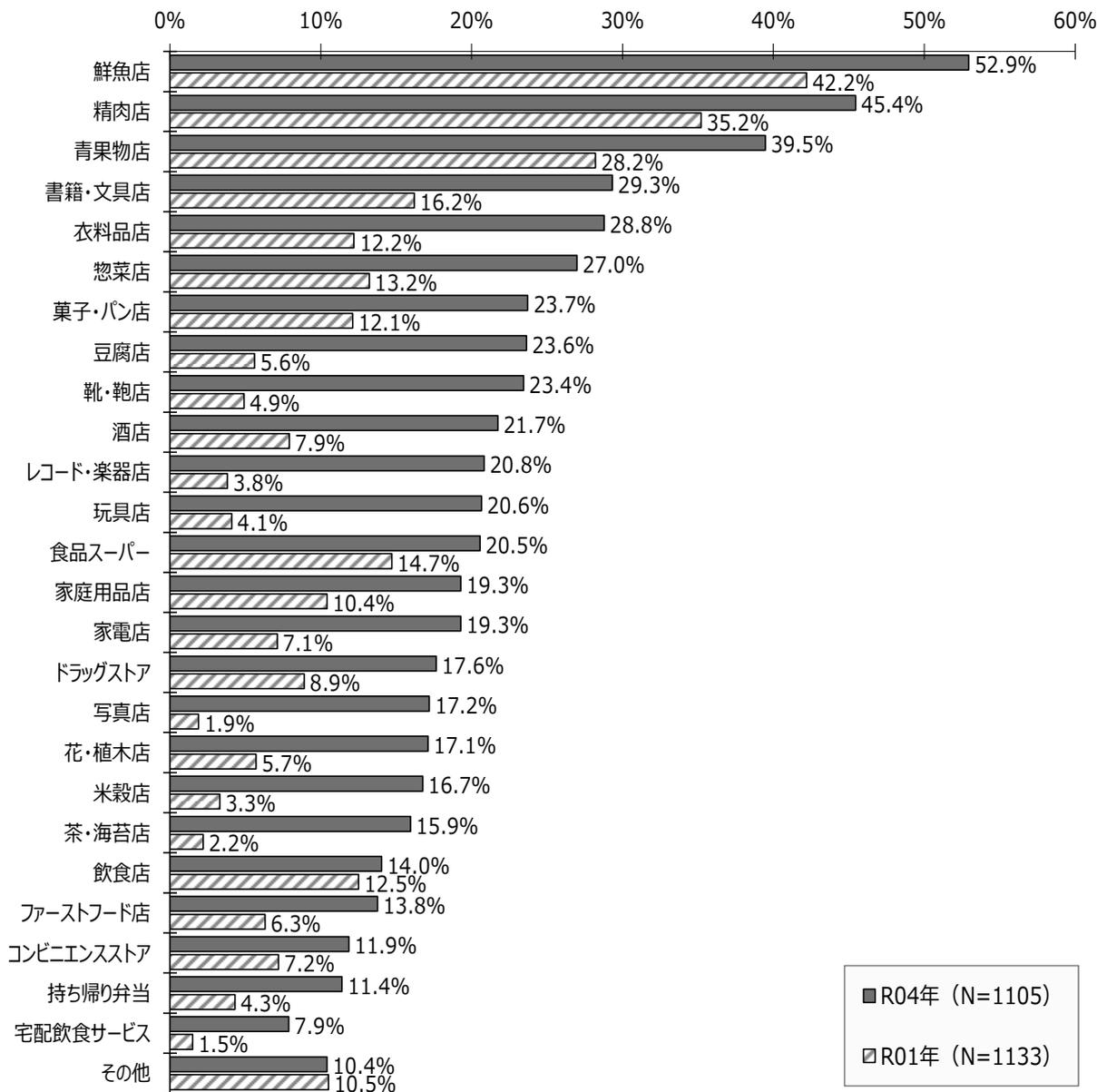
業種別平均店舗数をみると「飲食店」が 13.1 店舗で最も多い。店舗数の多い「飲食店」「飲食料品小売業」「洗濯・理容・美容・浴場業」「その他小売業」はいずれも前回調査（令和元年）から店舗数が減少している。

【加入店の業種別平均店舗数】



不足している業種としては「鮮魚店」が最も多く 52.9%で挙げられている。次いで「精肉店」「青果物店」が多い。「その他」を除くすべての業種が前回よりも多く挙げられている

【不足している業種（複数回答）】

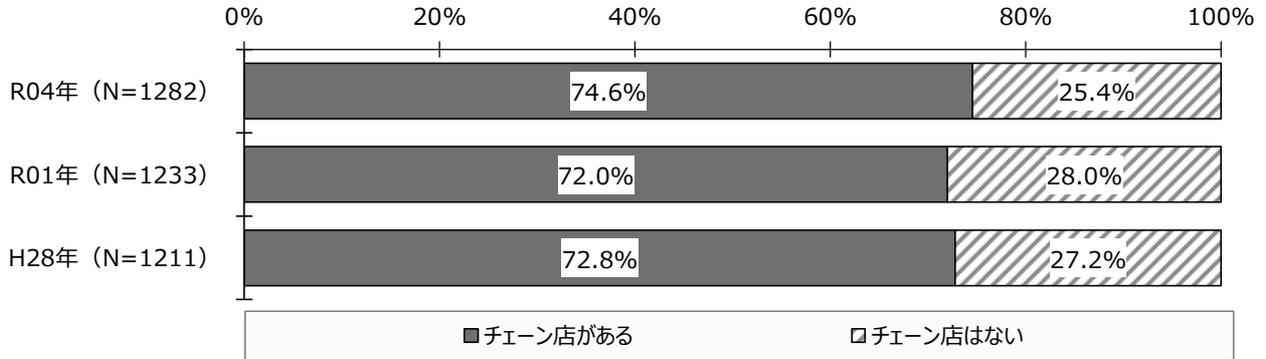


③チェーン店の状況

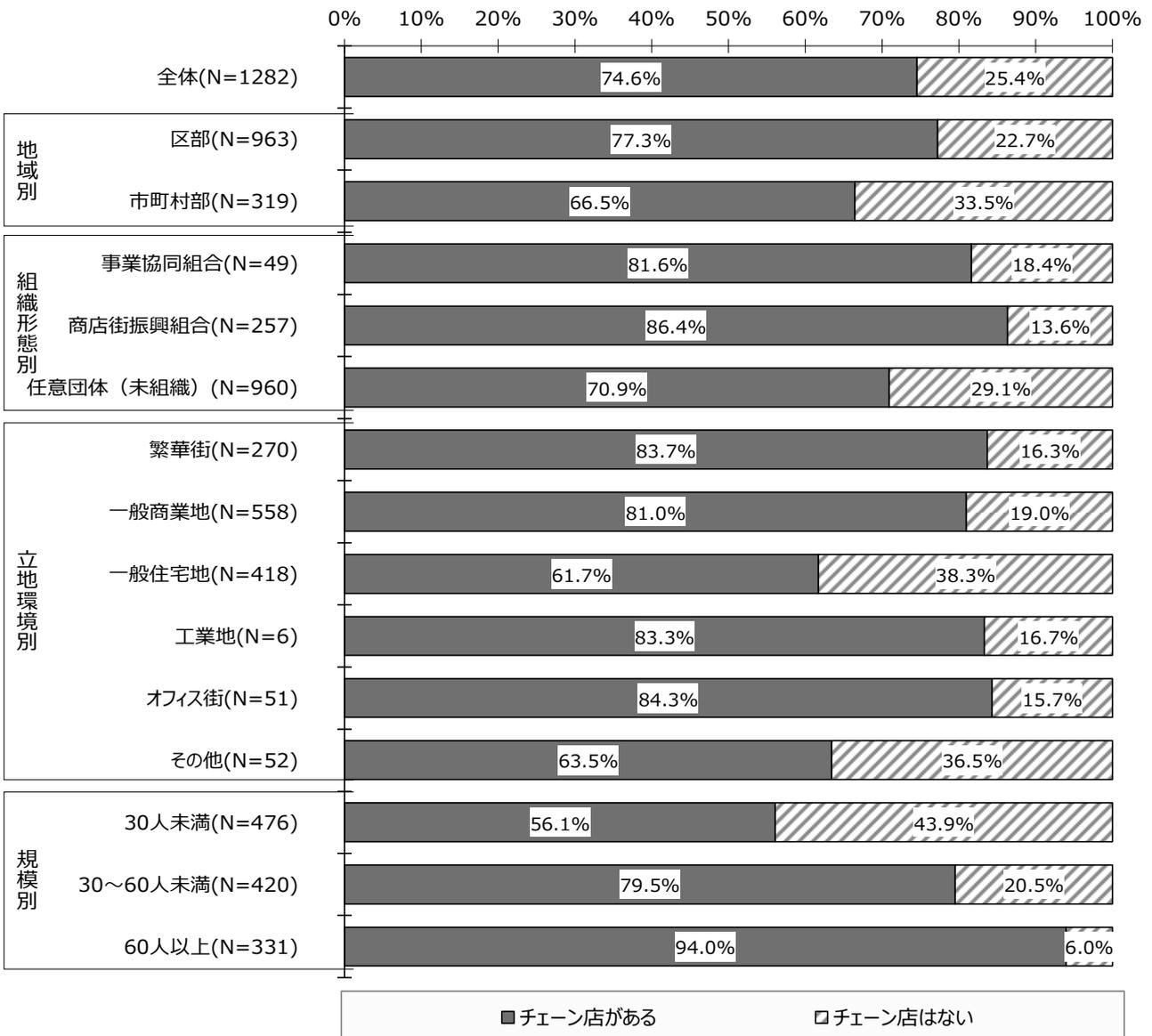
■チェーン店の状況

チェーン店の有無は「ある」が74.6%を占める。規模別にみると規模が大きくなるほど「ある」の割合が増えている。

【チェーン店の有無】

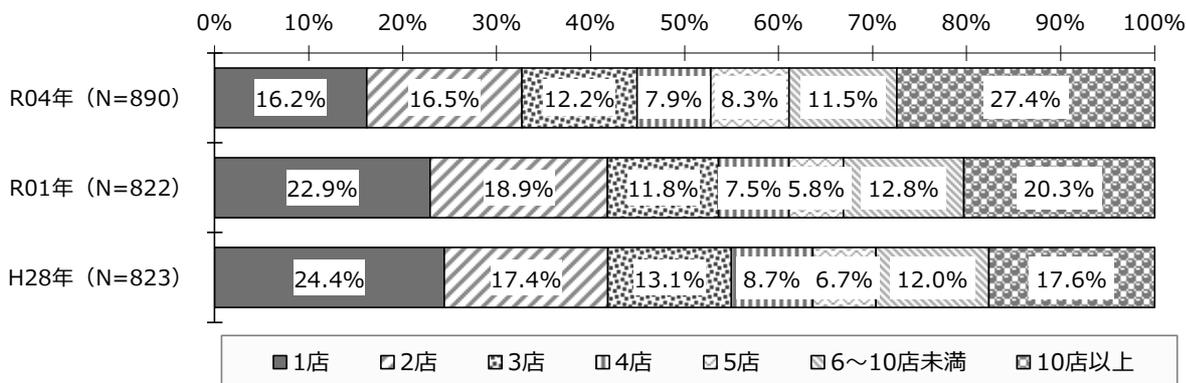


【チェーン店の有無（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】



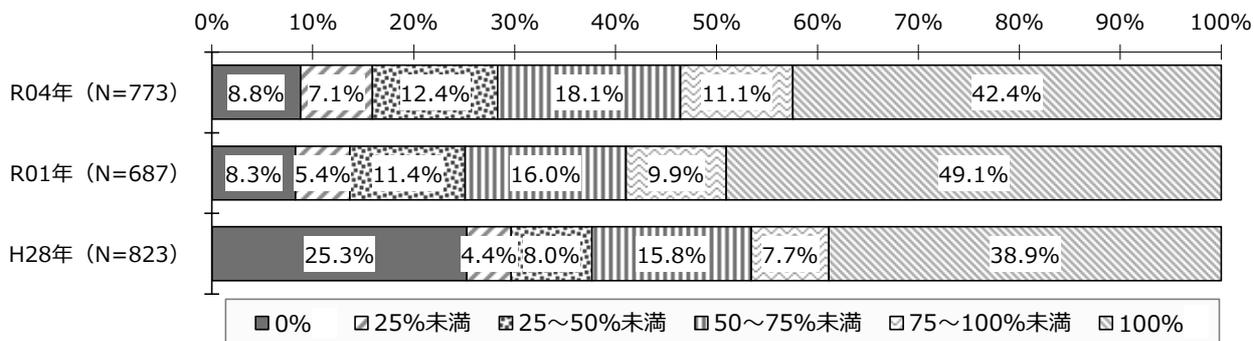
チェーン店の数は「10 店以上」が 27.4%で最も多く、前回調査（令和元年）から 7.1 ポイント増加している。一方、前回調査（令和元年）で最も多かった「1 店」は 6.7 ポイント減少している。

【チェーン店の店舗数】



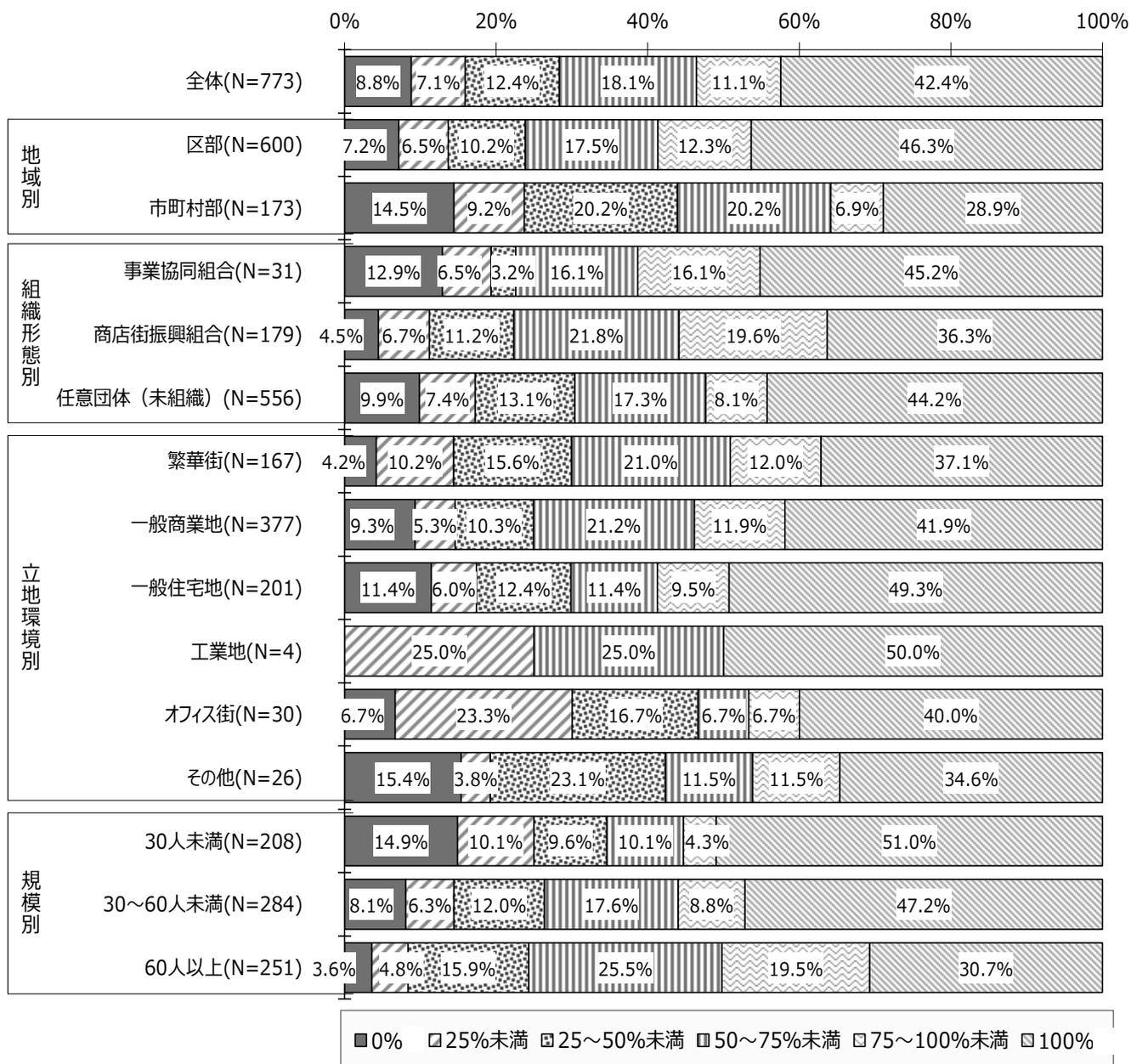
チェーン店の加入率*は「100%」が 42.4%を占め最も多い。

【チェーン店の加入率】



※ ここでいう加入率は、各商店街のエリア内に立地しているチェーン店舗が、各商店街組織に属している割合を指す。

【チェーン店の加入率（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】

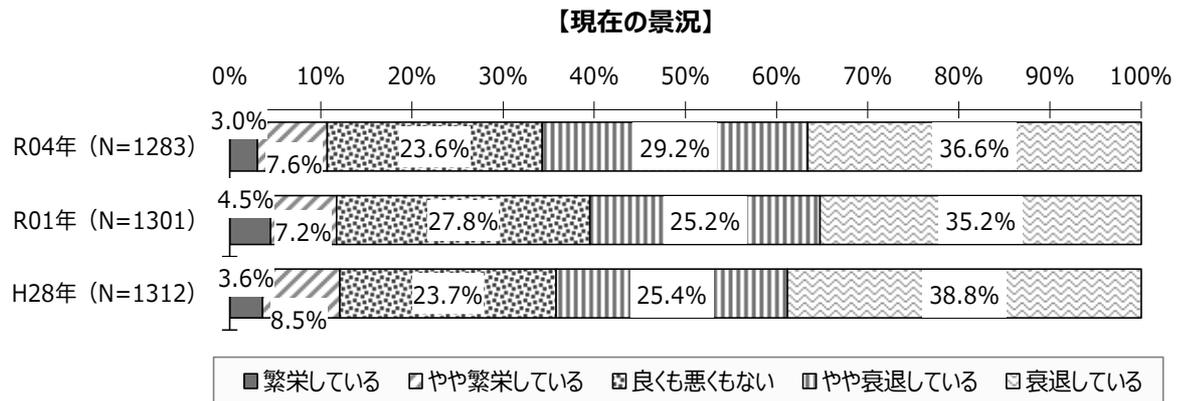


(5) 商店街を取り巻く環境

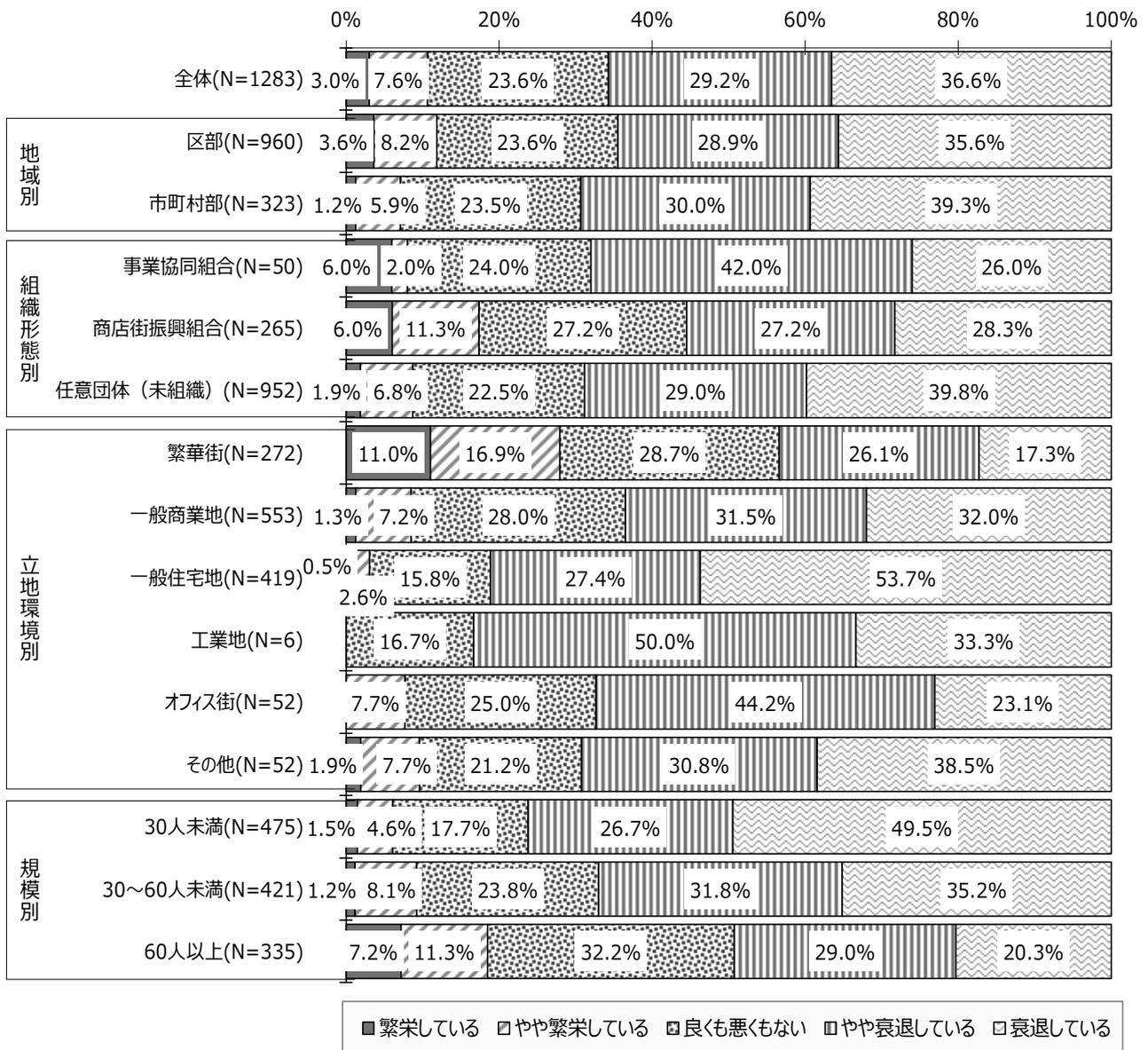
①現在の景況

■現在の景況

現在の景況については「衰退している」が36.6%と最も多くなっている。「やや衰退している」と合わせると65.8%となっており、前回調査（令和元年）から5.4ポイント増加している。



【現在の景況（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

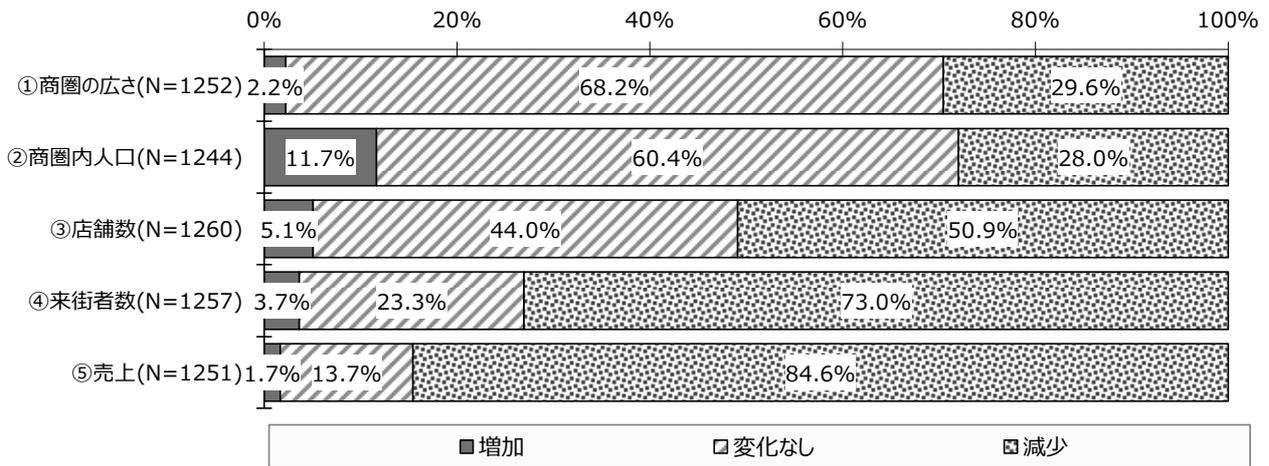


②環境の変化

■ 約3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と現在の比較・今後2～3年後の予測（概要）

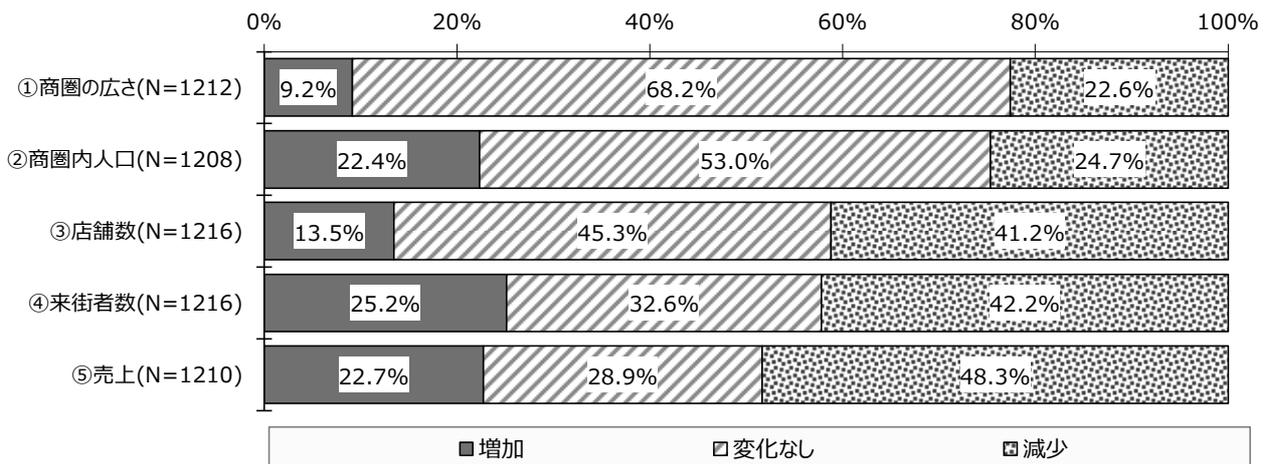
環境の変化について、約3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と現在の比較については、売上、来街者数、店舗数の「減少」の割合が高い。

【環境の変化 約3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と現在の比較】



一方、今後2～3年後の予測についても、売上、来街者数、店舗数の「減少」の割合が高い。

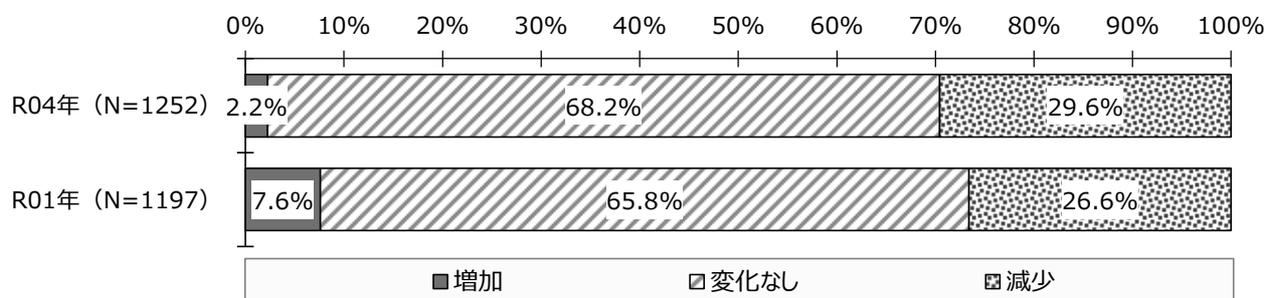
【環境の変化 今後2～3年後の予測】



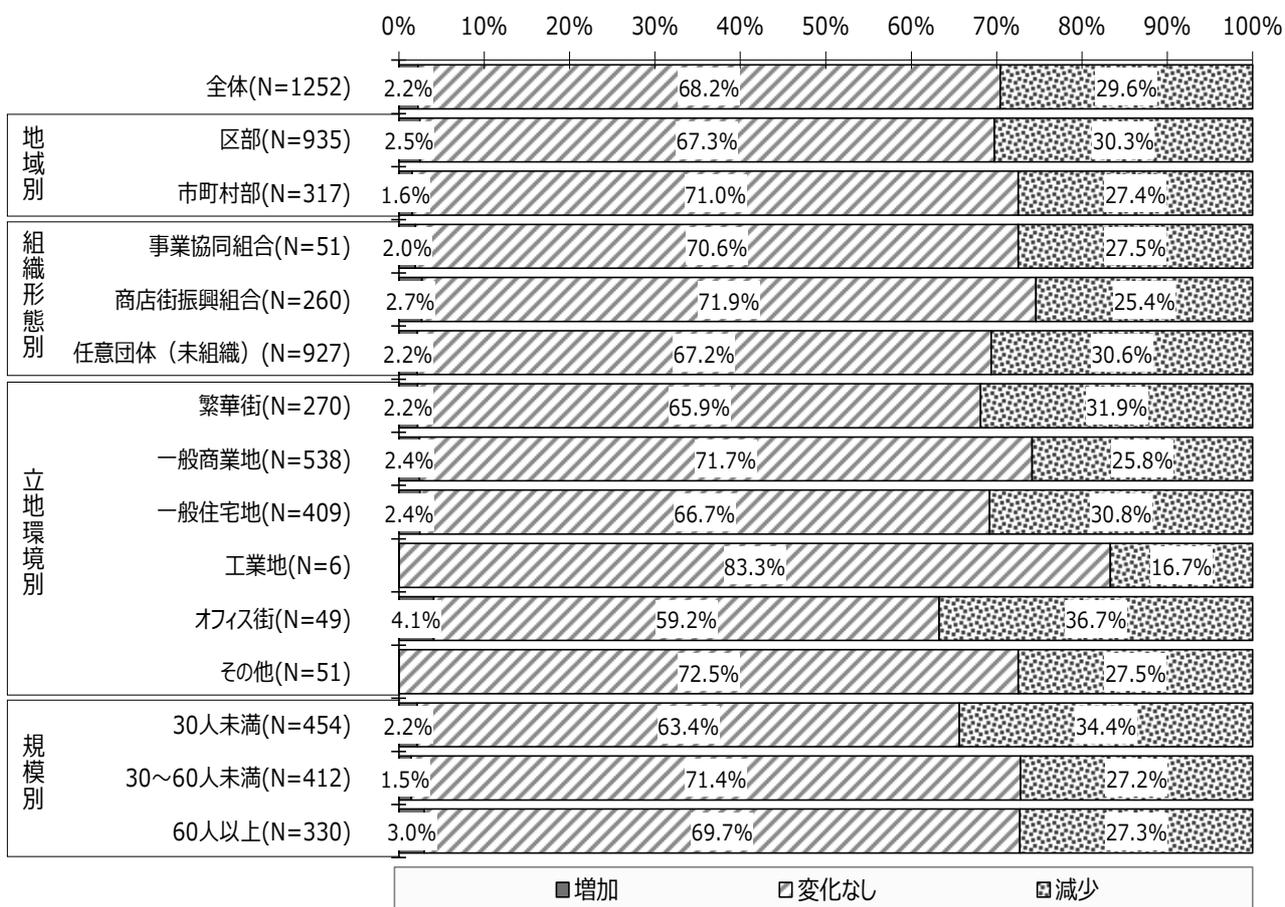
■ 約3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と現在の比較（詳細）

過去3年における商圈の広さについては「変化なし」が68.2%で最も多くなっているが「減少」が3.0ポイント増加している。

【商圈の広さ】

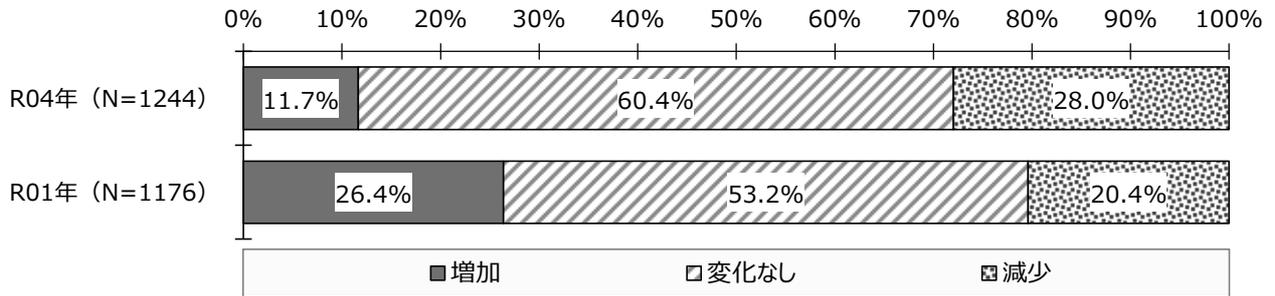


【商圈の広さ（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

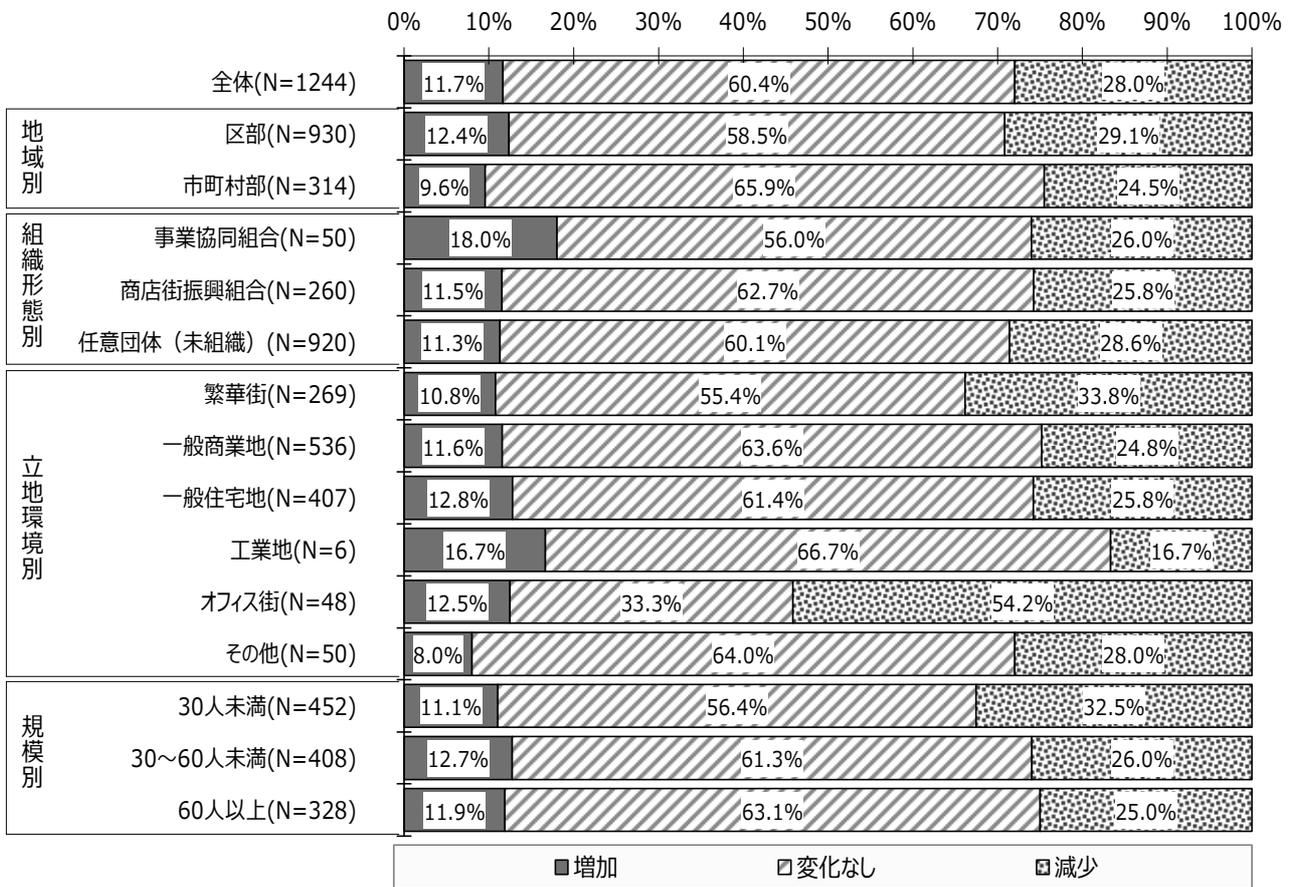


商圈内の人口についても「変化なし」が60.4%で最も多くなっているが「減少」が7.6ポイント増加している。

【商圈内の人口】

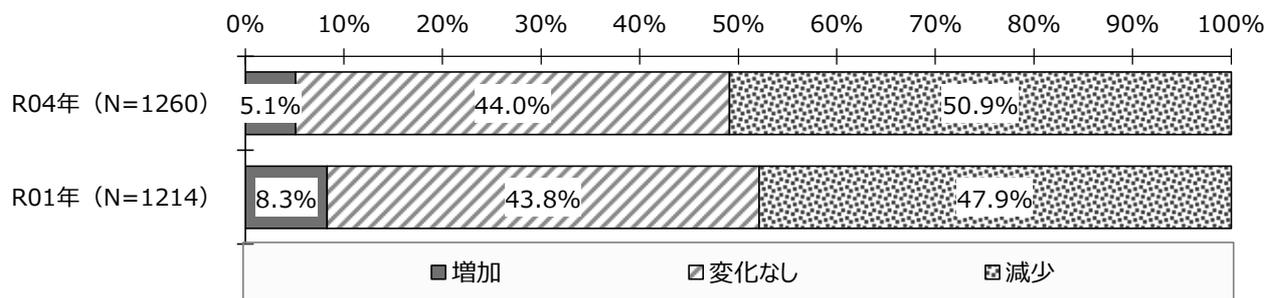


【商圈内の人口（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

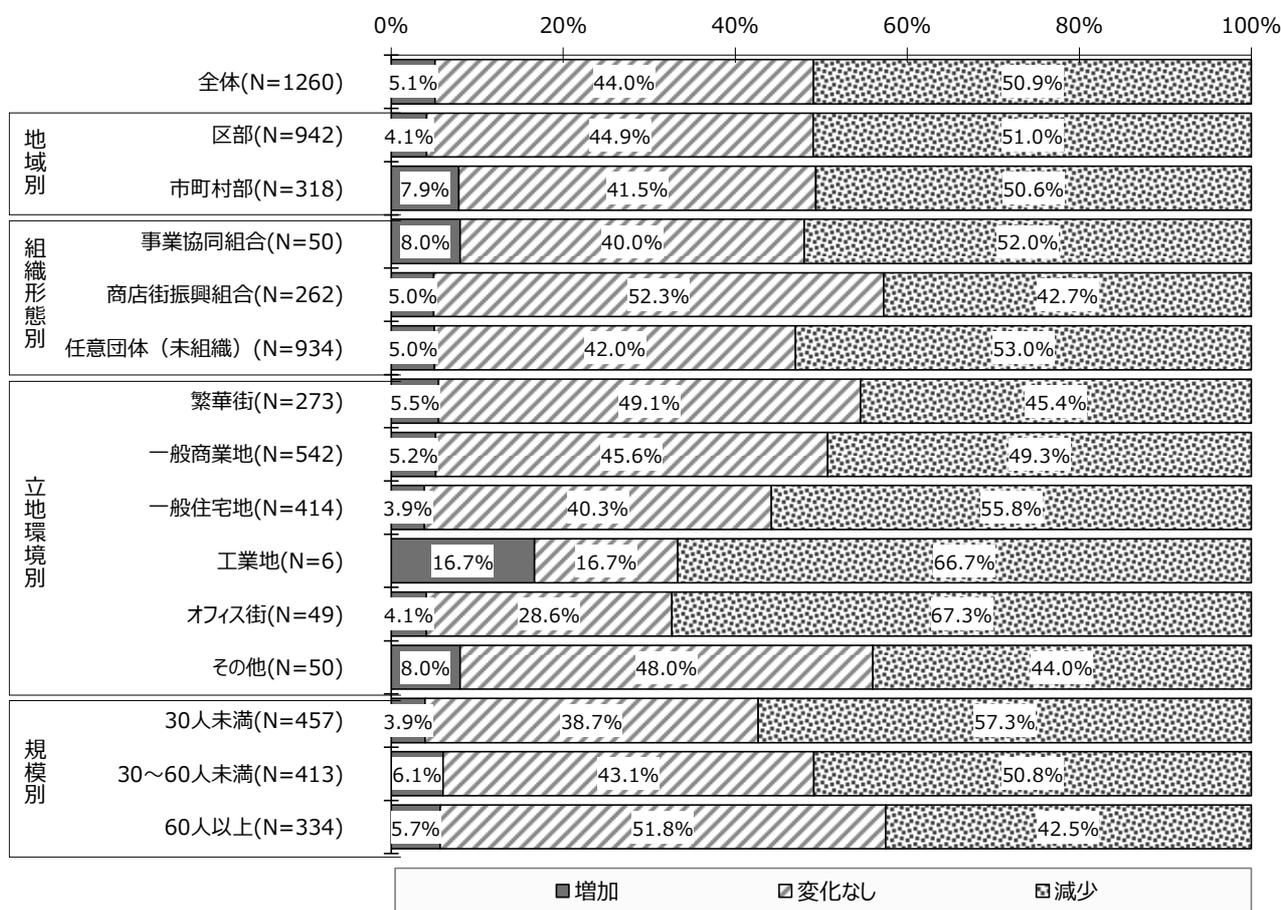


店舗数については「減少」が 50.9%を占めている。「減少」は前回調査（令和元年）から増加しており、「増加」は 3.2 ポイント減少して 5.1%となっている。

【店舗数】

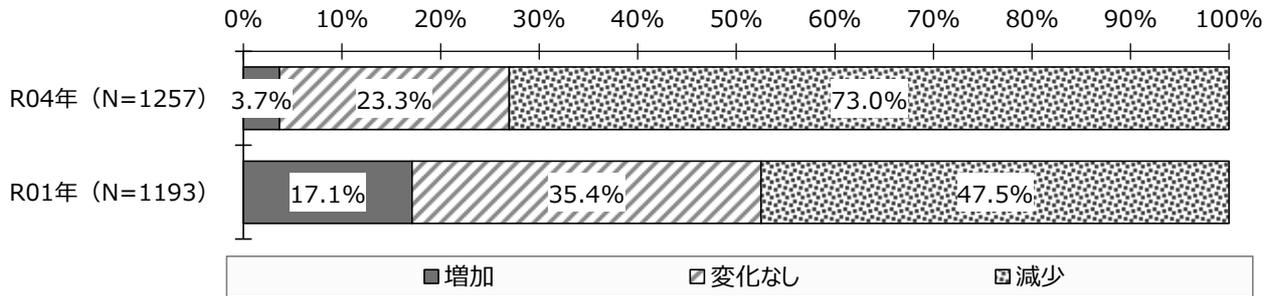


【店舗数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

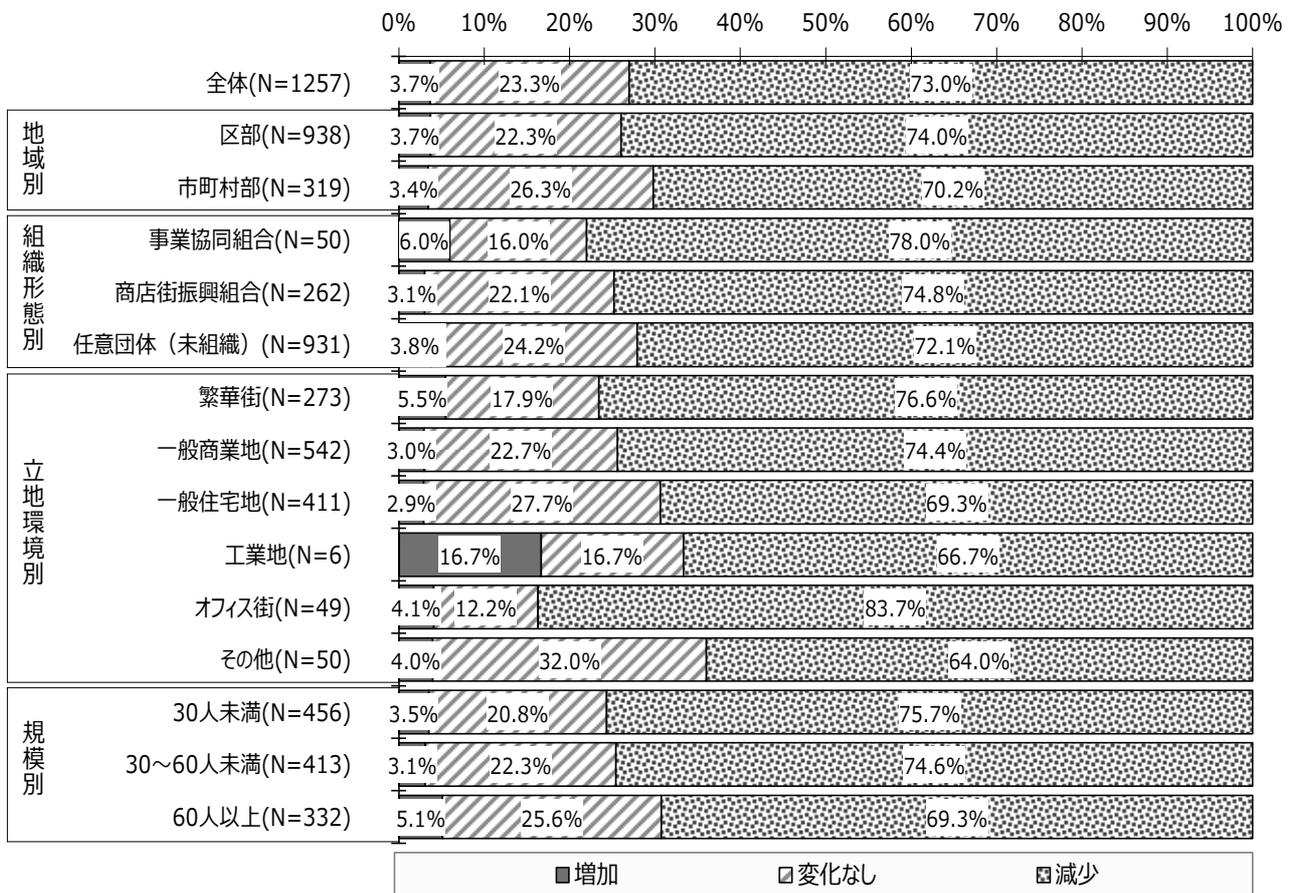


来街者数については「減少」が73.0%を占め、前回調査（令和元年）から25.5ポイント増加している。「増加」は13.4ポイント減少して3.7%となっている。

【来街者数】

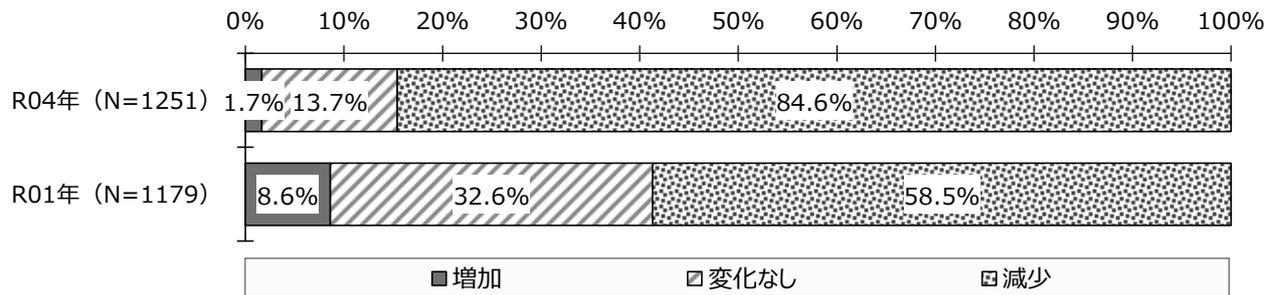


【来街者数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

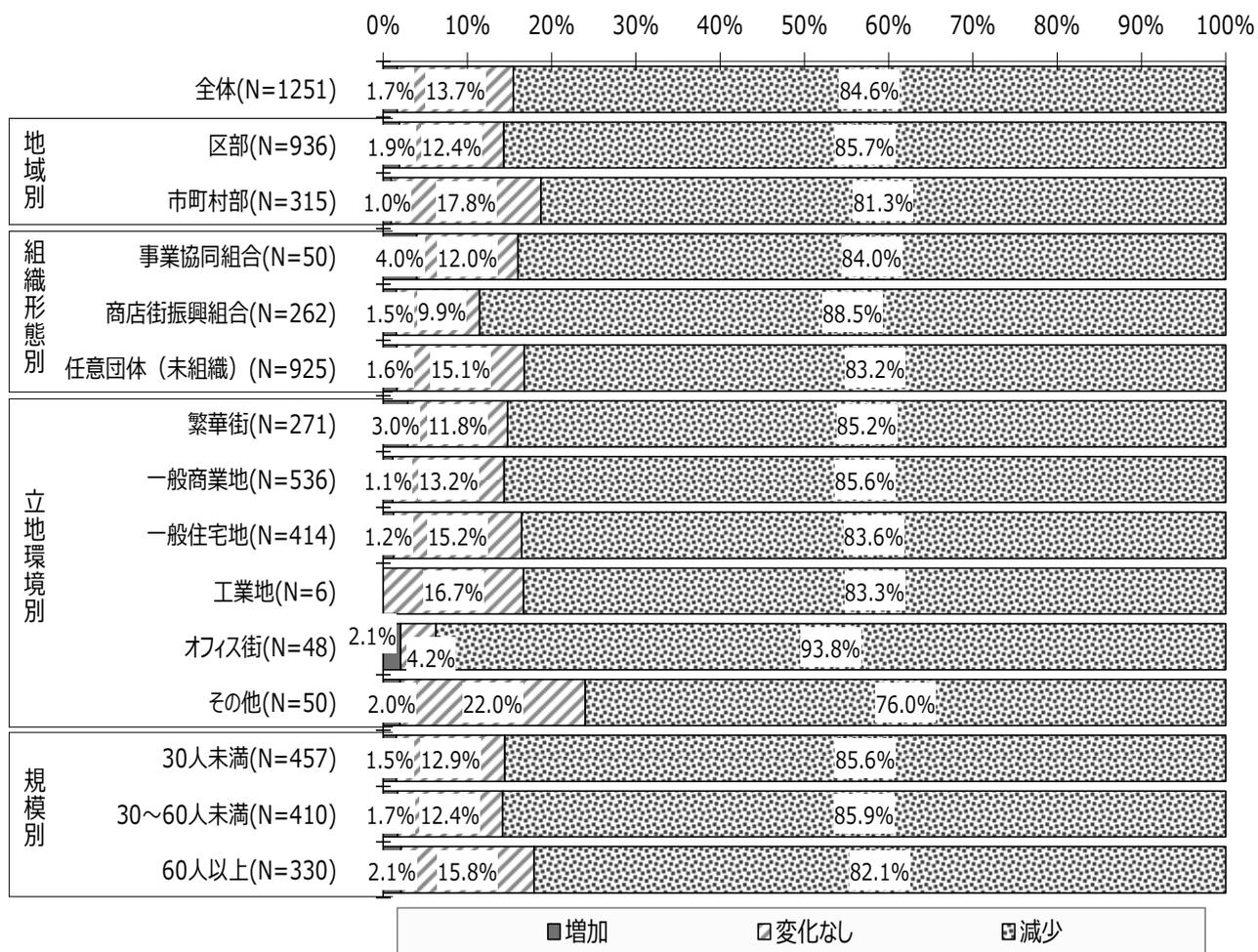


売上については「減少」が84.6%を占め、前回調査（令和元年）から26.1ポイント増加している。「増加」は6.9ポイント減少して1.7%となっている。

【売上】



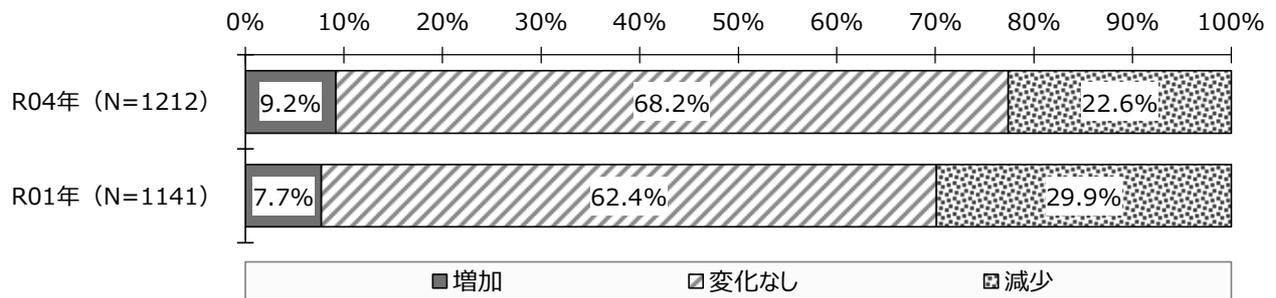
【売上（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



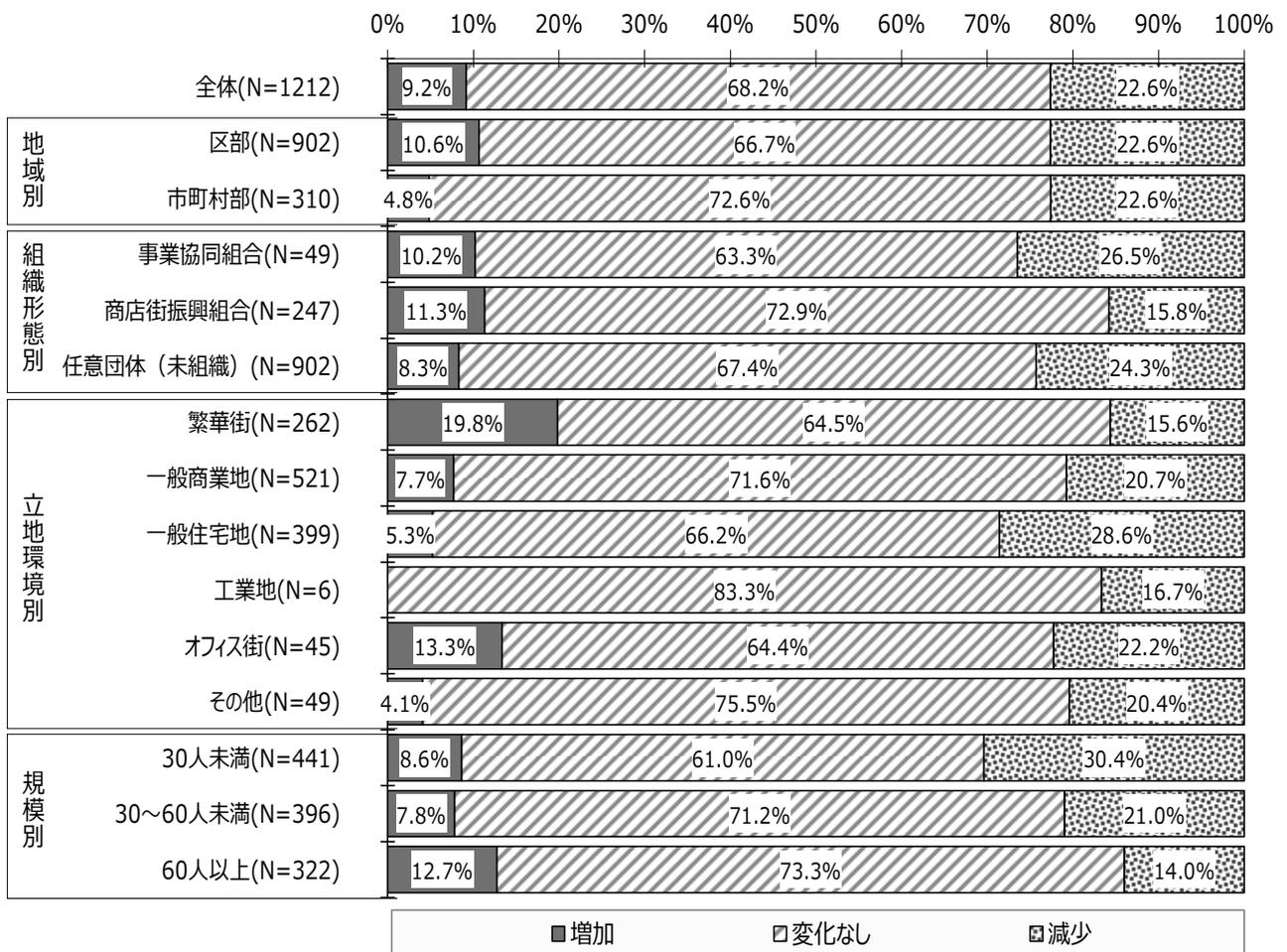
■ 今後2～3年後の予測（詳細）

今後2～3年後の商圈の広さについては、「変化なし」との回答が最も多く68.2%を占めている。

【商圈の広さ】

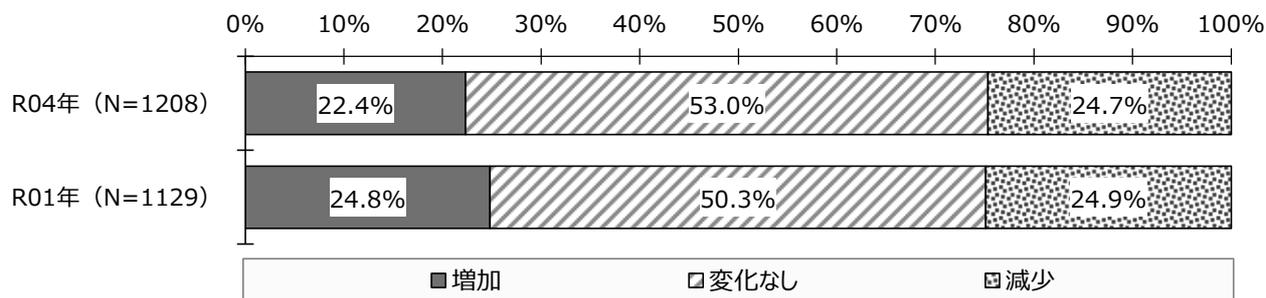


【商圈の広さ（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

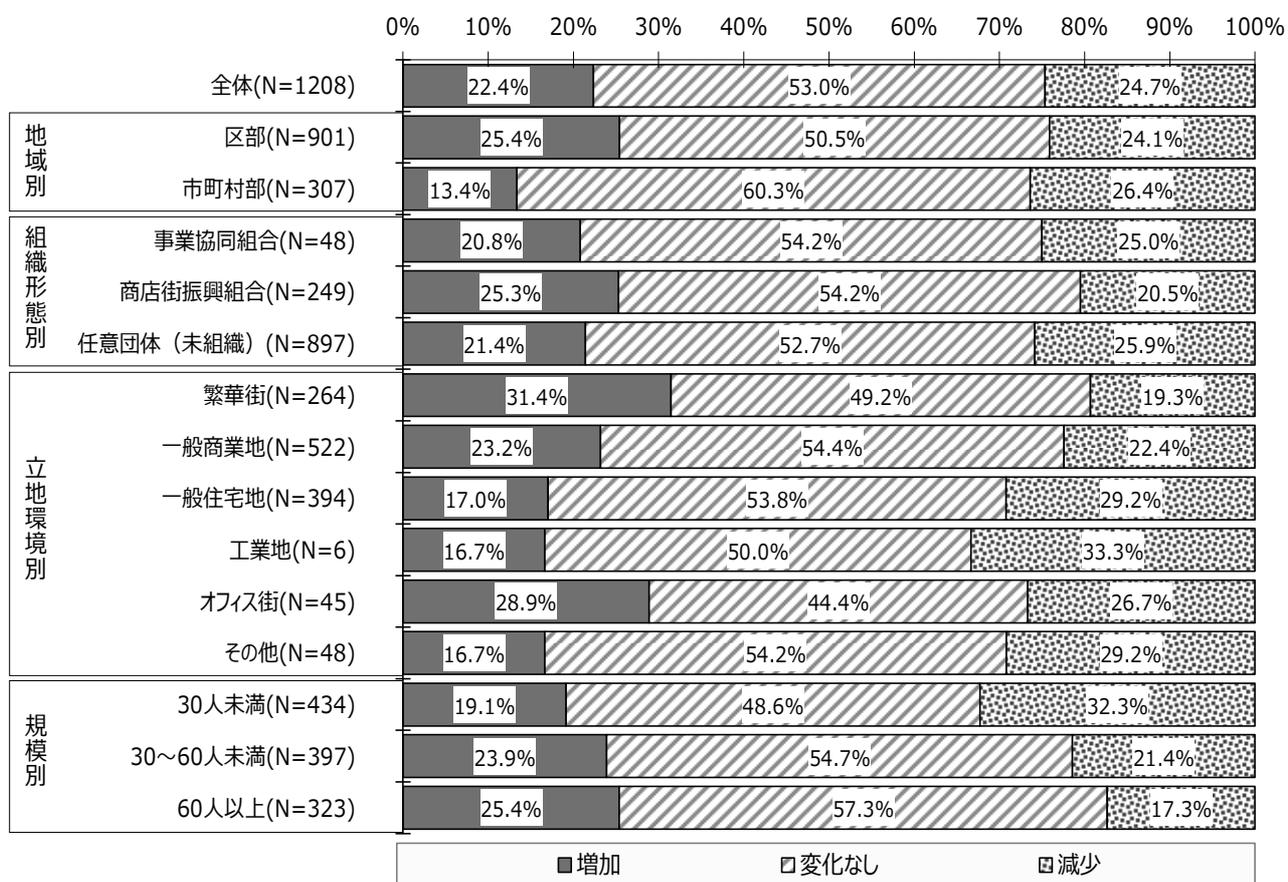


商圈内の人口についても「変化なし」との回答が最も多く53.0%を占めている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【商圈内の人口】

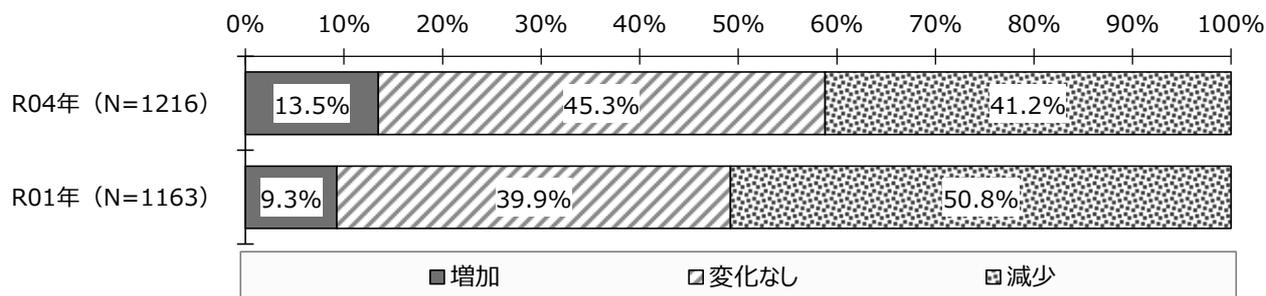


【商圈内の人口（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

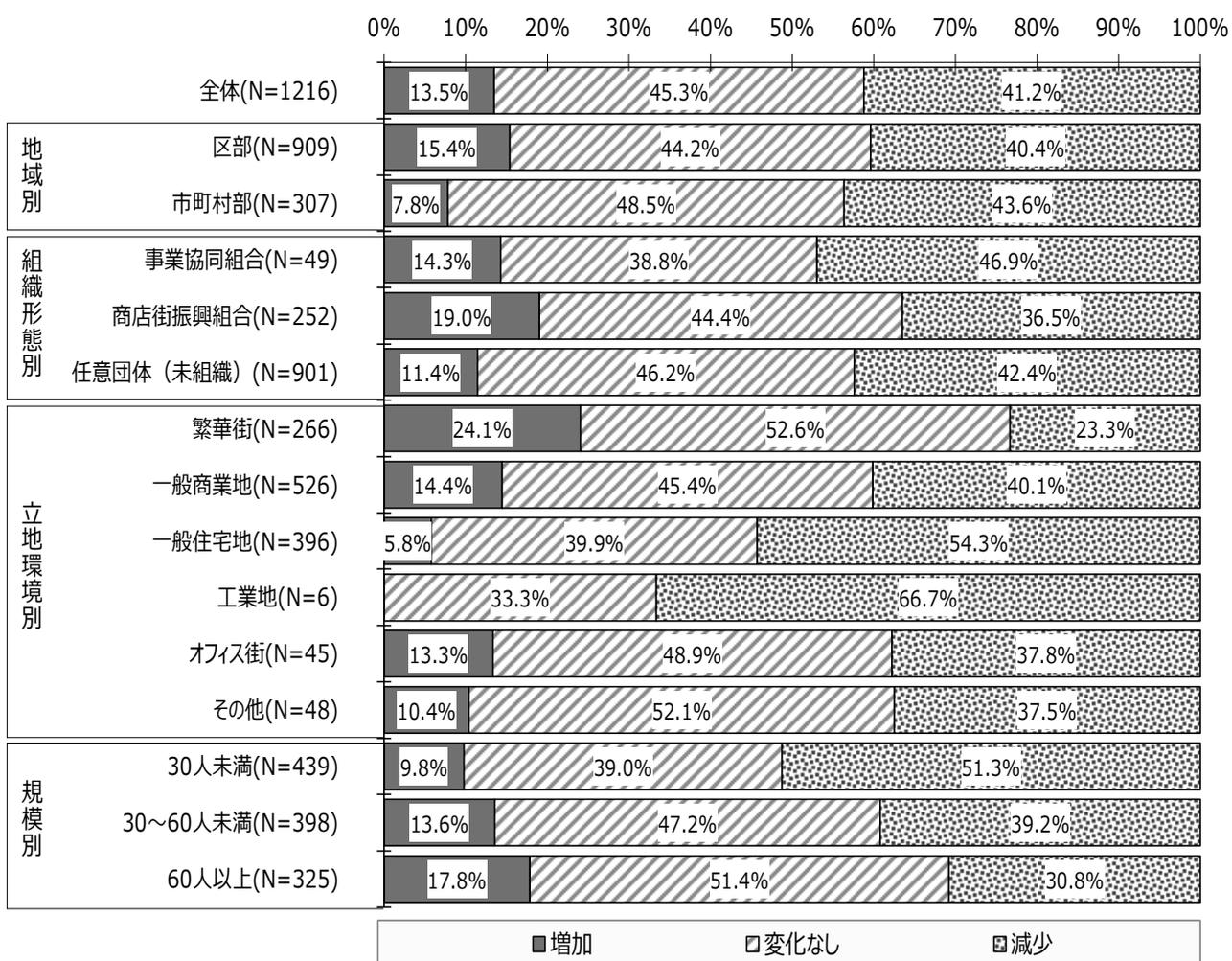


店舗数についても、「変化なし」が45.3%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【店舗数】

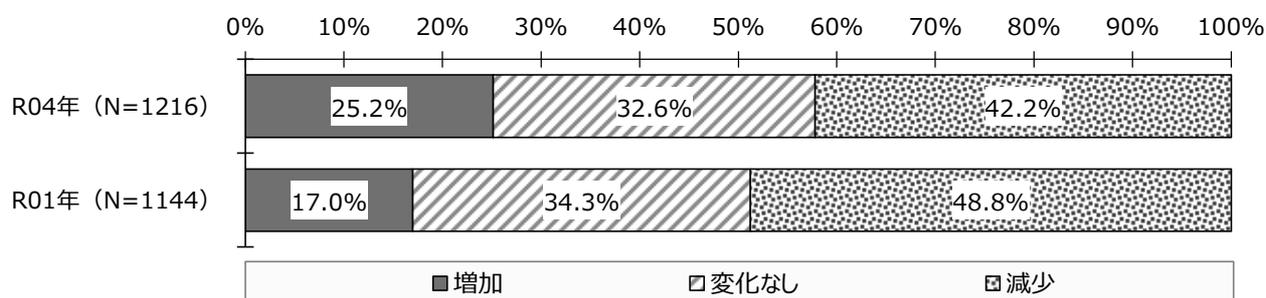


【店舗数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

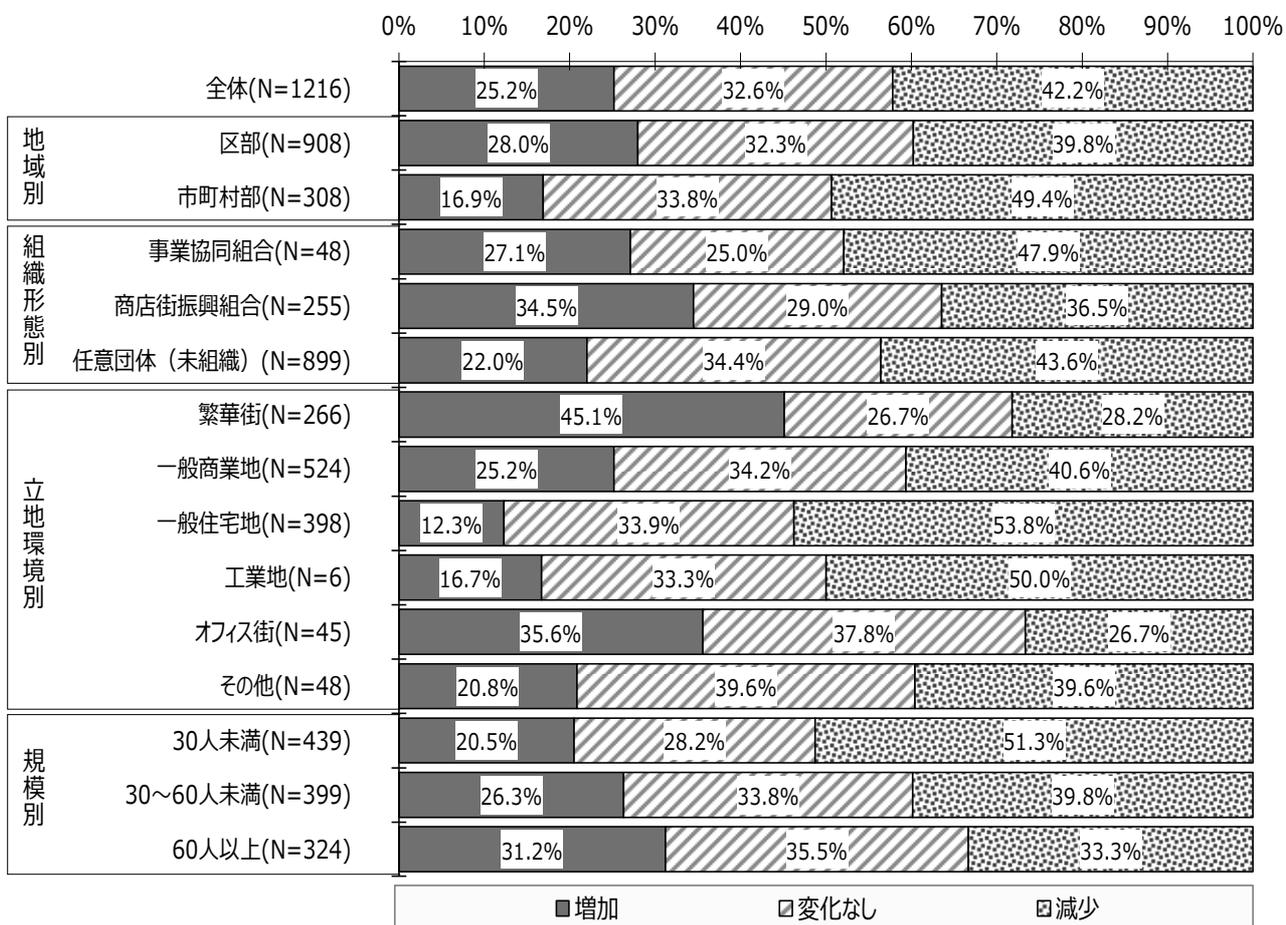


来街者数については、「減少」が42.2%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【来街者数】

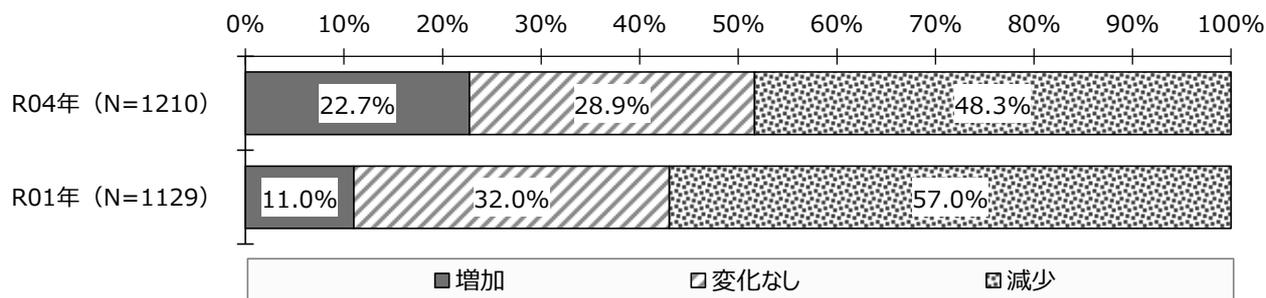


【来街者数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

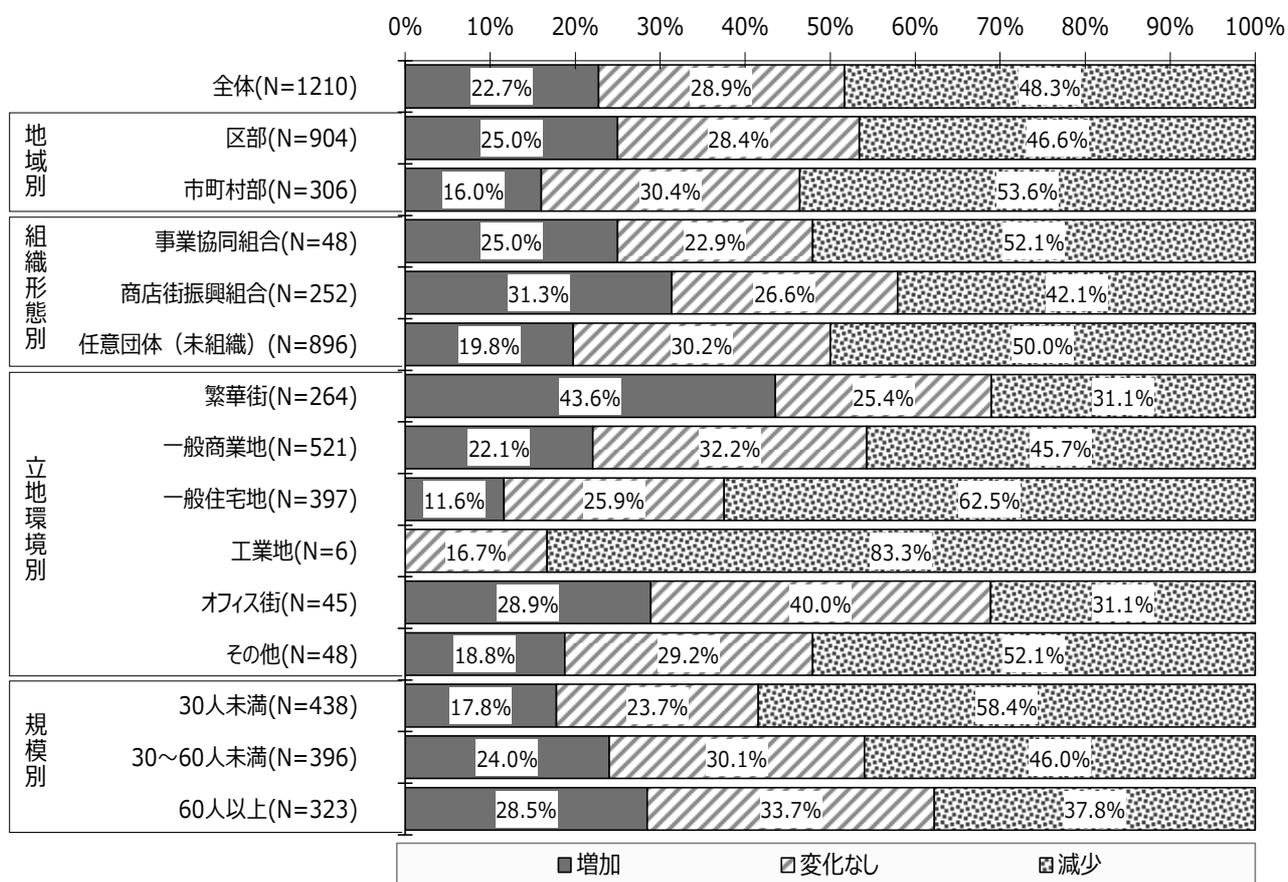


売上については、「減少」が48.3%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【売上】



【売上（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

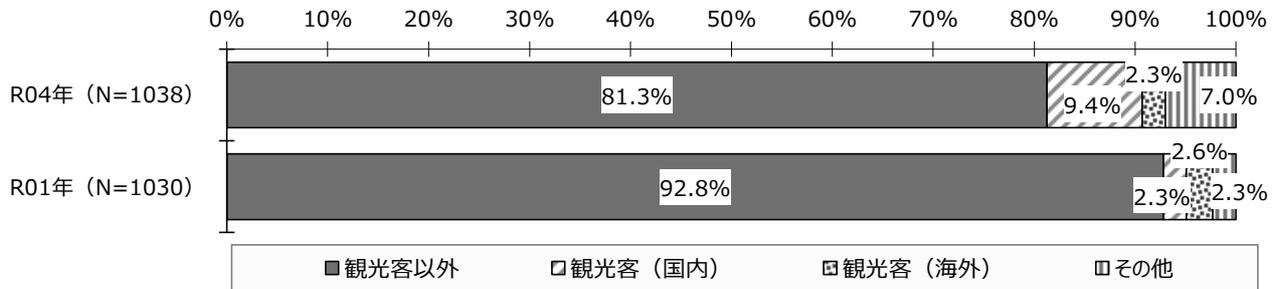


③ 来街者の状況

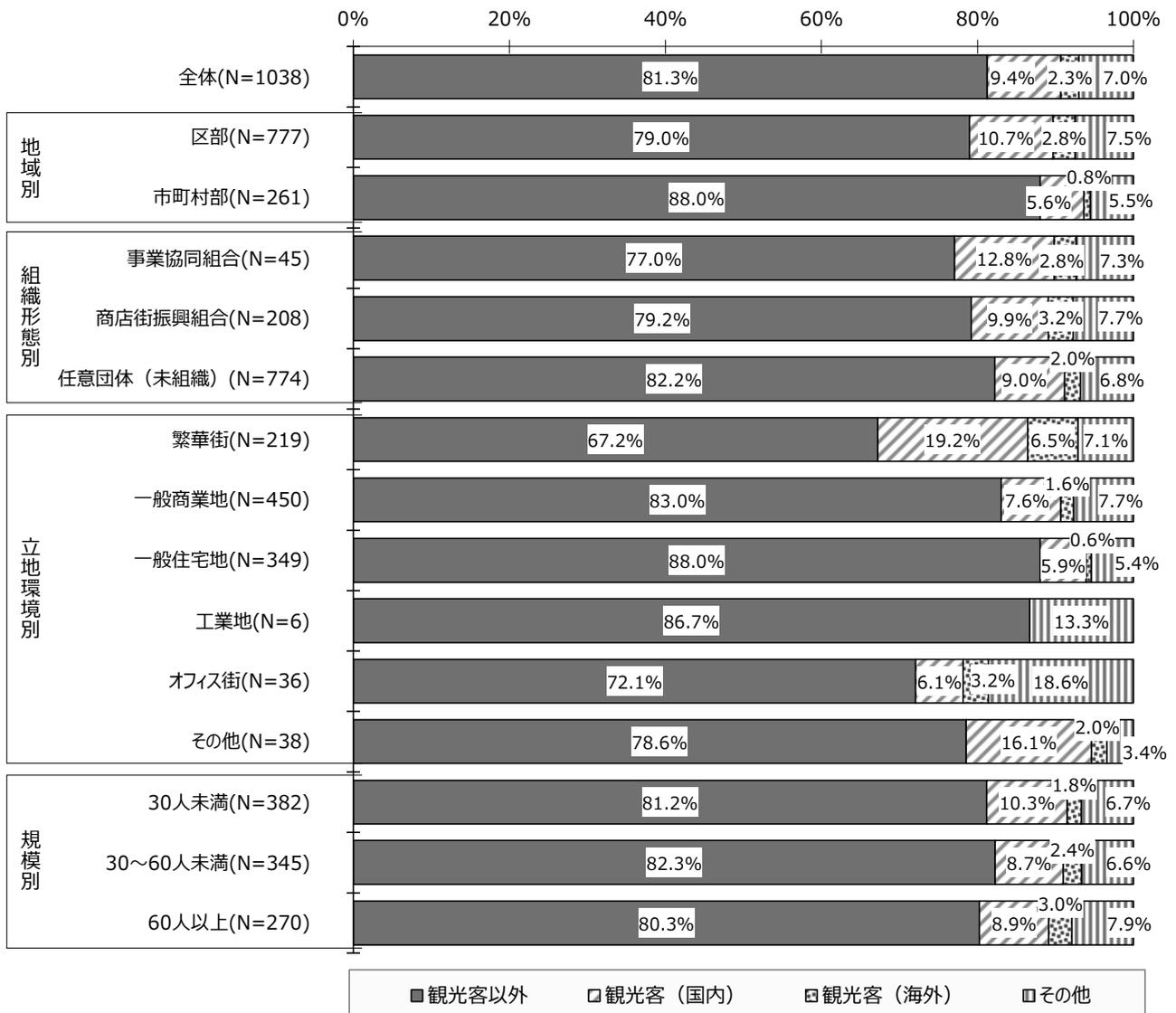
■ 来街者の客層

来街者の客層については「観光客以外」が 81.3%を占めている。この割合は前回調査（令和元年）と比較すると 11.5 ポイント減少しており、「観光客（国内）」が 7.1 ポイント増加している。

【来街者の客層】

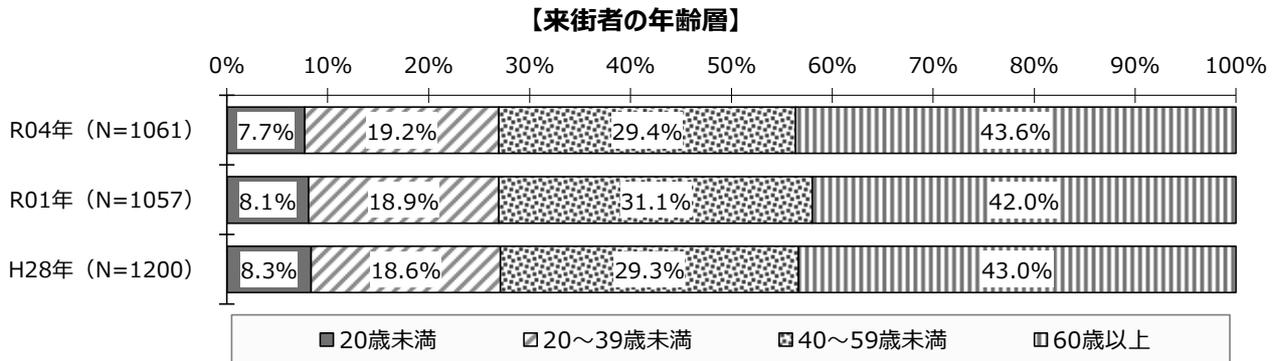


【来街者の客層（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



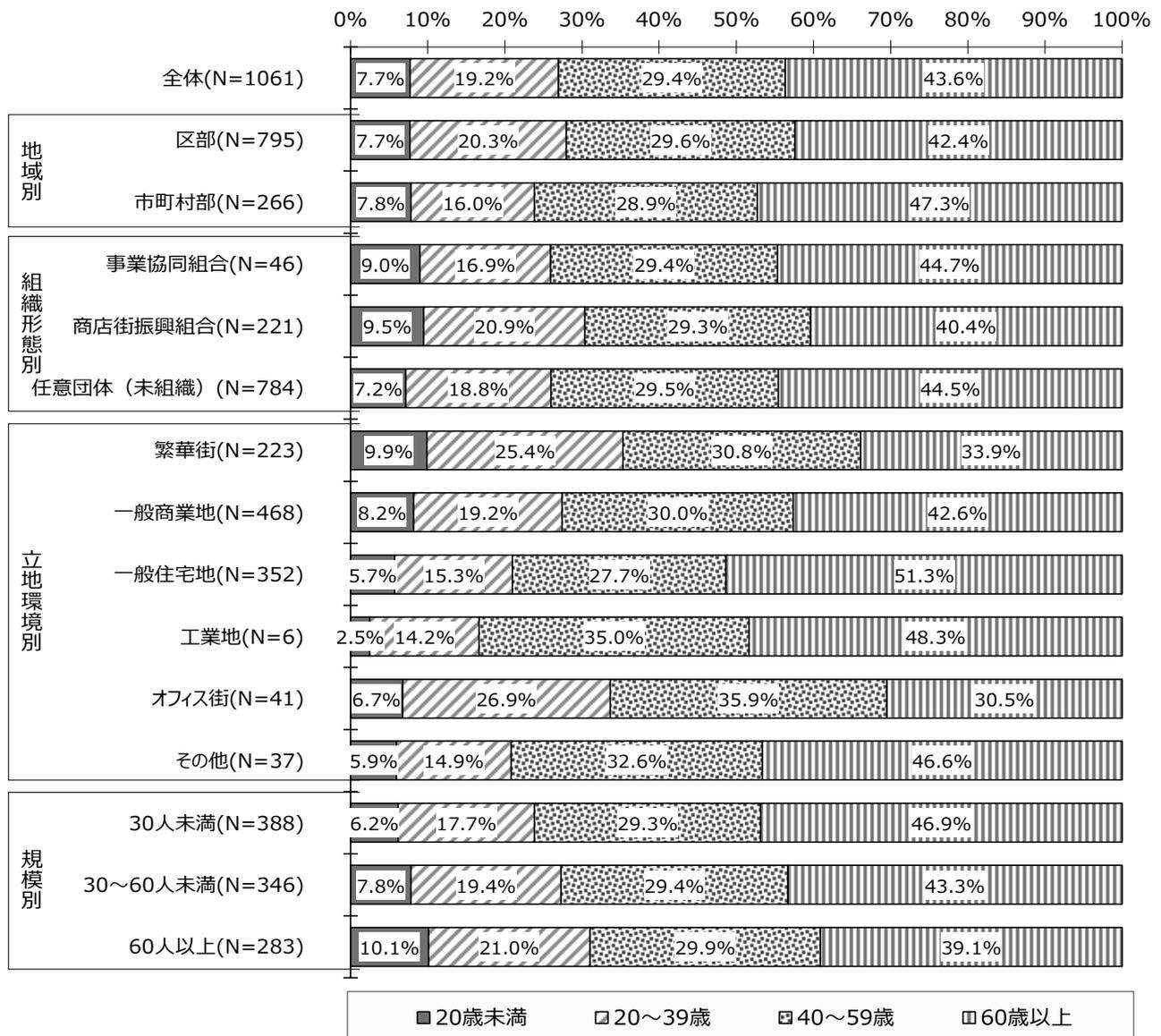
■ 来街者の年齢層

来街者の年齢層については「60歳以上」が最も多く、過去の調査と傾向に大きな変化はない。



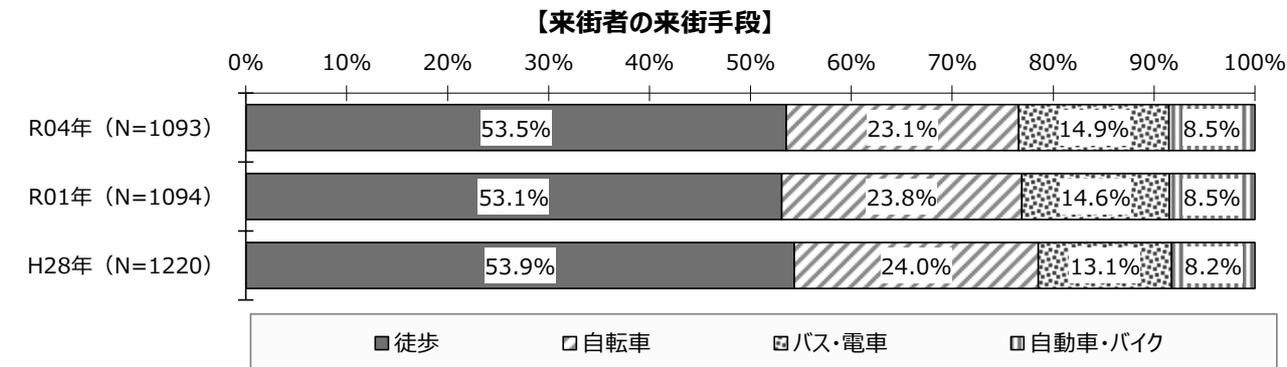
※H28 以前の集計時は割合の合計が 100%とならなかった商店街については「不明」を加えて集計しているが、前回調査からは、集計結果の把握のしやすさの観点から、割合の合計が 100%となる商店街のみを集計している（上記の H28 年の調査結果には本来「不明」が 0.8%あるが当該割合の表記は割愛している）

【来街者の年齢層（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



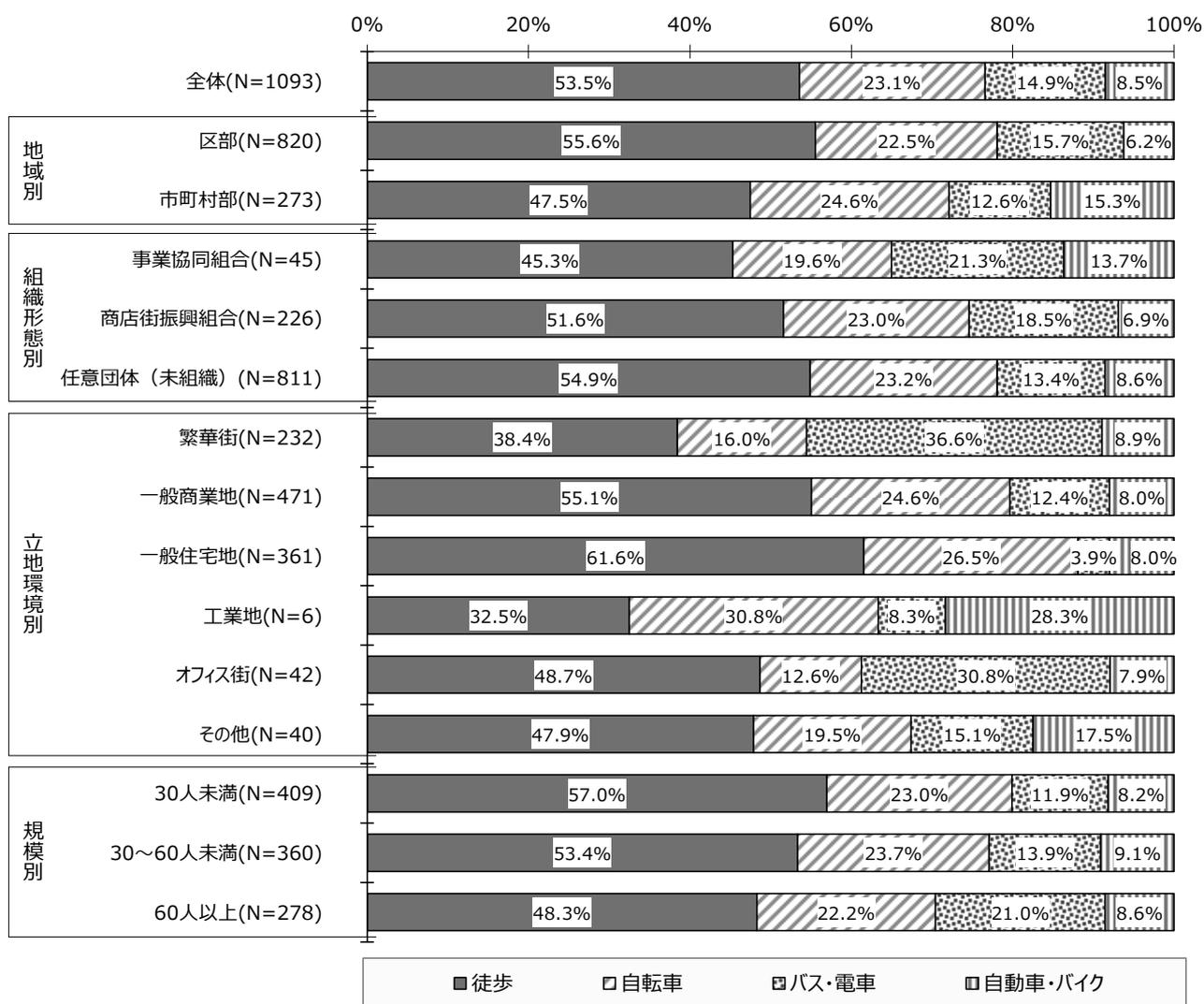
■ 来街手段

来街者の来街手段については「徒歩」が 53.5%を占めている。前回調査（令和元年）とほぼ同じ結果となっている。



※H28 以前の集計時は割合の合計が 100%とならなかった商店街については「不明」を加えて集計しているが、前回調査からは、集計結果の把握のしやすさの観点から、割合の合計が 100%となる商店街のみを集計している（上記の H28 年の調査結果には本来「不明」が 0.6%あるが当該割合の表記は割愛している）

【来街者の来街手段（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

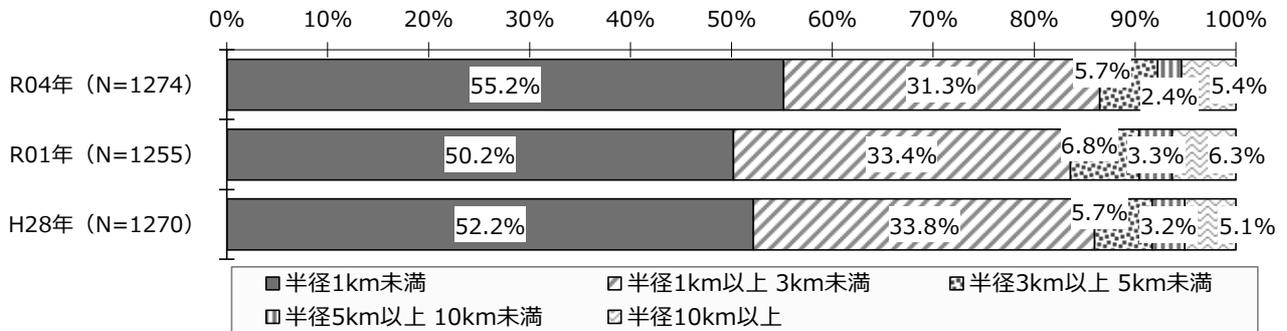


④ 商圈範囲と大型店の影響

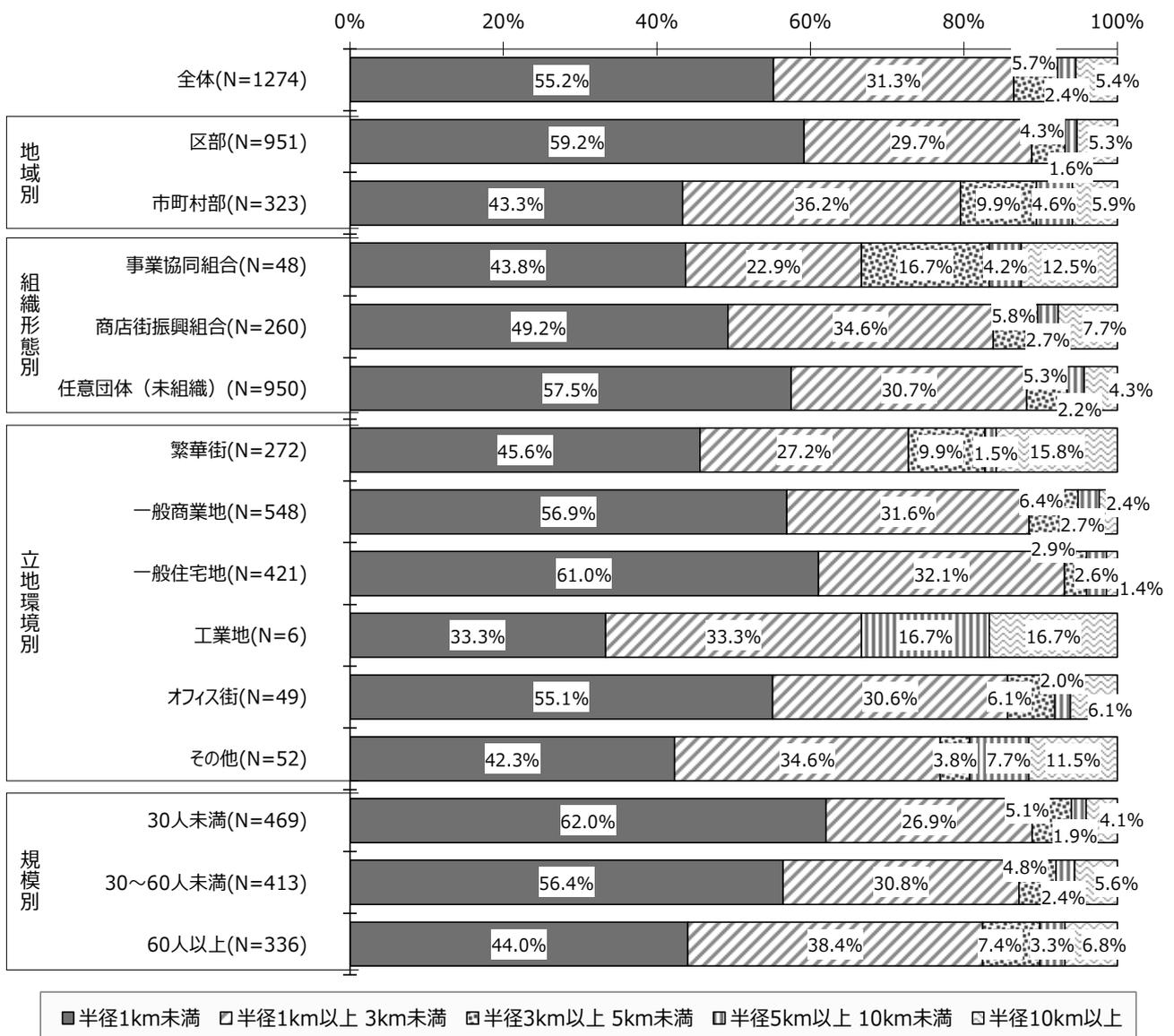
■ 商圈範囲と大型店の店舗数

商圈範囲については「半径1km未満」が55.2%を占めており最も多く、前回調査（令和元年）から5.0ポイント増加している。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ商圈が広がる傾向がある。

【商圈範囲】

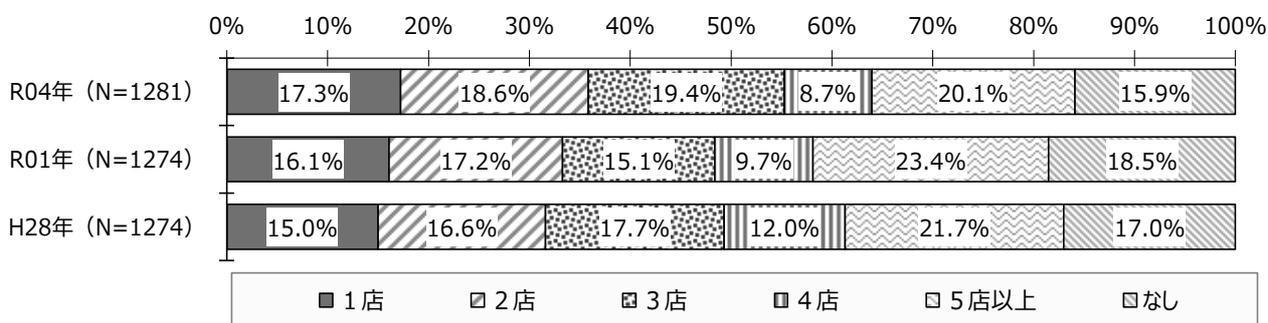


【商圈範囲（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

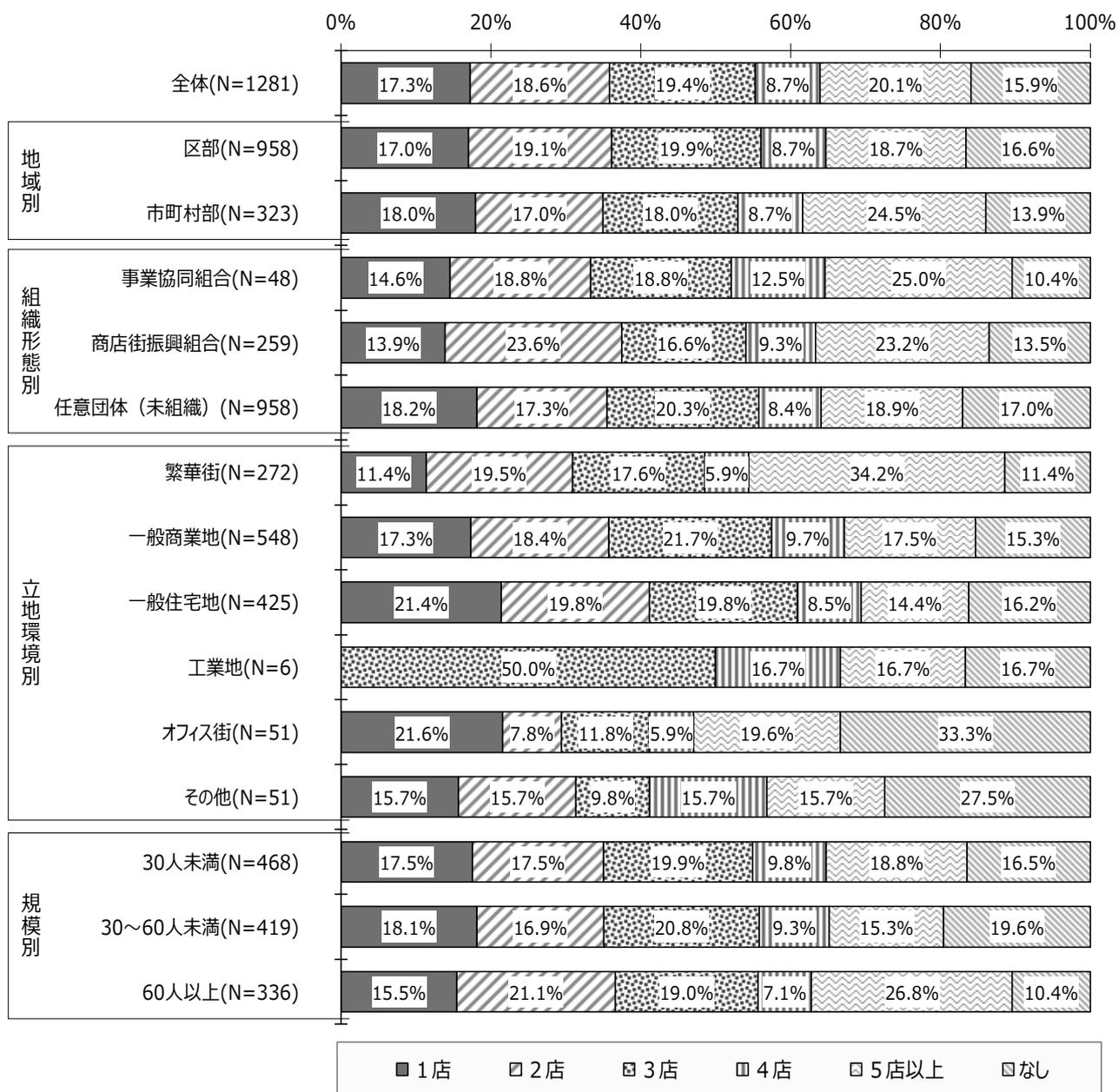


商圈範囲内にある大型店の店舗数については「5店以上」が最も多く20.1%を占めるが、前回調査（令和元年）からは3.3ポイント低下している。一方「1店」「2店」「3店」の回答はいずれも増加している。

【商圈範囲内にある大型店の店舗数】

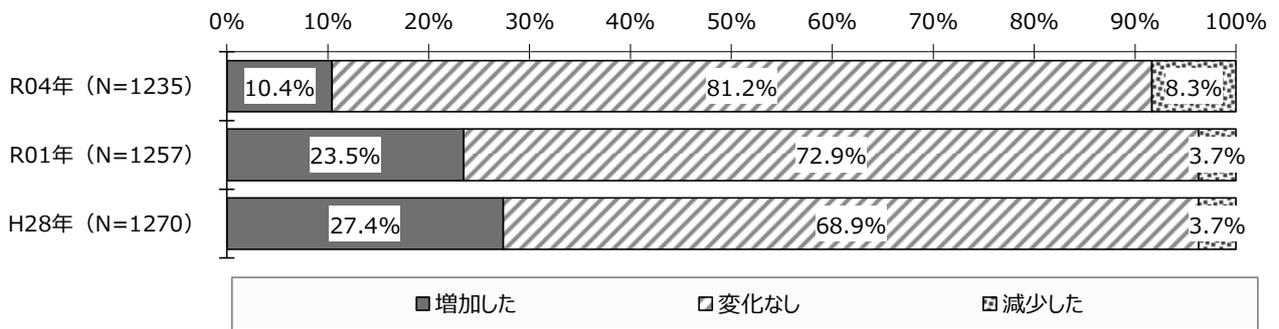


【商圈範囲内にある大型店の店舗数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

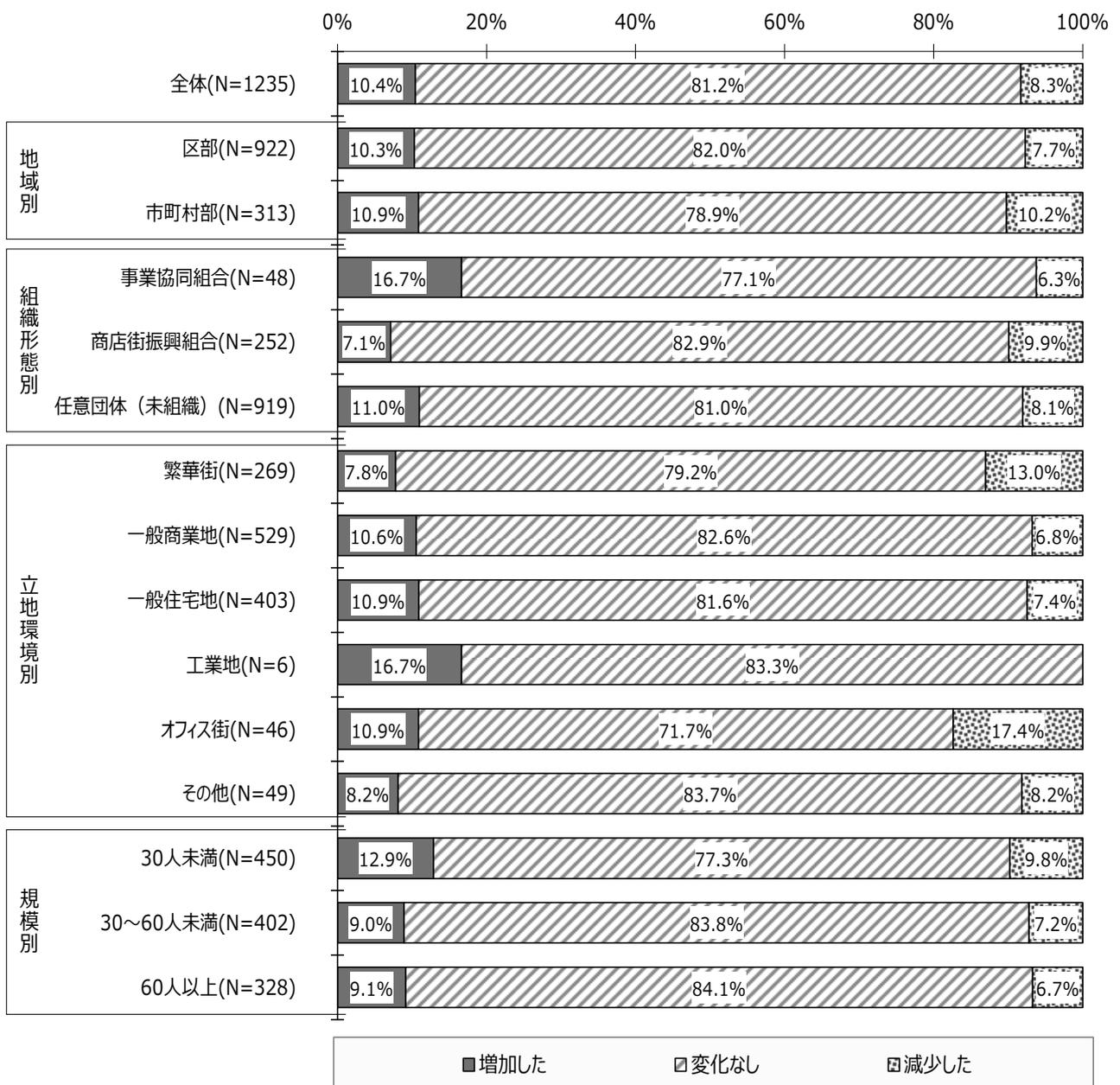


商圈範囲内にある大型店の店舗数の3年前と比べた増減については「変化なし」が81.2%を占める。「増加した」の割合は前回調査（令和元年）の23.5%から13.1ポイント減少して10.4%となり、「減少した」の割合は4.6ポイント増加して8.3%となった。

【商圈範囲内にある大型店の店舗数の3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比べた増減】



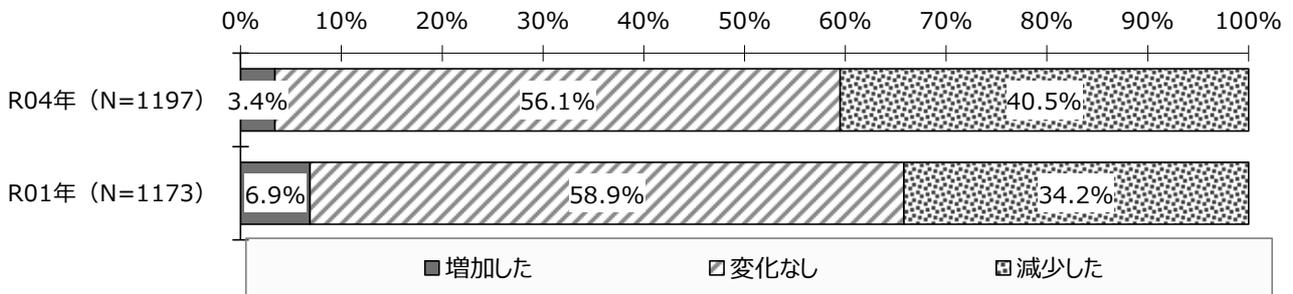
【商圈範囲内にある大型店の店舗数の3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比べた増減】



■ 3年前と比較した商圈内にある大型店による影響の増減

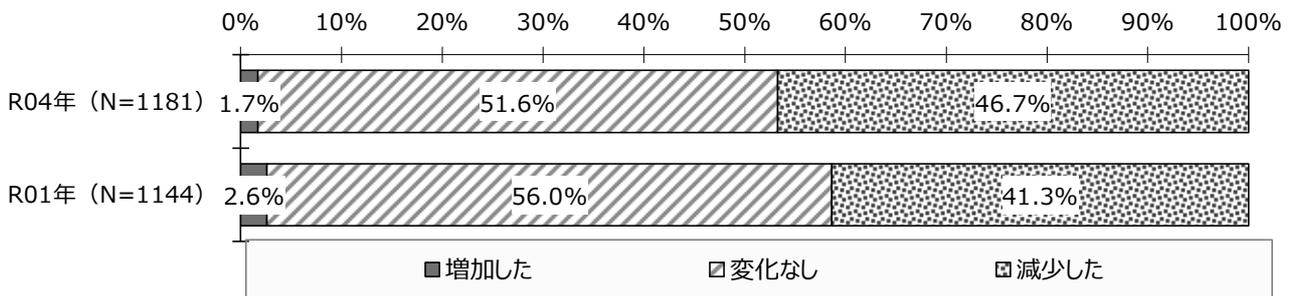
3年前と比較した大型店の影響による来街者数の増減については56.1%が「変化なし」と回答している。「減少した」との回答は40.5%となっており、前回調査（令和元年）から6.3ポイント増加している。

【①来街者数の増減】



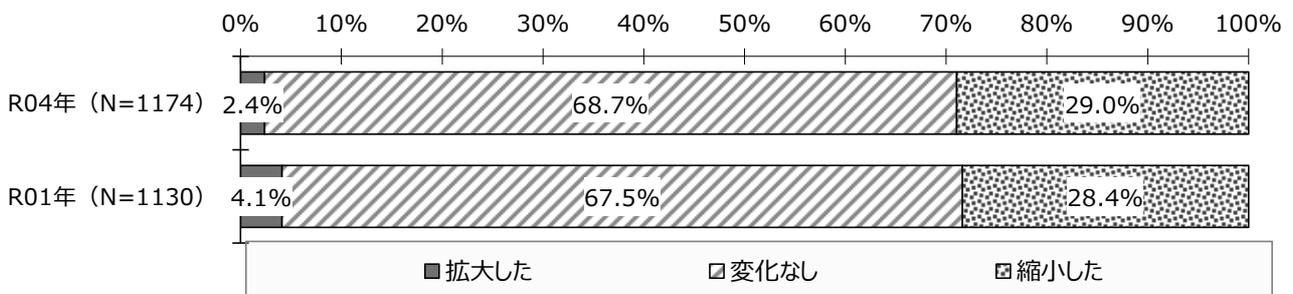
3年前と比較した大型店の影響による売上の増減についての回答は、来街者数についての回答とほぼ同様の傾向となっている。51.6%が「変化なし」と回答している一方、「減少した」との回答は46.7%となっており、前回調査（令和元年）から5.4ポイント増加している。

【②売上の増減】



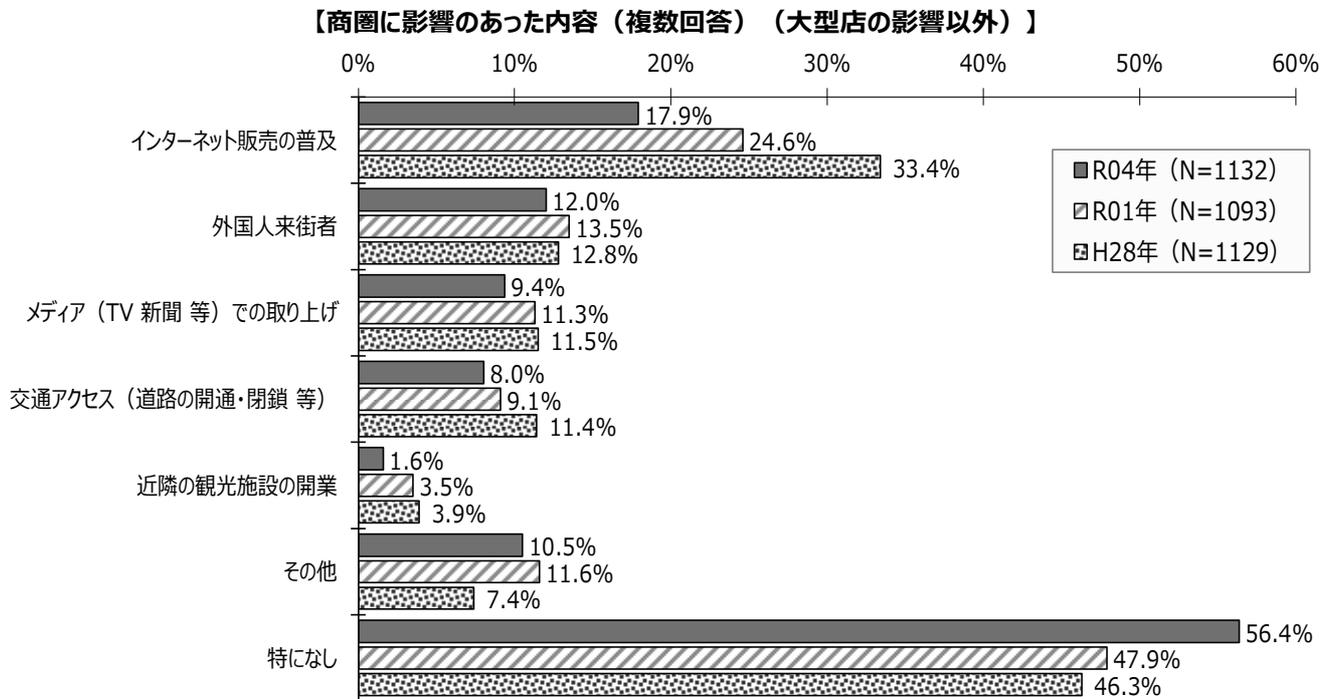
3年前と比較した大型店の影響による商圈の増減については68.7%が「変化なし」と回答している。

【③商圈の増減】



■ 商圈に影響のあった内容（大型店の影響以外）

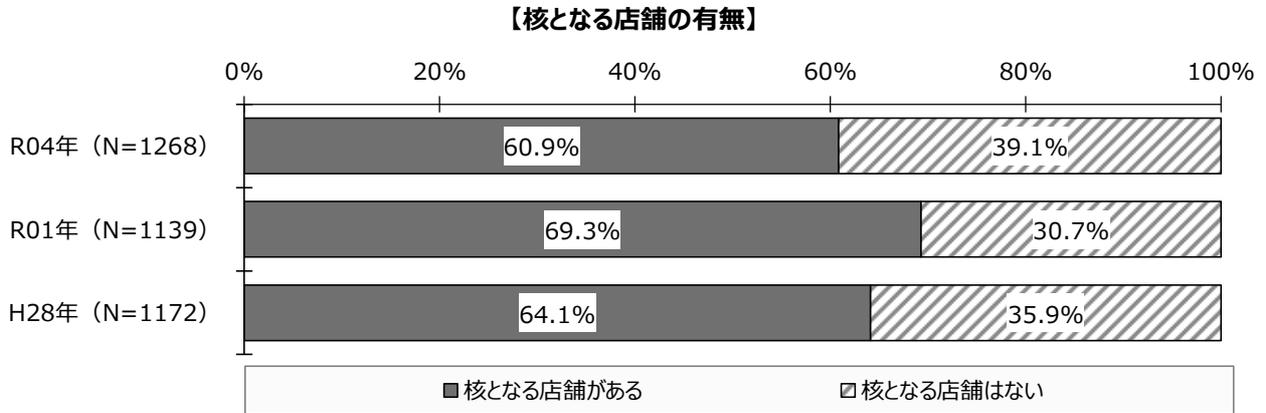
大型店の影響以外で商圈に影響のあった内容については、「特になし」とする回答が56.4%で最も多く、前回調査（令和元年）から8.5ポイント増加している。「インターネット販売の普及」が次いで多いものの前回調査（令和元年）から6.7ポイント減少して17.9%となっている。



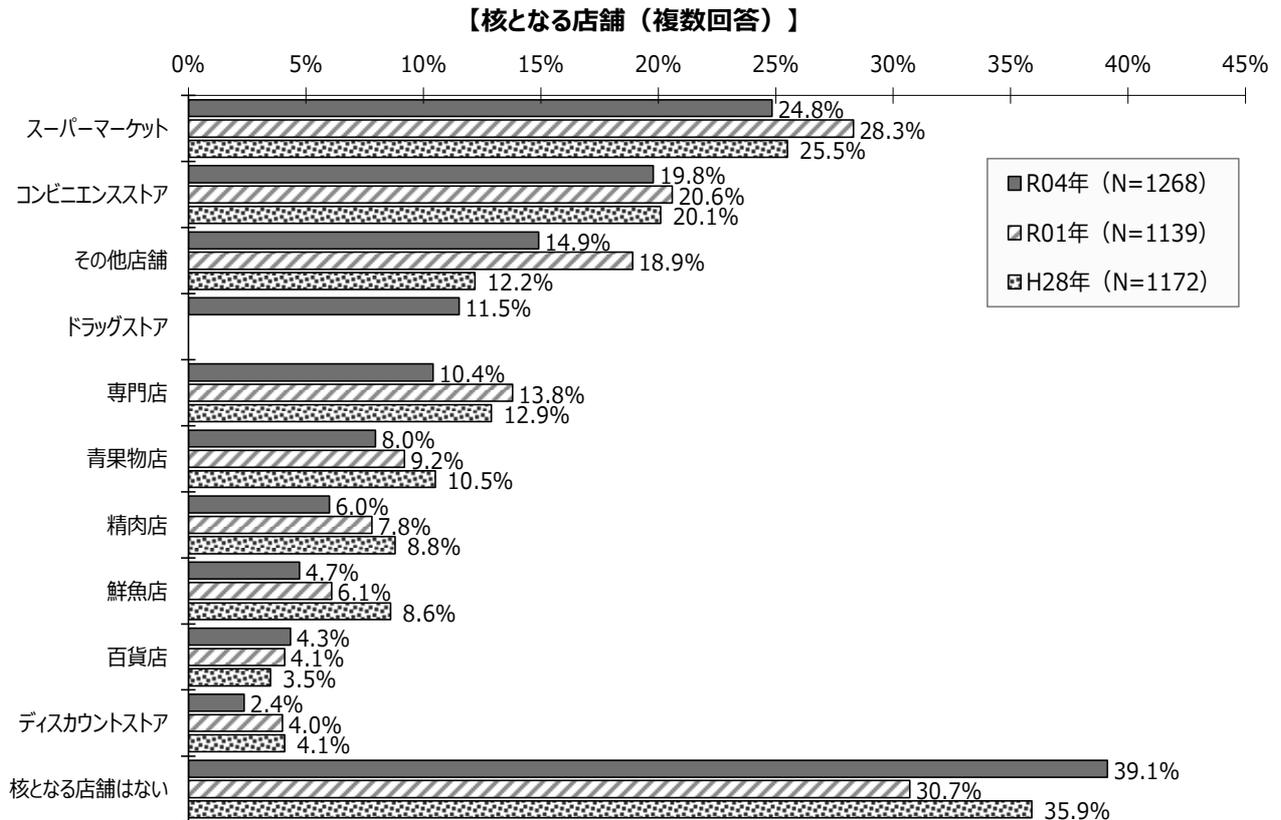
⑤ 核となる店舗等の状況

■ 核となる店舗の状況

核となる店舗については 60.9%が「ある」と回答している。



核となる店舗は「スーパーマーケット」が 24.8%と最も高く、次いで「コンビニエンスストア」が 19.8%となっている。



※前回調査（令和元年）以前では「ドラッグストア」の選択肢は設けていない

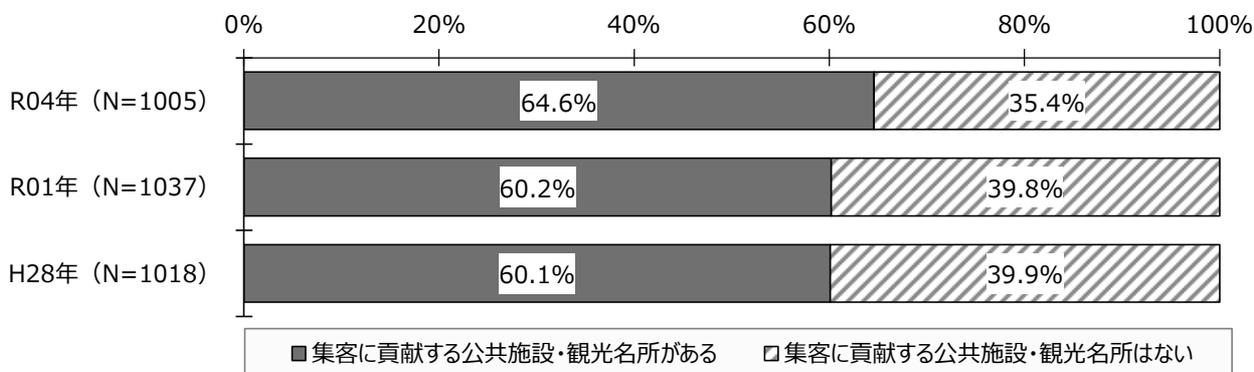
【核となる店舗（複数回答）（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】

		スーパー マーケット	コンビニ エンスストア	その他店 舗	ドラッグス トア	専門店	青果物 店	精肉店	鮮魚店	百貨店	ディスカウ ントストア	核となる 店舗はな い
全体(N=1268)		24.8%	19.8%	14.9%	11.5%	10.4%	8.0%	6.0%	4.7%	4.3%	2.4%	39.1%
地域別	区部(N=948)	26.4%	22.0%	14.9%	12.6%	10.2%	7.9%	5.9%	4.5%	4.0%	2.4%	38.2%
	市町村部(N=320)	20.3%	13.1%	15.0%	8.4%	10.9%	8.1%	6.3%	5.3%	5.3%	2.2%	41.9%
組織形態別	事業協同組合(N=51)	25.5%	19.6%	15.7%	21.6%	19.6%	9.8%	11.8%	11.8%	5.9%	5.9%	25.5%
	商店街振興組合(N=256)	37.1%	25.0%	18.4%	21.5%	14.5%	14.5%	8.2%	6.3%	5.1%	3.5%	27.0%
	任意団体（未組織）(N=945)	21.6%	18.5%	13.9%	8.1%	8.6%	5.9%	4.7%	3.6%	3.9%	1.8%	43.4%
立地環境別	繁華街(N=268)	17.9%	15.3%	23.1%	13.1%	20.9%	5.2%	3.7%	3.0%	18.3%	7.8%	28.4%
	一般商業地(N=550)	31.1%	23.3%	13.1%	13.1%	10.0%	8.5%	6.2%	5.1%	1.3%	0.5%	38.0%
	一般住宅地(N=418)	23.0%	21.1%	10.8%	8.9%	5.5%	10.0%	7.4%	5.5%	0.2%	1.0%	43.3%
	工業地(N=6)	33.3%	16.7%	33.3%	16.7%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%
	オフィス街(N=50)	20.0%	14.0%	16.0%	8.0%	10.0%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	4.0%	50.0%
	その他(N=51)	27.5%	13.7%	17.6%	13.7%	7.8%	2.0%	2.0%	2.0%	3.9%	0.0%	51.0%
規模別	30人未満(N=460)	17.4%	14.3%	13.0%	6.1%	8.7%	6.3%	6.7%	3.7%	2.6%	0.9%	49.1%
	30～60人未満(N=418)	24.2%	20.3%	15.3%	9.6%	8.6%	5.5%	3.3%	5.0%	3.3%	2.9%	37.6%
	60人以上(N=335)	35.5%	27.5%	15.8%	20.6%	14.9%	11.9%	8.1%	5.4%	7.5%	3.6%	27.5%

■ 集客に貢献する公共施設等の状況

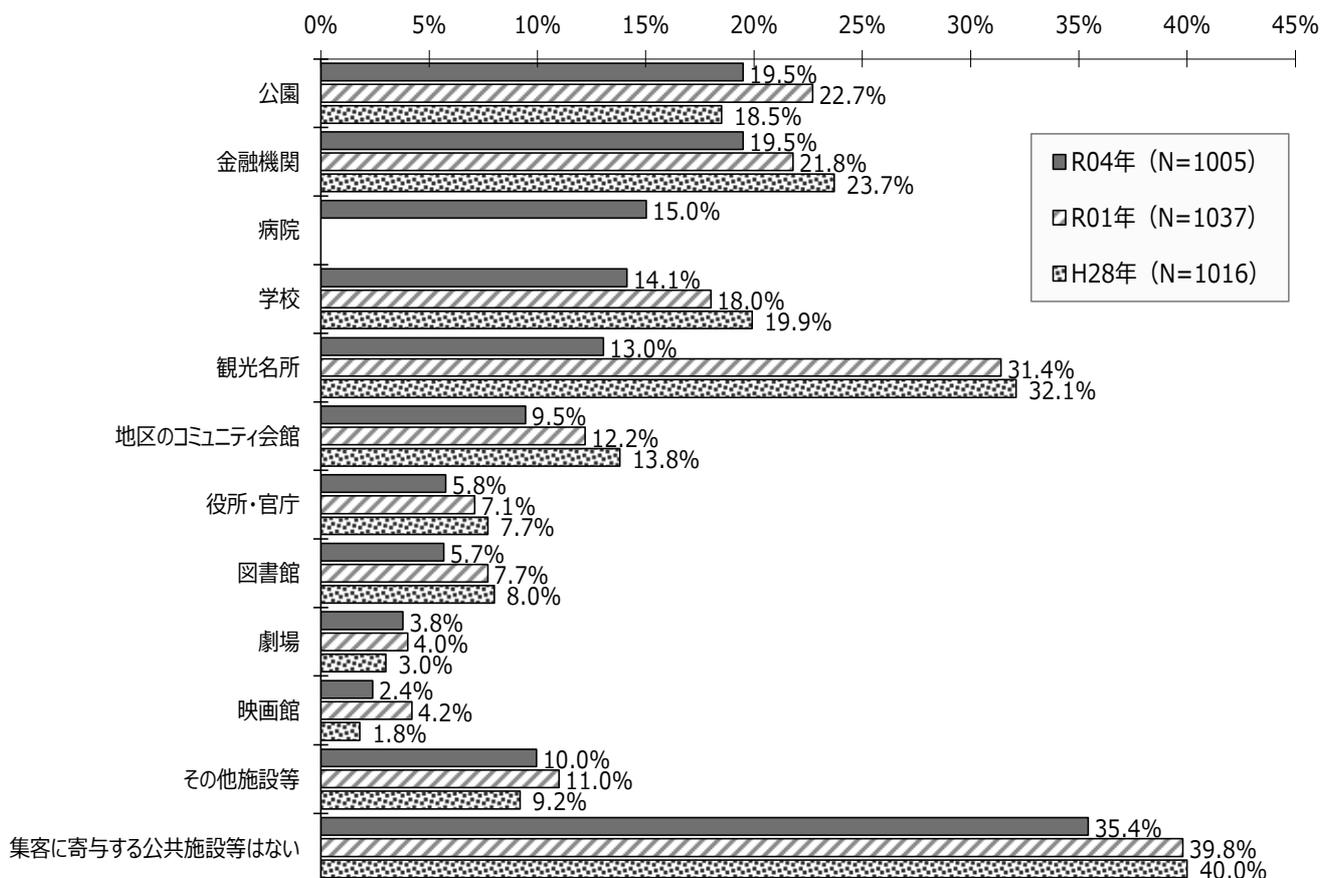
集客に貢献する公共施設等については 64.6%が「ある」と回答しており、前回調査（令和元年）から 4.4 ポイント増加している。

【集客に貢献する公共施設等の有無】



集客に貢献する公共施設等の種類については「公園」及び「金融機関」が 19.5%で最も高くなっている。

【集客に貢献する公共施設等（複数回答）】



※前回調査（令和元年）以前では「病院」の選択肢は設けていない

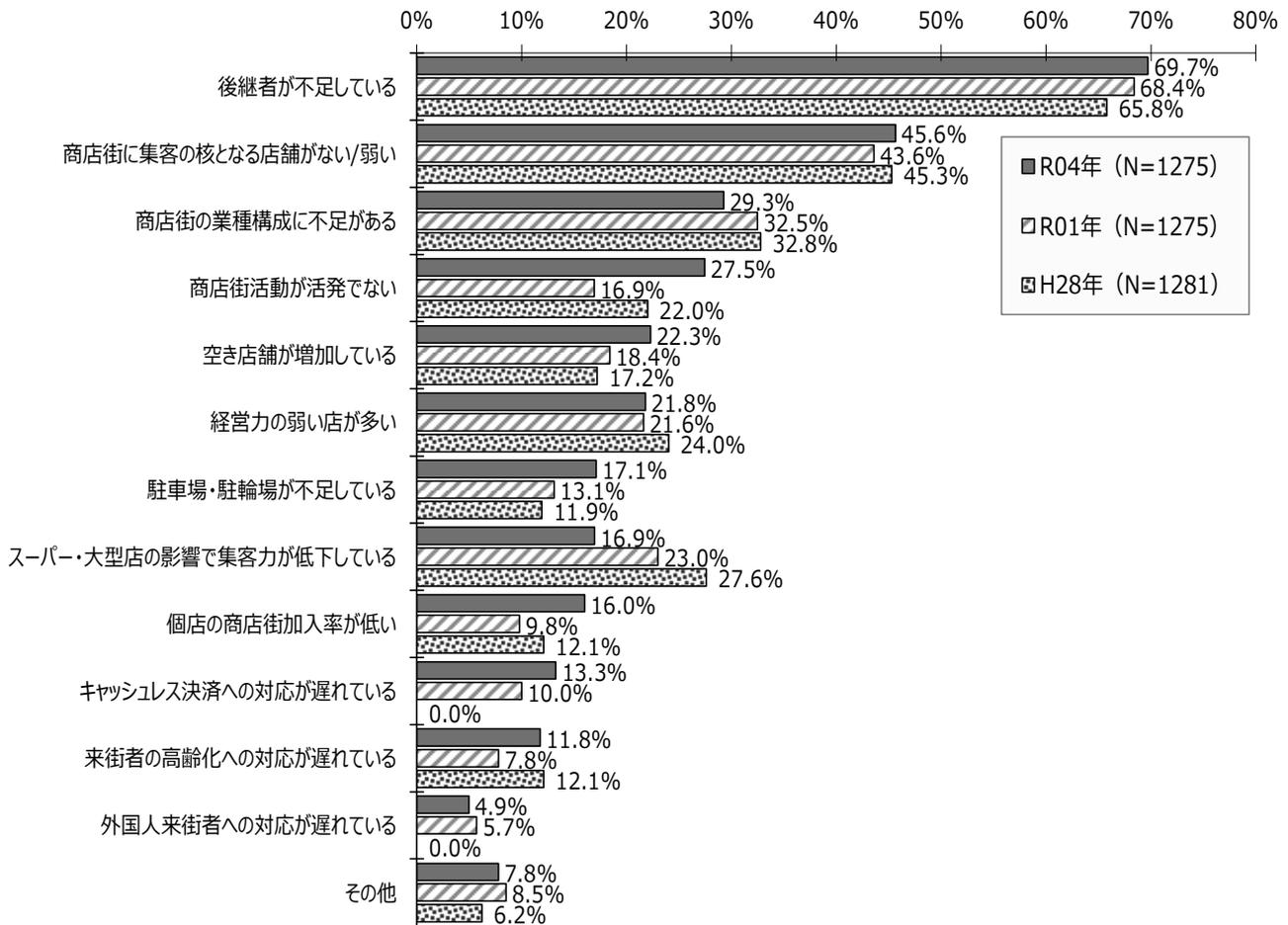
【集客に貢献する公共施設等（複数回答）（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】

		公園	金融機関	病院	学校	観光名所	地区のコミュニティ会館	役所・官庁	図書館	劇場	映画館	その他施設等	集客に寄与する公共施設等はない
全体(N=1005)		19.5%	19.5%	15.0%	14.1%	13.0%	9.5%	5.8%	5.7%	3.8%	2.4%	10.0%	35.4%
地域別	区部(N=753)	19.9%	19.0%	15.9%	15.1%	13.8%	9.0%	5.0%	4.0%	4.5%	2.4%	9.6%	35.3%
	市町村部(N=252)	18.3%	21.0%	12.3%	11.1%	10.7%	10.7%	7.9%	10.7%	1.6%	2.4%	11.1%	36.1%
組織形態別	事業協同組合(N=42)	26.2%	26.2%	14.3%	14.3%	21.4%	14.3%	11.9%	7.1%	4.8%	2.4%	11.9%	28.6%
	商店街振興組合(N=211)	20.9%	25.1%	18.0%	14.7%	19.0%	10.4%	8.5%	6.6%	3.8%	3.8%	10.0%	28.9%
	任意団体（未組織）(N=739)	18.8%	17.3%	14.1%	13.9%	10.8%	8.9%	4.5%	5.4%	3.7%	1.9%	9.7%	38.0%
立地環境別	繁華街(N=214)	17.8%	23.4%	10.3%	9.3%	24.3%	7.5%	7.0%	3.7%	9.3%	6.5%	13.1%	28.0%
	一般商業地(N=438)	19.9%	22.4%	18.5%	13.7%	11.4%	8.7%	6.2%	6.4%	2.7%	2.3%	7.8%	36.1%
	一般住宅地(N=326)	21.5%	16.3%	15.3%	19.9%	6.7%	12.9%	5.2%	6.7%	0.9%	0.0%	7.4%	38.3%
	工業地(N=5)	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	20.0%
	オフィス街(N=39)	23.1%	10.3%	10.3%	15.4%	12.8%	12.8%	7.7%	2.6%	10.3%	0.0%	23.1%	28.2%
	その他(N=44)	15.9%	11.4%	6.8%	9.1%	22.7%	6.8%	4.5%	2.3%	2.3%	2.3%	25.0%	31.8%
規模別	30人未満(N=344)	17.7%	15.1%	11.3%	13.4%	10.5%	8.1%	4.7%	3.8%	1.7%	1.2%	7.6%	42.7%
	30～60人未満(N=339)	19.8%	18.3%	18.3%	13.3%	14.5%	8.8%	5.0%	5.9%	4.7%	1.5%	12.1%	32.7%
	60人以上(N=282)	22.0%	24.5%	15.6%	15.6%	14.5%	12.4%	8.2%	7.8%	5.3%	5.3%	9.9%	30.1%

⑥ 商店街が抱えている問題点

商店街が抱える問題点としては「後継者が不足している」が最も多く 69.7%となっている。過去の調査から継続して増加している状況となっている。

【商店街が抱えている問題点（複数回答）】



【商店街が抱えている問題点（複数回答）（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

	後継者が不足している	商店街に集客の核となる店舗がない/弱い	商店街の業種構成に不足がある	商店街活動が活発でない	空き店舗が増加している	経営力の弱い店が多い	駐車場・駐輪場が不足している	スーパー・大型店の影響で集客力が低下している	個店の商店街加入率が低い	キャッシュレス決済への対応が遅れている	来街者の高齢化への対応が遅れている	外国人来街者への対応が遅れている	その他	
全体(N=1275)	69.7%	45.6%	29.3%	27.5%	22.3%	21.8%	17.1%	16.9%	16.0%	13.3%	11.8%	4.9%	7.8%	
地域別	区部(N=952)	70.7%	44.0%	28.6%	28.7%	21.5%	21.4%	17.3%	16.7%	16.0%	14.1%	10.4%	5.0%	7.5%
	市町村部(N=323)	66.9%	50.5%	31.3%	23.8%	24.5%	22.9%	16.4%	17.6%	16.1%	10.8%	15.8%	4.6%	8.7%
組織形態別	事業協同組合(N=51)	74.5%	45.1%	31.4%	23.5%	29.4%	17.6%	21.6%	19.6%	11.8%	9.8%	9.8%	2.0%	3.9%
	商店街振興組合(N=262)	73.3%	40.8%	28.2%	21.8%	19.5%	14.9%	24.8%	16.4%	17.2%	18.3%	15.6%	5.3%	6.5%
	任意団体（未組織）(N=947)	68.6%	47.3%	29.8%	29.5%	22.6%	24.2%	14.6%	16.6%	15.7%	12.1%	10.9%	5.1%	8.3%
立地環境別	繁華街(N=269)	63.2%	29.7%	20.4%	24.5%	18.2%	14.5%	24.2%	9.7%	21.2%	14.5%	13.8%	7.8%	15.2%
	一般商業地(N=548)	72.8%	47.1%	31.4%	27.2%	23.7%	21.0%	16.2%	17.7%	14.2%	13.5%	10.8%	4.0%	4.7%
	一般住宅地(N=426)	72.3%	54.5%	32.6%	29.8%	21.8%	27.9%	14.1%	20.4%	17.1%	14.6%	12.4%	3.8%	6.1%
	工業地(N=6)	66.7%	83.3%	16.7%	50.0%	33.3%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%
	オフィス街(N=51)	64.7%	43.1%	17.6%	29.4%	23.5%	21.6%	11.8%	9.8%	25.5%	2.0%	5.9%	11.8%	11.8%
	その他(N=52)	63.5%	38.5%	25.0%	19.2%	23.1%	13.5%	21.2%	21.2%	13.5%	7.7%	11.5%	3.8%	17.3%
規模別	30人未満(N=472)	64.2%	47.7%	27.1%	34.1%	25.6%	24.8%	13.3%	19.7%	14.4%	11.7%	11.0%	3.8%	7.4%
	30~60人未満(N=416)	72.1%	45.9%	30.8%	28.1%	21.6%	22.1%	15.1%	16.1%	17.3%	12.7%	12.3%	4.6%	8.2%
	60人以上(N=335)	74.3%	43.9%	31.3%	17.3%	19.1%	17.9%	24.8%	13.4%	17.0%	16.4%	11.9%	6.9%	6.9%

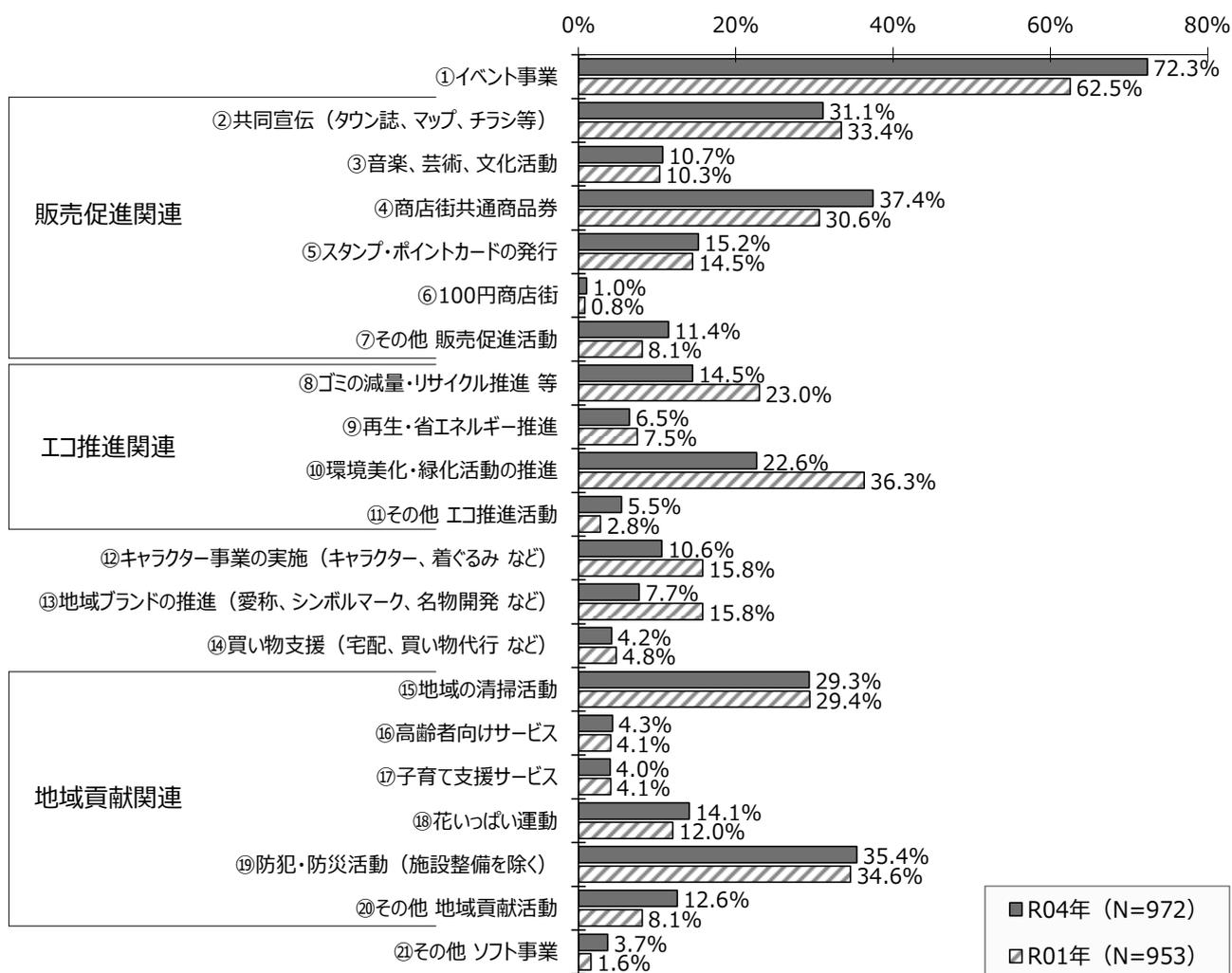
2 商店街の取組

(1) ソフト事業の実施

① ソフト事業の実施状況

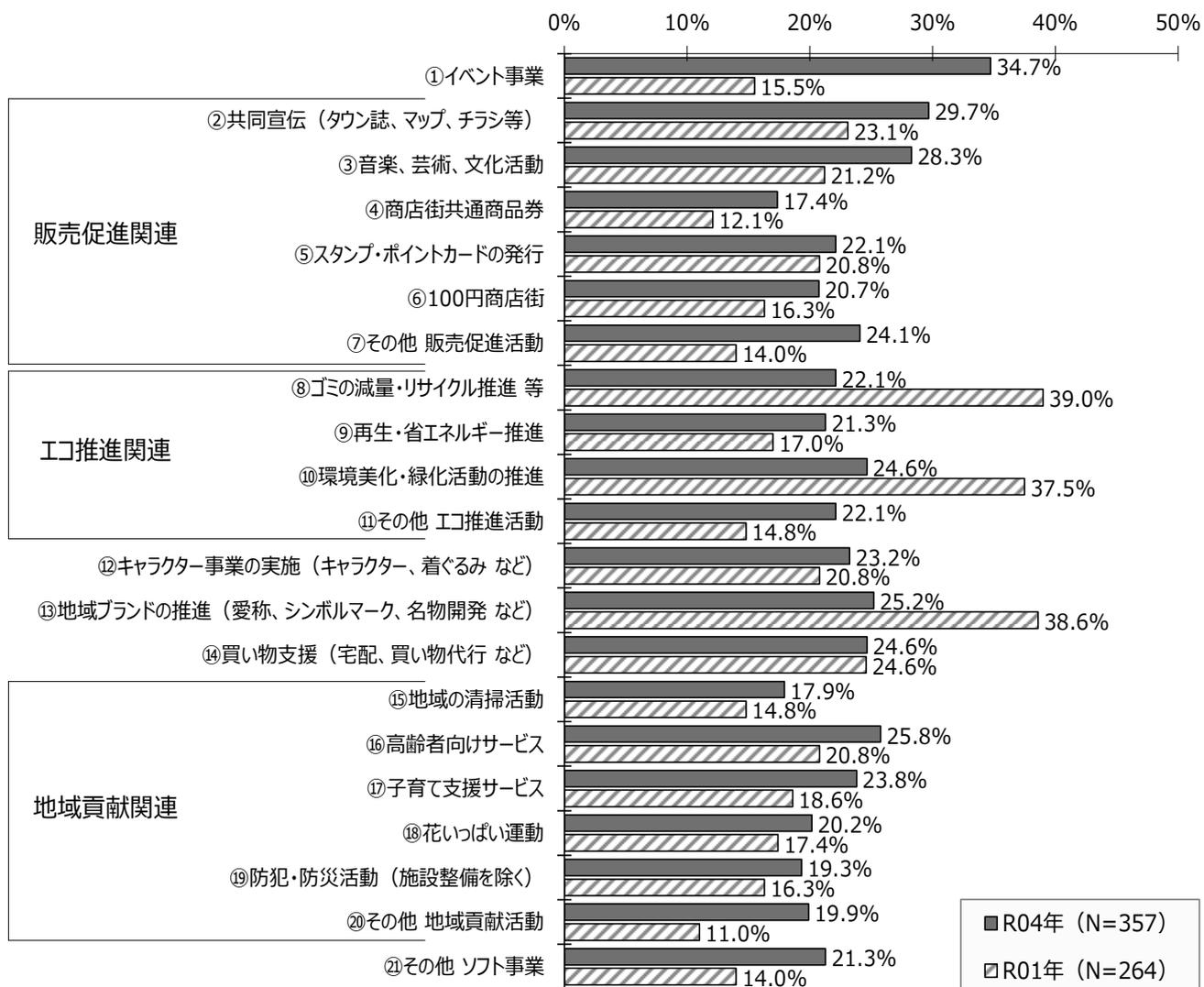
商店街が実施している事業については、「イベント事業（期間を定めて行う事業）」の割合が72.3%と最も高く、次いで「商店街共通商品券」が37.4%、「防犯・防災活動（施設整備を除く）」が35.4%となっている。

【現在実施しているソフト事業（複数回答）】



実施を検討している事業についても「イベント事業（期間を定めて行う事業）」が 34.7%と最も高くなっている。次いで「共同宣伝」が 29.7%、「音楽・芸術・文化活動」が 28.3%と高くなっている。

【実施を検討しているソフト事業（複数回答）】



【実施または検討しているソフト事業】

【01_イベント事業】

- ・まつり、盆踊り
- ・もちつき
- ・音楽フェスティバル
- ・年末セール
- ・フリーマーケット
- ・スタンプラリー

【02_共同宣伝】

- ・商店街のマップ、商店の紹介を作成
- ・HP 作成
- ・地域誌発行
- ・イベントの宣伝、ポスター作製
- ・医療マップ
- ・多言語のホームページ、サインージマップ

【03_音楽、芸術、文化活動】

- ・音楽祭、ライブ、ミニコンサート
- ・お茶会
- ・お笑い芸人のパフォーマンス
- ・桜のライトアップ
- ・落語会

【04_商店街共通商品券】

- ・区の商品券
- ・区商連によるプレミアム券
- ・町会の行事などで活用

【05_スタンプ・ポイントカードの発行】

- ・カード発行・ポイント事業
- ・各店が市のポイントカード利用
- ・各店が発行

【06_100円商店街】

- ・スペースが有れば
- ・コロナによりペンディング

【07_その他販売促進活動】

- ・掲示板の設置
- ・コロナ対策グッズ（マスク等）の配布
- ・地方物産販売
- ・スピードくじ
- ・SNS、Youtube 等への投稿

【08_ゴミの減量・リサイクル推進】

- ・段ボール、古紙、資源ごみの回収
- ・区のリサイクル課との連携

- ・食用油の回収
- ・廃品・古着回収
- ・啓発ポスターの掲示
- ・エコバッグ配布

【09_再生・省エネルギー推進】

- ・空缶、ペットボトル（キャップ含む）、ダンボール回収
- ・チャリティーフリーマーケット
- ・各会員に資源の出し方指導
- ・インカートリッジ、テトラパック、ヘルマーク回収
- ・市へ再生利用に関する計画書提出
- ・エコバックの配布、ノーレジ袋キャンペーン
- ・看板照明・街路灯・アーチのLED化
- ・節電・節水運動

【10_環境美化・緑化活動】

- ・地域清掃・ガム取清掃
- ・花壇・植栽・フラワーポットの設置・手入れ
- ・街路樹の更新
- ・街路灯の塗装

【11_その他エコ推進活動】

- ・生ごみを土に帰す事業
- ・太陽光発電
- ・歯ブラシ回収ボックスの設置
- ・独自製作の三輪自転車でお客様を送迎
- ・エコキャップ・使用済切手

【12_キャラクター事業の実施】

- ・着ぐるみを使っでのPR
- ・風船人形の設置
- ・オリジナルキャラクター作成、区のキャラクターを使ったPR

【13_地域ブランドの推進】

- ・オリジナルロゴ、フラッグ・キャラクターの作成
- ・商店街ブランドのお米・お酒
- ・フラッグ制作について大学と協働事業

【14_買い物支援】

- ・宅配
- ・買い物代行
- ・飲食店会員のテイクアウトを促進できるパッケージ開発や宅配業者との連携を模索する。
- ・月1回の買い物ワゴン（高齢者）、週3回の買い物電動カート（要支援・要介護者）
- ・2方面に無料送迎バスを土曜に運行（現在、コロナの為運休中）

【15_地域の清掃活動】

- ・地域の清掃活動への参加
- ・商店街パトロール、清掃

- ・落ち葉掃き、雑草取り

【16_高齢者向けサービス】

- ・共通商品券配布
- ・空き店舗対策事業で一店舗の空家を借り、事務所にして高齢者及び子育て支援活動に使用
- ・女性部の高齢者お買い物支援事業
- ・老人会のカラオケ同好会優遇
- ・お買い物で疲れた方向けにイス等を設置
- ・出張美容

【17_子育て支援サービス】

- ・親子で参加するイベントの実施
- ・皆と協力し合い見守りサービス
- ・東京都が推奨している「子育て応援とうきょうパスポート」に登録
- ・子ども商品券
- ・預かり保育
- ・割引サービス

【18_花いっぱい運動】

- ・店舗ごとに花を飾る
- ・各店 60cm プランター設置、年 2 回花の植替
- ・フラワーポットの設置、管理
- ・花鉢プレゼント、プランター設置
- ・サービス券 5 枚で一鉢プレゼント

【19_防犯・防災活動】

- ・防犯カメラ街路灯新規増設
- ・防犯パトロール
- ・安全・安心街づくり協会への参加
- ・町会と共同で防災訓練
- ・年末夜警に参加
- ・放置自転車パトロール
- ・防災フェアの実施
- ・防災炊き出し訓練実施

【20_その他地域貢献活動】

- ・災害時帰宅困難者支援協力協定
- ・学校の校外学習受入
- ・駅前広場でのラジオ体操
- ・募金活動を行い福祉施設に寄付
- ・交通安全教室の開催
- ・献血

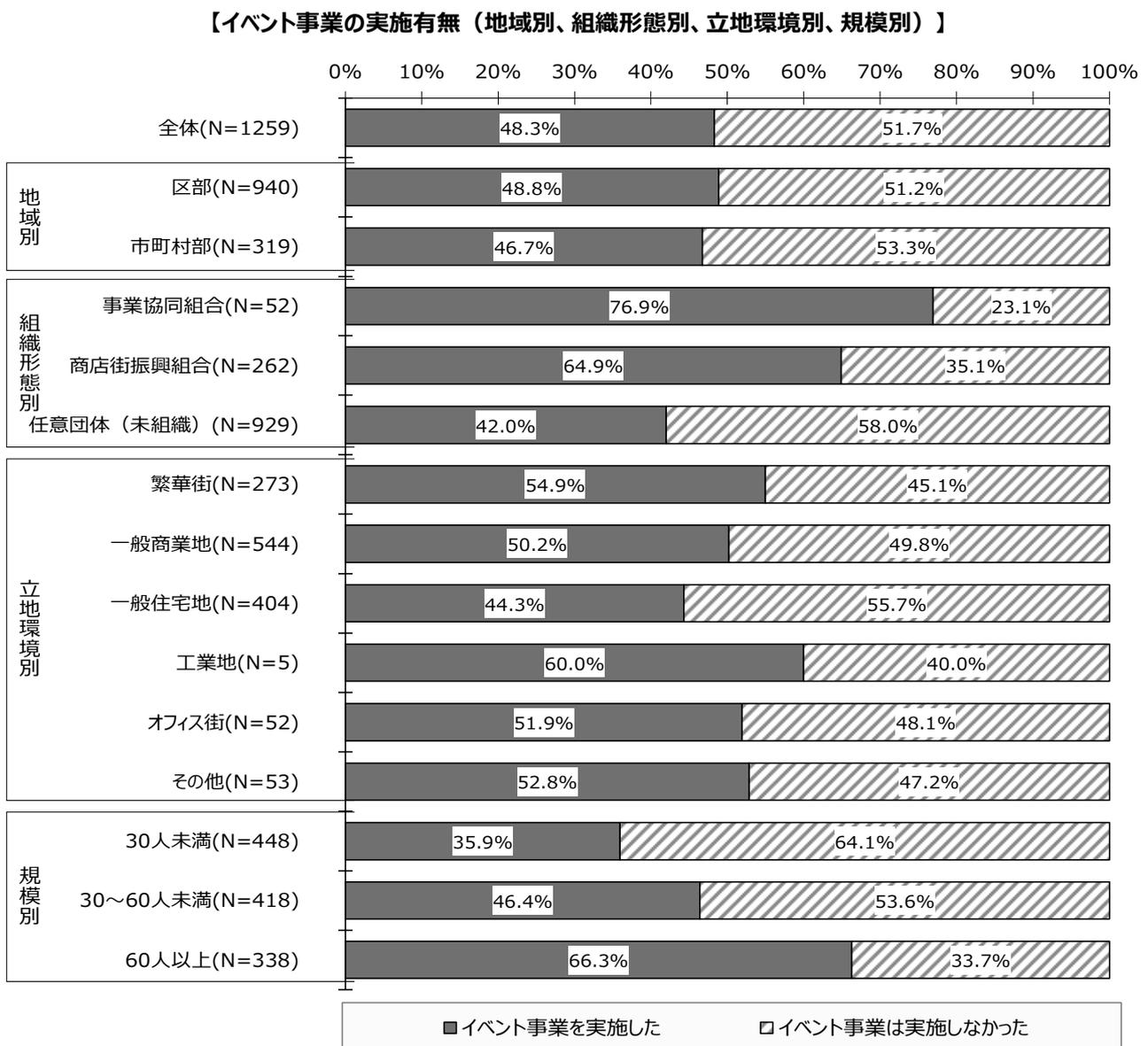
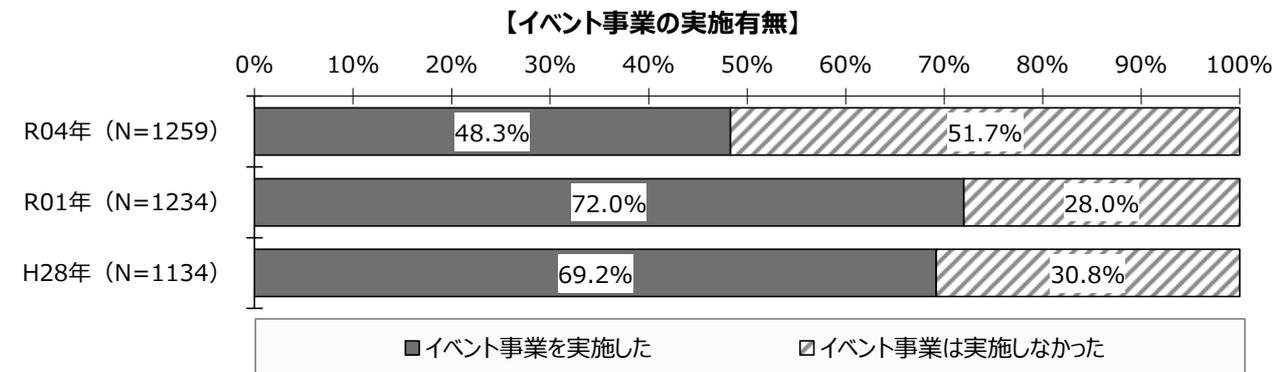
【21_その他ソフト事業】

- ・web サイトにて「街の人」紹介
- ・バリアフリー勉強会、まちづくり勉強会、税金勉強会など
- ・AED 設置協力
- ・地元サッカーチーム応援

② イベント事業の実施状況

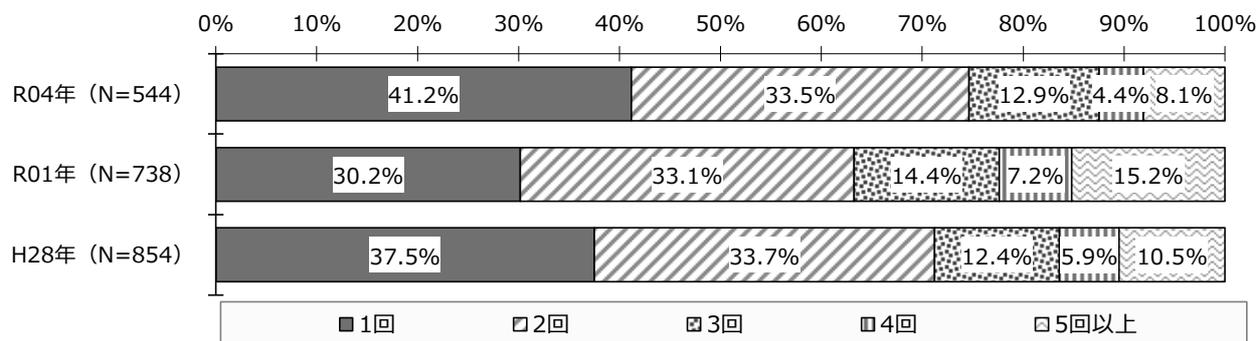
■ イベント事業の実施状況

イベントの実施有無についてみると「実施した」が前回調査（令和元年）の 72.0%から 23.7 ポイント減少し 48.3%となっている。

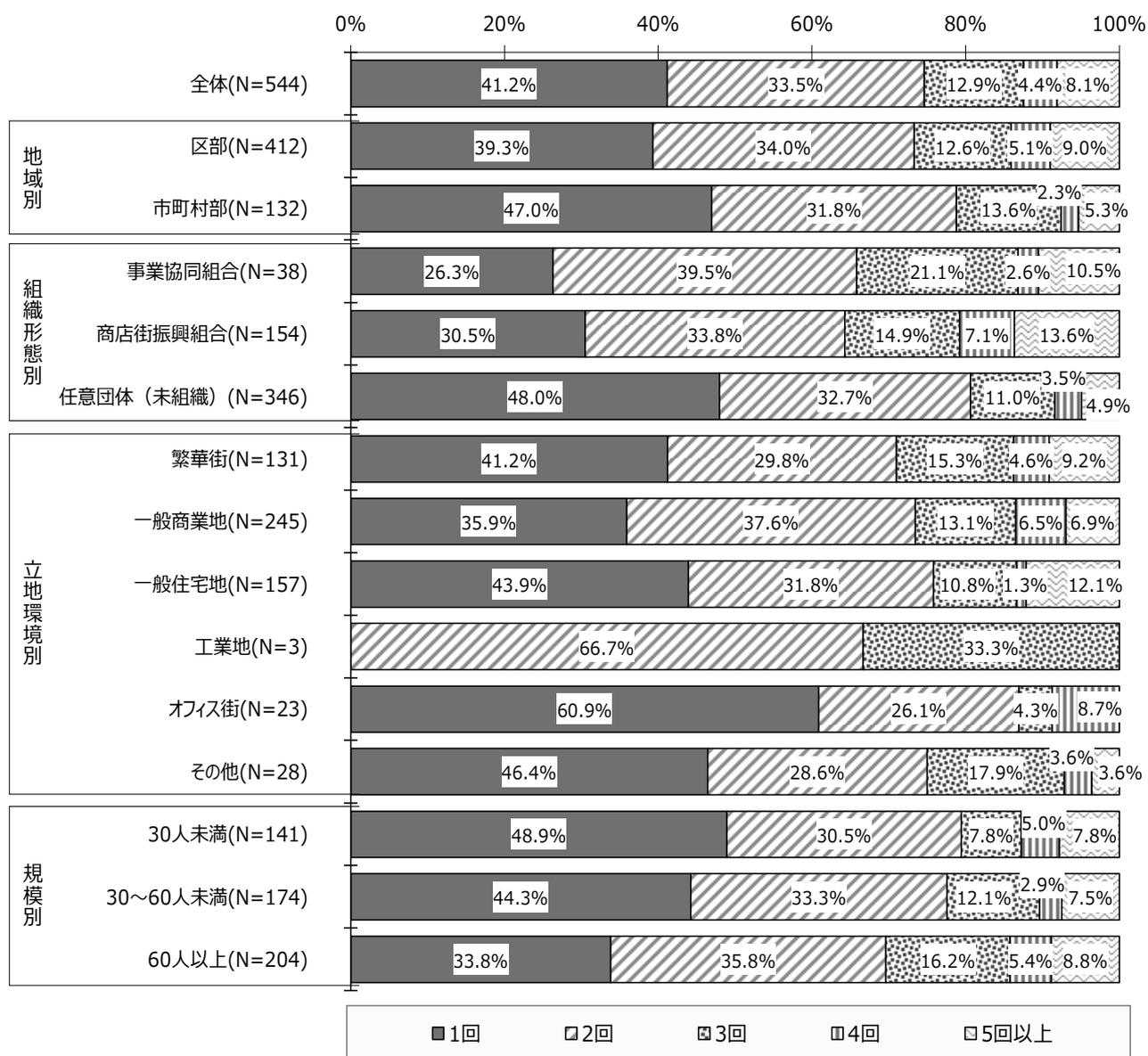


イベント事業の実施回数は「1回」が最も多く41.2%となっており、「3回」「4回」「5回以上」の合計は前回調査（令和元年）から11.4ポイント減少して25.4%となっている。

【イベント事業の実施回数】

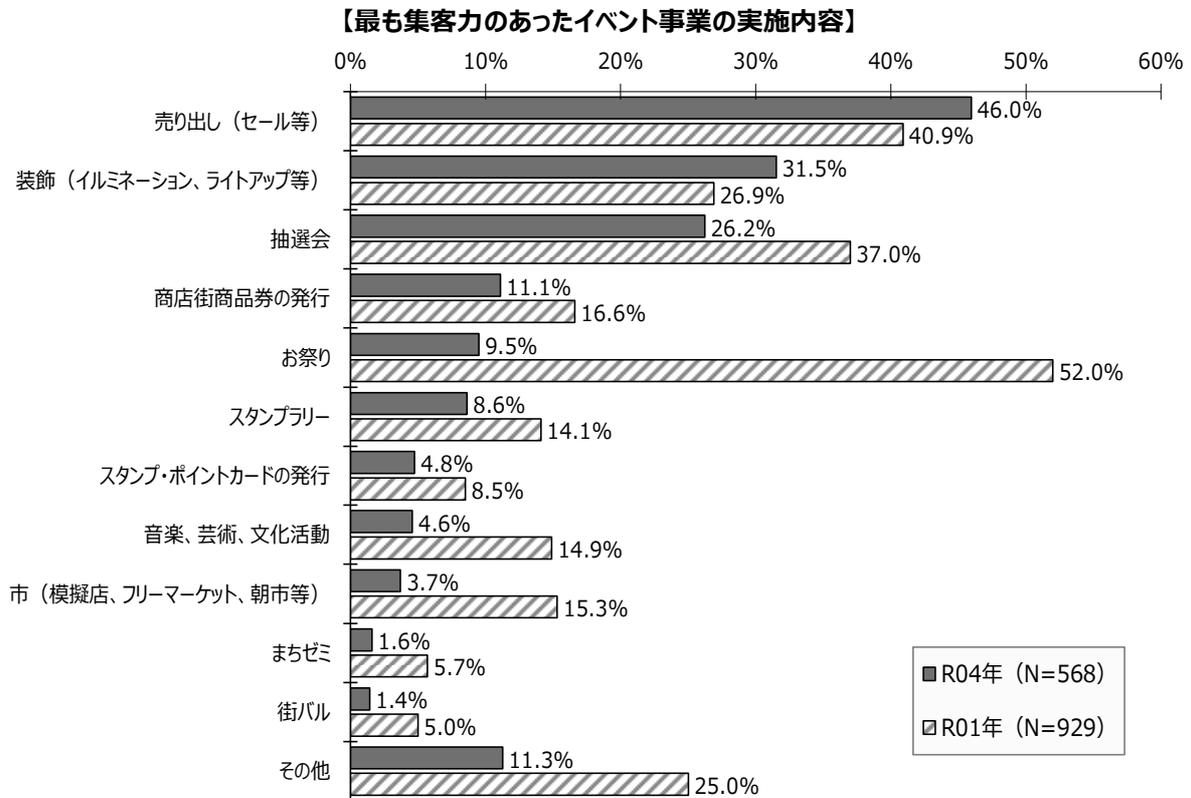


【イベント事業の実施回数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ イベント事業の実施内容・効果

最も集客力のあったイベント事業については「売り出し（セール等）」が46.0%で最も多くなっている一方、「お祭り」は前回調査（令和元年）の52.0%から減少して9.5%となっている。

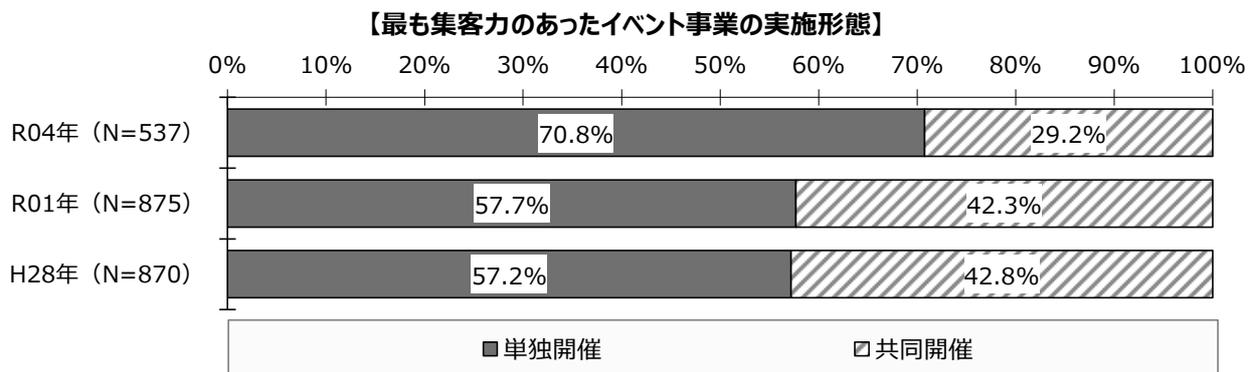


【その他の内容（主なもの）】

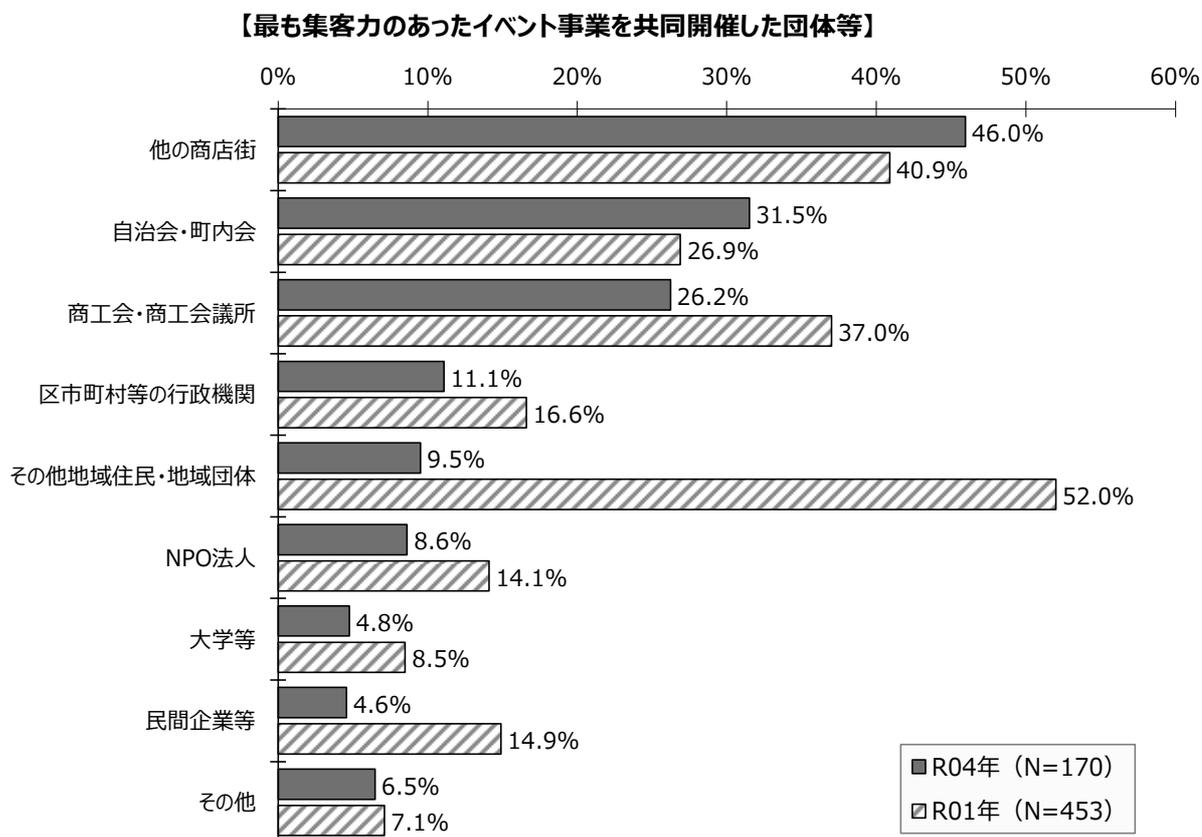
- ・おもち配布
- ・スクラッチカード配布
- ・ハロウィン
- ・フォトギャラリー
- ・ボックスティッシュ配布
- ・花の植替
- ・外飲みイベント
- ・秋まつりをオンライン配信
- ・商店街セミナーを実施（防災、健康、アート、認知症、特殊詐欺などのテーマ）

など

最も集客力のあったイベント事業の実施形態については「単独開催」が70.8%となっており、前回調査（令和元年）の57.7%から13.1ポイント増加している。

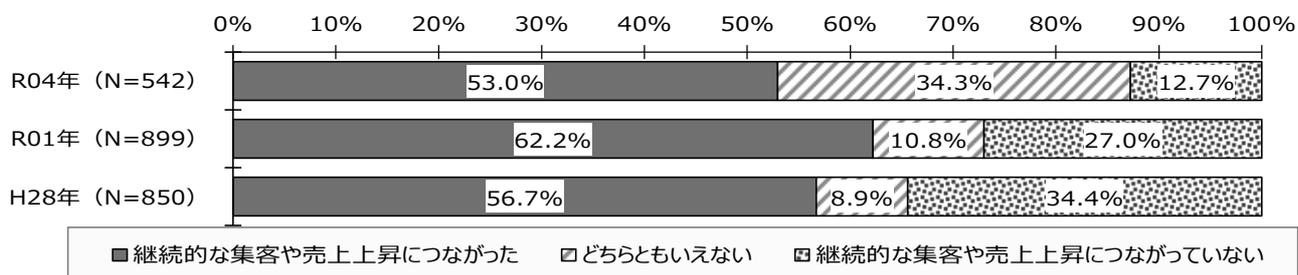


最も集客力のあったイベント事業を共同開催した団体は「他の商店街」が最も多く46.0%となっている。

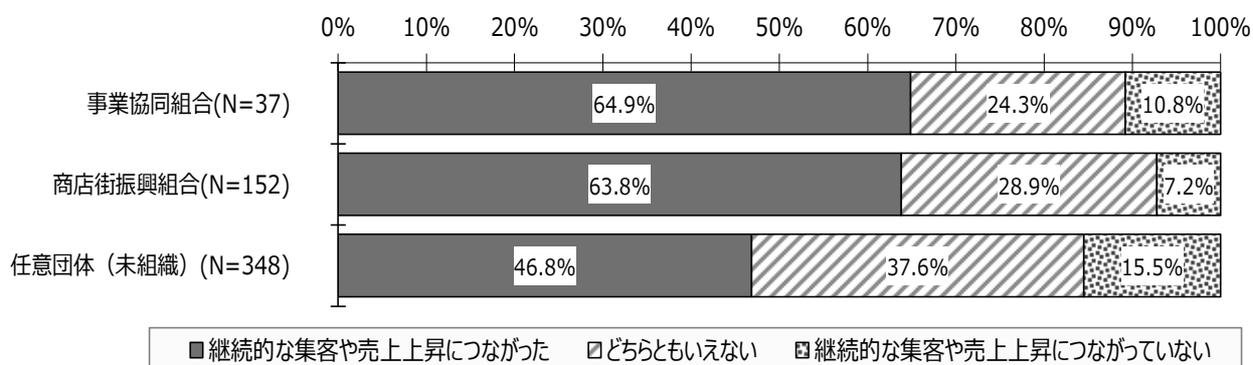


最も集客力のあったイベント事業の効果については「継続的な集客や売上上昇につながった」の割合が 53.0%となっている。

【最も集客力のあったイベント事業が継続的な集客・売上増に繋がっているか】



【最も集客力のあったイベント事業が継続的な集客・売上増に繋がっているか（組織形態別）】



【イベント事業改善のための取り組み】

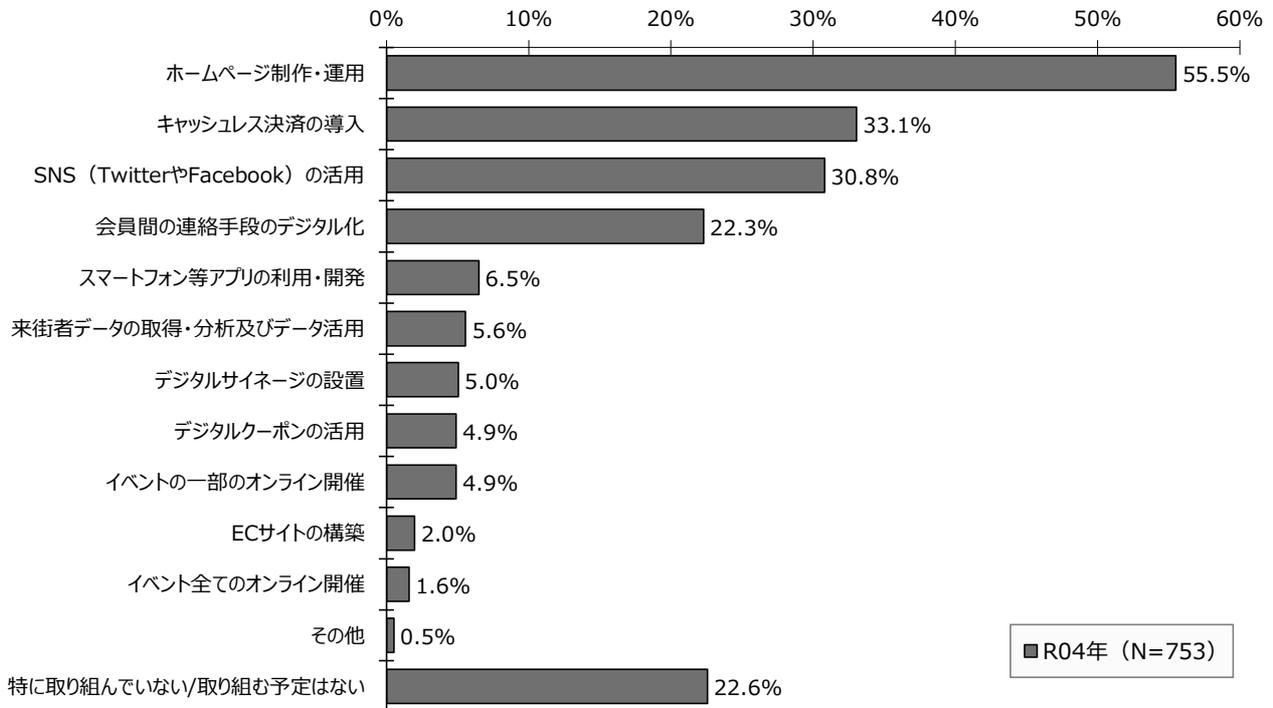
- ・参加店への声かけ
- ・イベントの魅力度を上げ、SNS 等で拡散することを目差し、ブラッシュアップ
- ・イベント会場と各店への誘導を積極的に行っている
- ・周囲の人をどうまき込むかの工夫と SNS を利用した発信力強化を改善する
- ・ターゲットを絞りこんだ企画内容を検討
- ・ムービーを制作して長く広く PR して、効果が続くよう、考えてプランを立てている
- ・毎回備品を買い足して、前回よりも飾りつけ、見栄えが良くなるようにしている
- ・実行委員会の設置、各商店会等の代表者との会議など行っている
- ・他商店会との共同イベント、町のホームページ作成をしている
- ・知名度認知度を上げるために継続して実施している
- ・地域との連携を強め、広めていく事、町会、他商店会への啓蒙をしている
- ・来客数だけにとらわれない成功基準の理解

など

③デジタル化の推進状況

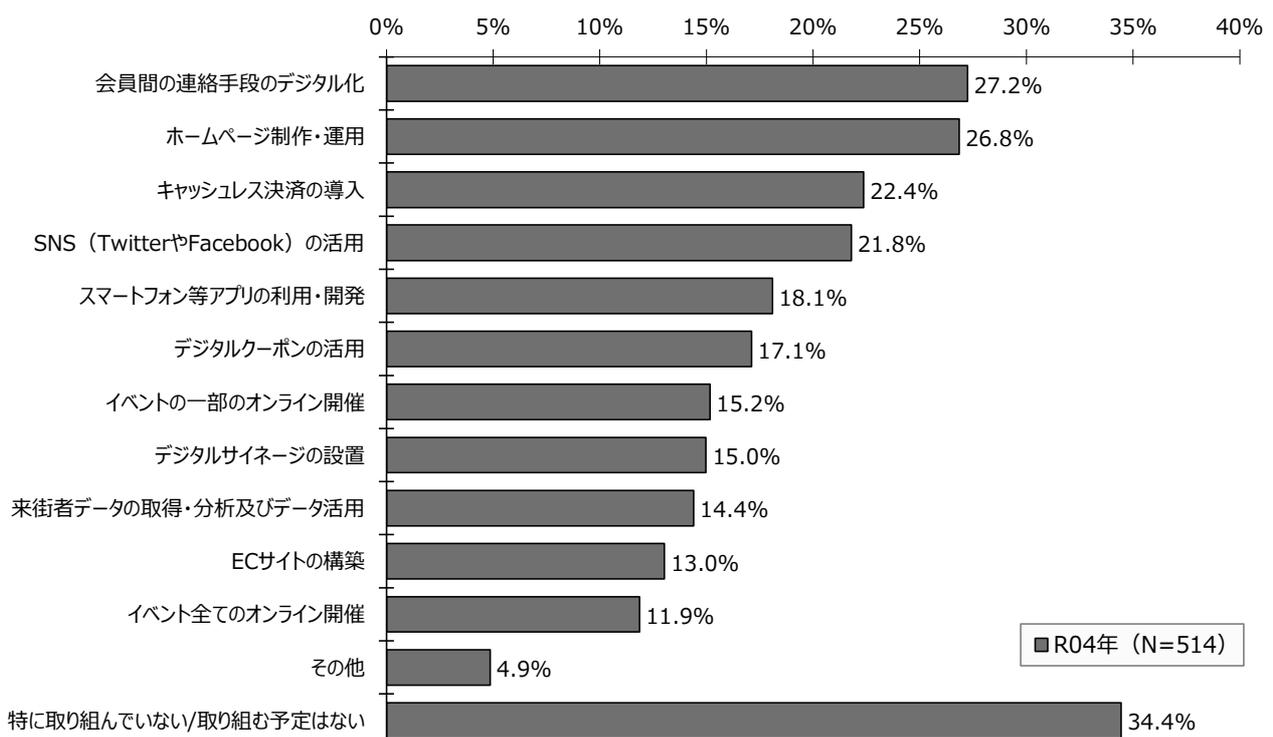
デジタル化の推進のために現在取り組んでいる事業については「ホームページ制作・運用」が最も多く55.5%となっている。次いで「キャッシュレス決済の導入」が33.1%、「SNSの活用」が30.8%となっている。

【デジタル化推進のために現在取り組んでいる事業（複数回答）】



デジタル化推進のために今後取り組む予定の事業については「会員間の連絡手段のデジタル化」が最も多く27.2%となっている。次いで「ホームページの制作・運用」が26.8%となっている。

【デジタル化推進のために今後取り組む予定の事業（複数回答）】



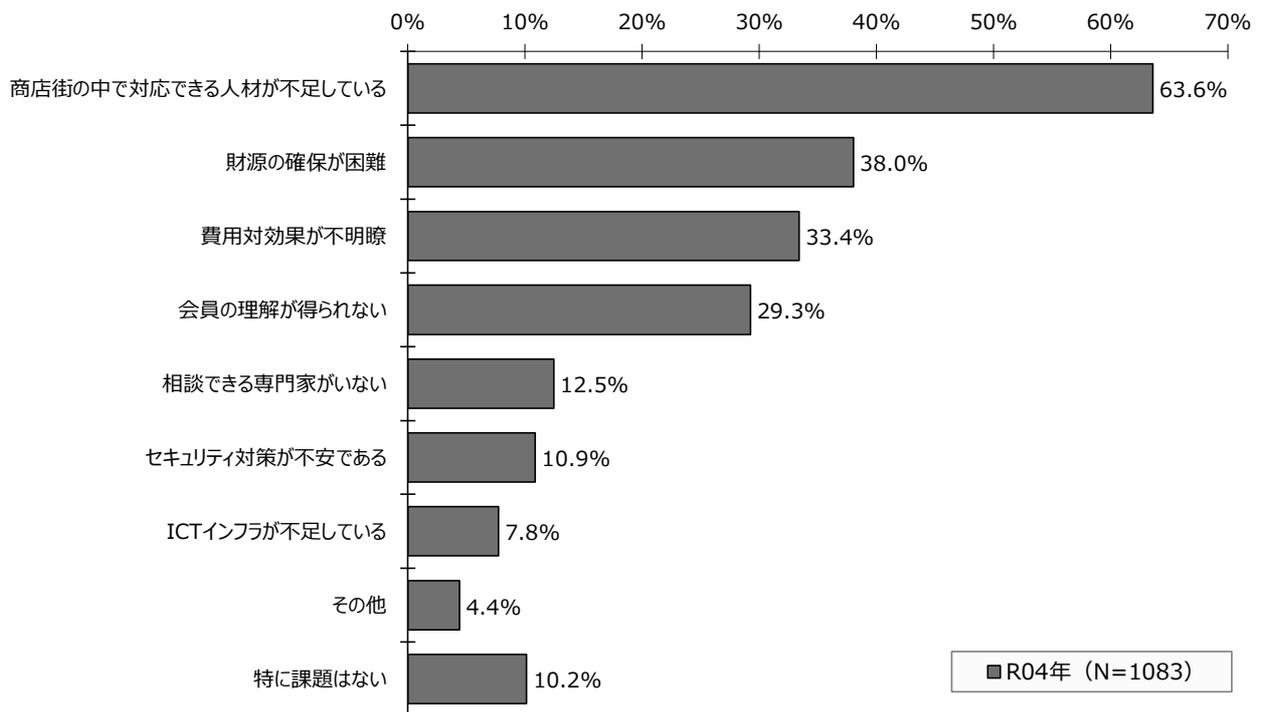
【その他の内容（主なもの）】

- ・スマホ QR コードを使用した案内
- ・マップ作成
- ・商店会紹介動画の作成

など

デジタル化推進の課題については「人材が不足している」が最も多く 63.6%、次いで「財源の確保が困難」が 38.0%となっている。

【デジタル化を推進していく際の課題（複数回答）】



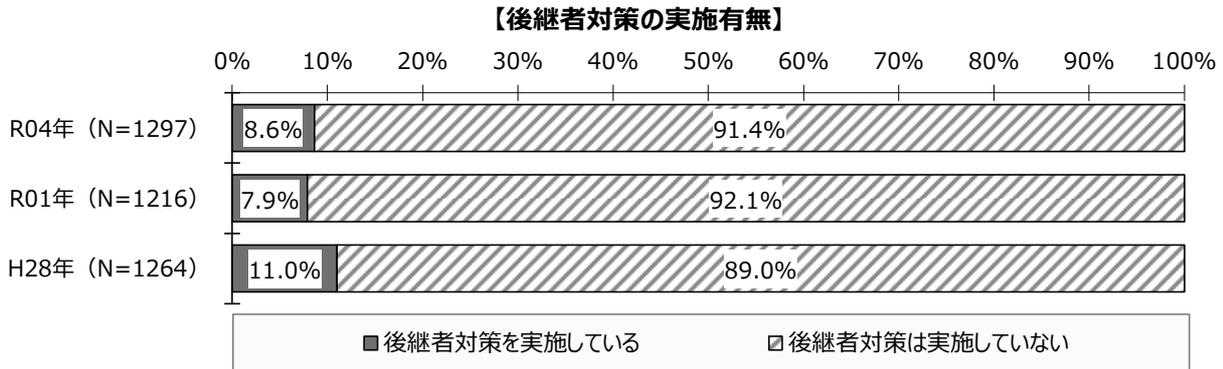
【その他の内容（主なもの）】

- ・お客様の高齢化によりお客様が対応できない方が多い
- ・すでに個店側で対応している。デジタル化しない店は、どのように働きかけても前へ進まない
- ・ランニングコスト、サーバー代などが高い
- ・個店で対応するので、まとめるのは難しい
- ・高齢者が多いためデジタルの理解がなかなか得られない

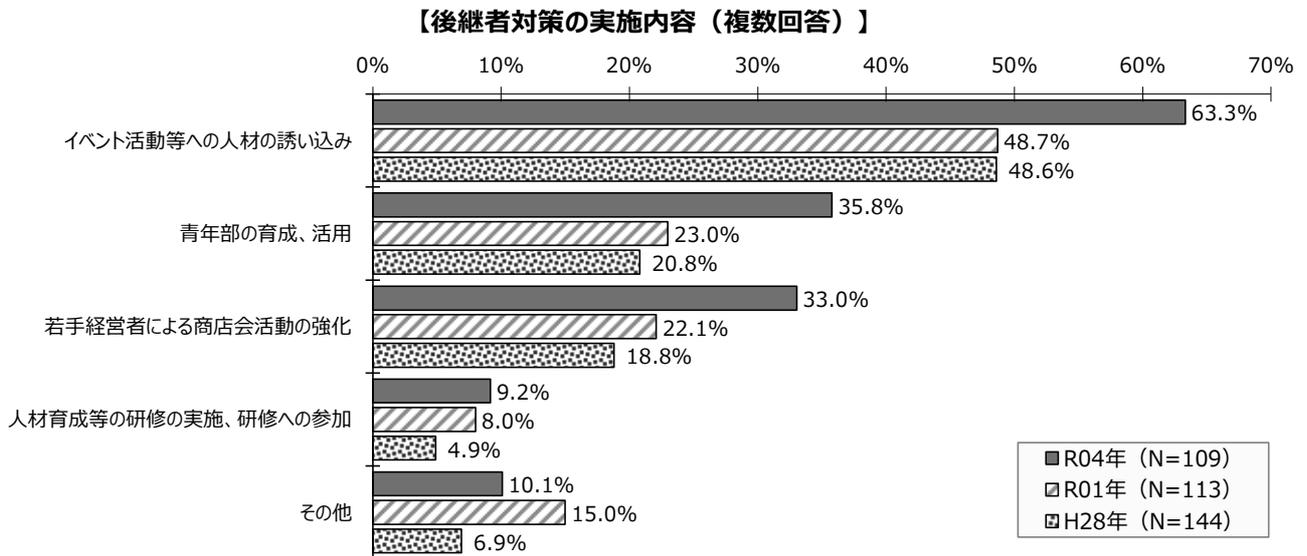
など

(2) 後継者不足対策

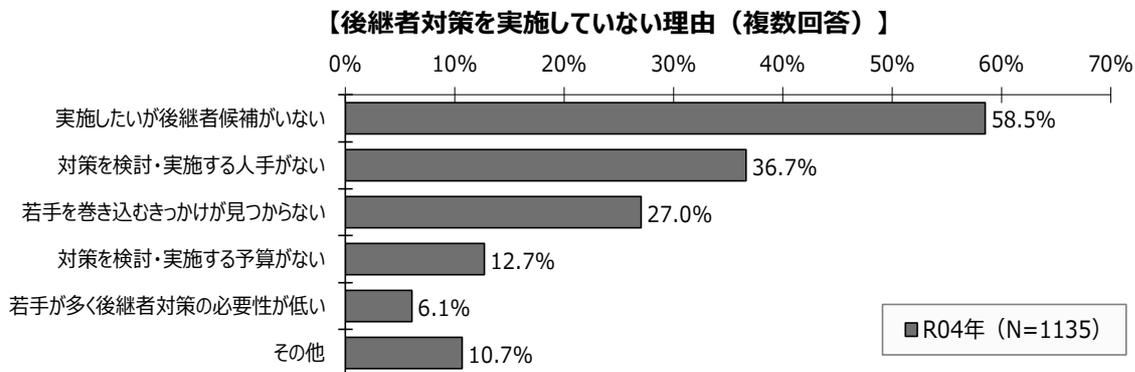
後継者不足の対策については「実施している」との回答は8.6%となっている。



後継者不足に対する対策の内容としては「イベント活動等への人材の誘い込み」が最も多く、前回調査（令和元年）から14.6ポイント増加して63.3%となっている。「青年部の育成、活用」「若手経営者による商店会活動の強化」「人材育成等の研修の実施、研修への参加」も前回調査（令和元年）から増加している。



後継者対策を実施していない理由としては「後継者候補がない」が最も多く58.5%となっている。次いで高いのは「対策を検討・実施する人手がない」となっており、人材の問題が大きな理由を占めている。

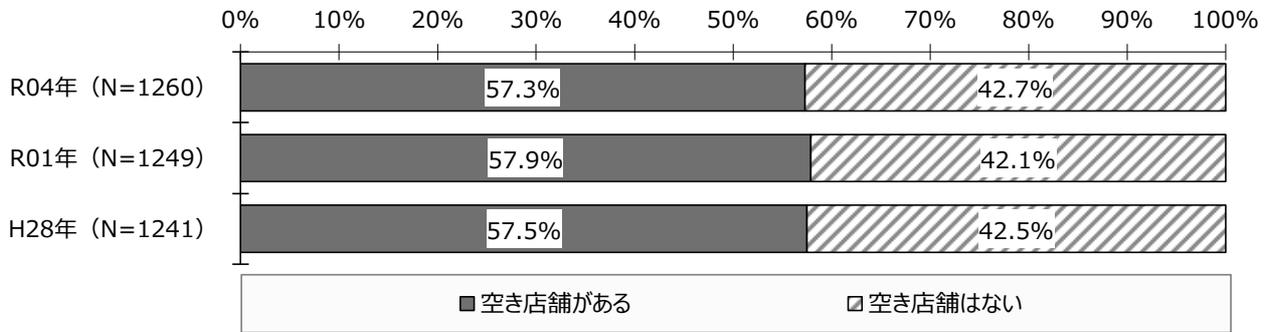


(3) 空き店舗対策

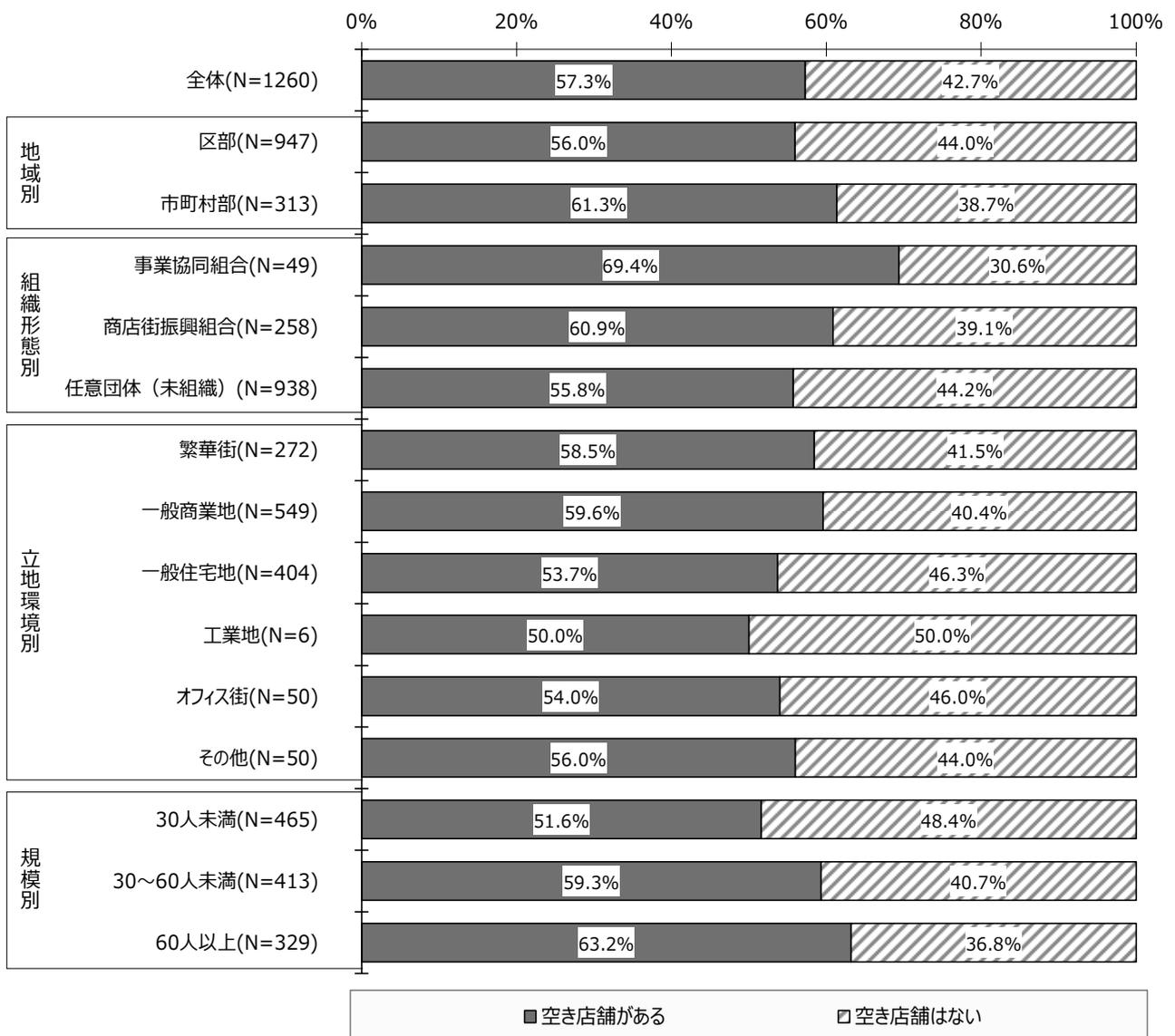
① 空き店舗の状況

空き店舗については57.3%が「ある」と回答しており、過去の調査からほぼ変化がみられない。

【空き店舗の有無】

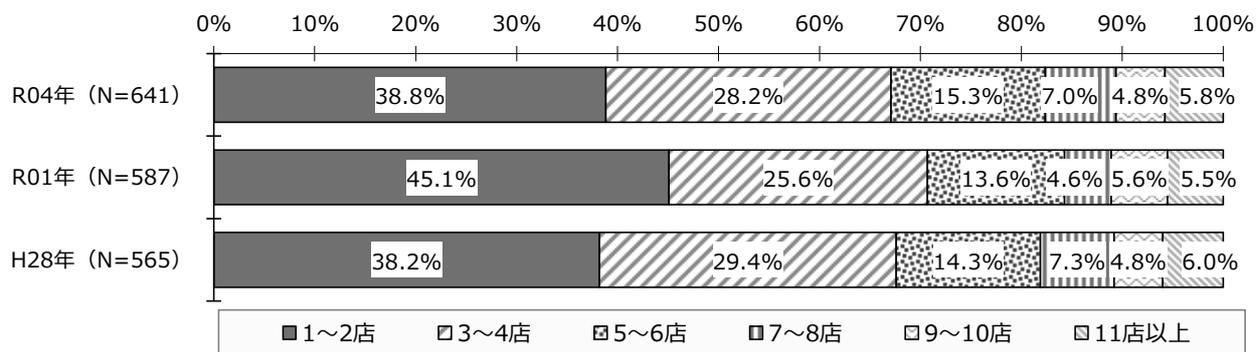


【空き店舗の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

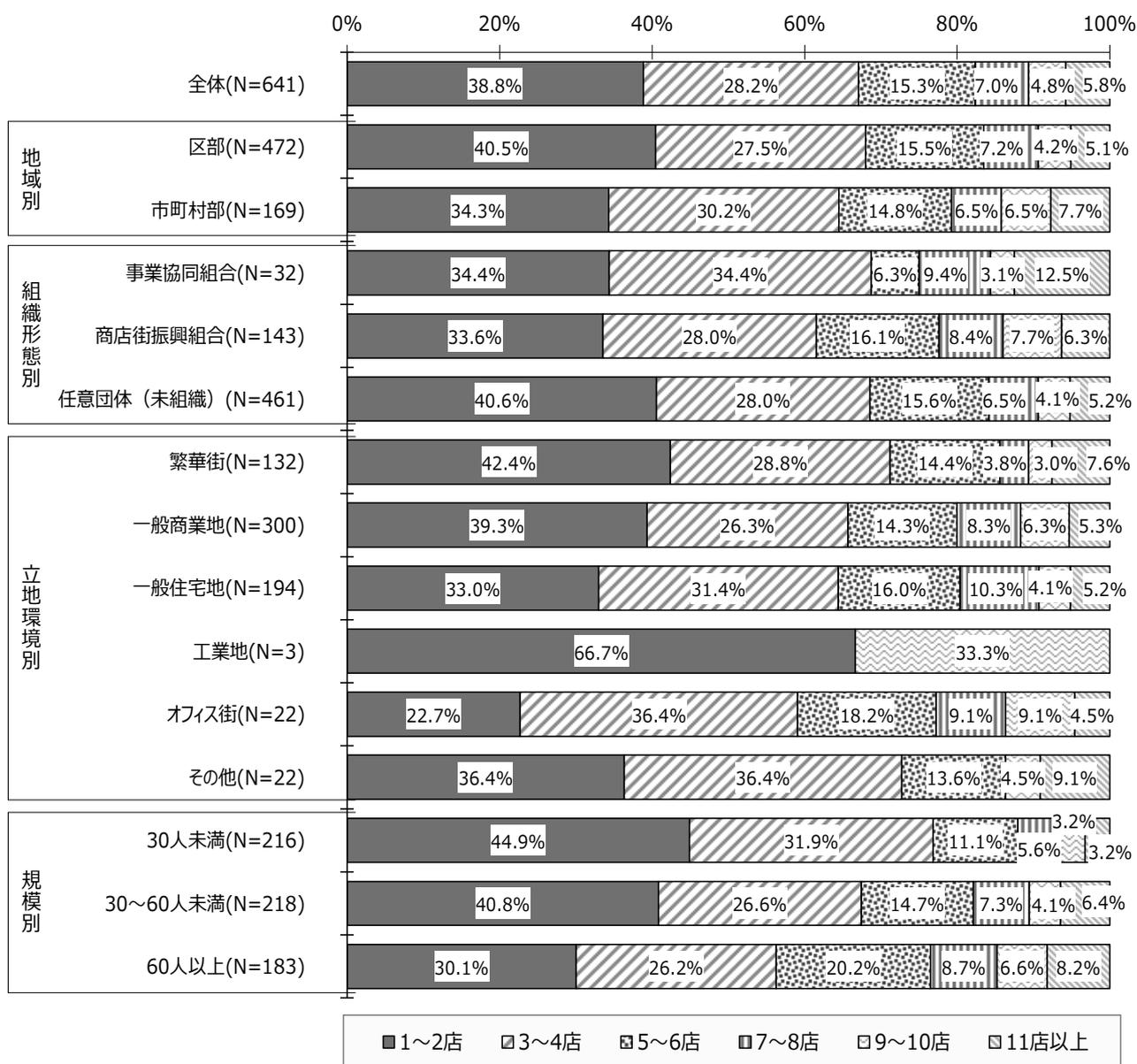


空き店舗の数については「1～2店」が最も多く38.8%となっている。3年前と比較した増減については「変化なし」が最も多く59.9%を占めている。

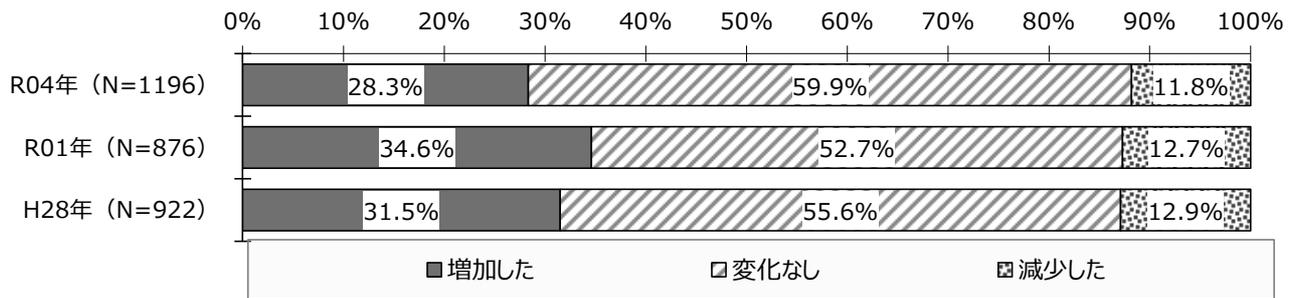
【空き店舗の数】



【空き店舗の数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

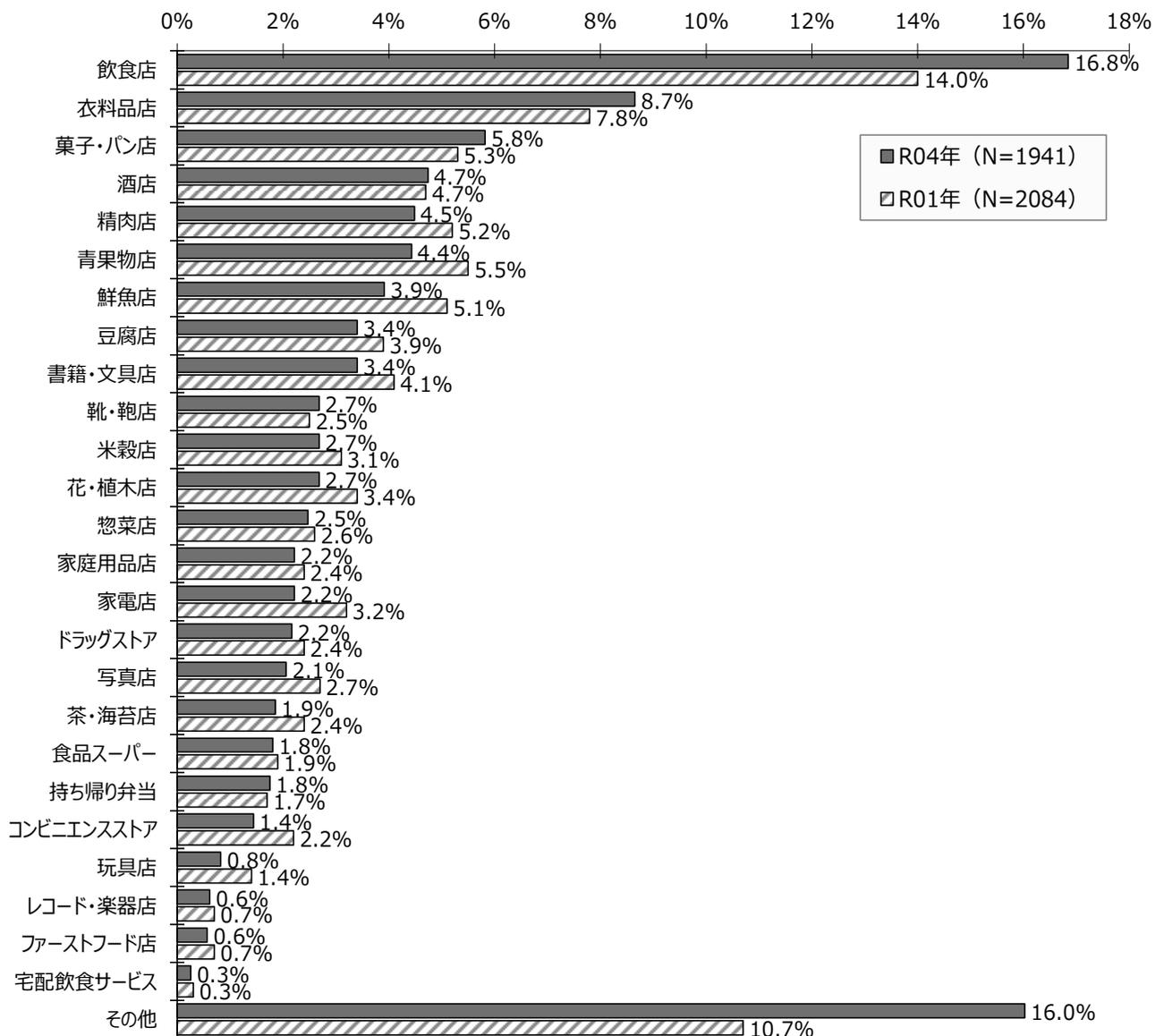


【空き店舗の3年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比べた増減】



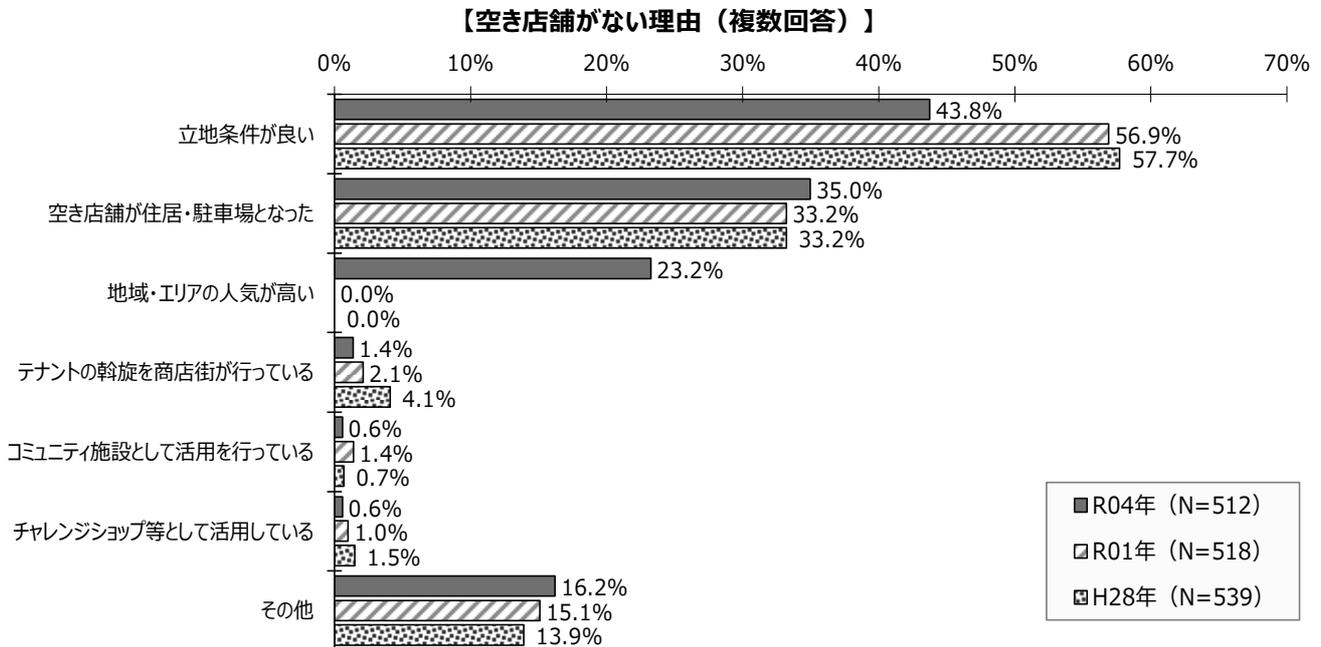
空き店舗の以前の業種は「飲食店」が最も多く16.8%となっている。前回調査（令和元年）から2.8ポイントの増加となっている。

【空き店舗の以前の業種（複数回答）】



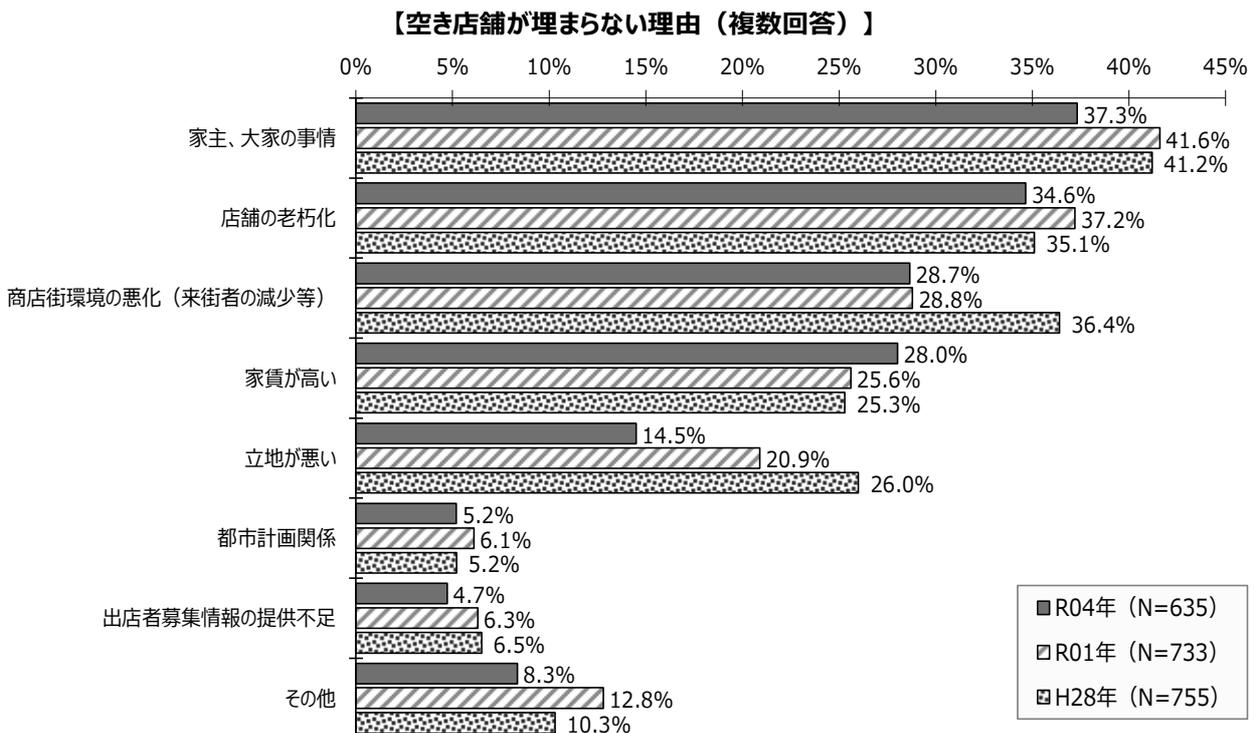
② 空き店舗がない理由等

空き店舗がない理由については「立地条件が良い」(43.8%)の他、「地域・エリアの人気の高い」(23.2%)も多く挙げられており、地理的な条件が大きいという回答結果となっている。



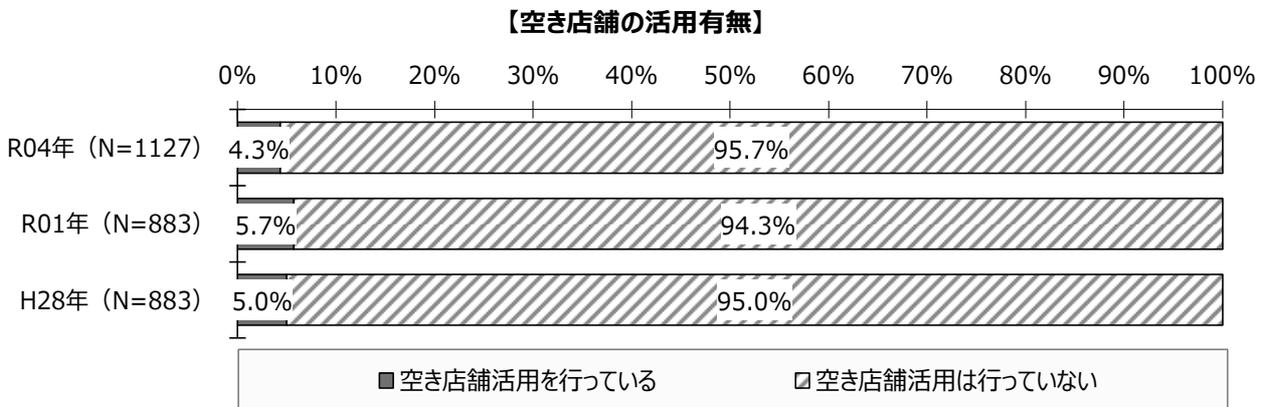
※前回調査（令和元年）以前では「地域・エリアの人気の高い」の選択肢は設けていない

空き店舗が埋まらない理由については「家主・大家の事情」が 37.3%で最も高くなっている。

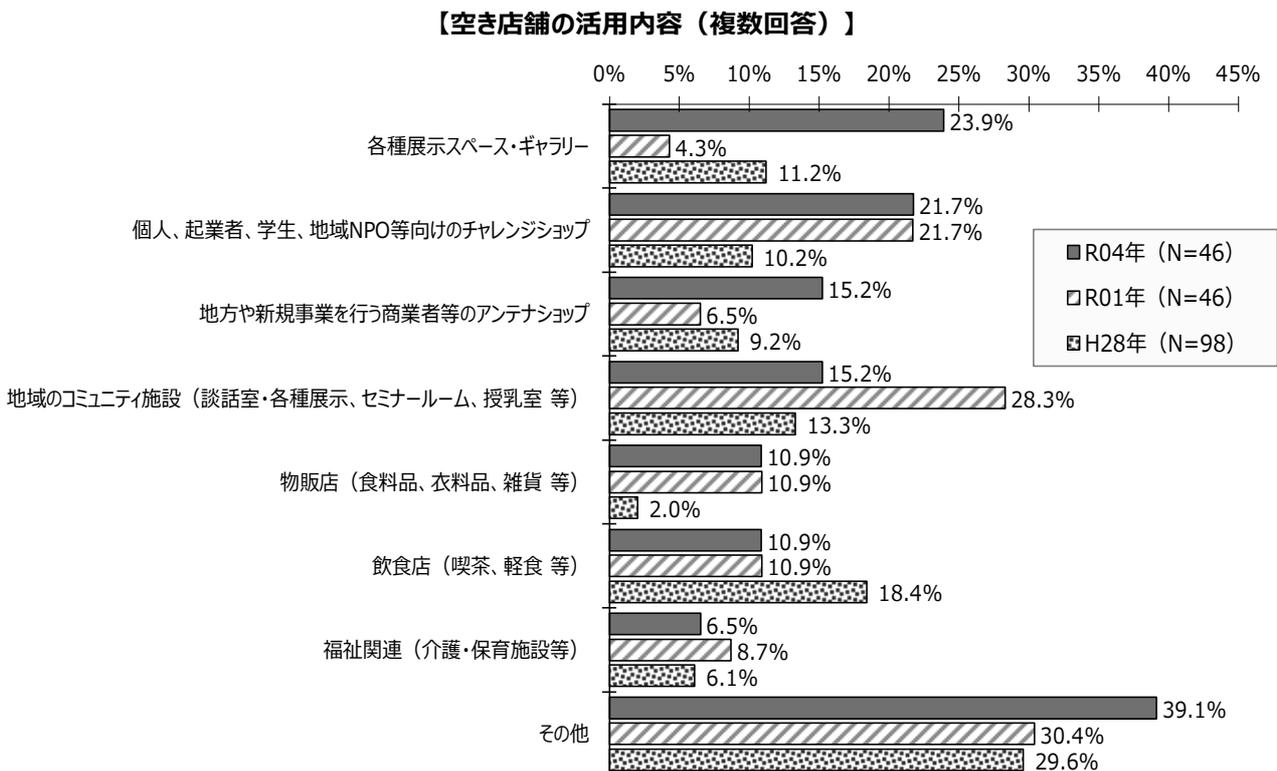


③ 空き店舗の活用

空き店舗を「活用している」との回答は 4.3%となっており、前回調査（令和元年）から 1.4 ポイント減少している。



空き店舗の活用内容としては「その他」を除くと「各種展示スペース・ギャラリー」との回答が最も多く 23.9%となっている。



【その他の内容（主なもの）】

- ・イベント用スペース
- ・レンタルスペース
- ・休憩所
- ・事務所として利用
- ・女性専用体操教室

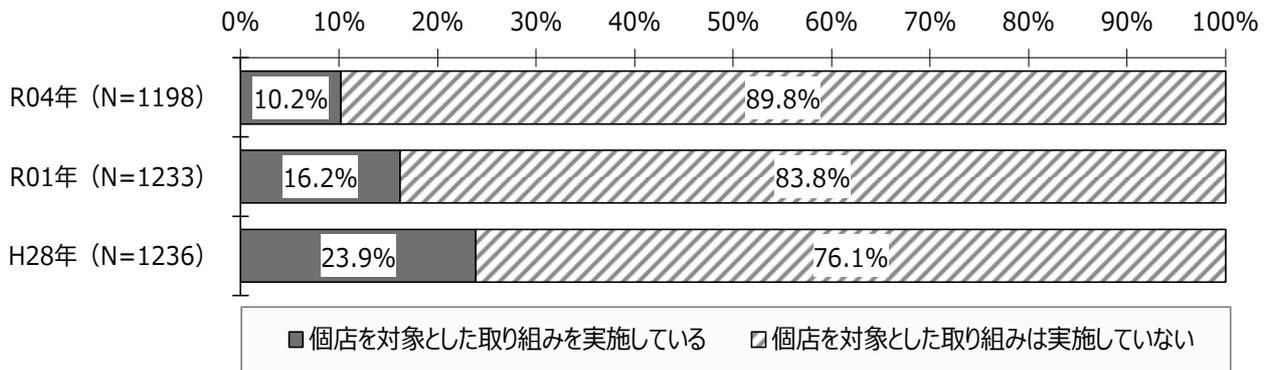
など

(4) 個店・商店街活性化のための取組

① 個店を対象とした取組

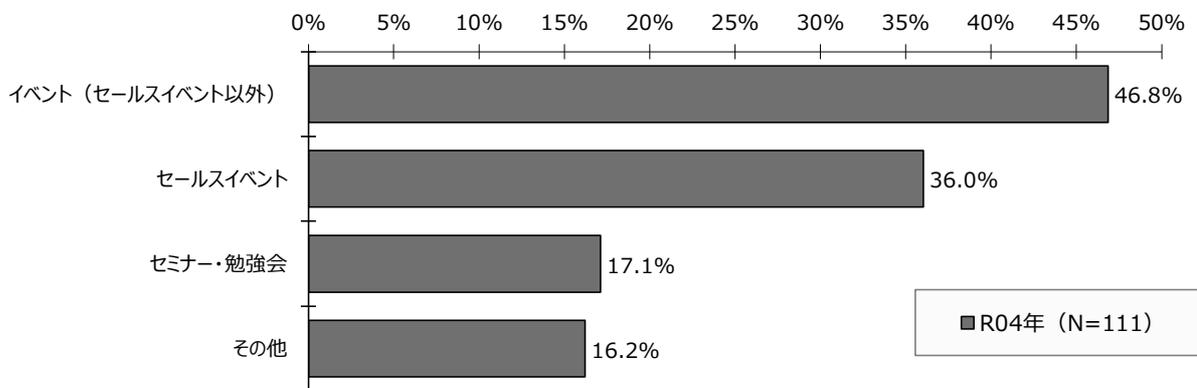
個店を対象とした経営力・売上向上を目的とした取組については「実施している」が10.2%となっており、過去の調査から継続して減少傾向にある。

【個店を対象とした経営力・売上向上を目的とした取組の実施有無】



取組の実施内容としては、イベントの実施が多い。

【個店を対象とした経営力・売上向上を目的とした取組の実施内容（複数回答）】



②商店街活性化のための取組

商店街活性化のための取組の実施例は以下の通り。

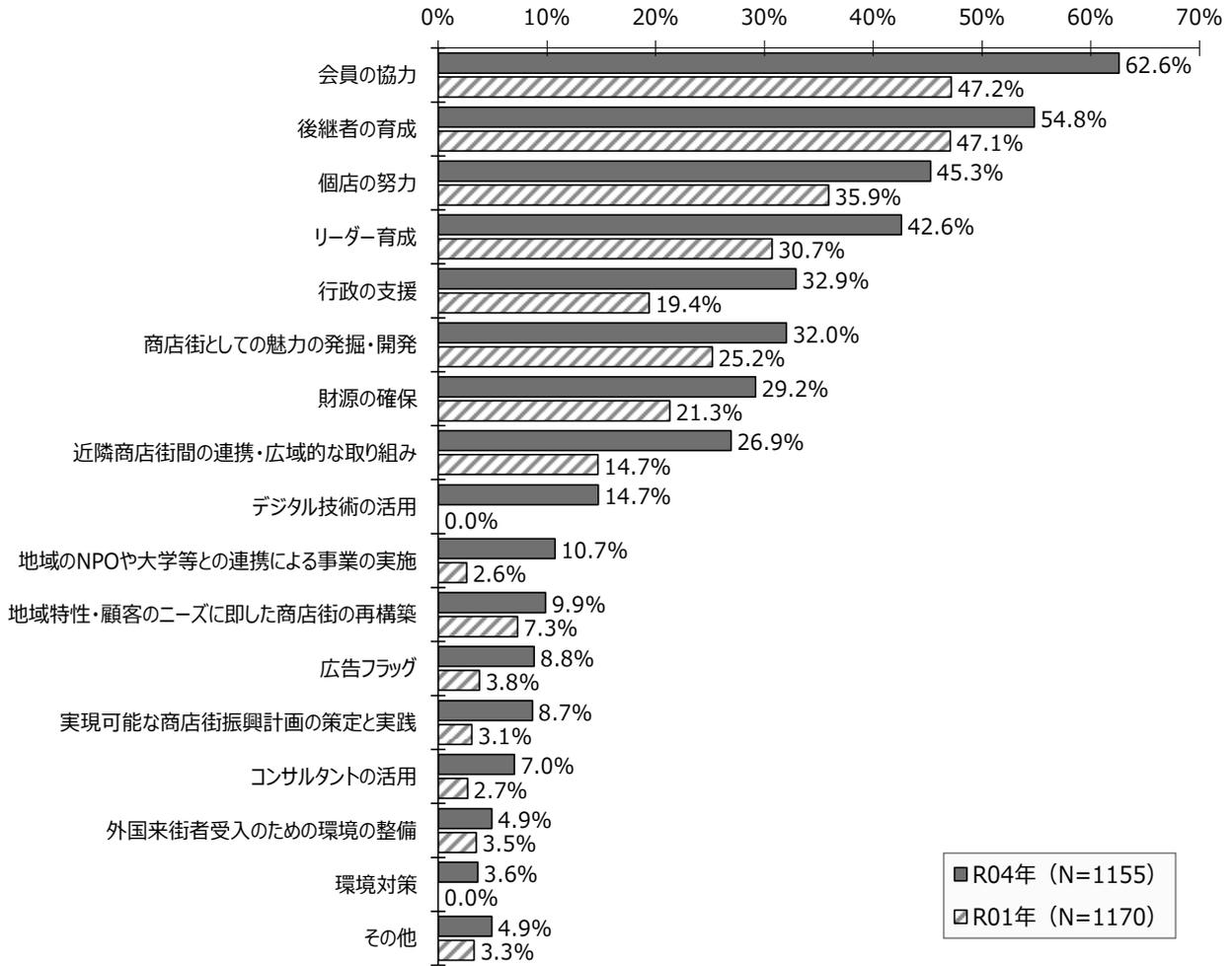
【商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業】

- ・当地域でしか飲めない名物のお酒を作成、お酒は 16 店舗の会員飲食店で提供
- ・複数商店街共同の売出し事業を開催し集客につなげている
- ・7 月のイベントは夏の風物詩として評価が高い（地元商店会、企業、区や警察・消防等、街全体が一体となってこのイベントに協力）
- ・ホームページの更新や街路の高級化
- ・現在は、運休しているが、2 方面に民間バス会社の協力を得て、土曜日に無料送迎バスの運行を実施。住宅地のバス停から市場前までの運行で高齢者など買い物弱者に好評
- ・駅前音楽祭の実施（ゆかりの音楽家出演）
- ・防災対応ストリートとする計画（消防署、まちづくりセンターが、通りにある）
- ・街路灯へ飾るペナントデザイン
- ・音響設備による店舗宣伝、及び音響放送
- ・空き店舗ゼロ実現のため、出てゆく店が後継店を誘致。できなければ会が多方面へ声をかけ誘致
- ・団地祭り。商店街の広場にて行う地域最大の伝統的イベント。自治会と協同実施。自治会役員を商店主も担う
- ・商店街のアプリの作成
- ・隣接商店街との連携により、地域間競争で勝てる街づくり
- ・12 月よりユーチューブで動画公開
- ・SNS を活用した商圈拡大
- ・キャラクターを作り、商店会費を払って頂いた店には、キャラクターをプリントした"優良店"シールを配布
- ・ゴミ袋補助金や、消火器補助（予定）などの業種をこえての商売の下支え
- ・のど自慢大会の実施。ここ 3 年は、コロナで開催できていないが、当イベントは数十年にわたり、地域の方々にも浸透しており商店会の PR に大きくつながっている
- ・飲食店が多いので、治安対策の一つとして、外路灯を明るくし、防犯カメラを設置
- ・街路灯の改築、道路の改築
- ・現在行っている清掃活動をさらに押しすすめ、商店街発信のリサイクル、アップサイクル事業を実施。商店街会員だけでなく、広い地域住民、地元の小中学校等と連携し行っていくことで、商圈が広がり、売り上げの向上を目指す
- ・商店会プロレスを年 3 回実施、認知されてきている
- ・商店街のブランド力向上の為、情報発信に注力。オフライン、オンライン、バーチャルでのつながりを意識。東京都の助成金を活用予定。
- ・店主のキャラクター化及びこれを利用したカードラリーの実施。各お店に親しみを持ってもらうことを目的とし、結果、好評だった。
- ・築 100 年の古商店を当商店街の魅力の再発見の足掛かりとして活用。
- ・歩くのが大変になってきたお客様（主に高齢者）を、自宅から商店街や市役所出張所などへ送迎する独自製作の送迎自転車運行。商工会事業として行われ、商店会が実質運営している。現在も運行していて、毎年 2000 回以上の送迎を実施。

など

「商店街活性化のために必要だと考えること」としては「会員の協力」が最も多く62.6%となっている。

【商店街活性化のために必要だと考えること（複数回答）】



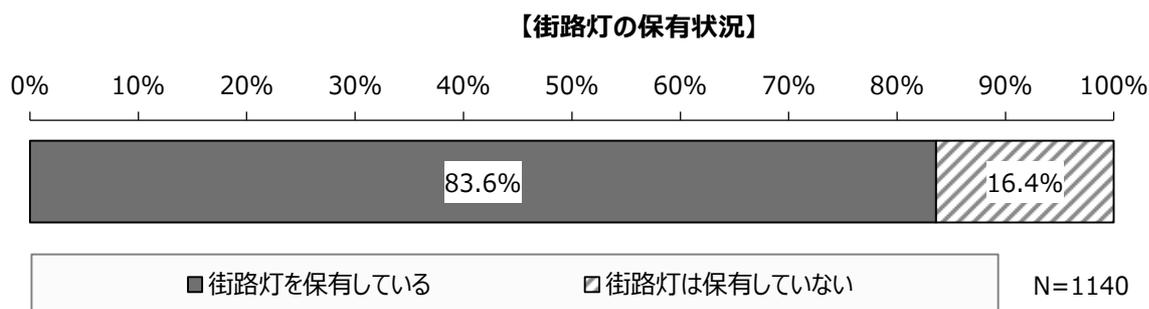
3 施設・設備の状況

(1) 街路灯の状況

① 街路灯等の保有状況

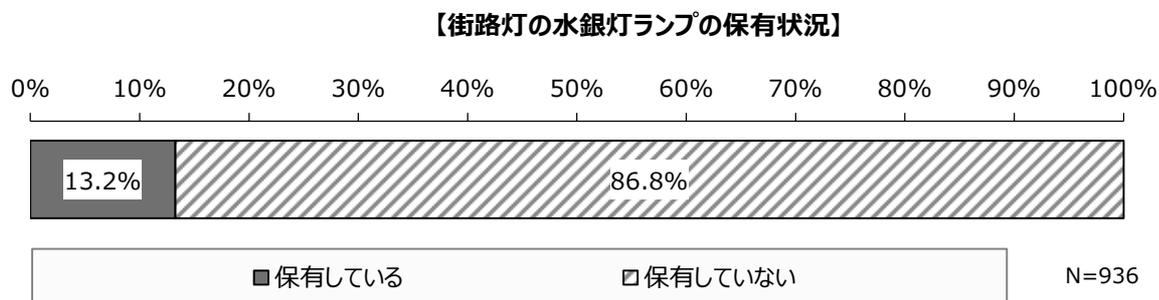
■ 街路灯の保有状況

街路灯の保有状況については、「保有している」が 83.6%となっている。



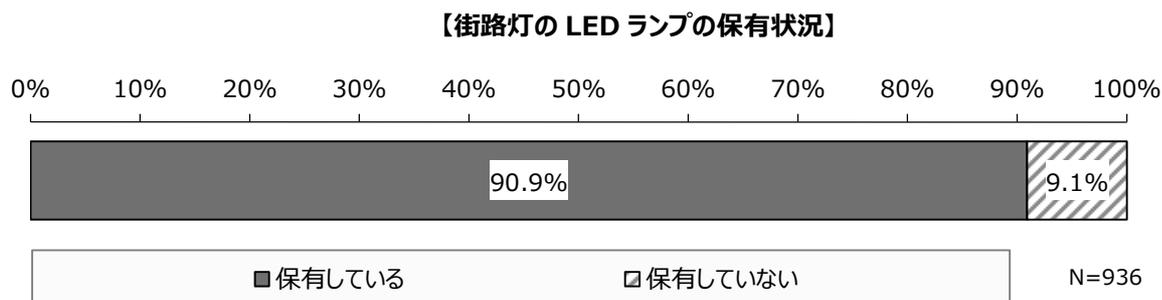
■ 街路灯の水銀灯ランプの保有状況

「街路灯を保有している」のうち、街路灯の水銀灯ランプの保有状況は「保有している」が 13.2%であった。



■ 街路灯の LED ランプの保有状況

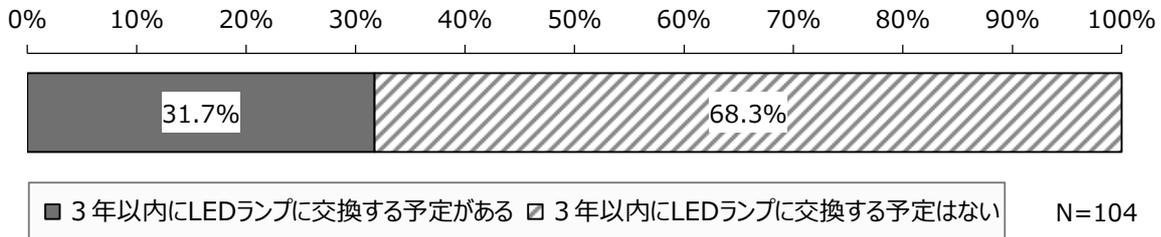
「街路灯を保有している」商店街のうち、街路灯の LED ランプを保有している商店街は 90.9%となっている。



②3年以内に街路灯の水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定

今後3年以内に水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定については31.7%が「ある」と回答している。

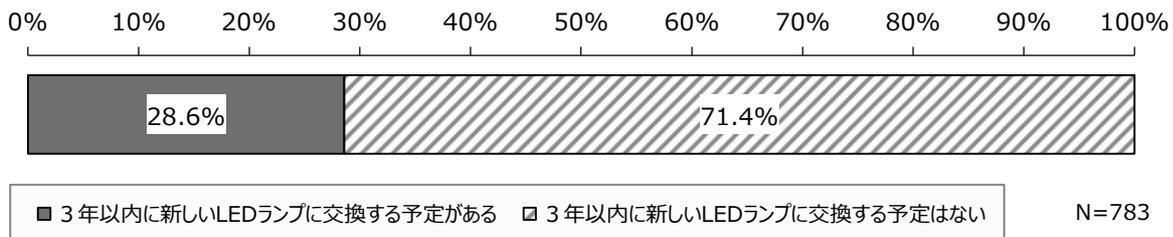
【3年以内に街路灯の水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定】



③3年以内に街路灯のLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定

今後3年以内に現在のLEDランプを新しいものに交換する予定については28.6%が「ある」と回答している。

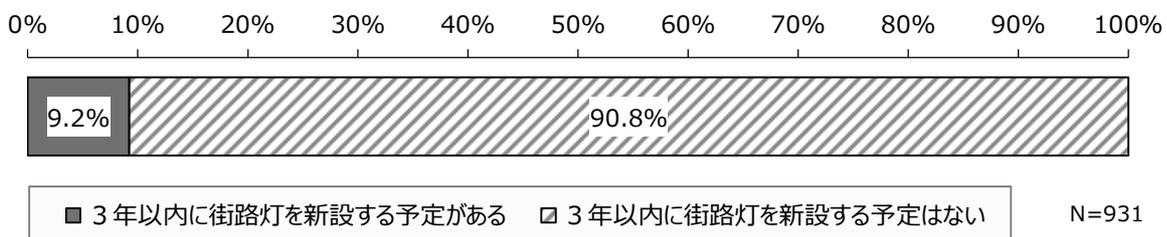
【3年以内に街路灯のLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定】



④3年以内に街路灯を新設する予定

今後3年以内に街路灯を新設する予定については9.2%が「ある」と回答している。

【3年以内に街路灯を新設する予定】



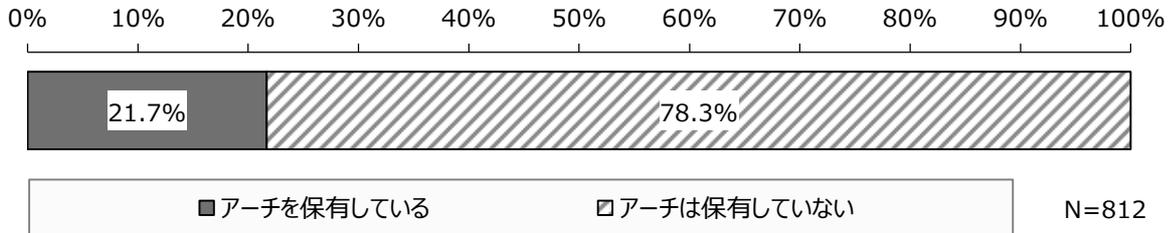
(2) アーチの状況

① アーチ等の保有状況

■ アーチの保有状況

アーチの保有状況については、「保有している」が 21.7%となっている。

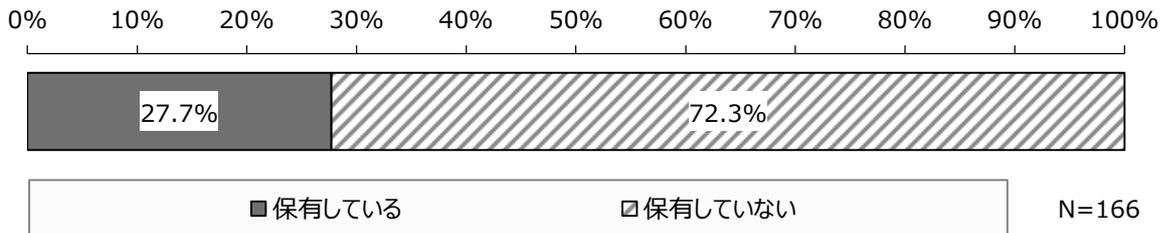
【アーチの保有状況】



■ 水銀灯ランプの保有状況

「アーチを保有している」のうち、アーチの水銀灯ランプの保有状況は「保有している」が 27.7%であった。

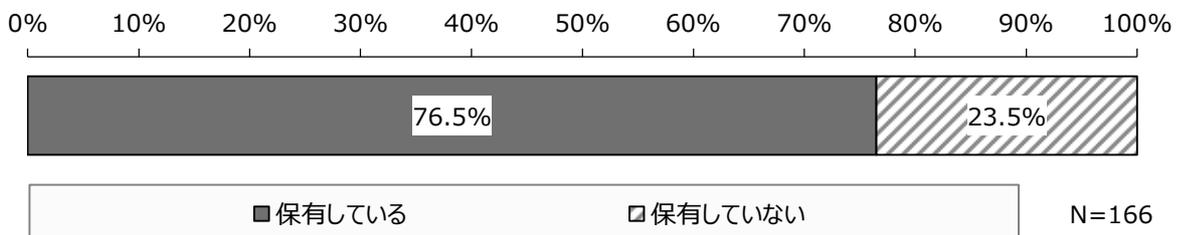
【アーチの水銀灯ランプの保有状況】



■ LED ランプの保有状況

「アーチを保有している」商店街のうち、アーチの LED ランプを保有している商店街は 76.5%となっている。

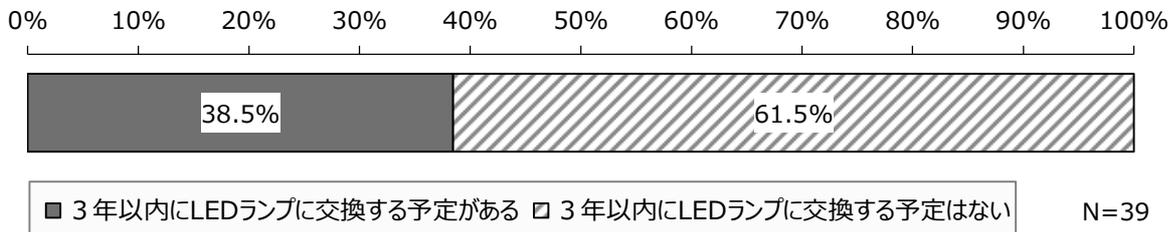
【アーチの LED ランプの保有状況】



②3年以内にアーチの水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定

今後3年以内にアーチの水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定については38.5%が「ある」と回答している。

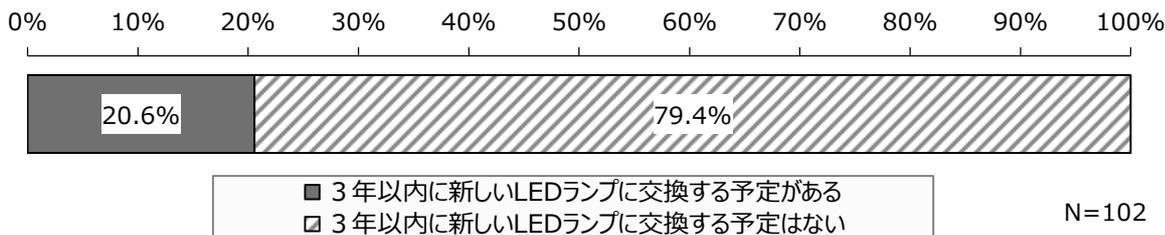
【3年以内にアーチの水銀灯ランプをLEDランプに交換する予定】



③3年以内にアーチのLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定

今後3年以内にアーチのLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定については20.6%が「ある」と回答している。

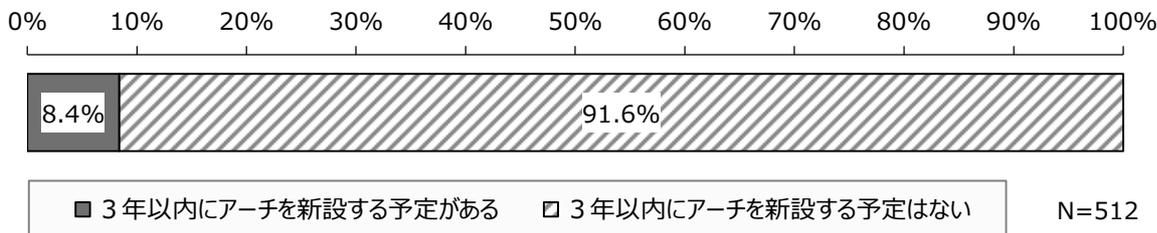
【3年以内にアーチのLEDランプを新しいLEDランプに交換する予定】



④3年以内にアーチを新設する予定

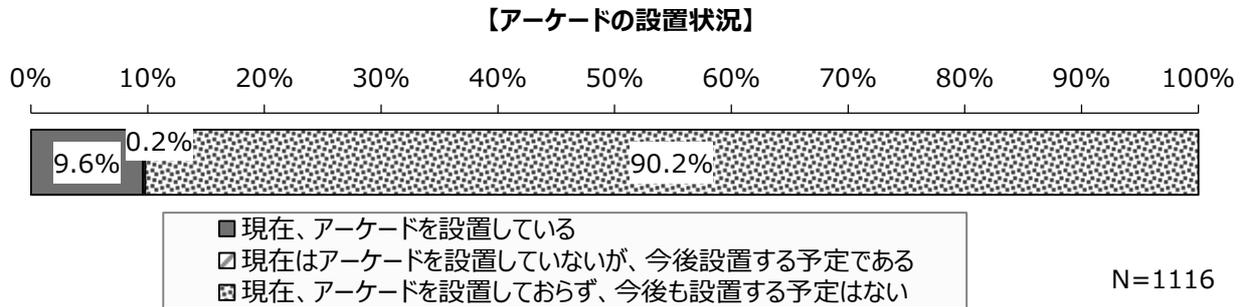
今後3年以内にアーチを新設する予定については8.4%が「ある」と回答している。

【3年以内にアーチを新設する予定】

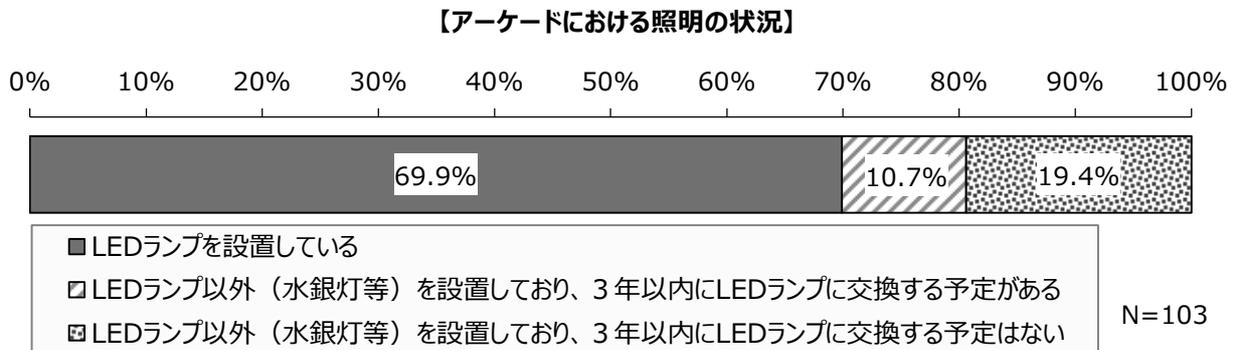


(3) アーケードの状況

現在のアーケードの設置については 9.6%が「設置している」と回答している。「設置予定」との回答は 0.2%となっている。



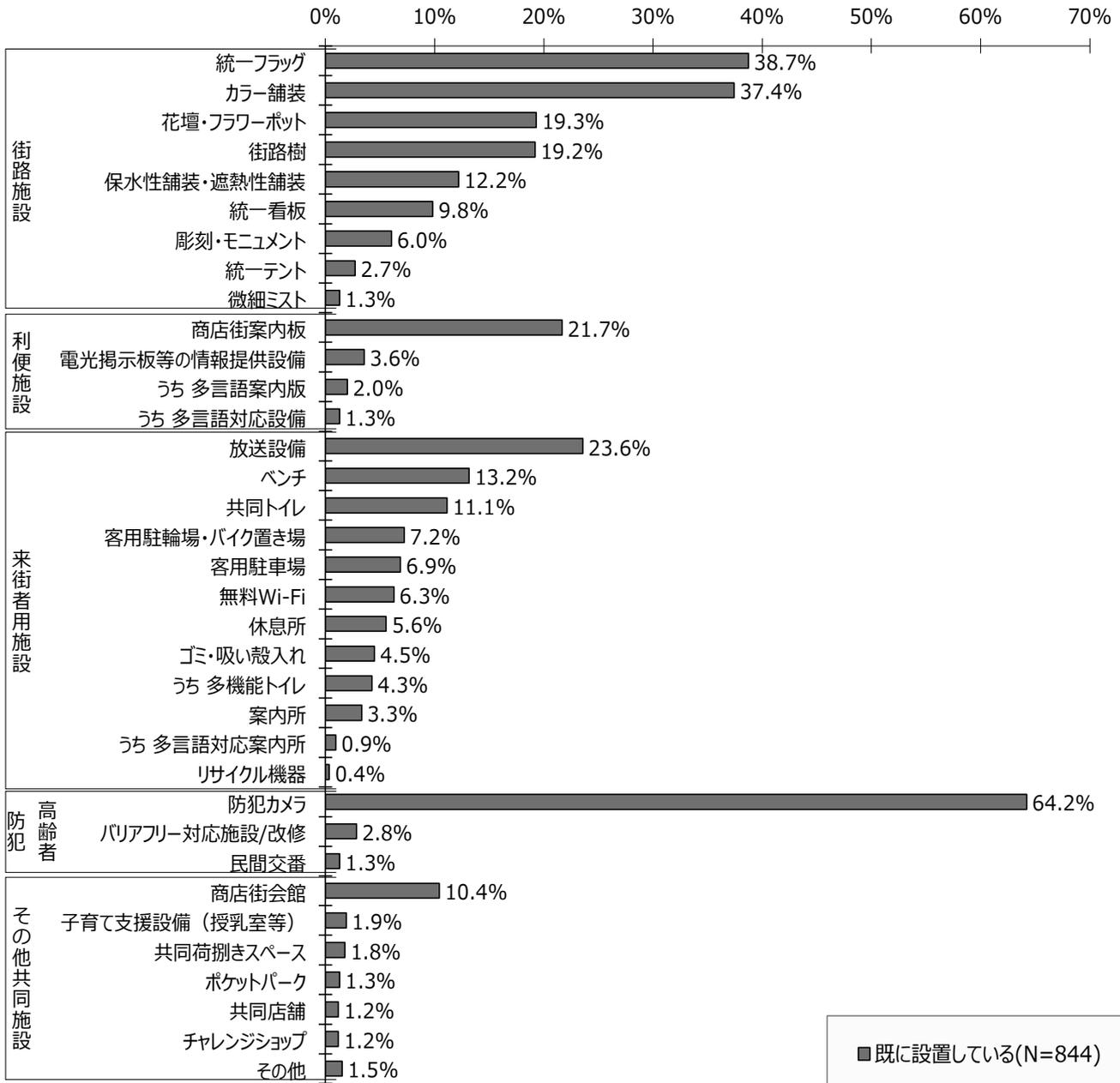
現在のアーケードに設置済の照明については 69.9%が「LED ランプを設置している」と回答している。



(4) その他の共同施設の状況

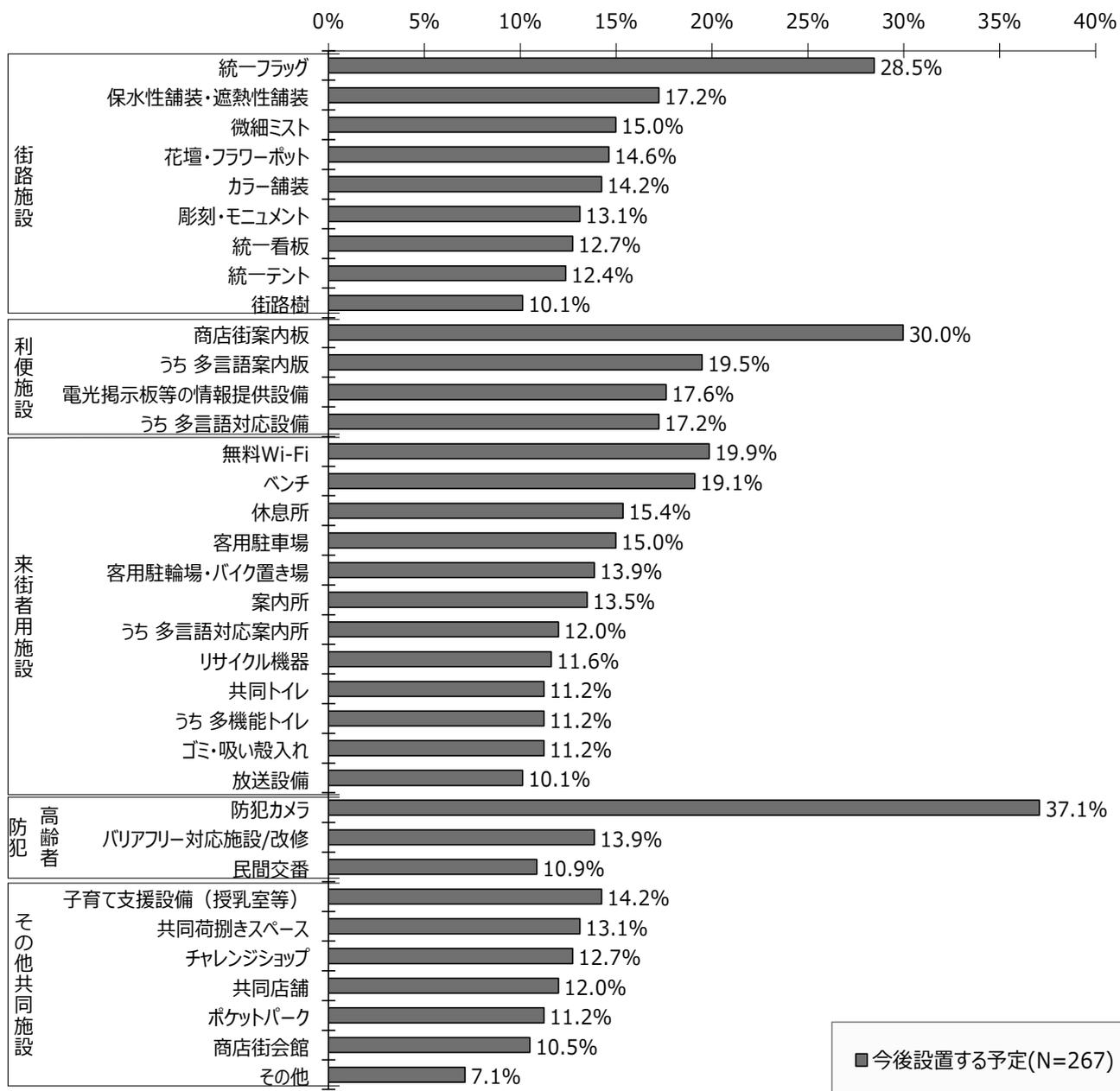
その他の共同施設について、既に設置している共同施設は「防犯カメラ」が 64.2%と最も多くなっている。次いで、「統一フラッグ」が 38.7%、「カラー舗装」が 37.4%となっている。

【既に設置している共同施設】



その他の共同施設について、今後設置を予定している共同施設は「防犯カメラ」が 37.1%と最も多くなっている。次いで、「商店街案内板」が 30.0%、「統一フラッグ」が 28.5%となっている。

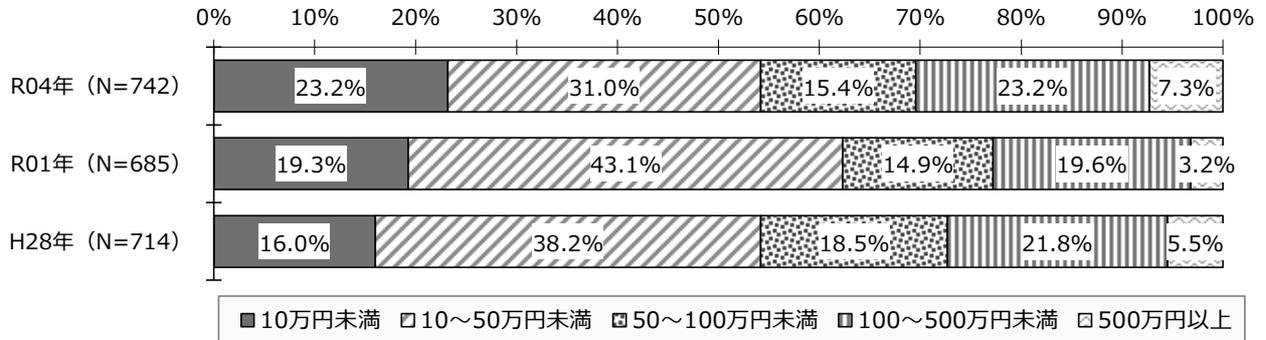
【今後設置を予定している共同施設】



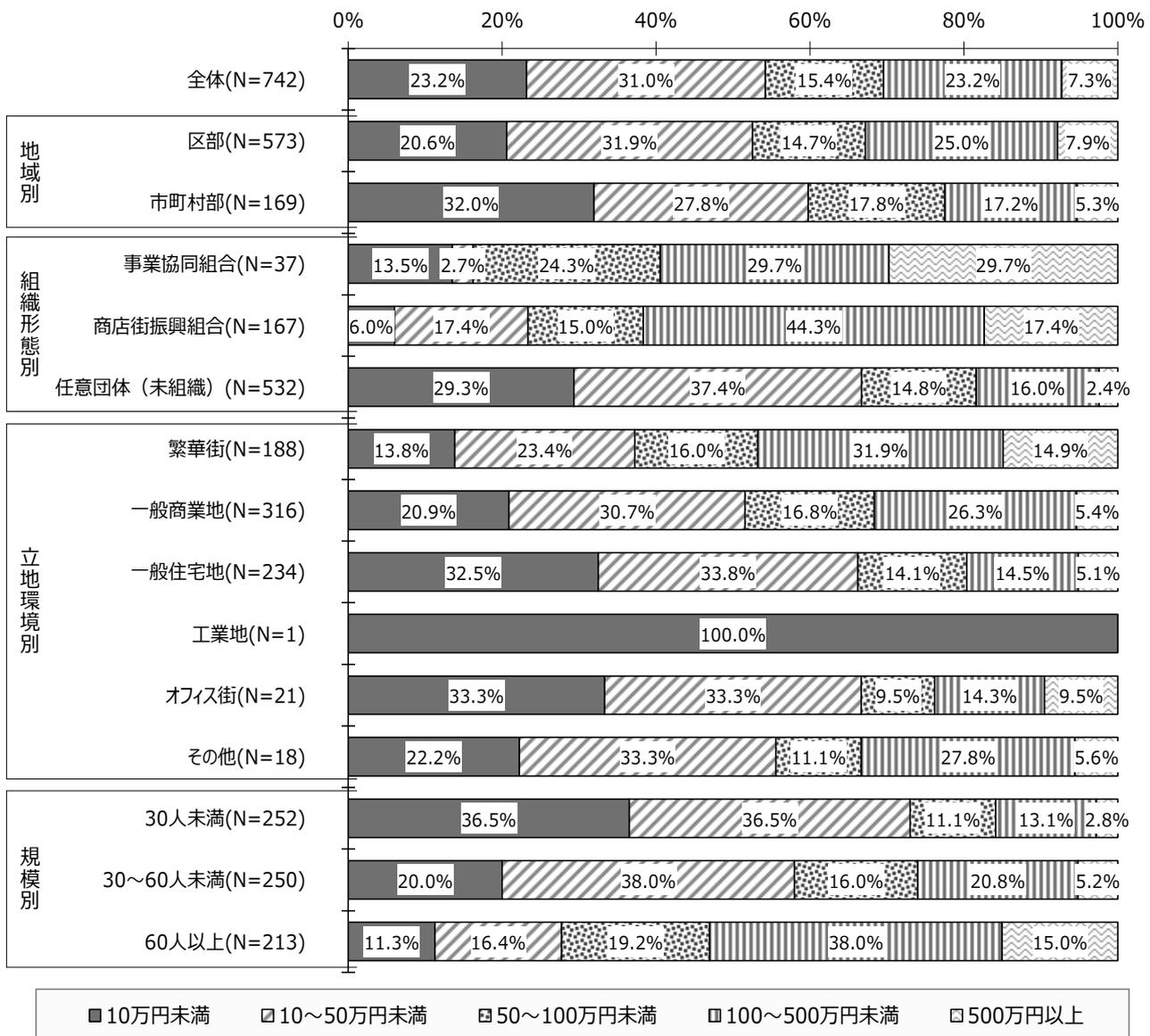
(5) 共同施設の年間維持費

共同施設の年間維持費については、23.2%が「10万円未満」と回答しており、その構成比は増加傾向である。

【共同施設の年間維持費】



【共同施設の年間維持費（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

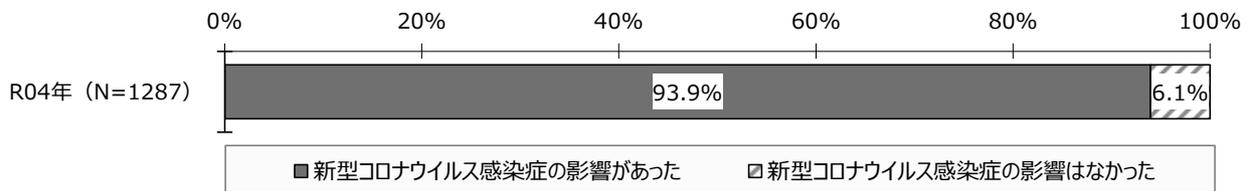


4 新型コロナウイルス感染症の影響

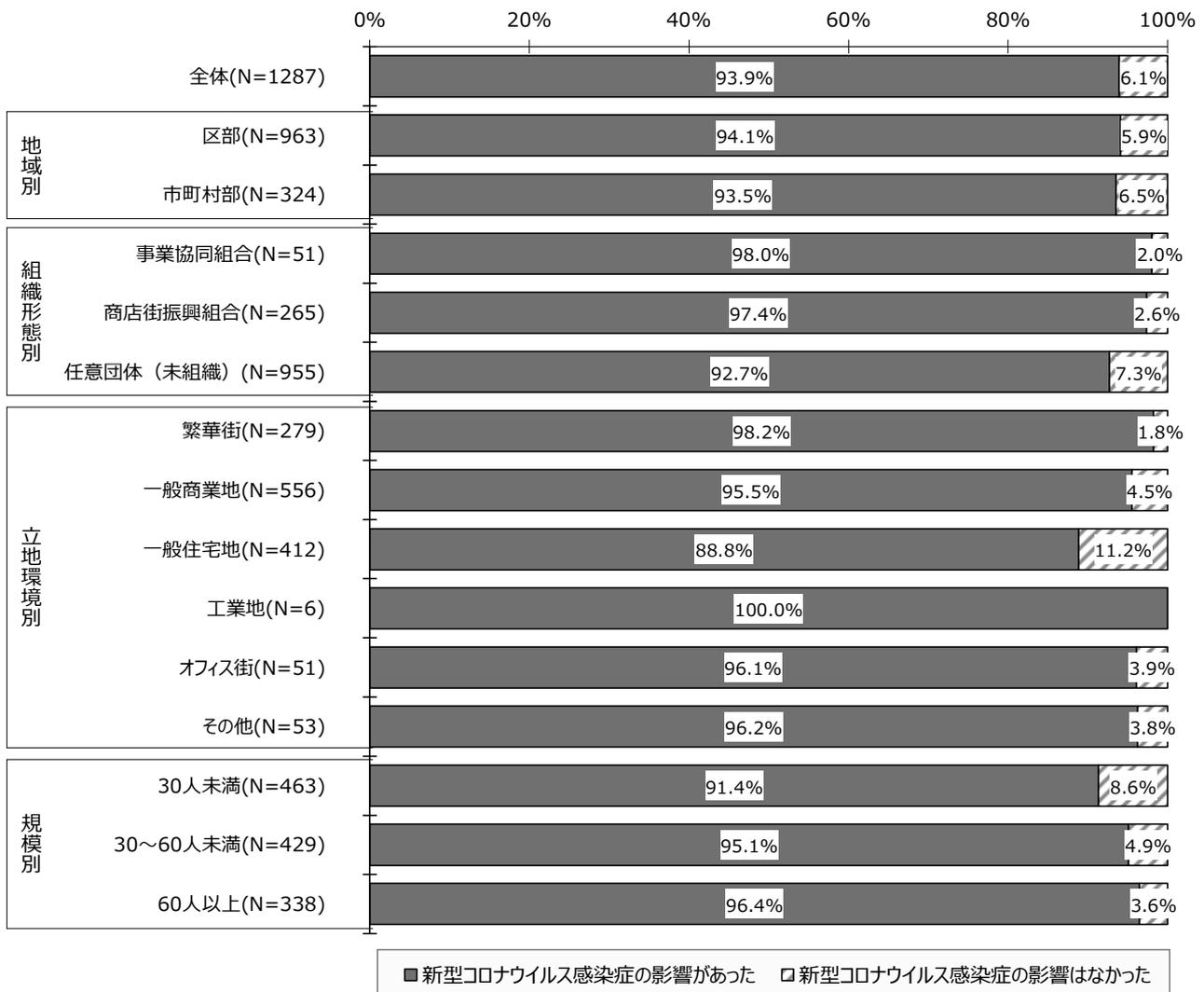
(1) 新型コロナウイルス感染症の影響

新型コロナウイルス感染症の影響については 93.9%が「影響があった」と回答している。

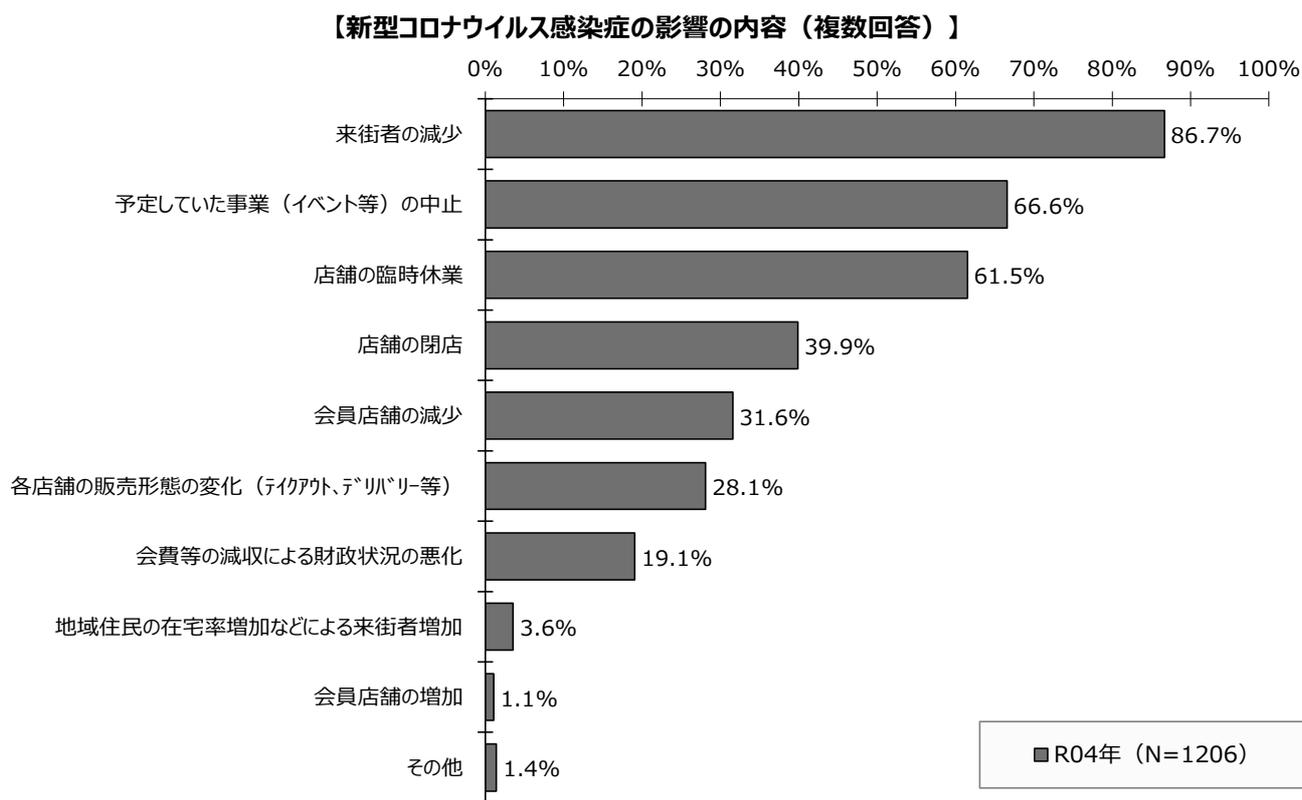
【新型コロナウイルス感染症の影響有無】



【新型コロナウイルス感染症の影響有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



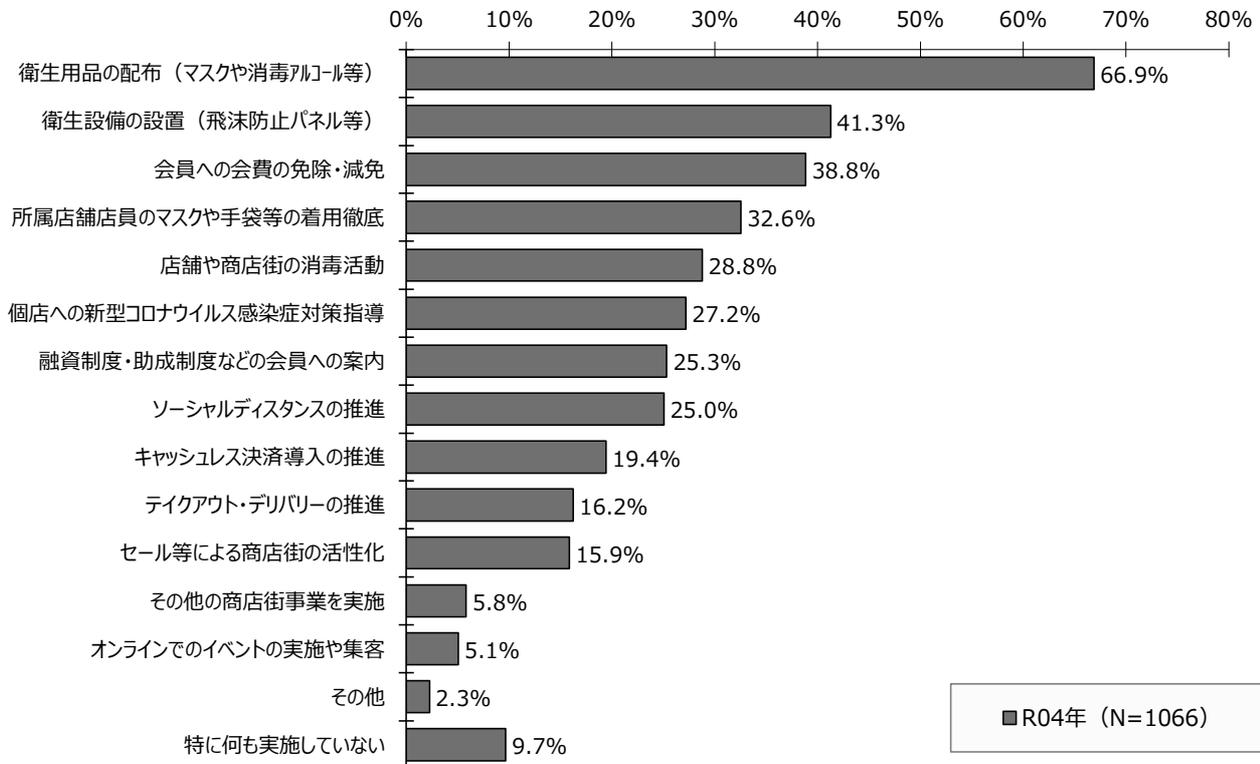
新型コロナウイルス感染症の影響の内容については「来街者の減少」が86.7%と最も多く挙げられている。



(2) 新型コロナウイルス感染症への対策

新型コロナウイルス感染症の対策の内容としては「衛生用品の配布」が最も多く66.9%となっている。

【現在実施している新型コロナウイルス感染症対策（複数回答）】

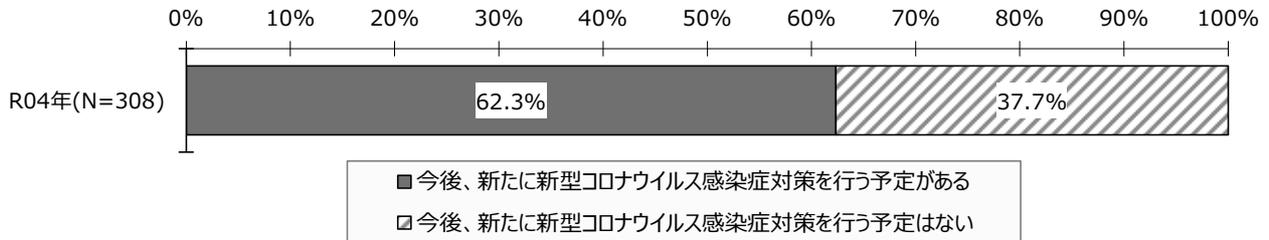


【現在実施している新型コロナウイルス感染症対策（複数回答）（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

		衛生用品の配布（マスクや消毒アルコール等）	衛生設備の設置（飛沫防止パネル等）	店舗や商店街の消毒活動	個店への新型コロナウイルス感染症対策指導	所属店舗店員のマスクや手袋等の着用徹底	テイクアウト・デリバリーの推進	キャッシュレス決済導入の推進	オンラインでのイベントの実施や集客	ソーシャルディスタンスの推進	セール等による商店街の活性化	会員への会費の免除・減免	融資制度・助成制度などの会員への案内	その他の商店街事業を実施	その他	特に何も実施していない
全体(N=1066)		66.9%	41.3%	28.8%	27.2%	32.6%	16.2%	19.4%	5.1%	25.0%	15.9%	38.8%	25.3%	5.8%	2.3%	9.7%
地域別	区部(N=803)	69.5%	41.7%	29.8%	28.3%	34.1%	15.9%	21.2%	5.4%	27.0%	16.3%	39.2%	25.4%	6.2%	2.6%	8.1%
	市町村部(N=263)	58.9%	39.9%	25.9%	24.0%	27.8%	17.1%	14.1%	4.2%	19.0%	14.4%	37.6%	25.1%	4.6%	1.1%	14.4%
組織形態別	事業協同組合(N=45)	77.8%	44.4%	31.1%	35.6%	31.1%	20.0%	8.9%	2.2%	20.0%	26.7%	33.3%	26.7%	6.7%	0.0%	11.1%
	商店街振興組合(N=236)	73.7%	49.2%	30.9%	33.9%	37.7%	19.1%	26.7%	8.5%	34.7%	28.4%	42.8%	33.1%	8.9%	3.8%	3.8%
	任意団体（未組織）(N=770)	64.4%	38.2%	27.5%	24.2%	30.4%	15.1%	17.4%	4.3%	22.1%	11.6%	38.1%	22.9%	4.8%	1.9%	11.3%
立地環境別	繁華街(N=234)	66.7%	43.6%	34.2%	30.3%	32.9%	18.8%	19.7%	8.5%	27.8%	17.5%	47.4%	30.8%	7.3%	2.1%	4.7%
	一般商業地(N=458)	69.4%	41.0%	27.1%	29.5%	32.5%	17.5%	21.0%	3.9%	27.1%	17.7%	39.7%	25.8%	7.4%	3.3%	8.5%
	一般住宅地(N=338)	66.3%	42.6%	28.1%	23.4%	34.3%	13.0%	16.3%	5.3%	24.9%	14.5%	33.1%	23.1%	3.6%	0.9%	11.2%
	工業地(N=6)	66.7%	66.7%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%
	オフィス街(N=48)	64.6%	35.4%	25.0%	20.8%	25.0%	22.9%	22.9%	6.3%	18.8%	16.7%	45.8%	31.3%	2.1%	2.1%	8.3%
その他(N=43)	46.5%	41.9%	32.6%	39.5%	39.5%	23.3%	23.3%	4.7%	23.3%	11.6%	27.9%	27.9%	4.7%	4.7%	30.2%	
規模別	30人未満(N=366)	61.2%	41.0%	30.1%	26.8%	34.2%	12.6%	16.7%	4.1%	21.3%	11.7%	30.1%	18.9%	3.6%	0.8%	15.0%
	30~60人未満(N=350)	68.6%	41.1%	26.0%	25.7%	32.9%	15.7%	18.0%	3.4%	24.0%	15.4%	44.6%	22.6%	8.3%	2.6%	8.0%
	60人以上(N=308)	70.8%	40.3%	29.5%	28.6%	30.2%	20.5%	23.7%	8.4%	31.8%	22.1%	45.8%	36.0%	6.2%	3.2%	5.5%

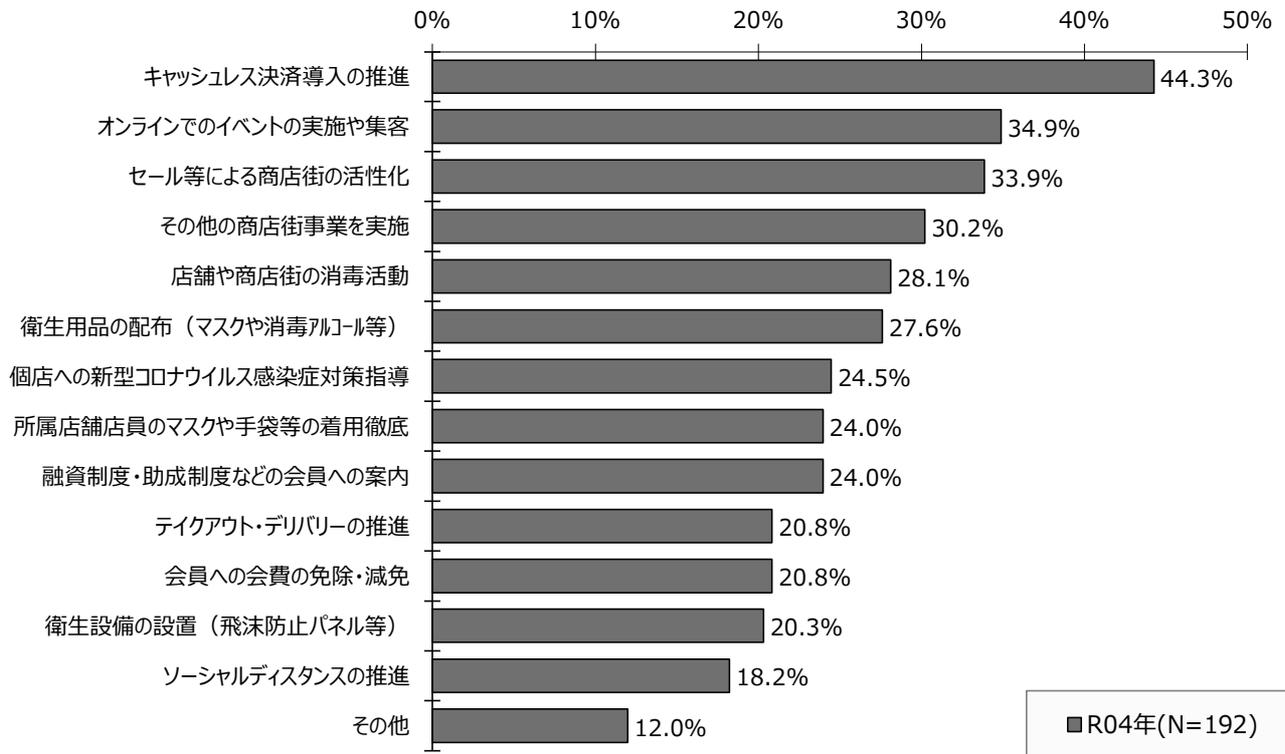
今後の新型コロナウイルス感染症の対策を行う予定については、「行う予定がある」が62.3%、「行う予定はない」が37.7%であった。行う予定の対策については、「キャッシュレス決済導入の推進」が最も多く44.3%であった。

【今後の新型コロナウイルス感染症の対策を行う予定】



今後実施する予定の感染症対策としては、「キャッシュレス決済導入の推進」が44.3%と最も多くなっている。

【今後実施する予定の新型コロナウイルス感染症対策（複数回答）】



【その他の内容（主なもの）】

- ・「コロナに負けるな」フラッグの商店街の通り全体への掲示
- ・コロナ対策として見舞金を店舗に支給
- ・リモートでの会議打合せ
- ・体温計の配布
- ・二酸化炭素濃度計の配布
- ・来街者への感染症予防の普及啓発のための看板設置

など

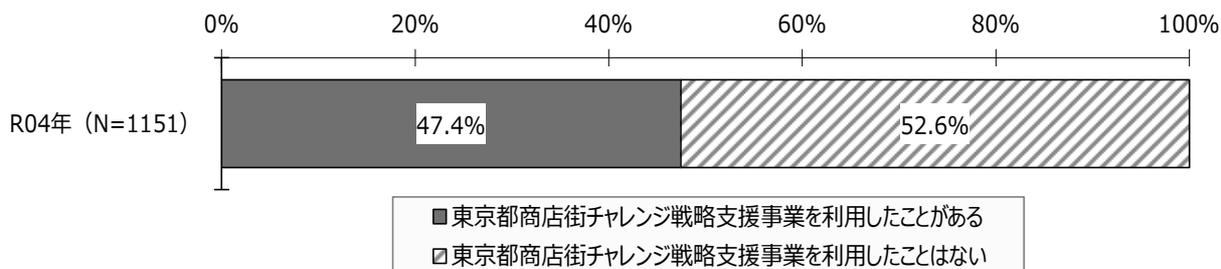
5 補助事業等の活用状況

(1) 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業

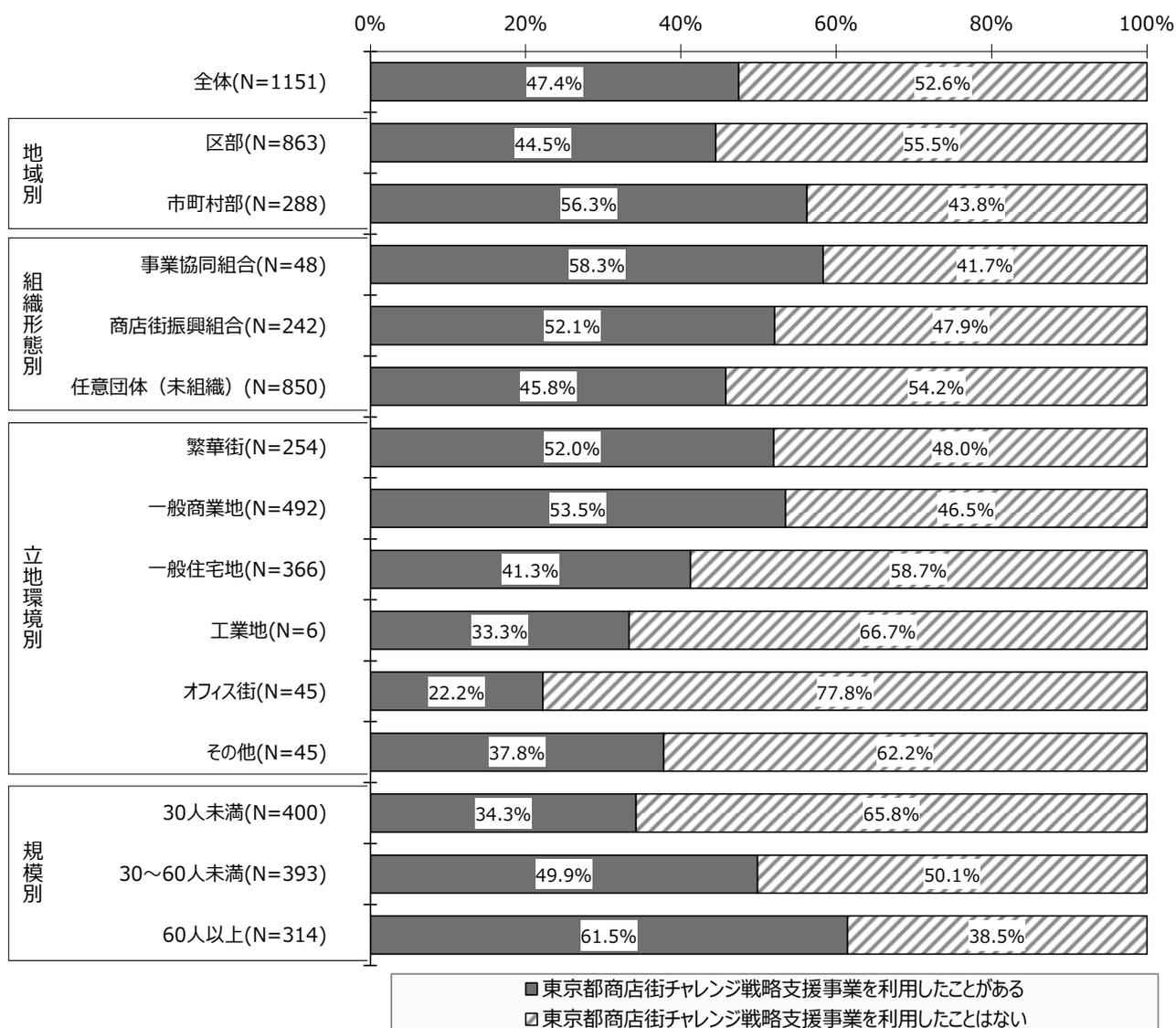
① 利用状況

東京都商店街チャレンジ戦略支援事業については「利用したことがある」が47.4%となっている。

【東京都商店街チャレンジ戦略支援事業の利用有無】

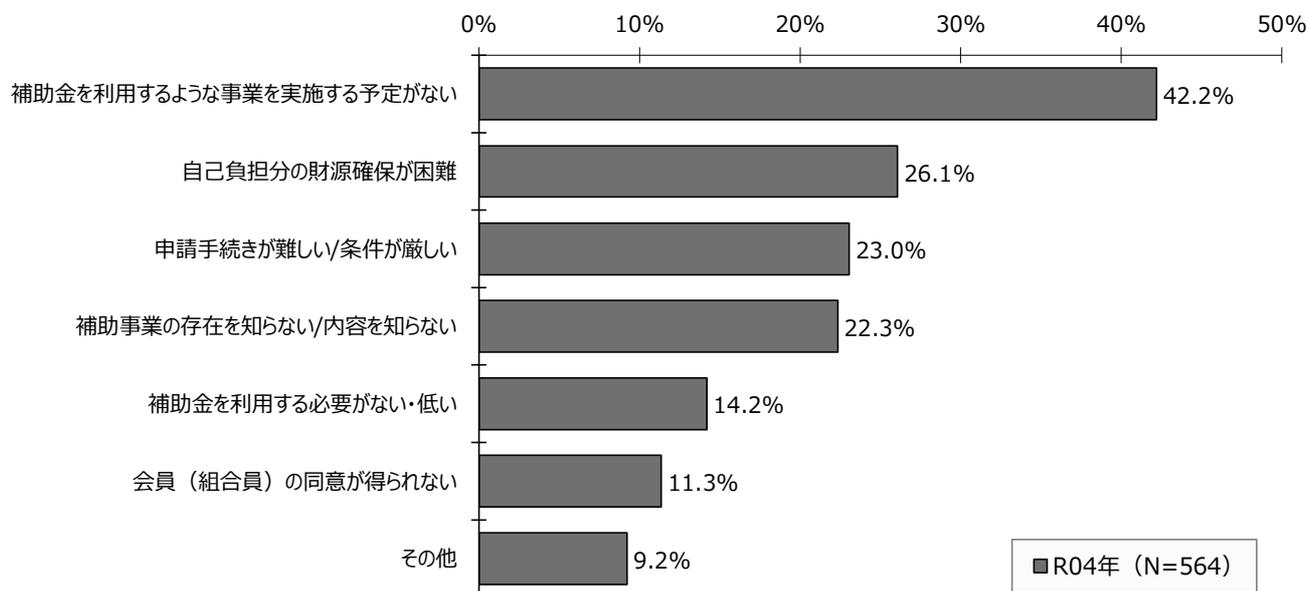


【東京都商店街チャレンジ戦略支援事業の利用有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用したことがない理由については「補助金を利用するような事業を実施する予定がない」という回答が最も多く42.2%となっている。

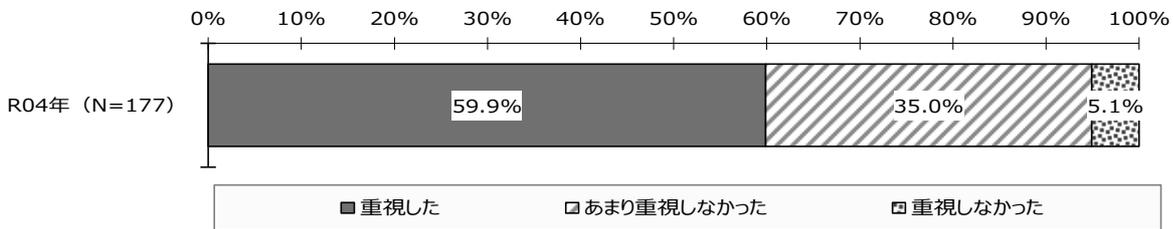
【東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用したことがない理由（複数回答）】



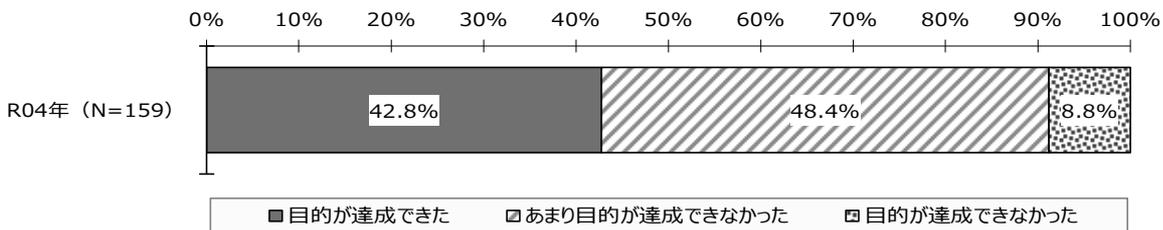
②利用目的・達成状況

東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用するにあたって、59.9%が「売上増加」を重視したと回答している。「売上増加を達成できた」との回答は42.8%となっている。

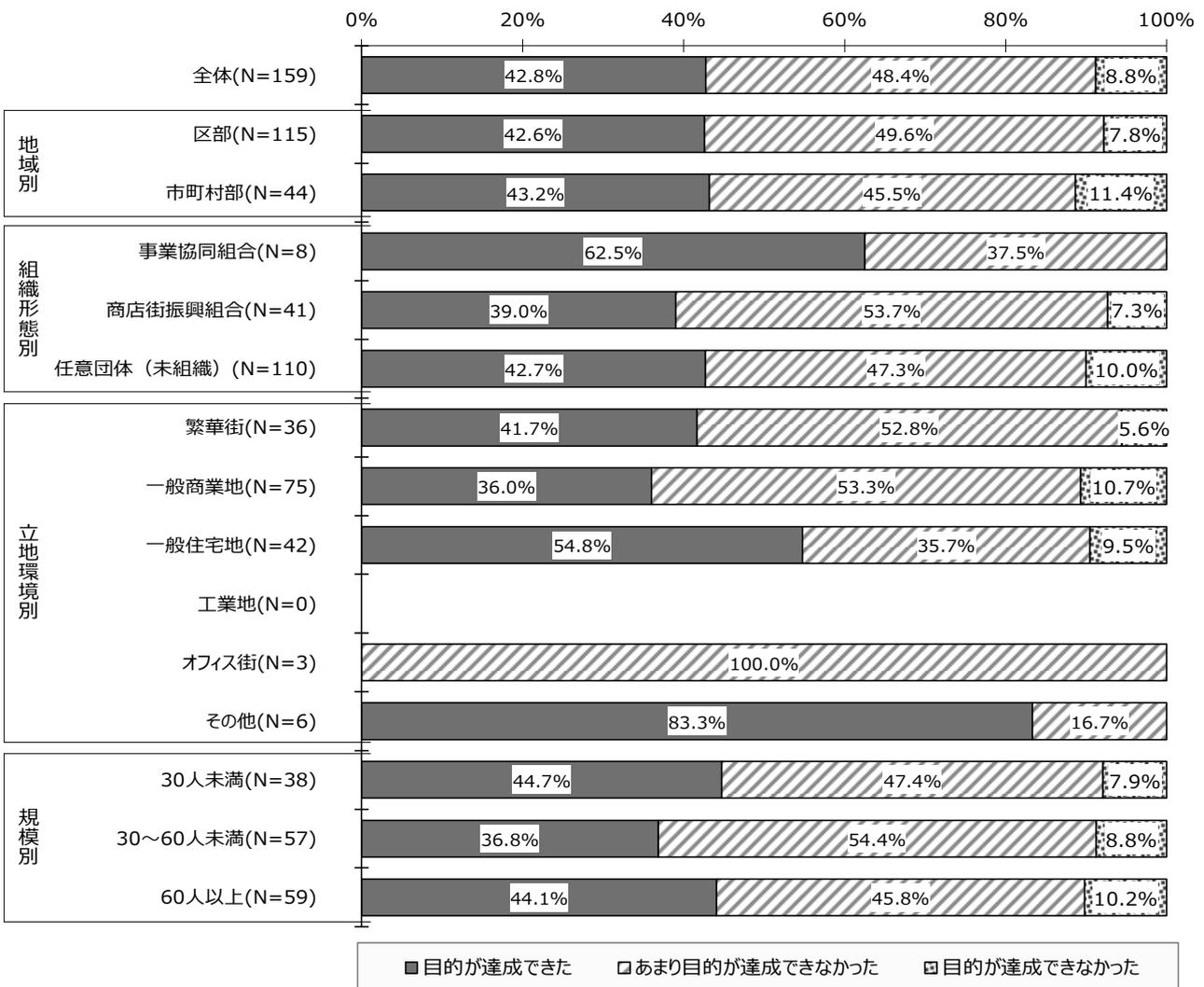
【利用目的として“売上増加”をどの程度重視したか】



【“売上増加”がどの程度達成できたか】

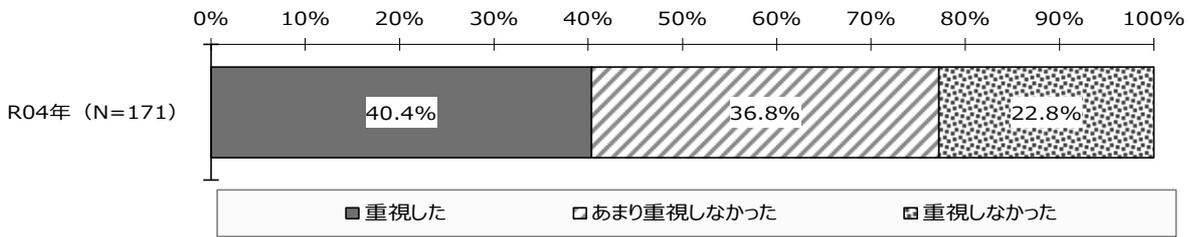


【“売上増加”がどの程度達成できたか（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

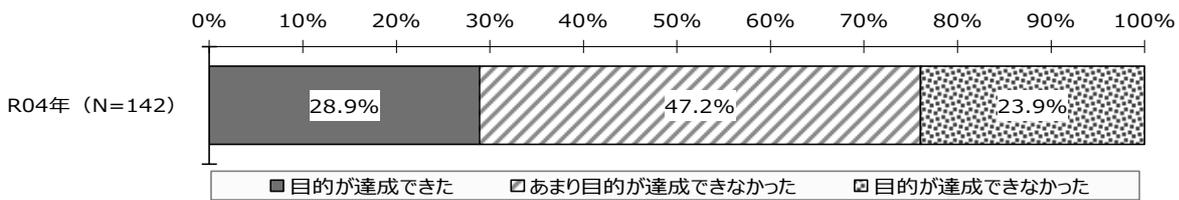


東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用するにあたって、40.4%が「会員の加入率の増加」を重視したと回答している。実際に「達成できた」とする回答は28.9%であった。

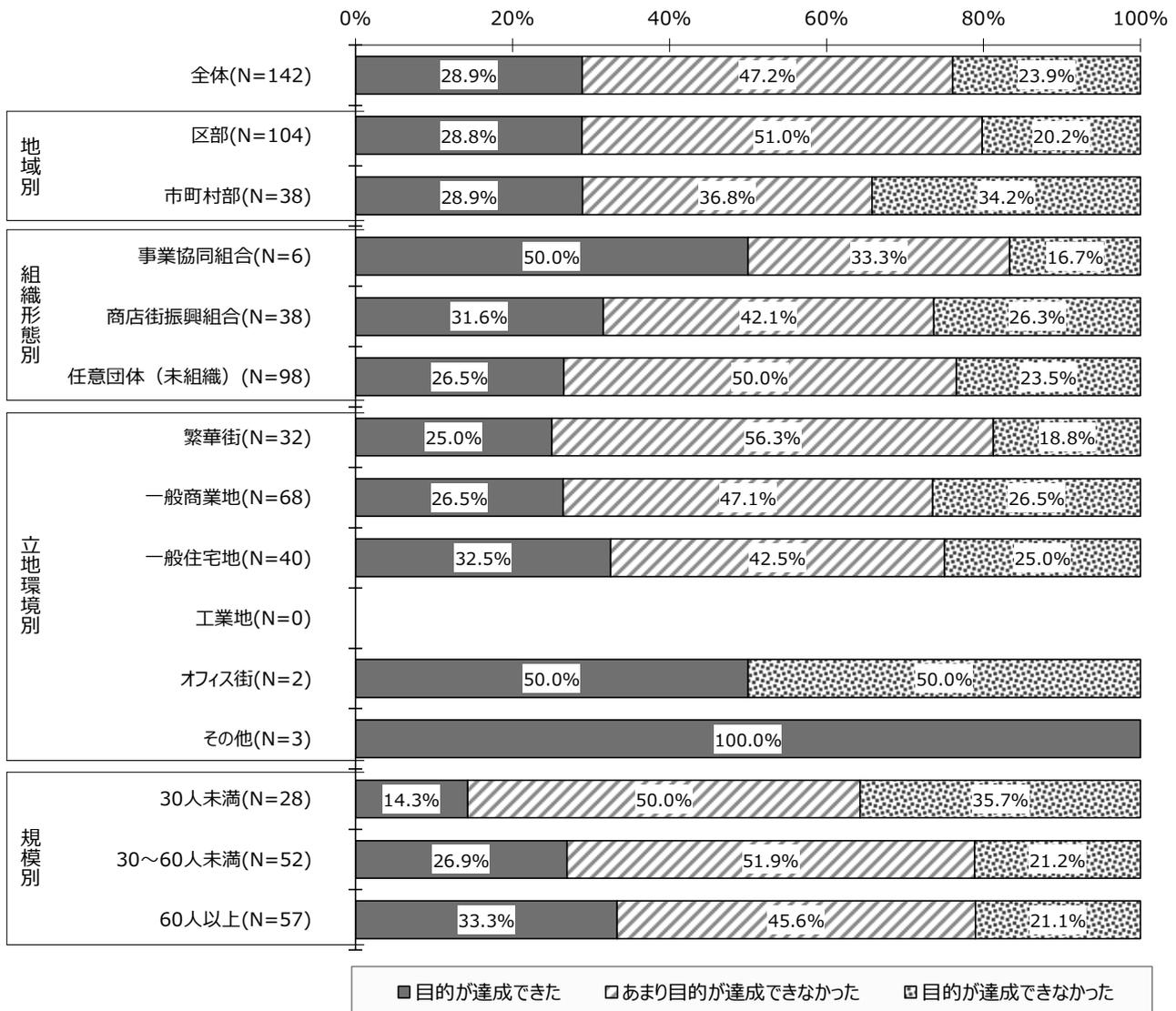
【利用目的として“会員の加入率の増加”をどの程度重視したか】



【“会員の加入率の増加”がどの程度達成できたか】

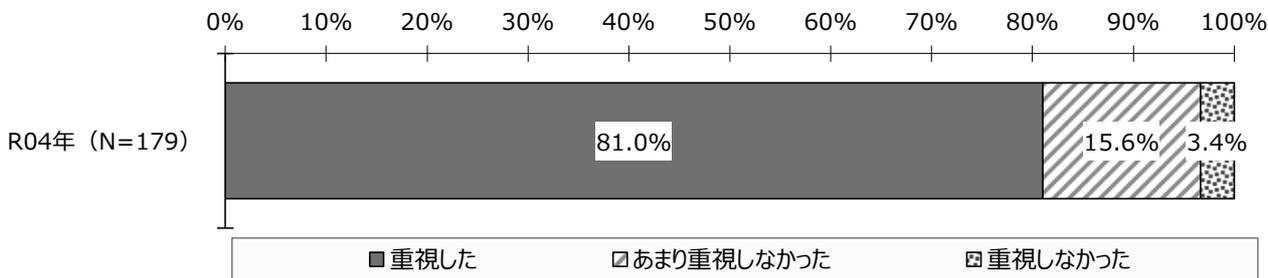


【“会員の加入率の増加”がどの程度達成できたか（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

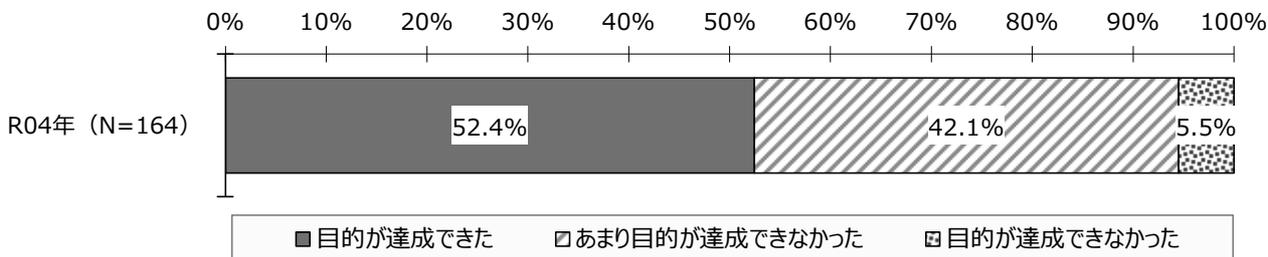


東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用するにあたって、81.0%が「来街者の増加」を重視したと回答している。実際に「達成できた」との回答は52.4%となっている。

【利用目的として“来街者の増加”をどの程度重視したか】



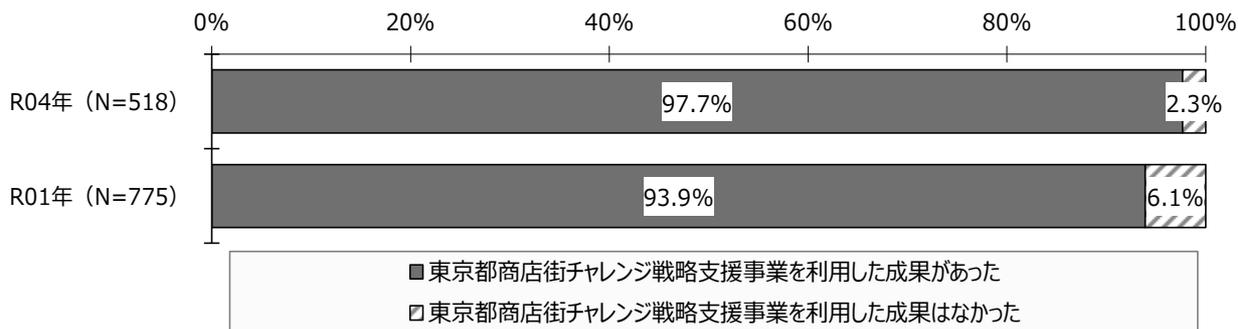
【“来街者の増加”がどの程度達成できたか】



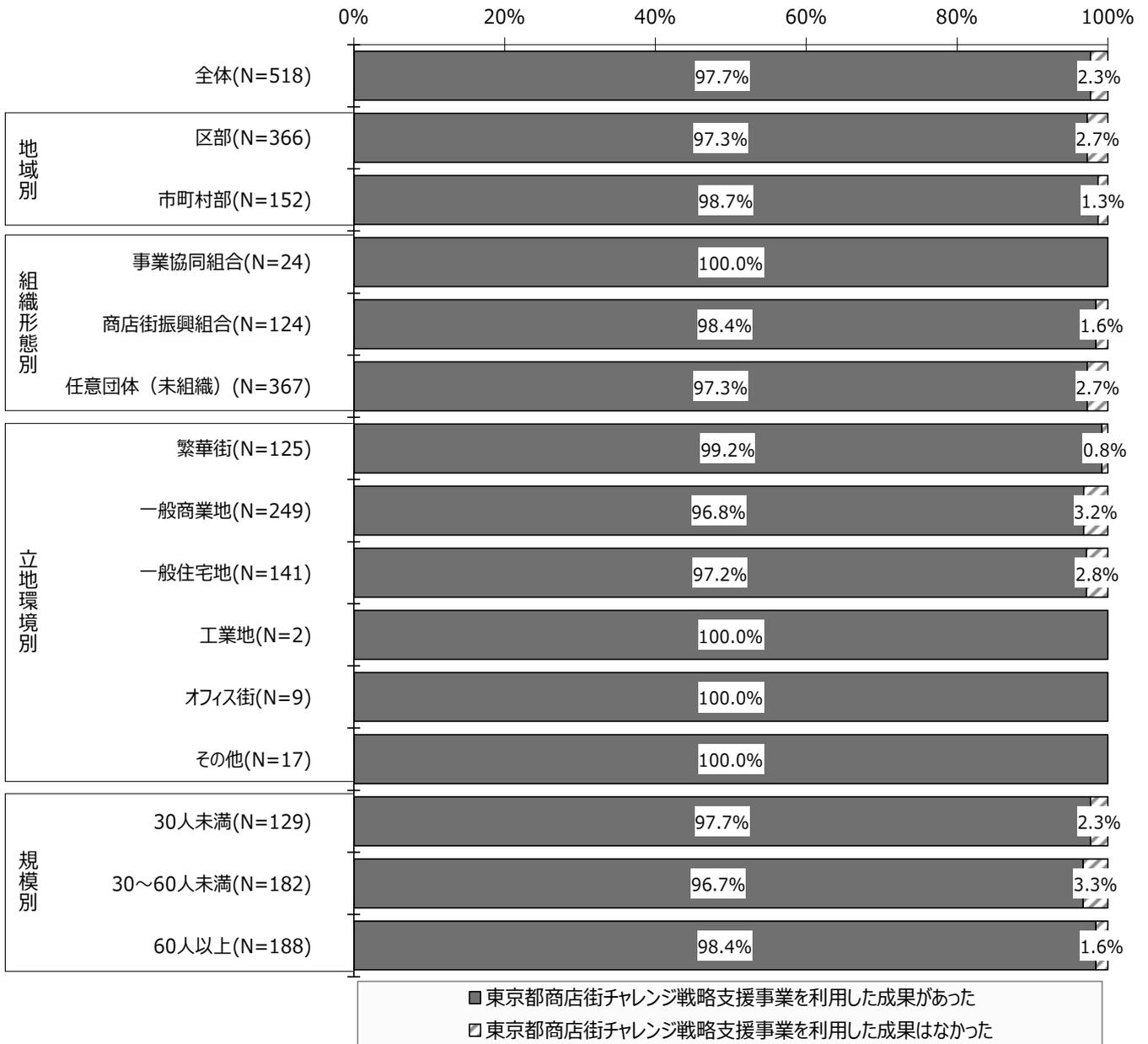
③利用した成果等

総合的には東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用した成果が「あった」との回答が97.7%を占めた。

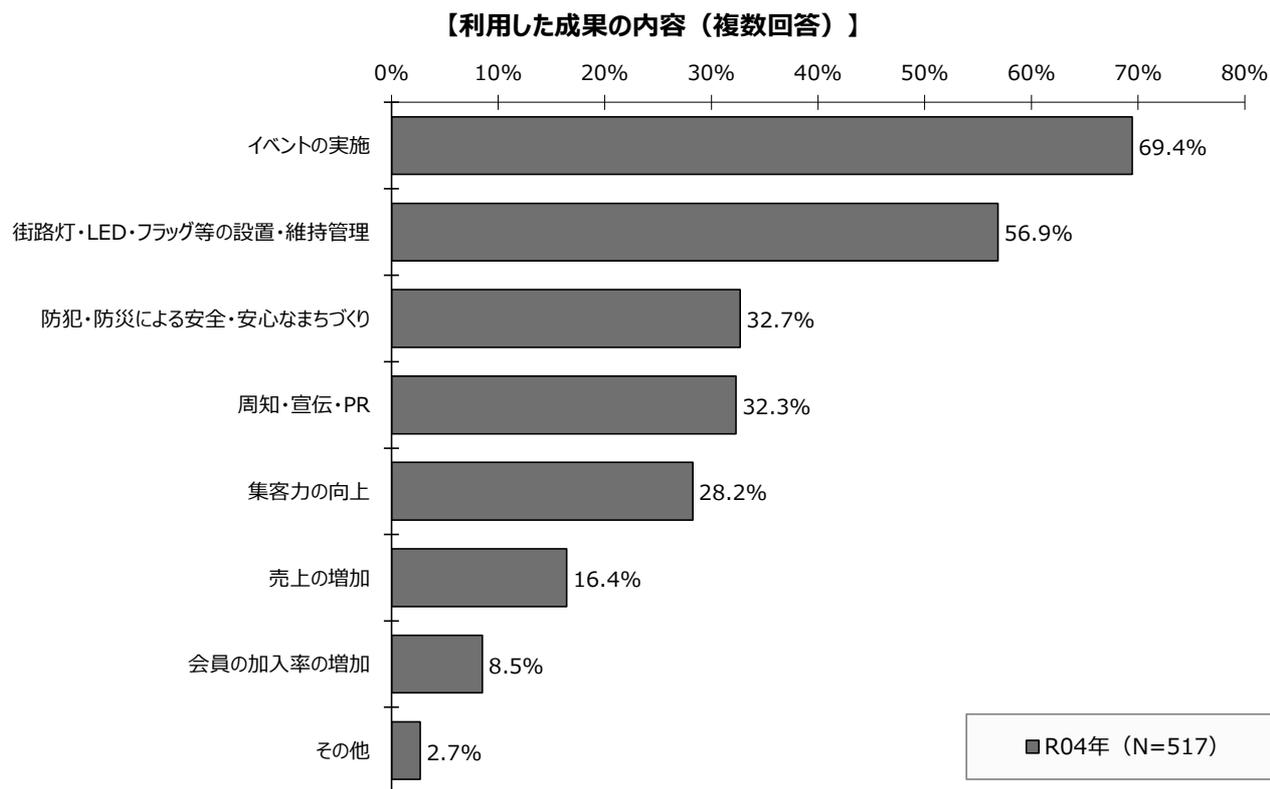
【利用した成果の有無】



【利用した成果の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



利用した成果の内容については「イベントの実施」が最も多く 69.4%を占め、次いで「街路灯・LED・フラッグ等の設置・維持管理」が 56.9%となっている。



成果がなかった理由については、来街者の増加はできたものの、売上の増加に繋がらなかったとの回答が多い。

【成果がなかった理由】

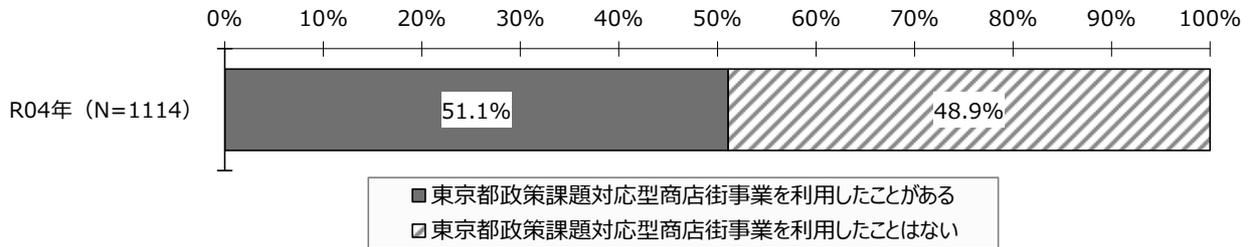
- ・イベントを実施し、来街者は増加したが、個店の売上につながらなかった
- ・イベント（年 2 回のセール）を楽しみにしているお客様はいるが大きな売上増加には至っていない
- ・継続して集客されなかった
- ・同じイベントを長く行ったため、マンネリ化している。大きく、方向、方法を変えなければならない
- ・夜間営業の店舗が多く、イベント開催時間にマッチせず会員加入率の増加には至らなかった
- ・来る人が、地元の人が少ない
- ・来客はイベントの時だけの人が多い

など

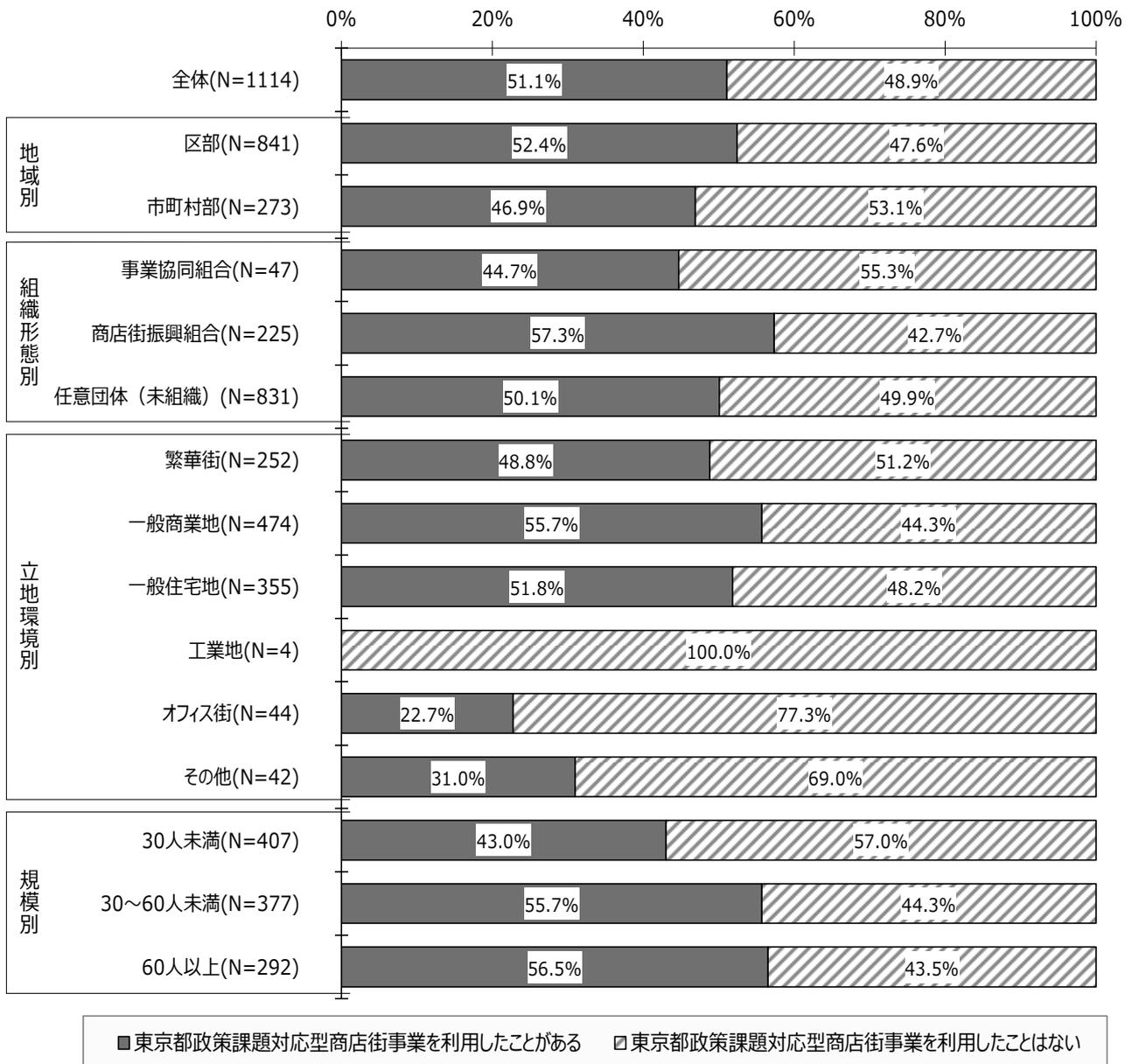
(2) 東京都政策課題対応型商店街事業の利用状況

東京都政策課題対応型商店街事業については「利用したことがある」が51.1%となっている。

【東京都政策課題対応型商店街事業の利用有無】

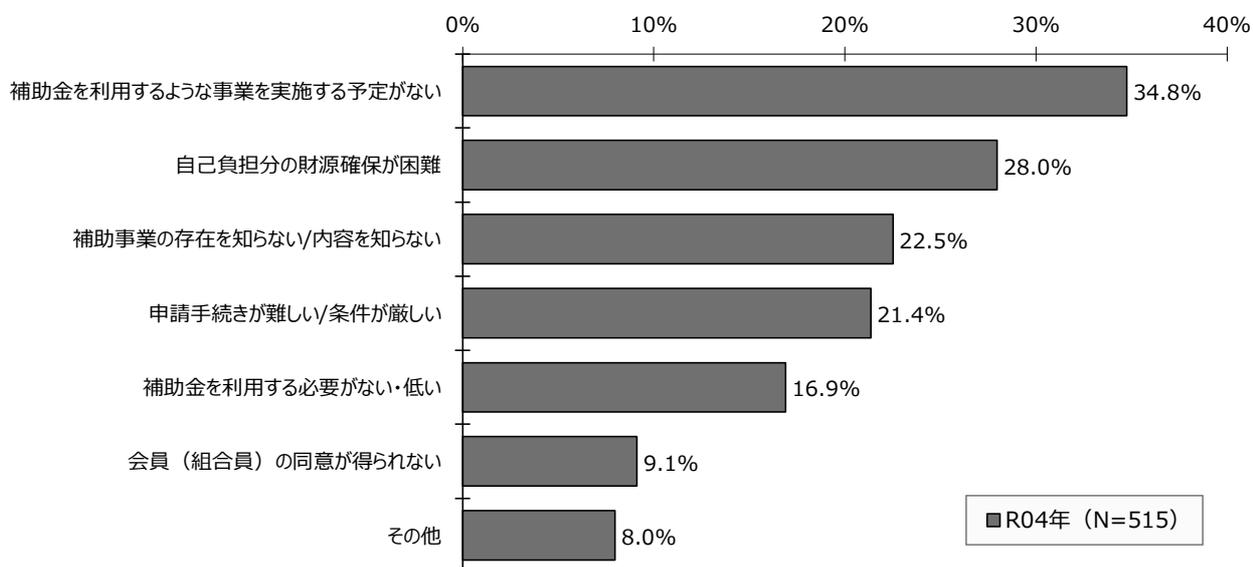


【東京都政策課題対応型商店街事業の利用有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



東京都政策課題対応型商店街事業を利用したことがない理由については「補助金を利用するような事業を実施する予定がない」が最も多く34.8%となっている。次いで「自己負担分の財源確保が困難」が28.0%となっている。

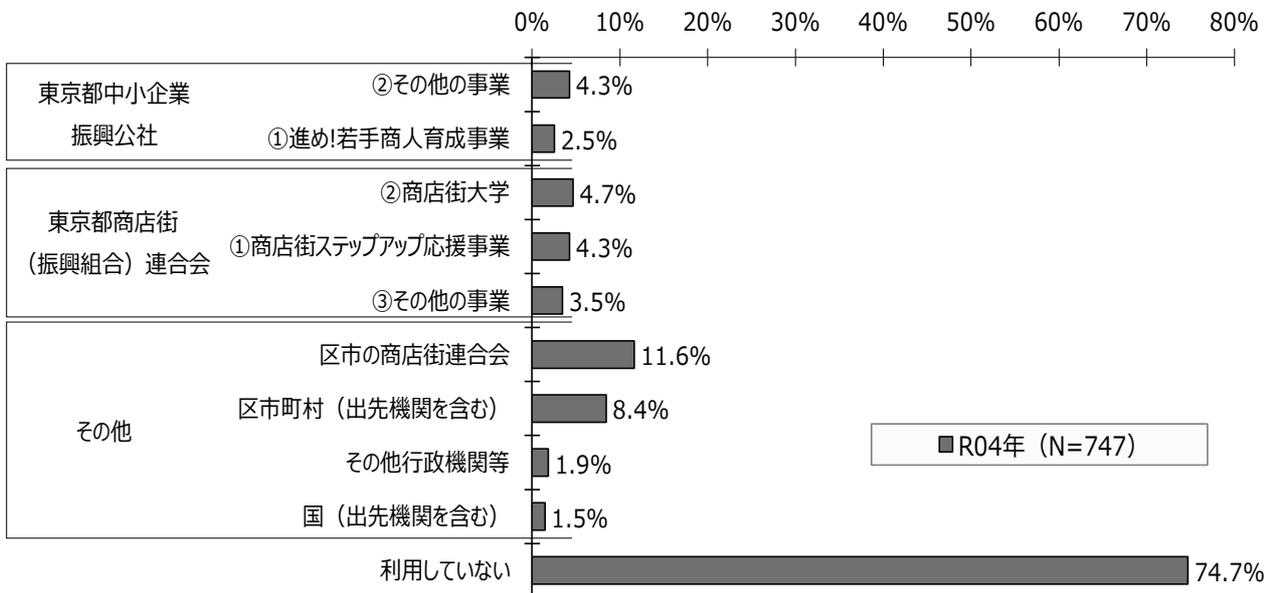
【東京都政策課題対応型商店街事業の利用したことがない理由（複数回答）】



(3) 行政機関等の支援事業の利用状況

行政機関等の支援事業の利用状況については、利用していないを除くと、「区市の商店街連合会」が多い。また、その効果としては、区市全体で PR できることなどが挙げられている。

【行政機関等の支援事業の利用状況（複数回答）】



【得られた効果】

【東京都中小企業振興公社】

①進め!若手商人育成事業

- ・人のつながり、他の商店街の活動状況、知識とスキルアップ
- ・数名ではあるが参加し、各自勉強になったと感じた
- ・専門家によるノウハウの提供、アドバイス
- ・多くの優れた事例を知ることができた

②その他の事業

- ・コロナ禍でも毎月定例会を行うことができた。計画をたてて、スケジュール管理の方法を学んだ
- ・バルイベント開催につながり、来客力向上、売上高増加に寄与した
- ・ホームページの作成助言、SNSの活用講習
- ・外国人対応の為、店のメニューや商店街の表示等に英語表記するためアドバイスを受け活用した
- ・街路灯の新設及びLED化して商店街及び地域との関係が強くなった
- ・近隣のお客様の意見を聞いた
- ・的確なアドバイスにより問題点等理解が進んだ
- ・繁盛店作り事業、トータルプラン作成

【東京都商店街(振興組合)連合会】

①商店街ステップアップ応援事業

- ・街路灯のLED照明化・防犯カメラの設置
- ・イベント等の相談
- ・チラシ・ポスター作成の支援により効果的な事業周知ができた
- ・とても良い講師により、良い刺激を受けた

- ・街灯の LED 化の補助
- ・個店での外部への PR 方法を多く学べた
- ・商店街の組織運営に効果があった
- ・適切な専門家のアドバイスを頂き、スムーズに事務処理が出来た（街路灯 LED 電球交換）

②商店街大学

- ・POP 広告など
- ・意欲向上につながった
- ・若手の育成に役立った
- ・商店街活性化に役立った
- ・人材育成
- ・他の商店街を見学して勉強になった

③その他の事業

- ・開店 PR 宣伝、売り上げ集客効果有り
- ・各商店街の情報交換等
- ・補助金申請がスムーズにできた

【その他】

①区市町村（出先機関を含む）

- ・SNS の活用、スマホで撮る商品撮影等
- ・イベント事業の経費負担が軽くなり、財政的に楽になった
- ・コミュニティスペース事業で住民の利便性の向上、イベントによる集客
- ・コンサルティングの派遣を受け商店街 HP のアクセス状況が改善された
- ・運営に関する各種助言、支援
- ・街の活性化に効果
- ・場面ごとに対応する補助金制度の模索や SDGs などの講習による知識の向上

②区市の商店街連合会

- ・PR 宣伝、売り上げ、集客、効果有り
- ・イベント事業を毎年企画通り行う事が出来ている。商店街及び消費者の利益となった
- ・デジタル関係に強い専門家を派遣頂きコンテスト事業の Web 受付等の構築に適切なアドバイスを得た
- ・区全体の規模で PR できる効果大きい
- ・情報が得られた
- ・販売促進などに効果があった

③国（出先機関を含む）

- ・各組合員に消毒液の配布、事務局の空気清浄機
- ・集客が出来た

④その他行政機関等

- ・インバウンド向き研修の実施
- ・区立中央図書館と提携イベント、区立教育科学館のイベント時の協力

など

卷末資料 令和4年度 東京都商店街実態調査 調査票

令和4年度 東京都 商店街実態調査

< アンケート調査票 >

【ご案内】

○このアンケート調査は、東京都が、都内に所在する商店街の現状と実態を把握することを目的に行うものです。調査結果につきましては、東京都産業労働局のホームページで公表・掲載するとともに、調査報告書（概要版）の冊子を後日郵送させていただく予定です。また、東京都及び東京都政策連携団体等における商店街施策のご案内等に活用させていただきます。ご多忙のところ、誠に恐縮ではございますが、調査の趣旨をご理解いただき、ご協力を頂ければ幸いです。

○次ページ以降の各設問にご回答いただき、同封の返信用封筒にて、**令和4年11月4日（金曜日）**までにご投函下さいますようお願い申し上げます。

※次ページ以降の各設問に対するご回答方法については、記述式のものを選択式のものがあります。記述式の設問については、解答欄にご回答をご記入ください。また、選択式の設問では、該当する番号に○をつけてください。

※各設問へのご回答は、特に指定がない場合は、**令和4年10月1日現在の状況**をご記入ください。

※本調査においてご回答いただいた内容は、他の目的で使用することはありません。

※アンケートの内容や回答方法、その他のご不明な点がございましたら、下記連絡先にお問い合わせくださいますよう、お願い申し上げます。

【本アンケート調査の構成】

1 貴商店街の状況.....	2
1) 貴商店街の基本情報	2
2) 貴商店街の組織の状況	2
3) 貴商店街の他団体への加入・連携状況	5
4) 貴商店街の個店加入状況・業種構成	6
5) 貴商店街の概況	7
2 貴商店街の取り組み	9
1) 後継者不足対策	9
2) 商圈と大型店の状況	9
3) 空き店舗対策	10
4) ソフト事業の実施状況	11
5) 商店街活性化のための取り組み	13
3 新型コロナウイルス感染症の影響	14
4 貴商店街の施設・設備の状況	15
5 貴商店街の補助事業等の活用状況	19

<お問い合わせ先 調査実施会社>

東京都商店街実態調査事務局（株式会社リベルタス・コンサルティング内） 担当：富永、栗田、小川

電話 0120-575-332 FAX (03) 3511-2162

〒102-0085 東京都千代田区六番町2番地14 東越六番町ビル2階

1 貴商店街の状況

1) 貴商店街の基本情報

問 01 貴商店街の基本情報について以下の各項目にご回答ください。

正式名称	ふりがな
愛称	
設立時期	明治・大正・昭和・平成・令和 ____年 (西暦 ____年)
商店街の総延長	貴商店街の総延長:約 ____m うち、メインストリートの長さ: 約 ____m
所在地	〒____ - ____ ____区・市・町・村 ____丁目 ____番 ____号 建物名等 _____
連絡先	電話: _____ F A X: _____ メール: _____ @ _____
代表者 氏名	
ホームページ URL	
最寄駅	JR・私鉄・地下鉄 ____線 ____駅より 徒歩 約 ____分 バス 約 ____分 ⇒ バス下車後 徒歩 約 ____分 (バス停名: _____)
本アンケートの ご回答者	商店街での役職名: _____ 氏 名: _____ 連絡先電話番号: _____

2) 貴商店街の組織の状況

【組織形態】

問 02 貴商店街の現在の組織形態についてご回答ください (○はひとつ)。

また、法人化している場合は法人化時期についてご回答ください (和暦を選択の上、年数を記入)。

1 事業協同組合 2 商店街振興組合 3 その他法人 4 任意団体 (未組織)	→	【法人化の時期】 <input type="checkbox"/> 明治 <input type="checkbox"/> 大正 <input type="checkbox"/> 昭和 ____年 西暦 ____年 <input type="checkbox"/> 平成 <input type="checkbox"/> 令和
--	---	---

問 03 今後の法人化予定についてご回答ください (○はひとつ)。また、その理由についてご回答ください (記述回答)。

1 今後法人化する 2 今後も法人化はしない	→	【法人化予定の理由】※法人化する/しない理由 _____ _____
---------------------------	---	--

【会員・役員の状況】

問 04 貴商店街の「**A 会員等数**」、「**B 会員等の男女比**」についてご回答ください（それぞれ数値を記入）。

A 会員等数	①正会員数（正組合員数） _____ 名	➔	B 会員等の男女比	
	②準会員数（準組合員数） _____ 名		①男性比率 _____ %	②女性比率 _____ %
	③商店街区内の未加入者数 _____ 名			

問 05 貴商店街の「**A 役員等**」について「**a 人数**」及び「**b 任期**」、また、「**B 役員等の男女比**」についてご回答ください（それぞれ数値を記入）。

	a 人数	b 任期	➔	B 役員等の男女比	
A 役員等					①男性比率 _____ %
①理事長または会長	_____ 名	_____ 年			
②副理事長または副会長	_____ 名	_____ 年			
③理事または役員	_____ 名	_____ 年			
④監事	_____ 名	_____ 年			

問 06 貴商店街の「**A 役員の平均年齢**」、また、「**B 役員の平均在職年数**」についてご回答ください。（それぞれ○はひとつ）

A 役員の平均年齢

1 30 歳代以下	3 50 歳代	5 70 歳代以上
2 40 歳代	4 60 歳代	

B 役員の平均在職年数

1 2 年未満	4 6 年以上 8 年未満	7 20 年以上
2 2 年以上 4 年未満	5 8 年以上 10 年未満	
3 4 年以上 6 年未満	6 10 年以上 20 年未満	

【青年部の状況】

問 07 貴商店街の青年部の有無についてご回答ください（○はひとつ）。
青年部がある場合は、構成員の平均年齢についてご回答ください（数字を記入）

1 青年部がある ⇒ 構成員の平均年齢： 約 _____ 歳
2 青年部はない

問 08 青年部主催の活動有無についてご回答ください（○はひとつ）。
活動がある場合は、主な活動内容についてご回答ください（記述回答）。

1 青年部主催の活動がある ⇒ 主な活動内容	[]
2 青年部主催の活動はない	

【女性部の状況】

問 09 貴商店街の女性部の有無についてご回答ください（○はひとつ）。
女性部がある場合は、構成員の平均年齢についてご回答ください（数字を記入）

- 1 女性部がある ⇒ 構成員の平均年齢：約 _____ 歳
2 女性部はない

問 10 女性部主催の活動有無についてご回答ください（○はひとつ）。
活動がある場合は、主な活動内容についてご回答ください（記述回答）。

- 1 女性部主催の活動がある ⇒ 主な活動内容 _____
2 女性部主催の活動はない

【総会・予算等の状況】

問 11 令和3年度の総会等の開催回数をご回答ください（数字を記入）。

総	会	_____回
役	員	会 _____回
その他の会議（専門部会等）		_____回

問 12 令和4年度の年間総事業予算額と1店舗あたりの平均月会費をご回答ください（数字を記入）。

令和4年度総事業予算額 _____万円	平均月会費 _____円
---------------------	--------------

問 13 貴商店街の会費の徴収方法についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 均等割
2 差等割 ※組合の在籍年数や個店の規模・売上などに応じて会費に差を設ける方法
3 その他 _____（具体的に：_____）

問 14 貴商店街の事務所の有無についてご回答ください（○はひとつ）。
事務所がある場合は面積についてご回答ください（数字を記入）。

- 1 事務所がある ⇒ 事務所面積：約 _____ m²
2 事務所はない

問 15 貴商店街の事務所の専従職員（組合員は除く）の有無をご回答ください（○はひとつ）。
専従職員がいる場合は人数についてご回答ください（数字を記入）。

- 1 専従職員がいる ⇒ 専従職員数：_____名 うち、パート職員数：_____名
2 専従職員はいない

4) 貴商店街の個店加入状況・業種構成

問 25 貴商店街の個店の加入率についてご回答ください（○はひとつ）。

- | | |
|---------------|---------------|
| 1 20%未満 | 3 60%以上 80%未満 |
| 2 20%以上 60%未満 | 4 80%以上 |

問 26 個店が加入しない主な理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1 負担経費が大きい | 4 個店が属する企業の方針のため |
| 2 活動内容にメリットが感じられない | 5 その他（ ） |
| 3 活動内容が理解されていない | |

問 27 個店の加入を促進するための対策の実施状況についてご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|-----------|
| 1 実施している |
| 2 実施していない |

問 28 加入促進のための対策の内容についてご回答ください（記述回答）。

問 29 貴商店街におけるチェーン店の有無についてご回答ください（○はひとつ）。

チェーン店がある場合は店舗数についてご回答ください（数字を記入）。

- | | |
|---|------------|
| 1 チェーン店がある
⇒店舗数： _____ 店 うち、会員店舗数： _____ 店 | 2 チェーン店はない |
|---|------------|

問 30 貴商店街に加入している店舗の業種ごとの店舗数についてご回答ください（数字を記入 ※次頁に続きます）。

業種	説明	加入店舗数
小売業	① 各種商品小売業 衣、食、住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する店舗。いずれが主たる販売商品であるかが判別できないものであって、百貨店、デパートストアなどと呼ばれるものにその例が多い。	_____ 店
	② 織物・衣服・身の回り品小売業 呉服、服地、衣服、靴、帽子、洋品雑貨、小間物などの商品を小売する店舗。洋服の仕立てを行う洋服店も含まれる。	_____ 店
	③ 飲食料小売業 飲食料品を小売する店舗（スーパー、八百屋、酒屋、コンビニエンスストア等）。※ファストフード店、仕出屋、ケータリングサービスなどの飲食サービスを提供する店舗は含まれないことに留意。また、ドラッグストアも含まれないことに留意。	_____ 店
	④ 機械器具小売業 自動車、自転車、電気機械器具など（それぞれの中古品を含む）及びその部分品、附属品を小売する店舗。小売と修理を兼ねている店舗も含まれる。整備、修理専門の事業所は含まれない。	_____ 店
	⑤ その他の小売業 家具、じゅう器、医療品、化粧品、農耕用品、燃料、書籍、文房具、時計、楽器、たばこ、中古品等の商品を小売する店舗。ドラッグストアも含まれる。	_____ 店
	⑥ 無店舗小売業 カタログや新聞・雑誌・テレビやインターネット等で広告を行い、通信手段によって商品を販売する店舗（店頭での販売を行っていない店舗）。	_____ 店
飲食サービス業	⑦ 飲食店 飲食料品（アルコール飲料含む）をその場所で飲食させる店舗。また、カラオケ、ダンス、ショーなどにより遊興飲食させる店舗。その場所での飲食と併せて持ち帰りや配達サービスを行っている店舗も含まれる。	_____ 店
	⑧ 持ち帰り・配達飲食サービス業 飲食料品を提供する店舗のうち、その場所で飲食することを主たる目的とした設備を有さない店舗（宅配ピザ、仕出し料理、ケータリングサービス など）。	_____ 店

業種		説明	加入店舗数
生活関連サービス業	⑨ 洗濯・理容・美容・浴場業	洗濯業、洗張・染物業、理容業、美容業、浴場業などの主として個人に対して身の回りの清潔を保持するためのサービス又は心身のリラックス並びにリフレッシュを促進するためのサービスを提供する店舗。	___ 店
	⑩ その他の生活関連サービス	主として個人を対象としてサービスを提供する他に分類されない店舗（旅行業、家事サービス業、衣服裁縫修理業、火葬・墓地管理業、冠婚葬祭業、観相業、ペット美容室、チカット類売買取業 など）	___ 店
	⑪ 娯楽業	映画、演劇その他の興行及び娯楽を提供する店舗並びにこれに附帯するサービスを提供する店舗。	___ 店
	⑫ その他	上記に該当しない一般消費者への販売・サービス提供を行う店舗（病院、福祉・介護サービス業、銀行、ホテル・旅館、学習塾、不動産業、自動車整備業など）	___ 店
	⑬ 非商店	製造業、事務所、一般家屋 など	___ 軒
合 計			___ 店

問 31 貴商店街で現在不足していると考える業種についてご回答ください（〇はいくつでも）。

1 衣料品店	10 茶・海苔店	19 写真店
2 靴・鞆店	11 豆腐店	20 花・植木店
3 食品スーパー	12 惣菜店	21 飲食店
4 酒店	13 家庭用品店	22 ファーストフード店
5 精肉店	14 家電店	23 コンビニエンスストア
6 鮮魚店	15 ドラッグストア	24 持ち帰り弁当
7 青果物店	16 書籍・文具店	25 宅配飲食サービス
8 菓子・パン店	17 玩具店	26 その他
9 米穀店	18 レコード・楽器店	()

5) 貴商店街の概況

問 32 貴商店街の「A 立地環境（〇はひとつ）」及び「B 商店街の属性（〇はいくつでも）」をご回答ください。

A 立地環境

1 繁華街	3 一般住宅地	5 オフィス街
2 一般商業地	4 工業地	6 その他 ()

B 商店街の属性

1 駅前	4 工場・倉庫街	7 地下街
2 住宅街	5 駅ビル内	8 ショッピングセンター内
3 団地内	6 その他ビル内	9 その他 ()

問 33 貴商店街の集客力に大きく寄与していると思われる店舗・施設等について、「A 核となる店舗」、また「B 公共施設・観光名所」についてご回答ください（それぞれ〇はいくつでも ※次頁に続きます）。

1 鮮魚店	7 スーパーマーケット
2 青果物店	8 百貨店
3 精肉店	9 専門店
4 ディスカウントストア	10 その他店舗 ()
5 コンビニエンスストア	11 核となる店舗はない
6 ドラッグストア	

公共施設・観光名所	1 公園	7 劇場
	2 図書館	8 金融機関
	3 学校	9 役所・官庁
	4 病院	10 観光名所 ()
	5 地区のコミュニティ会館	11 その他施設等 ()
	6 映画館	12 集客に寄与する公共施設等はない

問 34 貴商店街の来街者の「A 客層」、「B 年齢層」、「C 来街手段」について、それぞれの割合をご回答ください。(それぞれ数字を記入 おおよその割合で結構です)

A 客層	観光客以外 (地元住民等)	観光客		その他	合計
		国内	海外		
	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	100%

B 年齢層	20 歳未満	20～39 歳	40～59 歳	60 歳以上	合計
	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	100%

C 来街手段	徒歩	自転車	バス・電車	自動車・バイク	合計
	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	100%

問 35 貴商店街の現在の景況についてご回答ください(○はひとつ)。

1 繁栄している	3 良くも悪くもない	5 衰退している
2 やや繁栄している	4 やや衰退している	

問 36 貴商店街を取り巻く環境変化(下記①～⑤の増減)について、「A 新型コロナウイルス感染症の流行以前(約3年前)と現在とを比較した増減」、「B 今から2～3年後の増減予測」それぞれについてご回答ください(A及びBとも①～⑤について○はひとつずつ)。

	A 新型コロナウイルス感染症の流行以前(約3年前)と現在とを比較した増減			B 今から2～3年後の増減予測		
	増加	変化なし	減少	増加	変化なし	減少
①商圏の広さ	1	2	3	1	2	3
②商圏内の人口	1	2	3	1	2	3
③店舗数	1	2	3	1	2	3
④来街者数	1	2	3	1	2	3
⑤売上	1	2	3	1	2	3

問 37 貴商店街が抱えている問題点についてご回答ください(○は主要な問題点3つまで)。

1 後継者が不足している	9 来街者の高齢化への対応が遅れている
2 スーパー・大型店の影響で集客力が低下している	10 個店の商店街加入率が低い
3 空き店舗が増加している	11 外国人来街者への対応が遅れている
4 商店街に集客の核となる店舗がない/弱い	12 キャッシュレス決済への対応が遅れている
5 経営力の弱い店が多い	13 その他
6 商店街活動が活発でない	[]
7 駐車場・駐輪場が不足している	
8 商店街の業種構成に不足がある	

2 貴商店街の取り組み

1) 後継者不足対策

問 38 貴商店街の後継者不足への対策の実施状況をご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|-----------------|
| 1 後継者対策を実施している |
| 2 後継者対策は実施していない |

問 39 具体的にはどのような対策を実施していますか（○はいくつでも）。

- | | |
|----------------------|-------|
| 1 青年部の育成、活用 | 5 その他 |
| 2 人材育成等の研修の実施、研修への参加 | |
| 3 若手経営者による商店会活動の強化 | |
| 4 イベント活動等への人材の誘い込み | |

問 40 後継者不足への対策を実施していない理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1 若手を巻き込むきっかけが見つからない | 4 実施したいが後継者候補がない |
| 2 対策を検討・実施する人手がない | 5 若手が多く後継者対策の必要性が低い |
| 3 対策を検討・実施する予算がない | 6 その他（ ） |

2) 商圏と大型店の状況

問 41 貴商店街の商圏範囲についてご回答ください（○はひとつ）。

- | | |
|--------------------|---------------------|
| 1 半径 1km 未満 | 4 半径 5km 以上 10km 未満 |
| 2 半径 1km 以上 3km 未満 | 5 半径 10km 以上 |
| 3 半径 3km 以上 5km 未満 | |

問 42 その商圏内にある大型店の店舗数についてご回答ください（○はひとつ）。

- | | | |
|------|------|--------|
| 1 1店 | 3 3店 | 5 5店以上 |
| 2 2店 | 4 4店 | 6 なし |

問 43 その商圏内にある大型店の店舗数の 3 年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比べた増減についてご回答ください（○はひとつ）。

- | | | |
|--------|--------|--------|
| 1 増加した | 2 変化なし | 3 減少した |
|--------|--------|--------|

問 44 大型店による影響（下記①～③）について、3 年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比較した増減についてご回答ください（①～③とも該当するものに○をひとつ）。

	増加した/拡大した	変化なし	減少した
①来街者数	1	2	3
②売上	1	2	3
③商 圏	1	2	3

問 45 大型店による影響以外で貴商店街の商圏に影響があった内容についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|-----------------------|--------|
| 1 交通アクセス（道路の開通・閉鎖 等） | 6 その他 |
| 2 近隣の観光施設の開業 | |
| 3 外国人来街者 | |
| 4 メディア（TV 新聞 等）での取り上げ | |
| 5 インターネット販売の普及 | 7 特になし |

3) 空き店舗対策

問 46 貴商店街の空き店舗の有無についてご回答ください（○はひとつ）。
空き店舗がある場合はその店舗数についてご回答ください（数字を記入）。

- 1 空き店舗がある ⇒ 空き店舗の店舗数： _____ 店
2 空き店舗はない

問 47 現在の空き店舗の以前の業種についてご回答ください（○はいくつでも）。
また、あてはまる業種ごとに店舗数をご回答ください（数字を記入）。

1 衣料品店 _____ 店	10 茶・海苔店 _____ 店	19 写真店 _____ 店
2 靴・鞆店 _____ 店	11 豆腐店 _____ 店	20 花・植木店 _____ 店
3 食品スーパー _____ 店	12 惣菜店 _____ 店	21 飲食店 _____ 店
4 酒店 _____ 店	13 家庭用品店 _____ 店	22 ファーストフード店 _____ 店
5 精肉店 _____ 店	14 家電店 _____ 店	23 コンビニエンスストア _____ 店
6 鮮魚店 _____ 店	15 ドラッグストア _____ 店	24 持ち帰り弁当 _____ 店
7 青果物店 _____ 店	16 書籍・文具店 _____ 店	25 宅配飲食サービス _____ 店
8 菓子・パン店 _____ 店	17 玩具店 _____ 店	26 その他 _____ 店
9 米穀店 _____ 店	18 レコード・楽器店 _____ 店	

問 48 現在、空き店舗がない理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- 1 テナントの斡旋を商店街が行っている
2 コミュニティ施設として活用を行っている
3 立地条件が良い
4 空き店舗が住居・駐車場となった
5 チャレンジショップ等として活用している
6 地域・エリアの人气が高い
7 その他（ _____ ）

問 49 空き店舗数の 3 年前（新型コロナウイルス感染症の流行以前）と比べた増減についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 増加した
2 変化なし
3 減少した

問 50 空き店舗が埋まらない理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- 1 立地が悪い
2 都市計画関係
3 家賃が高い
4 店舗の老朽化
5 商店街環境の悪化（来街者の減少等）
6 出店者募集情報の提供不足
7 家主、大家の事情
8 その他

問 51 貴商店街の空き店舗の活用有無についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 空き店舗活用を行っている
2 空き店舗活用は行っていない

次頁の設問（空き店舗の活用内容）へ

問 52 空き店舗の活用内容についてご回答ください（〇はいくつでも）。
また、あてはまる活用内容ごとに店舗数をご回答ください（数字を記入）。

1 地方や新規事業を行う事業者等のアンテナショップ	_____	店
2 個人、起業者、学生、地域 NPO 等向けのチャレンジショップ	_____	店
3 地域のコミュニティ施設（談話室・各種展示、セミナールーム、授乳室 等）	_____	店
4 物販店（食料品、衣料品、雑貨 等）	_____	店
5 飲食店（喫茶、軽食 等）	_____	店
6 各種展示スペース・ギャラリー	_____	店
7 福祉関連（介護・保育施設等）	_____	店
8 その他（ _____ ）	_____	店

4) ソフト事業の実施状況

問 53 貴商店街が実施しているソフト事業（施設整備以外の事業）の実施状況についてご回答ください。「実施状況」の欄について、現在実施している事業には「a 実施」、現在実施を検討している事業には「b 検討」に〇をつけ、具体的な内容を可能な範囲でご記入ください。

事業の種類	実施状況	具体的な内容	
① イベント事業	a 実施 : b 検討		
販売促進活動	② 共同宣伝（タウン誌、マップ、チラシ等）	a 実施 : b 検討	
	③ 音楽、芸術、文化活動	a 実施 : b 検討	
	④ 商店街共通商品券	a 実施 : b 検討	
	⑤ スタンプ・ポイントカードの発行	a 実施 : b 検討	
	⑥ 100 円商店街	a 実施 : b 検討	
	⑦ その他 販売促進活動	a 実施 : b 検討	
	エコ推進活動	⑧ ゴみの減量・リサイクル推進 等	a 実施 : b 検討
⑨ 再生・省エネルギー推進		a 実施 : b 検討	
⑩ 環境美化・緑化活動の推進		a 実施 : b 検討	
⑪ その他 エコ推進活動		a 実施 : b 検討	
⑫ キャラクター事業の実施（キャラクター、着ぐるみ など）	a 実施 : b 検討		
⑬ 地域ブランドの推進（愛称、シンボルマーク、名物開発 など）	a 実施 : b 検討		

事業の種類	実施状況	具体的な内容
⑭ 買い物支援（宅配、買い物代行 など）	a 実施 : b 検討	
地域貢献	⑮ 地域の清掃活動	a 実施 : b 検討
	⑯ 高齢者向けサービス	a 実施 : b 検討
	⑰ 子育て支援サービス	a 実施 : b 検討
	⑱ 花いっぱい運動	a 実施 : b 検討
	⑲ 防犯・防災活動（施設整備を除く）	a 実施 : b 検討
	⑳ その他 地域貢献活動	a 実施 : b 検討
	㉑ その他 ソフト事業	a 実施 : b 検討

【イベント事業について】

問 54 貴商店街主催のイベント事業について、令和3年度の実施有無についてご回答ください（○はひとつ）。また、実施した場合は実施回数についてご回答ください（数字を記入）。

1 イベント事業を実施した ⇒ 令和3年度に _____ 回実施 2 イベント事業は実施しなかった
--

問 55 令和3年度に実施したイベント事業のうち、最も集客力のあったイベント事業内容についてご回答ください（○はひとつ）。

1 売り出し（セール等） 2 装飾（イルミネーション、ライトアップ等） 3 抽選会 4 お祭り 5 市（模擬店、フリーマーケット、朝市等） 6 音楽、芸術、文化活動 7 商店街商品券の発行 8 スタンプラリー	9 スタンプ・ポイントカードの発行 10 街バル 11 まちゼミ 12 その他
---	--

問 56 最も集客力のあったイベント事業の開催形態についてご回答ください（○はひとつ）。

1 単独開催 2 共同開催 ※手伝いやボランティアのみの協力は除く
--

問 57 共同開催した団体等についてご回答ください（○はひとつ）。

1 自治会・町内会 2 その他地域住民・地域団体（具体的に： _____ ） 3 NPO 法人 4 大学等	5 商工会・商工会議所 6 区市町村等の行政機関 7 民間企業等 8 その他（具体的に： _____ ）
--	---

問 58 最も集客力のあったイベント事業の開催について、商店街として継続的な集客や売り上げ上昇につながったかご回答ください（○はひとつ）。

- | | |
|---|----------------------|
| 1 | 継続的な集客や売上上昇につながった |
| 2 | どちらともいえない |
| 3 | 継続的な集客や売上上昇につながっていない |

問 59 イベント事業改善のための取組を行っている場合、その内容についてご回答ください（記述回答）。

【商店街のデジタル化の推進について】

問 60 貴商店街のデジタル化の推進に向けた取組について、「A 現在取り組んでいる事業」及び「B 今後取り組む予定の事業」についてご回答ください（それぞれ○はいくつでも）。

	A 現在 取り組んでいる事業	B 今後 取り組む予定の事業
1	1	1
2	2	2
3	3	3
4	4	4
5	5	5
6	6	6
7	7	7
8	8	8
9	9	9
10	10	10
11	11	11
12	12	12
13	13	13

問 61 貴商店街がデジタル化を推進していく際の課題についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | | | |
|---|----------------------|---|-----------------|
| 1 | 財源の確保が困難 | 6 | ICT インフラが不足している |
| 2 | 費用対効果が不明瞭 | 7 | セキュリティ対策が不安である |
| 3 | 会員の理解が得られない | 8 | その他（具体的に：) |
| 4 | 商店街の中で対応できる人材が不足している | 9 | 特に課題はない |
| 5 | 相談できる専門家がいない | | |

5) 商店街活性化のための取り組み

問 62 貴商店街の個店を対象とした経営力・売上の向上を目的とした取り組みの実施状況についてご回答ください。（○はひとつ）

- | | |
|---|----------------------|
| 1 | 個店を対象とした取り組みを実施している |
| 2 | 個店を対象とした取り組みは実施していない |

次頁の設問（個店を対象とした経営力・売上の向上を目的とした取り組みの実施内容）へ

問 63 個店を対象とした経営力・売上の向上を目的とした取り組みの実施内容についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|-------------|------------|
| 1 セールスイベント | 3 セミナー・勉強会 |
| 2 イベント（1以外） | 4 その他（ ） |

問 64 貴商店街が商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業（他の商店街に自慢できるもの、PRしたい活動 など）についてご回答ください（記述回答）。

※可能な範囲で【目的】や【具体的な内容（事業の全体像）】、【事業成果（商店街の活性化状況や効果 など）】、【その他補足・工夫点（相談した機関や活用資源、課題や解決策 など）】を盛り込んでご記載ください。

問 65 貴商店街を活性化させていくためには何が必要と考えているかについてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|----------------------|---------------------------|
| 1 リーダー育成 | 10 広告フラッグ |
| 2 後継者の育成 | 11 地域のNPOや大学等との連携による事業の実施 |
| 3 財源の確保 | 12 地域特性・顧客のニーズに即した商店街の再構築 |
| 4 会員の協力 | 13 実現可能な商店街振興計画の策定と実践 |
| 5 行政の支援 | 14 外国来街者受入のための環境の整備 |
| 6 コンサルタントの活用 | 15 デジタル技術の活用 |
| 7 商店街としての魅力の発掘・開発 | 16 環境対策 |
| 8 近隣商店街間の連携・広域的な取り組み | 17 その他（ ） |
| 9 個店の努力 | |

3 新型コロナウイルス感染症の影響

問 66 貴商店街に新型コロナウイルス感染症の影響があったかについてご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|-----------|
| 1 影響があった |
| 2 影響はなかった |

問 67 貴商店街が受けた新型コロナウイルス感染症の影響についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|------------------------|------------------------------|
| 1 来街者の減少 | 6 各店舗の販売形態の変化（テイクアウト、デリバリー等） |
| 2 店舗の閉店 | 7 会員店舗の増加 |
| 3 店舗の臨時休業 | 8 会員店舗の減少 |
| 4 予定していた事業（イベント等）の中止 | 9 会費等の減収による財政状況の悪化 |
| 5 地域住民の在宅率増加などによる来街者増加 | 10 その他（ ） |

問 68 貴商店街が実施している新型コロナウイルス感染症への対策について、「A 現在実施している」取組、「B 今後実施する予定」の取組についてご回答ください（それぞれ〇はいくつでも）。

取組内容	A 現在実施している	B 今後実施する予定
1 衛生用品の配布（マスクや消毒アルコール等）	1	1
2 衛生設備の設置（飛沫防止パネル等）	2	2
3 店舗や商店街の消毒活動	3	3
4 個店への新型コロナウイルス感染症対策指導	4	4
5 所属店舗店員のマスクや手袋等の着用徹底	5	5
6 テイクアウト・デリバリーの推進	6	6
7 キャッシュレス決済導入の推進	7	7
8 オンラインでのイベントの実施や集客	8	8
9 ソーシャルディスタンスの推進	9	9
10 セール等による商店街の活性化	10	10
11 会員への会費の免除・減免	11	11
12 融資制度・助成制度などの会員への案内	12	12
13 その他の商店街事業を実施	13	13
14 その他（ ）	14	14
15 特に何も実施していない/予定していない	15	15

4 貴商店街の施設・設備の状況

【街路灯について ※回答例のイラストは別紙に大きなものを掲載しています。そちらも参照ください】

問 69 貴商店街が保有する街路灯における設置及び照明の状況についてご回答ください。

（それぞれ数字を記入。設置等していない場合は「0」を記入）。

【本数・個数の回答例】

街路灯数	_____ 本
うち、水銀灯ランプ数	_____ 個
うち、LED ランプ数	_____ 個

「3灯式街路灯」を3本を所有。このうち1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。
【この例の場合の回答】
街路灯本数 : 3 本
水銀灯ランプ数 : 3 個
LEDランプ数 : 6 個

問 70 貴商店街の水銀灯ランプについて、3年以内に LED ランプに交換する予定があるかご回答ください（〇はひとつ）。また、交換を予定している場合、LED ランプへの交換予定数についてもご回答ください（数字を記入）。

【LEDランプへの交換予定数の回答例】

1	3年以内に LED ランプに交換する予定がある ⇒LED ランプへの交換予定数： _____ 個
2	3年以内に LED ランプに交換する予定はない

「3灯式街路灯」を3本を所有。1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。この1本の水銀灯をLED灯に交換する予定である
【この例の場合の回答】
LEDランプへの交換予定数: 3 個

問 71 貴商店街の LED ランプについて、3年以内に新しい LED ランプに交換（寿命など）する予定があるかご回答ください（〇はひとつ）。また、交換を予定している場合、新しい LED ランプへの交換予定数についてもご回答ください（数字を記入）。

【新しいLEDランプへの交換予定数の回答例】

1	3年以内に新しい LED ランプに交換する予定がある ⇒新しい LED ランプへの交換予定数： _____ 個
2	3年以内に新しい LED ランプに交換する予定はない

「3灯式街路灯」を3本を所有。1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。この2本のLED灯のランプを全て交換する予定。
【この例の場合の回答】
新しいLEDランプへの交換予定数: 6 個

問 72 貴商店街の街路灯について、3年以内に街路灯を新設する予定があるかご回答ください（○はひとつ）。また、新設を予定している場合、新設予定数及び1街路灯あたりのランプ数についてもご回答ください（数字を記入）。
1 街路灯あたりのランプ数は3灯式街路灯であれば「3個」)

<p>3年以内に街路灯を新設する予定がある</p> <p>1 ⇒新設予定数 : _____ 本 ⇒1街路灯あたりのランプ数 : _____ 個</p> <p>2 3年以内に街路灯を新設する予定はない</p>	<p>【街路灯の新設数及び1街路灯あたりのランプ数の回答例】</p> <p>3年以内に2本の街路灯の新設を予定</p>  <p>「3灯式街路灯」を3本を所有。このうち1本は「水銀ランプ」、2本は「LEDランプ」である。これに加え、2本のLEDランプを新設する予定である。</p> <p>【この例の場合の回答】 街路灯の新設予定数: 2本 1街路灯あたりのランプ数: 3個</p>
---	--

【アーチについて ※回答例のイラストは別紙に大きなものを掲載しています。そちらも参照ください】

問 73 貴商店街が保有するアーチにおける設置及び照明の状況についてご回答ください。
(それぞれ数字を記入。設置等していない場合は「0」を記入)。

<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center;">アーチ数</td> <td style="width: 100px;">_____</td> <td style="text-align: center;">件</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">水銀ランプの数</td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;">個</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">LEDランプの数</td> <td>_____</td> <td style="text-align: center;">個</td> </tr> </table>	アーチ数	_____	件	水銀ランプの数	_____	個	LEDランプの数	_____	個	<p>【件数・個数の回答例】</p>  <p>アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」である。</p> <p>【この例の場合の回答】 アーチ数 : 3件 水銀ランプ数 : 3個 LEDランプ数 : 6個</p>
アーチ数	_____	件								
水銀ランプの数	_____	個								
LEDランプの数	_____	個								

問 74 貴商店街のアーチの水銀ランプについて、3年以内に LED ランプに交換する予定があるかご回答ください（○はひとつ）。また、交換を予定している場合、LED ランプへの交換予定数についてもご回答ください（数字を記入）。

<p>3年以内に LED ランプに交換する予定がある</p> <p>1 ⇒LED ランプへの交換予定数 : _____ 個</p> <p>2 3年以内に LED ランプに交換する予定はない</p>	<p>【LEDランプへの交換予定数の回答例】</p>  <p>アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2本は「LEDランプ」である。この1本の水銀ランプのアーチをLEDランプに交換する予定である。</p> <p>【この例の場合の回答】 LEDランプへの交換予定数: 3個</p>
---	---

問 75 貴商店街のアーチの LED ランプについて、3年以内に新しい LED ランプに交換（寿命など）する予定があるかご回答ください（○はひとつ）。また、交換を予定している場合、新しい LED ランプへの交換予定数についてもご回答ください（数字を記入）。

<p>3年以内に新しい LED ランプに交換する予定がある</p> <p>1 ⇒新しい LED ランプへの交換予定数 : _____ 個</p> <p>2 3年以内に新しい LED ランプに交換する予定はない</p>	<p>【新しいLEDランプへの交換予定数の回答例】</p>  <p>アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」。この2件のアーチのLEDランプを全て新しいLEDランプに交換予定である。</p> <p>【この例の場合の回答】 新しいLEDランプへの交換予定数: 6個</p>
---	--

問 76 貴商店街のアーチについて、3年以内にアーチを新設する予定があるかご回答ください（○はひとつ）。また、新設を予定している場合、新設予定数及び1アーチあたりのランプ数についてもご回答ください（数字を記入）。
1 アーチあたりのランプ数はランプが3個あれば「3個」)

<p>3年以内にアーチを新設する予定がある</p> <p>1 ⇒新設予定数 : _____ 本 ⇒1アーチあたりのランプ数 : _____ 個</p> <p>2 3年以内にアーチを新設する予定はない</p>	<p>【アーチの新設数及び1アーチあたりのランプ数の回答例】</p> <p>3年以内に2件のアーチの新設を予定</p>  <p>アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」である。これに加え、2本のLEDランプのアーチを新設する予定である。</p> <p>【この例の場合の回答】 アーチの新設予定数: 2件 1アーチあたりのランプ数: 3個</p>
---	--

【アーケードについて】

問 77 貴商店街におけるアーケードの設置状況についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 現在、アーケードを設置している
- 2 現在はアーケードを設置していないが、今後設置する予定である
- 3 現在、アーケードを設置しておらず、今後も設置する予定はない

問 78 貴商店街のアーケードにおける照明の状況についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 LED ランプを設置している
- 2 LED ランプ以外（水銀灯等）を設置しており、3年以内にLED ランプに交換する予定がある
- 3 LED ランプ以外（水銀灯等）を設置しており、3年以内にLED ランプに交換する予定はない

【その他の共同施設について】

問 79 貴商店街における共同施設の設置状況と今後の整備予定について、「A 既に設置している」施設等、「B 今後設置する予定」の施設等についてご回答ください。

	共同施設の種類の	A 既に設置している	B 今後設置する予定
街路施設	1 カラー舗装	1	1
	2 保水性舗装・遮熱性舗装	2	2
	3 統一テント	3	3
	4 統一看板	4	4
	5 統一フラッグ	5	5
	6 彫刻・モニュメント	6	6
	7 街路樹	7	7
	8 花壇・フラワーポット	8	8
	9 微細ミスト	9	9
利便施設	10 商店街案内板	10	10
	11 うち 多言語案内版	11	11
	12 電光掲示板等の情報提供設備	12	12
	13 うち 多言語対応設備	13	13
来街者用施設	14 客用駐輪場・バイク置き場	14	14
	15 客用駐車場	15	15
	17 休息所	17	17
	18 ベンチ	18	18
	19 共同トイレ	19	19
	20 うち 多機能トイレ	20	20
	21 リサイクル機器	21	21
	22 ゴミ・吸い殻入れ	22	22
	23 放送設備	23	23
	24 案内所	24	24
高齢者・防犯	25 うち 多言語対応案内所	25	25
	26 無料 Wi-Fi	26	26
	27 民間交番	27	27
	28 バリアフリー対応施設/改修	28	28
	29 防犯カメラ	29	29

	共同施設の種類	A 既に 設置している	B 今後 設置する予定
(商店街が管理するもの) その他共同施設	30 商店街会館	30	30
	31 共同店舗	31	31
	32 ポケットパーク	32	32
	33 子育て支援設備 (授乳室等)	33	33
	34 チャレンジショップ	34	34
	35 共同荷捌きスペース	35	35
	36 その他 ()	36	36

問 80 貴商店街における昨年 1 年間の共同施設の年間維持費についてご回答ください (数字を記入)。
※おおよその金額で結構です

約 億 万円 / 年

5 貴商店街の補助事業等の活用状況

問 81 東京都では、商店街等が行うイベント事業や活性化事業（マップやフラッグの作成、街路灯や道路標示板の設置事業等）に対し、区市町村を通じた補助金事業「東京都商店街チャレンジ戦略支援事業」を実施しています。貴商店街の当該補助金事業の利用有無についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用したことがある
2 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用したことはない

問 82 この補助事業を利用した際に、下記①～④の各項目について、「A 利用目的としてどの程度重視したか」、また当該項目が「B どの程度達成されたか」についてご回答ください（それぞれ○はひとつずつ）。

	A 利用目的として どの程度重視したか	B どの程度達成されたか
①売上増加	1 重視した 2 あまり重視しなかった 3 重視しなかった	1 目的が達成できた 2 あまり目的が達成されなかった 3 目的が達成できなかった
②会員の加入率の増加	1 重視した 2 あまり重視しなかった 3 重視しなかった	1 目的が達成できた 2 あまり目的が達成されなかった 3 目的が達成できなかった
③来街者の増加	1 重視した 2 あまり重視しなかった 3 重視しなかった	1 目的が達成できた 2 あまり目的が達成されなかった 3 目的が達成できなかった
④その他 ()	1 重視した 2 あまり重視しなかった 3 重視しなかった	1 目的が達成できた 2 あまり目的が達成されなかった 3 目的が達成できなかった

問 83 この補助金事業を利用した成果の有無についてご回答ください（○はひとつ）。

- 1 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用した成果があった
2 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用した成果はなかった

問 84 この補助金事業を利用した成果の内容についてご回答ください（○はいくつでも）。

- 1 イベントの実施
2 街路灯・LED・フラッグ等の設置・維持管理
3 集客力の向上
4 周知・宣伝・PR
5 防犯・防災による安全・安心なまちづくり
6 会員の加入率の増加
7 売上の増加
8 その他 ()

問 85 この補助金事業を利用しても成果がなかった理由についてご回答ください（記述回答）。

問 86 この補助金事業を利用したことがない理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- 1 自己負担分の財源確保が困難
2 会員（組合員）の同意が得られない
3 補助事業の存在を知らない/内容を知らない
4 申請手続きが難しい/条件が厳しい
5 補助金を利用する必要がない・低い
6 補助金を利用するような事業を実施する予定がない
7 その他 ()

問 87 貴商店街での東京都補助金「東京都政策課題対応型商店街事業」を利用した街路灯・アーケードの設置・LED化・撤去、微細ミストの設置などの事業の実施有無についてご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|-----------------------------|
| 1 東京都政策課題対応型商店街事業を利用したことがある |
| 2 東京都政策課題対応型商店街事業を利用したことはない |

問 88 この事業を利用したことがない理由についてご回答ください（○はいくつでも）。

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| 1 自己負担分の財源確保が困難 | 5 補助金を利用する必要がない・低い |
| 2 会員（組合員）の同意が得られない | 6 補助金を利用するような事業を実施する予定がない |
| 3 補助事業の存在を知らない/内容を知らない | 7 その他 [] |
| 4 申請手続きが難しい/条件が厳しい | |

問 89 行政機関等が行っている人材育成・経営相談等の専門家派遣やコンサルティング等の支援事業の利用有無等についてご回答ください（○はいくつでも）。

また、利用した支援事業について得られた効果についてご回答ください（記述回答）。

支援機関名 事業名	得られた効果
1 東京都中小企業振興公社 ①進め!若手商人育成事業 事業名: _____	
2 東京都中小企業振興公社 ②その他の事業 事業名: _____	
3 東京都商店街（振興組合）連合会 ①商店街ステップアップ応援事業	
4 東京都商店街（振興組合）連合会 ②商店街大学	
5 東京都商店街（振興組合）連合会 ③その他の事業 事業名: _____	
6 区市町村（出先機関を含む） 事業名: _____	
7 区市の商店街連合会 事業名: _____	
8 国（出先機関を含む） 事業名: _____	
9 その他行政機関等 事業名: _____	
10 利用していない	

**以上で本アンケート調査は終了です。
ご協力いただき誠にありがとうございました。**

街路灯

設置及び照明の状況についての補足

<問 69 回答例>

【本数・個数の回答例】

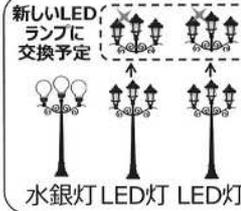


「3灯式街路灯」を3本を所有。このうち1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。

【この例の場合の回答】
 街路灯本数 : 3 本
 水銀ランプ数 : 3 個
 LEDランプ数 : 6 個

<問 71 回答例>

【新しいLEDランプへの交換予定数の回答例】



「3灯式街路灯」を3本を所有。1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。この2本のLED灯のランプを全て交換する予定。

【この例の場合の回答】
 新しいLEDランプへの交換予定数: 6 個

<問 70 回答例>

【LEDランプへの交換予定数の回答例】

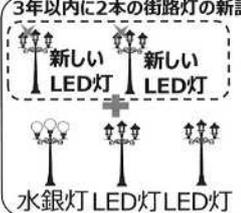


「3灯式街路灯」を3本を所有。1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。この1本の水銀灯をLED灯に交換する予定である。

【この例の場合の回答】
 LEDランプへの交換予定数: 3 個

<問 72 回答例>

【街路灯の新設数及び1街路灯あたりのランプ数の回答例】



3年以内に2本の街路灯の新設を予定

「3灯式街路灯」を3本を所有。このうち1本は「水銀灯」、2本は「LED灯」である。これに加え、2本のLED灯を新設する予定である。

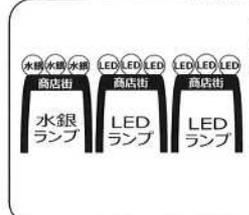
【この例の場合の回答】
 街路灯の新設予定数: 2 本
 1街路灯あたりのランプ数: 3 個

アーチ

設置及び照明の状況についての補足

<問 73 回答例>

【件数・個数の回答例】

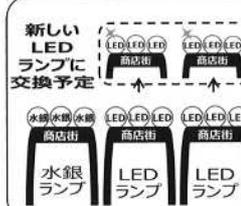


アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」である。

【この例の場合の回答】
 アーチ数 : 3 件
 水銀ランプ数 : 3 個
 LEDランプ数 : 6 個

<問 75 回答例>

【新しいLEDランプへの交換予定数の回答例】

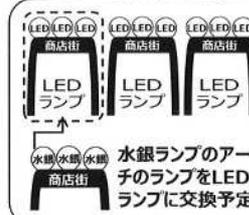


アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」。この2件のアーチのLEDランプを全て新しいLEDランプに交換予定である。

【この例の場合の回答】
 新しいLEDランプへの交換予定数: 6 個

<問 74 回答例>

【LEDランプへの交換予定数の回答例】

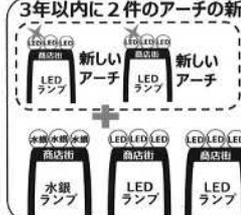


アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」である。この1本の水銀ランプのアーチをLEDランプに交換する予定である。

【この例の場合の回答】
 LEDランプへの交換予定数: 3 個

<問 76 回答例>

【アーチの新設数及び1アーチあたりのランプ数の回答例】



3年以内に2件のアーチの新設を予定

アーチ（各々ランプが3つ）を3件所有。このうち1件は「水銀ランプ」、2件は「LEDランプ」である。これに加え、2本のLEDランプのアーチを新設する予定である。

【この例の場合の回答】
 アーチの新設予定数: 2 件
 1アーチあたりのランプ数: 3 個

登録番号 4 (41)

令和 5 年 3 月発行

令和 4 年度 東京都商店街実態調査報告書

発行

東京都産業労働局商工部地域産業振興課
東京都新宿区西新宿二丁目 8 番 1 号
電話 03 (5321) 1111 内線 36-731~6

調査実施

株式会社リベルタス・コンサルティング
東京都千代田区六番町 2 番地 1 4
電話 03 (3511) 2161

リサイクル適正の表示：印刷用の紙にリサイクルできます。

この印刷物は、グリーン購入法に基づく基本方針における「印刷」に係る判断の基準にしたがい、印刷用の紙へのリサイクルに適した [A ランク] のみを用いています。