

令和7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

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を支える重要な役割を果たしています。

一方で、少子高齢化の進展やエネルギー価格の高騰、消費者の購買行動の変化などにより、商店街を取り巻く環境は厳しさを増しています。

「東京都商店街実態調査」は、行政機関や関係団体が商店街振興を進めるに当たり基礎資料として活用するため、平成元年度から3年ごとに都内の全商店街を対象として実施しているものです。

令和7年度調査においても、都内の商店街数の減少が続いていることが確認されるとともに、多くの商店街で後継者不足をはじめとした様々な課題を抱えていることが明らかになりました。その一方で、こうした状況の中にあっても、来街者の増加につながるイベントの開催や消費者の利便性向上に向けたデジタル化の推進など、商店街が活性化に向けた多様な取組を積極的に進めていることなども分かりました。

今後とも商店街が、商品やサービスの工夫を通じて個店の魅力を高め、商店の集まりとしての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、地域に欠かせない存在であり続けることが期待されます。

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8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 | 16 |
| ③ 役員の状況 | 19 |
| ④ 青年部・女性部の状況 | 23 |
| ⑤ 総会・予算等の状況 | 27 |
| ⑥ 商店街事務所・専従職員の状況 | 31 |
| (3) 他団体への加入・連携状況 | 34 |
| ① 区市商店街（振興組合）連合会への加入状況 | 34 |
| ② 東京都商店街（振興組合）連合会への加入状況 | 36 |
| ③ 他団体との連携状況 | 38 |
| (4) 商店街間の交流・連携状況 | 41 |
| ① 商店街間の交流・連携状況 | 41 |
| ② 商店街間の交流・連携で期待すること | 42 |
| (5) 個店の加入状況・業種構成 | 43 |
| ① 個店の加入状況 | 43 |
| ② 商店街加入店舗の状況・業種構成 | 48 |
| ③ チェーン店の状況 | 51 |
| (6) 商店街を取り巻く環境 | 54 |
| ① 現在の景況 | 54 |
| ② 環境の変化 | 55 |
| ③ 来街者の状況 | 66 |
| ④ 商圈範囲と大型店の影響 | 69 |
| ⑤ 核となる店舗の状況 | 74 |

| | |
|---------------------------------|-----|
| ⑥商店街が抱えている問題点 | 77 |
| 2 商店街の取組 | 79 |
| (1) ソフト事業の実施 | 79 |
| ①ソフト事業の実施状況 | 79 |
| ②イベント事業の実施状況 | 84 |
| ③デジタル化の推進状況 | 89 |
| (2) 後継者（担い手）不足対策 | 92 |
| (3) 空き店舗対策 | 94 |
| ①空き店舗の状況 | 94 |
| ②空き店舗がない理由等 | 98 |
| ③空き店舗の活用 | 99 |
| (4) 個店・商店街活性化のための取組 | 100 |
| ①個店を対象とした取組 | 100 |
| ②商店街活性化のための取組 | 101 |
| ③商店街の強み | 102 |
| 3 補助事業等の活用状況 | 104 |
| (1) 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業 | 104 |
| ①利用状況 | 104 |
| ②利用目的・達成状況 | 106 |
| ③利用した成果等 | 111 |
| (2) 東京都政策課題対応型商店街事業 | 113 |
| (3) その他行政機関等の支援事業 | 115 |
| 巻末資料 令和7年度 東京都商店街実態調査 調査票 | 117 |

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。

(2) 調査対象

東京都内の全商店街（2,218 商店街）

(3) 調査時期

令和7年10月～令和8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とおり。

- 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) 商店街間の交流・連携状況
 - 5) 商店街の個店加入状況・業種構成
 - 6) 商店街の概況
- 2 商店街の取組
 - 1) 後継者（担い手）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 商店街の補助事業等の活用状況

(5) 調査方法

郵送配布・郵送回収またはオンライン回答

(6) 回収結果

アンケート調査票の回収結果は以下のとおり

| 【区部】 | | | | | | 【市部】 | | | | | | 【郡部・島部・その他】 | | | | | |
|-------|-------|------|-------|-----|-------|-------|-------|------|-------|-----|-------|-------------|-------|------|-------|-----|--------|
| 行政コード | 区市町村名 | 商店街数 | 有効発送数 | 回収数 | 回収率 | 行政コード | 区市町村名 | 商店街数 | 有効発送数 | 回収数 | 回収率 | 行政コード | 区市町村名 | 商店街数 | 有効発送数 | 回収数 | 回収率 |
| 101 | 千代田区 | 41 | 42 | 33 | 78.6% | 201 | 八王子市 | 49 | 45 | 28 | 62.2% | 303 | 瑞穂町 | - | - | - | - |
| 102 | 中央区 | 49 | 48 | 36 | 75.0% | 202 | 立川市 | 28 | 29 | 17 | 58.6% | 305 | 白の出町 | - | - | - | - |
| 103 | 港区 | 57 | 54 | 34 | 63.0% | 203 | 武蔵野市 | 45 | 45 | 36 | 80.0% | 307 | 檜原村 | - | - | - | - |
| 104 | 新宿区 | 99 | 99 | 64 | 64.6% | 204 | 三鷹市 | 26 | 23 | 15 | 65.2% | 308 | 奥多摩町 | 1 | - | - | - |
| 105 | 文京区 | 59 | 55 | 33 | 60.0% | 205 | 青梅市 | 14 | 14 | 10 | 71.4% | 361 | 大島町 | 1 | 1 | 1 | 100.0% |
| 106 | 台東区 | 106 | 106 | 64 | 60.4% | 206 | 府中市 | 47 | 47 | 27 | 57.4% | 362 | 利島村 | - | - | - | - |
| 107 | 墨田区 | 32 | 32 | 20 | 62.5% | 207 | 昭島市 | 8 | 7 | 2 | 28.6% | 363 | 新島村 | 2 | 2 | 1 | 50.0% |
| 108 | 江東区 | 49 | 47 | 29 | 61.7% | 208 | 調布市 | 26 | 25 | 18 | 72.0% | 381 | 神津島村 | - | - | - | - |
| 109 | 品川区 | 95 | 88 | 50 | 56.8% | 209 | 町田市 | 36 | 36 | 18 | 50.0% | 382 | 三宅村 | - | - | - | - |
| 110 | 目黒区 | 62 | 60 | 32 | 53.3% | 210 | 小金井市 | 17 | 17 | 7 | 41.2% | 382 | 御蔵島村 | - | - | - | - |
| 111 | 大田区 | 125 | 117 | 66 | 56.4% | 211 | 小平市 | 33 | 28 | 17 | 60.7% | 401 | 八丈町 | 1 | 1 | 1 | 100.0% |
| 112 | 世田谷区 | 125 | 120 | 68 | 56.7% | 212 | 日野市 | 15 | 12 | 6 | 50.0% | 402 | 青ヶ島村 | - | - | - | - |
| 113 | 渋谷区 | 74 | 73 | 40 | 54.8% | 213 | 東村山市 | 16 | 16 | 7 | 43.8% | 421 | 小豆原村 | - | - | - | - |
| 114 | 中野区 | 60 | 59 | 40 | 67.8% | 214 | 国分寺市 | 13 | 13 | 6 | 46.2% | | | | | | |
| 115 | 杉並区 | 119 | 115 | 84 | 73.0% | 215 | 国立市 | 24 | 23 | 17 | 73.9% | | | | | | |
| 116 | 豊島区 | 81 | 80 | 46 | 57.5% | 218 | 福生市 | 11 | 11 | 3 | 27.3% | | | | | | |
| 117 | 北区 | 65 | 63 | 41 | 65.1% | 219 | 狛江市 | 15 | 14 | 10 | 71.4% | | | | | | |
| 118 | 荒川区 | 41 | 39 | 29 | 74.4% | 220 | 東大和市 | 9 | 8 | 6 | 75.0% | | | | | | |
| 119 | 板橋区 | 77 | 77 | 50 | 64.9% | 221 | 清瀬市 | 11 | 11 | 8 | 72.7% | | | | | | |
| 120 | 練馬区 | 88 | 85 | 48 | 56.5% | 222 | 東久留米市 | 9 | 9 | 5 | 55.6% | | | | | | |
| 121 | 足立区 | 64 | 64 | 31 | 48.4% | 223 | 武蔵村山市 | 5 | 5 | 2 | 40.0% | | | | | | |
| 122 | 葛飾区 | 80 | 80 | 52 | 65.0% | 224 | 多摩市 | 15 | 13 | 6 | 46.2% | | | | | | |
| 123 | 江戸川区 | 72 | 71 | 44 | 62.0% | 225 | 稲城市 | 6 | 6 | 2 | 33.3% | | | | | | |
| | | | | | | 227 | 羽村市 | 4 | 3 | 2 | 66.7% | | | | | | |
| | | | | | | 228 | あきる野市 | 9 | 9 | 7 | 77.8% | | | | | | |
| | | | | | | 229 | 西東京市 | 17 | 16 | 12 | 75.0% | | | | | | |

| 【東京都全体】 | | | | |
|---------|-------|-------|-------|-------|
| | 商店街数 | 有効発送数 | 回収数 | 回収率 |
| 合計 | 2,218 | 2,163 | 1,331 | 61.5% |

※有効発送数は商店街数（2,218 件）から、組織体制上の理由等により調査への回答ができないことが判明した商店街数を除外した件数である。

※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 : 2,218 件
- 有効発送数 : 2,163 件
- 回収数 : 1,331 件
- 回収率 : 61.5%

(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 NTT データ経営研究所

(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、日本標準産業分類に従い、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7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4年）から今回までに156件減少し、2,218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28.5%、「任意団体」が71.5%となっている。

②会員等の状況

- 会員数（正会員数+準会員数）の分布については、「30人未満」の割合は40.8%、「30人以上60人未満」は34.1%、「60人以上」は25.1%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4年）と同様、60歳代が44.1%と最も多くなっているが、構成比は低下している。一方で70歳代以上が23.8%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60.6%となっている。
- 連携の相手先は「自治会・町内会」が80.7%と最も高く、次いで「区市町村等の行政機関」が30.8%、「商工会・商工会議所」が27.5%となっている。
- 連携の内容は「イベント」が80.5%と最も多くなっており、次いで「防災・防犯」が51.3%となっている。

（4）商店街間の交流・連携状況

①商店街間の交流・連携状況

- 商店街間の交流・連携状況は「交流・連携をしている」が56.4%と過半を占めている。
- 交流・連携先は「隣接の商店街」が89.3%で最も多い。
- 交流・連携内容は「イベント」が75.1%で最も多い。

②商店街間の交流・連携で期待すること

- 商店街間の交流・連携によって期待することは58.8%が「来街者増加」を挙げており最も多く、次いで40.0%が「認知度向上」を挙げている。

（5）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49.0店舗となっている。また、組織形態別にみると「事業協同組合」が平均87.2店舗と最も多く、次いで「商店街振興組合」が平均77.7店舗となっている。
- 加入店舗の業種別割合では、「小売業」が32.1%と最も多く、次いで「飲食店」が30.6%となっている。
- 業種別平均店舗数をみると「飲食店」が13.3店舗で最も多い。

②チェーン店の状況

○チェーン店の数は「10 店以上」が 21.9%で最も多い。「1 店」及び「2 店」は経年的に減少している。

(6) 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 31.4%と最も多いが、「やや衰退している」と合わせると 51.6%であり、前回調査（令和 4 年）から 14.2 ポイント減少している。

②環境の変化

○環境の変化について、約 3 年前と現在の比較については、「店舗数」、「来街者数」、「売上」は「変化なし」と「減少」がほぼ同じ割合である。「商圏内の人口」、「来街者数」は、「増加」の割合が 2 割を超えている。

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 59.5%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 19.2%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 69.2%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ソフト事業については、「イベント事業（期間を定めて行う事業）」の割合が 70.1%と最も高く、次いで「商店街共通商品券」が 33.6%、「防犯・防災活動（施設整備を除く）」が 32.5%となっている。

○実施を検討しているソフト事業については大きな差異は見られないが、「共同宣伝（タウン誌、マップ、チラシ等）」が 40.4%と最も高くなっている。次いで「音楽・芸術・文化活動」が 38.5%、「イベント事業」が 35.1%となっている。

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」と「2 回」がそれぞれ 3 割強となっており、「3 回」「4 回」「5 回以上」の合計は前回調査（令和 4 年）から 11.4 ポイント増加して 36.8%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「お祭り」が 37.6%で最も多くなっている。

○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 42.6%となっている。

③デジタル化の推進状況

○デジタル化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 55.6%とな

っている。次いで「SNS の活用」が 34.7%となっている。

- デジタル化の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 15.9%となっている。次いで「SNS の活用」が 13.8%となっている。

(2) 後継者（担い手）不足対策

- 後継者（担い手）不足の対策については「実施している」との回答は 12.0%となっている。

(3) 空き店舗対策

- 空き店舗については 49.0%が「ある」、51.0%が「ない」と回答しており、両者はほぼ拮抗している。
- 空き店舗が埋まらない理由については「家主・大家の事情」と「店舗の老朽化」がともに 39.0%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については「実施している」が 14.9%となっており、前回調査から 4.7 ポイント増加している。
- 「商店街活性化のために必要だと考えること」は、「会員の協力」が最も多く 65.0%となっている。

【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 42.7%となっている。

(2) 東京都政策課題対応型商店街事業

- 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 46.8%となっている。

第2章 調査結果

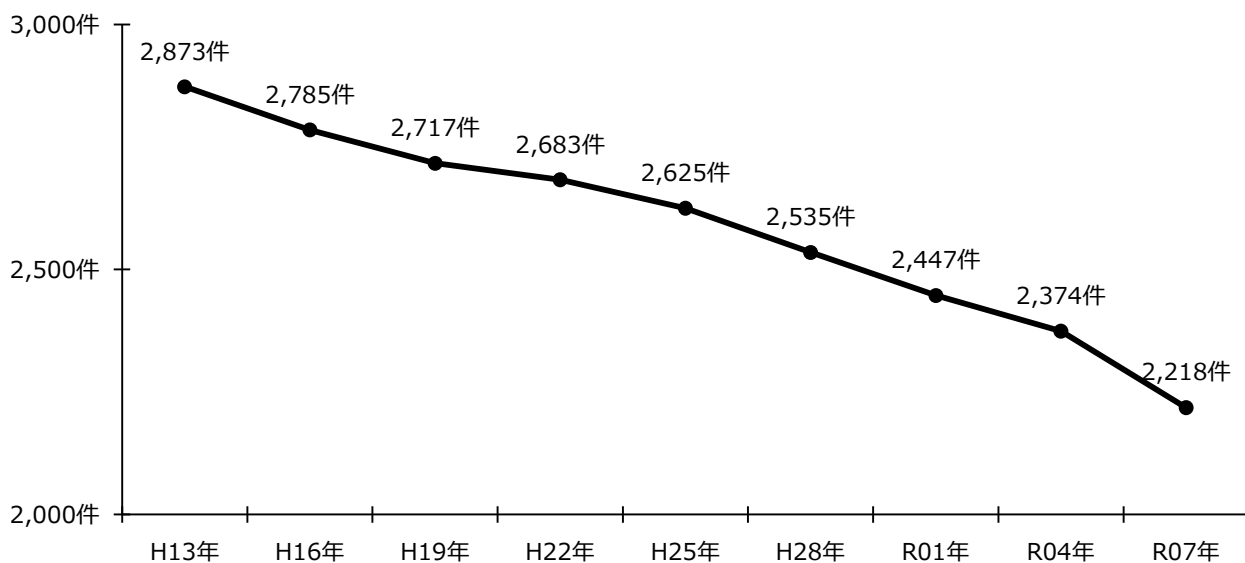
1 商店街の概要

(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7年10月）は調査を重ねるごとに減少しており、前回調査（令和4年）から今回までに156件減少し、2,218件となっている。

【商店街数の推移】

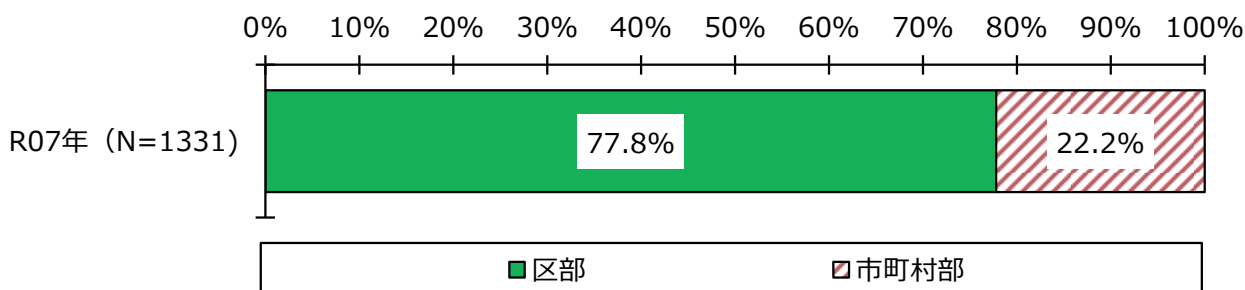


② 商店街の概況

■ 所在地

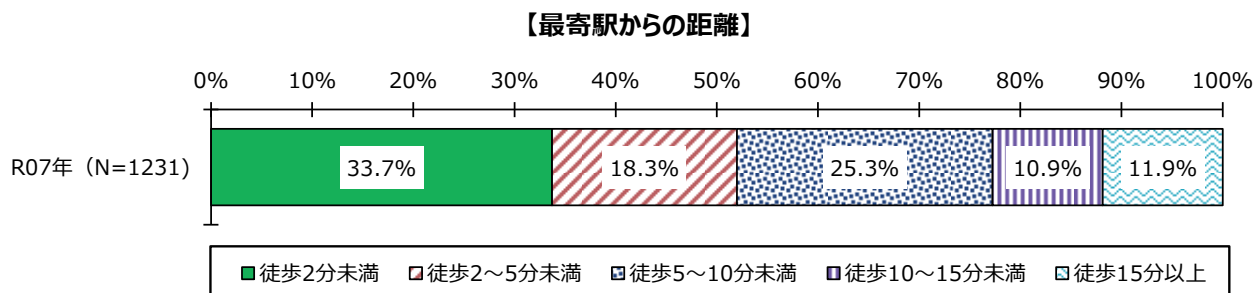
商店街の所在地をみると、区部が77.8%、市町村部が22.2%であった。

【商店街の所在地】



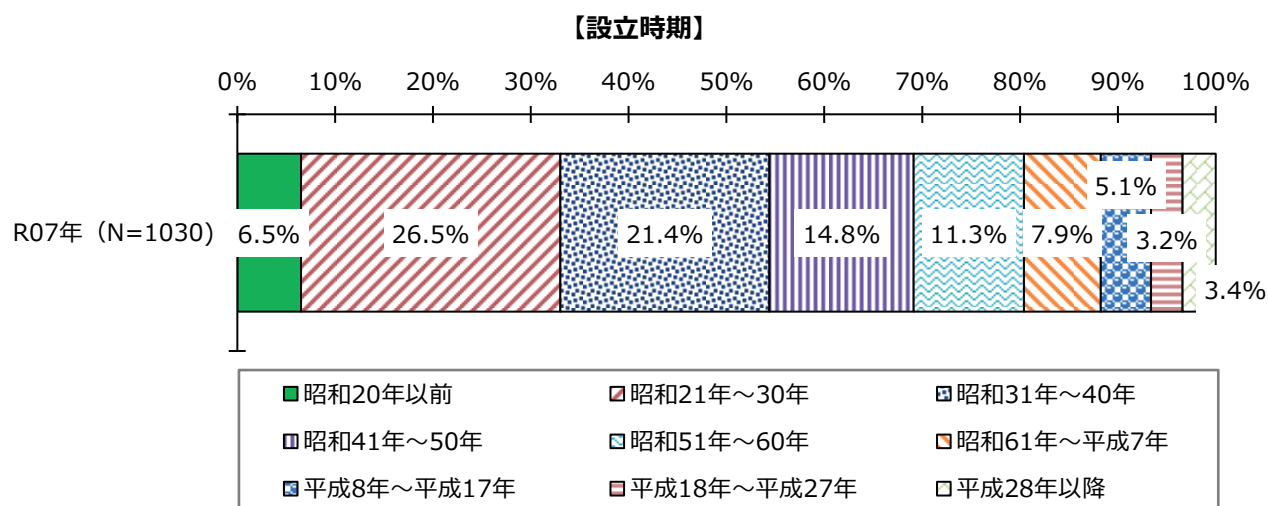
■ 最寄駅からの距離

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33.7%であった。



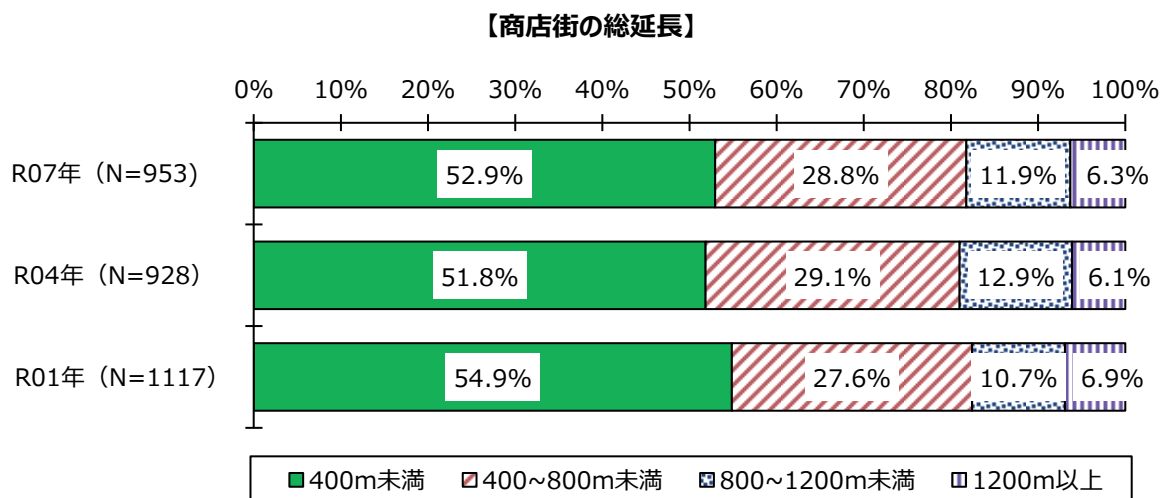
■ 設立時期

設立時期は「昭和21年（1946年）～30年（1955年）」の割合が最も高く26.5%であった。次いで「昭和31年（1956年）～40年（1965年）」の割合が21.4%と高い。以降、年を追うごとに割合が低くなっている。



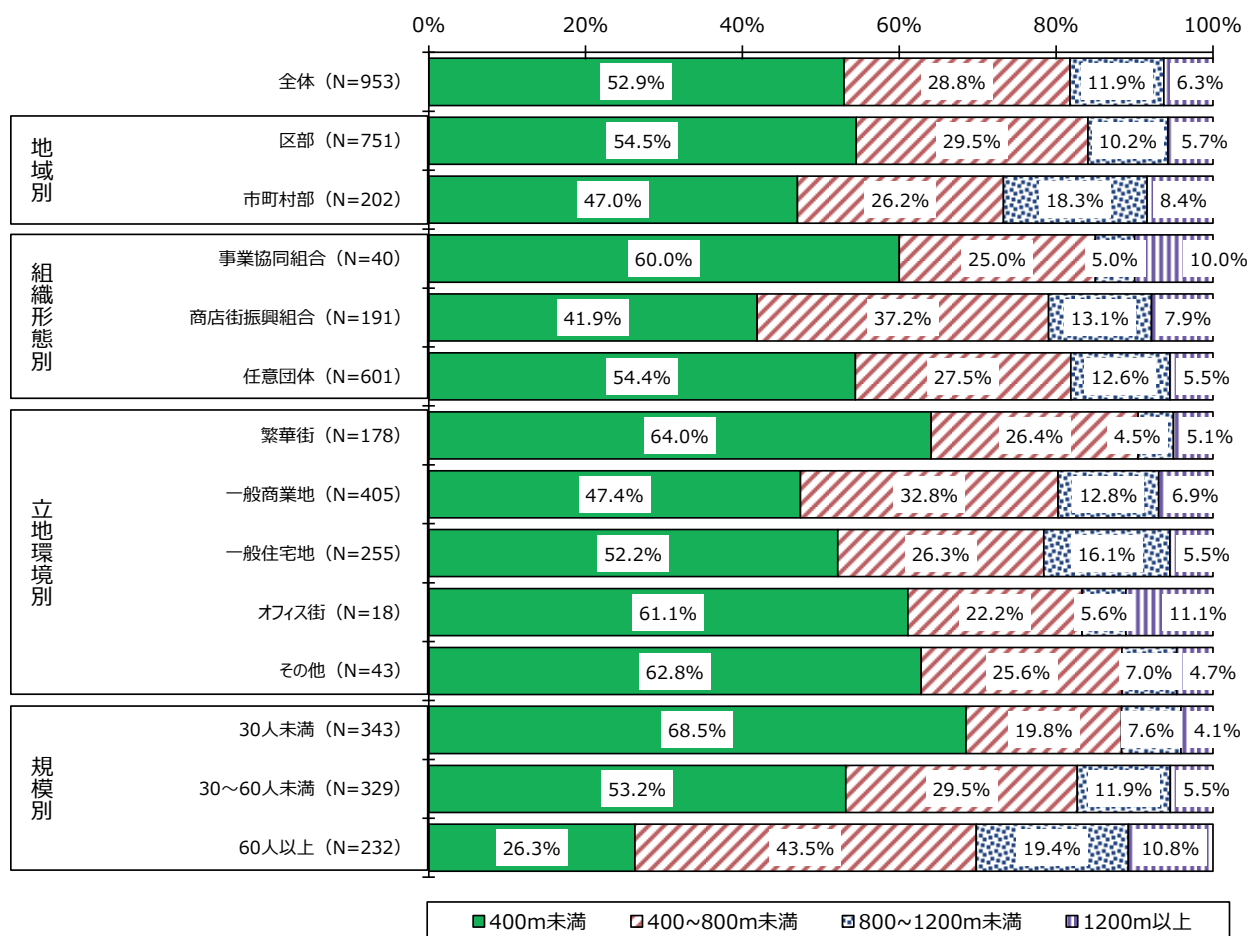
■ 商店街の総延長

商店街の総延長については、「400m未満」の割合が52.9%と最も高く過半を占めている。



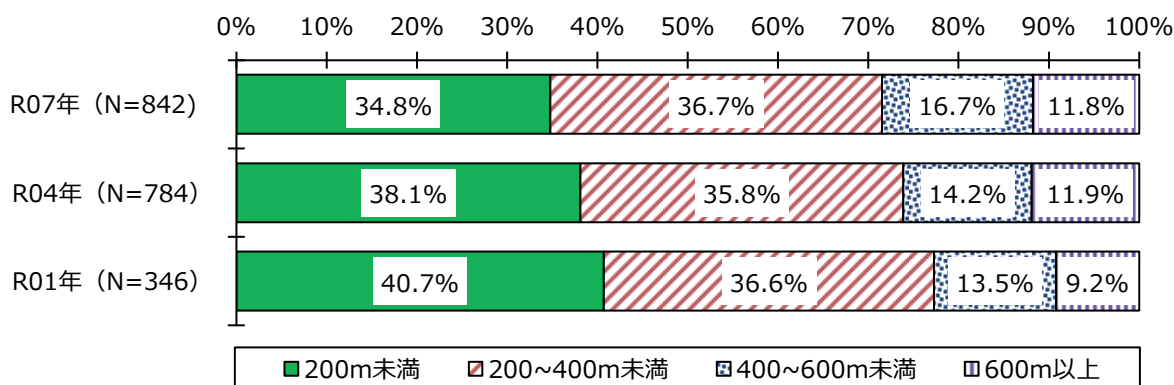
※商店街の平均総延長は 486.0m

【商店街の総延長（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



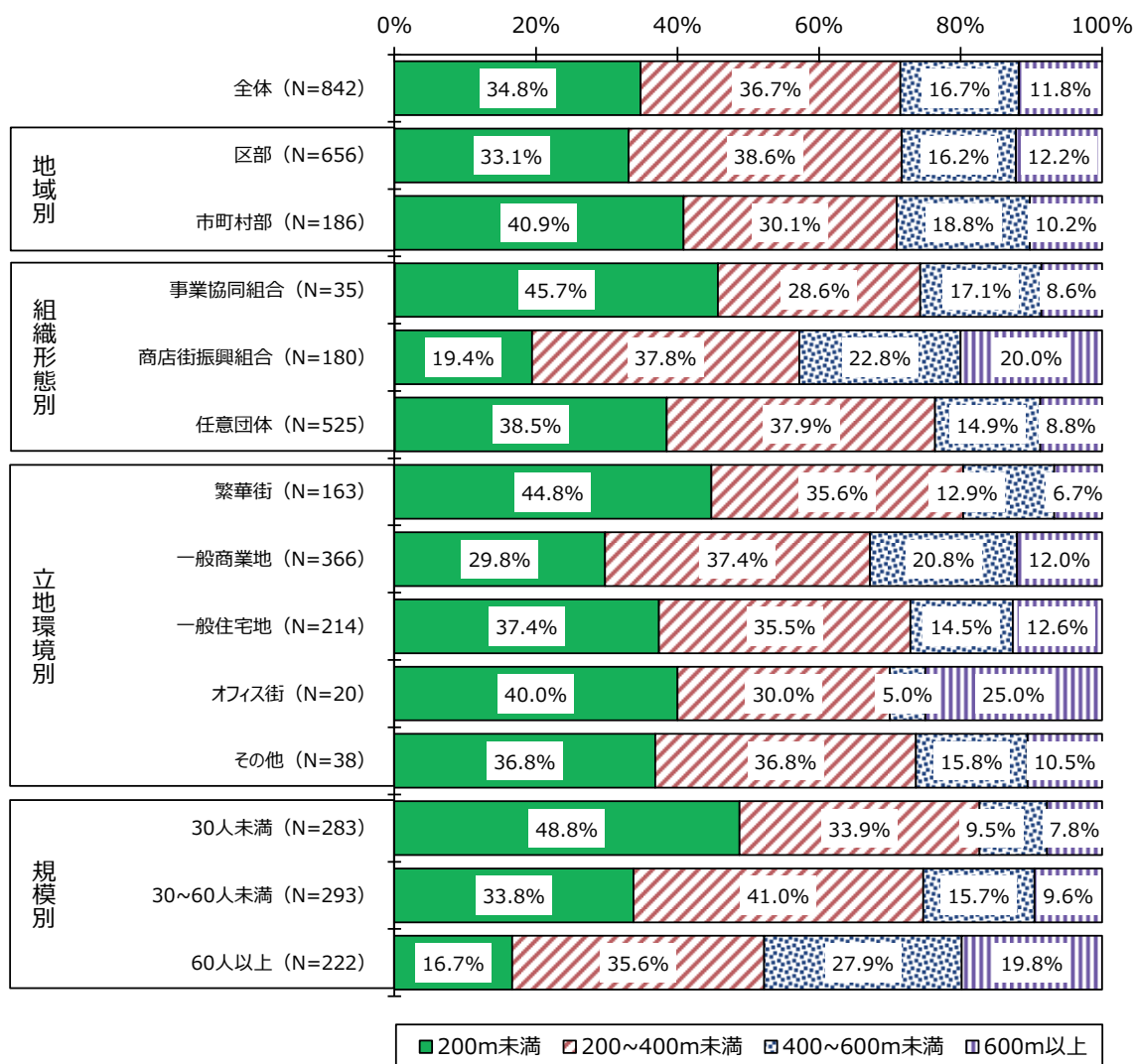
メインストリートの長さを区分別にみると、「200～400m未満」の割合が 36.7%と最も高い。一方、「200m 未満」の割合は前回調査（令和 4 年）から 3.3 ポイント減少している。

【メインストリートの長さ】



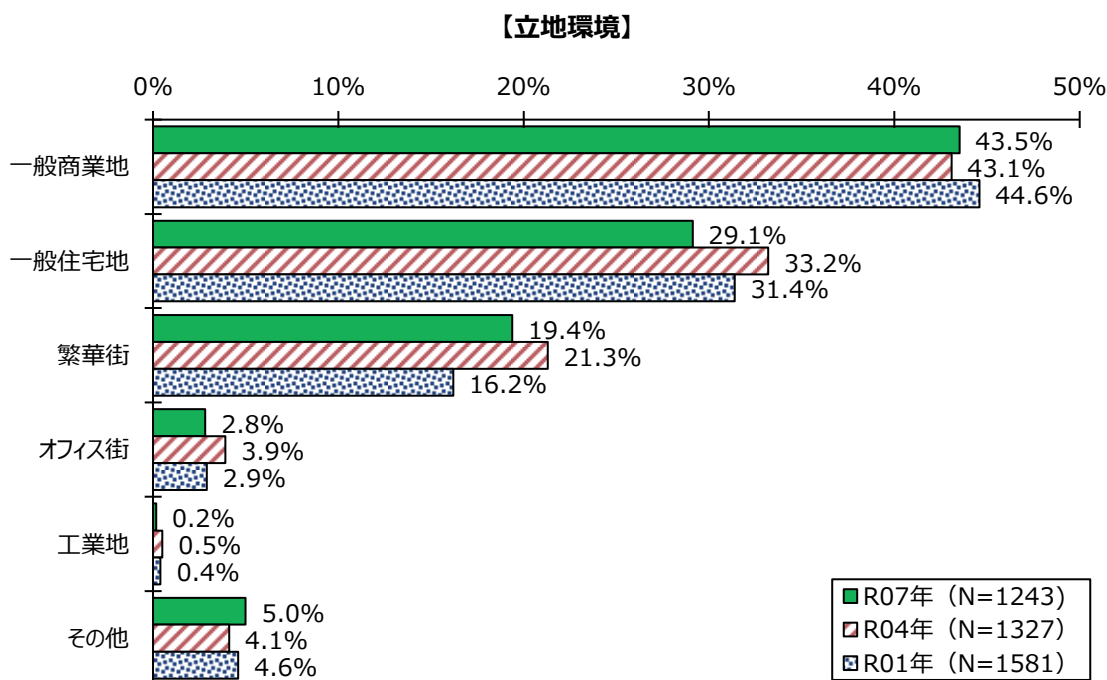
※メインストリートの平均の長さは 320.9m

【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）】

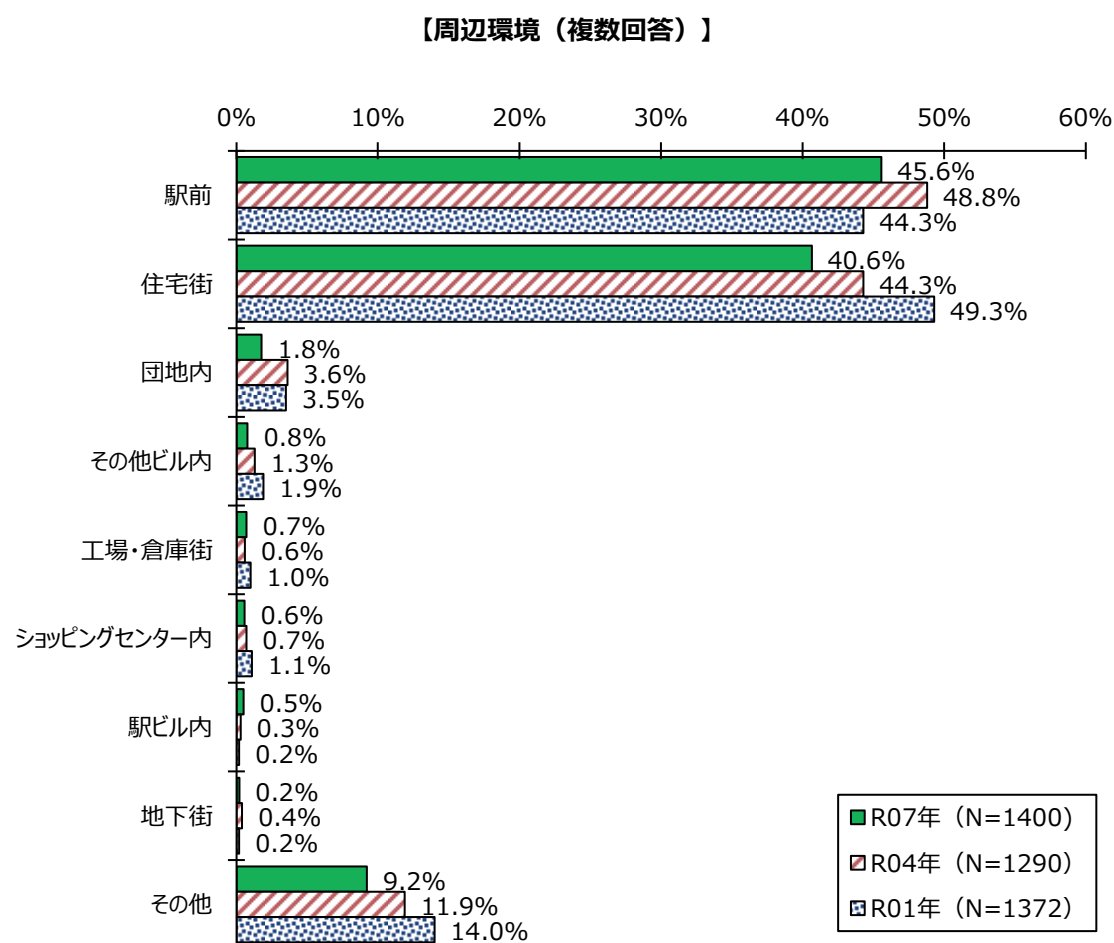


■ 立地環境等

立地環境別にみると「一般商業地」の割合が最も高く43.5%となっている。



周辺環境別（商店街属性別）にみると「駅前」の割合が最も高く45.6%となっている。



(2) 組織状況

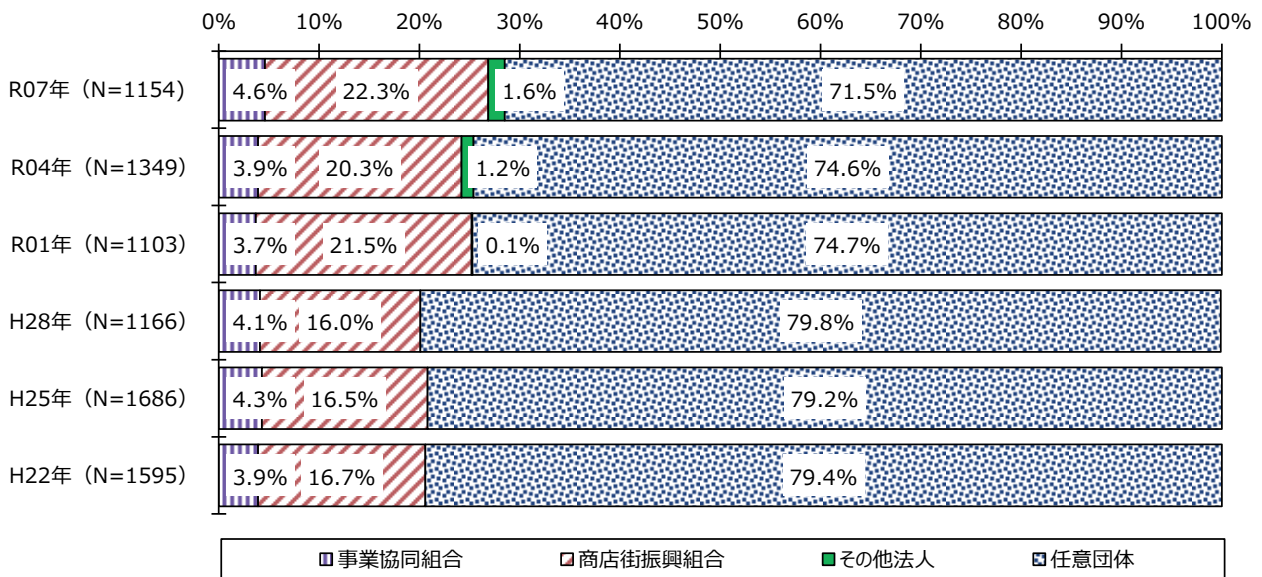
① 組織形態等

■ 組織形態

一般に商店街は、中小企業等協同組合法（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」の形態で存在している。

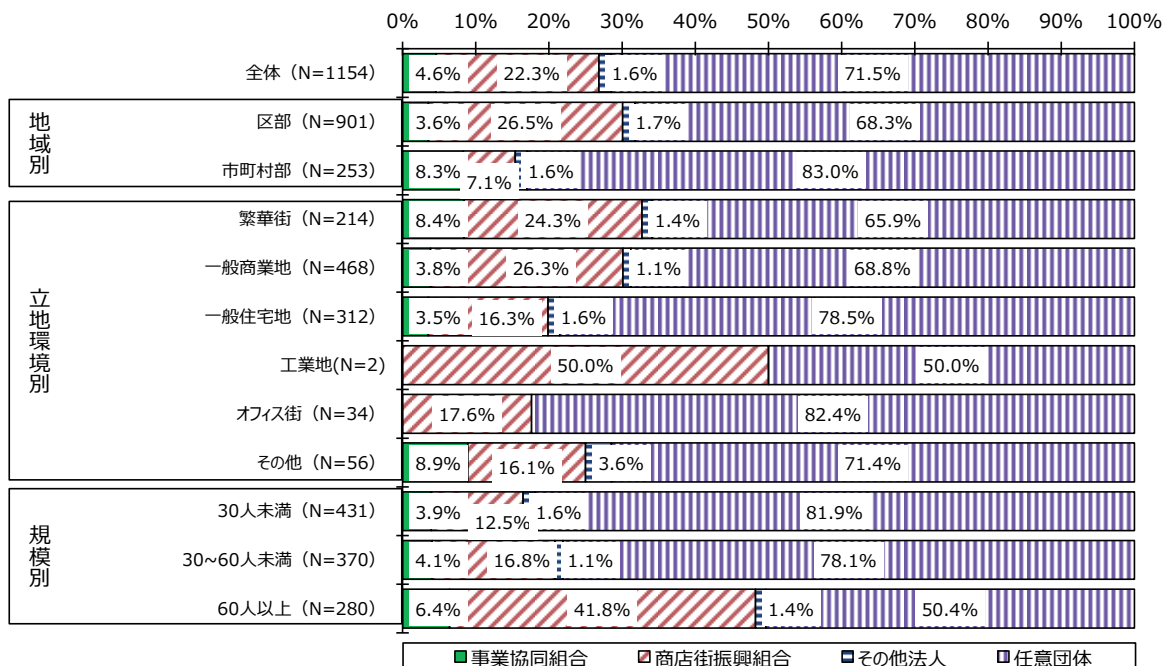
今回の調査では、「法人（事業協同組合、商店街振興組合など）」が 28.5%、「任意団体」が 71.5%となっている。

【組織形態】



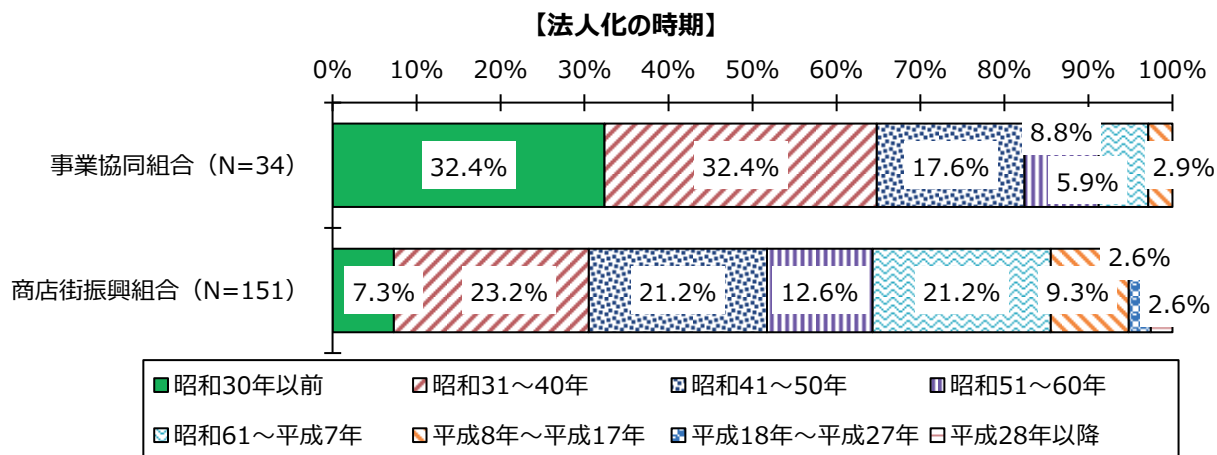
※「その他法人」については H28 年以前の調査では選択肢を設けていない

【組織形態（地域別、立地環境別、規模別）】



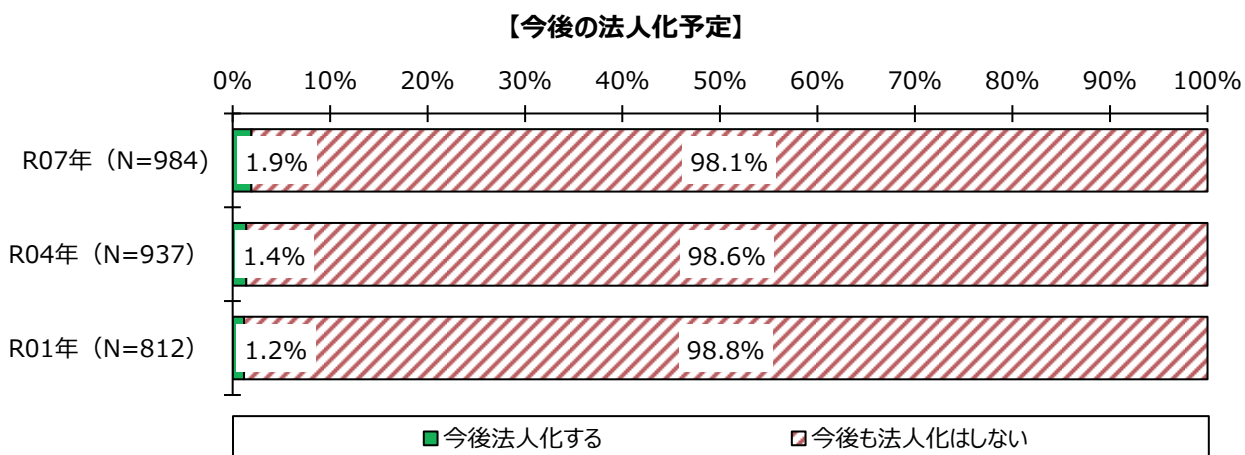
■ 法人化の時期

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」及び「昭和 31 年～40 年」、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 1.9%となっており、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】

- ・商店街イベントの助成率向上を目的として
- ・将来的に隣接の商店会とともに法人化することが望ましいから
- ・会員数の増加のため

【今後法人化しない理由】

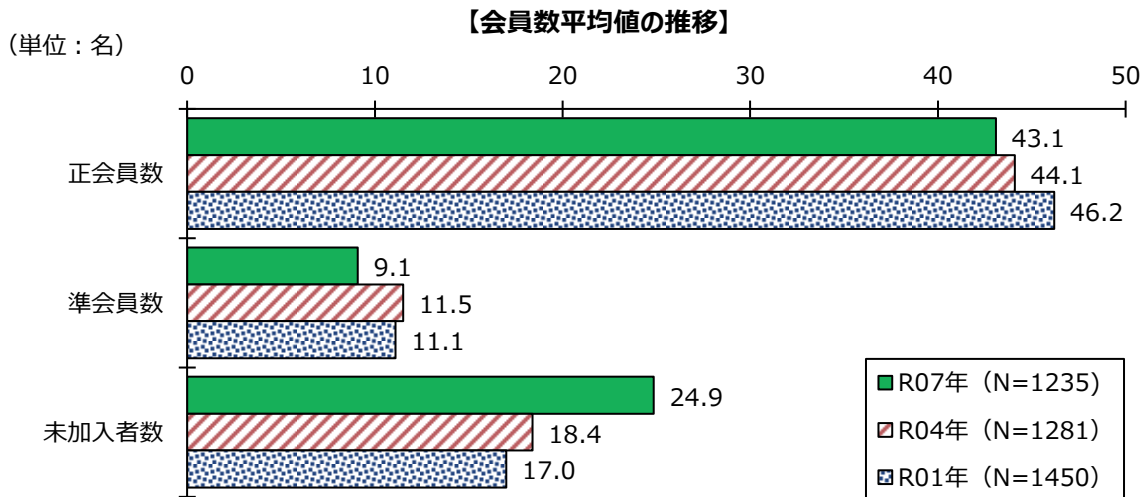
- ・会員数や店舗数が減少し、組織の規模が縮小しているため
- ・現状の運営体制が地域に合っており、法人化の必要性を感じなかったため
- ・後継者が不在であったり、将来的な解散や再開発が予定されていたりするため

など

② 会員等の状況

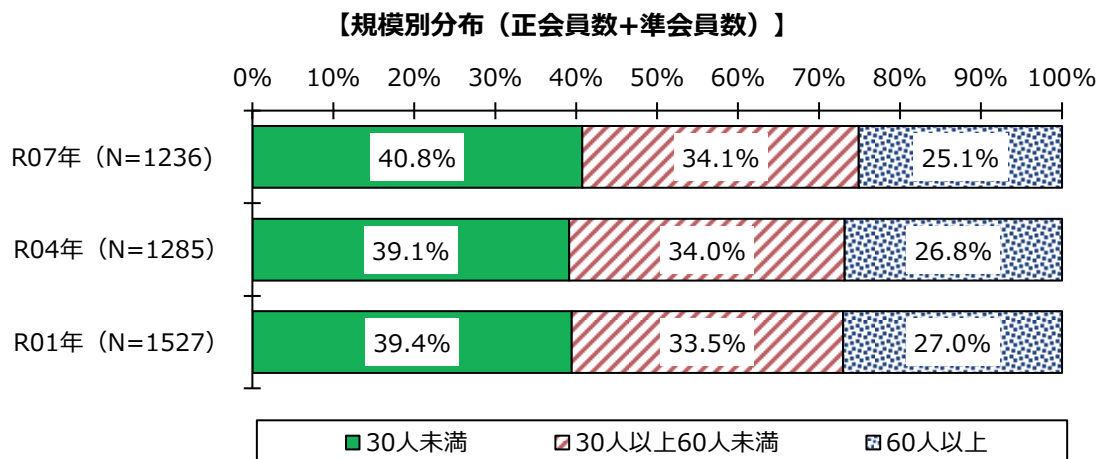
■ 会員数等の状況

会員数等の平均値は、それぞれ、正会員数は 43.1 名、準会員数は 9.1 名、未加入者数は 24.9 名であった。



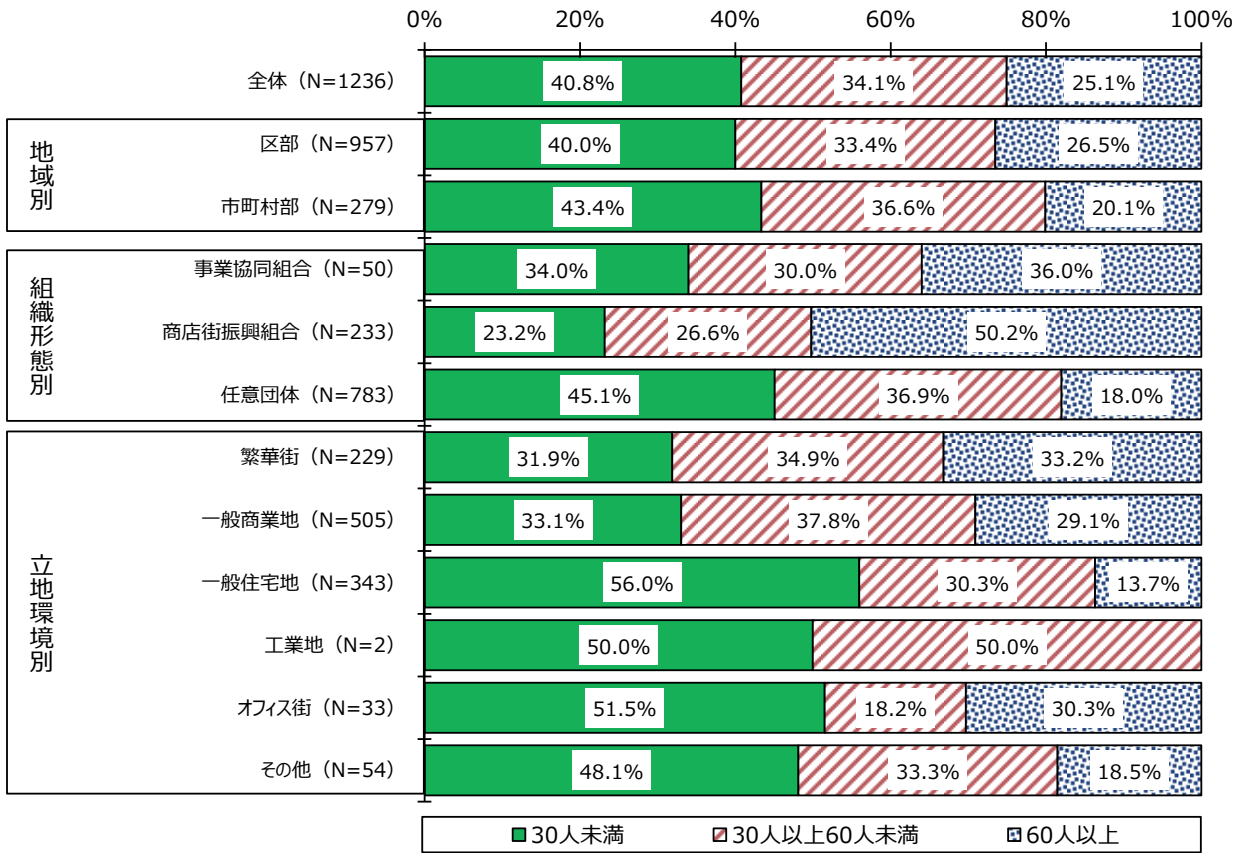
■ 会員数の規模別分布・男女比

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 40.8%、「30 人以上 60 人未満」は 34.1%、「60 人以上」は 25.1%となっている。



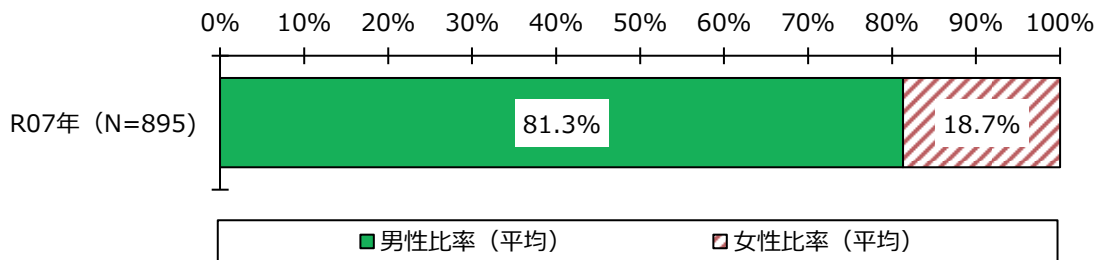
組織形態別にみると、「商店街振興組合」の「60人以上」の割合が高くなっている。

【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）】

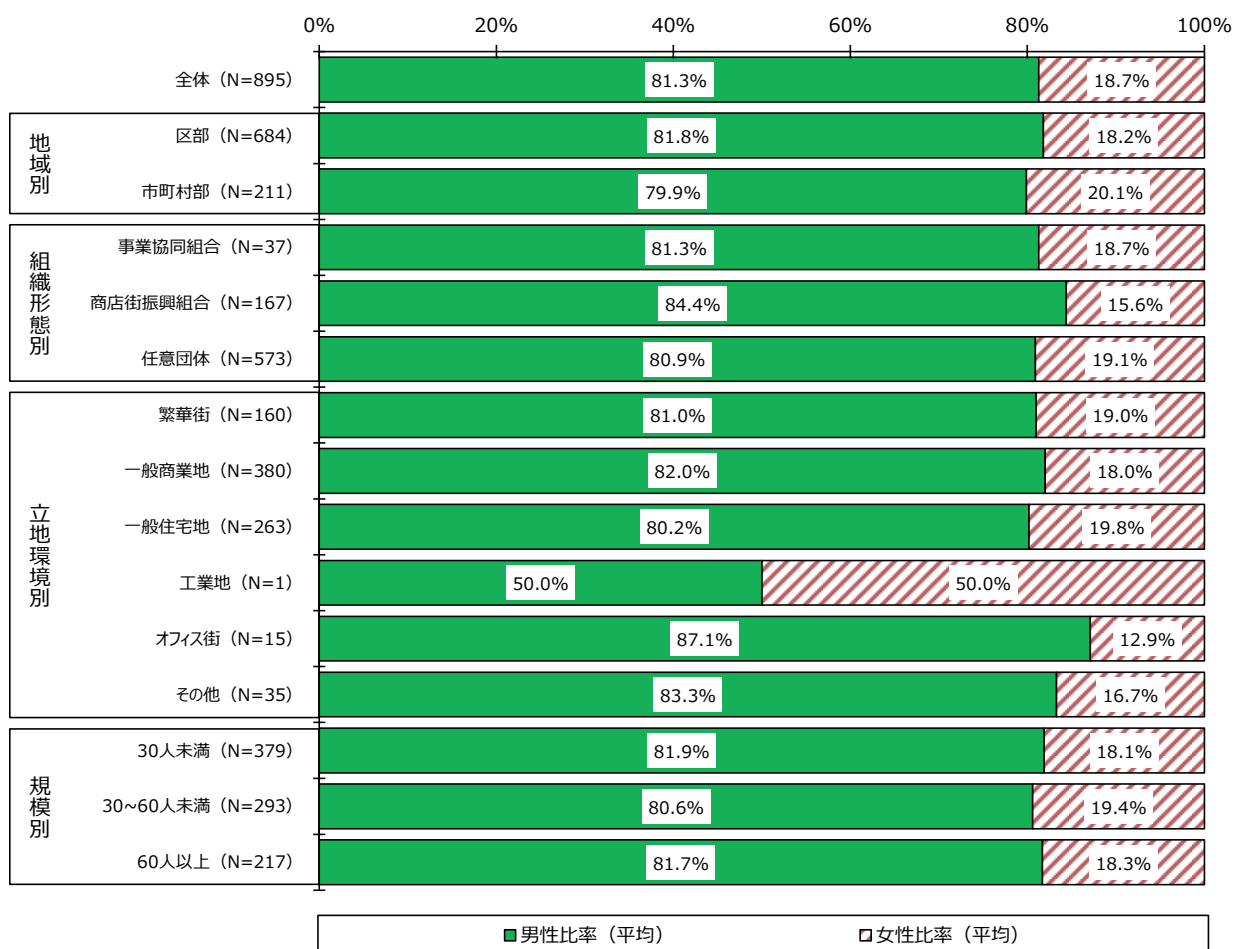


会員等の男女比をみると、男性が81.3%、女性が18.7%となっている。

【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 1.1 人、平均任期は 2.7 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) | R07年 (N=1256) | 1.1 | 2.2 | 5.6 | 1.4 |
| | R04年 (N=1319) | 1.0 | 2.0 | 5.9 | 1.5 |
| | R01年 (N=1463) | 1.1 | 2.2 | 6.2 | 1.6 |
| 任期 (年) | R07年 (N=980) | 2.7 | 2.5 | 2.4 | 2.4 |
| | R04年 (N=994) | 2.2 | 2.2 | 2.2 | 2.3 |
| | R01年 (N=1277) | 2.4 | 2.3 | 2.2 | 2.3 |

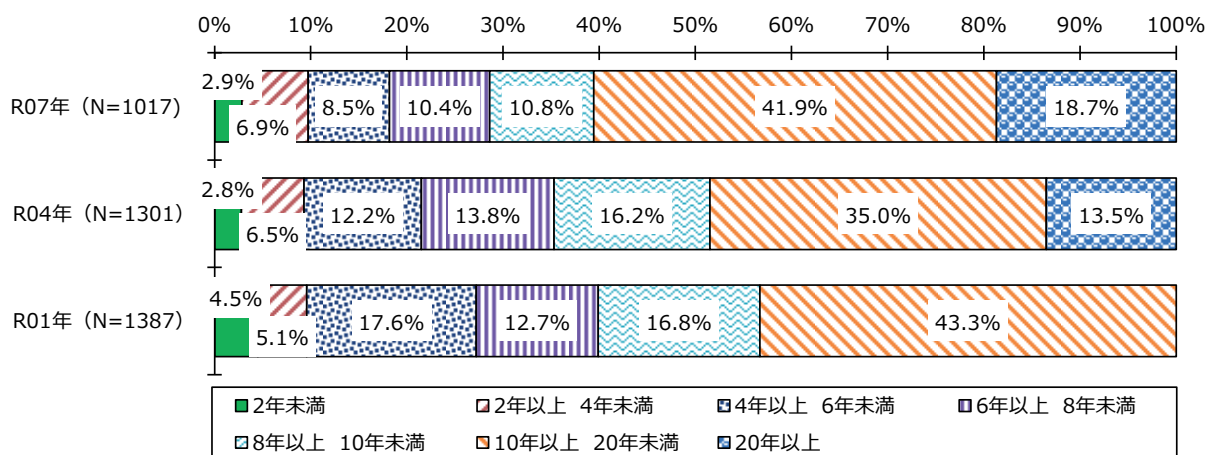
【理事長等の平均人数（組織形態別）】

| | 理事長・会長 | 副理事長・副会長 | 理事・役員 | 監事 |
|----------------|--------|----------|-------|-----|
| 事業協同組合(N=53) | 1.0 | 1.8 | 6.7 | 1.7 |
| 商店街振興組合(N=254) | 1.0 | 2.2 | 8.5 | 1.7 |
| 任意団体(N=812) | 1.1 | 2.3 | 4.6 | 1.3 |

■ 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41.9%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60.6%となり、前回調査（令和4年）（48.5%）よりも高くなっている。

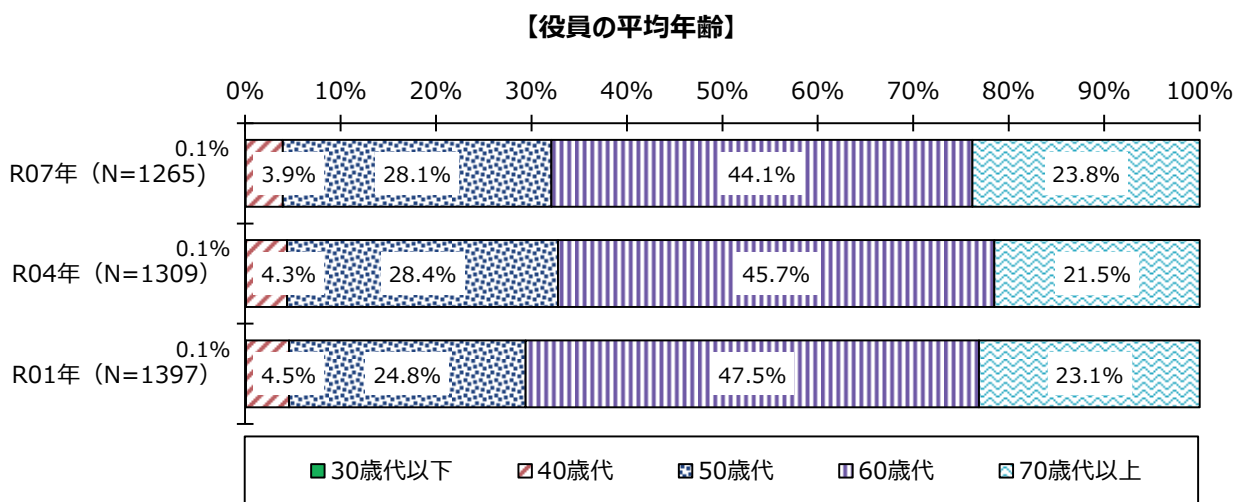
【役員の平均在職年数】



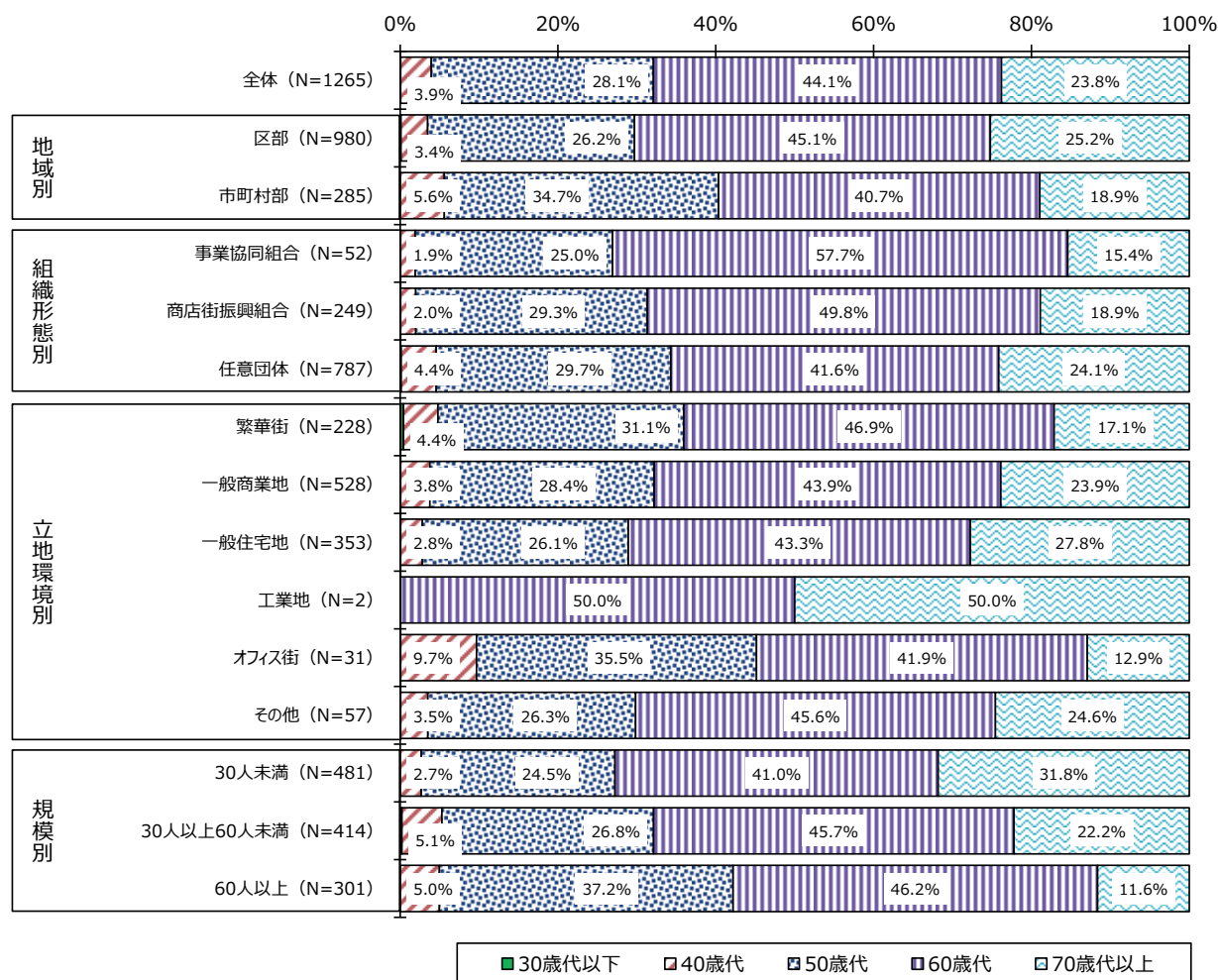
※前々回調査（令和元年）において「20年以上」は「10年以上」に含まれている

■ 従業員の平均年齢

従業員の平均年齢は前回調査（令和4年）と同様、60歳代が44.1%と最も多くなっているが、構成比は低下している。一方で70歳代以上が23.8%に増加している。



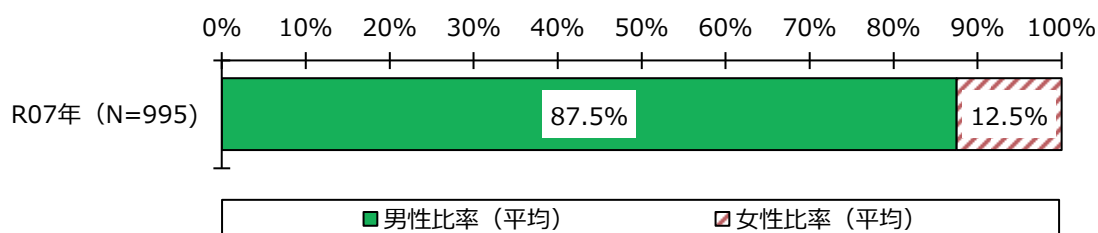
【従業員の平均年齢（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



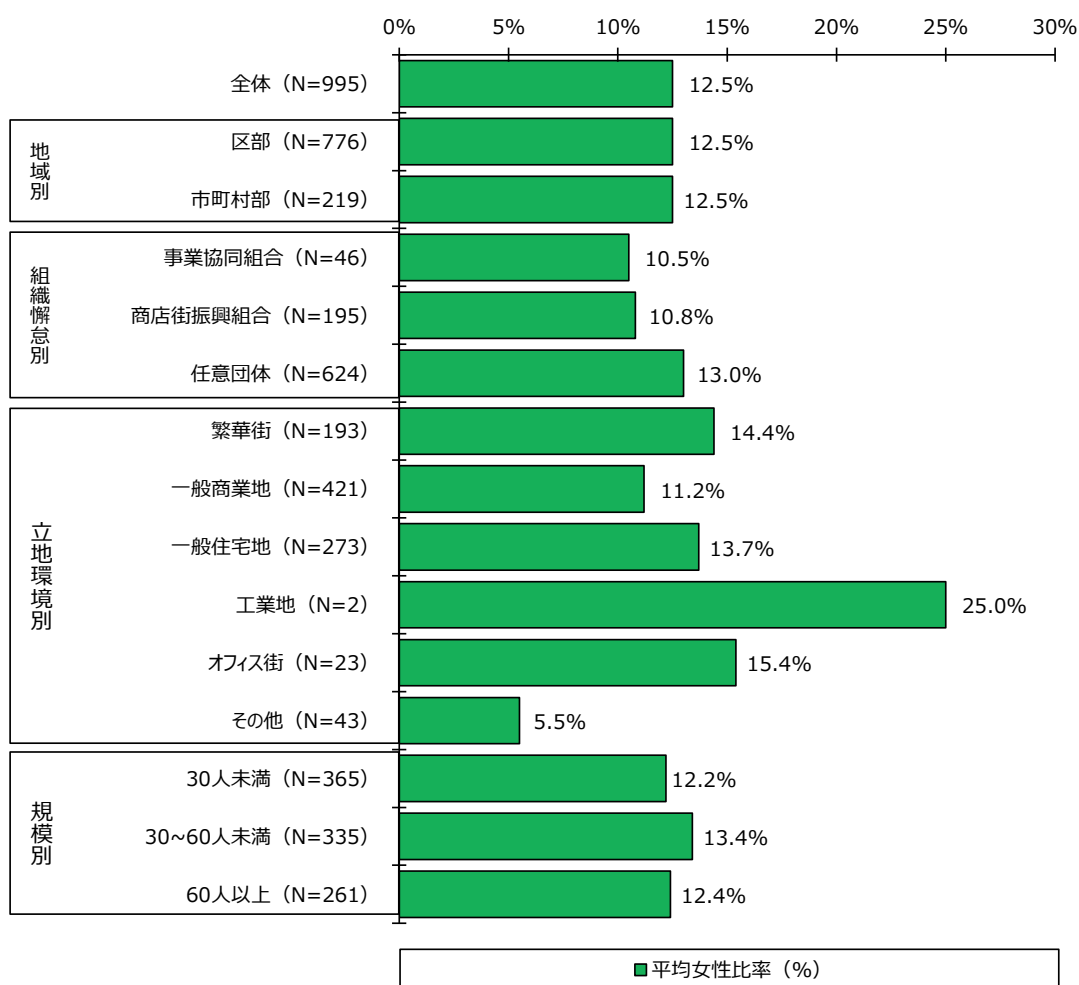
■ 役員の男女比等

役員の男女比をみると、87.5%が男性となっており、会員（81.3%）以上に男性比率が高くなっている。

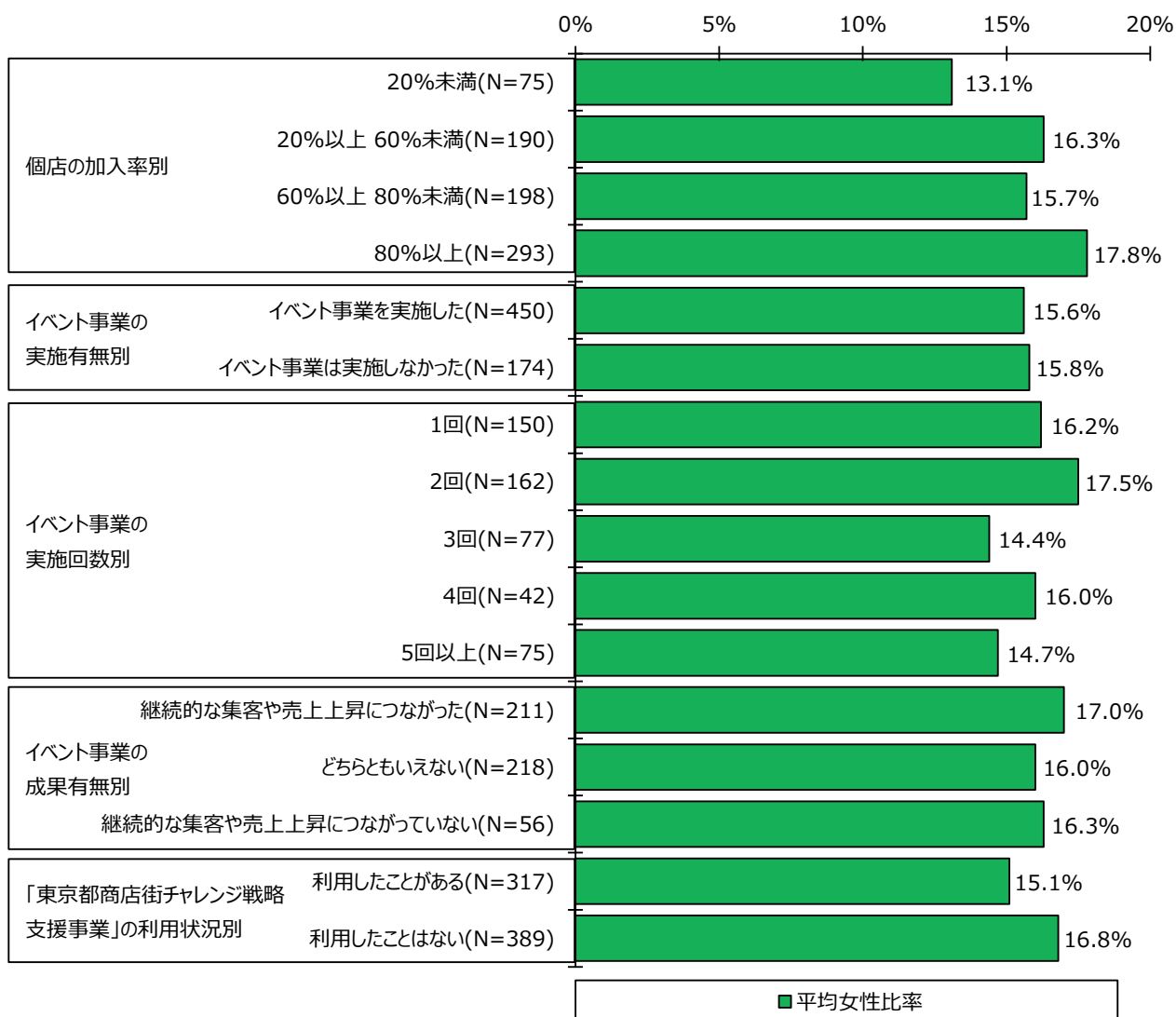
【役員の男女比】



【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）】

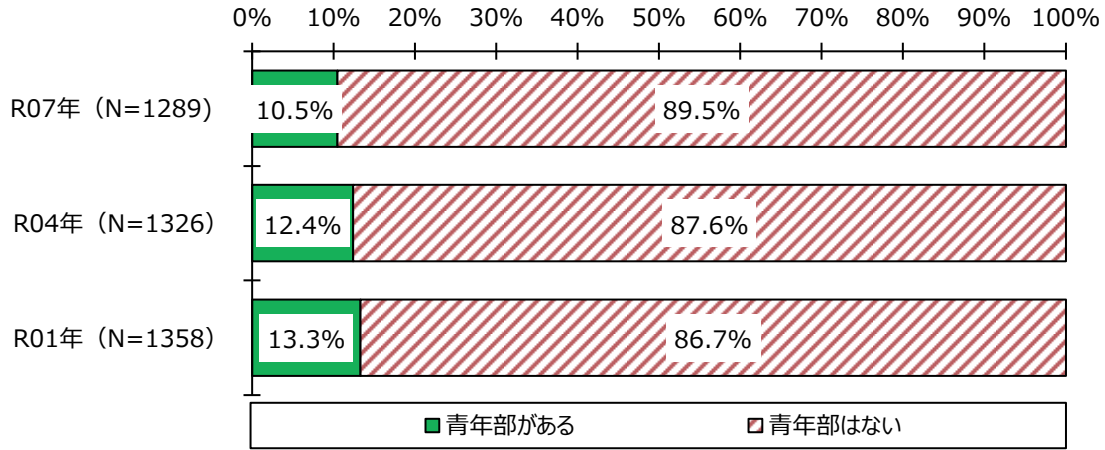


④ 青年部・女性部の状況

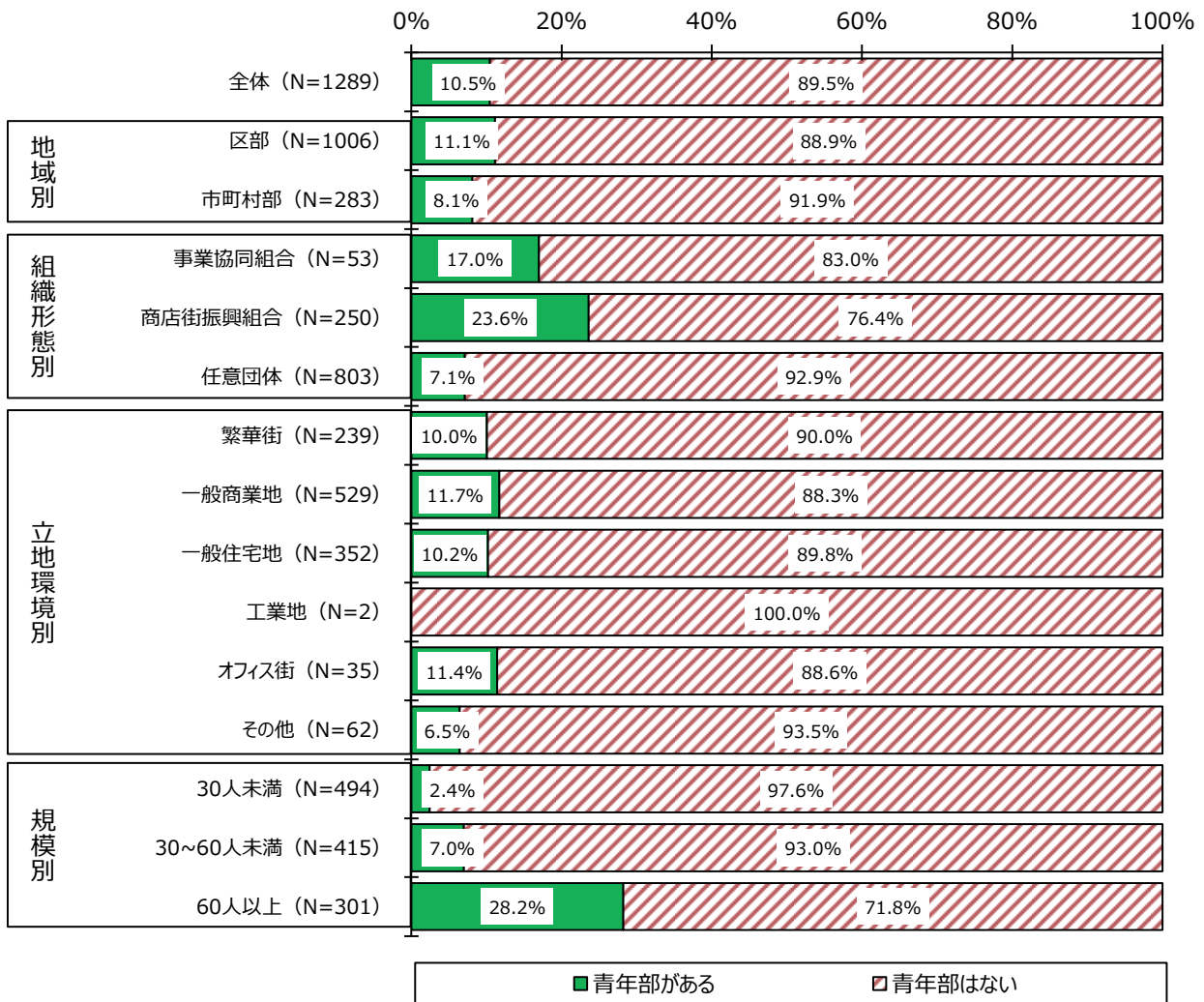
■ 青年部の状況

青年部がある割合は 10.5%となっており、前回調査（令和 4 年）から 1.9 ポイント低下している。

【青年部の有無】

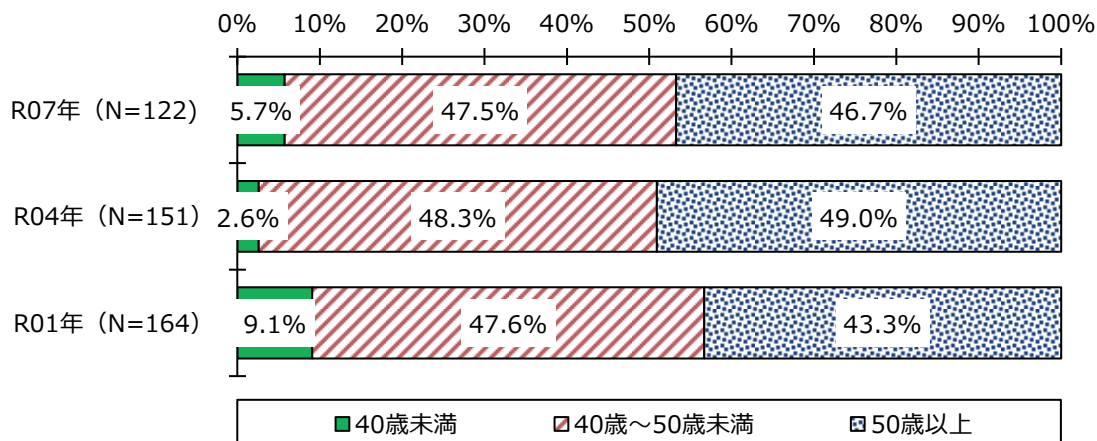


【青年部の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



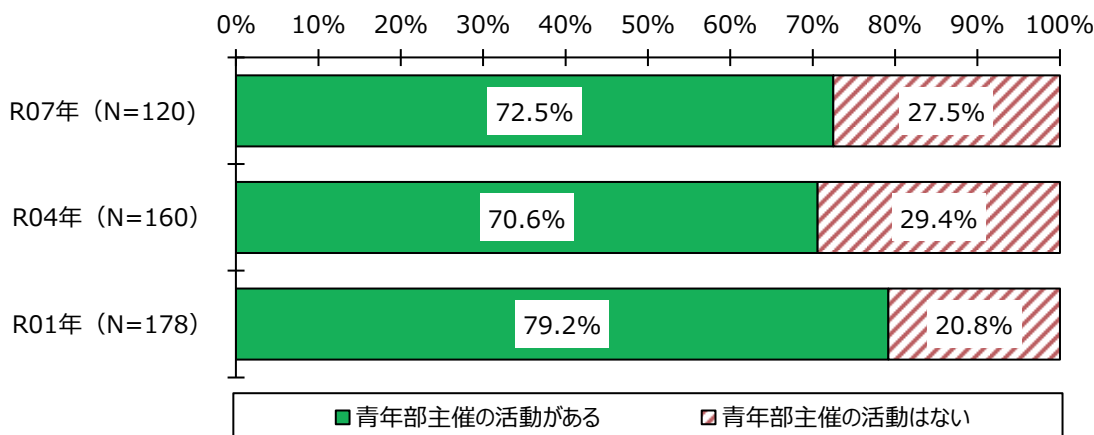
青年部構成員の平均年齢の年代別分布は「40歳～50歳未満」が47.5%と最も高く、次いで「50歳以上」が46.7%と高くなっている。

【青年部構成員の年代別分布】



青年部主催の活動については「ある」が72.5%となり、前回調査（令和4年）と比較すると1.9ポイント上昇している。

【青年部主催の活動有無】



【青年部主催の主な活動内容】

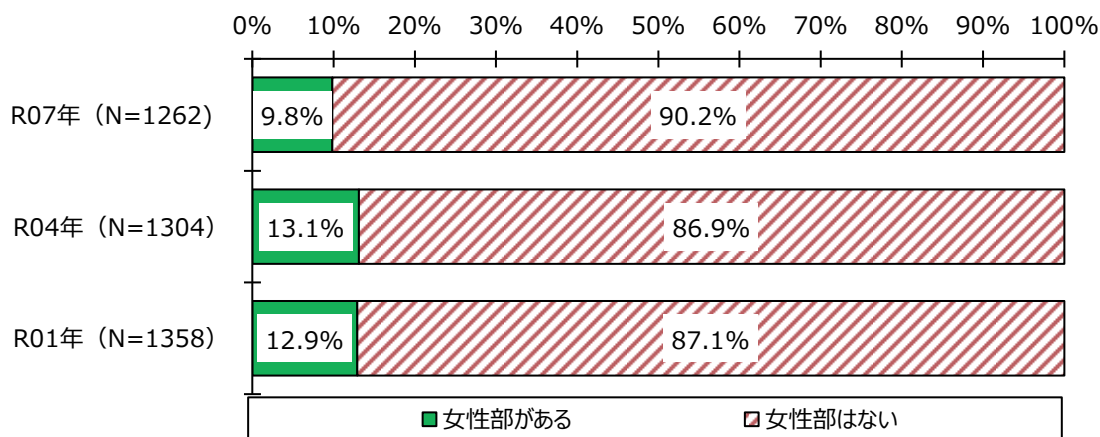
- ・季節イベントや独自企画の立案・運営
- ・地域のお祭りや伝統行事への参加・協力
- ・商店街の美化・環境整備
- ・会員間の親睦・厚生事業
- ・広報・情報発信活動
- ・防犯・防災活動
- ・他団体や地域との連携・交流
- ・研修・スキルアップ
- ・商店街本会事業の補助・販売促進活動

など

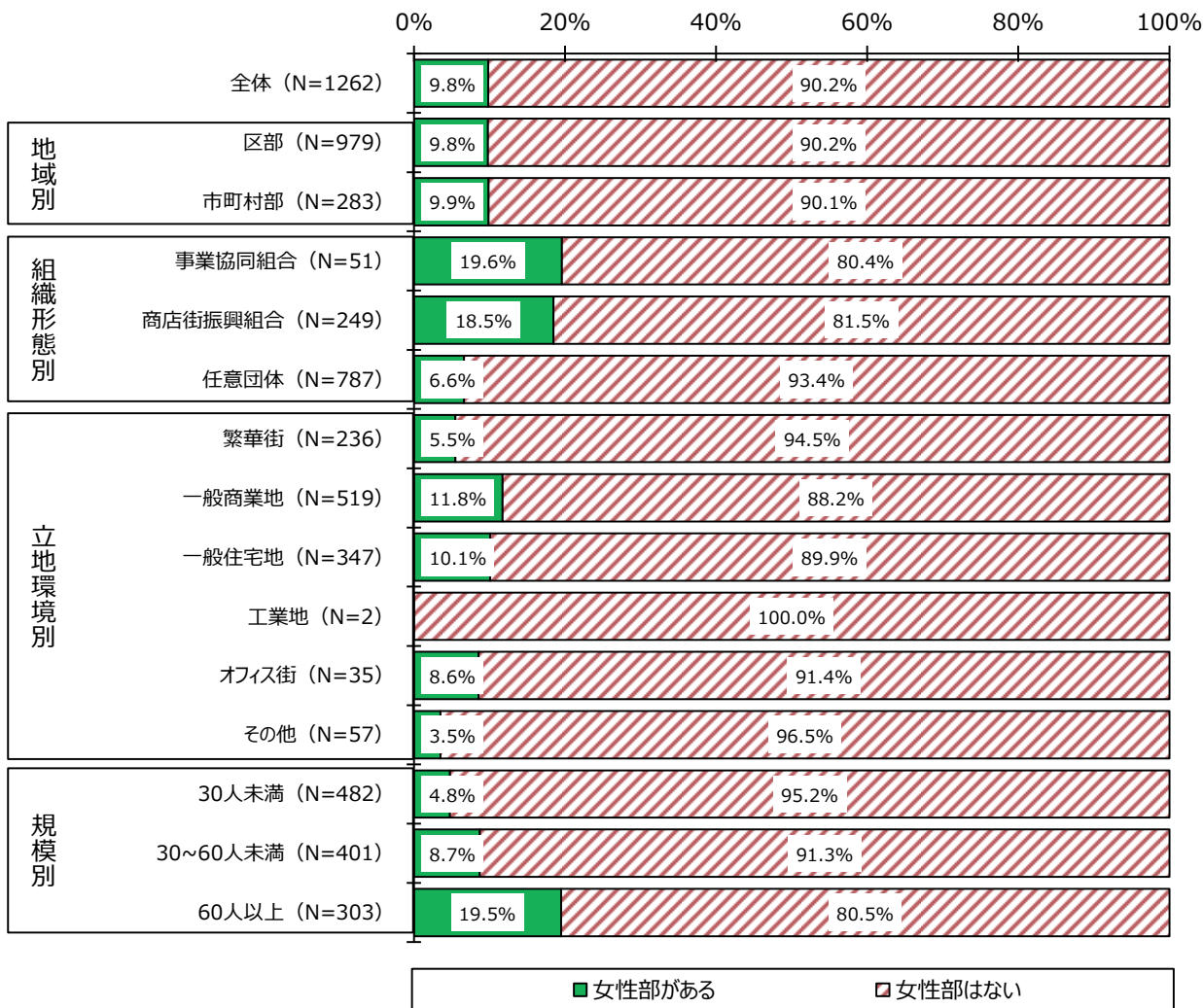
■ 女性部の状況

女性部については9.8%が「ある」と回答しており、前回調査（令和4年）から3.3ポイント低下している。

【女性部の有無】

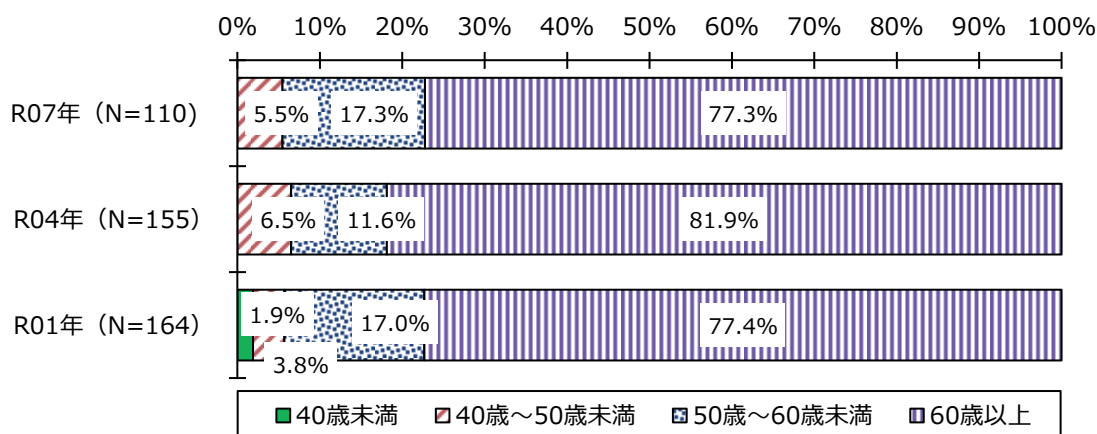


【女性部の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



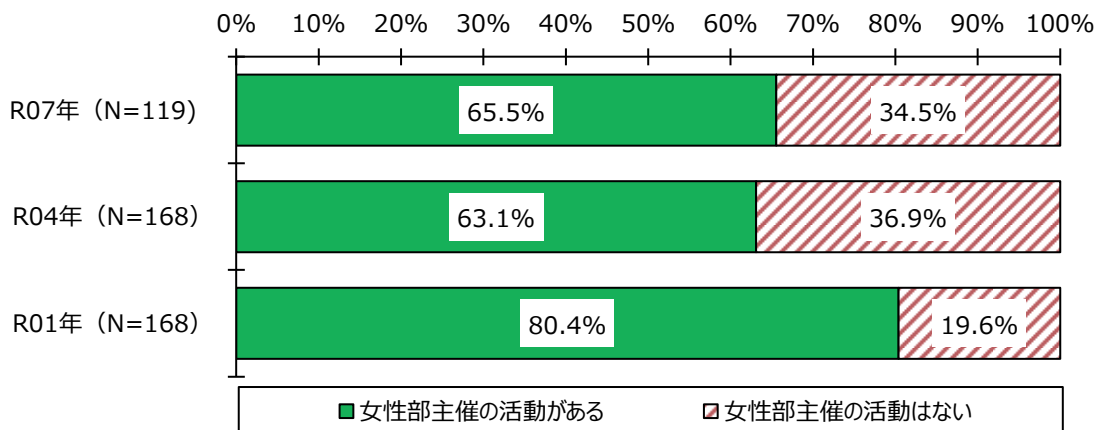
女性部構成員の年代は「60歳以上」が77.3%と最も多い。

【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、65.5%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】

- ・季節イベントの主催・参加
- ・街の美化・環境整備活動
- ・会員相互の親睦・交流事業
- ・商店街・町会活動への協力
- ・定例会議・運営会議・研修会の実施
- ・広報・渉外活動
- ・学習・カルチャー活動
- ・地域貢献・マナー啓発
- ・販売促進活動の支援
- ・独自のコミュニティ活動

など

⑤ 総会・予算等の状況

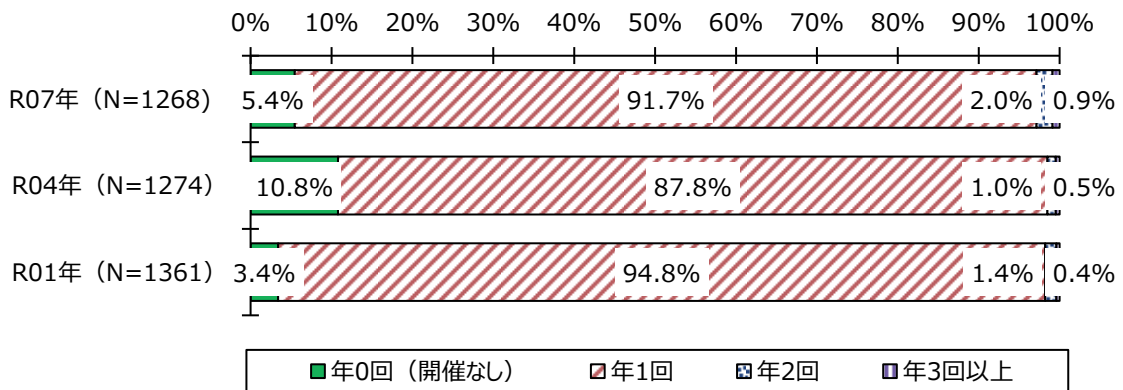
■ 総会等の開催回数

総会の年間実施回数については「年1回」が最も多く91.7%を占めている。役員会の年間実施回数については「年5回未満」が最も多く51.6%を占めている。その他の会議（専門部会等）の年間実施回数についても「年5回未満」が最も多く76.4%となっている。

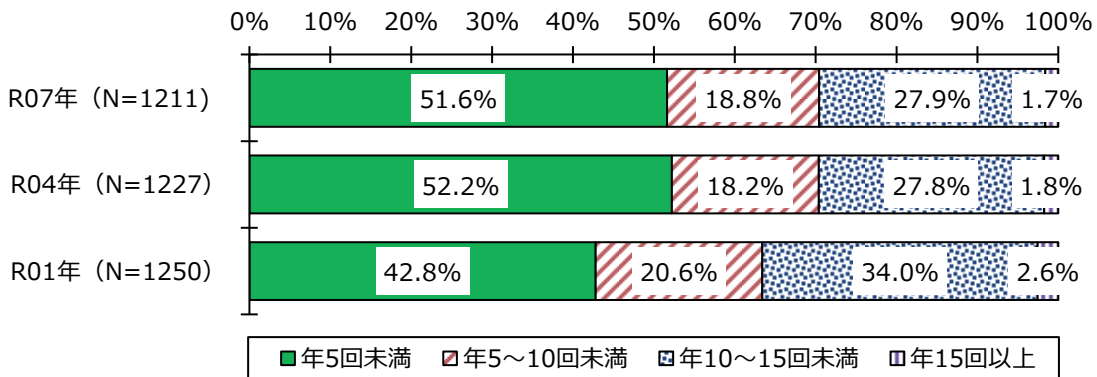
【総会等の開催回数（平均）】

| | 総会 (N=1268) | 役員会 (N=1211) | その他の会議（専門部会等） (N=794) |
|-------|-------------|--------------|-----------------------|
| 平均（回） | 1.1 | 5.8 | 4.0 |

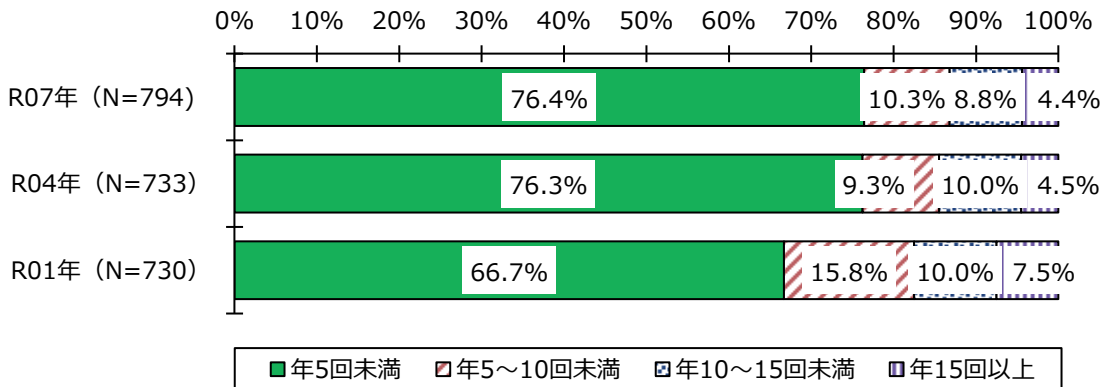
【総会の年間実施回数】



【役員会の年間実施回数】



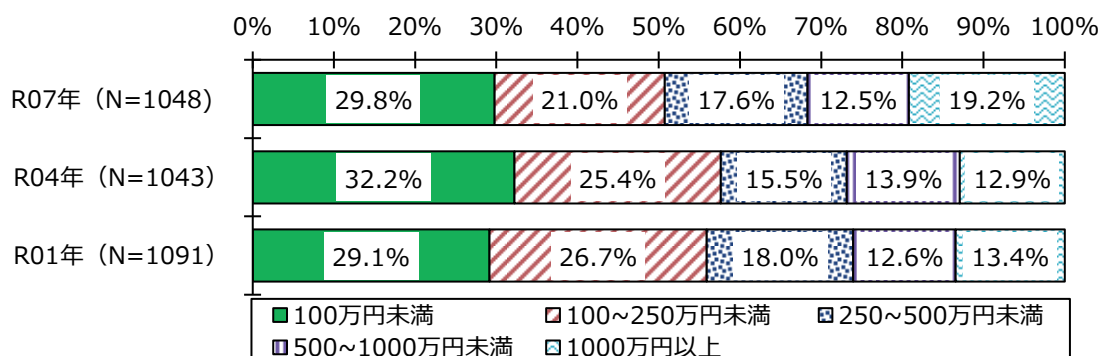
【その他の会議（専門部会等）の年間実施回数】



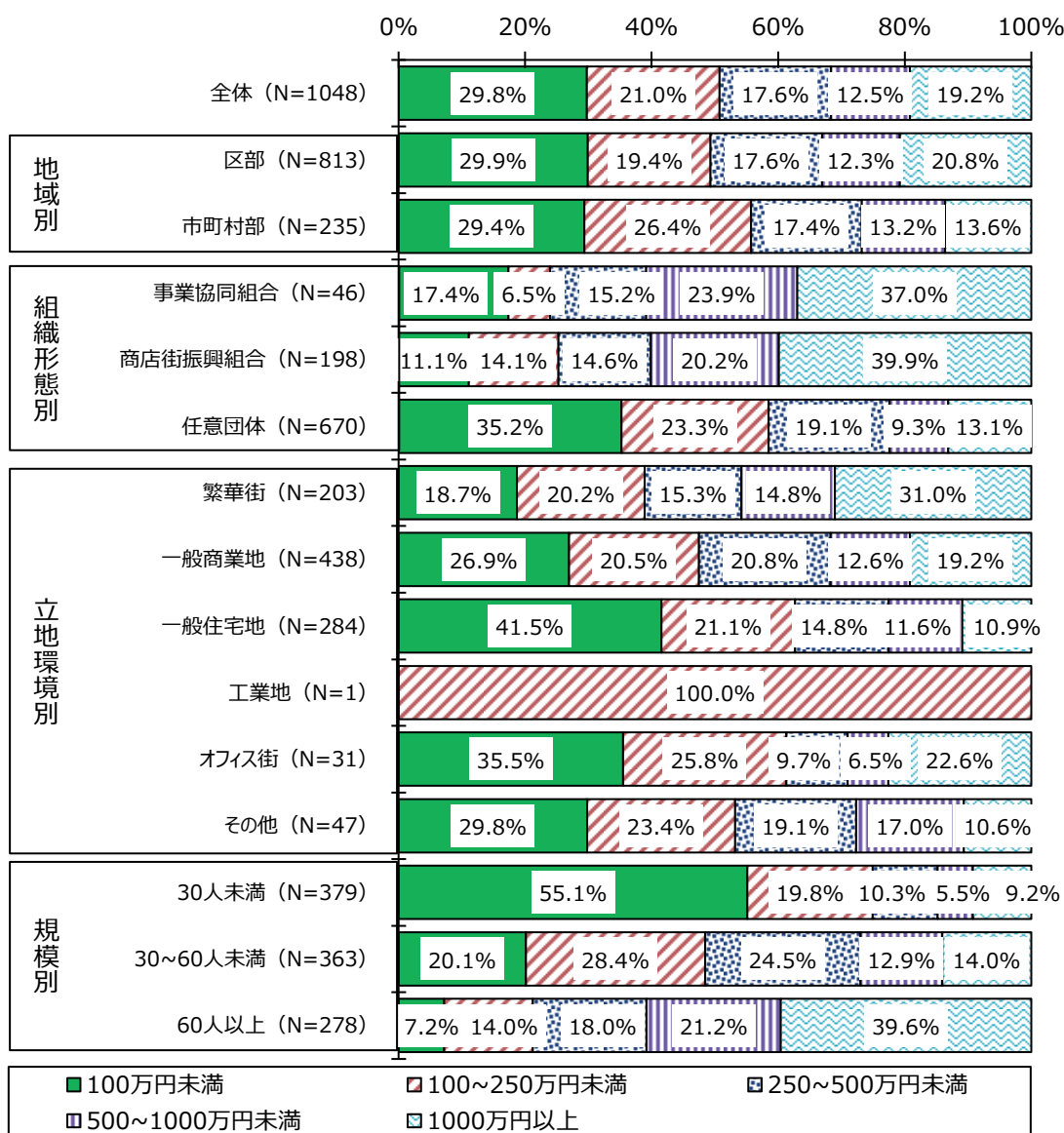
■ 年間総事業予算額の状況

年間総事業予算額については「100万円未満」が最も多く29.8%となっている。

【年間総事業予算額】



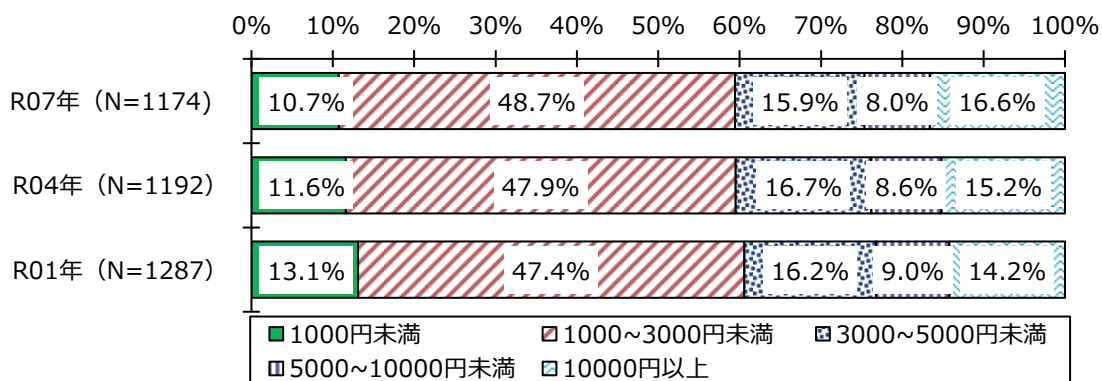
【年間総事業予算額（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



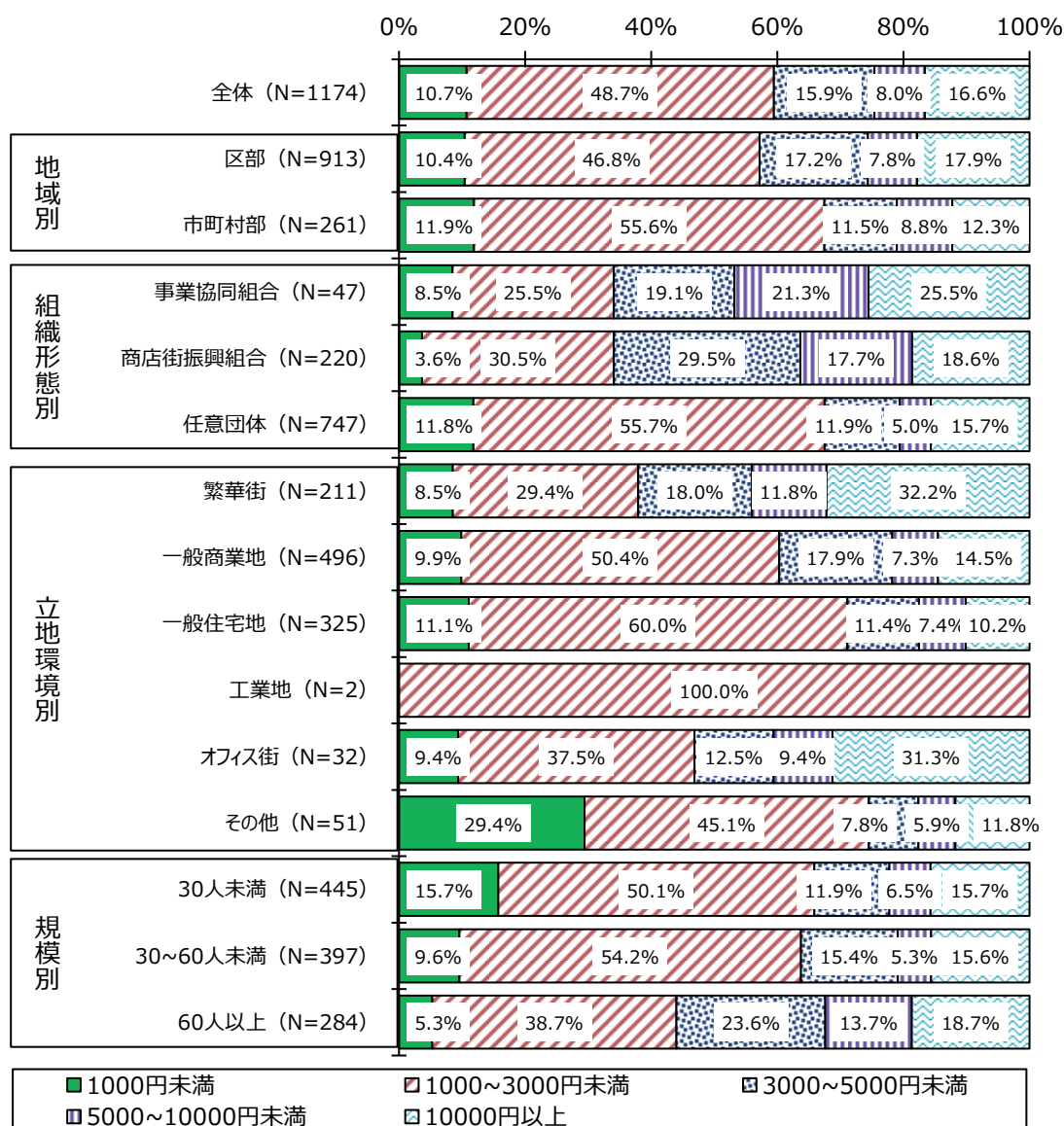
■ 月会費の状況

1店舗あたりの平均月会費については「1000～3000円未満」が48.7%と最も高く、前回調査（令和4年）とほぼ同様の割合となっている。会費の徴収方法は「均等割」が58.6%となっており、前回、前々回調査からほぼ変化は見られない。

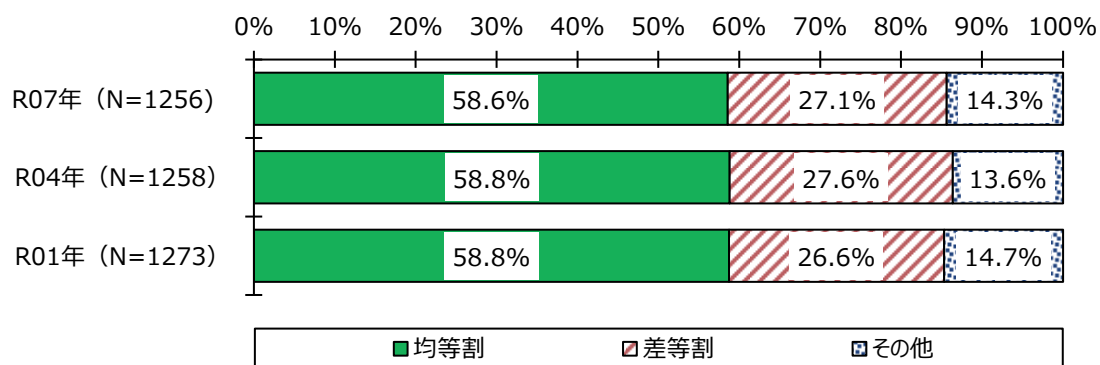
【1店舗あたりの平均月会費】



【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）】

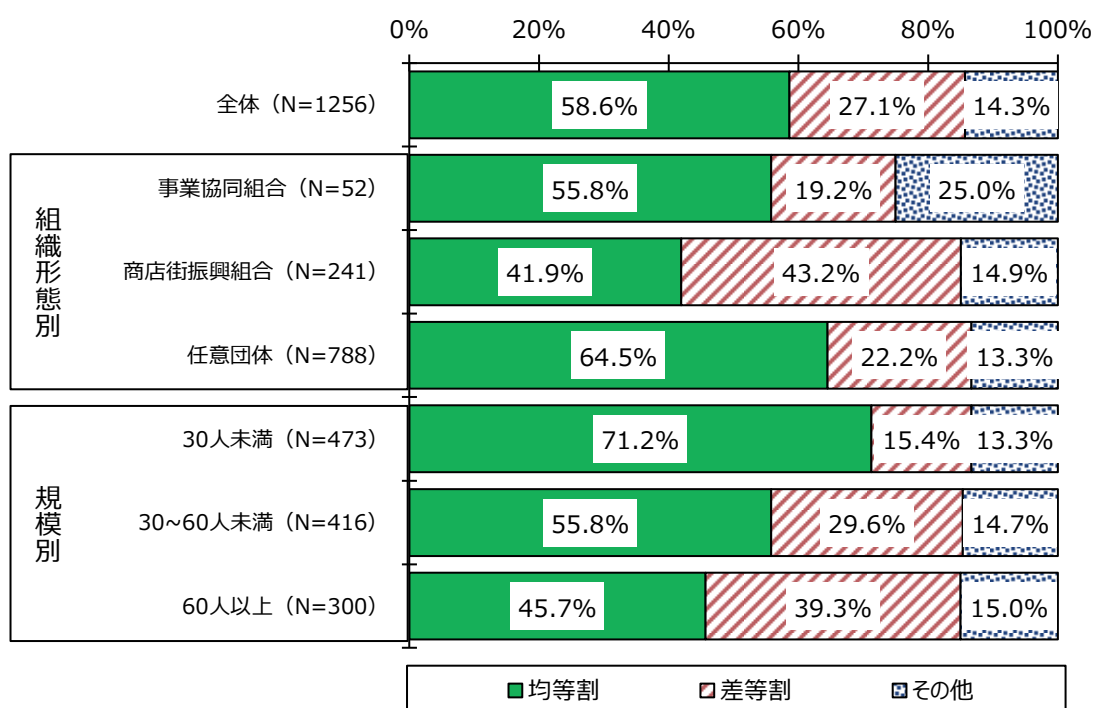


【会費の徴収方法】



※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）】

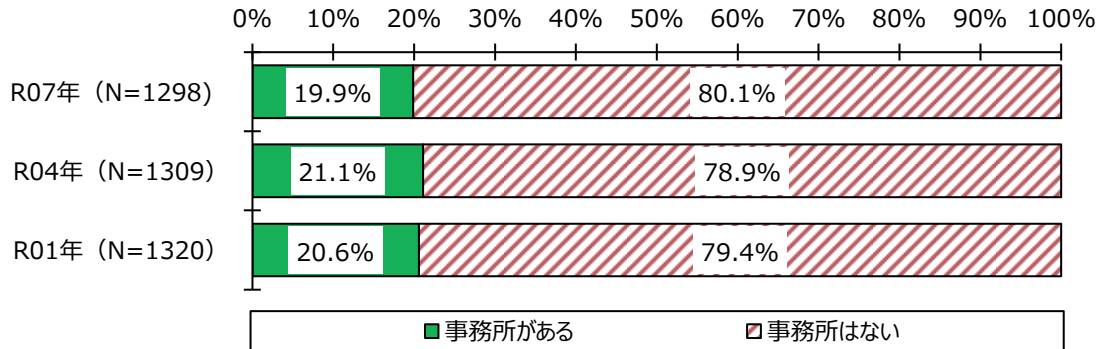


⑥ 商店街事務所・専従職員の状況

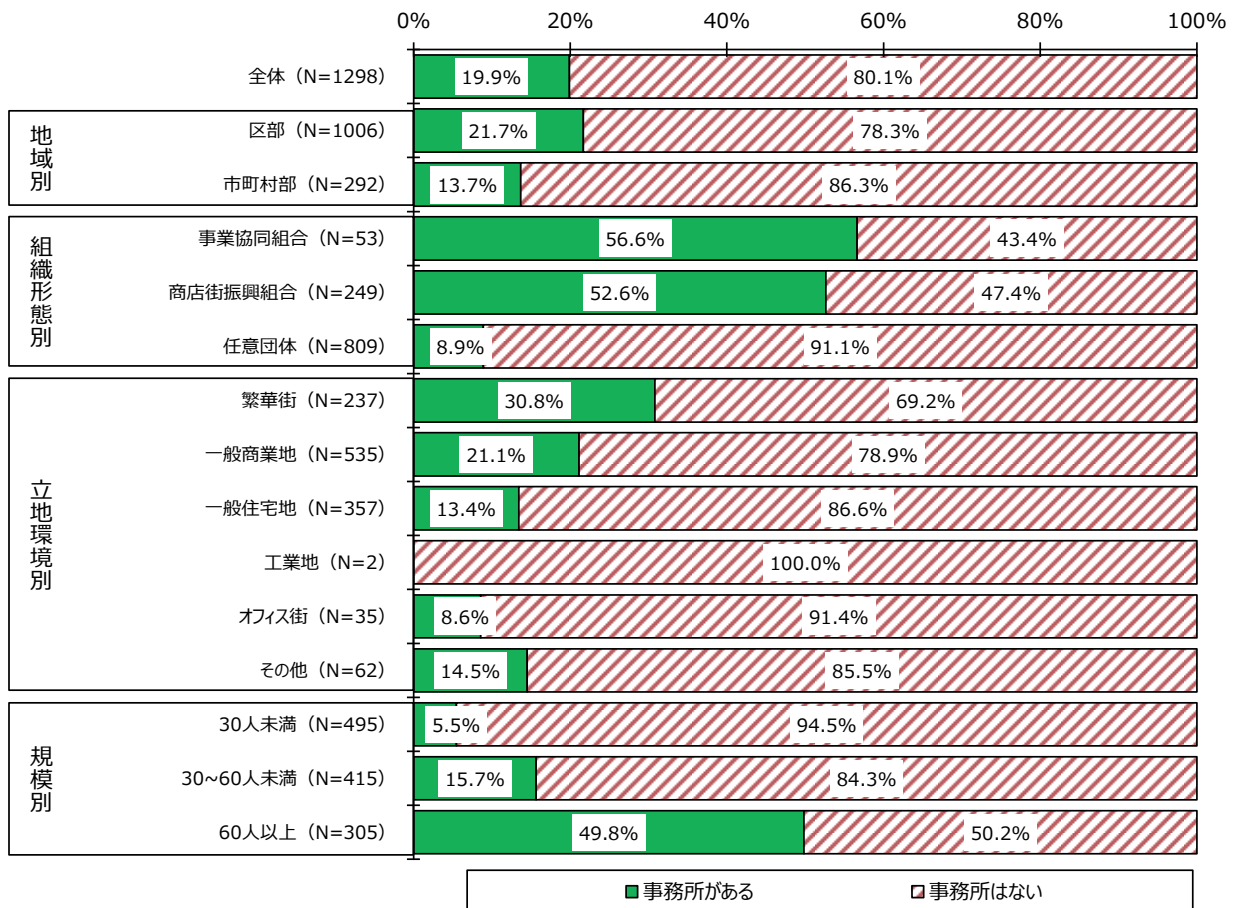
■ 商店街事務所の状況

商店街事務所の有無は「ある」の割合が 19.9%、「ない」の割合が 80.1%であった。商店街事務所の面積については「20～40 ㎡未満」の割合が最も高く、40.2%となっている。

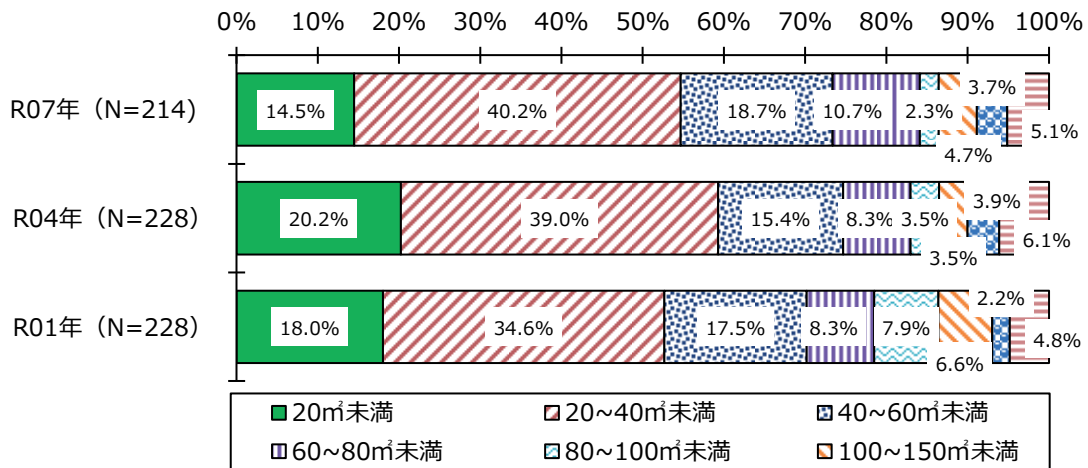
【商店街事務所の有無】



【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）】



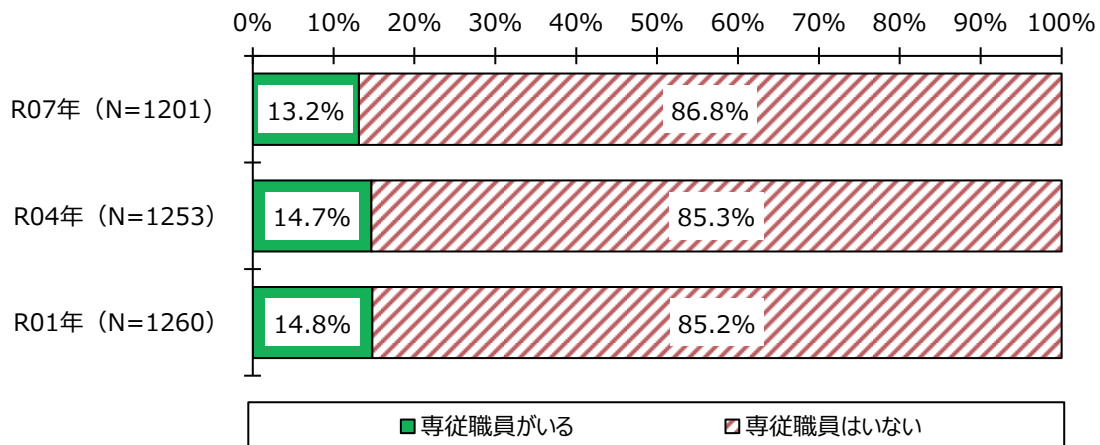
【商店街事務所の面積】



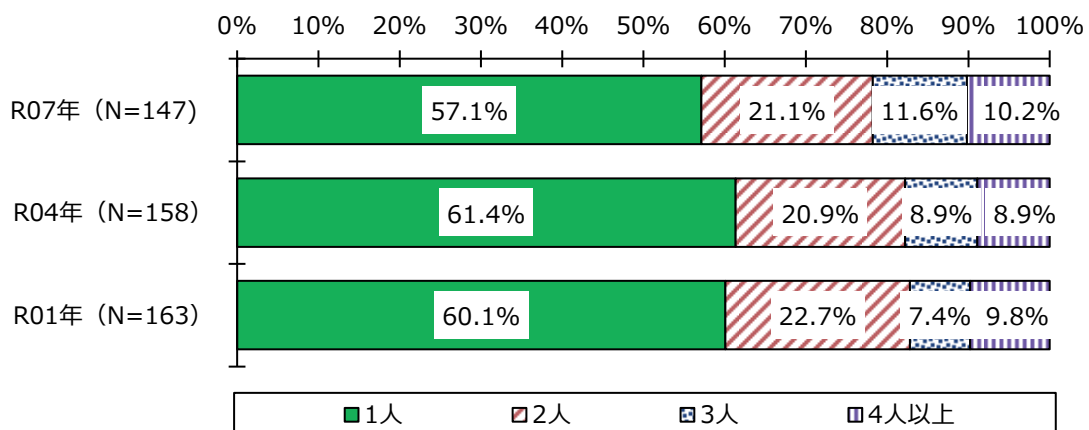
■ 専従職員の状況

商店街事務所の専従職員の有無は「いる」の割合が 13.2%、「いない」が 86.8%であった。専従職員の人数は「1人」が 57.1%を占めている。

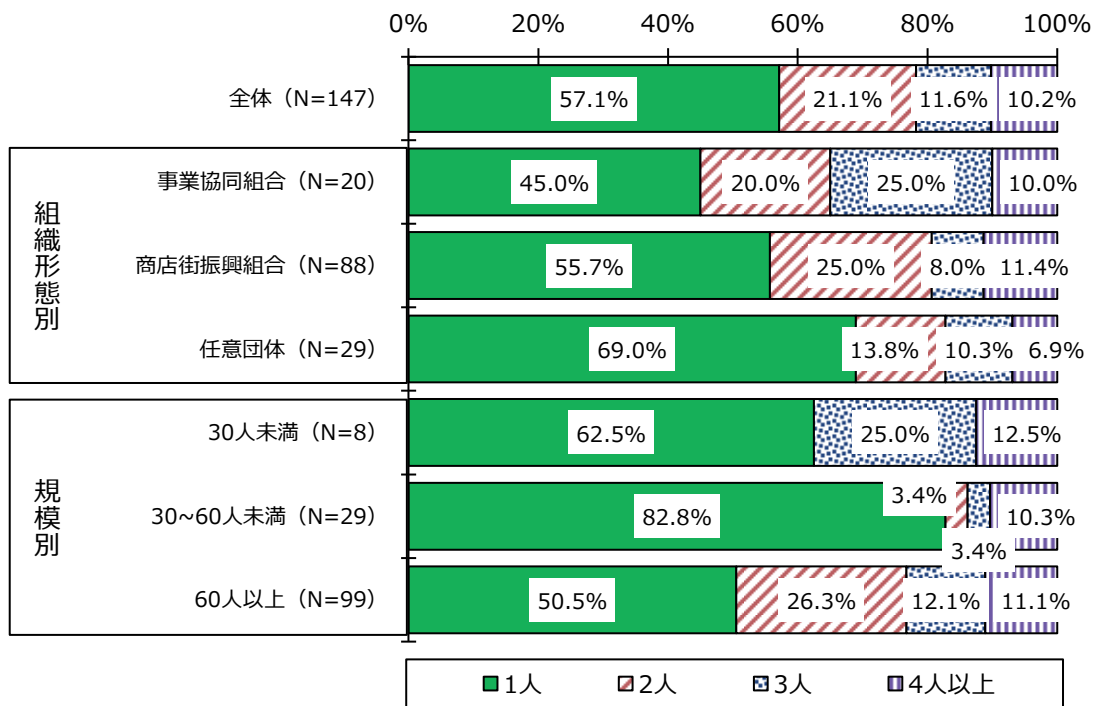
【専従職員の有無】



【専従職員の人数】



【専従職員の人数（組織形態別、規模別）】



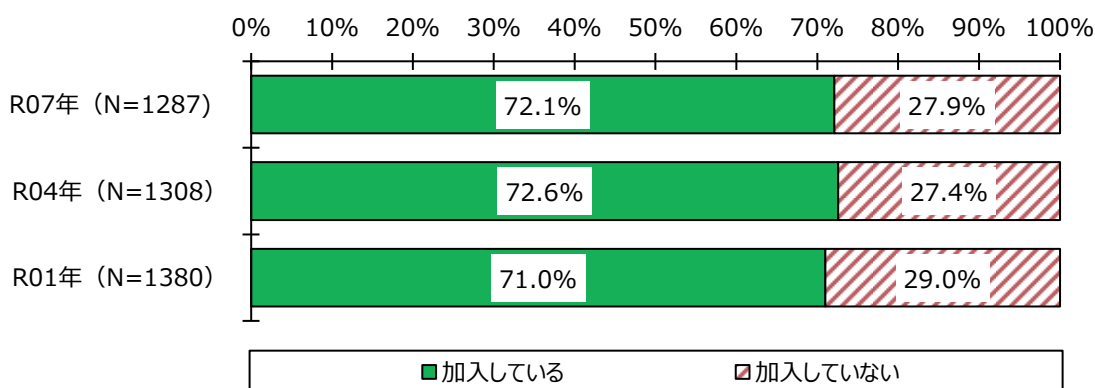
(3) 他団体への加入・連携状況

① 区市商店街（振興組合）連合会への加入状況

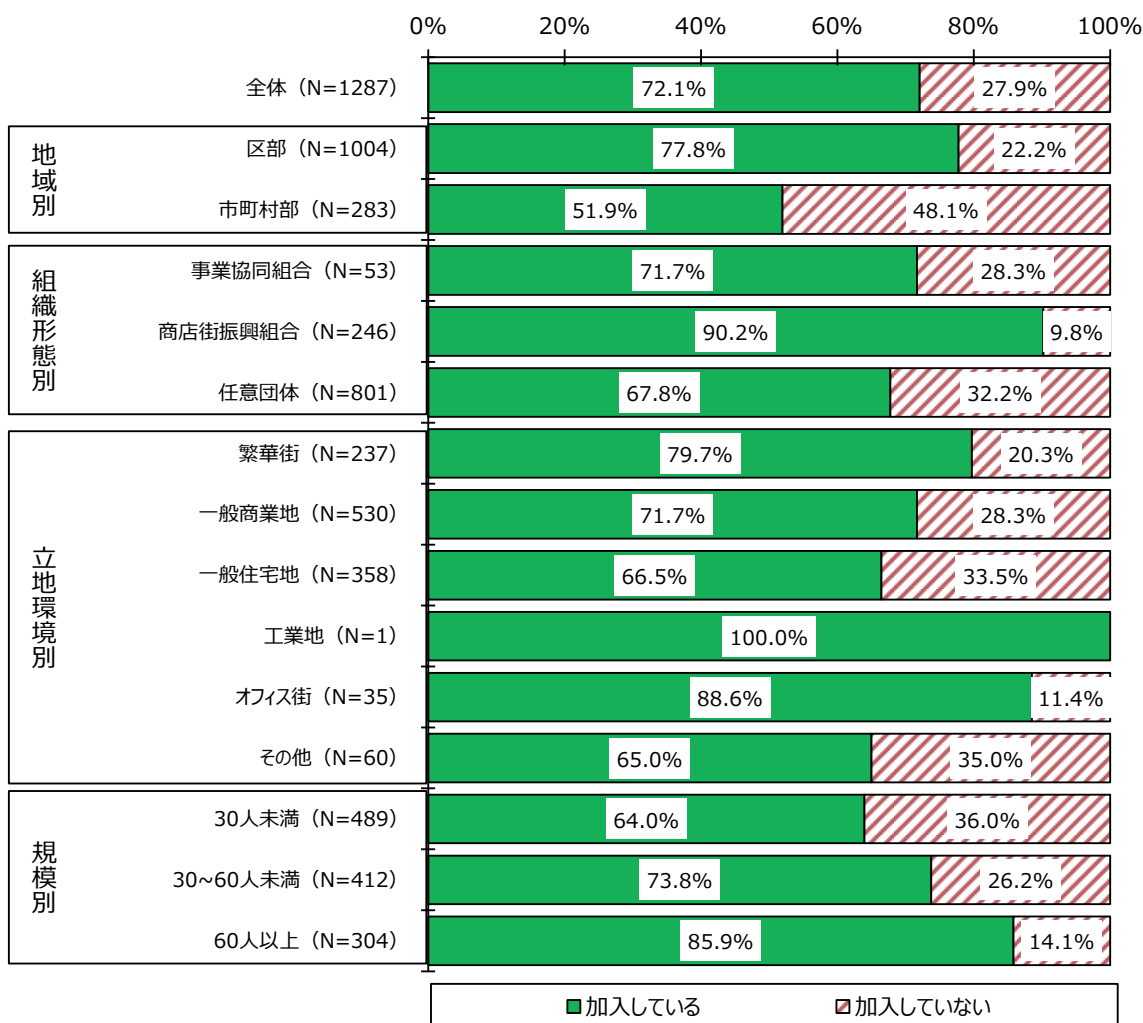
■ 加入有無

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72.1%、「加入していない」が27.9%であり、前回調査（令和4年）とほぼ同様の構成となっている。

【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「情報の収集・共有」や「補助金」、「イベント等への参加」、「近隣商店街や他団体との交流」などが挙げられている。

【区市商店街（振興組合）連合会への加入メリット】

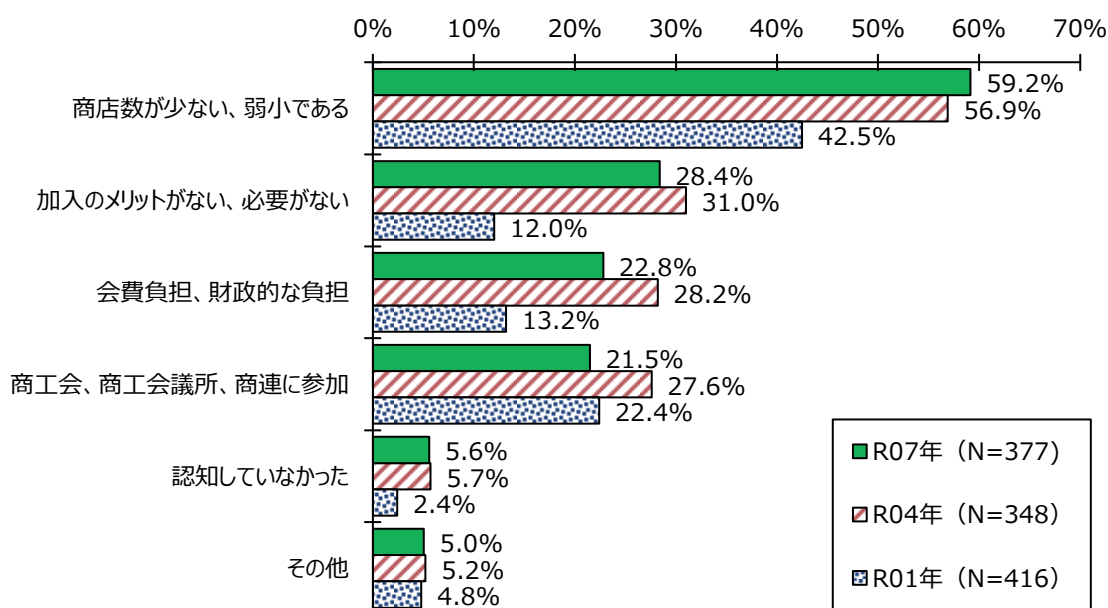
- ・行政施策や他商店街に関する最新情報の収集・共有
- ・補助金・助成金の情報入手、申請のサポート
- ・連合会主催のイベント、キャンペーン、合同売り出しへの参加
- ・近隣商店街や他地区との交流、連携、ネットワークづくり

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 59.2%で最も高く、前回調査（令和4年）と比較して 2.3 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）】

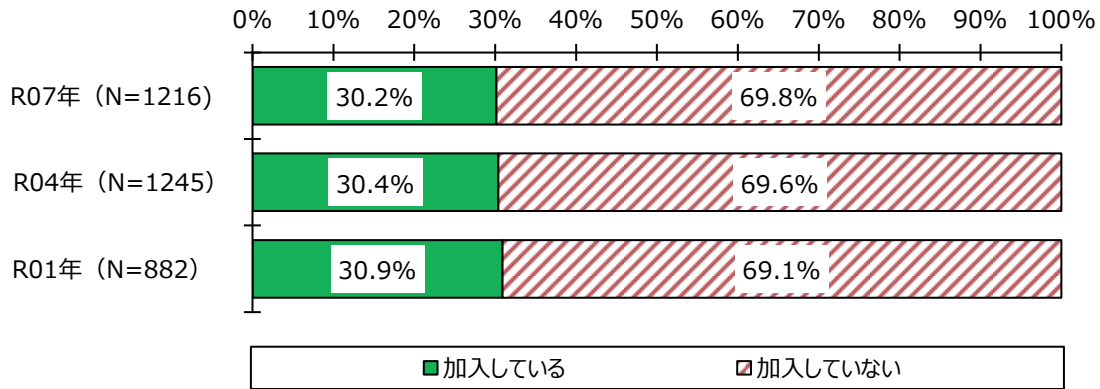


②東京都商店街（振興組合）連合会への加入状況

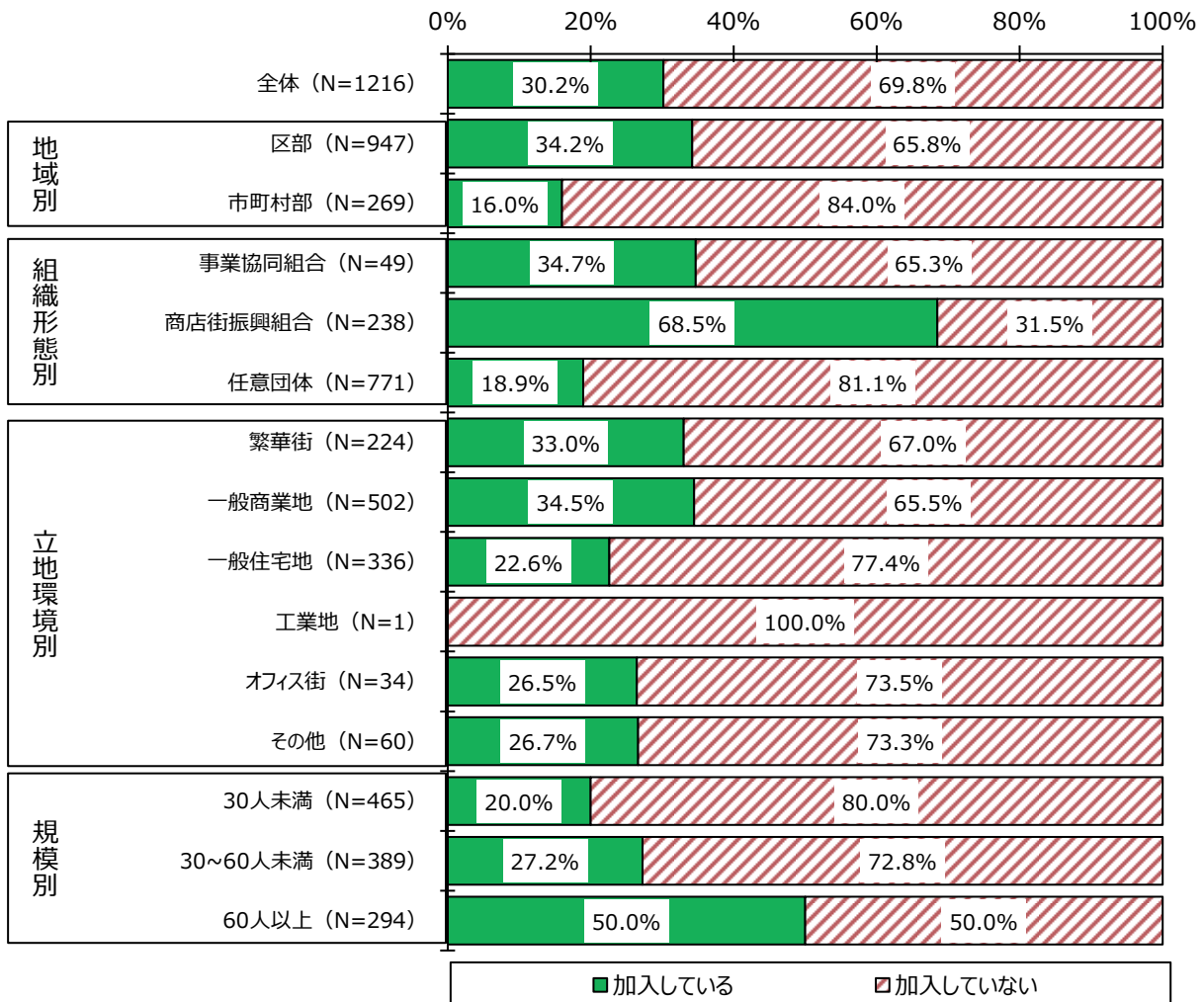
■ 加入有無

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 30.2%、「加入していない」が 69.8%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」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】

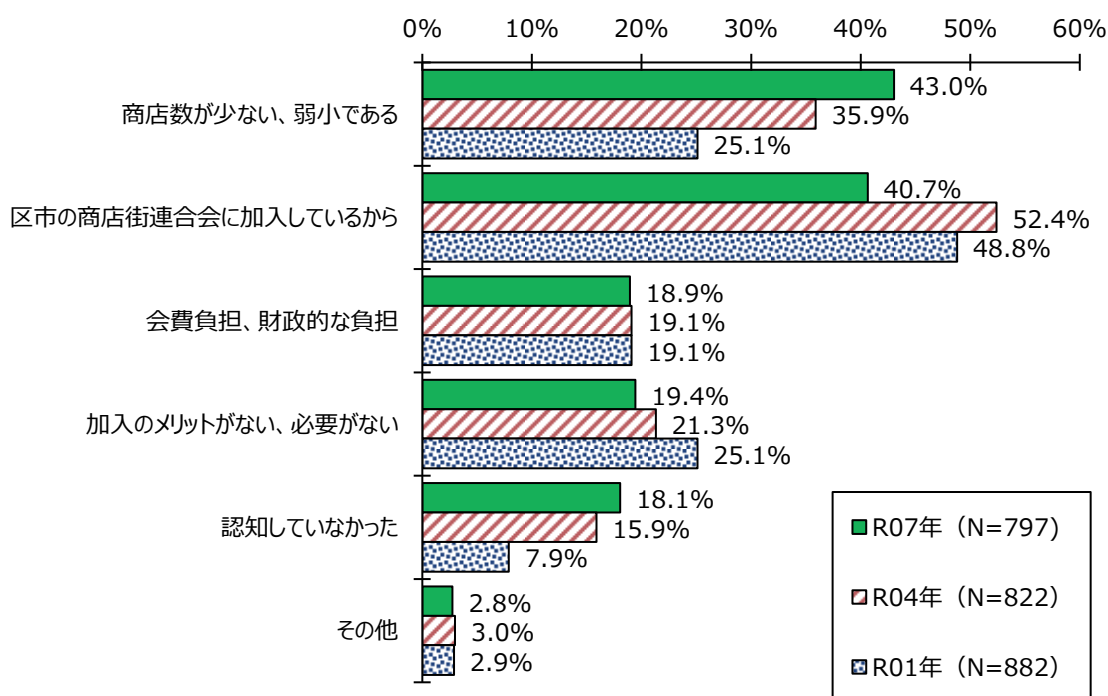
- ・各種補助金・助成金の情報入手
- ・行政施策や他地域の商店街活動に関する最新情報の収集・共有
- ・決算書や総会資料の作成、定款変更などの事務・運営指導及びサポート
- ・運営上の課題に対する各種相談対応や、専門家派遣の活用
- ・連合会主催のイベントへの参加や、事業活動への協力・支援
- ・他の商店街との交流、情報交換、連携づくりの機会

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「商店数が少ない、弱小である」の割合が 43.0% で最も高い。次いで「区市の商店街連合会に加入しているから」が 40.7% 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）

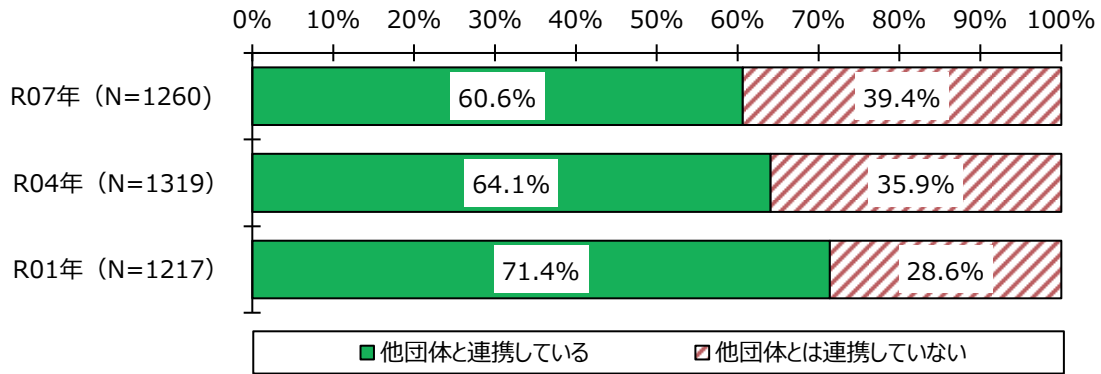


③他団体との連携状況

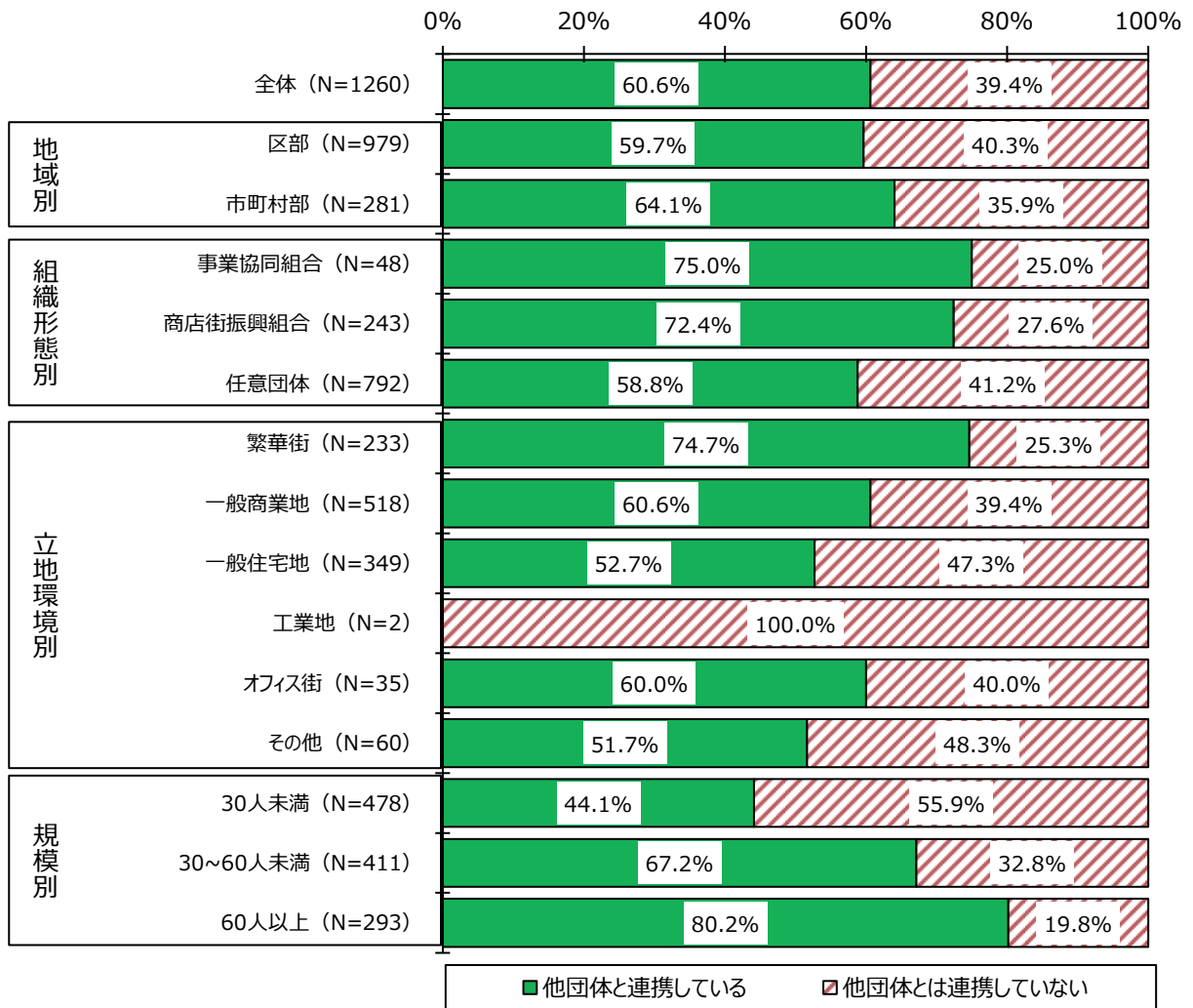
■ 他団体との連携状況

他団体との連携については「連携している」が60.6%となっている。

【他団体との連携有無】

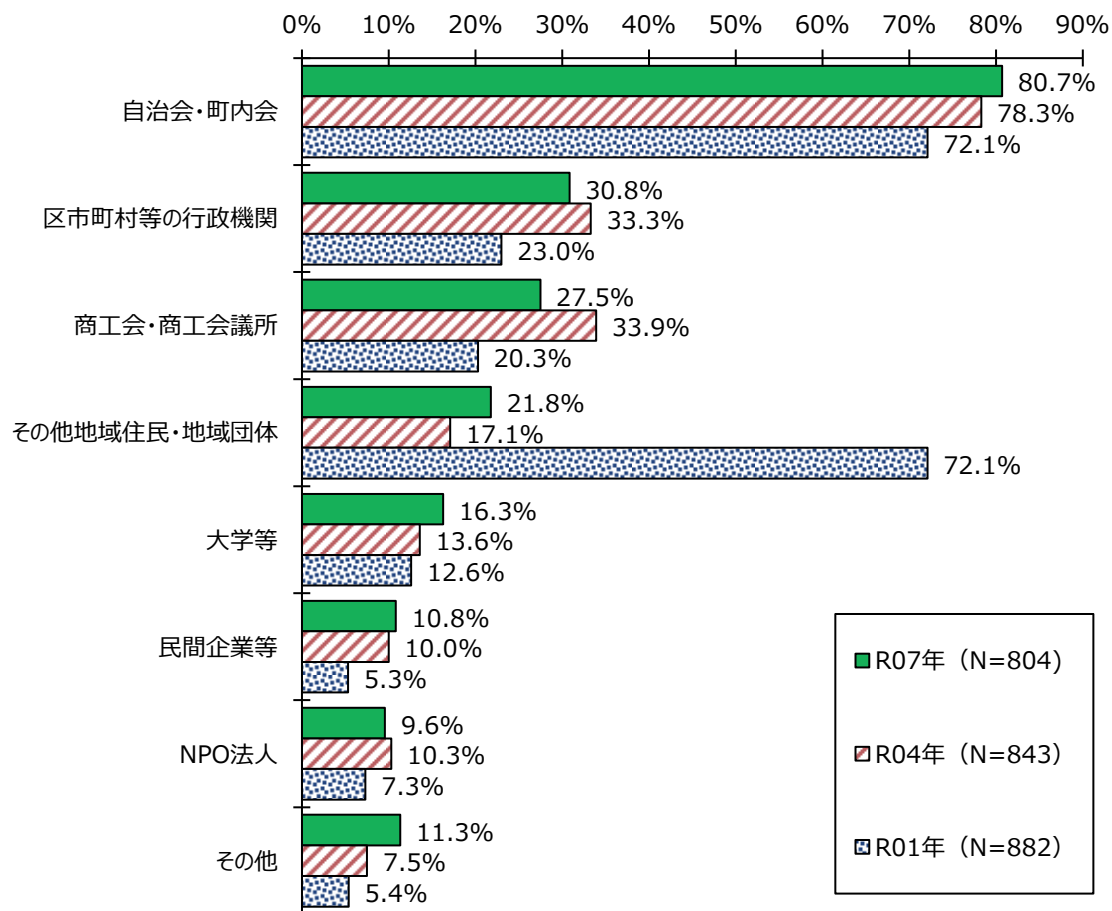


【他団体との連携有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



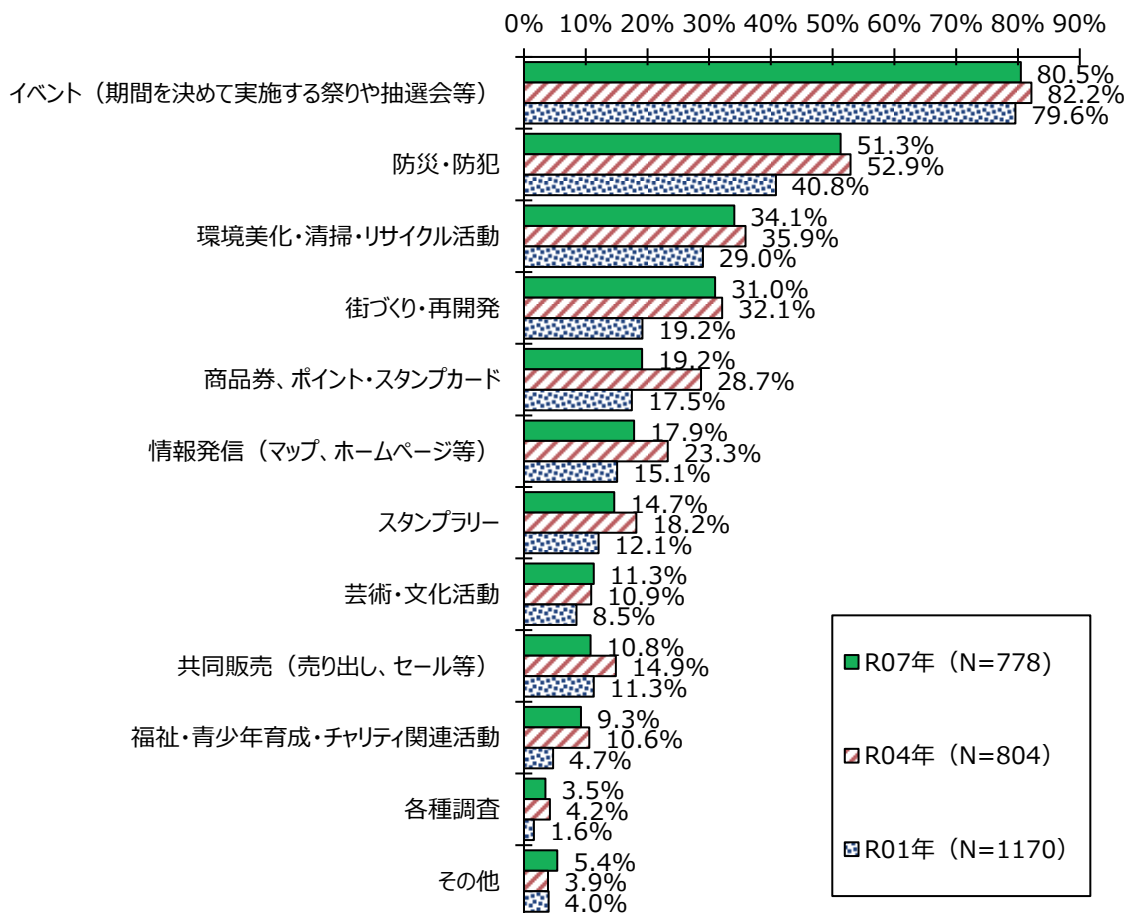
連携の相手先は「自治会・町内会」が 80.7%と最も高く、次いで「区市町村等の行政機関」が 30.8%、「商工会・商工会議所」が 27.5%となっている。

【連携の相手先（複数回答）】



連携の内容は「イベント」が80.5%と最も多くなっており、次いで「防災・防犯」が51.3%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】

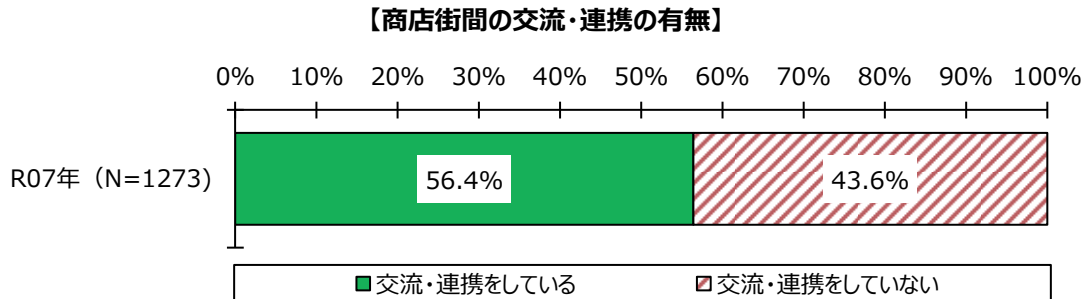
- ・意見交換や情報共有の場づくり
 - ・交通安全
 - ・子育て支援
 - ・貸し傘
 - ・町会の会議室を借用
 - ・統一フラッグの掲出
- など

(4) 商店街間の交流・連携状況

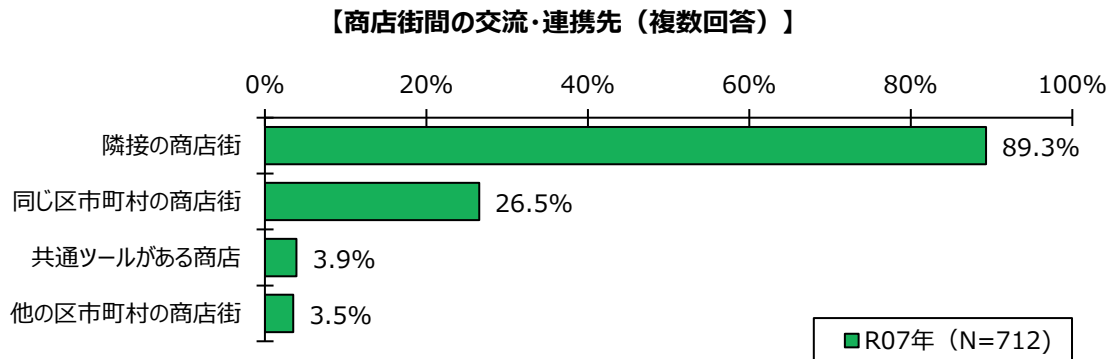
① 商店街間の交流・連携状況

■ 商店街間の交流・連携状況

商店街間の交流・連携状況は「交流・連携をしている」が56.4%と過半を占めている。

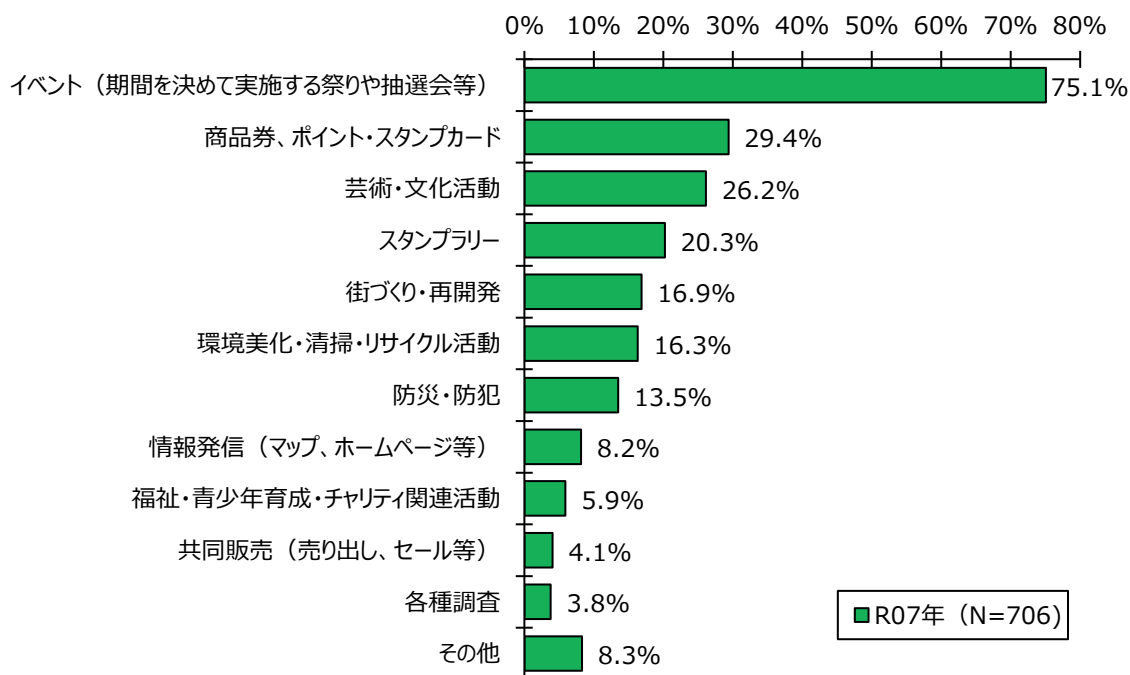


商店街間の交流・連携先は「隣接の商店街」が89.3%で最も多い。



商店街間の交流・連携内容は「イベント」が 75.1%で最も多い。

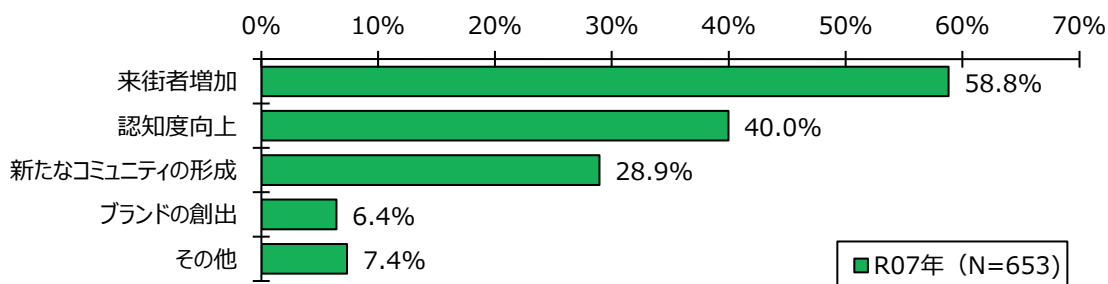
【商店街間の交流・連携内容（複数回答）】



② 商店街間の交流・連携で期待すること

商店街間の交流・連携によって期待することは「来街者増加」が 58.8%と最も多く、次いで「認知度向上」が 40.0%となっている。

【商店街間の交流・連携で期待すること（複数回答）】



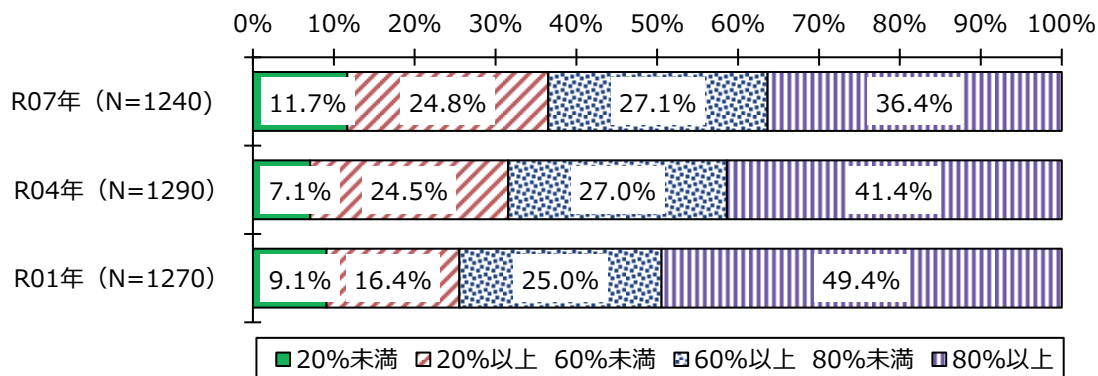
(5) 個店の加入状況・業種構成

① 個店の加入状況

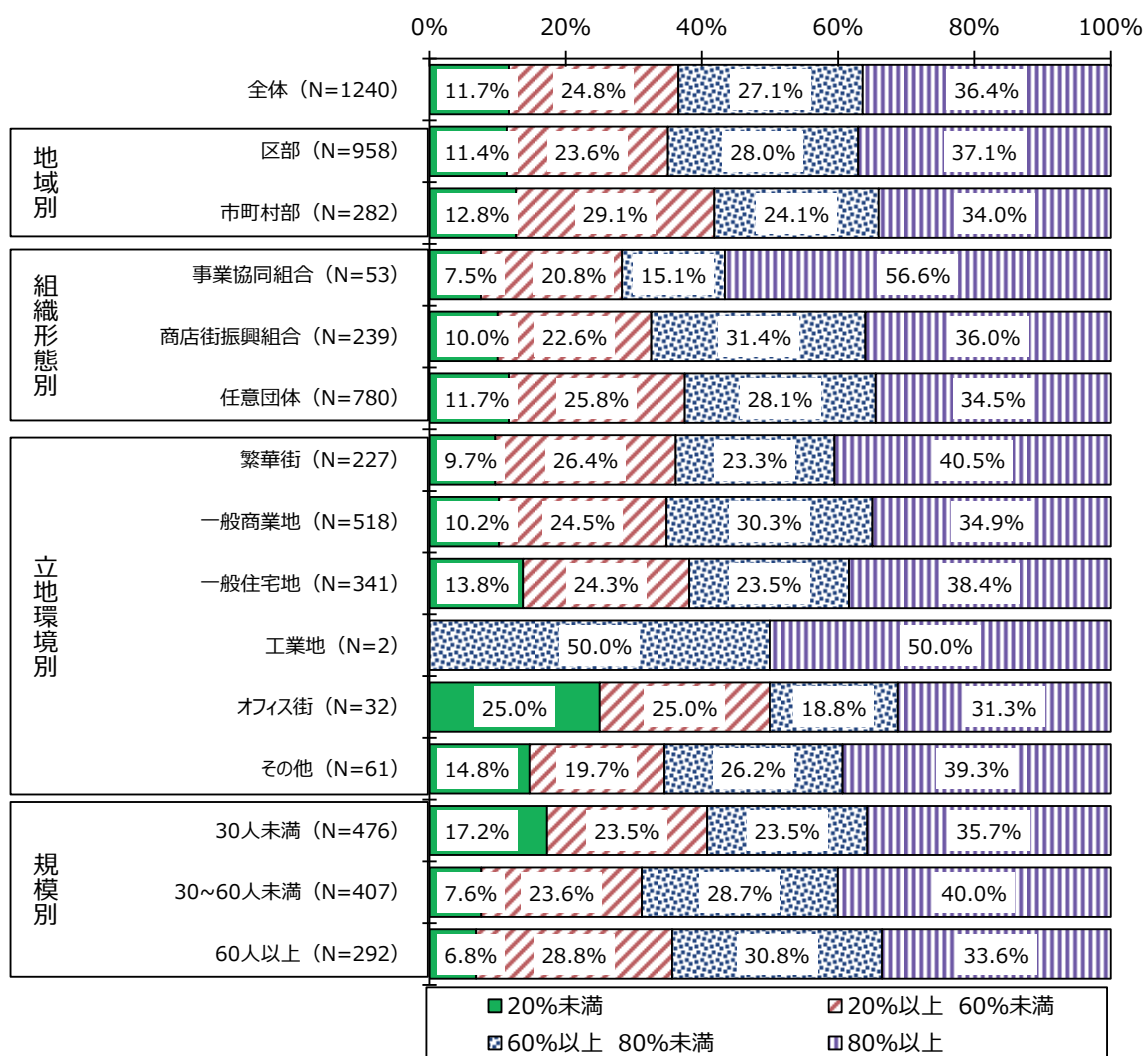
■ 個店の加入状況

個店の商店街組織への加入率は「80%以上」の割合が 36.4%で最も高いが、その割合は経年的に減少している。

【個店の加入率】

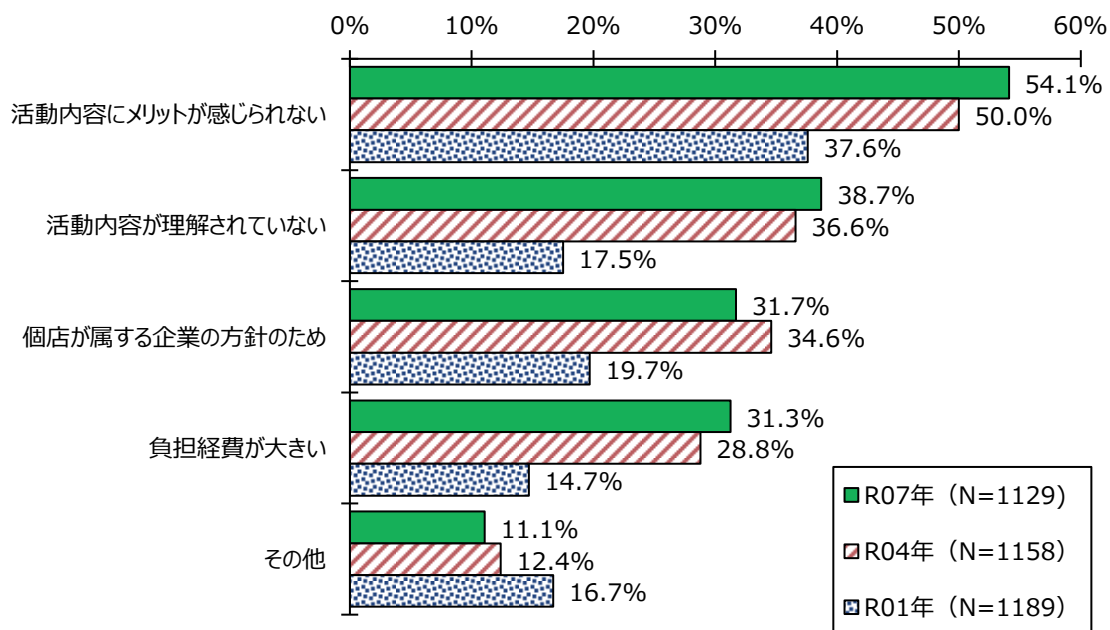


【個店の加入率（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

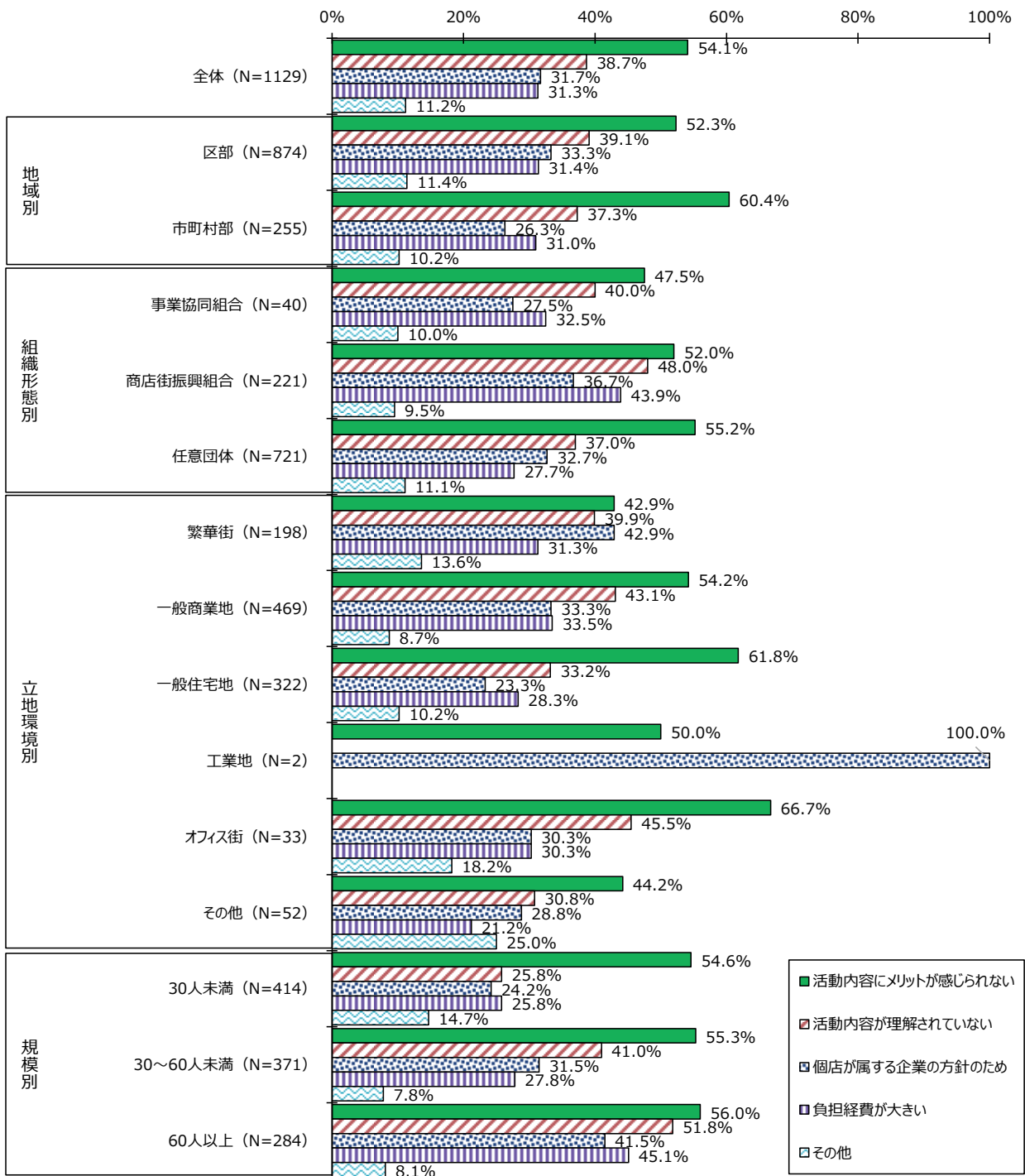


個店が加入しない理由としては「活動内容にメリットを感じられない」が最も多く挙げられており 54.1%となっている。

【個店が加入しない主な理由（複数回答）】



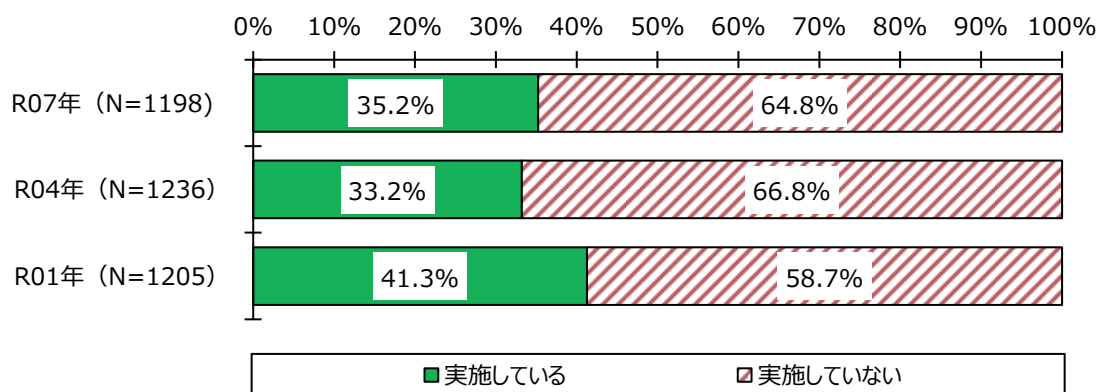
【個店が加入しない主な理由（複数回答）（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



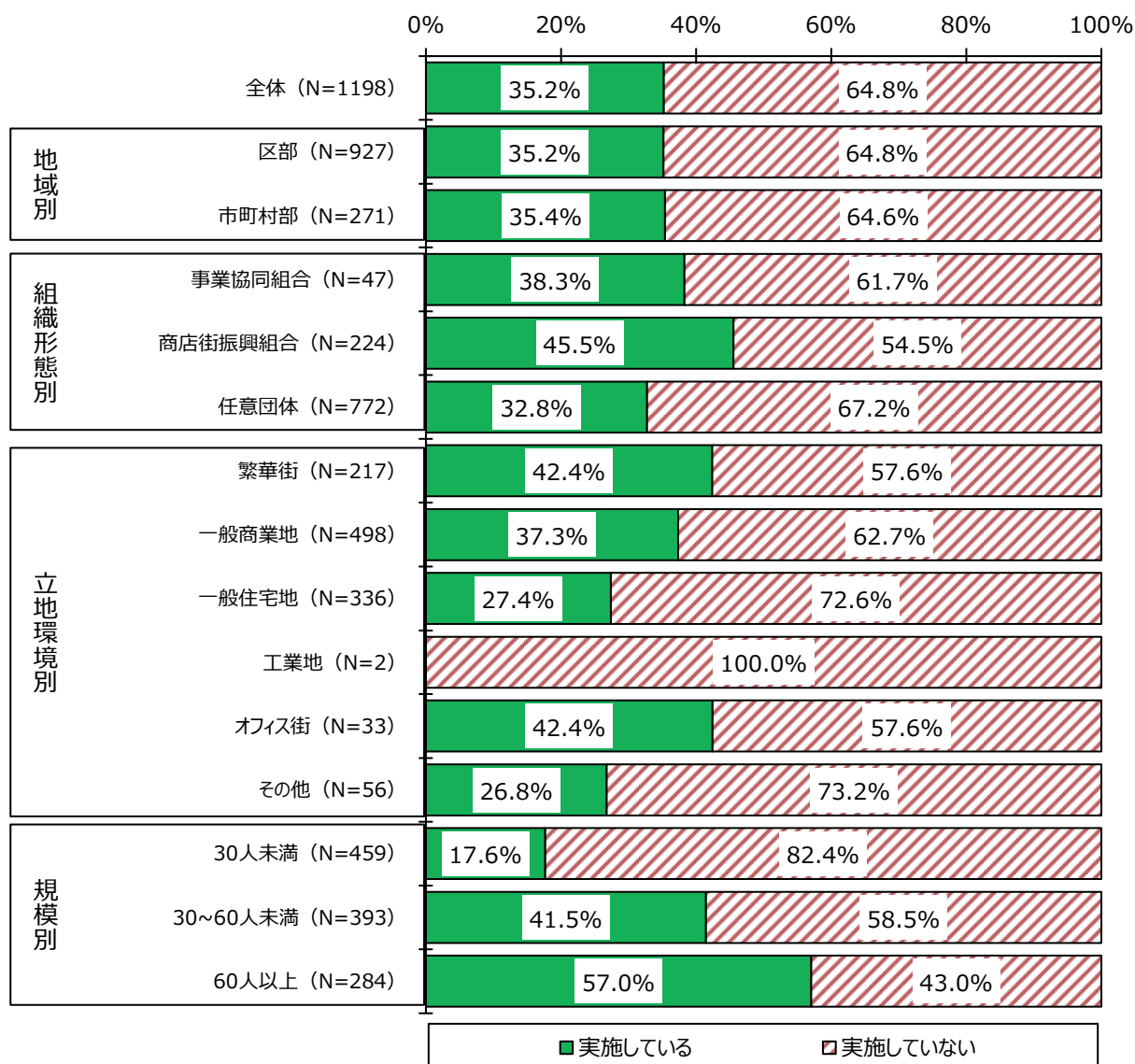
■ 個店の加入促進のための対策

個店の加入促進のための対策は、「実施している」は 35.2%、「実施していない」は 64.8%であった。前回調査（令和4年）と比べると「実施している」は 2.0ポイント増加している。

【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】

- ・直接訪問による対話と勧誘
- ・新規開店のタイミングを捉えたアプローチ
- ・加入メリット（インフラ・防犯・防災）の明確化
- ・イベントや販促事業への参加促進
- ・不動産会社・ビルオーナーとの連携
- ・行政との連携
- ・視覚的資料（パンフレット・マップ）の配布
- ・日常的な信頼関係の構築（コミュニケーション）
- ・広報・デジタルツールの活用
- ・会員間の親睦と交流の強化

など

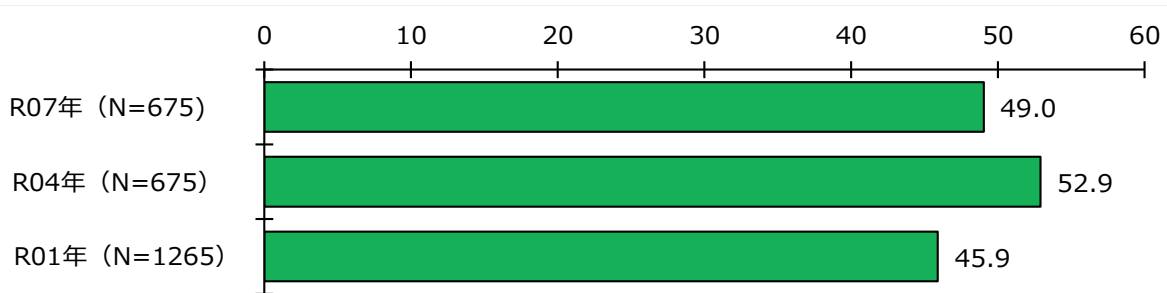
② 商店街加入店舗の状況・業種構成

■ 商店街の加入店舗数の状況

商店街の平均加入店舗数は 49.0 店舗となっている。また、組織形態別にみると「事業協同組合」が平均 87.2 店舗と最も多く、次いで「商店街振興組合」が平均 77.7 店舗となっている。

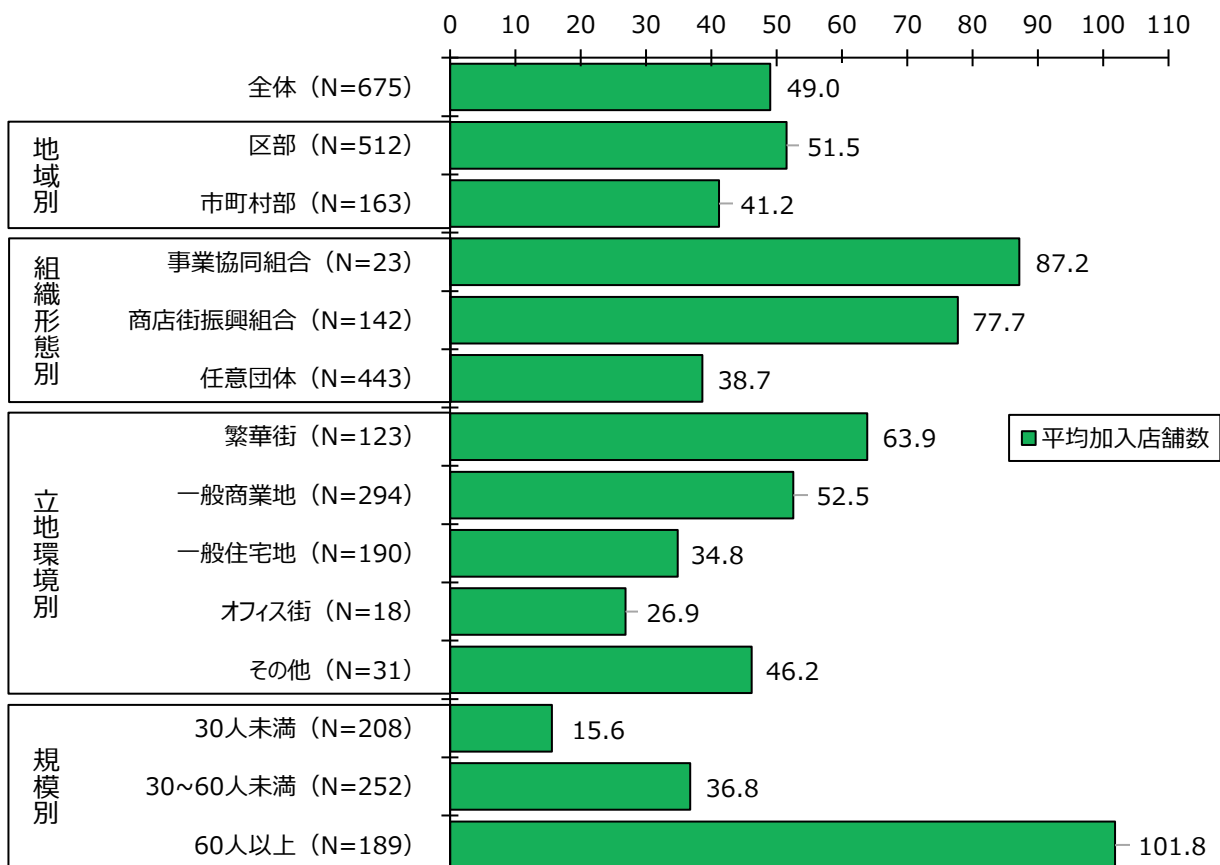
(単位：店舗)

【平均加入店舗数】



(単位：店舗)

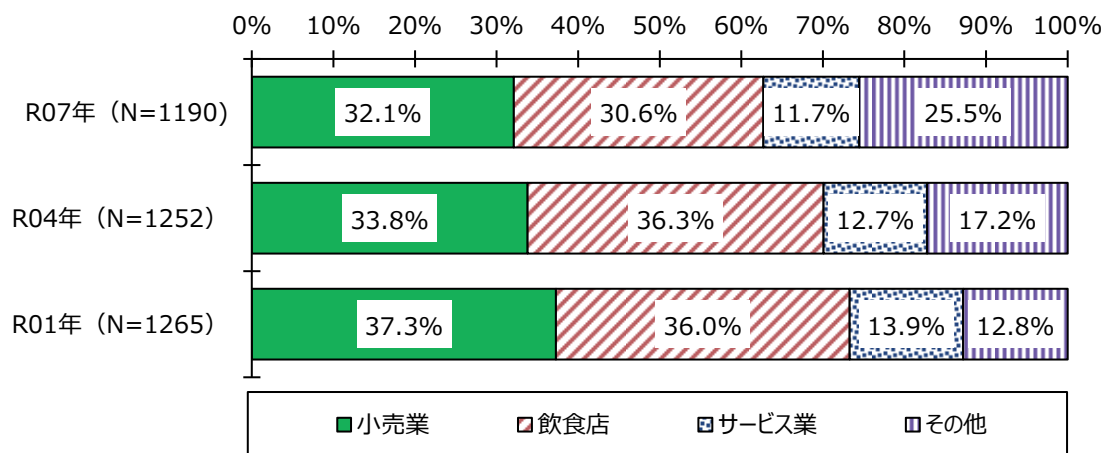
【平均加入店舗数(地域別、組織形態別、立地環境別、規模別)】



■ 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、「小売業」が 32.1%で最も多く、次いで「飲食店」が 30.6%となっている。

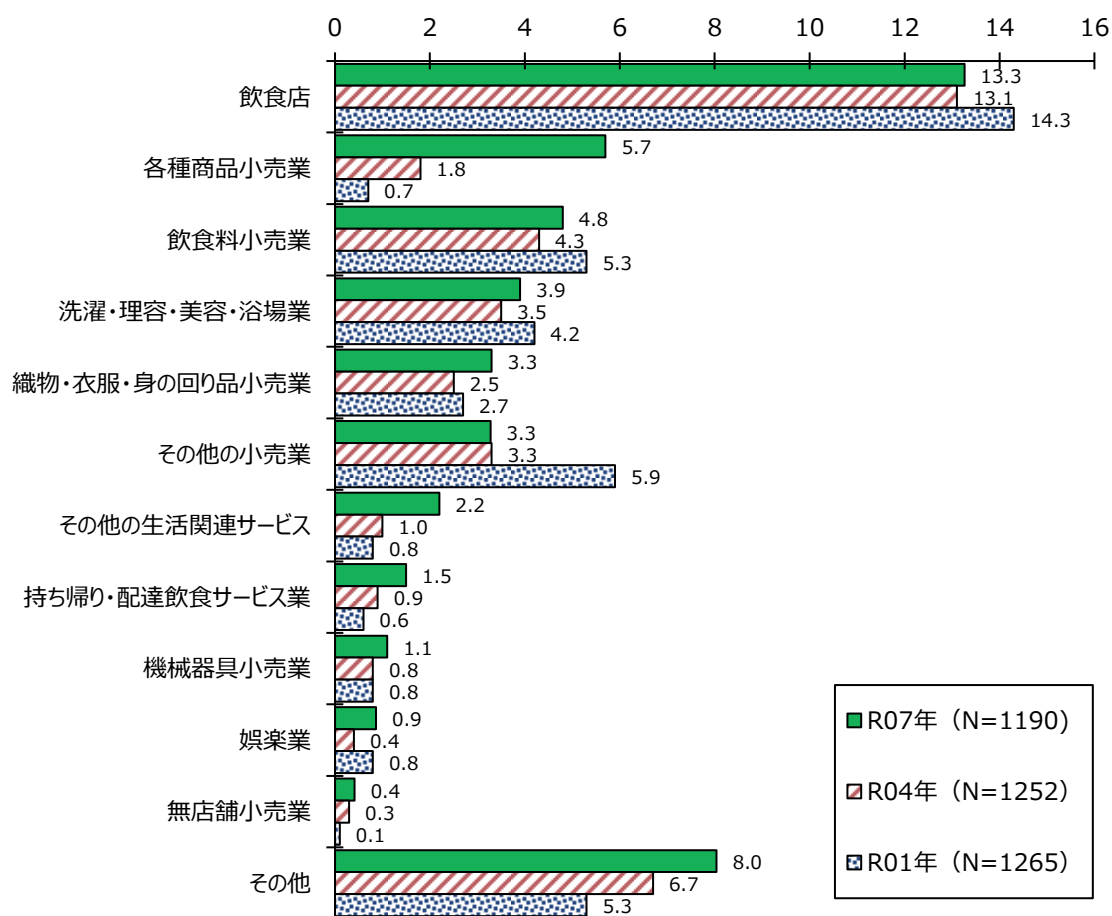
【加入店舗の業種別割合】



業種別平均店舗数をみると「飲食店」が 13.3 店舗で最も多い。

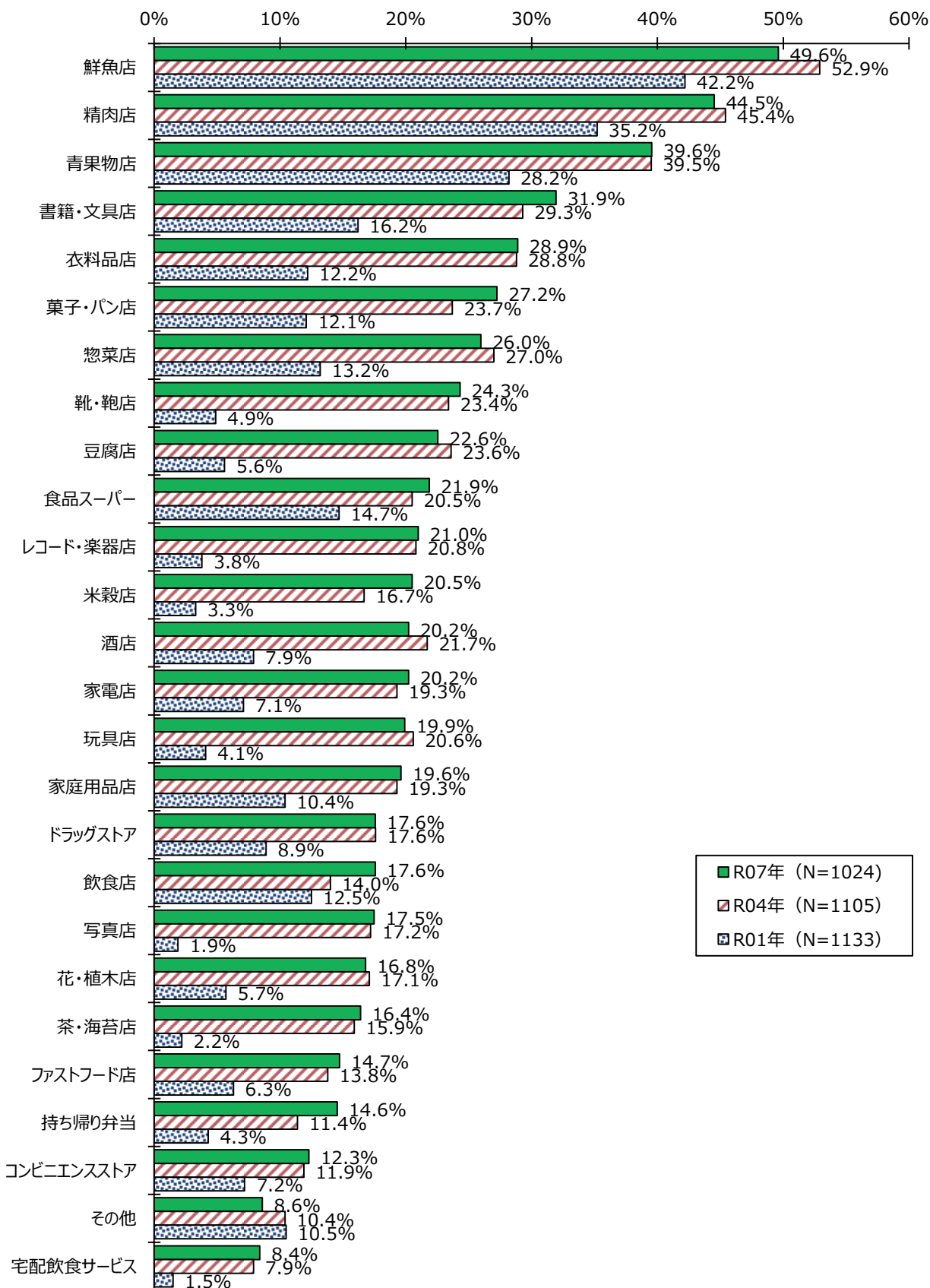
【加入店の業種別平均店舗数】

(単位：店舗)



不足している業種としては「鮮魚店」が49.6%で最も多く挙げられている。次いで「精肉店」「青果物店」が多い。

【不足している業種（複数回答）】

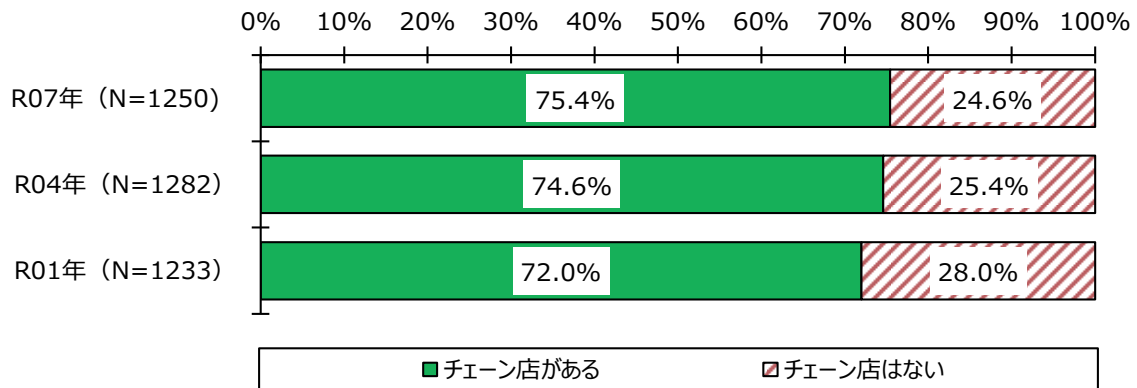


③チェーン店の状況

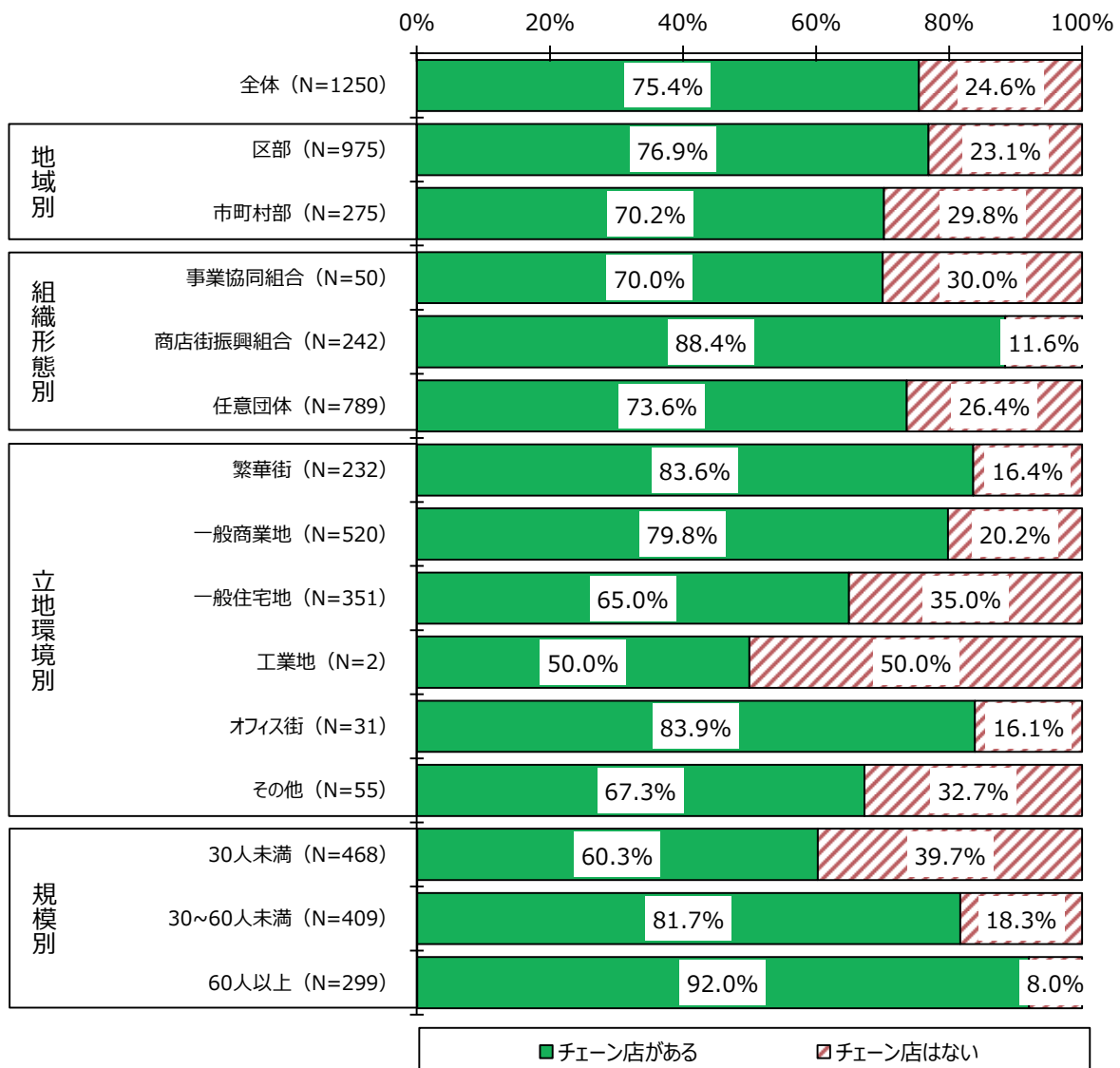
■チェーン店の状況

チェーン店の有無は「ある」が75.4%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】

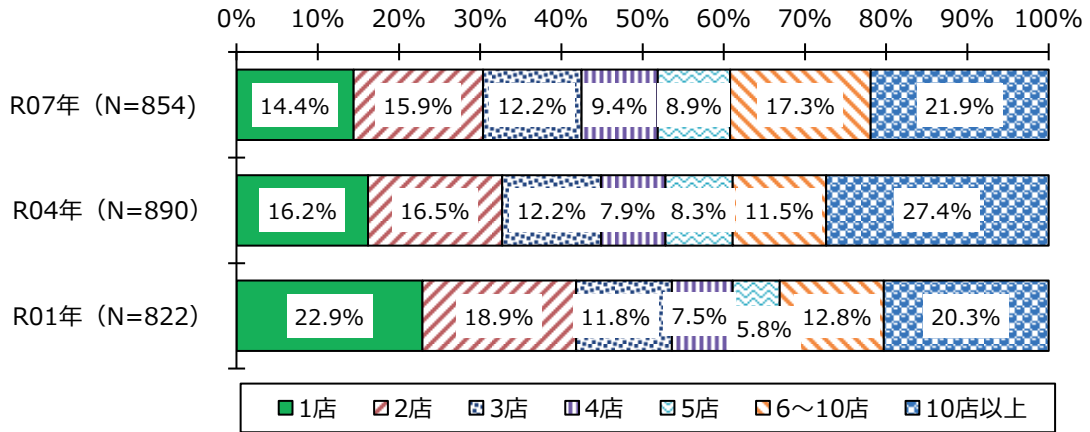


【チェーン店の有無（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】



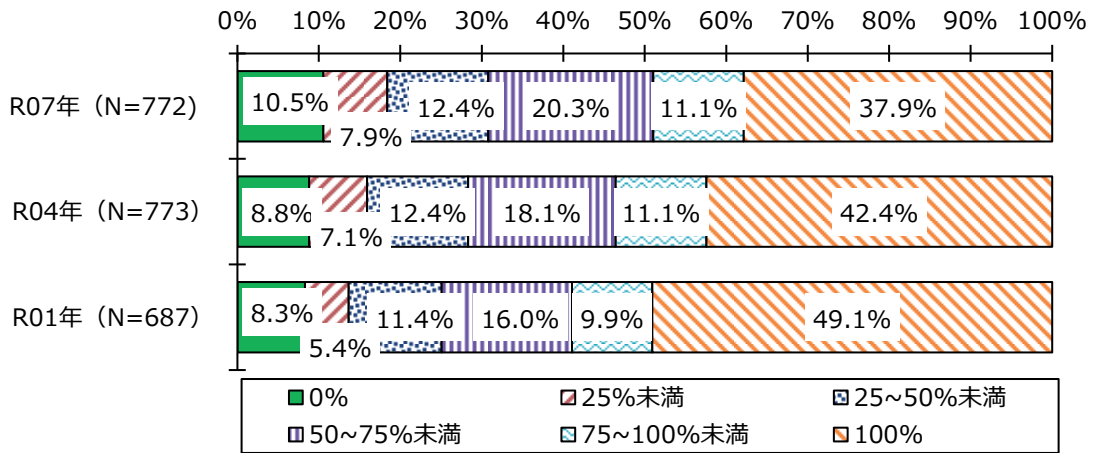
チェーン店の数は「10 店以上」が 21.9%で最も多い。「1 店」及び「2 店」は経年的に減少している。

【チェーン店の店舗数】



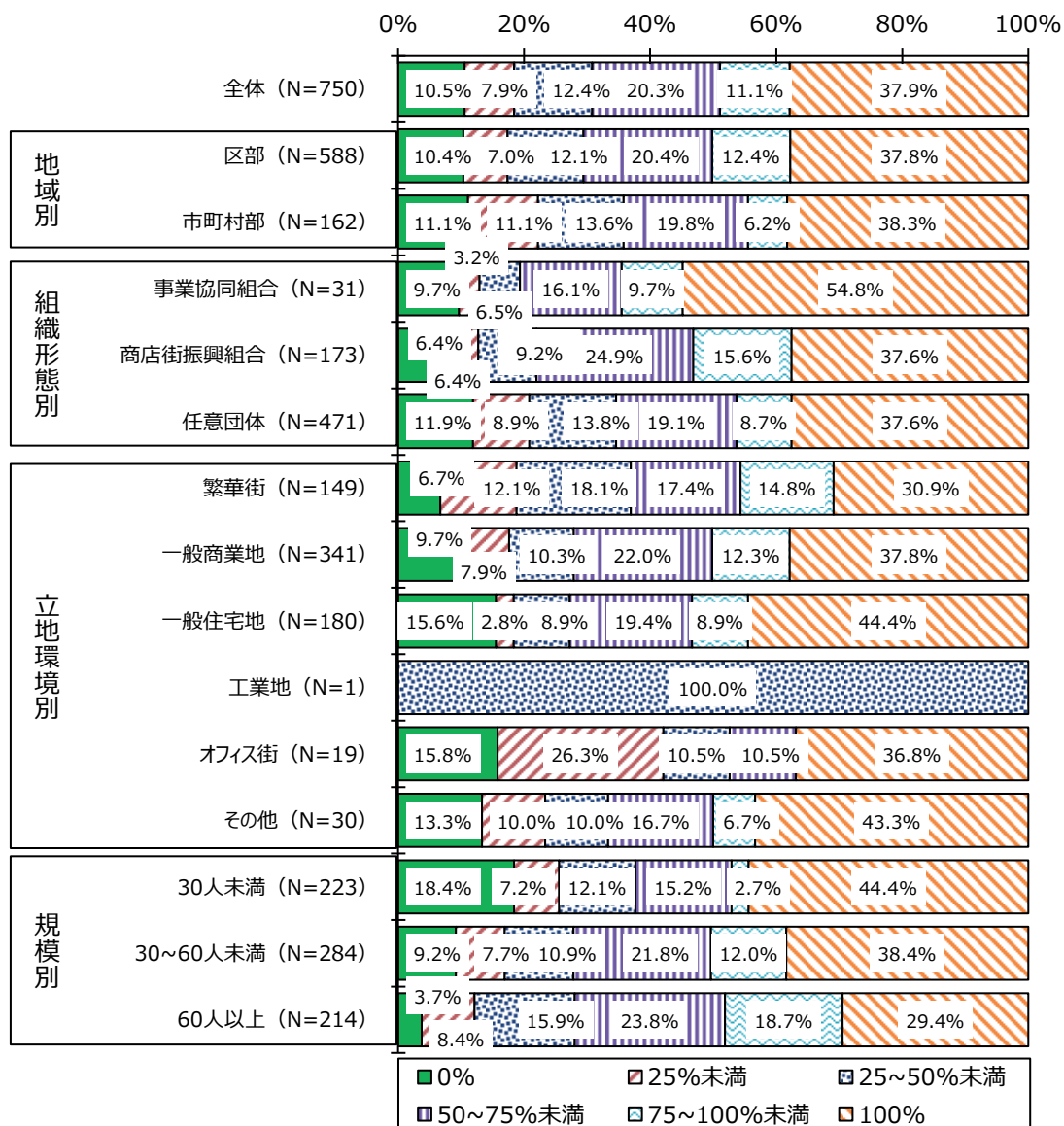
チェーン店の加入率*は「100%」が 37.9%を占め最も多いが、その割合は経年的に減少している。

【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）】



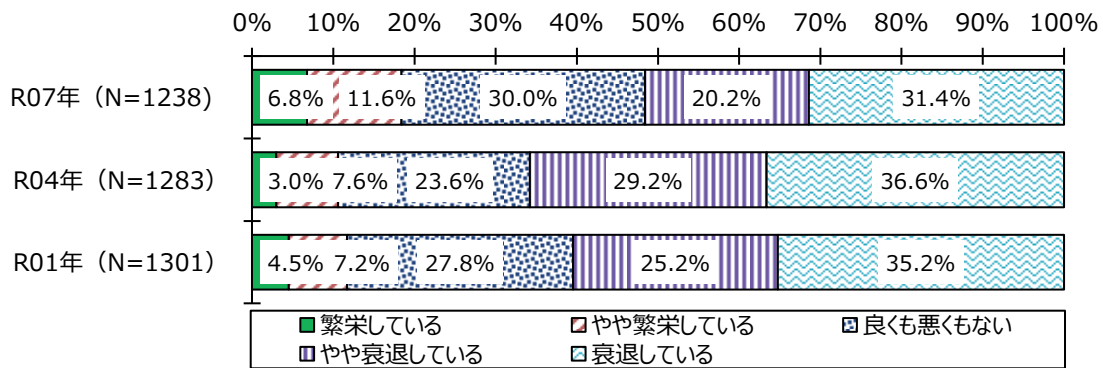
(6) 商店街を取り巻く環境

①現在の景況

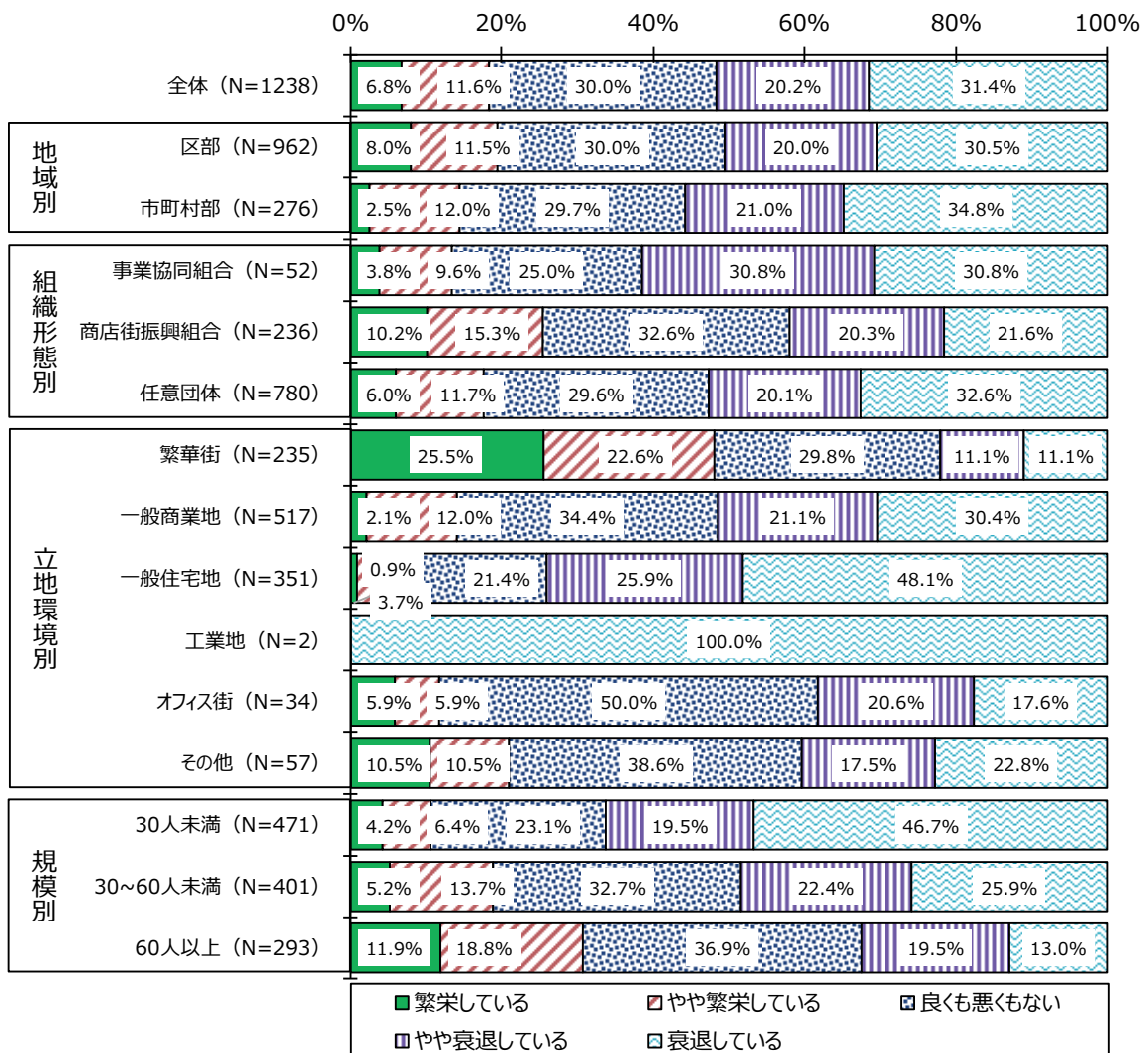
■現在の景況

現在の景況については、「衰退している」が31.4%と最も多いが、「やや衰退している」と合わせると51.6%であり、前回調査（令和4年）から14.2ポイント減少している。

【現在の景況】



【現在の景況（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

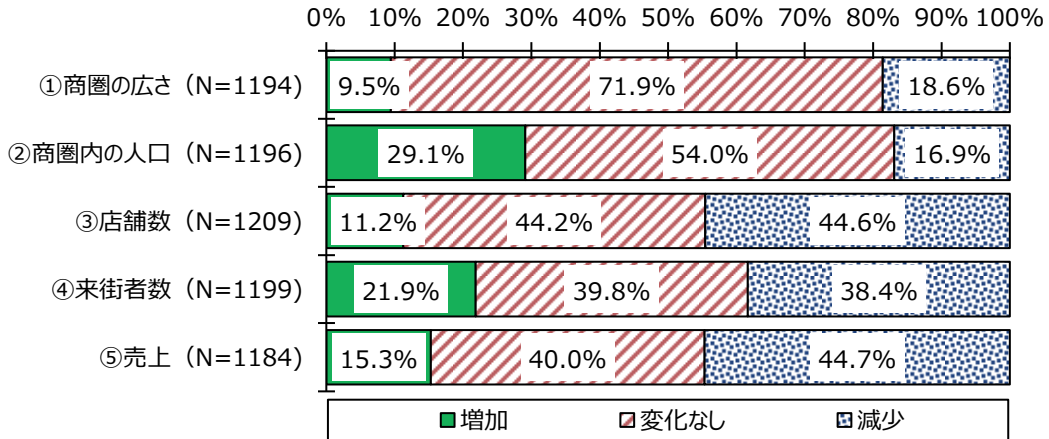


②環境の変化

■ 約3年前と現在の比較・今後2～3年後の予測（概要）

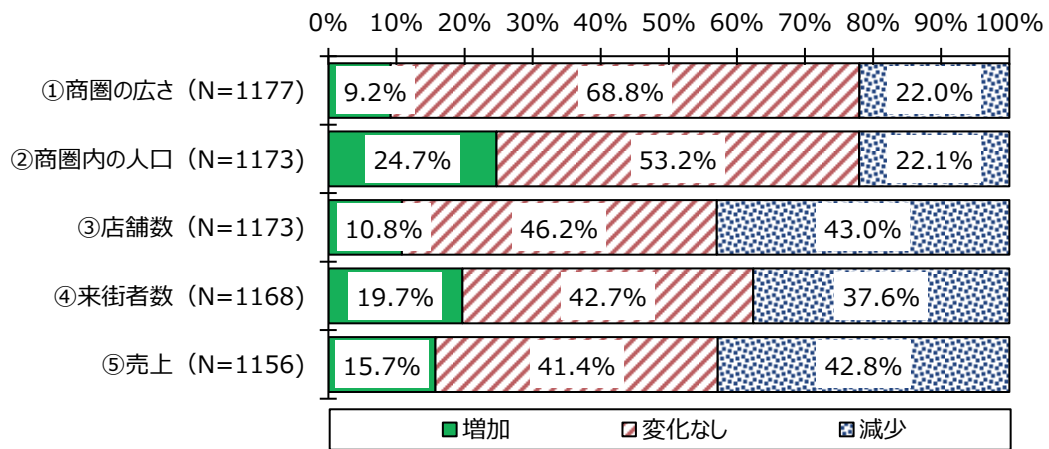
環境の変化について、約3年前と現在の比較については、「店舗数」、「来街者数」、「売上」は「変化なし」と「減少」がほぼ同じ割合である。「商圈内の人口」、「来街者数」は、「増加」の割合が2割を超えている。

【環境の変化 約3年前と現在の比較】



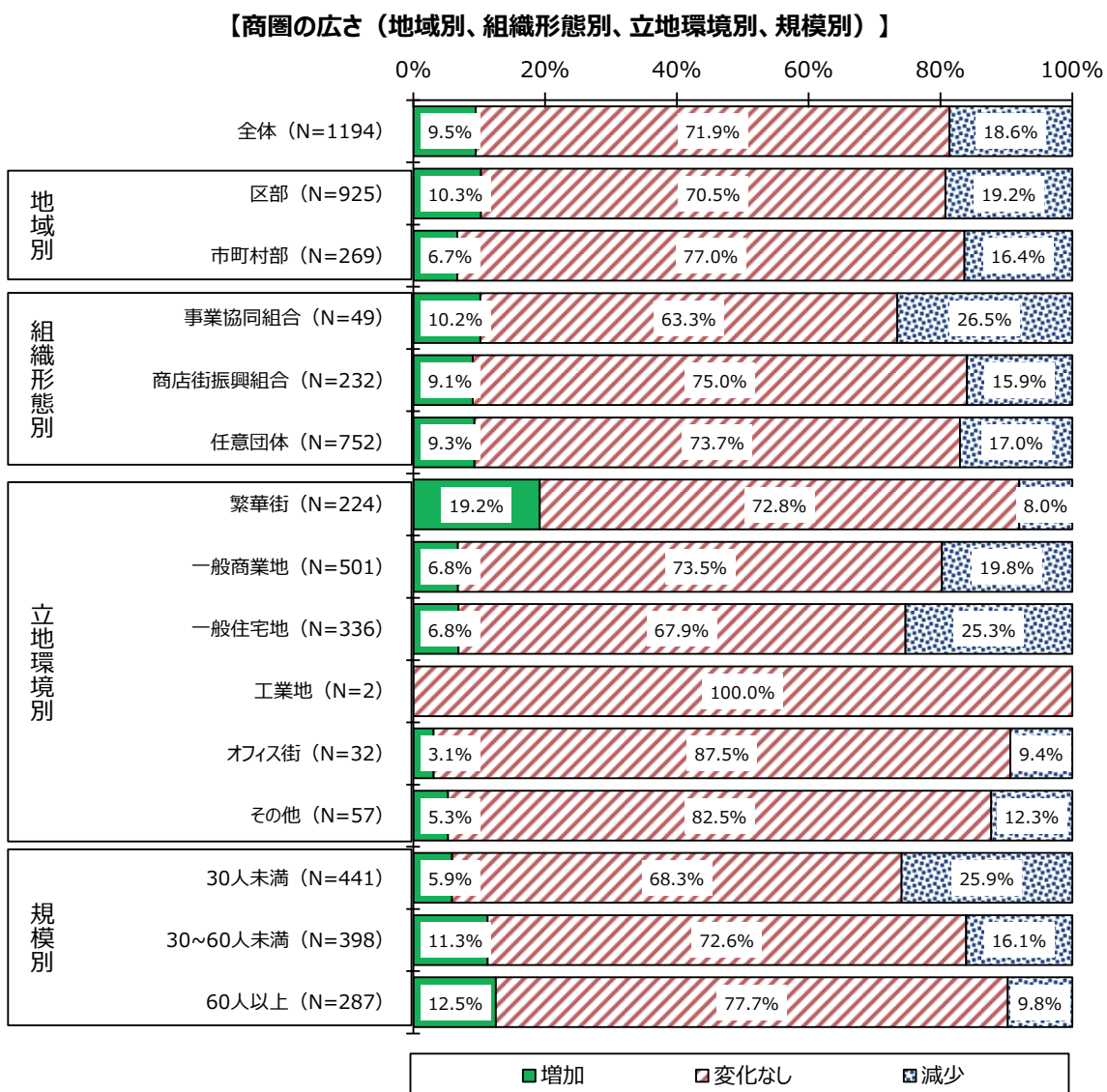
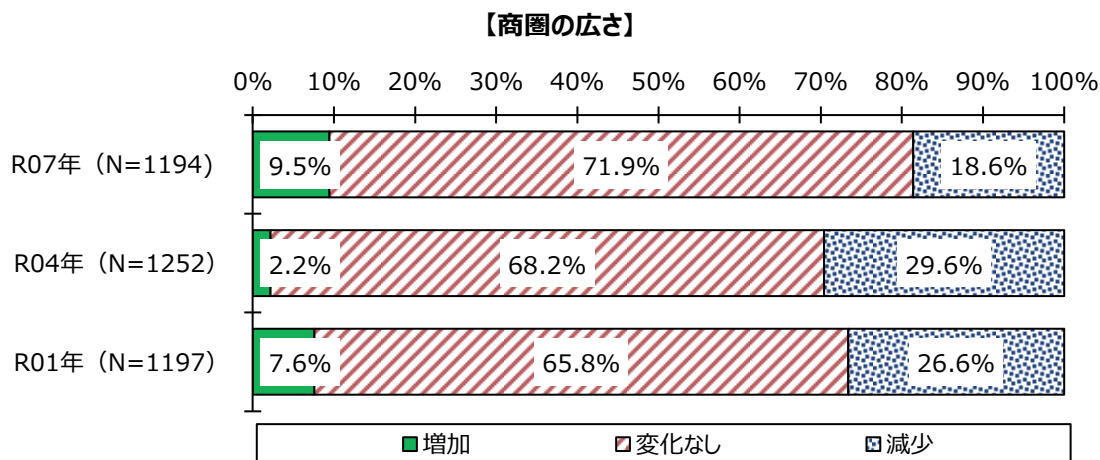
今後2～3年後の予測についても、約3年前と現在の比較と同傾向を示している。

【環境の変化 今後2～3年後の予測】



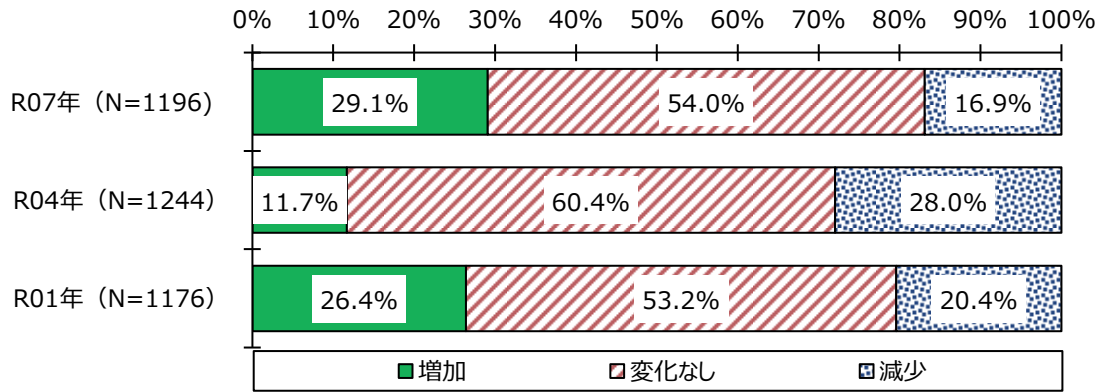
■ 約3年前と現在の比較（詳細）

過去3年における商圈の広さについては「変化なし」が71.9%で最も多くなっているが、「増加」が7.3ポイント増加している。

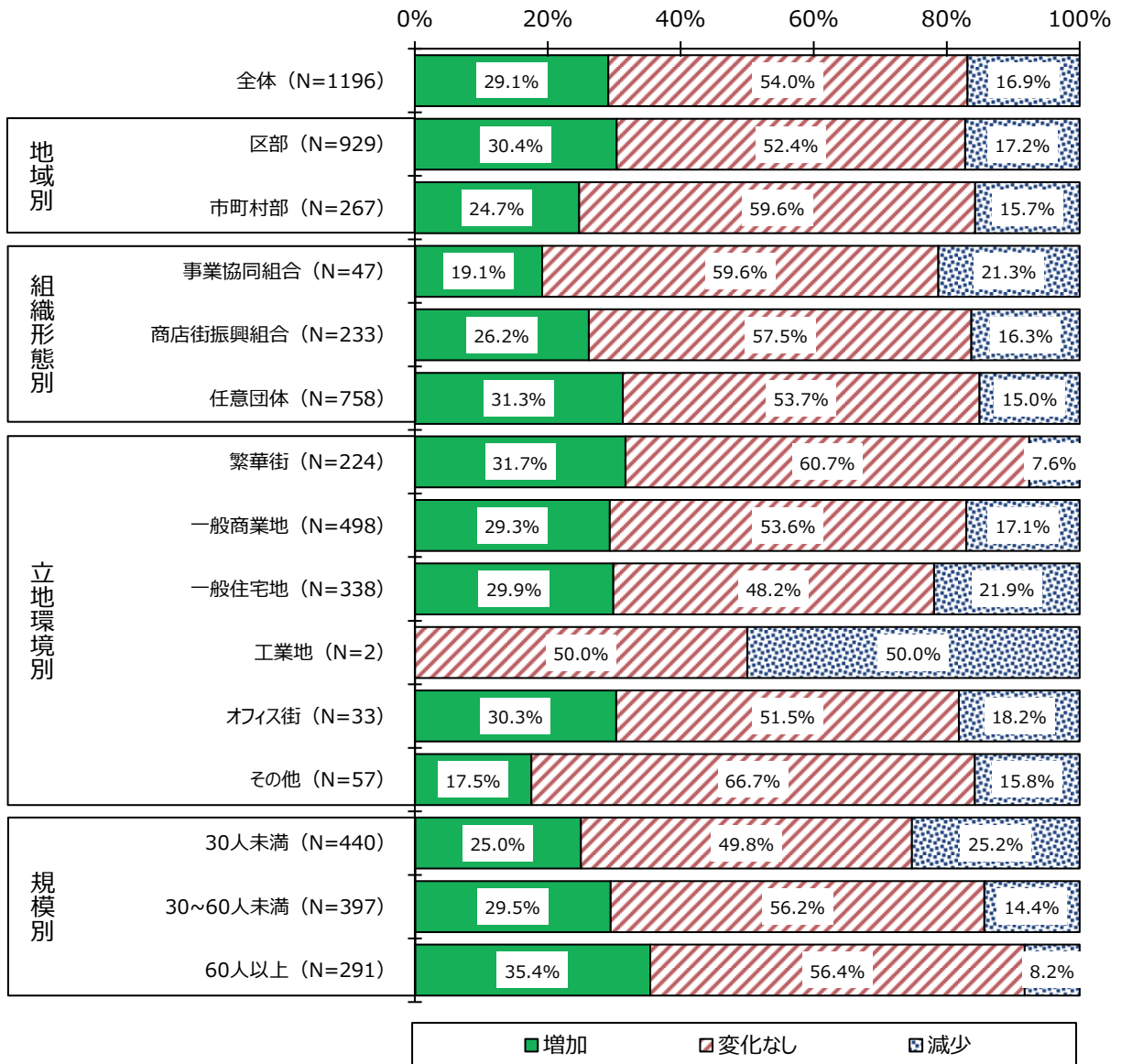


商圏内の人口についても「変化なし」が54.0%で最も多くなっているが、「増加」が17.4ポイント増加している。

【商圏内の人口】

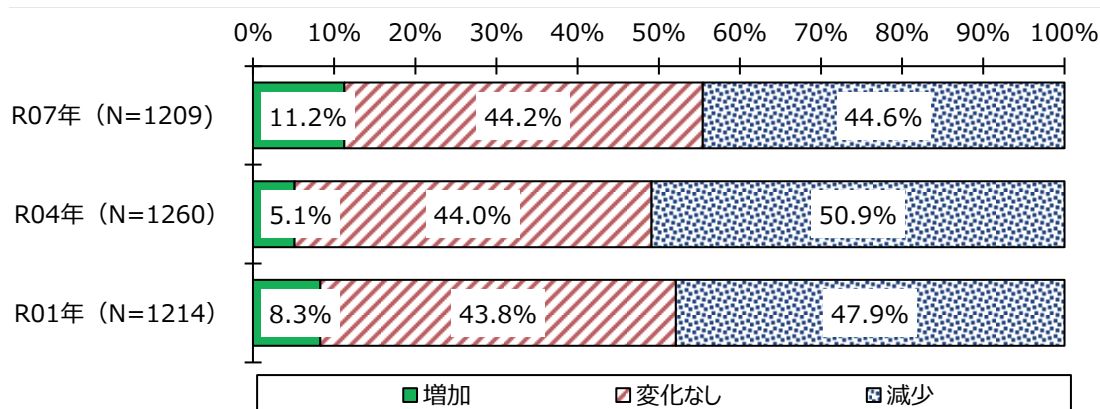


【商圏内の人口（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

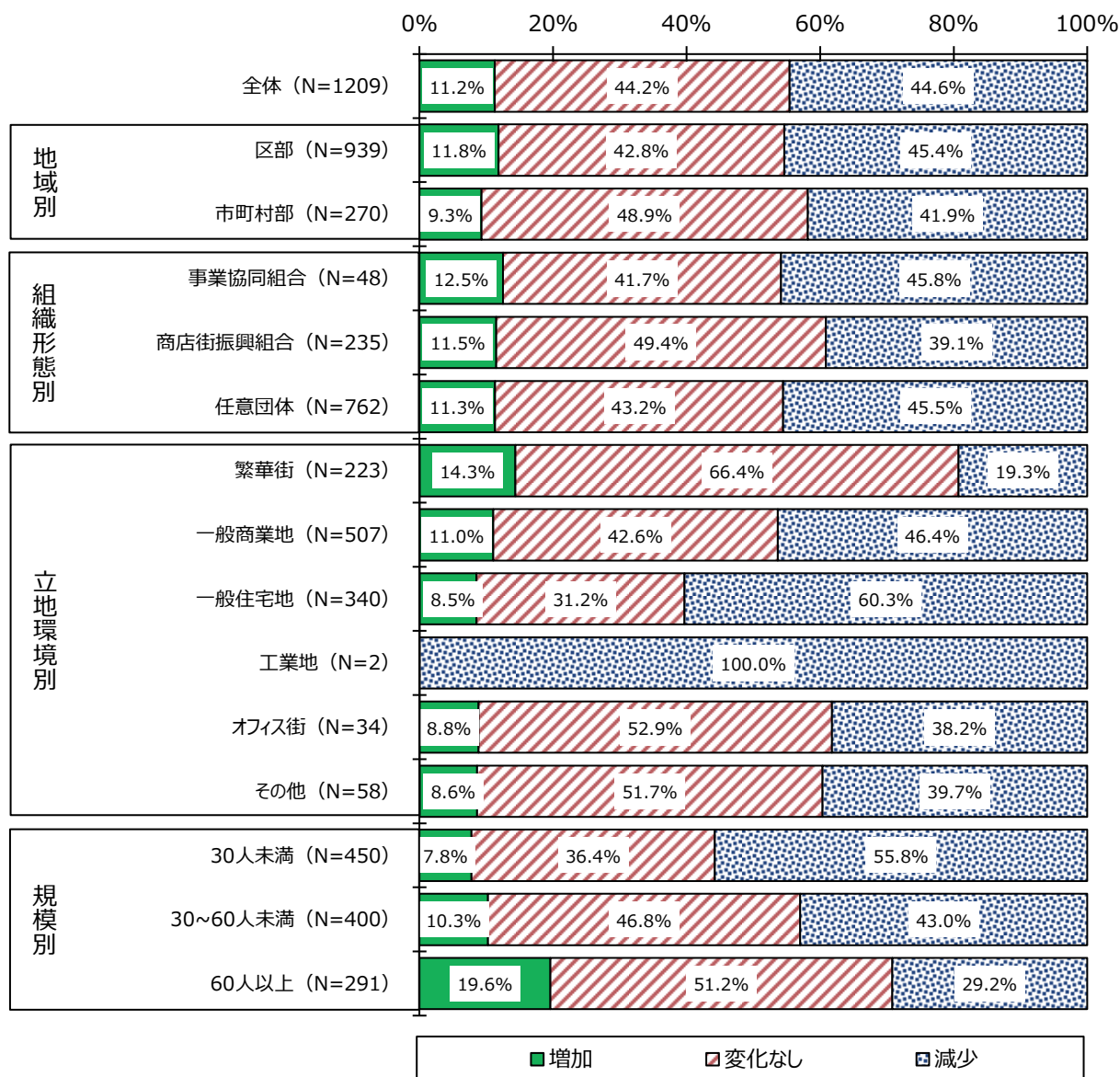


店舗数については「減少」が44.6%となっており、前回調査（令和4年）から6.3ポイント減少している。「増加」は6.1ポイント増加して11.2%となっている。

【店舗数】

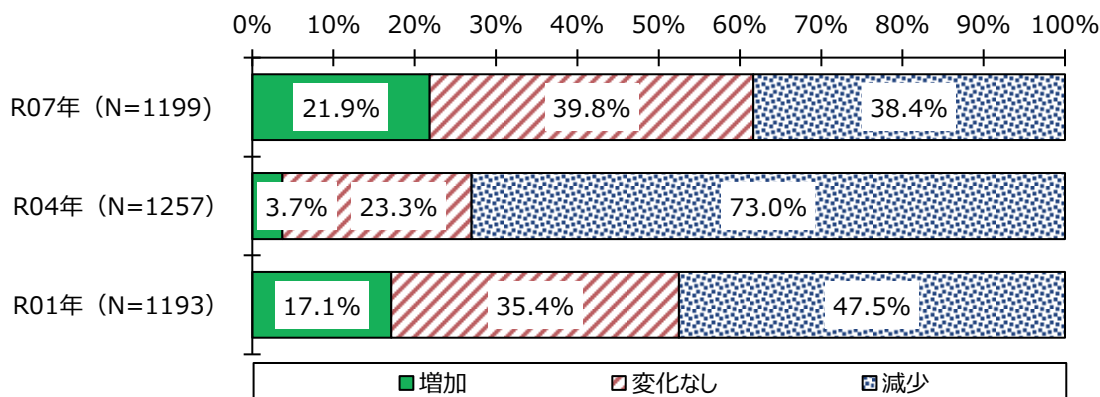


【店舗数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

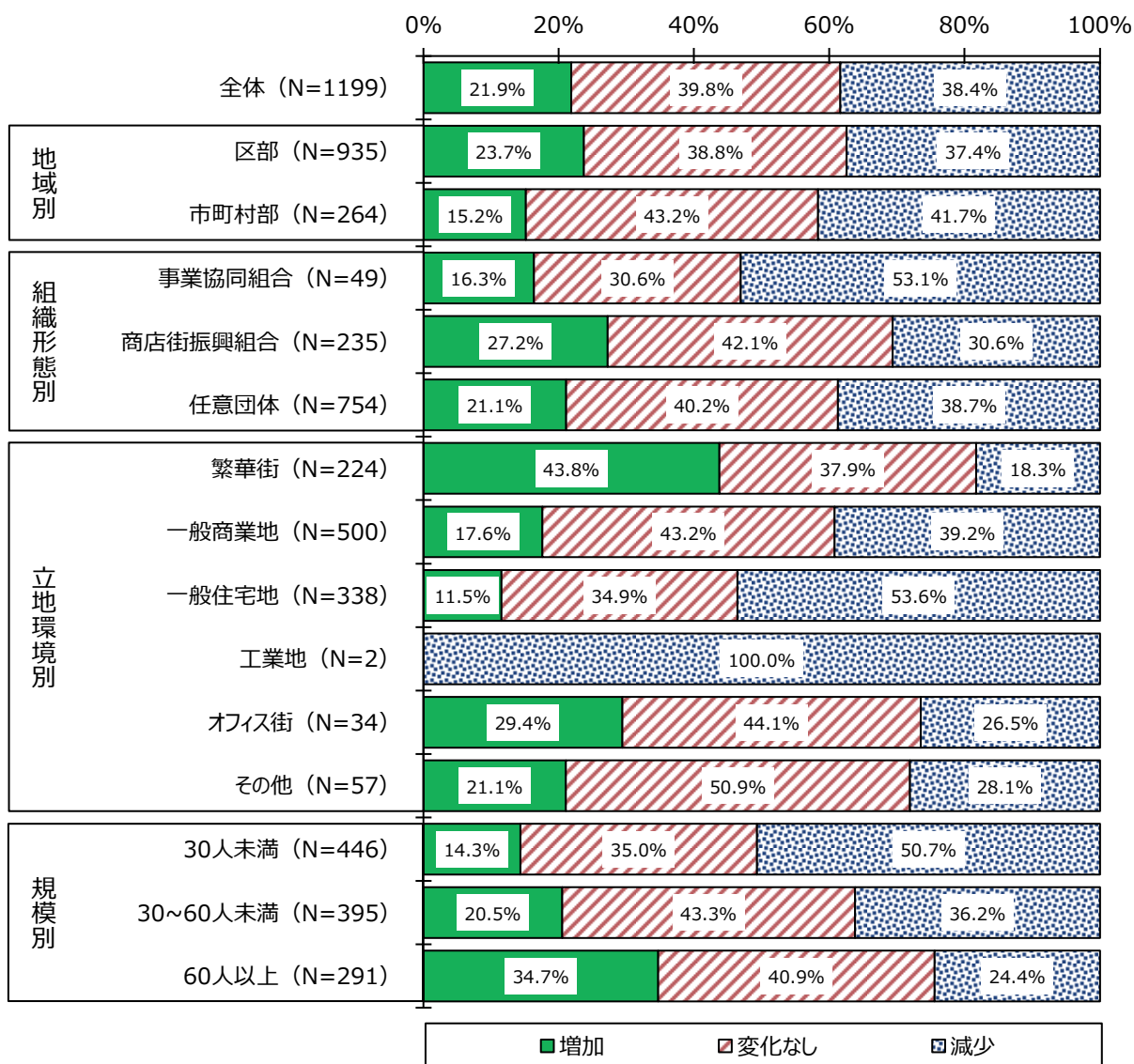


来街者数については「変化なし」が39.8%と最も多く、前回調査（令和4年）から16.5ポイント増加している。「減少」は34.6ポイント減少して38.4%となっている。

【来街者数】

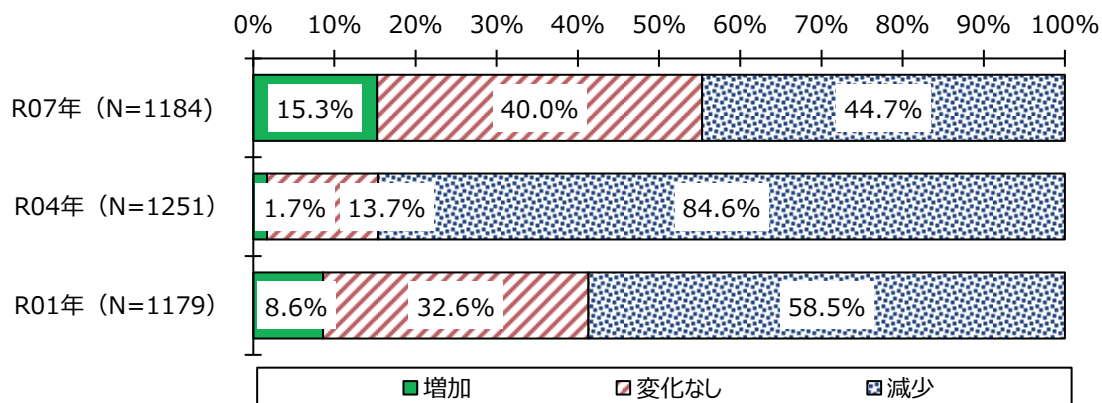


【来街者数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

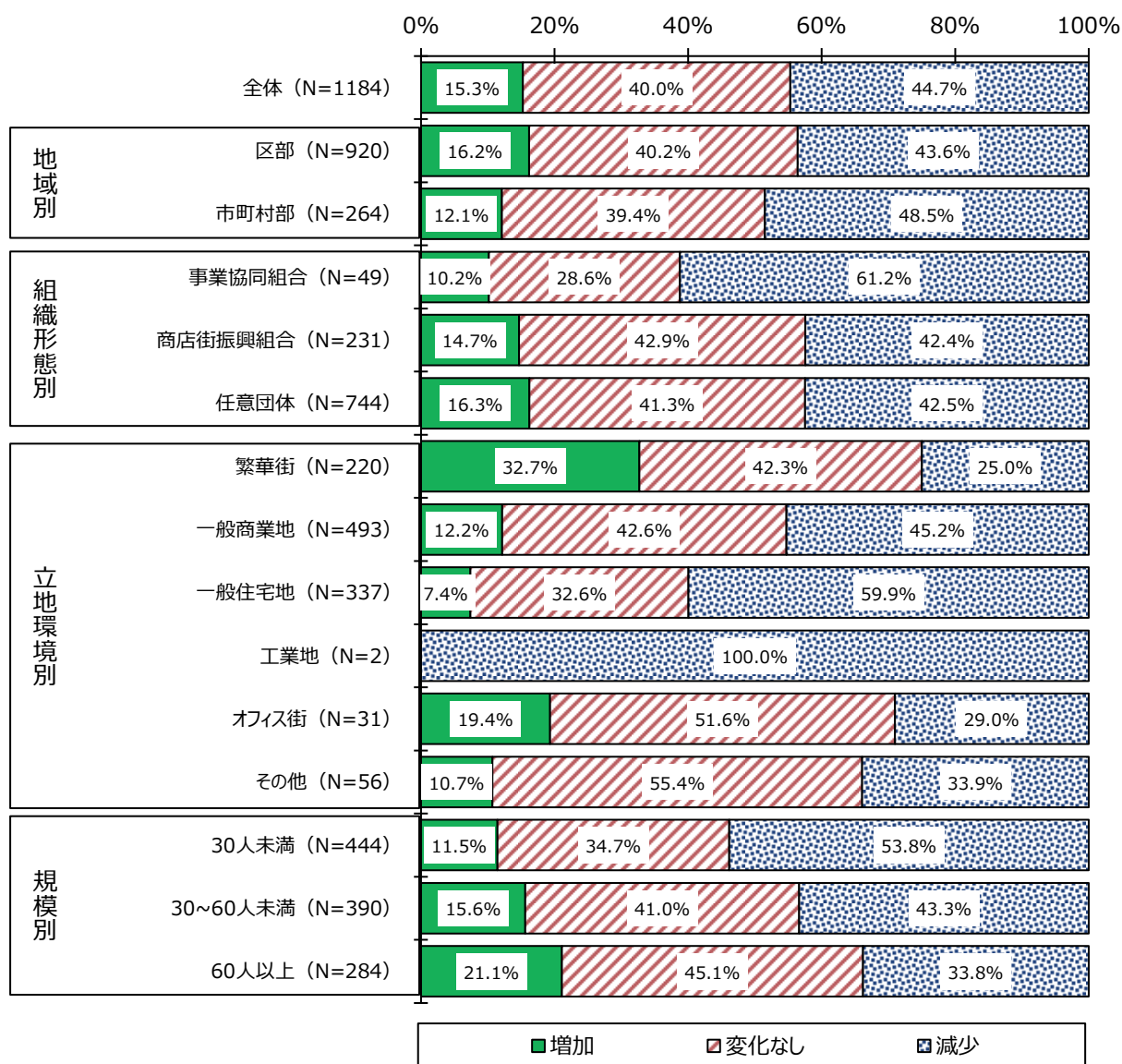


売上については「減少」が44.7%と最も多いが、前回調査（令和4年）から39.9ポイント減少している。

【売上】



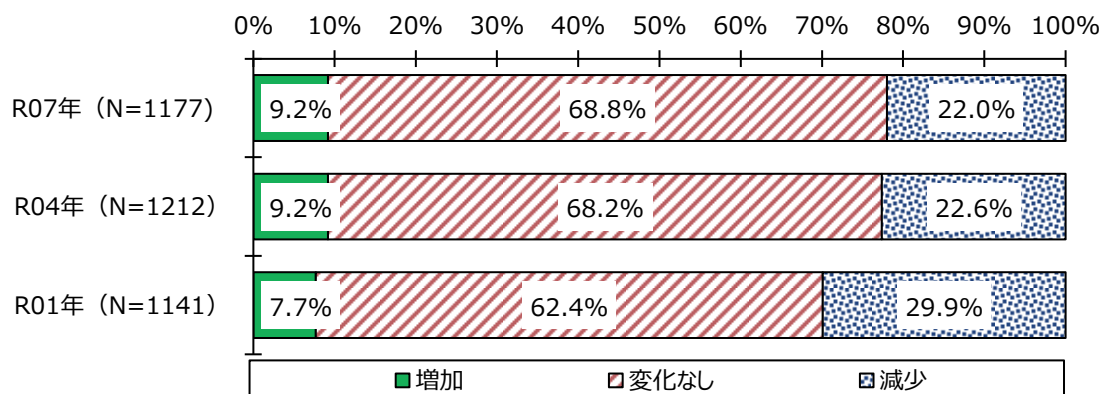
【売上（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



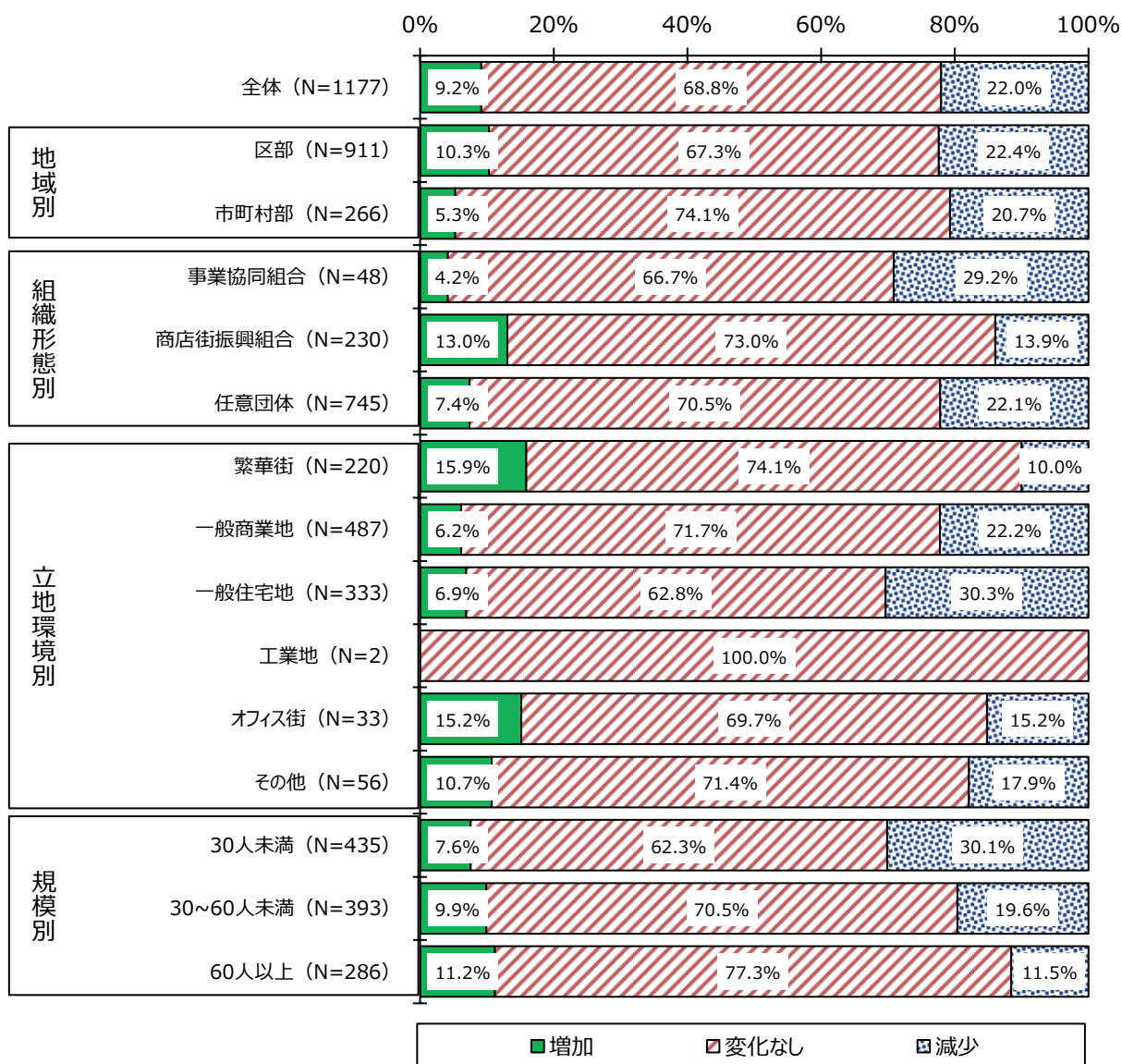
■ 今後2～3年後の予測（詳細）

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68.8%を占めている。

【商圈の広さ】

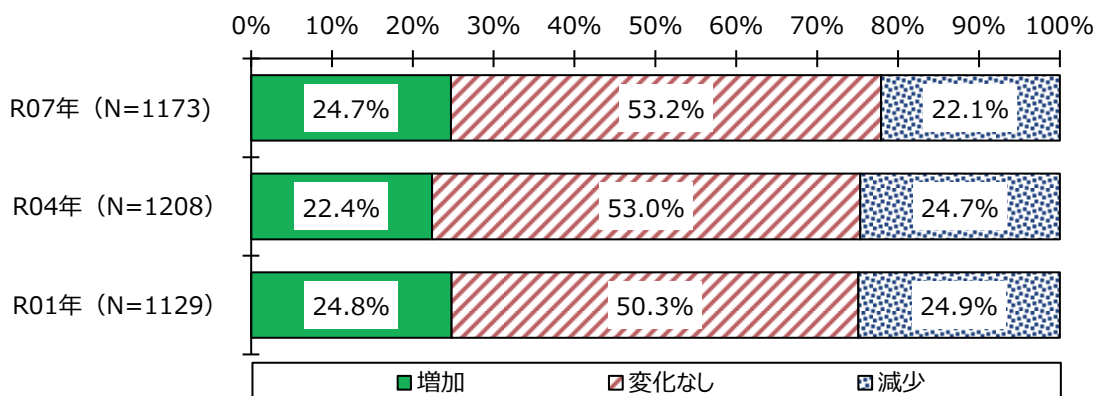


【商圈の広さ（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

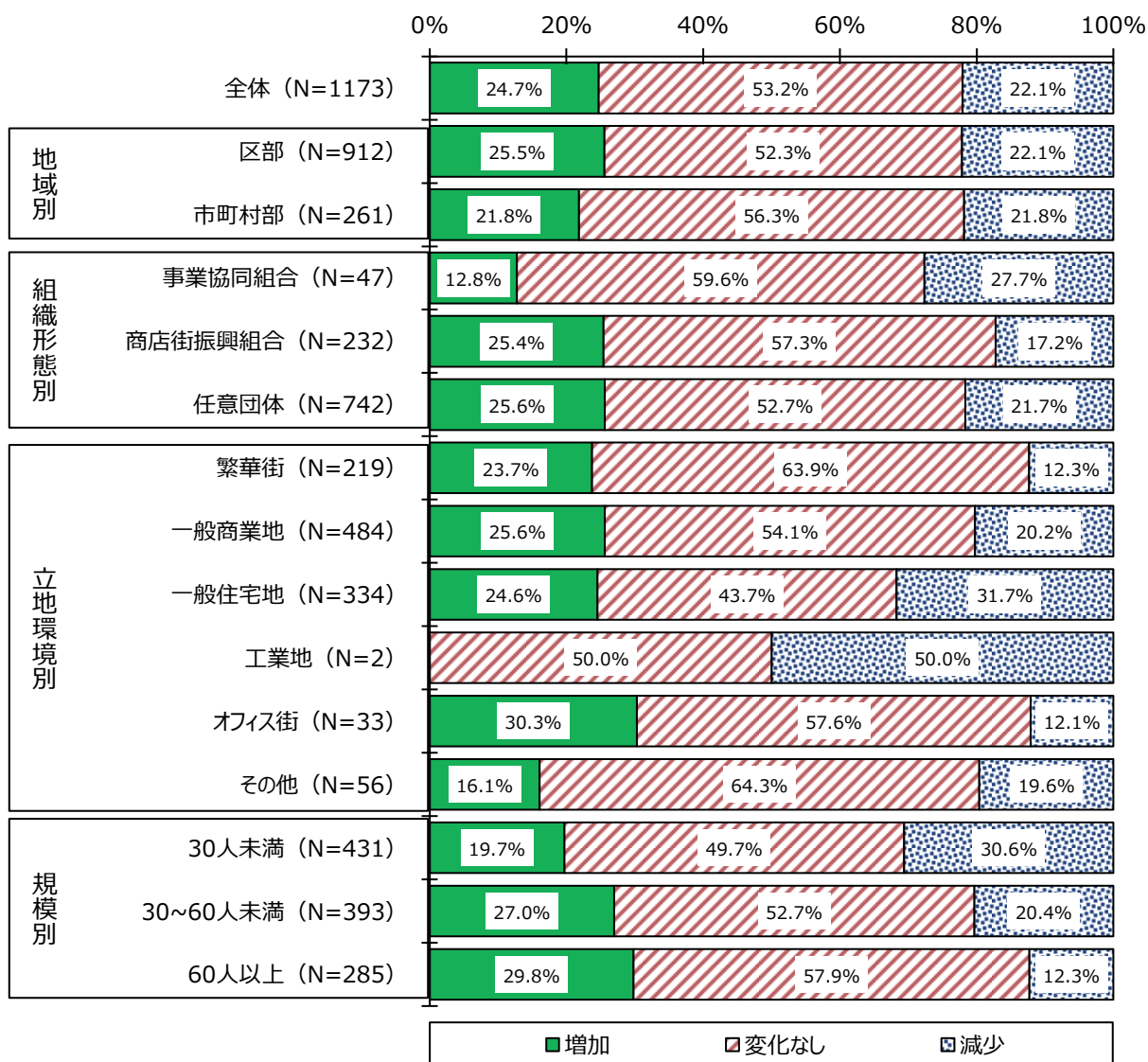


商圈内の人口についても「変化なし」との回答が最も多く 53.2%を占めている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

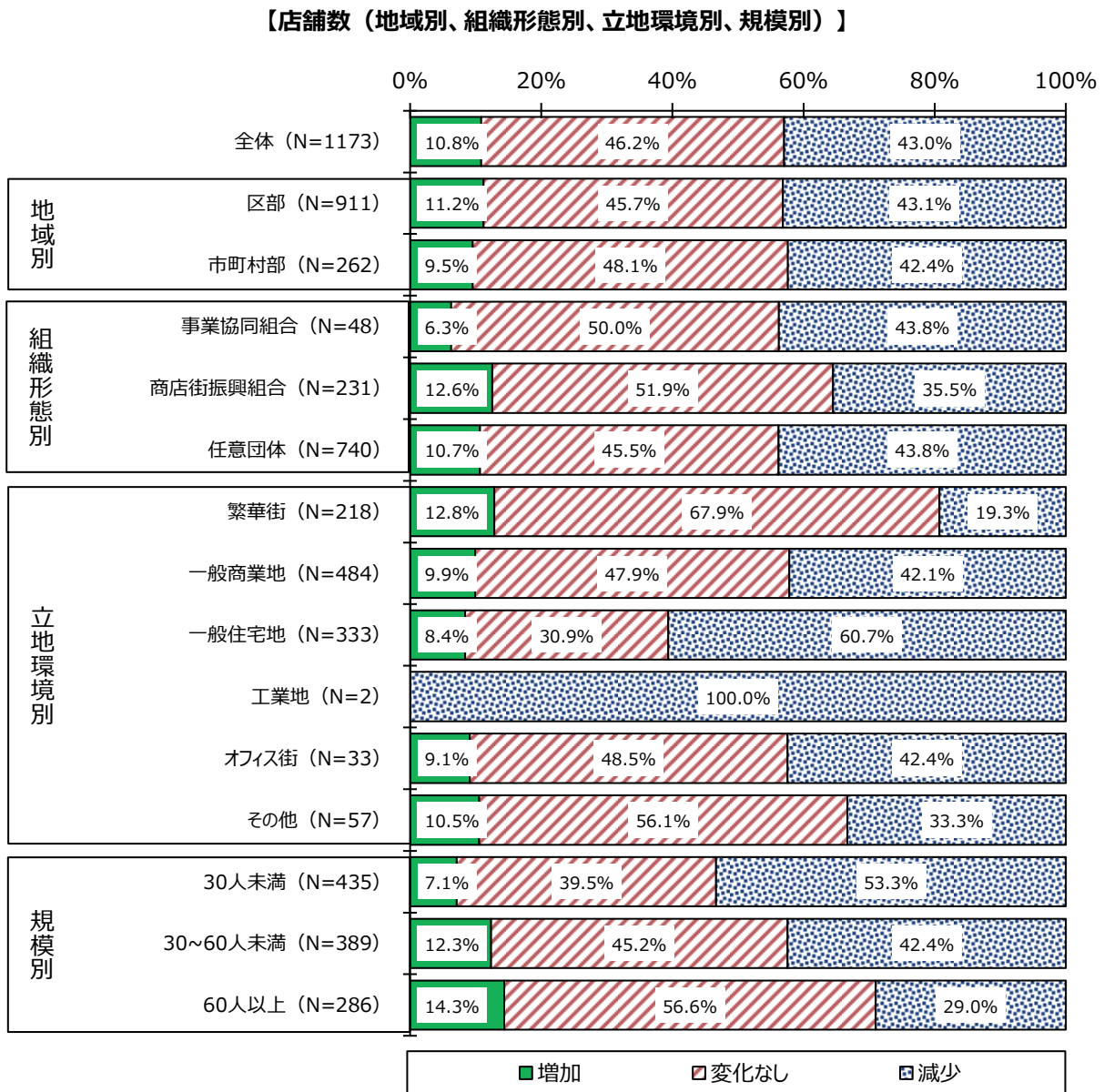
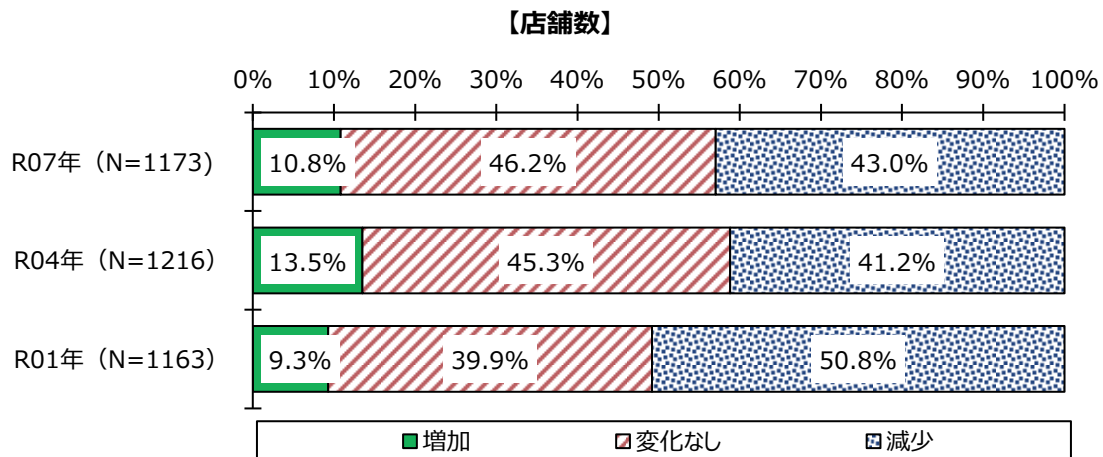
【商圈内の人口】



【商圈内の人口（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

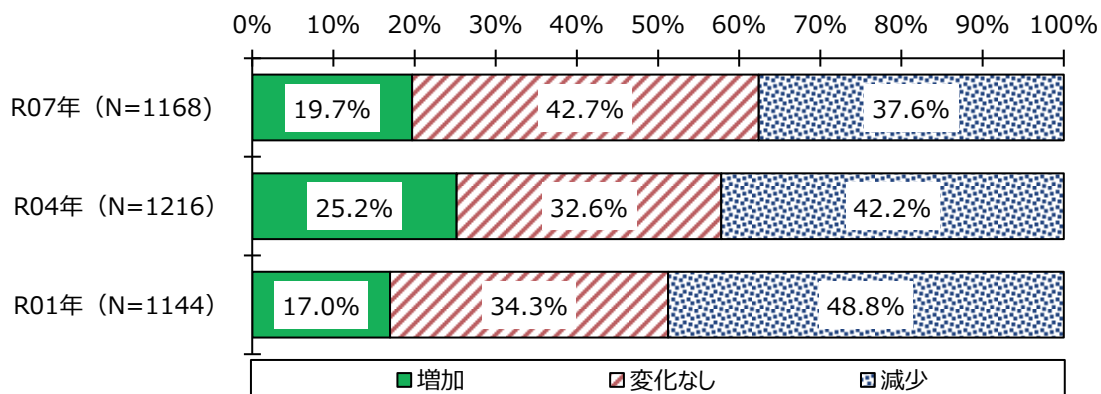


店舗数についても、「変化なし」が46.2%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

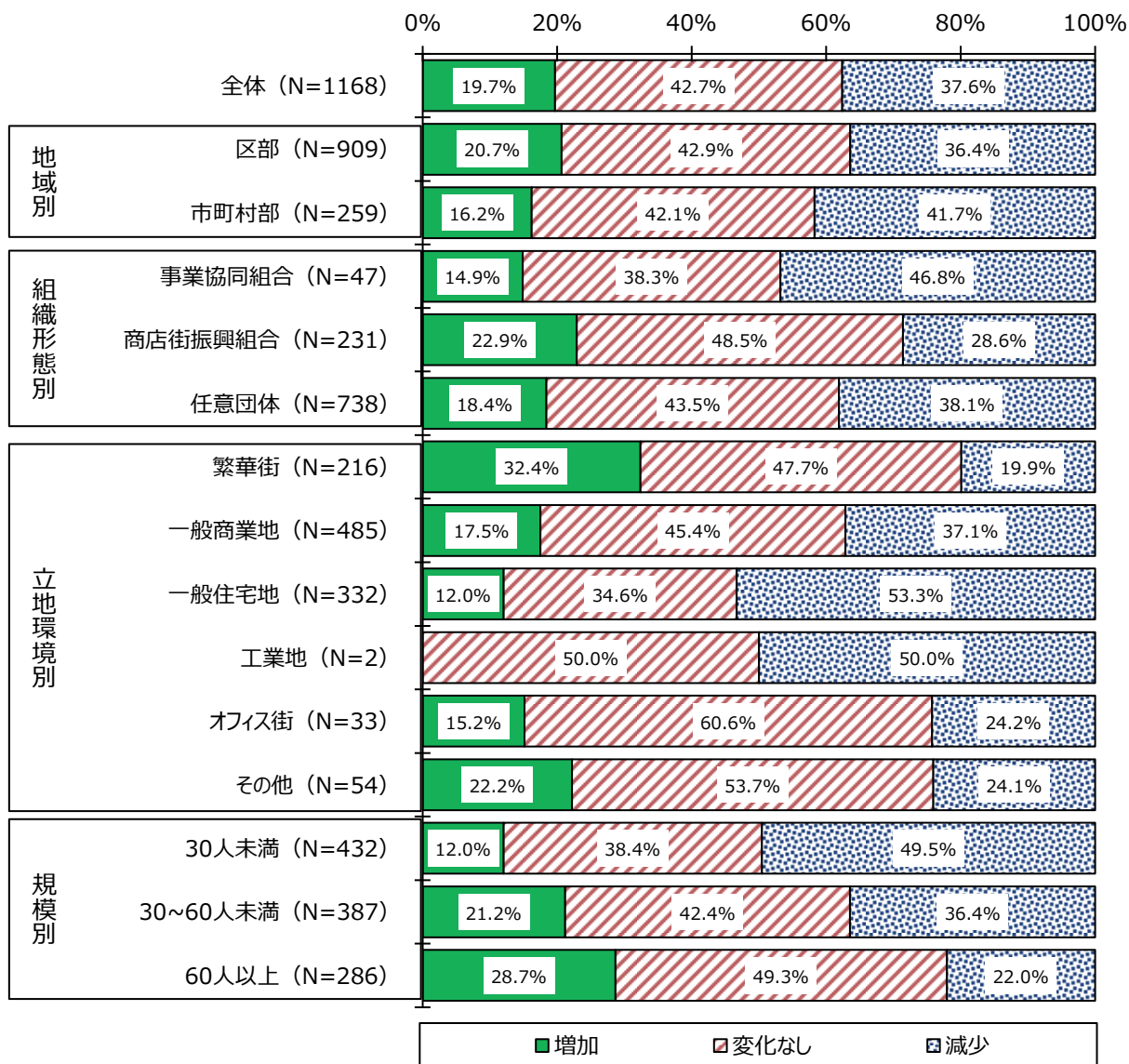


来街者数については、「変化なし」が42.7%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【来街者数】

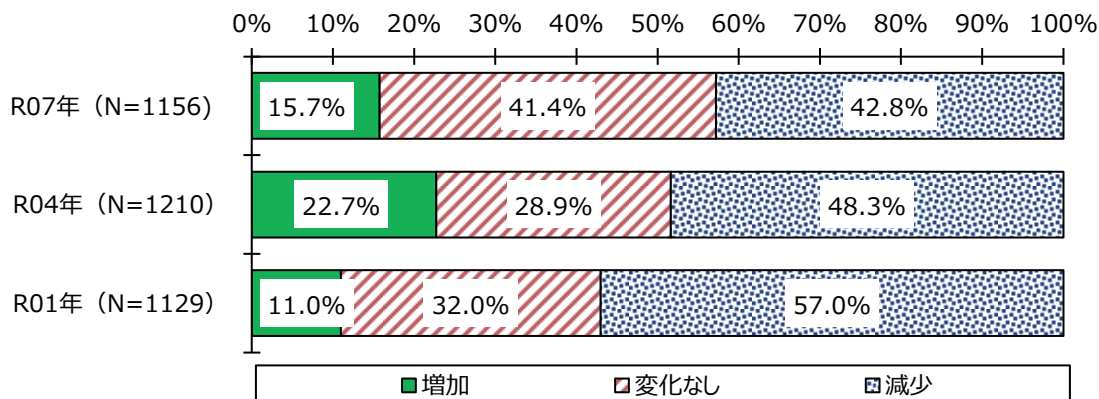


【来街者数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

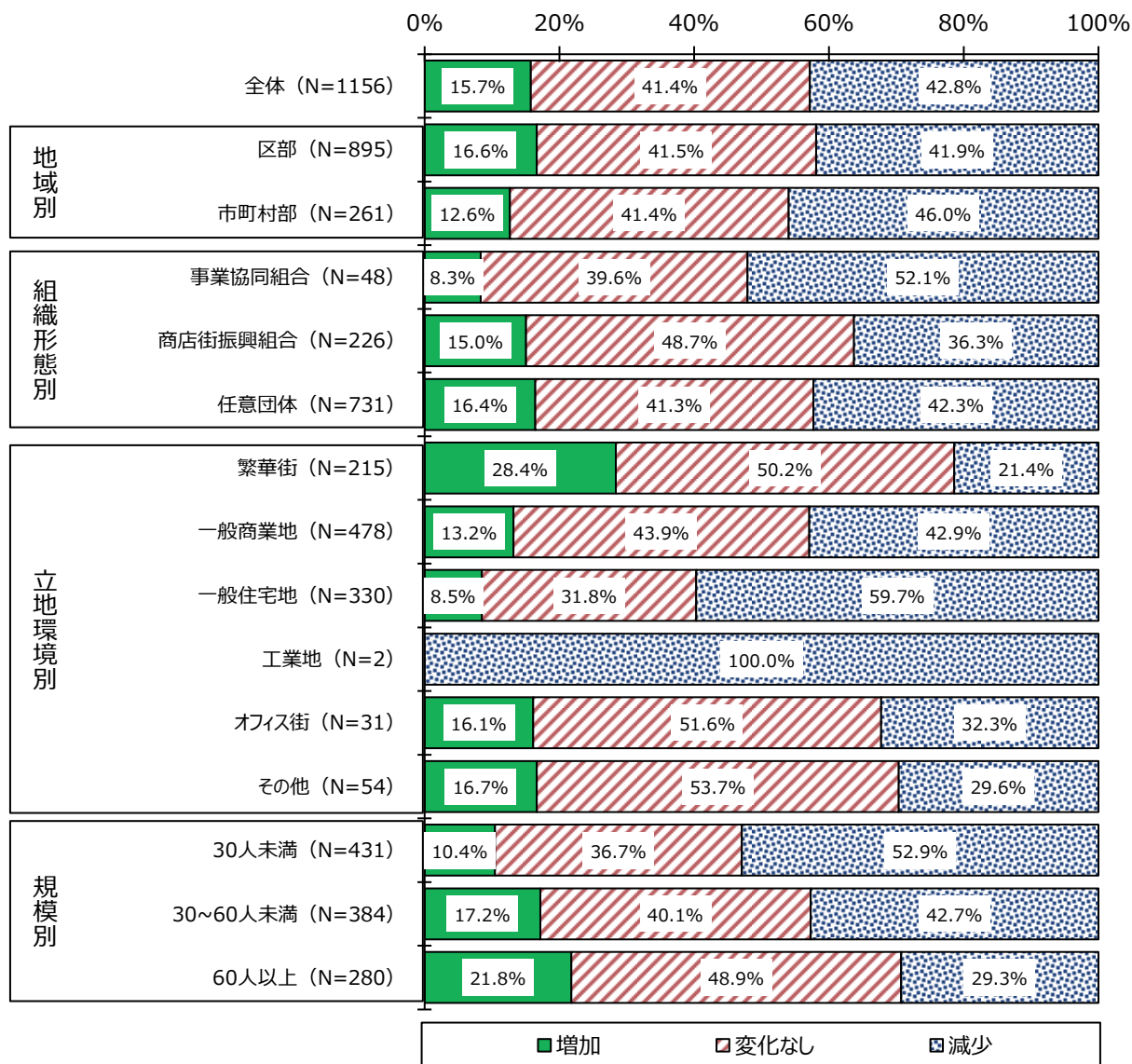


売上については、「減少」が42.8%で最も多くなっている。規模別にみると、規模が大きくなるにつれ「増加」の割合が高くなっている。

【売上】



【売上（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

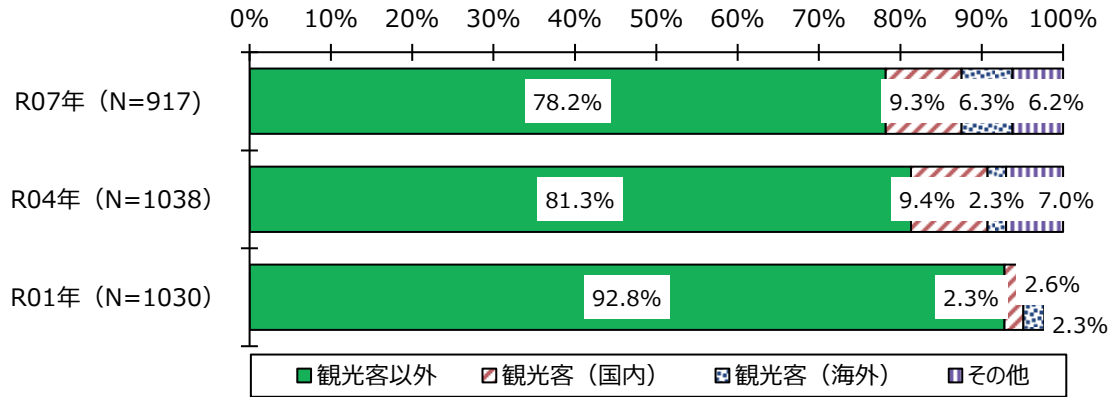


③ 来街者の状況

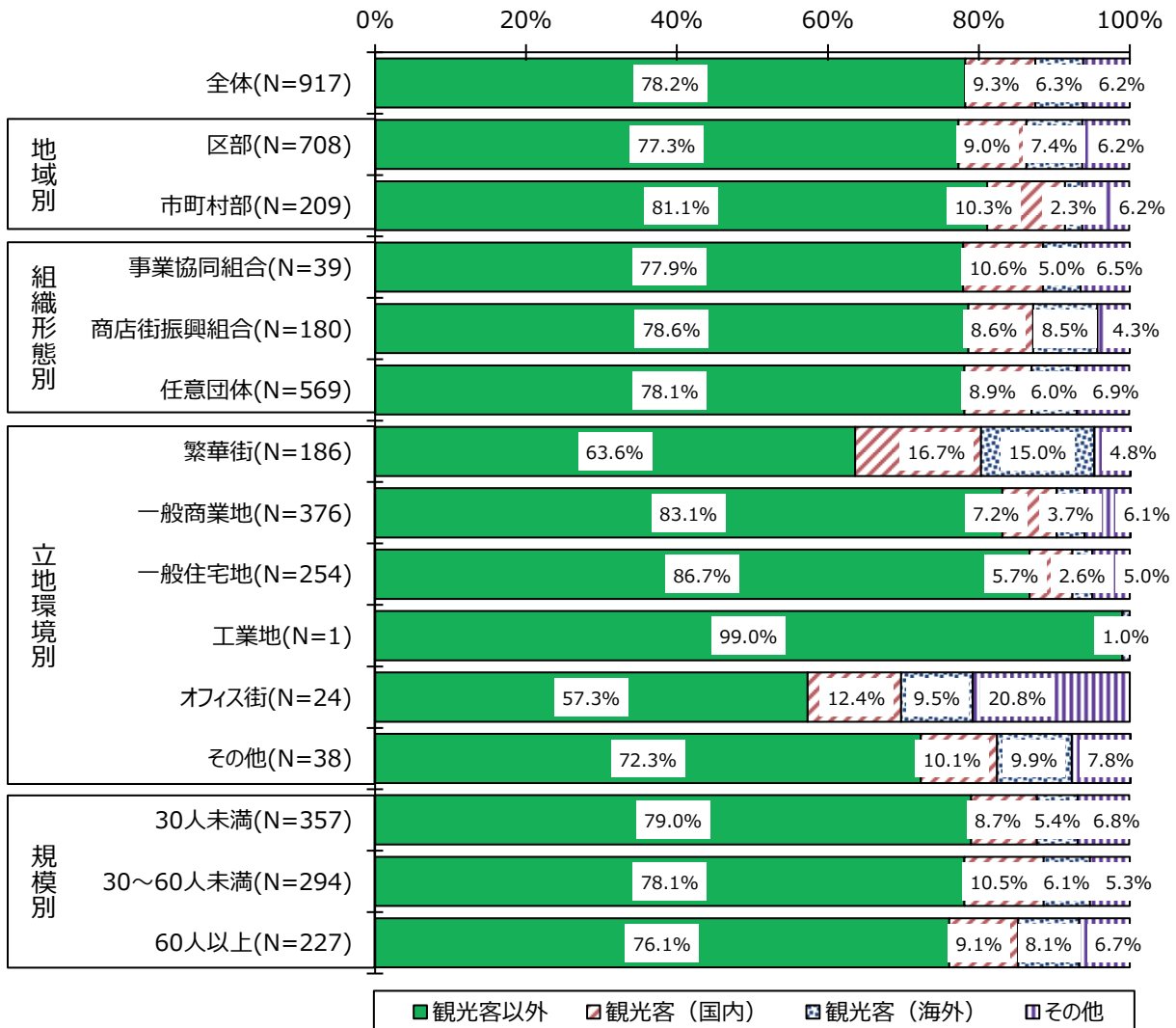
■ 来街者の客層

来街者の客層については「観光客以外」が最も多く78.2%を占めているが経年的に減少している。

【来街者の客層】



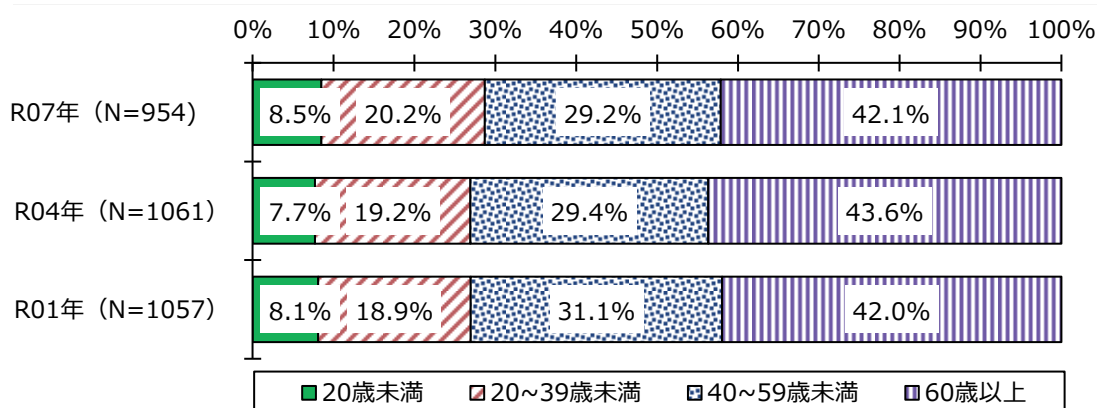
【来街者の客層（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



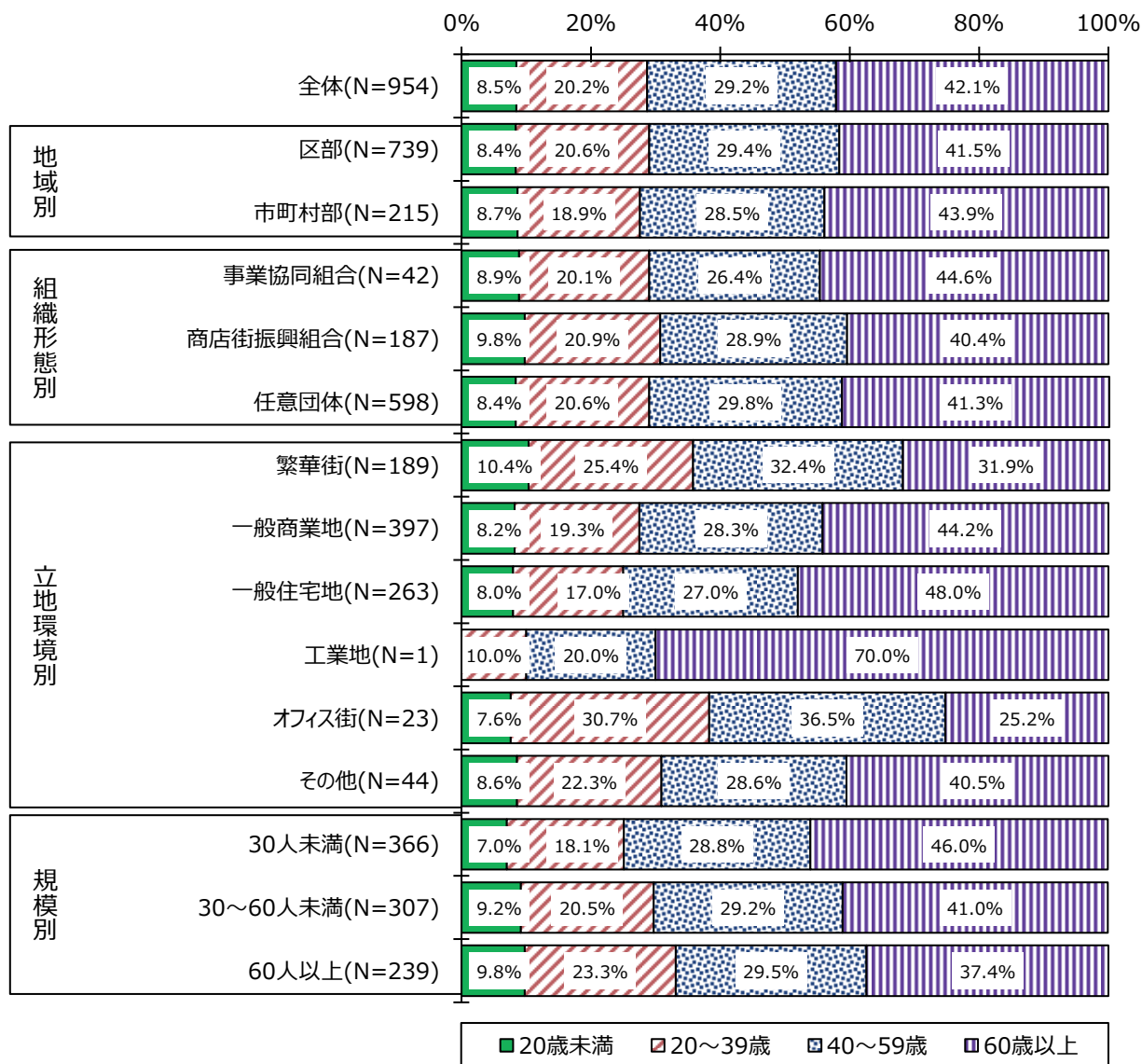
■ 来街者の年齢層

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。

【来街者の年齢層】



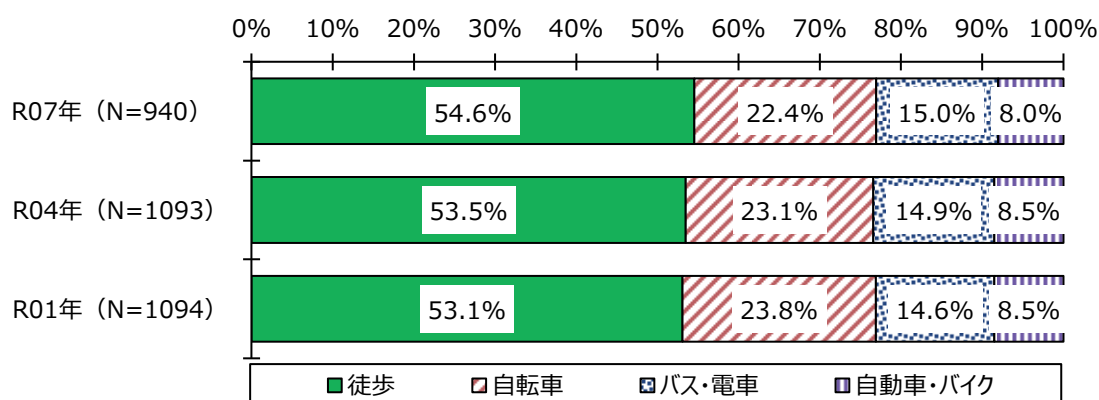
【来街者の年齢層（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ 来街手段

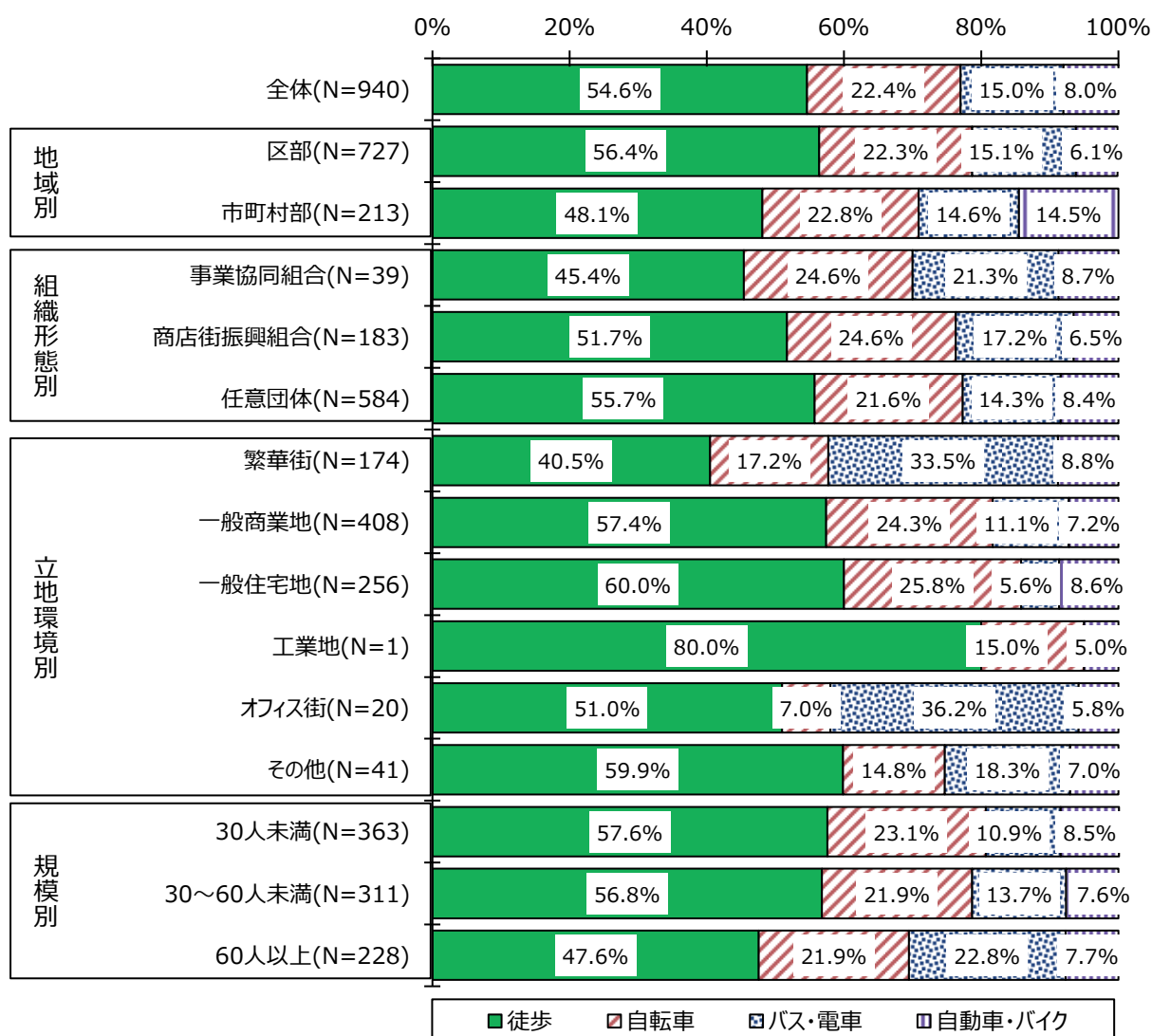
来街者の来街手段については「徒歩」が 54.6%を占めている。前回調査（令和4年）とほぼ同じ結果となっている。

【来街者の来街手段】



※前々回調査（令和元年）より、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。

【来街者の来街手段（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

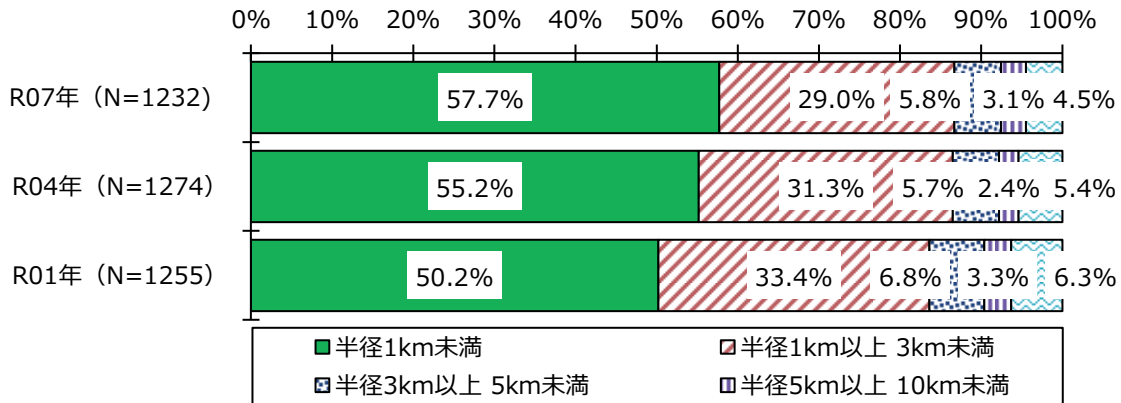


④ 商圈範囲と大型店の影響

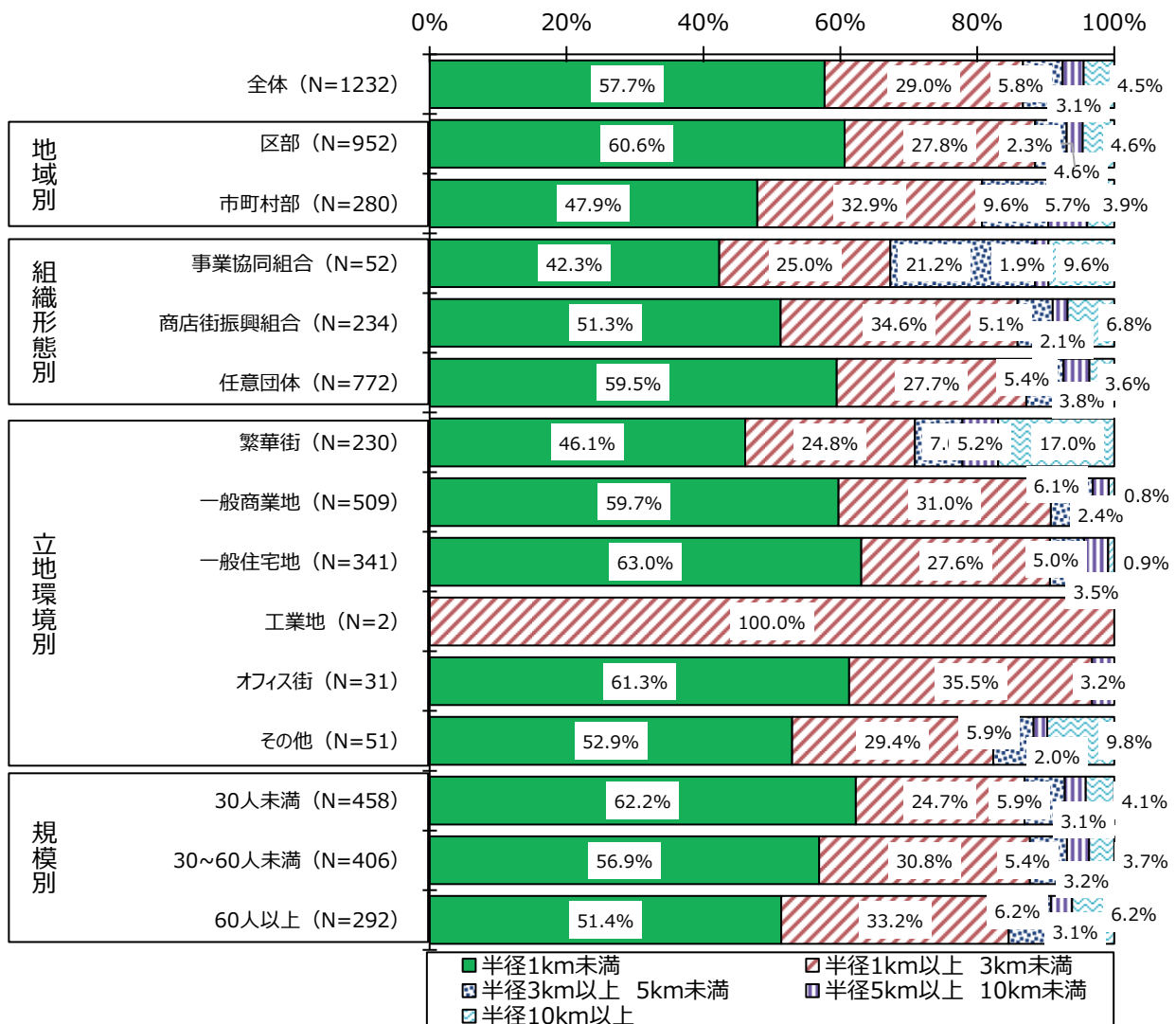
■ 商圈範囲と大型店の店舗数

商圈については「半径1km未満」が57.7%を占めており最も多く、経年的に増加している。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】

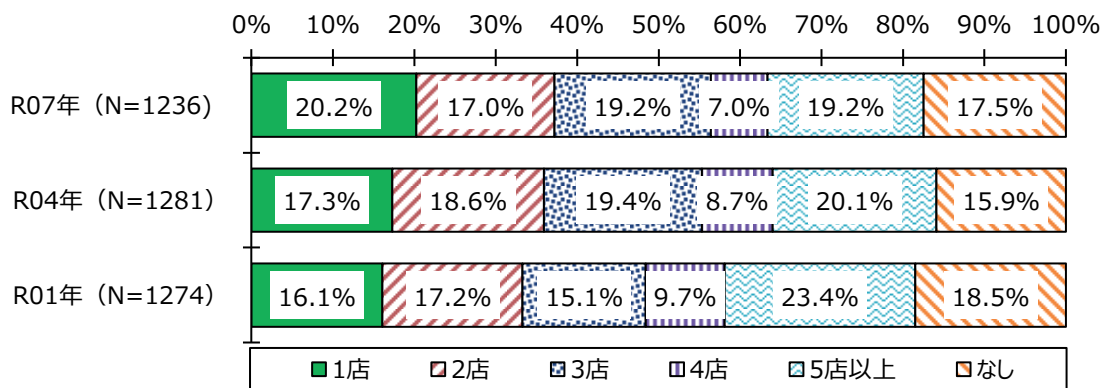


【商圈範囲（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

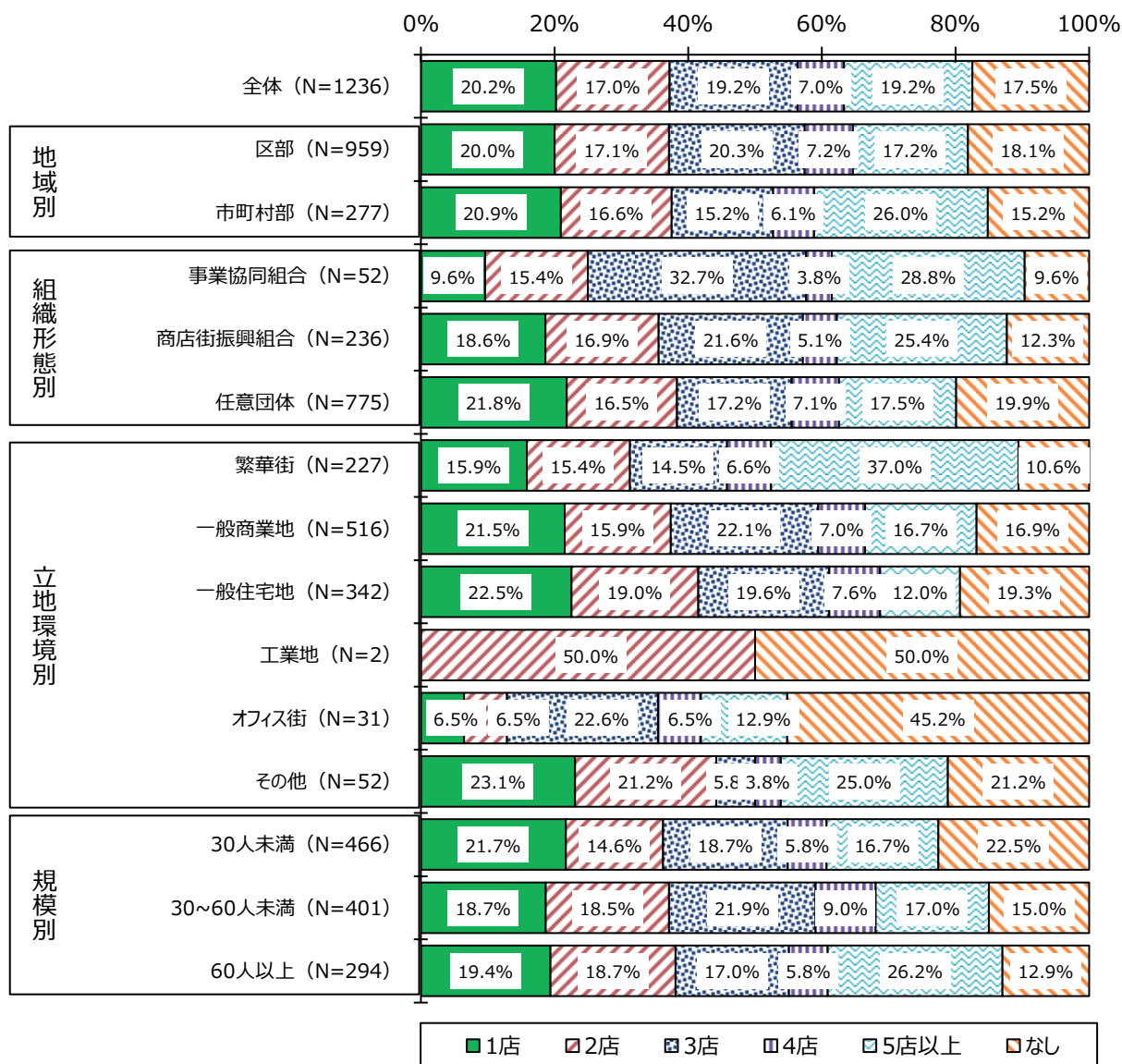


商圈内にある大型店の店舗数については「1店」が最も多く20.2%を占め、前回調査（令和4年）から2.9ポイント増加している。

【商圈内にある大型店の店舗数】

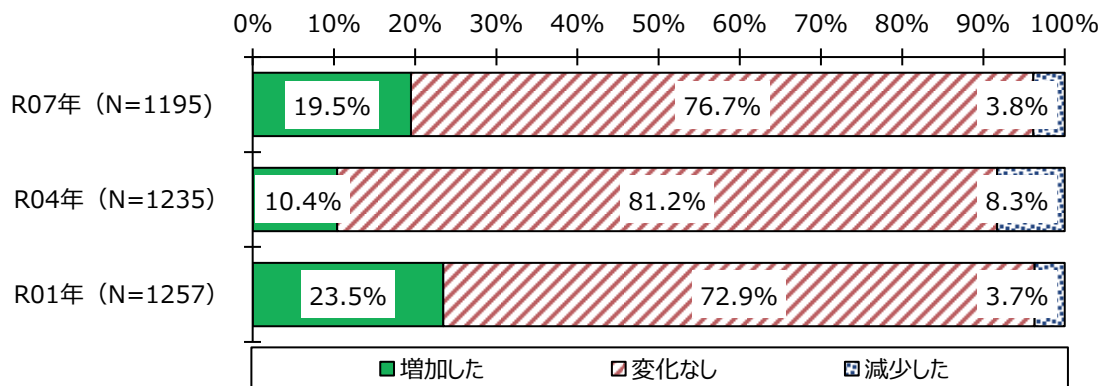


【商圈内にある大型店の店舗数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

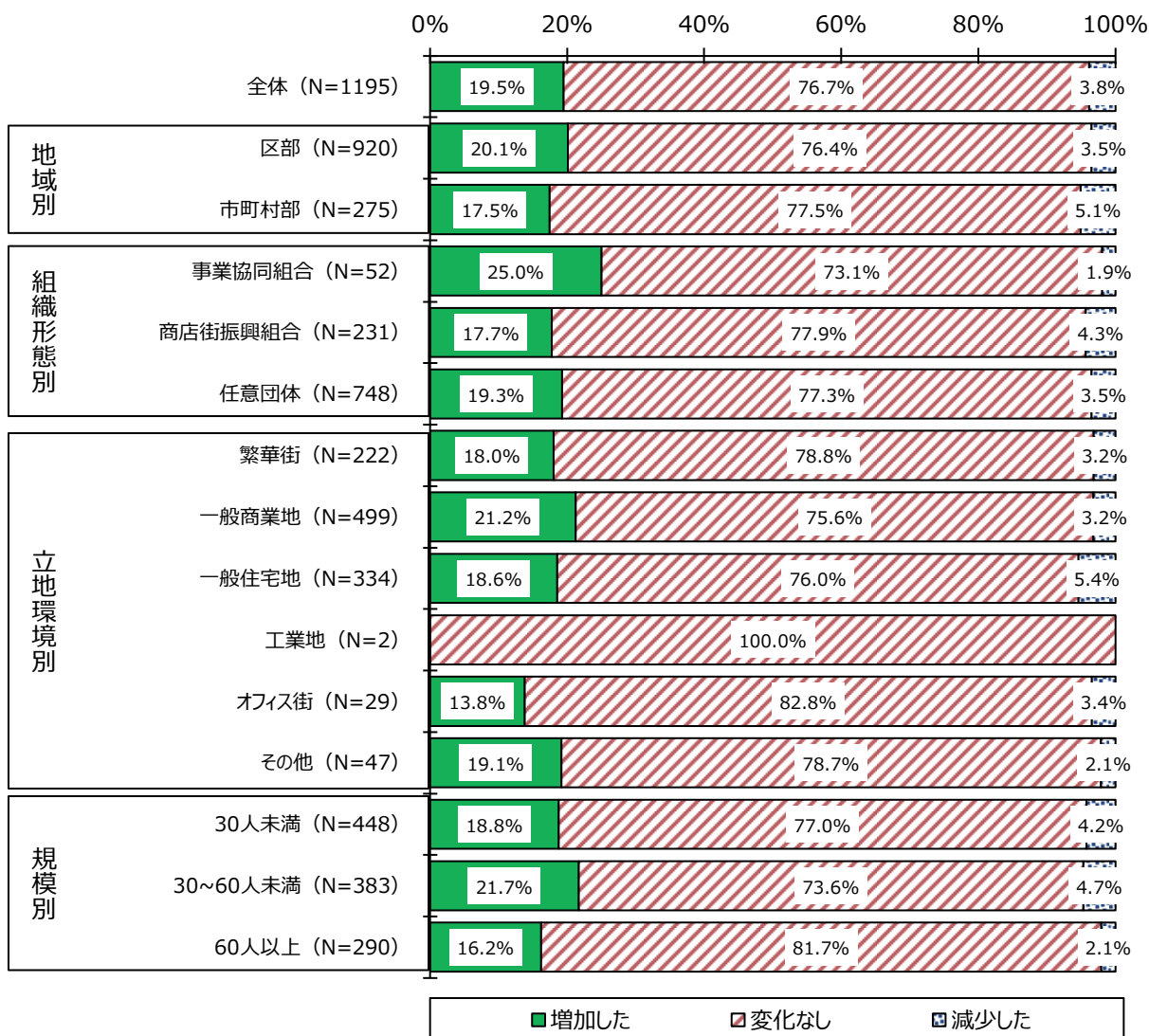


商圏内にある大型店の店舗数の3年前と比べた増減については「変化なし」が76.7%を占める。「増加した」の割合は前回調査（令和4年）の10.4%から9.1ポイント増加して19.5%となり、「減少した」の割合は4.5ポイント減少して3.8%となった。

【商圏内にある大型店の店舗数の3年前と比べた増減】



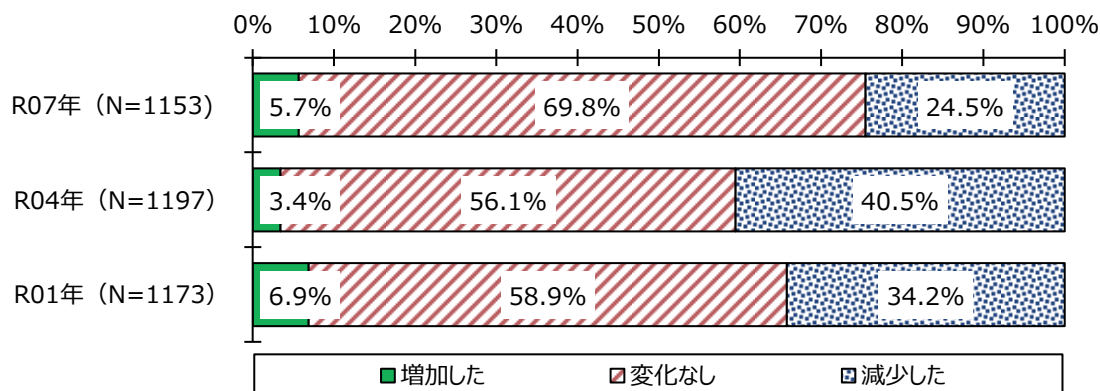
【商圏内にある大型店の店舗数の3年前と比べた増減】



■ 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

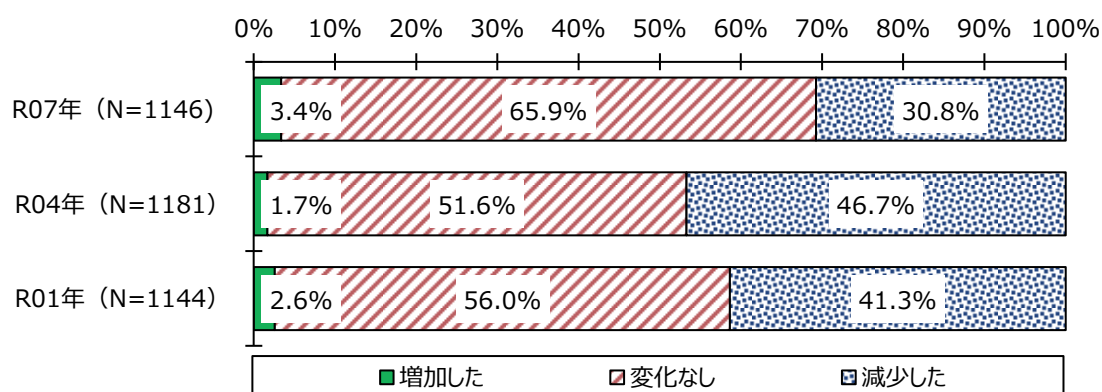
3年前と比較した大型店の影響による来街者数の増減については69.8%が「変化なし」と回答している。「減少した」との回答は24.5%となっており、前回調査（令和4年）から16ポイント減少している。

【① 来街者数の増減】



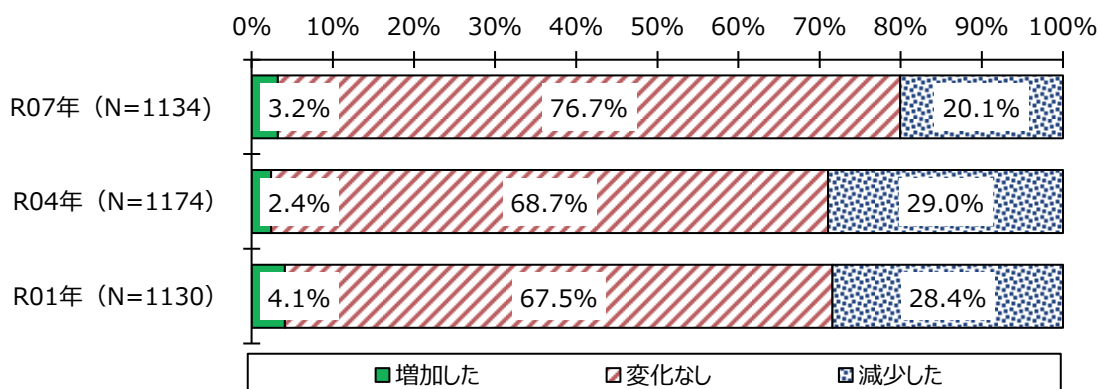
3年前と比較した大型店の影響による売上の増減については、来街者数の増減についての回答とほぼ同様の傾向となっている。65.9%が「変化なし」と回答している一方、「減少した」との回答は30.8%となっており、前回調査（令和元年）から15.9ポイント減少している。

【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76.7%が「変化なし」と回答している。

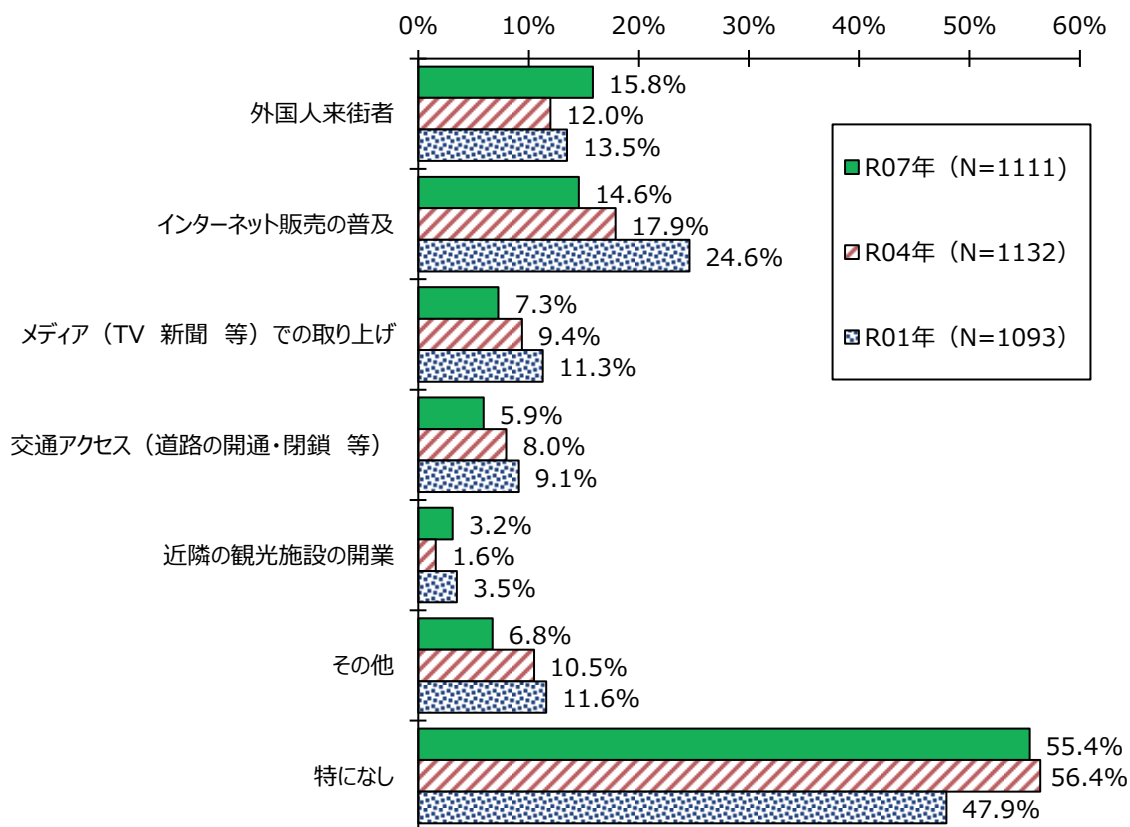
【③ 商圈の増減】



■ 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 55.4%で最も多い。次いで「外国人来街者」が 15.8%と最も多く、前回調査（令和 4 年）から 3.8 ポイント増加している。

【商圈に影響のあった内容（複数回答）（大型店の影響以外）】

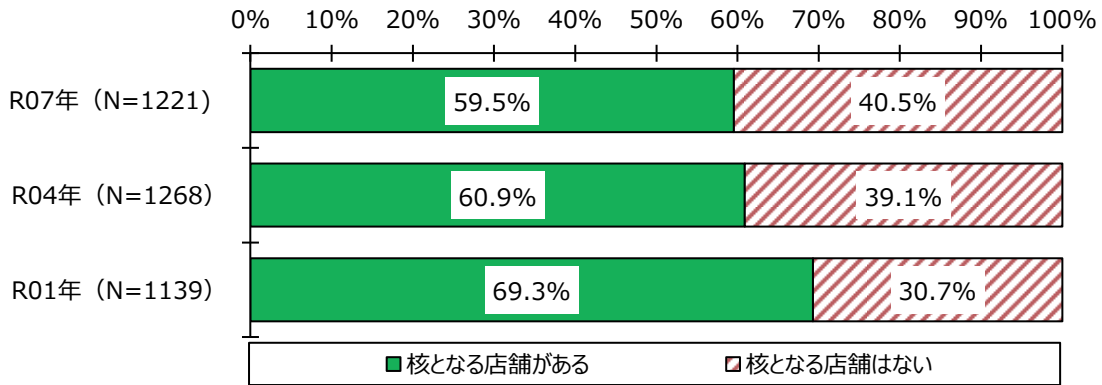


⑤ 核となる店舗の状況

■ 核となる店舗の状況

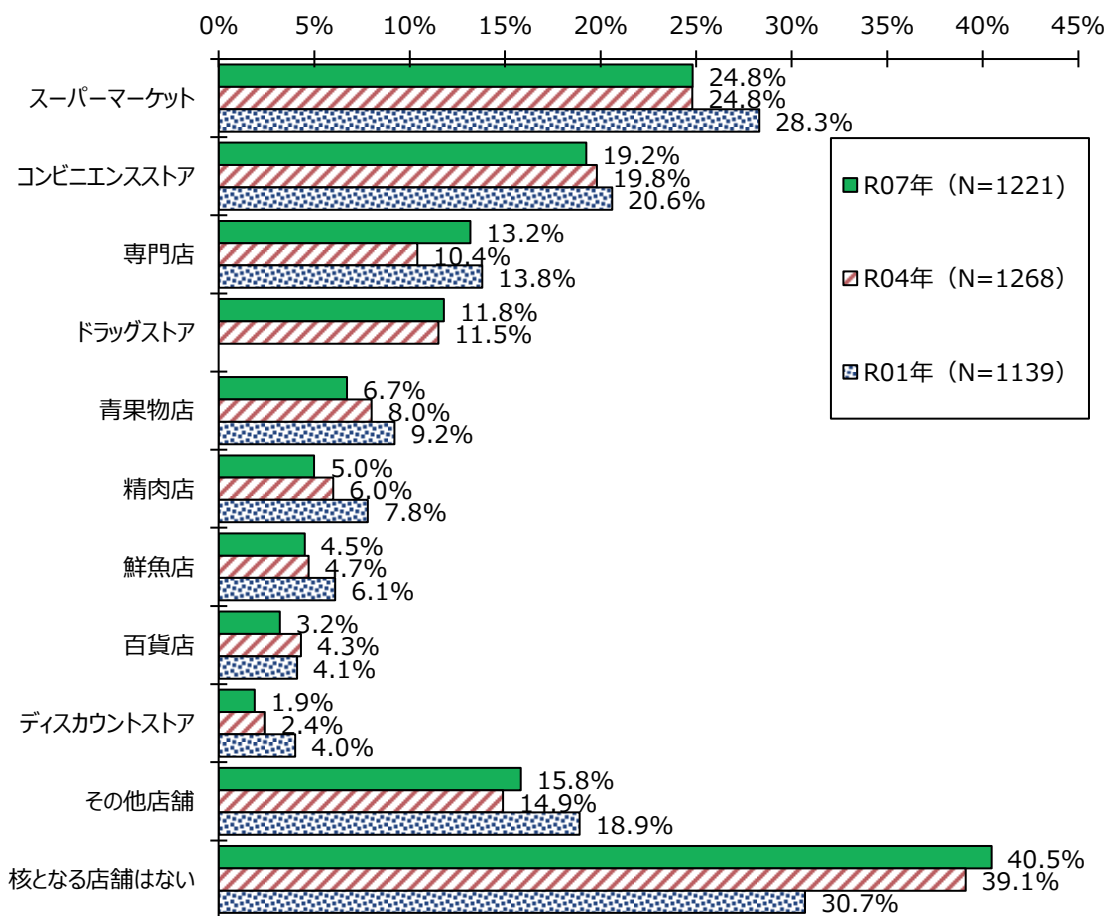
核となる店舗については 59.5%が「ある」と回答している。

【核となる店舗の有無】



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 19.2%となっている。

【核となる店舗（複数回答）】



※前々回調査（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

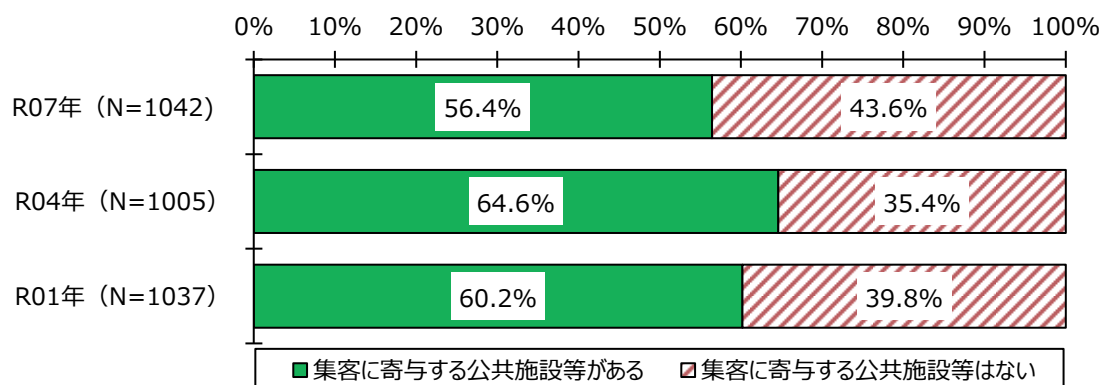
【核となる店舗（複数回答）（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】

| | | 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=1221) | | 24.8% | 19.2% | 15.8% | 11.8% | 13.2% | 6.7% | 5.0% | 4.5% | 3.2% | 1.9% | 40.5% |
| 地域別 | 区部 (N=946) | 25.3% | 20.8% | 15.8% | 12.7% | 13.6% | 7.4% | 4.8% | 4.5% | 2.9% | 2.0% | 39.5% |
| | 市町村部 (N=275) | 23.3% | 13.8% | 16.0% | 8.7% | 11.6% | 4.4% | 5.8% | 4.4% | 4.4% | 1.5% | 43.6% |
| 組織形態別 | 事業協同組合 (N=49) | 32.7% | 30.6% | 6.1% | 26.5% | 20.4% | 14.3% | 12.2% | 12.2% | 6.1% | 6.1% | 30.6% |
| | 商店街振興組合 (N=235) | 31.1% | 21.7% | 17.9% | 19.6% | 19.1% | 11.9% | 6.8% | 7.2% | 2.1% | 3.4% | 31.5% |
| | 任意団体 (N=767) | 22.3% | 18.4% | 15.3% | 8.2% | 11.7% | 4.4% | 3.7% | 3.0% | 3.3% | 1.3% | 44.6% |
| 立地環境別 | 繁華街 (N=226) | 19.0% | 14.6% | 22.6% | 15.0% | 22.1% | 5.3% | 2.2% | 3.1% | 10.2% | 5.3% | 32.3% |
| | 一般商業地 (N=519) | 28.5% | 20.8% | 14.8% | 12.7% | 12.1% | 7.7% | 5.4% | 3.3% | 1.5% | 1.5% | 39.5% |
| | 一般住宅地 (N=341) | 24.0% | 20.2% | 10.9% | 9.1% | 10.9% | 7.3% | 7.3% | 7.9% | 0.3% | 0.9% | 45.2% |
| | 工業地 (N=2) | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% |
| | オフィス街 (N=33) | 12.1% | 12.1% | 24.2% | 6.1% | 6.1% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 9.1% | 0.0% | 48.5% |
| | その他 (N=57) | 26.3% | 19.3% | 24.6% | 10.5% | 8.8% | 3.5% | 1.8% | 1.8% | 1.8% | 0.0% | 42.1% |
| 規模別 | 30人未満 (N=452) | 19.5% | 13.9% | 13.7% | 4.9% | 9.7% | 6.0% | 4.6% | 4.9% | 2.0% | 0.7% | 50.7% |
| | 30~60人未満 (N=403) | 24.3% | 23.8% | 15.4% | 13.9% | 14.1% | 6.2% | 5.2% | 4.7% | 2.0% | 2.0% | 36.5% |
| | 60人以上 (N=294) | 34.7% | 22.1% | 19.7% | 20.1% | 15.6% | 9.2% | 6.1% | 4.8% | 7.1% | 3.7% | 28.9% |

■ 集客に貢献する公共施設等の状況

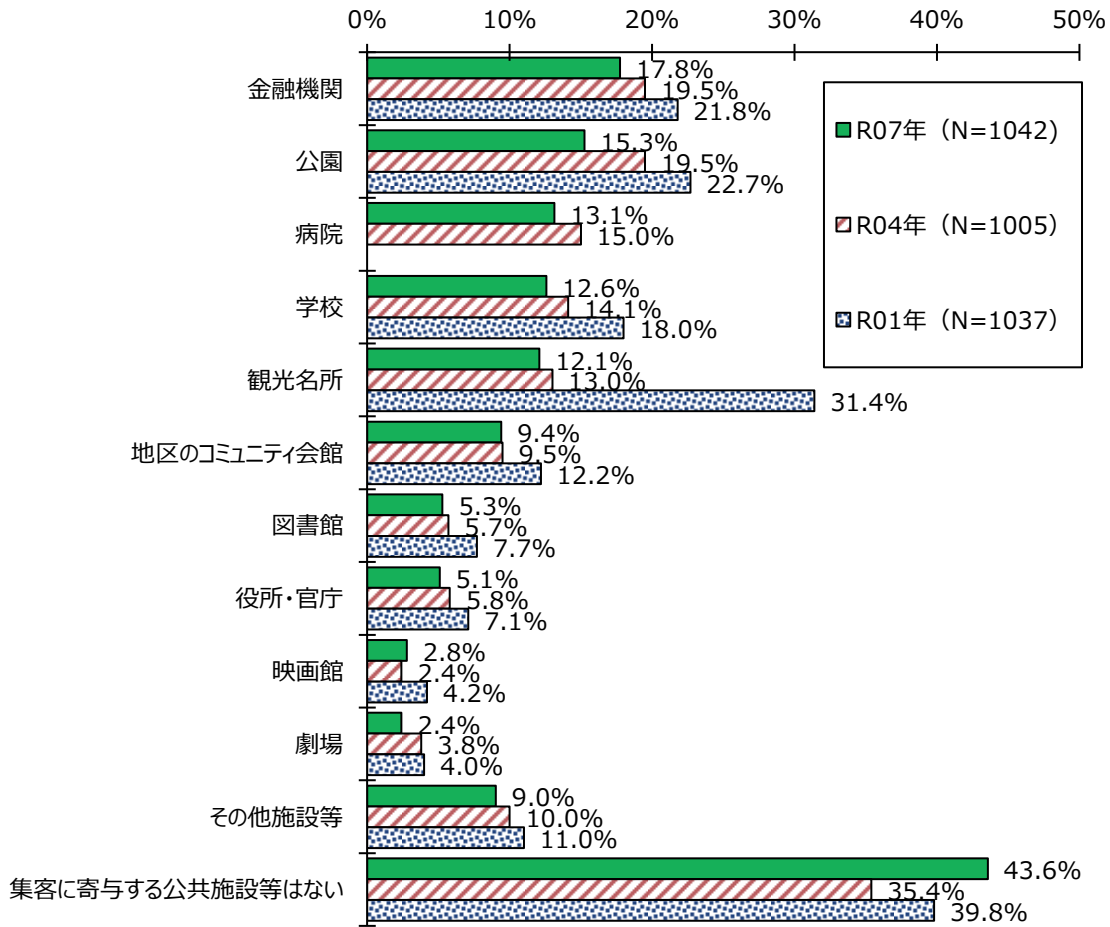
集客に貢献する公共施設等については 56.4%が「ある」と回答しており、前回調査（令和4年）から 8.2 ポイント減少している。

【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「金融機関」が17.8%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）】



※前々回調査（令和元年）以前では「病院」の選択肢は設けていない

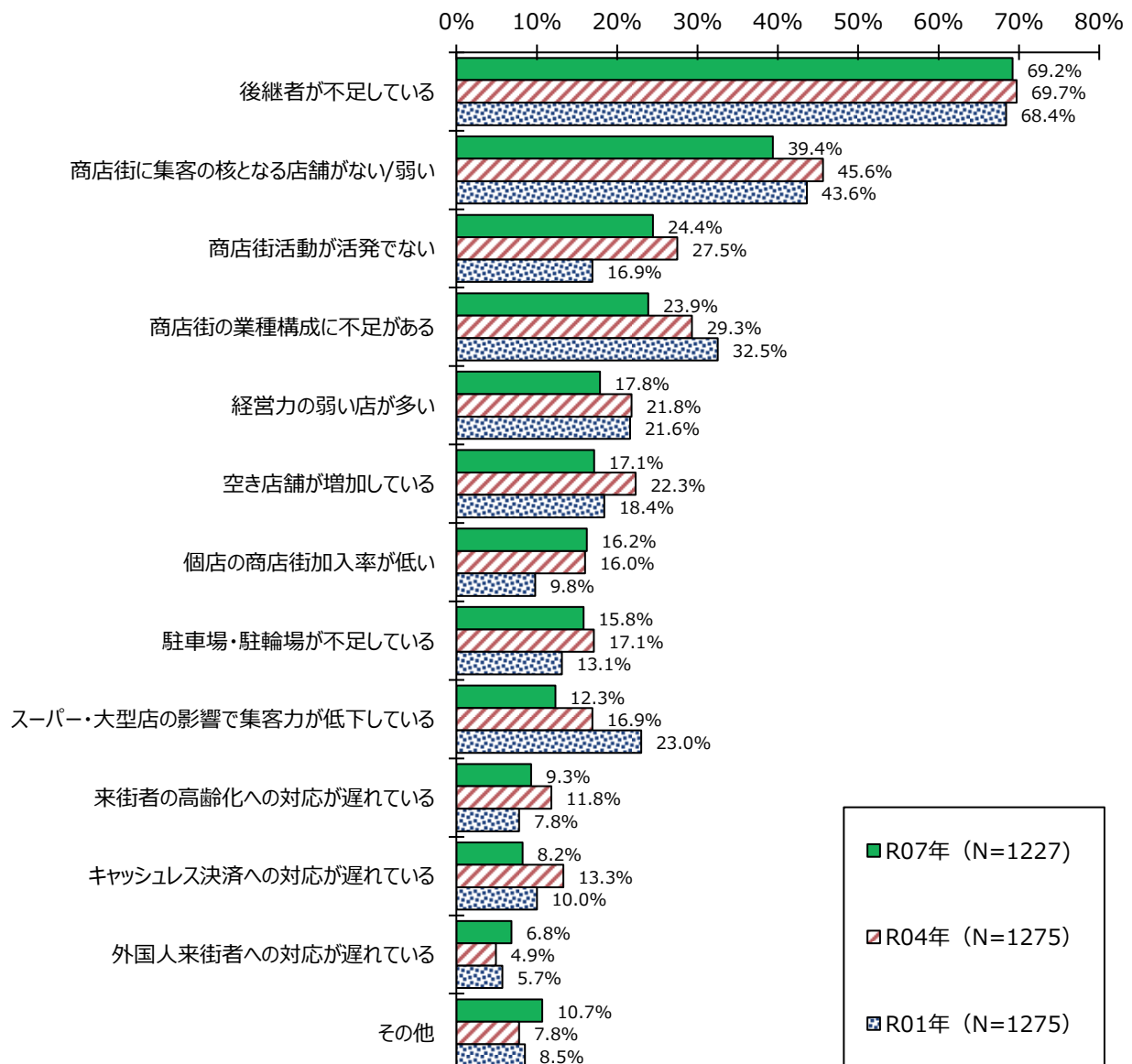
【集客に貢献する公共施設等（複数回答）（地域別、組織形態別、立地状況別、規模別）】

| | 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=1042) | 15.3% | 17.8% | 13.2% | 12.6% | 12.1% | 9.4% | 5.1% | 5.3% | 2.4% | 2.8% | 9.0% | 43.6% | |
| 地域別 | 区部(N=805) | 15.3% | 16.1% | 13.2% | 13.5% | 12.2% | 8.9% | 4.8% | 4.8% | 2.9% | 2.4% | 9.1% | 44.1% |
| | 市町村部(N=237) | 15.2% | 23.2% | 13.5% | 9.3% | 11.8% | 11.0% | 5.9% | 6.8% | 0.8% | 4.2% | 8.9% | 41.8% |
| 組織形態別 | 事業協同組合(N=42) | 26.2% | 26.2% | 11.9% | 16.7% | 21.4% | 23.8% | 7.1% | 9.5% | 4.8% | 4.8% | 7.1% | 38.1% |
| | 商店街振興組合(N=207) | 16.9% | 22.2% | 17.9% | 15.5% | 14.5% | 11.1% | 5.8% | 5.8% | 3.4% | 3.4% | 10.1% | 32.4% |
| | 任意団体(N=672) | 14.0% | 16.1% | 11.5% | 11.8% | 11.0% | 7.7% | 4.5% | 5.1% | 2.1% | 2.2% | 9.1% | 47.9% |
| 立地環境別 | 繁華街(N=188) | 11.7% | 23.4% | 8.5% | 10.1% | 20.7% | 8.0% | 6.4% | 4.3% | 5.9% | 9.0% | 13.8% | 33.5% |
| | 一般商業地(N=451) | 14.0% | 20.0% | 13.5% | 11.8% | 10.0% | 10.2% | 5.3% | 6.2% | 2.2% | 2.2% | 10.0% | 43.2% |
| | 一般住宅地(N=292) | 18.2% | 12.0% | 16.4% | 14.7% | 6.8% | 8.9% | 2.4% | 4.5% | 0.3% | 0.0% | 4.5% | 52.7% |
| | 工業地(N=2) | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% |
| | オフィス街(N=32) | 18.8% | 21.9% | 9.4% | 12.5% | 18.8% | 3.1% | 6.2% | 3.1% | 6.2% | 3.1% | 15.6% | 40.6% |
| その他(N=43) | 14.0% | 9.3% | 9.3% | 14.0% | 30.2% | 7.0% | 4.7% | 0.0% | 0.0% | 2.3% | 4.7% | 44.2% | |
| 規模別 | 30人未満(N=375) | 13.3% | 11.2% | 9.3% | 10.7% | 7.5% | 8.0% | 3.2% | 5.1% | 1.3% | 1.9% | 5.9% | 56.3% |
| | 30~60人未満(N=353) | 16.1% | 20.4% | 14.7% | 11.0% | 14.4% | 8.2% | 5.1% | 5.1% | 2.8% | 2.0% | 10.8% | 39.4% |
| | 60人以上(N=260) | 16.9% | 22.7% | 15.4% | 16.5% | 15.0% | 13.8% | 8.5% | 5.8% | 3.5% | 5.8% | 10.4% | 32.7% |

⑥ 商店街が抱えている問題点

商店街が抱えている問題点としては「後継者が不足している」が最も多く69.2%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=1227) | | 69.2% | 39.4% | 23.9% | 24.4% | 17.1% | 17.8% | 15.8% | 12.3% | 16.2% | 8.2% | 9.3% | 6.8% | 10.7% |
| 地域別 | 区部(N=945) | 68.8% | 38.8% | 24.3% | 25.4% | 16.8% | 18.5% | 15.3% | 11.9% | 15.8% | 8.6% | 8.7% | 7.3% | 11.0% |
| | 市町村部(N=282) | 70.6% | 41.1% | 22.3% | 21.3% | 18.1% | 15.6% | 17.4% | 13.8% | 17.7% | 7.1% | 11.3% | 5.3% | 9.6% |
| 組織形態別 | 事業協同組合(N=51) | 68.6% | 43.1% | 23.5% | 19.6% | 19.6% | 17.6% | 21.6% | 19.6% | 15.7% | 5.9% | 13.7% | 3.9% | 3.9% |
| | 商店街振興組合(N=236) | 71.2% | 35.2% | 30.9% | 21.2% | 14.8% | 14.8% | 19.1% | 13.1% | 18.2% | 7.2% | 8.9% | 6.8% | 9.3% |
| | 任意団体(N=768) | 67.3% | 41.3% | 21.2% | 26.3% | 16.7% | 18.9% | 15.1% | 11.1% | 15.1% | 8.3% | 8.5% | 6.5% | 11.5% |
| 立地環境別 | 繁華街(N=222) | 66.7% | 23.4% | 14.9% | 25.2% | 9.5% | 9.5% | 24.8% | 5.9% | 19.8% | 11.7% | 8.1% | 14.4% | 15.8% |
| | 一般商業地(N=512) | 69.7% | 41.6% | 30.1% | 23.4% | 18.2% | 18.2% | 16.0% | 12.7% | 16.2% | 7.6% | 11.3% | 4.5% | 7.2% |
| | 一般住宅地(N=352) | 72.7% | 46.9% | 23.0% | 24.4% | 21.9% | 21.6% | 10.8% | 17.3% | 12.5% | 7.7% | 7.4% | 3.7% | 9.1% |
| | 工業地(N=2) | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 50.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 50.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| | オフィス街(N=34) | 50.0% | 29.4% | 8.8% | 32.4% | 11.8% | 14.7% | 8.8% | 5.9% | 20.6% | 2.9% | 5.9% | 0.0% | 29.4% |
| | その他(N=57) | 54.4% | 36.8% | 21.1% | 19.3% | 8.8% | 22.8% | 14.0% | 12.3% | 15.8% | 10.5% | 7.0% | 12.3% | 19.3% |
| 規模別 | 30人未満(N=469) | 66.1% | 41.4% | 18.3% | 29.2% | 19.2% | 19.8% | 9.6% | 13.9% | 12.8% | 8.7% | 8.1% | 4.9% | 12.6% |
| | 30~60人未満(N=393) | 72.5% | 40.7% | 23.4% | 24.9% | 17.8% | 18.8% | 14.5% | 11.2% | 14.5% | 8.4% | 11.5% | 8.1% | 8.7% |
| | 60人以上(N=294) | 71.4% | 32.7% | 29.3% | 16.3% | 14.3% | 15.6% | 27.9% | 10.2% | 22.8% | 7.1% | 9.9% | 8.8% | 10.2% |

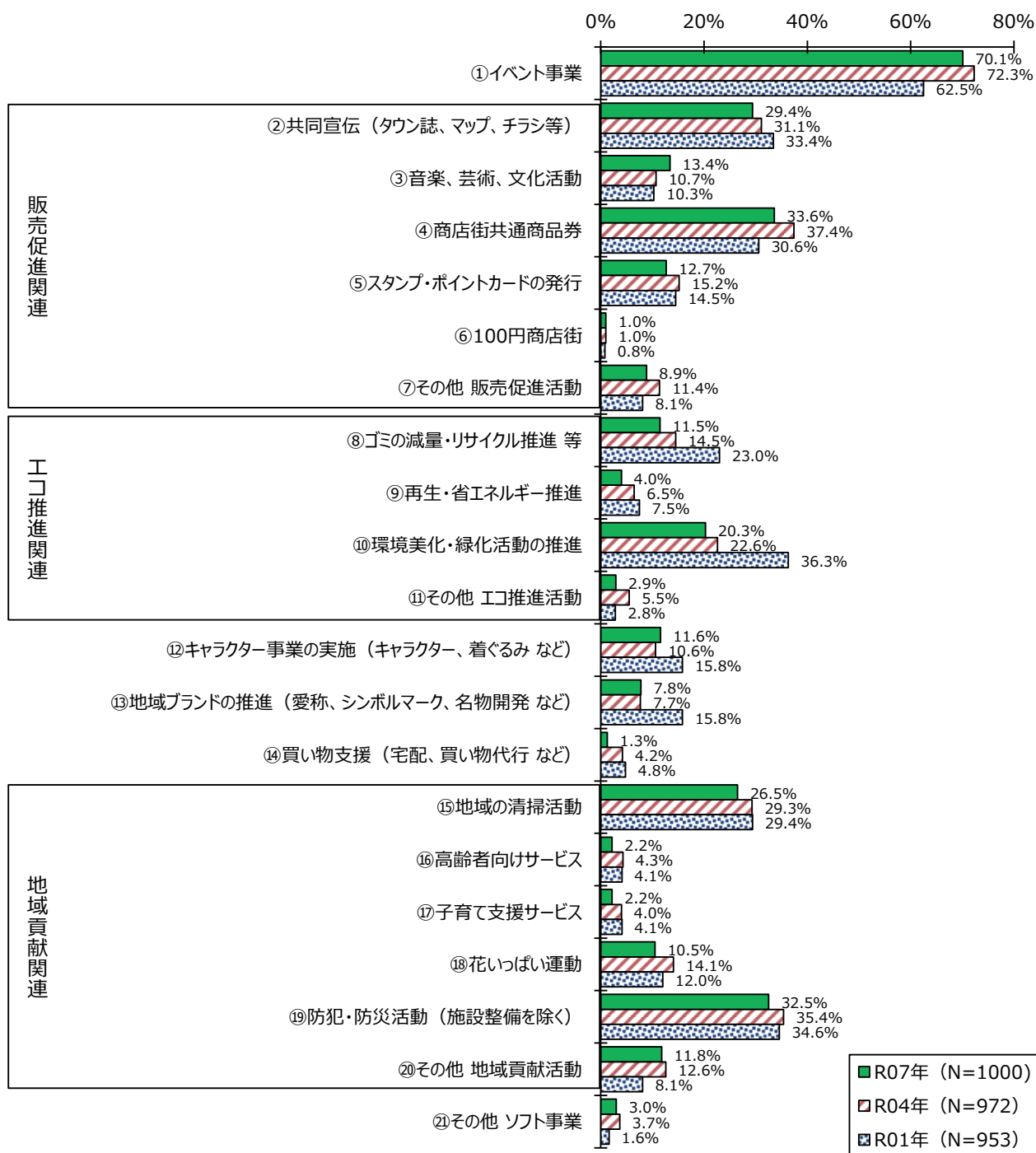
2 商店街の取組

(1) ソフト事業の実施

① ソフト事業の実施状況

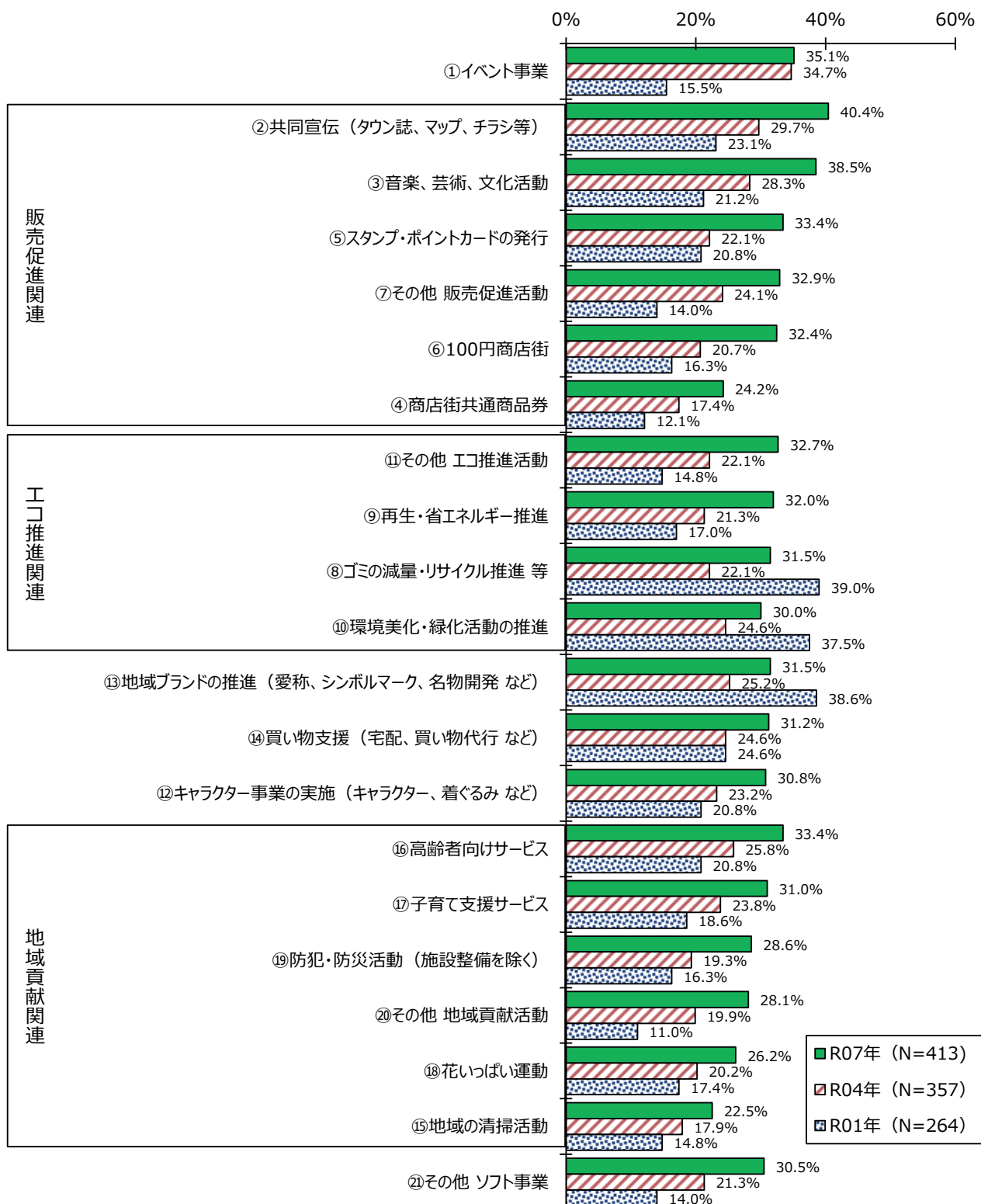
商店街が実施しているソフト事業については、「イベント事業（期間を定めて行う事業）」の割合が70.1%と最も高く、次いで「商店街共通商品券」が33.6%、「防犯・防災活動（施設整備を除く）」が32.5%となっている。

【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ソフト事業については大きな差異は見られないが、「共同宣伝（タウン誌、マップ、チラシ等）」が40.4%と最も高くなっている。次いで「音楽・芸術・文化活動」が38.5%、「イベント事業」が35.1%となっている。

【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】

- ・季節の売り出し、福引抽選会
- ・祭り、盆祭り、伝統芸能イベント
- ・ハロウィン・クリスマス・七夕等の季節テーマイベント、イルミネーション
- ・マルシェ・フリーマーケット・キッチンカー等の出店型イベント
- ・地域連携・子ども向け交流イベント
- ・デジタルスタンプラリー、フォトコンテスト

【02_共同宣伝】

- ・商店街マップ・ガイドブックの作成・配布
- ・チラシ・ポスターの作成・配布
- ・SNS・ホームページによる情報発信
- ・タウン誌・広報誌・フリーペーパーの発行・掲載
- ・フラッグ・掲示板・放送等の街頭広告

【03_音楽、芸術、文化活動】

- ・音楽祭、ライブイベント
- ・伝統芸能、踊り、大道芸
- ・吹奏楽部・合唱団の発表会、児童の絵画展
- ・写真展、塗り絵コンクール
- ・演劇、落語、映画
- ・地元ゆかりの文学作品・アニメ・知的財産を題材にしたコンテンツ活用

【04_商店街共通商品券】

- ・区・商店街連合会発行の共通商品券・プレミアム商品券
- ・イベント・町会の行事などで活用
- ・商店街独自の共通商品券・金券
- ・レシート・買い物金額連動型の抽選

【05_スタンプ・ポイントカードの発行】

- ・区・商店街連合会によるポイントカード・スタンプ事業
- ・商店街独自のスタンプカード
- ・デジタル・キャッシュレス連携のポイント

【06_100円商店街】

- ・ワンコイン市場・子どもびっくり市
- ・日本酒コインスクラッチフェス

【07_その他販売促進活動】

- ・買い物金額に応じた抽選イベント
- ・商店街アプリの導入
- ・WEBクーポン配布
- ・SNS・ホームページへの投稿

【08_ゴミの減量・リサイクル推進】

- ・清掃活動、ごみ拾い
- ・段ボール・古紙・資源ごみの回収

- ・ゴミの分別・減量の啓蒙活動
- ・夜間ゴミ収集事業
- ・フードロス対策
- ・来街者増加に伴うゴミ対策の清掃員導入検討

【09_再生・省エネルギー推進】

- ・街路灯・照明のLED化
- ・廃油の回収・再利用
- ・太陽光発電の導入、グリーン電力の購入
- ・商店街関連業務のペーパーレス化

【10_環境美化・緑化活動】

- ・地域清掃
- ・プランター・花壇の設置、緑化活動
- ・違法看板・放置自転車の撤去
- ・ナイトパトロール

【11_その他エコ推進活動】

- ・ペットボトルから缶への切り替え
- ・古着回収

【12_キャラクター事業の実施】

- ・着ぐるみ制作・イベント出勤
- ・オリジナルキャラクターの作成、グッズ販売
- ・既存知的財産・ご当地ヒーローの活用
- ・公認アンバサダー・プロレスラー等の人材活用

【13_地域ブランドの推進】

- ・シンボルマーク・オリジナルロゴの作成
- ・商店街の愛称・通り名の設定
- ・商店街ブランドの日本酒・ビール・ドレッシングの販売
- ・モニュメント・シンボル造形物の設置

【14_買い物支援】

- ・宅配・配達サービスの実施
- ・移動販売・買い物代行
- ・オンラインショップの運営
- ・循環ミニバスの運行

【15_地域の清掃活動】

- ・定期的な地域の清掃活動の実施
- ・防犯パトロールの実施
- ・違法看板・落書き対策

【16_高齢者向けサービス】

- ・高齢者・児童の見守り・声かけ活動
- ・休憩・交流スペースの設置
- ・バリアフリー化・車いすの貸し出し

- ・高齢者お買い物支援事業
- ・敬老事業

【17_子育て支援サービス】

- ・子ども食堂への協力・運営
- ・保育園・学校と協働した商店街イベント
- ・小児科の誘致
- ・ベビーベッド・おむつ替え・授乳スペースの設置
- ・預かり保育

【18_花いっぱい運動】

- ・プランター・花鉢の設置・植え替え
- ・駅前・公共空間の花壇整備
- ・ガーデニングフェスタへの参加

【19_防犯・防災活動】

- ・防犯カメラ増設
- ・防犯パトロール
- ・防災・消防訓練
- ・防災備品・設備
- ・年末夜警・火の用心巡回

【20_その他地域貢献活動】

- ・祭り・地域イベントへの協力
- ・職業・仕事体験の受入
- ・交通安全運動・自転車マナーイベント、AED 訓練等への参加
- ・無料健康相談会

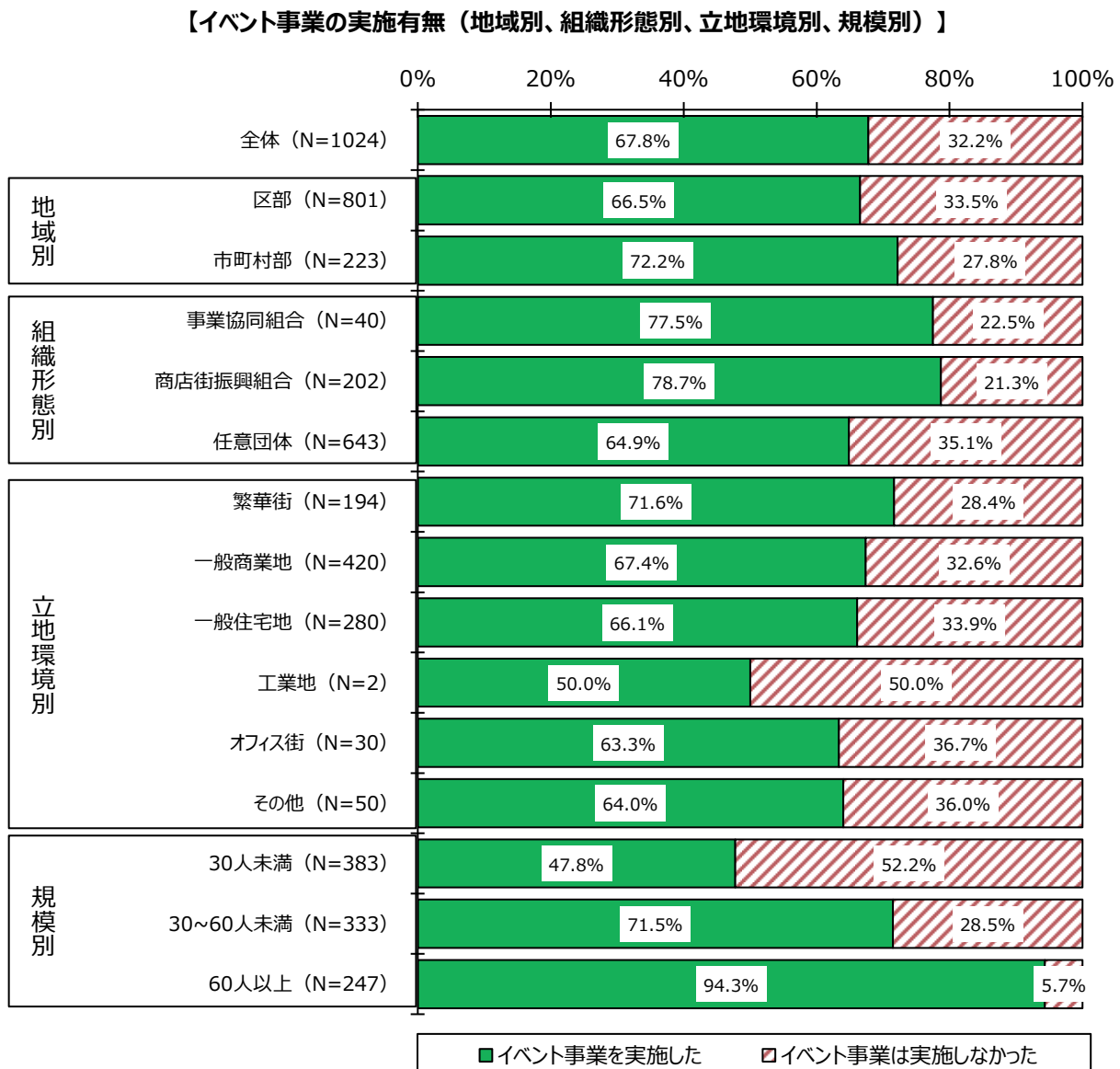
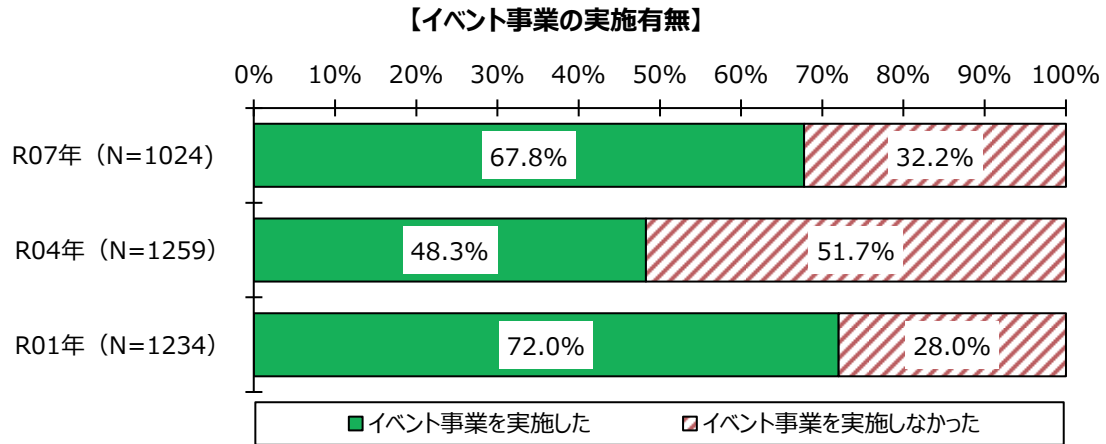
【21_その他ソフト事業】

- ・まちづくり系の若手研究者を招いた勉強会の開催
- ・SNS 活用講習会
- ・まちバルの検討
- ・AED の設置協力

② イベント事業の実施状況

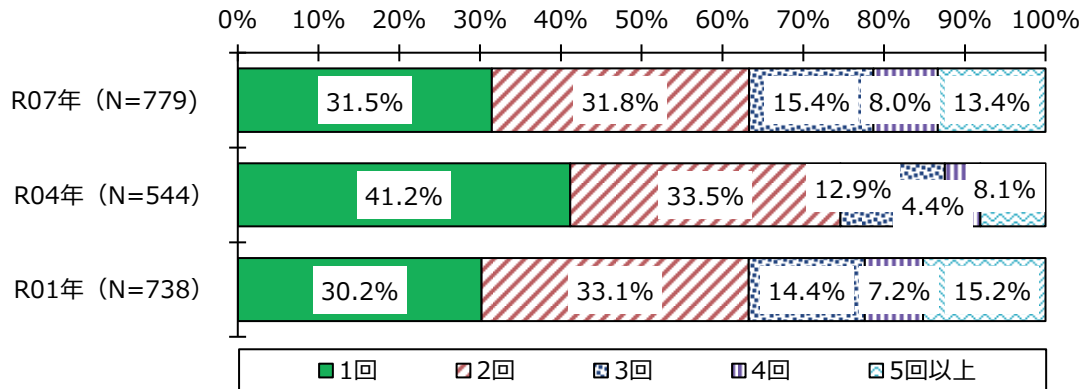
■ イベント事業の実施状況

イベントの実施有無についてみると「実施した」が67.8%で、前回調査（令和4年）の48.3%から19.5ポイント増加している。

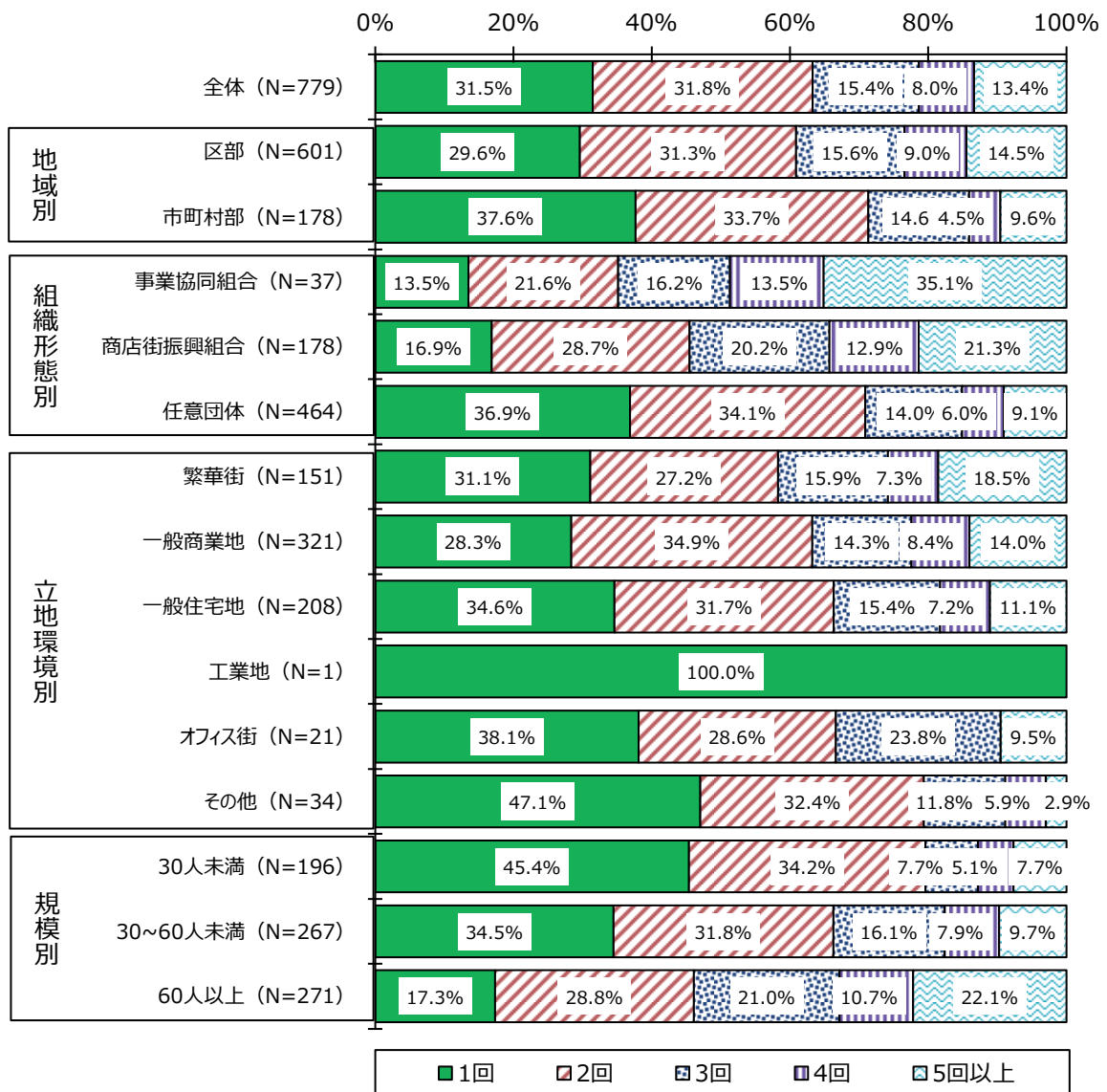


イベント事業の実施回数は「1回」と「2回」がそれぞれ3割強となっており、「3回」「4回」「5回以上」の合計は前回調査（令和4年）から11.4ポイント増加して36.8%となっている。

【イベント事業の実施回数】



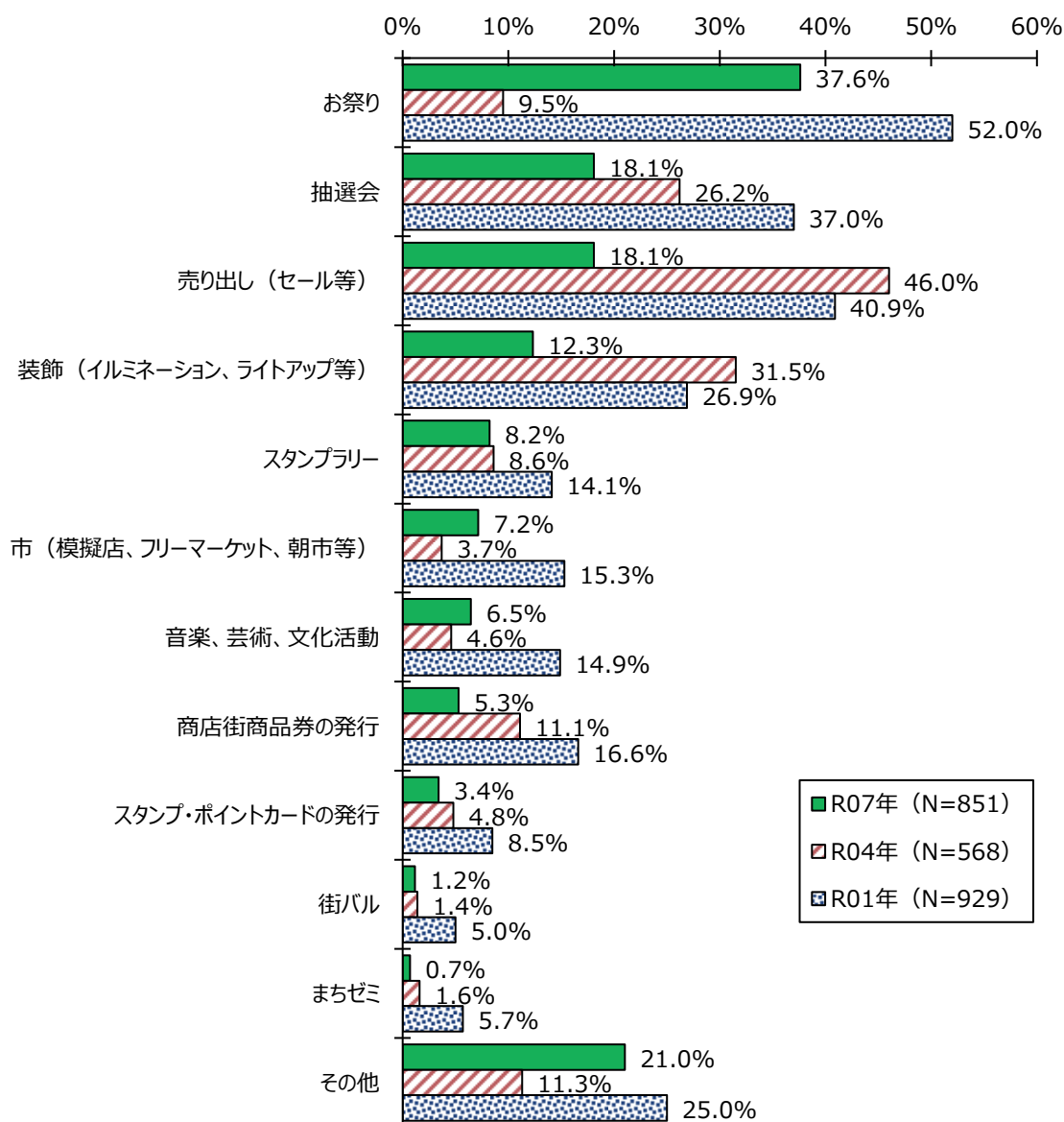
【イベント事業の実施回数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



■ 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「お祭り」が37.6%で最も多くなっている一方、「抽選会」「売り出し（セール等）」は前回調査（令和4年）から減少して18.1%となっている。

【最も集客力のあったイベント事業の実施内容】



【その他の内容（主なもの）】

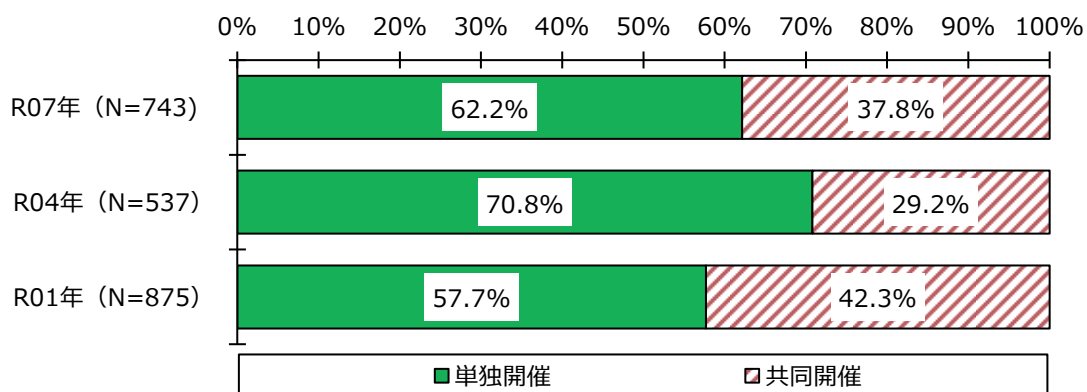
- ・バーベキュー
- ・スクラッチカード配布
- ・ハロウィン
- ・ボックスティッシュ・エコバッグ配布
- ・落書きイベント
- ・外飲みイベント
- ・打ち水イベント

など

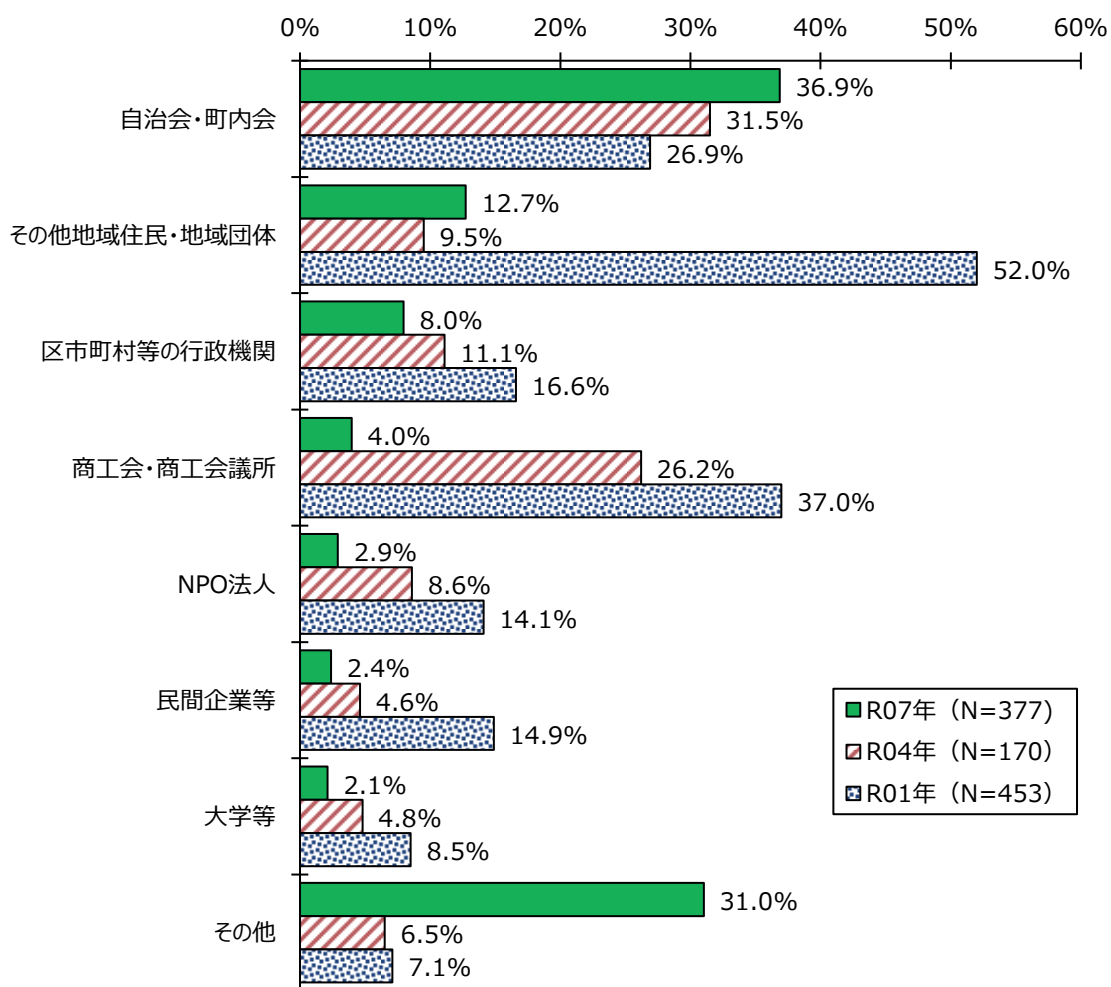
最も集客力のあったイベント事業の実施形態については「単独開催」が62.2%となっており、前回調査（令和4年）

から 8.6 ポイント減少している。

【最も集客力のあったイベント事業の実施形態】

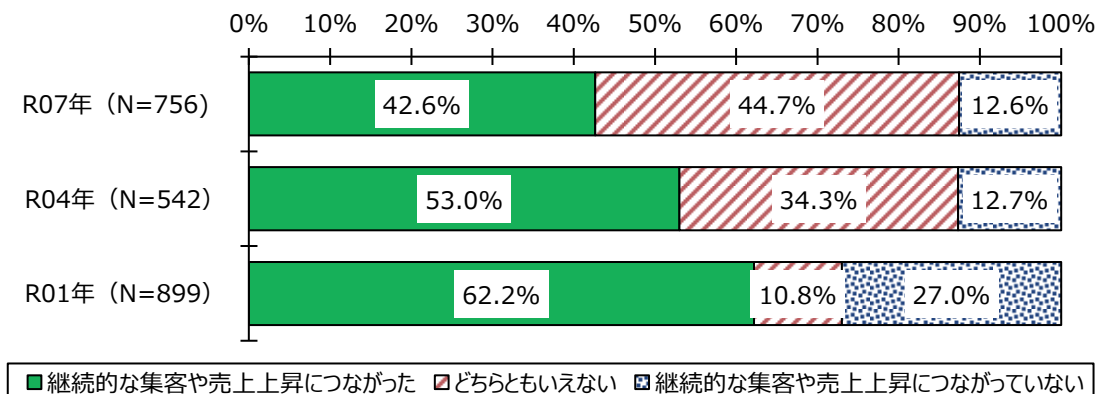


【最も集客力のあったイベント事業を共同開催した団体等】

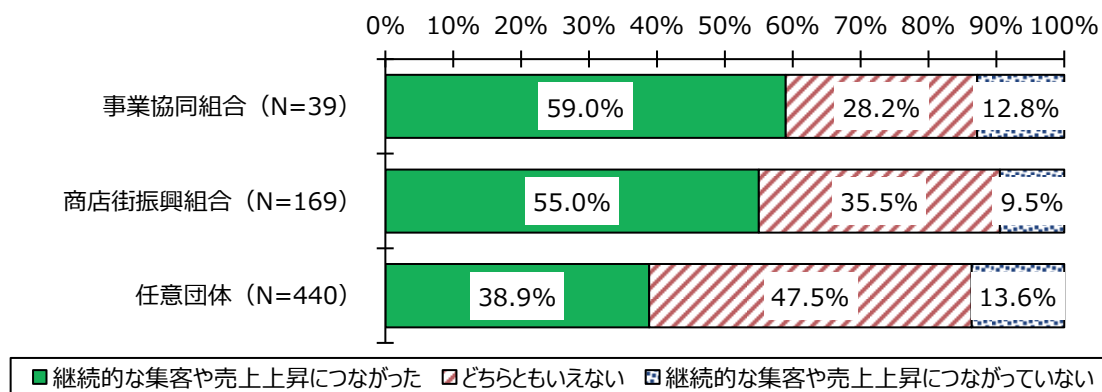


最も集客力のあったイベント事業の効果については、「継続的な集客や売上上昇につながった」の割合が 42.6%となっている。

【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組】

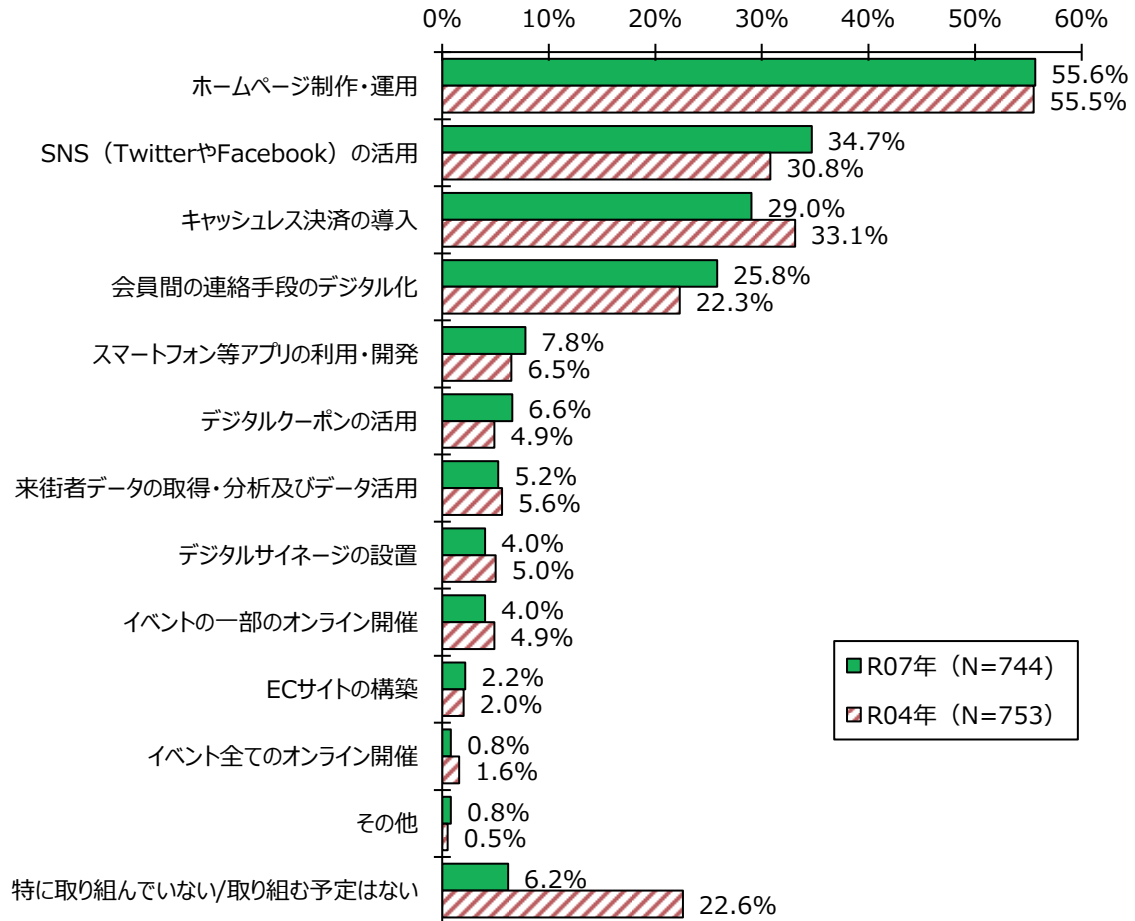
- ・ボランティア・大学生や地域住民への声かけ
- ・恒例事業のマンネリ化防止
- ・体験型ワークショップの導入
- ・振り返り・効果測定の実施
- ・SNS・デジタル活用による集客強化
- ・近隣商店街、町会、自治体、鉄道会社、大学、NPO 法人、チェーン店など多様な主体との連携を強化し、広域的なイベント展開を実施し、運営負担を分散

など

③デジタル化の推進状況

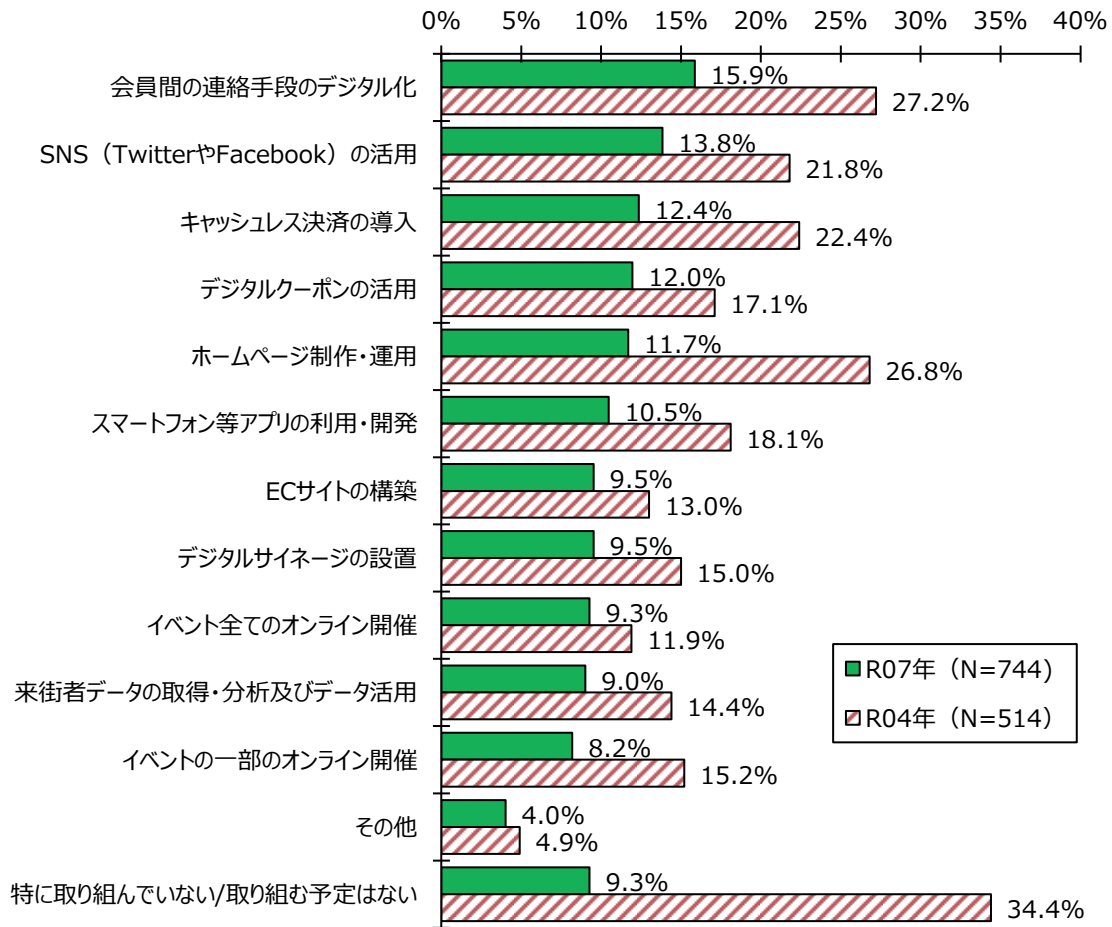
デジタル化推進のために現在取り組んでいる事業については「ホームページ制作・運用」が最も多く55.6%となっている。次いで「SNSの活用」が34.7%となっている。

【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）】



デジタル化の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15.9%となっている。次いで「SNSの活用」が13.8%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）】



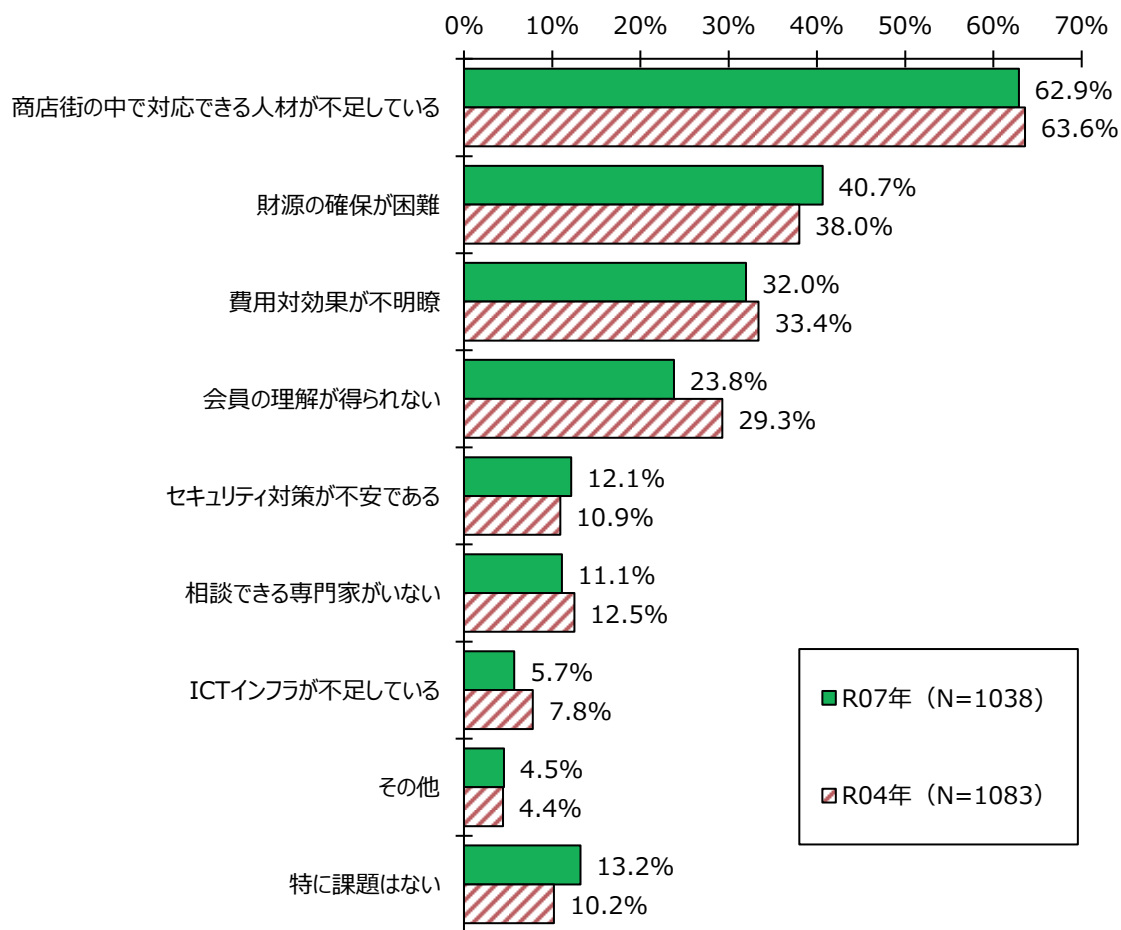
【その他の内容（主なもの）】

- ・デジタル掲示板
- ・デジタルポイント
- ・回覧をコミュニケーションサービスへ移行
- ・オンライン会議の開催

など

デジタル化の推進の課題については「人材が不足している」が最も多く 62.9%、次いで「財源の確保が困難」が 40.7%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）】

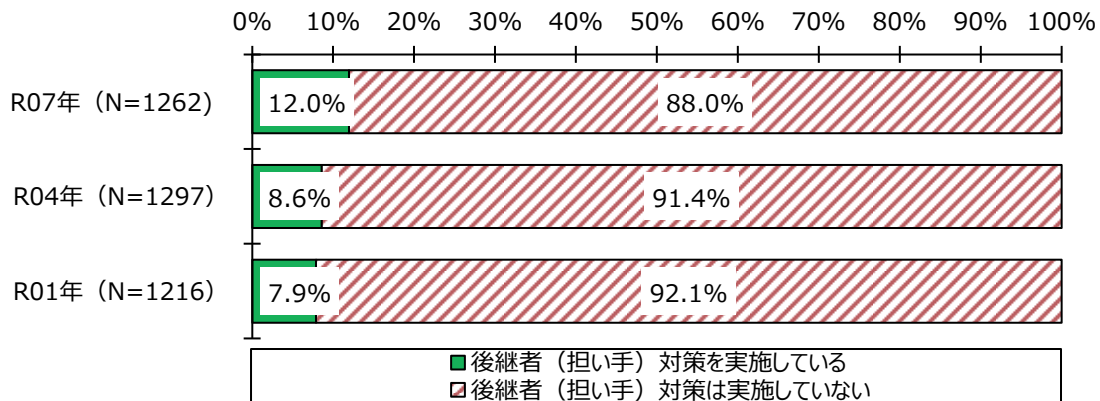
- ・高齢の方が多いためデジタル化への理解がなかなか得られない
- ・推進する若い世代がない
- ・ランニングコスト、サーバー代などが高い
- ・現金主義の店舗がある
- ・商店街全体での推進が難しい
- ・個店での対応に任せている
- ・チェーン店との統一が難しい

など

(2) 後継者（担い手）不足対策

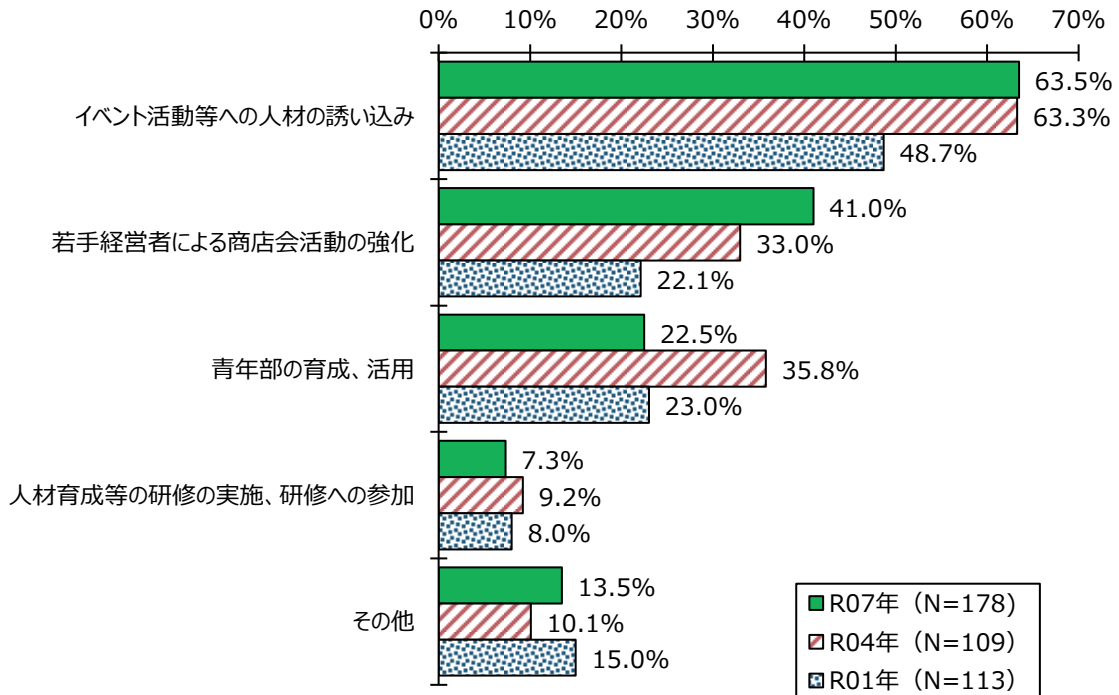
後継者（担い手）不足の対策については「実施している」との回答は12.0%となっている。

【後継者（担い手）対策の実施有無】



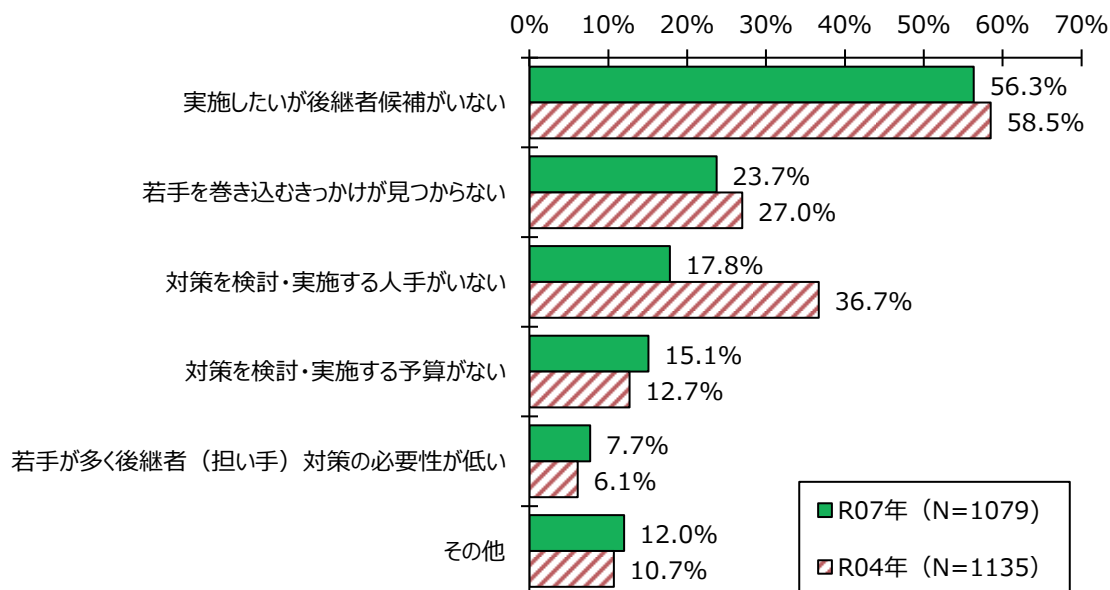
後継者（担い手）不足に対する対策の内容としては「イベント活動等への人材の誘い込み」が最も多く、63.5%となっている。「若手経営者による商店会活動の強化」は経年的に増加している。

【後継者（担い手）対策の実施内容（複数回答）】



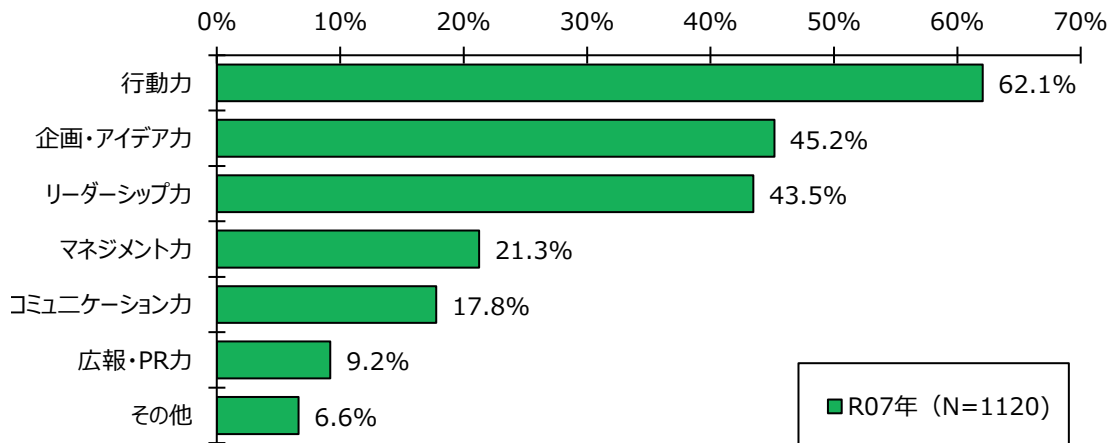
後継者（担い手）対策を実施していない理由としては、「実施したいが後継者候補がない」が最も多く56.3%となっている。

【後継者（担い手）対策を実施していない理由（複数回答）】



後継者（担い手）に期待していることは、「行動力」が62.1%と最も多く、次いで「企画・アイデア力」、「リーダーシップ力」などが多く挙げられている。

【後継者（担い手）に期待していること】



【その他の内容（主なもの）】

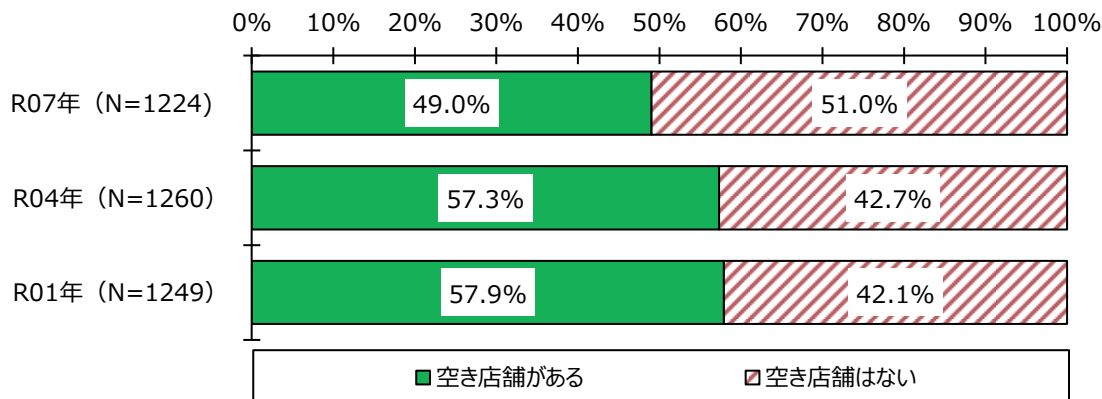
- ・経営環境があまりよくないので、経営ビジョンや利益確保へ向けた助言をしてくれる人材が欲しい
 - ・地元出身者で地元への思いがある人材に、Uターンで戻ってきて欲しい
 - ・問題解決能力がある人材が欲しい
- など

(3) 空き店舗対策

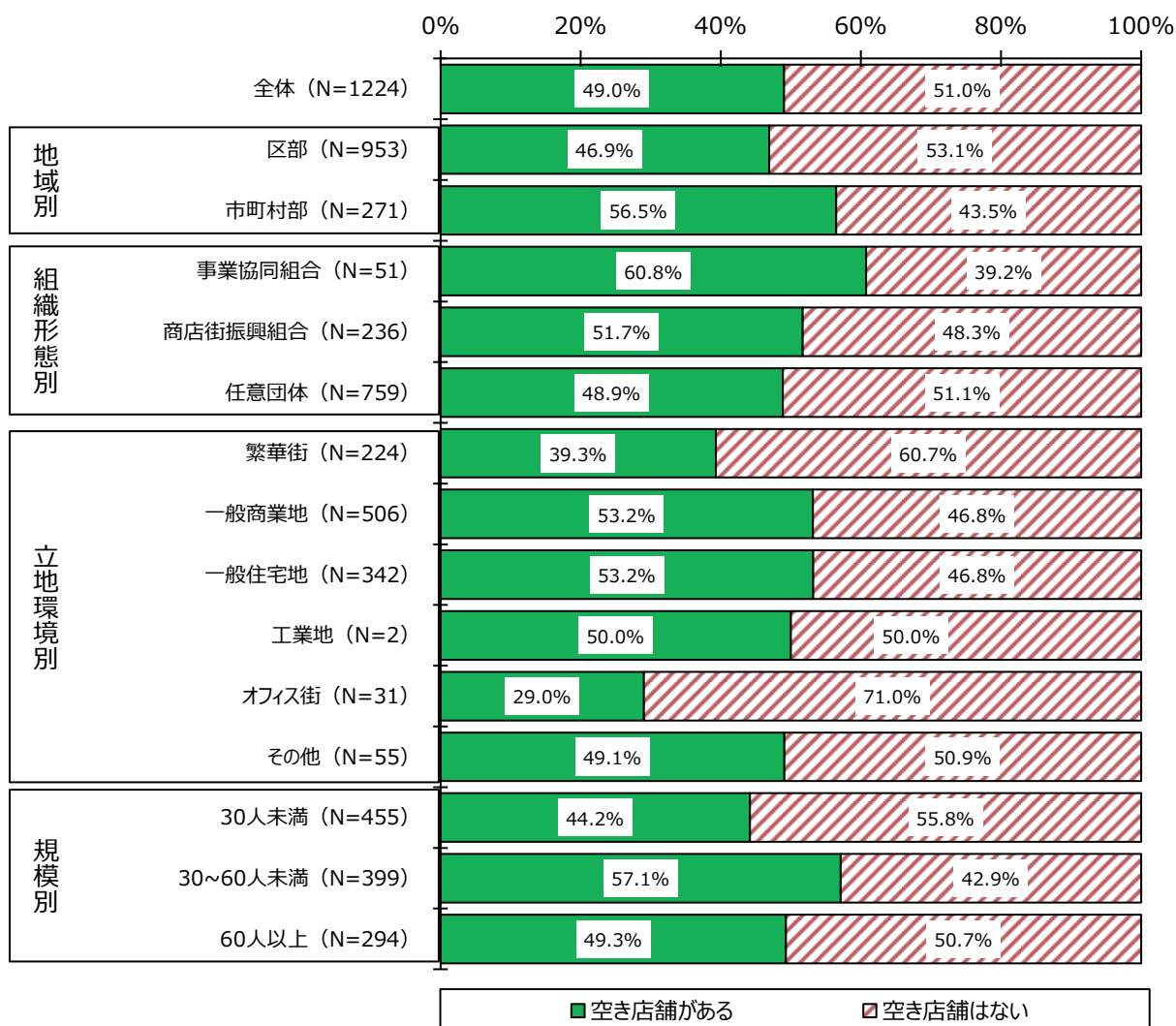
① 空き店舗の状況

空き店舗については49.0%が「ある」、51.0%が「ない」と回答しており、両者はほぼ拮抗している。

【空き店舗の有無】

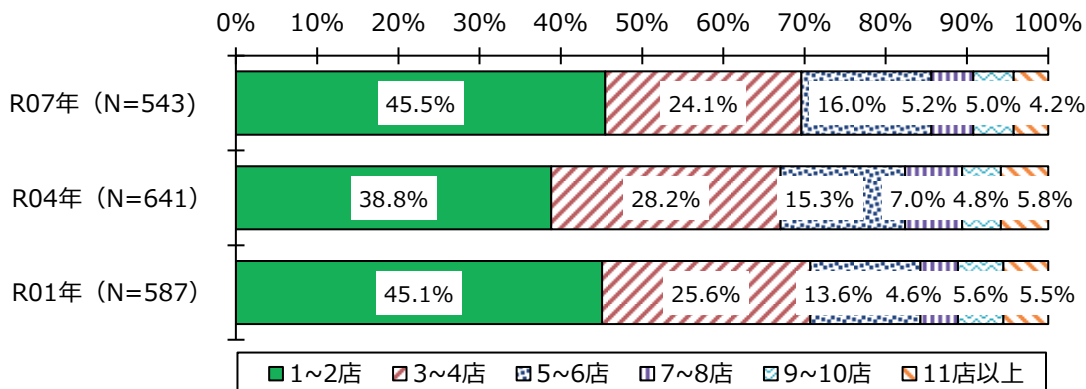


【空き店舗の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

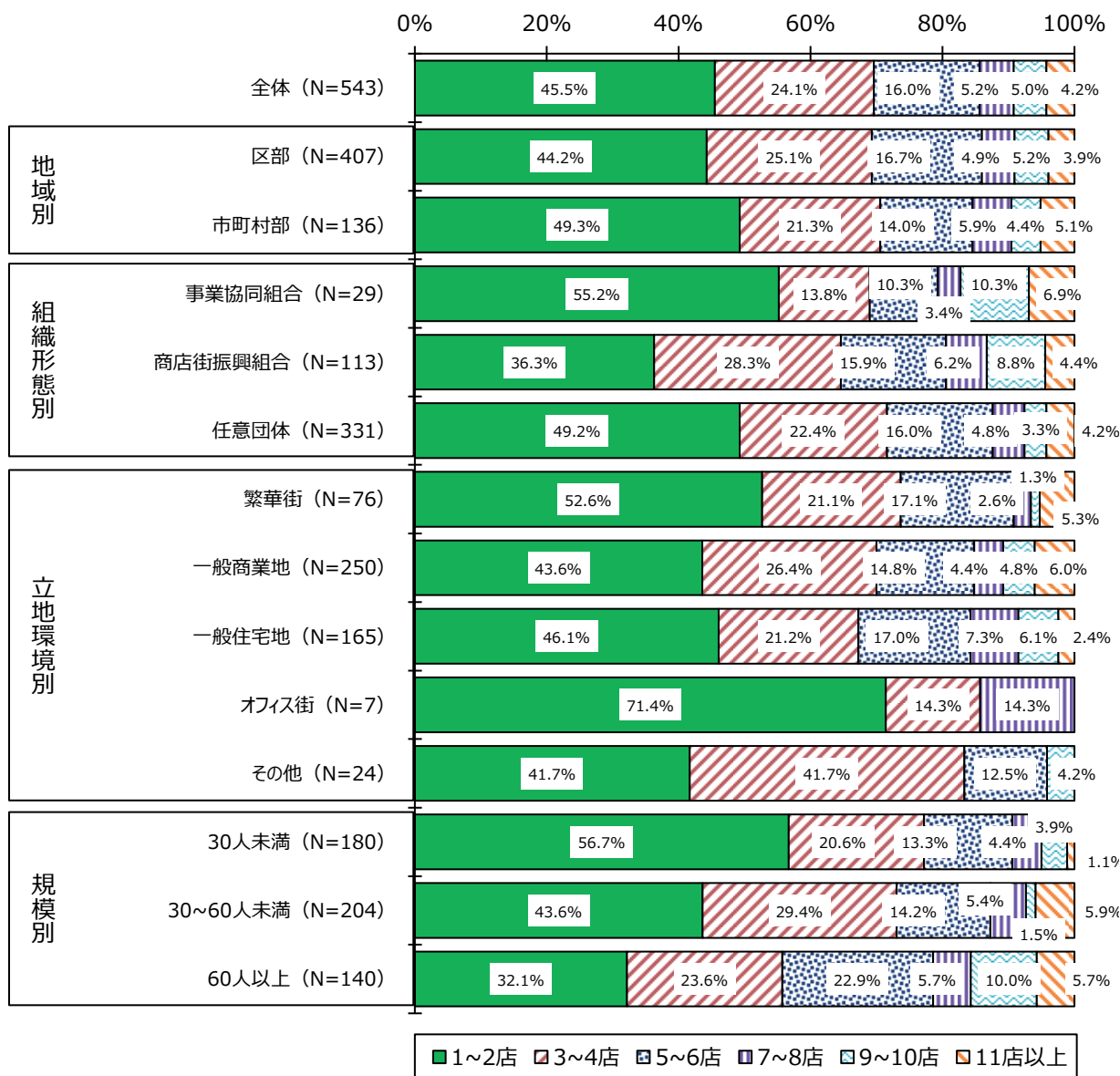


空き店舗の数については「1～2店」が最も多く45.5%となっている。3年前と比較した増減については「変化なし」が最も多く62.9%を占めている。

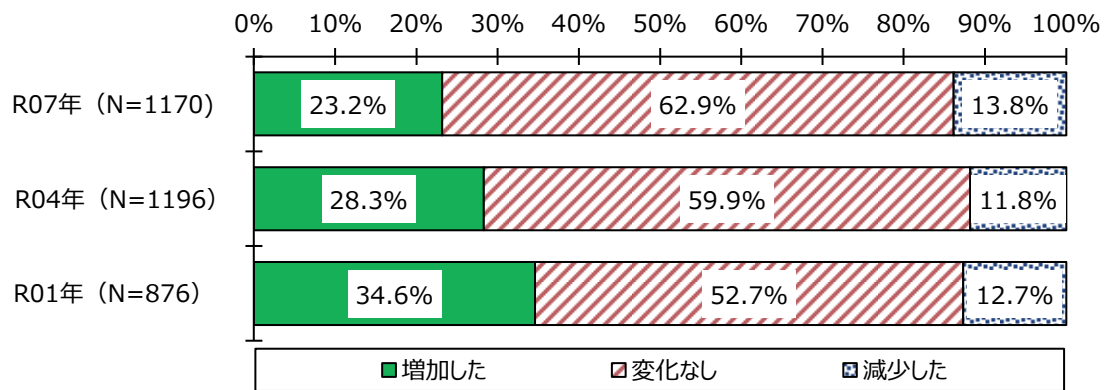
【空き店舗の数】



【空き店舗の数（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

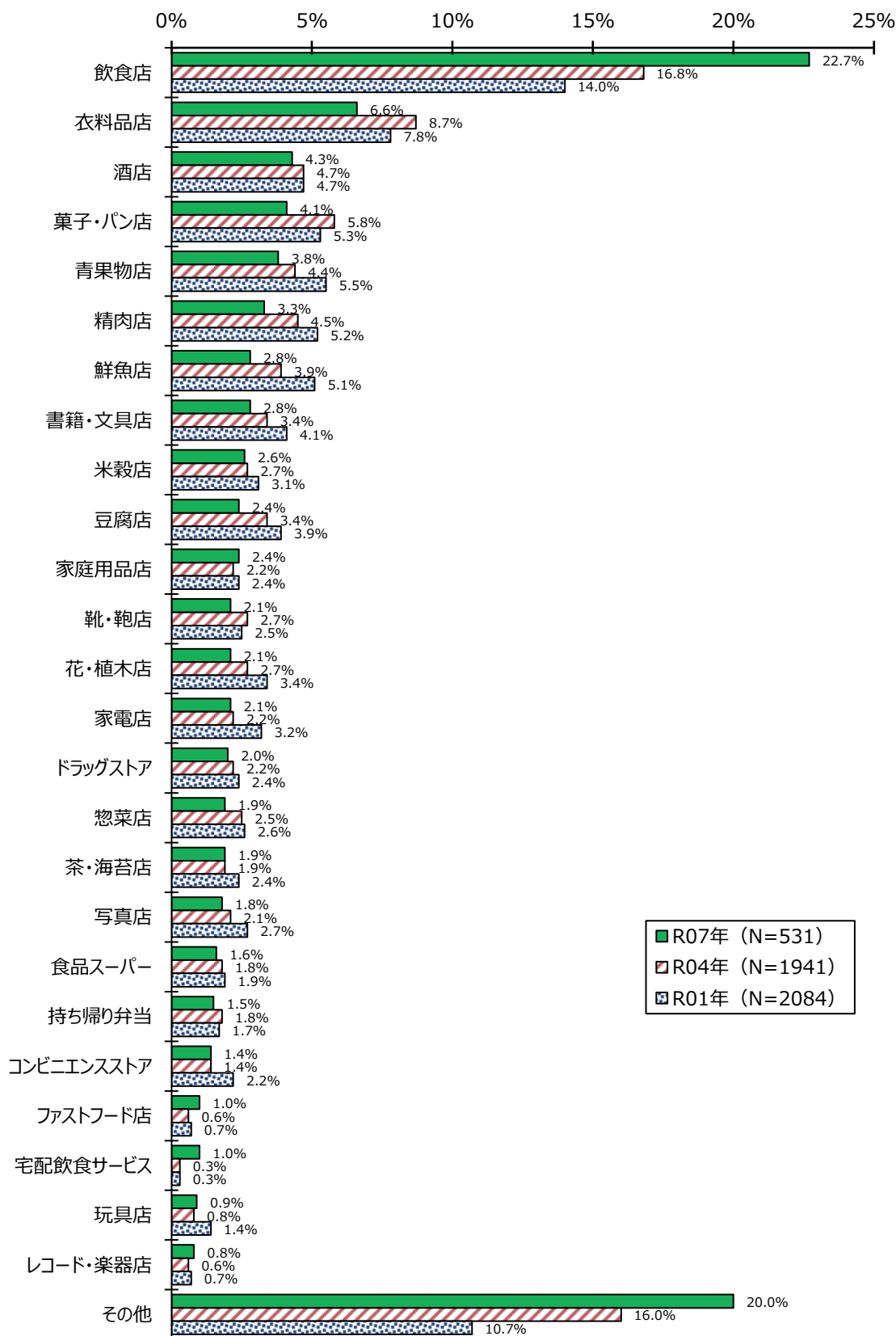


【空き店舗の3年前と比べた増減】



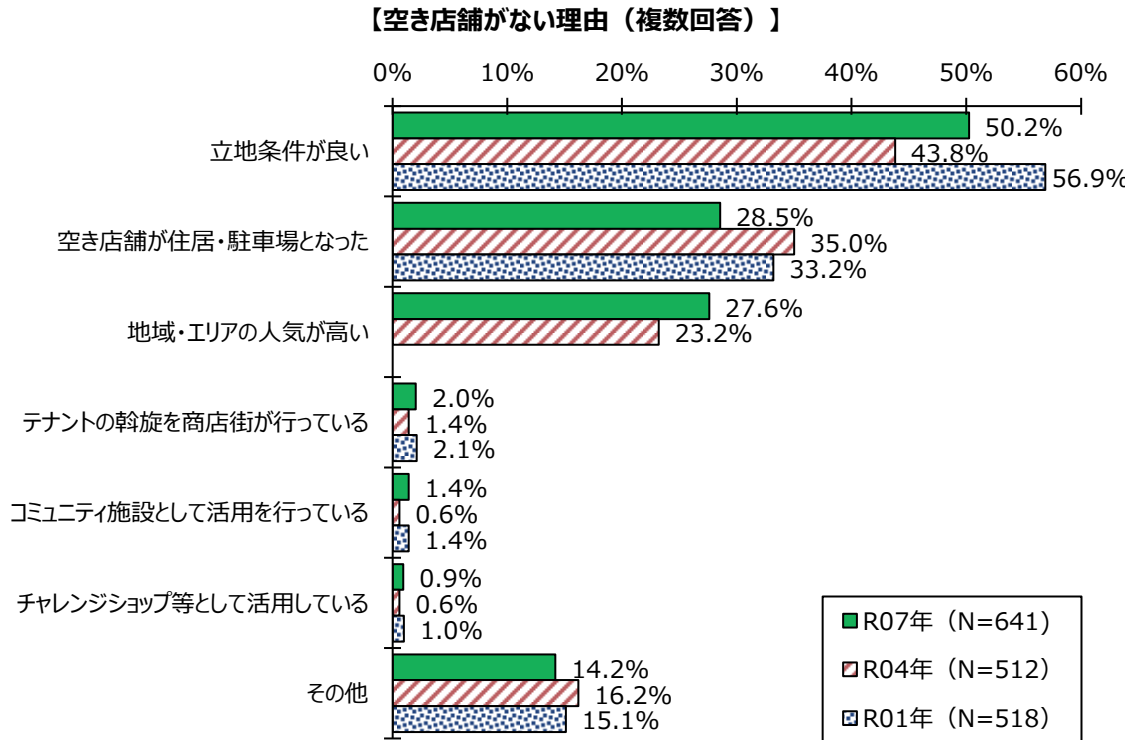
空き店舗の以前の業種は「飲食店」が最も多く 22.7%となっている。前回調査（令和 4 年）から 5.9 ポイントの増加となっている。

【空き店舗の以前の業種（複数回答）】



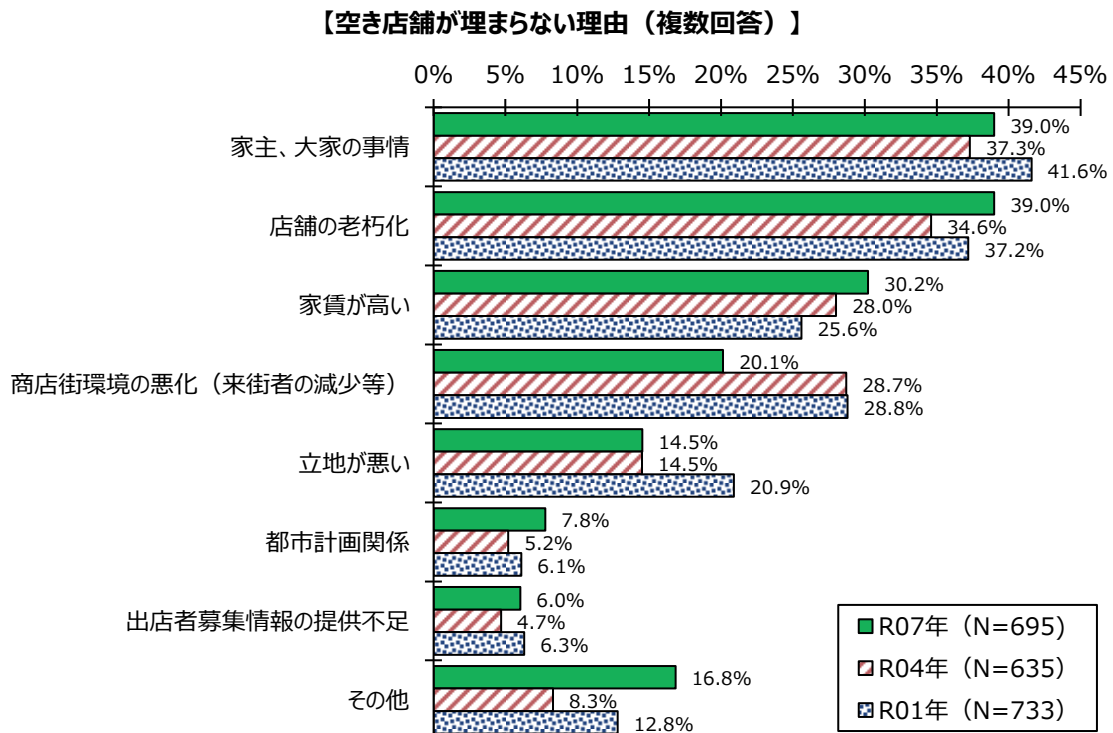
② 空き店舗がない理由等

空き店舗がない理由については「立地条件が良い」が50.2%と最も多い。



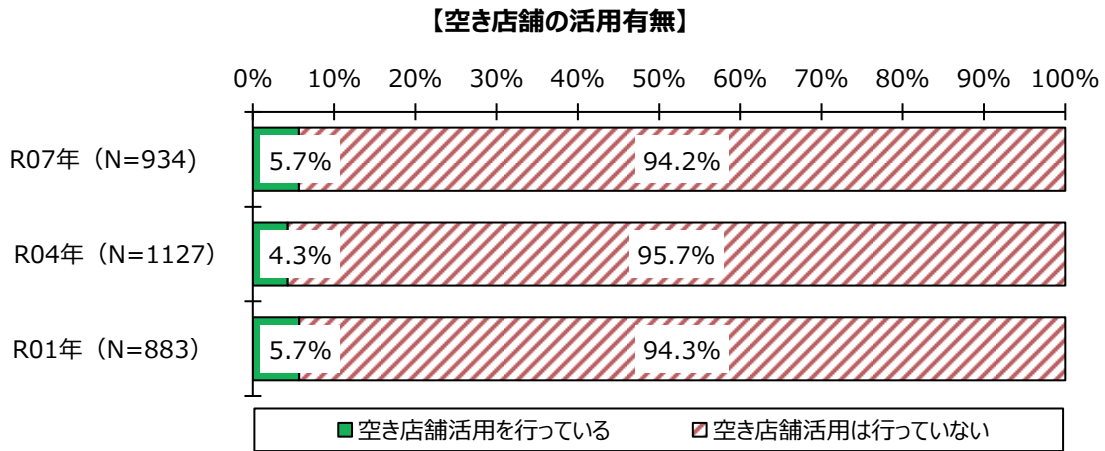
※前々回調査（令和元年）以前では「地域・エリアの人气が高い」の選択肢は設けていない。

空き店舗が埋まらない理由については「家主・大家の事情」と「店舗の老朽化」がともに39.0%で最も高くなっている。

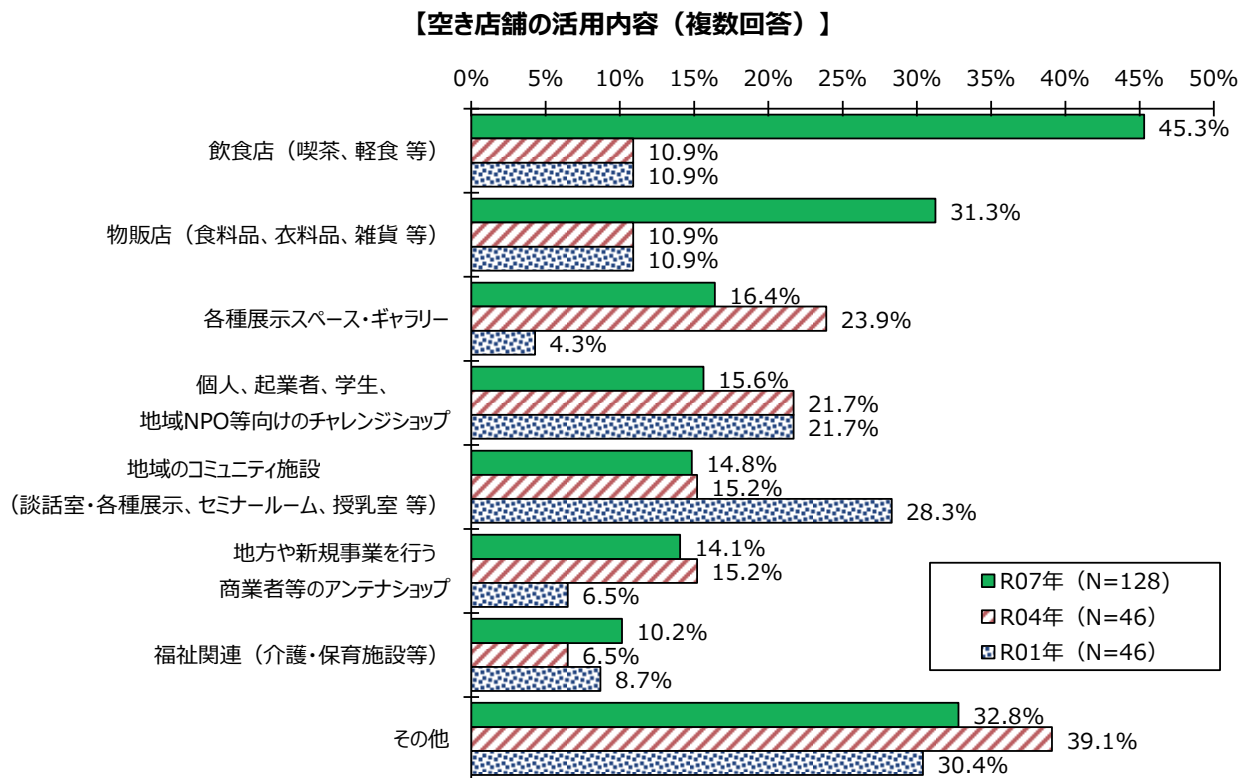


③ 空き店舗の活用

「空き店舗活用を行っている」との回答は 5.7%となっており、前回調査（令和 4 年）から 1.4 ポイント増加している。



空き店舗の活用内容としては「飲食店」との回答が 45.3%と最も多く、次いで「物販店」が 31.3%と多い。



【その他の内容（主なもの）】

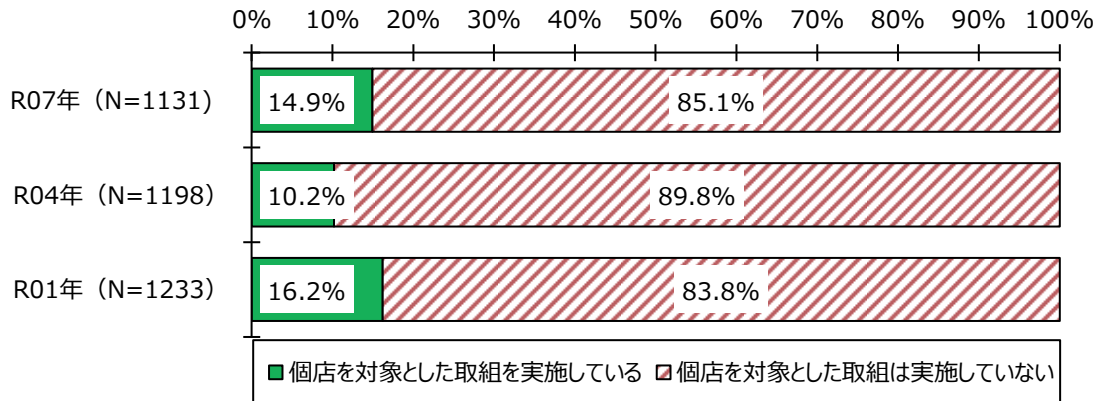
| | |
|---------------|------------|
| ・フードバンク、子ども食堂 | ・ワーキングスペース |
| ・休憩所 | ・無人クリーニング |
| ・駐輪場 | ・撮影ロケ地 |
| | など |

(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

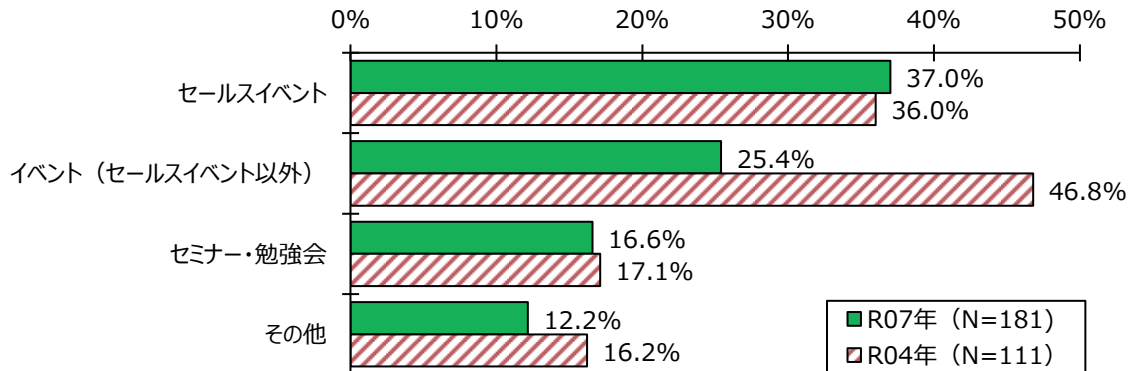
個店を対象とした経営力・売上向上を目的とした取組については「実施している」が 14.9%となっており、前回調査（令和 4 年）から 4.7 ポイント増加している。

【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、「セールスイベント」が最も多く 37.0%、次いで「イベント（セールスイベント以外）」が 25.4%となっている。

【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とおり。

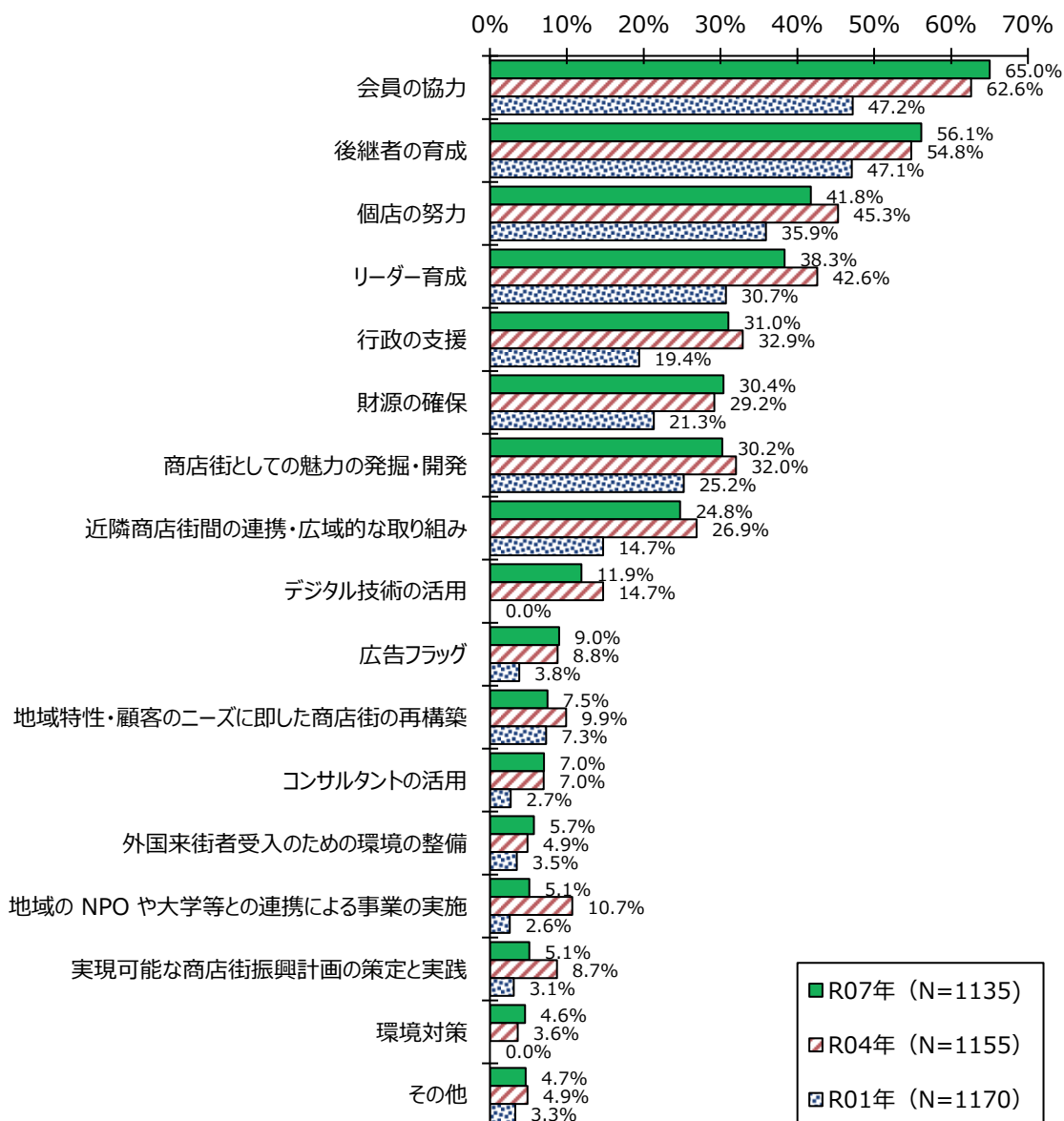
【商店街活性化のために積極的に取り組んでいる事業】

- ・ハロウィン、マルシェ、大道芸、フードフェスタなど、多様なイベントを通じた集客・地域交流
- ・道路を歩行者天国にしたフードコートやテーブルイベント、子ども縁日など、独自性の高い企画
- ・街路灯のLED化、防犯カメラの設置・増設、清掃活動、フラッグ装飾
- ・町会との祭礼協力、大学生ボランティアの活用、NPO法人との協働
- ・LINE・Instagram等のSNS活用、商店街アプリの開発、AIキャラクターの活用、デジタルサイネージ
- ・地域資源・歴史文化の「聖地化」、観光ルートへの組み込み
- ・大学・小学校・スポーツチーム等との「多世代・多団体」協働
- ・「健康・福祉・農業」など異業種との交流、新サービスの提供
- ・個店の経営力向上に向けた、専門家による店舗分析

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65.0%となっている。

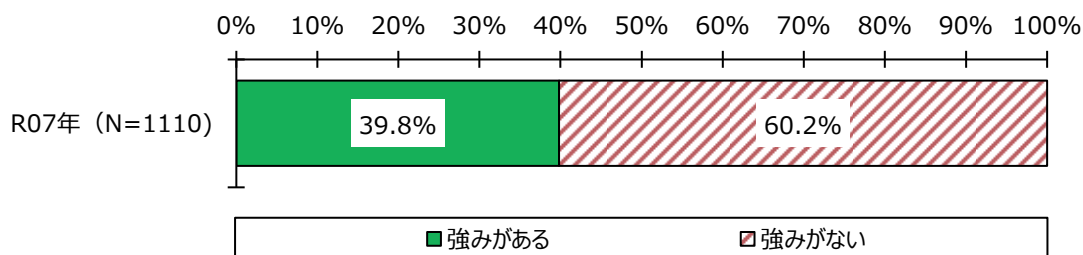
【商店街活性化のために必要だと考えること（複数回答）】



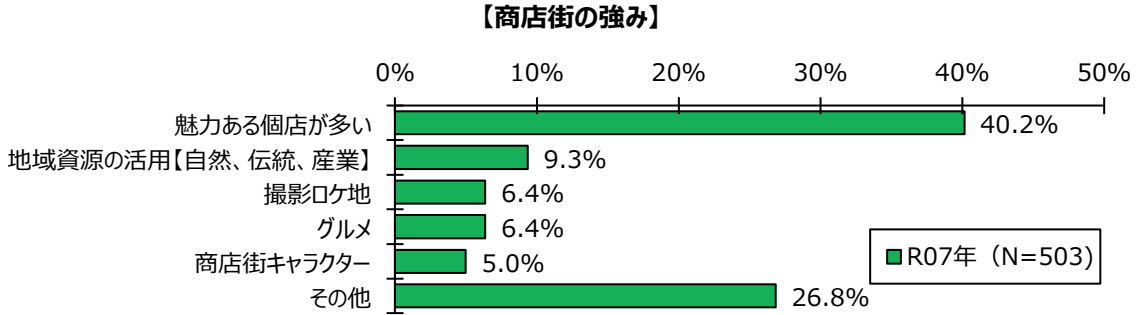
③ 商店街の強み

商店街の強みについて39.8%が「ある」と回答している。

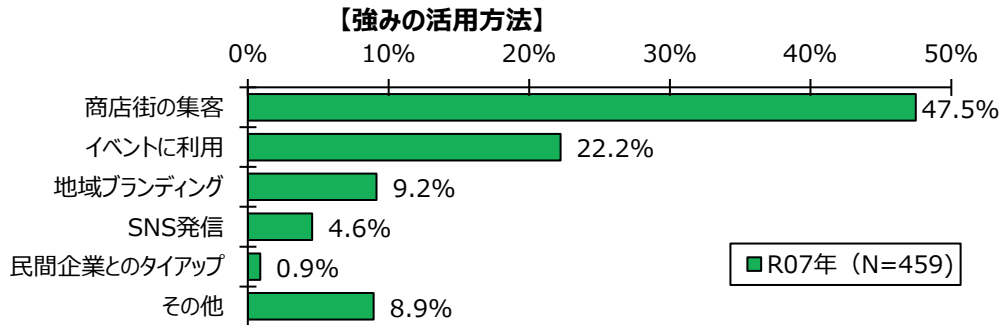
【商店街の強みの有無】



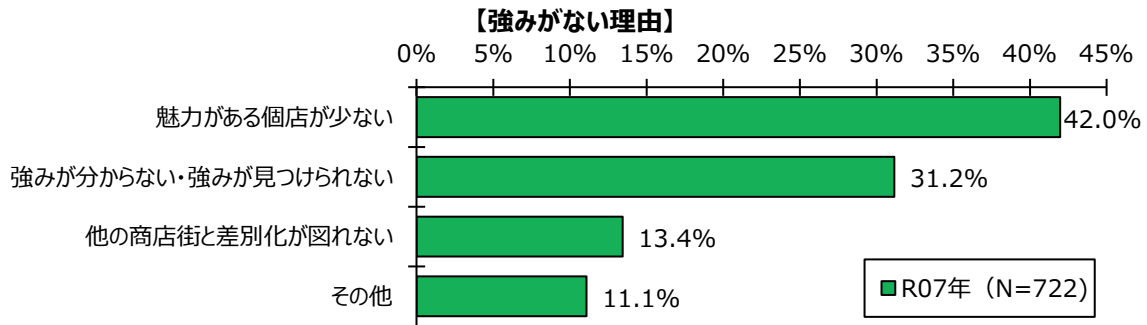
商店街の強みとしては「魅力ある個店が多い」が最も多く 40.2%となっている。



商店街の強みの活用方法としては「商店街の集客」が最も多く 47.5%となっている。



商店街の強みがない理由としては「魅力ある個店が少ない」が最も多く 42.0%となっている。商店街の強みとして 40.2%が「魅力ある個店が多い」を挙げていることから、魅力ある個店が多い商店街と少ない商店街に二極化していることも考えられる。



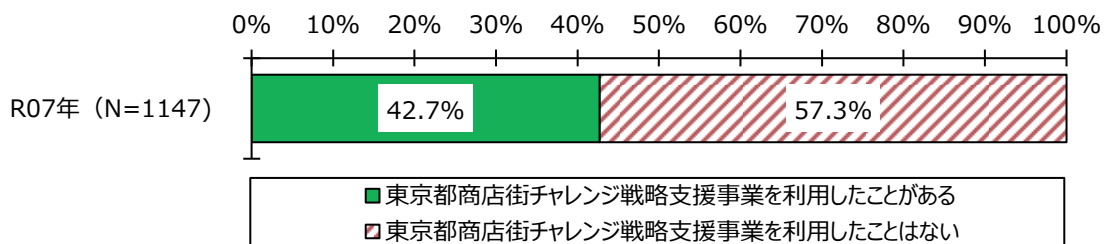
3 補助事業等の活用状況

(1) 東京都商店街チャレンジ戦略支援事業

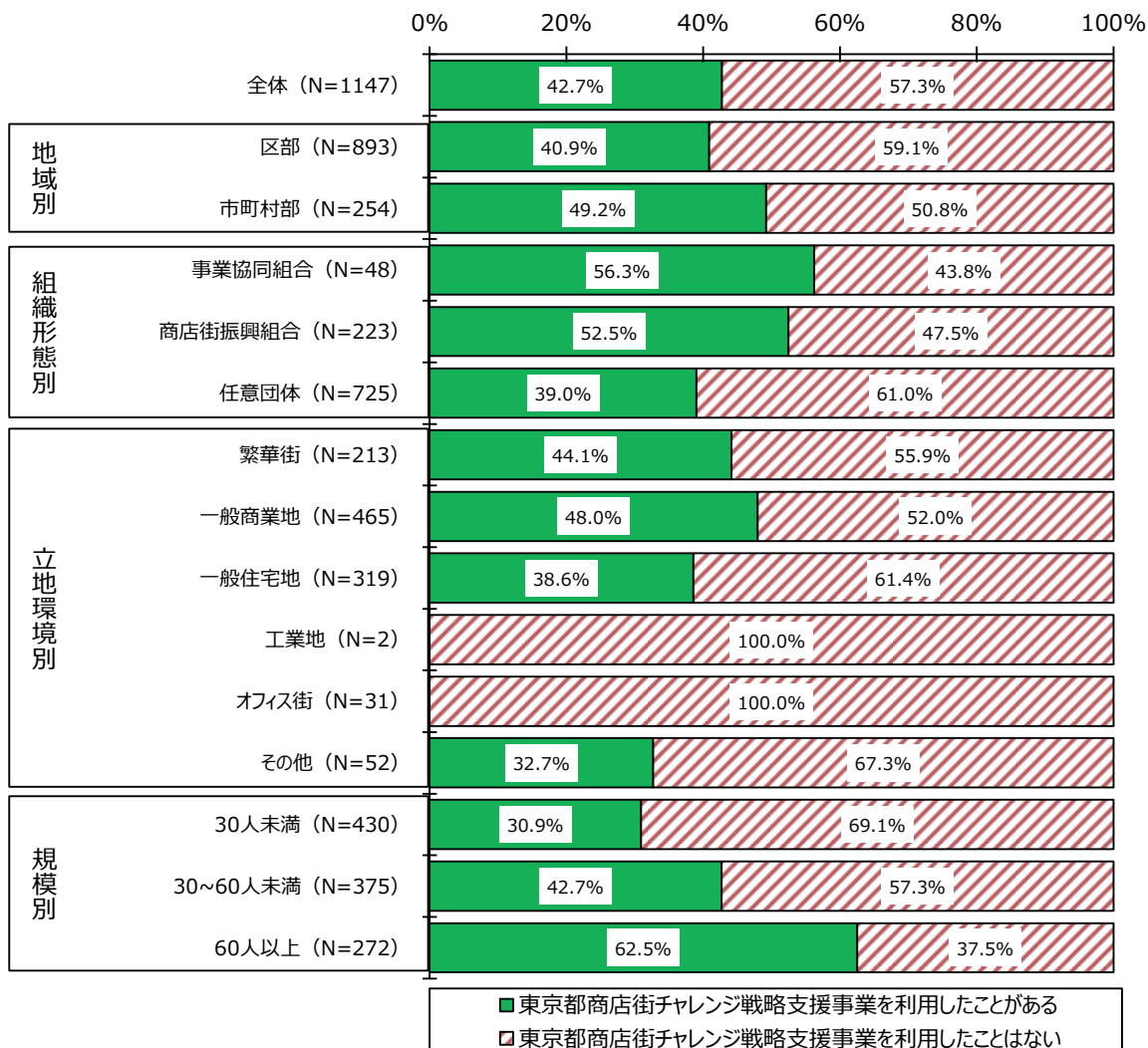
① 利用状況

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42.7%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】

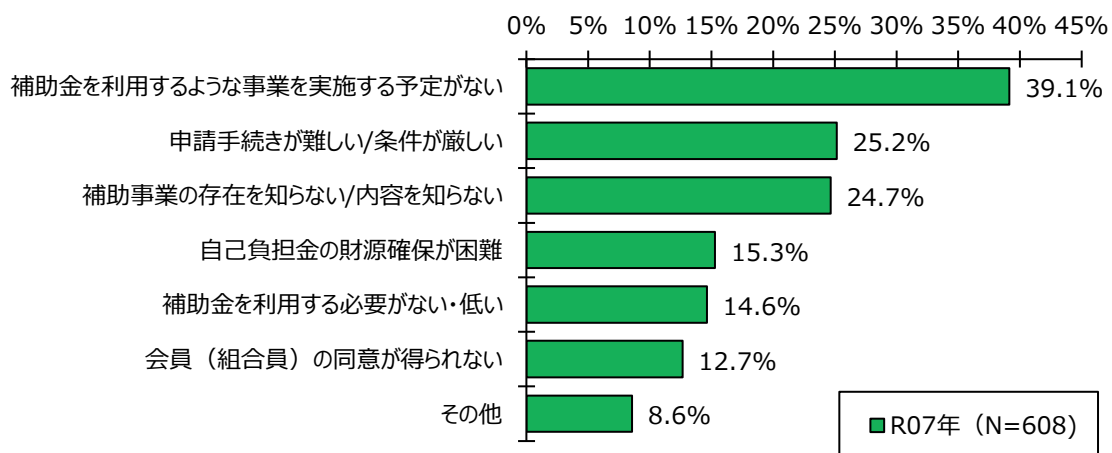


【東京都商店街チャレンジ戦略支援事業の利用有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



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 39.1%となっている。

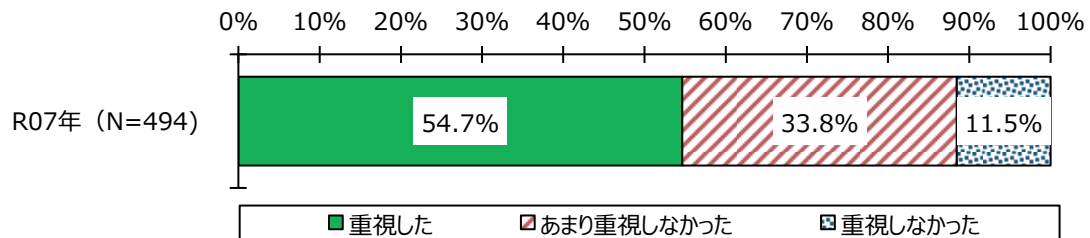
【東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用したことがない理由（複数回答）】



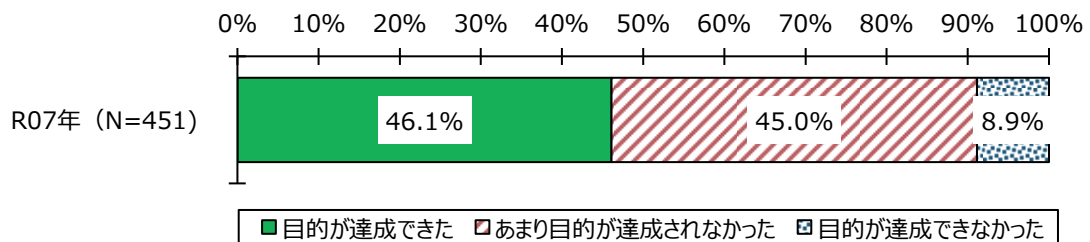
②利用目的・達成状況

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、54.7%が「売上増加」を重視したと回答している。売上増加の「目標が達成できた」との回答は46.1%となっている。

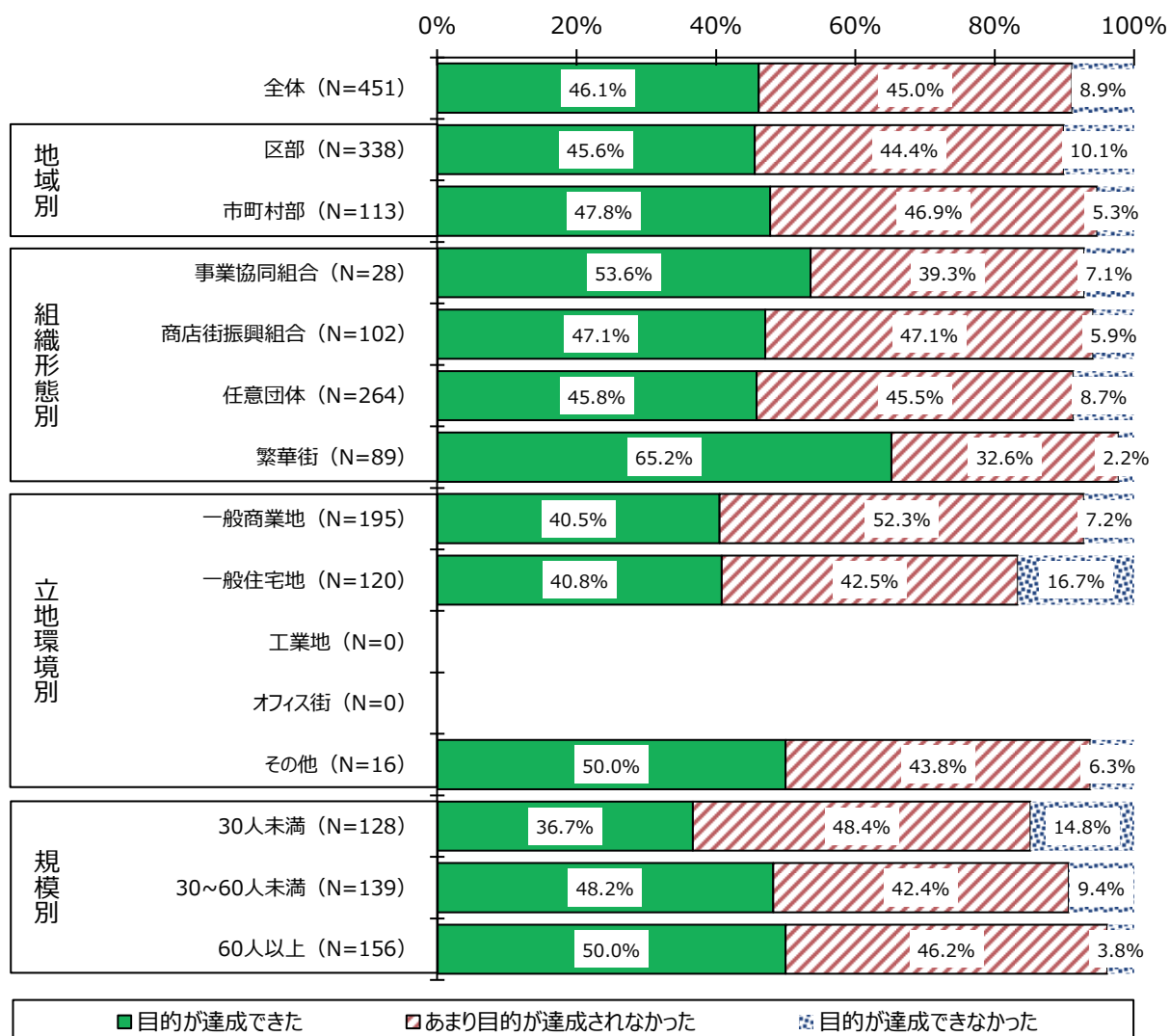
【利用目的として“売上増加”をどの程度重視したか】



【“売上増加”がどの程度達成できたか】

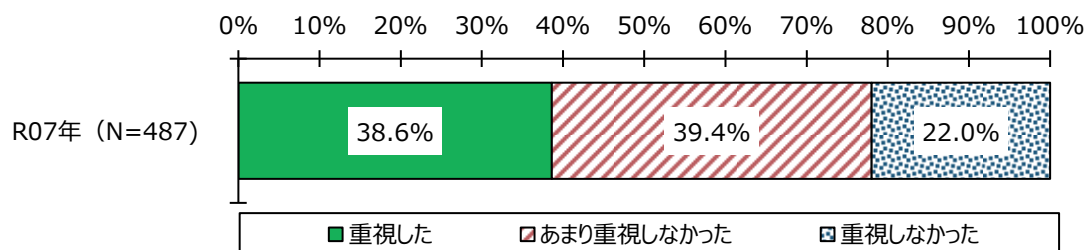


【“売上増加”がどの程度達成できたか（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

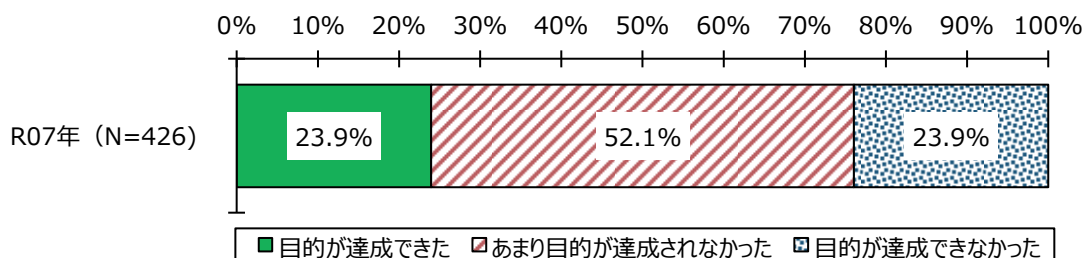


東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用するにあたって、38.6%が「会員の加入率の増加」を重視したと回答している。実際に「達成できた」とする回答は23.9%であった。

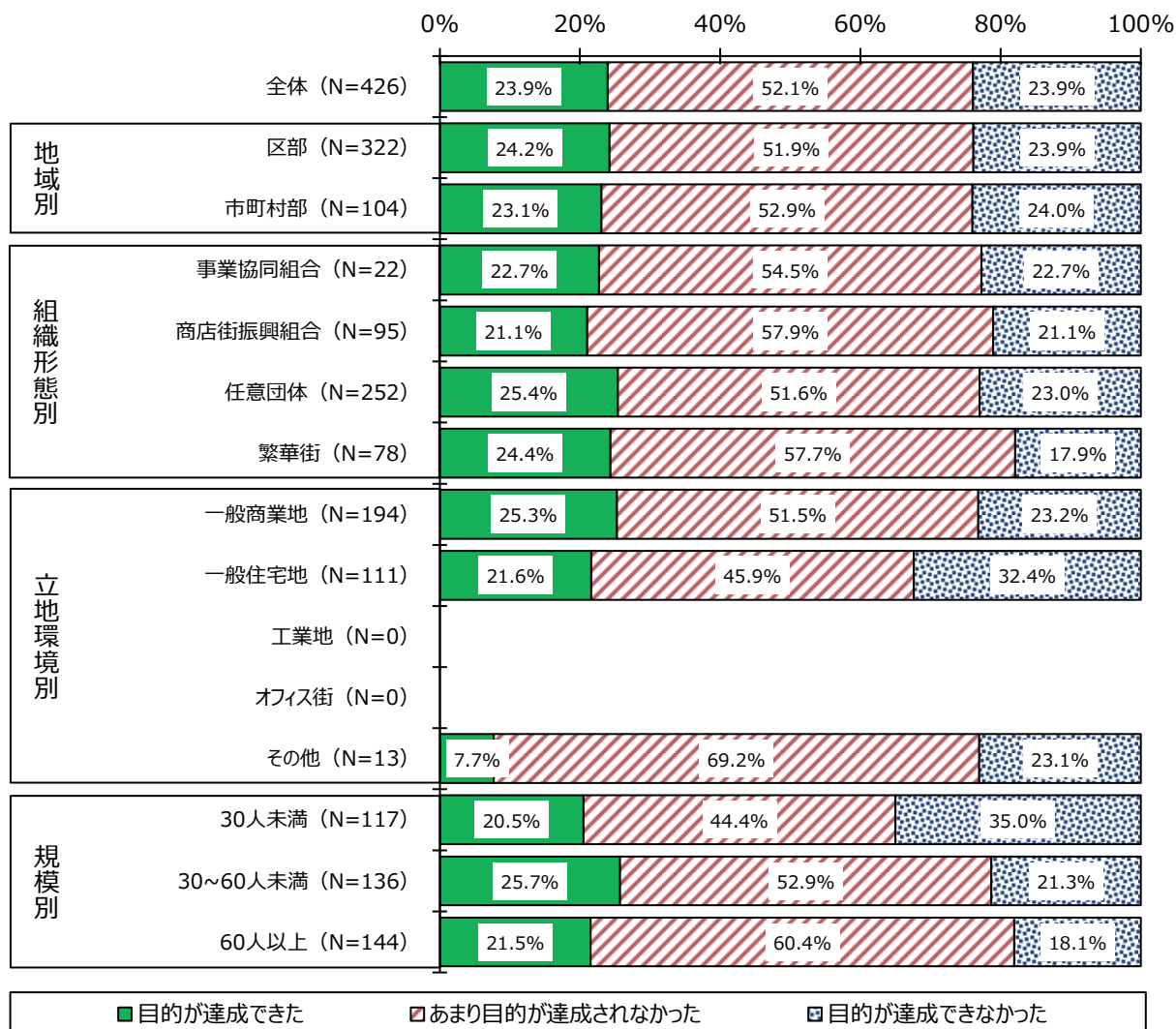
【利用目的として“会員の加入率の増加”をどの程度重視したか】



【“会員の加入率の増加”がどの程度達成できたか】

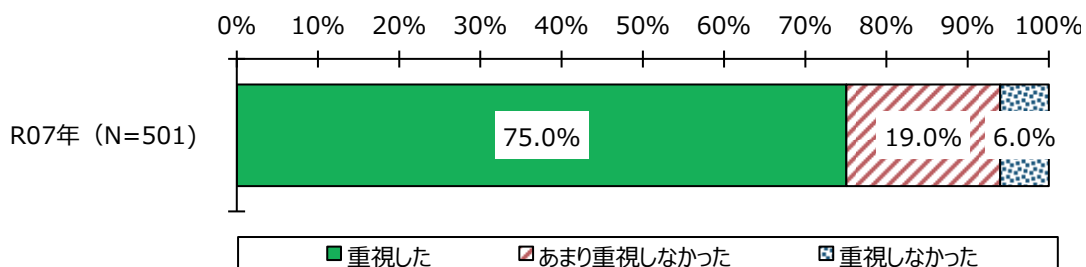


【“会員の加入率の増加”がどの程度達成できたか（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】

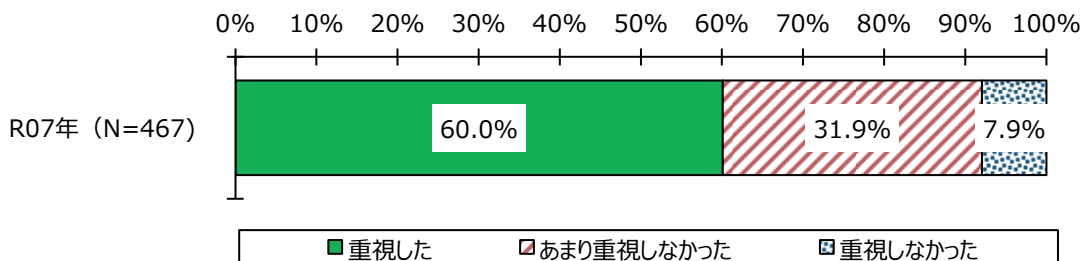


東京都商店街チャレンジ戦略支援事業を利用するにあたって、75.0%が「来街者の増加」を重視したと回答している。実際に「達成できた」との回答は60.0%となっている。

【利用目的として“来街者の増加”をどの程度重視したか】



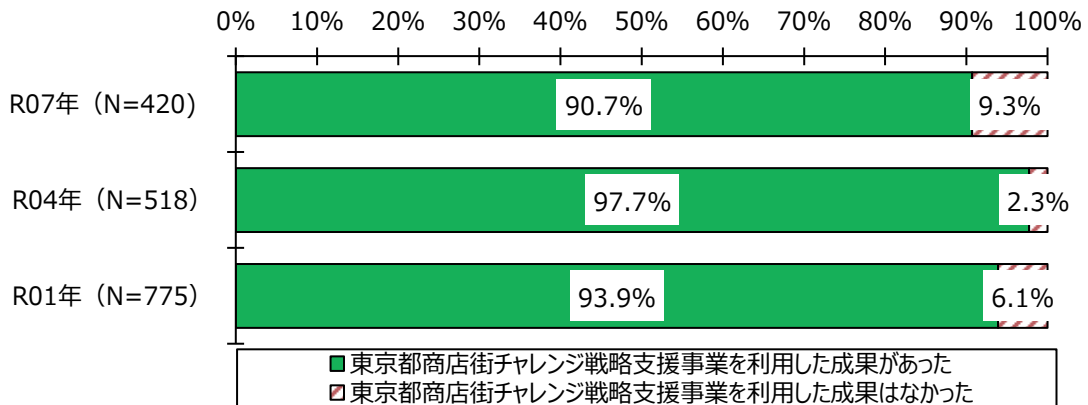
【“来街者の増加”がどの程度達成できたか】



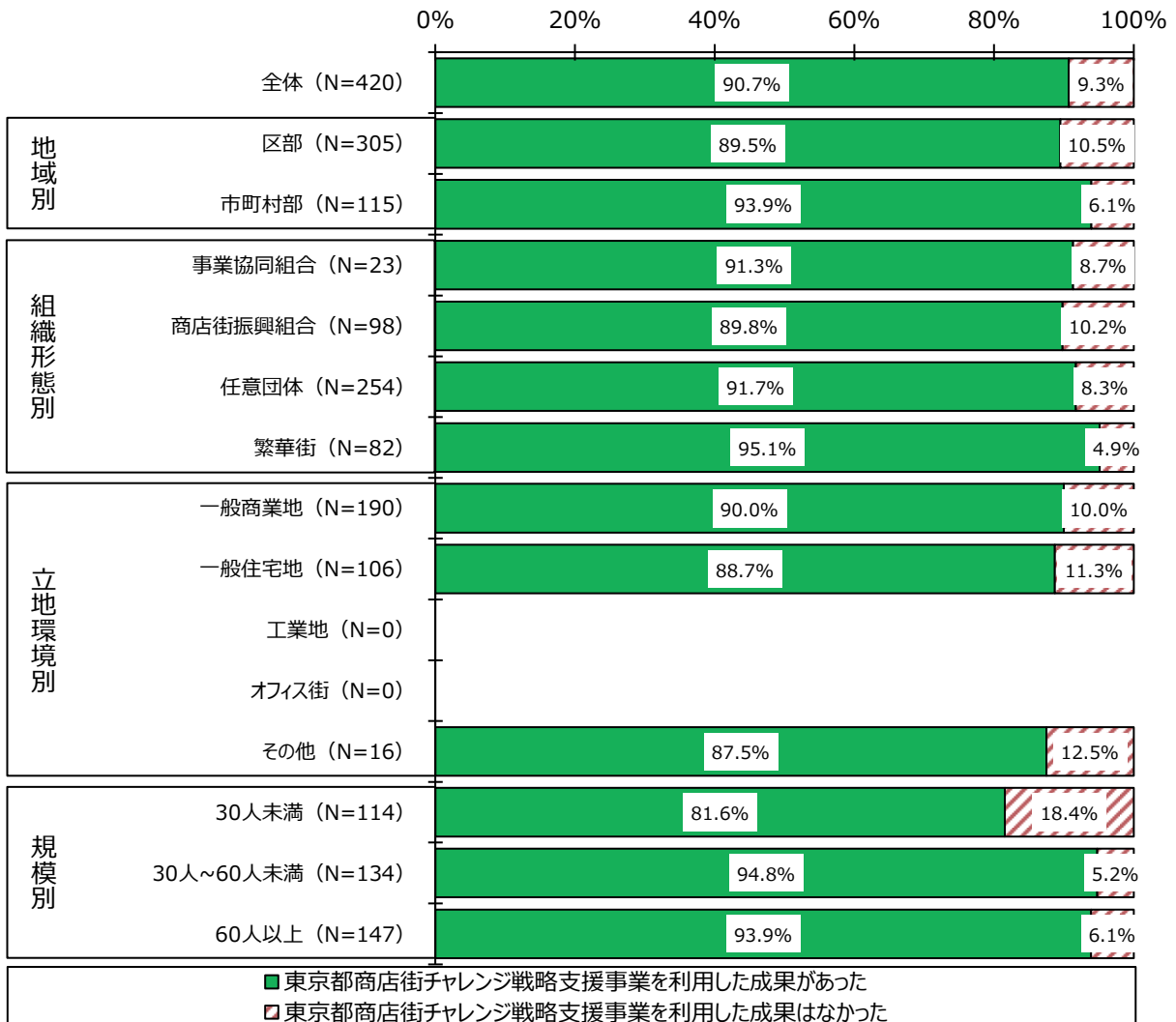
③利用した成果等

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90.7%を占めた。

【利用した成果の有無】

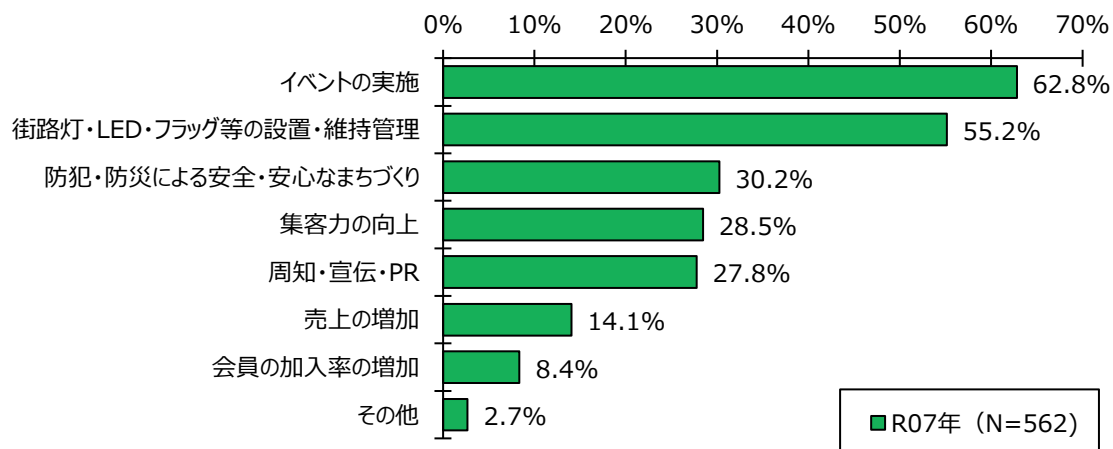


【利用した成果の有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



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 62.8%を占め、次いで「街路灯・LED・フラッグ等の設置・維持管理」が 55.2%となっている。

【利用した成果の内容（複数回答）】



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】

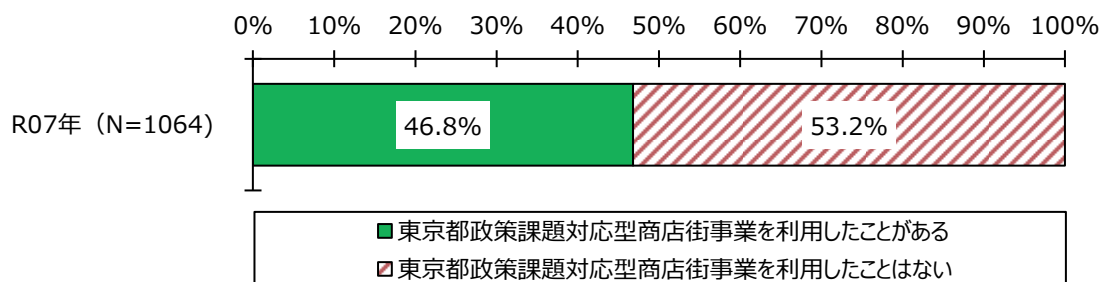
- ・イベント開催時の一時的な集客にとどまり、継続的な売上増や来街者の定着につなげていない
- ・イベント集客が個店の売上増に直結しない
- ・商店街内で協力が得られなかった

など

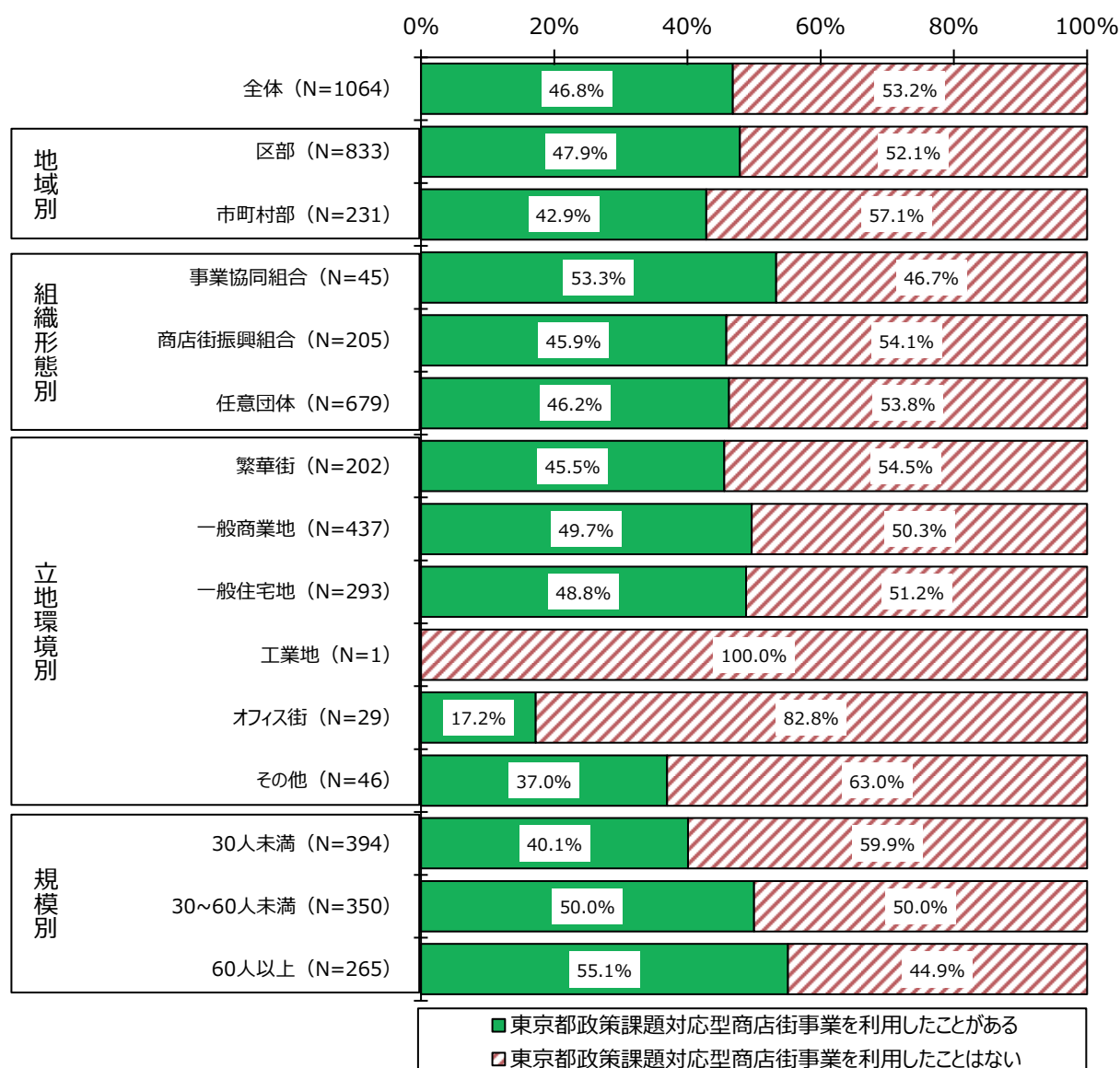
(2) 東京都政策課題対応型商店街事業

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46.8%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】

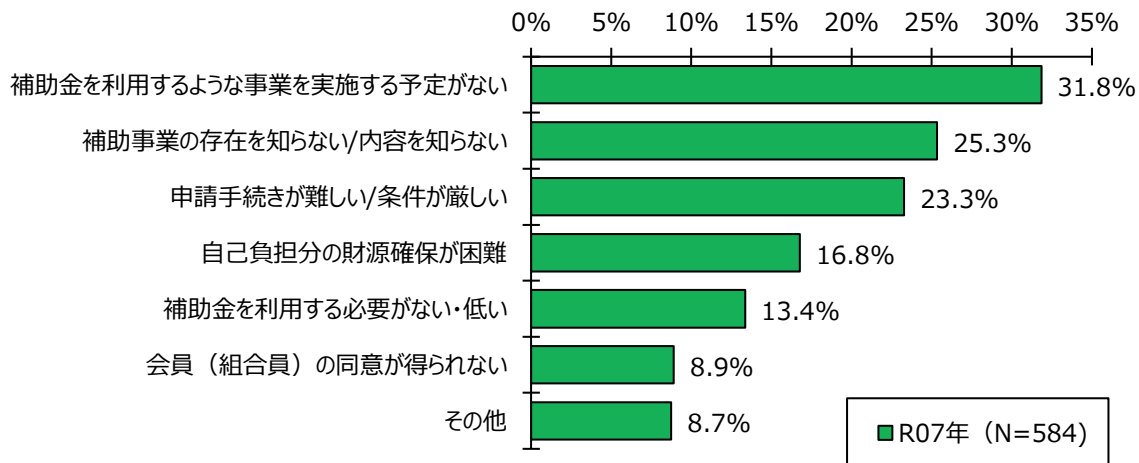


【東京都政策課題対応型商店街事業の利用有無（地域別、組織形態別、立地環境別、規模別）】



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 31.8%となっている。次いで「補助事業の存在を知らない/内容を知らない」が 25.3%となっている。

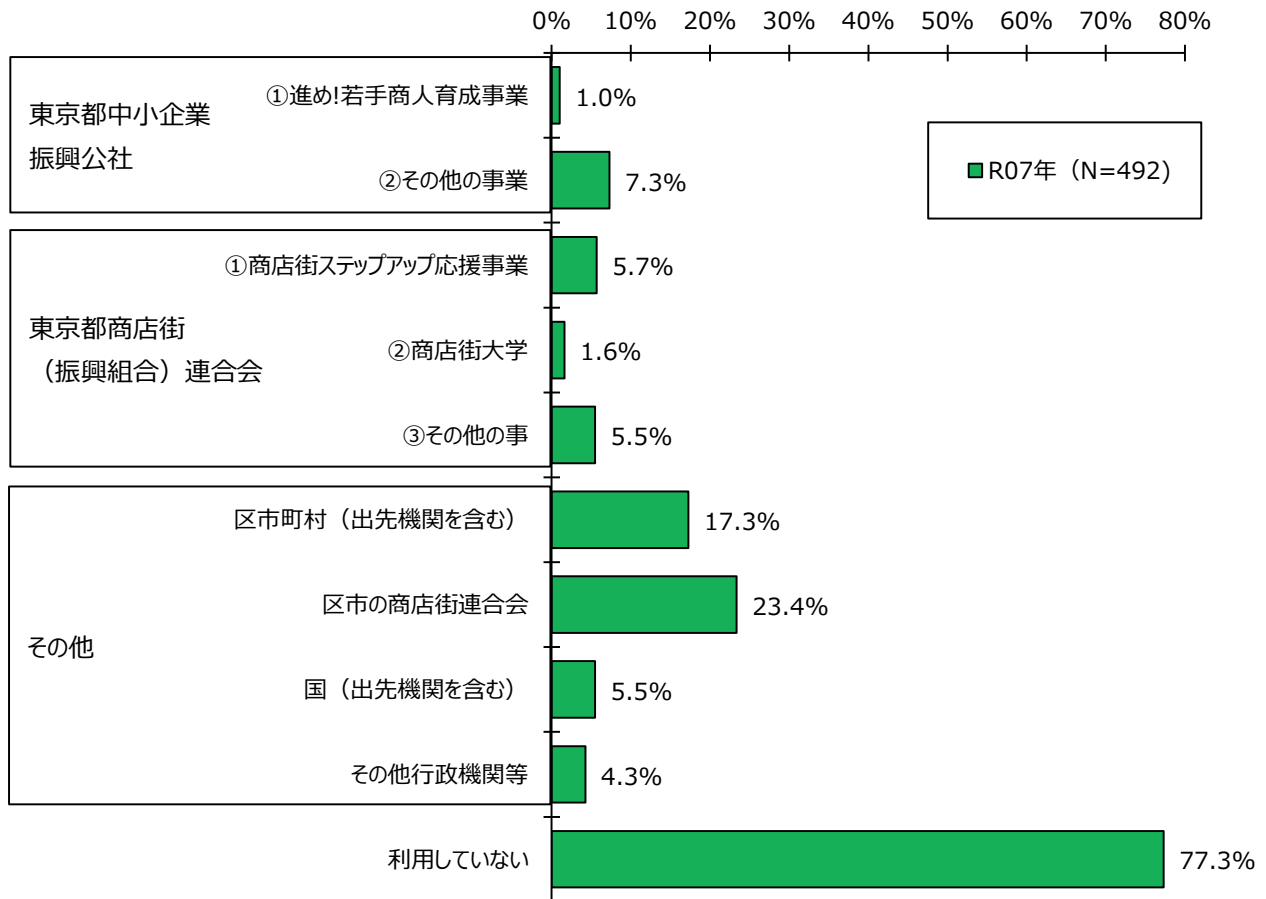
【東京都政策課題対応型商店街事業の利用したことがない理由（複数回答）】



(3) その他行政機関等の支援事業

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、スキル等習得や種々な取組の促進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

- ・他商店街の取組や最新情報を入手できた
- ・お客様の反応が多かった
- ・コミュニケーションがとれた

②その他の事業

- ・中小企業診断士により、商店街組織の見直しができるようになった
- ・イベント企画・実施にアドバイスを受けられた
- ・課題を再確認し、今後の方向性について検討できるきっかけとなった
- ・毎月のイベント開催につながった
- ・支援事業により開催された研修会が、人材確保やデジタルスキル向上に役立った

【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化

- ・防災マップの作成
- ・新しい知識や活動方針の開拓ができた
- ・事業を進めていくための新しい役員の参加があった

②商店街大学

- ・他商店街との連携強化に役立った
- ・費用削減につながった

③その他の事業

- ・総会の資料づくり・決算書作成
- ・組合定款の変更

【その他】

①区市町村（出先機関を含む）

- ・アーケード主照明のLED化
- ・商店街の集客と賑わい及び加盟店の売上に貢献できた
- ・認知度が高まった
- ・補助金による実施費用負担の軽減
- ・事務所及び担当理事の常設が可能となった
- ・商店街分析の実施により、2店舗の新規出店につながった

②区市の商店街連合会

- ・ご当地 Pay の導入により売上高・顧客増加に効果あり
- ・財政の枯渇が避けられた
- ・ホームページリニューアル
- ・商店会としての進む方向性を決めることができた
- ・各ハラスメントへの知識が得られた
- ・顧問的診断士の活用
- ・個店の価値の掘り起こし

③国（出先機関を含む）

- ・イルミネーション事業を企画（コロナ禍により中止）

④その他行政機関等

- ・LED 街路灯への交換を実施した
- ・顧問的診断士派遣
- ・AED の購入・設置

など

卷末資料 令和7年度 東京都商店街実態調査 調査票

令和7年度 東京都 商店街実態調査

< アンケート調査票 >

【ご案内】

- 紙の調査票での回答を希望の方は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7年11月30日（日曜日）**までにご投函下さいますようお願い申し上げます。
- 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。

【回答方法】

- 紙またはオンラインでの回答が可能です。スマートフォンやPCを使った回答方法は別紙をご覧ください。
- 各設問へのご回答は、特に指定がない場合は、令和7年10月1日現在の状況をご記入ください。
- 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、回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。

例) 加入促進のための対策の内容について（記述回答）

メリットを提示したチラシ配布、訪問を実施。

例) 連合会への加入有無（選択式）

- 1 加入している
- 2 加入していない

【本アンケート調査の構成】

| | |
|----------------------------|----|
| 1 貴商店街の状況 | 3 |
| 1) 貴商店街の基本情報 | 3 |
| 2) 貴商店街の組織の状況 | 3 |
| 3) 貴商店街の他団体への加入・連携状況 | 6 |
| 4) 商店街間の交流・連携状況 | 7 |
| 5) 貴商店街の個店加入状況・業種構成 | 7 |
| 6) 貴商店街の概況 | 9 |
| 2 貴商店街の取り組み | 11 |
| 1) 後継者（担い手）不足対策 | 11 |
| 2) 商圏と大型店の状況 | 11 |
| 3) 空き店舗対策 | 12 |
| 4) ソフト事業の実施状況 | 13 |
| 5) 商店街活性化のための取り組み | 16 |
| 3 貴商店街の補助事業等の活用状況 | 17 |

<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NTTデータ経営研究所内）担当：中鶴、笹谷、金澤

電話（03）6261-4975 / FAX（03）3221-7022

〒102-0093 東京都千代田区平河町2-7-9 JA 共済ビル9階

※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、上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。

オンライン回答される方は、右記の番号を入力してください。

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

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 | } → | ※法人化する/しない理由 |
| 2 今後も法人化はしない | | |

【会員・役員状況】

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 | ①男性比率 | ②女性比率 |
| | ②準会員数（準組合員数） | _____名 | | _____% | _____% |
| | ③商店街区内の未加入者数 | _____名 | | | |

問 05 貴商店街の「A 役員等数」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 役員等数 | ①理事長または会長 | _____名 | _____年 | ①男性比率 _____% | ②女性比率 _____% |
| | 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 役員平均年齢」、また、「B 役員平均在職年数」についてご回答ください（それぞれ〇はひとつ）。

A 役員平均年齢

| | | |
|-----------|---------|-----------|
| 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（〇はひとつ）。
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（〇はひとつ）。
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 11 へ |

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 6 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 7 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 7 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 | 3 その他 |
| 2 差等割 | (具体的に： _____) |

※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

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 _____ m ² | 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) 商店街間の交流・連携状況

問 25 商店街間の交流と連携についてご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|---------------|
| 1 交流・連携をしている |
| 2 交流・連携をしていない |

問 26 商店街間の交流と連携について、「A 交流・連携先」及び「B 交流・連携をしている具体的な内容や取り組み」をご回答ください（A 及び B とも○はいくつでも）。

A 交流・連携先

- | | |
|--------------|-----------------------------|
| 1 隣接の商店街 | 4 共通ツールがある商店（共通ツールをご記入ください） |
| 2 同じ区市町村の商店街 | 〔 〕 |
| 3 他の区市町村の商店街 | |

B 交流・連携をしている具体的な内容や取り組み

- | | |
|---------------------------|----------------------|
| 1 イベント（期間を決めて実施する祭りや抽選会等） | 7 福祉・青少年育成・チャリティ関連活動 |
| 2 共同販売（売り出し、セール等） | 8 街づくり・再開発 |
| 3 商品券、ポイント・スタンプカード | 9 芸術・文化活動 |
| 4 スタンプラリー | 10 情報発信（マップ、ホームページ等） |
| 5 防災・防犯 | 11 各種調査 |
| 6 環境美化・清掃・リサイクル活動 | 12 その他（ 〕 |

問 27 交流や連携で期待していることをご回答ください（○はひとつ）。

- | | |
|-----------|----------------|
| 1 認知度向上 | 4 新たなコミュニティの形成 |
| 2 来街者増加 | 5 その他（ 〕 |
| 3 ブランドの創出 | |

5) 貴商店街の個店加入状況・業種構成

問 28 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 29 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 30 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 →次頁の問 32 へ |

問 31 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 32 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 33 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 | _____ 店 |
| | ② 織物・衣服・身の回り品小売業 | _____ 店 |
| | ③ 飲食品小売業 | _____ 店 |
| | ④ 機械器具小売業 | _____ 店 |
| | ⑤ その他の小売業 | _____ 店 |
| | ⑥ 無店舗小売業 | _____ 店 |
| 飲食サービス業 | ⑦ 飲食店 | _____ 店 |
| | ⑧ 持ち帰り・配達飲食サービス業 | _____ 店 |
| 生活関連サービス業 | ⑨ 洗濯・理容・美容・浴場業 | _____ 店 |
| | ⑩ その他の生活関連サービス | _____ 店 |

| 業種 | 説明 | 加入店舗数 |
|------------|--|-------|
| ① 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 |
| ② 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 |
| ③ 非商店 | 製造業、事務所、一般家屋 など | ____軒 |
| 合 計 | | ____店 |

問 34 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（○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 | () |

6) 貴商店街の概況

問 35 貴商店街の「A 立地環境（○はひとつ）」及び「B 商店街の属性（○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 36 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○はいくつでも・次の頁に続きます）。

| | | |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| A 核 と な る 店 舗 | 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 | |

| | | |
|--------------------|---------------|--------------------|
| B 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 37 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 38 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 39 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 約 3 年前と現在を比較した増減」、「B 今から 2～3 年後の増減予測」の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 約 3 年前と現在を比較した増減 | | | 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 40 貴商店街が抱えている問題点について、**主要な問題点 3 つ**をご回答ください（○は 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（担い手）不足対策

問 41 貴商店街の後継者（担い手）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（担い手）対策を実施している |
| 2 後継者（担い手）対策は実施していない |

問 42 具体的に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 43 後継者（担い手）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（担い手）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（ ） |

問 44 貴商店街の後継者（担い手）に期待していることについてご回答ください（○は3つまで）。

- | | |
|--------------|----------|
| 1 マネジメント力 | 5 行動力 |
| 2 リーダーシップ力 | 6 広報・PR力 |
| 3 コミュニケーション力 | 7 その他（ ） |
| 4 企画・アイデア力 | |

2) 商圏と大型店の状況

問 45 貴商店街の商圏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 46 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 47 その商圏内にある大型店の店舗数について 3 年前と比較した増減をご回答ください（○はひとつ）。

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

問 48 大型店による影響（下記①～③）について、3 年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 49 大型店による影響以外で貴商店街の商圈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 50 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 51 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）。 →回答後は問 53 へ

| | | |
|------------------|---------------------|-----------------------|
| 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 52 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 | 5 チャレンジショップ等として活用している |
| 2 コミュニティ施設として活用を行っている | 6 地域・エリアの人気の高い |
| 3 立地条件が良い | 7 その他（ _____ ） |
| 4 空き店舗が住居・駐車場となった | |

問 53 空き店舗数の3年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 →次頁の問 55 へ |

問 54 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）。 →次頁の問 55 へ

| | |
|---------------------|------------|
| 1 立地が悪い | 7 家主、大家の事情 |
| 2 都市計画関係 | 〔 〕 |
| 3 家賃が高い | |
| 4 店舗の老朽化 | 8 その他 |
| 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 | |

問 55 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 →問 56 へ |
| 2 空き店舗活用は行っていない →問 57 へ |

問 56 空き店舗の活用内容についてご回答ください（○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 57 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○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 ゴミの減量・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 | |

| 事業の種類 | | 実施状況 | | 具体的な内容 |
|-------|-------------------------------|------|------|--------|
| 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 | |
| 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 58 貴商店街主催のイベント事業について、令和 6 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 6 年度に _____ 回実施 |
| | 2 イベント事業は実施しなかった →次頁の問 64 へ |

問 59 令和 6 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） | 9 スタンプ・ポイントカードの発行 |
| 2 装飾（イルミネーション、ライトアップ等） | 10 街バル |
| 3 抽選会 | 11 まちゼミ |
| 4 お祭り | 12 その他 |
| 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 | |

問 60 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 →次頁の問 62 へ |
| 2 共同開催 ※手伝いやボランティアのみの協力は除く →次頁の問 61 へ |

5) 商店街活性化のための取り組み

問 66 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 |

問 67 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 68 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 69 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 | |

問 70 貴商店街の強みについてご回答ください（○はひとつ）。

- | |
|--------------------|
| 1 強みがある →次頁の問 71 へ |
| 2 強みがない →次頁の問 72 へ |

問 71 貴商店街の強みについて、「A 商店街の強み」及び「B 強みの活用方法」についてご回答ください（○はひとつ）。

A 商店街の強み

| | |
|---------------------|----------|
| 1 魅力ある個店が多い | 4 撮影ロケ地 |
| 2 地域資源の活用【自然、伝統、産業】 | 5 グルメ |
| 3 商店街キャラクター | 6 その他（ ） |

B 強みの活用方法

| | |
|---------------|-------------|
| 1 商店街の集客 | 4 地域ブランディング |
| 2 イベントに利用 | 5 SNS 発信 |
| 3 民間企業とのタイアップ | 6 その他（ ） |

問 72 強みがない理由についてご回答ください（○はひとつ）。

| | |
|-----------------------|------------------|
| 1 魅力がある個店が少ない | 3 他の商店街と差別化が図れない |
| 2 強みが分からない・強みが見つけられない | 4 その他（ ） |

3 貴商店街の補助事業等の活用状況

問 73 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、街路灯や掲示板の設置事業等）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 →次頁の問 78 へ |

問 74 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 75 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 →次頁の問 76 へ |
| 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 →次頁の問 77 へ |

問 76 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（〇はいくつでも）。→回答後は問 79 へ

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

問 77 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。→回答後は問 79 へ

問 78 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（〇はいくつでも）。

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| 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 79 貴商店街での東京都の補助金「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（〇はひとつ）。

- 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 →問 81 へ

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 80 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（〇はいくつでも）。

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| 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 81 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（〇はいくつでも）。

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 | |

| 支援機関名 事業名 | | 得られた効果 |
|-----------|---------------------------------------|--------|
| 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。

登録番号 7 (51)

令和 8 年 3 月発行

令和 7 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 (5320) 4787 (直通)

調査実施

株式会社 NTT データ経営研究所
東京都千代田区平河町 2-7-9 JA 共済ビル 9 階・10 階
電話 03 (3221) 7011 (代表)

リサイクル適性の表示：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。