

令和3年度  
長野県商店街実態調査報告書

令和4年（2022年）9月

長野県産業労働部



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

7	新型コロナウイルス感染症の流行による影響について	23
(1)	新型コロナウイルス感染症の流行による「売上高」への影響	23
(2)	新型コロナウイルス感染症の流行による「来街者数」への影響	23
(3)	新型コロナウイルス感染症の流行による「空き店舗数」への影響	23
(4)	新型コロナウイルス感染症の流行により負の影響が生じた理由	24
(5)	新型コロナウイルス感染症の流行の影響はなかった理由	24
(6)	新型コロナウイルス感染症の流行の影響を踏まえた商店街の新たな取組	24
Ⅲ	調査結果2（市町村アンケート調査）	25
1	中心市街地（中心部）の状況	25
(1)	中心市街地（中心部）の状況	25
(2)	衰退により発生している現象	25
2	今後の中心市街地（中心部）活性化のために必要な取組	27
3	今後の中心市街地（中心部）活性化において商店街が担うべき役割	29

## I 調査実施概要

### 1 調査の概要

#### (1) 調査目的

県内の商店街が直面している課題及び問題点等を把握するため実施

#### (2) 調査の種類及び調査対象

調査の種類	調査対象
① 商店街アンケート調査	長野県内に所在する、10店舗以上の会員により組織され、かつ共同事業を実施している189商店街（任意団体を含む。）
② 市町村アンケート調査	県内77市町村の商業振興担当課

#### (3) 調査方法

- ① 調査票を各商店街に郵送配布・郵送回収
- ② 電子メールにて各市町村に照会

#### (4) 調査基準日

令和3年（2021年）12月1日（調査期間：令和3年10月から令和4年3月15日まで）

#### (5) 調査機関

長野県産業労働部

#### (6) 調査協力機関

長野県商工会連合会  
一般社団法人長野県商工会議所連合会  
商工会及び商工会議所

#### (7) 商店街アンケートの調査票回収率

調査票発送数 (A)	297
回収数 (B)	245
回収数のうち、10店舗以上の会員により組織され、かつ共同事業を実施している商店街	189
回収率 (B/A)	82.5%

※本調査の対象となる商店街が所在する市町村及び商店街数は下表による。

	商店街数		商店街数		商店街数
長野市	43	佐久市	13	上松町	2
松本市	18	千曲市	3	木曾町	3
上田市	13	安曇野市	4	大桑村	1
岡谷市	6	小海町	2	小布施町	1
飯田市	9	軽井沢町	1	木島平村	1
諏訪市	10	立科町	1	野沢温泉村	1
須坂市	2	下諏訪町	2	信濃町	2
小諸市	8	富士見町	1	飯綱町	2
伊那市	2	箕輪町	3	栄村	1
駒ヶ根市	4	宮田村	2		
中野市	4	松川町	1		
大町市	5	阿南町	1		
飯山市	5	阿智村	1		
茅野市	5	天龍村	1		
塩尻市	4	泰阜村	1		
				<b>全 体</b>	<b>189</b>

<地域別内訳>

地域	市町村名	商店街数	構成比 (%)
東 信	上田市／小諸市／佐久市／小海町／軽井沢町／立科町 (6市町)	38	20.1
南 信	岡谷市／飯田市／諏訪市／伊那市／駒ヶ根市／茅野市／ 下諏訪町／富士見町／箕輪町／宮田村／松川町／阿南町／ 阿智村／天龍村／泰阜村(15市町村)	49	25.9
中 信	松本市／大町市／塩尻市／安曇野市／上松町／木曾町／ 大桑村／(7市町村)	37	19.6
北 信	長野市／須坂市／中野市／飯山市／千曲市／小布施町／ 木島平村／野沢温泉村／信濃町／飯綱町／栄村 (11市町村)	65	34.4
合 計	(39市町村)	189	100.0

## 2 本書の利用にあたって

### (1) 主な用語の説明

#### ① 商店街の組織

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

#### ② 商店街の立地場所

分類	説明
中心商業地域	市町村の中心地を形成する商店街で商圈は比較的広範囲
周辺商業地域	中心商業地域の周辺に発達した商店街
郊外（ロードサイド）地域	車社会の進展を背景に郊外ロードサイドに発達した比較的新しい商店街
駅前地域	駅という集客の核となる施設があることで発達した商店街
住宅（団地）地域	住宅団地の建設に伴い形成された商店街
農村地域	農村にある地域密着型の商店街

#### ③ 商店街の性格

分類	説明
買回品中心	諸行事や季節の変化に応じて購入する商品（衣料品、家具、電化製品など）を扱う商店が70%以上の商店街
準買回品中心	諸行事や季節の変化に応じて購入する商品を扱う商店が50%以上70%未満の商店街
最寄品中心	日常生活で消費する度合いの高い商品（生鮮食料品、日常雑貨、医薬品など）を扱う商店が中心の商店街
飲食・サービス中心	飲食店やサービス業の店舗が中心の商店街

### (2) その他

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

## II 調査結果 1 (商店街アンケート調査)

### 1 商店街の概況

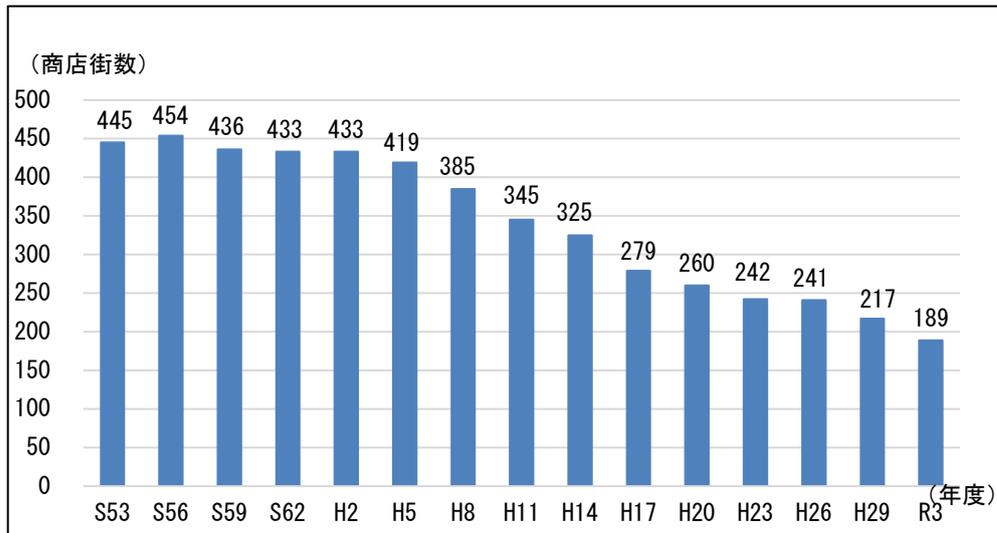
#### (1) 商店街の概要

##### ① 商店街数・組織形態・立地場所

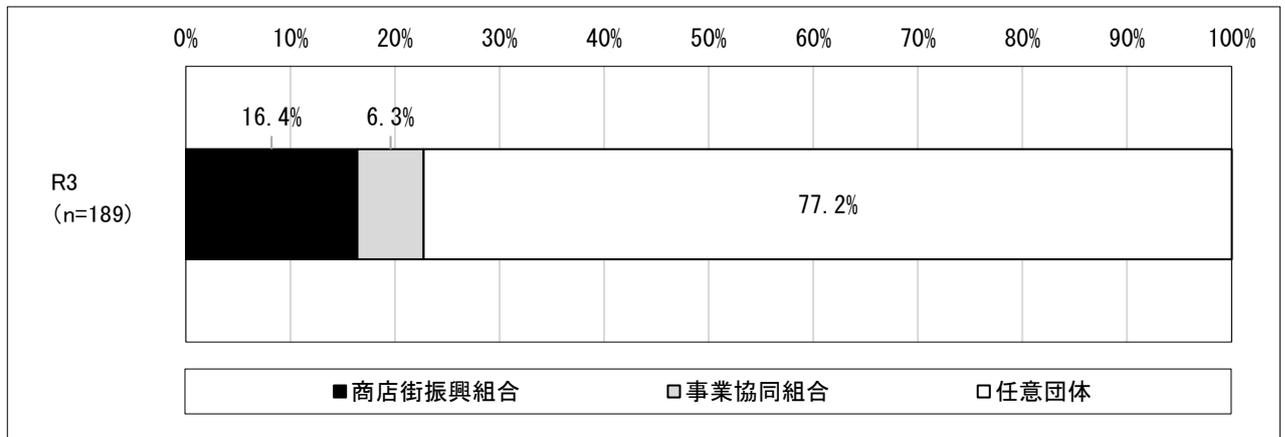
商店街数は、昭和 56 年をピークに減少傾向にあり、前回調査に比べ、28 商店街減の 189 商店街となった。

組織形態は、「任意団体」(77.2%) が最も多く、立地場所は、中心商業地域 (32.8%) が最も多い。

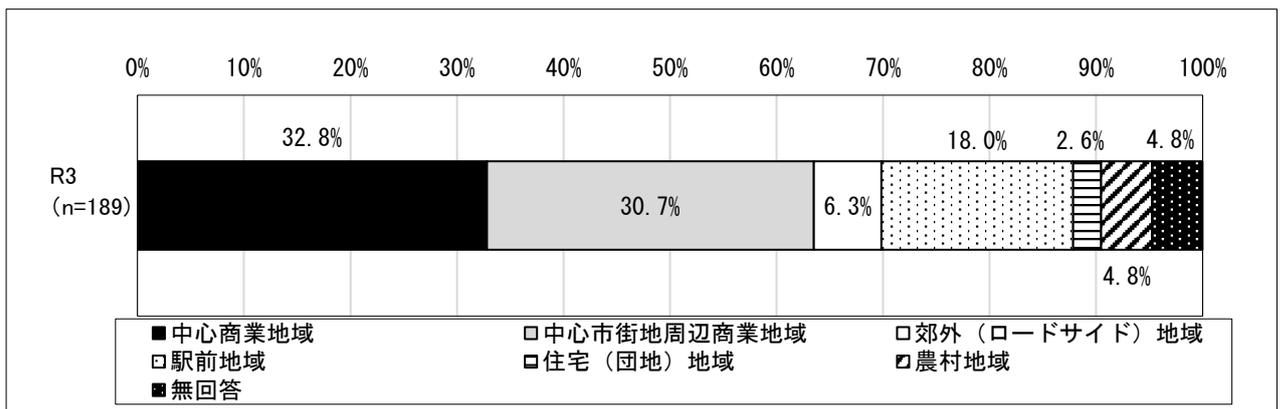
#### 【商店街数の推移】



#### 【組織形態】

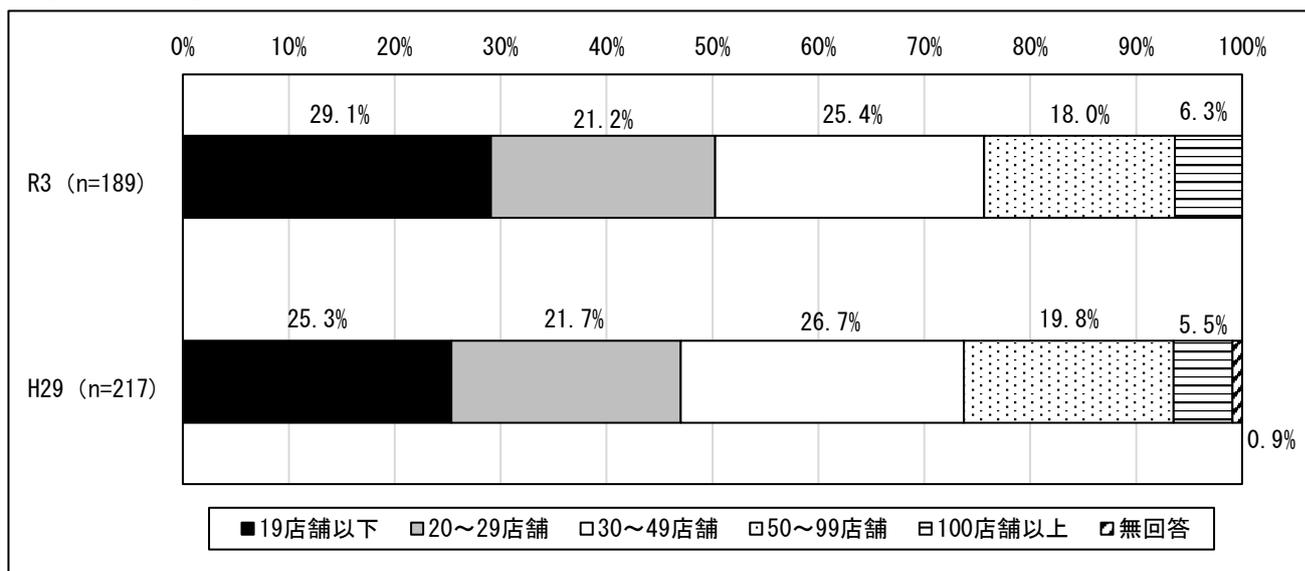


#### 【立地場所】



## ② 商店街の規模（店舗数）

「19 店舗以下」（29.1%）の規模の商店街の割合が前回調査時より 3.8 ポイント上昇し、最も多くなった。



参考 前回調査時（H29）との比較

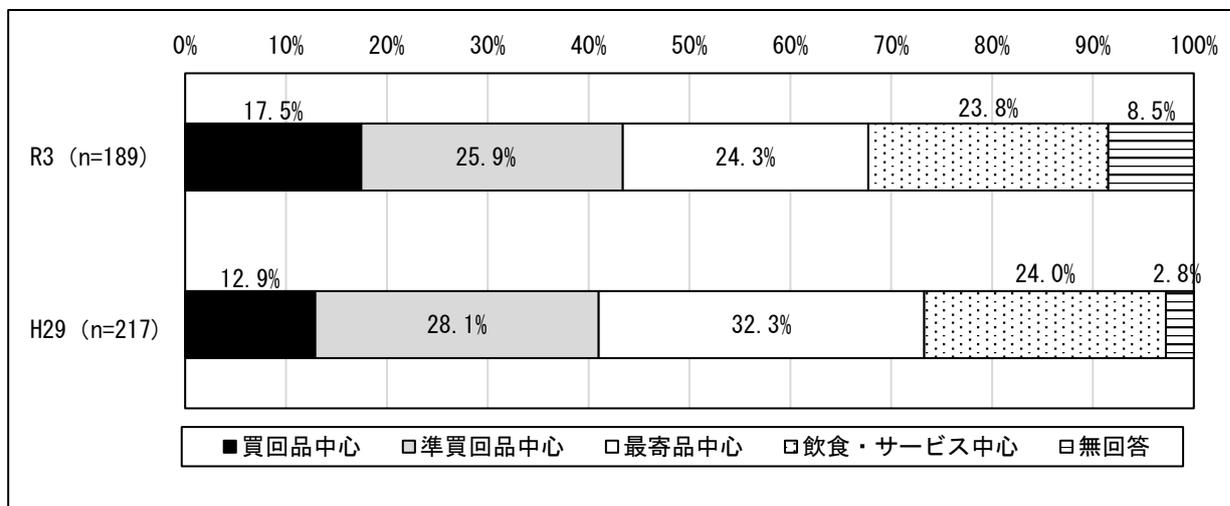
	R3	H29	増減
商店街数	189	217	▲28
店舗数（空き店舗を除く）	7,367	8,829	▲1,462
1 商店街辺りの平均店舗数	39.0	41.1 <sup>※</sup>	▲2.1

※未回答の 2 商店街を除く 215 で除した数値

## ③ 商店街の性格

「準買回品」（25.9%）の割合が最も多い。

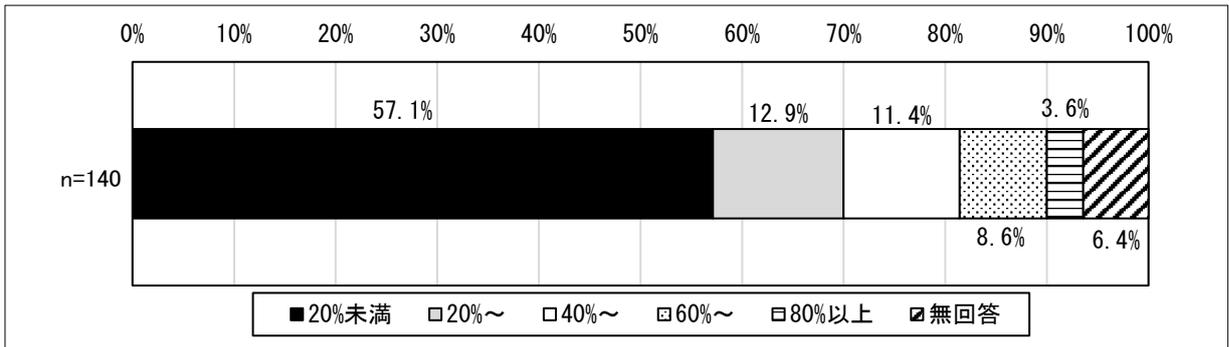
「最寄品中心」（24.3%）の割合が前回調査に比べ 8.0 ポイントと大きく減少し、「準買回品」（25.9%）の割合が最も多くなった。



#### ④ 店舗の構成

【テナントの割合】（調査票該当ページの提出がなかった商店街を除く。n=140）

「20%未満」（57.1%）が最も多く、70.0%の商店街でテナントの割合が40%未満である。



【チェーン店舗数・割合】

ここでいうチェーン店とは、ブランドや営業等が多数の店舗で统一的に管理された店舗を指す。チェーン店舗数について回答のあった151商店街を集計対象とした。

県内商店街のチェーン店舗率は6.2%であり、全国（9.9%）よりも3.7ポイント下回っている。

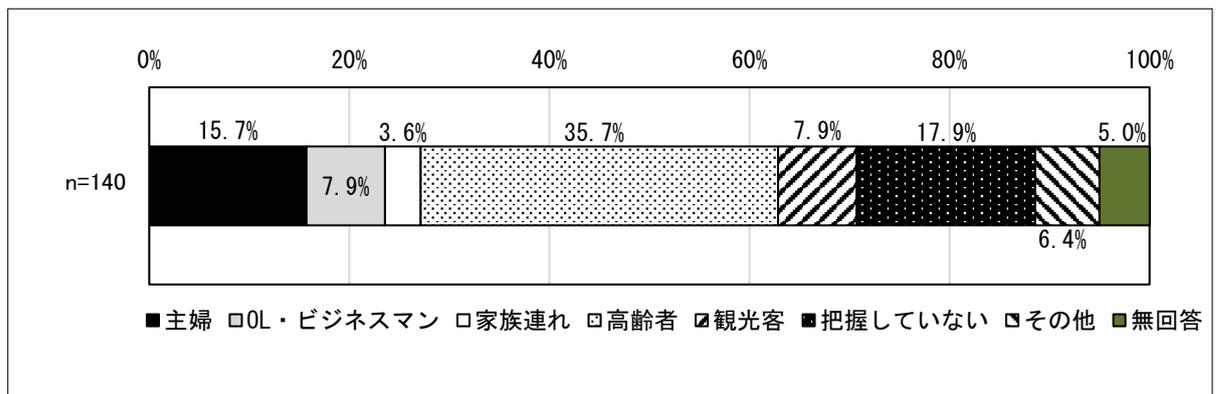
	チェーン店舗率
長野県（n=151）	6.2%
全 国（n=4,536）	9.9%

（全国数値：中小企業庁「令和3年度商店街実態調査報告書」）

#### ⑤ 顧客

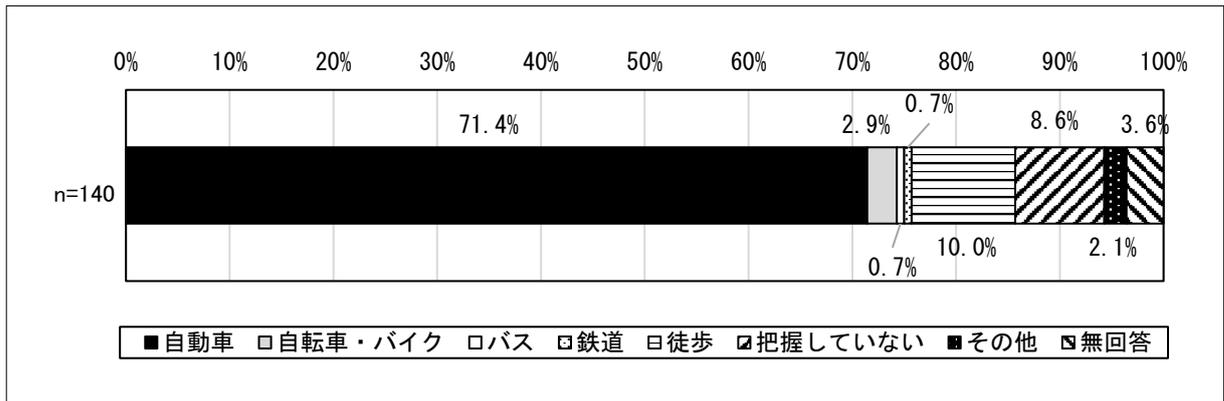
【最も多い顧客層】（調査票該当ページの提出がなかった商店街を除く。n=140）

「高齢者」（35.7%）が最も多く、次いで、「把握していない」（17.9%）、「主婦」（15.7%）となっている。



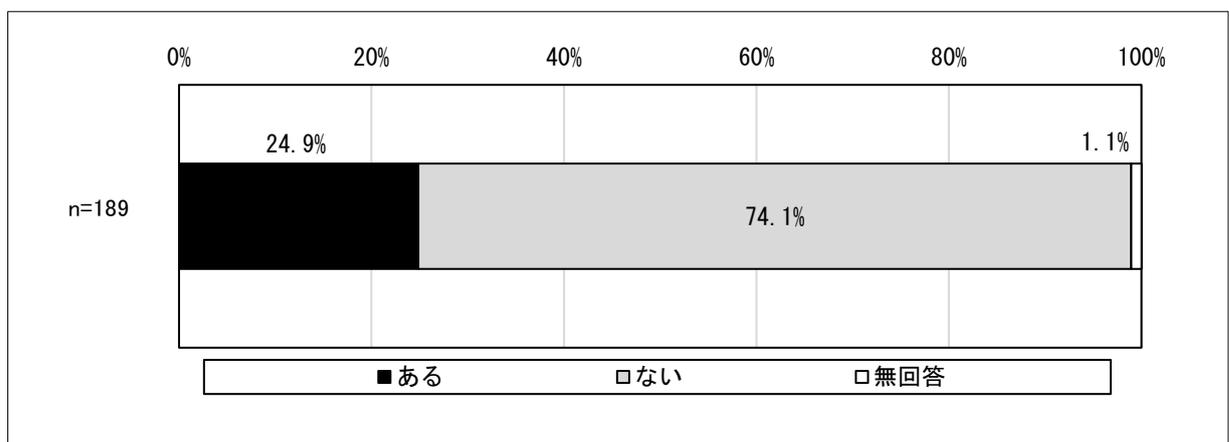
【交通手段】（調査票該当ページの提出がなかった商店街を除く。n=140）

「自動車」(71.4%) が最も多く、次いで「徒歩」(10.0%) となっている。



⑥ 公式ホームページ（facebook 等 SNS 含む）の有無

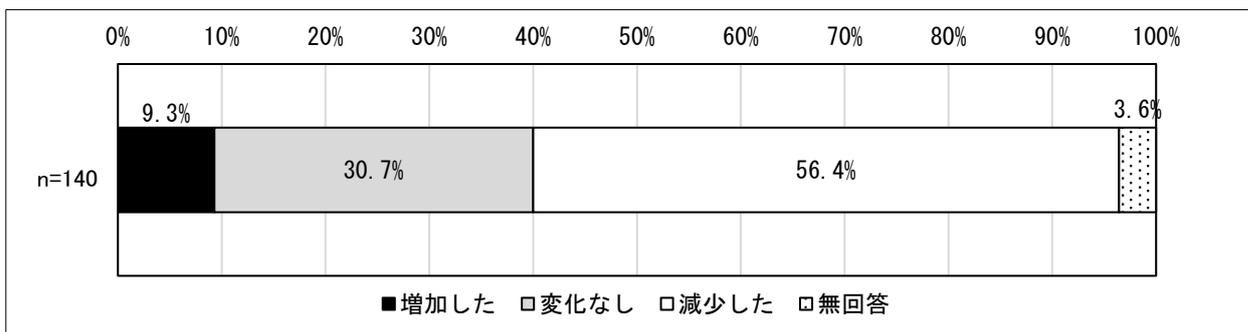
「無し」が74.1%と7割を超えている。



(2) 店舗数の変動 (調査票該当ページの提出がなかった商店街を除く。n=140)

① 店舗数の増減

店舗数について、3年前と比較して「減少した」と回答した商店街の割合が56.4%と半数以上に上っている一方、「増加した」と回答した商店街は9.3%となった。



② 開業率、廃業率

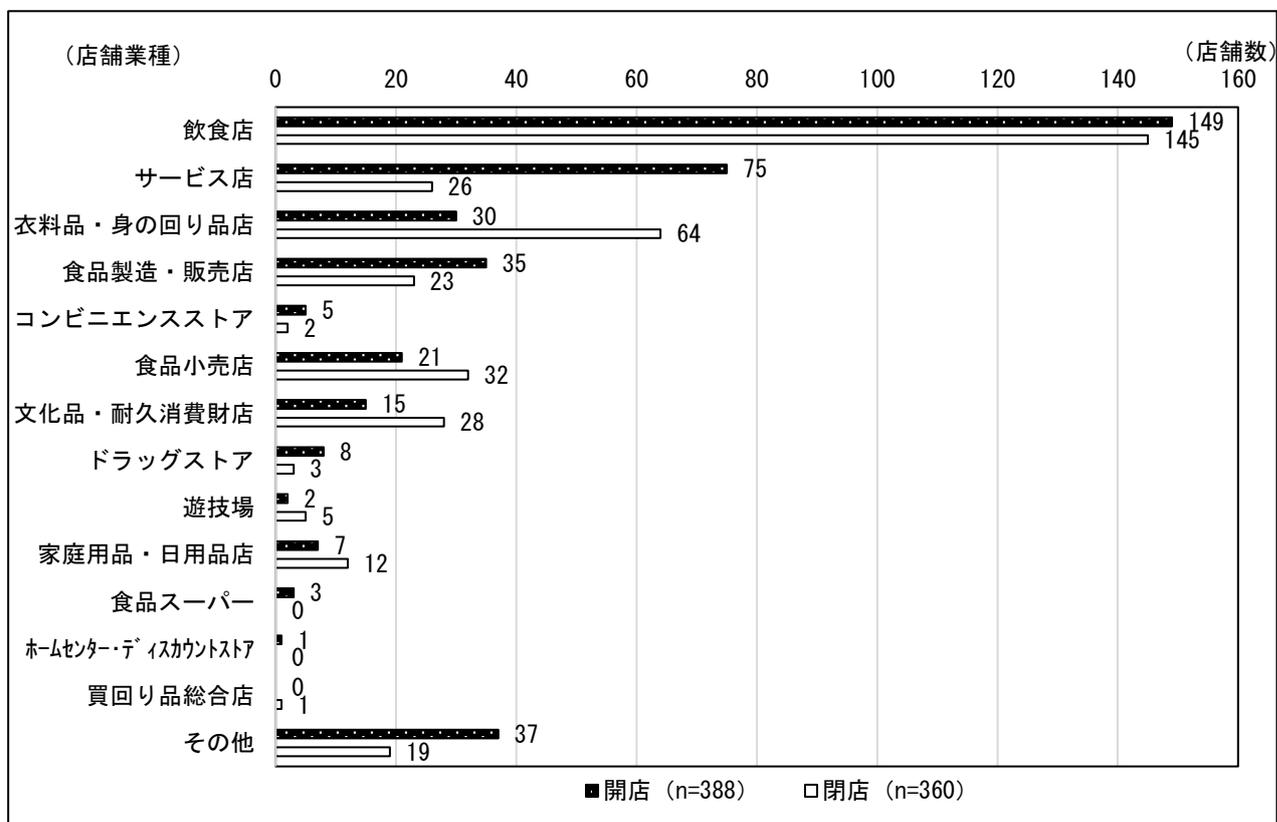
出店数及び閉店数ともに回答が得られた140商店街の過去3年間の出店(閉店)数について集計した。

開業率	7.0% (388 店舗)
廃業率	6.5% (360 店舗)

(注) 開業(廃業)率 = 過去3年間の出店(閉店)数 ÷ (140商店街の店舗総数(5,581) - 出店数 + 閉店数)

【開店、閉店店舗数業種内訳】

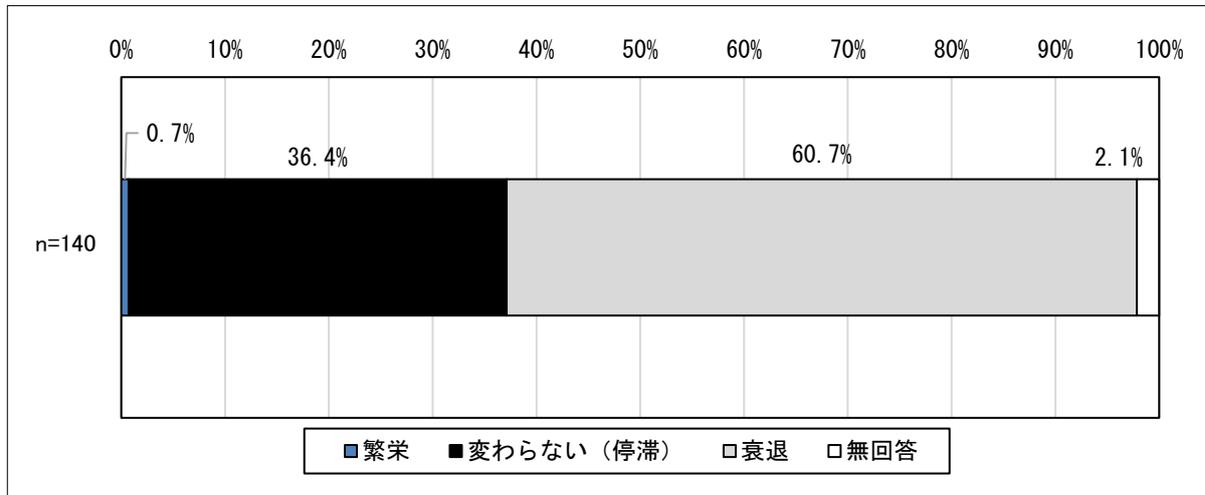
出店数が閉店数を上回った業種は、サービス店(+49)、食品製造・販売店(+12)、ドラッグストア(+5)、飲食店(+4)、コンビニエンスストア(+3)、食品スーパー(+3)、ホームセンター・ディスカウントストア(+1)の7業種となった。



## 2 商店街の景況（調査票該当ページの提出がなかった商店街を除く。n=140）

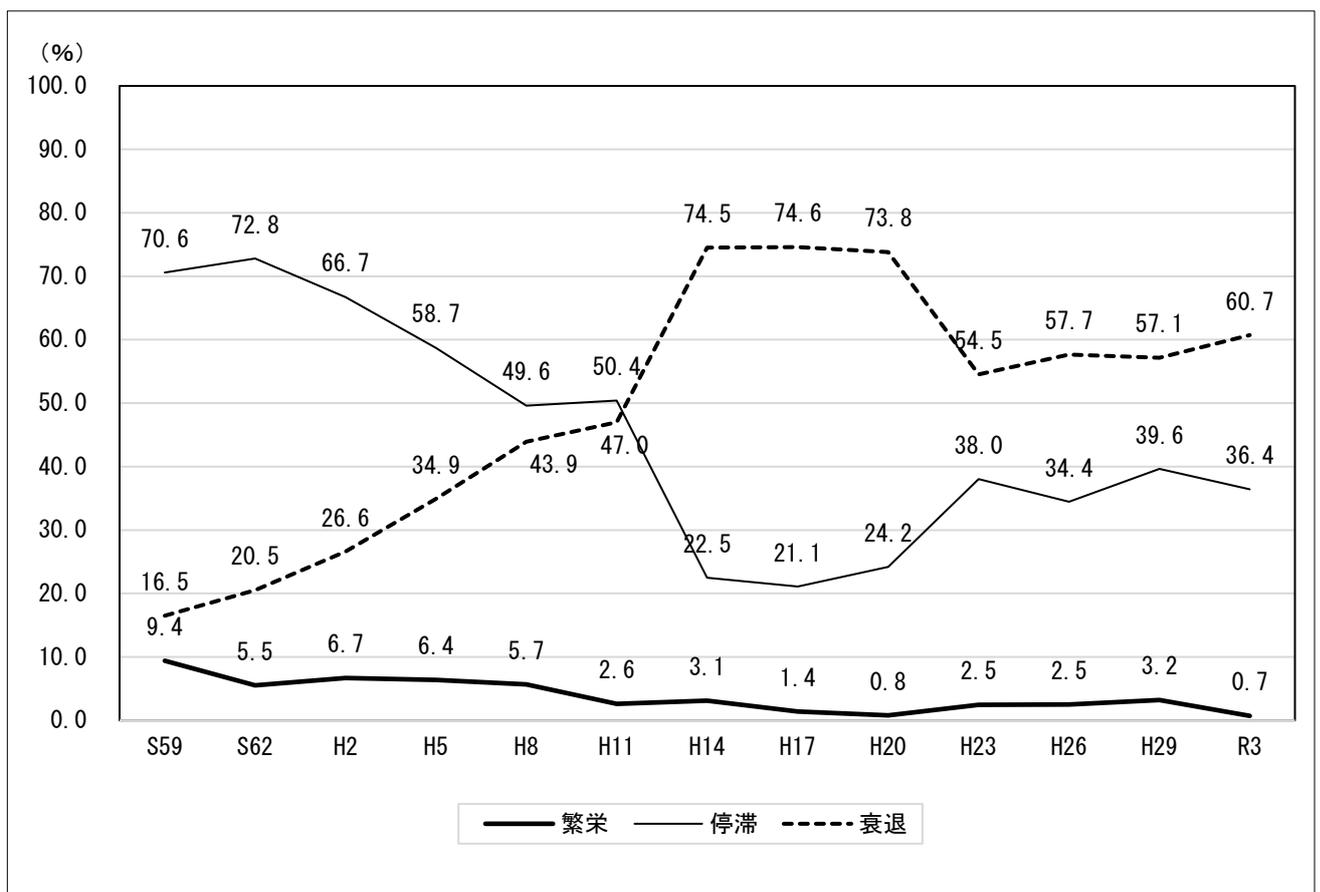
### （1）景況感

「衰退」(60.7%)が最も多く、次いで「変わらない(停滞)」(36.4%)、繁栄(0.7%)の順となっている。



### （2）景況感の推移

「繁栄」(0.7%)と回答した商店街の割合は前回調査から2.5ポイント下落した。「変わらない(停滞)」(36.4%)と回答した商店街の割合は3.2ポイント下落し、「衰退」(60.7%)と回答した商店街の割合は3.6ポイント上昇している。



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

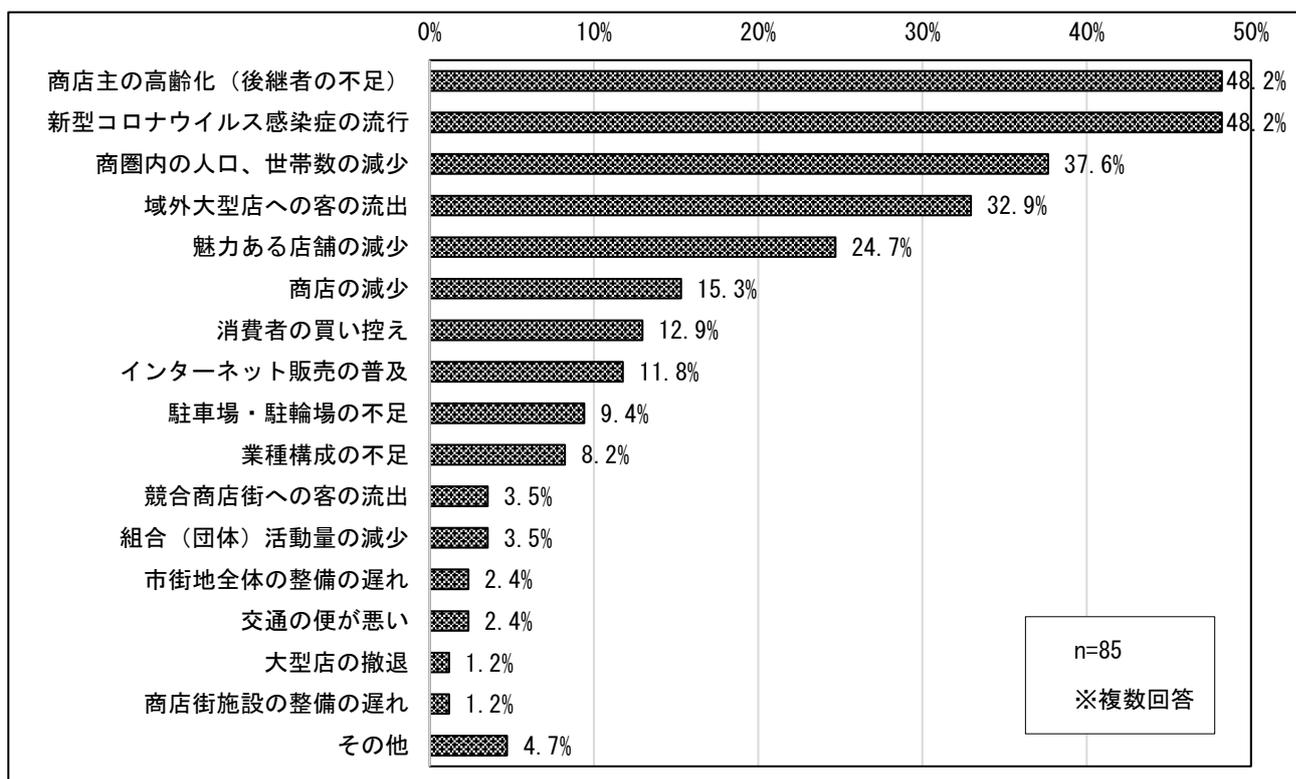
### (3) 景況の要因

#### 【繁栄している要因】

景況を「繁栄」と回答した1商店街では、その主な要因を、「来街誘因施設（美術館・ホール等）の整備」、「消費者にとっての利便施設の整備」としている。

#### 【衰退している要因】

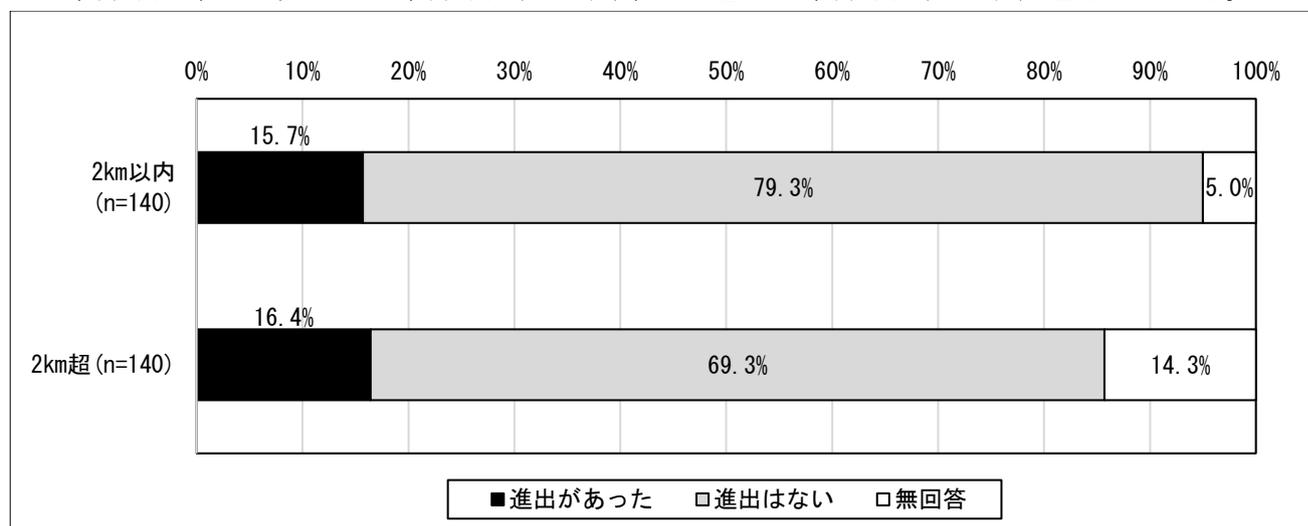
景況を「衰退」と回答した85商店街では、その主な要因を、「店主の高齢化（後継者の不足）」（48.2%）、「新型コロナウイルス感染症の流行」（48.2%）、「商圈内の人口、世帯数の減少」（37.6%）としており、コロナ禍が商店街の衰退に拍車をかけることとなった。



### (4) 大型店の進出

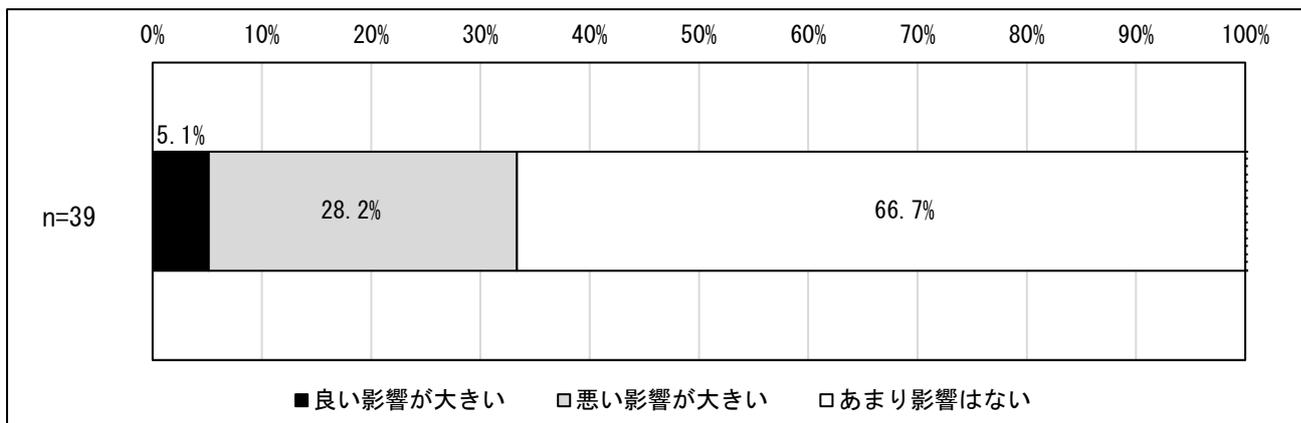
#### ① 大型店進出の有無

最近3年間で、影響を受けている大型店（店舗面積1,000㎡超）の「進出があった」と回答した商店街は、2km以内で22商店街（15.7%）、2km超で23商店街（16.4%）となっている。



## ② 大型店進出の影響

最近3年間で影響を受けている大型店の進出があった39商店街における進出後の影響について、「あまり影響はない」26商店街(66.7%)が最も多く、次いで「悪い影響が大きい」11商店街(28.2%)、「良い影響が大きい」2商店街(5.1%)となっている。

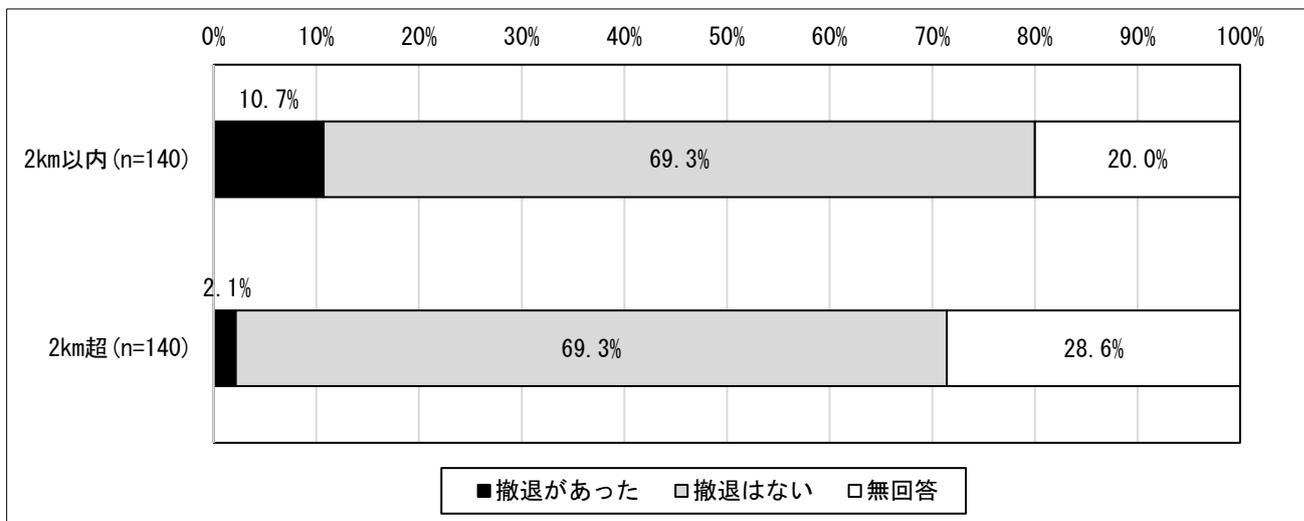


(注) 6商店街において半径2km以内及び半径2km超の両方で進出があったため、影響を受けていた大型店の進出があった商店街の実数は、39商店街となる。

## (5) 大型店の撤退

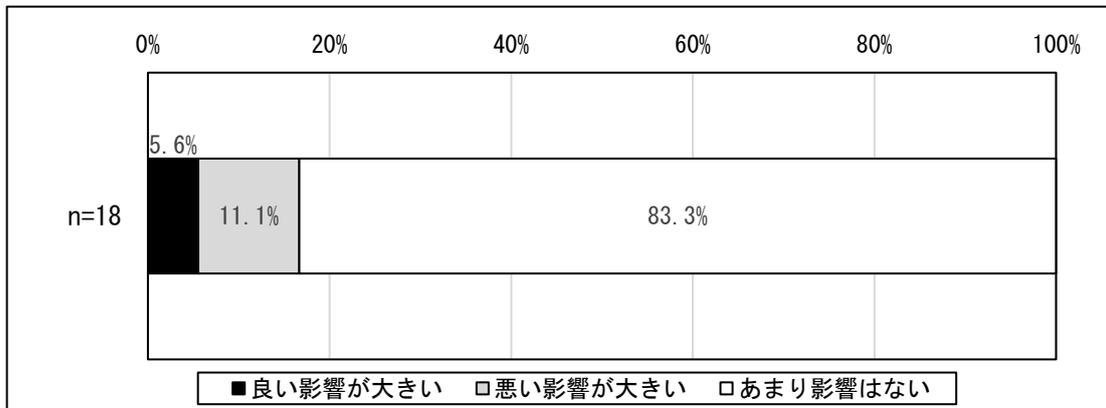
### ① 大型店撤退の有無

最近3年間で、影響を受けている大型店(店舗面積1,000㎡超)の「撤退があった」と回答した商店街は、2km以内で15商店街(10.7%)、2km超で3商店街(2.1%)となっている。



## ② 大型店撤退の影響

最近3年間で影響を受けている大型店の撤退があった18商店街における撤退後の影響については、「あまり影響はない」15商店街(83.3%)との回答が最も多く、「悪い影響が大きい」2商店街(11.1%)を上回っている。また、「良い影響が大きい」と回答したのは1商店街(5.6%)となった。

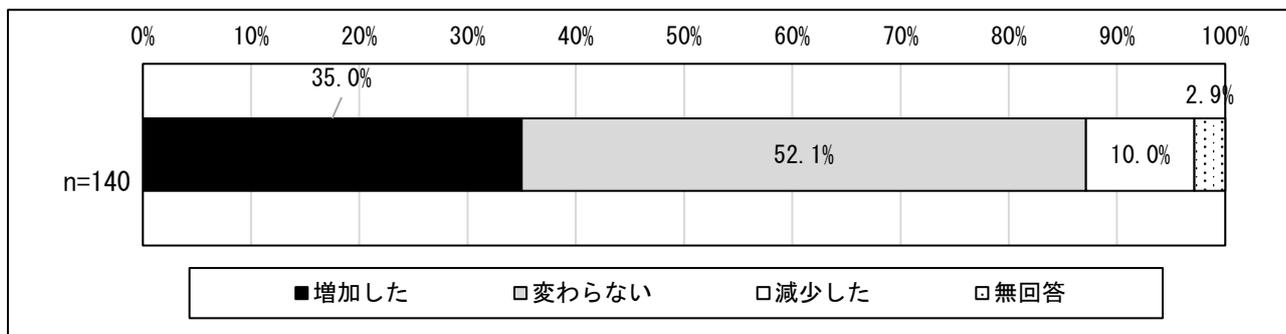


### 3 空き店舗の状況

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

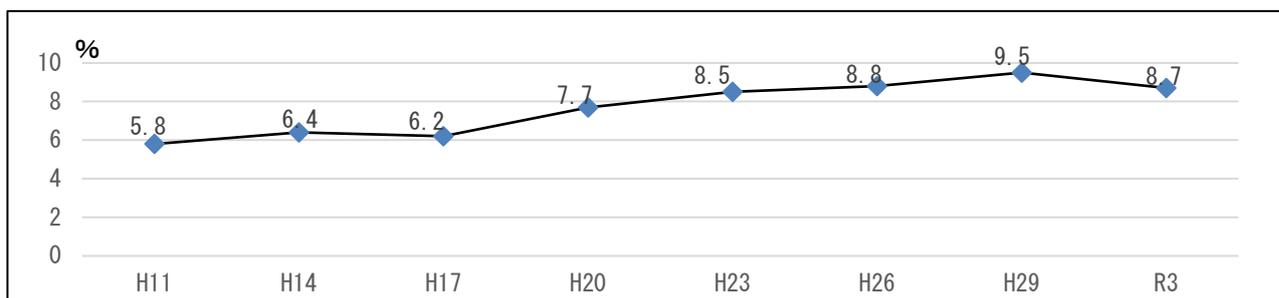
#### (1) 空き店舗数の増減

空き店舗数について、3年前と比較して「変わらない」(52.1%)と回答した商店街の割合が最も多く、次いで、「増加した」(35.0%)、「減少した」(10.0%)となっている。



#### (2) 空き店舗率の推移

集計対象 140 商店街における空き店舗率は 8.7%であり、前回に比べ 0.8 ポイント減少している。



※空き店舗率 = 商店街の空き店舗数 ÷ (商店街の店舗総数 + 商店街の空き店舗数) × 100  
= 533 ÷ (5,581 + 533) × 100 ≒ 8.7%

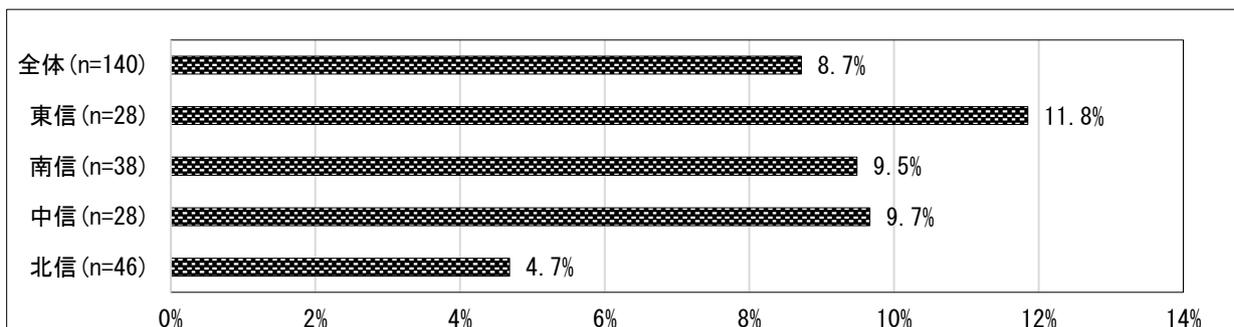
(参考) 全国数値との比較

長野県	8.7%
全国	13.6%

(全国数値：中小企業庁「令和3年度商店街実態調査報告書」)

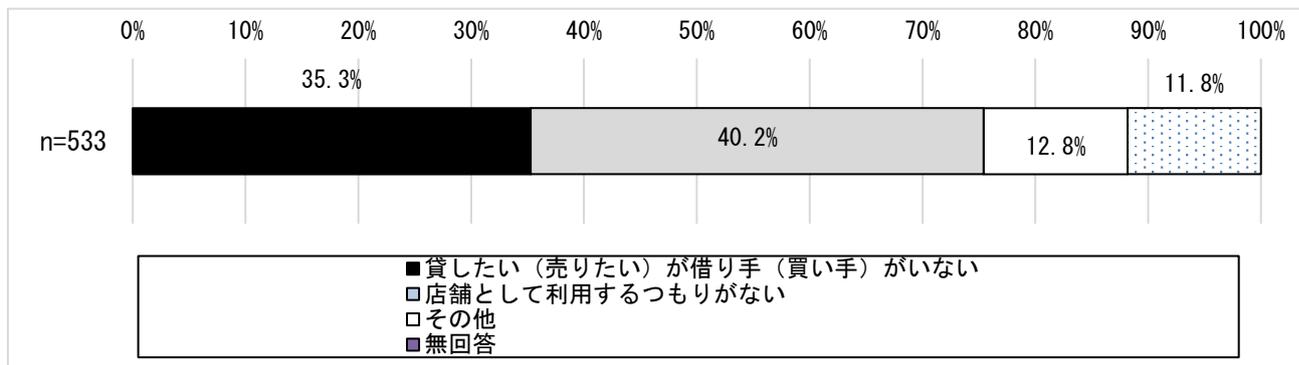
#### (3) 地域別空き店舗率

「東信」が 11.8%と最も高く、最も低い「北信」(4.7%)と比べると、7.1 ポイントの差がある。



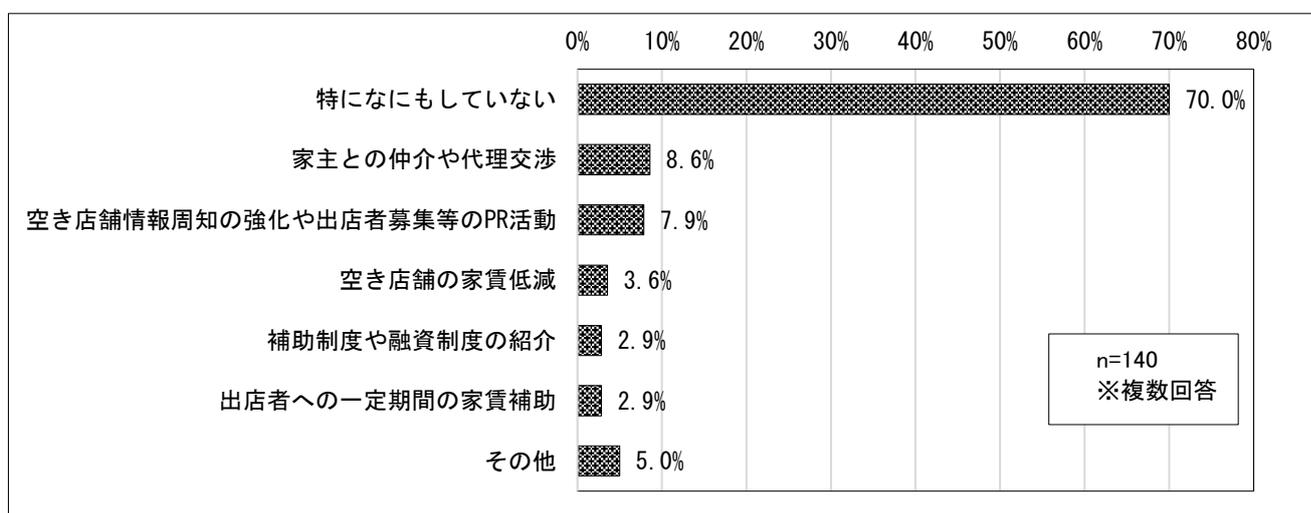
#### (4) 空き店舗活用の意向

空き店舗 533 の状態は、「店舗として利用するつもりがない」(40.2%) が最も多く、次いで「貸したい(売りたい)が借り手(買い手)がない」(35.3%) となっている。



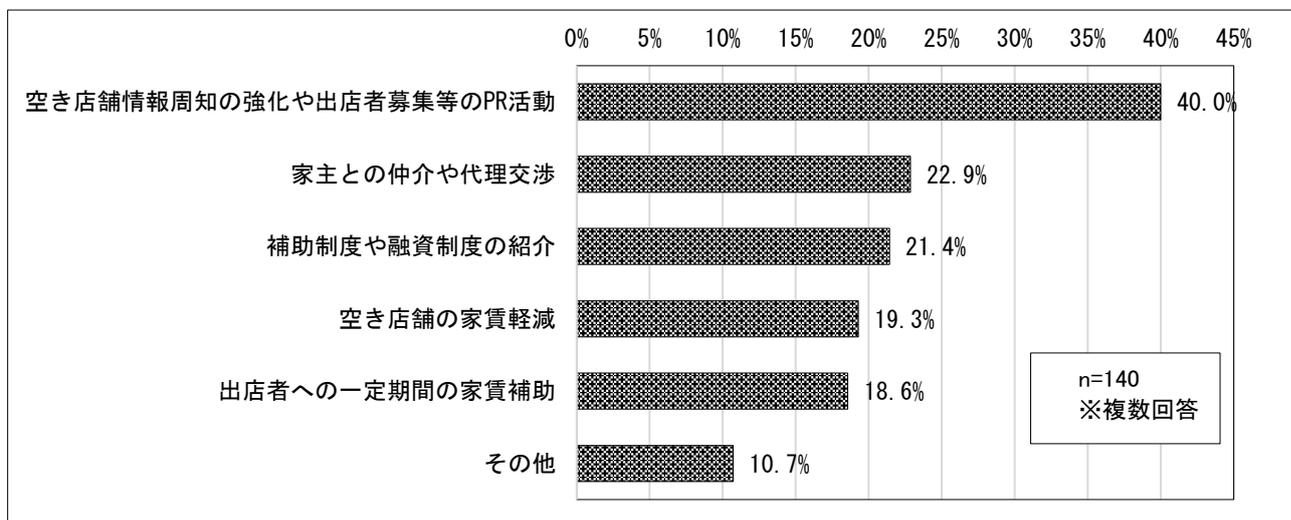
#### (5) 空き店舗への出店促進のための取組

「特になにもしていない」(70.0%) が最も多くなっている。



#### (6) 空き店舗を減少させるために必要だと思う取組

「空き店舗情報周知の強化や出店者募集等のPR活動」(40.0%) が最も多くなっている。

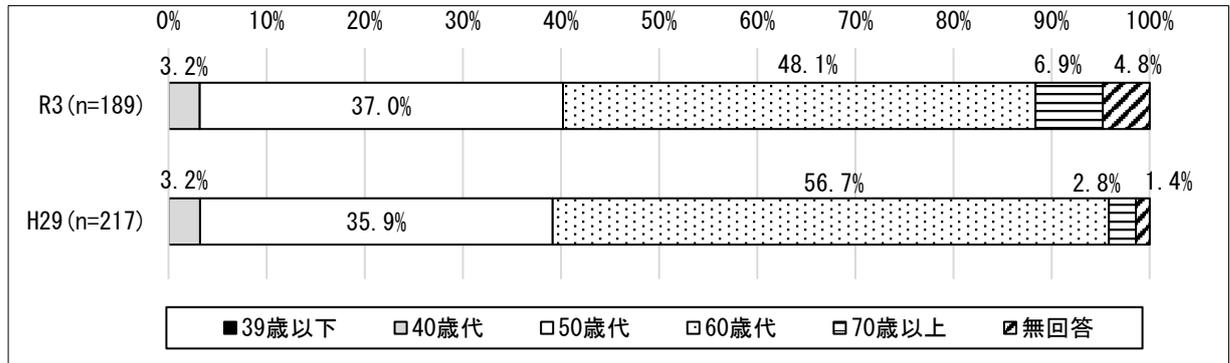


#### 4 後継者の状況

後継者の状況は、商店街組織の会員の店舗について調査した。

##### (1) 店主の平均年齢

「60代」(48.1%)が前回よりも8.6ポイント減少したものの、最も多い割合となっている。

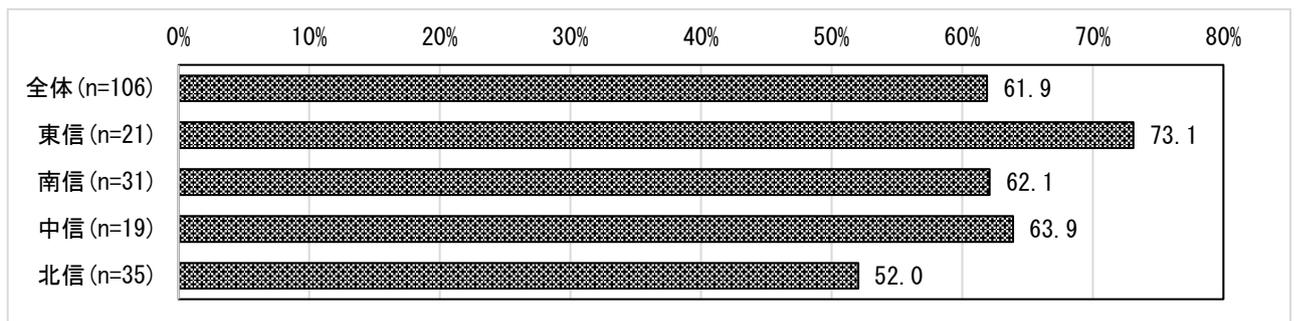


##### (2) 後継者不在店舗率

集計対象とした106商店街における、後継者不在店舗率は、61.9%と前回の63.1%よりも1.2ポイント減少した。

	R3	H29
後継者不在店舗率	61.9%	63.1%

地域別でみると、「東信」(73.1%)、が他の地域と比較し高くなっている。

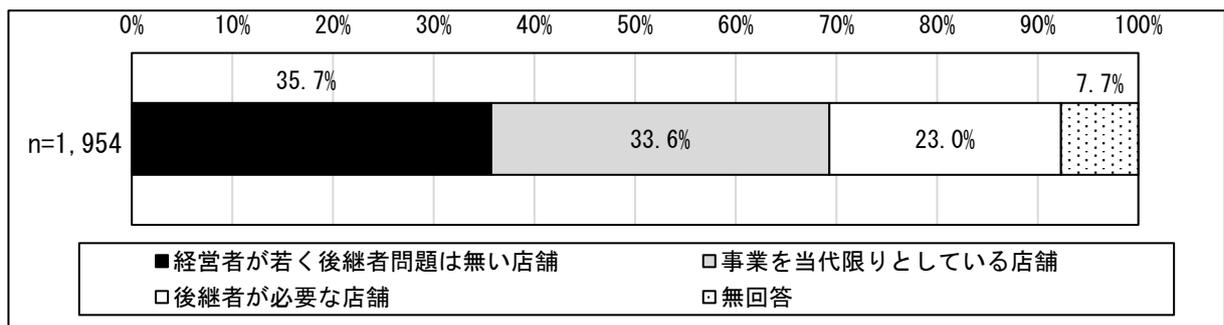


※集計対象：調査票〔2〕Q1で、「①後継者のいる店舗」「②後継者のいない店舗」とともに回答があった106商店街

※後継者不在店舗率＝後継者不在会員店舗数÷106商店街の会員店舗数＝1,954÷3,157×100≒61.9%

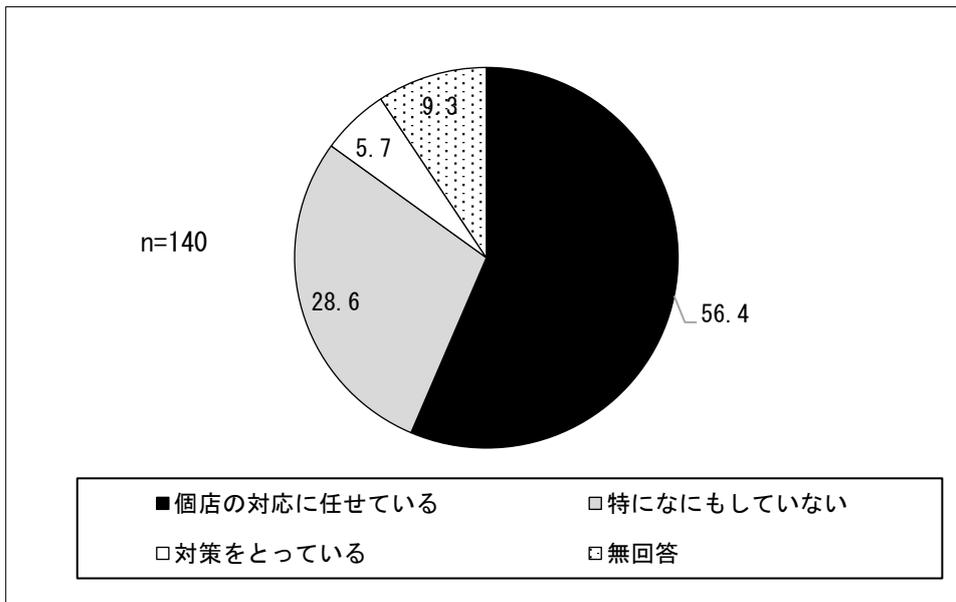
##### (3) 後継者不在店舗状況別内訳

後継者不在店舗の状況については、「経営者が若く後継者問題は無い店舗」(35.7%)が最も多く、次いで「事業を当代限りとしている店舗」(33.6%)、「後継者が必要な店舗」(23.0%)となっている。

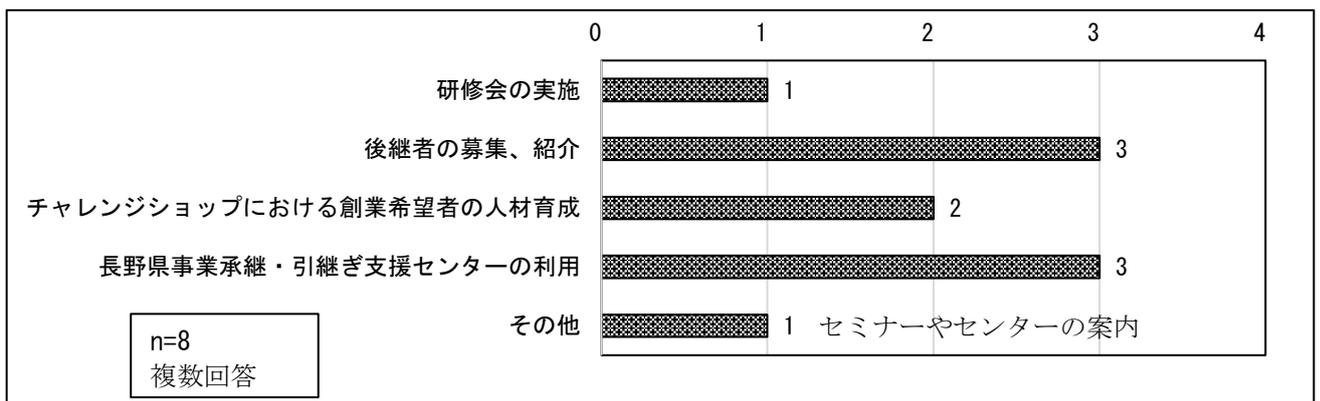


#### (4) 後継者不在店舗の事業承継対策

「個店の対応に任せている」(56.4%)が最も多く、次いで「特になにもしていない」(28.6%)、「対策をとっている」(5.7%)となっている。

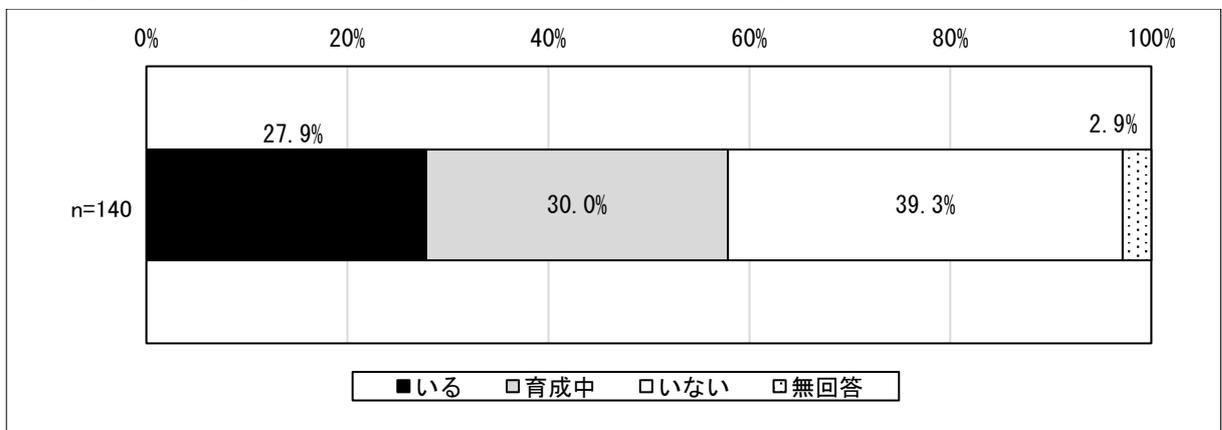


「対策をとっている」と回答した8商店街においての具体的な対策としては、「後継者の募集、紹介」、「長野県事業承継・引継ぎ支援センターの利用」という回答が複数あった。



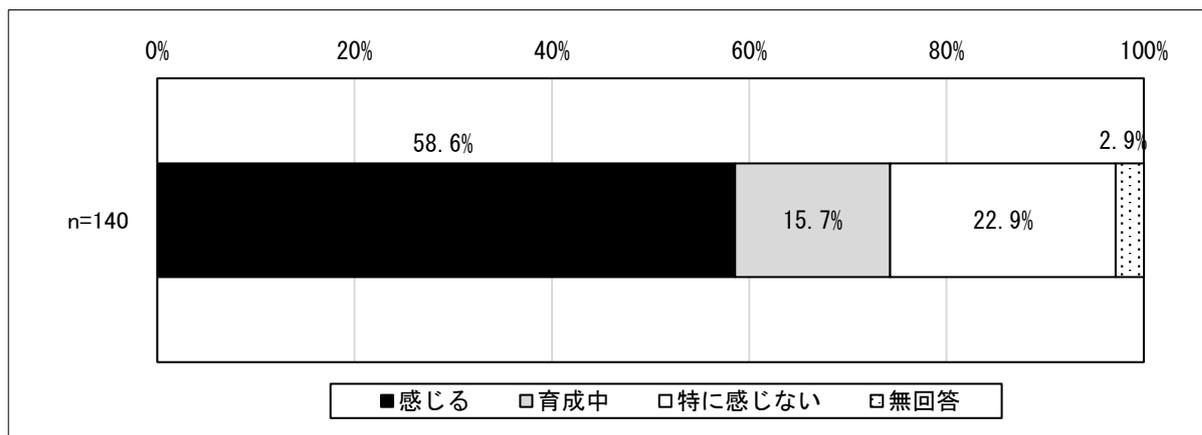
#### (5) 次世代の商店街を担うリーダーの存在

「いる」、「育成中」と回答した商店街69.3%を占めている。



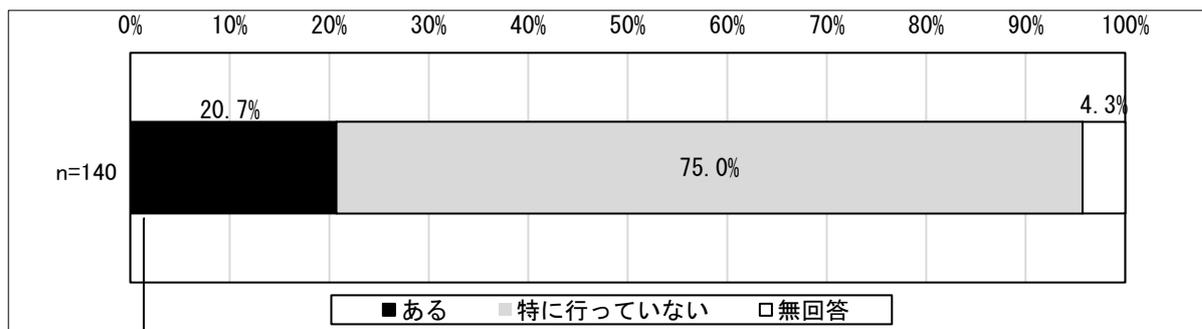
## (6) 次世代リーダーの育成の必要性

「感じる」と回答した商店街が 58.6%を占めている。



## (7) 次世代リーダー育成のための事業の有無

リーダーの必要性を感じつつも、「特に行っていない」と回答した商店街が 75.0%を占めている。



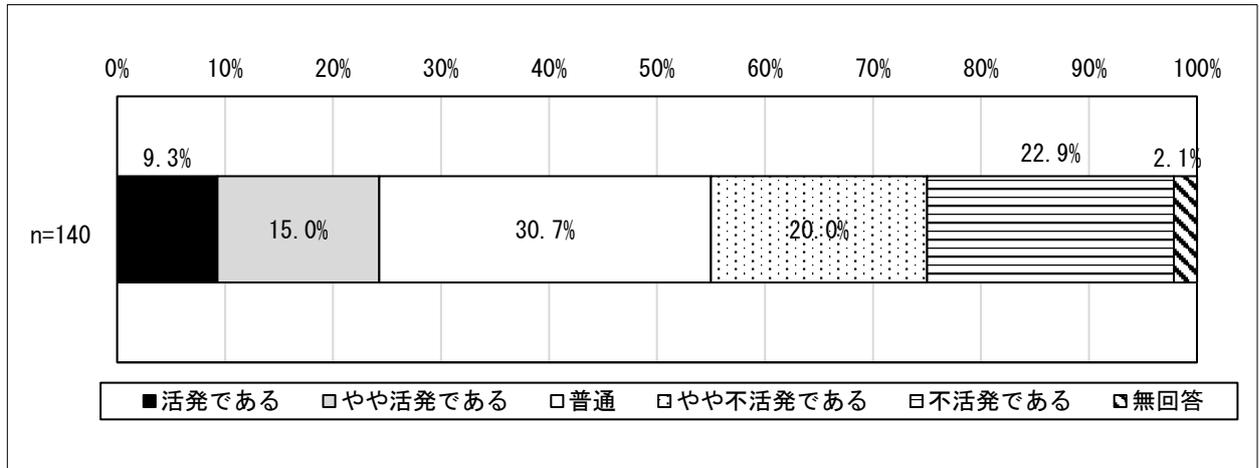
### 回答内容(抜粋)

- ・商工会議所などへの会合に出席させている。
- ・経営講演会の開催など。
- ・理事会メンバーになってもらう。
- ・店主ではなく、二代目の役員登用に努めている。
- ・企画会議のプロデュース、イベントやキャンペーンの責任者とさせるなど現場レベルでの育成。

## 5 商店街の共同活動事業

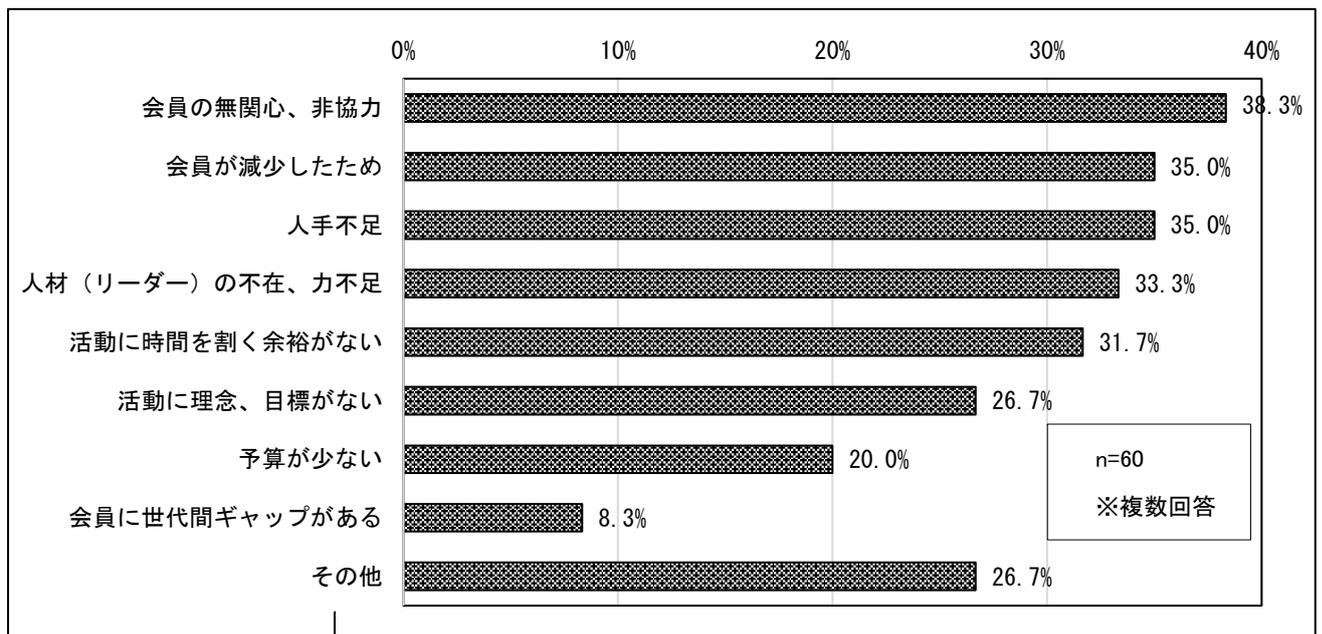
### (1) 活動状況

「活発である」「やや活発である」と回答した商店街が 24.3%なのに対し、「不活発である」「やや不活発である」と回答した商店街が 42.9%となっている。



### (2) 不活発である理由

「やや不活発である」「不活発である」と回答した 60 商店街において、その理由は「会員の無関心、非協力」(38.3%)が最も多く、次いで「会員が減少したため」(35.0%)、「人手不足」(35.0%)の順に多くなっている。

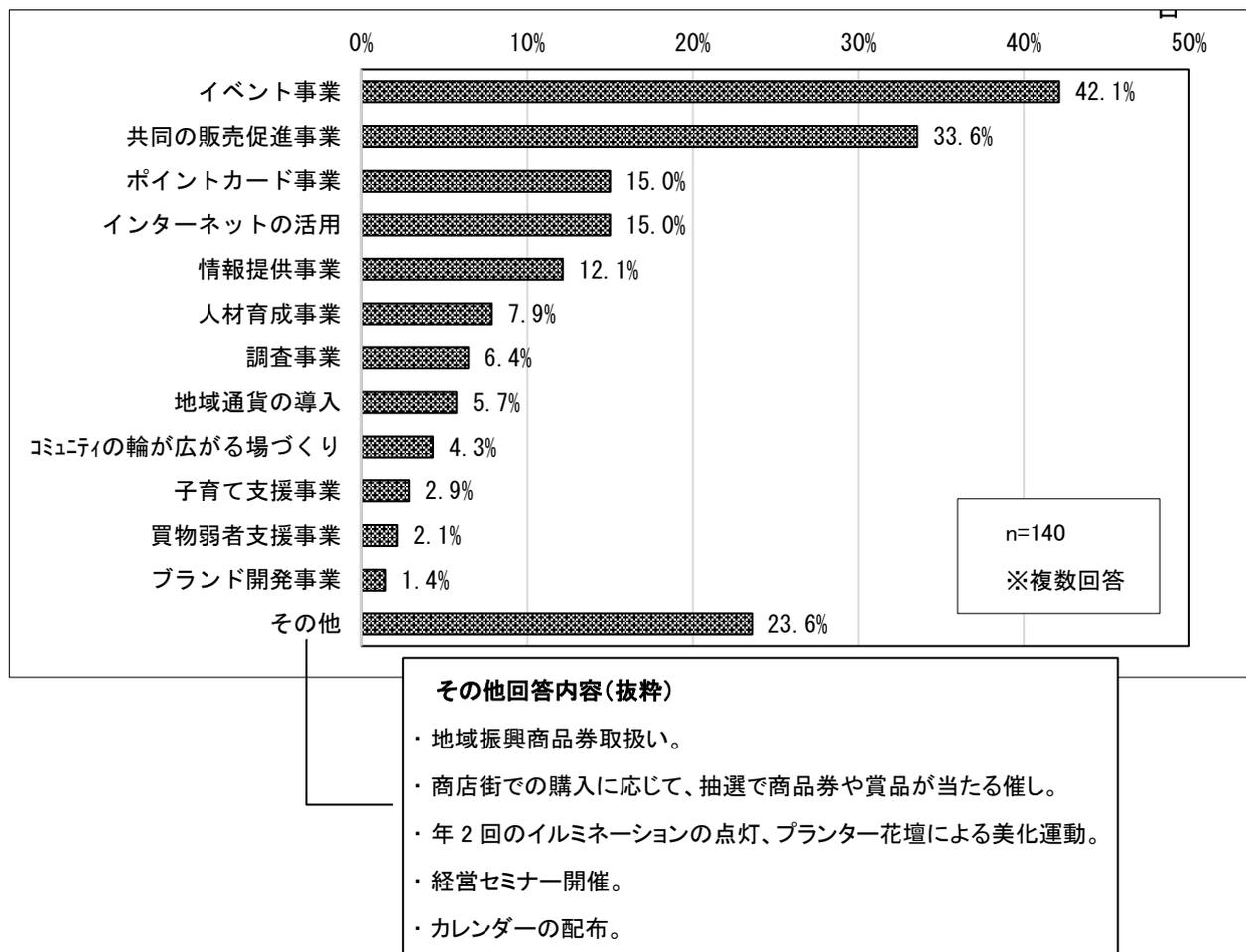


#### その他回答内容(抜粋)

- ・コロナによる活動自粛。
- ・周辺人口の減少。
- ・構成メンバーの職種が多様化している。
- ・メンバーの高齢化。

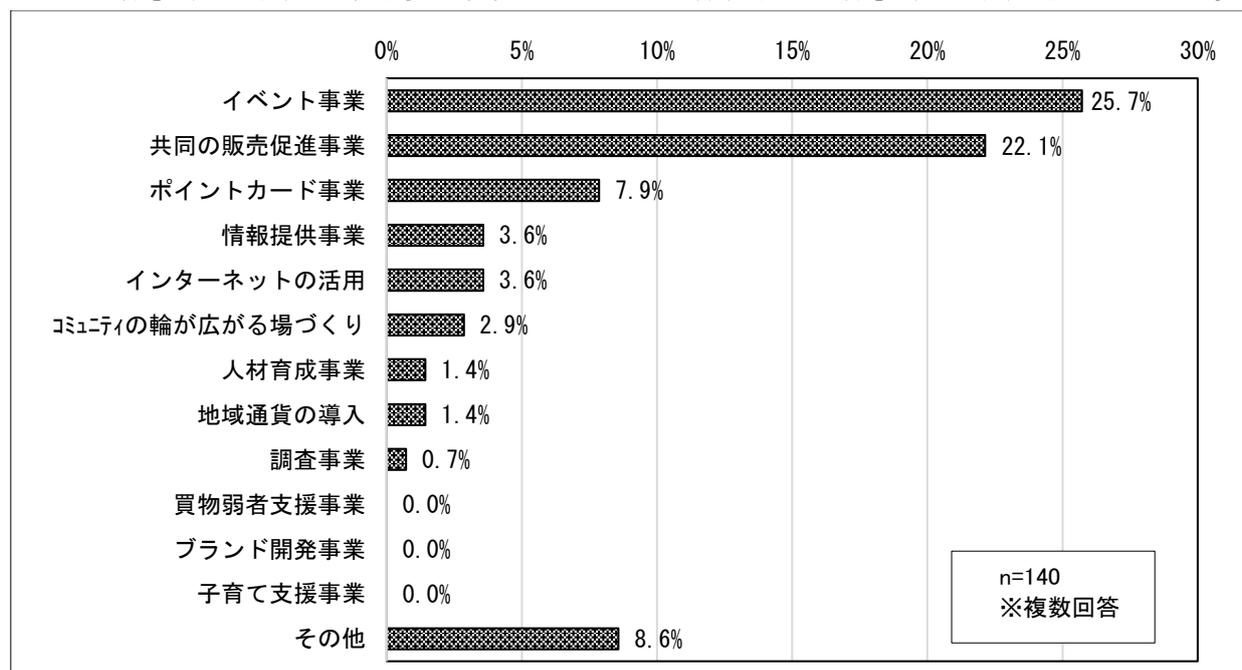
### (3) 現在実施している事業及び過去1年以内に実施した事業

「イベント事業」(42.1%)が最も多く、次いで「共同の販売促進事業」(33.6%)となっている。



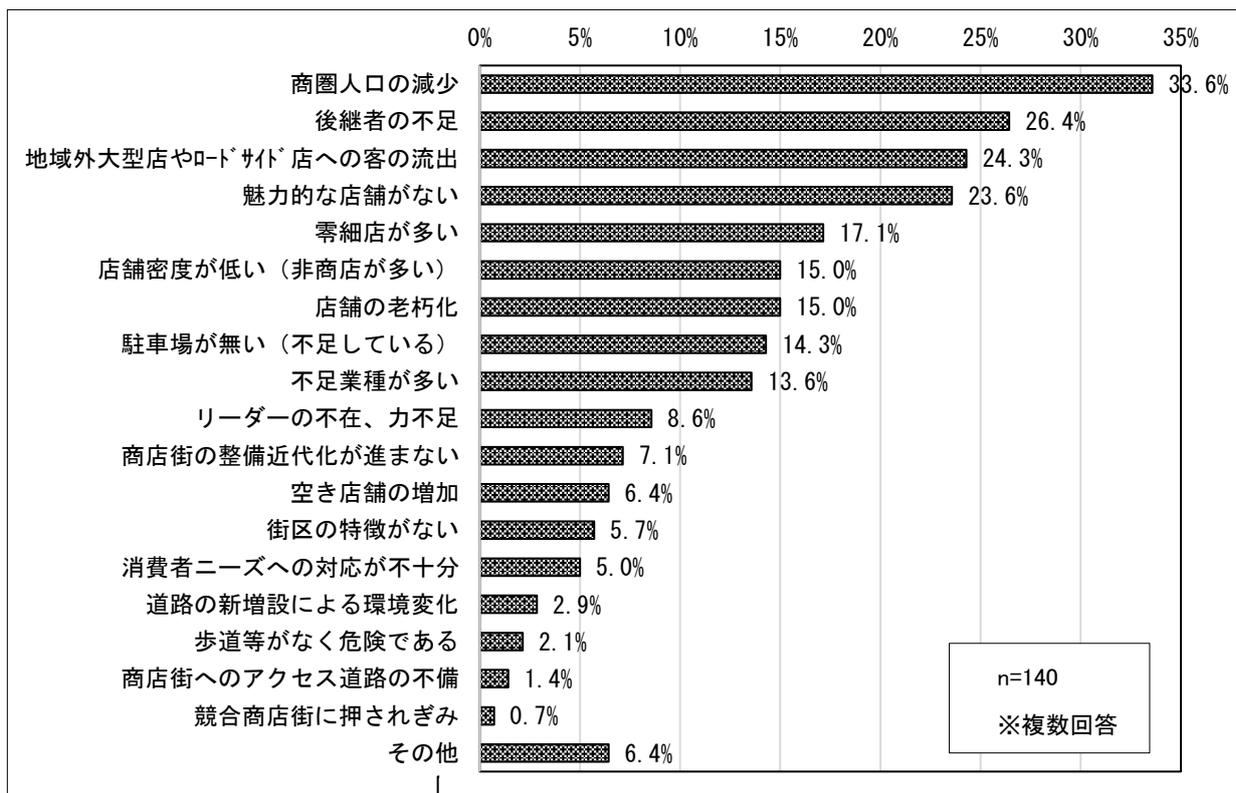
### (4) 特に効果のあった事業

特に個店の売上アップ、商店街の継続的なにぎわいの創出に効果があった事業については、「イベント事業」(25.7%)が最も多く、次いで「共同の販売促進事業」(22.1%)となっている。



### (5) 直面している課題

「商圈人口の減少」(33.6%)が最も多く、次いで「後継者の不足」(26.4%)、「地域外大型店やロードサイド店への客の流出」(24.3%)、「魅力的な店舗がない」(23.6%)となっている。

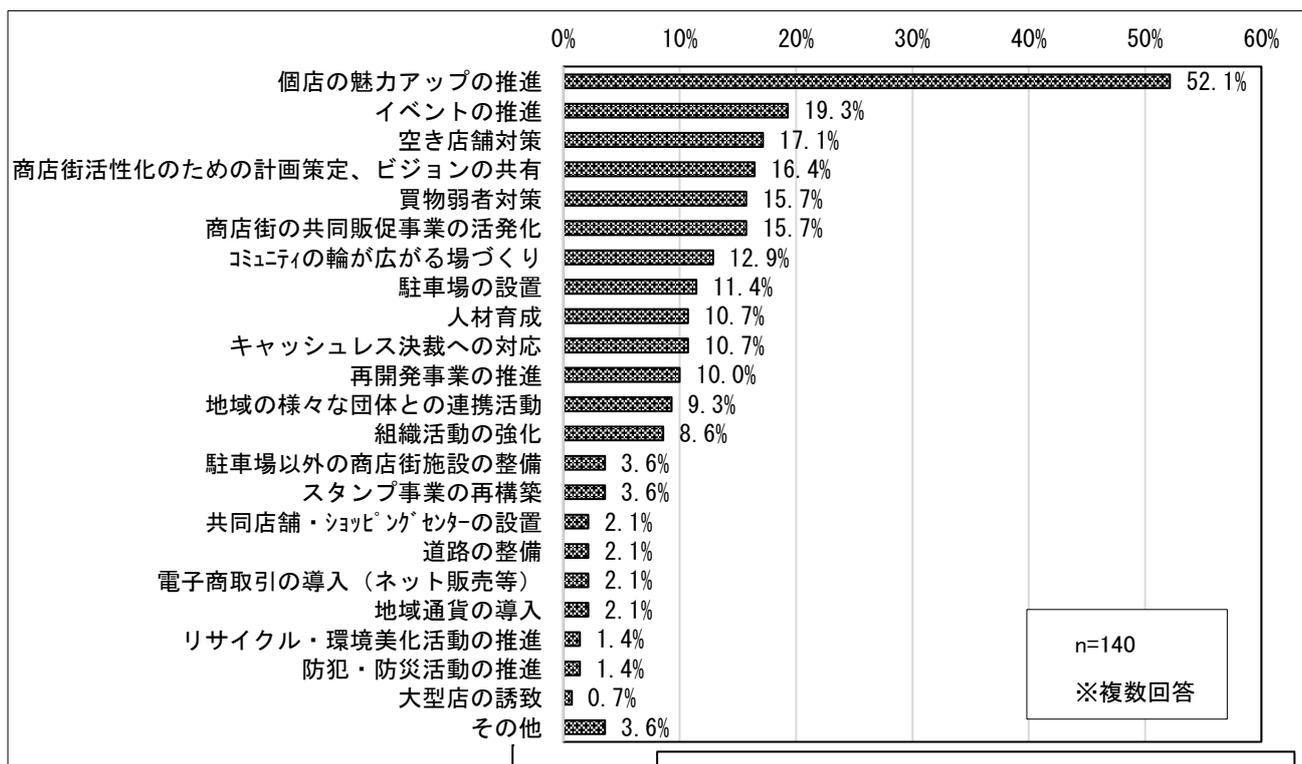


#### その他回答内容(抜粋)

- ・ マンション建設に伴う商店数の減少。
- ・ バス路線の廃止、縮小。
- ・ コロナの影響で観光客、人の流れが変わってしまった。
- ・ 商業会のエリアが広すぎる。

### (6) 魅力的な商店街となるために必要なもの

「個店の魅力アップの推進」(52.1%) が最も多く、次いで「イベントの推進」(19.3%)、「空き店舗対策」(17.1%) となっている。

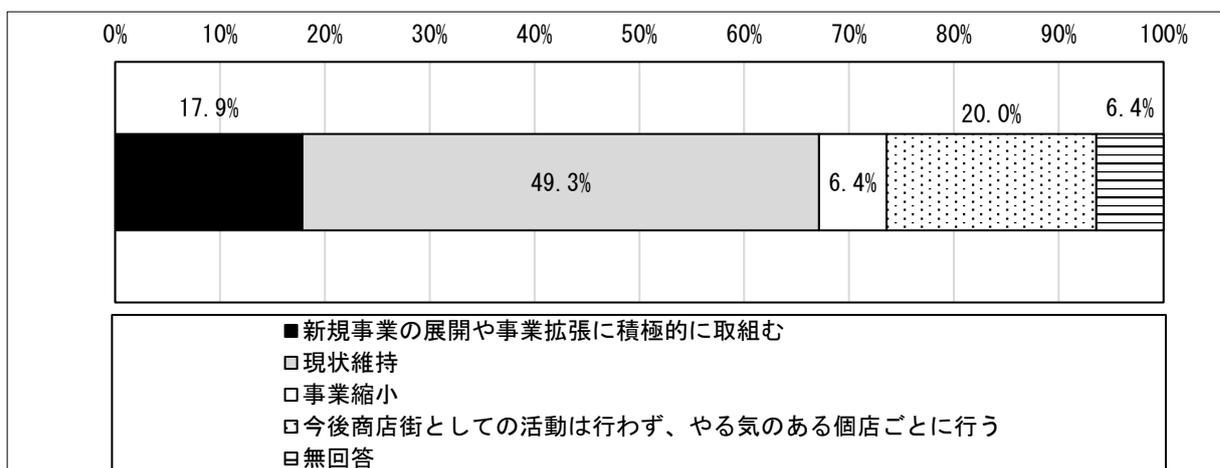


**その他回答内容(抜粋)**

- ・ 商店街へアクセスする交通機関の開通。
- ・ 公共施設の誘致。
- ・ 人口さえ増加すれば、商店街は復活できる。
- ・ 組合の未加入者への加入勧奨。

### (7) 今後の商店街活動

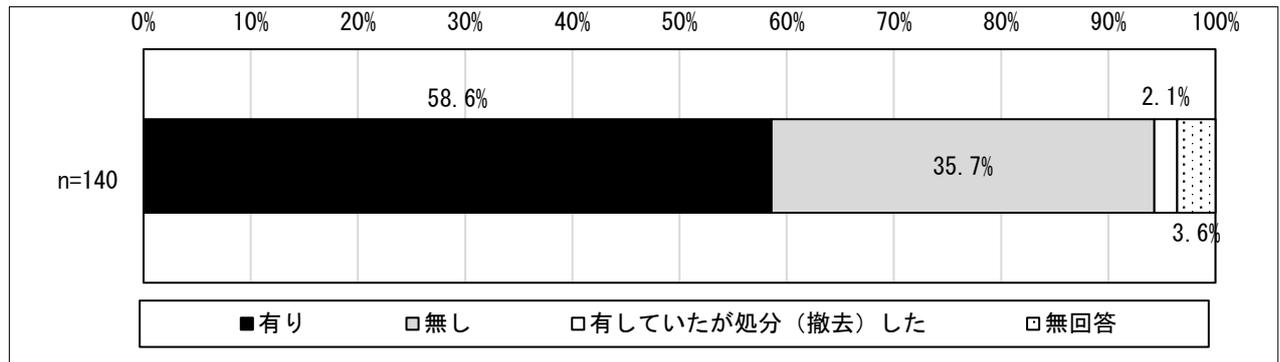
「現状維持」(49.3%) が最も多く、次いで「今後商店街としての活動は行わず、やる気のある個店ごとに行う」(20.0%)、「新規事業の展開や事業拡張に積極的に取り組む」(17.9%) となっている。



## 6 商店街の共用設備、共用施設について

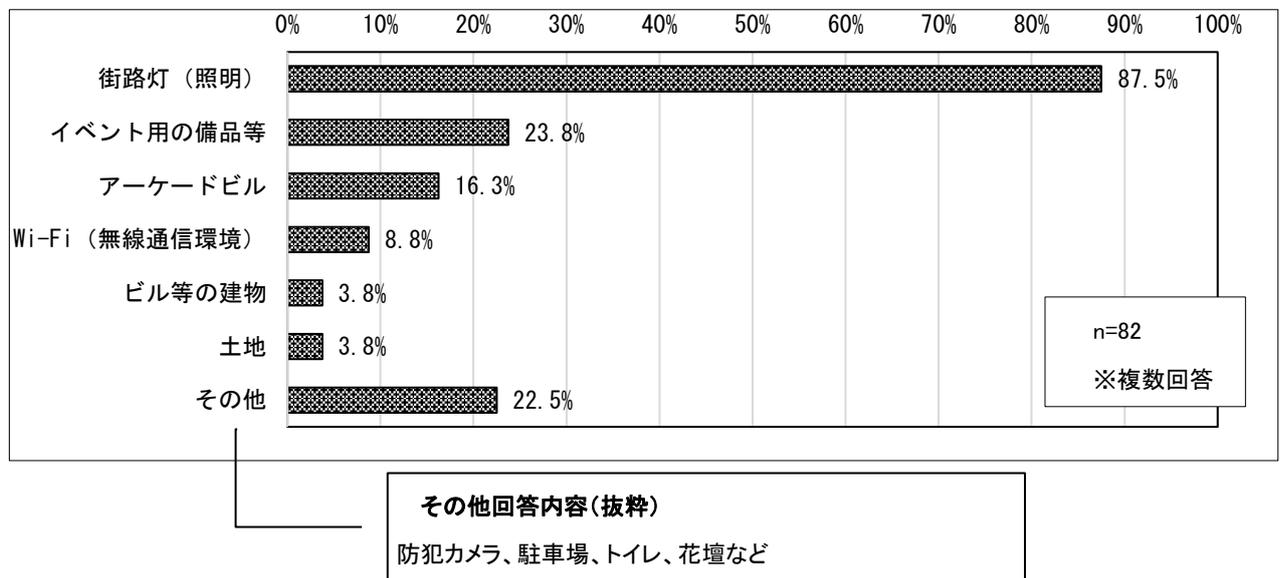
### (1) 商店街が有し、維持・管理を行っている共用設備・共用施設の有無

共用設備・共用施設を有する商店街が 58.6%と半数を超えている。



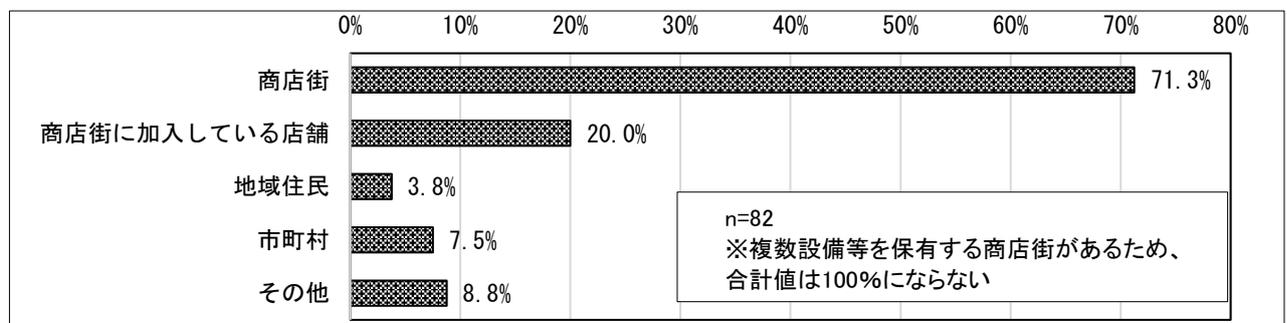
### (2) 保有する共用設備・共用施設の内容

(1) で「有り」と回答した 82 の商店街で保有する共用設備・共用施設は「街路灯（照明）」(87.5%) が最も多く、次いで「イベント用の備品等」(23.8%) となっている。



### (3) 保有する共用設備・共用施設の所有者

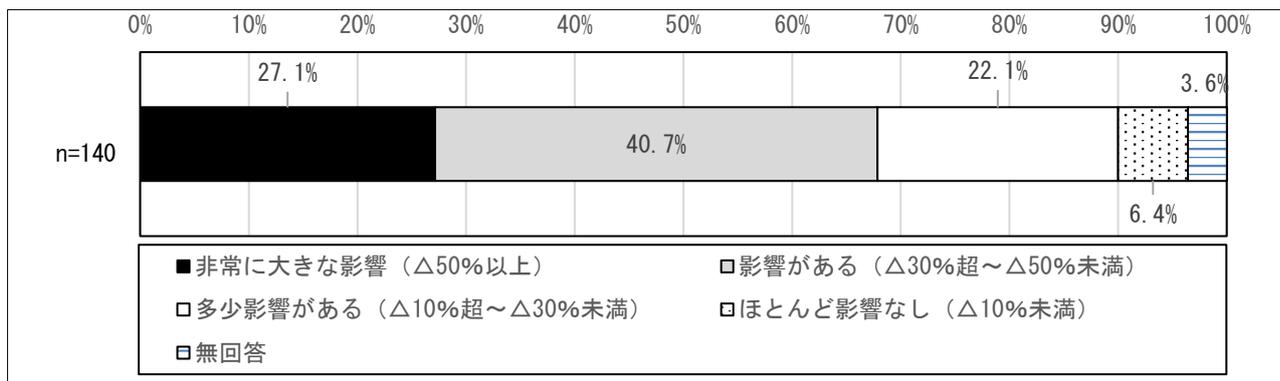
保有する共用設備・共用施設の所有者は「商店街」(71.3%) が最も多く、次いで「商店街に加入している店舗」(20.0%) となっている。



## 7 新型コロナウイルス感染症の流行による影響について

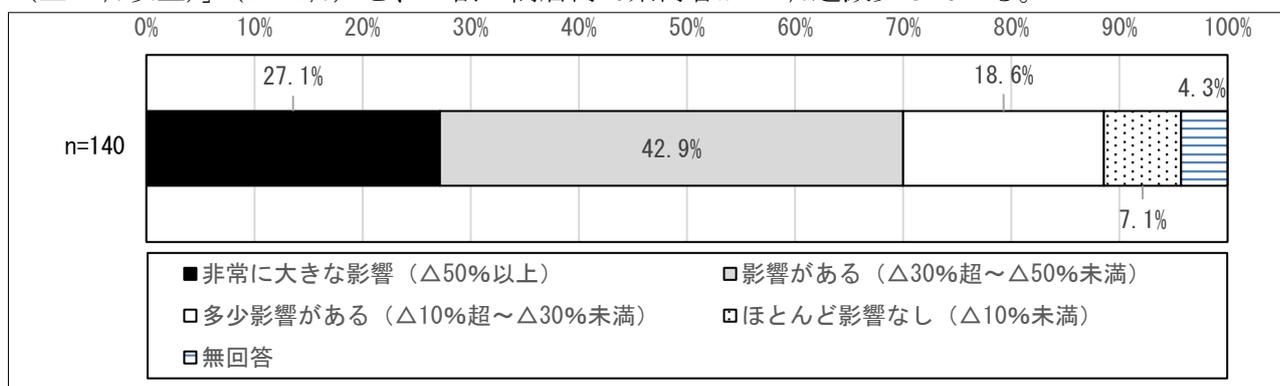
### (1) 新型コロナウイルス感染症の流行による「売上高」への影響

「影響がある（△30%超～△50%未満）」（40.7%）が最も多く、次いで「非常に大きな影響（△50%以上）」（27.1%）と、7割近くの商店街で売上高が△30%超の影響を受けている。



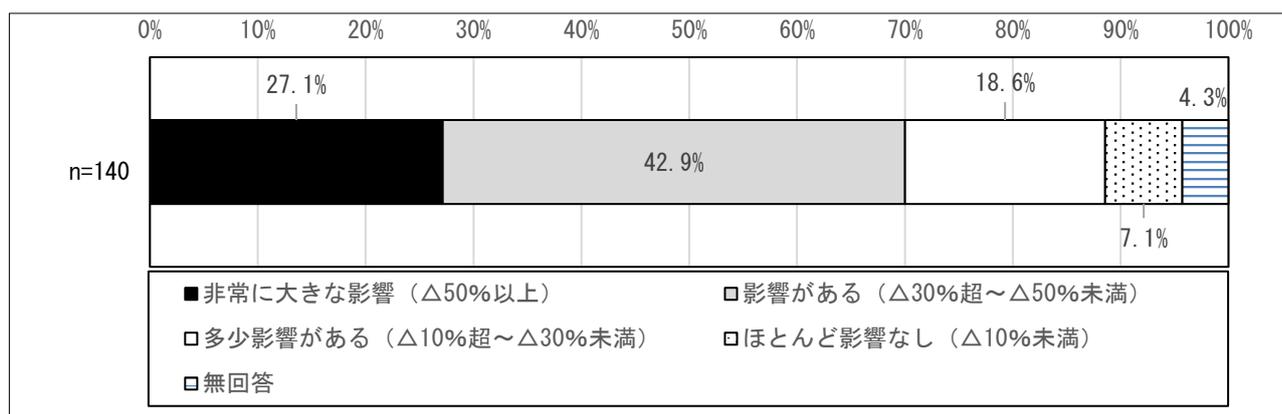
### (2) 新型コロナウイルス感染症の流行による「来街者数」への影響

「影響がある（△30%超～△50%未満）」（42.9%）が最も多く、次いで「非常に大きな影響（△50%以上）」（27.1%）と、7割の商店街で来街者が30%超減少している。



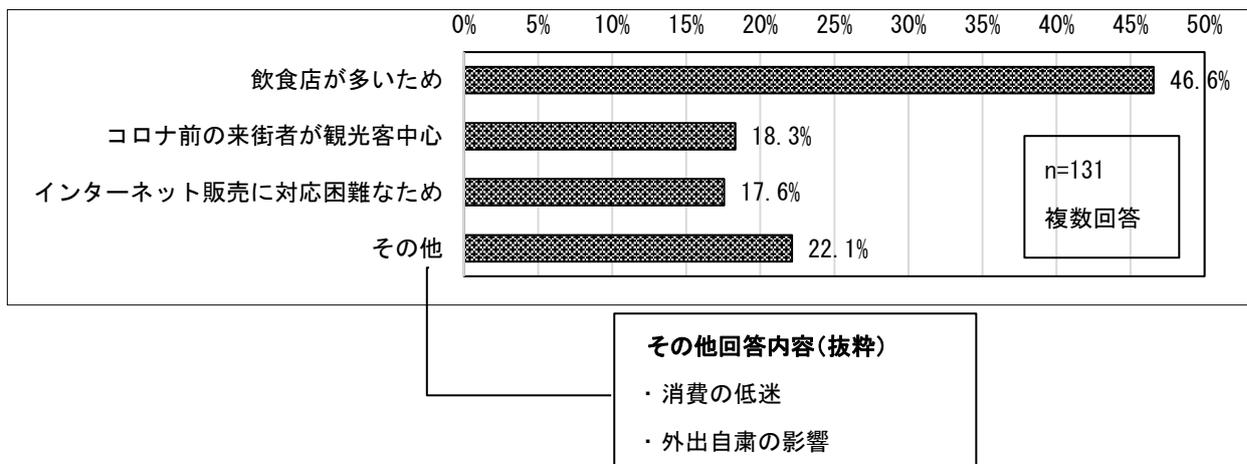
### (3) 新型コロナウイルス感染症の流行による「空き店舗数」への影響

「ほとんど影響なし（△10%未満）」（61.4%）が最も多く、次いで「多少影響がある（△10%超～△30%未満）」（17.9%）と、売上高及び来街者数と比べて及ぼす影響は小さくなっている。



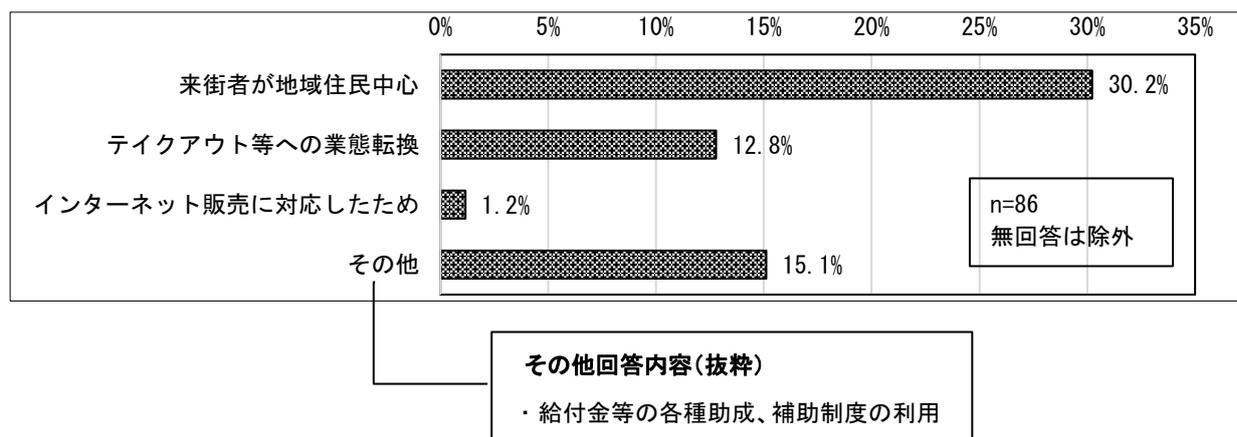
#### (4) 新型コロナウイルス感染症の流行により負の影響が生じた理由

(1)～(3)において、「非常に大きな影響」、「影響がある」、「多少影響がある」と回答した商店街で負の影響が生じた理由としては「飲食店が多いため」(46.6%)が最も多く、飲食店を中心に新型コロナウイルス感染症の影響が大きいことがうかがえる。



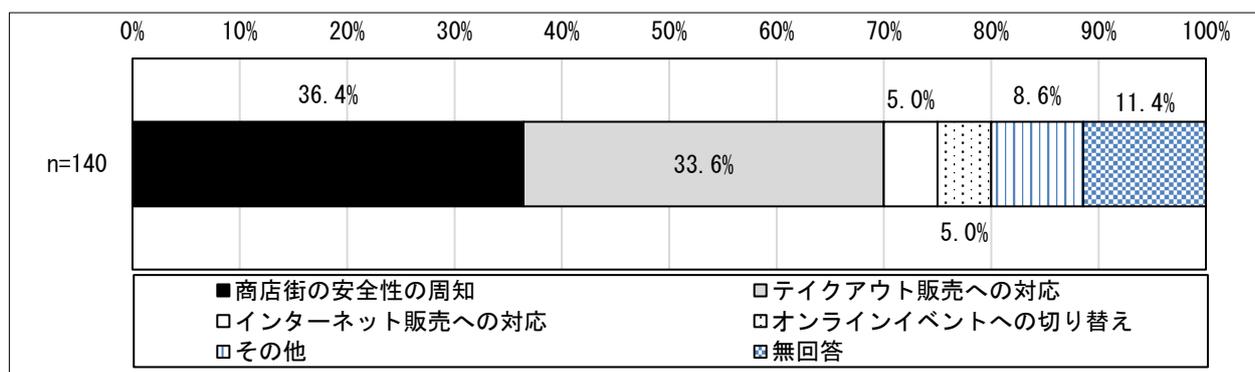
#### (5) 新型コロナウイルス感染症の流行の影響はなかった理由

(1)～(3)において、「ほとんど影響はない」と回答した商店街が理由として挙げたのは「コロナ前から来街者が地域住民中心」(30.2%)が最も多い。



#### (6) 新型コロナウイルス感染症の流行の影響を踏まえた商店街の新たな取組

新型コロナウイルス感染症流行の影響を受けて、新たに取り組んだ内容としては「商店街が安全安心に買い物できる場所であることを周知した」(36.4%)が最も多く、次いで「テイクアウト販売への対応」となっている。



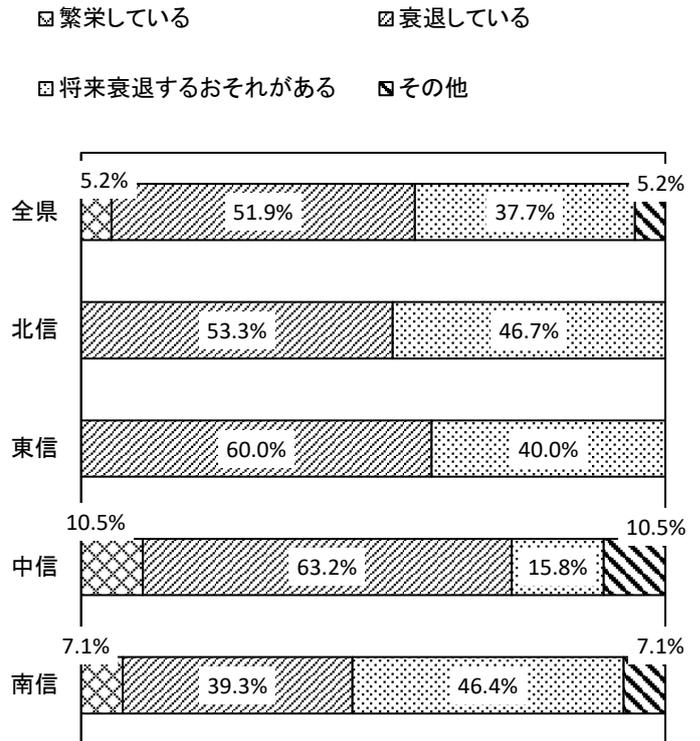
### Ⅲ 調査結果 2 (市町村アンケート調査)

#### 1 中心市街地 (中心部) の状況

##### (1) 中心市街地 (中心部) の状況

全県では「衰退している」が 51.9%、「将来衰退するおそれがある」が 37.7%となっている。

その他の意見として、「中心市街地及び商店街という箇所はない」等が挙げられている。



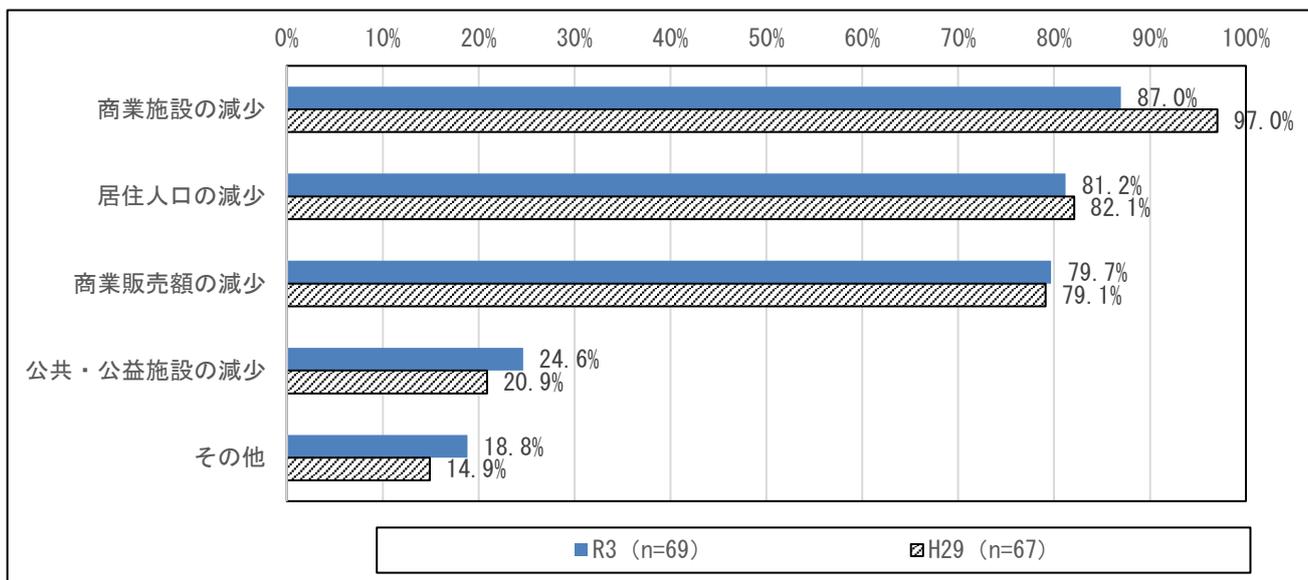
地域 母数	全県		北信		東信		中信		南信	
	母数	割合								
全県	77	100%	15	100%	15	100%	19	100%	28	100%
繁栄している	4	5.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	2	7.1%
衰退している	40	51.9%	8	53.3%	9	60.0%	12	63.2%	11	39.3%
将来衰退するおそれがある	29	37.7%	7	46.7%	6	40.0%	3	15.8%	13	46.4%
その他	4	5.2%	0	0.0%	0	0.0%	2	10.5%	2	7.1%

##### (2) 衰退により発生している現象

前問で「衰退している」、「将来衰退する恐れがある」と回答した市町村への質問。

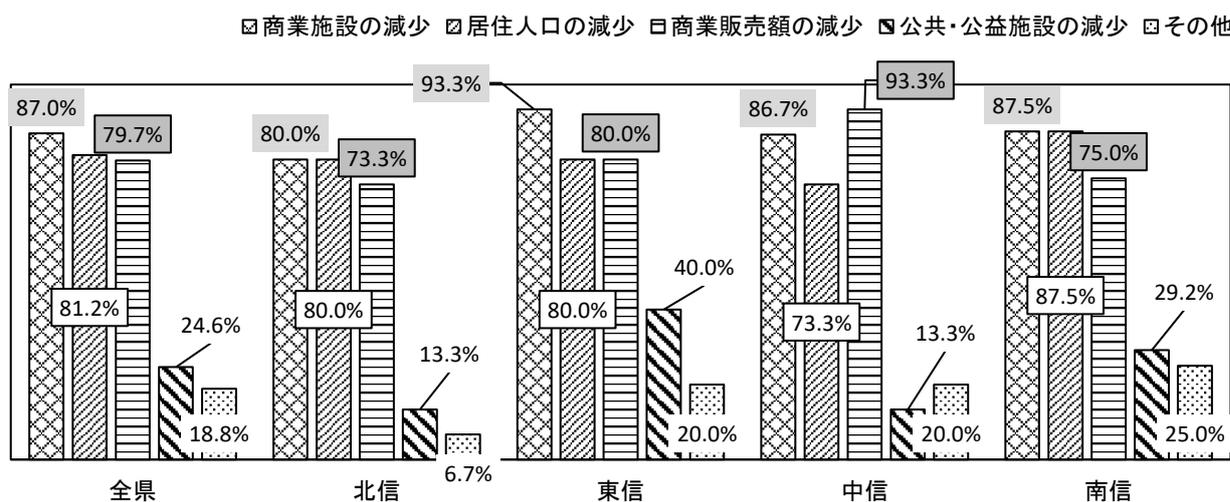
優先順位 1 位に挙げられたのは、全県では「居住人口の減少」(48.2%)、「商業施設の減少」(41.7%)が多い。その他として、「少子高齢化により働く人口が減少している」、「高齢化、後継者不足」、「後継者の不在」、「中心部を訪れる人数の減少」が挙げられている。

現象	優先順位					合計
	1	2	3	4	5	
居住人口の減少	27	12	14	3	0	56
	48.2%	21.4%	25.0%	5.4%	0.0%	100%
商業施設の減少	25	21	12	2	0	60
	41.7%	35.0%	20.0%	3.3%	0.0%	100%
商業販売額の減少	13	26	14	2	0	55
	23.6%	47.3%	25.5%	3.6%	0.0%	100%
公共・公益施設の減少	0	0	2	10	5	17
	0.0%	0.0%	11.8%	58.8%	29.4%	100%
その他	4	3	2	1	3	13
	30.8%	23.1%	15.4%	7.7%	23.1%	100%



・優先順位1位から5位までの合計

全県での現象では、「商業施設の減少」、「商業販売額の減少」、「居住人口の減少」が7割前後を占めている。



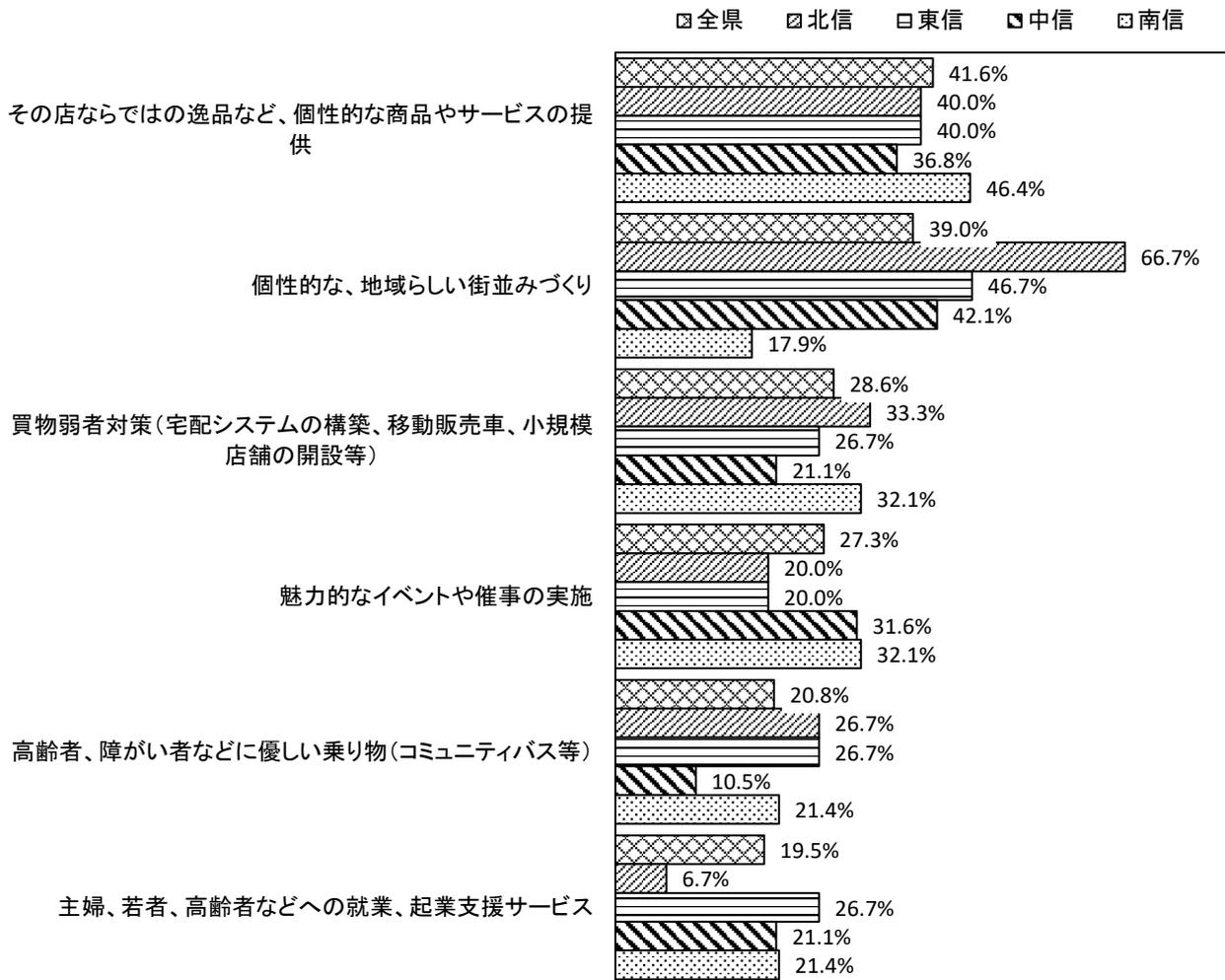
地域	全県		北信		東信		中信		南信	
母数	69	100.0%	15	100.0%	15	100.0%	15.0%	100.0%	24.0%	100.0%
商業施設の減少	60	87.0%	12	80.0%	14	93.3%	13	86.7%	21	87.5%
居住人口の減少	56	81.2%	12	80.0%	12	80.0%	11	73.3%	21	87.5%
商業販売額の減少	55	79.7%	11	73.3%	12	80.0%	14	93.3%	18	75.0%
公共・公益施設の減少	17	24.6%	2	13.3%	6	40.0%	2	13.3%	7	29.2%
その他	13	18.8%	1	6.7%	3	20.0%	3	20.0%	6	25.0%

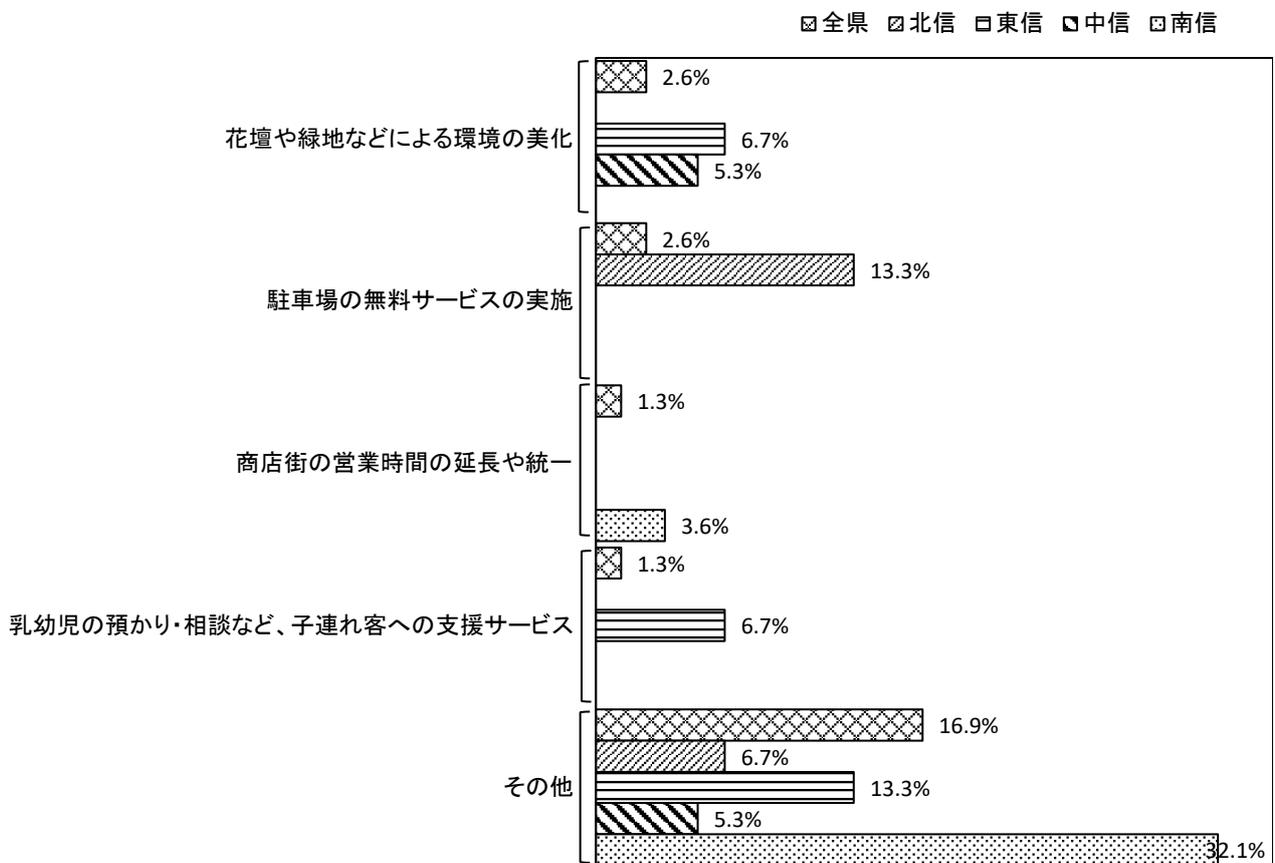
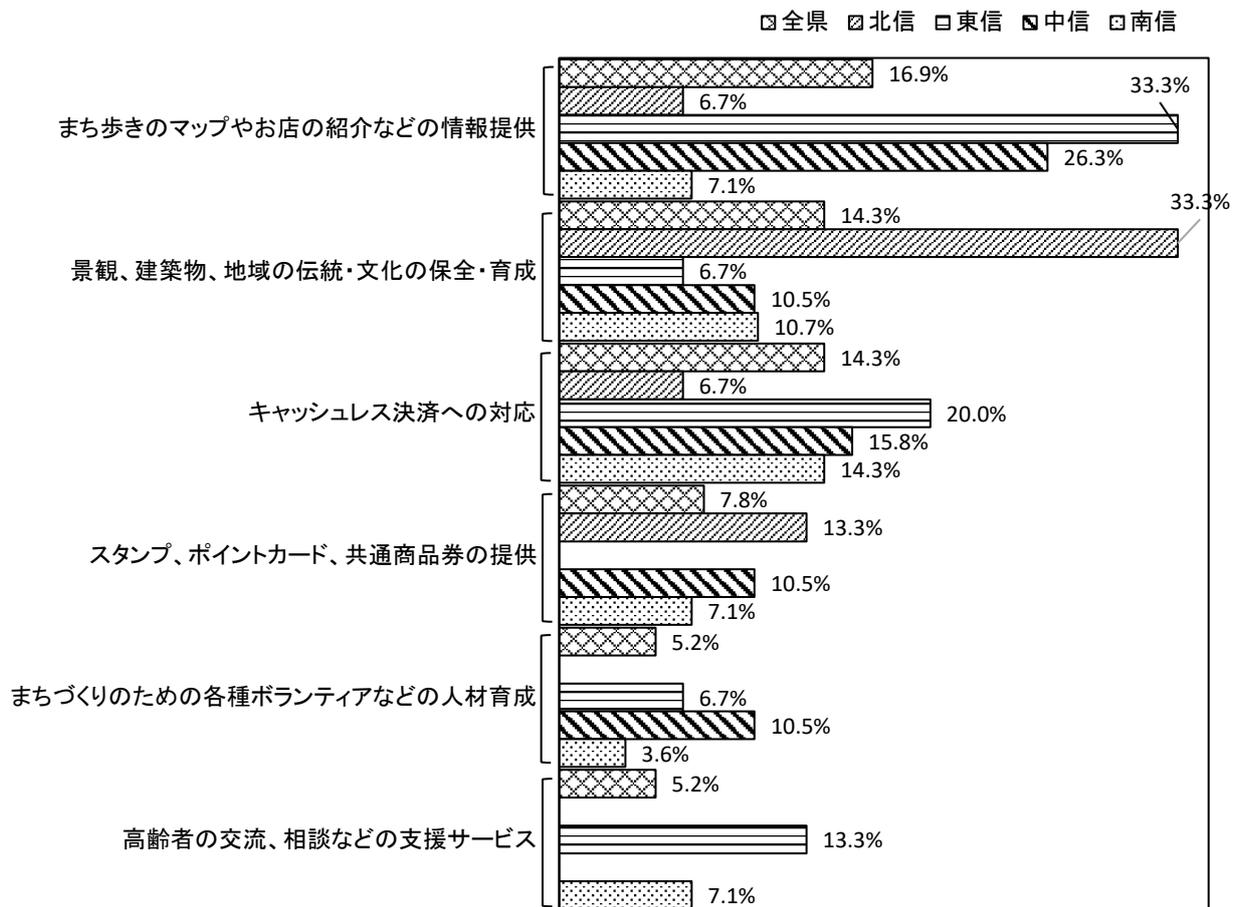
## 2 今後の中心市街地（中心部）活性化のために必要な取組

全県では「その店ならではの逸品など、個性的な商品やサービスの提供」が41.6%、「個性的な、地域らしい街並みづくり」が39.0%となっている。

その他として、「能動的で面白いことをやりたい人と、ヒトコトモノをマッチング」、「空き店舗の活用支援」（2件）、「自家用車の使用制限による誘客」、「道路や駐車場の整備」、「事業承継」、「最低数十台は止められる駐車場の整備と、10の特徴を持った店の増加」が上がっている。

地域	全県		北信		東信		中信		南信	
	母数									
その店ならではの逸品など、個性的な商品やサービスの提供	32	41.6%	6	40.0%	6	40.0%	7	36.8%	13	46.4%
個性的な、地域らしい街並みづくり	30	39.0%	10	66.7%	7	46.7%	8	42.1%	5	17.9%
買物弱者対策（宅配システムの構築、移動販売車、小規模店舗の開設等）	22	28.6%	5	33.3%	4	26.7%	4	21.1%	9	32.1%
魅力的なイベントや催事の実施	21	27.3%	3	20.0%	3	20.0%	6	31.6%	9	32.1%
高齢者、障がい者などに優しい乗り物（コミュニティバス等）	16	20.8%	4	26.7%	4	26.7%	2	10.5%	6	21.4%
主婦、若者、高齢者などへの就業、起業支援サービス	15	19.5%	1	6.7%	4	26.7%	4	21.1%	6	21.4%
まち歩きマップやお店の紹介などの情報提供	13	16.9%	1	6.7%	5	33.3%	5	26.3%	2	7.1%
景観、建築物、地域の伝統・文化の保全・育成	11	14.3%	5	33.3%	1	6.7%	2	10.5%	3	10.7%
キャッシュレス決済への対応	11	14.3%	1	6.7%	3	20.0%	3	15.8%	4	14.3%
スタンプ、ポイントカード、共通商品券の提供	6	7.8%	2	13.3%	0	0.0%	2	10.5%	2	7.1%
まちづくりのための各種ボランティアなどの人材育成	4	5.2%	0	0.0%	1	6.7%	2	10.5%	1	3.6%
高齢者の交流、相談などの支援サービス	4	5.2%	0	0.0%	2	13.3%	0	0.0%	2	7.1%
花壇や緑地などによる環境の美化	2	2.6%	0	0.0%	1	6.7%	1	5.3%	0	0.0%
駐車場の無料サービスの実施	2	2.6%	2	13.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
商店街の営業時間の延長や統一	1	1.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.6%
乳幼児の預かり・相談など、子連れ客への支援サービス	1	1.3%	0	0.0%	1	6.7%	0	0.0%	0	0.0%
その他	13	16.9%	1	6.7%	2	13.3%	1	5.3%	9	32.1%

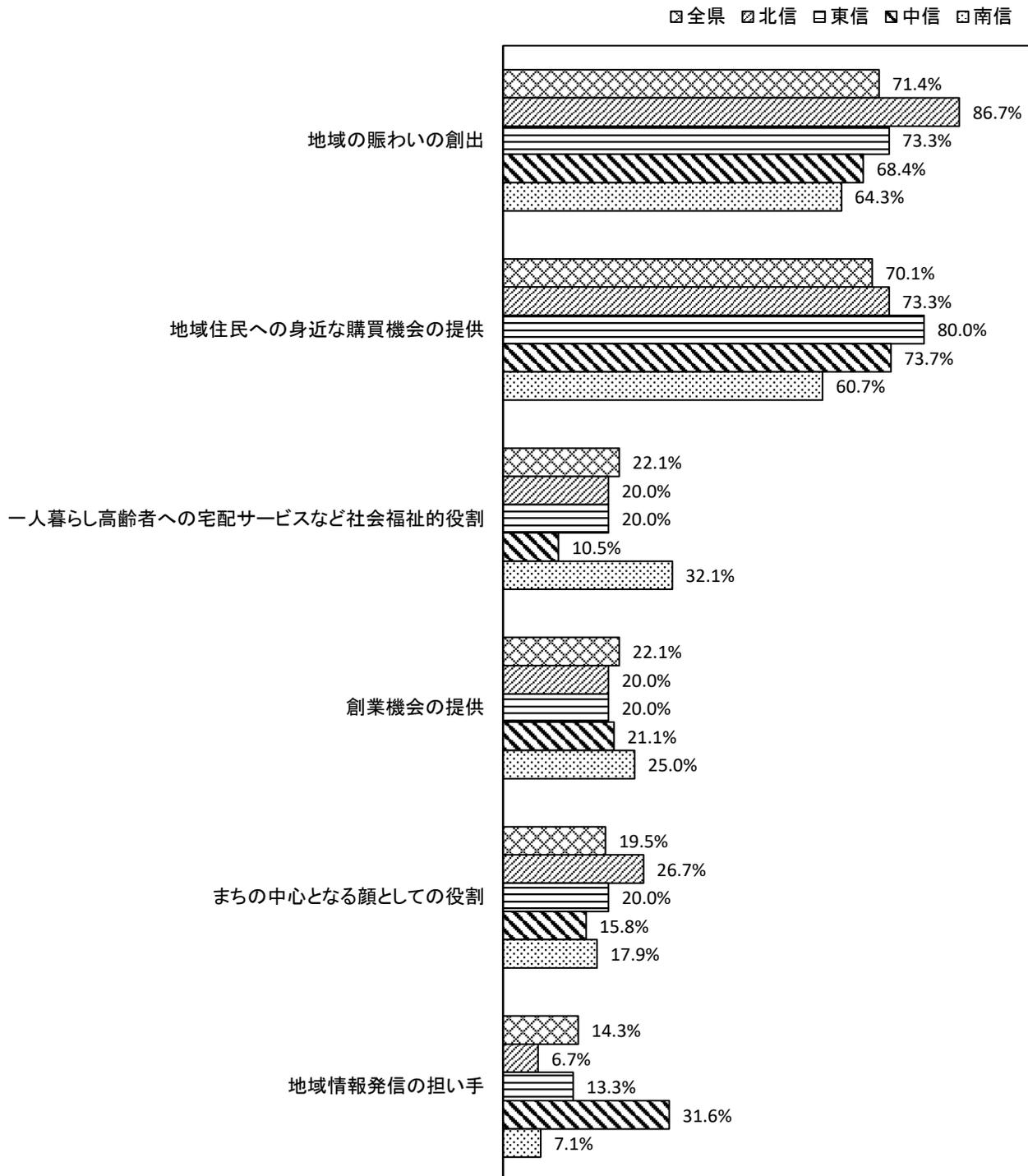




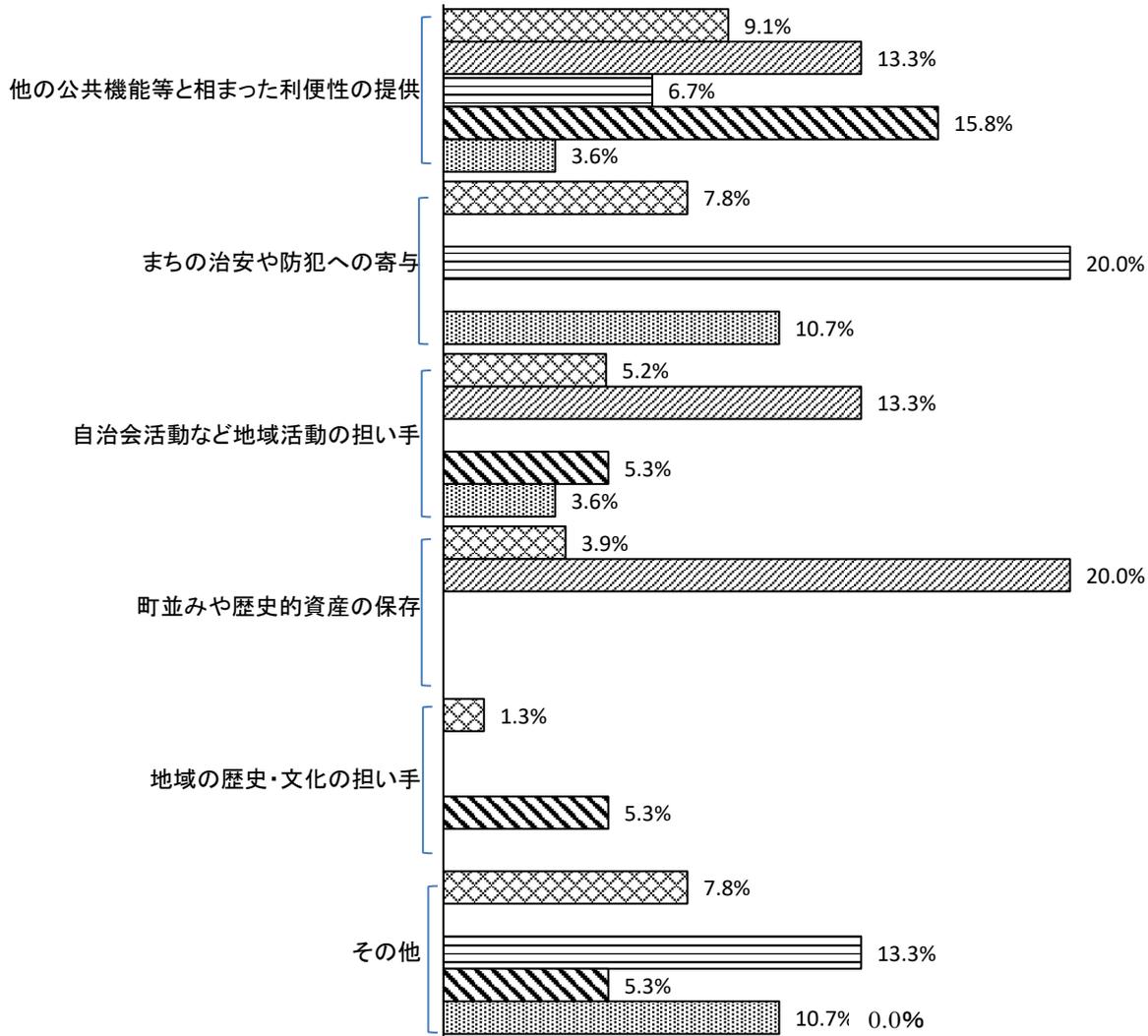
### 3 今後の中心市街地（中心部）活性化において商店街が担うべき役割

全県では「地域の賑わいの創出」、「地域住民への身近な購買機会の提供」の割合が高く、他を離して71.4%、70.1%となっている。

その他として、「能動的で面白いことをやりたい人と、ヒトコトモノのマッチング」、「民主導によるまちづくり体制の担い手」、「商店街が存在しない」が上がっている。



□ 全県 □ 北信 □ 東信 □ 中信 □ 南信



地域	全県	北信	東信	中信	南信
地域母数	77	15	15	19	28
地域の賑わいの創出	55	13	11	13	18
地域住民への身近な購買機会の提供	54	11	12	14	17
一人暮らし高齢者への宅配サービスなど社会福祉的役割	17	3	3	2	9
創業機会の提供	17	3	3	4	7
まちの中心となる顔としての役割	15	4	3	3	5
地域情報発信の担い手	11	1	2	6	2
他の公共機能等と相まった利便性の提供	7	2	1	3	1
まちの治安や防犯への寄与	6	0	3	0	3
自治会活動など地域活動の担い手	4	2	0	1	1
町並みや歴史的資産の保存	3	3	0	0	0
地域の歴史・文化の担い手	1	0	0	1	0
その他	6	0	2	1	3