Ⅳ. 空き店舗対策について

1. 商店街の空き店舗の状況

（1）商店街の空き店舗数

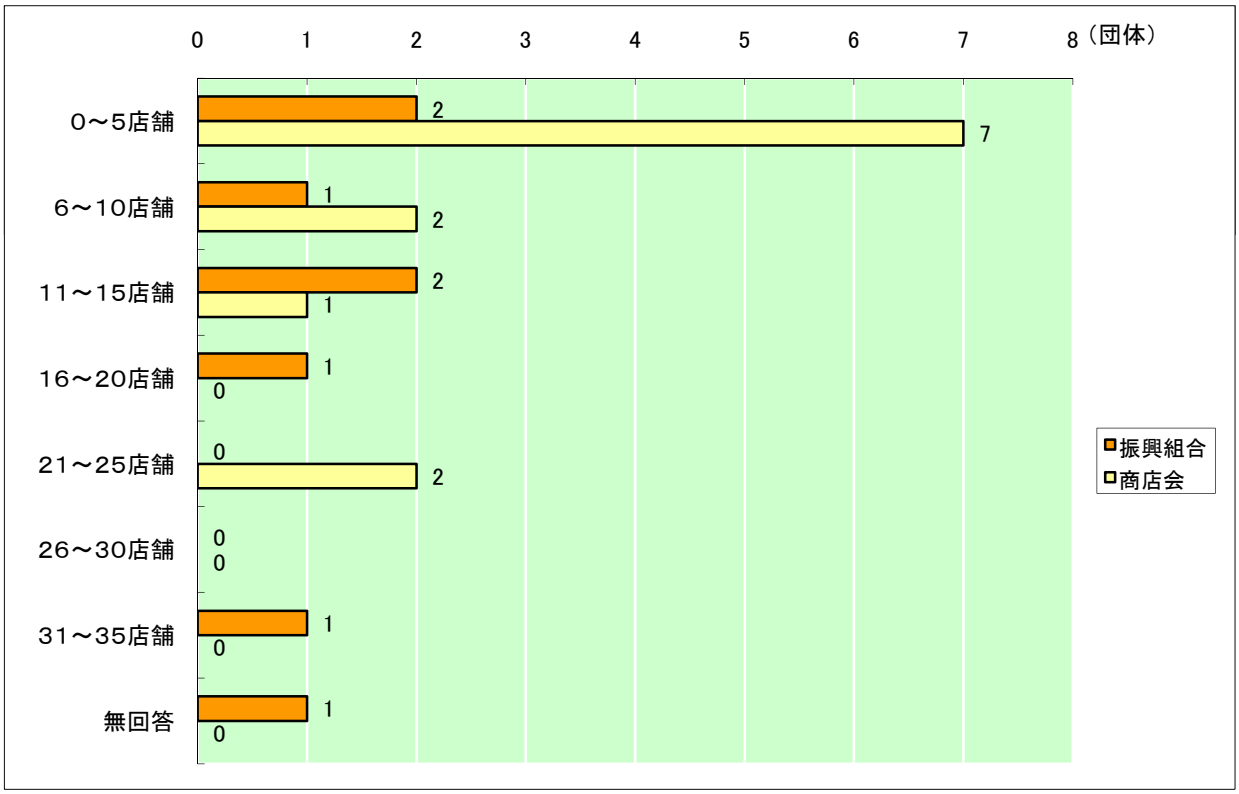
振興組合	商店会
88　店舗	83　店舗

※「空き店舗」とは、従前は店舗であったものが、現状空きスペース（空き地、空きビル、空き倉庫等）になっているもの。

■ 振興組合の平均空き店舗数は11店舗。空き店舗率は19.2%となっており、商店街を構成する店舗のほぼ2割が空き店舗となっている。
{空き店舗率＝空き店舗数／（空き店舗数＋商店街の店舗数）}

□ 商店会の平均空き店舗数は7店舗。空き店舗率は16.7%となっている。（図24）

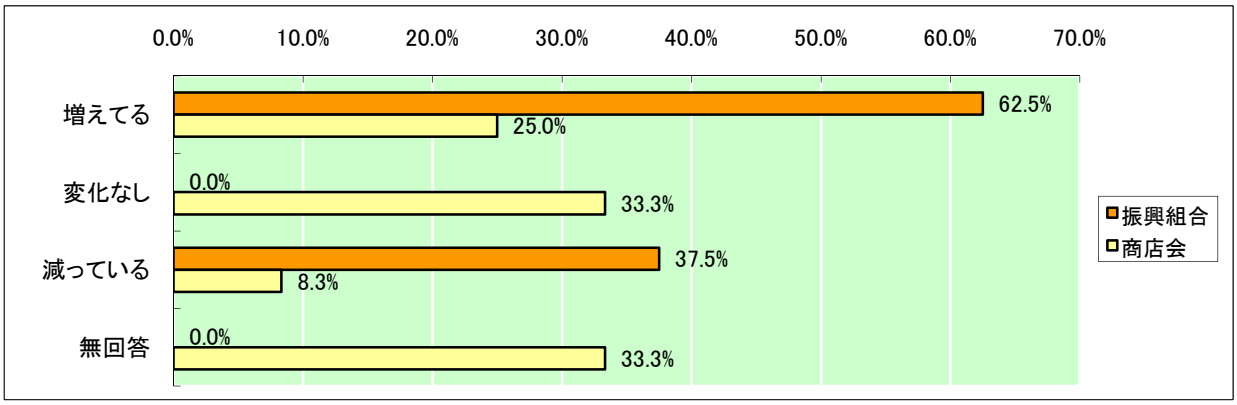
「図24　商店街の空き店舗数」（H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12）



（2） 空き店舗数の最近3年間の変化

■ 空き店舗数の最近3年間の変化については、約6割の振興組合が 「増えてる」(62.5%) と回答しており、「減っている」(37.5%) と回答した振興組合は地域が隣接している。(図25)

「図25 空き店舗数の最近3年間の変化」(H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12)

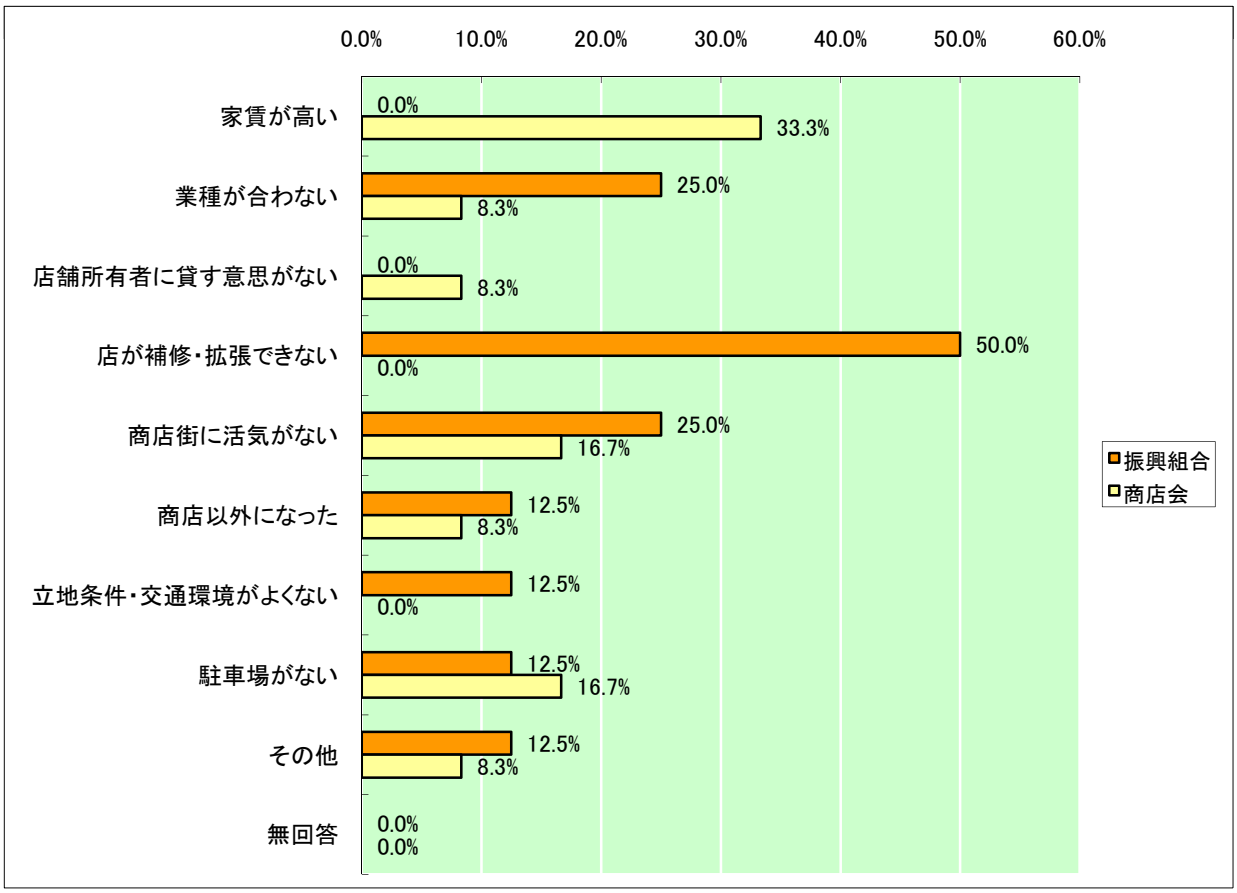


（3） 空き店舗が埋まらない理由

■ 振興組合で空き店舗が埋まらない理由については、「店が補修・拡張できない」(50.0%) が最も多く、次いで 「業種が合わない」(25.0%)、「商店街に活気がない」(25.0%) となっている。半数を超える回答はなく、空き店舗が埋まらない理由は様々である。

□ 商店会では、「家賃が高い」(33.3%) が最も多く、地域性の割には家賃が高止まりとなっている。(図26)

「図26 空き店舗が埋まらない理由(複数回答)」(H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12)

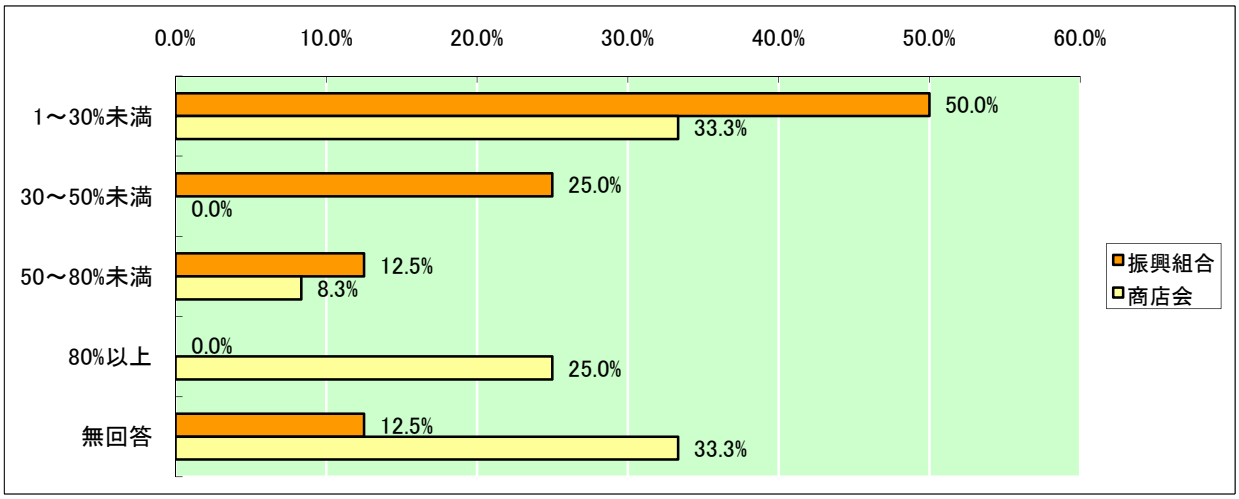


（4） 空き店舗の地権者による賃貸意思

■ 振興組合で空き店舗の地権者による賃貸等の意思がない割合については、「1～30%未満」（50.0%） が最も多く、次いで 「30～50%未満」(25.0%） となっている。

□ 商店会では、「無回答」(33.3%) と「80%以上」(25.0%) を合わせると半数を超えている。(図27)

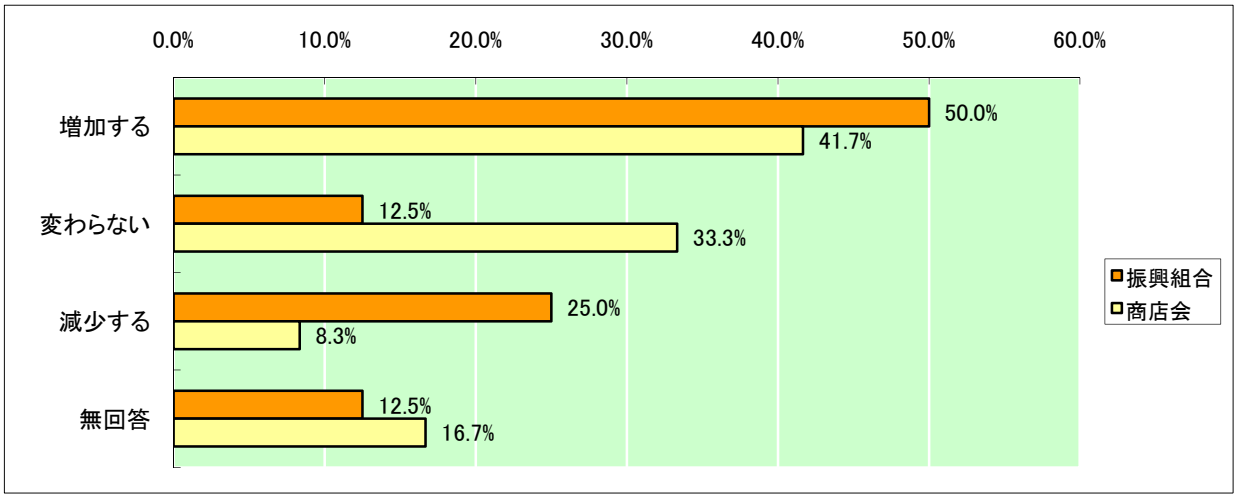
「図27　空き店舗の地権者による賃貸の意思がない割合」(H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12)



（5） 今後の空き店舗数の変化

■ 振興組合の今後の空き店舗の変化は、「増加する」(50.0%） が最も多く、次いで 「減少する」（25.0%） となっており、半数の振興組合で空き店舗数は、今後増加すると回答している。
なお、「減少する」 と回答した団体は、僅か2団体となっている。(図28)

「図28　今後の空き店舗数の変化」(H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12)

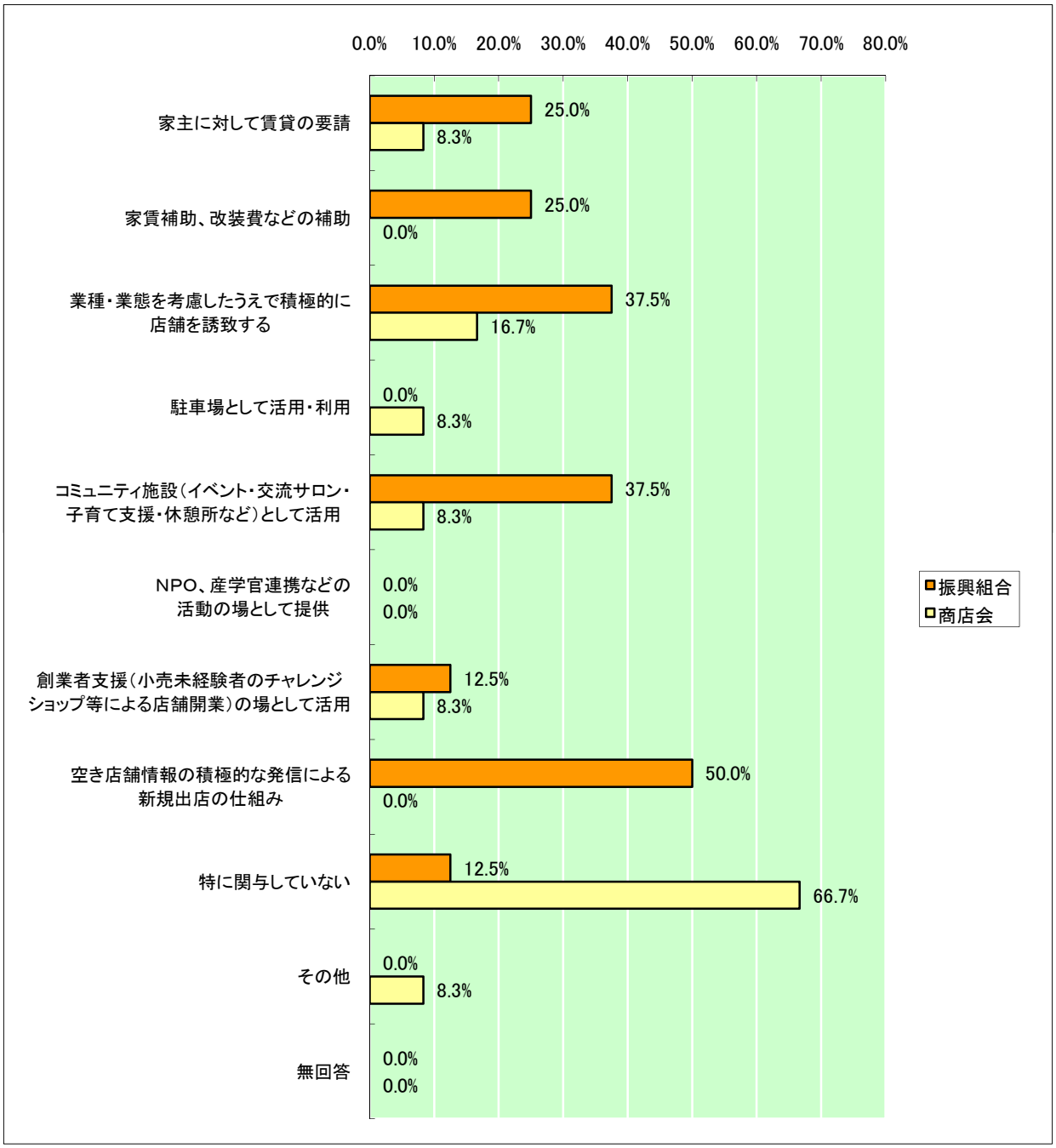


（6） 空き店舗発生に対しての取り組み

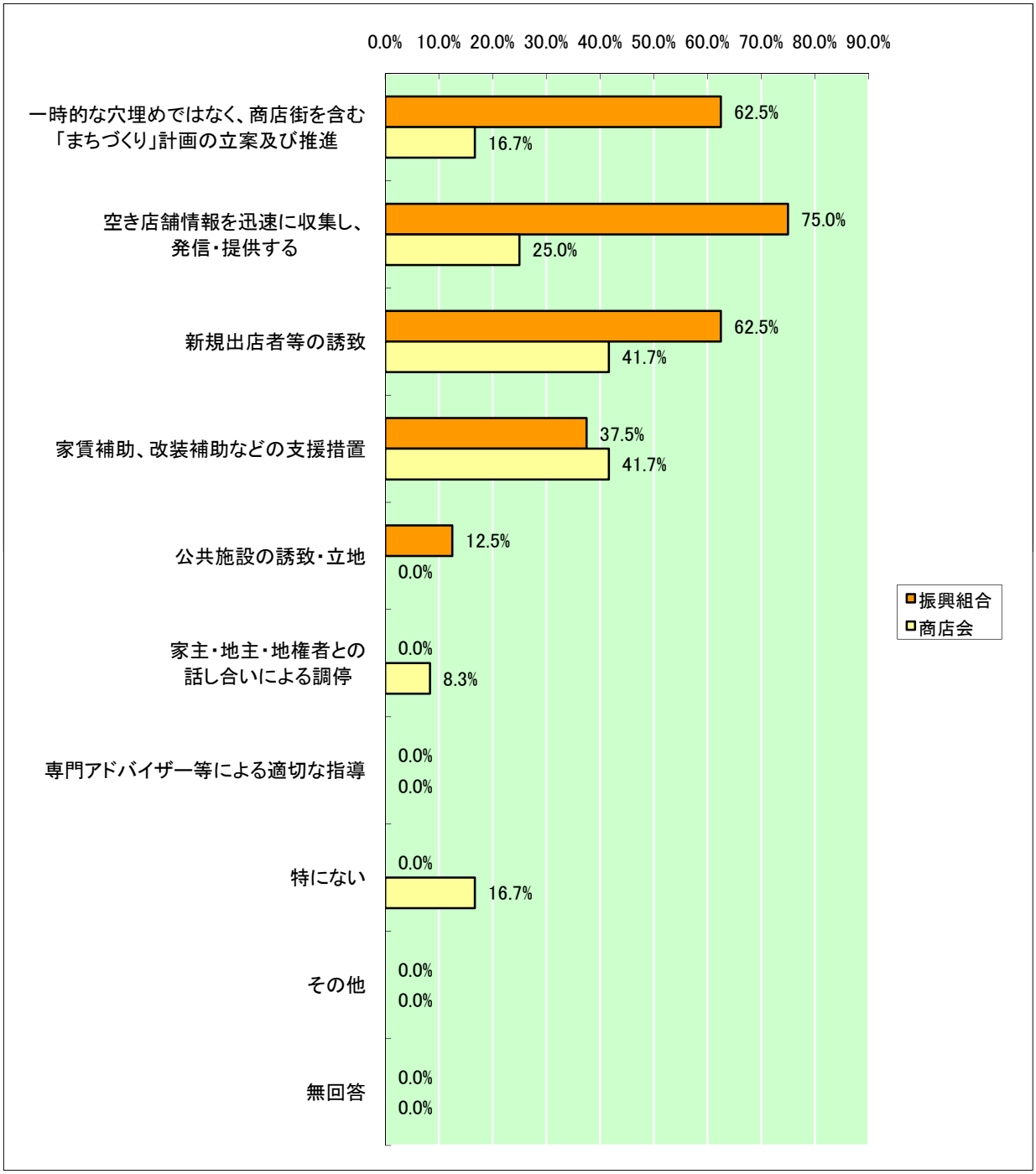
■ 振興組合の空き店舗発生に対しての取り組みについては、「空き店舗情報の積極的な発信による新規出店の仕組み」(50.0%) が最も多く、次いで 「業種・業態を考慮したうえで積極的に店舗を誘致する」(37.5%)、「コミュニティ施設(イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所など)として活用」(37.5%) となっている。

□ 商店会では、「特に関与していない」(66.7%) が突出している。(図29)

「図29 商店街の空き店舗解消の取り組み(複数回答)」(H22年度:振興組合N＝8:商店会N＝12)



（7） 空き店舗対策として行政等に望む支援

■ 振興組合で空き店舗対策として行政に望む支援策については、「空き店舗情報を迅速に収集し、発信・提供する」(75.0%) が最も多く、次いで 「一時的な穴埋めではなく、商店街を含む「まちづくり」計画の立案及び推進」(62.5%)、「新規出店者等の誘致」(62.5%) となっている。(図30)

「図30 空き店舗対策として行政に望む支援策（複数回答）」（H22年度：振興組合N＝8：商店会N＝12）