
コロナ禍における府内商店街等の 空き店舗実態調査 報告書

令和3年11月

一般財団法人 大阪商業振興センター

目 次

はじめに	1
Ⅰ 集計結果	2
1.商店街の属性	2
2.空き店舗の現況.....	4
3.新型コロナの影響	5
4.空き店舗対策	9
5.商店街の方向性.....	10
Ⅱ 考察	11
資料.....	13
1.単純集計結果.....	14
2.調査票.....	42
3.空き店舗対策検討委員会	46

はじめに

「コロナ禍における府内商店街等の空き店舗実態調査」(以下、「本調査」という)は、新型コロナの影響により、店舗の休廃業が増加していることから、早急に進行する空き店舗化の実態を把握し、今後の対策を検討するために実施した。本書は、この集計結果に空き店舗対策検討委員会の考察を添え説明する報告書である。

調査内容は、「1.商店街の属性」、「2.空き店舗の現況」、「3.新型コロナの影響」、「4.空き店舗対策」の4項目から構成した。「1.商店街の属性」では、商店街の規模や特徴を把握するために、会員数、業種構成、商店街のタイプ、新型コロナ前後の来街者数を尋ねている。特に、より実態に迫る分析を行うため、商店街を「超広域型」「広域型」「地域型」「近隣型」に4類型し、各商店街がどのタイプに当てはまるかも尋ねた。「2.空き店舗の現況」では、空き店舗数と空き店舗になっている期間、空き店舗になった理由や対策、新型コロナ発生後の変化を尋ねている。「3.新型コロナの影響」では、核店舗の撤退、酒類を提供する飲食店の現況、新型コロナの影響等を尋ねている。「4.空き店舗対策」では、空き店舗の影響、共同で実施すべき空き店舗対策、各商店街が目指す方向及び誘致したい店舗や施設等を尋ねている。これらは、本調査に先立ち立案した以下の仮説を検証するための設問である。

①コロナ禍では、全商店街で空き店舗数が増加し、空き店舗の期間が長期化している。

②空き店舗の発生状況は、商店街のタイプ(立地・業種構成)により異なる。

飲食店・サービスが多い超広域型・広域型の商店街は、食料品店・物販店が多い近隣型・地域型の商店街よりも、来街者数の減少率が大きく、賃料も高いため、空き店舗の発生率が高い。

③空き店舗の家主は一時的な賃料減免策以外にテナント確保の手段が見いだせずにいる。

家主と営業者の両方に利点がある賃貸形態の開発、リーシング(テナント誘致)の推進が望まれている。

④大型核店舗や有力専門店が撤退した商店街は、これに替わる店舗を望んでいる。

しかし、これまでに商店街が、直接、空き店舗のリーシングを行ったことはない。

⑤商店街は、自治体等にリーシング機能の発揮を望んできたが、実現・継続されていない。

⑥国は、商店街を単独型、複合型、転換型に3分類し、特に最多と思われる複合型には多様な住民ニーズに対応できるマルチな機能を求めている。

⑦新たな出店者がいない大型空き店舗等をかかえる商店街は、そこにコミュニティ機能を発揮する施設等を誘致することで、新たな集客力を発揮させたいと思っている。

⑧近年、中心市街地のまちづくり会社等が、より直接的に空き店舗の解消を図っている。商店街でもニーズがあり、同様の事業体、仕組みを整えることができれば、新たな空き店舗対策が可能になる。

結果的に、約500団体の商店街等に調査票を配布し、その半数から回答を得ることができた。調査票の回収率が高くなったのは、各商店街の危機感の現れであろうと思われる。また、回答がなかった商店街は、事務局機能を有しない小規模な商店街が多く、本来、これらが回答していたなら、結果はより厳しいものになったとも思われる。関係各位におかれては、新型コロナ禍における商店街等の振興に本書をお役立て頂きたい。

2021年11月

空き店舗対策検討委員会 委員長 千田 忠司

I. 集計結果

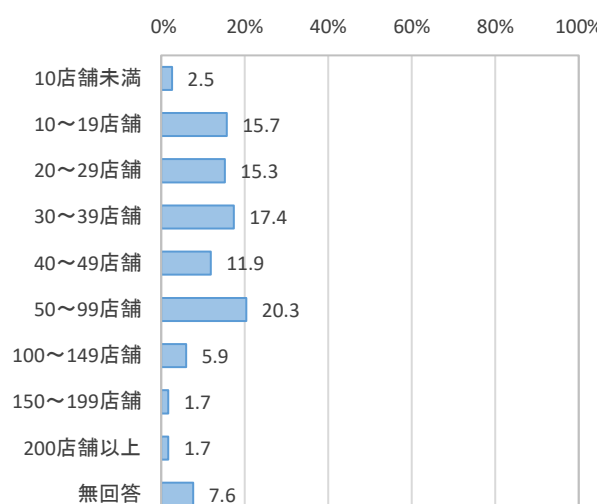
1. 商店街の属性

本調査に回答した商店街の平均像は、店舗数が 48 店、商店街への加入率¹が 85%であり、業種構成は小売業が 40%、飲食業が 25%、サービス業が 17%、その他が 14%である。(図表 1-1～3)

商店街のタイプ²は、近隣型が最多で 48%、地域型と合わせると 67%となり、超広域型と広域型が合わせて 11%である。業種構成については、いずれのタイプも小売業が最多である。近隣型と地域型は似た業種構成であるが、超広域型と広域型は、小売業やサービス業の占める割合に違いがある。(図表 1-4～5)

新型コロナ発生前の平均来街者数は、平日で 10,064 人、休日で 11,748 人である。(図表 1-6～7)

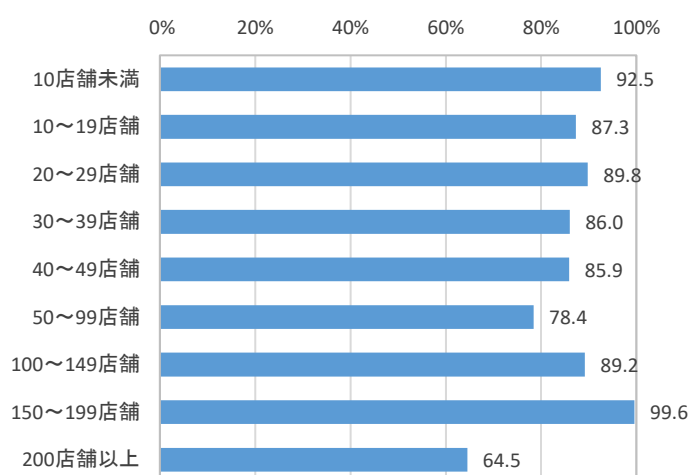
〔図表 1-1〕 全店舗数



(店)

平均値	48.3	最大値	400
中央値	36	最小値	2

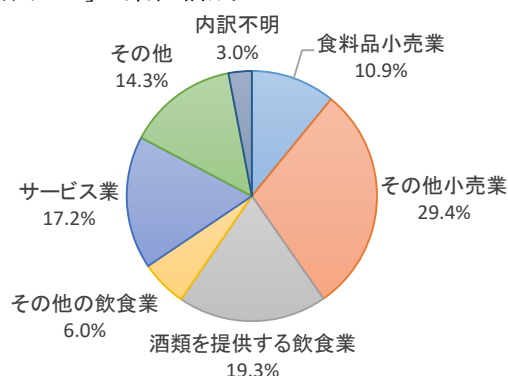
〔図表 1-2〕 商店街加入率



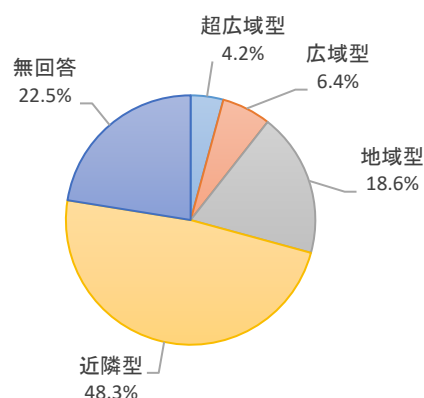
(%)

平均値	85.3	最大値	107
中央値	92	最小値	24

〔図表 1-3〕 業種構成



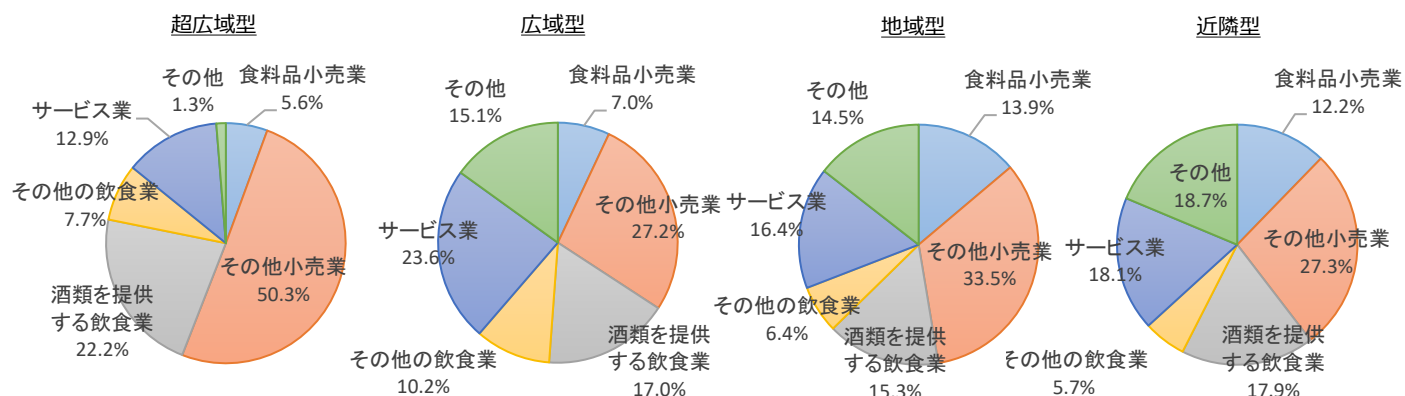
〔図表 1-4〕 商店街のタイプ



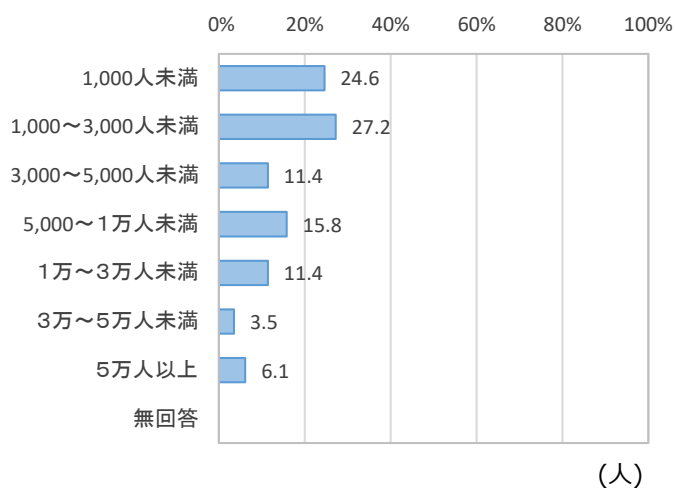
¹ 全店舗数に占める商店街に加入する店舗数の割合

² ①超広域型:百貨店や量販店等の大型店、有名専門店、高級専門店があり、遠距離から来街する商店街。②広域型:百貨店、量販店などの大型店があり、最寄品よりも買回品が多い商店街。③地域型:最寄品と買回品が両方あり、徒歩や自転車だけでなくバスや自家用車等で来街する商店街。④近隣型:最寄品中心で、近隣住民が徒歩や自転車で買物にくる商店街

[図表 1-5] タイプ別業種構成

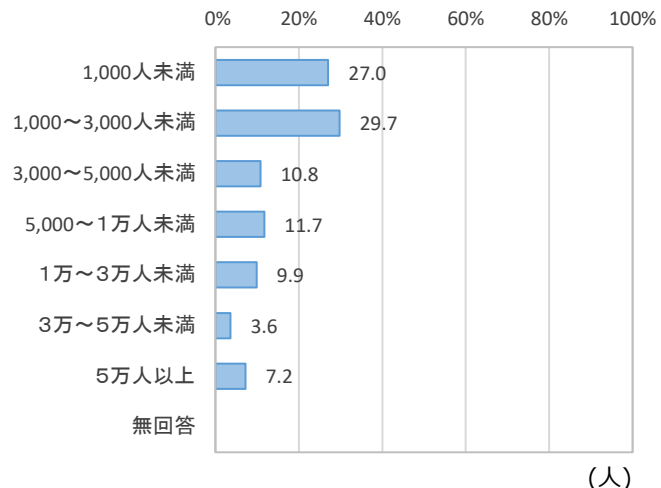


[図表 1-6] 平日の来街数



平均値	10,063.9	最大値	150,000
中央値	2,500	最小値	30

[図表 1-7] 休日の来街者数



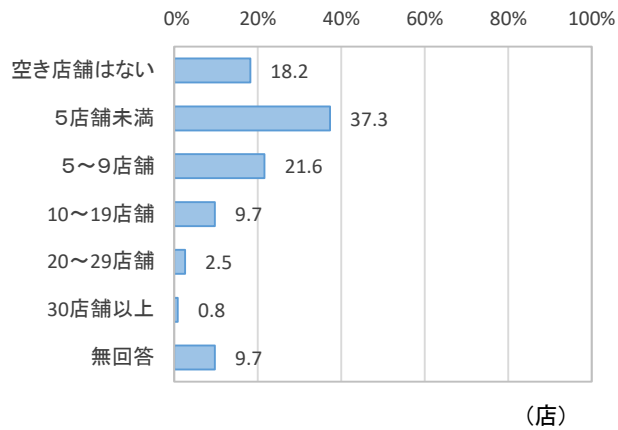
平均値	11,748.3	最大値	190,000
中央値	2,200	最小値	20

2. 空き店舗の現況

空き店舗の実数は平均5店であり、空き店舗率³は平均12.6%である。空き店舗数は5店舗未満が多く、空き店舗率は全店舗数が20～29店の商店街で17.9%と高い。(図表2-1～2)

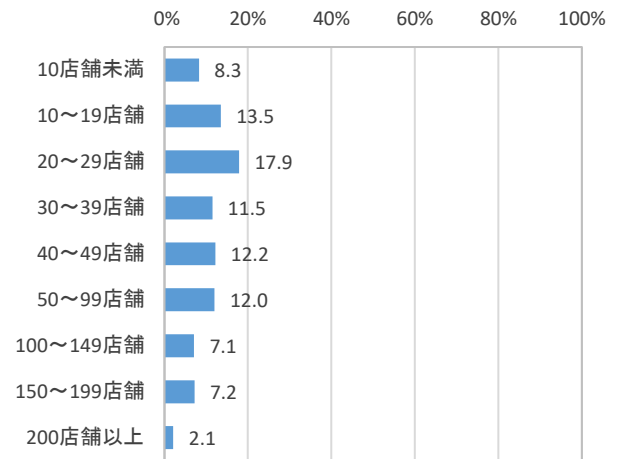
空き店舗になっている期間は平均23ヶ月間であり、空き店舗のままである理由は「賃料等の条件が合わない」が46%、「困らないのでそのまま」が31%、「もう貸す気がない」が11%の順である。(図表2-3～4)

[図表 2-1] 現在の空き店舗数



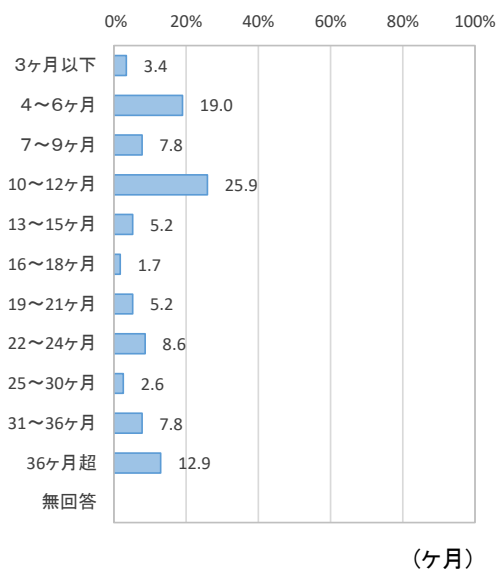
平均値	5.0	最大値	30
中央値	3	最小値	0

[図表 2-2] 空き店舗率



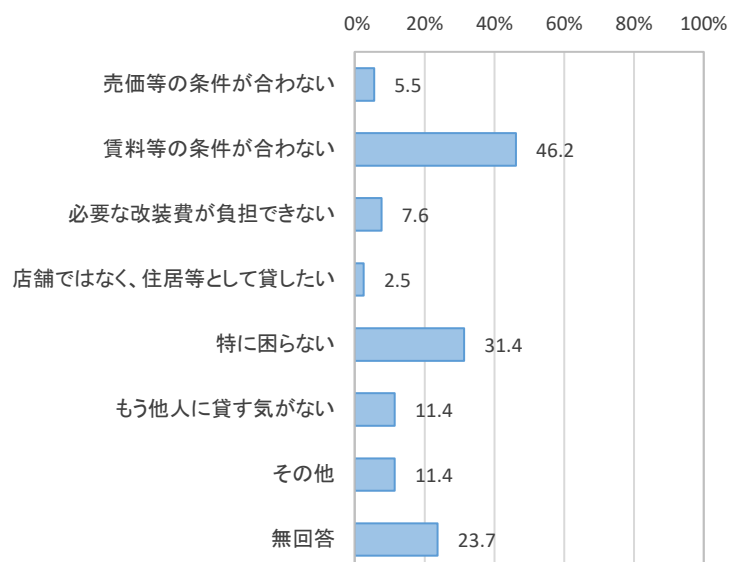
平均値	12.6	最大値	92
中央値	9	最小値	0

[図表 2-3] 空き店舗になっている期間



平均値	23.3	最大値	120
中央値	12	最小値	2

[図表 2-4] 空き店舗のままである理由



³ 全店舗数に占める空き店舗の割合

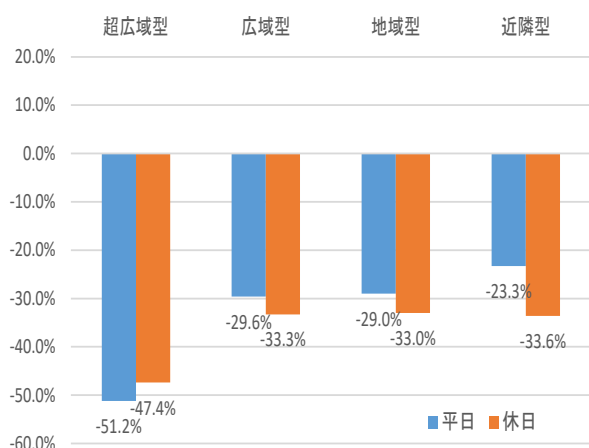
3. 新型コロナの影響

新型コロナ発生による来街者数の減少は、広域型商店街で平日が－51%、休日が－47%と著しい。広域型、地域型、近隣型商店街も軒並み 2～3 割前後減少している。平日と休日を比較すると、広域型商店街は平日の減少が多く、他の商店街は休日の減少が多い。(図表 3-1)

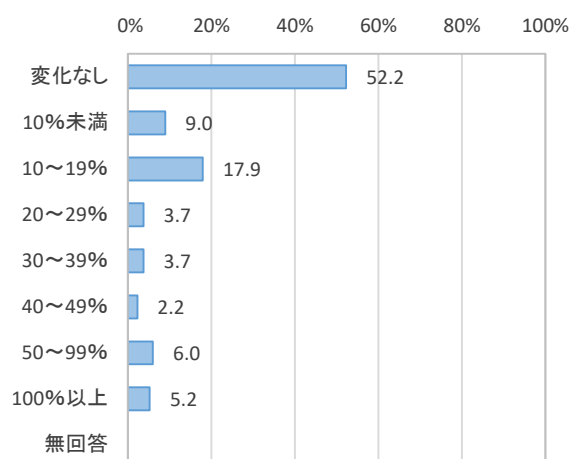
同様に、新型コロナ発生による空き店舗数の増加は、平均で＋23.9%である。退店が多い業種は、小売業が 32%、飲食業が 28%、サービス業が 13%、その他が 15%の順であり、退店の理由は「自店の客数減少」が 37%、「商店街の客数減少」が 24%、「家賃の支払い困難」が 23%、「営業規制」が 12%の順である。(図表 3-2～4)

[図表 3-1] 来街者数の増減

(平均値)		超広域型	広域型	地域型	近隣型
平日	コロナ(前)	53,051.14	15,280.10	9,367.81	2,122.72
	コロナ(後)	25,903.14	10,749.70	6,650.50	1,627.56
	増加率	-51.2%	-29.6%	-29.0%	-23.3%
休日	コロナ(前)	73,587.43	20,194.10	9,904.76	1,628.65
	コロナ(後)	38,711.86	13,477.40	6,641.05	1,082.07
	増加率	-47.4%	-33.3%	-33.0%	-33.6%

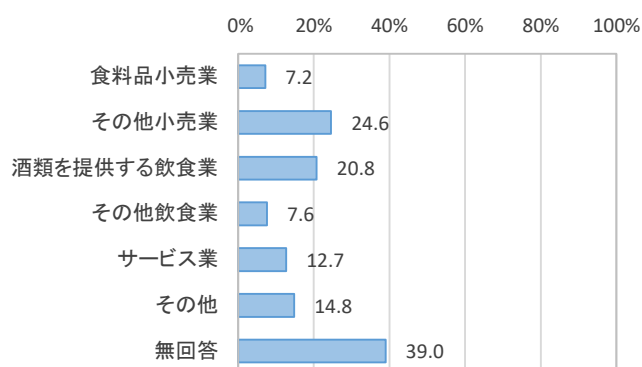


[図表 3-2] 空き店舗の増加率

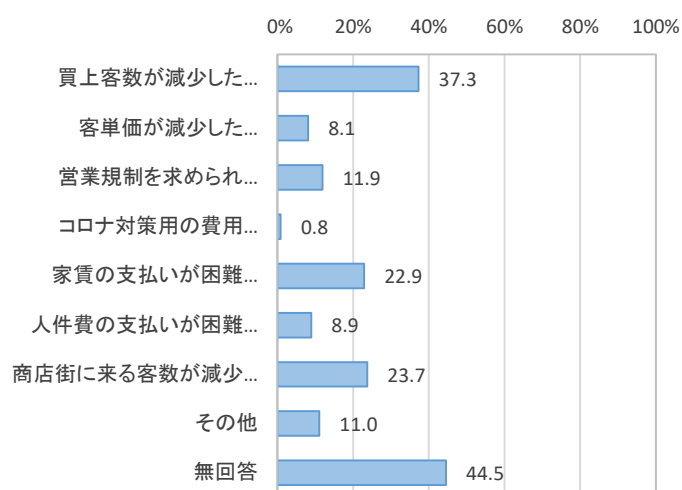


平均値	23.9	最大値	600
中央値	15	最小値	0

[図表 3-3] 退店が多い業種



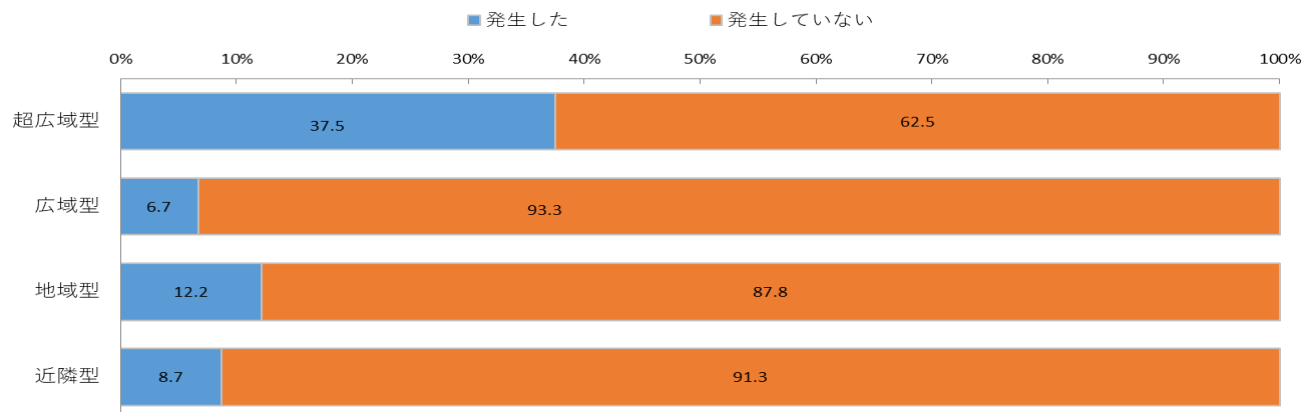
[図表 3-4] 退店理由



新型コロナ発生による核店舗の退店は、超広域型商店街に多い。(図表 3-5)

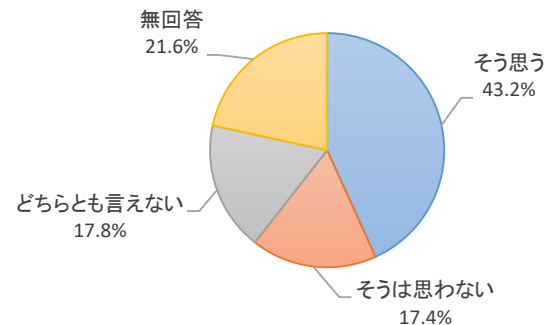
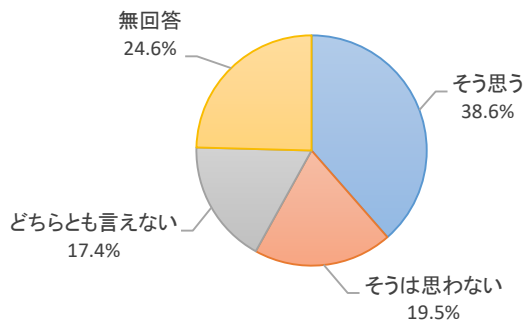
酒類を提供する飲食店については、時短協力金を受け取り、営業を続けている店と休業している店が同割合であると推察でき(図表 3-6～7)、現在は時短に協力している店が大部分であるが、今後は時短協力が難しくなるとの認識がある(図表 3-8～9)。

[図表 3-5] 核店舗の退店（商店街タイプ別）



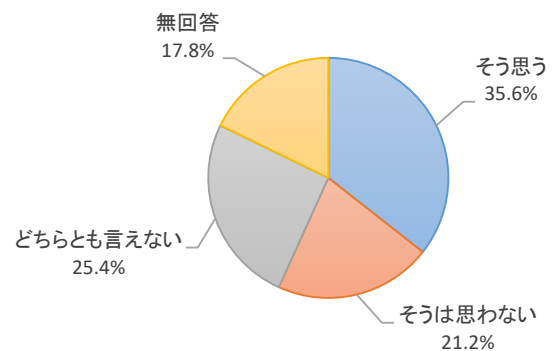
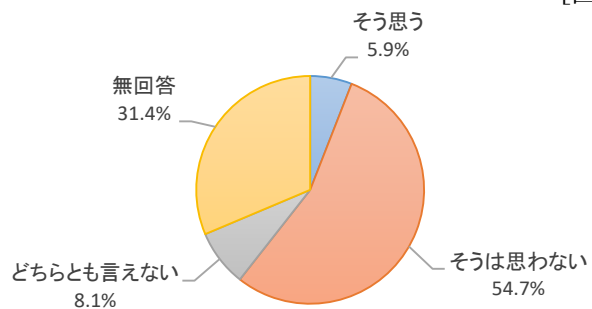
[図表 3-6] 時短協力で営業継続する酒類飲食店が多いか？

[図表 3-7] 時短協力で休業する酒類飲食店が多いか？



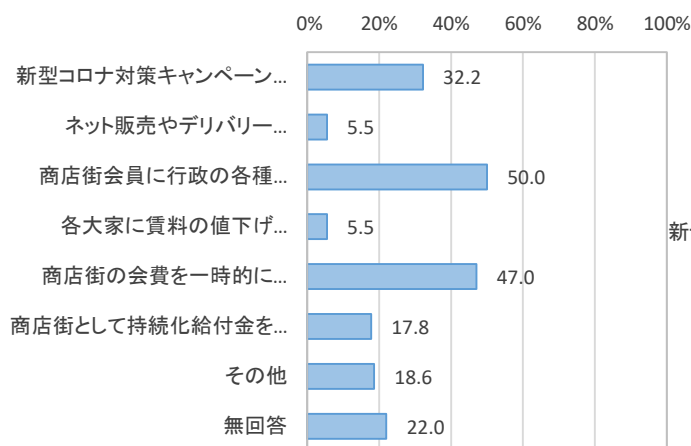
[図表 3-8] 時短に協力しない店が発生しているか？

[図表 3-9] 今後、時短協力が困難な店が増えてくるか？

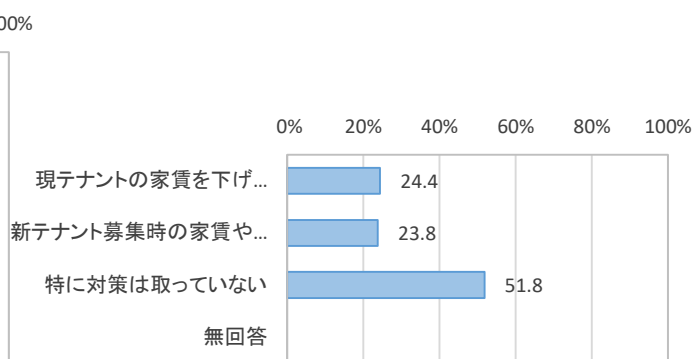


新型コロナ発生後の対策としては、商店街では「会員に支援策を紹介(50%)」、「会費を一時的に値下げ(47%)」、「コロナ対策キャンペーンを実施(32%)」などが行われている。また、店舗の家主は「特に対策は取っていない」が半数を占めるものの、「現テナントの家賃を減額(24%)」、「新テナント募集時の家賃や敷金を減額(24%)」の対策が取られている。(図表 3-10～11)

[図表 3-10] コロナ発生後に講じた手だて(商店街)

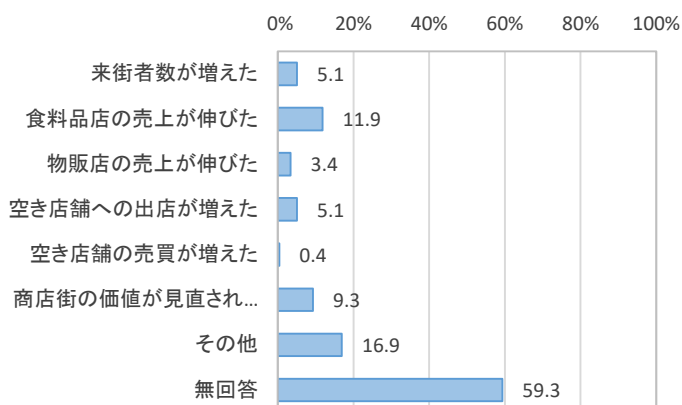


[図表 3-11] コロナ発生後に講じた手だて(家主)

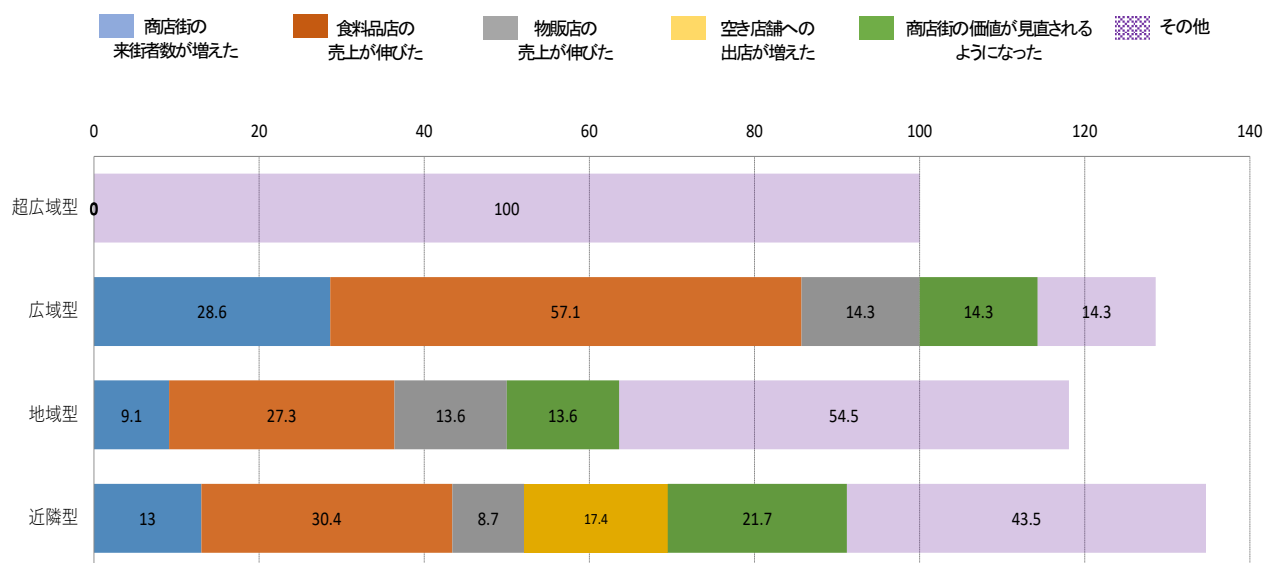


さらに、新型コロナの発生が商店街にもたらした好影響については、無回答と「何もない」との回答が合わせて約 7 割を超えたが、「食料品店の売上が伸びた」が 12%、「商店街の価値が見直されるようになった」が 9%であった。商店街のタイプ別に見ると、超広域型商店街に良い影響は皆無であり、他の商店街で「食料品店の売上伸長」、「来街数の増加」等が散見できる。中でも近隣型商店街では、「空き店舗への出店増加」、「商店街価値の再評価」が顕著である。(図表 3-12～13)

[図表 3-12] コロナで何か良い影響はあったか？



[図表 3-13] 商店街に良い影響があったと思えることは?(商店街タイプ別)

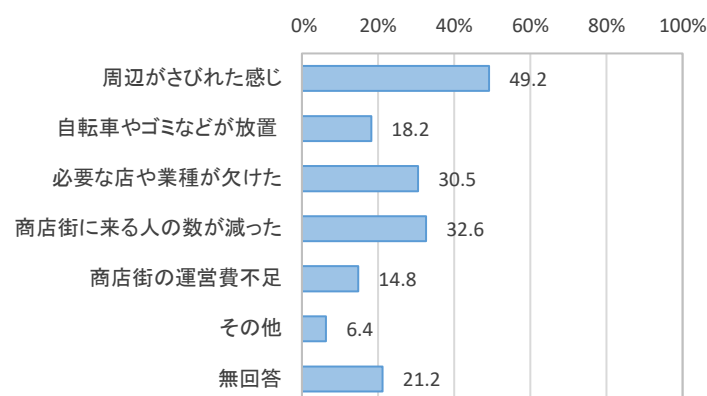


4. 空き店舗対策

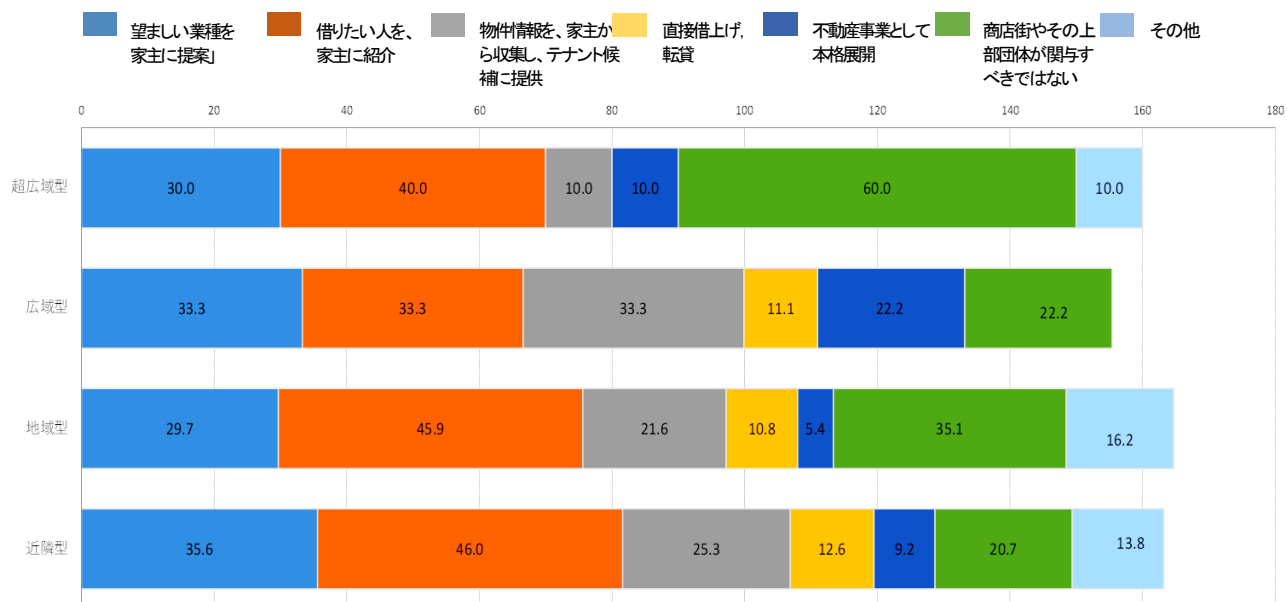
空き店舗が商店街に与えている影響については、「さびれた感じになった(49%)」、「来街者が減った(33%)」、「必要な店や業種が欠けた(31%)」との認識が多い。(図表 4-1)

また、この空き店舗を解消するための取り組みについては、商店街のタイプにより意見が異なる。超広域型商店街では「空き店舗の解消に直接関与すべきではない」との意見が多く、近隣型商店街では「直接借り上げて転貸する」、「不動産事業として本格的に展開する」等の意見が増える。(図表 4-2)

〔図表 4-1〕 空き店舗の影響



〔図表 4-2〕 商店街が共同で空き店舗解消に取り組むなら？（商店街タイプ別）

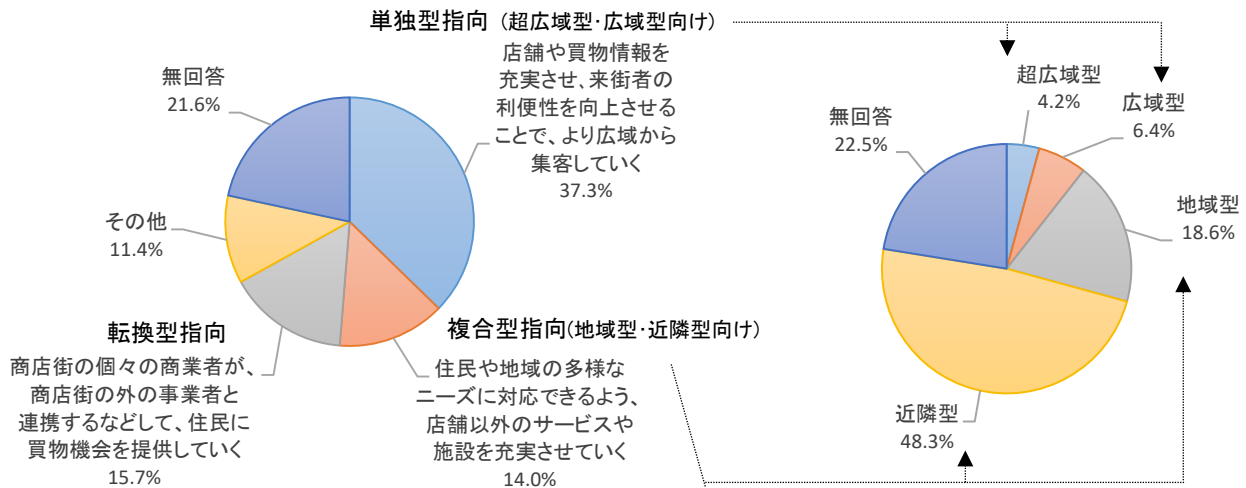


5. 商店街の方向性

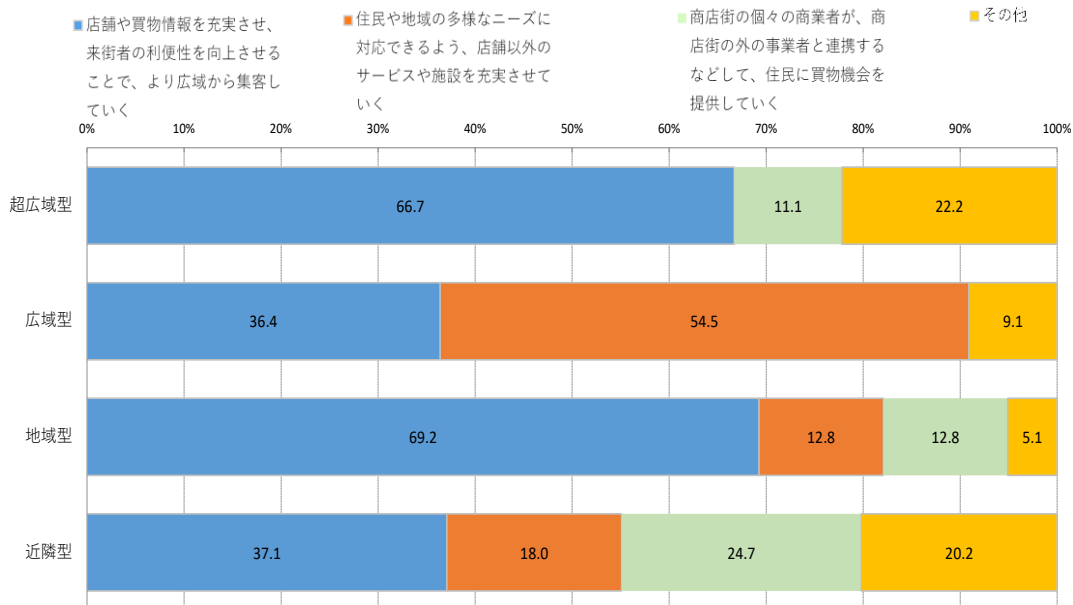
今後、各商店街がめざす方向を3区分⁴して尋ねたところ、「単独型指向」が37%、「複合型指向」が14%、「転換型指向」が16%となった。他方、前出の設問(図表 1-4 商店街のタイプ)においては、「超広域、広域型商店街」が11%、「地域型商店街」が19%、「近隣型商店街」が48%であった。考えあわせると地域型や近隣型商店街の指針とされる「複合型指向」に対する府内商店街の認知は低いといえる。

〔図表 5-1〕 商店街がめざす方向は？

〔図表 1-4〕 商店街のタイプ(再掲)



〔図表 5-2〕 商店街がめざす方向は？ (商店街タイプ別)



⁴ ①単独型:店舗や買物情報を充実させ、来街者の利便性を向上させることで、より広域から集客していく。

②複合型:住民や地域の多様なニーズに対応できるよう、店舗以外のサービスや施設を充実させていく。

③転換型:商店街の個々の事業者が、商店街の外の事業者と連携するなどして、住民に買物機会を提供していく。

Ⅱ. 考察

調査の結果、以下が判明した。(仮説の修正)

- ①現在、全商店街の約 8 割に空き店舗があり、新型コロナの影響により、空き店舗数は約 2 割増加し、その約 3 割で空き店舗の期間が長期化している。
- ②空き店舗の発生状況は、商店街のタイプにより異なる。超広域型商店街は、広域型商店街や食品小売業が多い近隣型商店街や地域型商店街と比べ、来街者数の減少が激しい。
- ③空き店舗の家主の半数はテナントに対し賃料等の減免策を講じており、半数は対策を講じていない。
- ④核店舗が撤退した商店街は約 2 割あり、その 7 割は替わりの核店舗が決まっていない。商店街の共同による空き店舗対策への要望は、近隣型商店街で高く、超広域型商店街で低い。
- ⑤国は、商店街の方向性を単独型、複合型、転換型に 3 分類し、多数が該当する複合型の商店街に多様な住民ニーズに対応できる機能を求めている。府内商店街は、「店舗や買物情報の充実による利便性の向上(単独型)」を重視しており、「多様な住民ニーズへの対応(複合型)」に対する認識はまだ低い。

空き店舗対策検討委員会では、上記の結果をふまえ、以下の見解を有するに至った。

分析の結果、新型コロナの打撃は、やはり商圈が広い超広域型商店街ほど大きく、来街者の減少と空き店舗の増加が著しいと分かった。また、退店した業種は、予想に反して飲食店より小売店の方が多いと分かった。これはもとより、どのタイプの商店街においても、飲食店より小売店の占める割合が多いためであり、商店街における来街者数の減少と飲食業の弱体化、この両因が小売店の売上減少をもたらしていることに間違いはない。

コロナ禍中において、目下、個店は生き残るためにあらゆる営業手段と感染防止策の実行に死力を尽くしている。またその集団である商店街は、ひたすら「耐えている」状態に等しい。十分に商店街としての活動ができない状態であるから、余計に買物客や来街者がやって来ないという悪循環に陥っている。より広範囲からの集客を誇ってきた超広域型商店街の惨状は目に余るものがある。

しかしながら、他方で、近隣型商店街では身近な商店街の価値が再認識され、売上が増加した食料品店なども存在する。これらは、商店街にとって大きな勇気を与えてくれるとともに、今後の方向性を示唆するものと捉えたい。

これからは、新型コロナの収束状況に応じ、新型コロナで被ったダメージを回復させ、かつ、大きく様変わりする消費動向、商業環境において、再び、活性化に向けた取り組みを順次、実施していかなければならない。

まずは商店街に人を集める。来て頂きたい人、即ち、顧客ターゲットを呼べるイベント等を企画し実施する。次に、やって来たターゲットに、自店ならびに商店街の価値を訴求し、再認識して頂く。身近な商店街の価値が再認識されたわけであるから、より一層、「Buy Local」⁵を進展させる機会が到来していると言

⁵ Buy local：地域の中小店舗を積極的に利用することで、地域の経済を活性化させる取り組み。地域での買物が、地域での雇用をも促進し景気を引き上げるとの考えに基づいている。

える。さらに、この機会を活かすには、時代に合わせSNS⁶による双方向の発信、SDGs⁷を指向し、ICT⁸を利用した商売が必要である。あえて言及するならば、商品やサービスの高付加価値化と他にないオリジナリティは必須であるし、各店の営業努力はその大前提と言えよう。

今後の商店街の方向性に対する回答は、言わば「商業機能の強化」を最重視しており、まさに「商都大阪」を彷彿させる結果であった。我々、大阪の商店街は、まず「商売での存立」を目指す。コロナ禍でこれを実現させるためには、現店舗への救済策だけではなく、やはり、空き店舗対策等の出店促進策が不可欠であると言える。

大きな商店街ほど来街者数の減少と空き店舗の増加が著しく、「集客力の強化策」と「出店の促進策」が必要であると判明した。また小さな商店街ほど、商店街の共同による強力な空き店舗対策を望んでおり、さらには、住民の多様なニーズに対応することで活路を開いていきたいと考える商店街の存在も確認できた。これらは「テナントミックス⁹の再構成策」が必要であることを示している。具体的に言えば、空き店舗へのテナント誘致やテナントの交代時には、新たなテナントを小売業、飲食業、サービス業などの店舗に限らず、オフィス関連、コミュニティ関連等の機能や施設を誘致することで適当なテナントミックスを実現させていく必要があり、これらを実現する方法や支援策の立案・実施が課題である。

もとより、商店街の商業者は地域に根ざした商売を続けてきた。そのため、常に地域の安心や安全を指向し、商売のみならず、まちづくりの一端を担ってきた。近年では、商店街に設置した街路灯や防犯カメラ、商店街で行っている防犯や防災の活動などの重要性は高まる一方である。これら設備の設置や活動の実施には、行政の施策も利用する。これらは「商店街の支援策」と呼ばれるが、その実質は商店街が担おうとする「まちづくりに対する支援」である。近年、官民連携による公共空間の活用や管理が推進されているが、商店街は遥かに以前から、街路やアーケードを自身の資金で管理し、イベント等を自身の労力で実施してきているのである。新型コロナの発生により、商店街の存在価値と使命はさらに高まったと言える。

新型コロナの影響により、商店街では空き店舗が増加している。この状態で、今後、政府や自治体の支援措置が縮小されていけば、空き店舗は確実、かつ、大幅に増加する。空き店舗の増加は商業機能の低下のみならず、安心安全なまちづくりにも大きな影響を与える。既に発生した空き店舗を外国資本が取得し、今後の商店街運営やまちづくりを危惧する声も上がっている。また、この調査に回答できなかったような事務局機能を有しない商店街も増加しており対策が求められる。

コロナ禍における空き店舗の多出には、まずは商店街自身の問題として取り組むが、これは商店街が存在するまちの課題でもある。本調査から導出された問題や課題の解決に向けて、商店街関係者は無論のこと、国、自治体とともに、官民連携でもって迅速に行動していきたい。今後、複雑化するまちの課題解決には、官民連携が不可欠である。

以上

⁶ SNS:ソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略。インターネット上のコミュニティサイト。Teitter、Facebook、instagram など

⁷ SDGs(エスディージーズ):「Sustainable Development Goals」の略。国連が2015年に定めた2030年までの達成を決めた「持続可能な開発のために設けた17の目標」のこと

⁸ ICT:「Information and Communication Technology」の略。人とインターネットをつなぐことで、人と人をもつなぐ「情報通信技術」

⁹ テナントミックス:、その商業集積がめざす方向を実現するための、最適なテナント(業種業態)の組み合わせのこと

資 料

令和3年9月

**コロナ禍における
府内商店街等の空き店舗実態調査
集計結果**

サンプリング：	配布数	498	(宛て先不明分を除く)
	回収数	236	(回収率 47.4%)
	有効票	236	(無効票 0)

調査の目的： 新型コロナの影響により店舗の休廃業が増加していることから、空き店舗化の実態を把握し、今後の対策等の検討に資する。

調査対象： 大阪府内の商店街等

調査方法： 郵送にて、調査票を送付・回収

調査時期： 2021/8/4～2021/9/16

企画・実施： (一財)大阪商業振興センター

集計・分析： (株)プランニングコンサルタント

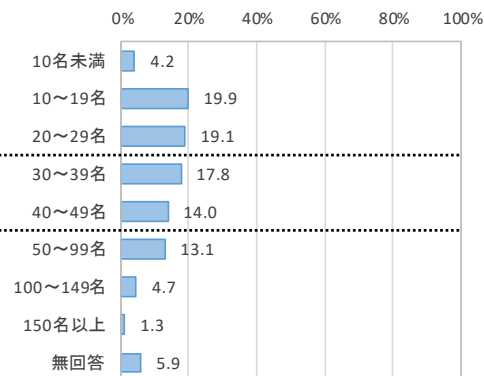
一般財団法人 大阪商業振興センター

1. 商店街の属性

①会員数

29名以下が43%、30～49名以下が32%、50名以上が19%である。

No.	項目	回答数	%
1	10名未満	10	4.2
2	10～19名	47	19.9
3	20～29名	45	19.1
4	30～39名	42	17.8
5	40～49名	33	14.0
6	50～99名	31	13.1
7	100～149名	11	4.7
8	150名以上	3	1.3
	無回答	14	5.9
	回答者数	236	100

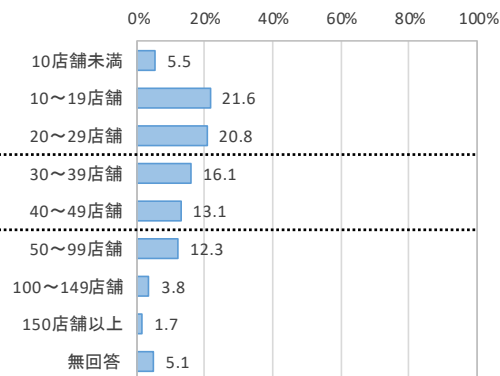


平均値	38.6	最大値	184
中央値	30	最小値	2

②会員店舗数

29店以下が48%、30～49店以下が29%、50店以上が18%である。

No.	項目	回答数	%
1	10店舗未満	13	5.5
2	10～19店舗	51	21.6
3	20～29店舗	49	20.8
4	30～39店舗	38	16.1
5	40～49店舗	31	13.1
6	50～99店舗	29	12.3
7	100～149店舗	9	3.8
8	150店舗以上	4	1.7
	無回答	12	5.1
	回答者数	236	100

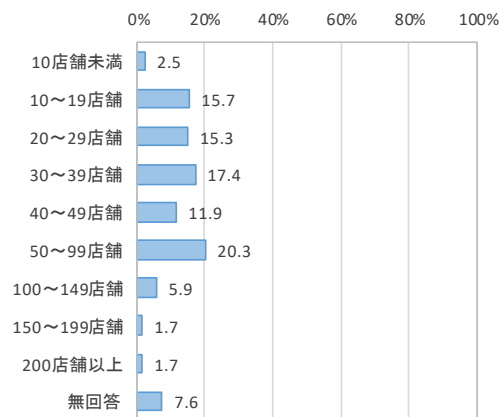


平均値	38.0	最大値	227
中央値	29	最小値	2

③全店舗数

29店以下が34%、30～49店以下が29%、50店以上が30%である。

No.	項目	回答数	%
1	10店舗未満	6	2.5
2	10～19店舗	37	15.7
3	20～29店舗	36	15.3
4	30～39店舗	41	17.4
5	40～49店舗	28	11.9
6	50～99店舗	48	20.3
7	100～149店舗	14	5.9
8	150～199店舗	4	1.7
9	200店舗以上	4	1.7
	無回答	18	7.6
	回答者数	236	100



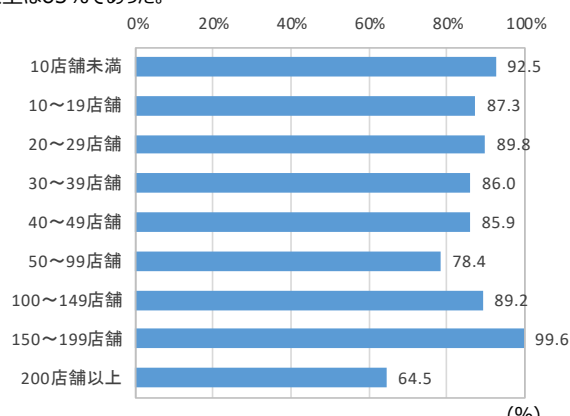
平均値	48.3	最大値	400
中央値	36	最小値	2

④商店街加入率（全店舗数に占める会員店舗数の割合）

平均85%。10店未満は93%、10～199店以下は平均88%、200店以上は65%であった。

No.	項目(全店舗数)	加入率%
1	10店舗未満	92.5
2	10～19店舗	87.3
3	20～29店舗	89.8
4	30～39店舗	86.0
5	40～49店舗	85.9
6	50～99店舗	78.4
7	100～149店舗	89.2
8	150～199店舗	99.6
9	200店舗以上	64.5

加入率：商店街別 会員店舗数/全店舗数（無回答を除く）



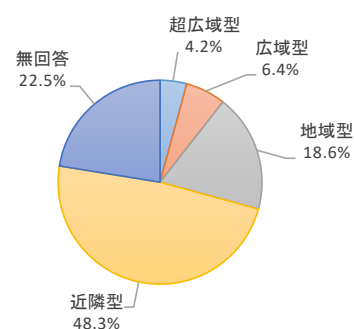
(%)

平均値	85.3	最大値	107
中央値	92	最小値	24

(1)商店街のタイプは？

超広域・広域型が11%、地域・近隣型が67%。不明が23%ある。

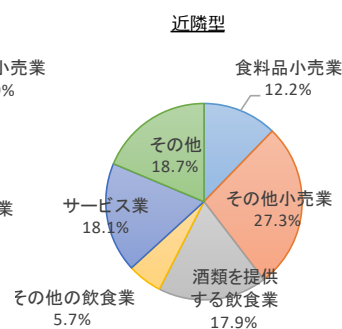
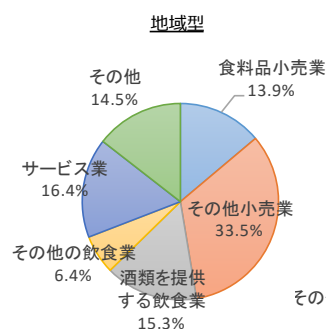
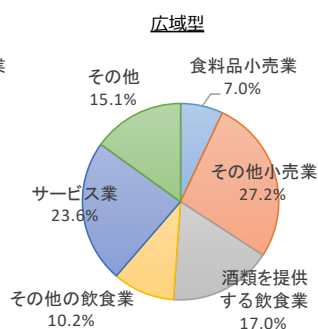
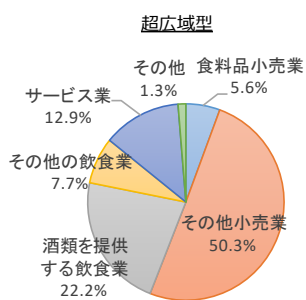
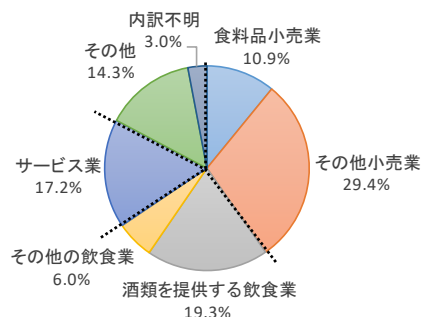
No.	項目	回答数	%
1	超広域型	10	4.2
2	広域型	15	6.4
3	地域型	44	18.6
4	近隣型	114	48.3
	無回答	53	22.5
	回答者数	236	100



(2-1) 業種構成は？

小売業が40%、飲食25%、サービスが17%、その他14%である。

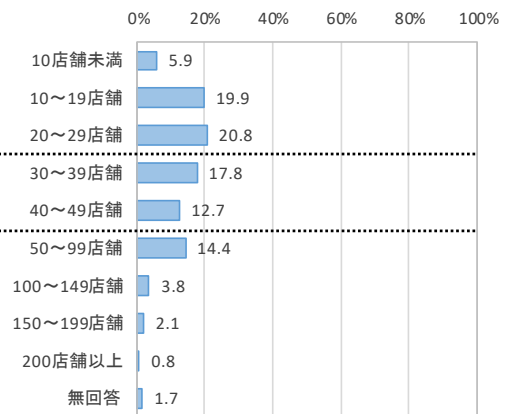
No.	項目	回答数	%
1	食料品小売業	1,026	10.9
2	その他小売業	2,765	29.4
3	酒類を提供する飲食業	1,811	19.3
4	その他の飲食業	564	6.0
5	サービス業	1,616	17.2
6	その他	1,342	14.3
	内訳不明	282	3.0
	合計	9,406	100



(2-2) 全店舗数は? (会員店舗数)

29店以下が47%、30～49店以下が31%、50店以上は21%である。

No.	項目	回答数	%
1	10店舗未満	14	5.9
2	10～19店舗	47	19.9
3	20～29店舗	49	20.8
4	30～39店舗	42	17.8
5	40～49店舗	30	12.7
6	50～99店舗	34	14.4
7	100～149店舗	9	3.8
8	150～199店舗	5	2.1
9	200店舗以上	2	0.8
	無回答	4	1.7
	回答者数	236	100

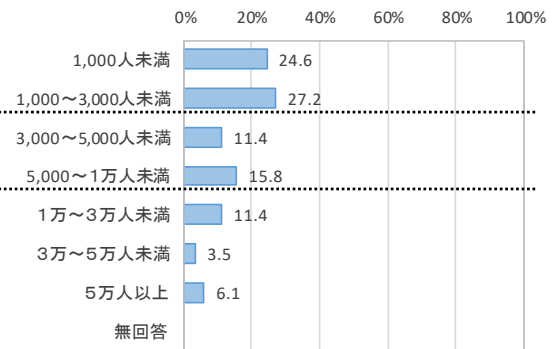


平均値	40.5	最大値	240
中央値	30	最小値	2

(3-1) 平日の来街者数は?—コロナ【前】

3千人未満が52%、1万人未満が27%、1万人以上が21%である。(無回答を除く)

No.	項目	回答数	%
1	1,000人未満	28	24.6
2	1,000～3,000人未満	31	27.2
3	3,000～5,000人未満	13	11.4
4	5,000～1万人未満	18	15.8
5	1万～3万人未満	13	11.4
6	3万～5万人未満	4	3.5
7	5万人以上	7	6.1
	無回答	122	
	回答者数	114	100



平均値	10,063.93	最大値	150,000
中央値	2,500	最小値	30

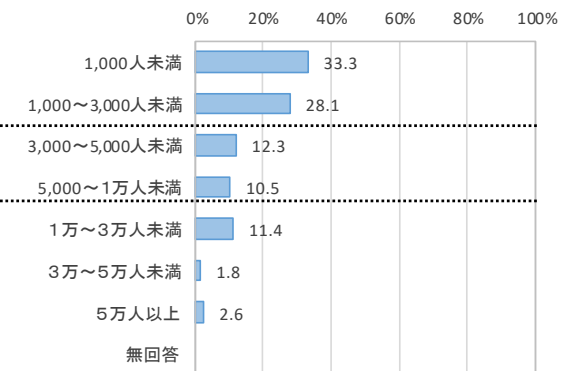
(3-2) 平日の来街者数は?—コロナ【後】

3千人未満が61%、1万人未満が23%、1万人以上が16%である(無回答を除く)

コロナ前と比較して、3千人未満が9ポイント増加、1万人未満が4ポイント減少、1万人以上が5ポイント減少している。

来街者数はコロナ前の58%(42%減少)である。

No.	項目	回答数	%
1	1,000人未満	38	33.3
2	1,000～3,000人未満	32	28.1
3	3,000～5,000人未満	14	12.3
4	5,000～1万人未満	12	10.5
5	1万～3万人未満	13	11.4
6	3万～5万人未満	2	1.8
7	5万人以上	3	2.6
	無回答	122	
	回答者数	114	100

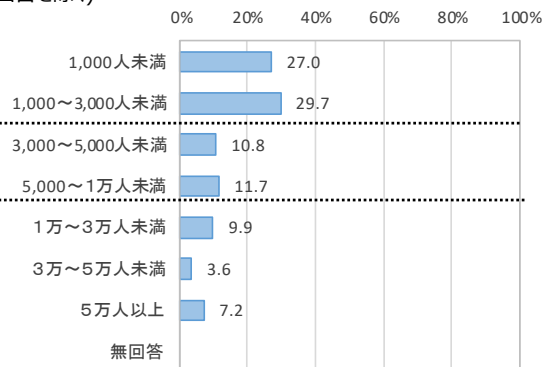


平均値	5,789.6	最大値	73,000
中央値	2,000	最小値	5

(3-3) 休日の来街者数は?—コロナ発生【前】

3千人未満が57%、1万人未満が23%、1万人以上が21%である。(無回答を除く)

No.	項目	回答数	%
1	1,000人未満	30	27.0
2	1,000～3,000人未満	33	29.7
3	3,000～5,000人未満	12	10.8
4	5,000～1万人未満	13	11.7
5	1万～3万人未満	11	9.9
6	3万～5万人未満	4	3.6
7	5万人以上	8	7.2
	無回答	125	
	回答者数	111	100



平均値	11,748.3	最大値	190,000
中央値	2,200	最小値	20

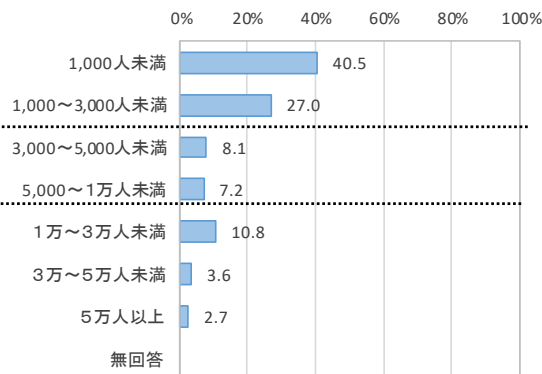
(3-4) 休日の来街者数は?—コロナ発生【後】

3千人未満が68%、1万人未満が15%、1万人以上が17%である。(無回答を除く)

コロナ前と比較して、3千人未満が11ポイント増加、1万人未満が8ポイント減少、1万人以上が4ポイント減少している。

来街者数はコロナ前の57%(43%減少)である。

No.	項目	回答数	%
1	1,000人未満	45	40.5
2	1,000～3,000人未満	30	27.0
3	3,000～5,000人未満	9	8.1
4	5,000～1万人未満	8	7.2
5	1万～3万人未満	12	10.8
6	3万～5万人未満	4	3.6
7	5万人以上	3	2.7
	無回答	125	
	回答者数	111	100



平均値	6,696.6	最大値	120,000
中央値	1,300	最小値	5

(3-5) 商店街類型別の増減傾向

平日、休日ともに超広域型商店街での減少が大きく、平日より休日の減少がやや大きい。

他の商店街では、休日より平日の減少が大きい。

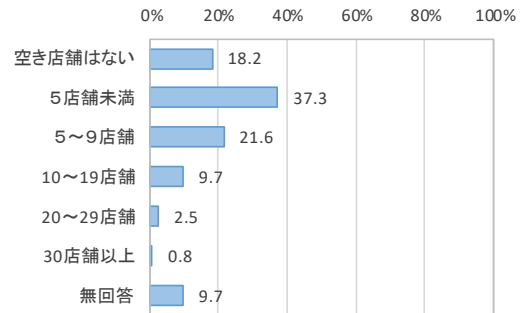
(平均値)		超広域型	広域型	地域型	近隣型
平日	コロナ(前)	53,051.14	15,280.10	9,367.81	2,122.72
	コロナ(後)	25,903.14	10,749.70	6,650.50	1,627.56
	増減率	48.8%	70.4%	71.0%	76.7%
休日	コロナ(前)	73,587.43	20,194.10	9,904.76	1,628.65
	コロナ(後)	38,711.86	13,477.40	6,641.05	1,082.07
	増減率	52.6%	66.7%	67.0%	66.4%

2. 空き店舗の現況について

(1-1)現在の空き店舗数は？

空き店舗なしが18%、9店舗以下が59%、10店舗以上が13%である。

No.	項目	回答数	%
1	空き店舗はない	43	18.2
2	5店舗未満	88	37.3
3	5～9店舗	51	21.6
4	10～19店舗	23	9.7
5	20～29店舗	6	2.5
6	30店舗以上	2	0.8
	無回答	23	9.7
	回答者数	236	100

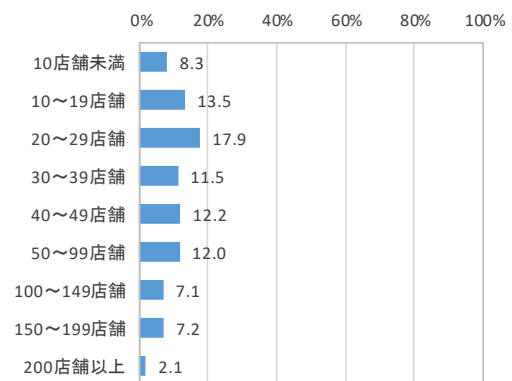


平均値	5.0	最大値	30
中央値	3	最小値	0

(1-2)空き店舗率（全店舗数に占める空き店舗数の割合）

10店舗未満は8%、10～29店舗以下は平均16%、30～99店舗以下は平均12%、100店舗以上は平均6%である。

No.	項目(全店舗数)	空き店舗率%
1	10店舗未満	8.3
2	10～19店舗	13.5
3	20～29店舗	17.9
4	30～39店舗	11.5
5	40～49店舗	12.2
6	50～99店舗	12.0
7	100～149店舗	7.1
8	150～199店舗	7.2
9	200店舗以上	2.1



空き店舗率：商店街 空き店舗数/全店舗数（無回答を除く）

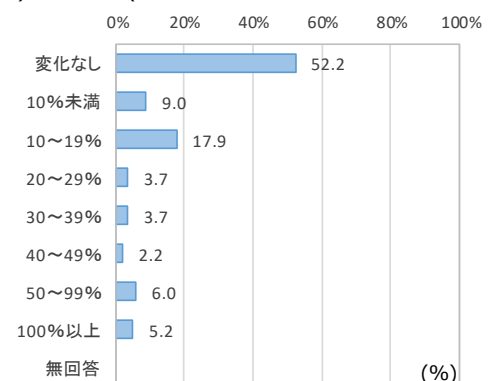
(%)

平均値	12.6	最大値	92
中央値	9	最小値	0

(1-3) コロナ発生前と比べ、どれぐらい増加したか？（増加率）

平均24%増加。変化なしが52%、19%以下の増加が27%、100%以上増加(倍増)が5%ある。(無回答除く)

No.	項目	回答数	%
1	変化なし	70	52.2
2	10%未満の増加	12	9.0
3	10～19%増加	24	17.9
4	20～29%増加	5	3.7
5	30～39%増加	5	3.7
6	40～49%増加	3	2.2
7	50～99%増加	8	6.0
8	100%以上増加	7	5.2
	無回答	102	
	回答者数	134	100



(%)

平均値	23.9	最大値	600
中央値	15	最小値	0

空き店舗増加率 分析

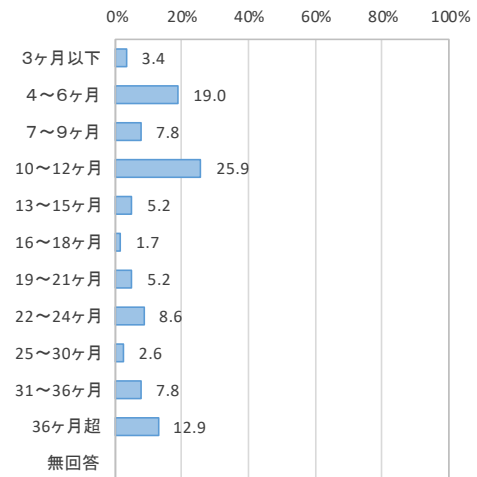
(%)

	超広域型	広域型	地域型	近隣型
平均値	233.8	90.0	21.0	12.2
中央値	150	10	5	0

(2-1)空き店舗になっている期間は?

平均23ヶ月。最小2ヶ月間、最大10年間である。

No.	項目	回答数	%
1	3ヶ月以下	4	3.4
2	4～6ヶ月	22	19.0
3	7～9ヶ月	9	7.8
4	10～12ヶ月	30	25.9
5	13～15ヶ月	6	5.2
6	16～18ヶ月	2	1.7
7	19～21ヶ月	6	5.2
8	22～24ヶ月	10	8.6
9	25～30ヶ月	3	2.6
10	31～36ヶ月	9	7.8
11	36ヶ月超	15	12.9
	無回答	120	
	回答者数	116	100

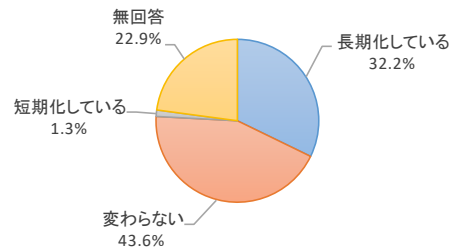


平均値	23.3	最大値	120
中央値	12	最小値	2

(2-2)コロナ発生前と比べて長期化しているか?

コロナ発生後、空き店舗の期間は長期化する傾向にあるといえる。

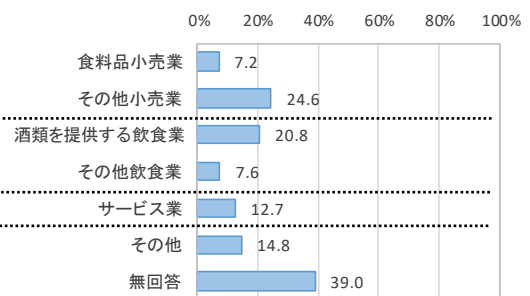
No.	項目	回答数	%
1	長期化している	76	32.2
2	変わらない	103	43.6
3	短期化している	3	1.3
	無回答	54	22.9
	回答者数	236	100



(3)コロナ発生後、退店が多い業種は?

小売業が32%、飲食業が28%、サービス業が13%、その他が15%である。

No.	項目	回答数	%
1	食料品小売業	17	7.2
2	その他小売業	58	24.6
3	酒類を提供する飲食業	49	20.8
4	その他飲食業	18	7.6
5	サービス業	30	12.7
6	その他	35	14.8
	無回答	92	39.0
	回答者数	236	100



6.その他(内訳)

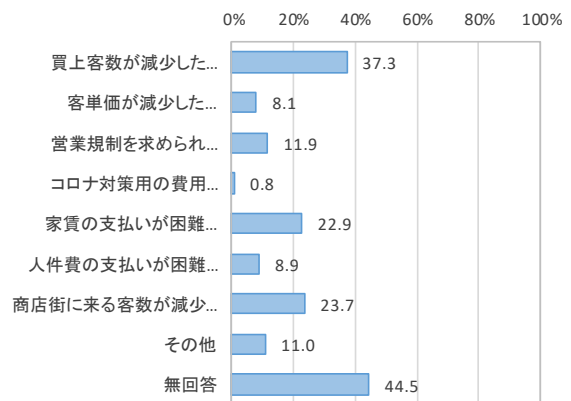
19	広域型	133%	退店なし。
43	地域型	—	遊技業(パチンコ店)
41	地域型	—	不動産、喫茶、マッサージ
25	地域型	80%	退店がないので回答がありません。
44	地域型	70%	パチンコ
78	近隣型	—	退店はなし。
62	地域型	—	退店なし。
55	地域型	—	今のところ発生後の退店はありません。
46	近隣型	—	退店なし
38	近隣型	—	新型コロナが原因で退店したテナントはありません。
32	近隣型	—	現状維持

32	近隣型	—	退店ではなく休業。
27	近隣型	—	退店した店はございません。
24	近隣型	—	1店舗退店、学習塾
23	近隣型	—	退店0件
20	近隣型	—	退店後、サービス業入店。変化なし。
19	近隣型	—	1店舗のみ、新聞販売
15	近隣型	—	現在1店舗のみです。
15	近隣型	—	退店なし。
—	近隣型	—	小さな商店会で、退店なし。
—	近隣型	—	精肉、鮮魚、青果
—	近隣型	—	退店なし。
54	近隣型	100%	退店した店舗なし
61	近隣型	89%	現状、退店なし。
44	近隣型	72%	サービス業は民泊退店。
21	近隣型	70%	変わらない。
40	近隣型	70%	必要外のスイーツ店、コーヒー店など。
62	近隣型	60%	医院
64	近隣型	52%	店主の高齢化
52	近隣型	27%	来街者不足、採算不足
18	近隣型	21%	キーテナント、スーパー
44	—	—	一緒です。
24	—	—	退店した店舗なし
13	—	—	整骨院
17	—	100%	コロナでは退店なし。

(4)コロナ発生後、退店した主な理由は？

「自店の客数減少」が37%、「商店街の客数減少」が24%、「家賃の支払い困難」が23%、「営業規制」が12%の順となっている。

No.	項目	回答数	%
1	買上客数が減少したため	88	37.3
2	客単価が減少したため	19	8.1
3	営業規制（座席間隔、営業時間、取り扱い商品等）を求められたため	28	11.9
4	コロナ対策用の費用が負担できないため	2	0.8
5	家賃の支払いが困難になったため	54	22.9
6	人件費の支払いが困難になったため	21	8.9
7	商店街に来る客数が減少したため	56	23.7
8	その他	26	11.0
	無回答	105	44.5
	回答者数	236	100



8.その他(内訳)

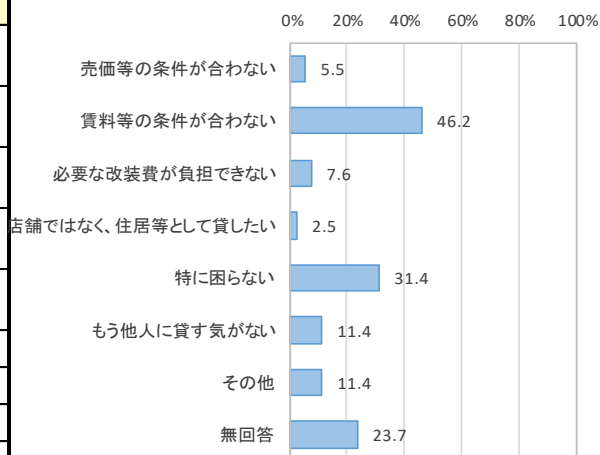
48	地域型	—	移転
23	地域型	—	店主が高齢で営業を続けることができなくなった。
10	地域型	—	店舗の事情
53	地域型	80%	店主の高齢化
25	地域型	80%	退店がありませんので、答えがありません。
65	地域型	76%	後継者問題
60	地域型	68%	新型コロナ発生が原因でない。
36	近隣型	—	不明。話を聞いていないが、恐らく(1)(3)(5)と思われる。

25	近隣型	—	事業継承困難のため。
24	近隣型	—	理由を聞いていない。
21	近隣型	—	商店街はコロナ禍でも人通りはありますので、コロナ前の家賃相場より下げればすぐに借りて頂けます。
19	近隣型	—	本社の都合（地域でのリストラ？）
19	近隣型	—	不明
15	近隣型	—	店主の高齢による諦め。
—	近隣型	—	後継者なし
—	近隣型	—	退店なし。
92	近隣型	85%	コロナとは無関係
21	近隣型	70%	変化なし。
62	近隣型	60%	事業主の高齢化
64	近隣型	52%	店主の老齢化
52	近隣型	27%	売上不足による、採算割れ。
39	—	—	酒販売できず退店。
24	—	—	退店した店舗なし
79	—	63%	不明

(5)もとより空き店舗のままである主な理由は？

「賃料等の条件が合わない」が46%、「困らないのでそのまま」が31%、「もう貸す気がない」が11%の順となっている。

No.	項目	回答数	%
1	売価等の条件が合わない	13	5.5
2	賃料等の条件が合わない	109	46.2
3	必要な改装費が負担できない	18	7.6
4	店舗ではなく、住居等として貸したい	6	2.5
5	特に困らない	74	31.4
6	もう他人に貸す気がない	27	11.4
7	その他	27	11.4
	無回答	56	23.7
	回答者数	236	100



7.その他(内訳)

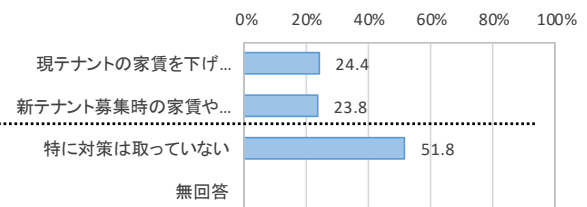
103	超広域	50%	不明
10	地域型	—	借り手が見つからない。条件(業態)が合わない。
100	地域型	—	連絡が付かない。
36	地域型	—	家主が住居として使用。
25	地域型	80%	小さな商店街なので、2階に家主が住居している店と、建物の古い小さな店なので、利用者にとって欲求する商店街でないのでは。
52	地域型	13%	商店街への来客が少ない＝アルコール制限の社会の風潮。
137	地域型	2%	家主に直接話を聞く機会がないため、不明。
13	近隣型	—	閉店して間もないので…。
19	近隣型	—	住居等で使用中
21	近隣型	—	もともと当商店街はコロナ前の家賃相場でも飲食店で坪12000円～15000円くらいでしたので、協力金だけでコロナ太りしているようです。家主の考え方で対応が変わっているようですが、私は1階を借りて頂いている店舗さんには「コロナ禍で経営が苦しかったら家賃を下げますのでご相談ください。このコロナ危機を切り抜けるためにお互いに痛みを分かち合いながら助け合いましょう」と話していますが、家賃を下げず空き店舗になっても新しい借り手がすぐ現れると思っている家主も多いです。大体このような家主の店子の飲食店に限って、緊急事態宣言下でも朝の5時頃まで酒類の販売を堂々としています。
26	近隣型	—	分からない。
30	近隣型	—	家主が、貸すこと以外に他の利用方法を探している。

36	近隣型	—	不明
40	近隣型	—	家主が で、賃貸借契約が個々に違うため、不明です。
45	近隣型	—	全く新規開業の問い合わせがない。
—	近隣型	—	廃業したところは売ってしまい、建て売りになっている。
—	近隣型	—	空き店なし。
44	近隣型	72%	上記(1)～(6)に関して分からない。家主シークレット事項には組合として深く介入してこなかった為。
70	近隣型	56%	選択肢(2)(5): 下げてまで貸す気はない感じです。
18	近隣型	21%	病気による休業、閉店
20	近隣型	10%	更地にして地主に返還するケースが多い。
10	—	100%	分からない。
17	—	100%	こちらでは分かりません。
6	—	80%	殆どが持ち家店舗と年金生活者のため、商売の意欲がない。
30	—	64%	2軒仕舞屋になった。

(6-1)コロナ発生後、空き店舗を発生させないため、家主が取っている対策は？

家主の半数が対策を講じている。(複数回答を含み、無回答を除く)

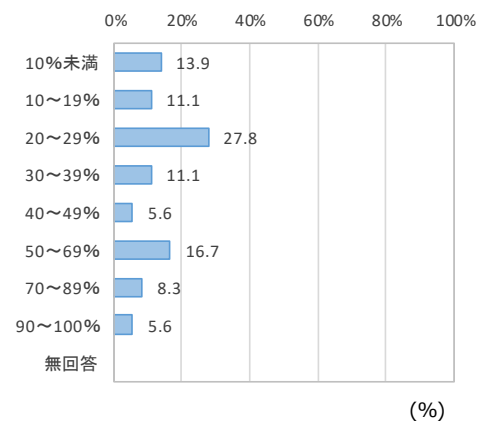
No.	項目	回答数	%
1	現テナントの家賃を下げている	41	24.4
2	新テナント募集時の家賃や敷金を減額している	40	23.8
3	特に対策は取っていない	87	51.8
	無回答	111	
	回答者数	236	100



(6-2)家賃を下げている大家の割合は？

平均して、大家の34%が家賃を下げている。

No.	項目	回答数	%
1	10%未満	5	13.9
2	10～19%	4	11.1
3	20～29%	10	27.8
4	30～39%	4	11.1
5	40～49%	2	5.6
6	50～69%	6	16.7
7	70～89%	3	8.3
8	90～100%	2	5.6
	無回答	5	
	回答者数	41	100



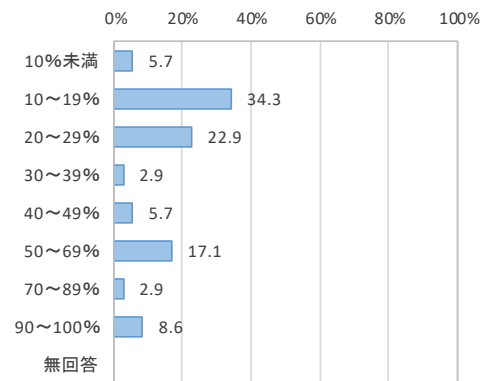
(%)

平均値	33.7	最大値	100
中央値	23	最小値	1

(6-3)募集時の家賃や敷金を減額している大家の割合は？

平均して、大家の31%が賃貸条件を緩和している。

No.	項目	回答数	%
1	10%未満	2	5.7
2	10～19%	12	34.3
3	20～29%	8	22.9
4	30～39%	1	2.9
5	40～49%	2	5.7
6	50～69%	6	17.1
7	70～89%	1	2.9
8	90～100%	3	8.6
	無回答	5	
	回答者数	40	100



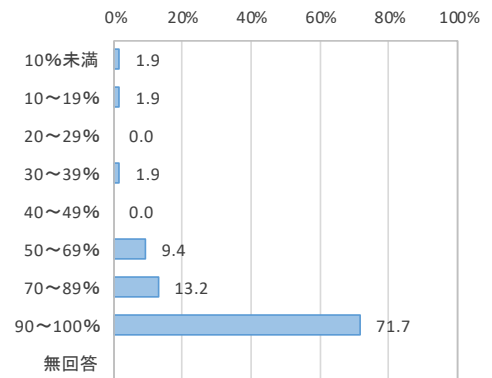
(%)

平均値	30.77	最大値	100
中央値	20	最小値	2

(6)対策をとっていない大家の割合は？

特に対策を取っていないとの印象が強い。

No.	項目	回答数	%
1	10%未満	1	1.9
2	10～19%	1	1.9
3	20～29%	0	0.0
4	30～39%	1	1.9
5	40～49%	0	0.0
6	50～69%	5	9.4
7	70～89%	7	13.2
8	90～100%	38	71.7
	無回答	34	
	回答者数	87	100



(%)

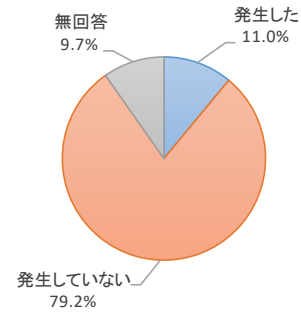
平均値	85.79	最大値	100
中央値	95	最小値	5

3. 貴商店街への新型コロナの影響について

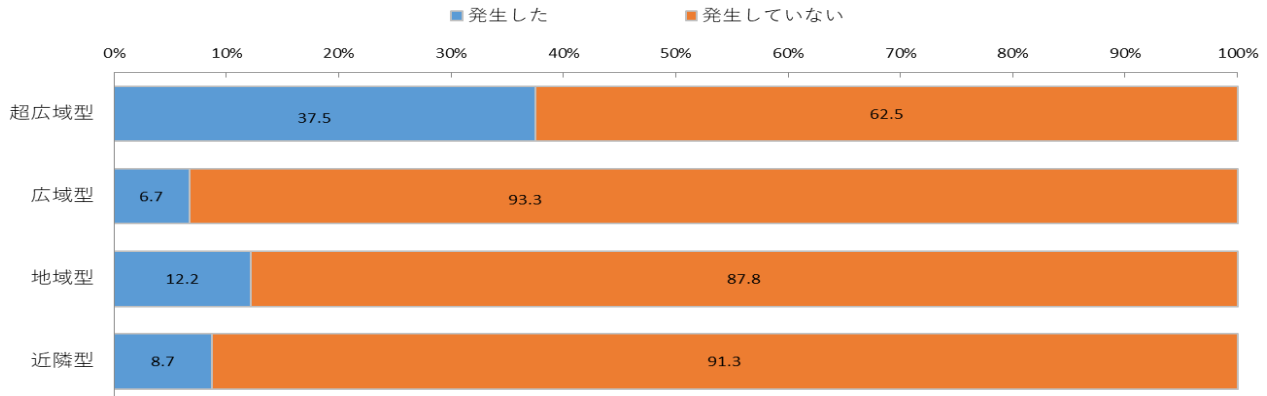
(1)コロナ発生後、核店舗の撤退が発生したか？

発生したが11%に至っている。

No.	項目	回答数	%
1	発生した	26	11.0
2	発生していない	187	79.2
	無回答	23	9.7
	回答者数	236	100



核店舗が撤退した商店街は、超広域型商店街に多い。



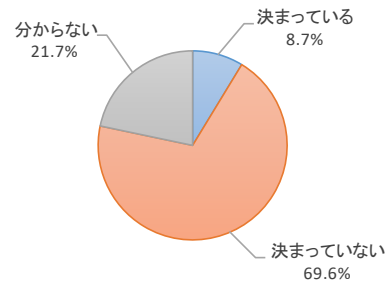
(2-1)撤退した核店舗の店舗名・業種は？

130	超広域	70%	アパレル(セレクトショップ)
85	超広域	43%	物販(ファッション)店舗、飲食店舗
45	超広域	26%	ドラッグストア
123	広域型	39%	薬を中心とした雑貨
48	地域型	—	書店
43	地域型	—	遊技業
41	地域型	—	喫茶
33	地域型	80%	弁当屋
137	地域型	2%	青果店
36	近隣型	—	、パチンコ店
28	近隣型	—	スーパー
—	近隣型	—	、コンビニエンスストア
42	近隣型	75%	銀行
35	近隣型	73%	薬店
40	近隣型	70%	銀行
18	近隣型	21%	生鮮食品スーパー
65	—	—	食料品スーパー
38	—	—	、カラオケ大型店
20	—	—	ホテル業、テナント集合ビル、ドラッグストア
109	—	117%	(たこ焼き)
87	—	86%	パチンコ・スロット
44	—	66%	飲食店(酒類有)
100	—	10%	ふぐ料理店

(2-2)その替わりのテナントは決まっているか？

核店舗の替わりが「未定」は70%に達している。

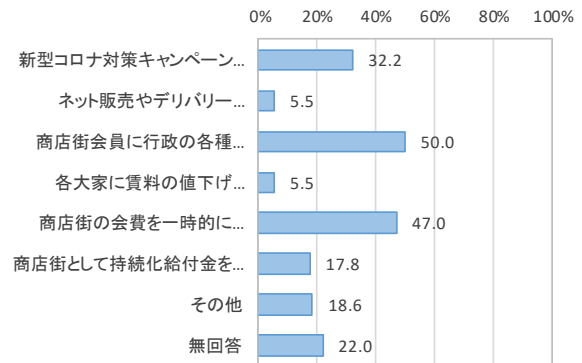
No.	項目	回答数	%
1	決まっている	2	8.7
2	決まっていない	16	69.6
3	分からない	5	21.7
	無回答	3	
	回答者数	26	100



(3)コロナ発生後、講じた手だては？

「会員に支援策を紹介した」が50%、「会費を一時的に値下げした」が47%、「コロナ対策キャンペーンを実施した」が32%の順となっている。

No.	項目	回答数	%
1	新型コロナ対策キャンペーンを実施した	76	32.2
2	ネット販売やデリバリーの仕組みを整えた	13	5.5
3	商店街会員に行政の各種支援策を紹介した	118	50.0
4	各大家に賃料の値下げや見直しを要請した	13	5.5
5	商店街の会費を一時的に値下げした、或いは免除した	111	47.0
6	商店街として「持続化給付金」を受けた	42	17.8
7	その他	44	18.6
	無回答	52	22.0
	回答者数	236	100



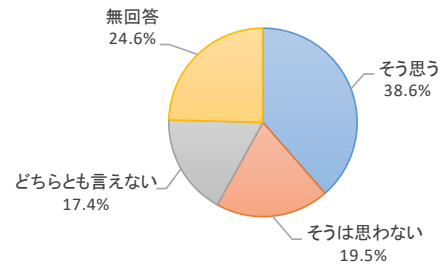
7.その他(内訳)

130	超広域	70%	退店続きにならないように、新規テナントとの契約の際もハードルを下けている。例えばこれまでは3年以上での契約が主流だったが、コロナ禍でこれからの情勢が読めないで、とりあえず1年など短期希望の場合でもその要望に添った契約にしている。よって退店がすぐ目立っているわけではないが、施設運営としては不安定な状況になっている。
45	超広域	26%	コロナ対策として備品(マスク、ハンドジェル、スプレー、啓発ポスター、応援うちわ、店舗への応援フォトブック作成)。
37	広域型	—	組合員会員にコロナ対策として10万円の助成をした。
32	広域型	—	選択肢(4): 相談を受けた店には見直しを要請。選択肢(5): R2年度、上期の会費を全店舗免除した。選択肢(6): 市より40万いただいた。
109	広域型	94%	休業期間の賃料、共益費の全額免除。
240	広域型	75%	(1)休館中の減免。(2)コロナ対策(アルコールの設置、フードコートパーティションの設置、アルコールでの消毒清掃など)。
55	地域型	—	持続化給付金を受けたこともあり、令和2年度で4ヶ月間の会費免除を行った。また、横断幕を設置するなど、感染防止キャンペーンを行った。各店舗にアルコールジェルの配布を行った。令和3年度も既に2ヶ月間の会費免除を行っている。
43	地域型	—	預り金の一部を返還した。
41	地域型	—	各店舗に消毒液を配った。
36	地域型	—	本年度7月より商店街の会費を値下げした。
10	地域型	—	飲食店(個人)が多いので、各々で持続化給付金制度の活用を促した。
53	地域型	80%	の賦課金の一部免除を申し出たが拒否された。に賦課金の免除を申し出たが拒否されたので脱退した。
25	地域型	80%	小さな駅前商店街ですのでとりわけ手段を取っていません。30年前位から商店街の様子が変様して、かつては物品販売等が主流でしたが、今はすっかり変容して飲食街になりました。
55	地域型	67%	密にならないイベントを行った。
137	地域型	2%	ワンコイン市というイベントを3回実施した。但しイベント開催時はコロナ禍が収まってきているが、開催後全国的にコロナが増加するといった繰り返しで、打つ手がない。
55	近隣型	—	お見舞金として、一律2万円を2度配布した。

46	近隣型	—	Go To商店街の活用
45	近隣型	—	選択肢(5):免除→令和2年4月・5月・6月分
38	近隣型	—	アルコールスプレーを5箇所設置しました。
36	近隣型	—	該当の消灯時間を早めた(緊急事態宣言発出の間)。
32	近隣型	—	売り出しを中止したため、各店舗に一時金を配布した。
24	近隣型	—	ホームページの作成
19	近隣型	—	市の補助を受け、アルコール、体温計、その他対策必要品を商店会員に配布(前任者対応のため、補助の詳細不明)。
15	近隣型	—	商店会資金を崩して、支援金として分配した(2回)。
13	近隣型	—	各店に支援金を配る。
—	近隣型	—	消毒液配布、マスク配布。
—	近隣型	—	マスクや消毒液が不足していた時、希望店に手配した。
—	近隣型	—	選択肢(5)を予定中。
122	近隣型	101%	イベントは全て中止して、地元のお客様に商店街や地域の良さを伝える仕組み作りをしている。ネット上でブログやSNSで情報発信して、年に何回か紙媒体(タブロイド版のミニコミ紙)を発行する事業をスタートさせる。広告料を資金に充てて、継続させていきたい。
54	近隣型	100%	商店会会員の店舗のみで使用可能なお買い物券を発行した。
50	近隣型	90%	「Go To商店街」活動を実行した。
44	近隣型	72%	振興組合事務所の「家賃支援給付金」を受けた。晴天日にアーケードの屋根を開け、自然換気力を強化している(継続実行中)。商店街人流促進イベントは全て中止(子どもの日、夜店、ハロウィン、年末謝恩など)。アーケード中吊りPOP(手作り)でコロナ感染防止を啓蒙、行政配布の感染防止ポスターはすべて目の付く所に貼っている。「コロナ感染防止活動のぼり」設置と、各店アルコール消毒液の配布。
40	近隣型	70%	個店様から払えない、厳しいとのお声を頂き一時的に免除した(一部だけできないため)。UFJ銀行、その他の店舗がなくなり収入が減った。
30	近隣型	65%	市のコロナ対策助成金を使い、加盟店にマスク、検温器を配布した。
64	近隣型	52%	年間のイベントが新型コロナ発生により全て中止になり、その間の会費を一部補助した。
52	近隣型	27%	正会員に一律、援助金の支給。(1回のみ)
20	近隣型	10%	各店舗が自己責任で対応する。行政の補助を各店舗が対応している。
14	—	—	すみません。このの商店は会長がおらず、商店街としては昔みたいに成り立っていません。最近のワクワク券だけお客様のために受けています。詳しいことは全く分かりません。
4	—	—	過去(大型店が出店する前)は30軒前後の会員がいましたが、現在は4軒です。元々商店街と言っても10kmくらいの単独の店が多かった。後継者がなく高齢者も多く、店舗を閉める方が多くなり、現在にいたっています。アンケートの対象にはならないかも知れません。申し訳ありません。
109	—	117%	(1)情報発信ツール(ホームページのリニューアル)とSNSを駆使し、新しい情報をいち早く出す体制づくりとキャッシュレス化を進めている。(2)アルコール除菌剤とマスクを組合員へ配布。
17	—	100%	一時見舞金を提供した。
6	—	80%	高齢化につき情報の行き渡りが遅く、世情に疎い方が殆どであった。LINEグループ導入により、毎日のように詳細情報開示に心がけた。結果として、ひとり一人が商店街の今後の展望について我が身として考えるようになった。一つ前進を見る事はできたが、衰退の課題解決には至らない。
55	—	77%	選択肢(1):令和2年9月、市お買物割引チケット事業に伴いスクラッチキャンペーンを実施した。選択肢(3):大阪府営業時間短縮協力金に関する書類を配付した。選択肢(5):令和2年4月分会費の全額免除を実施した。
75	—	40%	コロナ対策をして、期間を決めて、短期間でのイベント実施。

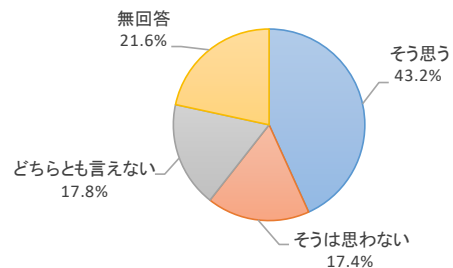
(4-1) 酒類を提供する飲食店の様子は? (時短協力を受取り、営業を続けている店が多いか?)
「そう思う」が39%である。

No.	項目	回答数	%
1	そう思う	91	38.6
2	そうは思わない	46	19.5
3	どちらとも言えない	41	17.4
	無回答	58	24.6
	回答者数	236	100



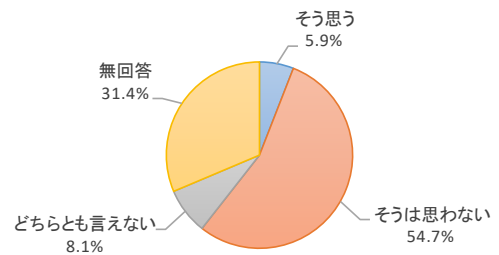
(4-2) “ (時短縮協力金を受取り、休業している店が多いか?)
「そう思う」が43%である。前質問と比較して、休業している飲食店の方が多いと推察できる。

No.	項目	回答数	%
1	そう思う	102	43.2
2	そうは思わない	41	17.4
3	どちらとも言えない	42	17.8
	無回答	51	21.6
	回答者数	236	100



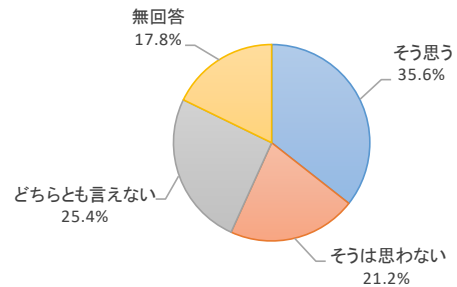
(4-3) “ (時短に協力しない店が発生しているか?)
「そう思う」は6%に止まっている。

No.	項目	回答数	%
1	そう思う	14	5.9
2	そうは思わない	129	54.7
3	どちらとも言えない	19	8.1
	無回答	74	31.4
	回答者数	236	100

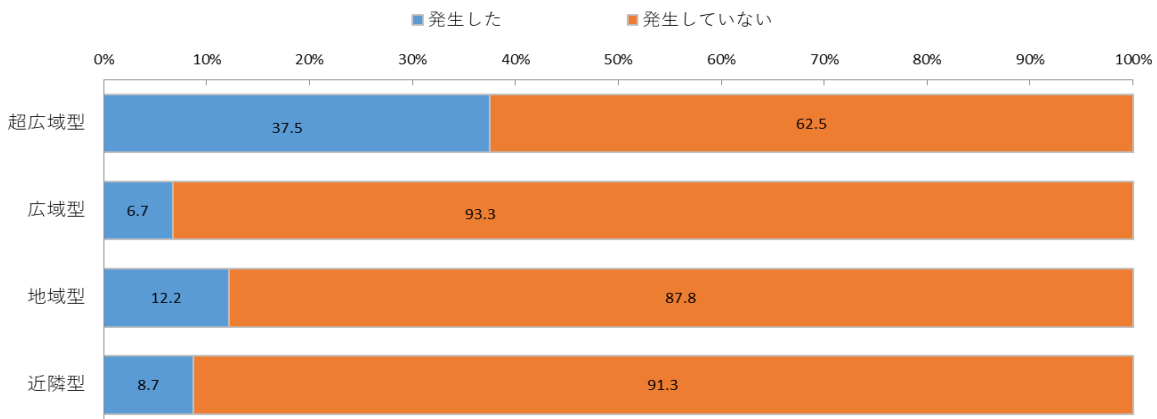


(5-1) 酒類を提供する飲食店の今後は? (時短協力が困難になる店が増えてくるか?)
「そう思う」は36%に達している。

No.	項目	回答数	%
1	そう思う	84	35.6
2	そうは思わない	50	21.2
3	どちらとも言えない	60	25.4
	無回答	42	17.8
	回答者数	236	100



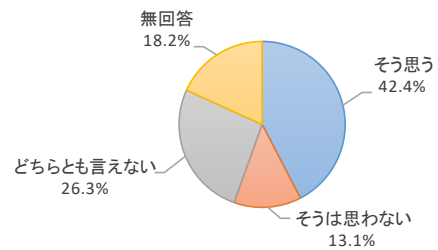
今後、時短協力が困難になる店の増加は、地域型商店街、近隣型商店街に多い。



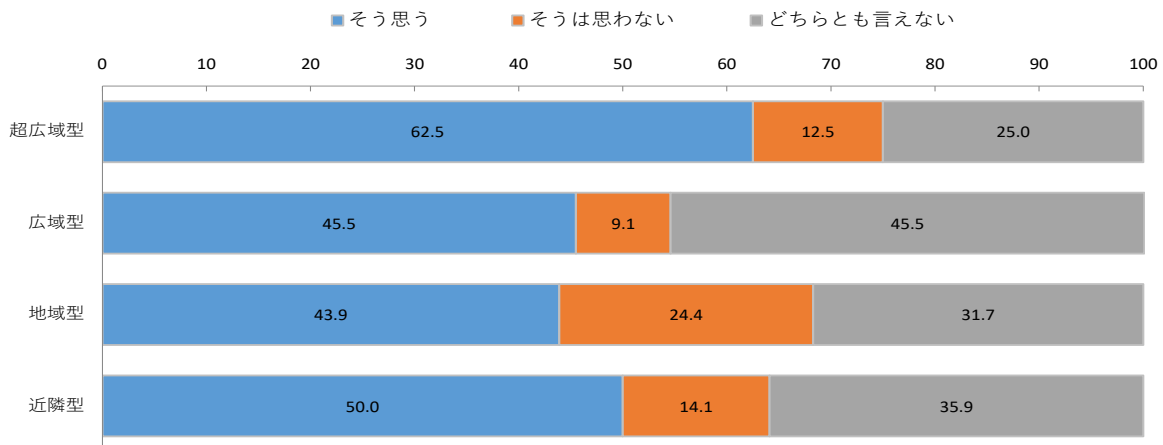
(5-2) 〃 (時短協力金がなくなると、閉店する店が多くなるか?)

「そう思う」は42%に達している。

No.	項目	回答数	%
1	そう思う	100	42.4
2	そうは思わない	31	13.1
3	どちらとも言えない	62	26.3
	無回答	43	18.2
	回答者数	236	100



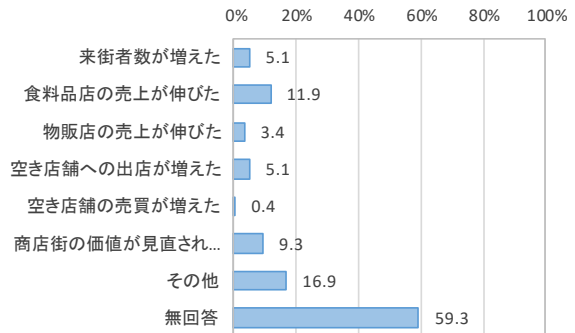
閉店する店は、超広域型商店街が最も多く、次いで近隣型商店街が多い。



(6)コロナ発生により、何か良い影響はあったか？

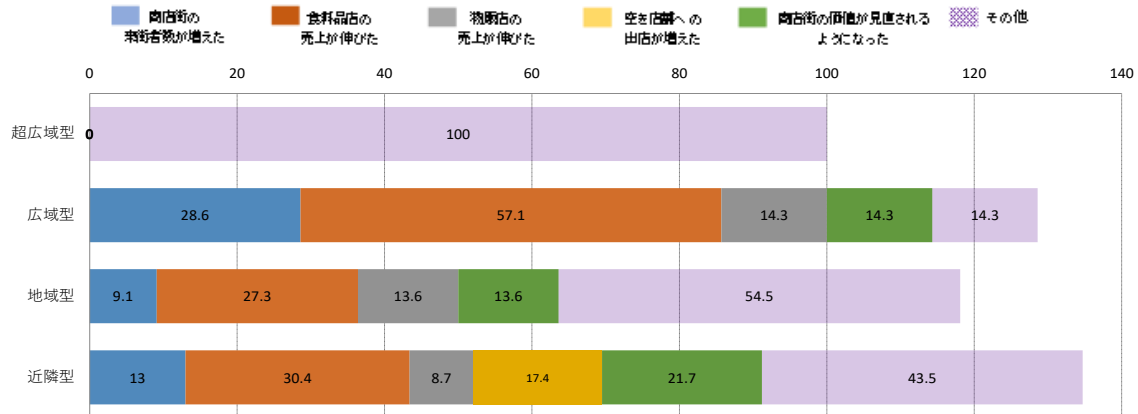
無回答が59%である。「食料品店の売上が伸びた」が12%、「商店街の価値が見直されるようになった」が9%である。

No.	項目	回答数	%
1	商店街の来街者数が増えた	12	5.1
2	食料品店の売上が伸びた	28	11.9
3	物販店の売上が伸びた	8	3.4
4	空き店舗への出店が増えた	12	5.1
5	空き店舗の売買が増えた	1	0.4
6	商店街の価値が見直されるようになった	22	9.3
7	その他	40	16.9
	無回答	140	59.3
	回答者数	236	100



超広域型商店街に良い影響はない。他では「食料品店の売上伸長」、「来街数の増加」等が見られる。

近隣型商店街では、「空き店舗への出店増加」、「商店街価値の再評価」が顕著である。



7.その他(内訳)

32	超広域	—	特になし。事業者は減った。
103	超広域	50%	インバウンド専門店がなくなった。
32	広域型	—	当市で有名なケーキ屋は客が多い。コーヒー店も2割減でとどまっている。他は激減少。
55	地域型	—	来街者は減少し、売上が減少している。
47	地域型	—	すべての店舗で売り上げ減。
10	地域型	—	良い影響は今のところ見当たらない。
—	地域型	—	どれも当てはまらず、悪影響の連鎖が続いている。
192	地域型	83%	年齢層の高い顧客は減っていますが、周辺に住むファミリー層の来街者数が増えています。
53	地域型	80%	良い影響ある理由なし。知事、市長の無能が明らかになった。
25	地域型	80%	小さな駅前の飲食街なので、大きなダメージです。
35	地域型	80%	個々に時短、自粛しており、営業努力を続けている。
60	地域型	68%	思わない。
19	地域型	67%	良い影響はなかった！
52	地域型	13%	良い影響何もなし。
137	地域型	2%	インバウンドに特化した店舗が撤退した。
76	近隣型	—	週末に人の多い時間もあるが、全体的には人の通りは減少している。
40	近隣型	—	良い影響は皆無です。
37	近隣型	—	良い影響はなし。
36	近隣型	—	酒類提供者が1軒出店されたが、非会員であるので良いとは言えない。
36	近隣型	—	何もない。
32	近隣型	—	成立(1軒)。コロナ発生によりか否か分からないが、長年の課題であった。
31	近隣型	—	特に変化なし

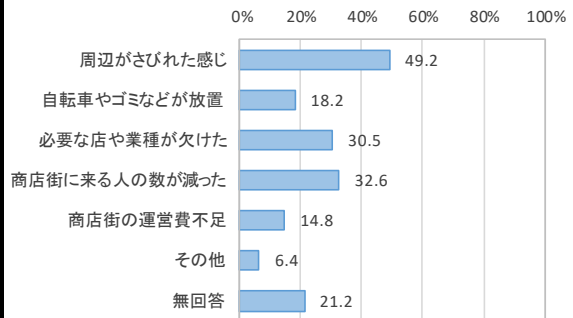
21	近隣型	—	外国人客がいなくなって、落ち着いて本来の日本人相手のお商売ができるようになりました。
19	近隣型	—	何もない。
19	近隣型	—	飲食店、酒屋が困っているが、特に変わらない。
15	近隣型	—	〇印は令和2年に限る。現在は減少している。
11	近隣型	—	変わりなし。
—	近隣型	—	店主の高齢化に伴う売上の減少により、商店会が衰退し、このままでは近い将来閉鎖に追い込まれると思う。
—	近隣型	—	変わらない。
42	近隣型	75%	ない
44	近隣型	72%	テナント敷金、家賃が安くなっているのかな？
30	近隣型	65%	良い影響はない。
70	近隣型	56%	選択肢(2)(6): 第1波の時のみ感じました。以後は苦しい状況です。
64	近隣型	52%	当商店街は小規模な店が多く、時短要請に従って給付金の申請をして凌いでいる。
32	近隣型	50%	良い影響は全くない。
38	—	—	いつも賑わっている商店街がコロナでどうなっているか、視察に訪れる顧客が多く見られます。
24	—	—	テラス席のある店舗の売上が一部良くなった。
6	—	80%	デジタル化に少し前進した。コロナで時間の余裕ができた。
50	—	78%	TAKEOUT事業が増えた。
70	—	33%	良いことは全くなし。

4. 貴商店街の空き店舗対策について

(1) 空き店舗が貴商店街に与えている影響は？

「さびれた」が49%、「来街者が減った」が33%、「必要な店や業種が欠けた」が31%の順となっている。

No.	項目	回答数	%
1	周辺がさびれた感じ	116	49.2
2	自転車やゴミなどが放置	43	18.2
3	必要な店や業種が欠けた	72	30.5
4	商店街に来る人の数が減った	77	32.6
5	商店街の運営費不足	35	14.8
6	その他	15	6.4
	無回答	50	21.2
	回答者数	236	100



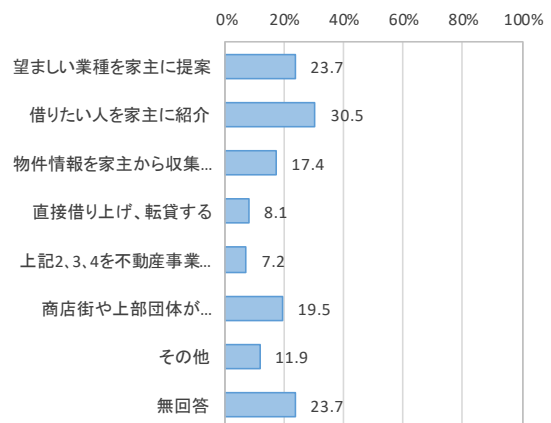
6. その他(内訳)

45	超広域	26%	営業店舗に影響
30	地域型	—	空き店舗なし。
53	地域型	80%	次項目参照
78	地域型	53%	空き店舗は目的なくありません。
32	近隣型	—	特に影響なし。
30	近隣型	—	コロナ以前からなので変化なし。
21	近隣型	—	緊急事態宣言下で夜8時を過ぎると人通りがなくなります。
15	近隣型	—	コロナ以前とそう変わらない。
—	近隣型	—	空き店がないため不明。
19	近隣型	71%	別に影響なし
107	—	—	閉店してもすぐに新しい店舗が決まります。
65	—	—	治安が悪化してきている。
17	—	100%	特に変化なし。
70	—	33%	居酒屋が増えた。

(2) 複数の商店街が共同して、空き店舗の解消に取り組むなら？

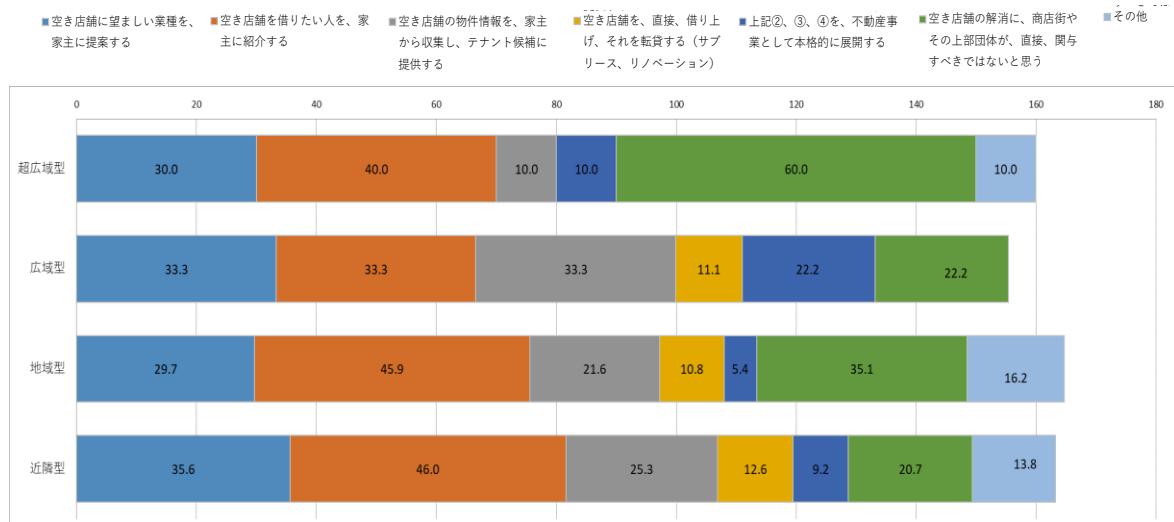
「借り手の紹介」31%、「家主に望ましい業種を提案」が24%、「商店街や上部団体が関与すべきではない」が20%の順となっている。

No.	項目	回答数	%
1	空き店舗に望ましい業種を、家主に提案する	56	23.7
2	空き店舗を借りたい人を、家主に紹介する	72	30.5
3	空き店舗の物件情報を、家主から収集し、テナント候補に提供する	41	17.4
4	空き店舗を、直接、借り上げ、それを転貸する(サブリース、リノベーション)	19	8.1
5	上記2、3、4を、不動産事業として本格的に展開する	17	7.2
6	空き店舗の解消に、商店街やその上部団体が、直接、関与すべきではないと思う	46	19.5
7	その他	28	11.9
	無回答	56	23.7
	回答者数	236	100



超広域型商店街は「空き店舗の解消に直接関与すべきではない」との意見が多い。

近隣型商店街では「直接借り上げて転貸」、「不動産事業として展開」の意見が増える。



7.その他(内訳)

—	超広域	—	商店街への協力金があれば、専用サイトを作り、会として発信する。
55	地域型	—	家主から会費を集められるよう、加入条例を強化してほしい。
—	地域型	—	家主様との協力と連携で、商店街に協力的な店舗に入っていただく努力をする。
192	地域型	83%	商店街内の不動産屋と業種の偏りを是正できるよう、情報共有し、行政などの力を借り、誘致する。
65	地域型	76%	専務理事として理事会で選択肢(4)を提案するが、他の理事から選択肢(6)の意見がある。
60	地域型	68%	特に取り組みはしていない。
78	地域型	53%	空き店舗は目的なくありません。
56	近隣型	—	店舗の入店契約については、管理会社が行っているため商店街としては関与していない。
55	近隣型	—	選択肢(3):各商店街ではなく、広く大阪府の中での空き情報をサイトで紹介(検索)できるようにねばいい。
40	近隣型	—	問2の(5)に準じます。
24	近隣型	—	考えていない。
21	近隣型	—	商店会運営には、商店主だけでなく、家主にも商店街の発展のための方向性や運営方針を共有して頂くが必要だと思います。
19	近隣型	—	必要としていない。
15	近隣型	—	当商店会は住居兼店舗が約半数あります。商店会として先々決め置かないといけないかと考えています。
—	近隣型	—	過去、空き店対策をしたことがない。
61	近隣型	89%	空き店舗を日割り家賃で借り、イベントの場所に。物品販売や古着回収など。
44	近隣型	72%	地元不動産業者との情報共有化を継続的に行う。
32	近隣型	50%	コロナを早くおさえて、100円商店街等のイベントを増やす。
—	近隣型	10%	空き店舗になったら解体して建売住宅が増えている。店舗数が40軒から10軒に減った。
39	—	—	貸すようお願いする。
10	—	—	考えていない。
10	—	100%	分からない。
6	—	80%	本人の持ち家なので立ち入れない問題が多く、街づくりの展望が描けない。
50	—	78%	店舗付き住宅のため、発展性がない。
55	—	77%	これまでも空き店舗の解消に取り組み、空き店舗が減ってきた。個々の店舗は所有者様の不動産で、閉店後他人に貸したくない所もあるため、取り組みが難しい。
30	—	64%	地域の不動産屋さんに、空き店舗解消をお願いしています。
75	—	40%	不動産の事業所が管理しているため、何とも言えない。
57	—	38%	家賃が急上昇したため、借り手の条件が合わないケースが多い→賃料の値下げ。

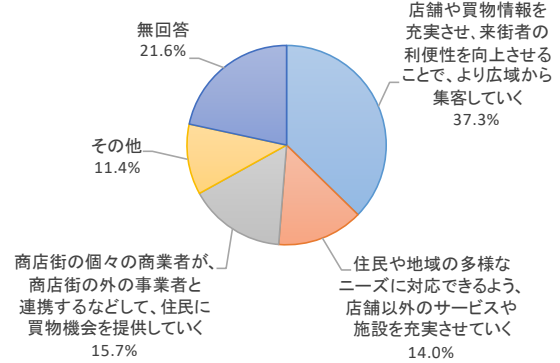
(3)今後、貴商店街がめざす方向は？

「単独型指向」が37%、「複合型指向」が14%、「転換型指向」が16%と捉えられる

前出の設問1(1)においては、「超広域、広域型」が14%、「地域型」が24%、「近隣型」が62%であった。(無回答を除く)

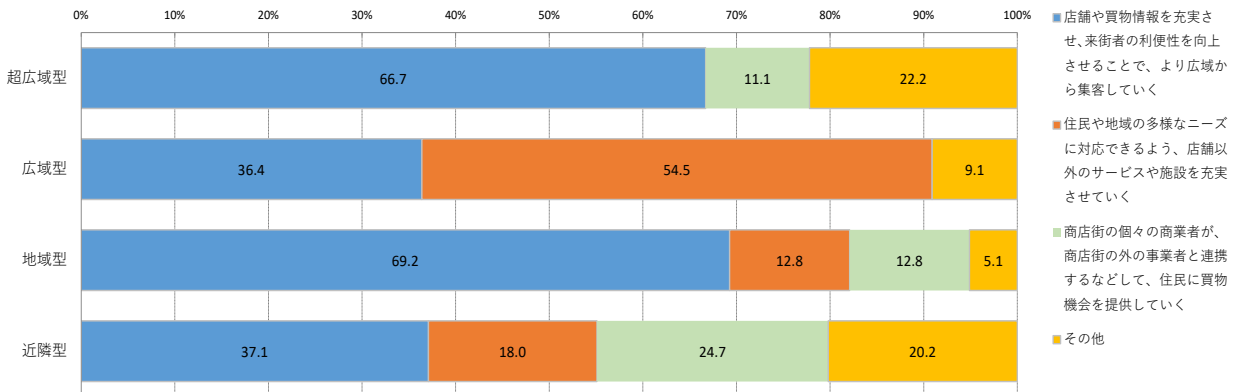
府内商店街の複合型が示す方向性に対する認知は低いといえる。

No.	項目	回答数	%
1	店舗や買物情報を充実させ、来街者の利便性を向上させることで、より広域から集客していく	88	37.3
2	住民や地域の多様なニーズに対応できるよう、店舗以外のサービスや施設を充実させていく	33	14.0
3	商店街の個々の事業者が、商店街の外の事業者と連携するなどして、住民に買物機会を提供していく	37	15.7
4	その他	27	11.4
	無回答	51	21.6
	回答者数	236	100



*「1単独型、2複合型、3転換型」とは、令和2年6月「地域コミュニティにおける商業機能の担い手である商店街に期待される新たな役割」、(地域の持続可能な発展に向けた政策のあり方研究会)で示された商店街の方向性。

地域型商店街で「店舗や買物情報の充実、」が多い点が特徴的である。



4.その他(内訳)

32	超広域	—	飲食(居酒屋)中心の商店街なので…宣言解除されないと元に戻らない。
—	超広域	—	この町らしさを武器に、より色濃く魅力を打ち出していく。
29	広域型	40%	飲食店主体の街で大半がアルコール主体なので、テナント構成を検討。
55	地域型	—	各店舗が協力して共同事業を行えるようにしたい。
53	地域型	80%	アーケード維持に努める。
55	近隣型	—	近隣の商店街との交流を図り、連携していきたい。
31	近隣型	—	物販店が少なく、対策を取りにくい。
26	近隣型	—	分からない。
21	近隣型	—	商店会・家主・店舗(店子)が連携して商店街の活性化(まちづくり)を目指さなくてはいけないと思っています。
21	近隣型	—	商店街を解散する。
19	近隣型	—	店舗や買物情報を充実させ、来街者の利便性を向上させることで、より近隣にアピールしていく(知られていない)。
19	近隣型	—	仲良く、楽しく。
15	近隣型	—	空き地利用で、土日にキッチンカーによる鰻のワラ焼きを始めています。幸先の良いスタートになりましたので、後続を探したいと考えています。
12	近隣型	—	散在の有名店の商品を既存の商店街の店舗に紹介、代理販売。
—	近隣型	—	未定
45	近隣型	100%	アートな街にして写真を撮りたくなるような街づくり。
44	近隣型	72%	店主高齢化、跡継ぎ問題は深刻。落とすところは外部事業者の店舗誘致。
19	近隣型	71%	空き店舗のオーナーが個々にあり、1店舗は古く建て直しの時期になっている。
21	近隣型	70%	商店街への集客事業が従来のように出来るためにも、コロナ禍後の対策を準備しておくことが重要。
50	近隣型	60%	高齢者を対象にした販売戦略を考えています。

70	近隣型	56%	観光の誘致と周辺の住民の方々へのアピール、両軸が必要と考えています。
—	近隣型	10%	商店が高齢者になり、商店街がなくなる。
17	—	100%	解散を目指す。
10	—	100%	個店がそれぞれ頑張る。
55	—	77%	市、市商店連合会と協力してイベントを実施し、来街者を増やす。
70	—	33%	観光客の来街率が高くなるので、そうした客を対象とした商店街。

■ (4)上記の方向を実現するため、商店街に誘致したい店舗は？

—	超広域	—	日本初や関西初など、このマーケットに合い、シナジーを生む店。
130	超広域	70%	ラグジュアリーな客層がターゲットなので、そのイメージを劣らせない店舗構成を維持したい。
227	超広域	49%	日常生活に直結するスーパー等の生活必需店舗。
85	超広域	43%	ラグジュアリーな物販店舗、飲食店舗
45	超広域	26%	高級食品スーパー
16	広域型	—	宅配サービス事業
109	広域型	94%	物販(アウトドア、スポーツ)、サービス(料理教室、子ども習い事等)、生活雑貨(キッチン、インテリア等)。
240	広域型	75%	行政サービスや地域に根ざした団体。
29	広域型	40%	アルコールに依存しない飲食業種の割合を増やす。
123	広域型	39%	無電柱化や車道の一方通行化を行い、歩道の拡幅、バリアフリー化を図り、もっと歩きやすい商店街を目指す。
55	地域型	—	チェーン店などの店長は商店街事業への参加が困難である場合が多く、個人事業主は弱体化して事業への参加が困難となっている。商店街事業に理解のある店舗を誘致したい。
43	地域型	—	公共的サービスを提供する店舗施設
41	地域型	—	物販店が増えることを願っている。

36	地域型	—	現状の組合店舗と競合しないで、直に集客性の高い店舗の誘致。
27	地域型	—	今の商店街には、お客様を呼べる、また満足させる、魅力のあるお店が少ないと思います。お客様を呼ぶには「食」が一番だと思います。食に関する魅力ある店舗が増えて欲しいです。市場機能を復活させたい考えです。小汚いバツ屋ばかりが増えてるので。
14	地域型	—	老舗、有名店の食料品店
10	地域型	—	お土産として特色のある店舗の誘致や、テイクアウトが充実した店舗が欲しい。
—	地域型	—	食料品、飲食店
42	地域型	100%	オリジナル店舗
192	地域型	83%	後継者不足、取引業者の廃業に伴って空き店舗になった業種の誘致（本屋、ホームセンター等）。ファミリー層が気軽に入れる飲食店、カフェ、カルチャースクールなど。
35	地域型	80%	来街頻度を上げるため、業種別で単発の売り出しを行う。
33	地域型	80%	食料品小売業
25	地域型	80%	JR駅前の小さなスペースの商店街なので、多角的に規模を大きくすることは望めません。また、そのスペースもありません。願わくば大きなデベロッパーが大々的に地域開発の様な買い取り再開発をする様なことを希望しますが、居住者の賛意が大変難しいと思います。常に短したすきに長しのスペースなので難問題だいつも思っています。
65	地域型	76%	開業意欲のある人への実験店舗の提供。
47	地域型	70%	集客力のある店舗
44	地域型	70%	生鮮三品の店
60	地域型	68%	家電商品販売店
55	地域型	67%	食料品店（スーパー）
19	地域型	67%	集客力のある店舗
78	地域型	53%	大型スーパー、映画館、飲食店を中心として小売店が100店舗くらいありますが、立派な建物が出来てもお客様を迎え入れる努力と地域の活動が必要と考えます。
70	地域型	44%	集客力のある店舗
137	地域型	2%	生鮮食料品を扱う店舗。
78	近隣型	—	宅配サービスやその拠点となる施設が必要。キャッシュレス化の推進。
76	近隣型	—	現在商店街の店舗の商品をデリバリーできるシステムを試験運用中。
47	近隣型	—	100均ではない、日用雑貨店（大型）
46	近隣型	—	地域のブランド価値向上につながる施設の誘致。
45	近隣型	—	集客性のある店舗が1軒でもあれば、人の流れが変化すると思う。若い人のチャレンジショップ的なものを再び考えても良いかと。
38	近隣型	—	商店街活動に理解を示し、協力してもらえ個人事業主に入ってもらいたい。
36	近隣型	—	食料品・小売業の店舗、スーパーマーケット等。
32	近隣型	—	販売業種の拡大（パン屋、魚屋、肉屋、食堂）を促し、また商店街運営の施設を設け、公の力も借り、移動図書館、健康相談会、児童集会の場として利用し、また販売などもできればと思う。
31	近隣型	—	空き店舗なし
28	近隣型	—	集客力のある大型店の誘致が必要と考えられるが、会員店舗と業種が重複しないよう考えるのが難しい。
23	近隣型	—	集客力が高く、商店街のランドマークとなる施設があれば誘致したい。
21	近隣型	—	私が生まれた頃の商店街は物品を販売するだけでなく、目に見えない文化も発信していたと思います。当商店会も大学の先生とカフェを13年ほど続けていますが、この2年はコロナ禍で大学よりインターネット配信となっていますが、商店街にイベントやネット配信できるスペースがあれば新たな展開ができるのですが、予算がなく残念です。
20	近隣型	—	物販店の増加
19	近隣型	—	身の文に合った店舗。
13	近隣型	—	高齢者の多い土地柄なので、日常に必要なお豆腐屋さんやお総菜店があると利用される方が多くなると感じるので、誘致したいです。
12	近隣型	—	有名店の商品を代行販売（サテライト式）で販売。
11	近隣型	—	食料品店、日用品を売る店
—	近隣型	—	コンビニ、又は100円均一の店舗
32	近隣型	104%	パン屋さん、魚屋さん
122	近隣型	101%	時間消費ができるカフェ。
54	近隣型	100%	物品販売、アパレル販売はネット通販によって益々落ち込むと思われる。当商店会では空き店舗対策として、塾、習い事教室、老人の集うスペース等の誘致に力を入れていく。
45	近隣型	100%	インスタ映えするような店。
33	近隣型	100%	主に食料品（肉屋、魚屋、総菜）、薬局等々。

30	近隣型	100%	露天商のような対面で飲食を販売する店が、数店舗増えることを願っています。
19	近隣型	100%	コミュニティ広場のようなお客様の休憩場所。
50	近隣型	90%	カフェ、パン屋
37	近隣型	90%	核となるような食品スーパーを誘致して客足を取り戻したい。その後は各店の努力次第。
61	近隣型	89%	特に飲食関係の店舗を増やしたい(和食、中華、洋食)。来街者たちのコミュニケーションの場としての店舗が必要。まずはフェイスブックを立ち上げ、商店街の紹介と同時に買い物情報を発信。
—	近隣型	88%	スーパー
92	近隣型	85%	商店街診断をして今後どのような店や取り組み方をして●。
12	近隣型	83%	スーパーや量販店が来てくれれば喜ばしい。
130	近隣型	75%	生活必需品の品種拡充や来街者のターゲットエイジを引き下げる(若い層)ためのファッショナブルアイテム取扱店舗を誘致したい。
42	近隣型	75%	飲食店を増やしたい。
44	近隣型	72%	断然、飲食業店舗。形態、業態を鑑み検討したい。
19	近隣型	71%	商店街では、来るものを拒むことなく！！
40	近隣型	70%	各店舗のバイ払いやwebコマーシャルの充実。空き店舗の有効活用に資金が必要。(チャレンジスペースとして、若い世代に1日安価で貸し出して、商売を試してもらいたい)
30	近隣型	65%	病院、レストラン
62	近隣型	60%	核となる有名チェーン店、衣料品・生活雑貨の店。
50	近隣型	60%	みんな商店街で協力してやっていくつもり。
70	近隣型	56%	近隣→スーパー力の強化と八百屋・魚屋など食料品誘致。観光→お土産と食事処の強化。
64	近隣型	52%	駅へのアプローチ道として通勤通学の往来があり、飲食店との連携により販売促進を進めていく。
39	近隣型	50%	人が集合できる施設を作るように。
33	近隣型	50%	野菜・食料品店等を増やす。近くに大型店舗あり。
32	近隣型	50%	コンビニ
26	近隣型	50%	スーパー
22	近隣型	50%	飲食店が少ないので、もう少しあればと思います。
56	近隣型	33%	若い人達に店舗を借りて欲しい。
62	近隣型	17%	という土地柄、キャバレー等衰退産業の大箱施設を利用、再開発し、若者達が集客可能な施設を構築したい。
—	近隣型	10%	大型ホームセンターにやられていて。
73	—	—	パン屋さん、和菓子屋さんが一店舗もないので、希望します。
60	—	—	各地にチェーン店舗化している店舗の誘致。
41	—	—	生鮮食料品店を誘致したい。
39	—	—	現在ある店舗の努力に協力することを行いたい。
38	—	—	出店の決めては商店街の活気、人の流れ、全体の魅力等の実現に努力が先とその実現。まずJAZZ生演奏「道頓堀JAZZストリート」の催事計画ができあがり、コロナ収束と同時に展開し、来訪機会を提供する計画で進んでいます。
20	—	—	インバウンド向け業種の復活出店。
16	—	—	空きが出たら考えます。
109	—	117%	近隣に大学が多く、若い世代のファミリー層も多いため、カフェなどの飲食店を増やしたい。
206	—	87%	今まで通り地域住民の方々が落ち着いて、ホッとできる様な身近な商店街を目指しており、既設の などの活用で何時でも何かしらの楽しみを発信できればと思います。
87	—	86%	(1)SNSでの発信 (2)商店、家主、行政との情報共有
6	—	80%	学習塾のような子どもや、若い親が集まれるような教育の商店街にしたい。(商店街はカメラ導入で安全・安心であり、付き添いの親の買い物＝ついで買いも図れる)
28	—	67%	SNSの活用で各個店を広く知らしめること。

22	—	65%	鮮魚、豆腐屋、八百屋
85	—	50%	商店街は飲食店が多いのでデリバリーを充実することも含め、テイクアウト専門の弁当店や既存の店舗の、テイクアウトを進めるための取り組みの会社の誘致。
75	—	40%	商店街だけでなく周辺の事業所とも協力して、地域全体で取り組む必要があると思います。
70	—	33%	飲食のボリュームを充実させることと、土産物の開発。

■ (5)コロナ禍、商店街で問題や課題になっている空き店舗関連事項は？

—	超広域	—	復活させる手を打てるように、商店会に協力金を出して欲しいです。
227	超広域	49%	破産による空室が目立ち初め、破産手続終了までテナント誘致できない期間が長く、業績に響く。以上。
85	超広域	43%	(1)空き店舗への対策もそうですが、今入店している店舗への補助(一律で〇万円ではなく、店舗規模や業績、家賃などを反映させた)をきめ細かく対応頂けるよう、行政への働きかけをお願いします。(2)各店舗ともどこまで我慢すれば元の営業ができるか分からないまま耐えている状態なので、各店で努力する部分、行政でフォローする部分を明確にして、将来のビジョンを提示して頂けるよう、働きかけをお願い致します。
45	超広域	26%	物販に手厚い補助(金銭面)。
24	広域型	—	コロナ発生後、空き店舗はありません。
8	広域型	—	その他事項:当商店会は実質事務所ビルや金融機関で成り立ち、商店会と銘打っていますが、実態はビル街であり、今回の調査にあまりお役に立てないこととなり申し訳ありません。未記入部分についても上記のためお許しを願います。
21	広域型	75%	空室の長期化が最大の課題。以上。
29	広域型	40%	やはり空室期間の長期化が一番の課題。以上。
123	広域型	39%	コロナ禍以前はインバウンドを中心に非常に賑やかな街路であり、歩道から人が溢れ●
55	地域型	—	売上の減少が課題。各店舗の設備投資がなかなか出来ず、新しいことにチャレンジ出来ていない。空き店舗も設備が古く、建物が古くなっている。建て替えても家賃収入が見込めないことが空き店舗の要因の一つだと思います。
41	地域型	—	空き店舗になって長期になるため、自転車を不法に止める人が増え、通りが悪くなり人通りが減っている。
36	地域型	—	根本的に空き店舗がない。唯一必要事項は不動産の転売時などに、商店街会費、工事の際のアーケードの取り合い等、不動産屋に重要事項の書き込みを明確にする。
27	地域型	—	商店街を古くから仲介されてきた地元の不動産屋さんは、高齢(70～85歳くらい)で、空き店舗情報などの発信がない状態です。また大家さんも高齢であります。今では当たり前のインターネットなども使用できない方が多いので、空き店舗状態が続いています。この問題が改善されない限り、優良な店舗さんの出店はないと思います。高齢の不動産屋さんが管理されている物件は 商店街のホームページへの記載をお願いしたく思っています。
24	地域型	—	家主に貸す気がない。
192	地域型	83%	10年、20年先を見据え、長く商店街と共に商売を続ける新規店舗に対して、国から家賃補助などをしてあげて欲しい。コロナ禍で若年層のファミリーの来街が増えていると共に、駐輪場が課題。
53	地域型	80%	上部団体、行政にできることはない。現在上部団体が行っていることは、当商店街にとって役に立つことは何もない。外出を控えるよう要請している以上、集客のイベントを考える必要なし。
35	地域型	80%	まず第一に、この未曾有のコロナ禍を収束させねば、次のステージに進めません。
25	地域型	80%	小さな小さな商店街で、自分たちで再開発を願っても難しい問題です。大きなデベロッパーが開発に進出するにも周囲の状況はあまり良くありません。最大の利点、長所はJR 駅と近くに があることで、その通う道路の商店街です。戦後の闇市が作った商店街なので規模が小さく、過去に度々色々なお誘いがありますが、全員乗り気がありません。無気力を嘆くだけです。
47	地域型	70%	コロナ対策をしている店舗が多い中、アルコール規制、営業時短の見直しが急務であると思われる。
44	地域型	70%	HPや各種SNS等による商店街情報の発信。
78	地域型	53%	コロナ禍において、 商店街で別に問題はありません。
70	地域型	44%	行政にはいち早く国民にワクチン接種を期待します。
137	地域型	2%	家主との話し合いの場がなく、いつの間にか新しい店舗が決まっていたり、オープン後も組合に加入して頂けない状況がある。
46	近隣型	—	区役所を中心に地域の商店会が集まって勉強会を開く予定です。
45	近隣型	—	家主さんの高齢化で店舗管理が難しくなり、売却する店舗も出てきている。不動産物件として売買されると、商店街の中にふさわしくない業者が出店してくることもある。現に、不定期に空き店舗で勧誘ショップなど何を買っているのか分からないネズミ講的なショップが来ている。

36	近隣型	—	仕舞屋が多く、商店街で居住のみされている人、また店舗を住宅に建て替えて売却、賃貸するなど、商売をしていない家が増えている。後者の場合、外部の人が多く、会費を支払わない人が多い。空き店舗に日用品や生鮮食品を売る店があれば近隣からの客足が増えるだろうし、若者向けのカフェやブティック、小物の店があれば、新駅への行き帰りの学生、通勤客が足を止めてくれるだろう。その取り組みの具体案、事例等を教わりたい。
32	近隣型	—	長年にわたり管理なく放置している店舗に行政指導を願えないか。また、家主に対し、家賃等の考慮を指導願えないか。コロナ禍以前からの問題ではある。
28	近隣型	—	スーパー・が移転し商店街の集客の核がなくなり、ずっと空き店舗となっており、周囲の店主さんは死活問題となっており、移転も考えておられるようです。
23	近隣型	—	行政による地域ごとの空き店舗情報、貸借条件などを一般に公開する。
21	近隣型	—	我が国初の「緊急事態宣言」から1年半になります。このコロナ禍で全国の観光地はもとより大阪もインバウンド景気に潤った商業地域が大きな打撃を受けていると思います。私ども梅田周辺の商売人は中国人観光客が少なく、インバウンド景気の恩恵をあまり受けなかったで、大きな打撃を受けずに以前と変わらず日本人相手の商売を続けています。も日本人相手に商売をしておられたので売上は減っているでしょうが、大きな被害は受けておられないように見えます。私はコロナ発生前のインバウンド好景気を見ていて、の言葉をいつも思い出します。「商売人には地域に密着した農耕民族型と売上がなくなると他の地域へ移動していく狩猟民族型がありますが、我々のように先代・先々代から商店街で商売をしている農耕民族型の商売人は地元のお客様を大切にしたいといけな。」と話しておられたことが心に残り、インバウンドの好景気に何か違和感を感じていました。今回はコロナウィルスの流行でインバウンド好景気が止まってしまいましたが、コロナ騒ぎがなく好景気が続いていたとしてもこの1年半に何度も緊急事態宣言を行っていますがコロナは終息せず、国の要請を守らず朝までアルコールを販売している飲食店等はやりたい放題です。西欧諸国のように緊急事態時には強制的に従わせる法律を作らない与党、作らせない野党の国会議員には情けない思いです。この間に国の借金は膨れあがっています。私達老人は先が短いので構いませんが、そのツケは我々の子ども・孫に重くのしかかることに心が痛みます。国政に携わる議員にはこの国難に対して選挙での自分の保身ばかり考えず、西洋諸国のような緊急事態における法整備をお願い致します。真面目に国の要請に従っている商売人が馬鹿を見る(損をする)現状は許せません。
19	近隣型	—	高齢者の来街が減少している。高齢者が出かける習慣がなくなると元には戻れないと思う。飲食に対する一律の制限が大きな不幸を招いている。地元、地元と言うなら、時間も経っているのだから、もっと個別に対策を示して欲しい。
13	近隣型	—	当商店街は残念ながら後継者がいない店舗が多く、アーケードもないことから、店舗から住宅地に移行している現状です。4商店街に接しているので、新しい店舗が来ても便利なので紹介なりしていただきたいです。
11	近隣型	—	食料品、日用品等の生活必需品を販売する店の出店を希望。
—	近隣型	—	コロナ禍の中、光の見通しが立たない中、新規OPENを、シャッター通りと呼ばれる商店街の中に出店しようとする店舗があるとは思えない。コロナ禍は3年→5年スパンで考えても撲滅とは考えられず、益々複雑な経過をたどることが予想される。従って、商業形態も変化せざるを得ないと考ええる。
—	近隣型	—	商店会に核となる文化施設が欲しいです。
122	近隣型	101%	当商店街も利用しているRSHOP事業への商店街組合としての登録と、空き店舗の登録を促進したい。
54	近隣型	100%	コロナ禍の影響により郊外にある大型店舗ビッグボックスより、地元の商店街で賄うパイロカルに舵を切るような方策を取るべき時。
45	近隣型	100%	美化活動を進める中で、JTさんと大学生協力のもとアイデアを言い合って実現していく。
61	近隣型	89%	空き店舗を利用してイベントを企画するが、コロナ禍のため人の密・集客を避けて考えると解決せず、中止に至った(古着収集のフクチェーンイベント■原文のまま)。空き店舗利用で休憩場所など考えるが予算が掛かりすぎ、行政の補助金に期待。
130	近隣型	75%	以前からの問題点である商店街付近の「駐輪場」(無料がベストだが少額有料でも)が各ブロックごとに欲しい。商店街内を乗っけるの自転車走行禁止＝事故防止を徹底し、徒歩での安心・安全な買い物を楽しんで頂きたい。
42	近隣型	75%	商店街の会員になってくれない。
44	近隣型	72%	(1)組合との事前根回しも一切なく、外部業者(北海道札幌)が民泊運営を目的として物件購入し参入するも、運営許可が下りず、コロナ禍と相まって空き店舗の状態に放置されている。組合費も請求しているが、一切入金されていない。(2)民泊大手が大改装手し、2棟1戸借り。地域住民説明会も開催し時間をかけ相談するなど事前協議を重ねたが、営業開始後コロナ禍の煽りで大家の不動産業者にも告げず、住居内設備をいきなり撤出し撤退。決断も早かった。(3)他商店街好事例を色々調べると、地域活性化のためには不動産専門知識が明らかに必要。空き店舗対策には、不動産のプロが付かないと組合では足を踏み入れられない領域があり不可能。理事会等で商店街活性化のため「不動産関連の情報共有」を案件として踏み込んで協議していなかったで、今後行政や会議所のサポートを期待する。
19	近隣型	71%	各店舗では、一にアルコール消毒、二に消毒を目指しています。
40	近隣型	70%	行政や会議所への期待としては、“若い世代限定”で空き店舗を貸し出すチャレンジスペース、3日間無料、延長、実費のようにして家主に払う分を負担してもらいたい。
30	近隣型	65%	行政の働きかけに頼ろうと思いますが、現実はなかなか困難と思われる。

62	近隣型	60%	交通量が多く、自転車のマナーが悪い。
50	近隣型	60%	商店街役員と力を合わせ、今後共同で取り組んでいきます。
70	近隣型	56%	全体的な訴求力低下により、人通り減少を何とか食い止める必要があります。そうしないと全て解決できないと考えております。人口減なども絡み、難しい問題ではあります。
64	近隣型	52%	当商店街は比較的好立地に恵まれ、空き店舗は少ない(今のところ)。
32	近隣型	50%	当商店街は空きになっても早く次の店が決まるのですが、ほとんどが飲食店で、夜だけの営業が課題です。
52	近隣型	27%	不動産業者に、家主状況などを連絡するよう協力している。
73	—	—	コロナ禍において、飲食店もですが、洋服屋さんの悲痛な声を耳にします。出かける機会がないので売れないと…。
38	—	—	うまいもの街と、HP、他顧客に訴えている。現状、てっちり、鉄板焼き(肉)、割烹、寿司、地鶏(焼き鶏)、もつの店、蟹、かやくご飯、活魚料理酒場等、「顧客の声:大阪では5指に入る店の集まりや」と毎晩賑わっていた。今後の課題として現状の客層は40歳以上が100%で、若者にも受けるうまいものの店を模索し実現したいと考えています。
24	—	—	空き店舗(区画)については現在リーシング中で、有力候補が挙がっている(現状)。
20	—	—	テナント集合施設のゴーストビル化の解消。
16	—	—	施設の老朽化、店主の高齢化
109	—	117%	(1)テナントオーナーとの連携と情報交換が取れていないのが課題。(2)店舗オーナーが高齢化しており、店の廃業とともにその店舗を住居として住んでおり、貸すための改修をすることなくシャッターを閉じた状態の空き店舗が課題。(3)空き店舗活用事業の補助金があれば組合として対策を講じたいが、資金不足。
32	—	97%	当商店会はJR 駅から 市役所へ通ずる、いわゆる に面している。市民会館跡地エリアも近く、より多くの人々が訪れ、滞在し、活動したくなる“まちなか”にしていきたいためには、電線の地中化を実施したいと考えているが、隣の商店会の古いアーケードがあり大変苦労している。
206	—	87%	お住まいにはなっていない、ご商売をされていない店は商店街費の支払いやイベントへの不参加などが問題になっています。
87	—	86%	家賃・共益費などの負担増。
6	—	80%	空き店舗が住宅となり、協同組合法のしぼりで会費も支払ってもらえない。アーケードの管理費が将来的に不安である。旧・新住民が住宅のみにしてしまえば終わりである。
85	—	50%	空き店舗の賃料が従来の賃料とそれ程値下げができない状態にあるので、一定期間なりテナントに対して値下げを設けて、事業が軌道にのった時点で基本賃料にするなどの方法を用いるために、家主またはテナントへの支援ができないか？
75	—	40%	地域密着型の商店街ではなく観光地商店街のため、不要不急の移動が制限されているため非常に厳しい状況です。
70	—	33%	コロナ以前から新店の意欲は低く、出店への特典を付ける必要があるのではと思います。同時にこれだけ落ち込んだ消費意欲を戻すため、消費誘因イベントが必要。
土地と建物が別々の持ち主の他、高齢になった店主がそのまま住みつき出て行かない。			

自由回答の表記について

- ・各回答は「全店舗数」「商店街の類型」「来街者数の増加率(コロナ後、平日)」「意見」の順で表記した。
- ・回答者が推測できる固有名詞等は空白にして秘匿した。
- ・回答が判読できない場合は「●」と表示した。

商店街の類型、属する商店街（アンケートの回答より、無回答を除く）

超広域型	全店舗数	近隣型	全店舗数	〃	〃
HEPナビオ商店会	27	ドーチャ商店街振興組合	56	茨木心斎橋商店会	19
HEPファイブ商店会	165	中崎・北天満商工倶楽部	21	JR駅前商店会	45
大阪駅前第四ビル振興会	16	京阪京橋商店街振興組合	40	茨木市駅東口商店会	N
ヒルトンプラザテナント会	85	大東商店街	36	古江台商店会	10
阪急三番街商店会	227	野田阪神駅前通商店会	64	ゆらら藤白台商店会	10
ハービスPLAZA会	130	四寶島商店街振興組合	52	青山台近隣センター商店会	15
戎橋筋商店街振興組合	103	せんば心斎橋筋商店街	130	東片山商店会	17
千日前商店街振興組合	45	九条新道2丁目西商店街振興組合	44	高野台B1商店会	19
なんば南海通商店会	32	九条千日通商店街振興組合	56	日の出商店会	14
大阪市中央区商店会連合会 アメリカ村の会	N	九条新道駅前商店街振興組合	40	桃山台ショッピングセンター	18
広域型		八幡屋商店街振興組合 <td>42</td> <td>小野原商店会（箕面市）</td> <td>2</td>	42	小野原商店会（箕面市）	2
芝田商店会	45	泉尾商店街振興組合	32	牧落商店会	19
阪急32番街商店会	29	生玉森門商店会	20	阪急桜井市場	33
阪急17番街商店会	21	玉造日の出通中商店街協同組合	32	長尾台商店会	54
天満橋京町商店会	8	玉造日の出通北商店街協同組合	52	なんこうシャトル南人会	19
なんさん通り商店会	123	柏里三丁目商店街振興組合	50	大利商店街振興組合	92
あべのキューズモール	240	御幣島商店会	27	池田中央商店会	N
加賀谷本通商店街振興組合	24	十三本町商店街振興組合	47	香里中央商店会	32
堺銀座北商店街組合	37	十三サカエマチ商店街振興組合	62	香里園本通商店会	31
アンディ専門店	28	十三元今里商店街振興組合	76	東横屋川商店会	37
泉ヶ丘食品名店会	16	十三駅前西商店会	30	八坂商店街	40
トナリエ桜・美木多 テナント会	31	十三西条町商店会	55	土居駅前通商店街振興組合	26
阪急高槻南駅前通り商業振興会	32	十三一番街商店会	23	土居商店街振興組合	33
みのおキューズモール	109	今里新道筋商店街振興組合	25	京阪中通商店会	13
フレッシュタウン鴻池商店街（振）	38	東小橋本通商店会	12	野崎参道商店街振興組合	70
東大阪市布施駅前二条通り商店会	19	相生通商店会	N	住道本通り商店街協同組合	20
地域型		みどり橋中央商店会 <td>19</td> <td>布施駅北詰二番街商店街（振）</td> <td>21</td>	19	布施駅北詰二番街商店街（振）	21
天神橋筋4丁目北商店街振興組合	46	生野銀座商店街振興組合	34	東大阪布施商店街振興組合	55
天五中央商店会	23	生野本通センター商店街振興組合	36	小阪本通商店街振興組合	30
大淀天六商店会	20	生野本通中央商店街振興組合	N	岩田本通商店街振興組合	35
京橋中央商店街振興組合	100	桃谷本通商店街振興組合	30	瓢箪山駅前東商店会	45
新京橋商店街振興組合	79	桃谷本通東商店街振興組合	26	広小路南商店会	23
黒門市場商店街振興組合	137	ベルロード中銀座商店会	22	小若江商店街	28
九条東商店街振興組合	36	大池商店会	N	小阪本通南商店街（協）	13
九条中央商店街振興組合	30	鶴橋本通商店会	N	山本商店街（振）	39
大正橋商店会	25	森小路商店会	82	豊中駅前一番街商店街振興組合	62
天王寺駅前商店街振興組合	53	森小路京かい道商店会	46	岡町商店街振興組合	78
南陽通商店街振興組合	52	城東商店街振興組合	50	北助松商店街振興組合	61
日本橋筋商店街振興組合	161	南鴨野商店街	20	和泉ショッピングセンター協同組合	15
十三フレンドリー商店街振興組合	41	あべのボンテ商店会	7	野田町南栄会	30
鶴橋商店街振興組合	185	粉浜本通商店街振興組合	33	東貝塚商店街	50
大阪鶴橋市場商店街振興組合	N	安立本通商店街振興組合	N	松原中央商店会	N
東小橋南商店街振興組合	30	安立中央商店街（振）	15	新堂・栄町商店会	N
生野本通商店街振興組合	55	安立東通り商店街（協）	N	商店街の類型(定義) ①超広域型： 百貨店や量販店等の大型店、 有名専門店、高級専門店があり、 遠距離から来街する商店街 ②広域型： 百貨店、量販店などの大型店があり、 最寄品よりも買回品が多い商店街 ③地域型： 最寄品と買回品が両方あり、 徒歩や自転車だけでなく バスや自家用車等で来街する商店街 ④近隣型： 最寄品中心で、 近隣住民が 徒歩や自転車で買物にくる商店街 *令和3年9月3日時点 (アンケートの回答返信期限)	
鶴橋本通鶴商會	14	粉浜商店街振興組合	122		
千林商店街振興組合	192	地下鉄あびこ中央商店街振興組合	100		
駒川南商店会	35	長吉中央商店街	35		
駒川商店街ギンザ会	27	平野本町通商店街振興組合	32		
堺銀座商店街	47	平野南海商店街	21		
堺銀座西商店街振興組合	44	南田辺商店会	31		
堺銀座南商店街	10	田辺本通商店会	18		
堺東駅前商店街振興組合	42	萩之茶屋本通商店街振興組合	45		
しらさぎ310南友会	70	天下茶屋駅前商店街振興組合	50		
泉北光明池専門店事業協同組合	43	サンスーク花園商店街振興組合	21		
ベルビル店主会	42	鶴見橋1丁目2番街商店街振興組合	38		
高槻センター街商店街振興組合	111	鶴見橋六番街（振）	37		
喜田商業協同組合	85	堺山之口商店街	N		
GEI・入道書会（グリーンプラザなかつ倉1号棟 入道書会）	48	深井プラザ商店会	24		
アクトアモーレ店舗会	78	堺市駅東商店街振興組合	50		
茨木阪急本通商店街振興組合	60	中百舌鳥公園団地 店舗会	11		
吹田市新旭町通商店街	47	中百舌鳥駅前通商店街振興組合	45		
吹田市片山商店会協同組合	24	諏訪森商店会	N		
サンクスみのお商店会	14	諏訪森本通商店街振興組合	30		
東大阪布施本町商店街振興組合	55	晴美台商店会	11		
東大阪広小路商店街振興組合	36	庭代台商店街（会）	18		
布施一条通り商店会	19	三原台商店街十一会	14		
広小路東商店会	19	美原商店会	30		
ポッポアベニュー商店街	65	美原本通り商店街振興組合	25		
岸和田駅前通商店街振興組合	62	池田栄町商店街振興組合 サカエマチ一番街	N		
春木駅前通商店街振興組合	33	池田市敷在商店会	12		
姫松商店会	N	栄町商店会	25		

*店舗数の「N」は無回答を表す

2. 調査票

令和3年8月

コロナ禍における府内商店街等の空き店舗実態調査

新型コロナウイルス感染症は、わが国において、令和2年2月頃から、猛威をふるい始めました。このアンケートにおいて、「新型コロナ発生前とは、令和2年1月より以前」をさし、「コロナ発生後とは、令和2年2月以降」をさすものとしてご回答をお願いします。

(一財) 大阪商業振興センター
構成団体：大阪府商店街振興組合連合会
大阪府商業協同組合連合会
大阪府商店街連合会
大阪市商店会総連盟
堺市商店連合会
大阪府衛星都市商店会総連合会
大阪市公設市場連合会

1. 商店街の属性 (必要事項を簡単に記入してください)

商店街名	
所在地	〒
記入者名	役職・氏名
連絡先住所	
電話	☎ — —
メールアドレス	@

会員数・店舗数	
会員数	名
会員店舗数	店
全店舗数	店

*全店舗数には、商店街の
非会員店舗も含めてください

(1) 商店街のタイプは？(1つだけに○印をつけてください)

- ①超広域型：百貨店や量販店等の大型店、有名専門店、
高級専門店があり、遠距離から来街する商店街
- ②広域型：百貨店、量販店などの大型店があり、
最寄品よりも買回品が多い商店街
- ③地域型：最寄品と買回品が両方あり、徒歩や自転車だけで
なくバスや自家用車等で来街する商店街
- ④近隣型：最寄品中心で、近隣住民が徒歩や自転車で
買物にくる商店街

(2) 現在の業種別店舗数は？

(会員店舗数を記入してください)

業種	会員店舗数
食料品小売業	店
その他小売業	店
酒類を提供する飲食業	店
その他の飲食業	店
サービス業	店
その他	店
合計	店

(3) 来街者数は？

(1日の歩行者・自転車での通行者を記入してください)

	新型コロナ発生 前	新型コロナ発生 後
平日	平均 人	平均 人
休日	平均 人	平均 人

2. 空き店舗の現況について (必要事項を簡単に記入し、あてはまるものに○印をつけてください)

ここで空き店舗とは、かつて店舗として使用され、今なお店舗として使用可能な施設でありながら、何らかの理由で、一定期間、営業者がいない、あるいは、放置されたに等しい状態にある建物をさします。既に倉庫、駐車場、住居等として固定的に使用されているものを除き、一時的に他の用途に供されているものを含めるものとします。

(1) 現在の空き店舗数は？

計 _____ 件

◆新型コロナ発生前と比べてどれぐらい増えていますか？

およそ _____ %増えている

(2) 空き店舗になっている期間は？

平均 _____ ケ月ぐらい

◆新型コロナ発生前と比べて長期化していますか？ ①長期化している ②変わらない ③短期化している

(3) 新型コロナ発生後、退店したテナントの業種で多いものは？ (2つ以内に○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ①食料品小売業 ②その他小売業 ③酒類を提供する飲食業 ④その他飲食業 ⑤サービス業
⑥その他 (_____)

(4) 新型コロナ発生後、テナントが退店した主な理由は？ (4つ以内に○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ①買上客数が減少したため ②客単価が減少したため
③営業規制(座席間隔、営業時間、取り扱い商品等)を求められたため
④コロナ対策用の費用が負担できないため ⑤家賃の支払いが困難になったため
⑥人件費の支払いが困難になったため ⑦商店街に来る客数が減少したため
⑧その他 (_____)

(5) もとより、家主にとって、空き店舗のままである主な理由は？ (2つ以内に○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ① 売りたいが、買い手が見つからない。売価等の条件が合わない
② 貸したいが、借り手が見つからない。賃料等の条件が合わない
③ 貸したいが、貸すために必要な改装費が負担できない
④ 店舗ではなく、住居等として貸したいと思っている
⑤ 空き店舗のままで、特に困らないので、そのままにしている
⑥ もう他人に貸す気がない
⑦ その他 (_____)

(6) 新型コロナ発生後、空き店舗を発生させないため、家主が取っている対策等は？

(必要事項を記入してください)

- ◆現テナントの家賃を下げている → 全家主の _____ %ぐらいが実施している
◆新テナント募集時の家賃や敷金を減額している → 全家主の _____ %ぐらいが実施している
◆特に対策はとっていない → 全家主の _____ %ぐらいが実施していない

3. 貴商店街への新型コロナの影響について

(1) 新型コロナ発生後、貴商店街から、核店舗(大型店や集客力のある専門店)の撤退が発生しましたか？

- ①発生した ②発生していない

(2) 核店舗の撤退が発生した商店街にお聞きます

◆主な店舗名・業種は？

◆替わりのテナントは決まっていますか？ ①決まっている ②決まっていない ③分からない

(3) 新型コロナ発生後、貴商店街では何か手だてを講じましたか？ (あてはまるもの全てに○印をつけてください)

- ① 新型コロナ対策キャンペーンを実施した ② ネット販売やデリバリーの仕組みを整えた
③ 商店街会員に行政の各種支援策を紹介した ④ 各大家に賃料の値下げや見直しを要請した
⑤ 商店街の会費を一時的に値下げした、或いは免除した ⑥ 商店街として「持続化給付金」を受けた
⑦ その他(具体的には?)

(4) 現在、貴商店街内の、酒類を提供する飲食店はどのような様子ですか？

(1つだけに○印をつけてください)

- ◆営業時間短縮協力金を受取り、営業を続けている店が多い ①そう思う ②そうは思わない ③どちらとも言えない
◆営業時間短縮協力金を受取り、休業している店が多い ①そう思う ②そうは思わない ③どちらとも言えない
◆営業時間短縮に協力しない店が発生している ①そう思う ②そうは思わない ③どちらとも言えない

(5) 今後、貴商店街内の、酒類を提供する飲食店はどうかと思いますか？

(1つだけに○印をつけてください)

- ◆営業時間短縮への協力が困難になる店が増えてくる ①そう思う ②そうは思わない ③どちらとも言えない
◆営業時間短縮協力金がなくなると、閉店する店が多い ①そう思う ②そうは思わない ③どちらとも言えない

(6) 逆に、新型コロナ発生により、貴商店街に良い影響があったと思えることは？

(あてはまるもの全てに○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ① 商店街の来街者数が増えた ② 食料品店の売上が伸びた ③ 物販店の売上が伸びた
④ 空き店舗への出店が増えた ⑤ 空き店舗の売買が増えた ⑥ 商店街の価値が見直されるようになった
⑦ その他()

4. 貴商店街の空き店舗対策について

(1) 空き店舗は、貴商店街にどのような影響を与えていると思いますか？

(3つ以内に○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ① 空き店舗の周辺がさびれた感じになった
- ② 空き店舗前に自転車やゴミなどが放置されるようになった
- ③ 商店街に必要な店や業種が欠けた
- ④ 商店街に来る人の数が減った
- ⑤ 商店街の運営費不足を招いた
- ⑥ その他()

(2) 仮に商店街が共同し、空き店舗の解消に取り組むとしたら、どのような取り組みが望ましいと思いますか？

(3つ以内に○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ① 空き店舗に望ましい業種を、家主に提案する
- ② 空き店舗を借りたい人を、家主に紹介する
- ③ 空き店舗の物件情報を、家主から収集し、テナント候補に提供する
- ④ 空き店舗を、直接、借り上げ、それを転貸する(サブリース、リノベーション)
- ⑤ 上記②、③、④を、不動産事業として本格的に展開する
- ⑥ 空き店舗の解消に、商店街やその上部団体が、直接、関与すべきではないと思う
- ⑦ その他()

(3) 貴商店街は、今後、どのような方向をめざそうと思いますか？ (1つだけに○印をつけ、必要事項を記入してください)

- ① 店舗や買物情報を充実させ、来街者の利便性を向上させることで、より広域から集客していく
- ② 住民や地域の多様なニーズに対応できるよう、店舗以外のサービスや施設を充実させていく
- ③ 商店街の個々の商業者が、商店街の外の事業者と連携するなどして、住民に買物機会を提供していく
- ④ その他()

(4) 上記(3)を実現するため、どのような店舗や施設を、貴商店街に誘致したいと思いますか？

(特に希望するものがあれば記入してください)

(5) コロナ禍において、貴商店街で、特に問題や課題になっている空き店舗関連事項がありましたらお聞かせください。

(空き店舗の現状、必要とするテナントやサービス施設、商店街共同での取り組み、行政や会議所への期待等)

ご協力ありがとうございました

3. 空き店舗対策検討委員会

委員名簿

委員長	千田 忠司
委員	高田 和夫
委員	村井 康夫
委員	野田 和生
委員	前川 吉晴
学識委員	大橋 賢也

開催日

第1回	令和3年7月27日（火）	議題「調査の目的・内容・実施方法、他」
視察	令和3年8月29日（日）	研修「空き店舗と商店街再生」(株)油津応援団(宮崎県日南市)
第2回	令和3年10月15日（金）	議題「集計結果の報告・検討、他」
第3回	令和3年11月17日（水）	議題「報告書案の確認、他」

コロナ禍における府内商店街等の空き店舗実態調査 報告書

令和 3 年 11 月

企画・実施：一般財団法人大阪商業振興センター

集計・分析：株式会社プランニングコンサルタント
