

商店街組織について

商店街組織に関する形態、概要等



目次

- 01 商店街組織の形態
- 02 定義
- 03 集積のタイプ
- 04 集積のタイプ（割合）
- 05 商店街組織の役割（事業）
- 06 商店街組織の役割（地域住民の期待、強み）【1】
- 07 商店街組織の役割（地域住民の期待、強み）【2】

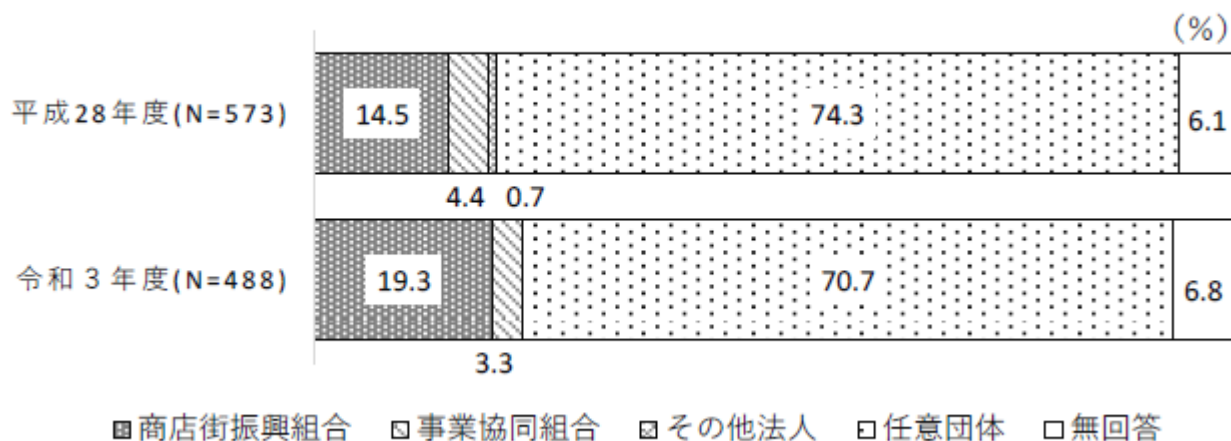
商店街組織の形態

商店街組織の形態

商店街組織の形態は、大きく分けて以下の4つに別けられる。

1. 商店街振興組合（法人化された商店街で、商店街振興組合法に基づくもの）
2. 事業協同組合（法人化された組織で、中小企業等協同組合法に基づくもの）
3. 任意の団体（商店街、商店会、スタンプ会等の組織）
4. その他法人等

<商店街の組織形態>



埼玉県内では、法人化されている商店街は、約19%であり、俗に商店街と呼ばれている組織は、任意団体の約70%の中に含まれているケースが多くを占めている。

なお、商店会やスタンプ会といった組織も、原則は任意団体であるケースがほとんどである。

※調査対象を全国に広げててもほとんど変わらない。



商店街組織の定義

商店街や商店会等に法律上の明確な定義はない。

経済産業省における商店街に関する基礎資料や中小企業庁におけるQ&A等にも記載があるが、商店街等に関する明確な定義はない。

県内でも、会員数が2店舗や3店舗でも商店街組織を名乗っているケースもある。

※ただ、商店街は、過去に経済産業省で実施されていた商業統計（現在は、経済構造実態調査に統合・再編）において、「商店街」は都市計画法第8条に定める「用途地域」のうち、近隣商業地域及び商業地域であって、商店街を形成している地域をいい、一つの商店街とは、小売店、飲食店及びサービス業が近接して30店舗以上あるものを商店街と認識していた。

ちなみに、商店街を法人化する場合

商店街振興組合法に基づき、以下の要件を満たす必要がある。

- ①小売商業又はサービス業に属する事業を営む者が三十人以上が近接している
- ②市（特別区を含む）の区域に属する地域で、その大部分に商店街が形成されている

集積のタイプ

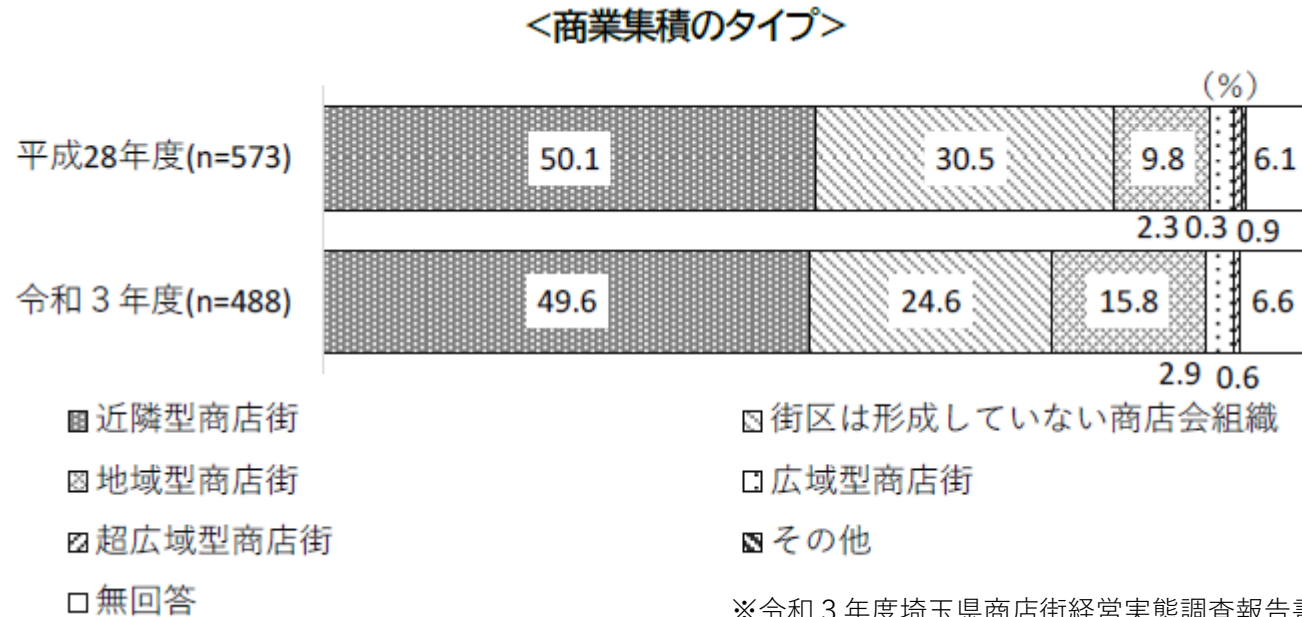
商業集積のタイプ

商業集積のタイプは、大きく分けて5つに分類される。

集積タイプ	内容
近隣型商店街	最寄品※1 中心で、地元住民が日用品などを買うために、徒歩や自転車などで来街する商店街 ※1 消費者が頻繁に手軽にほとんど比較しないで購入する物品。加工食品や家庭雑貨など。
地域型商店街	最寄品及び買回品※2 店が混在し、小型百貨店やスーパーなどがあり、徒歩や自転車、バスなどで買物客が来街する商店街 ※2 消費者が2つ以上の店を回って比べて購入する商品。ファッション関連、家具、家電など。
広域型商店街	最寄品より買回品店が多く、百貨店、量販店などがあり、鉄道や地下鉄などで買物客が来街する商店街
超広域型商店街	買回品店中心で、都市百貨店、大型量販店などがあり、鉄道や地下鉄などで遠距離から買物客が来街する商店街
街区を形成していない 商店会組織	街区は形成していないが、商店会組織として活動している所

集積のタイプ (割合)

商業集積の割合



嵐山町において、現状の集積状況から、新たに商店街組織を設立する場合は、タイプ上は、「街区を形成していない商店会組織」が一番該当に近い。
 なお、県内でも約24.6%がこのタイプに当てはまっており、街区を形成していなくても、商店街組織が設立されているケースは多く存在している。

商店街組織の役割（事業）

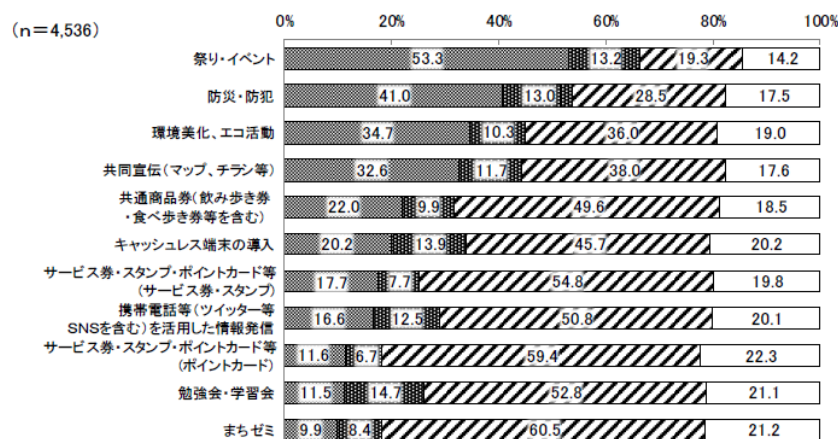
商店街組織が実施する事業

商店街組織が実施する事業は大きく分けて2つある。

・共同事業（ソフト事業）

歳末・共同売出し、季節イベント・スタンプラリー・街バル・まちゼミ等の実施、花壇の設置など、にぎわいの創出や交流促進等に関することを行っている。

図表 130 ソフト事業の実施状況

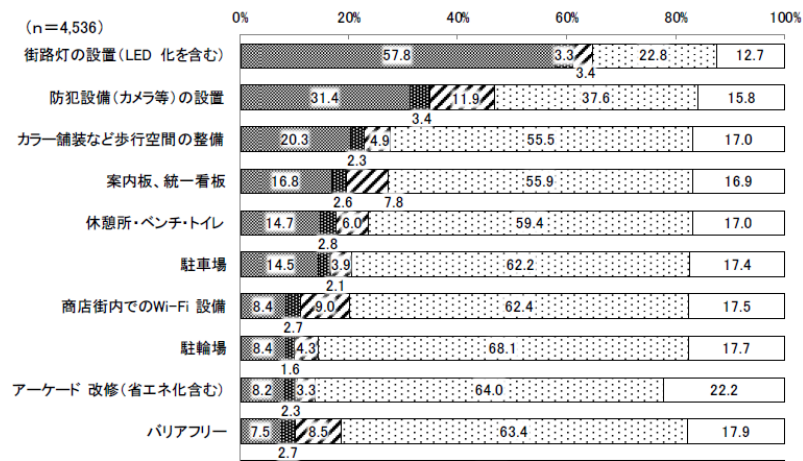


※全国的なソフト事業の実施状況を見ると、「祭り・イベント」が最も多く、次いで、「防災・防犯」、「環境美化、エコ活動」となっている。

・環境整備事業（ハード事業）

街路灯のLED化や設置、防犯カメラの設置、アーケードの改修・撤去など、街区の環境整備に関することを行っている。

図表 132 ハード事業の実施状況



※全国的なハード事業の実施状況を見ると、「街路灯の設置(LED化を含む)」が最も多く、次いで、「防犯設備(カメラ等)の設置」、「カラー舗装など歩行空間の整備」、「案内板、統一看板」となっている。

商店街組織の役割（地域住民の期待、強み）【1】

商店街組織に期待されること

地域の人々が集まり交流する場として地域コミュニティ形成への期待

商店街組織が存在していることによって、商業機能としての役割はもちろん、地域の人々が集まり交流する場所として地域のコミュニティ形成に重要な役割を果たしてきた。ただ、昨今のコミュニティ機能の低下、社会の閉塞感や個人の不安が高まり、国民の幸福度は低下傾向などの理由により、商店街組織がその役割を果たせなくなっている。

しかし、



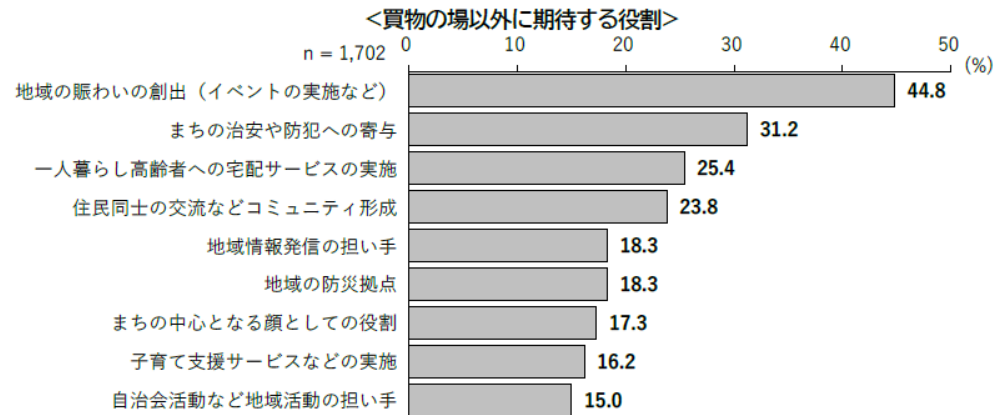
- ・車を運転できない高齢者等に対する買い物する場所の提供
- ・従来担っていた地域コミュニティの中核としての役割の再生などが求められている側面も。



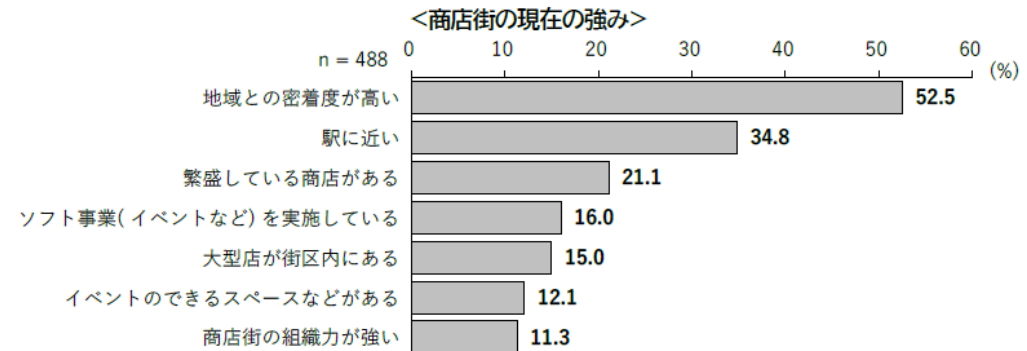
気軽にアクセスできる、リアルな場としての評価が再認識され、地域住民のニーズに応える、寄り添った商店街組織が必要とされている。

商店街組織の役割（地域住民の期待、強み）【2】

実際に、令和3年度埼玉県商店街経営実態調査報告書におけるアンケート調査の回答では、**消費者が買い物以外に期待する役割、商店街組織が強みだと感じている部分に、地域との関わりに関することが上位に入っており、消費者が求めているものと商店街組織が今後へ活かす部分として考えていることは、相関関係にある。**



※「地域の賑わいの創出（イベントの実施など）」が最も多く、次いで、「まちの治安や防犯への寄与」、「一人暮らし高齢者への宅配サービスの実施」、「住民同士の交流などコミュニティ形成」となっている。



※令和3年度埼玉県商店街経営実態調査報告書抜粋

※「地域との密着度が高い」が最も多く、次いで、「駅に近い」、「繁盛している商店がある」、「ソフト事業(イベントなど)を実施している」となっている。