

明石市の商業の現状と課題について

1. 商業を取り巻く社会情勢

(1) 少子高齢化と人口動態の変化

日本全体で進む少子高齢化は、明石市においても同様に顕著であり、将来的な人口の減少や高齢化率のさらなる上昇が避けられない状況です。

また、若年層の都市部への流出や出生率の低下による生産年齢人口（15～64 歳）の減少が見込まれます。

これらのことから、地域における商業の顧客基盤が縮小し、特に若年層向けの商品・サービスの需要減退が懸念されます。

一方で、高齢者人口の増加による日用品や医療・介護関連商品、利便性の高い買物環境の整備に対する需要の拡大が見込まれており、地域の商業形態の多様化が求められることが予想されます。

また、高齢者の移動手段が限られる場合が多く、徒歩や公共交通機関でアクセス可能な生活必需品の販売拠点の確保も重要な課題となっています。

審議会におけるご意見



(2) 消費者ニーズの多様化と購買行動の変容

スマートフォン等 IT 機器の普及や情報通信技術の高度化により、消費者は様々な購買チャネルを利用できるようになりました。

従来の店舗での対面購買に加え、オンラインショッピングや宅配サービスが普及し、多様な消費形態が同時に存在しています。

こうした多様化は、単に利便性の向上を指すだけではなく、商品の品質・安全・環境配慮、食の安心・安全などに対する消費者の「価値志向」の高まりが背景にあります。

審議会におけるご意見



(3) 大型店・商業施設の進出と流通構造の変化の影響

郊外を中心とした大型ショッピングモールやディスカунストアなどの大型店・商業施設の増加は、多様な商品の一括購入の利便性や低価格での購買で多くの消費者を引き付けています。

これに伴い、従来の地域の商店街や個々の商店は売上の減少と販売競争の激化に直面しています。

さらに消費者はオンラインを通じて買物が可能となり、地域の商店街等は集客力や市場競争力の維持に苦慮しています。

また、空き店舗の発生による店舗の空洞化が進んだ商店街等では、消費者へのサービスや地域の活力の低下が進行し、それが地域全体の課題となっています。

審議会におけるご意見



(4) 新型コロナウイルス感染症を契機とした社会変容

新型コロナウイルス感染症の流行は地域商業に急激な環境変化をもたらしました。

外出自粛や店舗の営業時間の短縮、イベントの中止などにより、消費が冷え込み、対面型の商業活動は大きな打撃を受けました。

加えて、消費者は衛生面の安全確保を重視するようになり、非接触・非対面型の購買形態やデジタル決済の普及が促進されています。

今後も引き続き、感染症対策を踏まえた安心・安全な買物環境づくりや、デジタル技術の活用による新たな商業モデルの展開などが予想されます。

審議会におけるご意見



(5) 地域経済のグローバル化と持続可能性（SDGs）の高まり

世界的な経済のグローバル化は地域経済にも影響しており、輸入品の普及や国際競争の激化により商業構造に変化をもたらしています。

一方で、地域に根ざした商業や地元産品への関心が高まる傾向もあります。

加えて、環境保全や社会貢献を目指すSDGs（持続可能な開発目標）への対応は、地域商業に新たな価値の提供や競争力強化の観点をもたらしています。

例えば、エコ商品、リサイクル、エネルギー効率の向上など、環境配慮型の経営や地域コミュニティとの連携の強化、働きやすい職場づくりなどの社会的責任も今後の重要な課題となっています。

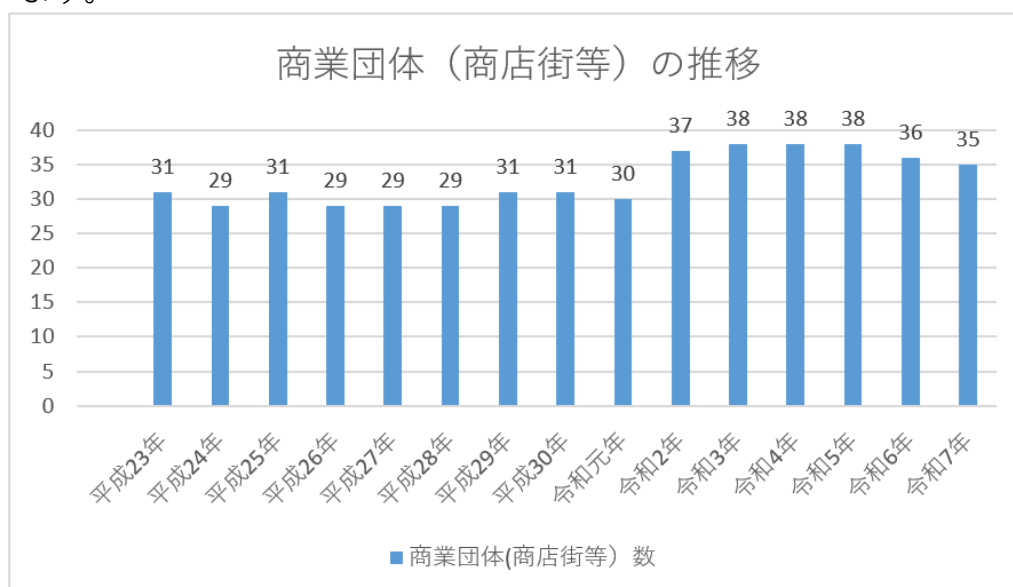
審議会におけるご意見

2. 明石市における商業の現状

(1) 明石市の商業団体（商店街等）の推移

商店街団体数は、平成 23 年から約 30 団体で推移していましたが、令和 2 年に市が商店街による活動を推奨し、約 10 団体増加しています。

これは、新型コロナウイルス感染症拡大時における互助体制強化の効果と考えられます。



【出典：商工政策課調べ】

審議会におけるご意見

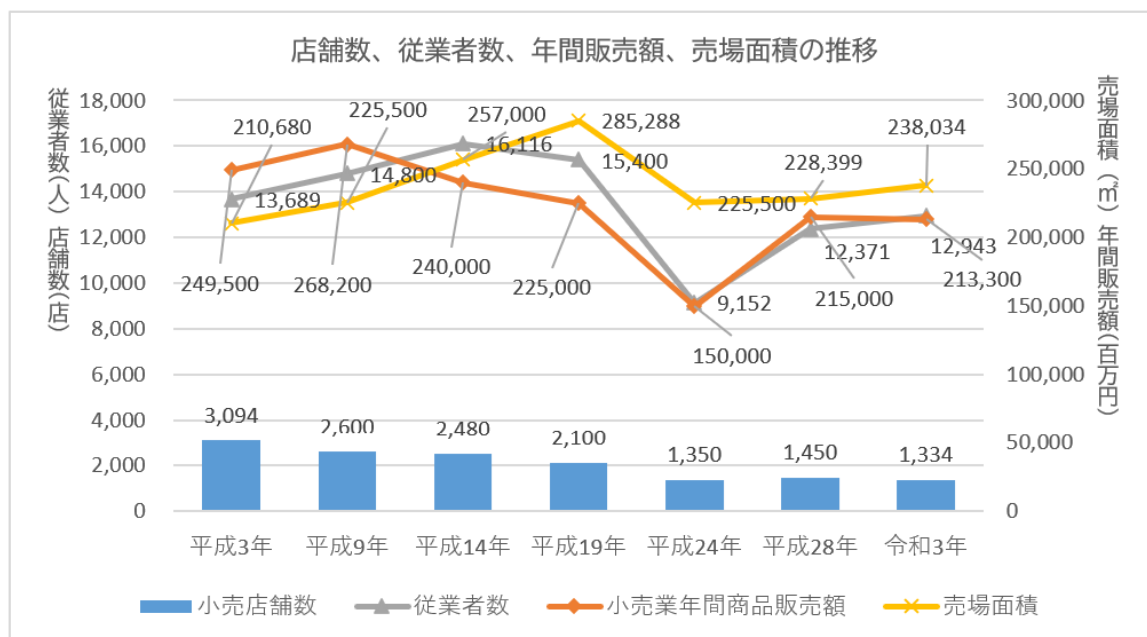
(2) 明石市の小売業

令和3年の小売店舗数は、平成3年と比べると半数以下に大きく減少しています。

従業者数、年間販売額、売場面積は、平成20年のリーマンショックや平成23年の東日本大震災の影響で大きく落ち込みました。

この状況を打開するため、平成24年12月に発足した第2次安倍内閣が推進したアベノミクスにより、大規模な金融緩和や財政支出が実施され、その結果、これらの指標は再び増加に転じています。

ただし、減少が始まる前の平成19年の水準にはまだ回復していない状況です。



【出典：商業統計調査、経済センサス】

審議会におけるご意見

3. 明石市における商業の課題

(1) 商業者・商店街の経営基盤の改善

大型店・商業施設の進出やオンラインショッピングの台頭に伴い、従来型の商店や商店街の売上や販売力の低下が見られます。

さらに、後継者不足や人材不足、IT・デジタル対応の遅れにより、多くの事業者が経営改善に苦慮している状況です。

審議会におけるご意見

(2) 商店街（商業団体）の組織力の低下

商店街等の役員のなり手が減少し、会員の高齢化も進むなど、商店街等の推進力が弱まることで、地域との連携についても懸念されています。

審議会におけるご意見

(3) 消費者ニーズの多様化、SDGs（持続可能な開発目標）への対応

消費者の利便性・快適性や多様な購買形態を重視する傾向が強まる一方、徒歩圏での買物環境や地域に密着した店舗を望む市民も一定数存在しています。

さらに、環境保全や社会貢献を目指すSDGs（持続可能な開発目標）への対応については、多様な消費者ニーズや環境・社会的課題に対応した経営と地域との連携を進めることで、地域商業の持続的な発展と地域社会との共生を実現していくことが重要な課題となっています。

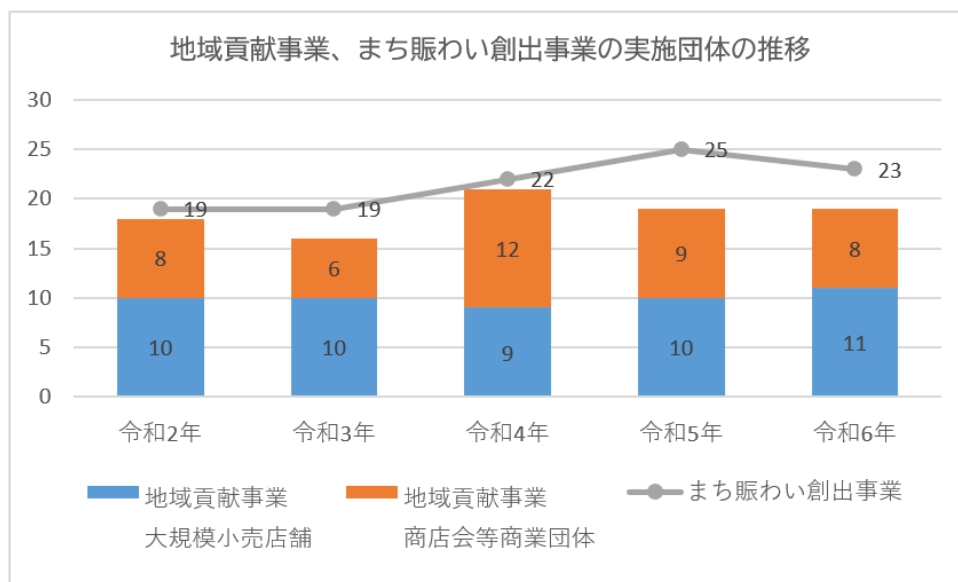
審議会におけるご意見

4. 地域貢献事業とまち賑わい創出事業の実施状況

地域貢献事業とは、店舗等が立地する地域において、商業者自身が地域社会の一員として、自ら又は地域住民と協働し、地域自治や地域振興への寄与、生活環境の向上、買物環境の改善などを目的とした活動を計画的に企画・実施する取組みを指します。

まち賑わい創出事業とは、商業団体等がまちの賑わいを創出することを目的に実施する各種取組み（イベント等）を指します。

下記のグラフ表は、それぞれの事業の実施団体数の推移を示しています。



審議会におけるご意見