

第1回 明石市商業振興による地域活性化審議会議事概要

日 時：令和8年8月26日(水) 9時30分～11時45分

場 所：兵庫県水産会館 会議室

出席委員：山下会長、小林副会長、安原委員、山本委員、宮内委員、横田委員
山田委員、根本委員、西村委員、森島委員

1. 開会

(市長)

本日はお忙しいところ、審議会の委員として参画いただき感謝申し上げます。

近年の社会的な変化、消費者の消費行動の多様化などにより、地域の商業を取り巻く環境は大きく変化している。

こうした変化に効果的に対応するため、市や商業者、市民、関係団体、それぞれが主体的に連携、行動し、市内の商業の振興や地域の活性化と持続可能な商業の発展を図ることを目的として、明石市商業振興基本計画を改定する。

本計画は、令和9年度から4年間を計画期間とし、市内の商業の振興と活性化を図り、市民生活の利便性の向上や地域経済の活性化に資する取り組みの方針を示すものとなる。短期的な計画であるため、具体的な数値目標を設定せず、市、商業者、市民、関係団体、それぞれが主体的に取り組むべき内容などを定めた計画としたい。

また、まちの持続可能な発展に繋がる、地域経済の振興、商業の振興を図り、地域の活性化と賑わいのあるまちづくりを進め、長期総合計画の後期計画にある「対話と共創でもっとやさしいまち明石」に向けたまちづくりを、商業の振興や地域経済の活性化という点でも寄与できる計画となればと思っている。

この計画策定にあたり、委員の皆様それぞれの経験を生かし、自由な発想で忌憚のないご意見をいただけたらと思っている。

2. 委員紹介

(事務局) 資料1について説明

3. 明石市商業振興による地域活性化審議会の設置目的等

(事務局) 資料3について説明

4. 明石市商業振興基本計画改定のスケジュール

(事務局) 資料4について説明

5. 明石市の商業の現状と課題①

(事務局) 資料5について説明

(会長)

- ・ 資料5「明石市の商業の現状と課題について」意見を伺いたい。

(委員)

- ・ 魚の棚商店街では店の種類が変わってきている。
- ・ 私は3代続く果物屋だったが、20年前に明石焼店に商売替えをした。
- ・ 小売店が減って、大型店やコンビニができ、飲食店が増えている。

(会長)

- ・ 課題としてIT・デジタル化への遅れの指摘がある。商店街の導入状況は。

(委員)

- ・ 元々、鮮魚店が多い商店街であったため、レジがない店もある。
- ・ PayPayを導入する店もあるが、一般的な状況から比べると遅れている。

(会長)

- ・ 商店街には観光客などの利用者も多いと思うが、来られた方が不便さや使いにくさを感じることはないのか。来られた方が困るようなことはないのか。

(委員)

- ・ インバウンドで成功している黒門市場や錦市場と比較され「もっと頑張れ」と言われることがあるが、日本人観光客が中心の地域に根ざした商店街で十分であると考えている。
- ・ 外交関係が悪化した場合に客足が遠のいたり、インバウンド客の増加によって商売が荒れたりするリスクもある。
- ・ 地域の商店街は、日本人観光客や地元の一般客が主であり、インバウンド客にとっては少し不親切なくらいが味わいもあり良いという割り切りも考えられる。

(会長)

- ・ 先日、築地市場に行ってきたが驚くような価格になっていた。
- ・ 魚の棚商店街でも観光客が増え、需要が伸び、価格が上がっているのか。
- ・ 原材料等による高騰か、あるいは価格が維持されているのか。

(委員)

- ・ 魚の棚商店街は地元の台所である。
- ・ 昔は、例えば三木や淡路の方が買い物に来ていたが、時代を経て、薬屋やお肉屋、魚屋も閉めたりして、何でも揃う商店街から変化している。
- ・ 価格は皆さんがいろいろと努力しているが、最低賃金が上がった影響もある。
- ・ 客層も変わり、それに合わせて価格を下げる店や高級志向店が出てきている。

(委員)

- ・明石では人口が増加しているので、周辺の地域とは状況が違っていると感じる。
- ・どこの商店街も地元の店が減り、チェーン店やコンビニが増えている。

(会長)

- ・この10年、商業者を取り巻く環境が大きく変化していると感じる。特にコロナの影響が大きいと思うが、事業者からどのような声が聞かれるか。

(委員)

- ・コロナの影響は非常に大きかった。
- ・コロナの影響かは不明だが、通販やネットで物を買う方が増えた。
- ・宴会での二次会が無くなり、昔みたいに何軒も回ることが少なくなっている。

(会長)

- ・ネット販売の影響が非常に大きいとは、プラスの作用か、マイナスの作用か。

(委員)

- ・どちらかというとなマイナス。商品に特徴がないと価格だけで比較されるため。

(委員)

- ・明石ステーションプラザやパピオスあかしの話をする。
- ・明石ステーションプラザでは、2ヶ月に1回、年金の支給日にシルバーイベントを実施している。明石は高齢者の町でその集客を狙っている。
- ・パピオスあかしは、ピオレ明石やアスピア明石とは違う形のものを目指した。
- ・15年位前の話だが、その時点でEコマースの取扱量が大きくなると予測していたので、パピオスあかしではそこに行かないとサービスを受けられない店、飲食店や医療モールを重点的に誘致した。
- ・医療モールであれば月に1回、2回は必ず診療に来る。
- ・飲食店は自分が行かないと、そこでサービスが受けられない。
- ・15年、20年前から大手店舗ではポイントカードなど導入してお客様の囲い込みしていた。
- ・登録者数を増やし、ポイントで還元する。その手法でお客様を取り込み、売り上げを伸ばす。現代の人はそのやり方に慣れている。
- ・商店街や個店がポイント対応をするのは難しく、飲食業であれば個性のあるオンリーワンの店でないと難しい時代になっている。

(会長)

- ・競合しない商業施設づくりには、個人的に大変興味と関心がある。
- ・この10年間を振り返ると、明石市では若い世代を中心に人口が増えているのが一つの特徴である。
- ・一方で、駅前を中心にシニア層が多いという意見もある。
- ・新しく移住してきた若い世代の住民と古くから住んでいるシニア世代の住民の交流や関係について、お店や事業者はどのように対応しているのか。

(委員)

- ・はっきりとは分からないが、前市長の取り組みで子育て支援が充実し若い世代の人口は増えている。
- ・ただ、その方々が明石でどれだけ消費しているかは疑問である。
- ・明石駅前にはマルハチ、三杉屋、パントリーの3つのスーパーがあり、それぞれ客層がはっきりと分かれている。マルハチは高齢者、三杉屋はそれ以外の層、パントリーは所得の高い人。
- ・どのスーパーも売り上げは順調で、それぞれがお客様をしっかりと囲い込んでいる。同じスーパーでも特色がはっきりしているのだと思う。

(会長)

- ・車で行け、離れた所にイオンがあるというまちの特徴があるのかもしれない。

(委員)

- ・イオンなどの総合ショッピングセンターは、日常の生活用品だけでなく、土日や祝日に楽しめるアミューズメントも充実している。
- ・ガチャガチャなどのような遊び要素を取り入れ、ファミリー層を集客し、そのついでに、日用雑貨や食料品を購入して帰ることができるのも魅力である。
- ・映画館もあり、多様な楽しみ方が提供されている。そのため、集客力は高く、十分なマグネット（人を引きつける力）があると思う。

(委員)

- ・お客様の中心は70代の高齢者であるため、たこPAYなどのデジタル商品券の使い方を店側が教えることもある。
- ・ウーバーなどの配達アプリが使えない高齢者の方で、毎日出前を注文される方もおり、栄養面でも心配される。
- ・一方で、若い世代の方は商店街で買い物をあまりせず、新規出店する店舗も商店街連合会に加入しないケースが多い。
- ・皆で一緒に街づくりを進めたい思いはあるが、若い世代の住民と昔から地元に住む住民とでは、世代や価値観、見ている視点に違いがあるように感じる。

(会長)

- ・先ほど委員からもあったが、高齢者、つまり地元で長く住む方々が商店街やまちの賑わいを支えているのだと感じた。
- ・駅前には金融機関やスーパーなどの出かける目的地があるため、高齢者の方が外出して体を動かし、健康維持にもつながっている。
- ・なじみの飲食店では、たこPAYなどのキャッシュレス決済の使い方を親切に教えてもらえる場面もある。
- ・これは明石に限らず全国的にも共通していることだが、特に高齢者の中でも、周りに気軽に相談できる家族や人がいない方にとって、商店街の賑わいは非常に重要だと改めて気づかされた。
- ・地域で取り残されている人がいないかどうかを確認し、支援することが非常に

重要な視点だと感じた。

(委員)

- ・商店街が提供できるサービスは「体験的なもの」ではないかと思う。
- ・ネットで安く、すぐ手に入る商品もあるが、店に足を運び、店主と会話をしながら商品を買ったり、食事をする事自体が、一種の体験として価値がある。
- ・明石の商店街の連合会に12団体あるが、「どこに何があるのか」知られていない。市民の中でも「ここが商店街だったの？」と驚く方が多くいる。
- ・西明石北商店会ではLINEで情報発信したり、夏祭りを開催したりしてアピールに努めている。
- ・先日、息子の小学校の総合学習を手伝った際、子どもたちも「ここが商店会？」と驚き、親御さんの中にも商店街の存在を知らない方がいた。
- ・まずは情報を発信し、認知度を高めることが必要。そうすれば、若い世代も多く来ていただければ幅広い受け皿になり、それこそが商店街の役割だと考える。

(会長)

- ・LINEに関して、消費者、利用者からの反応はどんな感じか。

(委員)

- ・西明石北商店会では、夏祭りの来場者にお土産を渡すなどの取り組みを行っているので一定の反応はあるが、商店会に関する問い合わせ自体は少ない。
- ・月に2回ほど店舗紹介のメッセージを送っているが、店舗からの反響や声はあまりないため、まだ効果的なやり方があるのではないかと模索中である。

(委員)

- ・委員の皆さんの意見は非常に参考になり、共感できる点も多くある。
- ・私は今年3月末に明石市に来た。印象として非常に活気があり、未来が明るい場所だと感じている。
- ・以前に居た四日市や常滑市は人口減少と高齢化が進み、特に若者が減っている典型的なまちだった。そうした地域では商業の今後の発展が大きな課題であった。
- ・明石市では若い方の流入が多く、特にイオンのある大久保地区ではその傾向が顕著である。私は明石市の未来に非常に前向きな期待を持っている。
- ・一方で、若い方々が明石市内で買い物ができる場が十分にあるかというと、不十分だと感じている。
- ・多くの若者は神戸方面に流れ、地元で買い物をする方は少ない。従って、新しく明石に来た方々が気軽に利用できるような店舗が必要だと感じている。
- ・全体的な消費動向についてだが、体験型のサービスが顕著に受け入れられるようになってきた。
- ・売上のデータを見ると、物販店舗は低迷している一方で、サービス業やアミューズメント業は伸びている。これは日本全体に見られる傾向である。

- ・「物」ではなく「体験」を提供する形態の店舗やサービスに焦点を当てること
が、若い方の関心を引く取り組みにつながるのではないかと考える。

(会長)

- ・県外から来た方の視点で明石を見ていただいていると思う。兵庫県に来られて
まだ数ヶ月、県内の他市と比べて明石は若い人が多いと感じられるか。

(委員)

- ・子供が非常に多いと感じている。私は西明石に住んでおり、大久保まで毎日自
転車で通勤しているが、学校にいる子供の数が飛躍的に多いと実感している。

(会長)

- ・子どもだけではなくファミリーに向けた、体験型も含めた店づくりが求められ
ており、商店の賑わいを生み出すために必要だという意見だと思う。

(委員)

- ・消費者目線からであるが、自分の買い物行動を振り返ると、近くに複数のスー
パーや施設があることが選択肢の幅を広げていると感じる。
- ・例えば、高丘に住んでいて、近所にはマルハチ、マルアイ、業務スーパー、イ
ズミヤがあり、少し南に行けばイオンもある。私は週1回まとめ買いをする
が、冷凍食品をしっかりと買いたい時は業務スーパーに行き、面倒な時は近所
のマルアイやマルハチに足を運ぶ。車の駐車の手やすさも選択肢となるが、イ
オンでは大きい車が駐車しづらい点がある。
- ・商店街は、子どもたちが学校で魚の棚商店街に行くものの観光地のように感じ
ており、「行ったことがないから行ってみよう」という感覚で、テレビやニュー
スで魚の棚商店街が取り上げられる機会が増え、そのようなイメージが強いと
感じている。
- ・以前西明石に住んでいた時は、西明石の商店街にある「八百屋てっぺん」のフ
ルーツサンドがおいしいと聞いて買いに行ったことがあるが、商店街に行くに
は自転車などの交通手段が必要で、少しハードルがあると感じている。それで
も「行きたい」という目的があるから行く。
- ・西明石には「子ども夢文庫」という施設もあり、子どもが小さい頃は歩いて夢
文庫まで行き、商店街を散歩することもあった。
- ・高丘に住むお母さんたちは、歩いて買い物に行くことはあまりなく、車で移動
しているので、商店街へ行くにはコインパーキングに止めてから歩く必要があ
り、それがハードルを上げていると感じる。

(会長)

- ・男の子3人を育てるお母さんとしての視点からのお話だが、お子さんがいると
ベビーカーの利用など、目を配る範囲が広がると思う。
- ・明石市は東西に長いがエリアは比較的狭いと思う。その中で、商店や商店街、
スーパーも含めた買い物の利便性や快適さをどのように感じているか。

(委員)

- ・スーパーの数も増え、買い物は非常にしやすくなっている。
- ・10年前に藤江に住んだ際も、住み始めてすぐにマルハチができるなど、スーパーやドラッグストアが増えてきた印象がある。
- ・近くにスーパーがあることで、特に高齢者の方も行きやすいという利便性もあると思う。
- ・大型店でゆっくり買い物をしたい場合、近くのイオンではなく三田のイオンに行くなど、目的によって利用する店が変わる。

(委員)

- ・皆さんの話に興味深く耳を傾けている中で、魚の棚商店街はインバウンド（訪日外国人観光客）主体ではなく、日本人など地元の方々に来てほしいという意見に賛成である。錦市場や黒門市場のようにはしたくないとのこと。
- ・私の知人のヘルパーさんが錦市場に行ったが、外国人観光客で溢れ、マナーが悪くがっかりし、二度と行かないと言っていた。観光客に過度に媚びるのはどうかと思う。
- ・コロナ禍では外国人の流入が止まり、私自身も明石に住みながら三宮などに行っていたが、感染対策で外出を控える中、地元のピオレなどを改めて見直し、「手の届く範囲で多くが揃っている」と実感し、コロナ禍の中で身近な範囲で生活を回すことの大切さに気付かされた気がする。
- ・コロナ後に外国からの観光客に頼る社会に戻るのではなく、身近で確実に来られる人々が繰り返し訪れてもらえる流れを作る方がよいと感じている。
- ・最近は通販の利便性が向上しており、私の友人は店舗で商品を見てから通販で安く買っているが、私は、買い物は地元の個人商店を応援する方が良いと思う。私はネット操作が苦手なので、対面販売の良さを感じている。
- ・神戸の水道筋商店街に住んでいた頃、目が見えなくなってからは対面でのやり取りが重要になった。
- ・水道筋のマルハチでは、長年通ったことで買い物サポートが充実し、サービスカウンターの利用が増えた。
- ・友人からは「一人で買い物できないなら商店街に行きなさい。」と勧められており、私は市場での買い物が楽しくなった。最初は抵抗があったが、顔なじみになると店主との交流が楽しくなり、コミュニケーションの大切さを実感した。
- ・今の若い人たちは交流を避ける傾向があるが、お店の人や常連客との温かいやり取りがある場所は単に安いだけではない価値がある。
- ・Pay Payなどのデジタル決済が主流になる時代に逆行するかもしれないが、私は不便さを楽しむ価値もあると考えている。目が見えない私にとっては不便だが、それもまた一つの楽しみとなっている。
- ・明石には三杉屋、パントリー、マルハチというスーパーがある。マルハチは価

格が安い、アスピア内のマルハチは買い物サポートが少ない。パントリーや三杉屋は多少待つこともあるが、買い物サポートをしてもらえる。そのため、一人で買い物に行くときは三杉屋やパントリーを、ヘルパーさんがいる時はマルハチを利用することが多い。

- ・消費者は用途や状況によって使い分けをする。最近はどこに行っても同じようなお店があるため、あえてそこに行かなくても地元でいいかなと感じている。
- ・商店街には体験型の店舗もあり、例えば瓦せんべい屋では保育園や老人会からの注文が多く、店主は「お客さんがわざわざ歩いて来てくれることを大切にしたい。」とネット販売ではなく来店客に力を注いでいる。店舗側も様々な工夫や思いを持っていると感じる。
- ・一方で、水道筋商店街を見ても、長年通っていたお客さんが高齢で足が不自由になり来店が難しくなっている現状がある。
- ・お店は来てほしいと思うが、来店が難しい方も多い。そのため、行きたいと思う人と来てほしいお店をつなぐ何か仕組みや支援があれば良いと思う。

(副会長)

- ・私はかつて野村総合研究所に勤めており、約四半世紀前に地方自治体の中心市街地活性化基本計画の策定支援に携わっていた。
- ・当時と今で大きく異なるのは、人口減少が進み、デパートが一つもない県も出てきている。そのため、大規模小売店はかつて敵対視されていたが、現在は共存共栄の道を模索しないと地域全体の商業機能が成り立ちにくくなっている。
- ・明石市の印象は、個人的に神奈川県出身であることも踏まえて、藤沢市や茅ヶ崎市に似た商圈の感覚があり、活気があって恵まれた地域だと思う。
- ・しかし、人口減少や高齢化の進展は今後避けられず、対策を早めに講じることが重要であり、そのため、このたびの計画策定はタイムリーだと感じる。
- ・商店街は地域の公的インフラとして重要な役割を持ち、コミュニケーションを基に多様なニーズに応える場として機能している。
- ・しかし、担い手や顧客の高齢化が進む中で、今後は若年層やファミリー層も使いやすい環境整備が必要である。具体的には、QRコード決済や通販対応といった新しい取り組みを増やし、若者やファミリーの消費を取り込むことで、基盤を強化していくべきだと思う。これにより、高齢者に対してもきめ細やかなサービスを持続的に提供できる商店街が実現できると感じた。
- ・若年層も含めた幅広い世代が利用でき、高齢者の生活ニーズにも応える持続可能な商店街であり続けてほしいというのが私の率直な雑感である。

(会長)

- ・この議題は第2回審議会でも引き続き意見を伺う予定である。

6. 「明石市商業振興基本計画(改定版)」の策定に関するアンケート（案）

（事務局） 資料6－1、資料6－2、資料6－3について説明

（会長）

- ・商店街アンケートは商店街の会長が商店街全体を俯瞰して回答するのか。

（事務局）

- ・商店街の代表の方に、商店街の内容を書いていただくアンケートである。

（会長）

- ・アンケート全体を見て気になる点、確認されたいことはあるか。

（副会長）

- ・市民アンケートだが、生活必需品と生活向上品の決済手段は違う可能性があるのではないかと思う。問26、問27では、生活必需品と生活向上品とに分けて聞いた方が傾向を読み取れるのではないか。

（会長）

- ・少し工夫をしていただきたい。

（委員）

- ・一般の方は、商店街というと魚の棚商店街や銀座商店街などのアーケードのある商店街をイメージし、答えると思う。西明石商店会や大久保商盛会、二見町商店会などアーケードがない商店会もある。
- ・商店街の議論をしても「魚の棚がいる、いらん」の話になってしまう。我々商業者からすると、「そういう話ではないよ」みたいなところがある。
- ・その地域、地域の駅前には商業集積地、それは商店会や商店街であり、商店街連合会に入っていない商店街もある。それらも含め小売店の集積と大型店との両方が、並立してあったほうがいいですよっていう話にしていく方が望ましい。
- ・商業者や商店街の方々もそうだが、普段の買い物はスーパーが便利で、安く、商店街じゃなくスーパーで買う方が多いと思う。
- ・その中で、商店街がなぜ必要なのかという部分を一般の方に問いかけても分かるところと、分からないところがあり、その辺が少し気になる。
- ・商業者アンケートに関して、まず商業者がこの分厚いアンケートに答えてくれるのかが大きな疑問で、何かインセンティブでもつけないと真面目に答えて返してくれる方がどれぐらいいるのか、という心配が一番大きい。
- ・アンケートで実態を知りたいのが調査の目的だと思うが、我々商業者の団体や商店街代表の集まりも多いが、この商業者の会議体とこのアンケートに対する一般市民のイメージのずれが出てくる可能性もある。
- ・我々商業者の思っていることと消費者である一般の方々との答え合わせがちゃんとできるようなアンケートになる方が良い。
- ・一般の方から商店街にはあまり興味がないと出てきたら、会議としての進め方に

難しさが出てくると思う。そのため、このアンケートだとこんな結果になるのではないかと意識されて作られた方がいいと思う。

(会長)

- ・私もう事前に説明いただいたときに、この分厚いアンケートを回答してくれるのかと少し気になった。インセンティブの話もあったが、回答いただくための工夫とか、考えがあれば教えていただきたい。

(事務局)

- ・インセンティブについて、商業者や商店街・大型店向けのアンケートでは考えていないが、市民アンケートに関しては何か付けることを考えている。
- ・商業者へのインセンティブの実施は難しいため、アンケートの内容を精査し、質問項目の見直しなどを図っていききたいと思う。

(会長)

- ・商業者について、商工会議所への加盟率や加入率は分かるか。会議所や商工会で統率をとってアンケートの回答を促すというやり方もあるとは思いますが、いかがか。

(事務局)

- ・商工会議所に加入する商店の数は把握していないが、市で把握する商店街は35団体、1,073店舗の方が加盟しており、そのうち商店街連合会に加盟されている団体が13団体、565店舗になる。

(会長)

- ・私もアンケートをとる機会があるが、答えた方は「答えてどうなるのかな」というのが気になる。
- ・このアンケートであれば、市民にとっては「自分たちにどんなメリットあるのか」が本音だと思う。
- ・商業者も同じで、「答えて何かもらえる」ではなく、そういう飴ちゃんも必要かもしれないが「答えて、私にとってその結果、こうした計画等が作られて、どんなメリットやプラスの側面があるのか。」を伝えた上で、アンケートにご協力くださいと依頼するのが望ましいと思う。
- ・特に商業者は日々忙しく、なかなか回答いただけないと思うが、商業者にとっても「回答した結果、自分たちにとってどういう効果が期待できるのか。」というところを併せてお伝えする工夫が必要かと思う。

(委員)

- ・商業者アンケートは大型商業施設に入居されているテナントも対象か。

(事務局)

- ・商店街・大型店アンケートは、イオンであればイオンの代表の方に、商店街であれば商店街の代表の方にお答えいただく形になる。
- ・商業者アンケートは、商店街等に参加している方は商店街等を通じて、加盟していない方は広報紙等で募集し、ネットでの回答の形でお願いする。

- ・現在、イオンの個店の方へのアンケートは考えていなかったが、ご協力いただけるのであればお願いしたい。

(会長)

- ・大型施設ではテナントの方も含め多くの従業員の方がおり、この方々は日中そこで勤めており、重要な消費者の1人であると感じる。
- ・仕事が終わってから買い物をして帰ることもあると思う。明石を支えているプレイヤーの1人であるので、意見としては取り入れていただきたいと思う。

(委員)

- ・3点ほどあります。1つ目は市民アンケートだが、生活必需品を購入する地域の項目で、市内か市外かを選ぶように書いてあるがオンライン購入される方も増えているので、「オンライン」という項目があってもいいと思う。
- ・2つ目が商業者アンケートだが、Q33「将来の展望について」の回答で、4番の選択肢は「今後5年以内に廃業する」となっているが、5年に縛ってしまうと「子供がいらないから自分の代で廃業するけれど、何年後になるかわからない」という人達の声が拾えないのではないかと思います。5年に縛る理由があるのであれば「5年以内に廃業する」のまま選択肢を残しておいてもいいが、下の方(Q36)にもある「自分の代で廃業する」といった項目をQ33に持ってきてもいいのではないかと感じた。
- ・3つ目が商店街・大型店アンケートで、実際、自分がどうやって回答するかをシミュレーションしてみた。Q12でコロナ前と比べて「繁栄している」という表現は違和感があると感じた。商店街として「繁盛している」とか「賑っている」という表現にした方が回答しやすいのではないかと考えた。

(会長)

- ・2つ目の質問にありましたが、5年以内と設定されている理由はあるのか。

(事務局)

- ・「5年」については、一般的に期間の切り口として5年や10年といった区切りがあり、今回は5年を設定している。今回の計画に合わせて4年という形でも問題ないと思うので、そういったご意見があれば見直す。

(会長)

- ・「3年後にやめます」みたいに決めている方は少ないと思う。「もう店たたむ予定でいま進めてるんです」という方はいるかもしれない。そういう方の状況を把握したいのか、「いやいやもう近いうちにね、もうやめるんですよ」という程度のことを把握したいのか、その辺りで、この数4とか5とかという意味合いではなくて、「近いうち」なのか、「まだまだ頑張ってるぞ」ということを把握したいのかで変わってくるかと思う。
- ・今回の計画期間を踏まえて4年の方が分かりやすいということであれば、それでもいいと思うが4年以内という方も多くはないと思う。回答された方が廃業に

向けて必要としている支援があれば知りたい、ということであればそれでも良いかとは思いますが、いかがか。

(事務局)

- ・例えば、自分の代で廃業するとか、閉鎖するような形で、自分が現状としてどう考えているかというような質問に変えさせていただく。

(委員)

- ・廃業する考えについて質問だが、理由を問う項目があれば、商売をしている人の現状が見えてくるのではないかと思う。
- ・辞める辞めないの数ではなく、現状を知るためであれば、「跡取りがおらん」とか、「お客さん全然流れてこなくなった」とか、そういう項目があった方が把握しやすいのではないかと思った。そういう項目を追加してはどうか。

(会長)

- ・質問を全て確認したが、事業の方針に関する質問の前後において、「お客が増加した理由」や「お客が減少した理由」等の商売の状況について確認する質問がある。
- ・他の質問とクロス集計していくのかもしれないが、廃業で言えば、実は儲かっている廃業する事業者もいる。次のステップに向けて、前向きに畳まれる事業者もあるし、必ずしも商売がしぼんで、高齢化が進んで、というだけではないと思うので、その辺りを意識して、分析をされる際に見ていただければと思う。

(副会長)

- ・計画自体は4年間の計画かもしれないが、問題意識としてはその先10年とかを見据えた計画となるので、4年とかに縛られずいろいろと聞いた方がいいと思う。
- ・インセンティブの件だが、ここで書かれている「計画の基礎資料とするため」だと弱すぎる。「あなたの回答が将来の明石市の商業政策を作る重要な資料になります」みたいなことを打ち出した方が、「我々の意見がそういう形で反映されるのか」と実感してもらえる気がするので、その辺を前面に打ち出した方が良い。
- ・どこまでその意見を反映するのかということだが、なるべく明石市の商業者全体の平均像からのアンケートにした方が全体を把握することができると思う。
- ・現状だと地場で長年やっている方を中心にした回答になる気がするが、それが本当に明石市の商業者の全体像かということに関しては、少しバイアスがかかる可能性があると思う。その辺を意識して回答を選ぶ工夫が必要かと思った。

(委員)

- ・インセンティブの件だが、事務局が事前説明に来た時にも伝えたが、商業者や大型店は自分たちに直接関わることであるため無くても回答率が上がってくと思うが、一般の方にインセンティブ無しでボリュームあるアンケートをお願いするのに「何か粗品とかないの」と事務局に尋ねた。
- ・今回、天文科学館がリニューアルオープンする。小学生は「いきいきパスポート」で無料で入れると思うが、親御さんは入場料がかかる。アンケートに答えたら無

料チケットを1枚、2枚つけてあげれば回収率が高くなるし、天文科学館の帰りに明石のまちを覗いたりとかを含めて、いい流れになるのではないかということ传达了。前向きに考えていただきたい。

(会長)

- ・予算の都合があるので難しい面もあるかと思うが、せっかく商業振興基本計画のためのアンケートをするので、商業活性化に繋がること、「こんな所があるなら行ってみたい」とか、「この機会に知ることできる」とか、先ほどの委員の話にもあったが、明石といえども「子供たちにとっては魚の棚は観光の感覚」と聞いて「なるほど」と私は感じた。せっかくなら次に繋がることも出来ると良いのではないかと思うので、前向きに考えていただければと思う。

(委員)

- ・アンケートの依頼方法、配布方法はどのような形を考えているのか。

(事務局)

- ・市民アンケートは、3,000人を受作為に選り郵送で送り、郵送での回答、二次元コードを読み取っての回答になる。
- ・商業者アンケートは、商店街の方にアンケート用紙をお渡し、個店の方にお配りいただくという形で考えている。この回答についても、郵送か二次元コードでの回答になる。
- ・商店街に加盟していない方には、市のホームページと広報紙等を通して周知し、回答いただくよう取り組んでいく。これは、二次元コードからの回答だけになる。
- ・商店街、大型店アンケートは、直接郵送で送らせていただいて、郵送か二次元コードでの回答になる。
- ・先ほどイオン様から提案いただいたが、もしアンケートにご協力いただけるのであれば別途相談させていただきたいと思う。

(委員)

- ・アンケートが「どれほど返ってくるかな」って心配な気がする。
- ・私自身はこういうアンケートがあった時は、答えるようにしている。数ヶ月前に岡山県の倉敷に行った時のことだが、似たようなアンケートがあり、その時はヒアリングだったが、きっちり「効果的なもの」を貰えた。
- ・今回の明石市でのアンケートがどれくらい返ってくるのか、心配している。

(会長)

- ・皆様も同じような心配があると思う。

(委員)

- ・例えば商店街連合会の会長が商店街の会員に直接お願いしたアンケートは返ってくると思うが、ただ単に郵便で送っただけのアンケートがポンと返ってくるのが不安である。

(会長)

- ・私も学生調査をすることがあるが、学生がヒアリングに行くと、すごく丁寧に答えてもらえる。無作為に郵便を送るだけだとスルーされてしまう率も非常に多いと思うので、ヒアリング調査はなかなか難しいと思うが、答えていただけるための動線を作っていくということは重要ではないかと思う。

(委員)

- ・自分で想像してみたが、市役所から来た封筒はすごく重要なものという感じがするので、チラシに紛れないように注意する。市役所から届くものであれば義務的な感じの要素が出てくるのかなと、考えた。
- ・私たちみたいな主婦層や同年代の人は、おそらく紙に書いて郵送することはほぼないかなと思う。ほとんど2次元コードからの回答になると思うが、15分とか20分はめちゃくちゃ長いと感じる。
- ・予備校関係のアンケートとかが来るが、500円のクーポンとかがあって初めて、「アンケート回答しようかな？」と悩みの土台に入るイメージだと思う。
- ・天文科学館の話もあったが、小学生ぐらいのお子さんだったら喜ぶと思うが、中高生ぐらいになるともう興味がなくて難しいかな？と思ったりもする。ですから15分や20分は長すぎで、せめて10分がギリギリではないかなと思った。

(副会長)

- ・明石市に市政モニターの方はいるのか。

(事務局)

- ・今はいないです。

(会長)

- ・疑問だが、アンケートで小学校区、不明であれば町名という選択肢があるが、皆さん小学校区を覚えているものなのか。子供がいればご存じかもしれないが、例えば校区が変わることもあるし、子供がいない家庭はあまり校区を意識されないかもしれない。明石ではこういう調査方法が一般的であれば問題ないと思うが。

(事務局)

- ・明石市では、通常アンケートの時に小学校区でお伺いすることが多いと思う。
- ・小学校区でコミセンがあり、活動も活発に行われているので、そういう点では小学校区をある程度理解されていると思う。分からない方は、町名でお答えいただいて市が小学校区に振り分けを行いたいと思う。

(会長)

- ・これまでも明石の調査では小学校校区の属性で取られているのであれば、その方が調査しやすく分析もしやすいと思う。

(委員)

- ・今ふと思ったのはクーポンの配布が手間なら、二次元コードで回答が全部終わって送信した後に画像が出てきて、それを持って行ったら例えば500円の金券になるとか、郵送の人は別になるが、全部クリアしたらご褒美が、なるべくお金がか

からないもので具体的には思いつかないが、それもありなのかなと思った。

(会長)

- ・他に意見が無ければ、この議題については以上とする。

(事務局)

- ・アンケートの前文だが、「皆さんに答えていただくことが計画の策定に役立ち、市の発展にも繋がる」ということ、「皆さんにご回答いただくことでメリットがあるんですよ」ということを文書で伝えることができるように変更したいと思う。
- ・商業者や商店街、大型店については難しいが、市民へのインセンティブは、委員の皆さんから意見をいただいているので、取り組んでいきたいと思う。
- ・最後に個別事項になるが、イオン様でご対応いただけるのであれば、商業者や市民へのアンケートにご協力をお願いしたいと思う。

7. 明石市商業振興基本計画改定のイメージ

(事務局) 資料7について説明

(会長)

- ・この議案は、第2回から第4回の審議会まで随時ご意見をいただく予定である。アンケート結果によっては方針が変わる可能性もある。
- ・現時点では、基本計画としてよく用いられる目次や流れになっていると思うが、皆様からのご質問やご意見があればお聞きしたい。
- ・このような計画やビジョンづくりに携わる際、最終的には市民や事業者の皆様に戻元できるものを目指している。そのため、市民の方々が見やすく、振り返りやすい計画にしたいと考えている。親しみを持っていただき、日常生活や事業活動で活用していただけるような計画にしていきたいという思いである。

(副会長)

- ・報告書はこういった形式になると思うが、例えばA3版1枚のポスターのように、「これからこういうことに取り組んでいく」という内容を視覚的にわかりやすく情報発信する仕組みがあるとより伝わりやすくなると思う。

(会長)

- ・企業の研究を行っている中で、企業は長期計画や企業方針を「絵」で示す方法を採用している。これは社内向けだけではなく、社外の人にも「この会社はこういう方向で進みたい」という意図を伝えるために増えている。
- ・文字を羅列しただけの資料は読まれにくく、せっかくの思いや方針が伝わりにくい。見てもらえる工夫をすることが非常に重要である。
- ・目次の段階での細かい議論はまだ早いが、こうした点を踏まえながら全体の計画を作っていきたい。

(委員)

- ・オール明石との言葉を使われているが、こういった意図があるのか。

(事務局)

- ・今回の商業振興基本計画を策定するにあたり、市だけではなく、市民の皆様、商業者の方々、商店街関係者、その他関係団体のすべてを含めて取り組む必要があると考えている。
- ・長期的に市の発展と活性化を目指し、全体的な取り組みを進めていきたいという趣旨で表現しているが、違和感があるとの指摘を受けたので見直したいと思う。

(委員)

- ・計画や方向はとても良いと思うが、実際にどのように実現するのかという点には少し疑問がある。
- ・社会が変わっていく中で、商工会議所や商店街に参加しない事業者が増えている現状がある。特にチェーン店は本部にしか権限がなく、個別店舗は参加しにくい状況である。こうした背景の中で、計画は素晴らしいものの、その後の具体的な進め方や実践にどうつなげていくのかが気になる。

(会長)

- ・計画は立てて終わりではなく、その後どのように進めていくかが見えてくるものであれば非常に良いと思う。
- ・明石の商業や市民にとって、誇りとなるキーワードや心に響くメッセージか何かを今一度じっくり検討していただけると良いのではないかと感じた。

(委員)

- ・現状と課題の項目で触れれば良かったが、商業の分野では最近A Iの活用が著しく進んでおり、一方でその影響で従来のデザイン業者の仕事が減少している現状がある。例えば、商店街のイベントポスター制作にA Iを使うケースが増えているが、デザイン業者は印刷のみを担当することが多くなっている。
- ・2030 年までの中期計画を考える際には、A Iの活用や影響についての言及を入れることが望ましいと考える。
- ・SDGsに続くSWG S（ウェルビーイング）など、人に優しいまちづくりの要素も盛り込むべき。
- ・明石市が目指す「人にやさしいまち」という理念にも合致し、市民の関心も高いと思う。

(会長)

- ・上位計画とのすり合わせを行いながら、4年後の明石の姿を見据えて、この計画にそうした視点を盛り込んでいくことが大事だと思う。アンケートにもあったDXやA Iの分野は、4年経つと大きく様変わりする。
- ・商業者の皆さんにとっても今後何らかの影響が訪れると思うが、それはマイナス面だけでなくプラス面も含めて捉え、計画に反映していく必要がある。

8. その他

(事務局) 資料 8 について説明