高砂市商業活性化基本計画

～まちが一体となって、新たな高砂の個性をうみだし、

可能性と魅力があふれるまちづくり～



平成26年　3月

兵　庫　県　高　砂　市

目　次

序章　商業活性化基本計画の策定にあたって　1

１　基本計画策定の趣旨・・・

序章　商業活性化基本計画の策定にあたって

1　基本計画策定の趣旨

まちの「顔」とも言える商店街は、身近な買い物の場としてだけでなく、地域コミュニティの核としての役割を担っていました。しかし、近年は、消費の多様化、経営者の高齢化及び後継者不足により小売店が減少し、大型店、チェーン店、フランチャイズ店等の出店も多くなっています。このような状況から、商業関連団体への未加入店舗が多く、組織の弱体化や商店街活動の停滞を招いています。

また、少子高齢化が進むにことにより後継者不足が生じ、従来型商店街における空き店舗の増加が見られます。商店街等にある小規模店の減少は、今後、高齢者などの買い物を困難にする危険性をもっており、商業の活性化は事業者だけでなく、市民にとっても大きな課題になると考えられます。

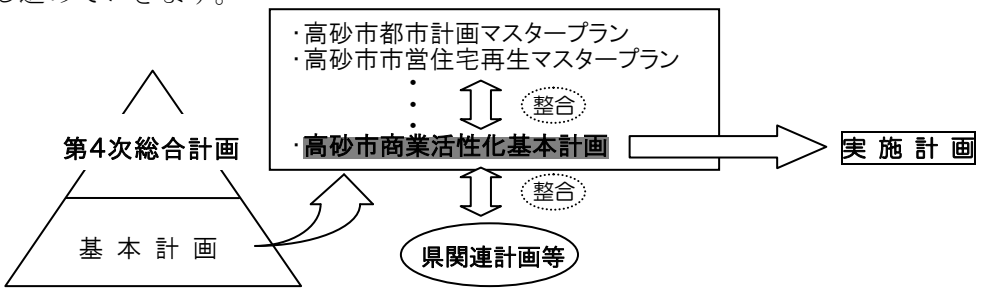
このような状況の中、平成 24 年 4 月 1 日に「高砂市商業の活性化に関する条例」を施行しました。

この条例は、商業の活性化が地域全体の発展に果たす役割の重要性に着目し、市の商業に関わる全ての者が協働して商業の基盤の強化と健全な発展の促進を図り、市民生活の向上と良好な地域社会づくりを目的としています。

本市では、この条例の目的達成に向け、商業活性化施策を総合的かつ計画的に推進するため、「高砂市商業活性化基本計画」を策定し、商業者、住民、商業団体、関係団体、行政等がそれぞれの役割を担いながら、協働することにより高砂市の商業の活性化を促進します。

2　基本計画の位置づけ

本計画は、高砂市第 4 次総合計画（以下「第 4 次総合計画」という。）を上位計画とし、関連する核となる計画等との整合を図りながら、本市商業の活性化の方向性を示し、本計画に基づく具体的な実施計画を策定し進めていきます。



3　基本計画の期間

本計画は、第 4 次総合計画に基づき、策定年度から平成 32 年度までの 7 年間を計画期間とします。なお、本計画の着実で効率的な推進を図るため、ＰＤＣＡによる進捗管理を行うとともに、商業環境の変化に対応するため、基本計画の見直しを行っていきます。

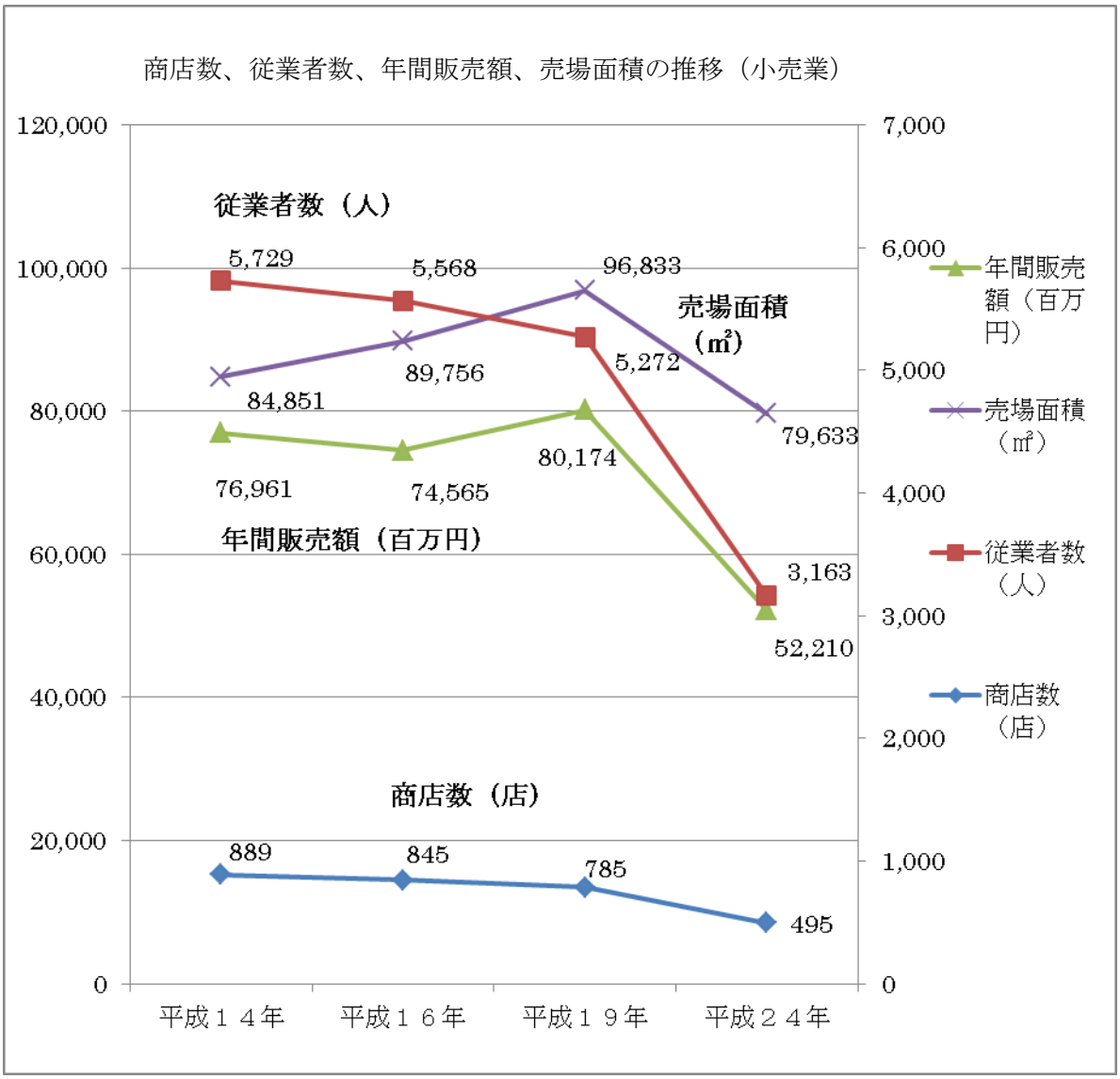
年　度	平成２６ ２０１４	平成２７ ２０１５	平成２８ ２０１６	平成２９ ２０１７	平成３０ ２０１８	平成３１ ２０１９	平成３２ ２０２０
基本計画	（必要に応じて見直す）						
実施計画	→	→	⇢	⇢	（必要に応じて見直す）		

第１章　商業の現状と課題

１　商業の現況

（１）小売商業の近年の動向

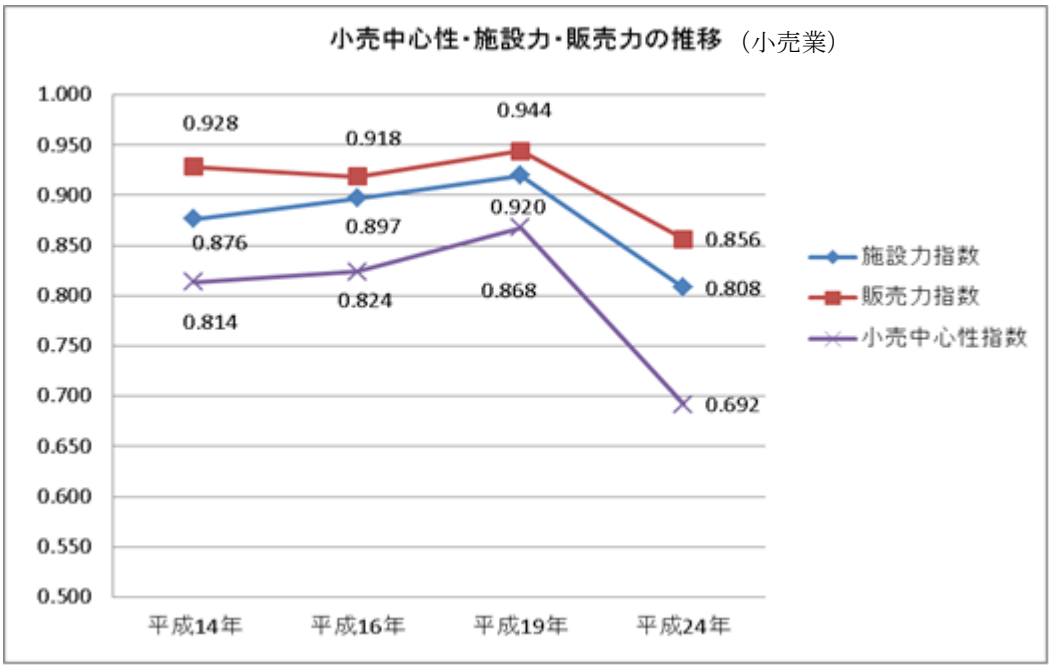
世界的金融危機（世界同時不況）以前は、店舗数及び従業者数は減少傾向でしたが、売場面積は増加し、年間販売額もわずかに増加傾向となっており、「店舗の大型化」及び「店舗数、従業員数の減少」が進行していました。しかし、世界的金融危機以後は全ての項目で減少しており、特に従業員数及び年間販売額については、大きく落ち込んでいます。



資料：商業統計(H14～H19)、平成 24 年経済センサス－調査

（２）商業力

平成 19 年までは、施設力指数※１及び販売力指数※２とも横ばい傾向で推移しておりましたが、世界的金融危機の影響により平成 24 年ではすべての項目で減少しています。また、小売中心性指数（顧客流出入比率）※３がわずかに上昇傾向で推移し、市内小売店舗の顧客吸引力もわずかに高まっていましたが、平成 24 年には大きく落ち込み、買物客は市外に流出している状態が続いています。



資料：兵庫県推進人口、商業統計(H14～H19)、平成 24 年経済センサス－調査

（３）近隣市との指数比較

小売中心性指数は、神戸市が最大で、姫路市が次に続きます。この 2 都市が高い中心性を発揮しており、他の都市から買物客が流入している状態です。高砂市を含む他の都市は中心性が低く、買物客が流出している状態です。しかし、高砂市は、施設力と販売力の差が小さく、小売店舗の量と質のバランスが取れていると言えます。

近隣都市との指数比較＜平成 24 年＞（小売業）

	人　口	小売中心性指数	施設力指数	販売力指数	差
神戸市	1,542,230	1.149	0.970	1.184	-0.214
姫路市	536,333	1.027	1.140	0.901	0.239
明石市	290,677	0.640	0.731	0.875	-0.144
加古川市	268,431	0.906	1.102	0.822	0.280
高砂市	92,588	0.692	0.808	0.856	-0.048
加古郡（播磨＋稲美）	64,802	0.647	0.474	1.367	-0.893

資料：兵庫県推進人口、平成 24 年経済センサス－調査

指標と算式と解説

※１施設力指数	$\frac{\text{高砂市売場面積}}{\text{高砂市人口}} \div \frac{\text{兵庫県売場面積}}{\text{兵庫県人口}}$	県との相対により、高砂市内の小売施設の量的な充実の程度を示す指数 （小売中心性指数の構成要素）
※２販売力指数	$\frac{\text{高砂市販売額}}{\text{高砂市売場面積}} \div \frac{\text{兵庫県販売額}}{\text{兵庫県売場面積}}$	県との相対により、高砂市内の小売施設の質的な充実の程度を示す指数 （小売中心性指数の構成要素） 比率が 1.000 を上回れば市内の消費者よりも多くの人に販売している。 下回れば市外に消費者をとられている。
※３小売中心性指数 （顧客流出入比率）	$\frac{\text{高砂市販売額}}{\text{高砂市人口}} \div \frac{\text{兵庫県販売額}}{\text{兵庫県人口}}$ （施設力指数×販売額指数）	県との相対により、高砂市内の小売施設が有する顧客吸引力を示す指数 比率が 1.000 を下回ると県内での集客力が弱く、比率が 1.000 を上回ると県内での集客力が強い。

（４）近隣市との小売商業の規模等の比較

小売商業の規模を、隣接する都市と比較しました。各都市の商業規模は、人口規模に比例しています。

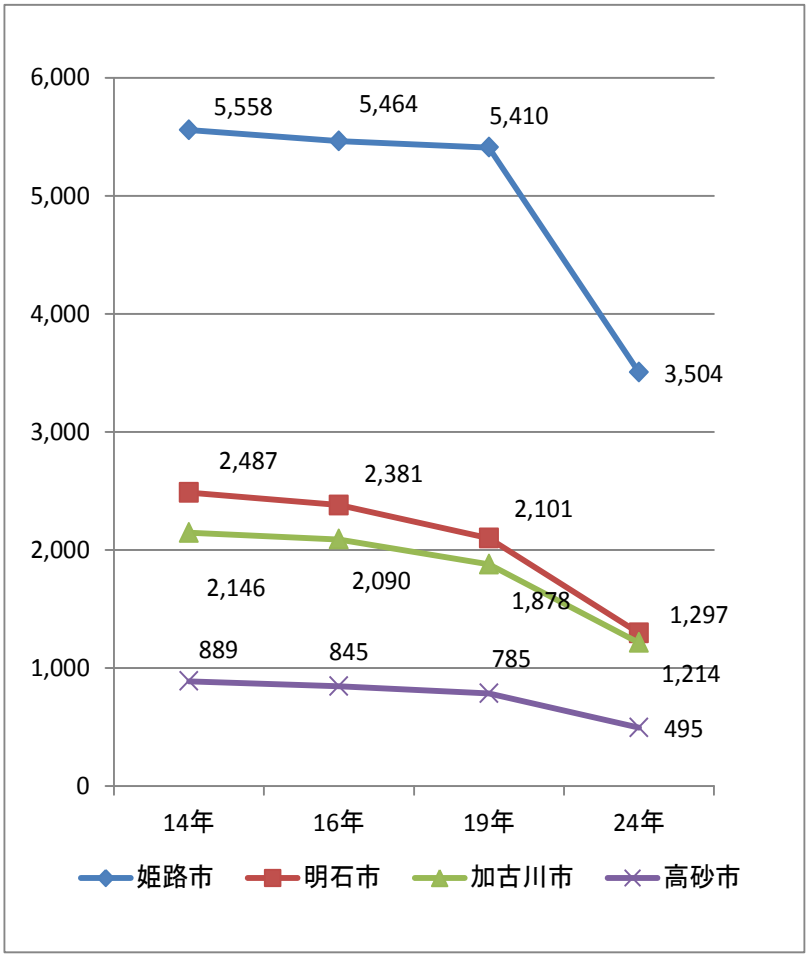
各市とも高砂市と同様に店舗数は大きく減少していますが、店舗数の減少に比べ売場面積の減少割合が少ないことから、店舗の大型化がうかがえます。年間販売額は平成 19 年までわずかに増加傾向でしたが、平成 24 年には世界的金融危機の影響により減少しています。

近隣都市との比較（平成 24 年）

	人　口	商店数	従業員数	年間販売額	売場面積	１店舗当りの売場面積
神戸市	1,542,230	8,933	67,718	1,444,565	1,593,086	178.34
姫路市	536,333	3,504	24,277	449,084	650,813	185.73
明石市	290,677	1,297	9,152	151,601	226,136	174.35
加古川市	268,431	1,214	9,981	198,223	314,808	259.31
高砂市	92,588	495	3,163	52,210	79,633	160.87
加古郡（播磨＋稲美）	64,802	252	2,007	34,196	32,685	129.70

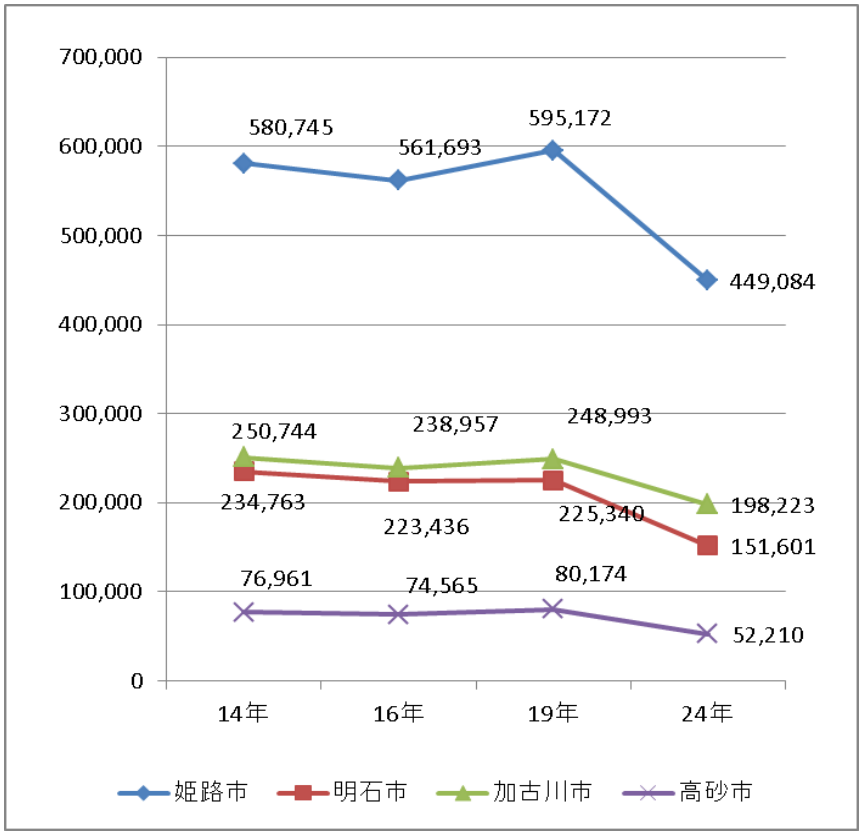
資料：兵庫県推進人口、平成 24 年経済センサス－調査

店舗数の推移（小売業）　（単位：店舗数）



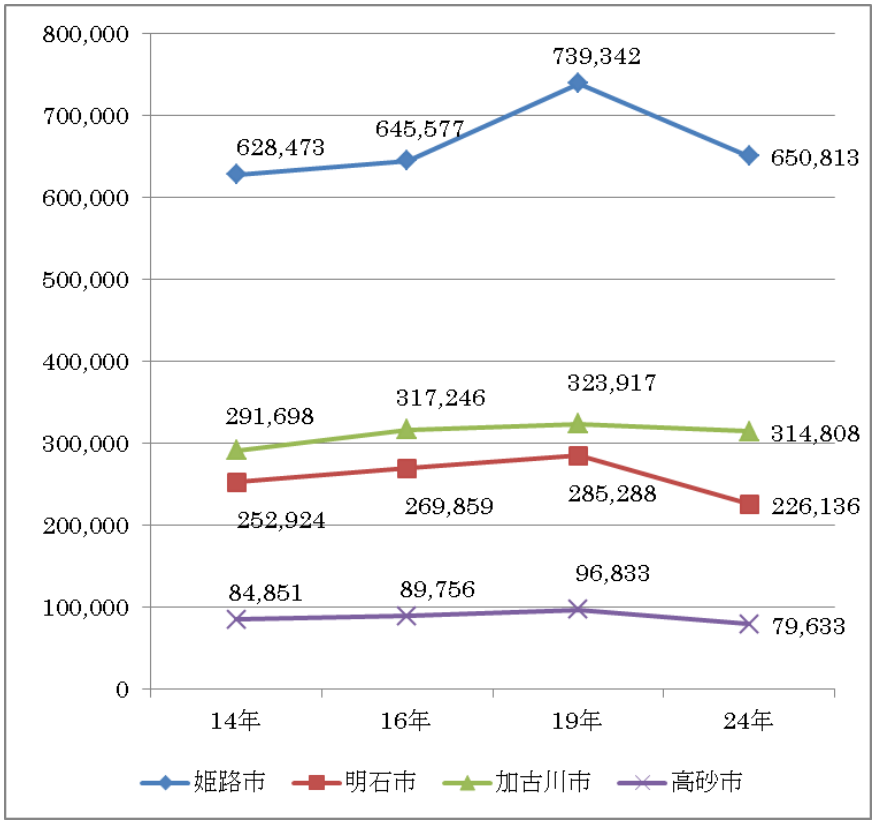
資料：商業統計（H14～H19）、
平成 24 年経済センサス－調査

年間商品販売額の推移（小売業）　　（単位：百万円）



資料：商業統計（H14～H19）、
平成 24 年経済センサス－調査

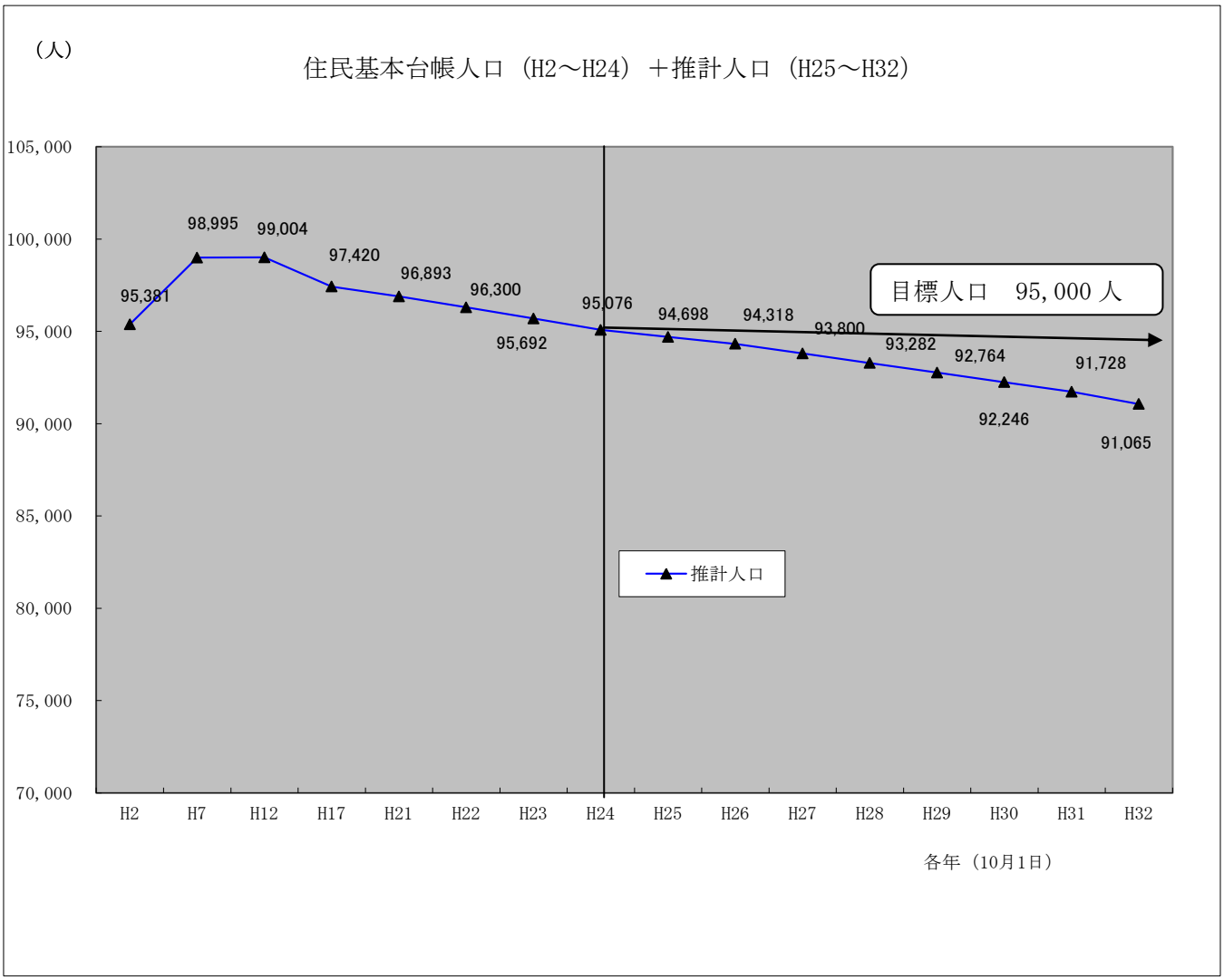
売場面積の推移（小売業）　　（単位：㎡）



資料：商業統計（H14～H19）、
平成 24 年経済センサス－調査

（５）人口の推計

本市の人口は、平成 12 年をピークに減少しており、平成 32 年では平成 24 年より約 4.2%減少すると推計されます。しかし、第４次総合計画では将来の目標人口を、過去の推移を基に算出した推計人口の減少数を抑える施策を展開し、2020 年度（平成 32 年度）における人口を 95,000 人、世帯数を 40,900 世帯としています。



資料：市民課、第４次総合計画推計人口

（６）市民、消費者動向

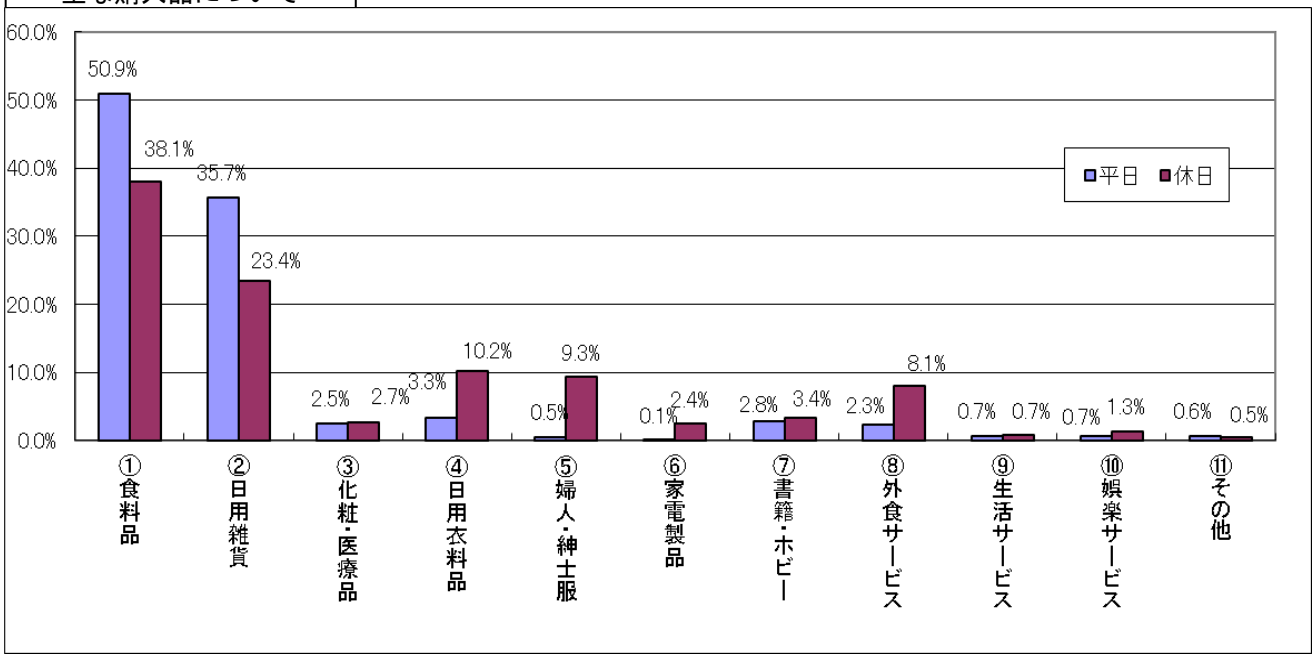
食料品、日用雑貨など「最寄り品、日常生活品」の市内購買率は平日で約 86%、休日で約 54%を確保しています。しかし、その約 60%は「スーパーマーケット・大型専門店」での利用が占めています。

市外流出は、平日は約 1 割、休日は約 4 割程度で、その内約半分が加古川市に流出しています。

交通手段は自動車での買い物が多く、特に休日は約 70%となっています。平成 10 年の調査との経年変化（平日比較）をみても自動車で買い物に行く人が増えています。

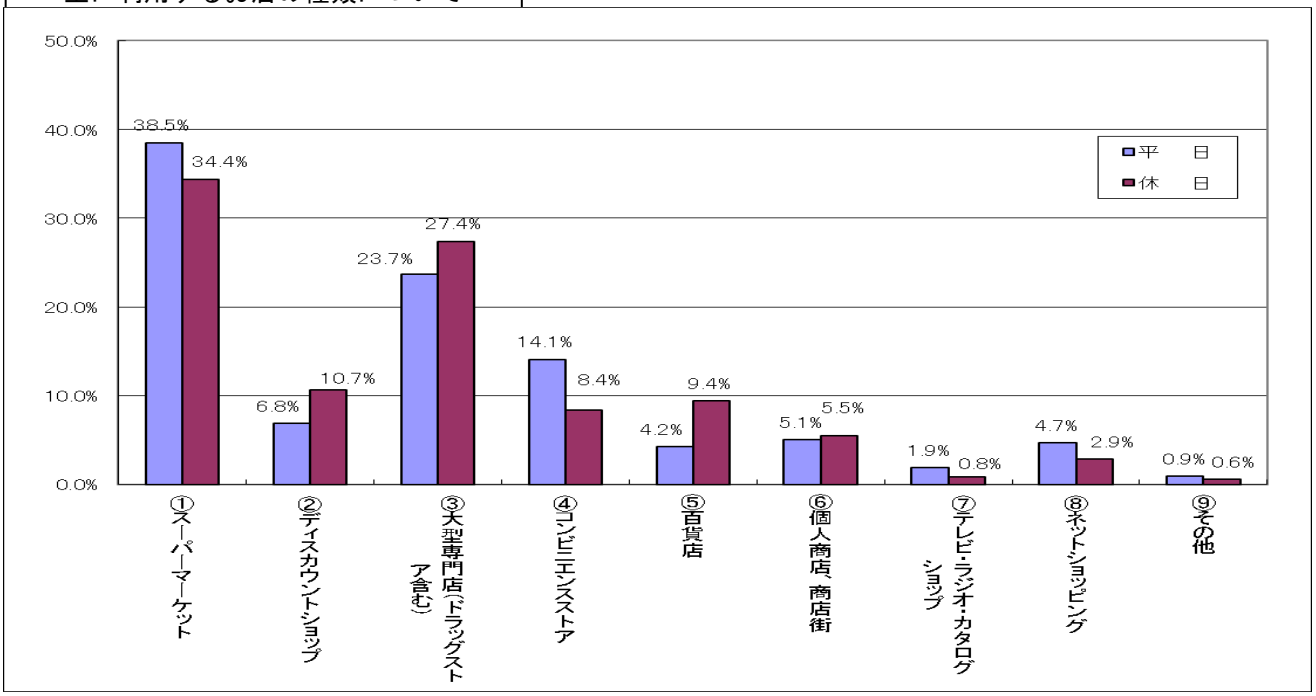
買い物に行く頻度は平日、休日とも高い状況です。平成 10 年の調査との経年変化（平日比較）をみれば、毎日買い物に行く人が減り、週 2～3 回買い物に行く人が増えています。

主な購入品について



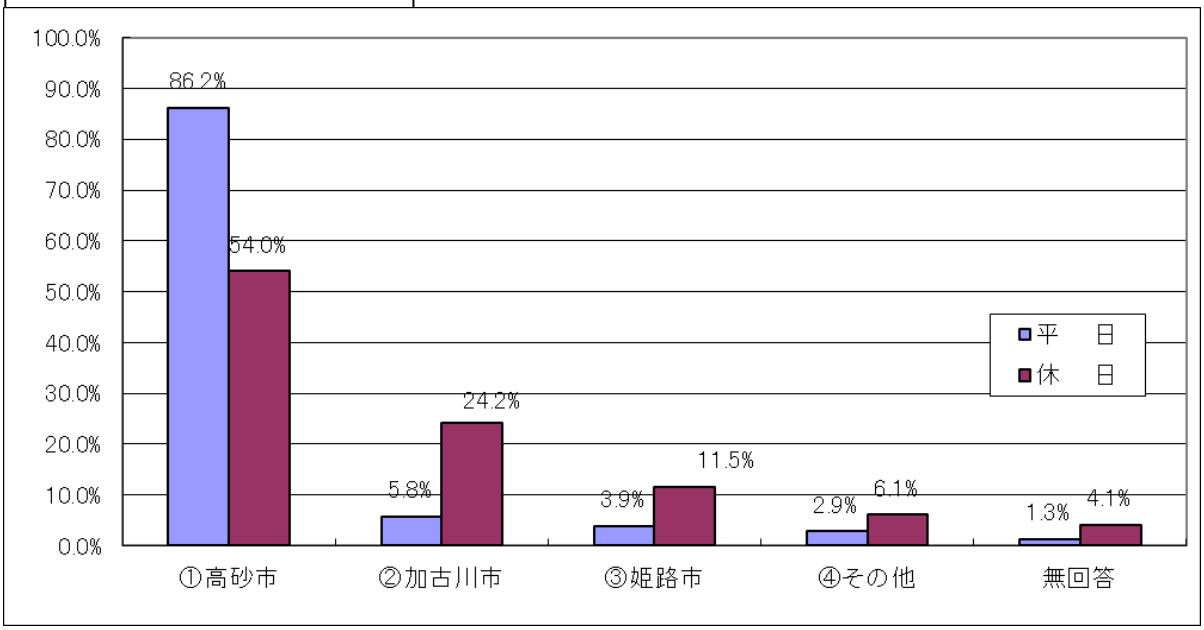
資料：お買い物等に関する調査

主に利用するお店の種類について



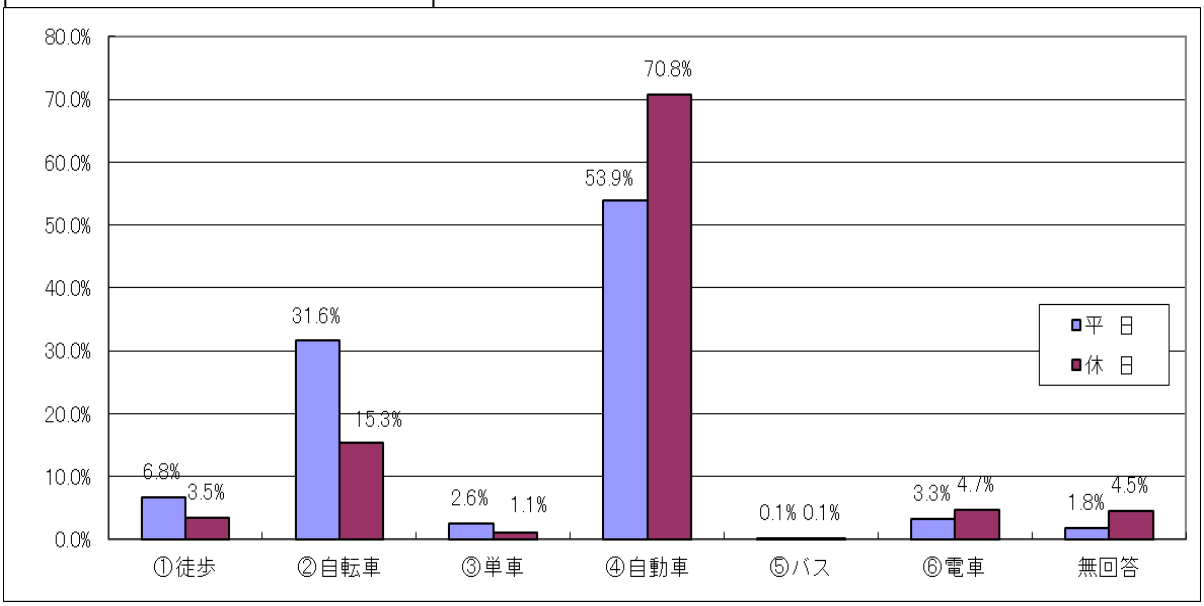
資料：お買い物等に関する調査

買い物場所について



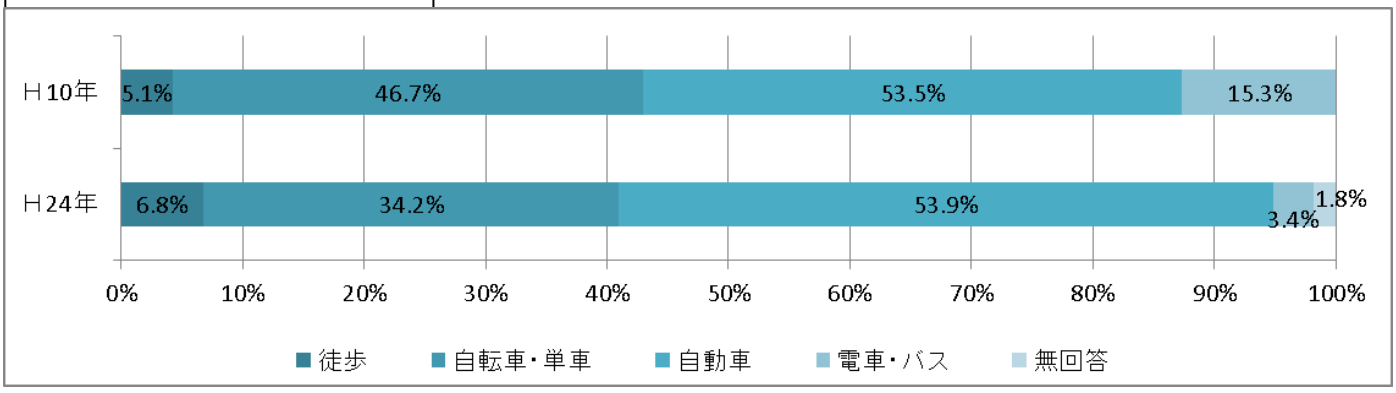
資料：お買い物等に関する調査

交通手段について



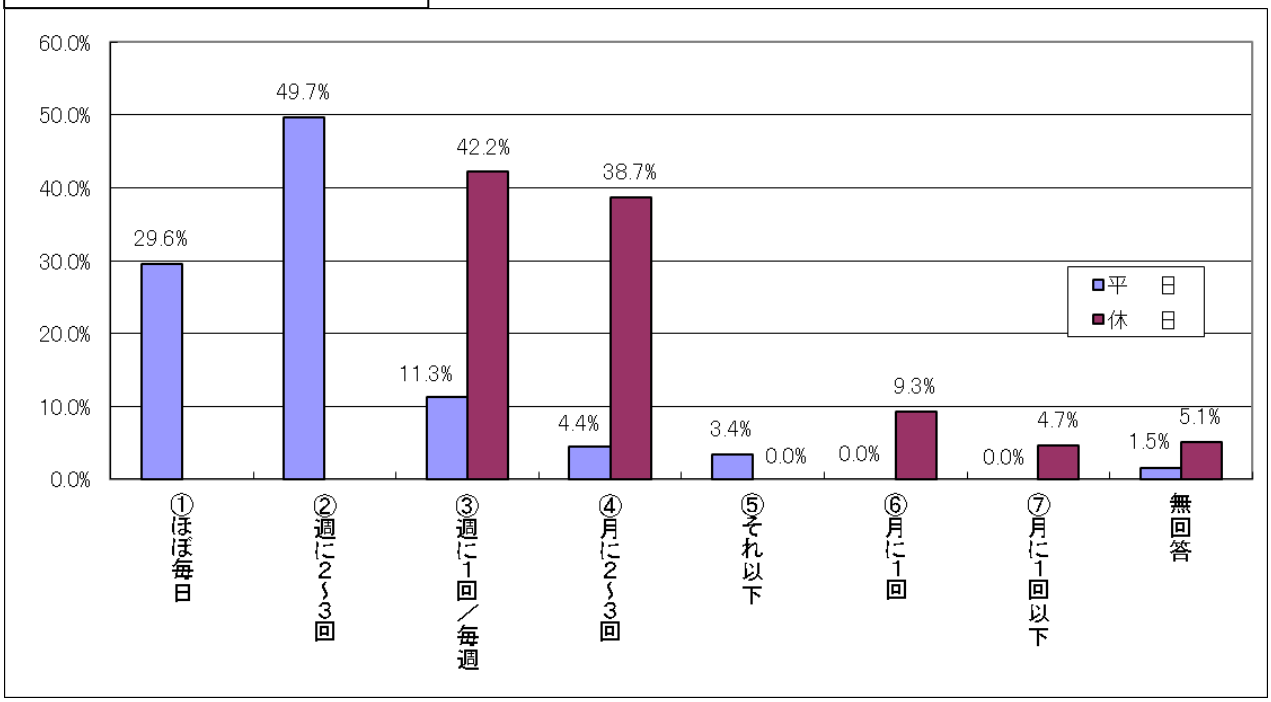
資料：お買い物等に関する調査

交通手段の経年変化



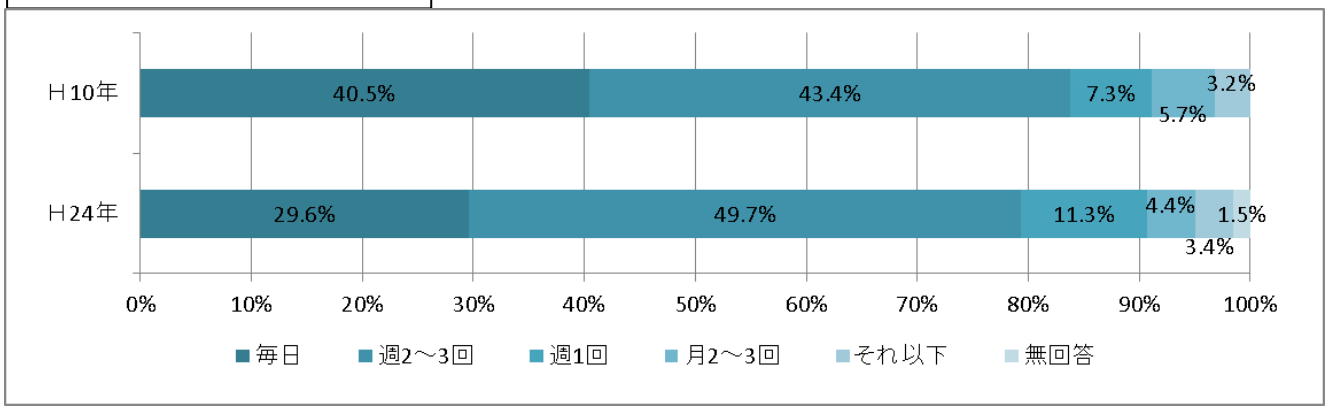
資料：市内消費者購買動向調査(H10)、お買い物等に関する調査(H24)

買い物回数について



資料：お買い物等に関する調査

買い物回数の経年変化

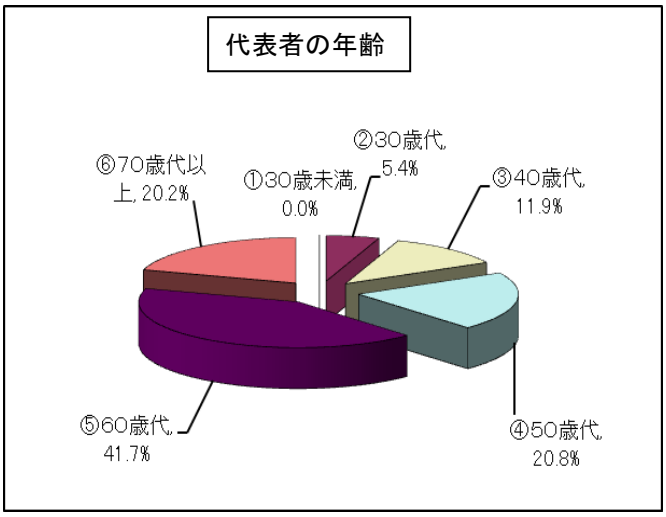


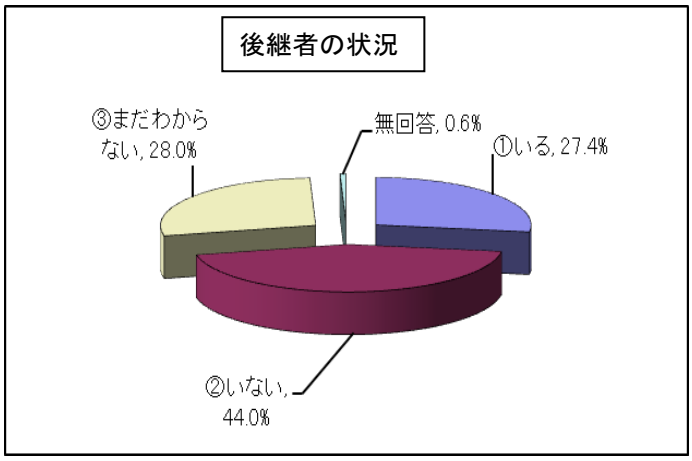
資料：市内消費者購買動向調査(H10)、お買い物等に関する調査(H24)

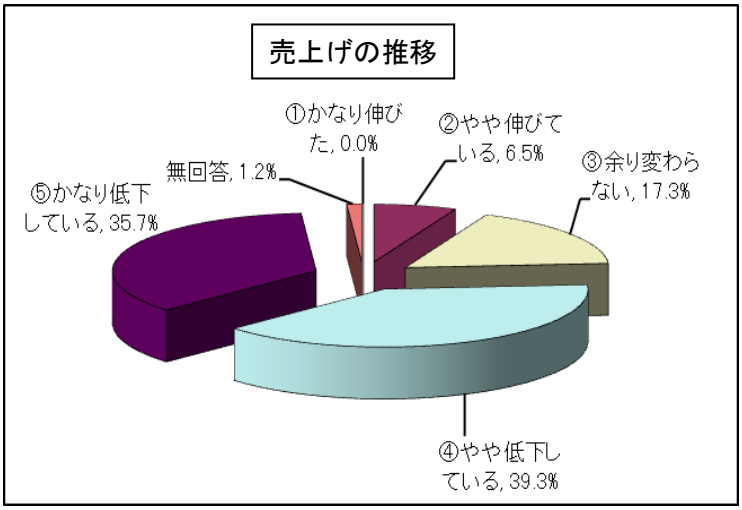
（７）商業者の動向

・代表者の年齢は 50 歳以上が約 80%を占めており、商業者の高齢化がうかがえます。高齢化が進んでいる状況にあるにも関わらず、後継者の状況について、「いない」「まだわからない」が全体の約 70%を占めています。

・最近の売上の伸びについて、「やや低下」「かなり低下」で約 75%も占めており、経営状況が厳しいことがうかがえます。商業者の高齢化や後継者がいない状況から今後の経営について、「成り行きに任せ、廃業を覚悟している。」が約 24%で一番高くなっています。







資料：商業者アンケート調査

（８）商店の実状

商店の商業者の高齢化と後継者不足が深刻な課題となっており、商品の品揃えが不足していることに伴い、個店の経営力不足や魅力ある店舗が少ない状況です。

また、消費者の交通手段として自動車が増えていることから、駐車場・駐輪場が不足している状況になっています。

（９）商店街の実状

商店街の店舗が減少し業種も不足している状態となっており、商店街に魅力が感じられない状況で、消費者にとって利用しづらい買い物環境になっています。また、商店（街）からの情報発信も不足しています。

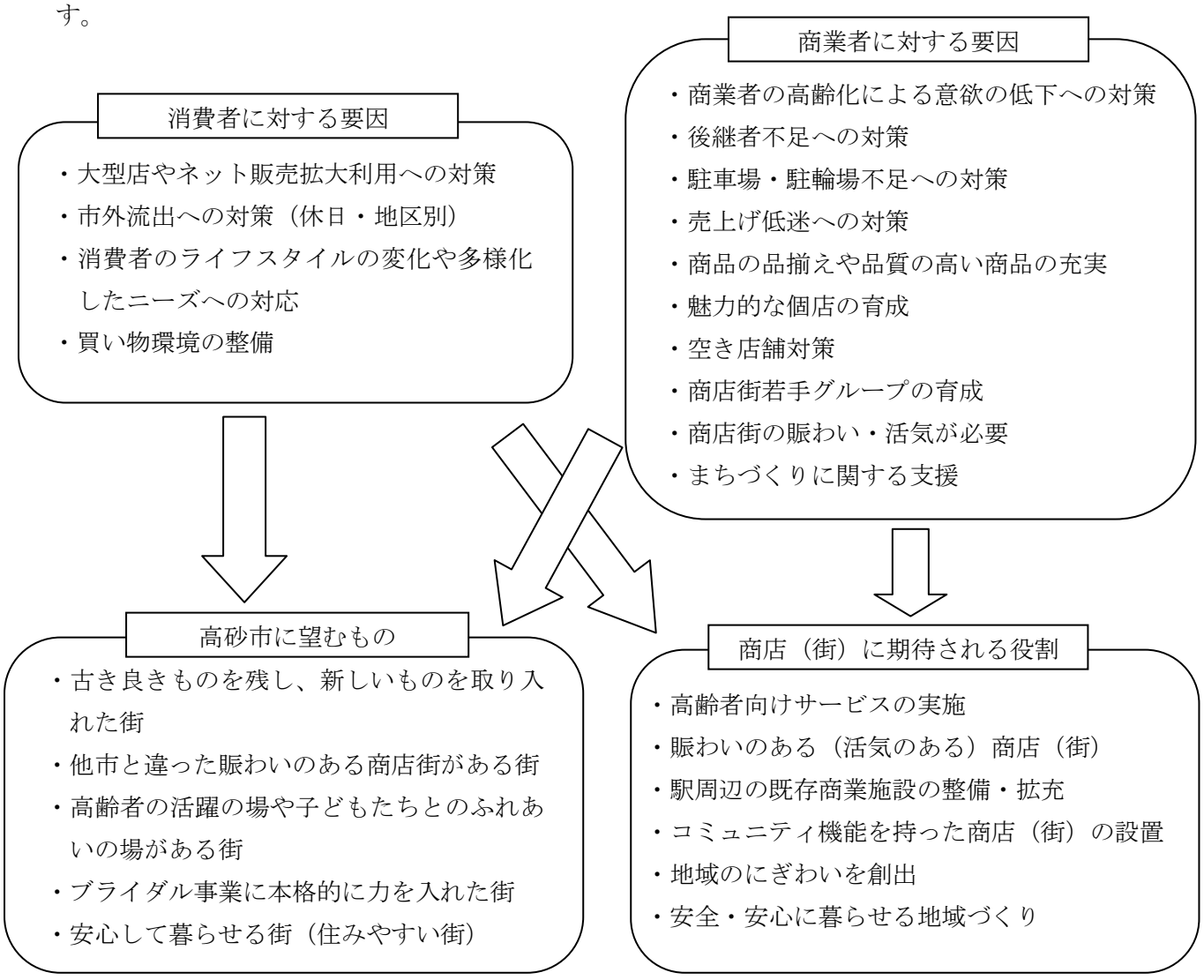
このような状況の中で、高砂町において空き家、空き店舗を活用する活動（高砂町空き家・空き店舗対策プロジェクト）を高砂商工会議所、高砂市観光協会等が中心となって取り組んでいます。

消費者への調査から、消費者としても既存施設の再活性化に期待しています。

２　商業の課題

市内商業者、商業団体等は、高砂の商業が衰退の危機に面していることを十分認識している状況ですが、商業者、商店街がどのようにこの局面に対応すべきかなど課題解決に向けた取組みを模索しているのが現状です。

高砂市の商業を活性化するには、消費者・商業者に対する課題の要因を明確にし、市民が期待する商店街の役割を十分認識するとともに、市の魅力や資源を活用し、市内外に発信する取組みが必要です。



第２章　商業活性化の基本指針と基本目標

１　本市商業の進むべき方向

本市の商業が活性化するには、関わる全ての者が協働して商業の基盤の強化と健全な発展の促進を図るとともに、新たな個性の創出や可能性を追求し、高砂らしい魅力を活かすことが重要です。このために、事業者、商店会、地域経済団体、行政及び市民がそれぞれの役割を担い、一体となって本市商業の活性化に取組み“活気があふれ躍動する産業交流都市”を目指します。

２　基本理念

「高砂市商業の活性化に関する条例」より「商業の活性化は、事業者自らの創意工夫と自助努力により実現されることを基本とし、事業者、商店会、地域経済団体及び市が協働し、市民の理解と協力を得ながら行うものとする。」ことを基本理念とします。

３　基本指針

基本理念に基づき、基本指針を次のとおり定めます。

まちが一体となって、新たな高砂の個性をうみだし、
可能性と魅力があふれるまちづくり

４　基本指針の体系

指　　針

まちが一体となって、新たな高砂の個性をうみだし、可能性と魅力があふれるまちづくり

まちと商業の一体化	新たな個性の創出	可能性の追求	魅力を活かす

商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政

５　基本目標

基本指針を具現化するために、以下の４つの基本目標を定め、施策を進めます。

基本目標１　まちと商業の一体化

商業者、住民、関係団体及び行政等が一体となって同じ目標の実現のために連携し、協働する取組みを進めます。

【施策の方向】

地域社会との連携強化　　異業種・業態の連携推進

基本目標２　新たな個性の創出

既存の個性を活かしつつ、他にはない、新たな高砂の個性を創出する取組みを進めます。

【施策の方向】

個店の独自性の創出　　魅力ある商業地の創出

基本目標３　可能性の追求

創業（開業）したい事業者の挑戦を応援し、新たな事業展開がしやすい環境をつくる取組みを進めます。

【施策の方向】

創業（開業）支援　　商業者育成の推進　　商業環境整備の推進

基本目標４　魅力を活かす

高砂の魅力を活かし、市内外の人が行きたくなる（買い物したくなる）商業集積地をつくる取組みを進めます。

【施策の方向】

まちの魅力活用　まちの魅力発信

≪数値目標≫

	項　　目	直近数値 （平成 24 年度）	32 年度目標値
数値目標	店 舗 数	４９５	８００
	小売中心性指数 （顧客流出入比率）	０．６９２	１．０００

※県内との相対により、市内の小売施設が有する顧客吸引力を示す指数

比率が 1.000 を下回ると県内での集客力が弱く、比率が 1.000 を上回ると県内での集客力が強い。

第３章　基本目標に基づく施策の方向

１　基本目標　まちと商業の一体化

≪施策の展開≫

商業の活性化を目指すために一番重要なことは、商業者、住民、関係団体、行政等、まちが一体となることです。同じ目標を持ち、同じ方向を向き、それぞれが主体となり、それぞれの役割を果たすとともに互いに連携し、目標の実現に向けた取組みを進めます。

【施策の方向】１　地域社会との連携強化

施策１　地域団体との連携事業の推進

商業者（商店街）がその立地する地域で発展するためには、地域との密接な連携を保ちながら商業活動を展開していくことが重要です。

商業者（商店街）が自治会等とイベントの共同開催や市民活動団体等との協働事業の実施、地域行事に積極的に関わるなど、商業者（商店街）が地域と共に発展するよう地域と密接な連携を図りながら各種事業に取組みます。

[主な取組みと役割]

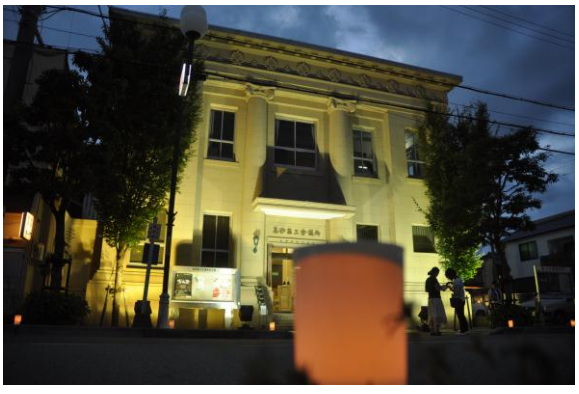
事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
地域が一体となるイベントの実施	主体	主体	支援	支援	支援
空き家・空き店舗対策事業の実施	支援	支援	主体	支援	支援
商店街と市民活動団体等との交流会の開催	主体	主体	支援	支援	支援
地域貢献活動の促進	主体	支援	支援	支援	支援

※　商業者…個店、商店街

※　商業団体…商工会議所、商業団体



万灯祭　銀座商店街



万灯祭　商工会議所

【施策の方向】２　異業種・業態との連携推進

施策１　商業の新連携促進

多様な視点をもった新しい商業を展開するため、地域課題解決等に向けた取組みを同業・異業種間が連携する機会の創出を図ります。

また、大型商業施設と商店街が共存共栄し、集客や回遊性を引き出す取組みを進めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
共同事業の実施	主体	支援	支援	支援	支援
地域課題解決の取組み	主体	支援	主体	支援	主体
商業活性化調整会議の開催	主体	支援	主体	支援	主体

施策２　専門機関や学校との連携

地域へ高度な情報や専門的な技術を持つ人材を活用するため、商業者（商店街）等へ専門技術・情報を提供するシステムを構築する取組みを進めます。大学とコラボレーションする商業施策・事業の検討を促します。

また、商店街を児童・生徒の学習発表や体験学習の場として提供するなど教育活動として活用する取組みを進めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
トライやる、インターンシップ、アントレーシップ等の受入事業の実施	主体	主体	支援	支援	支援
イベント・発表の場の提供等の実施	主体	主体	支援	支援	支援
専門技術・情報を提供するシステムの構築	主体	支援	主体	支援	主体

２　基本目標　　新たな個性の創出

≪施策の展開≫

消費者の視点に立った商品開発やサービスを考案し、地域や時代のニーズに対応した魅力的な商店・商店街づくりが必要です。

そのため、経営を工夫する取組みや商店（商店街）の個性化、専門化など新たな個性の創出に対する支援を進め、新しい高砂を生みだす施策を展開します。

【施策の方向】１　個店の独自性の創出

施策１　個性ある個店づくり

消費者のニーズを受け止め、「その店に来なければ買えない物をつくる」という「一店逸品」の創出に対する理解を促し、個店の独自性を追求する取組みに対する支援を行います。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
一店逸品運動の実施	主体	支援	支援	支援	支援
既存商品の掘起し	主体	支援	支援	支援	支援
高砂ブランド商品の開発事業の実施	主体	支援	主体	支援	支援

施策２　高齢者にやさしいサービスの推進

急速に進行する高齢化社会を支える役割を商業者にも求められているため、高齢者が安心して日常生活を送ることができるよう、高齢者が利用しやすいサービスの提供等に取組みます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
御用聞き・配達サービス	主体	支援	支援	支援	支援
移動販売	主体	支援	支援	支援	支援
送迎サービス	主体	支援	支援	支援	支援

【施策の方向】２　魅力ある商業地の創出

施策１　商店街の活気づくり

賑わいのある商店街を形成するには、消費者の「利用しやすさ」「楽しさ」といったニーズに対応する必要があります。

消費者が満足するサービスを提供し、また訪れたいというイベントなどを実施することにより商店街の活気づくりに取組みます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
イベントの開催（まちゼミ、まちコン、100 円商店街等）	主体	支援	支援	支援	支援
商店街（商業地）ごとのコンセプトづくりの検討	主体	支援	支援	支援	支援
空き家・空き店舗を活用したイベントの開催	主体	支援	支援	支援	支援
ポイントサービス等の実施	主体	支援	支援	支援	支援

施策２　地域コミュニティの場の形成

商店街は、地域住民の交流や情報交換の場など買い物以外の役割が求められています。多くの住民で賑わい、憩いの場となる商店街となるような取組みを進めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
商店街(商業地)を福祉、文化、学習等の市民活動の場に活用	主体	支援	支援	支援	支援
空き店舗を活用した憩いの場づくり	主体	支援	支援	支援	支援





県民交流広場「高砂来て民家」

３　基本目標　　可能性の追求

≪施策の展開≫

創業（開業）を希望する個人に対して、創業（開業）に関する情報や知識や技術などを習得する場を提供する事業を支援するとともに、創業（開業）時のサポート体制を整えます。

【施策の方向】１　創業（開業）支援

施策１　創業に役立つ情報発信の充実

創業に関する情報提供や研修会等の実施を支援し、商工会議所が行う創業セミナーの充実を促します。

利用可能な土地や貸店舗等の情報を集約し提供するシステムを構築します。また、空き店舗オーナーや既存経営者とのマッチング（橋渡し）の場づくりにより、創業者（開業者）の意向と商店街の機能継承の相互解決を目指します。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
創業に関する情報提供	支援	支援	主体	支援	主体
創業者向けセミナーの充実	支援	支援	主体	支援	支援
空き家・空き店舗バンク制度の構築	支援	支援	主体	支援	主体
テナントミックス	支援	支援	主体	支援	支援

施策２　創業時のサポート体制

魅力ある店舗の出店を導くため、創業（開業※第２創業を含む）にあたっての支援の充実を図ります。また、専門性の高い相談に対応できる体制を整えるなどサポート体制の充実を図ります。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
創業者向け支援制度創設の検討	支援	支援	支援	支援	主体
（国・県の）融資制度の斡旋、保証制度の活用	支援	支援	主体	支援	主体
チャレンジショップ	主体	支援	主体	支援	支援

※第２創業…既に事業を営んでいる事業所の後継者などが業態転換や新規事業に進出すること

【施策の方向】２　商業者育成の推進

施策１　経営者の意識改革

社会情勢が大きく変化し、消費者のニーズも多様化しています。このような商業環境の変化に対応するため、経営者自ら意識改革する取組みを進めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
経営改善等に関する講習会等の実施	支援		主体		支援
経営相談の強化	支援		主体		支援
各種アドバイザーの活用	支援		主体		支援
融資制度の斡旋	支援		主体		主体

施策２　情報の収集

個々の中小商店においては、顧客が「求める商品」や「求めるサービス」などの情報収集が十分できない場合が多いことから、顧客ニーズの把握などについて商業団体等と連携し取組みます。

また、地域情報についても、商業者では調査できないものも多いことから、商業団体等と連携し取組みます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
顧客ニーズの把握	支援	支援	主体	支援	支援
アンケート（消費者・商業者）の定期的な実施	支援	支援	主体	支援	主体
商店街の実態調査	支援	支援	主体	支援	主体





貸しスペース「高砂や」

施策３　後継者の育成

賑わいのある商店街が形成されても、後継者を育成しなければ、賑わいのある商店街を維持することは難しくなります。このために、意欲的な後継者の育成に取組みます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
各種研修会への参加	主体		支援		支援
まちづくりワークショップ、勉強会等の開催	主体	支援	支援	支援	支援

【施策の方向】３　商業環境整備の推進

施策１　インフラ・交通環境整備の推進

商店街が多くの来街者で賑わうため、商店街に来街しやすい環境を整備する取組みを検討します。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
公共施設の整備	支援	支援	支援	支援	主体
共同施設（アーケード、カラー舗装、駐車場等）の整備	主体	支援	支援	支援	支援
交通体系の整備（お買い物バスの運行等）	主体	支援	支援	支援	主体

施策２　長期的施策の検討

商業の活性化を促進させるために、将来的には市の中心市街地や商業特区などを設定し、施策を展開する必要があります。中心市街地・商業特区の設定について検討します。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
中心市街地・商業特区の設定を検討	支援	支援	支援	支援	主体

４　基本目標　　魅力を活かす

≪施策の展開≫

本市は、「高砂やこの浦舟に帆をあげて…」と結婚式やめでたい時に謡われる謡曲「高砂」の発祥の地です。また、市内には寺社や石の宝殿などの史蹟や古い町並みが多くあり、特に高砂町は兵庫県の歴史的景観形成地区に指定されています。これらの資源を活かし、高砂の魅力を発信する施策を商業者や各種団体などと連携して取組み、高砂の物産品の販路拡大や観光客の取込みに繋げます。

【施策の方向】１　まちの魅力活用

施策　**魅力活用の推進**

高砂の史跡、伝統文化、観光などの資源を活用したイベントの実施や高砂ならではのサービスを提供するなど、高砂の特性を活かした取組みを進めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
スタンプラリーの実施	主体	支援	支援	支援	支援
高砂の魅力を活かしたイベントの実施	主体	支援	支援	支援	支援
市内観光バスの実施	支援	支援	支援	主体	支援
婚活イベントの実施	支援	支援	主体	主体	支援

【施策の方向】２　まちの魅力発信

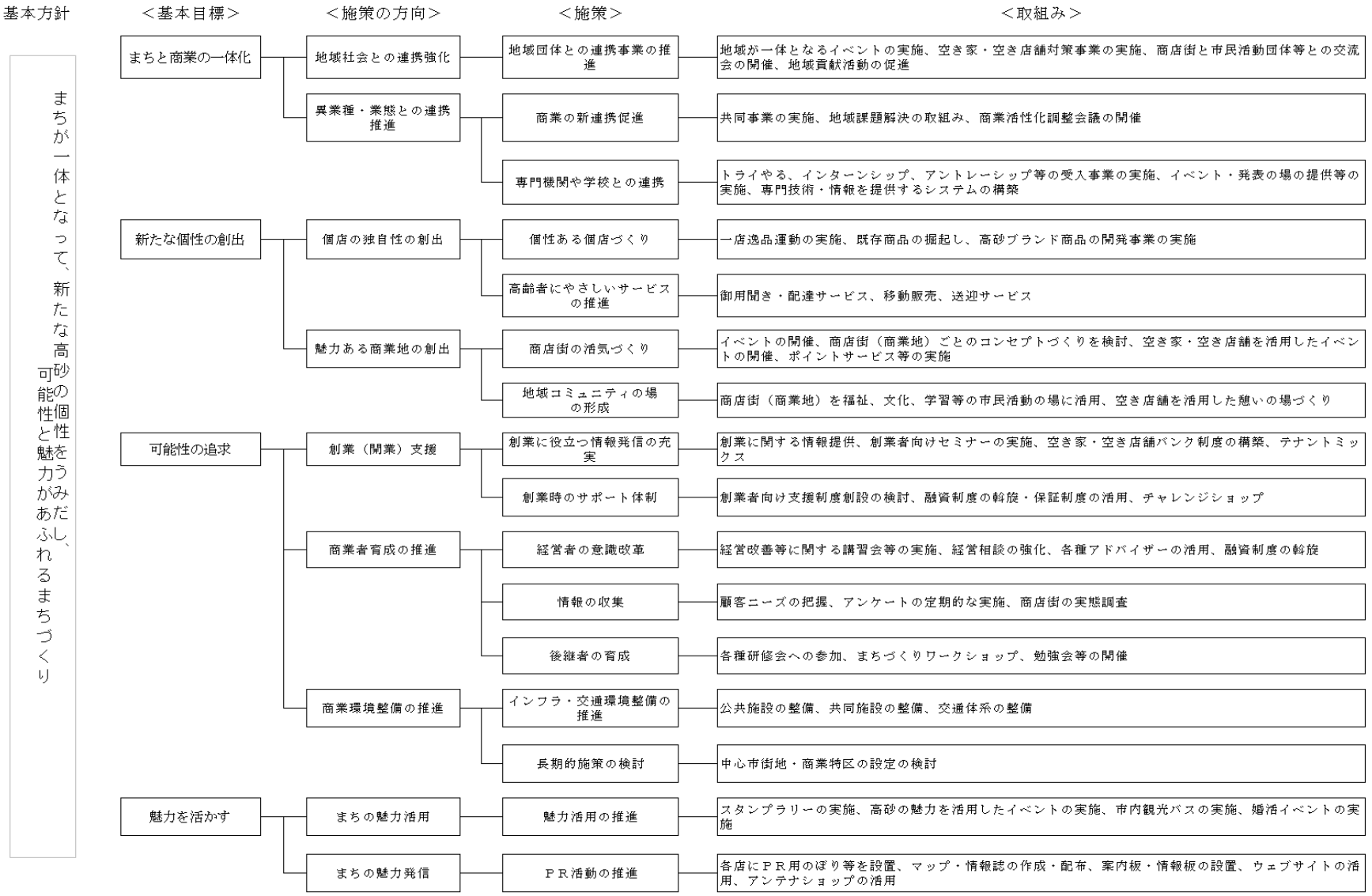
施策　**ＰＲ活動の推進**

高砂の「名産品」や特産物、観光資源などのまちの魅力を市内外に発信し、高砂の物産品の消費拡大と観光客の誘致に努めます。

[主な取組みと役割]

事　業　名	商業者	住　民	商業団体	観光協会	行　政
各店にＰＲ用のぼり等の設置	主体	支援	支援	支援	支援
マップ・情報誌の作成・配布	支援	支援	主体	支援	支援
案内板・情報板の設置	支援	支援	支援	主体	支援
ウェブサイトの活用	主体	支援	主体	支援	支援
アンテナショップの活用	支援	支援	支援	主体	支援

５　計画の体系図


基本方針
＜基本目標＞
＜施策の方向＞
＜施策＞
＜取組み＞
まちが一体となって、新たな高砂の個性をうみだし、可能性と魅力があふれるまちづくり
まちと商業の一体化
地域社会との連携強化
地域団体との連携事業の推進
地域が一体となるイベントの実施、空き家・空き店舗対策事業の実施、商店街と市民活動団体等との交流会の開催、地域貢献活動の促進
異業種・業態との連携推進
商業の新連携促進
共同事業の実施、地域課題解決の取組み、商業活性化調整会議の開催
専門機関や学校との連携
トライやる、インターンシップ、アントレーシップ等の受入事業の実施、イベント・発表の場の提供等の実施、専門技術・情報を提供するシステムの構築
新たな個性の創出
個店の独自性の創出
個性ある個店づくり
一店逸品運動の実施、既存商品の掘起し、高砂ブランド商品の開発事業の実施
高齢者にやさしいサービスの推進
御用聞き・配達サービス、移動販売、送迎サービス
魅力ある商業地の創出
商店街の活気づくり
イベントの開催、商店街（商業地）ごとのコンセプトづくりを検討、空き家・空き店舗を活用したイベントの開催、ポイントサービス等の実施
地域コミュニティの場の形成
商店街（商業地）を福祉、文化、学習等の市民活動の場に活用、空き店舗を活用した憩いの場づくり
可能性の追求
創業（開業）支援
創業に役立つ情報発信の充実
創業に関する情報提供、創業者向けセミナーの実施、空き家・空き店舗バンク制度の構築、テナントミックス
創業時のサポート体制
創業者向け支援制度創設の検討、融資制度の斡旋・保証制度の活用、チャレンジショップ
商業者育成の推進
経営者の意識改革
経営改善等に関する講習会等の実施、経営相談の強化、各種アドバイザーの活用、融資制度の斡旋
情報の収集
顧客ニーズの把握、アンケートの定期的な実施、商店街の実態調査
後継者の育成
各種研修会への参加、まちづくりワークショップ、勉強会等の開催
商業環境整備の推進
インフラ・交通環境整備の推進
公共施設の整備、共同施設の整備、交通体系の整備
長期的施策の検討
中心市街地・商業特区の設定の検討
魅力を活かす
まちの魅力活用
魅力活用の推進
スタンプラリーの実施、高砂の魅力を活用したイベントの実施、市内観光バスの実施、婚活イベントの実施
まちの魅力発信
ＰＲ活動の推進
各店にＰＲ用のぼり等を設置、マップ・情報誌の作成・配布、案内板・情報板の設置、ウェブサイトの活用、アンテナショップの活用

６　市内主要地区重点施策

銀座商店街周辺を中心とした高砂地区及びアスパ高砂を中心とした地域は、市内商業の活性化を進めるうえで、重要な役割を担っています。

しかし、近年は居住人口の減少や空き店舗の増加により、商業集積地の商店街が衰退する状況になっています。

主要地区が、今後も市内商業の活性化中心地域（商業集積地）として発展し続けることが、高砂市全域の商業環境に良い影響を与え、高砂市の商業活性化につながるため、地元住民、商業者（出店者）と協働し、次の施策を進めます。

（１）銀座商店街周辺を中心とした高砂地区

古くから海運の要衝として栄えた高砂地区は、多くの人々に親しまれる由緒ある商店街が発展してきた町です。また、平成 18 年 9 月に兵庫県の歴史的景観形成地区に指定されており、古い建物や由緒ある建造物などが多く残っています。そのような地域特性を活用した商業の活性化を目指すため、高砂町の歴史的な街並みを生かすとともに交流の拠点となる商店街づくりを進めます。

（２）アスパ高砂

アスパ高砂は、商業・業務・文化等の複合的機能を備えた市の内陸部の都市拠点を形成するため、平成６年に決定した緑丘 2 丁目地区再開発地区計画の土地利用に関する基本方針（商業地区は、商業機能を主として導入し、合わせて業務文化機能を備えたにぎわいのある都市空間の形成を図る）に基づき、平成 10 年にオープンした商業施設です。

高砂市の生活拠点、また情報発信の拠点としての機能性を発揮しつつ、文化と協調した新しい形態でのショッピングセンターづくりを進めます。



アスパ高砂



銀座商店街

第４章　計画の推進

１　計画の推進体制

本計画を着実に進め、実効性あるものにしていくためには、商業者、住民、商業団体、関係団体、行政等の各主体がそれぞれ役割を果たしつつ、連携・協働していくことが重要です。

このことから、基本計画の早期実現に向けて、合意形成、連絡調整と指導、助言を行うとともに、本市商業の活性化を図ることを目的に設置されている「高砂市商業活性化調整会議」を中心に計画を推進します。

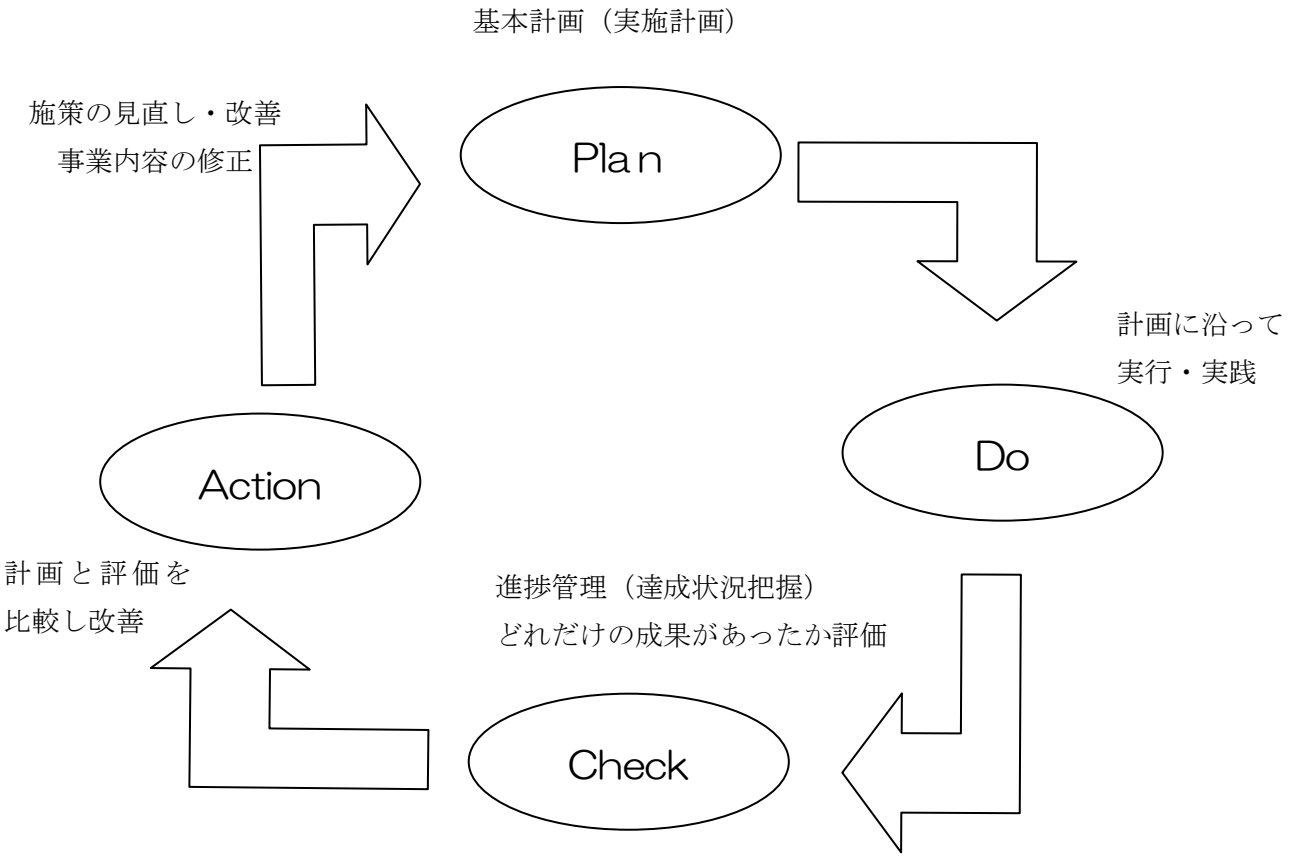
２　計画の進行管理

本計画の進行管理にあたっては、施策事業の実施状況について、定期的に点検・評価・公表していきます。そのうえで、商業活性化に係る問題を巡る状況や社会的動向などを加味しながら施策の方向性などの見直しを行い、新たな課題等に対応していきます。

（１）進行管理の考え方

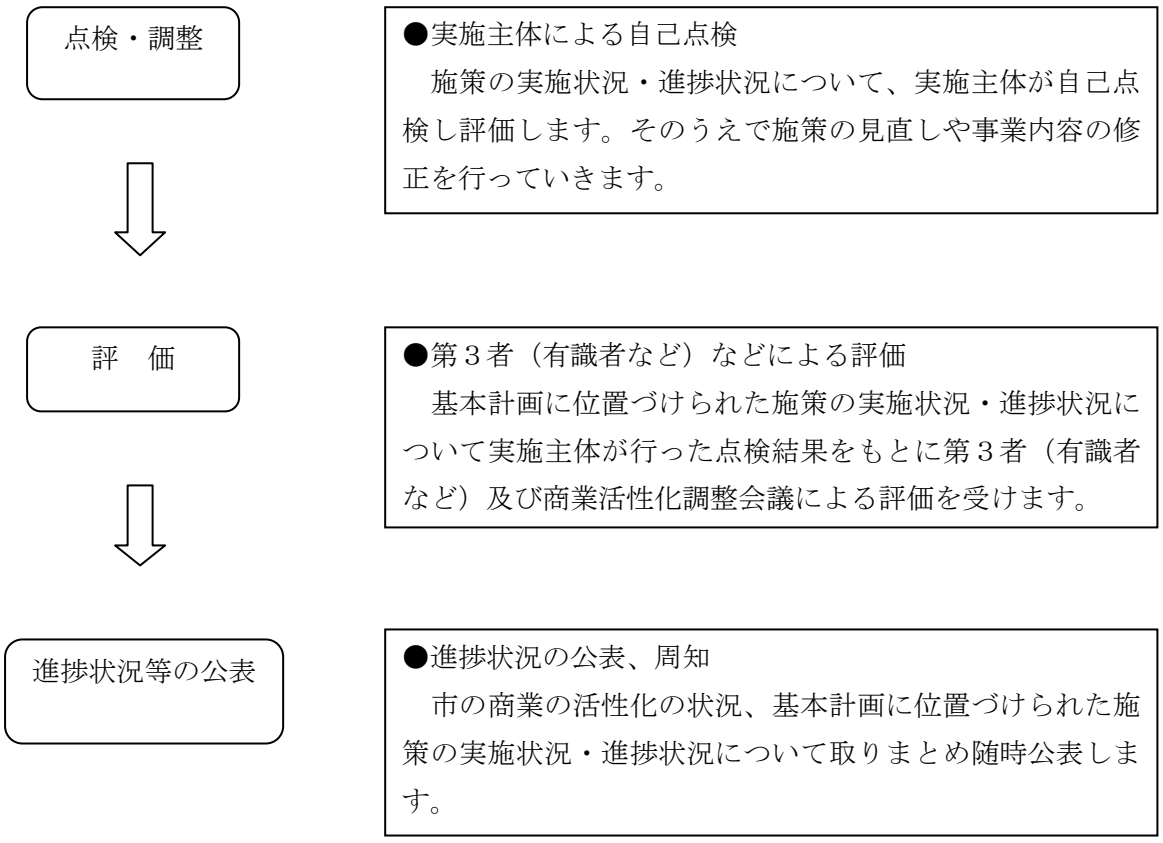
図に示すＰＤＣＡサイクルの考え方に基づき、Plan（計画）、Do（実施）、Check（点検・評価）、Action（見直し）という継続的な改善の仕組みを導入します。

＜図　ＰＤＣＡサイクル＞



（２）進行管理の仕組み

進行管理にあたっては、商業者、商業団体等及び行政内部で自己点検を行い、有識者など第 3 者及び高砂市商業活性化調整会議による評価を受けます。また、市の商業活性化の状況、施策等の実施状況、進捗状況については、随時公表していきます。



※実施主体…商業者、住民、商業団体、観光協会、行政

資料編



資料1

計画策定の経過等

高砂市商業活性化調整会議等開催経過

年　月　日	会議等実施内容
平成 24 年 1 月 24 日	商業活性化調整会議（高砂市商業の活性化に関する条例、高砂市商業の活性化に関する基本計画策定について等）
平成 24 年 3 月 23 日	商業活性化調整会議（消費者アンケート調査内容について）
平成 24 年 4 月 23 日	商業活性化調整会議（アンケート調査（消費者・商業者）内容について）
平成 24 年 5 月 29 日	商業活性化調整会議（アンケート調査（消費者・商業者）内容について、高砂市の商業の現状について）
平成 24 年 6 月 21 日 ～7 月 25 日	商業者アンケート 市内商業者対象 回収 169 部（回収率 98.3%）
平成 24 年 7 月 1 日 ～7 月 31 日	市内消費者アンケート（お買い物等に関する調査） 18 歳以上の市民 3,000 人を無作為に抽出 回収 1,466 部（回収率　48.9%）
平成 24 年 9 月 19 日	商業活性化調整会議（アンケート調査中間報告について）
平成 24 年 10 月 30 日	商業活性化調整会議(アンケート調査結果に基づく課題及び施策等について)
平成 24 年 12 月 3 日	商業活性化調整会議（商業活性化に向けた課題及び施策等について）
平成 25 年 1 月 15 日	商業活性化調整会議(商業活性化に向けた課題に基づく実施施策一覧について、高砂市商業実態報告について)
平成 25 年 2 月 13 日	商業活性化調整会議（高砂市商業実態調査報告書（案）について、（仮称）高砂市商業活性化に関する基本計画の目標について）
平成 25 年 3 月 27 日	商業活性化調整会議(高砂市商業実態調査報告書について、(仮称)高砂市商業活性化に関する基本計画（骨子）について)

年　月　日	会議等実施内容
平成 25 年 4 月 25 日	商業活性化調整会議（(仮称) 高砂市商業活性化に関する基本計画（素案）について、実施計画の主な取組み内容について）
平成 25 年 5 月 28 日	商業活性化調整会議（(仮称) 高砂市商業活性化に関する基本計画（素案）について、実施計画の主な取組み内容について）
平成 25 年 6 月 28 日	商業活性化調整会議（(仮称) 高砂市商業活性化に関する基本計画（素案）について、実施計画の主な取組み内容について）
平成 25 年 7 月 24 日	商業活性化調整会議（(仮称) 高砂市商業活性化に関する基本計画（素案）について、実施計画の主な取組み内容について）
平成 25 年 8 月 30 日	商業活性化調整会議（(仮称) 高砂市商業活性化基本計画（素案）について）
平成 25 年 9 月 30 日	商業活性化調整会議（パブリックコメントの実施について、実施計画（素案）について）
平成 25 年 10 月 1 日 ～10 月 31 日	市民意見公募（パグリックコメント） 意見件数　20 件
平成 25 年 10 月 8 日	商業活性化基本計画説明会 （対象者　市商店連合会常任理事）
平成 25 年 11 月 1 日	高砂市商業活性化基本計画に係る意見交換会 （銀座商店街周辺を中心とした高砂地区）
平成 25 年 11 月 5 日	高砂市商業活性化基本計画に係る意見交換会 （アスパ高砂）
平成 25 年 12 月 2 日	商業活性化調整会議（パブリックコメントの意見の概要とそれに対する考え方について、意見交換会における主な意見等について、基本計画（案）について、各商店街の取組み事例）
平成 26 年 1 月 27 日	商業活性化調整会議（高砂市商業活性化基本計画（案）について）

資料２

高砂市商業の活性化に関する条例

平成23年12月26日高砂市条例第27号

（目的）

第１条　この条例は、商業の活性化が地域全体の発展に果たす役割の重要性に鑑み、商業の活性化に関する基本理念その他基本的な事項を定めることにより、市の商業に関わる全ての者が協働して商業の基盤の強化と健全な発展の促進を図り、もって市民生活の向上と良好な地域社会の形成に寄与することを目的とする。

（定義）

第２条　この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

（１）　事業者　市内において、小売業、サービス業等の商業を営む個人及び法人その他の団体をいう。

（２）　大型店　大規模小売店舗立地法（平成10年法律第91号）第２条第２項に規定する大規模小売店舗をいう。

（３）　商店会　商店街振興組合法（昭和37年法律第141号）に規定する商店街振興組合、中小企業等協同組合法（昭和24年法律第181号）に規定する事業協同組合その他の小売業者等の団体のうち、市内において事業又は活動を行うものをいう。

（４）　地域経済団体　市内をその区域とする商工会議所法（昭和28年法律第143号）に規定する商工会議所その他市の商業の発展を目的とする市内の団体をいう。

（５）　市民　市内に居住し、通学し、又は通勤する個人並びに市内において事業又は活動を行う個人及び法人その他の団体をいう。

（基本理念）

第３条　商業の活性化は、事業者自らの創意工夫と自助努力により実現されることを基本とし、事業者、商店会、地域経済団体及び市が協働し、市民の理解と協力を得ながら行うものとする。

（事業者の役割）

第４条　事業者は、地域社会を構成する一員としての社会的責任を果たすものとし、商店会、地域経済団体又は市が行う商業の活性化を図るための施策（以下「商業活性化施策」という。）に協力するよう努めるものとする。

２　事業者は、経営に関わる情報の収集及び他の事業者との交流を図るとともに、商店会、地域経

済団体等に加入するよう努めるものとする。

（大型店を営む事業者の役割）

第５条　大型店を営む事業者は、前条に規定するもののほか、当該店舗に期待される社会的責任の重要性を認識して、地域社会に貢献するための活動を行うよう努めるものとする。

（商店会の役割）

第６条　商店会は、市民の需要に基づき、会員が相互に連携して商業の魅力の向上に努めるものとする。

２　商店会は、それぞれの立地の特性に基づき、コミュニティの核としての社会的責任を認識して、安心かつ安全で豊かな地域社会の実現に貢献するよう努めるものとする。

３　商店会は、事業者の加入の促進及びその組織基盤の強化を図るとともに、相互に連携するよう努めるものとする。

４　商店会は、商業活性化施策を自ら行うとともに、地域経済団体又は市が行う商業活性化施策に協力するよう努めるものとする。

（地域経済団体の役割）

第７条　地域経済団体は、それぞれの設立の目的に基づき、商業に関する調査研究並びに相談及び指導の実施、組織基盤の強化等を図ることにより、事業者及び商店会に対する支援を積極的に行うものとし、市その他の関係機関と連携して商業の活性化に努めるものとする。

（市の役割）

第８条　市は、基本理念にのっとり、商業活性化施策を総合的かつ計画的に推進するものとする。

２　市は、商業活性化施策の推進に当たっては、国、県、事業者、商店会、地域経済団体その他関係機関と連携するものとする。

（市民の理解と協力）

第９条　市民は、商店会、地域経済団体又は市が行う商業活性化施策について理解し、及び協力するよう努めるものとする。

（基本計画の策定）

第10条　市長は、商業活性化施策を総合的かつ計画的に推進するため、市の総合計画等に即して、商業活性化施策に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

２　基本計画は、商業活性化施策の目標、方針、方策等について定めるものとする。

資料2

３　市長は、基本計画を定めるときは、あらかじめ、事業者、商店会、地域経済団体及び市民の意見を反映することができるよう、必要な措置を講ずるものとする。

４　市長は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

５　市長は、商業を取り巻く社会経済状況の変化又は新たな需要に対応するため、基本計画に検討を加え、変更するものとする。

６　第３項及び第４項の規定は、基本計画の変更について準用する。

（委任）

第11条　この条例の施行に関し必要な事項は、市長が別に定める。

附　則

この条例は、平成24年４月１日から施行する。

資料3

高砂市商業活性化調整会議設置要綱

（設置）

第１条　高砂市の商業の活性化を図るため、高砂市商業活性化調整会議（以下「調整会議」という。）を設置する。

（所掌事務）

第２条　調整会議は、高砂市の商業の活性化を推進する施策等に関する事項について協議及び調査する。

（調整会議の委員）

第３条　調整会議の委員は、次の号に定めるところによる。

（１）　高砂商工会議所が推薦したもの　２名

（２）　高砂市商店連合会が推薦したもの　２名

（３）　高砂市観光協会が推薦したもの　１名

（４）　高砂市生活環境部環境経済室　３名

（議長）

第３条　調整会議に会長及び副会長をおき、会長及び副会長は委員の互選により定める。

２　会長は、会務を総理し、調整会議を代表する。

３　会長に事故あるときは、副会長がその職務を代行する。

（調整会議等の開催）

第４条　調整会議の会議は、会長が招集する。

２　会長が必要と認めるときは、委員以外の関係者の出席を求め、その説明又は意見を聞くことができるものとする。

（庶務）

第５条　調整会議の庶務は、生活環境部環境経済室産業振興課において処理する。

（その他）

第６条　この要綱に定めるもののほか、調整会議の運営に関する事項は、協議のうえ定める。

附　則

この要綱は平成２３年　６月２日から施行する。

附　則

この要綱は平成２５年　４月１日から施行する。

資料3

（第３条関係）高砂市商業活性化調整会議委員構成

区　分	所　　属
会　長	高砂市商店連合会
副会長	高砂市商店連合会
副会長	高砂市観光協会
委　員	高砂商工会議所
委　員	高砂商工会議所
委　員	高砂市生活環境部環境経済室
委　員	高砂市生活環境部環境経済室
委　員	高砂市生活環境部環境経済室

※オブザーバー　高砂北部開発株式会社
　　中小企業診断士

高砂市商業活性化基本計画

発行　　高砂市（平成２６年３月）
編集　　高砂市生活環境部環境経済室産業振興課
〒676-8501　兵庫県高砂市荒井町千鳥１丁目１番１号
電話　　（079）442-2101（代表）
　　（079）443-9030（直通）


ここやねん！高砂市