第２次高砂市商業活性化基本計画

令和８年１０月

生活環境部

目次

序章　商業活性化基本計画の策定に当たって

１　基本計画策定の背景と趣旨　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１
２　基本計画の位置づけ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・１
３　基本計画の期間　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２
４　基本計画の見直しについて・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・２
５　第１次高砂市商業活性化基本計画総括評価　・・・・・・・・・・・・・・・３

第１章　商業の現状と課題
１　令和７年度に実施した商業実態調査（消費者調査・商業者調査）のアンケート結果について
・・・・・・・・・・・６
２　商業の現状　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・33
３　高砂市の商業施設および商店街の商業圏　・・・・・・・・・・・・・・・・39
４　新型コロナウイルス感染症の影響と現状　・・・・・・・・・・・・・・・・45
５　商業の課題まとめ　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・48
６　課題解決に向けた組織づくり　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・49
（参考）経営発達支援計画　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・50
第２章　商業活性化の基本理念と基本目標
１　基本理念　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・52
２　基本目標　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・52
３　基本目標の体系　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・53
４　各基本方針に対する方策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・54
・基本方針１　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・54
・基本方針２　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・55
・基本方針３　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・57
・数値目標　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・59

第３章　市内主要地区重点施策　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・60

第４章　計画の推進
１　計画の推進体制　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61
２　進行管理　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・61

資料編　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・63

序章　商業活性化基本計画の策定に当たって

1　基本計画策定の背景と趣旨

本市における商業は、かつて旺盛な購買力に支えられ賑わってきた商店街が地域コミュニティの中核となり地域住民の日常生活を支え、その中で多様な個店が活動を行い、長い歴史の中で文化、伝統、コミュニティを育んできた「まちの顔」として、その役割を担ってきました。

しかし、ドラッグストアを含む大型チェーン店、フランチャイズ店など、大規模店舗の台頭により、地域住民の利便性が大きく向上する一方で、モータリゼーションの進展、ネット通販の急速な拡大、ライフスタイルの多様化等により、市内の商業環境は厳しさを増し、全国の地方都市の商店街にもみられるように、経営者の高齢化や後継者不足が商店街の衰退に拍車をかけてきました。

このような状況から地域の商業組織は弱体化し、商店街活動の停滞や従来型商店街にある小規模店の減少によって、地域の高齢者の買い物を困難にする危険性や地域コミュニティにも影響を及ぼしつつあります。

このような背景を踏まえ、本市では、平成 24(2012)年４月１日、「高砂市商業の活性化に関する条例」の施行に伴い、高砂市商業活性化基本計画（以下「第１次基本計画」という。）を策定し、商業の持続的発展や創業支援等、活性化施策に取り組んできました。

しかし、新しい時代を迎えた、令和２(2020)年から全国で拡大した新型コロナウイルス感染症の影響による消費の低迷、消費行動の変化など、かつて経験したことがない状況がみられるなか、消費者ニーズに対応した新たな商業活性化施策が強く求められています。特に創業支援を中心に「新しい事業者」を生み、育てる伴走型支援の仕組みづくりや、これまでの地域商業のあり方を見直し、地域の魅力を活かした個性ある商店街づくりと閉館した大型商業施設の問題解消が喫緊の課題となっています。

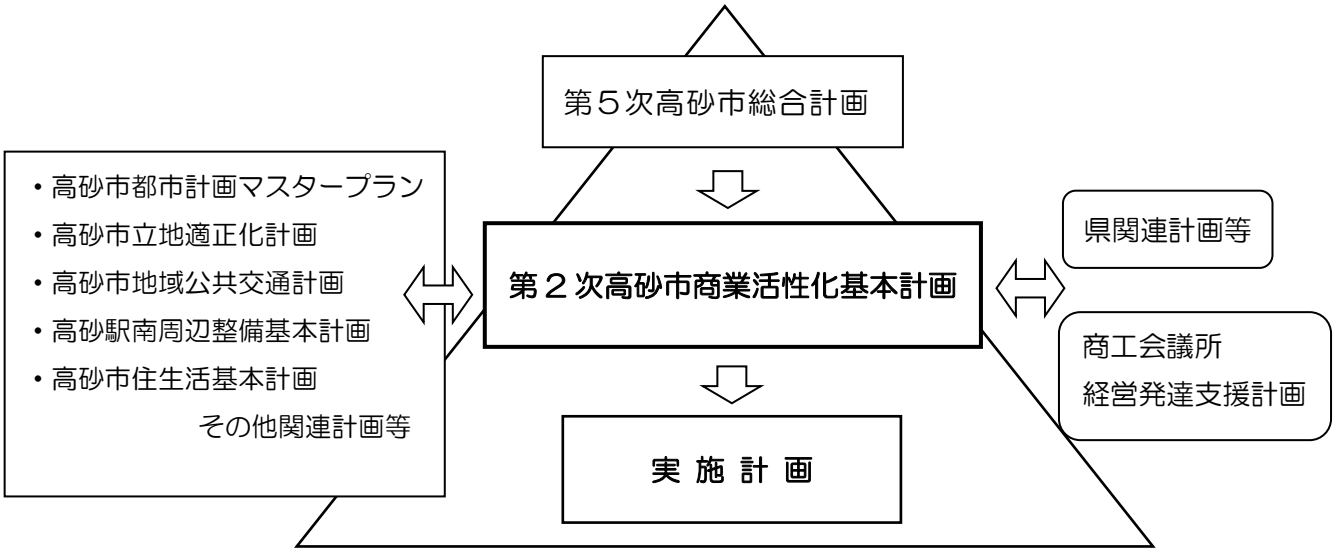
こうした課題解決に向け、第１次基本計画の見直し・更新を行い、第２次高砂市商業活性化基本計画（以下「本計画」という。）を策定しました。

※商業活性化基本計画は、10 年毎に更新し、目まぐるしく変化する社会・経済環境の変化に対応した新たな商業振興の目指すべきあり方とその実現方策について示すものです。

2　基本計画の位置づけ

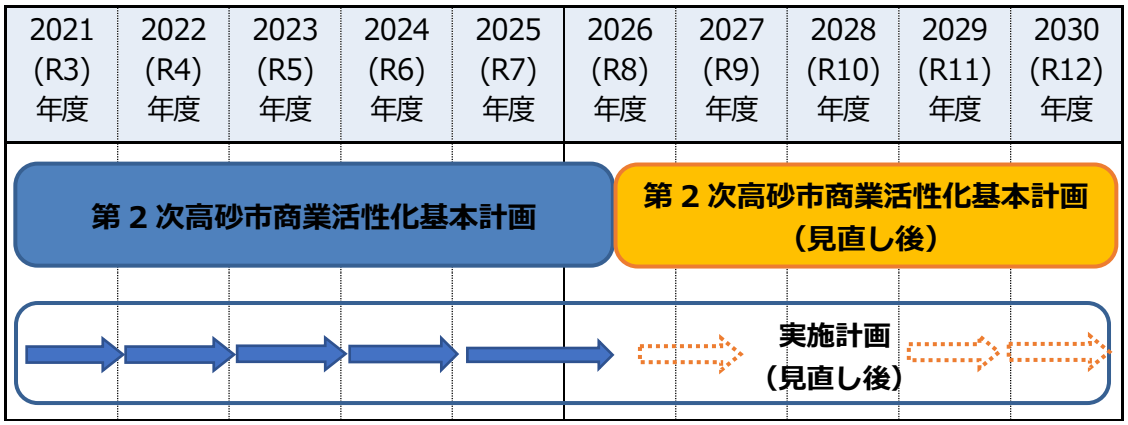
本計画は、第１次基本計画（平成 26(2014)年度～令和２(2020)年度）の趣旨を引き継ぎ、第５次高砂市総合計画を上位計画とし、関連する計画等と整合性を図りながら、商業の活性化の方向性を示し、具体的な取組に当たっては、実施計画を策定し進めていきます。

第５次高砂市総合計画の基本目標に「地域の魅力を共に創る、活力あるまち【共創】」、基本政策として「資源を活かした特色ある産業、暮らしを支える産業があるまち【産業政策】」、重点取組として「2321 商業施設の活性化」「2323 地域産業の持続的発展」等を定めており、実現に向けた取組を本計画において計画的に実施していきます。



３　基本計画の期間

本計画は、第５次総合計画に基づき、策定年度から令和１２(2030)年度までの１０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、令和８（2026）年度に基本計画を見直します。また、計画策定後に実施される経済センサスについてもデータを分析し、基本計画に反映します。



４　基本計画の見直しについて

本計画策定当時は新型コロナウイルス感染症の影響下にあり、社会経済活動が大きな制約を受ける中でのスタートとなりました。その後、感染症は５類へ移行し、社会経済活動には一定の回復が見られるものの、物価高騰の影響も加わり、地域経済は依然として厳しい状況にあります。

加えて、少子高齢化の進行、労働力不足の深刻化、社会保障負担の増加といった構造的課題が継続しており、商業環境にも大きな影響を及ぼしています。また、消費者ニーズの多様化やデジタル化の進展は、商業者にとって新たな対応課題となっており、従来の商業構造の見直しが求められています。

こうした状況を踏まえ、令和７（2025）年度に計画策定から５年が経過する節目として、消費者ニーズと商業者の経営課題の比較検討及びこれまでの取組の成果と課題の検証を目的に、「高砂市商業実態調査（消費者調査・商業者調査）」を実施しました。

当該調査においては、市内消費の市外流出や駐車利便性重視の傾向に加え、消費行動のデジタルシフトが確認されました。

また商業者側においても、キャッシュレス決済や EC 対応などデジタル化への対応は一定程度進みつつあるものの、導入・活用には差があり、DX 対応の遅れが競争力低下の一因となっています。

さらに、従来型の大型集客施設依存や新規大規模開発を前提とした商業振興への需要は高いものの、立地的な制限もあることから、今後は既存商業機能の再編・強化を基本とした地域内経済循環の確立が重要となります。

このため、商業機能を単なる「店舗の集合体」として捉えるのではなく、実店舗、オンライン、物流、情報発信、デジタル決済等が相互に連携する「多様な消費接点のネットワーク」として再構築する視点が必要となっています。

また、日常生活に必要な購買機能の維持・確保を重視し、地域における生活基盤としての商業機能の持続性を確保することも重要な課題となっています。

以上の分析結果を踏まえ、本計画の中間見直しを実施しました。

なお、本計画の見直しにあたっては、策定当初に設定した基本軸は維持しつつも、社会経済環境の変化及び調査結果を踏まえ、これまでの取組の評価と今後の方向性を整理し、より実効性のある施策体系へと再構築することを重視します。

５　第１次高砂市商業活性化基本計画総括評価

基本目標１　まちと商業の一体化

事業者、市民、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、協働する取組を進めます。

施策の方向	主な取組	第三者※1 評価
地域社会との連携強化	・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	地域と一体となったイベント事業の継続実施、空き店舗も継続している店舗がみられ徐々にではあるが連携が進んでいる。
異業種・業態との連携推進	・共同事業の実施 ・地域課題解決の取組み ・専門技術・情報の提供を受けるシステムの構築	専門技術・情報の提供については連携方法が具体化しているものの、共同事業については具体的な内容を設定し目標とするべき。

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を進めます。

施策の方向	主な取組	第三者評価
個店の独自性の創出	・既存商品の掘起し ・高砂ブランド商品の開発事業の実施 ・御用聞き・配達サービス ・移動販売 ・送迎サービス（買い物バスの運行）	一店逸品運動や地域ブランドの創作、発掘など事業の推進もあるが、高齢者サービスについては進んでいない。
魅力ある商業地の創出	・イベントの開催（空き家・空き店舗の活用を含む） ・ポイントサービス等の実施 ・商店街（空き店舗を含む）を憩いの場や市民活動の場に活用	イベントの開催クーポン制度などの定着拡大の可能性も期待できる。コミュニティについてはもっと地域の持つ個性が発揮できる活用が望まれる。

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を進めます。

施策の方向	主な取組	第三者評価
創業（開業）支援	・創業に関する情報提供 ・創業者向けセミナーの充実 ・空き家・空き店舗バンク制度の構築 テナントミックス ・創業者向け支援制度創設の検討 ・（国・県の）融資制度の斡旋、保証制度の活用 ・チャレンジショップ	セミナーも継続しており、個別の支援もあり評価できる。今後、市独自の創業補助制度などの検討が必要である。 チャレンジショップや古民家空き店舗を利用した開業についても協力しており、評価できる。
商業者育成の推進	・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 ・顧客ニーズの把握 ・アンケート（消費者・商業者）の定期的な実施 ・商店街の実態調査 ・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	セミナーの開催、紹介、国・県等の融資制度の紹介、斡旋、兵庫大学との連携協定、アンケートの実施による消費者ニーズの把握などの取組については評価できるが、経営相談の件数、アドバイザーの活用などが足りない。

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を進めます。

施策の方向	主な取組	第三者評価
まちの魅力活用	・（商店街を活用し）高砂の魅力を活かしたイベントの実施 ・婚活イベントの実施 ・各店に PR 用のぼり等の設置 ・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	イベントの実施、参加、婚活イベントへの協力など成果が見られる。 マップの作製等、PR 活動については実施主体がバラバラであるため温度差が見られる。

基本目標５　市内主要地区重点施策

施策の方向	主な取組	第三者評価
銀座商店街周辺を中心とした高砂地区	・空き店舗等を利用した定期的なイベントの開催（朝市など）	朝ごぱん市など定期的、継続的な開催があり成果があった。
アスパ高砂	・生活情報の発信の拠点づくり	フードコートへサイネージ※2 を設置し、高砂市内の情報を発信しているが、成果がサイネージの設置のみにとどまっている。

※1 第三者：中小企業診断士

※2 サイネージ：標識のこと。特に商業上の、看板・ポスターなどを指すことが多い。

第１章　商業の現状と課題

１　令和７年度に実施した商業実態調査（消費者調査・商業者調査）のアンケート結果について

令和７年度に実施した商業実態調査（消費者調査・商業者調査）の結果により、令和元年度と比して消費構造及び商業構造の双方において大きな転換が進行していることが示されました。

① 調査対象

消費者調査　高砂市居住者　3,000 人（世帯）

商業者調査　高砂市内　　200 事業者

② 調査項目

消費者調査

③ 調査方法

・消費者調査

住民基本台帳を利用した無作為抽出

郵送配付、郵送回収・WEB 回収併用

・商業者調査

商工会議所による機縁法による有意抽出

訪問留め置き調査　郵送回収・WEB 回収併用

④ 調査期間

2025 年８月１日～9 月 30 日

⑤ 回収状況

・消費者

発送数　3,000 調査票

回収数　1,562 票

郵送回収数	1,303 票	郵送回収率	43.4%
WEB 回収数	259 票	Web 回収率	8.6%
		総回収率	52.1%

・商業者

発送数　200 調査票

回収数　120 票

郵送回収数	65 票	郵送回収率	32.5%
WEB 回収数	55 票	Web 回収率	27.5%
		総回収率	60.0%

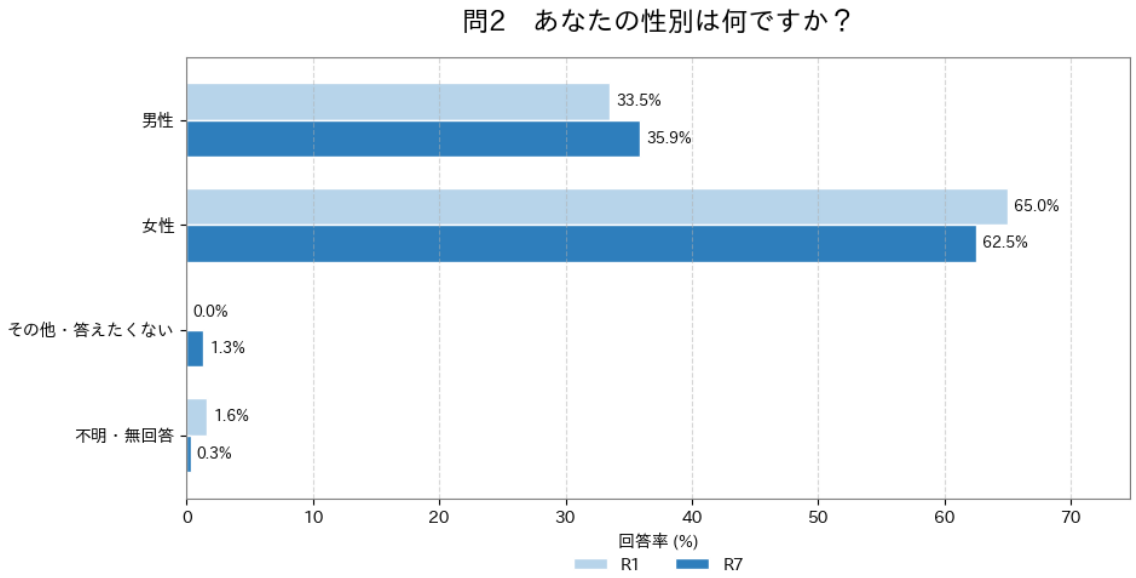
⑥ 調査実施機関

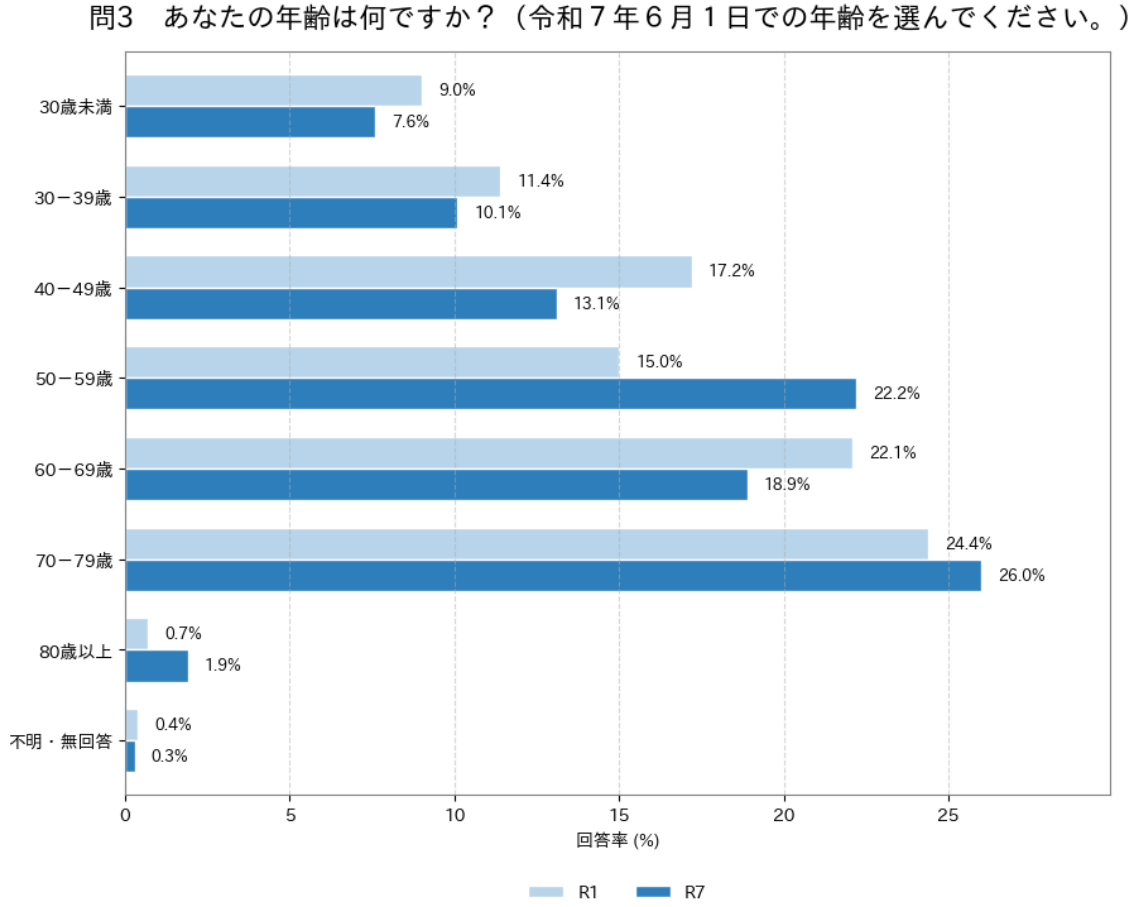
高砂商工会議所

⑦ 調査設計・分析担当機関

兵庫県立大学社会情報科学部　川向研究室

⑧ 回答者基本情報


問2　あなたの性別は何ですか？
男性
女性
その他・答えたくない
不明・無回答
33.5%
35.9%
65.0%
62.5%
0.0%
1.3%
1.6%
0.3%
0
10
20
30
40
50
60
70
回答率 (%)
R1
R7


問3　あなたの年齢は何ですか？（令和７年６月１日での年齢を選んでください。）
30歳未満
30－39歳
40－49歳
50－59歳
60－69歳
70－79歳
80歳以上
不明・無回答
9.0%
7.6%
11.4%
10.1%
17.2%
13.1%
15.0%
22.2%
22.1%
18.9%
24.4%
26.0%
0.7%
1.9%
0.4%
0.3%
0
5
10
15
20
25
回答率 (%)
R1
R7

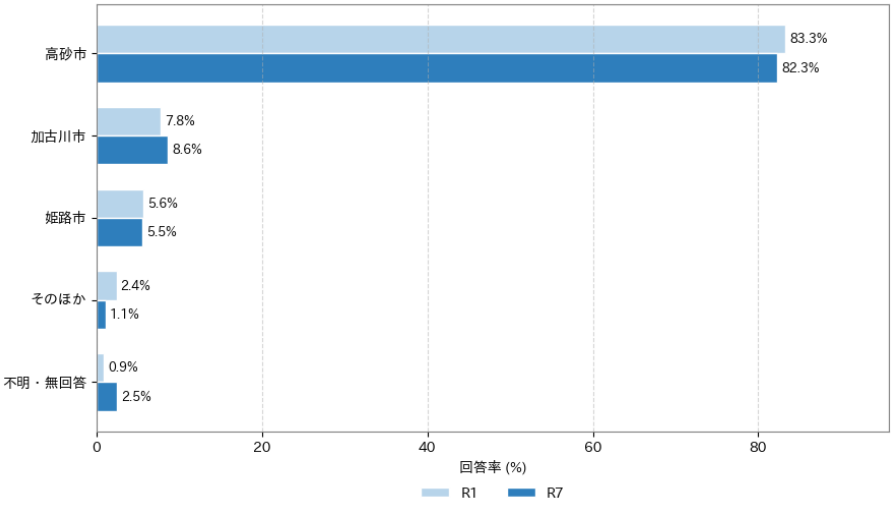
（1）消費者行動の変化

①買い物場所について

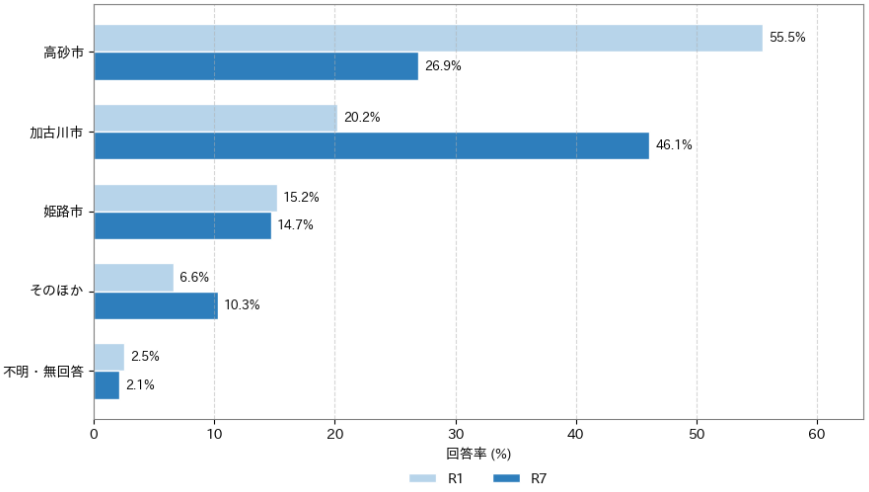
日用品における買い物場所が市内中心であることに特に変化はないものの、買回り品における買い物場所については、加古川市等の利用が増加しており、市外流出傾向が顕著に示されています。

また、インターネット通販の利用も一定程度定着しており、幅広い年代での購買チャネルの多様化が進行しています。

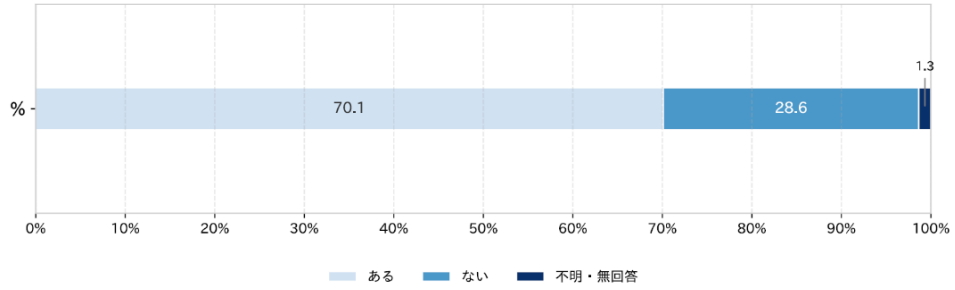
問19　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、
あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



問30　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、
あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？



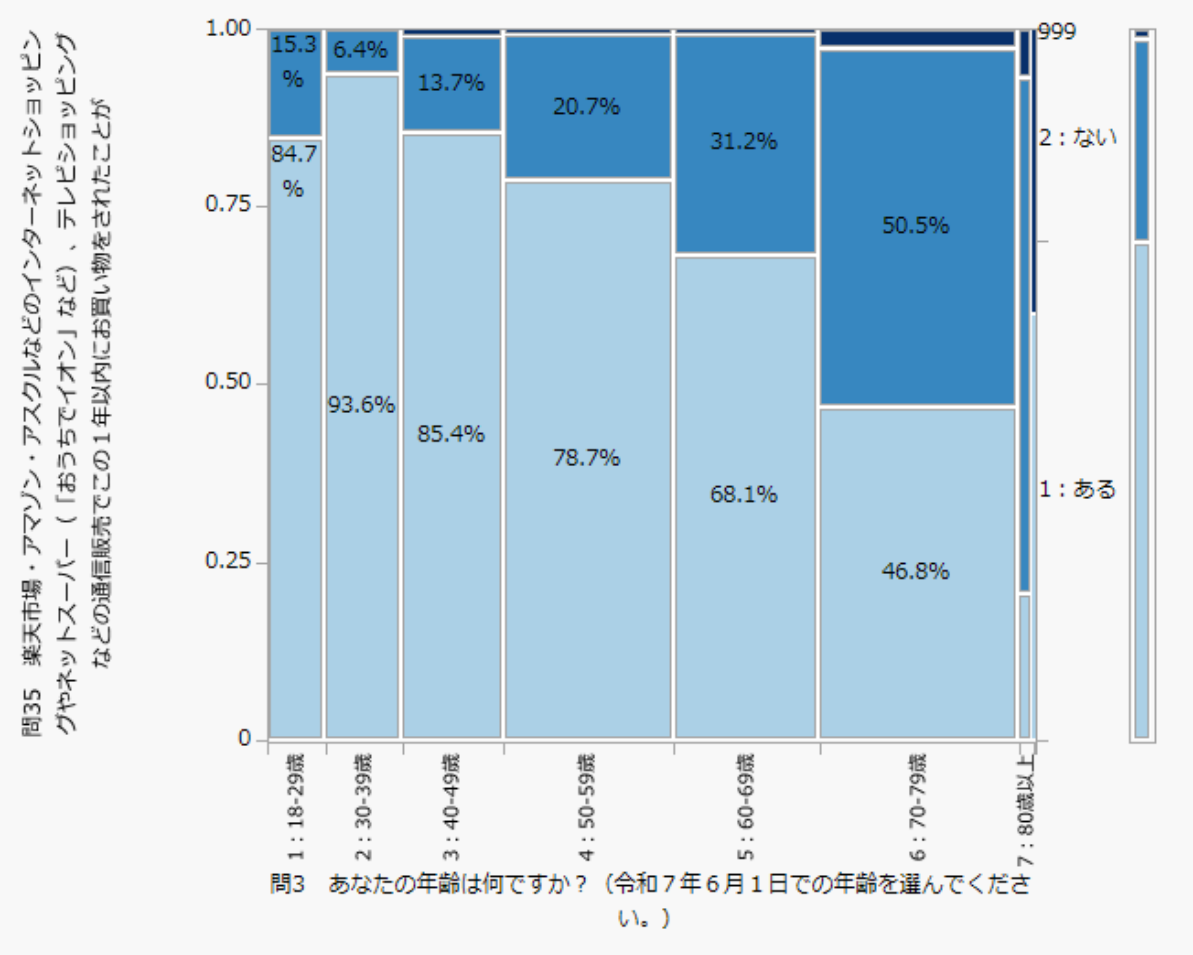
問35　楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングや
ネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの
通信販売でこの１年以内にお買い物をされたことがありますか？

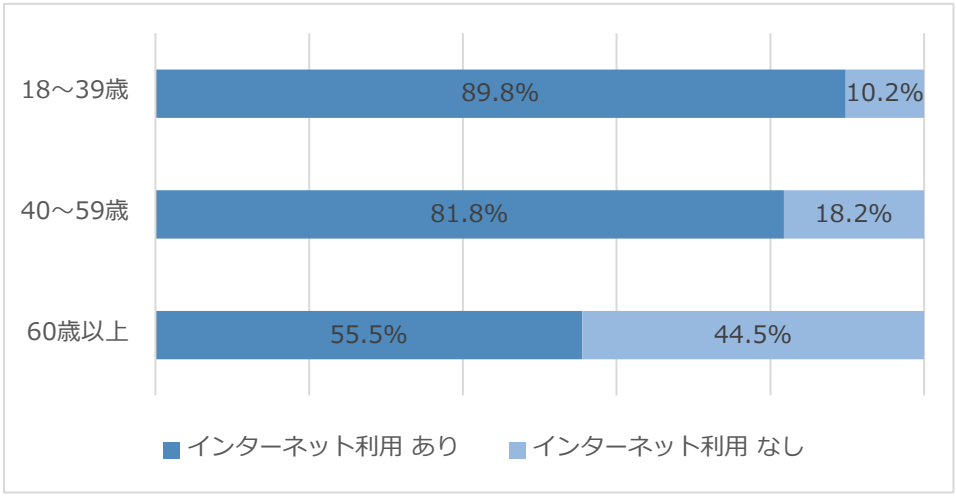


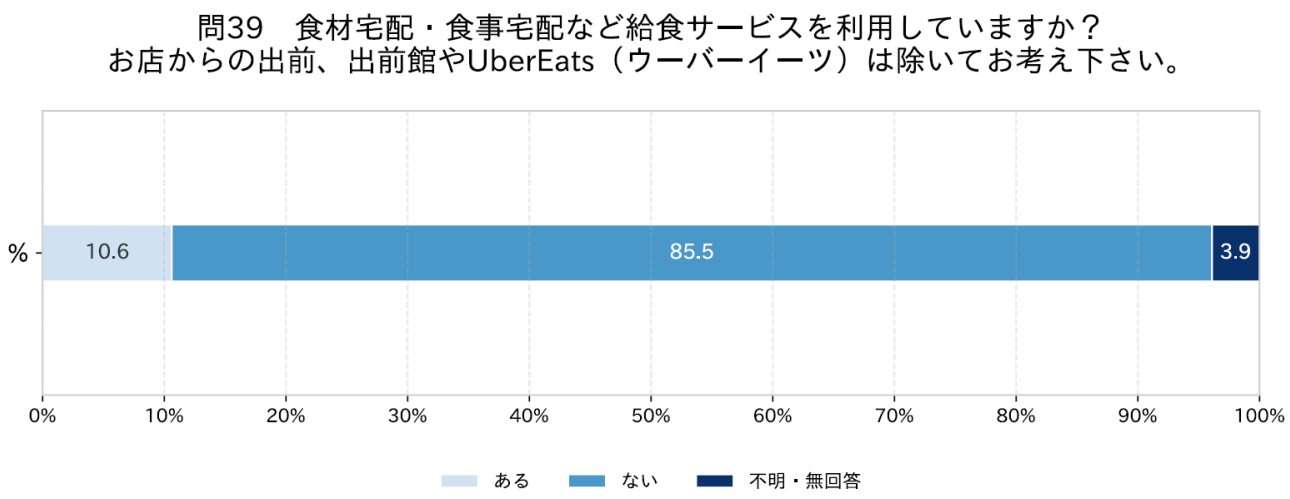
問３　あなたの年齢は何ですか？

×

問 35　楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー（「おうちでイオン」など）、テレビショッピングなどの通信販売でこの１年以内にお買い物をされたことがありますか？

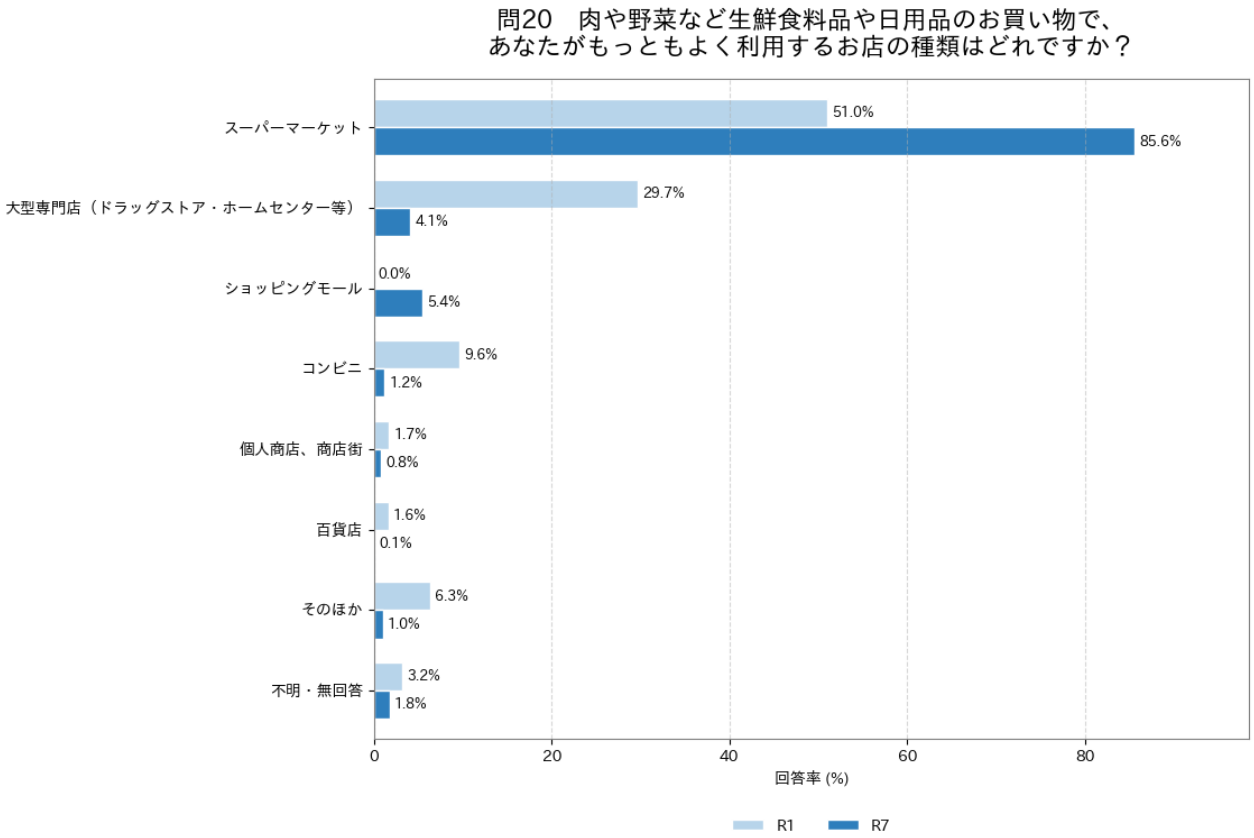




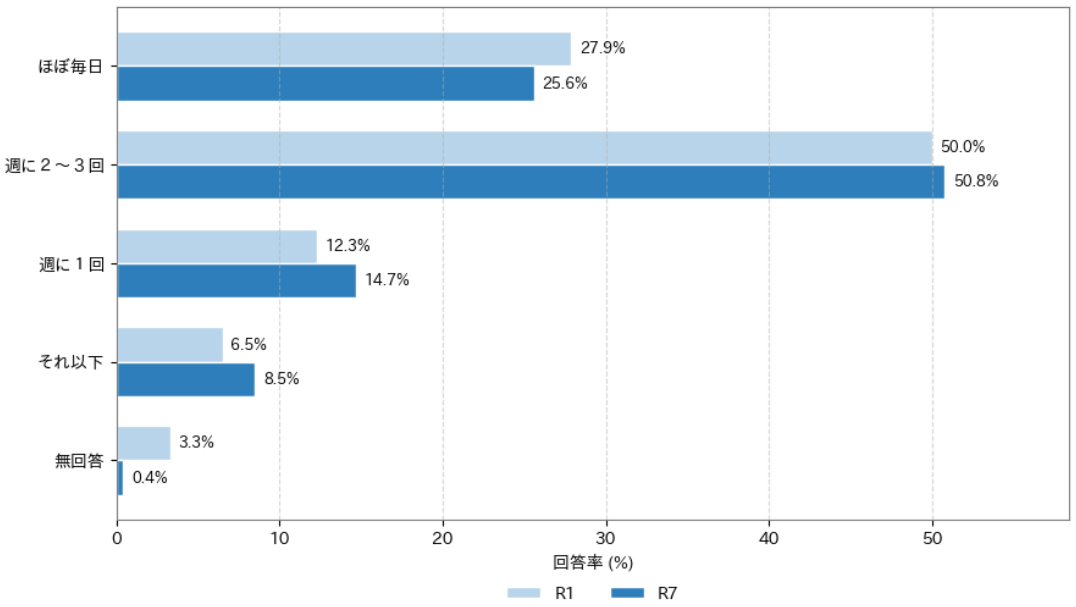


②買い物行動について

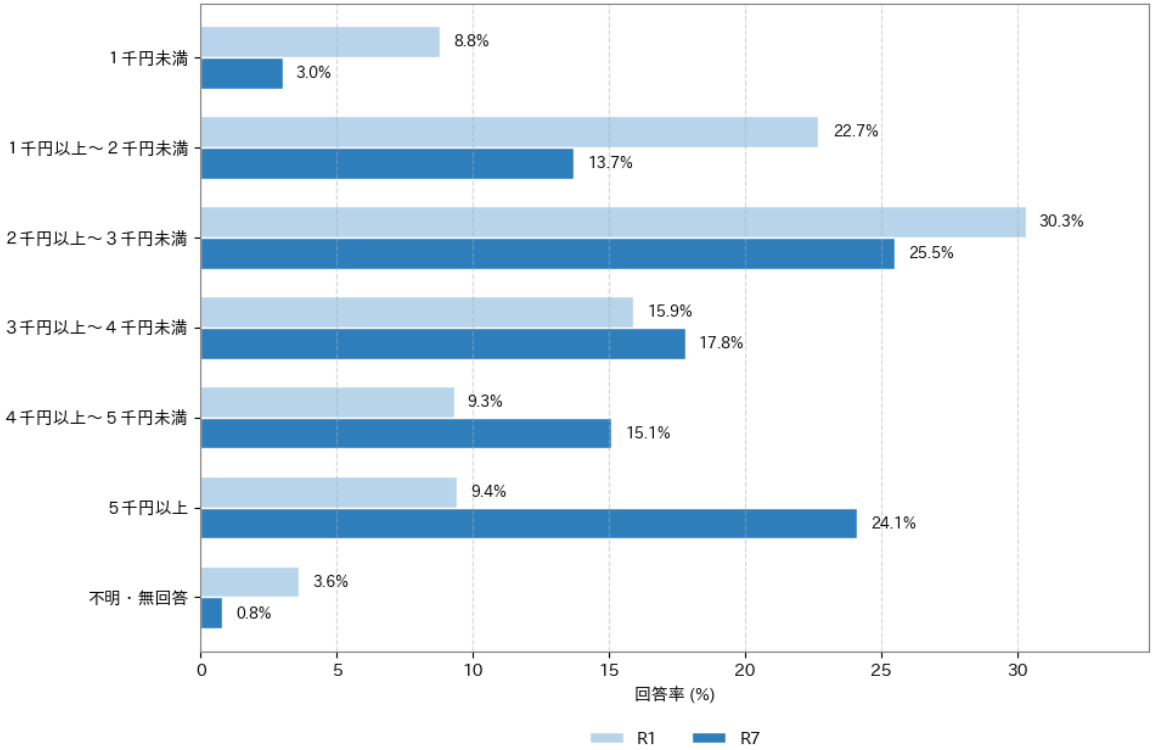
日用品における買い物頻度に大きな変化は見られないものの、１回あたりの支払金額は日用品及び買回り品ともに大きく増加しており、物価高騰による影響が考えられます。また、買回り品における買い物場所についてはショッピングモールが大きな割合を占めており、市外ショッピングモール等（加古川市・姫路市等）の大型商業施設での利用が進んでいます。



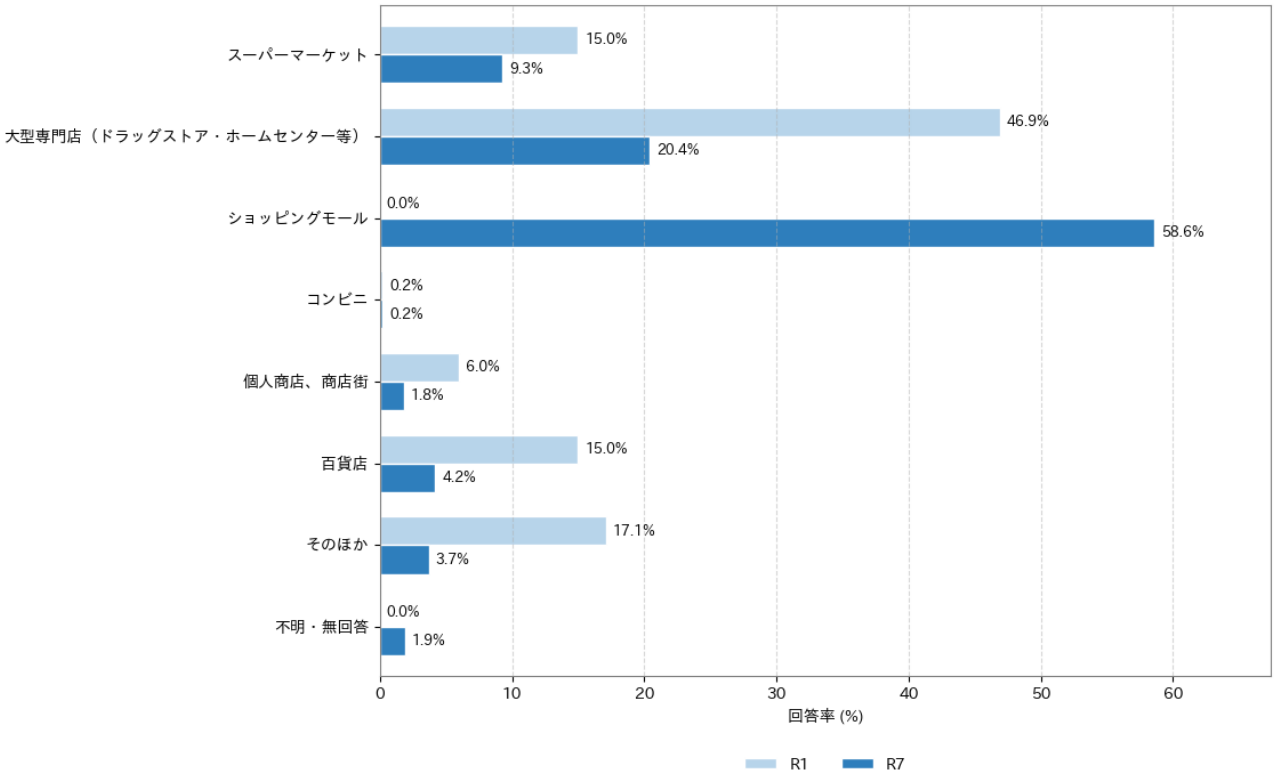
問21　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に
どの程度の頻度で行っていますか？



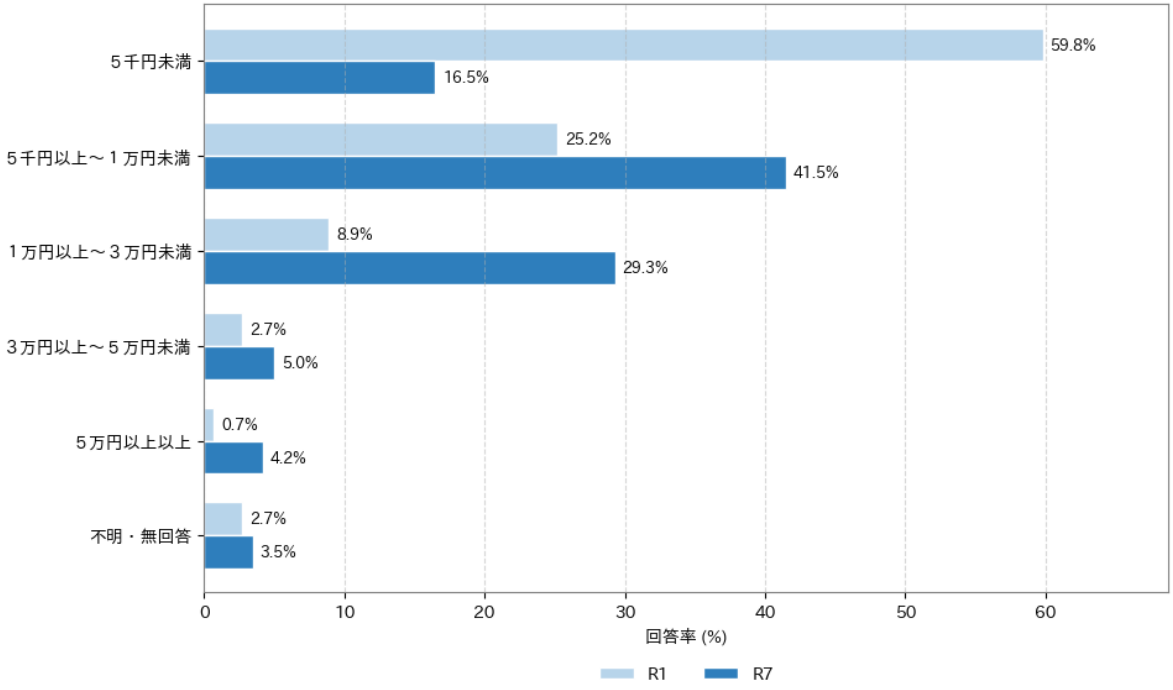
問26　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、
１回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？



問31　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、
あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？



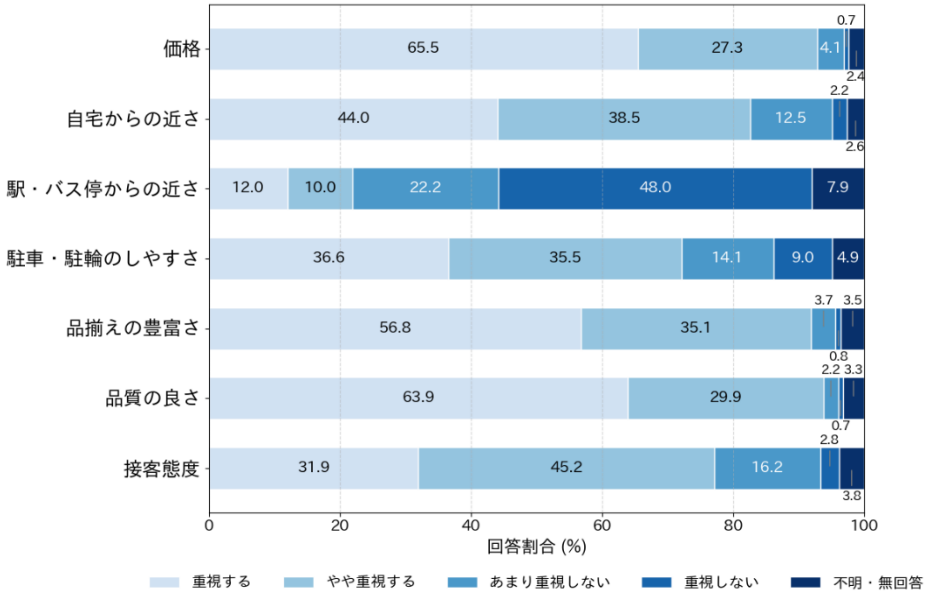
問33　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物の
１回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？



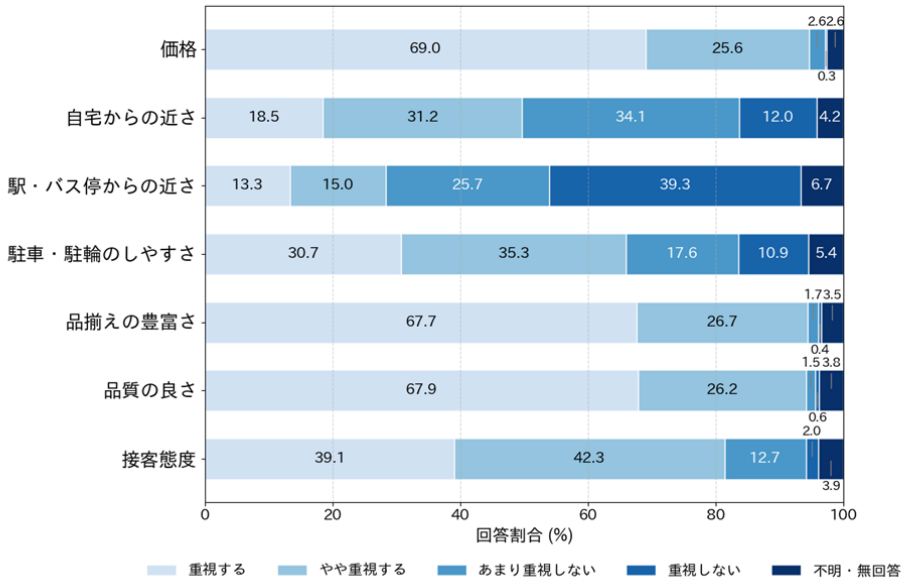
③買い物先選定理由について

日用品、買回り品ともに「価格」、「品揃え」、「品質」が最も重視されており、「駐車場の利便性」も重要な要素となります。買回り品において「距離」は優先されておらず、また、「接客」への要望も高いことから、高額であるが故にたとえ遠くとも良いものを良い環境で購入したい消費者感情が見て取れます。

問27　高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、
どのような点を重視されますか？



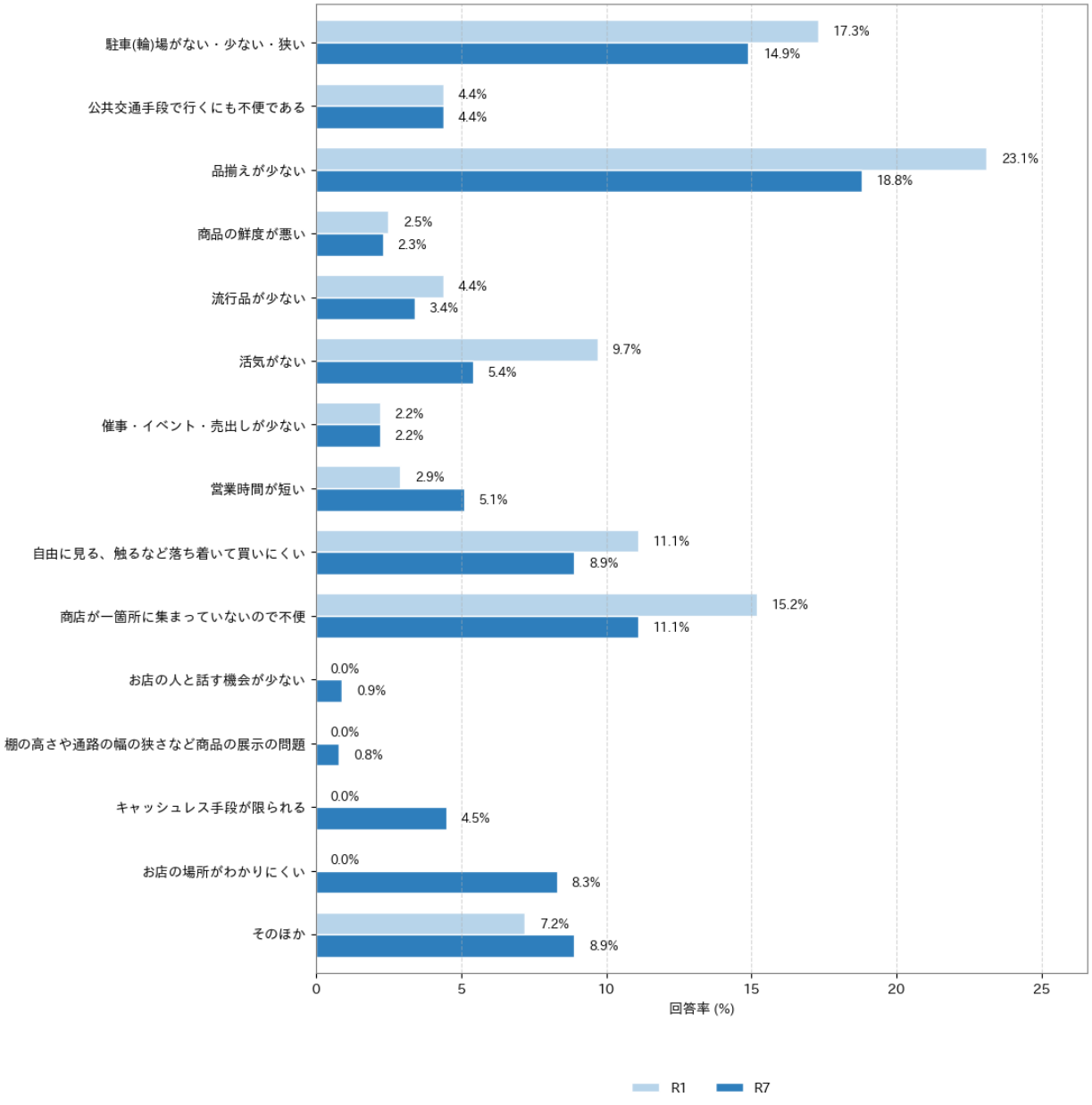
問34　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、
どのような点を重視されますか？



④買い物環境について

買い物の際に最も重視されている「品揃え」への不満があるほか、需要の高い「駐車場の利便性」や「店舗の分散立地」に対する不満が見られます。また、「店の場所の分かりにくさ」も大きな課題であり、昨今急速に発達した「キャッシュレス決済」への対応も求められています。

問46　地元のお店（個人商店）を利用しない理由は何ですか？
（問44で地元のお店（個人商店）利用していないと答えた方のみへの副質問）
【あてはまるものすべてに○】

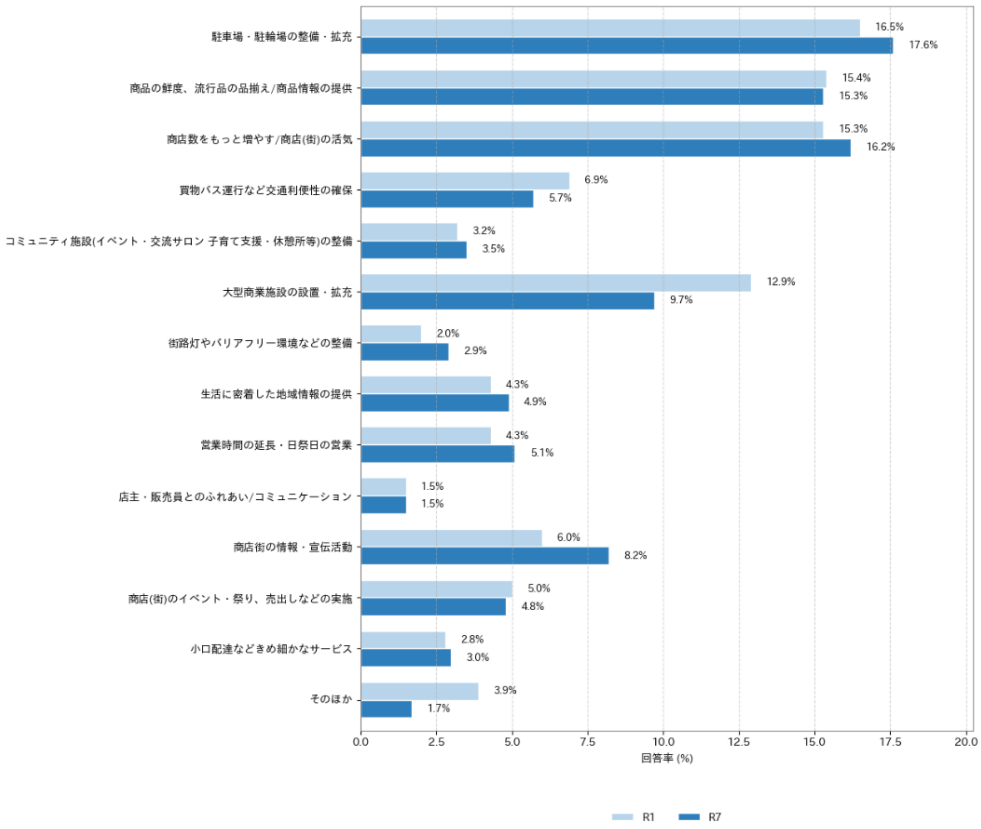


⑤今後求める商業について

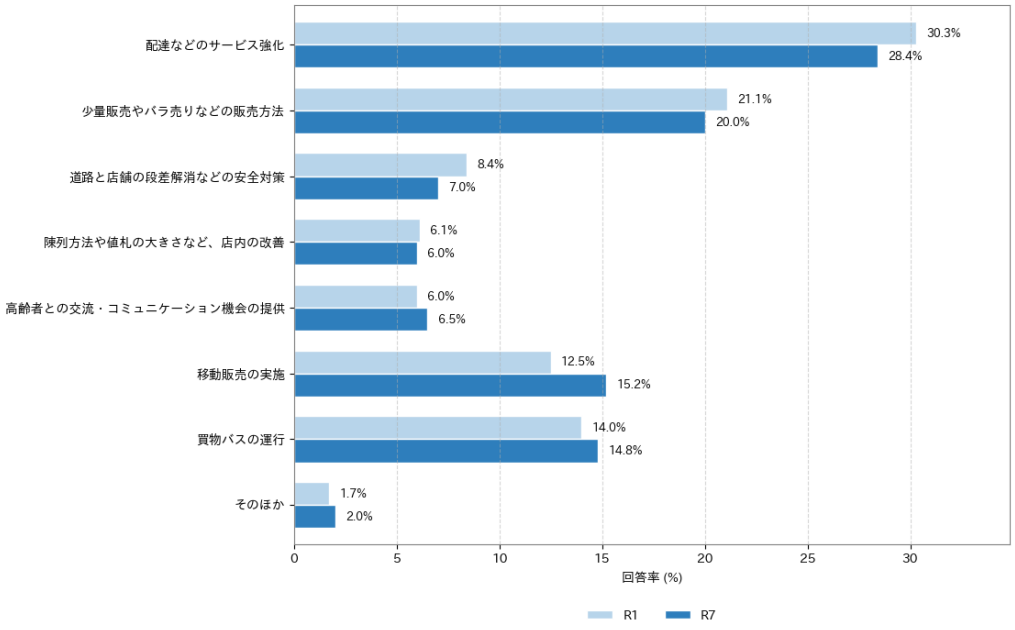
今後求められる商業機能としては、「商店数の充実」「商品の品質や品揃え」「駐車場整備」等が上位にあり、単体店舗ではなく、集積型商業への期待が高まっているといえます。

また、高齢化への対応として、配達・移動販売等の非来訪型サービスへのニーズも確認されています。

問47　市内の商店（街）が一層利用される（行ってみたいと思う）ためには、
どのような取り組みが望まれると思いますか？
【あてはまるものすべてに○】



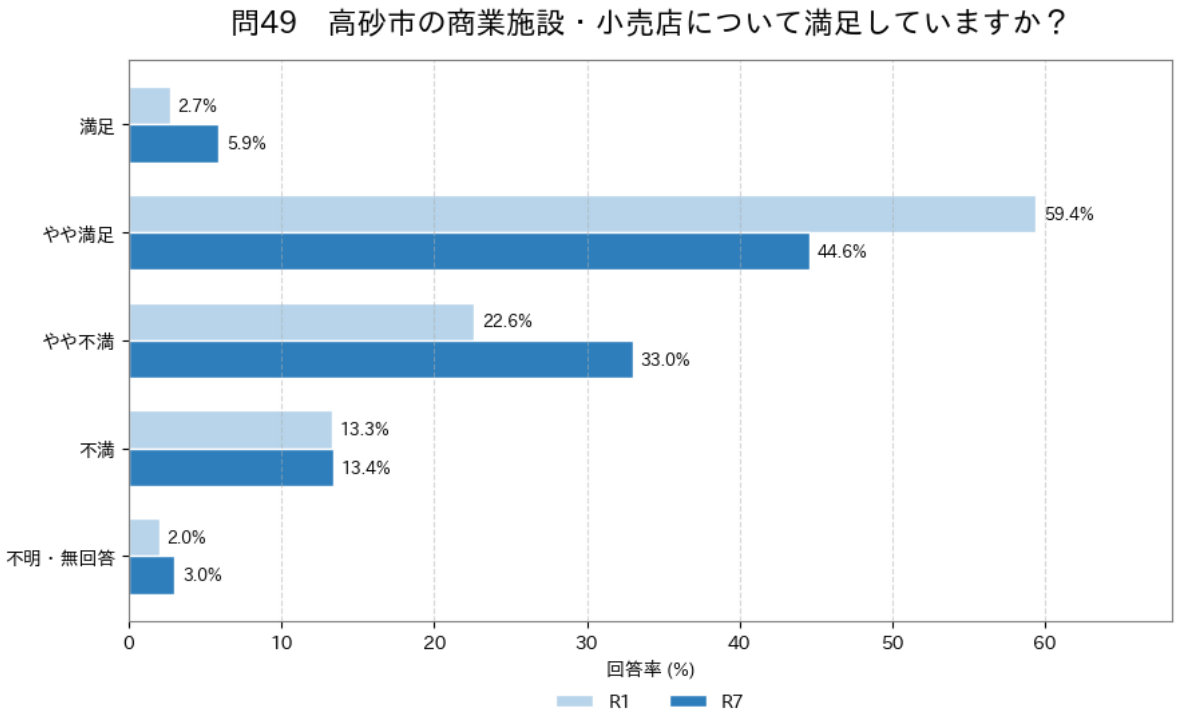
問48　高齢化社会に向けて地元のお店（個人商店）に求められることは
どのようなことだとお考えですか？
【あてはまるものすべてに○】



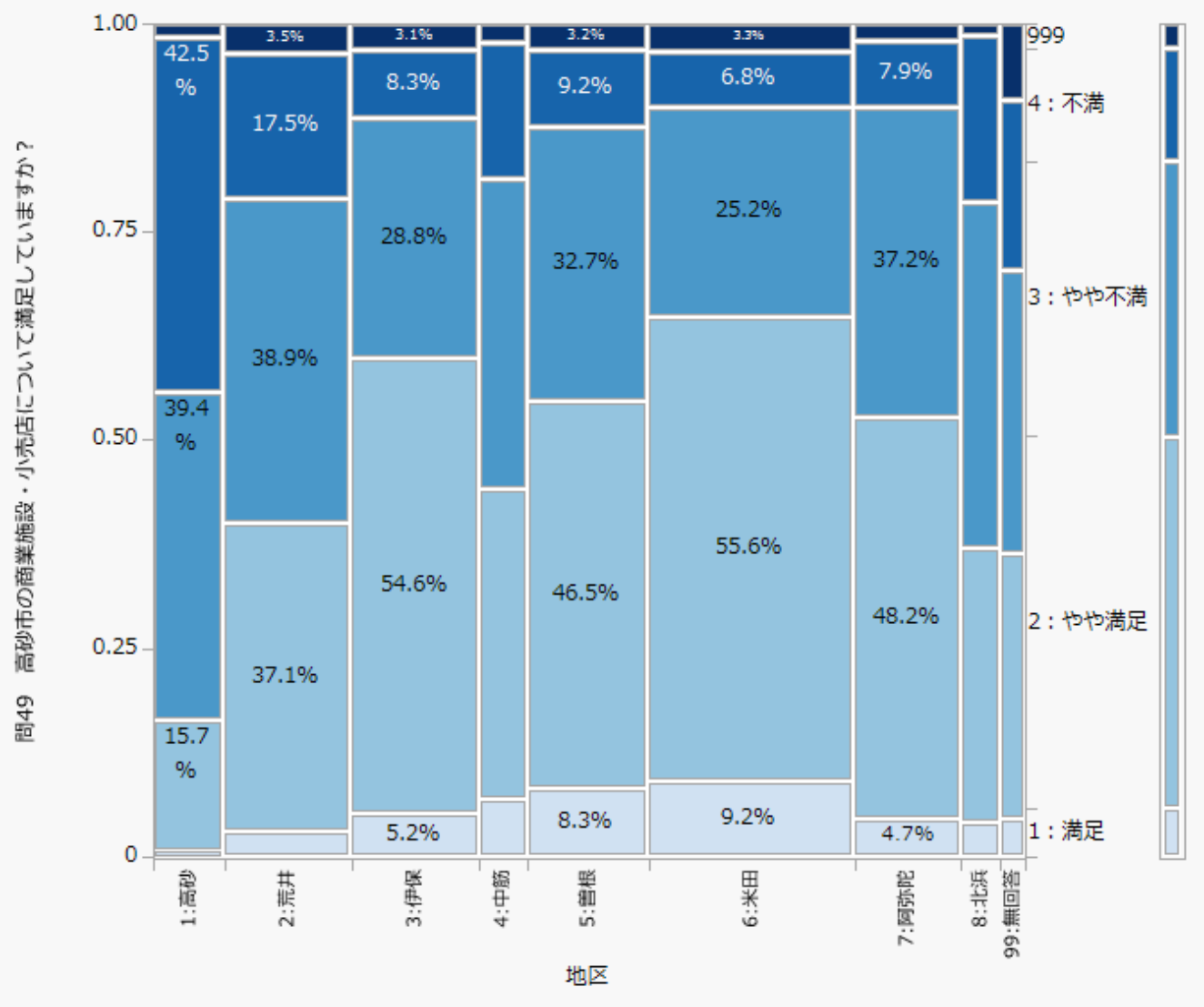
⑥市内商業の満足度について

令和元年調査と比較すると、「やや満足」を選択した回答者比率が 14.8 ポイント減少し、「やや不満」を選択した回答者比率が 10.4 ポイント増加しています。

地区や年代ごとに差が出ており、高砂市内における商業施設の立地や営業時間を含めたアクセシビリティによる課題や、インターネットや SNS 等を通じた身近な店舗の情報発信不足などが影響し、市民の満足度に関する構造に影響を与えている可能性があります。



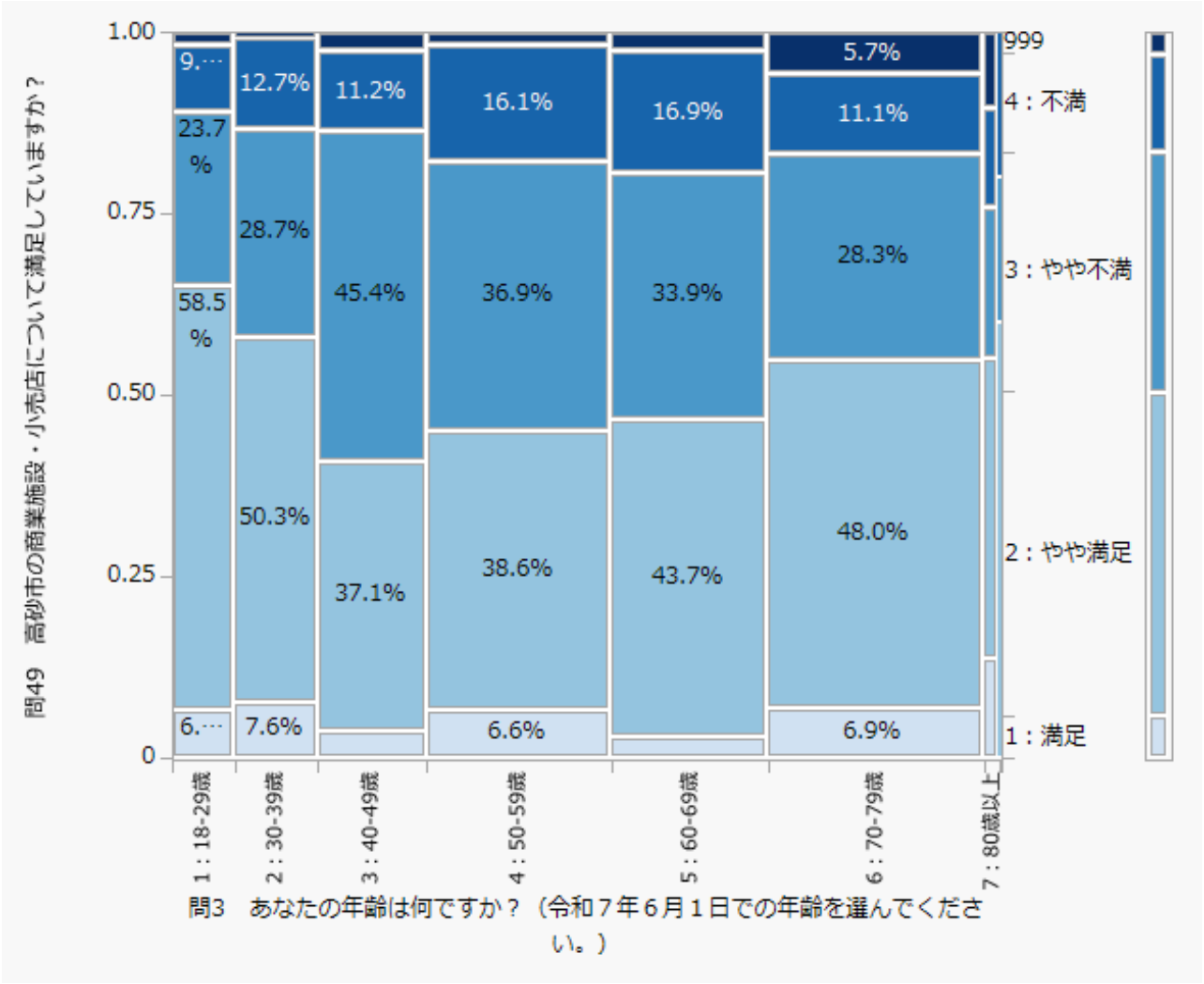
問１　あなたのお住まいの地域はどこですか？
×
問 49　高砂市の商業施設・小売店について満足していますか？



問３　あなたの年齢は何ですか？（令和７年６月１日時点）

×

問 49　高砂市の商業施設・小売店について満足していますか？



⑦消費者調査の結果まとめ

消費者の買い物行動は、市内完結型から市外広域型へと変化しており、特に買回り品については加古川市・姫路市等の市外大型商業施設への流出が顕著となっています。

買い物先の選定においては、価格や品揃えといった基幹的な要素に加え、駐車場の利便性、品揃え、ワンストップ性といった施設機能が重視される傾向が強まっています。また、情報の取得手段としてインターネットや SNS の比重が高まっていることから、情報発信を行っていない店舗は消費者から認知されにくい可能性が高く、発信の重要性は年々増していると言えます。

今後求められる商業機能としては、商店数の充実、品揃え、駐車場整備等、単体店舗ではない集積型商業への期待が高まっているといえます。

（2）商業者の構造変化

①　商業者の構造及び事業特性

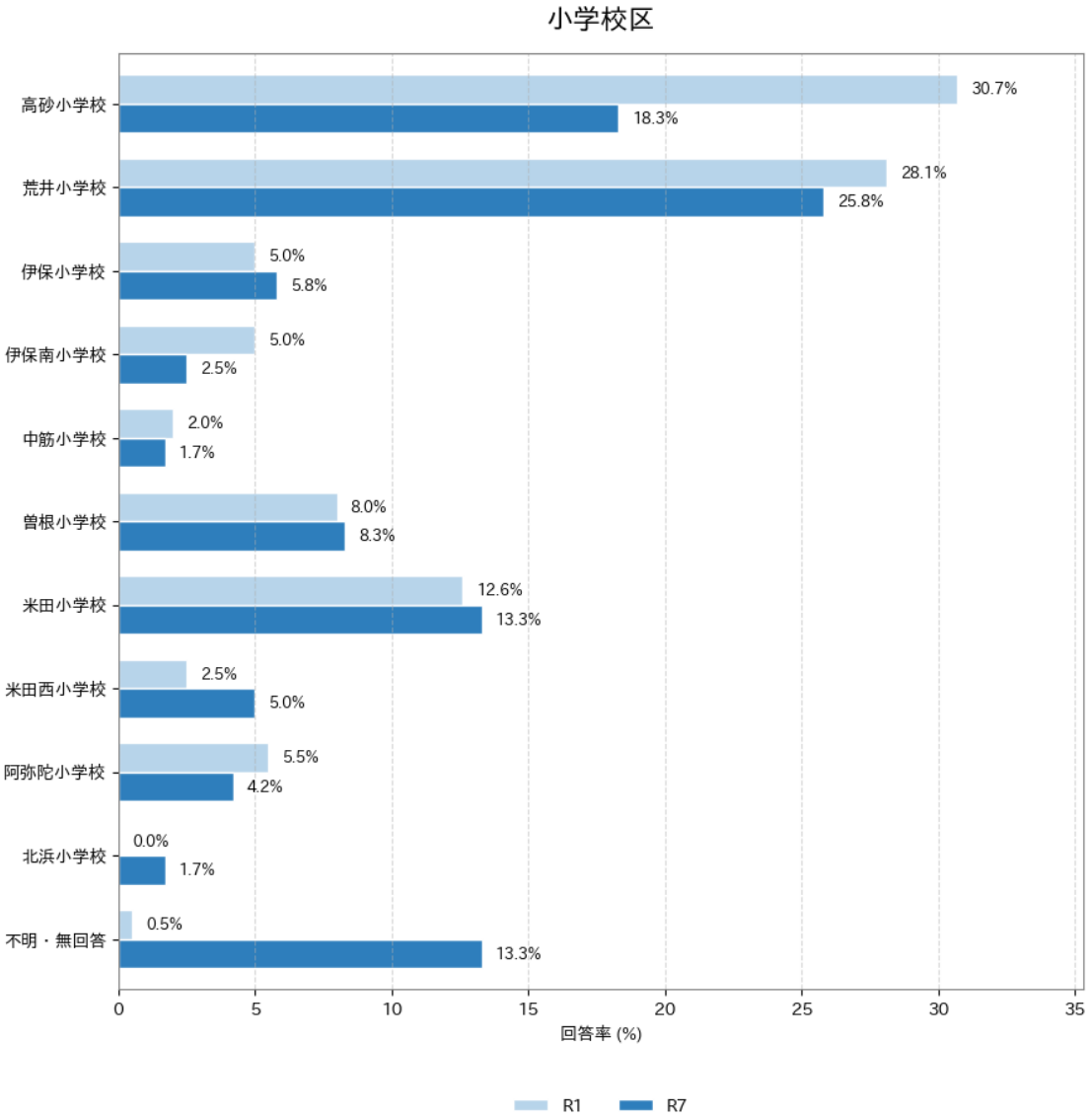
商業者の営業地区については、商業実態調査の結果からは、高砂地区の割合が減少する一方、荒井地区及び米田西地区における割合が増加しており、地域内における商業機能の分布に変化が見られます。

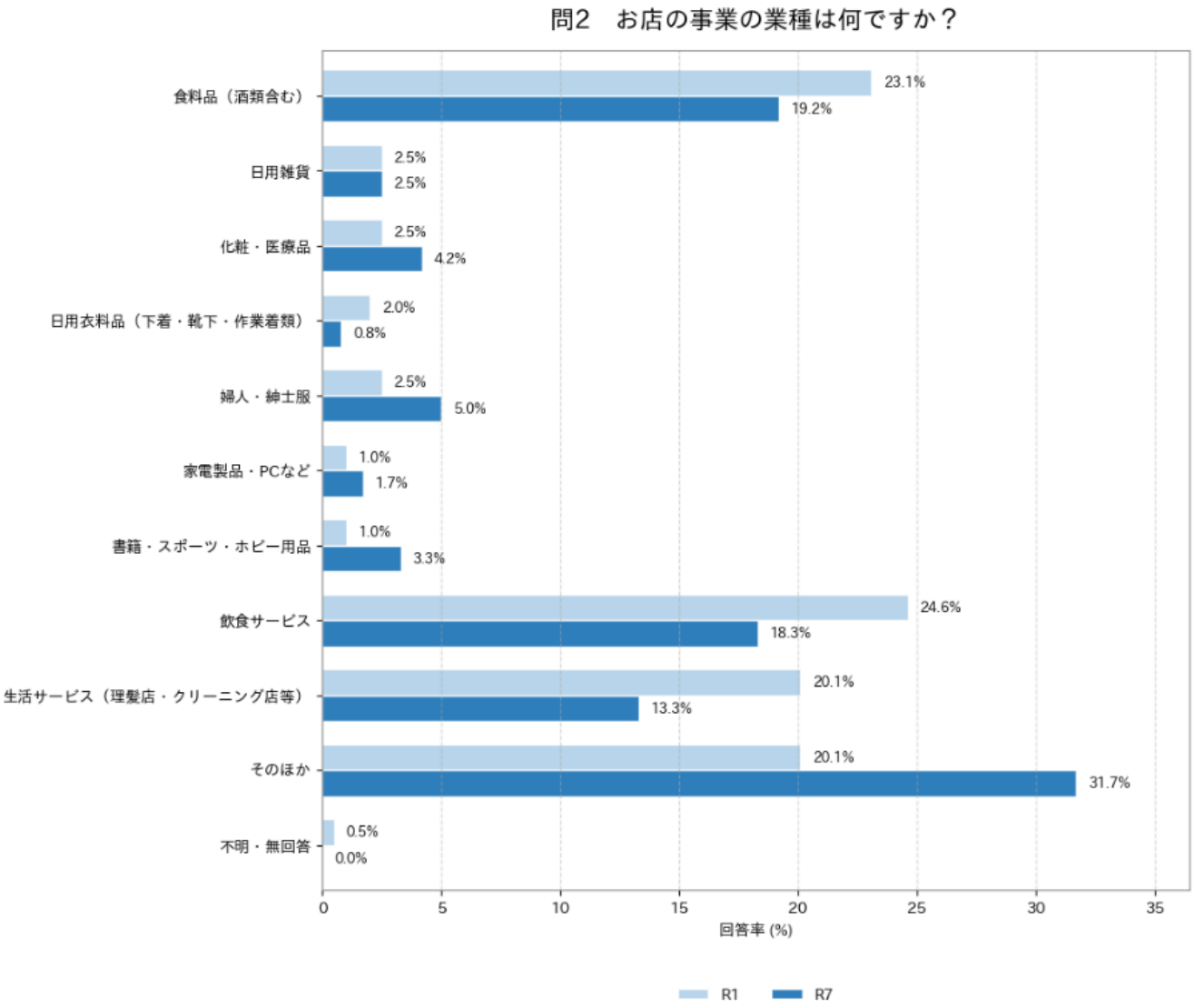
業種構成については、食料品等の生活関連業種が最も多く、地域密着型の構造が維持されている一方で、サービス業の一部に減少傾向が見られます。

また、事業規模については、小規模事業者の割合が依然として高いものの、従業員６人以上の事業者の割合が増加しており、事業規模の二極化が進行しています。

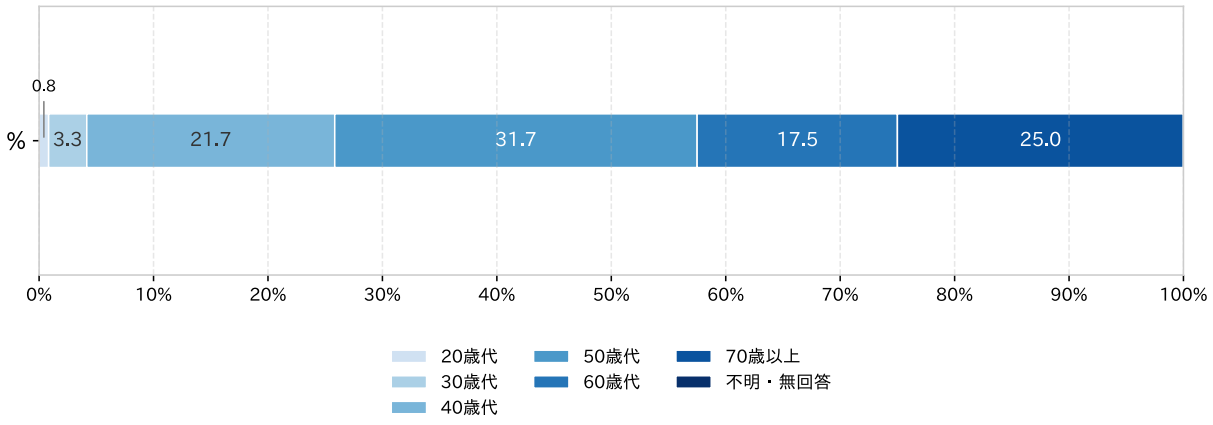
事業承継については、「後継者がいない」とする事業者が依然として半数以上を占めており、また、代表者の年代別で見た際に、６０歳代以上における３分の２が後継者未定であることも課題であると言えます。

問１　お店の営業場所はどちらですか？

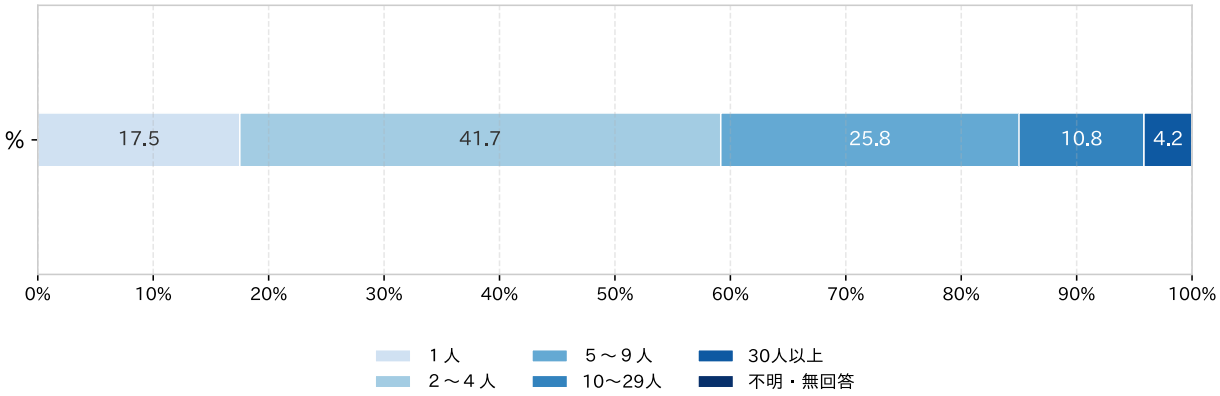




問4　代表者（主に経営にあたっている方）の年齢をご回答ください。



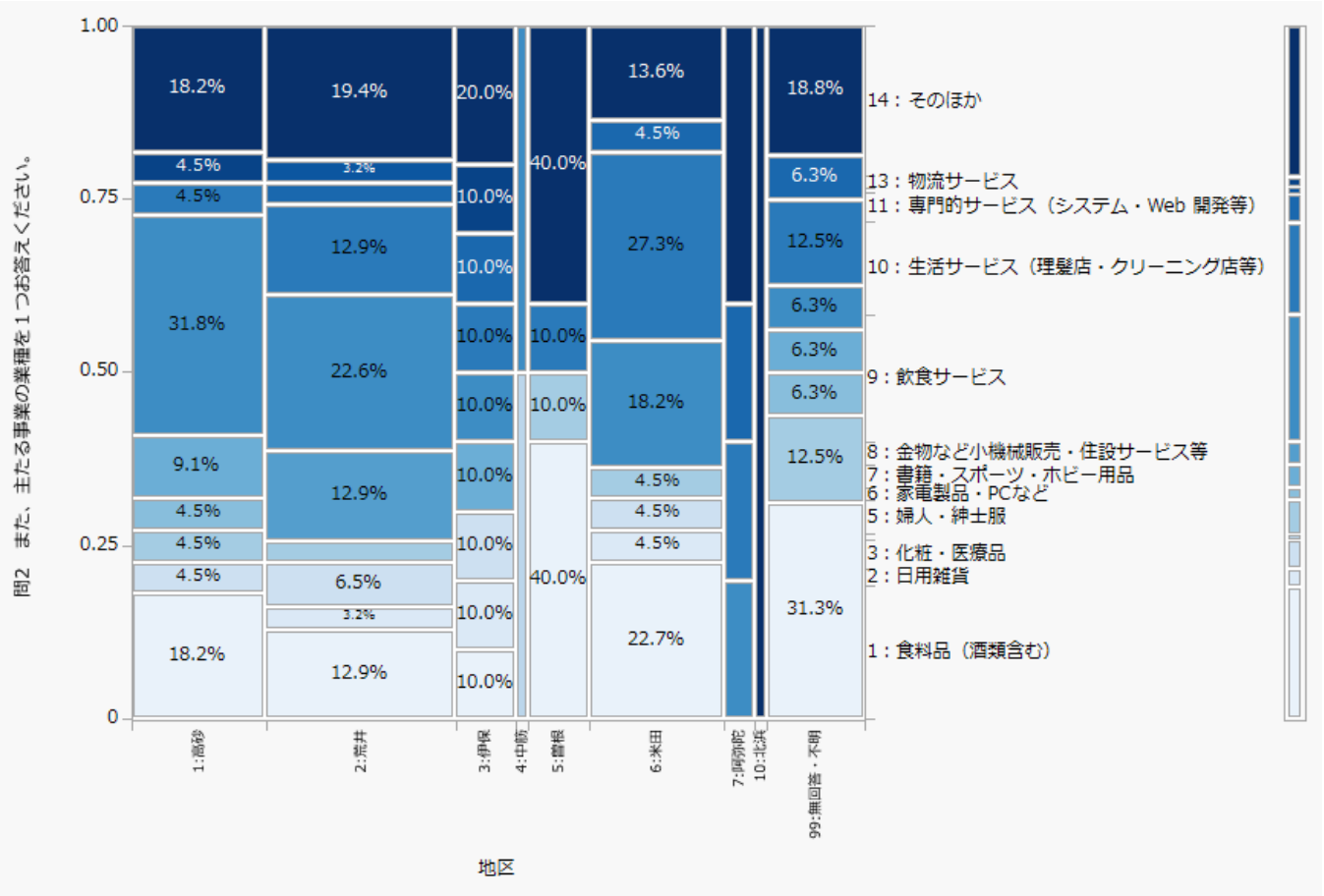
問5　あなたのお店では、業務に従事する人数は何人いらっしゃいますか？

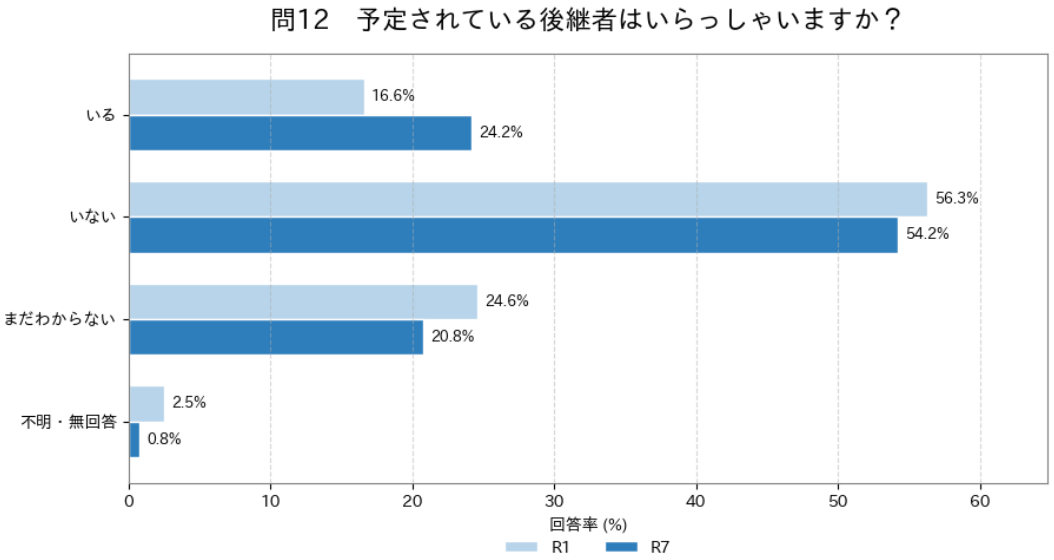


問１　お店の営業場所はどちらですか？

×

問２　お店の事業の業種は何ですか？

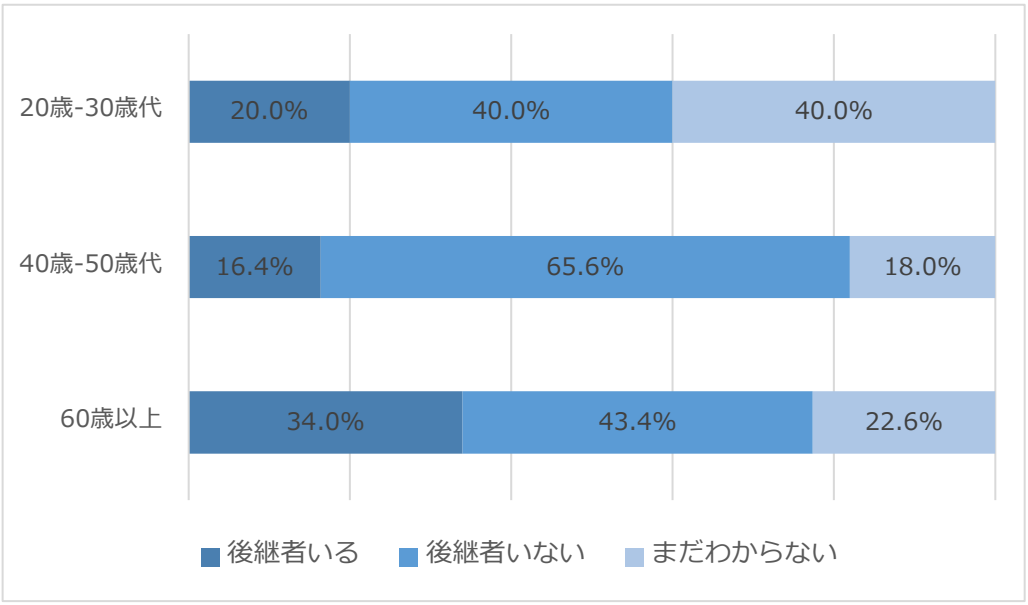




問４　代表者の年齢をご回答ください

×

問 12　予定されている後継者はいらっしゃいますか？



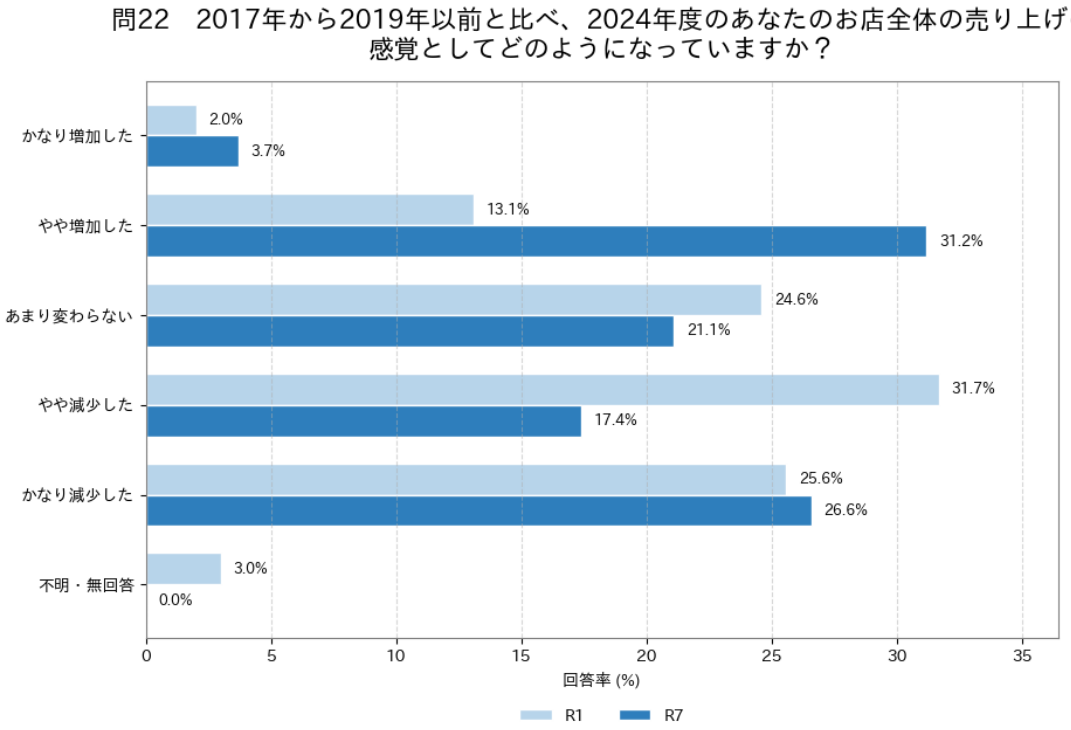
②　経営状況及び経営環境

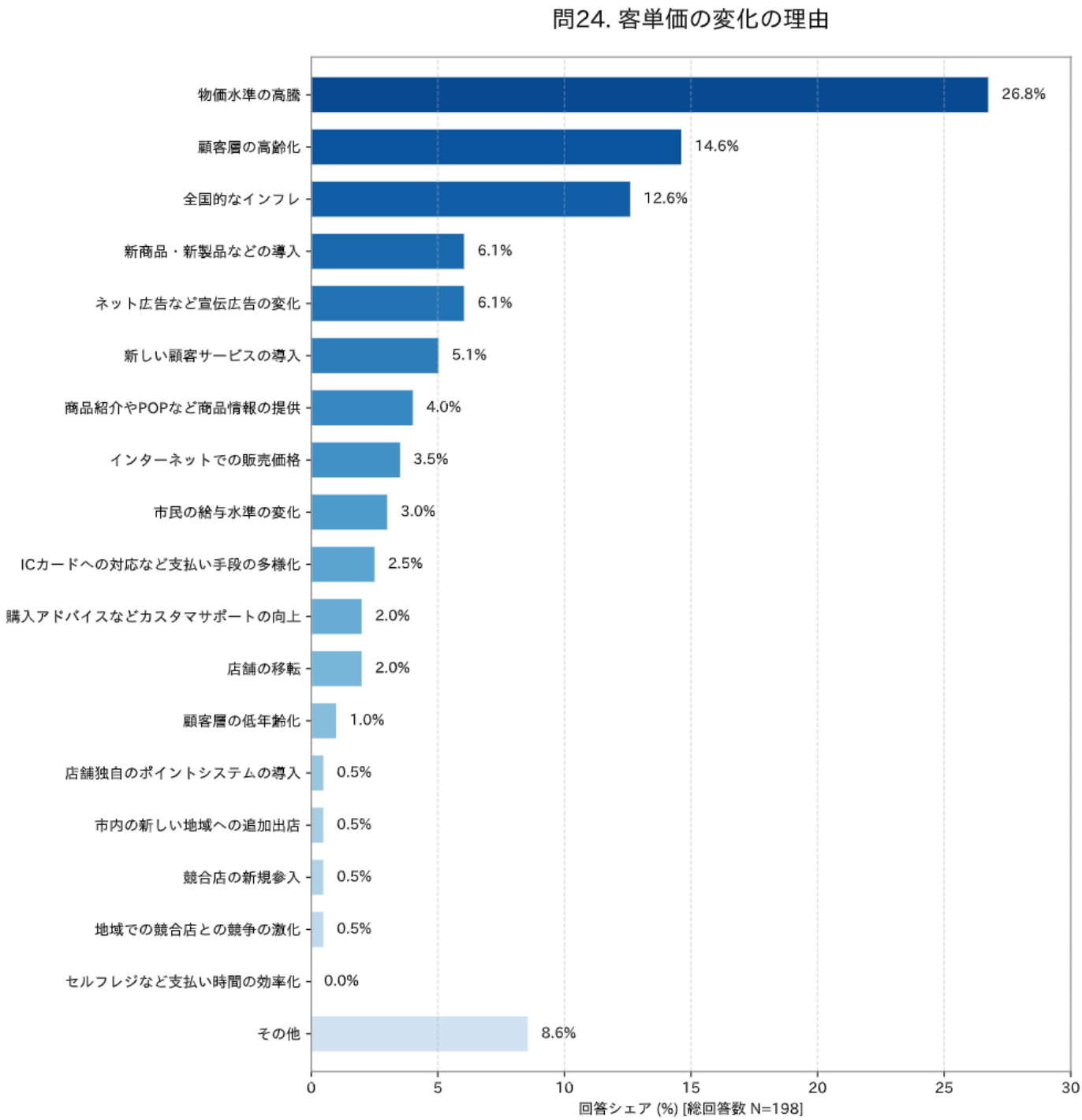
商業者の経営状況については、固定客の割合が依然として高く、地域に根差した経営構造が継続しています。

売上動向については、幅広い業種において、「客数」「客単価」を要因とした売上の増減が見られます。また、DX への取り組みによる売上への影響も確認できました。

経営上の課題としては、従来の「売上の低迷」に加え、「仕入価格の高騰」「人件費の上昇」「光熱費や輸送費の上昇」など、コスト面の負担増加を挙げる事業者が増加しており、収益構造の圧迫が顕在化しています。

商業環境の課題認識としては、「商圏人口の減少」や「高齢化の進行」に加え、「物価高騰」など外部環境要因への関心が高まっています。




問24. 客単価の変化の理由
物価水準の高騰
26.8%
顧客層の高齢化
14.6%
全国的なインフレ
12.6%
新商品・新製品などの導入
6.1%
ネット広告など宣伝広告の変化
6.1%
新しい顧客サービスの導入
5.1%
商品紹介やPOPなど商品情報の提供
4.0%
インターネットでの販売価格
3.5%
市民の給与水準の変化
3.0%
ICカードへの対応など支払い手段の多様化
2.5%
購入アドバイスなどカスタマサポートの向上
2.0%
店舗の移転
2.0%
顧客層の低年齢化
1.0%
店舗独自のポイントシステムの導入
0.5%
市内の新しい地域への追加出店
0.5%
競合店の新規参入
0.5%
地域での競合店との競争の激化
0.5%
セルフレジなど支払い時間の効率化
0.0%
その他
8.6%
0
5
10
15
20
25
30
回答シェア (%) [総回答数 N=198]

問２　お店の事業の業種は何ですか？

×

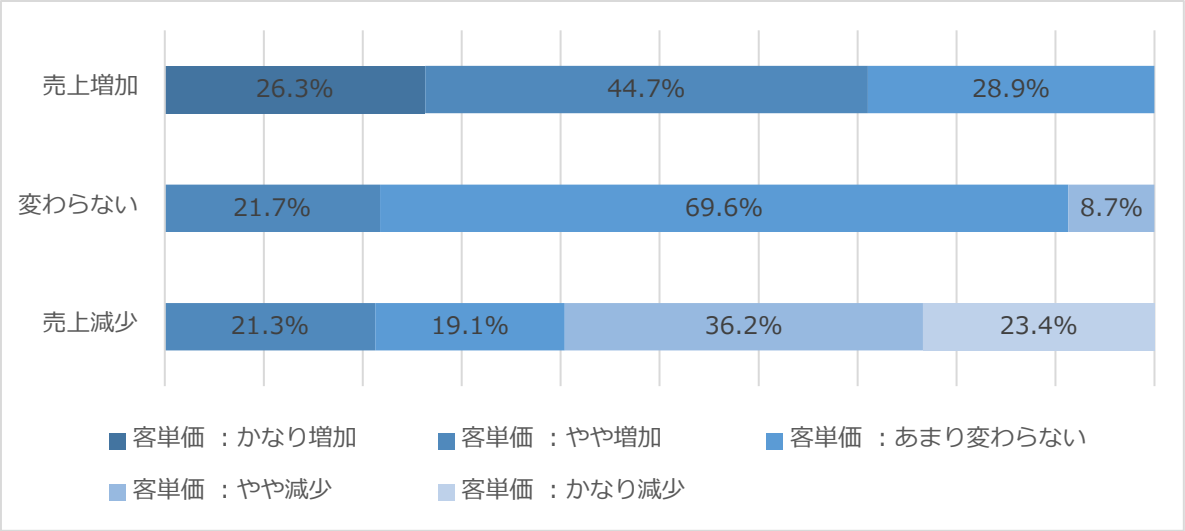
問 22　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の売り上げは感覚としてどのようになっていますか？

	１位		２位		３位	
売上　上位３業種	業種名	割合	業種名	割合	業種名	割合
売上増加	食料品	23.7%	飲食サービス	21.1%	生活サービス	13.2%
あまり変わらない	食料品	17.4%	金物などの小機械販売・住設サービス	13.0%	生活サービス	8.7%
売上減少	食料品	18.8%	飲食サービス	18.8%	生活サービス	16.7%

問 22　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の売り上げは感覚としてどのようになっていますか？

×

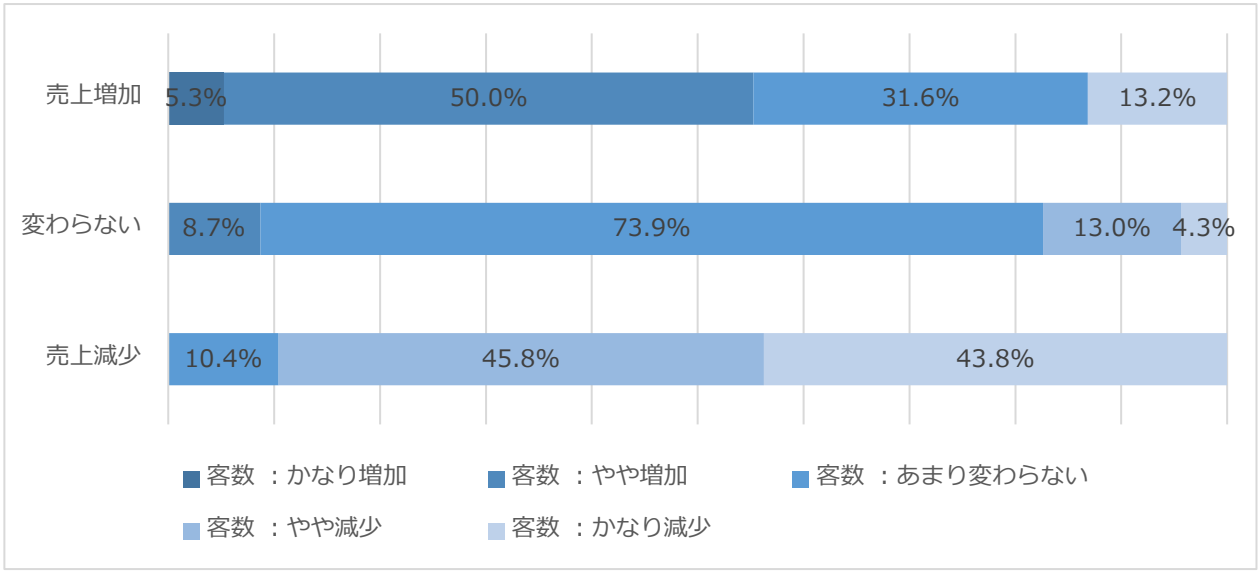
問 23　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の客単価は感覚としてどのようになっていますか？

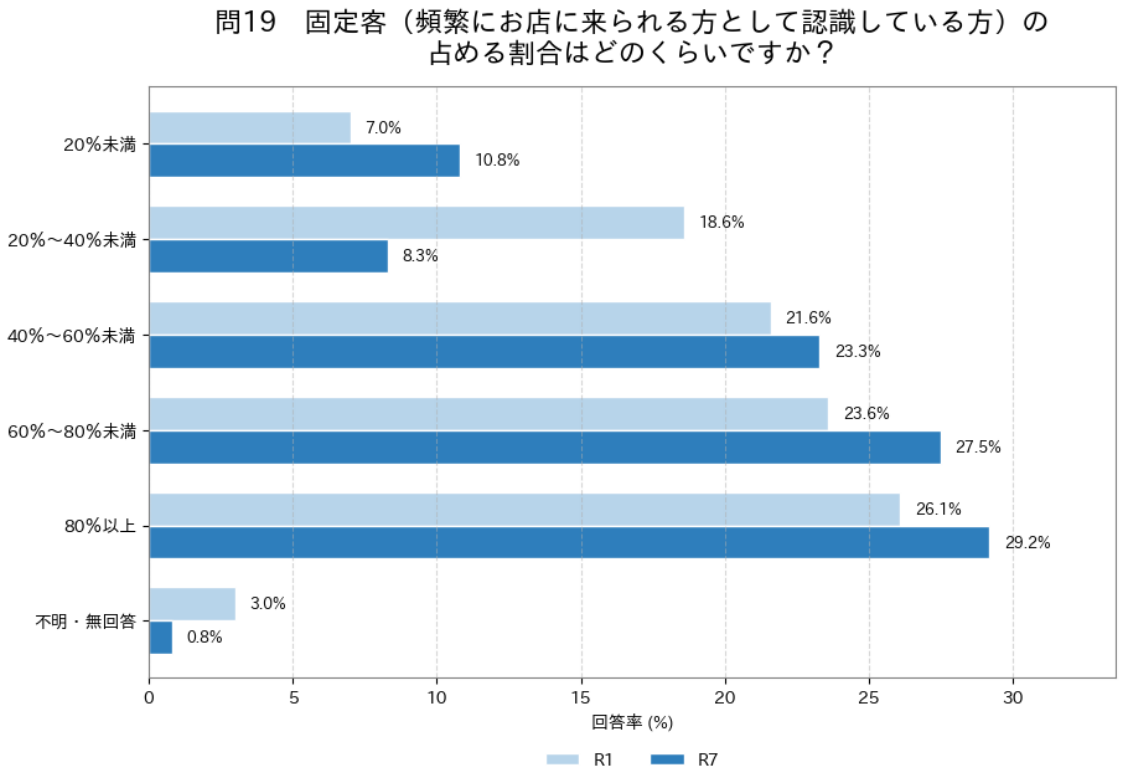


問 22　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の売り上げは感覚としてどのようになっていますか？

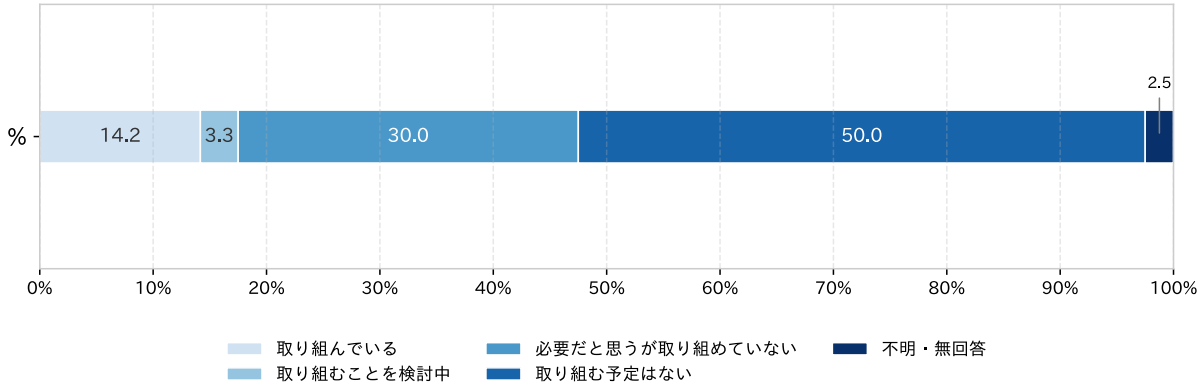
×

問 25　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の来店者数は感覚としてどのようになっていますか？





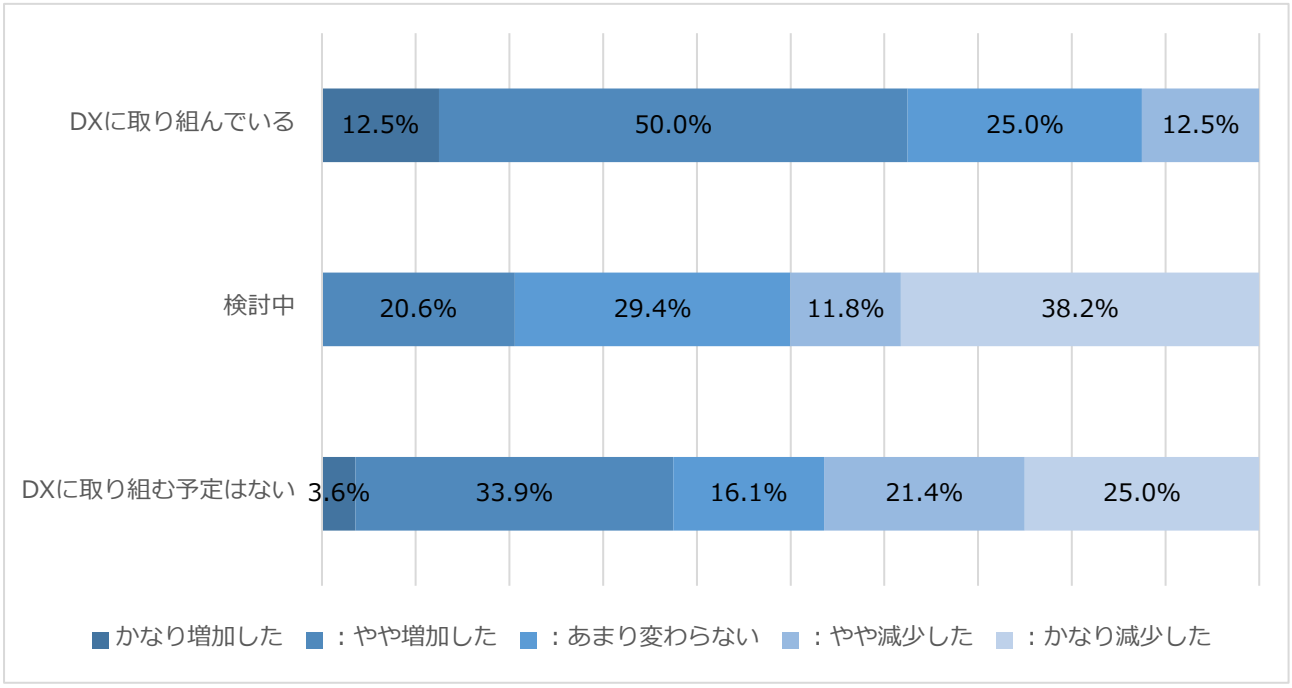
問9　DX推進の取組状況についてお答えください。



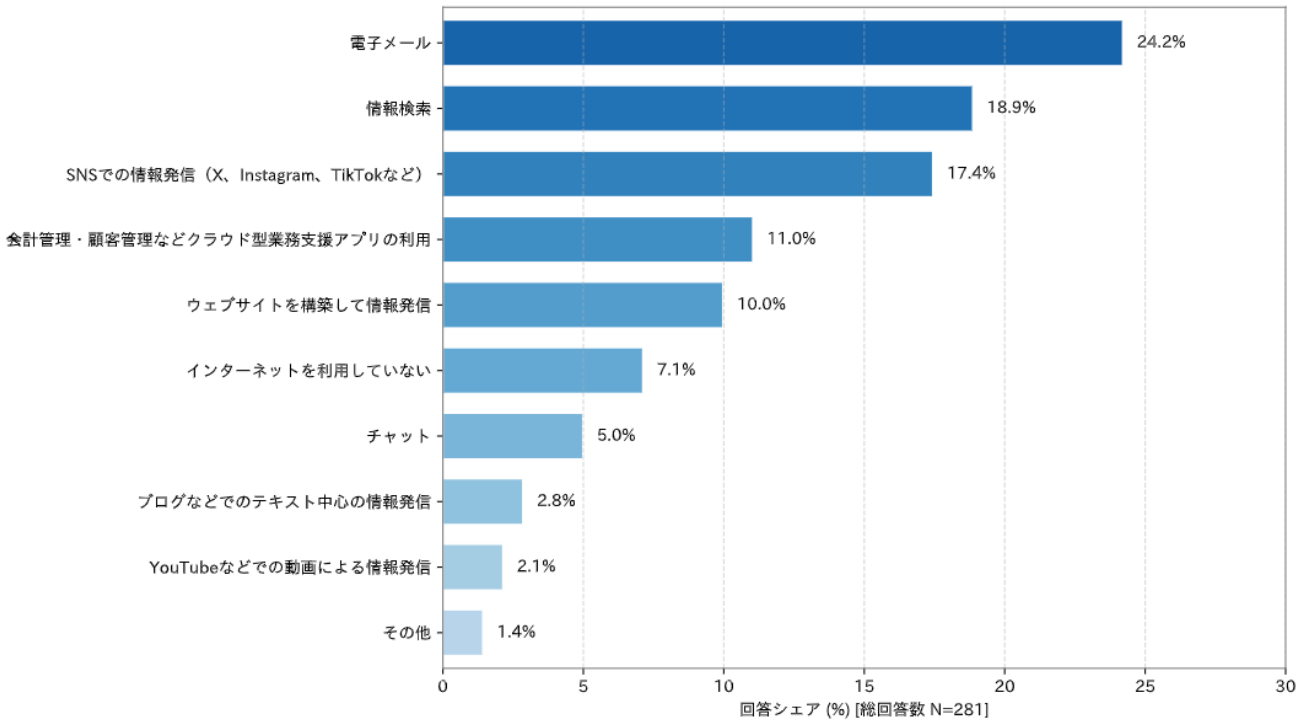
問９DX推進の取組状況についてお答えください。

×

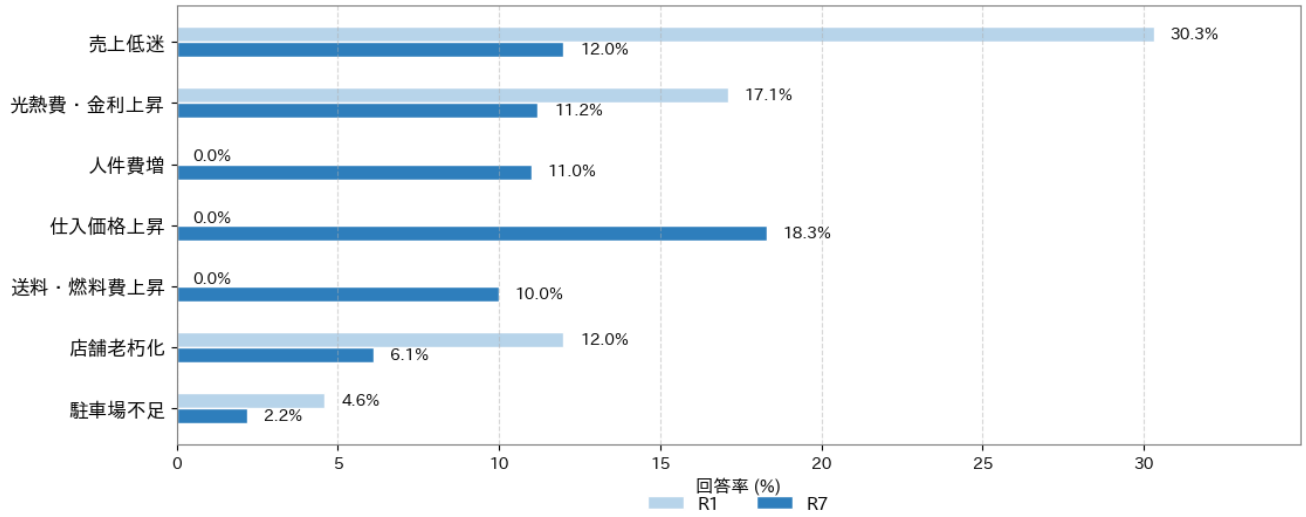
問 22　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の売り上げは感覚としてどのようになっていますか？



問10　あなたのお店で利用しているインターネットの機能はどのようなものですか？



問30　今一番お困りの内容は何ですか？



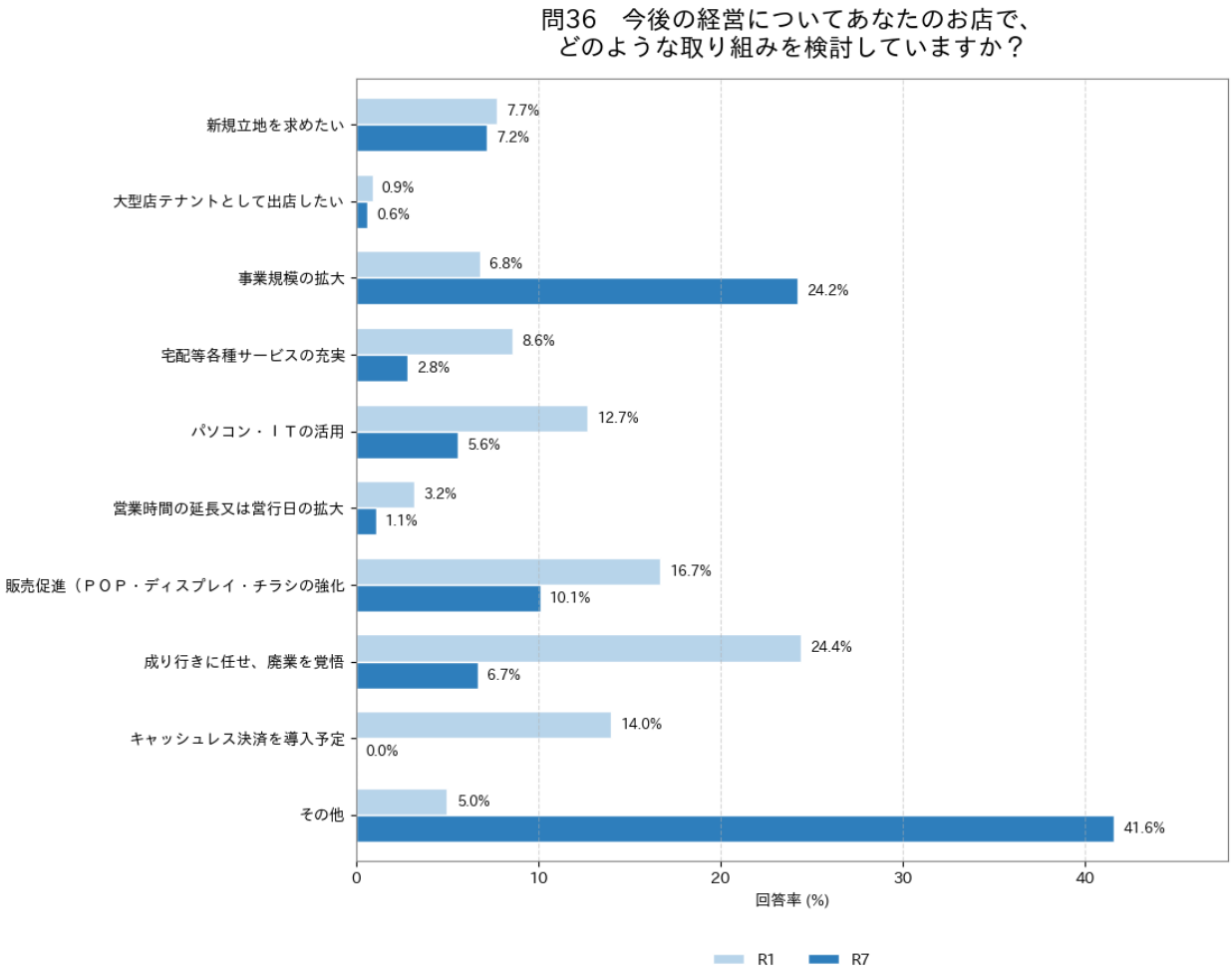
③ 今後の経営方針及び支援ニーズ

今後の経営方針については、「事業規模の拡大」を志向する事業者が一定数見られ、また、経営上の困りごととして、従来の売上低迷に加え、コスト上昇に関する課題が上位を占めており、経営環境の変化への対応が求められています。

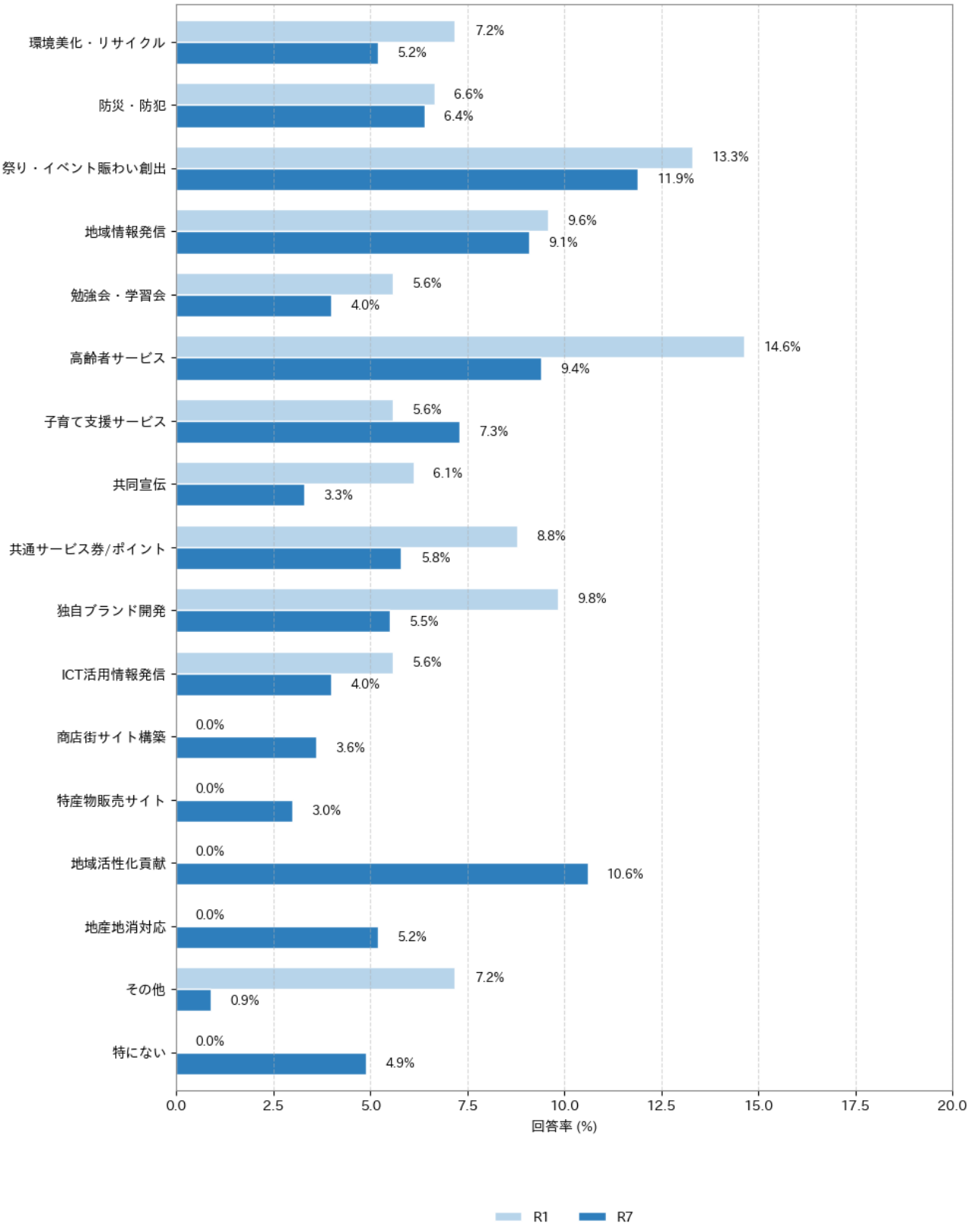
商業活性化に向けた取組については、「個店の魅力向上や営業努力」が最も多く選択されている一方で、「事業者間連携」や「全市一体的な取組」への回答割合は減少しています。

行政に対する支援策としては、「空き店舗対策」が依然として一定の割合を占めるものの、「市の魅力発信」や「知名度向上」といったシティプロモーションに関する支援ニーズが一定程度見られます。

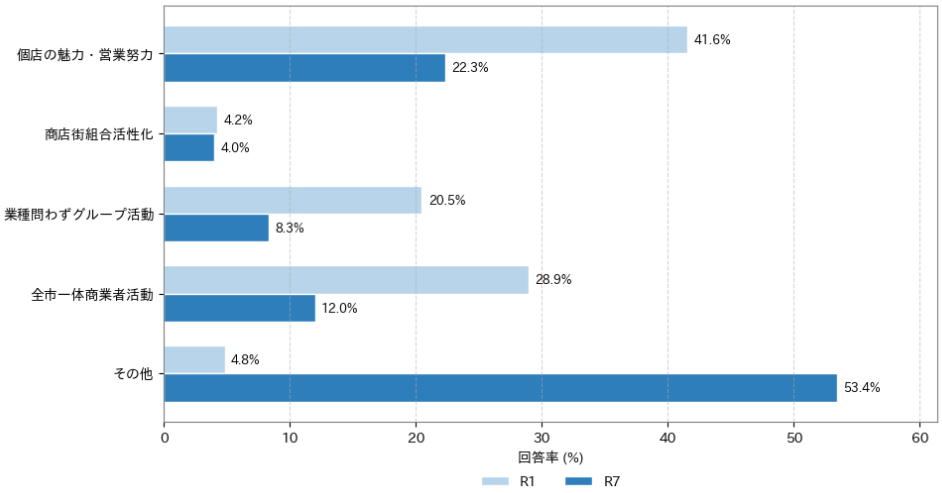
さらに、事業者の地域における役割としては、「地域におけるにぎわい創出」が引き続き重要視されており、「子どもにやさしいまち」や「高齢者にやさしいまち」といった地域福祉的視点への関心も見られます。



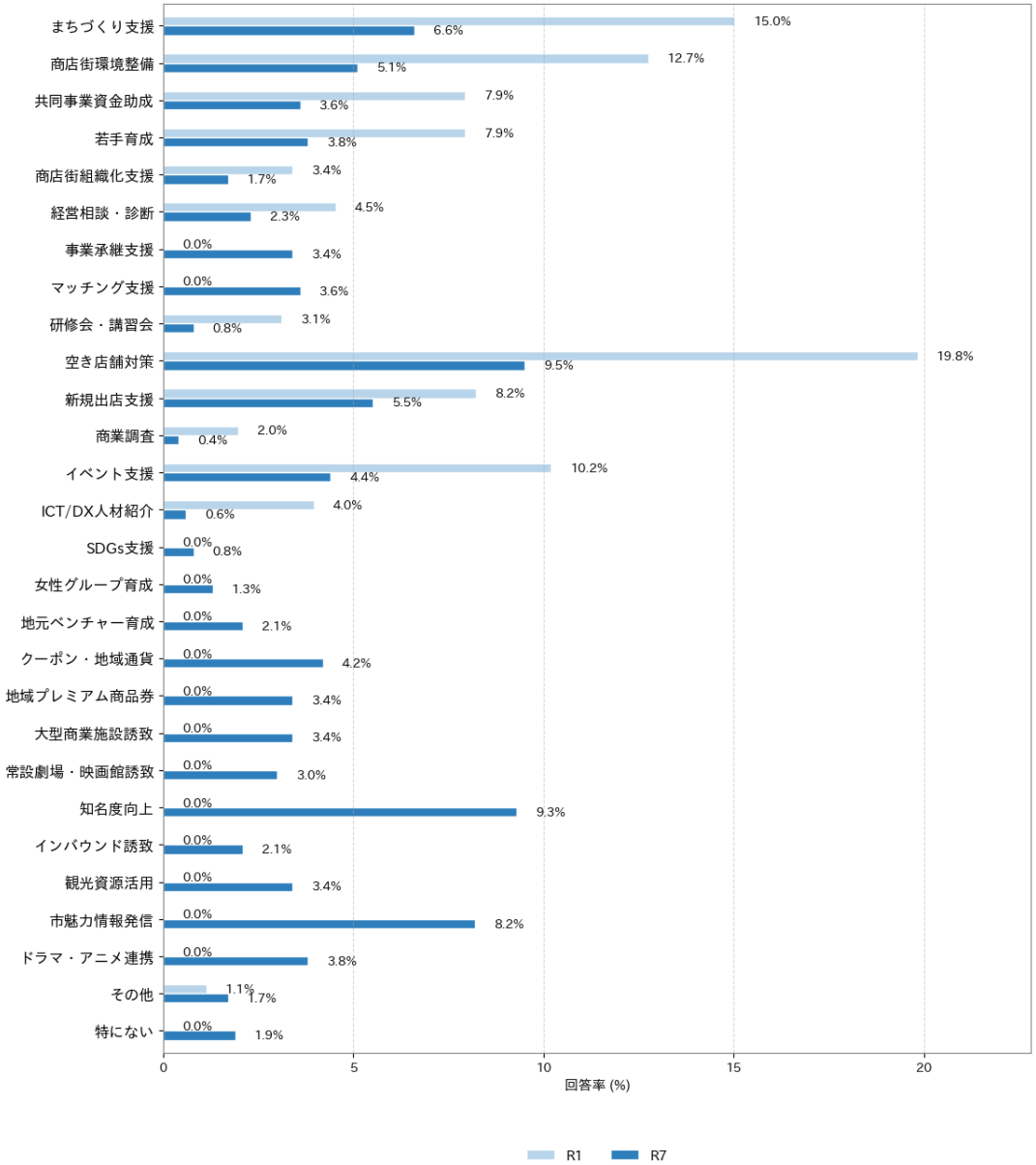
問38　高砂市のまちづくり・地域振興のために、商店街・商業者同士が連携し、取り組むべき内容はどのようなものだとお考えですか？

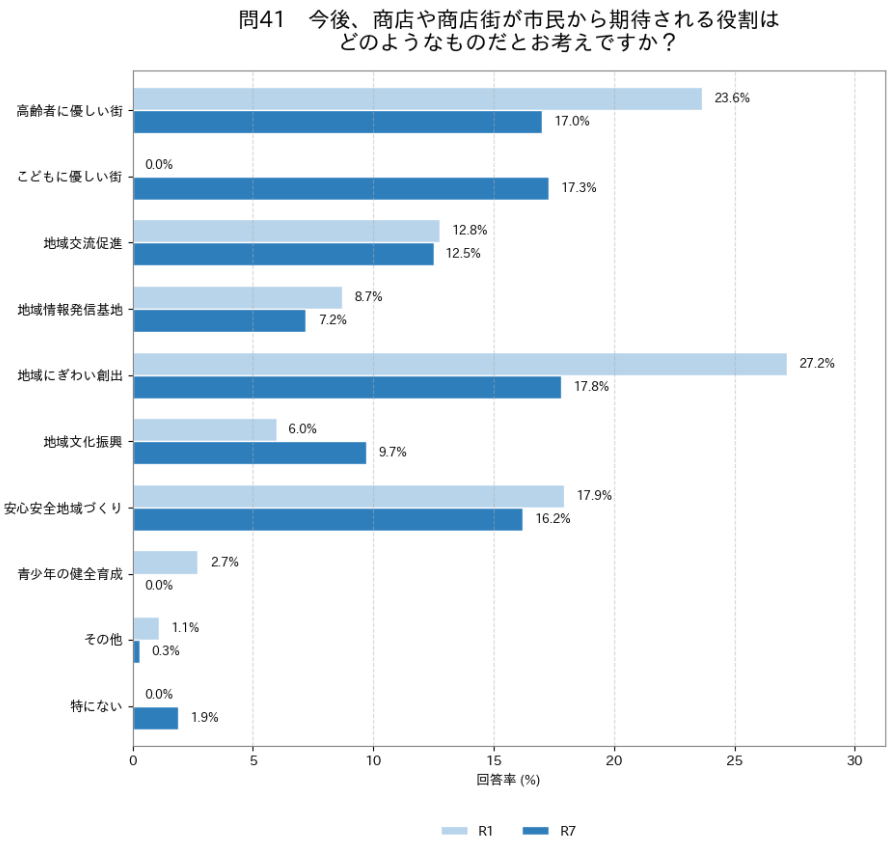


問39　今後の高砂市の商業活性化に向けてどのような対策が有効だと思いますか？



問40　高砂市としての商店や商店街の活性化に向けた支援策として望ましいものはどれですか？





④ 商業者調査の結果まとめ

商業者の経営状況については、小規模事業者を中心とした構造が継続する一方で、売上動向は二極化が進行しています。

また、固定客依存の経営構造が依然として強く、人口減少や物価高騰等の外部環境変化の影響を受けやすい構造となっており、来店客数の減少と仕入価格等のコスト上昇が重なった、収益構造の悪化が懸念されます。

今後の経営方針については現状維持が多数を占めるものの、デジタル化（キャッシュレス・EC 等）への対応意欲や事業承継支援へのニーズも確認されています。

（3）総括

以上の結果から、消費者側では「買回り品の市外流出・駐車場重視・デジタル化（スマホ利用等）の定着」が進行し、商業者側では「小規模構造・コスト上昇・固定客依存・承継課題」が顕在化しています。

これらを踏まえると、本市商業環境は、従来の個店支援型から、消費行動の変化に対応した商業機能そのものの再構築が求められる段階にあると考えられます。

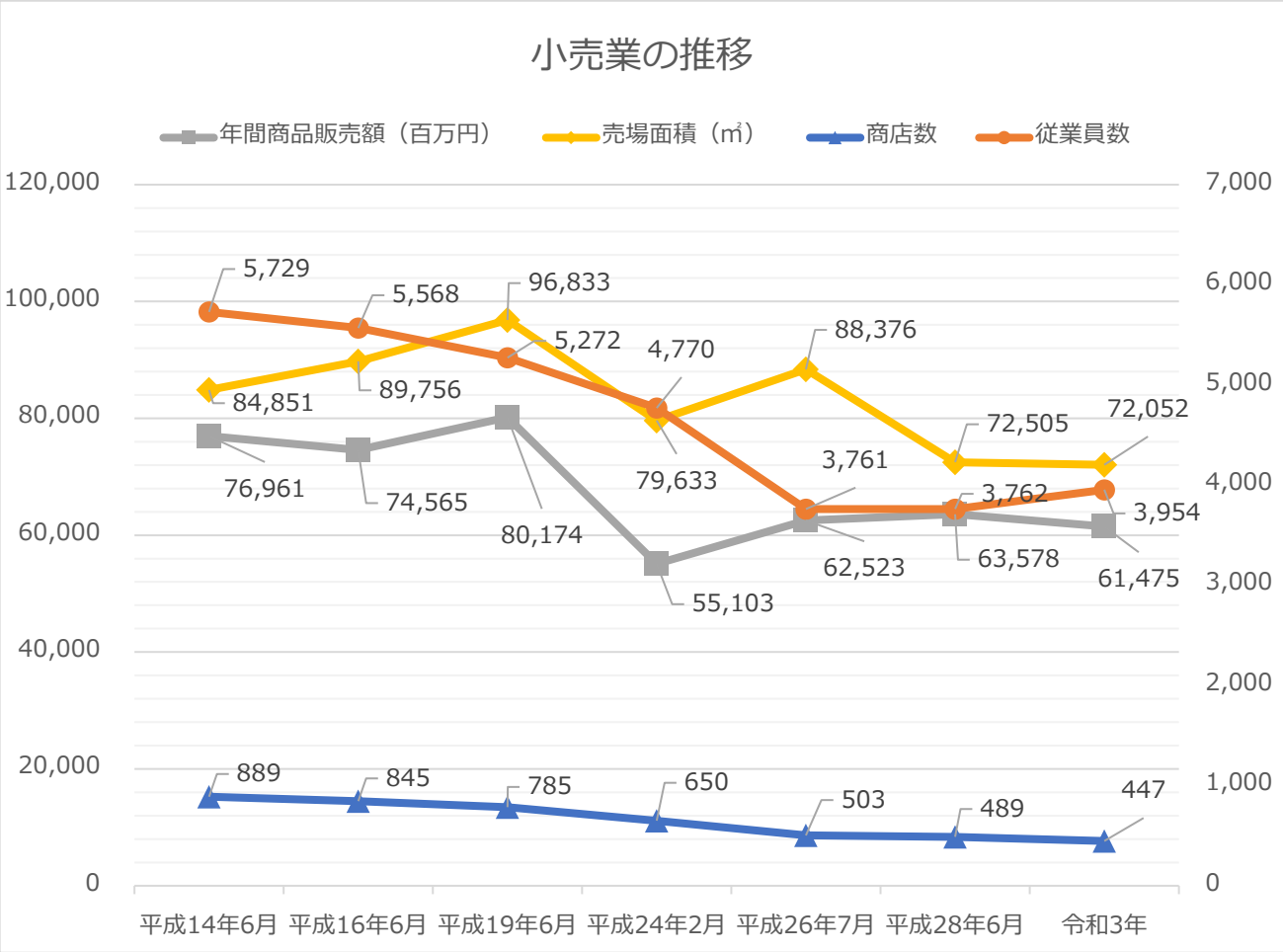
２　商業の現状

① 小売業の動向

世界的金融危機（平成 20(2008)年～平成 22(2010)年）の影響により、平成 19(2007)年から平成 24(2012)年にかけて全ての項目が減少しており、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。

その後平成 26(2014)年において全ての項目が増加しましたが、平成 28(2016)年については、商店数、売場面積は減少した一方で、年間商品販売額と従業員数は増加しており、「小店舗の閉店」「店舗の大型化」が進行していると推測されます。

令和３年において、年間商品販売額、商店数、売場面積は減少した一方、従業員数は増加しています。



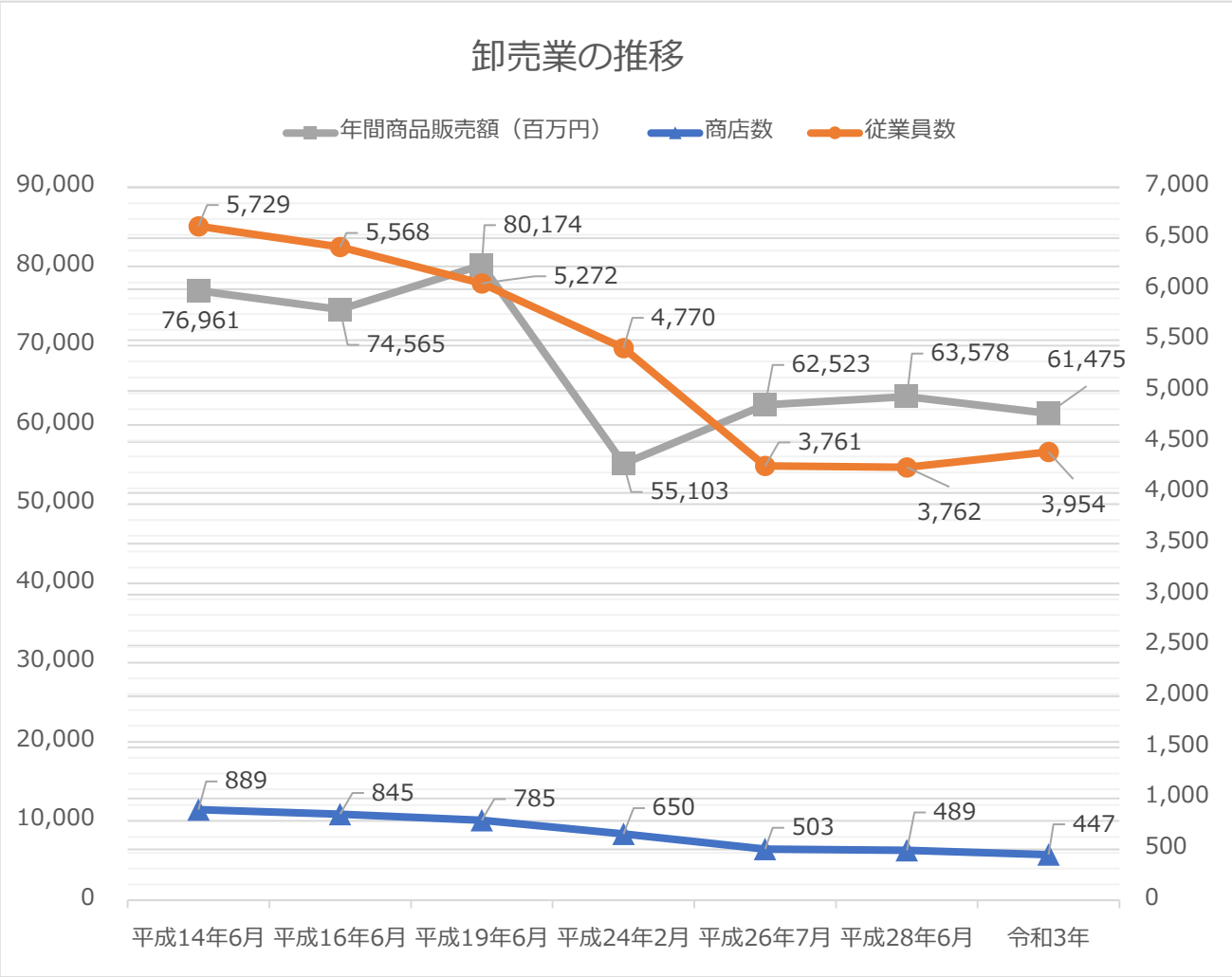
（資料）商業統計、経済センサス

② 卸売業の動向

従業員数は平成 26(2014)年にかけて減少傾向にありましたが、その後増加傾向にあります。

年間商品販売額は平成２４(201２)年にかけて減少傾向にありましたが、平成 28(2018)年にかけて大きく増加し、令和３年(2021)年にかけては緩やかに減少しています。

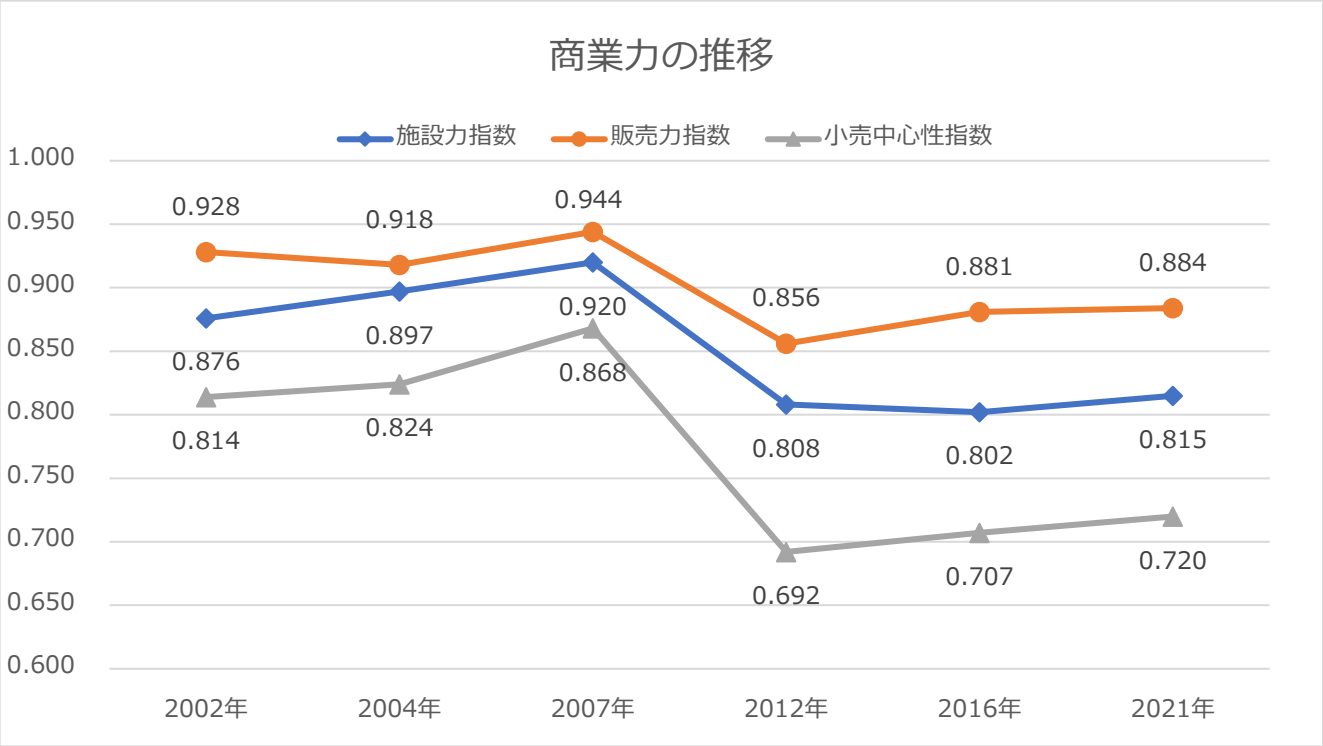
商店数は令和３年(2021)年にかけて緩やかに減少しています。



（資料）商業統計、経済センサス

③ 商業力

平成 24(2012)年は、施設力指数、販売力指数及び小売中心性指数の全てが減少していましたが、平成 28(2016)年は販売力指数と小売中心性指数が増加、令和３年(2021)年はどの指数も増加しており、市内小売店舗の顧客吸引力、買物客の市外流出が改善しています。



（資料）兵庫県推計人口、商業統計、経済センサス

施設力指数	高砂市売場面積 ／ 高砂市人口 ÷ 兵庫県売場面積 ／ 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）
販売力指数	高砂市販売額 ／ 高砂市売場面積 ÷ 兵庫県販売額 ／ 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 1.00 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。
小売中心性指数（顧客流出入比率）	高砂市販売額 ／ 高砂市人口 ÷ 兵庫県販売額 ／ 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 1.00 を下回ると県内での集客力が弱く、比率が 1.00 を上回ると県内での集客力が強い。

④　近隣市町との指数比較

小売中心性指数は、姫路市が最も高く、稲美町、加古川市、明石市と次に続きます。姫路市、加古川市に対し高砂市の買い物客が流出していると推測されます。しかし、高砂市は施設力指数と販売力指数の差が小さく、小売店舗の量と質のバランスが取れているといえます。

近隣市との指数比較（令和３(2021)年）

	人口	施設力指数	販売力指数	小売中心性指数	差（施設－販売）
高砂市	89,194	0.815	0.884	0.720	-0.069
姫路市	527,409	1.199	0.911	1.091	0.288
明石市	303,823	0.79	0.930	0.734	-0.14
加古川市	258,505	1.178	0.831	0.979	0.347
稲美町	30,230	0.842	1.245	1.047	-0.403
播磨町	34,778	0.344	1.059	0.365	-0.715

－　近隣市町・県との比較　－

県市	年度／項目	平成28(2016)年	状況	令和3(2021)年
高砂市	店舗数	489 店	↓	447 店
	年間販売額	63，579 百万円	↓	61,475 百万円
	売場面積	72,505 ㎡	↓	72,052 ㎡
	従事者数	3,762 人	↑	3,954 人
	人口	90,600 人	↓	89,194 人
	一店舗当りの売場面積	148.27 ㎡	↑	161.19 ㎡
姫路市	店舗数	3,688 店	↓	3,452 店
	年間販売額	578,040 百万円	↓	550,738 百万円
	売場面積	649,045 ㎡	↓	626,822 ㎡
	人口	534,452 人	↓	527,409 人
	一店舗当りの売場面積	175.99 ㎡	↑	181.58 ㎡
明石市	店舗数	1,428 店	↓	1,334 店
	年間販売額	214,987 百万円	↓	213,391 百万円
	売場面積	228,399 ㎡	↑	238,024 ㎡
	人口	293,710 人	↑	303,823 人
	一店舗当りの売場面積	159.94 ㎡	↑	178.43 ㎡
加古川市	店舗数	1,252 店	↓	1,232 店
	年間販売額	247,409 百万円	↓	242,136 百万円
	売場面積	292,098 ㎡	↑	301,775 ㎡
	人口	266,443 人	↓	258,505 人
	一店舗当りの売場面積	233.31 ㎡	↑	244.95 ㎡
稲美町	店舗数	142 店	↑	143 店
	年間販売額	28,999 百万円	↑	30,280 百万円
	売場面積	22,693 ㎡	↑	25,213 ㎡
	人口	30,867 人	↓	30,230 人
	一店舗当りの売場面積	159.81 ㎡	↑	176.31 ㎡
播磨町	店舗数	111 店	→	111 店
	年間販売額	13,000 百万円	↓	12,130 百万円
	売場面積	10,313 ㎡	↑	11,865 ㎡
	人口	33,802 人	↑	34,778 人
	一店舗当りの売場面積	92.91 ㎡	↑	106.89 ㎡
兵庫県	店舗数	32,657 店	↓	30,754 店
	年間販売額	5,462,756 百万円	↓	5,197,228 百万円
	売場面積	5,491,884 ㎡	↓	5,385,360 ㎡
	人口	5,520,575 人	↓	5,432,573 人
	一店舗当りの売場面積	168.17 ㎡	↑	176.65 ㎡

店舗数は高砂市、近隣市においても減少しています。稲美町において増加、播磨町において増減はありません。

年間の販売額についても令和３(2021)年度時点では稲美町において増加、そのほかすべての市において減少しています。

売場面積については明石市、加古川市、稲美町、播磨町が増加していますが、１店舗当たりの売場面積はすべての市において増加しています。

３　高砂市の商業施設および商店街の商業圏

商業圏＝商店にお客様が来店する可能性のある範囲のこと。商圏は大きく４つに分類されます。

【足元商圏】

店舗がある場所から徒歩や自転車にて５分程度で行ける範囲です。

【一次商圏】

店舗までの距離が徒歩 10 分～15 分程度かかる範囲で、移動手段によって異なりますが、徒歩、自転車の場合でおよそ８００ｍ～1.2ｋｍ程度の距離です。

【二次商圏】

利用者が週２、３回来店する可能性がある商圏範囲です。

目安としては自転車や車で 10 分～15 分、３ｋｍ～10ｋｍ程度で、範囲内に河川や線路、競合他社がある場合はその範囲は狭くなります。

【三次商圏】

月に数回利用する可能性のある商圏で、「専門商圏」とも呼ばれています。

車や電車で 30 分～40 分以上が目安で、希少性、専門性が高い業種が多くなっています。

例：大阪の「日本橋」「松屋町」東京の「秋葉原」など

下記の地図の背景図は、「地理院タイル（標準地図）」を加工して作成しています。

また、高砂市及び加古川市姫路市の商業施設については、兵庫県立大学社会情報科学部の川向研究室が独自に 2026 年６月に現地を訪問し、調査した結果から生鮮食料品・日用品取り扱い店として判断した独自データを用いて独自にボロノイ分割法というエリアマーケティングで利用する手法を用いて特定しています。

また、商店街等のある程度の規模の商業集積と判定するためには、総務省・経済産業省「令和３年経済センサス - 活動調査結果」のメッシュ集計結果（4 次メッシュ）を加工して作成しています。

なお、ある規模以上の商業集積としての判断基準としては、４次メッシュを集計単位とした場合、産業大分類で卸売業・小売業に分類されている事業所の従業者が 150 人以上であるとしています。

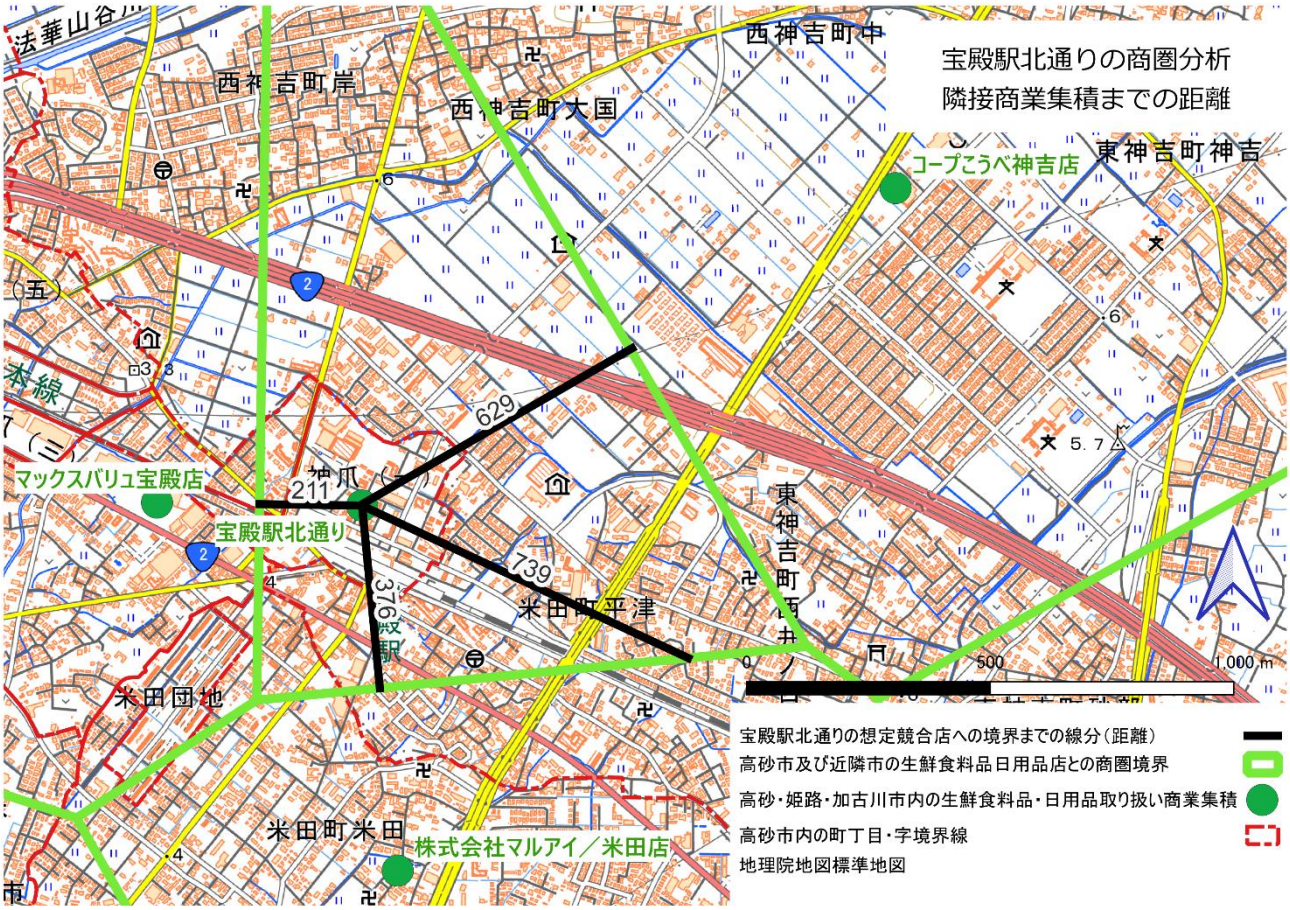
＜高砂市内の商圏 MAP＞

高砂町銀座通り商店街



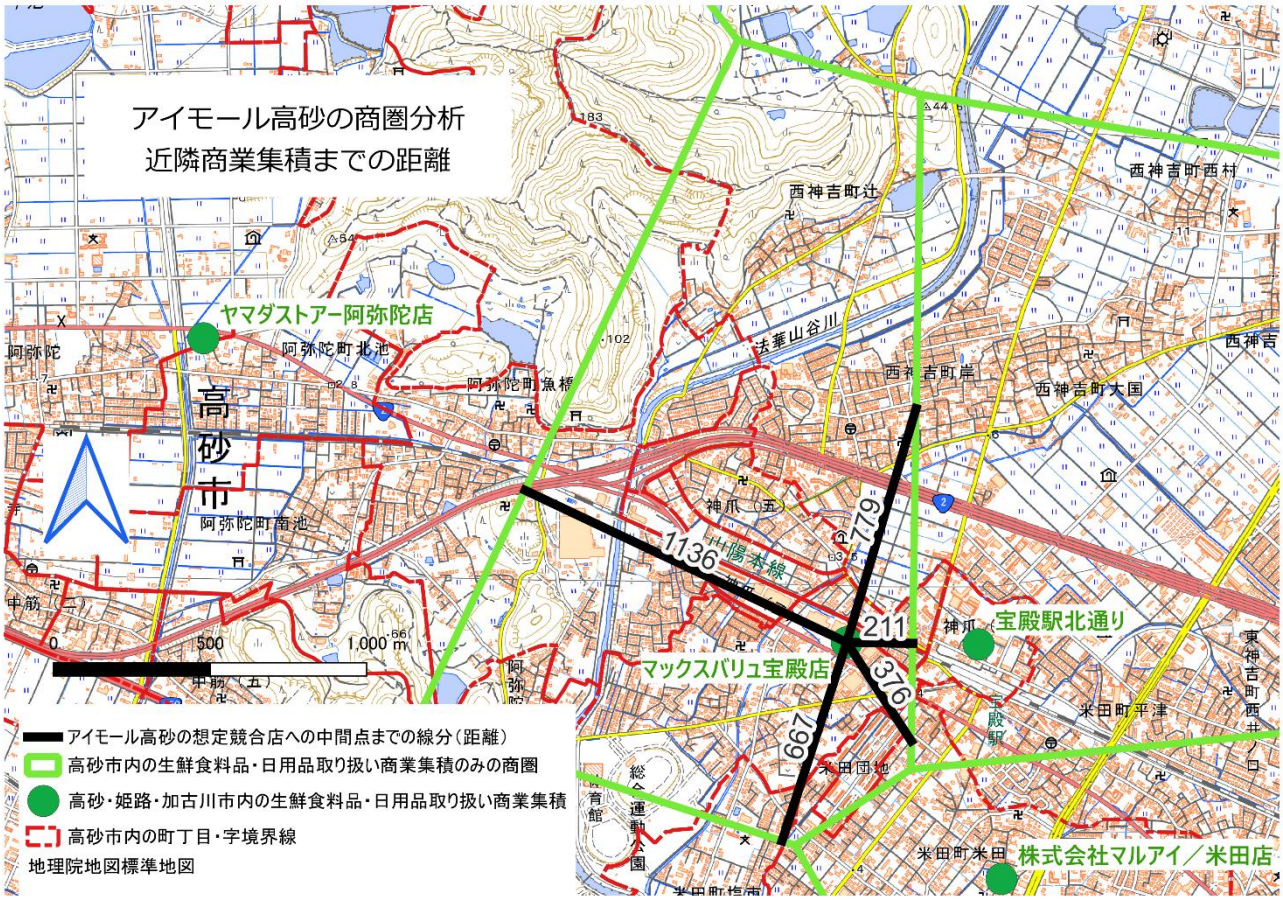
一次商圏の半径約 800mに、西畑、朝日町、松波町と高砂町内が含まれています。北側にはモリス緑丘店、北西側にはアクロスプラザ高砂店、また、東側の加古川市尾上町に関しては加古川とスーパーが２店あるため分断されていると考えられます。

宝殿駅北通り



宝殿駅北通りは JR 神戸線により分断されているため、商圏は東側の加古川市東神吉町西井ノ口付近までとなっています。また、西側には近くにアイモール高砂、マックスバリュ宝殿店の二次商圏があるため分断されていると考えられます。

アイモール高砂

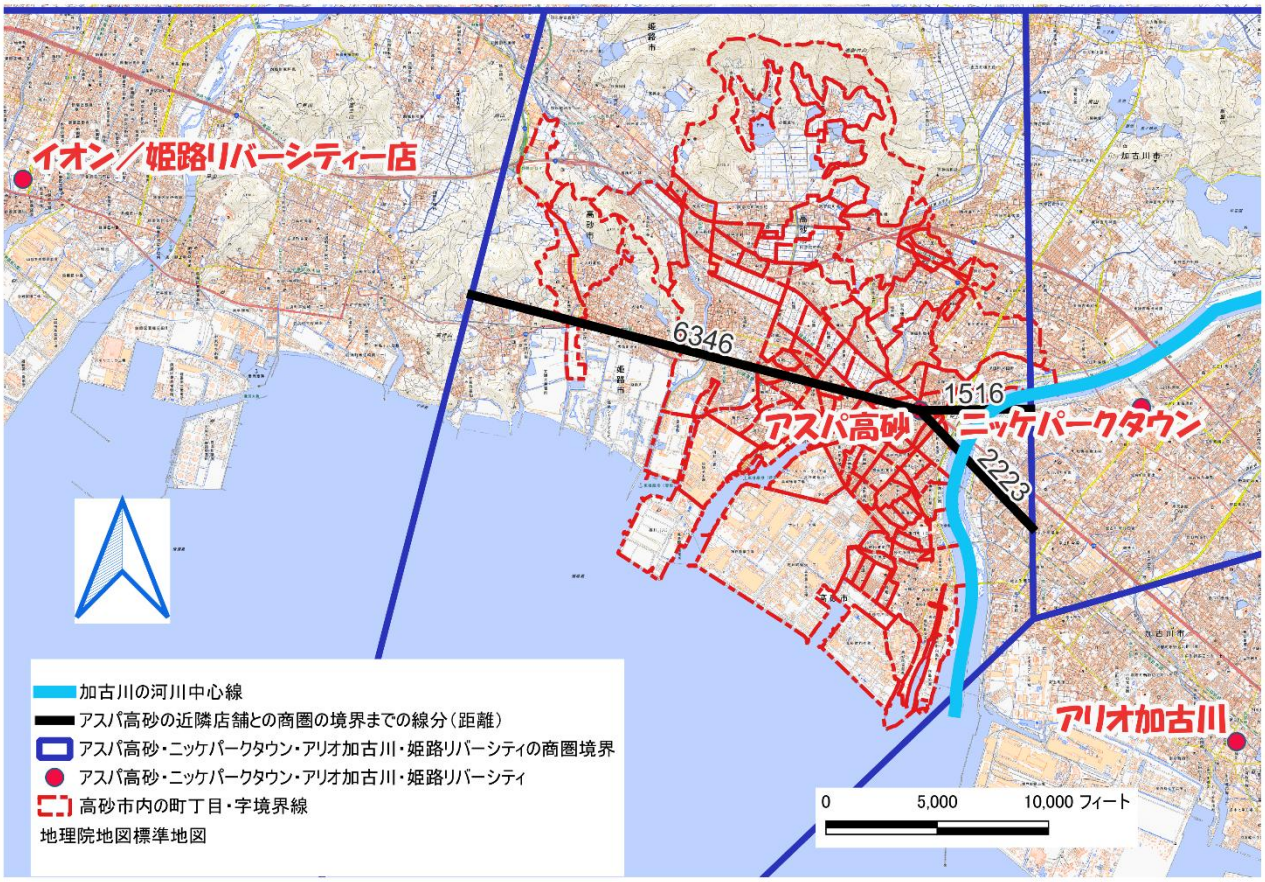


東、西、南については競合他社により商圏がさえぎられる形となっています。

西側についてはヤマダストアー阿弥陀店が阿弥陀町に有りますが、JR 曽根駅、中筋、長尾、地徳付近までと考えられます。南側はアスパ高砂の三次商圏や他の食品スーパーがあるため塩市あたり、東側は宝殿駅北通りがあるため短くなっています。

北側は比較的競合他社が少ないため、加古川市志方町付近まであると考えられます。

アスパ高砂



二次商圏として高砂市内は全てカバーしており、西側は姫路市的形町、別所町付近で、南東側は山陽電鉄尾上の松駅付近、東側については加古川市西河原地区付近まで延びていると考えられます。

なお、北側にはアイモール高砂、西側にはアクロスプラザ高砂やコープ高砂が存在しますが、アスパ高砂に関しては他の商業施設とは違い、百貨店型のショッピングセンターのため、同業他社との比較が困難です。

高砂市内現状の商圏について

高砂市の現状として、個店や商店街については、主に足元商圏＋一次商圏、大店については二次商圏の要素も踏まえたところがあり、アスパ高砂に関しては百貨店型のショッピングセンターで同様の商業施設が少ないため、完全に二次商圏となっています。

高砂市内の商業施設の日常的な商圏は、東部方面は加古川市内に同業他社が多くあることと、加古川という一級河川により分断されているため弱くなっています。

西部方面について姫路市東部地域(的形付近)までで、それより以西は同業他社が多くなり分断されています。

南部方面は工場と海が占めているため限りがあります。

加古川西側の北部方面には、同業他社も少なく、分断される河川等もないため、広域な商圏を有すると考えられます。

高砂市は、大きくアスパ高砂、高砂駅付近、宝殿駅付近を中心に商業圏が形成され、市域がほぼ商業圏内に含まれています。今後、商圏を拡大するためには、市内事業者が魅力的な個性を持つことにより三次商圏を形成しうるような魅力ある商業集積となることで、集客力を高め、市外からの消費者を集めるべきではないかと考えます。ただ、高砂駅付近については西友撤退後ショッピングセンターの進出もなく、買い物弱者への対応が課題となっています。高砂駅付近は、浜手工場への通勤者も多く、収益も見込まれます。銀座商店街等と連携した対応策が求められています。

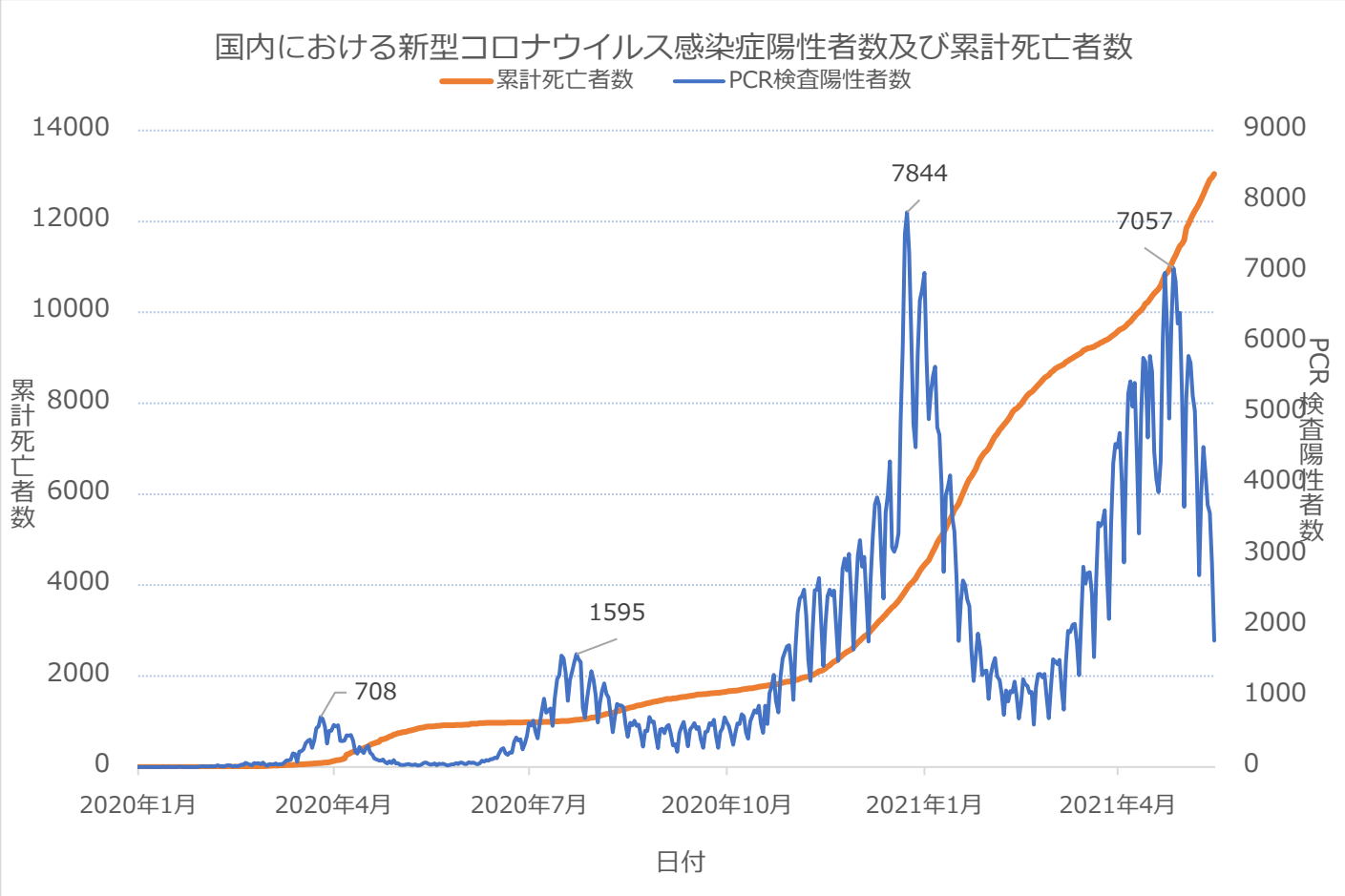
４　新型コロナウイルス感染症の影響と現状

①新型コロナウイルス感染症の状況

令和元（2019）年 12 月に中国で「原因不明のウイルス性肺炎」として確認されて以降、新型コロナウイルス感染症は、急激に全世界に拡大していきました。

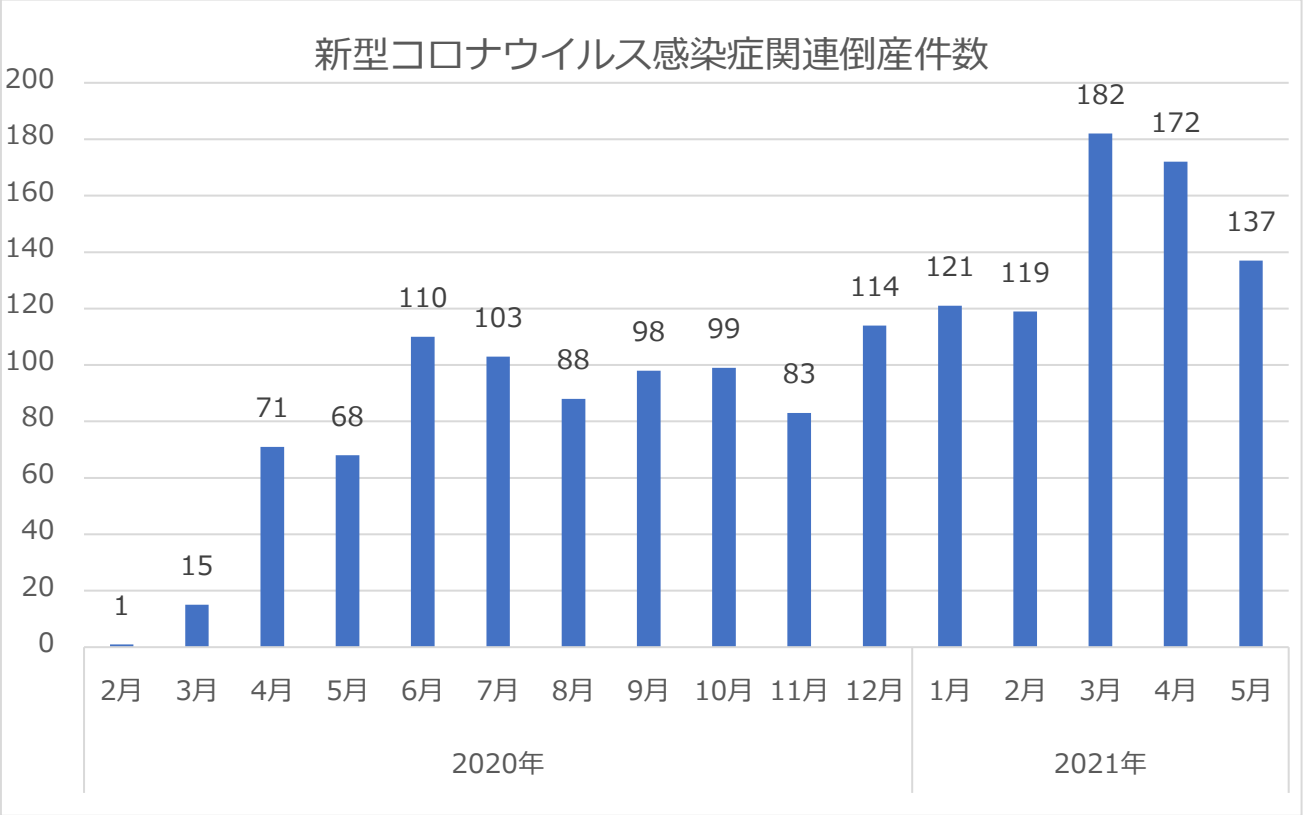
日本でも、令和２（2020）年３月からは未曽有の感染拡大により、政府は４月７日、最初の緊急事態宣言を発出し、対面でのコミュニケーションを前提とした業種に対して、休業や時短営業の要請を行いました。

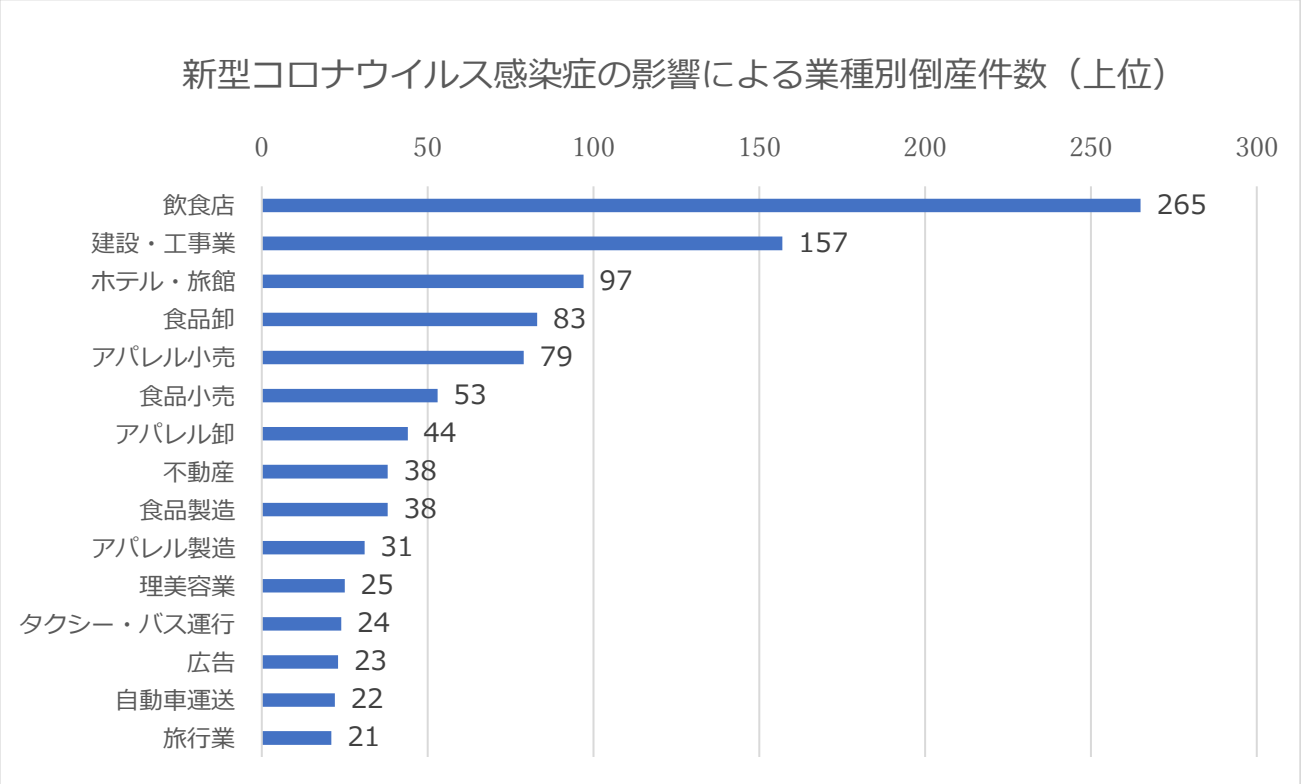
しかし、その後も全国に感染は拡大し続け、感染拡大防止ガイドラインによる密閉・密集・密接の回避とマスク・手洗い・ソーシャルディスタンスといった新しい生活様式の呼びかけが始まったことで、これまでの社会経済に大きな変化をもたらしました。



②社会経済、消費者行動への影響

この変化は社会経済活動にも大きな影響を与え、休業や倒産に追い込まれる企業や事業者が増加しました。中でもサービス業や小売業、卸売業への影響は特に顕著です。

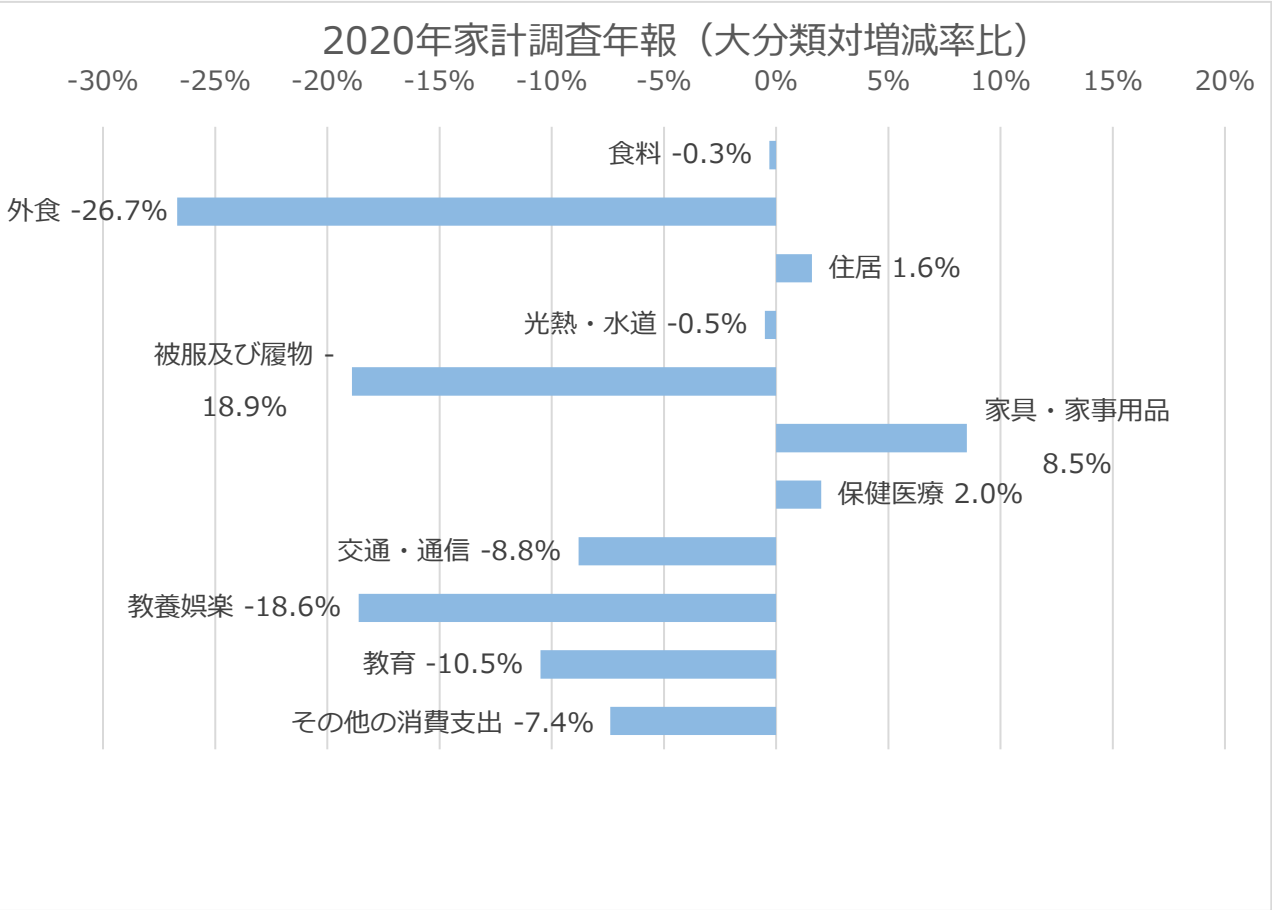




（資料）帝国データバンク 2021 年 6 月 16 日発表より作成

このような中、消費者の行動にも大きな変化が現れています。

総務省家計調査年報令和元（2019）年と令和２（2020）年（２人以上世帯）のデータを比較してみると、外出自粛による、外食、ファッションなどの外出型消費の需要が大幅に減少し、反面、巣ごもり消費の需要が増加、ホームセンターなどの家具家事用品の需要が増加していることが報告されています。



（資料）帝国データバンク 2021 年 6 月 16 日発表より作成

５　商業の課題まとめ

〇令和７年度商業実態調査より

・消費行動については、日用品と買回り品において傾向が異なっている。日用品における市内完結型消費に大きな変化は見られなかったが、買回り品においては、市外広域型商業施設への流出傾向が顕著に示されている。 また、幅広い年代に定着しているインターネット通販をはじめ、購買チャネルの多様化が進んでいる。

・消費者の店舗選択においては、「価格」、「品揃え」、「品質」といった従来からの基幹的な要素に加え、「駐車利便性」や「ワンストップ性」などの施設機能も重要な選択基準となっている。今後求められる商業機能として、商店数の充実、回遊性の向上など、単体店舗ではない集積型商業への期待が高まっているといえる。

・一方で、消費者の情報取得手段は SNS やインターネット検索を中心としたデジタル化が進行しており、情報発信力の差が来店機会に影響する状況となっている。その結果、情報発信を十分に行っていない店舗は消費者の選択肢から外れやすく、商業における「可視性格差」が拡大している。

・商業環境の整備として、人口規模及び都市構造の観点から大規模商業施設の新規誘致は困難な部分があり、また、ネットショッピングなどの購買チャネルが多様化している昨今において、必ずしも必要とは言えない状況である。

・一方で子育て世代である４０歳代における商業施設の満足度が低いことから、単なる買い物だけでなく、楽しく余暇を過ごせる場所に不満を感じている可能性が高い。

・経営課題としては、従来の売上減少に加え、仕入価格・人件費・光熱費等のコスト上昇による収益圧迫が顕在化しており、経営環境はより厳しさを増している。

・また、事業承継については後継者不在の事業者が依然として多く、商業機能の持続性確保が重要な課題となっている。

・一方で、キャッシュレス決済やデジタル販路等への対応は一部で進展が見られるものの、事業者間の格差が大きく、商業全体としてはデジタル化への移行過程にある。また、ＤＸの取り組みによる売り上げへの影響も確認されており、デジタル化への対応が重要となっている。

（まとめ）

消費者側では「買回り品の市外流出・駐車場重視・デジタルの定着」が進行し、商業者側では「小規模構造・コスト上昇・固定客依存・承継課題」が顕在化しており、本市商業環境は、従来の個店支援型から、消費行動の変化に対応した商業機能そのものの再構築が求められている。

高砂市の商業政策は、人口増加や大規模集客を前提とした従来型の商業振興から脱却し、既存商業機能の再編を基軸としつつ、消費行動の変化及びデジタル化に対応した分散型・小規模多拠点型の商業・経済構造への転換を進める必要がある。

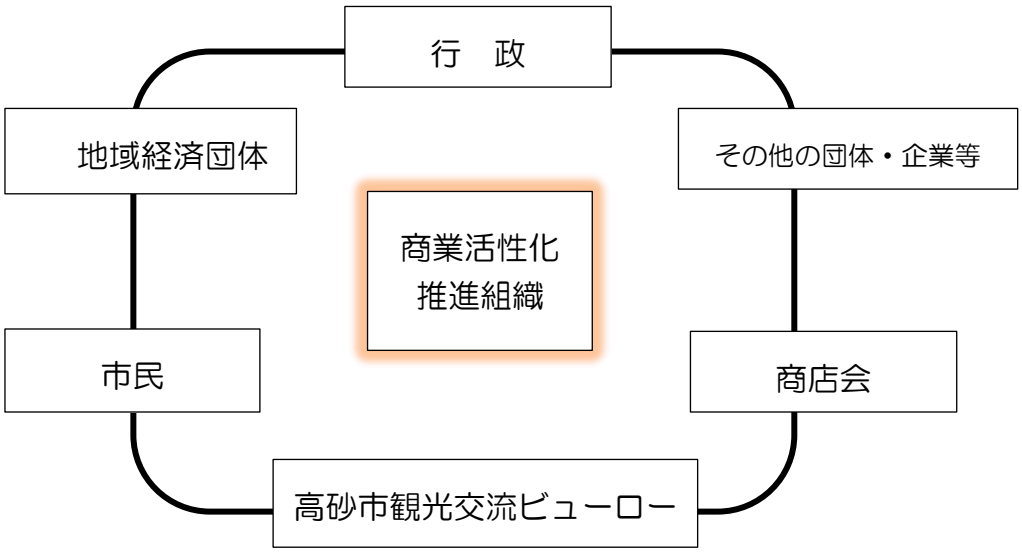
６　課題解決に向けた組織づくり

新たな実施計画を進めて行くためには、市内の商店街を含めた各個店の自助努力は欠かせませんが、それをまとめ実行していくための組織づくりが喫緊の課題であると考えます。

また、古い伝統や慣習に拘泥することなく、新たな考え方のもと、未来に向けて小売店や商店街が躍進していけるような新しい取組が必要なものになっていきます。

外部や他団体からの様々な意見を取入れ、推進できる仕組みがあれば、大型店にはできない商業の取組が出来ると考えます。そのため、事業者、地域経済団体、市民、行政等が協働し一体となって商業活性化を推進していく組織づくりが必要です。

団　　体	役　　割
商店会	組織と事業全体の総括
地域経済団体（商工会議所）	事業支援
市民（消費者）	事業に関する意見(モニター)
高砂市観光交流ビューロー	事業支援と広報
行政(国・県・市)	事業支援
その他の団体・企業等 （金融機関、学校、大学等）	関連する事業への協力



経営発達支援計画より抜粋（参考）

〇現状＜商業＞

商業は、昭和３０年代に海浜地帯への大企業進出に伴う人口流入で、高砂町を中心に地域の各商店街が発展、また４０年代には市内各駅周辺に生鮮食料品や、生活関連商品を扱う商業地が形成され、商店等日常生活に直結した小売業、飲食店で賑わいました。

その後もスーパーやショッピングモールの進出により小売業年間販売額は平成 19 年頃までは順調に推移していたものの、現在では事業主が高齢化しており後継者難による廃業等で、従来型商店街における空き店舗の増加に伴う商業力の低下が伺えます。減少傾向の背景には、消費者ニーズの変化やオンラインショッピングの普及によるリアル店舗の集客力低下が挙げられます。特に、高砂町地域、伊保地域の商店街では後継者不足や集客力の低下が顕著であり、今後の存続が危ぶまれています。

飲食店舗数は減少を続けていますが、さらにコロナ禍の影響を受け、閉店や事業規模縮小も大きく進行しています。小売店、卸売店舗数は平成３年と比較し、半減となっており、後継者育成、起業家育成と合せて、空き店舗への誘致活動が必要です。

また、平成３０年には、高砂町民の買い物の拠点であった西友が閉店、同店舗内の専門店も相次ぎ閉店、移転を余儀なくされ、『買い物難民』という言葉が出るという苦境の状態となった。

商店街の活性化などの対策を講じているが、現在も高齢者を中心に不便が生じています。

デジタル技術を活用した新たな販路拡大や、地域住民と観光客をターゲットとしたマーケティング戦略の構築が課題となっています。

〇小規模事業者の課題＜商業＞

地域の小規模事業者においては、経営者の高齢化が進み、経営者に事業マインドの低下が見受けられます。後継者も無く、売上高も小さく、事業承継の対象にならない事業所も多く存在します。高齢化と健康不安により市場からのリタイア時期を検討し始める事業者が増えつつあり、近い将来、多くの経営者が高齢を理由に廃業に至る事が想定されます。

また、多くの小規模事業者は成り行き任せの経営姿勢から脱却できておらず、経験による勘に頼る経営者が多いです。消費者行動の多様化や経営環境の急激な変化に対応できず、事業意欲が低下し、経営の維持を何とか保っているという状況であり、競争力強化の課題が浮き彫りになっています。具体的には、インターネット通販の拡大による集客力の低下や、店舗運営におけるデジタル化の遅れから、オンライン販売やキャッシュレス決済などの導入が進んでいない事業者が多く、顧客の利便性向上が求められています。

また、勿論ながら事業者だけでなく、市民も高齢化が進んでおり、商店街は住宅に近い場所での商品、サービスの提供に加え、地域コミュニティの核としての役割を担う必要性が求められます。その役割を果たすには、小規模事業者の事業マインドの維持、事業の存続、安定した経営に向けての経営基盤の強化、経営環境の変化をチャンスととらえる意識改革を図るとともに、自らの強みを活かした個性的かつ魅力的な経営に変えていく事が必要になります。社会が加速度的に変化する中、従来の考え方から脱却し、果敢に変革に挑戦し、地域の消費者のニーズに対応するマーケットインの思考に転換する意識改革が喫緊の課題となっています。

また、旧市街（高砂市高砂町）は既に昔の繁栄した時代の面影は無く、車社会、大資本による商業開発、事業主の高齢化による廃業で空き店舗が増加しています。行政との連携や、金融機関からの情報を元に、効率的に新店舗を誘致する事が必要です。

古民家を改装した喫茶店や飲食店など、新規創業は散見されますが、地元の消費者に対して十分な魅力を提供できていない状況です。さらに、後継者不足が深刻であり、地域の歴史的な商店や伝統的な業種が衰退するリスクが高まっています。

創業希望者も、人口増加による発展を遂げている明石市や、隣町である姫路市や加古川市での創業希望が多く、市内在住ながらも市外で開業するケースも多いです。新設率と、廃業率の格差は広がる一方であり、創業地としての魅力ある町づくりは、商工会議所だけの課題ではなく、行政を含め一丸となり取り組むべき市全体の課題です。

その他、消費の多様化により小売店が減少し、大型店、チェーン店、フランチャイズ店の出店が多くなっています。そのため、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る事も課題の一つです。



第２章　商業活性化の基本理念と基本目標

１　基本理念

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。

「高砂市商業の活性化に関する条例」に基づき、「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、地域経済団体及び行政が協働し、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。

この理念に基づき、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ます。

２　基本目標

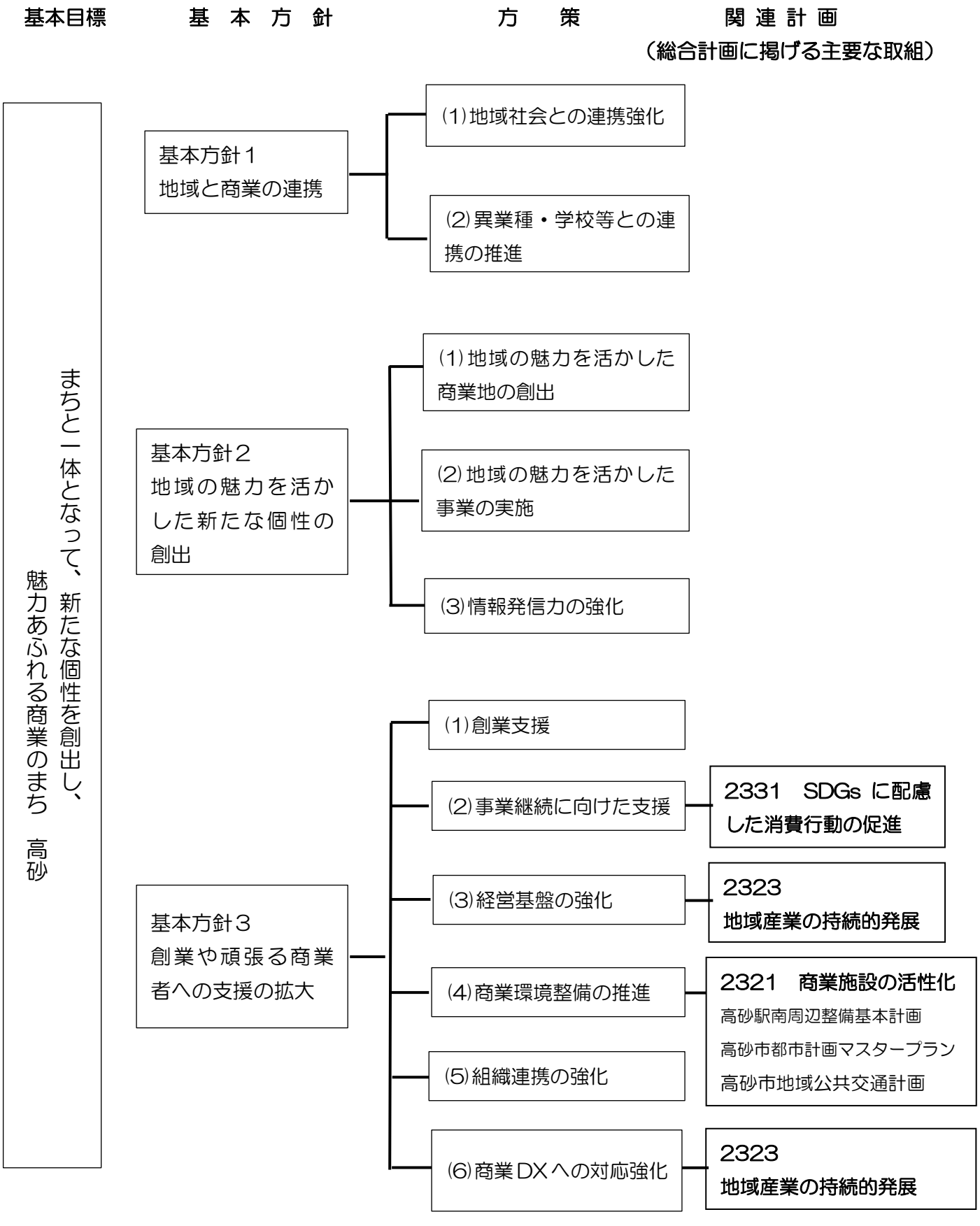
基本理念に基づき、基本目標を次のとおり定めます。

まちと一体となって、新たな個性を創出し、

魅力あふれる商業のまち　高砂

３　基本目標の体系

基本目標を具現化するために、以下の３つの基本方針を定め、方策を進めます。



４　各基本方針に対する方策

基本方針１　地域と商業の連携

市民、事業者、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します。

（１）地域社会との連携強化

① 消費者への調査、各個店でのアンケート調査などによる消費者ニーズの調査実施

本基本計画期間中に消費者並びに事業者へのアンケートを実施し、消費者ニーズにあった商業活性化に向けて実施計画の修正を図ります。

② 地域を巻込んだイベントの開催

各商業地において、地元自治会等と協力し商業地でのイベントを開催し、地域と事業者との一体化を促進します。また、各地域で開催する、夏祭りや盆踊りなどに個店ごとに参加することで地域との連携の強化を図ります。

（２）異業種・学校等との連携の推進

① 異業種・学校連携によるセミナーや会議などの開催

事業者と生産者（工業・農業）などの異業種に加え、高校・大学・専門学校等の教育機関との連携を図るため、事業者及び学校関係者が相互に参加するセミナーや意見交換会の開催を進めるとともに、異業種及び学校からの意見を広く聴取するための会議の開催を進めます。

② 空き店舗、空床などを活用した学生によるチャレンジショップの開催

地元学校と連携を図り、空きスペースを活用したチャレンジショップを開催します。

基本方針２　地域の魅力を活かした、新たな個性の創出

市内各地域が持つ、歴史や文化風土を活用し、商店街や通りに新たな個性を持たせることにより、誘客を促進し活性化を図ります。

（１）地域の魅力を活かした商業地の創出

① 商業地域の魅力向上！

市内各地域が持つ魅力を活かした商業地域の創出を図り、誘客の促進を図ります。

買物に行きたくなる魅力的な個店や商店街の存在が何よりも必要であり、こうした魅力ある個店や商店街が増えることで、点から線へ、線から面へと市内全体へ賑わいが繋がっていきます。

商店街の核となる店舗や、意欲のある店舗の魅力向上に取り組みます。

② 誰もが利用しやすい商業環境づくりの推進

高砂町栄町の大型商業施設、「サンモール高砂」が閉館したことにより、地域住民の買い物はより困難なものとなりました。

現時点においてサンモール跡地の活用について具体的な整備事業の内容、開始時期等は示されていませんが、今後も高砂駅南周辺整備基本計画との整合性を図りながらサンモール跡地の活用について、関係団体等と協議を行っていきます。

また、消費行動及び生活様式の変化を踏まえ、年齢層を問わず多様な利用者が安心して商業空間を利用できる環境整備を進めるため、商店街及び個店におけるバリアフリー化を推進するとともに、買い物時の負担軽減を図るための商品配送支援やタクシーの共同利用等交通手段の活用促進、買い物支援サービス（移動販売・宅配等）の導入や休憩機能の確保等を一体的に実施し、回遊性及び利便性の向上を図ります。

③ 個性あふれる個店！商品開発の促進

個性があふれ、魅力ある商店街や通りを形成するためには、該当地域にあるそれぞれの個店の自助努力による魅力アップが必要となってきます。

ナショナルチェーンで取り扱う商品には無い商品を取り扱うことや、サービスを行うことにより、個店が個性を持ち進めていけるよう、個店そのものの自助努力が必要となります。

それぞれの商店街や通りが個性を出すことにより、該当の商店街や通りにある各個店も商店街や通りの個性に合わせた新商品の開発や新たな飲食物の開発など個性的な商品開発やサービスを進めることで個店の個性を発揮させます。

（２）地域の魅力を活かした事業の実施

① 地域の魅力を活かしたイベントや事業の開催

観光交流ビューローの支援のもと、商店街や通りごとに地域の魅力を活かしたイベントや事業を開催することにより、商店街や通りの個性の創出とＰＲにつなげます。

② 商業と観光資源を連携した体験型消費事業の推進

地域の祭りやイベントと連動した商業企画、商店街の回遊性を高めるスタンプラリーや周遊企画、観光施設と商業施設を組み合わせた回遊ルートの形成等を推進し、地域の魅力を体験できる場として再構築することで、滞在時間の延長及び消費機会の拡大を図ります。

（３）情報発信力の強化

① 店舗情報の発信

各個店の情報やイベント事業などをインターネットやＳＮＳなど様々な媒体を活用し、できるだけオンタイムで配信していける取組を進めます。

② 各種イベントの発信

観光交流ビューローと連携し市外に高砂市をＰＲし、交流人口を拡大することで商業振興を図るとともに、報道機関などへは積極的にイベントや事業実施について発信し、情報発信力強化を図ります。

基本方針３　創業や頑張る商業者への支援の拡大

市内へ新たな創業者に出店してもらうため、創業者や商売を始めようと考えている人々に様々な機会を与えるとともに補助、融資制度や空き店舗などの紹介を進めます。

また、新しい生活様式への対応に取り組みます。

（１）創業支援

① 創業塾の開催、新規創業者への融資等創業者への支援

創業塾の開催、新規創業者への融資や補助制度の紹介やあっせんなど創業者への支援を実施します。

② イベント・チャレンジショップの開催

商売に興味のある人が気軽に参加できるイベントの開催やチャレンジショップの紹介などを進めます。

③ 空き家バンク、空き店舗の活用

空き家バンクを活用し、空き店舗を紹介します。

④ 新規創業者向け支援制度の研究

後継者を探している人と新規創業者のマッチングなど新規創業者向けの支援制度の研究を進めます。

（２）事業継続に向けた支援

① 次世代経営者育成や事業継承に対する支援体制の構築

経営者の高齢化対策として事業承継に向けた支援を行います。親族内承継だけでなく親族外承継を含む後継者への継承、事業引継などに対する次世代経営者育成や事業継承に対する支援体制の構築を進めます。

② 事業継続計画（BCP）の策定

大規模災害発生時においても事業継続ができるように事業継続計画（BCP）策定から実施、フォローアップまで伴走型の指導及び支援を行い、事業者の持続的な発展を促します。

事業継続計画策定後は、計画の実現化をフォローするなど支援体制を構築します。

（３）経営基盤の強化

① 運転・設備資金融資制度のあっ旋

急激な経済変動や消費行動の変化に対応可能な経営基盤の強化に向け、事業者に対する資金繰り支援及び各種融資制度のあっ旋等を通じて、安定的な経営環境の確保を図るとともに、経営の高度化及び生産性向上に向けた支援を推進します。

② データ活用及び地域内消費分析による経営支援の推進

商業環境の変化に的確に対応するため、アンケート調査や経済センサス、キャッシュレス決済情報、人流データ等の複数の情報を活用し、地域内消費動向の把握及び分析を進めます。

事業者が自らの経営状況や顧客動向を把握できるよう、分析結果の共有や可視化の仕組みづくりを進めることで、データに基づく経営改善及び販路拡大等の取組を支援します。

（４）商業環境整備の推進

高砂駅南周辺整備基本計画、高砂市都市計画マスタープランと整合性を図りながら、商店街や各商店に来店しやすい環境を整備する取組を推進します。

① 共同施設（アーケード、カラー舗装、駐車場等）の整備

② 交通体系の整備

（５）組織連携の強化

① 共同事業の実施

全国的に地方都市の商店が衰退するなか、魅力ある商店づくりに向けて積極的に活動を行っている商店は、絶えず地域のニーズを収集する努力を怠らず、個店同士はもちろん、関係団体との連携を強化しながら地域住民にとって魅力あふれる個性的な共同事業に取り組んでいます。

このように「地域に欠かせない商店」として存在感を発揮できる取組こそが必要です。

② 地域課題解決の取組み

基本目標・方針にあげたそれぞれの課題を進めて行くためには、市内の商店街を含め各個店の自助努力は欠かせないものですが、それらをまとめ実行に移していくためには事業者、商工会議所、行政、観光交流ビューロー、民間企業、金融機関等が一体となって実行していく必要があります。また、市内個店のホームページ等を集めたポータルサイトの構築と運営、ＳＮＳでの発信、その他事業実施に関しても中心となって一翼を担う人材の育成が必要となってきます。

以上のことから、頑張る人を応援し人材を発掘、育成すると共に組織間の連携の強化を進めます。

（６）商業 DX への対応強化

商業実態調査の結果を踏まえると、消費者の情報収集及び購買行動は、インターネットや SNS を中心としたデジタル環境へと大きく変化しており、事業者においてもデジタル技術を活用した販路拡大及び顧客接点の多様化への対応が不可欠となっています。

そこで、商業構造の変革を促す DX（デジタルトランスフォーメーション）の強化を目指します。

① キャッシュレス化の推進による購買環境の向上

決済の利便性向上及び購買機会の拡大を図るとともに、地域ポイント制度等との連携可能性についても検討し、地域内消費の促進及び購買環境の高度化を図ります。

② EC・オンライン販売導入支援による販路拡大

実店舗とデジタル販路を融合した販売形態の構築を支援し、地域事業者の販路拡大及び新たな顧客獲得を促進します。

③ 物流・宅配サービス導入による購買利便性の向上

テイクアウト、デリバリー及び共同宅配等の物流・宅配サービスの導入支援を行い、来街を前提としない購買ニーズにも対応することで、消費機会の確保及び購買利便性の向上を図ります。

④ 高砂市独自のポイント制度の導入検討

地域内消費の促進及び商業活性化を図るため、キャッシュレス決済との連動も含めた高砂市独自のポイント制度の導入について検討を進め、地域経済循環の強化及び購買意欲の向上を図ります。

≪数値目標≫

	項　　目	平成２８年度 （2016 年度）	直近数値 （2021 年度）	令和１２年度 （2030 年度）
数値目標	小 売 店 舗 数	４８９	４４７	５００
	小売中心性指数※ （顧客流出入比率）	０．７１１	０．７２０	０．８６８

※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 1.0 を下回ると県内での集客力が弱く、比率が 1.0 を上回ると県内での集客力が強い。

	項　　目	令和 2(2020)年度	直近数値 （2025 年度）	令和 12(2030)年度
数値目標	市商店連合会への 加入店舗数	150 店舗	128 店舗	200店舗

※商工会議所が把握している件数

	項　　目	令和元(2019)年度	直近数値 （2025 年度）	令和 12(2030)年度
数値目標	キャッシュレス決済 導入店舗率	42.8％	49.5％	１００％

※商業実態調査の結果に基づく市内商業者売上代金回収手段のキャッシュレス割合

	項　　目	令和 2(2020)年度	直近数値 （2025 年度）	令和 12(2030)年度
数値目標	新規創業者数※	６件	１８件	６０件 （計画期間内累計） （参考）令和３年～ ７年累計　５４件

※特定創業支援等事業を受けた創業者数

	項　　目	令和元(2019)年度	直近数値 （2025 年度）	令和 12(2030)年度
数値目標	市民満足度 「商業」満足度	9％	30.1％	40.1％

※高砂市ホームページ「高砂市民満足度調査」
（産業政策）毎日の生活を支える買い物ができるまち　大変満足とやや満足の全体の割合

第３章　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、宝殿駅北通り、アイモール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、今後も市内の商業活性化中心地域（商業集積地）として発展し続けることが、高砂市全域の商業活性化につながるため、主要地区の地元住民、事業者（出店者）と協働しながら進められるよう、主な地区に対し次の考え方を示します。

（１）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(2006)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資源として、集客イベントや観光の拠点となる商店街づくりを進めます。また、サンモール跡地の活用については関係団体等と協議を行っていきます。

（２）宝殿駅周辺

宝殿駅の１日平均乗車人数は約１万人を数えており、駅周辺にはいわゆる商店街と言われる通りはありませんが個店が集まっている地域です。地元有志による定期的なイベントも行われており、乗客が個店を利用しやすい環境を整備し商業機能を維持していく必要があります。また、駅からの５００ｍほどの場所に平成 17(2005)年にオープンしたイオン・アイモール高砂ショッピングセンターがあるなど周辺の良好な居住環境と調和した商業機能の維持・向上が期待されます。

（３）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(1994)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（1998）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として、地域社会への貢献と地域の活性化に取り組んでいます。

市としても、アスパ高砂が今後もこの場所で継続運営され、市内の商業活性化の核となるよう支援していくとともに、市内のショッピングセンターを活用した商業育成の場づくりや市民サービスの向上に繋がる施策を実施していきます。また、アスパ高砂のリニューアルが計画されていることから、周辺競合施設競争力の強化が図られることで、更なる高砂市の商業活性化が期待されます。

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、実効性のあるものにしていくためには、事業者、商店会、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。

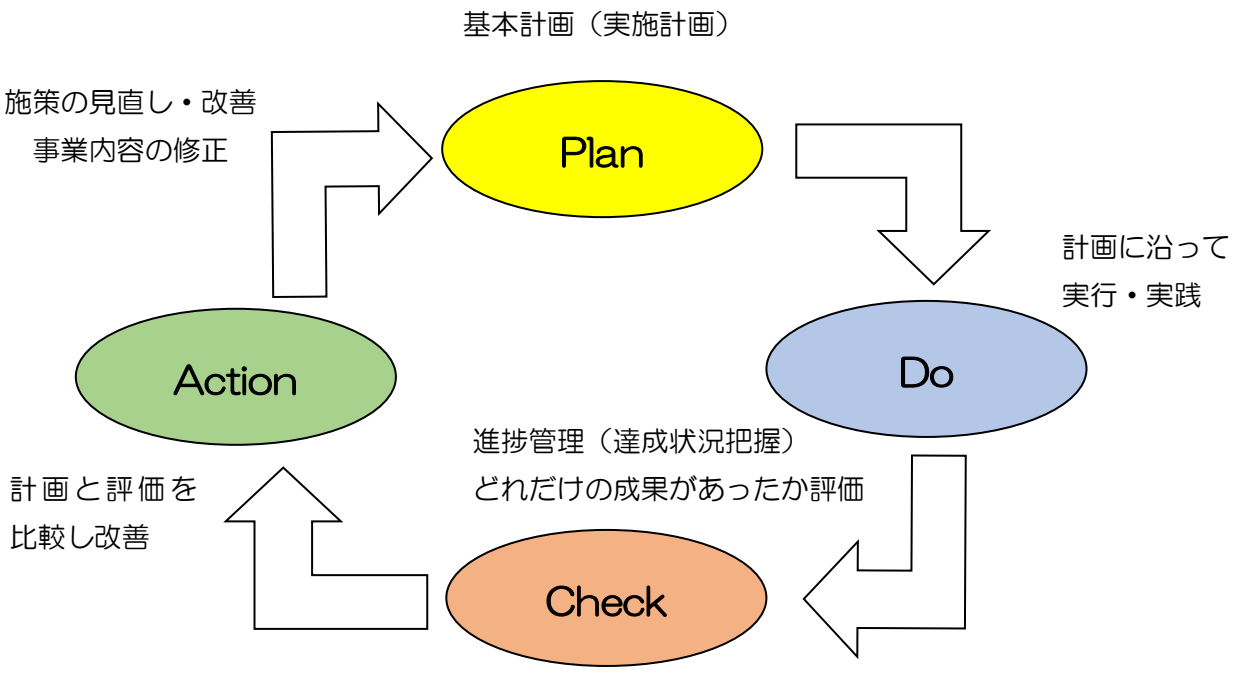
２　進行管理

本計画の進行管理に当たっては、施策事業の達成状況および進捗状況について、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

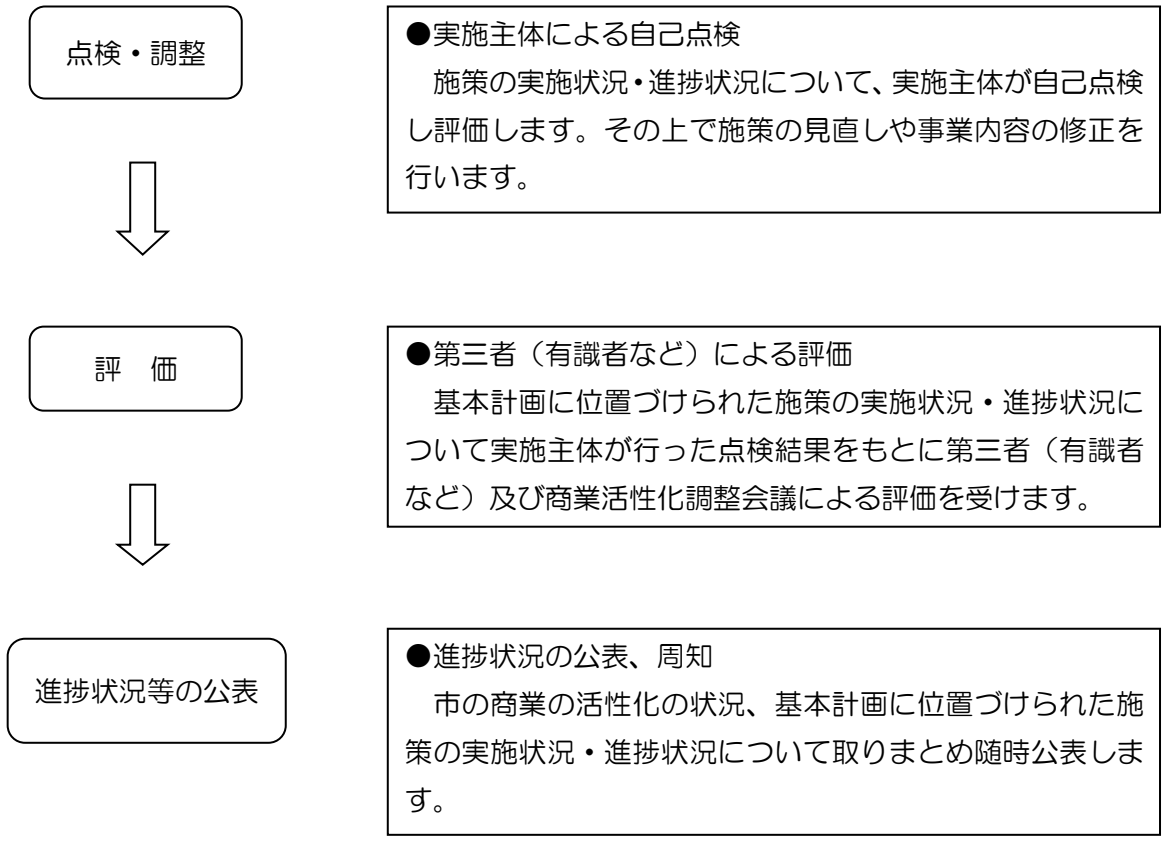
図に示すＰＤＣＡサイクルの考え方に基づき、Plan（計画）、Do（実施）、Check（点検・評価）、Action（見直し）という継続的な改善の仕組みを導入します。

＜図　ＰＤＣＡサイクル＞



（２）進行管理の仕組み

進行管理に当たっては、実施主体による自己点検を行い、有識者など第三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…商店会、商工会議所、市民、観光交流ビューロー、行政をいう。

資 料 編



商業実態調査

消費者調査　調査票

高砂市　お買い物等に関するアンケート調査のご協力のお願い

平素より、本市行政に関しまして、ご理解とご協力を賜り、誠にありがとうございます。
本市では現在、「第2次高砂市商業活性化基本計画（R3～R12）」の中間の見直し作業を進めております。
本アンケートは、市民のみなさまの買い物行動や地元商店に対する期待、まちづくりのあり方などをお伺いし、今後の地元商店や商店街の将来像、ならびに商業活性化に向けた方策などを検討する際の資料にすることを目的とし、実施するものです。
調査の趣旨をご理解のうえ、率直なご意見・ご回答をお寄せいただきますよう、お願い申し上げます。
なお、ご記入いただいた内容は、本調査の目的以外には使用いたしません。

令和7年8月

高　砂　市・高砂商工会議所

※本調査は高砂市が高砂商工会議所に調査業務を委託して実施しています。

―ご回答についてのお願い―

・本調査は、高砂市にお住まいの 18 歳以上の方 3,000 人を無作為に抽出してお願いしているものです。
・ご記入は宛名のご本人様にお願いします。（ご都合により回答が難しい場合は、ご家族の方にご記入いただいても構いません。）
・回答は、各設問で該当する番号に○印をつけてください。
・設問は全 50 問。11ページあります。
（一部特定の選択肢を選ばれた方のみ回答していただく設問も含まれておりますので、全ての設問にお答えいただく必要はございません。）
・ご記入いただいた調査票は、同封の返信用封筒に入れて**9月16日（火）**までにご返送ください。
・回答内容は、統計的に処理し、個人が特定されることのないよう個人情報保護に十分配慮して取り扱います。
・二次元コード、または下記 URL から、オンラインでの回答も可能です。

【URL】https://smilesurvey.co/s/26f6e70d/o

二次元コード



・お問い合わせ先
高砂市生活環境部環境経済室産業振興課
商工労働係（担当　髙野・西田・中釜）
電話　079－443－9030
FAX　079－443－1102
E-mail　tact2930@city.takasago.lg.jp

ご不明な点がございましたら、お気軽に上記までお問い合わせください。
皆さまのご協力を心よりお願い申し上げます。

高砂市　お買い物等に関するアンケート調査

Ⅰ　あなた自身についてお尋ねします。

問1　あなたのお住まいの地域はどこですか？【郵便番号をご記入ください】

67 □ － □□□□

問2　あなたの性別は何ですか？【○は1つ】

1. 男性　　2. 女性　　3. その他・答えたくない

問3　あなたの年齢は何ですか？（令和７年６月１日での年齢を選んでください。）【○は1つ】

1. 18-29 歳　　2. 30-39 歳　　3. 40-49 歳　　4. 50-59 歳
5. 60-69 歳　　6. 70-79 歳　　7. 80 歳以上

問4　現在、同居している方はいらっしゃいますか？【あてはまるものすべてに○】

1. 配偶者・パートナー　　2. 子ども　　3. 父　　4. 母
5. 孫　　6. 祖父母　　7. 兄弟姉妹　　8. 友人、ルームメイト
9. そのほか（　　）　　10. いない

問5　高砂市での居住年数はどれくらいですか？【○は1つ】

1. 1 年未満　　2. 1～5 年未満　　3. 5～10 年未満　　4. 10～20 年未満　　5. 20 年以上

問6　あなたのご職業は何ですか？【○は1つ】

1. 農林水産業　　2. 自営業および家族従業員
3. 会社員、公務員　　4. 専門職・自由業（医師、弁護士、看護師・介護士など）
5. パート・アルバイトなど　　6. 学生
7. 主婦・主夫（家事専業）　　8. 無職（学生、専業主婦・主夫などを除く）
9. そのほか（　　）

問7　あなたの主たる通勤・通学先はどこですか？【○は1つ】

1. 高砂市内	2. 加古川市	3. 姫路市	4. 明石市
5. 神戸市	6. 播磨町・稲美町	7. その他兵庫県内	8. 大阪府
9. 兵庫県・大阪府以外の都道府県		10. 通勤・通学していない	

問8　通勤・通学やお出かけでもっともよく利用される駅はどこですか？【○は1つ】

【JR】				
①加古川駅	②宝殿駅	③曽根駅	④ひめじ別所駅	⑤そのほかのJRの駅
【山陽電鉄】				
⑥尾上の松駅	⑦高砂駅	⑧荒井駅	⑨伊保駅	⑩山陽曽根駅
⑪大塩駅	⑫そのほかの山陽電鉄の駅			

問9　日常もっともよく利用される交通手段は何ですか？【○は1つ】

1. 徒歩	2. 自転車	3. バイク	4. 自家用車
5. バス	6. 鉄道	7. タクシー	8. そのほか(　　)

問10　お住いの住宅はどれですか？【○は1つ】

1. 持ち家(戸建て住宅)	2. 持ち家(マンション)
3. 民営の賃貸住宅(戸建て住宅)	4. 民営の賃貸住宅(アパート・マンション)
5. 県営・市営住宅	6. 給与住宅(社宅・寮)
7. 高齢者向け住宅	8. そのほか(　　)



2

II あなたご自身やご近所の状況についてお尋ねします。

問11 ご近所にお住まいの方の家族構成及び状況はご存じですか？【○は1つ】

1. ほぼ全員知っている	2. 2～3 軒程度なら知っている
3. 1 軒なら知っている	4. 知らない

問12 日常的に挨拶するご近所の方はいらっしゃいますか？【○は1つ】

1. 10 人以上	2. 6 人～9 人	3. 3 人～5 人
4. 1～2 人	5. いない	

問13 ちょっとした困りごと（電球の交換や役所への手続きなどの疑問）について相談できるご近所の方やご近所にお住まいのご家族や親せきの方はいらっしゃいますか？【○は1つ】

1. 10 人以上	2. 6 人～9 人	3. 3 人～5 人
4. 1～2 人	5. いない	

問14 あなたは、スポーツクラブや有志のスポーツ団体、コーラス、囲碁将棋の会など趣味のサークル活動やお近くのスポーツジムや会館等での活動などに通っていますか？【○は1つ】

1. 週に 3 日以上通っている	2. 週に 1～2 日通っている
3. 月に 1～2 日通っている	4. 通っていない

問15 あなたはご近所での清掃活動やごみ回収、子供の見守り活動や地域の防犯・交通安全・防災など地域活動にどの程度参加していますか？【○は1つ】

1. 年に 10 回以上	2. 年に 6～9 回	3. 年に 3～5 回
4. 年に 1～2 回	5. 参加していない	

問16 あなたはお住まいの地域のご近所の皆さんを信頼していますか？【○は1つ】

1. 信頼できる	2. どちらかといえば信頼できる
3. あまり信頼できない	4. 信頼できない

問17 お買い物に行きにくい時に、お買い物をお願いできるご近所の方や、ご家族、ご親戚の方がご近所にいらっしゃいますか？【○は1つ】

1. いる **→問18へ**	2. いない **→問19へ**

次ページへ

問18 問17 で「1. いる」と回答した方への質問です。
何人くらい、お買い物をお願いできる方がいらっしゃいますか？【○は1つ】

1. 7 人以上	2. 4～6 人	3. 2～3 人	4. 1 人	5. いない

Ⅲ　お店（ネットショッピング等の通信販売を除く）で日用品や生鮮食料品のお買い物をする場合についてお尋ねします。

問19　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？【○は1つ】

1. 高砂市	2. 加古川市	3. 明石市	4. 姫路市
5. 神戸市	6. その他兵庫県の市町	7. 大阪府	8. そのほか(　　)

問20　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類はどれですか？【○は1つ】

1. スーパーマーケット	2. 大型専門店(ドラッグストア・ホームセンター等)
3. ショッピングモール	4. コンビニ
5. 個人商店、商店街	6. 百貨店
7. そのほか(　　)	

問21　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物にどの程度の頻度で行っていますか？【○は1つ】

1. 週に１回未満	2. 週に１回	3. 週に２回
4. 週に３回	5. 週に４回	6. 週に５回以上

問22　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くときにもっともよく利用される交通手段はどれですか？【○は1つ】

1. 徒歩	2. 自転車	3. バイク	4. 自家用車
5. バス	6. 鉄道	7. タクシー	8. そのほか(　　)

問23　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物に行くことがもっとも多い時間帯はどれですか？【○は1つ】

1. 早朝(午前６時～９時)	2. 午前(９時から正午)
3. 午後(正午から午後３時)	4. 夕方(午後３時から６時)
5. 早めの夜(午後６時から９時)	6. 遅めの夜(午後９時から０時)
7. 深夜(０時から午前６時)	

問24　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？【○は1つ】

1. 現金	2. クレジットカード
3. デビットカード	4. ICOCA(イコカ)や PiTaPa(ピタパ)など交通系 IC カード
5. WAON(ワオン)や nanaco(ナナコ)など流通系 IC カード	6. ID やクイックペイなどクレジット型 IC カード
7. QR コード決済（ペイペイ・楽天ペイ・はばたんペイなど）	8. そのほか(　　)

問25　問24で選んだ支払い手段について、その支払い手段を選んだもっとも大きな理由は何ですか？【○は1つ】

1. 昔からの習慣だから	2. どのお店でも支払えるから
3. 現金を持ち歩かなくてよいから	4. 現金を数える手間がないから
5. ポイントが付くから	6. 割引が大きくなるから
7. 現金などのキックバックがあるから	8. 後日、自動的に決済できるから
9. 盗難などの心配があまりないから	10. そのほか(　　)

問26　肉や野菜など生鮮食料品や日用品のお買い物の、1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？【○は1つ】

1. 1 千円未満	2. 1 千円以上～2 千円未満	3. 2 千円以上～3 千円未満
4. 3 千円以上～4 千円未満	5. 4 千円以上～5 千円未満	6. 5 千円以上～1 万円未満
7. 1 万円以上		

問27　高砂市内での生鮮食料品や日用品のお買い物で、どのような点を重視されますか？【それぞれの項目で○は1つ】

	重視する	やや重視する	あまり重視しない	重視しない
価格	1	2	3	4
自宅からの近さ	1	2	3	4
駅・バス停からの近さ	1	2	3	4
駐車・駐輪のしやすさ	1	2	3	4
品揃えの豊富さ	1	2	3	4
品質の良さ	1	2	3	4
接客態度	1	2	3	4

問28　高砂市内でのお買い物で、「生鮮食料品（新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類など）やトイレットペーパーやジュース類などかさばるものや重たいものを購入するのが大変だ」と感じることがありますか？【○は1つ】

1. よくある	2. ときどきある	3. あまりない	4. まったくない

問29　歩いて行けるところにある、お住まいの近くの公園や公民館の駐車場などで、移動販売車で新鮮な野菜・くだものや精肉類、鮮魚類が販売されるとお考えください。その場合、あなたやご近所の方の生活は今よりももっと良くなると思われますか？【○は1つ】

1. 大変良くなると思う	2. 少し良くなると思う
3. あまり変わらないと思う	4. 全く変わらないと思う

Ⅳ　お店（ネットショッピング等の通信販売を除く）で婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物をする場合についてお尋ねします。

問30　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店がある市町はどこですか？【○は1つ】

1. 高砂市	2. 加古川市	3. 明石市	4. 姫路市
5. 神戸市	6. その他兵庫県の市町	7. 大阪府	8. そのほか（　　）

問31　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、あなたがもっともよく利用するお店の種類は何ですか？【○は1つ】

1. スーパーマーケット	2. 大型専門店(ドラッグストア・ホームセンター等)
3. ショッピングモール	4. コンビニ
5. 個人商店、商店街	6. 百貨店
7. そのほか（　　）	

問32　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、一番利用する支払い手段は何ですか？【○は1つ】

1. 現金	2. クレジットカード
3. デビットカード	4. ICOCA(イコカ)や PiTaPa(ピタパ)など交通系 IC カード
5. WAON(ワオン)や nanaco(ナナコ)など流通系 IC カード	6. ID やクイックペイなどクレジット型 IC カード
7. QR コード決済（ペイペイ・楽天ペイ・はぱたんペイなど）	8. そのほか（　　）

問33　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物の 1 回あたりの支払い金額は平均してどの程度ですか？【○は1つ】

1. 5千円未満	2. 5千円以上～1万円未満	3. 1万円以上～3 万円未満
4. 3 万円以上～5万円未満	5. 5万円以上～10 万円未満	6. 10 万円以上

問34　婦人服・紳士服・家具・家電製品・おもちゃ・自転車などのお買い物で、どのような点を重視されますか？【それぞれの項目で○は1つ】

	重視する	やや重視する	あまり重視しない	重視しない
価格	1	2	3	4
自宅からの近さ	1	2	3	4
駅・バス停からの近さ	1	2	3	4
駐車・駐輪のしやすさ	1	2	3	4
品揃えの豊富さ	1	2	3	4
品質の良さ	1	2	3	4
接客態度	1	2	3	4

V インターネットのショッピングサイトやネットスーパー、テレビなどの通信販売や食材宅配・食事宅配の利用状況についてお尋ねします。

問35 楽天市場・アマゾン・アスクルなどのインターネットショッピングやネットスーパー(「おうちでイオン」など)、テレビショッピングなどの通信販売でこの1年以内にお買い物をされたことがありますか？【○は1つ】

1. ある →**問36へ**	2. ない →**問39へ**

次ページへ

問36 問35で「1. ある」と回答した方への質問です。
インターネットショッピングでのお買い物をしておられる回数はどの程度ですか？【○は1つ】

1. ほぼ毎日	2. 週に 3～5 回	3. 週に 1～2 回	4. 月に 2～3 回
5. 月に 1 回	6. 数か月に 1 回	7. 年に 1 回	8. 利用しない

問37 インターネットでお買い物をしておられる商品はおもにどのようなものですか？この1年間にお買い物をされた経験があるものは何ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 生鮮食料品	2. ビールなど酒類
3. 飲料品(飲料水やジュース類)	4. 缶詰・レトルト食品・お菓子類など保存食品
5. 日用品(トイレットペーパー、紙おむつ・洗剤類)	6. 書籍
7. 文具・事務用品	8. 家電部品(電球など)
9. 工具・農具・資材類	10. 家具・寝具
11. 健康器具	12. 健康食品・医薬品
13. 音楽ソフト	14. ゲームソフト
15. 動画コンテンツ	16. アクセサリー類
17. 化粧品	18. 衣料品、靴・鞄等
19. そのほか( )	

問38 インターネットのショッピングサイトやネットスーパー、テレビなどの通信販売を利用される理由は何ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 価格の安さ	2. 自宅まで配送してもらえる
3. 在庫の有無がすぐわかる	4. 価格が比べられる
5. 検索などで欲しいものが購入できる	6. 買い物のため外出するわずらわしさがない
7. 決済が簡単	8. 店員とのわずらわしさがない
9. ポイント制度がある	10. 品揃えが豊富
11. 手元に商品が届くまでの時間が短い	12. そのほか( )

問39　食材宅配・食事宅配など給食サービスを利用していますか？お店からの出前、出前館やUberEats(ウーバーイーツ)は除いてお考え下さい。【○は1つ】

1. ある　**→問40へ**	2. ない　**→問41へ**

問40　問39で「1. ある」と回答した方への質問です。食材宅配・食事宅配など給食サービスを、どの程度の頻度で利用していますか？【○は1つ】

1. ほぼ毎日	2. 週に 3～5 回	3. 週に 1～2 回	4. 月に 2～3 回
5. 月に 1 回	6. 数か月に 1 回	7. 年に 1 回	

問41　Yahoo！フリマ、ラクマ、メルカリ、ジモティなどフリーマーケットアプリをこの1年間で利用されたことがありますか？【○は1つ】

1. ある　**→問42へ**	2. ない　**→問43へ**

次ページへ

問42　問41で「1. ある」と回答した方への質問です。
主に出品者としての利用ですか？主に購入者としての利用ですか？【○は1つ】

1. 主に出品者	2. 主に購入者	3. 出品者と購入者としての両方



8

Ⅵ 高砂市内のお店（商店）についてお尋ねします。

問43 高砂市内で肉や野菜など生鮮食料品や日用品を買う時、もっともよく利用するお店を次のうちから一つ選んでください（ネットスーパーなどを除く）【ボックスに数字で記入】

チェーン等	
イオン	①高砂店
マックスバリュ	②宝殿店 ③梅井店 ④中島店
マルアイ	⑤伊保店 ⑥米田店 ⑦大塩店 ⑧高砂店 ⑨曽根店
ハローズ	⑩高砂店
ヤマダストアー	⑪阿弥陀店
業務スーパー	⑫新高砂店
コープこうべ	⑬高砂店
アルカドラッグ	⑭高砂店 ⑮曽根店
ドラッグストアコスモス	⑯曽根店 ⑰阿弥陀店
キリン堂	⑱松陽店 ⑲高砂米田店
ウエルシア	⑳高砂米田店 ㉑高砂浜田町店 ㉒高砂梅井店
ザグザグ	㉓高砂伊保店 ㉔宝殿店
マツモトキヨシ	㉕アイモール高砂店
サンドラッグ	㉖高砂中島店
Vドラッグ	㉗高砂店
DMC	㉘高砂店
モリスホームセンター	㉙緑丘店 ㉚高砂米田店
ふぁーみん（JA兵庫南）	㉛ふぁーみん Shop 高砂
コンビニエンスストア	㉜ローソン（全店） ㉝セブンイレブン（全店） ㉞ファミリーマート（全店） ㉟デイリーヤマザキ（全店） ㊱そのほかのコンビニエンスストア
個別店（個人商店）	㊲八百屋・精肉店・花屋・酒屋など個別店舗
移動販売	㊳コープこうべのカタログ販売・グループ購入など

もっともよく利用するお店 ・・・ □

問44　主に地元のお店(個人商店)を利用しておられますか？【○は1つ】

1. 利用している　**→問45へ**	2. 利用していない　**→問46へ**

問45　問44で「1. 利用している」と回答した方への質問です。主に地元のお店(個人商店)を利用する理由は何ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 顔なじみである	2. 近くて便利
3. 品揃えが豊富である	4. 商品品質・鮮度がよい
5. 商品情報を積極的に提供している	6. 配達、小口でも対応しているなどサービスがよい
7. 値段が安い	8. 接客態度が良い
9. 駐車(輪)場がある	10. 営業時間が長い
11. 電話で注文できる	12. イベント、売出しなど積極的な販売促進
13. 商売に関係なく付き合いがある	14.そのほか(　　)

問46　問44で「2. 利用していない」と回答した方への質問です。地元のお店(個人商店)を利用しない理由は何ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 駐車(輪)場がない・少ない・狭い	2. 公共交通手段で行くにも不便である
3. 品揃えが少ない	4. 商品の鮮度が悪い
5. 流行品が少ない	6. 活気がない
7. 催事・イベント・売出しが少ない	8. 営業時間が短い
9. 自由に見る、触るなど落ち着いて買いにくい	10. 商店が一箇所に集まっていないので不便
11. お店の人と話す機会が少ない	12. 棚の高さや通路の幅の狭さなど商品の展示の問題
13. キャッシュレス手段が限られる・店舗ごとに使える種類が違う	14. お店の場所がわかりにくい
15. そのほか(　　)	

問47　市内の商店(街)が一層利用される(行ってみたいと思う)ためには、どのような取り組みが望まれると思いますか？【あてはまるものすべてに○】

1. 駐車場・駐輪場の整備・拡充	2. 商品の鮮度、流行品の品揃え／商品情報の提供
3. 商店数をもっと増やす／商店(街)の活気	4. 買物バス運行など交通利便性の確保
5. コミュニティ施設(イベント・交流サロン・子育て支援・休憩所等)の整備	6. 大型商業施設の設置・拡充
7. 街路灯やバリアフリー環境などの整備	8. 生活に密着した地域情報の提供
9. 営業時間の延長・日祭日の営業	10. 店主・販売員とのふれあい／コミュニケーション
11. 商店街の情報・宣伝活動	12. 商店(街)のイベント・祭り、売出しなどの実施
13. 小口配達などきめ細かなサービス	14. そのほか(　　)

10

問48　高齢化社会に向けて地元のお店(個人商店)求められることはどのようなことだとお考えですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. 配達などのサービス強化	2. 少量販売やバラ売りなどの販売方法
3. 道路と店舗の段差解消などの安全対策	4. 陳列方法や値札の大きさなど、店内の改善
5. 高齢者との交流・コミュニケーション機会の提供	6. 移動販売の実施
7. 買物バスの運行	8. そのほか(　　)

問49　高砂市の商業施設・小売店について満足していますか？【○は1つ】

1. 満足	2. やや満足	3. やや不満	4. 不満

問50　高砂市内での買い物に関してその他ご意見があれば記入ください。(自由意見)



ご協力ありがとうございました。

記入漏れがないかご確認のうえ、
返信用の封筒に入れて、切手を貼らずに
令和7年9月16日(火)までにポストへ入れてください。

11

商業実態調査

商業者調査　調査票

高砂市　商業・サービス事業者アンケート調査のご協力のお願い

平素より、本市行政に関しまして、ご理解とご協力を賜り、誠にありがとうございます。
本市では現在、「第2次高砂市商業活性化基本計画（R3～R12）」の中間の見直し作業を進めております。
本アンケートは、地元商業・サービス事業者のみなさまの状況や問題点などをお伺いし、今後の地元商店や商店街の将来像、ならびに商業活性化に向けた方策などを検討する際の資料にすることを目的とし、実施するものです。
調査の趣旨をご理解のうえ、率直なご意見・ご回答をお寄せいただきますよう、お願い申し上げます。
なお、ご記入いただいた内容は、本調査の目的以外には使用いたしません。

令和7年8月

高　砂　市・高砂商工会議所

※本調査は高砂市が高砂商工会議所に調査業務を委託して実施しています。

―ご回答についてのお願い―

・本調査は、市内の商業者を対象としています。
・回答は、各設問で該当する番号に○印をつけてください。
・設問は全41問。11ページあります。
（一部特定の選択肢を選ばれた方のみ回答していただく設問も含まれておりますので、全ての設問にお答えいただく必要はございません。）
・ご記入いただいた調査票は配付と同じく商工会議所の経営指導員が回収に伺います。
・回答内容は、統計的に処理し、個人が特定されることのないよう個人情報保護に十分配慮して取り扱います。
・二次元コード、または下記 URL から、オンラインでの回答も可能です。
9月16日(火)までにご回答ください。

【URL】https://smilesurvey.co/s/419a2a10/o

二次元コード

・お問い合わせ先
高砂商工会議所（担当　大江・柳田）
電話　079－443－0500　FAX　079－442－0369
E-mail　takasho@takasago-cci.or.jp

ご不明な点がございましたら、お気軽に上記までお問い合わせください。
皆さまのご協力を心よりお願い申し上げます。



高砂市　商業・サービス事業者アンケート調査

Ⅰ　お店の概要についてお尋ねします。

問1　お店の営業場所はどちらですか？【郵便番号をご記入ください】

67 □ － □□□□

問2　お店の事業の業種は何ですか？【あてはまるものすべてに○】
　　また、主たる事業の業種を1つお答えください。【ボックスに1つ記入】

1. 食料品（酒類含む）	2. 日用雑貨
3. 化粧・医療品	4. 日用衣料品（下着・靴下・作業着類）
5. 婦人・紳士服	6. 家電製品・PC など
7. 書籍・スポーツ・ホビー用品	8. 金物など小機械販売・住設サービス等
9. 飲食サービス	10. 生活サービス（理髪店・クリーニング店等）
11. 専門的サービス（システム・Web 開発等）	12. 不動産・物品賃貸サービス
13. 物流サービス	14. そのほか（　　）

主たる事業の業種… □

問3　店頭売上げ以外の売上げはありますか？【あてはまるものすべてに○】

1. なし	2. 業務用、卸売りの売上げがある
3. 宅配・御用聞き・出張サービスなどによる売上げがある	4. アマゾンや楽天市場などネット販売の売上げがある
5. 独自のサイトでのネット通販事業がある	6. そのほか（　　）

問4　代表者（主に経営にあたっている方）の年齢をご回答ください。【ボックスに数字で記入】

□ 歳

1

問5　あなたのお店では、業務に従事する人数は何人いらっしゃいますか？（回答者本人・パート・アルバイト・家族従事者含む）【ボックスに数字で記入】

	人

問6　あなたのお店の市内での営業歴をご回答ください。【○は1つ】

1. 3 年未満	2. 3 年～5 年未満	3. 5 年～10 年未満
4. 10 年～20 年未満	5. 20 年～30 年未満	6. 30 年～50 年未満
7. 50 年以上		

問7　同業者を含む商業組合や商店街組合など組織に加入していますか？【○は1つ】

1. 加入している	2. 加入していない

問8　DX（デジタルトランスフォーメーション）についてどの程度理解していますか？【○は1つ】

1. 理解している	2. ある程度理解している
3. あまり理解していない	4. 理解していない

問9　DX 推進の取組状況についてお答えください。【○は1つ】

1. 取り組んでいる	2. 取り組むことを検討中
3. 必要だと思うが取り組めていない	4. 取り組む予定はない

問10　あなたのお店で利用しているインターネットの機能はどのようなものですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. 電子メール
2. チャット
3. 情報検索
4. SNS での情報発信（X、Instagram、TikTok など）
5. ブログなどでのテキスト中心の情報発信
6. ウェブサイトを構築して情報発信
7. YouTube などでの動画による情報発信
8. 会計管理・顧客管理などクラウド型業務支援アプリの利用
9. そのほか（　　）
10. インターネットを利用していない

問11　あなたのお店ではインターネットを利用してどのように情報発信をしていますか？
【あてはまるものすべてに○】

1. ウェブサイトを利用して情報発信している
2. 食べログや○○Beauty のような他社サイトを利用して情報発信している
3. Instagram や Facebook などの SNS を利用して情報発信している
4. Indeed やバイトルなど求人情報メディアを利用して情報発信している
5. そのほか(　　)
6. インターネットでは情報発信していない

問12　予定されている後継者はいらっしゃいますか？【○は1つ】

1. いる	2. いない	3. まだわからない

問13　本業以外の収入はありますか？(年金を除く)【○は1つ】

1. ある　**→問14へ**	2. ない　**→問15へ**

問14　問13で「1. ある」と回答した方への質問です。本業以外の収入の種類は何ですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. アパート経営等不動産業	2. 自動販売機の設置	3. 他社の代理店として営業
4. 学習塾経営	5. 飲食店経営	6. 福祉関係の事業所運営
7. アルバイト・パート	8. そのほか(　　)	

問15　対応している売上代金の回収手段を選んでください。【あてはまるものすべてに○】

1. 現金	2. 小切手	3. 手形
4. 掛け売り	5. クレジットカード	6. デビットカード(即時決済)
7. ICOCA(イコカ)や PiTaPa(ピタパ)など交通系 IC カード	8. WAON や nanaco(ナナコ)など流通系 IC カード	9. ID やクイックペイなどクレジット型 IC カード
10. QR コード決済(ペイペイ・楽天ペイ・はばたんペイなど)	11. そのほか(　　)	

問16　キャッシュレス決済などの対応について現状はどうですか？【○は1つ】

1. キャッシュレスに対応済　→**問17へ**
2. キャッシュレスに未対応　→**問16-2へ**

問16-2　問16で「2. キャッシュレスに未対応」と回答した方への質問です。その理由は何ですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. 利用する顧客が限られる
2. 機器のレンタル料が高い
3. 決済手数料が高い
4. 会計処理が複雑になる
5. 入金が遅れる
6. 決済手続きが面倒
7. 利用しようとする顧客がいない
8. そのほか(　　)

問17　販売管理・財務管理・顧客管理・発注システムなど、何らかのデジタルデータを利用するようなシステムを利用していますか？【○は1つ】

1. 利用していない　→**問18へ**
2. PC 用のソフトを購入して PC で利用(Microsoft Office を含む)　→**問19へ**
3. インターネットを利用するようなシステムを利用　→**問19へ**

次ページへ

問18　問17で「1. 利用していない」と回答した方への質問です。利用されていない理由は何ですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. どの分野・業務がデジタル化に置き換わるかがわからない
2. 費用対効果がわからない・測りにくい
3. 適切な IT ツール・システムがわからない
4. デジタル化を推進できる人材がいない
5. 相談できる相手がいない
6. コスト負担が大きい
7. 従業員が IT ツール・システムを使いこなせない
8. 情報流出が懸念される
9. そのほか(　　)
10. 特にない



Ⅱ　お店に来られるお客様についてお尋ねします。

問19　固定客(頻繁にお店に来られる方として認識している方)の占める割合はどのくらいですか？【○は1つ】

1. 20%未満	2. 20%～40%未満	3. 40%～60%未満
4. 60%～80%未満	5. 80%以上	

問20　固定客で多い年齢層はどのくらいですか？【○は1つ】

1. 30 歳未満	2. 30-39 歳	3. 40-49 歳
4. 50-59 歳	5. 60-69 歳	6. 70-79 歳
7. 80 歳以上		

Ⅲ　コロナウイルス流行以前（2017 年から 2019 年の 3 年間）の平均的な売り上げ状況と 2024 年度のお店の売り上げの状態についてお尋ねします。

※増減の数値が以下枠内の参考として示した数値に対応するものとしてお答えください。

−5%以上	−5%～−2%	−2%～+2%	+2%～+5%	+5%以上
かなり減少	やや減少	あまり変わらない	やや増加	かなり増加

問21　あなたのお店の開業時期はいつですか？【○は1つ】

1. 2019 年以前に営業開始　**→問22へ**

2. 2020 年以降に営業開始　**→問27へ**

次ページへ

問22　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の売り上げは感覚としてどのようになっていますか？【○は1つ】

1. かなり増加した	2. やや増加した	3. あまり変わらない
4. やや減少した	5. かなり減少した	

問23　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の客単価は感覚としてどのようになっていますか？【○は1つ】

1. かなり増加した	2. やや増加した	3. あまり変わらない
4. やや減少した	5. かなり減少した	

問24　客単価の変化の理由はどのようなものですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 新しい顧客サービスの導入	2. 新商品・新製品などの導入
3. ネット広告など宣伝広告の変化	4. 商品紹介や POP など商品情報の提供
5. 購入アドバイスなどカスタマサポートの向上	6. セルフレジなど支払い時間の効率化
7. IC カードへの対応など支払い手段の多様化	8. 店舗独自のポイントシステムの導入
9. 市内の新しい地域への追加出店	10. 店舗の移転
11. 顧客層の高齢化	12. 顧客層の低年齢化
13. 競合店の新規参入	14. 地域での競合店との競争の激化
15. インターネットでの販売価格	16. 市民の給与水準の変化
17. 全国的なインフレ	18. 物価水準の高騰
19. そのほか（　　）	

問25　2017 年から 2019 年以前と比べ、2024 年度のあなたのお店全体の来店者数は感覚としてどのようになっていますか？【○は1つ】

1. かなり増加した	2. やや増加した	3. あまり変わらない
4. やや減少した	5. かなり減少した	

問26　来店者数の変化の要因はどのようなものによるとお考えですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 新しい顧客サービスの導入	2. 新商品・新製品などの導入
3. 事業多角化	4. ネット広告など宣伝広告の変化
5. 商品紹介や POP など商品情報の提供	6. 購入アドバイスなどカスタマサポートの向上
7. セルフレジなど支払い時間の効率化	8. IC カードへの対応など支払い手段の多様化
9. 店舗独自のポイントシステムの導入	10. 市内の新しい地域への追加出店
11. 店舗の移転	12. ネット市場への参入
13. 事業の廃止	14. 顧客層の関心の変化
15. 顧客層の高齢化	16. 顧客層の低年齢化
17. 店舗のリニューアル	18. 店舗の老朽化
19. 競合店の新規参入	20. 店舗近隣の店舗数の変化
21. そのほか（　　）	

Ⅳ 困りごとへの対応についてお尋ねします。

問27 業務を通じて地域の方と雑談したり、地域の方から相談を受けたりすることがありますか？【○は1つ】

1. ある →**問28へ**	2. ない →**問29へ**

問28 問27で「1. ある」と回答した方への質問です。その頻度はどの程度ですか？【○は1つ】

1. 数年に１回程度	2. 年に１回程度	3. 年に数回程度
4. 月に 1～3 回程度	5. 週に 1～3 回程度	6. ほぼ毎日

問29 急な納品や発注などに対応するため、同様の取扱商品や製造用素材を貸してもらえる同業社は、何社くらいいますか？【○は1つ】

1. ない	2. １社	3. 2～3 社
4. 4～5 社	5. 6 社以上	

問30 今一番お困りの内容は何ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 売上げ低迷	2. 光熱水費用・金利の上昇など間接経費の増加
3. 人件費の増加	4. 仕入れ価格の上昇
5. 送料・燃料費の上昇	6. 店舗の老朽化
7. 駐車・駐輪場不足	8. 大型トラックによる商品搬入アクセスの悪さ
9. お客様の自動車によるアクセス環境の悪さ	10. 従業員不足
11. 従業員の教育	12. 採用予定者の能力不足・能力低下
13. 近隣住民の高齢化	14. 近隣店舗の減少
15. 万引きなど買い物マナーの低下	16. カスタマーハラスメント対策
17. 後継者問題	18. 休日の少なさ
19. 営業時間の長さ	20. 同業他社との競争激化
21. そのほか（　　）	

問31　ご家族以外で、お店の経営・運営についての困りごとを相談される相手はいらっしゃいますか？
【○は1つ】

1. いる　**→問32へ**	2. いない　**→問34へ**

問32　問31で「1. いる」と回答した方への質問です。お店の経営について相談に乗っていただける方は、あなたにとってどのような方ですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 公認会計士・税理士	2. 弁護士
3. 経営コンサルタント	4. 取引している公的金融機関
5. 取引している民間金融機関(銀行・信用金庫など)	6. 同業他社の知人
7. 他業種の知人	8. 中学・高校・大学の同級生・同窓生・恩師
9. 納入業者など取引先	10. 信用保証協会など半公的機関
11. 商工会議所	12. 市役所やそのほかの公的機関
13. 市会議員・県会議員・国会議員など政党関係者	14. 檀家や氏子仲間・僧侶・神官・牧師など宗教的指導者
15. 常連客	16. そのほか(　　)

問33　経営上の課題に直面し、困ったときに相談できる方は何人くらいいますか？【○は1つ】

1. 1人	2. 2～4人	3. 5～9人	4. 10人以上

問34　これまで商店街のイベントや市内のイベント以外で何らかの協業(交流)の経験はありますか？
【あてはまるものすべてに○】

1. ない	2. 市内の同業他社との協業(交流)の経験がある
3. 市内の異業種の他社との協業(交流)の経験がある	4. 市外の同業他社との協業(交流)の経験がある
5. 市外の異業種の他社との協業(交流)の経験がある	



8

Ⅴ お店（商店街）の現状と将来像についてお尋ねします。

問35 高砂市内のお店の現状の課題はどのようなものですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 商圏人口の減少	2. 商圏人口の少子化、高齢化
3. 市外への買い物客の流出	4. 大型店との競合
5. 全国的な不況	6. 全国的な物価高騰
7. 高砂市内の企業の給与水準の低迷	8. 店舗・アーケードなど施設等の老朽化
9. 駐車場の不足	10. チェーン店等が地元商業者に非協力的
11. 魅力のある店舗が少ない	12. 業種構成に問題がある
13. 空き店舗の増加	14. 核となる店舗がない
15. 市を代表するような商業集積がない	16. 経営者の高齢化・後継者不足
17. そのほか（　　）	18. 特に問題を感じない

問36 今後の経営についてあなたのお店で、どのような取り組みを検討していますか？
【あてはまるものすべてに○】

1. 市内への新規立地	2. 市外への新規立地
3. ネット販売の着手	4. 大型店でのテナントとして出店の検討
5. ポップアップストアなどでの短期間出店	6. 事業の多角化
7. 新規事業への進出	8. 宅配等各種サービスの充実
9. 駐車場・駐輪場の設置	10. ネットビジネスへの取り組み
11. パソコン・ICTの活用	12. 営業時間の延長又は営業日の拡大
13. 販売促進（POP・ディスプレイ・チラシ・独自サイト構築等）の強化	14. SDGs・脱炭素に配慮した経営
15. 成り行きに任せ、廃業を覚悟している	16. そのほか（　　）
17. 特に検討していない	

問37 あなたにとって、商業環境としての課題はどのようなものですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 地域としての全国的知名度が低い（全国ブランドがない）
2. インバウンド客含め観光客誘致が不十分
3. 高齢化が進んでいる
4. 購買力が低い
5. 地域に人材がいない
6. 若手が活躍できない雰囲気がある
7. 女性が活躍しにくい雰囲気がある
8. 新規参入の敷居が高い
9. 温泉・有名美術館・博物館のようなこれといった集客施設がない
10. 大規模イベントが限られる
11. そのほか（　　）
12. 特に問題を感じない

問38　高砂市のまちづくり・地域振興のために、商店街・商業者同士が連携し、取り組むべき内容はどのようなものだとお考えですか？【あてはまるものすべてに○】

1. 環境美化、リサイクル	2. 防災・防犯
3. 祭り・イベント等地域の賑わいの創出	4. 地域情報発信の主体的発信
5. 勉強会・学習会	6. 高齢者向けサービス（宅配など）
7. 子育て支援サービス（買い物支援など）	8. 共同宣伝（チラシ等）
9. 全市共通のサービス券・スタンプ・ポイントカード・商品券の発行	10. 独自ブランド商品開発強化
11. ICT 活用(スマートフォン等含む)による情報発信	12. 商店街サイトの構築・情報発信
13. 市全体での特産物販売サイトの構築・情報発信	14. 高砂市の地域活性化への貢献
15. 地産地消型消費への対応	16. そのほか（　　）
17. 特にない	

問39　今後の高砂市の商業活性化に向けてどのような対策が有効だと思いますか？【あてはまるものすべてに○】

1. 個店が魅力を向上、営業努力の実施
2. 商店街組合活動の一層の活性化
3. 商店街組合を越えた同業・異業種問わずグループ活動・組織活動
4. 全市一体となった商業者活動
5. 江戸から昭和の伝統的建造物などの活用
6. 海の近さ、ウォーターフロント・海洋スポーツ・海洋文化の活用
7. 万灯祭やブラスバンド演奏など地域文化資源を生かした商業関連イベントの充実
8. 国内を中心とした交流人口・関係人口の増加
9. インバウンド観光客の取り込み
10. 地域についてのインフルエンサー（影響を与える人々）の活用
11. そのほか（　　）
12. 特にない



10

問40　高砂市としての商店や商店街の活性化に向けた支援策として望ましいものはどれですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. まちづくりに関する支援	2. 商店街の環境整備
3. 商店街共同事業に対する資金助成	4. 商店街若手グループの育成
5. 商店街の組織化支援	6. 経営相談・経営診断
7. 事業継承支援	8. 求職者とのマッチング
9. 研修会や講習会の開催	10. 空き店舗対策
11. 新規出店・開業支援	12. 商業関係の調査
13. イベント・催事の支援	14. ICT活用・DX 化に対する人材紹介等の支援
15. SDGs 推進に関する支援	16. 女性グループの育成
17. 地元型ベンチャーの育成	18. クーポン券や地域通貨
19. 独自の地域プレミアム商品券の発行	20. 外部からの大型商業施設の誘致
21. 常設劇場や映画館などの誘致	22. 高砂市の知名度向上
23. インバウンド客の誘致	24. 現有観光資源の活用と連携
25. 高砂市の魅力についての情報発信	26. 連続テレビドラマやアニメと連携したシティプロモーション
27. そのほか(　　)	28. 特にない

問41　今後、商店や商店街が市民から期待される役割はどのようなものだとお考えですか？
【あてはまるものすべてに○】

1. 高齢者に優しい街	2. こどもに優しい街
3. 地域の交流の促進	4. 地域情報の発信基地
5. 地域のにぎわい創出(地域活性化)	6. 地域文化の振興
7. 安全・安心に暮らせる地域づくり	8. そのほか(　　)
9. 特にない	

ご協力ありがとうございました。

記入漏れがないかご確認のうえ、
返信用の封筒に入れて、切手を貼らずに
令和7年9月16日(火)までにポストへ入れてください。

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
令和2年5月12日	商業活性化調整会議（高砂市商業活性化基本計画次期計画策定に向けた課題の抽出、整理)）
令和2年7月21日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画次期計画の重点事項について）
令和2年8月11日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画次期計画の重点事項について）
令和2年8月21日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画次期計画の重点事項について）
令和2年10月21日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画次期計画の重点事項について）
令和2年12月17日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画（草案）について）
令和3年1月14日	商店連合会個別ヒアリング（高砂市商業活性化基本計画（草案）について）
令和3年1月18日	商業活性化調整会議（高砂市商業活性化基本計画（草案）について）
令和3年5月11日	商業活性化調整会議（高砂市商業活性化基本計画（草案）について）
令和3年6月29日	商業活性化調整会議（高砂市商業活性化基本計画（草案）について）
令和3年7月21日～8月19日	市民意見公募（パブリックコメント） 意見件数　19件
令和3年9月21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）

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。

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。

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１０人以内で組織し、次の各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）　高砂市商店連合会が推薦したもの
（３）　一般社団法人高砂市観光交流ビューローが推薦したもの
（４）　公募により選考したもの（高砂市在住・在勤で市内商業の活性化に関心のあるもの）
（５）　高砂市生活環境部

（任期）
第４条　委員の任期は、２年とし、再任を妨げない。
２　補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

（報酬）
第５条　委員に対する報酬は、無報酬とする。

（会長）
第６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７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８条　調整会議の庶務は、生活環境部商工労働課において処理する。

（その他）
第９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。

附　則

この要綱は平成２６年４月１日から施行する。

附　則

この要綱は平成２６年１０月１日から施行する。

附　則

この要綱は平成２９年１０月５日から施行する。

附　則

この要綱は令和８年４月１日から施行する。

別表（第３条関係）高砂市商業活性化会調整会議委員名簿

区　分	所　属
委　員	高砂市商店連合会
委　員	高砂市商店連合会
委　員	一般社団法人高砂市観光交流ビューロー
委　員	高砂商工会議所
委　員	高砂商工会議所
委　員	公募委員
委　員	公募委員
委　員	高砂市生活環境部
委　員	高砂市生活環境部商工労働課