

令和元年度第5回福島県商業まちづくり審議会 議事録

1 日 時

令和2年1月28日（火） 13:00～14:05

2 場 所

県庁 本庁舎5階 第一特別委員会室

3 出席者

【福島県商業まちづくり審議会委員】

川 崎 興 太	大河内 敬 子
川 又 啓 蔵	横 田 純 子
吉 田 樹	渡 辺 光 則

【事務局】

商 工 労 働 部 長	金 成 孝 典
商工労働部次長（産業振興担当）	山 寺 賢 一
土 木 部 参 事	井戸川 伸
商 業 ま ち づ くり 課 長	佐 藤 淳 ほか

4 審 議

司会	<p>開会に先立ちまして、配付資料の確認をさせていただきます。上から順に、次第、委員名簿、審議会規則、資料1～3、参考資料となっております。不足等はありませんでしょうか。</p> <p>それでは、これより福島県商業まちづくり審議会を開催させていただきます。私は、議事までの進行を務めさせていただきます、商工労働部商業まちづくり課主幹兼副課長の海藤と申します。どうぞよろしく願いいたします。</p> <p>それでは、開会に当たり、商工労働部長の金成より御挨拶申し上げます。</p>
部長	<p>福島県商業まちづくり審議会の開催に当たりまして、一言御挨拶申し上げます。</p> <p>本審議会につきましては、昨年12月に各委員の改選を行いました。委員への就任につきまして、この場をお借りして御礼申し上げますとともに、引き続き本県の商業まちづくりの推進に御協力を賜りますようお願い申し上げます。</p> <p>昨年は、商業まちづくり基本方針及び特定小売商業施設の基準店舗面積の見直しにつきまして、鋭意御審議をいただき、7</p>

月19日付けで改定、9月1日付けで施行いたしました。

また、昨年3月に届出がありました特定小売商業施設の新設につきましては、本審議会からの答申を踏まえ、9月18日付けで県の意見を設置者に通知したところでございます。

委員の皆様におかれましては、たいへんお忙しい中、これらの審議会に御出席いただき、慎重な御審議をいただきましたこと、重ねて御礼申し上げます。

さて、今年は、震災から丸9年、「復興・創生期間」の最終年度という節目の年となります。こうした中において、県といたしましては、商業まちづくりの推進につきましても昨年改定しました商業まちづくり基本方針を踏まえ、震災からの復興、人口減少や高齢化、更には買い物弱者への対応といった課題に取り組んでまいる考えであります。

本日は、基準店舗面積改正後の特定小売商業施設の状況や商業まちづくりに関する本県の主な施策などについて説明させていただきます。委員の皆様におかれましては、どうか忌憚のない御意見を賜りますようお願い申し上げます、挨拶といたします。

司会

続きまして、本日御出席いただきました委員を御紹介いたします。

(出席した6名の委員を紹介)

なお、本日は欠席されておりますが、医療創生大学の鎌田真理子教授につきましても、前期に引き続き本審議会の委員に就任いただいております。

本日は、本審議会の委員総数7名のところ、6名の委員に御出席いただいております。審議会規則第3条第3項に定める過半数の出席をいただいております。審議会は成立しておりますことを報告いたします。以上、よろしくお願いいたします。

それでは議事に移ります。

議事の進行につきましては、審議会規則第3条第2項の規定により会長をお願いすることになっておりますが、本日は、委員改選後初めての審議会であり、まだ会長が選任されておられません。会長が選任されるまでの間、事務局で議事を進めさせていただきます。会長が選任されるまでの間、商工労働部長の金成が仮議長を務めさせていただきたいと思いますが、よろしいでしょうか。

(異議なし)

	<p>特に異議ないものと認めさせていただき、商工労働部長が仮議長を務めさせていただきます。</p>
部長	<p>仮議長を務めさせていただきます。よろしくお願い申し上げます。</p> <p>それでは、議事を進行させていただきます。会長の選任となりますが、会長は、審議会規則第2条第1項の規定により、委員の互選となっております。委員の皆様から、自薦・他薦等あればお願いいたします。</p> <p>(渡辺委員が川崎委員を推薦)</p> <p>ただいま、渡辺委員から川崎委員の推薦をいただきました。委員の皆様、いかがでしょうか。</p> <p>(異議なし)</p> <p>それでは、川崎委員に会長をお願いしたいと思います。会長が選任されましたので、以降の議事は会長にお任せしたいと思います。御協力ありがとうございました。</p>
司会	<p>それでは、ここで川崎会長から御挨拶をいただきたいと思っております。川崎会長よろしくお願いいたします。</p>
会長	<p>改めまして、川崎です。会長に選任していただきまして、たいへん光栄に思っております。</p> <p>昨年は、商業まちづくり推進条例に基づく基本方針及び施行規則の見直しにおいて、皆様には活発な御意見、円滑な議事進行に御協力いただきまして、改めて感謝申し上げます。</p> <p>本日、吉田委員から資料提供があり、須賀川市でいろいろな動きが出てきているようです。国交省でもウォークブルシティということで、歩きやすい、歩いて楽しいというまちづくりが進められています。条例の基本理念として、持続可能な歩いて暮らせるまちづくりを掲げており、福島県がやってきていることと国の施策の方向性がますます合ってきており、そういう意味で、我々が所管している条例や基本方針の重要性が増してくるのではないかと考えております。</p> <p>冒頭で部長からもありましたように、来年度は復興期間が終了し、福島県の場合は、更に10年間国が強力に支援していくことになっております。福島県においても別の部門では、復興計画、総合計画の見直しも行われております。</p> <p>委員の皆様におかれましては、皆様の御専門、あるいは御経</p>

	<p>験を活かしながら活発な審議をしていただければと思いますので、どうぞよろしくお願いいたします。</p>
司会	<p>ここからの進行につきましては、審議会規則第3条第2項の規定により、川崎会長にお願いいたします。</p>
会長	<p>まず、本日の審議会の議事録署名人を指名させていただきたいと思います。後日、事務局が作成した議事録の内容を確認し、署名をお願いすることとなります。</p> <p>本日の審議会の議事録署名人は、大河内委員と横田委員にお願いしたいと思いますが、よろしいでしょうか。</p> <p>(大河内委員、横田委員 了承)</p> <p>よろしくお願いいたします。</p> <p>それでは、次第に従って議事を進めます。会長の選任に続き、職務代理者の指名に移ります。</p> <p>会長に事故があるとき又は会長が欠けたときに、会長の職務を代理いただく方ですが、審議会規則第2条第3項の規定により、会長が指名するということになっておりますので、私の方から指名させていただきたいと思います。</p> <p>職務代理者につきましては、前期もお願いしました吉田委員にお願いしたいと思いますが、皆様いかがでしょうか。</p> <p>(異議なし)</p> <p>それでは、会長職務代理者は、吉田委員にお願いしたいと思います。よろしくお願いいたします。</p> <p>(吉田委員 了承)</p> <p>本日は、事務局から報告事項があるということですので、次第4の(1)基準店舗面積改正後の特定小売商業施設の状況について、事務局から説明をお願いします。</p>
事務局	<p>それでは、基準店舗面積改正後の特定小売商業施設の状況について説明させていただきます。</p> <p>まず、資料1「商業まちづくりの推進に関する条例パンフレット」を御覧ください。こちらのパンフレットは、昨年の商業まちづくり基本方針の改定及び基準店舗面積の改正を踏まえ、昨年9月にこれまでのパンフレットの内容を更新し、新たに作</p>

成したものです。

パンフレットを開いていただき、左側のページを御覧ください。商業まちづくり推進条例の概要の2番のところに、改正後の基準店舗面積「8千平方メートル」を記載しております。右側のページを御覧いただきますと、基本方針の概要が記載されておまして、「商業まちづくりを実現するための基本的な方向」のところに、「若い世代が参画するまちづくり」など、今回の見直しで盛り込んだ4つの視点を新たに追加しております。また、「特定小売商業施設の立地の誘導及び抑制に関する事項」のところには、特定小売商業施設を誘導する市町村の要件の適否を連携中枢都市圏などの圏域単位で判断することも可能とする考え方を追加しているほか、誘導する市町村や地域の要件に、「立地適正化計画に関する記載」や「準工業地域」などを追加しております。

なお、このパンフレットは、市町村や小売商業施設の設置者、その他関係団体等に配布しており、今後もさまざまな機会を捉えて、改定後の基本方針等について、周知を図ってまいりたいと考えております。

続いて、資料2を御覧ください。こちらは、基準店舗面積改正後の特定小売商業施設の状況について、まとめたものです。

はじめに、一番上の「基準店舗面積改正の経過」のところを御覧ください。基準店舗面積の改正につきましては、昨年7月に、基準店舗面積を定めております商業まちづくり推進条例の施行規則を改正し、7月26日付けで公布するとともに、関係機関に通知を行っております。その後、改正した施行規則については、約1ヶ月間の周知期間を経て、9月1日付けで施行しております。なお、資料の右上に参考で記載しておりますが、基本方針につきましても同様の過程を経て、9月1日から改定後の基本方針を施行しております。

次に、中程にあります「県内の特定小売商業施設」のところを御覧ください。基準店舗面積の改正に伴い、県内に63施設あった特定小売商業施設のうち、店舗面積が6千～8千平方メートル未満の18施設については、特定小売商業施設に該当しなくなったため、昨年9月以降、県内の特定小売商業施設は45施設に減少しております。右側の表は、方部別の内訳となっておりますので、御確認ください。

次に、資料の下にあります「地域貢献活動の状況」のところを御覧ください。今年の1月23日現在、営業休止中の1施設を除く、特定小売商業施設44施設の全てから、最新の地域貢献活動報告書が提出されております。なお、下の「参考」をご覧いただきたいと思いますが、今回の基準店舗面積の改正により特定小売商業施設に該当しなくなった18施設につきまして

	<p>は、今後、地域貢献活動報告書の提出義務はなくなりますが、昨年7月26日付けで、各施設の設置者にお送りした通知において、引き続き積極的に地域貢献活動に取り組むなど、今後も本県の商業まちづくりの推進に御協力いただくよう依頼しております。また、今後も県から定期的に地域貢献活動の事例集をお送りするなど、地域貢献活動に関する情報提供を行っていく予定です。</p> <p>説明は以上となります。よろしくお願いいたします。</p>
会長	<p>ありがとうございました。</p> <p>基準店舗面積が6千平方メートルから8千平方メートルに変更になった後の特定小売商業施設の状況について御説明いただきました。只今の事務局の説明について、御質問等があれば、お願いします。</p>
委員	<p>地域貢献活動の報告については、施設から報告いただいていると思いますが、地域貢献といってもかなり広いと思います。特定の分野を指定した上で、各施設が取り組んでいるのでしょうか。企業の方々が地域貢献と思っていることが地域の人々にとって本当に貢献になっているのかということが気になりました。</p>
事務局	<p>お手元のパンフレットの裏面を御覧ください。3番に地域貢献活動の促進とありまして、地域貢献活動の例として、ピンクの枠で囲まれたいくつかの項目があります。交通安全の確保、健康づくり、地産地消、子育て支援といった多方面の分野について記載しております。こちらにつきましては、以前、皆様にも御審議いただきましたが、地域貢献活動ガイドラインに個別の事例等を一つの参考として、紹介させていただいております。このガイドラインも各特定小売商業施設に周知しておりますので、主にガイドラインの事例に該当するものについて、御報告いただいております。</p>
会長	<p>実態としては、やはり取組が多いものと少ないものがあると思いますが、特にどういったものが多いのでしょうか。</p>
事務局	<p>全体的には、ユニバーサルデザインへの配慮や子育て支援といった項目が多いようです。</p> <p>また、先程事例集のお話をさせていただきましたが、例えば、イトーヨーカ堂福島店では、「マタニティ育児相談室」を設置しておりますし、イトーヨーカ堂平店では、移動販売サービスの実施や「平七小」という愛称の市民交流拠点の設置といった</p>

	取組も行っております。
会長	<p>ありがとうございました。非常に大事な地域貢献活動を行っていただいているということで、条例の効果が一つ現れているということではないでしょうか。</p> <p>私から1点だけ、施行規則が改正されたわけですが、事業者からの問い合わせ、あるいは基本方針で位置づけられた広域単位での取組について、市町村からの問い合わせなどはありますでしょうか。</p>
事務局	<p>手続き自体は変わってはいないのですが、やはり基準店舗面積が6千平方メートルから8千平方メートルに変わったということで、一部の事業者からはそういった仕組みについて、問い合わせがあります。また、市町村からも連携中枢都市圏、広域的なまちづくりという部分について、個別具体的というよりは、概要についての確認といった問い合わせ等がございます。</p>
会長	<p>ありがとうございました。時間は空くかもしれませんが、場合によっては具体的な案件が動いてくるかもしれないということで、その際はまたよろしくお願ひいたします。</p> <p>それでは、続いて、(2)第17回消費購買動向調査の結果について、事務局から説明をお願いします。</p>
事務局	<p>本年度実施しました消費購買動向調査の結果について御説明いたします。</p> <p>お手元の調査結果概要の1ページを御覧ください。まず、調査の概要について御説明いたします。本調査は、県内の消費購買動向を把握し、商業施策の参考とすることを目的とした調査で、昭和45年から3年ごとに実施しており、今回が第17回目となります。調査方法としましては、県内各市町村の公立中学校及び義務教育学校の生徒の属する世帯から約21,000世帯を抽出して、ブラウス・セーター、日用品、食料品等11品目に関し、買い物する場所や利用する店舗、買い物環境の満足度等についてマークシートにより調査したものです。</p> <p>続きまして、2ページを御覧ください。調査結果の概要についてです。このうち、主な調査項目について御説明します。調査対象世帯の特性については、本調査が中学校1年生または2年生の属する世帯を対象としていることから、回答者は40代の割合が61.8%、女性の割合が93.3%となっております。</p> <p>続きまして、3ページを御覧ください。地元購買率と県外購</p>

買率についてです。地元購買率とは、居住している市町村内で買い物する方の割合を示します。本調査では、居住地を現在の市町村単位ではなく、合併前の旧市町村単位等で分類し、102の居住地を設定しております。また、地元以外県内購買率とは、居住地以外の県内市町村で買い物する方の割合、県外購買率とは、県外で買い物する方の割合を示しております。図表4を御覧ください。地元購買率を見ますと、61.6%で前回調査から減少しています。真ん中の地元以外県内購買率を見ますと、32.9%と前回調査から増加しています。これら2つを合わせた県内購買率を見ますと、94.5%と前回調査から減少しています。また、一番下の県外購買率を見ますと、5.5%と前回調査から増加しています。

なお、今回の調査においては、人口規模が大きい福島市、郡山市、会津若松市、いわき市の4市について、調査の負担軽減の観点から前回調査より調査数を減らしております。そのため、全体に占める4市以外の市町村の割合が増えたことによって、地元購買率や地元以外県内購買率の変化が大きくなっています。なお、4市の調査数を前回と同程度とした場合の補正値を参考値として括弧書きで掲載しております。過去の調査結果と比較する場合は、補正データを参考として見ていただければと思います。

続きまして、5ページを御覧ください。購買行動の特性として主な買い物先についてです。図表7を御覧ください。品目ごとの主な買い物先については、10品目合計では、大型専門店・量販店が39.1%で最も多く、次いで、ショッピングセンターの30.4%、スーパーの17.3%となっています。前回調査との比較で見ると、個人商店やスーパーの割合が減少し、ショッピングセンター等の割合が増えています。背広・スーツ等の買回品を見ますと、大型量販店・専門店が54.8%、ショッピングセンターで25.6%と、この2つの割合が高くなっております。特に、家電製品の買い物先店舗については、大型専門店・量販店の割合が89.0%と非常に高くなっています。また、日用品や食料品等の最寄品を見ますと、日用品については、スーパーが44.9%、大型専門店・量販店が34.6%となっております。特に、食料品については、スーパーが82.0%と非常に高くなっています。

続きまして、6ページを御覧ください。買い物店舗の選択理由についてです。図表8を御覧ください。買い物店舗の選択理由については、「車で行きやすい」が28.1%で最も多く、次いで「品数が多い」の21.1%、「価格が安い」の17.7%となっております。「車で行きやすい」については、増加が続いており、今回調査では最も高い割合となっております。

「品数が多い」については、減少が続いておりますが、高い割合を維持しております。「価格が安い」については、平成21年調査以降、減少が続いておりますが、引き続き高い割合を維持しています。こうした買い物店舗を選ぶ上での理由が、アウトレットモールやショッピングセンター等の利用につながっていると考えられます。

続きまして、8ページを御覧ください。通信販売の利用状況についてです。通信販売の利用割合は、31.0%と前回調査から5ポイント増加しております。その内訳を見ますと、「インターネット」の利用割合は、28.1%と前回から7ポイント増加し、「カタログ・テレビ」は、2.9%と前回から、2ポイント減少しています。品目別割合を見るとセーター・ブラウス、靴・バッグ・本・CDはインターネットの利用割合が35%を超えています。

次に、9ページを御覧ください。居住地の買い物環境の満足度についてです。まず、下段の図表14を御覧ください。県全体の居住地における買い物環境の満足度についてですが、「満足している」が14.2%、「やや満足している」が30.1%となり、2つを合わせた満足層の割合は、44.3%となっており、前回調査から2.0ポイント減少しています。一方、「不満である」が13.3%、「やや不満である」が22.5%で、2つを合わせた不満層の割合は35.8%となり、前回調査から1.2ポイント増加しております。

次に、上段の図表13でブロック別に見ますと、県北、県中、県南、いわきの各ブロックでは、満足層の割合が不満層の割合を上回っております。特にいわきブロックでは、満足層が過半数を超え50.3%となっております。一方、相双、会津の各ブロックでは、不満層の割合が満足層の割合を上回っております。

次に、11ページを御覧ください。震災後の買い物で意識していることについてです。図表16、17を御覧ください。震災後の買い物で意識していることは、「低価格の商品を選んで買物している」が49.7%と最も高く、前回調査から2.3ポイント高くなっています。また、「価格よりも食の安全を意識して買物をしている」については、40.3%と前回調査から3.4ポイント減少しています。

12ページを御覧ください。図表18のブロック別状況を見ますと、相双ブロックにおいて、「価格よりも食の安全を意識して買物をしている」の割合が49.8%と最も高く、他ブロックと比較しても高くなっています。原子力災害の影響による食の安全に対する意識が高いと言えます。

以上が、調査結果の概要ですが、この調査結果については、

	<p>県のホームページにも掲載したほか、市町村や商工団体等にもお知らせしております。県といたしましては、これらの調査結果を県の商業まちづくりの施策に活かしていくとともに、市町村等に対しましても、各地域の商業振興に活かしていただくよう、呼びかけてまいりたいと考えております。</p> <p>なお、調査結果については、HP上でも掲載しておりますが、製本したものも準備しておりますので、必要とされる場合は、審議会終了後にお声かけください。</p> <p>説明は以上です。よろしくお願いたします。</p>
会長	<p>只今の事務局の説明について、御質問等があればお願いします。</p>
委員	<p>実施している市町村の中に、帰還困難区域を除くという表現がありますが、帰還困難区域が存在している市町村を除くということなのか、一部帰還をしている市町村は調査をしているということなのか、お答えいただきたいと思ひます。</p>
事務局	<p>住んでいるところでの買い物の調査ですので、大熊町や双葉町など、帰還困難区域がある市町村は、他の市町村に中学校を移転している場合は、その市町村で調査を行っています。帰還困難区域で買い物をするという状況ではありませんので、帰還困難区域での買い物調査という意味では、調査から外れているということです。ただ、帰還困難区域のある市町村はその他の市町村で買い物しているため、そちらの調査結果に反映されているということになります。</p>
委員	<p>そうすると、個別具体的な話になりますが、町の一部が帰還困難区域になっている富岡町は調査しているということでしょうか。</p>
事務局	<p>富岡町は調査しています。</p>
委員	<p>大熊町も避難指示が解除になっている地域がありますが、調査しているのでしょうか。</p>
事務局	<p>公立中学校を対象にしているため、その中学校が会津若松市に移転しているため、会津若松市の調査結果に反映されています。</p>
委員	<p>大熊町、双葉町に関しては、調査していないということですね。わかりました。</p>

会長	例えば、双葉町出身の方がいわき市に避難している場合は、いわき市のデータに含まれているということでしょうか。
事務局	どこの学校に在籍されているかということになりますので、例えば、いわき市の中学校に在籍している場合は、そこでの調査ということになっています。
会長	その他、いかがでしょうか。
委員	<p>2点ともコメントになりますが、1点目は、4ページの買い物場所の中心部商業地と郊外の位置付けについてです。これを見る限り、郊外よりも中心部商業地の方が卓越しているように見えるのですが、もしかすると「中心部」という捉え方自体が変わってきている気がします。漠然とした表現で中心部か郊外かという聞き方をしているのであれば、例えば、南相馬市原町で考えると、「ジャスマール」は中心部なのか、郊外なのか。もしかすると中心部と考えられているかもしれません。本来は郊外なのでしょうが、生活している中で、そういうところに商業集積が進んできていけば、ロードサイドでさえ、もしかすると中心部と捉えられているかもしれない。そう考えると、中心の捉え方が変わってきているのではないかという印象を受けました。</p> <p>もう1つですが、6ページ、7ページでは、店舗選択理由として、「車で行きやすい」が過去最高になりましたし、13ページでは、拠点都市における自動車で購入物に出かける割合が98%とほぼ100%になっているという話がありました。2ページの回答者の年代を見ると、50代以上がほとんどいません。福島県のバスの輸送人員のピークは1970年頃で、そのあたりからモータリゼーションが始まっていますので、ちょうど今回回答されているお父さん、お母さんは、おそらく子どもの頃、車に乗って出かけるということが段々出てきた年齢になっているので、買い物イコール車で行くということが当たり前前の世代に差し掛かったのかなと思います。そうすると、この数字がこれ以上上がってくるということはあまり考えにくく、車で行けるところに行っていますという結果になるのかなという気がしています。</p> <p>他方で、公共交通の利用が減っているかというところと全くそうではありません。昨日、山形県で残念ながら老舗デパートが破産しました。私も山形市の公共交通アドバイザーですので、数値を見ていますが、実は市街地循環バスの乗客数は昨年度が過去最高です。市内のバスの輸送人員も増えています。バスに乗り</p>

	<p>降りする人は増えているが、デパートや中心街は苦境ということを見ると、まちなかに求められている機能が変わり始めているのかなという印象を受けています。</p> <p>そう考えると、経年変化で見ていくという調査も重要ですが、次回以降、もう少し幅広く聞いていく領域も必要なのかなと感じました。</p>
会長	<p>只今の御意見について、2つ質問があります。</p> <p>1つは、40代のお父さん、お母さんが主たる調査対象であるため、「車で行きやすい」という回答の割合は、今後高止まりするだろうという理由についてです。</p> <p>もう1つは、最後の調査設計に当たって、もう少し違った観点からの質問を入れてはどうかという御意見でしたが、例えばどういうことが考えられるのか教えてください。</p>
委員	<p>1つ目ですが、子どもの頃に、お父さん、お母さんが運転する車に乗っていた経験が多い人程、自分が大人になって子育てをするときに、車を使って子育てをするという論文が国内外にあります。そうすると、今回の調査の回答者は40代がメイン、あるいは30代が3割含まれているということになると、公共交通の利用がピークアウトした時に子どもだったこととなります。子ども時代に車に乗せてもらっていた人たちが大人になっているということですので、買い物は車で行くのが当たり前になっている、習慣になっている層だということです。</p>
会長	<p>当たり前なので選択しないという意味ですか。だから割合としては減っていくだろうと。</p>
委員	<p>車で行きやすいが一番の理由になるというのは、車で行けるところを選んでいるということだろうと思います。車で行きやすいから選んでいるのではなく、車で行けるところを選んでいく。まず車があって、車が移動手段だということが前提で、目的地を選んでいく。たぶんそういう構造になっているのではないかと考えています。</p>
会長	<p>そうすると回答者の意識と選択肢の間に微妙なずれがあるのかもしれないですね。</p>
委員	<p>もしかするとそうかもしれません。</p> <p>2点目ですが、例えば、10ページ、中心部商業地の商店街に望むものという選択肢がありますが、どちらかというところでは、既存のお店にどういうものを求めますか、あるいは商店街</p>

	<p>のハードをどうしますかということだと思います。例えば、今ではいわゆる時間消費型、物を買うというよりも楽しむということの方が求められている可能性があると思っています。そう考えるとそういうものはこの選択肢にはありません。この調査は、経年変化で追っていますので、比べるという視点では難しいですが、今後、この選択肢の工夫はあるかなと思います。</p>
<p>会長</p>	<p>基本方針見直しの1回目の審議会で、学生は商店街がどこなのか分からないので、むしろ今後は、商品を消費する場ということではなく、時間を消費する場として捉えていく必要があるというお話があったと記憶しています。私もこの図表15に関しては、全くその通りだと思います。街路灯、アーケード等の設備が必要なのは間違いないでしょうが、それがあから商店街に行くという人はいない。中心部商店街の範囲も関わってくるかもしれませんが、もう少し見直した方が県政の発展に役に立つ情報が得られる可能性があるかなと思いますので、御検討いただければと思います。</p>
<p>委員</p>	<p>例えば、今後この調査をずっと続けていった場合、2回先くらいの調査になると、通販で買うのが当たり前前の世代がサンプリングの中心になってくるということも当然出てくるだろうなと思います。調査内容の軸を変えないということも確かに定点観測の上では必要なわけですが、あくまで政策判断の材料ということになりますので、デジタル購買が進んでいく中で、ということに対する質問内容や対象者の選び方について、見直していくことも必要ではないかと思いました。</p>
<p>委員</p>	<p>只今の意見はごもつともで、アンケートを取るときは、実は消費額をきちんと見る必要があります。1ヶ月の食費に8万円かける方、20万円かける方、自分で自由に使えるお金が3万円のお父さん、子どものものなど諸々含めて10万円使えるお母さんがいたときに、その中のスーパーの割合、ネット販売の割合がどれくらいなのかということが見えないと思えます。ネット販売が増えていく中で、数字だけ見れば地元のスーパーで50%買っているとしても、ネット販売の方が多いということだと、例えば、8万円の半分がネット販売で、その50%ということだと2万円にしかならないということになります。そもそもの母数の金額が見えないと、この何%というものが実際にどれくらい使っているのかが見えない。複数回答か単数回答かにもよりますが、1箇所の店でしか買わないわけではないので、そうするとこの数字はどこまで信じていいのかということも出てくると思います。定点で追い続けるのはかなり危険かな</p>

	という気がします。
会長	只今の御意見ですが、1ページの調査の目的によると、県内の商圈構造や多様化する消費購買動向の実態を把握するということですので、一定の役割は果たしているのだと思います。只今のお話は家計消費状況調査など、他の調査と合わせてみると良いかもしれません。
委員	もし他の調査で消費額などがわかるのであれば、そちらとクロス集計ができれば、もっと実数に近いものが見えるかなという気がします。
会長	この調査は、消費購買動向を見るということですが、その消費というのは何の消費なのかということ、商業まちづくり推進条例の「商業」という言葉と「消費」という言葉がどのように重なり、どのようにずれるのかということがあると思います。先程出た御意見は、「消費」と「商業」のずれがますます大きくなって行って、今後もっと顕著になるのではないかという広がりのあるお話だったと思うので、そういった観点からすると、調査目的の後段に書かれている「今後の商業施策の参考」ということであれば、もう少し消費購買動向調査の項目を変えた方がよりダイレクトに参考となるのではないかということだと思います。大幅に変えることができるかはわかりませんが、審議会委員から意見があったということは受け止めていただければと思います。
委員	ドラッグストアの件数が増えているということですが、ドラッグストアはどこに入っているのですか。
事務局	大型専門店、量販店の中に入っています。
委員	アンケート調査は非常に難しいのですが、やはり連続性は大事だと思います。その中で、タイムリーにどういったものを入れるのか、目的を絞って、選択制にしてそちらに引っ張っていくなど、柔軟にやっていくべきだと思います。
会長	結果については、こんなものだろうという実感でしょうか。
委員	1つだけ、素朴な疑問ですが、6ページで「車で行きやすい」が平成25年からかなり増えているのは、どのような理由だと仮説を立てているのか教えていただければと思います。

事務局	<p>平成28年度調査のときに、「時計・アクセサリ」という品目を追加しました。「時計・アクセサリ」については、なかなか身近なところでは買えないので車で移動するというところで、「時計・アクセサリ」を買う人が店舗を選ぶ理由としては、「車で行きやすい」の割合がすごく高くなった関係で、全体の割合を押し上げているということがあります。</p> <p>年度ごとに若干項目を追加したりといったことがありますので、そのような動きが顕著に出ているところもあります。</p>
委員	<p>3ページで、地元購買率が下がっています。統計を見ているわけではないので素人考えですが、農産物などは震災の時に落ち込んで、そこから回復してきたのかなと感じていました。地元のスーパーで買うことと地元産のものを買うことは違うので、それもちょっと違うのかもしれませんが、品目ごとに状況が違うのかということと下がっている要因は何なのかがわかれば教えていただければと思います。</p>
会長	<p>おそらく推測するに、地元以外が増えているというのは、特に中山間地域でお店がなくなってくると他市町村に買い物に行かなければならないので、そういう影響ではないでしょうか。ドラッグストアなどが隣町の郊外部にできると地元ではないが、そこまで買いに行くということがあるかと思います。</p> <p>品目ごとに違いがあるかということについてはどうですか。</p>
事務局	<p>5ページを御覧いただきたいのですが、「利用買物店舗の割合」というところに、品目と店舗ごとの割合がありますが、どの品目を見ても個人商店やスーパーなど、地元の市町村にあるような店舗は減ってきています。一方、ショッピングセンターや大型専門店・量販店のようなこの市町村にもあるわけではないが、要所ごとにある施設については、増えてきています。</p> <p>3ページの地元購買率が下がっているのは、地元の市町村で買うことは減っているが、周辺の市町村には便利な施設ができており、そちらに移動することが増えたために、地元購買率は下がり、地元以外県内購買率は若干上がっているという結果になったと考えています。</p>
会長	<p>その他、何かありますでしょうか。</p>
事務局	<p>只今、委員全員から消費購買動向調査に関する御意見をいただきました。ありがとうございます。</p> <p>今回、この調査を実施するに当たり、非常に迷いましたが、総括すれば経年比較をするために、前回と同じような質問項目</p>

にしたということをございます。ただし、委員から御指摘がありましたように、今後、ネット販売が増え、実店舗で買う方が少なくなってくる中での調査の意義であるとか、モノ消費からコト消費に移り、消費の意味合いが変わってくる中での考え方であるとか、「商業」と「消費」のずれという部分なども考慮する必要があります。本来の目的が商業施策の参考にするということですので、皆様からいただいた御意見を参考にさせていただきながら、次回以降の調査に役立てていきたいと思っております。

今回、学校に御協力いただいたため、回答者が30代、40代の女性が多いということですが、今後、歩いて暮らせるコンパクトなまちづくりを進めていくに当たっては、全世代のニーズに合うような施策が求められておりますので、調査対象年齢をどうするのかということも含めて検討していきたいと考えております。貴重な御意見ありがとうございました。

会長

その他、よろしいでしょうか。

それでは、次第にはありませんが、その他ということでも事務局から何かありますでしょうか。

事務局

現在、県が実施している商業まちづくりの推進に関する主な事業について御紹介させていただきます。

参考資料を御用意いただき、1ページを御覧ください。県では、平成30年度より、県、市町村、まちづくり団体等が連携・協力し、「歩いて暮らせるまちづくり」のモデルを構築する「歩いて暮らせるまちづくり強化プロジェクト」を実施しております。平成30年度は、会津若松市において、まちなかにコミュニティ拠点を整備する事業や空き店舗を活用した創業応援事業、公共交通機関の利用促進事業を実施しており、今年度は、須賀川市において、まちなかの回遊性を促進する事業やシェアサイクル運営事業、市民モニターを活用した情報発信事業のほか、公共交通機関の利用促進事業を実施しております。公共交通機関の利用促進事業については、委員の皆様にお配りしております資料を御覧ください。須賀川市中心市街地活性化協議会と福島大学吉田ゼミが連携していただいて、「#須賀川あるき」を実施していただいております。これは、須賀川駅から中心市街地まで距離があるということで、バスの利用を促進する事業です。路線によって異なるバス料金を200円に統一し、月に1回開催している「Rojima」というマーケットに出店している作家とコラボして作成したパンブローチ付きのバス切符を500円で販売しています。

2ページを御覧ください。県では、まちなかの空き店舗等の

遊休不動産の活用を促進し、県内のリノベーションまちづくりを支援するため、「リノベーションまちづくりプロジェクト」を実施しています。具体的な内容としましては、専門家の監修の下、遊休不動産と創業希望者のマッチングを行い、空き店舗等のリノベーションによる創業を支援する「トータルリノベーション実践事業」や地域課題の解決等を目的として、市町村、民間団体を対象に、専門家を派遣する「リノベーションまちづくり専門家派遣事業」、将来のリノベーションまちづくりの担い手を育成する「リノベーションプレイヤー育成事業」を実施しています。各事業の実施にあたっては、相互に連携を図り、相乗効果を生み出しながら、民間団体等の自立的な取組を支援しております。

3 ページを御覧ください。「小規模企業者等いきいき支援事業」は、小規模企業者や商店街等の取組に対して、商工団体が計画づくりから事業実施後のフォローアップまで一体的に支援しながら、県が取組に必要な費用の一部を補助する事業です。今年度からの事業となりますが、商店街枠につきましては、今年度は、4 市町村の商店街組織 4 団体の取組を支援しています。

4 ページを御覧ください。こちらは、昨年 10 月の台風 19 号による被災事業者等への支援事業についてです。昨年の台風 19 号の災害では、県内でも非常に広範囲にわたって、さまざまな地域で被害が発生しました。商店街の商店をはじめ、多くの小売事業者等にも被害が発生しましたので、施設や設備の復旧にかかる経費の一部を補助するものです。まず、左の「福島県中小企業等グループ施設等復旧整備補助金」については、被災した中小企業等がグループを形成して「復興事業計画」を策定し、県の認定を受けた場合に、そのグループに参加する事業者が行う施設復旧等の費用を補助するもので、昨年 11 月末から申請を受け付けております。次に、右側の「商店街災害復旧等事業費補助金」については、被害を受けた商店街の共同施設等の復旧に要する費用を補助するもので、アーケードや共同店舗、街路灯などの復旧が対象となります。こちらについても、昨年 11 月末から申請を受け付けております。

最後に、5 ページを御覧ください。「アサヒグループ商業コミュニティ助成事業」については、アサヒグループホールディングス株式会社の復興支援の一環として、同社主催、県の共催により実施している事業で、民間団体等が行う買い物を通じたコミュニティの維持・確保に関する事業を助成するものです。こちらの事業は、平成 27 年度から実施しており、これまで延べ 73 団体の取組を支援しております。右側には、今年度採択された事業の例を記載しておりますが、買い物弱者支援や商店街の賑わい事業等を支援しております。詳細は、後程御確認ください。

	<p>ださい。</p> <p>主な事業は、以上となりますが、県といたしましては、今後も商業まちづくり基本方針を踏まえながら、商業まちづくりの推進に関する市町村や商店街、民間団体等の取組を支援してまいりたいと考えております。</p> <p>説明は以上となります。よろしくお願いたします。</p>
会長	<p>ありがとうございました。吉田委員から何かありますでしょうか。</p>
委員	<p>ガチャガチャが須賀川駅の中にあるコミュニティプラザにあり、バス乗車券とパンブローチを500円で販売しています。地元の「Rojima」に出店していたパンブローチの作家さんに今回協賛していただいているパン屋さん一押しのパンのブローチを作っていただいて、そのブローチを協賛店に持って行くと特典が受けられるという事業です。須賀川の場合中心街と駅までのバスの運賃が違うのですが、バスの往復乗車券で、どのバスにでも乗ることができます。ハッシュタグを付けたのは、SNS上で発信をしてもらって、このマップにない生きた情報をアップデートしていただくという意図です。売り上げはまだ若干伸びていないのですが、皆さんよろしくお願いたします。</p>
会長	<p>私は、須賀川がとても良い街だと思っております、いくつかまちづくりの実践に携わっています。是非皆さんも応援していただければと思います。</p> <p>今の事務局の説明について、御質問等があれば、お願いたします。</p> <p>(質問等なし)</p> <p>それでは、本日の内容は以上となりますので、私の役割を終えさせていただきます。</p>
司会	<p>川崎会長、ありがとうございました。</p> <p>閉会に当たり、商工労働部長の金成より御挨拶申し上げます。</p>
部長	<p>委員の皆様におかれましては、貴重な御意見をいただきありがとうございました。</p> <p>改めまして、商業まちづくりを進める上では、直接的な商業の状況はもちろんですが、例えば、人口の年齢構成、人口減少の割合、復興の状況、ネット販売の状況など、さまざまな観点からきちんと実態を把握して進めていかなければならないとい</p>

	<p>うことを改めて感じたところでございます。</p> <p>今後も歩いて暮らせるまちづくりをしっかりと進めてまいりたいと考えておりますので、委員の皆様方には、引き続き御支援をお願いいたしまして、挨拶とさせていただきます。</p> <p>本日はありがとうございました。</p>
司会	<p>以上をもちまして、令和元年度第5回福島県商業まちづくり審議会を閉会いたします。</p> <p>ありがとうございました。</p>

以 上