

(様式第1号)

会議録 会議要旨

会議の名称	令和4年度 第1回中小企業・小規模企業振興基本計画策定委員会
日時	令和4年7月28日(木) 13:00 ~ 15:10
場所	芦屋市役所 公光分庁舎 南館 2階会議室
出席者	委員長 定藤 博子 職務代理 黒野 秀樹 委員 永瀬 隆一 橋本 周三 平野 雅之 山本 貴史 計倉 浩寿 四方 弘道 幟建 由佳
事務局	大上市民生活部長、平見地域経済振興課長、大久保商工観光・農林担当係長
会議の公開	<input checked="" type="checkbox"/> 公開 ----- <input type="checkbox"/> 非公開 <input type="checkbox"/> 一部公開 会議の冒頭に諮り、出席者○人中○人の賛成多数により決定した。 〔芦屋市情報公開条例第19条の規定により非公開・一部公開は出席者の3分の2以上の賛成が必要〕 <非公開・一部公開とした場合の理由>
傍聴者数	0人(公開又は一部公開の場合に記入すること。)

1 会議次第

- (1) 開会
- (2) 委員長・職務代理選出
- (3) 議題

2 提出資料

- (1) 次第
- (2) 中小企業・小規模企業振興基本計画(案)

3 審議内容

- (1) 開会
 - <委嘱状の交付>
 - <委員の紹介>
 - <事務局員の紹介>
- (2) 委員長・職務代理の選出
委員による互選で定藤博子委員を委員長に、委員指名により黒野秀樹委員を職務代理に選出
- (3) 議題
 - ① スケジュール
 - ② 中小企業・小規模企業振興基本計画について

芦屋市役所市民生活部地域経済振興課長 平見康則（以下 平見課長）

・スケジュールの説明

委員長

ありがとうございます。委員の方からご意見やご質問はございませんでしょうか。

芦屋市商工会 会長 永瀬隆一（以下 永瀬委員）

今年度の策定となっていますが、これはもう決まったことですか。

平見課長

事務局の希望としましてはそれを目指したいということで、当然この中で議論が高まりまして、時間がかかるということであればまた考えていきたいと考えております。

永瀬委員

何かの締め切りがあるという訳ではない。

平見課長

締め切りがある訳ではありません。

芦屋市役所市民生活部長 大上勉（以下 大上部長）

少し、補足しますと、おそらく第1回第2回の会の時もそういうご議論があったかと存じ上げております。市としましてもやはりしっかりと作るべき時に体制や予算を組んで取り組んでいこうとお示しているところですが、行政側が事務の都合上とか会議が開催できなくてという理由で延びることはいけないという思いではありますが、前回までの会議で永瀬委員が発言されていたように、やはり大事な計画であるということと、形だけではなくしっかりと芦屋市の特性を踏まえたものを作っていこうと、そのためには数字や統計の調査も必要になってくると思います。また、何よりもこの延びていた間の理由として新型コロナの事がございます。感染状況としましては今が過去最悪なのですが、課長が申し上げたように、情報のコントロールですとか、国、地域としての対処の仕方というのが、だんだん形ができてきて、ポストコロナ、今後もあり得るこういう感染症の拡大とかそれに伴う社会への影響ということもこの2、3年で学んだことも踏まえたものにしていく必要があると思います。そういうことを考えますとなかなかスケジュールありきで、後ろがあるので形だけこれでいっとなかないとしようがないと言うような急ぎ方はしてはいけないと。そのことを市役所庁内でもコンセンサスを取っていかないといけないので、そのためにもやはり皆様方からのこういう視点、こういう理由も、こういう調査もいるねというようなご議論と、皆様方の総意としてちょっと延びるけどその分ちゃんと作ろうよという意思が共有できれば、我々もそれを踏まえて動きたいという気持ちではおります。

委員長

ありがとうございます。ぜひ活発なご議論をというところからだと思いますけれども、ほかにはいかがでしょうか。

コア・サポート株式会社 黒野秀樹（以下 黒野委員）

委員長よろしいでしょうか。

委員長

はい、お願いいたします。

黒野委員

この議題1のスケジュールについて、本日9名の委員の方がお揃いなので、具体的に第2回目と第3回目の日程を決めていただいた方が事務局が調整されるのが大変かと思っておりますので、議事がどういうふうな順番で進むかはわからないのですが、委員の一人として希望しますのは第2回目第3回目あたりは、日程を決めていただけたらいいかなという風に思っております。

委員長

ありがとうございます。今日ちょうど皆さんいらっしゃるということで、決めてしまうといいいかなということで、どのようにすすめましょうか。

平見課長

事務局としては第2回を8月下旬辺りにお願いしたいと思っております。第3回目を10月下旬辺りから11月にかけてと考えておりますが、どうさせていただきますでしょうか。

大上部長

皆様お忙しいとは思いますが、例えば月初とか月末より半ばの方がいいとか、曜日でいうと何曜日がいいとか、午前午後なら等の調整になってくると思います。後は会議室の予定を見て何月何日何曜日何時からと決めていくことになると思います。そこは今日のご議論をいただいて、もう一度終盤のところで次回はここまでを目標にしてそれまでにこちらでこういうことを準備しますというまとめをする中で、今申し上げた頃合いの中で8月下旬か9月初旬の週で既にご都合が悪い日を、お伺いさせていただくという形でいかがでしょうか。

委員長

はい。ありがとうございます。では今日候補日を委員の方に伺って調整いただくという形で大丈夫でしょうか。では、そのように進めさせていただきます。ありがとうございます。他にいかがでしょうか。ご意見ご質問等ございませんでしょうか。無いようですので、次の議題2の方に進んでいきたいと思っております。議題2は中小企業・小規模企業振興基本計画についてです。事務局から説明をお願いします。

平見課長

- ・これまでの経過、中小企業・小規模企業振興基本計画（案）について説明

委員長

ありがとうございます。第1章と第2章は指針と現状の分析ですね。第3章が今後の基本方針と主な取り組みとなっている構造でございますけれども、皆さんの方から意見や質問を伺っていききたいと思います。それでは確認事項など質問からでも結構ですので、ここはこうしたほうがいいのかというようなご意見でも結構でございますけれども、自由活発な議論をお願いしたいと思います。それではどうぞよろしく申し上げます。

黒野委員

2ページですね、人口推移についての記述のところ、(1)芦屋市の全域の人口2行目平成

27年の95,350人をピークということになってございますが、昨日確認をしましたところ、市のホームページに記載がありましたのが、7月1日現在95,576人というふうに示されておりました。とすると、この27年をピークに減少傾向となっておりますが、直近の部分で行くと戻しているということと、そのピークをまだ上回っているという論調になるのでこの内容が反映できていないと思われました。細かい話ですが、数字のことですのでお取り扱いの方お願いできればという形で申し上げました。

委員長

はい。ありがとうございます。黒野委員からのご指摘でございました。2ページもそうですし、また、ご説明にもありましたけど、黄色い所ですね。今後、数字の更新があると思います。数字は非常に大事なデータとなりますので、ご確認と更新の方をお願いします。他にお気づきの点やご意見ございませんでしょうか。

兵庫県阪神南県民センター 副センター長 計倉浩寿（以下 計倉委員）

この計画のベースになっている調査ですが、おそらく市で実施されている独自の調査があって、非常にいいとは思いますが、ただ、何をいつのやつをどう使ってというところがわかりにくいと思います。例えば16ページを見ていただいたら、16ページの(1)消費者の購入状況で「消費者買物調査」というものが出てきます。僕もざっと見ただけですが、これまでこの消費者買物調査がどういうものかという説明はおそらくなかったと思うのですが、ここで初めて出てくると思います。そうするとこれはいつ実施したどんな調査かということを入れてもらえたらと思います。同じように18ページでも消費者買物調査が出てきて、平成25年度の消費者買物調査の購入場所と比較すると、ということは、説明で平成30年度と言われましたでしょうか。新しい調査があって、平成25年と比較したのが以下の内容ですよということをおそらく書いておられると思いますが、これもその辺が分かりません。直近は何年度のやつがあって、その前回の25年度と比較すると、というところがわかりにくいです。それと、同じ事でいくと、33ページの表題で、6番の広域商業診断結果から見える課題に対する今後の取組ですが、この広域商業診断結果というのはなんでしょう。おそらく広域商業診断の中に買物調査があったり来街者調査があったりするのではないのでしょうか。その調査の体系が前の方で説明をしていただくと読みやすく、わかりやすいのではないかと思います。この広域商業診断結果というのはいきなりここで出るので、しかも、文章を読むとこの33ページの2段目は平成30年度に実施した診断結果からとあるので、前の方で平成25年度と比べると、とあると、平成25年度の事を書いているのかなとも思ったりして、この一連の関係が全く別物とってしまったりするので、そこをわかるように書いていただけたらいいのかなと思いました。それと、これはまとめ方ですが、最後の第3章の基本方針の40ページでご説明にもありましたが、この1の表題のすぐ上の2行、基本方針の基本的な考え方だと思いますが、この強みをさらに強化をしてマイナスのカバーというのはその後でやりますと、まずは強みを強化していくというのが基本方針の考え方ではないかと思います。強みって何かと全体を読み返したときに、35ページの7番に強みという表題があります。これを読むと、産業の独自の調査からではなく、ここにありますような芦屋の現状把握とか36ページの表題にもあります、市の総合計画策定に向けたインタビューとか、そういうところからバクッと強みを拾っていて、いろんなことが書いてあるので、産業面での本当の強みが、ここで生かした強みというのがあまり明確に書かれていない気がします。僕がもし書くのであれば、15ページに本市の地域経済課題というのが前の方で出てきます。前の方では課題として、悪いことをいろいろ分析されていますが、よく読むと強みみたいなことも書かれてあり、産業のいろんなことをベースにいろんなことを書かれているので、できたらこの前の辺で、強みと課題を分けて、産業の調

査、買物調査とか来街者調査とかから見て取れる強みとかも前で書いてはいかがでしょうか。後ろで強みという項目を起こしておられますが、インタビュー等の調査ですので、産業的にどうかということの根拠づけが無く書いてあるので、できたら前の方で強みと課題の両面があるので、しかも強みを生かしたいのですから、前の方で折角された商業の調査から強みをもう少し書き分けていただいたら全体的に読みやすいかな、わかりやすいかなと思いました。以上です。

委員長

ありがとうございました。計倉委員からのご意見ですけれども、まずは調査の説明がないということで、何回も見てらっしゃると見逃しがちな所をご指摘いただいたかと思います。また、強みの根拠ですね、こちらを確認しようということで、ご意見としては最初の方に調査結果からまずは強みと弱みを明らかにして、強みを引き出していくというご意見だったかと思います。確かにご指摘を受けて考えてみますと、強みと目標が少し混ざっているのかなと私も受けましたので、そのあたりご検討いただけたらと思います。ありがとうございます。他にご意見ございませんでしょうか。

公益社団法人兵庫県勤労福祉協会

ひょうご仕事と生活センター阪神事務所長 四方弘道 (四方委員)

誤字誤植のレベルだと思いますが、1ページの一番下から3行目4行目の所ですけれども、計画最終年度である令和5年度にはとありますが、計画最終年度は令和5年にならないと思います。これはたぶん10年度と書き間違えたのかと思いましたが、指を折って数えましたら、5・6・7・8・9・10で5年度から10年度までだったら6年間となってしまいますが。

平見課長

令和9年度ですね。すいません。

四方委員

これはどうすればいいんですか。終わりは結局どこになるのか

平見課長

すいません。そちらも誤植で令和9年度までです。

委員長

令和9年度ですね。はい。ありがとうございます。

四方委員

そうすると1行目も9年度までですか。1ページの下から4行目の所も令和5年度から令和9年度ですか。計画最終年度は令和9年度になる。

委員長

ありがとうございます。うっかり5年ということで見逃しがちな。足掛けと実際の5年間と誤植だったかと思います。ご指摘ありがとうございます。他はいかがでしょうか。お気づきになったこと等ございましたら。

黒野委員

22ページの個店経営の厳しさという課題をご指摘いただいているところですが、一つ目の「事業者の現状は、代表者が60歳以上の事業所が半数ちかくあり」という部分ですが、例えばマクロ環境で考えた場合に2025年問題ということで、中企庁のデータですが、ベビーブームに生まれた団体の世代が75歳以上を迎え、その中で中小企業・小規模企業者の割合が380万社あり、その中の75歳以上の経営者の割合が245万社で全体の64.47%です。23ページに代表者の年齢の表がございました。69人の回答が母数で、そのうちの70歳以上19人ということは、27.5%になります。逆に芦屋はマクロ環境から考えると非常にまだ高齢化割合が少ないというふうにも捉えられます。60歳以上でいうと確かに半数ですが、もっと深刻だと中企庁が述べる部分は245万社の対象企業のうち、後継者が決まっていなくて半分以上127万社ある。これが大きな廃業につながる部分なので、非常に深刻な捉え方ですけども、ここはどういうふうな書き方でいくのかでしょうか。その辺との絡みで、マクロの数字までにはいっていないが将来的には深刻な問題になりますという書き方なのか、その辺比較対象としてどのように持って行っていただけるかというところ、私どもも数字のところは客観的な部分ですので読み手が非常にイメージしやすいということで2次データをよく使いますが、そういう部分で少しご検討いただければなというところなんです。それから課題の部分で少し述べさせていただきたいのですが、そもそも中小企業・小規模企業者の経営資源は限りがあるという前提で捉えれば、連携という部分をもう少し出していただいても良いと思います。地域内あるいは地域の内外を問わずという部分で連携、限りある経営資源の保管というところ、実際にそういう部分がかここ数年非常に顕著に出てきておりますので、そういう部分どうなのかと、企業庁としてはやはりメッセージの発信というところと、価値感を共有するという部分での共有、それから共感、共に響きあう、更に共創、共に創り上げる創造の創ですね、キーワードとしては共有・共感・共創みたいな形で未来に向かってチャレンジしていくというような論調もここに入れていただければ、よりもっと前向きにやっといこうよというメッセージを入れていただければどうかと個人的には思っております。私からは以上です。

委員長

ありがとうございます。事業継承についての捉え方と地域内外の連携を含めた新規創生といいますか、そういった二つの軸といいますか、そういったところを含めていくようにというご意見だったかと思えます。ありがとうございます。他にいかがでしょうか。

Work and place 幟建由佳（以下 幟建委員）

この時間をどう使うのかということに混乱といいますか迷ってしまっていて、課題を今聞いた限りいろんな内容が混ざっていて、要するに買い物の仕方が変わってきているよね、追いついていないよね芦屋市というのと、個人の経営が難しくなっているよね後継者いないし、なんでもかなというのと、集積力下がってきているから上げていきたいという話と、買う人のニーズが変わってきているから合わせていかないと、他市だったりインターネットに取られちゃうよね、だからニーズに合うようにしないとね、やり方を変えていかないといけないとか発信していかないととか、あと産業とかどうやってやっていくのかとか刷新していかないととかで一杯になっていて、消費者向けのことについて芦屋ブランドをどう使っていかどう考えるのかとか、産業の仕組みとか後継者をどうこうしていくところを考えるのか、いろんな大きな物と小さい物が混在していて、どこから何を話せばいいのかなというのがありまして、どこから切り口を出せばいいのか一旦整理したかったのと、芦屋ブランドというのはどうやら武器になりそうで、言えば伝わるというのはブランディングとしては大きなことなので、こんなおい

しいネタがあるのであればうまく使えたらいいよねというのが芦屋市としては絶対資産となるのでどう使っていくか、市内にいる人は芦屋の中にいる人がどう思うかで、外から流入していきたくか産業を外に引っ掛けていきたくかになったら、市外の人たちから見る芦屋市のブランドというのはどういうイメージなのか、両方面での芦屋ブランドというものの見方が内情を増やすのと外から引き込むというのでいるのかなと思った。芦屋についてどう思いますか市内と市外でどちらとも聞かれているデータがあったので、なるほど、こういうのもっと活用して、もっと核論になるのですが、武器として芦屋ブランドをどう使って他のコンテンツとかにどう反映していくのかということには有効になると思いましたが、いったいどこから話をするのか、一つずつまとめていくのがいいのかと思って一旦質問させていただきました。

委員長

ありがとうございます。そうですね。ご指摘はごもっともだと思います。要するに中小企業を捉えるときに、やはり社会全体の流れとか個人商店の思いなどとそして消費者と全てが密接に絡んでくる部分ですので、その辺り切っても切り離せないところがこの計画にも表れてしまっているのかなと思います。ご意見を伺って私も感じた所ですので、この計画自体についてはもう少しわかりやすくまとめていただくといいかなと、それぞれの仕組みについてまとめていただくといいのかなというご意見だと思いました。今日、この時間をということで、どういう質問をと思いましたが、私としましては第1回でもありますので、この基本計画をたたき台にさせていただいて、まずはご意見を、気付いたところ、皆さんからご意見をいただき、第2回第3回でブラッシュアップしていき、より分かりやすく、より具体的な形でまとめていけばいいと思っておりますので、質問はしづらいとは思いますが、まさに表現の事も含めて、わかりにくいですとかいうご意見でもありがたく思いますので、お気づきのことがあればこの場でご発言いただきますと幸いです。

計画委員

ざっと読んできたので、気になった事だけせっかくなので言わせていただきます。15ページ以下大体そうですけれども、分析は非常に調査を掛けられているんなことを書いておられるのですが、総じてどう判断するっていうようなことを書かれたらどうかと思うところもありまして、例えば15ページの5-1の消費者の買い物動向の変化でいろいろ書かれていますが、ご説明にもあった一番大きな変化は通販ネット販売が急増していると。おそらく日本全国的にはそうなのだと思いますが、もう一つこの分析の中で芦屋市の特色を何か書けないのかなと思います。例えば、高齢者が多くて、昼間人口が増えており、市内の買い物も増えていることとか、例えばどんなものが市内の買物で実際に増えているのかなと思うので、そんなこととか一言触れられないのかということと、18ページの購入場所の変化でこれまた細かくまとめられていますが、下の表を眺めると、大体5年前の25年度と同様にというのが多いのですが、ひとつ気になるのは下から4番目の25の専門性の高い飲食店での食事、5年前は芦屋市が1位だったと、今回は大阪とか神戸、三宮・元町が1位・2位になった、芦屋の人から見たら由々しき事態ではないかと思いますが、こういう専門的なおしゃれなお店が芦屋の特色で、ここが収益抜かれるという非常に問題視すべきと思いますが、そこはどう捉えるのかと思ってみます。25ページの集積力の向上という項目があります。集積力の向上を課題の一つとして挙げられていますが、これを読むと何をどう課題として捉えているのかというのがわかりにくくて、ここで分析されている芦屋市内の商業集積施設は集客力が落ちてきているから大変だということが言いたいのか、ここで挙げられているのは元々集客力が高く魅力的なお店なので、集客力はあるけれど、もうちょっと魅力を高めていきたいと、集積力

の向上といえば魅力UPなのか、どちらなのかと思います。全体読んだときに、33・34ページは今後の取り組みということで、6-1はニーズに対応とあります。6-2は魅力向上という今後の取組の方向性を書いています。ここを読むとおそらく先ほどの25ページの5-3の集積力の向上で課題として挙げたものを捉えて魅力向上ということで受けているのかと。だからさきほど申し上げたように、集積力の向上事態が何も課題とは前では言うておらず、魅力を上げたいということではないのかと読めますよね。その辺をわかりやすく書いていただきたいと一方では思いつつ、気になる記述もありまして、34ページの下から6行目で「経営実態調査で懸念されている商業集積全体の集客力が低下していることへの対応」とありまして、これだったらやはり産業集積地でも集積力が低下しているという指摘をしていることになるのですが、前の25ページ以下を見ると、産業集積地で集積力が無くなっていると特に書いているようには読めないですよね。この34ページで産業集積地全体の集客力が低下していると言い切るのはどんな分析でそこまで認識されているのか、全体と合わないなという気がします。

幟立委員

おそらく消費者ニーズに対応とか魅力向上は手段なので何が目的というか課題なのかがよくわからないという感じなのかなという気がして、手段についてどうだというよりも目的がわからないから魅力向上が手段として有効そうだとか消費者ニーズ対応が有効そうだという優先順位が付いたりしていると思いますが、課題を解決する目的がこれを見ると分かりづらいので、そこで優劣を付けるのは難しいのと、前の報告とちょっとずれてくるというか、その部分が分かりづらいのかなという気がしました。私も目的がわからない。何のための消費者ニーズに対応しようとしていて、魅力向上しようということなのかというのが、それが集積力を上げるのであればわかるのですが。とにかく売上がどこも落ちているので、そのためのこれとこれをしないといけない、というのでこういうものがありますよね。そうじゃないとすれば、整理しにくいと思いました。

委員長

わかりました。計倉委員、幟建委員ありがとうございます。まずは全体を通して言えることかと思いましたが、調査分析とその後への繋がりが見えないと、論理的な展開として見えてこないというのが一番の課題だとお話を伺っていて思いました。特に計倉委員からは具体的なご指摘をいただきましたので、その辺りを論理的に繋がるようにまとめていかないといけないと認識させていただきました。また、幟建委員の方からも課題と目的と手段が一緒になっているというご指摘ですかね。

幟建委員

どちらかという手段が多くて課題が分からない。

委員長

課題を明確化して、これに対してこういう手段をとるというふうに、例えば第3章の方で分けていった方が、こういう課題についてこれをしましょうであるとか、そういったふうに第3章を書き換えて整理していくというところでよろしいでしょうか。

幟建委員

たぶん、消費者ニーズを対応するために何かをします。何のために対応するのかというのが、それぞれの課題があって、それを解決するにはこの辺とこの辺が必要ですよという書き方を

すれば良いと思います。何のためなのかよくわからない。

永瀬委員

ごめんなさい。これってね、我々今回初見ですよ。2年前は作成していましたか。

大上部長

2年前の会議資料を見ましたら、この第3章というのは「目標と具体的な取り組み」という書きぶりです。そこに対して委員の皆様から市の独自性や優先順位をというご指摘や、それまでの課題の検証でやはり芦屋の特性から課題もあるしその強みもしっかりあるので、そこを生かして強みを押していくという形の構成立てをしたら良いんじゃないかというご意見をいただいたことを踏まえて、ご議論の中でいただいた表現だとか項目を今回(案)第3章として作り替えたような形になっておりますが、そういう意味では永瀬委員おっしゃるように初見に近いです。

永瀬委員

というのも私が1回目2回目で覚えているのは、非常にゆっくり進めるつもりでの進行の仕方でした。まだ細かいことは決めない、いつまでに何をすることも決めないでした。細かいことは受け付けません。徐々に徐々にという言い方だったのが、今回これがどんと出てきているので、誰がどこで進めたのかというのがある中、たぶん今回開くにあたって準備してくれた資料だと思うところ、計倉副センター長が言うのは、こういう問題があってこういう取り組みをしようという因果ですね、これがあるからこれにしようという正当性が無いと思います。当然我々、理屈と数字に対する根拠というのが必ずいるので、その資料が明確、あるいはそういうことがなくて、目的は明確にはっきりしているわけですから、振興条例の制定に伴って芦屋市の目的に確実に書いてあります、地域の担い手である商業者を支援しようという市の取組に対してのものなので、多岐にわたる産業において多岐にわたる課題は当たり前なこと、すべての解決を求めるものであると思います。ただ、コロナ禍ですごく明確ですけども、感染予防と経済復興という矛盾した両建てを今テレビでよく言っているのを見ますのでわかると思いますが、芦屋市は昔からその問題を抱えていて、国際文化住宅都市としての住み心地や景観を保つのと、その中で暮らす商売人の地域振興ですよ、これを両立させるのが非常に難しいので、まず、最初にどこで何を決めるのかと聞いたのは、たぶん話し合うと終わらないからです。どこまでも。ただ、わかっている人たちがそれをわかったうえで、これくらいよねという、たぶん総合計画もそんな終わり方でしたよね。ここまで触れる、触れない、いや触れんとこ、といった決め方だったと思うので、これもどこか終わりはそういう形になると思いつつ、でも、いろんな意見は聞かないとわかりませんので、そういう意味でのまず目的に対しての課題は沢山ある、ひとつずつ整合性がある答えになるような形にすればたぶんだいぶ解けると思います。我々商工会としましては、商工業者を市が支援してくれるというのは非常にありがたい話なので何も意見を言わないつもりでしたが、ただひとつ、どうしても出てこないのが商売するにあたってやはり正当性と公平性は必ず要ります。この文言がどこかに入って欲しいというのは、コロナ禍で飲食店が打撃を食らう中、どのお店もテイクアウトを新しく始めるお店が出た中、それを支援しようとした動きが沢山ありましたが、当時食品表示法の改正があったにも関わらず、食品表示をしていないテイクアウトのお店まで支援していました。例えばアレルギーのある子が死ぬ可能性もあるのに、そんな店を応援していたとあってはいけませんので、商工会はそれを支援しませんでした。そういった商売するうえでの正当性を持ったお店だけが、きちんと商売が出来て、その機会をあたえるのであれば公平性を持って産業の全事業所に機会が当たるようなことも含めないことには、一部の事業所だけがクローズアップされる

ようでは困るので、そういった書き方がどこかにあればありがたいと思いました。以上です。

委員長

ありがとうございます。そうですね。キーワードとして正当性と公平性をやはり公的な機関としてバックアップするように記載が必要かと思いました。ありがとうございます。他には何かございませんでしょうか。

大上部長

終始いただいているご意見を基に、そこからたたき上げてオリジナルの物を作りたいという思いで、冒頭のスケジュールの事もおっしゃっていただいた事がその事に繋がっていると思います。事務局の方で限られた情報と手数の中で前回までの経過を踏まえてご議論いただくたたき台を今日お披露目したものですので、ご意見は踏まえたいとの思いである一方、本当にこれが市としてこの方針、この項目立てでいきますという所まで作りこんだ段階のものではなくて、どちらかというところ、目次の構成あたり位から、ご意見ご議論いただきたいと思っている位です。第3章というのがこのボリュームでいいのか、例えば第3章を課題に対しての方針・目標と据えて、第4章で主な取組という所でもう少し突っ込む方が計画の項立てとして、もう少しわかりやすくメリハリが付くのかなと今日議論いただいたお話を踏まえるとそう思ったりもします。そういうことも含めましても、永瀬委員も委員長もご指摘くださっているように、これで完成形というものでもなく、今までまだ市民の方に市としてお示ししていない分野、せつかくいろいろと分析して情報もいただいていますので、まずは第2章の芦屋市の現状と課題と言いますか、芦屋市ならではのいいところも課題もありますが、特性というものを、そしてその中で歴史的な背景において中小企業・小規模企業の事業者さんのご苦労と申しますか難しさ等もまずは行政・市民・企業で共有する、そういうところをお見せしていくということが第1歩かなというふうに思っております。当然今後5年間だけの計画で終わるものではありませんし、その後ブラッシュアップしていくためにもどうしてもボリューム的には第2章の所が分厚くなってしまわざるを得ないのですが、その中でも委員長がおっしゃったように論理的に、分析した数字、根拠となる数値とか、調査の出典等はきちっと明確にとということも、これは行政のどの計画でも課題とされてきておりますし、初めての計画ですのでふんわりしたものになる部分もあるかと思いますが、その中でも現状、特性をお示しする部分については、広く市内のすべての方に周知することが、中小企業・小規模企業の担い手の皆様の役割と申しますかまちづくりへの貢献とか役割をお示しすることに繋がると思います。そういう意味では本当に失礼ですが、項目だけの箇所についてもご意見いただけたらと思っております。ですので、本日の最後にと申し上げておりました次回のスケジュールの8月末とか9月頭に、今日いただいたものを反映させながら修正してお目通しいただけるようなものをそこでお示しできるかは正直難しいと感じるところですが、それでもそういうことの繰り返しでいいものにしていく、その過程で例えば策定時期の見直しが必要となるなら、我々も庁内外に向けてそのこともしっかりとご理解いただけるよう発信していくべきと思っております。方向性についてはここまでご意見いただいているようなことをいろいろと織り込みながら、次の会議では今回はこういう視点とこういう項目についてご指摘くださいというステップに入っていないといけないと思っておりますが、本当にまだまだそこまで至っていないと自覚しております。

委員長

メンバーが変わったことやコロナによる影響がありますので、いろいろな委員からご指摘いただきましたように論理的に詰めていくという点、構成を含めていろいろご指摘いただい

たと思います。構成の点でまだお気づきのことがあればご意見をいただきたいのですが、2時間程度と伺っておりますので、少し議論を進めるために第3章についてご意見を伺えればと思っております。第2章までは次回までの課題ということにさせていただきます、第3章の今後どうしていくかというところで重要となってくる章ですので、こちらをお読みになって時間は少ないかもしれませんがお気づきの点などご意見がございましたら伺わせていただきたいと思っております。いかがでしょうか。

計倉委員

40ページの1番、芦屋ブランドを利用した集客と販路拡大で、この中の(2)首都圏でとか市外で販売をするとか恒常的に市外で拠点を持つ所で販売をして、ブランドイメージの発信にすると書いてあります。商業というのは市内の事業所で販売しない事には商業販売額にはならないですけど、要は商業として発展しなくてもブランドだけ高めたらいいと読めるのですが。次のページの絵を見ても商品は売れるが大量の購買客は流入しない、この絵の左下にもありますね。あまり市内に購入客が来なくてもいいという、市内で売れなくてもいいと大胆に言い切っていますが、それでいいのでしょうか。考え方はいろいろありますし、ブランドだけが広まるからいいと。ここまで書くのかなって思います。今回の資料とは全然関係ありませんが、この辺の動きを見ていたら、市外から芦屋市に入ってきている有名店舗があり、いずれも非常に品質のいいところではないでしょうか。そういう動きを芦屋ブランドと絡めて触れてなくていいのかなと。みんな芦屋ブランドに憧れて、ここで商売したいって人が絶対いるのではないのでしょうか。そういう動きは目に見えるところで見えているなという気がします。一方で買い物客はもうこれ以上来てほしくないという思いもあるかもしれないのですが、商売したい人がここへ来るのまでは拒まない。そういうのはどんどん受け入れてもいいのではないかなと思います。その辺は芦屋ブランドというこの計画の中では一番のところ、まさに強みというところで、一番大事な部分となろうかと思いますが、そこを少し触れられたらいいかなと思います。

永瀬委員

おっしゃる通りで、僕はこういう資料みたら総合計画の時も言いましたが、ブランドという言葉を使い過ぎという気がするし、芦屋で生まれ育った人間はブランドという言葉は使わない。芦屋ブランドって何と聞いたら、答える人は一人もいないと思います。芦屋ブランドに頼って商売しに来た人が言うのが、「芦屋の人は高い物が好きなんですよ。」とか「高い値段付けていても売れるんですよ。」という認識です。僕の知っている芦屋のお金を持っている人は、良い物が好きです。高くても安くても関係なく。それはどちらかという芦屋の人らしさだと思う所が、高ければいいというのが芦屋ブランドになっていたら、当然芦屋にきたら儲かるぞって商人が集まるのは当然ですけども、記載されているように兵庫県で廃業率ナンバー1です、芦屋市は。やはり芦屋で商売はするけれども辞めていく、潰れていく会社が多いのも事実ですので、おっしゃるように芦屋で商売をする人を増やせばいいが、購入が芦屋でないといけないかという今はそういう時代ではないので集客をどこまで求めるのかわからないですが、やはり私としては、先ほどおっしゃっていたお店の例で言いますとエプロンが10万円で売れるお店が流行っていました。その経営者の方とこの前話したら、店閉めましたと、ネットで売れるからということでしたが、当時10万円のエプロンが飛ぶように売れました。それが芦屋らしさと言えばそうなのかなとも思いますが、それだけじゃないですけども、そういった意味ではブランドという言葉に頼りすぎて、エリアブランディングってどこに行ったんですかね。まだやっていますか。

大上部長

はい。やっています。

永瀬委員

それは出てこないですね。ここに。宮塚住宅は出てくるけど。

大上部長

前回のご議論の時にはちょうど総合計画の策定途中という所でした。私冒頭のあいさつで触れましたように、昨年度第5次総合計画とそれと一体的に同じ冊子の中に、市の魅力発信向上へ向けて行政の施策分野を横ぐしにしたような形で3つほど重点取組を掲げた創生総合戦略という切り口で示してあるんですね。その重点プロジェクトの1つとしてエリアマネジメントがあります。

永瀬委員

ブランディングエリアと書いてあるのは芦屋川沿いになるのですか。

大上部長

創生総合戦略で示しているのは、宮塚から鳴尾御影線のライン、そして芦屋川のライン、L型みたいなイメージになっているんですけども、芦屋市の規模では、観光資源という言い方かどうかわかりませんが、大きな観光バスで来ていただくというよりも、芦屋市自体に訪れていただいてお散歩いただける魅力、回遊性がありますし、これからも増やしていきたいと。その中で、エリアとしては打出の駅前から歩いた石造りの旧図書館本館とおさる公園をリニューアルするワークショップをやっています。それと従前の旧宮塚町住宅とこの度進捗をみるようになりましてJR芦屋駅南の再開発に伴ってそこから2号線に渡って延びていくルートや鳴尾御影線沿いには、桜やケヤキ通りの道沿いにおしゃれなお店、商店が続いています。そういう辺りをブランディングエリアとして繋げていけないかと考えています。

永瀬委員

芦屋市というブランドとかエリアによるブランドに頼るのは一旦置いておいて、副センター長が言うように、この古典のブランド力は十分に頼ればいいと思います。芦屋のこの店のこのご飯が美味しいとか、ここに行けばこんなものが買えるとかいう、その店のブランド力をもっと支援するような形にして、結局そういう店が多い街として芦屋の価値が上がるような結果になればいいけど、ブランド力に頼って芦屋という名前を売って…、でも、私が知っている芦屋は全然金持ちではないです。たぶん一割です。だからその市外のイメージを市内でやるのは非常に難しいので、それも認めた上で、ブランド力のある事業者を支援するようなことで、今回根本にあるこの条例に対するこの計画は地域の担い手という言葉がありますが、これざっくり過ぎるのですが、消防団であるとか祭りで走り回っている人であるとか、あるいは防災のことでいろいろ普段から活動されている人達は地域の事業者が多いと。彼らがそういったボランティアができるのも商売をやっているからこそ。だから行政はその商売の支援をしましょうっていう流れだと思うので。そういったことだけをブレずに、そこが何よりの目的なので、今回のその条例のね。こうやって県下の内情を知っている人たちが集まってきてもらえるので、芦屋のそういった内情も含めて、やっていただけたらありがたいなと。第3章が膨らんでいくのは当然だと思います。

委員長

ありがとうございます。そうですね。さっき軸とおっしゃいましたけれども地域の担い手である事業者の支援という所は外してはいけない最も大事なところかなと気づかされました。確かに芦屋ブランドというのは非常にわかりやすそうでわかりにくい概念だなと私自身思いながら、他にどう表現するかと非常に難しい課題をいただいたように思います。他はいかがでしょうか。お気づきのことでも結構ですし、何かご意見をいただければと思います。

職建委員

芦屋ブランドのお話が永瀬会長からありましたが、確かに「芦屋で売ったら売れるよね。」「いやいや、芦屋の人は高いから…」とかではなくて、結構見抜く人が多いのは多いので、失敗して、簡単に始めるけど簡単に辞めてしまうみたいな傾向は確かにあると思います。芦屋のブランドという言葉にしてしまうとどうしても固まってしまうので、言葉を変えるだけでいいのかわかりませんが、自然があつてというか土地柄のどうにも揺るがない素晴らしさだったり空気感とか、ライフスタイルに憧れてだったりとか、この小さなお店で、街で昔からの何屋さんも含めて、一流と言われる料理屋さんがあるみたいなとか。この土地というものは芦屋ブランドと言っていいと思っていて、そこをそのまま外から来た人が商売として芦屋でブランドですとやってしまうと、芦屋はそうではないと中の人に受け入れられなくて、廃業していき…というような形なので、お商売として芦屋ブランドという名前でネーミングを使うのか、街という意味で、自然とか教育とか文化とかそういう所が芦屋らしいというブランドを使うのかによって、感じ方が全然違うなという気がしていて、私は芦屋ブランドというどっちかという後者の方で、自然とか文化とかライフスタイルだったり空気感みたいなものと良い物が小さな所にギュッと集まっているという、ここにもありますがおしゃれな感じがあるとか、行ったら女性はワクワクする街だと言われるところがあるので、それは芦屋ブランドと言っていいし、それが日本でなんとなく思われているイメージというので捉えるというのはありかなと思うので、ここを産業とどう繋げていくのか、私もさっき強みとしてどう使うのがいいのかとかいう話はしましたが、使い方は確かに難しいと思っていて、簡単にそれを背負うと全然ブランドではないので、中の人にまず受け入れられなくて、廃業して、コミュニティ側に入り込めないみたいな、廃業原因が、本当にそうかはわからないですが、そういう事もあり、なんか商売しにくいなこの街と言って出て行ってしまうということが出てくるので、分けて使うとうまくすごくいい効果が出て使えるのではないかと私は逆に思っています。

委員長

ありがとうございます。そうですね。私は実は歴史が専門ですけれども、芦屋市と言えば庭園都市というふうに言われていて、景観だとか庭園といういろんな要素を含んだ言葉だと思うのですが、そういった空気感を含めた魅力というものを捉えていただける人というのがいいのかなという気がします。芦屋市は都市圏ですけれども、最近田舎でもお試し移住とかお試してみたいなのがあるので、今お話を伺ってという所ですけれども、そういうお試してみたいのを支援することがあってもいいのかなと思いました。

職建委員

たぶん高齢者の方だとは思いますが、休憩場所が欲しいとか今は暑いですがけれども、ちょっと座だけでいい角度でいろんなきれいな物が見える場所が至る所にあつて、JR芦屋駅南開発をされたらデッキの部分も最高にいいロケーションだと思うので、ああいう所に休憩場所を作ってカフェとか芦屋ならではの昔からいらっしゃる所に出してもらったりとか、外から来てもらってもいいのですが、という形で作り上げるのが芦屋ブランドなのかなと考

える部分が私はあるので、ドッキングなのかなという気がします。そういう風にして行けたら、西宮とも違う、神戸とも違うという芦屋に行ってちょっとリラックスしようかな、良い風当たろうかなみたいな。

大上部長

今、委員にいただいたご意見というのは、先ほどご紹介いただいた総合計画を作っていた時に、それも地域の皆さんからのご質問で、あの時は芦屋ブランドという言い方ではなくて、芦屋「らしさ」という行政もよく使う言葉について、じゃあ芦屋らしさって何なんだっていうことへのお答えとして、それこそ在住で事業者でもある委員の方から頂いた言葉がその通りでした。芦屋らしさというのは、見た目の自然と建物の調和に加えて歴史文化、その中でご商売人様も含めて住まわれている皆さんの生業、人の暮らし、趣味とかファッションから食からそれが全て芦屋やねっていわれる総合的なものと言いますか、形があって無いんですけども、でもそれが芦屋は違うねって言われることやと思うって言われたときに、私自身もストンと納得しまして、他の場で聞かれたときにはそのように答えるようになっていたんですが、それはそのとおりで今でも思っています。そのうえで、今回のこの計画に永瀬委員がおっしゃったことを落とし込むことについて、まちづくりとか街全体の魅力向上に寄与するものであるという事が広くご理解いただく事も必要になると思うんですが、かといってなかなかまちづくりの部分とか、ブランディングエリアみたいなことまでこの計画で目指すのか。それはそれでそういう取組を進める部署や計画がありますので、当然そこは連携しながらなんですけれども、やはりこの計画では中小企業・小規模企業の事業者様の実態・実情・まちづくりの中でなくてはならない担い手であるということとを広く共有し、それこそ芦屋らしい生業を続けていただけるようなことに繋がったらいいなということもあります。この計画でどこあたりまで落とし込み、どこあたりまで扱うかそこもさじ減が難しいと思っております。

委員長

ありがとうございます。そろそろ2時間という所ではございますけれども、橋本委員は何かご意見などございますでしょうか。

芦屋観光協会 理事 橋本周三（以下 橋本委員）

今日は特にございません。ありがとうございます。

委員長

ありがとうございます。多様な人材等の点から四方委員、ご意見はございませんでしょうか。ワークバランスが近いのかと。

四方委員

33ページの5-6のところにワーク・ライフ・バランスを書いています。その最後の行の、「満足も不満も高くなく、優先順位が比較的低い」というのは、ワーク・ライフ・バランスを推進する立場からしたら、優先順位が低いと書かれると寂しいなという思いはありますが、表現は不満も高くないのであれば優先順位が低いのもわかりますが、満足も不満も高くなくというのは表現的にはどう読んだらいいのかと思いました。

委員長

はい。ありがとうございます。確かに、満足が高くないのではないかという所重要だと思います。他いかがでしょうか。

兵庫県信用保証協会 阪神事務所所長 山本貴史 (以下 山本委員)

保証協会の中小企業の皆様の金融の時の保証率等で成り立っている事業者ですけれども、私共の兵庫県信用保証協会の実態の数字でお話しさせていただきますと、この事業計画に対しては小売業とか卸売業がフューチャーされすぎていて、もう少し幅広い事業者の方のコメントがいます。数字を紹介しますと、兵庫県では建設業が最も割合的に多いですね。24%ほど。芦屋市を見ますと建設業は11.5%と、兵庫県全体の半分以下で小売業は17.12%と高いのですが、一番高いのがサービス業36.8%、サービス業をどういう範疇でやるかっていうのは難しい話ですけれども、約10個の業種に分けた時のサービス業が36%と圧倒的に多いと。兵庫県全体では21.63%となっています。サービス業と言えばいろいろあるとは思いますが、理美容業ですとか、お医者さんもたぶんサービス業に入りますし、塾とかなんかもあると思います。いろんな社会全体の成り立ちとしていろんな事業が必要だと思しますので、ちょっと小売業とかに力が入りすぎている点が気になりました。

委員長

ありがとうございます。そうですね。それだけサービス業が占めていたら、建設業も共に無視できないと思いますので、次回に反映していただきたいと思います。

㈱日本政策金融公庫 神戸東支店支店長 平野雅之 (以下 平野委員)

第3章の基本方針のところですけども、見ていると割と具体的な事が書いてある所とざっくりした所と混在している感じでして、どこまでの事をここで示せばいいのかなとある程度決めた方がいいのかという気がしました。やはり具体的に何するのというのを想定されていないと、お題目だけを掲げて実際に動けないという事があると思いますので、ある程度具体的なところまでは考えた方がいいのかなと思ったのと、先ほどからお話が出ていますが、商売を始めてもなかなか続かなくてすぐ辞めてしまう人が多いという事ですけども、本当にそうなのかなというのがあるって、31ページのところでは、創業率も高いけれども廃業率も高くて経営継続が難しい環境であるという風に分析されていますが、他のところをみると実際に事業所数は増えていきますよね。だから始めた人がすぐ辞めるという事もあるかもしれないけれども、そうではなくて始めたばかりのところ結構続いていて割と長年やっている人が辞めているという可能性もあるので、この分析はもうちょっと中身を見ないとわからないと思います。それによって中小企業・小規模事業者の支援策は変わってくると思います。そこはもうちょっと精緻に分析をした方がいいと思いました。

委員長

ありがとうございます。具体的案を落とし込むというご指摘と、始めた人がすぐ辞めるのかそれとも高齢化とかいろんな理由で辞めていかれるのか分析を精緻にというご意見をいただきました。他はいかがでしょうか。もしなければ2時間程度とお時間をいただいておりますので、事務局に最後お返ししたいと思います。

それでは本日たくさんの意見をいただきましてありがとうございました。第1回はこれにて終了させていただきます。どうもありがとうございました。

4 その他<次回スケジュール>

令和4年8月26日10時~12時に開催

5 閉会