

(様式第1号)

会議録     会議要旨

会議の名称	令和4年度 第2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8月26日(金) 10:00 ~ 11:50
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	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) 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
- (2) 議題

中小企業・小規模企業振興基本計画について

阪南大学 経済学部 准教授 定藤 博子 (以下 委員長)

委員長をさせていただいております定藤と申します。先日は活発なご議論いただきましてありがとうございました。今回はですね、改定されたところを吟味しながら進めさせていただきたいと思っております。どうぞよろしく願いいたします。

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)

そうしましたら早速ですが議題の方に入らせていただきたいと思います。委員長お願いし

ます。

### 委員長

それでは議題の方に入りたいと思います。まずは手元の資料の確認をさせていただきたいと思います。「芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画」、「基本計画スケジュール」、「会議録」そして「次第」の4点。会議録につきましてはご確認いただきまして、もし、訂正などございましたらご連絡をお願いします。スケジュールは後での確認ということによろしいでしょうか。

### 平見課長

はい

### 委員長

それでは芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）についての議論を進めてまいりたいと思います。よろしくをお願いします。事務局にて説明をお願いします。

### 平見課長

芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画（案）変更点について説明

### 委員長

ありがとうございました。大変短い時間の中で変更していただきありがとうございます。それでは質問なども含め、議論を開始していきたいと思います。形式的なこと、また、内容にかかわることどちらでも結構ですので、ご意見や質問等がございましたらお願いします。

### 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）

統計の関係の所では、わかりやすくしていただきました。16 ページを見ていただけたら、本市の地域経済の分析ということで、こういう統計でということを提示していただいて、非常に読みやすくなりましたが、この広域商業診断とはという中にこういったいくつかの統計があるということで書かれてありますが、資料に無い名前があります。例えば 23 ページの 5-2 の個店経営の厳しさで経営実態調査とありますが、その次のページ以降も経営実態調査が出てきます。16 ページに経営労働実態調査と労働実態調査はありますが、経営実態調査はありませんが、また別の統計になるのかどうかっていうことが分かりません。あとで確認をしていただければと思います。

### 委員長

確認させていただきます。ありがとうございます。

## 計倉委員

それが一つと、説明で12ページの芦屋市の立地特性を前に移動させると言われておりましたが、立地特性だけでしょうか。下の4番の取組はここに置いておくということでしょうか。

## 平見課長

取組もまとめて前の方がいいと思います。現状の分析数値が並んでいるので、間にこれが入ることで分かりにくくなっていると思います。大きな調査の数値と市内の数値をくっつけたほうが良いかと思っております。

## 計倉委員

それはそれでいいと思いますが、この次の4番は取組を時系列で書かれて、次の13ページからもおそらく時系列順に広告物条例があって、総合計画があって、都市計画のマスタープランがあってという順番ですが、説明するときは施策の上位からの方がよくないでしょうか。まず2番の総合計画、次にマスタープランがきて、その次に屋外広告物条例かなと思います。次の14ページの県の民泊の条例が一番最後でいいのではないのでしょうか。市の基本条例の方が上位ではないかと思いました。それとこの続きで15ページ(6)女性活躍推進とエリアブランディングですが、これは市の関連する取組のことを書かれている中で、この(6)というのに関連というよりも市の産業施策そのものが書かれてあります。昔からやってきたということで前の方に書く方がわかりやすいのか、どこに書いた方が良いのかなど。第3章で事業がこの度だいぶ詳しく書かれています。例えば、37ページの1の(6)にエリアブランディングが出てきますので、15ページの後段に説明されているエリアブランディングを37ページと一緒に書いてくれていると、読みやすいと思います。同じく15ページの(6)の芦屋リジュームの事業のも後ろの39ページで表の一番下に女性活躍支援芦屋リジュームと出てきますので、ここに書いていただけたらわかりやすいなと思いました。併せてこの15ページの(6)女性活躍推進とエリアブランディングというのは芦屋が独自に進められている産業政策で非常に重要な記述かと思えます。もう少し書き足してはどうかと思います。例えば芦屋リジュームということでいろんな事業をされていますけれども、創業とかでどんな成果が出たとか、この事業によって女性の創業が毎年何件ずつ出たという成果を書いてみるとか、後段のエリアブランディングの話についてですが、これも重要な施策だと理解しますが、市民はこれを見て大体地理的にイメージされると思うので地図があってもいいと思います。「エリア」と出てくるので、こういうエリアでやっているとか、このブランディングの施策の効果が表れている風景の写真なんかを載せてみるとかはどうでしょうか。思い付きを言っておりますけれども。ということでこの(6)は市の取組で、非常に重要なところなので、もう少しアピールするという意味でも記述を補充されてはいかがかなと思いました。

## 委員長

ありがとうございます。第2章の4節ですね。そこの順番を時系列ではなくて重要度というか広域度というか、そういった順番に変更をしてはどうかというご意見と、(6)を実績を踏まえた形で表記するとか、エリアブランディングと分けてもいいのではないかというご提案だったと思います。ありがとうございました。

## 永瀬委員

4番の(1)～(6)は時系列ですか。日付の記載が無いので分からないのですが。時系列ではないではないでしょうか。今の時点では。全部記憶していないのですがも。

## 計倉委員

12ページの下の表の順番に並んでいるかなと思ったのですけれども。

## 平見課長

もともとはそうですけれども、今回は修正が入っていますので、変わっているところがあるかもしれません。確認してみます。すみません。

## 委員長

第5次は始めですけどやや最後ですね。

## 永瀬委員

第5次が一番最近だったと思いますが、時系列になっていないので、今の時点で重要度の順番にしたのか、たまたまなのかによって、副センター長がおっしゃったように重要度か時系列かのどちらかにされた方がいいと思います。(1)～(5)番が条例とか策定計画なのに対して(6)番だけは事業という気がして、並べるのは違うかなと。記憶が確かではないのですが、これ確か女性活躍推進とエリアブランディングは、それぞれ担当課はどこですか。

## 芦屋市役所市民生活部地域経済振興課係長 大久保瑞穂（以下 大久保係長）

エリアブランディングはマネジメント推進課です。

## 永瀬委員

女性活躍推進は。

## 平見課長

人権・男女共生課です。

## 永瀬委員

これどちらも商工会は関わっていないんですよ。われわれ知らないところでエリアブランディングも決まっていたし、知らないところで女性活躍も進んでいたの。地域の事業者までは行き届いていない事業かと思います。我々もその成果というのを知らないです。入れるなら出していただいた方が。(1)～(5)の順番はおっしゃるように(1)番と(2)番の間に(3)番と(4)番を入れれば問題ないと思います。

## 委員長

ありがとうございます。4節の順番の検討、そして、(6)の女性活躍推進は別の事でありまして、具体的な内容ですので、副センター長からもあったように別の所に組み換える、というところで理解しております。ありがとうございます。他の方はいかがでしょうか。

## Work and place 幟建由佳（以下 幟建委員）

資料の特性上がわからないので、もしかしたらずれているのかもしれないのですが、全体的に何をどうしたいのかが見えない資料だなと思っております。書き方も資料の37ページとか38ページの具体的な事業内容とか記載されていますが、こういうことをやっていますということとはよくわかりますが、狙いみたいなものが一緒に書いてあると、このためにこれをやっているということが分かるので、資料としてはそっちの方が具体的な施策があつてこうしますというふうなことで第3者の方が見たときに、ただ情報として収集するのか、何のためにこれをやっているのか理解を深めるためには、「何のためにやっています」みたいに、事業の目的を同じ表の中に入れた方が一つで完結してわかりやすいのではないかと思います。「芦屋ブランド」か「あしやらしさ」は極論どっちの言葉でもいいとは思いますが、これは何のために「芦屋ブランド」にしたいのか、そこが分からずして言葉をこう入れ替えようとか文章をこう入れ替えようとかしている感じがするので、全然知らない人が見たときに「う～ん、そういうことか…」という感じではあるので、なんでこの言葉を使って、なんでこの言葉に差し替えたのか、何をどうしたいのかわかる方が、市民の方々とかどなたかが見られる資料なんですよ。だったらその方が伝わりやすくて、それに向けてやっていますって方が分かりやすい資料になるのかなと思いました。全体の構成の話なのですけれども。もし、そういう特性が必要な資料であつたらの話です。ただ、情報として羅列することの方が大事だとすると、その必要は無くなってくるのですが。もし私が第3者で見たときに、何をここから感じるかなとか、何か市民としてできることを考えたときに、何かあるかなってという発想に行きつきにくいかな、市民としてみた視点でそういうふうに感じました。

## 委員長

ありがとうございます。第3章の所ですね。だいぶ大きく組み替えたところでもあるとは思いますが、もう少し各節の役割であるとか、明らかになった方がいいかなというところ

ろですね。

### 幟建委員

考察みたいなのがもう少し入ってればわかりやすいと思います。一概に情報だけで勝手に考察することはできないので、そこまで書き落としができないので考察を入れたりするのはできない状況ですけれども、あったらより深みがあるかなというふうに思いました。

### 委員長

ありがとうございます。最後発信することを考えて整理しやすい・考えやすい冊子にということですね。ありがとうございます。「芦屋らしさ」という言葉の使い方というかそういったところもご指摘いただいたかと。

### 幟建委員

毎回議題になる気がして、どこでもなんですけどね。

### 委員長

確かに難しいですね。一言で片づけてはいけないのかもしれませんが。

### 幟建委員

きれいにいい言葉がまとまればなと思いますが、たぶん中身があって言葉を作った方がなんとなくこれだよねというふうになるのかなと日々思ったりしているところではありますが、どうしても言葉から入る方がイメージしやすいので。すぐ決めたくなるものですが、でも、「らしさ」はなじんでいて、地域っていう感じでいいなとは思いました。

### 委員長

ありがとうございます。最初に定義があってもいいかもしれませんね。

### 幟建委員

目的とか言葉で表現したい。

### 委員長

ありがとうございます。おそらく強みをまとめて芦屋らしさというところかなと思いますので。

### 幟建委員

各論に行っちゃうかなと思って。

## 委員長

ありがとうございます。他の方がいいでしょうか。

## 計倉委員

統計的な所で。7 ページ全体に事業所全体の表があつて、卸売、小売業ですけれども、平成 28 年は 754 事業所、従業者が 5,764 人ですけれども、次のページ小売業は、28 年の小売業の合計が 464 事業所と 3,391 人です。そして、10 ページの卸売は 28 年 77 事業所と 428 人、これ足しても 541 事業所にしかならない。7 ページは 754 事業所であり、人数も 7 ページは 5,764 人ですけど 8 ページと 10 ページの数を足すと 3,819 人にしかありませんが、どこか間違いがあるのではないのでしょうか。

## 平見課長

確か別に細分化されていたかもしれません。確認いたします。

## 計倉委員

卸売と小売しかありませんから。何かが違うのでしょうか。前回ご指摘があつて、今回 10 ページから医療・福祉とか不動産・物品賃貸と宿泊・飲食サービスを付け加えていただいています。この医療・福祉と不動産というのは芦屋産業の強みでもありますよね。構成比を見るとかなり高いですよ。これを載せていただいた意義というのはとても大きいですが、これ載せると、このプラン全体が商業を中心に書いておられますので、これを載せたらもう一言いるのではないかと、そういう調整が出てこないかなと思います。あとは僕の思い付きですが、間違っているかもしれませんが。例えば 10 ページの医療・福祉、これ見ていただくとここに書いてあるだけでも順調に右肩上がりになっています。これも前回よりかなり芦屋市は伸びています。これほとんど福祉系かなと思いきや、この医療業の事業者なんか 287 と多いですよ。これ例えばですけれども、全然根拠知らないですけれども、芦屋みたいな高級住宅地で訪問看護みたいなものを利用するとか、そういう事業所が多くなっているとか、わかりませんよ。そんなことの芦屋の特性・強みが表れているとか、なんか一言そんな分析でもできないかなと、聞き流していただいても結構です。それと次の 11 ページの不動産業も芦屋は高いですよ。兵庫県の中で地価が一番高いので当たり前ですが。住宅地平均地価が一番高いし、商業は神戸に負けますけれども、伸び率は最近芦屋が全県トップなんです。そういう地価が高い、したがって不動産業が盛んということがあろうと思いますけれども、そんなことも触れてもいいかということと、この統計で気になるのが真ん中の平成 28 年、この不動産賃貸業がガタッと落ちていますよね。事業所も従業者数も。これ統計はおそらく間違いなくて、GDP なんかの統計を見るとこの 28 年に芦屋の統計がガタッと落ちています。理由はわかりませんが。その後盛り返していると思います。何かあったのかなと思ひまして。そこまで別に分析はいらないかもしれませんが。私が気にしているのはそういうことぐらいです。

## 委員長

ありがとうございます。まずデータの数が合わないというご指摘でしたので、アンケートの取り方などご確認をお願いしたいと思います。次に、医療・福祉や不動産に関してはもう少し分析を付け加えてもいいのではないかとご指摘でした。確かに強み弱み、特に強みを明らかにしたりですとか、不動産であれば、ここが下がっているけど、その理由などが明らかになれば課題になってくると思いますので、もし可能であれば何かデータなど付け足して分析を増やしていくことでお願いします。医療・福祉に関しましては最近社会的寄与であるとか、そういうところでも注目が集まると思いますので、少し分析というか、可能性なども示してもいいかもしれません。ありがとうございます。他いかがでしょうか。全体を通してのご意見ですとか、もしくは個別の所とか、ご意見や今後こういった取り組みをした方がいいんじゃないか等ご意見いただければと思うのですが、いかがでしょうか。

## 芦屋観光協会 理事 橋本周三（以下 橋本委員）

37 ページの芦屋らしさを生かした集客と販路拡大で、2 番の多様な人材・新たな人材の活用による事業の展開・創出とあるのですが、先ほどもありましたが、具体的な事業として記載されていますが、あまり具体的なニーズが表記されずにふわっとした内容ですので、あまり具体性を感じられないので、やはりもう少し踏み込んだ、書けるのか書けないのかわからないのですけれども、もう少しボリュームとといいますか、具体的にこういうニーズがあるからこういう内容を進めたいという表にさせていただいた方が、もう少しイメージできるかなというふうに感じます。観光面とといいますか芦屋らしさを出した集客、例えば「芦屋ならではの返礼品を開拓し」とあるのですが、ここが非常に難しいところで、生産事業者さんが少ないとは思いますが、じゃあ何に転化していくのかっていう方向性が見えないので、たぶんこのままだと何も変わらないのではないかとイメージをしてしまいます。あとは、「JR 芦屋駅を中心とした商工業圏の振興ですけれども、駅の南側の再開発による南から北への歩行移動と自動車移動の分離、賑わいのある街づくりへ」が全くわからなくて、分離したいのか人を動かしたいのかというところがどうなのかなというのも疑問符を付けざるをえないので、やはり推し進めたい、ニーズを最初にもってきて、それに対して具体的な策を持ってきて、連携先がどこなのかという表になさった方がよろしいかなと、全体的にもそうなのですが、特にこの部分は集客ということで特に感じます。そういう集客が伴うことによって、多様な人材、新たな人材の発掘や活用ができるのではないかなと。こういう連携が必要だと思います。その辺をもう少し具体的にさせていただいた方がいいかと思います。

## 委員長

ありがとうございます。37 ページを見ながらのご意見でしたけれども、もう少しニーズとこういうことをするというまとめなおしとといいますか、その辺りをした方がいいのではないかとご意見でした。どこまで具体的な所を書くのかという所もおありかと思うのですけ

れども。

### 大久保係長

そうですね。具体的にどこまで書けるのかという所もありますので、検討はしていきたいと思います。

### 永瀬委員

これに関して言うなら、実施済みの事業あるいは継続中の事業と、これからやる事業分けた方がいいと思います。

### 大久保

確かにそうですね。

### 永瀬委員

実際にやった事業と継続している事業とあるならそれぞれの日付とか、実施期間とかは書けると思いますし、これから検討している事業であったりこういうことをやった方がいいなということは課題として出てくるので、それを分けてもらえたらわかりやすいと思います。

### 委員長

ありがとうございます。

### 計倉委員

今の関連で 37 ページの JR 芦屋駅前の話ですけれども、ようやく市議会の理解を得られて事業が進むことになったと聞いておりますが、ここも言われた通り歩行移動と自動車移動の分離っていうのは都市政策的な表現ですけれども、要は駅から前にできる商業ビルではないですけれども、再開発ビルに歩行の陸橋を作って、しかも二股ぐらいの、ああいうので安全に移動ができるというのが大きいのではないかと思いますので、これも完成予想図の写真を入れておいたらイメージしやすいのではないかと思います。

### 委員長

ありがとうございました。先ほどのご指摘にもありましたけれども、具体性という所にもかぶるのかなと思うのですが、図とかをもう少し入れられると見やすくなるし、理解も深まるのかなと思います。ありがとうございます。

### 永瀬委員

それこそまさにこれの事がね、実施した事業と実施していない事業を分けても、これがまさ

にそうです。3年前に出ていた話と今とは全く違うものになっているはずですが、3年前にも商工業施策の話はあったのですが、たぶん予算の関係で今となってはどのような具体性があるのか見えないので、ここはちょっと別個にしてもらった方がいいと思います。

### 大久保係長

そうですね。3年前はペDESTリアンデッキを作ってそこで賑わいを作ろうという話もあったかと思うのですが、内容も変わっておりますので。

### 永瀬委員

橋を渡った先の施設を芦屋市が管理するっていう話が予算の話でどれぐらいになったか我々聞いていないので、これが実施できるのかどうか今となっては不透明だとは思っております。

### 委員長

時間もたっておりますので、そういった変化も入れ込みながら作成いただければと思います。

### 職建委員

37・38 ページがまだ続いてしまっていますが、集積とか集客というのは産業においては重要になりますので、このポイントは外せないと思いますが、やはり物を売ることというのは特化することなので市で考えるのは平等とか公平性ということになるかと思うので、そこをどう馴染ませるのか結構難しい問題だと思ひまして、市として何ができるのかなというバックアップ策みたいな視点で考えるのも一つだと思います。例えば、場づくりをしてあげるとか、ふるさと返礼品に特化するとするとやりにくいと思うので、馴染ませるとすると個人商店の人が困っているのであれば返礼品を個人商店の方のやつでブランディングしてあげて出してあげようとかという場を作ってあげるとか、バックアップとして市としてそういう施策を何か考えられないだろうか、ひとつ進行させていく手立てを考えるやり方にもなるのかなと思ひました。どうしても物を売るとか何かを売るとなるとターゲットを決めてニーズをつかんで、マーケティングみたいな形でどうしても特化して集中していくという物を売るとか、サービスを売るという事と相反する事とどう馴染ませるのが一番いいとか、場づくりであったりとかバックアップだったりとかというのも一つ個人商店の方だったりとかそういう機会を個人では作るの難しいと思ひてらっしゃる方の手助けになったりとかというのもあるのかなと思ひます。たぶん、すぐにできることでもないですし、なかなか難しいことだと思ひますが、視点としてはそういうのもあると思ひました。

## 委員長

ありがとうございます。そうですね。個別の所を個別に支援するというのは難しいですね。

## 幟建委員

集積と平等というのはとても難しいとは思いますが。馴染ませ方が。

## 委員長

ご指摘の通り、場づくりだとか、公共性あるものを市が応援していますよというそういった表現があったらいいのかなと私の方でも思いました。集積によって集まってきた事業者とか人とかが賑わいをさらに作り出すことが、今回のこの案の重要な所かと思いますが、他の点でも結構ですし、今の関連するところでも結構ですので、皆さんご意見ありますでしょうか。

## コア・サポート株式会社 黒野秀樹（以下 黒野委員）

2点ご指摘をさせていただきたいのですが、まず、今日出てまいりました42ページの参考指標、一番下の表で市内事業所数、新規創業者数ということで、これ定点で捉えておられると思いますが、これ何年のデータになりますか。

## 平見課長

今年の3月末の数字を入れています。日付入れた方がいいですね。すいません。

## 黒野委員

3月末日時点ですよ。ということは年度末と考えていいですか。

## 平見課長

はい。年度末です。

## 黒野委員

とすると、目指す方向はもっともっと伸ばしていくというベクトルをお示しいただいていますので、定点ではなく、いわゆる趨勢分析という形で過去3年にわたってっているとだんだん伸びていると、これをもっと伸ばしていくという論調に書いていただく方がより強くなるのではないかという印象を受けました。まずここを定点でいくのか、あるいは趨勢分析という部分から伸ばしていくという方向に示していただければわかりやすいかなというのが1点です。それから委員の皆様からは、第3章の課題解決に向けた具体的な取組についてという所をご指摘いただいています。私はその手前の35ページの課題の所です。これ私の個人的な考えで大変恐縮なのですが、課題というのは本来あるべき姿と現状のギャップというのが問題であり、問題というのが様々な要因の塊であり、それを深めていくと解決すべき課題に当たる

という捉え方です。だからこれ課題というけれども本当に課題というかが 6-1 に示されている箇条書で並んでいるところ、ここ私は少し思うところです。まず、「機能施設の充実」これからやることでこれは課題です。充実ということで。これからやりたいことですので。「商店街の空き店舗」と書いてありますが、事実という部分で課題ではないと思います。だからどうするのっていうのが課題ですので。単語的にこれで終わってしまうのはどうかと思いました。それから「人口の変化、昼間人口増加を含む」で終わっていますが、ここはベッドタウンというふうな事ですので、昼間の人口を増やすために何かを政策を打つことが課題なのか、人口の変化だけで終わってしまうと漠然としてしまうので、これ課題とはいいいがたいとご指摘をさせていただきたい。それから「消費者買い物動向の変化」これも事実であって課題ではない。そうするとその次の「集客力の低下」これも低下というのは以前に比べて落ち込んでることなので、これは問題点ということでこれも課題ではないのではないかと、「後継者の確保と高齢化」というのは対の部分なので、経営者の高齢化といわゆる高齢者問題でそこで高齢者の確保なのか、そういうふうな部分に持ってくるっていうちょっとこの部分も整理が必要なのかなと。「従業員の確保」はもちろんこれは人手不足という所が問題であって、それを解消するためのということでいいかと思います。「施設の老朽化」というのはこれ個店の話に踏み込むのか、あるいは街区そのものの何か施設なのかという所が分かりづらかったので、これももう少し整理していただきたいというのとワーク・ライフ・バランスこれも単語で終わっていますよね。だから、芦屋市の商業者がどういうふうな事を考えてこのワーク・ライフ・バランスに対して積極的に取り組んでいくとか、そういうふうな部分が課題かと思いますので、この課題のお示しの仕方をもう一度、6-1 に課題の整理ができたと書かれています、課題の整理をしていただきたいという部分が私の個人的な意見なんですがいかがでしょうか。

## 委員長

ありがとうございます。ここは急遽まとめ直していただいたところですが。

## 計倉委員

今おっしゃっていただいたことは私も同感でございます。課題の所で単語上げる、強みもそうですけど、単語だけ挙げていて意味が分かるものとわからないものがあると思います。課題の一番上の「消費者ニーズへの対応」と言葉だけ出しても何のことかわかりませんよね。前を読めばわかりますが。前で言われているのは、お客様は休息できる場所が欲しいと言っているけど商業者の方はその辺の課題の認識はないというなんてことをギャップがあるという話もありました。そんなことも言葉を補わないとこういうものも確かにわからないなと思います。昼間人口の所もお話ありましたけれど、昼間人口が増えているってお話ありましたよね。高齢化が進んで昼間人口が増えている、それがどうなったのかなと前回も聞かせてもらったのですけれども、高齢化になったから昼間人口が増えていきなり消費が増えたら、それはそれでいいのかなと思うのですが、そうなっているのか、なっていないのかという辺りの所を絡め

ているのかというのと、ご指摘ありましたけれども、「消費者と買い物動向の変化と集客力の低下」ですけれども、これも言葉だけでしたらわからないし、事実なのか課題なのか確かにわからないと思います。これは前の方でネット通販が増えているということと、やっぱり品ぞろえのある近隣の大きなところで買いに行くという話も前にありましたよね。それが集客力の低下につながっているのかどうかという所が明確に書いていないので、そのあたりを課題として書いてはいかがかと思いました。以上です。

## 委員長

ありがとうございます。急遽訂正していただいた部分で事務局としてもこれから直そうと思われていたところではないかなと思いますが、今の委員の方のご意見を踏まえて、事実と、そして先ほど黒野委員からはギャップという言葉がございましたけれども、そういうふうな解決すべき課題として整理してここに載せていくことにさせていただきたいと思います。ありがとうございます。非常に具体にご指摘をいただきましたけれども、他の方いかがでしょうか。全体的な事で結構ですし、個別にここはちょっともう少し注目した方がいいのではないかということでも結構ですけどもいかがでしょうか。

## 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)

前回業種について拡大させていただいた方がとお伝えし、拡大いただきありがとうございます。コメントを追加するような形でちょっと注文もありましたけれどもそれも加えていただけたらなと思います。「芦屋ブランド」というのが「芦屋らしさ」という変換ですが、私はブランドというのは強調しすぎると逆効果になると思いますので、らしさの方が控えめな感じがして、いい変更だったなと思います。最後の方にウイズコロナというのがありまして、もともとコロナのコメントがどこかにあったのかなと思ひまして、今生きている人間ならもちろん共通認識としてあるのですけれども、令和5年からの計画に向けてそれ以前の現状を振り返って、コロナみたいなのがかなり大きな社会変化をもたらしたものですので、人が集いにくくなったとかネット販売が進んだとか、キャッシュレスが進んだとか、そういった現状の社会情勢をコロナによるものとコメントを加えた方がいいのではないかと思います。これは関係ない事かも知れませんが、令和5年からということですので、大阪関西万博については全く触れないものなのではないでしょうか。芦屋からは少し遠いのであんまりということなのか、時代とマッチしたことがもう少しあった方がいいのかなと思った次第です。以上です。

## 委員長

ありがとうございます。現状のコロナだけではなくて、他にもいろいろな変化がございますし、コロナ一つとってもリモートワークが進んだりとか、その一方で触れ合いが減ったりとか、そういったいろんな面があるとは思いますが、その辺りを少し付け加えて充実させていただければと思います。ありがとうございます。

## 永瀬委員

大阪関西万博は兵庫県も意識強くて、大阪港の港湾計画の中にそれを見据えて関西空港着いてからの船の移動を尼崎港や神戸港に、兵庫県に流すとか、あと大阪に来られた方を姫路にJRで行ってもらって観光とか誘致する動きがある中、芦屋市は観光業が盛んではないのでその話は停滞していますし、港湾計画の中でも芦屋だけ商業が無いんですよ。コンテナが無ければ運送業も芦屋の浜には無いので、その話にも参加できていない状況です。関西万博はひとつの契機ではありますが、今の所芦屋市でその話をしている人は聞いたことがありません。非常に残念です。ただ、先ほどおっしゃっていた市外県外からの芦屋市への誘致、集客には関連は大きいと思います。

## 計倉委員

最初に聞いていただきたいのですが、今まさに関西万博に向けた施策ということで、県全体ではですね、万博、世界中から来るお客様を県内に呼び込もうということで、フィールドパビリオンを作ろうと、フィールドなので建物のあれではないのですが、地域の特色を生かした観光を、今、私ども阪神南県民センターでもいろいろ考えていまして、芦屋市さんとも意見交換会をさせていただいております。芦屋市の理解が得られているかは別として、私どもの勝手な思いでどんなことをしているかといいますと、ひとつはですね、マリンスポーツを活用して呼び込めないかなと考えております。産業にはあまり直接関係ないかもしれませんが、芦屋浜と南芦屋浜の間のキャナルパークの水路が非常にいい水域にですので、あそこでカヌー大会とかされておりまして、カヌーの部活がある学校というのは県内5校しかありませんがその内の4校が芦屋にあります。今いろいろ活動されているということと、県立の海洋体育館では初心者講習でカヌーとかヨットとかいろいろ最初に勉強できるという場所があり、もう少し広げると西宮ヨットハーバーがあり、沖にディンギーヨットのいろんな大会なんかも開かれていて、この地域はマリンスポーツ振興の余地があるのではないかと、それが一つ。もう一つが具体美術です。ご存じの方はご存じだとは思いますが、これもまた芦屋市と関係者の軋轢がいろいろあったようで、いろいろ歴史は聞きますが、芦屋発祥ですよ。芦屋発祥の具体美術って現代美術では前衛的な美術です。パッと見たら何かわからないですけども、世界的には割と評価されていて、近年世界的な評価が高まっているということもあり、これを使ったフィールドパビリオンで人を呼び込む何かができないのかと思っているのが2つ目です。これも芦屋発祥でありながら、有名な作家がもう亡くなっている方ばかりですけども、芦屋の具体美術協会を立ち上げた吉原治良という人がここに別宅をかまえてここで活動されていたのですが、西宮でしたら嶋本昭三、尼崎でしたら白髪一雄とかですね、宝塚に行くと元永定正、阪神地域にそれぞれいらっしゃいます。芦屋をできたら核にしてできればと望みがありますが、そういうものでしかも具体美術の貯蔵をいっぱいしていますから、芦屋市の美術博物館もかなり持っておられるし、兵庫県立美術館もかなりありまして、山村美術のコレクション引き継いでいるのでかなりの物を持っていたりとか、そういうものを使って何かできないかなと

思っております。最後に特にあの沿岸部を活性化したいなっていう発想がありまして、ついでに何かできないかなと、私の事務所は尼崎にありますので、尼崎は昔から工業地帯で運河がありまして、地域の取組で運河クルーズあります。そういう観光船を出して、大きなクルーズはなかなか採算が合わないのが非現実的ですけども、万博の期間中人工島を渡すような小さい船でも走らせて、沿岸部を周遊してもらえようかなとできたらなと思っております。尼崎は尼崎運河クルーズがあり、新西宮ヨットハーバーがあつて、芦屋も芦屋マリーナとすごいホテルありますよね。敷居が高いつて話は聞いておりますけれども。なんせ海洋レクリエーションの風情が素晴らしいですよ、西宮芦屋は。ああいう所も観光資源になるのではないでしょう。それを繋ぐようなことができないか、今そんなことを考えてやっています。

#### 永瀬委員

ありがとうございます。商工会ですので、観光の事はあまり言えないのですが、キャナルパークでは昔ドラゴンボートレースというのもやっていた時期もありまして、夏のもう一つのもようとしてサマーカーニバルをやっていた人たちがされていました。高校に限らず大学では武庫川女子大学のカヌーの選手がとても優秀で。

#### 計倉委員

10連覇した。

#### 永瀬委員

はい。そういったものもあろうかと思えます。これあまり僕も知らないのですが、具体美術に関しては芦屋発祥ということで我々も身近には聞いていましたが、現実的には商工会の2階の会議室に何十年と飾られていた絵がありまして、それが実は白髪一雄さんの物だということ了我々含めて誰も知らなくて、何年前に価値を調べたら1億超えているという話になりました。資産価値は減っているかもしれませんが、具体美術が世界的に認められたこともあり、急遽我々保管して芦屋市に依頼して、美術館で保管してくれという形で預ける形になりました。先々代の会長に白髪さんが個人的にプレゼントとして、商工会に飾ってくれて置かれたものらしく、後になって有名になった人がごろごろしているような状況ですので、具体美術というのをもう一回見直さないといけないとは思っています。

#### 計倉委員

白髪一雄ですけどね、2024年に生誕100年を迎えます。尼崎市はそのイベントを一生懸命準備を始めていますけれども、芦屋でいくと具体美術協会解散50周年が今年あるんですよ。大阪の中之島美術館とその隣にある国立の国際美術館が共同で具体の展覧会をこの10月にされます。そういう流れもあつて、2024年はその白髪一雄の年は具体美術の設立70周年となります。この辺りでも芦屋市で何かそういうことを考えられたら、いい節目が来ると思いま

す。その翌年が関西万博です。それと沿岸部を船で回遊するようなことも合わせ技で生きてくるなと思っております。

## 永瀬委員

たぶん、尼崎の港湾地区から出発してその商業的な流れが見えたうえに、尼崎の森はまた発達しているでしょうし、そこから西宮のプレジャー的なものを見たうえで、芦屋にあるベイコート大きなホテルを見て、護岸施設の邸宅を見ることはひとつの流れとしてはいいでしょうね。私はどこまで協力できるかわかりませんが。

## 委員長

ありがとうございます。非常に今後楽しみになるようなお話をたくさん聞かせていただきましたが、ひとつは様々な潜在的な資産が芦屋にはあってそれを振興していけたらということ踏まえて、商業にも生かしていけたらいいのではないかと思いながらお話をお伺いしました。そういった意味では事業所は小売りに限らず事業所を支援するといったこちらの本市のこの施策の目的とも関わりのあるお話かと思えます。また、万博に直接落とし込むことはなくても、やはり国際社会の中でどういうふう PR していくであるとか、6 番のウイズコロナというところですね、現状の社会情勢というキーワードをいただきましたけれども、そういった国際社会であるとか、まだまだある潜在的な価値のあるものを生かして商業にも取り組んで行くということで、少し道筋をお示しいただいたように思います。ありがとうございます。非常に華やかなお話ではありましたが、他にお気づきの点はございませんでしょうか。

## ㈱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）

前回の会の時にずいぶんいろんなご意見が出て、今回また修正されてこの資料を作られた、本当にご苦労されたと思っておりまして、なかなか意見も言いづらいなと思っております。今まで出た意見の中で重複するものもあると思いますが、3 章のところ具体的な事業をリストアップされておりまして、おそらく前回もう少し具体的に記載された方がいいのではないかということを受けての事だと思えますが、今まで見た狙いとか目的とリンクさせるお話もありましたけれども、もちろんそれもいいと思いますし、例えば 37 ページでいくと販路拡大の所で(1)から(6)まで記載されていますけれども、それぞれどの具体的な事業に結びつくのか、それから 38 ページも(1)から(10)までありますけれども、これが具体的にどの事業に結びつくのかとか記述をした方が非常に分かり易いのではないかと思います。あと、前に出た意見の中で 42 ページの参考資料ですね。これは先ほどの意見と同様で私も趨勢を示してやった方がずいぶん分かり易いと思いますので、そういうふうにされた方がいいと思いました。今日もたくさん意見が出ていますので、ずいぶんご苦労があると思いますが、今出たような意見を全部ここに落とし込んだら、素晴らしい計画ができるのではないかなと思っております。ぜひ頑張ってくださいたい。以上です。

## 委員長

ありがとうございます。参考資料であるとか、第3章の所ですね。もう少し整理してそれぞれがつながるような形で分かりやすく書き表していただけたらというご意見かと思います。あと他にございますでしょうか。私の方からお諮りさせていただきたいところがありまして、36ページの図ですね。こちら前回から少し変えておられます。前は左の矢印といいますか、小売業を中心に一周していましたが、今回右の方にも矢印を足したといいますか、芦屋らしさの向上の横に魅力ある事業所が集まるという変更をしていただいております。図で表すには非常に難しいところでもありますけれども、もしお気づきのことがあれば伺いたいと思います。もう一つですね、先ほどからご指摘いただいております参考指標の扱いになりますけれども、どのように位置づけるのかご意見いただきたいと個人的に思っております。指標というのはこれだけ増えるといいよねみたいな、目的というか、そういったのを示す場合と、参考指標で変化がありましたよということで示す場合と二つあると思うのですけれども、そういったことを増やしましょうということ、どういうふうに入れ込んだらいいか、ご意見ございましたらいただきたいと思っております。私の方から2点伺いたいこととして挙げさせていただきましたが、何かお気づきの事とかご意見いただければ幸いです。急に振ってしまっておりますので、少し考える時間も必要かと思うのですけれども、もしご意見ございましたらお願いします。ここ以外にも考える時間にもう一つということがあればぜひお願いします。いかがでしょうか。36ページの図の方をお伺いしたいのですが、こちら過不足はありませんでしょうか。より多くのご意見があった方がいいかなと思いますので伺わせていただきました。

## 永瀬委員

良くないかもしれないのですけれども、国際文化住宅都市として価値が上がった住宅としての芦屋市と商工業の発展って、非常に相反するところがあって、ここに我々触れないように、商工会と自治会仲良くやってきていることがあるんですけども、芦屋らしさの向上っていうのがブランドとして出すにしても、結果的にみんなが持つイメージはお金持ちが多いとか邸宅が多いとか静かで閑静っていう所に商工業が発展、いらっしゃいいらっしゃって物を並べて売するような商店が出てくると、非常に相反してしまうので、何をもってここに至るかなんだけど、住宅都市として価値を上げるっていうのが商工業の発展とイコールになるのかなんですね。ここじゃなくても行政に対していつも言うことなんですけれども、やはり行政としては芦屋市という一つの街を管理する上でやるんですけども、住んでる人間・商売している人間からしたら、エリアごとの特性、小さな街とはいえエリアごとに特性があるので、そんな中、すべてにおいて、同じ屋外広告の規制というのも我々違う気がしますし、BCPにしても防災対策も一変通りでなかったりするので、ここをどういうふう理解を求めるのか、我々望むのは商業特区、エリアブランディングのその区画内で検討してもらっているのかわからないですけども、やはりJRから43号線までの間は商売に特化させてくれるのであれば、他では静かにするしとかいう条件ではないですけども、あんまりにも小さい街ながらも特性が違う

エリアがあるので、そこを盛り込んでいいのか、そこを無視してこの図を完成されるかで意味合いが違ってくると思います。非常に内情なので言葉にはしにくいと思いますが。現実ですよ。商店街がいくつもあるエリアもあれば、自動販売機一つ置いていない町もあるので、そういった意味では言葉が悪いのですが、一緒くたにはできない中、ただこれは一般論を作らないといけないのであれば、僕は十分だと思います。そういった住宅としての価値を上げることと商工業の発展がなかなかこの表には出せないのではないのでしょうか。観光振興の問題も私が関わることではないですけれども、観光振興というのは市外からどっと人が来て、観光バスが10台20台来るとを芦屋市民が望んでいるのかどうかですよ。それによって商売は発展するかもしれないけど、静かな町にそういった人が来ることを望んでいるのかどうかも想定するとこの図をどこまで視野を広げて作るかどうかの問題なので、ここをどうしろってという意見はないですけれども、ちょっとなかなかこれが目に見えて分かりにくいなというところですよ。

## 委員長

ありがとうございます。ずっとこの図だけを見ていると気が付かない部分だったと思います。確かに、住宅都市としての価値は買い物のしやすさですとか、それこそ商業がインフラを支えているという所をもしかしたら市民の方も意識しないといけないのかなという所は、非常にナイーブな所を含んでいるご意見でした。ありがとうございます。おそらくそういったところを意識して作るかどうかで変わってくるかといえますので、貴重なご意見ありがとうございました。他はいかがでしょうか。

## 職建委員

同じような感じで、産業で住宅都市としての価値を一緒に上げようっておっしゃったら相反するので、住宅は住む人向けの物で産業の発展は別で考えて、一緒に考えたのはらしさで商売をして、人が来てもらった方がいいので、住んでもらう人を増やすはたぶん住宅価値を上げるだったりとか、そもそも芦屋市の中で物が売れるのが一番いいので、住む人を増やすので行くと、ちょっと飛躍しているかもしれないですけれども、もっとデジタル化みたいなのを進めてみてもなんかいいような気がします。まだ現金でやっています、芦屋市役所にも来ないといけませんとか、もう少しデジタル化とかを進めていくというのが、先ほどとは全然違いますが、口出しみたいになるんですけれども、そういうのが出来れば、これまで芦屋は風情があって、昼間で郊外だけれども近代的という相反するものの魅力が芦屋をあこがれにしてきたという経緯があったかと思います。モダニズムみたいな。それでいくと近代化にはだいぶ遅れているというか、ここでもう少しインフラというか、生活の中のそういう近代化というのを推し進めて行ったりするとか、一つ住宅の地価を上げていくとか、来てもらって地価を上げていくみたいなのでいうと、こういう切り離し方の考え方もあるかなと。一緒くたにするとどうしても芦屋で物を売って、でも商売と住宅どうするのか、狭い道ばかりなのに、車がいっぱい来

たら困る、そもそも入りにくいところがいっぱいあるので、一方通行ばかりなので。なんか現実的ではない部分があるので、切り離れた方がいいなと周りを見て思いました。すごい抜本的な事なので。なかなかそのデジタル化を進めるとか、他の市、神戸市とか西宮市よりも芦屋はちっちゃいが故に頑張ってみようって力がある話なので、難しいとは思いますが、そういうのも一つ芦屋すごいなやっぱりこの辺のモダニズム持ってるなとか感じもあるのかなと勝手に思ったりしました。とすると個人商店さんもキャッシュレスが普及したり、その講座をしてあげたり、市民講座をしてあげたりとか、個人経営されている商業者の方にしてあげたりとかというのをできて来るっていうのもやっぱり、お金を現金で払うのとデジタルでやっていったりとか、直接行かないで良くなるっていうので、ずいぶんお年寄りの方が多い街なので、そういう意味で言うと見えないですけども、動くということが可能になりそうな気がするのですが、この数年でという話ではないとは思いますが、があるといいと思います。高齢者の方不便もいっぱいあるみたいで、山から下りてくるのも大変ですし、10分20分に一本しかバスが無いとかも多いです。そういうのが進むと市というか住宅としての価値としては心地良かったり、そうすると若い子も入ってきやすいですね。古臭いっていうのがなくて、便利さに慣れているのもあるのでと思いましたが、すごく飛躍した意見だったんですけども。というくらい別の物かなと気がして聞いていました。

## 委員長

住宅都市と産業振興の間と言いますかその難しさがおっしゃる通り出ていまして、デジタル的なインフラを整える事、モダニズムの特徴でもありますし、様々な事業の種も生まれてくるのかなという部分もありますので。ウイズコロナ6番であるとか、地域ぐるみの事業所支援という所にはかなり深く関わってくるのかと伺っていて思いました。ありがとうございます。

## 計倉委員

今の関係でいきますとね、39ページの3番の消費者ニーズに対応した所の一番下の3行ぐらいに電子マネーとかキャッシュレス対応とかありますよね。ただこれ残念ながら次のページの具体的な施策に出てきていませんよね。

## 委員長

キャッシュレスについては42ページのウイズコロナのところに書いてありますね。

## 計倉委員

ウイズコロナにあるのでこれどなたかおっしゃったけど、コロナの事あんまり言っていないので、ウイズコロナで書かん方がいい気がしますが。こういうキャッシュレスみたいなことをまとめて、ウイズコロナに書いてあるようなことをまとめて、新しい商業振興をやっていくみたいな新しい取り組みをするみたいな項目だけで書いてもいいかなと思います。

## 委員長

ありがとうございます。現状の社会情勢を踏まえてというようなところでまとめてもいいということですね。ありがとうございます。

## 永瀬委員

事務局に聞きたいのですけれども、前東京でやった芦屋の求職のPRなのか、電車の中の電子広告に芦屋市の事をうたったりとか、我々も芦屋マルシェを東京で2回ほどやっていますが、それはこの事業に入っていないのでしょうか。具体的な事業、実際やったことですが、それが入っていないのが一つと、東京の双子玉川駅の蔦屋書店の中の一部ブースで我々商品並べてやりましたが、当然ながら東京から買いに来てくれる人がいるわけではなく、なんでやったのかなということがありましたが、それなら芦屋マルシェっていう事業を芦屋に来れる範囲の人たちに見てほしいという形で今回場所を探した結果、マリンピアでマルシェを開催します。本当はもっと芦屋に来れる人が来やすい所でやりたかったのですが。そういった市外から人を呼び込むということは企画しているのですが、出展者を誰にするとなった時に、例えばネットでも買えますよとか、通販で手に入ります、お取り寄せができますっていう所を、そこで紹介しても芦屋には来てくれないですよ。そこを制限しだすと芦屋でしか受けられないサービスとなるとすごく限られていて、出店者選びにこれから苦労するんですけれども、そういったことを踏まえて、集客って簡単に言いますが、それこそデジタル化の時代に芦屋に来ないと手に入らないものは実はそんなに無いですよ。それも集客の課題になるのではないかと、黒野先生にまた考えてもらったらいいのではないかと考えておりますが、デジタル化が進むと芦屋に来るメリットが無い、となると飲食店を応援したい、飲食店は来てもらわないと儲けにならない、でも、それだけに来る人は少ないとなると、行ったり来たりの話になってしまうのですけれども、集客のやり方はいろいろあるので、参考までに過去にあった芦屋マルシェ、東京でやったものも含めて、今回やろうとしていることも具体的な事業の中にちょっと入れておいていただければいいなとは思っています。

## 平見課長

一応簡単に載せております。40ページの具体的な事業で、首都圏関西圏でのイベント出展というようなことで、商工会で募集していただいた事は簡単には記載しておりますが。

## 永瀬委員

これですね。

## 平見課長

前の39ページも

## 委員長

ありがとうございます。デジタル化が進むと実際に内面のメリットの実態ですとか、逆に触れ合える、マルシェなんかは顔が見えるということが魅力だったと思いますので、そういう所も魅力のPRの仕方という所も重要じゃないかなと思います。こちらに書いてある市外での活動のサポート、産業振興の重要度もあります。ありがとうございます。

## 職建委員

芦屋に来てもらう、外から来てもらうというのでいくと、ちょっと言葉が悪いですけども、極端に言うと、今何食べても美味しいし、どれも成果物っていい物ばかりなので、東京の物だろうがデジタル化なので沖縄の物であろうが何でも手に入るの、あえて芦屋に来てもらうっていうのがここで産業されている方にとって、対面で仕事をされている方がいますので、来てもらうってことが大事だと思います。中身で勝負もありますが、やはりこのエリアというのがどこを切り取っても景色だったりとかすごくオープンな場所だったりとか緑も多くなって開放的ではありますが、このこのエリアをマルシェで使うとかあるんですけども、空間を体験しに来る、芦屋という雰囲気がいいよね、わざわざ西宮でも美味しいものが食べられるけど芦屋に来たくなる、そういう形でマルシェというものが市なのでここを使ってもいいですよって許可が下りた方がたぶん他の人がやりやすい、個人なのでここは市の場所なのでとか公道なのでできませんとかあると思いますが、なんかそんなことがあった方が芦屋に来る意味がある、そこで美味しいものを食べるとおいしさも倍増していると思うんですけども、じゃ、またネットで買ってみようとか、あの時のあれ美味しかったよねとか、そういうふうに芦屋に来たくなる人って多いと思いますし、切り取れるビジュアルもたくさんあるので、なんかそういううまく使い方が出来たら、本当の芦屋マルシェをザ・芦屋でやれるというのが強みだという気がします。なかなか許可を出したり難しいとは思いますが。すいません。いろんな条件とか制約は関係なくしゃべってしまいました。それが一番いいような気がして、物の勝負でもそうですけれども。

## 委員長

そうですね。魅力的な空間を演出するという所とか体験を、物より体験をということが最近流れでありますけれども、そういったところも取り入れられるといいのかなとおもいました。

## 職建委員

たぶんいきなり他の市に芦屋みたいな空間とか空気感は突然作れないですから。芦屋みたいな文化を作ろうとか難しいので。

## 委員長

そうですね。今まである、情勢最適な雰囲気やイメージを生かしながらできると素敵だなと

思います。ありがとうございます。他にございますでしょうか。

#### 永瀬委員

1つ質問です。42ページの参考資料の市内事業所数3,017って数字の根拠は何ですか。

#### 平見課長

経済センサスです。

#### 永瀬委員

経済センサス3,017まで上がっている。

#### 平見課長

速報値なのでまだ確定ではないです。

#### 永瀬委員

前回2,800なんぼでしたよね。

#### 平見課長

前回は2,871ですね。

#### 永瀬委員

そういう意味では数値を並べてもらいたいのですが、3,017ですね、今の所。また組織率が下がってしまいます。わかりました。ありがとうございます。

#### 委員長

ご質問ありがとうございました。いかがでしょうか。11時半になっておりますけれども。参考指標のことですとか他に何かお気づきのことがあればお願いいたします。よろしいでしょうか。それではご意見無いようですので、事務局いかがでしょうか。

#### 4 その他<次回スケジュール>

#### 平見課長

今回いただいた件をまとめて次で確定版にしたいと考え、スケジュールにも載せているのですが、その形で進めさせていただきたいと思っております。次回の日程は10月下旬から11月初旬で考えております。今の予定でいきますと、その後がパブリックコメントであったり、それを受けて議会に諮ったりということがありまして、次で確定するというのを11月中旬までに行わないといけないということになります。

## 委員長

ありがとうございました。事務局からスケジュールの事でご提案がございました。10月後半から11月ということですが、本日予定を合わせさせていただいてよろしいでしょうか。

## 平見課長

10月28日10時からよろしいでしょうか。

## 委員長

それでは開催次回10月28日の午前10時からよろしくお願いいたします。それではたくさんの意見が出ましたので作業は大変だと思いますがよろしくお願いいたします。第2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。

## 5 閉会