

---

# I 経営・労働実態調査

---



## 1 調査の概要

### 1-1 調査の目的

本調査は、芦屋市の地域経済振興、消費生活の安定のための貴重な資料として、市内の経営者の経営状況や労働環境についてお伺いし、今後の地域経済の振興を図るための事業に反映させることを目的とする。

### 1-2 調査の内容

- (1) 代表者の属性（性別、年齢）
- (2) 事業所の概要（所在地、商業集積、業種、従業員数）
- (3) 経営の状況（経営形態、年間販売額、困っていること、今後の経営意向 など）
- (4) 事業関連（1年前との比較、商店街等の評価、周辺に必要な機能・取り組み、消費者が望む店舗、補助・支援制度、事業展開のメリット・デメリット など）
- (5) 労働時間等（代表者の1日・1週の平均、従業員の1日・1週の平均、変形労働時間制等の導入状況、週休制）
- (6) 有給休暇（年次有給休暇取得状況、取得促進の取り組み、結婚等の特別休暇制度）
- (7) 育児・介護休業制度（導入状況、利用状況）
- (8) 社会保障制度
- (9) ワークライフ・バランスの取り組み
- (10) その他（定年制・退職一時金、最低賃金の確認、障がい者雇用、職場の安全配慮義務事項、就業規則、ハラスメント対策 など）
- (11) 自由記述（商業活性化、労働行政等に関するアイデア・意見 など）

### 1-3 調査の方法

- (1) 調査区域 芦屋市内全域
- (2) 調査対象 芦屋市商工会会員事業所および非会員の市内事業所
- (3) 調査方式 直接配布・回収と郵送配布・回収（WEB併用）
- (4) 調査期間 平成30年10月5日（金）～12月7日（金）
- (5) 発送・回収 発送数：1,000件（配布100件、郵送900件）  
回収数： 214件（回収率21.4%）  
Web回答： 19件（回答率 1.9%）  
有効回答数： 233件（有効回収率23.3%）

### 1-4 報告書のみかた

- (1) 比率は、原則として各設問の無回答を含む集計対象総数（回答者数）に対する百分比（%）を表している。1人の対象者に2つ以上の回答を求める設問では、百分比（%）の合計は100.0%を超えている。
- (2) 百分比（%）は、小数点第2位以下を四捨五入して表示している。このため、内訳の合計が100.0%にならないことがある。
- (3) 分類別の表中の百分比（%）は、すべて各分類項目の該当対象数を100.0%として算出している。
- (4) グラフ等の回答・選択肢については、文章・表現（例：0.0）などを一部省略している場合がある。

## 1-5 市内の地区区分（町名と商業集積）

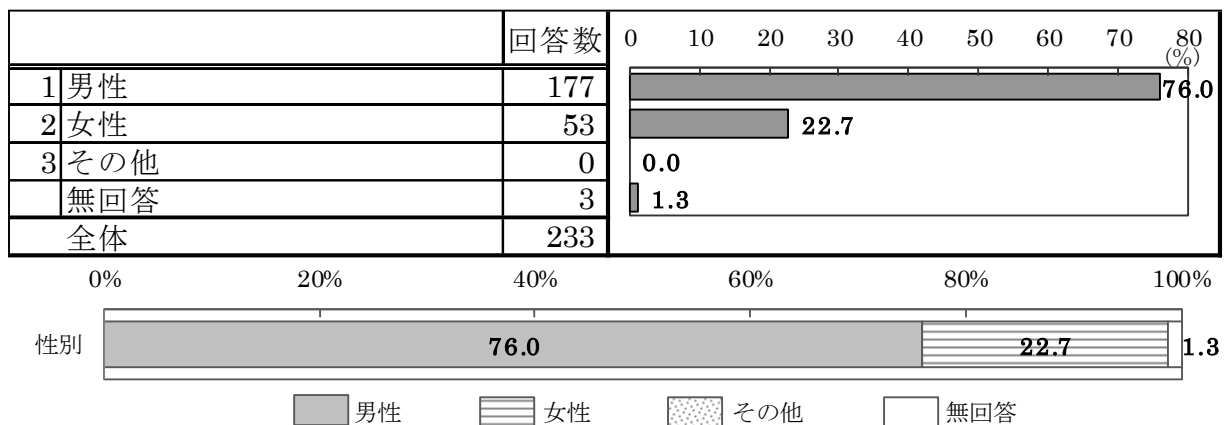
<p><b>【1 地区】</b> 町名：山芦屋、西山、三条</p> <p>※山手サンモール</p>	<p><b>【2 地区】</b> 町名：奥池、奥池南、奥山、朝日ヶ丘、東山、東芦屋、山手</p> <p>※コープミニ東山</p>	<p><b>【3 地区】</b> 町名：六麓荘、岩園</p> <p>※水道橋商店街／いかり芦屋店</p>
← = 阪急神戸線 = →		
<p><b>【4 地区】</b> 町名：月若、西芦屋、三条南、前田、清水</p> <p>※コープミニ西芦屋</p>	<p><b>【5 地区】</b> 町名：大原、船戸、松ノ内、上宮川、業平</p> <p>※駅西商店街／コープデイズ芦屋／大丸芦屋店／モンテメール／ラポルテ／ラリーブ／ラ・モール／いかり JR 芦屋店</p>	<p><b>【6 地区】</b> 町名：翠ヶ丘、親王塚、楠</p>
← = 国道2号線 = →		
<p><b>【7 地区】</b> 町名：川西、津知、平田北</p> <p>※川西商店街／パル・ヤマト芦屋店</p>	<p><b>【8 地区】</b> 町名：宮塚、茶屋之、大柵、公光、宮川、精道</p> <p>※本通り商店街／三八商店街／パントリー芦屋店</p>	<p><b>【9 地区】</b> 町名：春日、打出小槌、打出、若宮</p> <p>※打出商店街／ダイエー東芦屋店</p>
← = 国道43号線 = →		
<p><b>【10 地区】</b> 町名：平田</p>	<p><b>【11 地区】</b> 町名：呉川、竹園、伊勢、浜芦屋、松浜</p> <p>※浜東・浜芦屋商店街／コープ浜芦屋</p>	<p><b>【12 地区】</b> 町名：大東、南宮、浜、西蔵</p> <p>※芦屋浜センター／コープ打出浜／KOHYO 南宮店</p>
← = 防潮堤線（臨港線） = →		
<p><b>【13 地区】</b> 町名：緑、若葉、潮見</p>	<p><b>【14 地区】</b> 町名：新浜、浜風、高浜</p> <p>※芦屋浜専門店会／グルメシティ芦屋浜店</p>	<p><b>【15 地区】</b> 町名：陽光、海洋、南浜、涼風</p> <p>※ライフガーデン潮芦屋（スーパーマルハチ南芦屋浜店）／ケーヨーデイツー南芦屋浜店</p>

## 2 調査の結果

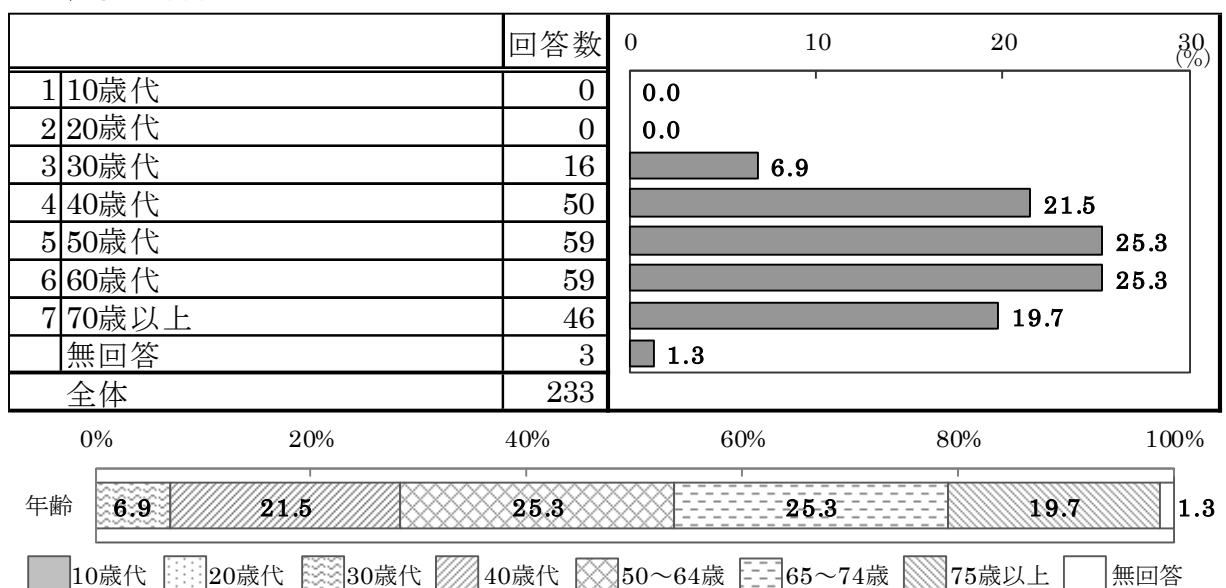
### 2-1 代表者の属性

代表者の年齢は、平成 25 年の調査と比べ 20 歳代の回答がなく、30 歳代も 3.1 ポイント少ない。また、平成 29 年の「事業所実態調査」（配布 970 件、回収 150 件、回収率 15.5%）に比べ、「50 歳代」が 5 ポイント、「70 歳以上」が 7 ポイント高くなっており、「30 歳代」が 2 ポイント低くなっていて、わずかながら年齢が高くなっている。

#### 《代表者の性別》



#### 《代表者の年齢》

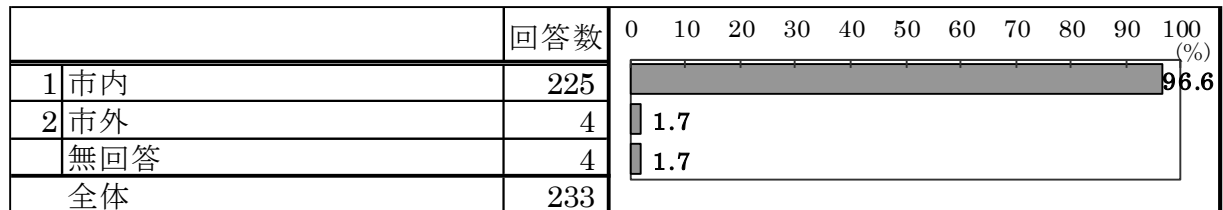


## 2-2 事業所の概要

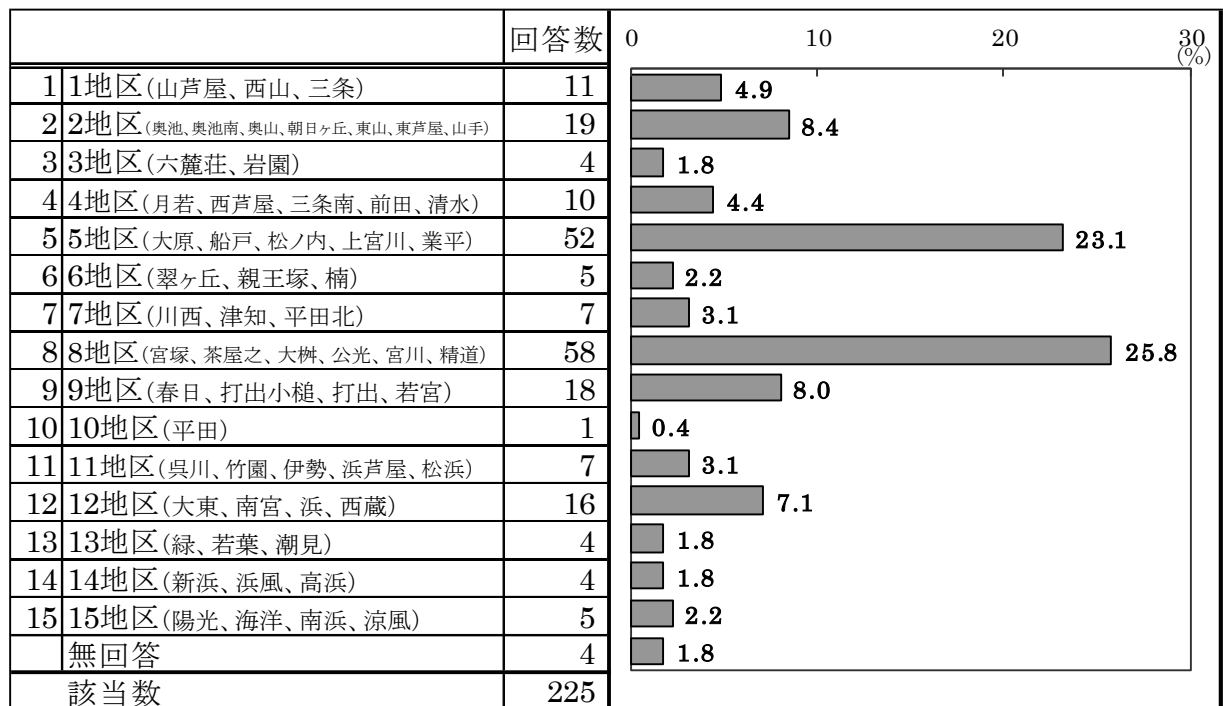
事業所は、業種が多岐にわたっており、商店街や商業施設以外に、住宅地や幹線道路沿いなどに立地している。

従業員数は、男女合わせ「193人」が最も大きな事業所となっている。また、「1人～5人」が半数近くを占めており、特に『個人経営』では半数を超えている。

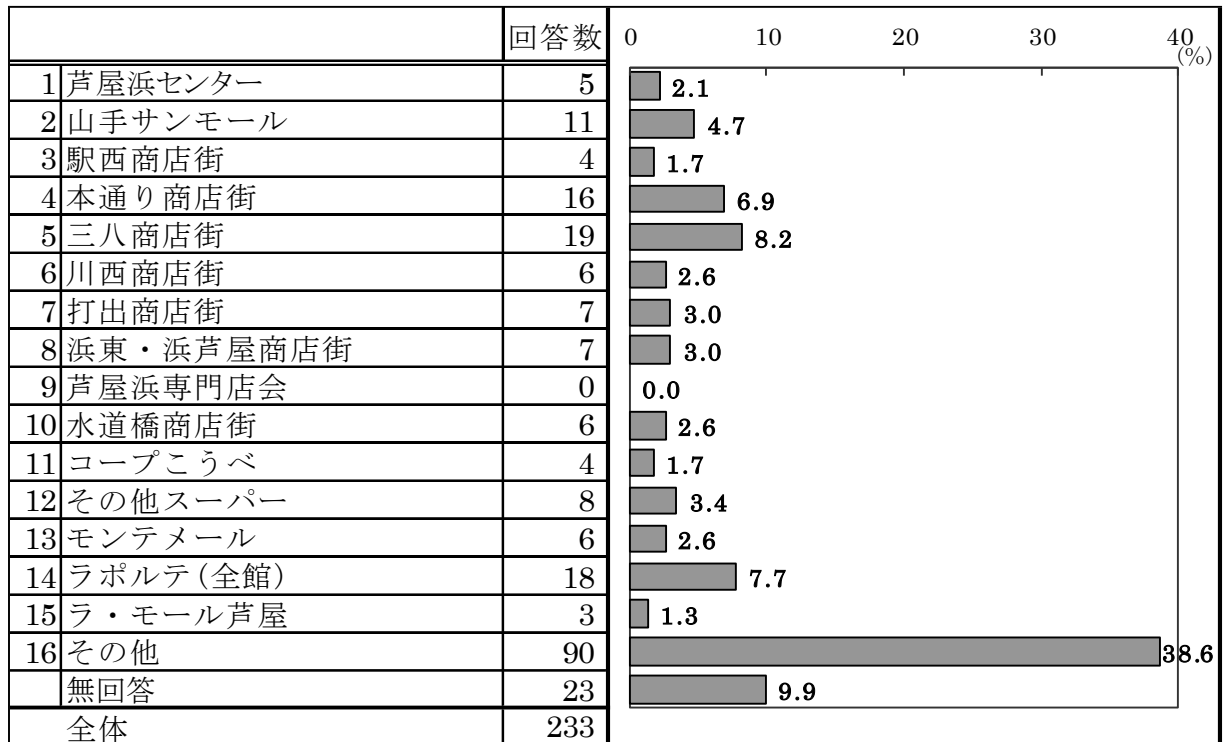
## 《事業所の所在地（市内・市外別）》



## 《事業所の所在地（市内の地区）》

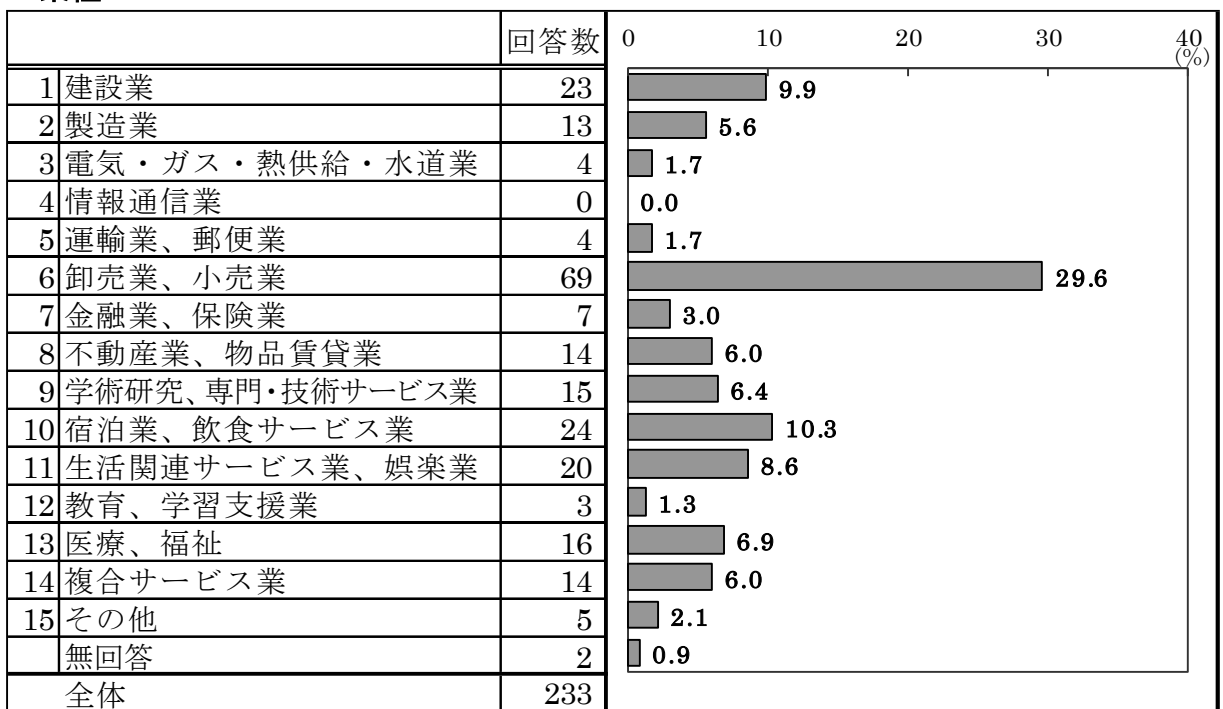


### 《事業所が所在する商店街・商業施設》



※その他：住宅地（14）、商店街・商業施設ではない（7）、幹線道路沿い（6）、単独店舗（5）、自宅兼用（4）、どこにも属していない（3）、スーパーの近隣（3） など

### 《業種》



※情報通信業：「4 情報通信業」は、回答数が「0」であったため、以後は表やグラフからは省略。

## 【業種別 事業所が所在する商店街・商業施設】

単位：事業所数

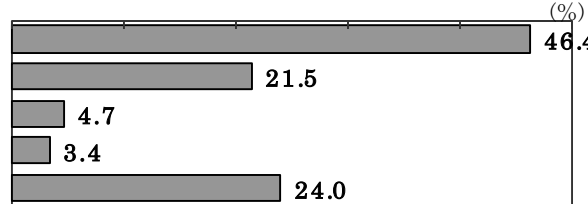
	回答数	芦屋浜センター	山手サンモール	駅西商店街	本通り商店街	三八商店街	川西商店街	打出商店街	浜東・浜芦屋商店街	芦屋浜専門店会	水道橋商店街	コープこうべ	その他スーパー	モンテメール	ラポルテ(全館)	ラ・モール芦屋	その他	
1 建設業	23	1	0	0	2	0	1	2	3	0	0	1	3	0	0	0	8	2
2 製造業	13	0	1	0	1	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	7	1
3 電気・ガス・熱供給・水道業	4	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0
5 運輸業、郵便業	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1
6 卸売業、小売業	69	1	6	0	6	11	1	3	1	0	2	3	1	3	10	1	16	4
7 金融業、保険業	7	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	3
8 不動産業、物品賃貸業	14	0	1	2	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	6	1
9 学術研究、専門・技術サービス業	15	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	11	0
10 宿泊業、飲食サービス業	24	2	1	1	2	3	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	6	5
11 生活関連サービス業、娯楽業	20	0	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	11	0
12 教育、学習支援業	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	0
13 医療、福祉	16	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2	0	2	1	5	2
14 複合サービス業	14	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	8	2
15 その他	5	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	0
無回答	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
全体	233	5	11	4	16	19	6	7	7	0	6	4	8	6	18	3	90	23



## 《従業員数》

		最大人数	総数	事業所 当り人数	回答事業所数
男性	無給の家族従業員	—	—	—	0
	有給役員	16人	100人	1.7人	59
	正規職員	68人	490人	6.7人	73
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	130人	527人	12.0人	44
	臨時雇用	5人	9人	3.0人	3
	事業所 計 (従業員の重複含む)	155人	1,126人	9.7人	116
女性	無給の家族従業員	2人	39人	1.1人	34
	有給役員	2人	59人	1.2人	48
	正規職員	84人	408人	5.2人	79
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	77人	580人	7.7人	75
	臨時雇用	4人	8人	2.0人	4
	事業所 計 (従業員の重複含む)	119人	1,094人	6.8人	160
男女計	無給の家族従業員	2人	39人	1.1人	34
	有給役員	16人	159人	2.1人	76
	正規職員	152人	898人	8.8人	102
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	139人	1,107人	12.3人	90
	臨時雇用	7人	17人	2.8人	6
	事業所 計 (従業員の重複含む)	193人	2,220人	12.5人	177

## 【従業員規模別 事業所数】

	回答数	0	10	20	30	40	50 (%)
1 1人～5人	108						46.4
2 6人～20人	50						21.5
3 21人～50人	11						4.7
4 51人以上	8						3.4
無回答	56						24.0
全体	233						

## 【経営主体別 従業員規模別事業所数】

上段：事業所数、下段：%

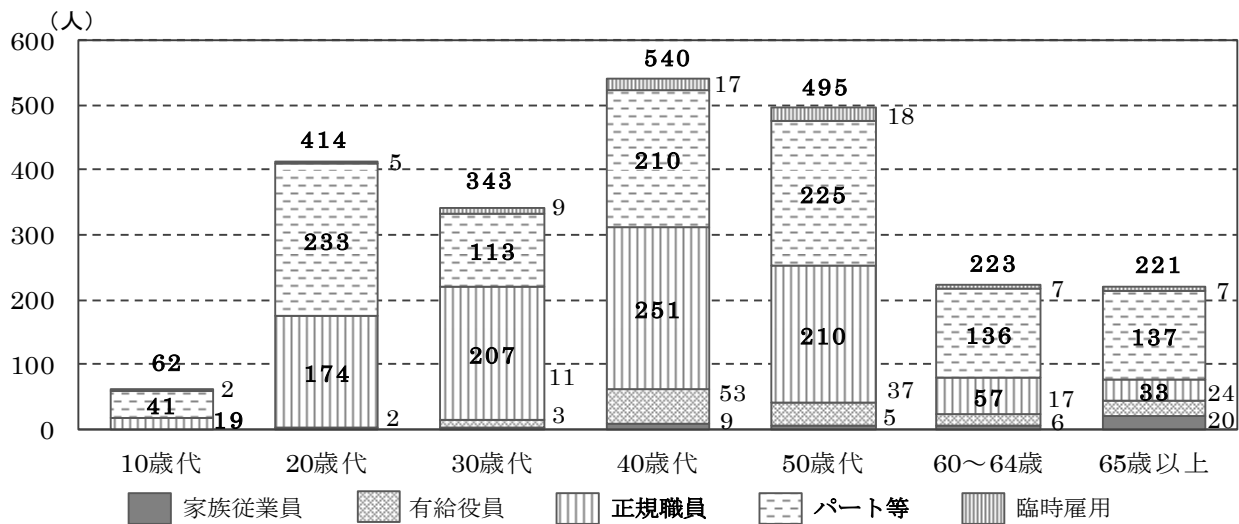
	回答数	1人～ 5人	6人～ 20人	21人～ 50人	51人～ 100人	100人 以上	無回答
1 個人経営	93	51	6	0	0	0	36
	100.0	54.8	6.5	0.0	0.0	0.0	38.7
2 法人経営	137	57	44	11	2	6	17
	100.0	41.6	32.1	8.0	1.5	4.4	12.4

【業種別 従業員規模別事業所数】(情報通信業を除く)

単位：事業所数

	回答数	1人～5人	6人～20人	21人～50人	51人～100人	100人以上	無回答
1 建設業	23	11	9	0	0	0	3
2 製造業	13	5	5	1	0	0	2
3 電気・ガス・熱供給・水道業	4	2	0	0	0	0	2
5 運輸業、郵便業	4	2	1	1	0	0	0
6 卸売業、小売業	69	36	8	6	1	1	17
7 金融業、保険業	7	0	4	1	0	0	2
8 不動産業、物品賃貸業	14	9	2	0	0	0	3
9 学術研究、専門・技術サービス業	15	9	1	0	0	0	5
10 宿泊業、飲食サービス業	24	11	5	2	0	1	5
11 生活関連サービス業、娯楽業	20	12	3	0	1	0	4
12 教育、学習支援業	3	0	1	0	0	0	2
13 医療、福祉	16	6	4	0	0	2	4
14 複合サービス業	14	5	5	0	0	1	3
15 その他	5	0	2	0	0	1	2
無回答	2	0	0	0	0	0	2
全体	233	108	50	11	2	6	56

【年齢別 従業員数】



	無給の家族従業員	有給役員	正規職員	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	臨時雇用	従業員数計	回答事業所数
1 10歳代	0	0	19	41	2	62	13
2 20歳代	0	2	174	233	5	414	62
3 30歳代	3	11	207	113	9	343	79
4 40歳代	9	53	251	210	17	540	104
5 50歳代	5	37	210	225	18	495	81
6 60～64歳	6	17	57	136	7	223	67
7 65歳以上	20	24	33	137	7	221	71
従業員数計	43	144	951	1,095	65	2,298	167

### 2-3 経営の状況

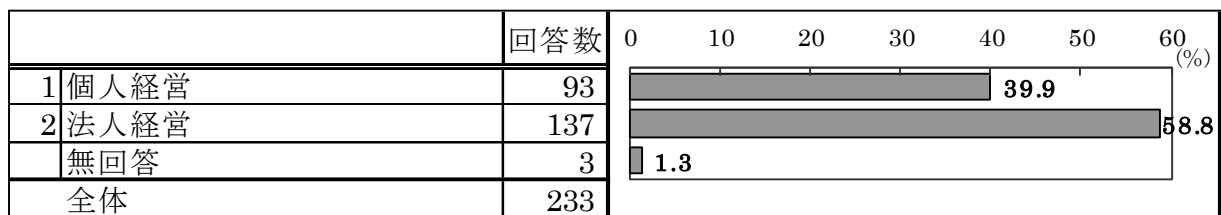
事業所の経営形態は、「法人経営」が約60%であり、主に「建設業」「不動産業、物品賃貸業」「医療、福祉」「複合サービス業」などとなっている。また、「個人経営」は約40%であり、「電気・ガス・熱供給・水道業」「宿泊業、飲食サービス業」などとなっている。

年間販売額は、全体の約26%が「1千万円未満」であり、そのうち「個人経営」が約79%となっている。多様な業種の事業所が立地しており、「3億円以上」の事業所も約13%となっている。なお、「3億円以上」は、「医療、福祉」が25%、「不動産業、物品賃貸業」が約21%となっている。

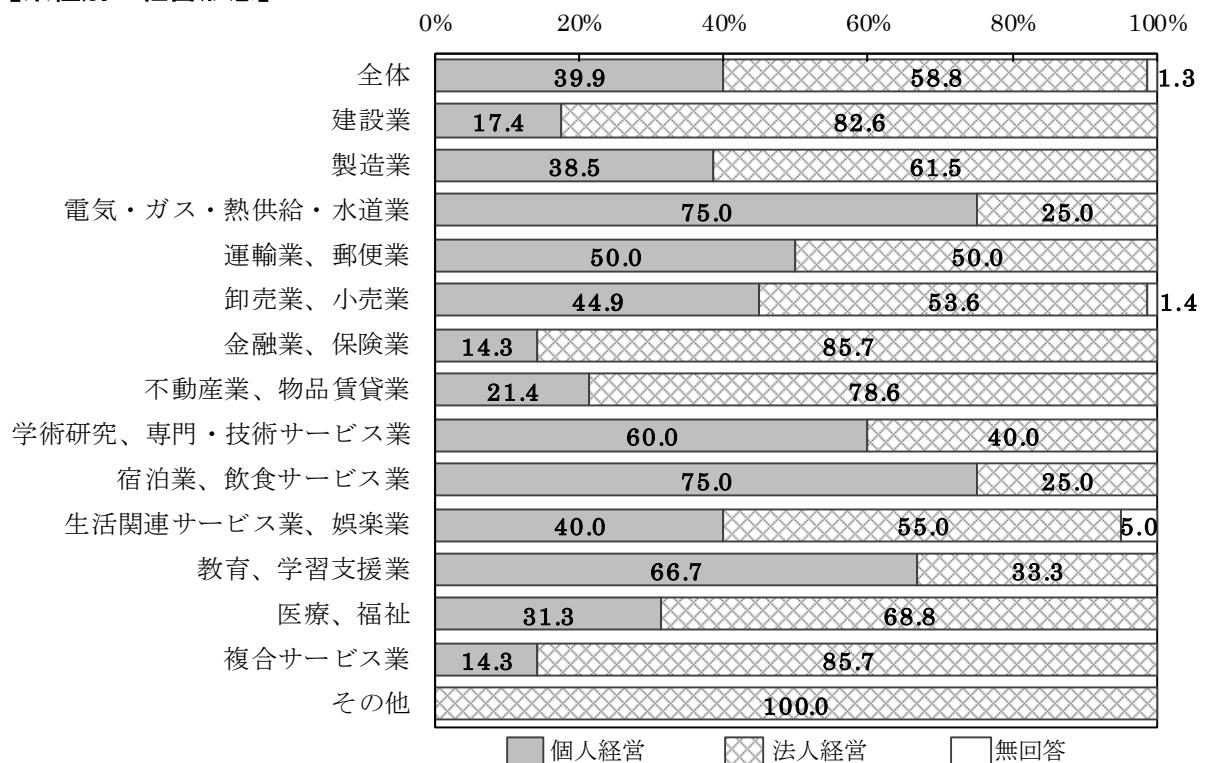
経営で困っていることは、総じて「客数や売上げの減少」や「利益率の低下」などがあげられているが、年間売上高が高い事業所では、「従業員の確保」が大きな問題としてとらえられている。このことは、「現在の人手の充足状況」でも明らかになっている。

なお、必要としている人手の就業形態は、総じて「パート・アルバイト・契約社員・嘱託」が多いが、「法人経営」は「正規職員」が43.8%と「パート・アルバイト・契約社員・嘱託」の52.1%に約8ポイント差にせまっている。

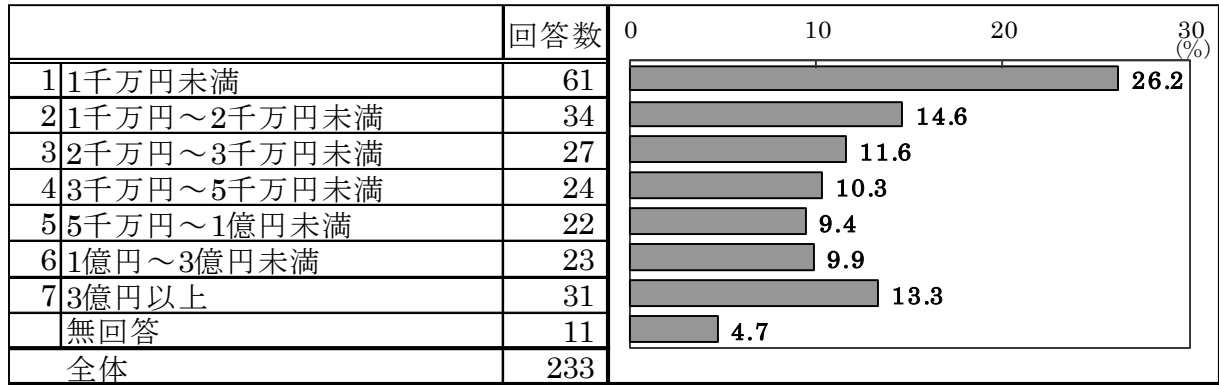
#### 《経営形態》



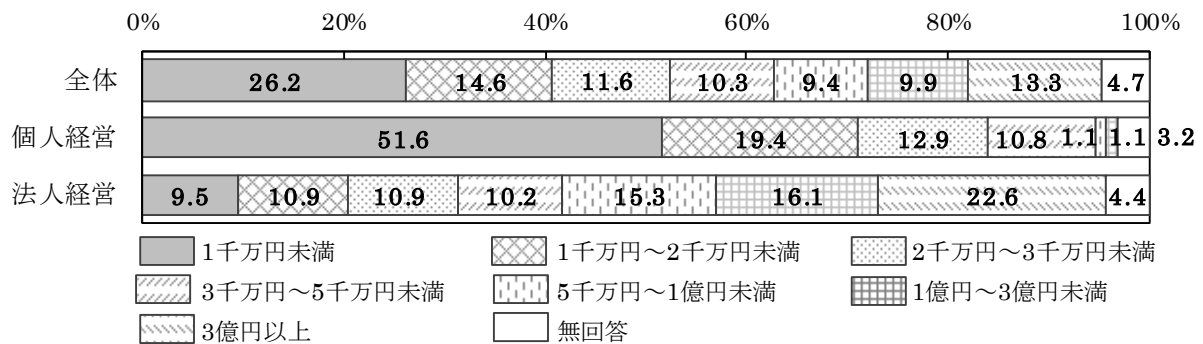
#### 【業種別 経営形態】



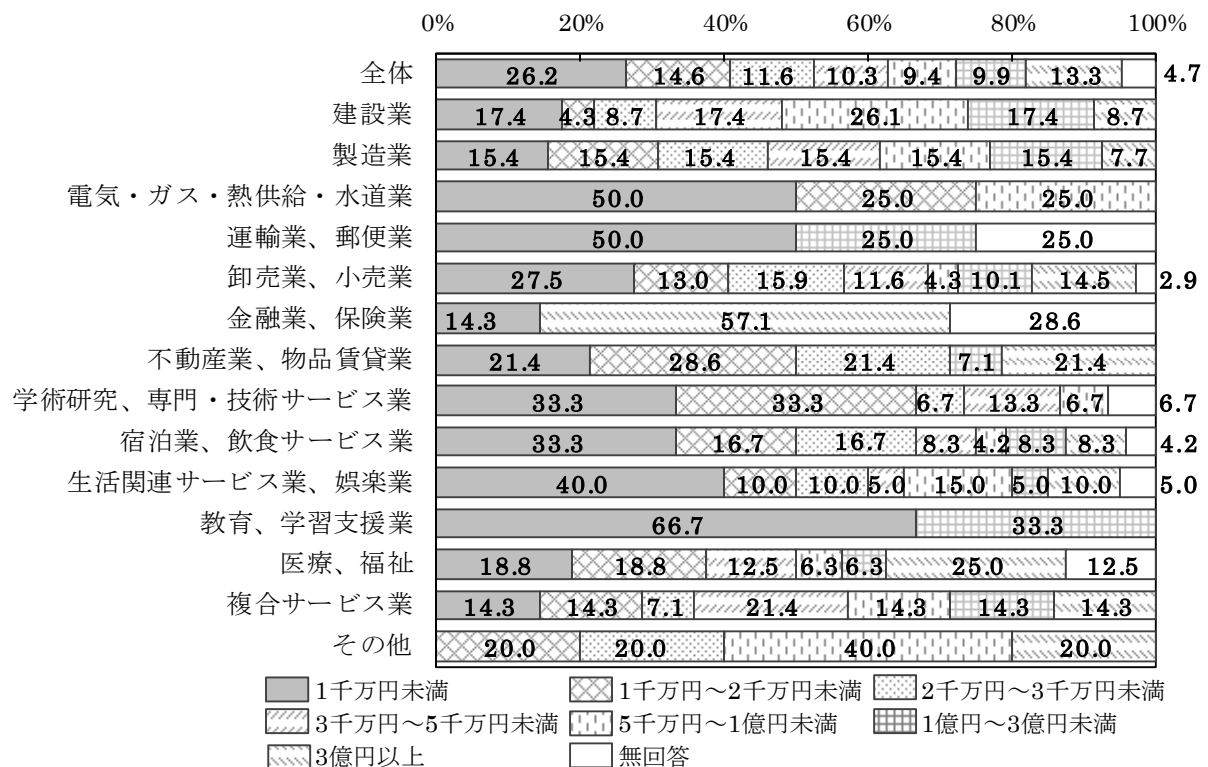
＜平成 29 年度期 年間販売額（売上高）＞



【経営主体別 年間販売額（売上高）】



【業種別 年間販売額（売上高）】



### 《現在、経営で困っていること》

	回答数	0	10	20	30	40	50 (%)
1 客数や売上が減少していること	107	45.9					
2 利益率が低下してきていること	71	30.5					
3 店の後継者が確保できないこと	28	12.0					
4 資金繰り	39	16.7					
5 従業員教育を十分にできていないこと	17	7.3					
6 従業員の確保が難しいこと	71	30.5					
7 売り場が手狭になってきていること	3	1.3					
8 店舗が老朽化していること	25	10.7					
9 駐車場が確保できないこと	11	4.7					
10 経費が増大していること	38	16.3					
11 商業集積全体の集客力が低下していること	19	8.2					
12 販売方法の多様化に対応すること	20	8.6					
13 その他	15	6.4					
14 困っていることはない	20	8.6					
無回答	4	1.7					
回答総数	488						
全体	233						

### 【経営主体別・年間販売額別 現在、経営で困っていること ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	客数や売上げが減少していること 46.7%	利益率が低下していること 31.0%	従業員の確保が難しいこと 31.0%	資金繰り 17.0%	経費が増大していること 16.6%
個人経営	93	同上 59.3%	同上 31.9%	経費が増大していること 23.1%	従業員の確保が難しいこと 20.9%	店の後継者が確保できないこと 15.4%
法人経営	137	同上 38.2%	従業員の確保が難しいこと 37.5%	利益率が低下していること 30.9%	資金繰り 19.1%	経費が増大していること 12.5%
1千万円未満	61	同上 62.3%	利益率が低下していること 29.5%	店の後継者が確保できないこと 19.7%	同上 18.0%	同上 16.4%
1千万円～ 2千万円未満	34	同上 59.4%	従業員の確保が難しいこと 34.4%	従業員の確保が難しいこと 25.0%	店の後継者が確保できないこと 21.9%	同上 21.9%
2千万円～ 3千万円未満	27	同上 37.0%	利益率が低下していること 33.3%	同上 22.2%	経費が増大していること 18.5%	資金繰り／インターネット販売など販売方法の多様化に対応すること 14.8%
3千万円～ 5千万円未満	24	同上 45.8%	従業員の確保が難しいこと 41.7%	利益率が低下していること 37.5%	資金繰り 33.3%	経費が増大していること 29.2%
5千万円～ 1億円未満	22	同上 45.5%	利益率が低下していること 45.5%	従業員の確保が難しいこと 31.8%	従業員教育が十分にできていないこと 22.7%	同上 18.2%
1億円～ 3億円未満	23	従業員の確保が難しいこと 56.5%	客数や売上げが減少していること 30.4%	利益率が低下していること 26.1%	資金繰り 26.1%	同上 13.0%
3億円以上	31	同上 64.5%	店舗が老朽化していること 32.3%	客数や売上げが減少していること 25.8%	利益率が低下していること 16.1%	その他 9.7%

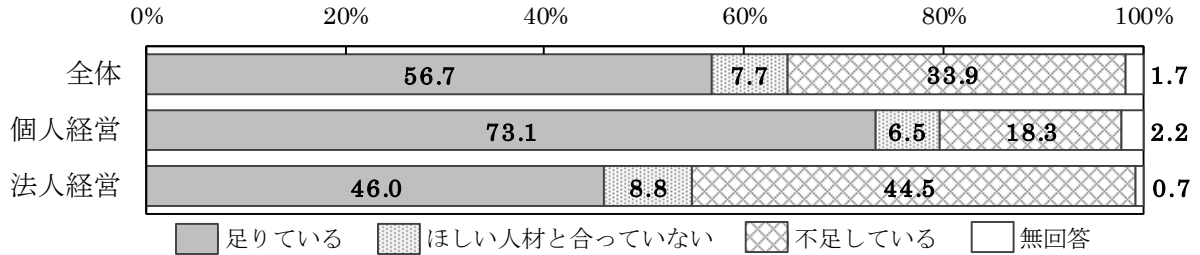
## 【主要な業種別 現在、経営で困っていること ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	客数や売り上げが減少していること 46.7%	利益率が低下していること 31.0%	従業員の確保が難しいこと 31.0%	資金繰り 17.0%	経費が増大していること 16.6%
建設業	23	従業員の確保が難しいこと 47.8%	同上 43.5%	客数や売り上げが減少していること 34.8%	同上 21.7%	同上 17.4%
製造業	13	利益率が低下していること 53.8%	同上 30.8%	経費が増大していること 30.8%	店の後継者が確保できないこと 23.1%	従業員の確保が難しいこと 他 23.1%
卸売業、小売業	69	客数や売り上げが減少していること 61.2%	利益率が低下していること 26.9%	従業員の確保が難しいこと 25.4%	資金繰り 17.9%	経費が増大していること 16.4%
不動産業、物品賃貸業	14	同上 42.9%	困っていることはない 35.7%	経費が増大していること 21.4%	利益率が低下していること 14.3%	店舗が老朽化していること 14.3%
学術研究、専門・技術サービス業	15	同上 64.3%	利益率が低下していること 35.7%	従業員の確保が難しいこと 35.7%	資金繰り 21.4%	経費が増大していること 21.4%
宿泊業、飲食サービス業	24	同上 54.2%	従業員の確保が難しいこと 41.7%	利益率が低下していること 29.2%	店舗が老朽化していること 29.2%	店の後継者が確保できないこと 25.0%
生活関連サービス業、娯楽業	20	同上 45.0%	同上 25.0%	店の後継者が確保できないこと 20.0%	利益率が低下していること 15.0%	利益率が低下していること／資金繰り ほか 15.0%
医療、福祉	16	従業員の確保が難しいこと 53.3%	従業員教育を十分にできていないこと 33.3%	客数や売り上げが減少していること 26.7%	同上 20.0%	資金繰り／駐車場が確保できないこと 20.0%
複合サービス業	14	客数や売り上げが減少していること 35.7%	従業員の確保が難しいこと 35.7%	利益率が低下していること 28.6%	資金繰り 21.4%	その他 21.4%

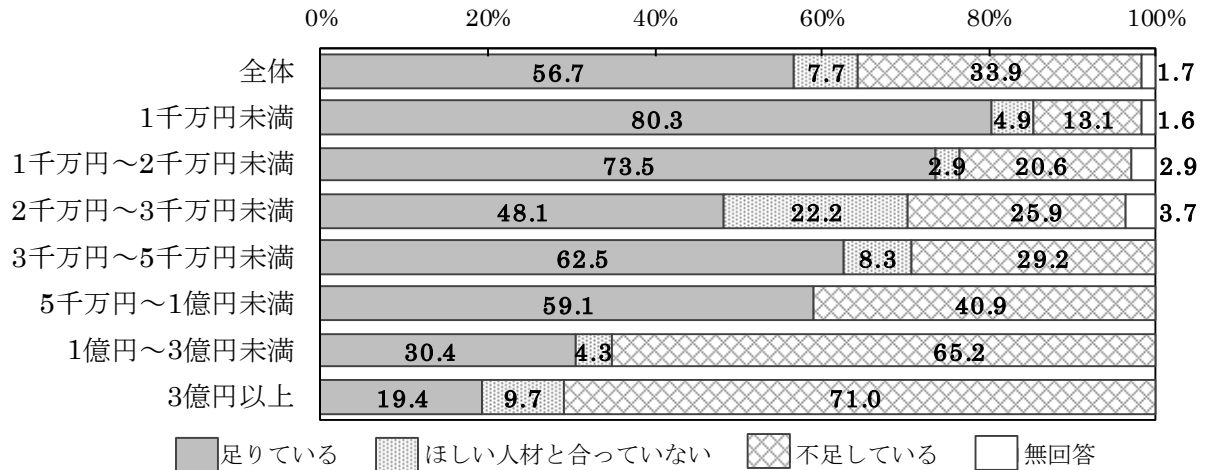
《現在の人手の充足状況》

	回答数	0	10	20	30	40	50	60 (%)
1 足りている	132	56.7						
2 足りているが、ほしい人材と合っていない	18	7.7						
3 不足している	79	33.9						
無回答	4	1.7						
全体	233							

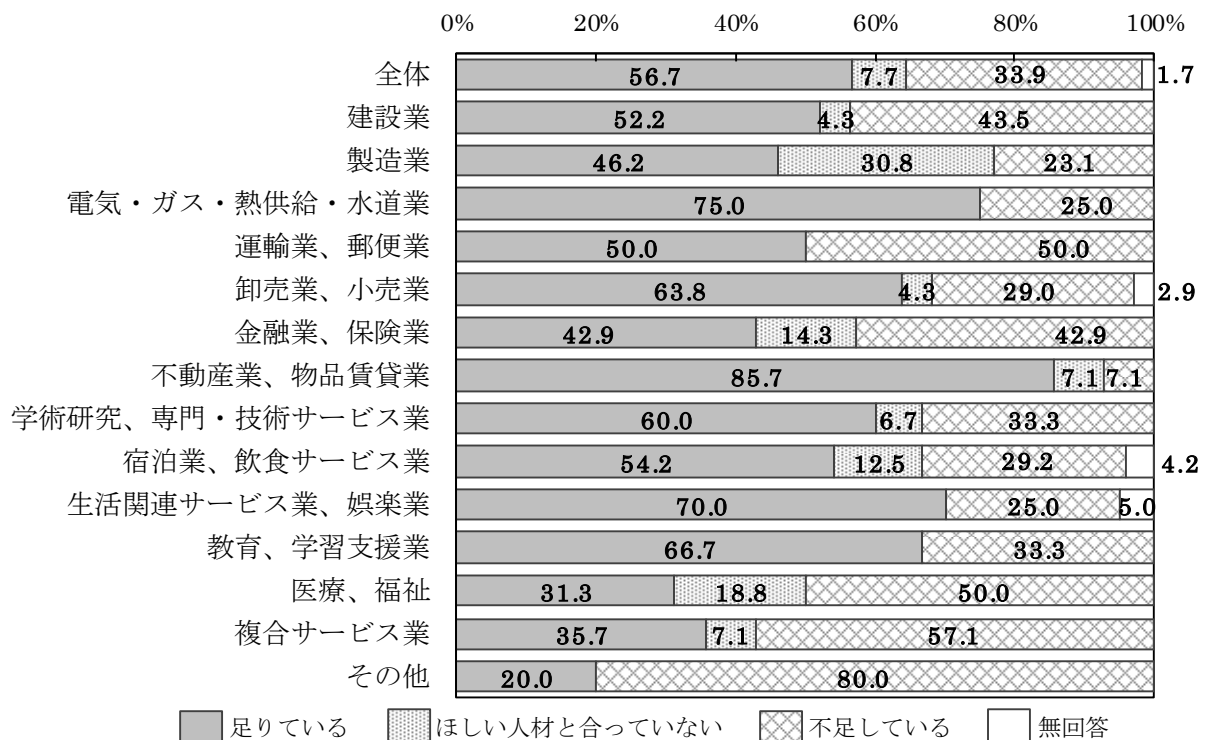
【経営主体別 現在の人手の充足状況】



【年間売上高別 現在の人手の充足状況】



【業種別 現在の人手の充足状況】



### 《必要としている人手の就業形態》

	回答数	0	10	20	30	40	50	60 (%)
1 正規職員	38	39.2						
2 パート・アルバイト・契約社員・嘱託	50	51.5						
3 臨時雇用	5	5.2						
4 正規職員とパート等の両方	2	2.1						
無回答	2	2.1						
該当数	97							

### 【経営主体別\*・年間販売額別\* 必要としている人手の就業形態】 上段：事業所数、下段：%

	該当数	正規職員	パート・ アルバイト・ 契約社員・ 嘱託	臨時雇用	正規職員と パート・アル バイト等 の両方	無回答
全体	97 100.0	38 39.2	50 51.5	5 5.2	2 2.1	2 2.1
1 個人経営※	23 100.0	6 26.1	11 47.8	4 17.4	2 8.7	0 0.0
2 法人経営※	73 100.0	32 43.8	38 52.1	1 1.4	0 0.0	2 2.7
1 1千万円未満	11 100.0	2 18.2	6 54.5	3 27.3	0 0.0	0 0.0
2 1千万円～ 2千万円未満	8 100.0	2 25.0	5 62.5	1 12.5	0 0.0	0 0.0
3 2千万円～ 3千万円未満	13 100.0	4 30.8	6 46.2	0 0.0	1 7.7	2 15.4
4 3千万円～ 5千万円未満	9 100.0	2 22.2	6 66.7	0 0.0	1 11.1	0 0.0
5 5千万円～ 1億円未満	9 100.0	5 55.6	3 33.3	1 11.1	0 0.0	0 0.0
6 1億円～ 3億円未満	16 100.0	5 31.3	11 68.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0
7 3億円以上	25 100.0	13 52.0	12 48.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

※経営主体の無回答（1）と年間販売額の無回答（6）を除く

### 【主要な業種別 必要としている人手の就業形態】

上段：事業所数、下段：%

	該当数	正規職員	パート・ アルバイト・ 契約社員・ 嘱託	臨時雇用	正規職員と パート・アル バイト等 の両方	無回答
1 建設業	11 100.0	9 81.8	1 9.1	1 9.1	0 0.0	0 0.0
2 卸売業、小売業	23 100.0	3 13.0	18 78.3	1 4.3	0 0.0	1 4.3
3 宿泊業、 飲食サービス業	10 100.0	5 50.0	4 40.0	0 0.0	1 10.0	0 0.0
4 医療、福祉	11 100.0	5 45.5	6 54.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0



## 2-4 1年前との比較

事業所の状況として、1年前と比較した「来店客数」「売上高」「経費」「商圈」「同業者との競争」については、すべて「変わらない」という事業所が最も多くなっている。

それぞれを得点化すると、「商圈」は変わらないものの、その他の項目は総じてマイナスポイントとなっている。

特に「経費」は「経営主体別」「年間販売額別」「業種別」のすべてでマイナス（経費が増大）となっている。

1年前と比較し「同業者との競争」が激しくなった競争相手としては、「JR 芦屋駅周辺」「阪急西宮北口駅周辺」「JR 大阪駅周辺」などがあげられている。

## 《事業所の状況 1年前との比較》

	全体	増えた (2割～)	やや増えた (1割～2割)	変わらない (1割未満)	やや減った (1割～2割)	減った (2割～)	無回答	得点
1 来店客数	233 100.0%	19 8.2%	28 12.0%	88 37.8%	56 24.0%	29 12.4%	13 5.6%	▲0.2点
2 売上高	233 100.0%	22 9.4%	38 16.3%	71 29.0%	64 31.9%	31 18.8%	7 4.3%	▲0.2点
3 経費	233 100.0%	減った 4 1.7%	やや減った 19 8.2%	変わらない 90 38.6%	やや増えた 81 34.8%	増えた 33 14.2%	無回答 6 2.6%	▲0.5点
4 商圈	233 100.0%	拡大した 29 12.4%		変わらない 169 72.5%	縮小した 26 11.2%		無回答 9 4.3%	0.0点
5 同業者との競争	233 100.0%	ゆるやかになった 7 3.0%		変わらない 186 79.8%	激しくなった 28 12.0%		無回答 12 5.2%	▲0.2点

※得点：「増えた/減った/拡大した/ゆるやかになった」=2点、「やや増えた/やや減った」=1点、「変わらない」=0点、「やや減った/やや増えた」=-1点、「減った/増えた/縮小した/激しくなった」=-2点を全体から無回答を減じて算出（▲はマイナス）

## 【経営主体別\*・年間販売額別\* 1年前との比較 ～得点～】

	回答数	来店客数	売上高	経費	商圈	同業者との競争
全体	233	▲0.2点	▲0.2点	▲0.5点	0.0点	▲0.2点
1 個人経営	93	▲0.4点	▲0.4点	▲0.5点	▲0.0点	▲0.3点
2 法人経営	137	▲0.1点	▲0.0点	▲0.5点	0.1点	▲0.1点
1 1千万円未満	61	▲0.4点	▲0.6点	▲0.5点	▲0.2点	▲0.3点
2 1千万円～ 2千万円未満	34	▲0.5点	▲0.3点	▲0.7点	0.1点	▲0.3点
3 2千万円～ 3千万円未満	27	▲0.1点	▲0.2点	▲0.4点	0.3点	▲0.1点
4 3千万円～ 5千万円未満	24	0.1点	0.2点	▲0.8点	0.0点	0.0点
5 5千万円～ 1億円未満	22	0.0点	▲0.2点	▲0.5点	0.2点	▲0.1点
6 1億円～ 3億円未満	23	▲0.1点	0.1点	▲0.5点	0.2点	▲0.1点
7 3億円以上	31	0.0点	0.2点	▲0.4点	▲0.1点	▲0.3点

※経営主体の無回答（1）と年間販売額の無回答（6）を除く

## 【業種別\* 1年前との比較 得点】

	回答数	来店客数	売上高	経費	商圈	同業者との競争
全体	233	▲ 0.2 点	▲ 0.2 点	▲ 0.5 点	0.0 点	▲ 0.2 点
1 建設業	23	0.0 点	0.0 点	▲ 0.7 点	▲ 0.2 点	0.0 点
2 製造業	13	0.4 点	0.5 点	▲ 0.7 点	0.8 点	0.2 点
3 電気・ガス・熱供給・水道業	4	1.0 点	0.8 点	▲ 1.3 点	1.0 点	0.0 点
5 運輸業、郵便業	4	0.3 点	0.3 点	▲ 0.3 点	0.5 点	0.0 点
6 卸売業、小売業	69	▲ 0.5 点	▲ 0.5 点	▲ 0.2 点	▲ 0.2 点	▲ 0.1 点
7 金融業、保険業	7	▲ 0.5 点	0.1 点	▲ 0.4 点	0.0 点	▲ 0.6 点
8 不動産業、物品賃貸業	14	▲ 0.8 点	▲ 0.3 点	▲ 0.6 点	▲ 0.4 点	▲ 0.3 点
9 学術研究、専門・技術サービス業	15	▲ 0.2 点	0.0 点	▲ 0.7 点	0.1 点	▲ 0.4 点
10 宿泊業、飲食サービス業	24	▲ 0.5 点	▲ 0.5 点	▲ 0.6 点	▲ 0.1 点	▲ 0.4 点
11 生活関連サービス業、娯楽業	20	▲ 0.3 点	▲ 0.4 点	▲ 0.6 点	0.1 点	▲ 0.4 点
12 教育、学習支援業	3	0.0 点	0.0 点	▲ 0.7 点	▲ 0.7 点	▲ 0.7 点
13 医療、福祉	16	0.5 点	0.5 点	▲ 0.9 点	0.3 点	▲ 0.1 点
14 複合サービス業	14	0.1 点	▲ 0.4 点	▲ 0.6 点	0.6 点	0.0 点
15 その他	5	1.0 点	0.2 点	▲ 1.0 点	0.5 点	0.0 点

※業種の無回答 (2) を除く

## 《競争が激しくなった相手の商業集積とその競争の内容》

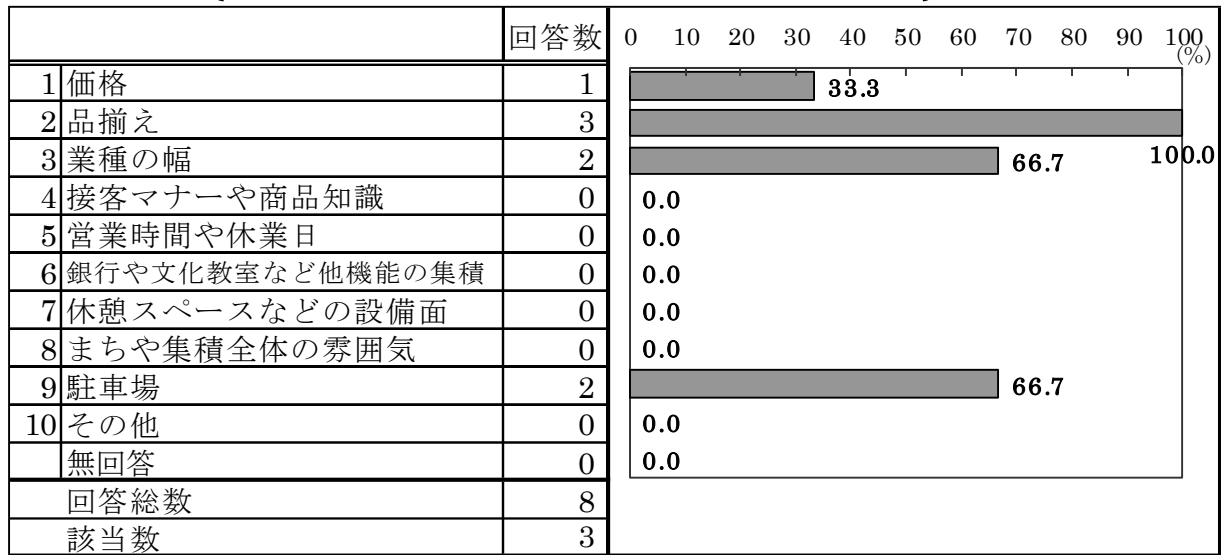
## 【相手の商業集積：JR 芦屋駅周辺】

- ・回答者：4  
 所在地：「三八商店街」(2)、「浜東・浜芦屋商店街」(2)  
 業種：「卸売業、小売業」(2)、「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」

	回答数	0	10	20	30	40	50	60	70	80 (%)
1 価格	3	75.0								
2 品揃え	1	25.0								
3 業種の幅	1	25.0								
4 接客マナーや商品知識	0	0.0								
5 営業時間や休業日	1	25.0								
6 銀行や文化教室など他機能の集積	0	0.0								
7 休憩スペースなどの設備面	0	0.0								
8 まちや集積全体の雰囲気	1	25.0								
9 駐車場	0	0.0								
10 その他	0	0.0								
無回答	0	0.0								
回答総数	7									
該当数	4									

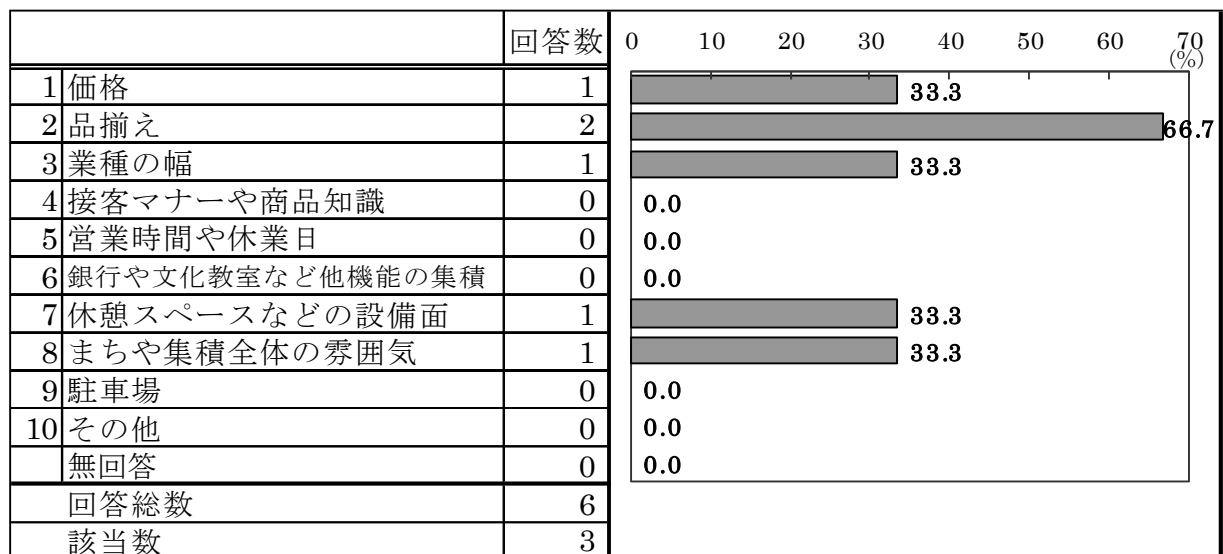
## 【相手の商業集積：阪急西宮北口駅周辺（西宮ガーデンズ等）】

・回答者：3〔所在地：「ラポルテ（全館）」（2）、「モンテメール」  
業種：「卸売業、小売業」（3）〕



## 【相手の商業集積：JR大阪駅周辺（グランフロント大阪等）】

・回答者：3〔所在地：「ラポルテ（全館）」（2）、「モンテメール」  
業種：「卸売業、小売業」（3）〕



## 【相手の商業集積：本通り商店街・三八商店街】

・回答者：1〔所在地：「浜東・浜芦屋商店街」業種：「生活関連サービス業、娯楽業」〕  
・競争内容：価格、まちや集積全体の雰囲気、駐車場

## 【相手の商業集積：打出商店街～KOHYO 南宮店周辺】

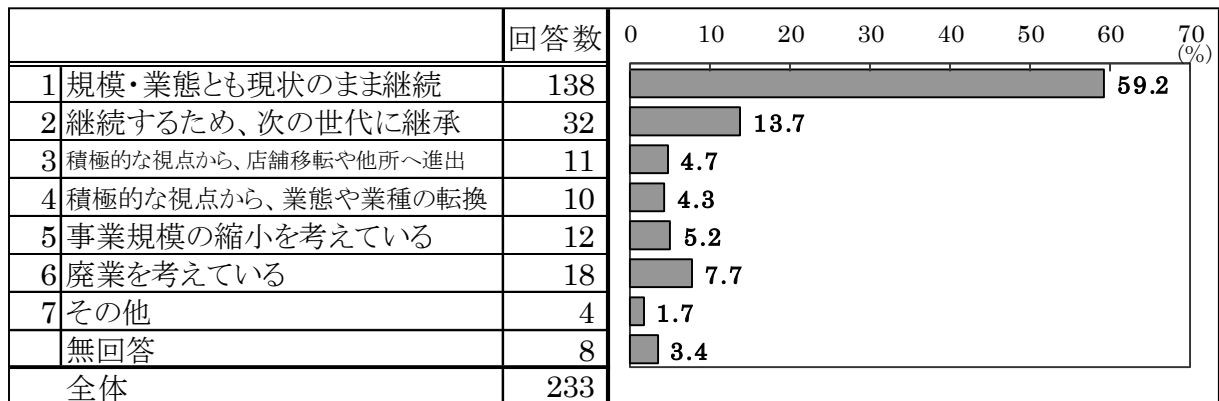
・回答者：1〔所在地：「その他スーパー」業種：「宿泊業、飲食サービス業」〕  
・競争内容：品揃え、業種の幅

## 2-5 今後の経営意向

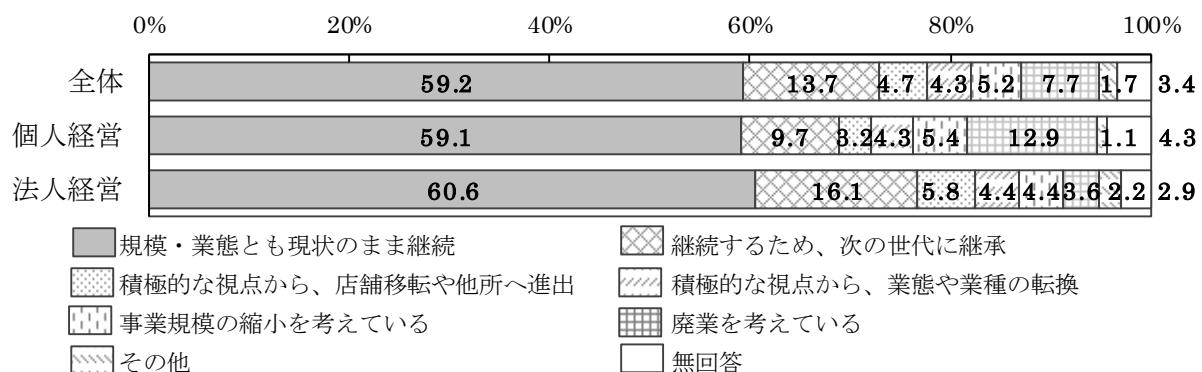
今後の経営意向として、「廃業を考えている」のは、「宿泊業、飲食サービス業」「生活関連サービス業、娯楽業」「卸売業、小売業」が1割を超えている。

「規模・業態を継続するために、次の世代に継承することを考えている」対象として、「個人経営」の事業所は「子ども」「親族」であり、「法人経営」は「子ども」「親族」「従業員」「未定」となっている。

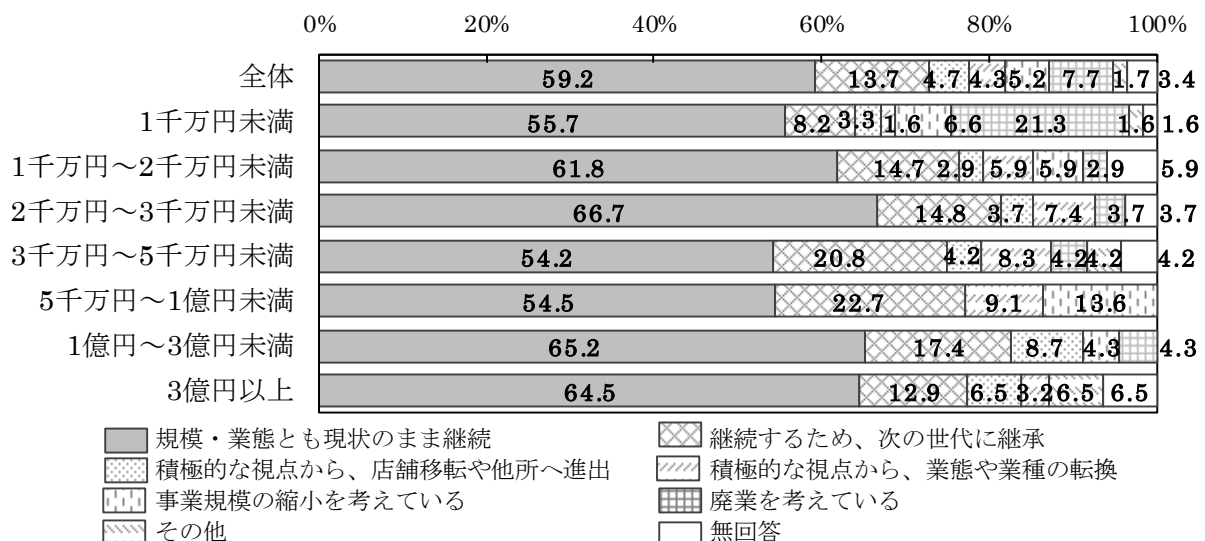
### 《今後の経営意向》



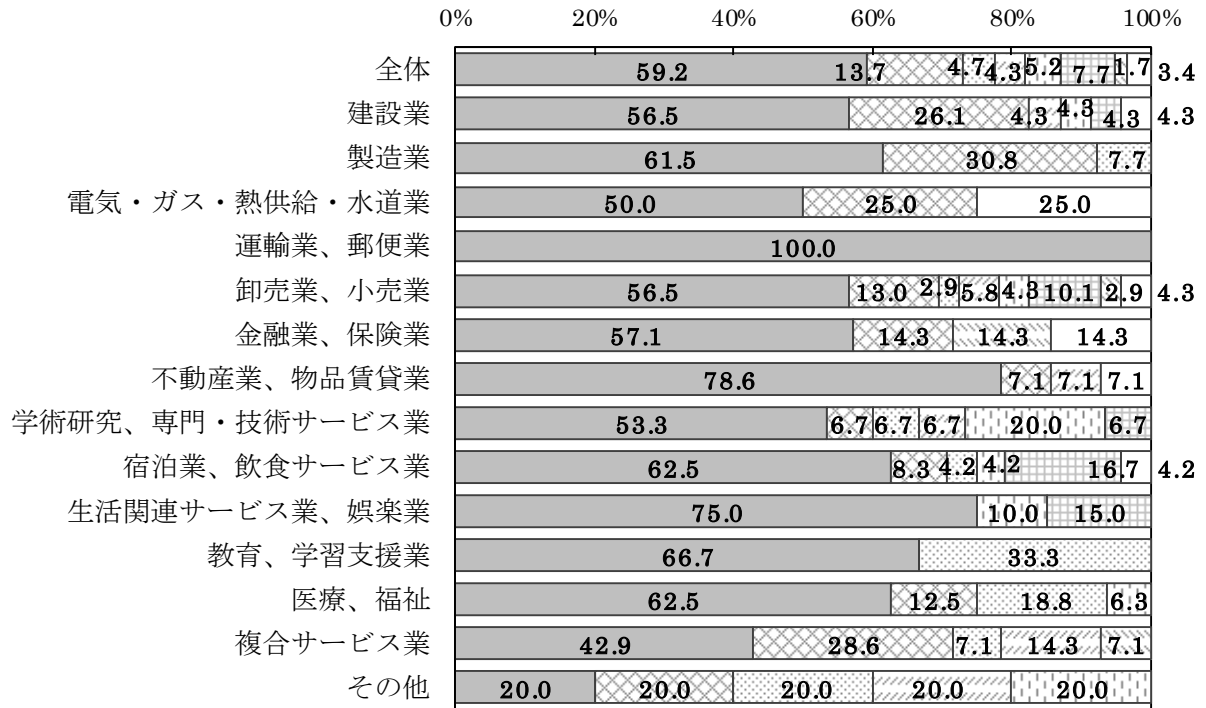
### 【経営主体別 今後の経営意向】



### 【年間販売額別 今後の経営意向】



【業種別 今後の経営意向】



- 規模・業態とも現状のまま継続
- ▨ 継続するため、次の世代に継承
- ▩ 積極的な視点から、店舗移転や他所へ進出
- ▧ 積極的な視点から、業態や業種の転換
- ▦ 事業規模の縮小を考えている
- ▤ 廃業を考えている
- ▣ その他
- 無回答

### 《継承を考えている人》

	回答数	0	10	20	30	40	50	60 (%)
1 子ども	18	56.3						
2 親族	5	15.6						
3 従業員	5	15.6						
4 未定	3	9.4						
5 その他	0	0.0						
無回答	1	3.1						
該当数	32							

### 【経営主体別\*・年間販売額別\* 継承を考えている人】

上段：事業所数、下段：%

	該当数	子ども	親族	従業員	未定	その他	無回答
全体	32	18	5	5	3	0	1
	100.0	56.3	15.6	15.6	9.4	0.0	3.1
1 個人経営	9	7	1	0	0	0	1
	100.0	77.8	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1
2 法人経営	22	11	4	4	3	0	0
	100.0	50.0	18.2	18.2	13.6	0.0	0.0
1 1千万円未満	5	3	2	0	0	0	0
	100.0	60.0	40.0	0.0	0.0	0.0	0.0
2 1千万円～ 2千万円未満	5	1	2	1	1	0	0
	100.0	20.0	40.0	20.0	20.0	0.0	0.0
3 2千万円～ 3千万円未満	4	3	1	0	0	0	0
	100.0	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4 3千万円～ 5千万円未満	5	4	0	0	0	0	1
	100.0	80.0	0.0	0.0	0.0	0.0	20.0
5 5千万円～ 1億円未満	5	3	0	1	1	0	0
	100.0	60.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0
6 1億円～ 3億円未満	4	3	0	1	0	0	0
	100.0	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0
7 3億円以上	4	1	0	2	1	0	0
	100.0	25.0	0.0	50.0	25.0	0.0	0.0

※経営主体の無回答（1）と年間販売額の無回答（6）を除く

### 【主要な業種別 継承を考えている人】

上段：事業所数、下段：%

	該当数	子ども	親族	従業員	未定	その他	無回答
1 建設業	6	5	0	1	0	0	0
	100.0	83.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0
2 製造業	4	2	0	1	1	0	0
	100.0	50.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0
3 卸売業、小売業	9	3	4	1	1	0	0
	100.0	33.3	44.4	11.1	11.1	0.0	0.0
4 複合サービス業	4	2	1	0	1	0	0
	100.0	50.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0

## 2-6 事業所周辺に必要とする機能・施設・設備、取り組み、店舗等

事業所が所在する商店街・商業集積に関する 11 項目について、得点化すると、総じてマイナスポイントとなっている。特に「販促活動」「集客イベント」「店舗以外の共同施設」の項目が低くなっている。

商店街・商業集積で充実が必要だと思う「機能や施設・設備」については、「駐車場」が最も多く、次いで「歩きやすく安全で快適な歩道」「わかりやすい案内表示」となっている。地区別にみると、阪急神戸線以北は、「駐車場」が半数を超えており、阪急神戸線以南で国道 43 号線以北は「歩きやすく安全で快適な歩道」「わかりやすい案内表示」「休憩スペース」が多くなっている。国道 43 号線以南は、「必要だと思うものはない」が多くなっている。業種別にみると、「生活関連サービス業、娯楽業」や「医療、福祉」などは「わかりやすい案内表示」となっている。

また、充実が必要だと思う「取り組み」としては、「業種を豊かに揃える」が最も多く、次いで「駐車場の割引・無料化を充実する」「空き店舗を少なくする」となっている。地区別には顕著な特徴はあまりみられない状況である。業種別では、「宿泊業、飲食サービス業」や「製造業」は「駐車場の割引・無料化を充実する」の割合が高くなっている。

消費者が望んでいると思う事業所としては、「特徴ある専門店」「レストラン・飲食店」「カフェ」などがあげられている。

## 《事業所の所在する商店街・商業集積の評価》

	全体	そう思う	どちらか といえば そう思う	どちらか といえば そう思わ ない	そう思わ ない	無回答	得点
1 様々な業種の店が揃っている	233	19	45	52	76	41	▲0.6点
2 品揃えのよい店が多く集まっている	233	10	35	70	77	41	▲0.9点
3 集客力がある	233	12	39	63	80	39	▲0.8点
4 空き店舗が少ない	233	23	57	45	59	49	▲0.3点
5 チラシ配布や売り出しなど販促活動が充実している	233	4	22	73	88	46	▲1.2点
6 集客イベントが充実している	233	4	24	63	99	43	▲1.2点
7 店舗以外の共同施設などが充実している	233	6	20	63	99	45	▲1.2点
8 気軽に買い物ができる	233	21	71	40	57	44	▲0.2点
9 高齢者や障がい者などに対する配慮がある	233	14	48	63	62	46	▲0.6点
10 商業集積やそれをとりまく環境・雰囲気が良い	233	17	67	44	59	46	▲0.3点
11 商店会・専門店会などの商業組織がしっかりしている	233	13	48	59	68	45	▲0.6点

※得点：「そう思う」＝2点、「どちらかといえばそう思う」＝1点、「どちらかといえばそう思わない」＝-1点、「そう思わない」＝-2点を全体から無回答を減じて算出（▲はマイナス）

## 【地区別※ 商店街・商業集積の評価 ～得点1～】

	回答数	様々な業種の店	品揃えのよい店	集客力がある	空き店舗が少ない	販促活動が充実	イベントが充実
全体	233	▲ 0.6	▲ 0.9	▲ 0.8	▲ 0.3	▲ 1.2	▲ 1.2
1 地区(山芦屋等)	11	▲ 1.5	▲ 1.5	▲ 0.9	▲ 1.2	▲ 1.4	▲ 0.9
2 地区(奥池等)	19	▲ 0.6	▲ 0.9	▲ 0.8	▲ 1.0	▲ 1.2	▲ 1.1
3 地区(六麓荘等)	4	▲ 1.3	▲ 1.3	▲ 1.3	▲ 1.0	▲ 1.0	▲ 1.8
4 地区(月若等)	10	▲ 1.2	▲ 1.1	▲ 0.8	▲ 0.3	▲ 1.3	▲ 1.6
5 地区(大原等)	52	▲ 0.3	▲ 0.5	▲ 0.4	0.2	▲ 0.9	▲ 0.8
6 地区(翠ヶ丘等)	5	0.0	▲ 0.5	▲ 0.8	▲ 0.3	▲ 1.3	▲ 1.3
7 地区(川西等)	7	▲ 1.3	▲ 1.4	▲ 1.6	▲ 0.6	▲ 1.2	▲ 1.8
8 地区(宮塚等)	58	▲ 0.2	▲ 0.7	▲ 0.9	▲ 0.2	▲ 1.3	▲ 1.4
9 地区(春日等)	18	▲ 0.8	▲ 1.3	▲ 1.4	0.0	▲ 1.1	▲ 1.2
10 地区(平田)	1	▲ 2.0	▲ 2.0	▲ 1.0	▲ 2.0	▲ 1.0	▲ 1.0
11 地区(呉川等)	7	▲ 1.5	▲ 1.5	▲ 1.3	▲ 1.8	▲ 1.8	▲ 1.8
12 地区(大東等)	16	▲ 1.1	▲ 1.5	▲ 0.7	▲ 1.2	▲ 1.4	▲ 1.5
13 地区(緑等)	4	▲ 1.7	▲ 1.7	▲ 2.0	▲ 0.7	▲ 1.7	▲ 1.7
14 地区(新浜等)	4	▲ 0.8	▲ 0.5	▲ 1.0	0.3	0.0	▲ 1.3
15 地区(陽光等)	5	▲ 1.8	▲ 1.8	▲ 1.0	▲ 1.8	▲ 0.8	▲ 0.8

※地区別は、市外(8)と無回答(4)を除く

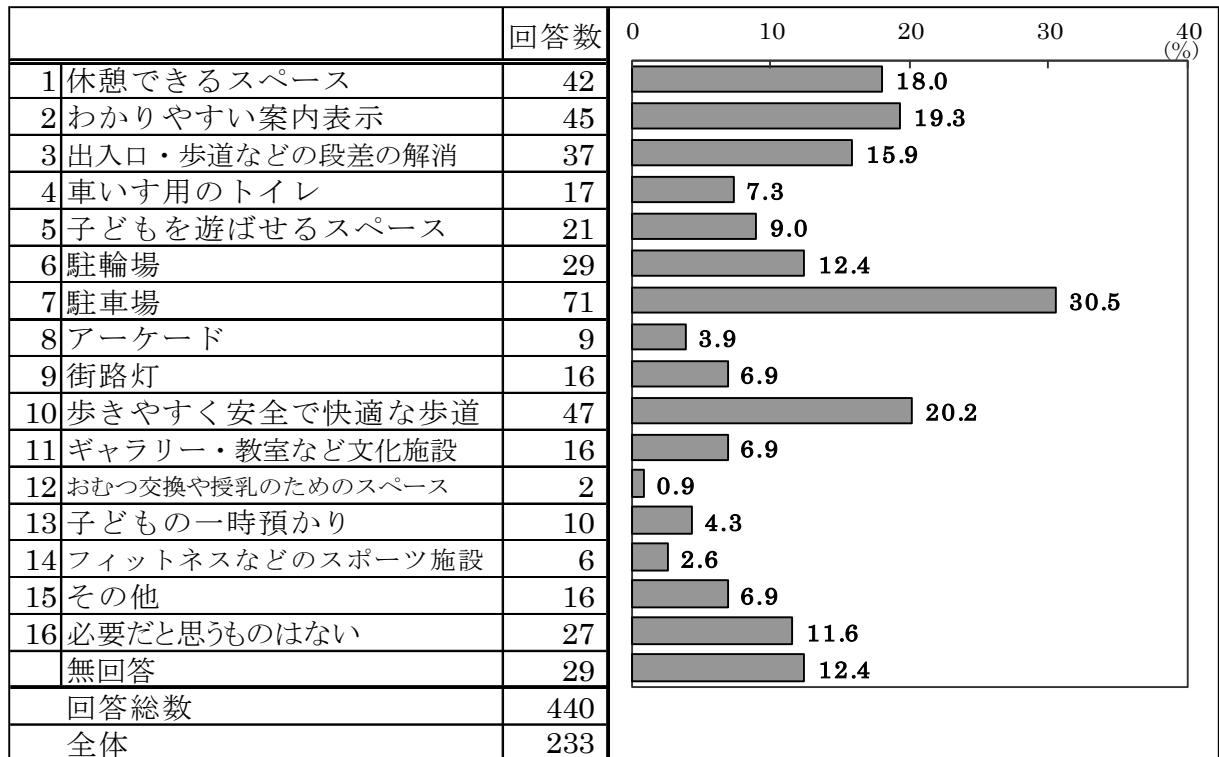
## 【地区別※ 商店街・商業集積の評価 ～得点2～】

	回答数	共同施設などが充実	気軽に買い物	高齢者等への配慮	環境・雰囲気がよい	商業組織がしっかり
全体	233	▲ 1.2	▲ 0.2	▲ 0.6	▲ 0.3	▲ 0.6
1 地区(山芦屋等)	11	▲ 1.6	▲ 0.1	▲ 0.6	▲ 0.8	▲ 0.5
2 地区(奥池等)	19	▲ 1.4	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.7
3 地区(六麓荘等)	4	▲ 1.8	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 0.3	▲ 1.0
4 地区(月若等)	10	▲ 1.7	0.1	▲ 1.3	▲ 0.6	▲ 1.0
5 地区(大原等)	52	▲ 0.8	▲ 0.2	▲ 0.3	0.4	▲ 0.3
6 地区(翠ヶ丘等)	5	▲ 1.0	▲ 0.5	▲ 1.0	0.0	0.0
7 地区(川西等)	7	▲ 1.8	▲ 0.6	▲ 1.2	▲ 0.6	0.0
8 地区(宮塚等)	58	▲ 1.3	▲ 0.5	▲ 0.6	▲ 0.6	▲ 0.7
9 地区(春日等)	18	▲ 1.2	▲ 0.1	▲ 0.8	▲ 0.7	▲ 0.6
10 地区(平田)	1	▲ 2.0	▲ 1.0	1.0	▲ 1.0	▲ 1.0
11 地区(呉川等)	7	▲ 1.0	▲ 0.2	▲ 0.8	▲ 0.8	▲ 1.6
12 地区(大東等)	16	▲ 1.3	▲ 0.5	▲ 1.0	▲ 0.6	▲ 1.4
13 地区(緑等)	4	▲ 1.7	▲ 0.7	▲ 0.7	0.0	▲ 1.0
14 地区(新浜等)	4	0.0	1.3	0.0	0.0	0.3
15 地区(陽光等)	5	▲ 1.8	▲ 0.5	0.5	▲ 1.3	▲ 1.0

※地区別は、市外(8)と無回答(4)を除く



＜事業所が所在する商店街等で充実が必要だと思う「機能や施設・設備」＞



【地区別※ 商店街等で充実が必要だと思う「機能や施設・設備」 ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	駐車場 30.5%	安全で快適な歩道 20.2%	案内表示 19.3%	休憩スペース 18.0%	段差の解消 15.9%
1 地区(山芦屋等)	11	同上 63.6%	安全で快適な歩道 20.2%	段差の解消 36.4%	休憩スペース 27.3%	案内表示 27.3%
2 地区(奥池等)	19	同上 63.2%	段差の解消 36.4%	休憩スペース 21.1%	安全で快適な歩道 21.1%	駐輪場 他 10.5%
3 地区(六麓荘等)	4	同上 50.0%	安全で快適な歩道 50.0%	段差の解消 25.0%	文化施設 25.0%	必要なし 25.0%
4 地区(月若等)	10	安全で快適な歩道 40.0%	休憩スペース 20.0%	同上 20.0%	駐車場 20.0%	必要なし 20.0%
5 地区(大原等)	52	案内表示 34.6%	同上 25.0%	同上 21.2%	安全で快適な歩道 19.2%	遊ばせるスペース 17.3%
6 地区(翠ヶ丘等)	5	同上 60.0%	駐輪場 40.0%	駐車場 40.0%	同上 40.0%	同上 20.0%
7 地区(川西等)	7	休憩スペース 14.3%	案内表示 14.3%	段差の解消 14.3%	車いす用トイレ 14.3%	遊ばせるスペース 14.3%
8 地区(宮塚等)	58	駐車場 34.5%	案内表示 20.7%	駐輪場 15.5%	安全で快適な歩道 15.5%	必要なし 13.8%
9 地区(春日等)	18	駐車場 38.9%	安全で快適な歩道 27.8%	休憩スペース 22.2%	街路灯 22.2%	遊ばせるスペース 14.6%
10 地区(平田)	1	子どもの一時預かり 100.0%				
11 地区(呉川等)	7	案内表示 28.6%	段差の解消 28.6%	必要なし 28.6%	車いす用トイレ 14.3%	遊ばせるスペース 他 14.3%
12 地区(大東等)	16	駐車場 31.3%	休憩スペース 25.0%	段差の解消 25.0%	駐輪場 12.5%	街路灯 他 12.5%
13 地区(緑等)	4	必要なし 50.0%	案内表示 25.0%	駐輪場 25.0%	駐車場 25.0%	
14 地区(新浜等)	4	休憩スペース 50.0%	文化施設 50.0%	段差の解消 25.0%	駐車場 25.0%	安全で快適な歩道 他 25.0%
15 地区(陽光等)	5	必要なし 40.0%	遊ばせるスペース 20.0%	安全で快適な歩道 20.0%	その他 20.0%	

※地区別は、市外(8)と無回答(4)を除く

＜事業所が所在する商店街等で充実が必要だと思う「取り組み」＞

	回答数	0	10	20	30	40 (%)
1 業種を豊かに揃える	89					38.2
2 品揃えを豊かにする	27		11.6			
3 人気商品を豊かにする	29		12.4			
4 空き店舗を少なくする	46			19.7		
5 商品を安くする	10		4.3			
6 休業日を少なくする	4		1.7			
7 休業日を揃える	6		2.6			
8 営業時間を長くする	13		5.6			
9 接客マナーを良くする	18		7.7			
10 集客イベントを充実する	17		7.3			
11 宅配サービスを実施・充実する	8		3.4			
12 市内共通商品券などを開発・発行する	13		5.6			
13 駐車場の割引・無料化を充実する	55			23.6		
14 販売促進活動を充実する	12		5.2			
15 その他	11		4.7			
16 充実してほしいものはない、思いつかない	43			18.5		
無回答	26			11.2		
回答総数	427					
全体	233					

【地区別※ 商店街等で充実が必要だと思う「取り組み」 ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	業種を豊かに 38.2%	駐車場の割引・無料化 23.6%	空き店舗を少なく 19.7%	充実してほしいものなし 18.5%	人気商品を豊かに 12.4%
1 地区(山芦屋等)	11	業種を豊かに 54.5%	空き店舗を少なく 54.5%	駐車場の割引・無料化 36.4%	品揃えを豊かに 27.3%	接客マナーを良くする他 18.2%
2 地区(奥池等)	19	同上 42.1%	駐車場の割引・無料化 36.8%	空き店舗を少なく 26.3%	営業時間を長く 15.8%	接客マナーを良くする 15.8%
3 地区(六麓荘等)	4	充実してほしいものなし 50.0%	業種を豊かに 25.0%	人気商品を豊かに 25.0%	市内共通商品券を発行 25.0%	駐車場の割引・無料化 25.0%
4 地区(月若等)	10	充実してほしいものなし 40.0%	業種を豊かに 30.0%	品揃えを豊かに 20.0%	人気商品を豊かに 20.0%	空き店舗を少なく 20.0%
5 地区(大原等)	52	業種を豊かに 48.1%	駐車場の割引・無料化 34.6%	人気商品を豊かに 21.2%	空き店舗を少なく 21.2%	品揃えを豊かに 13.5%
6 地区(翠ヶ丘等)	5	人気商品を豊かに 40.0%	業種を豊かに 20.0%	品揃えを豊かに 20.0%	営業時間を長く 20.0%	集客イベントを充実 20.0%
7 地区(川西等)	7	充実してほしいものなし 42.9%	業種を豊かに 28.6%	空き店舗を少なく 28.6%	駐車場の割引・無料化 28.6%	品揃えを豊かに他 14.3%
8 地区(宮塚等)	58	業種を豊かに 34.5%	充実してほしいものなし 27.6%	駐車場の割引・無料化 17.2%	品揃えを豊かに 12.1%	空き店舗を少なく 12.1%
9 地区(春日等)	18	業種を豊かに 50.0%	空き店舗を少なく 27.8%	駐車場の割引・無料化 22.2%	同上 16.7%	充実してほしいものなし 16.7%
10 地区(平田)	1	無回答 100.0%				
11 地区(呉川等)	7	接客マナーを良くする 42.9%	営業時間を長く 28.6%	業種を豊かに 14.3%	品揃えを豊かに 14.3%	人気商品を豊かに他 14.3%
12 地区(大東等)	16	業種を豊かに 37.5%	空き店舗を少なく 25.0%	商品を安くする 12.5%	駐車場の割引・無料化 12.5%	その他 12.5%
13 地区(緑等)	4	充実してほしいものなし 50.0%	業種を豊かに 25.0%	空き店舗を少なく 25.0%		
14 地区(新浜等)	4	駐車場の割引・無料化 75.0%	業種を豊かに 50.0%	人気商品を豊かに 25.0%	商品を安くする 25.0%	集客イベントを充実他 25.0%
15 地区(陽光等)	5	業種を豊かに 20.0%	市内共通商品券を発行 20.0%	販促活動を充実 20.0%	その他 20.0%	充実してほしいものなし 20.0%

※地区別は、市外(8)と無回答(4)を除く

《消費者が望んでいると思う「事業所」》

	回答数	0	10	20	30	40	50 (%)
1 品揃えやサービスなどで特徴ある専門店	94	40.3					
2 日常で使える個人経営のお店	36	15.5					
3 都市型の百貨店	5	2.1					
4 高級食品の専門スーパー	18	7.7					
5 中規模のスーパー	32	13.7					
6 大規模なスーパー	17	7.3					
7 ディスカウントストア	21	9.0					
8 コンビニエンスストア	8	3.4					
9 ドラッグストア	9	3.9					
10 雰囲気の良いレストラン・飲食店	65	27.9					
11 子ども連れで行けるファミリーレストラン	32	13.7					
12 ファーストフード店	11	4.7					
13 カフェ	49	21.0					
14 その他	17	7.3					
15 わからない、思いつかない	25	10.7					
無回答	23	9.9					
回答総数	462						
全体	233						

【地区別\* 消費者が望んでいると思う「事業所」 ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	特徴ある専門店 40.3%	レストラン・飲食店 27.9%	カフェ 21.0%	個人経営のお店 15.5%	中規模スーパー 13.7%
1 地区(山芦屋等)	11	同上 45.5%	レストラン・飲食店 36.4%	個人経営のお店 27.3%	中規模のスーパー 27.3%	ファミリーレストラン 27.3%
2 地区(奥池等)	19	同上 47.4%	カフェ 42.1%	レストラン・飲食店 31.6%	ファミリーレストラン 21.1%	中規模のスーパー 15.8%
3 地区(六麓荘等)	4	同上 25.0%	個人経営のお店 25.0%	レストラン・飲食店 25.0%	カフェ 25.0%	わからない 25.0%
4 地区(月若等)	10	レストラン・飲食店 50.0%	特徴ある専門店 40.0%	わからない 30.0%	個人経営のお店 10.0%	都市型の百貨店他 10.0%
5 地区(大原等)	52	特徴ある専門店 44.2%	レストラン・飲食店 26.9%	ファミリーレストラン 23.1%	カフェ 21.2%	個人経営のお店 19.2%
6 地区(翠ヶ丘等)	5	同上 40.0%	同上 40.0%	カフェ 40.0%	高級食品の専門スーパー 20.0%	中規模のスーパー 20.0%
7 地区(川西等)	7	同上 42.9%	中規模のスーパー 28.6%	カフェ 28.6%	コンビニエンスストア 14.3%	ドラッグストア他 14.3%
8 地区(宮塚等)	58	同上 37.9%	レストラン・飲食店 17.2%	個人経営のお店 15.5%	カフェ 15.5%	わからない 15.5%
9 地区(春日等)	18	同上 38.9%	同上 33.3%	同上 27.8%	中規模のスーパー 22.2%	大規模なスーパー 他 22.2%
10 地区(平田)	1	レストラン・飲食店 100.0%	カフェ 100.0%			
11 地区(呉川等)	7	同上 42.9%	個人経営のお店 28.6%	都市型の百貨店 14.3%	コンビニエンスストア 14.3%	レストラン・飲食店 他 14.3%
12 地区(大東等)	16	同上 43.8%	レストラン・飲食店 43.8%	カフェ 31.3%	中規模のスーパー 18.8%	ディスカウントストア 12.5%
13 地区(緑等)	4	その他 50.0%	個人経営のお店 25.0%	中規模のスーパー 25.0%	ディスカウントストア 25.0%	レストラン・飲食店 他 25.0%
14 地区(新浜等)	4	特徴ある専門店 75.0%	ディスカウントストア 25.0%	レストラン・飲食店 25.0%	ファミリーレストラン 25.0%	カフェ 他 25.0%
15 地区(陽光等)	5	レストラン・飲食店 40.0%	ファミリーレストラン 40.0%	特徴ある専門店 20.0%	高級食品の専門スーパー 20.0%	大規模なスーパー 他 20.0%

\*地区別は、市外(8)と無回答(4)を除く

## 2-7 商店や商店街向けの補助・支援制度

商店や商店街向けの補助・支援制度を業種別にみると、「卸売業、小売業」は利用が多いものの、認知度は「金融業、保険業」「不動産業、物品賃貸業」が高くなっている。

「利用したことがある」「知っているが、利用したことはない」、また「知らないなので、詳しく知りたい」補助・支援制度は、いずれも「事業者対象」であり、「商店街向け」は少なくなっている。

「知らないなので、詳しく知りたい」と答えた方が利用にあたり困っていることとして、「情報が得られていない」が約40%となっている。このことは、平成29年度の「事業所実態調査」と同様であり、補助・支援制度が知られていないこと、情報・周知不足が大きな課題となっている。

また、申請書類の作成などの支援についても、商工会などが行うことを周知することで補助・支援制度の利用が促進されることが期待される。

## 《国や県、市の商店や商店街向けの補助・支援制度の認知》

		回答数	0	10	20	30	40
			(%)				
1	知っているし、利用したことがある	25	10.7				
2	知っているが、利用したことはない	82	35.2				
3	知らないなので、詳しく知りたい	51	21.9				
4	知らないし、利用したいとは思わない	63	27.0				
	無回答	12	5.2				
	全体	233					

## 【経営主体別\*・年間販売額別\* 商店や商店街向けの補助・支援制度】 上段:事業所数、下段:%

	回答数	知っている	(利用経験)		知らない	(今後の意向)		無回答
			利用した	未利用		詳しく知りたい	知りたくない	
全体	233	107	25	82	114	51	63	12
	100.0	45.9	10.7	35.2	48.9	21.9	27.0	5.2
個人経営	93	35	12	33	42	18	24	6
	100.0	37.6	12.9	35.5	45.2	19.4	25.8	6.5
法人経営	137	61	12	49	70	31	39	6
	100.0	44.5	8.8	35.8	51.1	22.6	28.5	4.4
1千万円未満	61	29	10	19	28	11	17	4
	100.0	47.5	16.4	31.1	45.9	18.0	27.9	6.6
1千万円～ 2千万円未満	34	17	2	15	17	9	8	0
	100.0	50.0	5.9	44.1	50.0	26.5	23.5	0.0
2千万円～ 3千万円未満	27	17	6	11	8	4	4	2
	100.0	17.5	22.2	40.7	29.6	14.8	14.8	7.4
3千万円～ 5千万円未満	24	10	2	8	14	8	6	0
	100.0	41.7	8.3	33.3	58.3	33.3	25.0	0.0
5千万円～ 1億円未満	22	8	2	6	13	4	9	1
	100.0	36.4	9.1	27.3	59.1	18.2	40.9	4.5
1億円～ 3億円未満	23	9	1	8	12	4	8	2
	100.0	39.1	4.3	34.8	52.2	17.4	34.8	8.7
3億円以上	31	14	2	12	15	6	9	2
	100.0	45.2	6.5	38.7	48.4	19.4	29.0	6.5

※経営主体の無回答(3)と年間販売額の無回答(11)を除く

## 【業種別\* 商店や商店街向けの補助・支援制度】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	知っている	(利用経験)		知らない	(今後の意向)		無回答
			利用	未利用		詳しく知りたい	知りたくない	
全体	233 100.0	107 45.9	25 10.7	82 35.2	114 48.9	51 21.9	63 27.0	12 5.2
建設業	23 100.0	13 56.5	3 13.0	10 43.5	9 39.1	1 4.3	8 34.8	1 4.3
製造業	13 100.0	6 46.2	2 15.4	4 30.8	5 38.5	4 30.8	1 7.7	2 15.4
電気・ガス・熱供給・水道業	4 100.0	1 25.0	0 0.0	1 25.0	3 75.0	0 0.0	3 75.0	0 0.0
運輸業、郵便業	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0	4 100.0	0 0.0
卸売業、小売業	69 100.0	32 46.4	8 11.6	24 34.8	31 44.9	12 17.4	19 27.5	6 8.7
金融業、保険業	7 100.0	5 71.4	1 14.3	4 57.1	2 28.6	0 0.0	2 28.6	0 0.0
不動産業、物品賃貸業	14 100.0	9 64.3	1 7.1	8 57.1	4 28.6	1 7.1	3 21.4	1 7.1
学術研究、専門・技術サービス業	15 100.0	3 20.0	0 0.0	3 20.0	11 73.3	5 33.3	6 40.0	1 6.7
宿泊業、飲食サービス業	24 100.0	13 54.2	5 20.8	8 33.3	11 45.8	9 37.5	2 8.3	0 0.0
生活関連サービス業、娯楽業	20 100.0	13 45.8	3 15.0	10 50.0	7 29.2	3 15.0	4 20.0	0 0.0
教育、学習支援業	3 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 66.7	2 66.7	0 0.0	1 33.3
医療、福祉	16 100.0	2 12.5	0 0.0	2 12.5	14 87.5	7 43.8	7 43.8	0 0.0
複合サービス業	14 100.0	8 57.1	1 7.1	7 50.0	6 42.8	3 21.4	3 21.4	0 0.0
その他	5 100.0	1 20.0	1 20.0	0 0.0	4 80.0	3 60.0	1 20.0	0 0.0

※業種の無回答(2)を除く

### ≪「知っているし、利用したことがある」 補助・支援制度≫

		回答数	0	10	20	30	40	50	60	(参考) 主体別
			%							
1	事業者に対する資金繰りなどの運転資金支援	12	48.0							4 7
2	事業者に対する店舗改築などの設備投資資金援助	11	44.0							5 6
3	事業者に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	6	24.0							2 4
4	商店街に対する集客イベント助成	6	24.0							3 3
5	事業者に対する新規店舗などの出店経費補助	3	12.0							2 1
6	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	3	12.0							1 2
7	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	2	8.0							1 1
8	商店街に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	1	4.0							0 1
9	その他	1	4.0							1 0
	無回答	1	4.0							1 0
回答総数		46								20 25
該当数		25								12 12

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」、無回答（1）を除く

### ≪「知っているし、利用したことがある」 補助・支援制度の利用にあたっての困りごと≫

		回答数	0	10	20	30	40	50	60	70	80	(参考) 主体別	
			%										
1	申請書類の作成が煩雑	17	68.0										10 7
2	申請してから補助・支援が受けられるまでの時間がかかりすぎる	9	36.0										6 2
3	補助・支援制度の情報が得られない	3	12.0										1 2
4	相談窓口がわからない	2	8.0										1 1
5	募集・受付等の時期があらかじめわからない	2	8.0										1 1
6	必要とする補助・支援制度がない	1	4.0										1 0
7	その他	1	20.0										1 0
8	わからない、思いつかない	5	4.0										2 3
	無回答	1											0 1
回答総数		41											23 17
該当数		25											12 12

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」、無回答（1）を除く

### ≪「知っているが、利用したことはない」 補助・支援制度≫

		回答数	0	10	20	30	40 (%)	(参考) 主体別	
1	事業者に対する資金繰りなどの運転資金支援	30						36.6	10 20
2	事業者に対する店舗改築などの設備投資資金援助	21						25.6	8 13
3	事業者に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	15						18.3	8 7
4	商店街に対する集客イベント助成	14						17.1	5 9
5	事業者に対する新規店舗などの出店経費補助	13						15.9	5 8
6	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	4						4.9	1 3
7	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	4						4.9	3 1
8	商店街に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	4						4.9	2 2
9	その他	5						6.1	2 3
	無回答	19						23.2	8 11
回答総数		129							52 77
該当数		82							33 49

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」

### ≪「知っているが、利用したことはない」 補助・支援制度の利用にあたっての困りごと≫

		回答数	0	10	20	30	40 (%)	(参考) 主体別	
1	申請書類の作成が煩雑	25						30.5	11 14
2	補助・支援制度の情報が得られない	19						23.2	10 9
3	募集・受付等の時期があらかじめわからない	14						17.1	6 8
4	申請してから補助・支援が受けられるまでの時間がかかりすぎる	13						15.9	5 8
5	必要とする補助・支援制度がない	11						13.4	3 8
6	相談窓口がわからない	9						11.0	4 5
7	その他	2						2.4	2 0
8	わからない、思いつかない	19						23.2	8 11
	無回答	8						9.8	3 5
回答総数		120							52 68
該当数		82							33 49

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」

### 《「詳しく知りたい」 補助・支援制度》

		回答数	0	10	20	30	40	50	60	(参考) 主体別
			%							
1	事業者に対する店舗改築などの設備投資資金援助	26	51.0							9 16
2	事業者に対する資金繰りなどの運転資金支援	24	47.1							7 16
3	事業者に対する新規店舗などの出店経費補助	11	21.6							3 7
4	事業者に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	7	13.7							4 3
5	商店街に対する集客イベント助成	3	5.9							2 1
6	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	3	5.9							0 3
7	商店街に対するアドバイザーなどのコンサルタント派遣支援	3	5.9							2 1
8	商店街に対するアーケードや駐車場などの共同施設の新設経費補助	2	3.9							2 0
9	その他	2	3.9							1 1
	無回答	11	21.6							4 6
回答総数		92								34 54
該当数		51								18 31

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」、無回答(2)を除く

### 《「詳しく知りたい」 補助・支援制度の利用にあたっての困りごと》

		回答数	0	10	20	30	40	50	(参考) 主体別	
			%							
1	補助・支援制度の情報が得られない	20	39.2							9 6
2	申請書類の作成が煩雑	16	31.4							5 10
3	相談窓口がわからない	16	31.4							5 10
4	募集・受付等の時期があらかじめわからない	13	25.5							6 6
5	必要とする補助・支援制度がない	5	9.8							2 3
6	申請してから補助・支援が受けられるまでの時間がかかりすぎる	4	7.8							2 2
7	その他	0	0.0							0 0
8	わからない、思いつかない	3	5.9							0 3
	無回答	11	21.6							3 7
回答総数		88								32 47
該当数		51								18 31

※参考の主体別の上段は「個人経営」 下段は「法人経営」、無回答(2)を除く



## 2-8 市内で事業展開するメリット・デメリット

市内での事業展開のメリットは、ブランドイメージや客単価の高さなどが評価されているが、「メリットはない、わからない」という事業所も多い。

また、デメリットは、事業所の取得費用や賃料の高さ、景観への配慮などがあげられている。

## 《市内で事業展開することで考えられるメリット》

	回答数	0	10	20	30	40 (%)	
1 客単価の高い顧客と取引できる	66						28.3
2 1日の来客数が多い	11						4.7
3 固定客が多く獲得できている	40						17.2
4 ブランドイメージが高く評価されている	74						31.8
5 テレビなどのメディアへの露出が多い	9						3.9
6 SNSでの口コミが多い	4						1.7
7 その他	16						6.9
8 メリットはない、わからない	74						31.8
無回答	21						9.0
回答総数	315						
全体	233						

※その他の内容：自宅に近い (4)  
客のレベルが高い  
長年の営業により知名度・信用がある

交通利便性が良い (2)  
「芦屋」という名前  
シビアな客に鍛えられる など

## 【経営主体別※・年間販売額別※ 市内での事業展開のメリット ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている31.8%	メリットはない、わからない31.8%	客単価の高い顧客と取引できる28.3%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている17.2%	その他6.9%
個人経営	93	メリットはない、わからない36.6%	客単価の高い顧客と取引できる24.7%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている22.6%	同上17.2%	同上10.8%
法人経営	137	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている38.7%	同上30.7%	メリットはない、わからない27.7%	同上16.8%	1日の来店客が多い/その他4.4%
1千万円未満	61	メリットはない、わからない44.3%	同上23.0%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている23.0%	同上13.1%	その他6.6%
1千万円～2千万円未満	34	同上47.1%	同上23.5%	同上20.6%	同上8.8%	同上8.8%
2千万円～3千万円未満	27	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている44.4%	同上40.7%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている25.0%	1日の来店客が多い7.4%	メリットはない、わからない7.4%
3千万円～5千万円未満	24	同上41.7%	メリットはない、わからない29.2%	客単価の高い顧客と取引できる25.0%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている16.1%	その他12.5%
5千万円～1億円未満	22	メリットはない、わからない50.0%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている22.7%	同上13.6%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている13.6%	同上4.5%
1億円～3億円未満	23	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている43.5%	客単価の高い顧客と取引できる30.4%	メリットはない、わからない21.7%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている17.4%	1日の来店客が多い8.7%
3億円以上	31	同上51.6%	同上45.2%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている22.9%	メリットはない、わからない12.9%	その他6.5%

※経営主体の無回答（3）と年間販売額の無回答（11）を除く

## 【主要な業種別 市内での事業展開のメリット ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
全体	233	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている31.1%	メリットはない、わからない31.8%	客単価の高い顧客と取引できる28.3%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている17.2%	その他6.9%
建設業	23	メリットはない、わからない43.5%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている21.7%	同上17.4%	同上17.4%	同上8.7%
製造業	13	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている61.5%	客単価の高い顧客と取引できる30.8%	1日の来店客が多い15.4%	メリットはない、わからない15.4%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている／雑誌やテレビなどのメディアへの露出が多い7.1%
卸売業、小売業	69	同上34.8%	メリットはない、わからない27.5%	客単価の高い顧客と取引できる24.6%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている23.2%	1日の来店客が多い7.2%
不動産業、物品賃貸業	14	同上42.9%	客単価の高い顧客と取引できる35.7%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている14.3%	その他14.3%	同上7.1%
学術研究、専門・技術サービス業	15	メリットはない、わからない46.7%	同上33.3%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている20.0%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている6.7%	その他6.7%
宿泊業、飲食サービス業	24	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている37.5%	メリットはない、わからない37.5%	客単価の高い顧客と取引できる25.0%	同上20.8%	雑誌やテレビなどのメディアへの露出が多い16.7%
生活関連サービス業、娯楽業	20	客単価の高い顧客と取引できる40.0%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている35.0%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている25.0%	メリットはない、わからない25.0%	その他15.0%
医療、福祉	16	メリットはない、わからない56.3%	同上25.0%	客単価の高い顧客と取引できる12.5%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている12.5%	雑誌やテレビなどのメディアへの露出が多い6.3%
複合サービス業	14	同上42.9%	客単価の高い顧客と取引できる35.7%	店舗、会社のブランドイメージが高く評価されている21.4%	その他14.3%	再来店や再注文をされる固定客が多く獲得できている7.1%

《市内で事業をすることで考えられるデメリット》

	回答数	0	10	20	30	40	50 (%)
1 事務所取得費や賃料などの固定費が高い	104						44.6
2 市外からの仕入れ、外注費が高い	8		3.4				
3 広告物など、景観への配慮をする必要がある	79						33.9
4 その他	20		8.6				
5 デメリットはない、わからない	49						21.0
無回答	26						11.2
回答総数	286						
全体	233						

※その他の内容：税金が高い、騒音などの配慮が求められる、クレームが多い、高齢者が排他的、昼間の人が少ない (3)、客の目が肥えている、情報発信手段が少ない、南北のひろがりがない など

【経営主体別※・年間販売額別※ 市内での事業展開のデメリット ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	無回答
全体	233	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 44.6%	広告物など景観への配慮をする必要がある 33.9%	デメリットはない、わからない 21.0%	その他 8.6%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 3.4%	11.2%
個人経営	93	同上 47.3%	同上 32.3%	同上 20.4%	同上 6.5%	同上 1.1%	10.8%
法人経営	137	同上 43.1%	同上 35.8%	同上 20.4%	同上 10.2%	同上 5.1%	11.7%
1千万円未満	61	同上 42.6%	同上 37.7%	同上 21.3%	同上 8.2%	同上 1.6%	9.8%
1千万円～2千万円未満	34	同上 44.1%	同上 32.4%	同上 17.6%	同上 14.7%	同上 2.9%	8.8%
2千万円～3千万円未満	27	同上 55.6%	同上 33.3%	同上 22.2%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 3.7%	その他 3.7%	11.1%
3千万円～5千万円未満	24	同上 54.2%	同上 41.7%	その他 8.3%	デメリットはない、わからない 8.3%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 4.2%	8.3%
5千万円～1億円未満	22	同上 40.9%	デメリットはない、わからない 31.8%	広告物など景観への配慮をする必要がある 22.7%	その他 9.1%	同上 4.5%	18.2%
1億円～3億円未満	23	広告物など景観への配慮をする必要がある 39.1%	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 30.4%	デメリットはない、わからない 30.4%	同上 4.3%		13.0%
3億円以上	31	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 45.2%	広告物など景観への配慮をする必要がある 32.3%	同上 22.6%	同上 9.7%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 6.5%	9.7%

※経営主体の無回答 (3) と年間販売額の無回答 (11) を除く

## 【主要な業種別 市内での事業展開のデメリット ～上位5位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位	無回答
全体	233	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 44.6%	広告物など景観への配慮をする必要がある 33.9%	デメリットはない、わからない 21.0%	その他 8.6%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 3.4%	11.2%
建設業	23	同上 34.8%	同上 30.4%	その他 21.7%	デメリットはない、わからない 17.4%	同上 13.0%	17.4%
製造業	13	同上 53.8%	同上 46.2%	同上 7.7%			7.7%
卸売業、小売業	69	広告物など景観への配慮をする必要がある 36.2%	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 33.3%	同上 26.1%	その他 8.7%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 1.4%	11.6%
不動産業、物品賃貸業	14	同上 50.0%	同上 28.6%	同上 21.4%	同上 7.1%		14.3%
学術研究、専門・技術サービス業	15	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 44.6%	広告物など景観への配慮をする必要がある 40.0%	同上 13.3%			0.0%
宿泊業、飲食サービス業	24	同上 44.6%	同上 33.3%	同上 29.2%	その他 4.2%		8.3%
生活関連サービス業、娯楽業	20	デメリットはない、わからない 35.0%	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 30.0%	広告物など景観への配慮をする必要がある 15.0%	同上 5.0%		20.0%
医療、福祉	16	事務所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い 68.8%	広告物など景観への配慮をする必要がある 37.5%	その他 18.8%	デメリットはない、わからない 18.8%		0.0%
複合サービス業	14	同上 64.3%	同上 35.7%	その他 8.7%	市内事業者からの仕入れ・外注の費用が高い 7.1%	デメリットはない、わからない 7.1%	7.13.0%

## 2-9 商業活性化等に向けたアイデアや意見

商業活性化や日本一住みやすいまちをめざして、経営者としての意見は次のようなことがあげられている。

商業活性化については、芦屋らしさを活かした取り組みや新たなイメージづくり、魅力の発見につながる情報発信やイベントの充実、広告条例の緩和などがあげられている。

日本一住みやすいまちをめざして事業者として消費者に対して効果的だと思うものとして、住環境や利便性を維持しつつ、バリアフリーや高齢化対応などを進めるとともに、品質重視など事業者としての心がけをすることなどがあげられている。

### 《芦屋市商業活性化のためのアイデアや意見》

#### ◇芦屋らしさ・芦屋ブランドの活用

- ・芦屋の店には粹な商品や製品があるといったイメージを消費者にアピールすることが重要である。
- ・高級イメージに合うレストランづくり。
- ・他の町にない、遠方からでも買い物に来るような店を増やす努力が必要。
- ・女性が楽しめるまちづくりを。
- ・「芦屋」というブランドをまち全体で活かしていけばもっと良くなる。(例、食のコンテストなど)
- ・店主が他店ではマネのできない商品や接客を創造すること。
- ・市外の人が抱く芦屋市のイメージと現実のギャップが大きい。新たな芦屋のイメージづくりが必要。
- ・もっと全国的な知名度が資産として価値が上がるようなブランディングをしたら良い。
- ・町全体として雑誌・テレビ等で取り扱われる魅力が必要と思う。
- ・ディスカウント店やコンビニエンスストア、100円均一ショップをこれ以上増やさないようにする。
- ・芦屋らしさ、「らしさ」を付けてイメージできる地域は全国で珍しい。この「らしさ」を正面、又は逆手に取って利用し、市内だけでなく市外から、注目される店舗づくり、イメージづくりを構築すること。
- ・全国の一流ブランド店を集め、相乗効果を期待する。
- ・芦屋市のイメージに対するメリットが少なく、古臭い感じ。由緒正しさと新しさのイメージを新たに生む時期にあると思う。
- ・他市からの参入の場合、芦屋のブランドイメージを評価しすぎ、現在の客とのギャップに苦戦し、撤退という結果が多い。一方、客からの不満としては、見栄えばかりで内容が乏しい店が多く、価格＝中身（商品、サービス）とのつり合いが取れない。

#### ◇情報発信・PR

- ・公園などを利用し、他都市の人に芦屋の良さを知ってもらうイベントを開催。
- ・宣伝広報を効果的にする。内容や方法を考え出す。
- ・市内でも知らない店舗などが多いので、他市のようにイベントを充実する。
- ・各店舗が協力する合同イベントの実施。

- ・歴史に添ったイベントを繰り返しやっていく。
- ・市のホームページで店舗等を PR すること。
- ・知り合いを多く作るためイベントやツアーを数多く計画する。通路の比較的狭い両側の店が覗ける商店街を作る。
- ・芦屋の事業をまとめて発信できるサイトや媒体がほしい。
- ・長い実績ある店舗を市が色々な媒体を使って宣伝してほしい。
- ・市のホームページの充実を。
- ・「芦屋に来れば駐車場がたくさんあり便利である」といった魅力の発信を。

#### ◇商業施設等の充実

- ・若い人向けの飲食店を JR 芦屋駅南側に。
- ・働き世代を惹きつける人気の衣料品店や飲食店がもっと増えると良い。
- ・気軽に利用できる施設が他市に比べて少ない。(宿泊施設やショッピングモール)
- ・高齢化に対応し、1日過ごせるモール化を希望。
- ・駅前か近辺に有名ホテル、映画館、大型レストランを誘致する。
- ・空き店舗をなくす。
- ・若者が来やすい施設を増やす。
- ・12歳までの子どもがいる親が楽しめる商品の店を。
- ・芦屋の駅周りの商業施設の整備を。

#### ◇まちづくり全般

- ・商業の町にするならそれに特化し、住環境整備に力を入れるならそれに特化する。一挙両得は難しい。
- ・公園が多いので、そこにスーパーの誘致を。
- ・地域ごとに活性化のためのグループを作る。
- ・図書館がほしい。
- ・集客力を高める施設などを山手と南部に。
- ・高齢者が多い割に道幅が狭く歩きにくい道が多い。外車や高級車がすごいスピードで走り抜けて危ない。
- ・駅周辺の駐車場、バス停、タクシー乗り場等は、送迎の外車や、バス・タクシーのホーンがうるさすぎる。

#### ◇規制緩和

- ・駅から離れた住宅地の生活環境・商業環境が悪くなってきている。低層住宅地でも 70～80㎡の飲食店や物販店ができるようにしてほしい。
- ・景観を守ることは大事だが、車で来店客へ訴求力が弱く、集客力が弱くなりがちであり、出店自体も避けられる。
- ・市の美化問題等で、看板など店舗に対して規制が多くなり、場所で不利な所があることがおかしい。条件は同じようにしなければ。
- ・景観への問題が多いので、現代人には不便なことも多い。
- ・看板(サイン)の規制が厳しすぎる。看板がなければ商売していることを認識してもらいにくい。インターネットは若い人たちにしか広まらない。誰もが見てお店があるとわかるように看板を出したい。

- ・看板条例を廃止する。
- ・家賃の軽減と看板など宣伝活動の活性化を。
- ・厳しすぎる広告条例は再考すべきである。
- ・景観条例の緩和を。

#### ◇商店等への支援

- ・店舗の料金（家賃）が他市に比べて高すぎる。
- ・リメイクをする店のアドバイスコーナーの設置。
- ・若い人が参入しやすい雰囲気づくり、高齢経営者へのバックアップを。
- ・観光客などにアピールし、市内全体に人が流れる仕組みがあると良い。
- ・ラポルテの活性化には、長期的な展望計画が必要。
- ・役所と広報代理店のコンビニの発想ではなく、実際に商売をしている人と役所を交え、意見交換をもっと活発にすれば良い。
- ・新しい人も入りやすい団体がほしい。
- ・元気が良いが、企業が少ない。高級ばかりでは市は成り立っていない。お金持ちは、プライドが高く、市内で買わずに神戸や大阪に出向かれる。
- ・接客・サービスのプロが不足。芦屋流接客術、プロのサービス等のノウハウ教育を行政が担うような仕組みが構築できれば良い。

#### ◇行政等への要望など

- ・市内で芸術活動や色々な分野で頑張っている人をもっと取り上げたりしたら良い。
- ・空き店舗等をスムーズに店舗貸しなどできるシステムを導入し、若い人ややる気のある事業者へ低価格で出店等ができるようにすること。
- ・フリーランスで仕事をしている人向けの補助・支援制度があればもっとたくさんの人が助かると思う。
- ・異業種交流会の開催。
- ・市内の商店や事業所対象の ICT 導入などを長期的に支援してほしい。
- ・市内のみで使える地域振興券の発行。
- ・人口の増加。
- ・市外からきたが、地域のコミュニティに参加するきっかけがない。
- ・20～30代の人口が少ないと思うので、何か市内に居住するメリットを。
- ・役所で使うものなどは市内業者で賄う。
- ・大企業や港湾企業誘致し、市内消費率を高めること。



## 《日本一住みやすいまちをめざし、事業者として消費者に対して効果的だと思うこと》

### ◇住みやすいまちをめざして

- ・戦前から芦屋は、松並木がきれいで空気が良いとされた。道路の舗装率も県一番である。六甲山系の自然水をもう一度考え直してみるのも一考であるが、空気を汚すような町にはしたくない。これだけは理想の最小公倍数である。
- ・ほどよい上品なアピールを。
- ・駅前だけでなく、市内の大半が便利で住みやすいことをアピールする。
- ・数年前まで一番住みたい町だったのに、看板の問題と民間保育所の反対運動などで、若い人などが敬遠して急落した思う。
- ・広告の条例ができて、すごく住みにくいイメージがついてしまった。
- ・目指しているわりに、山側（北側）に中学校が一つしかない。バスが多すぎる。「市のモノ」に対して利便性を感じたことがない。
- ・店も人も元気がなくなりつつあり、日本一住みにくいまちに変わりつつあるように思う。
- ・住みやすいまちの意図がわからない。
- ・「これは芦屋ならではのですね」というものを作る。
- ・車椅子の人でも住めるようなまちにしてほしい。
- ・税金を安くして住民の方に潤ってもらい消費をしてもらう。芦屋に住めばこんないいことがあるよとか、子どもを増やす為の無料化など。
- ・芦屋市が目指している住みやすさとは何かわからない。
- ・自己実現意欲が高い人が満足できる街をめざさないと、都市間競争に負ける。普通にしていると高齢化による人口減少で芦屋も衰退する。
- ・「住みやすいまち」というのがよくわからないが、治安が良いことだけがそれに当たる。市内の消費者に対しての効果は今以上期待は難しい。市外からの内情がわからない良いイメージを持った消費者に対してのアプローチは効果的と思う。
- ・住みやすい=誰もが安心してまちに出歩き、用を足せることが肝要。段差や傾斜の解消など歩道の整備、バス路線の再構築（1時間に3本確保）、地区別に特徴ある統一したサイン（街灯等）を設置。個店にはそれをベースに各々の個性を競わせる、市民の人気投票などで、話題性を提供&個店への啓発につなげる。商売しやすい環境づくりに本気で行政が取り組んでいるという姿勢、覚悟を見せてほしい。

### ◇事業者としての心がけ

- ・仲間づくり。つながりを大切にされた消費者へのアプローチ。
- ・市内の店舗は必ず **ashiya** を前に付け、市内で買い物や利用することが芦屋の発展につながることを **PR** してほしい。
- ・確固たるポリシーを持って商品を選び、消費者の皆様に提供し続けることだと思う。
- ・親身な対応等を心がけている店を増やす。
- ・量や数より質を重視。
- ・利益追求に徹底することなく、愛情のあるおつきあいをする。
- ・販売する商品の品質を自主規制して高品質を維持すること。
- ・自店でしかできないことを常に考え、その魅力を来店してくださった方に常に感じて頂こうと真剣に日々、取り組むこと。そうすれば魅力的なお店が増え、遊びで芦屋に訪れた方も住んでみたいと思うかもしれない。
- ・芦屋らしい上品で丁寧な接客を。

## ◇魅力ある商店・商店街づくり

- ・ただ物を売るのではなく、物ができるまでの体験や芦屋セレブになりきるツアー等、消費者が楽しめる企画が必要。
- ・安心・安全は、夜、暗すぎると守れない。高齢者が多いが、お洒落な人も多く、まちがフランスの広場のようにカフェがあってお買い物できて、荷物は届けて貰える。様々な店舗が入れるよう、地主が家賃を下げられると、一気に生まれ替われると思う。
- ・共同駐車場の割引制度などの充実。
- ・高齢者が利用しやすい店舗づくりと商品の戸別配達などをより拡充させることが大切である。PC やスマホを使いこなせない世代に便利なサービスを提供して利用しやすくすることと、人と人の顔が見えて会話でやりとりできるつながりが持てる関係を、もう一度見直すべきだと考える。
- ・何かのきっかけを作る（多方面、多職種）。
- ・一度来店したら、また行きたくなるようなお店（接客力、商品揃え、専門性を持った店主や店員、従業員）づくりを。
- ・セミナー企画を 65 歳以上の人に。
- ・高いブランドイメージを外見だけ繕うのではなく、本物志向で取り組んでいけばよい。今の芦屋は単価は高く、かつお洒落すぎて誰もが入りやすい店づくりをしていない。
- ・丁寧な暮らしをするための付加価値の高い商品性（オリジナル性）をアピール。
- ・選択肢を広げ、バリエーションのある品揃え、サービスを目指してほしい。
- ・高齢者が増えてきており、設備を改善していく必要がある。
- ・気軽に来れる、住みやすい街への脱皮。
- ・高齢者は、重たい荷物を持ってない。カートの整備、パーキングの整備、そしてポーターもいてほしい。考え方を老人中心に移していき、硬くしまった、分厚いお財布を広げてほしい。
- ・駅前など誰もが行きやすいわかりやすい場所に、買物・サービス施設を充実する必要あり。生活しやすいという視点がないと次の世代が増えない。
- ・梅田や西宮に行かなくても、芦屋の中で生活を満足できるような商業施設の開発を。

## ◇情報発信・PR

- ・質の良い品物やサービスを市全体でランク付けすること。
- ・芦屋市の HP や特設サイトでお店（事業者）がどのように芦屋市に貢献しているかをアピールする。
- ・旧家の見学・開放と商品開発、創作作品づくりを。
- ・店舗のアピールが制限されていて、わかりにくいことが反映の妨げになっている気がする。
- ・市内の店や企業を外へ紹介するしくみづくりを。
- ・事業の内容をもっとアピールする。
- ・人が集まるイベント等を。

## ◇行政等への要望

- ・芦屋市の住人割引を。（割引分は国からの助成金で）
- ・金持ちも多いが、毎日生活するのに大変な人がもっているの、価格を見直すか付加価値を付けたらいいと思う。

- ・地域の閉鎖的思考を開放すること。
- ・美容、健康の充実。
- ・建設でいえば戸建て等、市内で市内の業者が施工すれば所有者に助成金や減税（短期間）する。
- ・歩道・自転車道を広くて整備されている所は住みやすい。しかし商業に対する敷居が高く、市外へ出店する人が多いのではとも感じる。アミューズメント（映画・ゲームセンター・ボウリング場等）の出店もなく、商業には厳しい。
- ・駅周辺の活性化を。
- ・街灯が少なく、夕方から街中が暗い感じがする。にぎやかで明るいのは JR 芦屋駅付近だけ。商売には適していない市なのかなあと感じる。
- ・自動車の自動運転の普及を。
- ・若い方々やファミリー層の流入を促す。
- ・公立の学校、小中をもっと充実した方が良い。良いところの子は私立に行く。
- ・昔ながらの住民と新住人とのカラーや価値観がかなり違っているので、それを理解して、対応していく必要がある。他県や他エリアのモデルを検証してほしい。

## 2-10 労働時間等

代表者の1日の労働時間は、最大が16時間であり、平均が9時間を超えている。平成29年の「事業所実態調査」よりもわずかながら短くなっているものの、長時間労働であることには変わりがない。

一方、従業員の1日の労働時間は、最大が13時間であり、平均は7時間30分となっている。

変形労働時間制やフレックスタイム制は、年間販売額の高い事業所での導入が多くみられ、人手不足対策・人材確保との関連が推察される。なお、特定の業種で導入率が高いという傾向はみられない。

週休制は、完全週休2日制は3割であり、年間販売額が高いと、完全週休2日制の割合が高くなっている。

## 《代表者 平均労働時間》

		最小時間	最大時間	総時間	平均時間	回答事業所数
代表者	1日	0時間10分	16時間00分	1,210時間45分	9時間01分	212事業所
	1週	1時間00分	112時間00分	10,183時間05分	50時間40分	201事業所

## 【代表者 1日の平均労働時間別 事業所数】

		回答数	割合 (%)
1	6時間未満	12	5.2
2	6時間～8時間未満	21	9.0
3	8時間～10時間未満	104	44.6
4	10時間以上	75	32.2
	無回答	21	9.0
全体		233	

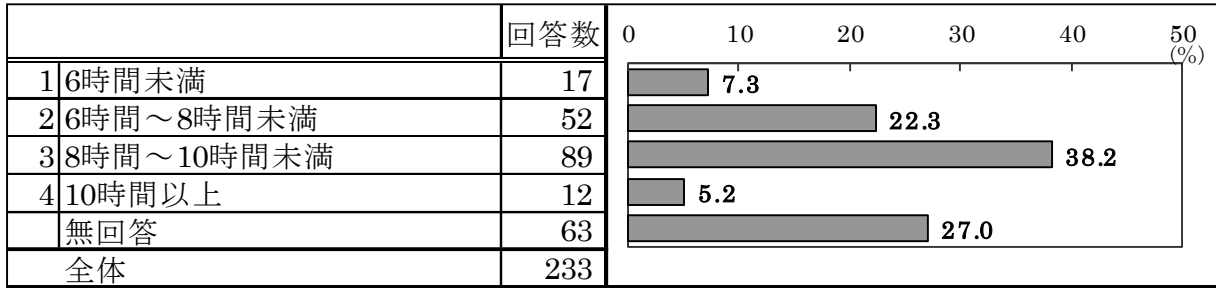
## 【代表者 1週の平均労働時間別 事業所数】

		回答数	割合 (%)
1	10時間未満	3	1.3
2	10時間～30時間未満	8	3.4
3	30時間～40時間未満	21	9.0
4	40時間～60時間未満	107	45.9
5	60時間以上	62	26.6
	無回答	32	13.7
全体		233	

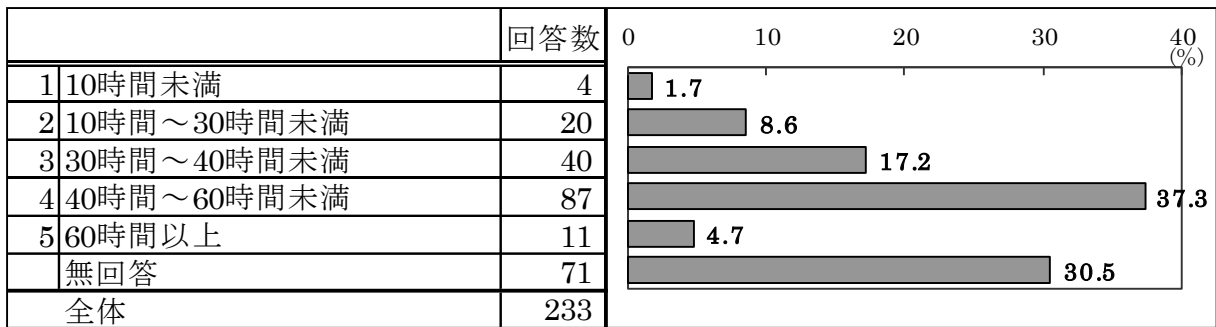
## 《従業員 平均労働時間》

		最小時間	最大時間	総時間	平均時間	回答事業所数
従業員	1日	1時間30分	13時間00分	1,284時間26分	7時間33分	170事業所
	1週	3時間00分	72時間00分	6,227時間07分	38時間26分	162事業所

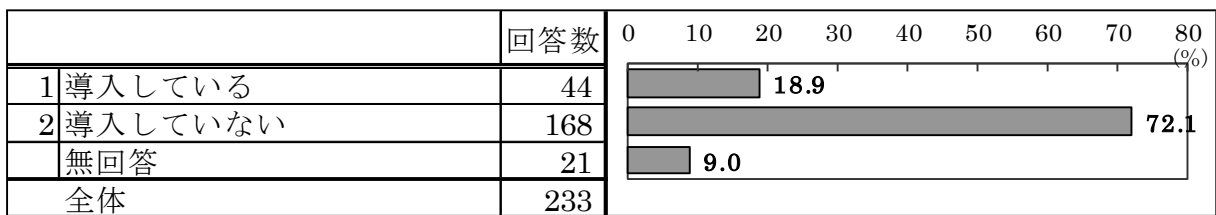
【従業員 1日の平均労働時間別 事業所数】



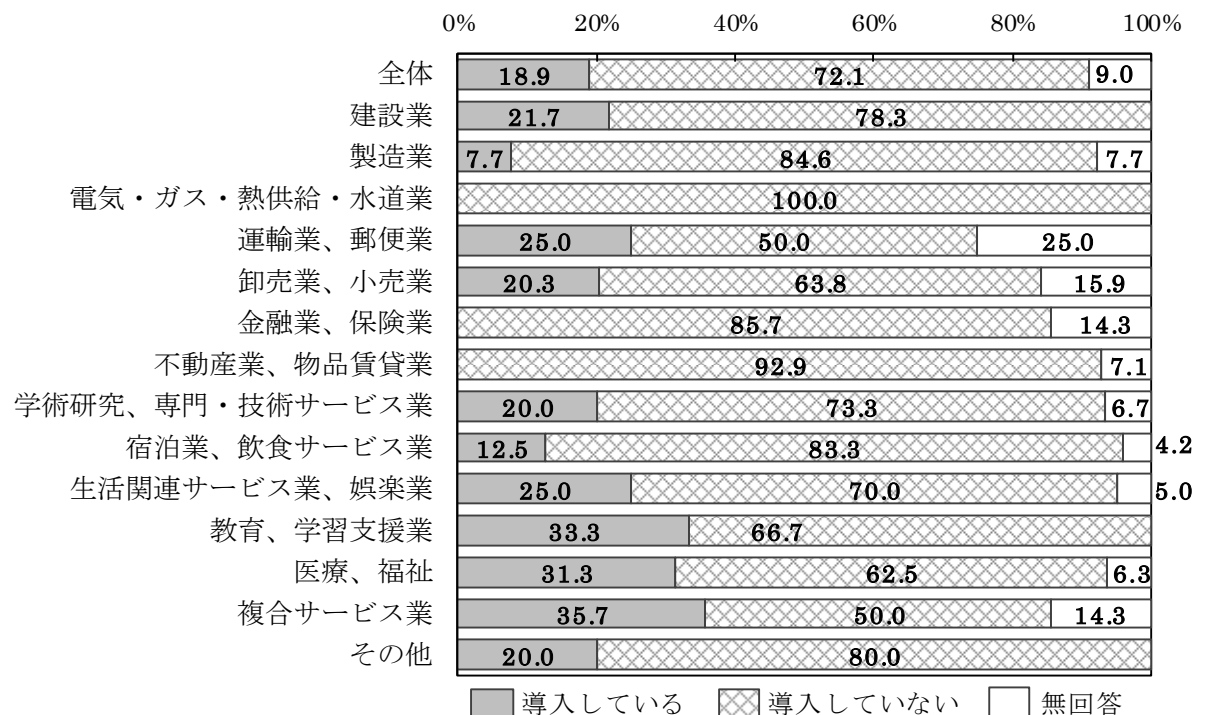
【従業員 1週の平均労働時間別 事業所数】



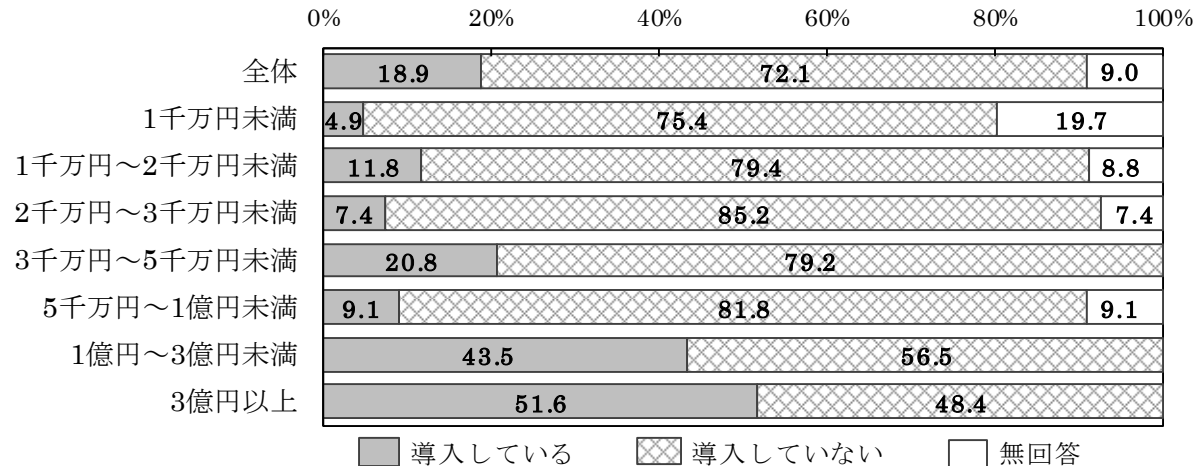
《変形労働時間制・フレックスタイム制の導入状況》



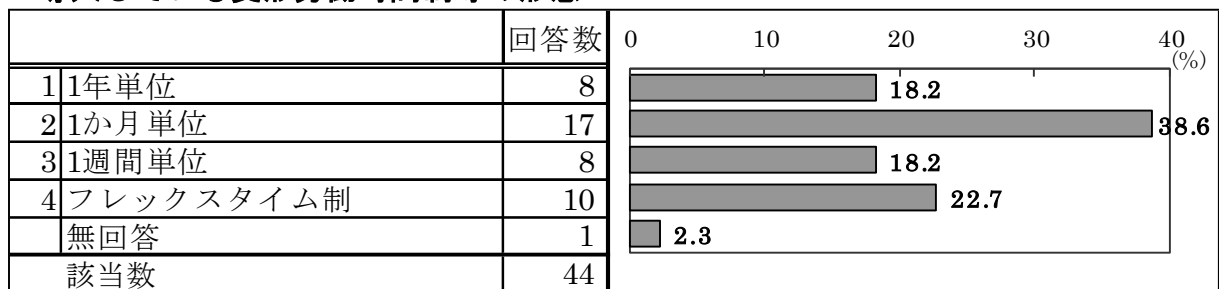
【業種別 変形労働時間制・フレックスタイム制の導入状況】



## 【年間販売額別 変形労働時間制・フレックスタイム制の導入状況】



## 《導入している変形労働時間制等の形態》



## 【年間販売額別※・業種別 導入している変形労働時間制の形態】

単位：事業所数

	回答数	1年単位	1か月単位	1週間単位	フレックスタイム制	無回答
該当事業所	44	8	17	8	10	1
1千万円未満	3	0	1	1	1	0
1千万円～2千万円未満	4	0	0	2	2	0
2千万円～3千万円未満	2	0	0	0	1	1
3千万円～5千万円未満	5	1	1	2	1	0
5千万円～1億円未満	2	0	1	0	1	0
1億円～3億円未満	10	3	5	0	2	0
3億円以上	16	4	8	3	1	0
建設業	5	2	1	0	2	0
製造業	1	1	0	0	0	0
運輸業、郵便業	1	0	1	0	0	0
卸売業、小売業	14	2	7	5	0	0
学術研究、専門・技術サービス業	3	0	1	1	1	0
宿泊業、飲食サービス業	3	0	1	0	2	0
生活関連サービス業、娯楽業	5	2	0	0	2	1
教育、学習支援業	1	1	0	0	0	0
医療、福祉	5	0	3	1	1	0
複合サービス業	5	0	2	1	2	0
その他	1	0	1	0	0	0

※年間販売額の無回答(2)を除く

## 《週休制》

	回答数	0	10	20	30	40 (%)	
1 完全週休2日制	75						32.2
2 月3回週休2日制	4	1.7					
3 隔週週休2日制	16	6.9					
4 月2回週休2日制	9	3.9					
5 月1回週休2日制	12	5.2					
6 休日カレンダー	40	17.2					
7 その他	53	22.7					
無回答	24	10.3					
全体	233						

※その他の内容：週休1日（16）、本人任せ（7）、日曜・祝日等（4）、不定休（4）、休みなし（3）、シフトによる（3） など

## 【年間販売額別※・業種別※ 週休制の状況】

単位：事業所数

	回答数	完全週休 2日制	月3回週 休2日制	隔週週休 2日制	月2回週 休2日制	月1回週 休2日制	休日カレ ンダー	その他	無回答
全体	233	75	4	16	9	12	40	53	24
1 千万円未満	61	13	1	3	1	4	9	22	8
1 千万円～ 2 千万円未満	34	10	0	2	1	0	6	11	4
2 千万円～ 3 千万円未満	27	6	0	2	2	2	3	9	3
3 千万円～ 5 千万円未満	24	12	1	0	0	2	5	1	3
5 千万円～ 1 億円未満	22	6	1	1	2	2	3	5	2
1 億円～ 3 億円未満	23	5	0	3	2	1	8	3	1
3 億円以上	31	18	1	4	1	0	5	0	2
建設業	23	4	1	2	2	2	5	6	1
製造業	13	4	0	1	0	3	3	2	0
電気・ガス・熱供 給・水道業	4	1	0	0	0	0	2	1	0
運輸業、郵便業	4	2	0	0	0	0	1	1	0
卸売業、小売業	69	19	1	3	1	2	14	17	12
金融業、保険業	7	5	0	0	0	0	0	0	2
不動産業、 物品賃貸業	14	2	0	4	1	0	2	4	1
学術研究、専門・ 技術サービス業	15	9	1	2	1	0	0	2	0
宿泊業、飲食サー ビス業	24	3	0	2	2	1	2	9	5
生活関連サービ ス業、娯楽業	20	9	0	1	1	0	4	4	1
教育、学習支援業	3	1	0	0	0	1	1	0	0
医療、福祉	16	7	1	1	0	2	2	2	1
複合サービス業	14	8	0	0	0	0	2	3	1
その他	5	1	0	0	0	1	1	2	0

※年間販売額の無回答（11）と業種の無回答（2）を除く

## 2-11 有給休暇

年次有給休暇は、最小3日付与されている。また、有給休暇の取得は、最小が2日となっている。

年次有給休暇の取得率は、回答事業所が少なく、業種などによるバラツキが大きくなっており、取得促進の取り組みも半数以上の事業所が「何も取り組んでいない」状況であることから、今後、法律の改正に伴って、積極的な取り組みを行っていくことが必要となっている。

年次有給休暇以外の特別休暇制度は、年間販売額が高い事業所ほど導入の割合が高くなっている。

《年次有給休暇～付与労働者数・延べ付与日数・延べ取得日数～》

	最小	最大	平均	回答事業所数
付与労働者数	1人	180人	17.4人	112事業所
付与延日数	3日	3,349日	204.2日	77事業所
取得延日数	2日	1,023日	118.6日	75事業所※

※その他：1事業所100日以上

【従業員規模別 年次有給休暇～付与労働者数・延べ付与日数・延べ取得日数～】

	付与労働者数	延べ付与日数	延べ取得日数	取得率	回答事業所数※
全体	1,538人	15,383.5日	8,403.5日	54.6%	80
建設業	46人	628日	227日	36.1%	9
製造業	57人	593日	417日	70.3%	7
電気・ガス・熱供給・水道業	—	—	—	—	0
運輸業、郵便業	52人	891日	589日	99.7%	3
卸売業、小売業	261人	3,890日	1,759日	45.2%	16
金融業、保険業	111人	751日	1,400日	186.4%	6
不動産業、物品賃貸業	4人	36日	25日	69.4%	3
学術研究、専門・技術サービス業	13人	137日	52日	38.0%	6
宿泊業、飲食サービス業	61人	392日	147日	37.5%	4
生活関連サービス業、娯楽業	78人	576日	260日	45.1%	4
教育、学習支援業	9人	26日	11日	42.3%	2
医療、福祉	478人	5,573日	2,383.5日	42.8%	8
複合サービス業	246人	533.5日	286日	53.6%	10
その他	122人	1,357日	847日	62.4%	2

※回答事業所は、付与労働者数・延べ付与日数・延べ取得日数のすべてに記入した事業所のみとなっている。また、付与日数・取得日数とも「繰越日数を除く」としていたが、「延べ付与日数」を上回る「延べ取得日数」を記入された事業所があり、繰越日数を加算されているものと想定され、このため、一部で取得率が100%を超えている。



## 【年間販売額別・従業員規模別 年次有給休暇～付与労働者数・延べ付与日数・延べ取得日数～】

	付与労働者数	延べ付与日数	延べ取得日数	取得率	回答事業所数
全体	1,538人	15,383.5日	8,403.5日	54.6%	80
1千万円未満	21人	92日	98日	106.5%	6
1千万円～2千万円未満	19人	90日	37日	41.1%	7
2千万円～3千万円未満	10人	43日	71日	165.1%	3
3千万円～5千万円未満	36人	367日	181日	49.3%	13
5千万円～1億円未満	41人	556日	253日	45.5%	8
1億円～3億円未満	112人	1,270日	779日	61.3%	14
3億円以上	1,239人	11,960.5日	5,366.5日	44.9%	23
1人～5人	56人	773日	591日	76.5%	24
6人～20人	218人	3,023.5日	1,715日	56.7%	30
21人～50人	194人	2,304日	1,888日	81.9%	9
51人～100人	686人	7,088日	3,003日	42.4%	6
無回答(従業員0人含む)	384人	2,195日	1,206.5日	55.0%	11

## 《年次有給休暇の取得促進の取り組み》

	回答数	0	10	20	30	40	50	60 (%)
1年(月)初めに計画書を提出	16	6.9						
2時間や半日単位での分割付与を認定	32	13.7						
3管理者や監督者などが率先して取得	15	6.4						
4取得可能日数の掲示などの啓発・情報提供	26	11.2						
5その他	4	1.7						
6特に何もしていない	119	51.1						
無回答	56	24.0						
回答総数	268							
全体	233							

## 【年次有給休暇の取得促進の取り組み別と年次有給休暇の取得率】

単位：事業所数

	付与労働者数	延べ付与日数	延べ取得日数	取得率	回答事業所数
何らかの取り組みをしている	1,338人	13,613.5日	7,309.5日	53.6%	44
特に何もしていない	200人	1,770日	1,094日	61.8%	36

## 【従業員規模別 年次有給休暇の取得促進の取り組み】

単位：事業所数

	回答数	年(月)初めに計画書を提出	時間や半日単位での分割付与を認定	管理者や監督者などが率先して取得	残り取得可能日数などの啓発・情報提供	その他	特に何もしていない	無回答
全体	233	16	32	15	26	4	119	56
1人～5人	108	2	6	3	5	0	69	27
6人～20人	50	8	13	6	10	2	24	5
21人～50人	11	3	6	3	2	0	2	0
51人～100人	8	2	5	0	5	1	1	0
無回答(従業員0人含む)	56	1	2	3	4	1	23	24

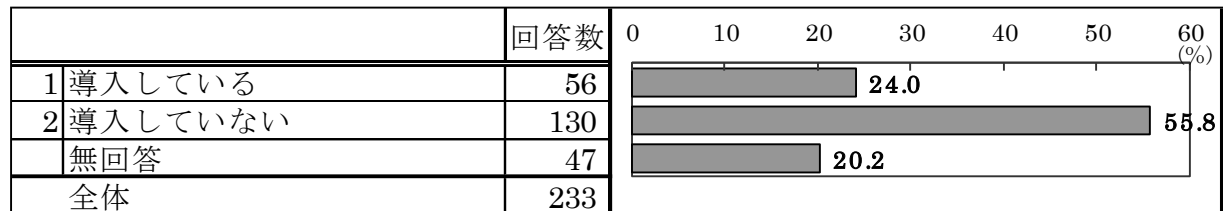
【年間販売額別※ 年次有給休暇の取得促進の取り組み】

単位：事業所数

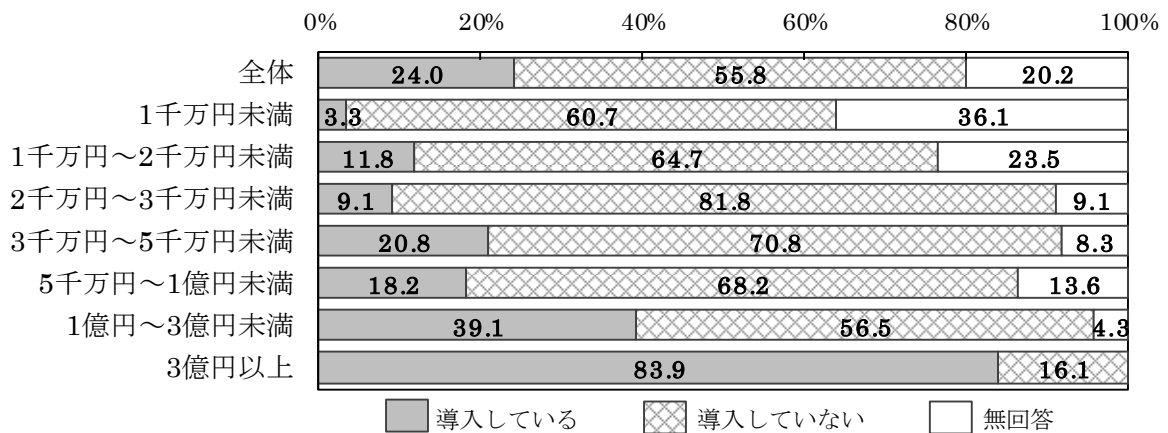
	回答数	年(月)初めに計画書を提出	時間や半日単位での分割付与を認定	管理者や監督者などが率先して取得	残り取得可能日数などの啓発・情報提供	その他	特に何もしていない	無回答
全体	233	16	32	15	26	4	119	56
1千万円未満	61	0	2	2	1	1	29	28
1千万円～2千万円未満	34	0	3	2	1	0	22	8
2千万円～3千万円未満	27	2	0	0	3	0	15	8
3千万円～5千万円未満	24	0	2	1	2	0	18	1
5千万円～1億円未満	22	1	2	2	1	0	14	4
1億円～3億円未満	23	1	7	1	3	0	12	2
3億円以上	31	9	15	5	13	3	6	0

※年間販売額の無回答（2）を除く

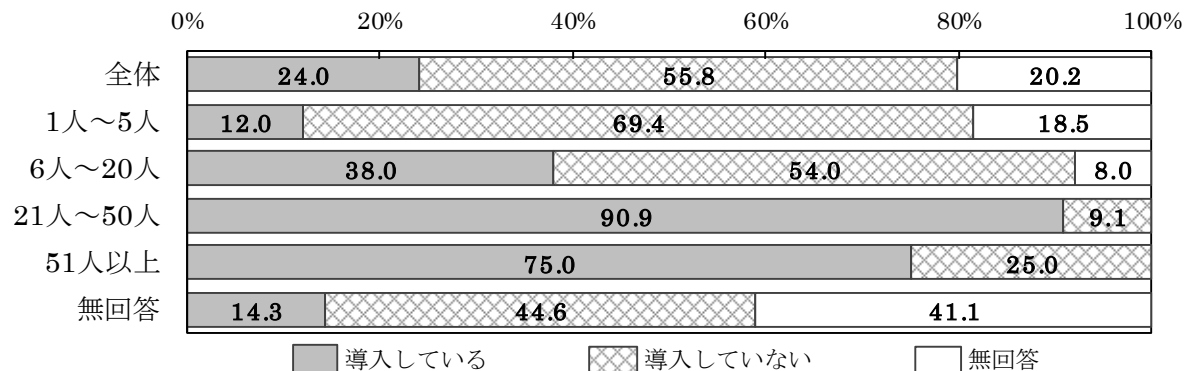
《年次有給休暇以外の特別休暇制度》



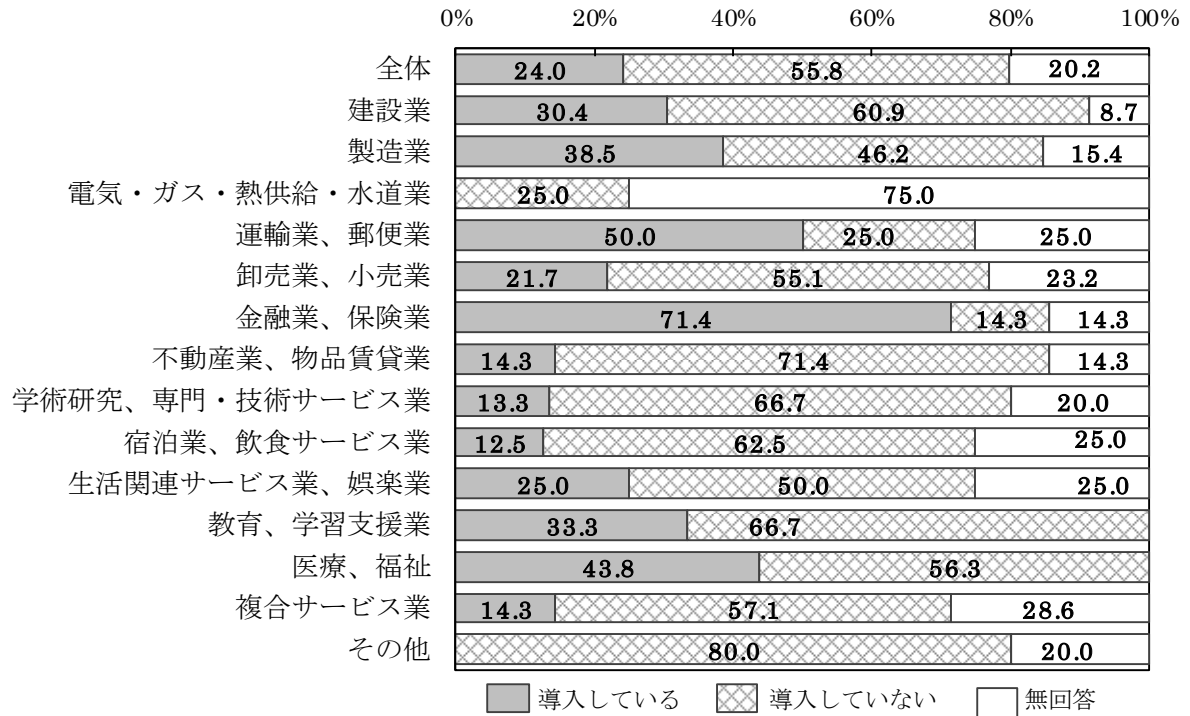
【年間販売額別 年次有給休暇以外の特別休暇制度】



【従業員規模別 年次有給休暇以外の特別休暇制度】



【業種別 年次有給休暇以外の特別休暇制度】



## 【特別休暇制度 労働者別 付与日数】

		最小	最大	総日数	平均日数	中央値	回答事業所数	備考
結婚休暇	有給役員	5日	200日	245日	27.2日	5.5日	9事業所	
	正規職員	2日	10日	231日	5.8日	5日	40事業所	
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	2日	10日	102日	6.0日	6日	17事業所	
	臨時雇用	2日	6日	10日	3.3日	2日	3事業所	
産前産後休暇	有給役員	45日	730日	1,041日	173.5日	58日	6事業所	
	正規職員	1日	730日	3,019日	86.3日	80日	35事業所	
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	3日	100日	979日	65.3日	70日	15事業所	
	臨時雇用	2日	98日	100日	50.0日	50日	2事業所	
出産補助休暇	有給役員	3日	100日	226日	43.2日	56日	5事業所	
	正規職員	1日	80日	349日	20.5日	5日	17事業所	※
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	1日	5日	27日	3.0日	3日	9事業所	※
	臨時雇用	1日	2日	3日	1.5日	1.5日	2事業所	※
忌引休暇	有給役員	2日	7日	43日	3.9日	3日	11事業所	
	正規職員	1日	7日	185日	4.4日	5日	42事業所	
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	2日	7日	87.5日	4.2日	4日	21事業所	
	臨時雇用	2日	5日	19.5日	3.3日	3日	6事業所	
看護休暇	有給役員	7日	250日	257日	128.5日	128.5日	2事業所	
	正規職員	3日	365日	782日	37.2日	6日	21事業所	
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	3日	93日	174日	13.4日	6日	13事業所	
	臨時雇用	2日	10日	17日	5.7日	5日	3事業所	
介護休暇	有給役員	100日	100日	100日	100.0日	100日	1事業所	
	正規職員	5日	730日	1,512日	72.0日	10日	21事業所	
	パート・アルバイト・契約社員・嘱託	2日	93日	344日	24.6日	5日	14事業所	
	臨時雇用	2日	10日	17日	5.7日	5日	3事業所	

その他特別休暇（付与日数が記入された事業所のみ）

	子が結婚する時	妊娠を認定した医師の診断書を提出した者	夏期休暇	ROCKの日、生理休暇	3連続休暇、特別休暇	リフレッシュ休暇	リフレッシュ休暇	育児休暇	災害等
有給役員	2日	—	—	—	—	—	—	—	—
正規職員	2日	1日	5日	2日	7日	2日	119日	493日	7日
パート・アルバイト・契約社員・嘱託	2日	—	5日	—	—	2日	—	—	7日
臨時雇用	—	—	—	—	—	—	—	—	—

※必要に応じて（1事業所、事業所数に含まず）

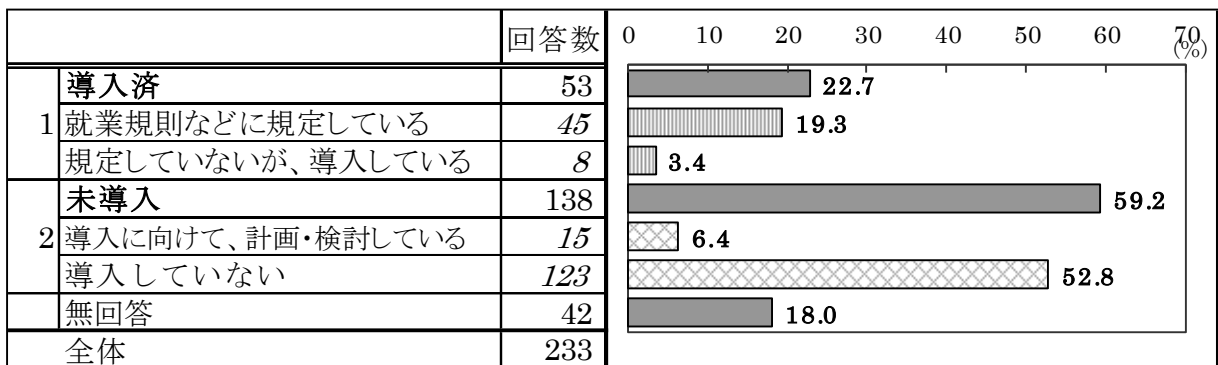
## 2-12 育児・介護休業制度

育児休業制度を導入済みの事業所は約23%であり、従業員規模の多い事業所、年間販売額が高い事業所での導入率が高くなっている。

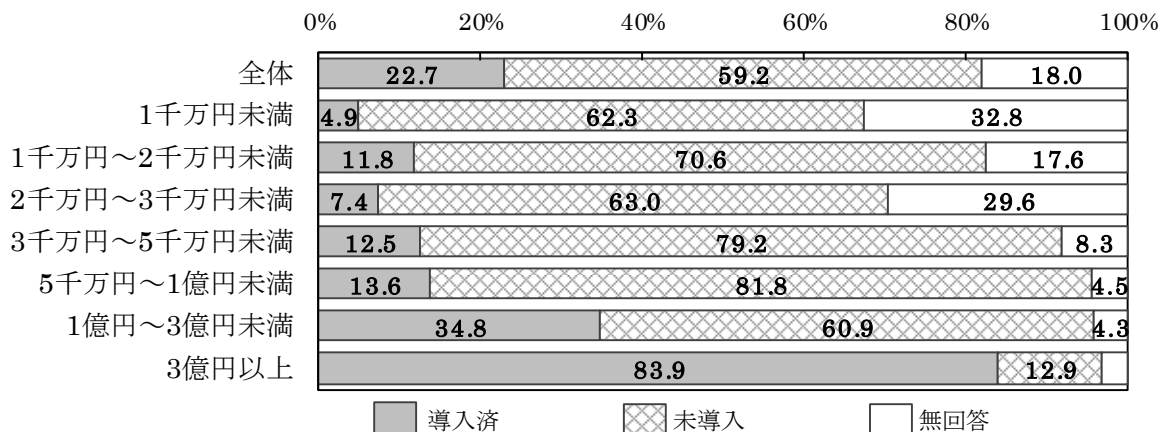
なお、取得可能期間は、事業所により様々となっている。

介護休業制度を導入済みの事業所は約17%であり、多くの事業所で導入されていない。なお、従業員規模の多い事業所や年間販売額が高い事業所での導入率が高くなっている。

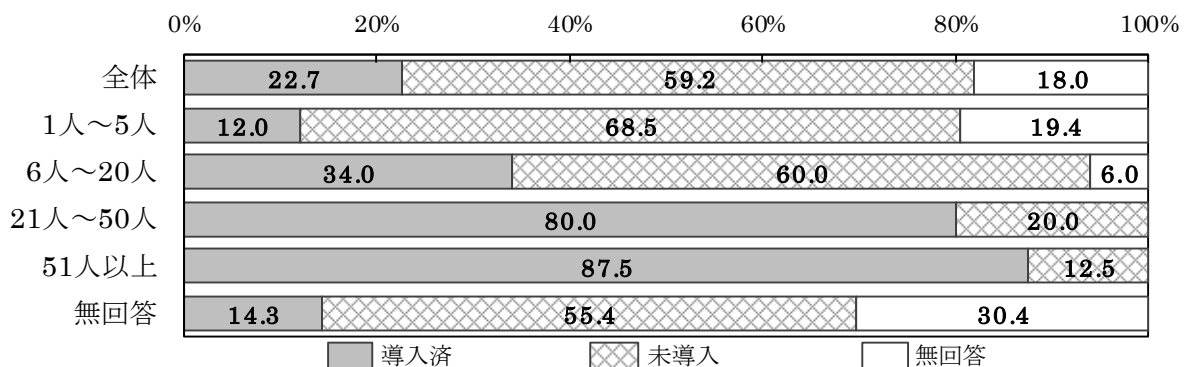
### 《育児休業制度》



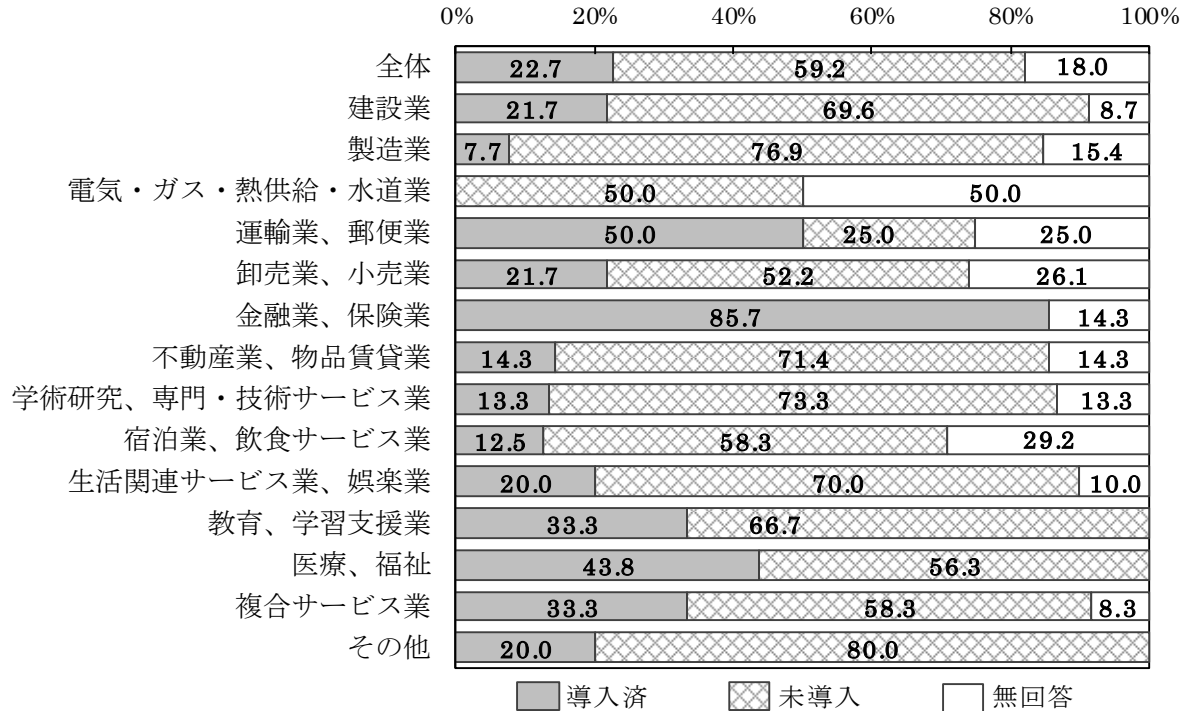
### 【年間販売額別 育児休業制度の導入状況】



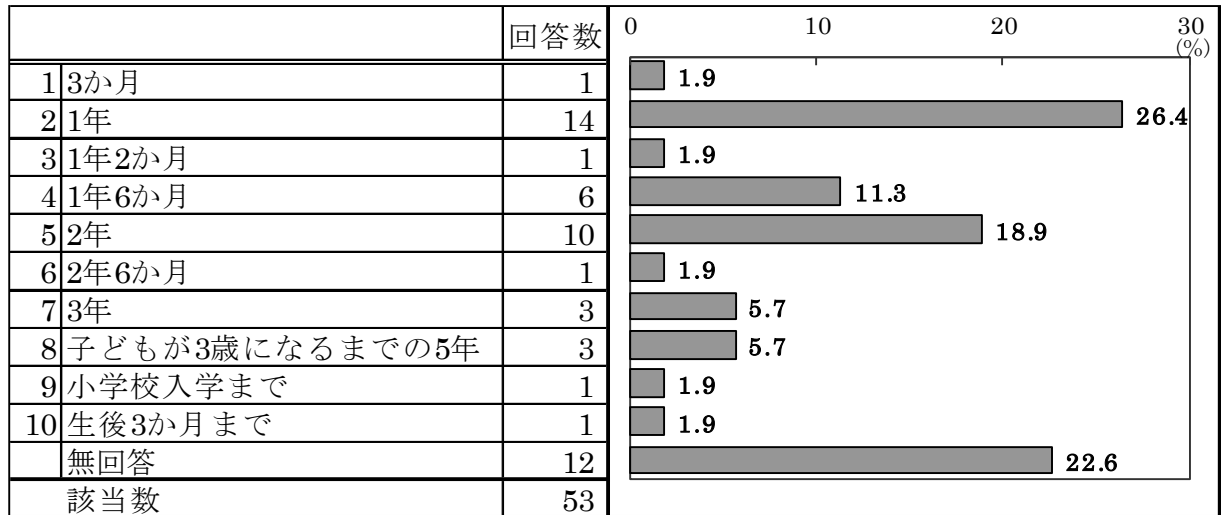
### 【従業員規模別 育児休業制度の導入状況】



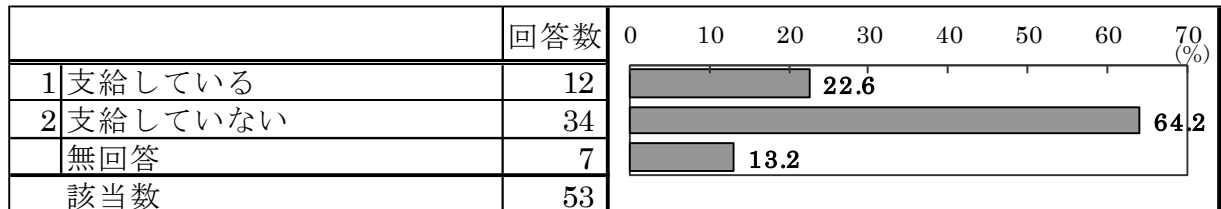
【業種別 育児休業制度の導入状況】



《育児休業制度 取得可能期間》



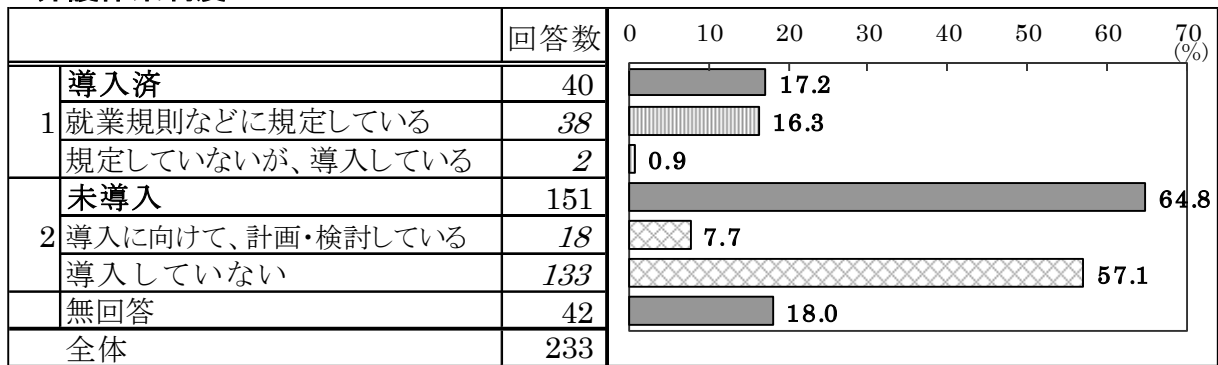
《育児休業中の賃金》



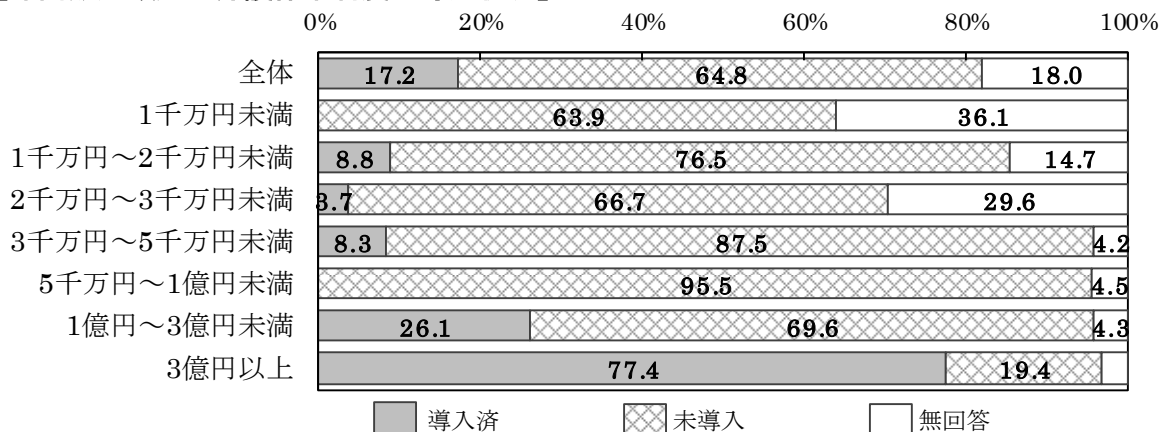
《昨年度の育児休業制度の利用者》

		回答数	%				
1	いた	17	32.1	事業所	人数	取得日数 計	平均取得日数
				男性	-	-	-
	女性	16	29人	2,197日 (12人)	183.1日		
	無回答	1	-				
2	いなかった	27	50.9				
	無回答	9	17.0				
	該当数	53	100.0				

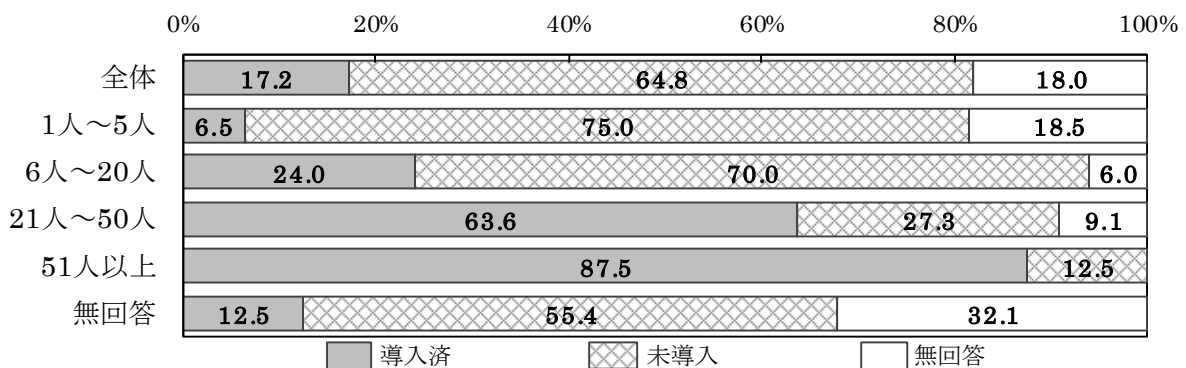
《介護休業制度》



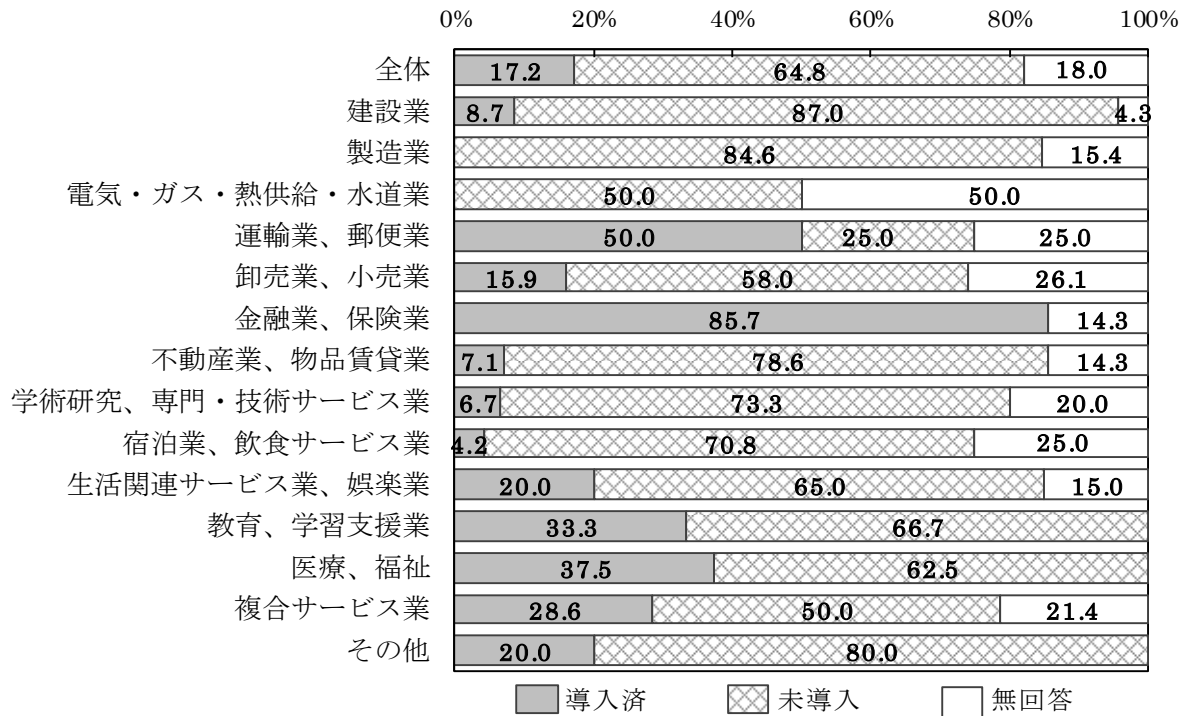
【年間販売額別 介護休業制度の導入状況】



【従業員規模別 介護休業制度の導入状況】



【業種別 介護休業制度の導入状況】



《昨年度の介護休業制度の利用者》

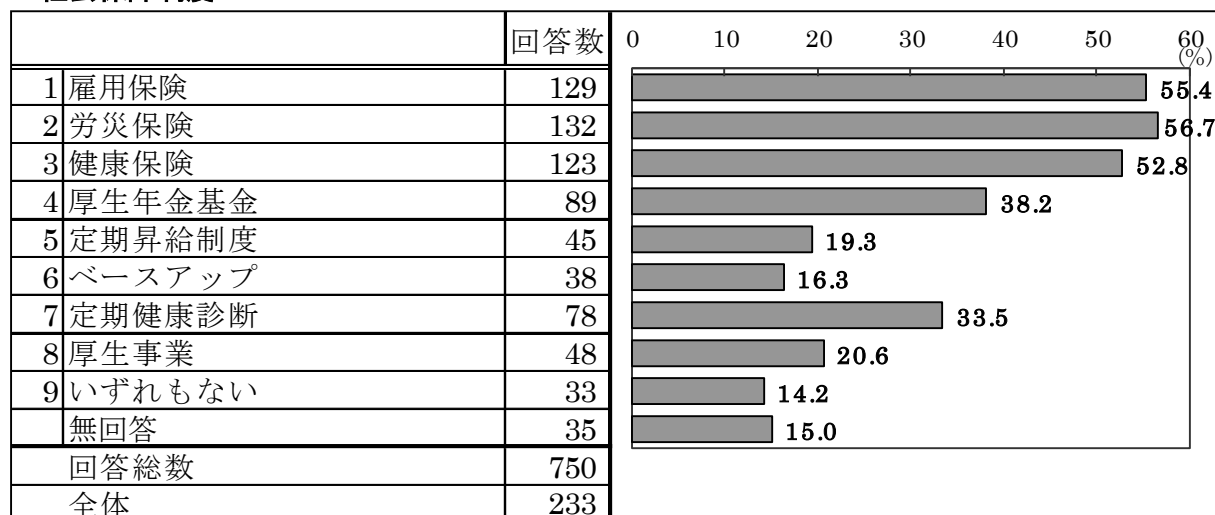
回答数	%	利用状況				
		事業所	人数	取得日数 計	平均取得日数	
2	5.0	男性	1	1	2日	2.0日
		女性	—	—	—	—
		無回答	1	—	—	—
30	75.0	いなかった				
8	20.0	無回答				
40	100.0	該当数				



## 2-13 社会保障制度

社会保障制度のうち「雇用保険」「労災保険」「健康保険」は、6人以上の事業所でおおむね80%を超えているが、5人以下や無回答（従業員数0人の事業所を含む）の事業所は、「いずれもない」が多くなっている。

## 《社会保障制度》



## 【従業員規模別・年間販売額別※ 社会保障制度の状況】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	雇用 保険	労災 保険	健康 保険	厚生年 金基金	定期昇 給制度	ベース アップ	定期健 康診断	厚生 事業	いづれ もない	無回答
全体	233 100.0	129 55.4	132 56.7	123 52.8	89 38.2	45 19.3	38 16.3	78 33.5	48 20.6	33 14.2	35 15.0
1人～5人	108 100.0	47 43.5	54 50.0	46 42.6	32 29.6	13 12.0	9 8.3	24 22.2	15 13.9	16 14.8	17 15.7
6人～20人	50 100.0	46 92.0	47 94.0	44 88.0	32 64.0	18 36.0	21 42.0	29 58.0	15 30.0	0 0.0	1 2.0
21人～50人	11 100.0	10 90.9	7 63.6	10 90.9	5 45.5	4 36.4	3 27.3	8 72.7	5 45.5	0 0.0	0 0.0
51人以上	8 100.0	8 100.0	8 100.0	8 100.0	7 87.5	5 62.5	2 25.0	7 87.5	7 87.5	0 0.0	0 0.0
無回答（従業員 0人を含む）	56 100.0	18 32.1	16 28.6	15 26.8	13 23.2	5 8.9	3 5.4	10 17.9	6 10.7	17 30.4	17 30.4
1千万円未満	61 100.0	10 16.4	12 19.7	8 13.1	7 11.5	1 1.6	2 3.3	2 3.3	4 6.6	20 32.8	20 32.8
1千万円～ 2千万円未満	34 100.0	13 38.2	13 38.2	12 35.3	6 17.6	2 5.9	5 14.7	6 17.6	4 11.8	5 14.7	7 20.6
2千万円～ 3千万円未満	27 100.0	8 29.6	11 40.7	11 40.7	8 29.6	1 3.7	2 7.4	4 14.8	3 11.1	5 18.5	4 14.8
3千万円～ 5千万円未満	24 100.0	18 75.0	20 83.3	14 58.3	11 45.8	6 25.0	7 29.2	10 41.7	4 16.7	3 12.5	0 0.0
5千万円～ 1億円未満	22 100.0	21 95.5	21 95.5	21 95.5	15 68.2	7 31.8	3 13.6	11 50.0	2 9.1	0 0.0	0 0.0
1億円～ 3億円未満	23 100.0	22 95.7	22 95.7	20 87.0	13 56.5	7 30.4	6 26.1	12 52.2	8 34.8	0 0.0	1 4.3
3億円以上	31 100.0	30 96.8	27 87.1	30 96.8	25 80.6	19 61.3	12 38.7	28 90.3	21 67.7	0 0.0	0 0.0

※年間販売額の無回答（11）を除く

## 【業種別※ 社会保障制度の状況】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	雇用 保険	労災 保険	健康 保険	厚生年 金基金	定期昇 給制度	ベース アップ	定期健 康診断	厚生 事業	いづれ もない	無回答
全体	233 100.0	129 55.4	132 56.7	123 52.8	89 38.2	45 19.3	38 16.3	78 33.5	48 20.6	33 14.2	35 15.0
建設業	23 100.0	17 73.9	21 91.3	17 73.9	16 69.6	6 26.1	6 26.1	14 60.9	6 26.1	2 8.7	0 0.0
製造業	13 100.0	6 46.2	9 69.2	8 61.5	4 30.8	1 7.7	3 23.1	5 38.5	3 23.1	1 7.7	1 7.7
電気・ガス・熱供 給・水道業	4 100.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0
運輸業、郵便業	4 100.0	3 75.0	3 75.0	3 75.0	2 50.0	1 25.0	1 25.0	3 75.0	3 75.0	0 0.0	1 25.0
卸売業、小売業	69 100.0	33 47.8	32 46.4	29 42.0	21 30.4	14 20.3	8 11.6	19 27.5	14 20.3	10 14.5	18 26.1
金融業、保険業	7 100.0	6 85.7	4 57.1	5 71.4	2 28.6	3 42.9	2 28.6	5 71.4	3 42.9	0 0.0	1 14.3
不動産業、物品 賃貸業	14 100.0	4 28.6	4 28.6	8 57.1	6 42.9	1 7.1	0 0.0	4 28.6	3 21.4	2 14.3	2 14.3
学術研究、専 門・技術サービ ス業	15 100.0	7 46.7	6 40.0	4 26.7	3 20.0	2 13.3	2 13.3	4 26.7	2 13.3	6 40.0	2 13.3
宿泊業、飲食サ ービス業	24 100.0	13 54.2	13 54.2	8 33.3	4 16.7	1 4.2	4 16.7	2 8.3	3 12.5	3 12.5	4 16.7
生活関連サー ビス業、娯楽業	20 100.0	10 50.0	11 55.0	12 60.0	9 45.0	4 20.0	2 10.0	3 15.0	1 5.0	3 15.0	3 15.0
教育、学習支援 業	3 100.0	2 66.7	2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3	2 66.7	1 33.3	1 33.3	1 33.3	0 0.0
医療、福祉	16 100.0	13 81.3	13 81.3	13 81.3	10 62.5	8 50.0	6 37.5	10 62.5	4 25.0	1 6.3	0 0.0
複合サービス業	14 100.0	10 71.4	8 57.1	9 64.3	8 57.1	3 21.4	2 14.3	5 35.7	4 28.6	2 14.3	1 7.1
その他	5 100.0	3 60.0	3 60.0	3 60.0	2 40.0	0 0.0	0 0.0	2 40.0	1 20.0	2 40.0	0 0.0

※業種の無回答（2）を除く

## 2-14 ワークライフ・バランスの取り組み

ワークライフ・バランスの実現に向けた取り組みは、「業務改善による労働時間の短縮」が37.3%と最も多く、次いで「休暇の取得を奨励・促進」が18.9%となっている。一方で、「取り組んでいることはない」事業所が31.8%となっている。

「取り組んでいることはない」事業所の取り組みを進める上での課題は、「取り組む必要がない、必要性を感じない」が41.9%となっている。これは、事業所規模が小さく、労働時間や休暇などに柔軟な対応が図られることが要因であると推察される。

## 《ワークライフ・バランス実現のための取り組み》

	回答数	0	10	20	30	40 (%)	
1 業務改善による労働時間の短縮	87						37.3
2 ノー残業デーを設定	15						6.4
3 休暇の取得を奨励・促進	44						18.9
4 時間や場所にとらわれない働き方の導入	12						5.2
5 メンタルヘルス対策の導入	13						5.6
6 その他	4						1.7
7 取り組んでいることはない	74						31.8
無回答	52						22.3
回答総数	301						
全体	233						

その他の内容：既に子育て中心の業務形態  
都合の良い日を選んで出勤してもらっている  
無理に仕事はしない  
パートスタッフ3人が自分の都合を優先して働けるようなシフトを組んでいる（介護しながらの人もある）

## 【従業員規模別 ワークライフ・バランス実現のための取り組み】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	業務改善による労働時間の短縮に努めている	ノー残業デーを設定している	休暇の取得を奨励・促進している	時間や場所にとらわれない働き方を導入している	メンタルヘルス対策を導入している	その他	取り組んでいることはない	無回答
全体	233	87	15	44	12	13	4	74	52
	100.0	37.3	6.4	18.9	5.2	5.6	1.7	31.8	22.3
1人～5人	108	28	2	13	10	2	4	42	25
	100.0	25.9	1.9	12.0	9.3	1.9	3.7	38.9	23.1
6人～20人	50	32	8	19	1	6	0	11	1
	100.0	64.0	16.0	38.0	2.0	12.0	0.0	22.0	2.0
21人～50人	11	9	1	3	0	0	0	3	0
	100.0	81.8	9.1	27.3	0.0	0.0	0.0	27.3	0.0
51人以上	8	5	2	4	0	1	0	1	0
	100.0	62.5	25.0	50.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0
無回答（従業員0人を含む）	56	13	2	5	1	4	0	18	24
	100.0	23.2	3.6	8.9	1.8	7.1	0.0	32.1	42.9

## 【業種別※ ワークライフ・バランス実現のための取り組み】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	業務改善による労働時間の短縮に努めている	ノー残業デーを設定している	休暇の取得を奨励、促進している	時間や場所にとらわれない働き方を導入している	メンタルヘルス対策を導入している	その他	取り組んでいることはない	無回答
全体	233 100.0	87 37.3	15 6.4	44 18.9	12 5.2	13 5.6	4 1.7	74 31.8	52 22.3
建設業	23 100.0	2 8.7	4 17.4	1 4.3	0 0.0	0 0.0	9 39.1	3 13.0	25 23.1
製造業	13 100.0	3 23.1	4 30.8	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 15.4	3 23.1	1 2.0
電気・ガス・熱供給・水道業	4 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	2 50.0	2 50.0	0 0.0
運輸業、郵便業	4 100.0	1 25.0	1 25.0	0 0.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	0 0.0	0 0.0
卸売業、小売業	69 100.0	3 4.3	12 17.4	3 4.3	2 2.9	2 2.9	18 26.1	22 31.9	24 42.9
金融業、保険業	7 100.0	2 28.6	4 57.1	0 0.0	2 28.6	0 0.0	0 0.0	1 14.3	25 41.0
不動産業、物品賃貸業	14 100.0	0 0.0	1 7.1	0 0.0	1 7.1	0 0.0	6 42.9	3 21.4	11 32.4
学術研究、専門・技術サービス業	15 100.0	0 0.0	1 6.7	3 20.0	1 6.7	0 0.0	7 46.7	2 13.3	6 22.2
宿泊業、飲食サービス業	24 100.0	1 4.2	3 12.5	0 0.0	0 0.0	0 0.0	9 37.5	7 29.2	3 12.5
生活関連サービス業、娯楽業	20 100.0	1 5.0	4 20.0	2 10.0	2 10.0	1 5.0	5 25.0	4 20.0	1 4.5
教育、学習支援業	3 100.0	1 33.3	2 66.7	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 33.3	0 0.0	3 13.0
医療、福祉	16 100.0	1 6.3	3 18.8	2 12.5	3 18.8	0 0.0	6 37.5	1 6.3	0 0.0
複合サービス業	14 100.0	0 0.0	5 35.7	1 7.1	2 14.3	0 0.0	1 7.1	3 21.4	1 4.5
その他	5 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	5 100.0	0 0.0	3 13.0

※業種の無回答（2）を除く

## 【年間販売額別\* ワークライフ・バランス実現のための取り組み】 上段：事業所数、下段：%

	回答数	業務改善による労働時間の短縮に努めている	ノー残業デーを設定している	休暇の取得を奨励、促進している	時間や場所にとらわれない働き方を導入している	メンタルヘルス対策を導入している	その他	取り組んでいることはない	無回答
全体	233 100.0	87 37.3	15 6.4	44 18.9	12 5.2	13 5.6	4 1.7	74 31.8	52 22.3
1千万円未満	61 100.0	7 11.5	2 3.3	1 1.6	2 3.3	0 0.0	2 3.3	26 42.6	25 41.0
1千万円～ 2千万円未満	34 100.0	10 29.4	1 2.9	3 8.8	3 8.8	0 0.0	1 2.9	11 32.4	11 32.4
2千万円～ 3千万円未満	27 100.0	8 29.6	0 0.0	5 18.5	3 11.1	0 0.0	1 3.7	11 40.7	6 22.2
3千万円～ 5千万円未満	24 100.0	11 45.8	0 0.0	5 20.8	2 8.3	1 4.2	0 0.0	6 25.0	3 12.5
5千万円～ 1億円未満	22 100.0	7 31.8	2 9.1	4 18.2	0 0.0	2 9.1	0 0.0	12 54.5	1 4.5
1億円～ 3億円未満	23 100.0	13 56.5	2 8.7	7 30.4	1 4.3	1 4.3	0 0.0	6 26.1	3 13.0
3億円以上	31 100.0	25 80.6	6 19.4	16 51.6	0 0.0	7 22.6	0 0.0	1 3.2	0 0.0

※年間販売額の無回答（11）を除く

## 《ワークライフ・バランスの実現に向けての取り組みを進める上での課題》

	回答数	0	10	20	30	40	50 (%)
1 従業員から要望がない	20	27.0					
2 人手不足	20	27.0					
3 育児休業等による代替要員の確保が困難	3	4.1					
4 従業員の負担や不公平感の増大が懸念	3	4.1					
5 事業所として今のままで問題がない	16	21.6					
6 生産性や売りが減少	7	9.5					
7 コストがかかる	3	4.1					
8 その他	3	4.1					
9 取り組む必要がない、必要性を感じない	31	41.9					
無回答	0	0.0					
回答総数	106						
該当数	74						

その他の内容：一人親方なので、仕事があれば働くので取り組めない  
必要に応じて休ませている  
事業主1人だから

## 2-15 定年制・退職金支援制度

定年制は、約 60%の事業所で導入されており、特に 5 人以下の事業所は 77.8%となっている。

退職金の支援制度は、「ある」が 3 割であり、退職金の支払いは、一時金が多く、勤続年数などに応じて会社が準備しているところが多い。

## 《定年制》

	回答数	0	10	20	30	40	50	60	70
1 導入している	60	25.8							
2 導入していない	139	59.7							
無回答	34	14.6							
全体	233								

## 《定年の年齢》

	回答数	0	10	20	30	40
1 60歳	23	38.3				
2 62歳	1	1.7				
3 65歳	20	33.3				
4 60歳もしくは65歳	3	5.0				
無回答	13	21.7				
該当数	60					

## 【年間販売額別※ 定年制の状況】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	導入している	(定年の年齢)					導入していない	無回答
			60歳	62歳	65歳	60歳もしくは65歳	年齢無回答		
全体	233	60	23	1	20	3	13	139	34
	100.0	25.8	—	—	—	—	—	59.7	14.6
1 千万円未満	61	2	0	0	1	0	1	40	19
	100.0	3.2	—	—	—	—	—	65.6	31.1
1 千万円～ 2 千万円未満	34	2	1	0	1	0	0	26	6
	100.0	5.9	—	—	—	—	—	76.5	17.6
2 千万円～ 3 千万円未満	27	0	0	0	0	0	0	24	3
	100.0	0.0	—	—	—	—	—	88.9	11.1
3 千万円～ 5 千万円未満	24	5	2	0	2	0	1	18	1
	100.0	20.8	—	—	—	—	—	75.0	4.2
5 千万円～ 1 億円未満	22	7	1	1	4	0	1	15	0
	100.0	31.8	—	—	—	—	—	68.2	0.0
1 億円～ 3 億円未満	23	12	5	0	3	0	4	9	2
	100.0	52.2	—	—	—	—	—	39.1	8.7
3 億円以上	31	26	11	0	7	3	5	5	0
	100.0	83.9	—	—	—	—	—	16.1	0.0

※年間販売額の無回答（11）を除く

## 【従業員規模別 定年制の状況】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	導入 している	(定年の年齢)					導入 していない	無回答
			60歳	62歳	65歳	60歳も しくは 65歳	年齢 無回答		
全体	233 100.0	60 25.8	23 —	1 —	20 —	3 —	13 —	139 59.7	34 14.6
1人～5人	108 100.0	11 10.2	4 —	0 —	3 —	0 —	4 —	84 77.8	13 12.0
6人～20人	50 100.0	25 50.0	10 —	1 —	10 —	0 —	4 —	24 48.0	1 2.0
21人～50人	11 100.0	10 90.9	2 —	0 —	2 —	2 —	4 —	1 9.1	0 0.0
51人以上	8 100.0	7 90.9	3 —	0 —	3 —	1 —	0 —	1 12.5	0 0.0
無回答(従業員 0人を含む)	56 100.0	7 12.5	4 —	0 —	2 —	0 —	1 —	29 51.8	20 35.7

## 【業種別※ 定年制の状況】

上段：事業所数、下段：%

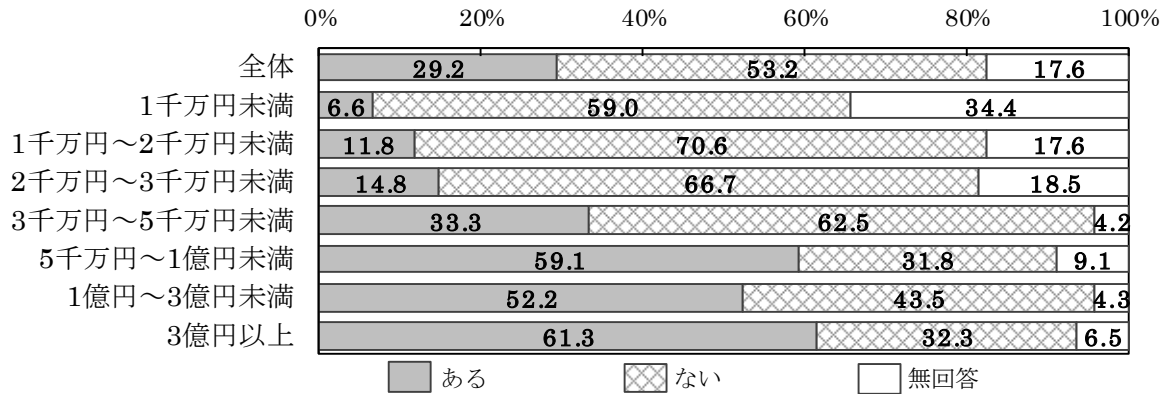
	回答数	導入 している	(定年の年齢)					導入 していない	無回答
			60歳	62歳	65歳	60歳も しくは 65歳	無回答		
全体	233 100.0	60 25.8	23 —	1 —	20 —	3 —	13 —	139 59.7	34 14.6
建設業	23 100.0	8 34.8	2 —	0 —	3 —	0 —	3 —	15 65.2	0 0.0
製造業	13 100.0	4 30.8	1 —	0 —	1 —	0 —	2 —	8 61.5	1 7.7
電気・ガス・熱供 給・水道業	4 100.0	1 25.0	0 —	0 —	1 —	0 —	0 —	1 25.0	2 50.0
運輸業、郵便業	4 100.0	3 75.0	0 —	0 —	2 —	0 —	1 —	1 25.0	0 0.0
卸売業、小売業	69 100.0	15 21.7	1 —	0 —	5 —	3 —	6 —	37 53.6	17 24.6
金融業、保険業	7 100.0	5 71.4	5 —	0 —	0 —	0 —	0 —	1 14.3	1 14.3
不動産業、物品 賃貸業	14 100.0	2 14.3	2 —	0 —	0 —	0 —	0 —	10 71.4	2 14.3
学術研究、専 門・技術サービ ス業	15 100.0	1 6.7	1 —	0 —	0 —	0 —	0 —	12 80.0	2 13.3
宿泊業、飲食サ ービス業	24 100.0	3 12.5	2 —	0 —	1 —	0 —	0 —	16 66.7	5 20.8
生活関連サー ビス業、娯楽業	20 100.0	4 20.0	1 —	0 —	2 —	0 —	1 —	14 70.0	2 10.0
教育、学習支援 業	3 100.0	1 33.3	1 —	0 —	0 —	0 —	0 —	2 66.7	0 0.0
医療、福祉	16 100.0	9 56.3	6 —	1 —	2 —	0 —	0 —	7 43.8	0 0.0
複合サービス業	14 100.0	2 14.3	1 —	0 —	1 —	0 —	0 —	10 71.4	2 14.3
その他	5 100.0	1 20.0	0 —	0 —	1 —	0 —	0 —	4 80.0	0 0.0

※業種の無回答(2)を除く

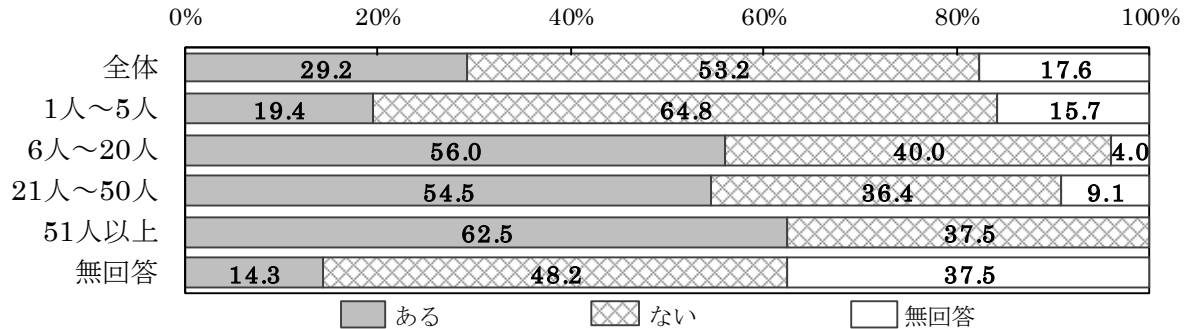
《退職金の支援制度》

		回答数	0	10	20	30	40	50	60	
1	ある	68	29.2							
2	ない	124	53.2							
	現在はないが、導入を予定・検討	29	12.4							
	ないし、検討もしていない	95	40.8							
	無回答	41	17.6							
全体		233								

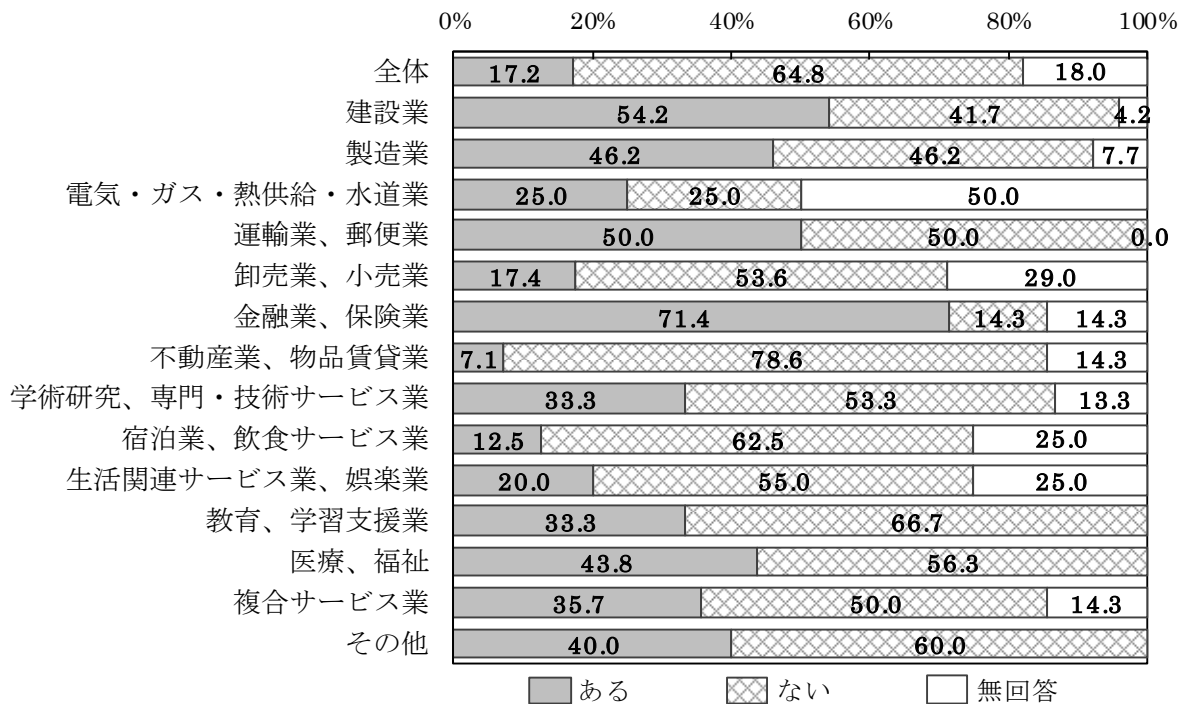
【年間販売額別 退職金の支援制度の有無】



【従業員規模別 退職金の支援制度の有無】

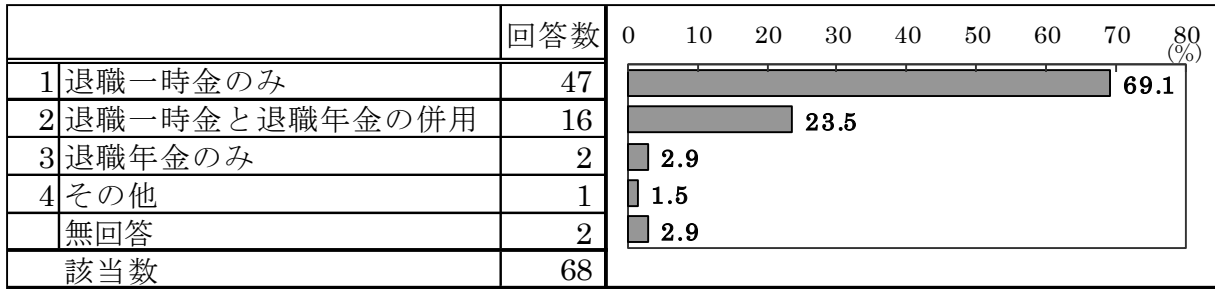


【業種別 退職金の支援制度の有無】

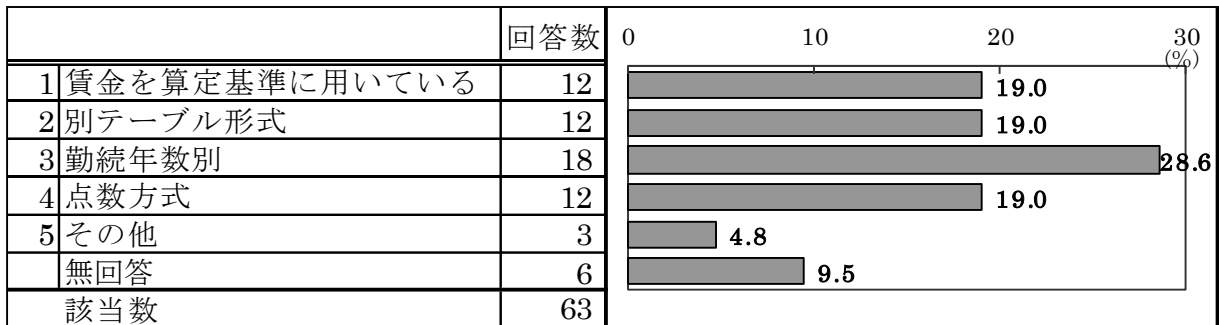




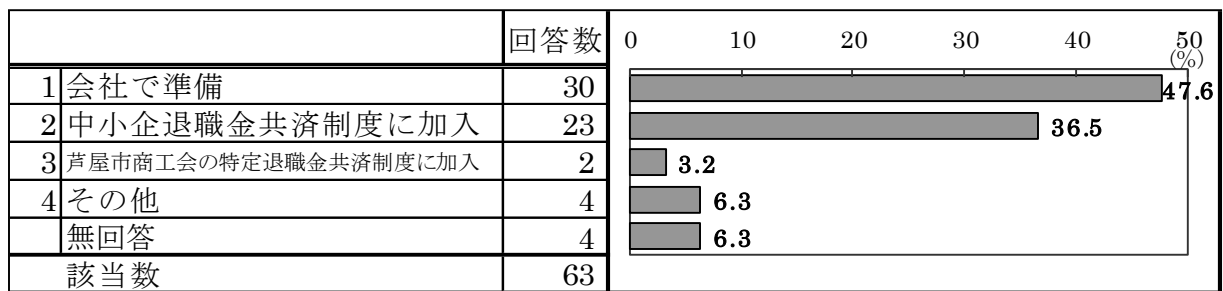
### 《退職金の支払い形態》



### 《退職一時金の算定基礎》



### 《退職一時金の準備》

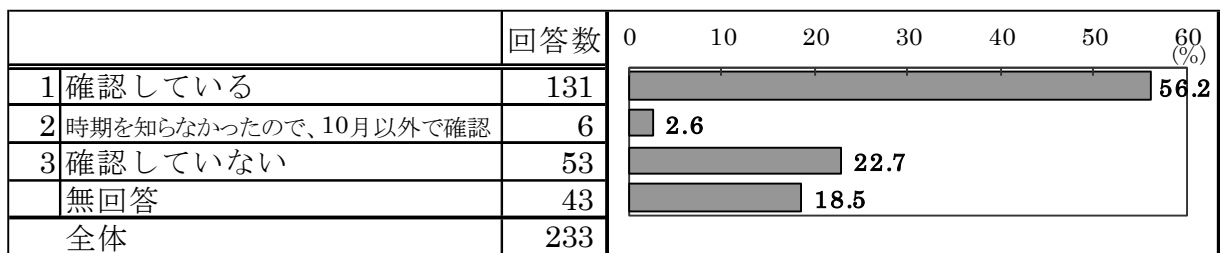


## 2-16 最低賃金・障がい者雇用

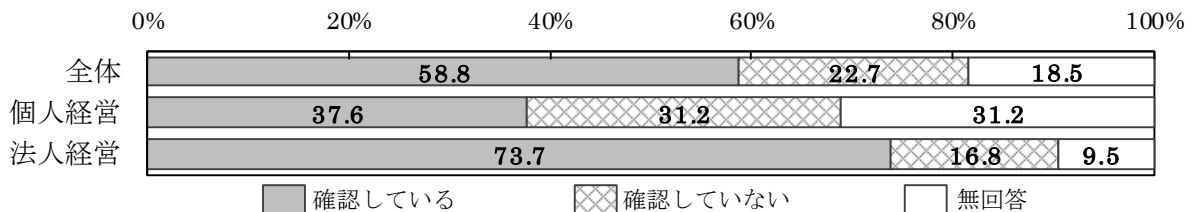
最低賃金が改定される10月に確認している事業所は約56%となっており、年間販売額が高い事業所や、従業員規模が多い事業所が確認されている傾向にある。

障がい者雇用については、民間の場合、従業員を45.5人以上雇用している事業所は、障がい者を1人以上雇用する義務があるため、51人以上の事業所は、障がい者を雇用しているのは75%となっている。なお、雇用している事業所で、「高齢者や障がい者の雇用促進、雇用継続の補助金制度」を知っているのは約27%であり、活用しているのは3事業所と少なく、周知を充実していくことが必要であると考えられる。

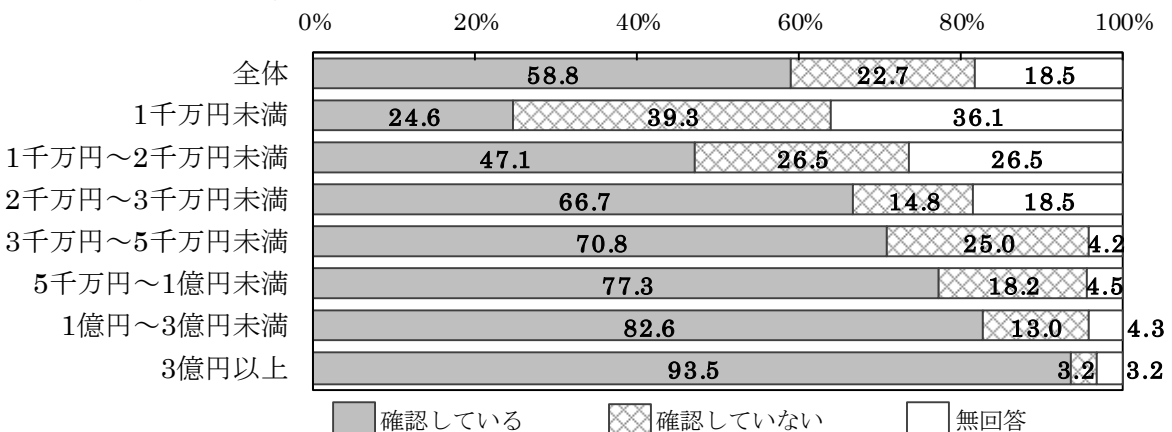
### 《最低賃金の10月時点での確認》



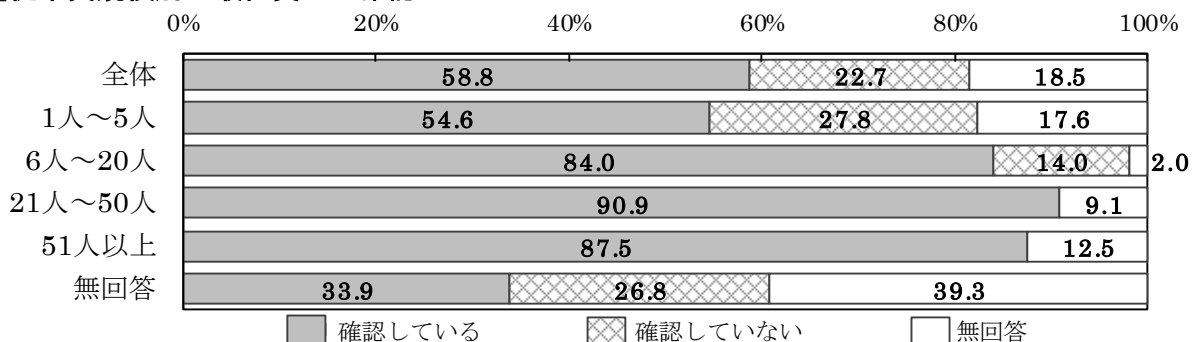
### 【経営主体別 最低賃金の確認】



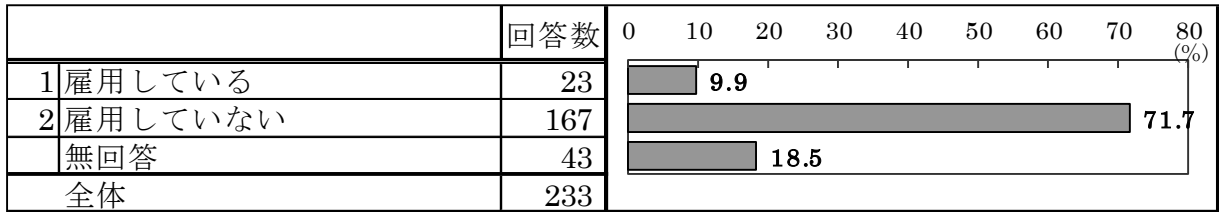
### 【年間販売額別 最低賃金の確認】



### 【従業員規模別 最低賃金の確認】

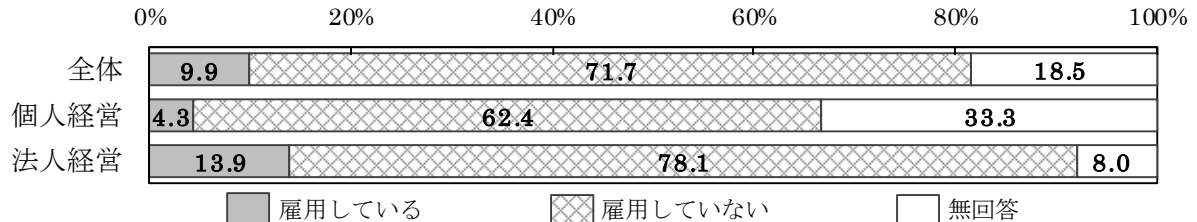


《障がい者の雇用》

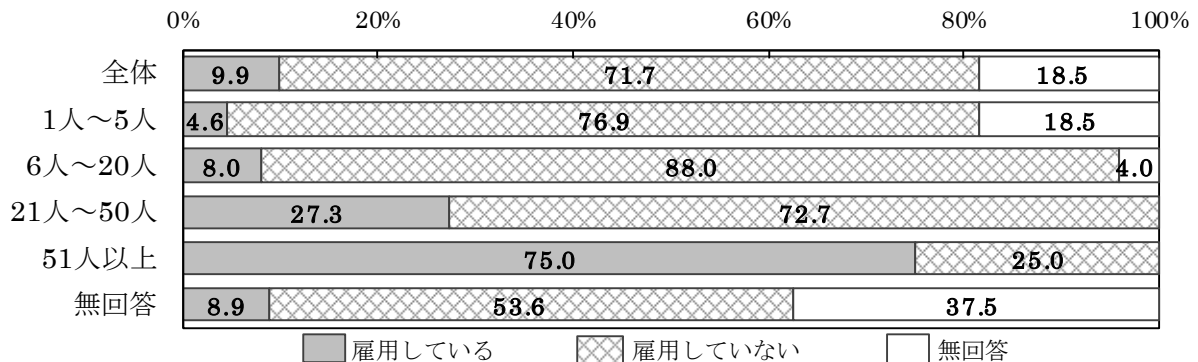


※障がい者人数別の雇用事業所数：1人=12 2人=2 4人=3 5人=3 無回答=3

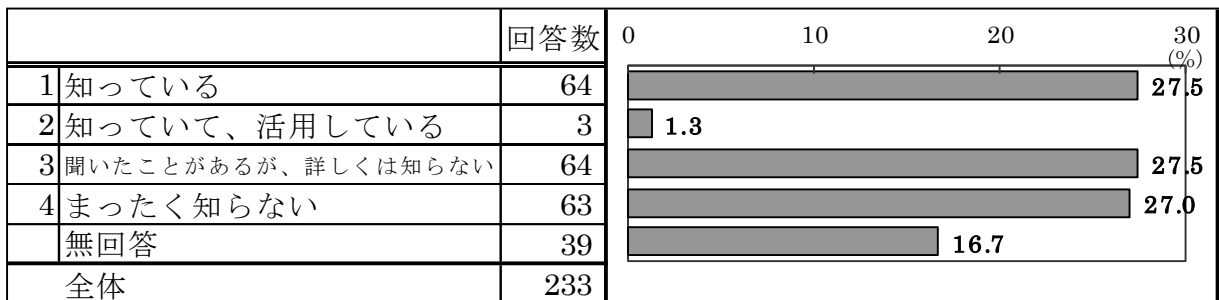
【経営主体別 障がい者の雇用】



【従業員規模別 障がい者の雇用】

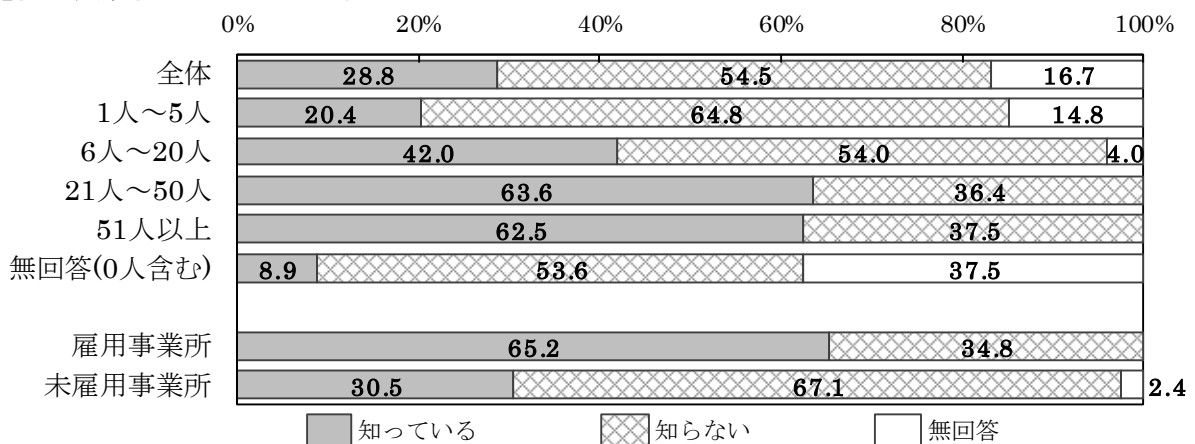


《高年齢者や障がい者の雇用促進・雇用継続のための補助金制度の認知》



※活用している補助金：高年齢雇用継続給付他

【従業員規模別・障がい者雇用別 補助金の認知】



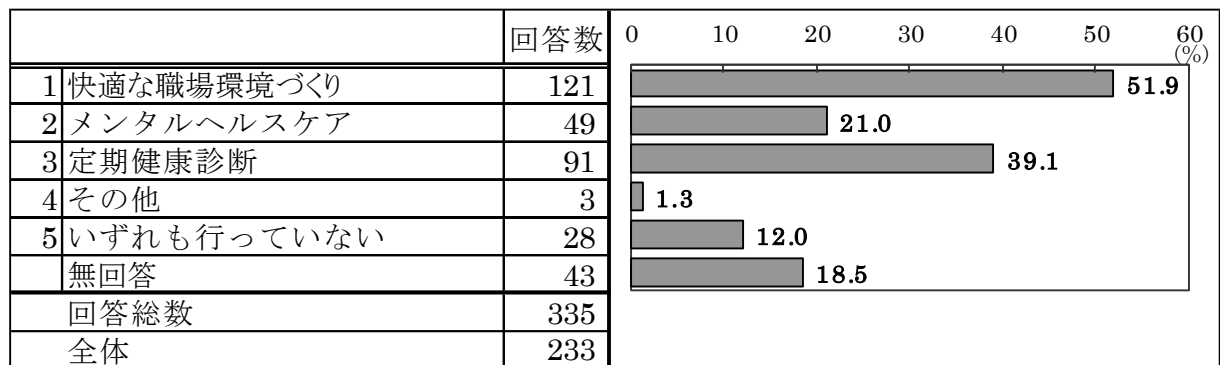
## 2-17 職場環境・ハラスメント対策

職場の安全配慮は、「快適な職場環境づくり」が 51.9%と半数以上の事業所で取り組まれており、次いで「定期健康診断」が 39.1%となっているものの、「いずれも行っていない」事業所は 12.0%となっている。

就業規則の設置と従業員への周知は、従業員 10 人以上の事業所は設置が義務づけられているが、従業員規模 21 人以上の事業所でも「設置していない」が 9.1%となっている。

職場内や顧客からのハラスメント対策は、「何もしていない」が半数を超えているが、年間販売額 3 億円以上の事業所は、「研修に参加したり、知識を身につけるようにしている」が 51.6%、「被害者からの相談窓口担当者を設置している」が 48.4%となっている。

## 《職場の安全配慮義務》



## 【従業員規模別 職場の安全配慮義務】

上段：事業所数、下段：%

	回答数	快適な職場環境づくり	メンタルヘルスケア	定期健康診断	その他	いずれも行っていない	無回答
全体	233	121	49	91	3	28	43
	100.0	51.9	21.0	39.1	1.3	12.0	18.5
1人～5人	108	57	13	30	3	14	20
	100.0	52.8	12.0	27.8	2.8	13.0	18.5
6人～20人	50	34	16	31	0	1	2
	100.0	68.0	32.0	62.0	0.0	2.0	4.0
21人～50人	11	8	5	9	0	1	0
	100.0	72.7	45.5	81.8	0.0	9.1	0.0
51人以上	8	5	6	8	0	0	0
	100.0	62.5	75.0	100.0	0.0	0.0	0.0
無回答(従業員0人を含む)	56	17	9	13	0	12	21
	100.0	30.4	16.1	23.2	0.0	21.4	37.5

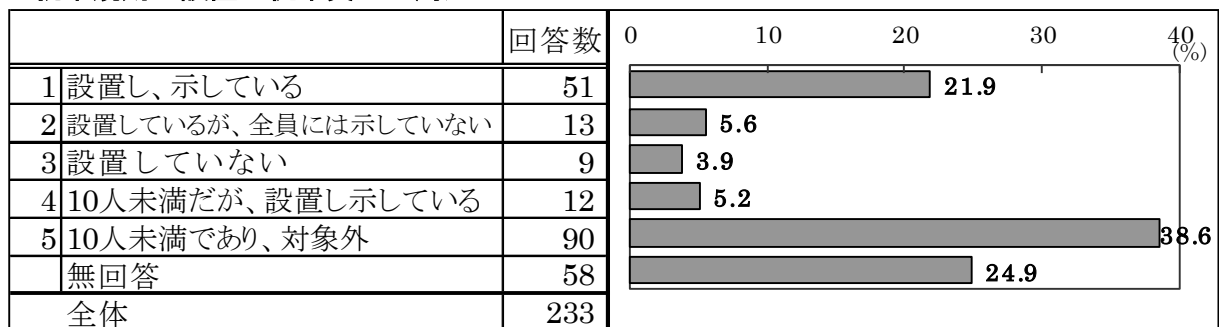
【年間販売額別\* 職場の安全配慮義務】

上段：事業所数、下段：%

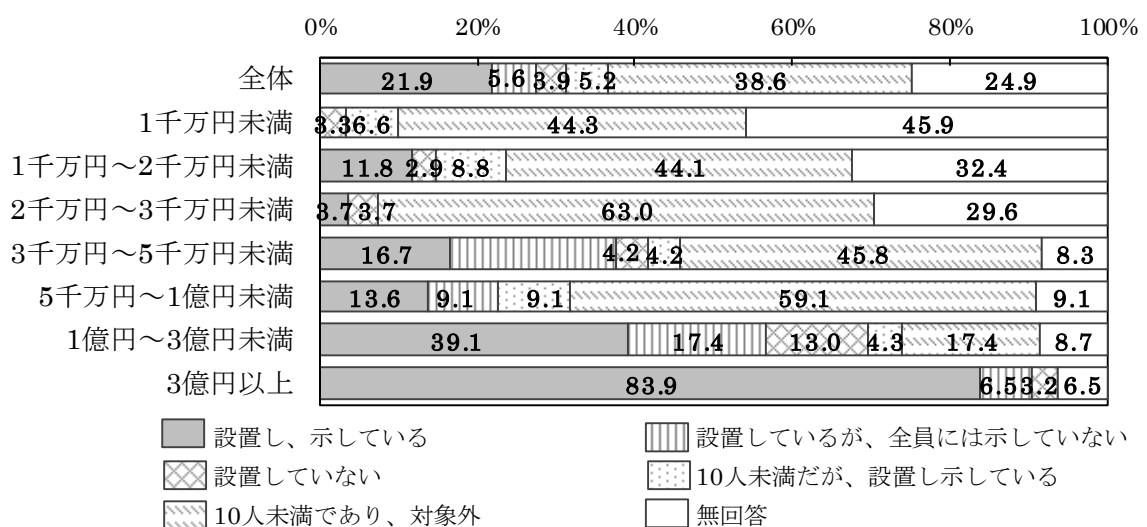
	回答数	快適な職場環境づくり	メンタルヘルスケア	定期健康診断	その他	いずれも行っていない	無回答
全体	233	121	49	91	3	28	43
	100.0	51.9	21.0	39.1	1.3	12.0	18.5
1千万円未満	61	20	7	7	1	13	21
	100.0	32.8	11.5	11.5	1.6	21.3	34.4
1千万円～2千万円未満	34	16	4	7	1	7	8
	100.0	47.1	11.8	20.6	2.9	20.6	23.5
2千万円～3千万円未満	27	13	3	7	1	1	7
	100.0	48.1	11.1	25.9	3.7	3.7	25.9
3千万円～5千万円未満	24	18	6	10	0	2	2
	100.0	75.0	25.0	41.7	0.0	8.3	8.3
5千万円～1億円未満	22	8	2	11	0	4	1
	100.0	36.4	9.1	50.0	0.0	18.2	4.5
1億円～3億円未満	23	17	7	16	0	0	1
	100.0	73.9	30.4	69.6	0.0	0.0	4.3
3億円以上	31	22	16	30	0	0	0
	100.0	71.0	51.6	96.8	0.0	0.0	0.0

※年間販売額の無回答（11）を除く

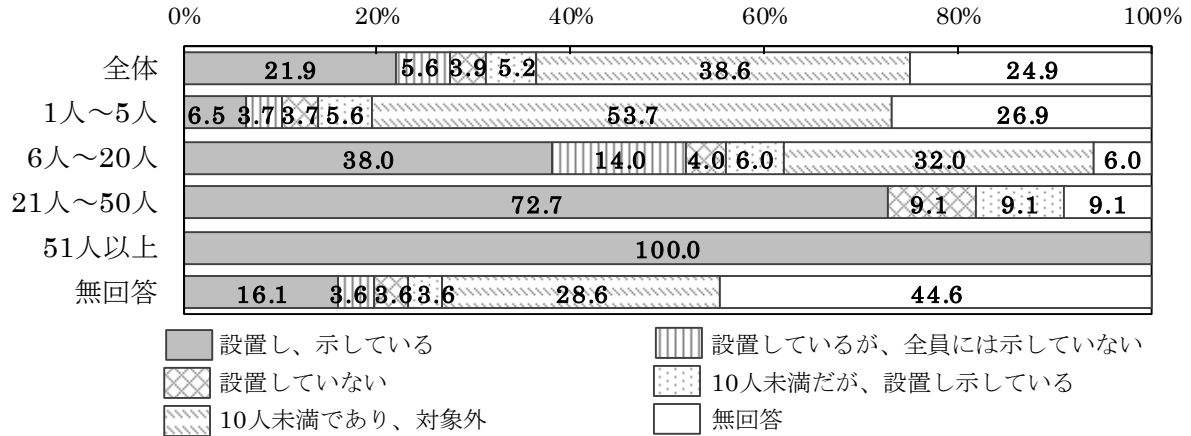
《就業規則の設置と従業員への周知》



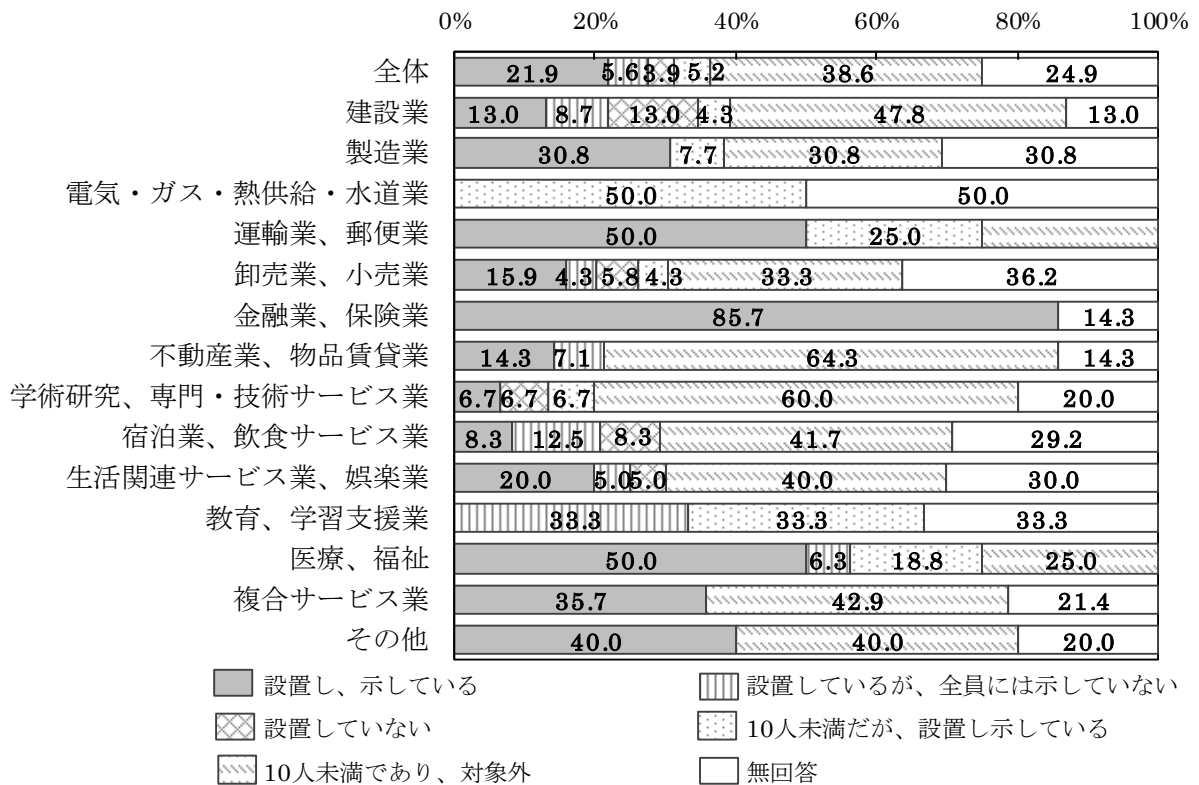
【年間販売額別 就業規則の設置と従業員への周知】



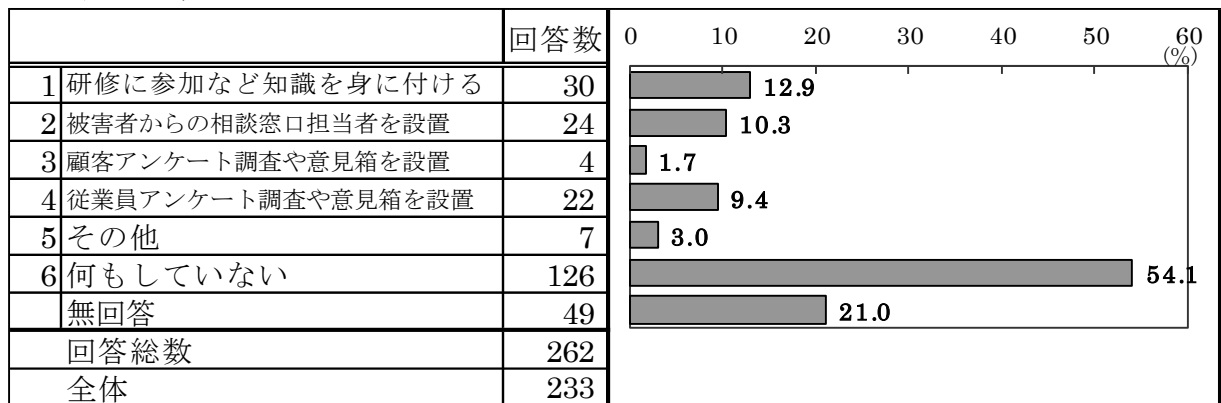
【従業員規模別 就業規則の設置と従業員への周知】



【業種別 就業規則の設置と従業員への周知】



《職場内や顧客からのハラスメント対策》



※その他の内容：テスト実施  
毎日終業後に賄いを食べながら話し合い

従業員の110番を設置  
妻への言動に気をつけている

## 【年間販売額別※ 職場内や顧客からのハラスメント対策 ～上位3位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	無回答
全体	233	何もしていない 54.1%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 12.9%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 10.3%	21.0%
1千万円未満	61	同上 57.4%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 3.3%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 1.6%	36.1%
1千万円～ 2千万円未満	34	同上 55.9%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 8.8%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 8.8%	23.5%
2千万円～ 3千万円未満	27	同上 63.0%	同上 7.4%		29.6%
3千万円～ 5千万円未満	24	同上 66.7%	同上 8.3%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 4.2%	12.5%
5千万円～ 1億円未満	22	同上 72.7%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 9.1%	同上 4.2%	9.1%
1億円～ 3億円未満	23	同上 56.5%	同上 9.1%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 4.5%	8.7%
3億円以上	31	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 51.6%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 48.4%	何もしていない 22.6%	3.2%

※年間販売額の無回答(11)を除く

## 【主要な業種別 職場内や顧客からのハラスメント対策 ～上位3位～】

	回答数	第1位	第2位	第3位	無回答
全体	233	何もしていない 54.1%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 12.9%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 10.3%	21.0%
建設業	23	同上 65.2%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 13.0%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている／被害者からの相談窓口担当者を設置している 4.3%	13.0%
製造業	13	同上 61.5%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 7.7%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 7.7%	23.1%
卸売業、小売業	69	同上 49.3%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 11.6%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 10.1%	30.4%
不動産業、 物品賃貸業	14	同上 71.4%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている／被害者からの相談窓口担当者を設置している／従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 7.1%		14.3%
学術研究、専門・技術サービス業	15	同上 73.3%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 6.7%	従業員アンケート調査や意見箱の設置などを実施 6.7%	13.3%
宿泊業、飲食サービス業	24	同上 45.8%	従業員アンケート調査や意見箱の設置など 12.5%	その他 12.5%	29.2%
生活関連サービス業、娯楽業	20	同上 45.0%	同上 15.0%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 10.0%	25.0%
医療、福祉	16	同上 50.0%	研修に参加したり、知識を身につけるようにしている 37.5%	被害者からの相談窓口担当者を設置している 25.0%	0.0%
複合サービス業	14	同上 64.3%	同上 14.3%	同上 14.3%	14.3%

## 2-18 労働行政に関するアイデアや意見

労働行政を良くするためのアイデアや意見として、1 人親方への支援や商業活性化、市内事業者への優遇策などがあげられている。

### 《芦屋市労働行政をよくするためのアイデアや意見》

#### ◇労働行政について

- ・労働行政が何をしているのか理解できていない。
- ・市で若い人の色々な職種を紹介できるようになれば良いと思う。
- ・行政マンが現場を視察し、上からの視点ではなく、「相談し」「認知し」「改善し」「定着できるように」に長期計画を立てて人を育てる。
- ・週 2 日の休みを徹底する。個人では週 1 日の休みは無理。

#### ◇個人事業所

- ・一人親方はライフワークバランスも退職金も無い。行政の目からこぼれ落ちている存在。多様な働き方が増えている今、そこに目を向けなければ、今後生活保護世帯が急増し対応できなくなる。
- ・一人事業所（時々学生バイト 1 名）のため、特に気にしていない。

#### ◇アンケートについて

- ・時々このようにアンケートをとることは大切だと思う。
- ・問 6-1 はさらに細かく分類すべきである。以下は当社の例  
「2 産前産後休暇：通常は 6 週間、多胎妊娠の場合は 14 週間」「4 忌引休暇：故人が一親等で喪主の場合は 5 日、非喪主の場合は 2 日、二親等で喪主の場合は 3 日、非喪主の場合は 1 日」、「7 その他：その他会社が必要と認めたときは所要日数（遠隔地の場合もあるため）」

#### ◇その他

- ・顧客の声として「してほしいこと」は明確だが、「誰に聞けばいいのか誰に相談すればいいのかわからない」が多い。やってほしいことを聞いてあちこち手配してくれる「お世話屋さん」があれば良いし、それをサポートするネットワークを市や商工会で築いてほしい。
- ・芦屋にしかないブランド強化を図ってほしい。
- ・市職員（特に介護保険課）の方の対応は非常に良い。今後ともよろしく。
- ・市外業者より市内業者をもっと大事にしてほしい。
- ・市民税を納めているのに、店のゴミを捨てられず、自宅に持ち帰っている。何とかしてほしい。
- ・老人も若い人もボランティアをしたい方はたくさんいる。うまく活動できるようになれば良いかと。