

計画の目的

市内に立地する企業の大多数を占める中小企業・小規模企業は、地域の雇用と経済を支え、その発展に寄与するとともに、まちづくりにおいて地域社会の担い手として重要な役割を果たしてきました。

特に、阪神・淡路大震災の被災都市である本市においては、中小企業・小規模企業とそこで働く人々は、震災復興のけん引力となり、現在も地域の防災・防犯において重要な役割を果たし、市民生活の安心・安全を支えています。

また、全国的に人口減少、少子高齢化が進む中、中小企業・小規模企業の独自性の高い商品や店舗が、市の魅力発信に貢献し、まちの賑わいづくりと人口の流入に重要な役割を果たす事例が散見されます。

さらに、地域で多様な働き方を生み出すことで、市に新たな活力を呼び込み、経済のみならず、誰もが生き生きと働き、暮らせる、地域の発展につながっていくことが期待されます。

芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画は、市民、企業、関係団体及び市が一体となって市内の中小企業・小規模企業の重要性を認識し支援していくための指針として策定し、中小企業・小規模企業の振興に関する施策を総合的に推進し、もって地域経済の活性化を図ります。

計画の位置づけ

本計画は中小企業・小規模企業振興基本条例に基づき、市内の中小企業・小規模企業の振興に関する具体的な施策及び目標を定めます。第4次総合計画後期計画をはじめとする諸計画との整合性を図りつつ推進します。

計画期間

令和2年4月1日～令和5年3月31日

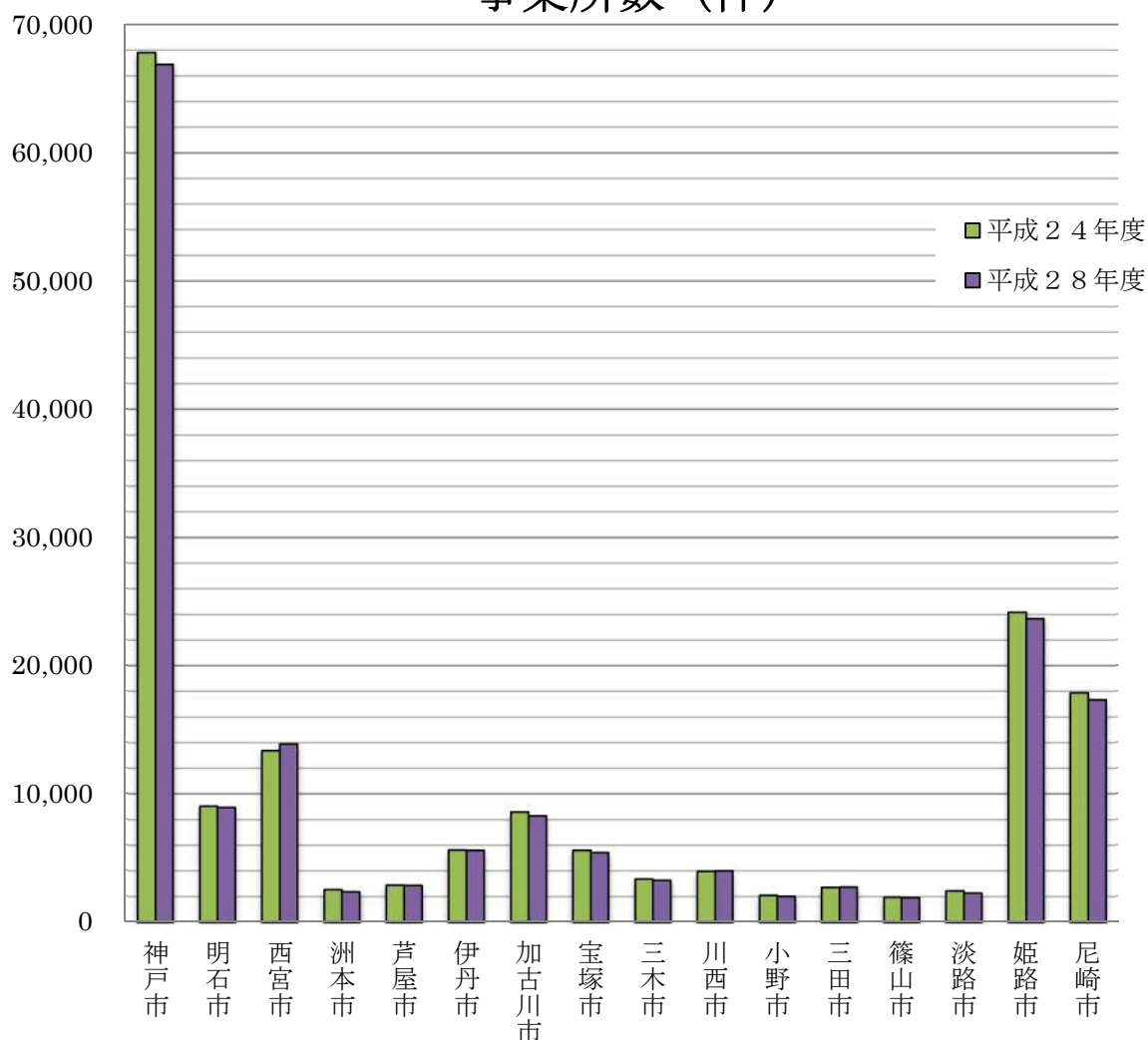
本市の現状と課題

<事業所の構成>

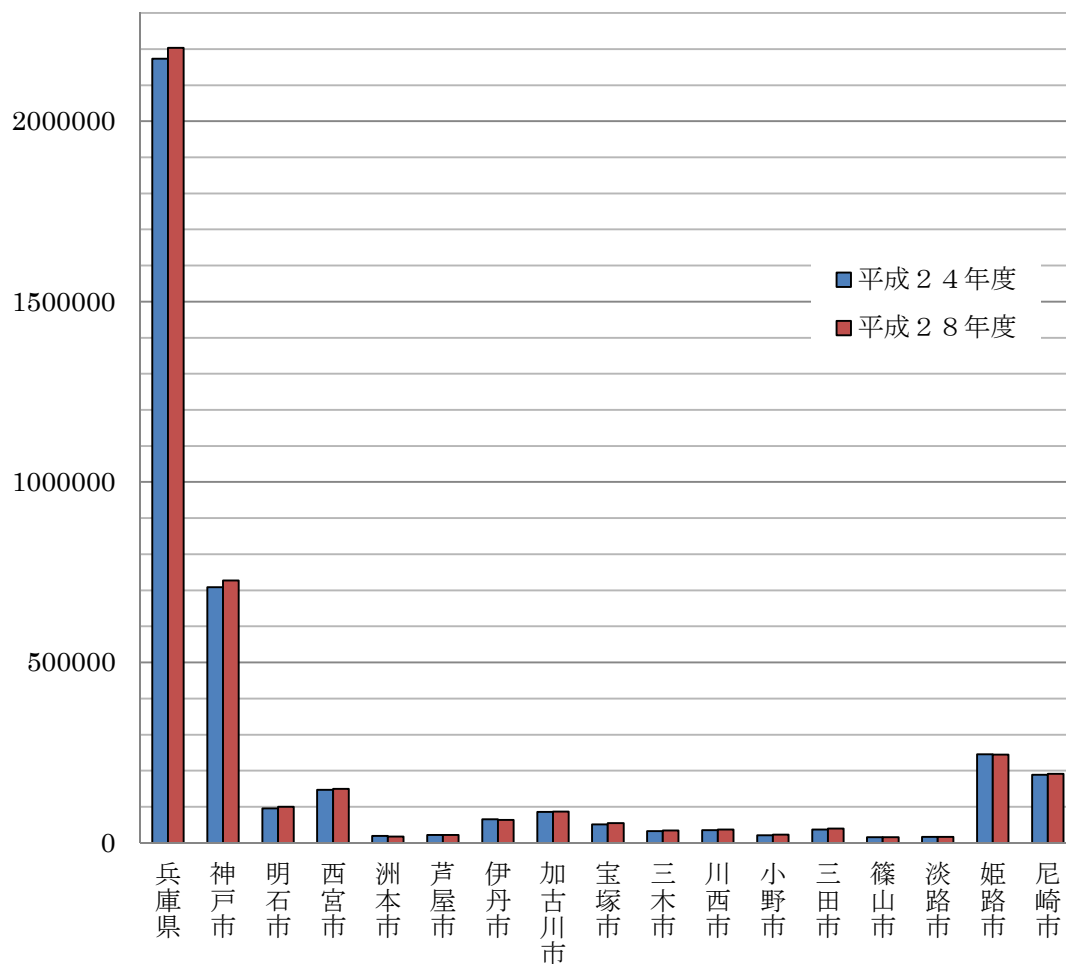
本市の事業所総数は、平成28年度経済センサス活動調査において、2,874社となっており、うち事業主を含む従業員が5人以下の事業所が1,893社、20人以下が2,655社となっている。中小企業が事業所の大半を占めており、6割以上が小規模企業となっている。

事業所総数自体は、平成24年度の2,899社からわずかに減少している。この傾向は本市に限らず、兵庫県内は一部の自治体を除き概ね事業所が減少している。一方、従業員数は兵庫県全体を筆頭に、本市を含む近隣各市において微増している。

事業所数（件）



従業員数（人）



<現状>

■近畿圏の状況

2020年東京オリンピック・パラリンピック開催を見据え、首都圏を中心に建設業、宿泊業が盛況であり、全国的にもインバウンド市場を見据え、観光客誘致の動きが進んでいる。また、ものづくりも海外に目を向けた新たな製品開発、流通経路開拓につながっている。さらに近畿圏では、オリンピック・パラリンピック後の急激な景気減退が危惧される全国的な兆候とは異なり、2025年大阪・関西万博を控え、さらなる好景気を期待する機運にある。大阪・関西万博の方針が、今後、順次決定される見込みのため、さらにさまざまな可能性を期待させる状況にあり、ものづくりや新規事業を後押しする良い環境につながっている。

■本市の状況

①地理的条件

本市は阪神間で最も古い住居跡遺跡があり、古くから常に人の居住する地であり続けた。近代になり鉄道が開通して以降、人口が徐々に増加し、第2次世界大戦後からは、海岸線を南に下げながら、埋立て地として新たな居住地を造成していった。現在も、南芦屋浜の一部が開発中であり、市の南部にも若年人口が流入している。一方、古くからの住宅地である阪急線以北にも大型集合住宅が建設され、一定の人口を保っている。

結果として本市の市域は南北に長くなり、旧来の商業施設集積地と住宅地との距離が大きくなっている。また、臨港線、国道43号、国道2号、山手幹線が南北移動の、芦屋川、宮川が東西移動のそれぞれ妨げとなっている。阪急線以北は、もともと起伏が激しく、徒歩での移動範囲が限定されることに加え、奥池地区は、市街地と有料道路で結ばれていることから、移動手段が事実上、バス又は自家用車に限られている。

②法規制

本市は、昭和26年の芦屋国際文化住宅都市建設法制定以降、住宅都市として発展してきた。平成8年「都市景観条例」施行、平成16年「庭園都市宣言」、平成21年市域全体を景観地区に指定した流れを受け、平成27年に屋外広告物条例を制定し、良好な景観を重視する政策を一貫してとり続けてきた。平成30年には、いわゆる「民泊」について、兵庫県が「住宅宿泊事業の適正な運営の確保に関する条例」を制定したが、本市は景観地区として、全域で民泊設置が制限されている。

③購買人口

これまでの人口推移は、減少の続く全国的な流れに反し、微増してきている。しかしながら、今後は減少方向に向かうと予想される。

住宅地であることから、もともと夜間人口に比べ昼間人口が少ないが、その差は徐々に縮まりつつある。しかし、昼間人口が通学者や通勤者であれば、購買人口としてどの程度期待できるかは測れない。

<課題>

平成30年度に本市が実施した「経営・労働実態調査」「消費者買物調査」「商業施設来街者調査」の結果から、本市の事業所の抱える課題は次のものがあげられる。

■事業者の課題

調査項目のうち、事業者が「現状で困っていること」として、ほとんどの業種で「客数や売上げの減少」「利益率の低下」があがっているが、建設業及び医療・福祉においては「従業員の確保」があがっている。これはハローワーク西宮における職種別の求人倍率の傾向とも一致している。

資金繰りが全体で4位、経費の増大が全体での4位、5位になっている一方、公的な補助・支援制度の認知・利用度は高くない。

「経営・労働実態調査」の回答者のうち、75歳以上の事業主が約20%を占めており、60歳以上で45%を占める。市全体の高齢化に比例してこの傾向は進むと思われる。一方で、事業の今後について、次の世代への承継を考えているのは13.7%にとどまる。

■創業、新規参入の課題

平成28年度経済センサス活動調査によると、本市の創業率は兵庫県内の自治体では7位で兵庫県の平均値を上回っているものの、廃業率は兵庫県内のトップとなっており、経営継続が難しい環境であることがわかる。前述の次世代への承継がうまくいかないなどでの廃業も考えられるが、「経営・労働実態調査」の自由回答においても、市外から参入した事業者が地域のコミュニティに入りにくいという意見も出ており、独特の規制とともに新たな事業が継続しにくい要因が他にある可能性がある。

兵庫県内創業率順位

	自治体	総数	存続事業所	新設事業所	創業率
	兵庫県	214,169	192,469	21,700	10.13
1	神崎郡市川町	494	429	65	13.16
2	西宮市	13,895	12,070	1,825	13.13
3	加古郡播磨町	1,043	915	128	12.27
4	明石市	8,937	7,859	1,078	12.06
5	神戸市	66,882	58,863	8,019	11.99
6	揖保郡太子町	1,228	1,082	146	11.89
7	芦屋市	2,874	2,558	316	11.00
8	朝来市	1,727	1,542	185	10.71
9	川西市	4,014	3,591	423	10.54
10	宝塚市	5,423	4,868	555	10.23
11	尼崎市	17,333	15,577	1,756	10.13
12	伊丹市	5,607	5,052	555	9.90
13	神崎郡福崎町	971	877	94	9.68
14	姫路市	23,660	21,401	2,259	9.55
15	三田市	2,730	2,473	257	9.41

兵庫県内廃業率順位

	自治体	総数	廃業事業所	廃業率
	兵庫県	214,169	34,319	16.02
1	芦屋市	2,874	596	20.74
2	神戸市	66,882	12,612	18.86
3	宝塚市	5,423	984	18.14
4	西宮市	13,895	2,394	17.23
5	明石市	8,937	1,531	17.13
6	尼崎市	17,333	2,866	16.53
7	神崎郡福崎町	971	160	16.48
8	姫路市	23,660	3,811	16.11
9	伊丹市	5,607	882	15.73
10	川西市	4,014	592	14.75
11	加古川市	8,291	1,206	14.55
12	朝来市	1,727	240	13.90
13	赤穂郡上郡町	641	88	13.73
14	川辺郡猪名川町	610	82	13.44
15	洲本市	2,371	318	13.41

■買物手段の課題

今回の「消費者買物調査」「商業施設来街者調査」の結果からは、5年前の調査結果と比較して、買物客の年齢が高くなっている事実を確認できなかった。しかしながら、国内全体の高齢化から、市内の消費者の高齢化も避けられないものと考えられる。

通信販売は、すでに定着している販売手段の一つであるが、利用者は65歳～74歳の利用が最も多く、次いで75歳以上、50歳代と年齢層が高く、その理由は「自宅で購入できる」、「配達してもらえる」の順に多い。

新たに利用を伸ばしているインターネットショッピングでは、利用する理由で、全体では「商品の種類が多い」、「価格が安い」という回答が多い一方、75歳以上では「自宅で購入できる」、「配達してもらえる」を選択した割合が多い。

支払い手段として、現在、20歳代から40歳代では80%前後が電子マネーを所有しており、最も少ない75歳でも30%近くが所有している。一方、利用は電車・バスの乗車が圧倒的に多く、店舗利用では、コンビニエンスストアの44%に比べ、飲食店

で10%、雑貨・量販店で7.8%であり、主たる支払い手段とは言えない。

しかし、令和1年10月からの消費税引き上げに合わせた、キャッシュレス化推進策もあり、今後、ますます電子マネー利用（キャッシュレス化）が増えていくものと見込まれる。支払い手段の多様化により、顧客獲得を見込むことができる一方、システム管理、代行会社への手数料が固定経費となっていくこと、また、販売から入金まで期間が長くなることから、支払い手段だけでなく、資金の流れ全体が変わっていく可能性が高い。

■近隣自治体への買い物客の流出

従来から食品・日用品以外の購入について市外へ買い物客が流出する傾向が指摘されていたが、直近の調査結果では、新たな商業施設が短期間に大量に作られた大阪方面への流出が目立っている。しかし、現在、三ノ宮駅周辺の再開発が進んでおり、完成後には西側への買い物客流出が考えられる。

本市においても令和3年度完成を目指し、JR芦屋駅南地区の再開発を進めているが、梅田駅周辺、西宮北口周辺、三ノ宮駅・元町駅周辺のような大規模な商業施設群にすることはなく、買い物客の流出を阻み、外部からの買い物客流入を図るためには、周辺地域の大型店舗との差別化が必要であると考えられる。

事業者自体の認識として、芦屋市内で事業をするメリットについて、全体では「ブランドイメージが評価されている」と「客単価の高い顧客と取引できる」が上位になっている一方、「メリットがない」という回答も多い他、デメリットとして「事業所・店舗の取得費用や賃料などの固定費用が高い」、「広告物など景観への配慮をする必要がある」の順に上位となっている。

<広域商業診断における提言>

平成30年度版「経営・労働実態調査」「消費者買物調査」「買物施設来街者調査」の結果を総合的に分析した結果として、本市で最も大きな割合を占める小売・卸売業の振興の観点から、以下のような提言がなされた。

消費者のニーズに対応するために

- ①消費者買物調査における消費者ニーズとして、食料品や惣菜については芦屋市内での購入が主となっており、今後も充実が求められているため、この消費者ニーズへの対応は不可欠である。
- ②現状で、スーパーなどの商業施設の立地が少ない地区もある。そのような地区では「身近に買い物ができるところがほしい」というニーズが高い。芦屋市は、良好な住環境を維持・発展させており、新規にスーパーが立地しにくい地区もある。今回、コープなどが実施している個配が調査対象となっていないが、それらの実態を把握

する必要がある。

- ③今後さらに高齢者が増加していく。高齢者の外出や買物行動を支援するためにも、地域のライフライン的な意味合いで商品・サービスの提供方法を検討していく余地がある。
- ④商業施設来街者調査では、来街した商業施設を利用する理由として「他の用事も済ませられるから」という回答が多い商店街・商業集積があった。散歩や通勤・通学の通り道となっていることも見受けられた。自由回答として、「喫茶店」などの飲食店を求める声もあった。ついでに立ち寄ってみたいくなる店舗があると、買物行動が促されることになる。経営実態調査で商業者が、「品揃えやサービスなどで特徴ある専門店」「雰囲気の良いレストラン・飲食店」を消費者が望んでいると考えているが、このような消費者ニーズに対応することも重要である。

商業施設の魅力向上のために

- ①消費者買物調査、商業施設来街者調査では、休憩スペースや駐車場、トイレなどの整備の充実や、安全で快適な歩行空間の整備などが求められている。商店街においてもこれらの共同施設の整備が進められるよう、商業者のみならず、事業所や地域組織と一体となったモール化にむけてのマネジメント機能の強化をはかるとともに、空き店舗の活用や地域との協働イベントの実施などへのアプローチも望まれる。このような検討を通して、経営実態調査で懸念されている「商業集積全体の集客力が低下していること」への対応と、個店が抱える「経費が増大していること」への連携した対応の創出・合意が図られることが期待される。
- ②商店街の評価をみると、「品質」「接客態度」「店に対する信用」が上位にきている。個店は、各店舗のこだわりが魅力となっていることが多い。後継者がいない老舗・人気店舗を継続させるための後継者探しや経営権の譲渡などを応援する体制や、新規に開業を希望する人への支援の充実を図り、オンリーワンの店舗がある商店街をめざせる環境づくりが重要である。
- ③消費者買物調査で、立地している地区以外からの利用も多い商業施設は、「1 か所でまとめて買えるから」が利用する理由の上位になっていた。このような商業施設については、やや時間がかかっても、自動車で移動して買物や飲食がなされている。そこに行けば、日常的に必要なものが揃えられるということが必要不可欠である。
- ④JR 芦屋駅周辺とその南側の商業集積地は、本市の中心核にふさわしい整備が進められていくものと思われるが、他の駅前の集積地についても、それぞれの地域のまちづくりの方向性にあった店舗とサービスの充実・創出を促していくことが大切である。

新たな取り組みに対応するために

- ①積極的にニーズに対応することを志向している個店の商業力の強化（キャッシュレ

説明資料 1

ス対応機器や Wi - Fi 環境の整備促進など)

- ②商業集積にとどまらず、様々な施設や事業所などとともに新たなまちの魅力や集客スポットを創出する取り組みなども視野に入れた多方面、異業種との交流なども重要である。

<関連する課題>

- 空き店舗・空き家の活用
- 事業継続力強化計画
- 産業廃棄物処理

<提案>

- 起業コンテスト
- 空店舗活用支援事業の拡大
- 雇用支援