

芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画（原案）に係る
市民意見募集の実施結果について

1 意見募集を行った期間

令和4年12月16日（金）から令和5年1月24日（火）まで

2 上記期間内における内容の閲覧場所

市ホームページ、公光分庁舎南館1階地域経済振興課、市役所北館1階行政情報コーナー、ラポルテ市民サービスコーナー、市民センター（公民館図書室）、図書館本館、保健福祉センター、市民活動センター（リードあしや）、潮芦屋交流センター

3 内容に対する意見の提出方法

地域経済振興課に持参、郵送、ファクス、ホームページ上の意見募集専用フォーム

4 提出された意見とそれに対する市の考え方

別紙のとおり

5 公表

上記4の内容については、市のホームページで公表予定

芦屋市中小企業・小規模企業振興基本計画（原案）への パブリックコメント及び市の考え方

1 募集期間：令和4年12月16日（金）～令和5年1月24日（火）

提出件数：2人 2件

提出方法：意見募集専用フォーム 2人、FAX 0人、窓口持参 0人

2 意見の要旨及び市の考え方

取扱区分

A（原案を修正します）0件、B（ご意見を踏まえ取組を推進します）2件、C（原案に盛り込まれています）0件、D（原案のとおりとします）0件

No.	項目	該当箇所	市民からの意見（原文）	取扱区分	市の考え方
1	第2章 6 本市の地域経済の分析 5 経営継続	P26	市内の中小企業・小規模企業を支援していくことで市のさらなる発展を目的にしているのであれば、「品質」や「店に対する信用」という「強み」をもちながら、市内の廃業率が全国トップクラスであるのはなぜなのかといった、さらに切り込んだ分析が必要ではないだろうか。	B	市内の廃業率の高さにつきましては計画の策定段階の議論においても着目すべきこととして取り上げられておりますので、今後の施策実施に向けて商工会と連携する中で、市内事業所の現状と課題についての更なる把握にも取り組んでまいります。
2	第3章 1 芦屋らしさを生かした 集客と販路拡大	P31	芦屋での小規模事業所（主に個人商店か）の廃業率の高さに驚いた。しかし、考えてみると大阪、西宮、神戸に近く、ベッドタウン的な面の比重が高い芦屋で、開業する方々がおられることこそ「驚くこと」なのかもしれない。 そう考えると、原案に登場する「芦屋らしさを利用した集客と販路拡大」自体は否定しないものの、「芦屋の強み」として書かれていることは「強み」というより「強がり」にすら思えてしまう。 ほんとうに「地について施策」ということなら、「こんな強みを活かしましょう」と呼びかけるより、「こんな芦屋でよく開業していただきました。ありがとうございます。長く営業を続けていただくために、市役所としてお手伝いできることはなんでしょうか？」との姿勢で臨むことがまず第一ではないのか？と思った。 個人商店などの方々のご苦勞は、正直、理解できていないと思いつつ「この計画原案はどうもリアリティにかけているな」と感じたことだ。	B	本計画では「芦屋の強み」を「芦屋らしさ」と考えており、「品質」や「店に対する信用」等が消費者から高い評価を受けていることを含めて本市の事業者の特性として、事業者ご自身も誇りとしているというお話も伺っております。また、市内に來訪する人へのインタビューでは、この「芦屋らしさ」があるからこそ芦屋市に來訪するといったご意見もいただいております。この「強み」を「強がり」ではなく市内の事業者の「強み＝芦屋らしさ」として今後も生かしていただけるよう、商工会等からご意見をいただきながら、P33「基本方針6 地域ぐるみで事業所支援」で記載しているように、市民、企業、関係団体及び市が一体となって、地域社会の担い手として重要な役割を果たしている市内の中小企業・小規模企業の重要性を認識し支援していくことに取り組んでまいります。