

# 令和2年度 第1回 川西市産業ビジョン推進委員会

## 地域経済対策検討部会 次第

日時 令和2年10月15日

13:00～15:00

場所 オンライン開催

### 1. 開会

### 2. 議事

(1) 第1回川西市産業ビジョン推進委員会の振り返り [資料1 - 1・2]  
第1回川西市産業ビジョン推進委員会の意見整理

(2) 事業者ヒアリング調査と本市産業の現状と課題 [資料2 - 1・2・3]  
本市産業への影響に係るヒアリング調査結果  
市内事業者 緊急アンケート調査 集計表 (商工会実施・未確定版)  
鉄道・ケーブル・リフト 乗車数 (能勢電鉄(株)提供データ)

(3) 産業ビジョンとポストコロナ時代の経済対策の検討 [資料3]

(4) その他

### 3. 閉会

## 新型コロナウイルスによる地域経済への影響と、ポストコロナにおける経済対策 (各委員別取りまとめ)

### 部会員によるご提案 1

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
<p>川西市は事業者数、域内 GDP、就業者数のいずれでも第 3 次産業構成比率が高く、市の主要産業となっている。今般のコロナの影響は、第 3 次産業にもっとも大きく及んでいる。</p> <p>本市では、第 3 次産業のなかでも飲食業の占める比率が高く、この部門へのコロナの影響や経営の現状を把握し、国や県レベル以上に対策を講じていくことが求められる。</p> <p>近年では、川西能勢口駅周辺商業施設においても飲食店の閉店がよくみられる。コロナ禍は、この傾向に拍車をかけていると思われ、重点的な対策が必要と考える。</p>
2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。
<p>【事業者】</p> <p>同業者同士あるいは異業種も交えて連携を図り、プラットフォーム的な事業を提案したり、商品の配送業務の共同化などいっそうの共同事業を進めたりするアイデアと実践が求められる。</p> <p>【消費者・利用者】</p> <p>市内商業やサービス業、飲食業の利用を意識して行うことが必要となる。自身の消費が地域経済を支える一助となる意識を高めることが重要である。</p> <p>【行政】</p> <p>上記の事業者、消費者の取り組みや意識変革を促す諸事業が求められる。それには、従来の行政の発想を超えた取り組みが必要となる。また、従来の補助事業を現下の状況に合わせてスピーディーに適用できる事業も必要である。</p>

### 部会員によるご提案 2

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
<p>大学では前期は完全にオンライン対応となり、9月中旬からの後期は部分的に対面授業とオンデマンド授業を織り交ぜている状況。ただし大学によっては、後期もオンラインのみの授業を継続しているところもあり、学校により対応が異なる。</p> <p>オンラインで学ぶという動きが学校現場で止むを得ず加速したが、これは企業での研修や個人で自ら学ぼうとする人でも同様な動きが増えている傾向にある。リアルな場が作れない代替手段としての動きであるが、一過性に終わらない可能性も感じる。コンテンツ次第ではこれまで距離的な要因で、検討のテーブルに乗らなかった遠隔からの学びの可能性は拡大したのではと考える。(距離に縛られず繋がる・学ぶというような文化ができつつある)</p> <p>前職まで務めていたコワーキングスペース・シェアオフィスの業界においては、リモートワークの促進により、そもそもオフィスや場自体の存在意義が再定義されるような動きもあり、特に単純なシェアオフィスについては、解約の動きが激しいと聞いている。一方で、単純な場だけではなく、コミュニティを提供し、帰属意識までを提供するような場は簡単には崩れていない。</p> <p>また、大企業を中心にリモートワークの導入を継続する(オフィスの固定費を下げる目的もあり)動きもあり、そうすると自宅の周辺で働くという人も従来より増える可能性が考えられる。</p>

現在検討されている川西市内でのコワーキングスペースがこういった需要と合致すると、ベッドタウンとしての側面を持つ川西に取っても非常に可能性があるのではと考える。

コロナの影響で自宅やその周辺に留まらざるを得ない状況がある中で、孤立する人もあり、コロナへの対策などは最大限配慮しつつ、リアルな場やイベントは望まれているのではないかと想像する。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

・コロナ後も見据えたオフィスのあり方や非効率な働き方の是正を図り、リモートワークの方法や制度などを取り込み、コロナ中の社内コミュニケーションアップと業務効率の最大化を図る。

・コロナ対策を徹底した上で、サービスやイベントなどの提供を行っていく。(基準が明確になれば対策も打ちやすくなる)

【消費者・利用者】

・できるだけ川西市内での消費を行い、事業者にお金を回すような行動を呼びかけていく。

・一方で、冬場にかけてコロナが再度拡大しないとも限らないので、動向を見ながらまずは徹底した感染予防を行ってもらおう。

【行政】

・コロナに対して、どのように対策をして商売・サービスの提供を行うか、またイベントはどのような規模ややり方であれば許されるかなど基準を提示し、事業者や主催者が動きやすい環境を整備する。

大学で西宮商工会議所の施策にプロジェクトとして参画しているが、コロナ対策の基準を設けてクリアしている店舗にステッカーを配布するなど行っている事例も。

・業界などをまたいだコロナ対策における対話の場などを設定し、川西を中心としたキーマンが繋がるような機会を提供し、より広い視点で対策を考えていける状況を作れないか。

こういった動きや繋がりの中から、継続的な場(コワーキングスペースなど)に落とし込んでいけるような動きが取れればより理想的。

部会員によるご提案3

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

事業者の皆さんは多くの影響を受けていますが、特にお困りのことは情報収集のようです。

国や自治体から補助金・助成金がありますが、省庁によっても異なり、融資制度も同じようなものが横並びで何を選んだらいいかわからない、といったことをよく耳にします。

また、この事情に付け込み、不親切な業者につかまってしまっている方も見受けられるので、正しい情報収集ができるようなしくみが引き続き必要だと感じています。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

・いざという時に、既存の事業を変更しながら対応する柔軟さ(と受け入れられる制度)が必要。

例) 休校で給食が停止になった際に食材を転用販売する、持ち帰り販売ができる場を提供する 等

・goto など国の制度をうまく活用

【消費者・利用者】

・できるだけ市内で買い物をする(そのことに対してメリットがあるしくみと知識)。

・with コロナの時から感染対策をとる形でのイベントの再開とそこへの参加

【行政】

- ・上記のように事業者等が取り組む際の協力体制。部署横断的な対応等。
- ・コロナもひとつのきっかけとして、農業を志望する若手が増えてきているが、敷居が依然として高い。農地の活用や利用者の資格について、緩和措置もさらに必要ではないかと考える。
- ・(with コロナになります) 商工会会員以外の事業者が相談しやすい窓口を臨時に設置する、もしくは商工会の相談要件を一時的に緩和する等

部会員によるご提案4

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

農業者にとって、まず農作業に対する影響としては、雇用している従業員や短期的なアルバイトを雇いづらくなったことにより、経営主自身の作業負担が大きくなるということがあった。また、学校関係が休校したことや飲食店の時短営業などにより、価格が下落したり、出荷できなくなってしまうなどの影響も見られた。これらが原因で離農する農業者も一部、見られた。

一方、地元の直売所は逆に盛況であり、運営側としてはコロナ感染をどう防ぐかを常に懸念しなければならない、という状況にもあった。飲食店や市場では、一部、廃棄ロスが大量に発生していた。このような廃棄ロスは、食を必要とする世帯にまで行き届かず、無駄になっている。

地域の直売所が盛況な一方、飲食店や観光業に関わる業種では客足が伸びず、廃業に至る例も身近にあった。新たな事業を始める事業者も見られたが、軌道に乗るまでの時間が確保できず、いずれにしても生活は苦しい状況となっているようである。

日本農業新聞の調査結果によると、東京都市圏の住民を対象にしたアンケートでは、コロナを契機に収入が下がり、食を切り詰めなければならない人も出て来ており、食への興味関心が多少ではあるが上がっている。

こういった状況の緩和のため、飲食店支援や生産支援のために、国の支援とは別途で割引サービスや出荷送料の補てん、デリバリー支援などへの助成体制が取られた地域もある。

大学では、就職活動が一気に困難になり、就職そのものが難しくなるだけでなく、就職活動そのものに不安を感じる学生も見られた。大学生活に関しても、親世帯からの仕送りが苦しくなり、アルバイトせざるを得ない学生もいるようである。

一時的な支援と同時に、それらの支援の先にある、新しい生活様式に向けた中長期的な支援が必要だと考えられる。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

農業者：特産品の他、日常的に消費する農産物の生産、農作業の手伝いなど、雇用の場の提供

飲食業・流通小売業：地元で生産された農産物の積極的な集荷・販売

いかに継続させるかを検討されているが、いまだ直売所が盛況であり、日常づかいのできる野菜を直売し、地元消費を延ばす

【消費者・利用者】

地元野菜を食べる、活用する他、地域の農地に目を向ける

【行政】

新たな農産物を生産する場合にはその生産支援。

そのような農産物の直売システムを構築する支援(単発のマルシェではなく)、およびその直売システムでの購

入を推進する消費者向けの短期的な助成を含むアピール。

直売システムで売れ残りが生じる場合には、生活保護が必要な世帯や子供に対する支援につなげることによる住民の生活水準の維持。

これらを通して、農業そのものだけでなく、生産緑地やため池等に興味を持ち、農家以外の人にも維持管理に参画する仕組みづくり。

#### 部会員によるご提案5

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

鉄道線の乗降客数を対前年同月比で比較すると、4・5月は4割減(定期外は6割減)、6月以降は2割減(定期外は3割減)となっており、依然として回復が見込めず、厳しい状態が続いている。

5月の土曜日(16日、23日、30日)には、不要不急の移動自粛により利用者が減少していることから、日曜・祝日ダイヤに変更した。

沿線活性化施策として、予定したハイキング、ホーム・電車イベント等を中止していたが、8月下旬から一部イベントを除き徐々に再開した。

妙見の森関係については、7月までは対前年と比較して大幅に減少していたが、8月以降は増加している。新型コロナウイルスの影響で遠出を避け、近隣でレジャーを楽しむ傾向が見受けられる。自動車での往訪者が増え、交通手段が電車から自動車へシフトしている。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

依然として、来年度以降も厳しい状況が予想されるので、公費による商業・観光振興にかかる地域経済施策が必要と思われる。特に観光施策が不十分と思われるので、市内を周遊でき、地域にお金が落ちる仕組みとして、例えば、舞鶴観光協会が行っている「まいづる満喫クーポン」の発行なども検討して頂きたい。

また、川西市として市内観光資源のブランド化を推進していこうとしているので、新型コロナウイルスに関係なく、大小はあるが継続して取り組んでいくことを期待しています。

#### 部会員によるご提案6

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

事業環境が大きく変化し“新しい生活様式の模索”が続く中で、社会課題が顕在化

オンライン・オフラインがつながり、社会全体のデジタル化が加速。

働き方改革もあり、生産性向上を図るための取組が急務となっている。

コロナにより将来的に予想されていた変化が前倒しで実現。急速な環境変化に対し、ビジネスモデルの見直しを必要とする事業者や“あきらめ廃業”の増加が懸念される

また少子高齢化の加速により、事業承継に至らず、休廃業が増加することも懸念され、地域経済に与える影響は今後より大きくなっていくと懸念される。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

生産性向上に資する取組

コロナにより一服感があり、有効求人倍率が足元悪化しているものの、トレンドとしての人口減少は変わらない。働

き方改革法案も施行されており、事業継続を図るべく生産性向上に向けた取組が必要。

【消費者・利用者】(消費者・利用者向けの施策として)

巣ごもり消費への対応

「ネット通販利用」や「宅配サービス利用」など「密」を避けた、非接触・非対面でのサービス利用が増加しており、そこに向けた各種補助施策

【行政】

地域資源を活用した産業の創造

対象・目的を明確にした各種補助金施策(事業者向け、住民向け)

#### 部会員によるご提案7

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

事前資料にて拝見させていただいた「スポーツ」需要の回復予兆が見えにくいというデータを参考に、複合レジャー・スポーツ事業を川西北部エリアで運営している弊社の「マイクロ環境(各スポーツ事業)」において、新型コロナウイルスがスポーツ事業に与えた影響について報告させていただきます。

#### ゴルフ事業

～4月は遁減したが、5月以降は大きく来場増～

ゴルフ事業は、新型コロナウイルスのメディア報道により一時影響を受けるが、下記因子による影響より5月以降は大きな来場増につながった。

- 屋外スポーツによる感染不安の払拭
- 屋内レジャーサービス(カラオケ・ボーリングなど)からのチャーンイン 若年層の急増
- 交通渋滞の緩和(県外からの利用者急増) ゴルフ場
- 一部サービス制限(ランチ・入浴)によるラウンド単価の減少(割安に) ゴルフ場
- ゴルフラウンド機会の増加による練習場への練習機会の増加
- 居住地から身近な運動機会としての需要喚起

#### テニス事業(屋外)

～レンタルコートおよびテニススクールの利用は横ばい、ただし新規利用は減少～

テニス事業は、レンタルコートの利用が2名～4名(少人数)であることから、身近な運動機会の確保として機能した。プラスおよびマイナス因子は下記の通り。

< プラス因子 >

- 屋外スポーツによる感染不安の払拭
- 屋内施設からのチャーンイン(三密を避けて) 休業要請期間中は激増
- 部活休講によるスクール受講回数の増加(スキルの維持)

< マイナス因子 >

- キッズ・ジュニア層のスクール参加者の減少(学校・部活が休みなので…)
- 親御様のスクール受講への不安による減少

#### フットサル・サッカー事業(屋外)

～レンタルコートの利用は減少、スクールの利用は横ばい、ただし新規利用は減少～

フットサル・サッカー事業は、テニス事業とは異なり団体スポーツ(複数)であることから、幹事がサッカー・フットサルの招集をすることが心理的に難しい状況にあるためか、レンタルコートの利用数は今なお減少傾向が続く。プラス

およびマイナス因子は以下の通り。

< プラス因子 >

- 屋外スポーツによる感染不安の払拭
- 部活休講によるスクール受講回数の増加(スキルの維持)

< マイナス因子 >

- 団体スポーツゆへの招集の困難(レンタル減少)

#### **フィットネス事業**

~ 既存利用者・新規入会者の減少、コロナの心配により今なお厳しい状況 ~

フィットネス事業は、コロナウィルスの感染報道において、大きくスポーツクラブが注目されたこともあり、高齢者の健康習慣を基軸として運営している弊施設では、感染不安を感じての利用減少が大きく発生。

今なお、コロナへの脅威を不安視するお客様も多く、アフターコロナとしての運営体制をさらに検討する必要がある。

有難いことに、行政からの支援により「健康づくり応援事業」にも参画させていただき状況改善を図るが、コロナへの不安がある程度払拭しなければ、需要のないところにサービスを展開したとしても反応は弱く、費用対効果が低いものになってしまっているのが現状。

#### **リラックス事業(スーパー銭湯・岩盤浴・鍼灸接骨院)**

~ 緊急事態宣言下での休業要請により、一時的にお客様の流れを止めた影響が今なお続く状況 ~

リラックス事業は、休業要請により一時営業を停止したことが大きく後を引いている。

他事業者でも定性的な情報として聞こえてくるが、緊急事態宣言下でもサービスを停止せずに踏ん張った事業者の来場落ち込みは弱く、サービスを停止した事業者の再開後の来場落ち込みは強い傾向がある。

勿論、こうした傾向から「休業をしないほうが良かった」という結論が導きだされるのではなく、お客様心理として、すでに生活習慣の一環としてリズムができていたコロナ前の状況下において、一度リズムがリセットされてしまうと、元の生活習慣に戻すことを諦めてしまう傾向があるように感じる。

#### **レストラン事業**

~ 外食産業の傾向と同様、来場および売上の大きな減少 ~

外食産業と同様の状況で、来場および売上の減少につながった。しかしながら、他の飲食店とは異なり、当施設のレストランは付帯施設としての機能を果たしていたことから、他の利用目的で来店されたお客様への利用誘引を図ることで、大きな落ち込みにはつながらなかった。

また、興味深い傾向として、「生ビール・チューハイ」等の売上が増加した。背景としては外食を控える地域居住者が、当施設を「3密の不安が少ない近場で呑める場所」と捉え、飲食店でしか飲めない生ビールを呑み来るお客様が散見された。

#### **カルチャー事業(BBQ・陶芸教室・学研教室)**

~ 屋外サービスであるBBQは横ばい、屋内のカルチャー教室も横ばい ~

BBQは屋外サービスであることから大きな利用減は発生しなかった。

しかしながら団体で利用される傾向が強いサービスであることから、大きく膨らむこともなかった。

屋内である陶芸教室・学研教室も小規模のカルチャー教室であることから、大きな影響はなかった。

#### **職業・役職からの見地**

- 出張がすべてリモート会議(TV会議)に切り替わった。
- 出張費(旅費・宿泊費)が大きく減少した。 宿泊業への影響
- 懇親会(外食)が大きく減少した。 飲食業への影響

○イベント(マラソン・トライアスロン・ロードバイク)が全て中止となった。

○会議および登壇機会がリモートに切り替わった。

なお職種上、リモートワーク(在宅ワーク)は全くなし。むしろ出勤日数が増えた。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

ポストコロナの地域経済対策を提案するうえで、まずは新型コロナウイルスにより地域の「消費者・利用者」の生活様式が、いかに変化したのか考慮すると、事前資料の通り「滞在率は 20%増加」「県外移動も大幅に減少」しています。

こうした状況により「消費者・利用者」の生活様式は、

○デジタルサービス(EC・インターネット映像配信)の利用増加

○メディア閲覧機会の増加

○リモートワーク・在宅ワークによる IT 促進(TV 会議・イントラネット)

といったデジタル化のニーズが確認できたのと同時に、

「滞在率」が増加したことによる、

○健康状態の悪化(運動習慣・運動機会の喪失)

○ソーシャルコミュニティの活動停滞

○家庭内トラブルの増加

また「県外移動」が減少したことによる、

○市街地移動(外食・買い物)の減少

○旅行・観光の減少

○マンネリ化した日常生活へのフラストレーション

といった悪影響が散見されるようになりました。

こうしたことから、ポストコロナにおいて行政・事業者が取り組むべき方向性は、「消費者・利用者」の生活様式の変化により発生した悪影響から、ポストコロナのニーズを導きだし、ニーズに対し事業者優位・行政優位の展開を進めることと考えます。

では、滞在率が増加したことで「消費者・利用者」が求めるニーズはどのように変化したのでしょうか？

生活の構成を、大きく「余暇生活」と「就業生活」に分類すると、

「余暇生活」におけるニーズは、

○健康習慣・運動習慣    ○ソーシャルコミュニティ

一方で「就業生活」におけるニーズは、

○サードプレイス    ○コ・ワーキングスペース、自習室

といったニーズを満たすための tips が見えてきます。

次に、「県外移動」が減少したことで「消費者・利用者」が求めるニーズはどう変化したのでしょうか？

上記同様に生活の構成を「余暇生活」と「就業生活」に分類すると、「余暇生活」におけるニーズは、

○自宅からの外出機会    ○非日常の観光・旅行

一方で「就業生活」におけるニーズは、

○サードプレイス    ○ワーケーション、合宿

といったニーズを満たすための tips が見えてきます。

それでは、こうしたニーズに対して、事業者・行政はどのように対応し、役割分担するべきなのでしょうか？



「消費者・利用者」のニーズ tips は、サービスの商圈範囲に応じて変化します。

「市内居住者(川西市民)」は、より習慣的に、より身近に享受したいサービスを望み(生活サービス)、

「市外居住者」は、非日常的に異空間や普段体験できないサービスを望みます(観光サービス)。

こうしたことから、生活に密着したサービス、つまりは市内居住者へ提供するサービスの主体は事業者が担うことで、地域特性を活かしたサービスの開発・提供が可能となる一方、遠方からの市外居住者を市内に招くサービスの提供主体は行政が担うことで、シティプロモーションや産業振興につながると考えます。

具体的には、事業者が市内居住者へ提供する生活(余暇×就業)サービスを行政が「マルゴト」パッケージングし、こうして生まれた「マルゴト」サービスを市外居住者へのパッケージン・ツーリズムサービスへと昇華させることが理想と考えます。

<ポストコロナの「就業生活」の充実>

	事業者主体	行政主体	
市内居住者 (川西市民)	3rdプレイスとなるワーキングスペース (コ・ワーキング、自習室)	市の特性を活かした <b>ワーケーション開発</b> (ワークベンション・合宿)	市外居住者 (他府県民)
	ソーシャルコミュニティを醸成する健康・余暇サービス	健康・余暇充足を満たす <b>ツーリズム開発</b> (健康ツーリズム)	
	事業者主体	行政主体	

生活マルゴトパッケージ

市内居住者が通勤や通学しなくても不自由しない環境の整備と移動・滞在時間が削減されたことで生まれてくる時間を健康・余暇に活用できるサービスの提供(コミュニティの醸成)

KAWANISHI パッケージ

市外居住者が非日常で異空間の中で、就業(ワーク・スタディ)や余暇(パッケージン)運動機会を一日体験できるワーケーションの開発やスタディケーションの開発(ツーリズム化)

<ポストコロナの「余暇生活」の充実>

「利用者・消費者」は、ポストコロナの生活様式におけるニーズを顕在化させること。

「事業者」は、顕在化されたニーズに対して、常習化・習慣化を目的として、

「就業生活」の充足につながる3rdプレイスとなるサービス提供を

「余暇生活」の充足につながるソーシャルコミュニティを醸成するサービス提供を進めること。

「行政」は、顕在化されたニーズに対して、市内の環境整備や市外からの誘引を目的として、

「就業生活」の充足につながる市の特性を活かしたワーケーション・スタディケーションの開発を、

「余暇生活」の充足につながるパッケージン・ツーリズム開発を進めることがポストコロナの経済対策として有効であると考えます。

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。

市内の中小企業者様々な業種が新型コロナ感染症拡大の影響を受けている。  
特に、観光関連(宿泊・旅行)は影響がかなり大きい。  
飲食関連も複数人のグループや会社関係使いが多い所や夜の居酒屋などは現在も影響が大きい。  
パンやケーキなどの小売りはそれほど大きな影響はなかった所もある。  
建築関係は材料が入ってこなかったのもあり、一時工事などがストップした案件も。  
リフォーム関係などは受注を見込んでいた案件が延期や案件自体が無くなるなどの話もあり。  
土木関係は建築ほどの影響はなかった所もある。  
製造関係もメーカーの工場停止などに伴い、受注減。

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

当面はコロナ拡大影響の様子を見ながら、既存の商品サービスを提供していく。  
ただその中で従来のサービスを続けるだけでなく、新たな取組も検討し、新たな価値を提案・提供することで、お客様に選んで頂く必要がある。  
このため地域の人々に自社の商品・サービスを選んで頂けるように、新サービスや新商品の開発、ならびに改めて自社の存在を認識して頂けるような取り組みを行う。  
地域の事業者同士も連携し、地域全体として活力を生む事業も必要かと思われる。  
テイクアウトやオンラインでのサービス提供、チラシ・SNS等を活用した情報発信、地域の事業者が連携した取組。

【消費者・利用者】

給料の削減などで消費が冷え込むことも予想されるが、感染拡大防止の意味合いも兼ね、より地域の事業所に目を向けて頂き、地域の事業者を支えて頂く。  
地域の事業者が元気になる、地域内で経済循環し経済が活性化することにより、地域の価値も高まる。

【行政】

セーフティネット的な最低限度の事業継続のための支援(金融面・制度面)は必要。  
そのうえで、やる気のある事業者の積極的な活動を下支え(金融面・制度面)する体制を整え、実施して頂く。地域の事業者が実施することを行政がバックアップすることで、消費者に安心を与えることができる。  
行政 事業者 住民が手を携え、各種取組を行っていくことで、地域全体の活力をうみ、地域経済を活性化していくことが大事。(行政はお金を出すとかだけの関係でないことが望ましい。)  
互いに気軽に話合える場を設け、ざっくばらんに意見を交換し、何かお互いに依存するだけでなく、目的目標を明確化し、自分たちが何をしたいか、そのためには 3 者でどういったことが必要かを意見交換し、目標実現に向けて取り組んでいくことが大切である。

#### 委員による意見1

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
弊社は、自動車関連の売り上げが、90%以上と比率が高くこの度の新型コロナウイルスの影響で一時全世界の自動車ラインが、止まった。 それにより、5月から8月にかけての売り上げは、前年対比で50%以下となった。
2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。
【事業者】 事業所内のクラスター防止対策。 事業継続の為の融資の確保。 【消費者・利用者】 地元の消費拡大。(地元で必要なものを購入する) に対する行政の支援。 【行政】 地元の消費拡大に向けての支援策の実施。 事業継続の為の融資の実施。

#### 委員による意見2

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
令和2年10月10日 夕方5時ごろ、商品仕入れのため大阪心斎橋へ出向き帰りに心斎橋本町からなんばに向かって心斎橋筋商店街を歩いてみたら、今までの商店街の光景が一変していた。わずか200mの間に9店舗の店が閉店、退店の張り紙がお店のシャッターに張ってあった。 昨年オープンしたラーメン店、ドラッグストア、小さなカフェ、土曜日の夕方なのに人影はまばら、いつものにぎわいのない心斎橋筋商店街ここは大阪商人の歴史ある町船場、コロナ危機の恐ろしさを現実として突き付けられました。
2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。
コロナ問題の長期化に備えてこの危機を乗り切るために我々はこれから、いや明日から何をしなければならぬのか。この危機を乗り越える取り組みを市、商工会、関係団体等を含めて変化に対応する行動をとる必要があると思う。 再開発事業で成功した川西の大型商業施設アステ川西、川西阪急も含めて新型コロナウイルスの感染拡大に伴う消費行動の変化により業種による売り上げの減少がこれからも長期的に続くと思われる。アステ川西で営業している区分所有としてアステ川西(管理者都市開発株式会社)にこの長期的危機の対策方向性を早く示してほしい。 区分所有者も零細テナント必死で戦っている、あらゆる救済の配慮をお願いしたい。

### 委員による意見3

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
当社はメーカーです。稼働に関して、感染対策として4月半ば～5月半ばの隔日・交代出勤を実施しましたが、休業無しで稼働しました。 売上に関して、4～5月頃の大きな落込みは回復しつつあるものの、在宅出勤の増加等の就業形態の変化により、当社関連物品の消費低迷が続く事が影響として考えられます。 川西市内の範囲での地域経済への影響について、コロナの影響による当社の状況が直接の起因となるものは、おそらくほとんど無いと考えられます。
2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。
【事業者】 コロナ前と変わりなく全員が出勤して稼働することで、仕事帰りの飲食等、地域でも何らかの消費があるでしょう。当社はメーカーなのでそうせざるを得ませんが、事務・営業が主体の会社は感染対策に加え、テレワークの推進が行政の方針としても言われているので悩ましい所かと思えます。 【消費者・利用者】 状況の不透明さ 消費の手控え プレミアム商品券で地元消費の活性化 でしょうが、実際は車で行く大型店で大量の買い物、値ごろ感のあるチェーン店での飲食が多いと思われ、これを変えるのは難しいかもしれません。 【行政】 国はGoTo、地域ではプレミアムで、出来る事は行って頂いていると思います。

### 委員による意見4

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
今回のようなコロナウイルス感染症は、実に人と人との交流を分断させる恐ろしい感染症です。このことにより、普段の生活ができなくなる社会現象となりました。人間社会におきまして、人間交流の分断が一番打撃を受けたこととなります。この事象から、経済的なダメージも大きく受けていると思います。そこで、今までの様にはいかになくても、感染対策を十分に施し、自己責任のもとで、人間交流が推進することが求められます。 川西市には、観光スポットや行事が多くあると思います。川西市の賑わい一日も早く取り戻せる規格をするべきだと思います。
2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。
【事業者】 能勢電鉄・阪急バス他交通機関 【消費者・利用者】 川西市民と周辺地域の人々他多くの観光客 【行政】 提案を促進するキャンペーンを発表し、企業応援をする。 * 人間交流から地域経済対策をすべきです。

### 委員による意見5

1、新型コロナウイルスによる地域経済への影響について、皆様のご職業やご役職からの見地で、ご記入ください。
--

い。

令和2年度前半はコロナの影響が大きく、川西しごとサポートセンターの利用者は持ち直しかけてはいますが、コロナの影響で離職を余儀なくされた人の中には再就職の準備ができていない人、自信を無くし求人応募まで踏み切れない人が多い印象を受けます。

川西市在住でパートを希望する人は地元志向が強いと感じますが、観光、販売職を希望する人にとっては、応募する求人がなかなか無い状況が続いています。

比較的求人が多い介護職など福祉系では、ご自身やご家族がコロナ感染を恐れて応募に至らないケースもあります

2、ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策について、ご提案をご記入ください。

【事業者】

・行政と協力し、地域住民のみならず、ネット、SNSを活用して全国に向けて魅力を発信する。

例えばオオサンショウウオのいる豊かな自然を水中カメラでライブ配信、桃やいちじくなどの特産品、インスタ映えるスポットをドローンで撮影して配信するなどアピールし、観光や特産品の購入につなげる。

【消費者・利用者】

・地元の食材、商品を意識して購入することはもちろん、地元施設で余暇、スポーツを楽しむなど、積極的に地産地消する。地域クーポンなども。

【行政】

・どの自治体でもそうだと思いますが、事業者、消費者からも経済活性化のアイデアを募集し、実現に向け後押しする。それぞれの行政が協力して役割を果たす。

## 新型コロナウイルスによる地域経済への影響と、ポストコロナにおける経済対策 (事項別取りまとめ)

### 1. 新型コロナウイルスによる地域経済への影響

#### (1) 生活への影響

##### 【日常生活への影響】

- コロナウイルス感染症は、人と人との交流を分断させ、普段の生活ができなくなる社会現象を生み出している。人間交流の分断が一番打撃を受けている。
- 鉄道線の乗降客数を対前年同月比で比較すると、4・5月は4割減(定期外は6割減)、6月以降は2割減(定期外は3割減)。依然として回復が見込めず、厳しい状態。
- 自動車での往訪者が増え、交通手段が電車から自動車へシフトしている。

##### 【リモートワーク・リモート授業の浸透】

- 大学では前期は完全にオンライン対応となり、後期は部分的に対面授業とオンデマンド授業を織り交ぜている状況(大学によっては後期もオンラインのみの授業を継続しているところもある)。企業での研修や個人で自ら学ぼうとする人でも同様な動きが増えている傾向にある。コンテンツ次第ではこれまで距離的な要因で、検討のテーブルに乗らなかった遠隔からの学びの可能性は拡大した。
- リモートワークの促進により、そもそもオフィスや場自体の存在意義が再定義されるような動きもあり、特に単純なシェアオフィスについては、解約の動きが激しいと聞いている。一方で、単純な場だけではなく、コミュニティを提供し、帰属意識までを提供するような場は簡単には崩れていない。
- 大企業を中心にリモートワークの導入を継続する動きもあり、自宅周辺で働く人も増える可能性があり、ベッドタウンとしての側面を持つ川西にコワーキングスペースを設置することは非常に可能性がある。
- 事業環境が大きく変化し“新しい生活様式の模索”が続く中で、社会課題が顕在化している。特にオンライン・オフラインがつながり、社会全体のデジタル化が加速。さらに働き方改革もあり、生産性向上を図るための取組が急務となっている。
- 出張がすべてリモート会議(TV会議)に切り替わったことにより、出張費(旅費・宿泊費)が大きく減少した。また、懇親会(外食)が大きく減少した。
- 職種上、リモートワーク(在宅ワーク)できない人がいる。

#### (2) 産業全般への影響

##### 【収入への影響】

- 大学生活に関しても、親世帯からの仕送りが苦しくなり、アルバイトせざるを得ない学生もいる。

##### 【雇用環境への影響】

- 雇用している従業員や短期的なアルバイトを雇いづらくなったことにより、経営主自身の作業負担が大きくなっている(農作業)。
- 大学の就職活動が一気に困難になり、就職活動そのものに不安を感じる学生も見られた。
- コロナの影響で離職を余儀なくされた人の中には再就職の準備ができていない人、自信を無くし求

人応募まで踏み切れない人が多い。

- 観光、販売職を希望する人にとっては、応募する求人がなかなか無い状況が続いている。一方、比較的求人が多い介護職など福祉系では、ご自身やご家族がコロナ感染を恐れて応募に至らないケースがある。

#### 【創業・廃業への影響】

- 新たな事業を始める事業者も見られたが、軌道に乗るまでの時間が確保できず、生活は苦しい状況となっている。
- 急速な環境変化に対し、ビジネスモデルの見直しを必要とする事業者や“あきらめ廃業”の増加が懸念される。また少子高齢化の加速により、事業承継に至らず、休廃業が増加することも懸念され、地域経済に与える影響は今後より大きくなっていく。

#### 【情報収集の困難さ】

- 情報収集に困っている事業者が多い。国や自治体からの補助金・助成金について、省庁によっても異なり、融資制度も同じようなものが横並びであることから、何を選んだらいいかわからない状態。また、この事情に付け込み、不親切な業者につかまる方も見受けられる。正しい情報収集ができる仕組みが必要。

### (3) 各産業への影響

#### 【農業への影響】

- 学校関係の休校や飲食店の時短営業などにより、価格の下落や、出荷できないなどの影響がある。これらが原因で離農する農業者も一部見られた。
- 地元の直売所は盛況（コロナ感染防止対策が求められている）。

#### 【製造業・建設業への影響】

- 建築関係は材料が入ってこなかったのもあり、一時工事などがストップした案件もある。リフォーム関係などは受注を見込んでいた案件が延期や案件自体が無くなるなどの話もある。
- 土木関係は建築ほどの影響はなかった所もある。
- 製造関係もメーカーの工場停止などに伴い、受注減。

#### 【飲食業を中心とする第3次産業への影響】

- 川西市は事業者数、域内 GDP、就業者数のいずれで見ても第3次産業構成比率が高く、市の主要産業だが、今般のコロナの影響がもっとも大きい。特に飲食業の占める比率が高く、コロナの影響や経営の現状を把握し、国や県レベル以上に対策を講じていくことが求められる。
- 飲食店や観光業に関わる業種では客足が伸びず、廃業に至る例も身近にある。飲食店や市場では、一部、食材の廃棄ロスが大量に発生し、食を必要とする世帯にまで行き届かず、無駄になっている。
- 飲食関連も複数人のグループや会社関係使いが多い所や夜の居酒屋などは現在も影響が大きい。ただし、パンやケーキなどの小売りはそれほど大きな影響はなかった所もある。
- 外食産業の傾向と同様、来場および売上の大きな減少

#### 【中心市街地や再開発エリアへの影響】

- 川西能勢口駅周辺商業施設においても飲食店の閉店がよくみられる。コロナ禍は、この傾向に拍車をかけており、重点的な対策が必要。
- 心齋橋商店街はわずか 200m の間に 9 店舗が閉店・退店（ラーメン店、ドラッグストア、カフェ等）。

川西市においても、再開発事業で成功したアステ川西・川西阪急を含め、コロナ禍に伴う消費行動の変化により業種による売上減少が長期化することから、市・商工会・アステ川西（都市開発㈱）・関係団体等が対策の方向性を早く示す必要がある。

#### 【観光への影響】

- 観光関連（宿泊・旅行）は影響がかなり大きい。
- 沿線活性化施策として予定したハイキング、ホーム・電車イベント等を中止していたが、8月下旬から一部イベントを除き徐々に再開した。妙見の森関係については、7月までは対前年と比較して大幅に減少していたが、8月以降は増加しており、新型コロナウイルスの影響で遠出を避け、近隣でレジャーを楽しむ傾向が見受けられる。
- 屋外サービスであるBBQは横ばい。

#### 【レジャー・スポーツへの影響】

- ゴルフ事業は、4月は逡減したが、5月以降は大きく来場増。
- テニス事業は、レンタルコートの利用は横ばい、ただし新規利用は減少。
- フットサル・サッカー事業は、レンタルコートの利用数は減少、スクールの利用は横ばい、ただし新規利用は減少。
- フィットネス事業は、既存利用者及び新規加入者の減少、コロナの心配により今なお厳しい状況。
- スーパー銭湯・岩盤浴・鍼灸接骨院は、緊急事態宣言下での休業要請により、一時的にお客様の流れを止めた影響が今なお続く状況。
- 室内のカルチャー教室は横ばい

## 2. ポストコロナにおける、本市の各主体が取り組むべき地域経済対策

### (1) 全体

#### 【一時的支援と中長期的支援の実施】

- 一時的な支援と同時に、それらの支援の先にある新しい生活様式に向けた中長期的な支援が必要。

### (2) 感染症対策

#### 【感染症対策の強化】

- コロナ対策を徹底した上で、サービスやイベントなどの提供を行っていく。
- 冬場にかけてコロナが再度拡大しないとも限らないので、動向を見ながらまずは徹底した感染予防を行ってもらう。
- コロナに対して、どのように対策をして商売・サービスの提供を行うか、またイベントはどのような規模ややり方であれば許されるかなど基準を提示し、事業者や主催者が動きやすい環境を整備する。
- with コロナの時から感染対策をとる形でのイベントの再開とそこへの参加。

#### 【非接触・非対面サービスの支援】

- 「ネット通販利用」や「宅配サービス利用」など「密」を避けた、非接触・非対面でのサービス利用が増加しており、そこに向けた各種補助施策。

### (3) 生活・雇用支援



#### 【生活支援】

- 直売システムで売れ残りが生じる場合には、生活保護が必要な世帯や子供に対する支援につなげることによる住民の生活水準の維持。

#### 【就農支援】

- 農業を志望する若手が増えてきているが、敷居が依然として高い。農地の活用や利用者の資格について、緩和措置もさらに必要ではないか。
- 特産品の他、日常的に消費する農産物の生産、農作業の手伝いなど、雇用の場の提供。
- 農業そのものだけでなく、生産緑地やため池等に興味を持ち、農家以外の人にも維持管理に参画する仕組みづくり。

#### 【リモートワーク環境の整備等による働き方改革の推進】

- コロナ後も見据えたオフィスのあり方や非効率な働き方の是正を図り、リモートワークの方法や制度などを取り込み、コロナ中の社内コミュニケーションアップと業務効率の最大化を図る。
- 働き方改革法案も施行されており、事業継続を図るべく生産性向上に向けた取組が必要。
- 「就業生活」の充足につながる3rdプレイスとなるサービス提供や、ワーケーション・スタディケーションの開発。

### (4) 事業者支援

#### 【同業種・異業種連携・共同事業】

- 同業者同士あるいは異業種も交えて連携を図り、プラットフォーム的な事業を提案したり、商品の配送業務の共同化などいっそうの共同事業を進めたりするアイデアと実践が求められる。
- 業界などをまたいだコロナ対策における対話の場などを設定し、川西を中心としたキーマンが繋がるような機会を提供し、より広い視点で対策を考えていける状況を作れないか。

#### 【地域内経済循環の推進（地産地消）】

- 飲食店支援や生産支援のために、国の支援とは別途で（農作物・食材の）割引サービスや出荷送料の補てん、デリバリー支援などへの助成体制が取られた地域もある。
- 市内商業やサービス業、飲食業の利用を意識して行う等、消費者自身の消費が地域経済を支える一助となる意識を高めることが重要。
- できるだけ川西市内での消費を行い、事業者にお金を回すような行動を呼びかけていく。
- できるだけ市内で買い物をする（そのことに対してメリットがあるしくみと知識）。
- 地元で生産された農産物の積極的な集荷・販売。地元野菜を食べる、活用する他、地域の農地に目を向ける。
- 農産物の直売システムを構築する支援（単発のマルシェではなく）、およびその直売システムでの購入を推進する消費者向けの短期的な助成を含むアピール。
- 地元の食材、商品を意識して購入することはもちろん、地元施設で余暇、スポーツを楽しむなど、積極的に地産地消する。

#### 【マイクロツーリズムの推進】

- 市内を周遊でき、地域にお金が落ちる仕組みづくり。
- 「余暇生活」の充足につながるソーシャルコミュニティを醸成するサービス提供や、バケーション・

ツーリズム開発。

【ブランディングの推進】

- 川西市として市内観光資源のブランド化を推進。
- 地域資源を活用した産業の創造。
- ネット、SNS を活用して全国に向けて魅力を発信する。

( 5 ) 行政による支援

【国等の支援制度の活用】

- goto など国の制度をうまく活用。
- 対象・目的を明確にした各種補助金施策（事業者向け、住民向け）。

【従来にない行政対応】

- 従来の行政の発想を超えた取り組みが必要。また、従来の補助事業を現下の状況に合わせてスピーディーに適用できる事業も必要。
- 提案を促進するキャンペーンを発表し、企業応援をする。
- いざという時に、既存の事業を変更しながら対応する柔軟さ（と受け入れられる制度）が必要。
- 部署横断的な対応等。
- 商工会会員以外の事業者が相談しやすい窓口を臨時に設置する、もしくは商工会の相談要件を一時的に緩和する。
- 事業者、消費者からも経済活性化のアイデアを募集し、実現に向け後押しする。

## 新型コロナウイルス感染症による本市産業への影響に係る実態把握調査（各産業分野のヒアリング調査結果）

## 1. ヒアリング・アンケート実施対象

- 農業 JA 兵庫六甲川西営農支援センター【10月7日（水）】  
 建設、製造、卸・小売、飲食、サービス 川西市商工会建設・商業・工業・サービス各部会【10月6日（火）】  
 観光 川西市観光協会【10月5日（月）】  
 市況 まちなかウオッチャ、川西市つながりづくり支援金対象者【10月下旬予定】

## 2. 各産業分野ヒアリング調査結果の概要

産業分野	全体	農業	建設業	製造業
現状	<ul style="list-style-type: none"> <li>能勢電鉄の乗降客数は、対前年比で緊急事態宣言期間は4割減、6月以降も2割減。テレワークやリモート授業、外出自粛や車の利用などが要因。</li> <li>本市は通勤・通学の定期客が多く、観光客が多い他社と比較すれば減少率は小さい。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>国全体では飲食業等の事業者向けは打撃を受けているが、本市は都市近郊農業で事業者向けより個人消費向けが多く、影響は比較的少ない。</li> <li>事業者向け農産物の売上は減少しているが、市場・直売所等での家庭向け売上が増加。</li> <li>学校給食が休止になった影響は僅かにあるが、8月以降、給食は再開。</li> <li>7月の長雨の影響はあるが、例年と売上が変わらない。コロナ発生時期が軟弱野菜の生産時期だったこともある。</li> <li>いちじく等のジャムは、売上が減少したという話は聞いていない。</li> <li>切り枝は、華道教室等の休止に伴い、売上が減少している。</li> </ul>	<p>【土木業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>今のところ直接的な影響はない。ただし、今後税収の減少により公共工事も減収し、仕事量が激減する可能性が高い。</li> <li>通常は年2回する除草作業も予算がないため、今年は年1回に減少。</li> <li>台風の被害が出れば対応せざるを得ず、費用も支払われている。ただし、その際の人夫や価格は減らされるかもしれない。</li> </ul> <p>【建設業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>中国などからの輸入資材が手に入らず、売上が立っていない。</li> </ul>	<p>【金属加工業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>自動車業界の生産数は5～8月に5割以下に落ち込む月もあった。9月からはメーカーも回復基調にあり、年内には前年比で元の水準まで戻るの見込み。消費者の購買意欲がどこまで戻るのかは不透明だが、一時に比べると改善。</li> </ul> <p>【ガス供給業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>巣籠もり消費で家庭用の消費は増加、飲食店や工場向けの業務用は減少。販売総量は減少したが、家庭用は利益率が高く売上ほど落ち込んでいない。</li> <li>タクシー向けの燃料は激減。</li> <li>ガソリンスタンドへの出荷量も落ち込んだが、現在は回復傾向。</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍が今後も継続する場合の鉄道等の公共交通の利用促進。今後もテレワーク等の影響で、定期券利用客が10～15%減少予想。</li> <li>地域にお金が落ちる仕組みを考える必要がある。</li> <li>市民に給付金が行き渡っても、不安がある間は貯めてしまうため、悪いスパイラルに陥る可能性がある。</li> <li>事業者に対する悪質なセールス等の防止。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>高齢の生産者が多く、新たな投資をしてまで生産量や単価を増やす取組をする人は少ない。</li> <li>都市近郊農業は単価が高く販売できる長所があり、さらに付加価値を付ける取組をする生産者も少ないため、現状を継続することが基本となっている。</li> <li>新規就農者はごくわずか。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス業や商業に1年程度遅れて、建設業への悪影響が来る見込み</li> <li>公共工事の予算がないことは分かっているが、実際の経営は厳しい。</li> <li>海外からの資材の輸入再開。</li> <li>コロナ禍における、住宅購入まで含めた経済循環の促進。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>感染防止対策のため、営業や内勤者は2班に分けて交代で出勤。</li> <li>テレワークを導入しているが、在宅で出来る業務はほとんどなく、「自宅待機」状態。</li> </ul>
事業者の対応（案を含む）	<ul style="list-style-type: none"> <li>従業員・顧客との感染対策の実施。</li> <li>取引先との無駄な会議がなくなり、時間ができた。</li> <li>メールやオンライン会議等を利用するよう見直しが進む。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>直売所では以前から個包装での販売に切り替えている（生産者の顔が見える写真付き等）。</li> <li>直売所等への来店者が増加したため、人数制限を行いながら対応。</li> <li>生産者がリアルタイムで農産物の売上を確認できるシステムがあり、必要に応じて農産物の追加が出来る。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>建設協会では、会員に独自で10万円の給付金（市内消費の喚起・会員30社）。</li> </ul>	
行政・支援機関への要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍が今後も継続すると事業経営上の脅威。自社だけでは対応が困難。</li> <li>異業種の事業者が集まり、ウィズコロナ時代の産業のあり方について意見交換ができる場を開催。知恵が出やすい。</li> <li>コロナ禍で増えた債務を完済できなければ倒産につながる。政策金融公庫や保証協会の融資で一時しのぎが出来るよう、融資額をさらに増額して欲しい。</li> <li>商売は住民がいることが前提。人口が増えれば仕事も増える。コロナ禍に関わらず、本市の人口減少や少子高齢化対策が大切。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>コロナ禍で即売会が中止になった。即売会はPRにもつながるため、再開してほしい。</li> <li>高齢化などにより荒廃農地が増加している。</li> <li>イノシシ・シカなどによる農作物の獣害対策について行政支援を期待。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>公共工事の予算確保。</li> </ul>	

産業分野	卸・小売業	飲食業	サービス業	観光業
現状	<p>【食品販売業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>パン・ケーキ小売りは4~5月は売上100%以上だったが、6月以降は反動で減少。</li> <li>川西能勢口駅周辺の売上は落ち込んでいるが、住宅地はあまり落ちていない印象。</li> </ul>	<p>【飲食業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商店街で最もマイナスになっているのは飲食関係。</li> <li>昼が中心の店よりも、夜が中心の店が厳しい。</li> <li>4月は5割、5月は3割まで減少。7月になると様々な補助金や助成金、各家庭への10万円の特別定額給付金などがあり、6月は前年並み、7~8月は前年以上。</li> </ul> <p>【宿泊業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>猪名川町の宿泊施設が閉館(コロナ過の影響かどうかは不明)</li> </ul>	<p>【住宅リフォーム業・ビル経営】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>住宅リフォームは、4~5月は打合せができず仕事にならなかった。6月以降はソーシャルディスタンスを取りながら対応し、今は8割まで戻っている。</li> <li>ビルのテナントでは、4~6月は営業できない学習塾も多くあった。</li> <li>小規模テナントはソーシャルディスタンスを取れないために売上が立ちにくく、今年の12月や来年3月の契約更新時の撤退が怖い。</li> </ul> <p>【医療・福祉】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>商店街でも差はあり、整骨院はあまり減っていない。</li> </ul>	<p>【鉄道】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>妙見山の観光客は増加。ケーブルやリフト、バーベキュー利用は8月以降好調だが、車利用が増加し駐車場不足。食材の持ち込みが増加。車で直行するため、市内にお金は落ちない。</li> <li>近場のアウトドアで休暇を楽しむ観光客が増えている印象。</li> <li>のせでんハイキングは9月から再開。謎解きゲームも好調だが、電車イベントは3密のイメージから申込状況が良くない。</li> <li>観光客は参加目的を明確にしており、コンセプトが曖昧なイベントには集まらない。</li> <li>台湾・韓国系を中心に外国人も着実に増えていたが、今はほとんどいない。</li> </ul> <p>【観光バス】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ほとんど仕事がなかったが、最近ようやく依頼が増えてきた。</li> </ul> <p>【旅行業】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行会社の4~6月の売上はほぼ無かった。</li> </ul>
課題	<ul style="list-style-type: none"> <li>どこまでコロナ対策に取り組めばいいのかわからない。飛沫感染防止シートを付けている店もあるが、安全という訳ではない。</li> <li>小規模な店や、高齢者が経営している店はお金をかけてコロナ対策をしていない店もあるため、客足が戻らない。</li> <li>実際に閉店した店は少ないが、耐えている状況。この状況が続けば、閉店が一気に増える可能性が高い。</li> <li>川西能勢口駅周辺の中心市街地の活性化。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>夜間中心の飲食業の売上増加策。</li> <li>店内飲食のみの店舗の売上補填対策(テイクアウト等)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント電車は、3密回避のため当面は運行できない。</li> <li>市内の宿泊施設はわずか。グランピングはニーズがあるものの投資が必要。まずは現有資産で出来ることを模索。</li> <li>二次交通が脆弱だが、シェアサイクルは管理コストが高く進んでいない。</li> <li>2025年に関西万博があり、インバウンドは今後増加する見込みのためインバウンド対応に取り組むことが必要。</li> </ul>
事業者の対応(案を含む)	<ul style="list-style-type: none"> <li>飛沫感染防止シートの取り付け等、コロナ対策を実施。</li> <li>民間のクーポン誌がなくなったため、自分たちでクーポン誌をつくる計画がある。</li> <li>県や国からグルメ本を作ってほしいとの依頼もある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>テイクアウト販売を始め、売上が伸びている。継続できれば事業の柱になる可能性がある。ただし、テイクアウトを実施したくても、人員が限られており、思うように売上が上がらない。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>会議のあり方など、業務を見直し効率化を進めている。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ケーブルカー定員を50名から30名に減らし、必要に応じて運行本数を増加。また、抗菌加工等も実施。</li> <li>3密回避のため車両ではなく駅ホームを活用したイベントを検討。</li> <li>事前決済が可能なオンラインチケットを導入。</li> <li>Go Toトラベルは宿泊なしの日帰りイベントにも対応可のため、BBQとリフト券をパッケージ化した商品を販売。</li> <li>自社HPに観光案内サイトを新設し、観光情報の収集や多言語化を実施。</li> <li>市内農産物等を活用した駅弁販売(案)。</li> </ul>
行政・支援機関への要望	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベントの開催ガイドラインの提示。</li> <li>対策ツール(飛沫感染防止シートや体温計など)の貸し出し。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>市が道の駅などのサテライトショップをつくり、作り置き商品を安い手数料で販売。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>市内には観光地が少ないため、近隣自治体との広域展開を期待。市作成の春里・秋里マップは、市や県を超えて店舗も紹介されており素晴らしい。</li> <li>商工業関係の支援はあるが、観光系にも支援がほしい。</li> </ul>



市内事業者 新型コロナウイルス感染症に係る緊急アンケート調査 集計表【10月5日時点・未確定版】  
集計内容精査中のため、合計欄等に一致しないところがあります。

調査概要	
1.調査実施主体	川西市商工会（市連携）
2.対象事業所	川西市内2734事業所 （サンプリング：商工会会員及び電話帳掲載事業所）
3.調査時期	令和2年9月1日～9月30日（回答期限延長中）
4.調査依頼方法	郵送及び商工会ホームページ
5.回答方法	FAXまたはメール送信

【業種別回答事業所数】

	業種		
1	製造業	49社	9.7%
2	建設業	53社	10.5%
3	卸売業	10社	2.0%
4	小売業	115社	22.7%
5	飲食業	46社	9.1%
6	不動産業	26社	5.1%
7	運送業	10社	2.0%
8	理美容業	22社	4.3%
9	金融・保険業	11社	2.2%
10	観光業	3社	0.6%
11	娯楽業	5社	1.0%
12	医療・介護福祉業	63社	12.4%
13	教育・学習支援業	25社	4.9%
14	税理士・社労士等専門家業	10社	2.0%
15	その他サービス業	58社	11.4%
	合計	506社	

## 【Q1】休業の実施有無について、選択肢から1つを選んでください。

	選択肢	事業者数	%
1	休業を行っていない	387社	76.3%
2	1週間休業	15社	3.0%
3	1週間から1か月	36社	7.1%
4	1か月以上	62社	12.2%
	合計	500社	

業務別	休業なし	1週間休業	1wから1m	1か月以上
製造業	38	2		4
建設業	44		5	3
卸売業	10			
小売業	96	2	8	8
飲食業	18	1	8	17
不動産業	21	1	3	1
運送業	7		1	2
理美容業	15	3	3	1
金融・保険業	11			
観光業				3
娯楽業			1	4
医療・介護福祉業	58	1	3	1
教育・学習支援業	13	2	3	8
税理士・社労士等専門家業	10			
その他サービス業	45	3	1	10
合計	386	15	36	62

## 【Q2】時短営業の実施有無について、選択肢から1つを選んでください。

	選択肢	事業者数	%
1	時短営業を行っていない	365社	72.0%
2	1時間以内の時短	44社	8.7%
3	1時間超	95社	18.7%
	合計	504社	

業務別	時短なし	1時間以内	1時間超
製造業	43	3	3
建設業	45	3	3
卸売業	8	1	1
小売業	81	11	23
飲食業	12	6	28
不動産業	19	3	4
運送業	10		
理美容業	8	5	8
金融・保険業	4	2	6
観光業	1		1
娯楽業	3		2
医療・介護福祉業	58	1	4
教育・学習支援業	19	1	5
税理士・社労士等専門家業	8	1	1
その他サービス業	45	7	6
合計	364	44	95

【Q3】「新型コロナウイルス感染拡大についての緊急事態宣言」前後の影響について  
4月～6月までの前年対比売上について、月ごとに選択肢から1つを選び、チェックください。

R2年4月度

選択肢	事業所数	%
1～20%未満減	113社	22.3%
20～50%未満減	114社	22.5%
50%以上減	129社	25.4%
増加した	53社	10.5%
変化なし・不明	92社	18.1%
合計	501社	

	業種別区分	回答数	0-19%減	20-49%減	50%以上減	増加	変化なし
1	製造業	48	16	11	9	4	8
2	建設業	53	5	8	21	7	12
3	卸売業	10	3	4	2	0	1
4	小売業	114	32	23	23	23	13
5	飲食業	44	5	7	31	0	1
6	不動産業	26	3	4	5	1	13
7	運送業	10	5	4	0	0	1
8	理美容業	22	2	12	8	0	0
9	金融・保険業	11	1	1	1	3	5
10	観光業	3	1	0	2	0	0
11	娯楽業	5	0	1	4	0	0
12	医療・介護福祉業	63	19	17	5	5	17
13	教育・学習支援業	24	7	2	6	2	7
14	税理士・社労士等専門家業	10	0	1	1	5	3
15	その他サービス業	57	14	19	10	3	11
	合計	500	113	114	128	53	92

R2年5月度

選択肢	事業所数	%
1～20%未満減	113社	22.3%
20～50%未満減	115社	22.7%
50%以上減	130社	25.6%
増加した	48社	9.5%
変化なし・不明	94社	18.5%
合計	500社	

	業種別区分	回答数	1-19%減	20-49%減	50%以上減	増加	変化なし
1	製造業	47	14	10	13	3	7
2	建設業	53	6	13	21	1	12
3	卸売業	10	1	3	5	0	1
4	小売業	113	31	24	18	25	15
5	飲食業	45	5	9	31	0	0
6	不動産業	26	4	4	3	1	14
7	運送業	10	4	4	1	0	1
8	理美容業	22	8	7	4	3	0
9	金融・保険業	11	1	1	1	3	5
10	観光業	3	1	0	2	0	0
11	娯楽業	5	0	2	3	0	0
12	医療・介護福祉業	62	21	16	3	5	17
13	教育・学習支援業	25	4	2	8	2	9
14	税理士・社労士等専門家業	10	3	3	0	1	3
15	その他サービス業	57	10	17	16	4	10
	合計	499	113	115	129	48	94

R2年6月度

選択肢	事業所数	%
1～20%未満減	140社	27.6%
20～50%未満減	118社	23.3%
50%以上減	64社	12.6%
増加した	74社	14.6%
変化なし・不明	103社	20.3%
合計	499社	

	業種別区分	回答数	1-19%減	20-49%減	50%以上減	増加	変化なし
1	製造業	48	18	13	8	3	6
2	建設業	52	11	10	10	8	13
3	卸売業	10	2	1	4	3	0
4	小売業	113	39	19	11	26	18
5	飲食業	45	9	18	12	3	3
6	不動産業	26	3	3	3	3	14
7	運送業	10	5	3	0	1	1
8	理美容業	22	9	7	1	4	1
9	金融・保険業	11	2	0	1	3	5
10	観光業	3	1	0	2	0	0
11	娯楽業	5	0	5	0	0	0
12	医療・介護福祉業	62	21	14	1	6	20
13	教育・学習支援業	25	6	4	3	3	9
14	税理士・社労士等専門家業	10	1	3	0	3	3
15	その他サービス業	56	13	18	7	8	10
	合計	498	140	118	63	74	103

【Q4】公的支援施策について、活用したものがあれば、下記の選択肢から選んでください。(複数回答可)

国の制度

選択肢	事業所数	%
持続化給付金	222社	43.8%
家賃支援給付金	57社	11.2%
雇用調整助成金	91社	17.9%
ものづくり補助金	4社	0.8%
小規模事業者持続化補助金	23社	4.5%
I T導入補助金	9社	1.8%
国のその他支援制度	13社	2.6%

その他内訳

小学校休業等対応助成金  
R3.1月末までに申請  
両立支援等助成金  
介護職員慰労金  
GOTOトラベル(出張で利用)  
新型コロナウイルス感染対策補助金

業務別	持続化	家賃支援	雇用調整	ものづくり	小規模事業者	I T導入	国その他
製造業	28	7	15	1			
建設業	35	4	6			1	
卸売業	7	1	1				
小売業	36	9	14		5	3	
飲食業	35	13	14	1	6		
不動産業	11	1	1	1	1	2	
運送業	2		4				
理美容業	12	2	4		1		
金融・保険業			1				
観光業	3	1	1		1		
娯楽業	4	2	3				
医療・介護福祉業	13	5	8	1	2		
教育・学習支援業	10	4	5		2		
税理士・社労士等専門家業	2					1	
その他サービス業	23	8	14		5	2	
合計	221	57	91	4	23	9	0

県の制度

選択肢	事業所数	%
頑張るお店支援金	10社	2.0%
休業要請事業者経営継続支援金	33社	6.5%
中小企業事業再開支援事業補助金	72社	14.2%
県のその他支援制度	9社	1.8%

その他内訳

コロナ対策各援助20万円  
新型コロナウイルス感染症緊急包括支援事業(介護分)  
商店街感染症対策支援事業  
消毒、マスク代  
感染拡大防止等支援事業補助金  
緊急包括支援事業介護分  
介護慰労金事業申請中、緊急医療支援金事業所単位申請予定

業務別	頑張るお店	休業要請	事業再開支援	県その他
製造業			6	2
建設業			9	1
卸売業			2	
小売業	4	5	9	3
飲食業	6	16	8	
不動産業			4	
運送業		1	4	
理美容業			2	
金融・保険業			1	
観光業		1	1	
娯楽業		2		
医療・介護福祉業		1	8	4
教育・学習支援業		3	6	3
税理士・社労士等専門家業			1	
その他サービス業		4	11	
合計	10	33	72	13

市の制度

選択肢	事業所数	%
つながりづくり事業者支援金	38社	7.5%
テイクアウトクーポン	16社	3.2%
市のその他支援制度	10社	2.0%

その他内訳

健康づくり応援事業  
懸賞ナビに掲載  
福祉事業者への運営継続応援交付金  
私立保育所等新型コロナウイルス感染拡大防止対策事業補助金  
新型コロナウイルス感染防止対策補助金

業務別	つながりづくり	テイクアウト	市のその他
製造業	6		2
建設業	2		1
卸売業	2		
小売業	11	6	2
飲食業	2	8	
不動産業	1	1	
運送業	2		
理美容業	4		
金融・保険業	1		
観光業			
娯楽業			
医療・介護福祉業	2		3
教育・学習支援業			
税理士・社労士等専門家業	1		
その他サービス業	4	1	1
合計	38	16	9

**融資制度**

選択肢	事業所数	%
日本政策金融公庫・商工中金 (コロナ特別融資)	113社	22.3%
市中銀行・信用金庫 (セーフティネット保証・県制度融資等)	71社	14.0%
その他	11社	2.2%

**その他内訳**

保証協会  
 福祉医療機構  
 商工中金の申請の方法を手助けください  
 兵庫県信用保証協会  
 世代交代したため新規開業事業扱いになり、各制度の対象外と言われ、利用していない  
 保証協会  
 返済猶予、利助等  
 大同生命2000万

業務別	公庫・商工	銀行・信金	その他
製造業	14	16	
建設業	16	14	
卸売業	6	2	
小売業	13	10	3
飲食業	14	3	1
不動産業	6	3	
運送業	4	3	
理美容業	6	2	
金融・保険業			
観光業	1		
娯楽業	1	1	
医療・介護福祉業	9	6	3
教育・学習支援業	6	2	2
税理士・社労士等専門家業			
その他サービス業	17	9	1
合計	113	71	10

**【Q5】 公的支援施策の情報を得る手段について、下記の選択肢から選んでください。(複数回答可)**

**紙媒体**

選択肢	事業所数	%
新聞	163社	32.1%
雑誌	7社	1.4%
市広報誌	87社	17.2%
県広報誌	41社	8.1%
商工会会報	122社	24.1%

**インターネット**

選択肢	事業所数	%
国HP	198社	39.1%
県HP	157社	31.0%
市HP	118社	23.3%
商工会HP	41社	8.1%
SNS	61社	12.0%

**放送等**

選択肢	事業所数	%
テレビ	197社	38.9%
ラジオ	30社	5.9%
家族	16社	3.2%
友人	82社	16.2%
その他	53社	10.5%

**情報を得る手段 その他 内訳**

・組合  
 ・同業者  
 ・取引業者  
 ・経理事務所  
 ・法人本部  
 ・商工会職員  
 ・税理士  
 ・会計士  
 ・銀行営業マン  
 ・銀行  
 ・社労士



【Q6】貴事業所での新型コロナウイルス感染症に関する対策や取組みについて実施しているものがあれば下記の選択肢から選んでください。（複数回答可）

顧客・従業員の感染対策

	選択肢	事業所数	%
1	事務所・店内に手指消毒用薬の設置	449社	88.6%
2	複数の人の手が触れる場所を適宜消毒	317社	62.5%
3	顧客・従業員のマスク着用	461社	90.9%
4	顧客・従業員の体温計測	233社	46.0%
5	顧客等との間にアクリル板等を設置	158社	31.2%
6	顧客等同士の間隔を十分にあげる	235社	46.4%
7	事務所・店内に空気清浄機を設置	180社	35.5%
8	事務所・店内で定期的に換気	378社	74.6%
9	顧客同士の大声での会話を行わないよう周知	149社	29.4%
10	兵庫県新型コロナ追跡システムの登録	34社	6.7%
11	事務所・店内等に対策事項を掲示	198社	39.1%
12	その他	23社	4.5%

顧客・従業員の感染対策 その他 内訳

ドリンクサービスの提供を行わない  
 手洗いうがいの徹底  
 オゾン発生器の設置、換気扇の設置、サーキュレーターを設置  
 ひょうごスタイル実施  
 車の消毒・従業員の外出を控える  
 換気扇2台常時使用  
 現場中心一人親方、オフィスなし。手洗い、接客時マスク  
 フェースマスクの着用  
 換気扇を取り付けた  
 完全予約制のため患者さんの接触は最小限  
 入館・面会制限  
 社有車通勤、時差通勤  
 従業員の昼食を宅配弁当に（外出自粛のため）  
 来客はほとんどありません

業務別	項目ごとの上位3位にハイライト	消毒用薬	消毒	マスク	体温計測	アクリル板等	間隔	空気清浄機	換気	大声抑制	県追跡システム	対策事項を掲示	その他
製造業		38	16	39	15	8	20	14	30	10			12
建設業		42	16	50	13	7	11	16	36	10	2		8
卸売業		7	3	8	3	1	1	3	6	2	1		2
小売業		104	84	112	57	54	60	35	88	37	4		50
飲食業		44	40	41	23	13	31	14	37	15	6		16
不動産業		21	10	20	7	9	7	8	12	5	1		7
運送業		9	6	10	9	2	3	4	7	3	1		5
理美容業		22	18	20	10	5	13	11	19	9	4		13
金融・保険業		11	8	10	4	6	6	4	8	3	1		5
観光業		2	1	2	1		1	1	1	1	1		1
娯楽業		5	5	5	4	4	5	3	5	5	2		5
医療・介護福祉業		62	51	61	49	21	29	25	59	24	5		35
教育・学習支援業		24	20	24	14	7	15	15	20	10	1		15
税理士・社労士等専門家業		8	3	9		3	2	4	6				
その他サービス業		49	35	50	23	18	30	23	43	15	5		24
合計		448	316	461	232	158	234	180	377	149	34		198

販売対策

	選択肢	事業所数	%
1	E C サイト構築による通販強化	17社	3.4%
2	デリバリー販売導入	5社	1.0%
3	テイクアウト販売導入	18社	3.6%
4	その他	16社	3.2%

非接触対策

	選択肢	事業所数	%
1	携帯端末を活用した販売や商談	37社	7.3%
2	オンライン会議を導入	131社	25.8%
3	電子決済等キャッシュレス決済を導入	56社	11.0%
4	テレワークを導入	54社	10.7%
5	その他	17社	3.4%

販売対策 その他 内訳

LINEでの打合せ、取引打合せ、商談はオンライン活用  
 zoomなどでお客様に見積もり提出したりしている  
 オンラインセッション オンラインレッスン  
 コロナ対策清浄機の販売促進  
 従来の販促方法で店内が混まないよう顧客様の来店調整  
 店頭表示セール 電話  
 特殊機械の扱いによりメール（従来通り）  
 フードロス削減アプリの導入（予定）  
 ホームページ ポスティング

非接触対策 その他 内訳

オンライン授業（zoom）の導入  
 休業補償による交代および時短勤務  
 事務所内をエリア分けをしている  
 体温計の使用 昼食時間の分離  
 大会議中止 タブレットの活用  
 非接触型検温器導入  
 意識共有のため全社員iphone貸与  
 分散化出勤 マスク強化  
 メール・電話・掲示板の活用  
 ローテーション勤務  
 現金の受け渡し時にトレーを使用

販売対策

非接触対策

業務別	E C サイト	デリバリー	テイクアウト	その他	携帯端末	オンライン会議	電子決済	テレワーク	その他
製造業	1			1	4	14			9
建設業	1			5	4	7	2	5	3
卸売業					2	3		2	2
小売業	10		2	4	10	28	26	5	6
飲食業		3	14	1	2	4	9	1	2
不動産業	1				4	2			4
運送業				1	1	1			
理美容業				2			8		
金融・保険業	1			1	1	7		2	
観光業					1	1		2	
娯楽業						3		1	
医療・介護福祉業				6	3	28	2	9	1
教育・学習支援業	1				1	9		3	1
税理士・社労士等専門家業					1	3	2	1	
その他サービス業	2	2	2	1	3	21	7	10	1
合計	17	5	18	22	37	131	56	54	16

**【Q7】貴事業所で、今後コロナ対策で、取り組もうとしていることがあれば、ご記入ください。【主な回答を一部抜粋】**

**営業のオンライン化**

オンラインレッスンの実施（教育・学習支援業）  
オンラインシステム導入（医療・介護福祉業）  
オンライン診療に対応できるハード面を整える予定（小売業）  
スマホアプリでのweb注文、ネットスーパー、宅配サービスの拡大（小売業）  
介護施設のため、オンラインでのご家族との面談をどうするか検討（医療・介護福祉業）  
通販事業に参入予定（医療・介護福祉業）  
電子決済等のキャッシュレス決済を追加導入（その他サービス業）  
処方箋のFAX受け取り業務を積極的に取り扱い（小売業）

**労働環境のオンライン化**

外部との会議等は極力オンライン会議の増加を図ろうと考えている。（卸売業）  
ICT（タブレットの業務の増加）（医療・介護福祉業）  
対面での接客が必須なので、その時間の短縮として独自のアプリ作成を思案中（その他サービス業）  
在宅勤務の利用をさらに高める（製造業）

**感染防止対策**

体温検知カメラの導入（製造業）  
殺菌対策（製造業）  
COCOA導入推奨（製造業）  
三密をさけて手洗い消毒を行っていきたい（飲食業）  
換気設備の投入  
なるべく少人数でのご来店を勧めている（飲食業）  
工事箇所の分離・打合せ時のコロナ対策等検討中（建設業）  
大皿盛をやめる（飲食業）

**新規事業の開拓等**

外部販売の拡大（小売業）  
テイクアウト（飲食業）  
美容室空間対策器具の商品化やメニュー化（理美容業）  
消毒、殺菌事業への参入（その他サービス業）  
冷凍食品の販売（飲食業）  
コロナ禍の親子（特に母）の心のストレス解放やメンタルケア。（教育・学習支援業）  
別事業による売上確保を模索中（小売業）  
新生活様式で需要拡大が見込まれる企業との取引を推進する。（運送業）  
貸事務所についてサテライトオフィス需要対応としたい（不動産業）  
予約人数の制限、訪問美容、ネット販売（理美容業）  
コロナ収束後のために新製品開発及びリニューアル準備（製造業）

**その他**

商品を処分して現金化（小売業）  
全国事業所からの応援体制の構築（医療・介護福祉業）  
現状維持（飲食業）

**【Q8】新型コロナウイルス感染症の長期・多岐面にわたる影響に対し、望まれる・期待される支援策等がございましたら、ご自由にご記入ください。【主な回答を一部抜粋】**

**給付金・補助金**

給付金について0か100かの支援策ではなく、減収率に応じた支援を求めます（卸売業）  
国の支援策が「前年比50%減以上」というのではなく、「20%減以上」位に引き下げて欲しい。（小売業）  
再度の持続化給付金（医療・介護福祉業）  
今年度店舗を借りたので、前年と比較できなく、家賃補助を受けるようにしてほしい。（新たに開業した場合も）（小売業）  
今よりしびりの弱い家賃支援（前年比50%は、会社がそもそも倒産する）（医療・介護福祉業）  
兵庫県の給付金は10坪（店舗面積）以上が対象の為断られました！（小売業）  
結果として10万円給付は効果があったのは確かなので、場合によってはもう一回撒いても良いのではと思う。（小売業）  
対策のための備品（空気清浄機、アクリル板等）高価な物への補助金の支給（飲食業）  
雇用調整助成金の延長（R3.1月～）（その他サービス業）  
金融機関の制度融資、テレワークにたいする機器の助成（教育・学習支援業）  
運転資金貸付支援（医療・介護福祉業）

**感染防止支援**

マスクやアルコールなどが常時購入できるようにしていただければありがたいです。会社で備蓄するにも限度がありますので。（建設業）  
ハンドソープやアルコール以外の消毒剤の優先販売を受けたりすることはできないか？（教育・学習支援業）  
マスクや使い捨てグローブ、消毒液等の配布（医療・介護福祉業）  
従業員のコロナウイルス関連の無料検査（医療・介護福祉業）

**消費喚起**

プレミアム付商品券（小売業）  
GO TO Beauty（理美容業）  
売上にかかわるお客様が使えるクーポンの制度をまたやってほしいです（飲食業）  
市民に販促につながる商品券の配布（教育・学習支援業）

**情報発信**

「テレワーク」の方への副業のススメを発信して  
倒産、廃業の増加が予想されるが逆に起業するチャンスでもあるので、そのことの情報発信をお願いします。（その他サービス業）  
障害福祉サービスを行っているが、通知文がやたら多いが内容がわかりづらい（医療・介護福祉業）  
店舗側からの申請だけではなく行政側から個人へのアドバイス、訪問等の実施をお願いしたいです（飲食業）  
コロナウイルス感染症に対策取り組みを実施している店に安全ステッカー制度を作ってほしい（飲食業）

**その他**

子供教育が多分化されてお座りになっているので民間スタイルとも連携をとって取り組めたらいい（教育・学習支援業）  
異業種間により支援コミュニティ（飲食業）  
支援策そのものよりも、申請手続きの簡素化、スピード化を進めてください。（その他サービス業）  
資金調達に数字が合致せず制度が使えず苦労しました。今後がまだわからないので、引き続き使える期間を延ばしておいてほしいです。（その他サービス業）  
終息後の公共事業等の削減が懸念されます。公共事業の確保。（その他サービス業）  
市内全域に無料のwifiSpotの設置（医療・介護福祉業）  
第2波に対しても第1波と同様の支援を求め。支援内容で期間（6/30まで）が定められているもの等の期間の拡充（医療・介護福祉業）  
コロナ影響下での失業者等の紹介や斡旋など。長期にわたる人材不足でハローワーク等に求人をしていないが全く集まらない（建設業）

### 鉄道・ケーブル・リフト 各線 一日平均乗車数 増減率 (能勢電鉄(株)提供資料)

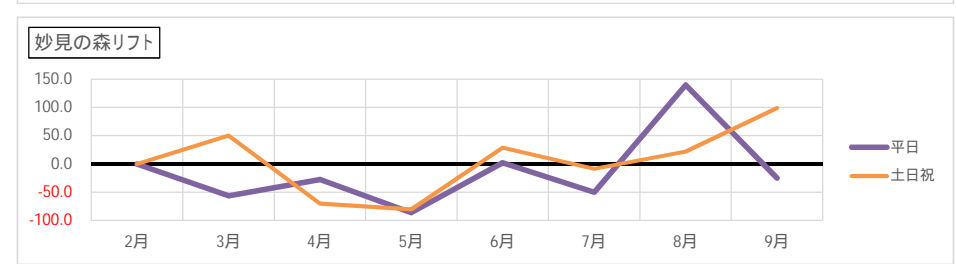
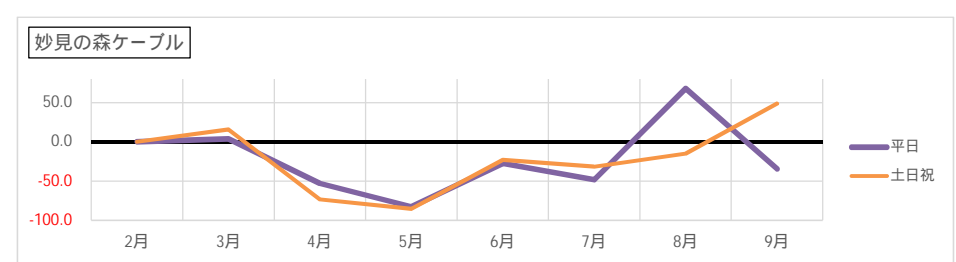
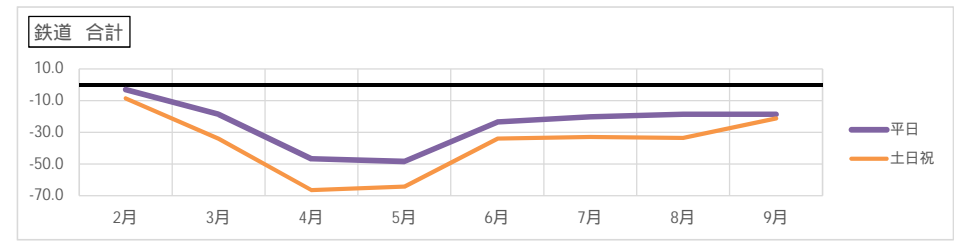
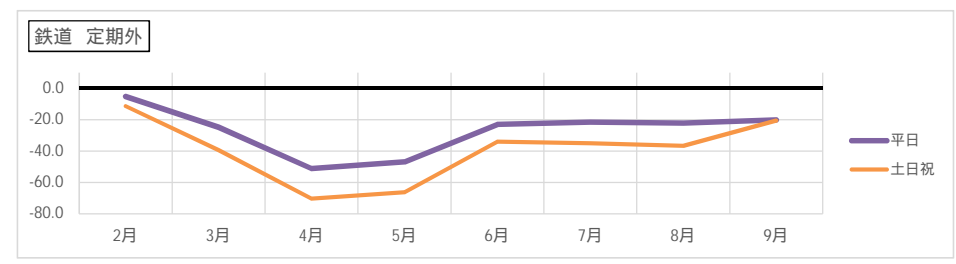
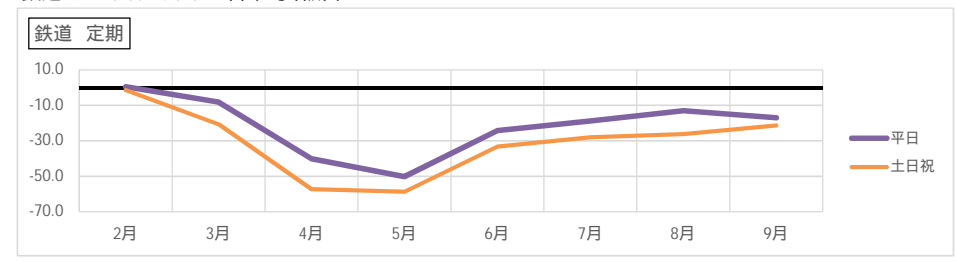
各線 各月1日平均乗車数の増減率(2019/2020比)

(単位: %)

		鉄道			妙見の森 ケーブル	妙見の森 リフト
		定期	定期外	合計		
2月	平日	0.5	-5.2	-3.1		
	土日祝	-1.3	-11.3	-8.5		
	計	-3.4	-8.6	-6.8		
3月	平日	-8.2	-24.8	-18.6	4.0	-56.4
	土日祝	-20.6	-39.3	-34.0	15.8	50.4
	計	-8.9	-28.0	-21.4	11.3	-15.8
4月	平日	-40.2	-51.1	-46.8	-52.9	-27.6
	土日祝	-57.2	-70.3	-66.4	-73.1	-70.3
	計	-43.3	-56.1	-51.4	-65.5	-57.9
5月	平日	-50.2	-46.9	-48.4	-82.7	-86.4
	土日祝	-58.7	-66.4	-64.2	-85.2	-80.6
	計	-54.3	-54.7	-54.7	-83.2	-80.4
6月	平日	-24.1	-23.0	-23.5	-27.5	2.0
	土日祝	-33.3	-34.0	-34.0	-23.0	28.8
	計	-22.6	-24.3	-23.7	-33.8	5.2
7月	平日	-18.8	-21.5	-20.3	-48.4	-50.3
	土日祝	-28.1	-35.1	-33.1	-31.5	-8.7
	計	-22.1	-25.8	-24.3	-36.8	-28.0
8月	平日	-13.0	-22.2	-18.7	68.1	139.9
	土日祝	-26.2	-36.7	-33.7	-15.0	21.7
	計	-17.5	-27.2	-23.7	14.0	58.9
9月	平日	-16.9	-20.1	-18.7	-34.4	-25.3
	土日祝	-21.4	-20.7	-21.2	48.8	98.8
	計	-16.1	-19.6	-18.3	11.4	43.0
計	平日	-21.8	-27.0	-24.9	-34.9	-37.3
	土日祝	-31.7	-40.3	-37.8	-37.4	-29.8
	計	-24.2	-30.9	-28.4	-36.0	-32.3

ケーブルおよびリフトは2019年2月営業実績なし

鉄道・ケーブル・リフト 1日平均増減率



基本方針	主要施策	事業の方向性	主な事業展開の方向性( =新規・拡充事業)	コロナによる変化	ポストコロナ時代の経済対策たたき台(例)
1. じじいの創出と暮らし・まちの活性化	1-1. 起業に向けた人材の発掘・育成	起業家の発掘・育成に向けた支援 起業に係る経営支援	・商工会等の関係機関と連携し、起業に関するセミナーの開催や相談体制の構築 新規開業する飲食・小売店、サービス事業者等に対し、店舗の立ち上げに対する支援 ・起業時や起業後間もない時期の借入による資金調達を支援	● <b>コロナ関連倒産</b> の増加 ● <b>休業・廃業</b> 等に伴う空き店舗の増加	➢ 在宅勤務・リモートワーク向けのコワーキングスペースの開業支援 ➢ コワーキングスペースを核とした創業支援 ➢ 空き店舗等への出店支援 ➢ 移動販売・キッチンカー支援
	1-2. 起業者の円滑な事業活動の支援	起業家の交流・協働の仕掛けづくり	起業者等の円滑な事業活動に資する「コワーキングスペース」を運営する事業者への支援	● <b>在宅勤務</b> や <b>リモートワーク</b> の増加	➢ 新しい生活様式・ニューノーマルに対応する地域・社会課題解決ビジネスの支援
	1-3. 事業活動による地域課題への対応と暮らしの向上	ビジネスの視点による地域課題への対応	・「コミュニティビジネス」の起業支援を商工会等との連携により実施 個人等の資産やスキル等を活用する「シェアリングエコノミー」の導入について検討 「企業版ふるさと納税制度」の活用を検討	● コロナ禍の新たな地域・社会課題の発生 ( <b>新しい生活様式</b> ・ <b>ニューノーマル</b> )	➢ 新たな地域の交通手段の導入による移動の円滑化
		新しい移動手段の導入による活性化	地域の活性化に資する新たな交通手段「オンデマンドモビリティ」の導入を推進 中心市街地の回遊性の向上等をめざす「グリーンスローモビリティ」の導入を推進	● <b>マイカー利用</b> の増加と <b>公共交通利用の減少</b> ● <b>在宅時間</b> の増加(特に高齢者等)	➢ 空き店舗等への立地促進
2. まちのにぎわいと歴史・自然体験による交流の活性化	2-1. 中心市街地のにぎわいの創出	まちなかの環境整備による回遊性の向上	中心市街地の回遊性の向上等をめざす「グリーンスローモビリティ」の導入を推進 中心市街地内の公共的施設へのルートを示す案内サイン等の設置	● 中心市街地への <b>来街者の減少</b>	➢ 新たな地域の交通手段の導入による移動の円滑化(再掲)
		わくわくを創出する魅力的な個店への立地支援	中心市街地内の空き店舗などへの新たな出店に対する支援 中心市街地内に新規出店する事業者などを対象としたセミナーや訪問支援等の実施 中心市街地内の限定した路線の道路空間を活用した、にぎわいイベントの開催支援	● 中心市街地への <b>来街者の減少</b> ● <b>休業・廃業</b> 等に伴う空き店舗の増加 ● コロナ感染防止( <b>3密回避</b> )対策の実施	➢ 3密回避対策の支援(テイクアウト・デリバリー、屋外の路上空間の活用等) ➢ オフライン/オンラインを組み合わせたイベント
	2-2. 市内観光資源のブランド化の推進	「かわにし」のプロモーションの推進	市内観光資源のブランド化を推進するため、「清和源氏」をキーワードとしたプロモーションの実施 ・能勢電鉄(株)やアサヒ飲料(株)、市内商業団体と連携したPRの推進 ・源氏まつり、一庫ダム周遊マラソン大会などのイベントの効果的な開催	● <b>マイクロツーリズム</b> (近場の週末旅行等)や <b>自然体験・アウトドア</b> のニーズ増加 ● <b>インバウンド観光客</b> が大幅減	➢ リモートトリップ(デジタルコンテンツとリアルな商品による疑似旅行) ネット通販等と組み合わせたPR ➢ 都市近郊を活かした自然体験プログラムの提供 ➢ 広域によるマイクロツーリズムの実践 ➢ オフライン/オンラインを組み合わせたイベント(再掲)
		ブランドづくりをめざした、歴史・自然・文化等の資源の活性化と発掘	・新たな観光資源の創造や潜在的な観光スポットの発掘、既存の観光資源のPR視点の転換 ・黒川地域の施設の活用や、地域で活動する人材の発掘 ・国指定史跡の加茂遺跡や市登録文化遺産の旧三ツ矢記念館などのPR		
2-3. 市町域を超えた観光振興ネットワークづくり	市町域を超えた観光振興ネットワークづくり	・能勢電鉄沿線の市町で構成する「いいな里山ねっと」の取り組みの展開 ・県が取り組む阪神北ツーリズム振興協議会等と連携したPR 観光資源のデータベース化と観光ニーズとのマッチングの最適化			

基本方針	主要施策	事業の方向性	主な事業展開の方向性( =新規・拡充事業)	コロナ前後の変化	ポストコロナ時代の経済対策(例)				
3 ・既存産業の持続と活性化	3-1. 商業とサービス業の活性化と持続	地域をつなげる商店会等への支援	・商店会等の魅力や利便性の向上などの、活性化に向けた取り組みへの支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コロナ感染防止(3密回避)対策の実施</li> <li>● 巣籠り消費の拡大</li> <li>● 自宅近辺での買物行動の増加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 3密回避対策の支援(テイクアウト・デリバリー、屋外の路上空間の活用等)(再掲)</li> <li>➢ 新しい生活様式やニューノーマルに対応した新たな地域・社会課題解決ビジネスの支援(再掲)</li> <li>➢ 徒歩圏内における地域内経済循環の推進</li> </ul>				
		新商品やサービスの展開に向けた支援	・新商品開発の経費について、事業者がより効果的に活用ができるような補助制度を検討 新規開業する飲食・小売店、サービス事業者等に対し、店舗の立ち上げに対する支援 県が認定する「経営革新計画」による事業や、起業家による借入時の信用保証料に対する支援 商業、サービス業者の見本市出展の経費に対する補助の実施						
	3-2. 工業の活性化と持続	環境との調和による持続性の確立	工場等の操業や労働環境の改善を行う事業者に対し、低騒音設備等の整備に対する支援 ・「エコアクション 21」の認証に係る経費への補助の実施 「事業継続力強化計画」の認定を受けた企業が導入する、防災減災設備の購入に対する支援			<ul style="list-style-type: none"> <li>● 先行き不透明による自動車や住宅等の大きな消費の抑制</li> <li>● 税込減少に伴う公共工事の停滞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● DX(デジタルトランスフォーメーション)やIoT/AIの推進(モノからサービスへ)</li> <li>● 循環経済(サーキュラー・エコノミー)やグリーン・リカバリーの推進</li> </ul>		
		新製品開発や販路拡大への支援	・新技術や新製品の開発を図る事業者に対し、技術開発に要する経費への補助の実施 産業財産権(商標・意匠・特許・実用新案)の取得に係る経費に対する補助の実施 県が認定する「経営革新計画」による事業や、起業家による借入時の信用保証料に対する支援 ・工業者の見本市出展の経費に対する補助の実施						
	3-3. 農業の活性化と持続	地産地消の促進と農業者の安定経営	・いちじく・桃・栗の生産支援や即売会の開催についてJAや関係団体と連携した支援 営農規模の拡大などを計画的に行う農業者に対し、農業資材や種苗の取得等に対する支援 ビニールハウスの設置や、高収入作物の生産支援策の検討					<ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲食業向けの販売減少の一方、一般消費者向けの販売増加(地産地消、直売所の賑わい増加)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 地産地消の推進</li> <li>● 農業体験の機会拡大</li> <li>● 農教連携による援農サービスの展開</li> </ul>
		農地の保全と担い手の育成	・耕作放棄の防止と新たな担い手の育成のため、市民ファーマー制度の実施内容の検討 ・有害鳥獣の捕獲について、社団法人兵庫県猟友会川西支部との連携により実施 ・生産緑地の新規・追加指定と特定生産緑地の指定の申出への対応 ・「都市農地の貸借の円滑化に関する法律」に基づく申請への対応 「農福連携」や「農教連携」の展開						
		森林の保全	・里山林などの身近な森林の整備・保全のため、森林ボランティア団体への補助の実施 ・森林環境譲与税を活用した、森林整備や担い手の確保、木材利用の促進等について検討						



基本方針	主要施策	事業の方向性	主な事業展開の方向性( =新規・拡充事業)	コロナ前後の変化	ポストコロナ時代の経済対策(例)		
4・産業を担う人材確保と育成	4-1. 人材の確保と育成	事業承継への支援	・ 地域産業の担い手となる経営者や従業員の継続な確保を図るため、県・商工会・金融機関等と連携した事業承継に向けた中小企業の支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 業績低迷による<b>廃業</b>の増加</li> <li>● <b>求人倍率</b>の低下</li> <li>● <b>新卒採用</b>の減少</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● コワーキングスペースを核とした創業支援(再掲)</li> </ul>		
		ダイバーシティの推進	・ 国・県と連携を図り、高齢者・障がい者等の就労に向けた支援の推進 関係団体で構成する「障がい者雇用・就労推進本部」を設置し、障がい者雇用を推進 ダイバーシティに取り組む市内事業者の PR				
		希望する就職に向けた支援	・ 伊丹公共職業安定所と共同で川西しごと・サポートセンターを設置し、職業紹介や就職相談を実施 ・ 兵庫労働局が設置する「若者キャリアサポート川西」で、職業相談や面接会等を実施 ・ 若者を対象とした就労体験事業を実施し、市内事業者等への就職支援				
	4-2 働き方と労働環境の向上	働き方に関する啓発の推進	・ 「長時間労働の是正」「多様で柔軟な働き方の実現」に向けたワーク・ライフ・バランスの啓発 多様な働き方に関するセミナーの開催 ・ 労働相談の実施や、労働者支援セミナーの開催			<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>在宅勤務(リモートワーク・リモート通学)</b>の増加</li> <li>● 会議開催方法の見直し等に伴う<b>生産性</b>の向上(<b>オンライン</b>の活用等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 在宅勤務・リモートワーク向けの coworking スペースの開業支援(再掲)</li> <li>● DX や IoT/AI の推進(モノからサービスへ)(再掲)</li> </ul>
		勤労者福祉の充実	・ 優れた技能と長年の経験がある技能功労者と、長年勤務する優良従業員への表彰 ・ 川西市中小企業勤労者福祉サービスセンター(パセオかわにし)への補助を実施				