

第6次 中期経営計画

(令和4年度～令和7年度)

時代との調和、地域経済に寄与する神戸のランドマーク

令和4年3月

株式会社神戸商工貿易センター

I. 前計画（令和元年度～令和3年度）の総括

令和元年度以降、入居率では、貿易センターは令和2年度には過去2番目の高さを、ファッションマートも令和元年度には過去最高を記録するなど、3年間、高い入居率を維持することができた。営業収益では、ファッションマートは、コロナ禍でイベントの会場料収入の減少、大規模テナントの退去等により、目標には届かなかったものの、全社の税引前純利益では、全ての年度において目標を上回ることができた。（【別表1】参照）

【別表1】数値目標の達成状況

（金額単位：百万円。百万円未満切捨て表示）

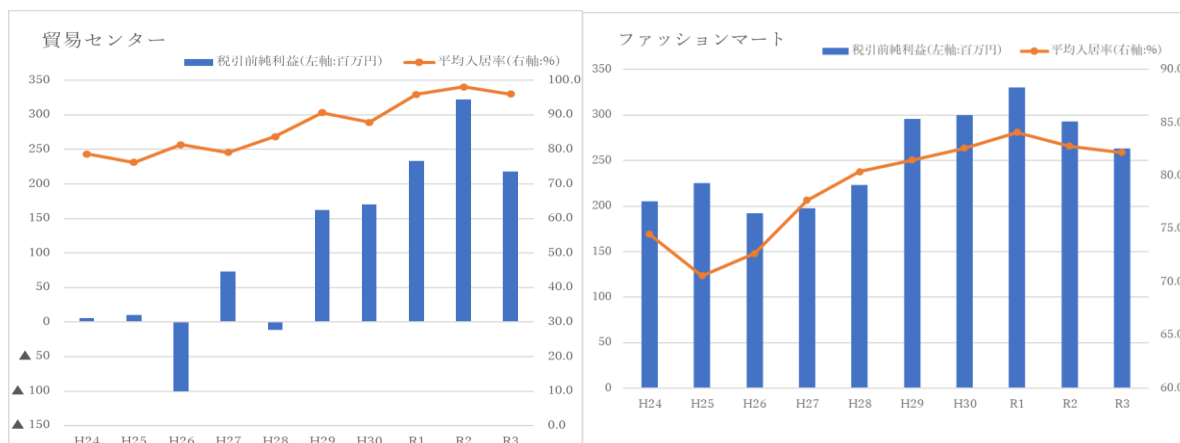
項目		令和元年度		令和2年度		令和3年度	
		目標	実績	目標	実績	目標	実績(見込)
(1)入居率	貿易センター	95.0%	95.9%	95.2%	98.1%	95.3%	96.0%
	ファッションマート	80.6%	84.1%	81.1%	82.8%	81.1%	82.8%
(2)営業収益	貿易センター(※)	1,078	1,092	992	1,070	998	1,008
	ファッションマート	1,249	1,245	1,255	1,176	1,255	1,150
(営業収益の内、貸室収入)	貿易センター	(836)	(842)	(841)	(858)	(846)	(848)
	ファッションマート	(974)	(995)	(979)	(964)	(979)	(962)
(3)税引前純利益	貿易センター(※)	192	233	173	322	144	210
	ファッションマート	293	330	310	293	311	263
(4)全社税引前純利益		485	563	483	615	455	474

(※)「サンボーホール」及び「デザイン・クリエイティブセンター神戸（令和2年度まで）」を含む。
網掛け部分は目標を達成

最近10年間の利益等の推移（【別表2】参照）を見ても、貿易センターはこの5年間、着実に利益確保につながり、ファッションマートは継続的に利益が確保できている状況にある。

次の4か年については、with コロナ、ポストコロナの時代が不透明ではあるが、新たに神戸市から提示されたミッション達成のため、継承すべき重点課題は継承しつつ、中長期の視点に立った新たな課題も視野に入れ、経営の安定化を柱とする経営計画を策定する。

【別表】税引前純利益及び平均入居率の最近10年間の推移（平成24～令和3年度）※令和3年度は実績見込



【貿易センター注記】

※1 平成26年度 特別損失（PCB処理費用見込額引当金。99百万円）計上

※2 平成28年度 修繕費増（3・15・16階のフロアリニューアル工事。96百万円）

II. 当社を取り巻く今後の経営環境

(社会経済情勢の変化)

高齢社会の進行とともに経済活動の担い手である生産年齢人口の減少により、生産性向上のため多様な働き方が求められる中、コロナ禍でオフィスにとられないリモートワークが進展した。他方、カーボンニュートラル 2050 への対応も避けて通れない課題である。こうした社会経済情勢の急激な変化は今後のオフィス市場に様々な影響を及ぼすものと考えられる。

景気の先行きについては、現在、感染対策と経済社会活動の継続の両立が進められているが、感染症の影響、原材料価格の上昇などの下振れリスクを抱え、不透明な状況にある。

オフィス市場では、コロナ禍で状況は一変し、主要都市では空室率が上昇を続け、賃料も下落傾向にあり、今後は東京をはじめ主要都市での新規ビル供給計画と相まって、マーケットの動向には十分注視する必要がある。

(神戸経済)

神戸市では、コロナ禍にあって感染症への対応、緊急経済対策など市民の生命とくらしを守る取り組みとともに、市内拠点駅でのリノベーション、都心・ウォーターフロントの再整備など人口維持回復に向けた都市の成長を促す取り組みも進められている。

(三宮地区、六甲アイランド地区の動向)

貿易センターが立地する三宮地区では、再整備が進む中、オフィスビルの建設では、神戸三宮阪急ビル、GLION Awa-s BuildinG（いずれも令和 3 年 4 月開業）のほか、今後も雲井通 5 丁目の再整備、JR 三ノ宮新駅ビルと南側駅前広場の再整備、神戸市本庁舎 2 号館の建替え、さんセンタープラザの建替えなどが検討されている。

同時に、ウォーターフロントとの回遊性の向上、にぎわい創出の取り組みとして、神戸ポートミュージアム（令和 3 年 10 月開業）のほか、今後も当ビル西側隣接の葎合南 54 号線の歩道拡幅工事(令和 4 年度完成予定)、文化施設も併設した新中央区総合庁舎(令和 4 年度完成予定)、磯上公園内新体育館（令和 4 年度完成予定）、東遊園地のリニューアル（「こども本の森 神戸」、にぎわい拠点の整備など。令和 5 年度までに完成予定）、税関前歩道橋のリニューアル(令和 5 年度完成予定)などが予定されている。

引き続き、三宮の再整備事業の動向には十分注視する必要がある。

ファッションマートが立地する六甲アイランドでは、住居地区の人口は、計画人口の 65%強の約 20,000 人に留まっているが、住宅供給戸数は約 8,700 戸と計画(8,000 戸)を上回り、人口・世帯数とも年々増加傾向にある。

業務・商業地区では、商業施設の撤退、空き店舗の長期化など、まちびらきから 30 年が経過し、まちのにぎわいづくり等が課題となっており、今後神戸市がまとめた「六甲アイランドまちの将来の姿」の具体化を目指したまちづくりを地域住民や企業が神戸市と連携・協調しながら進めていくこととしている。

また、大阪湾岸道路西伸部の延伸工事が始まり、今後、六甲アイランドから西へのアクセシビリティが向上し、物流の効率化などによる経済効果や地域の活性化が期待されている。

(まとめ)

当社を取り巻く経営環境が大きく変化する中、当社としては、with コロナ、ポストコロナの時代にあっても、引き続きお客様に『選ばれるビル』として地域経済の活性化のため、より安全・安心で快適なビジネス環境を提供すべく、経営基盤の強化を図り、経営の安定化に向けた不断の努力が必要である。

Ⅲ. 新計画（令和4年度～令和7年度）

1. 経営理念と経営ビジョン

前計画の総括、当社を取り巻く経営環境の変化を踏まえ、神戸市の外郭団体である当社の果たすべき使命（経営理念）のもと、神戸市から提示されたミッションを達成し、今後当社が目指すべき姿（経営ビジョン）を実現するため、今後4年間の経営戦略（重点課題）を策定する。

(1) 経営理念

- ① 貿易センタービル及びファッションマートの運営において、常に市場ニーズの動向を把握し、顧客満足度の高いビル事業や展示場等コンベンション事業を展開することにより、神戸経済の発展に寄与し続ける企業をめざす。
- ② 合理的・効率的な経営を基本とした自立的で安定的な企業運営に努めるとともに、神戸市の「外郭団体」として、公益貢献・地域貢献に努め、地域社会から期待され必要とされ続ける企業をめざす。

(2) 経営ビジョン

時代との調和、地域経済に寄与する神戸のランドマーク

① 多様なニーズに応じたビジネス空間の提供

社会経済環境が大きく変化する中で、市場ニーズにマッチした知的創造活動を支える場所（オフィス・リテール）を提供するとともに、成長ステージに応じた起業・ベンチャー支援を行う。

また、企業支援（ファッション産業振興を含む）にあたっては、神戸市の施策と連携し、他団体を含めたオール神戸市での取り組みの推進に努める。

② 人・物・情報の交流・発信の場の提供

多様な展示会やイベントなどを通じて、大勢の人や商品が集まり、新しい情報を発信する場（展示場・会議室）を提供する。

③ 安全で快適・良質なサービスの提供

顧客（テナント、来館者等）への迅速な対応、ユニバーサルデザインに配慮した施設・設備の充実と有効活用、安全・防災対策など付加価値の高い良質なサービスを提供する。

④ 社会・地域貢献

SDGs（持続可能な開発目標）を取り入れた経営を進めるとともに、地域経済の振興、地域の活性化に寄与する。

⑤ 安定的な経営基盤の構築

コーポレートガバナンスを徹底し、株主をはじめ様々なステークホルダーとの信頼関係を構築するとともに、10～20年後の長期の視点も視野に入れつつ、継続的・安定的な事業推進を支える基盤（人材、組織、財務）の強化をはかる。

2. 重点課題

神戸商工貿易センター（神戸サンボーホール含む）、神戸ファッションマートにおいて、経営ビジョン実現のため、経営戦略として次の重点課題を設定する。

なお、重点課題への具体的な取り組みについては、神戸市と共有し策定する「経営改革プラン」との整合性をはかりながら、毎年度当初に設定し、計画的に実施するとともに進捗状況の確認・検証を行う。

(1) 持続可能な事業運営に向けた取り組み

施設の地域性、特性を活かし、インターネット・SNS等を活用しながら、認知度のさらなる向上、当社の存在意義のアピールに努める。

新たな顧客獲得に向けた取り組みを強化し、入居率（稼働率）の維持、向上等による収益確保と徹底的な業務コストの節減により安定的な利益の確保に努める。

神戸市の企業誘致施策と連携した取り組み（オフィス優遇制度）、インキュベーション支援（IPO チャレンジオフィス、サポートオフィス他）、ファッション産業振興に向けての取り組み（ビジネスマッチング他）等、当社独自の産業振興事業の実施により、神戸経済の活性化に貢献する。

(2) 施設の充実

全ての人が使いやすく、時代の変化に対応した施設づくりをめざし、安全性・利便性・快適性のさらなる向上のため、きめ細かなテナント等のニーズに対応しながら、施設の修繕計画を基本に、収支状況・資金繰り等を勘案し計画的かつ効率的な保全・改修をはかる。

大規模災害や事故等に備え、BCP（事業継続計画）のもと防災対策の推進に努める。

(3) 社会貢献、地域貢献の強化

SDGsへの取り組みを進めるとともに、「三ノ宮南まちづくり協議会」や「六甲アイランド地域振興会」などの地域団体への参加、神戸経済の発展に寄与する事業への協賛など、地域貢献への取り組みを強化する。

今後、神戸商工貿易センターは、三宮再整備の中での公的な役割を神戸市とともに模索するとともに、神戸ファッションマートは、六甲アイランドの中心的施設であることに鑑み、その運営を通じて、地域経済の振興及び神戸市の進める六甲アイランドの活性化に寄与していく。

(4) 就業環境の充実、人材の育成

多様な働き方に向けたリモートワークなどの環境整備、貿易センターとファッションマート間の勤務条件の一本化や人事交流、社員のモチベーションアップにつながる人事評価制度や休暇制度の拡充などを検討し、ワークライフバランスの実現に向けて、全社員が一人となり、やりがいを感じて仕事のできる環境づくりに努める。

また、将来を見据え、会社全体を総括できる管理職や複数の業務を担えるマルチ人材の育成、能力ある女子社員の管理職登用など、時代の変化に対応できる人材育成等に努める。

(5) 業務・組織の効率化

既存業務の見直しとIT活用による業務の効率化を推進し、社員 1 人当たりの生産性の向上とペーパーレス化をはかる。

管理職を含む社員研修の充実、定年退職者の増加に対する計画的な補充など適切な人員配置を行うとともに、部課の統廃合や新設など時代の変化に即した弾力的かつ効率的な組織編制に努める。

(6) 健全な財務体質の維持

計画的な設備投資、外部環境の急変などに備えつつ、業績に応じた継続的な配当と内部留保の蓄積、効率的な資金調達に努めるとともに、適正な職務執行を確保するため内部統制の推進をはかる。

3. 数値目標

新計画において達成を目指す数値目標を次のとおり設定する。なお、数値目標については毎年度達成状況を点検し、特に未達成の項目については要因の分析を行うことにより、目標変更の必要性について確認する。

(金額単位：百万円。百万円未満切捨て表示)

項目		令和3年度(見込)	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度
(1) 平均入居率	貿易センター	96.0%	93.0%	93.3%	93.9%	94.1%
	ファッションマート	82.8%	82.7%	83.0%	83.0%	83.0%
(2) 営業収益	貿易センター(※)	1,008	1,037	1,033	1,045	1,054
	ファッションマート	1,150	1,173	1,201	1,201	1,201
(営業収益の内、貸室収入)	貿易センター	(848)	(863)	(873)	(885)	(894)
	ファッションマート	(962)	(970)	(971)	(971)	(971)
(3) 税引前純利益	貿易センター(※)	210	227	220	226	222
	ファッションマート	263	253	288	277	281
(4) 全社税引前純利益		474	480	508	504	504

(※)「サンボーホール」を含む