

令和6年度 神戸2025ビジョン推進会議  
－議事要旨－

日時：令和6年10月29日（火）15:00～17:00

場所：三宮研修センター8階 805会議室

<出席者>

氏名	役職
(会長) 品田 裕	神戸大学大学院 法学研究科 教授
石川 路子	甲南大学 経済学部経済学科 教授
小野 セレスタ 摩耶	同志社大学 社会学部社会福祉学科 准教授
嘉納 未来	ネスレ日本株式会社 執行役員 コーポレートアフェアーズ統括部長
佳山 奈央	La vie est belle株式会社 「おやこの世界をひろげるサードプレイス PORTO」代表
國弘 正治	西日本旅客鉄道株式会社 理事 (近畿統括本部副本部長・兵庫支社長)
佐合 純	iC株式会社 代表取締役
中野 みゆき	特定非営利活動法人Oneself 理事長
中村 浩一郎	株式会社三井住友銀行 公務法人営業第二部部長
長谷川 孝之	連合神戸地域協議会 議長
服部 孝司	公益財団法人 神戸市民文化振興財団 理事長
藤岡 義己	一般社団法人兵庫県中小企業家同友会 代表理事

## 1. 開会

## 2. 議事

### (1) 令和5年度の社会経済情勢と主な取組・KPI等

#### <事務局>

－資料2に基づき説明－

#### <委員>

- ・基本目標1の「魅力的な仕事の創出、経済成長」について、経済力は全ての基本。経済力の成長が、人や文化、地域の生活にとって非常に重要で、事業所を元気にしていく必要がある。企業規模や、中小企業白書にある企業の類型（グローバル型、サプライチェーン型、地域資源型、地域コミュニティ型）により、それぞれ経営課題が異なるが、中小企業として一くくりになっている印象があるので、それぞれにあった産業政策を打つべき。
- ・神戸の中小企業のうち、70%が売上げ4億円以下、従業員数20名以下の企業であるが、それら企業を、自助努力で採用活動やイノベーションを起こす経営規模となる売上5億円まで上げていくと、画期的に神戸の経済は良くなる。例えば、KPIで、思い切って売上5億円の企業数を設定し、神戸市に企業の育成を支援して欲しい。中小企業が倒産していくと、地域の生活が崩れ、疲弊していく。

#### <事務局>

- ・神戸2025ビジョンにはそういった指標はないので、次の2030ビジョンでは、いただいた意見を踏まえ検討していきたい。

#### <委員>

- ・経済が一番大事である一方で、市場等の影響も大きく、行政側で出来ることは限られるかもしれないが、しっかり対応していくことが重要。
- ・「勤務希望地を神戸市とした大学生の割合が増えている」について、神戸には沢山大学がある中で、魅力ある企業や神戸で働く人が増え、住みたい土地であるという評価が高まっているのは素晴らしい。  
私は過去採用に携わっていたが、各大学には、社会で活躍している卒業生がおり、その人たちがリクルーターとして後輩を引っ張ってくる循環が続いている。神戸のまちも、生き生きと働く人が増えると良い。
- ・地元志向の学生は増えている印象。一方で、一旦は外でチャレンジしたい学生も増えており、分かれつつある。ただ、最終的には地元に戻りたいという声もよく聞くので、そういった思いも大切にすべき。
- ・本校の学生は7割が兵庫県西部から通学しており、実家から通える神戸で働きたい学生が多い。学生は、就職活動の情報を大手の就職支援サイトから入手している

が、その中に市内企業の掲載が少ないために、市内で就職先を探し切れず、東京や大阪に出るというケースが多い。神戸志向は高まっているが、市内企業と地元志向の学生とのマッチングは今後の解決すべき課題。

- ・市内大学の特色がもっと出てきたら良い。地元経済への貢献といった建学の精神を掲げる大学とのマッチングが大切。大手の就職支援サイトでは、年間休日120日以上で、初任給が高いところを取り上げられているが、地域を支えるサービス業ではなかなかこの条件に合わせられないところも多く、学生とのマッチングのチャンスがない。これからは採用ができず倒産する企業が増えていくと思う。企業の中にも、積極的に大手就職サイトの方針を取り入れて、差別化の武器にできるところ、防衛的に給与を上げるなど付いていかざるを得ないところ、はなから諦めているところと、3分類されているように思う。

- ・勤務希望地を神戸とした人のうち、実際に神戸で就職できた人は少ないと思うが、基本目標にある取り組みを中長期的な視点を持って地道に続けることで、神戸で、働きたい、神戸に住むという結果に繋がると思う。

当方も人手確保には大変苦勞しており、機械化で補う場合もある。中小企業も、人材の取り合いではなく、同じ業種・業態で、魅力のアピールや、労働水準等を合わせ、相互に補い合えるような仕組みが出来ると良いのではないか。

例えば、地方の旅館も人手不足で、食事は外に行ってもらう仕組みを導入しているところもある。業務に特化して、人材をうまく活用することが大切で、神戸らしいモデルが出来たら良い。

また、市内産業の中心であった重工業は、現在若者からの注目は低いかもしいが、魅力ある仕事だと思う。魅力的な仕事の創出だけでなく、現在ある仕事の魅力を発信する取り組みも進めながら、神戸の潜在力を引き出すべき。

- ・最近ローカルゼブラや、ゼブラ企業といった、横のつながりを持って、様々な地域課題の解決に取り組む企業が増えてきた。神戸の企業が伸びることも大事だが、面白い企業が神戸に来たいと思う風土が重要。外から来た企業は、客観的な目線で地域の課題把握が可能だが、地域ではエイリアン扱いされると聞いたことがある。そういった企業が、いかに地元で愛されるかというのが大事で、地元企業等や行政と一緒に柔軟に対応し、神戸モデルとして地域の一体感を創ることが出来れば、それが掛け算となって地元企業にもいいモチベーションや影響を与えられると思う。

- ・「基本目標3：多様な文化・芸術、魅力づくり」について、神戸ジャズ100周年事業として、東遊園地でイベントを開催したが、非常に多くの方が来場され、楽しんでおられた。

しかし、その舞台裏は資金難で、実行委員会は資金集めに苦勞している。文化・芸術は確かに魅力であるが、それだけでは生きていけず、マネタイズする仕組みが重要。都市部でないところで成功している芸術祭は、関係人口の増加や、観光との結び付けなどうまく経済化され、それが地域おこしに繋がって、地元の人も

誇りを持つようになる。日本でもあまり知らない場所が世界的に有名になるケースもある。神戸も良い資源は沢山持っているが、魅力だけで終わらせることなく、行政も入りながら、お金に繋がる仕組みの構築が必要。

- 数値目標のアンケートで、子育てをしている人とそうではない人で差がある。子育てをしていない人にどう知ってもらうかが大事で、そうした戦略が求められる。普段大学生と接していると、簡単な情報によく騙されている光景を見る。SNS多用の影響からか、上手に情報を出していかないと、正しい知識や情報が入りづらくなっているように思う。子供のときから、神戸の取り組みを正しく伝え、成長していく中で、その意味や理由が分かってくると、魅力を感じるようになる。戦略的に伝えることが、神戸のまちや子育ての魅力を伝えるうえで大事。また、数値目標も大事だが、取り組みの質も重要。次のビジョンでは、質をどう測るかという点も大事。
- 子どもがいる世帯の評価は順調とのことだが、今後は子どもがいない世帯への対応が改善の決め手となってくのではないかと。
- 基本目標5の65歳以上の要支援、要介護認定率について、もちろん低いほうが望ましいが、よく高齢者から、なかなか要支援を受けられないとの声を聞く。この項目を数値目標として掲げることに何ら異存はないが、認定の現場で、この目標達成のために認定率を下げるといった変なバイアスがかからないようにする必要がある。数値目標の数字は課題の裏返しであり、数字が低ければその数値の裏側を見ていくことが重要。先ほど質の話があったが、数字の意味や意義の精査に留意して欲しい。
- 要介護認定率の指標は、健やかに暮らす後期高齢者を中心とするお年寄りが多いのを示すものだとしたら、そこに繋がる声掛け訓練等のプロセスをしっかりと検証して欲しい。介護保険は、大変良くできている仕組みなので、困っている方が制度を利用できるよう進めてもらいたい。
- 基本目標2の妊娠・出産・子育て支援と特色ある教育環境の推進について、最近、全国の自治体から、私の施設への見学が増えている。これは、子育て世帯数が少子化で減っていく中で、単純に1つ施設を造るのであれば、子育て世帯のためだけの施設ではなく、例えば地域の企業と連携したサービスを提供するなど、子育て支援に軸を置きながらも、もう少し広い複合的な取り組みを行う拠点づくりを考えているところが増えているように感じる。  
私の施設が注目されている理由は2点。1つは発信機能を重視しているところで、我々はメディア露出を意識しているが、子育て施策の情報を、お住まいの住民に向けて提供するだけでなく、新しく外に向けて発信し、住む場所として検討してもらうためのヒントを得たいという理由。  
2つ目は、我々が、映画館やクリニック等と提携しており、親がそういった施設に行く間にお子さんを預けるといった利用が多く、単純に子育て支援にとどまらずに、市内の経済活性化に繋がっている点も、注目を受けている理由。

- 要介護の認定率に関連して、私の事業所では、中国の在留邦人や、在日コリアンの方をサポートしている。介護が必要な方も増えているが、ある在留邦の方が、介護認定のために自宅へ訪れたケアマネージャーに対し、お茶を出そうとコップに直接茶葉を入れた。日本では直接コップに茶葉を入れることはないので、ケアマネージャーは自分でお茶を入れるのが難しいと感じ、重度の認定を判断したが、家族からはそこまで必要ないと我々に助けを求められたケースがあった。介護の現場においても多様な文化、習慣を持っている方がいるという視点で、事例を共有させてもらう。
- 2点、思ったことがある。1つは、企業間での事業連携や、実証実験といった取り組みがあると思うが、最近、企業側も企業間だけの連携ではなく、自治体の課題解決に注力する企業が増えており、産学連携はビジネスの機会と捉えている。先ほど全国から施設見学に来るといった話があったが、外資系の場合、世界中から最善の事例を見るためにやってくる。神戸には、他の外資系企業もあり、何かケーススタディがあれば世界に発信できるのだが、そのときに、ローカルというのは大事で、自治体や地元企業、市民等、多くのステークホルダーと連携をする事例は昨今重視されている。

2点目は、基本目標にそれぞれKPIがあるが、民間企業ではインパクトを出すために、何かにフォーカスし投資や人を割いている。ビジョンにおいても、何が目玉で、どのKPIに傾斜をかけるのか、シンボリックなものをつくる必要があるでは。
- 交通関係になるが、三ノ宮駅南側の再開発が完成すると、デッキにより、バスターミナルからセンター街まで、南北東西の回遊性が繋がっていく。これからは、特に都心部では、人々が安心して歩き回ること、経済的にも回遊性が高まり、色々な場所で時間とお金を消費していくと考えている。

ジーライオンアリーナの代表が、アリーナに来られた方が市内で循環してもらえるように、例えばお店のクーポンを発行して行ってもらうなど、地域全体の盛り上げについて言及されていた。そういった観点で言うと、歩行者が信号待ちをする時間が長く感じており、快適に歩けるよう改善されていったらいいと思う。今後数値目標等を検討する中で、利便性だけではなく、安心して街を歩けるというような目標を立てることも、都市空間、インフラを磨くうえで参考にしてもらいたい。
- 今年、30年ぶりに春闘で給料が上がったということが話題になっていたが、これは物価上昇の中で生活を守っていくという思いと、企業側の賃金を上げないと新入社員が採れないという思いから成立したもの。しかし、実際には物価上昇によって、賃金の上昇分が食われ、新たな消費活動には回っていないため、企業が儲かるということではない。来年も賃上げと言われているが、経済が回っていない中では難しい。神戸経済の活性化のためには、いかに神戸の中でお金が使われ、それによって神戸の企業が元気になり、神戸で働く人たちに還元されるという流れをつくっていくのが重要。

## (2) 令和6年度 神戸2025ビジョンの改訂

### <事務局>

－資料3および参考資料1に基づき説明－

### <委員>

- ・意見なし

## (3) 神戸人口ビジョン

### <事務局>

－資料4および参考資料1に基づき説明－

### <委員>

- ・昨今、多様な社会をつくる中で重要な要素である外国人の人口推計は出せないか。

### <事務局>

- ・外国人の人口は、様々な制度や社会情勢によって大きく変わってくるため、基本的にはケースモデルを使って考えている。これまでの社会情勢では、外国人は減少傾向であったが、最近は少し増え、同傾向は一定続くと思われるものの、将来人口推計の設計は難しい。

### <委員>

- ・何かしらの特徴が出るのではないかと思う。  
最近、ある牛丼屋チェーンで御飯を食べようとしたら、店員もお客さんも外国人で、海外旅行をした気分になったのだが、日本以外にルーツを持つ方々が、社会を支えていることを実感した。
- ・2点申し上げたい。1つ目は、神戸は西側に強くて東側に弱いまち。私の所属する会社でも、西側から通う社員が多い。例えば、ハーバーランドでも、来場者の1番は北区、2番は西区、3番は須磨区、4番は垂水区の方が来られている。今後の神戸を考えると、西側から集客する施策が重要である。  
2つ目は、人口減少に伴い、地域の経済力が落ちていく中で、先ほど、多くのサービス業で得た富が東京に移転しているとのことだったが、地域の富はその地域で回さないと産業は活性化しないということ。地域内再投資、地域内循環を高めていく施策が大切で、例えば、神戸市の入札で、市内企業への発注を促すような施策を思い切ってやっていないと、地域が疲弊してしまう。行政の対応事例もあるので、是非とも取り入れながら、豊かなまちを目指して欲しい。  
また、神戸は、市内企業数の90%以上が中小企業であるまち。その中でも、地域コ

コミュニティ型、地域支援型の企業が6割を超える。先ほど言ったように、規模別と業態別で必要な施策が異なるため、次のビジョンに向けては、もう少し細分化した施策を出して欲しい。

### <事務局>

- ・外国人の推計人口について補足する。2023年の外国人の転出入の状況は2,617人の増。中央区はそのうち759人、兵庫区は426人、西区は325人、長田区は375人、北区は38人となっている。2021年のコロナ禍で大きくマイナスになったが、近年大きく回復している。こういったことから将来推計は難しい状況である。

### <委員>

- ・難しいかもしれないが、神戸人口ビジョンで、文化に関わる指標を考えて欲しい。先ほど、神戸は西に強く東に弱いと話があったが、これは文化も同じである。4年後に新しいホールが三宮にできるが、集客のターゲットをどこにするかと考えた時、やはり西側になる。兵庫県は上手くやっており、県の東端となる西宮北口に芸術文化センターを造って、大阪、兵庫の両方から集客している。神戸はそれができないため、西側のお客さんが神戸を素通りして大阪方面に行かないよう、シビアに考えていく必要がある、神戸の文化の魅力を守るためにも、そういう指標があれば良いと思う。

なお、以前、東京の研究大学院大学が、全国のホールに対するアンケート調査を行った。文化ホールは兵庫県内で知名度の高い、よく利用されているホールとして位置付けられているが、それは講演会や発表会を含めてのことで、文化度の高い催しは芸文センターや、大阪のフェスティバルホールへ行ってしまう。そういう状況が続いているので、新しいホールが出来れば引き込みたい。

- ・車のナンバーについて、運輸省の外郭団体がデータを公開しており、車の所有者の住所地をある程度把握することができる。業務上、公開データを分析することがあるが、神戸には、県内であれば淡路、姫路、三木の方、県外だと中国、四国地方の方が車で来られるケース多い。こういったデータを活用しながら、神戸が圧倒的な強みを持つエリアに対する集客施策をしっかりと打ち出せば、面白いマーケティングを展開できる。
- ・数値目標の中で「教育環境が良いまち」という項目があるが、子どもたちにとっての教育環境という面だけではなく、教育関係者にとっても良い環境かという点も1つの指標にして欲しい。子どもたちにとって一番身近な大人は学校の先生であり、その先生がどれだけゆとりを持って自分の仕事に打ち込んでいるのかというのは大事である。今、教師は、キャリア教育や探究学習など、様々なことを求められ過ぎて大変な状況であるが、民間企業や地元と連携した取り組みが大切ではないか。

#### 4. 閉会

##### <事務局>

- ・人口減少と経済の活性化については、人口減少は出生率の過去の投影であり、いかに将来に向けて出生数を増やしていくかという点と、高齢化に伴い1人当たりの所得や、市場全体の規模が減るという点を、若い世代や企業、大学にもしっかりと伝えていくのが、私たちの一つの大きな責任であると考えている。
- ・経済循環については、神戸の経済循環率は100で、関西では京都も100、大阪は140となっている。一方、東京は150あるが、横浜と川崎は80しかなく、要は消費が全部東京に吸い取られているという経済状況である。関西の3都市の状況は、非常に特異的な例だと捉えており、どのように経済を伸ばしていくかということだが、神戸はその中で卸売・小売、宿泊、医療、福祉、製造、特に製造が非常に特徴的である一方で、学生が就職を志望する業態では、製造、情報通信、金融保険であり、ミスマッチが非常に多くなっている。
- ・その他にも、子育てをしていない人へのアプローチとして、評価が低い理由を把握すべきとの話もあり、その必要性について十分に理解できた。
- ・EBPMについては、担当局長もおり、各局はかなりのデータを入手するとともに重回帰分析を行いながら施策を構築するようになってきている。
- ・文化・観光と経済の組み合わせについては、京都に文化庁が移転し、現在は経済と文化・観光が一緒の枠組みの中で事業を推進しているが、そういう流れもあると改めて気づかされた。
- ・域外含めた発信や、複合的な機能を持つ施設など、これからの人口減少に伴い、自治体が持つインフラ等がオーバースペックになっていく中で、機能集約や、ローカル・自治体の課題にフォーカスする重要性の議論についても、非常に参考になった。
- ・今日いただいたご意見、特に経済の問題については、どこまで行政施策として誘導できるのかというのはあるが、経済界や大学、国を含めた行政等で意見を出し合い議論を進められればと改めて感じた。ぜひとも今後も色々な観点から御意見を賜りたい。