

## 提 言

社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”を  
～人口減少が続く中での地域の自立に向けて～

平成26年2月

*Kobe Association of Corporate Executives*

一般社団法人 神戸経済同友会

## 序

神戸経済同友会は、かねて、神戸を中心とする地域の活性化に関する提言を発信していました。そこには、「神戸の成長が兵庫の活性化に繋がる」という暗黙の前提条件があつたと思います。

兵庫に新しい産業を創出し、成長を続ける、すなわち「兵庫でイノベーションを起こす」ことは極めて重要です。神戸や姫路など、今後も成長を目指す素地に恵まれた地域には、引き続き、兵庫経済を牽引する役割を果たされることを期待しています。一方で、一部の地域における成長が県下の各地に遍く恩恵を及ぼす、という前提条件が通用する時代はもう終わりを告げました。それだけに、県下の各地域が、自らの地域に根差した産業を現在の環境に適応させ、地域としての新たな戦略を組み立てる、すなわち「兵庫をイノベートする」ことも、同じくらい重要なになってきていると考えます。

こうした基本認識の下、今年度は『兵庫の歴史、強みを活かした地域経済振興—イノベーション兵庫』を年間活動テーマに掲げ、①神戸だけでなく、兵庫全体を視野に入れること、②会議室で講演を聞き、議論するだけでなく、播磨・丹波・但馬・淡路など、県下の各地域に足を運ぶこと、③常識を鵜呑みにせず、常に自分の頭で検証すること、を心掛けて活動を重ねて参りました。

提言特別委員会においても、有識者の方々を講師にお招きしての講演会や委員会メンバーによる討議に加えて、県下の10県民局を始めとする各地域の行政機関や、県下で活躍しておられる企業経営者、地域資源の活用に取り組んでおられる民間企業・団体などを訪ね、多くの皆様から貴重なお話を伺いました。討議や意見交換の過程では、「成熟」と「成長」の議論が交錯し、いつの間にか「質」の話が「量」の話に入れ替わることがもありましたが、各地域の実情を踏まえて提言のコンセプトを練り上げ、各地域の実際の取り組みによって肉付けした提言を取り纏めるに至りました。

「これまでの定説を問い合わせ直し、発想をイノベートすることから始めよう」というのが今回の提言の柱です。神戸経済同友会の会員各位はもちろん、この提言を手に取られた行政や企業、市民の皆様方におかれましても、各々のお立場、各々の地域で、成熟社会に適応した地域経済の実現に向けて、是非、一步踏み出して頂きたいと思います。

最後になりますが、ご講演頂いた講師の皆様、また、ご多忙の折にも拘わりませず、視察・ヒアリングにご協力頂き、貴重なご意見を賜りました皆様、更には、提言の取り纏めにご尽力・ご協力頂きました、中島委員長、永吉副委員長、木下副委員長を始め、提言特別委員会の皆様方に厚く感謝申し上げます。

平成26年2月

一般社団法人 神戸経済同友会

代表幹事 松坂 隆廣

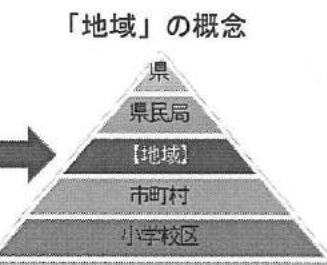
代表幹事 馬場 宏之

# 提言「社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”を～人口減少が続く中での地域の自立に向けて～」(概要)

## 1. 問題意識

### (1)はじめに

- 人口減少社会を迎える、地域経済にとって「存続」がより現実的な課題に。多様性が強みの源泉となる成熟社会では、各地域が作り上げてきた風土・文化・特産品が貴重な財産。
- 地域経済の底割れ防止が、成熟社会への適応に繋がる。

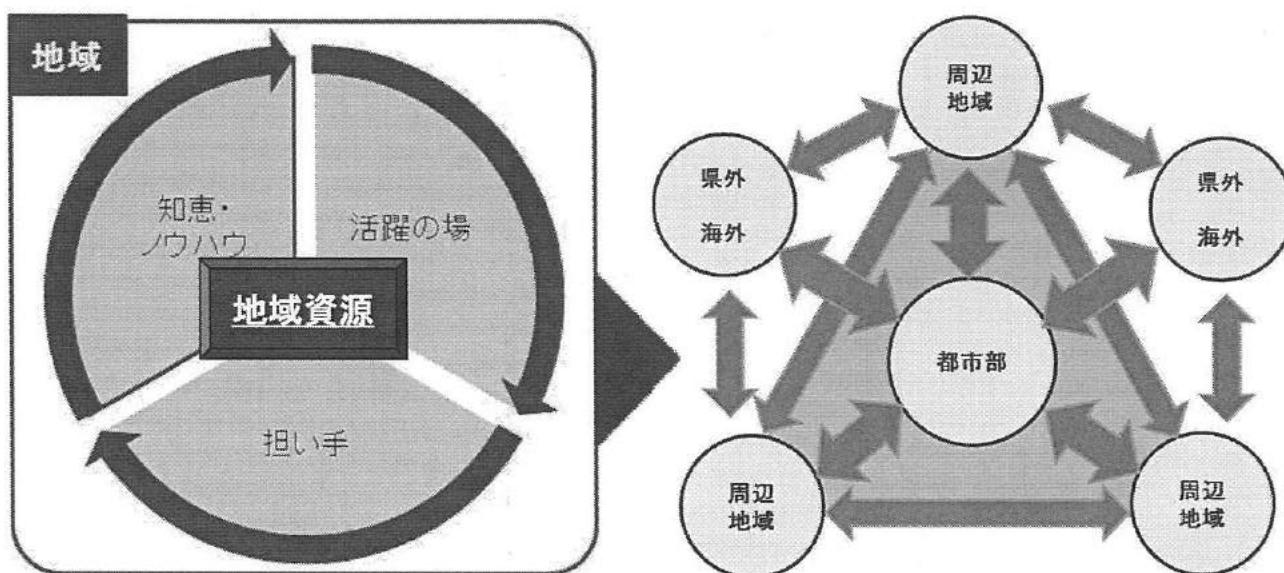


### (2)現状認識

- 兵庫県は、県全体で見れば「力のある」県の一つと目されている。一方、経済活動の約7割が瀬戸内海沿岸地域に偏在しており、①引き続き成長を志向する素地に恵まれた地域（都市部）と、②地域の自立・存続に知恵を絞らざるを得ない地域（周辺地域）の置かれた状況には大きな格差が生じている。
- 両者は、様々な面で相互依存関係にある。社会の成熟化が進み、これまで以上に各地域の多様性が重視されるなか、存続の危ぶまれる周辺地域の自立・存続に向けた取り組みは、兵庫県全体にとっての課題と言える。

### (3)成熟社会に適応した地域経済の姿

- 目指すべき地域のあり方も、安全・安心で、誇りを持って豊かに暮らせる地域へと変化。地域として経済的な自立していることが欠かせず、地域内の経済循環を高めるとともに、地域経済を維持できる定常成長を続けることが成熟社会への適応の鍵。
- そのためには、「ノウハウ・知恵」を使って地域資源を活かし、住民の「活躍する場」を増やして、新たな「担い手」を呼び込む、という好循環作りが求められる。
- 更に、県下の都市部を始めとする他地域（県外・海外も含む）との交流やネットワークの強化も必須。特に、都市部の行政・企業・住民が周辺地域における地域経済の活性化に参画するとともに、都市部の持つネットワークを周辺地域が県外・域外へと繋がるゲートウェイとして活用することで、周辺地域における取り組みの効果を一層高めることができると期待される。



## 2. 政策提言

### (提言)社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”を

地域を取り巻く経済・社会環境の変化を踏まえ、地域経済の活性化に係る「これまでの定説」を問い合わせ直し、社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”に取り組むべき。

#### これまでの定説

自らの行政区域内の最適を追求

地域にないものを作る

地域資源を供給側の“思い”で活かす

「行政が何をしてくれるか」から考える

#### これからの発想

地域としての全体最適を追求

地域にあるものを使う

地域資源を需要側の“意見”で磨く

「自分達に何ができるか」から考える

“これからの発想”に基づく今後の対応

#### (1) 地域資源を活かす「軍師」の登用を

- 「欲しいもの（≠必要なもの）」を作り上で、消費者の共感が一層重要に。
- 地域資源の発掘・価値向上・情報発信に需要側の意見を取り込むべく、都市部などから「軍師」を登用すべき。
- 例えば、①地域間の連携を通じた人材プールの形成、②成功報酬形式でのプロの招請、③県下南部に集中する大学生の活用、④カウンターパート方式の導入といった対応が考えられる。

#### (2) 地域で奮闘する「ガゼル」に支援を

- 地域経済の循環度を高めるには、住民が「活躍する場」の創出が肝要。雇用創出力が高く、意欲のある企業・団体（ガゼル）を重点的に支援すべき。
- 金銭的な支援に加えて、①経営の持続可能性や自由度を高める取り組み、②官民の信頼関係構築の強化も求められる。
- また、地域が有する強みとの親和性を踏まえた企業誘致や、新たな分野での就業等への住民自身の挑戦も重要。

#### (3) 人材を呼び込む「伏線」を縦横に

- 個人のライフステージを見据えた「きっかけ」や「インセンティブ」作りがより重要に。
- ①「いつか帰ってきたい」と思わせる仕掛けと②地域を離れる住民とのパイプの構築により、人材を呼び込む「伏線」を縦横に張り巡らせるべき。
- 例えば、①教育・食育などを通じた郷土愛の醸成、②地元の特産品作りの体験学習、③地元情報・產品の定期的な送付などが考えられる。

#### (4) 県下でも「広域行政」の推進を

- 地域としての全体最適を実現するべく、県下においても市町の枠を越えた「広域行政」の推進が求められる。
- 県と市町の役割分担を見直し、地域経済の活性化に取り組む体制の再構築とともに、平成の大合併による効用の最大化に取り組むべき。
- また、優先順位に基づく、より大胆な事業の絞り込みや、的確なKPIの設定とそれに基づく政策効果の評価も重要。

## 目 次

1. 問題意識	
(1)はじめに	1
(2)現状認識	2
(3)成熟社会に適応した地域経済の姿	3
2. 政策提言	
提言：社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”を	4
(1)地域資源を活かす「軍師」の登用を	5
(2)地域で奮闘する「ガゼル」に支援を	7
(3)人材を呼び込む「伏線」を縦横に	9
(4)県下でも「広域行政」の推進を	10
おわりに	13
視察・ヒアリングについて	15
付属資料	28
平成 25 年度 提言特別委員会における活動・討議経過について	32
平成 25 年度 提言特別委員会 委員名簿	33

## 1. 問題意識

### (1)はじめに

#### ～求められる“社会の成熟化”への適応～

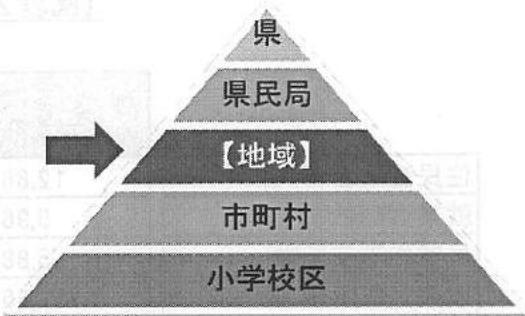
わが国では既に人口減少が現実のものとなっている。今後も、人口の減少と高齢化が進み、社会が成熟化<sup>1</sup>していくなか、地域経済にとっては、右肩上がりの「成長」よりも、それぞれの「存続」が現実的な課題となっている。

もちろん、経済・社会のグローバル化に伴う熾烈な地域間競争を勝ち抜く観点からは、先端技術を用いた商品・サービスの開発、販路拡大、或いは、域外からの投資・観光客の呼び込み等を通じて成長を実現していくことが求められる。これらの点に関して、神戸経済同友会では、平成23年度に技術開発や国内外への販売促進に関する産学官の連携強化、平成24年度に交流人口の増加に向けた観光振興の取り組みをそれぞれ提言してきた。

一方、成熟社会においては、多様性こそが強みの源泉とされるだけに、それぞれの地域が長い年月をかけて作り上げてきた風土・文化・特産品などは、各地域経済にとっての貴重な財産となり得る。成長の陰に隠れて目が届きにくい地域経済の底割れを防ぎ、地域に生まれ、育ち、暮らす住民にとって、かけがえのない故郷の原風景を守ることが成熟社会への適応に繋がる。今年度は、人口減少が続く中での地域の自立に向けて、地域を取り巻く経済・社会の環境変化を踏まえた地域経済の活性化策やそれに取り組む行政の役割といった観点から提言する<sup>2</sup>。

なお、本提言における地域とは、原則として、「市町の枠を越え、核となる都市及びその影響を受ける周辺地域をひとまとめにした、経済的・産業的・雇用的繋がりを有する地域<sup>3</sup>」を指す。また、「地域経済の活性化」とは、必ずしも経済規模の拡大を意図するものではなく、人口減少・高齢化により低下しかねない地域の活力を維持することも含んだ概念である。

【図表1】地域の概念



<sup>1</sup> 成熟社会とは、量的拡大のみを追求する経済成長が終息に向かう中で、精神的豊かさや生活の質の向上を重視する、平和で自由な社会を指す。イギリスの物理学者ガボール（Dennis Gabor 1900-1979）の同名の著書から。（出典：大辞林）

<sup>2</sup> 兵庫県の設置する有識者会議が検討を進めている「ひょうご経済・雇用活性化プラン（仮称）」においても、産業振興のターゲットを①成長が見込まれる産業分野と②地域の活力を支える産業分野に分けて対応が整理されている。当委員会の問題意識は後者に近い。

<sup>3</sup> 「ひょうご経済・雇用活性化プログラム（平成23～25年度）」における「地域経済圏」の定義より引用。

## (2) 現状認識

### ～周辺地域の自立・存続が兵庫県の生命線～

兵庫県は、摂津、播磨、丹波、但馬、淡路という5つの国から構成される歴史的な背景もあり、県下の各地域に核となる都市が多数存在し、それぞれの文化・風土を育んできた。その結果、日本の縮図と呼ばれるほど豊かな多様性が保たれている。

県下の多様性を象徴する事例の一つが各地の地場産業であり、第1次産業を含めて国内有数の産地となっている産業も少なくない<sup>4</sup>。また、神戸港開港後に発展した造船や海運、貿易業、アパレル産業に関連する産業の集積も厚く、国内のトップシェアを誇る中小企業も多い。更に、スーパーコンピュータ「京」を始め、スプリング8、X線レーザー施設「SACLA」といった先端技術研究拠点を擁するほか、震災復興の過程で取り組んできた医療産業都市構想も着実に進展している。

こうした歴史・強みを背景に、人口、県内総生産、就業者数といった各種の経済指標は国内でも上位にランクインしており、県全体で見れば「力のある県」の一つと目されている。但し、これらの7割以上は阪神間から神戸、播磨に至る瀬戸内海沿岸地域に偏在しており、多くの産業が集積し、引き続き、成長を志向する素地に恵まれた地域（都市部）と、産業基盤が弱く、地域の自立・存続に知恵を絞らざるを得ない地域（周辺地域）との間に大きな格差が生じている。

両者は、產品・人材の需給や憩いの場の提供など、様々な面で相互依存関係にあることから、社会の成熟化が進み、これまで以上に各地域の多様性が重視されるなかで、存続の危ぶまれる周辺地域の自立・存続は、兵庫県の生命線と言っても過言ではない。

【図表2】主要経済指標

（単位：万人、千ヶ所、億円）

全国	順位	兵庫県	県南部(*)	シェア
住民基本台帳人口	12,666	557	450	80.7%
就業者総数	5,961	249	199	80.0%
民営総事業所数	5,886	237	186	78.4%
課税対象所得	1,757,953	78,452	65,597	83.6%
農業産出額	86,329	1,462	468	32.0%
工業製品年間出荷額	2,891,077	141,838	116,332	82.0%
商店年間販売額	5,482,371	132,693	115,611	87.1%
県内総生産	4,956,377	183,462		

（資料）朝日新聞出版「民力2013」、内閣府「県民経済計算年報（平成25年版）」

（\*）尼崎、西宮、伊丹、宝塚、神戸、明石、芦屋、加古川、姫路、相生、赤穂、高砂、たつの、の各都市圏を集計。

<sup>4</sup> 但し、多くの地場産業では、生産額や従業者数が大幅に減少している。付属資料1,2参照

### (3) 成熟社会に適応した地域経済の姿

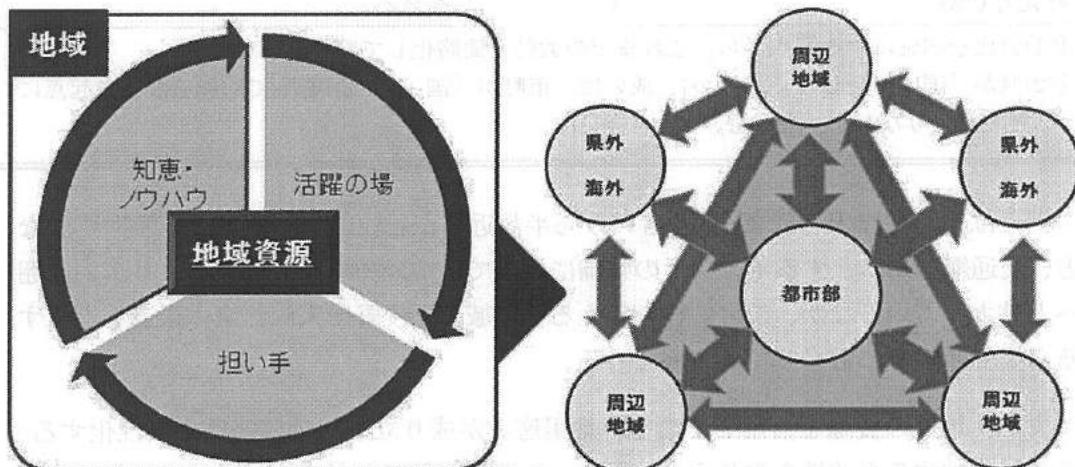
#### ～循環と連携による自立を～

社会の成熟化に伴って、目指すべき地域のあり方も、安全・安心で、誇りを持って豊かに暮らせる地域へと変化している<sup>5</sup>。こうした地域を持続的に運営していくには、地域として経済的に自立していることが不可欠である。即ち、地域内における経済循環を高めるとともに、地域経済が定常状態<sup>6</sup>を維持できるだけの「外貨」を獲得する定常成長を続けることが、成熟社会に適応する鍵になると考える。

その実現に向けては、「ノウハウ・知恵」を使って地域資源の魅力を高め、或いは、今の時点では“地域にあるもの”を地域資源として発掘することで、住民の「活躍する場」を増やし、新たな「担い手」を呼び込む。そして、新たに地域へ入ってきた人材が次なる「ノウハウ・知恵」をもたらす、という好循環作りが求められる。

更に、地域内での取り組みの効果を高める上では、県下の都市部を始めとする他地域（県外・海外も含む）との交流やネットワークの強化も欠かせない。特に、都市部の行政・企業・住民が周辺地域における地域経済の活性化に参画するとともに、都市部の持つネットワークを周辺地域が県外・域外へと繋がるゲートウェイとして活用できれば、周辺地域での取り組みの効果が一層高まると期待される。

【図表3】成熟社会に適応した地域経済の姿（概念図）

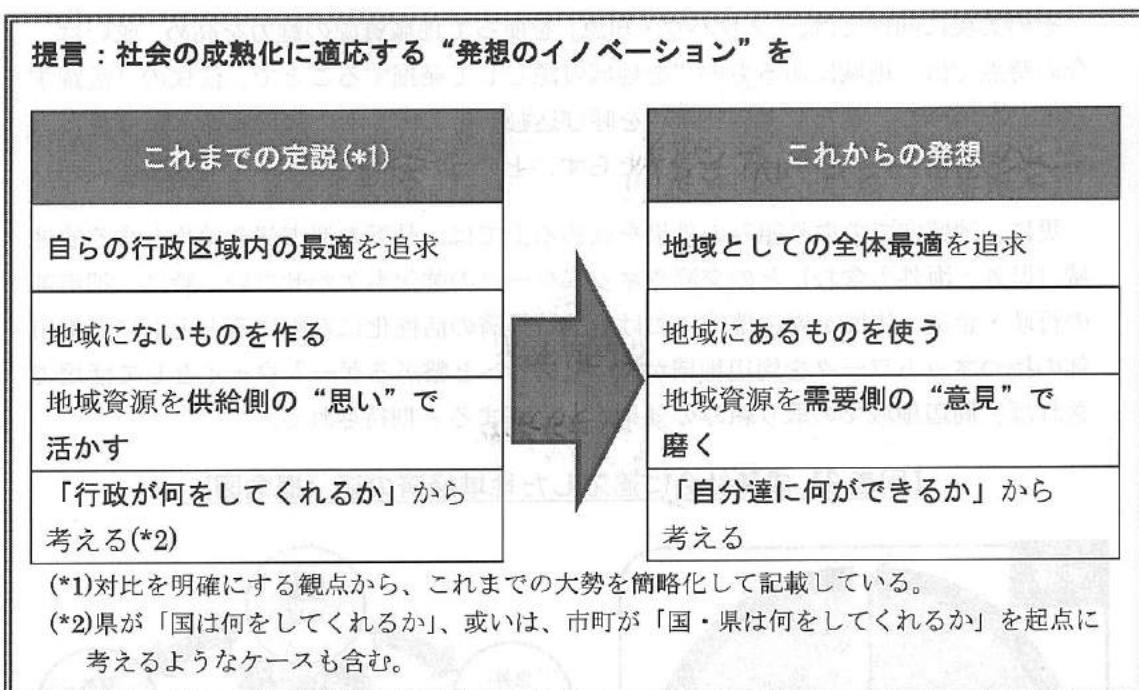


<sup>5</sup> 内閣府「地域経済に関する有識者懇談会報告書（H25.9.13）」においても、目指すべき地域の姿に関して「不安のない暮らし、自立的で豊かな暮らしをしていくことができるようになると」と「地域の住民が、自らの地域に自信・元気・誇りを持って明るく生活する地域をつくること」を提示している。

<sup>6</sup> 経済学においては、生産と消費を繰り返しつつ、同じ経済状態を再現し続ける経済を「定常状態の経済」という。完全な静止の状態ではなく、世代の交代と資本の更新を続けながら、人口や資本量、生産量、消費量などが変わらないままに推移する状態のこと。A.スミス、D.リカード、J.S.ミルなどのイギリス古典派の経済学者たちは、社会がやがてそのような状態に到達するという見方をしていた。（出典：世界大百科事典）

## 2. 政策提言

地域経済の活性化に向けた政策が、これまで数多く積み重ねられてきたものの、経営環境が大きく変化するなかで、産出額や従事者数を著しく減ずる地場産業も多く、地域経済の疲弊に歯止めを掛けるには至っていない。また、従来型の取り組みの向こうに地域経済の明るい未来があるとも考えにくい。地域を取り巻く経済・社会環境の変化を踏まえて、地域経済の活性化に係るこれまでの「定説」を改めて問い直し、社会の成熟化に適応する“発想のイノベーション”に取り組むべきである。



例えば、15歳以上の就業・就学者のうち半数近くが居住市町外に通勤・通学する<sup>7</sup>など、交通網を始めとするインフラの整備に伴って、地域間の結び付きがより広い範囲へと拡大しているなか、市町の枠を越える「地域」を視野に入れた全体最適を追求する必要性が従来にも増して高まっている。

また、地域の資源を活用してこそ、地場産業が成り立ち、地域経済も活性化する。そこに立地する必然性を生じさせ、更に、消費者に訴えかける“ストーリー”を製・商品に織り込むことで付加価値の向上を図る観点からも、地域にないものを欲しがるのではなく、地域にあるものを積極的に使う取り組みが求められる。

とはいって、周辺地域だけの取り組みに限界があるのも事実であり、都市部の行政や企業、個人が供給側に意見・提案を伝えることを通じて製・商品やサービスを磨くとともに、都市部のネットワークを活用して広範な市場へのアクセスを可能とすること

<sup>7</sup> 付属資料3参照

で、地域資源の更なる活用を目指すべきと考える<sup>8</sup>。

当然のことながら、地域経済の活性化には、現状を変えてでも取り組もうとする、住民自身の熱意が欠かせない。今ある資源で自分達に何ができるかを主体的に考え、その上で、足りない部分について謙虚に支援を要請するとともに、力を貸してくれる新参者や帰郷者を寛容に受け入れる姿勢が求められる。

以下では、県下の各地で行われている様々な取り組みを一層効果的に進めていくためのアイデアとして、①地域資源の活用、②「活躍の場」の創出、③人材の呼び込み、④行政の役割という視点で、“これから発想”に基づく対応を取り纏めた。

なお、本提言は、行政に対して建議すると同時に、県下の企業・住民に対しても、発想の転換と自立への参画・挑戦を促すものであり、我々、神戸経済同友会の会員も積極的に実践していく必要があると認識している。

### (1) 地域資源を活かす「軍師」の登用を

住民やNPOなどが参画する形で、地域に豊富にあるもの、或いは、あり過ぎて捨てていたものの価値を改めて見つめ直し、地域資源として売り出す取り組みが県下の各地で進められ、行政も必要に応じてサポートしている<sup>9</sup>。

一方、個人消費の動向を見ると、アベノミクスの効果で高額品を中心に盛り上がりを見せるなかにおいても、生活必需品に関しては依然として財布の紐が固い。「必要なもの」は出来るだけ安く手に入れ、「欲しいもの」には惜しみなくお金を使う傾向が近年顕著になっている。供給量が限られる地域資源としては「欲しいもの」を目指すべきであり、消費者の共感を得る<sup>10</sup>ことの重要性が従来以上に高まっている。

これまで、地域資源の活用は専ら供給側の創意工夫によって行われてきたが、①「当たり前」の中に埋没した資源の発掘、②消費者の実感を踏まえた一工夫、③ITやメディアを活用した効果的な情報発信など、需要側（中でも、県下の都市部）が「買う人」目線でプロデュースすることで“一皮むける”可能性は少なくない。これまでの取り組みを一層効果的なものにするためにも、地域資源を活かせる「軍師」を、都市

<sup>8</sup> 都市部の行政が周辺地域の活性化に参画することは、管轄エリアに所在する企業や住民の活動・生活を豊かにするだけでなく、相互依存関係にある周辺地域の維持がひいては都市部の存続にも繋がる観点から、管轄エリアの活性化と同様に意義のある取り組みと考える。

<sup>9</sup> 例えば、①地元の产品を学校給食の食材として使用する、②駆除した猪や鹿などの害獣を食肉、漢方薬や装飾品の原材料などとして販売する、③地元の名所を紹介する案内Mapを作る、といった取り組みが行われ、また、こうした取り組みを近隣の市町と連携して情報発信することで、地域資源の価値を高める取り組みも進められている。

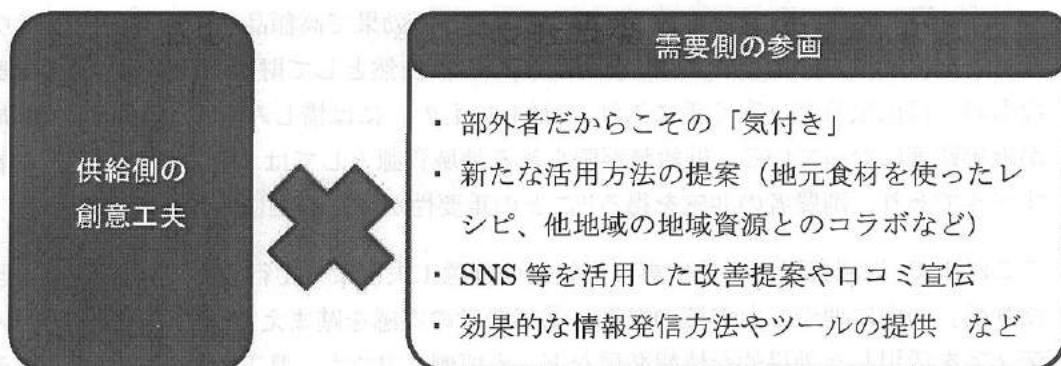
<sup>10</sup> 共感を得る上では、①消費者の想像を掻き立てるストーリー、②現地でなければ体験できないサービス、③地域が盛り上がっている様子をインターネットへの書き込みなどを通じて波及させる「口コミ」、④地域外からの見え方の分析、などが重要と考えられる。

部を始めとする域外から登用してはどうか。

具体的な手法としては、①地域間の連携を通じて人材プールを形成する、②成功報酬形式でその道のプロを招請する、③県下の南部に集中する大学生の研究課題に地域資源の活用方法を組み込む、④都市部の企業・個人がカウンターパート方式<sup>11</sup>で参画する、といったものが考えられる。これらに限らず、様々な方法を駆使して人材の発掘・確保・育成に取り組むことで、県下に溢れる地域資源（潜在的なものも含めて）をこれまで以上に活かすことができると考える。

例えば、城崎では、東京や海外の学生の知恵を借りながら、住民主体で「城崎このさき 100 年計画」を策定し、街並みの整備を始めとする地域資源を活かした街づくりの取り組みが進められている<sup>12</sup>。また、淡路島では、「世界のシェフ 1000 人<sup>13</sup>」の一人にも選出された有名シェフの協力の下、知名度の高い淡路の農産品を活かした「食による人材、地域の活性化」に取り組まれている。なお、有名シェフによる、地域の食材を使った家庭で作れる簡単レシピなどがあれば、地産地消の流れを後押しし、地域内での経済循環を高める効果も期待できよう。この他、地場産原料を使用した高品質の淡口醤油や手延素麺の開発・販売や、伝統的な鬼瓦製造の技術を活かしたインテリア・エクステリア用品の製造など、様々な取り組みが進められている。

【図表 4】「買う人」目線でプロデュース



<sup>11</sup> 関西広域連合が東日本大震災の被災地支援に際して採用した方式。広域連合による総合調整のもと、構成団体ごとに担当する被災府県を決めることで、被災地のニーズ等を踏まえ、迅速で効果的かつ継続的な支援の実施を目指すもので、実務家や研究者から一定の評価を得ている。（関西広域連合 HP 等）

<sup>12</sup> 提言の取り纏めに際して行政機関や民間事例等の視察・ヒアリングを実施。P15 以降の「視察・ヒアリングについて」ご参照

<sup>13</sup> イタリア スローフード協会国際本部主催「テッラ・マードレ 2006」

## (2) 地域で奮闘する「ガゼル<sup>14</sup>」に支援を

地域資源の活用は、住民が「活躍する場」の創出にも繋がる。また、こうした取り組みに加えて、地域で操業を続ける産業の育成を通じて「活躍する場」を維持・創出する取り組みも求められる。

### ① 雇用の維持・創出に貢献する地元企業への支援

グローバルな誘致競争が熾烈さを増すなか、金銭的・地理的な優位性を保持し続けることは極めて困難である。また、近接する地域間での企業誘致合戦に予算や労力をつぎ込んでも徒労に終わりかねない。仮に誘致に成功しても、本社機能が伴わなければ、地域経済の持続可能性を高める効果は限られる。むしろ、「地域で操業する企業が、地域で事業を継続する支援の拡充に重きを置いて欲しい」という企業経営者の声に応えるべきではないか。中でも、雇用創出力が高く、地域経済を牽引する意欲のある企業・団体（ガゼル）を重点的に支援してはどうか。

例えば、地域における雇用の維持・創出に貢献する、熱意のある企業・団体に対して、金銭面の支援はもとより、経営の持続可能性や自由度を高める面での支援が期待される。特に、設立間もない事業体には、事業を早期に軌道に乗せるための経営情報・人材面でのサポートが欠かせない。更に、地元の企業・団体と円滑・緊密にコミュニケーションが取れるよう、官民の信頼関係の構築に努めることも重要と考える。

【図表5】地域での操業継続等に向けた対応

補助金や税制優遇	<ul style="list-style-type: none"><li>地域内での増・新設や老朽設備の更新投資への助成の拡充</li><li>過剰設備の廃棄に伴う税負担の軽減</li><li>新たに雇用を創出した企業等に対する助成の拡充</li><li>補助金等に関する制度の“使い勝手”的向上など</li></ul>
経営の持続可能性や自由度	<ul style="list-style-type: none"><li>域外の行政とも連携したビジネスマッチングや人材紹介</li><li>事業承継のサポート</li><li>環境規制等の柔軟な運用</li><li>行政が保有する統計データや公立図書館の有する情報処理能力などを活用した経営情報の提供など</li></ul>
官民の信頼関係構築	<ul style="list-style-type: none"><li>政策の一貫性確保</li><li>中核を担う職員の長期継続的な配置など</li></ul>

(資料) 内閣府「地域経済に関する有識者懇談会報告書」、拓殖大学政経学部経済学科長 山本尚史教授「地方経済を救う エコノミックガーデニング」など

<sup>14</sup> アメリカの経済学者バーチが、特に成長力の高い少數の企業を「ガゼル（Gazelle）」と命名し、その雇用創出能力に注目した（平成23年度版「中小企業白書」）。なお、本提言においては、必ずしも成長性の高低を問うのではなく、地域における雇用を維持・創出する能力の高い地元企業・団体という概念で用いている。

但し、企業誘致による産業振興の重要性を否定するものではない。①地域経済の循環度を高める、②地域資源を活かすノウハウを吸収・蓄積する、或いは、③リタイアした高齢者を含めた地域の人材の優位性を活用する、といった観点で、地域が有する強みとの親和性を考慮した企業誘致は引き続き重要であり、産業連関表などを用いて算出される地域経済への効果に応じたインセンティブを設定するなど、これまで以上に費用対効果を意識した誘致策への転換が望まれる。

## ②新たな職種に挑戦する住民の意識変革

有効求人倍率が1倍を下回る職種がある半面、人手不足に悩む職種も少なくない<sup>15</sup>なかで、地域の住民にも、職業訓練を通じて新たな職種に挑戦するなど、環境の変化に応じた柔軟な対応が求められる。その上で、行政としても、①就業中の者に対する職業訓練の対象範囲をものづくり以外の分野にも広げる、②特定の職種に対するマイナスイメージの払拭に努めるなど、生活関連サービス業や第1次産業といった人手が不足している産業への人材移転を後押しする方策の拡充が求められる。

中でも、担い手の高齢化が進む第1次産業に関しては、既存の就農支援事業を継続するだけでは担い手の減少に歯止めをかけられない。日本再興戦略の一環として各都道府県に設置される「農地中間管理機構」を積極的に活用して農地の集約を図るとともに、企業による農業への参入を推進することで、担い手の確保と都市部の食品加工産業との協働による6次産業化の同時実現を目指すべきである。

県下における「活躍の場」作りの事例としては、篠山で取り組まれている古民家再生事業が挙げられる。空き家となっていた古民家を改修した旅館では、女性を中心とする地域の住民が旅館の運営に携わるだけでなく、四季折々の風習を体験する機会を旅行者に提供するワークショップの講師も務めるなど、多様な「活躍の場」が生み出されている。

また、定年退職した人材を活用した高齢者向け食品製造に乗り出すことで、活躍の場を確保すると同時に地域内の経済循環に貢献する取り組みなども行われている。

この他、淡路島では、新規就農希望者を契約社員として雇い入れ、農業に関する知識や技能の実習に止まらず、社会人としての素養などについても研修することで、研修期間終了後の自立を支援するチャレンジファーム事業が展開されている。

<sup>15</sup> 付属資料4参照

### (3) 人材を呼び込む「伏線」を縦横に

地域の担い手の減少を食い止めるには、現役世代や元気な高齢者を呼び込む努力が欠かせない<sup>16</sup>。10歳台から20歳台前半にかけて大きな人口移動が生じる現状を踏まえて、人材の呼び込み策を検討する必要がある<sup>17</sup>。

発想としては、そもそも流出を抑制すべく、地域に高等教育機関を新・増設するという手法もあり得る。しかし、少子化で子供の数が減っていくことが明らかなタイミングで県下の各地域において推進するのは現実的な選択肢と言えず、また、都会への憧れを抱く若者を止めることも容易でない。一定程度の人口流出が生じる前提で、①就職、②結婚・子育て、③退職<sup>18</sup>など、個人のライフステージのなかで、転居する可能性の高いタイミングを見据えて、UターンやIターンする動機付けを行っていくことが重要と考える（以下、Uターンを想定して記載する。Iターンについては適宜読み替え）。

【図表6】転居のタイミングを見据えた人材呼び込み策のイメージ

就職	<ul style="list-style-type: none"><li>就職活動の時期を迎える地元出身の若者に対しては、地元で開催される合同セミナーなどに加えて、地元出身の若者が多い大都市部でも開催し、地元に帰る機会の少ない若者にも直接訴える。</li><li>県下の大学に進学してきた若者に対しては、就職先を検討する際の候補の一つとして地元企業を認識するよう、職場見学やインターンの受け入れ、ワークショップの開催などの機会を設ける。</li></ul>
結婚・子育て	<ul style="list-style-type: none"><li>雇用機会の確保が大前提。</li><li>その上で、住宅取得に係る公的補助や児童に係る医療費の減免、教育環境の整備など、子育て世代に対する支援策を拡充する。特に、子育て世代には、都会を離れて子育てる魅力、実態的な生活コストの低さ（＝生活しやすさ）を訴求する。</li></ul>
退職	<ul style="list-style-type: none"><li>地域を離れて時間が経っている分、帰ってくるきっかけ作りが特に重要。</li><li>退職が近づいてきた世代に対して、定期的に小学校や中学校の同窓会を企画する、或いは、地域貢献や就農など、都市部では得られない活躍の場を提供する、といった取り組みが考えられる。</li></ul>

（資料）県民局・市役所へのヒアリング、民間への視察等より作成

<sup>16</sup> 中長期的には、出生数の底上げに取り組んでいくことが極めて重要である点は論を俟たないが、新たに生まれた子供が地域の担い手として生長するまでには20年近くの長い年月を要することから、ここでは現役世代や元気な高齢者の呼び込み策について採り上げる。

<sup>17</sup> 付属資料5参照

<sup>18</sup> 高齢者が受給する年金は、都市部からの所得の流入を意味する。退職後の高齢者の呼び込みに関して、将来的な社会保障給付の負担増を危惧する観点から、消極的な意見も聞かれたが、一定の所得がある元気な高齢者の増加は、消費・所得の両面に加え、地域経済の担い手を増やす観点からも重要な取り組みと考えられる。

これらの取り組みの中には、行政において既に着手されているものも含まれているが、こうした取り組みの効果を高める観点から、①地域を離れる若者に「機会があれば帰ってきたい」と思わせる仕掛け作りと、②地域を離れる若者とのパイプの構築・保持が重要と考える。

#### ①若者が戻ってきたくなる仕掛け作り

仕掛け作りに関しては、(ア)地域に関する教育・食育の拡充や地元の祭りなどへの参加を通じて郷土愛を醸成することや、(イ)卒業後に就職を希望する者に限らない幅広い中・高校生に「将来、働くかもしれない場」として地元企業を印象付けること、(ウ)地元の特産品作りの繁忙期に、授業の一環（体験学習）として作業に参加させること、(エ)地域教育を担う教員がスキルアップに努める機会を拡充すること、などを検討してはどうか。

#### ②地域を離れる若者とのパイプの維持

地域とのパイプを保持する方法に関しては、地域が主体的かつ定期的に、地場の産品や情報などを届ける手法が考えられる。折に触れて、郷里を想起させると共に、地域外における広告塔としての役割も果たしてもらう。併せて、ふるさと納税の書類を同封し、篤志のある方に相応の資金負担をお願いすることで、地元に対する関心を繋ぎとめる効果も期待できるのではないか。

### (4) 県下でも「広域行政」の推進を

#### ①市町の枠を越えた「広域行政」の推進

地域としての全体最適を実現するには、域内での経済循環度を高める取り組みを推進していく体制の整備も欠かせない。関西広域連合という枠組みの下で、防災や産業振興、観光振興を始めとする様々なテーマについて、関西としての全体最適を目指す動きがあるなか、県下でも市町の枠を越えた「広域行政」を推進してもらいたい。

そのためには、県と市町の役割分担を改めて見直し、地域経済の活性化に取り組む体制を再構築する必要があるのではないか。例えば、(ア)各県民局が作成している地域ビジョンの実現に向けた管内の市町の役割を明確化する、(イ)観光以外の産業振興政策に関しても県民局間・市町間の連携が高まるような仕組みを作る、(ウ)縦割りの弊害が指摘される事業を所管する複数の部署を一人の責任者の傘下に置く、といった取り組みが求められる。特に、(イ)に関しては、地域経済の活性化における都市部の役割が増すなか、周辺地域の行政と積極的に連携する姿勢を都市部の行政に求めたい。

更に、平成の大合併による「旧市町意識」の払拭や所管エリアの跛行の解消などを通じて、企業市民を含む住民の参画促進や行政による政策効率の改善にも努めるべきである。

## ②優先順位に基づく大胆な事業の絞り込み

予算や人員配置の面で行政資源に限りがあるなかで、大胆な順位付けに基づく優先事業の絞り込みにも取り組む必要がある。

現在、兵庫県が取り纏めつつある「ひょうご経済・雇用活性化プラン（仮称）」の基本的な考え方には大いに共感している。その一方で、民間企業の経営に携わる者としては、これだけ幅広い事業を同時並行的に展開することによるリスク、即ち、それぞれの事業に必要な予算や人員を配分できず、結果として期待していた成果が得られない事態が懸念される。また、より精緻な分析に基づいて判断すべき点は理解できるものの、それを作り上げるために投入する行政資源の量は適切か（分析資料を作ること自体が目的になっていないか）、という点でも疑問を感じる。

行政資源の制約に加え、地域経済の自立に欠かせない民間の積極的な参画を引き出す観点から、行政は“行政でなければできない”事業に特化し、“行政がした方がいい”事業に手を出すべきではない。また、たとえ“行政がしなければならない”事業であっても、実施しなかった場合に生じる不利益の規模と質を踏まえて事業に優先順位を付け、予算枠に達した時点で打ち切りにする（実施時期を見直す、或いは、民間の資金・ノウハウの活用に踏み切る）くらいの覚悟で、より大胆に事業を絞り込み、予算編成に臨むべきではないか。

【図表7】県政の重点事業の内訳（平成25年度）

（単位：件、百万円）

予算規模	1千万円未満	1千万円以上 1億円未満	1億円未満	1億円以上 10億円未満	10億円以上	計
事業数	159	164	323	71	37	431
構成比	36.9%	38.1%	74.9%	16.5%	8.6%	100.0%
予算額	641	5,986	6,627	23,639	212,063	242,329
構成比	0.3%	2.5%	2.7%	9.8%	87.5%	100.0%

（資料）兵庫県「平成25年度当初予算（案）」より作成

## ③KPI<sup>19</sup>に基づく政策効果の評価

更に、的確なKPIの設定とそれに基づく政策効果の評価も欠かせない。

現在、様々な成果指標が設定されているが、中には、政策目的を実現するための手段の達成度を測る指標（企業立地件数、イベントへの出展数・入場者数、下水道の普及率など）を参照し、これらの達成率に重きを置く余り、本来の目的（雇用者数の増加、商流の拡大、河川の美化など）が見失われてしまうケースもある。政策効果を高める観点からは、PDCAサイクルを適切に回すことが極めて重要であり、そのためには

<sup>19</sup> Key Performance Indicator（業績管理評価のための重要な指標）。KPIを正しく設定することは、組織の目標を達成する上で必要不可欠とされている。

は、本来の政策目的に対する貢献度に基づいた評価が求められる。

原則的には、地域経済の活性化に対する寄与度を示す的確な KPI を設定すべきであるが、個別の政策による効果を把握することは現実的に極めて困難であり、新たな指標作りに多大な時間と労力、予算を投入するのも得策とは思えない。

指標の算出に要する費用とそれによって得られる効果の観点からは、人口や就業者数、事業所数など、既存の統計によって把握できる指標で、地域経済が活性化しているか否かを端的に示す客観的な数値（実数）の中から、地域にとって最も優先度の高いものを選定し、それに基づいて産業政策の成否を評価する方法なども有効と考える。

以上

## おわりに

我々神戸経済同友会の会員は神戸地域に経営実態を置いた企業の経営者が多く、どちらかといえば神戸地域の経済活性化策にフォーカスを当てた提言を行うことが多かつた。

しかし、“兵庫県下の様々な富の蓄積を礎に発展してきた”という神戸の歴史的な背景に立ち返って、その機能を考えるならば、神戸を拠点とする行政や企業、住民が、県内の他地域ともっと密接な関係を作ることで県全体の経済活性に繋がる解が得られるのではないかと発想し、現状調査を行い、今回の提言に行きついた。

今回の提言作成に至る活動を通じて感じたことは、「日本の常識は世界の非常識」とも言われるが、兵庫県内においても「見直すべき常識」が、多々存在しているということだった。

周辺地域では都市部に較べて行政に対する住民の期待が大きく、また行政と住民の距離も近いことなどが底流にあると思う。ただ、それ以上に、自分の所属するコミュニティが一旦区切られると、住民の意識が内向きになり、近隣のコミュニティで起きていることであっても、マスコミから流れてくる遙か遠くの情報と同じような感覚で捉えてしまう、こうした潜在意識がより本質的な問題として横たわっていると思う。

県内の高速道路網が発達しＩＴも身近になった。都市部と周辺地域の時間的な距離はぐんと縮まり、情報の伝達の速度も差がなくなっている。俯瞰的に見ればその「地域」における経済活動は決してその地域内で完結するものではなく、隣接する地域との間で密接に関係しあっている。その関係性を大きな視点で考えて機能的に美しく織りなすことができれば、本当の意味で地域の活性化に繋がるであろう。

今回の提言を取り纏める過程で、県下の各地に足を運び、多くの方々から貴重なお話を伺うことで、それぞれの地域で行われている特徴のある取り組みを知るとともに、都市部に対する期待の大きさについても実感することができた。各地の地域資源をネットワークするというのは、多くの地域の住民に関わることであり、行政にしか果たせない役割も少なくない。ただ、その推進にあたっては本論中で述べたように、従来の行政サービスの基本である「平等」や「公平」とは異なる価値判断を尊重されることが前提である。

「おらが町」的な発想を超越して、近接する都市部と周辺地域が互いの価値を認めて有機的に結びつくには、冷静な合理性が求められる。これは、地域の住民にとって頭で理解はできても、実際に受けいれるのは難しい課題である。住民の内向き意識を大胆に切り替えることが大前提ともいえる課題ゆえ、住民自身の覚悟が問われる。また、次代を担う世代に対して、より広い目線で考え、行動できる力を養う教育を実践していく必

要もある。

行政には、首長の優れたリーダーシップの下、職員一人ひとりが、従来の発想にとらわれることなく、地域経済の自立に向けた未来志向の取り組みを、主体的かつ熱意を持って、推進して頂きたい。特に、地域の特徴を活かす活動をしている民間企業・団体には、思い切った予算配分とともに、「やる気」を削がない自由度の確保を要望するところである。更に、我々神戸経済同友会の会員を始め、都市部の企業等や住民にも、多様な知恵出しと企業活動を通じた協力をしていくことが求められる。この提言が、地域経済の成熟社会への適応に向けた一步となることを切望してやまない。

最後になりましたが、提言作成に当たり、貴重なご示唆を賜りました講師の皆さん、ご多用のなかヒアリング・視察にご協力下さいました皆さん、活発にご議論頂きました委員各位、委員会の運営をサポートして頂きましたワーキンググループの皆さんに、この場をお借りして厚く御礼申し上げ、結びの言葉とさせて頂きます。

平成25年度提言特別委員会  
委員長 中島 洋人  
副委員長 永吉 一郎  
副委員長 木下 学

## 視察・ヒアリングについて

当委員会では、委員会活動の一環として、①提言に肉付けするための民間事例の視察、並びに、②各地域における現状や課題の把握等のための行政へのヒアリングを実施。

民間の視察先では、(1)地域資源を活用する知恵・ノウハウについて、(2)活躍の場作りについて、(3)人材の呼び込みについて、(4)都市部の企業・住民に対する期待について、また、行政のヒアリング先では、(1)地域経済の現状と課題について、(2)他の機関等との連携について、(3)今後の方向性について、といった点について意見交換。

視察・ヒアリングで伺った主な意見は以下の通り。

### 1. 民間事例の視察

#### (1)地域資源を活用する知恵・ノウハウについて

##### 【総論】

- ・ 地域経済の活性化には、①風土、環境、自然など、地域資源を今一度、見直すこと、②現状の地域経済について、産業、企業、事業単位で関わり合いを把握すること、③変化を受けて見直すべき点と見直すべきでない点を見極めること、④他地域の真似をするのではなく、当地のユニークさをアピールすることなどが必要であり、⑤これらを実現する強力なリーダーシップも重要である。
- ・ 地域の資源を活用してこそ、地場産業が成り立ち、地域経済が活性化する。その点が崩れると、最早、その場所である必然性がなくなり、地場産業は崩壊する。
- ・ モノ（製品）の魅力とは、①製品、②製造に携わる人、③周囲の環境を組み合わせたストーリーにある。ストーリーが、製品に対する安心感や誇りを高め、イメージとして消費者に訴求出来る。この観点から、当社では工場見学を重視している。

##### 【域外からの知恵の取り込み】

- ・ 城崎では、市町村の合併を見据え、県外の大学教授らの協力を得て、住民主体で「城崎このさき 100 年計画」を作成。地域が一体となって生きていくことを目指す「共生共生」が基本的な考え方であり、「町全体が温泉旅館」と認識。温泉地としてのブランド価値を高めるため、電柱の地中化、駅名の変更、トイレの美化、大きな荷物用のバリアフリー化などに、民間も費用を一部負担する形で取り組んでいる。
- ・ 淡路島では、廃校となった小学校の校舎を無償で譲り受け、観光振興や 6 次産業化を推進する拠点（地域活性化のシンボル）として使用。著名なレストランプロデューサーを招聘し、もともと知名度が高い地元の農産品を活かした「食による人材、地域の活性化」の意識を育みながら、地元のものをより一層楽しむ枠組みを作ってきた。

### 【地域資源の再評価】

- ・空き家となった古民家の活用に関する集落内の合意形成を促すとともに、「修繕に費用がかかるイメージ」の払拭に注力。現在、古民家の所有者からNPOが物件を無償で借り受け、使用者の資質を見極めたうえで、サブリースする形態が主流。所有者は、10年間のメンテナンス費用から解放される。実績のあるNPOが間に入ることで安心感を持つてもらえる面もある。
- ・地域資源を活用した6次産業化事業に関する補助金の活用実績は多いが、それぞれの事業規模は小さく、地域全体の活性化や雇用の確保には至っていない。事業の成成功率は5割以下という調査結果もある。また、利害の対立による漁協内のまとまりの悪さが6次産業化の進展を阻んでいるという声も聞かれる。
- ・伝統的な鬼瓦製造の技術を活かして、インテリア、エクステリア用に製品の用途を広げる試みに着手している。なお、新しい分野は比較的高い成長を見せているものの、売上シェアの面ではまだ僅か。
- ・「オーナーズクラブ」を通じて、地元農家と契約しタマネギやブルーベリーなどをホテルや宿泊客に提供する試みを行っている。
- ・市町村合併で誕生した新しい行政範囲のなかで、商工会の活動も旧町意識が残る。小売り、サービスなど業種ごとの横の連携を強化し、ネットワーク化の必要あり。

### 【住民等の参画】

- ・苦労をしてまで、地域のために汗をかこうとする人が少ない。目先の利益にばかり目が行き、権利だけを主張する傾向が強い点は残念。商店街には、①儲けを度外視して惰性で商売、②店は閉めたまま2階に居住、③不動産賃貸業になりきる、といったオーナーもいる。大企業にしても、地域に対して最低限の義理立てこそするものの、地元企業との一体感は少ない。
- ・播州3大祭りの一つに挙げられる祭りが行われるが、各地区の氏子で小さく纏まってしまっている。他地域の秋祭りを見習って、地域全体でイベント化すべき。

### (2)活躍の場作りについて

#### 【総論】

- ・地域経済を振興する手段としての企業誘致には限界がある。例えば、地元企業の活力が低下し、市場が縮小しているにも拘らず、大手ショッピングセンターの乱立でオーバーストア状態。しかも雇用はパート中心で地元に金が落ちない。
- ・地理的な優劣やインフラの整備状況など、企業立地の競争条件に違いはあるが、与えられた条件の下で活路を見出す姿勢も求められている。
- ・地域で頑張る中小企業にとっての最大の課題は事業承継。
- ・社員の家族の高齢化に対応する観点で、老人ホームも手掛けている。出来るだけ外部の人に頼らず、地元で経済を循環させる仕組みを作ることが重要。
- ・地域内での経済循環を如何に作っていくかが問われている。そういう意味では、地

域に進出してくる事業者に対して、地域経済への貢献を義務付ける条例（罰則なし）  
を制定するのも一案ではないか。

#### 【地域資源の活用】

- ・耕作放棄地を使ったインターナンシップ制の就農者養成事業を展開。圃場での農作業（バジル、アスパラ、玉ねぎなど30品目）のほか、加工所を併設し、生鮮品の販売・宅配や加工販売、観光農園事業も手掛けている。2008年から5年間で45名が参加し、うち30名が就農。
- ・旅館として再生した古民家は、近隣の住民によって運営されている。また、宿泊客に対して、地域の季節行事を体験できるワークショップを住民が開催するなど、旅館運営に止まらない「活躍の場」作りにも繋がっている。この他、若者を始めとする交流人口の増加、治安の改善、休耕田の減少、祭りの再生、6次産業化の進展といったメリットも生まれている。
- ・地域にいるリタイア人材を活用した、老人向けの食品作りを始めた。

#### 【地域で操業する企業への支援】

- ・誘致した企業ではなく、地域の雇用確保に長く貢献してきた企業に対して、制度や税制の面で優遇措置を行うべき。特に、裾野の広い大企業の影響は大きいことから、地域全体でもっと支援すべき。
- ・本社敷地内に建設した工場の増設を検討していたが、近隣住民の反対で断念した。地域経済発展の為に、地域内で操業を拡充したかったが、他地域の工場団地に進出せざるを得なかった。総論賛成・各論反対の風潮も変えていく必要がある。
- ・地場産業という理由だけで支援する考え方には違和感がある。
- ・製造業の企業城下町であったことの反動で、サービス産業に対する関心が低い。職業指導を見直すべき。

#### (3)人材の呼び込みについて

##### 【総論】

- ・都会に比べて賃金は低いが、それ以上に生活コストが低いので、よりよい生活が送れる、という実態的な生活コスト面での魅力を積極的にアピールすべき。
- ・役人に天下り先をあてがうのではなく、地元に帰することを提言してはどうか。
- ・地域に大学がないことが、若者が流出する主因の一つだったので、今年ようやく大学ができたのは吉報。一方で、卒業後の受け皿が地域にあるか心配。地元との交流を通じて、地域に人材を根付かせる教育が求められる。
- ・撤退した大企業の穴を埋めるだけの中核企業がなく、下請け企業も体力の低下で若年層の雇用を吸収できる状況にない。新たな企業誘致に期待するよりも、Uターンなど高齢者の“終の棲家”として生き残りを賭けたほうが良いのではないか。
- ・地域の企業で働くために外部から転入してこられた方が、ここを“終の棲家”として選んだという話は余り聞かない。地域に対する愛着を持ってもらうまでに至って

いない、ということかもしれない。

#### 【帰ってきたいと思わせる仕掛け作り】

- ・年を取ったら地元に帰れるネットワークを作ることが重要。
- ・地元出身者による懇話会を年1度、東京で開催しているが、出席者の広がりは少ない。むしろ、地元大学の同窓会ルートでの交流の方が機能している印象がある。
- ・地域を一旦離れた人が帰ってくるのは中々難しい。年少期を共に過ごしたとはいえ、離れている期間の体験が全く違うため話が噛み合わず、コミュニティに入れないケースもあると聞く。そもそも、配偶者が地域外の出身の場合、帰ってくることを拒む例も多い。故郷に戻るには、本人のみならず、家族を含めて、戻るインセンティブや戻った人材が活躍できるシステムが必要。また、外から入ってきた人材を受け入れる度量も求められる。
- ・地域の活性化に郷土愛（昔を知り、先人に感謝する気持ち）は不可欠。地域が輩出した偉人の功績を始めとする地域教育にもっと力を入れるべき。
- ・住民に対して、地域資源をもっと積極的にアピールすべき。市内の中学校では、地元の伝統芸能を授業で教えている。地元に誇りを持つきっかけの一つとして、他の小中学校にも広げていきたい。高齢者が子供たちに郷土料理を振る舞う機会を設けることで、郷土愛を育むとともに、高齢者の活躍の場を作るのも一案。
- ・以前は「トライやるウィーク」に協力していたが、中学生に体験してもらう適切な仕事が見当たらず、受け入れを停止した。業種や企業規模によって、受け入れ易さが異なる。受け入れ側の負担やメリットにも気を配る必要がある。
- ・社会貢献活動の一環で、「暮らしの中の科学」をテーマに高校生に対して授業を実施（文科省の事業に協力）。当社の事業・製品を題材に、社員（11名）が「科学」が日常生活に如何に役立っているかを英語で紹介した後、生徒による実験や英語でのディスカッションを経て、研究成果を発表する内容（全体で約2時間）。

#### 【地域とのパイプの構築・保持】

- ・地元出身者を呼び戻すきっちりしたプログラムが必要。例えば、行政が地元出身者に対して、①定期的に地域の新聞（Web版、ニュースメール等）を送付する、②都会になく地元にある物をPRする、③ふるさと納税（寄付）の活用をもっとアピールする、といったことに取り組むべき。
- ・地元への求心力をどう維持していくかが課題。愛郷心を抱かせるために、ふるさと納税を思い切って推進すべきであり、都市部に転出した住民に対する情報発信を強めてはどうか。納税額に相当する地元農産物を納税者に送る方策も考えられる。

#### 【地域に直接縁のなかった人材の呼び込み】

- ・農作業に従事する傍ら、音楽などの芸術活動を志す若者を呼び込む「半農半芸」をキーワードとした研修事業を実施。平成23年度兵庫県ふるさと雇用再生事業、平成24年度兵庫県重点分野雇用創造事業に認定され、2年間の雇用実績は計248名。

平成 23 年度の研修生（167 名）のうち約 7 割が地域に残留した。出身地域は、関西と関東で 7 割を占めるほか、東北、東海、九州と全国に広がっている。

- ・淡路瓦の中国、台湾向け輸出が少しずつ増えてきた。地元とは縁のなかった大企業の退職者（配偶者が地元出身）による支援の下、海外展開の拡大を図っている。
- ・地縁の無い京大や九大の新卒者も応募してくる。明確な企業コンセプトを作り、インターネット等を通じて発信していくことが人材を引き付けるポイント。

#### (4) 行政に対する評価・期待について

##### 【総論】

- ・様々な課題が複合的に絡み合った結果として生じている現在の社会問題には、従来の流れ（①課題の認識、②対応策の検討、③効果の見積もり、④予算の獲得）で立案された政策では、対応できない例も生じている。「手元にあるリソース（地域資源、人材など）で何ができるか」という観点でのアプローチが必要。個別の事例に応じた“きめ細かな対応”が必要な案件に、マニュアル通りの対応は向かない。行政は、地域資源をコーディネートする人材が動きやすいような支援に徹して欲しい。まずは、地域資源の活用を阻害する規制（建築基準法や旅館法など）の緩和に取り組んでもらいたい。
- ・6 次産業化に絡む補助金制度を利用したことがあるが、提出書類が膨大で、手続きが極めて煩雑。役所にはスピード感も柔軟性もない。補助金制度の周知も不十分。HP に掲載された時点で締め切りまであと僅かということもある。一般企業が利用しやすい制度に改めるべきである。

##### 【体制の見直し】

- ・県民局との接点は認可事項や届出事項くらい。県民局の権限や業務内容についての認知度が低く、陳情に行っても「その件は管轄外」というケースが多い。企業にとって存在感のない県民局もある。手続上必要であれば、都市部に支所があれば足りる。むしろ県民局の事業を地域の中核を担う市に移行してもらいたい。
- ・市町村合併した後も旧町間の横の連携がとれていない。組織が一本化されているのは観光協会くらいで、地域資源を活かす部署の一本化を急ぐべき。

##### 【行政の役割】

- ・行政が口を出すところと、口を出さないところのメリハリをつけるべき。企業・住民が「行政は何をしてくれるの？」というスタンスでは地域が活性化しない。住民の自発的な意識を引き出す観点から、行政が何でもサポートする姿勢を見直すべき。
- ・行政には、「地域のために」という発意を顕在化させ、とにかく動いて欲しい。県職員が率先して、自分の所属地域に対し、感謝の気持ちを表す行動を起こすことから始めてはどうか。
- ・「60 歳徴農制」を提唱してはどうか。周辺地域の地域にセカンドハウスを作つてもよいし、週末に家や畠を借りるという制度を充実させてもよい。こうい

った仕掛けを行政には期待する。

- ・社員の人材育成制度（研修など）を自社で完結できない中小企業は少なくない。こういった点にも行政の支援が必要。

#### 【政策効果の検証】

- ・行政は、施策を進めていくうちに本当の目的を見失う傾向がある。例えば、下水道普及を通じた水質改善が目的だったはずなのに、いつの間にか下水道の普及率向上が目的になってしまふ。

#### (5)都市部の企業・住民に対する期待について

- ・神戸空港の国際化は極めて重要。神戸が活性化すれば、兵庫県全体の観光の活性化に繋がる。格安航空会社やチャーター便専用空港から始めてよい。
- ・色々なノウハウを持つNPOや事業者に対して関心を持ち、支援してほしい。農村や田舎の良さを理解してもらえると更によい。

### 2.行政へのヒアリング

#### (1)地域資源を活用する取り組みについて

##### 【総論】

- ・魅力的な地域資源は少くないが、地元の人がその潜在力に気づいていない、或いは、上手くアピールできていない。
- ・地場産業の振興には、民と官の中間的なポジションのコーディネーター役が必要。全体のブランドデザインができる人であれば、民間人材に任せるのも一案。
- ・官民の役割分担についても、どこまでを行政の役割とするかについて、例えば観光産業などで、改めて考える必要がある。
- ・行政が色々な産業振興イベントを企画・開催する結果、民間の行政に対する依存度が高まっている点が気掛かり。行政サイドにも発想の転換が必要であり、関与し過ぎないよう留意している。行政はきっかけ作りや相談を受ける役に止め、民間に考えてもらうよう心掛けている。

##### 【観光】

- ・県民局の管内北部で「北摂里山博物館（地域まるごとミュージアム）構想」を展開中。里山30カ所をまとめ、地域の一体性を高め、県内・外へのアピールに注力したことで、27団体・1400人が森林保全活動に参加。県民局は、里山回遊歩道の整備やハイキングコースの設定、情報発信などに取り組んでいる。
- ・「銀の馬車道」キャンペーンに注力。生野銀山から姫路港迄の沿線にある観光スポットをつなぎ、集客を図っている。県民局が音頭を取って、プロデューサーを招聘し、マスコミや大学などの協力を仰ぎながら進めている。
- ・観光振興に関しては、来訪者が増えて得をする人が汗をかく仕組みも検討に値する。

例えば、海外には、半官半民のコンベンション協会を立ち上げ、ホテル経営者（地元の商工会議所会頭）をトップに据えて観光政策を委ねた結果、世界的な観光地に躍進した都市もある。

### 【都市部との連携】

- ・ 環境保全と地域おこしを連動させる取り組みを模索中。都市部の方に関心を持ってもらうべく、神戸市の北野や元町商店街でアンテナショップを運営している。
- ・ 県内地場製品の产地と都市部に所在するメーカーとの連携を高めることは、都市部にとっても重要。各地から人の集まる都市部の商店街であれば、管轄外の地域の産品は有力な集客のコンテンツとなり、また、地元の产品を扱う商店とも競合しにくい。こうした Win-Win の関係は今後も拡大していきたい。
- ・ 大消費地である都市部が、県下の产地に対してニーズを発信する必要性は理解できる。行政はこれまで、生産者側の支援を優先してきたが、これからは生産・消費のルートを再構築する考え方も求められる。但し、実際には、マンパワーが限られるなかで、行政が消費者側から生産者側に働きかけるのは難しい。
- ・ 生産者と消費者の交流を生む事業は重要。スーパーの店頭で料理教室を実施して、地域の食材をおいしく食べるレシピの伝授などを行っている。

### 【地域資源の発掘・活用】

- ・ 蛍の名所を復活させるべく、県民局が地元の小学生に螢の飼育セットを貸与。小学生に螢を育ててもらい、川に放流する取り組みも行っている。今では、観察できるほど繁殖しており、関与した小学生たちも満足感を得ている。
- ・ 鹿をはじめとする害獣の一次処理施設を整備し、捨てるものを再利用するシステムの確立に向けて取り組んでいる。今は供給量の増加に注力している段階で、将来的に事業化する段階では販路の開拓なども必要となってこよう。
- ・ 間伐材を利用した発電事業や農業の 6 次産業化（バジルを栽培・加工し、ペーストとして出荷）などが見られる。間伐材の集積所や加工品の販売業者の斡旋といった点で、行政も協力している。

## (2) 活躍の場作りについて

### 【企業誘致に対する考え方】

- ・ 空気・水がきれいで、災害は少ない。また、物流の便は良く、精密機械や電機関連の企業には適している。但し、企業誘致を積極的に進めているものの、中々成果に繋がらない。長いスパンでの対応が必要と考える。
- ・ 新たな企業を誘致できればベストだが、自市町に誘致できなくても、近隣の市町が誘致に成功し、結果的に働き手の流入（人口の増加）が生じればありがたい。
- ・ 企業誘致に取り組む首長が多いが、雇用増加を通じた地域の活性化に繋がっているか検証が必要。ソーラーパネルを設置して税収が増加するだけでは、地域の活性化にはならない。雇用を作る意識を持って政策立案・運営に当たるべき。

- ・企業立地は推進しているものの、管内の市町間で取り合いが起こるなど一長一短。一方で、既存企業の引き留め策も必要。緑地面積規制や調整池設置規制などでメリハリを付ける余地はある。誘致による増加数だけでなく、既存企業の引き留め効果も反映される、企業の純増数を目標に掲げる方針。

【資源や人材の活用】

- ・域外に流出しにくい高齢者を如何に活用できるかが今後の課題。
- ・現在は、農林業に従事する高齢者が多いが、今後は、観光や福祉・介護といったサービス産業で活躍の場を広げていきたい。例えば、肉体的な負担の少ない作業（介護施設での朝食の用意等）に高齢者を活用し、日中の力仕事は若い介護士に任せることで、担い手不足に対応することにも繋がる。
- ・子供向けのソーラーモーターの組み立て実演や、登山道の整備、干渴の整備、観光案内、介護支援といったボランティア活動への参画を通して、高齢者に地域活性化の担い手として活躍してもらっている。
- ・地元の特産品作りは、地元の味付けや作り方を熟知した高齢者に手伝ってもらうことが多い。結果的に、高齢者の造り甲斐やコミュニケーションの場を提供することに繋がっている。高齢化社会での高齢者人材の活かし方の一つと捉えている。

## 【農業】

- ・地域の売りである自然派の有機農法に憧れて就農する例はあるが、企業による農業への参入、機械化による大規模化の事例は余り聞かない。有機農業に関心を持つ新規就農希望者は増加しており、年間 100 件程度の相談を受けているが、農業の担い手は頭打ち状態であり、研修制度や家賃補助といった支援に、引き続き取り組む。
- ・植物工場の建設を推進中。実施主体は、①建築業者と農家の組合せや、②食品関係企業など。農業政策と産業政策の統括部署を一元化している（窓口は別だが、権限者は一人）ため、6 次産業化への取り組みが進めやすい。農地に太陽光パネルを敷き詰める事業を実現できたのも一元化の効果。
- ・植物工場での農作業は作業負担が少なく、高齢者にとっての新たな活躍の場として期待できる。普及を促す観点から、農地法の改正に取り組むべき。

## (3)人材の呼び込みについて

### 【総論】

- ・行政が人材の呼び戻しに取り組むことは重要。但し、戻ってくる側としては、「兵庫県」ではなく、「神戸」や「淡路」といった、地域や都市に戻ってくる印象が強いため、地域や都市のレベルで訴える方が効果的ではないか。
- ・定住人口の増加が理想だが、実家が農家を営んでいる場合など、地元に帰る場所がある方ならともかく、定年後の U ターンに多くは期待できない。交流人口で穴埋めするのが現実的な対策であり、土地の面白さを発信し続けていきたい。
- ・地方の若者が都会を目指すのは、ホワイトカラーとしての職場があるから。地方に

残る仕事（介護など）で生計を立てられるだけの収入を得られなければ、人を呼び戻すのは難しい。働く場、子育て、学校教育など、行政が支援すべき事項は多い。

#### 【地域における対応】

- ・大学生を含む39歳以下の若年者に対して、地元企業への就職を斡旋する企業説明会を県民局管内で開催しているが、東京や大阪などの都市部では開催していない。
- ・若者が大学受験の為に地元を出るのは仕方ないが、学生や親が地元企業を知れば、Uターンへの期待も高まる。地元の若者に地元企業を就職先として意識してもらうべく、工業高校の在校生を対象に、地元企業を見学する機会を提供している。地味な「モノづくり」ではなく、最先端のロボット技術（それを制御するコンピュータ関連の技術も含めて）などに対しては、高校生の関心も高い。
- ・高校生に地元への愛着を深めてもらえるような取り組みを計画中。元々、地縁のなかったIターン者などが地域の良さを発信することで、住民に地域に対する誇りを持つてもらう機会としている。
- ・職業訓練だけでは、訓練終了後に地域外へ流出するばかりで、予算の無駄遣いにならないかねない。今後は、地域に残る人・企業の支援に軸足を移す。引き留め策のデザイナー/コーディネーターを外部から招聘したい。行政が、若者の言葉や考えを理解・翻訳できることが、地域に根付く動きに繋がる。
- ・人材の呼び込みに向けて、相談窓口を設置。就農希望者に対しては、地元の農家などとの橋渡し役を担う人材も配置し、専業農家から指導を受ける機会を提供することで、来る側・受け入れる側双方にとって円満な移住を支援している。
- ・会社勤めからリタイアする世代に「地域デビュー（地域活動など、緩やかな仲間づくり）」してもらうことで、交流人口の増加を図りたい。
- ・定年退職者・脱サラ世代には、空き家の利用促進の観点から、「お試しモデル住宅」を用意。なお、受入から案内までの運営は、地域が受け持っている。
- ・ラジオの人気パーソナリティーに、空民家を週末住居として提供し、農作業や地元のイベント、住民との触れ合いの様子をラジオで発信してもらっている。

#### 【地域外での対応】

- ・従来、若者の地元定着を企図した企業紹介セミナーを地域で開催していたが、今年は、24大学の就職課と地元企業20社による説明会を都市部のホテルで開催したところ、約20名の学生が実際に地元企業の見学に来た。
- ・地域人材確保協議会を設立し、U・Iターンを推進している。例えば、大学生向けの地元企業による合同企業面接会を、地元のほか、県内の都市部でも開催。次回は大阪での開催も検討している。
- ・地元高校の同窓会に協力を仰ぎながら、都市部の大学に在学している学生に対して、地元をアピールするメールを発信するなど対策を始めている。
- ・地域内の高校の同窓会と連携して、東京にいる地元出身の大学3年生に、就活関連

資料を送付するなど、地元の印象付けに取り組んでいる。大卒のタイミングで地元に帰ってくる人を増やせるかどうかは別にして、地元を離れた方とコミュニケーションがとれるパイプを維持しておくことは重要。

- ・人材の呼び戻しに当たっては、兵庫県から出て行った人とのパイプ作りが重要。県では、兵庫県に語学指導に来た外国人が帰国した後もコミュニケーションを続けている。国内でも、こうした取り組みを始める意義はある。

#### (4)他の行政機関との連携について

##### 【県民局】

- ・地域としての今後の方針について連携を密にし、県民局と管内の市町との意思疎通を図っている。但し、首長や地方議会議員の任期（4年）の関係で、市町の関心は短期的な政策に集まりがち。地域ビジョンの実現に向けた取り組みを長いスパンで保持・継承していく方策も必要。
- ・産業振興政策については、管内の市町がそれぞれの商工会議所と連携して取り組む例が多く、県民局の出番は限られるものの、情報提供や各市間の連携を後押しするという形で関与している。
- ・近隣の県民局との接点は少なく、産業政策面での連携についても特に意識していない。交流・協働も必要と考えるが、ライバルという側面もあり、「進んで連携」とまでいかないのが実情。なお、観光事業に関しては、相乗効果が期待できるため、他府県を含めて連携が取り易い。
- ・地域として共同戦線を張ることの重要性は理解できるが、事業所の所在地に応じて課税する現在の税制では限界がある。企業誘致の成果を地域で分け合える税制改正にも取り組む必要があるのではないか。
- ・地域の課題解決を支援する事業に取り組んでいる。県民局が先鞭をつけ、管内の市町が引き継いでいくケースが多い。一時的に重複するものの、最終的には県民局がフェードアウトする形で重複が解消される。
- ・県下にある10の県民局に一律の権限や役割を与えるのではなく、地域の実情に応じて柔軟に変えることも考える必要がある。

##### 【市役所】

- ・産業政策は、基本的に、市と商工会議所の連携で対応可能。県民局が入るケースもあるが、本庁の判断を仰ぐ必要があるためその場で判断できない県民局に参画してもらうメリットは余り感じない。
- ・雇用及び地元企業活動・企業誘致促進対策に関して、近接する他府県の自治体と連携することを申し合わせ、相互に協力する体制を築いている。
- ・人材確保や観光面での他市町との連携に関して、県民局が旗振りするケースが多い。
- ・産業振興策については、基本的に、市が取り纏めて推進している。兵庫県の本庁と協働する案件はあるが、県民局や近隣市町との連携は多くない。

### (5)政策効果の検証について

- ・取り組みの成果が直接現れる指標（地元高校生の就職率など）を住民に示し、それに対する住民の満足度を評価の基準としている。回答者の主観的・観念的な判断に依存することになるものの、住民の過半数が満足する状態を一応の目安と考えている。但し、政策の立案などで実際に各市を引っ張る立場にないため、評価をどう取り扱うは難しい。
- ・政策効果を測る客観的な基準はなく、セルフチェック状態。例えば、イベント支援であれば、集客人数や売上高などが一義的な指標となるが、そこからイベントによる効果だけを抽出するのは困難。一方、参加者の満足度を調査する方法も考えられるが、標本の分布による偏りが大きく、指標として使いにくい。いずれにしても、マクロでは計りにくいので、出展者に対する個別のヒアリングなどを通じて、実感を積み上げるしかない。担当課長レベルの“偽らざる実感”も重視すべき。
- ・施策の進捗度を測る指標は、色々な角度から評価する必要がある。行政には、弱者を支援する役割もあるので、特定の数値だけによる評価が適切とは限らない。
- ・企業立地件数などは数値で結果が表れるが、その数字だけで評価するのは早計。雇用創出効果や消費の押し上げ効果など、実際の地域経済への波及効果を踏まえて評価する必要がある。産業連関表を使った評価手法を導入できないか、検討中。
- ・注力する分野の検討や、効果の検証、改善策の立案に産業連関表を用いている。

### 3.往訪先（往訪日時順）

#### (1)民間事例

往訪日	往訪先	
9月20日	(学)柳学園	専務理事 山口雄治氏
9月20日	(株)薰寿堂	代表取締役会長 福永稔氏
11月9日	(株)西村屋	代表取締役会長 西村肇氏
11月25日	(株)大地農園	代表取締役社長 大地徂氏 取締役 利根茂樹氏
11月25日	伊東電機(株)	代表取締役 伊東一夫氏 執行役員経営戦略室長 山本環氏
11月25日	(株)稻坂歯車製作所	代表取締役社長 稲坂利文氏 総務部長 尾崎義久氏
11月25日	(株)パソナふるさとインキュベーション	のじまスコーラチーム チーム長瀬川康弘氏
12月6日	(株)ソネック	取締役会長 渡辺健一氏
12月6日	(株)高田商店	代表取締役社長 高田真也氏
12月6日	姫路商工会議所	専務理事 吉田裕康氏

往訪日	往訪先	
12月6日	(一社)ノオト	代表理事 金野幸雄氏
12月10日	南あわじ商工会	会長 志知宣夫氏 上級アドバイザー 藤井正好氏
12月10日	(株)ホテルアナガ	顧問 柳泰生氏 総支配人兼総料理長 中野匡昭氏
12月10日	(株)タツミ	代表取締役 興津博捷氏
12月10日	沖物産(株)	代表取締役社長 沖省造氏 常務取締役 村上俊二氏
12月11日	(株)帝国電機製作所	総務本部 取締役総務本部長 兼 経営企画部長 中村嘉治氏
12月11日	長田産業(株)	取締役社長 長田博氏
12月11日	サンライズ工業(株)	代表取締役会長 平石正人氏 常務取締役 藤原成人氏
12月17日	P&G ジャパン(株)	広報渉外本部 社会貢献活動リーダー 消費生活アドバイザー 筒井ゆう子氏
12月26日	特定非営利活動法人 中山間地域まちづくり研究所	代表取締役 伊勢田博志氏
12月26日	(株)神戸新聞事業社 (ひょうごいなカフェ)	営業1部部長 櫻井智宏氏

## (2) 行政機関

往訪日	往訪先	
10月25日	西播磨県民局	県民局長 山本嘉彦氏
11月6日	神戸市	産業振興局 経済部 経済企画課 調整係長 多名部重則氏
11月11日	阪神南県民局	県民局長 西上三鶴氏 阪神活性化参事 今井良広氏
11月11日	神戸県民局	県民局長 太田和成氏
11月11日	阪神北県民局	県民局長 常松貞雄氏 副局長 北村悦伸氏 北摂都市活性化参事 西岡正博氏 北摂都市活性化参事 商工労政課長 高榮雄一郎氏
11月12日	姫路市	(市長 石見利勝氏) (副市長 石田哲也氏) 産業局長 北川俊文氏 (市長公室秘書課長 清水秀明氏)
11月14日	北播磨県民局	まちむら交流参事 神崎敏道氏 まちむら交流参事 商工労政課長 高橋正行氏

往訪日		往訪先
11月25日	淡路県民局	(県民局長 安倍茂氏) 副局長 鬼本英太郎氏 総務企画室長 藤長義馬氏 総務企画室 主幹兼総務課長 西村法之氏
11月26日	東播磨県民局	県民局長 福田好宏氏 地域振興参事 主幹兼ものづくり産業課長 北田輝彦氏 総務企画室 主幹兼企画防災課長 松浦幸浩氏
11月26日	中播磨県民局	(県民局長 北川稔男氏) (副局長 大内誠氏) 交流観光参事 日下部雅之氏 交流観光参事 主幹兼商工労政課長 本多正憲氏 商工労政課 課長補佐 八雲順乗氏
11月27日	丹波県民局	県民局長 梅谷順子氏 大丹波連携参事 佐伯公宏氏
11月27日	丹波市	産業経済部長 近藤俊幸氏 同部 観光振興課長 細見正敏氏 同部 新産業創造課長 足立良二氏 同部 新産業創造課 企業誘致係長 德岡泰氏 同部 新産業創造課 商工振興係長 清水徳幸氏 同部 農業振興課長 芦田正吾氏 同部 農林整備課長 細見勝氏
11月28日	豊岡市	環境経済部長 井上隆俊氏 環境経済部 環境経済課 経済係長 若森洋崇氏
11月28日	但馬県民局	(県民局長 岩根正氏) 地域政策室 産業観光課長 鯉渕薰氏 地域政策室 産業観光課主査 日下部尚裕氏

(注) カッコ内は、別途面談させて頂いた方々

## 付属資料

### 1. 兵庫県下の主な地場産業（2011年）

(単位:百万円、人、%)

		国内 シェア(*1)	生産金額	1989年比	従業員数	1989年比	主な産地
食 料	清酒(灘五郷)	20.2(1)	77,820	▲ 79.7	1,695	▲ 51.7	西宮市、神戸市
	姫路の菓子		32,250	N.A.	2,003	N.A.	姫路市
	手延素麺(播州)	46.2(1)	16,800	+ 39.9	2,460	▲ 23.1	たつの市、宍粟市、姫路市、太子町
	醤油		8,238	▲ 43.7	611	▲ 33.7	たつの市周辺
	乾麵		2,841	+ 2.6	457	▲ 32.8	たつの市、姫路市周辺
	手延素麺(淡路)		101	▲ 67.8	59	▲ 57.2	南あわじ市
織 維	神戸アパレル		606,200	+126.8	23,004	+207.6	神戸市
	播州織	19.1(3)	31,400	▲ 65.9	915	▲ 77.8	西脇市周辺
	撚糸		8,670	+318.8	90	▲ 92.0	西脇市周辺
	靴下	15.6(2)	8,270	▲ 78.0	1,128	▲ 62.1	加古川市周辺
	糸・染色		4,648	▲ 66.8	223	▲ 75.0	西脇市周辺
	但馬ちりめん		250	▲ 95.3	73	▲ 87.5	豊岡市
	作業手袋		54	▲ 95.8	40	▲ 78.9	姫路市、加古川市
化 学 ・ 雑 貨	ケミカルシューズ	26.2(1)	29,888	▲ 62.8	1,895	▲ 71.8	神戸市
	皮革(一次製品)	48.3(1)	25,156	▲ 75.0	1,883	▲ 57.7	姫路市、たつの市、川西市、太子町
	線香	45.6(1)	11,549	+ 47.0	403	▲ 66.6	淡路市
	ゴム製品		10,893	▲ 86.9	858	▲ 89.3	神戸市周辺
	かばん	29.2(1)	8,267	▲ 73.4	900	▲ 50.7	豊岡市
	木工芸品		4,370	▲ 67.6	173	▲ 77.2	小野市
	にかわ・ゼラチン		3,978	+ 46.3	126	▲ 49.6	姫路市
	真珠加工	23.9(3)	3,611	▲ 90.4	523	▲ 85.1	神戸市
	マッチ	91.9(1)	1,586	▲ 76.6	298	▲ 71.0	姫路市、太子町、神戸市
	故織維加工		1,413	▲ 75.4	450	+ 12.5	高砂市
	神戸家具		529	▲ 93.2	29	▲ 91.8	神戸市
	真珠核		150	▲ 96.2	40	▲ 87.1	洲本市周辺
	そろばん		117	▲ 91.3	33	▲ 90.9	小野市
	ホリゾンタル樹脂紐		96	▲ 80.8	35	▲ 68.2	丹波市
	杞柳製品		57	▲ 87.4	6	▲ 94.8	豊岡市
農 業	粘土瓦	9.3(3)	3,805	▲ 82.2	623	▲ 69.7	淡路市、南あわじ市
	丹波立杭焼		760	▲ 46.6	179	▲ 40.3	篠山市
	宝殿石(竜山石)		72	N.A.	20	N.A.	高砂市
	出石焼		34	▲ 94.0	10	▲ 91.2	豊岡市
機 械 ・ 金 屬	利器工具	13.0(3)	22,139	▲ 59.3	1,552	▲ 62.4	三木市
	釣針	88.8(1)	10,440	▲ 31.2	885	+ 25.5	加東市、西脇市周辺
	ボルト・ナット		8,595	▲ 59.1	413	▲ 41.0	神戸市、姫路市
	釣具		2,881	▲ 17.0	107	▲ 28.7	丹波市
	鎖		2,562	▲ 73.4	365	▲ 30.9	姫路市
	家庭刃物		920	▲ 70.3	241	▲ 73.2	小野市周辺
	ゴルフ用具		560	▲ 92.3	56	▲ 89.3	姫路市
	鎌		213	▲ 93.2	40	▲ 83.1	小野市周辺

(資料)兵庫県「兵庫県地場産業一覧」「全国的に主要地位を占める地場産業」

(\*1)原則、「H24 経済センサス」に基づき算出(金額ベース)

(\*2)1989年には集計対象であった地場産業のうち、「西播磨の家具」「国包建具」「ばね」などは2011年に掲載されていない

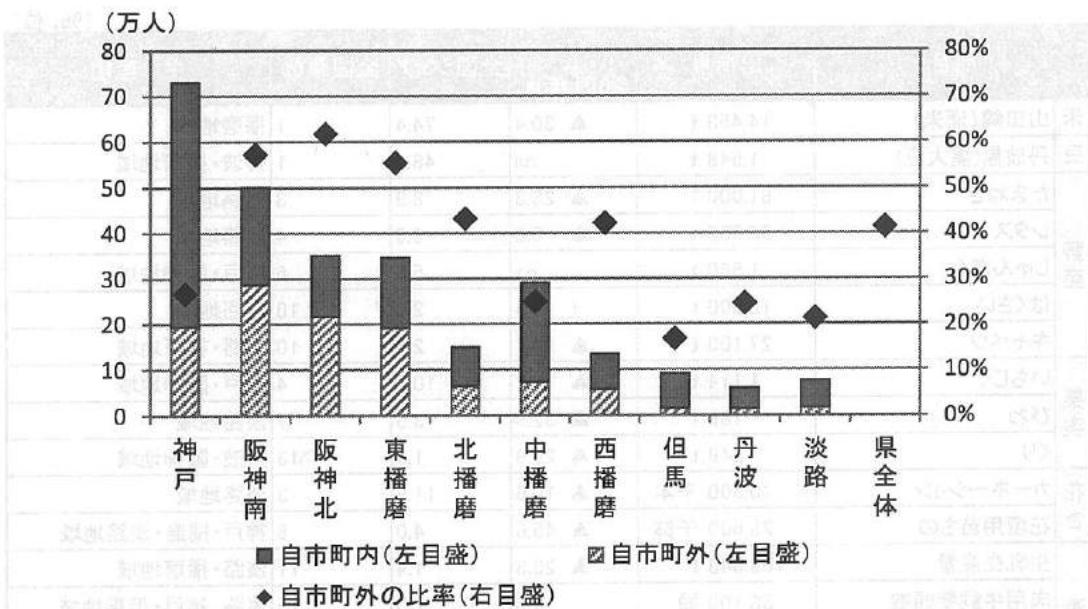
## 2. 兵庫県下の主な農林水産物（2010年）

(%, 位)

品目		出荷量	2001年比	全国シェア	全国順位	主な産地
米	山田錦(酒米)	14,453 t	▲ 30.4	74.4	1	播磨地域
豆	丹波黒(黒大豆)	1,548 t	na	48.2	1	丹波・播磨地域
野菜	たまねぎ	81,000 t	▲ 28.3	8.9	3	淡路地域
	レタス	33,300 t	▲ 0.6	6.6	4	淡路地域
	しゅんぎく	1,560 t	na	5.6	6	神戸・阪神地域
	はくさい	13,900 t	+ 9.4	2.0	10	淡路地域
	キャベツ	27,100 t	▲ 24.1	2.3	10	淡路・神戸地域
果実	いちじく	1,114 t	▲ 17.2	10.1	4	神戸・阪神地域
	びわ	166 t	▲ 32.5	3.5	7	淡路地域
	くり	248 t	▲ 29.9	1.5	13	丹波・阪神地域
花き	カーネーション	40,500 千本	▲ 10.6	11.8	3	淡路地域
	花壇用苗もの	28,600 千鉢	▲ 45.6	4.0	6	神戸・播磨・淡路地域
畜産物	生乳生産量	109,843 t	▲ 29.3	1.4	11	淡路・播磨地域
	肉用牛飼養頭数	58,100 頭	na	2.0	15	淡路・神戸・但馬地域
	鶏卵出荷量	81,528 t	na	3.3	10	播磨地域
	ブロイラー出荷羽数	12,461 千羽	▲ 5.0	2.0	10	但馬地域
	はちみつ生産量	72,027 kg	na	2.7	14	播磨・阪神地域
水産物	ズワイガニ	1,394 t	+ 21.1	29.0	1	日本海
	ハタハタ	1,307 t	▲ 17.3	14.8	3	日本海
	シラス	14,505 t	+ 35.8	20.2	1	瀬戸内海
	カレイ類	2,780 t	▲ 14.9	5.7	3	日本海・瀬戸内海
	イカナゴ	7,896 t	▲ 73.9	11.2	4	瀬戸内海
	タコ類	2,724 t	▲ 14.6	6.5	2	瀬戸内海
	ホタルイカ	2,485 t	na	49.7	1	日本海
	ノリ養殖	58,238 t	▲ 14.9	17.7	2	瀬戸内海
	ベニズワイガニ	2,804 t	na	14.6	3	日本海

(資料)兵庫県「ひょうごの『農』」「みどり白書」

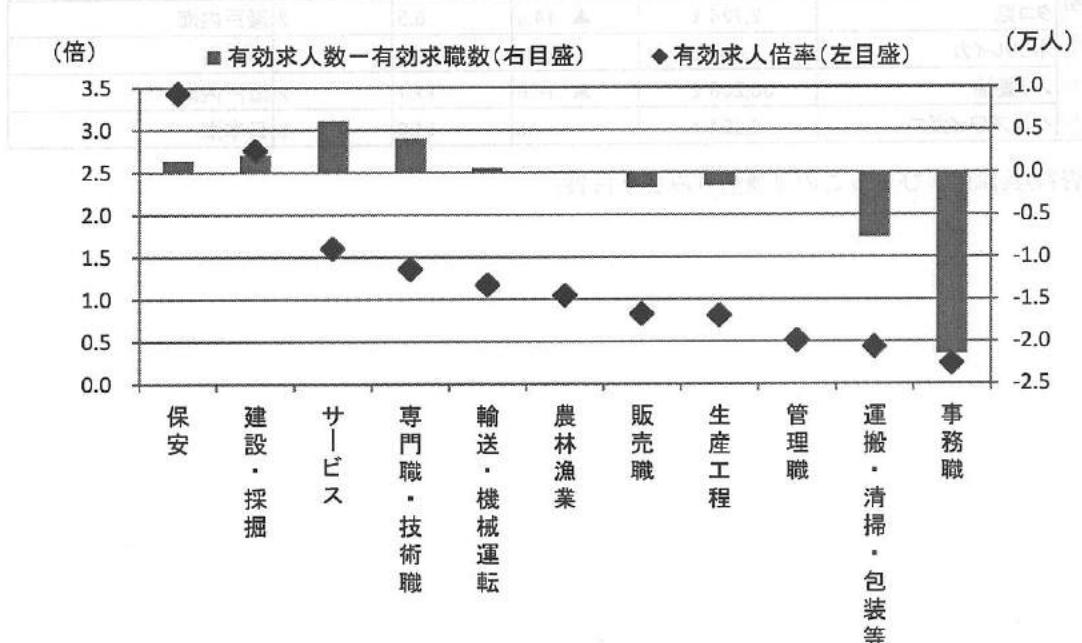
### 3. 居住地別の就業者数及び通学者数（15歳以上、2010年）



(資料) 総務省「国勢調査」

(注) 常住地ごと（県民局ベース）の就業者数及び通学者数を、それぞれの従業・通学先別に集計したもの。自宅又はそれに附属した店・作業場などで従業している自営業者や自家の田畠・山林や漁船で仕事をしている農林漁家者は自局内の従業者に含まれる。なお、就業していない年金生活者などは含まない。

### 4. 職業別職業紹介状況（常用計、2013年10月）



(資料) 兵庫労働局「労働市場月報ひょうご」

## 5. 地域別人口のコホート分析（2010年→2015年）

年齢 (2010時点)	神戸	阪神	東・北播磨	中・西播磨	但馬	丹波	淡路	計
出生前	+ 59,283	+ 73,497	+ 39,689	+ 35,014	+ 6,300	+ 3,781	+ 4,661	+ 222,225
0~4歳	+ 476	▲ 1,030	▲ 477	▲ 232	▲ 182	+ 0	▲ 133	▲ 1,578
5~9歳	+ 557	▲ 1,138	▲ 657	▲ 272	▲ 118	▲ 21	▲ 126	▲ 1,775
10~14歳	+ 1,871	+ 1,279	▲ 1,769	▲ 1,555	▲ 1,384	▲ 658	▲ 729	▲ 2,945
15~19歳	+ 3,212	+ 2,272	▲ 2,773	▲ 2,801	▲ 2,358	▲ 1,065	▲ 1,323	▲ 4,836
20~24歳	▲ 2,337	▲ 1,142	+ 1,100	+ 598	+ 829	+ 166	+ 198	▲ 588
25~29歳	▲ 51	+ 2,105	▲ 259	▲ 195	▲ 22	▲ 119	▲ 125	+ 1,334
30~34歳	+ 613	+ 569	▲ 766	▲ 415	▲ 258	▲ 49	▲ 160	▲ 466
35~39歳	+ 979	▲ 395	▲ 1,146	▲ 819	▲ 241	▲ 61	▲ 193	▲ 1,876
40~44歳	▲ 15	▲ 1,323	▲ 1,256	▲ 757	▲ 157	▲ 95	▲ 190	▲ 3,793
45~49歳	▲ 570	▲ 1,702	▲ 1,275	▲ 876	▲ 145	▲ 84	▲ 216	▲ 4,868
50~54歳	▲ 805	▲ 1,770	▲ 1,410	▲ 1,103	▲ 250	▲ 103	▲ 223	▲ 5,664
55~59歳	▲ 1,679	▲ 2,944	▲ 2,204	▲ 1,674	▲ 432	▲ 159	▲ 273	▲ 9,365
60~64歳	▲ 3,369	▲ 5,413	▲ 3,530	▲ 3,182	▲ 572	▲ 269	▲ 464	▲ 16,799
65歳以上	▲ 50,807	▲ 65,177	▲ 41,734	▲ 40,214	▲ 11,114	▲ 6,678	▲ 8,938	▲ 224,662
計	+ 7,358	▲ 2,312	▲ 18,467	▲ 18,483	▲ 10,104	▲ 5,414	▲ 8,234	▲ 55,656

(資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(2013年3月推計)」

上図は2010年から2015年にかけての各地域の同一年代の人口増減を示したもの。例えば、神戸の0~4歳の「+476」は、2015年の神戸地区の5~9歳の人口から、2010年の同地区の0~4歳の人口を控除して算出。

神戸、阪神地区を除く各地域では10歳台の社会減(\*)が最も大きく、社会増は20歳台前半で最も多い。逆に、神戸、阪神地区においては、10歳台の社会増が最も多く、20歳台前半で社会減が最も大きい。

これは、高等教育機関への進学を機に若年層が地域を離れ、その一部は卒業後に地域に帰り、別の一部が東京・大阪などへ向かうためと考えられる。また、阪神地区で20歳台後半から30歳台前半に掛けて、また、神戸で30歳台が社会増となっているのは、子育て世代の転入や転勤に伴う転居などによる移動が中心と考えられる。

(\*)各時点の絶対数による比較のため、増減数には自然減による減少も含まれるが、年少期における自然減は限られるため、大半は社会増減によるものと考えられる。

## 平成 25 年度 提言特別委員会における活動・討議経過について

日付	活動内容
平成 25 年 4 月 23 日	第 1 回準備会合（討議） 委員会の運営全般について
5 月 13 日	第 2 回準備会合（討議） 今年度の提言テーマについて
5 月 28 日	第 1 回提言特別委員会（討議） 今年度の運営方針について 他
6 月 18 日	第 2 回提言特別委員会（講演会） テーマ：ひょうご経済・雇用の現状と課題 講師：兵庫県 企画県民部 ビジョン局長 竹村正樹氏
7 月 18 日	第 3 回提言特別委員会（講演会） テーマ：地元紙が見た兵庫県経済 講師：神戸新聞地域総研 副所長兼企画調査部長 村上早百合氏
8 月 28 日	第 4 回提言特別委員会（討議） 提言の大枠について
9 月 18 日	第 5 回提言特別委員会（討議） 提言素案について
9 月下旬～ 12 月下旬	視察・ヒアリング
10 月 24 日	第 6 回提言特別委員会（講演会） テーマ：成熟社会における地域経済の活性化策 講師：岡山大学大学院 教授 社会文化科学研究科 経済学部副学部長 中村良平氏
11 月 20 日	第 7 回提言特別委員会（討議） 提言概要について
12 月 16 日	第 8 回提言特別委員会（討議） 提言案について
平成 26 年 1 月 22 日	第 9 回提言特別委員会（討議） 提言最終案について

## 平成 25 年度 提言特別委員会 委員名簿

(敬称略・順不同)

委 員 長	中島 洋人	東洋ナッツ食品(株)	代表取締役社長
副 委 員 長	永吉 一郎	(株)神戸デジタル・ラボ	代表取締役
副 委 員 長	木下 学	(株)ホテルニューアワジ	専務取締役
委 員	松田 茂樹	(株)マニックス	取締役会長
	今津 由雄	今津建設(株)	取締役社長
	大道 学	(株)三菱東京UFJ銀行	神戸支社長
	河野 忠友	カワノ(株)	代表取締役社長
	南部 真知子	(株)神戸クルーザー・コンシェルト	代表取締役社長
	鮑 悅初	(株)廣記商行	取締役会長
	奥田 祐司	(株)コミュニカ	代表取締役社長
	田中 裕子	(株)夢工房	代表取締役
	土田 剛司	あいき不動産鑑定(株)	代表取締役
	神澤 秀和	神沢鉄工(株)	代表取締役社長
	和田 剛直	和田興産(株)	専務取締役
	吉見 隆	(株)三井住友銀行	公共・金融法人部(神戸)部長
アドバイザー	松坂 隆廣	神戸土地建物(株)	取締役社長
	馬場 宏之	ダンロップスポーツ(株)	取締役会長
ワーキンググループ	中西 義史	(株)三井住友銀行	経営企画部 金融調査室 次長
	野村 剛	(株)三井住友銀行	経営企画部 金融調査室 上席室長代理
	田中 新次	川崎重工業(株)	総務部 総務・秘書課長
	坪井 隆樹	川崎重工業(株)	総務部 総務・秘書課主事(12月まで)
	乾 貴博	川崎重工業(株)	総務部 総務・秘書課主事(10月より)
	濱田 健司	(株)神戸製鋼所	総務部 課長
	吉積 茂	東京海上日動火災保険(株)	神戸支店 課長
	久保田 剛広	(株)みなど銀行	企画部 広報室 室長
	木村 康平	みなどコンサルティング(株)	取締役
事 務 局	後藤 和夫	(一社)神戸経済同友会	事務局長
	江崎 敦	(一社)神戸経済同友会	事務局次長

発行 平成26年2月

一般社団法人 神戸経済同友会

〒650-0033 神戸市中央区江戸町 91-1

(神戸銀行俱楽部内)

TEL 078-331-5584

FAX 078-392-7236

E-mail kobedoyu@pearl.ocn.ne.jp