

提 言

兵庫のポテンシャルを再構築
～ 旧い成功体験からの完全脱却 ～

平成29年12月

一般社団法人 神戸経済同友会

Kobe Association of Corporate Executives

序文

兵庫県ではこれまで随分と寂しい思いをして来ました。今は漸く曙光が射したと言える状況で、今後には大きな期待が広がりました。まずは、ここまで持って来られた関係各位のご尽力に敬意を表します。こうした重要な時期にあつて、では神戸経済同友会として何をすべきか。本提言書にその考え方の一端を示させていただきました。未だ粗削りで少し掘り下げ不足の感も否めませんが、私どもの精一杯の活動の成果です。是非、熟読玩味願いたいと思います。

過去をどう見るかは、印象面から入る方が早いかも知れません。新幹線で西へ向かって兵庫県を通過する際、新大阪を出て暫くの間に工事用クレーンの姿が殆ど車窓に映らなくなります。JR三ノ宮駅ホームに立ちますと、そこから見える風景は40年前我々が社会人になった頃と殆ど変わりません。県庁所在地にしてかくも静かで変貌しない街は珍しいのではないか。震災の影響は本当に甚大でした。あの時に時計の針が止まった事を今更ながら痛感します。

地域活力のバロメーターに人口を取り上げるのは自然です。人口面では、兵庫県はここ5年連続転出超過ですし、神戸市は遂に福岡市の後塵を拝しました。兵庫・神戸は活力を失ったと言わざるを得ません。一方、復興最優先の中にあつて、兵庫・神戸では早くから地域創生を標榜した取組みが進められて来ました。既に遠い将来を見ていた訳で、その慧眼に頭が下がります。また、各情報誌を見ては諸対策の体系的かつ精緻さに驚かされもします。

今年で神戸開港150年を終え、来年県政開始150年を迎える今、随所で未来が語られるようになりました。神戸港や都市神戸の将来デザインなどはその1例です。待望久しかった動きですが、漸く震災の呪縛を脱し前に踏み出す機運が醸し出されて来たと言えるでしょう。時計の針は再起動したのです。折角生まれたこの流れを最大化しつつ、諸局面での具体的で確実なムーブメントに変える。兵庫県にあつてはこれが今最も重要な課題と思います。

神戸経済同友会ではこの課題に向き合うべく、今年の提言テーマを「地域創生に向け豊かさを／ポテンシャルを現実の成果に～新1次・2次・准2次産業にスポットをあて雇用創出／県民所得増加に繋ぐ活動を」としました。兵庫にいれば、または兵庫に行けば、ちゃんと仕事があり十分に暮らして行ける。これを1丁目1番地として取り上げたものです。なお、例年の提言活動においても、テーマ名は違ってもその目指す所は地域創生です。

率直にはテーマがあまりに大上段からですし、提言にまで纏め得るか随分気を揉んだのですが、何とか仕上げていただきました。敢えて言わせていただければ、それなりの自信作です。先端の思想・着眼で新しい地平を開くものから、古い思想の今日風お色直しまで、内容的にも極めて多彩です。是非お探り上げいただきたいと切望します。また、神戸経済同友会としてもフォローの重要性は認識しており、各方面と連携して実現に繋ぎたいと考えています。

議論を重ねる程に練度が着実に上がるのが印象的でした。過去からの歩みと兵庫の現状に思いを致せば、的確な処方箋を書くのが如何に困難であり隘路であるかは自明です。実際、議論が当初の狙いに沿ってすんなりと纏まる形は少なく、当初とは違う方向性の下で漸く解を見出すと言う形が殆どでした。そうした路線変更が、返ってより現実を踏まえた実効性の高い解を導いたと見ています。今更ながら議論を深める事の重要性を気付かされたものでした。

何時の時代も世の中を変えるは若い挑戦ですが、現代の兵庫ではそれが少なかった。自慢にして来た進取の精神・DNA はむしろ危殆に瀕していたのではない。そんな気がしてなりません。ともあれ、もう悠長に構えてはいられない。兵庫の今を直視し真摯に対峙する事から地域創生は始まる。挑戦を志す人が陸続と輩出し、周囲がそれを後押しする。そんな兵庫の精神を蘇生させたい。今回の活動を通じつくづくそう思った次第です。

2017（平成 29）年 12 月

一般社団法人 神戸経済同友会
代表幹事 塚本 晃彦
代表幹事 國井 総一郎

目 次

◆はじめに	・・・ P. 1
◆提言要約版	
新1次産業	・・・ P. 3
2次産業	・・・ P. 5
准2次産業	・・・ P. 7
◆提言	
新1次産業	・・・ P. 9
2次産業	・・・ P. 25
准2次産業	・・・ P. 45
◆おわりに	・・・ P. 57

◆視察・ヒアリング先一覧	・・・ P. 59
◆討議経過	・・・ P. 68
◆委員会名簿	・・・ P. 69

はじめに

今回の提言テーマを検討するにあたり、次のような観点から3つの分野に注目して進めた。兵庫県の平成28年度のGDPは約22兆円で、その内訳は3次産業が69%を占め圧倒的である。しかしサービス業の場合生産側も支出側も同一県内で賄われていることが多く、外から稼いで内にお金を落とす力では2次産業が勝っておりその強化が求められる。3次産業については運輸・通信・インフラ等のサービスは直接2次産業をサポートしており、我々はこれを准2次産業と定義して注目した。1次産業についてはそれ自体を取り出せばGDPに占める割合は小さいが、地域によっては基幹産業であり、またその加工や流通を通じて一定の裾野を擁していることから、一次産業を中心とした地域経済全体を新1次産業と定義して注目した。

我々はこれら3分野のポテンシャルを探り、今日的に解釈し直し、その意味を明確にした上でそのポテンシャルを眠らせずに最大限活用することにより経済を活性化できるのではないかと考え、これら3分野において以下の方向性を持って調査研究を進めた。

- 新1次産業における「多彩な農林水産資源の活用等による地域振興」
- 2次産業における「高度～最先端技術活用による最強『ものづくり県』実現」
- 准2次産業における「空港・港湾、物流、情報等インフラの徹底強化と最大限の活用」

活動の進め方に関しては3つの分科会活動を中心に据え、毎月の定期会合では全体会議を減らして分科会を充実させた。産業分野毎に視察先も調査対象も全く異なっている状況に対応して、幅広いテーマに効率的にアプローチするための方策である。10数人の比較的少人数で其々の産業毎に視察、調査を重ね、その結果に基づいて徹底的に討論を行うことにより、ポテンシャルの理解を深めることが出来たと考える。また全体会議、分科会とは別に幹部会を開催して3つの分野の集約と調整を行った。

新1次産業においては当初大規模化による収益性向上がキーになると考えた。しかしそれよりも消費地に近いメリットを生かして消費者ニーズにあった食材を提供するマーケット志向を強め、生産者と消費者の間をうまく結ぶことにより双方のメリットにとどまらず、地域そのものの魅力も向上させ得ることがわかった。

2次産業においては当初その振興策を議論したが、最終的には個別企業の経営環境と舵取りに依存しており、産業政策としてひとまとめにしたものを打ち出すことは難しかった。しかし企業数そのものが減少している中では新たな起業を促すことが重要であり、特に我が県において優位性をもつ医療・バイオ分野では現在も活発に技術革新が進行中であることから、この分野を始めとする起業促進が重要であると考えた。

准2次産業においては150年前の開港当時同様に外国企業・外国人を積極的に受け入れることにより発展が可能になるが、都市・空港・港湾が揃った兵庫県・神戸市はその適地であり、その活性化策を検討することが重要と考えた。

これらの調査研究成果をもとに具体的に何を成せばポテンシャルが成果に結び付くかを考え提言をまとめた。兵庫において震災後その復興に巨費が投じられたがこれらはいずれも元（の生活）に戻すという、ある意味極めて後ろ向きでゴールも明確なものが多かった。しかし兵庫が再び元気を取り戻すには必ずしも明確に見えていない未来への投資が必要で、深い洞察に基づくチャレンジなくして辿り着けるものではない。本提言が初めて見聞きするものでも恐れず受け入れ、創意工夫によってさらに発展させてきた150年前の初心にかえり新しい創造につながることを期待する。本提言実現に向けて我々神戸経済同友会は積極的に関与していきたいと考えている。

平成29年度 提言特別委員会
委員長 坂井 幸嗣

新 1 次産業 **最強の地消地産モデルで儲ける農業へ**

【現状認識】

兵庫県の 1 次産業は、全国的な傾向と同様に収入減や高齢化が進んでいる。特に農業については、農家数は全国第 3 位であるが、兼業農家が約 8 割を占め、農業就業者の平均年齢は全国平均を上回る。また、経営耕地面積は全国平均の半分を下回る小規模な経営が大半を占める現状にある。

一方で、大阪をはじめとする大消費地の需要に支えられ、漠然と小規模営農が維持された結果、現時点において、生産量・ブランド確立の両面で産地間競争に劣後していると言わざるを得ない。現状の兵庫県の農業は、「生産規模に制約を受けて大手流通業の需要に見合う産出量が達成できないために更に小規模生産に留まる」という悪循環に陥っている事から、家業としての農業は魅力が乏しく、結果として後継者が不足する事が予想される。

【解決の方向性】

「最強の地消地産モデルの構築から、地域のブランド化を目指す」

- ① マーケットイン発想の地消地産（消費⇒地域の需要動向を把握しながら、それに見合った生産計画をたて、安定的な生産体制を構築する）で県内消費者と県内生産者との距離を縮め、新鮮かつ安心・安全な県内産品の需要喚起と拡大を図ること。
- ② 県内での好循環（お金の循環）の形成による地域経済の活性化や雇用の拡大を図ること。
- ③ エコで持続可能な循環を居住地域のブランドとして確立すること。

 『地域創生』に向け、安全な食・健康に対する意識の高い層の流入による人口増を狙う

【具体的な提言】

1-1. 「B u Y H Y O G O」運動の推進による県民の地消地産の意識の醸成と需要喚起ならびに地域のブランド化

兵庫県産品（B Y H Y O G O）の購入（B U Y H Y O G O）を促進

- ① 県民、県内企業、農林水産業の生産者も参画したオール兵庫で地消地産を盛り上げる県民運動と位置づけ、県内消費及び生産を喚起し、それらを県内で循環できる地域経済圏の実現を目指す持続性あるモデルとする。
- ② 兵庫県の新鮮で安全な農水産物や県内 6 次産業製品を手軽に購入できる「B u Y H Y O G O」サイトを構築し、決済に利用できるポイント制も導入する。決済には、クレジットカードや仮想通貨を利用可能とする。

- ③ 生育情報や県民と協働した収穫体験の様子等をSNSで発信し、県民との親近感・信頼感を醸成する。更には県内からのブランド化を推進する。

1-2. 『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の導入

- ① 零細農家や新規就農者でも参加しやすい小さなコミュニティの中で、会員制・前払制による直接販売制度『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の仕組みを導入する。これにより消費者が安全で新鮮な農産物の入手を可能にするとともに、生産者の経営安定化を図る。決済には「BuY HYOGO」のシステムも活用し、農家の成長を支援する。
- ② 消費者は農作業の手伝いをする事でポイントを獲得できる。また農業への興味喚起により、新規就農の増加を見込む。
- ③ 企業はマーケティング支援や技術協力で農商工連携を図り、また出資により農業法人化を推進する。

2. 行政ならびに生産者と民間企業との連携強化に向けた取り組み

- ① 「ひょうご就農支援センター」の体制を強化する。1次産業進出の促進に向けた相談窓口機能等の充実化を図り、プッシュ型かつワンストップ型サービス提供を実施する。
- ② 「農商工連携」の推進に向け、「農イノベーションひょうご推進協議会」と神戸経済同友会との連携強化を図り、同協議会のプラットフォームを利用して県内企業の人材、技術の活用やマーケティングを強化する。

【実現に向けての要望事項】

1-1. 「BuY HYOGO」運動の推進による県民の地消地産の意識の醸成と需要喚起ならびに地域のブランド化

(1) 県下の各市町村農政部門への説明

兵庫県農政部による企画推進ならびに周知活動要員の確保（要員）

(2) 「BuY HYOGO」サイトの構築および決済システムの運営管理

- ① 県農政部の「BuY HYOGO」運動企画運営スタッフの確保（要員）
- ② 県農政部管轄のサイト運営主体組織（外郭団体等）の設立（予算・要員）
- ③ サイトの構築・運営管理費用＜外注費用等＞（予算）

1-2. 『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の推進

(1) 各農業団体への周知活動の実施

県農政部による企画推進ならびに周知活動要員の確保（要員）

2. 行政ならびに生産者と民間企業との連携強化に向けた取り組み

農イノベーションひょうご推進協議会と神戸経済同友会との連携強化（要員）

2次産業 **チャレンジするなら兵庫・神戸**

【現状認識】

神戸市の人口は漸減しており、2015年度に福岡市に抜かれ政令指定都市6位となった。福岡は九州各地から進学や就職の受け皿として若者が増加しているが、神戸は逆に若者が大阪や東京に流出している。元来、兵庫・神戸は多くの企業の発祥の地であり、鉄鋼・造船など重厚長大産業やアパレルなどの大企業が存在する、働き場所としての魅力や活気に満ちた場所であった。

改めて人口増加・雇用拡大に繋げ、活気を取り戻すためにも、国内・海外を問わず学生や若者など新しい力を呼び込む「起業・創業の活性化と支援の視点」で、福岡市などの事例と比較分析も加えながら、当地らしさも付与した提言をしたい。

兵庫県・神戸市の起業・創業に関する支援については、数多くの相談窓口が存在し、スタートアップ支援プログラムは非常に充実しているが、ものづくりの新しい担い手が出現している実感はなく、活性化しきれていない様に感じる。その理由の仮説を立ててみた。

- ・ 起業・創業の支援制度がわかりにくく、敷居が高い。
- ・ スタートアップ支援は、既にスタートを切った更なる成長を求めるIT関連の企業に偏っている。
- ・ 起業・創業に興味を持ちスタートアップを志す地元の間が少ない。

【解決の方向性】

業種を問わず「そこに行けば解決につながる」というワンストップの窓口を作り、気軽に立ち寄れる場の提供、教育現場を通じての人材育成、継続的支援を確立させる。

【提言】

(1) STEP1・起業精神にあふれた人材が育つ環境づくり

- ① 神戸での起業家の歴史や起業の場としての神戸の魅力を紹介。
- ② 神戸のものづくりの魅力の紹介（地元企業人の声・動画作成など）。
- ③ デザイン思考による発想力の向上（まちづくりから工業デザインまでを推進）。

(2) STEP2・相談・交流の場の提供と窓口の見える化

- ① チャレンジしたい人・支えたい人がオープンに交流できる場づくり（「神戸スタートアップカフェ」の設立）。

※KDC（後述）の設立を最大目標とし、神戸スタートアップカフェをその第一歩とする。

- ② 起業を目指す人のステージに合わせた情報提供の仕組みづくり（神戸開業支援コンシェルジュの活用）。
- ③ STEP3・事業拡大を目指す起業家への継続的支援の充実（神戸エコシステム構築）

- ① 兵庫県・神戸市の支援メニューをうまく活用するために、神戸スタートアップカフェで窓口を一本化。
- ② 起業家支援・デザイン・教育等を通じた人材育成、資金、設備、技術、戦略、販路、会計などの経営資源やノウハウ・ツールを提供し、成長の過程に合わせた支援と再挑戦支援（解散・再支援）の切れ目のない体制構築。
- ③ 福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka Directive Council=FDC）を模した神戸版の「KDC（仮称）」の立ち上げ。

※5年内を目途に運営を軌道に乗せる。その第一段階として神戸スタートアップカフェを設立し、神戸開業支援コンシェルジュのワンストップ機能を強化する窓口とする。

④ STEP4・ムーブメントを起こすモデルプロジェクトの推進

- ① 兵庫・神戸の強みである医療・工業・農畜水産業に大きな変革をもたらす可能性を秘めたバイオ分野に着目し、他都市に先駆けた「バイオ×デジタル」、「バイオ×IT」による新たな産業の創出（産官学金が連携）。
- ② モデルプロジェクト推進の為、起業家への場の提供として「バイオ研究施設付レンタルラボ・リサーチパーク」の設置。

※以上①②の実現の為、神戸経済同友会はその旗振り役として、大学との協定も視野に入れて取り組む。

【実現に向けての要望事項】

- ① 数ある支援制度・機能・窓口の整理と役割分担（県・市）
- ② ベンチャー支援制度の継続（県・市）
- ③ KDC（仮称）設立と神戸スタートアップカフェ、レンタルラボ、テックショップ、その他施設の設立、場所提供、予算の協力（市）
- ④ 神戸大学のバイオシーズ事業の産官学金連携の実行（市）

准 2 次産業 **国際都市の輝きをふたたび**

【現状認識】

新 1 次産業、2 次産業強化に繋げる為、兵庫・神戸ならではのポテンシャルである神戸港、グローバル人材、空港といった基盤について議論をすすめる。

兵庫・神戸経済は重厚長大型産業とその裾野産業によって成長・発展してきた。本年（2017 年）開港 150 年を迎えた神戸港は、開港当初から先進的港湾として君臨し、戦前戦後の経済成長に大きく寄与してきたものの、阪神・淡路大震災などの理由によって、その地位は低下している。

2006 年、ポートアイランド沖に待望の神戸空港が開港し、陸・海・空の全ての玄関口が神戸の地に揃ったが、搭乗者数などは伸び悩んでいる。このたびの運営権売却（コンセッション）によって、2018 年 4 月からは大阪（伊丹）空港、関西国際空港との 3 空港一体運営が開始する。

150 年前の開港後、神戸は海外からの交流の玄関口としてヒト・モノ・文化・習慣など多くを取り入れ、国際都市として発展してきたものの、最近では挑戦意欲が薄れ、世界的な地位においても、日本の都市間競争においても、徐々に地位を下げている。

【解決の方向性】

開港当初に倣って、再び外国の産業・文化・人材を受け入れることによって発展することを目指す。

【提 言】

1. 神戸港のルネサンス

(1) 保税機能を活用した外資誘致による貨物創出

ポートアイランド 2 期や空港島の未活用地、将来的には六甲アイランド沖の神戸国際ロジスティックパーク構想の中で、経済特区制度による保税機能を有した外国メーカーの誘致を提言する。保税地域において法人登記を認め、沖縄振興特別措置法の「国際物流拠点産業集積地域」のスキーム同様に実効法人税率を 20% とするとして外資誘致を行う。グローバルに販路を持つ外国の精密機器、医療機器、産業機器などのメーカーの進出や、県内企業との合弁設立を企図している。このエリアで開発製造拠点の集積が進めば、高付加価値製品の集散拠点としての神戸港の台頭も開けてこよう。

2. 国際人財都市HYOGO・KOB E

(1) 「リブ&ワーク兵庫」キャンペーン

外国人留学生にもっと兵庫・神戸で暮らし、働いてもらえるよう、産官学民で総合的に進める。高度人材である外国人の居住増を地域創生の一環としてとらえ取り組んでいく。

- ① 兵庫県内の中堅・中小企業の詳細情報を留学生一人一人に届くよう周知する。
- ② 留学生と県内企業の接点づくり
- ③ 産学短期インターンシップの実施
- ④ 暮らしのサポート

(2) 国際的に活躍できる企業の育成

- ① 留学生の採用・雇用への支援
- ② 企業が外国人を活用してビジネスを国際化させる

3. 県内空港の活用策

(1) 神戸空港 「利便性向上による利用客増を目指して」

- ① 夜間の発着時間の拡大ならびに発着枠の増加により、新幹線との差別化を図る。22時台の東京への（からの）フライトを可能にすることは利用客増加につながる。
- ② ポートライナーの増便が厳しい中、三宮、新神戸や明石、加古川、姫路等県西部からのバス直行便の創設は輸送量増大およびアクセス時間短縮につながる。

(2) 但馬空港 「更なるインバウンド取り込み策」

- ① 但馬空港⇄関西国際空港、但馬空港⇄福岡空港の開設はインバウンドの取り込み加速や、但馬地域の住民が移動することの利便性が高まる。
- ② インバウンド対策として、外国人にとってわかりやすくインパクトのある名称に変更する。

【実施に向けての要望事項】

1. ① 保税機能を有した経済特区実現化の推進
② 神戸港将来構想を具現化するために経済界としても議論に参画
2. ① 兵庫県・神戸市の留学生が地元企業に就職するための支援
② 企業が外国人を活用してビジネスを国際化させるための支援
3. ① 神戸空港については、発着時間、発着枠の拡大・増加ならびに県内主要都市と空港間のバス直行便の創設
② 但馬空港については、新路線の開設と空港名の改称

I. 現状認識

兵庫県の1次産業は、全国的な傾向と同様に収入減や高齢化の波に晒されている。特に農業については兼業農家が約8割を占め、農業就業者の平均年齢は68.9歳と全国平均66.4歳を上回る。また、一戸当たりの経営面積は0.94haであり、全国平均2.19haの半分を下回る小規模な経営が大半を占める状況にある。

一方、大阪をはじめとする大消費地の需要に支えられ、兵庫県は法人化・大規模化などの抜本的な改革を経ないまま、近畿地方6府県内では首位の1,500億円内外の産出高を維持する「(そこそこの)農業県」と位置づけられてきた。

大都市の需要に支えられながら漠然と小規模営農が維持された結果、現時点に於いて、生産量・ブランド確立の両面で産地間競争に劣後していると言わざるを得ない。大手スーパーマーケットの生鮮食品の売り場は概ね主力農業県産品に席捲され、県内産品を見かける機会は少ないとの現実がある。

こうした産地間格差は現状に於いても大きく、容易にキャッチアップしがたい距離があるが、今後、法人化・企業参入が主力農業県で一層進展し、「大規模耕地×IoT活用」という次世代型農業により大きな生産性向上が果たされた場合、彼我の差は決定的なものとならざるを得ない。

現状の兵庫県の農業は、「生産規模に制約を受けて大手流通業の需要に見合う産出量が達成できないため、更に小規模生産に留まる」という悪循環に陥っている事から、家業としての農業は魅力が乏しく、結果として後継者が不足する事が予想される。

同じく兵庫県の水産業においても、不漁や魚価の低迷、燃油価格の変動などによる不安定な収入が続いている事から、後継者が不足している。その為、漁獲量についても、減少傾向にある。

II. 目指すべき方向「最強の地消地産モデルで儲ける農業へ」

小需要・小生産の悪循環からの脱出を構想する際に、需要を考慮せず、いたずらに生産規模の拡大を行う事は現実的な解ではあり得ない。そこで我々は県内での需要の喚起に徹底的に焦点を当てる事により、着実な生産規模の拡大を実現していく経路を目指したい。

現状、生産規模の面で高い競争力を持たない兵庫県の農産物に対して、特異的な需要を喚起しうる数少ない対象が新鮮で安全な地元の食材を望む県内消費者であることは明らかである。

本提言のテーマである「最強の地消地産モデルの構築（儲ける農業）から、地域のブランド化を目指す」とは、『地域創生』の為、マーケットイン発想の**地消地産**（消費⇒地域の需要動向を把握しながら、それに見合った生産計画をたて、安定的な生産体制を構築する）で県内消費者と県内生産者との距離を縮め、

新鮮かつ安心・安全な県内製品の需要喚起と拡大を図るというサイクルの確立により、地域のブランド化を図り、最終的には、安全な食・健康に対する意識の高い層の流入等による人口増大を狙っていくものである。

【地域のブランド化に向けたサイクルの考え方】

- ・ 県内消費者と県内生産者との距離を縮め、新鮮かつ安心・安全な県内製品の需要喚起と拡大を図ること。
- ・ 県内での好循環（お金の循環）の形成による地域経済の活性化や、雇用の拡大を図ること。
- ・ こうしたエコで持続可能な循環を居住地域のブランドとして確立すること。



安全な食・健康に関する意識の高い層の流入による人口増⇒『地域創生』へ

また、この提言は但馬・播磨・丹波・摂津・淡路の旧五国からなる変化に富んだ地形と気候が生み出す多様な自然環境の下、それぞれの地域で特色がある農産物や食文化が根つき、地域特性を活かした兵庫県の農林水産業が持つポテンシャルを改めて認識する取り組みである。

更には、神戸をはじめ国際性豊かな地域で育まれた“多文化共生の精神”を活かした“新しい1次産業”の確立に向けた取り組みであるともいえる。

我々経済界も、6次産業化によるビジネスチャンスの掘り起こし、生産者に対する技術協力・マーケティング支援を通じてこの好循環の稼働に貢献することは勿論、県内居住の消費者として本取り組みへ主体的に参画していく。

Ⅲ. 提言1-1：「BuY HYOGO」運動の推進による県民の地消地産の意識の醸成と需要喚起ならびに地域のブランド化

- ・ 県民ならびに県内企業が兵庫県産品（BY HYOGO）の購入（BUY HYOGO）を促進させる行政主導の運動として、県民、県内企業、更には農林水産業の生産者も参画したオール兵庫で地消地産を盛り上げる県民運動と位置づけ、県内消費および生産を喚起し、それらを県内で循環できる地域経済圏の実現を目指す持続性あるモデルを目指す。
- ・ 安価かつ新鮮で安心な県産農水産物や県内6次産業製品を手軽に購入できる「BuY HYOGO」サイトを構築し、決済に利用できるポイント制も導入する。また、クレジットカードや仮想通貨でも決済可能とする。
- ・ 購入食品の生育情報や県民と協働した収穫体験の様子等をSNSで発信し、県民との親近感・信頼感の醸成と県内からの“ブランド化”を推進する。

上述の通り、兵庫県の農業は、「小需要・小生産の悪循環に陥っている」「県ならびに県内各自治体が定めた認知度が十分でないブランドが複数存在する」等の様々な課題を抱えているが、北海道の様な広大な土地を有する地域の農業に倣って大規模化を図り生産量を増やせば良いという訳でもない。消費者側の需要を捉えず、生産者側の都合のみで大規模化を図り、大量生産に成功したとしても、需要の少ない生産物は安値で販売され、ブランド低下にもなりかねない。

よって我々は、県民の消費喚起を図る事に焦点を当てた。本提言の「B u Y H Y O G O」運動とは、県民ならびに県内企業が兵庫県産品（B Y H Y O G O）の購入（B U Y H Y O G O）を促進させる行政主導の運動であり、県民、県内企業、更には農林水産業の生産者も参画したオール兵庫で地消地産を盛り上げる県民運動と位置づけ、県内消費および生産を喚起し、更にそれらを県内で循環できる地域経済圏の実現を目指す持続性あるモデルを目指したものである。

更に提言1-2では、「B u Y H Y O G O」運動の核となる取り組みとして、後述する『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の導入推進を提案している。『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』とは、I Tを活用した会員制・前払制による直接販売制度であり、県民や県内企業が安価かつ安全で新鮮な県内農水産物の入手を可能にするとともに、生産者が消費者の需要を捉え、それに見合った生産を行う事により経営安定化や、集団営農化、法人化が促進されるという「最強の地消地産モデル」を実現できる仕組みである。

1. 具体的施策：「B u Y H Y O G O」サイトの構築

『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の推進と定着を包括的にサポートするための施策として、「兵庫県による、兵庫県民のための」地消地産を目的とした“「B u Y H Y O G O」サイト”の構築・運営する事を提言する。

(1) 当該サイトの構築にあたっての考え方

- ① 当該サイトは、『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の導入推進や、県産の6次産業化商品の需要拡大の為にプラットフォームとする。
- ② 運営主体は、行政もしくは行政主体の外郭団体、更には行政の呼びかけに応じて当該運動への参加を希望する民間企業の集合体等、様々な形態が考えられるが、いずれの形態においても、行政が前面に出た形とする。
- ③ 当該サイトの会員は、県民ならびに県内企業のみ限定し、サイトを通じて、県内の農業、漁業、林業、畜産の各事業者が生産した食材、あるいは県内の2次、3次産業との連携により創出した6次産業化商品・サービス

を購入・決済する事ができるものとする。

- ④ 参画事業者は、サイトへの必要情報（事業者情報、宅配プラン等）の登録と更新・注文受付等を行う。
- ⑤ 参画事業者（生産者）は、安全性の観点で一定の基準を満たした事業者のみ参画できる事とし、生育情報や県民と協働した収穫体験の様子をSNSで発信し、県民との親近感・信頼感の醸成に努める。
- ⑥ 決済においてはクレジットカードならびにサイト上で発行されるポイント、更には仮想通貨を活用できる仕組みを構築する。
- ⑦ 更なる需要喚起策として、決済額または労働力の提供に資する体験に応じてポイントが貯まる制度を構築し、サイト上での管理を可能とする。
- ⑧ 商品は、会員の自宅または会員企業へ配達をする。
- ⑨ サイトに参画する農業、漁業、林業、畜産等の各事業者単独の宅配プランだけでなく、複数の事業者が合同で企画した宅配プラン等の選択も可能とする。
- ⑩ 参画事業者（生産者）の技術的水準の向上を目的とした生産者同士の情報交換会や認定農業者等の高スキルな生産者による技術指導の仕組みを導入する。
- ⑪ 会員の要望を反映させる為、アンケート等で生產品目等の要望を取り入れる仕組みを導入する。
- ⑫ 企業の「健康経営」「CSR」への取り組みの一環として、収穫期での従業員派遣や、従業員への当該サイトで購入した新鮮な食材の提供等、積極的に『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』に参画した会員企業は、後述する支援組織より、「BuY HYOGO応援企業」の認証を得ることで企業ブランドの向上を図る事ができる。

2. 「BuY HYOGO」サイトの運営について

当該サイトは、**兵庫県民・県内企業のみが登録可能**（定着後、全国展開も検討）。採れたてかつ新鮮な県産食材をいち早くお届けし、購入者にはポイントインセンティブが付与される。そのポイントはサイト内での商品購入だけでなく、県内提携企業（宿泊施設、レストラン等）でも利用できる仕組みとする。

また、認知度アップのための施策として、兵庫県出身の芸能人によるプロモーションでの訴求を図る。（堤真一・有村架純など、健康・ヘルシーなイメージが湧くような有名人等）最終的には、美味しい食材に囲まれた、安心・安全・健康な兵庫県のイメージの確立を目指す。

【サイト運営にあたっての具体的施策】

(1) 統一ロゴによる総合的なブランディング

県内の農水産品等に複数存在するブランドロゴを、1つのロゴに統一させることで、県民の認知向上を図る。同じく上述の複数のブランドにおけるそれぞれの品質基準を統一し、その基準をクリアした生産物のみ、「B u Y H Y O G O」ブランドを掲げ、販売することができる。

(2) 会員制・事前予約制にすることによる需要の把握

県民は無料で会員登録が行える。サイト内もしくは専用アプリにて半期ごとに生産量・価格・分配方法について代金前払いで契約を結ぶ。料金はサイト内でクレジットカード決済が可能。消費者は生産者がわかり、安全で高品質な農産物を定期的に手に入れることが出来る。生産者は、代金前払いとする事により、需要予測を踏まえた生産活動と、安定した収入を得る事が可能になる。

(3) サイト内での販売・配送

配送は無料で行き、月2回ペース・月4回ペースなどペースも決められる。消費者はスーパーマーケットまで足を運ぶことなく、手軽に自宅まで届けて貰う事ができる。

(4) B to B ビジネス（ブランド化している県産商品とのタイアップ）

外食産業、中食産業との連携。連携企業には協賛を要請する。

- ・兵庫県内の飲食店や企業の社員食堂にて、「B u Y H Y O G O」の食材を使ったコラボメニューを考案。

例) 神戸ビーフ×県産野菜、神戸スイーツ×県産野菜

- ・「B u Y H Y O G O」食材を使った惣菜や、お花見用お弁当・クリスマスオードブル・おせち、といった季節のメニューの注文も可能。更に、高齢者に向けて「B u Y H Y O G O」ブランドの食材を使ったお弁当を毎日宅配するサービスも実施（高齢者へのサポートや、県民とのコミュニケーション・健康寿命延伸への寄与も期待）。

(5) 県民が県産の食材を購入する事でインセンティブが得られる仕組み

「B u Y H Y O G O」ブランド品を購入したら、ポイントがサイト内アプリにて付与され、サイト内商品の購入に使える。また、提携企業でも使用が可能。失効ポイントは、1次産業の支援の為の原資として活用。

＜ポイント付与の例＞

- ・1ポイント=1円でサイト内での買い物に利用
- ・〇〇ポイントで、有馬温泉、城崎温泉でBuY HYOGO食材を使用した懐石料理を提供
- ・〇〇ポイントで、農業体験ツアーへの招待

(6) 県産木材を活用したCLT（直交集成板）のPR施設の設置

CLT活用の建築物の需要拡大に向けた取り組みとして、県産木材を使用したCLTによる「BuY HYOGO PRセンター」を設置する。同センターには「BuY HYOGO」商品の購入や、同食材を活用したレストランを設置し、非会員も「BuY HYOGO」ブランド品に触れる機会を設ける。

尚、行政のインセンティブによる施策は、過去の事例から課題が残されている事が分かる。東北農政局は、2012年度より、対象の国産食材を購入すると、抽選で国産食材が当たるという購入促進を目的としたポイントプログラム「こくぽ」を導入した。しかし、この施策は「認知の問題」「原資確保の問題」等により、3年間で終了した。つまり、利益が循環し、継続的に発展させる仕組みが必要である。

本提言でのポイントの原資は、行政からのサポート、登録者の支払金の一部から手数料として徴収する他、提携企業による協賛で賄う。また、提携企業との連携により、生産・加工・販売を一体化させた、生産者・消費者・提携企業のWIN-WIN-WINサイクル化を実現する。

IV. 提言1-2：最強の地消地産への取り組み

～『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の導入～

- ・「BuY HYOGO」運動の核となるITを活用した会員制・前払制による直接販売制度である『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』導入を推進し、県民や県内企業が安価かつ安全で新鮮な農水産物の入手を可能にするるとともに、生産者の経営の安定化を図る。
- ・決済には、「BuY HYOGO」のシステムも活用し、農家成長を支援する。
- ・消費者は農作業の手伝いでポイントを獲得できる。また農業への興味喚起により新規就農の増加を見込む。
- ・企業はマーケティング支援や技術協力で農商工連携を図り、また出資により農業法人化を推進する。

1. 地域支援型農業について

「地域支援型農業」とは、生鮮品宅配と類似したサービスであるが、生産者が新鮮で安全な食材を会員の消費者に前払い方式で直接販売し、安定収入を得る取引手法であり、1986年に米国で始まったものである。小売店や流通業者を通さないため、会員は食材を割安で購入でき、生産者は利益率が高くなるというメリットがある。（<表1>・P.22 補足1・P.23 補足2 参照）

<表1>



2. 『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の概要

この仕組みは「地域支援型農業」のモデルを範とし、兵庫県が有するポテンシャルを融合・発展させたモデルである。

具体的には、下記の通り、欧米の「地域支援型農業」のメリットを引き継ぎつつ、クラウドファンディング（購入型）の考え方を融合したモデルである。また、運営においては、ITを活用して以下の様な仕組みとするべきと考える。

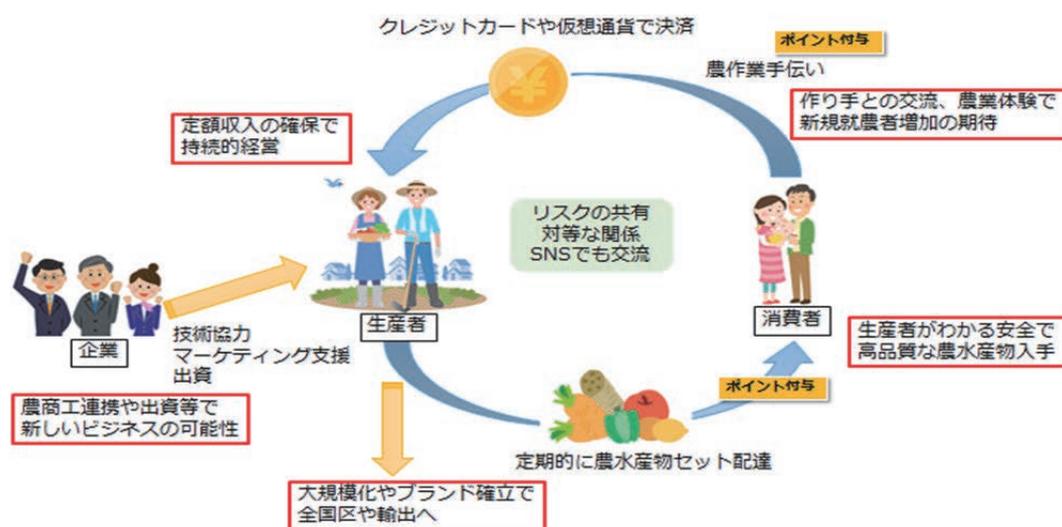
（<表2>参照）

- ① ITを活用して会員募集を実施。募集の範囲は、県民ならびに県内企業等を対象とする。
- ② クレジットカードやポイント、更には仮想通貨等での決済を可能にする。
- ③ SNS等を活用して、会員が生産者との交流や契約先の農場など栽培状況を確認できる仕組みの導入や、農業体験ができる様にして、県の農産物をより身近に感じて貰える様にする。

- ④ 農産物の手伝いや、収穫物の引き取りの義務付けは行わない代わりに、ポイントインセンティブが付与される仕組みを導入する。

<表2> 『最強の地消地産』を実現する仕組み～『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』

- ・農水産物の購入を年間あるいは半年といった期間で前払いする契約方式
- ・CSA(地域支援型農業)とクラウドファンディング(購入型)の考え方の融合
- ・IT利用で中間マージンカット、決済の簡便化や地域内交流の活性化
- ・集落営農組織や農業法人化への移行活発化



3. なぜ『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』を推進すべきなのか

これまで「地域支援型農業」の概要と利点、『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の概要を説明してきた。ここでは、「なぜ『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』を推進すべきなのか？」という点につき、以下に整理を行う。

- ① 農地面積が小さく、小規模兼業農家が多い特性から、北海道のような大規模効率化の大量供給モデルの地位を目指し難く、小規模農家の所得向上が可能な『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の推進が農業政策として理にかなっていること。
- ② 県は、大きな購買力を有する阪神間などの都心部と生産地である山間部や漁村部などとの距離が近くかつ地域間を結ぶ物流の交通網も充実しており、この仕組みを成立させるに足る好条件が整っていること。
- ③ 「日本の縮図」と例えられるように農業・漁業・林業に至る多様な資源を保持しており、県内生産者の連携により多彩な1次産品を供給することができる強みを持っていること。
- ④ 「ものづくり」に代表される競争力の高い2次産業からサービス業も含むバランスのとれた「産業集積」も進んでいる事から、農商工連携による6次産業化商品の開発力を発揮することにより魅力的な商品の創出ができる素地があること。

以上の通り、『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』は、兵庫県の特性を最大限発揮できるモデルであると考えられる。

4. 「最強の地消地産モデル」のメリット

この『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』が機能する事により、上述のメリットに加え、県民所得の向上、地域活性化が実現し、ひいては人口流入増、交流人口の増に直結しうる効果を発揮する事が期待される。以下に、その効果の整理を行う。

【メリット】	
消費者（県民）	<ul style="list-style-type: none"> ・新鮮で生産者の顔が見える安心な農水産畜産物を安価での入手が可能 ・農業体験等1次産業に触れる機会が増加。
生産者	<ul style="list-style-type: none"> ・前払制と計画的営農の実現による経営の安定化。 ・廃棄される生産品の削減
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・各地域の生産者の集約化や法人移行の活発化が期待 ・中山間部の農地・集落の荒廃の回避
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・生産者の集約化・法人化推進による、企業と連携がしやすい環境の整備 ・農業体験等の福利厚生への活用

当該モデルが定着し、県民の県産農水産品への愛着や需要が高まり、県内企業との連携が進むと、更に以下の効果が期待できる。

【将来的なメリット】	
共通	<ul style="list-style-type: none"> ・県内の多種広範な事業者に波及効果を生み出す域内循環の確立（事業者の所得増加・県の経済活性化） ・エコで持続可能な循環を居住地域のブランドとして確立することで、安全な食・健康に対する意識の高い層の流入等の期待。
消費者（県民）	<ul style="list-style-type: none"> ・雇用の創出 ・県民の地域愛の醸成とロイヤリティ向上 ・県民の健康寿命の延伸・新規就農者の増加・食育の推進
生産者	<ul style="list-style-type: none"> ・県内消費者と生産者との距離が縮まり県内消費者の県内農産物への需要がより拡大する。 ・6次産業化による新たなビジネス創出（体験ツアー販売、地域ブランド食品製造販売） ・県内製品のブランド化確立による県外・輸出の拡大 ・県内製品のブランド化による地域のブランド化とそれに伴う交流人口の増加等。
行政	<ul style="list-style-type: none"> ・県内製品のブランド化による地域のブランド化とそれに伴う交流人口の増加等。 ・国土・環境・伝統文化・景観の保全
企業	<ul style="list-style-type: none"> ・6次産業化による新たなビジネス創出（体験ツアー販売、地域ブランド食品製造販売） ・企業の健康経営、CSR活動の促進

上記メリット以外に、雇用については、農村や郊外といった都市部から離れた住宅地近隣での雇用の拡大や、通常の企業とは異なる弾力的な勤務体系（短時間労働等）での雇用の創出が期待される事から、子育て世代の女性の就労機会の増加が期待できる。

また、自然に関心の高い女性等を中心に、勤務先として、更には起業ビジネ

モデルとして『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の事業へ関心を持つ事も期待できる。

V. 提言2：行政ならびに生産者と民間企業との連携強化に向けた取り組み

- ・行政の農業支援団体「ひょうご就農支援センター」等の組織を見直し、民間企業の“様々な形での”1次産業進出の促進に向けた相談窓口機能等が充実したプッシュ型かつワンストップ型サービスの提供を実施
- ・「BuY HYOGO」運動の支援組織として、上記新組織が『消費者参加・支援型農業兵庫県モデル』のモデル事例の紹介を実施。
- ・「農商工連携」等の推進に向けた神戸経済同友会との連携強化を図り、県内企業の人材や技術の活用の推進を図る。

1. 行政の農業支援団体の組織強化

2009年12月に農地法が改正され、それまで一般法人が利用できる農地は遊休地のみという制限があったがこれが撤廃された。この緩和により、民間企業は全国どこでも自由に農地の賃借が可能となり、新たなビジネスとして参入する動きが加速しているところである。県は、民間企業の農業への新規参入への支援組織として「ひょうご就農支援センター」を有しているが、新規ビジネスとしての参入の流れは顕著であり、2016年12月末時点においては162法人が参入し、全国でもトップの実績となっている（全国では2,676法人が参入）。

一方で、農林漁業者と民間企業、大学等の研究機関との連携を深め、県産農林水産物を活用した新商品・サービスの開発を支援する「『農』イノベーションひょうご推進協議会」を設立している（2017年5月時点で会員数は625）。この協議会の主な活動は、①異業種交流のための各種セミナー、テーマ別勉強会等の実施、②創造的な新商品・新サービスの開発支援、③産学官連携による共同研究の支援など、県内全域における農林水産業の活性化に向け、農林漁業者と異業種の連携により兵庫県の農林水産物の新たな付加価値の創造を目的とするものである。

しかしながら、新たな出会いや異業種との連携、企業の新規参入をより活発化させるためには、「ひょうご就農支援センター」の機能を拡大し、「『農』イノベーションひょうご推進協議会」、「ひょうご産業活性化センター」や「神戸市産業振興財団」等との連携を図った上で、もう一段踏み込んだ活動を行い、より深化させていく事が望ましい。

また、『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の推進においても、多様な

技術、ノウハウ、アイデアを結集させ生産性の向上や高付加価値化が不可欠ではないかと考えられる。よって、これまで以上に積極的に民間企業が参入・参画し、生産者との連携を深めるべく、行政ならびに地元経済団体に関わる施策を提言したい。

(1) 具体的施策：農業支援団体の組織強化を図り、企業の1次産業進出促進に向けたプッシュ型かつワンストップ型サービスの提供を実施。

民間企業が一般的に本業以外の業種へ進出する契機として考えられるのは、CSR活動の充実、障害者雇用の法定雇用率達成施策、社員教育など様々なニーズに端を発すると考えられるが、農業などの1次産業への参入に際して検討が必要なハードルは設備投資や人員・土地の確保、収益性の問題であり、事業運営上、大きなリスク要因の1つでもある。

一方、民間企業を持つ技術（加工技術・保存技術・IT技術）や人材（高齢者・障害者・パート・アルバイト）、ネットワーク（販路）や経営ノウハウは1次産業分野でも十分に活用が図られるものと考えられ、特に県の生産者などが集約化・法人化を進めていくにあたって、これらのノウハウの導入が経営の安定化により有効なものであると考える。

両者の潜在的なニーズを、より確実に結び付ける為の取り組みとして、以下を提言する。

【具体的施策】

雇用面・収益面・地域支援などの側面から企業サイドへの1次産業の適切なビジネスモデルを積極的にPRするとともに、そのメリットやリスクなどの各種相談にも応じられる細やかな体制を構築することで、プッシュ型かつワンストップのサービスが提供できると考える。具体的には、行政の農業支援団体（「ひょうご就農支援センター」等）の組織を見直し、「『農』イノベーションひょうご推進協議会」、「ひょうご産業活性化センター」や「神戸市産業振興財団」等と連携を図った上で、新たに以下の機能を有した相談窓口等を設置するべきである。

- ① 民間企業の1次産業参入における関心事案である設備投資や人員、土地の確保、収益性の問題に関する一次相談窓口の設置を図る。
- ② 生産者を対象に、民間企業が保有する1次産業分野で活用可能な技術（加工技術・保存技術・IT技術）や人材（高齢者・障害者・パート・アルバイト）、ネットワーク（販路）や経営ノウハウにつき、左記ノウハウの活

用事例や農産品の販路拡大等の成功事例の紹介を行い、適宜コンサルティングを行える相談窓口の設置を図る。

これらの枠組みの中で、生産者サイドにも民間企業の持つ多くのノウハウの活用事例や農産品の販路拡大等の成功事例の紹介を行い、適宜コンサルティングをすればより一層の交流の深化に繋がり、耕作放棄地の解消や人手の確保等の問題も解決が図られるのではないかと考える。

(2) 具体的施策：『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』への出資促進

民間企業が必ずしも自社の事業として1次産業に進出するという事だけではなく、出資者として『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』に参画することでも県内の1次産業の活性化という観点では大きな意味がある。特に外食産業等の消費事業者に対しては、『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の特徴である前払いの形式で農産物・生産量・価格などを指定し、直接生産者と結びつく仕組みや好事例などをパンフレットやカタログとして定期的に発信する事で、地域としての波及効果とより一層の地消地産が進むのではないかと考える。この取り組みを上述の新組織が中心となり推進する事を提言したい。

【具体的施策】

- ① 『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』の特徴である前払いの形式で農産物・生産量・価格などを指定し、直接生産者と結びつく仕組みや好事例などをパンフレットやカタログとして定期的な発信の実施。
- ② 民間企業の『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』への出資検討等のための相談窓口の設置。
- ③ 企業ブランドの向上に向けた「BUY HYOGO応援企業」の認証による企業の投資の促進。

(3) その他

尚、農林水産省が行っている「多面的機能支払交付金」、「都市農村共生・対流総合対策交付金」といった補助金事業は、上手く組み合わせる事ができれば「消費者参加・支援型農業」の導入に繋がる活動を促進させる事ができると考える。

「多面的機能支払交付金」とは、農山漁村の持つ豊かな自然や「食」を観光、教育、福祉等に活用する集落連合体による地域の手づくり活動を支援するものであるが、具体的には、地域の活動に必要な拠点施設の確保の為、空

き家、廃校等の補修等を支援する施設等整備対策補助事業（補助額上限 2,000 万円）や中山間地域の集落連合体が取り組む「食」を活用したグリーン・ツーリズム等の支援（補助額上限 800 万円）などである。また、地域外の人材や意欲ある都市の若者を長期的に受け入れる取り組みを支援する事業もある（補助額 250 万円）。

これらを上手く活用する事で、市町村を巻き込んだ地域活性化施策を行いつつ、同時に『消費者参加・支援型農業 兵庫県モデル』として消費者とのマッチングを行う仕組みに重点を置いた活動を行う事も有益である。

2. 「農商工連携」の推進に向けた神戸経済同友会との連携強化

民間企業との連携強化に向けては、地域活性化の観点からも経済団体との連携・バックアップも有効である。新たな産業の創出のために経済界と農業団体が取り組んでいる具体的な先進事例としては、長野県のモデルが挙げられる。

同県では、2005 年に一般社団法人である長野県農業会議（県知事から指定を受けた「農業委員会ネットワーク機構」）と J A、県経営者協会、県商工会議所連合会などの 6 団体で「農林水産物及び農山村を活用した新産業創造推進会議」を構成し、県民からのアイデアをもとに、推進会議でプロジェクトチームを設置して事業化を進めている。研究機関等とも連携しながら技術面、金融面での支援を行っている。

また、農林水産省も経団連などと組み、農業法人や J A に民間人材を派遣する「農業界と経済界の人材マッチング推進協議会」を立ち上げている。農地の大規模化で農業法人は増えつつあるが、財務面など経営の専門的な知識を持つ人材が不足しているため、これを解消させる狙いである。

どちらも経済団体が仲介役を果たす事で農業分野との連携をより一層深め、様々な知見・アドバイスを 1 次産業にもたらす枠組みである。兵庫県においても農林水産業団体と民間企業団体がよりマッチングできる共同協議会を設置し、民間企業のノウハウを活かした農商工連携のモデルの構築が望まれるのではないかと考える。

(1) 具体的施策：行政の農政部門と神戸経済同友会との連携強化

県内地元経済団体との連携強化の前段階として神戸経済同友会内に「1 次産業活性化委員会（仮称）」を設置し、食品・外食産業だけでなく、保存技術や加工技術を有する製造業や、I T や旅行業界等の 2 次、3 次産業事業者と 1 次産業との親和性等を検討する会合を定期的に持ち、6 次産業化の推進の可能性を探る研究を進め、独自の連携システムを構築する足掛りとしたい。

その中では、既存の流通システムの短縮や 1 次産業への I T 導入支援の検

討、インターネット販売の請負推進や、「K O B E に さ ん が ろ く P R O J E C T」、「E A T L O C A L K O B E」をはじめとする県内各市町村による農商工連携推進や地産地消促進の取り組みへの支援等、行政のあらゆるテーマの研究が望まれる。

将来的には、他の県内経済団体と連携した協議会を構築し、商談会や展示会などの各種イベントにより、県内の6次産業化を支援するムーブメントとしたい。

【具体的施策】

- ① 神戸経済同友会に「1次産業活性化委員会（仮称）」を設置する。
- ② 食品・外食産業だけでなく、保存技術や加工技術を有する製造業や、ITや旅行業界等の2次、3次産業事業者と1次産業との親和性等を検討する会合を定期的に持ち、6次産業化の推進の可能性を探る研究を進め、独自の連携システムを構築する足掛りとする。

Ⅶ. 補足

補足1. 地域支援型農業（＝C S A）の利点と日本の現状

米国の「地域支援型農業」（⇒C S A（＝Community Supported Agriculture））とは、日本の生鮮品宅配と類似したサービスであるが、生産者が新鮮で安全な食材を会員の消費者に前払い方式で直接販売し、安定収入を得る取引手法であり、1986年に米国で始まったものである。会員は、生産者があらかじめ生産する農産物の種類や、価格、栽培方法、引き取り時期を提示して募集する事になる。「地域支援型農業」（以下、C S A）のメリットは、小売店や流通業者を通さないため、会員は食材を割安で購入でき、生産者は利益率が高くなる。また、需要に基づき計画的な営農が可能となる為、廃棄する作物を削減できる効果も期待できる。

尚、C S Aの仕組みはシェアリングサービスとしての側面があり、会員募集の対象は農場の近隣住民に限るケースが多く、決められた時間数の農作業の手伝いや、収穫物の引き取り等を義務付けている。我が国ではごく少数の農家が取り組んでいる状況である。

C S Aの具体的な利点は、様々あるが、農業・環境政策に取り組みされてきた政治家の笹山登夫氏の意見がわかりやすい。

【参考：C S Aの主な利点（笹山登夫氏の著述より抜粋、一部改変）】

- ① 低いマーケティング・コストで、生産者から消費者へダイレクトに、マーケティングできる（≠委託販売）。
- ② 生産者と消費者からなるコミュニティの共同の意識と誇りを高める事ができる。
- ③ 購入の機会や体験農業の機会を通じ、都市部と農村部との交流を促進できる。
- ④ 小規模のファミリー農家を支援できる。
- ⑤ 配送時間のかかる大規模流通より、かなり早い時間で、新鮮な農作物が供給できる。
- ⑥ 中間流通コストがかさむことなく、消費者の払うお金が、100%農家に届くため、地域内資金循環が高まる。
- ⑦ 消費者なり子供達にとって、食の出自なり農作物の作られ方が、わかるようになる。
- ⑧ 地域の消費者にとって、これまでよりも多くの、そして安全で多彩な野菜や果物が、食べられる様になる。
- ⑨ 農家にとっては、安定したマーケットが、作付け前に確保できるので、安心して営農活動に専念できる。
- ⑩ 市場出荷では規格外とされる農産物も、無駄なく消費者の元に届けられる。

以上の様に生産者や消費者、地域経済活性化に様々な利点があるとともに、昨今のトレンドとして健康、社会貢献、環境などに意識の高い消費者が増え、C S A推進には追い風の環境が醸成されつつある。

しかしながら、日本におけるC S A推進の現状は、2010年2月に農林水産省「『農』を支える多様な連携軸の構築」に関する資料に消費者が生産者を支える動きとしてC S Aが紹介された程度であり、特にフォーカスした具体的な支援がこれまで行われた事がない為、小規模の農家が単発的に取り組んでいる状態に過ぎず、それ故地域全体への波及効果も見られていない。

補足2．世界一の普及国である米国の最新動向

一方、取り組みが皆無に等しい日本に対し、米国においては、世界で最もC S Aが普及している。その規模たるものや2016年3月に発刊された国立研究開発法人 農業・食品産業技術総合研究機構 農村工学研究所のC S Aの手引きによると、12,549の農場がC S Aを通じた農産物販売（米国農務省 2007年農業センサス）を行っており、米農務省が2016年12月に発表した農産物の直接販

売の調査結果によると、C S Aを運営する生産者の年間売上額は計約2億2,600万ドル(約249億円)にまで達し、米農務省は今後の成長分野と注視している。

米国の最新の動向としては、2017年8月14日に河北新報オンラインニュースが特集として「米国流直売経済」として「C S A先進国のアメリカの今」を7回にわたり連載されており、非常に興味深い記事が多い。以下に、兵庫県版モデルの構築に対して示唆に富む記事をいくつか列記したい。

【C S A先進国のアメリカの今】の注目記事】

- ① 米農務省が2016年12月発表した農産物の直接販売の調査結果によると、C S Aを運営する生産者の年間売上額は計約2億2,600万ドル(約249億円)に達し、米農務省は今後の成長分野と注視。
- ② NPO「ジャストフード」は、20年にもわたる地道な活動により、ニューヨーク市に約130カ所のC S Aの受け渡し拠点を築き、年間約5万1,000人の台所を支える組織へと成長させ、都市と地方をつなぐ取り組みは、全米各地に波及。
- ③ 「生産者を知ろう、食べ物を知ろう」。オバマ政権だった2009年、C S Aなど直接販売を後押しする地産地消キャンペーンを開始。
- ④ 生産者が消費者に食材を直接販売するC S A(地域支援型農業)の手法を応用したC S F(地域支援型漁業)。魚を市場より高く買い取り、加工、配送を手掛け、漁業者の存続を目指し、会員数と売り上げが順調に伸びた。消費者との距離の近さを生かした直接販売の手法は、沿岸を中心に拡大。
- ⑤ ビジネス最先端の街ニューヨーク市で企業と産地がつながった。「職場C S A(地域支援型農業)」。生産者が消費者に直接販売する手法を応用し、オフィスビルに新鮮で安全な有機野菜を定期配送^{※1}。

※1 ソニー・ミュージックエンタテインメント、ブルックリン美術館、大手ネットワーク会社他。近年、多忙な職員
の健康を支える福利厚生制度として、企業・団体での導入が進む。地域の小規模農場を支援することで、企業のイ
メージアップに寄与。

I. 提言の背景

さびしいことに兵庫県の中心都市、神戸市の人口が漸減しており、2015年度に福岡市に抜かれ政令指定都市6位となった。福岡市は九州各地からの進学や就職の受け皿として若者が増加しているが、対照的に神戸市は就職で若者が大阪や東京に流出しているという。兵庫県のすぐ隣には関西経済圏の中心である大阪府があり、就職で大企業を目指すなら絶対数の多い大阪や本社が集中する東京に目が向くのも自然な流れであろう。

元来、兵庫・神戸は多くの企業の発祥の地であり、鉄鋼・造船など重厚長大産業やアパレルなどの大企業が存在する働き場所としての魅力や活気に満ちた地域であった。震災の打撃から立ち直ったもののかつての勢いは見られない。近年は医療産業に力を入れ、一大クラスターを形成するに至ったものの、皆が昔のような元気を実感できるところまでには達していない。

国内・海外を問わず、学生や若者など新しい力を呼び込み、外国人との交流・交易も含めたかつての兵庫・神戸らしい活気を取り戻すために、雇用の拡大につながる「起業・創業の活性化と支援の視点」での提言を検討することとした。「ここ兵庫・神戸に来れば面白い！楽しい！困ることなく起業できる！」と人が集まる街を目指し、当地の現状と、福岡市などの事例とを比較分析しながら、学ぶべきところは学び、そこに当地らしさを付与した施策を提言したいと考えた。

II. 基本認識

1. 起業・創業支援の概況

日本における起業家の業種については、近年「ものづくり」（製造業）の割合が低下しており、飲食以外のその他サービス業の比率が高まっている。しかし、世界的にみると製造業とI o Tなどの融合された新たな「ものづくりベンチャー」への投資は確実に増えており伸び代も大きいと考えられる。日本でもポテンシャルを活かした「ものづくりベンチャー」の出現や活躍が期待されるころである。（参考：中小企業庁「中小企業白書2017」）

2. 兵庫・神戸の取り組み

兵庫・神戸の起業・創業に関する支援については、数多くの相談窓口が存在し、スタートアップ支援プログラムは、非常に充実している。

例えば、神戸市が2016年1月に開設した「神戸スタートアップオフィス」の主活動である「グローバル・スタートアップ・ゲートウェイ神戸」や、米国の著名な投資ファンドである「500Startups」と組んだアクセラレータプログラム「500Startups 神戸 アクセラレータ」など先進的な取り組みも行っている。

それでも残念ながら、兵庫・神戸で続々ともものづくりの新しい担い手が現れているという実感はなく、活性化の気配を感じることも少ない。

3. 福岡市との比較（参考事例）

福岡市では「スタートアップしたい人」や「スタートアップを応援したい人」などが気軽に集まり、交流することで、新たな事業やアイデアなどを生み出すことを目指し、「スタートアップカフェ」をオープンしている。

スタートアップカフェは、スタートアップに関する情報提供・相談・交流機能、創業手続きに関するワンストップ機能、人材のマッチング・再チャレンジや雇用に関する相談などの人材確保支援機能を有し、創業から人材確保までワンストップで支援を行っている。

「市の従来からの創業相談窓口での相談件数が年間約 300 件前後であったが、スタートアップカフェでは4倍以上の相談を受けており、カフェの支援を受けて40社以上が創業するなど、開設の目的であった創業の裾野の拡大に貢献している。

スタートアップに関するイベントも公的支援機関に限らず、民間も独自に企画しカフェで実施するなど、ほぼ毎日開催されており、カフェからの情報発信や相互交流の促進にも寄与している。さらに、スタートアップ支援に積極的に関わる民間企業がスタートアップクラブ会員向けに協賛を行うなど、民間による支援もスタートアップカフェを起点に広がりつつある。また、利用者も国内外から集まってきており、視察に関しても同様に全国や海外からも訪れており、高い注目を集めている。以上のように、スタートアップカフェは本市のスタートアップ支援拠点として認知されるとともに、支援機能の広がりを見せている。

今後は、高い認知度やワンストップで相談対応可能な特徴を活かし、特区で特例措置の活用が認められた外国人創業人材の受入れ促進、NPO法人の認証手続き迅速化などに関してもスタートアップカフェの支援機能と連携させることで、相乗効果を高めていく。さらに、開業ワンストップセンターの設置及び公証人役場外定款認証事業や、官民の垣根を越えた人材移動の柔軟化及び創業者人材確保支援事業についても、第4回区域会議に提案したところであるが、これらの取り組みを実施する際もスタートアップカフェの支援機能と連携することで、相乗効果を高めるとともに、スタートアップカフェ機能の集積を図ることで利便性を高めていく。」（出典：「福岡市グローバル創業・雇用創出特区活動実績」2015年12月1日福岡市）

Ⅲ. 提言に向けた課題の確認

兵庫・神戸における様々な取り組み、数多くの窓口の設置にも関わらず、今

一つ、ものづくりの新たな担い手が現れず、活性化しない理由を、次の3つの仮説に求めてみた。

- 兵庫・神戸の起業・創業支援制度がわかりにくく、敷居が高い。
- 兵庫・神戸のスタートアップ支援策は、既にスタートを切った更なる成長を求めるIT関連の企業に偏っている。
- そもそも起業・創業に興味を持ち、スタートアップを志す地元の人材が少ない。

これらの課題解消の為に、業種を問わず「そこに行けば解決につながる」というワンストップの窓口となり、誰でも気軽に立ち寄れる場の提供、また教育現場における人材の育成、その後の継続的支援に至るまで、STEPを追って提言したい。

■目指す姿 「チャレンジするなら兵庫・神戸」

STEP1： 起業精神にあふれた人材が育つ環境づくり

STEP2： 相談・交流の場の提供と窓口の見える化

① チャレンジしたい人、支えたい人がオープンに交流できる場づくり

② 起業を目指す人のステージに合わせた情報提供の仕組みづくり <窓口の見える化>

STEP3： 事業拡大を目指す起業家への継続的支援の充実 <神戸エコシステムの構築>

STEP4： ムーブメントを起こすモデルプロジェクトの推進

IV. 提言

1. 【STEP1】 起業精神にあふれた人材が育つ環境づくり

兵庫・神戸においては、歴史的に数々の起業家が事業を起こし、沢山のグローバルに活躍する企業を輩出してきた歴史と風土がある。そのような起業の地としての兵庫・神戸の魅力を街全体に広め、起業家精神にあふれた人材が育つ環境づくりを推進していくには、学生時代からの学ぶ場、起業に興味を持って情報に触れる場が非常に重要と考える。

(1) 現状

産業構造や環境の変化が加速する中、職業教育に対する社会の認識、子供・若者の変化等、社会全体を通じた構造的問題が存在しており、その中で学校における、勤労観・職業観の形成確立、将来直面する様々な課題に対応する力を高める為のキャリア教育・職業教育の重要性が各方面で論ぜられており、

小中高校における起業家教育の導入については、経済産業省の事例集にも以下の様な記述がある。

「チャレンジ精神、積極性を向上し、自己肯定感を高めるなどの効果が期待される教育手法が『起業家教育』です。起業家教育は、起業家や経営者だけに必要な特殊な教育ではありません。高い志や意欲を持つ自立した人間として、他者と協働しながら、新しい価値を創造する力など、これからの時代を生きていくために必要な力の育成のための教育手法です。チャレンジ精神、創造性、探究心等の『起業家精神』や、情報収集・分析力、判断力、実行力、リーダーシップ、コミュニケーション力等の『起業家的資質・能力』の育成を目指すものです。」(出典：指導事例集「初等中等教育段階における起業家教育の普及に関する検討会」 経済産業省 2015年3月)

(2) 兵庫・神戸の取り組み

兵庫・神戸では、学校教育におけるキャリア教育を積極的に展開しており、特に中学校2年生の「トライやる・ウィーク」の活動は、地元企業と中学生との職業・仕事を通じてのコミュニケーションの重要な機会となっている。これまでの取り組みが更に次世代を担う若者達に、高い志や意欲を持った自立した人間として、他者と協働しながら、新しい価値を創造する力を伝承していく事を期待している。まずは現在の神戸キャリア教育カリキュラムに対して、経済界として神戸経済同友会が積極的に支援する事で、キャリア教育の更なる活性化や地元企業と学校(学生)とのコミュニケーションの実現が可能になると考える。

また神戸市では、2004年7月に全国に先駆けて、起業・事業者、家庭・地域、労働団体、学校の代表等で構成する「神戸市キャリア教育推進協議会」を設立し、「大人・親の働く姿を見せる運動」を展開し、子供たちが、働くことの大切さ、仕事の大変さ、やりがいを知る機会の増加を推し進めてきたところである。

(3) 提言

今回検討・提言する骨子は、数々の起業家向け施策を展開する兵庫県ならびに神戸市に対する、起業精神にあふれた人材育成の為に、街全体での支援や雰囲気づくり、参加者が増える仕掛けづくりである。

第2期神戸市教育振興基本計画の教育理念である「人は人によって人になる」、目指す子供像「心豊かにたくましく生きる人間」を引き継ぐとともに、「教育日本一のまち神戸」を目指す中、方向性にも示されているように、「特色ある神戸の教育をさらに発展させる」、「市民が自ら学び子供の育みを共に

支える」の実現を目指す為、現在の「キャリア教育」の取り組みを更に深め、子供たちが未来を拓く力を身につけられる様、兵庫・神戸で起業した企業事例紹介や地元企業との積極的な交流を盛り込んだ、兵庫・神戸らしいキャリア教育プログラムの充実を提言したい。具体的には、これまでのキャリア教育のプログラムに、以下3点を加えることである。

- ① 兵庫・神戸での起業家の歴史や起業の場としての神戸の魅力を紹介
- ② 兵庫・神戸のものづくりの魅力の紹介（地元企業人の声、動画作成＝YouTubeの活用）
- ③ デザイン思考による発想力の向上（まちづくりから工業デザインまでを推進）

更に、より専門的で実践的な教育が行われる商業高校や工業高校で、授業カリキュラムに起業に興味を持たせる教育を盛り込むことや、大学生にも起業に関心を持つ機会や教育の場を増やしていくことが期待される。それらを例えば地元の企業経営者が出張講義を行うなど、CSRの一環として支えていくという連携も考えられる。

2. 【STEP2】 相談・交流の場の提供と窓口の見える化

(1) 現状

2014年に福岡市が起業・創業支援策として、「福岡市スタートアップカフェ」(※)をオープンした。2017年5月26日の産経ニュースでは「福岡市は25日、市内の創業支援施設『スタートアップカフェ』を活用し起業につながったケースが100社になったと発表した。起業相談に応じる専門のコーディネーターが常駐し、起業家同士が人脈を作る場としても機能する。これまでの相談件数は延べ約4,300件で、開業前に比べ6倍のペースという。起業後、従業員70人にまで成長した会社もあり、雇用創出につながった」とされている。

2016年には大阪市がTSUTAYAならびに関西大学に委託した「スタートアップカフェ大阪」が梅田に、沖縄市にも同様の施設がオープンするなど起業・創業支援の裾野を広げる取り組みが広がってきている。

兵庫県ならびに神戸市の起業・創業支援の取り組み施策は、他自治体と比べても充実しており、非常に先進的なものと言える。

神戸で起業・創業を考える人にとっての最初の窓口である「神戸開業支援コンシェルジュ（公財 神戸市産業振興財団）」では、起業の可能性を探る段階から起業するまでをサポートする体制が整っており、起業を目指す人にとってのワンストップを実現する組織である。また、起業したあとのフォローアップという視点でも、兵庫・神戸の行政施策で多くの支援窓口があり、充

実している。

しかしながら、兵庫・神戸には、相談に至る手前の段階で起業・創業には興味があるが、具体的にはアイデアが固まっていない人、とりあえず先輩の体験談を聞きたい人などが気軽に立ち寄れる場はない。また、いよいよ起業となった人、起業した後のフォローを求める人が相談する窓口にしても、課題・事案により細分化されてはいるものの、どう選べばよいものか分かりづらく一見重複していると見られる取り組みもあり、窓口の選択や相談するまでの手筈からくる心理的負担による参入障壁の高さがあることは否めない。

「神戸開業支援コンシェルジュ」が起業・創業相談のワンストッププラットフォームになり得る存在と言えるが、現時点での認知度は必ずしも高くない。

(※)「福岡市スタートアップカフェ」

福岡市がスタートアップカフェを設立した最大の目的として「起業相談の敷居を下げること」が挙げられている。福岡市では行政などが行っている起業相談窓口が数多くあったが、あまり認知されておらず、相談しにくいとの声があり、これに応える形で福岡市が民間企業に委託し、若者が足を運びやすい場所に、「気軽に起業相談ができる場」をつくることになった。午後9時まで相談受付を行っている他、土日もオープンしているため利用者からの評判も良い様である。ここには、スタートアップに関する情報提供、専門家への相談、創業手続き支援を一手に引き受けるワンストップ機能、人材マッチング支援機能を有しており、起業をめざす人、起業を支援したい人が集う「交流の場」として機能している。



福岡市スタートアップカフェ

<http://sougyou.city.fukuoka.lg.jp/modules/eguide1/>

創業拠点(スタートアップカフェ)形成業務事業概要

1 スタートアップカフェ形成業務概要

スタートアップカフェ形成業務は、スタートアップの裾野を広げるため、誰でも入りやすい「敷居の低い」空間を提供し、スタートアップに関する情報・相談機能、創業手続きに関する創業ワンストップ機能、人材のマッチング・再チャレンジや雇用に関する相談などの人材確保支援機能を有し、創業から人材確保までのワンストップ支援が可能な拠点形成を行うもの。

2 委託事業を行う上で、受託事業者が備えておく場所の条件

- (1) 本事業については、福岡市内中心部で、かつ一日平均300人以上の集客が見込まれる場所で実施すること。ただし、本事業を行う場所に、本事業と関連のない施設が入居する場合には、その部分の集客は含みません。
- (2) 本事業を行う場所は、以下の各スペースを併設した場所であること
 - ① 飲食を提供する機能・設備を有し、一度に20名以上が利用可能な飲食スペース
 - ② スタートアップやビジネスに関する書籍や行政情報を自由に閲覧できる情報コーナー
 - ③ 各種スタートアップ支援団体によるセミナー、勉強会、ワールドカフェ等のワークショップや、軽作業などができる機能・設備を持ち、30名以上が収容可能なセミナースペース
- (3) その他、無料の有線LAN(WiFi)等、パソコン使用を含むスタートアップ支援に必要と思われる設備が設置された場所であること

1 スタートアップカフェ形成業務概要

(最低限、年末年始(12月29日～1月3日)を除く午前10時から午後10時まで)は機能を提供すること。なお、当該施設の保守等に要する日を除く。

情報提供・相談
・交流機能
※市の委託事業

ワンストップ創業
窓口機能
※市の委託事業

人材確保
支援機能
※市の委託事業
雇用労働相談センター
※国の委託事業

事業実施

※イメージ

民間事業者の

カフェ

+

本委託

事業

=

スタートアップ

カフェ

2 委託事業を行う上で、受託事業者が備えておく場所の条件

セミナースペース

セミナー、勉強会、ワールドカフェ等のワークショップや、軽作業などができる機能・設備を持ち、30名以上が収容可能

雇用労働
相談センター

飲食スペース

飲食を提供する機能・設備を有し、一度に20名以上が利用可能

情報コーナー

スタートアップ等の書籍や行政情報を自由に閲覧できる

コーディネーター

一日平均300人以上集客

3 委託内容

下記(1)運営体制にて、(2)機能を提供する業務を委託する。

(1) 運営体制

① コーディネーターを配置

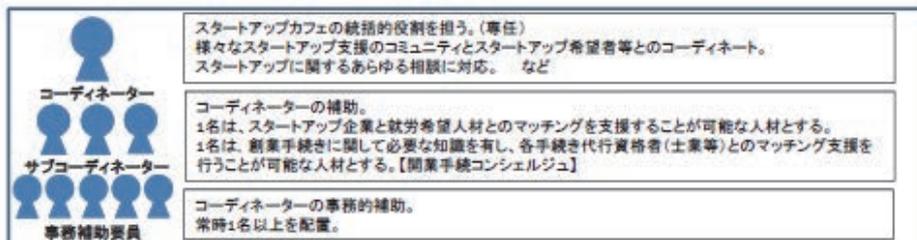
- ア. 様々なスタートアップ支援のコミュニティとスタートアップ希望者等を繋ぎ、スタートアップに関する相談に対応出来るコーディネーターを1名以上専任で配置(主任コーディネーター)
- イ. 上記コーディネーターの補助を行うコーディネーターを3名以上配置(サブコーディネーター)
※なお、サブコーディネーターのうち1名については、スタートアップ企業と就労希望人材とのマッチングを支援することが可能な人材とする。
※また創業手続きに関して必要な知識を有し、各手続き代行資格者(士業等)とのマッチング支援を行うことが可能な人材を1名確保すること。
- ウ. 機能(次頁(2)提供する機能)を提供する時間内は常時、主任コーディネーター又はサブコーディネーターが1名以上勤務すること
- エ. コーディネーターの選定に際しては、福岡市の意見をふまえること。

② 事務補助要員の配置

機能(次頁(2)提供する機能)を提供する時間内は、上記コーディネーターの事務的補助を行う人員を1名以上常時配置すること。

③ スタートアップカフェ運営協議会(仮称)の運営等

- ア. 様々なスタートアップ支援団体で構成
- イ. 協議会のメンバーは市内在住のスタートアップ支援関係者8～10人程度で、市にて選定する。
- ウ. 毎月1回協議会を開催し、セミナーの開催やスタートアップクラブの運営等について協議する。
- エ. 協議会の開催に当たっては、参加メンバーに対し交通費程度の支給をすることとし、その額は委託額に含む。



出典：福岡市ホームページ「創業拠点(スタートアップカフェ)形成業務事業概要」

<http://www.city.fukuoka.lg.jp/data/open/cnt/3/44854/1/startupcafeoutline.pdf>

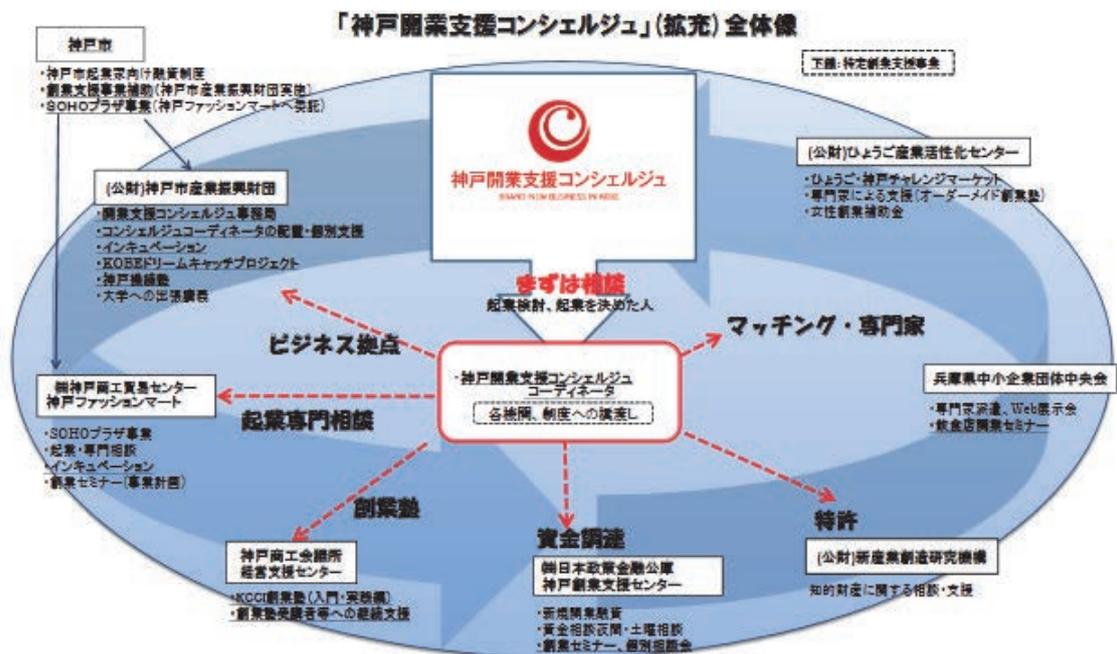
(2) 兵庫・神戸の取り組み

前述のとおり、兵庫・神戸には、現状では福岡市スタートアップカフェの様な、誰でも気軽に起業相談や交流ができる空間は用意されていない。ワンストップ窓口のプラットフォーム化と裾野拡大の主な取り組みとしては以下の2点が挙げられる。

- 「神戸開業支援コンシェルジュ（公財 神戸市産業振興財団）」
- 「起業プラザひょうご（公財 ひょうご産業活性化センター）」

1点目の「神戸開業支援コンシェルジュ」についてであるが、この取り組みは創業支援担当部署が創業支援のチームをつくり、創業希望者に対して、窓口相談、創業セミナー、専門家相談、インキュベーション施設の提供等を実施するもので、相談機能をより強化するため、神戸開業支援コンシェルジュコーディネーターを配置し、同コーディネーターが専門相談に対応するとともに、相談内容を見極め、各機関との横断的な橋渡し役を担うとされている。数多くあってわかりにくい相談・支援窓口を一括管理するもので、ワンストップを実現するために非常に有効なものと考えられる（次頁の図を参照）。

しかしながら、事前予約が必要であり、公益財団法人神戸市産業振興財団創業支援課にアポイントを取った上で相談、となると若者が気軽に連絡できるであろうか。また、窓口としては月曜日～金曜日（休・祝日除く）9：00～17：30の間しか受け付けていない点も参加しやすさのポイントを下げていると思われる。そもそも、今回神戸経済同友会として起業・創業支援に関して様々な施策について調査を行ったが、なかなかこのコンシェルジュがワンストップ窓口的な機能を有していることに気付けなかった。非常に良い取り組みであり、Web ページの内容も充実しているのだが、一般への周知が十分なされているかどうか検証が必要であろう。

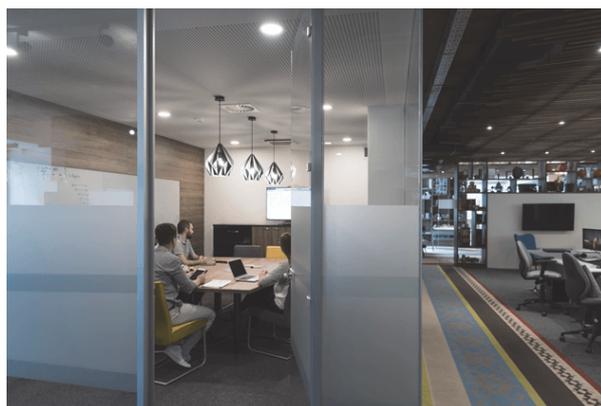


出典：中小企業庁ホームページ

「産業競争力強化法に基づく認定を受けた市区町村別の創業支援事業計画の概要」

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/chiiki/nintei/2014-3/6-10.pdf>

2点目の「起業プラザひょうご」は、兵庫県と神戸市の最新の取り組みとして設置された、小規模のオフィスやベンチャー起業家らの交流スペースを備えた起業支援拠点施設であり 2017年10月にオープンしている。



「起業プラザひょうご」

<http://www.kigyoplasza-hyogo.j>

神戸新聞 NEXT (2017/1/29) によると
 「拠点を設けるのは、JR三ノ宮駅東の『サンパル』(神戸市中央区雲井通5)6階の全フロア約800平方メートル。現在は中小企業支援を担う県の外郭団体『ひょうご産業活性化センター』が入居するが、3月下旬に神戸ハーバー

ランドの神戸市産業振興センタービル（同区東川崎町1）に移転するため、空いたフロアを改装。今年秋ごろの開設を目指す。使用人数1～5人程度の小規模オフィスを約10部屋備え、起業家に貸し出す。共有の仕事スペースや、利用者が情報交換する交流スペースも設け、相談に応じるコーディネーターも配置する。運営は民間の専門家にゆだねる方針。同ビルは神戸市が進める三宮再開発の対象区域にあるため、開設期間は19年度までとし、総事業費は1億円程度を見込む。」とされている。

福岡市のFukuoka Growth Nextの取組みに近いものと考えられ、狙いとしては、兵庫県内で、若者等による起業・創業の機運を高めるための施設で、スモールオフィス等の起業の場や交流機能を備えた起業・創業の拠点である。新規事業を立ち上げる起業体験イベント「Startup Weekend 神戸」（NPO法人Startup Weekendが開催）などは非常に魅力的な内容となっている。

しかしながら、神戸新聞NEXT（2017/10/17）によると、

「兵庫県は16日、神戸・三宮で、若者らの起業を支援する施設『起業プラザひょうご』の開所式を行った。3月に神戸ハーバーランドに移った『ひょうご産業活性化センター』の跡地で、23日に正式オープンする。22日までは無料のお試し利用もできる。おおむね開業5年以内の個人や法人が対象。サンパルビル6階で、貸事務所は、デスクのみの16席、壁で仕切られた小規模オフィス17室がある。ほかにも共有の仕事スペースと入居企業の交流スペースがある。」とのことであり、よく見ると有償の会員制施設で、起業の入口の支援空間というよりは既にスタートアップした企業のためのものと考えられる。イベントも、しっかりしたアイデアを持った者の集う場であり、最初にアイデアのプレゼンが必要、有償で事前に会員登録が必要であるなど、ハードルが設けられている。

以上のように、いずれも裾野の拡大を狙っているのは間違いないが、気軽に相談というにはやや敷居が高い印象である。

(3) 提言

起業・創業の裾野の拡大策として、教育の次に提言したいのが以下の2点である。

まずはアイデアを具現化するための情報収集や体験談を気軽に聞ける「場の提供」と起業を具体的に進めるにあたって、どういうことが必要で、どこでそういう情報が得られるかが、誰にでもわかり易い「窓口の見える化」である。

① チャレンジしたい人、支えたい人がオープンに交流できる場づくり

福岡市では、地域の成長戦略の策定から推進までを一貫して行う、産官

学民一体のシンク＆ドゥタンク「福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka Directive Council=FDC）」を立ち上げ成果を上げている。将来的には、神戸版FDCともいえる「KDC（仮称）」の設立を目指しつつ（後述）、まずは起業・創業に焦点を絞り、チャレンジしたい人、支えたい人がオープンに交流できる場として「神戸スタートアップカフェ」の設置を提言する。これは福岡市スタートアップカフェをイメージした交流の場づくりであり、「神戸開業支援コンシェルジュ」や「起業プラザひょうご」の機能も併せ持ち、かつ敷居を低くした場の提供である。

- 狙い：行政（兵庫県・神戸市など）が、民間企業に事業委託し、神戸経済同友会のメンバー企業、神戸大学、兵庫県立大学などと連携し、同じ様に起業を志す人や起業に興味のある学生などと実際の起業家や経営者、MBAプログラムの教授陣など多様な人々との交流による化学反応を起爆剤に、連続的な起業・創業の機運とそれによる雇用を呼び込む。
- 概要：会員制・予約制ではなく無償で、留学生など外国人も含め、誰もが気軽に立ち寄れる場であること。垣根の高さを感じないで気軽に訪れることができ、スタートアップを考える人、先輩の起業家、大学教授、経営者、技術者、デザイナー、投資ファンドなどが自由に訪れることができ、交流できる場であること。レンタルオフィス、レンタルラボ、テックショップ、会議室等も併設する。イメージとしては福岡市スタートアップカフェをモデルにするが、兵庫・神戸色を加えてオリジナリティを出す。
- 場所：主要駅の近くであること。JR三ノ宮、元町、神戸駅などから徒歩5分以内の1階フロア。神戸の象徴的な建造物ならなお良い。
- 運営：行政と連携し、地元の企業にも参画してもらってオール兵庫の体制で運営を行う。書籍、コーヒー、食べ物などを提供する委託事業者を選定する。神戸大学や兵庫県立大学のMBAと連携し、コンサルタントとして教官の参画、著書のプレゼン会、ミニセミナーなどを企画する。
- 内容：書籍は、スタートアップ関連書籍、経営書などを展示し、購入も可能とする。スペースは、オープンスペース（読書・PC作業）、面談・会議室、イベントスペースなどを有し、地場産業のPRスペース等も併設する。起業・創業のことを相談できるコンシェルジュ（企業OBや同友会メンバーを想定）の常駐やコンサルタント（専門家、実務者、大学教授等）に参加してもらう他、「神戸開業支援コンシェルジュ」の窓口機能をカフェに置くこととするが、これについては後述する。起業に興味を持つこと、その場にいることが1つのステイタスとなる場になること。

② 起業を目指す人のステージに合わせた情報提供の仕組みづくり <窓口の見える化>

間口を広げるワンストップのプラットフォームとして、既存の「神戸開業支援コンシェルジュ」を進化させるべく前述の「神戸スタートアップカフェ」を活用することを提言する。

気軽に誰もが訪れることができるカフェと併設することで、プラットフォームの認知度を上げ、相談のハードルを下げたい。教育によって起業を志す人の絶対数が上がってきたら、彼らが最初に訪れる受け皿としてのカフェに集まる。そこに「ワンストップ窓口」が併設されており、自然に相談ができ、悩みや課題解決のコンサルティングを行う専門家や機関に誘導される姿を目指す。

行政と神戸経済同友会が連動し、兵庫・神戸の各種団体、企業からのサポートを受け、県内の経営を教える大学教授らの招聘、デザイン都市・神戸としてのデザイナーを活用するなどして、兵庫・神戸らしさを活かした総合窓口を確立したい。

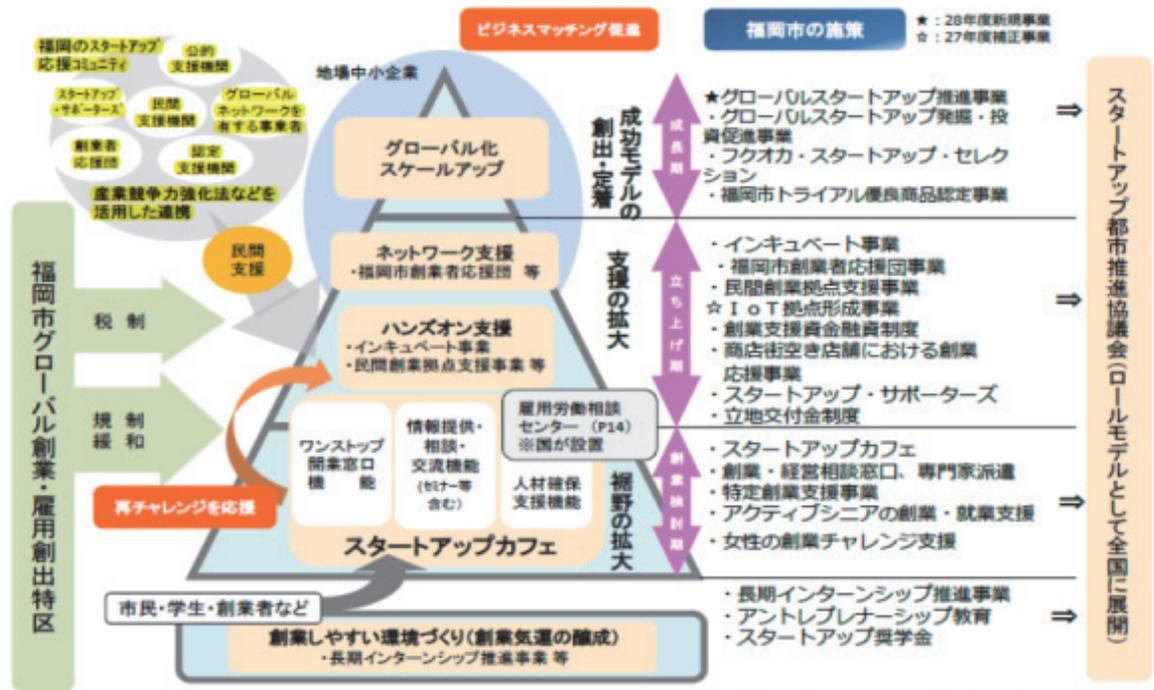
「神戸開業支援コンシェルジュ」における、「起業に関心がある」「起業を思いつく」「起業を決意する」の段階については、何を売りにしたらいいのか？どんなビジネスモデルにするべきか？といった支援が必要になる。次頁の図における既存の支援実施機関でのサポートに、思い付きを形にするデザインや試作（3Dプリンターなどを活用）に関する相談窓口も加え、前述のカフェに、レンタルラボやテックショップを併設する。更に「起業への準備」「いよいよ起業」の段階に来れば、資金計画や融資の相談、事務所や作業場をどうするか？知的財産をどうするか？といった支援が必要になるが、この部分の支援は充実したものがあるので「ワンストップ窓口」にさえ来てもらえれば、既存でまかなえるものと考えている。オフィスの確保については、やはり前述のカフェに、いくつかのスタートアップオフィスが併設されることが望ましい。「事業を成長軌道へ」の段階での、「神戸開業支援コンシェルジュ」の支援は「知名度向上」「販路拡大」となっているが、それ以外にも、兵庫県や神戸市がファーストユーザーになり、その企業に仕事を発注し実績を作らせ、育む視点も必要だろう。また、更なる成長の支援として用意されている「500Startups 神戸 アクセラレータ」など投資ファンドから資金調達できるアクセラレータプログラムの紹介も加えたい。更に、起業にこぎつけた人や成長を成し遂げた人が、最初の段階でお世話になったカフェに戻って、次に起業を目指す人に体験談やアドバイスを送る、セミナーを開催する、というサイクルができることを目指したい。



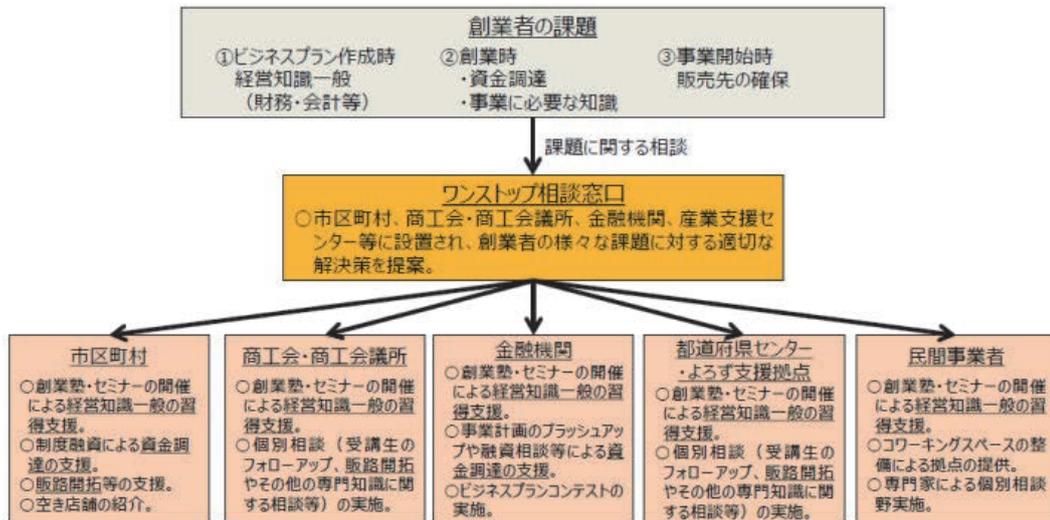
出典：「神戸開業支援コンシェルジュ」ホームページより抜粋・加工

http://www.kobe-ipc.or.jp/establishment_support/venture/pdf/leaflet_p2.pdf

<Startup 支援の体系イメージ（福岡市の例）>



出典：福岡市作成「福岡市のスタートアップ支援の取組み」より抜粋・加工



出典：中小企業庁「創業支援の視点からみた 支援機関に期待する役割」2017年3月14日

3. 【STEP3】 事業拡大を目指す起業家への継続的支援の充実（「神戸エコシステム」の構築）

兵庫・神戸に起業家を増やし、かつ誕生したベンチャー企業が集積していく様な新たな起業文化を創り出し、それを根付かせるためには、ベンチャー企業の成長段階に応じた支援メニューを用意する必要がある。それらの支援メニューも単独で運営するのではなく、個々の起業家がおかれた状況によって選択しやすい仕組みを作るなど、継続的な支援を可能とする起業・創業のエコシステムを構築することが求められる。

(1) 現状

基本認識において整理した通り、兵庫・神戸における起業・創業支援については、現状でも充実している。そのような支援メニューのうち、特に高度・最終段階のものについては注目すべき取り組みも多い。STEP2 で述べた起業・創業支援の入口としての機能は、それを単独の事業としてとらえるのではなく、既存の起業・創業支援メニューと連携させることによる総合的な窓口機能の提供である（「神戸スタートアップカフェ」および「神戸開業支援コンシェルジュ」）。この機能を活かしながら、兵庫・神戸における起業・創業支援に関する、独自のエコシステムを形成していくことが重要である。

(2) 兵庫・神戸の取り組み

神戸市が実施する既存の起業・創業支援メニューの内、例えば民間企業・大学と連携した「500Startups 神戸 アクセラレータ」の開催は、多様な起業家の取り込み、参加者相互のコミュニケーションの活性化、ベンチャーキャピタルや既存企業とのマッチング、メンタリングの実施等を盛り込んだ事例として注目される。このプログラムは、米国のシード投資ファンド「500 Startups」と連携した起業家育成プログラムである。試行的に開催した昨年に比べ、今年は開催期間を拡大するとともに、内容も充実させた本格的なプログラムとなっている。

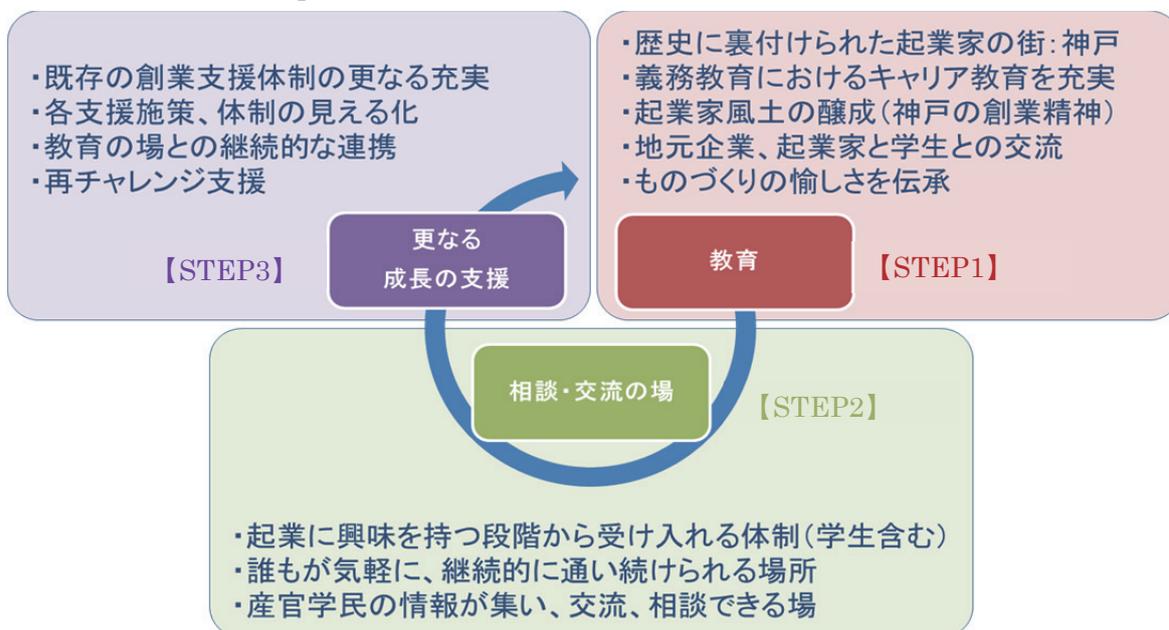
プログラムは約2か月間にわたり、以下のような観点で実施される。

- メンタリング : シリコンバレーでの支援経験が豊富な「500 Startups」の起業経験者による1対1形式の個別指導
- 講義 : マーケティング、収益の上げ方、製品の使い勝手などに関する専門家による講義
- コミュニティ : 選抜された優秀なスタートアップ間でのコミュニティ形成支援

このような既存の支援メニューとSTEP2 で述べた総合的な窓口機能（「神戸スタートアップカフェ」および「神戸開業支援コンシェルジュ」）を連携させ

ていくことで、起業・創業に関するエコシステム形成が進んでいくと考える。

「神戸エコシステム」



(3) 提言

改めて、事業拡大を目指す起業家への継続的支援の充実という観点から、「神戸エコシステム」構築にあたってのポイントを整理すると以下の通り。

まず、制度面については、起業・創業に関する行政の支援メニューはこれまでも段階的な整備が進んできたことから、兵庫・神戸においても既に十分なメニューが用意されている。従って、更に新たな支援メニューを追加していくという発想ではなく、今あるものをいかに繋げていくのか、という視点が重要である。様々な起業・創業支援メニューを、適時適切に、必要とする起業希望者に提供する仕掛けが必要であり、STEP2 で述べた総合的な窓口機能（「神戸スタートアップカフェ」および「神戸開業支援コンシェルジュ」）はその役割を果たすと考える。

一方で、単に制度を整備するだけでは不十分で、人材の育成、資金、設備、技術、戦略、販路、会計などといった、ベンチャー企業に不足する様々な経営資源やノウハウ・ツールを提供することも重要であり、この点からも、成長の過程に合わせた支援を、切れ目なく提供する体制構築が必要と考える。

また、チャレンジに失敗した人のフォローについては、シリコンバレーがそうである様に、数多くの失敗者が再起不能にならない様な、失敗を恐れず挑戦を後押しする土壌が必要である。成功者だけでなく、失敗者がその本質を語り引き継ぐ場としてもカフェを活用してもらいたい。また、煩雑な会社

の解散手続きについて相談でき、手助けしてくれる窓口の設置も望む。失敗から学び、再チャレンジを成功に導くサイクルが必要である。

(4) 将来構想～ワンストッププラットフォーム「KDC（仮称）」の設立

地域の幅広い課題の解決には、産官学が連携して取り組む組織・制度が必要である。福岡市では、民間主導で「福岡地域戦略推進協議会（FDC）」を立ち上げ、一定の成果を上げている。

真のワンストッププラットフォームとして機能し、起業・創業の支援だけに留まらず、MICEの誘致への対応や、都市計画などあらゆる行政施策・課題の解決に貢献できる産官学民の連携した独立の組織として、STEP2でも述べた「KDC（仮称）」の設立を将来構想として提言に加えたい。ただこの組織を立ち上げ軌道に乗せるまでには、5年程度の期間が必要とも思われ、まずはSTEP2で述べた「神戸開業支援コンシェルジュ」の機能的で確実な運営と強化のためにも「神戸スタートアップカフェ」を着実に立ち上げることが第一歩である。また、「KDC（仮称）」を立ち上げるまでの間に、運営にあたるべき人材の育成・確保をしておくことが望ましい。神戸経済同友会としても、「神戸スタートアップカフェ」の支援から「KDC（仮称）」の設立・運営まで、協力して取り組んでいくこととしたい。その手始めとして、次のSTEP4で述べるバイオシーズの事例を、産官学金で強固に推進する事例第一号としたい。

4. 【STEP4】ムーブメントを起こすモデルプロジェクトの推進

兵庫・神戸エコシステム構築を力強く推し進めるためには、モデルプロジェクトの存在が欠かせない。具体的な案件が動き始め、国内外から神戸発ベンチャーが注目される様になることで、多様な人材や資金が自然と神戸に集まり、そこからまた新たなベンチャーが生み出される。この好循環を作り出すためには、産官学金の連携が不可欠である。

(1) 神戸大学の取り組み

モデルケースの1つとして神戸大学が立ち上げたバイオ関連ベンチャーに注目したい。

今年度に入ってゲノム編集技術を活用した事業開発を目指すA社、独自の長鎖DNA合成技術を活用した事業展開を行うB社、ウイルス安全性評価試験受託を行うC社が立て続けに誕生した。いずれも神戸大学の学内シーズ事業化であるが、それを可能にしたのは株式会社科学技術アントレプレナーシップの存在である。

神戸大学が学内シーズの事業化推進のために設立した株式会社科学技術ア

ントレプレナーシップは、日本でも数少ないシードアクセラレーション機能を有している。会社設立や市場調査といった創業期に必要な資金の一部を提供しながら、神戸大学イノベーション研究科と連携して技術面や事業・財務・知財戦略など総合的視点から手厚くハンズオン支援を行うことで、早期に外部の投資ファンドや事業会社から本格的な資金調達を実現させている。

バイオ関連の領域は主に医療・工業・農畜水産業と言われ、これらの領域はまさに兵庫・神戸が強みとしてきた領域であり、今後この領域に大きな変革をもたらす可能性を秘めたバイオ関連ベンチャーは注目すべきである。また県内の他大学も、この様な取り組みを参考に各大学の強みを更に強化すべきと考える。

(2) 兵庫・神戸の取り組み

STEP3 でも述べた神戸市が実施している「500Startups 神戸 アクセラレータ」の取り組みは、米国シリコンバレーの有力投資ファンドである「500 Startups」の直接指導が神戸で受けられる画期的な取り組みである（米国外での本格的プログラムは世界初）。

アーリーステージのスタートアップを対象に事業成長を加速させるアクセラレーションプログラムで、IT関連に注力している点が特徴であり、海外からの参加者も多く注目度は高い。

また神戸医療産業都市にて理化学研究所が中核機関となり「個別健康の最大化」をテーマに神戸にヘルスケアのエコシステムを作ることを目指している「健康生き活き羅針盤リサーチコンプレックス事業」も特徴的な取り組みである。理化学研究所の他、行政として兵庫県・神戸市が深く関与し、神戸大学・兵庫県立大学をはじめ16大学、そして民間企業・研究機関69社、3団体が参画し、医療ヘルスケア分野の事業化に向けて様々な連携が始まっている。

(3) 提言

神戸大学の持つバイオ技術、神戸市が推進するIT関連ベンチャー支援、これの融合を産官学金が連携して取り組むことを提言する。

具体的には以下の通り。

① 「バイオ×デジタル」「バイオ×IT」の推進

バイオ技術とデジタルの融合は既存産業を大きく変革させ、新たなものづくりにつながる可能性を秘めている。他都市に先駆けてこの分野で新たな産業創出を産官学金が連携して行う。

② 「バイオ研究施設付レンタルラボ・リサーチパーク」の設置

シード期のベンチャーが研究に必要な機械装置を自力で調達することは困難であり、ベンチャーを育てるにあたって実証の場の提供は欠かせない。

基本的な機械装置を安価で利用できる様な施設を作ること、そして県下の大学や理化学研究所など研究機関とも連携し、高度な機械装置の利用が必要な場合、貸出を可能とすることでより優秀な研究者・起業家が集まる環境を提供する。

③ 神戸経済同友会の関わり方

神戸経済同友会はその旗振り役として、大学との協定締結も視野に入れ、同友会会員の持つ企業ネットワークや経営に関するノウハウを提供し、神戸発ベンチャーが一定の雇用を生み出すまで一連の支援を行うことで、新たなムーブメントを起こしたいと考える。

【参考資料】

1) 福岡スタートアップカフェ

出典：福岡市「福岡市グローバル創業・雇用創出特区活動実績」2015年12月1日

① 活動実績

ア 平成26年10月11日開設

イ 特徴（場所、内容等）：福岡市中央区今泉1-20-17

TSUTAYA BOOK STORE TENJIN 3F に開設

年末年始を除き開館、開設時間 10：00～22：00

ウ 事業内容

・創業に関する情報提供・相談・交流機能

コンシェルジュが常駐し対応、平成27年度から英語対応も開始

・ワンストップ開業窓口機能

創業手続きに関する相談にコンシェルジュが対応するほか、士業などの専門家が無料の個別相談会を開催し、ワンストップでアドバイス

・人材確保支援機能

スタートアップ企業で働きたい人と人材雇用を希望するスタートアップ企業とのマッチングを実施

② カフェ開設後の成果・効果（平成26年10月～平成27年10月末現在（イを除く））

ア 相談件数：1,437件

イ 主な相談内容：

起業に向けた構想（着想の整理や事業の骨組み作りなど） 246件

マーケティング・販売促進 153件

資金調達 117件

会社設立の手続き等 111 件
ビジネスマッチング、専門家紹介 104 件
労務関連 69 件
現状報告（相談 2 回目以降） 63 件
オフィスに関する情報収集 35 件
※平成 27 年 4～10 月末

ウ イベント開催実績：418 回
エ イベント参加者数：8,800 名
オ スタートアップクラブ会員数：1,201 名
カ 創業数：40 社

<2017. 5. 26 07:04 産経ニュース >

福岡市は 25 日、市内の創業支援施設「スタートアップカフェ」を活用し、起業につながったケースが 100 社になったと発表した。100 社目は、台湾から進出した企業だった。市は国家戦略特区「創業特区」の指定以降、起業家育成に力を注ぐ。平成 26 年 10 月、市中心部にスタートアップカフェを開業した。起業相談に応じる専門のコーディネーターが常駐し、起業家同士が人脈を作る場としても機能する。これまでの相談件数は延べ約 4300 件で、開業前に比べ 6 倍のペースという。起業後、従業員 70 人にまで成長した会社もあり、雇用創出につながった。100 社目は、台湾でゴルフのスマートフォン用アプリなどを提供する「ゴルフフェイス」（同市中央区）だ。日本進出にあたって福岡市を拠点と決めた。社長のイアン・リャオ氏（36）は、特区事業の一つで、在留資格の条件を緩和する「スタートアップビザ」を活用し、今月 18 日に日本法人を設立した。

25 日に記者会見したイアン氏は「サポートパッケージの便利さだけでなく、将来の見通しを持っている市長が、信頼できるスタッフを率いて、分かりやすく説明してくれた。安心して会社を置くことができると思った」と述べた。高島宗一郎市長は「世界と勝負できるベンチャーを育て、福岡に税収と雇用をもたらしたい」と語った。

I. 現状認識

3次産業の中で大きな可能性を秘めた物流や情報関連産業の強化が、主として新1次産業、2次産業強化に強い相関で繋がる為、我々はこれら産業を「准2次産業」と定義した。その中でも兵庫・神戸ならではのポテンシャルである神戸港、グローバル人材、神戸空港に特化して議論をすすめた。

本年（2017年）開港150年を迎えた神戸港は、かつては「大輪田の泊」、「兵庫の津」と呼ばれ、中国大陸や朝鮮半島との交易拠点、日本国内の交通の要衝として重要な役割を果たしてきた。

神戸経済は重厚長大産業とその裾野産業によって成長・発展してきたが、神戸港も開港当初から先進的港湾として君臨し、戦前戦後の経済成長に大きく寄与してきた。1970年代にはコンテナ貨物取扱量がニューヨーク、ロッテルダムに次ぐ世界3位に位置し、日本・アジアのみならず世界を代表する港の地位を築いた。

その後の、1985年のプラザ合意以降の円高不況、1995年の阪神・淡路大震災によって、その地位は大きく低下する事となったが、国から国際コンテナ戦略港湾に選定され、基幹航路の維持・拡大や港湾サービスの向上に取り組んだ結果、2016年のコンテナ取扱量は震災前の水準に回復してきた。

2006年、ポートアイランド沖に待望の神戸空港が開港した。これにより、陸・海・空の全ての玄関口が神戸の地に揃った事となった。しかし、開港前の思惑とは逆に搭乗者数などは伸び悩み、予測を大きく下回る事となった。このたびの運営権売却（コンセッション）によって、2018年4月からは関西エアポート株式会社による民間運営がスタートすると共に、大阪（伊丹）空港、関西国際空港との3空港一体運営が開始する。

1868年の開港後、神戸は海外からの交流の玄関口としてヒト・モノ・文化・習慣など多くを取り入れ、異国情緒溢れる街として形成されていった。開港当時は数千人の寒村だったが、多様な価値観を受け入れたことで、国際都市として発展してきたものの、最近では挑戦意欲が薄れ、世界的な地位においても、日本の都市間競争においても徐々に地位を下げている。

我々神戸経済同友会が2011年度に発表した、「人口減少社会における日本の針路～産業政策における兵庫・神戸モデルの構築～」の中で外資保税地域の創設、外国人留学生の定着策、グローバル人材の育成について提言しており、今回、改めて提言するものである。

Ⅱ. 「神戸港のルネサンス」

1. 着眼点

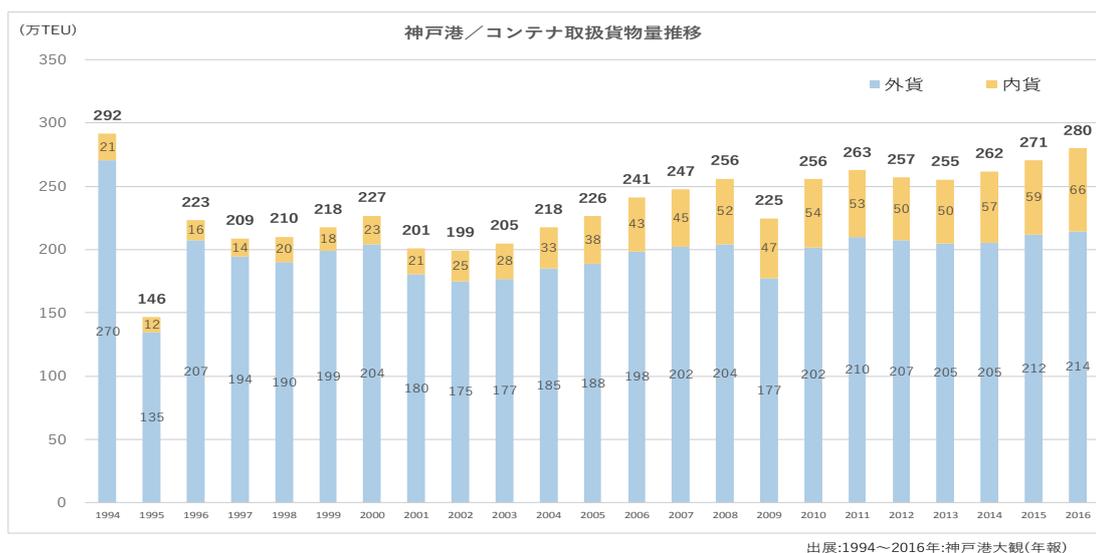
中国を始めとするアジア経済の急成長、グローバル経済化は目を見張るものがある。かつてアジアのハブ港として「積み荷港から輸送された貨物を、途中の港で別の船に積み替える」トランシップ機能を果たしていた神戸港は、1995年の阪神・淡路大震災でその機能を果たすことができなくなり、国際貨物は釜山、そして深圳、上海へ移ってしまった。今、シンガポールをはじめとして世界中から国際貨物が集まるハブ港は、船会社からコールされる競争を勝ち抜くためにICTやAIを導入した最先端の設備投資を行っている。例えばドイツのハンブルグ港は、河川港であり河口から100キロ離れた街の中心部に位置している。鉄道、道路が近く、貨物を機動的に運搬することができる一方で、コンテナターミナルを拡張することができないためICTを導入し格段の生産性を向上させた。港湾の潮位をリアルタイムで示して船がどのコンテナバースに入ればいいのか指示し、そしてジャストインタイムでタブレット端末から連絡を受けたトラックが次々と貨物を運び出している。船からコンテナを下ろし荷捌きする最も効率的な判断をコンピューターが行っていく。ロッテルダム港ではコンテナクレーンの遠隔操作と自動化のしくみで、オペレーターが同時に4つのコンテナバースを見ながら操縦桿一つで操作できるようになっている。シンガポール港では現在のコンテナ貨物取扱量3,000万TEU（日本全体で2,100万TEU）の規模をはるかに凌ぐ6,500万TEUの巨大ターミナルを建設中である。

一方国内では、日本経済の「失われた20年」と阪神・淡路大震災の2つの重しが神戸港に大きいのしかかった。コンテナリゼーションの進展と共にコンテナ船が巨大化して、より効率的に世界各地から資材調達が可能となり、輸出関連企業が兵庫・神戸から製造拠点を海外や他県に移すことで神戸港離れは加速した。この間、規模こそ異なるが名古屋港や博多港ではICTの導入による作業効率向上が図られた。神戸港の30%程度のコンテナ取扱量で国内6位の博多港では2つのターミナルで、関係する港湾関連企業が合同で新規開発した情報システムが稼働している。荷主、運送会社、埠頭会社、元請会社、船会社がネットワークでつながり、そして上海など東アジアのハブ港とはシステム連携で貨物の状況を確認することができる。非常時の際の電源確保や環境配慮と共に日本とアジアの交流を強みに独自のポジションを模索し、国内の港湾では最新のICT化を進めた。ハンブルグ港の様に、コンテナターミナルに出入りするトレーラーの運転手は指示どおりにゲートに入ればよいと、かつて2時間だった待機時間は、わずか15分にまで短縮されるなどゲート混雑による様々な無駄を削減した。

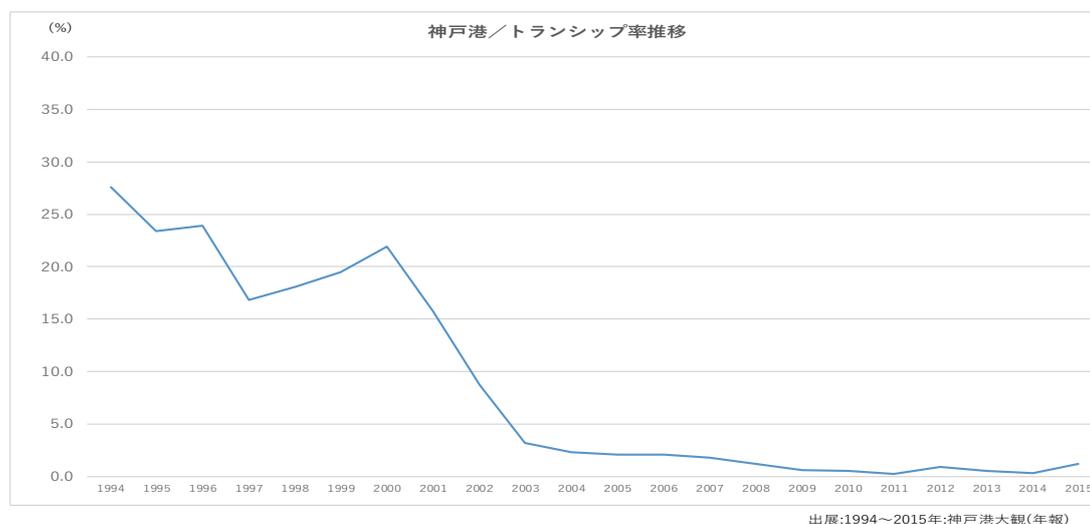
神戸港は、グローバル経済下、M&Aによりコンテナ船会社が巨大化し、ハブ港が競って自動化への先行投資を進める中、阪神・淡路大震災の負債が重しとなったが、その目途をつけ、「神戸港将来構想」を発表するまでに至った。この間、大阪港と共に阪神港として西日本の産業と、国際物流を支える国際コンテナ戦略港として国の経済特区に指定された。港湾業界あげての努力の甲斐もあり、2016年には280万TEUまで年間のコンテナ取扱量が増加し、東京港に次いで2位に浮上した。その内訳は、外貨コンテナが214万TEU(対前年比率1.2%増)、内貨コンテナが66万TEU(対前年比率11.6%増)で西日本各地からの内貨コンテナの伸びが大きく貢献している。阪神・淡路大震災の前年、1994年は外貨コンテナ270万TEU、内貨コンテナ21万TEUで年間のコンテナ取扱量は292万TEUだったことからすると、取扱量全体は震災前までに増加しているものの外貨コンテナ個数は20.7%も減少している。これに加えて、ハブ港としてそのポジションを象徴していたトランシップ貨物が激減し、震災前に約25%だったトランシップ比率は現在わずか0.2%まで下落している。

神戸港の強みは、内海に面して神戸中央航路、新港航路、神戸西航路といった3つの関門から同時に船が入ることができる天然の良港で、3大ターミナルを要し、港湾における優秀な人材を抱え、西日本のみならず首都圏など大消費地へのアクセスの良さだ。国内外の港がそれぞれ戦略をたてる中、神戸港は現在の港湾機能を十分活用した戦略が必要だ。

【資料1】神戸港のコンテナ取扱貨物量推移



【資料 2】 神戸港のコンテナトランシップ率推移



2. 提言

(1) 貨物創出のための保税機能を有した外資の誘致

今こそ、開港当初から世界に門戸を開き「みなと神戸」として外国の産業、文化、人材を受入れ、発展してきた神戸港の輝きを取り戻す活動を起こすべきだ。言い換えれば「神戸港のルネサンス」であり、上海やシンガポールとは異なる東アジアの拠点を目指すべきだ。そのため国際港としての強みを発揮するためには県内のものづくりを通じたコンテナ貨物の創出が必要である。しかしながら、既に県内企業を取り巻く経済環境は阪神・淡路大震災時点とは大きく様変わりしている。県内の製造業がアジア新興国でのものづくりに積極的に对外投资するグローバルビジネス下では、従前の港湾活性化の取り組みに加えて大規模なコンテナ貨物の創出に結びつく可能性を模索すべきだ。県内のものづくりとコンテナ貨物の創出をどう結び付けるのか。その一つとして、県内の企業や人材がグローバルビジネスに出て行く策ではなく、県内の企業や人材がグローバルビジネスを呼び込む策を提言したい。

具体的には、ポートアイランド2期や空港島の未活用地、将来的には六甲アイランド沖の神戸国際ロジスティックパーク構想の中で、経済特区制度による保税機能を有した外国メーカーの誘致を提言する。更に保税地域の法人登記を認め、沖縄振興特別措置法の「国際物流拠点産業集積地域」のスキームを転用して実効法人税率を20%とするという大胆な外資誘致策の案も併せたい。これは、諸外国の精密機器、医療機器、産業機器など先進技術メーカーの県内企業との合弁進出あるいは県内の熟練工を登用した独資進出の誘致を企図するものだ。アジアに向けた、メイド・イン・ジャパンのブランドが効力を発揮する製品や高付加価値製品の開発製造拠点として、また設備・原

材料の保税下での開発・製造や高度技能人材の活躍は、グローバルビジネスに対して新たなビジネスチャンスの提供となる。更には、こうした開発製造拠点の集積が進めば、高付加価値製品のアジア集散拠点としての神戸港の台頭も開けてこよう。

現在、沖縄県「那覇・浦添・豊見城・宜野湾・糸満地区（5市全域）」、「うるま・沖縄地区（中城湾港振興地区）」において沖縄振興特別措置法に定められた経済特区「国際物流拠点産業集積地域」がある。アジアと競争できる輸出加工拠点として法律に基づく国内初の経済特区となった。しかし実効法人税率が20%になるというメリットにもかかわらず進出した国内企業はごくわずかだ。その理由は既に調査報告や報道にあるが、進出するハードルが高すぎ、税制メリットや輸送の利便性が低く、競争優位となるインセンティブの水準が低いからだという。

また経済産業省が取りまとめた「欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査(2016年2月)」では、投資先としての日本の魅力はR&D拠点、もしくは販売拠点であり、製造拠点や物流拠点と回答した外国企業は極めて少なかった。しかし製造拠点とした場合、日本の良い面は市場の大きさに魅力があること、そして巨大市場の中国に近いことが挙げられている。更に、品質が良く、製造プロセスにおけるサプライチェーンが確立し、高品質の部品を低コスト・短納期で調達できる事も評価されている。一方で悪い面として、人件費や不動産賃料といった事業コストが高いほか、日本サイドの投資パートナー企業の意味決定が遅く、また法人税が大変高いことが挙げられている。

つまり、保税地域に低法人税率で外資を誘致する制度は、既に沖縄振興特別措置法に定められた経済特区制度で施行されており、決して突飛な制度ではない。神戸港は、ものづくり県として部品製造のサプライチェーンが整い、国内外の主要マーケットへのアクセスにおいて地理的かつインフラ的に優位である。ここに自由貿易地域を設定してグローバル企業を誘致することは、沖縄振興特別措置法に定められた経済特区制度の問題点に対応しており、決して無為無策ではないはずだ。尚、これらは兵庫県、神戸市と連携して国に働きかける必要があり、行政の賛同を取り付けたい。また今年度、発表された「神戸港将来構想」にこれの提言を具現化するために経済界も一緒になって議論に参画することを要望する。

Ⅲ. 「国際人財都市HYOGO・KOBE」

1. 着眼点

開港により多くの外国人を受け入れ、都市として発展した神戸。「居留地」にとどまらず、日本人と外国人が同じエリアに暮らす「雑居地」の存在は神戸特有のもので、多様な価値観を地域のエネルギーに変換する装置となっていた。

だが、その「遺産」は現在、兵庫・神戸の地域の活気につながっているだろうか。

兵庫・神戸は東京や大阪など県外への人口転出超過が目立ち、新しい人の流れを呼び込めない現状が続いている。

U I J ターンの促進や大学生の地元就職支援についてはこれまで官民さまざまな取り組みがなされている。更に、国際的な視野を持ちつつ地元で活躍できる「人財」として、兵庫・神戸の大学で学ぶ外国人留学生に着目したい。

兵庫県内は 37 の大学が集積し、全国第 4 位を誇る。留学生の数は 8,485 人（2016 年 5 月 1 日現在^{※1}）で全国 9 位、その数は増加傾向にある。しかし、日本の大学に在籍する留学生が、日本国内で就職する割合は低い。更に就職する留学生のうち約 50% が東京であり、大阪は約 10%。兵庫県にいたってはわずか 2.4%、461 名（2016 年^{※2}）にとどまる。せっかく兵庫県内で学び、生活環境にも慣れてきたにもかかわらず、優秀な学生たちがこの地にとどまっていない。日本そのものが選ばれていない上、ここでもまた「東京一極集中」が生じている。

背景としては、優秀な中小企業の存在や暮らしやすさなど、地元の詳細な情報が学生や大学に届いていないこと、文系学生が多く、理系を望む企業とのマッチングが上手くいっていないこと、就職にこぎつけたとしても日本の企業はキャリアアップを求める外国人の視点に欠けており、定着率悪化の要因になっていることなどが指摘される。留学生が就職先を考える場合、理系など専門分野が確立している学生を除き、どうしても大企業に目が向きがちだ。地元の中堅・中小企業の存在を知らないままで、企業側もまず日本人学生を対象に考えるため、留学生と企業の接点が薄い。大学は企業を知らず、企業は大学を知らない現状も情報不足に拍車をかけている。

更に、大学などでグローバルに活躍できる日本人の人材の育成も考えられていない。「グローバル＝英語が話せる」ことだけでなく、もっと幅広い教育がこれからはますます求められる。大学と企業の連携も開発研究の分野では進められているが、「人材育成」をめぐるものはまだ実例に乏しい。

※1 出典：独立行政法人日本学生支援機構「平成 28 年度 外国人留学生在籍状況調査結果」

※2 出典：法務省「平成 28 年度における留学生の日本企業等への就職状況について」

先述の提言「神戸港のルネサンス」では、神戸港に沖縄振興特別措置法の「国際物流拠点産業集積地域」を設定してグローバル企業を呼び込む策を示した。その際、キーポイントになるのが人材だ。JETRO「日本の投資環境に関するアンケート」（2016年）によると、人材確保の難しさが、外資系企業の日本進出の阻害要因の第1位となっている。逆の立場で、日本企業が海外事業を展開する際の課題でも海外ビジネスを担う人材の確保が求められている。いずれにせよ、グローバルビジネスを展開していく上で、制度やコストの問題に加え、人材確保がカギを握っており、言い換えるならば、人材を擁する地域であることが大きなアドバンテージとなる。

更に、2015年の住民基本台帳人口移動報告（総務省）によると、外国人の国内人口移動は日本人よりも活発であることが明らかになっている。外国人にとって暮らしやすい地域づくりは地域創生の視点からも重要な政策になり得るのではないだろうか。

開港当時、寒村神戸の人たちは突如現れた外国人に対しても物おじせず、好奇心を前面に出して船に乗り込み、コミュニケーションをとったという。本来、神戸のDNAには異なる文化を持つ人々を受け入れ、活かす力があるはずだ。多様性に基づくパワーとアイデアを余すところなく取り込むことで、「人財」を生み出し、増やし、活用していくオープンな地域を目指したい。

2. 提言

(1) 「リブ&ワーク兵庫」キャンペーン

外国人留学生にもっと兵庫・神戸で暮らし、働いてもらえるような目標を打ち出し、そのための施策を産官学民で総合的に進める。高度人材である外国人の居住増を地域創生の一環としてとらえ、取り組んでいく。

① 兵庫県内の中堅・中小企業の詳細情報を留学生一人一人に届くよう周知
大学の就活担当窓口、キャリアセンターなどにある一律的なデータではなく、その会社がいかにグローバル展開しているのか、グローバル人材を求めているのか分かるような情報を会社側が大学を通じ、学生側に示す。

② 留学生と県内企業の接点づくり

「大学コンソーシアムひょうご神戸」が中心となって県内留学生のインターンシップを行っているが、この事業がより拡充できるよう支援していく。更に、学ぶタイプのインターンシップだけでなく、留学生と企業が共に商品開発を行い、サービスの新アイデアを考えるなどコラボ事業も大学コンソーシアムひょうご神戸の実績を活かしながら、官民で企画する。

③ 産学短期インターンシップの実施

短期のインターンシップを学生だけでなく、大学の教職員、あるいは企

業の人事採用部門や幹部社員を対象に行う。留学生の就職支援という視点で、大学教職員は企業を知る機会、企業人が大学を知る機会として設ける。兵庫県や神戸市が主体となり、大学、企業も含めた実行委員会形式で企画し、互いの職場を短期間訪問。その経験を踏まえての交流会やディスカッションも開き、情報共有の場としても活かしていく。

④ 暮らしのサポート

住居、医療、教育の充実を含め普段の公的情報提供において、外国人の生活に留意してあらゆる面で分かりやすく、アクセスしやすい仕掛けを率先的につくっていく。例えば道路や街中の標識・案内、火事や災害時の対応、イベントや施設利用の案内、子育て情報などにおいて英語併記を原則として取り組む。

(2) 国際的に活躍できる企業の育成

① 留学生採用・雇用への支援

日本語が完全に理解できていない留学生を採用した時に、日本の会社の諸制度を説明しきれない恐れがある。そのため、社会保険・税金・労働関係の法律制度などの社会人として必要な事項を日英バイリンガルで説明する場を自治体が提供することを提言する。また各企業が持つ就業規則や諸規定などを日英併記にするための費用を補助することも必要と思われる。

商工会議所が開催する新入社員研修など社会人としての基礎的な知識を学ぶコースを提供しているが、これも日英バイリンガル化したコースを用意していただきたい。逆に外国人を受け入れる日本人社員への英会話レッスンなどの助成も行いたい。

② 企業が外国人を活用して、ビジネスを国際化させる

企業が外国人を雇用する意義として、不足する日本人を補うことだけでなく、外国人の特性を活かしたビジネスに取り組めるように変革していかなければならない。これは神戸経済同友会の会員が自らに対する提言と言っても良い。外国人従業員を活用し、製品・サービスを日本人だけでなく、外国人に提供することを前提に改良する事もできる。また販路として海外を視野に入れた場合にも外国人従業員は有効である。ITなどの分野では最先端の情報が英語であることもあり、それを積極的に取り込んで、技術力を向上させることにもつながる。また、P. 48 では外資企業の誘致を提言しているが、そのサプライヤーとして地元企業が名乗りを上げるためにも、外国人人財は有効である。

IV. 「県内空港の活用」

1. 着眼点

(1) 神戸空港

1970年代、神戸沖が関西新空港建設予定候補地にあがったものの反対気運が高く実現に至らなかった。阪神・淡路大震災以降、必要性が議論されるに至り、復興計画遂行の中で様々なハードルを越えながら、2006年2月に開港した。しかしながら、空港利用者数は2007年度に297万人を記録したものの、以降伸び悩んでいる。

2018年4月に民営化を目指す神戸市は、コンセッションを実施。関西国際空港・大阪(伊丹)空港を運営する関西エアポートとその大株主オリックスなどの3社連合が運営権を取得した。

【資料3】 関西3空港の現状(参考:但馬空港)

	神戸	大阪(伊丹)	関西	但馬
開港年	2006年	1958年	1994年	1994年
運用時間	7:00~22:00	7:00~21:00	24時間	8:30~18:30
発着制限	1日60便	1日370便	なし	1日4便の運用
旅客数 (2016年度)	272万人	1,510万人	2,572万人	3万人

出典:各空港HPより抜粋・加工

今後は、3社連合による3空港一体運営が可能となるが、以下のような課題があり改善が求められる。

- ① 運用時間(7:00~22:00)に制限があり、夜間の発着時間が少ないため、海上空港であるメリットを享受できていない。
- ② 都心部に近い空港にも関わらず、アクセス面での利便性が低いと言われている。現在は、三宮よりポートライナーのみであり、三宮駅での各公共交通機関からの乗り換えを考えると、大阪(伊丹)空港までバスで移動した場合と比較して所要時間の差は少ない。
- ③ ポートライナーの乗降客が増加し、ポートライナーだけでは輸送量が確保できない。また、新神戸駅までの直通便がないため、新幹線からの利用客の増加に限界がある。

(2) 但馬空港

1994年5月、日本初のコミューター(短距離路線で使用される数人から数

十人乗りの小型旅客機)専用空港として開港。機材を兵庫県が購入し無償貸与する条件で日本エアコミューター(以下、JACという)が運行している。現在、但馬空港～大阪(伊丹)空港間を1日2往復のみ。大阪(伊丹)空港での乗継により但馬～羽田間の移動は最短約2時間となっており、更なる利便性向上のため東京直行便の開設を目指している。尚、JACは、鹿児島県の離島アクセスのため設立された航空会社であり、鹿児島を中心として運行している。

【資料4】但馬空港時刻表

但馬～大阪(伊丹)路線及び東京(羽田)の乗り継ぎ路線のご案内
2017年3月26日(日)～2017年11月30日(木)

但馬 → 大阪(伊丹)乗り継ぎ → 東京(羽田)

便名	但馬発	大阪(伊丹)着	乗継時間	便名	大阪(伊丹)発	東京(羽田)着
JAC2322便	10:10	→ 10:50	40分	JAL114便	11:30	→ 12:35
JAC2324便	18:05	→ 18:45	45分	JAL134便	19:30	→ 20:35

東京(羽田) → 大阪(伊丹)乗り継ぎ → 但馬

便名	東京(羽田)発	大阪(伊丹)着	乗継時間	便名	大阪(伊丹)発	但馬着
JAL103便	07:30	→ 08:40	25分	JAC2321便	09:05	→ 09:45
JAL125便	15:30	→ 16:40	20分	JAC2323便	17:00	→ 17:40

※大阪(伊丹)空港の乗り継ぎ便には、上記掲載便以外にも組み合わせがあります。

一方、城崎温泉を中心とした訪日外国人宿泊者数は、増加の一途を辿っている(2011年/1,118人⇒2015年/34,318人⇒2020年/目標100,000人)。但馬空港利用者数も2016年度に3万660人と初めて3万人を超え、利用率も高まっている。

【資料5】豊岡市訪問外国人数、城崎地域の外国人宿泊者数

(単位:人)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	・ ・	2020年
目標	---	---	10,000	15,000	23,000		100,000
実績	1,118	4,532	9,584	15,231	34,318		
城崎地区宿泊者数	---	---	---	13,877	31,442		

出典:豊岡市「平成27年度豊岡市の外国人宿泊者数の状況」より抜粋・加工

今後については、以下のような課題に取り組むべきと思われる。

- ① 現在の利用者は、東京への乗継利用者などビジネス客が中心であるが、

今後は観光客も含めて、更なる利用者拡大が望まれる。

- ② 豊岡版DMO(一般社団法人豊岡観光イノベーション)による推進もあり、城崎温泉を中心とした観光客が増加しており、中でも外国人宿泊者数の伸びは目覚ましく、更なるインバウンドの取り込みが望まれる。

2. 提言

(1) 神戸空港 「利便性向上による利用客増を目指して」

- ① 夜間の発着時間の拡大ならびに発着枠の増加により、新幹線との差別化を図り、主として東京と神戸を往復するビジネス客の取り込みを拡大する。22 時台の東京へのフライトを可能にすることは東京から神戸への就業者の利便性を向上させる。例えばその効果は、神戸市が推進する神戸医療産業都市への企業誘致にも現れるものと思われる。現在、神戸医療産業都市の企業・団体の集積は 2017 年 9 月末現在で 344 社となっており、雇用者数も 3 月末現在で 9,200 人と順調に実績をあげている。また、12 月には i P S 細胞を使った研究・治療を行う「神戸アイセンター」が開院するなど専門病院群も集積しているため、当地への就業者及び患者の他地域からの取り込み増加にも寄与するものと思われる。
- ② ポートライナーの増便が厳しい中、バスの直行便創設により輸送量およびアクセススピードを追求する。特に三宮⇄神戸空港、新神戸⇄神戸空港については、時間短縮及び乗り換えに伴う手間の削減により利便性は向上する。また、神戸空港の利用客の多くが神戸以西の住民であり、明石、加古川、姫路等の J R の駅からもバスの直行便を創設することにより、三宮でのポートライナー乗り換えの手間を省くこととなりトータルの時間短縮に繋がる。

(2) 但馬空港 「更なるインバウンド取り込み策」

- ① 但馬空港⇄関西国際空港便(J A C の乗り入れなし)、但馬空港⇄福岡空港便(J A C の乗り入れあり)の開設は、インバウンドの取り込み加速や、但馬地域の住民が海外へ移動することの利便性が高まることなどメリット大と考えられる。現在、但馬空港を発着する航空会社は J A C 以外に難しいことから、国際線があり J A C の乗り入れがある福岡空港と J A C の乗り入れはないが効果が高い関西国際空港との路線開設を提言したい。
- ② 増加しているインバウンドの更なる対策として空港名の改称を提言する。外国人にとってわかりやすい名称とすることにより、城崎温泉を中心とした但馬地域の観光産業発展に繋げる。

おわりに

今年度の提言は、兵庫の持つポテンシャルを豊かさに繋げることをテーマに活動を行ってきた。兵庫が持つさまざまな特性を一つ一つ丁寧に分析し、ポテンシャルと言えるものは何か、別の見方をすることによって優位性が見出せるものはないかを検討した。更にそうやって見出した可能性、原石を磨く方法についても議論を重ねた。そのプロセスと結果を一言で表現したのが「兵庫のポテンシャルを再構築～旧い成功体験からの完全脱却」という本提言書のタイトルである。

現在の人口動態や経済状況は危機的と言って良いが、必ずしも多くの県民が危機意識を持っているとは思えない。一つには過去からの蓄積があるが故であろうと思われる。一方でこの蓄積もポテンシャルの一つであるが十分に活かされているとは言い難い。経済構造が大変革を遂げつつある今日、旧い成功体験だけに頼ってはさらに雇用も所得も失われる。健全な危機意識を基にこの兵庫で新しい挑戦が始まることを期待している。

提言特別委員会の運営に関しては分科会活動を中心に据えたことにより、密度の高い活発な調査が行われた。各分科会で実施されたヒアリングや視察等は恐らく過去に類を見ない回数に達したのではないだろうか。また少人数での活動のため全員が責任を持って役割を分担し、議論に参加して全体像を把握し、分科会が一体となって提言作成に邁進することが出来た。

ただ惜しむらくは3つのテーマの統合がやや希薄となってしまったことで、特にベンチャー育成等の分野横断的な課題に関し、もう一段高める為の議論がやや不足気味となった感が否めない。個々を深めていくと同時に横の連携も図ることが重要で、幹部会においてこの部分にも十分な時間をかけるべきだったと反省している。

最後に、この提言書作成にあたり快く講演・取材・見学を受け入れていただいた企業・団体の皆様、ご指導ご鞭撻をいただいたアドバイザー、県・市職員の皆様に心からの感謝を申し上げます。

また、全国を飛び回って調査を行い連日熱い議論を戦わせていただいた委員・ワーキングの皆様にも心からの感謝を申し上げます。

平成 29 年度 提言特別委員会
委員長 坂井 幸嗣

全国的には少子高齢化、都市部への更なる人口移動により農業革命は喫緊の課題であることは知りつつも、兵庫県下の状況は想像していたものとは大きく違ったため、多くの時間を割き検討を重ねてきました。

また、ITを生業とする者としてもAI、IoT、ドローンなどの農業へのIT活用を、流行りではなく県内の状況に適した形で何とか実現できないものか可能性を探り、提言に盛り込むことが出来ました。

これもひとえに委員やワーキングメンバー、またご協力いただいた多くの方々のお力添えによるものと深く感謝申し上げます。

平成29年度 提言特別委員会

副委員長（新1次産業分科会）

佐伯 里香

2次産業分科会の提言作成にあたり、提言委員・ワーキンググループ皆様の多大なるご協力とご尽力に深く感謝申し上げます。これまでの兵庫・神戸の現状を打破し、かつて以上の新たな輝きと発展を目指すためにも、提言書に纏めた施策内容を確実・着実に強固に推し進めて行かなければなりません。まずは実行に移すことが、その第一歩となるのではないのでしょうか。その日を期待してやみません。

平成29年度 提言特別委員会

副委員長（2次産業分科会）

日笠 秀樹

先日、大阪の学生から、兵庫・神戸のイメージについて「古臭い」と言われ、少なからず衝撃を受けました。兵庫・神戸に住み、働く者にとって、国際都市、進取の気風などと羨望されていたことに誇りを持っていたのに。外部の若者からハッキリ言われたことで、外から見た我が街の姿に気づかされました。

150年前に先人たちが海外の文物を受入れ挑戦してきたことを、現代的に考えた結果が、私が担当させていただいた准2次産業の提言へとつながっています。

平成29年度 提言特別委員会

副委員長（准2次産業分科会）

山本 裕計

平成29年度 提言特別委員会 視察・ヒアリング先（新1次産業）

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
1	2月26日	<p>◆法政大学イノベーション・マネジメント研究センター 法政大学経営学部教授 木村 純子 氏 「イタリア農業ブランドのあり方」</p> <p>農林水産省食料産業局知的財産課課長 杉中 淳 氏 「GIを活用したジャパンプランドの確立」</p>
2	4月19日	<p>◆オガール紫波(株) 取締役 八重嶋 雄光 氏</p> <p>◆NPO 法人紫波みらい研究所 事務局長・理事 橋浦 律子 氏 「岩手県紫波町による循環型まちづくり『オガールプロジェクト』の取り組み」</p>
3	5月23日	<p>◆(株)兵庫ネクストファーム 管理課 課長 中村 朋記 氏 「先端技術を活用した農産物の周年・安定生産を行う先導的なビジネスモデル確立の取り組み」</p>
4	6月27日	<p>◆豊橋市 産業部 産業政策課 主幹 増田 明 氏 産業政策課 主査 山本 啓 氏 農業企画課 課長補佐 藤沢 英樹 氏 農業企画課 主査 夏目 祥子 氏 「豊橋市食農産業クラスター推進計画について」</p> <p>◆(株)サイエンス・クリエイト 代表取締役専務 原田 公孝 氏 第一事業部 部長 森高 朋樹 氏 「太陽光利用型植物工場の見学」</p>
5	7月12日	<p>◆be 材供給センター・朝来バイオマス発電所視察 「林業の再生や地域経済の活性化、再生可能エネルギーの普及・拡大に向けた取り組み」</p>

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
14	11月22日	<p>◆兵庫県 農政環境部</p> <p>農政企画局 総合農政課長 萬谷 信弘 氏</p> <p>班長 小田垣 浩二 氏</p> <p>農林水産局 農産園芸課 班長 川端 忠則 氏</p> <p>「兵庫県の一次産業振興に関わる施策の調査」</p>

平成29年度 提言特別委員会 視察・ヒアリング先（2次産業）

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
1	6月26日	<p>◆飯田市 飯田市長 牧野 光朗 氏 産業経済部 部長 遠山 昌和 氏 産業経済部 工業課 課長 小林 弘 氏</p> <p>◆公財) 南信州・飯田産業センター 地域連携マネージャー／飯田航空宇宙プロジェクトマネージャー 松島 信雄 氏 事務局 飯田市工業課 工業振興係長 松井 敬 氏 事務局 飯田市工業課 棚田 昭彦 氏</p> <p>◆多摩川精機(株) 取締役副会長 萩本 範文 氏 第二事業所 所長 取締役本部長 塚平 守 氏 総務人事部 部長 代田 賢治 氏</p> <p>「地域づくりの成功事例として、飯田市ならびにその中で重要な役割を果たした多摩川精機の取り組みについて」</p>
2	7月21日	<p>◆福岡地域戦略推進協議会（Fukuoka Directive Council） 事務局長 石丸 修平 氏 ディレクター 豊島 徹浩 氏 ディレクター 大島 隆 氏 ディレクター 藤井 聖司 氏</p> <p>「地域の国際競争力強化を目的に、地域の成長戦略の策定から推進までを一貫して行う産学官一体のシンク&ドゥタンクの取り組みについて」</p>
3	7月26日	<p>◆神戸芸術工科大学 大学院 芸術工学研究科 准教授 見明 暢 氏</p> <p>「2次産業の振興に向けて、デザイン思考を活用するための方策・考え方について」</p>

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
4	8月8日	<p>◆(株)ドーン 常務取締役 近藤 浩代 氏</p> <p>◆(株)アイエンス 代表取締役 吉田 憲史 氏</p> <p>「神戸市産業振興センターのベンチャー育成室出身企業を代表して、経験談も交えてベンチャー支援の実態（利点や課題等）について」</p>
5	8月18日	<p>◆amadana(株) ストラテジックデザイナー 伏見 大祐 氏</p> <p>◆神戸芸術工科大学 大学院 芸術工学研究科 准教授 見明 暢 氏</p> <p>「2次産業の振興に向けて、デザイン思考を活用するための方策・考え方について」</p>
6	8月28日	<p>◆(株)神戸製鋼所 鉄鋼事業部門 チタン本部 担当部長 今井 明彦 氏</p> <p>「次世代産業の創出に向けて、航空機産業の実情と素材メーカーとしての取り組みについて」</p>
7	9月19日	<p>◆デザインクリエイティブセンター神戸 (KIITO) マネージャー 近藤 健史 氏 ほか</p> <p>「デザイン思考の活用に関し、神戸市のデザインに関する拠点としての取り組みについて」</p> <p>◆神戸市 医療・新産業本部 企業誘致部 企業立地課 新産業グループ 新産業創造担当係長 三嶋 潤平 氏</p> <p>「KIITOを主会場とする『500 KOBE ACCELERATOR』の実施内容について」</p>
8	10月23日	<p>◆福岡市 経済観光文化局 創業・大学連携課 創業支援係長 高増 健一 氏</p> <p>「起業・創業に対する福岡市の支援体制について」</p>
9	11月22日	<p>◆神戸大学大学院 科学技術イノベーション研究科 教授 近藤 昭彦 氏 教授 山本 一彦 氏</p> <p>「勃興するバイオエコノミーと岐路に立つ日本」</p>

平成29年度 提言特別委員会 視察・ヒアリング先（准2次産業）

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
1	7月24日	◆神戸市 みなと総局 技術部部長 西村 一郎 氏 技術部計画課課長 小嶋 省一 氏 経営企画部総務課 経理担当課長 諏訪 久志 氏 「神戸港将来構想について」
2	8月1日	◆阪神国際港湾(株) 理事 篠原 正治 氏 「コンテナ港湾における新技術の導入について」
3	8月24日	◆スカイマーク(株) 神戸空港支店 支店長 戸田 健太郎 氏 スペシャリスト 太田 照代 氏 「神戸空港等の利用促進・活性化に向けた意見伺い」
4	9月1日	◆ひょうご・神戸投資サポートセンター 次長兼誘致課長 桂 隆 氏 企業誘致専門員 高島 潤 氏 「対日投資のワンストップ支援についてヒアリング」
5	9月5日	◆(一社)大学コンソーシアムひょうご神戸 事務局長 阿久根 昌夫 氏 就職支援事業統括マネージャー 山崎 智佳子 氏 「留学生をめぐる問題意識と活動概要。インターンシップ事業に関するヒアリング」
6	9月13日	◆経済産業省 貿易経済協力局 投資促進課 投資交流企画官 鈴木 恭一 氏 課長補佐 真田 勇二 氏 係長 榎本 恵里菜 氏 「欧米アジアの外国企業の対日投資関心度調査に関するヒアリング」
7	9月13日	◆兵庫県ビジネスサポートセンター東京 所長 岸本 雅男 氏 「東京に進出した外資系企業の二次投資先について」

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
8	9月20日	◆豊岡市議会 議長 福田 嗣久 氏 「但馬空港の利用促進・活性化に向けた意見伺い」
9	9月29日	◆全日本空輸(株) 関西支社 副支社長 根本 裕之 氏 神戸空港所長 林 和男 氏 「3空港の利用促進・活性化に向けた意見伺い」
10	9月29日	◆日本航空(株) 関西地区法人販売部 部長 三石 健 氏 第2販売グループ長 榑 功次郎 氏 「但馬空港等の利用促進・活性化に向けた意見伺い」
11	9月29日	◆兵庫県 産業労働部国際局 国際経済課 課長 横川 太 氏 副課長 上村 治三 氏 経済交流班主査 三谷 一浩 氏 「県内へ進出している外資系企業訪問に関するヒアリング」
12	10月5日	◆博多港ふ頭(株) 専務取締役 二宮 潔 氏 取締役事業企画部長 二宮 保 氏 事業企画部次長ふ頭運営課長 中村 勇志 氏 事業企画部営業課課長代理 渋谷 朝之 氏 「博多港湾の視察」
13	10月10日	◆日本キャタピラー合同会社 エクスカベーション・ディビジョン油圧ショベル開発本部 副本部長兼構造設計部長 清水 邦友 氏 技術管理部長 正保 隆夫 氏 車両計画部 NPI Wave チーム エンジニアリングスーパーバイザー 石田 あずさ 氏 「県内へ進出している外資系企業ヒアリング（会社概要、採用、社内登用ほかに関してヒアリング）」
14	10月18日	◆兵庫県 産業労働部国際局 国際交流課 課長 多治 比寛 氏 「県内留学生の就職状況や県の支援制度等に関するヒアリング」

No.	訪問日	訪問先及び目的／内容
15	11月15日	<p>◆兵庫県 県土整備部 県土企画局 空港政策課</p> <p>課長 八木下 徹 氏</p> <p>副課長 肥田 憲明 氏</p> <p>班長 永井 哲夫 氏</p> <p>「但馬空港の利活用について」</p>
16	11月22日	<p>◆神戸市 みなと総局</p> <p>空港事業部 推進課 推進担当課長 江尻 勝也 氏</p> <p>経営企画部 総務課 経理担当課長 諏訪 久志 氏</p> <p>「神戸空港の利活用について」</p>

平成29年度 提言特別委員会 外部アドバイザー訪問実績(兵庫県立大学 加藤教授)

No.	訪問日	訪問先及び目的/内容
1	6月19日	◆提言の方向性の説明及び意見交換
2	10月6日	◆経過報告(骨子の確認)及び意見交換
3	11月16日	◆最終の経過報告(ダイジェスト版での概要説明)及び意見交換

平成29年度 提言特別委員会における討議経過

日 付	内 容
平成29年 4月10日(月)	第1回 提言特別委員会 初会合、正副委員長の挨拶、委員会メンバー紹介、活動テーマ・年間スケジュール、会議体の進め方の提示
5月10日(水)	第2回 提言特別委員会 3分科会での意見交換
6月5日(月)	第3回 提言特別委員会 3分科会での意見交換
7月3日(月)	第4回 提言特別委員会 全体会議(進捗確認)、3分科会での意見交換
8月7日(月)	第5回 提言特別委員会 3分科会での意見交換、懇親会
9月4日(月)	第6回 提言特別委員会 3分科会での意見交換
10月2日(月)	第7回 提言特別委員会 全体会議(提言骨子案の検討)、3分科会での意見交換
11月6日(月)	第8回 提言特別委員会 3分科会での意見交換(提言書文案の検討)
12月5日(火)	第9回 提言特別委員会 全体会議(提言書の最終確認)、3分科会での最終調整

平成29年度 提言特別委員会 委員名簿

委員長	坂井 幸嗣	(株)アマデラスホールディングス 代表取締役社長
副委員長	佐伯 里香	(株)ユーシステム 代表取締役
	日笠 秀樹	日笠工業(株) 代表取締役社長
	山本 裕計	アイクラフト(株) 代表取締役
委員	石川 智久	(株)日本総合研究所 関西経済研究センター長
	井上 済	(株)ケイキャリアパートナーズ 相談役
	宇尾 好博	(株)さわやか 代表取締役社長
	神澤 秀和	神沢鉄工(株) 代表取締役社長
	五代 友行	(株)マヤテック 代表取締役社長
	田中 裕子	(株)夢工房 代表取締役
	寺本 督	(株)淡路屋 代表取締役社長
	中尾 優	特許業務法人 有古特許事務所 所長 (代表社員)
	藤嶋 純子	(株)フジ・データ・システム 代表取締役
	古塚 孝志	(株)ロックフィールド 代表取締役副社長
	増岡 好一	三宮オイル(株) 代表取締役社長
	松本 由美子	(株)フェニックス商会 取締役
	山本 博和	(株)山本電機製作所 代表取締役社長
	和田 剛直	和田興産(株) 専務取締役
	渡辺 真二	早駒運輸(株) 代表取締役社長

平成29年度 提言特別委員会

ワーキンググループ・アドバイザー・事務局名簿

ワーキング グループ	神戸 宏明	(株)神戸製鋼所 総務部 秘書グループ長
	榎村 方伸	(株)神戸製鋼所 総務部 次長
	古川 暢哉	(株)神戸製鋼所 総務部 課長
	池田 健	住友ゴム工業(株) 経営企画部 課長代理
	岩田 茂太	(株)アシックス 社長室 渉外チーム マネジャー
	川内 寿夫	川崎重工業(株) 人事本部 労政部 労政企画課 課長
	清谷 慎一郎	(株)みなと銀行 地域戦略部 審議役
	坂井 潤一	(株)三井住友銀行 経営企画部 金融調査室
	佐古 道治	(株)JTB 西日本 神戸副支店長 兼 営業開発プロデューサー
	寺島 喜芳	(株)ノーリツ 管理本部 広報室 副理事
	徳永 恭子	(株)神戸新聞社 企画総務局 グループ戦略担当部長
	中村 優里	(株)アシックス 社長室 渉外チーム 兼 コーポレートコミュニケーションチーム
	蒔田 潤也	(株)ノーリツ 管理本部 広報室 室長
	松村 克彦	川崎重工業(株) 総務本部 総務課 主査
	吉積 茂	東京海上日動火災保険(株) 神戸支店 課長
	米田 龍	バンドー化学(株) 経営企画部 部長代理
アドバイザー	塚本 晃彦	(株)神戸製鋼所 顧問
	國井 総一郎	(株)ノーリツ 代表取締役社長
外部アドバイ ザー	加藤 恵正	兵庫県立大学大学院 教授
	小川 賢一	(株)三井住友銀行 公共公益法人部長
事務局	金田 友三郎	(一社)神戸経済同友会 常務理事・事務局長
	濱田 健司	(一社)神戸経済同友会 事務局次長

発行 平成 29 年 12 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 9 1 - 1

(神戸銀行協会ビル 5 F)

TEL 0 7 8 - 3 3 1 - 5 5 8 4

FAX 0 7 8 - 3 9 2 - 7 2 3 6

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

HP <http://www.kobedoyu.com/>