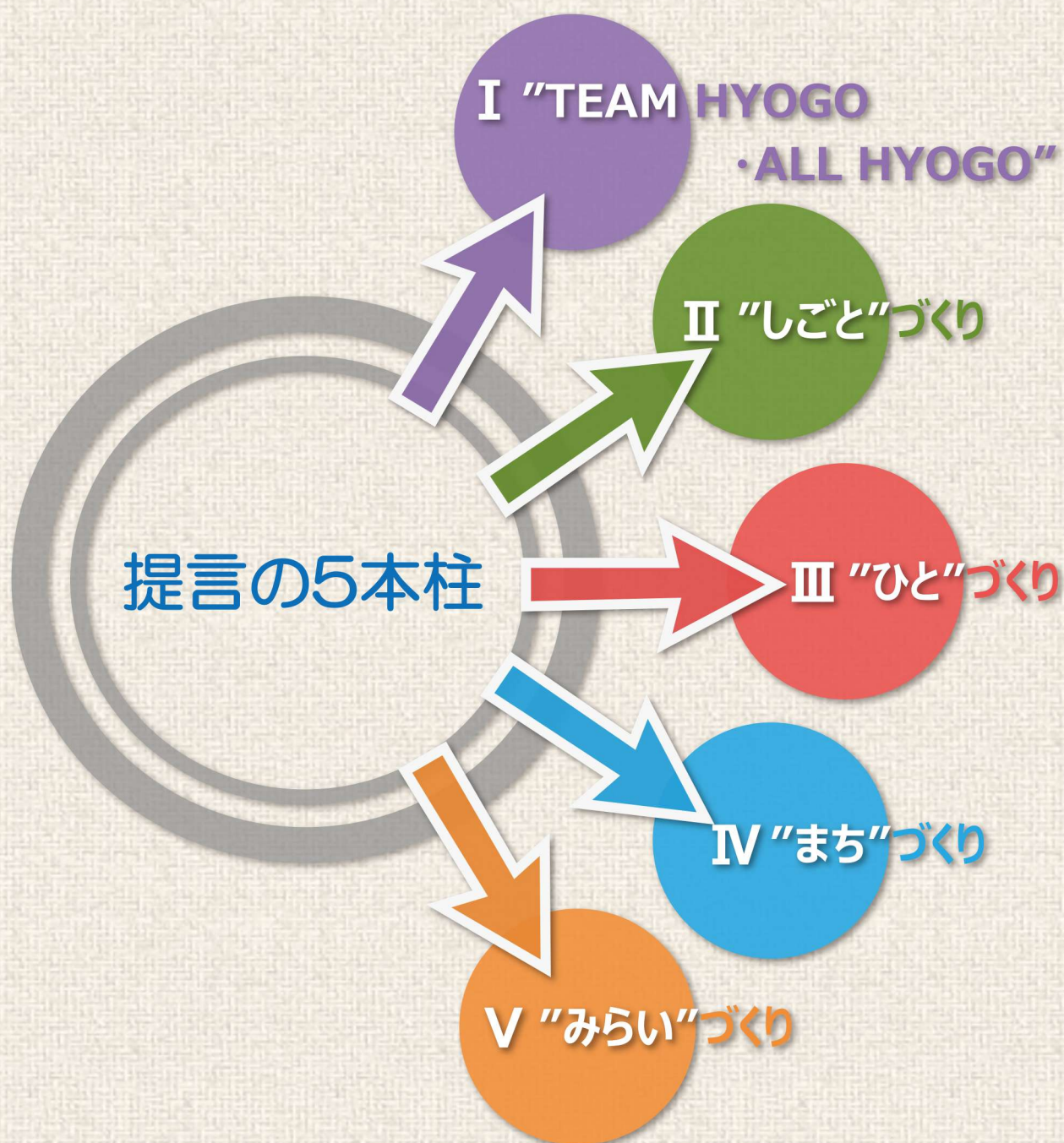


提言

SDGsで紡ぐ「HYOGO-no-MIRAI」

～地域一体で織り成す新たな調和の創造～



2022年12月

一般社団法人 神戸経済同友会

目次

・ 序文	1
・ はじめに	2
・ 提言骨子	3
・ 提言テーマ	5
・ 提言の背景	5
・ 提言策定へのアプローチ	6
・ 提言	7
I. `TEAM HYOGO・ALL HYOGO、	7
1. 県内企業へのSDGs普及促進	7
(1) 県内におけるSDGsへの機運醸成	7
① 県内企業の意識向上	
② 2023 年度での「兵庫県」の未来都市選定と県内他市町の機運醸成	
(2) 持続可能な地域を創る『エコシステム』の構築	8
① SDGs 普及促進に向けた支援体制を強化するための地域連携プラットフォームの組成	
② 「ひょうごSDGs 認証制度」：普及促進に繋がるインセンティブの付与	
2. 大阪・関西万博への参画強化	9
(1) 県内企業の「関心度」の高揚	9
① 「ひょうごフィールドパビリオン」と既存イベントの同時開催励行及び「ひょうご五国博覧会」（仮称）での連動	
② 新技術の普及・導入を見据えた地域開発への行政支援の強化	
3. 全県一致でのSDGs活性化	10
(1) 「地域一体」化促進への取り組み	10
① 全地域部会と各県民局等との「交流の場」創設と活性化	
② 幅広い意見を集約できる体制の構築	
II. `しごと、づくり ～地域産業の振興～	12
1. 新たな次世代産業の創出、育成	13
(1) 県内経済を牽引する新たな産業の誘致	13
① 医療産業クラスターのさらなる成長支援と次の成長産業の集積を加速	
② アニメ・ゲーム・メタバースなどのクリエイティブ産業の誘致促進	
③ 脱炭素・水素社会先進県への取り組み	
2. 事業承継・後継者支援	14
(1) 後継者支援	15
① ファミリー企業後継者の育成プログラム	
② 「アトツギ」によるベンチャー創業（第二創業）への支援	
(2) ひょうご版：第三者承継支援	15
① 「HYOGOサーチファンド」の創設	
② ニホン継業バンクと連携した小規模事業者への事業承継支援	

(3) スタートアップと併せた両輪支援	16
① 大企業を含む地元企業とのオープンイノベーションの創発	
② 県内での大学発ベンチャー企業の活性化推進	
3. 地域企業のランクアップ	17
(1) 「補助人」制度の構築	17
① 地元企業による「ひょうご専門人材センター」の活用促進と制度拡充	
② DX人材の活用・育成支援	
(2) 経済の『域内循環』強化	18
① 『M&Aの地産地消』	
② 各地場産業の統合ECサイト及び越境ECサイト（JETRO連携）の設置	
③ 県内素材等の利活用促進	
Ⅲ. “ひと、づくり ～地域に人を呼び込む～	20
1. ダイバーシティ&インクルージョン	20
(1) 女性活躍推進：『HYOGO』版ウーマノミクス	20
① 女性の就業支援	
② キャリアアップのための環境整備・支援（管理職比率の向上）と起業家育成	
(2) 外国人活躍推進	23
① 留学生の囲い込み強化	
② （高度）外国人材の雇用機会増加に向けた処遇・環境整備	
2. 『HYOGO-no-MIRAI』人材の創出、育成	24
(1) 次代の兵庫県に必要な人材の育成	24
① 「理系人材」の育成	
② 専門人材の育成・確保	
3. 「兵庫-Well-Being」～「県民エンゲージメント」の高揚～	26
(1) 『地元愛』の醸成	26
① 「兵庫県を知る」機会の強化	
② 『県民総幸福度』の調査、向上への取り組み	
(2) 地元就職・U・I・Jターンの促進	28
① 早期の職業体験・地元企業を知る取り組み	
② 奨学金返還補助制度の拡充	
(3) 『寄附文化』の醸成	29
① 「企業版」ふるさと納税の活用、活性化	
② 新たな寄附の仕組みの創設	

IV. 〆まち、づくり ～地域の賑わい創出～	31
1. 新たな地域の魅力構築、活性化	31
(1) 神戸空港国際化を見据えた誘客策強化	31
① 国際化に向けたインフラ整備	
② インバウンドの取り込みと長期滞在への仕掛け	
(2) 広域連携による魅力向上	34
① 玄関口としてのひょうご・神戸の役割強化	
② 神戸空港就航地エリアとの経済連携強化	
(3) P R 活動の強化	34
① 兵庫県等の自治体の取り組みに関する周知策の強化（アニメの P R 動画、メタバースの活用）	
② 海外への情報発信に向けた取り組み強化	
2. 都市部と多自然地域の連携強化 ～二拠点居住、ワーケーションの奨励～	36
(1) ひょうご五国の『多極集中化』	36
① 地域特性のキラーコンテンツ化	
(2) 食料自給率の向上	37
① 就農、事業継続支援策の強化	
3. アドバンテージを活かす 〆まち、づくり	37
(1) 『工場誘致』と『地元採用』の促進	37
① 「工場誘致数 No. 1」の奪還	
(2) 安心・安全なまち	38
① 『健康活躍県』	
② 南海トラフ地震など災害に『備える』体制の整備（震災後 30 年に向けた体制強化）	
V. 〆みらい、づくり ～地域の未来を切り拓く～	41
1. ひょうご・神戸の次代づくり	41
(1) 次世代人材の地域参画活性化	41
① 『Global Youth Lab』（仮称）の創設	
② 行政データの共有による次世代人材アイデアの登用	
2022 年度 提言特別委員会 ヒアリング先一覧	42
◆参考資料	44
あとがき	46
2022 年度 提言特別委員会 委員・ワーキング・アドバイザー・事務局名簿	47

序文

世界の潮流をみると、従来の自然環境や貧富格差などに加え、社会・経済活動そのものの在り方といった新たな課題が問われており、国家や民族など様々な垣根を超えて、その解決に取り組む必要性に直面する中で、SDGsを新基軸とするパラダイムシフトが起ころうとしています。

神戸経済同友会では、昨年に続き、そのSDGsを地方創生のための鍵と捉え、『TEAM HYOGO・ALL HYOGOで取り組むSDGs』～新たな「みらい」を切り拓く～』を活動方針として、その「実践」に取り組み、官民連携強化、普及促進に向けて、推進体制の構築に働き掛けて参りました。

その中で、提言特別委員会では、「深化への挑戦」を合言葉に、「TEAM HYOGO・ALL HYOGO」、「しごとづくり」、「ひとづくり」、「まちづくり」、「みらいづくり」を提言の五本柱に据え、具体的重点課題の解決に向けた提言策定を行い、ひょうご・神戸を「SDGs先進県」に躍進させることを目指しました。

未だ道半ばではありますが、官民連携プラットフォームである「ひょうご SDGs Hub」の設置など、これらの課題解決の実現に欠かせない、地域のプレイヤーがそれぞれの強みを持ちより連携・協働する「地域エコシステム」の構築に向けた成果が形となって表れ始めています。

今後は、これらの枠組みを通じて、企業がその本業を通じて地域・環境課題解決型ビジネスに取り組み、経営者が従業員にその理念を浸透させ、従業員は地域・環境への貢献を通じてモチベーションの向上を図るという好循環を生み出すことが、企業価値や従業員エンゲージメントを高めるとともに、持続的地域の発展に繋がるものと考えます。

2025年には大阪・関西万博、その先には神戸空港の国際化が控えており、世界からの注目に対して、ひょうご・神戸の魅力を余すことなく発信し、国内外に存在感を示していかなければなりません。

地域の魅力を向上させ、次世代のための社会・ちいきづくりを通じて、全ての人々が充実感や幸福感に満ちて生きる、即ち、「Well-being」の実現に向けて、本会もより一層、SDGsの実践に取り組んでいく所存です。

願わくは、本提言が地域の一体感を紡ぎ出し、我々が経営戦略にSDGsを取入れていくだけでなく、地域に働き掛けて『TEAM HYOGO・ALL HYOGO』でSDGs達成を目指す一助になれば幸いです。

最後になりますが、この提言の取りまとめにご尽力いただいた、渡辺委員長、木田副委員長、土井副委員長はじめ、提言特別委員ならびにワーキンググループの皆さま、また、委員会の活動にご協力賜りました行政を筆頭とするご関係者の皆さまに心より感謝申し上げます。

2022年12月

一般社団法人 神戸経済同友会
代表幹事 服部 博明
代表幹事 植木 一秀

はじめに

今の時代、少子高齢化や人口流出をはじめ、生産年齢人口が急減している問題に加えて、ロシア・ウクライナそして周辺隣国の情勢不安に加え、過度な円安長期化により不安定な状況が続いており、まさに混沌としている状況であります。

このたいへん不安定な状況であるからこそ、SDGs の取組みが非常に重要な局面になっております。

そのような中、2 年連続で提言テーマの軸を SDGs に据え、昨年の推進体制構築への提言から、より具体策に踏み込んで、今年の提言政策を考えて参りました。その内容は以下の提言 5 本柱です。

1. `TEAM HYOGO・ALL HYOGO、
2. `しごと、づくり ～地域産業の振興～
3. `ひと、づくり ～地域に人を呼び込む～
4. `まち、づくり ～地域の賑わい創出～
- そして、それらに伴います
5. `みらい、づくり ～地域の未来を切り拓く～

をテーマにひとつひとつ深掘りし、テーマごとの強み弱みを抽出し、それぞれ化学反応を起こしました。

2025 年日本国際博覧会（大阪・関西万博）をはじめ、2030 年（前後）神戸空港の国際化という大きな指針に向けて、今後必要な考え方、また時代に沿った行動、「今」していかなければならないことを提言として、我々も率先し、実践していく所存です。

この提言を基に兵庫県、神戸市がさらに発展していくことを心より願っております。

最後に、提言特別委員会の活動にご協力いただきました兵庫県、神戸市など行政の皆様、また、ご教授賜りました SDGs パートナース田瀬代表をはじめ、関西学院大学栗田教授に心から感謝申し上げます。

そして提言作成にご協力いただきました委員、ワーキンググループ、事務局の皆様も本当にありがとうございました。

2022 年 12 月

2022 年度 提言特別委員会
委員長 渡辺 真二

I “TEAM HYOGO・ALL HYOGO”



1 県内企業へのSDGs普及促進

(1)県内におけるSDGsへの機運醸成

①**2022年6月「SDGsに関する意識調査」46.4%(全国45位)⇒70%超を目指す機運醸成**

②「SDGs未来都市」選定について、兵庫県のR5年度選定を目指す動きに呼応し、県内全域での選定を目指す

(2)持続可能な地域を創るエコシステムの構築

- ①2022年10月に設置された地域連携プラットフォーム『**ひょうご SDGs Hub**』を起点とした提言五本柱への取組強化
- ②「**ひょうごSDGs認証制度**」の促進に繋がるインセンティブ付与、「**ひょうごSDGsアワード**」(仮称)への発展検討

2 大阪・関西万博への参画強化

(1)県内企業の『関心度』の高揚

- ①「ひょうごフィールドパビリオン」と既存イベント(ビジネスフェア、祭り等)との同時開催、「**ひょうご五国博覧会**」(仮称)での連動(体験型ツーリズム、オープンファクトリー等)
- ②「空飛ぶクルマ」など、技術の普及・導入を見据えた地域開発への行政支援の強化

3 全県一致でのSDGs活性化

(1)「地域一体」化促進への取り組み ～行政の参画～

- ①全地域部会と各県民局等との交流の場の創設と活性化
- ②「外国人の会」、「国内外大学生の交流プラットフォーム」設置など、幅広い意見集約の体制を構築

2 事業承継・後継者支援

(1)後継者支援

- ①産官学金連携によるファミリー企業後継者の育成プログラム構築への検討
- ②「**アトツギ**」によるベンチャー創業(第二創業)へ向けた育成プログラムの支援、補助制度の導入検討

(2)「ひょうご版：第三者承継支援」

- ①「HYOGOサーチファンド」の創設による第三者承継の支援促進
- ②後継者不足に悩む小規模事業者へ対する承継支援体制の強化

(3)スタートアップと併せた両輪支援

- ①大企業を含む地元企業との**オープンイノベーションの創発**他、**社内ベンチャー創出、兼業・副業による相互支援の推進**
- ②兵庫県内における大学発ベンチャー企業増加に向けた活性化施策のさらなる推進

3 地域企業のランクアップ

(1)「補助人」制度の構築 ～新事業展開や既存事業拡大時の人的支援～

- ①地元企業による「ひょうご専門人材センター」の活用促進と制度拡充(シニアの活躍、ポストドクターの積極登用等)
- ②DX人材の活用・育成支援：神戸市「DX相談窓口・お助け隊」の県内全域への拡大、リカレント・リスキリング育成体制のさらなる強化

(2)経済の『域内循環』強化 ～県内全域であらゆる『地産地消』を促進する～

- ①『**M&Aの地産地消**』を目指し、金融機関等の連携によって域内マッチングを優先させる体制・インセンティブ制度の構築、地域特化型の「引継ぎ」(M&A)を実現するプラットフォームの構築検討
- ②各地場産業の統合ECサイト、JETROと連携した越境ECサイトの設置検討
- ③県内素材等の利活用促進を目指した事業モデルに対するインセンティブの充実

II “しごと”づくり ～地域産業の振興～



1 新たな次世代成長産業の創出、育成

(1)県内経済を牽引する新たな産業の誘致 ～特定事業に対する誘致策・補助の拡大～

- ①医療産業クラスターのさらなる成長支援と**次世代成長産業**〔航空機、ロボット・AI、新エネルギー(水素)〕の**集積を加速**
- ②アニメ・ゲーム・メタバースなどの**クリエイティブ産業の誘致**促進
- ③『GX』を前提とした、脱炭素(温室効果ガス排出量の算定、削減等)・水素社会先進県(多自然地域での「グリーン水素」製造、規制緩和等)への取り組み

III “ひと”づくり ～地域に人を呼び込む～



1 ダイバーシティ&インクルージョン

(1)女性活躍推進：『HYOGO版』ウーマノミクス

- ①就業支援として女性が働く「場」の確保に向けた取り組みの強化(女子学生向け県内企業見学会の実施、えるぼしのほか、「中小企業向け認定制度(ミモザ企業)」の普及等)
- ②「小1の壁」対策、「母子手帳のデジタル化」などキャリアアップのための環境整備・支援(**管理職比率の向上**)と「性別多様性」を考慮した起業家育成の強化

(2)外国人活躍推進

- ①「ひょうご留学生インターンシップ」への取組強化、「経営者との交流会」設置等による留学生の囲い込み施策の検討
- ②(高度)外国人材の雇用機会の増加に向け、処遇・環境整備への支援、姉妹提携都市や大学の海外姉妹校とのマッチング強化

2 『HYOGO-no-MIRAI』人材の創出、育成 ※IT、理系、クリエイティブ 等

(1)次代の兵庫県に必要な人材の育成

- ①「ひょうご科学塾」の創設など、「理系人材」の育成強化に向けた取り組みの検討
- ②高校の再編・新設を見据えた**特色ある学科**(工科、国際科、スポーツ科、起業家コース等)の設置・改編などによる、専門人材の育成・確保施策の検討

3 「兵庫-Well-Being」 ※「県民エンゲージメント」の高揚

(1)『地元愛』の醸成

- ①帰属意識の醸成を目指した「兵庫県を知る」機会の創出・強化への取り組みとして、高校生並びに小中学生向け「出前授業」(金融教室)の活性化・シリーズ化、「ひょうごSDGsガイドブック」の作成等を検討
- ②『県民総幸福度』の調査、向上への取り組みとして、SDGsなどの要素を加えた**県民『Well-Being』の見える化**を検討

(2)地元就職・UIターン促進

- ①大学1、2年生へのインターンシップ制度の整備等、早期の職業体験・地元企業を知る取り組みを検討(小中高生への対象拡大も検討)
- ②奨学金の本人返済負担軽減を目指した補助制度拡充による県内就職の促進

(3)『寄附文化』の醸成

- ①寄附企業の福利厚生を兼ねる新たなスキームの導入等、企業版ふるさと納税の活性化策の検討
- ②新たな寄附の仕組みの創設検討：使途限定型寄附制度、ネーミングライツのラインナップ充実

(2)広域連携による魅力向上

- ①「**せとうち**」の**ハブ・玄関口**としての役割を期待される「ひょうご神戸」の取組強化(**せとうちDMOとの連携強化**、クルーズ船寄港の増強)
- ②青森県をはじめとした**神戸空港就航地エリア**との経済連携強化

(3)PR活動の強化 ～効果的な県内の魅力発信～

- ①アニメ、メタバースなどを活用した自治体の取り組みに関する周知策強化を検討
 - ②神戸外国倶楽部会員、スポーツ選手やエキスパッツ(※)など、県内在住有力外国人や留学生との意見交換会創設による海外への情報発信に向けた取組強化を検討
- (※)国際的企業勤務者や外交官に代表される外国政府あるいは公的機関勤務者を「EXPATS(エキスパッツ)」と呼ぶ

2 都市部と多自然地域の連携強化 ※二拠点居住、ワーケーションの奨励

(1)ひょうご五国の『多極集中化』

- ①ひょうご五国それぞれの特徴を活かした「**地域特性のキラーコンテンツ化**」を推進(レジャーの島・淡路、豊岡演劇、シリ丹バレー、古民家活用、神戸六甲山・北区等)

(2)食料自給率の向上

- ①「農業塾」開講、「農業団地」設置など、就農、事業継続支援策の強化

3 アドバンテージを活かす“まち”づくり

(1)『工場誘致』と『地元採用』の促進

- ①低コスト、交通網等のアドバンテージを活かした国内外からの積極誘致、地元採用支援へのインセンティブ付与の検討などによる『**工場誘致数NO.1**』へ向けた取組推進

(2)安心・安全なまち

- ①『**健康活躍県**』を目指し、県民の日常生活における歩数などの健康行動をポイント化、県内産品等と交換できる仕組みを導入し、県民のヘルスケア促進・充実を実現する施策を展開
- ②中小企業向けBCP策定支援、県庁周辺再開発等、県内インフラ老朽化への対応など、南海トラフ地震などの災害に『備える』体制の整備(震災後30年に向けた体制強化)

IV “まち”づくり ～地域の賑わい創出～



1 新たな地域の魅力構築、活性化 ※国内外からの誘客

(1)神戸空港国際化を見据えた誘客策の強化

- ①空港の機能・能力や、アクセス・観光環境強化など、空港国際化に向けたインフラ整備の着実な遂行
- ②**子ども・アニメを核とした「子どもホテル、キッズニア等」の誘致**や「サブカルチャー(アニメ、ゲーム、コスプレ等)」を活用した誘客強化、また**国際医療ツーリズム**等、多様なツーリズムの創出と「**大型免税店・ラグジュアリーホテル**」の整備による『**インバウンド誘客と長期滞在**』への強化施策検討

V “みらい”づくり ～地域の未来を切り拓く～



1 ひょうご・神戸の次代づくり

(1)次世代人材の地域参画活性化

- ①地方創生やSDGs等に関わる課題解決、社会実装を目指すことを目的に**大学生など次世代を担う若者が集結し、地域の元気づくりを推進するためのプラットフォーム『Global Youth Lab』(仮称)の創設検討**
- ②企業や大学等への行政ビッグデータの解放による、都市課題解決への対応や、医療・介護分野等への活用を検討

1. 提言テーマ

SDGsで紡ぐ「HYOGO-no-MIRAI」 ～地域一体で織り成す新たな調和の創造～

2. 提言の背景

近年のひょうご・神戸においては、若者の就学、就職を主な機会とする東京、大阪圏への転出超過や地場産業の成長鈍化、女性の就業問題等、多くの地域課題が顕在化している。加えて、コロナ禍、ロシアによるウクライナ侵攻問題等に起因して、多様な働き方への移行やエネルギー問題への対応など、社会環境の変化も加速した。

今後、さらなるデジタル化の進展や、気候変動への対応などにより、人々の価値観やライフスタイルが変化していく中で、経済・社会・環境の好循環を達成するための一つの鍵として、地方創生 SDGs の活用は、より一層、重要性を増している。

そのような中で、神戸経済同友会では、2021 年度の提言活動を通じ、官民連携での SDGs 推進体制構築に向けた第一歩を踏み出した。国連では 2030 年までの SDGs 達成を目指しているが、我々はさらにその先も見据えた視点が重要と捉えている。このような認識のもと、引き続き「SDGs を軸とした地方創生」をメインテーマに、2022 年度を「実践ステージ」と更なる「深化への挑戦」の機会と位置付け、より踏み込んだ重点課題の解決に向けた提言策定を行うこととした。さらには、従来の「官民連携」から「官民一体」へと結束度を高め、一気に SDGs 先進県への躍進の実現に貢献したいとの思いである。

「競争力のある『しごと、づくり』」、「次代を担う『ひと、づくり』」、「魅力ある『まち、づくり』」、「ひかり輝く『みらい、づくり』」、そして「全県一致：『TEAM HYOGO・ALL HYOGO』」を『みらいを切り拓く』提言の 5 本柱、として、個々の課題解決に向けた具体策を示していく。

兵庫県域は広大で、強みや抱える課題も地域毎にさまざまである。それぞれの特性を活かした相互補完を目指し、都市部と多自然地域の連携を強化させながら、「ひょうご五国のインテグレーション」の実現に向け、強みと課題の融合を図りたい。

そして、来たる大阪・関西万博や神戸空港国際化において、それらの取り組みを国内外にしっかりとアピールし、ひょうご・神戸の魅力を最大限、発信していかなければならない。



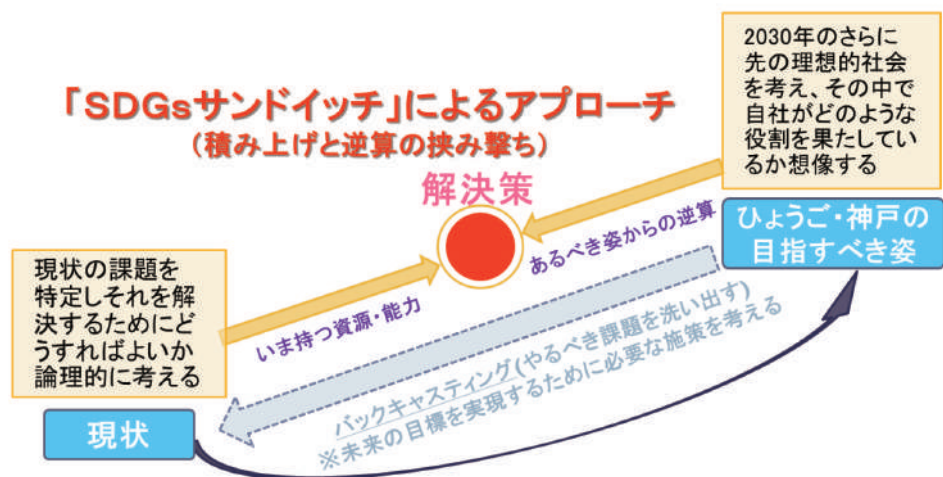
3. 提言策定へのアプローチ

提言の策定にあたっては、以下の観点を基本方針とし、課題解決策へのアプローチを行う。

- (1) SDGsの「実践ステージ」と提言の5本柱のさらなる「深化への挑戦」を通じ、県内企業へSDGsの普及促進を図る。
- (2) 魅力ある地域、競争力のある産業、次代を担う人材などを創造・育成し、未来への具体策を一丸となって議論する。
- (3) それらが絡み合い、地域が互いに持つ、「強み」を伸ばし「弱み」を補い合える、「共創する」ひょうご・神戸へ繋がる提言を行う。
- (4) ウィズコロナ／アフターコロナを見据えた真の地方創生、持続性のある地域発展に資する活動に積極的に取り組む。

現状の課題を特定し、それを解決するためにはどうすればよいかを論理的に考え、いま持つ資源と能力の「積み上げ」と、目指すべき姿から理想的社会を考え、その中で自身がどのような役割を果たしていくかを想像する「逆算」による挟み撃ちを

行う「SDGsサンドイッチ」を用いたアプローチによって、「強み」(11項目)をより強くし、「課題」(45項目)を克服する議論◆参考資料P.44を深め、地域の課題解決に繋がる具体策を提言する。



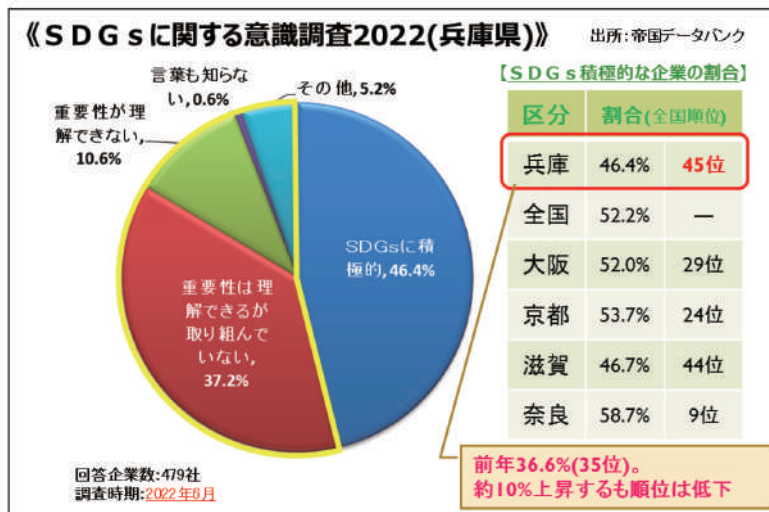
提言

I. 『TEAM HYOGO・ALL HYOGO』

1. 県内企業へのSDGs普及促進

(1) 県内におけるSDGsへの機運醸成

① 県内企業の意識向上



兵庫県内におけるSDGsの取組状況については、行政等による個々の施策に目を向ければ、全国的に決して劣ってはいない。

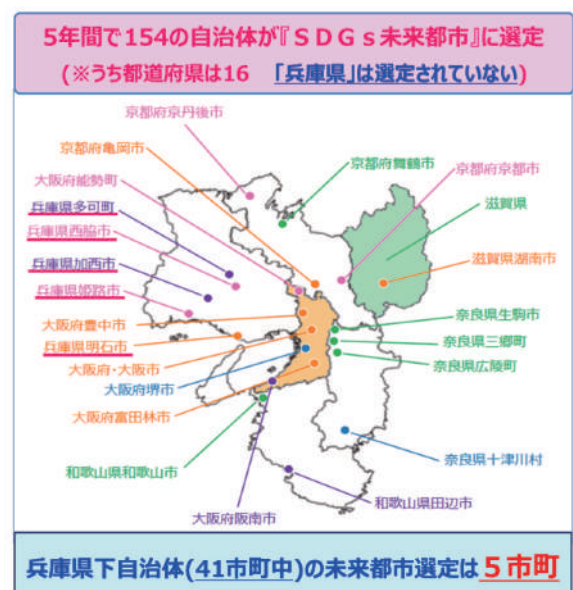
一方、2022年6月の帝国データバンクによる意識調査では、県内企業のうち、SDGsに「積極姿勢」の割合は46.4%（前年36.6%）で全国45位（前年35位）と極めて低位になっている。昨年から、比率は10%程度上昇したものの、他府県での取り組み

活性化もあり、順位は低下。県内全体でSDGsの取り組みに対する機運醸成も含め、普及促進に向けたさらなる体制の強化、整備が必要である。

② 2023年度での「兵庫県」の未来都市選定と県内各市町の機運醸成

2018年度より、SDGsの取り組みへのモデル事例創出に向けて未来都市の選定が実施され、2022年度までの5年間で154都市が「SDGs未来都市」となった。内閣府は2024年度で210都市の選定を目標としており、それらによる先進的取り組みの波及が全国各地の地方創生実現に寄与していくことが期待されている。

2022年度時点で16の道府県が未来都市に選定される中、兵庫県は未選定であるが、各既存事業について、個々の取り組みを見れば、既に選定されている他の自治体と比べても遜色ないものと見受けられる。「SDGs先進県」を目指す上で、さらに取り組みを向上・加速させ、県民への「見える化」を行うために、兵庫県が2023年度に「SDGs未来都市」選定を目指されていることは大変心強い。



現在、兵庫県内にある 41 市町のうち、未来都市選定は 5 都市（明石、姫路、西脇、加西、多可）に留まっている。兵庫県自体の選定に加えて、神戸市をはじめとした県内各市町についても選定への取り組みを促し、地域ぐるみで SDGs 達成を目指していただきたい。

（２）持続可能な地域を創る『エコシステム』の構築

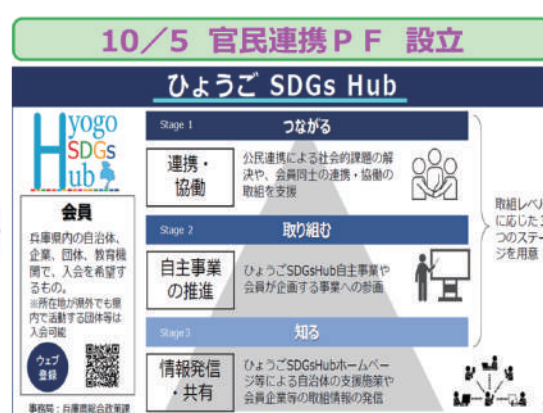
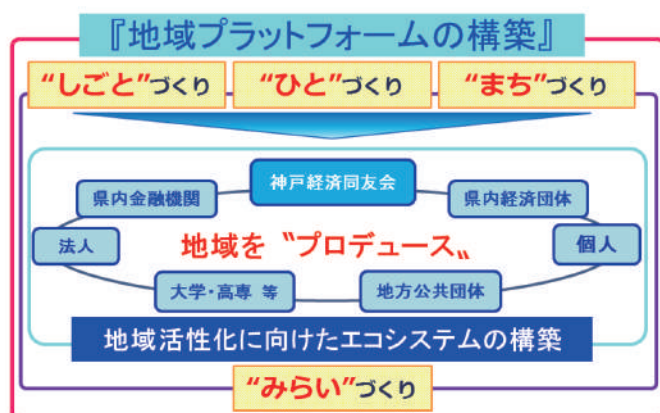
① SDGs 普及促進に向けた支援体制を強化するための地域連携プラットフォームの組成

SDGs の達成に向けて、地域産業・経済の育成への貢献をはじめ、地域を活性化するためには、産官学金等、様々なプレーヤーを巻き込んだ「地域連携プラットフォーム」の形成を行い、それぞれの強みを持ちより、協力し合い、地域のステークホルダー※¹との連携・協働を加速させ、持続的に 1 社 1 団体では解決し得ない社会課題を解決する「エコシステム（共創体制）」の構築が必要である。

既に官民連携の実践は進み始めている。2022 年 5 月に神戸経済同友会と兵庫県や神戸市、地元企業により、スウェーデン発祥の SDGs スポーツである「プロギング」※²が実施され、齋藤知事をはじめ、同友会役員や、兵庫県・神戸市の職員の皆さまにもご参加いただき、街の美化と健康への意識付けなど、住民へ官民連携での SDGs に関する活動の呼びかけとなった。

2022 年 10 月 5 日には、同友会の提言を受け、県主導により『ひょうご SDGs Hub』が設立され、今後、このプラットフォームを「先導者」として、SDGs の取り組みに対する裾野拡大や新たな事業創出を図るなど、共創体制を確立し、しっかりと機能する運営展開を期待する。

そして、それらを最大限に活用することで、`TEAM HYOGO・ALL HYOGO`、`しごと、づくり、`ひと、づくり、`まち、づくり、そして`みらい、づくりの『提言五本柱』において採り上げる各重点テーマの解決策を官民一丸となって促進していきたい。



※¹：株主などの投資家だけでなく、民間企業、学校や病院、NPOなどの団体、政府や地方自治体など、あらゆる組織の利害関係者をさす。従業員、顧客、取引先、金融機関、債権者、地域社会、自治体、政府なども含まれる。

※²：プロギング (plogging) はジョギングしながらゴミを拾う新しいSDGs フィットネス。スウェーデン語の「plocka upp (拾う)」と英語の「jogging (走る)」を合わせた造語。

②「ひょうごSDGs認証制度」：普及促進に繋がるインセンティブの付与

2022 年 6 月、「ひょうごSDGs推進宣言事業」（年 3 回募集）がスタートした。当初 3 年間で 500 社の宣言を想定したが、2022 年度の 2 度の募集で、既に 295 社（第 1 回：143 社、第 2 回：152 社）が宣言を行っており、県内中小企業において、事業活動に対する SDGs の必要性への認識が徐々に高まりつつあると見受けられる。

次年度に整備が予定されている「SDGs 認証制度」では、企業の実績内容に応じて三段階の認証ステージを設け、合計で約 260 社／年の認証を想定していると伺っているが、より実効性のある SDGs の普及促進に向けて、金融機関等と連携を強化する中で、一定期間内に事前に設定した SDGs 目標を達成することで、金利優遇（利子補給）や利用できる補助金等の追加・拡充など、認証取得に対する有効なインセンティブの付与を期待する。

加えて、来たる大阪・関西万博での露出向上策の必要性も踏まえ、2025 年には、「ひょうごSDGs アワード」（仮称）等への発展も視野に、特に優れた取組成果を県内外にアピール出来る仕組みづくりも、併せて検討願いたい。

2. 大阪・関西万博への参画強化

（1）県内企業の「関心度」の高揚

①「ひょうごフィールドパビリオン」と既存イベントの同時開催励行及び



「ひょうご五国博覧会」（仮称）での連動

2025 年の大阪・関西万博まで 2 年余りとなり、関西以外での関心度の低さという課題克服に向け、全国の自治体との連携や各企業との情報発信など、機運醸成への取り組みが本格化しつつある。環境問題や高齢化といった諸課題について知恵を出し合い、新しい技術やサービスの披露も期待され、関西にとって存在感をアピールできる絶好の機会になる。国内外から約 2,820 万人の来場が見込まれる中、夢洲会場だけではなく、周辺地域への往来が確実に増加すると予想され、兵庫県各地をメイン会場と結び、その魅力を発信して人々を呼び込まなければならない。

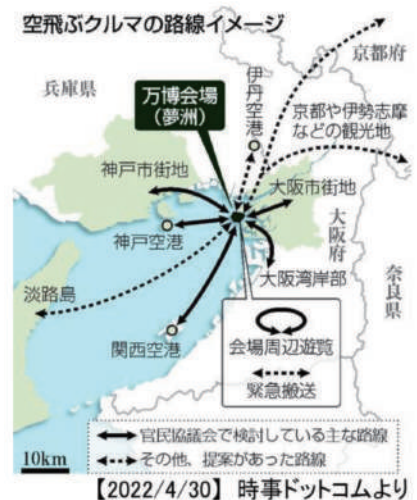
兵庫県では、SDGs の取り組みを地場産業などと絡めて、地域そのものを「ひょうごフィールドパビリオン」として誘客する計画が進められている。当該期間中は、それらと国際フロンティア産業メッセ、北はりまビジネスフェアなど、例年、県内で開催されるイベントを、企画拡充なども含めて同時開催するとともに、「ひょうご五国博覧会」（仮称）として、体験型ツーリズムや地場産業のオープンファクトリー※³などを連動させる取り組みを検討願いたい。万博来訪者の呼び込み策を通じて、地域の魅力を将来にわたって持続させる「レガシーづくり」を行っていただきたい。

※3：つくり手が活動し、モノをつくりだしていく現場を公開し、来場者（お客様）に体験してもらう取り組み。

② 新技術の普及・導入を見据えた地域開発への行政支援の強化

大阪・関西万博の事業コンセプトは「未来社会の実験場」である。新たなアイデアを創造・発信する場として、様々な新技術の社会実装が加速する大きな契機となることが予想される。

注目を集める技術の一つに「空飛ぶクルマ」があり、市街地から万博会場までの「空の移動」が計画されている。兵庫では、バイエリアの活性化策が進んでいるが、それらと連動して民間での「空飛ぶクルマ」の離発着ポート建設費用等に補助金制度を創設するなど、万博がもたらす新技術の地域導入をより加速させる設備投資支援を検討願いたい。



3. 全県一致でのSDGs活性化

(1) 「地域一体」化促進への取り組み

① 全地域部会と各県民局等との「交流の場」創設と活性化

神戸経済同友会では、2022年度、会員の空白地となっていた丹波地域に、「丹波部会」を設立したことにより、「ひょうご五国」の各地域での経済人連携、全県一致での交流活性化の土台を構築するに至った。

昨年来の提言活動により、兵庫県、神戸市とは定期的な意見交換・連絡会が開催されている。今後は、地域毎に各県民局等の行政機関でも定期的な交流機会も設けていただき、地域特性も踏まえて、後段の『Global Youth Lab』(仮称)なども活用するとともに、各々が意見を出し合い、具体的活動や地域課題解決に反映できる体制づくりを検討願いたい。



「丹波部会」設立で活動を県全域に！！

2022年4月19日「兵庫五国」の経済人連携・全県一致での地域活性化

「丹波部会」発足記者会見



活動方針

- (1) 丹波地域の魅力発信を通じて地域振興を図る
- (2) 部会員相互の親睦を図り、地域経済を充実させる
- (3) 他地域部会と活発に交流し、全県一致体制の構築に寄与する
- (4) 丹波部会会員増強による活動の活性化

設立記念パーティー



吉住部会長



丹波県民局長



服部代表幹事



五国で部会が出そろった

② 幅広い意見を集約できる体制の構築

本年度、神戸経済同友会では、「支店長・支社長の会」を創設し、県外での勤務経験や生活を知る方々から、ひょうご・神戸に対するイメージギャップやまちの活性化に必要な意見を反映できる体制を強化した。

あらゆる面で多様性が求められる社会となる中で、国際色豊かな神戸では海外人材のための「外国人の会」や、次世代アイデアの活用や交流強化に向けた「国内外学生の交流プラットフォーム」設置

などが必要と考える。様々なコンセプトの交流会創設により、幅広い意見集約を行い、新たなテイストを地方創生に注入できる仕組みづくりを要望する。

「支店長・支社長の会」を開催！！

県外を知る方々からの意見で新たなテイストを地域活性化に取り入れる

「意見交換会」

TEAM HYOGO ALL HYOGO



県内で勤める大手企業を中心とする「支店長・支社長」から、他の地域を知るフラットな目線で、ひょうご・神戸の活性化に必要な意見を聞き取り



主な意見

- ・兵庫、神戸のブランド力は浸透している一方二十数年間、大きな変化が見られない
- ・知名度が先行し、高いポテンシャルを活かす策が十分でない
- ・観光などでは、子育て世代や高齢者にも周遊し易いまちづくりが必要(アクセスの向上)
- ・情報発信力の強化が必要

「TEAM HYOGO」
ALL HYOGO

「ひょうご」

「神戸」

「外国人」

「次世代」

Ⅱ. めしごと、づくり ～地域産業の振興～

兵庫県の県内総生産は全国順位（6位）を維持しているものの、上位との差は拡大傾向にある。

一方で下位との差は縮小している状況にあり、兵庫県内産業の成長鈍化は否めず、いずれ順位を抜かれる危機的状況と言わざるを得ない。

持続可能な社会づくりにおいて新たな企業・産業の創出は重要な要素と考えられるが、県内における新規上場企業数は他都市に比べ低調という結果となっている。

都道府県別 新規上場(IPO)企業数 推移

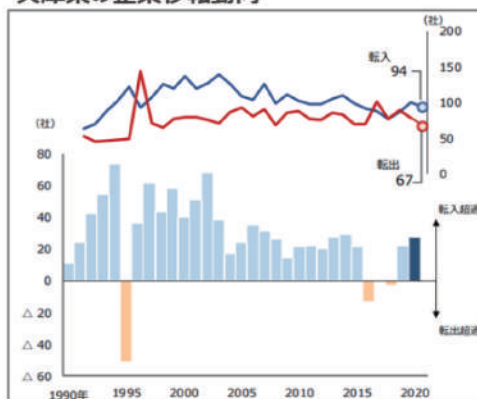
	2017	2018	2019	2020	2021	2022/6
東京都	63	68	65	68	88	31
大阪府	5	6	7	15	11	2
愛知県	5	2	9	1	7	2
福岡県	1	2	3	1	4	2
神奈川県	2	3	1	4	6	1
兵庫県	1	4	2	0	1	1
その他	20	13	8	14	22	9
合 計	97	98	95	103	139	48

【(出所) EY 新日本有限責任監査法人「日本の新規上場動向」をもとに作成】

また、上場企業の時価総額水準を比較すると、特に京都市とは上場社数がほぼ同水準であるものの、その一社当たりの平均時価総額は神戸市内企業の約4.1倍と大きく差を開けられており、これまで地域を支えてきた地元企業の新たなビジネスや、新たに生まれた企業の成長への支援をさらに強化していくことが重要であると考えます。

加えて、帝国データバンク「兵庫県 本社移転企業調査」によると、兵庫県への本社移転は流入超過が継続しており、良好なトレンドと言えるが、上場企業が本社を県外へ移転してしまうケースも見受けられ、県内魅力の向上によるさらなる企業誘致、及び上場企業への繋ぎ止めを図る努力は継続的に必要である。

兵庫県の企業移転動向



県内総生産 上位10位団体の推移

(単位: 億円)

	1989年	2006年	2018年	2006年比
1 東京都	790,801	1,048,979	1,070,418	21,438 102.00%
2 愛知県	280,452	394,140	409,372	15,232 103.90%
3 大阪府	327,379	398,902	401,956	3,054 100.80%
4 神奈川県	253,993	348,211	357,171	8,959 102.60%
5 埼玉県	161,336	217,467	232,541	15,074 106.90%
6 兵庫県	169,217	206,846	211,778	4,931 102.40%
7 千葉県	147,688	197,234	210,747	13,513 106.90%
8 福岡県	138,447	182,285	198,080	15,795 108.70%
9 北海道	159,021	193,166	196,528	3,363 101.70%
10 静岡県	127,455	177,649	174,621	▲ 3,028 98.30%

【(出所) 内閣府「統計資料」】

上場企業時価総額比較(政令市)

	人口(人)	上場社数	時価総額(億円)	1社平均(億円)
神戸市	1,511,144	52	53,904	1,037
札幌市	1,961,853	46	30,285	約2.6倍 658
千葉市	978,704	18	47,715	約4.1倍 2,651
京都市	1,448,584	57	245,940	4,315
福岡市	1,630,764	52	32,375	623

【(出所)「上場企業サーチ」をもとに作成】

兵庫県への転入元と兵庫県からの転出先

兵庫県への転入元					兵庫県からの転出先				
順位	都道府県	社数	前年比	(社)	順位	都道府県	社数	前年比	(社)
2020年									
1	大阪府	74	+0	74	1	大阪府	44	△8	44
2	東京都	4	△1	3	2	東京都	8	△9	17
3	奈良県	3	+0	3	3	長野県	3	+2	1
4	福岡県	2	+2	4	4	徳島県	1	+1	0
4	愛媛県	2	+2	4	4	岡山県	1	+1	0
4	滋賀県	2	+1	1	4	京都府	1	△1	2
7	徳島県	1	+1	0	4	滋賀県	1	+1	0
7	広島県	1	△1	2	4	岐阜県	1	+1	0
7	島根県	1	+1	0	4	石川県	1	+1	0
7	新潟県	1	+1	0	4	新潟県	1	+1	0
7	神奈川県	1	△1	2	4	神奈川県	1	+1	0
7	千葉県	1	+1	0	4	千葉県	1	+1	0
7	埼玉県	1	+1	0	4	埼玉県	1	+1	0
					4	茨城県	1	+1	0
					4	北海道	1	+1	0

【(出所) 2021/7/5 TDB「兵庫県本社移転企業調査」】

1. 新たな次世代産業の創出、育成

(1) 県内経済を牽引する新たな産業の誘致

① 医療産業クラスターのさらなる成長支援と次の成長産業の集積を加速

神戸医療産業都市では、神戸未来医療構想を推進する等、産官学金が連携した取り組みを実施し、研究開発から事業化まで、多種多様な企業のニーズにマッチした支援サービスを提供。国内の他都市と比べ、先進性・独自性が認められ、国内有数の産業集積地へと発展してきたと言える。

引き続き行政と構成団体・構成企業との密な情報交換や支援強化により、比類ない医療産業都市の地位を確立することが必要である。

また、兵庫県においては本年の国際フロンティア産業メッセにおいて、「ドローンサミット」を全国で初開催し存在感を示す他、「Spring-8」、「ニュースバル」、スーパーコンピュータ「富岳」等の科学技術基盤を活用した先端半導体や電池分野での技術開発を先進的に推進している。



「TEAM HYOGO」
ALL HYOGO

「コト」
「イベント」

「まち」
「イベント」

「地域」
「イベント」

「まち」
「イベント」

これらの次世代産業の創出に向け、着実な歩みを進めている一方で、航空機、ロボット・AI、新エネルギー（水素）といった分野において、産業クラスターや産業プラットフォームが構築されているものの、ひょうご・神戸の次代をリードする産業として、その規模や競争力向上にはさらなるバックアップが必要と思われる。「国家戦略特区」等に指定されている「神戸医療産業都市」の様な次世代産業を集積させるダイナミックな施策の検討を要望する。

② アニメ・ゲーム・メタバースなどのクリエイティブ産業の誘致促進

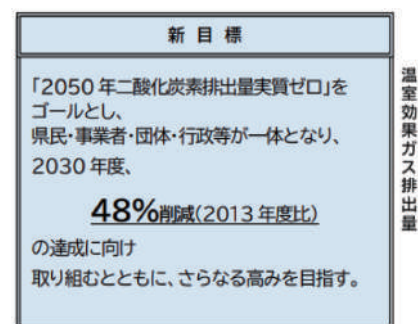
アニメなどのクリエイティブ産業^{*4}への注目は全国的に高まっており、各自治体においても積極的な誘致が進められている。

ひょうご・神戸においては、2022 年 5 月に関西圏での人材育成・確保等を目指す、「シンエイ動画」^{*5}の誘致が実現。人口規模、オフィス賃料、整備された交通網など、ひょうご・神戸には他都市に比べるとアドバンテージがあり、その強みに加え、視察費用の補助、改装費用補助など施策の拡充により、同産業への企業誘致支援を強化願いたい。

③ 脱炭素・水素社会先進県への取り組み

2019 年の都道府県別の CO₂ 排出量が西日本一である兵庫県では、2022 年 3 月に兵庫県地球温暖化対策推進計画を改定し、2030 年度の温室効果ガス削減目標と再生可能エネルギー導入目標を引き上げるとともに、その目標達成に向けた様々な対策を示している。

最近では世界中で GX（グリーントランスフォーメーション）への関心が高まっており、日本では 2022 年 6 月に閣議決定した「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画」において、GX を「重点投資分野」の一つに位置付け、「今後 10 年間に官民協調で 150 兆円規模の GX 投資を実現」との



【(出所)「兵庫県地球温暖化対策推進計画」より抜粋】

*4：創造性や技能・技術が作品の主要価値を生み、文化を形成し得る産業分野の総称。芸術、映画、コンピュータゲーム、服飾デザイン、広告など。

*5：『ドラえもん』『クレヨンしんちゃん』を代表作に持つアニメーション制作会社。東京本社以外の初拠点として、2022 年 9 月に神戸スタジオを開所。関西圏での新人アニメーターを採用、育成する計画。

方針を示している。

しかしながら、地元中小企業等においては、自社の排出量の現状把握等もままならない状況であり、削減に対するロードマップづくりの着手すら困難な状況と言える。

これらの中小企業が温室効果ガス排出量の算定時に負担するコストへの助成や、脱炭素化に向けた再生可能エネルギー設備等の導入に対する支援など、具体策へ着手しやすい環境整備を行っていただきたい。

また現在、着手されているエネルギー転換に向けた港湾・貯蔵施設、輸送網等のインフラ整備を引続き促進いただくことに加え、今後、注目度の高まりが予想される「グリーン水素」についても多自然地域での製造施設の構築と、将来需要を見据えた水素利用時における消防法を主とする規制緩和への積極的な対応を要望する。



2. 事業承継・後継者支援

中小企業は国内全企業数の約99%、全従業員数の約69%を占めており、地域経済・社会を支える存在として、また雇用の受け皿として極めて重要な役割を果たしている。

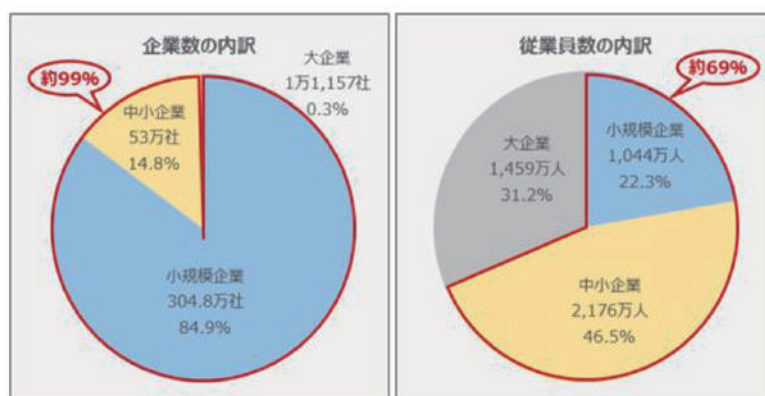
多様な技術・技能、雇用の担い手として将来にわたり、その活力を維持していくためには、円滑な事業承継によって次世代に引き継ぎ、事業活動の活性化を実現することが不可欠である。

足元では長引く新型コロナウイルス感染症の影響等、厳しい経営環境の中で、事業承継は後回しにされる傾向も見られるが、いわゆる団塊の世代の方全員が75歳以上を迎える2025年を目前に控え、事業承継はいよいよ待ったなしの状況に至っていると言える。

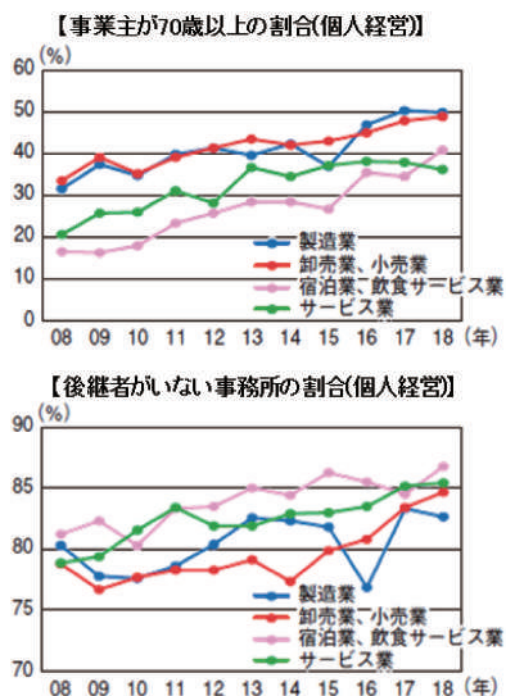
兵庫県内においてもその傾向は顕著であり、事業所数は1986年と比べ、74.4%まで減少。

		総数	個人経営	法人経営	法人でない団体
1986年		268,944	182,890	84,456	1,598
1996年		257,564	149,497	106,519	1,548
2006年		231,719	120,869	109,388	1,462
2016年		214,169	89,402	123,629	1,138
2021年		199,966	71,728	127,121	1,117
1986年 =100	兵庫県	74.4%	39.2%	150.5%	69.9%
	全国	77.7%	39.8%	144.2%	75.4%

【(出所)総務省「事業所・企業統計調査」「経済センサス」】



【(出所)「中小企業庁」事業承継ガイドライン】



また 70 歳以上の割合が製造業を中心に軒並み急増、後継者不在事務所についても全般的に急上昇し、8 割以上が後継者難の状態とまさに危機的状況と言える。

(1) 後継者支援

① ファミリー企業後継者の育成プログラム

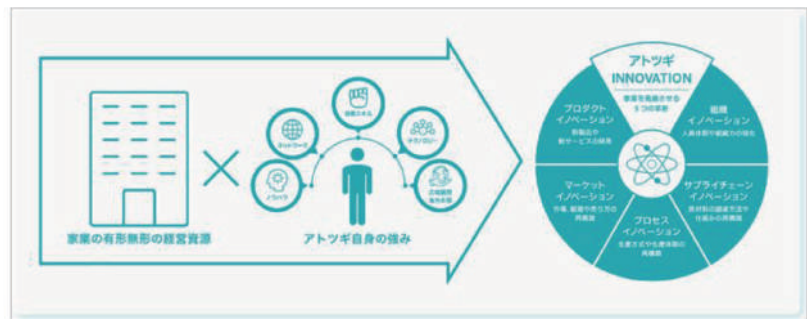
地域を支えてきた地元の資産とも言えるファミリー企業の後継者へ対する育成は地域の将来を担う重要な課題のひとつと考えられる。行政、地元企業、大学、金融機関が連携してファミリー企業の後継者を受入れ、数年間のスパンで多様な経験を積める仕組みを構築することで、産官学金それぞれの次世代経営者・幹部候補生同士との繋がり強化にも寄与する取り組みであり、具現化への施策展開をお願いしたい。



② 「アトツギ」によるベンチャー創業（第二創業）への支援

中小企業の「後継ぎ」を新規事業の創出や業態転換など、家業の高度化に挑む「アトツギ」^{※6}に進化させ、事業承継への意欲を高める動きが全国各地で広がってきている。

兵庫県下においても、後継者による新ビジネスの創出・具体化を支援するアクセラレーションプログラム^{※7}を実施し、プログラムへの受講費用・実証実験費用等についての助成制度策定を推進いただきたい。



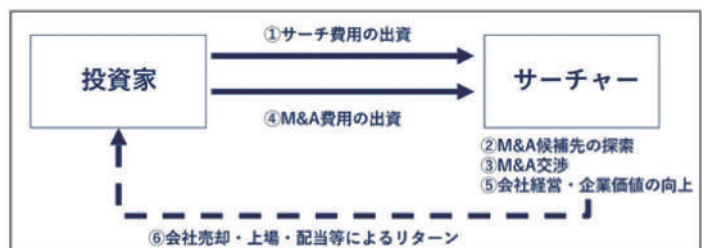
【(一社)ベンチャー型事業承継 H.P】

(2) ひょうご版：第三者承継支援

① 「HYOGOサーチファンド」の創設

「サーチファンド」は、経営者候補である「サーチャー」が投資家から集めた資金を使い、自身が経営する会社を見つけて買収するスキームであり、米国ではすでに 300 件ほどの承継事例がある。

魅力的な地元中小企業の後継者不足問題と、経営者を目指す優秀で意欲のある若者の発掘という日本企業が抱える二つの課題解決に繋がる可能性を秘めた仕組みであり、兵庫県内における導入に向けての検討をお願いしたい。



※6：いわゆる同族企業の後継者。事業承継前に新たな領域に挑戦する若い世代を指す。

※7：短期間で事業を成長させるためのプログラム。ベンチャー企業や中小企業を対象に、アクセラレーターと呼ばれる支援者との定期的な面談（メンタリング）を通して、事業アイデアや新規ビジネスの検証・精査を二人三脚で行っていく伴走型の支援

② ニホン継業バンクと連携した小規模事業者への事業承継支援

後継者不在企業の情報を全国に向けて発信する「ニホン継業バンク※⁸」との契約を自治体が担うことにより、小規模事業者にとっては、承継時の仲介手数料負担なく、円滑且つ、有効な事業承継が可能である。

既に豊岡市では昨年度に当該プラットフォームを導入済みであり、この取り組みを兵庫県内全域へ展開すべきであるとする。

(3) スタートアップと併せた両輪支援

① 大企業を含む地元企業とのオープンイノベーションの創発

スタートアップ施策推進における課題の一つに東京、大阪などの大都市圏に起業が偏重することに加え、成長過程における県外移転が挙げられる。県内において、スタートアップが大きなインパクトを与えるには、資金や人的リソースが豊富である大企業とのオープンイノベーションがひとつの鍵と言える。

県内における大企業とのマッチング促進はまだ緒についたばかりの印象が強く、更にスピード感を持った展開を推進することで、県内ビジネスを活性化させ地域産業の振興に繋がると思われる。

また、大企業における社内ベンチャーの創出活性化に向け、事業資金のサポートを行える制度や、兼業・副業による相互支援体制の構築なども併せて検討いただくことで、地元企業の新たなビジネス創出が誘発され、既存事業を含め更なる成長が期待できる。

母体企業は県内での事業継続がベースであり、社内ベンチャーが成長したとしても地元地域に残る可能性が高いと想定される。

② 県内での大学発ベンチャー企業の活性化推進

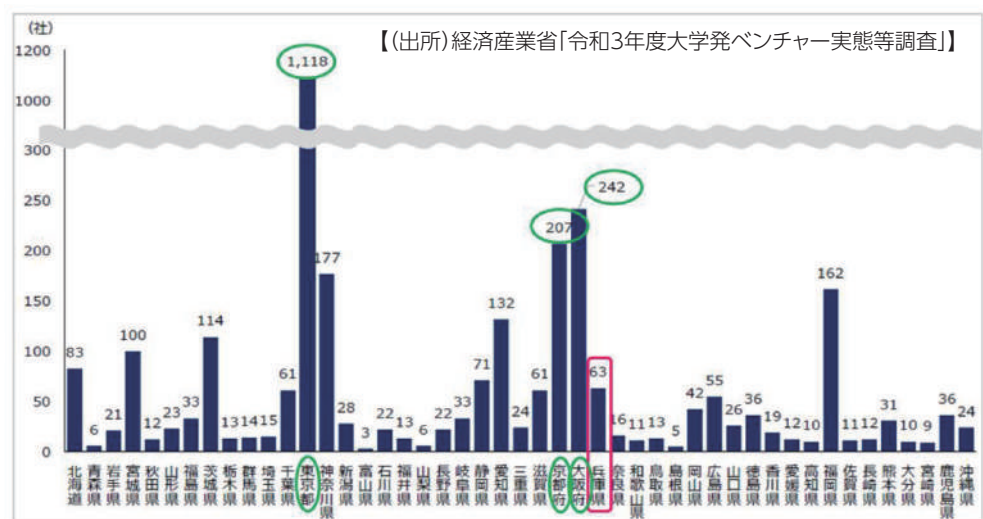
国内では大学発ベンチャー企業数は右肩上がりで推移、県内企業と大学との連携による新規ビジネスの創出機会を推進していくことが望まれている。

経済産業省「令和3年度大学発ベンチャー実態等調査」によると、2021年度の各都道府県における大学発ベン

チャーの実績は東京都の1,118社が圧倒的1位である。

一方で兵庫県内は、63社〔11位〕と、隣接する大阪府（242社〔2位〕）、京都府（207社〔3位〕）に大きく引き離されている状況である。

兵庫県は国内有数の大学集積地であり、行政、産業界も一丸となった推進施策を講じる必要がある。



※8：ココホレジャパン(株)が展開する地域の小規模事業の承継を推進する継業支援サービス。M&A になりづらい地域性や社会性の高い小さな仕事や、文化や技術、祭りなどの承継機会を創出している。

3. 地域企業のランクアップ

(1) 「補助人」 制度の構築

中小企業が魅力の向上に取り組むに際して、自社の経営課題のトップに挙げられるのが「必要な人材の不足」であり、近年特に注目されている D X 人材 等の専門知識を有する「専門人材」が不足していることが挙げられる。

① 地元企業による「ひょうご専門人材センター」の活用促進と制度拡充

2021 年 11 月に発表された経済産業省近畿経済産業局のレポートに拠れば、各道府県が運営するプロフェッショナル人材戦略拠点やマッチング民間支援事業者等の活用・認知は限定的であり、特に受け皿となる中小企業には、まだ十分な認知が為されていない点が課題として挙げられている。具体的活用に向けた既存のプラットフォームの認知度、利便性の向上や、具体的支援策の拡充が必要であると考える。

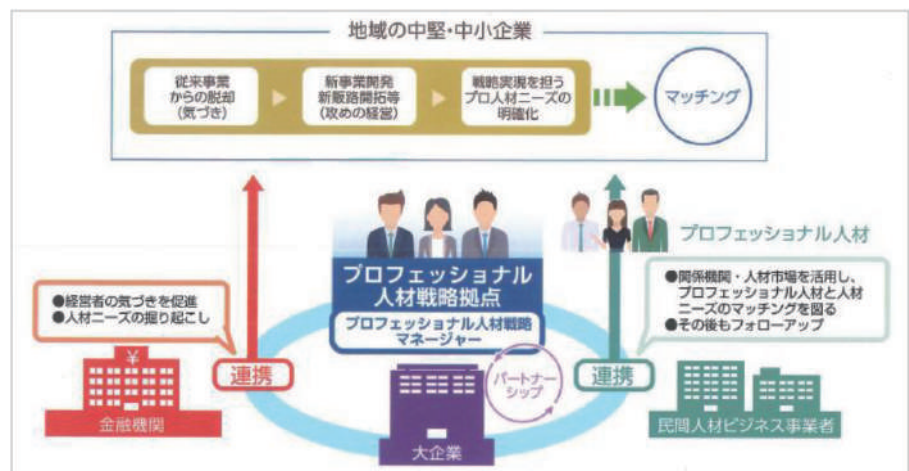
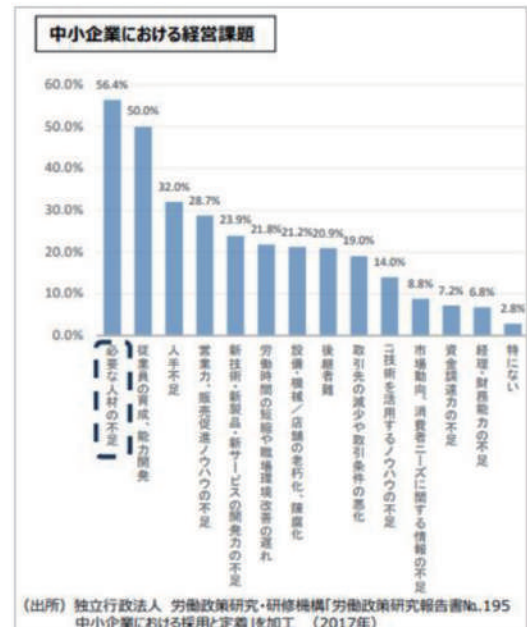
兵庫県内においても、プロ人材をマッチングする組織、「ひょうご専門人材センター」が備わっているものの、域内企業での認知度は全国同様、低い状況と言える。

他県においては活用促進の一環として、補助金制度を設け、移住施策も講じているケースが見られ、兵庫県においても同様の制度導入を検討いただきたい。

また、プロ人材について「ポストドクター※⁹」を積極的に活用できる施策を講じられたい。「ポストドク」の知識や研究成果を地域課題解決に活用すると共に、域内企業で「就業経験を積む」、「地元企業を知る」支援、プロジェクトによる地元企業との接点創出等、地元就職にも繋がる可能性を秘めている。

② D X 人材の活用・育成支援

経営課題の解決について、デジタル技術等を活用し、新たな企業価値を生み出す D X について、導入検討企業の人材不足に対する対応策として、神戸市では既に「神戸市中小企業 D X お助け隊」として地元中小企業へのプロ人材派遣を行っており、県内全域への展開を促進されたい。



※9：博士課程修了の研究者。主に博士号取得後に任期を決めて大学の研究職に就いている人

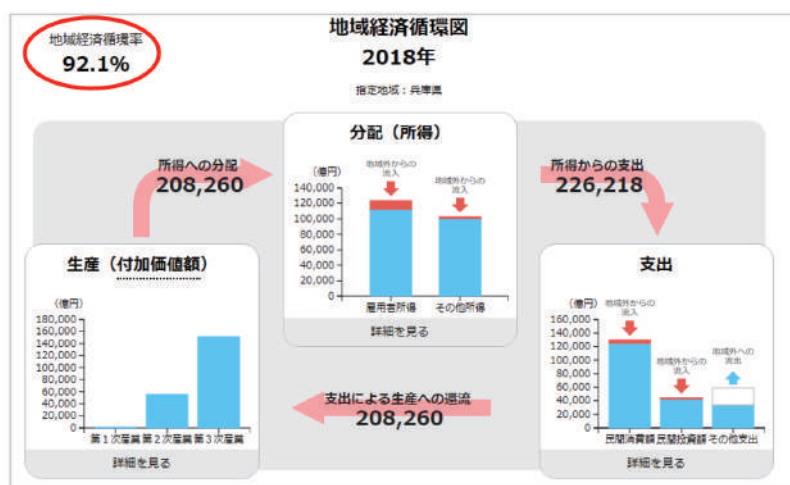
また、大学等が実施するプログラムの中には、社会人向けにD X等の成長分野に係る実践的な能力・スキルを習得するためのリカレント、リスキリングなどの教育カリキュラムも提供されている。

これらの成長分野に対応できる人材の底上げを図るべく、リカレント、リスキリングのより一層の拡充を講じられたい。

(2) 経済の『域内循環』強化

S D G s の実現に向けて、兵庫五国が各地域固有の資源を活かしながら、それぞれ異なる資源を持続的に循環させ、自立・分散型のエリアを形成する「地域循環共生圏」を目指し、環境と経済・社会の統合的向上、地域資源を活用したビジネスの創出や生活の質を高める「新しい成長」を実現することが求められている。

兵庫県における地域経済の自立性を表す地域経済循環率は92.1%（H 30）と概ね自立性が高いと評価できる。

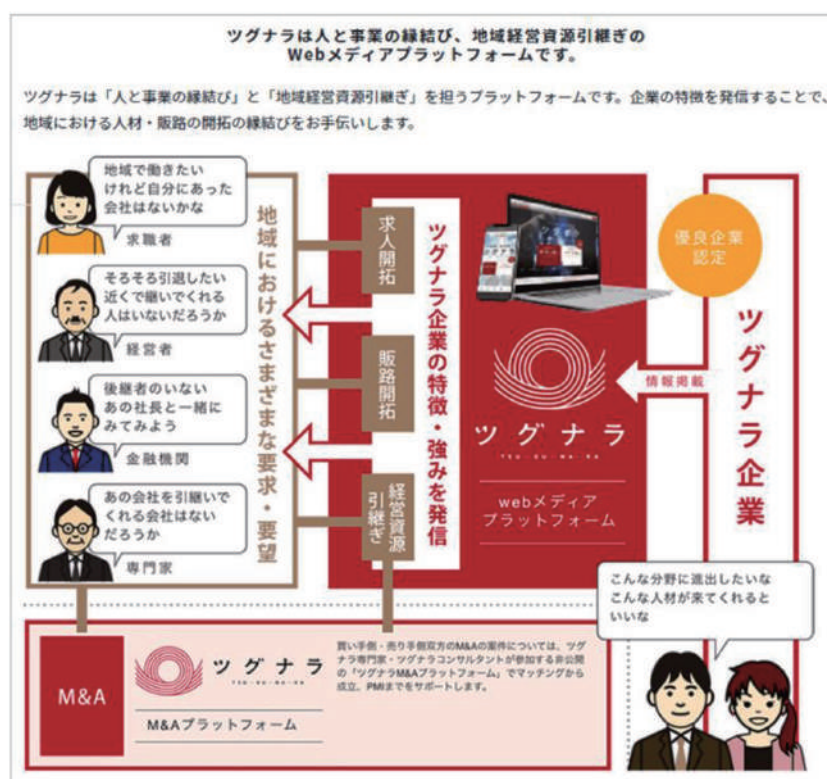


① 『M&Aの地産地消』

帝国データバンクの調査に拠ると兵庫県における令和3年の休業・解散は対前年比2.4%減の1,620件と減少傾向にあるものの、倒産件数は4.9倍となっており、M&Aによる事業承継のポテンシャルは引続き高い。

今後、官民連携によるM&Aの加速、取り分け域内での後継者不足という課題解決への施策が必要と考える。

M&Aにおいて、県外企業が買い手となる事は、県内資源の流出を招く要因であり、地元企業同士によるマッチングが優先的に行われるべきである。兵庫県では、域内関係者で構成する「事業承継・



【株サクシード H.P】

引継ぎ支援センター」による相談体制は講じられているが、活用状況は十分ではないと思われる。

域内での活性化を目指すには、地域経営資源引継ぎのプラットフォーム「ツグナラ」を活用する他、地域銀行、信用金庫、信用組合など県内金融機関（指定金融機関を含む）による密な情報連携は必要不可欠であり、それらを取り纏めるネットワーク構成機関の運営体制を県主導で検討願いたい。

また、県内企業とのマッチングを優先できるインセンティブ制度である「事業継続支援事業費補助金」の申込期間が1ヶ月程度と他府県に比べると利便性に欠けており、改めて制度設計の再考が必要であると思われる。

② 各地場産業の統合ECサイト及び越境ECサイト（JETRO連携）の設置

「日本の縮図」とも言われる兵庫県の特性を活かし、県内での地産地消に加え、五国間でのさらなる流通ネットワークの加速、EC（含む越境EC）を活用した県内素材のプロモーション・販売機会の強化が地場産業事業者の活性化策として有効と考えられる。



③ 県内素材等の利活用促進

県内素材の地産地消は、その地域の住民が周囲の豊かな自然環境とその保全の必要性を認識し、そこに積極的な意義や広域の「地域愛」を見出す機会を与えるものとする。

未来を担う子どもたちにとって、地元意識はかつてのコミュニティよりも意識的にも行動的にも広がりを見せている。



福井県小浜市では幼児向けの料理教室「キッズ・キッチン」を実施し、地場産の野菜や旬をクイズなどで理解させ、子どもたちだけで地場産の食材を利用した料理を作る機会を与えている。

一方で兵庫県では林業分野において「県産木材の利用促進に関する条例」により、県産木材の利用促進及び、そのことを通じた森づくりの基本理念を定めている。また、「兵庫県産木材利用木材住宅特別融資制度」等により、県産木材の利用を促す取り組みを行っている。

いずれにせよ、農林水産に関わらず、様々な兵庫県産を地域で消費、また地域愛を育む様な仕組みを講じる取り組みを検討頂きたい。

Ⅲ. “ひと、づくり” ～地域に人を呼び込む～

1. ダイバーシティ&インクルージョン

(1) 女性活躍推進：『HYOGO』版ウーマノミクス

日本全体でのジェンダー※10への課題解消も叫ばれる中で、兵庫県の女性進出は全国でも下位となっている。また、女性就業状況、経営者比率（会社役員含む）など、女性の活躍状況についても、兵庫県は決して高いとは言えない状況である。

なお、女性の活躍推進にはパートナーの育児参画が不可欠であり、企業の育児休暇制度の設置、充実などと併せて、子育てしやすい環

境整備が必要である。2022年10月に改正育児・介護休業法が施行され男性育休の取得が今後進む中、企業側もこれをきっかけに多様な働き方ができる制度設計と風土醸成を進め、多様な考え方を持つ従業員を受け容れ、真のダイバーシティ&インクルージョン※11を推進することが求められる。

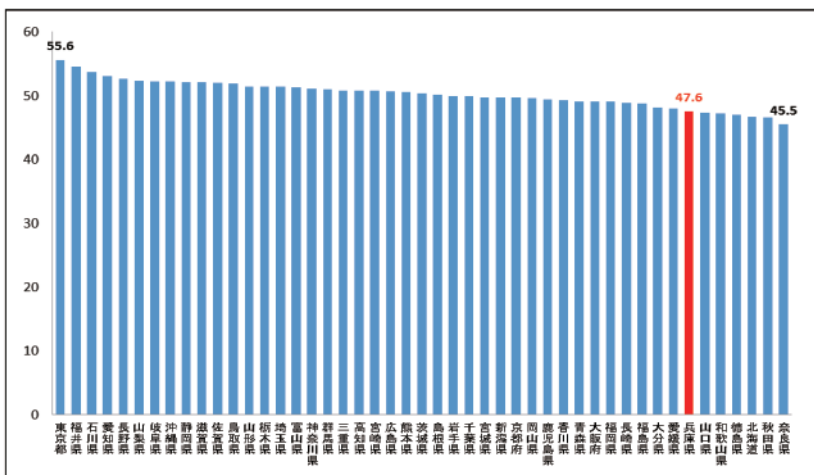
ウーマノミクスとは、女性を意味する「woman」、経済を意味する「economy」を組み合わせた造語であり、「女性の活躍による経済の活性化や働き手としても消費者としても女性のパワーがけん引する経済のあり方」を表した概念である。埼玉県・愛知県・山形県などでは、各自自治体においてウーマノミクス事業を展開しており、『HYOGO』版ウーマノミクスと称し兵庫県独自の活発な活動を期待したい。

① 女性の就業支援

兵庫県は、特に若い女性（就職期である20代前半）の東京・大阪への転出超過が年々拡大している。また、年々増加している非正規労働者比率についても、女性が約69.7%と全国平均（68.7%）を越え、男女間の所得格差も大きい。

若い女性の流出には、「働きたい場」「働ける場」が少ないとの先入観が強く、女子学生向け“ものづくり”県内企業見学会（バスツアーなど）の実施や“学生に届く”情報発信により県内に希望する職場や職種が存在することを広く周知していく必要がある。

図：都道府県別の女性有業率(2018)（有業率＝15歳以上人口に占める有業者の割合）

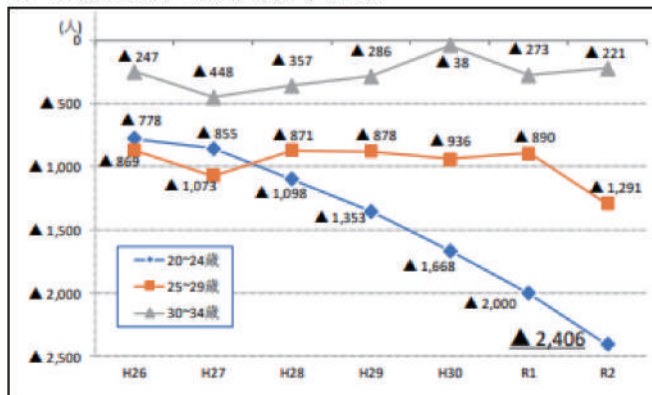


出展：総務省「就業構造基本調査」(2018)より作成

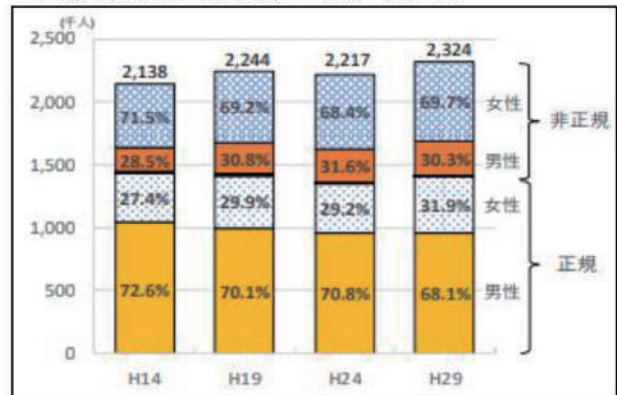
※10：男性・女性であることに基づき定められた社会的属性や機会、女性と男性、女兒と男児の間における関係性、さらに女性間、男性間における相互関係を意味する。

※11：性別・年齢・障害・国籍など外面の属性や、ライフスタイル・職歴・価値観などの内面の属性にかかわらず、それぞれの個を尊重し、認め合い、良いところを活かすこと

20～24歳の女性の転出入数（兵庫県）



正規労働者と非正規労働者の推移（兵庫県）



【出所:兵庫県「令和3年度ひょうごの男女共同参画」より】

女性活躍企業の指標としては2016年にスタートした国の認証制度「えるぼし」などがあるが、認定基準が厳しく6年間で県内認定企業は大手企業中心に33社程度（2022年9月時点、全国1,905社）と少ない状況にある。この現状を踏まえ、2022年11月には中小企業が取得を目指しやすい**兵庫県独自の認証制度「ミモザ企業」の創設**が公表された。認定企業には、県の入札案件の加点、大学との連携による学生向け情報発信、金融機関の優遇金利融資などメリットを付与する事で、県内企業の女性活躍推進を後押しする環境整備を期待したい。



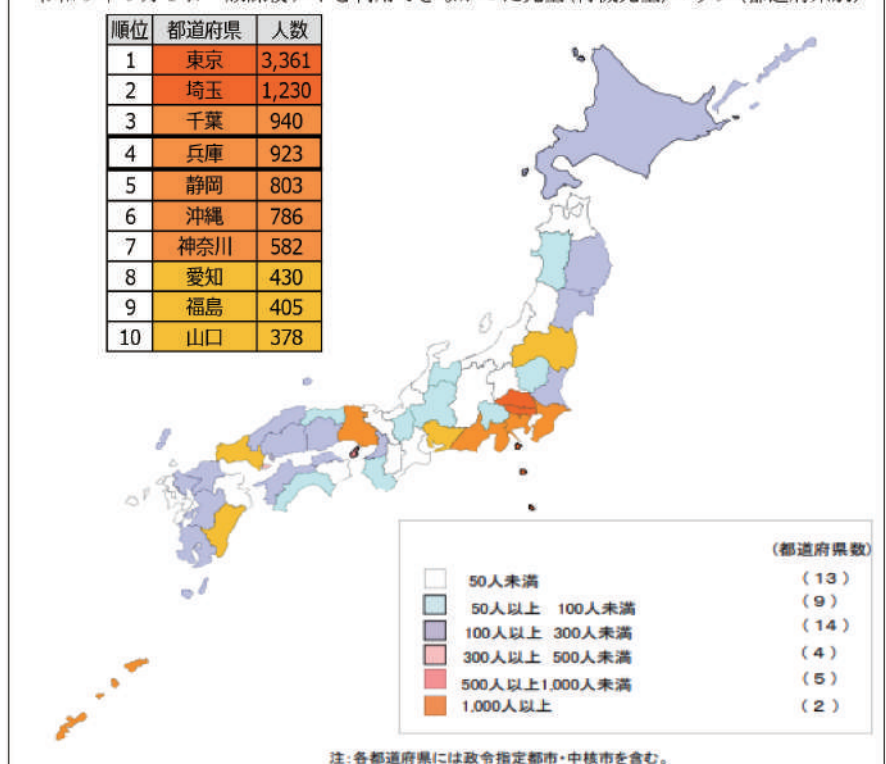
② キャリアアップのための環境整備・支援（管理職比率の向上）と起業家育成

育休復帰後の女性のキャリア形成における大きな障壁として、「小一の壁」問題があげられる。保育園にやっとの思いで入れて復職を果たしても、小学校にあがると途端に両立が難しくなる。共働き世帯の増加により自治体運営の公立学童保育は定員超過で早ければ2～3年生で行き場を失う子供も多い。

兵庫県は学童保育（＝放課後デイ）を利用できない児童数は全国ワースト4位と女性のキャリアアップを推進する上でも深刻な状況にある。

共働き世帯は所得制限により各種子育て支援メリットを享受できないことも多い中で、自身の働き方に合せた民間保育サービスを選択すれば相当の費用負担を強いられる状況にある（安価な公立学童に対し、民間学童は月2～10万円程度と負担は重い）。

令和3年5月1日 放課後デイを利用できなかった児童(待機児童)マップ(都道府県別)



	公立学童 (78%)	民間学童 (22%)
設置	自治体	企業や団体
運営	自治体 自治体から委託された事業者	企業や団体
対象児童	1年～6年 特機児童が多いところでは 小4までのところもある	1年～6年 3年/4年生までのところも
保護者の環境	原則は共働き・ひとり親	保護者の就労の有無は 問わない
預かり時間	原則は18時まで	18時以降延長保育あり
月額料金の目安	約4,000円～8,000円	約20,000円～100,000円
特徴	・料金が安い ・原則として学校から近い	・延長保育あり ・夕飯などのサービス ・学校や家庭への送迎 ・習い事への送迎 ・独自の教育カリキュラム実施

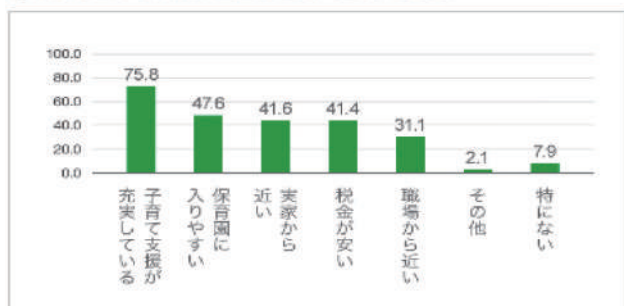
コエテコ 引用

公立学童保育の整備・保育時間の延長や民間サービス等利用時の費用助成などの環境整備の強化を願いたい。

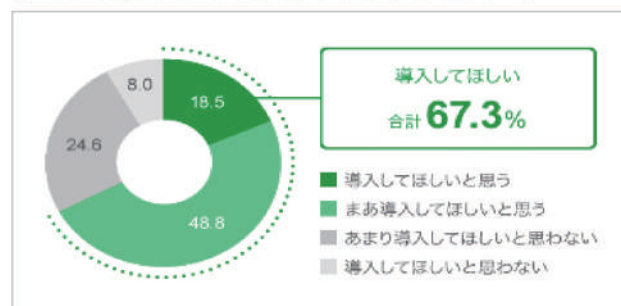
また、育児にかかる男女の時間比率は圧倒的に女性が高く、男性が育児パートナーとして積極的に育児参加できるよう、企業における男性用ベビールーム設置への費用補助や母子手帳の電子化などを検討いただきたい。

コロナ禍において母親達のネットワークが希薄になっており、母子手帳の電子化は、コミュニティ創出による孤独の解消、予防接種打ち忘れ防止や成長管理、行政が育児世代に向けて“届く”情報発信ツールとしても有効と考える。

Q.自分が暮らす自治体を選ぶときに重視すること



Q.自分が暮らす自治体に電子母子手帳を導入してほしいか



アンケート：約500の自治体で導入している「母子モ」HPより引用

加えて、県内経営者・支店長・支社長などのポスト職にある女性と各企業の女性幹部候補生等の交流活性化により、自身のキャリアビジョンをイメージしやすくすることを促し、**管理職比率の向上や起業家マインドの醸成**につながる体制を構築願いたい。

SDGsへの意識の高まりからVC※12など投資分野においては、「女性起業家」「女性経営者」企業への投資が増えている。また、女性の悩みを技術で解決する「フェムテック※13」関連は、成長が期待できる分野として高く評価されていることに加え、女性が活躍できる分野として注目されている。

兵庫県には神戸医療産業都市があり、医療・研究分野における集積地のメリットを活かせる土壌を有している。この機能やメリットとの連携も踏まえ、**性別多様性を考慮し女性が活躍できる分野（不妊治療・美容・フェムテック分野など）での起業メリットの強化（費用補助や育成支援）**を検討願いたい。

※12：未上場の新興企業（ベンチャー企業）等に出資して株式を取得し、将来的にその企業の株式公開（上場）の際に株式を売却して値上がり益の獲得を目指す投資会社や投資ファンドのこと

※13：女性の健康の課題をテクノロジーで解決する製品やサービスのこと。「femail technology」を略した用語

(2) 外国人活躍推進

真のダイバーシティ&インクルージョンを推進する意味でも、今後ますますグローバル化が進む中、企業の国際競争力を高めるという観点からも、外国人材の活躍は多様性を生み、新たなイノベーションを創出するうえで今後不可欠となる。

足元の外国人材の登用については、留学生や日本企業勤務経験者の転職がその大半を占めているが、「言語の壁」や「雇用形態」への対応、生活支援など十分とは言えず、まだまだ外国人材登用の土壌が整っているとは言えない。

日本学生支援機構によると、高等教育機関に在籍する留学生は全国に 20 万人超（21 年 5 月時点）、関西 2 府 4 県には約 2 割の 4 万人の学生がいる。しかしながら、全国の外国人留学生のうち約 6 割は関東圏で就職をしており、県内企業就職に向けた囲い込み策を強化していくことが重要である。

① 留学生の囲い込み強化

県内の大学に通う外国人留学生は相応の人数であり、日本の生活・文化に慣れている人材の登用は即戦力としても貴重である。しかし、兵庫県下の留学に関する補助金制度の状況としては、公益財団法人兵庫県国際交流協会が実施する私費外国人留学生奨学事業が令和 3 年度をもって廃止となっており、外国人留学生に対する支援体制の再構築が必要と考えられる。

また、高度外国人材の約半数は留学生であることから、留学生は、将来の「高度外国人材」の卵と成り得る可能性が高く、留学生に対する就職支援は「高度外国人材の活躍推進」に大きく寄与するとされている。優秀な人材が東京や海外へ流出しているトレンドを変えるためにも、早い段階からの地元企業と留学生の就職マッチングは非常に重要であり、マッチングイベントの更なる機会増加に加え、「留学生と経営者の交流会」など「出会う機会」を確保し、県内企業を知るチャンスの創出が必要である。

㈱ディスコによる調査によれば、日本企業へ就職を希望する外国人留学生のうちインターンシップを活用している学生は約 5 割、国内学生の 8 割と大きな開きがある。一方で、参加学生の約 7 割は就職したい企業が見つかったというアンケート結果がでており、就職先を決定するうえでインターンシップの有効性は高いと言える。

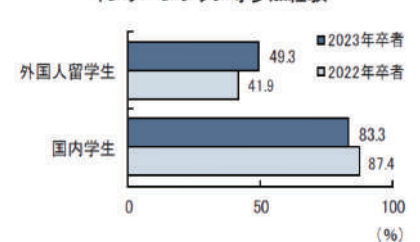
兵庫県では、「ひょうご留学生インターンシップ」事業において、すでに留学生と県内企業をつなぐ取り組みがなされているが、就業型インターンシップの取組実績数が少ないなど、活用・認知度は限定的である。特に中小企業が参加しやすい枠組みを取り入れ、啓発など一層の活用推進の強化を願いたい。

就職先企業等所在地別の許可人数（留学⇒就業への在留資格変更）（単位：人）

都道府県	平成 27	平成 28	平成 29	平成 30	令和元年	令和 2 年	構成比
東京	7,626	9,265	9,915	11,971	13,763	12,237	41.2%
神奈川	808	1,088	1,278	1,618	1,939	1,821	6.1%
千葉	473	587	820	976	1,328	1,237	4.2%
関東圏	10,047	12,543	14,051	16,708	19,539	17,856	60.1%
大阪	1,614	1,989	2,228	2,598	3,213	3,091	10.4%
京都	385	450	657	701	662	591	2.0%
兵庫	343	461	561	596	659	854	2.9%
関西圏	2,538	3,119	3,769	4,263	5,154	5,096	17.2%
愛知県	746	949	991	1,183	1,381	1,196	4.0%
合計	15,657	19,435	22,419	25,942	30,947	29,689	100.0%

出入国在留管理庁「R2 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」より作成

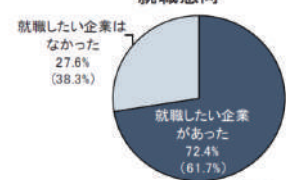
インターンシップ等参加経験



※オンライン形式含む

※国内学生は毎年 3 月調査

インターンシップ等参加企業への就職意向



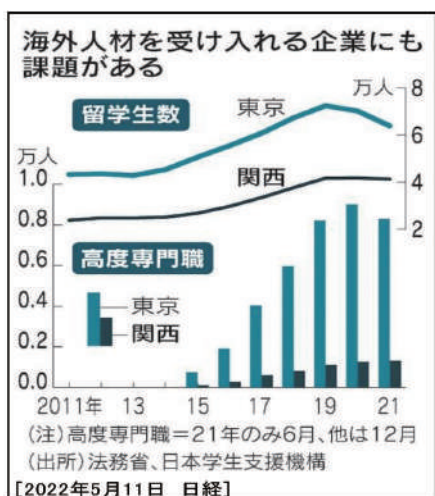
※()内は 2021 年 7 月調査の数値

ディスコ「2023 年度外国人留学生の就職活動に関する調査」

②（高度）外国人材の雇用機会増加に向けた処遇・環境整備

法務省の統計による在留資格「高度専門職^{※14}」は2021年6月時点で東京都が8,300人でトップ、次ぐ大阪府が718人、関西2府4県でも1,320人と大きく引き離されており、東京が独り勝ちの状況にある。

しかし、かつて多くの外資系企業の誘致を成功させてきた兵庫県も、学校・協会・外国倶楽部・居留地など外国人のための生活インフラ整備がされており、特に欧米系外国人居住者のまともは首都圏以外では神戸市と阪神区間に集中しているというアドバンテージを有している。



このアドバンテージを活かし、定住外国人口増加につながる可能性を有する高度外国人材の獲得には一層の施策強化が望まれる。

外国人登用にあたっては、「言語の壁」が大きく特に中小企業は受け入れに対し消極的な企業が多い。受け入れる企業側の課題解決に向け、日本語教育支援の強化や日本語能力試験の受験補助といった「言語の壁の解消策」、「ジョブ型雇用^{※15}の導入」などへの支援体制の構築が必要である。

また、雇用機会の増加に向けた施策として、兵庫県内各自治体の提携姉妹都市や県内大学の海外姉妹校といった接点を活用し、県内企業と海外人材を直接マッチングさせる体制の構築を検討したい。

2. 『HYOGO-no-MIRAI』人材の創出、育成

県内では、様々な分野で人手不足といった課題が取り上げられているが、今後、重点的に人材確保が望まれる職種に対して集中的に人材を呼び込む産官学が連携した中長期的施策が必要である。兵庫県は、「モノづくり県」として全国的に見ても製造業が非常に盛んな県であり、理系人材の需要は多いものの、県内の育成環境は十分ではなく、また、企業との接点も十分ではない中で、特に県内の中小企業を中心に人材確保に苦戦している。

根本的な問題として人口の半分以上を占める女性の理系進学率が極めて少なく、大学側においてもその重要性は認識しているものの、比率改善はなかなか進まない状況にある。神戸大学の工学部の学生人数を例にとってみても、全体2,469人の在籍者に対して女性の割合は15%の385人に留まる。

加えて、今後ますますグローバル化が進んでいく中で、明治以来の開かれた「国際都市神戸」らしい人材を育成できる土台作りも必要とされる。

（1）次代の兵庫県に必要な人材の育成

①「理系人材」の育成

女性の理系進学率が低い理由として、親世代を含めたマイナスイメージが根強いという課題があり、若年時から理系分野に興味を持つことを応援する環境づくりが重要である。

すでに関西圏では、大阪大学や神戸大学など関西6大学が連携し、「関西科学塾」という名称で女子中高生を対象に理系分野のおもしろさを伝える活動をしている。特徴としては、中高生向けを対象と

※14：高度な知識・スキルにより日本の経済発展に貢献する外国人の為の在留資格。入国管理局が定める高度人材ポイント制度で70P以上を獲得することが必要。高度人材ポイント制度は「高度学術研究分野」「高度専門・技術分野」「高度経営・管理分野」の3分野がある。

※15：企業の中で必要な職務内容に対して、その職務に適したスキルや経験を持った人を採用する欧米では一般的な雇用方法。対して日本では、職務を決めずに採用後に本人の志望や適性をみて配属先を決めるメンバーシップ雇用方式が一般的。

したメインプログラムの他、未就学児・小学生に加え、保護者や教育者も巻き込んだアウトリーチ活動がある。

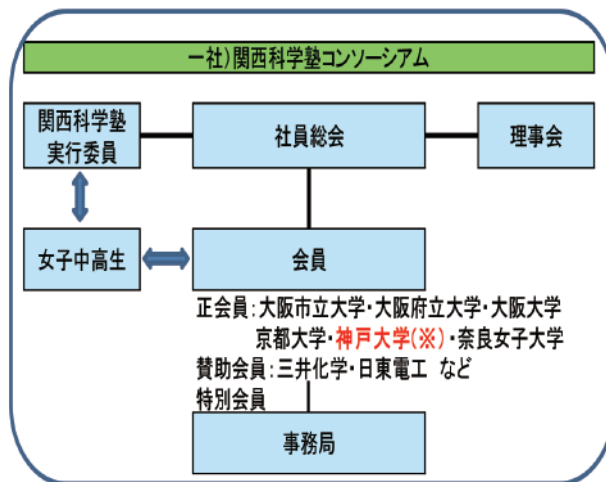
この仕組みを取り入れ、県内大学や専門学校、県内企業と連携し、女子中高生ひいては未就学児・小学生・保護者にも理系進学や技術系企業への就職啓発が出来る兵庫県独自の「ひょうご科学塾」の創設に対する旗振りを要望する。

加えて、理系人材の採用においては、大学教授が持つコネクションで進路が決まることも少なくない。大学研究室と地元企業に行政も交えた産官学での定期交流会の創設などにより、域内企業と接点強化できる体制についても構築願いたい。

```

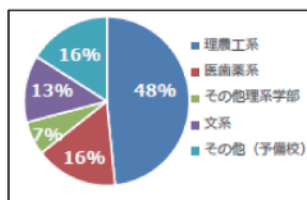
graph TD
    A[特別会員] --- B[事務局]
  
```

※県内大学では「神戸大学」のみ



※県内大学では「神戸大学」のみ

《「関西科学塾」2016年3月卒業生進路調査アンケート》



◇進路結果
約7割が理系進路を選択
(13%が文系・16%が浪人)

《メインプログラム参加者アンケート》中高生対象(保護者含む)
大学での実験体験の実施や講演会・交流会、企業見学など

進路選択の参考になった	88%
科学技術や理科・数学に対する興味・関心が高まった	96%
科学技術や理科・数学に対する学習意欲が高まった	96%
理系の進路を前向きに選択しようと思うようになった	97%
将来、科学技術を必要とする職業に就きたいと思うようになった	88%

《アウトリーチ参加者アンケート》小中学生対象(保護者含む)
科学イベントや出張公演会の実施

理系進路を選択しようと思う 28% ⇒ 61%

科学技術を要する職業につきたい 8% ⇒ 34%

② 専門人材の育成・確保

兵庫県は、大学の数は全国５位と多いものの、学科・コースなど国内外からの学生を引き付ける独自性に尖った分野の学校は少ない。

他府県では、東京一極集中の流れを変えるべく特色のある教育施設の設置・学科改編に力をいれている。滋賀県では県立高専の新設に向けて動いており、愛知県でも工業高校を工科高校へ改編しロボット・IT分野等の学科を新設させている。若年層の人口流出を防ぎ新たな人口流入にむけた施策として、兵庫県も魅力的な教育環境の整備が必要である。



専門知識や技術を学べる制度づくりとして、2025年の県立高校再編も見据え、特色ある専科コースの設置・学科改編（工科・国際科・スポーツ科・起業家コースなど）や、クリエイティブ人材の育成をめざす芸術・工芸も含めた「専門職大学」「県立高専」等の設立、また、グローバル人材育成に向けては、インターナショナルスクールへ通いやすくする仕組み（費用補助）や海外留学費に対する行政支援（県内企業での就職を条件など）の検討を願いたい。

加えて、今後重点的に人材確保が望まれる職種（クリエイティブ・DX人材など）の他、次世代の子供たちの育成を担う優秀な教育者を確保する観点から保育、教員（指導者）などに対して、採用競争力の強化を可能とする雇用条件等の補助制度の構築を検討願いたい。

3. 「兵庫-Well-Being」 ～「県民エンゲージメント」の高揚～

「兵庫県の転出超過順位」

	2018	2019	2020	2021	2021年は 全国5位 (外国人含む)
全体	11位	10位	2位	5位	
(日本人のみ)	—	—	1位	1位	

日本人の転出超過は2年連続ワースト1位

「年齢別転出超過の状況」※日本人の移動

	2018	2019	2020	2021
20～24歳	▲ 4,536	▲ 5,053	▲ 5,987	▲ 5,906
25～29歳	▲ 2,154	▲ 2,045	▲ 2,845	▲ 2,056
30～34歳	▲ 193	▲ 429	▲ 360	83
35～39歳	▲ 166	▲ 113	334	197

〔（出所）総務省 住民基本台帳人口移動報告より作成〕

兵庫県では、人口の転出超過が加速しており、日本人に限定すると2年連続で転出超過が全国ワースト1位となっている。その中でも、進学・就職のタイミングである20代の転出超過が顕著であり、若年層の県内定着が喫緊の課題であると言える。

若年層に対し「地元で暮らし、働く」という意識を醸成することが必要であり、子供の成長過程において「地元ひょうごへの愛着」「地元企業の理解」を深めさせることが重要である。

なお、県内企業への認知向上には、地域貢献により地元住民の目に留まることで、関心を高められる方法もある。現在、個人が行うふるさと納税は一般化しているが、企業版ふるさと納税などの制度を活用した寄附などを通じてより一層地元を盛り上げていく必要がある。

生まれ育った人はもとより地域に関わる全ての人々が、「ひょうご愛」「地域愛」「企業愛」「母校愛」などを育み、暮らしやすい、働きやすい、幸せを感じられる＝『兵庫-Well-Being^{※16}』の推進をお願いしたい。

（1）『地元愛』の醸成

①「兵庫県を知る」機会の強化

若年時（小中学生）からの県内情報教育の強化により、「地域」に触れ、地元を想うマインドの醸成が必要と考える。そこで、官民が連携して「出前授業」の活性化・シリーズ化や、起業体験、金融教育等を実施・促進する体制の整備を要望する。

加えて、管理職人材のレベル向上、企業への帰属意識の醸成、県内企業間の結束力を高める施策として県内企業や行政の幹部候補生の交流の場の設置検討も願いたい。

＜事例：静岡県菊川市の取組＞

①中学生ふるさと未来塾



②高校生ふるさとセミナー



地元企業が事業についてプレゼン



講習、実習、フィールドワーク等を通じて、地域の自然的・文化的な魅力の発見・認識や、地域住民との関わりを通して、郷土愛を育む

※ 16：幸福で肉体的、精神的、社会的すべてにおいて満たされた状態

《『ひょうごSDGsガイドブック』の作成》

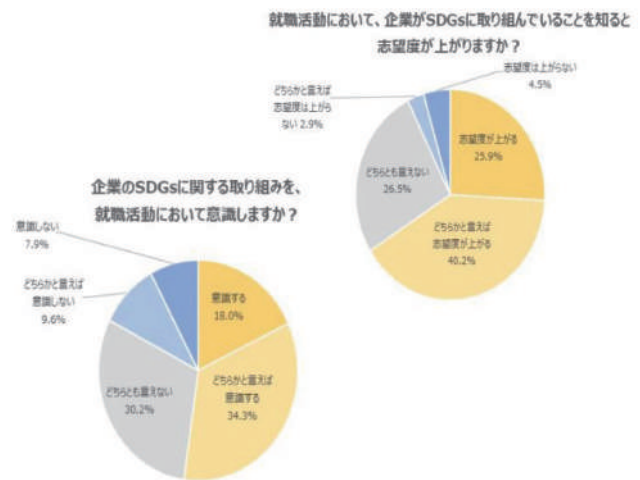
（株）学情による 2024 年度 3 月卒業予定の大学生・大学院生を対象にしたアンケート結果では、就職活動において企業の SDGs に関する取組を意識している学生は約半数。また、7 割の学生は「企業が SDGs に取り組んでいると知ると、志望度が上がる」と回答している。

一方で、企業側は SDGs に対する取組みを学生に PR する場・手段に乏しいという課題がある。

各自治体では、中高生などに対して、SDGs を切り口とする事業紹介を行うガイドブックを作成する例が多くみられるようになってきた。

兵庫県でも、「兵庫の企業 中高生のための企業研究ガイド」が作成されているが、来年度に創設が予定されている「SDGs 認証制度」と連動させ、県内企業の SDGs への取組みがより伝わるガイドブックを「ひょうご SDGs Hub」等を通じて作成していただきたい。

県内企業の SDGs 普及促進にもつながり、中高生の頃から地域企業への理解が深まることで、地元就職や将来的な U I J ターン※17 の誘発にも繋がると考える。



【株学情 引用】

《企業によるイベント、PR活動への行政支援》

近年、SDGs を起点とするビジネスパートナー選択も進む中で、自社の取組PRの重要性は増しており、行政としても県内企業の取組みについて広く発信を願いたい。

他府県では、地域企業の事業や取組みをSDGs の視点で地元金融機関・地元メディア・広告会社が連携し、PR動画を作成、地域企業・産業のブランドイメージ向上策に取り組んでいる事例がある。学生の視点を取り入れたPR動画の作成、企業への取材を通じた地域企業を知る機会につながる取組みに、行政の参画を要望したい。

また、これら一連の協働事業に対する補助制度を構築願いたい。

地域連携によるSDGsの取組をPR



※ 17：大都市圏の居住者が地方に移住する動きの総称。U ターンは出身地に戻る、J ターンは出身地の近くの地方都市に移住、I ターンは出身地以外の地方へ移住する形態を指す。

②『県民総幸福度』の調査、向上への取り組み

賃貸事業者アンケート等を見ても、兵庫県は居住地としての人気は非常に高い。現在、「兵庫県ゆたかさ指標」などで、主に県民の「暮らし」の分野に対する意識調査の「見える化」はできている。

一方で、近年、働き方改革などが叫ばれ、「パーパス経営^{*18}」や「従業員エンゲージメント^{*19}」といった、経済的な豊かさや利便性の高い暮らしを求める、以前とは違った価値観が求められている。仕事や生活の中に、健康的であるかや文化・学びなどを通じて、充実感や満足感をいかにして得られるかが、人生の「幸福」と捉えられている。

住み続けたい街

回答者数：374,835名

順位	都道府県	偏差値	評点	回答数
1位	兵庫県	69.2	60.4	16,990
2位	愛媛県	67.8	60.2	3,477
3位	香川県	67.1	60.1	2,567
4位	奈良県	65.7	60.0	3,746
5位	和歌山県	64.3	59.9	2,512
6位	神奈川県	62.1	59.6	33,361
7位	鳥取県	60.0	59.4	1,510
8位	岡山県	59.8	59.4	4,915
9位	東京都	59.5	59.3	54,237
10位	長野県	58.3	59.2	5,324

住みこころ

回答者数：521,456名

順位	昨年	都道府県	偏差値	評点	回答数
1位	1位	東京都	72.6	68.7	70,634
2位	2位	兵庫県	66.4	66.9	25,919
3位	3位	福岡県	65.9	66.8	22,052
4位	4位	神奈川県	65.0	66.5	41,393
5位	5位	大阪府	63.6	66.1	45,928
6位	9位	沖縄県	62.4	65.8	4,695
7位	6位	京都府	62.2	65.7	12,951
8位	8位	奈良県	61.5	65.5	6,380
9位	7位	愛知県	61.0	65.4	35,011
10位	10位	広島県	57.8	64.4	12,124

※大東建託：いい部屋ネットによるアンケート調査(2021/9月)

《47都道府県幸福度 総合ランキング》

	2022年	2020年
福井県	1	1
石川県	2	4
東京都	3	3
富山県	4	2
長野県	5	5
...	...	...
兵庫県	34	35

【(出所)日本総研 全47都道府県幸福度ランキング
～エビデンスに基づく地域経営・地域創生に向けて～より作成】

日本総合研究所による「全47都道府県幸福度ランキング調査」では、10年間にわたり福井県は総合ランキングで首位を獲得している。これは、学校教育が充実していることとインターンシップなどを有効に活用したUターン就職などが評価されてのものだ。

兵庫県は地域に十分なリソースを有しており、ポテンシャルは高いものの**34位**と低位に位置している。

ひょうごに住み、働き、暮らすことで得られる充実感や幸福感を向上させ、対外的に「見える化」することは、地

域に人を呼び込む魅力を示せるものとなる。

現在の「兵庫県ゆたかさ指標」にSDGsなどの要素を加え、県民の「総幸福度」を計れる内容とし、県民の幸福感を向上させるための指標とするとともに、『Well-Being』の「見える化」を検討いただきたい。

(2) 地元就職・U・I・Jターンの促進

① 早期の職業体験・地元企業を知る取り組み

県内大学生の県内就職希望率は66.0%（R2）ある一方で、県内大学生の地元企業就職率は3割を切る水準（R2：29.8%）となっている。県内には所謂「オンリーワン企業」など、高度な技術力を持った優良企業が多数存在し、その雇用条件も大手企業と遜色ないケースも少なくない。問題点は、それらの企業を学生が認知できていないことにある。

学生の企業研究にインターンシップ制度があるが、従来の大学3、4年生中心から、近年はより早期に自分に合った仕事や企業、キャリアを考えるために、1、2年生の参加が増加傾向にある。また、

*18：「社会に対してどのような存在意義を出してどのように貢献するか」を掲げて経営すること

*19：「会社に貢献したい」という従業員の自発的な意欲のこと。「愛社精神」や「愛着心」とも訳される

Uターン率の高い福井県の取り組みでは、小中学生を対象にし、保護者の参加も促し成功を収めている。保護者がインターンに参加することで他府県の大学に進学しても地元に戻ってくるイメージを親子で描ける特徴がある。一方で、中小企業が単独でそれらに取り組むにはハードルが高い。

そこで、『ひょうご版：インターンシップ』制度を整備し、実施プラン設計支援や学生募集、フィードバックに対するサポートなど、中堅・中小企業が自社の事業を確りと伝達できる支援を願いたい。他自治体の取り組みも参考に、**高校生やさらには小・中学生（保護者含む）**などより早い段階で「自分事として感じられる地元企業での就業体験を受けられる体制づくり」を、我々同友会を含む企業と自治体が一体となって築いていく必要がある。

② 奨学金返還補助制度の拡充

日本学生支援機構の調査によれば、ほぼ半数の大学生が、なんらかの奨学金を受給している現状がある。一方で、卒業後の返済に苦慮する事例も散見され、中には、自己破産するケースなど、社会問題としてクローズアップされるようになっている。

そうした中で、大手企業では、独自の奨学金返済支援制度を設け、人材確保へのインセンティブとするケースもある。企業からの支援に対する帰属意識の向上なども期待できる。

大和証券グループでは、社員に奨学金返済資金を無利子で貸付けることで金利負担をなくし、入社後5年間は元金返済も猶予することで若手の経済的・心理的な負担を軽減している。これにより、優秀な人材が全国から集まっている。

県内中小企業の人材採用支援として導入されている奨学金返還支援制度に関して、現状、本人・企業・行政が1／3ずつの負担となっているが、学生の県内就職へのインセンティブや県内中小企業の採用競争力向上のためにも、1／3となっている行政支援の割合を強化いただき、制度の拡充を検討願いたい。

足元の奨学金返還支援制度



(3) 『寄附文化』の醸成

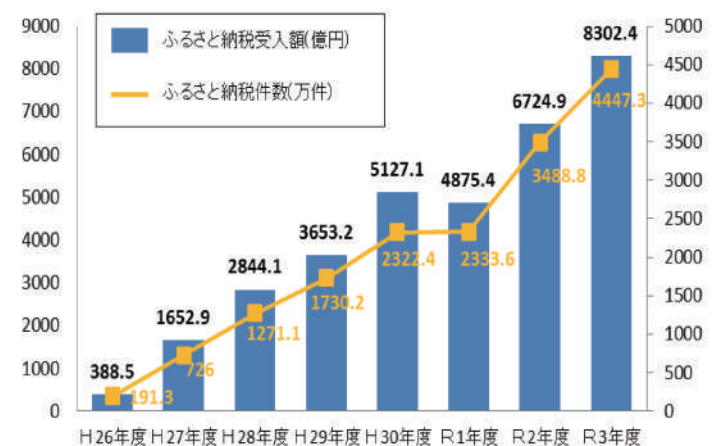
① [企業版] ふるさと納税の活用、活性化

制度の浸透もあり、年々「ふるさと納税」全体の金額は増加傾向にある。兵庫県の2021年の受入税額は約290億円と全国で7番目に多い（近畿圏ではトップ）。しかし、他自治体が熱心な姿勢を取る状況では、県下からの税収流出も懸念される。

事実、県内には2021年実績で受入額の多い自治体12位に加西市（64億円）などがランクインする一方、神戸市は住民税控除額の多い自治体で7位（▲70億）となっている。

[企業版] ふるさと納税では、寄附の見返りとしての経済的利益を寄附先自治体から

ふるさと納税の受入額及び受入件数の推移（全国計）



【(出所)自治税務局市町村税課 R4/7月】

受け取ることは出来ないが、金融機関などを活用した地場産品販売ECサイトにより、寄附企業の従業員向けに福利厚生サービスを提供する事業者(株)RCG※20)などと連携し、納税の受け入れ強化を行っている自治体もある。

兵庫県は工場など主に県外企業の拠点多いという優位性もある。首都圏などへ転出した兵庫県創業企業から、県下自治体への納税を促すことと併せて、各プロジェクト（納税ラインナップ）の充実を図っていただきたい。

② 新たな寄附の仕組みの創設

企業の本質は、「利益をあげること」と「地域・社会に貢献すること」の両輪と考える。近年、金融機関などにみられる種々の地域貢献型の資金調達実績を見ても、地元への恩返しを考える地元経営者は少なくない。一方、〔企業版〕ふるさと納税などでは、本拠地への寄附は行えない仕組みになっている。

「地域貢献」への受け皿として、用途指定型の寄附制度構築を検討願いたい。加えて、寄附を行える選択肢を拡大する策として、公共施設などでのネーミングライツ※21)等のラインナップ充実を要望する。また、企業の寄付行為に対して、その功績が県民等にしっかりと伝わるよう、手法の工夫を検討願いたい。

※ 20：地域金融機関と連携するプラットフォームを運営。全国の金融機関や信用保証協会などの職員が厳選した地域の逸品を、カタログやECサイトを通じて販売するサービスを手がける。自治体向けには〔企業版〕ふるさと納税制度を活用したビジネスマッチング業務を展開する。

※ 21：施設やイベントを命名できる権利のこと。獲得した企業側は、施設の命名権とそれに付属する権利を獲得し、売却した施設側は、契約金を得て施設運営に充てることができる。

Ⅳ. まち、づくり ～地域の賑わい創出～

1. 新たな地域の魅力構築、活性化

兵庫には「五国」それぞれに全国的に知られた特産品、観光名所がある。ただ、魅力でもあるその多様性が、一方で「HYOGOブランド」のアピール力分散を招いている。民間シンクタンク「ブランド総合研究所」による2022年の都道府県別魅力度ランキングは11位で、京都や大阪府、奈良県より下位に甘んじている。

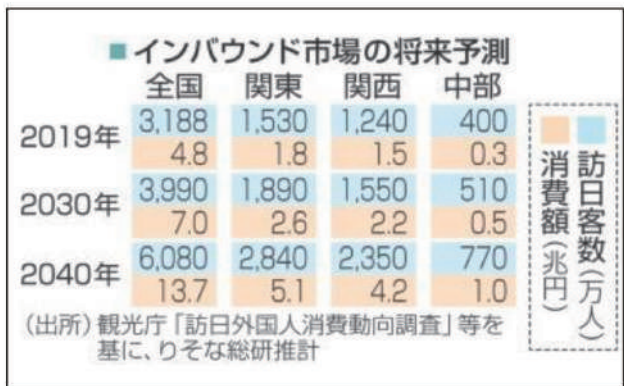
2019年（コロナ禍前）に観光庁が調査した訪日外国人客（インバウンド^{※22}）の都道府県別訪問率でも兵庫は全国11位の6.0%にとどまり、2位の大阪（38.6%）、4位の京都（27.8%）、5位の奈良（11.7%）に引き離されている。

阪神・淡路大震災からの復旧・復興を最優先にしてきた神戸は、大阪や京都などに比べて再開発が遅れた。ようやく動き始めた「都心・三宮再整備プロジェクト」では、「人が主役の居心地の良い街」を目指して駅前の車線を大幅に減らしたり、長距離バスの停留所を集約して西日本最大規模のターミナルを整備している。兵庫で初となる五つ星クラスのホテルも誕生する。ひょうご・神戸に新たな魅力を創出し、そこを起点として「五国」全体の交流人口と関係人口の増加、活性化が期待される。

都道府県魅力度ランキング

	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県
2019	12位	6位	2位	7位
2020	12位	6位	2位	7位
2021	13位	5位	2位	9位
2022	11位	5位	2位	8位

※いづれの年も、1位北海道、2位京都府、3位沖縄県、4位東京都の順



（1）神戸空港国際化を見据えた誘客策強化

① 国際化に向けたインフラ整備

悲願であった神戸空港国際化が決定し、アジア路線を中心にインバウンドの需要拡大に大きな期待がかかる。ターミナルビルの増設を前提として、ローカル5G^{※23}等、最新のデジタル化によるキャッシュレス機能などの完備やインバウンドへ、ひょうご・神戸の観光プランの提供をスムーズに行うツールの導入など、受入体制の強化に向けたインフラ整備を強く要望する。

また、アクセス、観光環境（周遊性・標識等）の整備も重要であり、現在、計画が進む連絡



悲願の国際線就航に向けて、ターミナルや周辺施設の整備が急務

※22：主に旅行業界・観光業界で使われていた言葉で、簡単に言うと「外国人の日本旅行」（訪日外国人旅行者）という意味

※23：通信事業者ではない企業や自治体が、一部のエリアまたは建物・敷地内に専用の5Gネットワークを構築する方法を指す。運用するには無線局の免許を取得する必要がある。

橋道路の拡張やボートライナーを主とする公共交通機関のサービス向上策など、南北への移動の利便性向上も着実に実施願いたい。

② インバウンドの取り込みと長期滞在への仕掛け

神戸空港国際化の決定を好機に、ひょうご・神戸としては、増加が見込まれるインバウンドを取り込み、反転攻勢に打って出たい。

一方で、六甲山や有馬温泉、世界遺産の姫路城など、個々で見れば魅力あるコンテンツを有しているものの、周辺との連動性が低いことや、アクセスの良さから滞在時間が短いといった課題がかねてより指摘されている。大阪や京都とは違うテイストの魅力を構築することにより、滞在長期化を促していく必要がある。

そこで、ポートアイランドなどを中心に、**子ども・アニメを核としたまちづくりを要望したい。**

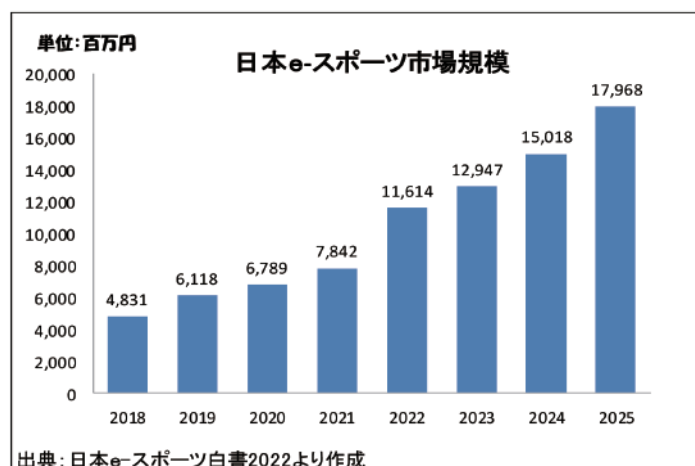
台湾の「シルクスプレイス宜蘭」では、建物の一角をキッズフロアとし、子供から大人までが楽しめる『子どもホテル※²⁴』として、ファミリー層の集客に成功している。

『キッズニア※²⁵』や山形県『キッズドームソライ※²⁶』のような「子ども」と「教育」を融合させた遊戯施設などを誘致する事例もあり、これらの施設を、既存の子供向け人気スポットである「神戸どうぶつ王国」などの周辺に集約させることで、区域一体で複合的に楽しめるスポットを創出し、**長期滞在**へとつなげることが望まれる。

台湾「シルクスプレイス宜蘭」：キッズフロアは子供から大人までが楽しめる



【お出かけ関西サイトより】



加えて、世界的に人気の高いコンテンツとなっている日本のアニメ、ゲーム、コスプレ等の『サブカルチャー※²⁷』を起点とした誘客やイベント誘致の強化を行うことで、国内外から観光客の呼び込みが期待できる。

さらに、今後、市場規模の拡大が期待される『e-スポーツ』にも着目したい。近年、プロ選手が生まれるなど、競技としての存在感が増しており、世代を越えた交流人口の拡大や観光に絡めた地域の賑わい創出な

※ 24：台湾東部宜蘭市にある複合商業ビルを利用し地元資本により開発された「子供連れ家族のためのリゾートホテル」。開業当初より話題を呼び地元台湾のみならず中国本土やアジア圏から集客に成功し、新しいホテルビジネスモデルとして注目を集める。

※ 25：世界中で展開されている子供向けの職業体験型テーマパーク。日本では東京豊洲、甲子園、福岡のららぽーと内で運営。本格的な設備や道具を使って、こども達は大人のようにいろいろな仕事やサービスを体験することができる。

※ 26：山形県鶴岡市にある子育て支援施設。庄内藩校致道館の教えである俎侏学（そらいがく）の教育理念「天性重視 個性伸長（生まれながらの個性に応じてその才能を伸ばす）」が名前の由来。屋内型遊戯施設と様々な素材や道具を使ってものでのづくりができるアトリエなどを備える。

※ 27：社会の支配的、伝統的な文化に対し、その社会の中のある特定の集団だけがもつ文化的価値や行動様式。大衆文化、若者文化など。日本では特撮、アニメ、アイドルといった趣味を指す場合にサブカルチャーという用語が使用されることも多い。

ど、新たなコンテンツとして、温泉地や商店街でも注目が集まっている。

『e-スポーツ甲子園』といったイベント誘致など、「ひょうご・神戸を『e-スポーツの聖地』にする」取り組みも違うテイストとしての魅力になると考えられる。

また、多様なツーリズムを活用し、海外富裕層を呼び込むための仕掛けを行っていく必要もある。

アジアの富裕層などをメインターゲットに、医療産業都市のアドバンテージを活かした「**国際医療ツーリズム**」による最先端の医療技術・サービスをキーコンテンツとして提供、ともに来日する家族向けには、有馬温泉などへと誘導し、ひょうご・神戸の強みである、先端医療・旅・食などを組み合わせ提供できる仕掛けが可能と考える。

例えば、山田錦の産地を活用した稲作から酒造り体験、明石海峡大橋の通行規制緩和による歩行体験など、当地ならではの「体験型ツーリズム」のラインナップを充実させ、長期滞在やリピート訪問



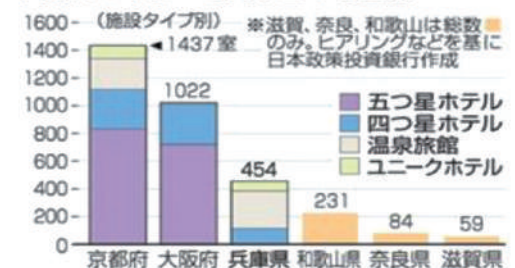
の促進に向けた、各種企画の組成、関係者との調整やインフラ利用の規制緩和などにも着手していきたい。

これらの各施策を推進する上で、宿泊施設やショッピング関連施設の整備も必要不可欠である。

足元での兵庫県下における高価格帯宿泊客室については、有馬や城崎といった温泉旅館が中心となっており、その数も大阪・京都の1/2・1/3の規模に留まっている。

「都心・三宮再整備プロジェクト」により、高級客室の増加が見込まれるが、今後、ますます需要が供給を上回ることが予想されており、伸びしろの残る兵庫県として、ラグジュアリーホテル※²⁸等の誘致を行うとともに、東京・大阪・福岡などに見られる**大型免税店**（消費税）のような、消費を促す施設整備による**インバウンド誘客の強化**を要望する。

◆関西の単価10万円以上の客室数



②関西のラグジュアリーホテル需給推計 (2026年)



「大型免税店」の事例

DOTON PLAZA

インバウンド向け消費税免税モール(株)JTCによる運営)
観光バス専用の誘導路等を有しており、空港から直誘客

JTCが運営する免税モールの分布	東京	3
長崎	3	
大阪	2	
福岡	2	
沖縄	2	
大分	1	
鹿児島	1	
山梨	1	

併せて、多国籍外国語での標識 (s i g n) の設置や、主要観光施設を「動く歩道」で結ぶなど、周遊性の強化による観光環境の整備についても検討いただきたい。

※ 28 : (Luxury Hotel) ホテルの価格帯別の分類において、最高クラスに位置するホテル (LUX と略される)。Luxury は英語で、「贅沢な」や、「豪華な」という意味。最新エステサロンやハイセンスなレストランなど、宿泊以外のサービスも充実している。

(2) 広域連携による魅力向上

① 玄関口としてのひょうご・神戸の役割強化

幾度となく「ひょうご・神戸を瀬戸内のゲートウェイシティに」との提言や活動がなされてきたが、神戸空港国際化により、陸・海・空のインフラが整い、県外地域との連携をさらに強化する好機となる。

中四国をはじめとする瀬戸内と関西の結節点であるひょうご・神戸を起点に、インバウンドなどが、各地へ周遊できるネットワーク構築に向けて、**せとうちDMO**^{*29}との連携強化などによる、**「せとうち」のハブ・玄関口**としての役割を強化すべきである。

大阪・関西万博と同年に開催が予定されている「瀬戸内国際芸術祭」との連動企画や、尾道を母港として瀬戸内海を周遊している高級宿泊船「gunto」を活用した瀬戸内エリアとの連携など、相乗効果の発揮が期待され、広域に跨った魅力発信につながると考える。

次に、2022年8月には、神戸市長が全国クルーズ活性化会議の会長（任期2年）に就任されており、港を通じた地域振興や経済活性化への旗振りにもますます期待値が上がる。

コロナ禍前のクルーズ船寄港回数の上位を見ると、中国や台湾での訪日ブームを背景に立地の利点などから九州や沖縄の各港がランクインしており、2010年代前半にはトップ3に名を連ねていた神戸港はその順位を7位まで下げている。国内クルーズの活性化に加えて、**海外からのクルーズ船の受け入れ増強も行っていたきたい。**

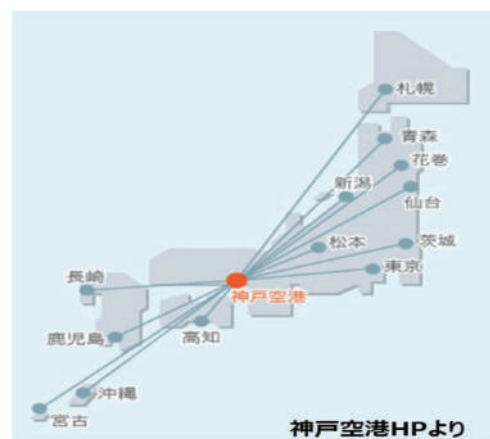
2019年クルーズ船寄港回数全国上位10港			
順位	港名	回数	増減率(%)
1	那覇（沖縄県）	260	7
2	博多（福岡県）	229	▲18
3	横浜（神奈川県）	188	12
4	長崎（長崎県）	183	▲17
5	石垣（沖縄県）	148	38
6	平良（沖縄県）	147	3
7	神戸（兵庫県）	131	▲4
8	鹿児島（鹿児島県）	106	6
9	ペラビスタマリーナ（広島県）	100	▲18
10	佐世保（長崎県）	79	▲27

(注) 速報値、増減率%は18年との比較、▲はマイナス
日本経済新聞2020/1/23

② 神戸空港就航地エリアとの経済連携強化

加えて、空の路線活用強化も必要である。現在、神戸空港からの離発着は、青森、仙台、新潟など13路線となっているが、これらの**就航地同士の交流・連携を活性化させるべき**と考える。

例えば、青森のリングから生まれた、サスティナブル素材＝「アップルレザー」を使用した神戸シューズの開発・販売や、就航都市同士の住民が優先的に利用できる限定企画（ゴルフ等）の立案・実施など、相互の地場産品・産業の活用により、新たな魅力を創出し、経済連携・交流人口増加を図る取り組みの強化を要望する。



(3) PR活動の強化

① 兵庫県等の自治体の取り組みに関する周知策の強化（アニメのPR動画、メタバースの活用）

兵庫県をはじめ、県内各自治体による地域事業者等へ対する支援制度、地域活性化への取り組み体制は多岐に渡るが、中小企業など利用者側にとっての認知が低く、十分な利活用がなされていない。

^{*} 29：DMO（Destination Marketing/Management Organization）とは、観光地（Destination）を活性化させて地域全体を一体的にマネジメントしていく組織。せとうちDMOは、瀬戸内ブランドを確立し、地域経済活性化や豊かな地域社会実現を目的としている。

県民局においても、地域の観光名所等の紹介動画が自局内で放映されているが、県内他地域で相互に情報展開を促進するなど工夫の余地があると見受けられる。

今やSNSの利用活性化はもとより、若者への情報発信については、『バーチャル県庁』の設置など、メタバース^{※30}やweb3^{※31}を通じて、自治体や県内企業の取り組みに触れる仕組みづくりにも着手していただきたい。同分野に関しては、どの地域も取りかかったばかりであると思われる、ひょうご・神戸が先行することは差別化にもなる。新たなチャンネルを構築することで、発信力の向上が図れると考える。まずは、県内での各施策の利用活性化・認知向上策の取り組みをお願いしたい。

その上で、県外向けにも、兵庫の魅力を発信していくことが必要である。

各自治体では、地域の魅力を伝えるためにPR動画等を作成しているが、地域の名所・名物に絡めたオリジナルアニメを制作し、幅広い層に情報発信している事例がある。



兵庫県・神戸市では、人気アニメ映画などでその風景が採用されることも少なくない。ひょうご・神戸ならではのアニメ映像によるPR動画の作成などで、地域の魅力を積極的に発信することを検討いただきたい。

② 海外への情報発信に向けた取り組み強化

日本国内はもとより、世界へ向けても、地域の魅力をアピールする必要がある。

関西圏には、大阪が中心にはなるものの、国際的企業のオフィスや領事館といった外国政府などの公的機関が相当数存在し、そこに勤務する外国人はEXPATs（エクスパッツ）^{※32}と呼ばれる。彼らの多くは、その住みやすさや利便性から、神戸市内や阪神間に居住している。EXPATsおよびその家族は情報発信力の高いインフルエンサー^{※33}であり、彼らの発信力を有効活用し、多くの地域情報を世界へ伝えることで、企業誘致のみならず県内への観光客誘致にも直結する。



【神戸外国倶楽部】

加えて、県内には、プロスポーツチームも多いことから県内在住の外国人スポーツ選手や、神戸外国倶楽部会員、留学生との意見交換会の創設等により、母国などへ、ひょうご・神戸の魅力発信を促す仕組みを構築することが重要と考える。

※30：インターネット上に存在する「3次元仮想空間」を指す。アバターと呼ばれる自分の分身で参加し、Web上の空間で社会生活を送れる
 ※31：特定の管理者がいない、ブロックチェーン技術によって実現した分散型インターネットのこと。特定のプラットフォームに依存しない新しいインターネットの在り方。
 ※32：国際的企業勤務者や外交官に代表される外国政府あるいは公的機関勤務者
 ※33：影響や勢力、効果という意味を持つ「influence」が語源。世間や人の思考・行動に大きな影響を与える人物のこと。スポーツ選手やタレント、ファッションモデル、特定分野の専門家、インターネット上で大きな影響力を持つ一般人やブロガーなどがその一例。

2. 都市部と多自然地域の連携強化 ～二拠点居住、ワーケーションの奨励～

これまでは、人々の暮らしや企業活動において東京を主とする都市部への一極集中が進んできた。日本の総人口のうち、50万人以上の大都市に住んでいる割合は73%にのぼり、65%の米国、56%の英国などを上回る水準となっている。一方で、コロナ禍が経済社会の分極化の重要性を再認識させ、テレワークでの遠隔勤務が可能となった背景もあり、20代・30代の若者層を中心に、地方移住への関心が高まっている。

兵庫県でも瀬戸内海側の都市部のみならず、北部や西部においても、二拠点居住やワーケーションの奨励など、デジタル技術などを活用した新しいライフスタイルの支援を幅広く展開する中で、観光や食・農業など地域の豊かな魅力を核に新たな付加価値を生み出し、多極型の経済社会を築く必要がある。

(1) ひょうご五国の『多極集中化』

① 地域特性のキラコンテンツ化

2020年のパナソニックグループによる本社機能移転を皮切りに、淡路島では、北部を中心にバルニバービ社によるグランピング施設やアクアイグニス社の温浴施設等の開発が進むことにより、コロナ環境下のマイクロツーリズム※34需要も相まって、観光地としてのポテンシャルが飛躍的に向上している。

また、2021年4月に豊岡市に開学した芸術文化観光専門職大学で

は、学生の約80%が県外出身者であり、大学周辺の不動産需要や生活消費等で新たな賑わいが創出されるとともに、2022年9月には、初めて制限を設けず「豊岡演劇祭」を開催するに至り、但馬地域へ人流の呼び込みを実現している。

このように、東京一極集中からの地方回帰や若者を呼び寄せる地域コンテンツの強化に成功している事例が兵庫県下で見られ、他にも、起業家の集積を図る「シリ丹バレー」※35、丹波篠山・佐用・福崎町などでの「古民家活用」、養父の「農業特区」など、各地域がそれぞれの特徴を活かしたキラコンテンツの確立を目指すことで、県内に多様な付加価値を



兵庫県指定重要文化財を宿泊施設に(福崎町)

- 江戸時代から続く、指定重要文化財を宿泊施設、結婚式場として利用
福崎出身の民俗学者：柳田國男にもゆかりの建物
- 神戸新聞社と連携した地域の文化財利用事業



※34：自宅から1～2時間程度の移動圏内の「地元」で観光する近距離旅行の形態のこと。地域の魅力の再発見と地域経済への貢献を念頭に置いた旅行形態。

※35：IT企業が集積する米シリコンバレーを意識した取組。新事業に取り組む人を増やし、地域の課題解決や持続可能性を高める狙い。起業家育成などを通じて丹波地域発の産業革新を目指す。

創り出す「ひょうご五国」の**多極集中化**という発想を進める必要がある。県内には関西学院大学をはじめ、多自然地域や里山を教育・研究フィールドとしている大学も多く、大学の知見や学生の新しい視点などを積極的に活用することも重要であると考ええる。

(2) 食料自給率の向上

① 就農、事業継続支援策の強化

ロシアによるウクライナ侵攻により、食料やエネルギーの安全供給が脅かされている。日本はそれらの多くを海外に依存しており、2020 年度の食料（カロリーベース 37%）・エネルギー（一次エネルギー 11%）自給率は、ともに、先進 7 ヶ国中、最低の水準である。

さらに今後、頻発する大規模自然災害やコロナ禍等で燃料・飼料や食料品の高騰が続き、世界の食料需給は中長期的に逼迫する懸念があり、食料安全保障の観点からも農業振興の対策強化は重要と考える。

就農人口の課題に対しては、『農業塾』などの開講により、関心の高い若年層の受入れ策を推進するとともに、農業法人を設立したうえで、休耕地等を農業団地などに変え、就農体制の整備が望まれる。

県内の食料自給率向上のため、農地転用・農地取得・企業による農業参入等への各種規制緩和、スマート化への費用支援、販売ルートの開拓支援など、各施策の構築・強化を検討いただきたい。

3. アドバンテージを活かす「まち、づくり

(1) 『工場誘致』と『地元採用』の促進

経済産業省の工場立地動向調査によると、過去 20 年間に兵庫県は、工場立地件数で 3 度全国首位となった。しかしながら、既存産業団地の用地が少なくなっていることや、東京への立地面などから、北関東での工場立地が目立つようになり、徐々に全国順位を下けている。

同調査による立地場所選定理由において、「本社・他の自社工場への近接性」を“最も重視した”との回答が最多で、「周辺環境からの制約が少ない」、「人材・労働力の確保」、「地価」、「市場への近接性」「高速道路を利用できる」といった回答が続く。

《工場立地件数推移》

	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年		2016年		2017年		2018年		2019年		2020年		2021年	
	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数	地域	件数
1	兵庫	56	静岡	67	茨城	57	茨城	77	茨城	84	静岡	74	静岡	97	愛知	82	愛知	80	茨城	65	愛知	60
2	愛知	43	兵庫	65	兵庫	51	群馬	61	兵庫	73	愛知	67	群馬	62	茨城	69	静岡	78	愛知	60	茨城	51
3	静岡	37	群馬	60	静岡	50	静岡	53	群馬	57	群馬	56	兵庫	59	群馬	69	茨城	66	静岡	54	岐阜	50
4	岐阜	36	愛知	51	群馬	48	愛知	47	静岡	55	兵庫	56	愛知	51	静岡	67	群馬	59	群馬	52	群馬	49
5	埼玉	36	栃木	45	愛知	46	兵庫	47	愛知	52	宮城	48	茨城	46	兵庫	56	岐阜	53	岐阜	43	静岡	49
6	新潟	35	埼玉	40	福島	39	埼玉	47	埼玉	41	茨城	44	福岡	40	福岡	43	兵庫	48	兵庫	39	兵庫	48

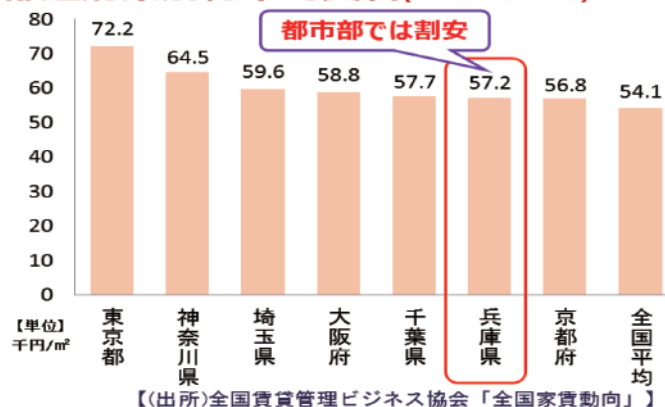
※経済産業省：工場立地件数動向調査

この点において、兵庫県は、「i）低コストでの用地取得・ii）充実した交通インフラ・iii）一定規模の人口・iv）良好な居住環境」などで工場誘致に関して、依然として他の都道府県に比して優位性がある。

①「工場誘致数No.1」の奪還

コロナ禍だけでなく、安全保障上のリスク回避の視点から、サプライチェーン※36に対する国際情勢は変化しており、日本企業の海外生産拠点を国内へ回帰させる動きも出てくる中で、兵庫県のアドバンテージを確りと喧伝し、国内外からの積極誘致に注力することは、雇用の確保はもちろん、経済の底上げにつながるものと考えます。この点については、兵庫県でも、サプライチェーン対策事業や助成・補助金の対象範囲を小売業・飲食業・ホテル等へも広げ誘致を促進している。

都道府県別総平均賃料('21年1月～3月)



さらなる施策として、新たな用地等の開発、移転・改装費用などの補助強化はもちろん、それらに加えて、現在、「ひょうご・神戸投資サポートセンター」などで行われている誘致セミナーに留まらず、進出検討企業等に対する「用地視察ツアー」の企画や「視察費補助制度」等の強化により、「工場誘致数No.1」への復活を目指していただきたい。併せて、県外企業の誘致に際しては、当該企業が地元採用を積極的に行えるインセンティブの付与を願いたい。

(2) 安心・安全なまち

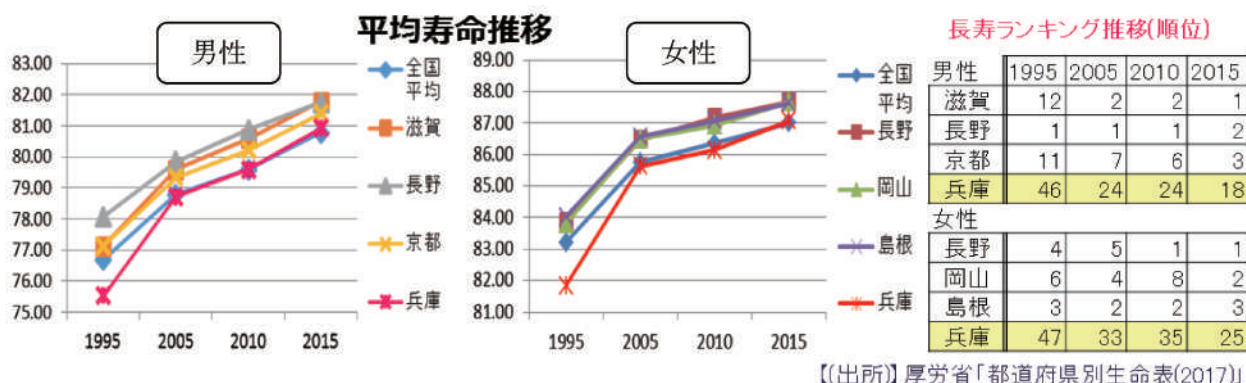
①『健康活躍県』

厚労省データによると、男女共に平均寿命以上に健康寿命が伸びており、高齢化社会におけるヘルスケアへの関心が高まっていると考えられる。

	男性	女性
健康寿命 増加分 (H22→R1)	+2.26 (70.42→72.68)	+1.76 (73.62→75.38)
平均寿命 増加分 (H22→R1)	+1.85 (79.55→81.41)	+1.15 (86.30→87.45)

企業においても、健康経営優良法人認定制度での申請数が年々増加するなど、労働環境の整備や人材確保の観点から、企業運営に「健康経営」を取り入れる必要性が出てきていると言える。

これまで、日本の介護現場は高齢者の自立支援により介護保険の利用が減れば、事業者の収入が減るというジレンマから、介護度を改善させる視点に乏しい面があったが、2021年度の介護報酬改定で政府も自立支援の後押しに本腰を入れ始めている。



※ 36：製品の原材料・部品の調達から、製造、在庫管理、配送、販売、消費までの全体の一連の流れのこと。

健康寿命の維持に向けては、「歩くこと」へインセンティブを付与する自治体の事例が多く見られる。神戸市では健康管理アプリとして 2019 年 4 月より運営されてきた『MY CONDITION KOBE』が民間サービスへ引き継がれることとなったが、こうした取り組みを県全域で行える体制を構築し、県民の健康行動から、ポイント付与・交換により、兵庫県産品の流通活性化につなげるなど、ヘルスケアの促進・充実策の展開を要望する。

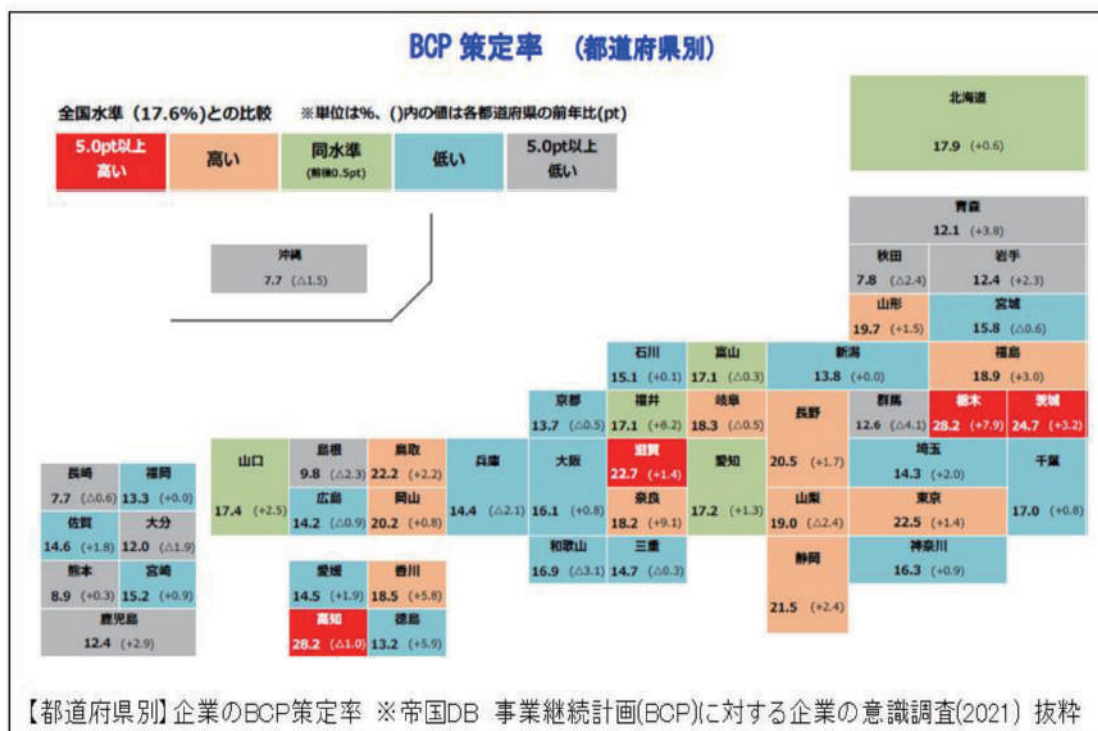
将来的には PHR (Personal Health Record) ※37 なども活用し、健康診断結果や、体重・体脂肪・血圧といったカラダ情報、歩数や食事などの生活情報のデータベース化も望まれる。

健康経営においては、中小企業ではストレスチェック・メンタルヘルスに関する仕組みの確立は不十分であり、これらの導入促進と不労者ケアに対する支援（講習、ケア費用の補助等）を要望する。

また、コロナ禍による外出自粛での社会的接点の減少から「高齢者のフレイル」も懸念される。これらの予防策として、行政イベントの実施などにより運動不足の解消や世代間交流の促進も検討願いたい。

② 南海トラフ地震など災害に『備える』体制の整備（震災後 30 年に向けた体制強化）

兵庫県下では、阪神・淡路大震災の経験から、すべての自治体で既に業務継続計画（BCP ※38）が策定されており、政府が定める「重要 6 要素」をすべて満たす市町の割合も、近畿圏ではトップの 39% である。しかし、全国的には決して割合が高いとは言えず、また、民間レベルでは 2021 年度時点での BCP 策定済県内企業の割合は、14.4% と全国平均 (17.6%) に比べ低い水準となっている。こういった対策を講じればよいかといった段階の中小企業も多く、ノウハウの指南や人材育成などに加え、まずは、策定の利点を広めることが重要である。



※ 37：デジタルを活用して健康・医療・介護に関する患者の情報を統合的に収集し、一元的に保存したデータ。

※ 38：災害などの緊急事態における企業や団体の事業継続計画(Business Continuity Planning)。企業が、テロや災害、システム障害や不祥事といった危機的状況下に置かれた場合でも、重要な業務が継続できる方策を用意し、事業継続できるようにしておくための戦略

加えて、災害時にローカルコミュニティだけでも生存維持が可能な備えとして、無線設備の充実、バイオトイレなど、災害面、環境面を併せて、フェーズフリーなども取り入れた公共設備の設置を強化願いたい。

また、老朽化している県内インフラへの対応やオールドニュータウン※³⁹などの再整備も必要と考える。特に耐震安全性への不安がある県庁舎への対応に加え、元町周辺の再開発に関しては、構造の改善や、環境・バリアフリーなどにも配慮した整備を要望する。神戸市とも連携し、ウォーターフロント開発などとも一体となった「まちづくり」をお願いする。

民間での取組促進に向けては、小規模施設改修時の許可申請等の緩和・簡素化や、空き家活用に関する規制・条件緩和も検討していただきたい。



【2022/6/7】日本経済新聞より

2025年に震災後30年を迎えるにあたり、より一層の体制強化が望まれる。南海トラフ地震の発生なども予見される中で、地域住民との情報共有強化も含めて、BCP策定支援・連携強化策の設計など、『備える』体制の整備が必要と考える。

※ 39：高度経済成長期に整備された大規模住宅団地。開発から30～50年が経過し、建物の老朽化、空き家の増加、居住者の高齢化など様々な問題を抱えている。

V. 「みらい、づくり」～地域の未来を切り拓く～

1. ひょうご・神戸の次代づくり

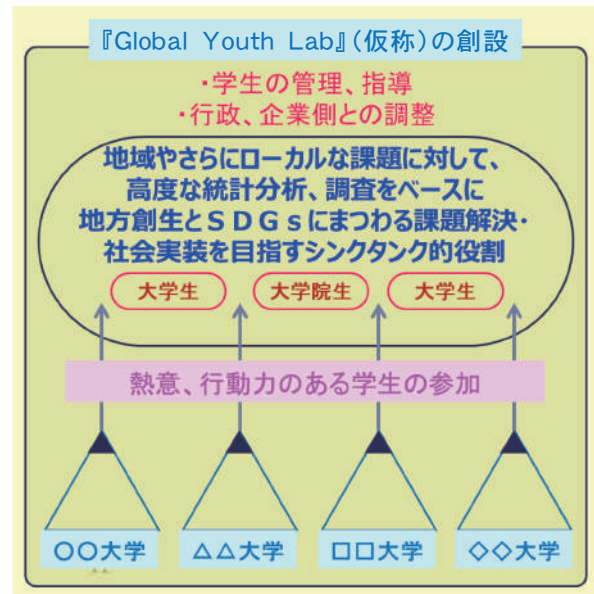
(1) 次世代人材の地域参画活性化

①『Global Youth Lab』(仮称)の創設

様々な角度から地域課題へのアプローチを行う中で、次世代のアイデアは欠かせない。

そこで、地域の優秀な大学生が集結した学生シンクタンク『Global Youth Lab』(仮称)を設立し、高度な統計分析、現地調査から得たエビデンスをベースに地方創生とSDGsにまつわる課題解決・社会実装を目指し、地域の元気づくりを推進するためのプラットフォーム構築を要望する。行政や企業が行う各プロジェクトに大学生を主とする次世代人材が参画しやすい環境を整え、研究・開発・調査等の互惠関係を醸成し、継続的な産学連携を行うことで、将来的にはより実践的な研究プロジェクトへ結びつけることを目指せると考える。

加えて、学生の活動費や、課題を抛出する企業が支払う費用の補助、学生を輩出する研究室への研究費付与等の支援も検討願いたい。

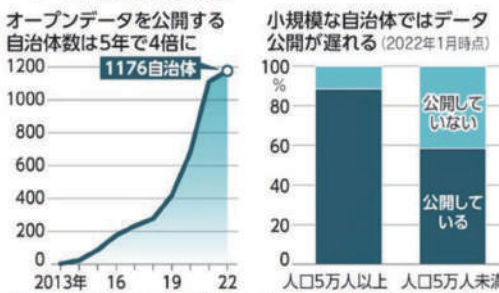


② 行政データの共有による次世代人材アイデアの登用

10府県ではすべての自治体がオープンデータを公開(2022年1月時点)



(注) オープンデータを公開する自治体の割合。デジタル庁が公表しているオープンデータ取り組み自治体を集計



【2022/7/2】日本経済新聞より

人口統計や公共施設の場所など自治体を持つ様々なデータを二次利用が出来る形で提供する「オープンデータ」の取り組みが全国的に広がっている。域内の全自治体がデータ公開を行っている府県は、岐阜県や静岡県、青森、京都など10府県にのぼり、公共交通の利便性向上や新ビジネス創出で実績をあげている。一方で、兵庫県内自治体のデータ公開率は65.9% (29位) となっており、全国平均 (68%) に及ばない。

先行するロンドンでは、公共交通情報を活用し配送の最適経路を導き出すなど、大きな経済効果を生み出しているとされる。また、海外のオープンデータサイトでは、CSVなどデータ処理しやすい形式での公開が大半を占める。

オープンデータが社会を支えるインフラの一つと捉え、企業・大学等と産官学で連携しながら、都市課題(人口減、交通渋滞)解決や医療・介護(未病)等へデータ活用出来る体制を構築願いたい。

2022年度 提言特別委員会 ヒアリング先（一覧）

No.	月日	訪問先（部署、役職は面談時）						
1	3月16日	神戸市	企画調整局 企画調整局 企画調整局 企画調整局 つなぐラボ 経済観光局 経済観光局 経済政策課 経済観光局 経済政策課 経済観光局 経済政策課 経済観光局 経済政策課	局長 担当部長 担当課長 担当 副局長 課長 担当課長 担当係長 担当	辻 英之氏 藤 岡 澄江氏 竹 原 夢輝氏 竹 本 太郎氏 豊 永 謙作氏 小 林 宏洋氏 大 下 孝音氏 竹 内 陽氏 有 竹 樹氏			
2	3月24日	兵庫県	産業労働部 産業労働部 産業振興局 産業労働部 政策労働局 産業労働部 政策労働局 産業政策課企画調整 産業労働部 政策労働局 産業政策課政策班 産業労働部 政策労働局 産業政策課政策班	部長 局長 局長 参事 班長	竹 村 英樹氏 廣 瀬 一雄氏 宮 口 美範氏 菅 澤 真央氏 長 尾 拓也氏 大 嶋 泰文氏			
3	4月1日	神戸市	企画調整局 企画調整局	局長 担当部長	辻 岡 英之氏 藤 田 尚己氏			
4	4月13日	兵庫県	中播磨県民センター	センター長	法 田 尚己氏			
5	4月15日	(株) プランナーズインターナショナル		代表取締役会長	前 田 潤氏			
6	5月23日	兵庫県	産業労働部 産業労働部 産業労働部 地域経済課 産業労働部 地域経済課 経済・雇用政策班 産業労働部 地域経済課 経済・雇用政策 県民生活部 県民生活部 男女青少年課	部長 次長 経済企画官 班長 職員 次長兼新県政推進次長	竹 村 英樹氏 宮 口 美範氏 中 島 尚緒美氏 川 口 奈子氏 高 濱 祐子氏 寺 村 晶隆氏			
7	6月3日	神戸市	企画調整局 企画調整局 企画調整局 企画調整局 参画推進課 企画調整局 参画推進課 経済観光局 経済観光局 経済観光局 経済政策課 経済観光局 経済政策課	局長 担当部長 担当課長 担当係長 担当 副局長 担当課長 担当係長 担当	辻 岡 澄江氏 藤 原 野 紘志氏 竹 萩 崇達氏 嶋 合 下 宏洋氏 瀬 大 内 孝裕氏 大 丸 良介氏			
8	6月6日	兵庫県	丹波県民局 丹波県民局 県民交流室 丹波県民局 県民交流室	局長 地域再生専門官 たんば暮らし参事	今 井 良広氏 北 田 智広氏 足 立 正道氏			
9	6月15日	兵庫県	西播磨県民局	局長	渡 瀬 康英氏			
10	6月22日	兵庫県	東播磨県民局 北播磨県民局	局長 局長	小 川 佳宏氏 橋 本 正人氏			
11	7月1日	兵庫県	淡路県民局 淡路県民局 総務企画室	局長 室長	藤 原 正隆氏 岡 田 佳久氏			
12	7月6日	兵庫県	但馬県民局	局長	登 日 幸治氏			
13	7月22日	兵庫県	丹波県民局 丹波県民局 県民交流室 丹波県民局 県民交流室	局長 地域再生専門官 たんば暮らし参事	今 井 良広氏 北 田 智広氏 足 立 正道氏			
14	7月25日	兵庫県	企画部 総合企画局 計画課 産業労働部 地域経済課 経済・雇用政策 産業労働部 地域産業立地課 産業労働部 地域産業立地課 ものづくり支援班 産業労働部 新産業課 産業労働部 新産業課 情報・成長産業振興班 農林水産部 林務課 環境部 環境政策課 環境部 環境政策課 環境部 環境政策課 温暖化対策班 環境部 水大気課 環境部 水大気課 大気班	水素・エネルギー専門官 職員 副課長 主幹 班長 課長 温暖化対策官 副課長兼温暖化対策班長 主幹 課長 班長	大 原 成幸氏 高 濱 昌弘氏 魚 住 裕樹氏 牧 浦 晴太氏 木 南 大輔氏 井 上 陽治郎氏 峯 田 美香氏 濱 月 卓氏 満 本 ゆか氏 奥 本 竜一氏 平 野 智也氏			

No.	月日	訪問先（部署、役職は面談時）									
15	7月26日	兵庫県	農林水産部	総合農政課	農林水産政策班	班長	川端忠則氏	端修子氏	忠英樹氏	則美範氏	氏
16	7月27日	兵庫県	企画部			部長	梶本修樹氏	本村英美氏	村口尚人氏	宮島奈緒美氏	氏
			産業労働部			部長	竹宮中川高濱	宮口濱	川口奈緒美	高濱	氏
			産業労働部	地域経済課		次長	川口濱	宮口奈緒美	高濱	高濱	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策班	経済企画官	川口濱	宮口奈緒美	高濱	高濱	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策	班長	川口濱	宮口奈緒美	高濱	高濱	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策	職員	川口濱	宮口奈緒美	高濱	高濱	氏
17	8月17日	内閣府	地方創生推進事務局			参事官補佐	宮里潤氏	里英之氏	潤健江氏	潤宏洋氏	氏
18	8月22日	神戸市	企画調整局			局長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			企画調整局			担当部長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			企画調整局			担当課長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局			副局長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局			担当課長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当係長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
19	8月30日	神戸市	経済観光局			局長	大畑公平氏	畑合達也氏	公達子氏	達二氏	氏
			経済観光局			副局長	大畑公平氏	畑合達也氏	公達子氏	達二氏	氏
20	9月8日	兵庫県	企画部			部長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			企画部	地域振興課		課長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			企画部	地域振興課	公民連携班	班長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			企画部	総合政策課		SDGs推進官兼副課長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			産業労働部			部長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部			次長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課		課長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策班	班長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策	職員	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
21	9月29日	神戸市	企画調整局			担当部長	藤岡健也氏	岡合達也氏	達和孝氏	和孝裕介氏	氏
			経済観光局			副局長	藤岡健也氏	岡合達也氏	達和孝氏	和孝裕介氏	氏
			経済観光局			担当課長	藤岡健也氏	岡合達也氏	達和孝氏	和孝裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当係長	藤岡健也氏	岡合達也氏	達和孝氏	和孝裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当	藤岡健也氏	岡合達也氏	達和孝氏	和孝裕介氏	氏
22	10月26日	神戸市	企画調整局			局長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			企画調整局			担当部長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			企画調整局			担当課長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局			副局長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局			担当課長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当係長	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
			経済観光局	経済政策課		担当	辻岡澄達氏	岡原澄達氏	澄達和孝氏	達裕介氏	氏
23	11月1日	兵庫県	企画部			部長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			企画部	地域振興課		課長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			企画部	総合政策課	SDGs推進班	班長	梶山北橋英二氏	山北橋英二氏	北橋英二氏	橋英二氏	氏
			産業労働部			部長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部			次長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課		課長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課		経済企画官	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策班	班長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策	職員	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	地域経済課	経済・雇用政策	班長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
			産業労働部	総務課	企画班	班長	竹宮川口西口奈緒美氏	宮口西口奈緒美氏	川口西口奈緒美氏	西口奈緒美氏	氏
24	11月4日	関西学院大学	経済学部			教授	栗田匡相氏	田田猛氏	田匡相氏	田猛氏	氏
		兵庫県	企画部	総合企画局	計画課	戦略推進第3班	班長	上田佳緒里氏	田山佳緒里氏	山佳緒里氏	氏
			企画部	総合企画局	計画課	職員	上田佳緒里氏	田山佳緒里氏	山佳緒里氏	山佳緒里氏	氏

提言特別委員会 講演会

No.	月日	講演者（部署、役職は講演時）									
1	7月5日	講演会	SDGsパートナーズ（有）			代表取締役CEO	田瀬和夫氏	瀬和夫氏	和夫氏	和夫氏	氏
2	9月6日	講演会	関西学院大学 経済学部			教授	栗田匡相氏	田田猛氏	田匡相氏	田猛氏	氏

◆参考資料

ひょうごの主な強み

「日本の縮図」と形容される多彩な産業構成



五国に多くの資源が
ちりばめられている

摂津	先端医療(医療産業)、航空機、観光他
播磨	産業ロボット・航空機、タタ、タービン他
丹波	農業(6次産業化)、観光 他
淡路	農業、食文化、再生可能エネルギー他
但馬	農業(国家戦略特区)、観光 他

モノづくり県たる所以

意外と知られていない

県内主要指標			ランク	
			全国	近畿
① 総人口	554.9 万人		7位	2位
② 県内総生産	21.2 兆円		6位	2位
③ 事業所数(民営)	21.4 万所		7位	2位
④ 製造品出荷額	16.2 兆円		5位	2位
⑤ 農業産出額	1,544 億円		28位	1位
⑥ 漁業産出額	522.9 億円		8位	1位

(①2020年1月、②2018年度、③2016年度、④2020年12月、⑤⑥2018年度実績)

【(出所)①総務省、②内閣府、③兵庫県、④兵庫県工業統計調査、⑤⑥近畿農政局】

日本のイノベーションを牽引していける産業・観光・地域資源を有しており、「多様性」に富んだ高いポテンシャルは、地域活力を生み出す大きなアドバンテージ

ひょうごの強みをより高めるアプローチ

兵庫県の強み

1.「日本の縮図」と形容される多彩な産業構成

多岐に渡る地場産業 世界遺産・温泉等観光産業 先端医療等の次世代産業

3.充実した都市の環境

充実した交通インフラ 有利な不動産賃料 国際会議開催数全国2位

5.先端科学技術基盤

Spring-8 神戸医療産業都市 富岳

7.豊富な食材

ブランド牛(神戸牛・但馬牛) スイーツ 日本酒

9.芸術・文化

宝塚歌劇 芸術文化センター 芸術文化観光専門職大学

2.全国有数の経済規模

県内総生産全国6位 製造品出荷額全国5位 農業・漁業近畿1位

4.くらしやすい住環境

短い通勤時間 大学数全国5位 医療・福祉サービス

6.充実したスポーツ資源

阪神甲子園球場 全国屈指のゴルフ場 豊富なトッププロチーム

8.歴史・情緒ある街並み

旧居留地・異人館 歴史的遺構(姫路城等) 南京町

10.高いまちの魅力

住みたい街 オシャレな街並み 住みやすさ

11.兵庫・神戸の魅力：街の声

自然も都市も楽しめる 暮らしやすい街 良好なアクセス手段

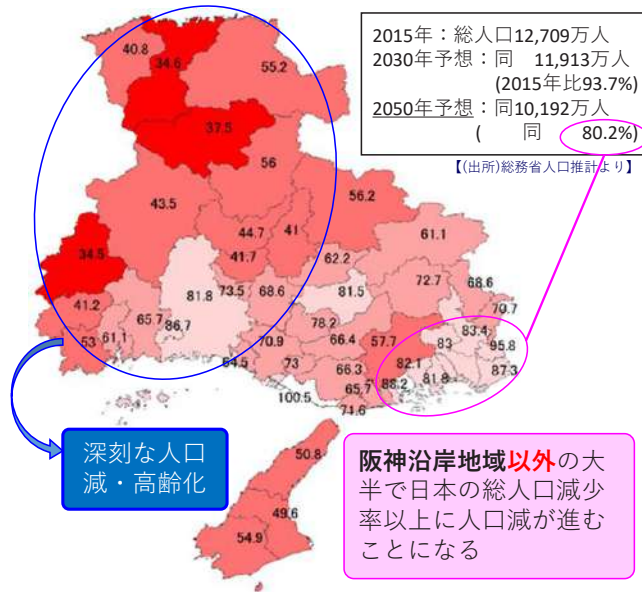
これらをアドバンテージとして課題解決の具体案に活用

ひょうごの主な弱み ～提言への現状認識～

「人口偏在」の加速と「労働人口の確保」が課題

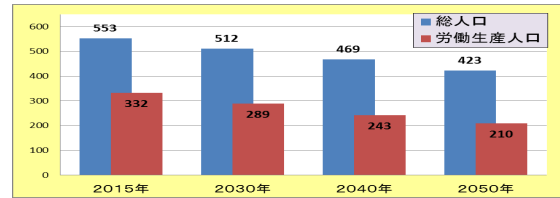
(1) 県内の人口推移予想

2050年の市区町別人口(2015年を100とした場合)



(2) 人口推計と労働力確保の課題

(単位:万人)



①「兵庫県の転出超過順位」

2021年は

	2018	2019	2020	2021
全体	11位	10位	2位	5位
(日本人のみ)	—	—	1位	1位

(外国人含む)

日本人の転出超過は2年連続ワースト1位

特に20代女性の転出超過数

▲2,672人(2021年)

*転出超過順位: 総務省
住民基本台帳人口移動報告より
*女性転出数: 総務省
「住民基本台帳」年報集計より

②「地元離れ」

県内大学生の地元就職率

29.8%(R2年)

県内大学生の
県内就職希望率: 66.0%(R2)
*兵庫県「兵庫県地方創生戦略の
実施状況報告書」より抜粋

③「中小企業離れ」

全国の中小企業社員

20年間で▲212万人

*大企業(社員500人以上)
は同期間+313万人

課題解決へのアプローチ

兵庫県の現状と課題

若者の転出超過

地場産業の沈下

女性の就業問題

東京一極集中

DX・脱炭素への対応
... e t c

県内の長期的課題を踏まえ、以下の切り口から提言テーマを策定

“しごと”づくり～地域産業の振興～	“ひと”づくり～地域に人を呼び込む～	“まち”づくり～地域の賑わい創出～	“みらい”づくり～地域の未来を切り拓く～
テーマ	テーマ	テーマ	テーマ
1. 県内総生産の推移	14. 県内人口推移	25. 地域の空洞化	38. ヘルスケア促進
2. 県内総生産の産業構造	15. 都市部と多自然地域の「人口偏在」	26. 企業誘致の促進	39. 脱炭素社会
3. 企業のランクアップ	16. 女性の就業支援	27. 新たな地域の魅力構築	40. DX推進
4. 地域企業振興・高度化	17. 女性活躍推進	28. 空き家の利活用	41. 危機管理への対応
5. 新たな産業クラスターの創出	18. 女性起業家育成・交流活性化	29. 都市の再構築・活性化	42. 大阪・関西万博への参画
6. 次世代成長産業の誘致・創出	19. 女性人材の育成強化	30. 新たなリソースを活用した誘客強化	43. 地域経済の循環
7. ふるさと納税の活用	20. 地元就職促進・人材育成	31. 都市部と多自然地域の連携活性化	44. 幸福度の高いまち
8. M&Aの地産地消	21. 副業・兼業での人材活用	32. 農業・漁業の活性化	45. 次世代のアイデア活用
9. 地場産業の成長	22. 高度人材創出・育成	33. 多様なツーリズムの創出	
10. スタートアップ支援	23. 『地元愛』の醸成	34. インバウンドの取込強化	
11. 事業承継・後継者支援	24. シニア世代の活躍支援	35. 高齢化社会への対応	
12. 後継者の挑戦支援		36. 健康活躍	
13. 事業承継支援		37. 発信力強化	

TEAM HYOGO・ALL HYOGO

強みと課題を融合し 「ひょうご五国のインテグレーション」を実現する

あ と が き

2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標SDGs、今回の提言テーマSDGsで紡ぐ「HYOGO-no-MIRAI」は、2030年はゴールではなく、未来の姿から今を考えるバックキャストを大切に、ALL兵庫、しごと、ひと、まち、みらいの5本を柱に、提言メンバー、兵庫県、神戸市、支店長・支社長の会、東播、西播、但馬、阪神、そして今年設立した丹波部会等、さまざまな立場や地域の皆様とたくさんの意見交換を重ねてきました。兵庫県や神戸市の予算編成に間に合うよう、前倒しで急ピッチで行ったことも今年ならではの取り組みです。

SDGsはマネタイズではなく、SDGsに取り組めないと、企業として生き残っていかない。そして地域を元気にしていくためには、キーマンが大切だということも学びました。

今年の提言が、みらいの元気な兵庫で活かされていることを期待しております。

関係者の皆様の多大なるご尽力に心より感謝申し上げます。

2022年度 提言特別委員会

副委員長 木田 聖子

今年度は、SDGsで紡ぐ「HYOGO-no-MIRAI」をテーマに、`TEAM HYOGO・ALL HYOGO、`しごとづくり、`ひとづくり、`まちづくり、`みらいづくり、の5つの柱で提言を行いました。我々は今、人口減少や地球温暖化をはじめとする環境問題など大きな課題に直面し、どのような社会を次の世代に引き継ぎたいかを真剣に考えなければなりません。提言内容は多岐に渡っていますが、その一つひとつを実現することが、よく生きられる（well-being）社会をつくる第一歩だと考えます。社会を変えるのは、行政や企業・個人が一体となり、「未来の自分ごと」として行動することが必要だと思います。

今回の提言活動から私自身も多くのことを学びました。その中で国連「環境と開発に関する世界委員会」委員長をされた元ノルウェー首相ブルントラントさんの言葉が今でも印象に残っています。「サステイナブルな社会は、今の世代が次の子どもたちに借りを作ってはいけない。」

最後に、提言委員・ワーキンググループメンバー・同友会をはじめとした関係者の皆様に心から感謝申し上げます。

2022年度 提言特別委員会

副委員長 土井 正孝

2022年度 提言特別委員会 委員・ワーキング・アドバイザー・事務局名簿

委員長	渡 辺 真 二	早駒運輸（株） 代表取締役社長
副委員長	木 田 聖 子 土 井 正 孝	(株)チャイルドハート 代表取締役 内外ゴム（株） 取締役社長
委員	井 植 敏 彰 井 谷 憲 次 笠 谷 泰 宏 河 上 哲 也 木 下 和 彦 筒 井 直 子 道 満 龍 彦 藤 浪 智 二 樋 口 浩 子 星 加 ルリコ	塩屋土地（株） 代表取締役社長 T O A（株） 取締役会長 (株)笠谷工務店 代表取締役社長 (株)三井住友銀行 公共・金融法人部（神戸）部長 阪神内燃機工業（株） 代表取締役社長 (株)電通西日本 神戸支社 支社長 オリバーソース（株） 取締役 企画室 室長 昭和精機（株） 代表取締役社長 西日本電信電話（株） 兵庫支店長 (株)R U R I K O P L A N N I N G 代表取締役
WG	西 田 健 悟 川 上 和 也 小 堂 英 子 西 澤 公 明 渡 邊 亮 介 小 谷 陽 香 堂 本 都 光 小 森 準 平 茶 谷 亮太郎 山 川 惇 生 小 西 信太郎 島 田 菜 実	(株)みなと銀行 経営企画部 グループリーダー (株)みなと銀行 地域戦略部 グループリーダー (株)みなと銀行 法人業務部 事業性評価室 アドバイザー (株)神戸製鋼所 総務・CSR部 総務グループ 係長 (株)神戸製鋼所 サステナビリティ推進グループ 係長 (株)神戸製鋼所 サステナビリティ推進グループ 係長 川崎重工業（株） 総務本部 総務部 業務管理課長 (株)神戸新聞社 経営企画局経営企画部長 (株)三井住友銀行 管理部（大阪）秘書室 室長代理 (株)アシックス 秘書部渉外チーム 東京海上日動火災保険（株） 神戸支店 営業第二ライン 課長 住友ゴム工業（株） サステナビリティ推進本部 課長代理
チーフアドバイザー	服 部 博 明	(株)みなと銀行 取締役会長
アドバイザー	檜 木 一 秀 佐 伯 里 香	(株)神戸製鋼所 顧問 (株)ユーシステム 代表取締役
事務局	富 田 行 保 古 川 暢 哉 真 鍋 崇 志	(一社)神戸経済同友会 事務局長 (一社)神戸経済同友会 事務局次長 (一社)神戸経済同友会 調査役



HYOGO^{プラス}+

～ 学びと交流を通じ、語ろう、創ろう、兵庫の新たな活力を ～



ひょうご・神戸の輝く
「みらい」へ

ひょうごに
住みたい

ひょうごで
起業したい

ひょうごで
働きたい

ひょうごに
帰りたい

ひょうごで
子育てしたい

ひょうごを
訪れたい

ひょうごを
知りたい

ひょうごに
移住したい

ひょうごで
学びたい

ひょうごと
繋がりたい

「ひょうご愛・地域愛・企業愛・母校愛」を育む

一般社団法人 神戸経済同友会

Kobe Association of Corporate Executives

〒650-0035 神戸市中央区浪花町56番地

TEL (078) 331-5584 FAX (078) 392-7236