

# 第2回地域デザイン会議（企業人G） 会議録

## 日時

令和2年9月18日（金）10:00 ～ 12:00

## 場所

新長田合同庁舎（神戸県民センター） D、E会議室

## 内容

意見交換

前半：地方と都市の関係

後半：企業間連携

## 出席者

別紙のとおり

(座長)

早速、前半は、都市と地域、地域と都市の関係になる。今回は2つずつのテーマについて、前回のデザイン会議や検討委員会で出てきたテーマを集約していくと、こういうキーワードが拾えるのではないかとということで、挙げさせていただいたところ。

一言で地域と都市の関係といっても、農業や生産というテーマもあれば、働き方や、どこに住んで、どこで働くかという観点もあれば、その交流ということもある。交流人口という言葉もあるが、そういう様々な観点から多分捉えることができると思う。

あまり狭く捉えずに、広く、特に皆様が様々な業界やフィールドで働き活躍されている方々なので、ご自身のフィールドで感じるところを挙げていただければ、県庁チームがキーワードをまとめて、全体のビジョンに反映させていくというプロセスになっているはず。

前回は大きな会議で、1人ずつマイクで話をして一周したら終わりという感じだった。今日は、少人数なので、割と人の話にかぶせていきながら、あまり順番に話すということは考えずにやっていただければいい。

前回も少し副知事の方からもご説明もあり、私の方からも紹介させていただいたが、長期的なことを考えるうえで3つのキーワードがあると思う。

1つは将来予測である。人口や社会構造がどうなっていくかという具体的な指標によって将来予測する。

もう片方にビジョンがあって、行政視点のいわゆるこういう政策をしていくというビジョンと、それから、今回我々がタスクとして受けているような、住民視点で、そこにいる人が将来的になっていきたい、こういう場所に住みたい、こうなって欲しいという住む側や働く側の視点からのビジョンという二つのビジョンがあるだろうと思う。この二つが組み合わせられて具体的な政策に落ちていく。それは長期的な政策と短期的な政策に分かれると思う。

30年後というと、かなり遠いことを考えるが、こうあって欲しい、こうあるべきだろうなという点、或いは、そこにつなげるために現状どうであろうか、或いは、今は種とか小さな芽だが30年後にはこれが普通になって当たり前になっていくといいという。そういうアイデアを、ぜひ挙げていただきたい。

これはキーワードに関係なく、デザイン会議の一つのタスクとして、そういうキーワードをたくさん挙げて行って、それを集約して行って将来のビジョンになるという組み立てになっていると思っていただければと思う。

(座長)

さて、今日は、都市と地域、地方と都市として、これはあくまでもこの兵庫県の中でのことになるが、一つ、前回近郊農業のあり方みたいな話で、少し都市と地域の関係に触れていただいたので、農業関係から、今、地方と都市との関係としてどういう状況にあって、これが今後将来的にどうなっていけばいいだろうという話題振りのような話をいただけるとありがたいが、いかがか。或いは近郊と都市としても構わない。

(農業A)

今日は車で来たが、時間でいうと40分かからずにここまで来ることができる。距離はとも近くて、20キロぐらいしか離れていない。しかし、六甲山が心理的に壁になっているのかわからないが、実際の距離よりも、都市部と田園部の距離が開いている気がする。

このまとめに、「地産地消を進めていけば、地域が豊かになる」と書いていただいているが、地産地消の取組は、もう何十年も前から兵庫県や神戸市、JAなどの各関係機関が進めているが、実際はなかなか進んでいないというのが現状である。

農産物は値段の割にかさばるものが多くて、物流で言うとコスト的に合わなくなってくる。そこを何とかしようという取組を、過去に僕自身も、兵庫県や神戸市とプロジェクトを組んで進めた事があるが、解決に至らなかったというのがある。

また、思った以上に疲弊が進んでいて、10年後20年後には、田んぼをやる人がかなり減って、荒れ地が増えると思う。

生産の部分の話と、出口の部分の話だと思うが、出口は地産地消を、これから物流の方もどんどん改善されて、何とかなっていくのかもしれない。実際、神戸市の人口からすれば、生産量は地域内で全然足りてないという現状のため、チャンスはあるのかなと思う。しかし、生産するとなると、自分のところだけで頑張っても、農業は割と地域の資源がある。例えば、池から水を引いてくるというのも地域で守っていく。水路を守っていく、パイプラインを守っていく、農道を守っていく。そういった人手がどんどん減ってきていて、その地域に頑張っている若手の農家が1軒あれば、どうにかなるかというのは難しい問題があるのかもしれない。それを解決していくにはどうするかというのは、知恵を出さなければならぬ段階にきていると思っている。

(農業B)

個人的には、地域、地方と都会、北区や西区と海沿いはとても近くには感じているが、逆に皆さんから北区はどう見えているのかなというのはある。

ただ、とても住みやすい場所で、いい場所だとは多分色んな人が思っていて、家があの辺にできるとすぐに新しい人が住んでいるというのは現実的にある。

一方で、北区の中でも大沢、或いは市街化調整になっているような本当に田んぼの地域となると多分見え方がまた違ってくるのかなと思う。そこで住もう、そこに何かしようというところまでは、こないような状況になっている気はしている。そうはいつでも(農業A)さんが仰ったように、現実的に水利や農地、道路などの色んなところ、特に水のところが大きい、守らなきゃいけないところがある。守ろうと思ったら、そこに人が居なければできない。でも、そこでいざ農業をやりたいという話になると、やっぱりハードルが高い。その辺に住みたいという思いがある人が、たくさんいるのであれば、農業生産はすごく大事だが、農業生産というだけの問題ではなく、もっと若い人の色んな目線で、こういうことやったらここをうまく使えるのではないかと、そういった取組みになれば、逆に裏を返してみれば、自由にできる土地が何十ヘクタール、東京ドーム何個分もある状況

なので、面白いと思う。

(座長)

ハードルの高さという話。例えば市場的には、それこそ地元のものを食べたいという欲求は常にあると思う。一方、出す方としては、それはなかなか維持していくのはしんどいという。多分、日本全国的に抱えている問題だが、神戸市内で既に、北区の中でそのような状況になっているというのは、結構将来構想を考える時にはハードな条件になっていると思う。

北区や西区の中で、例えば、実際に若い人が沢山移り住んで、農業をやっているという例がないから、今大変だという話だと思うが、何か芽みみたいなものって見たり聞いたりされていないか。こういう取組みがもう少し広がるといいという話だとか。

(農業A)

実は兵庫県内で見ると、神戸市の新規就農者、全く非農家からの新規就農者は、一番多い。なので、我々の周りでも、新しく始めたという人が、割とちらほらと見受けられる。特に西区はかなり多いと思う。そういうところは進んでいるが、実際やってみて、収益を上げることができて成功しているかは別問題であり、難しくなってきたというのが現状である。若い人に来てもらったらいいと思われるかもしれないが、それで生活ができるだけの農業生産をきっちりとできる人が少ないので、ただ単純に若い人に新規就農で入ってもらおうという流れは方向性として少し良くないのかなという気がしている。

それより、今の既存の農家でやる気のあるところ、経営力のあるところが規模を拡大して、独立就農というよりも雇用就農という形で、若手を入れる。その方が、失敗も少ないということもあるし、大きい農業法人が出来上がれば、その農業法人で地域を守っていくということもできるのではないかと個人的には思っている。

(座長)

皆さんどうですか。

(観光)

都市から近いことで、メリットもあると思う。都市から近いことによる農業の特徴は、どんなことがあるのか。例えば、新しい方が入ってきてうまくいかないというのは、土地代が高いのか、コストが高過ぎるのか。もし、もっと田舎のほうで立ち上げると、新規就農者でもうまくいくのか。神戸ならではの難しさがあるのだろうか。

(農業B)

神戸の農業、都市近郊であることのメリットで言えば、やはり消費者に近いところがある。本来、農作物はいわゆるJAや市場を経由して、最終消費者、或いは、スーパーを通過して最終消費者に届くので長い距離になるが、かなり短い距離で届けられることがある。先ほどの地産地消という話になってくれば、近い距離で届けられる可能性があるということ。

(農業A)さんのところもそうだし、うちも短い距離でやっているのでも、単価的には恵まれている。なおかつ、声としてフィードバックを聞くことができ、それは大きなメリットだと思っている。本来でいうならば、新規就農する方も、ある意味やりやすく、単価はとりやすい場所なのかもしれない。しかし、例えば、トマトであれば熊本が大産地なの

で、ある程度面積が固まっている。単価が安いかもしれないけれども、いきなり広い面積でとりあえず作ると、そこから先の流れは確立されているようなイメージ。逆に神戸でやろうと思ったら、人それぞれ、生産や販売などのやり方は統一されていないので、それぞれがしっかりと考えていかなければ、なかなかうまくいかないというのはあるのかもしれない。

#### (観光)

販売が難しいということか。良いものを作っても高く売る出口がないというか。

#### (農業A)

うまくいかない一番の原因は、技術的なものがあると思う。これはもう本人の努力でしかない。何故か農業というと牧歌的な生活をイメージして就農される方が多いが、実際はものすごく忙しい。かなり頑張らないと、なかなか一人前になれない。そこは少し勘違いされている方がいるという問題もある。

販売の面でいうと、先ほど(農業B)さんも仰っていたが、産地はある程度の物量が確保できる中でロジスティックを行っているので、北区から車を1台チャーターして神戸にもっていくよりも、実は熊本からトマトを持ってくるほうが安いというおかしな現象が起こっている。地産地消のことで、プロジェクトを組んだときもそうだったが、物が揃わない。都市近郊ならではだが、少量多品目栽培をする方がすごく多い。みんなこの辺の農家は白菜を1軒辺り何ヘクタールも作っているという状況ではなく、品質も統一されていないし、物量や規格も個人に任せきりで統一されていないので、販売の部分でまとめてやりにくいのかなというのがある。

#### (商店街)

元町商店街は、元町六丁目が一番西の方になっていて、昔は物販ばかりのお店だった。しかし、最近近くには高層のタワーマンションが増えて、住民が増えているため、商店街の中にも八百屋や魚屋が増えている傾向がある。その中で、兵庫県産の野菜北播磨おいしんぼ館や元町マルシェもあり、地産地消の店は少しずつ出ている。

その中でも、地産地消ではなく違うところからの仕入れだと思うが、結構安価で売っているところがある。両立してやっているのだから、ある程度単価が高くても売れるのかな、売り方によっては出来るのではと考えている。JA兵庫六甲は移動販売もされていると思うが、アンテナショップとかはあんまりないのだろうか。神戸の野菜を販売するというのはいらないのか。

#### (農業A)

一応、兵庫六甲が御影マルシェというアンテナショップを出しているが、そのアンテナショップで販売した内容が、農家にフィードバックされているのかということ、そこまでは至っていない。兵庫六甲は尼崎や伊丹、川西などにもあるが、そこをトラックがまわっていく。御影マルシェに着く頃には、朝一に出たものが夕方ぐらいに到着する。地産地消と言いながら、実は店に並ぶのは次の日だったりする。それも本当に物量が揃わないからだと思うが、そういった問題はある。

#### (商店街)

もう一つ、先ほど少量多品目で作っているという話があった。神戸は軟弱野菜が多い

が、育ちやすい環境にあるということなのか。他が育ちにくいのか、神戸だからこういう野菜が育てやすいとかがあるのか。

(農業A)

軟弱野菜に関しては、西区の土壌は水はけがいいので、すごく作りやすい環境があつて、早くから産地化された品目の一つである。神戸の特産と聞いて、なかなか思い浮かばないと思うが、裏を返せば何でも作れる。とても寒い地域だったらこれしか作れないとなるが、神戸地域は比較的何でも作れてしまうので、直売がやはり多い。そして、少量多品目である。

直売では、そんなに儲からないという現状も実はある。中間マージンを省くから、直売だったら儲かると思われるかもしれないが、実は売れ残りというリスクを農家が負担しなければいけない仕組みになっているため、儲かるというところまではいかないのかもしれない。

(観光)

例えば、何かトップクラスのブランドができるにあたって、土地の必然性があるのか。

(農業B)

本来神戸だからこそというもので、本当のいちごの産地であれば栃木や九州、トマトであれば熊本になる。何でもできるが、すごく向いているというわけでは正直ないと思う。なんでもできるから、すべてにおいて中途半端というところがある。

いざ本当に力を入れて品目を絞って作ろうという話になったとしても、面積的に、例えば田んぼの面積が、本当の地方に比べたら小さい。そのため、何かに特化して、戦略化でブランドを作っていくというところも、もしかしたら普通に考えるよりもハードルが高いかもしれない。ただ、頭を柔らかくして考えたら何か出てくるかもしれないが。

(IT)

何か一つを皆で特化して作っていくということをしない理由があるのか。いろんな種類を作っていた方が収益は上がるものなのだろうか。

(農業A)

熊本のトマトや栃木のイチゴというと、部会組織があつて、多くの農家が同じ品目、例えば栃木だとイチゴというだけではなく、品種まで統一して作っており、沢山作っても捌け口がある。神戸には大きい部会は少ない。軟弱やテッポウユリなど、他に大きい部会がないので沢山作っても、売り先がないという状況である。

また、市場が引き取ってくれるが、産地に負けてしまう。市場は手数料が収入なので、どうしても大きいロットで持ってくるような産地を優先して扱い、個人が市場に持ち込むと競りでも最後のほうに出される。なので、なかなか値段がつきにくかったりするので、今はJAやオートボックスとかが作っている直売所などに売り切れる量を作っていくというやり方が定着している気がする。

(IT)

お伺いしていると、販売方法や物流に課題があると思っている。配付資料の地産地消のところを見て気になったのは、地元でとれたものは食べたいが地元のものを買っているかと

いうと、平均以下である。買いたいと思っているのは、他の地域よりも多いので、エンドのユーザーと生産者の方、その間に問題があるのかなと感じている。

別の市の話で申し訳ないが、ある市では、コロナ禍において観光業が落ちてきたので、地元で採れた野菜を地元の方々に売ること、地域を守ろうという市の考えがあった。そのプラットフォーム、ECサイトを作って、それを売ろうという。個人でECサイトを持つと結構なお金がかかる。ちゃんと作ろうとしたら、物流の確保も必要にもなる。そこで市が主導してプラットフォームを作って、市が物を集めて配送の業者も手配するとなっていたが、結局挫折した。

先ほどの話で、法人的なお話があったと思う。Amazonがすごいのは、売れ筋でない様々な商品を取り扱うだけのパワーがあるということである。これは言い換えると売れ筋でない特殊な野菜が売ることができることを示している。そういったプラットフォームを作って、いろんな農家が特殊な野菜を売って、それが欲しい地元の方が多少のお金を払っても購入できる仕掛けや仕組みづくりが必要になってくると思っている。

実際に現状をお伺いしたいが、ECやデジタルを使った販売をされているか、もしくはされている同業者の方がいるのかお伺いしたい。

#### (農業B)

今現状、うちや(農業A)さんのところも使っていない。インターネットを使って販売はしているが、少ししかしてないのは事実。近隣でもそんなに聞かないかもしれない。もちろん、おそらく原価勝負で生産物を作っても、勝てない。人のコストもこっちのほうが高いし、あらゆるもののコスト、資材にしても量がまとまらなければ高いしということで原価が上がってくるので。原価勝負ではなくて、何かしら特徴の持ったものを販売しなければいけないというのはある。

現段階で、うちの場合だったら、トマトをかなり専門にしているが、ある程度の量がまとまれば市場で勝負ができるかもしれない。少量多品目だと直売ぐらいでという話かもしれない。うちは中途半端な量で、ある程度の量はまとまっているけれど、多くはない。なので、地元のスーパーと手を組めば、ちょうど量のバランスがマッチングするので、なるべく地元のスーパー中心に販売しているというのがうちの状況ではある。

#### (IT)

内情を聞くと、ECは厳しいだろうか。提案する側の立場ではあるが、売り手側の立場を鑑みるとマージン取られるのは厳しいのかなと思っている。そこに対して、例えば、ある程度バックマージンを取らないような形の中間的な企業を置かないといけないとおもう。大企業になると利益を考えてしまう。中間に立つ組織としては市も関わっていただけると嬉しいと思うが、そういったところを取りまとめてもらって。農家が30人集まって商品をだして、30人分の商品を一括して、販売と物流を担当できるところが実現するとしたら、多少は見えてくるのかなと素人目線で考えてしまうが、その考えは甘いのか、面白いのか、意見があれば教えていただきたい。

#### (農業B)

あくまで個人的なイメージだが、少なくとも、ECで物を売るとなると、間の手数料や物量を含めて、個別で配送しようとするとかかなり高くなるので、消費者にとって普段使いの生活にマッチするのかなというのはなかなかハードルが高い。

一方で、例えば、オイシックスのようなものになってくれば、消費者にとっては実はか

なり高いが、メリットがある作りこみができているのは事実としてある。まとめるだけではなく、消費者にとってどういう価値を感じられる、神戸のこういうまとまりだから消費者が喜んで買えるというところが、セットについてきて初めてかなというような気はする。最近、ウーバーイーツをよく見るが、結構高い。でも、たくさん走っているので、ある程度高くても欲しい人はいるということ。

例えば、今回は地方と都市という話だが、ウーバーイーツの拡大版というところで、都市の人が、多少の配送料や値段を払っても、簡単に配送できるというような未来。遠い未来でいうと、ドローンなのかもしれない。しばらく先だと思うが、そういったところが実現していければ、地方と都市が結びつくようなことができるのかなと感じた。

#### (農業A)

普段から疑問に思っていることがあって、地産地消、地元のを食べたいと皆さんから仰っていただけるが、なぜ地元のを食べたいのかというのが素朴な疑問としてある。実は、産地のレタスとうちで作ったレタスが、そんなに変わらない。食べても、どちらもおいしいと思う。地産地消に向く品目と向かない品目って、品質に差が出やすいものと出にくいものかであると思うが、なぜ、地元のを食べたいと思われるのか、という理由を教えていただければ。

#### (座長)

食べる側と使う側との住み分けがあるとは思いますが、どちらかの立場からお1人ずつぐらいいお願いしたい。

#### (観光)

旅館も同じで、地域の風情を感じて欲しいから地元の方に泊まって欲しいというのがある。しかし、実際はそんなことはなく、遠くから来られる方や海外から来られている。例えば、スーパーに行くと、地元野菜は並んでいるが、少し高い。私自身、同じキュウリが安く売っていたら、味がどれだけ変わるのかもよく分からないので、つつい安い方を買ってしまう。

そういうことからすると、私が感じるのは、地産地消というのは業界的であったり、県や市から見たら、そうして欲しいことだろうけれど、消費者の感覚からすると、少しずれている部分もあるのではないかと思う。

一方で、今はサプライチェーンで、難しい部分があるのかもしれないが、10年20年先を見て、こんなのがあったらいいというのは、近いというがあるので、例えば、車でここから30分走ったら北区の田園地帯に行けるので、今の季節はこんなものが実っているねと見ながら、買う。子供を連れて行って、こうやって実っていると見せながら、日常的に何かそういうことができたなら、神戸っていいなと思うのではないだろうか。

もう一つ、あったらいいと思うのは、例えば、多品種で多く作る、しかも近いというところで言うと、良いレストランや旅館も沢山あるので、シェフと農家さんの一対一で、話しながらこんな野菜を次の季節に作っていきましょうとかやりとりすることができれば、レストランのシェフからしたら、地元で自分の一品のために、酸味を効かせてもらった野菜を作ってもらいましたと言うことができる。そういう世界になると、近い、なおかつ何の野菜でも作ることができるというメリットが、とても生かせるのではないかと思う。



### (医療)

主婦目線、家計を支える女性目線で言うと、やはり値段と新鮮さのバランスで日々選んでいる。例えば、淡路の玉ねぎと北海道の玉ねぎが売っているときに、安い方を買うときもあり、新鮮な淡路のものを買うときもあり、2つを比べてバランスで選んでいる。

先ほどのお話を聞いていて、地方は生産、都市は消費という関係が成り立っており、地方から都市への繋がりには物流で繋いでいるわけだと思うが、都市から地方の繋がりには、今どうなっているのか疑問に思っている。幼少期に名古屋に住んでいたが、日曜日に車で1時間ぐらいの市場や漁港に家族で行って、新鮮な野菜や魚を買うことがとても楽しみだった。神戸は、そういう旅行に行ったり、農家の直売所に行き、買うという文化があんまりないのかなと感じている。農家目線で、都市から地方に人が来て、買いに来ることはメリットになるかどうかを知りたい。

### (外資)

スーパーで買い物をするときは、地元産のものをできるだけ選ぶようにはしているが、安全性よりは、単純に神戸の人達を応援したい人が、多いかなと思った。(医療)さんが仰った都市から地方に行く理由で、少し思ったのは、場所や地域によると思うが、近所にスーパーがあって、新鮮な野菜を買うことができちゃうので、あえて地方に新鮮なものを買うに行く理由はあまりないと思う。

ただ、例えば、自然に触れたいとか子供に農業体験をさせたいという人は、積極的に自分で情報を探して、例えば北区にフルーツパークがあるから行こうとなると思う。なので、ここにこういうのがあるよということをもっと知る機会であったり情報であったりということがあれば、そこまで興味がない人も、行ってみようとなるきっかけが増えるのかなと思った。もう興味がある人は既にやっていると思う。

### (IT)

なぜ買うのかというと、意外とブランド品を求めるところと一緒に、実は地元野菜が美味しいといった良さはわかっていないのではないかと。兵庫県産の方が良さそうというイメージだけで買っているというのは、一定量あるのではないかなと思う。地元産を買ったらいよいよね、買っている自分がいいよねというのは一定量あると思う。

### (座長)

おそらく北区や西区と、非常に消費者と近いにもかかわらず、その近さがなかなか生きてこないというか、すごく障壁が高いということ。それが多分課題になっていると思う。なので、一方で、今日お話があったが、地産地消と交流性を結びつけるというのが一つのキーワードだったと思う。つまり、今は、割と地産地消の話がそもそもそうだが、商品を地方から都市へとにかく運ぶということにすごく専念しているし、都会で手に入らないものを近郊からとにかく入手をするという方向だが、逆向きもあるだろうという話である。多分、今神戸の場合は、それは丹波や豊岡ぐらいまで行くと思う。田舎に行くと何かしようとする、北区や西区を通過して、もっと遠くに行ってしまうし、兵庫県は奥に行けば行くほど自然があるので。ただ、それはもったいないという話だと思う。つまり、実は地域の中にも、こんなにまだ分散のあるというか、都会と田舎的な雰囲気があって、生産が豊かな土地があるということが、実は我々もよく見えてないところがある。意外とこの北区と西区、それから六甲山の障壁が高く感じて、ただ、その間の関係が意外と遠く見られているのだなと。ここを近づけていくということはすごく大事なことだ

ろうと思う。他はどうか。生産の話から始まって、都市近郊農業とか、地元で作られているものをこれからどう考えていくといいかという話である

(洋菓子)

地産地消はベストだが、8店舗経営していて、果物屋さんと5店舗ぐらい契約していて毎日、持ってきてもらっている。地元のものを使うというのは、多分ブランディングである。これを使っています、この農家さんのところを使っているというのが、一番大きいのかなと思う。

(座長)

今日は途中から売る側や使う側、消費する側であったり或いはそれを仲介してサポートする側であったりという内容だった。

この後は企業間連携の話をするが、同じような展開になるかもしれないが、ひとまず今日は、この話題についてはここまでということでちょっと休憩をとらせていただきたい。10分ぐらいいただいて、11時になったらお席に戻っていただいて、後半の企業間連携ということで再開したいと思う。

(座長)

すでに前半から話は入っているが、後半戦テーマとしては、企業間連携という一つキーワードになる。これは、もともとの話でいうと、神戸は割と重厚長大産業的なものがあって、その下に企業が連なるという、そういう点から非常に特に精査製造業の方で、非常に大きな集積がある。もちろんこれは形を今後変えていくことになってくるが、やはりこの集積をどうやって生かしていくのかということが一つビジョン会議の全体の方ではあったのではないかなと思う。

加えて、まちづくりやにぎわいという観点からいうと、面としての企業間連携の典型的なものが商店街みたいなものになってくると思うし、或いは、先ほどから出ているように、生産者と消費地の関係、或いはそれを使う側、作る側ともいろんな連携の形があると思う。

ここでも、この形は今後どうなっていくべきであろうか、或いはどういう形が望ましいのだろうか、或いは、今、神戸市に集積している様々な連携の形というものを、今後どういうふうに生かしていけるのか。そういう観点からの皆さんで意見をまとめていくと、おそらくビジョン全体会としては捗るだろう。

これも皆さんが関わっている様々な分野から、具体的な事例でも構わないし、こうあって欲しい或いは今こういうことで連携が進まないという話でも構わない。話題提供していただければと思うが、どうか。

(工業)

先ほどお話があった通り、神戸界隈は重工業が割と強くて、それに関連する機械加工屋さんや相当数ある。その形をなしているところは、技術も進歩させながら発展しているところである。一方で、ずば抜けた技術力がないところ、今までだったらやっていけたところが、ちょっとこの境界隈の重工関係が落ち気味なところがあり、すごく厳しくなっている現状がある。

また、人手の問題がある。農業も一緒だと思うが、人がいない。その中で生産性をまだあげないといけない。さらに、技術を上げるためには設備投資が必要不可欠というところで、仕事の量は増えないのに設備を投資していかないという苦が沢山あるのかなというところ。

後は、大手さんたちも、やはり価格だけで押し付けてくるところがあるので、海外に押される面もあり、地産地消ではないが、今まで使っていたのに向こうの方が安いから向こうに移るということがよく見受けられる。今まで、成り立っていた部分がグローバルゼーションや他の中小企業の中でも大きいところに、全部根こそぎ持っていかれているのが現状かと思っている。

(座長)

面としてはどうか。元町商店街も一つの企業連携的な集積地のような気がする。

(商店街)

商店街の中で、なかなか自社で製品作って売っているところはなくて、皆さんどこからか仕入れて販売するという形になっている。みなさん大体店で実物を見て、サイズや製品の質を確認して、ネットで買うスタイルになっているので、商店街のあり方が難しいと思う。今後、商店街が物をただ売だけというのは、なかなか厳しい状況にあるのかなと思っている。

(座長)

多分神戸だけではない問題だと思う。製造業が海外流出して、設備投資が大変な上に人手不足という。そういう中で、同業種間の連携プラス異業種間みたいな組み合わせもある。

実際私も上手くいっているのかどうかよく分からないが、地元企業同士でコラボして上手くいったというケースは本当にレアケースなのか。やっぱりなかなかないのだろうか。

(工業)

私は機械金属工業会に属していて、相当前にやったけれども、やはりうまく形をなさない。製品はできたが、販売にまでは至らない。私たちは作っているだけの人間なので、そこから先が進められないというところで止まったらしい。それが何十年も前の話で、そこからはやってないというところが現状である。やるにあたって、自分の仕事を持ちながら、そのリーダーを立てないといけないので、そのあたりで問題が発生してくるという話はOBから聞いたことがある。

(座長)

商店街の方は、たまにイベントをやると、とても人がありましたということがあると思う。こういったものもなかなか続いたり続かなかったり、というところはあるのだろうか。

(商店街)

イベントはその時だけの集客がメインである。商店街では、兵庫県や神戸市の支援を受けながらイベントを実施しているが、一過性だけで定着するというのはなかなかない。その時には新聞などメディアに取り上げていただいて、商店街の名前や地名が出るが、その後に来るかというと、そもそもが・・・というところがある。多分、根本はお店自体、その地域自体に魅力がないといけない。イベントは単に来るきっかけであって、結局そこで、いつもある店は普通だと思われると、何の魅力もなく、そのまま来なくなる。結局は自店舗の魅力を上げていきながら、そして何かしら連携しながらイベントをして、集客することが必要だと思っている。

(座長)

連携そのものが確かに負担になる。つまり、マネジメントするという仕事がプラスされるという。その辺をIT企業がそれをサポートするみたいなところはないのだろうか。

(IT)

イベント事業会社のようなところが三宮にあるが、兵庫県のとある市がイベント事業会社に、毎年お酒を販売するイベント企画・運営をお願いしている。ただ、今年はコロナの影響で、そのイベント自体を行うことができない。オンラインでイベントを配信するのはコストもかかるから、ズームで行うが、イベント自体を行っても収益が全くない。イベントに来たときに皆さんがお酒を買ってくれて、初めて収益になって、かつ、お酒を知ってもらって恒常的に買ってもらえたら、それが利益になる。じゃあどうしたらいいか、というときに企画されたのがEC販売である。そういったコラボはある。イベント事業会社はイベントを企画し、芸能人の方を呼ぶ。市は、イベントの市にある酒蔵さんと連携をとり、

配送はJAさんにするだとか。デジタルのところは、他の会社の強いところ、弊社みたいなところに声がかかったというパターンはある。

(座長)

商店街も個々の魅力がっていう話だったが、割と個性のあるというか、エッジの効いたお店自体、会社自体はあるような気はする。しかし、先ほどマネジメントそのものがプラスアルファの仕事になるからやっつけられないという話もあるが、これがちよつともったいないなという。いわゆる企業城下町的な状態だったところに、お城が割と衰退してきたというところで、城下町は残っているわけである。個々のポテンシャルのある企業が、そのままバラバラになってしまうのがもったいないなという気がする。神戸の産業構造は30年後にどうなるのだろうというところは多分ビジョンにも入ってくるだろうと思う、

では、この辺はもう自由に、何かこう思うということがあれば言ってもらって構わないと思う。いかがだろうか。有馬温泉も割と上手くいっている例だと思うが、どうだろうか。

(観光)

同業者組合があるので、一緒にプロモーションを行うというのはずっとやっている。それはそれで上手くいく一つの連携の仕方かと思う。

もう一つは、当社では、お土産品を自社開発のものを増やしていこうとしている。それによって、宿の個性を深く発信できるのではないかということで、例えば、茶を開発したり、オリジナルのうちわを作った。新しいものを作ろうとすると、どうやって作っていくかというのも全然分からず、それを調べながらやっていく。そこが、もう少しスムーズにいけばいいのかなと思う。

先ほどの話に戻ると、例えば、北区の農家さんたちが、都市部からお客さん呼んで、半分観光的で、なおかつ物を買うことができるというシーンを作ろうと思うと、もしかしたら、それは観光との協働というのがあるかもしれないと思うので、新しい事業で連携が深まれば面白い。

(座長)

さすがにまだ西区や北区あたりの生産者で、来た人を受け入れて何かサービスを提供する、売るなどの、いわゆる観光とまではいなくても、そこと少し絡みがあるみたいな例はあるか。

(農業A)

たくさんある。イチゴ狩りが、その最たるものだと思う。コロナの影響で今年は全然だめだったが、イチゴ狩りは需要過多である。例年、本当に供給が全く追いつかずに、予約をお断りする状況である。

(外資)

個人的には、企業間連携は色んな規模であると思う。例えば、合併レベルの話からイベントのコラボレベルの話もあると思う。

うちは食品メーカーなので、フードロスとか、食べられるのに捨てられる食材とかはやっぱり気になる。共通の課題があって、それに向けて一緒に何かできることはないかという話をしていくことがきっかけになったら、色んなところで連携という意味で広がっている

くと思う。

お伺いしたいのが、例えば、規格外の野菜や果物は結構捨てられてしまうと聞かすが、そういうのは、現場ではどうなのか。やっぱり捨てられてしまうのか。有効活用している例はあるのか。

#### (農業B)

ケースバイケースだと思うが、都市近郊の人達は、ある意味、それこそ少量多品目なので大量に物が余ることが少ない傾向にあるのかもしれないという意味では、有利かもしれない。どちらかという大産地は物がかなり余って、それをどうするのか、実際に廃棄されたりというのはあるのかと思う。一応うちの取組みの中だと、自分のところで直売所を構えているので、ある程度の規格外品に関してはなるべく安価にして、地域の人達に届けていくという取組みの中で、win-winな関係がある。JAさんとかも動いてくれていたりという形で、一部、本当に売るまでもいかないものを本当に安く買ってもらって、加工して学校給食にまわしてもらうことがあったりする。最近、飲食店で、余ったもうすぐだめになるものをインターネットで発信して、消費者が取りに行くパターンがあると思うが、それに近いパターンで、うまくECを使うという取組みもできるのではないかという話が少しある。結構まだまだロスは、あると思う。3割が製品で7割ロスと最近聞いたものもある。加工キャベツなども採れすぎた時とかには畑でつぶされるというのはニュースでもやっている。

#### (外資)

今は子供食堂やフードバンクなどへの寄贈が、コロナ禍で増えていると聞いているので、そういったところとのマッチングがあるといい。フードバンクさんの課題とすると、取りに行くのが大変ということである。例えば、余っていると伝えてくれてもそれを取りに行く手段がないという。そういう課題があるのであれば何か連携して繋げられたら良いと思う。

#### (IT)

(外資)さんの話の中で、テーマを持って連携という話があった。期待をして楽しみにしているのは、来年の4月に三宮阪急ビルが建つ。そこに神戸市と神戸新聞、トーマツの三者が知的交流拠点をフロアで作ると。そこに、地元企業というか、企業間がコラボするための場として知的交流拠点があって、例えばセミナーや勉強会で人を集めて、研究など交流をする予定であるという。そういったところに対して期待しつつも、心配しているのは、どういった企業が入るのかということ。多少お金も取るような気もしているので、三宮にあるような会社だけだったりしないか。そこに対して(農業A)さんは入るのか、商店街の方が入るのか、機械工業会が入るのかという所は少し気になっている。そのコラボの幅が、参加される人たちの種類によって、かなり制限されてしまうのではないかと思っている。

そういったときに、テーマという区切りであれば、結構参加しやすいと思う。フードロスという、意外なところで、(外資)さんと(農業A)さんと(農業B)さんが繋がる。例えば、機械系とデジタルは相性がいいと思う。そういった繋がるパターンがあるのかなと思う。イベントでいうと、商店街とデジタルとか繋がるのかなと思っている。

そういったテーマをもって企業間を繋げる場が、今後できたり、そこに積極的に参加することがあれば、もしかしたら少しは変わるのかなと思った。テーマに対して大中小関わ

らず、参加できるようなところは、あれば面白いのかなと感じた。

(座長)

私の領域でもコラボはうまくいかない。大学間コラボはなかなか上手くいかない。色々な仕組みはある。三宮にも交流拠点作ったはずで、西宮あたりにもある。そもそも兵庫県と神戸市の中にも大学が沢山あって、コンソーシアムみたいなものを作っているが。ほとんど機能しない。それこそプロジェクトをやると誰がプロジェクトリーダーになるという話で、話し回すだけで大変だから、みんな腰が引けてしまう。コラボうまくいかない問題をどう解決したらいいのだろうかというのが、私の疑問ではある。

今、社会的課題をひとつキー概念にすれば、つまり具体的に解決しなきゃいけないタスクを設定すれば、関わる人が決まるという話だった。それはとても良いヒントだと思った。そうすると、一つは、じゃあ、例えば企業間連携で設定して、解決していくべき兵庫県或いは神戸の社会的課題は何だろうという話が一つセッティングされて、先ほど子供食堂や貧困の問題、フードロスがあると思うが、その他の問題として何か浮かぶものはあるか。こういうのを軸にコラボできるかなというものとか。

(商店街)

今、コロナの状況でレストランが厳しいという状況がある。私の本業は革製品の製造やものづくりをやっているので、職人さんの繋がりが多くて、陶芸やガラス、木工関係とか。その人達でレストランを支援できないかということで、今、陶芸の人が器を貸し出ししたり、私は皮でランチョンマットやエプロンを作りながらレストランを支援できないかなと、今進めている。そこにあまり収益は、正直求めていなくて、そこでよければ使ってくださいとか、そこで来ていただいたお客さんに後で買うことができるという流れができないかなと。結構長いかもしれないが、コラボするとき、どちらかが優位に立つと進みにくいと思っていて、どこが利益をとるか、誰がリーダーになるとか、取りまとめるとか。コラボする人同士で対等にできれば、上手く物事が進むかなと思っている。

(座長)

しかし、ビジネスにならないと続かないもので難しいところ。どうしてもこの手の連携は、ボランティアになってしまう。

(観光)

もう一つの観点で、課題解決というところでいくと、第1回会議で少し触れたが神戸のアイデンティティー、一番強いところや我々らしさはどういうところにあるのかとか、そういうところを深めていくということが、ここに好きで集まってくれる人を増やす上で、一番大事だと思う。例えば、フードロスと絡めると、採れすぎた時に捨てるのであればもったいないが、小学生にそれを収穫してもらおうとか。地域の良さ、地域に何があるかということを知らないので、10年20年30年先、もっと良くしていこうと思うと、学校連携して、子供たちに地域のことを知ってもらうこと。企業連携ではないが、いいのではないかなと思う。

(座長)

子供を受け入れたり、教育と関わりがあるところはあるか。どういう感じか教えてほしい。

(農業B)

まだあくまで走りの段階ではあるが、まさに(観光)さんが仰った通り、地域の子供たちが、その地域に誇りを持つ、その地域の産業に誇りを持つきっかけ作りが、この先の20年、30年先に繋がっていくだろうと思っているので、学校に声を掛けさせてもらった。1点だけの繋がりではなくて、小学校であれば6年間の教育がある中で、授業のカリキュラムをステップアップしていくので、そこにあった形で行う。2年生はトマトを作ってみようと科学的な視点から、3年生だったら社会的な視点で、農業を勉強してみようという形で見学してもらったり、授業をやらしてもらったり、その先には、食育という形で食べてもらったりとか。そういった取組みができればいいかなとやり始めているところである。

(座長)

大学は、主に高校との連携になるが、学校は声がかげづらい。かなり近くに学校があるが、例えば小学校の生徒を対象にアンケートをしたいとか、学校で働いている先生に聞いてみたいとか言っても、学校はハードルが高くてアクセスしにくい。その辺は声をかけていけるものなのか。

(農業B)

田舎の良さではないか。声を掛けたのはPTAを辞めたあとだが、私自身がPTAに入っていたということも含めてである。もちろん、学校もいろんな考えがある中で、学校としても子供たちに地域の魅力、誇りに思ってもらえるような教育というのも、学校としても教育の中の強みを作っていきたい中で、お互いがマッチしたということだと思う。

(IT)

私の場合は高校生や専門学生になるが、インターンの受け入れや会社体験をしてもらうということは、よくやっている。これも実は、本音を言うと、会社の中でも意見が違ってもいいが、IT人材は今不足しているが、需要量はかなり多い。今の学生は例えば20歳ぐらいで、もう六本木に就職が決まっている。技術力の高いできる子が東京にも引っ張られている。特にIT系は、自分の技術をインターネットで公開できるので、東京のひとにも発見しやすい。ではどうするかというと、IT人材の中でも、神戸が好きだったり地元が好きだったりする人はいるはずだと。そういった人に対して、企業の現場へ来て体験してもらって、数年後の就職の時に候補として私どもの会社に入ってもらおうと良いかなというところ。

(観光)

会社でやると、どうしても2年3年の単位での範囲で物事を考えながら動いていくので、どうしても10年20年を見据えて小学生をやっていくというのは、なかなか会社では難しい部分がある。連携という意味では、行政も入ってくるといいと思う。

(工業)

工業会では、工業高校からのインターンは多く受け入れているが、なかなか、私らも含め企業は、機械を扱っていて、すごく危険を伴う工業高校で勉強していても、機械に触らせるわけにはいかない。入ってきた社員の人間も、ずっと教育して、やっと機械が触ることができる。それこそ製品を触ることすら許されない会社も多くあるので、インターンを



やっても、あまり盛り上がらないと少し聞いたことはある。

(座長)

インターンまでいくと、いわゆる若年就労者流出をどうするかという問題になると思うので、地元でどうやって雇用を維持するか、東京に人が流れてしまうのをどうするかというところになってくると思う。ビジョンの範囲がまだ少し定まっておらず、地元で就職しようという内容をビジョンに入れるかという話になってくるので、この辺はちょっとわからないところがある。

ただ、教育との組込みというのは、もう少し地元の良さを知ってもらうチャンスが必要だということがあると思う。つまり、いいところだが、なかなかその良さを体験したり伝えたりという場が、教育の場面に少なかったり関わっていなかったりということはあるだろうと思う。企業間連携というテーマは難しいか。

(農業A)

先ほど、フードロスの話が出ていたが、まずは問題点があって、それに対してどこかが解決できるというプラットフォームみたいなものを、ITの力を借りて構築すれば、解決できないこともあるかもしれないですけど、中には、キラッと輝くような取り組みや連携が出てくるのではないかと思います。ただ、最初から無理やり連携するのではなく、私のところでこんな困っていることがある、私のところはこういう強みがあるということをオープンできる場を構築していく。連携していく中で、行政の力も借りながら、解決をしていく取り組みができれば、これが本当20年30年後に本当にこの会はメンバーがバラバラなので、みんなが勝手な話をしてどうやってまとめていくのか思っていたが、ひょっとしたら、何かこういう繋がりの中で、話をしていく中で、お互いの困ったことが自分の強みで解決できるという発見があるのかもしれない。

(医療)

私の会社はとても企業間連携が多い。医療という同業者の観点から共同研究があったり、西神中央の研究所には千人弱の従業員がいるので、近くの農家さんから売り込みがあって社食に地元の野菜を使ったりしている。たまにマーケットが作られて、みんな毎回売っている物を買っていくということがあったり、色んな面でコラボレーションがある。それは、神戸の企業というブランドがあって、お声掛けしやすいような強みがあるのかなと思っている。医療という強みがあって、神戸の企業でということで、かなりうちの企業は、一緒にコラボレーションしましょうというお声掛けが非常に多いなと思っている。

色んな企業とコラボレーションしていると、どこが問題点なのか分かっていないような方も結構いらっしゃるような気がしている。実は問題点だと思っているところが別のところに問題点があったりして、こういう問題点があるから、こういったところとコラボしたい、こういう異業種とコラボしたいと自分で思っている、他の人が見たら、意外と違うところに問題点があって、別の異業種とコラボした方が、問題解決に近かったりすると思う。なので、どこが問題点なのかというのを語る場や、(農業A)さんが仰ったように、色んな異業種と話しているうちに、気づきが沢山あると思う。そういう交流の場を、神戸という区切りで一つ設けて、どこに問題点があるのか、その問題点を解決するにはどうするのかと話すうちに、自然にコラボレーションは生まれていくものなのかなと思う。コラボレーションは、狙って作るものではなくて、自然に生まれると成功するコラボレーションができるのかなと感じた。

(座長)

各業種の中で交流拠点は設けているのか。例えば、組合というのは、一つの交流拠点的な役割を果たしている。

(工業)

金属加工業に、限られてはいるが。金属加工にも色々な種類があつて、機械加工や板金加工であつたり、それに付帯する塗装やメッキであつたり。業種の範囲で、人を集めて勉強会を行っている。そのあと、懇親会をするので、勉強会の場だけでは繋がりはずごく薄い。なので、意図的に懇親会に力をどんどん注ぐような形になってきている。ただ、それをしたことによって、すごく繋がりが強くなって、金属加工業同士ではあるが、仕事のやりとりも増えている。過去には派閥があつたので、なかなかまとまるのが難しいと言われていた。今は、2代目3代目ばかりなので、尖ったところが丸い人間ばかり入ってきているのかもしれないが、懇親会をやることによって、それこそ先ほど（医療）さんが仰った通り、別にこうしたいという軸がなかったのにも関わらず、ここここが仲良くなったから何かしようか、仕事のやりとりをしようかという話が出てきたりした。同業者の中で、ライバル同士だったのに、会の懇親会で仲良くなったから、会社の見合いしよう、こういう仕事がうちに入ってきたけどうちではできないから、そつちでやってくれないかという繋がりには、目に見えて出てくる。狙ってやっていくよりも、自然と出てきたところなのかなと実感している。

(座長)

スイーツ産業は、神戸に集積があると思うが、あまり企業間連携はないか。

(洋菓子)

洋菓子協会がある。ただ、今は若い人が独立する中、その人達は協会に入られても、自分の代で終わらしてもいいと思っている人もいる。協会に入って、色々なことをやらされるよりも、カリスマシェフが独立しても協会に入らなくてもやっていけてしまう。その中で、老舗で動いて、若手に協会に入ってもらって、新しいパティシエを育てる取組みをしている段階である。

あと、異業種でいうと、異業種交流会があるので、僕もそこに入っている。勉強会は一切ない。中小企業同友会は勉強会があるが、僕が入っている会は、取締役以上しか入れず、なおかつ紹介で、勉強は一切なしで、そこで商売をするような会に入っている。大小はあるが、その場で話が決まるので早い、という会もある。

(座長)

課題としては、業界団体的な中間団体の機能はかなり弱くなっている所以、その代わりには何ができるのかと思っていた。交流の場をどうセッティングするかということは、社会的課題のセッティング、加えてプラットフォームをどう構築するかということが、課題だろうと思った。

(別紙)

○座長

氏名	所属・役職
星 敦士	甲南大学文学部教授（新神戸地域ビジョン検討委員会委員長）

○出席者

分野	所属
観光	有馬山叢 御所別荘
工業	(一社)神戸市機械金属工業会
商店街	(株)喜市
IT	(株)神戸デジタルラボ
農業	(株)東馬場農園
洋菓子	(株)レーブ ドゥ シェフ
医療	シスメックス(株)
農業	藤本園芸
外資	ネスレ日本(株)

(五十音順)

○県民センター（事務局）

氏名	所属・役職
今後 元彦	神戸県民センター副センター長兼県民交流室長
柳田 順一	神戸県民センター県民交流室次長
前野 芳範	神戸県民センター県民交流室長補佐兼総務防災課長
西川 理	神戸県民センター県民交流室総務防災課ビジョン担当班長
田原 由加里	神戸県民センター県民交流室総務防災課ビジョン担当職員