

神戸 2025 ビジョン策定に向けたワーキンググループ 議論報告書（「若者が選ぶまち」グループ）

1. 議論概要

「若者が選ぶ」という視点を中心に、社会経済情勢の変化、特に新型コロナウイルス感染症の影響などを見据えながら、しごとの創出、子育て・教育環境の充実などの具体的な施策、また、ビジョンそのものの PR について議論を実施した。

2. 提案・意見

○ 魅力的な仕事の創出、経済活性

- ・テレワークの推進に伴い、東京圏からオフィスや住居を移す例が増加しており、シェアオフィスやコワーキングスペースの整備、また U ターンを考えている人などをしっかりと囲い込む施策が必要である。
- ・中小企業に対しては、大学生のインターン充実などの人材確保支援、IT 整備支援、東京進出を検討する企業への支援などを通して、競争力強化を図るべきである。
- ・500 Startups との連携など、起業家育成支援は着実に続けていくべきである。
- ・MaaS を取り入れ、交通環境を充実していかなければならない。

○ 子育て環境の充実

- ・子育て世帯にとって、「地域とのつながりの欠如」、「悩みを共有する場が無い」ことに悩みを持っている人や「子育てとキャリアの両立」を望む人が多い。これらを踏まえ、キャリア等の相談もできるサロンの運営や「神戸だから子育てができた」というロールモデルの発信していくべき。
- ・「子育て環境が良い」とイメージのもと、近隣市に子育て世帯が流れているのがうかがえる。神戸も制度は着実に充実してきているので、PR にもっと力を入れていくべき。
- ・子育て世帯が在宅勤務するのは難しいので、親子連れで利用できるコワーキングスペースなどの整備が必要。

○ 教育環境の充実

- ・これからの教育は一つの枠にはめるのではなく一人ひとりに寄り添い、イノベティブな人間を育てていく必要がある。オンライン授業の流れを捉え、著名な学者に講義を行ってもらうようなことも考えられる。
- ・LGBTQ への理解促進など「多様性」を育むような教育も重要である。
- ・子育て世代にとって住居選びの際に、教育環境は大きな判断材料となる。神戸には良質な教育環境があるのでもっと PR すべき。また、習い事施設や学童施設の充実なども必要である。

○ ビジョンのプロモーション

- ・ビジョンを PR する際は、他の都市に埋もれてしまわないように尖ったものにしていくべき。それぞれのテーマでゴールのイメージを明確にすることが重要。「これから変わっていく」というイメージをシンプルな単語で表せば良い。
- ・手法に関してもドローンを活用し山から海への映像や、若者に訴求するため SNS を積極的に活用すべき。

(ワーキンググループ 委員一覧)

※敬称略

神戸大学大学院工学研究科 准教授	織田澤 利守 (代表)
株式会社三井住友銀行 公務法人営業第二部 部長代理	大仁 恵美子
ヤフー株式会社	田邊 昭博
こ・ねくすと 代表	西岡 幸子

○ 第1回ワーキンググループ（「若者が選ぶまち」グループ）主な意見

委員A

- ・テレワークにより通勤の必要が減ると考えると、地下鉄沿線は非常に魅力がある。図書館整備と併せて、コワーキングスペースを整備してはどうか。
- ・授業をオンラインでするなら、例えば京大の山中先生に授業を行ってもらうなど、世界のトップが授業を行うことも可能ではないか。まず勉強を好きになってもらうことが重要である。
- ・明石は「子育てがしやすい」というイメージが出来上がっており、神戸からの転出が目立っている。対策として、須磨や垂水のブランディングが重要ではないか。
- ・西区、北区には良好な住宅地があるが若い方が入っていかず、代謝がない。習い事のバラエティがないことが原因ではないか。高齢化が進んでいるので、若者、高齢者がまじりあうメリットを活かすのはどうか。
- ・住宅への助成事業は、新築への助成は止めリノベーションへの助成のみにしたほうが良いのでは。
- ・民間の学童は、プールや英語等習い事までカバーできることもあり、恵まれた環境である。
- ・ひとつの枠にはめる教育ではなく、一人ひとりに沿った教育が大切である。これから重要なのはそういう尖ったイノベティブな人間ではないか。画一的な人間はAIに仕事を奪われる。
- ・実際にコロナウイルスに感染した大学生も、どう対応したら良いかわからなかったようだ。災害や感染症の経験を生かしてフローを作っておくことなどが重要。

委員B

- ・東京圏など、神戸市から出ていった人を取り戻すために、メリットを示すような具体的な施策が重要である。例えば、WEB系の仕事の方へネット環境への補助を行うなどはどうか。
- ・シリコンバレーは電車一本で行けるとところにサンフランシスコがある。神戸からしかアクセスできない集積地があれば良いのでないか。
- ・減災や感染症対策という面では、満員電車を極力減らすことが重要。ポートアイランドの病院に満員のポートライナーで通うのは危険なので、車やバスでの通院を推進するべき。
- ・神戸は安心して質の高い公立高校に通わせられる。魅力として発信すべきでないだろうか。学校ごとに特色があっても良い。
- ・仕事の集積のため、500startupは継続すべきである。支援する数が重要。
- ・西神中央は谷上に比べ、土地も余裕があるためクリエイティブな空間として可能性がある。

委員 C

- ・ 大学を卒業し東京へ行く人が多いが、学生時代に神戸で働くイメージが湧いていなかったことが原因。インターンシップの充実が重要ではないか。
- ・ テレワーク等新しい働き方の啓蒙を企業だけでなく、学生に対しても行うべき。
- ・ I Tの整備が重要。特に老舗企業等は整備進んでいない。
- ・ 企業にとって、自治体との協働は敷居が高いように感じられる。自治体ではビッグデータ整備が進んでいるが、「こんなデータほしい」という企業は多い。こういった課題を捉え、神戸に相談すれば解決できるのではないかと企業に思われるようになるべき。
- ・ 週4回は神戸で在宅勤務し、週1回は東京に出社、といった働き方が可能になる。社員は神戸で働くが、東京に本社機能を作りたいといった企業に、共同オフィスを提供してはどうか。
- ・ 単身赴任者の妻への配慮が必要。神戸ならではのコミュニティや保育の提供など妻を神戸に繋ぎとめておける施策があれば良い。
- ・ 多世代近居はメリットが多いのでP Rすべきではないか。
- ・ 災害時は情報が錯そうする。自分の家の危険度や避難場所など、普通の人への「見える化」が重要。保育園の避難訓練も、基準がまちまちで先生が混乱している。基準の統一が必要。
- ・ 市営住宅の空き家を中小企業の社宅にできないだろうか。入居者が少なくなっても、循環、代謝を進められるようにできれば良いと思う。

委員 D

- ・ 子育て世帯の悩みとして、「育休中のキャリア継続や子どもの成長に関する相談・情報共有ができる異業種間、神戸在住者の交流の場の提供」が無いので、そのような場があれば良い。
- ・ 身近なロールモデル（神戸で子育て・仕事をしながらキャリアを積むといった見本）が欠如しているので、そのような発信が重要ではないか。
- ・ 子連れの在宅勤務へ支援として、子ども連れで行って、親と子どもが別々に過ごせるスペースの提供が必要。
- ・ 教育に関するオンライン環境の整備をお願いしたい。不登校生のハードルを下げるためにも重要ではないか。
- ・ 関東は民間の学童保育が非常に多い。神戸市では、東灘区は比較的多いが、西側に行くと学童保育が少なくなる。半官半民等で充実すべきでは。

○ 第2回ワーキンググループ（「若者が選ぶまち」グループ）主な意見

委員 A

- ・大学が多いのが他のベッドタウンとの違い（強み）。神戸に下宿経験がある人が、神戸市を勤務希望地に挙げる。地縁が深い人ほど、その場所に住んでも良いと思うので、下宿生がねらい目。
- ・5年後に形になるものは限られている。開発のイメージがつくと、人も投資も集中する。「これから変わる」というイメージをPRしていくことが短期的には重要。
- ・（淡路島への本社移転報道を受け）パソナの関連企業を誘致するのはどうか。海外投資のハブになる企業を安く誘致すると、経済的なインパクトがあるという研究結果が出ている。
- ・5年を象徴するようなシンプルな単語を。生まれ変わるとか。5年後のビジョンのテーマなので、5年間をどのように切り取るかという視点があれば。
- ・キーワードとして、例えば「風」が良いのでは。風見鶏とか、吹き降ろす風等。
- ・PRイメージとして、神戸市内の農村地域は想像よりきれい。そこから海に行くような映像をドローンで取れたら映える。若者は反応するのでは。
- ・スポーツ事業をぜひ入れてほしい。体を動かすアクティビティが必要。
- ・東京IT企業が地方にオフィスを置いて、主婦を常勤で雇うなどの取組みをしているが、最初の教育の部分（プログラミングとか）に行政的なサポートがあればよい。そういう人材がたまれば、神戸で人材を確保しやすい。副業的に活躍できる人が増えるのでは。
- ・“「自分にはよいところがあると思う」児童生徒の割合”というKPIは素晴らしい。さらに「多様性の部分でみんな違ってみんないい」という項目を入れることが出来れば、「多様性」のPRにもなる。
- ・今回示した事業は、現行の2020ビジョンとの関係を示すと今後も継続すべきものがわかる。
- ・施策の柱に「働き方」が表現されていない。副業フリーランスの人たちのような働き方もあっていい。起業とかベンチャー、中小に努めるとか、多様な働き方に対するキーワードがあれば良いのでは。
- ・神戸まっぴりは神戸のイメージと合致しないものを大々的にやっているが、もっと神戸に根付くコミュニティなどの出し物があっても良い。
- ・案内板など神戸市どこに行っても同じデザインにするなどは効果があるかもしれない。

委員 B

- ・神戸の抱える問題は大阪のベッドタウンになる関西の他の自治体も抱えており、差別化が必要。神戸から転出し戻ってきていない人に対して、何が課題なのかアンケートを取るといい。戻ってくるとしても神戸ではなく、関西ではどこでもいい、という人に対して差別化を行うべき。
- ・北区の山の中等に税金免除などの優遇措置をして企業誘致すると、人もくるしお金も落ちる。
- ・交通の便が良く、神戸空港は関西圏のハブになっている。そういったイメージもPRすべき。
- ・掲載する施策をまとめたらどうなるかについて、一言で言えたら良い。まとめて大きく言える良い言葉があれば、方向性も決まる。ビジョンを達成するために、何かしら銘打って注力施策に名前を付けたら。神戸らしいものをピックアップすればいい。神戸の魅力に合致するものを探す。
- ・LGBTQなど、多様性を受け入れる文化が若者を集める。いろんな人が住んで活躍できるということをPRできればよい。
- ・人流データもKPIとして使えるのでは。「東遊園地経由で三宮からウォーターフロントに行った人がどれくらい増えました」などのデータが取れたら、KPIとして経常的なものがでてくる。
- ・SNSを積極的に使っていくべき。中高生大学生のネット層が次の世代のボリューム層で、どんどんオンラインの世代になる。オンライン化が進む中で、PCから目を挙げると海が見えるとか、

そういうところが大事。そういったところに、コワーキングスペースとかがあればよい。

- ・子どもの年齢に対する保育士の数というのは決まっている。コワーキングエリアに保育施設をつけると良いのでは。何かあった時だけ親御さんに声をかけるということにして、保育士の数を減らすなどの規制緩和はできないか。
- ・雇用環境などでは、Wi-Fiの整備が重要。
- ・IT系は教育にコストをかけてもその後に出ていく人が多い。大学の方に助成金をだして教育するなどが良いのでは。またコンピュータ専門学校に通っている主婦の方などをどう取り込むか。
- ・外国人に対するPRに関して、情報発信よりも「情報の取り方」を発信すべき。「ここにいけば情報が取れるよ」というものを伝えれば良いのでは。
- ・人流データを見ると8割程度の場所が2月と同水準に戻っているが、神戸市内での人の動きが増えている。阪神間からの人は昨年度からほぼ変わらず。滋賀大阪奈良あたりは7割くらい。それ以上遠いのは5割ほど。転出抑制などのために市内の人向けのPRを打つなら今がチャンス。

委員C

- ・PRはとがった感じで打ち出すべき。「他の都市にもあるよね」という感じで埋もれてはいけない。東京方面から来た人からしても、まちなみとかおしゃやかなイメージなど、特色あるところを出していくのもいいのでは。
- ・災害時の情報の「見える化」については、台風の時など保育園が開園しているのかしていないのか基準がわかりづらいので、整理いただきたい。

委員D

- ・子育て施策など、明石に追随しても差別化を図れない。ブランド価値が高いという点から著名人の方を使うなど、神戸らしい差別化を考え絡めていく必要がある。
- ・結婚と同時に仕事をやめて西・垂水に行く傾向は、神戸市の東側よりも多いと感じる。全員に就業意欲があるのかはわからないが、子育て世代の働く環境があるとまた変わる。
- ・ビジョンとして「目指すところはここである」というものを見る化すると神戸らしいところが伝わる。例えばファミリー層の多い地域の図書館のコワーキングスペースは親子連れでできるようにすれば、2つの事業を併せて1つの事業で打ち出せる。
- ・子どもは、環境問題、SDGs絡みに純粋に興味がある。また神戸にはいろんな産業があるので、その点を活用していけば、神戸らしい自主的な学びにつながっていくのでは。
- ・保育園は朝7時に開くが学校は8時くらいからしか開いてないので、阪神間に仕事している人は、子どもより先に仕事に行かなければならないので不安。朝の送迎とかを地域でできるような施策が加わるといい。
- ・育休ママの交流の場の施策については、育休明けも不安なので、就学前ぐらいまでの交流の場があれば。あとママだけでなくパパも必要。子どもの時から神戸愛が育まれると、何十年後かの人口を確保できる。