

○検証テーマ1 中小企業・地場産業の活性化 ○検証担当委員 佐竹 隆幸

検証テーマ	取り組みの分析・評価			今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかつたこと)のポイント	原因・理由	
フェーズ 初動対応期 (震災直後)	①総合相談所を開設し、震災復興対策の情報提供と的確なアドバイスを実施 ②③・仮設賃貸工場設置による事業場の確保 ・被災企業の一定の仕事の確保 ④災害復旧融資の活用による生産設備の復旧及び運転資金の供給、信用保証制度の充実(別枠保証、特別保証の創設、信用保証協会の弾力的な取扱)、政府系金融機関の災害復旧貸付の適用	①神戸市以外は市町の協力困難、会議所・商工会の協力で県主導開設 ②事業場の十分な確保はできず ③【酒造】中小メーカー4社は再開断念 【ケミカル】事業場の十分な確保はできず	①複数市町の調整、人的問題、独自施策等の調整困難 ②用地の確保 ③【酒造】資金難 【ケミカル】仮設工場の不足、用地確保が困難	①緊急時の総合相談所の開設マニュアル化、相談結果の市町等関係先へのフォローバックなど協力連携体制の構築 ②③非常時の土地利用検討における産業用地確保への配慮 ②③未再開事業者への早期の支援 ・民間賃貸工場への入居あわせん ・補助、融資等助成の早期実施 ・喪失した販路・受注の回復のための支援
復旧期 (H7～H9)	②③復興支援工場(ケミカル・機械金属)による事業場確保支援 取引あわせん ③【酒造】H8にはほぼ震災前の水準に回復 他府県へ復興PR、需要の喚起 【ケミカル】見本市開催により受注・販路の一定量確保、新製品開発 【淡路瓦】全国へのPR、新製品開発 ④災害復旧融資の利用者の負担軽減(復興基金の利子補給等)、事業再開等支援事業の創設	②③仮設工場に入居できなかつた企業多数 ③【酒造、ケミカル、淡路瓦】震災前の水準を回復できず	②③初動対応期と同じ ③【ケミカル】消費者ニーズの多様化、多品種・小ロット化の進展、輸入品の増加 【淡路瓦】風評被害等イメージダウン	②③初動対応期と同じ ③【酒造】多様化する消費者ニーズにマッチした新製品開発とイメージアップ ③【ケミカル】多品種・少量生産への対応。新製品の開発 ③【淡路瓦】風評被害克服のためのPR。新製品の開発

検証テーマ	フェーズ	取り組みの分析・評価		今後への提案	
		主な成果（できたこと）のポイント	主な課題（できなかつたこと）のポイント 原因・理由		
I 震災による 地場産業・ 中小製造業 への影響 II 復旧期にお ける中小企 業支援施策 III 復興期にお ける新製品 ・新技術開 発、販路開 拓、新分野 進出等（第 二創業）へ の支援施策 （区分） ①相談・指導 体制 ②中小製造業 ③地場産業 ④金融	復興初期 (H10～H11)	①法改正（中小企業指導法→ 中小企業支援法）に伴う経営 相談業務等の民営化 ②商談会による販路の開拓、活 性化計画等に基づく新商品 ・新技術開発 ③【酒造・ケミカル・淡路瓦】 復旧期の③と同じ ④緊急災害復旧資金の据置期 間、融資期間の延長により、 代位弁済の急増は避けられ、 一定の償還が進んだ	③【酒造・ケミカル・淡路 瓦】復旧期と同じ	③【酒造・ケミカル・淡路瓦】復旧期と同じ	
	本格復興期 (H12～H16)	①中小企業活性化センターに よる総合相談支援体制の充 実・強化 ②高付加価値製品の開発、新技 術開発等 ③【酒造】他府県への復興PR、 新製品開発 【ケミカル】新製品の開発、新 リーディング企業への育成、新 販路開拓 【淡路瓦】耐震瓦の開発、園 芸分野製品等の新製品開発 ④復興初期と同じ	②さらに多くの企業の経営革 新、第二創業の推進、技術 の高度化 ③【酒造・ケミカル・淡路瓦】 震災前の水準の回復	①支援機関に係るネットワークの活用 ②・経営革新・第二創業の一層の推進 ・ネットワークによる企業間コラボレーションの推進 ・産業クラスターの形成 ・技術の高度化支援 ③【酒造・ケミカル・淡路瓦】構造的な環境変化に対応した支援 ・新製品開発や新分野進出の支援 ・独自ブランドの構築支援 ・新たな流通ルート開拓支援 ・リーディング企業の育成支援 ④緊急災害復旧資金の円滑な償還対策	①支援機関に係るネットワークの活用 ②・経営革新・第二創業の一層の推進 ・ネットワークによる企業間コラボレーションの推進 ・産業クラスターの形成 ・技術の高度化支援 ③【酒造・ケミカル・淡路瓦】構造的な環境変化に対応した支援 ・新製品開発や新分野進出の支援 ・独自ブランドの構築支援 ・新たな流通ルート開拓支援 ・リーディング企業の育成支援 ④緊急災害復旧資金の円滑な償還対策
			④緊急災害復旧資金の元金返 済据置中の企業が1割弱存 在	④震災被害に加え、景気低 迷の長期化による経営環 境の悪化	

○検証テーマ2 商店街・小売市場の活性化 ○検証担当委員 田中 道雄

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかったこと)のポイント 原因・理由	
I 商店街のコミュニケーション機能を高めるための「まちづくり」と一体となった商店街等の活性化) II その他(生活必需物資の安定供給等)	1 商店街周辺での迅速・効果的な安否確認・高齢者救助など(淡路・郡家)【A】 2 広域的な連携のあった一部の商店街へ全国から支援(神戸朝鮮市場)【A】 3 共同仮設店舗建設支援制度等による営業再開の確保(復興基金助成は一定の成果)【B】 4 7-ガード、カーポット等商業基盤施設及び共同店舗の復旧促進【B】 5 緊急災害復旧融資制度による金融支援は事業継続に有効【B】 6 三宮駅南地区の商業機能、買物環境機能等の回復。各地でアーケード、カラオケ等々の復活【C】 7 国への要望の根拠となる被害状況の把握(神戸市)【A】 8 復興支援チームによる個々の商店街等の状況把握と商店街等との良好な人間関係の形成【B】 9 復興ビジョンについて合意形成が円滑に進んだ商店街は計画的に復興【C】 10 再開発事業等による商業施設(ハード)の再整備【D】 11 商店街等と地域(地域団体、NPO、大学等)との連携の動き【D】	ア都市部と郡部では地域コミュニティへの帰属意識の差【A】 イ商店街等に対する他地域からの支援はほとんど見られず【A】 ウ在庫補助制度の創設実現せず(高度化資金対応)【B】 エ法人格を持つ商店街振興組合等の共同施設の原状回復に限定【B】 オ神戸市以外では、被害状況の把握に比較的時間を要した【A】 カ復興支援チームの成果は神戸市域にとどまる【B】 キ再建に向けての合意形成が困難な小売市場なども存在【C】 ク住宅建設の優先等から商業機能への配慮が不十分な事例【D】 ケ地域社会との連携による特色ある取り組みを行う商店街等は、依然少数に留まる【D】	①災害時における体制づくりと被災対策 ・高齢社会に向けた地域核としての商店街・小売市場の役割形成 ・精神的支援を意識した他地域との連携強化 ②「震災特例メニュー」による緊急対応制度 ・震災特区の適用(激甚災害指定もしくは被災指定を契機として被災地において自動的に適用できる特別施策メニューを予め制度化) i) 機動的・柔軟な対策の即決・発動を可能とする被災地独自財源の措置 ii) 既存ハード施策の拡充・弾力化による支援 iii) 既存債務の軽減、新規貸付の要件緩和 iv) 復興・復旧にかかる専門家等々のマンパワー投入システムの確立 ③復興対策を活かすための人的な体制整備 ・緊急時における県、市町ならびに商工会議所・商工会等との連携体制の構築 ・災害時における県、市町での国、県の応援体制(専門人材の登録、市町との事前調整等)の構築、商業専門家等中間人材の育成 ・復興推進時における都市計画と商業振興の連携方策の検討 ④商店街の地域社会への回帰 ・地域回帰(地域コミュニティに必要とされる社会的機能の復活)を支援する商店街・小売市場等への財政的支援の強化(イベント支援等) ・地域への貢献による商店街・小売市場と地域との連携促進 ・まちづくり会計による商店街と地域との関係性の向上システム

検証項目		取り組みの分析・評価		今後への提案
主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかつたこと)のポイント	原因・理由		
II 共同店舗化による「小売市場の再生」	12 復興モデルとなる「オーナーセルフレーフ型共同店舗」の誕生(10店舗)【C】 13 共同店舗における共同仕入等ネットワーク化の動き【D】	コ多くの市場が解散、消滅【C】 サ共同店舗の二極化(成長と停滞)【D】	○震災前からの構造的な問題に加え、震災による大きな被害が廃業を決断させた【C】 ○大型店との競争激化、ハード・ソフト両面の取り組みが必要【D】	⑤ 小売市場の競争力向上 ・小売市場の消費者ニーズに対応した共同店舗化の促進 ・共同店舗の共同仕入等による二次活性化の促進 ・大規模資本のスーパー等との差別化
(「商店街のコミュニティ機能を高めたため」「まちづくりと一体となった商店街等の活性化」(再))	14 先進的商業者の輩出とそのネットワーク化の動き(新長田等)【D】 15 空き店舗での生活支援事業や地域と連携したイベント事業等の実施によるコミュニティ機能強化【C】 16 ユニークなソフト事業の展開(修学旅行の受入れ、ほっかけによる活性化等)【D】	シ活発な活動を行う商業者の動きが広がりをみせつつある一方、意識改革が必要な商店街等もある【D】 スソフト事業の展開と個店の魅力づくりが不十分【C】	○地域への貢献をも行う商業者の活動に伴う人的・経済的負担増加【D】 ○構造的な問題に加え、景気低迷、大型店との競合等による商店街等における商業機能及び社会的機能の低下【C】	⑥ 商業人材の育成 ・先進的商業者、社会起業家の発掘・育成とネットワーク化の促進 ・商業者の意識改革、若手人材の育成 ⑦ 現代商店街・小売市場が抱える構造的課題の克服 ・新陳代謝や集客整備による商店街・小売市場の活性化 ・意欲ある商店街・小売市場への支援強化と幅広い店舗の参画と協働 ・ソフト面での事業支援と特色ある個店づくり支援の充実

○検証テーマ3 ツーリズム振興に向けた取り組み ○検証担当委員 貴多野 乃武次

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかったこと)のポイント 原因・理由	
I 観光復興に向けた取り組み～被災観光と創造的観光は実現したか	<p>1 社会インフラの復旧、観光インフラの部分復旧【A】</p> <p>2 県「産業復興計画」、神戸市「神戸経済委員会報告」が発表され、観光復興の基本的な考え方が示された【A】</p> <p>3 一部アトラクションが営業を再開【A】</p> <p>4 プロモーション：キャンペーン・ソングの発表など、イメーজ回復キャンペーンを実施した【A】</p>	<p>ア 被災観光の安否情報の把握ができなかった。安否確認、緊急避難、安全情報提供等の対応は観光業の人たちのみに任せられた。</p> <p>イ 観光復興の戦略的マネジメント・プロセスが十分に機能しなかった【A】</p> <p>ウ プロモーション：自治体も観光業者もイメーজ回復に性急過ぎ、場当たりの【A】</p> <p>エ 観光・観光客・観光産業の再定義ができなかった【B】</p> <p>オ 「観光大使」「テレビCM」主体の従来型プロモーションに代わる新しい観光プロモーションを開発できなかった【B】</p> <p>カ 観光復興のプロモーションにおける「広報」と「宣伝」の役割分担が不明確だった【B】</p> <p>キ 商業施設の観光面での役割の評価【C】</p> <p>ク プロモーションとしての、「阪神・淡路巨名所」の代案【C】</p>	<p>① 旅行者に関する情報収集・連絡体制の整備 (主な内容) ・ 県・市町が、日本旅行業協会、全国旅行業協会の各府県別支部等の旅行エージェントのネットワークと連携するほか、市町が地域の旅館組合や観光協会と連携する等により、情報収集・連絡体制を整備する。</p> <p>② 観光統計の整備 (主な内容) ・ 「ツーリズム」「観光」「観光客」「観光産業」の再定義。 ・ 観光客の入り込み動向をより適切に把握できる統計手法の検討を進め、新たな観光統計のあり方を国等に提案していく。 ・ 淡路島、有馬温泉等のモデル的な地区での精度の高い観光入込客数把握の試行。</p> <p>③ 戦略的マーケティング・マネジメント・プロセスの導入 (主な内容) ・ 激甚災害からの観光復興にあっても、マクロ・ミクロの状況、顧客満足等、市場を意識した、マーケティング戦略を観光振興計画に導入する。 ・ また、事業評価に向けた目標指標の設定と評価システムを確立する。</p> <p>④ アトラクションの再定義 (主な内容) ・ 古いアトラクションの市場からの退場と、複合化した新たなアトラクション市場の再把握。 ・ アトラクションに優位性を確保しうる人的資産を評価。</p> <p>⑤ 観光プロモーションの革新 (主な内容) ・ マス・プロモーション優位の終了。ITが強力なプロモーション・ツールとなった今日の、個々の顧客との関係性を重視したプロモーションの構築。 ・ キャンペーンの評価手法の確立。 ・ 公共のアートイベント(チューリップ「Cow Parade 牛のハレード」)を神戸・淡路で実施。収益性のある社会貢献型のキャンペーン事業を展開する。</p>
II 「ひょうごツーリズムビジョン」に基づくツーリズム推進に向けた取り組み～新しい観光のかたち「ツーリズム」は実現しているか	<p>5 復興計画の決定、本格的実施【B】</p> <p>6 既存アトラクションはほぼ全面復旧、新規アトラクションを一部創出、なかでも「神戸ルミナリエ」事業の定着、京阪神三都夏まつりの開催【B】</p> <p>7 大橋のアトラクション化。「北野工房のまち」における地域産業のアトラクション化。「神戸ブランドブラザ」における都市ブランドの強化。有馬温泉の復興【C】</p>	<p>○ 被災観光の安否情報の把握ができなかった。安否確認、緊急避難、安全情報提供等の対応は観光業の人たちのみに任せられた。</p> <p>○ 日常不慣れな論理的戦略構築ができようような状況でなかった</p> <p>○ 「不要不急」と思われがちな「観光」を、論理的、戦略的に考え、実践するような状況でなかった</p> <p>○ 戦略意識の欠如、発想の貧困、時間的に余裕が無かった</p> <p>○ 早急な実施を求める「常識」の圧力</p> <p>○ 広報力の過小評価、広告代理店依存体質</p> <p>○ 問題意識の欠如、資金不足、時間的制約、発想の貧困、開発時期尚早</p>	<p>① 旅行者に関する情報収集・連絡体制の整備 (主な内容) ・ 県・市町が、日本旅行業協会、全国旅行業協会の各府県別支部等の旅行エージェントのネットワークと連携するほか、市町が地域の旅館組合や観光協会と連携する等により、情報収集・連絡体制を整備する。</p> <p>② 観光統計の整備 (主な内容) ・ 「ツーリズム」「観光」「観光客」「観光産業」の再定義。 ・ 観光客の入り込み動向をより適切に把握できる統計手法の検討を進め、新たな観光統計のあり方を国等に提案していく。 ・ 淡路島、有馬温泉等のモデル的な地区での精度の高い観光入込客数把握の試行。</p> <p>③ 戦略的マーケティング・マネジメント・プロセスの導入 (主な内容) ・ 激甚災害からの観光復興にあっても、マクロ・ミクロの状況、顧客満足等、市場を意識した、マーケティング戦略を観光振興計画に導入する。 ・ また、事業評価に向けた目標指標の設定と評価システムを確立する。</p> <p>④ アトラクションの再定義 (主な内容) ・ 古いアトラクションの市場からの退場と、複合化した新たなアトラクション市場の再把握。 ・ アトラクションに優位性を確保しうる人的資産を評価。</p> <p>⑤ 観光プロモーションの革新 (主な内容) ・ マス・プロモーション優位の終了。ITが強力なプロモーション・ツールとなった今日の、個々の顧客との関係性を重視したプロモーションの構築。 ・ キャンペーンの評価手法の確立。 ・ 公共のアートイベント(チューリップ「Cow Parade 牛のハレード」)を神戸・淡路で実施。収益性のある社会貢献型のキャンペーン事業を展開する。</p>

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかつたこと)のポイント 原因・理由	
エ. 組織・システム、マーケティング機能(5P)カ. マーケティング評価	<p>8 アトラクション:「淡路花博」は一時的な集客効果があった。</p> <p>「神戸21世紀・復興記念事業」は、感謝の意の発信により市民と観光客の間に「物語」が生まれ「民間力」が発揮され、また、イベント評価手法が導入され、21世紀の新しい都市博を予感させた。</p> <p>また、「神戸からの手紙」事業は、新しいタイプのプロモーションである。被災観光の中核施設「防災未来館」と「ひと未来館」が開館した【D】</p> <p>9 プロモーション:「See 阪神・淡路 キャンペーン」で広告、イベントなどのプロモーションを展開した【D】</p> <p>10 各種特区が認定された【D】</p> <p>11 県が「ひょうごツーリズムビジョン」を実行に移し、神戸市が「観光交流都市」を掲げ、アクションプランを策定した【D】</p> <p>12 プロモーション:岡山県、鳥取県、瀬戸内海を取り巻く府県との広域連携【D】</p>	<p>○博覧会時代の終焉</p> <p>○「神戸21世紀・復興記念事業」は、震災復興色が強すぎ、21世紀の新しい都市像が薄れ、結果的に都市の新しい祭りの理念、コンセプトを確立できなかった</p> <p>○ツーリスト・バブル生成のメカニズムの未説明。戦略的マーケティング・マネジメントの欠如</p> <p>○発想の貧困、広告代理店依存型体質</p> <p>○都市連携は、都市間競争を越えられなかった。「神」のいない新しい都市のまつりを創出できなかつた</p>	<p>⑥新しい都市祭の創出 (主な内容) ・地域が自慢する「宝」を定期的に地域でお披露目する、ステートフェア型の新しい都市祭の実施。</p> <p>⑦都市観光の推進 (主な内容) ・都市は「ライフスタイルの展示場」としてその魅力を発揮する。「ライフスタイルの展示場」づくりによるツーリストの誘客。 ・魅力的な景観形成と空間デザインの実践。</p> <p>⑧地域ブランドづくり (主な内容) ・住民のライフスタイルのブランド化。 ・人的資産のブランド化。</p> <p>⑨観光“知”の研究・教育機関の整備 (主な内容) ・観光の本質に関する研究、観光の戦略的マーケティング・マネジメントに係る研究を進めるための、研究・教育機関の整備。</p> <p>⑩観光行政組織の再整備 (主な内容) ・観光が多分野にまたがる市民の「社会的行動」であることから、観光の機能に適合した横断的な組織づくりが必要。 ・単年度予算主義を越えた中長期的な視野が必要であり、また、短期の人事異動システムが障害となっている観光行政のプロの養成も急がれる。</p>

○検証テーマ4 新産業創造と成長産業育成 ○検証担当委員 定藤(さだとう)繁樹

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント (初動対応期)	主な課題(できなかつたこと)のポイント 原因・理由	
Ⅰベンチャー企業支援策	(復旧期) H7~H9 1 産学官連携による研究開発、技術移転等を通じた地域産業の活性化を目指すNIROの設立	ア 新産業創造支援センターの整備	＜ベンチャー企業支援策＞ ①起業家への経営・技術指導の充実 ・起業家の事業成功率を高めるための経営・技術指導の充実 ・成功した起業家による後見指導制度の導入 ②産学連携の強化 ・ベンチャー企業と大学の資源(教員、学生、知恵、ネットワークなど)のマッチング強化 ③ベンチャー企業への投資制度の充実 ・当該企業を地域の有望企業として育成するための投資制度の充実 ④地域戦略資源を活用した重点的な新産業創成 ・地域戦略資源(例:SPRING-8、中小企業の高次元集積)を活用したクラスター形成
Ⅱ大学や企業の特長を活かした産学官連携促進策	(復興初期) H10~H11 1 各地商工会議所等と連携した起業家育成シニアセンター 2 技術移転センター T10ひょうごの設置	イ 個別の成功事例は出ていないが、新たな産業が立ちあがったと評価できるほどではない エ 新規公開企業が輩出する状況とはなっていない →H16、10、26 ㈱カワムラサイクルが東証マザーズ上場 ウ 環境ビジネスの創成	＜大学や企業のもつ技術シーズの活用など産学連携推進策＞ ①スピノフベンチャーの輩出支援 ②リーディングベンチャー企業への支援 ・スピノフベンチャー企業への支援 ・IPOを狙うベンチャー企業などに対して、中小企業支援センターなどと連携し長期に経営支援する制度の充実 ③大学との連携 ・産学連携活動に大学生・院生をフィールドワーク(単位取得)として導入 ④都心部や地域の文系系大学の資源を活用した地域おこし支援 ・地域おこし(コミュニティビジネス、ベンチャー企業、第2創業、地域文化、観光などの振興)に積極的に関与する大学への支援制度の導入
Ⅲ成長産業育成支援策(環境産業)(情報産業)	※(財)新産業創造研究機構をNIROと表記	エ 情報産業の首都圏への集積が進み、本産業が当県の強みであるとはいえない	＜成長産業育成＞ ①競争優位の成長産業育成 ・競争優位な地域資源を活用・連携して、ロボット関連産業、健康関連産業、ナノテク関連産業、バイオ関連産業、環境関連産業などの新産業育成戦略の検討 ②文化・芸術・エンターテインメント産業の育成 ・文化・芸術・エンターテインメントなどの新たなサービス産業の育成

○検証テーマ5 国内外企業の立地推進 ○検証担当委員 加藤 恵正

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかったこと)のポイント 原因・理由	
<p>I 産業集積条例(産業復興条例)による企業立地支援策</p> <p>II 震災後にはじめた外国・外資系企業誘致活動</p> <p>III 被災地域で認定された構造改革特区</p>	<p>【復旧期(H7～H9)】</p> <p>1 新産業構造拠点地区への進出企業数(H10.3末)</p> <p>ポータルランドII期地区</p> <p>・オフィス入居型 16社</p> <p>・土地所有(賃貸)型 3社</p> <p>【復興初期(H10～H11)】</p> <p>1 新産業構造拠点地区への進出企業数(H12.3末)</p> <p>・オフィス入居型 36社</p> <p>・土地所有(賃貸)型 5社</p>	<p>ア 国に対しエンタープライズゾーン構想の実現を要望したが認められなかった。</p> <p>ア 国際経済拠点形成の制度：国は大都市部への優遇施策化について国に要望したが、実現しなかった。</p> <p>ア 被災地域から国に提案した規制改革事項について、特別措置として決定されたものは一部に止まる。</p> <p>イ 国の予算編成に対して、特区における税制優遇や補助金制度の創設を提案しているが未実現</p>	<p>【総括・提案の考え方】</p> <p>エンタープライズゾーン政策の拡張と次世代型立地施策</p> <p>① 期間限定型機動的企業立地政策</p> <p>期間限定措置を前提とし、企業誘致を狙いとするエンタープライズゾーン設置</p> <p>② 戦略的産業・ビジネス・クラスター立地政策</p> <p>都市の産業構造改革に焦点を置く、戦略的な規制緩和と誘導を含む特区の設置</p> <p>③ 既成市街地再生型立地政策</p> <p>期間を限定した再生措置として、既成市街地における経済再生特区の設置</p> <p>【立地政策の提案】</p> <p>① 規制緩和の積極推進</p> <p>特区政策が、一般的な政策では対応が困難な地域固有問題へのゾーン施策ならば、その解決のための抜本的な規制緩和、税の減免等のインセンティブ付与が必要</p> <p>② 広域連携による産業基盤の機動的整備</p> <p>産業支援施設の設定など産業基盤の整備について、PFIなどを長期契約による自治体間取引契約による自治体間の「長期契約による広域連携」仕組みの活用</p> <p>③ 企業誘致のための体制強化</p> <p>果・市・商工会議所等とのネットワークを形成し、産業用地やオフィス情報の共有化の仕組みづくり、専門家を活用した企業誘致活動</p> <p>④ 企業立地推進のための中間組織の設立</p> <p>イノベーション創出を狙いとするクラスターで、情報共有の核となり知識創造をマネージメントする中間組織を設立し、新規参入企業のリスク軽減機能を持たせる</p>
<p>【本格復興期(H12～H16)】</p> <p>1 進出企業数(H16.8末)</p> <p>(1) 新産業構造拠点地区</p> <p>・オフィス入居型 232社</p> <p>・土地所有(賃貸)型 19社</p> <p>(2) 国際経済拠点地区</p> <p>・オフィス入居型 13社</p> <p>・土地所有(賃貸)型 1社</p> <p>(3) 産業集積促進地区</p> <p>・土地所有(賃貸)型 2社</p> <p>(4) 構造改革特別地区</p> <p>・オフィス入居型 1社</p> <p>・産業活力再生地区</p> <p>・土地所有(賃貸)型 1社</p> <p>2 構造改革特区の実績</p> <p>(1) 第1次から第3次の特区計画の認定申請について、被災地域から申請した9件の計画は全て国の認定を得た。(うち1件は、特別措置の全国実施に伴い、認定取消。)</p> <p>(2) 認定された特区では、企業進出の活発化、農家による市民農園の開設など実績が上っている。</p>	<p>ア 被災地域から国に提案した規制改革事項について、特別措置として決定されたものは一部に止まる。</p> <p>イ 国の予算編成に対して、特区制度では従来型の財政措置を講じないとする国の基本スタンスが強固なため。</p>	<p>【総括・提案の考え方】</p> <p>エンタープライズゾーン政策の拡張と次世代型立地施策</p> <p>① 期間限定型機動的企業立地政策</p> <p>期間限定措置を前提とし、企業誘致を狙いとするエンタープライズゾーン設置</p> <p>② 戦略的産業・ビジネス・クラスター立地政策</p> <p>都市の産業構造改革に焦点を置く、戦略的な規制緩和と誘導を含む特区の設置</p> <p>③ 既成市街地再生型立地政策</p> <p>期間を限定した再生措置として、既成市街地における経済再生特区の設置</p> <p>【立地政策の提案】</p> <p>① 規制緩和の積極推進</p> <p>特区政策が、一般的な政策では対応が困難な地域固有問題へのゾーン施策ならば、その解決のための抜本的な規制緩和、税の減免等のインセンティブ付与が必要</p> <p>② 広域連携による産業基盤の機動的整備</p> <p>産業支援施設の設定など産業基盤の整備について、PFIなどを長期契約による自治体間取引契約による自治体間の「長期契約による広域連携」仕組みの活用</p> <p>③ 企業誘致のための体制強化</p> <p>果・市・商工会議所等とのネットワークを形成し、産業用地やオフィス情報の共有化の仕組みづくり、専門家を活用した企業誘致活動</p> <p>④ 企業立地推進のための中間組織の設立</p> <p>イノベーション創出を狙いとするクラスターで、情報共有の核となり知識創造をマネージメントする中間組織を設立し、新規参入企業のリスク軽減機能を持たせる</p>	

○検証テーマ6 多様なワークスタイルづくりを通じたことへの創造等、しごと・雇用対策 ○検証担当委員 下崎 千代子

検証項目	取り組みの分析・評価の視点			今後への提案
	主な成果（できたこと）のポイント	主な課題（できなかったこと）のポイント	原因・理由	
I 行政が行った各種支援事業がコミュニティ・ビジネスの普及・発展に与えた影響 II 今後のコミュニティ・ビジネスの支援策	1 多様な働き方創造に対する支援（雇用対策を非営利分野まで拡大） 2 コミュニティ・ビジネスの社会的認知 [A] ~ [D]	ア、半雇用型ワークスタイルによる失業率の改善 イ、コミュニティ・ビジネスの職域にいたる普及 ウ、コミュニティ・ビジネスの基盤強化 エ、地域ニーズの発掘 [A] ~ [D]	○ NPO/CBSOHO等を働く場としてとらえる認識不足 ○ 雇用の場としての不安定さ ○ ボランティアと労働者の社会的役割の違い	① コミュニティ・ビジネスを中心とした地域密着型事業の創造・普及と地域ごととしごと情報提供（JOBマッチング）の場の必要性 (7) コミュニティ・ビジネスのニーズ発掘、人材育成、経済自立化への支援 (4) コミュニティ単位でのしごと情報提供およびJOBマッチング事業
III ワークシェアリング導入促進政策	1 厳しい雇用情勢に対応するために、ワークシェアリング導入促進へ向けた取り組み開始（H11.12.17「民産型ワークシェアリングについての合意」） [B]	ア、ワークシェアリングの積極的採用 [C] イ、失業率の改善 [C] [D] ウ、若年層の雇用問題への対応 [C] [D]	○ ワークシェアリングを緊急避難型として認識する傾向 ○ 雇用問題の中心は、壮年層・高年層が対象	② 災害時ワークシェアリングの検討 被災していない大企業が無条件で1〜2名の採用を受け入れるワークシェアリングの位置づけ（例：40歳以上の者1〜2名を10年間採用） ③ 多岐就業型ワークシェアリングの事例発掘 ④ 世代間ワークシェアリングの導入（「2007年問題」への対応） ⑤ 若年層雇用・能力開発対策
IV 震災を契機として実施してきたしごと・雇用対策	1 政労協協力による、失業に起因する震災後の社会不安発生の回避 [A] 2 制度の迅速・柔軟な適用による失業者・休業者の生活保障確保および雇用維持 [A] 3 迅速な体制整備 [A] 4 求人開拓 [B] 5 震災直後・復旧期における失業者の減少 [B] 6 離職者に対する教育訓練 [B] 7 女性に対する起業支援 [B] 8 コミュニティ・ビジネス等の育成に向けた起業支援 [B] 9 中高年被災者に対する生きがい・就労支援 [B] 10 就職活動のプロセスに応じた一貫した支援プログラムの構築 [C] [D] 11 高齢者起業支援 [C] [D] 12 求人ニーズに即した能力開発プログラムの構築 [D] 13 緊急雇用創出事業の実施 [D] 14 若年者就職支援体制の整備 [D]	ア、非正規雇用者の雇用維持あるいは生活保障 [A] イ、自営業者等、雇用保険の非対象者への対応 [A] ウ、産業構造転換を見据えたうえでの教育訓練 [B] エ、起業等の促進による新たな産業育成 [B] オ、復興需要後の新規産業育成による経済活力の回復 [C] カ、若年層の雇用ミスマッチの解消 [D]	○ 雇用保険未加入者に対する保障は、柔軟に対応しても限界がある。 ○ パート労働者は被扶養者という認識 ○ 雇用に直結した教育訓練が中々進んでいない ○ 柔軟な起業支援政策の不備 ○ 同上	⑥ 非正規雇用者・半雇用者（NPO/CBSOHO（従事者）等の雇用保険未加入者に対する災害時等の所得保障のあり方（他制度との連携）） (7) 相互扶助的な所得保障制度の構築（現代版頼母子講） (4) コミュニティレベルでの求人・求職のマッチングシステムの構築 ⑦ 災害時ワークシェアリングの検討（再掲） ⑧ 災害時における柔軟な起業促進対策の継続・発展 (7) 被災地での経済活動活性化のためにも、災害時特有の自然発生的なビジネス（露天商等）の起業活動を柔軟に支援する制度の構築 ⑨ 災害時における柔軟な 起業促進対策の継続・発展（再掲）

〇検証テーマ7 食料の安定供給を支える農林水産業の活性化 ○検証担当委員 内田 一徳

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかったこと)のポイント 原因・理由	
I 実施した復旧・復興事業の妥当性	<p>1 農地・農業用施設関係 (1) 農作付用農業用水を確保し、耕作者の不安を解消。(A B) (2) 余震・降雨による二次災害の防止のため、応急工事の実施(被災ため池1,222箇所)の内1,111箇所(A) (3) 8月までに早期査定完了(A B)</p>	<p>(1) ため池管理者からの被災連絡が遅れた。(A)</p>	<p>① 都市住民も参画した地域資源の保全 ・ 防災への危機管理意識の向上と、ため池管理者の役割再認識 ・ 早期点検・通報体制・二次災害防止体制の整備の徹底 ・ 全国レベルの地震対応マニュアルの作成 ・ 地域住民・都市住民参加による、ため池維持管理の啓発</p>
II 安定した食料生産の基盤づくり	<p>2 農産園芸・畜産関係 (1) 臨時航路等の確保に努め、生鮮野菜の出荷ピークを乗り切った。(A B) (2) 生乳の出荷先工場の変更調整により、生乳の販売先を確保し廃棄処分を免れた。(A)</p>	<p>(1) 農作物・畜産物の被害状況把握が遅れた。(A B) (2) 農作物の輸送ルートの把握に時間を要した。(A)</p>	<p>② 緊急時における生産物供給対策 ・ あらゆる災害に対する、農作物・畜産物被害の可能性をシミュレーションすることが必要 ・ 各産地に対して緊急時の輸送ルートの把握と、災害時における対策を講じるように指導 ・ 生乳の輸送・出荷の緊急対応体制の整備、自給飼料生産基盤の充実</p>
III 災害に強い農山漁村づくり	<p>3 消費流通(卸売市場)関係 (1) 仮設卸売市場の設置により卸売業務を早期再開して、食料確保により活気を取り戻した。(A)</p> <p>4 治山・林業・林産関係 (1) 現地調査・空からの崩壊危険地の把握、治山フェニクス計画の決定・実施。(A B C D) (2) 震災後の新規住宅の木造率の低下を、被災状況調査・破壊原因究明・耐震性普及等の取組により回復させた。(C D)</p>	<p>(1) 販売が伸び悩んだ。(A B) (2) 原形復旧のみで復興につなげる施設整備ができなかった。(C D)</p> <p>(1) 地震直後の山中の被災状況の把握が遅れた。(A)</p>	<p>③ 緊急時における市場流通機能の強化 ・ 被害状況を想定した輸送シミュレーションを実施 ・ 現況復旧に加え機能向上対策が必要</p> <p>④ 山地災害対策等の強化 ・ 地域の地形・地質から判断した危険度及び過去の災害歴を、住民に示すことにより、防災意識の向上を図ることが必要 ・ 六甲地区の新工法(ロープネット・ロックボルト併用工法・砂質土)の指針を踏まえた、全県(粘性土)にも対応できる指針の策定が必要</p>
	<p>5 漁港水産関係 (1) ライフラインの役割を担う施設及び漁業活動上重要な施設について、早期状況把握を行い、7漁港21箇所の応急仮工事、2月未だに実施し、漁業活動への影響を最小減にした。(A B) (2) 地震に強い漁港漁村の整備の実施。避難路・避難地の設置(C D)</p>	<p>(1) 被災直後の応急工事の実施が困難。(A B) (2) 被災施設の原形復旧か、新たな施設整備かの選択に時間を要した。(B C) (3) 住宅の抜本的な密集解消が困難。(C D)</p>	<p>⑤ 災害に強い漁港・漁村づくり ・ 応急復旧資材・機材のストックの確保が必要 ・ 災害復旧事業の対象とならない施設(荷捌き施設等)への対応策を確立しておくことが必要 ・ 個人住宅の補助も含めた、総合的集落環境整備制度の創設が必要</p>

検証項目	取り組みの分析・評価		今後への提案
	主な成果(できたこと)のポイント	主な課題(できなかったこと)のポイント 原因・理由	
1 都市と農山漁村の交流推進	<p>1 食料・水等の緊急支援(A, B) (1)野菜の直販等を通じ、日常からの交流があった地域から迅速な支援が行われた。</p> <p>2 交流人口の増加(C, D) (1)菜農生活の推進等により交流人口は増加した。</p> <p>(i)交流施設の整備推進 [市民農園の整備等] (ii)交流機会の増加への支援 [「グリーン・ツーリズム」の推進、運行支援、ホーミング開設等] (iii)交流を支える組織・人づくり [菜農生活リーダーの育成等] (iv)安全・安心な農産物づくり 「ひょうご安心ブランド」認定制度の創設、地産地消の推進等</p>	<p>ア 自治体間の相互支援協定だけでは食料等の支援について十分な対応が困難であった。</p> <p>イ 地元産の農産物を購入することの意義が消費者に十分理解されなかった。</p>	<p>① 危機管理の視点に立った都市と農山漁村交流の推進 ・被災地からの情報が途絶、行政機能の低下といった状況であっても、自律的かつ心のこもった迅速な支援ができるよう、野菜の直販等をはじめとする顔の見える交流を日頃から推進する。 ・さらに、いざというときに命を救う「広域なヒューマンネットワーク」の構築を目指し、人と人の関係を深め、一過性の自然体験等にとどまらぬ継続性の高い交流を推進する。</p> <p>② 都市と農山漁村交流の新たな視点 ○都市部からの新規就農希望者受入れ等のシステムづくり ・農山漁村の活性化と都市住民の生きがい創出等のため、都市からの就農希望者と受け入れ可能な集落との交流を進める。 ○都市部高齢者にやさしい街づくり ・自家用車による農産物の利用が困難な都市部の高齢者のため、住居周辺の商店街による安全・安心な食料品や加工品等を取り揃えた店舗づくりが可能となるような交流を進める。 ○地産地消システムづくり ・食の安心を最も低コストで実現できる地産地消のシステムづくりを推進する交流を進める。 ○食育推進システムづくり ・人間が育ち生きる根源に食と農が関わっているという認識を深めるため、学校教育とタイアップした交流を進める。 ○地域農業支援システムづくり ・所有者による管理が困難になった農地への支援等、地域農業の継続及び農村景観の良質な保全を応援する交流を進める。</p>