



4月から三宮周辺エリアが市バス110円で乗車できます!

(通常210円のところ)

※交通系ICカードをお持ちの場合



いよいよ4月から三宮周辺エリア(駅ターミナルから概ね1km圏内)が、バス110円で利用できるようになります!!

河南(かわなみ)が都市交通委員会を通じて、都心三宮エリアにマンションが増えて、子供の図書館も出来ることから、三宮都心部のチャイニーズ需要を掘り起こすべきだと主張し、100円バスの提案を行ってききましたが、この度、ICカードを使った110円バスで実現しました!



系統	対象バス停
②(92)	加納町3~地下鉄三宮駅前~三宮センター街東口~市役所前~三宮神社前(陣馬のり)~元町1
⑦	山本通3~中山手3~トアロード~元町駅前~三宮町2~三宮町1~三宮駅前~豊井通~観上公園前~市民福祉交流センター前
18	加納町3~地下鉄三宮駅前~三宮駅前~三宮駅前ターミナル前
25	中山手3~三宮駅前~三宮バスターミナル
29	新生田川~豊井通~三宮駅前ターミナル前~三宮駅前~東遊園地前~税関前
64	地下鉄三宮駅前~三宮駅前~三宮駅前ターミナル前
66	加納町3~地下鉄三宮駅前~市役所前~貿易センター前~貿易センター北~三宮センター街東口
101	旭中央住宅前~三宮駅前ターミナル前~旭通3~新生田川
新渡	三宮駅前~神戸市立博物館前~京町筋(神戸ポートオアシス、東遊園地は対象外)

停留所の設置と1区間100円の検討を提案

かわなみ要望

令和2年(2020年)10月21日 都市交通委員会にて

河南(かわなみ)提案より、約1年半越しに実現! 市民に便利なサービスになることを期待しています。

令和2年(2020年)10月21日 都市交通委員会での河南(かわなみ)発言

いろんな挑戦をしていただきたい! 停留所の設置と1区間料金100円の検討を提案・要望しました。

- 東遊園地に子どもの図書館ができるということは、三宮と子どもの図書館を結ぶぐらいの所に停留所があれば、お子さん連れの方も行きやすいだろうし、その辺りはマンションも増えている。
- 仮に料金体系が210円均一であれば、恐らくその辺りの方は乗れないと思うのですが、仮に1区間100円などで設定できれば、その地域のマンションの住人や、中突堤からハーバーランドにちょっと歩いていくには面倒だけど100円だったら乗ろうか、1区間だったら乗ろうかというような観光客の方も多いかと思うので、バスの停留所を機動的に考えるということと、210円で均一料金にするのではなく1区間100円、これを提案したい。

210円であればちょっとハードル高いですが、100円であれば乗る方は、かなり増えると思う。需要の掘り起こしをしていく必要性をお考えいただきたいことと、地域の人口形態もにらみながら組み合わせさせていただければ、と要望します。

道路整備や街の美化、公園、交通機関など暮らしの中で気になるチョット不便に思うこと、お住まいの地域のこともぜひお聞かせ下さい。



編集後記

今回は経済観光局への質疑を中心にご報告しました。神戸の経済をより良くしていくためには、社会ニーズにあった企業が神戸に進出・起業・活動して下さることによって、社会が安定的に発展していきます。そのような経済活動に、神戸市が伴走支援することが必要ではないか、との視点で質疑しました。これからの神戸はどうなっていくか、皆さまのお声をお聞かせ下さい。また、市政に関するお困りごとなど、河南(かわなみ)にお寄せください。~かわなみただかず~

神戸市議員 自由民主党神戸市議員団

かわなみ ただかず 《中央区》

市政に真面目に全力投球!

かわなみ

ただかず 《中央区》

- 布引の滝のプロモーション強化について
- プレミアム付きお買物券のデジタル化について
- 新型コロナの影響による失業者等への就労支援について
- 失業者等のスキル向上について
- 企業版アーバンイノベーション神戸について
- ★他、お知らせ「三宮・エリア110」の実施について

布引の滝のプロモーション強化について

日本三大神滝と呼ばれる名勝地である『布引の滝』。神戸を代表する観光スポットの1つですが、プロモーション不足について残念に感じている現状をお話し、改善について質疑しました。



かわなみ 質疑

神戸を代表する観光スポットの1つ 布引の滝をもっとPRできないか?

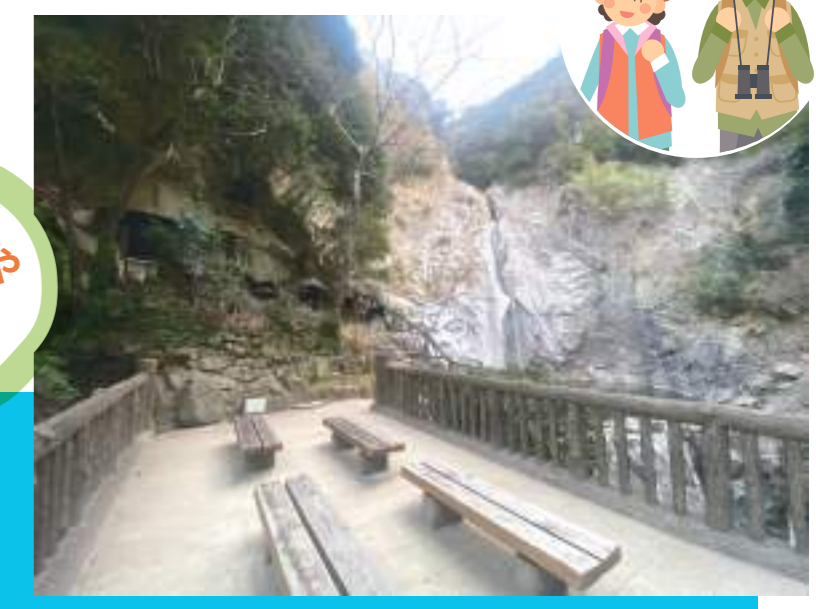
布引の滝は、日光華厳の滝、紀州那智の滝と並んで日本三大神滝と呼ばれる名勝地であり、平安時代から数多くの貴族や歌人のお訪れ、名歌が詠まれた歴史ある場所でもあります。さらにはJR新神戸駅からわずか徒歩10分程度という立地にも大変恵まれた『神戸を代表する観光スポットの1つ』であります。

しかし同じ中央区の観光エリアの中でも、北野の異人館や旧居留地、メリケンパークなどに比べると、全国的な知名度はまだ高く感じます。

過去には中央区が中心となって明治時代に建造された36基の歌碑を復元し、それを生田川沿いに設置する歌碑のみちプロジェクトなどを実施してきましたが、それでも他の観光地と比べると、盛り上がり欠けるのが現状です。

新型コロナの影響により、近場で自然を感じる観光スポットが人気を集めている今こそ、布引の滝のプロモーションを強化していただきたいと考えますが、見解をお伺いいたします。

布引の滝の説明や看板が無いな



かわなみの視点

布引の滝は、日本三大神滝とされています。那智の滝(和歌山県那智勝浦町)、華厳の滝(栃木県日光市)、そして布引の滝と、このナンバリングに入るというのは金銀銅メダル級の難しいことだと思います。観光スポットとしてのプロモーションを経済観光局に旗を振って取り組んでいただきたいとします。

末若経済観光局担当部長からの答弁

布引の滝については、我々も観光プロモーションにいろいろ取り組んでいる。様々な媒体を通じて、布引の滝の魅力を発信しているところ。

現在の取り組み一例

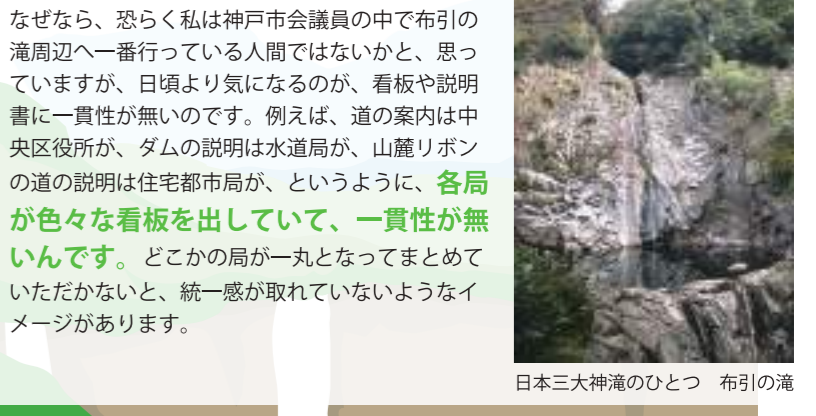
令和3年新たに設定した観光モデルコースにおいて、『新神戸駅からたったの15分、絶景&癒しのスポットめぐり』と題した打ち出しをしたり、初心者ハイカー向けのトレッキングコースにおいても、布引の滝をアクセスポイントに設定し、デジタルスタンプラリーやトラッキングツアーを実施するなど、観光スポットとしての認知度向上に取り組んでいる。

プロモーション強化について

2025年の大阪・関西万博、あるいはインバウンドの回復をにらみ、周辺エリアの活性化と合わせて、関係部局、民間事業所と連携を行いながら、布引の滝のプロモーションについても強化していく。

看板設置について

周辺には幾つか看板があるが、まさに滝を望むデッキのところに今看板が無い状況。**看板の設置について調整を始める。**プロモーションと相乗効果を十分発揮できるように、内容やデザインも工夫しながら、設置に向けて関係局と調整を行っていく。



日本三大神滝のひとつ 布引の滝

かわなみ要望 観光スポットにふさわしい『布引の滝』の看板設置を

地域の方からも『神戸市は布引の滝を観光スポットだと思っているのか?』と苦言を聞いています。布引の滝周辺や布引の滝を見晴らす場所には、来訪者向けに説明・解説するような看板が無い状況です。観光スポットにふさわしい案内看板や、三大神滝の1つであるという説明看板の設置をお願いします。

経済観光局への質疑



かわなみ 質疑 新型コロナの影響による失業者等への就労支援について

新型コロナの影響によって失業や求職をされている方を対象とした、合同企業説明会を開催されていますが、どのように広報活動を行っているのか？

令和3年の開催実績による...

開催月	参加企業	参加者
3月	59社	139人
7月	70社	176人
9月	77社	162人

かわなみの視点
新型コロナによる失業者等を対象としているので、適正な参加人数というのは推測しがたいと思いますが、参加企業1社に対して参加人数がおおむね2〜3人というのは少し寂しく感じます。

今後、さらに多くの人にチャンスを広げるためにもこのような機会を積極的に広報、PRしてほしいと思います。

かわなみ 質疑 失業者等のスキル向上について

この合同企業説明会での採用実績は、各会おおむね7〜8人だったと聞いています。私の周りにも職を探している人がいますが、50代、60代になってくると、業種転換や新しい技術の習得にチャレンジできない方が多いようです。そのような方は無難な人気の高い職種にしか応募できず、結果的に採用に至らないケースが多いように思います。



かわなみの視点
労働市場では雇用のミスマッチによる失業者が高止まりしている状況であり、この現状を変えない限り、市が頑張ってもマッチングを進めても、今以上の成果に結びつけることは難しいのではないのでしょうか。

このような現状を変えるためには、失業者のスキルを向上させることが最も必要なことだと考えます。

本来、このような役割を担っているのは国や県ですが、国や県の取組が十分機能しているのかどうか疑問を感じます。市が主体となって失業者のスキル向上に取り組むことは、人員や予算などの関係から難しいとは思いますが、市民の就労を支援する立場として、国や県と連携して失業者のスキル向上に向けた施策を展開できないかと考えますが、いかがでしょうか。

かわなみ 質疑 プレミアム付きお買い物券のデジタル化について

高齢の方も多く利用されていることや、店舗側に初期投資が必要であることなど、一定の負担を伴うことは理解しますが、時には行政が音頭を取って『デジタル化にかじを切る』ことも必要ではないのでしょうか。

かわなみの視点
デジタル化の導入には一定の初期投資が必要ですが、一度プラットフォームを構築すれば、その後はカスタマイズを加えるだけで対応が可能です。お買物券をデジタル式に移行したほうが長期的には事務経費を安く抑えることができ、より多くの金額をプレミアム分に戻すことができると考えます。



西尾経済観光局長からの答弁

可能な限り多くの求職者の方に対して、情報を届けることが重要と思っている。

- 当事業の特設サイト設置
- 他の終了事業に参加いただいた方々に対してダイレクトメール
- 神戸市のホームページ、イベント告知サイトの掲載等々
- ハローワークや、ひょうご・しごと情報広場などの就労支援機関での案内チラシの配布
- この事業を受託している事業者の人材会社の就職・転職サイトへの掲載、会員へのダイレクトメール配信
- 新聞広告や折り込み
- 就職情報誌への掲載

登録者へのチラシ送付やダイレクトメールが意外に効果があると分かったので、令和4年度については、このあたりのアンケートから浮かび上がってくる効果的な手法に集中的に投下したい。他、新たにウェブ上でのリスティング広告実施も検討など出来れば、と思っている。こういった取り組みを重ねることにより、就労促進につなげていきたい。

かわなみ 要望
集まった人数が少ないと感じます。合同企業説明会にもっと来ていただく工夫を！

企業名が入ったダイレクトメールを受け取れば、『(私だったら)あ、私も候補者になっているんだな』というような思いで、参加する可能性は非常に高いと思います。ただ、受け取られた方のスキルとのマッチングがきちんとできていないと、残念ながら、採用されることはないとも思います。

西尾経済観光局長からの答弁

ミスマッチの解消に向けた取組について

- 業種、職種を超えた労働移動を促進するためには、職業訓練のさらなる充実が必要と考えている。
- 国・県による公的職業訓練制度については、本市のホームページでも案内しているが、それ以外にも県・市協働で開設している『ひょうご・しごと情報広場』のほうでシニア向け相談窓口や、本市で開催する転職・再就職説明会での資料配布、相談窓口における求職者の方々への周知にも、今後とも努めていきたい。

かわなみ 要望
マッチングするだけでは実際に雇用に結びつくことは非常に難しいと思う

身なりやマナー等の問題もあるかもしれません。スキル習得をチャレンジする気持ちになるようきっちりつくりの他、身なりやマナーも含め、全方位的にアドバイスできるようなものがあっても良いのかもしれません。また、仕事が見つからないことで『負のスパイラル』に陥らないように、市が寄り添って様々な施策を考えなくてはいけないと思います。その人が主体的にスキルアップに取り組めるような環境づくりというのも、ぜひ検討いただきたいです。

プレミアム付きお買い物券の事業について

商店街・小売市場お買い物券事業3億円(令和3年度2月補正)市内の商店街・小売市場で利用できるプレミアム付お買い物券(第3弾)を発行し、消費喚起に取り組む事業

かわなみの視点
3億円の事業費の内、事務事業費(紙券の発行費等々)が8,000万円もかかっています。毎回、事務事業費が多額で、且つ、集計も地域の商店街や市場の方々の事務局にご負担をかけています。デジタル化を進めることで、そういった費用の極小化、煩わしさを極小化できるのではないかと考えます。

××
紙券で8,000万円の事務事業費とはかなりの費用だな！と正直な感想です

【企業版アーバンイノベーション神戸】について

かわなみ 質疑



来年度(令和4年度)からは経済観光局でも【企業版アーバンイノベーション神戸】に取り組まれると思いますが、このような事業で重要なことは、単なるマッチングプログラムの開催で終わるのではなく、企業同士がウィン・ウィンの関係を築くまで、行政がしっかりと伴走支援することだと考えます。

【企業版アーバンイノベーション神戸】が、参加する企業に対してどこまでサポートしようとしているのか、お伺いします。

Urban Innovation KOBE (アーバンイノベーション神戸)
起業・スタートアップ支援による神戸経済の活性化を目指す神戸市が、2017年より実施しているプロジェクト。神戸市の地域・行政課題をスタートアップ(成長型起業家)と市職員が協働して解決する国内自治体初の取り組み。

かわなみ MEMO

企画調整局が担当の【アーバンイノベーション神戸】での実績をインターネット上で拝見したところ、課題解決率70%以上、継続利用率40%以上と資料があり、ちょっと少ない?と思いました。

課題解決率は70%、7割打者なら良いのかな、という気はしますが、疑問に思ったのは、継続利用率が40%以上という点です。良いシステムであれば、継続して続くのでは?と思うので、ヒット率が低いのでは、と思う次第です。

最終地点は、【企業版アーバンイノベーション神戸】をすることにより、課題解決のみならず、企業が雇用を増やし、そして法人税がしっかりと払えるという点が大切だと思います。

かわなみ
この事業が終わって、神戸の会社として雇用が増えたのかどうか、あるいは、法人税額が増えたのかどうかまで検証されるつもりはあるのでしょうか?

企業の業績にもう少しリンクするべきでは?

雇用の人数あるいは売上げ、法人税の額が分からないのであれば、売上高や、経常利益などでも見る指標はあると思いますので、参加企業には参考資料として提出してもらおうなどして、神戸にどれだけ寄与して下さったのか、ということも定量的に観察していただきたいと思います。

かわなみ 要望

古泉経済観光局担当部長からの答弁

●デジタル化については、早い段階から検討していた。システム会社が開発したプラットフォームを使ってできないかと、複数社と意見交換を行ったが、今回事務費8,000万ぐらい、前回の事務費ということで考えたところ、なかなかそこには合わず、紙券で考えている。

●市独自のプラットフォームの構築というのが良いのか、進歩していくテクノロジーに従ったものが良いのか、今の段階では判断が難しい。

●(かわなみ) 委員指摘の本市独自のプラットフォームの構築ということは、新たな考え方だと思っている。我々もそれを検討したことはないのだが、するとすれば相応の知識と多額の費用がかかってくる。

●『時には行政が音頭を取ってデジタル化にかじを切っていく』ということは、まさにそのとおりだと考えている。引き続き我々も様々な研究をしてデジタル化に向けて進めていきたい。



西尾経済観光局長からの答弁

【企業版アーバンイノベーション神戸】においては、マッチングを成功させるためにも、マッチングプログラムの開催で終わることはいけないと我々も思っている。

マッチング企業同士の信頼関係を構築し、その後の事業化につながるまで、行政がしっかりと伴走支援していくことが重要であると我々も認識している。

令和4年度のプログラム終了後においても継続したサポートが必要、こういった視点も必要かと思っている。

そのために、本プログラムと併せて立ち上げるビジネスコミュニティにおいて、同コミュニティに配置予定のコミュニティマネージャーが、他の参加者との対話による課題解決を促す。

このような取り組みをするとともに、マッチングプログラム終了後も、状況に応じて個別にフォローアップをしていきたい。

かわなみ
フォローアップしていくということですが、採択する案件の数、課題の解決率あるいは継続してそれを利用する率というものは、どのようにお考えですか?

西尾経済観光局長からの答弁

- 課題を出していただける大企業、中堅企業、5から10社程度を考えており、その課題解決に取り組む企業を公募したい。
- 単年度で解決しない可能性もあるので、そのあたりも踏まえ、課題解決率100%を目指して事業を進めていきたい。



西尾経済観光局長からの答弁

企業の雇用が増える、法人税額まで追跡できるかという点、正直、そこまでの追跡は不可能ではないかと思っている。

今回の事業で、雇用が実際に増えてほしいし、このようなオープンイノベーションの取り組みを『神戸の地が先進的に実施する』ということで、外からの企業も『神戸の地で仕事を見つけるために定着』いただく等にもつながるのではないかなと思う。

それらがトータル企業の付加価値を高め、企業の製品、プロダクトの付加価値を高めることが我々の狙いですので、そのような観点で、今後とも定量的な数字も含め、何が設定できるのか、研究していきたい。



デジタル化に向けて

店主ご自身がキャッシュレス決済やデジタルツールに慣れていらっしゃる店舗へは、デジタル化の提案は踏み込みにくいと思いますが、そちらにずっと合わせていると、ハイブリッドであれ、なかなかデジタル化が進みませんので、ぜひとも行政に旗を振っていただきたいと思うのです。

神戸市から事業者にいつまでにデジタル化を進めるのか、目標年次を持って伝えるべきではないかと思っておりますので、目標年次を設定して取り組んでいただきたいと思っております。

より積極的な広報を

また、この『プレミアム付きお買い物券』の制度を知らない方が、まだまだたくさんいらっしゃるようです。市のホームページ等でもっと広報いただき、事業を十分に周知いただくようにお願いします。

かわなみ 要望