第４次西宮市産業振興計画
（素案）

令和５年 11 月

西　宮　市

目　　次

第１章　計画策定にあたって …… １
１．計画策定の背景と目的 …… １
２．計画の位置づけ …… ２
３．計画期間 …… ２

第２章　本市の産業動向と課題 …… ３
１．社会環境の変化 …… ３
（１）西宮市における人口動態 …… ３
（２）西宮市財政 …… ６
２．産業動態 …… ９
（１）全般 …… ９
（２）産業構造と産業別動向 …… １２
３．本市産業の特徴的な要素 …… １９
（１）文教系や交通利便性を生かした産業に強み …… １９
（２）県内主要都市に比べて開業率が高い構造 …… ２０
（３）大学等の教育機関が多数立地 …… ２０
（４）地域内での経済循環率は比較的低い …… ２２
４．前計画の進捗状況 …… ２３
５．本市産業の課題 …… ２８
（１）市内産業の高度化・高付加価値化と中核企業の育成 …… ２８
（２）産業競争力の維持・発展に向けた支援体制の強化 …… ２８
（３）起業・創業支援の展開 …… ２９
（４）均整の取れた商業集積と多様なにぎわいの創出 …… ２９
（５）多様な働き方や企業経営促進によるソフト面での競争力強化 …… ３０

第３章　本市の産業振興の基本的な方向性 …… ３１
１．西宮市産業振興基本条例 …… ３１
２．基本的な考え方 …… ３２
３．基本方針 …… ３４
基本方針１　西宮の産業基盤の強化 …… ３４
基本方針２　地域資源を生かした産業振興 …… ３５
基本方針３　新たな産業の担い手づくり …… ３６
基本方針４　人材の確保・育成 …… ３６

第４章　産業振興の施策 …… ３７
１．施策体系 …… ３７
２．施策の展開 …… ３８
基本方針１　西宮の産業基盤の強化 …… ３８
基本方針２　地域資源を生かした産業振興 …… ４２
基本方針３　新たな産業の担い手づくり …… ４７
基本方針４　人材の確保・育成 …… ４８

第５章　計画の推進に向けて …… ５０
１．計画の推進について …… ５０
（１）計画の進行管理 …… ５０
（２）計画の推進体制 …… ５１
（３）総合的・戦略的な庁内情報発信体制の強化 …… ５１
（４）市内産業の重要性の発信 …… ５１
２．計画の数値目標 …… ５２
３．SDGs の推進について …… ５４

資　料 …… ５５
１．西宮市産業振興審議会 …… ５５
２．西宮市産業振興審議会計画部会　委員名簿 …… ５６
３．策定経過 …… ５７
４．用語集 …… ５８

第１章　計画策定にあたって

１．計画策定の背景と目的

近年の我が国を取り巻く状況として、不安定な国際情勢や新型コロナウイルス感染症をはじめとするグローバルな環境変化により、自治体を取り巻く状況はより複雑かつ先行きも不透明になりつつあり、将来への不確実性が増している時代となっています。加えて、従前からの人口減少や少子高齢化の影響により、地域の経済や消費の縮小が進展するなかで、地域産業そのものの活力低下も顕著となっています。

一方、新型コロナウイルス感染症など世界的な環境変化は、衣食住のあらゆる側面でのデジタルシフトを進展させて､AIやIoT技術を活用した製品･サービスが地域の中にも浸透したことで、地域の企業や市民もこれらに対応した企業活動や生活が求められるようになっています。加えて、近年は多様性の尊重や環境面への配慮が不可欠となりつつある時代的背景の中で、地域の企業や市民生活の在り方にも大きな変化をもたらすことが予想されます。こうした状況下において、自治体側もより戦略的に環境変化に対応していくことが求められています。

また、足元では令和7年の大阪・関西万博開催やインバウンド需要の回復、IR（統合型リゾート施設）の開発、神戸空港の国際化など、関西全体や阪神間での環境も目まぐるしく変化しています。

これまで、本市では、平成23年3月に策定した「都市型観光推進計画」、平成24年3月策定の「第２次西宮市産業振興計画」、平成31年3月策定の「第３次西宮市産業振興計画」に基づき、産業・観光分野の振興に取り組んできました。

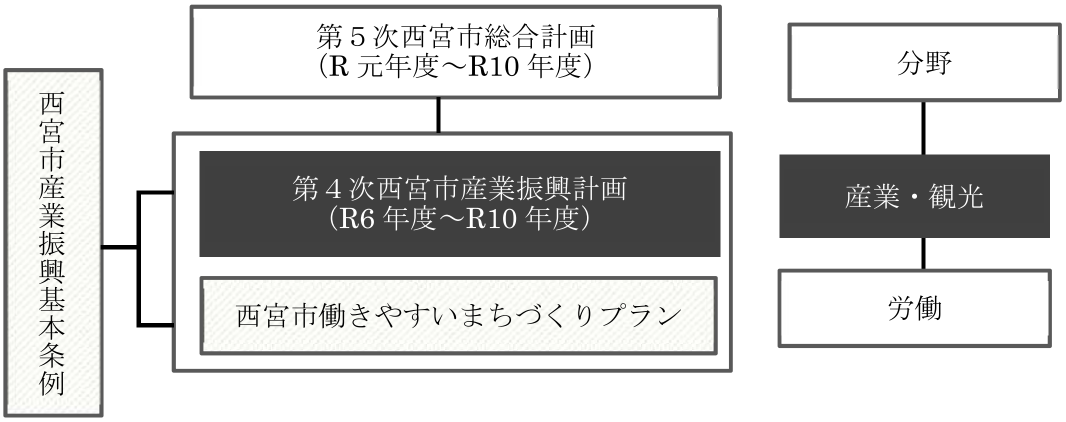
また、国の法律に基づき、企業立地法に基づく基本計画、創業支援等事業計画、経営発達支援計画の３計画を策定し、特定分野の施策を推進するとともに、平成28年3月には、「文教住宅都市」としての魅力活用を基本理念とする「西宮版人口ビジョン・総合戦略（※現在は第２期：令和2～5年度）」を策定しています。平成30年度には「産業の振興」と「雇用就労の促進」を定めた「西宮市産業振興基本条例」を制定し、本市全体の産業振興に関する基本方針を定めています。

今般､「第３次西宮市産業振興計画」の計画期間が終了したことから､これまでの取組を踏まえ、今後の産業振興の指針とともに新たな具体的施策を位置づける「第４次西宮市産業振興計画」（以下、本計画）を策定しました。

２．計画の位置づけ

平成 30 年度に制定した「西宮市産業振興基本条例」に基づき、産業振興の具体的施策を明らかにする計画として、本計画を位置づけます。

同時に、令和元年度に策定した「第５次西宮市総合計画」を上位計画とする産業分野の部門別計画として、本計画を位置づけます。



３．計画期間

本計画の期間は、令和 6 年度から令和 10 年度までの 5 年間とします。

	R 元 年度	R2 年度	R3 年度	R4 年度	R5 年度	R6 年度	R7 年度	R8 年度	R9 年度	R10 年度
第５次西宮市 総合計画										
第３次西宮市 産業振興計画										
第４次西宮市 産業振興計画										

第２章　本市の産業動向と課題

１．社会環境の変化

（１）西宮市における人口動態

①総人口

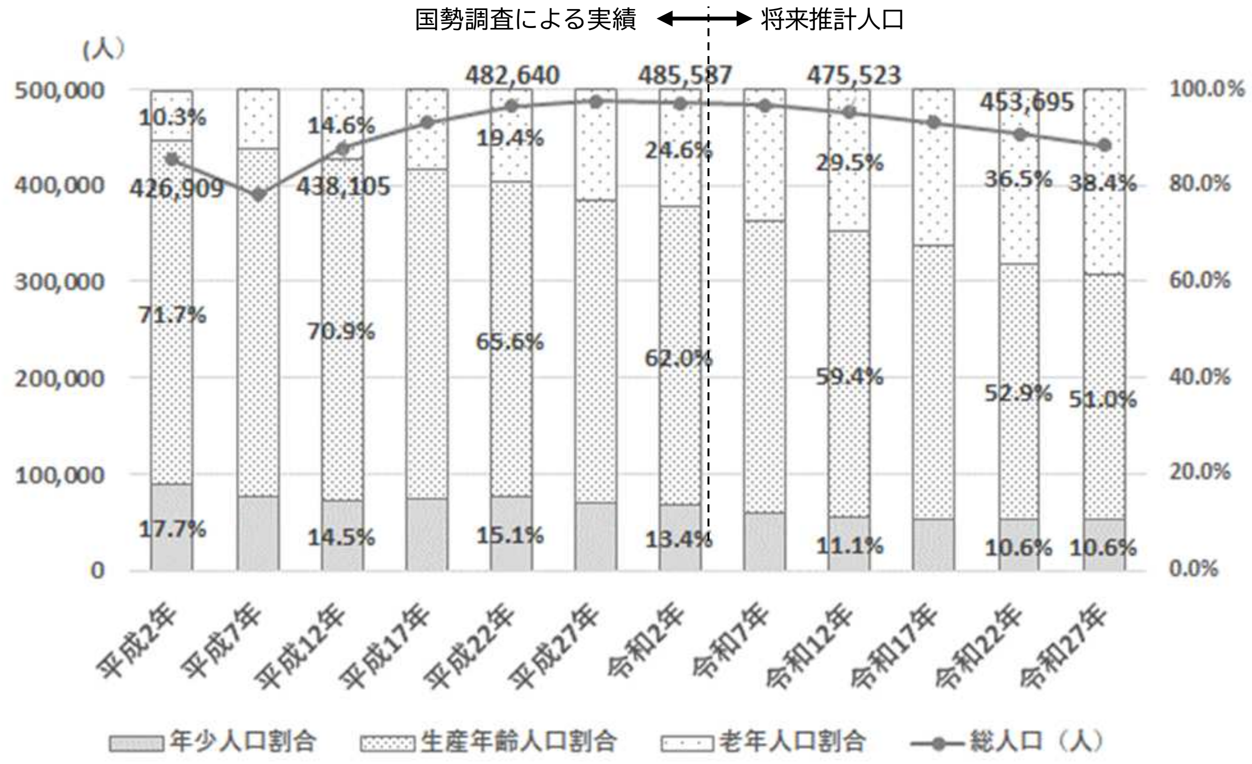
我が国では平成 20 年頃から人口減少が始まっていますが、本市ではそれ以後も人口増加が続き、平成 28 年をピークに人口減少に転じています。

本市の人口は、市制施行時の大正 14 年には約 34,000 人でしたが、市域の拡大と都市化の進展により増加を続け、昭和 50 年には 400,000 人を超え、昭和 60 年頃には 420,000 人を超えるほどとなりました。

しかし、平成 7 年の阪神・淡路大震災により状況は一転し、一時は 390,000 人程度まで激減しましたが、震災復興に伴う住宅供給の増加により転入者が増加し、平成 12 年には震災前の人口を上回る約 438,000 人となりました。その後も人口増が平成 19 年まで続き以後も微増を続けましたが、令和 2 年現在、485,587 人と緩やかな減少に転じています。

さらに、社人研による将来人口推計では、減少幅が大きくなり、令和 12 年時点で 475,523 人、令和 22 年時点で 453,695 人と推計しています。

図表 2-1-1［年齢 3 区分別人口推移と将来推計人口］

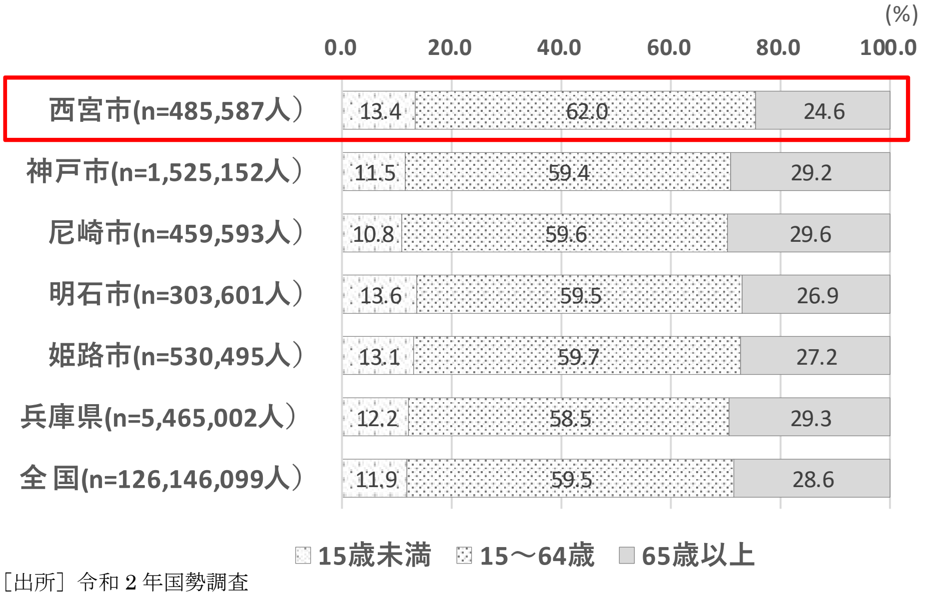


［出所］国勢調査、社人研「日本の地域別将来推計人口（平成 30 年推計）」

②少子高齢化の進展

令和 2 年国勢調査時点の県内主要都市等の人口構成比をみると、本市の高齢化率（65 歳以上）は、最も低くなっていますが、今後、年少人口（0～14 歳）及び生産年齢人口（15～64 歳）の割合が減少する一方、高齢者人口（65 歳以上）が増加し、特に令和 12 年以降は高齢化率が急速に上昇すると予測されています。

図表 2-1-2［県内主要都市等との年齢 3 区分別人口構成比較］



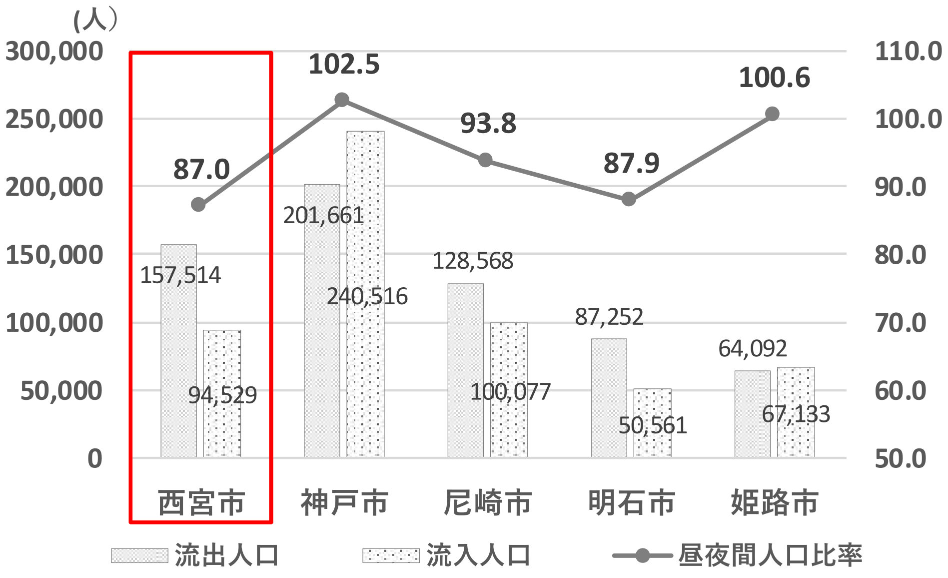
［出所］令和 2 年国勢調査

③昼夜間人口

本市の令和 2 年国勢調査における夜間人口は 485,587 人で、昼間人口は 422,602 人であり、昼夜間人口比率は 87.0 となっています。また、流出人口が 157,514 人に対して、流入人口が 94,529 人と約 63,000 人の流出超となっています。

昼夜間人口比率は、県内主要都市と比較して最も低くなっており、大阪市や神戸市等に通勤・通学する住宅都市としての特性を表しています。

図表 2-1-3［県内主要都市の昼夜間人口と流入流出人口比較（A)］



［出所］令和 2 年国勢調査

図表 2-1-4［県内主要都市の昼夜間人口と流入流出人口比較（B)］

	夜間人口（人）	昼間人口（人）	昼夜間人口比率	流出人口（人）	流入人口（人）
西宮市	485,587	422,602	87.0	157,514	94,529
神戸市	1,525,152	1,564,007	102.5	201,661	240,516
尼崎市	459,593	431,102	93.8	128,568	100,077
明石市	303,601	266,910	87.9	87,252	50,561
姫路市	530,495	533,536	100.6	64,092	67,133

［出所］令和２年国勢調査

④人口減少・少子高齢化社会による地域経済への影響

少子高齢化やそれに伴う人口減少は、地域経済の供給面と需要面の双方にマイナスの影響を与え、我が国の中長期的な経済成長を阻害する可能性があります。すなわち、少子高齢化による生産年齢人口の減少は、投資や労働生産性の上昇が抑制され、経済規模が縮小し、経済成長が低下していくことを招きます。

また、需要面からみた場合、医療・介護サービスなど一部の分野で需要を拡大させる一方、少子高齢化に伴う人口減少は必然的に消費者の数の減少となり、多くの分野で需要の縮小要因となると考えられます。

加えて、人口減少と高齢化の進行により地域活力が低下し、自治体の財政状況の悪化による基礎的なサービスの水準低下、防犯・消防等の地域における自主的な社会活動、道路・河川などの社会資本や自然環境の維持管理も困難になることが懸念されます。

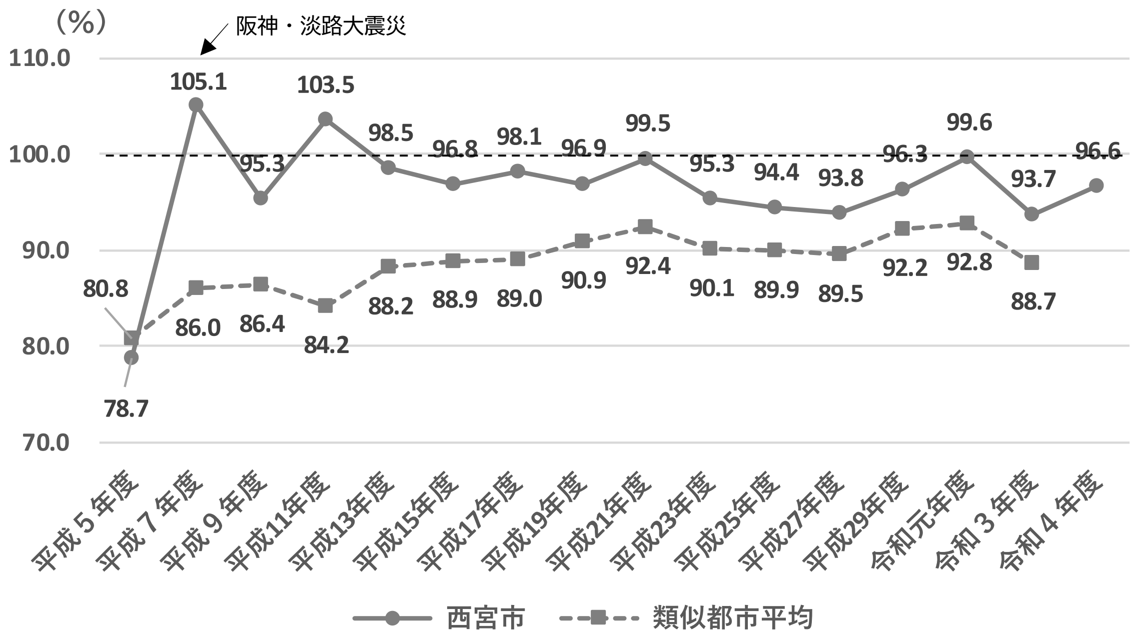
（２）西宮市財政

①財政状況

本市の財政状況は、阪神・淡路大震災を機に急激に悪化し、震災復旧・復興事業の実施により、地方債残高は膨れ上がりました。

近年は市債の償還が進んだこともあり、市債残高や基金残高ともに震災前の水準に戻り、財政構造の弾力性を示す経常収支比率は改善傾向で推移してきましたが、類似団体と比較すると高い水準のままです。

図表 2-1-5［経常収支比率の推移］



［出所］西宮市の決算の概要（令和 4 年度版）
［注］　類似都市は人口及び産業構造により分類され、20 年度以降は中核市。

県内主要都市との主要財政指標をみると、令和 3 年度の財政力指数は、0.94 と高い数値となっており、本市の財政基盤が比較的強いことを示しています。

また、一般会計等が将来負担すべき実質的な負債の標準財政規模を基本とした額に対する比率を表す将来負担比率は、4.7 となっています。

図表 2-1-6［主要財政指標（令和３年度）］

	財政力指数	経常収支比率	実質公債費比率	将来負担比率
西宮市	0.94	93.7	4.5	4.7
神戸市	0.77	95.3	4.4	56.4
姫路市	0.87	83.6	3.0	19.1
尼崎市	0.83	91.4	9.7	36.3
明石市	0.76	91.5	3.6	22.0
兵庫県	0.62	97.2	15.2	315.1

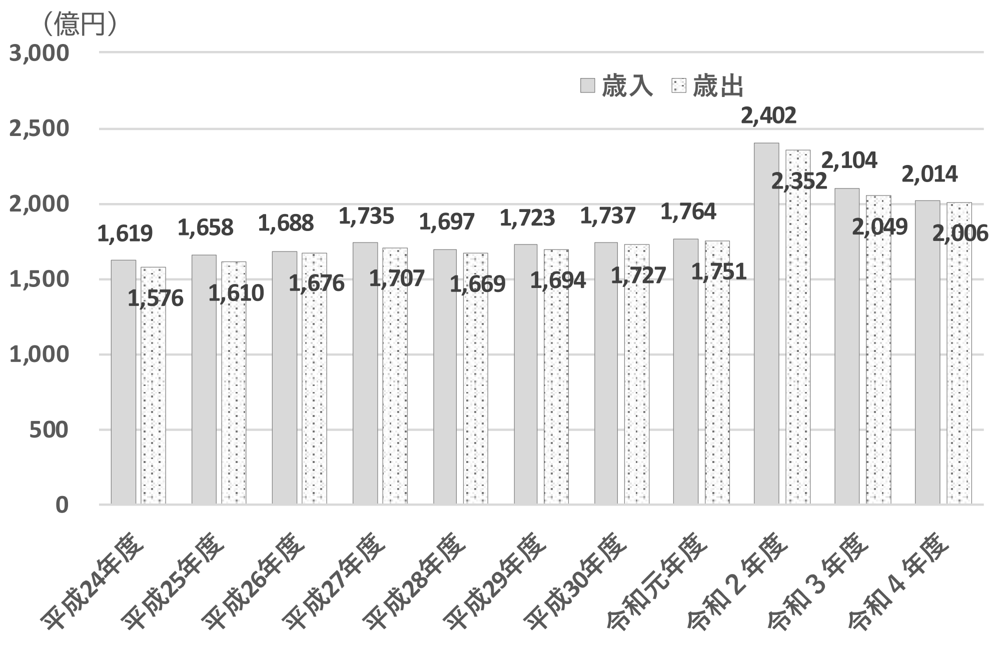
［出所］総務省「令和３年度地方公共団体の主要財政指標一覧」

※財政力指数…基準財政収入額を基準財政需要額で除した数値の前３年度平均値。数値が大きいほど財政力が強いことを表します。
※経常収支比率…毎年度経常的に収入される財源のうち、人件費、扶助費、公債費等の毎年度経常的に支出される経費に充当されたものが占める割合。数値が低いほど財政にゆとりがあると言えます。
※実質公債費比率…毎年度経常的に収入される財源のうち、実質的な公債費相当額（交付税措置分除く）に充当されたものが占める割合の前３年度平均値。
※将来負担比率…地方債の残高等将来負担すべき実質的な負債の標準財政規模に対する比率（全会計ベース）。

②歳入・歳出状況

令和４年度の一般会計決算額は、令和 3 年度に国が講じた子育て世帯への臨時特別給付金給付事業が終了したことなどにより、歳入・歳出ともに前年度決算額を下回っています。なお、令和 4 年度は、収支の結果による財源不足に対応するため、市の貯金である財政基金を 21 億円取り崩しています。

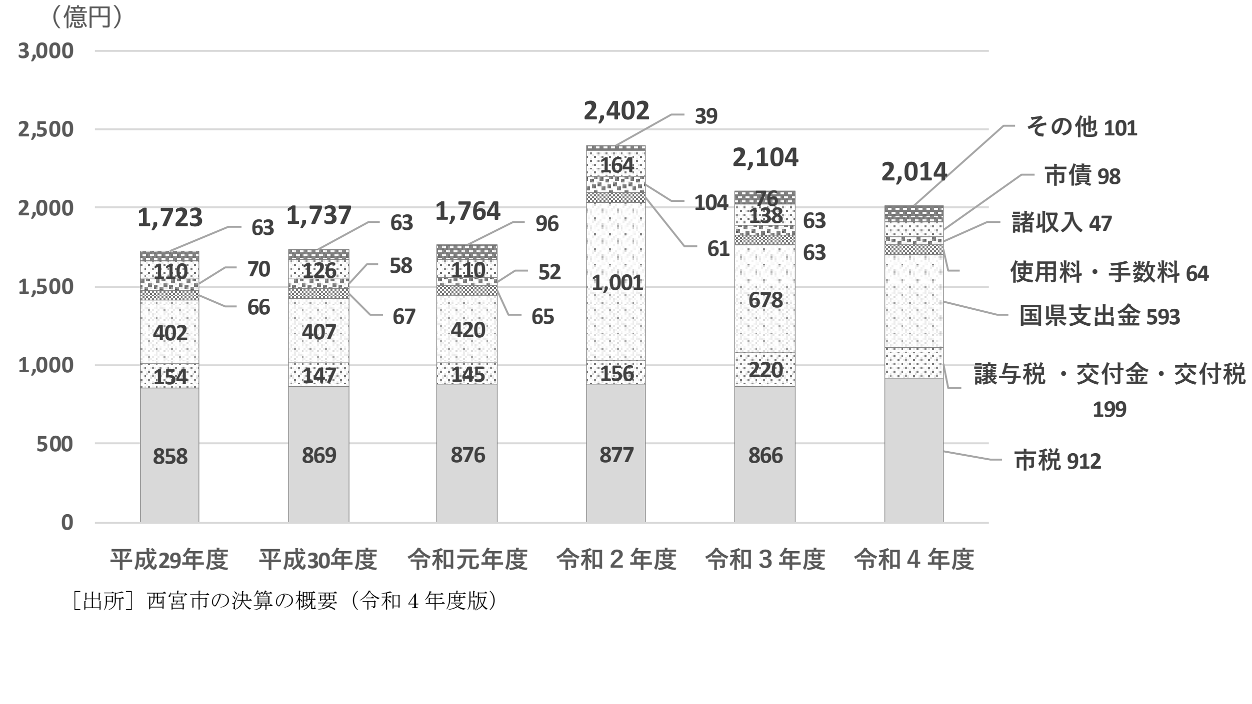
図表 2-1-7［一般会計における歳入歳出決算額の推移］



［出所］西宮市の決算の概要（令和 4 年度版）

令和 4 年度の歳入について、根幹となる市税収入は給与所得や営業所得、株式等譲渡所得の増といった要因により、912 億円と増加したものの、総額では前年度に比べ減となりました。また、子育て世帯への臨時特別給付金給付事業の終了や新型コロナウイルスワクチン接種回数の減などにより国庫支出金が大幅に減となっています。

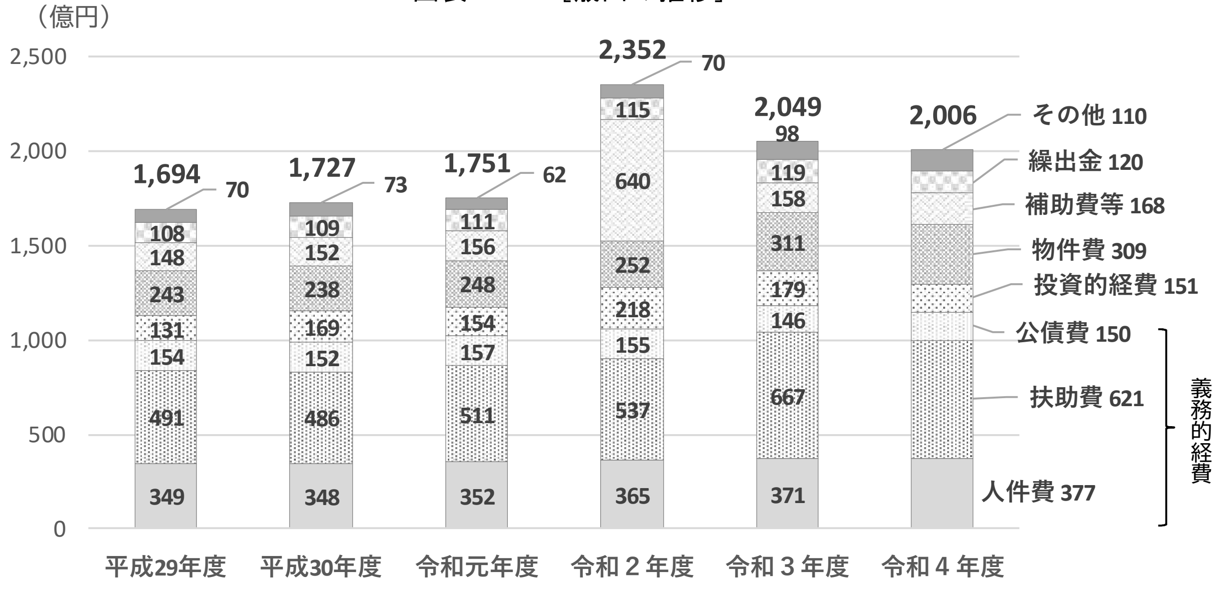
図表 2-1-8［歳入の推移］



［出所］西宮市の決算の概要（令和 4 年度版）

歳出を性質別に見てみると、子育て世帯への臨時特別給付金給付事業の終了などにより、扶助費が減となったため、前年度に比べ減額となっています。

図表 2-1-9［歳出の推移］

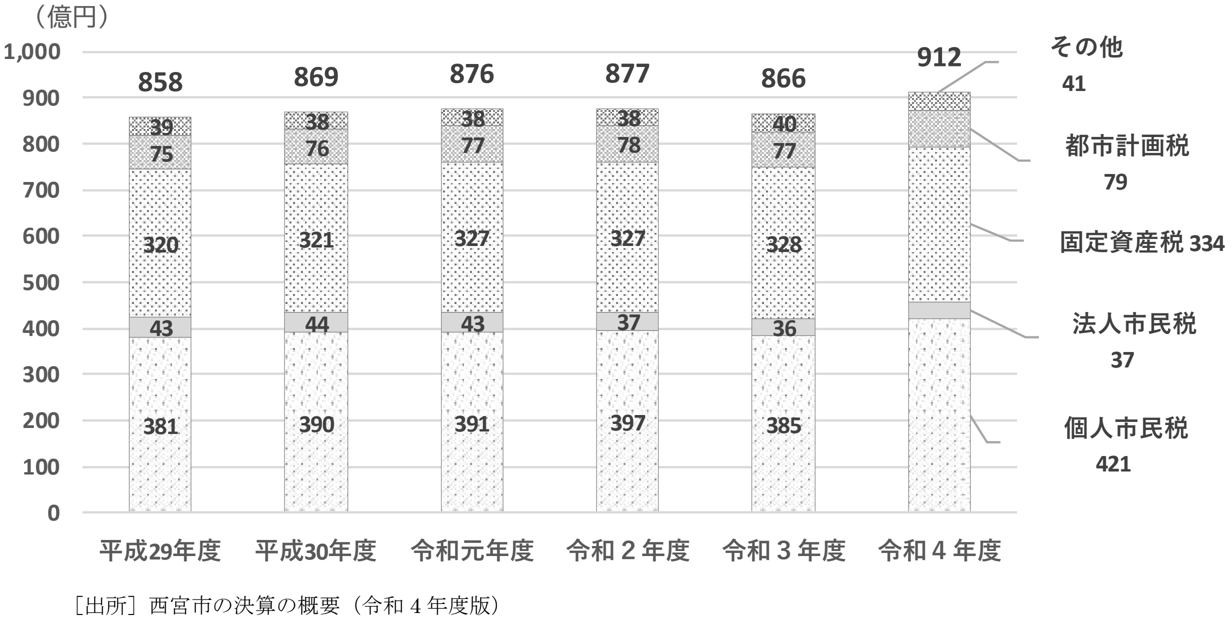


③市税の推移

市財政の根幹である市税は、個人市民税と固定資産税が多くを占めています。令和 4 年度においては、個人市民税と固定資産税は増収となっており、平成 29 年度以降では最も高い数値となっています。

一方、平成 29 年度に 43 億円であった法人市民税は、令和 4 年度は 37 億円と 13.9%の減少となっています。

図表 2-1-10［市税の推移］



［出所］西宮市の決算の概要（令和４年度版）
［注］　その他は市たばこ税・事業所税・軽自動車税・入湯税・特別土地保有税

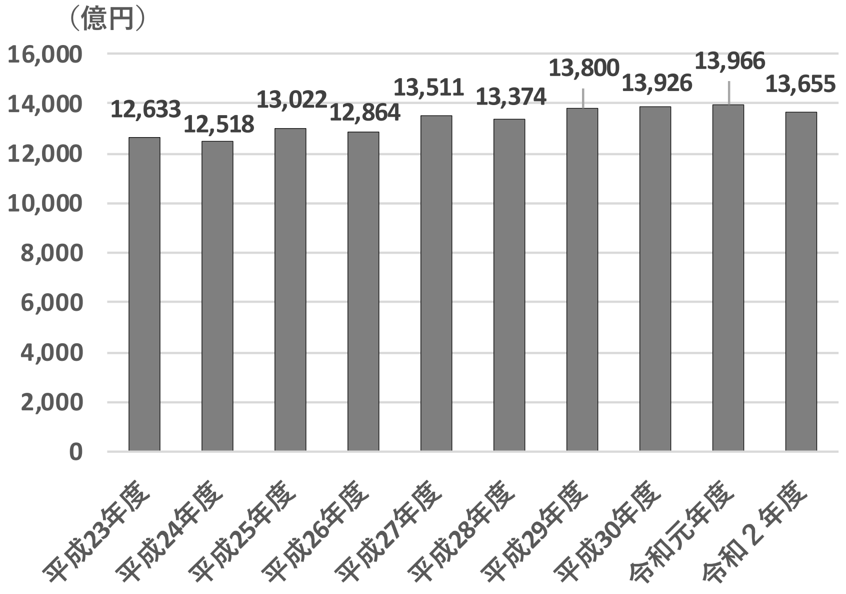
２．産業動態

（１）全般

①市内総生産

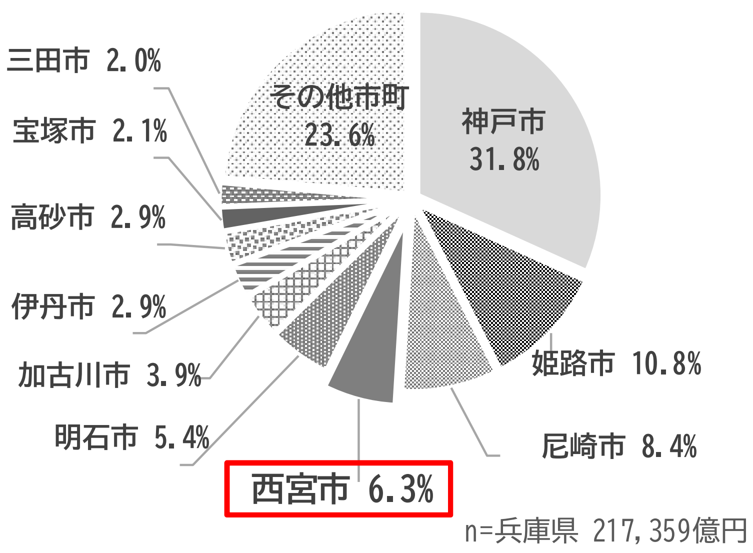
本市の令和２年度の市内総生産額は、1 兆 3,655 億円と平成 23 年度の 1 兆 2,633 億円に対して 8.1%の増加となっています。前年度よりごくわずかながらマイナスとなったものの、近年の本市市内総生産はプラスの成長基調となっています。県内では、神戸市、姫路市、尼崎市に次ぎ４番目の県内総生産の 6.3%を占めています。

図表 2-2-1［西宮市市内総生産（名目：平成 27 年基準）の推移］



［出所］兵庫県「令和２年度市町民経済計算」

図表 2-2-2［令和２年度 兵庫県内総生産の市町の占める割合］



［出所］兵庫県「令和２年度市町民経済計算」

県内主要他都市との成長率（平成 23 年度からの伸び率）を比較すると、明石市よりも 9.2 ポイント低い成長となっていますが、兵庫県とほぼ同様の伸び率となっています。

図表 2-2-3［県内主要都市の市内総生産の推移］

（単位:億円）

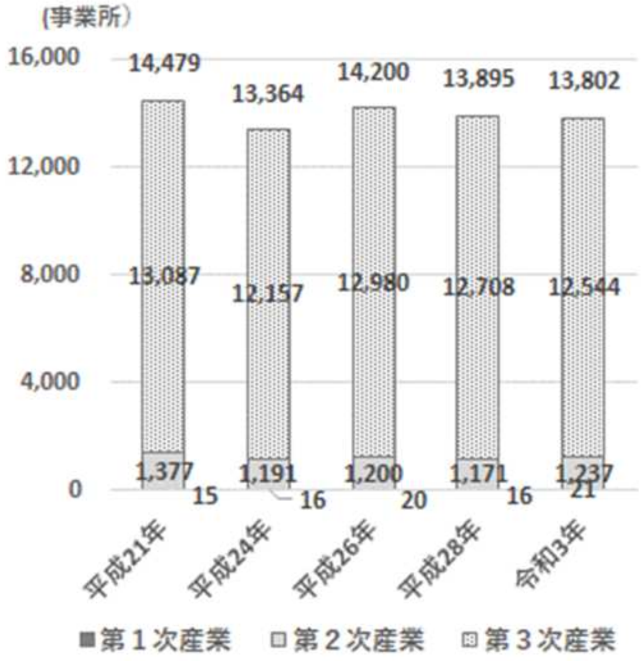
年度	平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和２年度	増加率（H23/R2
西宮市	12,633	12,518	13,022	12,864	13,511	13,374	13,800	13,926	13,966	13,655	8.1%
神戸市	64,728	64,054	64,585	65,809	68,534	68,278	69,733	69,820	70,980	69,035	6.7%
尼崎市	17,576	16,958	17,521	17,708	18,928	19,339	19,919	19,659	19,834	18,209	3.6%
明石市	9,957	10,932	10,633	11,307	11,713	11,330	11,250	11,720	11,876	11,678	17.3%
姫路市	22,423	21,933	23,664	23,815	24,809	25,291	25,163	24,996	24,444	23,557	5.1%
兵庫県	200,759	199,869	206,148	207,415	216,933	218,362	221,771	222,008	223,117	217,359	8.3%

［出所］兵庫県「令和２年度市町民経済計算」

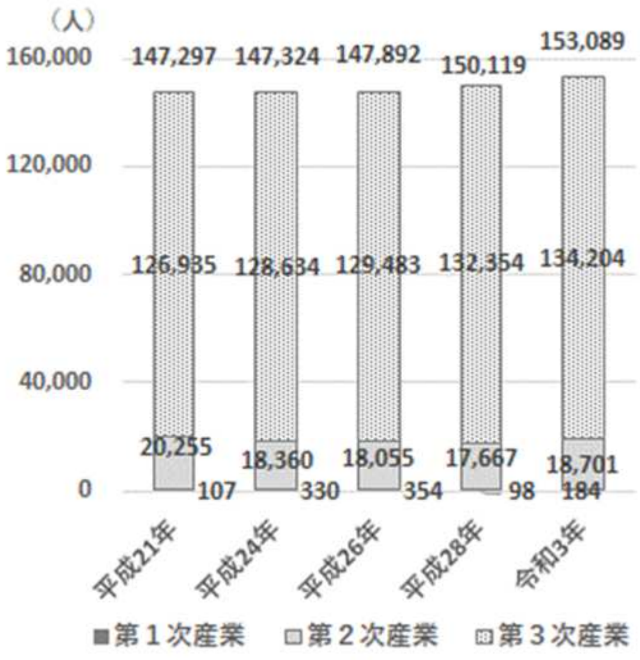
②事業所・従業者数の推移

令和 3 年の本市の事業所数は 13,802 事業所で、従業者数は 153,089 人で、平成 21 年に比して事業所数は減少する一方で、従業者数は増加しています。

図表 2-2-4［事業所数の推移］



図表 2-2-5［従業者数の推移］



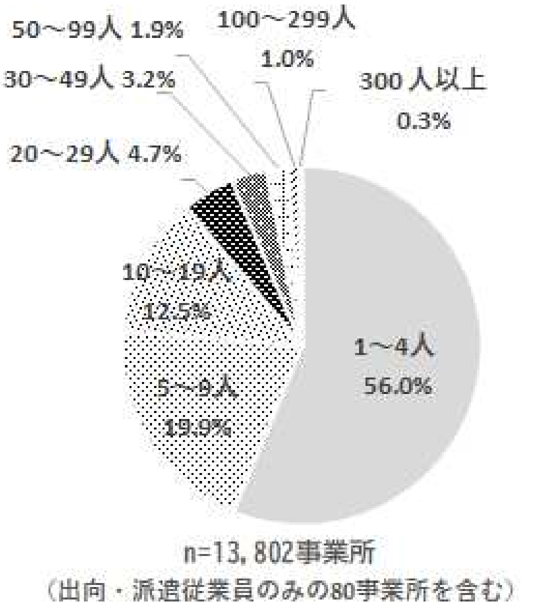
［出所］経済センサス

③従業者規模

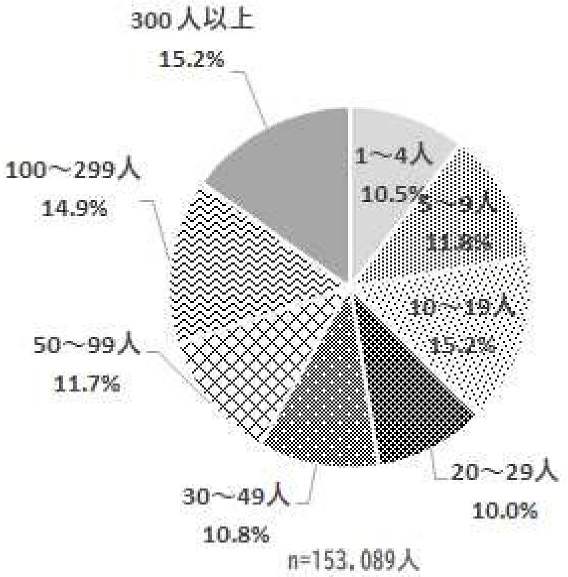
本市の従業者規模別事業所の割合をみると、「1～4 人」が 56.0％と最も多く、次いで「5～9 人」の 19.9％、「10～19 人」の 12.5％と 19 人以下の小規模事業所が 88.4％を占めています。

また、従業者規模別従業者数の割合は、「10～19 人」や「300 人以上」（15.2％）と「100～299 人」（14.9％）が多くなっています。

図表 2-2-6
［従業者規模別事業所の割合（令和 3 年）］



図表 2-2-7
［従業者規模別従業者数の割合（令和 3 年）］



図表 2-2-8［従業者規模別事業所数・従業者数（令和 3 年）］

	事業所数	割合	従業者数(人)	割合
総数	13,802	100.0%	153,089	100.0%
1～4人	7,723	56.0%	16,067	10.5%
5～9人	2,744	19.9%	18,073	11.8%
10～19人	1,732	12.5%	23,259	15.2%
20～29人	644	4.7%	15,256	10.0%
30～49人	440	3.2%	16,514	10.8%
50～99人	264	1.9%	17,863	11.7%
100～199人	103	0.7%	14,146	9.2%
200～299人	36	0.3%	8,651	5.7%
300人以上	36	0.3%	23,260	15.2%
出向・派遣従業者のみ	80	0.6%	―	―

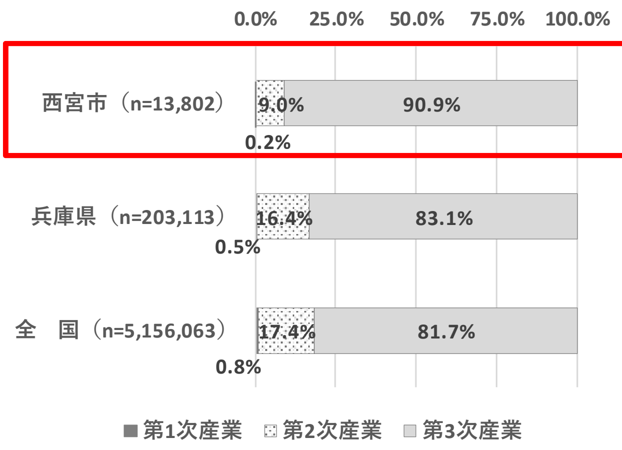
［出所］令和 3 年経済センサス活動調査

（２）産業構造と産業別動向

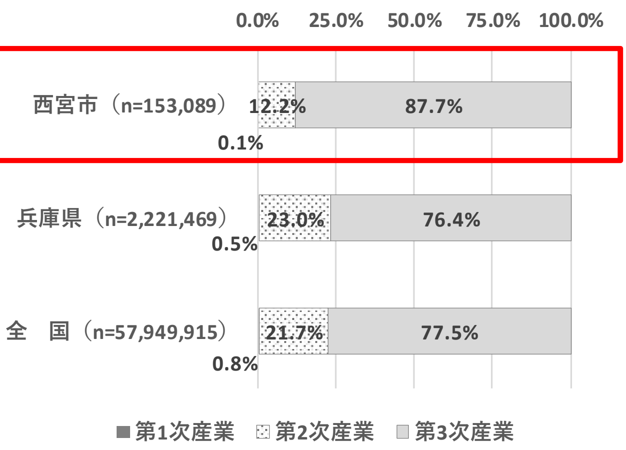
①産業３区分別構造

本市の産業構造は、事業所数の割合では、第１次産業 0.2%、第２次産業 9.0%、第３次産業が 90.9%であり、従業者数割合は、第１次産業は 0.1%、第２次産業 12.2%、第３次産業が 87.7%と、全国、県平均に比して、第１次及び第２次産業の比率が低く、第３次産業の比率が高くなっています。

図表 2-2-9
［産業３区分別　事業所の比率（令和３年）］



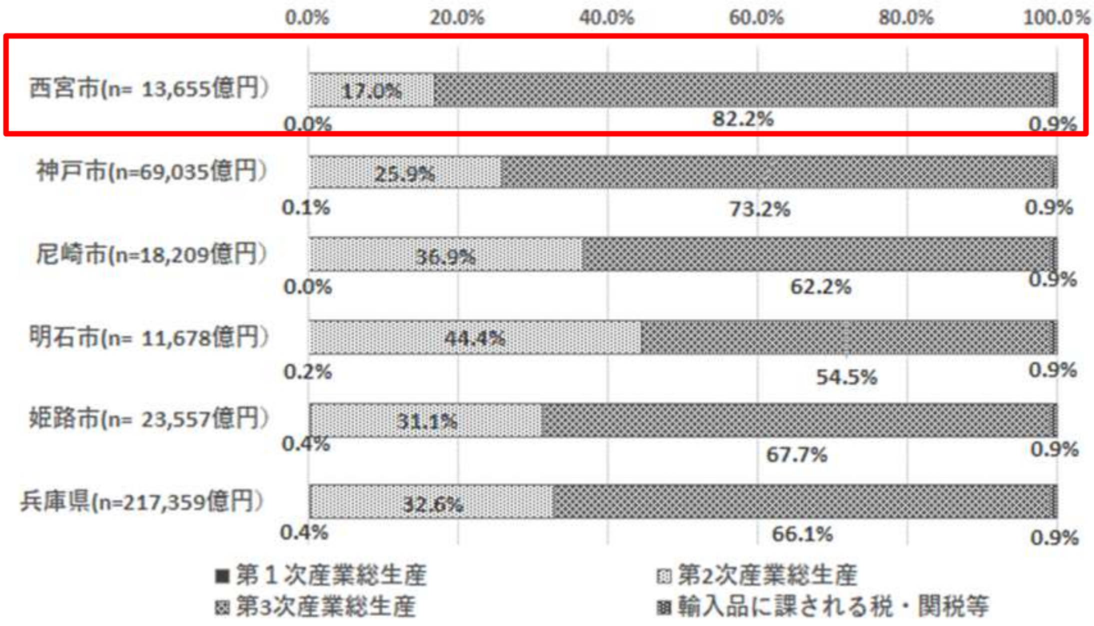
図表 2-2-10
［産業３区分別　従業者の比率（令和３年）］



［出所］令和３年経済センサス活動調査

経済活動別の市内、県内及び県内主要都市の市内総生産における構成比をみても、兵庫県の県内総生産額の約 33%が第２次産業であるのに対して、本市は約 17%にとどまる一方、第３次産業が兵庫県より 16.1 ポイント高い約 82%を占めており、非製造部門の多様な産業で構成される第３次産業が集積しているのが本市産業の特徴となっています。

図表 2-2-11［産業３区分別県・市内総生産の比率（令和２年度）］



［出所］兵庫県「令和２年度市町民経済計算」

②産業大分類別構造

産業大分類別に平成 21 年と令和 3 年の事業所数の推移をみると、第 2 次産業が事業所数で10.2%、従業者数で 7.7%の減少となっており、第 3 次産業では、「電気・ガス・熱供給・水道業」や「医療，福祉」、「学術研究、専門・技術サービス業」、「教育、学習支援事業」などが増加する一方、「宿泊業、飲食サービス業」や「卸売業、小売業」、「金融業、保険業」、「不動産業、物品賃貸業」などで大きく減少しています。

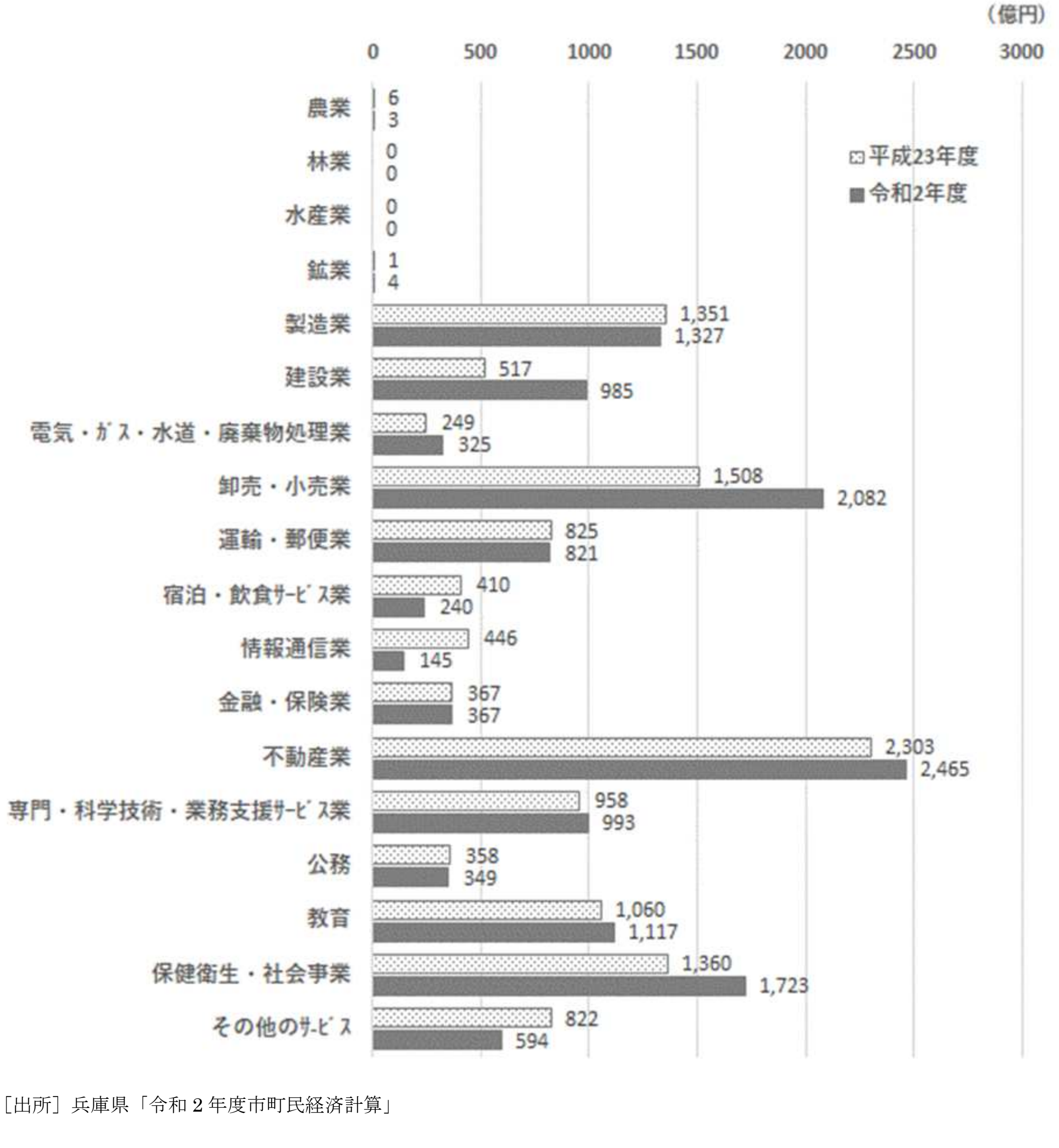
図表 2-2-12［産業大分類別　事業所・従業者数の推移］

区　分	事業所数						従業者数(人)					
	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年	H21/R3	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年	H21/R3
総数	14,479	13,364	14,200	13,895	13,802	-4.7%	147,297	147,324	147,892	150,119	153,089	3.9%
第１次産業	15	16	20	16	21	40.0%	107	330	354	98	184	72.0%
農業，林業	15	16	20	16	19	26.7%	107	330	354	98	182	70.1%
漁業	-	-	-	-	2		-	-	-	-	2	
第２次産業	1,377	1,191	1,200	1,171	1,237	-10.2%	20,255	18,360	18,055	17,667	18,701	-7.7%
鉱業，採石業，砂利採取業	2	1	1	1	1	-50.0%	17	2	14	17	11	-35.3%
建設業	875	756	763	755	847	-3.2%	6,653	5,483	5,388	5,456	5,796	-12.9%
製造業	500	434	436	415	389	-22.2%	13,585	12,875	12,653	12,194	12,894	-5.1%
第３次産業	13,087	12,157	12,980	12,708	12,544	-4.1%	126,935	128,634	129,483	132,354	134,204	5.7%
電気・ガス・熱供給・水道業	4	4	7	7	15	375.0%	31	145	164	172	103	332.3%
情報通信業	139	105	93	81	123	-11.5%	1,389	2,162	1,140	828	882	-36.5%
運輸業，郵便業	277	267	276	287	279	0.7%	12,770	9,941	10,579	11,282	9,740	-23.7%
卸売業，小売業	3,860	3,502	3,603	3,480	3,206	-16.9%	34,499	30,859	33,470	33,480	33,620	-2.5%
金融業，保険業	209	188	197	190	183	-12.4%	2,750	2,450	2,462	2,544	2,123	-22.8%
不動産業，物品賃貸業	1,721	1,494	1,652	1,361	1,514	-12.0%	5,770	5,185	5,518	5,380	5,582	-3.3%
学術研究，専門・技術サービス業	515	462	513	523	651	26.4%	2,299	2,238	2,303	2,415	2,683	16.7%
宿泊業，飲食サービス業	2,282	2,066	2,135	2,145	1,828	-19.9%	17,570	17,746	17,716	16,571	14,743	-16.1%
生活関連サービス業，娯楽業	1,367	1,293	1,342	1,381	1,289	-5.7%	8,971	8,580	8,952	8,074	6,967	-22.3%
教育，学習支援業	680	661	759	786	787	15.7%	10,743	12,831	12,484	13,104	15,804	47.1%
医療，福祉	1,289	1,386	1,662	1,741	1,850	43.5%	19,532	22,015	25,590	26,892	30,154	54.4%
複合サービス事業	68	64	65	59	59	-13.2%	548	521	775	752	724	32.1%
サービス業(他に分類されないもの)	676	665	676	667	760	12.4%	10,063	13,961	8,330	10,860	11,079	10.1%

［出所］経済センサス

本市の市内総生産額の最も高い産業は「不動産業」で令和2年度が2,465億円となっています。次いで「卸売・小売業」の2,082億円、「保健衛生・社会事業」の1,723億円となっています。これらの産業は、平成23年度と比較して大きく伸びており、特に「卸売・小売業」は、平成23年度の1,508億円の約1.4倍の伸びとなっています。

図表 2-2-13 [産業別市内総生産額（平成23年度、令和2年度)]



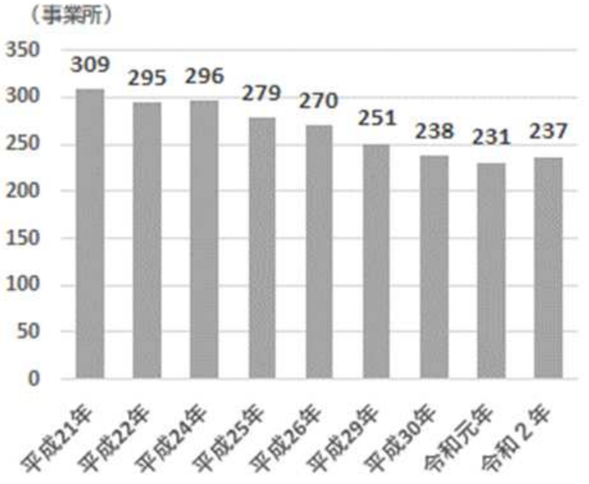
［出所］兵庫県「令和2年度市町民経済計算」

③製造業の動向

令和２年現在の４人以上の製造事業所数は 237 事業所、従業者数は 8,972 人で、平成 21 年に比して減少しています。

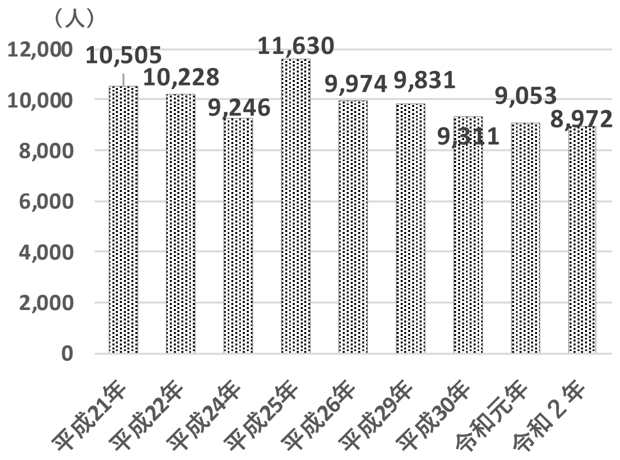
令和２年の製造品出荷額等も 2,676 億４千万円と平成 21 年に比して減少しています。また、これを１事業所当たり１従業者当たりとして、県内主要他都市と比較すると、他の自治体よりも低い結果となっています。

図表 2-2-14［事業所数の推移］



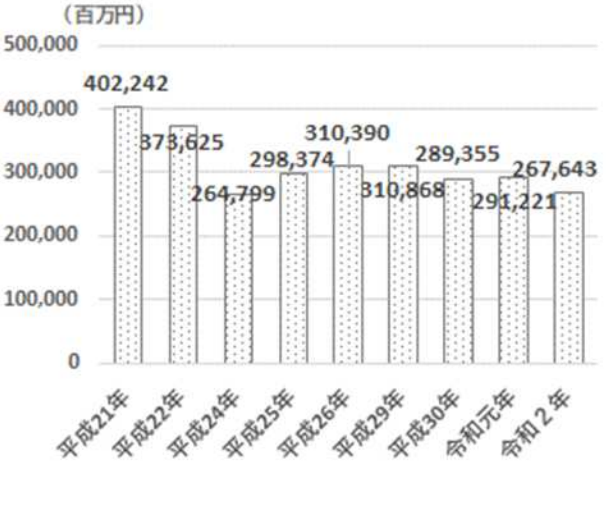
［出所］工業統計調査（西宮市）
［注］　従業者４人以上の事業所

図表 2-2-15［従業者数の推移］



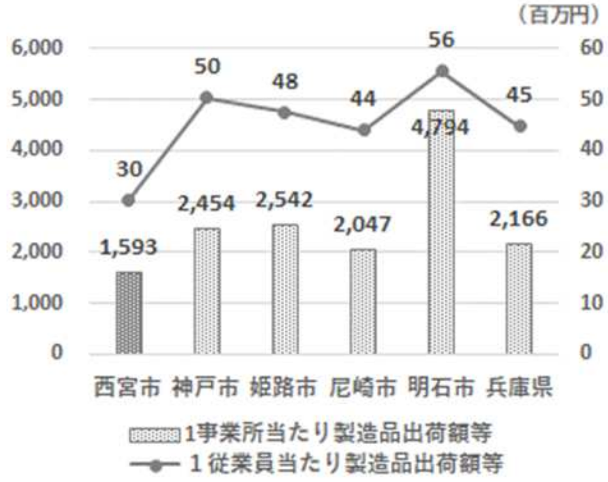
［出所］工業統計調査（西宮市）
［注］　従業者４人以上の事業所

図表 2-2-16［製造品出荷額等の推移］



［出所］工業統計調査（西宮市）
［注］　従業者４人以上の事業所

図表 2-2-17
［1 事業所、1 従業者当たり製造品出荷額等］



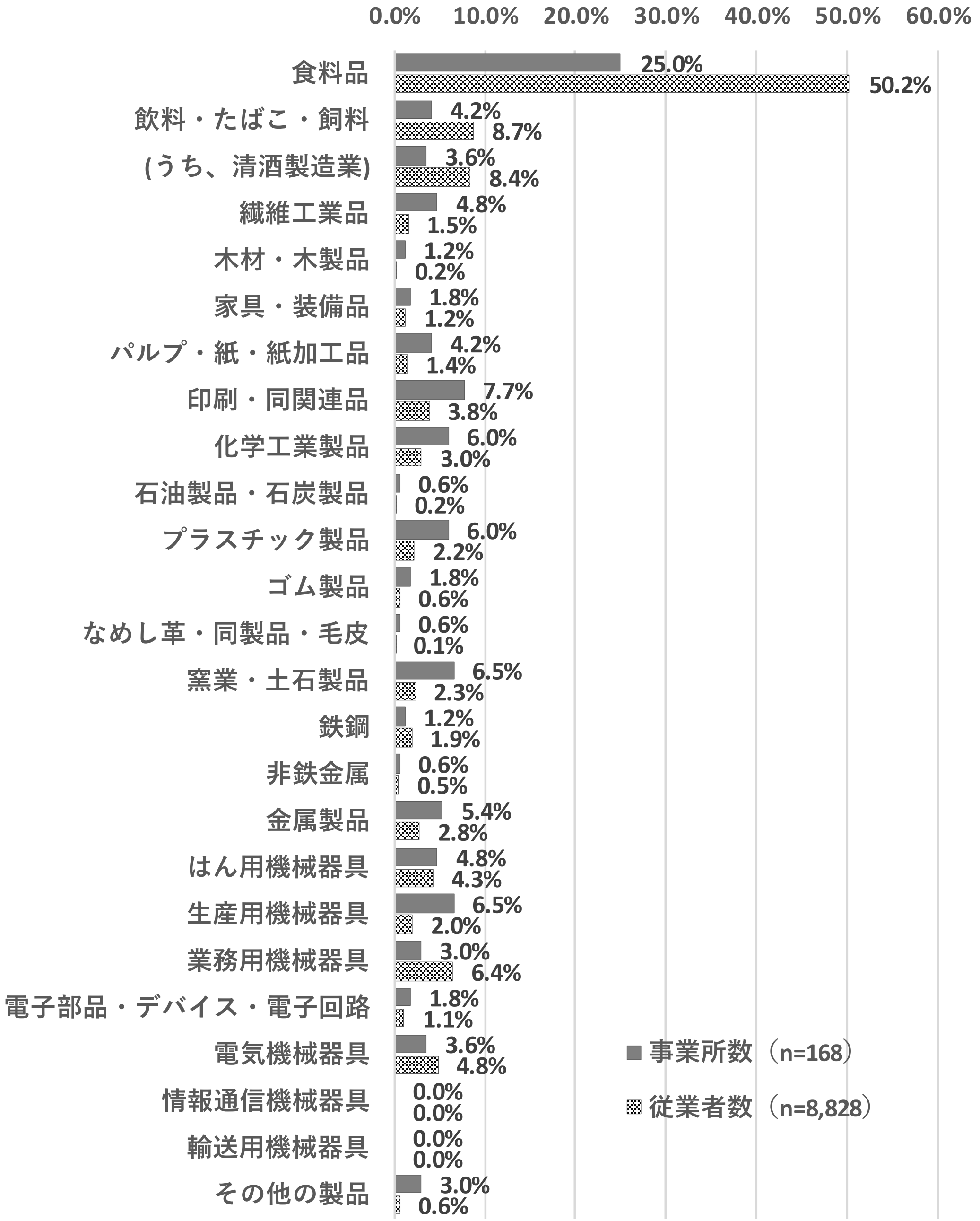
［出所］令和２年工業統計調査（経済産業省）
［注］　従業者４人以上の事業所

事業所数の最も多い業種は、「食料品」で 42 事業所（25.0%）、これに次ぐ「印刷・同関連品」の 13 事業所（7.7%）を大きく上回っています。

従業者数でも「食料品」が 4,433 人（50.2%）と半数を占めており、次いで「飲料・たばこ・飼料」771 人（8.7%）、「業務用機械器具」568 人（6.4%）などとなっています。

なお、「飲料・たばこ・飼料」の多くは清酒製造業であり、事業所数 6 事業所（3.6%）、従業者数 742 人（8.4%）を占めています。

図表 2-2-18［産業中分類別事業所数・従業者数（令和２年）］



［出所］令和２年工業統計調査（西宮市）
［注］　従業者数の総数には、他の会社などの別経営の事業所へ出向又は、派遣している人（送出者）は、含んでいないため、各項目の合計数とは一致しない場合がある。
従業者４人以上の事業所による集計であり、従業者１～３人の事業所は除かれている。

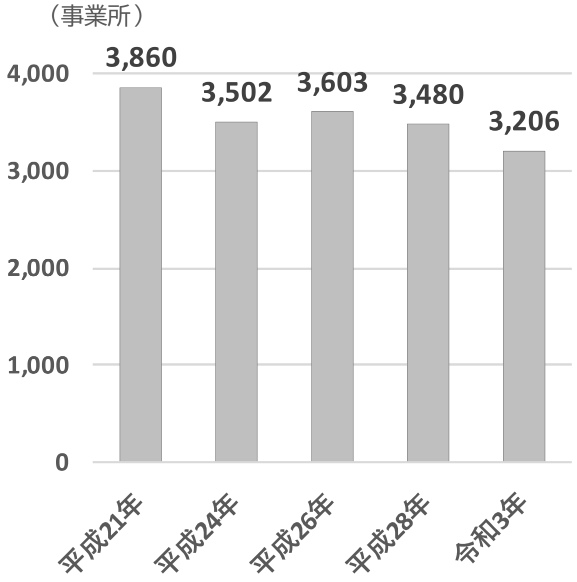
④卸売・小売業の動向

令和 3 年現在の卸売・小売業の事業所数は 3,206 事業所、従業者数は 33,620 人で、平成 21 年に比して事業所数、従業者数ともに減少しています。

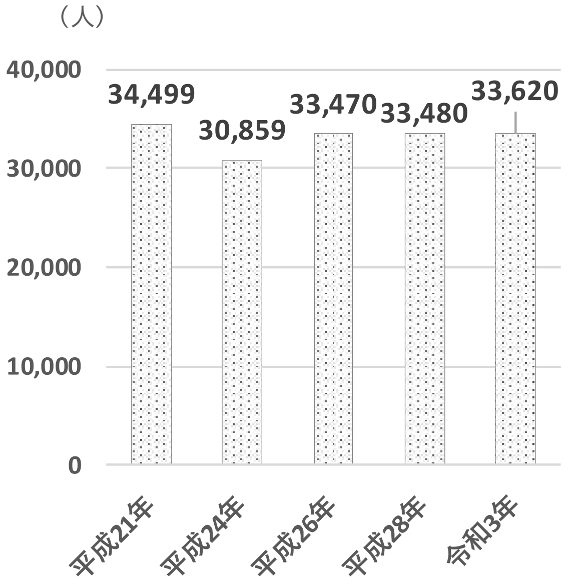
卸売業では、「繊維・衣服等卸売業」の事業所が 30.6%（従業者数で 72.6%）も減少し、小売業では「各種商品小売業」の事業所が 57.9%（従業者数で 60.0%）減少しています。

一方、平成 21 年に 37 事業所であった「無店舗小売業」が令和 3 年には 128 事業所と約 3.5 倍に増加し、従業者数も約 5.1 倍に増加しています。

図表 2-2-19［事業所数の推移］



図表 2-2-20［従業者数の推移］



図表 2-2-21［産業区分別事業所・従業者数の推移］

	事業所数						従業者数					
	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年	H21/R3	平成21年	平成24年	平成26年	平成28年	令和3年	H21/R3
卸売業・小売業計	3,860	3,502	3,603	3,480	3,206	-16.9%	34,499	30,859	33,470	33,480	33,620	-2.5%
各種商品卸売業	1	1	2	2	2	200.0%	x	x	x	19	4	-
繊維・衣服等卸売業	49	44	40	28	34	-30.6%	468	259	297	180	128	-72.6%
飲食料品卸売業	213	162	200	181	174	-18.3%	2,560	2,153	2,472	2,684	2,719	6.2%
建築材料，鉱物・金属材料等卸売業	142	156	150	154	137	-3.5%	923	821	857	940	849	-8.0%
機械器具卸売業	169	152	142	145	147	-13.0%	1,347	897	1,157	1,254	1,158	-14.0%
その他の卸売業	195	169	167	156	191	-2.1%	1,906	1,516	1,693	1,613	1,888	-0.9%
各種商品小売業	19	9	11	12	8	-57.9%	2,540	1,443	x	1,776	1,017	-60.0%
織物・衣服・身の回り品小売業	547	558	568	542	454	-17.0%	2,769	2,977	3,363	2,955	2,754	-0.5%
飲食料品小売業	899	773	793	801	714	-20.6%	10,825	10,203	10,865	11,448	12,413	14.7%
機械器具小売業	368	302	324	324	303	-17.7%	2,548	2,119	2,405	2,273	2,528	-0.8%
その他の小売業	1,221	1,056	1,099	1,039	914	-25.1%	8,434	7,578	7,927	7,488	7,275	-13.7%
無店舗小売業	37	83	107	95	128	345.9%	174	589	746	846	887	509.8%

［出所］経済センサス

⑤観光の動向

本市の観光入込客数は、1,200万人前後で推移していましたが、令和3年度は、7,935千人（うち、日帰り客7,775千人、宿泊客160千人）と回復しつつも令和2年1月からの新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、大幅に減少しています。

主要観光地への入込客数を平成30年度（新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前）でみると、阪神甲子園球場（野球観戦）が約439万人と最も多く、次いで、西宮神社（参拝）は約217万人となっており、阪神甲子園球場と西宮神社が観光入込客数全体の約5割を占めています。

図表 2-2-22［観光入込客数の推移］

（千人）

		平成23年度	平成24年度	平成25年度	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度
総入込客数		11,434	11,405	11,730	12,152	12,249	12,090	12,111	12,162	12,206	6,634	7,935
	日帰り客	11,318	11,288	11,604	12,000	12,085	11,937	11,948	11,940	11,970	6,494	7,775
	宿泊客	116	117	126	152	164	153	163	222	236	140	160
主要観光地	西宮神社	1,840	1,927	2,002	2,122	2,232	2,151	2,097	2,172	2,283	1,595	1,970
	県立甲山森林公園	―	―	―	―	1,016	917	859	973	―	1,468	1,313
	阪神甲子園球場	4,047	3,783	4,127	4,202	4,158	4,173	4,324	4,388	3,836	531	1139
	廣田神社	320	502	478	454	429	386	364	386	565	502	569
	門戸厄神　東光寺	818	795	672	774	722	586	564	578	615	444	500
	西宮酒ぐらルネサンス食フェア	131	134	130	120	130	110	120	―	100	―	―

［出所］兵庫県観光客動態調査報告書

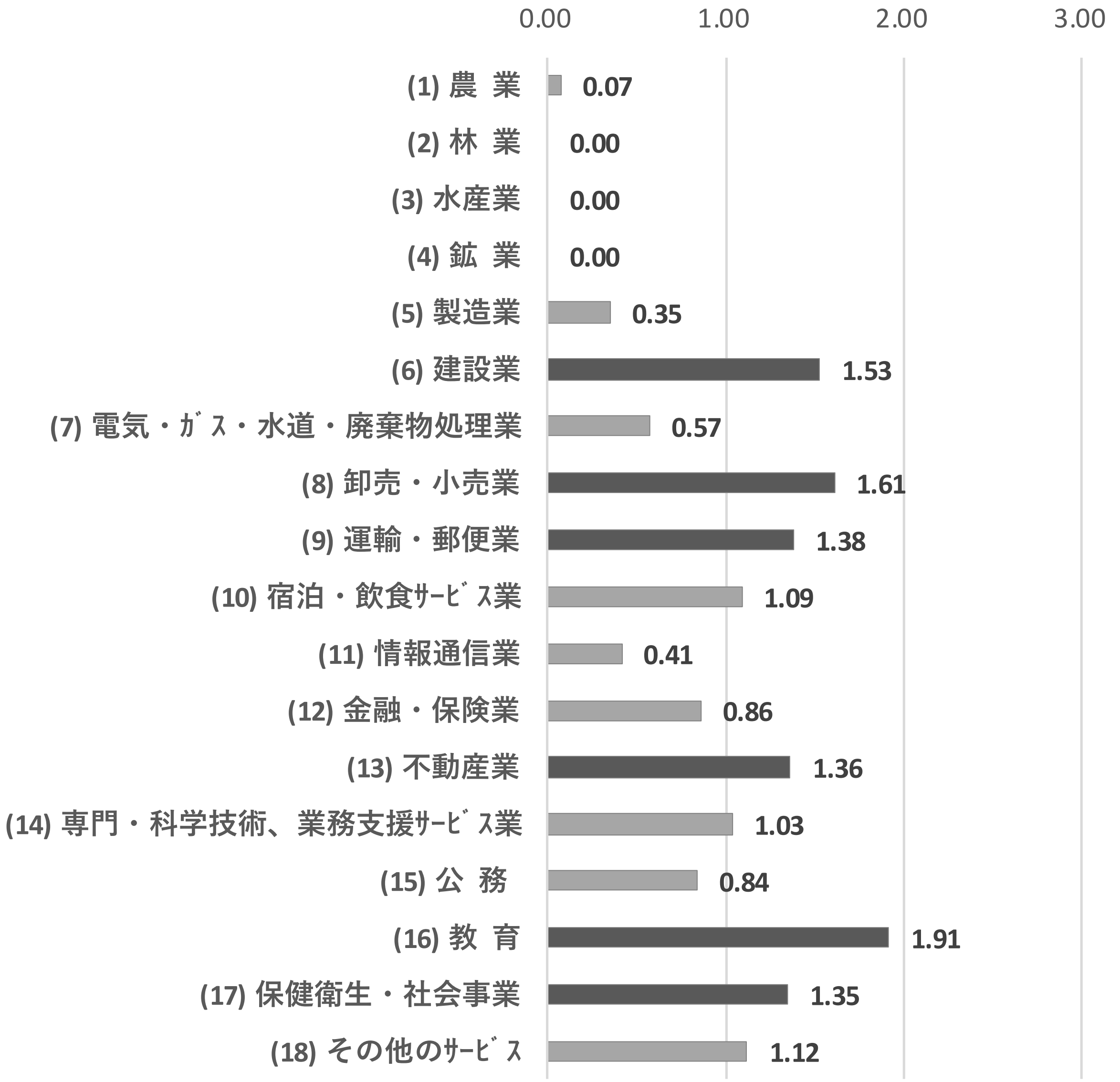
３．本市産業の特徴的な要素

（１）文教系や交通利便性を生かした産業に強み

本市の経済活動別特化係数をみると、大学等の高等教育機関の集積により「教育」が 1.91 と高くなっています。また、交通利便性に優れていることや良好な住宅地を形成していることから「卸売・小売業」（1.61）、「運輸・郵便業」（1.38）に加え、「建設業」（1.53）、「不動産業」（1.36）などのウェイトが高くなっています。

一方、「農業」（0.07）等の第 1 次産業は、ごくわずかであり、また「製造業」（0.35）のウェイトは低くなっています。

図表 2-3-1［経済活動別特化係数（令和 2 年度）］



［出所］兵庫県「令和 2 年度市町民経済計算」
［注］　特化係数は、下記の計算式で求められ、「1.00」を上回るほど、強みのある産業として位置づけられる。

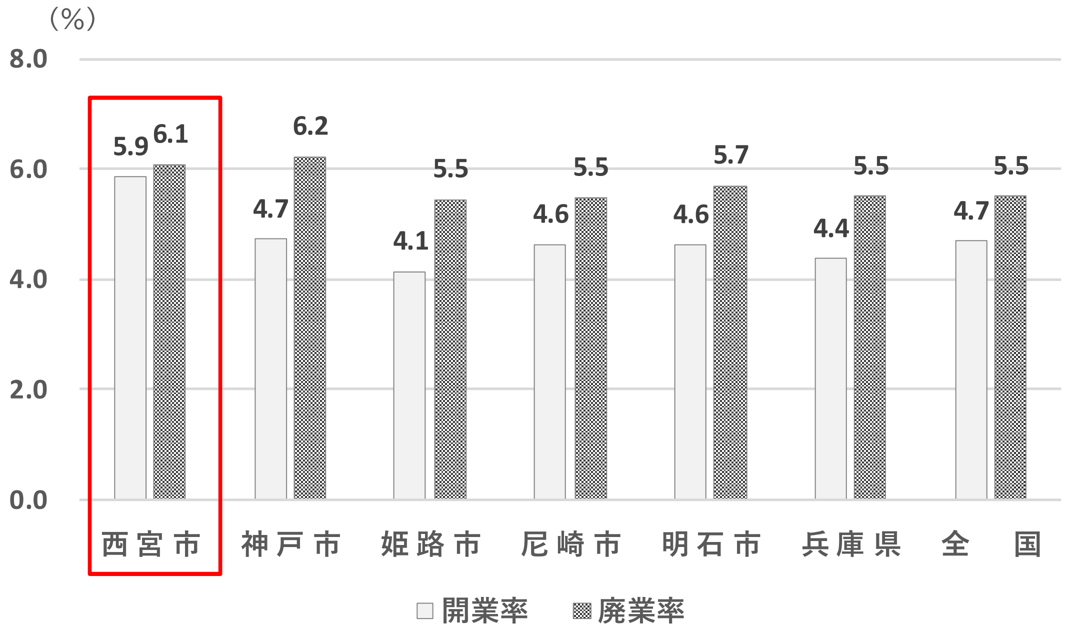
（計算式）

$$\text{特化係数} = \frac{\text{西宮市の各産業構成比}}{\text{兵庫県の各産業構成比}}$$

（２）県内主要都市に比べて開業率が高い構造

令和３年経済センサス活動調査より本市の開業及び廃業率を算出すると、開業率が 5.9%、廃業率が 6.1%であり、他都市の廃業率が開業率を大きく上回る中で、本市はわずか 0.2 ポイント差にとどまっています。これを県内主要都市及び兵庫県、全国と比較すると、本市の開業率は、全国を 1.2 ポイント、兵庫県を 1.5 ポイント上回るなど、開業率が高い都市となっています。

図表 2-3-2［事業所の開業・廃業率］



［出所］令和３年経済センサス活動調査に基づき作成
［注］　開業率とは、ある特定の期間において、「〔1〕新規に開設された事業所（または企業）を年平均にならした数」の「〔2〕期首において既に存在していた事業所（または企業）」に対する割合であり、〔1〕／〔2〕で求める。廃業率も同様である。

（３）大学等の教育機関が多数立地

本市には６つの大学が立地し、約 35,000 人の学生が通学するとともに、1,582 人の教員が大学で勤務しています。短期大学も含めると、10 の大学・短期大学が立地しています。

大学の立地は、地域における中核的な人材育成の機関として、また「知」の拠点として、民間企業との共同研究や技術移転等を通じて地域社会に還元されることにより、地域における産業基盤の強化、民間企業における研究開発力の強化、研究成果の事業化の促進等の効果を生じさせます。

また、大学が立地することにより発生する消費活動は、大学における教育研究や大学の運営に伴い発生する消費（例；研究機材等の調達、施設整備等）と学生や教職員が個人として行う消費活動（例；食事、日用品の購入等）とがあり、これらの消費活動が及ぼす地域経済波及効果から地域における経済活動の活性化に一定程度の効果をもたらしていると考えられます。

図表 2-3-3［市内に立地する大学・学部の状況］

大学名	所在地	学部	学生数（人）	大学院生（人）	教員数（人）
大手前大学－さくら夙川キャンパス	西宮市御茶家所町６-42	国際日本学部	811	―	―
		建築＆芸術学部	837	―	―
		現代社会学部	1,014	―	―
		計	2,662	16	79
関西学院大学－西宮上ケ原キャンパス	西宮市上ケ原一番町１-155	神学部	122	―	―
		文学部	3,371	―	―
		社会学部	2,668	―	―
		法学部	2,848	―	―
		経済学部	2,829	―	―
		商学部	2,707	―	―
		人間福祉学部	1,271	―	―
		国際学部	1,241	―	―
関西学院大学一西宮聖和キャンパス	西宮市岡田山７-54	教育学部	1,462	―	―
		計	18,519	760	557
甲南大学-西宮キャンパス	西宮市高松町８-３３	マネジメント創造学部	780	―	20
		計	780	―	20
神戸女学院大学	西宮市岡田山４-１	文学部	1,318	―	―
		音楽学部	170	―	―
		人間科学部	742	―	―
		計	2,230	48	83
兵庫医科大学-西宮キャンパス	西宮市武庫川町１-１	医学部	705	―	―
		計	705	212	441
武庫川女子大学-中央キャンパス	西宮市池開町６-46	文学部	695	―	―
		教育学部	997	―	―
		健康・スポーツ科学部	823	―	―
		生活環境学部	1,633	―	―
		食物栄養科学部	794	―	―
		音楽学部	165	―	―
		看護学部	332	―	―
		経営学部	613	―	―
武庫川女子大学-浜甲子園キャンパス	西宮市甲子園九番町11-68	薬学部	1,193	―	―
武庫川女子大学-上甲子園キャンパス	西宮市戸崎町１-13	建築学部	271	―	―
		計	8,997	263	402
		合計	33,893	1,299	1,582

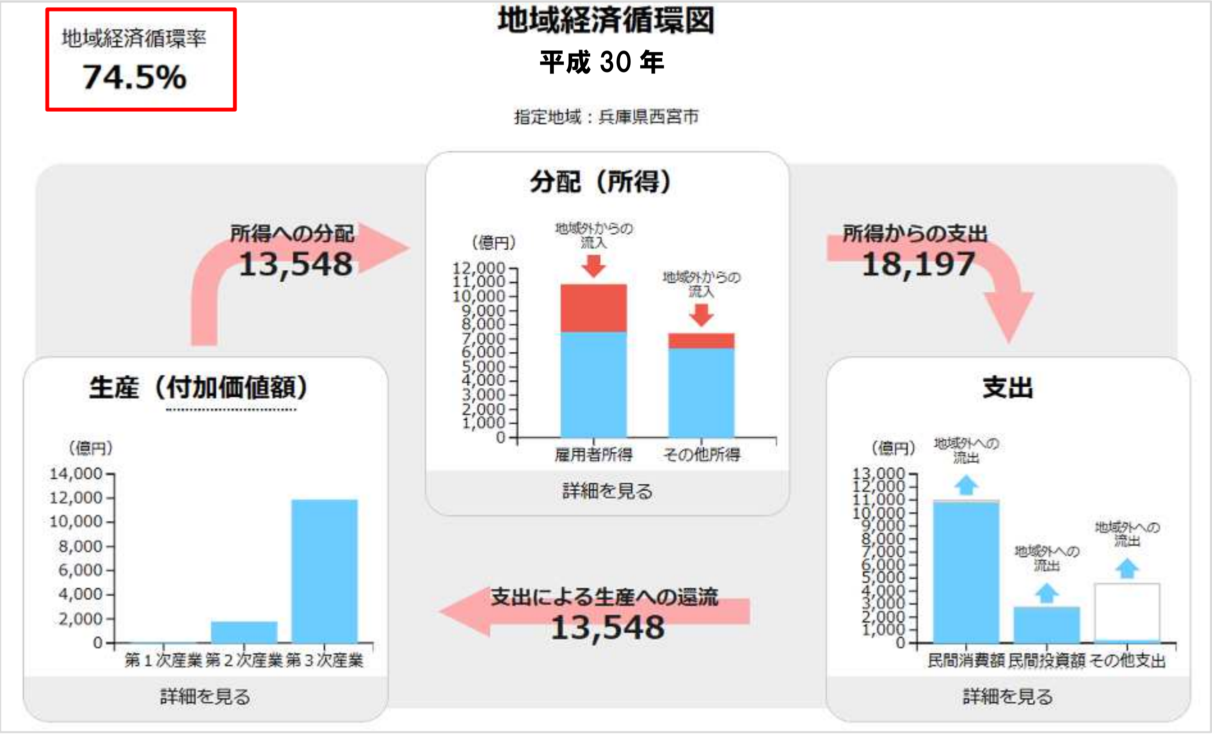
［出所］西宮市大学交流センターHP
［注］　学生数は令和４年５月１日時点

（４）地域内での経済循環率は比較的低い

地域経済の自立度を表す指標として、「地域経済循環率」があります。市内全体での生産（付加価値額）を分配（所得）で除した値であり、この値が低いほど他地域から流入する所得に対する依存度が高いことを示しています。

本市の地域経済循環率については、平成 30 年時点で 74.5%となっています。地域経済循環率が 100%を下回ると域外への資本流出が多いことを示していますが、西宮市の場合、県内の周辺自治体と比べても著しく低くなっています。具体的には、その他支出（例：市内企業等の域外から物品・サービスを調達することによるキャッシュアウト）における域外への流出（4,492 億円）が顕著となっており、これが地域経済循環率の低さに影響しています。

図表 2-3-4［地域経済循環分析（他市との比較）］



	平成 25 年	平成 30 年	平成 25 年⇒平成 30 年増減
西宮市	74.0%	74.5%	0.5%
神戸市	98.7%	96.9%	-1.8%
尼崎市	95.4%	97.0%	1.6%
明石市	90.2%	92.4%	2.2%
姫路市	105.7%	108.0%	2.3%
兵庫県	91.5%	92.1%	0.6%

［出所］Resas 地域経済循環マップ

４．前計画の進捗状況

平成 31 年度を初年度とする「第３次西宮市産業振興計画」においても、従来までの計画と同様に、前年度の各施策に対する「取組」と「課題・評価」の整理を実施してきました。それらの結果をもとに、必要に応じて施策・事業の見直し等を行いながら、計画を推進してきました。

ここでは、第３次西宮市産業振興計画の総括として、施策別にこれまでの進捗状況について整理します。進捗状況については、プラス面を「○」、マイナス面を「●」で表記しています。

基本方針（１）　既存産業の基盤強化

施策	進捗状況
１－１　がんばる中小・小規模事業者支援の充実	○中小企業や小規模事業者の経営課題解決のための専門家派遣は継続的に実施してきました。事業者個別の課題解決を図る事業としてニーズが高まっています。 ○近年ニーズが高まる事業承継についても、隔年でセミナーを開催するなど､時代のニーズに即した支援を展開しています。 ○また、経営者・従業員を対象とした表彰制度は継続的に実施し、毎年安定した応募があることから、市内事業者のモチベーション向上にも寄与しています。 ●後継者育成塾は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により実施できませんでした。後継者同士のネットワーク構築ができる場として評価が高いため、今後も継続が必要です。 ●後継者育成塾を実施しておらず専門家派遣は実績がありませんでした。
１－２　中核企業の立地・定着の推進	○企業訪問等により、企業の意向やニーズを把握するとともに、企業との顔の見える関係づくりに取り組んでおり、市内事業者とのネットワーク構築が着実に進んでいます。 ●産業用地の不足や工場の建替えに係る緑地率の緩和など、産業活動の維持のための方策について、具体的な取組まで進んでいません。 ●地域企業によるイノベーションに向けて、大学との共同研究の促進に係る事例調査や Mobio セミナーへ参加するなど、情報収集に努めましたが、コロナ禍の影響もあり、具体的なアクションにまではつながっていません。

基本方針（２）　地域資源を生かした産業振興

施策	進捗状況
２－１　地域資源を生かしたビジネスの振興	○スポーツを通じたまちづくりやツーリズムとの連携については、「スポーツを核とした甲子園エリア活性化推進協議会」を通じた活動や大手アウトドアブランドと連携した観光ルートマップの作成など、様々な事業者・団体との連携のもと、取組が進められてきました。 ○食を生かした産業の振興については、食のまち西宮の PR 事業や食のブランドづくり支援などを通じて事業者の競争力強化に向けた取組を支援してきました。 ○また、魅力ある西宮ブランド品づくりの推進においては、ふるさと納税等による情報発信に取り組んでおり、返礼品の件数（品数）も着実に増加してきています。 ●コロナ禍の影響により、当初予定していた規模・内容でイベント事業が実施できなかったこともあり、イベント以外の方法での魅力発信・PR の効果的な実施方法は検討していく必要があります。
２－２　観光プロモーションによる都市ブランドの向上	○多彩に楽しむ「まちなか観光」の創出（まちたびにしのみや、酒蔵めぐり等）については、コロナ禍の影響がありつつも、参加人数やルートを工夫することで、可能な限り満足度の高いプログラムを提供できました。 ○市内外への観光プロモーションの強化では、周辺自治体や事業者と連携した広域観光への取組や阪神西宮おでかけ案内所での情報発信など、コロナ禍でも継続的に取り組むことができています。 ●一方、今後の観光需要の回復を見据えて、観光ガイドの養成やインバウンドの誘客に向けた取組も進めていく必要があります。
２－３　市民生活を支え高める商店街等の振興	○商店街、商業団体による事業の企画・実施の支援については、「商業団体活性化事業補助金」や「地域商店街等活力向上事業補助金」を通じて継続的に支援を実施しており、経済効果や事業者のモチベーション向上、事業者間の連携の促進といった効果を生んでいます。 ○空き店舗を活用した商店街等の活性化についても、「空き店舗整備活用事業補助金」により継続的に支援を進めており、商店街の活性化につながっています。 ○商店街エリアが担う公共的役割や社会課題（買い物弱者）への対応については、「商業共同施設設置等事業補助金」を活用

施策	進捗状況
	した防犯カメラの設置、交流施設の設置などを着実に進めています。買い物弱者への対応についても、市福祉部門との連携を図り、買い物弱者に対応できる体制を維持しています。 ●商店街等の振興における多様な主体との連携については、「西宮商店応援隊事業」等を通じた学生と商店街と地域の連携促進を目指しましたが、コロナ禍の影響により、思うような巻き込みができませんでした。

基本方針（３）　新たなビジネスの担い手づくり

施策	進捗状況
３－１　女性、若者、高齢者などが創業しやすい環境づくり	○「創業支援等事業計画」の推進については、計画に基づき、窓口相談やセミナーの開催等、各種支援事業を行っており、毎年、安定的に実績を上げています。 ○また、起業家の育成においては、起業家支援セミナーや起業塾、開業セミナー等を通じて、多角的な起業支援を展開しています。セミナー参加者から起業につながる方も出てきており、開催経費以上の経済効果を生んでいます。 ○西宮商工会議所への委託により、異業種交流による人脈づくりの支援を目的に経営者塾を開催しました。ワークショップ及び交流会を通じて、同業種・異業種経営者との人脈づくりを促す取組が進んでいます。 ○同様に、西宮商工会議所への委託により、スタートアップ支援も着実に進んでいます。 ●一方、行政や関連する支援機関の間での情報共有という点には、やや課題も残ります。例えば、N-Bis では、複数の課題点から当初想定していた創業希望者の情報共有は行われておらず、内容の見直しを検討する必要があります。

基本方針（４）　企業市民のまちづくりへの参画促進

施策	進捗状況
４－１　企業市民のまちづくりへの参画の促進	○学校教育と連携したキャリア教育の支援として、社会体験活動の「トライやる・ウィーク」を通じて、児童や生徒の地域とのつながりの深化、社会的自立に向けたキャリア発達の支援を展開してきました。体験的学習を通じて、児童や生徒、市民が地元産業を知る機会につながっています。 ○防災協定による災害被害の低減については、市域内外の企業及び団体と災害時応援協定を締結しています。令和 5 年 3 月末時点で 156 の企業及び団体と締結しています。 ●企業の関心に応じた多様な参画機会の創出については、公的サービスの担い手として企業が関心を持つ多様なテーマづくりやまちづくりへの参画などを目指しましたが、具体的な取組には至っていません。次期計画策定に向けて、SDGs の取組など企業が地域社会で果たす役割について検討する必要があります。 ●事業者及び従業員は、今後のまちづくりにおける重要な担い手としての役割も期待されますが、具体的な働きかけや取組を行うに至っていません。

図表 2-4-1　第３次西宮市産業振興計画の数値目標に対する結果一覧

施策	指標名	現状値 （設定時） （平成 29 年度）	目標値 （令和 5 年度）	検証結果 （令和 4 年度）
共通	市内従業者数 （民営事業所）	147,892 人 （平成 26 年）	155,000 人	153,089 人 （令和 3 年）
１－１ がんばる中小・小規模事業者支援の充実	伴走型支援による経営計画策定件数	271 件	400 件	387 件
１－２ 中核企業の立地・定着の推進	企業誘致数[延べ] (市内移転を含む)	7 事業者 (平成 23～29 年度)	10 事業者	2 事業者 (令和元～4 年度)
	雇用創出者数[延べ]	339 人 (平成 23～29 年度)	400 人（5 か年）	139 人 (令和元～4 年度)
２－１ 地域資源を生かしたビジネスの振興	食を生かしたビジネス展開への支援件数[延べ]	－	15 件（5 か年）	11 件 (令和元～4 年度)
２－２ 観光プロモーションによる都市ブランドの向上	酒蔵地帯への観光入込客数	182,125 人	230,000 人	158,704 人
２－３ 市民生活を支え高める商店街等の振興	商店街等活性化プラン策定の支援件数[延べ]	－	5 件（5 か年）	0 件 (令和元～4 年度)
３－１ 女性、若者、高齢者などが創業しやすい環境づくり	創業支援による創業者数	101 件	150 件	173 件
４－１ 企業市民のまちづくりへの参画の促進	まちづくり貢献企業認証制度の件数[延べ]	－	15 件（5 か年）	－ 認証制度の創設を行っていない

５．本市産業の課題

（１）市内産業の高度化・高付加価値化と中核企業の育成

本市の市内総生産は全体としては増加傾向（平成23年度：1兆2,633億円→令和元年度：1兆3,655億円）ではありますが、製造業など地域の雇用と税収を支える基幹的な産業の活力低下が顕著となっています。また、本市全体の事業所は減少傾向であり、特に1～4人といった小規模な事業所での減少が顕著です。

コロナ禍の影響により、多くの事業者で事業の見直しや変更を余儀なくされましたが、新たな設備やロボットの導入による効率化への取組、ICTやデジタルツールをはじめとする社内インフラの導入により、新たな事業展開や働き方を模索する事業者も出現するようになっています。一方、こうした新たな展開への対応は、比較的規模の大きな事業所では急速に進んだものの、小規模な事業者ではこうした動きに対応できず、時代の流れに取り残されてしまう恐れもあります。

社会全体や市場の在り方が大きく変化しつつある現状においては、変化に対応できる事業者とそうでない者との間に新たな「格差」を生じさせる恐れがあり、市内産業全体が新たな時代に対応したステージへレベルアップすることが求められています。

（２）産業競争力の維持・発展に向けた支援体制の強化

行政等による（国・県・民間も含めた）情報提供や事業支援体制の強化は、これまでと同様に重要な事業者支援の1つです。現状においても、本市や各種支援機関による支援体制は構築されているものの、産業活力の源泉となる人材の確保・育成、事業承継、販路拡大など、事業の維持・発展に必要な具体的なテーマへの関心が高まりつつあります。

人材、事業承継、販路の拡大といったテーマについては、本市単独での支援が難しい領域も多いため、市内の商工会議所や金融機関はもとより、県や国等の関係機関との効果的な連携が不可欠です。市内事業者への支援においては、市と商工会議所による強固な連携をベースとしつつ、国や県の支援機関や金融機関等との連携を進めていく必要があります。

（３）起業・創業支援の展開

本市では西宮商工会議所と連携し、年齢・性別を問わず幅広い層を対象とした起業に係る様々なセミナー等を実施する等、あらゆる層が新たに起業できる環境を整えております。

周辺自治体と比べた開業率・廃業率の高さは、本市の大きな特徴であり、こうした特徴を生かしながら、産業の新陳代謝を図っていくことも重要です。

今後は、廃業しても新たな開業につながるチャレンジへの支援策を展開していくことが必要とされます。

（４）均整の取れた商業集積と多様なにぎわいの創出

西宮市ではこれまで文教住宅都市にふさわしい産業政策を展開してきたことで、質の高い生活・居住空間と商業集積が調和し、バランスの取れた都市構造を維持してきました。こうした基本的な路線は変えることなく、居住空間と商業集積が両立できる方向性を目指していく必要があります。

一方、本市では、店主の高齢化と事業承継に関する課題が顕在化しており、地域の商業力が大きく低下しているエリアも出てきています。その一方で、阪急電鉄西宮北口駅周辺では高密度の商業集積が進展し、市内の他地域と比べた際のアンバランスさも浮き彫りとなっています。

今後、さらなる人口減少と高齢化が進展することで、買い物や業務サービスといった生活の基礎となる身近な部分において、地域間での利便性やサービスの水準低下も危惧されます。今後も市民の生活利便性やサービス水準を維持していくためには、特定のエリアだけでなく、市内の複数拠点に商業集積を分散させていくことも重要となります。

今般の新型コロナウイルス感染症をはじめ、大きな社会変動を引き起こす事象に対応するためにも、複数の拠点化を促進することでリスクヘッジを図る視点も重要であり、こうした複数の拠点化を進めるうえでは、地域の商業力を下支えする取組がこれまで以上に重要となります。

（５）多様な働き方や企業経営促進によるソフト面での競争力強化

新型コロナウイルス感染症の拡大による在宅勤務やリモートワークの進展により、近年は働く場所や勤務時間といった概念が多様化し、場所や時間に縛られない、個々のライフスタイルに応じた働き方を選択できるようになっています。

また、個人の多様性や「違い」を認める社会的背景のなかで、企業経営にも時代の変化に対する柔軟性と多様性を受容する「奥行き」が求められています。ワーク・ライフ・バランスの促進や健康経営優良法人認定制度、SDGs の推進、副業・兼業施策の展開など、多様な働き方や生き方を選択できる制度設計が社会全体として進展しつつあります。

こうした多様性への対応は、企業経営にも直結する部分です。長期的な視点では、こうした多様性への対応に関心を持つ企業も多くなっています。多様な働き方や企業経営の促進により、市内事業者のソフト面での競争力強化につながるばかりか、こうした先進的なテーマに率先して取り組む企業が多いまち・西宮として、新たな魅力創出につながることも期待されます。

近年は、企業による ESG 投資（Environment：環境、Social：社会、Governance：ガバナンスの頭文字）の観点からも社会に対する責任や貢献の必要性が高まっており、こうした指針を経営に取り入れることが新たな企業競争力の源泉ともなります。今後、企業によるまちづくりへの参画や地域貢献が当たり前となる時代が到来することが予想されることから、産業振興における企業市民との連携とその役割はより重要になります。

第３章　本市の産業振興の基本的な方向性

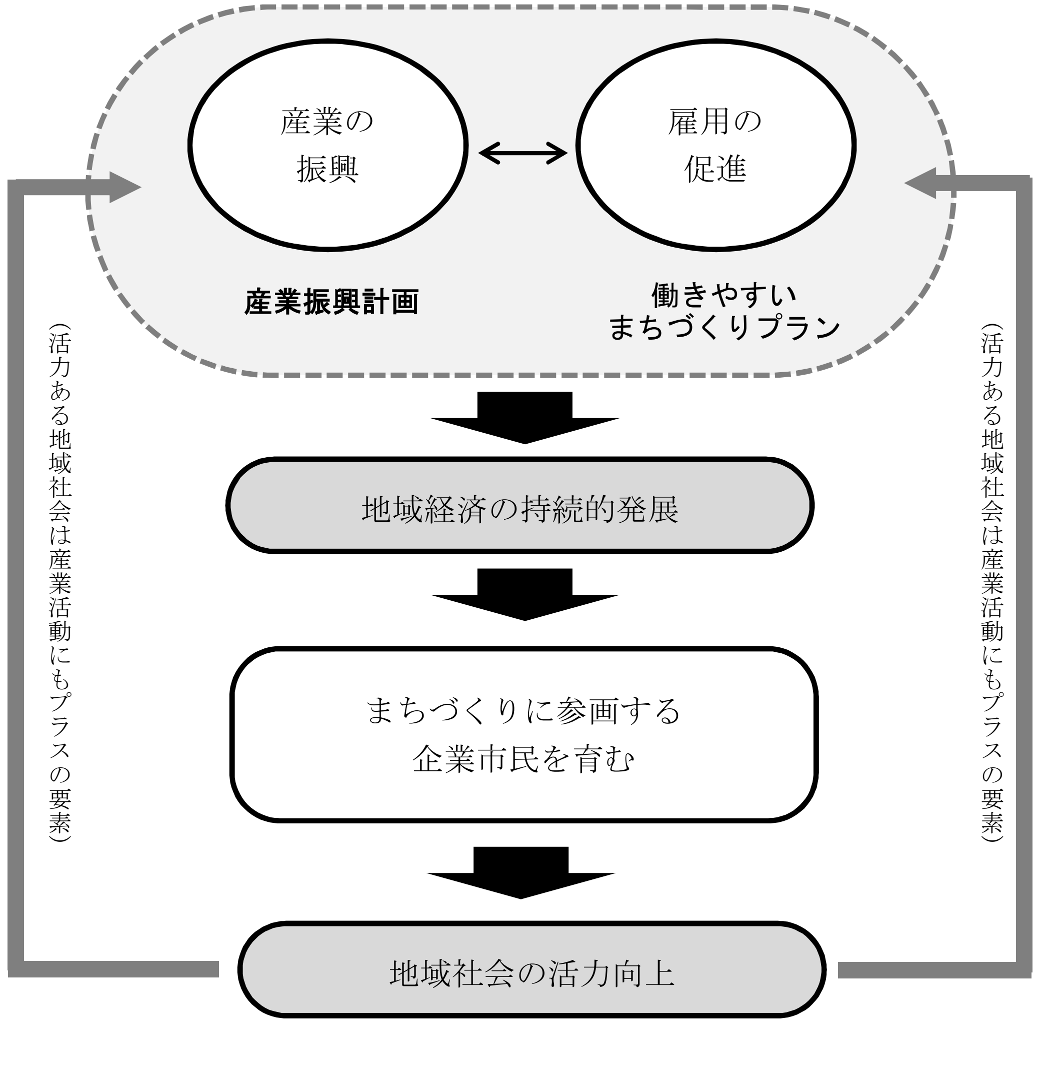
１．西宮市産業振興基本条例

平成 30 年度に制定した「西宮市産業振興基本条例」では、「産業の振興」と「雇用就労の促進」により、本市の地域経済が持続的に発展するとともに、まちづくりに参画する「企業市民」が育ち、それにより、地域社会の活力が向上していくまちを目指しています。

そのような活力ある社会は、さらに産業活動にもプラスに作用する好循環をつくり出し、「文教住宅都市」としての魅力を一層高めることにつながります。

本産業振興計画はこのうち、「産業の振興」を進める役割を担います。

図表 3-1-1　［産業振興による地域経済や地域社会への好循環］



２．基本的な考え方

文教住宅都市・西宮の特徴を生かして
新たな時代の「産業モデル」を創出する

本社会経済状況の急激かつ不連続な変化、大阪・関西万博をはじめとする新たな社会的インパクト、本格的な人口減少時代の到来や厳しさを増す財政状況、さらにはコロナ禍を契機とした新たなライフスタイルの定着や消費行動の細分化など、本市の産業をとりまく状況の変化はますます急激で大きなものとなっています。一方で、本市の「文教住宅都市」を基調としたまちづくりへの取組等は、まちの特性やブランドイメージの定着につながりつつあります。

これまでの産業政策においては、雇用の創出や若者の定着等に即効性があり、地域経済への波及効果も大きいといった観点から、多くのまちで企業誘致が大きな柱のひとつでした。しかし、誘致競争の国際化、補助金頼みの限界、そして本市においては土地利用上の制約もあり、今後は内発的な産業の活性化が不可欠です。もちろん候補地が生まれた時に備え企業誘致への取組は継続しつつ、生産の効率化、技術の高度化、個性の発揮によって、市内企業全体のレベルアップを図っていく必要があります。

本市は西宮北口駅周辺をはじめ、住みよさや活気において大きな集積や強い知名度を有しながら、その効果が全市的なものとなっておらず、エリアごとのアンバランスが生じています。また、人口集積や多数の来訪者がありながら、経済面において十分に活用することができていません。市域全体としての魅力を高めていくためには、身近な成功事例に学び、変化する人の流れや消費行動に対応する、あるいは賑わい・交流資源に磨きをかけて流れを創り出すことにより、市外からの消費で稼ぎ、市内からの流出を抑制し、市内の経済循環を強めていくことが必要です。

本市が特徴とする新たな企業の創出においても変化が見られます。大企業化を目指す起業家ばかりではなく、自己実現をしたい、あるいは地域課題の解決に貢献したいとの思いから手段として起業を選択する人が多くみられ、これは本市における起業の傾向と合致しています。本市はこうしたニーズに先行して対応してきたとも言え、今後、こうした土壌や支援のノウハウを戦略的に活用していくことが求められます。

さらに、こうした取組を進める上では、働き手の確保・育成が極めて重要です。人口減少社会においては、あらゆる産業分野間で、あるいは他都市との間で、人材獲得競争はますます激化することが必至です。市内企業の事業継続のため、あるいは新たな事業展開を支援するため、企業人材の育成、新たな働き手の確保を支援していくことは産業振興の大前提でもあります。

こうした取組を着実に進めていくため、今後の産業振興においては、幅広く展開してきた施策の成果を見極め、より効果の高い取組への選択と集中を図るとともに、市内の事業者が新たな時代に対応し存在感を発揮する、西宮ならではの「産業モデル」を創り出していくことが大切です。

<u>西宮が目指す「新たな時代の産業モデル」とは、『イノベーションにより常に社会的な価値の向上に取り組む事業所』、『規模に関わらず質の高い製品・サービスを提供し、西宮の都市ブランドを高める事業所』、『西宮の幅広いアピールに貢献する、地域資源（独創的な事業所、コンテンツ等）を生かした西宮でこそ実現できる交流・プロモーション等』を生み出す仕組み</u>です。

そのために、第４次西宮市産業振興計画は、市内に立地する事業所や活動主体がそれぞれ大切

にしているブランド力や価値を再認識し、需要者・消費者に正しく伝える期間、あるいは、イノベーションによって価値を維持し高めるための意識と行動を育む期間と位置づけます。

そして、これまでの幅広い支援を基調としながら、より積極的・主体的に成長を追求する事業者や取組への集中した支援などにより、成功のロールモデルづくりに向けた環境整備や仕組み・仕掛けづくりを展開します。

図表 3-2-1［新たな時代の産業モデル］

加速する社会変化

- アフターコロナ
- Society5.0
- Open Innovation2.0
- DX、GX、Local X(※)
- SDGs、多様性尊重
- 不安定な国際情勢

これまでの産業施策

関西・阪神間の環境変化

- 大阪・関西万博(令和 7 年)
- 大阪 IR
- 神戸空港国際化
- インバウンド需要の回復
- 周辺自治体との競争激化

（第４次計画の役割）

西宮ブランドの向上につながる産業の育成に向けて、事業所の意識啓発と成長のモデルを創出する期間

（考え方）

✔これまでの施策の成果を見極めて、効果の高い取組へ選択・集中

✔初期段階の幅広い支援とともに、モデルを創出するための支援の集中

（希求する将来の姿）

○イノベーションにより、常に**社会的な価値の向上に取り組む事業所**を育てる

○質の高い製品・サービスを提供し、**西宮の都市ブランドを高める事業所**を育てる

○地域資源を生かした**西宮でこそ実現できる交流・プロモーション**等を生み出す

※新たなイノベーションを生み出す地域固有の資源や活動等を指す

３．基本方針

基本的な考え方を踏まえ、本市産業の課題に対応するため、計画期間において本市が取り組む施策は、次の基本方針に基づき推進します。

基本方針１　西宮の産業基盤の強化

１－１　がんばる事業者への支援

市内の事業所は従業員 4 人以下の事業所が半数以上を占め、これらの中小・小規模事業者の存在が本市経済の産業を支える基盤となっています。また、こうした中小事業者を生み出す環境や土壌があることが、本市産業の特徴である高い開業率を支えています。

一方、人材不足や生産性の向上など、我が国産業が抱える課題は中小・小規模事業者においても対応が求められており、行政等による情報提供や事業支援体制の強化に対しても高い期待が寄せられています。行政や各支援機関による支援体制は既に構築されているものの、十分に活用されていない状況があります。

このため、事業の発展・改革に向けて果敢に挑戦する中小・小規模事業者の活動を促進・支援するとともに、意識啓発や支援につながる情報提供を強化します。また、関係機関による特性や役割を生かし、切れ目のない支援の仕組み・体制の強化を図ります。

１－２　企業立地・定着の推進

本市では、飲食料品製造、教育、物流などの分野に事業所の厚い集積がみられます。こうした産業は、本市の歴史や風土、人の集積等のまちの特性に根差した地域産業でもあります。

しかし近年、要因は企業によって様々ですが、大手製造業や一部機能の市外流出がみられました。中核的企業、あるいは次世代を担う成長企業は、雇用や財政への貢献をはじめ、市内企業との取引を通じた経済循環の支え手として、また人材輩出や取引相手として新規創業の土壌としての役割など、地域経済の活性化に大きな役割が期待されることから、新たな企業立地に向けて積極的に取り組むとともに、市内立地企業の定着を促進していきます。

基本方針２　地域資源を生かした産業振興

２－１　地域資源を生かした事業への支援

本市は歴史的にみると酒造業を中心に多くの飲食料品関連産業が集積、近年では高ブランドな地域のイメージと調和した洋和菓子店の集積が進み、「西宮スイーツ」として注目されるなど、「食」に関わる豊かな文化・集積を有しています。

食に関連する産業の活性化が地域の活性化や都市ブランド力の向上に大きく寄与することが期待される中、従来から本市が有してきた「食」に関わる資源や文化を守り育てるとともに、「食」に関わる新たな事業者を育成し、産業のブランド強化に活用していきます。

２－２　都市ブランドの創出と発信

本市の魅力は豊かな自然環境、文化・スポーツ、歴史など、市民が日常生活の中で親しみ、育ててきたものにあります。

新型コロナウイルス感染症によって打撃を受ける一方、今後の回復が期待される観光産業では、スマートツーリズム、サステナブルツーリズム、ウエルネスツーリズムなどの他、大阪・関西万博や将来的な開業が期待される統合型リゾート、神戸空港の国際化などに伴う新たなニーズが生まれています。従来から団体観光よりマイクロツーリズムを主としてきた本市では、こうしたニーズを好機と捉えています。今後は「まちなか」はもちろん、海から山まで多彩な魅力が調和し、まちの雰囲気となっている強みを生かし、「西宮ブランド」をより積極的に発信していきます。

２－３　地域に根付いた商店街の振興

市内には、西宮北口駅周辺をはじめとして高い集客力を持った大型商業施設が複数立地するとともに、地域に密着した商店街が形成され、市内外の消費ニーズの受け皿となってきました。

しかし、中核的企業の市外転出や人口減少・高齢化の進展、さらには新型コロナウイルス感染症の影響により、地域によって活力に格差が生じています。一方、そうした中でも、担い手の若返りや運営体制の見直しによって活力を高め、地域のブランド化を図る地域もみられます。

地域に根付いた商店街には、地域のにぎわいやコミュニティを支える公共的役割も期待されることから、地域の特性や文化の強みを生かした活性化への取組を促進・支援していきます。

基本方針３　新たな産業の担い手づくり

３－１　起業家へのワンストップ支援

持続的に地域活力と雇用を創出するためには企業の新陳代謝が不可欠であり、新たな産業の担い手を創出する起業・創業が重要なテーマとなります。本市においては、潜在的な人材の集積に加え、起業に対する意識の高まりや支援機関・行政等による取組の成果もあって、近年、女性や若者・学生、高齢者など多様な層による創業の実績がみられ、近隣都市と比べても高い開業率が特徴となっています。

このため、国・県や西宮商工会議所、金融機関と連携して、「大学の多いまち」「文教住宅都市」といった本市の特性を生かした起業しやすく事業を続けやすい環境を継続して強化するとともに、多様な人材、多様なテーマによる起業の促進が求められます。

本市では、西宮商工会議所と連携した起業家へのワンストップ支援を実施しており、これらの支援により起業者数を増加させ、文教住宅都市としての魅力向上や地域内での経済圏の発展を図ります。

基本方針４　人材の確保・育成

４－１　企業人材の確保・育成支援

産業の持続的な発展のためには、市内企業が必要とする人材の確保・育成及び定着の促進が必要不可欠です。今後は、関係機関との連携により、市内企業が広く市内外に認識され、就業を希望する人と市内企業が出会えるよう、効果的な情報受発信及びマッチング機会の充実が求められます。

また、5G、IoT、AI、ロボット技術など情報・科学技術が目まぐるしく進歩するなか、市内企業がこれらを積極的に取り入れ、技術・経営力を向上させて事業に活用できるよう、大学や研究・産業支援機関との連携により、企業内人材のリスキリング・研修の機会づくりを支援します。

長期的な視点では、地域の連携による経営や技術に関心を持てる教育への取組、高等教育機関等における基礎力の高い人材の育成、地元学生及び UIJ ターン者の市内企業への就職を促進することが重要なことから、大学との連携により、次世代の産業を担う人材の育成と、産業振興や企業育成に知見やノウハウを持った本市職員の育成を推進します。

第４章　産業振興の施策

１．施策体系

基本方針	施策	主な取組
１．西宮の産業基盤の強化	１－１ がんばる事業者への支援	（１）中小・小規模事業者の競争力強化
		（２）中小・小規模事業者の経営継続支援
	１－２ 企業立地・定着の推進	（１）企業立地サポートの推進
		（２）企業市民としての定着推進
２．地域資源を生かした産業振興	２－１ 地域資源を生かした事業への支援	（１）食関連産業の成長促進
	２－２ 都市ブランドの創出と発信	（１）多彩に楽しむ「まちなか観光」の創出
		（２）市内外への観光プロモーションの強化
		（３）ふるさと納税返礼品を通じた地域資源の発信
		（４）西宮ブランドの強化
	２－３ 地域に根付いた商店街の振興	（１）地域の一体感を醸成する商店街の活性化
		（２）商店街が担う公共的役割への支援
３．新たな産業の担い手づくり	３－１ 起業家へのワンストップ支援	（１）相談窓口の一元化と課題に応じた支援
４．人材の確保・育成	４－１ 企業人材の確保・育成支援	（１）必要な人材確保の支援
		（２）社員教育・スキル取得の支援

２．施策の展開

基本方針１	西宮の産業基盤の強化

- 施策１－１　がんばる事業者への支援
- 施策１－２　企業立地・定着の推進

施策１－１	がんばる事業者への支援

■施策の方向性

DX への対応や先端技術の導入、人材不足の解消、生産性の向上、よりよい働き方の創造など、事業課題解決につながる中小・小規模事業者の積極的な取組を支援します。

また、人材の確保・育成、事業承継、販路拡大など、事業の維持・発展に必要なテーマについては市単独での支援が難しい領域も多いため、市と商工会議所による強固な連携をベースとしつつ、国や県の支援機関や金融機関等との連携を進めるとともに、取組の検証や継続的なモニタリングを通じて、継続的かつ効果的な支援を検討します。

■主な取組内容

（１）中小・小規模事業者の競争力強化

人口・労働力の減少や IoT・AI・DX・ビッグデータをはじめとする第 4 次産業革命など、従来の経験や手法が通用しない変革が待ち受けています。これらの事業環境の変化に取り残されることなく、顧客に求められ続ける存在となるよう競争力強化に向けた取組を進めます。

【主要な実施事業】

○DX 推進支援事業（新規）

DX は目的ではなくあくまでも手段であることを念頭において、デジタル技術やツールの活用による生産性向上、業務改善及び需要開拓の効果や導入事例を紹介するセミナーの実施により、中小・小規模事業者への DX 推進を行います。

○デザイン経営導入支援事業（新規）

「デザインを企業価値向上のための重要な経営資源として活用する経営」と定義した、「デザイン経営宣言」が平成 30 年に経済産業省・特許庁から発せられています。経営課題の解決および競争力強化の重要なファクターとして、デザイン経営の導入促進に向けたセミナーの実施やデザイナーとのマッチング機会の創出に取り組みます。

○市内業者受注機会拡大の促進

地域内経済循環による雇用や所得向上を図るため、市が行う委託・工事・物品購入等において相見積もりに市内事業所を原則として入れることで市内事業者の受注機会の確保に努めます。

○住宅リフォーム助成制度

市内の施行業者を利用して自宅の改修や補修工事を行う場合に、その経費の一部を助成することで市内事業者の受注機会の確保に努めます。

（２）中小・小規模事業者の経営継続支援

事業者が抱える課題に対する解決に向けてスムーズかつ十分な情報提供や継続的なサポ—トを実現できるように、商工会議所をはじめ、国や県の支援機関や金融機関等との連携を進めて広報や相談体制の強化を図ります。また、資金調達や販路拡大などの通常の事業活動から、事業承継や BCP（事業継続計画）策定の支援にいたるまで経営継続に必要な支援の取組を進めます。

【主要な実施事業】

○中小企業相談所事業

商工会議所の経営指導員による伴走型の支援を行いながら、将来を見据えた事業計画の策定支援や専門家や他の支援機関を活用した経営課題解決を図ります。また、必要に応じて国、県等の補助金活用支援などを含めた事業計画の実現を支援します。

○販路拡大支援事業

商工会議所への補助金により見本市への出展など販路拡大に関する事業の促進を行うとともに、事業者交流会の開催によるマッチング機会の創出も検討していきます。

○事業者向け施策情報発信事業（新規）

経営課題における事業所向けの支援策や支援機関があるものの、周知が行き届いておらず十分に活用されていない可能性があります。SNS やブログを活用した発信など、市が行う情報発信について効果的な方法を模索していきます。

○BCP 策定支援事業

BCP（事業継続計画）及び国の「事業継続力強化計画認定制度」の周知を行うとともに専門家派遣による BCP（事業継続計画）策定の支援を行います。

○事業承継支援事業

事業承継の方法や引継ぎ支援センターなどの公的支援機関、税制優遇措置や金融支援などの周知を行う他、専門家派遣による支援を行います。また、継承者が経営の責任を引き継ぐ為に必要な知識やスキルを習得する機会の創設について検討していきます。

○中小企業振興功労者・従業員表彰

市内事業所に勤務する従業員を表彰することにより、勤労意欲の高揚を促進させるとともに、商工業の振興を図ります。

施策１－２	企業立地・定着の推進

■施策の方向性

地域経済の活性化や雇用確保の観点から、市の奨励金制度や県の補助金制度を活用した企業誘致を進めます。

また、事業所への訪問による企業との顔が見える関係づくりや、事業所と地域の関わりを促進することで既存企業の定着に向けた取組を進めていきます。

■主な取組内容

（１）企業立地サポートの推進

市外流出により大きな影響がある企業を中心に定期な訪問により、課題や近況を把握し、必要となる支援策の情報提供や改善策を提案することで定着を図ります。また、「西宮市企業立地促進条例」に基づく奨励金制度により市外からの事業所の新規立地、及び市内での事業所の移転や増設の促進を図ります。

【主要な実施事業】

〇企業立地サポート事業

企業や産業支援機関とのネットワークを持つ人材が事業所を訪問し、工場等の新増設や移転意向の把握、企業立地の優遇制度等の情報提供などによって、企業との顔の見える関係づくりを推進します。

〇企業立地奨励金制度

市内企業が工場などの増設・建替・市内間移転を行う場合や、市外企業が市内に新規工場などの立地を行う場合に奨励金を交付することで、工場などの市外流出の防止及び市内誘致の促進を行います。

（２）企業市民としての定着推進

企業経営にとって重要な視点となっている SDGs の取組の普及啓発を推進するとともに、企業をまちづくりや公的サービスの重要な担い手として位置づけ、地域社会の一員として企業と地域・住民との交流拡大を図ります。

【主要な実施事業】

〇SDGs 推進支援事業

公益財団法人ひょうご産業活性化センターが実施する「ひょうご産業 SDGs 推進宣言事業・認証事業」の周知を行うとともに、セミナー等を通じて SDGs の啓発に努めます。

〇事業者活動広報事業（新規）

地域貢献や業界が抱える課題解決に取り組む事業者を市が紹介することで地域に根差した事業者の創出を図ります。

基本方針２　地域資源を生かした産業振興

- 施策２－１　地域資源を生かした事業への支援
- 施策２－２　都市ブランドの創出と発信
- 施策２－３　地域に根付いた商店街の振興

施策２－１　地域資源を生かした事業への支援

■施策の方向性

日本酒やスイーツをはじめとする食関連産業を本市産業の強みと位置付け、地域で愛される商品を生み出すことができる力強い事業者の育成を図り、地域の魅力向上と西宮ブランドの向上に繋げていきます。

■主な取組内容

（１）食関連産業の成長促進

マーケティングやブランディングを活用した戦略的な食関連産業の成長を促進していきます。また、西宮が持つ優位性を活用した PR 活動や西宮市地方卸売市場「イベント広場」を活用した販売促進により、西宮の食に関する魅力発信に取り組んでいきます。

【主要な実施事業】

○食のブランドづくり支援事業

ビジネス経験の豊富な企業 OB 人材等を活用し、製品・商品のストーリーづくり、マーケティング、販売網など、川上から川下までの戦略的な食のブランドづくりを支援します。

○西宮ブランド発信事業

食分野における地域資源を広く内外に発信し、「食のまち」である本市の魅力を向上させるために市内の食関連事業者等で構成された団体に補助金を交付します。

施策２－２	都市ブランドの創出と発信

■施策の方向性

地域資源の魅力に磨きをかけ、西宮の魅力をさらに高めていく「まちなか観光」等により、都市ブランド力のさらなる育成を図ります。

また、西宮の魅力やブランド力がより広く浸透するように効果的なプロモーション活動を進めます。

■主な取組内容

（１）多彩に楽しむ「まちなか観光」の創出

文教住宅都市として「住みたいまち」と評価され、多彩な魅力が調和し、まちの雰囲気となっている強みを生かし、地域資源の魅力を地域活性化や産業振興に結びつけ、都市ブランドをさらに高めていく「まちなか観光」を積極的に創出していきます。

【主要な実施事業】

○多彩な西宮の楽しみ方の提案

にしのみや観光協会との連携により西宮での暮らしを楽しむライフスタイルを切り口に、「生活そのものを楽しめる魅力的なまち」という都市イメージを生かした観光事業を推進します。

○地域の魅力を高めるエリアプロモーション

船坂里山学校など、地域の市民や事業者が参画し、地域ごとの多彩な魅力を生かしたエリアプロモーション事業を展開します。

○酒蔵ツーリズムの推進

観光協会、商工会議所、酒造・鉄道各社などと連携し、イベントや季節ごとの酒蔵めぐり企画に取り組み、酒蔵ツーリズムを推進します。また、灘の酒造りを支える貴重な地下水である「宮水」の存在を周知し、宮水の保全と日本酒文化の発信につなげます。

○スポーツツーリズムの推進

官民連携で実施する「スポーツを核とした甲子園エリア活性化推進協議会」の事業により、甲子園エリアのスポーツやアウトドアを楽しめる環境をPRすることで、スポーツを通した健康で豊かなライフスタイルを提案するとともに、スポーツツーリズムによる甲子園エリアの交流人口の増加を図ります。

（２）市内外への観光プロモーションの強化

令和 7 年の大阪・関西万博、将来的な開業が期待される統合型リゾートや今後控える神戸空港の国際化などに伴う関西への流入人口の増加やインバウンド需要の高まりを好機と捉え、観光協会を中心にした観光事業関係者との連携を強化し、市内主要駅の情報発信拠点や WEB・SNS 等を活用した情報発信を行います。加えて、自治体間の連携による共同プロモーションなどを一層充実させ、市内外からの効果的・効率的な誘客と消費喚起を実現し、産業振興につなげていきます。

【主要な実施事業】

〇広域観光圏での共同の観光プロモーションの推進

広域観光圏のネットワークや情報発信力を生かし、日本遺産や酒蔵ツーリズムなど、周辺自治体と連携した観光プロモーション事業の展開を図ります。

〇市民・来訪者への効果的な観光情報の発信

鉄道主要駅での情報発信や SNS、市キャラクター「みやたん」の活用により、更なる情報発信を図ります。

〇外国人観光客の誘客

本市の魅力ある資源（酒蔵地帯、阪神甲子園球場等）を活用し、外国人観光客の誘客を図るためのプロモーション活動を行うとともに、各種媒体や観光案内所（阪神西宮おでかけ案内所）での多言語対応を強化していきます。

（３）ふるさと納税返礼品を通じた地域資源の発信

地域資源を生かした加工品や地域産品、伝統工芸品などの西宮ブランド品をふるさと納税返礼品としての取り扱うことで西宮ブランドの知名度向上を図るとともに、事業者の所得向上、地域活性化を促進させていきます。

【主要な実施事業】

〇ふるさと納税返礼品の登録促進及び情報発信

ふるさと納税返礼品登録によるメリットの周知や特徴的な西宮産品の生産・加工等を行う事業者へのふるさと納税返礼品登録への働きかけを行い、ふるさと納税返礼品の登録促進を図るとともに、ポータルサイトを通じてふるさと納税返礼品に登録された西宮ブランドの情報発信を行います。

（４）西宮ブランドの強化

広報力の弱さを改めるべき課題と認識し、広報力強化による既存の地域資源の PR や、あらたな地域資源の発掘による「西宮ブランド」の強化を進めていきます。

【主要な実施事業】

〇西宮産日本酒の情報発信及び販売促進

「日本酒」のイメージ向上や販路拡大を図り、西宮の経済を活性化することを目的として、西宮日本酒振興連絡会において「酒蔵めぐり」、「SNS を利用した広報活動」、「西宮日本酒学校」、「大阪・関西万博と連携した企画」、「若年層向けイベント」等を実施します。

施策２－３	地域に根付いた商店街の振興

■施策の方向性

ロールモデル（手本）となる市内外の先進事例に学びながら、商店街が地域と一体となって取り組む商店街振興の活動を支援します。

また、商店街が担う公共的役割も踏まえ、地域の活性化や生活を支えるコミュニティ機能の強化など、商店街の主体的な取組を促進・応援します。

■主な取組内容

（１）地域の一体感を醸成する商店街の活性化

商店街が実施するにぎわい創出のためのイベントや地域の魅力を伝える情報発信を支援するとともに、商店街に新規出店する際に活用できる支援策を設けることで商店街の新陳代謝を高め、地域商業の活性化を図ります。

【主要な実施事業】

○商店街ファンづくり応援事業

商店街等が行う地域性や独自性をもったイベント等の実施に係る経費の一部を助成することで、商店街エリアの継続的な賑わい創出を支援します。

○商店街新規出店応援事業

商店街に新規出店する事業者に対し、商店街活動への積極的な参加等を条件に、工事費用等の一部を助成することで、商店街活動の維持や活性化を図ります。

（２）商店街が担う公共的役割への支援

地域住民の生活利便性向上につながるアーケードの整備や地域の安全・安心のための防犯カメラの設置、街路灯の維持管理等の取組を支援することで商店街が担う公共的役割を促進させていきます。

【主要な実施事業】

○商業共同施設維持管理事業

商店街等が管理する公道上のアーケード、防犯カメラ、街路灯等の維持管理費の一部を助成することで、商店街エリアの利便性向上や安全・安心につながる取組を支援します。

○商店街・小売市場共同施設建設費助成事業

商店街等が建設する共同施設の設置・改修又は撤去の費用の一部を助成することで、商店街等の魅力や利便性向上につながる取組を支援します。

基本方針３	新たな産業の担い手づくり

施策３－１　起業家へのワンストップ支援

施策３－１	起業家へのワンストップ支援

■施策の方向性

本市では、消費者の多様化するニーズを満たす良質なサービスや商品を提供できる個性あるスモールビジネスの起業が多く、それらに適した支援メニューを充実させるとともに、特に需要が高い起業準備期から開業初期までの方を対象とした支援に注力することにより、安定した起業者数の増加を図ります。

併せて、起業した者へのフォローアップ体制を整え、事業の継続に繋がる施策を検討していきます。

■主な取組内容

（１）相談窓口の一元化と課題に応じた支援

西宮商工会議所内に設置された「にしのみや起業家支援センター」にワンストップ窓口を設けることで、起業に関する相談先の一元化を図るとともに、課題に応じた支援メニューを提供することで相談者の起業を支援します。

【主要な実施事業】

○起業家支援センター運営事業

起業に必要な知識を全４日間にわたり学べる創業セミナーや経営に必要な専門的なノウハウが学べるワークショップ等により、個々の課題に応じた支援を実施するとともに、多種多様な異業種交流の場を設けることで起業家同士の人脈やコミュニティづくりを支援します。

基本方針４	人材の確保・育成

施策４－１　企業人材の確保・育成支援

施策４－１	企業人材の確保・育成支援

■施策の方向性

市内企業が必要とする人材の確保・育成及び定着の促進にむけて、合同就職説明会など求職者と出会う仕組みづくりだけでなく、自社の特徴や魅力を求職者にPRするなど、効果的な採用活動に繋がる取組を推進していきます。また、大学や研究・産業支援機関との連携により、市内企業がデジタル化や産業構造の変化に対応できるように、従業員のスキル取得に向けた取組についても推進していきます。

■主な取組内容

（１）必要な人材確保の支援

各種支援機関を活用や合同就職説明会やイベントなどを通じた求職者と出会う仕組みづくりや、採用マーケティングを活用した自社の PR 等、効果的な採用活動に繋がる取組を推進していきます。

【主要な実施事業】

〇産業安定雇用センターとの連携（新規）

産業安定雇用センターの取組の紹介やセミナーの実施により、民間 OB・OG 人材を含めた事業所が必要とする人材確保に向けて、当センターの活用を促進します。

〇採用活動の支援（新規）

自社 PR の強化やターゲットを絞った採用活動など効果的な採用活動に繋がる取組をテーマとしたセミナー等の実施により人材確保の支援を進めていきます。

（２）社員教育・スキル取得の支援

昨今、注目を集めているキーワードである「リスキリング」の必要性や事業所での実施方法をテーマとして扱うセミナー等の実施により、事業所での人材育成やスキル取得の促進を進めていきます。

【主要な実施事業】

〇リスキリングの支援（新規）

近年話題となっている「リスキング」を正しく理解し、導入の必要性やメリット、中小企業での導入事例及び導入手順をテーマとしたセミナーを実施し、事業所の人材戦略を後押しします。また、大学と連携したリスキリングによる人材育成の可能性を模索していきます。

第５章　計画の推進に向けて

不安定な国際情勢や新型コロナウイルス感染症をはじめとする環境変化等により、自治体を取り巻く状況が複雑化する中においては、計画の推進に向けた体制や KPI（目標値）の設定が重要となります。本計画の推進においても、関連する諸機関・団体が適切に連携・役割分担しながら、事業者による主体的な活動を支援していくことが必要です。

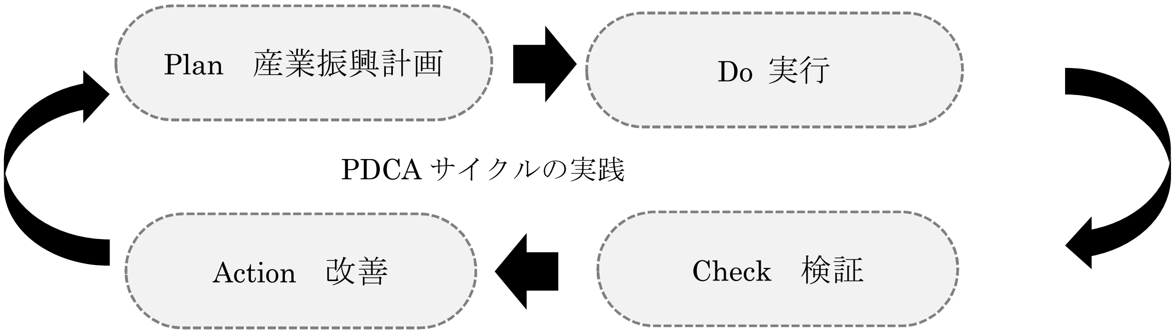
そのため、市と国・県、商工会議所等の関連機関が十分に連携をとりながら、本計画に示された施策・事業を着実かつ効率的・効果的に実行していくとともに、社会環境や企業ニーズの変化等に対応しながら、適宜、改善・見直しを図っていく必要があります。

１．計画の推進について

（１）計画の進行管理

本計画の施策・事業を、着実かつ、効率的・効果的に推進していくため、Plan（計画立案）→Do（実行）→Check（進捗評価・成果検証）→Action（改善・見直し）からなる PDCA サイクルを実践します。

具体的には、施策・事業の進捗状況や成果等を産業振興審議会において評価・検証しながら、必要に応じて、随時、改善・見直しを図ることで、着実に施策を遂行していきます。



（２）計画の推進体制

本計画の進捗管理や成果の検証に加えて、市や商工会議所、にしのみや起業家支援センター、その他関係団体等が連携しながら、施策・事業の検討・実現に向けた取組を推進していきます。

事業者の操業上の課題や産業振興施策に関する意向を探るため、訪問によるヒアリング等を実施し、多くの事業者の声を把握するように努めます。

また、県や周辺市、あるいは市外の企業や大学・研究機関とも十分に連携しながら、施策・事業の立案や実施を推進します。

庁内においても、本計画の担当部局である産業文化局だけでなく、市の事業の市内企業への優先発注や、企業の産業活動維持のための方策など、政策局や都市局、環境局など、あらゆる部局の施策の中でも産業振興の視点を意識し、連携を図りながら、市全体で産業振興に取り組みます。

（３）総合的・戦略的な庁内情報発信体制の強化

まちのブランド形成や産業経済分野における情報発信の重要性を鑑みるとともに、これまでの情報発信における課題を踏まえ、行政の信頼性・公正さを生かしたパブリシティ（外部メディアを通じた情報発信）や広域的な情報発信の充実を図ります。

（４）市内産業の重要性の発信

情報発信のツールが多様化する中で、HPやSNSなど様々なツールを上手く組み合わせることで、市内の事業者の取組を発信していくことが重要です。関係団体や大学との連携でコンテンツとしての市内企業やその取組に関する情報を的確に把握するとともに、市内で活躍する企業や事業内容等を積極的に紹介・発信することで、地域内外に本市産業の特徴や魅力を伝えていきます。また、西宮のブランド向上につながる、企業による主体的・積極的な情報発信・PRの取組を支援します。

２．計画の数値目標

本計画の進捗評価・成果検証のため、施策に対応した目標値を設定します。前計画までは数値目標による進捗･成果評価を実施していましたが､本計画では数値による定量的な側面とともに、適宜、市内事業者や関係機関等へのヒアリング等も実施することで、定性的な側面も取り入れた評価も検討します。

不安定な国際情勢や新型コロナウイルス感染症をはじめとするグローバルな環境変化等により、自治体を取り巻く状況が複雑化する現在においては、外部要因が数値目標に与える影響も大きくなっています。将来への不確実性が増大する時代においては、定量的な側面のみならず、定性的な面も取り入れることで、より多角的な視点から本計画の進捗評価と成果の検証を行うことが求められます。

【定量的側面】
数値目標（KPI）
（例）市内事業所数、従業者数、
製造品出荷額等
など

×

本計画より追加

【定性的側面】
数値には表れない成果や課題等を
深堀りすることで、より効果的な施策に
つなげていく
（例）市内事業者等へのヒアリングなど

将来への不確実性が増大する時代においては、定量面・定性面の両面から
進捗評価と成果検証が必要

こうした視点をふまえつつ、定量的な側面の数値目標を以下のとおり設定します。

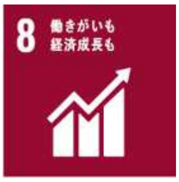
図表 5-2-1［計画の数値目標］

施策展開	指標名	過去値	最新値	目標値 （令和 10 年度）	設定の根拠
基本方針１ 西宮の産業基盤の強化	市内総生産	13,966 億円 （令和元年度）	13,655 億円 （令和２年度）	現状値を維持	直近の数値や今後の人口動態をふまえて設定
	市内事業所数 （民営事業所）	13,895 事業所 （平成 28 年）	13,802 事業所 （令和３年）	現状値を維持	直近での経済センサスの推移を考慮して設定（多くの自治体では減少傾向）
	市内従業者数 （民営事業所）	150,119 人 （平成 28 年）	153,089 人 （令和３年）		
	市 HP（産業振興）のアクセス件数	158,364 件 （令和元年度）	186,858 件 （令和４年度）	215,000 件	直近の数値をふまえて、15%程度の増加を目指して設定
基本方針２ 地域資源を生かした産業振興	阪神西宮おでかけ案内所での対応件数	12,359 人 （令和元年度）	12,344 人 （令和４年度）	14,360 人	直近の数値をふまえて、15%程度の増加を目指して設定
	ふるさと納税	受入額:169,712 千円 受入件数:8,489 件 （令和３年度） 返礼品数:220 品 （令和３年度末時点）	受入額:175,330 千円 受入件数:8,158 件 （令和４年度） 返礼品数:371 品 （令和４年度末時点）	【受入額】 200,000 千円以上 【受入件数】 10,000 件以上 【返礼品数】 650 品	受入額は、令和７年度に２億円を目標値としているため、その後も増加を目指してそれ以上と設定し、受入件数は、1 件あたりの受入額を２万円として受入額の目標値に基づいて設定。返礼品数は、直近の数値をふまえて、年率 10%程度の増加を目指して設定
	食料品製造業出荷額等	14,420,648 万円 （令和２年）	13,578,367 万円 （令和４年）	現状値を維持	事業所の域外流出を抑止しつつ現状を維持
基本方針３ 新たな産業の担い手づくり	開業率	6.7% （平成 28 年センサスから算出） ※周辺自治体よりも高い数値	5.9% （令和３年センサスから算出） ※周辺自治体よりも高い数値	兵庫県、神戸市、尼崎市、明石市、姫路市など周辺自治体よりも相対的に高い数値を維持	―
	創業支援による起業者数	113 人 （令和元年度）	173 人 （令和４年度）	190 人	直近の数値をふまえて、10%程度の増加を目指して設定
基本方針４ 人材の確保・育成	従業員充足率	― ※調査実施なし	製造業:55.1% 非製造業:66.3% （令和４年実態調査）	定点観測として定量的及び定性的なデータ把握を行う	充足率だけでなく、不足する職種や機能等を深堀し、量と質の両面から継続的にモニタリングを実施

（注）「食料品製造業出荷額等」ついて、過去値は「令和２年工業統計調査」、最新値は「令和４年経済構造実態調査（製造業事業所調査）」の数値

３． SDGs の推進について

本計画の推進に向けた取組を通じて、特に以下に挙げる SDGs の目標達成に寄与することが期待されます。



目標８　包括的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用とディーセント・ワーク（適切な雇用）を促進する。

目標９　レジリエントなインフラ構築、包括的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの拡大を図る。

目標１７　持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する。

■SDGs とは

平成 27 年（2015 年）の「国連持続可能な開発サミット」において、「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」とその 17 の「持続可能な開発目標（SDGs）」が採択されました。SDGs（Sustainable Development Goals）では、経済・社会・環境の 3 つの側面のバランスがとれた持続可能な開発に際して、複数目標の統合的な解決を図ることが掲げられています。

［出所］国際連合広報センター

資　料

１．西宮市産業振興振議会

西宮市産業振興審議会は、西宮市附属機関条例により産業振興施策について必要な事項の調査・審議を行うことを目的に、産業振興に関し優れた識見を有する方で構成する附属機関として設置しています。

令和５年度は、本計画の策定を目的に「計画部会」を設置し、公平・中立に多様な主体の意見を反映できる体制で審議を行うため、西宮市附属機関条例第８条第５項の規定に基づき臨時委員として各分野の方に委嘱を行いました。

西宮市産業振興審議会

（審議事項）

・産業振興施策について必要な事項に関すること

計画部会

（審議事項）

・第４次西宮市産業振興計画策定に関すること

・第３次西宮市産業振興計画の評価に関すること

・部会長が必要と認める事項に関すること

２．西宮市産業振興審議会計画部会　委員名簿

（敬称略、順不同）

氏　名	所属団体・役職等	備　考
上村　敏之	関西学院大学　経済学部　教授	部会長
山下　紗矢佳	武庫川女子大学　経営学部　専任講師	職務代理者
兼吉　高宏	兵庫県立工業技術センター技術企画部　部長	
清水　英樹	一般財団法人近畿高エネルギー加工技術研究所　専務理事	
古野　幸男	古野電気株式会社　代表取締役社長	
藤田　邦夫	西宮商工会議所　専務理事	R5.7.31 まで
田村　比佐雄	西宮商工会議所　常務理事	R5.8.1 から
坂倉　孝雄	大手前大学　経営学部　准教授	
金丸　幸義	日本政策金融公庫　神戸東支店 支店長兼国民生活事業統括	
中嶋　浩二	尼崎信用金庫　営業統括部　営業推進グループ 兵庫地区部長	
加藤　和弥	加藤産業株式会社　代表取締役社長	
澤田　朗	白鷹株式会社　代表取締役社長	
竹内　博	タケウチ事務機株式会社　代表取締役社長	
折田　楓	株式会社 merchu　代表取締役	
立花　吉博	西宮市商店市場連盟　副会長	
吉住　裕子	有限会社未来教育設計　代表	

３．策定経過

実施日	開催事項	主な内容
令和５年６月６日	第１回計画部会	○西宮市産業振興の現状と課題について
令和５年７月 31 日	第２回計画部会	○計画の理念・基本方針等について
令和５月９月 21 日	第３回計画部会	○計画の方向性について
令和５年 11 月９日	第４回計画部会	○計画素案について
令和５年 12 月 12 日	市議会　所管事務報告	○パブリックコメントの実施について ○計画素案について
令和５年 12 月 21 日 ～令和６年１月 24 日	パブリックコメント	○計画素案に関する意見の募集
令和６年●月●日	第５回計画部会	○パブリックコメントの結果について ○計画案について
令和６年●月●日	市議会　所管事務報告	○パブリックコメントの結果について ○計画案について

４．用語集

【あ行】

IR（アイアール）（1 ページほか）
「Integrated Resort（統合型リゾート）」の略で、カジノをはじめ、国際会議場や劇場、展示場、ホテル、ショッピングモールなどの複合施設の集合体のこと

IoT（アイオーティー）（1 ページほか）
「Internet of Things」の略で、従来インターネットに接続されていなかった様々なモノが、ネットワークを通じてサーバーやクラウドサービスに接続され、相互に情報交換を行う仕組み

ESG（イーエスージ）投資（30 ページ）
「Environment（環境）」、「Social（社会）」、「Governance（企業統治）」に対する企業の取り組みを評価基準として投資先を選ぶ投資方法

ウエルネスツーリズム（35 ページ）
旅先でのレクリエーションを通してリフレッシュし、心身の健康増進や精神的幸福を目的とした旅行・観光

AI（エーアイ）（1 ページほか）
「Artificial Intelligence（人口知能）」の略で、言語の理解や推論、問題解決などの知的行動を人間に代わってコンピューターに行わせることを目的とする研究・技術

エリアプロモーション（43 ページ）
地域の資源を活用し、地域内の人と情報のネットワークを醸成し、まちの価値を向上させる取組

Open Innovation2.0（オープンイノベーション ニーテンゼロ）（33 ページ）
企業、大学・研究機関、政府・自治体、市民・ユーザーなど多様な関係者が連携して社会課題の解決に取り組むことを特徴としたオープンイノベーションの概念

【か行】

観光入込客数（18 ページ）
「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、都道府県が観光客に関する調査を実施し、 観光庁が取りまとめて全国集計したもののうち、他の地域から観光目的に来訪する客数

企業立地法（1 ページ）
地域による主体的かつ計画的な企業立地促進等の取り組みを支援し、地域経済の自律的発展の基盤の強化を図ることを目的とする法律（平成 19 年 4 月施行)。なお、後継法として地域の特性を生かして、高い付加価値を創出し、地域の事業者に対する相当の経済的効果を及ぼす地域経済牽引事業を促進することを目的とする「地域未来投資促進法」が平成 29 年 7 月に施行

経営発達支援計画（1 ページ）
「商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律」に基づき、小規模事業者の事業の持続的発展を支援する体制を整備するため、商工会または商工会議所が市町村と共同で作成する計画

健康経営優良法人認定制度（30 ページ）
経済産業省が創設した従業員や求職者、関係企業や金融機関などから評価を受けることができる環境を整備することを目的に優良な健康経営を実践している大企業や中小企業等の法人を顕彰する制度

【さ行】

酒蔵ツーリズム（43 ページ）
酒蔵開放や酒蔵体験、日本酒をテーマにしたイベントを楽しむ観光のこと

サステナブルツーリズム（35 ページ）
訪問客、産業、環境、受入地域の需要に適合しつつ、現在と未来の環境、社会文化、経済への影響に配慮した旅行・観光

産業安定雇用センター（48 ページ）
「失業なき労働移動の実現」を目的に経済・産業団体と厚生労働省の協力で設立された公益財団法人で、様々な人材マッチングを行う公的機関

GX（ジーエックス）（33 ページ）
「Green Transformation」の略で、温室効果ガスを発生させる化石燃料から太陽光発電、風力発電などのクリーンエネルギー中心へと転換し、経済社会システム全体を変革しようとする取組

事業継続力強化計画認定制度（39 ページ）
中小企業が策定した防災･減災の事前対策に関する計画を経済産業大臣が「事業継続力強化計画」として認定する制度

市内総生産（9 ページほか）
市内で新たに生み出された付加価値額の総和

スポーツツーリズム（43 ページ）
スポーツと旅行を組み合わせた観光事業。加えて、スポーツを「観る」、「する」ための移動だけでなく、周辺の観光要素や、スポーツを「支える」人々との交流や地域連携も付加した旅行・観光

スマートツーリズム（35 ページ）
先端技術と観光地、観光客のデータを駆使して、新しい価値を創造する観光。さらに言うと、デジタル技術を活用し、人々のニーズを満たすサービス提供により、地域への誘客拡大、滞在長期化や消費促進、及びそれによる地域の各主体（住民、行政組織や事業者、地域環境・文化等）の持続的な価値の獲得・創出を目指す取組に支えられた観光のこと

製造品出荷額等（15 ページほか）
市内に所在する事業所（製造業）における年間の製造品出荷額、加工賃収入額、その他収入額並びに製造工程から出たくず及び廃物の出荷額の合計額

創業支援等事業計画（1 ページほか）
国から産業競争力強化法に基づく認定を受けた市町村と商工会議所等が連携して行う創業支援の取組について定めた計画

Society5.0（ソサイエティ ゴーテンゼロ）（33 ページ）
第 4 次産業革命、IoT の進展によりサイバー空間と現実の空間を高度に融合させたシステムが新しい価値やサービスを創出し、人々に豊かさをもたらす社会のこと

【た行】

第 4 次産業革命（38 ページ）
「AI（人工知能）」、「ロボット工学」、「ナノテクノロジー」、「バイオテクノロジー」、「量子コンピューター」などの技術が急速に進歩し、社会・経済の構造が大きく変革する時代のこと

DX（ディーエックス）（33 ページほか）
「Digital Transformation」の略で、IT・デジタル技術の活用によって企業のビジネスモデルを変革し、業務フローの改善や新たなビジネスモデルの創出を図ること

<u>デザイン経営</u>（38 ページ）
デザインの力をブランドの構築やイノベーションの創出に活用することで、根本的な課題を発見し、これまでの発想にとらわれず、かつ、実現可能な解決策を柔軟に反復・改善を繰り返しながら生み出す経営手法。経済産業省が提唱

<u>デジタルシフト</u>（1 ページ）
従来はアナログで行われていた業務や企業活動にデジタル技術を活用し、効率的な環境の実現を目指す取組

【は行】

<u>BCP（ビーシーピー）（事業継続計画）</u>（39 ページ）
「Business Continuity Plan（事業継続計画）」の略で、企業が自然災害、大火災、テロ攻撃などの緊急事態に遭遇した場合において、事業資産の損害を最小限にとどめつつ、中核となる事業の継続又は早期復旧を可能とするために、平常時に行うべき活動や緊急時における事業継続のための方法・手段などを取り決めた計画

<u>引継ぎ支援センター</u>（39 ページ）
円滑な事業承継のために事業承継・引継ぎに係る課題解決に向けた助言、情報提供及びマッチング支援を行う公的機関

<u>ビッグデータ</u>（38 ページ）
企業等が保有する日々生成される多種多様なデータ群のこと。非定形でリアルタイムに増加・変化するという特徴があり、様々な分野での将来予測、事象分析に活用されている

<u>ひょうご産業 SDGs（エスディージーズ）推進宣言事業・認証事業</u>（41 ページ）
SDGs の達成に向けて取り組む兵庫県内の中小企業等の宣言内容を登録・集約し、広く社会に公表することにより、企業等の取り組みを支援するひょうご産業 SDGs 推進宣言事業及びひょうご産業 SDGs 推進宣言企業を対象に、取組の深化を促すために SDGs に関する取組を評価・認証するひょうご産業 SDGs 認証事業のこと

<u>5G（ファイブジー）</u>（36 ページ）
第 5 世代移動通信システム（5th Generation)のこと。通信速度の向上や低遅延などを特長とする

【ま行】

<u>マイクロツーリズム</u>（35 ページ）
自宅から 1 時間から 2 時間圏内の近場への旅行・観光

【や行】

UIJ（ユーアイジェー）ターン（36 ページ）

地方から都市部へ移住した人が再び出身地の地方に戻る U ターン、出身地とは別の地方に移住する I ターン、地方から都市部へ移住した後に出身地に近い地方に戻る J ターンの総称

【ら行】

Local X（ローカルエックス）（33 ページ）

新たなイノベーションを生み出す地域固有の資源や活動等のこと

リスキリング（36 ページほか）

技術革新やビジネスモデルの変化に対応するため、新たに必要となるスキルを獲得すること

【わ行】

ワーク・ライフ・バランス（30 ページ）

「仕事」と育児や介護、趣味や学習、休養などの「仕事以外の生活」との調和をとり、その両方を充実させる働き方・生き方のこと