

令和3年度第1回三木市創生計画策定検証委員会の概要

日時：令和3年10月13日（水）

午前10時～正午

会場：三木市役所 4階

特別会議室

第2期三木市創生計画 人口ビジョン・総合戦略（以下、「第2期創生計画」という。）及びアフターコロナについて、第1回三木市創生計画策定検証委員会（以下、「創生委員会」という。）を開催し、委員から意見をいただいた。

創生委員会における主な内容は、次のとおり。

説明事項

- ・資料1 第2期三木市創生計画 ～KPI集～
- ・資料2 委員会での意見交換（今後のインバウンド事業等について）

概要

三木創生を推進するため、第2期創生計画のKPI結果の検証や、アフターコロナに向けた取組等について、自由な意見交換を行った。

主な意見

■ KPIの実績値に係る検証について

- ・資料1の6ページについて、新型コロナウイルス感染症の影響により、「KPI-4 個人旅行を含む三木での外国人宿泊人数」が減少する一方、「KPI-3 インバウンドの参画事業者」は増加している。この要因を教えてください。

→アフターコロナを見据え、ひょうご観光本部や北播磨県民局と協働し、来訪者に満足していただける体験型コンテンツ作りに注力してきた。そこで、地域の文化に触れてもらうような体験コンテンツを作る上で、そのコンテンツに係る新しい事業者にも参画いただいた結果、参画事業者が増加している。

- ・資料1の32ページ「KPI-55 ふるさと納税（寄附件数）」について、目標を上回っている。これについて、全国的な状況と、三木市の好調な要因

を教えてください。

→全国的には、令和元年度は微減となったが、令和2年度は、巣ごもり需要もあり、前年の1.4倍となる約6,700億円まで伸びた。それに加え、当市では、寄附サイトや商品数を増やしていることも順調に推移している要因であると考えている。

- ・資料1の5ページ「KPI-1 ゴルフ場利用者数（プレイヤー）」及び「KPI-2 ジュニア育成ゴルフ教室及びスナッグゴルフ大会参加者数」が目標未達である。これまでどういった取組を行ってきたのか教えてください。

→KPIについては、新型コロナウイルス感染症の影響があると考えている。取組としては、昨年度、新たに設置したゴルフのまち推進課を中心に、ゴルフという地域資源のブランド化を進めてきた。「ゴルフといえば三木」と言っていただけになるためには、裾野を広げることが重要であると考えている。そこで、スナッグゴルフ教室や、三木レディースゴルフトーナメントの開催を通じ、子どもや女性に向けたゴルフのPRを行ってきた。また、昨年度から、全国高等学校・中学校ゴルフ選手権春季大会の恒久開催地となった。将来的には、各学校におけるゴルフ部の設立、メーカーとの取組等も進めていきたいと考えている。

- ・資料1の15ページ「KPI-22 みき出会いサポートセンター成婚数」が、目標を上回り、良い結果が出ている。結婚支援については、兵庫県においても、目標を立てて取り組んでいたが、昨年度は目標未達であった。三木市では、どのような取組を実施したのか教えてください。

→当市では、みき出会いサポートセンターにおいて結婚支援を行っている。みき出会いサポートセンターには、出会いサポーターが23名在籍しており、男女の仲を取り持つ仲人のような役割を担っていただきながら、結婚支援にご協力いただいている。相談に来られる方は、出会いサポーターとの関わりを通じて人間的成長を遂げることで成婚につながっていくため、高い成果が出ていると考えている。

- ・資料1の35ページ「KPI-61 定住人口」について、各年度の目標が現在の人数から年々減少している。理由を教えてください。

→日本の人口は、現在約1億2000万人であるが、2060年には、9000万を下回ると予測がされている。そこで国は、減少を抑えて、2060年に人口1億人の維持を目標に「まち・ひと・しごと創生総合戦略」を策定した。当市についても、当時約8万人の人口が2060年には4万人を下回ると予想されていた。そこで、人口減少という現実を受け止め、その減少に少しでも歯止めをかけるため、三木市創生計画を策定し、2060年時点で人口5万人を維持すると設定した。

- ・資料1の11ページ「KPI-13 ハーブ産業化推進による販売額」をKPIの項目に挙げているということは、ハーブ産業を三木の柱の一つとしようと考えているのか教えてください。また、柱にしようとするのであれば、

今後のような取組を進めていくか併せて教えていただきたい。

→遊休地の活用に係る取組として、ハーブを植え、ハーブ産業を育成しようというところからスタートしている。今後どのような取組をしていくか、現在検討しているところである。

- 資料1の13ページ「KPI-18 金属製品製造業の事業所数（従業員数4人以上）」については、メーカーだけでなく下請事業者も高齢化等が原因で減っている。また、特に下請事業者は、給与単価を上げることも難しく、事業を継承することが厳しい状況である。下請を支え、育てる施策を共に検討していただきたい。
- 資料1の17ページ「KPI-25 児童発達支援センターの整備」や、「KPI-26 重症心身障害児放課後等デイサービスの整備」について、近年は、どちらの施設においても質が問われている。個人に対するサービスに目が向きがちであるが、障がいがある子を持つ保護者は、孤立することが多いため、保護者同士をつなぐことや、子ども同士が仲良くなれるような取組が今後重要になってくると考えている。
- 資料1の18ページ「KPI-27 児童・生徒用タブレットの1人1台配備」については、Wi-Fi等の通信環境の整備も重要である。他市では、届いた端末を実際に教室で使用する際、一斉にインターネットに接続すると、一部の端末が繋がらないなどの不具合が発生することがあると聞いた。その端末を使用するクラスや時間割の調整に教員が翻弄されているという話を聞いている。そういったこともあり、学校の通信環境の整備も、行政の重要な役割であると考えている。
- 資料1の7ページ「KPI-6 金物製品輸出額」に関連して、地場産業が儲かることは、地域の存続にとって非常に重要であるため、従来の輸出の促進や、高単価の商品開発の支援などをしていただきたいと考えている。
- ゴルフの取組については、大変すばらしいものである一方で、ゴルフのラウンドが終われば、そのまま帰る人が多いため、三木市に来たという実感が無い。三木市に来たゴルファーの方に、どこかに立ち寄っていただくような取組も継続して検討していただきたいと考えている。
- 資料1について、事前に内容を確認したが、実績報告だけでは委員として意見しにくい。令和2年度の進捗状況を10月の委員会で議論するのであれば、実績だけでなく、その要因分析を行ってほしい。また、64項目のKPIを1回の委員会で議論することは、難しいため、分野ごとにカテゴライズし、その中でも重要視する項目をピックアップした上で、その議論を深めていくという流れであれば、自身の知見を生かし、委員としての役割を果たせるので、ご検討いただきたい。
- 資料1の14ページ「KPI-20 市内商店街の店舗数(空き店舗数)」について、空き家問題は、どの地域でも課題となっている。起業しようとしている方に対して、商工会や行政が中心となって支援や研修等を行っている。しかし、それだけでは足りず、起業するには土地が必要となる。そこで起業する人と空き家をうまくマッチングさせ、活用することも重要であると考えている。

何か実施している取組があれば教えていただきたい。

→当市では、空き家バンクを運営しており、昨年10月にHPをリニューアルした。今までであれば、一般的な個人の空き家のみを掲載していたが、リニューアルに合わせ、空き土地や空き店舗も掲載できるようになった。リニューアル後は、アクセス数も伸び、成約にもつながっている状況である。

- ・資料1の5ページ「KPI-1 ゴルフ場利用者数(プレイヤー)」について、最近では、ゴルフのプレー料金も非常に安くなっている。スキー旅行のように、学生にも気軽に来てもらえるよう、食事や宿泊の料金も含めたプランを作り、宣伝することも重要であると考えている。
- ・都市部への就職を機に三木市から転出した人が、定年後に帰ってこようとしても、市内に一戸建てが多く、60歳を過ぎてから住むのは難しい。また、集合住宅についても、セキュリティ面や防音等の不安があるため、検討した結果、神戸に住むという話も聞いたことがある。三木は子育て支援や介護支援が素晴らしいと感じているので、今後は、それを強みに「多様性のある住宅」を意識し、子どもや高齢者が住み続けられるようなまちをめざして取り組んでいただきたい。

■ アフターコロナを見据えた意見交換について

- ・インバウンドに目が向きがちであるが、外国人観光客の消費より、国内観光客の消費の方が圧倒的に多い。コロナ禍による働き方の変化やマイクロツーリズムにも対応するため、三木のゴルフ場や自然を生かしたワーケーション、国内旅行のパッケージ化などを進めるのも良いのではないか。
- ・国では、デジタル化の推進に力を入れており、約2年間のコロナ禍で、デジタルツールの普及が進んでいる。そういった状況の中で、各事業者の話を聞いていると、経営が苦しいという声が一番多い状況ではあるが、飲食、土産物等の事業者の中には、売上が伸びているところもある。また、そこに紐づいて、宅配事業者の売上が非常に伸びている。コロナによる需要も加味し、今後のデジタルツールの活用を検討する必要がある。
- ・交通量が減少しているものの、大型車の交通量は、それほど減少していないことから、コロナ禍でも物流は動いていることがわかる。これには、ネットショッピングの需要拡大が大いに関係していると考えている。地場産業である山田錦や三木金物などの商品需要を高め、どのように物流に乗せていくかを検討する必要がある。
- ・2025年の大阪万博を見据え、近隣市も巻き込んで、着地型コンテンツをつくることができればと思う。また、イベントをするに当たっては、舞台裏やストーリー性などが見える動画などのコンテンツを作り、配信することで訪問につながるのではないかと考えている。
- ・新型コロナウイルス感染症が流行する前は、インバウンドに対する過剰な期待があったが、コロナ禍となり、それだけでは行き詰まってしまうことが分かった。肝心なのは、地域の魅力を高め、地域の暮らしやその場所でしか体

験できないことであると感じている。そのためには、その場で暮らしている住民の満足度を高めることも重要であり、そういったことが結果につながってくるのではないかと考えている。

- 観光の面において、三木は、様々なイベントや観光資源を有しながら、うまく一つに集約できていないと感じる。今後は、観光協会や行政が一つ一つの資源をつなぎ合わせ、一つにまとめて、三木の観光を企画していくことができないかと考えている。
- 三木には、森林公園やホースランドパークなどのすばらしい施設が数多くあるが、飲食店が非常に少ないとの意見をよく聞く。市外から施設に訪れた人が飲食店に寄ってから帰るという流れをつくることが重要であると考えている。