

令和 7 年度第 1 回三木市創生計画策定検証委員会 議事録（概要）

日 時：令和 7 年 8 月 2 2 日（火） 午前 1 0 時～正午

場 所：三木市役所 4 階 特別会議室

参 加 者：委員・オブザーバー計 1 7 名 及び 事務局※詳細は別紙

説明事項：第 2 期三木市創生計画 K P I 実績及び第 3 期創生計画

概 要

- ・ 第 2 期三木市創生計画に係る令和 6 年度の K P I 実績値を示すとともに、令和 7 年 4 月 1 日から施行した第 3 期三木市創生計画と第 2 期創生計画の K P I の項目変更点を示し、地方創生に係る意見を求めた。

今後について

- ・ いただいた意見も参考にしながら、現在進める各種施策を実施する。また、委員の持つ知見を直接担当課に共有するため、必要に応じて委員と担当課の意見交換の場を設ける。

主 な 意 見

分類	内容
ひょうご情報 公園都市について	・ 進出希望の企業がいると聞く中で、情報には高い価値があり、造成する 1 0 0 ha の開発に向け、県市連携して、企業立地による雇用創出も踏まえ、進出希望事業者等の情報収集を行うべきと考える。
多文化共生社会について	・ 多文化共生社会の実現に当たっては、協力企業にだけ頼るのではなく、新たな仕組みづくりが必要と考える。外国人のマイナスイメージの払拭を市で考えて欲しいと思う。 ・ 文化の違いから、博打など治安的な問題がある場合もあり、住民との隔たりを感じる。 ・ 外国人を労働力としてとらえるのではなく、地域住民の一員として交流や生活について、考えるべきと思う。

分類	内容
産業振興について	- 金物については、企業の関係性として、製造業、下請け企業、卸とのバランスがあった。価格転嫁ができないまま続けてきた結果、下請け企業の弱体化が課題であり、底上げが必要である。 - テレビで物販に携わった経験の中で、日本には地域に根差した伝統技術があり、こだわった製品を地域に売りたいと考えた。 例えば、出雲地方には炭八という企業があり、防湿・防虫効果はテレビでも分かりにくく販売が難しいが、職人に出演いただいたところ、人柄もあって、販売に繋がった。 このことから、地域に根差した伝統技術の製品も、まだまだ売れると考える。 - 加えて、三田にはコールセンターがあり、団地の子育て中の親が数時間単位で働く場になり、雇用が生まれた。 - 優秀な外国人は、コストが安い日本には来ない。 そんな中で、海外からの企業誘致を考えると、日本のモノづくりの文化・ブランドに着目し、日本で高付加価値の商品を作ると売れる可能性がある。 - 日本では、販売額の多くを商社がとり、製造業に戻ってこないのが現状であり、かつ、商社が入ることどこにリーチしているかわからない現状がある。誰が購入しているのかは、データとして収集・管理する必要がある。 - オープンファクトリーも地方創生2.0に取り上げられており、地場産業などの見える化に活用してほしいと考える。 - 金物、山田錦、ゴルフ、安全などの資源について、付加価値をストーリーにのせて打ち出す必要があると考える。

分類	内容
農業振興について	・ 吉川町は農業が中心であるが、高齢化により 10 年先が見えない状況である。 ・ 農業を個人に任せず、企業進出を認める施策や、法人設立へのハードルを下げる施策などが必要と考える。 ・ 農業のDX化も考えるべきであり、規制改革を踏まえた上で、三木がスマート農業の基地になればと考える。
観光振興について	・ 道の駅よかわがオープンし、繁盛していると聞く。今後、来訪者に関するデータ収集を行うべきと考える。 ・ 金物だけでなく、兵庫県広域防災センターやビーンズドームなどの活用も考えて欲しい。 ・ ゴルフ等も観光資源としてある中で、ホテルが少ないことが課題に感じた。 ・ 現在、旅行者は自分の好きなものを求めてやってくる。三木市の資源、立地などを活かしたPRと、どこの国やコミュニティが三木市を応援してくれているかを可視化していく必要がある。
教育振興について	・ 外からの人に来ていただくことも大切であるが、今、三木で学んでいる子どもたちが三木のことを知るきっかけが大切であると考ええる。 ・ 若者ミーティングの提案へのフィードバックと過年度等への継続性を持たせた施策ができると良いと考える。 ・ 現在学習指導要領の改訂期にあり、2年後ぐらいに公開されるものには、子どもの意見表明権が打ち出されると思われる。

分類	内容
移住施策について	・ 三木の魅力は、とても安全で、都会に近い日本の良さによる落ち着いて暮らせる。この部分をPRしていけば良いと考える。 ・ 今後の住居の選択においては、公共交通機関の充実が必要と感じている。
防災について	・ コープこうべも震災30年を迎え、公助・共助・自助、備えることから始めている。KKB（キッチン、ベット、便所）より重要になっているのが電源であり、連携しながら進めていくことで魅力向上に協力していきたいと考える。
第3期KPIについて	・ 中小企業サポートセンター支援数に加え、利用者の声を入れてはどうかと考える。 また、企業の継続性も重要ではないかと考えるため、継続件数も指標にする視点があるとよい。 ・ 情報発信については、HP以外の情報アクセスに係る指標があってもよいと考える。 ・ 第3期創生計画では、第2期創生計画と比較して、KPI項目を絞り込んだからこそ、検証段階においてその増減の要因を深堀していくべきと考える。
兵庫県の地方創生について	・ 県の創生計画について、人口関連のKPIの達成は非常に厳しいものとなった。コロナによる地域回帰の動きもあったが、現実には東京への一極集中が加速しており、県として、人口減少を受け止め、県民の幸福度の向上に注力している。 なお、県内GDPの目標は概ね達成した。 ・ 今後、県は、若者支援、外国人支援、地域横連携支援を進めていきたいと考えている。

分類	内容
地方創生について	・ シンガポールのGDPは、人的資本の活用により10兆円から80兆円まで伸びているが、東京は人的資本もある中で、伸びておらず、首都が成長しない国で、地方の成長は考えられない。 ・ 今後、AIの台頭により人的資本の価値は下がり、金融資本があふれてくる。そうした中で、最も重要となってくる資本は、自然資本であり、それを持つのは地方である。 世界的に貴重となる自然資本、一次産業に対して成長戦略を結び付けていく必要がある。 ・ 次に必要となるのが、AIを動かすために必要となる電気である。自然資本と電気を活用することで、地方の勝ち筋があると考ええる。 ・ 日本の失われた30年は、決めて来なかった事が原因だと考える。今後、行政単位で変革を起こし、「三木モデルを創る」ことが出来ればと考える。 ・ 人口は、大阪への転入超過によるものと推測するが、関西で転入超過となる見込みであり、東京一極集中の流れが変わってきている。