

令和7年度 三木市金物振興審議会議事録

- 1 日時 令和8年1月27日（火）午後10時から午前11時40分
- 2 場所 三木市役所2階職員厚生室
- 3 会議次第
 - (1) 開会
 - (2) 会長あいさつ
 - (3) 議事
 - (4) 閉会
- 4 会議に付した議事
 - (1) 令和6年度主要施策実績について
 - (2) 令和7年度主要施策について
 - (3) 今後の取組（方向性）について
 - (4) その他
- 5 議事の概要
 - ・事務局より上記（1）・（2）・（3）を説明
 - ・質疑応答、意見交換

（事業全般について）

A 見本市への出展について、市から多額の補助をいただいているが、その効果が不明であるため、報告内容をよく分析する必要がある。

B 金物業界に多くの予算を充当していただき大変ありがたい。一方で、費用対効果が検証できない部分もあり、次の目標や課題が見えない部分もあると思う。

事務局 成果の可視化については課題として受けとめている。今後、関係団体とも協議しながら、適切な検証方法について検討を進める。

（三木金物ふれあい体験事業について）

C 三木市の子どもには、少なくとも鋸を使えるようにな

ってもらいたい。三木金物ふれあい体験事業では肥後守を使って工作体験をしているとのことだが、できれば鋸を使って木を切る体験も提供してほしい。

事務局 検討したい。

(金物大学について)

A 金物大学の名前を残すのではなく、三木金物について勉強できる場を残すことが重要である。

C せっかく金物大学事業というプラットフォームが確立しているのだから、別の形で工場見学を実施してはどうか。例えば平日1日だけ、一般の方や問屋・小売店を対象とした工場見学を実施するのであれば負担はかなり少ないと思う。

D 問屋の従業員が普段取扱う商品は、替刃式鋸や電動工具、先端工具が主であり、手工具に触れる機会が少ないため、三木金物を学ぶ研修の場があれば非常に助かる。

事務局 現在、兵庫県の「NEXTじばさん推進プロジェクト事業」の一環で、三木金物商工協同組合連合会とコンサルティング事業者が三木金物の提供価値や将来ビジョン等について取りまとめを行っている。その結果が形になれば、市としてはその内容をPRしたいと考えている。

E 以前、三木商工会議所主体で「三木金物検定」という試験を実施していた。イスや引き出しを作る実技試験もあり、ファンづくりという観点では金物大学に通ずる事業であるし、三木金物の良いPRの機会となるのではないかと。

工場見学について、金物まつり前後はかなり難しいと思うので、時期を変えてやるべき。平日の実施は、鍛冶屋にとっては仕事に手を取られるため対応が難しいとい

う声を聞く。一方で、土日開催にすると参加する側が休日出勤になるため、代休対応にするなど工夫をする必要がある。

F 自社では、兵庫県の事業であるフィールドパビリオンを実施している。ファンづくりの一環として、平日限定で有料の工場見学・製造体験を提供している。このような取組ができれば、工場を止めることなく会社のファンを増やすことができるのではないかと考える。また、このようなオープンファクトリー事業は、三木の宿泊施設・飲食店と連携した観光事業として考えることが重要であり、そういう意味では行政にはもっと観光施策に力を入れてほしいと思う。

E ターゲットを問屋に限定するのか、又は一般の方に限定するのかで実施する内容は大きく異なるため、個別に考える必要がある。

C 金物大学のような勉強会は毎年する必要はないと思う。問屋の従業員数は限られている。毎年実施するのであれば、年ごとに研修内容を変えても良いかも。

A 一般の方と問屋は分けて実施すべき。問屋はメーカーの代理店であり、商品開発のストーリーを含めて詳細に把握する必要がある。また、毎年全員受講できない可能性があるため毎年行うべきであると考え。市内でも毎年新卒を採用している問屋は存在する。参加者数名から始めても良いので、三木金物を知る機会は作るべきである。

昔は市内の問屋とメーカーで協力していたが、いつの間にか疎遠になってしまった気がする。三木商工会議所でも問屋とメーカーの懇親会をやめるという話もあるが、こんな時だからこそ、問屋とメーカーが一体となって製品を全国・世界に販売する体制を整えるべきである。その一つの手段として、金物大学のような勉強会は実施す

べきである。小規模メーカーは製造するのが手いっぱい、販売まで力を入れることができない。そのようなメーカーが持っている優れた技術や良い製品を眠らせないためにも、メーカーと問屋がコミュニケーションできる機会を提供すべきである。必ずしも市の補助金に頼る必要はない。

E 昔、「鍛冶でっせ」は1日目をバイヤーズデーとして問屋のみを対象とした商談会を実施していた。今はファンづくりのイベントになっているが、始まりは一般販売よりも問屋との商談を重視したイベントであった。

A 「鍛冶でっせ」は土日開催のため、だんだん問屋の参加が厳しくなり今の形になってしまった。平日開催にしても良いと思う。

B 金物大学の中止は仕方ないと思う。「鍛冶でっせ」については、問屋従業員を対象とした勉強会を組み込めたら良いと思う。

D 市の施策だけではなく、商工会議所の商業部会・工業部会、工業組合、卸組合それぞれで取り組むべき課題であると思う。予算が必要であれば、本審議会でも市へ答申しても良い。色々なレベルの話があり、取り組む範囲が大きい。

事務局 見本市等に出展された企業からは、そもそも三木市が認知されていないという話をよく聞く。行政の方向性としては、一般に広く三木市と三木金物の認知を広げる施策を展開できればと考えている。

E アンテナショップなどに取り組む予定はないのか。

G 今年度、三木商工会議所の事業として、KITTE大阪でワークショップと製品販売を実施した。

ファンを増やすことを目的にするのか、又は単なる販売促進を目的にするのかで、実施する内容は全く異なってくる。

「鍛冶でっせ」について、当初は商談会を目的にサンライフ三木で実施していた。開催を重ねる中で、なかなか商談に結び付かないとの声があったことから、集客に取り組んだ結果、現在の形となった。今でも問屋の商談は受け付けているが数はかなり少ない。目的を明確にする必要がある。ファンを増やしたり、認知を広げても売り上げに直結しなければどうしようもない。これまでの経緯を踏まえて検証して考えていく必要がある。

(三木金物ニューハードウェア賞について)

- D 毎年実施しなくとも、2、3年毎の開催を検討していただければ。告知の方法も検討してほしい。
- A 問屋もメーカーも新製品を作らなければ先がない。応募企業が固定化しているとあるが、新製品を作っている元気なメーカーは限られているのが現状。新製品が作れなければメーカーとして守りに入ってしまう。認定されることによって売上が上がるかどうかは別として、本事業はメーカーにとって製品を評価してくれる一つの場であった。
- C 応募を単に忘れている企業も多いのではないかと。また、書類作成に心理的なハードルを感じているのではないかと。応募の手間が面倒である印象がある。
- A 素晴らしい事業なのでぜひ周知を頑張ってほしい。
- C 近年の認定製品は、パンフレットが届く小売店がそもそも扱わないような製品が多い。事業を見直すのであれば、認定基準自体を見直してはどうか。告知はいつ頃からしているのか。

事務局

今年度については、3月頃に工業組合が発行する瓦版に本事業の募集チラシを同封して周知を行った。加えて、近年応募していただいた企業へ直接電話で応募意向を確認するなど試みた結果、応募製品数は前年度から3点増えた程度であった。

C

金物まつりの際に告知してはどうか。

A

良いと思う。毎年、夏に開催されるDIYホームセンターショーにパンフレットの作成を間に合わせるために、現在の応募スケジュールになっている。別に応募スケジュールは変更しても良いと思う。

D

組合からの推薦枠を用意しても良いかもしれない。

A

応募しているメーカーはかなり残念に思うはず。応募企業が固定化していることは確かではあるが、逆にそれだけ企業努力をしている証拠であり、応援してあげるべき。

F

受賞したメーカーが嬉しいのは分かるが、それによって売上が上がったかどうかは肝心。逆に売り上げに大きな影響がなければ、本事業は継続しても意味はない。グランプリや金賞を取った際のメリットは何なのか。

事務局

DIYホームセンターショーやTOOL JAPAN、金物まつり、市役所プロムナード、金物資料館での製品展示、全国の三木金物取扱店2,000店舗以上へのパンフレット送付がメリットとなる。

F

基準が分からないので、画期的な商品でしか受賞できないイメージを持ってしまう。

A

以前に受賞した製品は売れた。公で認められた商品で

あるとPRできる影響は大きい。近年受賞した企業に対して、その効果を聞き取ってほしい。

C 受賞した後、その冠を活用してPRするのは企業努力である。

D 来年度中に今後の方向性を検討してほしい。新製品に限らないのであれば、ニューハードウェア賞という名称も変えても良いかもしれない。