

平成30年度 三木市金物振興審議会議事録

1 日時 平成30年8月29日(水) 午後1時00分から3時00分

2 場所 三木市役所4階特別会議室

3 会議次第

- (1) 開会
- (2) 竹内会長あいさつ
- (3) 市長あいさつ
- (4) 議事
- (5) 閉会

4 会議に付した議事

- (1) 平成28年度主要施策実績について
- (2) 平成29年度主要施策について
- (3) 三木金物産業の振興策について
- (4) その他

5 議事の概要

事務局より上記(1)・(2)を説明後、(3)三木金物産業の振興策について協議する。

A 今説明があったがその資料等のご質問や意見、事業に関しての意見がありましたらお願い致します。

F かなものプロジェクトとして海外に目をむけて三木金物を大いにPRしているのはとても大事なことだと思う。ただ自身が一問屋として国内で活動し、なかなか積極的に協力は出来ていない。長らくそのプロジェクトをしていく中で、三木市としてこうなってほしいというような具体的な希望はあるのか。また今このような結果が出てきているであったり、もっとこうしてほしいイメージを持っている等、状況の把握はされているのか。

事務局 現状としてドイツ等の見本市に視察に行ってください商談を行っている。そこで個人的な意見となってしまうが、実際のメーカーに行ってもらうことで、なぜ三木金物は高いのか、その理由や、このような想いで作っているというような話をメーカーと海外の方との間でする機会を増やしていただきたい。そうすることで、三木金物の良さが世界に広がるきっかけになってほしいと考えている。

更に、三木金物の価格が高い理由について、メンテナンスをすれば長く使

用できるなど三木金物の良さを知ってほしいと考えている。Bからも海外の実績について話は聞くのだが、徐々に三木金物が浸透し、商売につながっているため、市としてもその広がりに対して支援していきたいと考えている。

F それぞれのメーカーが海外で成功していくのは想像できるが、市として、三木金物のブランド、イメージを世界に伝えていくステップなどの効果を表す数値はあるのか。

事務局 現状具体的なステップアップの効果を定めた数値は無いが、今後も三木金物の PR について働きかけていきたい。

A 日本には現状多くの観光客が海外から訪日しているのでその方たちに三木金物の良さをわかっていただいて持ち帰っていただく。そのような波及効果もいいと思う。以前、訪日中国人が沢山買い物をしたという事例もあったが、現状は買い物というよりは観光に来ていることが多い。このため、観光で三木市に来ていただくことが重要になってくるのではないかと。一つの方法として、伊丹空港に兵庫県の市町村のパンフを置いている箇所があるので、三木市も置いたらいいのではないかと考えていた。そうすることで海外から来た観光客に PR し、三木市に来てもらえるきっかけにならないか。

他にも、金物展示館に関してだが、現状年間 1 万 2 千人が来店している。これはレジを通過した人で見に来た方を含めるともっと多い。このようなポイントとなる場所をもっと活用し、国内外に情報を発信し、PR して三木市に訪問してもらおう要因にしたいと考える。

他に今回の審議会の委員の意見として、三木金物の展示館は将来的に必要であり、これに対して何か対策が必要という意見もあった。これに関しては、現状の展示館に金物鷲を置けないかと考えている。今、イベントでしか金物鷲は登場しない。希少性があるが、改めてみるとやはり素晴らしいもので、イベント時にしか出ないということはもったいないと思っていた。常設タイプのもを金物展示館に置けないかと考えている。SNS で観光客が増えている今、金物鷲を三木市に見に行こうとする動機にならないかと思う。観光客が一番集まりそうな道の駅に置くことによって波及効果もあるのではないかと考える。

B 金物鷲を常設してそれを PR するというのはとてもいい事だと考える。今の所、現状使用している金物鷲の他にもう一体以前グリンピア三木で使用していたものがある。さらに、金物鷲は昭和 34 年からあるのだが、その刃物部品が今回すべて、今の青年部が作ったものになった。単純にもう一体金物鷲

が作れるほどのパーツは存在する。ただ、金物鷲の大きさが展示館の中に入るのか、パーツも刃物を差し込んであるだけなので安全面の問題や、展示館のどこに置くのかなどの問題がある。大きさに関しては、以前、竹中大工道具館に土台なしで置いた事例があるので、工夫できるかもしれない。しかし、今挙げた問題点を全てクリアしなければならない。

A 展示館の現状も空き小間が出てきている。その空き小間のスペースを活用し、再度小間わりを検討すれば金物鷲を置くことができる。また卸組合でこの売上なら他の所に金物展示館を移設したり、産業会館のようなものも作ったりするのも可能なのではないかとの意見も出ている。

D 金物展示館の開館時間は午後6時までにならないか。インバウンド効果かどうかかわからないが、小野市のホテルルートインに毎日中国人観光客のバスが2~3台停まっている。大阪か姫路に観光に行っていると思うのだが、そのバスが毎日道の駅に停まってくれたらと思う。ただその場合、午後5時までに来てくれというのは時間的に難しいと考える。メーカーにどこで買えるかという問い合わせも多くあり、その際に道の駅にある金物展示館を案内するが、午後5時までと伝えると、驚かれることが多いため、運営の仕方とも考えたらよいのではないか。また、道の駅から出るのであれば、運営を委託するなど、再度運営方針を変えるのもいいのではないか。

海外展開については、三木市の補助金制度等を活かして様々な見本市に出展や視察し、現在鍛冶屋の中でも国内より海外の売上が多くなってきた所もある。確かに三木金物の優位性が海外でも認知され、売上は伸びている。更に訪日観光客に対してのPRの仕方も組合の中でEが窓口となって対応して頂いている。だが、売上があがったとしても鍛冶屋から企業になれない問題がでてきている。受注は抱えるのだが、その数を捌くことができず、半年間注文を抱えたままの事業所もある。制度としてもものづくり補助金や設備投資補助金などはあり、それで何とか対応しようとするところもあるが、個人事業主から企業化する際にピンポイントで支援していただける補助があればいいのではないか。

A 海外戦略の一環として、かじやツーリズムと金物鷲の常設は繋がるのではないか。金物鷲を見に行くことが三木市に来る目的となると思う。

B 海外戦略の話だと、現在5箇年計画の3年目となっている。当初1年目はどの市場に販路があるのかというのを探索するために使用し、2年目は結果として台湾を一つのキーワードとし、見本市に出展を行い、すぐに成果に結びついたメーカーもあれば半年、一年など長い期間の商談を経て成果に結び

ついたメーカーもある。インバウンドとして台湾の方が三木に観光客として来られているという効果も出ている。台湾では三木のハードウェアとして大きな看板のもとに出展して、各社で出しているところよりも目立っていることから、三木は他の産地よりも海外戦略は遅れを取っていたと思うが、海外である一定の成果が出てきている。そこに日本の各地方の金物関係者も視察に来ているので、今後三木金物としても同じように各国際見本市等に視察に行き、情報収集を行いたい、遠方のため、費用も掛かるので工業組合か卸組合としていくのか、三木の間屋と組んでいくのか、連合会としていくのか、今後の課題として挙がってきている。

- G いろんなメーカーが海外の人をどのように日本に呼ぶのかがやはり課題となる。従来製品を扱う三木の間屋もやはり苦戦している。ただ海外だけでなく、全国の金物屋のネットワークも大事になってくるのではないかな。従来の金物を日本でどのように普及していくのか。メーカーが鋸のことなどをPRしているが、金物を見に来るといことは、相当好きな人か金物を作っているところを見たことがある人でないと見に来ないのではないかな。もし自身が間屋でPRする立場となるのなら、三木金物を使ってこのようなものを作れるというような、クラフトマンに向けてPRし、「クラフトマンを育てるまち」としてPRするのはどうかと考える。世界中にクラフトマンと呼ばれる人は増えてきており、ホームセンターで道具を購入される方が多いが、大工さんが使うようないいものは売っていない。ただ、いいものを使いたいという需要はクラフトマンと呼ばれる人まで下りてきていると思う。世界ではクラフトマンの方たちもいいものを使いたいという希望が出てきているので、日本もそのような流れが来るのではないかと考える。他の産地では一流のメーカー等が海外でも有名になり、アウトドアの用品を探すのであれば、ここだというようなPRが出来ていて産地も活性化している。では、三木はどんなまちなのか。金物というようなモノの話ではなく、アウトドアというような理念的なPRはできないものか。例えば、クラフトマンの町やクラフトアーティストの町のようなそれが持続していくような取り組みが必要なのではないか。そうすることによってその関係のお客様が集まりやすいのではないかと考える。ガーデニングがしたい、机を作りたいなど、家の中で何かもの作りをしたい人向けに専用の道具があるまちであったり、職人の方たちのためにファッションブルな道具を使うことによって仕事をするのが気持ちよくなったりと、三木がものづくりの人たちの町なのだというのが製販ともにPRし、伝わればいいのではないかな。三木の企業単体では、日本一の鋸メーカーやコンクリートメーカーもあるが、それら三木の資源を使ってどういうものが作れるのかを例えば展示して、これなら自分も作れるのではないかと興味を持った方に三木金物を手に取

っていただくなどの取り組みが必要ではないかと考える。メーカーとしては国内の需要が減ってきているので、海外進出をしているが、同じように国内も大きなマーケットなので大事だと思う。世界といえども市場規模では10万人ほどのマーケットしかない(G調べ)。ただ、木を使って何かを作りたいという人たちは増えてきている。日本も1億人ほどの人口があるので、そのような人たちがどんどん増えていくと思う。そうすると、国内のマーケットも重要になってくるのではないかと思う。なので三木ももの作りのまちというムードを業界全体で高めていき、クラフトマンを呼べるまちづくりというような一つの目標を持ってPRしていくのがいいのではないか。

A 取引先のあるホームセンターがそのような考えを目指している。最近よく聞くDIY女子というような「おしゃれ」「かつこいい」というような空間づくりのために道具をというテーマで事業を行っているが、三木市も同じようにテーマを持っていくのが重要なのではないかと考える。例えばGがおっしゃったように「クラフトマンのまち」というようなのも一つの手法である。

G 「クラフトマン」というのはある程度のレベルに達している人をいう。単純にDIYをしたいただけの人たちを集めても、どうしても道具を買うのはホームセンターに流れがちになる。なので、ある程度レベルが高い人達を呼んで、三木の道具を使ってもらい、それらの人たちの活躍を見ることによって、DIYよりもっといろんなものを作りたいという中間の層の人たちを集めることが目的と先ほどの話のなかでは考えている。そういう風にクラフトが好きという業界以外の人達の活動をより活性化することによって様々な人から三木金物の振興案をもらうこともできると思う。

D 先日、DIY ホームセンターショーに参加してみたが、今までの商談ありきのブースばかりではなく、地元の木工教室のような市民グループが行う体験型のブースが数多くあった。そのような人たちはいい道具を使うと思う。その人たちにどのように三木金物をPRするのかというのもポイントだと考える。例えば、三木金物を使えばこんなものが作れるというような、「モノ」消費ではなく、「コト」消費でないとは今は売れないのではないかと思う。近いもので言えば、体験型のブースがある「鍛冶でっせ！」のようなイベントが近いと考える。

A 「鍛冶でっせ！」のような大きなイベントも大事だが、先ほど話した新しい産業会館のように一年中開いているようなワークセンターを作り、そこで

体験から販売を行うのもいいのではないか。

- C 先日のDIYショーに参加した時に、三条市のブースを見ると、展示もやっ
てはいたが、体験コーナーやワークショップもやっていたので開場と同時
にお客様が列をなして並んでいた。三木市では今回各メーカーで展示がメ
インだったので、例えばそこを体験型のブースに統一して三木金物として出
展するように「モノ」ではなく「コト」で産地全体としてPRするべきと考
える。
- A 今ある補助金を活用して、金物展示館の改装や金物驚の常設など、三木金物
のPRの流れを変えていくことが重要になってくると考える。
- A 続いて、もう一つ委員の方からの意見であった「後継者育成問題」だが、メ
ーカー、卸両方とも後継者がいなく、廃業ということになることが最近多い
が、一つの案として、簡易版のM&Aのように余力があるがあるところに廃
業を考えているところを支えてもらう制度を作るはどうか。
- D 廃業するのが問題というよりかは、その技術が後継者に渡らず、無くなるの
が問題になってくると考える。技術継承セミナー自体はあるが、ある製品に
偏ってしまう点がある。例えば三木にいらっしゃるフリー鍛造の鍛冶屋さん
の技術継承が、伝える側がお一人しかいないので難しいという問題点がある。
- A 資料にもあったが、外国人の後継者も存在する。
- D 小野市の方では全国、海外から鉄の後継者としてくる事例がある。
- B 個人で経営されているところは廃業ありきでやられているところも多い。
- D 地方から産地に来てくれる後継者の事例を、三木はあまり聞かない。地方か
ら来てくれる人のバックアップが必要となってくると考える。それは一メ
ーカーでは出来ないと思うので、三木市の市営住宅に住んでいただいたら
家賃を補助する等の話がメーカーの方で出ているところがある。
- A 後継者関係で家賃を補助する等の補助金はあるか。
- 事務局 家賃を直接補助するという制度はないが、後継者育成補助金として、事業所
とその後継者候補の方たちに補助金を出す制度はある。

- G 新卒採用がなかなか取れない現状のため、外国人の方を就職してもらう中で、地域の事をわかってくれる人でないと治安面や住環境面で不安になる方も出てくるのではないかと。例えば地域の行事等に参加してくれる人なら人となり分かるが、そうでない人だと、どのような人がいるのかが分かりにくい。
- B 鍛冶屋の観点から言うと、例えば鑿屋なら十数軒あるが、柄を作るところは二軒しかない。研ぎ屋で言うと一軒ほどしかない。そこが廃業してしまうと、鑿鍛冶の人たちも同じように廃業に向かってしまう。鑿屋もここに手が出せないのが現状。このように関連する所が廃業してしまうとそれに付随する所も廃業してしまうのが業界として問題点である。なので、各個人や各製品で対応するのではなく、後継者育成が可能な研修が出来る制度を作ることが重要である。
- A 今の世の中、ネットが普及しているし、全国的にもそのような職業につきたいと考えている人は少なからずいると思うのでその人たちへ向けての情報発信というのが今後必要になってくると考える。
- A Hから何かご意見をお願いします。
- H 今までの話を総合すると、海外への販路展開や伊丹空港に三木金物をPRできるもの置くといった業界全体で取り組むべきことや、Gがおっしゃったように三木金物が今後どのようにPRしていくのかといったポイントに特化し、産地全体で事業をやるという2つの流れがあると思う。後継者育成問題については皆様が危機感をお持ちのようだが、近年あまりアクションが見られない。例えば、職人を養成するのはいいが、その方たちが生活をしていける保証を産地の中で与えるということが重要になってくる。例えば、話にあったように市営住宅の家賃を補助する取り組みといったものが挙げられる。他にも体験コーナーがある施設についても産地全体で取り組んでいくことだと考える。その他、始めにFがおっしゃったように、補助金に関しては、確かにこの補助金を使ってこのような効果が得られたであったり、このような課題が出てきたであったりというような情報をデータ化して見られるようにし、様々な方がそこに参画していけるような取り組みをすることが重要である。見本市等での体験型ブースについては、これは業界の方たちの協力が必要になってくると考える。このように様々な問題があり、従来通りいくのか、変えるのかは一気にやるのではなく、「今年三木のPRの方法を変えよう」など一つずつ行っていき、最初に挙げたように業界でやることなのか、産地全体でやることなのかをしっかりと分けて実行していくべきだと考

える。三木市には金物まつりという来場者 16 万人規模の大きなイベントがあるので業界としてその人たちにどのように PR していくのかも重要になってくる。

A 話やアイデア等が出てきているので、それらをこの場だけでなく、実行していくことが重要であるので皆様のお力をお貸し頂きたい。

A それでは、以上をもちまして金物振興審議会を閉会致します。ありがとうございました。