

令和 8 年度 三木市金物振興審議会議事録

- 1 日時 令和 8 年 9 月 1 日（火）午前 10 時から午前 11 時 50 分
- 2 場所 三木市立勤労者福祉センター 2 階研修室
- 3 会議次第
 - （１） 開会
 - （２） 会長あいさつ
 - （３） 議事
 - （４） 副会長あいさつ
 - （５） 閉会
- 4 会議に付した議事
 - （１） 令和 7 年度主要施策実績について
 - （２） 令和 8 年度主要施策について
 - （３） 三木金物ニューハードウェア賞の見直し案について
 - （４） 三木金物ブランド確立に向けた市施策の方向性案について
 - （５） その他
- 5 議事の概要
 - ・事務局より上記（１）・（２）・（３）・（４）を説明
 - ・質疑応答、意見交換

（主要施策について）

- A 資料 6 ページに記載されている金物資料館管理運営事業について、令和 7 年度と令和 8 年度の金額の差は何か。

事務局 空調の修繕予算の分が増額している。

（三木金物ニューハードウェア賞の見直し案について）

- B 3 年に 1 度の開催頻度で問題ない考える。
- C 3 年に 1 度で問題ないと思う。とりあえず、この案のとおりに事業を実施して、メーカーの製品開発の促進に寄与してほしい。今後、一部海外で製造された製品等が応募されてくることで、募集条件を見直す必要も出てくるかもしれないのでは

と考える。組合推薦枠について詳細に説明してほしい。

事務局 魅力的な新商品を開発しているが、人手不足等により応募する余裕がないというメーカーが一定いると聞いている。そこで、工業組合がメーカーの代わりに申請書を提出する仕組みを検討している。この推薦枠により小規模メーカーにも応募していただけたらと考えている。

C 三木の地場産業は零細企業がほとんどであり、日々仕事に追われ、このような制度があっても応募する余裕がない。推薦枠はとても良いと思う。

A 本事業が復活してくれてうれしい。時代が変化する中で制度を見直すことは重要である。開催頻度を3年に1回へ変更するとのことであるが、その間に審議会メンバーが改選により入れ替わってしまうことを懸念している。前回のニューハードウェア賞の詳細を知る人がいない場合もあり得る。また、今のメーカーに求められていることは、金物業界内でモノを売るのではなく、様々なニーズを集めて他業種向けの製品を作り、他業界で飛躍することだと思う。そのような新製品に対して、審査員の先生方がどう反応するのか楽しみである。金物業界に現行製品の改良型を出しているようでは、市場は変わらない。ニーズをつかむ力がメーカーの商品開発につながる。全国規模のコンテストで受賞すると報道されるため夢がある。

D 受賞のハードルは高いと思うが、目標は高いほうが良いので頑張ってもらいたい。

E どのように推薦を行うのか。

事務局 市が申請用紙を作成して応募する。審査が進むにつれ、審査員が工場へ視察に来る。また、東京でプレゼンを行う必要がある。

F 最新技術を評価する部門よりも、伝統技術を評価する部門で応募するのが現実的かもしれない。告知はどうするのか。

事務局 工業組合が組合員向けに発行している郵送物『瓦版』にチラシを同封してもらう形で周知している。他にも広報や市 HP 等で周知している。金物まつり期間中の PR についても検討したい。

事務局 ニューハードウェア賞の制度変更については、より広く周知をしないといけないと考えている。開催頻度を 3 年に 1 度にする理由として、ものづくり日本大賞の開催頻度に合わせるということもあるが、受賞製品を 3 間様々な場所で PR したいという意図もある。その後につながるニューハードウェア賞にしたい。開催頻度を 2 年に 1 回にするかどうかは今後検討したい。

F 審査の過程をオープンにしてもらえるとより PR できるのではないか。閉鎖的に実施しているイメージがある。まずは三木市内での認知度を上げる必要がある。

A これまではニューハードウェア賞を知っている人だけしか応募していなかった。ただ、毎年応募している企業は立派だと思う。開発に対してのマーケティングやニーズ調査ができている証拠である。人気の商品でも 10 年経てば売り上げは落ちる。新製品開発はメーカーの使命である。

G 3 年に 1 度になると応募を忘れてしまうのではないかと懸念する。例えば 1 年くらい募集期間を設けて、一番メーカーが集まる金物まつりで周知すると効果的である。審査について、金物製品を熟知している人に審査員になってもらう必要がある。一見、目新しい商品でも既に類似製品が販売されていることはよくある。専門家や学術関係者だけではわからない。メーカー関係者、商社関係者は入れるべきである。

- F 審査当日に商品を見て、その場で評価するのは難しい。事前の資料送付などは必要である。審査もじっくり時間をかけるようにした方がいい。
- A 審査の流れとして、まず事前審査で応募製品をふるいにかけた後、本審査で決定している。過去、製造元が海外の疑いがある製品については事務局に確認してもらったりもした。
- C ある程度の販売実績があることを応募条件に入れるべき。市場で評価されていない商品が受賞しても、ニューハードウェア賞の質が落ちるだけである。応募製品の質を確保するという観点では開催間隔が2年に1度は短いのではないか。3年に1度であれば賞の質が担保されると思うので、開催頻度は少し長く設定した方が良い。
- G 受賞した製品の売り上げは調査しているのか。
- 事務局 調査していない。ただ、申請書には販売実績を記入する欄があり、市場性を評価する一つの指標となっている。
- G メーカー側は新製品の基準がわからないため、応募に躊躇しているところがあると思う。あと、応募したが受賞できなかったことを他に知れることがないように、審査資料等の扱いは厳重にした方が良い。
- C 審査資料の事前送付はリスクがあるので、例えば、複数日に分けて審査をしてはどうか。1日目は応募製品について時間をかけてみる。2日目は本審査で認定製品を決定するなど。
- 事務局 審査方法は検討したい。来年度開催にあたっては事前周知を徹底したい。受賞製品を様々な展示会等でPRすることで、認定商品はこれだけ手厚くPRしてくれるんだという印象をメーカーに与えたい。

A 応募製品は基本的に一般受けしないものが多い。職人向け商品の PR 場所は限られるが、目に留まるためには露出を広げる必要がある。そのあたりは市に任せる。

D 特許権取得助成制度とニューハードウェア賞の関連性はあるのか。

事務局 特許権取得助成制度は、金物関連企業に限らず様々な企業が利用できる。申請に係る手数料の半分の補助する制度。ものづくりに特化した補助制度ではない。

F ニューハードウェア賞が販路拡大を目的としているのであれば、賞金を交付するだけでなく、その商品の動画作成費の補助も特典にすればより魅力的になるのではないか。昔、あるメーカーの商品がテレビで紹介された際、翌日から飛ぶように売れた。最近も同様の事例をよく聞く。SNS の拡散力はすごい。市が動画作成支援を行うことはよいと思う。最近は説明が必要な商品が増えているため、商品動画を作成することは非常に効果的である。展示会でも利用できるのも、販路拡大につながる。

A 受賞製品のカタログを作成して全国の小売店に送付しているが、小売店自体が減少している。今は PR の手法が変わっている。ひょうご産業活性化センターでは動画作成費の補助を上限 100 万円で実施している。

事務局 個別の企業の商品に対して市が PR 支援を実施することは難しいので、ニューハードウェア賞の賞金を動画作成費用として充当していただきたい。

事務局 受賞製品を展示会等で PR する際、その新規性や利便性をどうやったらわかりやすく伝えられるか、手法は検討したい。また、これまで市で作成していたパンフレットの代わりになる

ようなものについても検討したい。

G いかに YouTuber へ商品の情報が届くかが重要。届けば YouTube で宣伝してくれる。案件にならない程度に周知できれば一番良い。

B カタログをネット配信に変えると送料も削減できて効果的かもしれない。

F 市が商品を紹介する YouTube チャンネルを作ればよいのではないか。アーカイブで過去の商品動画も残る。メール配信等で動画リンクを送るだけで周知することが可能である。

事務局 PR 方法や審査方法、審査員等については今後詳細に検討したい。開催頻度について、2 年又は 3 年の隔年で実施するという方向性で進めさせていただく。

（三木金物ブランド確立に向けた市施策の方向性案について）

事務局 工業組合が NEXT じばさん推進プロジェクトでビジョンを作成しているが、市では同様の明確な計画は作成していない。計画を作成するわけではないが、今後、市が実施する具体策を検討するために、委員の皆様の意見を伺いたい。

A NEXT じばさん推進プロジェクトの会議に参加したが、コンサルが提示した計画で本当に三木は存続するのか疑問を感じた。具体案をこの場で提案するのは難しい。

C 資料 4 の課題の部分について、三木金物の価値が一般生活者に伝わっていないとあるが、一般生活者が使用する商品は包丁ぐらいであり、三木金物のユーザーは職人が中心である。2, 30 年前、移転前の旧館の竹中大工道具館へ行くと、三木金物は展示されていなかった。理由を聞いてみると、当時は三木と付き合いがないということであった。今の竹中大工道具館は、三木と交流もあり三木金物の製品展示もある。2, 30 年前、

三木は大工道具のシェアが6割ほどであったにもかかわらず、積極的にPRしていないとそのような状況になっていた。一般消費者が使用する三木金物は一般消費者へ訴求するべきだが、専門的な職人が使用する三木金物については、その関連団体に対して積極的に交流することが重要である。削ろう会はその取り組みの良い一例。

事務局 そのご意見は核心であると思う。一般生活者への認知向上をあえて記載した理由としては、一般の方を含めて三木イコール金物のイメージを持ってもらうことが重要だからである。中小企業審議会でも同様の意見をいただいた。大工道具は三木金物の芯の部分ではあるが、例えば今治といえばタオル、鯖江といえば眼鏡のように、三木といえば金物という一般向けのイメージ作りは重要であると考えます。一般向けのイメージづくりの方が大事というわけではなく、大工道具・職人向けの道具については、今までのつながりを大事にしていく。数ある取組の中の一つとして、一般向けのイメージ作りを今回あえて書かせていただいた。

C 行政としては一般人を対象とした施策の方がやりやすい。ただ、三木イコール金物のまちを広めようとする、今度は鍋・やかんを作っていると勘違いされる恐れもある。一般向けのイメージ作りも大事なものは分かるが、それを優先的に実施することで業界をその方向性に持っていかれると困る。

事務局 優先的に実施するのではなく、あくまで複数ある施策の柱の一つとして取り組みたいと考えている。

C 私はその必要はないと思う。

A 職人がいなくとも家が建つ時代になっている。三木の大工道具がなくとも家が建つ時代に、市場が先細りしている大工道具を未だにPRすることに疑問を感じる。ただ、大工道具の技術がある産地で、大工道具とは異なる一般人が使う製品を作

っているという事実が重要という趣旨で事務局が発言されたと理解する。ものづくりのインフラが整備された産地で作った商品だから安心して購入してもらえる状況に持っていくためには、一般人へのイメージ作りは重要。それに伴い市場が伸びる。一般人にとっては、金物の産地といえば関市や堺市をまず思い浮かべる。三木も技術的に負けているわけではないが、それは関市や堺市の商品のほうがより強く市場に浸透している表れであり、市場ニーズが反映された結果である。いまだに湯村温泉は夢千代の里として PR しているが、三木が大工道具を PR することはそれと同じであり、時代遅れである。

C それについては同意見である。三木金物の長い歴史や技術の高さを PR することは重要。ストーリーをつくることに力を入れるべき。

事務局 商品の良さを伝えるためには、なぜ良いのかという裏打ちを説明しないとイケない。ストーリーを含めて伝えていく必要がある。NEXT じばさん推進プロジェクトでもその方向性で考えられていたと思う。市だけが一般人向けに PR するというわけではなく、工業組合と市が連携しながら様々な施策に取り組みたい。

B 例えば、三木市のふるさと納税寄附者へ送る封筒の中に三木金物を PR する資料を同封すれば、多くの方に周知することができるのではないか。

A このままいくと、確実に 10 年後、20 年後には三木が金物のまちと呼ばれない状況になる。それほどまで三木金物業界は衰退している。情報や物流が発達した現在、三木で金物を作る必要がない状況で三木が産地として生き残るためにどうすればよいのかは深く考える必要がある。

G 三木金物はかなり特殊である。今治はタオル、鯖江は眼鏡のように普通は 1 産地 1 品であるが、三木金物は多種多様な製

品を作っている。加えて、世間一般がイメージする金物と、三木における金物の間に認識のズレがある。この2つが非常に大きなハードルとなっている。三木金物は400年の歴史があるので、単なるぽっと出の産地ではないことを打ち出したいが、そもそも三木の認知度はかなり低い。

- C 三木金物の歴史は400年というが、韓鍛冶と和鍛冶の技術の合流する時期まで遡ることができる。その下地があって、400年前に大きな歴史的な動きがあり、職人集団が三木に集まったという歴史の流れがある。ただ、曖昧な歴史観で我々は話しているため、市には産地が信頼されるような公的な歴史の資料を作成してほしい。他産地よりも優位性が上がる。

事務局 もし作成する場合は、組合の歴史観と市の歴史観を比較し、産地として統一的な史実をまとめる必要がある。また、三木金物のPRする際、鋸やギムネといった個別のものをアピールすることができない。そうなった場合、技術をPRするしかないと考える。

- B 以前、テレビで放送されていた番組では、燕三条は洋食器ではなく、アウトドアのまちとして市長がPRしていた。産地としてアウトドア関連の製品へ舵を切ったと理解する。昔からの流れで金物のまちとしてPRすることは良いが、時代の変化に伴い、例えば刃物のまち、切れる三木市、のようなフレーズに変える時期にきているのではないか。

- A 三条燕インターチェンジ付近にある看板には、ハイテクのまちのようなフレーズが掲示されていたと思う。

事務局 燕三条駅にある洋食器を販売している店舗も、技術の高さをアピールしている。

- F 燕三条は研磨専門の店があったり、様々な部品を製造していたりと、ものづくりのすそ野が広い。製品だけでなく技術を

売りにしている。燕の研磨技術は世界的なテクノロジー企業の製品でも使われた。最近は、技術メッセとして展示会を開催している。

事務局 歴史に裏打ちされた技術力の高さについて、一般人にも分かりやすく知ってもらうことをコンセプトに、伝え方を工夫したい。

B サブタイトルがあればわかりやすい。「金物のまち三木」の後に何か言えれば。

F 今販売している製品だけをアピールするのではなく、産地の歴史をバックボーンに今の製品が製造されたことを訴える必要がある。その意味では歴史の整理は絶対に必要である。また、三木市内では金物製品を見てもらう場所がない。金物資料館には様々な資料があるが、他産地に比べて貧弱で紹介できるような施設ではない。卸組合が運営している金物展示即売会についても、経営面で不安を感じている。月 150 万円のコストがかかっており、営利目的でしないと経営できない状況である。

A 先日訪れたが、かなり空きスペースが増えていると思った。

F メーカーが出展してくれなくなっている。家賃は年間 1,500 万かかっている。卸組合としては市にバトンタッチしたい。売り上げは上がっているが、経費が高騰しているので赤字である。

B 賃料はどこに払っているのか。

F 賃料は道の駅みきへ払っている。

事務局 その場所で歴史・伝統・技術を PR して、製品も実際に購入できる場所にしないといけない。製品だけを陳列しているだけ

では不十分である。展示部分を強調しつつ、技術の高さを理解してもらい製品を買ってもらう。また、他の金物を求める方には、市内の販売店へ誘導するような場所にすべきであると考えている。一方、市では金物資料館の在り方も検討しているところであり、金物展示即売館へ金物資料館を移転する案も検討しているところである。

A 金物資料館から聞いたことがあるが、来館者は実際に製品を購入したい人が多いが、電車であてている人は道の駅までたどり着けない。また、金物資料館付近は道が非常に狭く大型バスがよりつけないのも課題である。

G 先日、たたら製鉄で有名な島根県雲南市へ行った。資料館は古民家を改装して運営していた。駐車場さえあれば、既存施設で対応できると思った。三木市には古い企業があるため、100年企業、200年企業の認定制度があれば産地の歴史の裏打ちにもなると思う。100年企業の一覧をまとめると、技術のあるまちとして認識していただけるのでは。創業時期は自己申告でよいと思う。

F 建築関係の団体・組合が来てもらう場所を三木市に作らないといけない。今は観光する場所もなければ買い物する場所もない。

事務局 道の駅みきは金物驚も設置している。「道の駅みきに行けば金物もある」ではなく、三木金物の歴史が知れて買い物ができる場所にしていく必要がある。

A 道の駅みきの金物展示即売館をリニューアルして、機能を集約化する方向で検討してほしい。金物資料館は施設としてかなり痛んでいる。

事務局 この審議会では決定できないため、今後の課題としてご意見をいただく。

- A これだけ議論できたので良い会議であった。
- D 私のところでは体験も提供しているが、三木市には観光資源がない。市としての観光事業に力を入れてほしい。NEXT じばさん推進プロジェクトで産地ビジョンをせっかく作成したのだから、市役所にはこのビジョンに乗っかってもらわないと話にならない。かじやの里構想もビジョンに記載されているので、10 年後でも 20 年後でもやってほしい。
- F ロードマップ作製する必要がある。道の駅みきを建設するときにも同じ話は出たが、計画は進まなかった。
- 事務局 市も産地ビジョンの内容を一緒に取り組む必要があると認識している。
- A 先日、神戸商工会議所の会頭が永尾かね駒製作所の工場を見学した。その際、金物は非常に面白い業界であるといっていた。ようはやり方である。魅力がある業界なので、やり方を考える必要がある。三木市は大企業の誘致に力を入れるわけではなく、地場産業に非常に注力していただいている。この間になんとかしないといけない。
- F このような話し合いがこれからもできれば助かる。部会の立ち上げも検討できる。
- G 事業継承の大きな課題として、弟子が独立するとなると設備や場所を準備するだけで多額の費用がかかる。職人を増やすには、金銭的ハードルを解消する必要がある。職人が独立しやすいように、仮工場を用意するような施策を整備してほしい。
- B 土佐山田では廃業する工場に新しい職人が入るという取組を実施している。

G 三木の場合は家の納屋でやっているようなところが多い。

A 三木でもこれから廃業によって空く工房がたくさん出るかもしれない。ただ、独立する際は一定の金銭的リスクを背負わないといけない。三木市からは様々手厚い補助をいただいている。ここまでバックアップしてくれる行政はない。我々業界の人間がしっかりしないといけない。

事務局 資料４について、今いただいた意見をもとに、もう少し具体的なものにしたい。工業組合の産地ビジョンと歩調を合わせて進めていきたい。