今後の三木市中小企業の振興策について(答申)

平成26年 1月16日 三木市中小企業振興審議会

目 次

1	はじめに ・・・・・・・・・・・・1
2	社会・経済環境の状況2
3	三木市の現状と課題3
	(1) 現状 ······3
	(2) 課題9
4	中小企業振興策 • · · · · · · · 1 3
	(1) 基本方針13
	(2) 振興戦略 • … 1 5
	(3) 施策体系 • · · · · · · · · 1 8
	(4) 具体的施策1 9
5	おわりに ・・・・・・・・・・・・・・・・4 1
6	資料編4 2

1 はじめに

三木市においては、市内の99%以上を占める中小企業が、市の 経済と雇用の主要な担い手として大きな役割を果たしており、中小 企業の振興が正に、市の経済の発展に必要不可欠である。

そこで三木市は、中小企業振興に関する施策を総合的に推進し、 地域経済の活性化及び雇用の促進を図り、もって豊かで質の高い市 民生活を実現することを目的として、「三木市中小企業振興条例」を 平成25年4月1日に制定した。

本審議会は、同条例第10条の規定に基づき三木市長から「今後の三木市中小企業の振興策」について平成25年5月31日に諮問を受けた。

審議会では、この諮問を受け、三木市の中小企業の現状を把握するとともに、課題を抽出し、「中小企業振興策」について5月から10月まで6回に亘って多面的に論議してきた。

この間、国においては、長引くデフレからの早期脱却と経済再生を図るため安倍政権による経済政策が展開されてきた。

しかしながら、企業は、自らが既存の殻を破り大胆な変革に挑み、 成長しようと努力することが重要であり、三木市や経済団体はこの ような企業の支援を強力に推し進める必要ある。

そこで、今回ここに、「今後の三木市中小企業の振興策」について 具体的施策を取りまとめ、提言として答申するものである。

> 平成26年1月16日 三木市中小企業振興審議会

2 社会・経済環境の状況

(1)経済社会の成熟化

わが国の経済社会は、かつての右肩上がりの経済成長の中で、 大量生産、大量消費、大量廃棄型の経済活動や生活様式を特徴 としていた。しかしながら、今後は、高齢化の進展もあり高度 成長は期待できない一方で、所得水準の向上などを背景として 人々がより個性的で自由な活動を求める成熟経済社会へと転換 しつつある。

(2) 少子高齢化、人口減少社会の進展

経済の成熟化とともに、人口急増の時代から人口減少に転換し、少子高齢化の傾向が続き、生産活動の中心となる生産年齢人口(15歳以上65歳未満)も近年減少を続けている。

この傾向は、国民総生産の減少、国内需要の低迷など我が国経済に大きな影響を与えている。

とりわけ、中小企業にとっては、若年層の雇用難による従業 員の高齢化等により給与費等が増大するとともに企業活力の減 退、技能継承者の確保難といった深刻な課題が顕在化し、企業 そのものの存続にも影響を及ぼしかねない状況である。

(3) 国内市場の縮小、経済のグローバル化

人口の減少や経済社会の成熟化に伴い国内市場全体は縮小している。

一方、国際市場はASEAN諸国の内需拡大に支えられた安定成長を背景に、世界各国はグローバルな経済活動を展開し、この成長市場を求め海外進出等で競争が激化している。

このような状況から中小企業振興のためには、新たな国内需要を開拓する企業戦略と、ASEAN諸国等への海外市場の拡大が極めて重要なものとなる。

3 三木市の現状と課題

(1) 現 状

① 経済規模

三木市の市内総生産(名目、平成23年度)は2,390億円で、 兵庫県の市町内総生産額18兆1,808億円のうち、1.31%を占め、 県内41市町中14番目の規模である。

また、一人当たりの市民所得は 2,414 千円で、県平均 2,687 千円を下回り、北播磨地域平均 2,410 千円とほぼ同じであり、 県内では 22 番目である。

本市の市内総生産の推移は、平成 19 年度は 2,555 億円であったが、平成 20 年 9 月のリーマンショックの影響で平成 21 年度は 2,375 億円(成長率マイナス 5.2%)と減少したものの平成22 年度には 2,491 億円(成長率プラス 4.9%)と増加したが平成 23 年度は 2,390 億円(成長率マイナス 4.0%)と再び減少した。

② 産業構造

ア 産業別事業所数

三木市の産業構造(平成21年度経済センサス)は、全事業所数は、3,650事業所であり、そのうち卸売・小売業が最も多く、1,071事業所で全産業の29.3%を占めており、次いで製造業が583事業所(16.0%)、宿泊・飲食サービス業が401事業所(11.0%)、建設業が368事業所(10.1%)を占めている。

宿泊・飲食サービス業を含むサービス産業は全体の約 40%を占めている。

イ 産業別従業者数

従業者数は、34,602人であり、うち卸売・小売業が最も多く、 8,479人(24.5%)、次いで製造業が7,825人(22.6%)、医療・ 福祉が3,867人(11.2%)、生活関連サービス・娯楽業が3,724 人(10.8%)と続いている。

事業所数と同様、サービス産業が全体の約40%を占めている。 事業所数、従業者数の全国や兵庫県との比較では、本市は卸 売・小売業、製造業で上回っている。

③ 事業所数、従業者数の推移

アー全事業所

事業所数、従業者数の推移を見ると、全産業の事業所数は、 平成13年の4,136事業所から減少が続き、平成21年は3,650 事業所へと11.8%減少した。従業者数は平成13年の33,984人 から平成16年には32,583人と減少したが、その後増加に転じ 平成21年には34,602人へと1.8%増加した。これは、ひょうご 情報公園都市の入居企業が順次、操業を開始したためと考えら れる。また、従業者規模別事業所数の割合では、20人未満の事 業所は約90%とほとんどが小規模事業所であり、その中でも4 人以下の事業所が全事業所に占める割合は約60%である。

イ 製造業

製造業の事業所数、従業者数の推移について、事業所数は、 昭和51年の1,010事業所から平成22年の565事業所と35年間 で44.1%減少した。

この間、三木市の地場産業である金物製造事業所は、874 事業 所(全製造業の86.5%)から344 事業所(全製造業の60.9%) へと60.6%と大きな減少となった。

従業員数は昭和51年の6,434人から平成22年の7,719人と35年間で20.0%増加している。特に平成16年からひょうご情報公園都市入居企業の操業が順次開始された影響もあり大きく増加している。

一方、金物関連製造事業所の従業者数は 4,929 人(全製造業の 76.6%)から 2,942 人(全製造業の 38.1%)へと 40.3%減少している。

ウ 卸売業、小売業

卸売業、小売業の事業所数、従業者数の推移について、卸売業の事業所数は、昭和63年の379事業所から減少を続け、平成19年には330事業所へと12.9%減少している。

金物卸売業を見ると、全三木金物卸商協同組合の組合員数が 昭和63年の206事業所から減少を続け、平成24年には105事 業所へと49.0%減少していることから金物卸売業全体の減少も 多大であることが推測される。

また、小売業の事業所数は、昭和 63 年は 604 事業所であり、 平成 3 年の 888 事業所から減少を続け、平成 19 年には 698 事 業所へと 21.4%減少している。

卸売業の従業者数は昭和 63 年の 2,430 人から増加を続け、平成 9 年の 3,784 人をピークに減少に転じ平成 11 年からは横ばいで平成 19 年は 2,685 人となっており、昭和 63 年と比べると 10.5%増加している。

小売業の従業者数は昭和63年の3,855人から増加傾向にあり 平成19年は5,183人へと34.4%増加している。

④ 出荷額等

ア製造業

全製造業の製造品出荷額は、昭和 51 年の 509 億円から平成 4年には 1,697 億円と増加を続けていたが、平成 5年以降減少に転じ平成 15年には 1,379億円まで減少した。平成 16年から再び増加に転じ平成 20年には 1,826億円まで増加が続いたが、平成 21年はリーマンショックの影響があり、その後再び減少に転じ平成 22年は 1,604億円まで減少した。

金物製造業は、昭和 51 年の 311 億円から増加を続け、平成 3年には 639 億円とピークとなったが、その後減少を続け平成 13年には 425 億円まで減少した。平成 16年から増加に転じ平成20年には 537 億円となったが、平成 21年はリーマンショックの影響があり、その後再び減少に転じ平成22年は 422億円まで減少した。

全製造業の出荷額は昭和51年から平成22年までの35年間で約3倍となっているが、金物製造業の出荷額は約1.4倍に止まっている。

イ 卸売業、小売業

卸売業の商品販売額は昭和 63 年の 1,153 億円から増加を続け、平成 6 年には 1,590 億円まで増加し、平成 9 年には 4,524 億円と大きく増加した。これは平成 7 年に発生した阪神・淡路大震災の復興に伴う特需と推測される。平成 11 年には 1,253 億円に減少しその後微増傾向をたどり、平成 19 年は 1,489 億円まで増加した。

小売業は、昭和 63 年の 679 億円から平成 9 年の 948 億円まで増加を続けてきたが、その後減少傾向となり平成 16 年には807 億円まで減少した。その後平成 19 年には904 億円に増加した。

⑤ 小売店及び商店街

ア 小売店の事業所数、従業者数、商品販売額

三木市の平成19年の大規模小売店と中小小売店を比較すると、 事業所数では、大規模店が18事業所と全小売店の2.6%、中小店が680事業所と全小売店の97.4%となっており、大多数が中小小売店である。一方、従業者数は大規模店が1,650人(31.8%)、中小店が3,533人(68.2%)、商品販売額は、大規模店が282億円(31.2%)、中小店が622億円(68.8%)となっている。

一事業所当たりの商品販売額では、大規模店が 15.7 億円、中小店が 0.9 億円となっており、大規模店が中小店の 17.4 倍であるが、従業者一人当たりの商品販売額は、大規模店が 1,709 万円、中小店が 1,761 万円と中小店の方が大きい。

イ 商店街の店舗数、空き店舗数の推移

ナメラ商店街は、平成 13 年の 83 店舗(内空き店舗 30 店舗: 空き店舗率 36.1%) から平成 25 年には 33 店舗(空き店舗 3 店舗: 空き店舗率 9.1%) となっている。店舗数、空き店舗数とも減少しているが、これは、店舗から住居等店舗以外に変わったためである。

明盛街商店街は、平成 13 年の 37 店舗(内空き店舗 7 店舗: 空き店舗率 18.9%) から平成 25 年には 38 店舗(空き店舗 11 店舗: 空き店舗率 28.9%) となっている。

プリンスロード商店街は、平成 13 年の 34 店舗(内空き店舗4 店舗: 空き店舗率 11.8%) から平成 25 年には 10 店舗(空き店舗2 店舗2 店舗: 空き店舗率 20.0%) となっている。店舗数、空き店舗数とも減少しているが、これは、ナメラ商店街同様、店舗から住居等店舗以外に変わったためである。

大和名店街は、平成 13 年の 28 店舗(内空き店舗 4 店舗:空き店舗率 14.3%)から平成 25 年には 30 店舗(空き店舗 4 店舗:空き店舗率 13.3%)となっている。

サンロード商店街は、平成 13 年の 52 店舗(内空き店舗 8 店舗: 空き店舗率 15.4%) から平成 25 年には 53 店舗(空き店舗4 店舗: 空き店舗率 7.5%) となっている。

⑥ 観光客数

三木市の観光客の年間入込数は、平成 19年の 462万人から増加をたどり平成 22年には 553万人とピークとなり、平成 23年度は 539万人に減少した。

平成 23 年度における観光施設別の客数は、市内 24 か所のゴルフ場が合計で 113 万人で全観光客の 21.0%を占め、次いで道の駅みきが 97.7 万人(18.1%)、三木総合防災公園 82.6 万人(15.3%)、三木山森林公園 56.9 万人(11.0%)、山田錦の館 45万人(8.3%)、グリーンピアみき 28.4 万人(5.3%)、三木ホースランドパーク 20.6 万人(3.8%)、よかたん 18.9 万人(3.5%)、三木金物まつり 13 万人(2.4%)、大宮八幡宮 12.2 万人(2.3%)と続いている。

しかし、その大部分がゴルフ場をはじめとするレクレーション施設でスポーツ、レジャー目的や道の駅みきへの立ち寄りがほとんどであり、観光目的は少ない。

⑦ 特産品

特産品については、400年以上の伝統を誇る国の伝統的工芸品「播州三木打ち刃物」に代表される三木金物(手引き鋸、利

器工匠具・手道具)は全国シェア1位であり、酒米山田錦は生産量及び質とも日本一である。また、生食ぶどうの生産量は県内一であり、その他、菊、黒豆などがある。

⑧ 人口構造

ア人口

三木市の人口は、昭和 28 年の市制施行時には 4 万人に満たない規模であった。その後は 4 万人前後で推移していたが、昭和 4 0 年代に神戸電鉄栗生線沿線での大規模な宅地開発が進むと、阪神間のベッドタウンとして若年世帯の入居が相次ぎ、それに伴って人口は急激に増加した。その結果、昭和 55 年の人口は約 7 万人となり、その後も増加傾向であったが、平成 17 年の吉川町との合併時の 84 千人をピークに三木市の総人口は微減傾向にある。

人口減少の主な要因は、出生率の低下と若年層の流出によるものと考えられる。

イ 生産年齢人口

昭和40年代に宅地開発された住宅地及び農村部を中心に高齢 化が進んでおり、65歳以上の人口(高齢者)が総人口に占める 割合(高齢化率)は平成24年12月末現在で27%となっている。

国立社会保障・人口問題研究所の推計では、平成 47 年には約40%となり 2.5 人に 1 人が高齢者となる見込みである。

また、市全体で少子高齢化の進展に伴い、15歳から64歳までの生産年齢人口の減少が続いており、総人口に占める生産年齢人口の割合は平成24年12月末現在で61%となっており、平成47年には52%と総人口の約半分に減少する見込みである。

(2) 課題

三木の産業は、高度成長期における人口の増加、日本経済の急成長といった要因に後押しされ、金物のまち、ものづくりのまちとして発展してきた。

世界情勢や経済環境は時代の流れの中で大きく様相を変化させ、経済のグローバル化、需要の多種多様化、情報の高度化などが急速に進展してきた。

地域経済もその影響をまともに受ける中で、変化に対応できた 産業・企業とできなかった産業・企業の勝ち負けは歴然としてい るのが実態である。

三木は、かつての金物産業から新たな産業へと変革が出来ず、 中小企業が 99 パーセント以上を占め、しかも少人数の企業が多 く、後継者不足に悩む中、将来の企業存続が危ぶまれる事業者も 多い状況である。

このような中、卸、メーカーといった垣根を払拭できない状況 において、新たな流通や需要に迅速な対応ができていない。

このことは、出荷高の慢性的な低迷、事業所数の継続的な減少等経済指標からも明らかである。

この度の安倍政権による経済政策により、円安が進むとともに 株価も好調となり、日本経済が上昇傾向を示す中、第3の矢であ る成長戦略がこの度発表された。しかし、その内容は従来からの 施策から脱却した内容ではなく、地域経済の戦略とはなり得ない ような内容である。

三木商工会議所の産地景気動向調査の結果では、この数年横ばいが続いており、景気回復基調にはいまだ至っていない。

三木の産業振興のためには、旧来の卸業や製造業といった垣根を取り払い、三木の持つものづくり技術を結集し、新たなスタートを切ることが必要である。

企業、商工団体、市及び消費者、働き手としての市民が一体となった施策を今こそ実施し、三木の産業振興を図らなければならない。

そのためには、いままでのしがらみや慣習にとらわれない思い 切った組織変革と施策が求められる。

以下、三木市の現状から、次の3つの課題を提示する。

【課題1】

三木の持つ高度な技術、人材を結集し、経営力、市場 競争力を強化するとともに、新しい三木製品を国内外に 展開する必要がある。

・ 三木市の製造業は、地場産業である金物産業が事業所数では 約6割を占めているが、従業者数、製造品出荷額はウェイトが 低い。また、伝統的工芸品である播州三木打ち刃物(鋸、鑿、 鉋、鏝、小刀)を始めとする手工具は、近年の生活様式、消費 者ニーズの変化、海外から安価な製品の増大などにより需要が 低迷している。

三木市の製造業の強みは、長い伝統に培われた金属加工技術である。

国内市場の縮小、急速なグローバル化が進む中、厳しい競争環境に勝ち抜くため、ものづくり技術集積の強みを活かし、地域内企業間連携、産学連携、異業種連携などによる新製品、新素材の研究開発などにより、国内はもとより世界市場に通用する競争力、ブランド力の強化が必要である。

- 少子高齢化の進展に伴い、生産年齢人口が減少している中、 後継者育成と技術継承が必要となっている。
- I Tの普及により流通業界も大きく変化しており、このよう な変化に対応して新たな販路を開拓する必要がある。
- ・ 企業の経営基盤強化、競争力強化、経営革新、技術改革、人 材育成等を支援するため外部支援機関と連携した企業支援プ ラットホームを整備する必要がある。

【課題2】

あらゆる地域資源を連携活用した新たな産業を育成 し、市内経済の活性化を図るとともに、若者の定住促進 のため雇用の場を確保する必要がある。

・ 三木市は、金物製品のほか、生産量日本一の酒米山田錦の他 生食用ぶどう、菊、黒豆などの農産物資源や西日本一の数を誇る ゴルフ場、観光客入込数が県内6位の道の駅みき、同じく8位の 三木山防災公園などの観光施設がある。

また、「三木城跡及び付城跡群」が国史跡指定を受け、NHK 大河ドラマ「軍師官兵衛」の放映が決定するなど歴史資源にもスポットが当てられている。

これらの資源が有効に連携活用することにより新たな産業の創出が期待されるところである。

- ・ この実現のためには、農業者が加工・販売まで行い農産物の付加価値を高める農業の6次産業化や農業者と商工業者が連携 し農産物を有効活用した新たな製品・サービスの開発を促進し新 たな産業を育成することが必要である。
- ・ また、産業資源、観光資源、歴史資源を連携した観光産業の 育成が必要である。
- これら、地域資源を活用した新たな産業の創出により雇用の 場の創出を図ることが重要である。
- ・ 新産業の創出とともに、ひょうご情報公園都市などへの更な る企業誘致を進め、雇用の場の拡大を図ることにより若者の定 住を促進する必要がある。

【課題3】

少子高齢化等新たな社会構造に対応した、商業機能や サービス機能を充実し、交流人口を増加させることで 地域商業の活性化を図る必要がある。

少子高齢化の進展に伴い、市内消費規模の縮小、消費者ニーズ の変化、インターネットショップや通信販売の急激な普及など流 通構造の変化、大規模小売店の進出などにより商店街など地域商 業は厳しい状況にある。

また、高齢化の進展に伴い、買い物が不便な地域も出現するなど生活環境にも影響が出るようになってきた。

商店街は、このような情勢に対応するため、消費者ニーズに対応した商業機能を備えるとともに、新たなサービスを展開するなど、街の魅力を高め、地元客や観光客などの交流人口を増加させることにより、商店街の活性化とまちのにぎわいづくりを再生する必要があり、地域社会と一体となった取組が求められる。

4 中小企業振興策

(1) 基本的方向

地域経済は、課題において考察したように、かつての地域や日本のみを念頭に置けばよい状況ではなく、世界全体を視野に入れた、グローバルな視点が必須になっている。

また、一分野の技術や情報のみではなく、多くの分野の知識や多様な需要へのスピーディな対応が産業振興のカギとなってくる。

多種多様な世界レベルの情報を集め、分析し、消費者ニーズを調査、分析し、製品化していくためには、小規模の企業が対応できる 状況ではなくなってきているのが実態である。

このような状況の中で企業が勝ち残り、地域経済を振興させるためには、情報収集、分析、市場調査、製品開発等の能力を持たなければならない。

三木の現状では、そのような企業はほとんど見受けられないため、この点の対応策が急務となる。しかしながら、各企業には資金的、人材的に困難なことは明白であり、この役割は商工会議所等の商工団体が担うべきである。

まず、将来の三木市の産業振興の土台となる組織「(仮称)三木 産業振興センター」を商工会議所及び商工会等が中心となって立ち 上げ、知識、人材的なバックアップ体制を整えるとともに、国内外 のアンテナショップの出店や海外への事業進出を支えることが必 要である。

つぎに、そのバックアップ体制の元で各企業が努力し挑戦してい くことにより産業振興がなし得るものである。

この基本的な考え方に基づき、本市の中小企業振興施策として次の3つの基本的方向、5つの振興戦略を定めるものである。

① ものづくりイノベーションの推進

既存の「ものづくり産業」が、経営革新、技術革新、多様な連携、集約化による経営基盤強化により、新製品の開発、成長分野への進出、海外市場の開拓など新たな挑戦を支援し、企業のイノベーションを推進するとともに三木ブランドを内外に発信する。

② 活力ある新たな産業の創出

既存企業の活性化とともに、活力ある新たな産業の創出により 地域経済の持続的発展を図る必要がある。

地域資源を活用した新たな産業、起業家支援による新ビジネスの創出、魅力ある企業の誘致などにより雇用の場の拡大と市外からの人の流入を促進する。

③ まちのにぎわいの再生

少子高齢化が進む中、生活者の暮らしを支える地域商業をめざし、消費者ニーズに対応した商業機能を備えるとともに、新たなサービスを展開するなど、街の魅力を高め、地元客や観光客などの交流人口を増加させることにより、魅力ある消費空間とまちのにぎわいづくりを再生する。

(2) 振興戦略

戦略1 企業の挑戦や成長を支える支援体制の充実を図る。

経営革新による企業の信用力強化、多様な連携による新たな 挑戦を支援するため、総合的な支援体制を確立する。

- ① 企業の経営革新計画策定の促進、技術評価制度の創設による企業信用力の強化
- ② 企業の集約化による経営効率化、経営基盤強化を支援
- ③ 異業種連携、地域内企業連携、産学連携を支援

戦略2 時代や社会のニーズを捉え、「新分野を開拓」「経営改革を促進」し、三木の企業の強みを強力に情報発信することで、「ものづくり都市三木」をブランド化する。

三木の「ものづくり産業」が、消費者ニーズに合った新製品の開発など、新分野を開拓することにより、新市場への進出を図ることで、三木の企業の強みを強力に発信するとともに、フレキシブルな経営体制へ変革することにより、商品、企業そして三木全体をブランド化していく。

- ① 革新的企業を集中的に支援し、既存企業の経営革新、成長 産業分野等(特に医療・介護、環境・エネルギー、観光)へ の進出
- ② 一般消費者向けの新たな製品開発への取組強化、企業、三 木そのもののブランド化
- ③ 海外への情報発信、海外市場の開拓

戦略3 三木の産業を支える人材確保と人財育成を図る。

企業誘致による雇用の場の確保と既存企業のイメージアップで人材を確保するとともに、三木のものづくりを支える人財を育成する。

- ① 更なる企業誘致を進め、雇用の場の拡大
- ② 話題性のある製品づくりで三木の技能をアピール、魅力ある企業づくりで人材確保
- ③ 三木のものづくり技能の継承と企業間技術交流の促進による、ものづくり人財の育成

戦略4 地域内企業、異業種、産学などとの多様な連携を促進し、 三木の産業力を強化する。

地域内企業連携、異業種連携、産学連携など多様な連携を促進し、三木地域全体の産業力強化を図る。

- ① 業種を超えた市内企業連携や大学、大企業との技術マッチングによる新製品開発を促進
- ② 市内商工業者が市内農家と連携し特産物で新製品を開発するための農商工連携を促進
- ③ 市内企業が連携して情報発信・情報収集やマーケティング 力を強化し企業の販売力を促進

戦略 5 地域資源を活用した新たな産業の創出とにぎわいのあるまちを再生する。

三木の新たな地域資源(魅力)の発掘、再発見により価値を 創出するとともに、あらゆる地域資源を連携活用し、三木の魅 力を発信する産業を創る。また、まちのにぎわいを再生し、少子高齢化に対応した商業機能をつくる。

- ① 農業体験、鍛冶体験など産業の観光化や、産業と観光資源とを連携させたツーリズムの開発を推進
- ② ハーブに次ぐ農業の6次産業化を促進
- ③ 商店街のコミュニティー空間を提供し、子育て世代、高齢者を中心に多世代の交流の場として、まちのにぎわいを再生

(3) 施策体系

課題	基本的方向	戦略	
【課題1】 三術、知識などは 一次を 一次を 一次を 一次を 一次を 一次を 一次を 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で の 一次で 一次で 一次で の 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で 一次で	①ものづく のインの推 進	【戦略1】 企業の挑戦や成長を支える支援体制の充実を図る。 【戦略2】 時代や社会のニーズを捉え、「新分野を開拓」「経営改革を促進」し、三木の企業の強みを強力に情報発信することで、「ものづくり都市三木」をブランド化する。	
【課題2】 お資用産、性と定めでを を変えを経める者の場の は、性と定め確保 は、性と定めで は、性と定めで は、性とにのの は、他の は、他の は、他の は、他の は、他の は、他の は、他の は、	②活力ある新たな産業の創出	三木の産業を支える人材確保と 人財育成を図る。 【戦略4】 地域内企業、異業種、産学など との多様な連携を促進し、三木の 産業力を強化する。	
要がる。	③まちのに ぎわいの再 生	【戦略 5】 地域資源を活用した新たな産業 の創出とにぎわいのあるまちを再生する。	

(4) 具体的施策

①戦略と具体的施策の関係

	戦略	施策の方向性	具体的施策(No.x は次ページ以	降の施策 No. に対応)
1	企業の挑戦や成長を支える 支援体制の充実を図る。	① 企業の経営革新計画策定の促進、技術評価制度による企業信用力の強化支援② 企業の集約化による経営効率化、経営基盤強化を支援③ 異業種連携、地域内企業連携、産学連携を支援	①中小企業サポートセンター事業 ②中小企業経営力強化事業	(No. 1) (No. 2)
2	時代や社会のニーズを捉え、「新分野を開拓」「経営改革を促進」し、三木の企業の強みを強力に情報発信することで「ものづくり都市三木」をブランド化する。	①革新的企業を集中的に支援 ・既存企業の経営革新 ・成長産業分野等(特に医療・介護、環境・エ ネルギー、観光)への進出 ②一般消費者向けの新たな製品開発への取組み 強化 ③海外への情報発信、海外市場の開拓	①新規事業展開支援事業 ②経営革新支援事業 ③起業支援事業 ④設備投資促進事業 ⑤三木ブランド拡大アンテナショップ事業 ⑥海外販売促進支援事業 ⑦インターネット販売促進事業	(No. 3) (No. 4) (No. 5) (No. 6) (No. 7) (No. 8) (No. 9)
3	三木の産業を支える人材確 保と人財育成を図る。	①更なる企業誘致を進め、雇用の場の拡大 ②話題性のある製品づくりで三木の技能をアピール、魅力ある企業づくりで人材確保 ③三木のものづくり技能の継承と企業間技術交流の促進による、ものづくり人財の育成	①経営革新支援事業(再掲) ②起業支援事業(再掲) ③市民の雇用促進事業 ④企業誘致推進事業 ⑤ものづくり集積促進奨励金制度	(No. 4) (No. 5) (No. 1 0) (No. 1 1) (No. 1 2)
4	地域内企業、異業種、産学などとの多様な連携を促進し、三木の産業力を強化する。	①業種を超えた市内企業連携や大学、大企業との技術マッチングによる新製品開発を促進 ②農商工連携による新製品開発を促進 ③市内企業が連携して情報発信・情報収集やマーケティング力を強化し企業の販売力を促進	①経営革新支援事業(再掲) ②起業支援事業(再掲) ③技術移転促進支援事業 ④6次産業化等チャレンジ支援事業 ⑤地域資源活用ツーリズム開発事業	(No. 4) (No. 5) (No. 1 3) (No. 1 4) (No. 1 5)
5	地域資源を活用した新たな 産業の創出とにぎわいのある まちを再生する。	①農業体験、鍛冶体験など産業の観光化や、産業と観光資源とを連携したツーリズムの開発を推進 ②ハーブに次ぐ農業の6次産業化を促進 ③商店街のコミュニティー空間を提供し、子育て世代、高齢者を中心に多世代の交流の場として、まちのにぎわいを再生	①6次産業化等チャレンジ支援事業(再掲) ②地域資源活用ツーリズム開発事業(再掲) ③まちなかマルシェ(市)事業 ④空き店舗活用支援事業 ⑤地域支援型農業(CSA)の推進 ⑥商店街共同設備整備促進事業 ⑦商店経営革新・業態転換支援事業 ⑧地域商店街活性化事業	(No. 1 4) (No. 1 5) (No. 1 6) (No. 1 7) (No. 1 8) (No. 1 9) (No. 2 0) (No. 2 1)

② 具体的な施策

次に、各戦略に基づく具体的な施策を審議会として提案する。

No.1

施策名	中小企業サポートセンター事業	
内容	三木市の中小企業をきめこまやかにサポートし、中小企業の経営改善、経営拡大等を支援するとともに、中小企業振興を目的とする組織として、「中小企業サポートセンター」を設置する。	
	《主な業務》 ① 経営支援(中小企業、労務等の専門家による支援) ② 技術支援 ③ 国・県の補助金の獲得(補助金の調査,紹介から申請までをサポート)支援	
	 ④ 専門的分野への拡大支援、他分野や高度技術分野進出への大学や研究機関との連携支援 ⑤ 中小企業関連情報の収集と情報提供 ⑥ ものづくり人財の育成(研修会や専門家の派遣等による人材の育成) ⑦ CADや3Dプリンタ等の活用(リース手法を活用) 	
	※ 国予算関係予 算 平成25年度補正予算事業名 リース手法を活用した先端設備等導入促進 補償制度推進費	

施策名	中小企業経営力強化事業
内 容	雇用拡大の原動力となる小規模事業者の創業を促進するため、市の制度融資「小規模事業者無担保無保証資金」を拡充することにより、創業して間のない企業を支援する。
	① 対象者・常時使用する従業員が20名(商業・サービス業は 5人以内)・女性、若者、シニア起業家
	② 貸付限度額の拡大
	③ 利子補給の拡充
	※ 国予算関係予 算 平成26年度予算事業名 中小企業・小規模事業者経営力強化融資・保証事業

施策名	新規事業展開支援事業
内 容	三木市内の企業がグループや新たな企業を立ち上げ、新たに商品開発、市場開拓等を行う事業者に対して支援する。
	《支援の対象》 ① 企業体等の設立に係る経費
	② 商品開発に係る経費(大学や専門家等による研究経費、 技術コンサルティング経費等)
	③ 市場調査等に係る経費
	④ 新たな商品や新たな市場における展示会等の開催など の販売促進に係る経費

施策名 経営革新支援事業

内 容

成長産業等新分野への進出、新製品・新技術や新役務の 開発、販路拡大など経営革新に向けた取り組みを支援する。

対象事業

新事業動向等の調査、新製品・新技術・新役務の開発、 販路開拓、人材養成

② 対象者

中小企業新事業活用促進法に基づく経営革新計画の認 定を受けた市内中小企業者、連携企業体、複数企業の合 併による新企業

③支援内容

• 単独企業 事業費補助

施策名 起業支援事業

内 容

「起業するなら三木市で」と言われるような、起業しやすい環境を整備することにより、市内外の起業を目指す方々(特に若者、女性、シニア)の市内での起業を総合的に支援する。

- ① 起業セミナー、研修会の開催及び参加経費
- ② 専門家による起業相談等に係る経費
- ③ 資金調達支援日本政策金融公庫の起業融資借入利子の補給無担保、無保証貸付の拡大
- ④ 若者、女性、シニア企業家向け支援の充実
- ⑤ インキュベート施設(起業家育成施設)への支援 起業予定又は起業後間もない事業者に事務所や工場等 への家賃補助制度の新設。
- ※ 国予算関係

予 算 平成25年度補正予算 事業名 創業促進補助金

(創業費用補助、市による創業支援促進)

施策名 設備投資促進事業

内 容

国の経済対策による景気回復を見据え、中小企業の設備 投資を喚起する。

① 高度化等設備導入補助

市内で製造業を営む中小企業者が、生産拡大、生産 技術の高度化、生産性の効率化のために導入する機械 等に対して助成する。

《支援内容》

設備投資額の一部

② エネルギー対策設備導入補助

厳しい電力需給状況の中、市内で製造業を営む中小 企業者が導入する省エネルギー設備、新エネルギー設 備に対して助成する。

《支援内容》

設備投資額の一部

施策名	三木ブランド拡大アンテナショップ事業
内 容	三木のブランド力をアップし、販売促進を図るため、ア ンテナショップを開設する。
	 三木市のPR、観光、販売促進の基地 (1) ミニイベントの実施 (2) トップセールスによる三木市出身者のトークイベント (3) 地場産品、特産品の展示販売 (4) 商談会等の実施 → 三木のブランド化 ※ 国予算関係
	予 算 平成26年度予算 事業名 地域資源活用支援補助金

海外販売促進支援事業 施策名 内容 ① 海外における事業進出・販売促進のため、海外での市 場調査・PR、海外の展示会への新たな出展、アンテナ ショップの開設等に対して支援する。 《支援対象》 ア 海外での三木製品の販促等の市場調査・PR イ パンフレット等の作成配布 ウ 海外での新たな展示会への出展 エ 海外へ進出する企業への支援 ② ジェトロとの連携により販売促進を図る。 海外バイヤーを三木に招聘し、展示会、プレゼンテーシ ョンを実施 ※ 国予算関係 予 算 平成25年度補正予算 事業名 中小企業・小規模事業者海外展開戦略支援事 業

施策名 インターネット販売促進事業 内 容 国内市場に止まらず、海外への販路拡大は企業の成長には重要であるため、インターネット等を活用した代金決済システムの構築や海外向けのシステム構築等に対して支援する。 《支援内容》 ① 新たなインターネットを活用した販売システムの構築に対する支援 ② 海外向けのホームページによる販売システムの構築に対する支援 ※ 国予算関係 予 算 平成25年度補正予算事業名 小規模事業者販路開拓支援基盤整備事業

施策名	市民の雇用促進事業
内 容	三木市民の市内雇用を促進するため、市民を正規雇用した市内事業所に対し助成金を交付する。
	① トライアル雇用奨励金 国のトライアル雇用奨励金を受けている市内事業所と し、市内に住所のある者を一定の期間雇用した企業に対 して支援する。
	② 雇用促進奨励金 三木市民(新卒の学生)を正規雇用した市内事業所に 対し助成金を交付する。 交付の要件としては、 ア 市内に住所のある者を雇用
	イ 期限の定めのない雇用契約
	ウ 引き続き1年以上雇用(トライアル雇用奨励金 受給期間を除く。)

施策名 | 企業誘致推進事業 内 若者の雇用創出を進めるため、成長性が高く地元雇用が 容 多い、事務系など、若者が魅力を感じる企業の誘致を推進 する。 《誘致業種》 ① Uターン、Iターンのしやすい産業の誘致 ア 大型事務系企業 イ 航空宇宙産業 ウ 環境、エネルギー産業 工 食農産業 ② グローバルマザー工場の誘致 ア 量産工場から研究拠点、プロトタイプ場等、価値 創造型産業 イ 先端医療技術産業 ウ バイオ、食品産業 ③ デバイス産業 次世代デバイス商品の製造工場 ④ グローバルオンリーワン企業 オンリーワンからグローバルオンリーワン

施策名	ものづくり集積促進奨励金制度		
内 容	市内で新たに生産活動を行うため 築・増改築・購入)する際に、当該 産税・都市計画税の一部に相当する 付する。	変工場等にかかる固定資	
	《支援対象》 延床面積一定規模以上の工場等		
	《支援内容》 工場立地に伴って新たに取得した資産を対象として操 業開始後、次の奨励金を一定期間交付		
	① 土地 固定資産税·都	3市計画税の一部	
	② 家屋 固定資産税・都	が市計画税の一部	
	③ 機械・装置 固定資産税の一	· 治·	

施策名	技術移転促進支援事業
内 容	大企業の持つ開放特許を活用した技術移転活動や大学の研究成果の製品化・事業化の促進を支援する(公財)新産業創造研究機構等と連携しながら、知的財産活用と産学公連携による市内中小企業の第二創業、新分野進出、競争力強化を支援する。 ① 大学、大企業の持つシーズと市内中小企業のニーズのマッチングのための情報提供 ② 特許件等使用費用への支援 ③ 産学公連携研究費への支援等

施策名 6 次産業化等チャレンジ支援事業

内 容

三木市の特性を活かした6次産業化(6次産業と観光を 結び付けた9次産業化)や農商工等の連携による特産品の 開発等を推進し、農業を始めとする本市産業の振興を図る ため、市内の農業者や商工業者等を支援する。

《対象事業》

- ① 6次(9次)産業化、農商工連携チャレンジ事業 農業者等が生産した三木産農産物を活用し、商品開発、 加工又は販売まで行う事業または商工業者等が、農業者 等と連携し、三木産農産物を活用し商品開発等を行う事 業で計画段階、試作段階のもの
- ② 6次(9次)産業化及び農商工連携促進事業 事業計画、試作が完了し事業化をおこなうもので、市 内の農業者や農業者と連携する市内の商工業者

《支援内容》

- ① 企画調査費 試作・試行費補助
- ② 販路開拓、販売促進、施設整備等の経費補助 (補助+日本政策金融公庫融資+利子補給)

施策名 地域資源活用ツーリズム開発事業 内 容 観光協会を中心として、㈱吉川まちづくり公社、みきやま ㈱、(公財) ホースランド協会、グリーンピアみき、JA、三 木商工会議所、吉川町商工会、三木金物商工協同組合連合会、 三木市商店街連合会等市内関係機関で観光のまちづくり協議 会を設立し、地域資源を連携活用した観光メニューを開発 ① 食、花、森林、温泉、自然風景など、三木らしい地域資 源を生かした観光地づくり ② 健康(スポーツ)、文化(三木城址等)、産業(農業、 金物)、グリーンツーリズム、フードツーリズム、エコツー リズムなど、新しいツーリズム開発 ③シニア層を対象とした滞在型観光メニューづくり ④ 三木の食材を生かした魅力ある食事を提供できる仕組み づくり(三木出身の有名シェフ監修、有機無農薬栽培の農 産物、健康志向など ⑤ 周辺市町と連携した観光メニューづくり ⑥ 旅行社の地域振興部門との連携

施策名 まちなかマルシェ (市) 事業 内 まちなかに人を呼び込み、商店街のにぎわいを再生する 容 ため、周辺道路を歩行者天国とし定期的にマルシェ(市) を開催する。 ① 開催場所 市内商店街とその周辺 ・ナメラ商店街 • 明盛商店街 ・サンロード商店街 • 大和名店街 ② 開催時期 定期的な開催とし、商店街のイベントに合わせるな ど年に数回の開催。 (3) 事業内容 ・マルシェ (市) 簡易テントなどを連ね、野菜、金物、食、日本酒、 雑貨等を商店街及びその周辺で販売する。 ・イベント ステージイベント等

施策名	空き店舗活用支援事業
内 容	商店街のにぎわいを創出するため、空き店舗を解消するとともに、新たな出店にチャレンジする事業者に対し支援する。
	① 商店街の空き店舗を活用し、新たに出店する者に対して、家賃の一部を補助する。 この事業を活用しようとする者は、専門家のアドバイスを受け経営プランを作成し、経営指導を受けるものとする。
	② 商店街の空き店舗を活用し、コミュニティ・子育て・高齢者支援施設など地域の交流や、生活支援を図るための施設の整備を行う商店街組合又はその構成員に対し、店舗改装経費、家賃の一部を支援する。
	③ 住居と併用の空き店舗を、貸店舗にしやすいように 改修するための改修費の一部を支援する。

施策名	商店街共同設備整備促進事業
内 容	商店街設備の設置、改修等を支援し、にぎわい空間、コミュニティー再生、安全・安心の商店街づくりを支援する。
	《支援対象》 ① アーケードの設置又は改修
	② 防犯灯、防犯カメラの整備
	③ 駐車場, 駐輪場施設の整備
	④ 公園、緑地、イベント広場の整備
	⑤ 休憩施設、公衆トイレ等の整備
	※ 国予算関係予 算 平成25年度補正予算事業名 商店街活性化支援事業
	予 算 平成 2 6 年度予算 事業名 地域商業自立促進事業

施策名	商店経営革新・業態転換支援事業				
内容	既存商店が、商店の魅力向上や高齢化等に対応した業種への転換など、地域のニーズに合致した業態に転換するために必要な支援する。 《支援対象》 ① 調査研究費用 ② コンサルティング費用 ③ 店舗改装費用				

施策名	地域商店街活性事業				
内容	商店街が活性化するよう恒常的な集客力及び販売力を高めるための体質強化を図る。そのため、商店街組織が実施するイベント事業やその効果を持続させるための体質強化に対して支援する。 ① 消費喚起に向けた取り組みアイベントや商店街のセールイ商店街マップの作成ウ地元産品などを活用した抽選会				
	ア 人材育成のための研修(若手・女性) イ 空き店舗を活用した事業 ※ 国予算関係 予 算 平成25年度補正予算 事業名 地域商店街活性化事業				

4 終わりに

平成25年5月から全6回に及ぶ「三木市中小企業振興審議会」 を開催し、慎重・活発な審議議論を経て、本提言を取りまとめました。審議会委員各位と関係者の皆様に、深く感謝いたします。

産業の振興施策は、そのタイミングと対応の速度が重要であり、 三木市では既にアクションプランにおいて、新規施策など順次着手 されているところですが、「今が」行政と企業が一枚岩となり産業 振興に取り組むラストチャンスと考えます。

行政の施策や支援だけではなく、企業自らの取組みが重要であり、 例えばハード面、ソフト面の両面での企業間ネットワークを構築す るなど、三木オリジナルの仕組みを創ることが必要です。

そのような仕組みのなかで、三木ブランドが創出され育っていく ものと思います。

そして、それらを市内外へ発信していくことで「三木の強み」となり、「産業」の振興につながっていくものと確信します。

今後、行政はもとより、関係団体・企業がそれぞれの責任と役割を分担しながら、「三木ならではの取組み」が実践されることを期待します。

平成26年1月16日

三木市中小企業振興審議会 会長 佐 竹 隆 幸

資 料 編

三木市中小企業振興審議会委員名簿

任期:平成25年5月31日から平成27年3月31日

審議会役職	委員氏名	所属
会長	****	兵庫県立大学大学院 経営研究科教授
副会長	^{スズキ} ジュン 鈴木 純	神戸大学大学院 経済学研究科准教授
	アサノ リョウィチ 浅野 良一	兵庫教育大学大学院 学校教育研究科教授
	#擇 克 三	古野電気(株)経営企画部 常務取締役部長
	ッルメ カズオ 鶴目 和生	極東開発工業(株) 経営企画部 部長
	载 第二次 数 圭介	生活協同組合コープこうべ 第4地区本部 本部長
	ョシミ タカシ 吉 見 隆	(株)三井住友銀行 公共・金融法人部 部長

三木市中小企業振興審議会 審議経過

年月日	内 容
平成25年 5月31日	 正副会長の選出 諮問「三木市中小企業の振興策について」 議事 (1)三木市産業の現状と課題等について (2)審議スケジュールについて
6月19日	三木市中小企業振興施策の戦略について
6月27日	三木市中小企業振興施策の戦略について
7月22日	三木市中小企業振興施策の戦略について (まとめ)
8月 6日	(1) 三木市中小企業の振興策答申骨子案 について(2) 今後のスケジュールについて
10月 9日	今後の三木市中小企業振興策について(答申案) 検討

三木市中小企業振興条例

(目的)

第1条 この条例は、中小企業が地域の発展に欠かせないものであることを踏まえ、本市における中小企業の振興に関する基本的事項を定めることにより、中小企業の振興に関する施策を総合的に推進し、地域経済の活性化及び雇用の促進を図り、もって豊かで質の高い市民生活を実現することを目的とする。

(定義)

第2条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該 各号に定めるところによる。

- (1) 中小企業者 中小企業基本法(昭和38年法律第154号) 第2条第1項各号に掲げるものであって市内に主たる事務所又は事 業所を有するものをいう。
- (2) 大企業者 中小企業者以外の事業者であって、市内に事務所 又は事業所を有するものをいう。
- (3) 経済団体等 商工会議所、商工会等の経済団体並びに中小企業の振興を図ることを目的とする団体及びその連合会であって、市内に事務所を有するものをいう。
- (4) 市民 市内に住所を有する者又は市内に通勤し、若しくは通学する者をいう。

(基本方針)

第3条 中小企業の振興は、中小企業者の独自の創意工夫と自主的な努力を尊重しつつ、本市の歴史、金物産業が集積するという産業構造の特性を活かすとともに、国、兵庫県その他の機関(以下「国等」という。)との連携を図り、その協力を得ながら、中小企業者、大企業者、経済団体等、市民及び市が一体となって施策を推進するものとする。

(施策)

第4条 市は、前条の基本方針に基づき、実施計画を定め、次に掲げる施策を実施するものとする。

(1) 経営の革新及び経営基盤の強化並びに創業を促進するための

施策

- (2) 新たな産業を創出するための施策
- (3) 技術力、経営力の高度化を促進するための施策
- (4) 市内経済の循環を促進するための施策
- (5) 社会経済情勢の変化への適応を円滑化するための施策
 - (6) 情報収集及び発信を促進するための施策
- (7) 雇用の安定及び人材を育成するための施策 (市の青務)

第5条 市は、前条に規定する施策を社会経済情勢の変化に応じて 計画的に実施するとともに、次に掲げる措置を講ずるものとする。

- (1) 施策の実施に要する庁内体制の整備及び財政上の措置に努めること。
- (2) 国等との連携を強化するとともに、必要に応じて国等に対し国等の施策の充実及び改善を要請すること。

(中小企業者の努力)

第6条 中小企業者は、自らが地域社会の基盤を形成していることを認識し、地域における雇用の促進、雇用環境の整備及び人材の育成に努めるとともに、地域経済の活性化及び地域社会への貢献に努めるものとする。

(大企業者の努力)

第7条 大企業者は、中小企業と大企業が共に地域社会の発展のために重要な役割を果たしていることを認識するとともに、中小企業者及び経済団体等と連携し、地域経済の活性化及び地域社会への貢献に努めるものとする。

(経済団体等の努力)

第8条 経済団体等は、中小企業者の自主的な努力及び創意工夫を 支援するとともに、中小企業の振興のための施策を通じ、地域社会 に貢献するよう努めるものとする。

(市民の理解と協力)

第9条 市民は、中小企業の振興が地域経済の活性化及び市民生活の向上に寄与していることを理解し、その健全な発展に協力するよう努めるものとする。

(中小企業振興審議会)

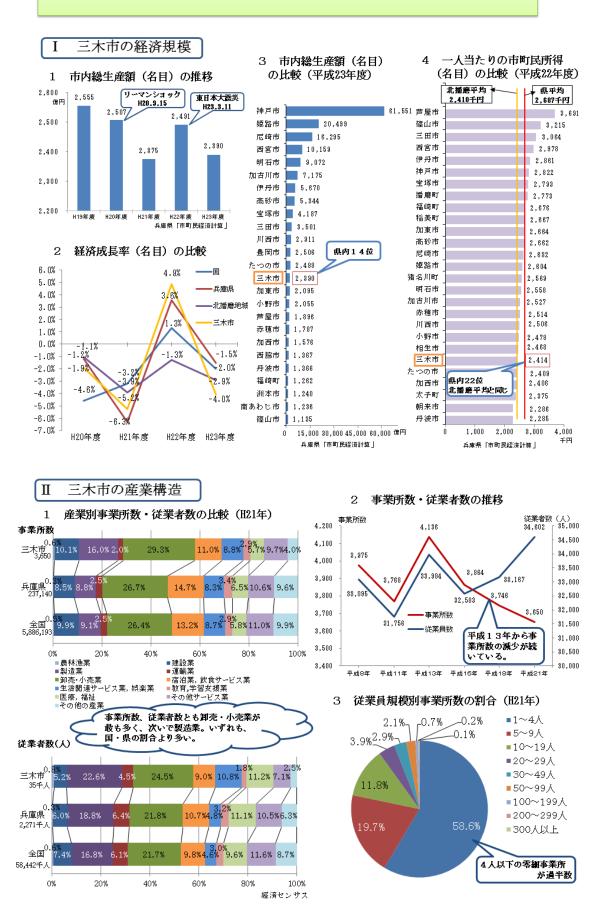
第10条 中小企業の振興に関する施策について、市長の諮問に応 じ審議答申し、又は市長に対して建議するため、三木市中小企業振 興審議会(以下「審議会」という。)を設置する。

- 2 審議会は、委員10人以内をもって組織する。
- 3 委員は、学識経験者、市民、事業者その他市長が適当と認める者のうちから市長が委嘱する。
- 4 委員の任期は2年とし、補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。ただし、再任を妨げない。
- 5 審議会に専門的事項を分掌させるため、部会を置くことができる。
- 6 前各項に定めるもののほか、会議の組織及び運営に関し、必要な事項は、規則で定める。

附則

この条例は、平成25年4月1日から施行する。

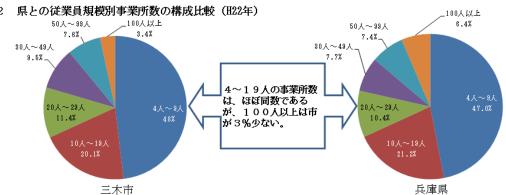
三木市の経済と産業の現状



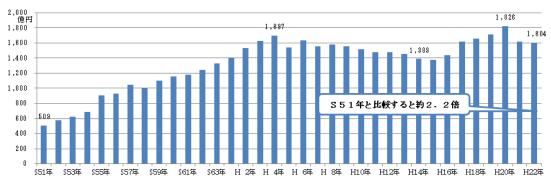
Ⅲ 主な産業の現状(製造業)

1~6のグラフは工業統計調査結果による(従業員4人以上の事業所)

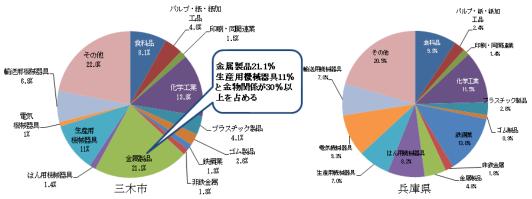




3 製造品出荷額の推移

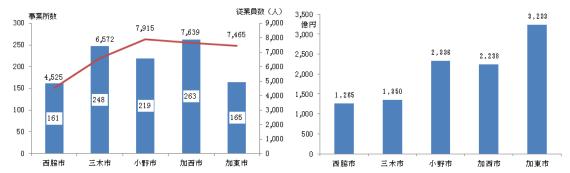


4 県との産業分類別製造品出荷額の構成比較(H22年)



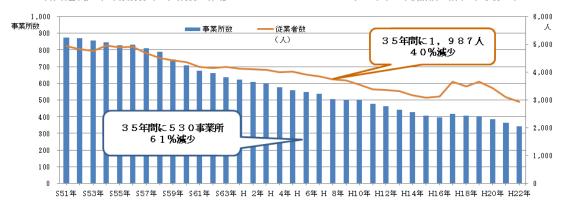
5 他市との事業所数、従業者数の比較(H22年)

6 他市との製造品出荷額の比較 (H22年)

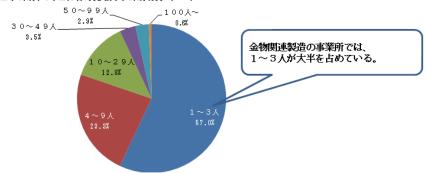


7 金物関連製造事業所数、従業者数の推移

7~9のグラフは、三木市工業統計調査結果(1人以上)



8 金物関連製造事業所の従業者規模別事業所数(H22)

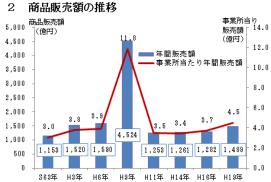




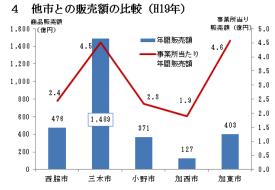
Ⅲ 主な産業の現状(卸売業)

1~4のグラフは商業統計調査結果による



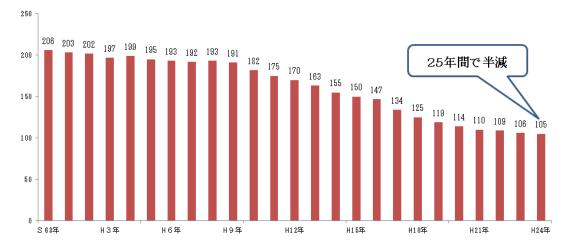






5 三木金物卸商の事業所数の推移

三木金物卸商協同組合 組合員数の推移



Ⅲ 主な産業の現状(小売業)

1~4のグラフは商業統計調査結果による

1 事業所数・従業者数の推移





3 他市との事業所数・従業者数の比較(H19)





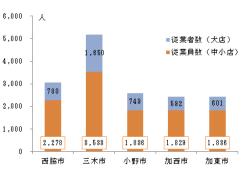


5 大規模小売店と中小小売店についての他市との比較(H19年)

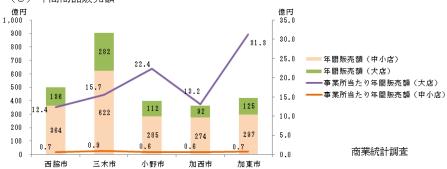
(1)事業所数

■事業所数(大店) ■事業所数(中小店) 西脇市





(3) 年間商品販売額

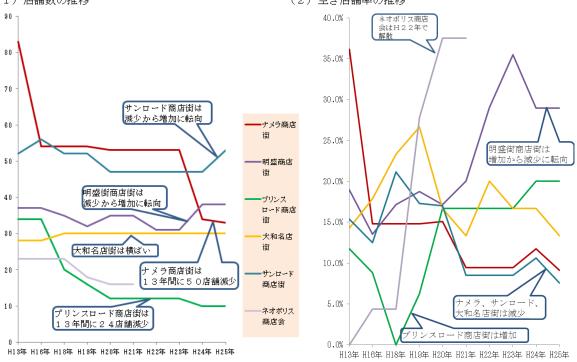


6 商店街店舗数と空き店舗率の推移

三木市商店街パワーアップ委員会資料より

(1) 店舗数の推移

(2) 空き店舗率の推移



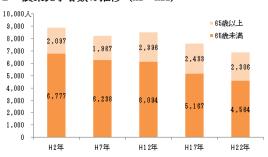
Ⅲ 主な産業の現状(農業)

1 農家数(専業、兼業)の推移(H2~H22)



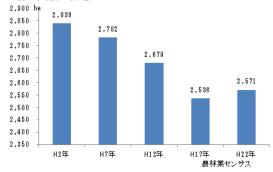
自給的農家・・・経営排地30a未満かつ農産物販売額50万円未満 販売農家・・・経営排地30aよ上又は農産物販売額50万円以上 第一種業業農家・・・農業所得が主、第二種業業農家・・・農業所得が従 農 林業 センザス

2 農業従事者数の推移 (H2~H22)

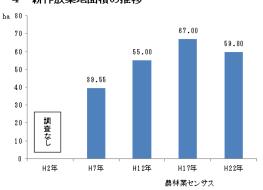


農林業センサス

3 耕地面積の推移



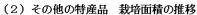
4 耕作放棄地面積の推移

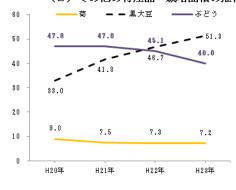


5 主な特産品の栽培面積と出荷量

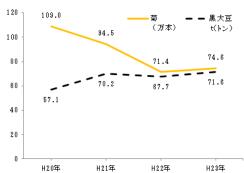
(1) 山田錦の栽培面積と出荷量の推移





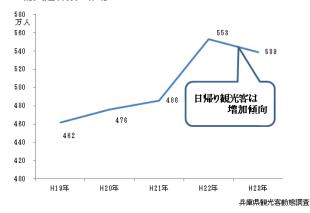


(3) その他の特産品 出荷量の推移

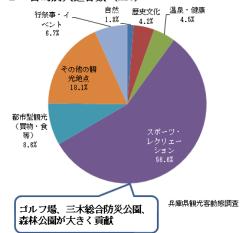


Ⅲ 主な産業の現状(観光)

1 総入込客数の推移



2 目的別入込客数 (H23)



3 三木市の主な観光施設・イベント

	自 然	観光ぶどう園(4園)
	歴史文化	大宮八幡宮・伽耶院・金剛寺
	温泉・健康	よかたん・湯庵
	スポーツ・レクリエーション	ゴルフ場(24か所)・グリーンピア三木・三木山森林公園・三木ホースランドパーク・三木総合防災公園
	都市型観光(買物·食等)	山田錦の館
i	その他の観光地点	道の駅みき
	行祭事・イベント	三木金物まつり・三木秋まつり

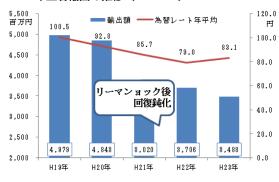


4 主要観光施設の入込客数 (平成23年度)

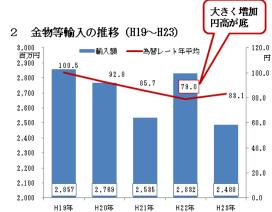


Ш 主な産業の現状(金物の輸出入)

1 三木金物輸出の推移 (H19~H23)

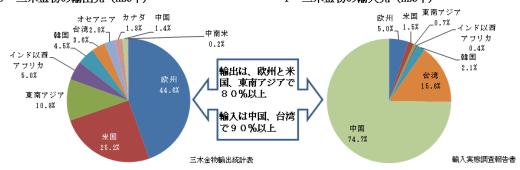


2 金物等輸入の推移 (H19~H23)



3 三木金物の輸出先(H23年)

4 三木金物の輸入先 (H23年)

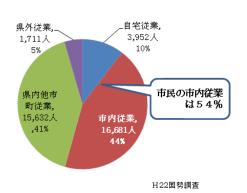


IV 就業構造と雇用情勢

1 三木市の年齢別人口の推移

3 三木市の就業人口の就業地



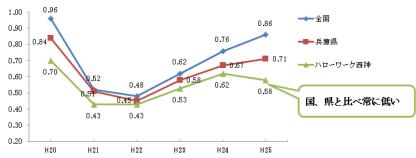


2	三木市の労働力人口	労働力人口の減少

		労 働 力 人 口							
	15歳以上		就 業 者						
	総数	計	計	第1次産業	第2次産業	第3次産業	分類不能の 産業	完全失業者	非労働力人口
H22年	70,774	40,656	37,976	1,191	10,948	25,837	1,077	2,680	29,041
H17年	73,135	42,959	40,466	1,731	13,214	25,076	445	2,493	29,811

H22国勢調査

4 有効求人倍率の推移(3月末)



ハローワーク西神

