

テーマ②: しごとづくり・まちづくり

～ブランド資源(金物、山田錦、ゴルフ)を活かした市内経済循環の活性化及びまちの魅力の向上～

三木市の優れたブランド資源を活かして、市内の経済循環活性化とともに、市内外におけるまちの魅力向上につなげたいと考えます。

(1) 現状

- 高度な鍛造技術に支えられた「播州三木打刃物」・・国の「伝統的工芸品」
 - ・毎年11月に開催される「金物まつり」には全国から約16万人が来場
 - ・三木金物3,329点を使って組み立てられる「金物鷲」を全国各地で開かれる見本市等で展示
 - ・道の駅みき2階の金物展示即売館で市内製造メーカー約50社、約20,000アイテムにも及ぶ金物製品を販売
- 酒米山田錦の産地　　・・品質出荷量ともに日本一
 - ・毎年3月に開催される「山田錦まつり」には灘五郷などから酒蔵が集結
 - ・日本酒による乾杯を推進する条例(平成25年6月24日施行)
 - ・IWC SAKE部門開催(平成28年5月)
外国から招かれた審査員の田植え体験を吉川町で実施。
- ゴルフ場 25箇所　　・・箇所数は西日本一
 - ・女子プロゴルファーが集う「みきレディースゴルフトーナメント」(MLGT)を開催し、女子プロが育つまち三木を発信
 - ・市内の全小学校にスナッグゴルフ用の道具一式を配布

(2) 課題

三木市には、金物、山田錦、ゴルフなどの優れたブランド資源があるものの、それらを活かした、まちへの波及効果を生む取組が十分にできていない。

～例えば～

- ・ゴルフ客が市内の他施設に立ち寄らず、とんぼ返りの状態。
- ・三木金物が全国へ広まっているが、その良さが市民に十分浸透していない。
- ・山田錦が日本酒の原材料であるため、一般の消費者へのPRが困難。

(3) 論点

- ①ブランド資源を活かした「市内の経済循環」につなげる方策
- ②ブランド資源を活かした「市民のまちへの愛着(誇り、生きがい)」を高める方策
- ③ブランド資源を活かした「市外に住む方からのまちの評価※」を高める方策

※「まち」の評価指標

- ・認知度(どれだけ知られているか)
- ・まちの好感度
- ・居留意欲度(住みたいか)
- ・観光意欲度(観光に行きたいか)
- ・産品購入意欲度(三木市のモノが欲しいか)