

取組検証(案)

	力強いまち(活力づくり)																																																							
<p>① 取組13:産学公民、異業種間の交流により、ものづくりの活性化と地域密着型の起業を推進する ものづくり産業の魅力・底力の周知を図るとともに、企業と大学等の試験研究機関が持つ技術シーズとのマッチングを図ることにより、新製品・新技術の開発を促進するほか、きめ細かいサービスを提供できる地域密着型の企業を推進する。</p> <p>東播磨地域ビジョン委員会</p> <p>【東播磨ものづくり応援団】 ものづくりが盛んな東播磨において、工場見学を実施することで住民と現場の距離を縮め、活性化を図った。</p> <p>【東播磨ものづくり推進部】 若者に地元で就職してもらうため、地域のものづくりを知ってもらおうと、高校生の企業訪問を企画した。</p> <p>行政 デジタルファブ리케이션による新たな「ものづくり」支援 東播磨ものづくり企業の魅力発信 「産業元気東播磨」ものづくり推進事業 新製品・新技術開発支援 経営改善支援 東はりまの魅力KIDS体験ツアー</p> <p>検証(指標)</p> <p>製造品出荷額(指標1) 工業統計調査、経済センサス(兵庫県統計課) 【H22.12末】31,041億円 → 【H28.12末】31,304億円 → 【H29.12末】33,423億円</p> <p>製造業従事者数(指標2) 工業統計調査、経済センサス(兵庫県統計課) 【H22】62,293人 → 【H28】61,013人 → 【H29】64,043人 → 【H30】64,971人</p> <p>自分にあった職業への就職や転職がしやすい社会だと思う人の割合(指標3) 兵庫のゆたかさ指標 自分にあった職業への転職がしやすいと思う人の割合(H24まで) 【H22】2.7% → 【H29】7.9% → 【H30】9.5% → 【R1】9.0%(3位)</p> <p>住んでいる市・町の企業には活気が感じられると思う人の割合(指標4) 兵庫のゆたかさ指標 【H27】18.0% → 【H29】22.2% → 【H30】24.7% → 【R1】23.5%(5位)</p> <p>評価 地域ビジョン委員会では、地域の若者にものづくりの現場を知ってもらうことで地域活性を図った。 行政では外部に向けたものづくりの情報発信や、デジタル化を進めた新たなものづくりに取り組んだ。 製造品出荷額や従事者数は増加傾向にある。また、就職や転職の選択肢に対するポジティブな感情が増えている。 東播磨で働く人をどう増やすか、そのために働く場としても魅力ある産業をどう育てていくかが今後の課題。</p>	<table border="1"> <caption>指標1-4の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>指標1 (製造品出荷額)</th> <th>指標2 (製造業従事者数)</th> <th>指標3 (就職/転職しやすい割合)</th> <th>指標4 (企業に活気を感じる割合)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>H22</td><td>31,041</td><td>62,293</td><td>2.7%</td><td>18.0%</td></tr> <tr><td>H23</td><td>31,041</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H24</td><td>31,041</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H25</td><td>31,304</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H26</td><td>31,304</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H27</td><td>31,304</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H28</td><td>31,304</td><td>61,013</td><td>7.9%</td><td>22.2%</td></tr> <tr><td>H29</td><td>33,423</td><td>64,043</td><td>9.5%</td><td>24.7%</td></tr> <tr><td>H30</td><td>33,423</td><td>64,971</td><td>9.5%</td><td>24.7%</td></tr> <tr><td>R1</td><td>33,423</td><td>64,971</td><td>9.0%</td><td>23.5%</td></tr> </tbody> </table>	年度	指標1 (製造品出荷額)	指標2 (製造業従事者数)	指標3 (就職/転職しやすい割合)	指標4 (企業に活気を感じる割合)	H22	31,041	62,293	2.7%	18.0%	H23	31,041	61,013	7.9%	22.2%	H24	31,041	61,013	7.9%	22.2%	H25	31,304	61,013	7.9%	22.2%	H26	31,304	61,013	7.9%	22.2%	H27	31,304	61,013	7.9%	22.2%	H28	31,304	61,013	7.9%	22.2%	H29	33,423	64,043	9.5%	24.7%	H30	33,423	64,971	9.5%	24.7%	R1	33,423	64,971	9.0%	23.5%
年度	指標1 (製造品出荷額)	指標2 (製造業従事者数)	指標3 (就職/転職しやすい割合)	指標4 (企業に活気を感じる割合)																																																				
H22	31,041	62,293	2.7%	18.0%																																																				
H23	31,041	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H24	31,041	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H25	31,304	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H26	31,304	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H27	31,304	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H28	31,304	61,013	7.9%	22.2%																																																				
H29	33,423	64,043	9.5%	24.7%																																																				
H30	33,423	64,971	9.5%	24.7%																																																				
R1	33,423	64,971	9.0%	23.5%																																																				
<p>② 取組14:担い手の育成・確保に加え、豊かな農林水産資源を守り、地産地消を推進する 農林水産業の担い手の育成・確保や食農教育により、農業や農作物の魅力子どもや地域住民、消費者などに伝えるとともに、農に関心のある都市部住民による耕作放棄地の管理、水産資源の培養管理の推進、地域ブランド商品の開発や6次産業化による販売路開拓、直売所を拠点とした地産地消のほか、地場産品による郷土料理の発信に取り組む。</p> <p>東播磨地域ビジョン委員会</p> <p>【Agri Dream &amp; Creation】 東播磨の農業の普及のため、収穫祭や意見交換会、料理教室や大学生との交流会など、様々なイベントを実施した。</p> <p>【東播磨食の発見】 地域の食材の良さをアピールするため、料理教室を開催した。また、生産者と消費者の交流を促すことで、地産地消を推し進めた。</p> <p>行政 東播磨「農」のブランド化大作戦 新たな水産物増養殖チャレンジ事業 新規就農者の育成・確保 東播磨の農業経営力アップ事業 都市農業元気アップ事業</p> <p>検証(指標)</p> <p>農産物出荷額(指標5) 第67次兵庫農林水産統計年報 【H22】74.9億 → 【H27】63.1億 → 【H28】56.5億 → 【H29】59.0億</p> <p>漁業者数(正組合員)(指標6) 漁協生組合員数 【H22】1,019人 → 【H28】861人 → 【H29】853人 → 【H30】838人</p> <p>認定農業者数(指標7) 兵庫県農政環境部農業経営課調べ 【H22】102経営体 → 【H28】102経営体 → 【H29】108経営体 → 【H30】113経営体</p> <p>地元や県内でとれた農林水産物を買っている人の割合(指標8) 兵庫ゆたかさ指標 【H22】71.6% → 【H29】75.5% → 【H30】73.3% → 【R1】76.5%(3位)</p> <p>評価 地域ビジョン委員会は料理教室などを通じて地域の生産者と消費者の交流を進めた。 行政は農林水産物の質や量を高める取組がおこなったほか、新規就農者の確保・育成を進めた。 農産物出荷額や漁業者数は年々減少している。農林水産業の体質強化とネットワーク化による活力強化が必要。</p>	<table border="1"> <caption>指標5-8の推移</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>指標5 (農産物出荷額)</th> <th>指標6 (漁業者数)</th> <th>指標7 (認定農業者数)</th> <th>指標8 (地元産品購入割合)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>H22</td><td>74.9</td><td>1,019</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H23</td><td>74.9</td><td>1,019</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H24</td><td>74.9</td><td>1,019</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H25</td><td>74.9</td><td>1,019</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H26</td><td>74.9</td><td>1,019</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H27</td><td>63.1</td><td>861</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H28</td><td>56.5</td><td>861</td><td>102</td><td>71.6%</td></tr> <tr><td>H29</td><td>59.0</td><td>853</td><td>108</td><td>75.5%</td></tr> <tr><td>H30</td><td>59.0</td><td>838</td><td>113</td><td>73.3%</td></tr> <tr><td>R1</td><td>59.0</td><td>838</td><td>113</td><td>76.5%</td></tr> </tbody> </table>	年度	指標5 (農産物出荷額)	指標6 (漁業者数)	指標7 (認定農業者数)	指標8 (地元産品購入割合)	H22	74.9	1,019	102	71.6%	H23	74.9	1,019	102	71.6%	H24	74.9	1,019	102	71.6%	H25	74.9	1,019	102	71.6%	H26	74.9	1,019	102	71.6%	H27	63.1	861	102	71.6%	H28	56.5	861	102	71.6%	H29	59.0	853	108	75.5%	H30	59.0	838	113	73.3%	R1	59.0	838	113	76.5%
年度	指標5 (農産物出荷額)	指標6 (漁業者数)	指標7 (認定農業者数)	指標8 (地元産品購入割合)																																																				
H22	74.9	1,019	102	71.6%																																																				
H23	74.9	1,019	102	71.6%																																																				
H24	74.9	1,019	102	71.6%																																																				
H25	74.9	1,019	102	71.6%																																																				
H26	74.9	1,019	102	71.6%																																																				
H27	63.1	861	102	71.6%																																																				
H28	56.5	861	102	71.6%																																																				
H29	59.0	853	108	75.5%																																																				
H30	59.0	838	113	73.3%																																																				
R1	59.0	838	113	76.5%																																																				

③ 交流を促す基盤と拠点を整備し、多彩なネットワークを構築でき

取組15：地域の新しい交流拠点や自転車を活用したツーリズムルートを提案する  
東播磨地域が交通の要衝地であることを生かし、テーマ別（B級グルメ、映画ロケ地、国宝巡り等）の広域ツーリズムルートを設定するとともに、比較的平坦な地形であるメリットを生かして、広域的な自転車ツーリズムを推進する。

東播磨地域ビジョン委員会

【歌声列車の会】  
JR加古川線の利用促進と沿線の活性化のために、車両を貸し切って「歌声列車」を走らせた。

【輪友ネット】  
サイクリングマップの普及・啓発のため、加古川土木事務所と協力してサイクリングマップを作成した。

行政

加古川魅力あるまちづくり推進事業の支援  
東播磨ツーリズムモデルルートマップの作成  
自転車ネットワーク計画  
外国人観光客の東播磨への誘客促進

検証（指標）

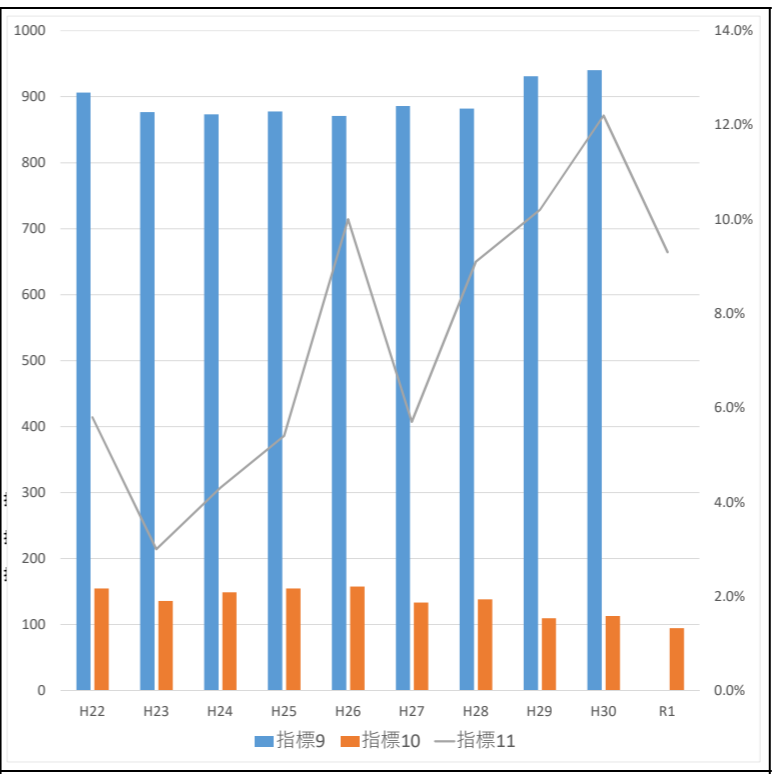
観光客入込数（指標9） 兵庫県観光客動態調査（兵庫県観光交流課）  
【H22年度】906万人 → 【H29年度】931万人 → 【H30年度】940万人

県立考古博物館入館者数（指標10） 県立考古博物館調べ  
【H22】155千人 → 【H29】110千人 → 【H30】113千人 → 【R1】95千人

住んでいる市・町では、観光などの訪問客が増えていると思う人の割合（指標11） 兵庫のゆたかさ指標  
【H22】5.8% → 【H29】10.2% → 【H30】12.2% → 【R1】9.3%（10位）

評価

地域ビジョン委員会では公共交通を利用した取組や、行政と協力して自転車の利用を進める取組がおこなわれた。  
行政では自転車を様々な形で浸透させる取組がおこなわれた。  
観光客数は若干の増加が見られるが、考古博物館の来客は減少している。  
地域での観光資源の磨き上げや、移動環境の充実に取り組む必要がある。



④ 人・もの情報交流し、魅力とにぎわいを生み出せる

取組16：東播磨の新しい魅力の再発見とにぎわいづくりに取り組む  
東播磨ゆかりの歴史、風習、人物、産業、グルメ等の観点から、埋もれている東播磨の地域資源を掘り起こし、既存又は新しい地域資源とつなぐことにより、新しい魅力を発信するとともに、商店街における空き店舗利用者への支援、中心市街地内を回遊できる仕掛けづくりなどのにぎわいづくりに取り組む。

東播磨地域ビジョン委員会

【ふるさと見せ隊・知らせ隊】  
地域の名所を巡るツアーを企画することで地元愛を醸成し、賑わい溢れる東播磨をめざした。

【らくがく倶楽部】  
豊かな文化を育てるために、地域の文化施設と人のネットワークの強化を図り、文化施設のコラボイベントや施設の相互訪問を実施した。

行政

商店街の活性化  
東播磨魅力再発見による交流の促進  
中心市街地活性化への支援  
B-1グランプリ全国大会出場支援事業

検証（指標）

産業ツーリズム施設件数（指標12） ひょうごツーリズム協会調べ  
【H22】17箇所 → 【H28】19箇所 → 【H29】17箇所 → 【H30】12箇所

国指定文化財の数（指標13） 兵庫県教育委員会事務局文化財課調べ  
【H22】44箇所 → 【H29】32箇所 → 【H30】32箇所 → 【R1】32箇所

住んでいる市・町には、自慢したい地域の「宝」（風景や産物、文化など）があると思う人の割合（指標14） 兵庫のゆたかさ指標 自慢した地域の風景や名所がある人の割合（H24まで）  
【H22】43.2% → 【H29】55.6% → 【H30】46.2% → 【R1】48.4%（6位）

住んでいる市・町の駅前や商店街に、活気が感じられると思う人の割合（指標15） 兵庫のゆたかさ指標  
【H22】21.4% → 【H29】20.9% → 【H30】21.1% → 【R1】15.0%（5位）

評価

地域ビジョン委員会は、地域の施設の活性化や、住民への情報発信などをおこなった。  
行政は地域資源の発掘や人の交流を進めた。  
指定文化財などの施設数は減少したが、地域資源の存在を認識する人の割合は増加している。また、地域に活気を感じる人の割合は減少している。地域の活力に繋がる商店街の再生と、地域資源の掘り起こしによる新しい地域の魅力づくりが必要。

