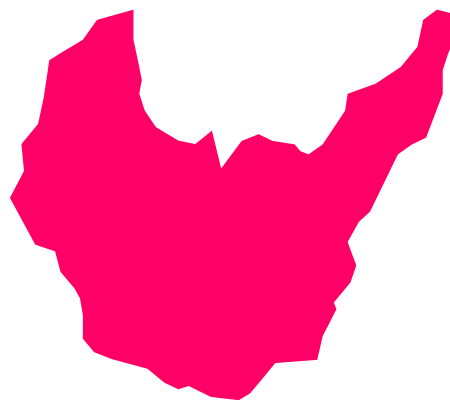


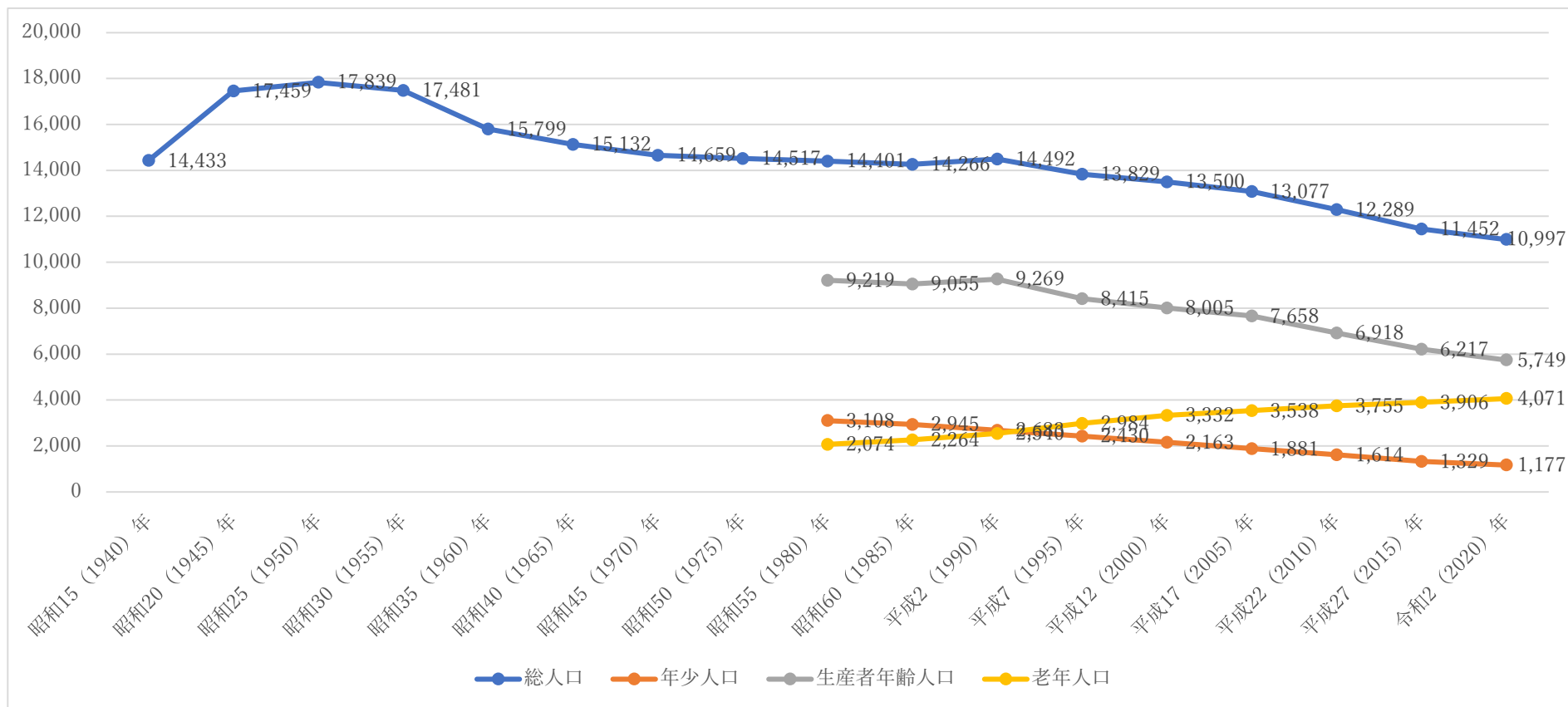
神河町 地域動向分析



令和 3 年度

神河町商工会

人口の推移



＜資料：平成 27 年国勢調査、神河町＞

神河町の人口は、昭和 25 (1950) 年の 17,839 人をピークに減少しており、令和 2 年 (2020) 年度末には 10,997 人となっています。また、年齢 3 区分別人口では、年少人口 (0-14 歳) と生産年齢人口は (15-64 歳) は減少傾向にあります。一方では、老年人口 (65 歳以上) は増加傾向にあり、人口全体の約 37%を占めるようになっています。

生産分析

町 内 総 生 産

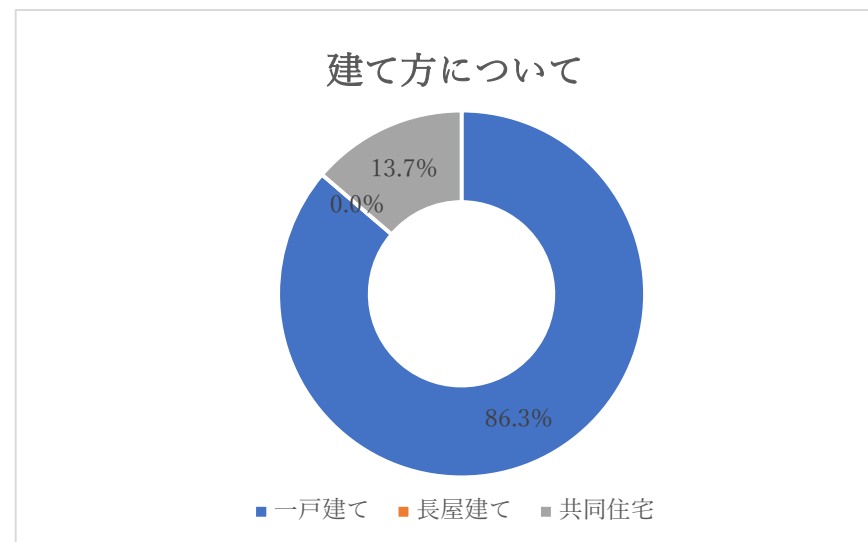
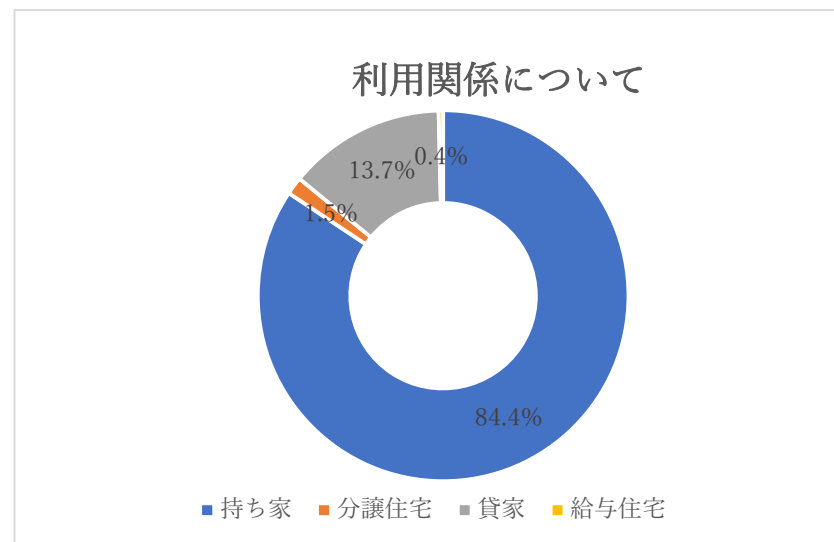
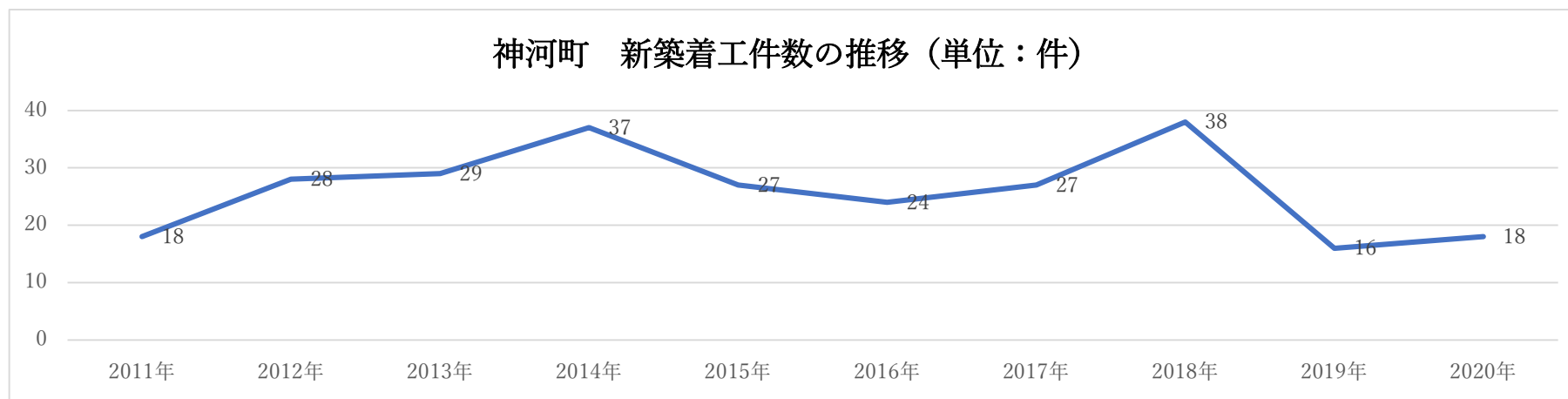
区分	町内総生産 (総計)	第1次産業 総生産	第2次産業 総生産	第3次産業 総生産	輸入品に課せられる 税・関税等	就業者1人当たり町内 総生産
単位	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	千円
2017年	33,848	677	6,503	26,501	167	7,966
2016年	32,109	697	5,659	25,598	155	7,671
対比	105.4%	97.1%	114.9%	103.5%	107.7%	103.8%

<資料：総務省・経済産業省「経済センサスー活動調査報告」>

特に、第2次産業（鉱業・製造業・建設業）については114.9%と増加している反面、第1次産業（農業・林業・水産業）は97.1%と減少している。

就業者1人当たり町内総生産は103.8%と若干ながら増加している。

建築動向



※「給与住宅」とは、会社や官公庁が給与の一部として与える住宅、もしくはこの制度のこと。資料：兵庫県住宅政策課「新設住宅着工統計」

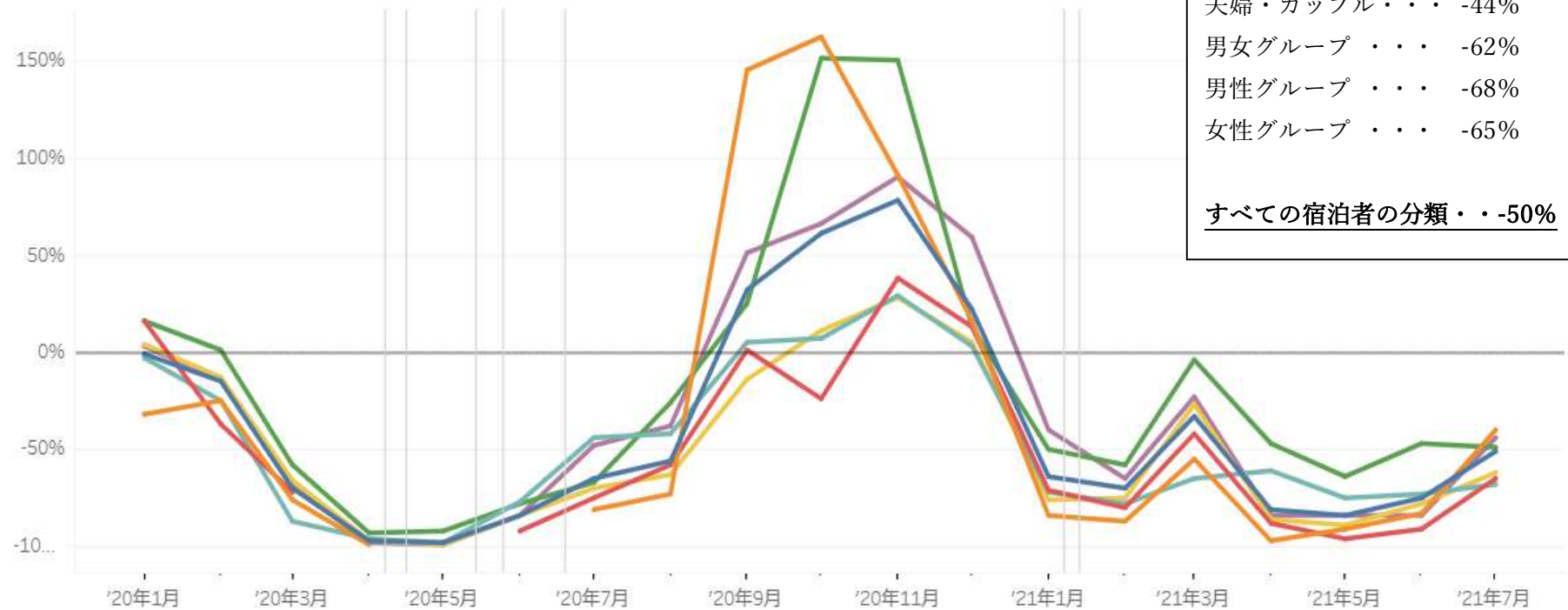
2018 年をピークに減少し 2019 年・2020 年とほぼ横ばいである。持ち家で一戸建ての着工が多い。

中播磨地域の宿泊者の分類の前年同月比の推移

2020 年 1 月 1 日～2021 年 7 月 31 日

宿泊者の分類：

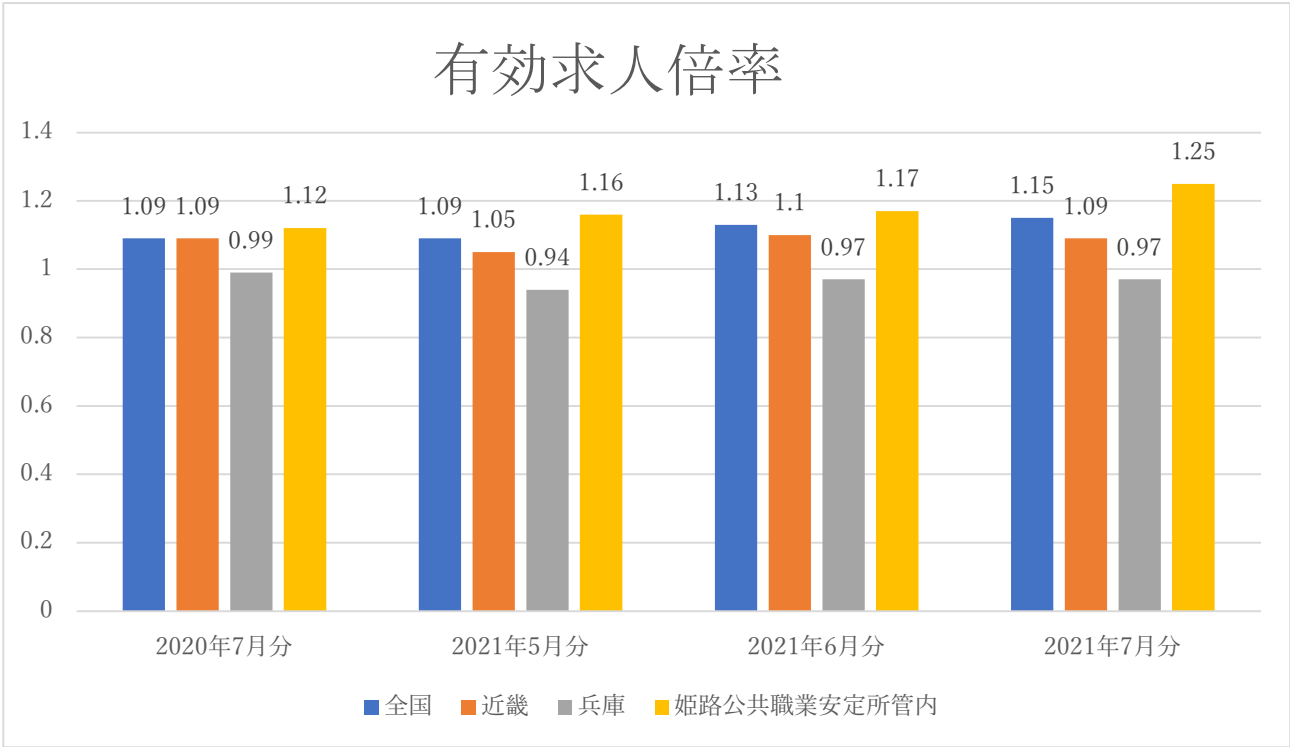
■ すべての宿泊者の分類 ■ 女性グループ ■ 一人 ■ 夫婦、カップル(男女二人含む)
■ 子ども連れ(子ども=13歳未...) ■ 男性グループ ■ 男女グループ(13歳以上子ども...)



<資料：V- RESAS>

2020 年 7 月からの Go To Travel キャンペーン開始により宿泊数増加したが同年 12 月の一時停止に伴い低迷状態が続いている。

労働分析



神河町求人情件数（姫路公共職業安定所）

一般（フル）	一般（パート）
29件	23件

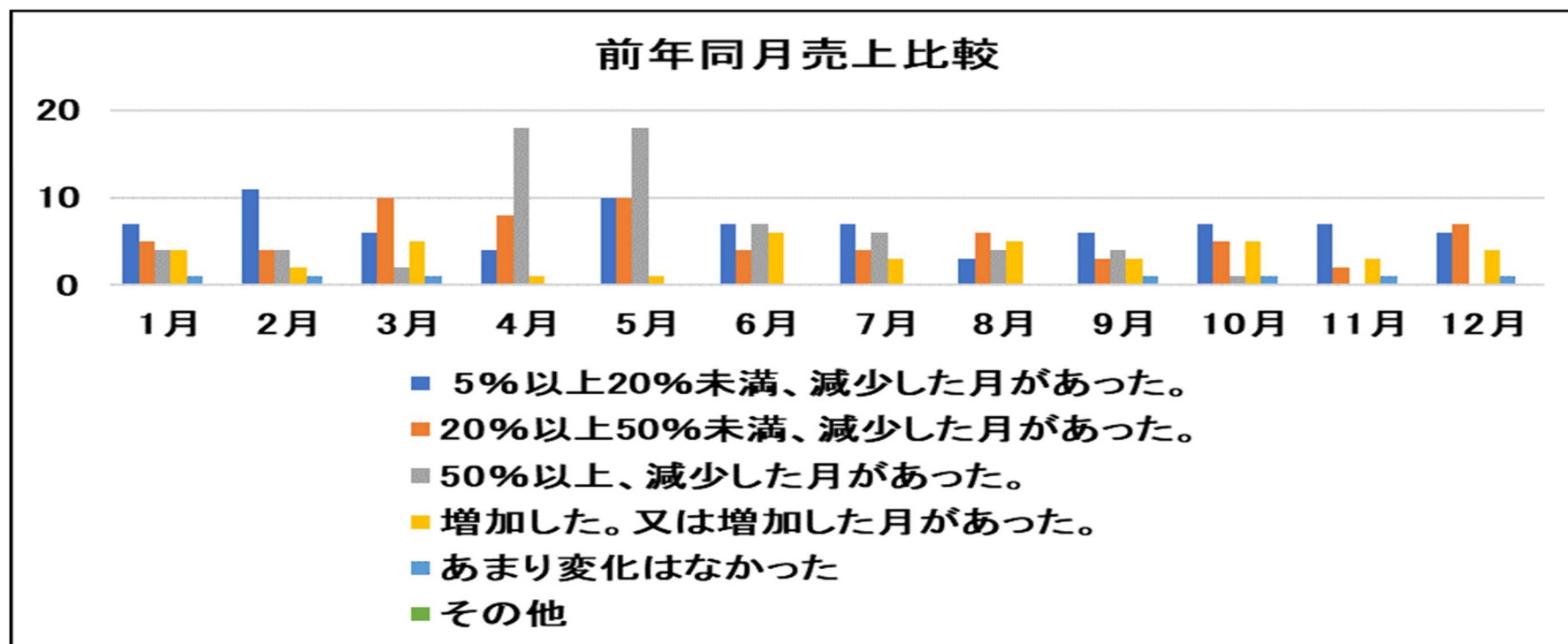
2021/10/5現在

有効求人倍率（全国・近畿・兵庫）については、季節調整値。

＜資料：姫路公共職業安定所 「姫路公共職業安定所管内における雇用情勢」＞

姫路公共職業安定所管内（神河町含む）の有効求人倍率は全国・近畿・兵庫県のデータに比べて高く求職者よりも求人数（労働者を求めている企業数）のほうが多い。特に神河町においては、建設業や製造業、自動車販売整備業、介護職などの人手不足が進んでいる。

町内企業の売上動向分析（2020 年）



< 資料：「神河町商工会の現状と会員事業所の支援体制強化に向けたアンケート調査」 >

5%以上 20%未満、減少した月で多かったのが2月と5月。20%以上 50%未満、減少した月で多かったのが3月と5月。50%以上、減少した月で多かったのが4月と5月である。共通して減少した月が5月と最も多く、さらに約66%の事業所が同月に減少しており、新型コロナウイルス感染症による影響は大きいものであったことがうかがえる。

家計調査

二人以上の世帯 2021 年(令和 3 年)7 月分 家計調査 <全国>

	年平均（前年比 %）			月次（前年同月比，【 】内は前月比（季節調整値） %）			
	2018年	2019年	2020年	2021年4月	5月	6月	7月
【二人以上の世帯】 消費支出（実質）	0.3	1.5	▲5.3	13.9 【0.7】	12.5 【▲2.3】	▲4.3 【▲3.1】	0.7 【▲0.9】
消費支出（変動調整値注1）（実質）	▲0.4	0.9	-	- 【-】	- 【-】	- 【-】	- 【-】
【勤労者世帯】 実収入（名目，< >内は実質）	4.7 <3.5>	4.9 <4.3>	4.0 <4.0>	2.3 <3.6>	▲2.7 <▲1.8>	▲11.3 <▲10.8>	▲2.6 <▲2.2>
実収入（変動調整値注1） （名目，< >内は実質）	0.6 <▲0.6>	1.1 <0.5>	- <->	- <->	- <->	- <->	- <->

消費支出 消費支出（二人以上の世帯）は、1 世帯当たり 267,710 円

前年同月比 実質 0.7%の増加 名目 0.3%の増加

前月比（季節調整値） 実質 0.9%の減少

実収入 勤労者世帯の実収入（二人以上の世帯）は、1 世帯当たり 668,062 円

前年同月比 実質 2.2%の減少 名目 2.6%の減少

<資料：総務省統計局「家計調査報告」>

＜職員聴き取りによる町内企業動向＞

1・商業

・商品券発行事業

令和3年度の商品券発行事業は、兵庫県と神河町の特別補助を受け、プレミアム分を20%として前半に発行。更に従来の商品券のプレミアム分10%（前期・後期）を後期に集約し20%として別枠で発行し、町内消費の後押しと消費刺激策として事業者並びに消費者にとっては非常に良き事業だと思って頂いているものと考えます。また、町内の妊婦並びに出産予定者向けの商品券を対象者に無料で配布し、神河町内で安心して出産～子育てに専念できる環境に役買ったものだと推測する。

度重なる緊急事態が落とした消費低迷であったが、緊急事態全面解除に伴い、徐々にではあるが人の動きが活発となってきている。また神河町のワクチン接種率も高く、今後は個人個人が感染予防を心掛けながら、商品券に頼らない消費の拡大とお金の循環が望まれる。

・商業並びに観光事業の活性化

プレミアム（20%）付商品券の2度の発行により、消費者のお得感はとても大きく、また、事業者にとっては冷え込んだ消費に対してのテコ入れに役立つ事業であると考えます。

一方、これから秋の行楽シーズンに入り、都市部からの観光客が土日・祝日に多く来町される。ここ神河町は交通アクセスも非常によくまた映画のロケ地になった場所もあるので、この観光地のPRを前面に押し出せば更に来町者が増え、町内消費（お金の循環）もコロナ禍前に徐々に戻るものと思われる。

まずは、都市部との交流人口を増やすことが商業・観光事業の活性化につながるものと考えられる。

2. 工業

・コロナ禍2年目の状況

建設業について、昨年急激に落ち込んだ工事受注も、今年度に入り、民間を中心に回復傾向にある。

個人宅の新築・リフォーム工事については、昨年資材不足等の影響もあり見送られた案件が、今年度に入り着工となった物件が多く、官公関係については、橋梁工事・河川防災関係の工事受注が増加した。

個人案件について補足すると、コロナ禍による「おうち時間」の高まりから、居住性・快適性を高める為の家屋のリフォーム受注が増加したことが要因の一つである。

製造業について、昨年売上が急激に落ち込んだ原因として、元請け（大手企業）からの受注減・停止の影響が大きかったが、今年度に入り回復傾向にある。

事業所によっては、昨年のリバウンドで大手から例年の2倍以上の受注を受けたところもあった。

・資材等の確保状況

建設・工業とも、昨年度は、木材関係をはじめとするサプライチェーンの消耗の影響が大きく、新築工事や部品製造を中心に影響を与えたが、今年度についてはやや回復傾向であり、また発注先の理解等もあり、昨年ほどの影響は少ないと推測している。

・雇用・人材状況

製造業については、売上増加傾向となるも、昨年雇用調整を実施し、休業としていた従業員を再開させることで対応できている、

建設業については、依然として人材不足は解消できておらず、今後受注が回復・増加した際の課題となっている。

求職者の関心が、製造業や事務関連に集中傾向にあることが要因の一つと考えている。

3. 観光業

・観光トレンドの変化

3密回避及び外出自粛によるストレス発散ができる場としてキャンプなどの屋外アクティビティが人気となり、神河町内においても屋外の体験型施設は軒並み入込客数の面から見ると好調である。(令和2年度対比)

・新型コロナウイルスと天気の影響

昨年と比べるとコロナウイルスの影響は少なく、団体客も増加傾向にある。

入込客を地域別に見ると県内ナンバーの車が最も多いが、京阪神地域（特に大阪）ナンバーも増えてきている。

要因としてはワクチン接種の普及、コロナ慣れ、自粛疲れ、神河町において感染者が少ない地域ということが考えられる。

今夏はお盆前後に雨が続いたため、屋外施設においてはコロナの影響よりも悪天候の影響を多く受けている。

10月からは緊急事態宣言、まん延防止重点措置が4月4日以降、半年ぶりにどの地域にも出ていない状況のため、10月以降観光施設、宿泊施設の予約状況は好調である。

・ふるさと応援！ひょうごを旅しようキャンペーン事業

ふるさと応援！ひょうごを旅しようキャンペーン（兵庫県民向けの県内旅行・宿泊代金割引及びクーポン券配布事業）の開始により、特に宿泊施設において町内観光需要の換気が期待されるがキャンペーン期間に冬季が含まれるため、旅行客は但馬地区（カニ）に流れていくことが想定される。そのため、本事業の恩恵を受けるためには町内施設の連携等によりどこまで旅行客を取り込めるかというところが大きい。