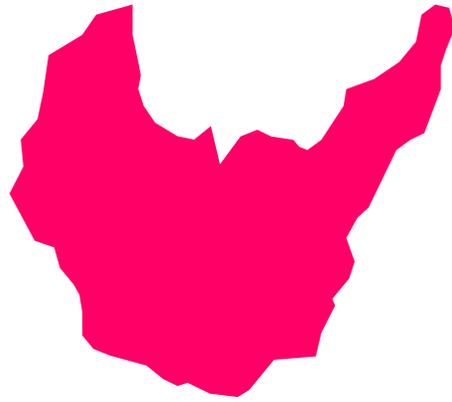


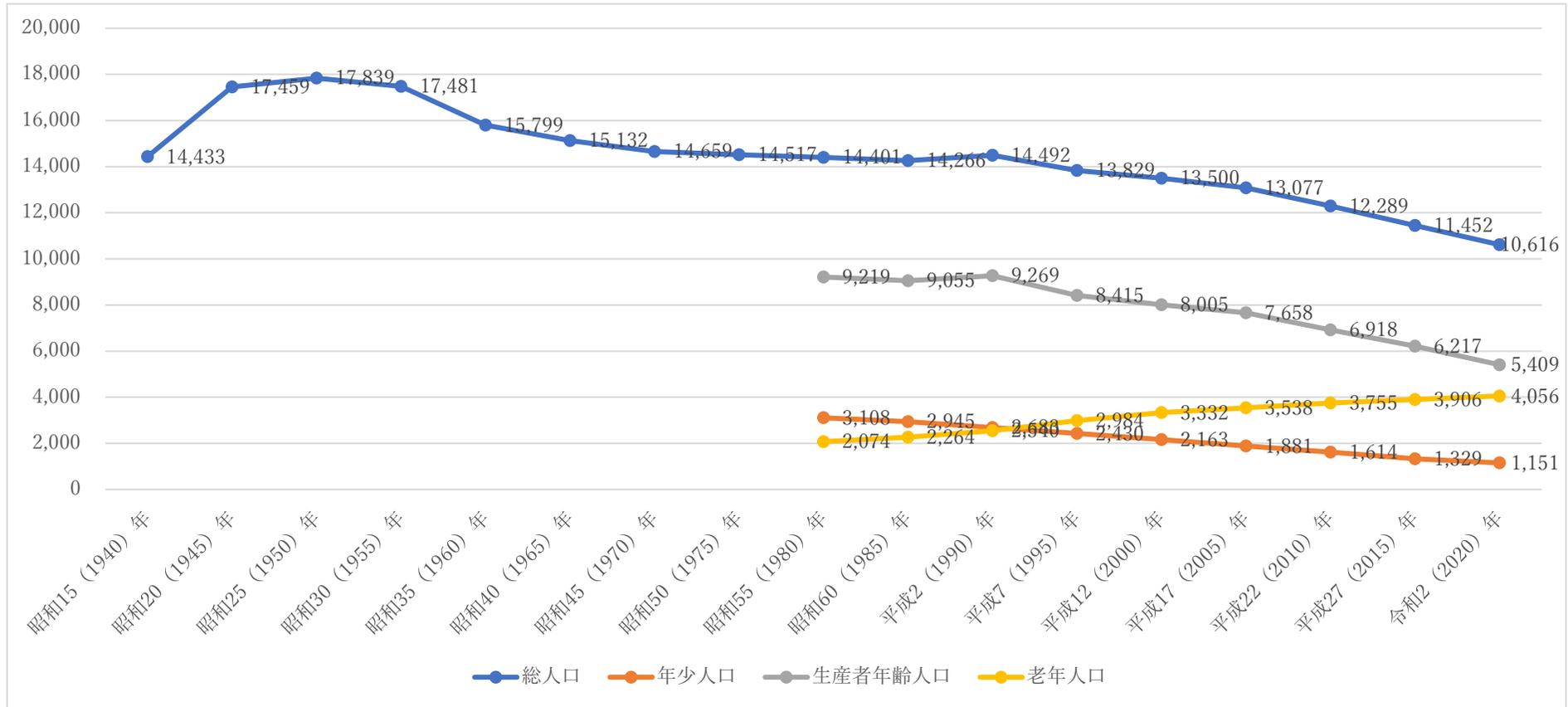
神河町 地域動向分析



令和 4 年度

神河町商工会

人口の推移



<資料：令和2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人あたり町内総 生産
単位	百万円	百万円	百万円	百万円	百万円	千円
2019年	34,983	534	9,211	25,025	213	8,053
2018年	34,156	677	6,503	26,501	167	7,980
対比 (%)	102.4	78.9	141.6	94.4	127.5	100.9

<資料：兵庫県勢要覧 2022>

特に、第2次産業（鉱業・製造業・建設業）については141.6%と増加している反面、第1次産業（農業・林業・水産業）は78.9%と減少している。

就業者1人あたり町内総生産は100.9%と微増している。。

売上状況

【令和4年4月～6月の調査結果】

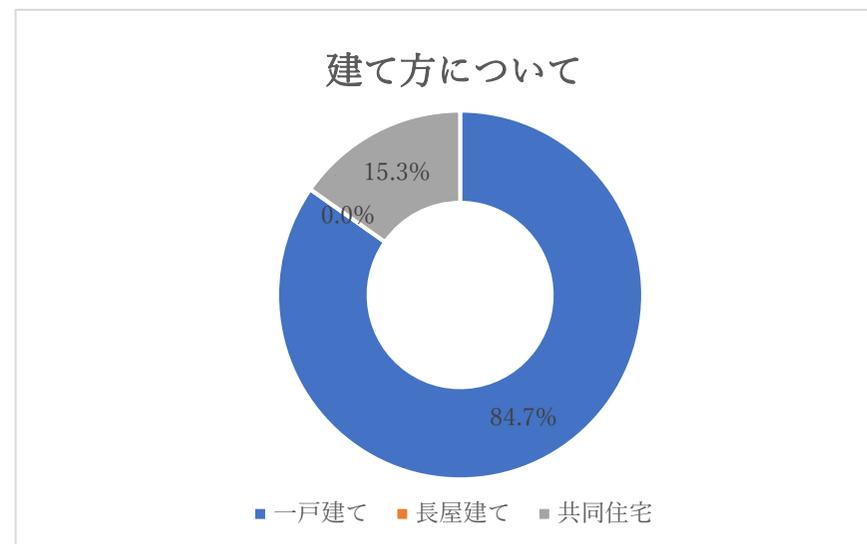
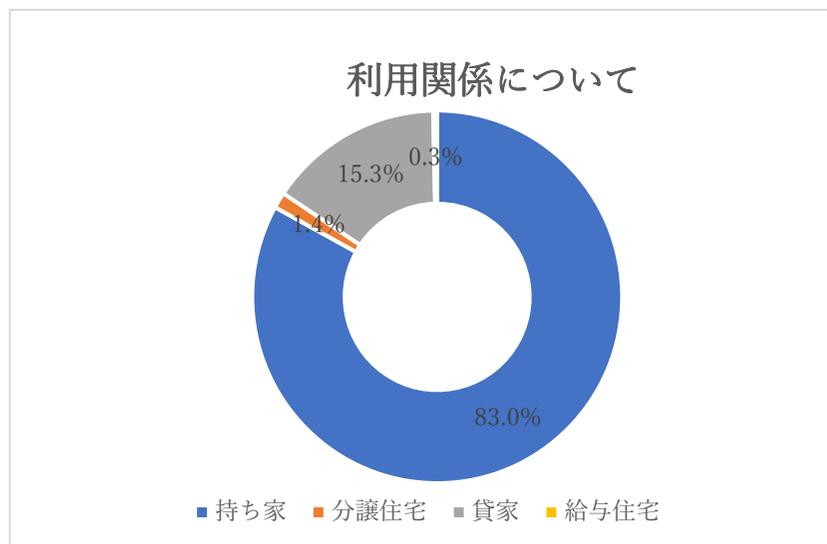
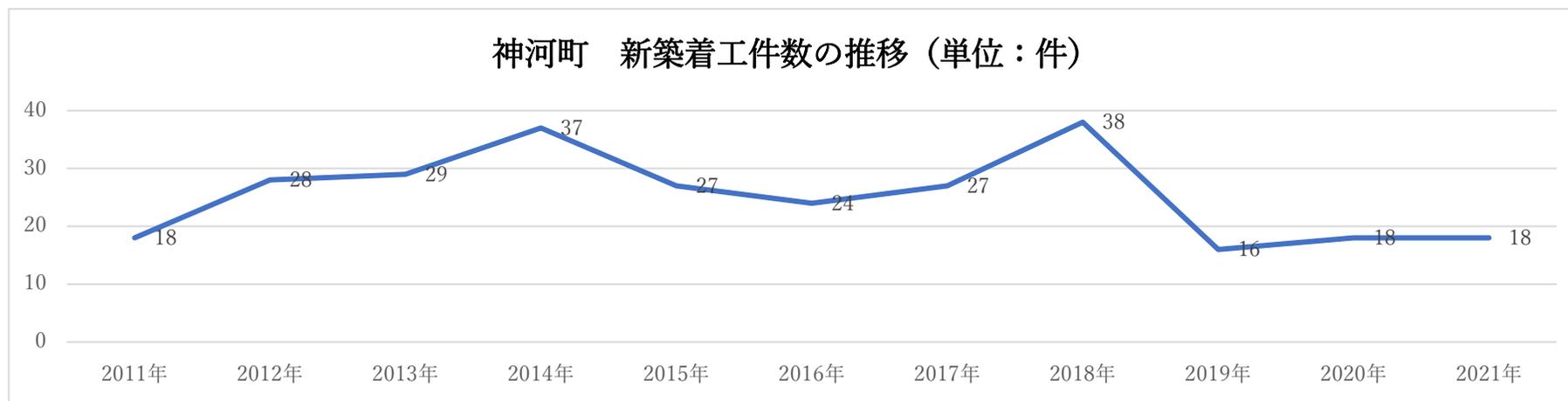
	企業数（社）				構成比（％）			神河町	兵庫県
	増加	不変	減少	合計	増加	不変	減少	DI	DI
全産業	9	14	17	40	22.5	35	42.5	▲20	▲2.6
1.製造業	0	4	2	6	0	66.7	33.3	▲33.3	11.5
2.建設業	3	4	3	10	30	40	30	0	▲34.2
3.小売業	1	2	9	12	8.4	16.6	75	▲66.6	▲2.9
4.サービス業	5	4	3	12	41.6	33.4	25	16.6	4.5

資料：神河町景気動向調査（令和4年4月～6月）

今期の全産業売上高 DI は▲20 であった。業種別では、製造業では▲33.3、建設業では0、小売業では▲66.6、サービス業では16.6であった。

兵庫県の全産業売上高 DI は▲2.6 であった。業種別では、製造業で11.5、建設業では▲34.2、小売業では▲2.9、サービス業では4.5であった。

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・2021年とほぼ横ばいである。持ち家で一戸建ての着工が多い。

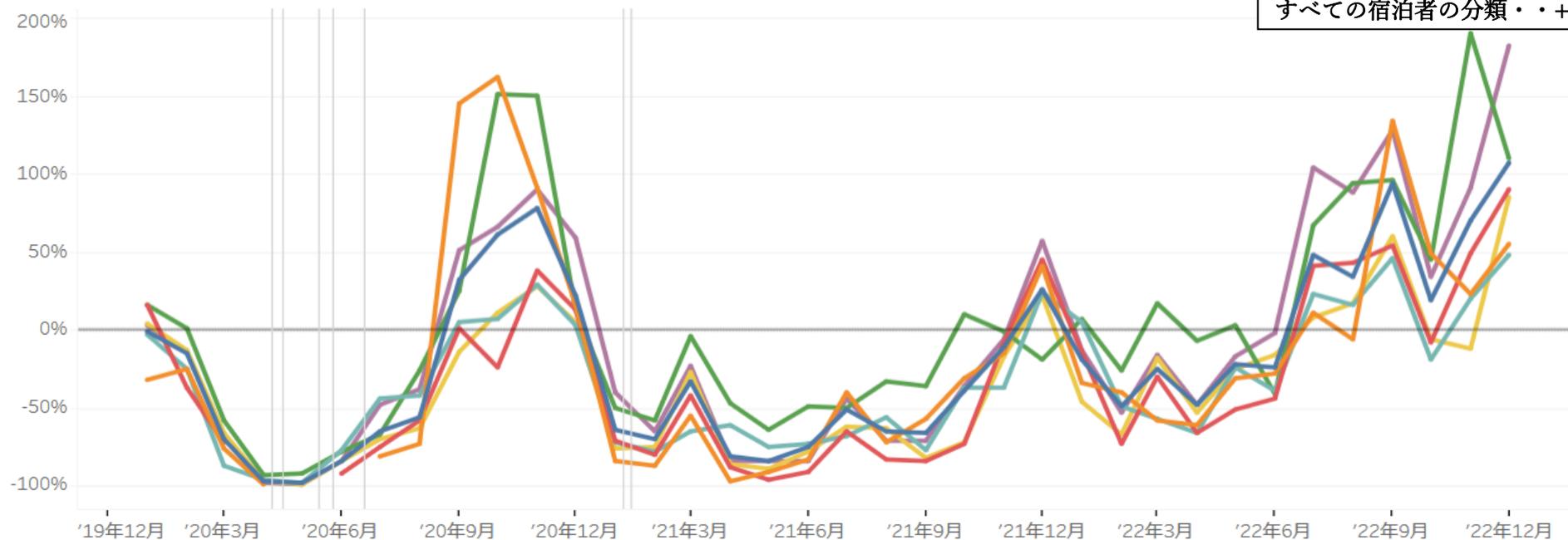
中播磨地域の宿泊者の分類の前年同月比の推移

2019年12月～2022年12月

宿泊者の分類：

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

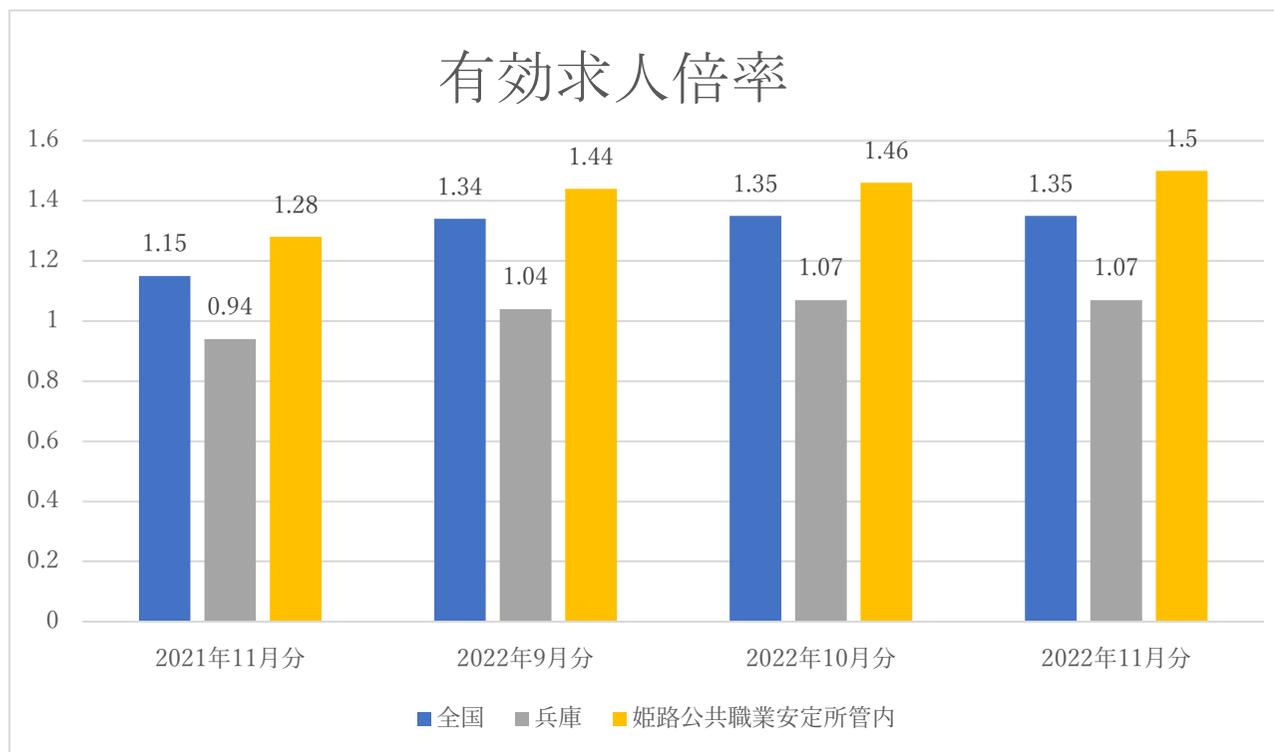
<2021年同月比>	
子ども連れ	・・・・ -+55%
一人	・・・・ +110%
夫婦・カップル	・・・・ +182%
男女グループ	・・・・ +85%
男性グループ	・・・・ +48%
女性グループ	・・・・ +85%
すべての宿泊者の分類	・・・・ +107%



<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た。しかしながら、全国旅行支援開始により宿泊客が増加傾向にある。

労働分析



神河町求人件数 (姫路公共職業安定所)

一般 (フル)	一般 (パート)
46件	32件

2023/2/16現在

有効求人倍率 (全国・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・兵庫県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。

家計調査

二人以上の世帯 2022年(令和4年)12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)%)			
	2020年	2021年	2022年	2022年9月	10月	11月	12月
【二人以上の世帯】 消費支出(実質)	▲5.3	0.7	1.2	2.3 【1.8】	1.2 【1.1】	▲1.2 【▲0.9】	▲1.3 【▲2.1】
【勤労者世帯】 実収入(名目、< >内は実質)	4.0 <4.0>	▲0.7 <▲0.4>	2.0 <▲1.0>	3.7 <0.2>	3.5 <▲0.9>	4.2 <▲0.3>	4.4 <▲0.4>

<<ポイント>>

消費支出

消費支出(二人以上の世帯)は、1世帯当たり 328,114円

前年同月比 実質 1.3%の減少 名目 3.4%の増加

前月比(季節調整値) 実質 2.1%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 1,150,808円

前年同月比 実質 0.4%の減少 名目 4.4%の増加

<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4年度においても、前年度同様に兵庫県と神河町の特別補助を受け、プレミアム分を20%とした「第25かみかわハートフル商品券」を発行。発行総数5,000セットを完売し消費者の方々に利用いただいた。

また、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%プレミアムとして「第26回かみかわハートフル商品券」を2,500セット発行した。

後期の商品券事業については、新企画として町内の小規模事業者へ消費者の方々がご利用いただくように「スタンプラリー」を採り入れ、大型店での利用を抑制し小規模事業者への利用を促進した。

更に、神河町独自の「価格高騰対策生活者支援商品券」を全世帯に配布し、出産予定の方や子育て世帯へは「神河町出産応援商品券」を配布する等、神河町民や町内の事業者へも有効な事業であったと推察する。

・商業並びに観光事業の活性化

令和4年度の2回発行したハートフル商品券事業についても、プレミアムを20%としたことにより、消費者のお得感はとて大きく、また、町独自の商品券発行対策を講じていただいたことにより、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ったものと考えられる。

今後は、従来の紙ベースの「商品券」ではなく、DXを活用した「デジタル地域通貨」を導入し消費者、事業者の利便性の向上を図っていきたいと考える。

2. 工業

・仕入れ価格の高騰及びウクライナ侵攻の長期化による影響

製造業においては前年より継続して仕入れ価格の高騰が見受けられており、販売価格への上乗せを図っていても十分な状況ではない。また、エネルギー価格の上昇が長期化する見込みであり、収益圧迫が懸念される。

建設業においては、新型コロナウイルス感染症、ウクライナ侵攻の長期化、円安などの影響により、売上が厳しい状況である。なおかつ、原材料価格の高騰及び材料納期の遅延など厳しい状況にある。住宅を請け負う企業においては販売価格が右肩上がりになっており、新築戸建ての販売数に伸びに陰りがある。

・労働環境の改善

工業系事業所において業種を問わず、人材不足が顕著である。特に2024年において働き方改革関連法による労働時間の上限措置がなくなり、適切な労働時間の管理体制の構築、休日・休暇の確保、人材の確保・定着など労働環境の改善を図りながら、生産性の向上に繋げる必要がある。

これらの対応として人数を増やすのが難しいとすれば、コンピュータや通信技術を用いたICTの導入や仕事の効率化が必要となる。また、現在いる人材の能力を高める研修や訓練をおこなって、一人ひとりのスキルアップを図る方法もある。

ヒト・モノへの投資により、限られた時間・労働力を有効活用することで生産性への向上及び利益確保へと繋げる必要がある。

3. 観光業

・観光トレンドの変化

新型コロナウイルス感染症による影響で、屋外施設は今も根強い人気がある。今年はアウトドアフェスを開催し、3,700人の来場、老若男女幅広い層の来場であり、アウトドアの需要は高い。また、全国旅行者支援のこともあり、宿泊施設の利用は軒並み入込客数の面から見ると好調である（令和3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、観光客数も増加している。

全国旅行者支援もあり、県内顧客の増加が一番多いが、他県の観光客も増加してきている。

今年は天候に恵まれ、入込数は昨年より増加。雪も十分に降ったため、スキー場の利用客は増加している。

7～8月のオミクロン株拡大期については予約キャンセルが相次ぐ事態となったが、それ以外については行動制限がなくなったことで、予約はキャンセル待ちになる施設も多数あり好調であった。

・「ひょうごを旅しようキャンペーンワイド」について

「ひょうごを旅しようキャンペーンワイド」（兵庫県に旅行・宿泊代金の20～40%が補助）により、特に宿泊施設の利用者が増加し、町内観光や屋外施設利用者も増加した。淡路島や但馬地区のカニ等に観光客が流れることも想定されるため、本事業により訪れた方への再訪をどこまで取り込めるかというところが大きい。